

# 遺伝子組み換え／ゲノム編集食品に対する 消費者の意識調査

～2025年度調査結果～

2025年12月



**バイオテクノロジー情報普及会**

COUNCIL FOR BIOTECHNOLOGY INFORMATION JAPAN

遺伝子組み換え技術は、暮らしに役立つ可能性を育てています。

# はじめに

遺伝子組み換え作物の商業栽培が始まってから、まもなく30年を迎えます。日本においても、遺伝子組み換え作物を原料とする食品は、私たちの暮らしに深く浸透しています。しかしながら、多くの方がその実態をよく知らず、漠然とした不安感を持たれ、依然として受容意識は低いといわれています。

バイテク情報普及会では、長年バイオテクノロジーの重要性をご理解いただくための広報活動の一環として、遺伝子組み換え作物を原料とする食品に関する情報提供をはじめ、消費者の受容意識の向上を目的としたさまざまな取り組みを行ってきました。

こうした背景のもと、当会では遺伝子組み換え作物を原料とする食品に対する消費者意識を把握するための調査を過去より実施してまいりました。このたび、2025年10月に実施した最新調査の結果がまとまりましたので、ここにご紹介いたします。

また、ゲノム編集食品に対する消費者の意識についても2021年に引き続いて調査を行いました。こちらもおわせてご覧ください。

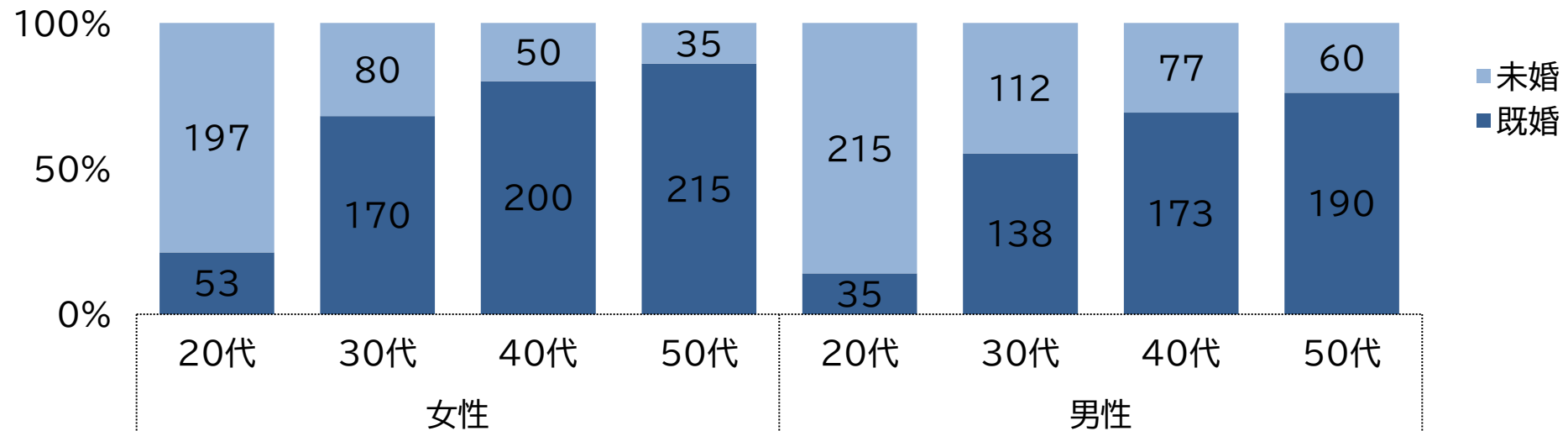
# 調査の概要

## ■ アンケート調査（定量調査）

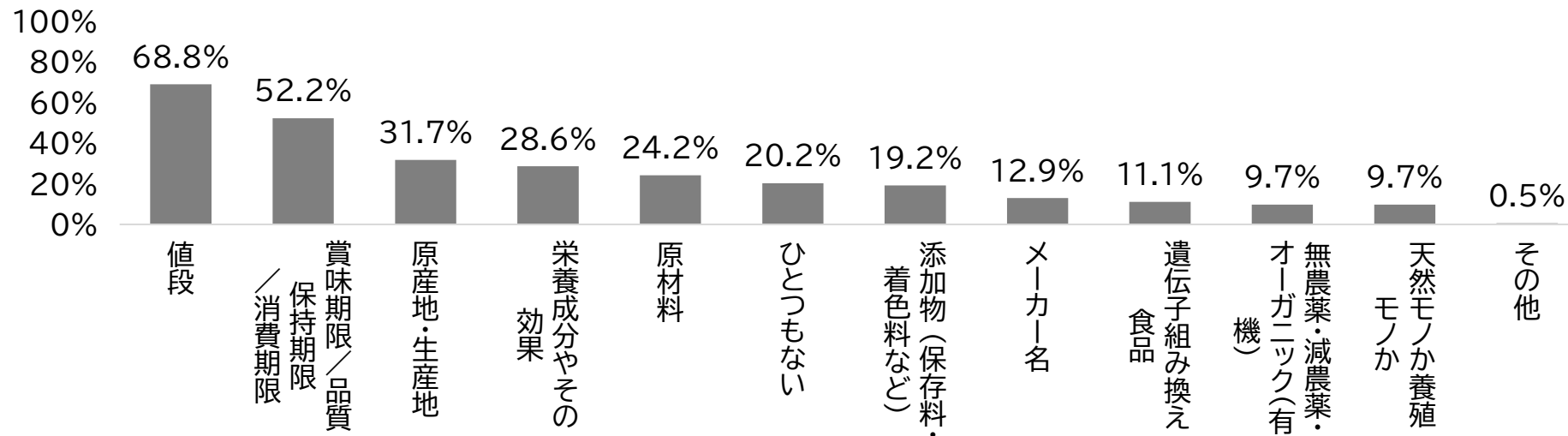
- 調査エリア：全国
- 調査対象者・規模：20～50代の男女 合計2,000人
- 調査方法：インターネット調査
- 調査時期：2025年10月下旬

## ■ 調査対象者の性別・年代

- 各世代・性別ごと×250サンプル、合計2,000サンプル
- 令和2年国勢調査の結果を参照し、年代ごとの未既婚比率に割付



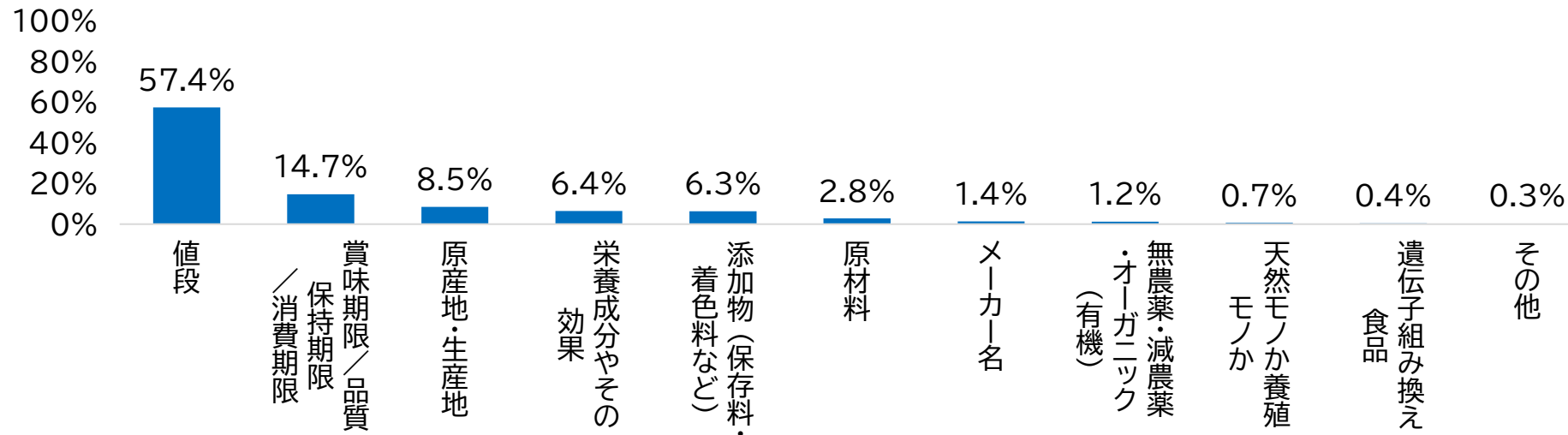
## 1. 最近、食料品を購入する際に、関心のあることを全てお選びください。（複数回答）



食品購入時において遺伝子組み換え食品への関心はそれほど高くはない。

(n=2000)

## 2. そのうちで、最も関心のあることはどれですか。1つだけをお答えください。（ひとつ）



遺伝子組み換え食品を最も関心ありに選んだ人は0.4%のみであった。

(n=1596)

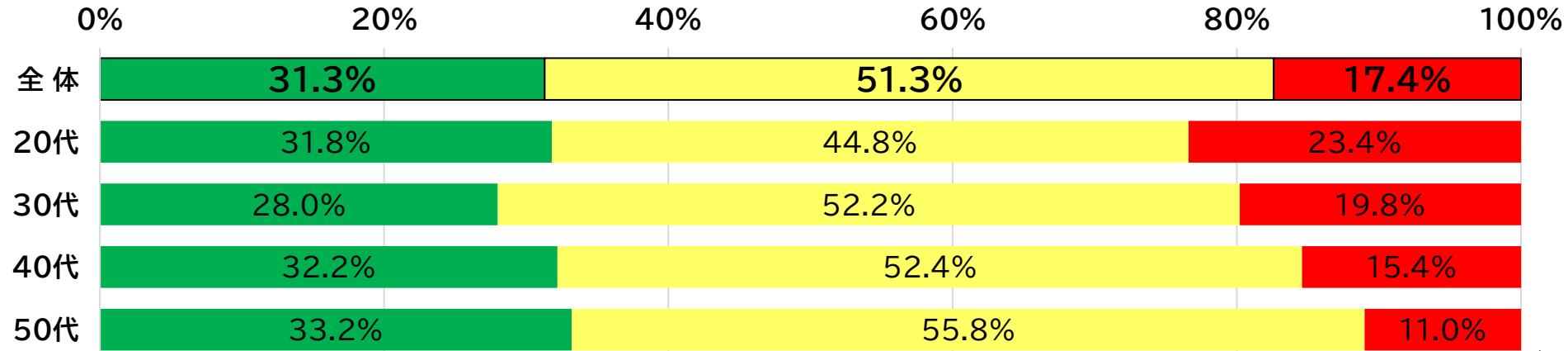
### 3. 食品に関する情報源として、あなたにとって信頼できるものを、選んでください。（いくつでも）

|   | 全体    | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| ニュースメディア(テレビ、新聞、オンラインニュースなど)              | 41.9% | 30.4% | 39.8% | 48.0% | 49.4% |
| 雑誌、書籍、映画                                  | 8.1%  | 5.2%  | 9.0%  | 9.8%  | 8.2%  |
| ウェブサイト(オンラインフォーラムや口コミサイト、レビューサイト、ブログ)・SNS | 24.1% | 22.8% | 25.6% | 24.0% | 24.0% |
| インフルエンサーやYouTuber                         | 11.0% | 14.8% | 13.6% | 10.0% | 5.4%  |
| 政府機関(農林水産省・消費者庁など)や自治体                    | 12.2% | 11.4% | 11.2% | 10.8% | 15.2% |
| 大学や研究機関                                   | 9.5%  | 10.8% | 10.0% | 8.4%  | 8.8%  |
| 企業、バイオテクノロジー関連の団体                         | 7.3%  | 9.2%  | 8.0%  | 5.4%  | 6.6%  |
| 生協、消費者団体                                  | 8.2%  | 6.4%  | 6.8%  | 8.0%  | 11.4% |
| 専門家(医師や科学者)                               | 11.8% | 10.4% | 11.0% | 12.0% | 13.8% |
| 家族や友人、知人                                  | 20.6% | 20.6% | 23.8% | 17.8% | 20.0% |
| 学校の授業                                     | 2.3%  | 3.8%  | 2.8%  | 1.8%  | 0.8%  |
| 商品表示や広告                                   | 18.3% | 16.8% | 17.4% | 19.0% | 20.0% |
| その他                                       | 0.5%  | 0.4%  | 0.2%  | 0.8%  | 0.4%  |
| 上記にあてはまるものはない                             | 29.6% | 35.4% | 32.4% | 27.6% | 22.8% |

(n=2000)

食品に関する情報源として信頼できるものは「ニュースメディア（テレビ、新聞、オンラインニュースなど）」と回答する人が多い。

#### 4. あなたは「遺伝子組み換え食品」をご存知ですか。

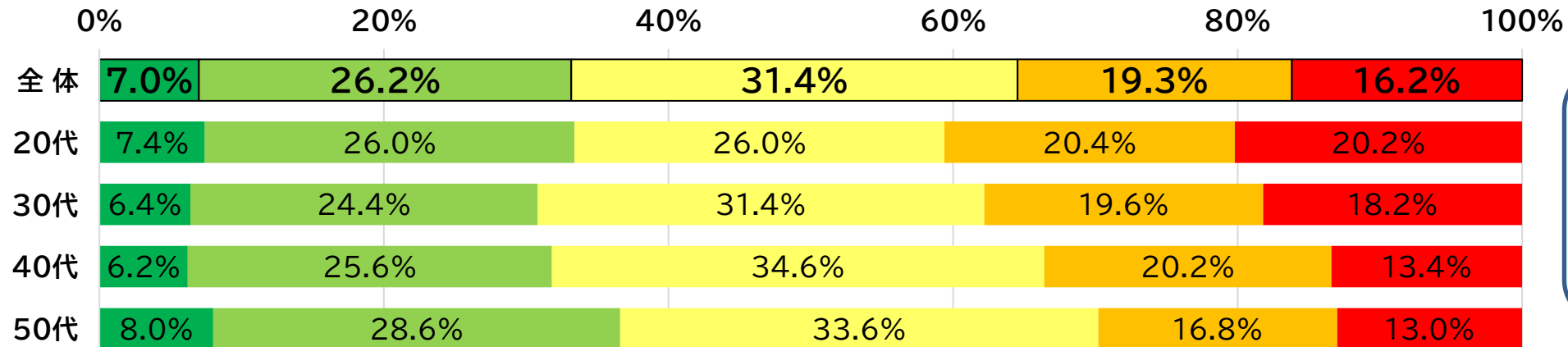


「遺伝子組み換え」という言葉は聞いたことがあってもその内容はあまり知らない人が約半数。

(n=2000)

■言葉も知っているし、どのような食品なのかある程度知っている ■言葉は知っている(聞いたことがある)が、内容はあまり知らない ■全く知らない

#### 5. あなたは「遺伝子組み換え食品」にどの程度関心がありますか。

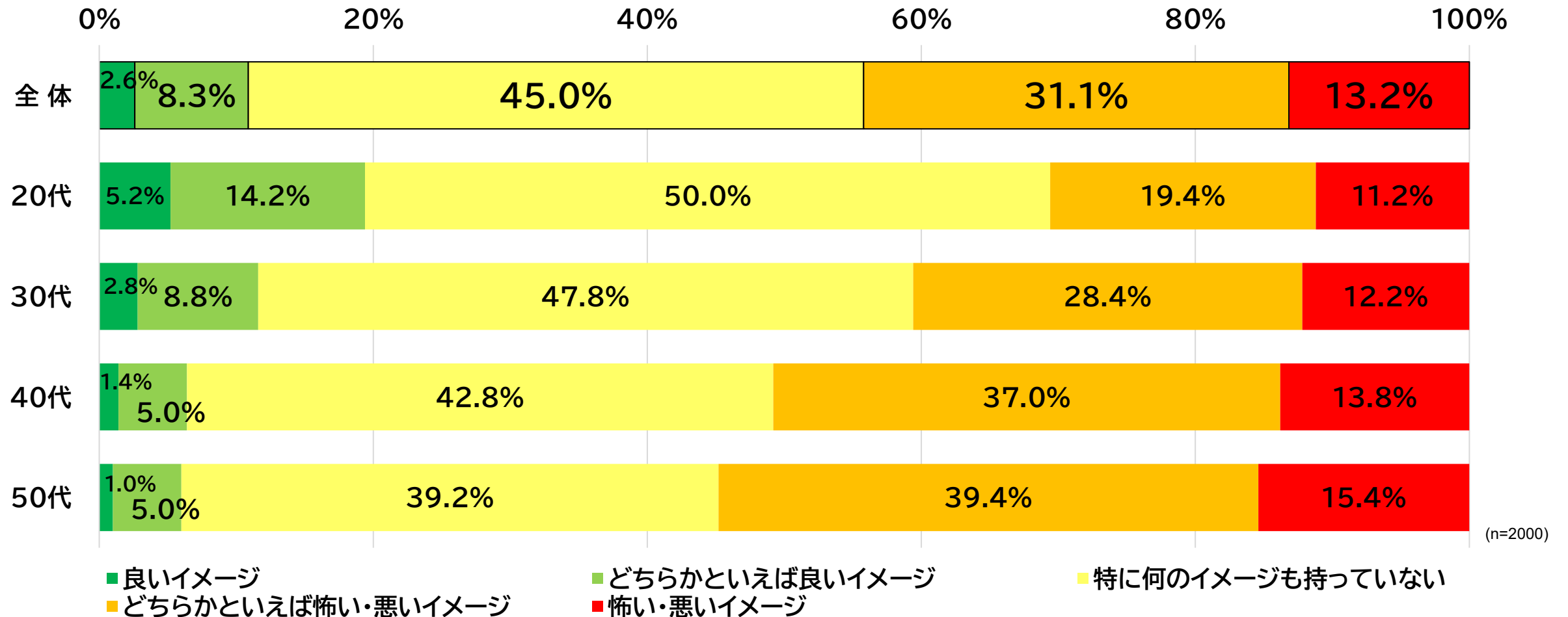


「どちらともいえない」「あまり興味がない」「関心がない」人が過半数。

(n=2000)









































■非常に興味がある ■まあ興味がある ■どちらともいえない ■あまり興味がない ■全く興味がない

6. あなたご自身は現在「遺伝子組み換え食品」についてどのようなイメージを持っていますか。  
「全く知らない」方は、どのようなイメージを持ちますか。



全体では「特に何のイメージも持っていない」人が約半数を占める。  
若い世代ほど好意的・中立的な人が多く、特に20代では約7割に達する。





















6-1. 「良いイメージ」「どちらかといえば良いイメージ」を持つ方にお伺いします。  
その理由はどのようなことですか。（複数回答）

|                        | 全体   | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|------------------------|--|---|---|---|---|
| n                      | 217  | 97  | 58  | 32  | 30  |
| 先進的、革新的だと思うから          |  41.9% |  38.1% |  51.7% |  31.3% |  46.7% |
| 栄養面や健康面で価値があると思うから     |  44.2% |  40.2% |  36.2% |  59.4% |  56.7% |
| 農家の負担軽減や収益向上につながると思うから |  38.2% |  35.1% |  41.4% |  37.5% |  43.3% |
| 環境保護や持続可能性に役立つと思うから    |  26.3% |  21.6% |  25.9% |  37.5% |  30.0% |
| 価格が安く、経済的だと思うから        |  27.6% |  28.9% |  27.6% |  12.5% |  40.0% |
| 安全だと思うから               |  23.0% |  19.6% |  20.7% |  15.6% |  46.7% |
| 他の食品と変わらないと思うから        |  13.4%  |  10.3% |  17.2% |  18.8% |  10.0% |
| 開発企業や研究機関への信頼から        |  7.4%   |  6.2%  |  5.2%  |  6.3%  |  16.7% |
| その他                    | 0.0%   | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  | 0.0%  |

よいイメージとなる理由は「先進的、革新的だと思うから」「栄養面や健康面で価値があると思うから」と答えた人が多い。



6-2. 「特に何のイメージも持っていない」とお答えの方にお伺いします。  
その理由はどのようなことですか。（複数回答）

|                    | 全体   | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|--------------------|--|---|---|---|---|
| n                  | 899  | 250   | 239   | 214   | 196   |
| 他の食品と変わらないと思うから    |  22.2%  |  24.4% |  22.2% |  19.6% |  22.4% |
| 関心がないから            |  44.0% |  44.4% |  40.6% |  51.4% |  39.8% |
| よく知らない、情報が不足しているから |  42.2% |  41.6% |  44.4% |  38.8% |  43.9% |
| その他                |  1.0%   |  0.4%  |  1.7%  |  1.4%  |  0.5%  |








































何のイメージも持っていない理由は「関心がない」「よく知らない／情報不足」と回答した人が多い。

6-3. 「どちらかといえば怖い・悪いイメージ」「怖い・悪いイメージ」を持つ方にお伺いします。  
その理由はどのようなことですか。（複数回答）

|                        | 全体    | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| n                      | 884   | 153   | 203   | 254   | 274   |
| よく知らない、情報が不足しているから     | 32.7% | 30.7% | 36.0% | 33.1% | 31.0% |
| 人工的で自然ではない印象があるから      | 49.9% | 37.9% | 54.7% | 45.7% | 56.9% |
| 「使用していない」と商品に表示されているから | 15.2% | 15.7% | 13.8% | 15.7% | 15.3% |
| 不安を煽る情報に接したことがあるから     | 12.9% | 15.7% | 12.8% | 13.4% | 10.9% |
| 健康への影響に不安があるから         | 39.7% | 32.0% | 33.5% | 42.5% | 46.0% |
| 環境への影響に不安があるから         | 11.7% | 13.1% | 6.4%  | 11.4% | 15.0% |
| 開発企業や研究機関への不信感から       | 11.8% | 19.6% | 10.8% | 10.2% | 9.5%  |
| その他                    | 0.3%  | 0.0%  | 0.5%  | 0.4%  | 0.4%  |

怖い・悪いイメージとなる理由は「自然なものではない／人工的なものだから」「健康への影響に不安があるから」と答えた人が多い。

## 7. 「遺伝子組み換え食品」について、そのようなイメージを持つ要因になった情報源は何ですか。 (複数回答)

|   | 遺伝子組み換え食品のイメージ  |   |   | 全体    |
|---|---|---|---|-------|
|   | 良い(どちらかといえば良い)  | 特に何のイメージも持っていない   | 怖い・悪い(どちらかといえば怖い・悪い)  |       |
| n   | 217   | 899   | 884   | 2000  |
| ニュースメディア<br>(テレビ、新聞、オンラインニュースなど)          |  50.2%  |  48.6%   |  52.4%   | 50.5% |
| 雑誌、書籍、映画                                  |  11.5%   |  4.8%    |  6.6%    | 6.3%  |
| ウェブサイト(オンラインフォーラムや口コミサイト、レビューサイト、ブログ)・SNS |  27.6%  |  14.5%   |  17.6%   | 17.3% |
| インフルエンサーやYouTuber                         |  18.4%   |  5.5%    |  7.7%    | 7.9%  |
| 政府機関(農林水産省・消費者庁など)や自治体                    |  17.1%   |  6.1%    |  3.5%    | 6.2%  |
| 大学や研究機関                                   |  18.9%   |  6.0%    |  3.4%    | 6.3%  |
| 企業、バイオテクノロジー関連の団体                         |  18.9%   |  4.0%    |  4.5%    | 5.9%  |
| 生協、消費者団体                                  |  12.0%   |  3.9%    |  3.3%    | 4.5%  |
| 専門家(医師や科学者)                               |  11.5%  |  4.0%   |  6.0%   | 5.7%  |
| 家族や友人、知人                                  |  10.6% |  9.3%  |  11.9% | 10.6% |
| 学校の授業                                     |  6.0%  |  4.0%  |  2.8%  | 3.7%  |
| 商品表示や広告(「遺伝子組み換えでない」など)                   |  7.8%  |  19.1% |  23.0% | 19.6% |
| その他                                       |  1.4%  |  6.3%  |  3.3%  | 4.5%  |

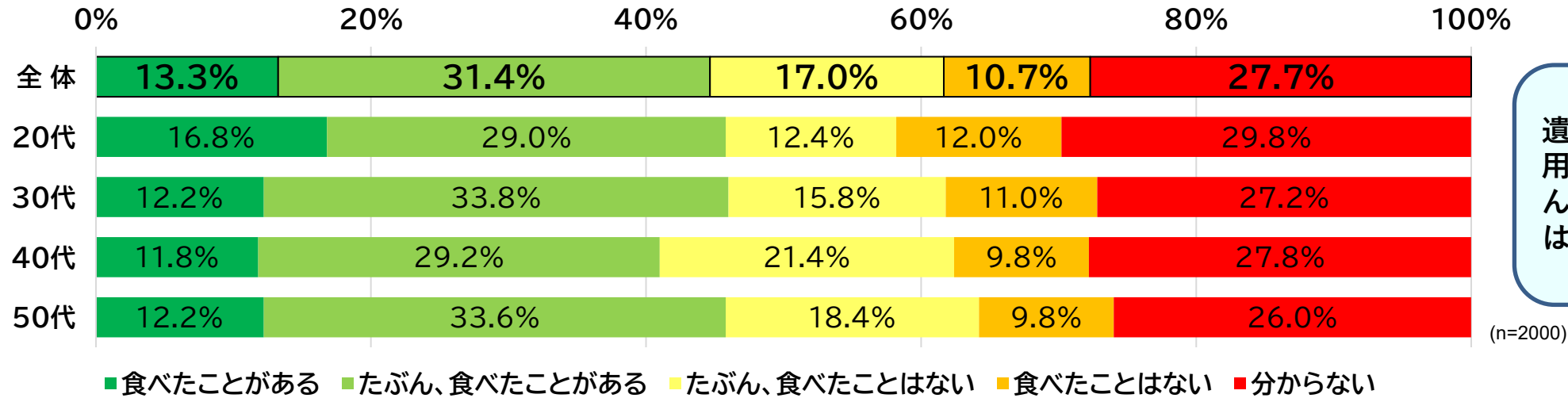
ニュースや「遺伝子組み換えでない」の表示のように、受け身で目にする情報は、怖い・悪いイメージにつながりやすい。  
一方、自分から調べて得る情報(ウェブサイトや政府、研究機関や団体の発信など)は、良いイメージにつながりやすい。

7. 「遺伝子組み換え食品」について、そのようなイメージを持つ要因になった情報源は何ですか。  
(複数回答)

【20代と50代の比較】

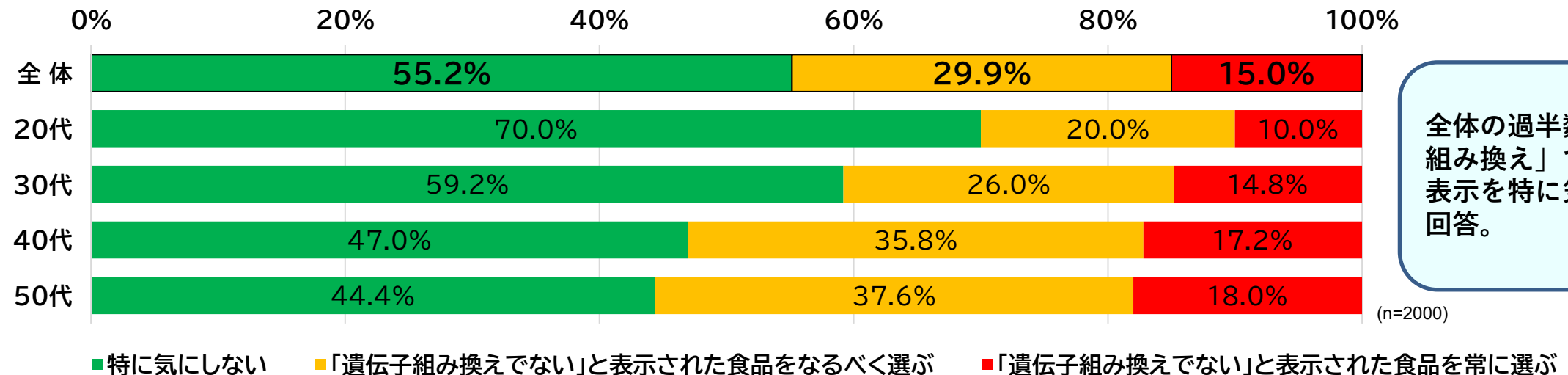
|   | 遺伝子組み換え食品のイメージ               |                              |                              |                              |                              |                              | 合計    |       |
|---|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------|-------|
|   | 良い(どちらかといえば良い)               |                              | 特に何のイメージも持っていない              |                              | 怖い・悪い(どちらかといえば怖い・悪い)         |                              |       |       |
|   | 20代                          | 50代                          | 20代                          | 50代                          | 20代                          | 50代                          | 20代   | 50代   |
| n   | 97                           | 30                           | 250                          | 196                          | 153                          | 274                          | 500   | 500   |
| ニュースメディア(テレビ、新聞、オンラインニュースなど)              | <div><div></div></div> 40.2% | <div><div></div></div> 43.3% | <div><div></div></div> 38.0% | <div><div></div></div> 63.3% | <div><div></div></div> 35.3% | <div><div></div></div> 62.4% | 37.6% | 61.6% |
| 雑誌、書籍、映画                                  | <div><div></div></div> 9.3%  | <div><div></div></div> 10.0% | <div><div></div></div> 3.2%  | <div><div></div></div> 3.6%  | <div><div></div></div> 3.9%  | <div><div></div></div> 9.5%  | 4.6%  | 7.2%  |
| ウェブサイト(オンラインフォーラムや口コミサイト、レビューサイト、ブログ)・SNS | <div><div></div></div> 27.8% | <div><div></div></div> 30.0% | <div><div></div></div> 14.8% | <div><div></div></div> 11.2% | <div><div></div></div> 16.3% | <div><div></div></div> 18.2% | 17.8% | 16.2% |
| インフルエンサーやYouTuber                         | <div><div></div></div> 19.6% | <div><div></div></div> 6.7%  | <div><div></div></div> 8.4%  | <div><div></div></div> 1.5%  | <div><div></div></div> 8.5%  | <div><div></div></div> 4.4%  | 10.6% | 3.4%  |
| 政府機関(農林水産省・消費者庁など)や自治体                    | <div><div></div></div> 14.4% | <div><div></div></div> 40.0% | <div><div></div></div> 7.6%  | <div><div></div></div> 5.6%  | <div><div></div></div> 3.9%  | <div><div></div></div> 2.6%  | 7.8%  | 6.0%  |
| 大学や研究機関                                   | <div><div></div></div> 25.8% | <div><div></div></div> 30.0% | <div><div></div></div> 9.2%  | <div><div></div></div> 5.6%  | <div><div></div></div> 3.3%  | <div><div></div></div> 2.9%  | 10.6% | 5.6%  |
| 企業、バイオテクノロジー関連の団体                         | <div><div></div></div> 13.4% | <div><div></div></div> 36.7% | <div><div></div></div> 6.0%  | <div><div></div></div> 3.1%  | <div><div></div></div> 9.2%  | <div><div></div></div> 4.4%  | 8.4%  | 5.8%  |
| 生協、消費者団体                                  | <div><div></div></div> 12.4% | <div><div></div></div> 16.7% | <div><div></div></div> 4.8%  | <div><div></div></div> 3.1%  | <div><div></div></div> 2.0%  | <div><div></div></div> 4.0%  | 5.4%  | 4.4%  |
| 専門家(医師や科学者)                               | <div><div></div></div> 8.2%  | <div><div></div></div> 23.3% | <div><div></div></div> 4.8%  | <div><div></div></div> 2.6%  | <div><div></div></div> 5.2%  | <div><div></div></div> 6.6%  | 5.6%  | 6.0%  |
| 家族や友人、知人                                  | <div><div></div></div> 5.2%  | <div><div></div></div> 10.0% | <div><div></div></div> 10.4% | <div><div></div></div> 7.1%  | <div><div></div></div> 19.6% | <div><div></div></div> 8.0%  | 12.2% | 7.8%  |
| 学校の授業                                     | <div><div></div></div> 7.2%  | <div><div></div></div> 3.3%  | <div><div></div></div> 8.8%  | <div><div></div></div> 1.0%  | <div><div></div></div> 7.8%  | <div><div></div></div> 0.4%  | 8.2%  | 0.8%  |
| 商品表示や広告(「遺伝子組み換えでない」など)                   | <div><div></div></div> 5.2%  | <div><div></div></div> 10.0% | <div><div></div></div> 20.4% | <div><div></div></div> 13.8% | <div><div></div></div> 22.9% | <div><div></div></div> 21.5% | 18.2% | 17.8% |
| その他                                       | <div><div></div></div> 1.0%  | <div><div></div></div> 3.3%  | <div><div></div></div> 4.4%  | <div><div></div></div> 8.7%  | <div><div></div></div> 1.3%  | <div><div></div></div> 4.0%  | 2.8%  | 5.8%  |

## 8. あなたは、遺伝子組み換え食品や、遺伝子組み換え原料の含まれる食品を食べたことがありますか。



遺伝子組み換え食品の利用経験が「ある」「たぶんある」と思っている人は全体の約4割。

## 9. 「遺伝子組み換え食品」であることの表示をどの程度選ぶ基準にしていますか。



全体の過半数が「遺伝子組み換え」であることの表示を特に気にしないと回答。

ここで、遺伝子組み換え作物や食品に関する以下の情報を提示して、更に質問を進めました。

1. 遺伝子組み換えは、品種改良の方法のひとつです。従来の品種改良は長い時間がかかり成功率も低いものでしたが、遺伝子組み換え技術はより短い時間でより正確な品種改良を可能にします。
2. 遺伝子組み換え作物は約30年の利用実績があり、世界25か国以上で栽培されています。
3. 遺伝子組み換え作物により、農家は少ない労力で、安定して高い収穫を得ることができます。
4. 遺伝子組み換え作物の栽培は、農作業による二酸化炭素の排出を減らし、農地拡大のための森林伐採を抑制するなど、持続可能な農業を可能にしています。
5. 気候変動による干ばつや高温、洪水に強い作物を開発できる可能性があり、将来の食料不足に対応する手段として期待されています。
6. ビタミンを強化した「ゴールデンライス」や悪玉コレステロールを減らす大豆などが開発されています。また、花粉症の症状を和らげる「スギ花粉米」も研究段階にあります。
7. 遺伝子組み換え食品は、国の厳しい審査を受け、安全と確認されたものだけが流通します。
8. これまで安全に食べられてきた現在の作物や食品と同じくらい安全であるかどうかを基準として、安全性は評価されています。
9. WHOや米国の科学アカデミー、欧州委員会なども、これまでの利用経験から「安全である」と認めています。
10. 日本では大豆、トウモロコシ、綿、菜種などが主に輸入され、食用油や加工食品の原料、家畜の飼料などに広く利用されています。

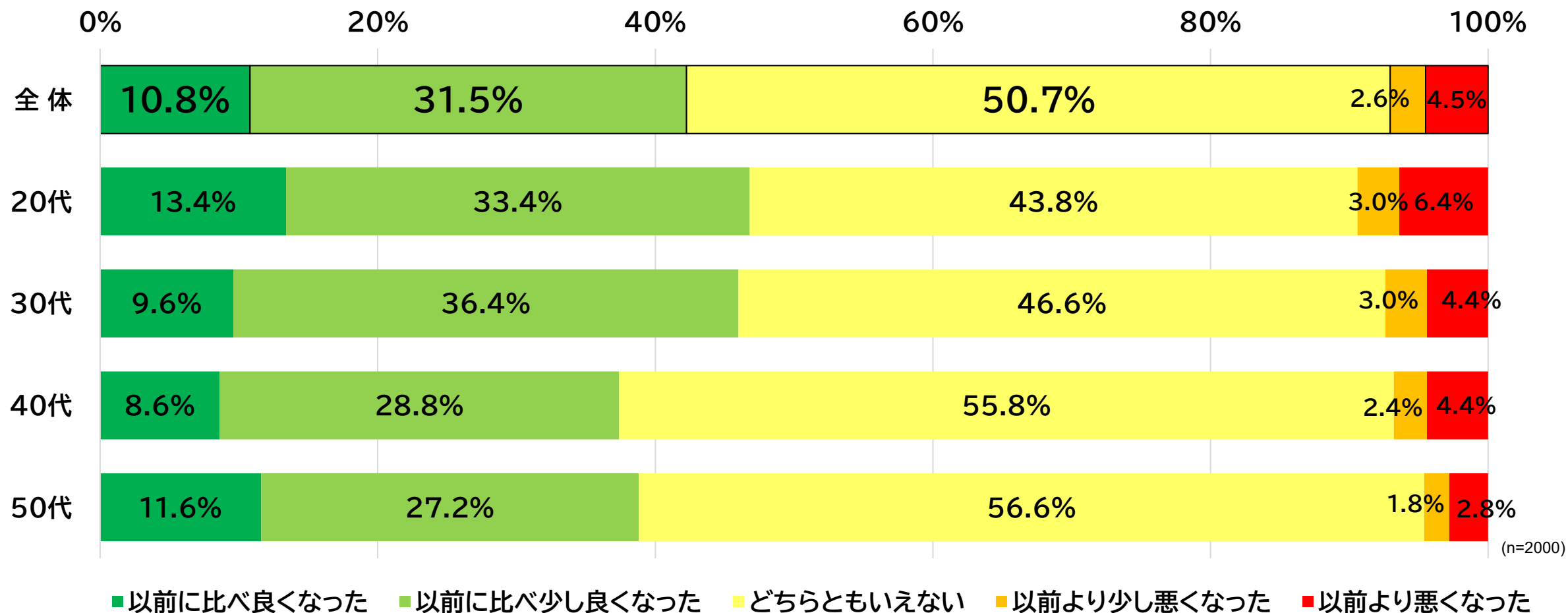
## 10. 説明文中のうち、知って（見聞きして）いた情報はどれですか。（複数回答）

|   | 全体    | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| 遺伝子組み換えは、品種改良の方法のひとつです。従来の品種改良は長い時間がかかり成功率も低いものでしたが、遺伝子組み換え技術はより短い時間でより正確な品種改良を可能にします | 20.8% | 23.8% | 22.6% | 16.8% | 19.8% |
| 遺伝子組み換え作物は約30年の利用実績があり、世界25か国以上で栽培されています  | 6.9%  | 9.2%  | 7.0%  | 5.8%  | 5.4%  |
| 遺伝子組み換え作物により、農家は少ない労力で、安定して高い収穫を得ることができます   | 17.3% | 18.4% | 15.2% | 17.0% | 18.4% |
| 遺伝子組み換え作物の栽培は、農作業による二酸化炭素の排出を減らし、農地拡大のための森林伐採を抑制するなど、持続可能な農業を可能にしています                 | 7.4%  | 9.6%  | 7.4%  | 6.6%  | 6.0%  |
| 気候変動による干ばつや高温、洪水に強い作物を開発できる可能性があり、将来の食料不足に対応する手段として期待されています                           | 15.3% | 15.2% | 13.6% | 15.0% | 17.4% |
| ビタミンを強化した「ゴールデンライス」や悪玉コレステロールを減らす大豆などが開発されています。また、花粉症の症状を和らげる「スギ花粉米」も研究段階にあります        | 9.5%  | 10.0% | 9.4%  | 8.8%  | 9.6%  |
| 遺伝子組み換え食品は、国の厳しい審査を受け、安全と確認されたものだけが流通します  | 12.3% | 13.2% | 13.0% | 11.8% | 11.0% |
| これまで安全に食べられてきた現在の作物や食品と同じくらい安全であるかどうかを基準として、安全性は評価されています                              | 9.9%  | 11.2% | 9.8%  | 8.0%  | 10.6% |
| WHOや米国の科学アカデミー、欧州委員会なども、これまでの利用経験から「安全である」と認めています                                     | 7.3%  | 8.8%  | 6.6%  | 6.4%  | 7.2%  |
| 日本では大豆、トウモロコシ、綿、菜種などが主に輸入され、食用油や加工食品の原料、家畜の飼料などに広く利用されています                            | 23.9% | 21.8% | 21.2% | 22.8% | 29.6% |
| この中にはない   | 50.4% | 49.8% | 51.4% | 52.2% | 48.2% |

遺伝子組み換え作物・食品に関する情報や特徴はあまり知られていない。また、認知されている情報に年代による大きな違いはない。



11. これらの特徴を知って、あなたの「遺伝子組み換え食品」に対するイメージや考えは変化しましたか。



遺伝子組み換え食品の特徴を認識すると全体の4割以上の方がイメージが良くなったと回答した。



## 11-1. イメージが良くなるきっかけとなった情報はどれですか。（複数回答）

<情報認識後> ポジティブに変化した割合の合計

| 順位  | 遺伝子組み換え作物・食品のイメージ向上に効果のあった情報  | 全体    | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|-----|---|-------|-------|-------|-------|-------|
|     |   | n=845 | 234   | 230   | 187   | 194   |
| 1位  | 遺伝子組み換え食品は、国の厳しい審査を受け、安全と確認されたものだけが流通します  | 42.0% | 37.2% | 39.1% | 44.9% | 48.5% |
| 2位  | これまで安全に食べられてきた現在の作物や食品と同じくらい安全であるかどうかを基準として、安全性は評価されています                              | 39.6% | 36.3% | 42.6% | 35.8% | 43.8% |
| 3位  | WHOや米国の科学アカデミー、欧州委員会なども、これまでの利用経験から「安全である」と認めています                                     | 37.9% | 35.0% | 38.7% | 35.3% | 42.8% |
| 4位  | 遺伝子組み換え作物の栽培は、農作業による二酸化炭素の排出を減らし、農地拡大のための森林伐採を抑制するなど、持続可能な農業を可能にしています                 | 29.9% | 30.8% | 31.7% | 27.3% | 29.4% |
| 5位  | ビタミンを強化した「ゴールデンライス」や悪玉コレステロールを減らす大豆などが開発されています。また、花粉症の症状を和らげる「スギ花粉米」も研究段階にあります        | 29.9% | 28.6% | 31.7% | 31.0% | 28.4% |
| 6位  | 気候変動による干ばつや高温、洪水に強い作物を開発できる可能性があり、将来の食料不足に対応する手段として期待されています                           | 29.3% | 24.4% | 27.8% | 32.1% | 34.5% |
| 7位  | 遺伝子組み換え作物は約30年の利用実績があり、世界25か国以上で栽培されています  | 28.6% | 24.8% | 27.8% | 31.0% | 32.0% |
| 8位  | 遺伝子組み換えは、品種改良の方法のひとつです。従来の品種改良は長い時間がかかり成功率も低いものでしたが、遺伝子組み換え技術はより短い時間でより正確な品種改良を可能にします | 27.7% | 25.6% | 25.7% | 29.4% | 30.9% |
| 9位  | 遺伝子組み換え作物により、農家は少ない労力で、安定して高い収穫を得ることができます   | 25.6% | 23.9% | 28.3% | 23.5% | 26.3% |
| 10位 | 日本では大豆、トウモロコシ、綿、菜種などが主に輸入され、食用油や加工食品の原料、家畜の飼料などに広く利用されています                            | 16.2% | 13.7% | 15.2% | 19.8% | 17.0% |
| 11位 | この中にはない   | 3.8%  | 3.4%  | 4.8%  | 5.3%  | 1.5%  |

※文字色はそれぞれ、青:安全性、緑:遺伝子組み換え技術の説明、橙:メリットに関する情報であることを示している。

「安全性」に関する情報はイメージ向上にインパクトがある。

## 11-2. イメージが悪くなるきっかけとなった情報はどれですか。（複数回答）

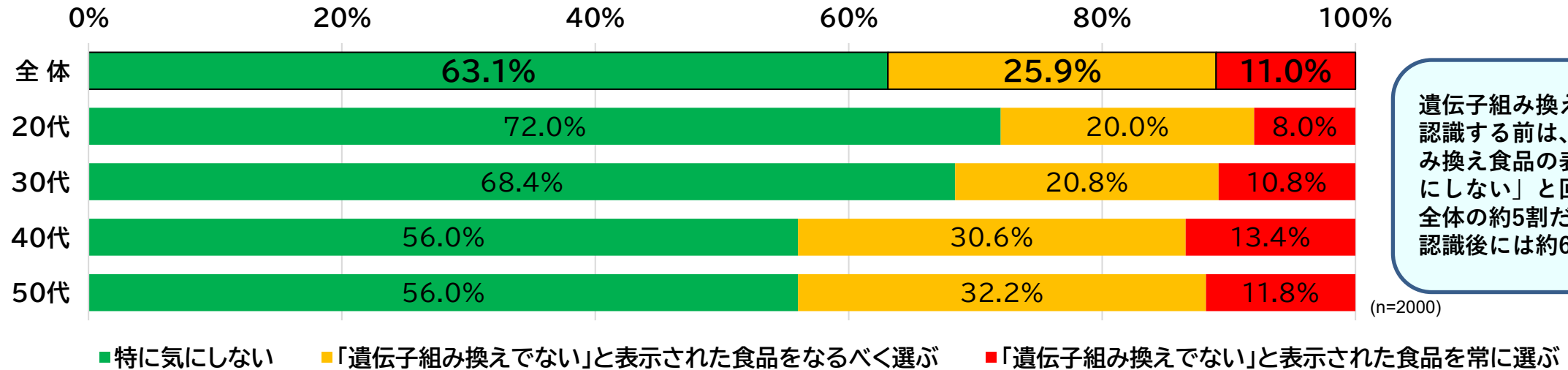
<情報認識後>ネガティブに変化した割合の合計

| 順位  | 遺伝子組み換え作物・食品のイメージダウンとなった情報  | 全体    | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|-----|---|-------|-------|-------|-------|-------|
|     |   | n=141 | 47    | 37    | 34    | 23    |
| 1位  | この中にはない   | 59.6% | 70.2% | 45.9% | 61.8% | 56.5% |
| 2位  | 日本では大豆、トウモロコシ、綿、菜種などが主に輸入され、食用油や加工食品の原料、家畜の飼料などに広く利用されています                            | 17.0% | 6.4%  | 24.3% | 20.6% | 21.7% |
| 3位  | WHOや米国の科学アカデミー、欧州委員会なども、これまでの利用経験から「安全である」と認めています                                     | 13.5% | 12.8% | 16.2% | 11.8% | 13.0% |
| 4位  | 遺伝子組み換え食品は、国の厳しい審査を受け、安全と確認されたものだけが流通します  | 10.6% | 8.5%  | 8.1%  | 11.8% | 17.4% |
| 5位  | ビタミンを強化した「ゴールデンライス」や悪玉コレステロールを減らす大豆などが開発されています。また、花粉症の症状を和らげる「スギ花粉米」も研究段階にあります        | 8.5%  | 2.1%  | 13.5% | 11.8% | 8.7%  |
| 6位  | 遺伝子組み換え作物は約30年の利用実績があり、世界25か国以上で栽培されています  | 7.1%  | 0.0%  | 13.5% | 8.8%  | 8.7%  |
| 7位  | これまで安全に食べられてきた現在の作物や食品と同じくらい安全であるかどうかを基準として、安全性は評価されています                              | 7.1%  | 2.1%  | 8.1%  | 11.8% | 8.7%  |
| 8位  | 遺伝子組み換えは、品種改良の方法のひとつです。従来の品種改良は長い時間がかかり成功率も低いものでしたが、遺伝子組み換え技術はより短い時間でより正確な品種改良を可能にします | 6.4%  | 4.3%  | 5.4%  | 8.8%  | 8.7%  |
| 9位  | 遺伝子組み換え作物の栽培は、農作業による二酸化炭素の排出を減らし、農地拡大のための森林伐採を抑制するなど、持続可能な農業を可能にしています                 | 5.7%  | 2.1%  | 8.1%  | 5.9%  | 8.7%  |
| 10位 | 気候変動による干ばつや高温、洪水に強い作物を開発できる可能性があり、将来の食料不足に対応する手段として期待されています                           | 5.0%  | 4.3%  | 5.4%  | 2.9%  | 8.7%  |
| 11位 | 遺伝子組み換え作物により、農家は少ない労力で、安定して高い収穫を得ることができます   | 4.3%  | 0.0%  | 8.1%  | 2.9%  | 8.7%  |

※文字色はそれぞれ、青:安全性、緑:遺伝子組み換え技術の説明、橙:メリットに関する情報であることを示している。

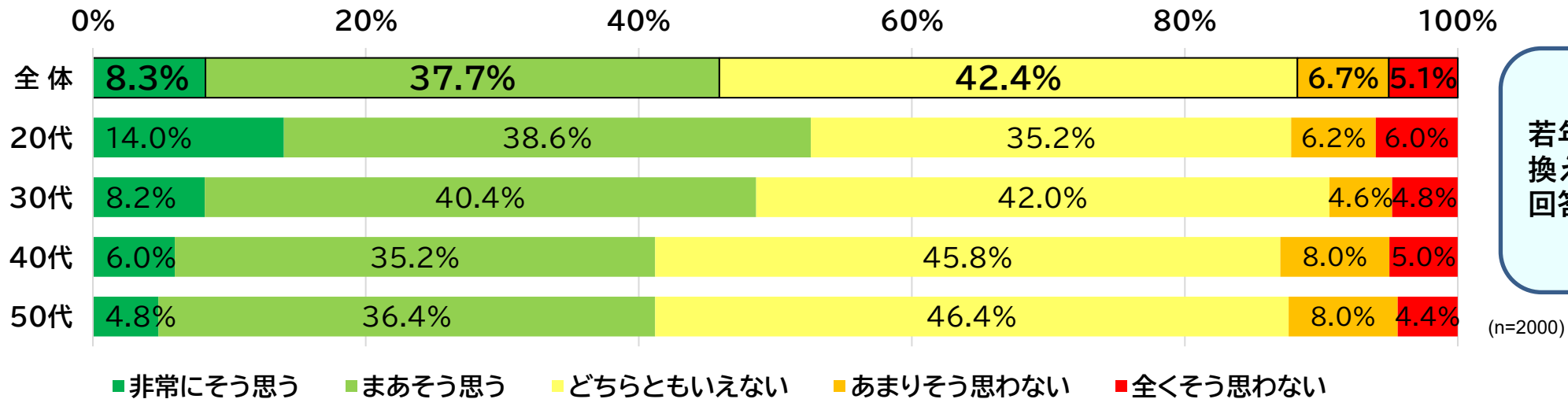
全体の約7%が遺伝子組み換え食品の特徴を認識した後でイメージが悪くなったと回答したが、その理由のトップは「この中にはない」であった。

## 12. これらの特徴を知って、「遺伝子組み換え食品」であることの表示はどの程度選ぶ基準になりますか。



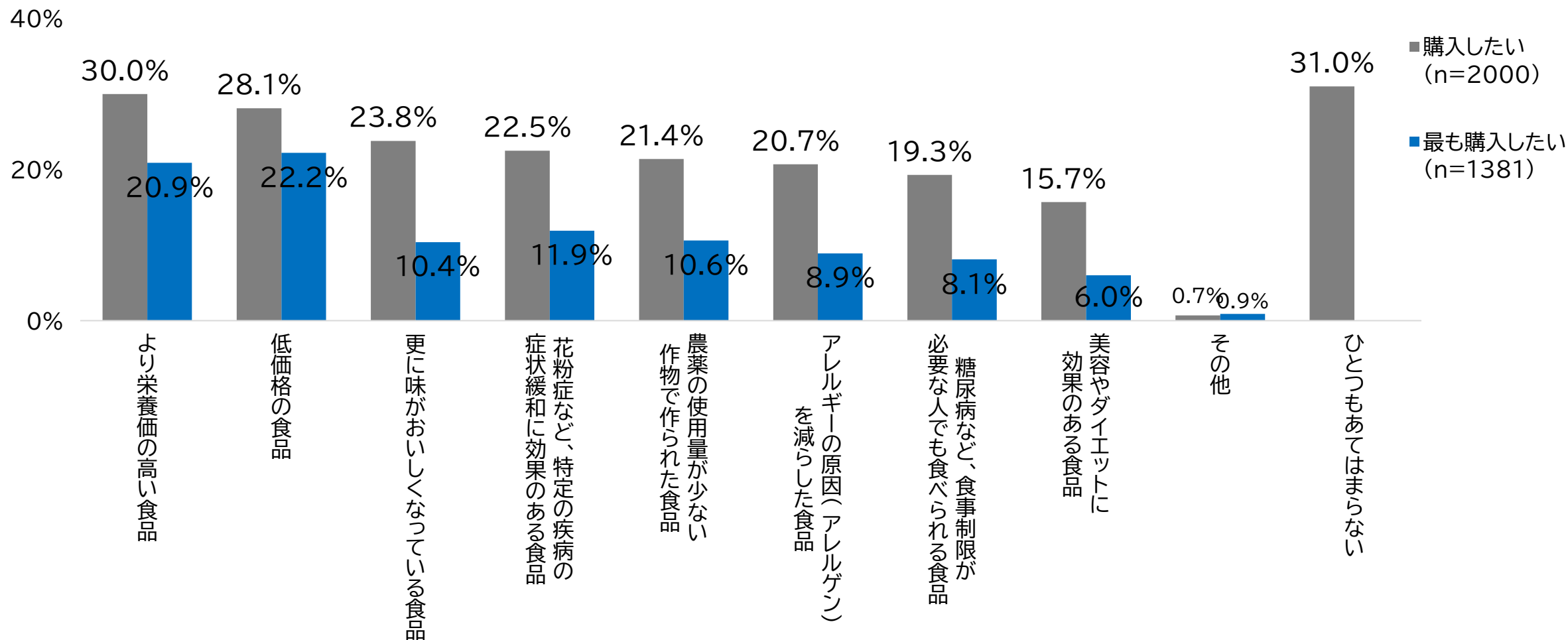
遺伝子組み換えの特徴を認識する前は、「遺伝子組み換え食品の表示を特に気にしない」と回答した人は全体の約5割だったが（Q9）認識後には約6割に増加する。

## 13. これらの特徴を知って、「遺伝子組み換え食品」は必要なものだと思いますか。



若年層ほど、遺伝子組み換え食品は「必要」だと回答する人が多い。

14. どのような遺伝子組み換え食品であれば、買って利用してみたいと思いますか。（複数回答）  
また、そのうち最も買って利用してみたい遺伝子組み換え食品をお答えください。（ひとつだけ）

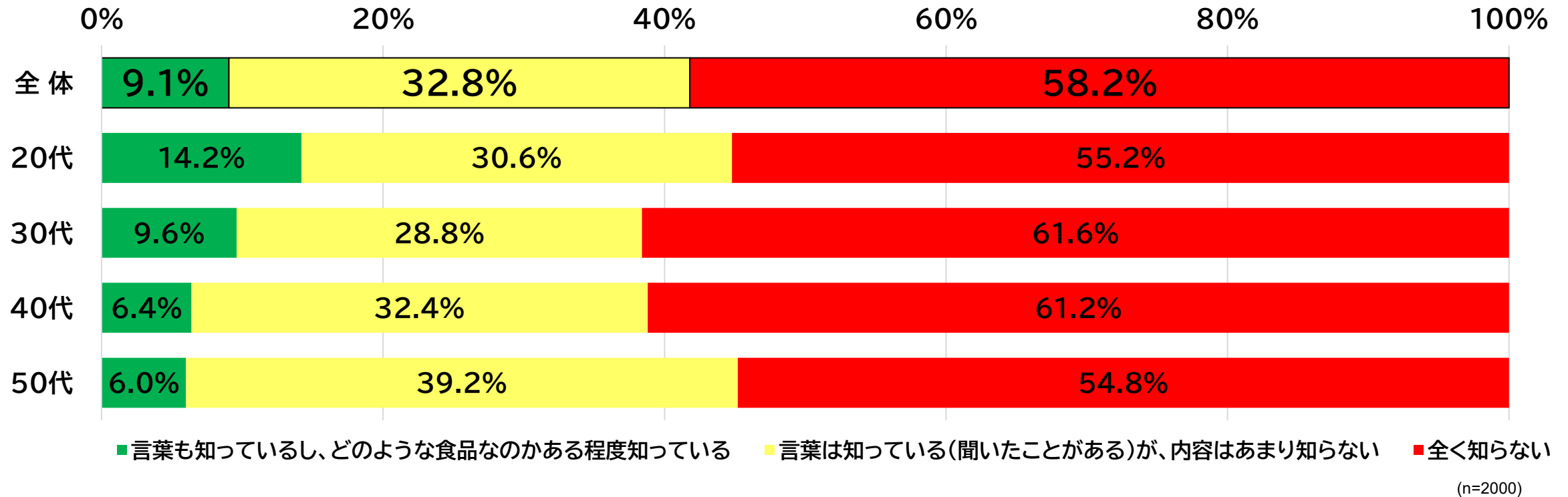


栄養強化や低価格など消費者にメリットのある遺伝子組み換え作物であれば買って利用したいと回答した人が多い。

ここから、ゲノム編集食品についての質問を進めました。

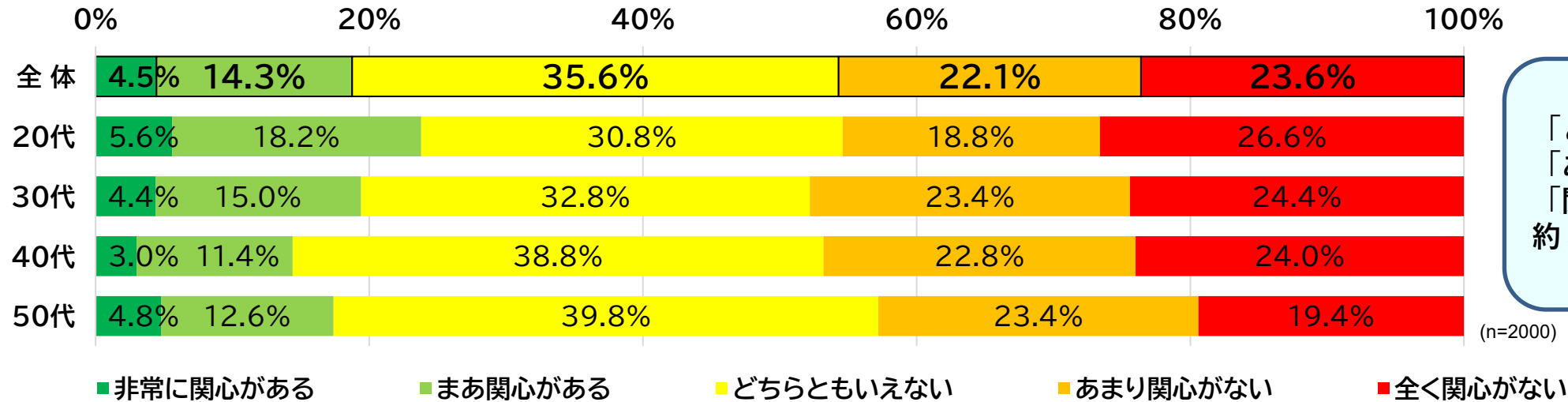
「ゲノム編集食品」とは、ゲノム編集技術を用いて品種改良された農産物やその加工食品のことで、他の生物の遺伝子が含まれない点で「遺伝子組み換え食品」と異なります。

15. あなたは「ゲノム編集食品」をご存知ですか。



約9割の人が「内容はあまり知らない」「全く知らない」と回答した。

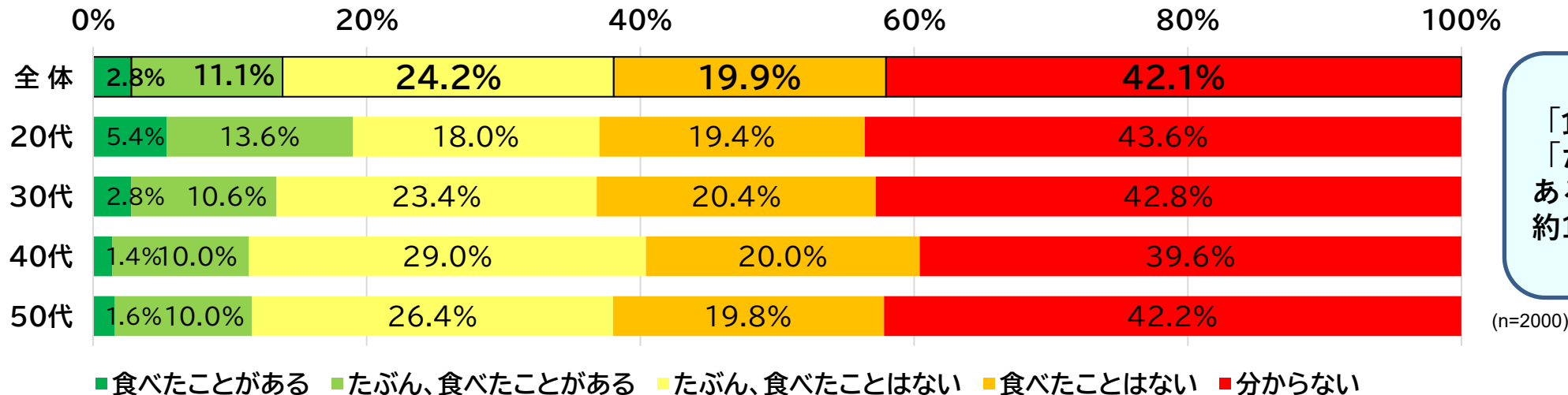
## 16. あなたは「ゲノム編集食品」にどの程度関心がありますか。



「どちらともいえない」  
「あまり関心がない」  
「関心がない」人が  
約8割。

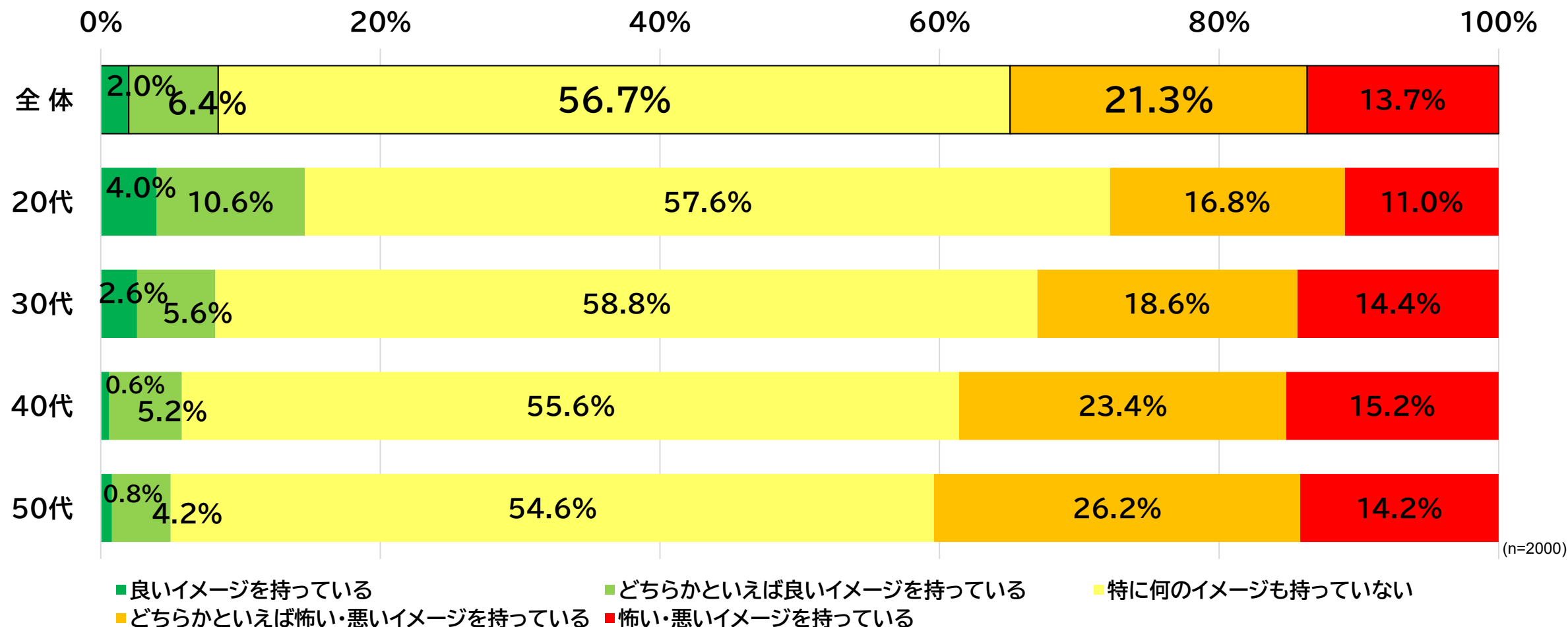
## 17. あなたは「ゲノム編集食品」を食べたことがありますか。

※現在、日本ではGABAの成分が高いトマト、可食部が増えたマダイ、成長が早いトラフグやヒラメが販売されています。



「食べたことがある」  
「たぶん、食べたことが  
ある」と回答した人が  
約1割。
































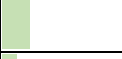








18. あなたご自身は現在「ゲノム編集食品」についてどのようなイメージを持っていますか。  
「全く知らない」方は、どのようなイメージを持ちますか。



全体では「特に何のイメージも持っていない」人が約半数を占める。  
また、若年層ほど「良い」「どちらかといえば良い」イメージを持つ人の割合が高い。


















19-1. ゲノム編集食品に「良いイメージ」「どちらかといえば良いイメージ」を持つ方にお伺いします。  
その理由はどのようなことですか。（複数回答）

|                        | 全体   | 20代   | 30代  | 40代   | 50代  |
|------------------------|--|---|--|---|--|
| n                      | 168  | 73  | 41   | 29  | 25   |
| 先進的、革新的だと思うから          |  45.8% |  45.2% |  46.3%  |  37.9% |  56.0%  |
| 栄養面や健康面で価値があると思うから     |  47.0% |  35.6% |  53.7%  |  55.2% |  60.0%  |
| 農家の負担軽減や収益向上につながると思うから |  39.3% |  30.1% |  43.9%  |  48.3% |  48.0%  |
| 環境保護や持続可能性に役立つと思うから    |  28.0% |  28.8% |  17.1%  |  27.6% |  44.0%  |
| 価格が安く、経済的だと思うから        |  25.6% |  27.4% |  14.6%  |  31.0% |  32.0%  |
| 安全だと思うから               |  16.1% |  15.1% |  7.3%   |  6.9%  |  44.0%  |
| 他の食品と変わらないと思うから        |  16.7% |  11.0% |  14.6%  |  17.2% |  36.0%  |
| 国産の商品が開発されているから        |  8.9% |  5.5% |  12.2% |  3.4% |  20.0% |
| その他                    | 0.0%   | 0.0%  | 0.0%   | 0.0%  | 0.0%   |

よいイメージとなる理由は「先進的、革新的だと思うから」「栄養面や健康面で価値があると思うから」と答えた人が多い。






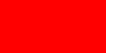































19-2. ゲノム編集食品に「何のイメージも持っていない」方にお伺いします。  
その理由はどのようなことですか。（複数回答）

|                    | 全体   | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|--------------------|--|---|---|---|---|
| n                  | 1133   | 288   | 294   | 278   | 273   |
| 他の食品と変わらないと思うから    |  8.3%   |  8.3%  |  9.2%  |  7.6%  |  8.1%  |
| 関心がないから            |  43.4% |  50.0% |  44.2% |  44.2% |  34.8% |
| よく知らない、情報が不足しているから |  54.8% |  50.0% |  53.1% |  55.8% |  60.8% |
| その他                | 0.1%   | 0.0%  | 0.3%  | 0.0%  | 0.0%  |

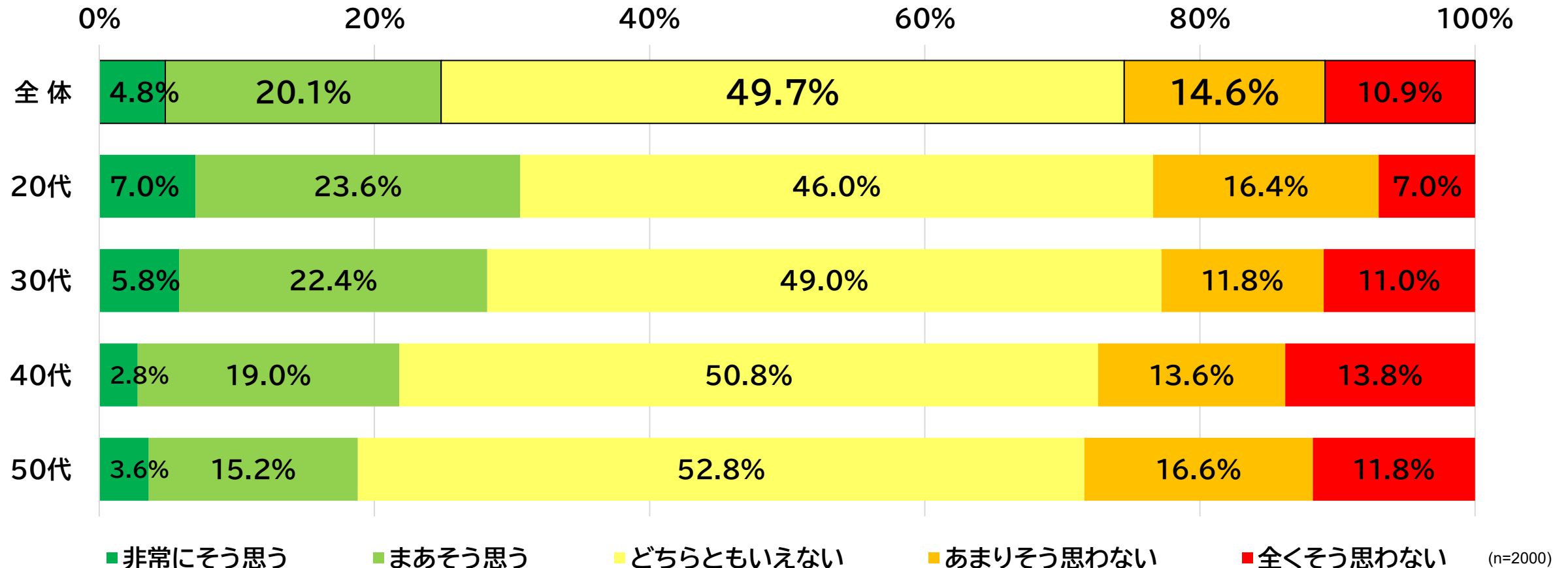
何のイメージも持っていない理由は「よく知らない／情報不足」と回答した人が多い。

19-3. ゲノム編集食品に「怖い・悪いイメージ」「どちらかといえば怖い・悪いイメージ」を持つ方に方にお伺いします。その理由はどのようなことですか。（複数回答）

|                    | 全体   | 20代   | 30代   | 40代   | 50代   |
|--------------------|--|---|---|---|---|
| n                  | 699  | 139   | 165   | 193   | 202   |
| よく知らない、情報が不足しているから |  47.2% |  36.7% |  49.7% |  48.7% |  51.0% |
| 人工的で自然ではない印象があるから  |  40.3% |  31.7% |  42.4% |  40.9% |  44.1% |
| 不安を煽る情報に接したことがあるから |  10.9%  |  13.7% |  13.3% |  9.3%  |  8.4%  |
| 健康への影響に不安があるから     |  28.6% |  19.4% |  26.1% |  34.2% |  31.7% |
| 環境への影響に不安があるから     |  11.9%  |  11.5% |  9.1%  |  13.0% |  13.4% |
| 開発企業や研究機関への不信感から   |  14.9%  |  25.2% |  12.1% |  11.4% |  13.4% |
| その他                |  1.0%   |  0.7%  |  0.0%  |  1.6%  |  1.5%  |

怖い・悪いイメージとなる理由は「よく知らない／情報不足」「人工的で自然ではない印象があるから」と答えた人が多い。

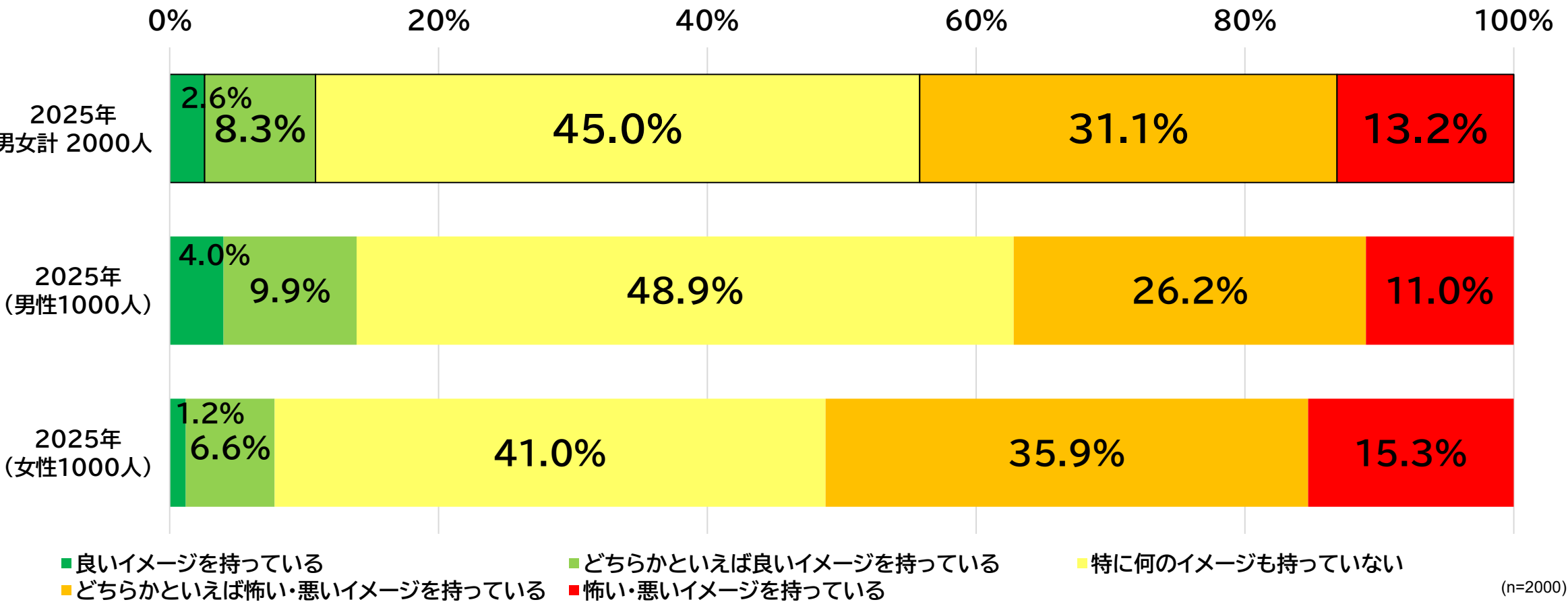
20. 最近、米の価格高騰が話題になっています。異常気象による収穫量の減少や需要の増加、生産・輸送コストの増大などが要因と言われています。収穫量の増加や価格の安定が期待でき、国の審査で安全と認められた遺伝子組み換えやゲノム編集の米が開発された場合、購入したいと思いますか。



全体では「どちらともいえない」人が約半数を占める。  
若年層ほど、「そう思う」「まあそう思う」と回答する割合が高い。

【参考】 2025年 男女の比較

- あなたご自身は現在「遺伝子組み換え食品」についてどのようなイメージを持っていますか。  
「全く知らない」方は、どのようなイメージを持ちますか。

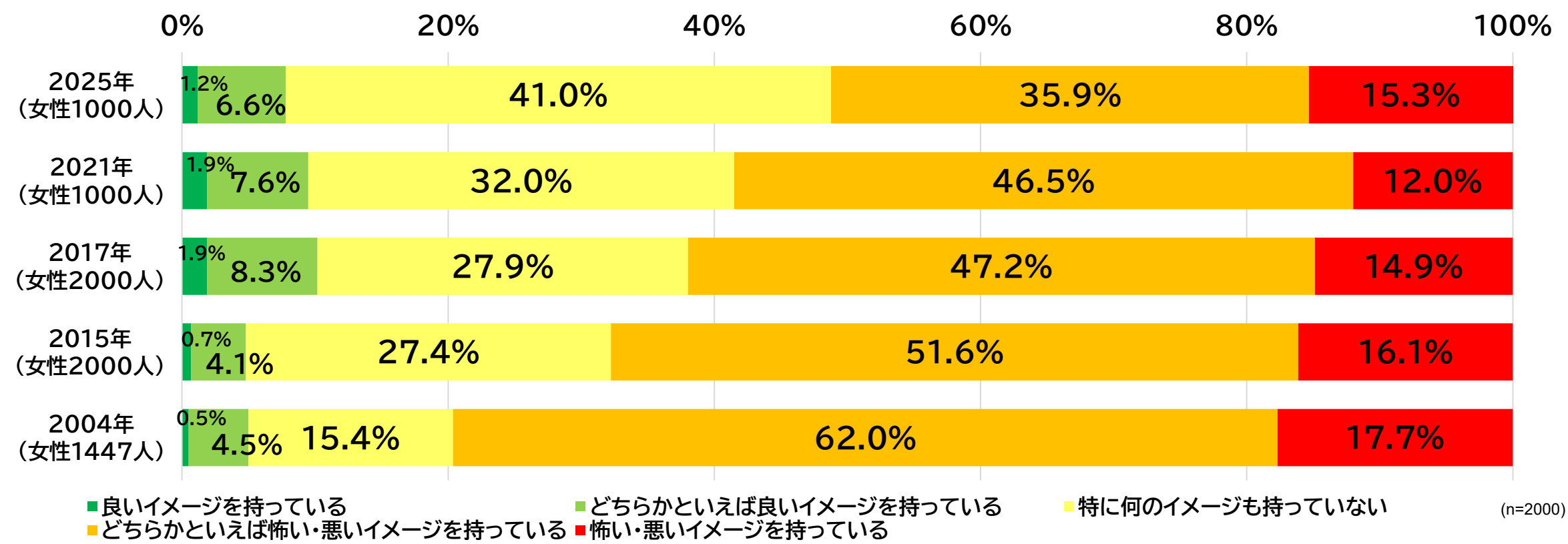


女性より男性の方が遺伝子組み換え食品に怖い・悪いイメージを持つ人の割合が少ない。

【参考】過去の調査との比較（女性のみ）

※比較対象を統一するため、2017年以前は女性のみを調査対象としていたことに合わせ、2021年・2025年は女性のみを抽出して集計。

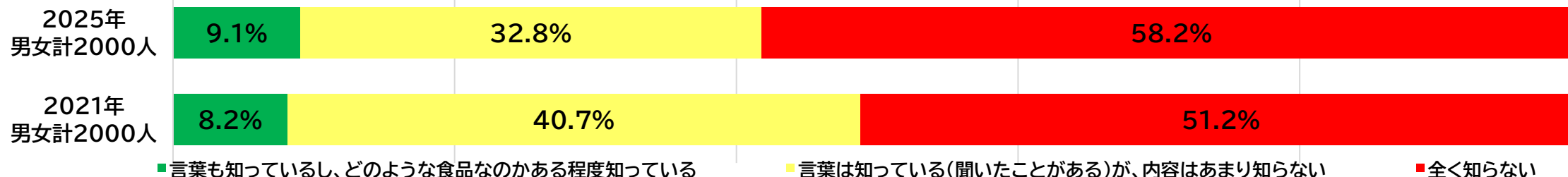
- あなたご自身は現在「遺伝子組み換え食品」についてどのようなイメージを持っていますか。  
「全く知らない」方は、どのようなイメージを持ちますか。



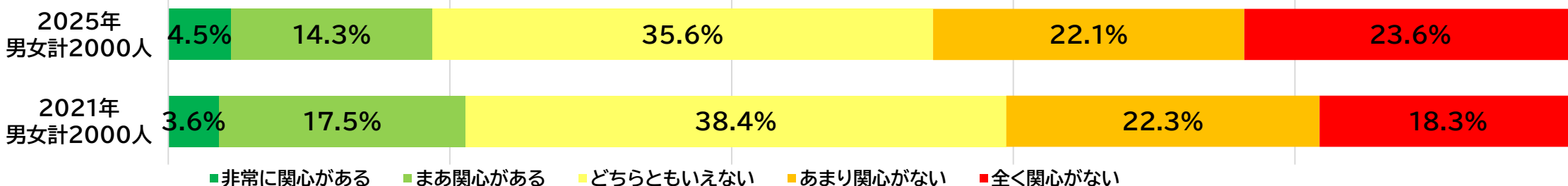
遺伝子組み換え食品に好意的・中立的なイメージを持つ人の割合は20年間で約2.5倍になり、  
全体の半数近くに達した。

## 【参考】過去の調査との比較

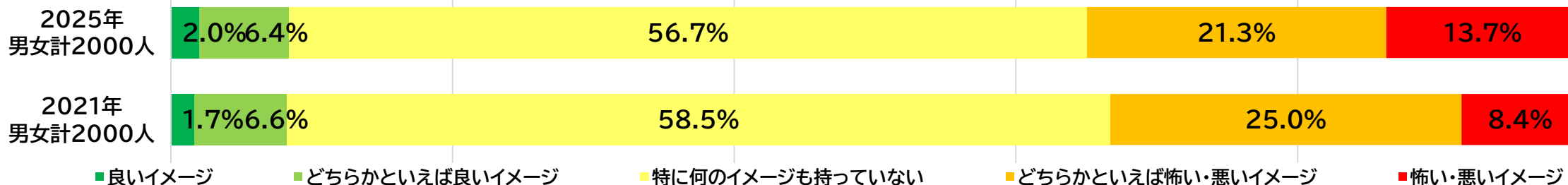
### ● あなたは「ゲノム編集食品」をご存知ですか。



### ● あなたは「ゲノム編集食品」にどの程度関心がありますか。



### ● あなたご自身は現在「ゲノム編集食品」についてどのようなイメージを持っていますか。「全く知らない」方は、どのようなイメージを持ちますか。



ゲノム編集食品に対する認知度・関心度は依然として低い。