

**食品安全に関する国民の意識の推移を
把握するための手法の確立に向けた基礎的調査
—業務報告書—**

令和7年3月31日

株式会社 NTT データ経営研究所

目次

1. 業務概要	5
1.1 業務目的.....	5
1.2 業務実施内容.....	5
2. 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査設計に向けた初期的検討.....	6
2.1 既存の国内外の関連調査に係る調査設計についての情報整理.....	6
2.1.1 主な調査手法の特徴の整理.....	6
2.1.2 各国で実施する食品安全及び食生活に関する意識調査の事例収集.....	12
2.1.3 各国の食品安全意識調査における調査設計の比較.....	28
2.1.4 食品安全に関する調査項目の一覧.....	31
2.1.5 既存の国内の関連調査に係る調査設計についての情報整理.....	63
2.1.6 食品以外の分野における経年的な調査.....	72
2.1.7 国内外の政府調査における調査手法の比較と調査手法の検討.....	79
2.2 本調査の調査設計.....	89
2.2.1 国内外の事例収集結果を踏まえた調査設計の前提条件.....	89
2.2.2 本調査の調査設計の素案の作成.....	95
2.3 本調査の調査項目.....	100
2.3.1 食品安全委員会の問題意識.....	100
2.3.2 問題意識に基づく調査項目の検討.....	102
2.4 予備調査の企画.....	116
2.4.1 予備調査の目的と活用可能な調査の整理.....	116
2.4.2 年度別実施スケジュール案.....	117
2.4.3 予備調査に先立つ文献レビュー.....	118
3. 食品安全に関する各種意見交換会の効果測定のためのアンケート調査の改善.....	119
3.1 既存の意見交換会のアンケート調査の結果の解析と課題の整理.....	119
3.1.1 アンケート調査の質問に対する評価.....	119
3.1.2 ランク別評価結果.....	121
3.1.3 選択肢におけるリッカート尺度の適切性.....	122
3.1.4 自由記述の活用.....	122
3.1.5 回答バイアスの影響確認.....	123
3.1.6 調査票のボリューム.....	124
3.1.7 総括.....	124
3.2 意見交換会での試行.....	125
3.2.1 試行対象となる意見交換会.....	125
3.2.2 意見交換会におけるアンケート調査の目的.....	126
3.2.3 試行内容の整理.....	126
3.2.4 意見交換会における試行設問・選択肢の作成.....	126
3.2.5 試行結果.....	128
3.2.6 試行結果の評価.....	137

3.3 意見交換会におけるアンケート調査票の改善.....	138
3.3.1 意見交換会の目的と位置づけ	138
3.3.2 アンケート調査の三つの目的と設計方針	138
3.3.3 意見交換会の分類とアンケート設計時の工夫・留意点.....	139
3.3.4 標準的なアンケート設計の提案.....	140
4. 専門家の選定と意見聴取、検討会の開催	143
4.1 専門家の選定	143
4.2 意見聴取.....	143
4.3 検討会	143
5. 報告会の開催.....	144
6. 今後に向けて（次年度以降の取組）	145
6.1 令和 7、8 年度に行う取組の目的	145
6.2 令和 7、8 年度の予備調査の構成と流れ.....	145
6.2.1 令和 7 年度の予備調査.....	145
6.2.2 令和 8 年度の予備調査.....	147
6.3 スケジュール（案）	148
【別紙】 アンケート原本.....	149

1. 業務概要

1.1 業務目的

国民の安全で健やかな食生活を実現するためには、食品安全に係る消費者の理解増進を図り、行動変容につなげる必要がある。これに向けて、食品安全委員会はリスク管理機関と共にリスクコミュニケーションを効果的に推進していくことが極めて重要である。そのためには、最新の科学的な知見に基づく情報を正しく伝えることはもとより、食品安全に関する様々なハザードや話題について、国民の認知や理解の状況及びその経時的な推移について継続的に把握することが求められる。

本業務は、食品安全委員会が行うべき、情報提供やコミュニケーションの優先度が高い食品安全上の話題を明らかにし、社会的な関心も考慮したリスクコミュニケーションの基盤となる情報を得るため、食品安全に関する国民のリスク認知やリテラシーの実態を経時的に把握できる調査（以下「本調査」という。）の適切な設計に向けて、必要な課題や方向性を明らかにするための国内外の既存の関連調査の情報整理と予備調査の提案を行うものである。

1.2 業務実施内容

本業務は上記目的を達成するため、下記を行うものである。

- (1) 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査設計に向けた初期的検討
 - 1) 既存の国内外の関連調査に係る調査設計についての情報整理
 - 2) 本調査の調査設計及び調査項目素案の作成と課題の整理
 - ア 本調査の調査設計の素案の作成
 - イ 本調査の調査項目の素案の作成
 - 3) 本調査の適切な調査設計のために必要な情報を得るための予備調査の企画
- (2) 食品安全に関する各種意見交換会の効果測定のためのアンケート調査の改善
 - 1) 既存の意見交換会のアンケート調査の結果の解析と課題の整理
 - 2) アンケート調査の改善案の提案
 - 3) 意見交換会での試行
 - 4) 試行結果を踏まえたアンケート調査設計の改善
- (3) 専門家の選定と意見聴取、検討会の開催
- (4) 報告会の開催

2. 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査設計に向けた初期的検討

2.1 既存の国内外の関連調査に係る調査設計についての情報整理

2.1.1 主な調査手法の特徴の整理

初期的検討を行うにあたり、世論調査や社会調査で行われる調査手法及びサンプリング手法の特徴や課題を整理した。後述する2つの表は、世論調査や社会調査において広く用いられている主要な調査手法及びサンプリング手法の特徴を比較・整理したものである。各手法のメリット・デメリットだけでなく、調査誤差（カバレッジ誤差・サンプリング誤差・測定誤差など）やバイアスの生じ方、補正可能性、調査コストや実務的な実施可能性を含めて評価している。初期的検討にあたっては、得られるデータの代表性や精度とともに、実施の現実性・持続可能性の観点から、手法の違いとトレードオフを理解することが重要である。なお、整理に用いられている用語の意味は下記の通りである。

用語	意味
母集団	調査によってその特徴を明らかにしたいと考えている社会や集団全体のこと。有権者を母集団とする場合は選挙権を有するすべての人が母集団となる。 母集団に含まれる全ての人を調査することを全数調査や悉皆調査と言う。
標本抽出 (サンプリング)	母集団の一部（標本）を調査対象として抽出すること。母集団が大規模になるほど、母集団すべてを対象とした全数調査は費用的にも時間的にも困難になる。 そのため、サンプリングによって得られたデータをもとに母集団の状況を推論する標本調査が行われることが多くなる。 サンプリングは有意抽出と無作為抽出（ランダムサンプリング）に分けることができる。無作為抽出では母集団に属するすべての個体を同じ確率で抽出するため、分析から明らかになった標本の特徴が母集団についてもあてはまるかどうかを確率的に言うことができる。
オンラインパネル	web 調査会社に登録しているモニターのこと。web 調査は、調査対象となる年齢や性別、居住地などの属性を持つオンラインパネルを対象に調査を行う。オンラインパネルは調査に回答することで現金やポイントといった謝礼が支払われることが一般的。 web 調査はオンラインパネルを対象としたクローズド型の調査のほか、不特定多数の web 利用者をバナー広告などで調査サイトに誘導し調査協力を依頼するオープン型の調査がある。
誤差	誤差とは間違いではなく、調査の過程を通じて明らかにしようとするものと実際に得られた結果とのずれのこと。誤差には標本誤差と非標本誤差が存在する。非標本誤差には、カバレッジ誤差のほか、調査不能、無回答、回答者の記入ミスなどにより生じる誤差がある。

カバレッジ誤差	標本抽出率が正しく母集団を反映している割合をカバレッジと言い、カバーの不足や過剰による誤差をカバレッジ誤差と言う。
サンプリング誤差（標本誤差）	標本抽出（母集団すべてではなく、母集団の一部を抽出すること）を行うために生じる誤差のこと。
層化抽出法	調査項目に関連すると考えられる重要な指標に注目して母集団をいくつかの層に分け、それぞれの層に標本サイズを割り振ったうえで標本を抽出すること。
多段抽出法	調査対象が都道府県や日本全体といった大規模な場合、いきなり個人を抽出するのではなく、最初に市区町村を抽出し、次にその中から投票区を抽出し、最後に選挙人名簿や住民基本台帳などの名簿を用いて個人を選び出すなど、段階を分けて抽出すること。
層化多段抽出法	層化抽出法と多段抽出法を組み合わせた抽出法のこと。

(1) 調査手法の整理

項目	訪問面接調査	郵送調査	web 調査
方法	● 調査員が対象者を訪問し、対面で回答を取得。	● 抽出された対象者に調査票を郵送し、対象者が記入して返送。	● 調査依頼を受けたオンラインパネルが回答し、回収目標数に達したら調査終了。
カバレッジ誤差	● 住民基本台帳などの名簿が利用できる場合、網羅性は高い。ただし訪問できない地域・世帯は除外される可能性もある。	● 住民基本台帳などの名簿が利用できる場合、網羅性は高い。実際に回答してくれる人は限られ、若年層などが調査から漏れやすい。	● 登録パネルによる調査のため、インターネット非利用者（高齢者・低所得者など）がそもそも含まれない。
サンプリング誤差	● 名簿からの無作為抽出により、誤差は小さい。層化などにより推定精度も高められる。	● 設計通りに無作為抽出しても、回収率のばらつきにより有効標本数が減ると誤差が大きくなる。	● 無作為抽出が行われないため、誤差を評価できない。 ● 結果の解釈は代表性の限界を考慮する必要がある。
回答者の偏り	● 日中在宅の高齢層や主婦層の回答が多くなりやすい。また調査員の訪問に応じやすい層に偏る傾向がある。	● 若年層や忙しい人は回答を返送しにくく、高齢者・主婦層の回収が相対的に多くなる。	● ITリテラシーの高い層が中心で、高齢者・低所得層が抜け落ちる。自発的登録者の偏りもある。

項目	訪問面接調査	郵送調査	web 調査
精度	<ul style="list-style-type: none"> ● 代理回答を防ぐことができる。 ● 質問・記入を調査員が行うため、誤解・誤記入が生じにくい。 ● 社会的望ましきバイアスが生じる。 ● 調査員の質によるばらつきが生じる可能性がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 代理回答を判断できない。 ● 設問の読み違い、記入漏れ、複雑な設問構成による誤差などが生じやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 回答を急いで済ます、読まずに回答することで精度が低下しやすい。 ● 設問表示順やデバイス環境による影響も出やすい。
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 対象者と直接対話できるため、設問の誤解をその場で修正でき、回答の信頼性が高い。 ● 深掘り質問が可能（自由回答が得やすい）。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 調査員を使わずに広範囲へ一括送付できる。コストを抑えつつ、代表性の高いサンプリングも可能。 ● 記入の時間的余裕があるため慎重な回答が可能。 ● 匿名性が高く率直な回答が得やすい。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 短期間・低コストで大量回収が可能。条件付きロジックや自動チェックが使えるため設問構造が柔軟。 ● 匿名性ゆえ回答の率直さが期待できる。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 実施コストが高い（調査員の派遣が必要）。 ● 回答率が低下傾向（在宅率の低下、訪問を嫌がる人が増加）。 	<ul style="list-style-type: none"> ● コストが高い（郵送料・回収費がかかる）。 ● 回収率が低下傾向（記入負担が大きい、回答放棄のリスク）。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 回答者が偏る（IT リテラシーが低い層が除外される）。 ● 母集団がモニター登録者となる。 ● 不誠実な回答や重複回答のリスクがある。
補正・対策	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会的望ましきバイアスを避ける設問設計。 ● 訪問できない地域の代替手段を用意。 	<ul style="list-style-type: none"> ● リマインダー送付や追跡調査で回収率向上を図る。 ● 記入ガイドを同封し、設問をわかりやすく。 ● 回答者属性に応じたウェイトバック集計を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 年齢・性別・地域などで割付をすることで、属性の均衡を確保。 ● 事後にウェイトバック集計。 ● 簡潔な設問文とユーザーインターフェースの工夫。

(2) サンプルング手法の整理

項目	層化二段階抽出	エリアサンプリングによる層化三段階抽出
抽出構造	● 層化 → 個人（または世帯）	● 層化 → 調査区（エリア） → 世帯 → 個人
抽出に活用するリスト	● 住民基本台帳といった名簿	● 住宅地図
カバレッジ誤差	● 住民基本台帳などの名簿を使用することで、調査対象の網羅性が非常に高くなる。名簿ベースであればカバレッジ誤差は理論上低い。名簿未記載の世帯（転入直後など）が存在する可能性がある。	● エリアの選定により、網羅性は設計次第で変動する。住宅地図ベースの住所フレームを用いる場合、空き家や未記載の新築住居などによって一部漏れが生じる可能性がある。
サンプリング誤差	● 層化された母集団から個人または世帯を直接無作為に抽出するため、統計的な推定精度は高く、分散も小さい傾向がある。層化により重要な属性（地域、規模など）の代表性が確保され、標本誤差が抑制される。	● エリア単位でのクラスター抽出により、同一地域に住む回答者間で属性が類似しやすく、標本分散が大きくなる可能性がある。ただし、事前に層化を行うことで精度を確保できる。
非回答バイアス	● 郵送調査では、若年層や忙しい層からの回収率が低くなりがちで、属性に偏りが生じる可能性がある。 ● 抽出手法による非回答リスクの差は大きくないが、名簿ベースの抽出で連絡可能性はやや高いとされる。	● 世帯→個人という抽出構造の中で、抽出された個人が不在・未回答で別の人が代わりに答えると、意図した属性からのズレが起きる可能性がある。 ● 回収時のルール徹底とウェイトバック集計が重要になる。
測定誤差	● 抽出された対象者の属性が母集団に近ければ、測定誤差の影響も平準化されやすい。	● 調査モードが郵送であれば、測定誤差の基本的な構造は二段階抽出と同様。 ● 抽出方法により、調査エリアや世帯構成に偏りが生じ、結果として特定の属性が多く含まれると、設問の理解度や記入傾向に微妙な差が生じる可能性がある。
メリット	● 層化により代表性が高く、推定精度が高い。 ● 設計が比較的単純で分析しやすい。 ● 行政の名簿（住民基本台帳）を利用するため、サンプル管理がしやすい。	● 名簿が不要で実務的に実施しやすい（地図・住所フレームで対応可能）。 ● 全国レベルの調査も可能で、幅広い対象を抽出できる。 ● 他国の調査手法とも整合性が取りやすい

		い。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ● 名簿利用には自治体の許可が必要で実施のハードルが高い。 ● 名簿の利用が困難な場合、調査自体が不可能になることがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 調査区の選定や世帯のリストアップなど設計が複雑。 ● 誤差管理が難しく、調査コストや労力も大きくなりやすい。 ● クラスタ抽出の影響で標本の精度が低下するリスクがある。

(3) web 調査

web 調査は、調査会社が保有するオンラインパネルに対して、web 上でアンケートを配信し、回答を収集する調査方法である。オンラインパネルとは、調査会社に登録された調査に協力するモニターの集合のことである。各モニターはスマートフォンやパソコンを使って好きな場所から回答できるため、調査は短時間かつ費用がかからない。web 調査は、もともと企業によるマーケティングリサーチや商品開発など、ビジネス目的での活用を中心に発展してきた。安価かつ迅速に消費者の反応を把握できる点が評価され、2000 年代初頭に主要な調査手法として普及した。その後、調査技術や補正手法の進展により、行政・学術分野でも活用が進み、現在では社会調査全般においても活用される手法となっている。

オンラインパネル向けの web 調査は、回収目標を決め、目標数を回収する見込みの立つ量の募集案内を各モニターに配信し、目標に達したら調査を終了するケースが多い。一般的には、「先着順」で、あらかじめ設定した目標回答数に到達するまで募集を続けるが、偏りを防ぐため、属性別に上限を設けて回収する場合もある。

調査会社は数万人～数百万人のモニターを確保しており、調査目的に合わせて、年齢・性別・地域といった条件に合う人を抽出して調査の配信・回収を行うことができる。また、属性ごとに「20～60 代の男女から 100 人ずつ」など、均等に割付（配分）を行い、配信・回収することもできる。この場合、20 代男性から 100 人回答があった場合は、その属性からの回答は受け付けず、他の全ての属性からも 100 人の回答を得られた時点で調査は終了となる。

登録モニターの属性情報（年齢、性別、地域など）は事前に把握されており、調査時に改めて把握する必要はない。また、特定の目的に合った対象者（例えば、「過去、1 週間以内に外食を行った人」など）に調査を行いたい場合は、スクリーニング調査を行うことで、調査対象となるモニターを抽出することもできる。目的に合わせた調査対象者を抽出できることに加え、均等に割付（配分）することができるため、web 調査は、特定の属性（年齢・性別・地域・職業など）ごとの意識や行動の違いを比較するのに適している。

一方で、モニターの全体構成において、特定の属性（例：農業従事者、高所得層、20 代前半など）の比率が低い場合、十分なサンプルが確保できないこともある。また、あくまでも調査会社に登録しているモニターを対象とした調査であるため、世論調査など日本在住者が母集団となる調査には適した方法とは言えない。この点については、日本全体の人口構成に合わせた割付を行い調査を行うほか、調査結果から属性ごとのウェイトバック集計を行うといった工夫を行う事例もある。

また、前田ほかは調査会社によって回答傾向が異なること報告している（前田ほか、web 調査方式による複数パネル間の比較実験，日本行動計量学会第 35 回大会発表論文抄録集，2007 237-240, 2007）。本論文のなかでは、7つのサイトで共通の質問内容を用いた web 調査を行った結果、7つのサイト間の回答比率に有意差があった項目は、世論調査型の質問 23 項目中 9 項目、市場調査型の質問 207 項目中 38 項目であったとしている。

下表に示す通り、主な調査会社のパネルの勧誘方法は異なっており、その違いがパネルの構成や性格に影響する。例えば、楽天インサイトは、モニター登録の勧誘を楽天ポイントの管理アプリ上で行うなど、楽天グループのサービスを利用するユーザーに対して勧誘を行うため、楽天の利用者が多いという特性がある。そのため、例えば EC サイトの利用状況を把握する場合に、実態よりも楽天グループのサービス利用率が高くなる可能性があると考えられる。また、調査会社によって表示される調査画面も異なり、そのことも回答結果に与える影響がある。web 調査は、調査会社ごとの特性によって調査結果が変わることに留意が必要である。一方で調査会社の特性は明示や理されたものではなく経験則に基づくものであり一般化することは難しい。

調査会社	モニター数	開始年	勧誘方法	備考
マクロミル	約 30 万人	2000 年	公式サイト・アフィリエイト広告・ポイントサイトなどとの連携	自社での登録募集に加え、提携メディアを通じて広範にモニターを集めている。
楽天インサイト (旧楽天リサーチ)	約 220 万人	2000 年	楽天グループサービス利用者（楽天市場、楽天カードなど）及び楽天会員へのメール勧誘	モニターは楽天 ID と連携。報酬は楽天ポイント。パネル構成の詳細は非公開だが、楽天サービス利用者を中心に構成されている。
NTT コムリサーチ (旧 goo リサーチ)	約 220 万人	1999 年	NTT グループ関連サービス・goo ポータルサイト・公式サイトでの直接募集	2013 年に「goo リサーチ」から名称変更。モニター募集は NTT グループのチャンネルや goo からの流入が中心。パネル属性は非公開。

経年変化を分析する場合は、同じ調査会社・同じパネル設計で実施することが望ましいとされる。調査会社を変更すると、パネル特性の違いによって回答傾向が変わり、経年変化と無関係に結果が変わるリスクがある。例えば、経年変化によって「食品への不安が高まった／低くなった」という結果が出ても、調査会社が変わっていれば、それは不安の変化ではなくパネルの違いが影響を与えた可能性がある。経年比較の信頼性を担保するには、可能な限り同一条件（調査票、サンプリング、配信方法）を維持する必要がある。

2.1.2 各国で実施する食品安全及び食生活に関する意識調査の事例収集

(1) BfR Consumer Monitor

1) 調査の概要

- 調査名：BfR Consumer Monitor
- 実施機関：ドイツ連邦リスク評価研究所（Bundesinstitut für Risikobewertung, BfR）
- 調査目的：
 - ドイツ国民の食品安全に関する意識とリスク認識を把握する
 - 食品安全に関する情報源や信頼度を分析し、リスクコミュニケーションの改善に活用する
 - 消費者の食品安全に対する懸念や認識の変化を定期的にモニタリングする
- 対象地域：ドイツ国内
- 母集団：ドイツ国内に居住する 14 歳以上のドイツ語話者
- 調査頻度：半年に 1 回（年 2 回実施）
- 最新の調査実施時期：2024 年 8 月
- これまでの調査の実施状況（下表）

発行年月日	調査名	特別編	食品	間隔
08.11.2024	BfR Consumer Monitor 08/2024			
15.07.2024	BfR Consumer Monitor 02/2024			
15.05.2024	BfR Consumer Monitor 2024, Special	●	●	1 年 3 カ月
30.01.2023	BfR Consumer Monitor 08/2023			
08.05.2023	BfR Consumer Monitor 02/2023			
21.02.2023	BfR Consumer Monitor 2023, Special Raw food	●	●	1 年
17.10.2022	BfR Consumer Monitor 08/2022			
22.03.2022	BfR Consumer Monitor 02/2022			
10.02.2022	BfR Consumer Monitor 202, Special Vitamins as Food Supplements	●	●	3 カ月
29.10.2021	BfR Consumer Monitor 08/2021			
07.09.2021	BfR Consumer Monitor 202, Special Additives in Food	●	●	10 カ月
26.04.2021	BfR Consumer Monitor 02/2021			

8.11.2020	BfR Consumer Monitor 2020, Special Superfoods	●	●	2年5カ月
19.10.2020	BfR Consumer Monitor 08/2020			
29.04.2020	BfR Consumer Monitor 02/2020			
07.04.2020	BfR Consumer Monitor 209, Special E-cigarettes	●		
28.11.2019	BfR Consumer Monitor 08/209			
14.05.2019	BfR Consumer Monitor 02/209			
19.11.2018	BfR Consumer Monitor 208, Special Tattoos	●		
22.10.2018	BfR Consumer Monitor 08/208			
07.05.2018	BfR Consumer Monitor 02/208			
14.03.2018	BfR Consumer Monitor 207, Special Aluminium in the food sector	●	●	
04.10.2017	BfR Consumer Monitor 08/207			
18.04.2017	BfR Consumer Monitor 02/207			
02.05.2016	BfR Consumer Monitor 206			
01.03.2016	BfR Consumer Monitor 206, Special Plant Protection Products	●		
24.09.2015	BfR Consumer Monitor 205			

2) 調査手法とサンプリング手法

- 調査手法：
 - 電話調査（Computer-Assisted Telephone Interview, CATI）
 - 固定電話及び携帯電話の両方を対象に調査実施
- サンプリング手法：
 - 固定電話及び携帯電話番号による無作為抽出
 - 地域、年齢、性別を考慮したウェイトバック
- サンプルサイズ：約 1,000 人

3) 主な調査項目

BfR Consumer Monitor では、以下のようなテーマについて調査が行われる。

調査項目	具体的な質問例
食品安全全般に対する意識	「食品はどの程度安全だと考えますか？」
食品中のリスク認識	「残留農薬や食品添加物に対してどの程度懸念を感じますか？」

	か？」
食品安全情報の信頼性	「食品の安全性に関する情報をどの情報源から得ているか？」
食品の表示・認証マークの理解度	「HACCP 認証や有機食品認証の意味を理解しているか？」
政府や科学機関への信頼度	「BfR や欧州食品安全機関 (EFSA) からの情報を信頼しているか？」
消費行動と食品選択	「食品を購入する際、食品の安全性をどの程度考慮しているか？」

4) 調査結果の概要

直近の調査データ（例：2023年7月）に基づく主な調査結果

- **食品安全全般の意識**
 - 約70%の回答者が「食品は基本的に安全」と考えているが、20%は「リスクが増加している」と認識。
- **食品中のリスク認識**
 - 残留農薬（50%以上）や食品添加物（45%）への懸念が特に高い。
 - 遺伝子組換え食品やナノテクノロジーによる食品にも一定の不安を感じる消費者がいる。
- **食品安全情報の信頼性**
 - BfR や EFSA などの科学機関の情報は60%以上の消費者が信頼しているが、SNSの情報を信頼する割合は低い（約5%）。
- **食品の表示・認証マークの理解度**
 - 「有機食品認証 (Bio-Siegel)」は90%以上が認知しているが、詳細な意味を理解している人は60%程度。
- **政府や科学機関への信頼度**
 - 政府機関 (BfR、EFSA など) への信頼は比較的高いが、食品業界の情報への信頼度は低い。
 -

5) リスクコミュニケーションの改善策

BfR Consumer Monitor の調査結果に基づき、以下のリスクコミュニケーションの改善策が実施・検討されている。

改善策	具体的な対応
科学的な情報発信の強化	科学的なリスク評価の結果をわかりやすく説明する資料やインフォグラフィックを作成
SNS やデジタルメディアの活用	若年層向けに、信頼できる食品安全情報を SNS で発信
食品ラベルの情報充実	認証マークや添加物の説明を消費者が理解しやすい形に改善
市民との対話の強化	市民向けの食品安全フォーラムや消費者参加型ワークショップの

6) 参考文献・リンク

BfR Consumer Monitor (Germany・BfR):

- [BfR Consumer Monitor 08/2024](#)
- [BfR Consumer Monitor 02/2024](#)
- [BfR Consumer Monitor 08/2023](#)

(2) FSA Food and You

1) 調査の概要

- **調査名**：Food and You 2
- **実施機関**：食品基準庁（Food Standards Agency, FSA）
- **調査対象**：イングランド、ウェールズ、北アイルランド在住の 16 歳以上の成人
- **サンプルサイズ**：約 6,000 人（例：Wave 6 では 5,991 人が参加）
- **調査手法**：主に web 形式（「Push-to-Web」方式）
- **調査頻度**：年 2 回（半年ごと）
- **実施状況**：
 - **Wave 1**：2020 年 7 月～2020 年 10 月
 - **Wave 2**：2020 年 11 月～2021 年 1 月
 - **Wave 3**：2021 年 4 月～2021 年 6 月
 - **Wave 4**：2021 年 10 月～2022 年 1 月
 - **Wave 5**：2022 年 4 月～2022 年 7 月
 - **Wave 6**：2022 年 10 月～2023 年 1 月
 - **Wave 7**：2023 年 4 月～2023 年 7 月
 - **Wave 8**：2023 年 11 月～2024 年 1 月
- **調査期間**：Wave ごとに約 3 カ月間（例：Wave 6 は 2022 年 10 月 12 日～2023 年 1 月 10 日）
- **調査目的**：
 - 消費者の食品安全、食品表示、食習慣に関する知識、態度、行動を評価する
 - 食品政策の策定やリスクコミュニケーション戦略の基礎データを提供する
 - 食品に関する消費者の懸念や信頼度をモニタリングする

2) 調査手法とサンプリング手法

- **サンプリング手法**：
 - 住所リストからの無作為抽出
 - 地域、年齢、性別などの人口統計学的要因を考慮したウェイトバック
- **調査手法**：「Push-to-Web」方式
 - 対象者に郵送で調査参加の案内を送り、主に web での回答を促す
 - web 回答が難しい場合は、紙の調査票も提供
- **データ収集**：自己申告形式の調査票を使用

3) 主な調査項目

- **食品に対する信頼と認識**：
 - 食品の安全性や表示の正確性に対する信頼度
 - フードサプライチェーン（農家、スーパーマーケット、レストランなど）への信頼度
- **食品に関する懸念**：

- 食品価格、食品廃棄、食品の品質、砂糖や塩分の含有量などに対する懸念
- **食料安全保障（フードセキュリティ）：**
 - 過去2カ月間の食料不足や食事の質の低下の経験
- **家庭での食事（食の安全）：**
 - 調理前の手洗い、食品の適切な保存、調理方法、交差汚染の防止、賞味期限の確認などの行動
- **外食及びテイクアウト：**
 - 外食時やテイクアウト利用時の食品衛生評価の確認状況
- **食品アレルギー・不耐症及びその他の過敏症：**
 - 食品アレルギーや不耐症の有無、診断状況、反応の経験

4) 調査結果の概要（例：Wave 6）

- **食品の安全性と表示の信頼度：**
 - 93%の回答者が購入する食品の安全性に自信を持っていると報告
 - 87%の回答者が食品ラベルの情報が正確であると信頼
- **フードサプライチェーンへの信頼：**
 - 76%の回答者がフードサプライチェーンに信頼を寄せている
 - 特に農家（88%）やスーパーマーケット（85%）への信頼が高い
- **食品に関する懸念：**
 - 65%の回答者が食品価格に懸念を示し、次いで食品廃棄（62%）、食品の品質（6%）に対する懸念が高い
- **食料安全保障：**
 - 25%の回答者が食料不安定（フードインセキュア）と分類し、過去2カ月間に経済的理由で食習慣を変更したと報告
- **外食及びテイクアウト：**
 - 43%の回答者が過去2カ月間に食品衛生評価を確認したと報告
 - 86%の回答者が食品衛生評価制度（FHRS）を認知
- 食品アレルギー・不耐症及びその他の過敏症

5) Wave1～6の調査結果の概要

① 主な調査結果の比較

- a) 食品の安全性と信頼性
- **食品の安全性に対する信頼：**
 - **Wave 1～6：**約92%の回答者が、購入する食品の安全性に自信を持っていると報告している。
- **食品ラベルの正確性に対する信頼：**
 - **Wave 1～6：**約86%の回答者が、食品ラベルの情報が正確であると信頼している。
- **フードサプライチェーンへの信頼：**
 - **Wave 1～6：**約76%の回答者が、フードサプライチェーンに信頼を寄せている。

- **詳細**：農家（約 88%）、スーパーマーケット（約 85%）への信頼が高く、テイクアウト（約 62%）やフードデリバリーサービス（約 45%）への信頼は比較的低い傾向にある。
- **FSA への信頼と認知度**：
 - **認知度**：約 90%の回答者が FSA を知っていると報告している。
 - **信頼度**：FSA に対する信頼は高く、約 78%の回答者が FSA を信頼している。
- b) 食品に関する懸念
- **主な懸念事項**：
 - **Wave 1~4**：食品廃棄（約 60%）や食品中の糖分量（約 60%）が主な懸念として挙げられていた。
 - **Wave 5~6**：食品価格に対する懸念が顕著に増加し、約 65%の回答者が食品価格を主な懸念事項として挙げている。
- **食品の手頃さに対する高い懸念**：
 - **Wave 1~2**：約 26%の回答者が食品の手頃さに強い懸念を示していた。
 - **Wave 6**：この割合は約 51%に増加している。
- c) 食料安全保障（フードセキュリティ）
- **食料不安（Food Insecure）の増加**：
 - **Wave 3**：約 15%の回答者が食料不安と分類していた。
 - **Wave 6**：この割合は約 25%に増加している。
- **経済的理由による食習慣の変化**：
 - **Wave 6**：約 80%の回答者が、過去 2 カ月間に経済的理由で食習慣を変更したと報告している。
- d) 外食及びテイクアウト
- **食品衛生評価制度（FHRS）の認知度**：
 - **Wave 2**：約 87%の回答者が FHRS を知っていると報告している。
 - **Wave 6**：この割合は約 86%となっている。
- **食品衛生評価の確認**：
 - **Wave 6**：約 43%の回答者が、過去 2 カ月間に食品衛生評価を確認したと報告している。
- e) 家庭での食事（食の安全）
- **手洗いの習慣**：
 - **Wave 1~6**：約 75%の回答者が、調理や料理の前に常に手を洗うと報告している。
- **食品の適切な調理**：
 - **Wave 1~6**：約 77%の回答者が、食品を中まで完全に火が通るまで調理していると報告している。
- **生の鶏肉や七面鳥の摂取**：
 - **Wave 1~6**：約 90%の回答者が、生焼けの鶏肉や七面鳥の肉を食べたことがないと報告している。

6) 参考文献・リンク

1. Food and You 2 (England・FSA):

- [Food and You 2: Wave 8](#)
- [Food and You 2: 2020-2023 trends](#)

(3) FSANZ Consumer Insights Tracker

1) 調査の概要

- **調査名**：Consumer Insights Tracker (CIT)
- **実施機関**：オーストラリア・ニュージーランド食品基準機関 (FSANZ)
- **調査対象**：オーストラリア及びニュージーランド在住の 18 歳以上の成人
- **サンプルサイズ**：オーストラリア：1,237 人、ニュージーランド：810 人
- **調査手法**：web 調査
- **調査期間**：2023 年
- **調査目的**：
 - 消費者の食料供給に対する信頼と信頼性の評価
 - 食品ラベルの使用状況、理解度、信頼性の把握
 - 新しい食品や食品技術に対する態度と消費意向の調査
 - 食品安全に関する知識と行動の評価

2) 調査手法とサンプリング手法

- **サンプリング手法**：年齢、性別、地域を考慮した割当抽出
- **調査手法**：web 調査
- **データ収集**：約 40 の定量的質問を含むアンケートを使用

3) 主な調査項目

- **食料供給に対する信頼と信頼性**
 - 食料供給に対する信頼度
 - 食品関係者（農家、生産者、政府機関など）への信頼度
- **食品ラベルの使用状況と信頼性**
 - 栄養成分表示、原材料リスト、アレルギー情報などの信頼度
 - 健康強調表示や栄養強調表示に対する信頼度
- **健康と食事行動**
 - 健康的な食事の維持に対する努力
 - 食品選択に影響を与える要因（栄養、自然性、利便性など）
- **食品安全の知識と行動**
 - 食品安全に関する主な懸念事項
 - 食品安全に関する知識と実際の行動

4) 調査結果の概要

- **食料供給に対する信頼**
 - 72%の回答者が、オーストラリア及びニュージーランドの食料供給に信頼を寄せている。
 - 農家や生産者は最も信頼されており、83%の回答者が信頼を示している。
- **食品ラベルの信頼性**
 - 栄養成分表示や原材料リスト、アレルギー情報などの必須の製品パッケージ裏面のラベル情報は、70%の回答者に信頼されている。

- 一方、健康強調表示などの任意の製品パッケージ前面のラベル情報の信頼度は低く、40%にとどまっている。
- **健康的な食事行動**
 - 73%の回答者が、健康的な食事を維持するために努力していると報告している。
 - 食品選択の際、栄養情報を重視する傾向が見られる。
- **食品安全に関する懸念**
 - 59%の回答者が、食中毒を主な食品安全上の懸念として挙げている。

5) リスクコミュニケーションの改善策

CIT の結果を基に、FSANZ は以下のリスクコミュニケーションの改善策を検討・実施している。

- **食品ラベルの信頼性向上**
 - 消費者が理解しやすいラベル表示の開発
 - 健康強調表示や栄養強調表示の規制強化
- **食品安全教育の強化**
 - 食中毒予防に関する情報提供の充実
 - 食品の適切な取り扱い方法に関する教育プログラムの実施
- **消費者との対話の促進**

6) 参考文献・リンク

1. Consumer Insights Tracker (CIT) (Australia/New Zealand・FSANZ):

- [Consumer Insights Tracker 2023 Technical Report](#)
- [New survey reveals consumer attitudes to food safety in Australia and New Zealand](#)

(4) FDA「食品安全・栄養調査 (FSANS)」レポート

1) 調査の概要

- 調査名：Food Safety and Nutrition Survey (FSANS)
- 実施機関：アメリカ食品医薬品局 (FDA)
- 調査対象：18歳以上のアメリカ国内の成人 (50州及びコロンビア特別区)
- サンプルサイズ：4,398人
- 調査期間：2019年10月～11月
- 調査手法：
 - 住所ベースの無作為抽出。各世帯からは、Hagen-Collier法という手法を使って無作為に成人1名を選出
 - サンプル設計と非回答補正のためウェイトバック
 - 郵送によるweb調査案内 (Push-to-Web方式)
 - web回答が困難な人には紙の調査票を提供
- 目的：
 - 消費者の食品安全に関する知識・行動を把握し、政策立案に活用する
 - 食品ラベルの認識や活用状況を評価し、より効果的な情報提供策を検討する
 - 食中毒予防のための適切な行動がどの程度行われているかを測定する

2) 主な調査項目と結果

① 手洗いの習慣

行動	実施率
生肉を触った後に石鹸で手を洗う	76%
調理前に手を洗う	68%
生卵を割った後に手を洗う	39%

→ 課題：生卵を扱った後の手洗い率が低く、食中毒リスクを高めている。

② 食品温度計の使用

食品の種類	食品温度計の使用率
丸鶏や七面鳥の肉	85%
鶏肉の部位 (もも肉・むね肉など)	40%
ハンバーガー (牛肉パティ)	36%

→ 課題：ハンバーガーなどのひき肉料理での温度計使用が少なく、食中毒リスクがある。

③ メニューのカロリー表示

調査項目	結果
レストランでカロリー情報を見たことがある	70%
カロリー情報を参考にすることがある	53%

→ 消費者の半数以上がカロリー情報を活用し、健康的な選択を意識している。

④ 栄養成分表示（Nutrition Facts Label）の利用

ラベルのチェック項目	利用率
総カロリー	87%
総糖分	67%
ナトリウム（塩分）	64%
内容量	6%

→ 消費者の多くが栄養成分表示を確認しているが、ナトリウムや内容量への意識がやや低い。

3) リスクコミュニケーションの改善策

FSANS の結果を踏まえ、FDA は以下のリスクコミュニケーション戦略を強化している。

改善策	具体的な対応
手洗いの習慣向上	生卵・生肉を扱った後の手洗いの重要性を強調した教育プログラムを実施
食品温度計の普及促進	ひき肉料理や鶏肉の安全な調理温度を啓発するキャンペーンの展開
カロリー表示の活用促進	F D A のホームページに、レストランメニューのカロリー情報の見方を教育するページを提供
栄養成分表示の理解促進	塩分量や内容量に注目した健康的な食習慣を推奨

4) 参考文献・リンク

1. Food Safety and Nutrition Survey (FSANS) (USA・FDA):

- [FDA Releases Food Safety and Nutrition Survey Results](#)
- [2019 Food Safety and Nutrition Survey Report](#)

(5) ANSES INCA (Individual and National Study on Food Consumption) 調査

1) 調査の概要

- **調査名**：INCA3 (Individual and National Study on Food Consumption)
- **実施機関**：フランス食品環境労働衛生安全庁 (ANSES)
- **調査期間**：2014 年から 2015 年
- **対象地域**：フランス本土
- **対象者**：0 歳から 79 歳までのフランス在住者
- **サンプルサイズ**：5,800 人以上 (成人 3,157 人、子供 2,698 人)
- **調査目的**：
 - フランス国民の食品摂取状況と食習慣の現状を把握する
 - 食品安全及び栄養に関するリスク評価の基礎データを収集する
 - 食事に関連する新たな課題やリスク要因を特定する

2) 調査手法とサンプリング手法

- **サンプリング手法**：層化三段階抽出
 - **第 1 段階**：地理的単位の選定
 - **第 2 段階**：世帯の無作為抽出
 - **第 3 段階**：対象者の無作為選定
- **調査手法**：
 - **食事記録**：5 歳以上は 3 回の非連続 24 時間想起法、0～4 歳は食事記録法
 - **調査票**：食習慣、身体活動、座位行動、健康状態、社会経済的状況に関する質問
 - **身体測定**：身長及び体重の測定

3) 主な調査項目

- **食品摂取状況**：
 - 食品及び飲料の種類と摂取量
 - 栄養補助食品の使用状況
- **食習慣**：
 - 食事の頻度とタイミング
 - 食品の選択基準
 - 食品の調理及び保存方法
- **身体活動及び座位行動**：
 - 日常的な身体活動のレベル
 - スクリーンタイム (テレビ、コンピューターなど)
- **健康状態**：
 - 自己申告による健康状態
 - 既往歴及び現在の疾患
- **社会経済的状況**：
 - 教育レベル
 - 職業

- 世帯収入

4) 調査結果の概要

- **平均的な食品摂取量：**
 - フランス人は平均して毎日約 2.9kg の食品を摂取し、これは約 2,200kcal に相当している。
- **性別による摂取傾向の違い：**
 - **女性：**ヨーグルト、フロマージュ・ブラン、コンポート、家禽肉、スープの摂取が多い
 - **男性：**チーズ、赤身肉、加工肉製品、ジャガイモ、クリームデザート of 摂取が多い
- **加工食品及びサプリメントの摂取増加：**
 - 2007 年以降、加工食品及びサプリメントの摂取が顕著に増加している。
- **塩分及び食物繊維の摂取状況：**
 - 塩分摂取は依然として過剰であり、食物繊維の摂取は不十分です。
- **新たなリスク行動の増加：**
 - 生食の増加、不適切な冷蔵保存、消費期限を過ぎた食品の摂取など、食品安全上のリスクを高める行動が見られる。
- **身体活動及び座位行動：**
 - 多くの国民が運動不足であり、テレビやパソコンの前で過ごす時間が増加している。

5) 参考文献・リンク

1. INCA (France・ANSES):

- [Detailed results of the INCA 2 study](#)
- [INCA 3: Changes in consumption habits and patterns](#)

(6) Canadian Community Health Survey (CCHS) (Canada・Health Canada)

1) 調査の概要

- **調査名**：Canadian Community Health Survey (CCHS)
- **実施機関**：Statistics Canada (カナダ統計局)
- **調査開始年**：2000 年
- **調査頻度**：年間及び特定テーマに焦点を当てた周期的な調査
- **対象地域**：カナダ全土
- **対象者**：18 歳以上のカナダ在住者
- **サンプルサイズ**：年間約 65,000 人
- **調査目的**：
 - カナダ国民の健康状態、健康要因、医療サービス利用状況に関する情報を収集する
 - 公衆衛生政策の策定や評価のための基礎データを提供する
 - 健康関連の傾向や変化をモニタリングする

2) 調査手法とサンプリング手法

- **サンプリング手法**：
 - 層化多段階抽出法を採用
 - 地域、年齢、性別などを考慮しウェイトバック
- **調査手法**：
 - **調査票調査**：対面及び電話インタビューを組み合わせて実施
 - **24 時間食事想起法**：食事摂取状況を詳細に把握するため、24 時間以内に摂取した食品や飲料を回想して報告
 - **身体測定**：身長、体重、ウエスト周囲径などの測定

3) 主な調査項目

- **健康状態**：
 - 自己評価による健康状態
 - 慢性疾患の有無 (例：糖尿病、高血圧、心疾患)
- **健康要因**：
 - 喫煙状況
 - 飲酒習慣
 - 身体活動レベル
 - 食事摂取状況 (24 時間食事想起法による詳細な食品及び栄養素の摂取量)
- **医療サービス利用状況**：
 - 医師や歯科医師への受診状況
 - 予防接種の受診状況
- **社会経済的要因**：
 - 教育レベル
 - 就業状況

- 世帯収入

4) 調査結果の概要

CCHS の結果は、カナダ国民の健康状態や行動に関する貴重な情報を提供している。主な調査結果の例を以下に示す。

- **肥満率の上昇：**
 - 成人及び子供の肥満率が過去数十年で増加傾向にあり、公衆衛生上の懸念となっている。
- **果物及び野菜の摂取不足：**
 - 多くのカナダ人が推奨される果物及び野菜の摂取量を満たしておらず、栄養改善の必要性が示唆されている。
- **身体活動の不足：**
 - 座位行動の増加と身体活動の不足が報告されており、生活習慣病のリスク要因として注目されている。

5) リスクコミュニケーションの改善策

CCHS の調査結果に基づき、以下のリスクコミュニケーションの改善策が検討・実施されている。

- **健康教育プログラムの強化：**
 - 学校や地域社会での健康教育を強化し、健康的な食事や定期的な運動の重要性を啓発している。
- **政策の見直し：**
 - 食品ラベルの改善や健康的な食生活のための環境の整備など、政策レベルでの介入を検討している。
- **メディアキャンペーンの展開：**
 - メディアを活用したキャンペーンを展開し、広く国民に健康情報を提供している。

6) 参考文献・リンク

1. Canadian Community Health Survey (CCHS) (Canada・Health Canada):

- [Canadian Community Health Survey Annual Component \(CCHS\)](#)
- [Canadian Community Health Survey Canada.ca](#)

2.1.3 各国の食品安全意識調査における調査設計の比較

食品安全に関する消費者の意識、知識、行動を評価することは、食品政策の策定やリスクコミュニケーションの向上に不可欠である。以下の6つの食品安全意識調査を比較し、それぞれの調査目的、調査手法、サンプリング手法、調査結果、リスクコミュニケーションの改善策を整理する。

比較対象とする調査一覧

- BfR Consumer Monitor (ドイツ・BfR)
- Food and You 2 (イギリス・FSA)
- Consumer Insights Tracker (CIT) (オーストラリア/ニュージーランド・FSANZ)
- INCA (フランス・ANSES)
- Canadian Community Health Survey (CCHS) (カナダ・Health Canada)
- Food Safety and Nutrition Survey (FSANS) (アメリカ・FDA)

(1) 各国の食品安全意識調査の調査目的、調査手法とサンプリング手法

調査目的の比較

調査名	実施機関	調査目的
BfR Consumer Monitor	BfR (ドイツ)	国民の食品リスク認識の変化をモニタリングし、リスクコミュニケーションの向上を図る
Food and You 2	FSA (イギリス)	消費者の食品安全、食品表示、食習慣に関する知識・態度・行動を評価し、食品政策の基礎データとする
CIT	FSANZ (オーストラリア/ニュージーランド)	消費者の食品安全認識と行動の変化を追跡し、食品基準や政策の調整に役立てる
INCA	ANSES (フランス)	国民の食品摂取状況を把握し、栄養政策及び食品リスク評価の基礎データを提供する
CCHS	Health Canada (カナダ)	カナダ国民の健康・食生活・食品安全行動を評価し、公衆衛生政策の策定に活用する
FSANS	FDA (アメリカ)	消費者の食品安全・栄養知識と行動を把握し、食品規制やリスクコミュニケーションの基礎情報とする

調査手法の比較

調査名	実施機関	対象者	サンプルサイズ	調査手法	頻度
BfR Consumer Monitor	BfR (ドイツ)	14歳以上のドイツ語話者	約1,000人	電話調査 (RDD)	半年に1回
Food and You 2	FSA (イギリス)	16歳以上の成人	約6,000人	郵送案内 + web 回答 (Push-to-Web 方式)	1年に2回
CIT	FSANZ (オーストラリア/ニュージーランド)	18歳以上の成人	オーストラリア 1,237人 / ニュージーランド 810人	web 調査	半年に1回
INCA	ANSES (フランス)	0歳~79歳のフランス在住者	約5,800人	24時間食事想起法 + 調査票 + 身体測定	約7年に1回
CCHS	Health Canada (カナダ)	12歳以上のカナダ在住者	約65,000人	対面・電話インタビュー + 24時間食事想起法 + 身体測定	1年に1回
FSANS	FDA (アメリカ)	18歳以上のアメリカ在住者	約4,398人	郵送案内 + web 回答 (Push-to-Web 方式)	数年ごとに1回

(2) サンプリング手法の概要と選定理由

各国の調査では、サンプルを抽出するために活用可能なリストが異なるため、異なるサンプリング手法を採用している。また、地域や人種などの食品への意識に影響を与えるであろう属性に基づいて回答に重みづけを行っている国も存在する。

調査名	サンプリング手法
BfR Consumer Monitor	固定電話及び携帯電話番号による無作為抽出
Food and You 2	住所リストからの無作為抽出
CIT	年齢、性別、地域を考慮した割当抽出
INCA	層化三段階抽出
CCHS	層化多段階抽出、ウェイトバック
FSANS	住所ベースの無作為抽出、ウェイトバック

(3) 分析手法

調査名	分析手法
BfR Consumer Monitor	<ul style="list-style-type: none"> ● 記述統計: パーセンテージ、平均、標準偏差を用いて特徴を整理している。 ● トレンド分析: 過去の調査結果と比較して、時間の経過による消費者認識の変化を特定する。 ● クロス集計: 年齢や性別などの人口統計学的要因と特定の健康保護に関する懸念との関係を分析する。
Food and You 2	<ul style="list-style-type: none"> ● 記述統計: パーセンテージと平均を用いて特徴を整理している。 ● トレンド分析: 過去の調査結果と比較して、時間の経過による消費者の知識、態度、行動の変化を特定している。 ● クロス集計: 年齢や性別などの人口統計学的要因と食品安全行動との関係を分析している。
CIT	<ul style="list-style-type: none"> ● 記述統計: 調査回答をパーセンテージと平均を用いて特徴を整理している。 ● トレンド分析: 過去の調査結果と比較して、食糧供給に対する消費者の信頼と信頼の変化を特定している。 ● 回帰分析: 人口統計学的特性や食品関係者への信頼など、消費者の信頼と信頼に影響を与える要因を調べている。
INCA	<ul style="list-style-type: none"> ● 栄養摂取分析: 各種栄養素の平均摂取量を計算し、推奨栄養摂取量と比較している。 ● リスク評価: 食品中の有害物質（重金属や残留農薬など）への曝露を評価し、関連する健康リスクを評価している。 ● 多変量解析: 食生活習慣と健康状態の関係を理解するために、複数の変数を同時に考慮した統計技術を使用している。
CCHS	<ul style="list-style-type: none"> ● 加重分析: 調査結果は、全国の人口構成を反映するよう加重分析により統計的補正を行っている。 ● 横断分析: ある時点における国民の健康状態や医療サービスの利用、健康の決定要因を把握する横断分析を通じて、地域間や属性間の差異や傾向を明らかにしている。 ● トレンド分析: 複数回の調査のデータを組み合わせて、時間経過による所得・教育レベルに応じた食生活の格差などの変化とトレンドを分析している。
FSANS	<ul style="list-style-type: none"> ● 加重頻度: 調査結果には、サンプリング設計上の偏りや非回答による影響を補正するために加重を適用し、集計値が米国人口全体の構成に一致するよう調整を行っている。 ● 記述統計: データをパーセンテージ、平均、標準偏差を用いて要約している。 ● 推論統計: 観察された差異や変数間の関係の有意性を判断するために統計テストを実施している。

2.1.4 食品安全に関する調査項目の一覧

下記の3件の食品安全に関する海外調査について、調査項目・設問を整理した。結果は次頁に示す。

- BfR Consumer Monitor
- FSA food and you wave8
- FSANZ Consumer Insights Tracker

1) **BfR Consumer Monitor**

設問	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5
In your opinion, what are the biggest health risks for consumers?	Free answer				
Have you heard of the following consumer health topics before?					
E-cigarettes	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Microplastics in food	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Genetically modified food	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Antibiotic resistance	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Artificial sweeteners (e. g., aspartame)	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Residues of plant protection products in food	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Insufficient supply of vitamins and minerals	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
UV filters in sunscreen products*	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Glyphosate in food	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Food supplements containing melatonin*	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Listeria in food	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Per- and polyfluorinated chemicals (PFAS) in consumer products	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Swallowed button cells (batteries)	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
Campylobacter in food	heard of it before	not heard of it before	don't know, no answer		
How concerned are you personally about the following consumer health topics?					
Microplastics in food	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Antibiotic resistance	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Residues of plant protection products in food	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Glyphosate in food	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
E-cigarettes	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Genetically modified food	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Food hygiene in gastronomy	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Artificial sweeteners (e. g., aspartame)	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Insufficient supply of vitamins and minerals	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Listeria in food	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Per- and polyfluorinated chemicals (PFAS) in consumer products					
UV filters in sunscreen products*	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Swallowed button cells (batteries)	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer

設問	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5
Food hygiene at home	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Campylobacter in food	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
Food supplements containing melatonin*	(very) concerned	medium	not concerned (at all)	not heard of it	no answer
How well informed do you feel about the following consumer health topics?					
Food hygiene at home	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
E-cigarettes	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Antibiotic resistance	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Insufficient supply of vitamins and minerals	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Microplastics in food	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Artificial sweeteners (e.g. aspartame)	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Genetically modified food	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
UV filters in sunscreen products*	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Glyphosate in food	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Food hygiene in gastronomy	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Residues of plant protection products in food	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Swallowed button cells (batteries)	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Food supplements containing melatonin*	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Listeria in food	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Per- and polyfluorinated chemicals (PFAS) in consumer products	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
Campylobacter in foo	(very) well informed	medium	not well informed (at all)	not heard of it	no answer
How interested are you in consumer health topics in general?	(very) interested	medium	not interested (at all)		
How often do you inform yourself about consumer health topics?	(very) often	now and then	never/rarely		
The government relies on various measures to protect consumers from health risks. How important do you personally consider the following governmental measures to be?					
Providing scientifically validated information	(very) important	medium	not important (at all)	no answer	
Prohibitions and restrictions	(very) important	medium	not important (at all)	no answer	
How do you generally rate the safety of the following products that you can buy in Germany?					
Food	(very) safe	medium	not safe (at all)	no answer	
Personal care products	(very) safe	medium	not safe (at all)	no answer	

設問	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5
Children's toys	(very) safe	medium	not safe (at all)	no answer	
Clothing	(very) safe	medium	not safe (at all)	no answer	
In your opinion, does the safety of the following products that you can buy in Germany tend to increase, tend to decrease, or remain the same?					
Food	tends to increase	remains the same	tends to decrease	no answer	
Personal care products	tends to increase	remains the same	tends to decrease	no answer	
Children's toys	tends to increase	remains the same	tends to decrease	no answer	
Clothing	tends to increase	remains the same	tends to decrease	no answer	
How much do you trust the following entities in Germany to protect the health of consumers?					
Consumer centres or consumer organisations	trust them (a lot)	medium	do not trust them (at all)	no answer	
Science	trust them (a lot)	medium	do not trust them (at all)	no answer	
Public institutions, such as authorities and ministries	trust them (a lot)	medium	do not trust them (at all)	no answer	
Non-governmental organisations or NGOs	trust them (a lot)	medium	do not trust them (at all)	no answer	
Economy	trust them (a lot)	medium	do not trust them (at all)	no answer	
Media	trust them (a lot)	medium	do not trust them (at all)	no answer	
Politics	trust them (a lot)	medium	do not trust them (at all)	no answer	

2) Food and you

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
ABOUT YOU	Can you confirm that you are aged 16 or over and are happy to proceed with the survey?	If No, the survey closes permanently	Yes	No																		
ABOUT YOU	Including you, how many adults aged 16 or over are currently living in your household?	Hard check if 0 is entered	Open box	99. Prefer not to say																		
ABOUT YOU	How many children or young people aged 0 to 15 years currently live in your household?		Open box	99. Prefer not to say																		
ABOUT YOU	How old are these children?	Asked only if N CHILDREN > 0	Open box for each child	99. Prefer not to say																		
ABOUT YOU	Which of the following describes how you think of yourself?		Male	Female	In another way	Prefer not to say																

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
ABOUT YOU	Are you currently pregnant?	Asked only if Gender = Female	Yes	No	Prefer not to say/ Don't know																	
ABOUT YOU	Do you consider yourself to be any of the following?		Vegetarian	Pescatarian	Vegan	Mainly vegetarian but occasionally eat meat	None of these	Prefer not to say														
ABOUT YOU	How long have you considered yourself to be [specific diet]?	Asked only if VEG is selected as 1, 2, 3, or 4	Less than 1 year	About 1-2 years	About 3-4 years	5 years or more	Don't know															
ABOUT YOU	Do you suffer from a bad or unpleasant physical reaction after consuming certain foods?		Yes	No	Don't know	Prefer not to say																
ABOUT YOU	Do you experience a bad or unpleasant physical reaction to any of the following foods?	Asked only if FOODREAC = Yes	Peanuts	Other nuts	Cow's milk	Gluten cereals	Eggs	Fish	Crustaceans	Molluscs	Soya	Celery	Mustard	Lupin	Sesame	Sulphur dioxide	Other cereals	Any fruit	Any vegetables	Other (please specify)	Prefer not to say	

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
ABOUT YOU	How would you best describe your problem with {specific food}?	Asked for each food in REACS OURC	Food allergy	Food intolerance	Celiac disease	Other	Don't know	Prefer not to say														
ABOUT YOU	How would you describe your bad or unpleasant physical reaction?	Asked if FOOD REAC = Yes	Mild	Moderate	Severe	Don't know																
FOOD HABITS	Generally, who does the food shopping for your household?		I do all or most of the food shopping	I share the responsibility with someone else	Someone else in my household does it	Someone else outside of my household does it	Each person does their own shopping	Don't know														
FOOD HABITS	Do you ever do any food shopping for your household?	Asked if WHOS HOP = 3, 4, or 6	Yes	No																		
FOOD HABITS	Nowadays, do you ever eat food from the following places?	Yes/No for each category	Cafe / coffee shop / sandwich shop	Pub / bar	Takeaway (ordered directly)	Takeaway (ordered online)	Restaurant	Online marketplace	Food-sharing app	Social media	Home kitchen											
FOOD HABITS	When eating outside of the home, how often do you wa		Always	Most of the time	About half the time	Occasionally	Never	Don't know														

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
	Wash your hands before eating?																					
FOOD HABITS	When eating out or ordering food from somewhere new, how often do you check in advance for allergen information?	Asked if participant has a food allergy	Always	Most of the time	About half the time	Occasionally	Never	Don't know														
FOOD HABITS	When eating out or buying food to take out, how often is allergen information readily available?	Asked if participant has a food allergy	Always	Most of the time	About half the time	Occasionally	Never	Don't know														
FOOD HABITS	How confident are you that allergen information provided allows you to identify and avoid risky foods?	Asked if participant has a food allergy	Very confident	Fairly confident	Not very confident	Not at all confident	It varies from place to place	Don't know														
FOOD HABITS	Generally, when you eat out, what do you consider when deciding where to go?		Location	Price	Deals/discounts	Food quality	Food type	Calorie info	Allergen info	Healthier options	Ambiance	Cleanliness	Recommendations	Reviews	Previous experience	Service quality	Independent vs chain	Food Hygiene Rating	Child-friendliness	None of these	Don't know	I don't eat out

MODULE	Question	Condi tion	Optio n 1	Optio n 2	Optio n 3	Optio n 4	Optio n 5	Optio n 6	Optio n 7	Optio n 8	Optio n 9	Optio n 10	Optio n 11	Opti on 1 2	Optio n 13	Optio n 14	Optio n 15	Optio n 16	Optio n 17	Optio n 18	Optio n 19	Optio n 20
FOOD SAFETY	Have you heard of the Food Hygiene Rating Scheme?	Asked in England, Wales, and Northern Ireland	Yes, I know a lot	Yes, I know a bit	Yes, but don't know much	Yes, but don't know anything	No, never heard of it															
FOOD SAFETY	In the last 12 months, have you checked the hygiene rating of a food business?	Asked in England, Wales, and Northern Ireland	Yes	No	Don't know																	
FOOD SAFETY	In general, who does the food preparation and cooking for your household?		I do all or most	I share responsibility	Someone else in my household	Someone else outside my household	Each person cooks for themselves	Don't know														
FOOD SAFETY	When you are at home, how often do you wash your hands?		Always	Most of the time	About half the time	Occasionally	Never	I don't cook meat, poultry, or fish	Don't know													
FOOD SAFETY	Do you have any concerns about the food you eat?		Yes	No																		
FOOD SAFETY	How confident are you that the food you		Very confident	Fairly confident	Not very confident	Not at all confident	Don't know															

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
	buy is safe to eat?				Confident	Confident																
UNCATEGORIZED	Which types of information on food labels do you check?	Asked only if FODLABEL is not 'Never'	Use by date	Best before date	Ingredients	Nutritional information	Allergy information	Origin of food	Sustainability labels	Other (please specify)												
UNCATEGORIZED	In the last 12 months, have you ever worried about running out of food before you could afford to buy more?		Yes, often	Yes, sometimes	No, never	Prefer not to say																
FOOD SAFETY	How confident are you in the food supply chain? That is all the processes involved in bringing food to your table.	Asked to all respondents	Very confident	Fairly confident	Not very confident	Not at all confident	It varies	Don't know														
FOOD SAFETY	Which of the following, if any, have you heard of?	Different lists for England, Wales, and Scotland	Food Standards Agency (FSA)	UK Health Security Agency (UKHSA)	Department for Environment, Food and Rural Affairs	Environment Agency	Health and Safety Executive (HSE)	The Office for Health Improvement and Dispar	None of these													

MODULE	Question	Condi tion	Optio n 1	Optio n 2	Optio n 3	Optio n 4	Optio n 5	Optio n 6	Optio n 7	Optio n 8	Optio n 9	Optio n 10	Optio n 11	Opti on 1 2	Optio n 13	Optio n 14	Optio n 15	Optio n 16	Optio n 17	Optio n 18	Optio n 19	Optio n 20
					ffairs (DEFR A)			ities (OHI D)														
UNCATEGORIZ ED	Have you ever heard of Anti microbial resis tance (AMR)?		Yes, I have heard of it a nd kn ow qu ite a l ot ab out it	Yes, I have heard of it a nd kn ow a bit ab out it	Yes, I have heard of it b ut do n't kn ow m uch a bout i t	Yes, I have heard of it b ut do n't kn ow an ything about it	No, I have never heard of it															
UNCATEGORIZ ED	Have you ever heard of Anti biotic resistan ce?		Yes, I have heard of it a nd kn ow qu ite a l ot ab out it	Yes, I have heard of it a nd kn ow a bit ab out it	Yes, I have heard of it b ut do n't kn ow m uch a bout i t	Yes, I have heard of it b ut do n't kn ow an ything about it	No, I have never heard of it															
HOUSEHOLD FOOD SECURI TY	In the last 12 months, I/we worried wheth er food would run out before getting mone		Often true	Somet imes t rue	Never true	Don't know or pre fer no t to s ay																

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
	y to buy more.																					
HOUSEHOLD FOOD SECURITY	The food that I/we bought just didn't last, and I/we didn't have money to get more.		Often true	Sometimes true	Never true	Don't know or prefer not to say																
HOUSEHOLD FOOD SECURITY	I/we couldn't afford to eat balanced meals.		Often true	Sometimes true	Never true	Don't know or prefer not to say																
HOUSEHOLD FOOD SECURITY	In the last 12 months, did you or any other adult in your household ever cut the size of meals or skip meals because there wasn't enough money for food?	Asked if FOOD SEC_1 or FOODSEC_2 or FOODSEC_3 is 'Often true' or 'Sometimes true'	Yes	No	Don't know or prefer not to say																	
HOUSEHOLD FOOD SECURITY	In the last 12 months, did you ever eat less than you felt you should because there	Asked if FOOD SEC_1 or FOODSEC_2 or FO	Yes	No	Don't know or prefer not to say																	

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
	wasn't enough money for food?	ODSEC_3 is 'Often true' or 'Sometimes true'																				
HOUSEHOLD FOOD SECURITY	In the last 12 months, were you ever hungry but didn't eat because there wasn't enough money for food?	Asked if FOODSEC_1 or FOODSEC_2 or FOODSEC_3 is 'Often true' or 'Sometimes true'	Yes	No	Don't know or prefer not to say																	
HOUSEHOLD FOOD SECURITY	In the last 12 months, have you, or anyone else in your household, received a free parcel of food from a food bank or other emergency food provider?		Yes	No	Prefer not to say																	

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
UNCATEGORIZED	In the last 12 months, did you lose weight because there wasn't enough money for food?	Asked if FOOD SEC_1, FOODS EC_2, or FOOD SEC_3 = 'Often true' or 'Sometimes true'	Yes	No	Don't know or prefer not to say																	
UNCATEGORIZED	In the last 12 months, did you ever not eat for a whole day because there wasn't enough money for food?	Asked if SKIP MEAL, EATLES S, HUNGRY, or LOST WT = Yes	Yes	No	Don't know or prefer not to say																	
UNCATEGORIZED	How often did this happen 囊 · almost every month, some months but not every month, or in only 1 or 2 months?	Asked if NOTE AT = Yes	Almost every month	Some months but not every month	Only 1 or 2 months	Don't know or prefer not to say																

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
UNCATEGORIZED	Thinking about food in the UK today, how concerned, if at all, do you feel about each of the following topics?	Response scale: Highly concerned, Somewhat concerned, Not very concerned, Not at all concerned, Don't know	Affordability of food	Food produced in the UK being safe and hygienic	Food from outside the UK being safe and hygienic	Food produced in the UK being what it says it is	Food from outside the UK being what it says it is	Food being produced sustainably	The availability of a wide variety of food	Animal welfare in the food production process	Ingredients and additives in food											
EMERGING ISSUES	Have you ever heard of the following?	Response scale: Yes, I have heard of it and know quite a lot about it, Yes, I have heard of it and know a bit about it, Yes, I have heard of	Antimicrobial resistance (AMR)	Antibiotic resistance	Genetically modified (GM) food	Gene edited or genome edited food	Precision bred food															

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
		it but don't know much about it, Yes, I have heard of it but don't know anything about it, No, I have never heard of it																				
EMERGING ISSUES	Which of the following do you think contributes most to someone having a sustainable diet?	Select up to 3 answers	Eating a vegetarian diet	Eating a pescatarian diet	Eating a vegan diet	Eating less meat, poultry, or fish	Eating /drinking less dairy	Eating less processed food	Eating more fruit and/or vegetables	Minimizing food waste	None of these	Don't know										

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20	
EMERGING ISSUES	Which of the following do you think contributes most to someone making sustainable food shopping choices?	Select up to 3 answers	Buying animal products with high welfare standards	Buying fair trade products	Buying locally produced food	Buying food that is in season	Buying food with minimal or no packaging	Buying products with minimal water usage and/or minimal deforestation	Buying food grown organically	Buying sustainably sourced fish	None of these	Don't know											
EMERGING ISSUES	Which, if any, of the following changes have you made in the last 12 months?	Multiselect question	Stopped eating meat, poultry, or fish completely	Eaten less meat, poultry, or fish	Eaten/drank less dairy (e.g. milk, cheese, butter, eggs)	Eaten less processed food	Started eating more fruit and/or vegetables	Started minimizing food waste	Started growing fruit and/or vegetables	Started buying animal products with high welfare standards	Started buying fair trade products	Started buying locally produced food or food that is in season	Started buying food with minimal or no packaging	Started buying food produced with minimal water usage and/or minimal deforestation	Started buying food grown organically	Started buying sustainably sourced fish	Started getting food from the waste area or bins of a supermarket or shop (freeganism)	Other (please specify)	None of these	Don't know			

MODULE	Question	Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14	Option 15	Option 16	Option 17	Option 18	Option 19	Option 20
EMERGING IS SUES	What types of meat, poultry and/or fish have you stopped eating in the last 12 months?	Asked if code 1 at SU SBEHV (stopped eating meat/poultry/fish completely)	Red meat (e.g. beef, pork, lamb)	Processed meat (e.g. ham, bacon, sausages)	Poultry (e.g. chicken, turkey, duck)	All fish	Only some types of fish, please specify:															
EMERGING IS SUES	You have said that you have stopped eating red meat in the last 12 months. Why?	Asked if STOP MPF = Red meat	For animal welfare reasons	For environmental or sustainability reasons	For financial reasons	For health reasons	For religious reasons	Food intolerance	Concerns about food poisoning	Social influences	Celebrity influence	Concerns about source of food	Wanted a change	Due to pregnancy	Other (please specify)	None of these	Prefer not to say					
EMERGING IS SUES	What types of meat, poultry and/or fish have you reduced eating in the last 12 months?		Red meat	Processed meat	Poultry	All fish	Only some types of fish, please specify															
EMERGING IS SUES	Have you ever eaten meat alternatives?		Yes, I currently eat meat alternatives	Yes, I used to eat them but don't anymore	No, I have never eaten them	I have never heard of meat alternatives																

MODULE	Question	Condi on	Optio n 1	Optio n 2	Optio n 3	Optio n 4	Optio n 5	Optio n 6	Optio n 7	Optio n 8	Optio n 9	Optio n 10	Optio n 11	Opti on 1 2	Optio n 13	Optio n 14	Optio n 15	Optio n 16	Optio n 17	Optio n 18	Optio n 19	Optio n 20
EMERGING IS SUES	Would you be willing to try lab-grown meat?		I definitely would like to try this	I probably would like to try this	I probably would not like to try this	I definitely would not like to try this	Don't know															
EMERGING IS SUES	Have you ever heard of Genetically Modified (GM) food?		Yes	No																		
EMERGING IS SUES	Have you ever heard of Gene Edited (GE) food?		Yes	No																		
EMERGING IS SUES	Have you ever heard of Precision Bred food?		Yes	No																		
ABOUT YOU 2	What is your age in years?		Open box (16-120)																			
ABOUT YOU 2	Which age category are you in?		16-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80 or older	Prefer not to say						
ABOUT YOU 2	Are you living with someone in this household as a couple?		Yes	No	Prefer not to say																	

MODULE	Question	Condi on	Optio n 1	Optio n 2	Optio n 3	Optio n 4	Optio n 5	Optio n 6	Optio n 7	Optio n 8	Optio n 9	Optio n 10	Optio n 11	Opti on 1 2	Optio n 13	Optio n 14	Optio n 15	Optio n 16	Optio n 17	Optio n 18	Optio n 19	Optio n 20
ABOUT YOU 2	What is your marital status?		Single, never marri ed	Marrie d	Separ ated, but st ill leg ally m arried	Divorc ed	Wido wed	In a r egiste red ci vil par tnersh ip	Separ ated, but st ill leg ally in a civi l part nershi p	Forme rly in a civil partn ership whic h is n ow le gally dissol ved	Survivi ng pa rtner f rom a civil partne rship	Prefer not t o say										
ABOUT YOU 2	What is your current workin g status?		Stude nt · in full-ti me ed ucatio n	Worki ng full -time (30+ hours)	Worki ng pa rt-tim e (les s than 30 h ours)	Unem ployed and l ooking for w ork	Unem ployed but n ot loo king f or wo rk	Retire d	Long-t erm si ck or disabl ed	Lookin g afte r hom e/fami ly	Other (pleas e spe cify)	Prefer not t o say										

3) CIT

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Demographics (Core)	What is your age?	None	[Numeric input]													
Demographics (Core)	How do you identify?	None	Male [1]	Female [2]	Nonbinary [3]	Another term (Please specify) [4] [Free text field]	Prefer not to say [98] [Single response option]									
Demographics (Core)	What is the postcode of your main place of residence?	None	[Four-digit free text]													
Demographics (Core)	What is the highest level of formal education you have completed?	None	High school or below [1]	Vocational/trade qualification [2]	Undergraduate degree [3]	Postgraduate degree [4] [Single response option]										
Demographics (Core)	How would you describe your cultural background? (Please select all that apply)	Show only to people residing in New Zealand	New Zealand European [1]	Māori [2]	Pacific Islander [3]	Chinese [4]	Indian [5]	Other (please specify) [FREE TEXT] [6]	Prefer not to say [EXCLUSIVE] [98]							
Demographics (Core)	How many people live in your household, including you? If you have a shared care arrangement, please include the maximum number of people who live in y															

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
	our household, including yourself.															
Demographics (Core)	Which one of the following categories best describes your household's total annual income (before tax)?	None	Under \$25,000 - Above \$285,000	Prefer not to say [98] [Single response option]												
Trust and Confidence (Core)	How much do you personally trust the following institutions or professions in New Zealand?	None	The school system	The legal system	The media	The Federal Government	The police	The health system	Scientists [Matrix: 7-point scale where 1 = "Not at all"	7= "Completely"]						
Trust and Confidence (Core)	How confident are you that all food (including drinks) sold in Australian/New Zealand shops and supermarkets is safe to eat?															

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Trust and Confidence (Core)	How much do you trust the following people or groups to do their part to ensure that all food (including drinks) sold in Australian/New Zealand shops and supermarkets is safe to eat?															
Trust and Confidence (Core)	How much, if anything, do you know about Food Standards Australia New Zealand, also known as FSANZ?	None	I have never heard of FSANZ before [0]	I have heard of FSANZ before but know nothing about what it does [1]	I know a little about FSANZ and what it does [2]	I know a lot about FSANZ and what it does [3] [Single response option]										

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Trust and Confidence (Core)	How much do you agree or disagree with the following statements about FSANZ?	Only asked to people who have heard of FSANZ and know something about what it does [Codes 2 or 3 in FSANZAware]	[FSANZRight] I trust FSANZ to do what is right. [FSANZBest] FSANZ acts in the best interest of food safety and the food regulatory system. [FSANZScience] FSANZ bases its decisions on the best available scientific evidence. [Matrix: 1 = 'Strongly disagree' - 7 = 'Strongly agree']													

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Trust and Confidence (Core)	How confident are you that all food (including drinks) sold in New Zealand shops and supermarkets is safe to eat?	None	[1 = "Not at all confident"	7 = "Completely confident"]												
Health and Dietary Behaviours (Core)	Excluding taste and price, what is most important to you when choosing which foods to buy?	None	Naturalness	Convenience	Nutrition	Tradition	Origin	Fairness	Animal welfare	Environmental impact	Other (Please specify) [FREE TEXT]	None of the above [EXCLUSIVE] [Rank up to 3]				
Health and Dietary Behaviours (Core)	Do any of the following currently affect the food choices you make for you or your household? (Please select all that apply)	None	Food allergy	Digestive concerns	Other diet-related health concerns	Pregnancy or breastfeeding	Weight management	Vegetarian or vegan	Religious beliefs	Training for sports	Cost of living pressures	Other (Please specify) [FREE TEXT]	None of the above [EXCLUSIVE]			
Health and Dietary Behaviours (Core)	How much effort do you generally put into maintaining a healthy diet for you and/or your household?															
New Food Technologies	Have you heard of any of the following new or emerging foods?	None	Insect protein	Cell-based meat	Cell-based dairy	Gene-edited fruit or vegetables	Gene-edited meat or dairy	3D printed foods [Matrix: 0 = Never	1 = Heard of but know little	2 = Heard of and know some	3 = Heard of and can explain]					

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
								er heard of								
New Food Technologies	How confident would you be in the safety of the following foods if you saw them for sale in New Zealand shops and supermarkets?	None	Insect protein	Cell-based meat	Cell-based dairy	Gene-edited fruit/vegetables	Gene-edited meat/dairy	3D printed foods [Matrix: 1 = Not confident at all]	7 = Completely confident]							
New Food Technologies	Assuming you liked the taste and the product was a similar price to meat and/or meat alternatives, do you think you would include cell-based meat in your diet?	None	Yes [1]	No [0]	Can't say/don't know [98] [Single response option]											
New Food Technologies	How do you think you would include cell-based meat in your diet? (Please select all that apply)	Only asked to those who answered Yes [1] to CellMeatA	Completely replace traditional meat	Partly replace traditional meat	Consume in addition to traditional meat	Completely replace plant-based proteins	Partly replace plant-based proteins	Consume in addition to plant-based proteins	Other (Please specify) [FREE TEXT]	Can't say/don't know [EXCLUSIVE]						
New Food Technologies	How often, if at all, do you personally consume															

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
	the following food products?															
Sports Foods (Supplementary)	When do you typically consume sports foods? Sports foods are things like protein powders, pre-workout drinks, energy gels or gummies, gainers, sports bars, and creatine powder. They do not include electrolyte drinks, energy drinks, tablets/capsules, or general foods like meat, fruit, or veg.	To anyone who answered that they consume sports foods every day, every few days, every week, or every month]														
Food Labelling (Core)	Think about when you are making the decision to buy a packaged food or drink for the first time. How important is the following labelling information when deciding what to buy?	None	Nutrition information panel	Ingredients list	Allergen information	Health Star Rating	Advisory or warning statements	Claims about health benefits	Claims about nutrient or ingredient content [Matrix: 1 = Not important at all	7 = Extremely important]						

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Food Labelling (Core)	How confident are you in your ability to make informed choices about foods from the information on food labels?	None	[Scale: 1 = Not at all confident	7 = Completely confident]												
Food Labelling (Core)	How much do you feel you can trust the following information on packaged foods and drink?	None	Nutrition information panel	Ingredients list	Allergen information	Health Star Rating	Advisory or warning statements	Claims about health benefits	Claims about nutrient or ingredient content	Best before/use by date [Matrix: 1 = Can not trust at all	7 = Can trust completely]					
Food Labelling (Core)	When buying products for the first time, what parts of the Nutrition Information Panel (NIP) do you usually look for? (Please select all that apply)	Only ask those who answered 3-7 in LE1 (i.e. that the NIP has an importance of 3-7)	Energy content (kilojoules)	Calories	Protein content	Total fat content	Saturated fat content	Carbohydrate (carb) content	Sugar content	Sodium content	Serving size	Servings per package	Other (Please specify) [FREE TEXT]	Don't know/can't say [EXCLUSIVE]		
Food Labelling (Core)	What information do you usually look for in the ingredients list when buying products for the first time? (Please select all that apply)	Ask people who answered 3-7 to LE2 (i.e. those who answered 3-7 on importance of the Ingredient List in decision-making)	Food additives	Allergen information	Key ingredients	Percentage of ingredients	Length of ingredients list	Genetically modified (GM) ingredients	Artificial sweeteners	Plant-based sugar substitutes	Chemical-sounding ingredients	Vitamin and mineral content	Other (Please specify) [FREE TEXT]	Don't know/can't say [EXCLUSIVE]		

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Food Labelling (Core)	What makes it difficult to use food labelling to make informed choices about foods? (Please select all that apply)	Ask those who answered 1-4 in Label Ability	I often don't understand what the information on food labels means	The information on food labels is too small/illegible to read	I'm not sure if I can trust the information on food labels	I can't find the information I need	I don't find the information useful	I don't have enough time	Other (Please specify) [FREE TEXT]	Can't say/don't know [EXCLUSIVE]						
Food Labelling (Supplementary)	How often, if at all, do you look at best before or use-by/expiry dates when you are about to cook, prepare or consume packaged food?	None	Always [4]	Most of the time [3]	About half the time [2]	Occasionally [1]	Never [0]	It varies too much to say / Don't know [98]								
Food Labelling (Supplementary)	To the best of your knowledge, what does the term 'best before' mean on food or drink labels? (Please select all that apply)	None	Food should not be eaten after this date as it may be unsafe	Food is still safe to eat after this date as long as it is not damaged	Food is still safe to eat after this date	but quality may not be as good	Other (Please specify) [FREE TEXT]	Can't say/don't know [EXCLUSIVE]								
Food Labelling (Supplementary)	Thinking about best before dates on packaged food products, how do you use them? (Please select all that apply)	Ask those who did not answer 0 or 98 in [DateMarks]]														

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Food Labelling (Supplementary)	To the best of your knowledge, what does the term 'use-by' mean on food or drink labels? (Please select all that apply)	None	Food should not be eaten after this date as it may be unsafe	Food is still safe to eat after this date as long as it is not damaged	Food is still safe to eat after this date	but quality may not be as good	Other (Please specify) [FREE TEXT]	Can't say/don't know [EXCLUSIVE]								
Food safety knowledge and concerns (Core)	Which of these statements best describes who is responsible for preparing and cooking meals in your household?	None	I do the majority of preparing and cooking meals [1]	I share the preparing and cooking of meals with someone else [2]	Someone else does the majority of preparing and cooking meals for my household [0]											
Food safety knowledge and concerns (Core)	How often do you do the following when preparing food at home?	Only asked to those responsible for cooking meals	Wash hands	Separate raw and cooked	Cook thoroughly	Refrigerate leftovers [Matrix: 1 = Never	4 = About half the time	7 = Always]								
Food safety knowledge and concerns (Core)	Do you remember hearing about any food being recalled in the past 12 months?	None	Yes [1]	No [0]	Can't say/don't know [98] [Single response option]											
Food safety knowledge and concerns (Core)	In your opinion, what are the top three most important FOOD SAFETY issues today?	None	Food poisoning	Undeclared allergens	Contaminants	Hormones/steroids/antibiotics	Artificial sweeteners	Food additives	GM foods	Imported food	Foreign objects	Other (Please specify) [FREE TEXT]	None of the above [EXCLUSIVE] [Rank up to 3]			

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Food safety knowledge and concerns (Core)	In your opinion, what are the top 3 categories of foods that are the most likely to cause illness?	None	Eggs	Raw beef	Raw chicken	Processed meat	Dairy	Vegetables	Seafood	Fruits	Other (Please specify) [FREE TEXT] [Rank up to 3]					
Food safety knowledge and concerns (Core)	Would you like to know more about how to store and prepare food safely?	None	Yes [1]	No [0]	Can't say/don't know [98]											
Food safety knowledge and concerns (Core)	What are your preferred sources of information about how to store and prepare food safely? (Please select all that apply)	Only asked to those who answered Yes [1] or Can't say [98] in FSInfowant	Family and friends	Social media	Podcasts/YouTube	Health professionals	Magazines	Television	Radio	Government websites	Retailers and supermarkets	Product labels	Non-government organizations	Other (Please specify) [FREE TEXT]	Can't say/don't know [EXCLUSIVE]	
Demographics (Core)	Which of the following best describes where you were born?	None	In Australia/New Zealand [1]	Outside of Australia/New Zealand in a primarily English-speaking country [2]	Outside of Australia/New Zealand in a primarily non-English-speaking country [3]	Prefer not to say [98] [Single response option]										

Module	Question	Branching Condition	Option 1	Option 2	Option 3	Option 4	Option 5	Option 6	Option 7	Option 8	Option 9	Option 10	Option 11	Option 12	Option 13	Option 14
Demographics (Core)	How much of the food shopping do you have responsibility for in your household?	None	I do all or the majority of the food shopping [2]	I share the food shopping with someone else [1]	Someone else does all or the majority of the food shopping [0]											
Demographics (Core)	Do you, or have you ever, worked in any of the following food-related sectors? (Please select all that apply)	None	Food primary production	Food manufacturing or processing	Food logistics	Food retailing	Food service	Food delivery	Government/public food authorities	Food-related consumer advocacy groups	Other (Please specify) [FREE TEXT]	I have not worked in food-related employment [EXCLUSIVE]				

2.1.5 既存の国内の関連調査に係る調査設計についての情報整理

(1) 食育に関する世論調査

1) 調査概要

サンプルの抽出方法として層化二段無作為抽出法が行われている。この抽出方法は、全国をいくつかの層（地域や人口規模など）に分け、各層から無作為に調査地点を選び、その後、各調査地点内で無作為に調査対象者を選ぶ方法であり、地域や人口構成を考慮した代表性の高いサンプルを得ることができる。

項目	内容
実施時期	2024年7月25日～9月1日
調査対象	全国の18歳以上の日本国籍を有する者
調査方法	郵送法
抽出方法	層化二段無作為抽出法
対象人数	3,000人
有効回答数	1,656人(55.2%)

2) 食品安全に関する設問と選択肢

本調査には、食品安全に関する詳細な設問は含まれていなかった。しかし、過去1カ月の間に話題にした食に関するテーマを尋ねる設問の選択肢の1つに「食品の安全性について」が挙げられている。設問と選択肢は、具体的には以下の通りである。また、括弧内に示す数値は回答結果のパーセンテージである。過去1カ月の間に「食品の安全性について」を話題に挙げている回答者は35.8%であり、比較的関心の高いテーマと捉えることができる。

設問「あなたは、食について最近1カ月の間に話題にしたことはありますか。(〇はいくつでも)」

選択肢

1. 栄養バランスや食生活について (57.7)
2. ダイエットについて (3.4)
3. 料理レシピなどの調理について (40.7)
4. 食材について (46.4)
5. 飲食店について (29.7)
6. 惣菜や弁当について (27.7)
7. 食品ロスについて (25.1)
8. 食品の安全性について (35.8)
9. 農林水産業や生産者について (0.9)
10. 食文化について (9.5)
11. 酪農体験や収穫体験、食品工場見学などの食に関する体験活動について (5.3)
12. 農作業やこども食堂での活動などの食育に関するボランティア活動について (7.1)
13. その他 (2.2)
14. 食について話題にしたことはない (8.6)
15. 無回答 (1.1)

都市規模別の調査結果の比較

調査結果について「東京都区部」と「政令指定都市」「中都市」「小都市」「町村」の間で、食育に関する話題や関心の違いを整理した。

① 食に関する話題の違い

● 栄養バランスや食生活についての話題

- 東京都区部：68.3%
- 町村：52.6%
- 都市部では健康や栄養バランスに関する話題が多い

● 食品の安全性についての話題

- 東京都区部：38.3%
- 町村：32.7%
- 都市部の方が食品の安全性についての関心がやや強い

② 乳児や幼児に対する食育の取り組み

● 「保護者が食について学ぶ機会の充実」

- 東京都区部：75.0%
- 町村：76.3%
- 都市部・地方のどちらでも重要視されている

● 「保育所・幼稚園での給食の実施・充実」

- 東京都区部：51.7%
- 町村：49.6%
- 地域差はほぼなく、食育の重要性が認識されている

③ 小・中学生に対する食育の取り組み

● 「児童・生徒が食生活や食文化について学べるコンテンツの充実」

- 東京都区部：56.7%
- 町村：57.3%
- 都市部・地方で大きな差はなし

● 「家庭科の授業や給食の時間における栄養教諭との連携」

- 東京都区部：55.0%
- 町村：48.9%
- 都市部の方が給食や栄養教育への関心が高い

④ 民間企業による食育情報の入手方法

● 「テレビや新聞広告」を情報源とする割合

- 東京都区部：57.5%
- 町村：74.8%
- 町村の方がテレビ・新聞広告を活用

● 「インターネット広告」を利用する割合

- 東京都区部：50.8%
- 町村：41.2%
- 東京都区部の方がインターネット広告を活用する傾向

⑤ 農林漁業体験への関心

- 「**体験費用が無料または安価であること**」を重視
 - 東京都区部：50.8%
 - 町村：52.7%
 - どの地域でも費用の安さは重要なポイント
- 「**食品工場や加工施設の見学と合わせて体験できること**」
 - 東京都区部：46.7%
 - 町村：56.5%
 - 町村の方が食品加工施設との連携を求める傾向

⑥ 農林水産業や産地に親近感を持つ場面

- 「**食品を買う・外食時に産地情報を得られること**」
 - 東京都区部：61.7%
 - 町村：58.8%
 - 都市部の方がわずかに関心が高い
- 「**SNS を活用して農林水産業の情報を得る割合**」
 - 東京都区部：33.3%
 - 町村：31.3%
 - 都市部の方が SNS 活用率が高い

⑦ 総括

- 都市部は「栄養バランス」「食品の安全性」「給食・栄養教育」に関心が高い
- 町村は「テレビ・新聞広告」を重視し、食品加工施設と連携した体験を求める傾向
- 農林漁業体験に関しては、都市部・地方どちらでも「費用の安さ」が重要なポイント
- 情報収集の手段として、都市部は web を、地方は従来型メディアを活用する傾向

(2) 食料・農業・農村の役割に関する世論調査

1) 調査の概要

調査方法の特徴は、回収方法を郵送と web を組み合わせている点である。

項目	内容
実施時期	2023年10月～11月
調査対象	全国の18歳以上の男女
調査方法	郵送法（配布:郵送、回収:郵送又はweb回答）
抽出方法	層化二段無作為抽出法
対象人数	5,000人
有効回答数	2,875人（57.5%） うち郵送 2,009人 うちweb 866人

2) 食品安全に関する設問と選択肢

なし

(3) 食と農林漁業に関する世論調査

1) 調査の概要

項目	内容
実施時期	2018年8月30日～9月9日
調査対象	全国の18歳以上の日本国籍を有する者
調査方法	調査員による個別面接聴取法
抽出方法	層化二段無作為抽出法
対象人数	3,000人
有効回答数	1,743人(58.1%)

2) 食品安全に関する設問と選択肢

3) 食品の安全に関する知識の普及・啓発、情報提供

Q1〔回答票1〕あなたが、食品の安全に関して不安に感じることは何ですか。この中からいくつでもあげてください。

(ア)	食中毒	(41.7)
(イ)	食品添加物	(37.9)
(ウ)	残留農薬	(35.2)
(エ)	遺伝子組換え食品	(29.1)
(オ)	食品中の放射性物質	(27.1)
(カ)	輸入食品	(40.3)
(キ)	アレルギー物質	(25.1)
(ク)	食品の容器・包装などに記載されている食品表示が適正かどうか	(21.9)
(ケ)	特に不安を感じない	(15.8)
	その他	(0.6)
	わからない	(0.6)

Q2〔回答票2〕あなたは、食品の安全に関する情報をどのように入手することが多いですか。この中からいくつでもあげてください。(M.A.)

(ア)	テレビ・ラジオ	(79.7)
(イ)	新聞	(46.4)
(ウ)	行政機関や企業のホームページ、インターネット上の報道記事など	(21.9)
(エ)	SNS (Twitter・Facebook など)	(12.7)
(オ)	雑誌・書籍	(22.1)
(カ)	家族・知人に尋ねる	(22.6)
(キ)	行政機関・事業者に問い合わせる	(2.8)
(ク)	ポスター、パンフレット	(10.0)
(ケ)	特にどこからも入手しない	(4.9)

	その他	(0.9)
	わからない	(0.3)

4) 都市規模別の調査結果の比較

都市規模別にみる食品安全意識と情報収集手段の違い

「東京都区部」と「政令指定都市」「中都市」「小都市」「町村」の間でどのような差があるのかを検証するため、都市規模別に食品安全に対する不安の違い及び、食品安全に関する情報の入手方法の違いを整理した。

① 食品安全に対する不安の地域差

● 遺伝子組換え食品への不安

- 東京都区部：38.9%
- 町村：23.4%（15.5 ポイント低い）
- 小都市：25.5%（13.4 ポイント低い）
- 東京都区部では遺伝子組換え食品への不安が高い

● 食中毒への不安

- 東京都区部：46.3%
- 町村：34.2%（12.1 ポイント低い）
- 小都市：38.3%（8.0 ポイント低い）
- → 都市部ほど食中毒への不安が高い傾向

● 食品添加物への不安

- 東京都区部：44.2%
- 町村：34.2%（10.0 ポイント低い）
- 小都市：33.2%（11.0 ポイント低い）
- → 東京都区部では食品添加物に対する不安が高い

● 食品中の残留農薬への不安

- 東京都区部：36.8%
- 町村：27.8%（9.0 ポイント低い）
- 東京都区部の方が食品中の残留農薬を懸念

② 食品の安全に関する情報の入手方法の違い

● SNS（Twitter・Facebook など）を情報源とする割合

- 東京都区部：18.9%
- 町村：7.0%（11.9 ポイント低い）
- 小都市：11.2%（7.7 ポイント低い）
- 東京都区部では SNS を情報源にする割合が高い

● 行政機関や企業のホームページ、web 記事を情報源とする割合

- 東京都区部：25.3%
- 町村：13.9%（11.4 ポイント低い）
- 小都市：18.9%（6.4 ポイント低い）

→ 都市部ほど web を活用した情報収集が活発

- **家族・知人に尋ねる割合**

- 東京都区部：27.4%

- 町村：20.3% (7.1 ポイント低い)

→ 都市部の方が家族・知人に尋ねる傾向がやや強い

- **雑誌・書籍を情報源とする割合**

- 東京都区部：22.1%

- 町村：15.2% (6.9 ポイント低い)

→ 都市部の方が雑誌・書籍を利用する割合が高い

5) まとめ

都市部ほど食品の安全性に関する不安が高い傾向にあり、特に東京都区部では遺伝子組換え食品や食品添加物、食中毒に対する不安が高かった。一方で、町村などの小規模都市ではこれらの不安が相対的に低く、食品安全に対する不安への差が見られた。

都市部ほど web (SNS や企業サイト) を活用した情報収集が進んでおり、特に東京都区部ではその傾向が顕著だった。一方で、町村では web 利用が低く、家族や知人、他の手段に頼る傾向が見られた。

整理結果から、都市部ほど食品安全に対する不安が高く、情報収集手段として SNS や web を積極的に活用する傾向があることが分かった。一方で、町村などの小規模都市では、食品安全への不安が相対的に低く、情報収集も web より家族・知人を頼る傾向にある。

(4) 中央調査社「食の安全」に関する意識調査

1) 概要

中央調査社は、日本全国の成人を対象に「食の安全」に関する意識調査を定期的を実施している。2007年、2008年、2009年の調査結果について調査方法、サンプリング手法、回答数、分析手法を整理する。

2) 調査方法

本調査は、対象者宅を訪問し調査票を配布・回収する「個別訪問留置法」によって実施されている。個別訪問留置は、調査員が調査対象者の自宅を訪れ、紙の調査票を渡し、後日回収する手法であり、調査対象者がじっくりと回答することができ、回収率を向上させる効果が期待できる。

3) サンプリング手法

調査では層化三段無作為抽出法を採用している。

4) 回答数と回収率

調査ごとに若干の変動はあるが、約1,200～1,400名の回答が得られている。

年	有効回答数	回収率
2007年	1,374名	約60%
2008年	1,295名	約58%
2009年	1,250名	約55%

5) 調査項目

調査では以下の項目について質問が行われた。

- 食品の安全性に対する不安感
- 食品の原産地・生産地に関する意識
- 食品添加物や保存料への懸念
- 残留農薬に対する意識
- 輸入食品への不安感
- 食品表示の信頼度
- 特定保健用食品の認知度と安心感
- 食品購入時の重視点（価格、ブランド、安全性など）
- 行政や企業の食品安全対策への信頼度

6) 調査結果の概要

調査結果から、以下の傾向が明らかになった。

- 食品の安全性に対する不安感は一貫して高く、2007年では約76%、2008年は約80%、2009年には約62%の人が「不安を感じる」と回答。
- 不安を感じる要因として、「生産地・原産地の不透明さ」「食品添加物」「残留農薬」が常に上位に挙げられる。
- 輸入食品に対する不安感は9割近くの回答者が「ある」と回答し、特に中国産食品への警戒

感が強い。

- **食品表示の信頼度**については、「まあ信頼している」が約 6 割を占める一方、「全く信頼していない」も一定数存在。
- 特定保健用食品（トクホ）に対する認知度は高いものの、安心感を持って購入する人は全体の 6 割程度に留まる。
- **食品購入時の決定要因**として、「安全性」が「価格」や「ブランド」よりも重要視される傾向が強い。
- **行政や企業の食品安全対策**に対する信頼度は低く、約半数の回答者が「不十分」と回答。

7) 分析手法

調査データの分析には、以下の統計手法が用いられた。

- **単純集計**：回答の分布を整理
- **クロス集計**：性別・年齢層ごとの違いを比較
- **時系列比較分析**（2007 年、2008 年、2009 年のデータを比較）
- **相関分析**：不安感の要因を解析
- **クラスター分析**（2009 年調査より）
 - 食品の安全性に関する意識の異なるグループを分類
- **ロジスティック回帰分析**（2009 年調査より）
 - 食品の安全に関する意識が購買行動にどう影響するかを統計的に検証

2.1.6 食品以外の分野における経年的な調査

(1) がん対策に関する世論調査

1) 調査の概要

内閣府は、がん対策に関する国民の意識を把握し、今後の施策の参考とするために、定期的に世論調査を実施している。調査の目的は、がんに対する国民の印象や認識、がん検診の受診状況、セカンドオピニオンや緩和ケアの認知度、仕事と治療の両立の実態などを明らかにすることである。

2) 調査の実施概要

実施年度	調査対象	調査方法	有効回収数	有効回収率
令和5年(2023年)	全国の18歳以上の日本国籍を有する者3,000人	郵送法	1,626人	54.2%
平成28年(2016年)	全国の18歳以上の日本国籍を有する者3,000人	調査員による個別面接聴取法	1,647人	54.9%
平成25年(2013年)	全国の20歳以上の日本国籍を有する者3,000人	調査員による個別面接聴取法	1,799人	60.0%
平成9年(2007年)	全国の20歳以上の日本国籍を有する者3,000人	調査員による個別面接聴取法	1,767人	58.9%

※ 平成28年以降、調査対象年齢が18歳以上に変更された。

※ 令和5年(2023年)から調査方法が郵送法に変更された。

3) 標本抽出方法

本調査では、全国の対象者を適切に代表するために、層化二段無作為抽出法が採用されている。

- **層化:** 全国を地域や都市規模などの特性に基づいて複数の層(グループ)に分ける。
- **第一段階の抽出:** 各層から調査地点(市区町村や町丁単位)を無作為に選定。
- **第二段階の抽出:** 選ばれた調査地点内で、調査対象者(個人)を無作為に抽出。

4) 調査手法の変更(郵送法への移行)

従来の調査員による個別面接聴取法から郵送法へ変更された理由として、以下の点が挙げられる。

- **回収率の向上:** 試行調査において、郵送法の方が高い回収率を示した。
- **対象者の負担軽減:** 対象者が自身の都合の良い時間に回答できる。
- **デリケートな質問への対応:** 調査員の存在を意識せず、正直な回答が得られやすい。
- **調査コストの削減:** 調査員の人件費や移動費が削減できる。

5) 調査内容の変遷

がん対策に関する調査は、毎回共通する基本的な項目がある一方で、時代の変化や政策課題に応じて一部の設問が追加・修正されている。

共通する調査項目：

- がんに対する印象（「怖い」と思う割合）
- がん検診の受診状況（過去1～2年の受診率）
- セカンドオピニオンや緩和ケアの認知度
- 仕事と治療の両立の実態

主な変更点：

- 2019年（令和元年）：がん対策・たばこ対策に関する世論調査として実施
- 2014年（平成26年）：緩和ケアに医療用麻薬に関する質問を追加
- 2013年（平成25年）：がんの予防や患者支援に関する質問を強化
- 2009年（平成21年）：がん医療の地域連携に関する質問を追加

6) 調査結果の比較

令和元年度までの調査では経年的に質問している項目について経年的な変化を整理している。仕事との両立については、働きつづけられる環境だと思う人が増えていることがわかる。なお、選択肢に一部変化がある設問についても、注意書きを付記したうえで経年比較を行っている。令和5年度からは調査方法が訪問面接法から郵送法に変更となったため、経年比較は行われていない。

■がんに対する印象

問：あなたは、がんについてどのような印象を持っていますか。

調査年	がんを怖いと思う（小計、％）	がんを怖いと思わない（小計、％）
令和元年	71.8	28.2
平成28年	72.3	27.7
平成26年	74.4	25.6
平成25年	74.4	25.6

■仕事と治療の両立に関する意識

問：現在の日本の社会では、がんの治療や検査のために2週間に一度程度病院に通う必要がある場合、働きつづけられる環境だと思いますか。

調査年	そう思う（小計、％）	そう思わない（小計、％）
令和元年	37.1	57.4
平成28年	27.9	64.5
平成26年	27.9	64.5
平成25年	28.0	64.2

(2) 消費者意識基本調査

1) 調査の概要

消費者意識基本調査は、消費者の購買行動や意識の変化を把握し、政策立案や市場動向の分析に活用するために実施される。調査対象は、全国の成人男女であり無作為抽出によるアンケート方式で実施されることが多い。本調査は経年的に継続して行われており、長期的な変化を分析することが可能である。

2) 経年的な調査の概要

項目	内容
調査の目的	消費者の日常の消費生活における意識や行動、消費者事故・トラブルの経験などを調査し、その結果を分析することで、消費者問題の現状や求められる政策ニーズなどを把握し、消費者政策の企画立案にいかす。 なお、若年層から高齢層まで網羅的に調査し、消費者事故・トラブルなどの現状を把握する。また、得られた結果については、「消費者白書」作成にも活用する。
調査の頻度	一般的な消費者意識調査は年1回のペースで実施されることが多い。特定のテーマに関する詳細調査は3～5年ごとに実施され、長期的な傾向を把握するための補完的データとして利用される。 経済状況や社会情勢の急激な変化がある場合、臨時の特別調査が実施されることもある。
主な分析項目	「生活全般や消費生活における意識や行動」について 「インターネットや SNS の利用」について 「消費者事故・トラブル」について

3) 調査方法

- 調査対象：全国の満15歳以上の日本国籍を有する方
- 標本抽出方法：層化二段無作為抽出法
- 対象数：10,000人
- 回収率：55%程度
- 調査手法：郵送調査およびweb調査

(3) 気候変動に関する世論調査

1) 調査の概要

内閣府は平成9年から定期的に気候変動に関する世論調査を実施しており、最新の調査は令和5年7月に行われている。最新の調査の対象や方法などは以下のとおりである。

- **調査対象**：全国18歳以上の日本国籍を有する者
- **標本抽出方法**：層化二段無作為抽出法
- **調査方法**：郵送法（郵送配布・郵送及びweb回収）
- **有効回収数**：1,526人（回収率50.9%）
- **調査期間**：令和5年7月27日～9月3日

2) 調査方法の変化

調査年度	調査方法	回収方法	web回答の導入
平成9年（1997）		個別面接聴取法	なし
平成13年（2001）		個別面接聴取法	なし
平成19年（2007）		個別面接聴取法	なし
平成28年（2016）		個別面接聴取法	なし
令和2年（2020）	郵送法	郵送+web	あり
令和5年（2023）	郵送法	郵送+web	あり

- **郵送調査の継続**
 - 郵送による調査が主流であり、全国の対象者に公平に回答機会を提供する。
- **web回答の導入**
 - 令和2年（2020年）調査からweb回答が追加された。
 - 郵送とwebの併用により、若年層の回答率向上を図っている。
- **回収率の推移**
 - 平成の調査では50～60%程度の回収率があったが、近年は50%前後に減少傾向にある。
 - web回答の導入により、回答者の利便性が向上している。

(4) 全国就業実態パネル調査 2024

1) 調査の概要

全国就業実態パネル調査（JPSED: Japan Survey on Employment Dynamics）は、全国の就業・非就業の実態とその変化を継続的に把握することを目的に、リクルートワークス研究所が実施している。

2) 標本設計の基本方針

本調査では、標本設計において以下の原則が考慮されている。

- 代表性の確保：母集団の構成を可能な限り正確に反映する標本抽出方法を採用する。
- 調査の継続性：パネル調査として、同一の対象者を長期間追跡し、就業状況の変化を分析する。
- 調査の効率性：サンプルの維持・管理を適切に行い、データ収集の精度を高める。

3) 調査方法

本調査は web モニター調査として実施され、株式会社インテージの「マイティモニター」から対象者を抽出している。

調査期間

- 2024 年調査の実施期間：1 月 4 日～1 月 31 日
- 毎年同時期に調査を行い、時系列データとしての一貫性を確保する。

4) 調査対象とサンプル構成

調査対象

- 対象者：15 歳以上の日本国内在住者（男女）
- 除外条件：特定の職業・調査協力履歴による除外条件は設けず、幅広い層を対象とする。

サンプル構成

2024 年調査における有効回収数は 55,963 名 であり、以下の 3 種類のサンプルから構成されている。

サンプル種類	説明	回収数	有効回収率
継続サンプル	前年に回答した対象者	42,977 名	80.4%
追加サンプル	新規に回答を依頼した対象者	7,799 名	5.5%
復活サンプル	過去に回答経験があるが、前年は未回答の対象者	5,187 名	6.7%

5) 標本抽出の方法

本調査では、標本の代表性を確保するために、総務省統計局「労働力調査」のデータをもとに、以下の基準で標本を割付している。特に、10 代及び 65-69 歳の非労働力人口と 70 歳以上のサンプルは、実際の人口よりも少なく割付されている。これは、就業者のデータ収集を優先し、労働市場の分析をより詳細に行うための措置である。

割付基準

- 性別
- 年齢階層（5歳刻み）
- 就業形態（正規・非正規・自営業など）
- 地域ブロック（全国エリア）
- 学歴（大卒未満・大卒以上）

6) データの補正（ウェイトバック集計）

サンプルの割付による偏りを補正するため、本調査ではウェイトバック集計を実施している。

ウェイトバックの目的

- 母集団の構成比に合わせて、調査結果を補正する。
- 10代や高齢層のサンプル不足を補い、全国の実態に即した推定を可能にする。

補正の具体的手法

- 労働力調査のデータを基準に、各サンプルのウェイトを計算。
- 性別・年齢・地域・就業形態の組み合わせごとに補正を適用。

(5) 放射性物質汚染に関する消費者全国調査

1) 調査の概要

東京大学大学院情報学環総合防災情報研究センターの関谷直也教授は、放射性物質を原因とする購買拒否や不安感の実態を調べることに、また、なぜ福島県産を避ける行動をとる人がいるのか購買拒否や不安感の要因を調べることを目的に2013年以降、2014、2015、2017、2019、2021、2023年と経年的に全国での意識調査を実施している。

2) 調査方法

本調査はwebモニター調査として実施され、楽天リサーチのモニターを対象に実施している。

3) 調査対象とサンプル構成

調査対象

- 全国に居住する20代～60代の男女個人
- 経年比較を行うため調査会社を変更せず、定期的に楽天リサーチのモニターを対象に実施

サンプル構成

- 都道府県ごとに性年層割当法（20代、30代、40代、50代、60代×男女）で各セルにサンプル数を割当。
- サンプル数は予算によって年度ごとに異なり、2013年の調査では計14,091サンプルを回収、2014年は東北、東名阪を対象に1,779サンプルを回収している。2017年は9,489サンプルを回収し、2019年以降は9,500サンプルを回収している。
- 2019年以降の調査でのサンプル数の内訳は、福島県（福島市・いわき市・郡山市を対象）は300サンプル（各セル30サンプル）を回収、46都道府県（東京都は23区を対象、45道府県は道府県庁所在市を対象）は200サンプル（各セル20サンプル）を回収し計9,500サンプルとなっている。
- 2013年調査では各都道府県で300サンプルの回収を目指したものの、岩手県女性60歳代、鳥取県女性60歳代、島根県女性60歳代、佐賀県女性60歳代、沖縄県女性60歳代のセルで目標の30サンプルを満たせず、70歳代で補填している。沖縄県女性60歳代は、女性70歳代で補填しても1サンプルしか回収できず、最終的に計21サンプルの回収にとどまっている。

2.1.7 国内外の政府調査における調査手法の比較と調査手法の検討

(1) 海外（英国）における Push-to-Web 調査

1) 英国における Push-to-Web 調査の導入経緯

① Push-to-Web 調査導入の政策的背景

2010年代初頭、英国政府は行政サービスのデジタル化を推進する「Digital by Default（デジタル・バイ・デフォルト）」戦略を打ち出した。これにより、政府機関のサービスやデータ収集は「まず web で」という方針が示され、紙の調査票や対面での調査は補完的手段と位置づけられるようになった。統計調査の分野でも同様に、従来の紙の調査票や面接調査から web 調査への移行が促進されている。例えば英国国家統計局（ONS）では、この政府方針に沿ってデータ収集の変革プログラムを立ち上げ、行政サービス全般のデジタル化と歩調を合わせる形で自らの調査手法の刷新に着手している。

② Push-to-Web 調査導入の業務的要因

政府のデジタル化施策の中心には、調査の効率化とコスト削減の狙いがある。web 回答の促進によって郵送費や訪問調査に係る費用を削減し、回答者の負担も軽減することが期待されている。ONS の戦略文書「Better Statistics, Better Decisions」においても、「調査の web 化」「既存行政データの活用による調査件数の削減」が重要目標として掲げられている。Push-to-Web 方式（郵送招待による web 回答誘導）は、従来型の調査に比べ費用対効果が高く、またデータ入力の自動化によりヒューマンエラーも抑制できる点で優れている。実際、調査業界の報告では「Push-to-Web 調査は無作為抽出に基づかない web 調査より誤差が小さく、対面調査より著しく低コスト」とであると評価されている。こうした政策的背景から、政府全体で web によるデータ収集強化と紙の調査票・対面調査の縮小が推し進められた。

③ Push-to-Web 調査導入の技術的要因

2010年代を通じて技術環境も大きく変化している。英国では2010年代に成人の web 利用率が飛躍的に向上し、2020年代初頭には成人の大多数がスマートフォンを保有するに至っている。この普及により、人々が日常的に web でアンケートに回答できる下地が整った。また、web 技術の進歩により web 調査プラットフォームが高度化し、デザインや UI/UX の改善で回答しやすい画面を提供できるようになっている。さらに web 調査はプログラムによる入力チェックやスキップパターン制御が可能で、データ品質の精度向上（回答ミスの減少や不整合チェックの自動化）にも繋がっている。こうした技術的要因が相まって、web ベースの調査手法が現実的かつ信頼性の高い選択肢となった。

2) ONS における Push-to-Web 方式への移行経緯

英国国家統計局（ONS）は2010年代半ばから本格的に調査の web 化に取り組み始めた。これは前述の政府戦略と歩調を合わせたもので、ONS 内に「国勢調査・データ収集変革プログラム（Census and Data Collection Transformation Programme）」が設置され、社会統計調査や企業統計調査の手法刷新が進められ、電話・対面を主体とする従来型調査から、web データ収集に移

行している。

3) 国勢調査における Push-to-Web の採用

ONS は 2011 年に実施した国勢調査と各国の先行事例を踏まえ、2021 年の国勢調査では「デジタル優先の国勢調査」を戦略としている。政府の白書（2018 年）で「史上初めて国勢調査を主に web で実施する」方針が示され、回答の 75%を web で集める目標が設定された。具体的には、全国の世帯に郵送された招待状に回答用ウェブサイトの URL とログインコードを記載し、最初に web 経由で回答してもらうことを促した。web 利用が難しい人には紙の調査票や電話での支援も用意するサポート体制を敷いている。この結果、web 回答率は目標を大きく上回る約 89%に達し、2,200 万世帯がデジタルで調査票を提出した。

Push-to-Web への移行には多くの利点がある一方、デジタルデバイド（情報格差）への対応が課題として残る。ONS はこの課題に対して、未回答者への紙の調査票送付、電話督促、訪問面接への移行など複数モード併用を計画段階から組み込んでいる。さらに、web 回答を困難に感じる人々のためにヘルプデスクの設置や地域コミュニティとの連携を通じた支援施策も講じられている。今後は、より包括的でレスポンスな統計収集へ発展させることが展望されており、2030 年代の次回国勢調査では「web を基本としつつ、行政データなどで補完するハイブリッド型」を目指している。

4) ONS における Push-to-Web 調査に対するエンゲージメント向上方策

ONS は Push-to-Web 調査における回答者のエンゲージメント向上を目的とした定性的及び定量的な調査・分析を実施し、2021 年に「Respondent engagement for push-to-web social surveys」を公表している。本レポートでの調査・実験は、「Discovery（探索）」「Alpha（試作）」「Beta（実験）」の 3つのフェーズで実施されており、それぞれ下記の調査・分析を行っている。

Discovery（探索）

回答者のニーズや行動パターンの理解を目的としたフォーカスグループやデスクリサーチを実施。
例: ONS の郵送招待状がどのように読まれ、どのような情報が理解されているかの調査。

Alpha（試作）

プロトタイプ of 郵送招待状や調査案内を作成し、実際の対象者に対するユーザーテストを実施。
例: さまざまなトーンやデザインの手紙を作成し、回答率や受容度を分析。

Beta（実験）

プロトタイプの結果を基に、実際の環境で定量的なテストを実施。
例: 「事前通知+招待状+リマインダー」の組み合わせと「招待状+リマインダー」の組み合わせで回答率を比較。

以下に、本レポートに記載されている、Push-to-Web 調査の基本的なプロセスと回答者のエンゲージメント向上策をまとめる。

① Push-to-Web 調査の基本的なプロセス

1. 対象者の選定（サンプリング）

- 住所ベースのサンプリング（PAF：Postcode Address File）を使用し、ランダムに世帯を抽出。
- 層化サンプリング（地域・人口特性ごとの代表性を確保）

2. 招待状の送付（初回コンタクト）

- 郵送で招待状を送付し、web での回答を依頼。
- 重要ポイント：
 - 調査の目的・所要時間・ウェブサイト URL・ログインコードを明記。
 - ONS ロゴや王室の紋章を使い、公式調査であることを強調。
 - 「Dear Resident」より「Dear Sir/Madam」など個人向けの招待状が好まれる。

3. web 回答の促進

- スマートフォン対応の UI 設計。
- 回答率向上のため、簡潔な質問フロー・途中保存機能を導入。
- ナッジ理論を活用し、社会的規範や損失回避のメッセージを取り入れる。

4. リマインダーの送付（非回答者へのフォローアップ）

- 1~2 回の督促状を送付し、回答を促す。
- 必要に応じて、電話や郵送でのフォローアップを実施。

5. データクリーニングとウェイト調整

- 不完全な回答や異常値をチェック。
- サンプルの偏りを補正するための統計的ウェイト付け。

6. 結果の分析と報告

- 基本統計・層別分析・時系列分析を実施。
- 政策決定に役立つ形で結果を公開。

② 回答者エンゲージメント向上の施策

1. 招待状の最適化

- 短文・シンプルなフォーマットで可読性を向上。
- ONS ロゴと王室紋章を活用し、公式性を強調。
- 「あなたの参加が社会に貢献する」などのポジティブなメッセージを採用。

2. フォローアップ戦略

- 事前通知の送付が有効。
- 最適なりマインダー戦略：
 - 「招待+リマインダー2回」→ 12.4%の回答率。
 - 「事前通知+招待+リマインダー」→ 20.2%の回答率。

3. 行動経済学の応用（ナッジ理論）

- 「ほとんどの人が回答しています」と社会的規範を強調。
- 損失回避（「この機会を逃さないでください」）のメッセージを使用。
- 公式性を保ちつつ、フレンドリーなトーンを採用。

4. アクセシビリティと多様な回答方法

- フォントサイズの調整（最低 2pt）、シンプルなデザイン。
- QR コードの活用（ウェブサイトへのアクセス容易化）。
- オフライン層向けに郵送回答オプションを提供。

5) Push-to-Web 調査を行う調査機関

① イプソス (Ipsos):

国際調査会社 Ipsos の英国部門（旧称 Ipsos MORI）は、政府調査でいち早く Push-to-Web を採用している。Ipsos は「Push-to-Web 調査ベストプラクティスガイド」を発行し、確率標本による web 調査のノウハウを共有している。

Ipsos はイングランド教育省の子育て世帯調査（CEYSP）の 2023 年 Push-to-Web 調査を担当し、ONS 経由で提供された児童手当登録情報から無作為抽出された約 1,700 世帯を対象に実施している。調査では招待やリマインドを複数回郵送し、QR コード付きアクセス情報を用いて親が web 回答する設計となっている。また、非回答者には電話インタビューなども用意している。他にも、Ipsos は医療や交通分野の調査でも Push-to-Web を実践しており、例えば NHS（国民保健サービス）のかかりつけ医患者調査や運輸省の全国交通意識調査など、大規模な郵送招待から web 回答方式の調査を手掛けている。

② カンターパブリック (Kantar Public):

Kantar Public（旧 TNS BMRB）は英国政府の社会調査を数多く担ってきた調査会社であり、近年は web 手法への転換に取り組んでいる。

DCMS（文化・メディア・スポーツ省）の Participation Survey（文化・スポーツ参加状況調査）は、Kantar が従来の対面継続調査「Taking Part」に代わるものとして 2021 年に導入した Push-to-Web 調査となっている。Kantar はまず PAF から約 18.7 万件の住所を層化無作為に抽出したマスターサンプルを作成し、その中から各四半期に発信するサンプル（例：2022/23 年度は計 83,706 件）を系統抽出している。抽出にあたっては地域×地域内階層での非比例割当を行い、特定の地域では他より多めに調査依頼の招待状を対象住所に送付することで、偏在する回答率の差を事前に補正している。

Kantar は紙の調査票の配布を必要最低限に絞り（依頼があった場合や一定回数未回答の場合にのみ郵送する）、コスト管理と回答率向上のバランスを取る戦略を採用しており、大規模な母集団に対し web を基本にしつつ統計的厳密さを担保する最新手法（住所ベースオンライン調査: ABOS）の具体例となっている。

③ 英国国立社会調査センター (Nat Cen : National Centre for Social Research)

非営利社会調査組織である Nat Cen は、数多くの政府関連調査や学術調査を実施しており、Push-to-Web 手法も採用している。長年にわたり対面で行われてきたイギリス社会意識調査(BSA)

は、コロナ禍下の 2020 年より Nat Cen によって Push-to-Web 方式となっている。BSA では毎年約 3,000 人規模を全国から無作為に抽出しているが、2020 年はサンプル数 4,000 人、2021 年は 6,000 人を web 中心で確保し調査を行っている。抽出は従来同様 PAF からの住所無作為抽出に基づき、各世帯から原則 1～2 名の成人が回答する設計であり、未回答世帯には調査員による電話インタビューも用意している。そのほか、Nat Cen はロンドンの Survey of Londoners や、統計局 UKSA の「公式統計に対する国民の信頼」調査の 2021 年からの web 調査への移行や、金融行動監視機構(FCA)の Financial Lives Survey（消費者 6,000 人対象の金融生活調査）など、多様なテーマで Push-to-Web 調査を設計・実施している。

例えば Survey of Londoners では、ロンドン全域から層化無作為抽出した 2,750 世帯に招待を送り、最終的に 8,630 人の 16 歳以上のロンドン市民から回答を得ている。Nat Cen の調査は、いずれも非回答世帯全てに紙の調査票を送付して回答を促すなど、周到なフォローアップで実測データの偏りを抑えている。

(2) 国内世論調査における郵送調査・web 調査の導入

日本における政府機関の世論調査は、長らく訪問面接法が主流であったが、近年、郵送調査及び web 調査を併用する手法が導入されつつある。本稿では、政府調査における回答手法の変遷を概観し、郵送と web の併用が調査の質に与える影響について考察する。

1) 郵送調査と web 調査の併用開始時期と背景

政府による郵送調査の試行は、2010 年代初頭から開始されている。内閣府の「社会意識に関する世論調査」において、平成 22 年（2010 年）及び平成 25～26 年度（2013～2014 年）に郵送調査が試験的に導入され、その後の調査設計の参考とされた。試行の結果、郵送法では訪問面接法に比して回答率が若干低下するものの、特定の設問において自由度の高い回答が得られることが示された。

web 調査については、2000 年代後半からその有用性が議論されてきた。しかし、政府調査においては、無作為抽出による代表性の確保が困難であるとの理由から、長らく本格的な導入には至らなかった。しかし、2016 年には民間の調査において郵送と web の併用が試行され、2020 年以降、政府世論調査にも導入されている。

この動きが本格化した要因の一つとして、新型コロナウイルス感染症の拡大が挙げられる。感染拡大により訪問面接調査の実施が困難となったことを受け、令和 2 年度（2020 年）以降、政府調査では郵送法を主体とする方式が採用された。同時に、web 回答を併用する試みも行われ、令和 3 年度（2021 年）以降の一部の世論調査では、配布を郵送で行い、回答の回収を郵送又は web 回答で受け付ける郵送と web の併用が活用されている。

2) 令和 4 年度以降の世論調査の調査方法

調査方法の参考とするため、令和 4 年度以降に行われた世論調査の調査方法を整理した。令和 4 年 7 月から令和 6 年 10 月まで 36 件の調査が行われており、調査方法はすべて郵送法であった。また、回収に web 回答を併用している調査は 6 件であった。

NO	調査時期	調査名	関係省庁	対象数	調査方法
1	令和 6 年 10 月調査	基本的法制度に関する 世論調査	法務省	3,000	郵送法
2	令和 6 年 10 月調査	外交に関する世論調査	外務省	3,000	郵送法
3	令和 6 年 10 月調査	身近な環境（水辺、緑 地、大気など）に関する 世論調査	環境省	5,000	郵送法
4	令和 6 年 9 月調査	男女共同参画社会に関する 世論調査	内閣府（男女 共同参画局）	5,000	郵送法（配布:郵 送、回収:郵送又は web 回答）
5	令和 6 年 10 月調査	社会意識に関する世論 調査	内閣府（政府 広報室）	3,000	郵送法

6	令和6年8月調査	国民生活に関する世論調査	内閣府（政府広報室）	3,000	郵送法
7	令和6年7月調査	脳卒中や心臓病等に関する世論調査	厚生労働省	3,000	郵送法
8	令和6年7月調査	食育に関する世論調査	農林水産省	3,000	郵送法
9	令和6年7月調査	国立公園に関する世論調査	環境省	3,000	郵送法
10	令和6年7月調査	水循環に関する世論調査	国土交通省	3,000	郵送法
11	令和5年11月調査	社会意識に関する世論調査	内閣府（政府広報室）	3,000	郵送法
12	令和5年11月調査	国民生活に関する世論調査	内閣府（政府広報室）	5,000	郵送法
13	令和5年12月調査	生活設計と年金に関する世論調査	厚生労働省	5,000	郵送法
14	令和5年10月調査	森林と生活に関する世論調査	農林水産省	3,000	郵送法
15	令和5年10月調査	北方領土問題に関する世論調査	内閣府（北方対策本部）	3,000	郵送法
16	令和5年9月調査	食料・農業・農村の役割に関する世論調査	農林水産省	5,000	郵送法（配布:郵送、回収:郵送又はweb回答）
17	令和5年9月調査	外交に関する世論調査	外務省	3,000	郵送法
18	令和5年9月調査	尖閣諸島に関する世論調査	内閣官房（領土・主権対策企画調整室）	3,000	郵送法
19	令和5年7月調査	気候変動に関する世論調査	環境省	3,000	郵送法（配布:郵送、回収:郵送又はweb回答）
20	令和5年7月調査	アルコール依存症に対する意識に関する世論調査	厚生労働省	3,000	郵送法（配布:郵送、回収:郵送又はweb回答）
21	令和5年7月調査	がん対策に関する世論調査	厚生労働省	3,000	郵送法
22	令和5年7月調査	情報通信機器の利活用に関する世論調査	総務省	3,000	郵送法

23	令和4年 12月調査	社会意識に関する世論調査	内閣府（政府広報室）	3,000	郵送法
24	令和4年 11月調査	男女共同参画社会に関する世論調査	内閣府（男女共同参画局）	5,000	郵送法
25	令和4年 11月調査	自衛隊・防衛問題に関する世論調査	防衛省	3,000	郵送法
26	令和4年 11月調査	アイヌに対する理解度に関する世論調査	内閣官房（アイヌ総合政策室）	3,000	郵送法
27	令和4年 11月調査	障害者に関する世論調査	内閣府（政策統括官（政策調整担当））	3,000	郵送法
28	令和4年 11月調査	竹島に関する世論調査	内閣官房（領土・主権対策企画調整室）	3,000	郵送法
29	令和4年 10月調査	国民生活に関する世論調査	内閣府（政府広報室）	3,000	郵送法
30	令和4年 10月調査	外交に関する世論調査	外務省	3,000	郵送法
31	令和4年9 月調査	防災に関する世論調査	内閣府（政策統括官（防災担当））	3,000	郵送法
32	令和4年9 月調査	プラスチックごみ問題に関する世論調査	環境省	3,000	郵送法
33	令和4年8 月調査	人権擁護に関する世論調査	法務省	3,000	郵送法
34	令和4年8 月調査	たばこ対策に関する世論調査	厚労省	3,000	郵送法
35	令和4年7 月調査	生涯学習に関する世論調査	文部科学省	3,000	郵送法（配布:郵送、回収:郵送又はweb回答）
36	令和4年7 月調査	生物多様性に関する世論調査	環境省	3,000	郵送法（配布:郵送、回収:郵送又はweb回答）

3) 郵送・web 併用が調査の質に与える影響

世論調査における郵送法に基づく郵送回答とweb回答の併用は、代表性、回答の正確性、バイ

アスの観点からいくつかの影響を及ぼしている。

① 代表性の確保

調査の代表性を高める観点から、郵送回答と web 回答の併用は一定の有効性を有する。従来の訪問面接法では到達が難しかった層に対し、多様な回答手段を提供することで、カバレッジの向上が期待されている。

一方で、郵送回答者と web 回答者では属性の偏りが生じることが指摘されている。例えば、郵送回答者は高齢層が多く、web 回答者は若年層の比率が高い傾向がある。これにより、同じ設問に対する回答傾向に差異が生じる可能性がある。このようなモード間の偏りを補正するために、統計的加重付けなどの調整が求められる。

② 回答の正確性

郵送・web 併用調査においては、回答の正確性も重要な検討事項となる。郵送調査及び web 調査は、いずれも自己記入方式であるため、調査員を介する訪問面接法と比較して、社会的望ましきバイアスの影響が小さくなると考えられる。特に、政治的意見や個人の価値観に関する質問では、面接調査よりも率直な回答が得られる可能性がある。

一方で、誤読やミスが生じるリスクも指摘されている。郵送回答では、設問の解釈を誤ることがあり得るが、web 回答においても、画面表示の影響や入力 of 容易さから直感的・衝動的な回答が増える可能性がある。このため、調査設計の段階で適切なガイドラインを設け、モード間の回答環境を統一する工夫が求められる。

③ バイアスの管理

回答の郵送・web の併用によって生じるバイアスとして、モード選択バイアス及び非回答バイアスが挙げられる。郵送回答者と web 回答者では、調査対象者の属性が異なるため、特定の集団が偏って回答する可能性がある。また、回答手段を複数提供することで、かえって回答率が低下する可能性も指摘されている。

これに対し、政府調査では、郵送法でアプローチし、郵送・web 回答の選択制を導入しつつ、調査対象者を無作為抽出することで、全体として代表性を維持する工夫がなされている。また、調査結果の分析においては、統計的補正手法を用いてサンプルの偏りを調整することが一般的となっている。

4-3-3. 適正なサンプルサイズの決定方法

適正なサンプルサイズは、以下の要因を考慮して決定されている。

1. **信頼水準と許容誤差**：一般的な全国調査では 95%の信頼水準、許容誤差±3%を基準とする。
2. **層の数**：各層で十分な標本数を確保するため、層の数が増えるほど全体の標本数も増加する。
3. **デザイン効果 (DEFF)**：多段抽出では誤差が増加するため、標本数を 1.5～2 倍に補正する必要がある。

全国調査では、一般的に **95%の信頼水準、許容誤差±3%** を目安としてサンプルサイズが決定されたため、1,000～1,500 人のサンプルが必要となる。

信頼水準	許容誤差 (±%)	必要サンプルサイズ
95%	±5%	約 400 人
95%	±3%	約 1,067 人
99%	±5%	約 666 人
99%	±3%	約 1,849 人

層化抽出では、各層ごとに十分な標本を確保する必要がある。各層のサンプルサイズは、層の数によって決定される。

※一般的な層の数の例：

全国調査の地域層化 → 9 地域ブロック (北海道・東北・関東…)

都市圏・地方圏の層化 → 3～5 層 (大都市圏・地方中核都市・地方都市・農村部…)

年齢や性別での層化 → 5～10 層 (20 代・30 代・40 代…)

また、多段抽出法では、標本誤差が増加するためデザイン効果 (DEFF) を考慮し、必要サンプル数を補正する。デザイン効果とは、標本設計が単純無作為抽出に比べてどの程度標本誤差を増加させるかを示す指標で、多段抽出では一般的に 1.5～2.0 程度の影響を受けるとされている。例えば、標準的な全国調査では 1,000～2,000 人が適切とされているが、多段抽出のデザイン効果を考慮すると 1,500～4,000 人が望ましいサンプル数となる。

2.2 本調査の調査設計

2.2.1 国内外の事例収集結果を踏まえた調査設計の前提条件

(1) 新型コロナウイルス感染症による調査環境の変化

1) 現状の整理

新型コロナウイルス感染症の拡大により、外部からの訪問に対する不安が高まったため訪問面接調査を受け入れる対象者が減少した。そのため、世論調査では 2020 年度以降、訪問面接から郵送調査への移行が進められている。

訪問面接の代替手法として、郵送調査に加え、web 調査が導入される動きが加速した。2021 年度以降、一部の政府調査では郵送と web の併用が正式な手法として活用されるようになり、訪問面接調査の役割が縮小している。現在は、訪問面接から郵送、web へと移行する過渡期にある。各手法にはメリット・デメリットがあり、完全に移行するには課題も多い。

2) 過渡期における課題

訪問面接調査の縮小

- コストと時間の問題から、訪問面接調査の実施は年々減少。
- 新型コロナウイルス感染症の影響で対面調査の難しさが浮き彫りになった。

郵送法調査の回収率低下

- 過去は主要な調査手法だったが、近年は回答率が低下。
- 一部の郵送調査では web 回答を併用するミックスモード調査が増えている。

web 調査の急速な普及と課題

- コストの低さと迅速なデータ収集が可能のため、web 調査が増加。
- デジタルデバイドの影響で高齢者層のデータが欠落しやすい。

データ補正・解析技術の向上

- 回答者の偏りを統計的手法で補正し、より代表性のある結果を得る技術の向上が期待される。

(2) 調査手法のフィジビリティ・チェック

調査手法について、調査実施にあたっての支障やコストを調査会社に確認しフィジビリティ・チェックを行った。

1) 訪問面接法による調査

訪問面接調査による調査について、全国規模の訪問調査は実施が難しいという結論であった。新型コロナウイルス感染症の拡大によって対面での調査が難しくなったことに加え、オートロック式の集合住宅が増加するといった住宅事情から訪問による調査環境が悪化したことが理由となっている。他の調査会社でも同様のケースは多いという結果であった。なお、内閣府が実施する世論調査について、令和4年度以降に実施された36件の調査はすべて郵送法で行われており、訪問調査は実施されていない。

調査員が対象者を訪問し調査を行う手法は、他に訪問留置法がある。訪問面接法は調査員が調査対象者を訪問し、直接回答を得る手法であるのに対し、訪問留置法は調査員が調査対象者を訪問し調査依頼を行い、後日回答票を回収する手法である点に違いがある。時間をかけて回答を検討したり、確認したりする必要がある調査に適した調査方法とされ、正確な記録が必要となる家計状況の調査や生活時間調査などに用いられている。訪問留置法についても確認したが、訪問面接法と同様の理由から実施は難しいとの結論であった。

訪問調査は、実際に調査員が現地に行き面接や調査依頼・回収を行う調査である。そのため郵送調査と比較し、調査費用は高額になる。なお、訪問面接法と訪問留置法では、調査員が訪問できる数が少ない訪問面接法の方が高額になるケースが多い。

2) 層化三段階抽出を用いた郵送調査

層化三段階抽出を用いた郵送調査について、官公庁が主体となる調査では、実施が難しいという結論であった。住宅地図から対象となる住所のリストを起す際に、著作権侵害となる可能性があり、地図会社からのクレームや訴訟につながるリスクが存在するためであった。一方で、中央調査社が38,000サンプルを保有している個人マスターサンプル（調査パネル）は、電子住宅地図を用いた層化三段階抽出法により抽出しており、調査に住宅地図を活用することは可能である。

調査設計

調査対象	全国の20歳以上の男女4,000人（回収見込みは1,200前後） ※オプションにより、12～19歳の追加も可能
抽出方法	層化3段階抽出法（電子住宅地図）
調査方法	調査員による個別面接調査
調査時期	毎月10日前後の土曜・日曜を含む約10日間
報告時期	実施月末日
集計仕様	地域、性、年代、性・年代、職業、学歴別によるクロス集計 ※オプションにより、上記以外のクロス集計も可能

株式会社ゼンリンが提供する電子住宅地図サービス「デジタウン」は自治体ごとに5,000円から35,000円の購入費用がかかる。仮に300地点を抽出した場合には、4,000,000円から10,000,000円程度の購入費用が必要となる。層化三段階抽出を用いる場合は、住宅地図を作成する企業との事前調整が必要となり、調査実施期間や費用が増える可能性がある。

一方で、中央調査社のように、層化三段階抽出法により抽出し保有しているマスターサンプル

を用いた調査は可能である。

3) 調査コストの整理

調査コストを整理するため、調査方法ごとに実施期間及び費用を確認した。調査手法は、web 調査及び層化二段階抽出を用いた郵送法の 2 種類を整理している。なお、調査票の質問や選択肢の作成に必要な期間は含めておらず、費用も調査票の印刷や調査画面の作成・実施・実査・入力集計といった基本的な部分のみを整理している。質問や選択肢といった調査票の作成や統計解析、報告書の作成は別途オプションとして必要となる。web 調査の場合、調査会社によっても異なるが、調査票の作成には基本的な費用の 4 割程度、報告書の作成には 7 割程度の費用がかかり、カイ二乗検定といった統計解析が必要な場合も別途費用が必要となる。また、調査会社に直接依頼するのではなく、シンクタンクなどの民間企業などに調査検討を依頼し調査票の作成や分析、報告書の作成を行い、再委託として調査票の印刷や調査画面の作成・実施・実査・入力集計といった基本的な部分を依頼するケースも存在する。再委託金額は割合の上限が決められている場合が多く、調査画面の作成・実施・実査・入力集計といった基本的な経費と再委託金額との割合によって費用が変わる。なお、民間企業などに依頼する場合は、調査の実施や分析、報告書の作成だけでなく、関連するその他の検討や事業とセットで依頼されるケースが多く、依頼内容全体に占める調査の基本的な費用は少なくなる。

① web 調査によるコストの整理

web 調査によるコストを整理した、調査は 30 問程度、回収数は 5,000 サンプルを想定している。実施期間については、調査結果を得られるまで約 1 カ月必要となる。

手順	作業内容	期間	費用 (円)	
			5,000 サンプル	
調査画面作成	画面作成・調査設計補助	2 週間	25 万	
実査	スクリーニング・本調査	2 週間	220 万	
集計	数値・文字入力※実査と並行	0.5 週間	5 万	
合計	—	約 1 カ月	260 万	

② 層化二段階抽出を用いた郵送法によるコストの整理

層化二段階抽出を用いた郵送法調査によるコストを整理した、調査は 30 問程度とし、費用については抽出するサンプル数を 5,000 サンプル (回収数 2000 サンプル) 及び 3,000 サンプル (回収数 1,200 サンプル) の 2 つのパターンで整理した。実施期間は、標本抽出に 3.5 カ月必要となり、調査結果を得られるまで 7 カ月程度必要となる。費用は、5,000 サンプルの場合に約 1,800 万円、3,000 サンプルの場合に約 1,000 万円が必要となる。

手順	作業内容	期間	費用 (円)		
			5,000 サンプル	3,000 サンプル	
抽出	標本設計	打合せ、地点確定	1 カ月	1,200 万	750 万

	準備	閲覧申請準備（申請書類準備・公文書発送） 閲覧準備（抽出員配置、抽出物件発送） 予約・決裁期間	1 カ月		
	閲覧	閲覧・名簿確定	1.5 カ月		
調査票印刷		印刷	0.5 カ月	250 万	160 万
実査		調査票発送と、督促はがき発送	2 カ月	130 万	125 万
入力・集計		数値・文字入力※実査と並行	1 カ月	80 万	70 万
合計		—	7 カ月	1,810 万	1,005 万

(3) Push-to-Web 方式の日本への適用の課題

近年、欧米諸国では社会調査におけるデータ収集手法として Push-to-Web 方式が広く採用されている。これは、調査対象者に郵送で案内を送り web での回答を促す方法であり、オフラインで接触し、web で回答を完結させることを目指している。紙の調査票はリマインドを行う際に、希望者に対してのみ配布している。世論調査では、全対象者に対して紙の調査票を郵送し、回答を郵送または web で受け付ける手法を採っている。Push-to-Web 方式は、代表性の確保とコスト削減の両立を図ることを目的とした手法であるのに対して、世論調査における併用手法は回答率の向上を重視した手法であり設計思想が異なる。日本において Push-to-Web 方式を全面的に適用するには、調査手法の過渡期にあることや、ミックスメソッドの実装が難しいといった課題が存在する。

1) 社会調査の手法は変革の過渡期

日本における社会調査の手法は、訪問調査や郵送調査を中心としており、web 調査への移行が進んでいない。英国では全住民の住所を網羅した PAF を用いた Push-to-Web 方式が確立されているが、日本では、そのような公的なリストを自由に使える環境ではない。また、英国では、Push-to-Web 調査の基本的なプロセスと回答率を向上させるための手法を検討し方策を公表しているが、日本ではそのような方策は公表されていない。

このため、Push-to-Web 方式を全面的に導入するには、調査基盤の整備が必要であり、時間を要する可能性が高い。

なお、内閣府が行う世論調査などの日本における既存調査では、郵送回収と web 回収を最初から併用するミックスモード調査が実施されているが、この調査手法についても過渡期であり適切な調査設計は確立していない。また、郵送調査のみの場合と郵送回収と web 回収を併用したミックスモード調査では回収率に変化がないことや、紙面での回答環境に web での回答環境をできる限り近づける必要があるため、業務量やコストの増加が懸念される。そのため、現時点では採用する理由はあまりない。

2) ミックスメソッドの実施が困難

Push-to-Web 方式では、基本的に web 回答を促しつつ、インターネット環境がない対象者には郵送での回答手段を段階的に提供する。しかし、日本における既存調査では、郵送回収と web 回

収を最初から併用するミックスモード調査が実施されており、push-to-web のような段階的な調査のノウハウがない。

3) 回答率の低下リスク

欧米では Push-to-Web 方式の導入によって調査コスト削減と回答率向上が図られているが、日本では web 調査に対する参加意欲が低い層が一定数存在する。特に高齢者層は web 利用率が低く、web 回答を基本とする Push-to-Web 方式を採用した場合、全体の回答率や一部の層の回答率が低下するリスクがある。この点は、社会調査の代表性を担保する上で大きな課題となる。また、郵送回答と web 回答を併用する方式の場合は、紙の調査票を印刷し郵送する必要があり、コスト削減効果が見込めない。

(4) 郵送調査と web 調査を独立して併用する可能性

1) 調査対象者の多様性の確保

郵送調査と web 調査を独立して併用することで、web に馴染みのない層を排除することなく、幅広い調査対象者を確保できる。特に日本では、高齢者や地方在住者の web 利用率が低いため、郵送調査を継続的に活用することが求められる。

2) 経年比較のための調査手法の安定化

調査手法を大きく変更すると、経年比較が困難になる。日本における社会調査の多くは層化抽出に基づく訪問面接法が採用され長期間にわたるデータの蓄積がある。途中で調査手法を変更すると、結果の一貫性が失われるリスクがある。一方、本調査は、これから開始する調査のため、郵送と web を併用することで、過去の調査結果との比較を可能にできるよう備えることができる。

3) データの代表性の担保

郵送調査を継続しつつ web 調査を並行することで、web 回答者とオフライン回答者のデータバランスを調整することができる。これにより、特定の層に偏ることなく、調査の代表性を担保することが可能となる。どちらの手法も代表性には限界があるため、データの偏りを前提に調査・分析を行うことが求められる。

(5) 食に関する世論調査の地域差

世論調査の結果を整理した結果、都市規模によって食品安全に関する関心や不安、情報源が異なることが明らかとなっている。世論調査の結果からは、都市規模に加え回答者の年代や性別による差異も確認できるため、調査設計時には、食品安全に関する意識に差異をもたらす属性を整理し、意識調査の目的を検討する必要がある。例えば、食育に関する世論調査の結果からは、「東京都区部・政令指定都市は「栄養バランス」「食品の安全性」「給食・栄養教育」に関心が高いこと」や「町村はテレビ・新聞広告を重視し、食品加工施設と連携した体験を求める傾向があること」、「情報収集の手段として、東京都区部・政令指定都市は web を、地方は従来型メディアを活用する傾向」がわかる。また、食と農林漁業に関する世論調査からは「東京都区部では、「遺伝子組換え食品」「食中毒」「食品添加物」「残留農薬」などに対する不安が全国平均よりも高い。」ことがわかる。この差の背景には、食品購入時の選択肢が異なることや、日常的に活用している情報入手先の違いなど、地域ごとのライフスタイルの違いや年齢差によってもたらされていると推

察できる。食品安全に関する意識を調査する場合も、地域差を把握し比較・分析できる調査設計であることが求められる。

2.2.2 本調査の調査設計の素案の作成

(1) 本調査の調査設計案の整理

国内外の事例収集結果を踏まえた調査設計の前提条件を整理した結果、調査設計（案）の候補を「郵送調査(名簿を用いた層化二段階抽出)」及び「web 調査(モニター)」の2つに整理した。

現在は社会調査の手法の変化の過渡期にあり、経年的な調査を行う上で最適な手法を判断する情報が乏しい。訪問調査（訪問留め置き調査・訪問面接調査）は、コロナ禍以降実施されない傾向にあり、且つオートロックの集合住宅が増えるといった近年の住宅事情から調査環境が厳しくなり、将来的に調査環境が好転する可能性は低い。世論調査でも層化二段階無作為抽出法による郵送調査が主流となっており、国民全体の意識や認知を把握し政策決定のためのエビデンスを入手する手法としては郵送調査が適切である。一方で、郵送調査は準備から実査までの期間が長く速報性に欠けるほか、回答が地方在住者や高齢者に偏る傾向がある。web 調査は、郵送調査の課題を補完する特性を有しており、ホットイシューに対する反応の把握や郵送調査では把握しきれない層の意識や認知を把握する上では適切な調査方法と言える。

上記の理由から、下表に示す2つの手法を調査設計の候補とした。

観点	A 郵送調査	B web 調査（モニター方式）
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・国民全体における平均的な意識や認知の実態把握 ・政策決定のための信頼性の高いエビデンスの入手 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品関連の「ホットイシュー」についての速報的調査 ・新たな食品リスクや話題への初期反応の探索 ・新規設問のパイロット調査、文言の試行
母集団	18歳以上の日本国内在住者 (住民基本台帳や選挙人名簿)	モニター登録者 (20代から60代の男女)
標本抽出方法	層化二段階無作為抽出法	都道府県ごとの性年層割当法
サイズ	3,000 サンプル (回収 1,200~1,800 サンプル)	9,400 サンプル 47 都道府県×200 票
期間	7 カ月 (設計・発送・回収に時間を要する)	1 カ月 (短期間で実施可能)
費用	1,000 万円 (抽出・郵送費・印刷費)	300 万円 (割付・画面作成・実査)
留意点	<ul style="list-style-type: none"> ・非回答バイアスへの対応が必要 ・設問文の読みやすさも重要 	<ul style="list-style-type: none"> ・母集団の不明確さにより、結果の一般化には慎重な解釈が必要 ・補正の限界あり

食品安全に関する意識を把握する調査であることを踏まえ、それぞれの手法の特徴（メリット・デメリット）を整理した。

観点	考察	web 調査の特徴	郵送調査の特徴
食品安全に対する不安感	食品安全に関する不安感は都市部の方が高い	web 調査の回答者は都市部に多いため、意識の高い層の考え方を把握しやすいが、地域分布が偏っているため結果の見かたは注意が必要となる	層化して抽出することにより、国民全体の平均的な意識を把握しやすい
利用するメディアの差	都市部では SNS や行政の HP から情報を入手し、地方では新聞やニュースから情報を入手する。	特徴は、観点【食品安全に対する不安感】と同様	特徴は、観点【食品安全に対する不安感】と同様
新規ハザードへの反応	食品安全における「新しいリスク情報」は SNS の流通速度が速い	タイムリーに高感度な反応が得られやすい	速度は劣るが、知らない・気にしていない層の存在を把握できる
回答者属性による意識の差	食事への関与や SNS との関わり方によって食品安全への意識は異なる	パネル登録情報や、フェイス項目を詳細にすることにより、詳細な分析が可能となる	自己記入であり、回答者が高齢層に偏りがちなため属性の把握が不安定で、詳細な分析は不安定となる

食品安全に関する不安感や意識は都市部の住民の方が高い。web 調査の回答者は都市部に偏る傾向があり、郵送調査の回答者は高齢者、戸建ての居住者に偏る傾向がある。そのため、感度の高い人の意識を詳細に把握する上では、web 調査が有用と考えられる。一方で、結果は偏りが生じているため、国民全体の意識として扱うには注意が必要となる。感度の低い人も含め国民全体の意識を把握するためには、現時点では標本抽出を行い、郵送調査を行うほうが信頼性は高いと言える。

(2) 本調査の調査設計案の提案

食品安全に対する国民の認識や不安の傾向は、メディア報道、社会的事件、技術革新などの影響を受けて変化し続けている。こうした変化を的確に把握し、科学的なリスク評価及びリスクコミュニケーション政策へとつなげていくためには、継続的かつ計画的な意識調査が不可欠である。

調査設計の候補 2 案は、いずれも長所・短所が存在する。そのため、本調査の調査設計にあたっては、信頼性と機動性、予算・運用面の制約のバランスを考慮し、郵送調査を 2 年に 1 回、web 調査を毎年実施する併用型調査設計を提案する。

本調査は、国民の食品安全に対する意識の推移を継続的に把握することを目的とするが、その目的は2つのサブ的な視点から構成される。

第1は、国民全体としての意識水準や関心の変化を時系列的に捉える視点である。第2は、地域・年代・情報環境などの属性によって生じる構造的な差異とその推移を捉える視点である。この差異は、国民全体としての意識の変化を正しく評価するための前提であり、変化がどの層でどのように生じているかを時系列的に把握することは、実効性ある政策対応に直結する。これら二つの視点は相互に関連し、いずれも食品安全に関するリスク評価及びリスクコミュニケーションを適切に進める上で不可欠な基盤である。

この目的を実現するためには、調査手法として郵送調査とweb調査を併用することが現時点において最も妥当であると考えられる。郵送調査は、webを利用しない層や高齢者を含む幅広い層を対象とすることが可能であり、国民全体の代表性を担保する上で重要である。一方、web調査は特定の属性同士の差異を比較分析するのに適しており、速報性や低コストという利点もあるため、特定の話題に対する国民の関心の変化や変化の構造を把握するのに適している。

郵送調査とweb調査は、それぞれ異なる誤差構造を持つため、いずれか一方に限定した場合、調査結果に偏りが生じる可能性がある。併用によってこれらの弱点を補完し、全体としての調査の信頼性を高めることができる。また、現代は調査手法の移行期にあり、将来的な一本化を見据えるにあっても、両手法を並行して実施し、得られた結果の差異や整合性を検証していくことは、今後の調査制度設計に資する知見を蓄積するという点で意義がある。

食品安全委員会が行う、リスク評価や発信する情報は、国民の食品に対する理解やよりよい行動変容に貢献する内容であるべきとされている。食品安全を専門にする独立機関として、国民の不安や関心を適切な手法によりの確に把握し、科学的なリスク評価に基づく施策や情報発信に反映させることは、他の一般的な世論調査機関では担い得ない固有の役割である。

以上の観点から、郵送調査とweb調査を役割分担のもとに併用し、両者の利点を活かした継続的な調査体制を構築することが、実効的かつ持続可能な調査設計として最も理想的であると考えられる。

1) 郵送調査を2年に1回とする理由

郵送調査は、代表性のあるサンプリング設計に基づき、精度の高い全国的傾向を把握する調査として極めて有効である。しかしながら、以下の理由により、毎年の実施ではなく2年に1回の実施とすることが合理的である。

郵送調査（層化二段無作為抽出）の特徴

- ・無作為抽出により、性別・年齢・地域などの代表性を高く担保できる
- ・web非利用層や高齢者層を含む、全国的なカバレッジを確保できる
- ・一定の調査品質と回答信頼性が見込まれ、経年比較に適したデータが得られる
- ・回答率確保に一定のコスト・時間がかかるため、頻度の高い実施には限界がある

郵送調査を2年に1回とする合理性

- ・国民全体の意識動向を、属性の偏りなく把握できる基盤調査として機能する
- ・高齢層や非デジタル層を含めた、国民全体の声を継続的に拾い上げる仕組みとなる

- ・安定した設問構成と調査設計により、複数年にわたる比較・推移分析が可能となる
- ・web 調査で得られた初期的な知見や設問試行を反映し、代表性のあるデータに基づいた検証が可能となる

2) web 調査を毎年とする理由

web 調査は代表性に課題を持つ一方、速報性と柔軟性に優れる調査手法であり、毎年実施することには以下のような意義がある。

web 調査（パネルモニター方式）の特徴

- ・迅速な調査設計と短期間でのデータ回収が可能であり、タイムリーな社会的関心を捉えやすい
- ・若年層・都市部・IT リテラシーの高い層（いわゆる感度層）にリーチしやすい
- ・新たなリスクへの初期反応の把握や、政策評価、設問の試行など、機動性が求められる調査目的に適している
- ・登録モニターに基づく調査であるため、属性の偏りが生じやすく、統計的な代表性には課題がある
- ・属性別の分析やウェイト調整などにより傾向把握には有用であり、相対的な変化や初期兆候の検出に力を発揮する

web 調査を毎年実施する意義

- ・新たな食品リスク（ハザード）や風評的関心に対する国民の初期反応を迅速に把握できる
- ・年度ごとの設問の試行や仮説的検証により、郵送調査に先立つ設問改善や方針立案に貢献
- ・若年層や情報感度の高い層など、特定セグメントの継続的モニタリングが可能
- ・政策対応後の受け止め方や情報伝達状況について、逐次的に評価・検証できる仕組みとして有効

3) 今後の調査実施計画

本調査では、郵送調査と web 調査を併用し、それぞれの特性と役割を生かした継続的なモニタリング体制の構築を目指す。郵送調査は代表性の高い標本抽出が可能であり、国民全体の意識傾向を中長期的に比較・把握するための基幹的調査として位置づけられる。一方、web 調査は毎年の実施を基本とし、迅速な反応の把握や設問の試行、政策施策へのフィードバックに加え、年次データの蓄積による構造的な変化の分析にも活用される。

以下は、郵送調査（2年に1回）及びweb 調査（毎年1回）の主な目的と役割を示したものである。

調査目的・活用	web 調査（毎年1回）	郵送調査（2年に1回）
新規リスクへの初期反応把握	◎ 即時対応に適する	△ 一定のタイムラグあり
設問の試行・仮説検証	◎ 柔軟に試行可能	△ 組み込みは慎重に要調整
政策施策の速報的モニタリング	◎ 結果反映が速い	△ 反映までに時間がかかる

中長期的傾向の把握（全体）	○ 継続実施でトレンド分析可能	◎ 高い代表性で比較信頼性が高い
年代・地域・性別などの属性ごとの傾向把握	◎ 毎年の変化や感度層の動きに着目した層別モニタリングに有用	◎ 国民全体の分布を反映した安定的な層別比較が可能

本調査は、調査の実施そのものを目的とするのではなく、各調査結果の分析と施策への反映のプロセスを重視し、以下のような年次サイクルで運用される。各時期において「何を目的として、どのような作業を行うか」を明確にし、郵送・webそれぞれの特性に応じて役割分担する。

時期	主な目的	実施内容（共通）	郵送調査がある年の実施内容
4～6月	調査設計の開始	web 設問の見直し試案設計	郵送調査票の設問改訂と実施計画の策定
7～8月	web 調査実施	web 調査の実査集計	郵送調査の準備（印刷送付）
9～10月	郵送調査実施	必要に応じて web 追加調査	郵送調査票の全国送付と回答受付の開始
11～12月	結果の速報中間分析	web 調査速報のとりまとめ	郵送調査の回収データの入力チェックと予備集計
1～2月	調査結果の集計と考察	調査結果の分析とりまとめ	郵送調査の本集計報告書準備
3月	報告書の確定と施策反映準備	最終報告書の作成政策部局などへの共有と次年度反映に向けた調整	郵送調査結果の最終確認と反映事項の整理

このように、調査設計から結果分析・施策反映までを一連の流れとして捉えることで、継続的かつ実効的なリスク認知の把握とリスクコミュニケーションの実践を可能とする。報告書は3月中に確定し、関係部局における翌年度施策への反映や広報戦略への適用が可能となるよう、必要な調整を行う。

2.3 本調査の調査項目

2.3.1 食品安全委員会の問題意識

食品安全委員会事務局において、本調査で把握したい事項に関する問題意識を整理した。

(1) 食品安全委員会の目指したいことと「本調査」との関係

- 国民の安全で健やかな食生活を実現
 - 食品安全に係る国民の理解増進を図り、行動変容につなげる
 - ◇ 食品安全委員会がリスク管理機関と共にリスクコミュニケーションを効果的に推進する
 - 情報提供やコミュニケーションの優先度が高い食品安全上の話題を明らかにし、社会的な関心も考慮したリスクコミュニケーションの基盤となる情報を得る
 - 食品安全に関する様々なハザードや話題について、国民の認知やリテラシーの状況及び経時的な推移^{*}を継続的に把握する【本調査】
※事件事象などによる意識の変化や新しいハザードへの関心の程度や、リスクは高いものの国民の関心は大きく下がっている可能性のあるハザードの把握などを含む

(2) 食品安全委員会が考える「本調査」での質問案

※下線：必ず聞きたいこと

1) フェイス項目

①性別、②年齢、③居住地、④学歴、⑤職業、⑥世帯収入、⑦アレルギーの有無、⑧家庭の中で主に食事を担当しているか（調理だけでなく、買い物、外食・中食か自宅食かの決定、メニュー決定なども含む）、⑨外食、中食、自宅食の割合

2) 食品の安全全般

1. 食品において現在気になっていること／将来の懸念（食品のさまざまな要素において、安全性への関心・懸念の相対的な位置を知りたい）
食品における安全のほか、おいしさ、栄養、安定供給、価格上昇、フードチェーンにおける環境負荷、フードチェーンにおける気候変動影響、フードロス、アニマルウェルフェアなどへの関心や懸念
2. 日本で食べられる食品（国産、輸入の両方）全般の安全性への信頼度
3. 食品安全に関する「リスク」をどのように認知しているかを訪ねる質問

3) 個別のハザード／話題

4. 個別ハザードについて、知っているか／気にしているか
 - (ア) 農薬、添加物、病原微生物、アレルゲン…などのハザードの種類
 - (イ) なるべく早く新規ハザード／新技術を用いた食品を盛り込んでゆきたい（培養肉、昆虫食、精密発酵食品、汚染物質など）
 - (ウ) 個別微生物、農薬なども含まれるか（例えば腸管出血性大腸菌、カンピロバクター、

グリホサート、ネオニコチノイド系殺虫剤など。細分化した質問はできるか)

4) 消費者の行動や態度

5. 生鮮食品を購入する際に、安全のために重視すること（複数回答）
外見、量、鮮度、産地、ブランド、防かび剤などの添加物の使用の有無、農薬使用の有無、有機栽培、アレルギー……
6. 食品表示の中で、安全のためによく見る項目（複数回答）
原材料、添加物、原料原産地表示、アレルギー、賞味期限・消費期限、保存方法、名称、内容量、栄養成分、製造者、販売者、容器包装の材質、JAS マーク（有機、品質規格など）

5) 食品安全に関する情報の入手状況

7. 食品に関する情報源
 8. 食品に関する情報源で信頼できるもの
- #### 6) 政府の認知度、信頼度
9. 食品安全委員会を知っているか、何をやっている機関か知っているか（認知）
 10. 食品安全委員会は適切な活動をしていると思うか(信頼)
 11. リスクアナリシスを知っているか、何をを行っているか知っているか
 12. 国や自治体などの食の安全に関する意見交換会、セミナー、催しなどに参加したことがあるか

7) 留意点

政府機関が行っているさまざまな意識調査、実態調査との重複、リスク管理に強く関連する質問などについて、どう扱ってゆくか、詳細な検討が必要

2.3.2 問題意識に基づく調査項目の検討

(1) 既存調査における類似設問の整理

食品安全委員会の問題意識に対して既存調査においてどのような調査が行われているか、以下に示す意識調査から整理した。

- 令和2年度食品安全委員会が行うリスクコミュニケーションに関する意識調査
- FSA
- food and you wave8
- FSANZ Consumer Insights Tracker
- BfR Consumer Monitor

詳細は次頁の表に示すが、各国の調査を整理した結果、共通で調査を行っている項目と各国がそれぞれの事情で把握しているオプション項目はおおむね下記の通りとなる。

共通項目

- 属性（年齢・性別・同居人数）
- 家庭内での食料品の購入・調理の役割分担
- 調理時の習慣（例：手洗い）
- 食品安全に関する心配ごと
- 国内で流通している食品への信頼
- 食品ラベルの認知と信頼
- 食品安全に関する政府機関の認知・信頼
- 新しい食品（例：培養肉）の認知と信頼

オプション項目

- 属性（年収・妊娠・子供の有無・文化的背景）
- 食生活に関する主義（例：ベジタリアン）
- アレルギーの有無
- 外食時の食品安全の習慣（手洗い、アレルギー情報の確認）
- 食品衛生評価制度の認知
- 持続可能な食生活への意見
- 過去1年間の食生活の変化
- 貧困などによる食生活への影響
- スポーツフードの摂取状況
- 食品の保存・調理方法に関する情報源

大項目	中項目	小項目/意図	令和2年度食品安全委員会が行うリスクコミュニケーションに関する意識調査	food and you wave8	CIT	BfR
フェイス項目	基本情報	①性別	あなたの性別をお答えください。	—	—	
		②年齢	あなたの年齢をお答えください。	—	—	
		③居住地	(web 調査のため把握はしている)	—	—	
		④同居者	—	—	—	
	社会属性	④学歴	—	—	What is the highest level of formal education you have completed?	
		⑤職業	—	—	—	
		⑥世帯収入			Which one of the following categories best describes your household's total annual income (before tax)?	
	食に関する属性	⑦アレルギーの有無	—	—	—	
		⑧家庭の中で主に食事を担当しているか（調理だけでなく、買い物、外食・中食か自宅食かの決定、メニュー決定なども含む）	—	Generally, who does the food shopping for your household?	How much of the food shopping do you have responsibility for in your household?	
				Do you ever do any food shopping for your household?		
In general, who does the food preparation and cooking for your household?						
⑨外食、中食、自宅食の割合	食事の摂り方について、あなたに一番当てはまるものをお選びください。	—	—			
食品の安全全般	1.食品において現在気になっていること／将来の懸念（食品のさまざまな要素において、安全性への関心・懸念の相対的な位置を知りたい）	食品における安全のほか、おいしさ、栄養、安定供給、価格上昇、フードチェーンにおける環境負荷、フードチェーンにおける気候変動影響、フードロス、アニマルウェルフェアなどへの関心や懸念	—	Thinking about food in the UK today, how concerned, if at all, do you feel about each of the following topics? Which of the following do you think contributes most to someone making sustainable food shopping choices?	—	How concerned are you personally about the following consumer health topics?

大項目	中項目	小項目/意図	令和2年度食品安全委員会が行うリスクコミュニケーションに関する意識調査	food and you wave8	CIT	BfR
	2. 日本で食べられる食品（国産、輸入の両方）全般の安全性への信頼度		あなたは、次の各項目について、どのように認識していますか（それぞれ1つずつ） 表側項目：1 輸入食品は検査をされており、安全である、2 10年前に比べて今の食べ物は安全である、3 日本では食品の安全性を確保するために厳しい法律がある、4 日本の公的機関は、国民の健康への危険が確認された場合、迅速に行動する、5 日本の公的機関は、生産者の利益よりも消費者の健康をより重視している、6 日本の公的機関が食品リスクに関する意思決定を行う際には、最新の科学的根拠を考慮に入れている、7 日本の公的機関は、食品に関連するリスクについて人々に科学的で透明性の高い情報を提供している、8 日本では、食品のリスク評価機関はリスク管理機関から独立している、9 日本の公的機関は食品の安全性に関する国民の懸念に配慮している、10 食品の安全性に関する情報は、高度に技術的で複雑なものが多い	Thinking about food in the UK today, how concerned, if at all, do you feel about each of the following topics? Which of the following do you think contributes most to someone making sustainable food shopping choices?	How confident are you that all food (including drinks) sold in Australian/New Zealand shops and supermarkets is safe to eat?	How do you generally rate the safety of the following products that you can buy in Germany? In your opinion, does the safety of the following products that you can buy in Germany tend to increase, tend to decrease, or remain the same?
	3. 食品安全に関する「リスク」をどのように認知しているかを尋ねる質問		—	—	—	—
個別のハザード／話題	4. 個別ハザードについて、知っているか／気にしているか	(ア) 農薬、添加物、病原微生物、アレルギー…などのハザードの種類	あなたは次に挙げる食品に関する事柄について、どのくらい不安に感じますか。（それぞれ1つずつ）表側項目：1 残留農薬、2 食品添加物、3 遺伝子組換え、4 BSE（狂牛病）、5 食中毒、6 健康食品・サプリメント、7 放射性物質、8 汚染物質、9 抗生物質、	—	—	How concerned are you personally about the following consumer health topics? How interested are you in consumer health topics in general?

大項目	中項目	小項目/意図	令和2年度食品安全委員会が行うリスクコミュニケーションに関する意識調査	food and you wave8	CIT	BfR
			ホルモンまたはステロイドの残留物、 10 アレルゲンを含む食品			
		(イ) なるべく早く新規ハザード/新技術を用いた食品を盛り込んでゆきたい(培養肉、昆虫食、精密発酵食品、汚染物質など)	—	Have you ever heard of Genetically Modified (GM) food? Have you ever heard of Gene Edited (GE) food? Have you ever heard of Precision Bred food?	Have you heard of any of the following new or emerging foods? How confident would you be in the safety of the following foods if you saw them for sale in New Zealand shops and supermarkets? Assuming you liked the taste and the product was a similar price to meat and/or meat alternatives, do you think you would include cell-based meat in your diet?	—
		(ウ) 個別微生物、農薬なども含められるか(例えば腸管出血性大腸菌、カンピロバクター、グリホサート、ネオニコチノイド系殺虫剤など。細分化した質問はできるか)	—	—	—	—
消費者の行動や態度	5. 生鮮食品を購入する際に、安全のために重視すること(複数回答)	外見、量、鮮度、産地、ブランド、防かび剤などの添加物の使用の有無、農薬使用の有無、有機栽培、アレルギー……	あなたは、食品を購入する際に、以下の項目をどの程度重視されますか。(それぞれ1つずつ) 表側項目: 1 価格、2 おいしさ、3 鮮度、4 安全性、5 簡便性、6 産地、7 栄養素含有量、8 量・大きさ、9 季節感・旬、10 生産者・食品メーカー	—	In your opinion, what are the top three most important FOOD SAFETY issues today?	—
		原材料、添加物、原料原産地表示、アレルギー、	—	Which types of information on food labels do you check?	How confident are you in your ability to make informed choices about	—

大項目	中項目	小項目/意図	令和2年度食品安全委員会が行うリスクコミュニケーションに関する意識調査	food and you wave8	CIT	BfR
	6. 食品表示の中で、安全のためによく見る項目（複数回答）	賞味期限・消費期限、保存方法、名称、内容量、栄養成分、製造者、販売者、容器包装の材質、JAS マーク（有機、品質規格など）			foods from the information on food labels?	
What information do you usually look for in the ingredients list when buying products for the first time? (Please select all that apply)					—	
What makes it difficult to use food labelling to make informed choices about foods? (Please select all that apply)					—	
食品安全に関する情報の入手状況	7. 食品に関する情報源	他の既存調査でカバーできる項目（例：年代別、一般にどのような媒体から情報を得るか）、そうでなく本調査で聞かなければいけない項目も整理いただきたいと考えています	食品の安全性について情報を得る場合、(1)～(3)について情報源を選んでください。 表側項目：(1)食品の安全性に関する情報を得る情報源、(2)食品の安全性に関する情報について信頼できる情報源、(3)食品の安全性に関する情報についてもっとも信頼できる情報源	—	—	—
	8. 食品に関する情報源で信頼できるもの	自称「専門家」として間違った情報を web や週刊誌などで流している方の情報を信じている人がどれくらいいるかも探れど望ましい	—	—	—	How much do you trust the following entities in Germany to protect the health of consumers?
	9. 食品に関する情報をどのような形式であれば受け取りやすいか（例：文章、図や表、動画など）	—	—	—	—	—
政府の認知度、信頼度	10. 食品安全委員会を知っているか、何をやっている機関か知っているか（認知）	—	食品安全委員会をご存知ですか。	—	How much, if anything, do you know about Food Standards Australia New Zealand, also known as FSANZ?	How much do you trust the following entities in Germany to protect the health of consumers?

大項目	中項目	小項目/意図	令和2年度食品安全委員会が行うリスクコミュニケーションに関する意識調査	food and you wave8	CIT	BfR
	11. 食品安全委員会は適切な活動をしていると思うか(信頼)		—		How much do you agree or disagree with the following statements about FSANZ?	The government relies on various measures to protect consumers from health risks. How important do you personally consider the following governmental measures to be?
	12. リスクアナリシスを知っているか、何を行なっているか知っているか		—	—	—	—
	13. 国や自治体などの食の安全に関する意見交換会、セミナー、催しなどに参加したことがあるか		—	—	—	—

(2) 本調査の調査項目案の作成

既存調査を参考に、調査項目案を作成し第1回委員会に提示した結果、食品安全委員会として何を把握すべきか再度整理して、調査項目を整理するという結果となった。そのため、第1回調査委員会後、食品安全委員会事務局において把握したい内容を整理したうえで、調査項目を再検討した。調査で把握したい内容は大きく下記に整理し、現時点での設問数は27問となっている。詳細は次頁の表に示す。

- 食材購入時の食品安全への意識
- 食品安全に関する情報入手行動
- 食品安全全般への意識
- 個別のハザード／話題に対する認知・不安
- 食品安全行政の認知
- フェイス項目

(3) 検討会における指摘事項

検討会において、調査項目（質問案）に関して以下のような指摘があった。要約すると、次の3点に整理される。

1. 食生活全体を踏まえた設問構成の必要性

外食・中食・自炊といった食のスタイルや、購入・保存・調理・後片付けといった一連の行動を通して、生活者がどのように食と関わっているかを把握する視点が不足しているとの指摘があった。

→「実際には、生活者がどう食べているか（食生活の組み立て、購入、調理、外食、中食、加工食品の利用、後片付けなどまで）を通観した中での設問を、もう一度組み立て直し、その上で、リスク管理機関や既存調査結果との調整を行う必要がある」との意見があった。加えて、誰が食事を用意しているか、どのような場面で誰と食べているか、家庭での保存方法や消費期限・賞味期限に対する態度など、食品安全に関連する生活行動を踏まえた設問の構築も検討すべきとの意見が示された。

2. 情報源の信頼性やフェイクニュースに関する設問の工夫

どの情報源を信頼するか、あるいは誤情報に影響を受けるかといった問いは重要である一方で、政府機関が実施する調査としては設問表現や設計に慎重さが求められるとの意見があった。

→「情報源の信頼性、フェイクニュースになぜ惑わされるか、については、政府機関としての意識調査の限界も考慮が必要」との意見があった。この点に関連し、信頼度は、個人よりも機関を対象に信頼度を問う方が適切であるとする意見もあった。

3. 質問案の見直しは段階的に行うべきとの意見

今回の報告書においては、時間的制約などもあり、質問案の素案にとどめ引き続き検討する必要があるとの提案があった。

→本調査業務の期限まで時間がないことから「質問案については本報告書では必要最小限の改定にとどめるべき」との発言があった。また、調査項目の設計においては、どのようなリスク認知や行動傾向を明らかにしたいのかという仮説を明確にし、その上で設問構成

を検討すべきとの指摘もあった。

これらの指摘を受け、本報告書では調査項目について食生活実態に基づく構造的な設問設計の再検討、情報源の信頼性や誤情報の影響に関する設問の在り方の精査、既存調査との整合性や政策活用を視野に入れた設問の改善を行った。また、回答を誘導しないよう設問順序を再検討し、以下の構成とした。また具体的な設問や選択肢の案は次頁に示す。

- 普段の食生活の中での食品安全への意識
- 食品安全全般への意識
- 個別のハザード／話題に対する認知・不安
- 食品安全に関する情報入手行動
- 食品安全行政の認知
- フェイス項目

なお、調査項目は現時点での案であり、本調査に向けて予備調査や設問試行を通じて改良を図っていく必要がある。

※ 回答方式の SA は「単一回答」 MA は「複数回答」を意味する。

大項目	No.	設問案	回答方式*	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8	選択肢 9	選択肢 10	選択肢 11	選択肢 12	選択肢 13
普段の食生活の中での食品安全への意識	1	普段の食生活で、あなたは以下のことを担当していますか。それぞれ、最も当てはまるものを1つずつ選んでください。 a.自宅での調理 b.食材の買い物 c.惣菜や弁当の購入 d.外食する際の店選び	SA	自分が主に担当している	一部担当している	他の人が主に担当している	担当していない									
	2	食品の安全性について、どのような場面で気になることがありますか。当てはまるものをすべて選んでください。	MA	食材を購入するとき	購入した食材を保存するとき	自宅で調理するとき	惣菜や弁当を購入するとき	外食するとき	特に気にしていない							
	3	食品を選んだり購入したりするときに、どのような情報を参考にして安全性を判断していますか。当てはまるものをすべて選んでください。	MA	原材料	添加物	産地	価格	アレルギー	賞味期限・消費期限	保存方法	名称	生産者・製造者	販売者	容器包装の材質	有機・品質規格に関するマーク（JASマーク）	
食品安全全般への意識	4	食品に関する話題全般について、現在どのようなことを気にしていますか。当てはまるものをすべて選んでください。	NA	おいしさ	栄養	価格	フードチェーンにおける環境負荷	フードロス	アニマルウェルフェア	食品の安定供給	フェアトレード	食品の安全性	気になっていることはない			
	5	日本で流通している食品について、あなたは安全だと思いますか。あなたの考えに最も近いものを1つ選んでください。	SA	安全だと思う	どちらともいえない	安全だと思わない										
	6	次に挙げる食品の安全を守るための考え方について、あなたの考えにどの程度当てはまるかお答えください。各項目について、あなたの考えに最も近いものを1つ選んでください。 a.危害をもたらす要因をゼロにすべきだ b.危害をもたらす要因の摂取量を管理すべきだ	SA	そう思う	ややそう思う	ややそう思わない	そう思わない	わからない								

大項目	No.	設問案	回答方式*	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8	選択肢 9	選択肢 10	選択肢 11	選択肢 12	選択肢 13
		c.なるべく化学物質を使用せず自然・天然に近づけるべきだ d.先進国の基準に合わせるべきだ e.世界で一番厳しい数値の基準を設定するべきだ f.おおむね、今のままの対策でよい														
	7	a.から c.に挙げる食品安全に関する考え方について、あなたの考えに最も近いものをそれぞれ1つお選びください。 a.新鮮な肉であっても生で食べることは危険だ b.食中毒の防止のために、手洗いは重要だ c.栄養素であっても、摂りすぎると体に悪い	SA	そう思う	そう思わない	わからない										
個別のハザード／話題に対する認知・不安	8	次に挙げる事柄の体への影響や安全性について、どの程度ご存じですか。最も近いものを選んでください。 a.食品添加物 b.残留農薬 c.抗生物質（動物用医薬品の残留） d.遺伝子組換え食品 e.ゲノム編集食品 f.健康食品・サプリメント g.微生物（サルモネラ菌、カンピロバクターなど） h.自然毒（ふぐ毒、貝毒など） i.化学汚染物質（メチル水銀、PFAS、ダイオキシンなど） j.放射性物質	SA	聞いたことがあります、内容もある程度わかる	を聞いたことはあるが、内容はわからない	聞いたことがない										

大項目	No.	設問案	回答方式*	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8	選択肢 9	選択肢 10	選択肢 11	選択肢 12	選択肢 13
	9	<p>続いて、次に挙げる事柄の体への影響や安全性について、どの程度不安を感じていますか。各項目について、あなたの感じ方に最も近いものを1つお選びください。</p> <p>a.食品添加物 b.残留農薬 c.抗生物質（動物用医薬品の残留） d.遺伝子組換え食品 e.ゲノム編集食品 f.健康食品・サプリメント g.微生物（サルモネラ菌、カンピロバクターなど） h.自然毒（ふぐ毒、貝毒など） i.化学汚染物質（メチル水銀、PFAS、ダイオキシンなど） j.放射性物質</p>	SA	とても不安を感じる	やや不安を感じる	どちらともいえない	あまり不安を感じない	まったく不安を感じない								
	10	<p>日常生活の中で、食品の安全に関する情報を意識せずに見聞きすることはありますか。※テレビやSNSなどでなんとなく目にするような場合も含まれます。</p>	SA	見聞きすることはある	見聞きすることはない											
食品安全に関する情報入手行動	11	<p>（前問で1.を選択した人のみ） 食品の安全に関する情報を、どのような場面やきっかけで意識せず見聞きすることが多いですか。当てはまるものをすべて選んでください。</p>	MA	テレビ	ラジオ	新聞（紙）	新聞（web・電子版）	雑誌	ソーシャルメディア（X、Instagram など）	動画投稿・共有サービス（YouTube、TikTok など）	ニュースサイト・アプリ	家族や知人				
	12	<p>食品の安全に関する情報を自ら調べることはありますか</p>	SA	食品の安全に関する情報を気にしているので、調べ	自分が知りたいことがあった場合は、調べることもある	調べたりすることはない										

大項目	No.	設問案	回答方式*	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8	選択肢 9	選択肢 10	選択肢 11	選択肢 12	選択肢 13
				ることはよくある												
	13	(前問で1.or2.を選択した人のみ) 自ら情報を調べる際にどのような情報源を活用しますか。当てはまるものをすべて選んでください。	MA	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	書籍	ソーシャルメディア (X、Instagram など)	動画投稿・共有サービス (YouTube、TikTok など)	ニュースサイト・アプリ	専門情報サイト (例：行政・医療・食品関係など)	家族・知人			
	14	食品安全に関する情報源として、どのような団体を信頼できますか？信頼できると思う団体をすべて選んでください。	SA	行政機関	消費者団体	食品関連事業者	食品関連団体	医療関係団体	研究機関							
	15	食品安全委員会は、食品に含まれる化学物質や微生物などについて、それらがどの程度、ヒトに悪影響を及ぼすのか、講じられる対策が有効なのかどうかなどを、科学的に検討しています。あなたは食品安全委員会の役割をご存じでしたか。	SA	組織の名前も役割も知っている	組織の名前を聞いたことはあるが、役割は知らなかった	組織の名前を聞いたことがなかった										
食品安全行政の認知	16	食品の安全に関する行政は、リスクアナリシスという次の3つの考え方に基づいて進められています。あなたはこのことをどの程度知っていましたか。最も近いものを1つお選びください。 ●リスクを科学的に評価すること (食品がどれくらい安全か、専門家が科学的に調べる) ●リスクを管理すること (安全な食品を提供するために、ルールを決めて実施する)	SA	食品安全行政が3つの考え方に基づいて進められていることを、知っていた	食品安全行政が3つの考え方に基づいて進められていることを、聞いたことはあるが詳しくは知	食品安全行政が3つの考え方に基づいて進められていることを、知らなかった										

大項目	No.	設問案	回答方式*	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8	選択肢 9	選択肢 10	選択肢 11	選択肢 12	選択肢 13
		●リスクについて情報を共有すること (消費者・企業・行政が意見を伝え合う)			らなかった											
	17	国や自治体などが開催する食の安全に関する意見交換会やセミナーなどのイベントに参加したことがありますか。	SA	参加したことがある	参加したことはない											
フェイス 項目	18	あなたの性別をお答えください。	SA	男性	女性	その他	答えたくない									
	19	あなたの年齢について、当てはまるものを1つお選びください。	SA	18～29歳	30～39歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上						
	20	あなたのお住まいをお答えください。														
	21	現在、あなたは誰かと同居していますか。当てはまる方を全てお選びください。	MA	一人暮らし	配偶者	未就学児(0～5歳)の子供	小学生(6～12歳)の子供	中高生(13～17歳)の子供	子ども(18歳以上)	親	祖父母	その他				
	22	あなたの普段の食事のとり方について、当てはまるものをすべて選んでください		自宅で調理した食事をとることが多い	惣菜やお弁当など中食を利用することが多い	外食を利用することが多い	日によって異なるため、特に決まっていない									
	23	あなた自身または同居の方に、現在食物アレルギーをお持ちの方はいらっしゃいますか。当てはまるものをすべてお選びください	MA	自分がアレルギーを持っている	子どもがアレルギーを持っている	大人の同居者がアレルギーを持っている	いない	わからない								

大項目	No.	設問案	回答方式*	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8	選択肢 9	選択肢 10	選択肢 11	選択肢 12	選択肢 13	
	24	あなたが最後に卒業された、又は現在在学中の学校は、以下のどれに当たりますか	SA	中学校卒業	高校卒業	専門学校・短期大学・高等専門学校（高専）卒業	4年制大学卒業	大学院修了									
	25	あなたの現在の主な職業を、以下から1つお選びください。（迷った場合は、最も時間をかけている仕事を選んでください）。	SA	会社員（正社員）	会社員（契約社員・派遣社員）	会社役員	公務員	個人事業主・フリーランス	医療・福祉関連職（医師、看護師、管理栄養士、介護職など）	教育・保育関連職（教員、保育士など）	専業主婦（主夫）	学生	無職	年金生活者	その他		
	26	あなたは、現在・過去を問わず次のような分野で働いた経験がありますか。当てはまるものをすべてお選びください	MA	農業・林業・漁業（例：農家、漁師、林業従事者など）	食品の製造（例：食品工場、加工場など）	食品の流通・販売（例：スーパー、コンビニ、食材卸など）	飲食業（例：レストラン、カフェ、外食チェーンなど）										
	27	世帯の年間収入を教えてください	SA	300万円未満	300-500万円	500-700万円	700-1,000万円	1,000万円以上									

2.4 予備調査の企画

2.4.1 予備調査の目的と活用可能な調査の整理

(1) 予備調査の目的

本調査の実施に先立ち、調査項目や手法の適切性を段階的に検証・改善するため、令和7年度及び令和8年度に予備調査を実施する。その目的は以下の2段階に分けて整理できる。

- **令和7年度の目的：**

食品安全に関する国民の受け止め方や行動実態に即した設問構成を作成・改善すること。このために、属性ごとの受け止めの違い、表現の理解度、設問案に対する反応などを把握する。

- **令和8年度の目的：**

調査手法（郵送調査・web調査）の特性に応じた最適な設問の構成・配置を検証し、両手法を補完的に用いる設計を確立すること。

また、各属性に対してどの設問をどの手法で聞くべきかを整理する。

(2) 予備調査で実施可能な調査パターンと活用の方向性

調査の目的に応じ、以下のような複数の調査手法・パターンを組み合わせ活用する。

概要	年度	主な目的
A. 属性別グループインタビュー	令和7	・食品安全に関する認知や表現の理解の把握が目的 ・設問項目の構成や観点を探索的に抽出 ※対象はライフステージ、家族構成、情報源、感度層、都市規模などを考慮して設計
B. 小規模 web 調査（設問案の試行）	令和7	・作成された設問案の理解度や選択肢の妥当性の検証が目的 ・主に回答のバリエーションや傾向を把握し、設問の調整が目的 ※グループインタビューの知見に基づき対象属性を設計
C. 郵送/web 調査による手法比較調査	令和8	・設問ごとの回答傾向や媒体特性の違いの比較が目的 ・同一または対応する設問により、モード差や補完関係を把握 ・調査対象を層化・抽出して地域差や属性傾向を把握 ・手法ごとの対象設計や設問配置の参考情報として活用

(3) 属性別グループインタビューの位置づけ

令和7年度に実施するグループインタビューは、食品安全に関する認識や情報の受け取り方、設問文の理解のされ方などを把握することを目的としている。そのため、属性ごとの食品安全に関するリスク認知の違いを引き出すことが重要である。

リスク認知は、個人の生活上の役割、年齢やライフステージ、情報の受け取り方、価値観、居住地域の特性など、複数の要因が影響し合って形成される。そのため、多様な対象者の特徴や想定される視点を具体化し対象者の整理を行うことが求められる。

分類軸	例	特徴・想定される視点
ライフステージ	30代・子育て中の母親(共働き)	中食・加工食品の使用頻度が高く、安全性への関心が高い
食の担い手	50代・家族の食事を日常的に調理する主婦	食材選びや表示の確認を日常的に行う
情報源	70代・テレビと新聞が主な情報源	web情報への接触が少なく、行政広報の受け止めに影響
情報感度	40代・SNS中心に食の情報を収集する男女	流行や炎上リスクに敏感、フェイクニュースへの影響も懸念
リスク感受性	健康志向の強い単身世帯	食品添加物や産地に強い関心を持ち、リスクを重視する傾向
居住地域	地方中核都市在住の高齢世帯	地元スーパー中心の購買行動、地域コミュニティとの接点が多い

2.4.2 年度別実施スケジュール案

本調査の実施に先立ち、調査項目の妥当性や調査手法の適切性を検討するために、令和7年度及び令和8年度に段階的な予備調査・プレ調査を実施する。

令和7年度には、まず食品安全に関する認識や情報の受け取り方、設問文の理解のされ方などを把握することを目的として、食品安全に影響を与えると考えられる属性（例：年代層、子育て世帯、高齢者、情報感度層など）ごとにグループインタビューを実施する。これにより、設問構成に反映すべき視点や、国民の受け止めの実態を把握し、調査票の改善点を抽出する。なお、グループインタビューの対象者設定にあたっては、ライフステージ、情報源、居住地域、家庭内の役割、リスク感受性といった視点に基づく分類軸をもとに、食品安全に対する意識や受け止め方の多様性を把握できるよう設計する。

次に、グループインタビューの結果を踏まえて調査項目案を改訂し、その草案を用いて再度グループインタビューを実施し、設問の理解度や受容性、表現の妥当性などを確認する。このように、令和7年度においては、設問設計の根拠となる生活実感や言語表現の理解を複数回のグループインタビューにより丁寧に把握し、調査設計に活かす。

加えて、小規模なweb調査を試行的に実施し、グループインタビューで得られた知見を踏まえた設問案について、回答傾向や設問の機能性を確認する。web調査を採用するのは、コストや柔軟性の面から探索的試行に適しているためであり、本格的な代表性を担保する調査とは位置づけを異にする。この段階では、設問そのものの受け止めや傾向を確認することに主眼を置き、調査手法の比較や統計的な代表性の検証は目的としない。なお、グループインタビューで把握された属性ごとの関心や表現の理解を踏まえて、web調査における対象者設定や分析の視点を設計することで、設問の妥当性をより精緻に検証することが可能となる。

令和8年度には、郵送調査とweb調査の両方により、調査票の完成度と手法ごとの適合性を検証するプレ調査を実施する。このプレ調査は、単に両手法で同一設問を実施して比較することを目的とするのではなく、グループインタビューで得られた知見を踏まえて、「何をweb調査で問

うべきか」「何を郵送調査で問うべきか」を明らかにし、調査手法ごとに最適な設問構成や設問配置を検討することを主目的とする。

web 調査は速報性・柔軟性の高さに特徴があり感度層の反応や新規設問の試行に適しており、郵送調査は代表性や安定した分布把握に適している。それぞれの強みを踏まえた設問設計を試行的に行い、その有効性を実証的に確認することにより、令和 9 年度以降の本調査に向けた設計の完成度を高める。このような段階的な予備調査を通じて、設問の妥当性と調査手法の適合性を段階的に検証し、国民のリスク認知を的確に把握するための調査設計を実現する。

以下に、本調査に向けた予備調査・プレ調査から本調査開始までのスケジュール案を示す。

	主な目的	時期	主な取組・内容
令和 7 年度	設問設計の再構成と探索的検証（質的+小規模量的調査）	上期	<ul style="list-style-type: none"> ・食品安全に関する生活実態やリスク認知の把握を目的としたグループインタビュー（対象：子育て世帯、高齢者、情報感度層など） ・グループインタビューの結果を踏まえた設問案の作成・改訂
		下期	<ul style="list-style-type: none"> ・改訂案を用いた再度のグループインタビューにより設問の理解度・妥当性を検証 ・小規模 web 調査による試行（設問案の回答傾向・理解度の確認） ・令和 7 年度の結果を整理・反映し、web 調査と郵送調査の設問案を確定
令和 8 年度	調査手法の比較・設問配置の最適化（量的調査の実証検証）	上期	<ul style="list-style-type: none"> ・郵送調査と web 調査を同時期に設計・準備
		下期	<ul style="list-style-type: none"> ・郵送調査と web 調査の両方を実施・調査手法に応じた設問構成や回答傾向の違いを検証 ・何を web で、何を郵送で問うべきかを整理し、令和 9 年度以降の調査設計に反映 ・本調査の調査設計及び調査項目の確定
令和 9 年度以降	継続的な本調査の実施と設計の改善	通年	<ul style="list-style-type: none"> ・確定した設問構成と調査設計に基づき、郵送調査（2 年に回）と web 調査（毎年）を継続的に実施 ・設問改訂や項目追加が必要な場合は、web 調査での試行やグループインタビューを通じて調整

2.4.3 予備調査に先立つ文献レビュー

令和 7 年度の予備調査に先立ち、リスク認知・認識などの食品安全の意識に関する代表的な理論モデルについて確認し、本調査の参考になり得る理論を整理し本調査への反映を行うことも必要である。

3. 食品安全に関する各種意見交換会の効果測定のためのアンケート調査の改善

3.1 既存の意見交換会のアンケート調査の結果の解析と課題の整理

3.1.1 アンケート調査の質問に対する評価

過去の食品安全に関する意見交換会やセミナーで実施されたアンケート（別紙 1～13）について、意見交換会後に行うアンケート調査の目的を以下の A から C と整理した。

- A: 意見交換会に参加することで、食品安全に対する理解度が増した人を把握すること
- B: 意見交換会の満足度とそれに影響を与えた要因を把握し、意見交換会の改善点を特定すること
- C: 基調講演による、行動変容の可能性の把握

各調査が上記目的を達成するための質問を網羅できているのか評価を行った。アンケートの評価は、以下の 3 項目に対して 5 点満点で採点し、合計点（15 点満点）でランク付けを行った。

- A（理解度測定）：参加前後の理解度変化を適切に測れているか
- B（満足度測定）：満足度の分析が適切で、影響要因が明確か
- C（質問の明確さ）：質問が分かりやすく、誤解を招かない表現になっているか

(1) 各項目（A, B, C）の詳細な採点基準

A: 理解度測定（食品安全に関する理解の変化を測れているか）

点数	評価基準
5 点	参加前後の理解度変化を段階的に測定する設問があり、選択肢が適切（例：「大きく変わった」「少し変わった」「変わらない」など）。自由記述欄で変化の理由も聞いている。
4 点	参加後の理解度のみを問うが、選択肢が詳細で、具体的な意見を収集できる。前後比較ができるような設問があれば満点に近づく
3 点	講義内容やセミナーのテーマについての理解度は測定されているが、意見交換会を通じた変化を測る設問がない。食品安全に対する意識変化を把握しづらい。
2 点	理解度に関する質問はあるが、選択肢が単純（例：「理解できた・できなかった」など）で、詳細な分析が難しい
1 点	理解度測定に関する設問がほとんどないか、曖昧な表現が多い。

B: 満足度と影響要因の分析

点数	評価基準
5点	満足度の詳細な要因分析が可能な設問があり、「どの点が満足/不満だったのか」を具体的に把握できる。自由記述で改善点を収集できる。
4点	満足度の設問は適切だが、要因分析がやや不足。自由記述欄があるが、満足度の原因をより詳細に分類できると改善される。
3点	満足度に関する質問はあるが、要因分析が不足している（例：「満足/不満」のみで理由を問う質問がない）。
2点	満足度は測定できるが、回答の選択肢が曖昧で分析が難しい（例：「良い」「普通」「悪い」のみで具体性がない）
1点	満足度に関する設問がほぼないか、非常に簡略化されている。

C: 質問の明確さ（曖昧な表現がないか）

点数	評価基準
5点	質問が明確で、誤解を招かない表現になっている。専門用語の補足説明があり、選択肢が網羅的かつ排他的（重複しない）である。
4点	概ね明確な質問が多いが、一部専門用語の説明不足や選択肢の不統一が見られる。
3点	質問の意味が曖昧なものが複数ある（例：「食品安全についてどう思いますか？」→具体的な対象が不明確）。
2点	質問が冗長だったり、曖昧な表現が多いため、回答者が迷う可能性がある。
1点	質問が不明確で、回答者によって解釈が異なる可能性が高い。選択肢も適切に整理されていない。

(2) (2) 各ランク (S, A, B, C) の採点基準

評価は A（理解度測定）、B（満足度と影響要因分析）、C（質問の明確さ）の 3 項目について、それぞれ 5 点満点 で採点し、合計点（15 点満点）でランク付けした。

点数	評価基準
S ランク 13～15 点	理解度変化の測定、満足度分析、質問の明確さがすべて高水準で整備されている。データ分析に適したフォーマットであり、自由記述欄も充実。
A ランク 11～12 点	概ねバランスが取れているが、一部の項目に改善点あり。理解度測定の選択肢がやや不足、または満足度要因の分析が弱いなどの小さな改善点がある。
B ランク 9～10 点	理解度測定・満足度分析のどちらかに大きな改善余地がある。質問の明確さがやや不十分だったり、満足度要因の細分化がされていない場合が多い。
C ランク 8 点以下	質問の曖昧さが目立ち、理解度変化の測定や満足度の要因分析が十分でない。回答者の意見を十分に反映できない構造になっている。

3.1.2 ランク別評価結果

(1) (1) 調査票の評価

各調査票を A, B, C の基準ごとに採点（5 点満点）し、合計点に基づいて S～D ランクで評価した。

調査票	A: 理解度変化の測定	B: 満足度と改善点の把握	C: 質問の明確さ	合計	ランク
別紙 1	2	3	3	8	C
別紙 2	3	4	3	10	B
別紙 3	4	4	4	12	A
別紙 4	5	5	4	14	S
別紙 5	3	3	3	9	B
別紙 6	4	4	4	12	A
別紙 7	3	3	3	9	B
別紙 8	3	4	3	10	B
別紙 9	4	4	4	12	A
別紙 10	4	5	4	13	S
別紙 11	5	5	4	14	S
別紙 12	4	4	4	12	A
別紙 13	5	5	4	14	S

点数	評価基準
S ランク 13～15 点	別紙 4, 10, 11, 13
A ランク 11～12 点	別紙 3, 6, 9, 12
B ランク 9～10 点	別紙 2, 5, 7, 8
C ランク 8 点以下	別紙 1

(2) (2) 評価項目ごとの調査票の良い点と改善点

(A) 理解度の変化測定

良い点

- S ランクや A ランクの調査票では、「参加前後の理解度の変化」を段階的に測る質問があり、分析しやすい。
- 変化の理由を問う自由記述欄があるものは、参加者の具体的な学びを把握できる。

改善点

- C ランクの調査票では、理解度の変化を測る設問がなく、意見交換会の効果を適切に把握で

きない。

- 変化の理由を問う自由記述がないため、参加者の意識変化の背景がわからない。

(B) 満足度と影響要因の分析

良い点

- S ランクの調査票は、「満足度」に加え、「満足度を左右する要因」を特定できる質問がある。
- 改善点を問う自由記述欄が充実しており、次回の運営改善に活用しやすい。

改善点

- B,C ランクの調査票では、満足度を単純な「満足・不満」のみで測定しており、要因分析ができない。
- 選択肢が限定的で、満足度の詳細な背景を分析しづらい。

(C) 質問の明確さ

良い点

- S ランク・A ランクの調査票では、質問の構成が明確で、専門用語の補足説明があるため回答しやすい。

改善点

- B,C ランクの調査票では、曖昧な質問や専門用語の説明不足が目立つ。
- 選択肢の表現が不十分で、「普通」「どちらでもない」といった中立的な選択肢が多すぎる。

3.1.3 選択肢におけるリッカート尺度の適切性

調査票の中にはリッカート尺度を用いた設問が存在する。リッカート尺度とは、質問に対する人の意見や感情、態度を測定するための順序を持った尺度のことである。このうち尺度として適切でないものを整理した。これらの調査票においては、リッカート尺度の選択肢を統一し、「わからない」は別枠として設定する必要がある。

調査票	リッカート尺度の評価	問題点
別紙 8	△	「わからない」が尺度内に含まれている
別紙 11	×	「ほぼ満足」「どちらでもない」が曖昧

3.1.4 自由記述の活用

調査票の中には自由記述式の設問が存在するが、自由記述を活用しきれていない調査票を整理した。これらの調査票においては、自由記述欄を適切な長さに調整し、重要なフィードバックを得られる設問に絞る必要がある。

調査票	リッカート尺度の評価	問題点
別紙 5	×	満足度の理由を問う質問がない
別紙 9	△	自由記述が多すぎ、回答者の負担が大きい

3.1.5 回答バイアスの影響確認

設問及び選択肢について、調査対象者の本心や事実とは異なる回答をしてしまう、回答バイアスの有無を確認した。

回答バイアス		調査票	問題	改善点
社会的望ましきバイアス	回答者が「他人から好ましいと思われる回答」を選ぶ傾向。実際の意見や行動とは異なる回答が選ばれ、データの信頼性が低下する。	別紙 6	「都合の悪い情報を伝えていないと感じた」などの表現が、否定的な回答を避ける傾向を生む。	質問文を客観的な表現に変更し、「情報の透明性」「信頼度」などを測る中立的な設問にする。
黙従バイアス	回答者が質問の主張に賛成（肯定）しやすくなる傾向。特に、「～と感じたか？」の質問では「はい」と答えやすい。	別紙 11	「食品安全委員会が発信する情報は信頼できると感じた」などの質問が、肯定的な回答を促しやすい。	「食品安全委員会の発信する情報に対する評価を1～10でお答えください」など、スケール評価に変更する。また、「そのように評価した理由」を自由記述で回答できるようにする。
中立的回答バイアス	極端な選択肢（「非常に良い」「非常に悪い」など）を避け、「どちらともいえない」などの中間的な選択肢を選ぶ傾向。	別紙 9	「どちらともいえない」の回答が多くなる可能性がある。	中立的な選択肢を「どちらともいえない」ではなく「やや〇〇」に変更（例：「やや適切」「やや不適切」）。また、「なぜそう思ったか？」の自由記述を追加する。
順序バイアス	質問の順番が回答に影響を与えるバイアス。特に、先に出た質問の印象が後の回答に影響を	別紙 8	「食品安全委員会」と「地方自治体」の評価の順番	「情報提供の全体評価」を先に聞き、その後に具体的な評価を聞くようにする。質問順をランダム化する（回答者ごとに異なる順

	及ぼす。		による影響。前の質問が後の回答に影響を与える可能性がある。	序で出題)。
--	------	--	-------------------------------	--------

3.1.6 調査票のボリューム

調査票の質問数やページ数について確認を行った。一般的に意見交換会のようなイベント終了後のアンケートは、簡潔に回答できる内容であることも重要な要素である。そのため、調査票のボリュームが多い調査票を整理した。これらの調査票においては、質問を精査し2ページ以内に収めるほか、重複する質問を統合し簡潔にする必要がある

調査票	リッカート尺度の評価	問題点
別紙 9	×	2 頁を超えている
別紙 12	△	設問数が多すぎる

3.1.7 総括

別紙 1～13 の調査票の改善点を踏まえ、今後のアンケート調査の基本方針を下記の通りを示す。これらの改善を実施することで、より信頼性の高いデータを収集し、意見交換会の効果を適切に評価できると考えられる。

- 理解度の測定を強化し、目的に沿った設問を追加
- リッカート尺度の選択肢を統一し、曖昧な表現を修正
- 自由記述を適切な範囲で活用し、要因分析を可能にする
- 回答バイアス（社会的望ましさ・順序効果・中立的回答など）を防ぐための設計改善
- 調査票の簡潔化を図り、2 ページ以内に収める

3.2 意見交換会での試行

3.2.1 試行対象となる意見交換会

消費者庁と連携し開催する、3月10日（月）に東京都、3月17日（月）に大阪府において行われる「健康食品」に関する意見交換会において試行を行うこととした。このうち、内閣府食品安全委員会 シニアフェロー 脇 昌子氏が行う「(1) 基調講演」を試行の対象とした。

1. 内容

(1) 基調講演

- ・「健康食品と安全に付きあうために — 食品安全委員会19のメッセージ —」
内閣府食品安全委員会 シニアフェロー 脇 昌子 氏

(2) 有識者及び行政担当者による情報提供

- ・「消費者からみた「いわゆる『健康食品』」の現状と課題 — 情報提供のあり方を中心に —」

一般社団法人 Food Communication Compass 代表 森田 満樹 氏

- ・「業界としての、いわゆる「健康食品」に対する信頼向上に向けた取組について」
一般社団法人健康食品産業協議会 会長 橋本 正史 氏（大阪のみ）
副会長 川久保 英一 氏（東京のみ）

- ・「サプリメントの不適切摂取をもたらす『自己コントロール神話』の実態：ミックスメソッドからの考察」

福島大学食農学類 准教授 種村 菜奈枝 氏

- ・「東京都における健康食品対策について」
東京都保健医療局健康安全部食品監視課 課長 内藤 義和 氏（東京のみ）

- ・「大阪府における、いわゆる「健康食品」に関する安全性確保の取組」
大阪府健康医療部生活衛生室食の安全推進課 課長補佐 桂 誠一 氏（大阪のみ）

- ・「いわゆる「健康食品」の安全性確保に向けた消費者庁食品衛生基準審査課の取組（指定成分、GMP）」

消費者庁食品衛生基準審査課 健康食品安全対策専門官 一色 聡志

- ・「機能性表示食品の今後について」
消費者庁食品表示課 課長 清水 正雄（大阪のみ）
課長補佐 横田 紀子（東京のみ）

(3) 意見交換（パネルディスカッション）

- ・コーディネーター
内閣府食品安全委員会 シニアフェロー 脇 昌子 氏

- ・パネリスト
(2) の情報提供者

- ・質疑応答：同上

3.2.2 意見交換会におけるアンケート調査の目的

これまでに実施された食品安全に関する意見交換会やセミナーで実施されたアンケート（別紙1～14）に基づき、意見交換会後に行うアンケート調査の目的を下記 A から C と整理した。

- A: 意見交換会に参加することで、食品安全に対する理解度が増した人を把握すること
- B: 意見交換会の満足度とそれに影響を与えた要因を把握し、意見交換会の改善点を特定すること
- C: 基調講演による、行動変容の可能性の把握

3.2.3 試行内容の整理

(1) 基調講演において、試行可能な内容は目的 B「意見交換会の満足度とそれに影響を与えた要因を把握し、意見交換会の改善点を特定すること」について確認可能な調査票を作成することであり、加えて回答バイアスを避けた設問・選択肢の設計について検討することである。そのため、以下4点を試行することとした。

【試行のねらい】

- 1. 食品安全委員会からの基調講演による、健康食品に対する理解度の変化の把握
- 2. 食品安全委員会からの基調講演についての評価
- 3. 評価に影響を与えた要因の把握
- 4. 基調講演による、行動変容の可能性の把握

3.2.4 意見交換会における試行設問・選択肢の作成

上記について、別紙 11 の調査票（※頁に参考とした設問・選択肢を示す。）を参考に設問及び選択肢を作成した。

基調講演の評価を行うに当たっては、黙従バイアスを抑制できる調査設計が求められる。肯定的な文で構成されがちなりッカー尺度では、黙従傾向の影響を受けやすいため、今回は意味差法（SD 法）の形式を参考に、両極ラベルを設けた 5 段階の評価形式を採用した。SD 法は、意味の対極にある形容詞（例：「わかりやすい」←→「わかりにくい」）を両端に配置した尺度で評価を行う手法で、印象の違いを直感的に測るのに適している。今回はイベント終了後という条件を考慮し、7 段階ではなく 5 段階評価を採用し、全ての選択肢にラベルを付けて回答しやすくした。それぞれの設問及び選択肢について以下に示す。

問 1： ご自身について、ご回答ください。

① 年齢（該当するものに○をつけてください。）

- 1) ~19 歳 2) 20 歳代 3) 30 歳代 4) 40 歳代 5) 50 歳代 6) 60 歳代 7) 70 歳～

② ご職業（該当するものに○をつけてください。）

1) 消費者	2) 消費者団体	3) 生産者（団体含む）
4) 食品流通事業者（団体含む）	5) 食品加工事業者（団体含む）	6) 行政関係者（独法含む）
7) 学校・教育関係者（学生含む）	8) 医療・福祉関係者	9) 報道関係者

む)		
10)	その他()

③ 本日の意見交換会の開催を最初にどのような方法で知りましたか。ひとつに○をつけてください。

1) ホームページ	2) SNS	3) バナー広告
4) チラシ	5) 所属団体からの連絡	6) 知人からの紹介
7) その他 ()		

④ 本意見交換会の参加目的をお聞かせください。(自由回答)

問2： 基調講演（食品安全委員会 シニアフェロー 脇 昌子氏 講演）の内容について、ご回答ください。

① 基調講演によって健康食品に関するご自身の理解が進んだと思いますか。該当するものに○をつけてください。

1) 理解が進んだ 2) やや理解が進んだ 3) やや理解が進まなかった 4) 理解が進まなかった

②以下の項目ごとに、5段階で評価をお願いします。当てはまる数字のところ1つに○をつけてください。

A. 講演内容の分かりやすさ	1) 分かりやすい 2) やや分かりやすい 3) どちらともいえない 4) やや分かりにくい 5) 分かりにくい
B. 科学的根拠の提示	1) 示されていた 2) やや示されていた 3) どちらともいえない 4) やや示されていなかった 5) 示されていなかった
C. 情報を包み隠さず開示する姿勢	1) 感じられた 2) やや感じられた 3) どちらともいえない 4) やや感じられなかった 5) 感じられなかった
D. 話題提供の難易度	1) 適切だった 2) やや適切だった 3) どちらともいえない 4) やや適切でなかった 5) 適切でなかった
E. 情報の信頼性	1) 信頼できる 2) やや信頼できる 3) どちらともいえない 4) やや信頼できない 5) 信頼できない

③ 基調講演の内容について、どの程度家族や知人に紹介したいと思いますか。0（まったく紹介したくない）～10（ぜひ紹介したい）の11段の間で評価してください。

選択肢：（全く紹介したくない） 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 （ぜひ紹介したい）

3.2.5 試行結果

(1) 3月10日（東京会場）における試行結果

1) 純集計結果

問 1① 年齢（該当するものを選んでください。）

	回答者数	割合
～19歳	0	0.0%
20歳代	2	2.2%
30歳代	14	15.6%
40歳代	14	15.6%
50歳代	32	35.6%
60歳代	23	25.6%
70歳～	4	4.4%
回答不備	1	—

問 1② ご職業（該当するものを選んでください）

	回答者数	割合
消費者	19	10.6%
消費者団体	6	3.4%
生産者（団体含む）	12	6.7%
食品流通事業者（団体含む）	25	14.0%
食品加工事業者（団体含む）	71	39.7%
学校・教育関係者（学生含む）	8	4.5%
行政関係者（独法含む）	17	9.5%
医療・福祉関係者	4	2.2%
報道関係者	4	2.2%
その他	13	7.3%
回答不備	0	—

問 1③ 本日の意見交換会の開催を最初にどのような方法で知りましたか。ひとつ選んでください。

	回答者数	割合
ホームページ	31	34.4%
SNS	7	7.8%
バナー広告	1	1%
チラシ	4	4.4%
所属団体からの連絡	37	4%
知人からの紹介	3	3.3%
その他	7	7.8%

回答不備	0	—
------	---	---

問 2① 基調講演によって健康食品に関するご自身の理解が進んだと思いますか。

	回答者数	割合
理解が進んだ	37	47.4%
やや理解が進んだ	37	47.4%
どちらともいえない	0	0.0%
やや理解が進まなかった	1	1.3%
理解が進まなかった	3	3.8%
回答不備	12	—

問 2②-A. 講演内容の分かりやすさ

	回答者数	割合
分かりやすい	49	57.0%
やや分かりやすい	30	34.9%
どちらともいえない	5	5.8%
やや分かりにくい	1	1.2%
分かりにくい	1	1.2%
回答不備	4	—

問 2②-B. 科学的根拠の提示

	回答者数	割合
示されていた	36	42.4%
やや示されていた	36	42.4%
どちらともいえない	11	12.9%
やや示されていなかった	1	1.2%
示されていなかった	1	1.2%
回答不備	5	—

問 2②-C. 情報を包み隠さず開示する姿勢

	回答者数	割合
感じられた	45	52.9%
やや感じられた	27	31.8%
どちらともいえない	13	15.3%
やや感じられなかった	0	0.0%
感じられなかった	0	0.0%
回答不備	5	—

問 2②-D. 話題提供の難易度

	回答者数	割合
適切だった	48	55.8%
やや適切だった	20	23.3%
どちらともいえない	16	18.6%
やや適切でなかった	1	1.2%
適切でなかった	1	1.2%
回答不備	7	—

問 2②-E. 情報の信頼性

	回答者数	割合
信頼できる	55	63.2%
やや信頼できる	24	27.6%
どちらともいえない	7	8.0%
やや信頼できない	1	1%
信頼できない	0	0.0%
回答不備	3	—

"問 2③ 基調講演の内容について、どの程度家族や知人に紹介したいと思いますか。

0（まったく紹介したくない）～10（ぜひ紹介したい）の 11 段の間で評価してください。

	回答者数	割合
0	2	2.3%
1	0	0.0%
2	2	2.3%
3	1	1%
4	1	1%
5	8	9.1%
6	8	9.1%
7	15	17.0%
8	26	29.5%
9	7	8.0%
10	18	20.5%
回答不備	2	—

NPS（Net Promoter Score）:3.4

※回答者を 3 つのグループに分類（プロモーター（Promoters）：9～10 を選んだ人・中立者（Passives）：7～8 を選んだ人・批判者（Detractors）：0～6 を選んだ人）し、プロモーターの割合（%）から、批判者の割合（%）を引いた数値

2) 試行的な分析

アンケート調査の結果からどのような分析が可能か試行するため、職業について「食品流通事業者（団体含む）」及び「食品加工事業者（団体含む）」を選択した回答者を食品関連事業者とし、その他を選択した回答者を「その他の業種」と分類しクロス集計を行った。特徴的な結果を以下に示す。

問 2① 基調講演によって健康食品に関するご自身の理解が進んだと思いますか。

その他の業種の回答者は講演によって、食品関連業者より健康食品に関する理解が進んだと回答している。

	食品関連業者		その他の業種	
	n	%	n	%
理解が進んだ	47	56.6%	46	60.5%
やや理解が進んだ	34	41.0%	24	31.6%
やや理解が進まなかった	2	2.4%	4	5.3%
理解が進まなかった	0	0.0%	2	2.6%

問 2②-A. 講演内容の分かりやすさ

講演内容の分かりやすさをより評価しているのは食品関連業者であった。一方で分かりやすい側の評価を付けた合計値はほぼ同程度である。

	食品関連業者		その他の業種	
	n	%	n	%
分かりやすい	70	72.9%	54	65.1%
やや分かりやすい	16	16.7%	19	22.9%
どちらともいえない	10	10.4%	8	9.6%
やや分かりにくい	0	0.0%	2	2.4%
分かりにくい	0	0.0%	0	0.0%

問 2②-D. 話題提供の難易度

難易度についても、わかりやすさと同様の傾向がある。

	食品関連業者		その他の業種	
	n	%	n	%
適切だった	58	60.4%	42	51.2%
やや適切だった	20	20.8%	24	29.3%
どちらともいえない	15	15.6%	15	18.3%
やや適切でなかった	2	2.1%	0	0.0%
適切でなかった	1	1.0%	1	1.2%

問 2③ 基調講演の内容について、どの程度家族や知人に紹介したいと思いますか。

家族や知人に紹介したいと思うかの評価について、食品関連業者の NPS は、-6.0 であり、その他の業種は 3.6 という結果であり業種によって評価が異なる可能性があることが確認できる。

	食品関連業者		その他の業種	
	n	%	n	%
0	1	1%	0	0%
1	1	1%	0	0%
2	0	0%	1	1%
3	4	4%	4	5%
4	1	1%	2	2%
5	17	18%	11	13%
6	6	6%	4	5%
7	16	17%	11	13%
8	26	27%	26	31%
9	6	6%	8	10%
10	18	19%	17	20%

食品関連事業者の NPS (Net Promoter Score) :-6.0

その他の業種の NPS (Net Promoter Score) :3.6

3) 分析結果

基調講演の評価

- 全体的な理解度の向上: 参加者の約 95%が「理解が進んだ」または「やや理解が進んだ」と回答。
- 情報の分かりやすさ: 「分かりやすい」との回答が 69.3%に達したが、一部の参加者 (10.1%) が「どちらともいえない」と回答。
- 科学的根拠の提示: 「示されていた」との回答は 36.9%にとどまり、34.7%が「やや示されていた」と回答しており、「どちらともいえない」も 23.9%という結果であった。
- NPS (推奨度) の低さ: NPS は-1.9 と低く、特に「食品関連業者」と「その他の業種」で評価が分かれる傾向があった。

食品関連業者とその他の業種の違い

- 理解度の向上: 一般参加者の方が、食品関連業者よりも「理解が進んだ」と回答する傾向が強い。
- 話題提供の難易度: 食品関連業者のほうが「適切だった」と評価する割合が高いが、大きな差は見られない。
- 家族や知人への紹介意向: 一般参加者の NPS は+3.6 であるのに対し、食品関連業者の NPS は-6.0 であり、業種によって評価が異なる可能性が確認された。

- その他の回答結果と併せて、理解度の向上が NPS の上昇に寄与したとも考えられるが、評価した理由を尋ねていないため、何が差を生んだか判断ができない。

(2) 3月17日（大阪会場）における試行結果

1) 単純集計結果

問 1① 年齢（該当するものを選んでください。）

	回答者数	割合
～19 歳	0	0.0%
20 歳代	2	2.2%
30 歳代	14	15.6%
40 歳代	14	15.6%
50 歳代	32	35.6%
60 歳代	23	25.6%
70 歳～	4	4.5%
回答不備	1	—

問 1② ご職業（該当するものを選んでください）

	回答者数	割合
消費者	13	14.8%
消費者団体	2	2.3%
生産者（団体含む）	4	5.1%
食品流通事業者（団体含む）	11	16.4%
食品加工事業者（団体含む）	23	31.1%
学校・教育関係者（学生含む）	16	20.0%
行政関係者（独法含む）	10	11.4%
医療・福祉関係者	2	2.2%
報道関係者	0	0.0%
その他	9	10.0%
回答不備	0	—

問 1③ 本日の意見交換会の開催を最初にどのような方法で知りましたか。ひとつ選んでください。

	回答者数	割合
ホームページ	63	34.6%
SNS	11	6.0%
バナー広告	1	0.6%
チラシ	2	1.1%
所属団体からの連絡	63	34.6%

知人からの紹介	20	11.0%
その他	22	12.1%
回答不備	1	—

問 2① 基調講演によって健康食品に関するご自身の理解が進んだと思いますか。

	回答者数	割合
理解が進んだ	93	58.5%
やや理解が進んだ	58	36.5%
やや理解が進まなかった	6	3.8%
理解が進まなかった	2	1.3%
回答不備	24	—

問 2②-A. 講演内容の分かりやすさ

	回答者数	割合
分かりやすい	124	69.3%
やや分かりやすい	35	19.6%
どちらともいえない	18	10.1%
やや分かりにくい	2	1.1%
分かりにくい	0	0.0%
回答不備	4	—

問 2②-B. 科学的根拠の提示

	回答者数	割合
示されていた	65	36.9%
やや示されていた	61	34.7%
どちらともいえない	42	23.9%
やや示されていなかった	6	3.4%
示されていなかった	2	1.1%
回答不備	9	—

問 2②-C. 情報を包み隠さず開示する姿勢

	回答者数	割合
感じられた	101	57.4%
やや感じられた	42	23.9%
どちらともいえない	33	18.8%
やや感じられなかった	0	0.0%
感じられなかった	0	0.0%
回答不備	7	—

問 2②-D. 話題提供の難易度

	回答者数	割合
適切だった	100	56.2%
どちらともいえない	30	16.9%
やや適切だった	44	24.7%
やや適切でなかった	2	1.1%
適切でなかった	2	1.1%
回答不備	7	—

問 2②-E. 情報の信頼性

	回答者数	割合
信頼できる	126	70.8%
やや信頼できる	36	20.2%
どちらともいえない	14	7.9%
やや信頼できない	2	1.1%
信頼できない	0	0.0%
回答不備	5	—

"問 2③ 基調講演の内容について、どの程度家族や知人に紹介したいと思いますか。

0（まったく紹介したくない）～10（ぜひ紹介したい）の 11 段の間で評価してください。

	回答者数	割合
0	1	0.6%
1	1	0.6%
2	1	0.6%
3	8	4.4%
4	3	1.7%
5	28	15.6%
6	10	5.6%
7	27	15.0%
8	52	28.9%
9	14	7.8%
10	35	19.4%
回答不備	38	—

NPS (Net Promoter Score) :-1.9

※回答者を 3 つのグループに分類（プロモーター (Promoters)：9～10 を選んだ人・中立者 (Passives)：7～8 を選んだ人・批判者 (Detractors)：0～6 を選んだ人）し、プロモーターの割合 (%) から、批判者の割合 (%) を引いた数値

2) 試行的な分析

職業ごとに NPS を整理した。結果は下記の通りである。

消費者

ご職業	回答数	NPS
消費者	13	30.8
消費者団体	2	50.0
生産者（団体含む）	4	50.0
食品流通事業者（団体含む）	11	0.0
食品加工事業者（団体含む）	23	-26.1
行政関係者（独法含む）	16	-13.3
学校・教育関係者（学生含む）	10	10.0
医療・福祉関係者	2	-50.0
その他	9	44.4

一定の回答数を得られ NPS スコアが高かった、あるいは低かった職業に注目し、NPS の分析を実施した。

1. 消費者グループ

消費者からは、全体として前向きな評価が寄せられている。約 4 割の方が「家族や知人に紹介したい」と回答しています。一方で、過半数が中立的な評価にとどまり、講演の内容が「理解できるものの、やや専門的で距離を感じた」などの可能性が考えられる。

- NPS : **30.8**
- 推奨者 (Promoter) : 38.5%
- 中立者 (Passive) : 53.8%
- 批判者 (Detractor) : 7.7%
- 回答数 : 13

2. 行政関係者（独法含む）

行政関係者からは、中立～やや厳しい評価が寄せられている。既知の情報や一般的な説明にとどまった印象を持たれた可能性が考えられる。一方で、一部では推奨意向も見られ、内容自体には一定の意義が感じられていることも窺える。

- NPS : **-13.3**
- 推奨者 : 18.8%
- 中立者 : 43.8%
- 批判者 : 37.5%
- 回答数 : 16

3. 食品加工事業者（団体含む）

食品加工事業者からは、比較的厳しい評価が寄せられている。特に、既知の情報が多く物足り

なさを感じた可能性が考えられる。

- NPS：-26.1
- 推奨者：13.0%
- 中立者：47.8%
- 批判者：39.1%
- 回答数：23

3.2.6 試行結果の評価

(1) アンケート設計の良い点

多様な視点を考慮した質問設計

- 基調講演について、評価を多角的に把握できるようになっている。
- 職業や年齢層などの属性データを取得しているため、グループごとの分析が可能（実際に食品関連業者とそれ以外を比較できた）。

NPS（Net Promoter Score）の導入

- イベントの推奨度を数値化できるため、改善の指標として有効。
- 属性ごとの評価を図れるため、意見交換会の改善を図るうえで有効
- NPS以外の評価も併用すると、より詳細な改善点を把握しやすい（例：具体的な改善点の自由記述など）。

自由記述欄の設置

- 参加者が自由に意見を書けるため、定量データ（数値）だけでなく 定性データ（参加者の生の声）も収集できる。

(2) アンケート調査の課題

質問の難易度が高い

- 「科学的根拠の提示」や「情報の開示姿勢」などの専門的な表現が、一般参加者にとって分かりにくい可能性があり平易な表現に変更も検討する必要がある。（納得できる説明など）

具体的な改善点を引き出せない

- NPSは測れているが、なぜそう感じたか尋ねる設問がないため改善点が明らかにできていない。

3.3 意見交換会におけるアンケート調査票の改善

食品安全委員会が実施する意見交換会におけるアンケート調査の改善に向けて、過去の調査票、関連議事録、委員会ウェブサイトに掲載された開催実績などをもとに、実効性のあるリスクコミュニケーション評価を行うためのアンケート設計方針をまとめた。左記の結果から、目的・設問設計・運用設計の観点から総合的に提案を行う。

3.3.1 意見交換会の目的と位置づけ

食品安全委員会が実施する意見交換会は、単なる啓発や情報提供の場ではなく、国民との双方向のコミュニケーションを通じて「科学的根拠に基づいたリスク評価」への理解と信頼を高めることを目的としている。意見交換会の効果測定として実施するアンケートは、満足度調査（CS 調査）ではなく、リスクコミュニケーションの効果を測るツールであるべきである。

3.3.2 アンケート調査の三つの目的と設計方針

これまでに実施された食品安全に関する意見交換会やセミナーで実施されたアンケートに基づき、意見交換会後に行うアンケート調査の目的を下記 A から C に整理した。

- A: 参加者の理解度の変化の把握
- B: 意見交換会の進め方・内容に対する評価と改善点の把握
- C: 行動変容の兆しの把握

上記3つの目的（理解度、運営評価、行動変容）について、それぞれの目的に応じた設問設計の基本方針を示す。

A. 参加者の理解度の変化の把握

- Before/After 型の設問で、理解について自己評価を測定
- 理解した内容を具体的に選択させ、定量化する
- 専門用語は使わず、平易な言葉で設問を構成

B. 意見交換会の進め方・内容に対する評価と改善点の把握

- 総合満足度ではなく、構成要素別の評価（話の分かりやすさ、質問のしやすさ、資料など）
- 改善につながる自由記述を設けるが、回答負担が増えないように設計
- 単なる「良かった／悪かった」ではなく、どの点にどんな反応があったかを把握可能にする

C. 行動変容の兆しの把握

- 「生活に取り入れたいと思った内容があるか」を尋ねる行動意向の把握
- 家族・知人への伝達意向（NPS 的スコア）を追加し、波及効果を把握
- 特定講演や体験型内容との関連で設問を分けるのも有効

3.3.3 意見交換会の分類とアンケート設計時の工夫・留意点

食品安全委員会が過去に行った過去の意見交換をホームページ上で確認し、2つの視点（開催形態・参加者属性）から分類した。分類結果に基づき、それぞれに応じたアンケート設計時の工夫が必要な点や、分析時の留意点を整理した。

(1) 開催形態・内容による分類（パターン①）

パターン	特徴	アンケート設計時の工夫
テーマ型	専門テーマを扱う（例：添加物、微生物など）	該当する設問の選択肢をテーマに合わせて変更
地域共催型	自治体や地域団体と共催	地域の関心事・課題に関する自由記述を促す
web開催	webでの参加形式	通信環境や操作性の評価項目を追加
親子向け	体験型、子ども対象を含む	子どもの反応や親子での学びに関する設問を追加

(2) 参加者属性（立場）による分類（パターン②）

属性	意見交換会への参加態度	アンケート分析時の留意点
一般消費者	わかりやすさ、生活との結びつき重視	設問を平易に、日常生活との関係性に焦点
業者 (食品関係)	実務的・制度的な有用性重視	専門的な応用への理解、職場での共有意向など
行政職員	住民対応や地域施策への応用	説明のしやすさ、資料の活用性などを重視

(3) 参加者の属性によって結果の解釈が変わる設問と分析の留意点

参加者の立場によって解釈が変わりうる設問を抽出し、分析時の注意点や補完方法について整理した。

設問		解釈が変わるポイント	対応策
A.理解度	変化	「進んだ」の意味が立場で異なる	属性別集計／自由記述で補完
	内容	重要と感じる内容が違う	テーマごとに選択肢を調整／属性別に分析
B.評価		評価の基準が異なる (わかりやすさ vs 専門性)	単なる点数でなく、理由を記述で補足
C.行動変容	行動意向	消費者と食品関係事業者で行動の内容が異なる	自由記述欄の設置
	伝達意向	「誰に伝えるか」が異なる	フォロー設問で対象(家族／職場など)を聞く

3.3.4 標準的なアンケート設計の提案

【基本ブロック】（すべての形式で共通）

食品安全委員会が主催する意見交換会の多くは、講演形式と参加者との対話を組み合わせた構成となっており、幅広い食品安全の話題を扱っているため、特定のテーマに偏らず意見交換会に対応するための標準的なアンケート調査票の設計を示す。

ブロック	設問番号	内容
A. 理解度の変化の把握	Q1、Q2	Before/After 型で参加者の自己評価による理解度変化を把握
A. 理解内容の具体化	Q3	理解が深まったと感じる内容（複数選択）
B. 意見交換会の構成要素別評価・改善点	Q4、Q5	話のわかりやすさ、信頼性などを項目別に評価、改善点は自由記述
C. 行動変容の兆しの把握	Q6	今後の生活や仕事への活用意向（自由記述）
C. 行動変容（波及効果）	Q7	他者への伝達意向を NPS 形式で評価、想定相手も尋ねる
属性（基本属性）	Q8～Q10	年代、性別、職業など
属性（周知経路の把握）	Q11	意見交換会を知った方法
属性参加目的	Q12	自由記述で参加者の関心・動機を把握

【カスタマイズブロック】（内容に応じて追加）

調査票は、会のテーマや形式（例：web、親子対象など）に応じて一部の設問や選択肢を調整可能であるが、基本構成は共通であることが望ましい。主催者はこの調査票をもとに、会の目的に合った評価と振り返りを行い、今後の企画や運営の改善につなげるべきである。

- web 用技術面評価（接続、操作性）
- 親子イベント用設問（子どもの反応、親子の会話など）
- 特定講演や体験型セッションの理解・印象

設問文は、参加者が答えやすいように、やわらかく自然な表現とする。また、評価尺度には「とても～」といった肯定的な表現を避け、中立的な選択肢で構成することで、回答のバイアスを抑える。

【アンケート結果の読み取り視点】

- Q1～Q3（理解度）：説明が参加者にどれだけ伝わったか、項目別に把握できる
- Q4～Q5（進め方の評価）：わかりやすさや信頼性の評価から、運営面の改善点を特定
- Q6～Q7（行動意向）：意見交換会が生活行動や他者への発信意識に与える影響を測定
- Q8～Q10（属性別評価）：属性ごとに A から C の差異を把握
- Q11～Q12（参加経緯・目的）：参加者の関心や文脈を把握し、今後のテーマ設定や広報に反映

Q1 意見交換会に参加する前、ご自身では食品の安全についてどの程度ご存じだと感じていましたか。あなたの考えに最も近いものを1つお選びください。

選択肢

- 1.よく知っていた 2.ある程度知っていた 3.あまり知らなかった 4.ほとんど知らなかった

Q2 意見交換会に参加したことで、食品の安全についての理解は深まったと感じましたか。あなたの考えに最も近いものを1つお選びください。また、あなたがそのように考える理由をお書きください。

選択肢

- 1.理解が深まった 2.少し理解が深まった 3.あまり変わらなかった 4.分かりにくくなった
(理由： _____)

Q3 本日の意見交換会で自身の理解が深まったと感じる内容について、当てはまるものをすべてお選びください。

選択肢

1. 食品のリスク 2. 科学的根拠に基づく評価の仕組み
3. 今日のテーマに関する知識（例：添加物、食中毒など） 4. 日常生活で役立つ知識
5. その他（具体的に _____） 6.理解が深まったと感じる内容はなかった

Q4 本日の情報提供についてどのように評価しますか。i からivについてあなたの考えに最も近いものを1つお選びください。

選択肢：

i	説明は分かりやすかったですか	1.分かりやすかった 2.まあ分かりやすかった 3.どちらともいえない 4.やや分かりにくい 5.分かりにくかった
ii	科学的に根拠を持った説明がなされていたと思いますか	1.そう思う 2.まあそう思う 3.どちらともいえない 4.あまりそう思わない 5.そう思わない
iii	情報を包み隠さず情報を提供する姿勢を感じられましたか	1.感じられた 2.やや感じられた 3.どちらともいえない 4.やや感じられなかった 5.感じられなかった
iv	食品安全委員会の発信する情報は信頼できると思えましたか	1.そう思う 2.まあそう思う 3.どちらともいえない 4.あまりそう思わない 5.そう思わない

Q5 本日の意見交換会について、以下の各項目についてどのように感じましたか。i からivについてあなたの考えに最も近いものを1つお選びください。

(選択肢)

- 1.そう思う 2.ややそう思う 3.どちらともいえない 4.あまりそう思わない 5.そう思わない

i	意見交換会の時間配分は適切であった	1.	2.	3.	4.	5.
ii	参加者の発言の機会は十分に確保された	1.	2.	3.	4.	5.

	れていた					
iii	参加者の意見に対し、具体的な対応や反応がなされていた	1.	2.	3.	4.	5.
iv	意見交換では、参加者の意見を受け止めようとする姿勢が感じられた	1.	2.	3.	4.	5.

Q6 本日の意見交換会の内容について、今後の生活や仕事に取り入れたいと思ったことはありますか。あなたの考えをご自由にお書き下さい。(自由回答)

Q7-1 本日の意見交換会の内容について、他の人に勧めたいと思いましたが。0 (まったく勧めたくない) ~10 (ぜひ勧めたい) の11段の間で評価してください。

選択肢：

(まったく勧めたくない) 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (ぜひ勧めたい)

Q7-2 上記の質問について、どなたを想定して勧めたいまたは勧めたくないと判断しましたか。

ご自身についてご回答ください。

Q8 年代

選択肢： 1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代

Q9 性別

選択肢： 1. 男性 2. 女性 3. 答えたくない

Q10 職業

選択肢：

1. 消費者 2. 消費者団体 3. 生産者 (団体含む) 4. 食品流通事業者 (団体含む)
5. 食品加工事業者 (団体含む) 6. 行政関係者 (独法含む) 7. 学校・教育関係者 (学生含む)
8. 医療・福祉関係者 9. 報道関係者 10. その他 ()

Q11 本日の意見交換会の開催を最初にどのような方法で知りましたか。当てはまるもの1つに○をつけてください。

1. ホームページ 2. SNS 3. バナー広告 4. チラシ 5. 所属団体からの連絡
6. 知人からの紹介 7. その他 ()

Q12 本日の意見交換会には、どのような目的で参加しましたか。

質問は以上になります。ありがとうございました。

4. 専門家の選定と意見聴取、検討会の開催

4.1 専門家の選定

社会調査（特に調査設計や調査方法）、リスク心理学、食品安全に関する知見をもつ3名の専門家を選定し、検討会を設置した。

氏名	所属・役職	専門
青柳 みどり	国立研究開発法 国立環境研究所社会システム 領域 シニア研究員	社会調査、環境社会学、社会心理
畝山 智香子	公益社団法人 日本食品衛生協会 学術顧問	食品安全
関谷 直也	東京大学大学院情報学環総合防災情報研究センター 教授	災害社会科学、社会心理学

4.2 意見聴取

下記日時で、個別の意見聴取を行った。

日時	対象	聴取内容
令和7年 2月28日（金） 16時00分～ 18時00分	青柳 みどり 畝山 智香子	本調査の実施内容スケジュールの説明 食品安全に関する各種意見交換会の効果測定のためのアンケート調査の改善の説明 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査設計に向けた初期的検討の説明
令和7年 3月7日（金） 13時00分～ 14時00分	関谷 直也	本調査の実施内容スケジュールの説明 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査設計に向けた初期的検討の説明

4.3 検討会

下記日時で、検討会を開催し、ご助言を受けた。

日時	場所	聴取内容
令和7年 3月13日（木） 13時00分～ 15時00分	食品安全委員会 会議室 (web併用)	本調査の実施内容スケジュール 食品安全に関する各種意見交換会の効果測定のためのアンケート調査の改善 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査設計に向けた初期的検討
令和7年 3月27日（木） 13時00分～ 14時30分	食品安全委員会 会議室	食品安全に関する各種意見交換会の効果測定のためのアンケート調査の改善 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査設計に向けた初期的検討

5. 報告会の開催

下記日時で、報告会を開催し、本業務の成果報告を行った。

日時	場所	聴取内容
令和7年 3月31日(月) 10時30分～ 12時00分	食品安全委員会 会会議室	食品安全に関する各種意見交換会の効果測定のための アンケート調査の改善の説明 国民のリスク認知の実態を継続的に把握するための調査 設計に向けた初期的検討の説明

6. 今後に向けて（次年度以降の取組）

6.1 令和 7、8 年度に行う取組の目的

令和 9 年度に予定されている「食品安全に関する国民意識調査（本調査）」の実施に向け、調査設計や設問構成、調査手法の妥当性を事前に検証する必要がある。そのため令和 7、8 年度中に本調査に向けた調査検討を実施し、本調査の設計に必要な情報を収集・整理することが求められる。

【主目的】

- 令和 9 年度の本調査における調査票構成や調査手法（郵送・web）の設計妥当性を検証し、実施仕様の確定に資する技術的知見を得ること。

【令和 7 年度の取組の目的】

- 食品安全に関する国民の受け止め方や行動実態に即した設問構成を作成・改善すること。
- このために、属性ごとの受け止めの違い、表現の理解度、設問案に対する反応などを把握する。
- 調査手法（郵送調査・web 調査）の特性に応じた最適な設問の構成・配置を検証し、両手法を補完的に用いる設計を確立すること。
- また、各属性に対してどの設問をどの手法で聞くべきかを整理する。

【令和 7 年度のサブ目的】

- 定性調査（フォーカスグループインタビュー（FGI））により、対象者が食品安全に関するトピックをどのように解釈し、どのような思考で回答しているかを把握し、設問の構造的な改善につなげる。
- 調査票の設問文や選択肢が対象者にとって自然かつ理解可能であることを定性的・定量的に確認し、必要に応じて改善点を抽出する。

郵送調査と web 調査というモードの違いが、回答傾向や無回答率、極端な回答の出現などに与える影響を把握する。

【令和 8 年度のサブ目的】

- 各段階での検討結果を踏まえて本調査に向けた実施仕様・分析設計の明確化を図る。

6.2 令和 7、8 年度の予備調査の構成と流れ

令和 7、8 年度に行う予備調査は、定性調査（FGI）と定量調査（郵送・web）を段階的に実施し、それぞれの結果をふまえて本調査設計へとつなげる構成とする。以下に、各ステップの目的、作業内容、及び期待される成果を整理する。

6.2.1 令和 7 年度の予備調査

■ STEP1：本調査調査票案の令和 7 年度予備調査向け整備

- 目的：本調査に向けて既に作成されている調査票素案から、予備調査で妥当性を検証すべき項目を明確化し、検証の目的ごとに分類・整備する。
- 作業内容：
 - 調査票素案から、検証対象とすべき設問を選定する

- 各設問について以下のいずれの観点で検証するかを整理する
 - ① 設問内容の妥当性（設問が調査目的に照らして適切な内容を問うており、回答者の意識・行動に即した問いとなっているか、また行政側の意図とのギャップが現れる設問かを確認する。）
 - ② 表現・文言の理解度（設問文や選択肢の語彙・表現が、回答者に自然に伝わり、誤解や混乱なく回答できる内容となっているかを検証する。）
- 設問ごとに、FGI または定量調査でどのような検証が有効かを整理する
- FGI 用の調査票、定量用調査票案を作成する
- 専門家委員会で構成・検証観点の妥当性を確認する
- 成果：
 - 予備調査に使用する調査票案（FGI 用・定量用）。
 - 各設問の検証目的及び方法を整理した設問管理表、FGI に用いる初期調査票案を整備し、検証対象の設問群を明示化する。

■ STEP2：フォーカスグループインタビュー（FGI）の実施

- 目的：設問の妥当性と文言理解度の両面から調査票の検証を行う。
- 作業内容：調査票の検証を行うため、2つのパターンの FGI を実施する。
 - A パターン（論点妥当性の検証）：設問内容が対象者の行動や意識に即しているかを確認（3～4 グループ）
 - 食品選択や食品安全への関心が高い人だけでなく、日常的にあまり関与していない人も含めて幅広く選定する。性別・年代・家族構成・地域性にばらつきを持たせ、行政の想定と生活者の意識・行動とのギャップを把握することを重視する。
 - B パターン（文言理解度の検証）：語彙や構文が自然に理解されているかを確認（2～3 グループ）
 - 食品安全への関心が低い層、情報リテラシーが低い層など、設問文の語彙や構文の理解に不安がある対象を意図的に含め、誤解や混乱の生じやすいポイントを確認する。
- 成果：設問の妥当性に関する質的知見、文言の誤解や曖昧さの抽出。

■ STEP3：試行用調査票の修正・確定

- 目的：FGI 結果を反映し、定量調査で用いる試行版調査票を確定する。
- 作業内容：FGI の逐語録を分析し、構成順・表現・選択肢を調整。
- 成果：小規模 web 調査用の調査票の確定。

■ STEP4：小規模 web 調査による試行

- 目的：修正後の調査票の妥当性と設問効果を定量的に確認する。
- 作業内容：

- web 調査（400 件）：20～60 代男女の均等割付によるクォータ方式で実施
- 成果：各設問の回答傾向、極端な回答の出現、調査手法間の差異といった、調査設計に関わるデータの取得。

■ STEP5：本調査の調査内容の整理

- 目的：本調査において郵送調査および web 調査各々で把握すべき内容の整理。
- 作業内容：
 - FGI および小規模 web 調査の結果整理に基づく、本調査で調査すべき事項の整理
 - 調査すべき事項に適した調査手法の検討
 - 調査手法による違いを比較分析する調査項目（共通設問）の整理
- 成果：郵送調査用および web 調査用の本調査調査票素案。

6.2.2 令和 8 年度の子備調査

■ STEP1：プレ調査の実施

- 目的：令和 7 年度に作成した本調査調査票素案を用いた郵送調査および web 調査の妥当性の検証
- 作業内容：
 - 郵送調査（600 件）：住民基本台帳に基づく無作為抽出、封入・発送・回収・入力・分析の実施
 - web 調査（400 件）：20～60 代男女の均等割付によるクォータ方式で実施
- 成果：本調査に向けた改善箇所の把握。

■ STEP2：本調査設計案および仕様案の作成

- 目的：定性・定量の結果を統合し、本調査の仕様・設計案を具体化する。
- 作業内容：
 - 調査手法間の比較分析
 - 設問ごとの改善要否の判断、分析視点の整理
 - 本調査の調査設計の整理
 - 仕様案の作成
- 成果：本調査に向けた設問構成、調査設計、調達仕様書。

6.3 スケジュール（案）

令和7、8年度に想定される実施スケジュールは以下のとおりである。各段階で専門家による委員会を開催し、調査設計の妥当性や得られた結果の検討・助言を得ながら進めていく。なお、令和8年度に行うプレ調査は、郵送調査実施のための十分な時間を確保するため、調査票の確定を令和7年度末までに完了させることを前提とする。

■ 令和7年度スケジュール

工程	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
STEP1：本調査調査票案の令和7年度予備調査向け整備									
設問の妥当性検証、FGI・定量調査案の設計	○								
STEP2：フォーカスグループインタビュー（FGI）の実施									
FGI実施・分析		○	○						
STEP3：試行用調査票の修正・確定									
調査票改訂・確定			○						
STEP4：小規模web調査による試行									
web調査実施・回収				○	○				
STEP5：本調査の調査内容の整理									
各調査結果の整理					○	○			
郵送用本調査調査票の作成							○	○	
web用本調査調査票の作成							○	○	
委員会	○			○		○		○	

■ 令和8年度スケジュール

工程	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
STEP1：プレ調査の実施											
郵送調査	○	○	○	○	○	○					
web調査					○	○					
STEP2：本調査設計案および仕様案の作成											
プレ調査の分析					○	○	○				
本調査調査設計							○	○			
仕様書案作成									○	○	
委員会	○				○		○			○	

【別紙】アンケート原本

【別紙1】

報道関係者との意見交換会 アンケート

本日はご参加いただき、誠にありがとうございました。

食品安全委員会では、今後も報道関係者の皆様との意見交換の場を持っていきたいと考えております。

今後の運営の参考とするため、アンケートへのご協力をお願いいたします。

ご所属 _____

お名前 _____

Q1. 今回の意見交換会の構成（内容・時間配分等）について、御意見をお聞かせください。

Q2. 今後取り上げてほしい議題をお知らせください。

Q3. 食品安全委員会の緊急時メーリングリストへの参加を御希望される方は、メールアドレスの記載をお願いいたします。

Q4. その他、ご自由に御意見をお聞かせください。

ご協力ありがとうございました。

1. 不満 2. 少し不満 3. 普通 4. ほぼ満足 5. 満足

【自由記載欄】 セミナーに関するご意見・ご希望（テーマ、構成、開催の時間帯や会の所要時間等）など、何でも構いません、どうぞご自由にお書きください。（1000字以内）

アンケートは以上になります。ご協力をいただきまして、本当にありがとうございました。

【別紙4】

2023/11/27 報道関係者との意見交換会

アンケート

「農薬の再評価に係る食品健康影響評価」について

このたびは、報道関係者との意見交換会にご参加いただき、誠にありがとうございました。
今後の運営の参考とさせていただきますので、アンケートへのご協力をお願いいたします。

問1 今回の意見交換会について、ご感想をお聞かせください。下記項目の該当する箇所を
一つ丸付けして下さい

(A) 総合的満足度

1. 満足 2. ほぼ満足 3. やや不満 4. 不満

(B) テーマ

1. 満足 2. ほぼ満足 3. やや不満 4. 不満

(C) 会議時間

1. 長い 2. やや長い 3. 適切 4. やや短い 5. 短い

(D) 時間配分

1. 満足 2. ほぼ満足 3. やや不満 4. 不満

(E) テーマについて理解が深まりましたか？

1. そう思う 2. ややそう思う 3. あまりそう思わない 4. 全くそう思わない

問2 本日の感想、今後の意見交換会に関するご意見・ご希望（テーマ、構成、所要時間等）、
食品安全委員会へのメッセージなどをご自由にお書きください。（300字以内）

アンケートは以上になります。 ご協力をいただきまして、ありがとうございました。

※アンケートは裏返して机の上に置いて下さい。職員が回収します。

【別紙 5】

食品を科学するーリスクアナリシス（分析）連続講座ー
第 1 回「相手を知ってやっつけよう～主な細菌性食中毒の特徴と対策～」

アンケート

本日の講座の出席は、本アンケートのご提出をもって、確認いたしますので、必ず提出してください。
アンケートは今後の運営の参考といたしますので、よろしくお願いいたします。

問 1 御自身のことについて、お答えください。

参加者番号		性別	1) 男性
御名前			2) 女性
年代	1) 20歳代 2) 30歳代 3) 40歳代 4) 50歳代 5) 60歳代 6) 70歳代～		
職業 ※主なものに○	1) 主婦（夫） 2) 会社員（食品関係） 3) 会社員（2 以外） 4) 自営業（食品関係） 5) 自営業（農業関係） 6) 学生 7) マスコミ関係 8) その他（具体的に御記入ください：)		
連絡先	※メールアドレスなど、事前に登録いただいた連絡先から変更がある場合のみ、ご記入ください。		

問 2 本日の講義について、御意見をお聞かせください。

講義の内容	1) 満足	2) ふうつう	3) 不満
難易度	1) 難しい	2) ちょうど良い	3) 簡単すぎる
その理由（満足した内容、不満の部分等）をお書きください。			

講義の理解度	1) よく理解できた	2) おおむね理解できた
	3) あまり理解できなかった	4) 理解できなかった
その理由（理解できた部分、理解できなかった部分）をお書きください。		

裏に続く⇒

問3 意見交換・質疑応答について、御意見をお聞かせください。

内容	1) 満足	2) ふう	3) 不満
理解度	1) よく理解できた 3) あまり理解できなかった	2) おおむね理解できた 4) 理解できなかった	
御意見、御要望等ございましたらお書きください。			

問4 講座の運営について、御意見をお聞かせください。

講座の運営	1) 良い	2) ふう	3) 良くない
御意見、御要望等ございましたらお書きください。			

問5 次回の講座テーマ「誰もが食べている化学物質～食品の加工貯蔵中の化学変化と安全性～」
(村田容常委員) について、委員に質問したいこと等ございましたらお書きください。

--

問6 その他、今後取り上げてほしいテーマ等、御自由に御意見をお書きください。

--

御協力ありがとうございました。

【別紙6】

平成30年度 精講：食品健康影響評価のためのリスクプロファイル
～鶏肉等におけるカンピロバクター・シェジュニ/コリ～（大阪会場）

アンケート

今後の運営の参考といたしますので、ご協力をお願いいたします。
該当箇所に○印をお願いいたします。

問1 御自身について、お答えください。

御名前	(匿名でも結構です。)	性別	1) 男性 2) 女性
年代	1) 20歳代 2) 30歳代 3) 40歳代 4) 50歳代 5) 60歳代 6) 70歳代～		
職業 ※主なものに○	1) 主婦(夫) 2) 会社員(食品・農業関係) 3) 会社員(食品・農業関係以外) 4) 自営業(食品・農業関係) 5) 自営業(食品・農業関係以外) 6) 研究者 7) 学生 8) マスコミ関係 9) 公務員・非営利団体職員 10) その他(具体的に:)		

問2 精講：食品健康影響評価のためのリスクプロファイル

～鶏肉等におけるカンピロバクター・シェジュニ/コリ～について、御意見をお聞かせください。

満足度	1) 満足 2) おおむね満足 3) やや不満 4) 不満
(理由)	
難易度	1) 難しい 2) やや難しい 3) やや簡単 4) 簡単
(理由)	
理解度	1) よく理解できた 2) おおむね理解できた 3) あまり理解できなかった 4) 理解できなかった
講義を通じて、 当てはまるものに全て○印を付けてください。	1) 発表内容は、科学的根拠がありつつ、かみ砕いた表現を心がけているように感じた。 2) 発表では、専門的なことをわかりやすく説明していた。 3) 発表では、実際のリスクプロファイルを確認しながらの講義がわかりやすかった。 4) 発表では、実際のリスクプロファイルが提示されていたが、かえって理解しづらくなった。(具体的な理由があれば、下記記載欄にご記入ください。) 5) 発表者は、重要な事実・都合の悪い情報を伝えていないと感じた。
その他、御意見等お聞かせください。	

問3 質疑応答について、御意見をお聞かせください。

(裏面もご記入下さい)

内容	1) 満足 2) おおむね満足 3) やや不満 4) 不満
理解度	1) よく理解できた 2) おおむね理解できた 3) あまり理解できなかった 4) 理解できなかった
質疑応答を通じて、当てはまるものに <u>全て</u> ○印を付けてください。	1) 回答の表現が平明で、言いたいことがよくわかった。 2) 自分の質問に対する回答になっていた。 3) 自分の質問に対する回答になっていなかった。 4) 回答をごまかしていると感じた。 5) 司会者の質疑応答の進め方は、適切であった。 6) 司会者の質疑応答の進め方は、不適切であった。(具体的な理由があれば、下記記載欄にご記入ください。)
御意見等があればお聞かせください。	

問4 講座の運営について、御意見をお聞かせください。

講座の運営	1) 良い 2) おおむね良い 3) やや良くない 4) 良くない
御意見等があればお聞かせください。	

問5 今回の講座の感想、講座で今後取り上げてほしいテーマ等、御自由に御意見をお書きください。

--

御協力ありがとうございました。

食品安全委員会in愛知県にご参加いただいた皆様へ

アンケート

平成 26 年 1 月 28 日 (火)
食品安全委員会 ・ 愛知県

本日はお忙しい中、当フォーラムへご参加いただきありがとうございます。今後のリスクコミュニケーションをより実りある形で実施していくため、本日のフォーラムに関するアンケートを実施しています。以下の設問について、ご回答いただき、フォーラム終了後、スタッフにご提出いただきますようお願い申し上げます。

問 1. あなたご自身のことや食品の安全性に関するお考えについてお聞きます。以下の設問について、それぞれあてはまるもの 1 つを選んで番号を○で囲んでください。

① 性別

- | | |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|

② 年齢

- | | | | |
|----------|---------|----------|---------|
| 1. 20歳未満 | 2. 20歳代 | 3. 30歳代 | 4. 40歳代 |
| 5. 50歳代 | 6. 60歳代 | 7. 70歳以上 | |

③ 職業（複数該当する方は、主なものを 1 つを選んで○を囲んでください。）

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. 消費者団体（生活協同組合関係者 など） | 2. 食品関連事業者（加工、流通、販売など） |
| 3. 農林漁業従事者（生産者） | 4. 研究・教育機関（教員、研究者 など） |
| 5. マスコミ関係者 | 6. 行政関係者 |
| 7. その他（具体的に： _____） | |

④ 本日のフォーラム開催をどこでお知りになったか（主なものを 1 つを選んで○を囲んでください。）

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. 食品安全委員会ホームページ | 2. 自治体からの案内資料 |
| 3. 食品安全委員会メールマガジン | 4. 関係者からのご案内資料 |
| 5. 知人からの紹介 | 6. その他【 _____ 】 |

⑤ 国民の食生活を取り巻く変化や、食の安全に関する国際的な考え方において、どんな食品にもリスクがあるという前提で食品行政においてリスク分析手法が導入されています。

あなたは「100%安全な食品はないこと」について、どう思われますか。

- | | | |
|--------------|-------------|----------|
| 1. 強くそう思う | 2. ややそう思う | |
| 3. あまりそう思わない | 4. 全くそう思わない | 5. わからない |

裏面もご記入お願いいたします

問2. 本日のフォーラムについてお聞きします。それぞれあてはまるところを○で囲んでください。

① 本日のフォーラムに参加された目的（複数該当する方は、主なものを1つ選んで○を囲んでください。）

1. 食品添加物について理解を深めたかったから
2. 食品添加物のリスクについて自分の意見や考えを話したかったから
3. 他の参加者の意見や考えを聞いたかったから
4. これまでにない取組みで面白そうだったから
5. 少人数での相互対話に関心があったから
6. 国および自治体の行うリスクコミュニケーションについて知りたかったから
7. その他【 】

② 上の質問でお答えいただいた目的に対して、本日のフォーラムはどの程度満足できるものでしたか。

1. 十分満足した	2. ほぼ満足した	3. あまり満足できなかった
4. まったく満足できなかった	5. どちらでもない	



③ “3. あまり満足できなかった” “4. まったく満足できなかった” “5. どちらでもない” と答えた方に伺います。

満足できなかったとお考えになる点をお聞かせください。

満足できなかった点 . . . 具体的にご記入ください
[]

問3. 本日のフォーラムのような形式の意見交換会についてどのように思われますか。1つ選び、下に理由をお書きください。

	1. 評価する	2. まあまあ評価する	3. あまり評価しない	4. まったく評価しない
理由				



問4. 本日のフォーラムの進め方・内容等について伺います。会の全体を通じて感じた印象についてお聞かせください。次に挙げる項目について、当てはまる番号に○を付けてください。

		たいへん そう思う	そう思う	あまり そう思わない	そう思わない
進め方	i フォーラムの開催手続き（参加申し込みの手続き等）は適切であった	1	2	3	4
	ii 学習会「食品安全に関するリスク分析」は理解できた	1	2	3	4
	iii 情報提供「食品添加物のリスク評価」は理解できた	1	2	3	4
	iv 情報提供「食品添加物のリスク管理」は理解できた	1	2	3	4
	v 意見交換の進め方は良かった	1	2	3	4
	vi 意見交換時に話題提供者や司会者は質問にきちんと対応していた	1	2	3	4
内容	vii 食品添加物のリスクについて、参加する前に比べ理解が深まった	1	2	3	4
	viii 自分の食生活に今回のフォーラムで知った内容は活かせる	1	2	3	4

問5. 本日のフォーラムについて、全体を通してご意見やご感想がありましたらご記入ください。

【別紙8】

食品安全委員会 in 福井県 食品のリスクを考えるフォーラム
～食品添加物について知ろう！ 考えよう！～にご参加いただいた皆様へ

平成 27 年 1 月 23 日

食品安全委員会・福井県・公益社団法人ふくい・くらしの研究所

本日はお忙しい中、当フォーラムへご参加いただきありがとうございます。今後のリスクコミュニケーションをより実りある形で実施していくため、本日のフォーラムに関するアンケートを実施しています。以下の設問について、ご回答いただき、終了後、スタッフにご提出いただきますようお願い申し上げます。

問 1. あなたご自身のことや食品の安全性に関するお考えについてお聞きします。

以下の設問について、あてはまるものを選び○で囲んでください。

- ① 性別
- | | |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|
- ② 年代
- | | | | | |
|-----------|-----------|----------|----------|----------|
| 1. 20 歳未満 | 2. 20 歳代 | 3. 30 歳代 | 4. 40 歳代 | 5. 50 歳代 |
| 6. 60 歳代 | 7. 70 歳以上 | | | |
- ③ 職業（複数該当する方は、主なもの 1 つに○）
- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1. 消費者団体（生活協同組合関係者など） | 2. 食品関連事業者（加工、流通、販売など） |
| 3. 農林漁業従事者（生産者） | 4. 研究・教育機関（教員、研究者など） |
| 5. マスコミ関係者 | 6. 行政関係者 |
| 7. その他【具体的に： | 】 |
- ④ 本日のフォーラム開催をどこでお知りになりましたか。（主なもの 1 つに○。）
- | | |
|-------------------|----------------|
| 1. 食品安全委員会ホームページ | 2. 自治体からの案内資料 |
| 3. 食品安全委員会メールマガジン | 4. 関係者からのご案内資料 |
| 5. 知人からの紹介 | |
| 6. その他【 | 】 |

問 2. 本日のフォーラムについてお聞きします。あてはまるものを選び、○で囲んでください。

- ① フォーラムに参加された目的について。（主なもの 1 つに○。）
- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1. 食品添加物について理解を深めたかったから | |
| 2. 食品添加物について自分の意見や考えを話したかったから | |
| 3. 他の参加者の意見や考えを聞いたかったから | |
| 4. これまでにない取組みで面白そうだったから | |
| 5. 少人数での相互対話に関心があったから | |
| 6. 国および自治体の行うリスクコミュニケーションについて知りたかったから | |
| 7. その他【 | 】 |
- ② 上記質問（問 2. ①）でお答えいただいた参加目的に対して、どの程度満足できるものでしたか。
- | | | |
|-----------------|------------|----------------|
| 1. 十分満足した | 2. ほぼ満足した | 3. あまり満足できなかった |
| 4. まったく満足できなかった | 5. どちらでもない | |
- ③ 問 2. ②で“3. あまり満足できなかった”、“4. まったく満足できなかった”、“5. どちらでもない”とお答えいただいた方に伺います。満足できなかった理由をお聞かせください。

※満足できなかった点を具体的にご記入ください。

次ページもご記入をお願いいたします

問3. 本日のフォーラムのような形式の意見交換会についてどのように思われますか。1つ選び、下に理由をお書きください。

1. 評価する 2. まあまあ評価する 3. あまり評価しない 4. まったく評価しない	
理由	

問4. 本日のフォーラムにおける情報提供や進め方等について伺います。次に挙げる項目について、当てはまる番号に○を付けてください。

		大変 そう思う	そう 思う	あまり そう 思わ ない	そう 思わ ない	わ か ら な い
(1) 食品安全委員会からの情報提供						
i	専門的なことを分かりやすく話していた	1	2	3	4	5
ii	話題には科学的根拠が感じられた	1	2	3	4	5
iii	隠している情報があるように感じた	1	2	3	4	5
iv	学習会「食品安全に関するリスク分析」は理解できた	1	2	3	4	5
v	情報提供「食品添加物について(仮)」は理解できた	1	2	3	4	5
vi	食品安全委員会が発信する情報は信頼できると感じた	1	2	3	4	5
vii	100%安全な食品はないことが理解できた	1	2	3	4	5

(2) 地方自治体からの情報提供

i	専門的なことを分かりやすく話していた	1	2	3	4	5
ii	話題には科学的根拠が感じられた	1	2	3	4	5
iii	情報提供「〇〇」は理解できた	1	2	3	4	5
iv	福井県が発信する情報は信頼できると感じた	1	2	3	4	5

(3) 会の進め方

i	意見交換の進め方は良かった	1	2	3	4	5
ii	話題提供者や司会者は質問にきちんと対応していた	1	2	3	4	5
iii	発言の機会は十分に確保されていた	1	2	3	4	5
iv	意見交換では参加者の意見を聞く姿勢が感じられた	1	2	3	4	5
v	フォーラムの開催手続き(申込等)は適切であった	1	2	3	4	5
vi	会場は適切であった	1	2	3	4	5
vii	時間配分は適切であった	1	2	3	4	5

次ページもご記入をお願いいたします

“3. あまりそう思わない”、“4. そう思わない”、“5. わからない”とお答えいただいた方は具体的な理由をお聞かせください。(※(1)のiiiについては、“1. 大変そう思う”、“2. そう思う”とお答えの方)

(1) 食品安全委員会からの情報提供

(2) 地方自治体からの情報提供

(3) 会の進め方

問5. 本日のフォーラムについて、全体を通してご意見やご感想がありましたらご記入ください

食品安全委員会・岡山県 共催意見交換会
「食中毒のリスクについて考えよう」
にご参加いただいた皆様へ

平成29年1月20日
食品安全委員会・岡山県

本日はお忙しい中、当フォーラムへご参加いただきありがとうございます。今後のリスクコミュニケーションをより実りある形で実施していくため、本日のフォーラムに関するアンケートを実施しています。以下の設問について、ご回答いただき、終了後、スタッフにご提出いただきますようお願い申し上げます。

問1. あなたご自身のことや食品の安全性に関するお考えについてお聞きします。
以下の設問について、あてはまるものを選び○で囲んでください。

- ① 性別

1. 男性	2. 女性
-------	-------
- ② 年代

1. 20歳未満	2. 20歳代	3. 30歳代	4. 40歳代	5. 50歳代以上
----------	---------	---------	---------	-----------

問2. 本日のフォーラムについてお聞きします。あてはまるものを選び、○で囲んでください。

① フォーラムに参加された目的について。(主なもの1つに○。)

- | |
|---------------------------------------|
| 1. 食中毒のリスクについて理解を深めたかったから |
| 2. 食中毒のリスクについて自分の意見や考えを話したかったから |
| 3. 他の参加者の意見や考えを聞いたかったから |
| 4. これまでにない取組みで面白そうだったから |
| 5. 少人数での相互対話に関心があったから |
| 6. 国および自治体の行うリスクコミュニケーションについて知りたかったから |
| 7. その他 |

② 上記質問(問2. ①)でお答えいただいた参加目的に対して、どの程度満足できるものでしたか。

- | | | |
|-----------------|------------|----------------|
| 1. 十分満足した | 2. ほぼ満足した | 3. あまり満足できなかった |
| 4. まったく満足できなかった | 5. どちらでもない | |

③ 問2. ②で“3. あまり満足できなかった”、“4. まったく満足できなかった”、“5. どちらでもない”とお答えいただいた方に伺います。満足できなかった理由をお聞かせください。

※満足できなかった点を具体的にご記入ください。

次ページもご記入をお願いいたします

問3. 本日の意見交換会における情報提供や進め方等について伺います。次に挙げる項目について、当てはまる番号に○を付けてください。

		大変 そう 思う	そう 思う	あまり そう 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い
(1) 食品安全委員会からの情報提供						
i	専門的なことを分かりやすく話していた	1	2	3	4	5
ii	話題には科学的根拠が感じられた	1	2	3	4	5
iii	隠している情報があるように感じた	1	2	3	4	5
iv	情報提供「食品安全に関する基礎知識（リスクアナリシス）」は理解できた	1	2	3	4	5
v	情報提供「微生物による食中毒のリスクについて」は理解できた	1	2	3	4	5
vi	食品安全委員会が発信する情報は信頼できると感じた	1	2	3	4	5

(2) 岡山県からの情報提供

i	専門的なことを分かりやすく話していた	1	2	3	4	5
ii	話題には科学的根拠が感じられた	1	2	3	4	5
iii	隠している情報があるように感じた	1	2	3	4	5
iv	情報提供「岡山県で発生した食中毒とその対策について」は理解できた	1	2	3	4	5
v	岡山県が発信する情報は信頼できると感じた	1	2	3	4	5

(3) 会の進め方

i	意見交換の進め方は良かった	1	2	3	4	5
ii	話題提供者や司会者は質問にきちんと対応していた	1	2	3	4	5
iii	発言の機会は十分に確保されていた	1	2	3	4	5
iv	意見交換では参加者の意見を聞く姿勢が感じられた	1	2	3	4	5
v	意見交換会の開催手続き（申込手続き等）は適切であった	1	2	3	4	5
vi	会場は適切であった	1	2	3	4	5
vii	時間配分は適切であった	1	2	3	4	5
viii	本日の意見交換会で食品安全についての自分の理解が進んだと思う。	1	2	3	4	5

次ページもご記入をお願いいたします

“3. あまりそう思わない”、“4. そう思わない”、“5. わからない”とお答えいただいた方は具体的な理由をお聞かせください。(※ (1)、(2)、(3)のiii「隠している情報があるように感じられた」については、”1. 大変そう思う“、“2. そう思う”とお答えの方)

(1) 食品安全委員会からの情報提供

(2) 岡山県からの情報提供

(3) 会の進め方

※具体的な理由をご記入ください。

問5. 本日の意見交換会について、全体を通してご意見や感想がありましたらご記入ください

◆アンケートにご協力ください◆

名古屋市・食品安全委員会共催意見交換会

「からだに良いもの？悪いもの？カフェインについて考える」

にご参加いただいた皆様へ

令和元年 8 月 2 9 日

名古屋市・内閣府食品安全委員会

本日はお忙しい中、意見交換会へご参加いただきありがとうございました。

今後のリスクコミュニケーションをより実りある形で実施していくため、本日の意見交換会に関するアンケートを実施しています。以下の設問についてご回答いただき、終了後、スタッフにご提出いただきますようお願い申し上げます。

問 1. あなたご自身のことについてお聞きます。あてはまるものを選び、○で囲んでください。

(1) 性別

1. 男性	2. 女性
-------	-------

(2) 年代

1. 10 歳代	2. 20 歳代	3. 30 歳代	4. 40 歳代	5. 50 歳代
6. 60 歳代	7. 70 歳代以上			

問 2. 本日の意見交換会についてお聞きます。あてはまるものを選び、○で囲んでください。


(1) 意見交換会に参加された目的をお聞かせください。(主なもの 1 つ)

<p>1. 食品の安全性について理解を深めたかったから 2. 食品の安全性について自分の意見や考えを話したかったから 3. 他の参加者の意見や考えを聞いたかったから 4. これまででない取組で面白そうだったから 5. 少人数での相互対話に関心があったから 6. 国および自治体の行うリスクコミュニケーションについて知りたかったから 7. その他 ()</p>
--

(2) 上記 (1) でお答えいただいた参加目的に対して、どの程度満足できるものでしたか。

<p>1. 十分満足した 2. ほぼ満足した 3. あまり満足できなかった 4. まったく満足できなかった 5. どちらでもない</p>

(3) 上記 (2) で「3. あまり満足できなかった」、「4. まったく満足できなかった」、「5. どちらでもない」とお答えいただいた方に伺います。理由を具体的にお聞かせください。

次ページもご記入をお願いいたします 

問3. 本日の意見交換会における話題提供や進め方等について伺います。次に挙げる項目について、当てはまる番号に○を付けてください。

		そう大 変思う	そう 思う	そう 思わ ない あまり	思 わ ない そう	わ か ら な い
(1) 食品安全委員会からの話題提供について						
i	専門的なことを分かりやすく話していた	1	2	3	4	5
ii	話の内容には科学的根拠が感じられた	1	2	3	4	5
iii	情報を包み隠さず開示していると感じた	1	2	3	4	5
iv	食品安全委員会の話題提供の内容は理解できた	1	2	3	4	5
v	食品安全委員会が発信する情報は信頼できると感じた	1	2	3	4	5

上記(1) i～vの質問で、「3. あまりそう思わない」、「4. そう思わない」、「5. わからない」とお答えの方に伺います。理由を具体的にお聞かせください。

		そう大 変思う	そう 思う	そう 思わ ない あまり	思 わ ない そう	わ か ら な い
(2) 名古屋市からの話題提供について						
i	専門的なことを分かりやすく話していた	1	2	3	4	5
ii	話の内容には科学的根拠が感じられた	1	2	3	4	5
iii	情報を包み隠さず開示していると感じた	1	2	3	4	5
iv	名古屋市の話提供の内容は理解できた	1	2	3	4	5
v	名古屋市が発信する情報は信頼できると感じた	1	2	3	4	5

上記(2) i～vの質問で、「3. あまりそう思わない」、「4. そう思わない」、「5. わからない」とお答えの方に伺います。理由を具体的にお聞かせください。

次ページもご記入をお願いいたします

(3) 会の進め方について

		そう 大変 思う	そう 思う	そう あまり 思わ ない	思 わ な い	わ か ら な い
i	意見交換の進め方は良かった	1	2	3	4	5
ii	話題提供者や司会者は質問にきちんと対応していた	1	2	3	4	5
iii	発言の機会は十分に確保されていた	1	2	3	4	5
iv	意見交換では参加者の意見を聞く姿勢が感じられた	1	2	3	4	5
v	会場は適切であった	1	2	3	4	5
vi	時間配分は適切であった	1	2	3	4	5
vii	本日の意見交換会で食品安全についての自分の理解が進んだと思う	1	2	3	4	5

大変そう思う そう思う あまりそう思わない そう思わない わからない

上記(3) i～viiの質問で、「3. あまりそう思わない」、「4. そう思わない」、「5. わからない」とお答えの方に伺います。理由を具体的にお聞かせください。

問4. 本日の意見交換会について、全体を通してご意見や感想がありましたらお聞かせください。 また、今後参加したい意見交換会のテーマなど、その他自由にご記入ください。

◆アンケートにご協力ください◆

沖縄県・食品安全委員会共催意見交換会

「知って防ごう食中毒」

にご参加いただいた皆様へ

令和 6 年 1 0 月 2 2 日

沖縄県・内閣府食品安全委員会

本日は意見交換会へご参加いただきありがとうございました。

今後のリスクコミュニケーションをより実りある形で実施していくため、本日の意見交換会に関するアンケートを実施しています。以下の設問についてご回答いただき、終了後、スタッフにご提出いただきますようお願い申し上げます。

問 1. 本日の意見交換会についてお聞きします。あてはまるものを選び、○で囲んでください。

(1) 今回の意見交換会の内容は、どの程度満足できるものでしたか。

- | | | |
|-----------------|------------|----------------|
| 1. 十分満足した | 2. ほぼ満足した | 3. あまり満足できなかった |
| 4. まったく満足できなかった | 5. どちらでもない | |

(2) 上記 (1) で「3. あまり満足できなかった」、「4. まったく満足できなかった」、「5. どちらでもない」とお答えいただいた方に伺います。理由を具体的にお聞かせください。

問 2. 本日の意見交換会における話題提供や進め方等について伺います。次に挙げる項目について、当てはまる番号に○を付けてください。

(1) 食品安全委員会からの話題提供について

		そ う 大 変 う	そ う 思 う	そ う 思 わ な い あ ま り	思 わ な い そ う	わ か ら な い
i	専門的なことを分かりやすく話していた	1	2	3	4	5
ii	話の内容には科学的根拠が感じられた	1	2	3	4	5
iii	情報を包み隠さず開示していると感じた	1	2	3	4	5
iv	食品安全委員会の話題提供の内容は理解できた	1	2	3	4	5
v	食品安全委員会が発信する情報は信頼できると感じた	1	2	3	4	5

次ページもご記入をお願いいたします

問（1） i～vの質問で、「3. あまりそう思わない」、「4. そう思わない」、「5. わからない」とお答えの方に伺います。理由を具体的にお聞かせください。

(2) 会の進め方について

		そう大 変 思 う	そ う 思 う	そ う 思 わ な い あ ま り	思 わ な い そ う	わ か ら な い
i	時間配分は適切であった	1	2	3	4	5
iii	参加者の発言の機会は十分に確保されていた	1	2	3	4	5
ii	参加者の意見にきちんと対応していた	1	2	3	4	5
iii	参加者の発言の機会は十分に確保されていた	1	2	3	4	5
iv	意参加者の意見を尊重されていると感じた	1	2	3	4	5

前問（2） i～viiの質問で、「3. あまりそう思わない」、「4. そう思わない」、「5. わからない」とお答えの方に伺います。理由を具体的にお聞かせください。

問3. 本日の意見交換会について、全体を通してご意見や感想がありましたらお聞かせください。 また、今後参加したい意見交換会のテーマなど、その他自由にご記入ください。

アンケートのご協力ありがとうございました

【別紙 12】

食品に関するリスクコミュニケーション
輸入食品の安全性確保に関する意見交換会
(令和6年1月30日(火)：東京会場)にご参加いただいた皆様へ

本日はお忙しい中、ご参加いただきありがとうございます。
今後のリスクコミュニケーションをより有意義なものとするための参考といたしますので、本会に関するアンケートにご協力下さい。
ご記入がすみましたら、受付にお渡しください。

問1 本会についてお伺いします。

① 情報提供・講演の内容について、理解することができましたか。

1) できた 2) おおむねできた 3) あまりできなかった 4) できなかった

①で「3 あまりできなかった」、「4 できなかった」と回答した方にお伺いします。

十分に理解することができなかった理由は何ですか。

② 意見交換・質疑応答の内容について、理解することができましたか。

1) できた 2) おおむねできた 3) あまりできなかった 4) できなかった

②で「3 あまりできなかった」、「4 できなかった」と回答した方にお伺いします。

十分に理解することができなかった理由は何ですか。

問2 本会全体についてお伺いします。

① 全体の構成(内容・時間配分)はいかがでしたか。

1) 大変良かった 2) 良かった 3) あまり良くなかった 4) 良くなかった

② 本会に参加する前と後ではご自身の考え方は変わりましたか。

1) 変わった 2) 少し変わった 3) あまり変わらない 4) 変わらない

理由は何ですか。

③ その他ご意見がありましたらお聞かせ下さい。

(良かった点)

(改善すべき点)

裏面に続きます

問3 ご自身について、ご回答ください。

① 本会の開催をどのような方法で知りましたか。

- 1) ウェブサイト (厚生労働省・その他 ())
- 2) メールマガジン (発行者:) (名称:)
- 3) SNS (X (旧 Twitter) 等)
- 4) 所属団体からの連絡
- 5) 知人からの紹介
- 6) その他 ()

② 性別

- 1) 男性
- 2) 女性
- 3) 回答しない

③ 年齢

- 1) ~19 歳
- 2) 20 歳代
- 3) 30 歳代
- 4) 40 歳代
- 5) 50 歳代
- 6) 60 歳代
- 7) 70 歳~

④ ご所属

- 1) 消費者 (団体を含む)
- 2) 食品関係事業者 (団体を含む)
- 3) 検査機関関係者
- 4) 行政関係者 (独法含む)
- 5) 報道関係者
- 6) その他 ()

問4 その他 (運営、今後食品に関するリスクコミュニケーションで希望するテーマ等) について、ご意見がありましたらご記入ください。

アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。

⑤ 本日の意見交換会の内容で周囲の人に伝えたいと思う項目がありますか。該当する項目に○を【別紙つけ】その理由や内容をお聞かせください。(いくつでも)

- | | |
|-------------|----------------|
| 1) 基調講演 | 2) 行政担当による情報提供 |
| 3) 会場との意見交換 | 4) 伝えたいとは思わない |

(理由・内容)

⑥ 本日の意見交換会に参加していかがでしたか。当てはまるものに○をつけ、改善すべきと感じた点をお聞かせください。(いくつでも)

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1) 欲しい情報が得られた | 2) 知っている情報の再確認が出来た |
| 3) 他の参加者の意見を聞くことが出来た | 4) 日頃感じている不安が薄らいだ |
| 5) かえって不安が増した | 6) その他() |

(改善すべき点)

⑦ 今後の食品中の放射性物質に関する意見交換会で重点的に取り上げてほしい事があればお教えてください。当てはまるものに○をつけてください。(いくつでも)

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1) 被災地の食品の安全性に関する情報 | 2) 被災地の食品の魅力に関する情報 |
| 3) 行政や専門家からの科学的情報 | 4) その他 |

(その他の具体的な内容をお書きください。)

問2: ご自身について、ご回答ください。

① 年齢

- 1) ~19歳 2) 20歳代 3) 30歳代 4) 40歳代 5) 50歳代 6) 60歳代 7) 70歳~

② ご職業

- | | | |
|------------------|----------------|-------------------|
| 1) 消費者(団体含む) | 2) 生産者(団体含む) | 3) 食品流通事業者(団体含む) |
| 4) 食品加工事業者(団体含む) | 5) 行政関係者(独法含む) | 6) 学校・教育関係者(学生含む) |
| 7) 医療・福祉関係者 | 8) 報道関係者 | 9) その他() |

③ 本日の意見交換会の開催を最初にどのような方法で知りましたか。ひとつに○をつけてください。

- | | | |
|------------|------------|--------------|
| 1) ホームページ | 2) メールマガジン | 3) SNS |
| 4) バナー広告 | 5) チラシ | 6) 所属団体からの連絡 |
| 7) 知人からの紹介 | 8) その他() | |

問3: 今後、食品に関するリスクコミュニケーションで希望するテーマ等について、次のうちひとつに○をつけてください。

- | | | |
|--------------|-----------|--------|
| 1) 食品添加物 | 2) 健康食品 | 3) 食中毒 |
| 4) 遺伝子組換え食品 | 5) 輸入食品 | 6) 農薬 |
| 7) 食品の安全の考え方 | 8) その他() | |

※ご記入いただきました内容は、後日、関係府省ウェブサイトにて紹介させていただく場合がございます。紹介／掲載を希望されない方は右欄にチェックをお願いします。 掲載を希望しない □

ご協力ありがとうございました。