

食中毒・畜産に関する事故発生に伴う 消費者の食品購入の意識変化

渡邊 美幸, 石井 佳奈子

調査目的

食品や畜産に関連する事故が最近日本各地で起きている。平成8年のカイワレダイコンが原因とされた食中毒O-157、去年6月には大手乳業メーカーの乳製品事故、さらに、去年3月には宮崎県で牛の口蹄疫発生がある。いずれの事故も本州で起きた事故で北海道に影響はないと思われていたが、O-157は平成8年10月に帯広市で、口蹄疫は去年5月に本別町で発生した。また、乳製品事故は十勝産の製品が原因であったように、どれも十勝と関係する事故であった。これらの事故は、日本の食料基地でもある十勝に対してマイナスイメージを少なからず与えた。

そこで、これらの事故と関係の深い野菜・牛乳・牛肉のそれぞれについて、事故前、事故後、および普段における主婦の購入時の意識をアンケートにより調査した。この調査を基に、将来食品や畜産に関連する事故が起きた際の消費者の行動を予想し、消費者、生産者ともに満足のできる食料生産の一助にしたいと考えた。

II. 調査方法

食品を買うのは主に女性であると考えられるので主婦を対象に野菜・牛乳・牛肉の購入意識について調査用紙を144枚配付して調べた。調査用紙の回収状況は、本学に職員として勤める主婦および教職員の奥さん・大学生協の職員・学内清掃員53枚、近隣保育園に通う園児の母親9枚、級友と面識のある主婦47枚で、合計109枚(回収率：75.7%)となった。

III. 結果および考察

(1) 回答者の内訳

回答者の年齢別内訳は、20歳代11人、30歳代21人、40歳代36人、50歳代29人、60歳以上12人となった。職業別内訳は、本人も含めて家族に1人でも農業または食品関係の職業に就いている人がいる場合は農業・食品関係として分析した。農業・食品関係が47人、無職・その他が62人であった。家族構成については20歳代で幼児を多く含み、親との同居が多く、30歳代で幼児・小学生が多いが親との同居が少なかった。

(2) 事故発生当時における食品購入時の抵抗感(図1)

野菜・牛乳・牛肉いずれの食品に対しても事故発生当時、購入の際には少なからず抵抗を感じていた。特に牛肉に関しては「かなり感じた」という人が多く、野菜

・牛乳よりも10~14%も多かった。職業別で大きな差があるのは牛肉であり、農業・食品関係よりも無職・その他の抵抗が大きかった。

(3) 購入に抵抗のあった野菜の種類(図2)

事故発生当時、購入の際に抵抗のあった野菜として、野菜の芽をあげた人が56%を占めた。この背景として、事故原因を野菜の芽であるカイワレダイコンとする報道があったことによるのは容易に想像がつく。年齢別においては、40歳代が野菜の芽に抵抗を最も感じており、20歳代・60歳代の抵抗感はかなり低かった。

(4) 購入に抵抗のあった乳製品の種類(図3)

乳製品の事故発生当時の購入に抵抗の強かった乳製品は、食中毒事故の原因であった低脂肪乳(16.3%)ではなく成分無調製の牛乳(29.4%)であった。低脂肪乳を普段購入している29人のうち、牛乳に抵抗を感じたのが15人であったが、低脂肪乳に抵抗を感じたのは11人となっている。このことから、消費者が低脂肪乳と成分無調製の牛乳の違いを正確に理解していないことが想像される。一方、農業・食品関係では成分無調製の牛乳よりも低脂肪乳への抵抗感が強かった。

(5) 牛肉購入の意識と産地(図4, 5)

牛肉を購入する際に意識の最も高いものは鮮度で、次いで、価格、産地・銘柄の順になった。産地・銘柄を優先している人の半数近くが十勝産を選び、2/3が道内産を選んでいった。安価とされる外国産であっても購入しているのは1人であった。20歳代では道内産の牛肉しか購入していなかった。農業・食品関係では鮮度に次いで価格、産地・銘柄を重視していたが、無職・その他ではこれら3項目は同程度であった。

(6) 十勝産の品質とおいしさの意識(図6)

十勝産の野菜・牛乳・牛肉いずれも、品質・おいしさともに、良いと答えた人が多かった。特に牛乳の評価は高く、牛肉は野菜・牛乳に比べて少し劣る傾向にあった。

IV. まとめ

大阪府で発生したO-157の感染源がカイワレダイコンでないにもかかわらず、本調査では購入時に抵抗のあった野菜で最も多かったのが、カイワレダイコンやもやし等からなる野菜の芽であった。乳製品の事故発生当時の購入に抵抗の強かった乳製品は、食中毒事故の原因であった低脂肪乳ではなく成分無調製の牛乳であった。牛肉については口蹄疫発生当時は6割以上の人が牛肉の購入に抵抗を感じていた。

平成11年に埼玉県で起きたダイオキシンの問題は、マスコミの不用意な言葉をきっかけに、消費者の風評的な行動が起きたことは記憶に新しい。十勝での口蹄疫発生当時、帯広市内のあるスーパーマーケットの肉売場に張り出されたものは、感染牛からの牛肉が市場に出回る可能性を憶測させるような不適切なものであった。報道関係者や販売側の不適切な言動は、たとえそれがささいなことであっても、消費者を不安にさせる。また、根も葉もない風評は一度起きるとなかなか消えず、信用は回復されにくい。究極的には生産者にしわ寄せが集まり、営農の被害は大きなものとなる。情報伝達が早く影響力の大きいテレビ・ラジオや新聞等の報道は正確でなければならない。

さらに将来、食品や畜産に関連する事故が起こった際

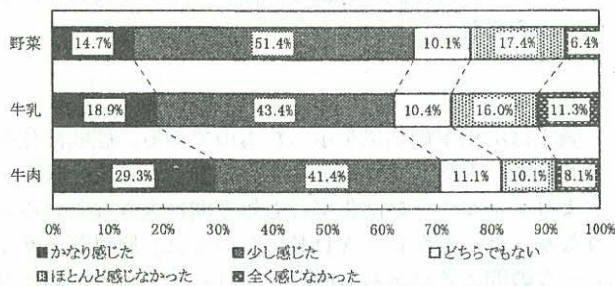
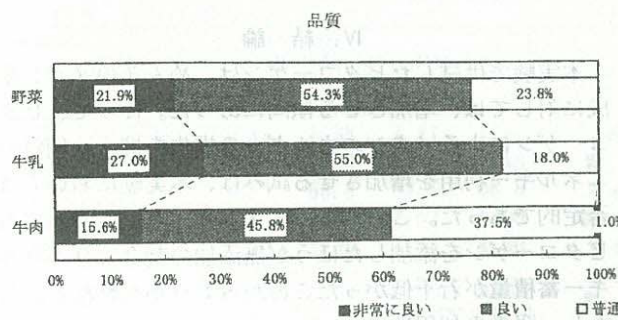


図1. 事故発生当時における食品購入の抵抗感



図2. 購入に抵抗のあった野菜の種類



に、消費者が風評等で左右されない賢明な行動をとるためには、正しい知識を身に付けることが必要である。食生活に関する正しい知識の普及には、テレビ・ビデオ、新聞・雑誌等を有効に活用、学校での食教育、時には講習会や料理教室等も考えられる。さらに最近では、インターネットのホームページの利用も大きな可能性を持っている。

本調査では、十勝で生産される農畜産物に対して安全性を求める意見が大きく、農薬や化学肥料による人体への影響を疑問視するものがあった。同時に、十勝を応援する声も寄せられた。生産者や、食品業に係わる全ての人達は、消費者の声に耳を傾けながら安全なものを提供することに努め、応援する消費者を裏切ってはならない。

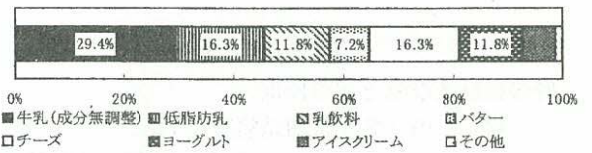


図3. 購入に抵抗のあった乳製品の種類

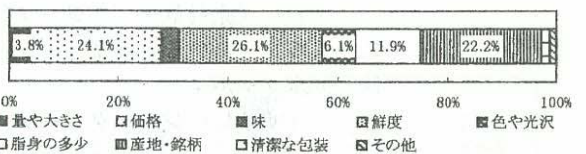


図4. 牛肉購入時の意識

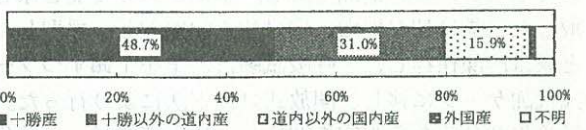


図5. 購入する牛肉の産地

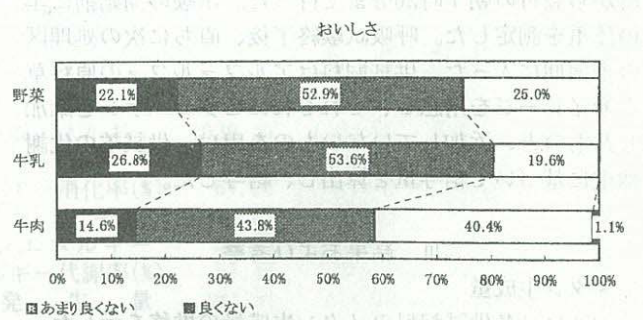


図6. 十勝産の品質・おいしさの意識