

食品安全性と消費者行動に関する考察

水野英雄

地域社会システム講座

Consideration about Food Safety and Consumer Behavior

Hideo MIZUNO

Department of Regional and Social Systems, Aichi University of Education, Kariya 448 8542, Japan

1. はじめに

近年食品安全性に関する危惧を生じさせる事件が多発しており大きな社会問題となっている。そのような事件の多発により食品安全性に関する問題はAPECなどの国際会議においても取り上げられる程に深刻化している。

食品は健康に直接影響を与えるものであり、その安全性への消費者の関心は非常に高い。そのため数々の事件は消費者に不安を与え、消費者行動に影響を及ぼしている。

そのような不安を取り除くために食品に対する規制が強化されているが、規制緩和の流れの中で逆行する行為であるといえる。また、輸入品に対する規制は貿易問題となっている。

本研究では消費者にアンケート調査を行い、食品安全性に関する様々な事件の発生が消費者の不安を煽り、消費者行動に影響を与えることによって社会的厚生を低下させていることについて分析を行う。

2. 食品安全性への不安が消費に与える影響

近年食品の安全性に関する様々な問題が生じており、それらの問題は消費者に不安を与え、消費者行動に大きな影響を及ぼしている。そのような不安を取り除くために食品に対する規制が強化されているが、しかしながら不安を完全に取り除いているとは言い難い。

このような食品安全性に関する問題は近年特に指摘されるようになってきているが、不正ははるか昔から繰り返し行われてきたものである¹。不正が行われるのは生産者にとってはコスト削減となり利益となるためであり、そのため不正は後を絶たない。

生産者による不正の種類としては、(1) 原材料の偽装、(2) 産地の偽装、(3) 賞味期限や消費期限の偽装、(4) 容量の不正、(5) 食品添加物の不正、といった分類が可能である。

(1) 原材料の偽装については安い原材料を使用しているにもかかわらず高価な原材料を使用したとして高い価格をつけることが行われる。このような偽装は専門知識の乏しい消費者には見抜くことが困難である。

(2) 産地の偽装については特定の産地がブランドとしての価値が高い場合に行われる。また、安価な輸入品を国産であると偽ることが行われる²。このような不正を防ぐためにトレーサビリティの制度が整備されはじめている³。

(3) 賞味期限や消費期限の偽装は容易であり、不正が行われやすい。賞味期限や消費期限は購入する際に消費者が最も注目する部分であり、それが切れていれば購入されない。そのためなるべく期限を先に延ばすことになり、特に、期限が切れていても商品に急激な劣化が起こらないような商品については偽装が行われやすい。

(4) 容量の不正については古くは「上げ底」といった方法が行われており、現在でも見かけ上多く見えるような包装の方法や「わからない程度で」といった不正が行われる⁴。また、複数の原材料から作られている製品については高価な原材料の使用を減らすという方法がとられる。現在は生産コストの上昇から価格を据え置いたままで容量を減らすケースが増えているが、消費者がそれに気づくことは少なく、このようなケースも不正とまではいえないまでも類似した行為である。

(5) 食品添加物の不正については、使用を禁じられている安価だが危険な食品添加物を使用することが行われる。消費者は食品添加物についての専門知識に乏しく、そのような添加物がたとえ表示されていたとしても気づくことはない。

現代社会の特徴としては大量生産になり、問題が起こった場合に被害が拡大するということがある。また、過去には存在しなかった様々な化学物質が農産物や食品の生産に使われるようになり、深刻な被害が生じる

ようになった。さらには、輸入が増加していることにより、外国で生産されたものについては監督が行き届かないことや、それぞれの国によって基準に相違があることが問題を複雑化している。国内では社会全体の衛生観念が向上し、「少しのこと」でも問題となる。それに比べて、特に発展途上国では国内の基準に比べて低い水準の安全基準が用いられている場合が多く、国内の安全基準を満たしていないことが不安の原因となっている。これらの特徴が過去に比べて消費者の不安を高めることになっており、問題を深刻化している。

不正は生産者（企業）のコスト削減のために行われる。しかしながら不正が発覚した場合には企業にとってはその存続の危機となるような深刻な問題にまで発展する。にもかかわらずこのような不正が行われているのは企業にとっては不正から得られる利益は魅力であり、生産者と消費者の情報の非対称性によって不正が発覚する確率は低いためである。そのため、これまでも多くの不正が発覚してきたが、不正がなくなることはない。

このように不正がなくなることから消費者の安全性に関する不安は非常に高まっている。そのような不安を取り除くために食品に対する規制が強化されている。しかしながら規制緩和の流れの中でこのような安全規制の強化は逆行するものであり、また、輸入品に対する規制は貿易問題となっている⁵。

規制に関しては、安全基準や規格を定めても、「最終的な判断は消費者の責任で行われるものである。」という政府の対応がなされる場合があり、これが消費者の不安をより一層煽ることになっている。

また、マスコミの対応にも同様のことがいえ、ことさら不安を煽るような報道を行っている場合や、中には報道の方にもやらせなどの不正が行われることすらある。

生産者による不正によって安全対策のための規制が強化されることになる。それによって検査等の費用が増加し、それらは価格に転嫁されることとなる。また、たとえ検査を行ったとしても偽装などの不正が悪意で行われれば発覚しない場合があり、検査が完全に行き届くことはない。さらには、BSE（狂牛病）対策の補償としての買い上げ政策による食肉の種類の偽装のように制度的に不正な偽装を招くようなケースもある。

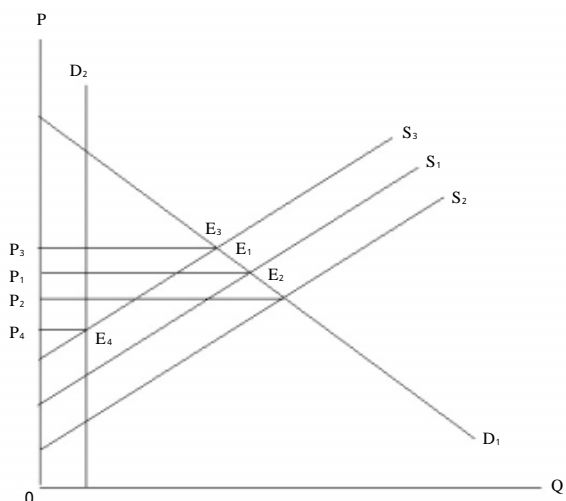
図1 安全性に関する消費者の認識の要素

- ・ 過去からの経験
 - ・ 様々な情報
 - ・ 主観的判断要素（家族構成等）
- 価格を超える要素となっている。

消費の決定

このように消費者は食品安全性に関して高い関心を持っており、その消費に与える影響は大きい。図1の安全性に関する消費者の認識の要素に示されるように消費者は(1)過去からの経験、(2)様々な情報、(3)主観的判断要素（家族構成等）によって消費を決定しており、これらの要素は価格による要素を超えるものとなっている。そのため不安の生じた財の消費は極端に減少する⁶。このような事例としてはBSE（狂牛病）によるアメリカ産牛肉の例などがある⁷。特に、過去から継続して様々な事件が起きていることが消費者の不安を煽っており、その影響は不安の原因が取り除かれても完全には除去されず、一度起こると後々まで影響を及ぼすことになる⁸。そのようなことから政府による規制への依存を作り出している。

図2



このような状況について図2を用いて分析を行う。企業は少しでもコストを削減し、それによって低い価格で供給することによって市場でのシェアの確保を目指して生産を行う。そのため様々な不正を行うことによって費用の削減が可能であればそのような方法を選択する。そのような不正によって、不正が行われていなかった場合の限界費用 MC_1 、すなわち供給曲線 S_1 よりも低い限界費用 MC_2 、すなわち供給曲線 S_2 を達成することができる。

不正が行われていない場合には需要曲線 D_1 と S_1 との交点である E_1 が均衡であり、そのもとで価格は P_1 となる。不正が行われることにより均衡は D_1 と S_2 の交点である E_2 となり、価格は P_2 へ低下する。このような均衡のもとで生産者余剰は増加する。そのため生産者は不正を行ってでも利益の増加を果たそうとする。そのような不正を消費者が知らなければ均衡 E_2

が続くことになる。

生産者による不正が発覚した場合には生産者は不正によるコストの削減が不可能になる上にその対策のためにさらなる安全対策の費用が生じ、供給曲線は S_2 から S_3 へシフトする。そのもとで消費者の選好に変化がなければ均衡は D_1 と S_3 の交点である E_3 となり、価格は P_3 となる。

しかしながら不正の発覚によって消費者に安全性への危惧が生じ、その財の消費を減らすことから需要曲線は D_2 のように価格に依存せずに垂直な非弾力的な形状になる。また、財の種類や代替財の有無、不正の程度や被害の状況によっては需要はゼロとなる。特に、リスクコミュニケーションが不足している場合にはその影響は深刻になる。このように非常に大きな消費者の選好の変化によって均衡は D_2 と S_3 の交点である E_4 となり、そのもとで価格は P_4 となる。結果として需要、供給共に減少し、社会的厚生を低下させる。

生産者と消費者の情報の非対称性から不正が発覚する可能性は低いですが、不正が発覚した場合に生産を適正化するための費用負担は大きく、また、消費者の選好の変化による消費の激減による損失は大きい。それにもかかわらず不正が行われるのは不正から得られる利益は大きく、発覚する確率は低いことによるものである。そのため適切な規制が必要になり、適切な規制のための費用の存在があったとしても、その費用を加えても不正がない方が結果として社会的厚生を高める。

また、消費者は安全性に関して非常に関心があり、不正を撤廃するための安全対策の費用負担は容認される場合が多い。しかし、その一方で安全対策とその効果について費用対効果で考えられていない、無駄な費用負担が行われることがある。不正への対策のための費用があまりにも大きくなることは社会的厚生を悪化させる。安全性に関する問題については身体に深刻な影響を与えるものとそうでないものがある。そのような軽重を考慮して対策を講じるべきであるが、実際には軽微な問題にまで大きな費用負担となるような方法がとられる傾向にある。リスクの相対化が必要であり、それに応じた検査対策や費用負担を考えるべきである⁹。

3. 安全性に関する消費者意識

前章で述べたように食品に関する不正は過去から継続して行われており、今後も完全にはなくなり難しい。そのような状況から消費者は食品に関する安全性に強い不安を抱くことになっている。本研究ではアンケート調査の結果から消費者の安全性に関する認識について分析を行う。

アンケート調査を行った対象は73名であり、内訳は次の通りである¹⁰。

まず表7の安全性に関する関心についてであるが、

表1 年齢

	実数	%
10代	19	26.0
20代	25	34.2
30代	1	1.4
40代	3	4.1
50代	8	11.0
60代	9	12.3
70代以上	8	11.0
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表2 性別

	実数	%
男	28	38.4
女	45	61.6
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表3 職業

	実数	%
会社員	5	6.8
自営	1	1.4
公務員	1	1.4
教員	0	0.0
主婦	13	17.8
フリーター	0	0.0
無職	10	13.7
学生	41	56.2
その他	2	2.7
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表4 婚姻の有無

	実数	%
未婚	43	58.9
既婚	26	35.6
無回答	4	5.5
合計	73	100.0

表5 子供の数

	実数	%
0人	45	61.6
1人	5	6.8
2人	8	11.0
3人	6	8.2
4人	2	2.7
5人以上	0	0.0
無回答	7	9.6
合計	73	100.0

表6 未婚の場合の住居

	実数	%
同居	20	27.4
別居	14	19.2
無回答	39	53.4
合計	73	100.0

表7 安全性への関心

	実数	%
気になる	35	47.9
やや気になる	30	41.1
どちらともいえない	4	5.5
やや気にならない	3	4.1
気にならない	1	1.4
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表8 安全性に関心のある商品（複数回答）

	実数	%
食料品	69	94.5
医薬品	51	69.9
家電製品	29	39.7
自動車	19	26.0
住宅	16	21.9
家具	7	9.6
衣料品	5	6.8
玩具	5	6.8
金融商品	25	34.2
保険	18	24.7
輸送	3	4.1
教育	6	8.2
医療	31	42.5
その他	1	1.4
無回答	0	0.0

表9 安全性に関する情報収集

	実数	%
集めている	6	8.2
やや集めている	21	28.8
どちらともいえない	18	24.7
やや集めていない	14	19.2
集めていない	13	17.8
無回答	1	1.4
合計	73	100.0

表10 安全対策の実施

	実数	%
採っている	7	9.6
やや採っている	20	27.4
どちらともいえない	21	28.8
やや採っていない	11	15.1
採っていない	14	19.2
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

「気になる」47.9パーセント、「やや気になる」41.1パーセントをあわせた回答は90パーセント近くになっており、安全性への関心は非常に高い。

表8の安全性に関心のある商品については、複数回答であるために食料品に関しては全回答者のうち94.5パーセントが関心があると答えており、以下医薬品や

医療など生命に直接かわりがある分野についての関心が高い。次いで高いものは家電製品、自動車、住宅といった分野であり、これらについては身近であり、かつ過去に安全性についての危惧が生じているものである。また、金融商品や保険についても30パーセント前後の回答があり、関心がもたれている分野である。

表9の安全性に関する情報収集については、安全性に関する情報を「集めている」8.2パーセント、「やや集めている」28.8パーセントをあわせても40パーセントに満たない。同様に表10の安全対策の実施についても、安全対策を「採っている」9.6パーセント、「やや採っている」27.4パーセントをあわせても40パーセントに満たない。表7のように安全性に高い関心があるにもかかわらず情報収集や安全対策が積極的に行われていないのは、安全性に関する内容は専門的な分野であるために情報収集や対策が一般の消費者にとって困難であり、かつ負担となるためである。このようにリスクコミュニケーションの不足があり、そのため消費者は安全対策を政府による規制に依存している。

次に、実際に安全性に危惧の生じた事例として BSE

表11 輸入禁止政策の認識

	実数	%
知っている	57	78.1
やや知っている	14	19.2
どちらともいえない	1	1.4
やや知らない	1	1.4
知らない	0	0.0
無回答	0	0.0
合計	73.0	100.0

表12 輸入禁止政策の賛否

	実数	%
賛成	52	71.2
やや賛成	13	17.8
どちらともいえない	6	8.2
やや反対	2	2.7
反対	0	0.0
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表13 BSE(狂牛病)発症後の牛肉消費

	アメリカ産牛肉		国産牛肉	
	実数	%	実数	%
増やした	0	0.0	9	12.3
やや増やした	0	0.0	19	26.0
変わらない	11	15.1	33	45.2
やや減らした	8	11.0	7	9.6
減らした	51	69.9	4	5.5
無回答	3	4.1	1	1.4
合計	73	100.0	73	100.0

表14 BSE（狂牛病）の危険性についての認識

	実数	%
知っている	17	23.3
やや知っている	35	47.9
どちらともいえない	8	11.0
やや知らない	10	13.7
知らない	3	4.1
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表19 輸入禁止解除後の牛肉消費

	アメリカ産牛肉		国産牛肉	
	実数	%	実数	%
増やした	0	0.0	7	9.6
やや増やした	7	9.6	9	12.3
変わらない	38	52.1	49	67.1
やや減らした	8	11.0	5	6.8
減らした	16	21.9	2	2.7
無回答	4	5.5	1	1.4
合計	73	100.0	73	100.0

表15 輸入禁止解除の認識

	実数	%
知っている	37	50.7
やや知っている	28	38.4
どちらともいえない	2	2.7
やや知らない	4	5.5
知らない	2	2.7
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表20 輸入禁止解除の条件の緩和の認識

	実数	%
知っている	11	15.1
やや知っている	14	19.2
どちらともいえない	10	13.7
やや知らない	8	11.0
知らない	29	39.7
無回答	1	1.4
合計	73	100

表16 輸入禁止解除への賛否

	実数	%
賛成	3	4.1
やや賛成	14	19.2
どちらともいえない	25	34.2
やや反対	20	27.4
反対	11	15.1
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表21 輸入禁止解除の条件の緩和への考え

	実数	%
厳しい	1	1.4
やや厳しい	5	6.8
どちらともいえない	30	41.1
やや厳しくない	13	17.8
厳しくない	23	31.5
無回答	1	1.4
合計	73	100.0

表17 輸入禁止解除の条件の認識

	実数	%
知っている	8	11.0
やや知っている	19	26.0
どちらともいえない	9	12.3
やや知らない	20	27.4
知らない	17	23.3
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表18 輸入禁止解除の条件への考え

	実数	%
厳しい	0	0.0
やや厳しい	4	5.5
どちらともいえない	39	53.4
やや厳しくない	17	23.3
厳しくない	13	17.8
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

（狂牛病）の発症によるアメリカ産牛肉の輸入禁止について消費者の意識をみていく。

表11のように、BSE（狂牛病）の発症によるアメリカ産牛肉の輸入禁止政策を「知っている」78.1パーセント、「やや知っている」19.2パーセントとほぼ全ての消費者が知っており、この問題への関心の高さが伺える。

そのような政策の賛否については表12のように「賛成」71.2パーセント、「やや賛成」17.8パーセントと90パーセント近くが支持しており、非常に高い支持を集めている。これは先の表7のように消費者の安全性に関する関心は非常に高く、その上で表9や表10のように実際に情報を集めたり、対策を採っている消費者は少ないため、政府による規制政策に依存しているためである。

表13はBSE（狂牛病）発症後の牛肉消費についてであるが、アメリカ産牛肉の消費は「減らした」69.9パーセント、「やや減らした」11.0パーセントとあわせて80パーセント以上の消費者が減らしている。それに対して国産牛肉の消費は「増やした」12.3パーセント、「やや増やした」26.0パーセントと回答しており、

アメリカ産牛肉の消費と代替的關係にある¹¹。このことは先の図2で示された需要曲線のシフトによって安全性への危惧が生じた財について消費を減少させており、全く消費しないという消費者も多いことを示している。

表14のようにBSE(狂牛病)の危険性については「知っている」23.3パーセント、「やや知っている」47.9パーセントと70パーセント以上が認識しており、そのような認識を背景としてアメリカ産牛肉の消費を減少させている。同様のことは日本国内でBSE(狂牛病)が発症した際にもいえ、その際には国産牛肉の消費が減少した¹²。

表15の輸入禁止解除の認識についても「知っている」50.7パーセント、「やや知っている」38.4パーセントと約90パーセントが知っており、非常に認識が高く、この問題についての消費者の関心の高さが伺える。

表16の輸入禁止解除への賛否では輸入禁止解除に関しては「どちらともいえない」が34.2パーセントと多く、その上で賛成よりは反対がやや多い。特に「賛成」は4.1パーセントに対して「反対」は15.1パーセントと積極的な意見としては反対が多い。このことは先の表12のように輸入禁止政策が非常に高い支持を集めていることから、消費者が輸入禁止政策の継続を望んでいるためである。これは先の表9や表10のように実際に安全性に関する情報を集めたり、安全対策を採っている消費者は少なく、安全性の確保を政府の規制に依存していることによるものである。

表17の輸入禁止解除の条件の認識については「知っている」11.0パーセント、「やや知っている」26.0パーセント、それに対して「知らない」23.3パーセント、「やや知らない」27.4パーセントと半数以上が知らないと回答しており、具体的な内容に関する認識は高くはない。これは先の表9のように消費者が積極的に情報収集を行っていないことを裏付けている。

表18の輸入禁止解除の条件については、「厳しい」「やや厳しい」といった意見は非常に少なく、「どちらともいえない」が53.4パーセントと半数以上を占めている。これは先の表17のように輸入禁止解除の条件の認識が低いために具体的に意見を述べるできないためである。そのため、むしろ「厳しくない」17.8パーセント、「やや厳しくない」23.3パーセントとより厳しい規制を求める意見の方が多くなっている。

表19の輸入禁止解除後の牛肉消費については、アメリカ産牛肉の消費を「増やした」という回答はゼロであり、「やや増やした」も9.6パーセントと10パーセント以下であり、「変わらない」が52.1パーセントと半数以上の消費者には影響を与えていない。しかしながら解除後も「減らした」21.9パーセント、「やや減らした」11.0パーセントと減らしているという回答が合わせて30パーセント以上あり、一部の消費者は輸入

禁止解除によって逆に危険性が高まったと考えていることが示される。これは先の図2で示された需要曲線のシフトによって安全性への危惧が生じた財の消費を減少させていることを示している。国産牛肉の消費については「増やした」9.6パーセント、「やや増やした」12.3パーセント、「変わらない」67.1パーセントと回答しており、約70パーセントの消費者には影響を与えていない。

表20の輸入禁止解除の条件の緩和の認識については、「知っている」15.1パーセント、「やや知っている」19.2パーセントであり、それに対して「知らない」39.7パーセント、「やや知らない」11.0パーセントと具体的な内容に関する認識は高くない。これは先の表9のように消費者が積極的に情報収集を行っていないというリスクコミュニケーションの不足を裏付けている。

表21の輸入禁止解除の条件の緩和については、「厳しい」「やや厳しい」といった意見は非常に少なく、「どちらともいえない」41.1パーセントとなっている。これは先の表20のように輸入禁止解除の条件の認識が低いために具体的に意見を述べるできないためである。そのため、むしろ「厳しくない」31.5パーセント、「やや厳しくない」17.8パーセントとより厳しい規制を求める意見の方が多くなっている。

次に一般的な財に関する国産品と輸入品の選好につ

表22 国産品と輸入品の選好

	国産品と輸入品の価格が同じ場合		国産品の価格が輸入品よりやや高い場合		国産品の価格が輸入品の2倍以上の場合	
	実数	%	実数	%	実数	%
国産品を優先する	58	79.5	25	34.2	9	12.3
やや国産品を優先する	10	13.7	31	42.5	10	13.7
どちらともいえない	5	6.8	5	6.8	22	30.1
やや輸入品を優先する	0	0.0	9	12.3	16	21.9
輸入品を優先する	0	0.0	3	4.1	15	20.5
無回答	0	0.0	0	0.0	1	1.4
合計	73	100.0	73	100.0	73	100.0

表23 安全対策の責任の所在

	実数	%
政府による規制が必要である	48	65.8
消費者が自らの判断で行うべきである	9	12.3
どちらともいえない	13	17.8
その他	3	4.1
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表24 検査等の費用負担による価格上昇についての認識

	実数	%
安全対策のための費用だから致し方ない	28	38.4
安全対策のための費用であるがなるべく少なくして欲しい	40	54.8
価格が上昇するのであれば安全対策は不要である	1	1.4
安全対策には無関心である	2	2.7
その他	1	1.4
無回答	1	1.4
合計	73	100.0

表25 安全対策を法律で規制しても法令違反が起こることへの認識

	実数	%
それでも規制すべきである	64	87.7
違反があるので規制の意義はない	3	4.1
どちらともいえない	6	8.2
その他	0	0.0
無回答	0	0.0
合計	73	100.0

表26 経済全般の規制緩和について

	実数	%
賛成	8	11.0
やや賛成	15	20.5
どちらともいえない	35	47.9
やや反対	10	13.7
反対	4	5.5
無回答	1	1.4
合計	73	100.0

いてみていく。表22の国産品と輸入品の選好については、価格が同じであれば79.5パーセントが「国産品を優先する」、13.7パーセントが「やや国産品を優先する」と回答しており、「輸入品を優先する」「やや輸入品を優先する」は皆無である。国産品の価格が輸入品よりやや高い場合についてもこのような傾向に変わりはなく、34.2パーセントが「国産品を優先する」、42.5パーセントが「やや国産品を優先する」と回答しており、「輸入品を優先する」4.1パーセント、「やや輸入品を優先する」12.3パーセントと非常に少ない。国産品の価格が輸入品の2倍以上の場合になると「輸入品を優先する」20.5パーセント、「やや国産品を優先する」21.9パーセント、それに対して「国産品を優先する」12.3パーセント、「やや国産品を優先する」13.7パーセントとようやく逆転が起こり、輸入品が選ばれるようになる。しなしながらそれでも「どちらともいえない」が30.1パーセントと中立的な意見も多く、輸入品が積極的に選ばれているとは言い難い。このように価格差が2倍以上になるとようやく輸入品を優先するようになるが、それでも国産品を優先するという回答も多く、その差はそれぞれ数パーセントと僅差である。このように国産品を優先する傾向が非常に強く、その背景には輸入品についてその性能や安全性に関して国産品より劣るという認識がある。特に、輸入品の安全性について不安が強いことがこのような国産品優先の結果となっている。そのため、図2でみたように

価格に非弾力的な需要曲線となっている。

表23の安全対策の責任の所在については、65.8パーセントが「政府による規制が必要である」と回答しており、それに対して「消費者が自らの判断で行うべきである。」という回答は12.3パーセントと少ない。これまでみてきたように安全性に関する内容は専門的な分野であるために個々の消費者にとって情報収集や対策は困難であり、かつ負担となるために消費者は安全対策を政府による規制に依存しており、政府による規制が支持される背景となっている。

表24の検査等の費用負担による価格上昇についての認識では、「安全対策のための費用だから致し方ない」38.4パーセント、「安全対策のための費用であるがなるべく少なくしてほしい」54.8パーセントであり、「価格が上昇するのであれば安全対策は不要である」1.4パーセント、「安全対策には無関心である」2.7パーセントといった安全対策について否定的な意見は非常に少なく、安全対策のための費用やそれに伴う価格上昇を容認している。このことは先の表22の国産品と輸入品の価格差の容認を裏付けるものであり、安全性が高いと考える国産品には高い価格を支払っている。よって需要が価格に対して非弾力的となる要因となっている。

表25の安全対策を法律で規制しても法令違反が起こることへの認識については、87.7パーセントが「それでも規制すべきである」と規制を行うべきであるとしており、「違反があるので規制の意義はない」4.1パーセントを大きく上回っている。

表26の経済全般の規制緩和については、「どちらともいえない」という回答が47.9パーセントと半数近くを占めており、積極的に賛成という意見は11.0パーセントに過ぎない。これは先の表23の規制を肯定的に認識していることを受けており、そのような見解から規制は支持されており、規制の継続につながっている。

表27 図3の商品の種類による安全性と価格に関する認識については、ほぼ全ての商品について価格よりも安全性を重視していることが示される。これは先の表22の価格差の容認を意味している。また、商品の種類によって安全性に関する認識に高低があり、生命に直接影響がありかつ過去に安全性に関する様々な危惧が生じている食料品、医薬品、医療は安全性を優先しているが、比較的安全的な財と考えられる衣料品は価格を優先している。

表27 商品の種類による安全性と価格に関する認識

	食料品		医薬品		家電製品		自動車		住宅		家具		衣料品		玩具		金融商品		保険		輸送		教育		医療	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
安全	28	38.4	37	50.7	17	23.3	32	43.8	41	56.2	14	19.2	8	11.0	22	30.1	26	35.6	30	41.1	21	28.8	24	32.9	51	69.9
やや安全	29	39.7	26	35.6	24	32.9	13	17.8	18	24.7	23	31.5	11	15.1	17	23.3	18	24.7	17	23.3	17	23.3	17	23.3	11	15.1
どちらともいえない	4	5.5	7	9.6	8	11.0	17	23.3	13	17.8	13	17.8	14	19.2	17	23.3	25	34.2	20	27.4	26	35.6	28	38.4	10	13.7
やや価格	9	12.3	2	2.7	16	21.9	9	12.3	0	0.0	18	24.7	27	37.0	7	9.6	3	4.1	5	6.8	6	8.2	2	2.7	1	1.4
価格	3	4.1	1	1.4	7	9.6	2	2.7	1	1.4	5	6.8	13	17.8	9	12.3	1	1.4	1	1.4	1	1.4	2	2.7	0	0.0
無回答	0	0.0	0	0.0	1	1.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4	0	0.0	0	0.0	2	2.7	0	0.0	0	0.0

図3 商品の種類による安全性と価格に関する認識

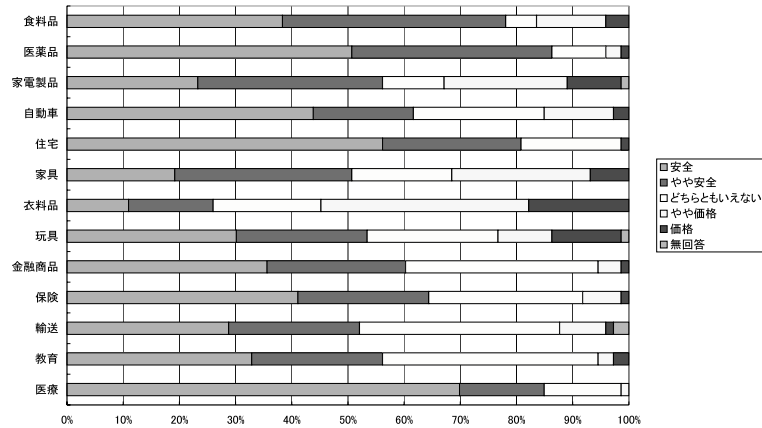


表28 安全性に特に不安のある商品（複数回答）

	実数	%
食料品	47	64.4
医薬品	36	49.3
家電製品	9	12.3
自動車	5	6.8
住宅	12	16.4
家具	1	1.4
衣料品	1	1.4
玩具	1	1.4
金融商品	18	24.7
保険	10	13.7
年金制度	32	43.8
エレベーター	19	26.0
輸送	4	5.5
教育	7	9.6
医療	30	41.1
その他	0	0.0
無回答	0	0.0

図4 商品の安全性への関心と不安（複数回答）

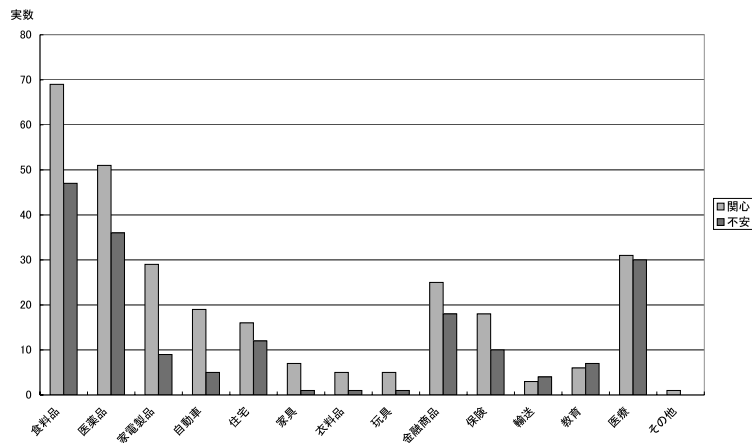


表28の安全性に特に不安のある商品については食料品等の不安が高い。図4の商品の安全性への関心と不安に示されるように、表28で不安がある商品と表8の安全性に関心のある商品とは相関があり、関心の高い商品については不安も高いことが示される。これは過去の事件等の影響によるものである。

アンケートの自由記述欄では、「輸入物は信用できない。」「中国産への不安。」等の具体的に事件のあった商品に関する記述が多かった。このことは事件が起こることによって不安が高まっていることを示している。

また、「個人で判断することが大変難しいから。」個

人で安全性を判断するのはかなり困難。」「実際にどのように専門知識を学べばよいのかわからない。」といった情報の非対称性による消費者の知識不足についての指摘が多く、そのため政府による規制を求める、という回答が多かった。

以上のように消費者は安全対策の重要性を認識しており、価格が高くなっても安全性の高い方が望まれ、安全対策のためのコストを負担することを消費者は認めている。また、商品の種類による安全性に関する優先順位としては生命にかかわるものは優先順位が高い。

4. まとめ

食品は健康に直接影響を与えるものであり、その安全性への消費者の関心は非常に高く、消費者行動に大きな影響を及ぼしている。そのため食品安全性に関する様々な事件の発生が消費者の不安を煽り、消費に影響を与え、社会的厚生を低下させている。

消費者は安全対策の重要性を認識しており、価格が高くなっても安全性の高い方が望まれ、安全対策のためのコストを負担することを消費者は認めている。安全性への不安を取り除くために食品に対する規制が支持されているが、一方でそのような規制は貿易問題等の原因となっている。

しかしながら不正を完全になくすことは困難である。そのため規制の強化だけでなく発覚した場合のペナルティ等の経済的な手法によって不正を行うことによるデメリットを大きくし、生産者が不正による利益よりも損失を適切にとらえ、判断していくようにすることが必要である。そのような方法によって安全性が高まり、消費者の厚生、さらには社会的厚生が改善する。

本研究ではそこまで触れることができなかったが、年齢、性別、子供の有無といった消費者の属性によって安全性に関する認識に違いがあり、本研究を発展させることによってそのような観点からの考察が可能である。

注

- 1 食品に関する不正は歴史上古くから行われてきた。具体的にはパンを白く見せるために添加物を加える、混ぜ物をして容量を偽るといった方法がとられていた。
- 2 このような事例としては食肉に関して国による買い上げ政策が行われた際に輸入品を国産と偽った事件が起こっている。
- 3 詳しくは横山理雄監修(2004)『食の安全とトレーサビリティ』他を参照。
- 4 類似した事例として、テレビCMを契約より減らして放送するという不正が起こったが、これは同様にスポンサーがチェックをしにくいことから行われていたものである。同様

のことは医療費の不正請求等についてもあてはまる。

- 5 具体的事例としては、BSE(狂牛病)によるアメリカ産牛肉の輸入禁止は日米間の大きな政治問題となり、首脳会談で取り上げられる程の問題になっている。詳しくは水野英雄(2007)「アメリカ産牛肉輸入の政策決定 消費者重視への移行のために」他を参照。
- 6 逆に、情報が事実ではなかったケースではあるが、納豆が健康によいといった誤った情報によって消費が急激に増加したケースのように、情報によって消費が増える場合もある。
- 7 詳しくは水野英雄(2004)「狂牛病の牛肉需要に及ぼす影響とセーフガード発動に関する考察」他を参照。
- 8 そのような事例としてはアメリカ産牛肉の輸入再開直後に不備が発覚し再度の輸入禁止となったことがあげられる。
- 9 逆に言えば、軽微なものほど不正が行われているといえ、賞味期限や消費期限の不正の温床となっている。
- 10 本研究ではそこまで触れることができなかったが、年齢、性別、子供の有無といった消費者の属性によって安全性に関する認識の違いがある。
- 11 BSE(狂牛病)による消費の変化については詳細な条件を設定した質問によるアンケート調査に基づいた研究も行われているが、本研究では国産と輸入の代替関係や安全性と価格の認識等のみが明確になるような簡潔な質問による調査を行っている。
- 12 詳しくは水野英雄(2004)「狂牛病の牛肉需要に及ぼす影響とセーフガード発動に関する考察」他を参照。

参考文献

- ・澤田学編著(2004)『食品安全性の経済評価 表明選好法による接近』農林統計協会
- ・ジュリー・A・カズウェル編著(2002)『食品安全と栄養の経済学』農林統計協会
- ・高橋梯二・池戸重信(2006)『食品の安全と品質確保 日米欧の制度と政策』農山漁村文化協会
- ・中嶋康博(2004)『食品安全問題の経済分析』日本経済評論社
- ・松木洋一・R. ヒュルネ編著(2007)『食品安全経済学』日本経済評論社
- ・水野英雄(2004)「狂牛病の牛肉需要に及ぼす影響とセーフガード発動に関する考察」『愛知教育大学研究報告』第53輯
- ・水野英雄(2005)「日本における食肉需要体系に関する考察」『愛知教育大学研究報告』第54輯
- ・水野英雄(2006)「BSEによるアメリカ産牛肉規制の経済分析」『愛知教育大学研究報告』第55輯
- ・水野英雄(2007)「アメリカ産牛肉輸入の政策決定 消費者重視への移行のために」『経済政策ジャーナル』第4巻第2号
- ・横山理雄監修(2004)『食の安全とトレーサビリティ』幸書房

(平成19年9月18日受理)

