

福島県産農産物に対する消費者意識

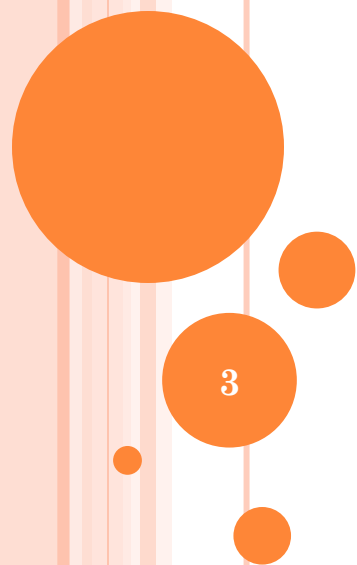
数理システム 2012年度 VMStudio & TMStudio 学生研究奨励賞

福島大学経済経営学類中村陽人研究室

武山淑彦 細越美智

目次

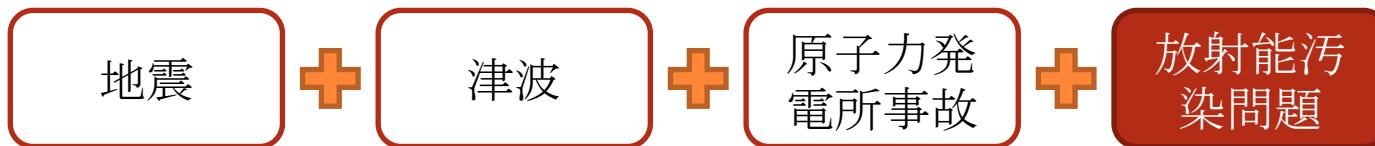
1. 現状
2. 研究目的
3. 研究対象者選定方法
4. 質問内容と分析方法
5. 分析結果
6. 考察
7. まとめ



1. 現状

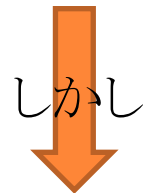
1. 現状

東日本大震災により福島県は



の4重苦に悩まされる。

- 特に、放射能汚染問題は、他の地震や津波などの影響を受けながらも復興が進んでいる中、なかなか改善されにくい。
- 国や福島県は測定や検査、基準値の設定を行い、農産物の安全を確保している。



- 福島県農産物の売り上げは依然として向上しない。

2. 研究目的

2. 研究目的

分析1

- 現在、福島県産を避けているのはどんな

家族構成

居住地

なのか、



現状を把握する。

分析2

- なぜ消費者は福島県産農産物を避けているのか。



消費者の動向や考えを明らかにし、有効な風評対策を考える。



3. 研究对象者選定方法

7

3. 研究対象者選定方法

<家族構成設定基準理由>

子供の有無で福島県産農産物の購買意図や購買行動に差があると判断。



対象者の家族で最年少者を解答してもらおう。

- 未就学児・妊婦
- 小学生
- 中学生
- 高校生

<居住地設定理由>

- 福島...原発事故地のため。
- 宮城と岩手...東北地方かつ震災の被害を受けたため。
- 北関東は...放射線量が非常に高いため。
- 東京...日本最大の市場であり、福島県産品にとっても大きなターゲット市場である。震災の直接の被害があった(地震+放射能(水やホットスポットなど))ため。
- 京阪神...直接的な放射能汚染の影響がないため、地点の代表として設定。

3. 研究対象者選定方法

- 方法:インターネット調査
- サンプルサイズ:2000人
- サンプルの割付け:居住地5パターン、家族構成4パターンの2軸の組み合わせからなる20セルで割付けた。

家族構成:①未就学児・妊婦
②小学生
③中学生
④高校生以上・子どもがいない、
の4パターン。

居住地	福島	岩手・宮城	北関東	東京	京阪神
家族構成					
未就学児 妊婦	100	100	100	100	100
小学生	100	100	100	100	100
中学生	100	100	100	100	100
高校生 以上 子供い ない	100	100	100	100	100

居住地:①福島
②宮城・岩手
③北関東(茨城県、栃木県、群馬県)
④東京
⑤京阪神(京都府、大阪府、兵庫県)
の5パターン。

4. 質問内容と分析方法

10

4. 質問内容と分析方法

- インターネット調査(楽天リサーチ株式会社)を行った。
(2012年10月31日～2012年11月5日、有効回答2000)

<家族構成>

あなたはお子様がいらっしゃるでしょうか。

いらっしゃる場合は、一番下のお子様の学齢を教えてください。

<居住地>

あなたの居住地を教えてください。

<自由記述>

1. 福島県産農産物の安全性についてあなたはどう考え、行動していますか。(福島県産農産物の購買行動)
2. あなたは国や県をどの程度信頼していますか。なぜそう思いますか。

4. 質問内容と分析方法

分析1: 自由記述1について家族構成、居住地の2属性で分析。

1. 単語頻度分析

家族構成、居住地の2属性で分けて分析した時、単語頻度に違いがあるのか。

2. バブル分析

2属性ごとにどんな言葉と強い関係性があるのか。

3. 注目語情報

特徴的な語に注目した際、どんな関係が見えるのか。

4. ネットワーク分析

共起関係を図示化する。



福島県産農産物の購入を避けているのはどんな人々なのか、現状を把握する。

4. 質問内容と分析方法

分析2: 自由記述2について家族構成、居住地の2属性で分析。

1. 単語頻度分析

家族構成、居住地の2属性で分けて分析した時、単語頻度に違いがあるのか。

2. バブル分析

2属性ごとにどんな言葉と強い関係性があるのか。

3. 注目語情報

特徴的な語に注目した際、どんな関係が見えるのか。

4. ネットワーク分析

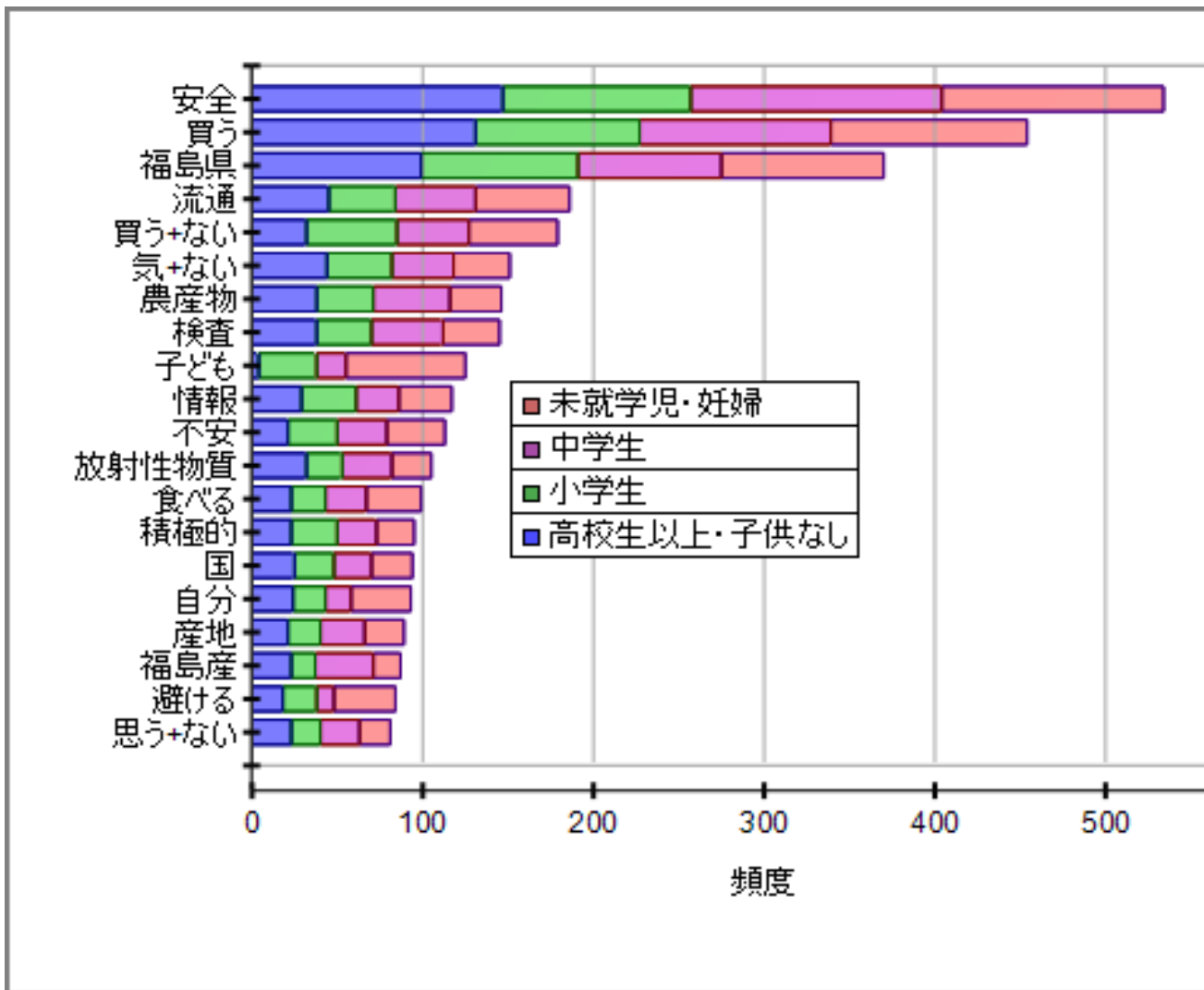
共起関係を図示化する。



福島県産農産物の購入を促す効果的な対策を見つける。

5. 分析結果

5. 分析結果～分析1-1(属性:家族構成)～ 単語頻度解析



家族構成別に単語頻度を見た。

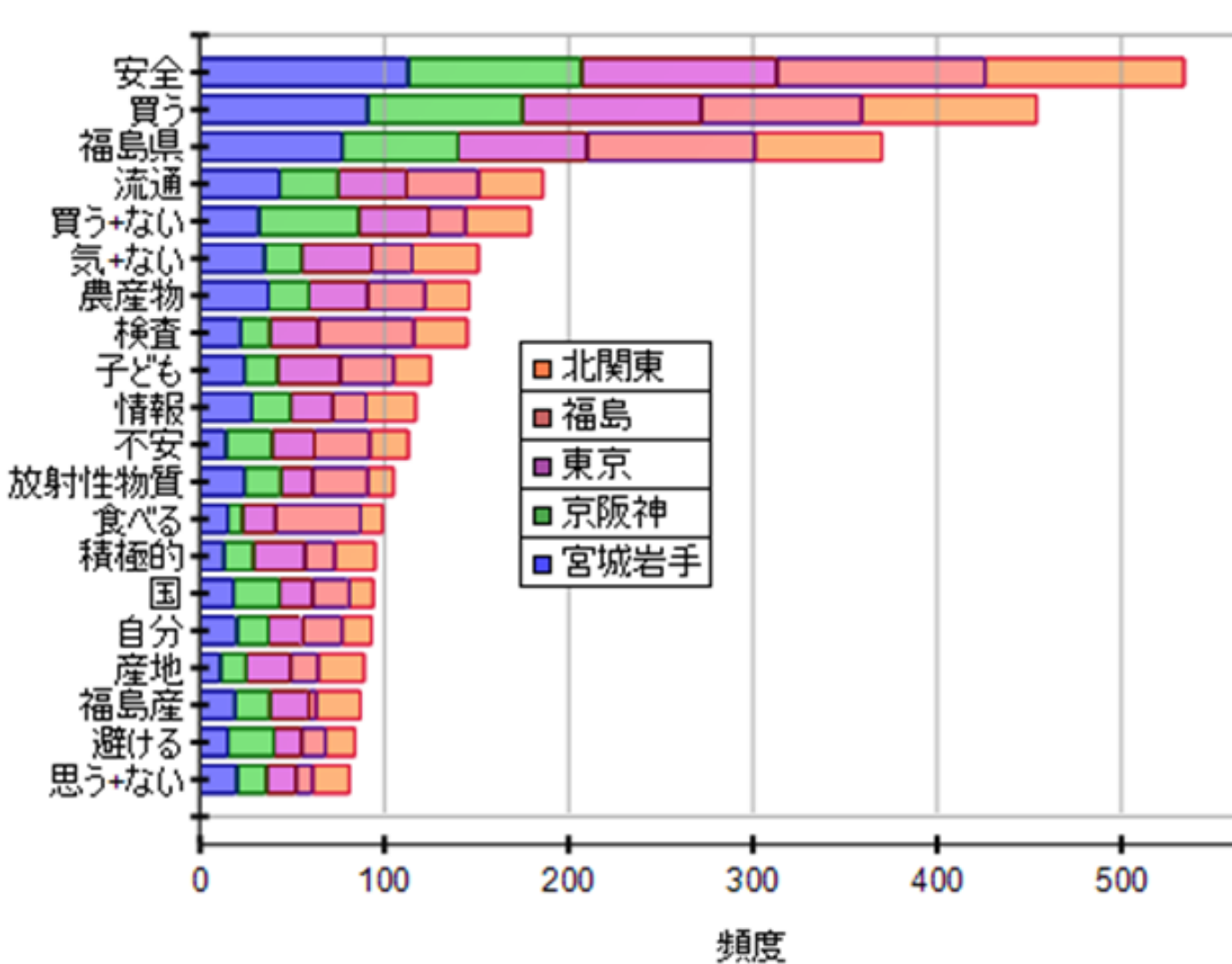
【高校生以上・子どもなし】

は「買う」という発言が多いが「買う+ない」という言葉は少ない。

【未就学児・妊婦】と【小学生】

は「子ども」の出現頻度が高い。

5. 分析結果～分析1-1(属性:居住地)～ 単語頻度解析



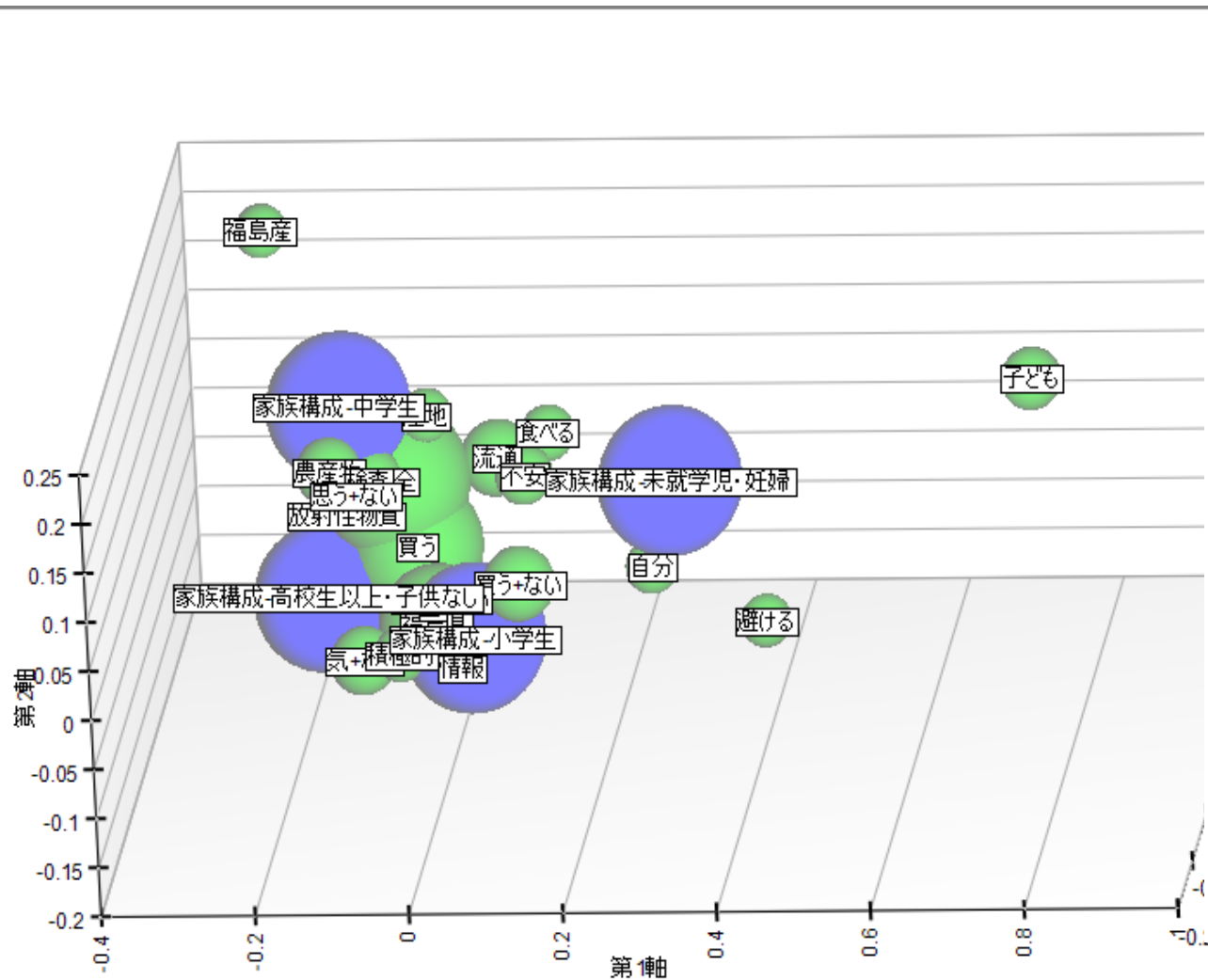
【福島】

「買う+ない」が他の居住地に比べて少なく、「食べる」が多い。

【京阪神】

「食べる」が少なく、「買う+ない」が多い。

5. 分析結果～分析1-2(属性:家族構成)～ バブル分析



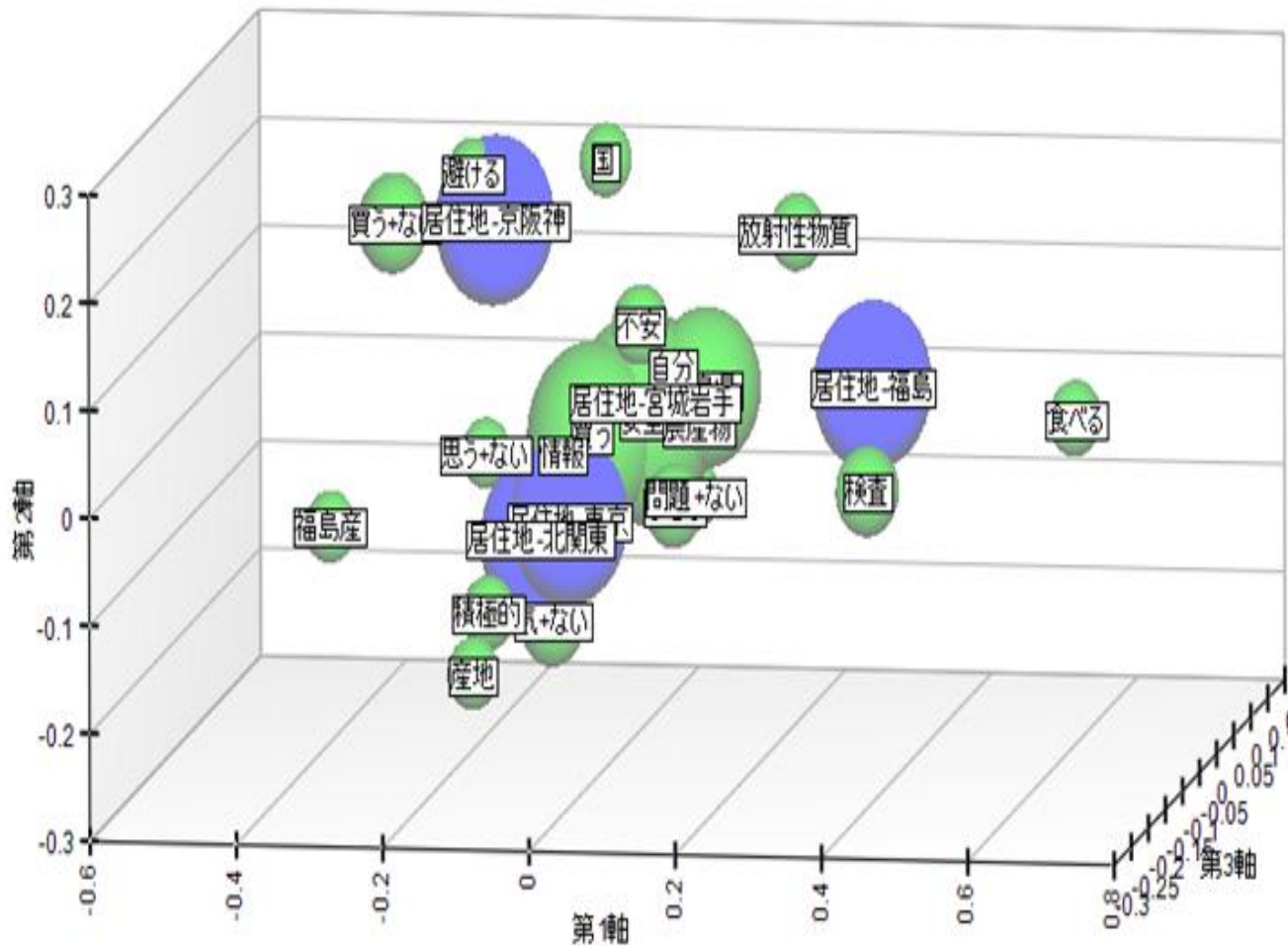
【未就学児・妊婦】
「不安」「避ける」
という言葉と近い。

【小学生】
「情報」「買う+ない」
という言葉と近い。

【中学生】
「安全」「検査」という
言葉と近い。

【高校生以上・子どもなし】
「買う」「安全」
という言葉と近い。

5. 分析結果～分析1-2(属性:居住地)～ バブル分析



【福島】

「食べる」「検査」
という言葉と近い。

【北関東】

「買う」

【宮城岩手】

「安全」「農産物」

【京阪神】

「買う+ない」
「避ける」

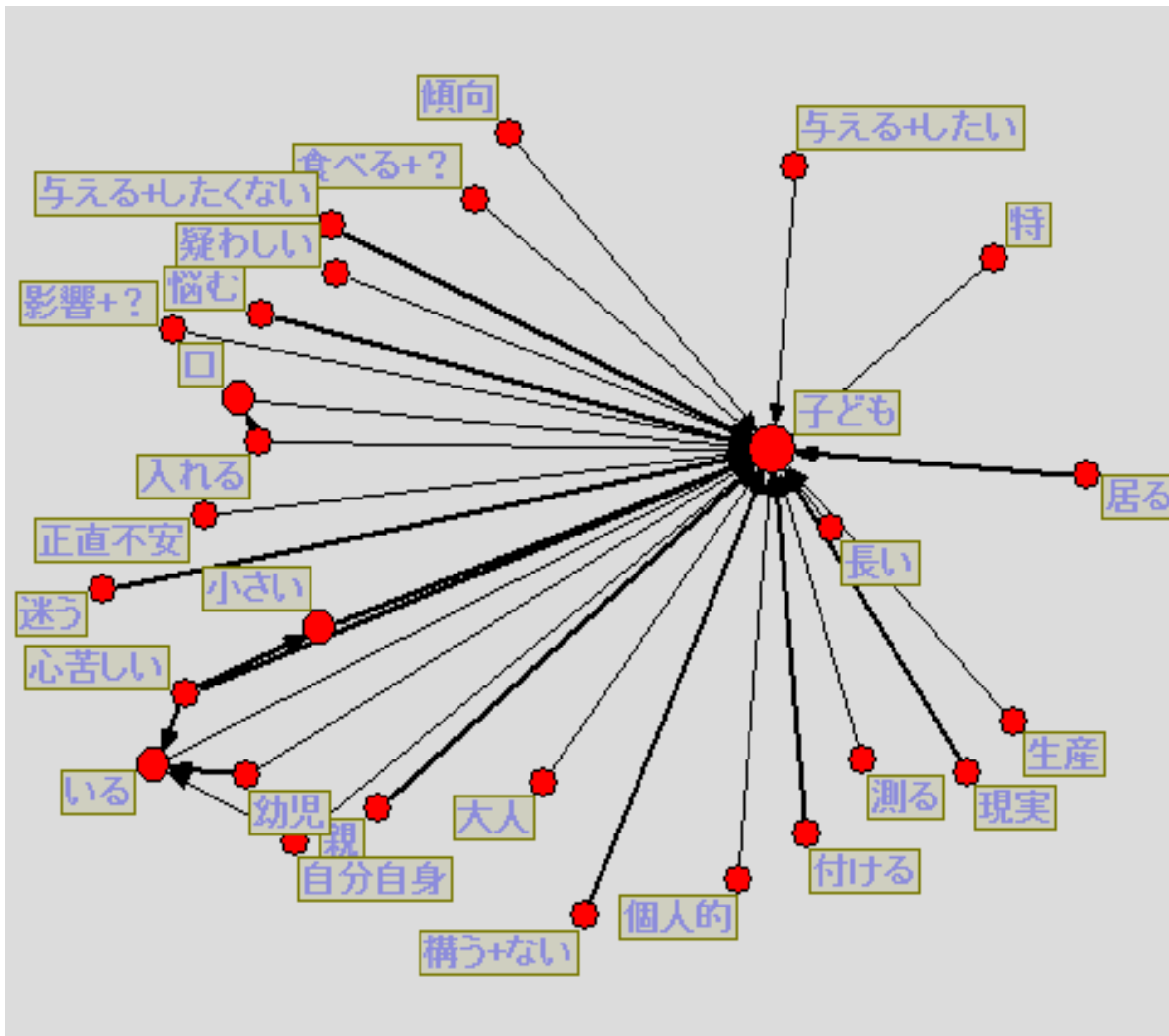
【東京】

「積極的」
「買う」
「子ども」

5. 分析結果～分析1-3～ 注目語情報

- バブル分析の結果と単語頻度分析の結果を踏まえて「注目語」を決定。
 - ① 「子ども」→未就学児を持つ親が特に多く言及していたため。
 - ② 「買う」→本研究で重要な「行動」を知るためのキーワードであるため。
 - ③ 「情報」「検査」→バブル分析でも出現し、福島県産農産物が安全かどうかを判断するために重要であると考えられるため。

5. 分析結果～分析1-3～ 注目語情報

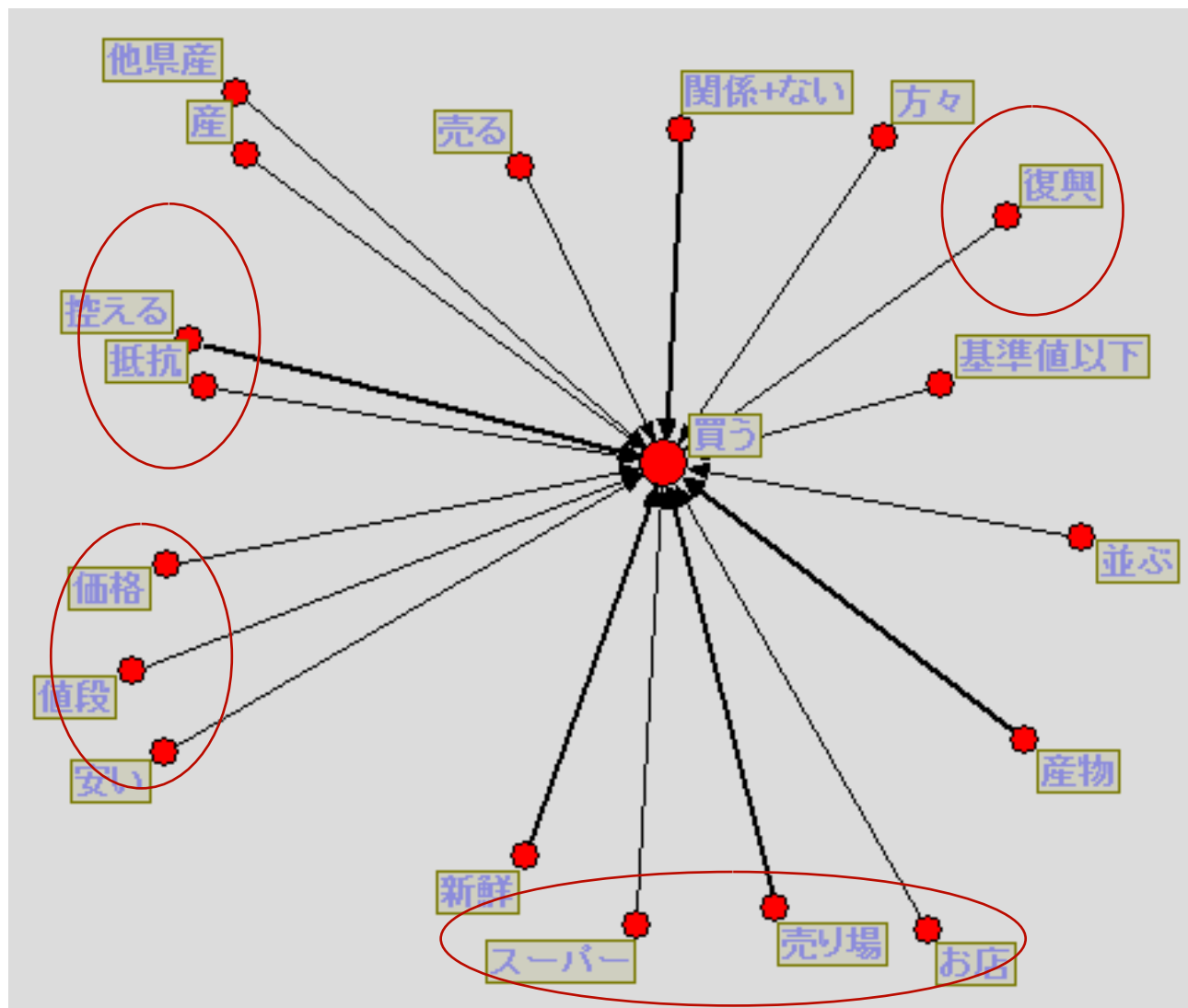


注目語:「子ども」
頻度2

「不安」「悩む」「迷う」「心苦しい」といった不安の声が多い。

放射能の影響に関して、親自身よりも子どもへの影響を心配をしている。

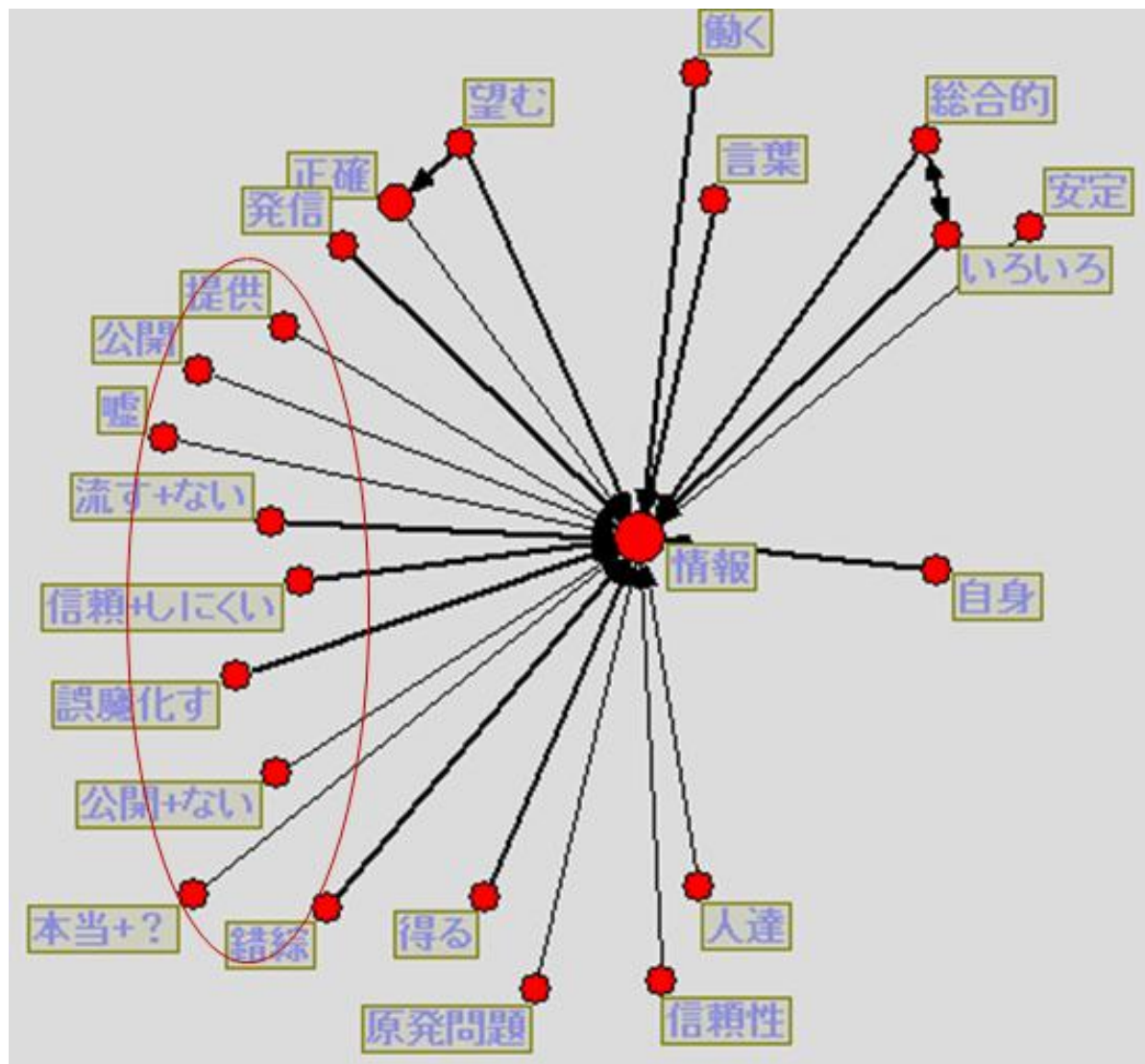
5. 分析結果～分析1-3～ 注目語情報



注目語:「**買う**」
頻度5

- ・「控える」という声
- ・「安いなら買う」という声
- ・復興のために買うという声
- ・「お店に出ているような流通しているものは安全だから買う」という声

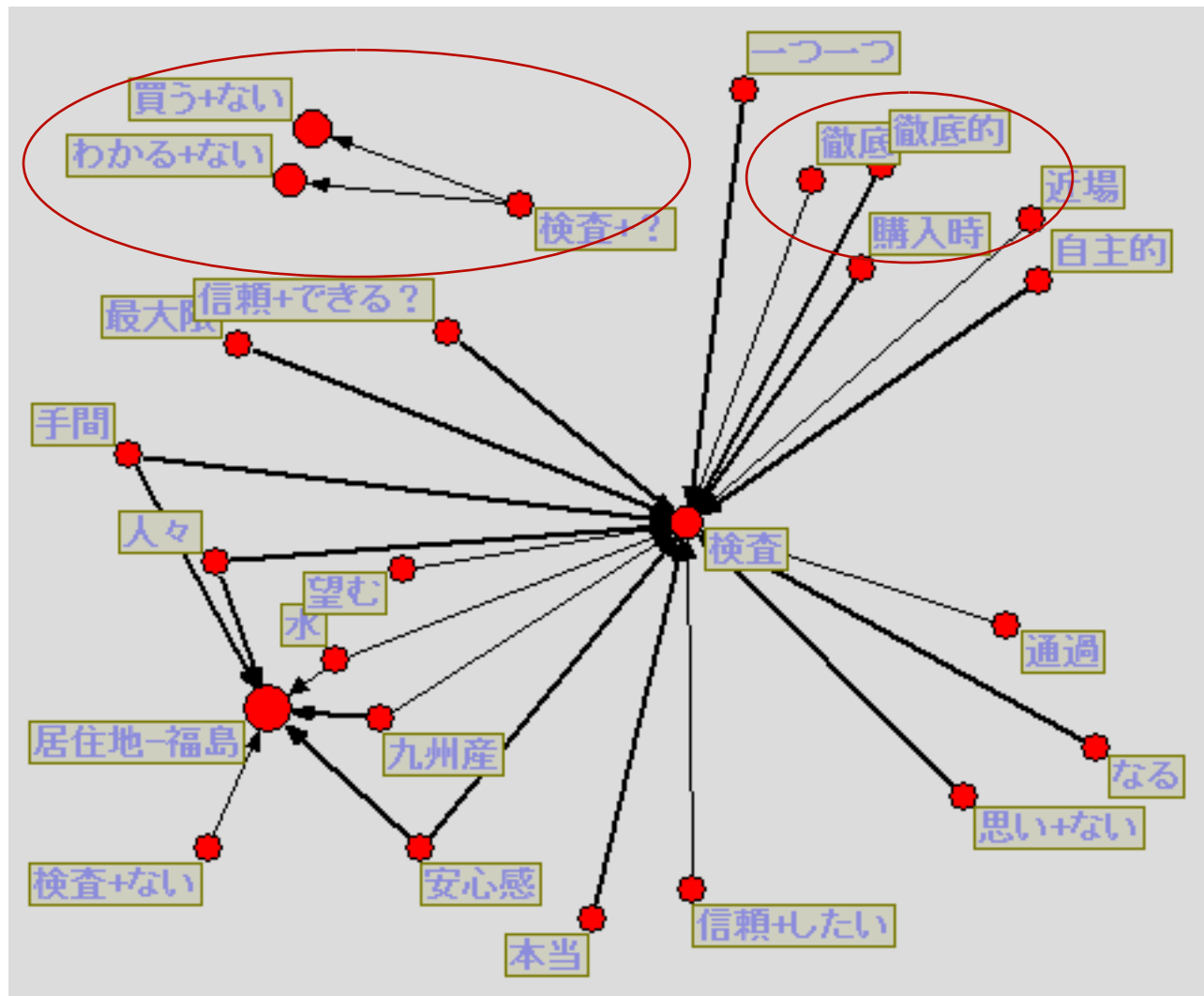
5. 分析結果～分析1-3～ 注目語情報



注目語:「情報」
頻度2

「公開+ない」
「誤魔化す」
「嘘」
「信頼しにくい」とった、
情報への不満の声が多い。

5. 分析結果～分析1-3～ 注目語情報

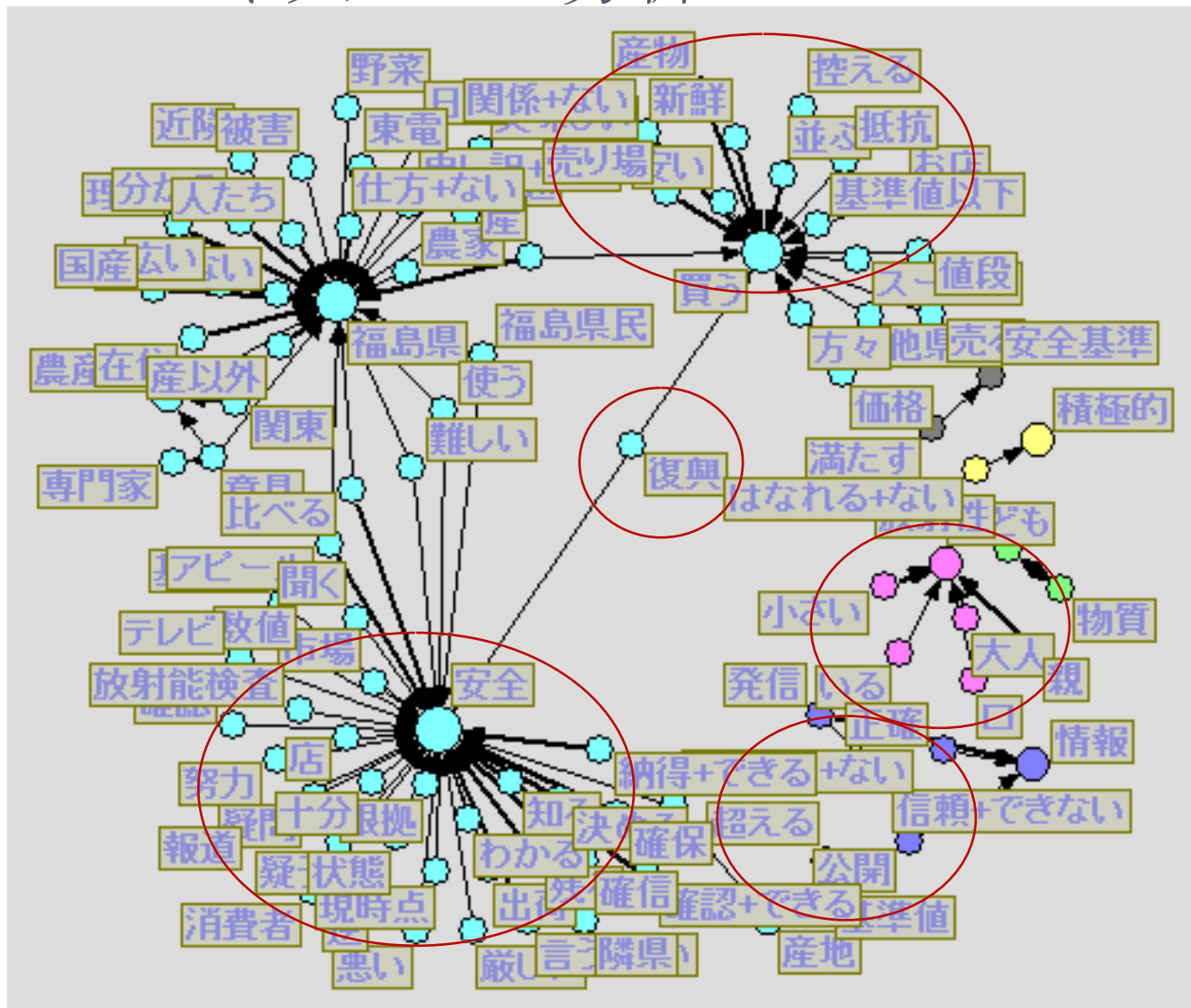


注目語:「**検査**」
頻度2

「検査結果が信じていいものなのか分からない」、さらに「何を信じていいのかわからない」という声が多い。

一方で、徹底して検査しているから流通しているものは安全だという声も多い。

5. 分析結果～分析1-4～ ネットワーク分析

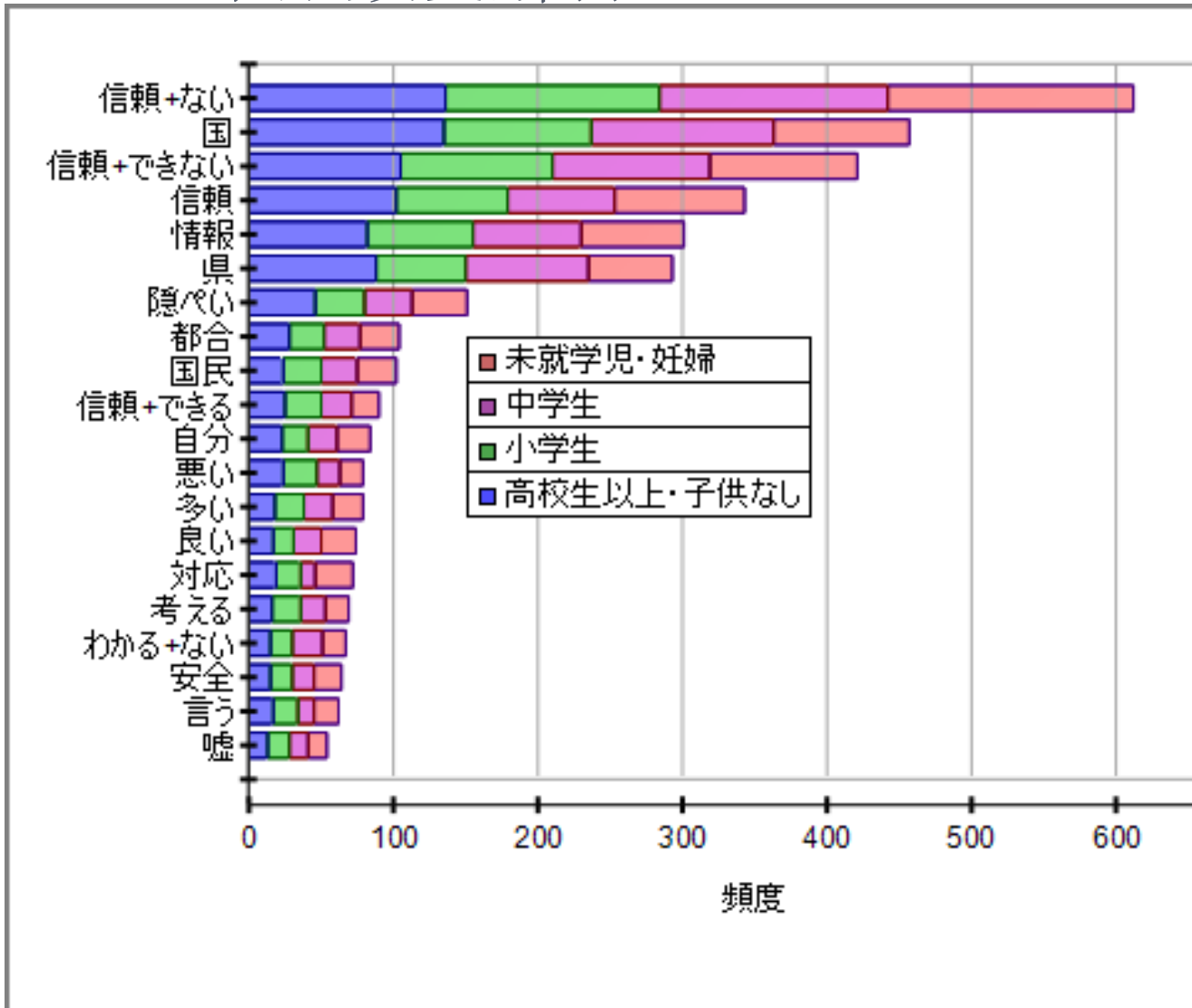


頻度5以上の単語

- ① 流通しているものは安全だから買う
- ② 復興のために買う
- ③ 安いから買う
- ④ 情報が信頼できないから買わない
- ⑤ 子どもがいるから買わない

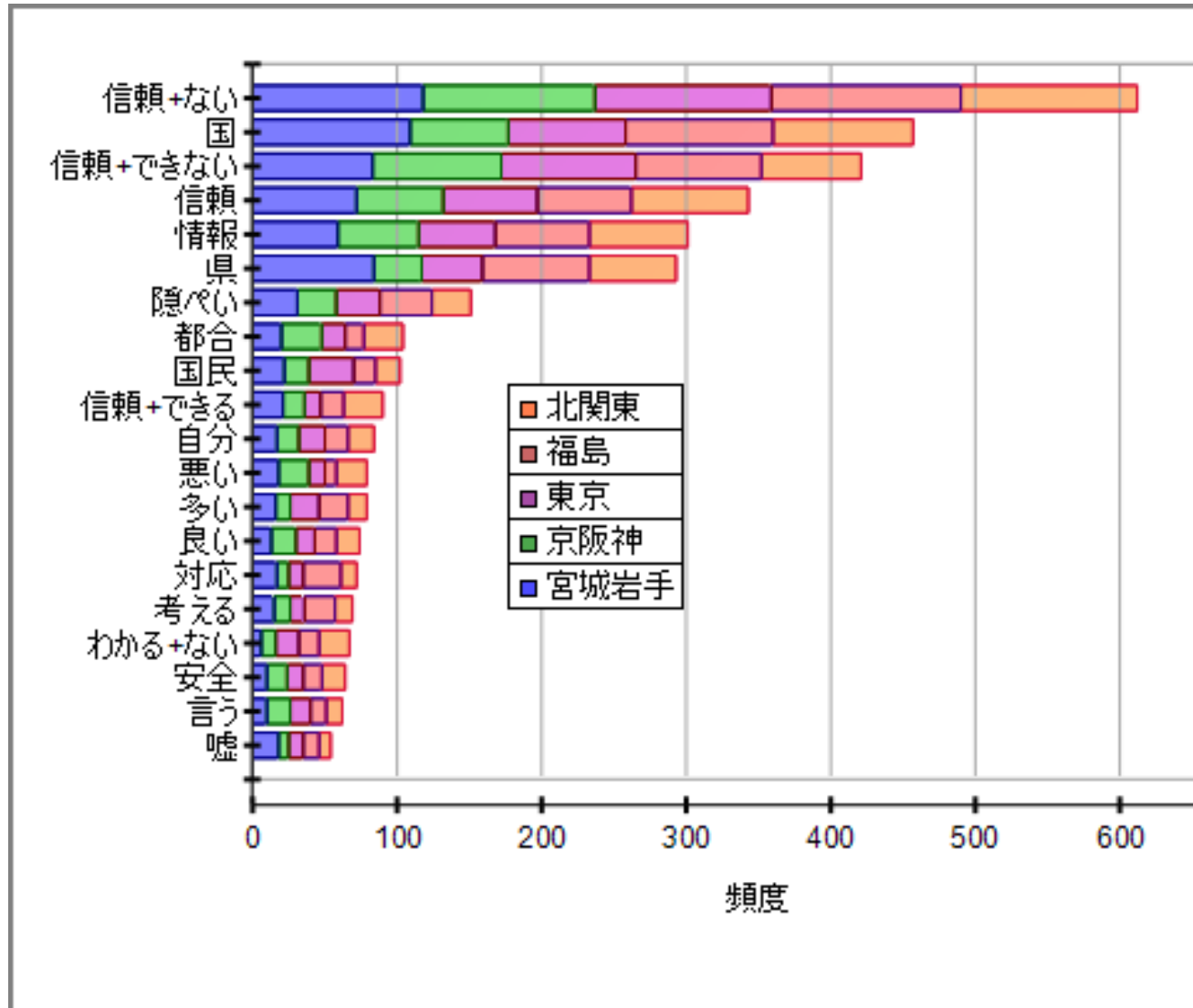
の5グループに分けられる。

5. 分析結果～分析2-1(属性:家族構成)～ 単語頻度解析



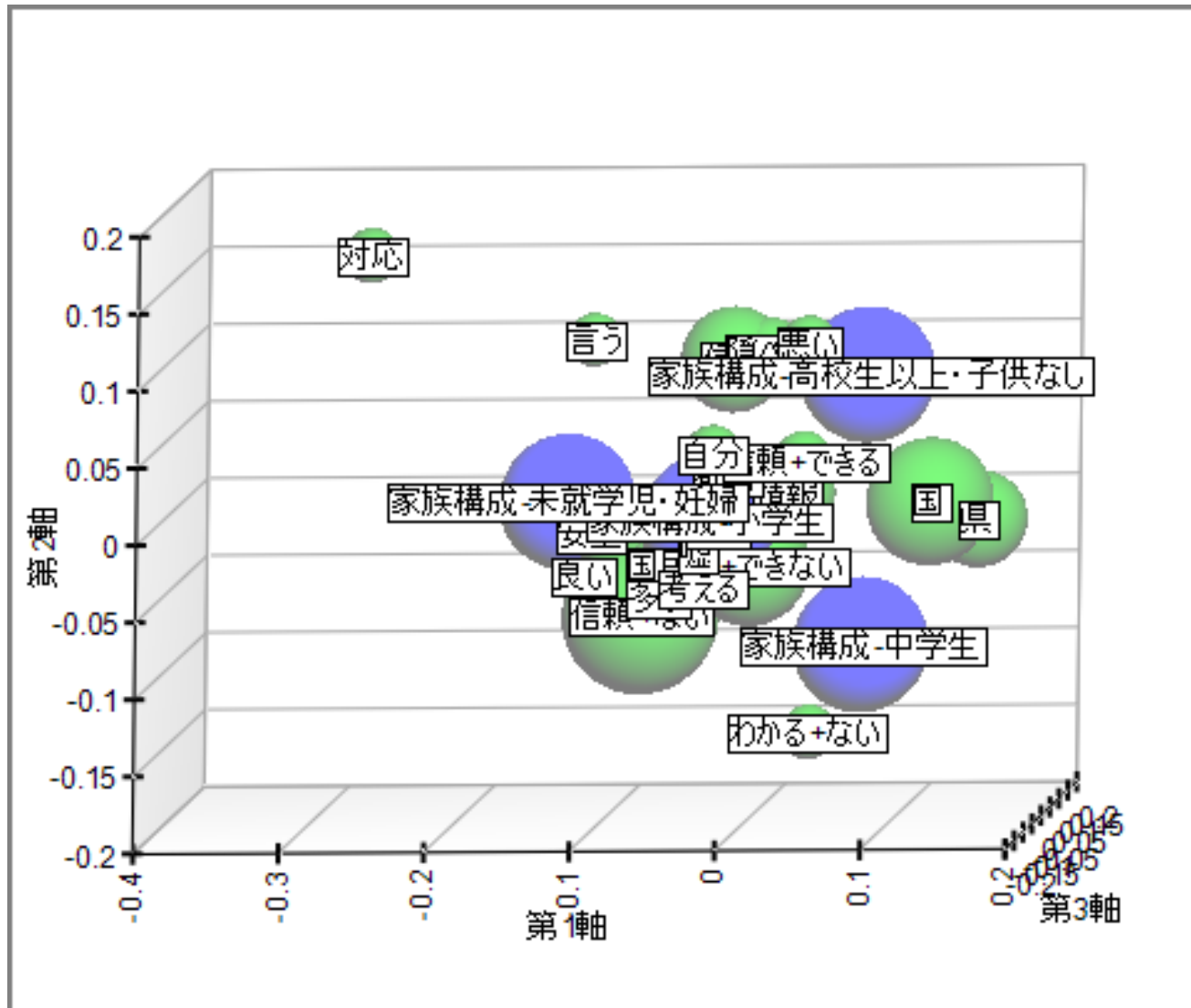
「情報」
「隠ぺい」
「県」に注目する。

5. 分析結果～分析2-1(属性:居住地)～ 単語頻度解析



「情報」
「隠ぺい」
「県」に注目する。

5. 分析結果～分析2-2(属性:家族構成)～ バブル分析



【未就学児・妊婦】

「信頼+ない」
という言葉に近い。

【小学生】

「信頼+できない」

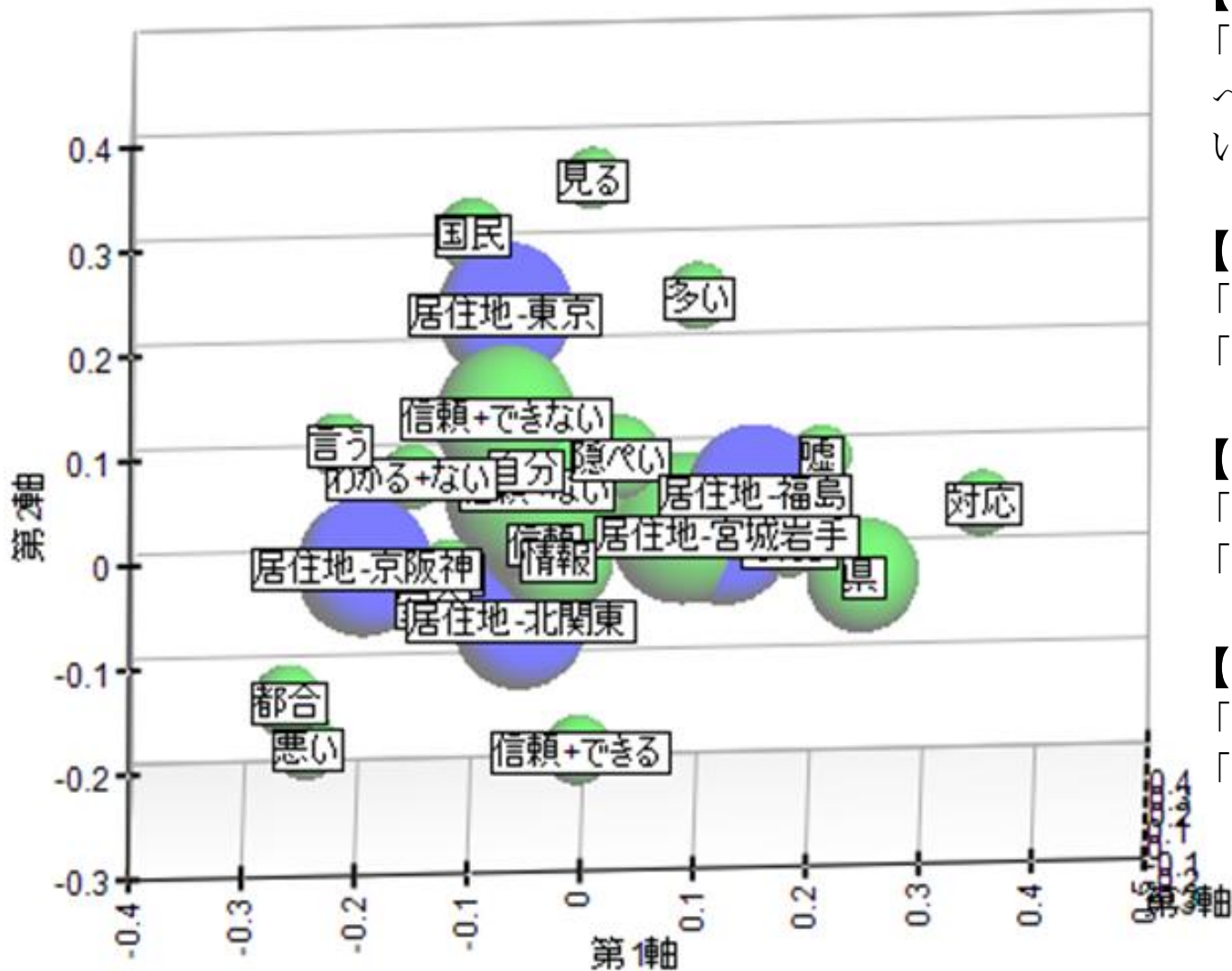
【中学生】

「信頼+できない」
「わかる+ない」
「信頼+ない」

【高校生以上 ・子どもなし】

「国」「信頼」
「県」「隠ぺい」

5. 分析結果～分析2-2(属性:居住地)～ バブル分析



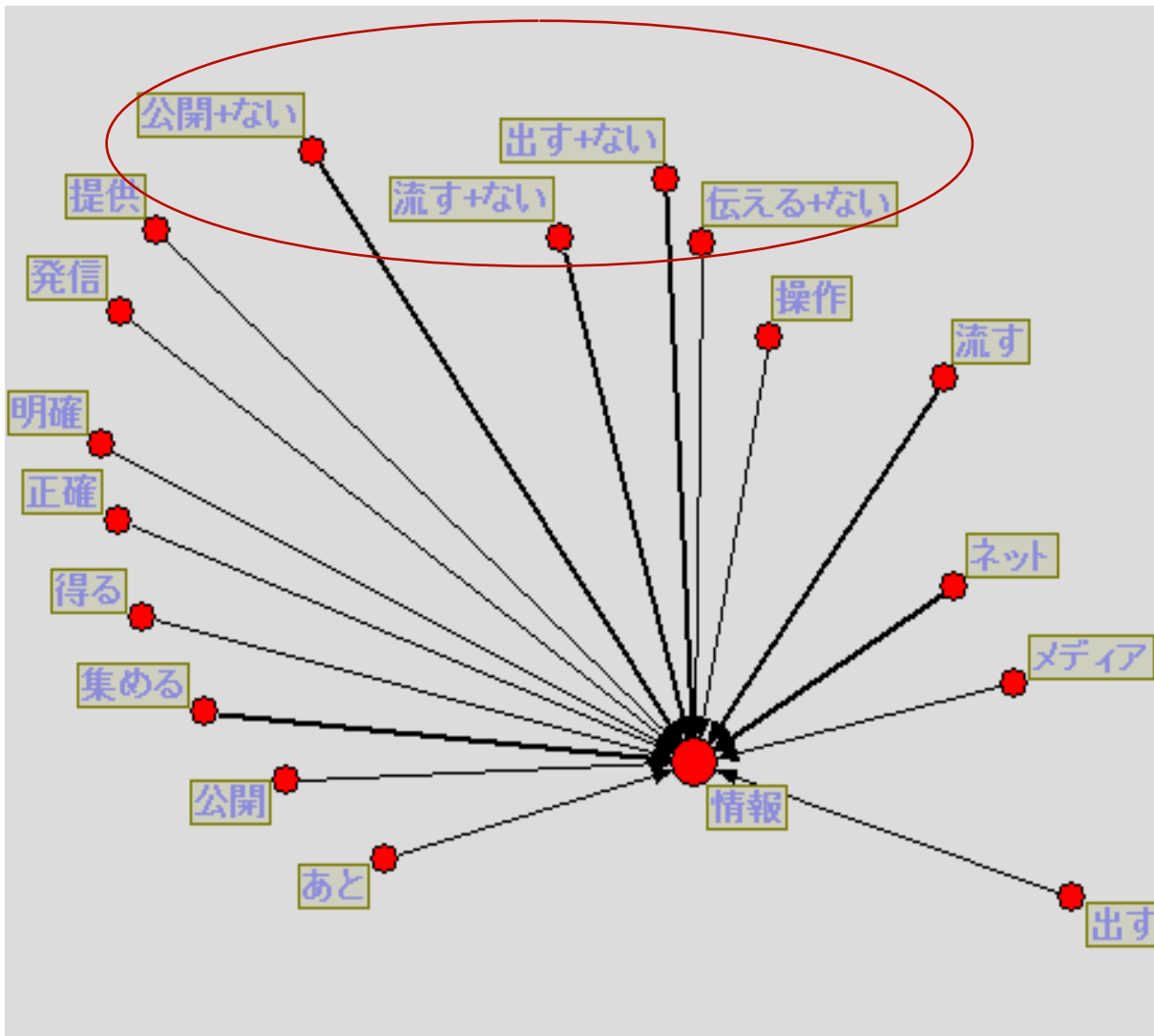
【福島】【宮城岩手】
「県」「国」「対応」「隠ぺい」という言葉に近い。

【東京】
「国」
「信賴+できない」

【京阪神】
「信賴+できない」
「信賴+ない」

【北関東】
「信賴できる」「情報」
「国」

5. 分析結果～分析2-3～ 注目語情報



注目語「**情報**」

共起5以上

「公開+ない」

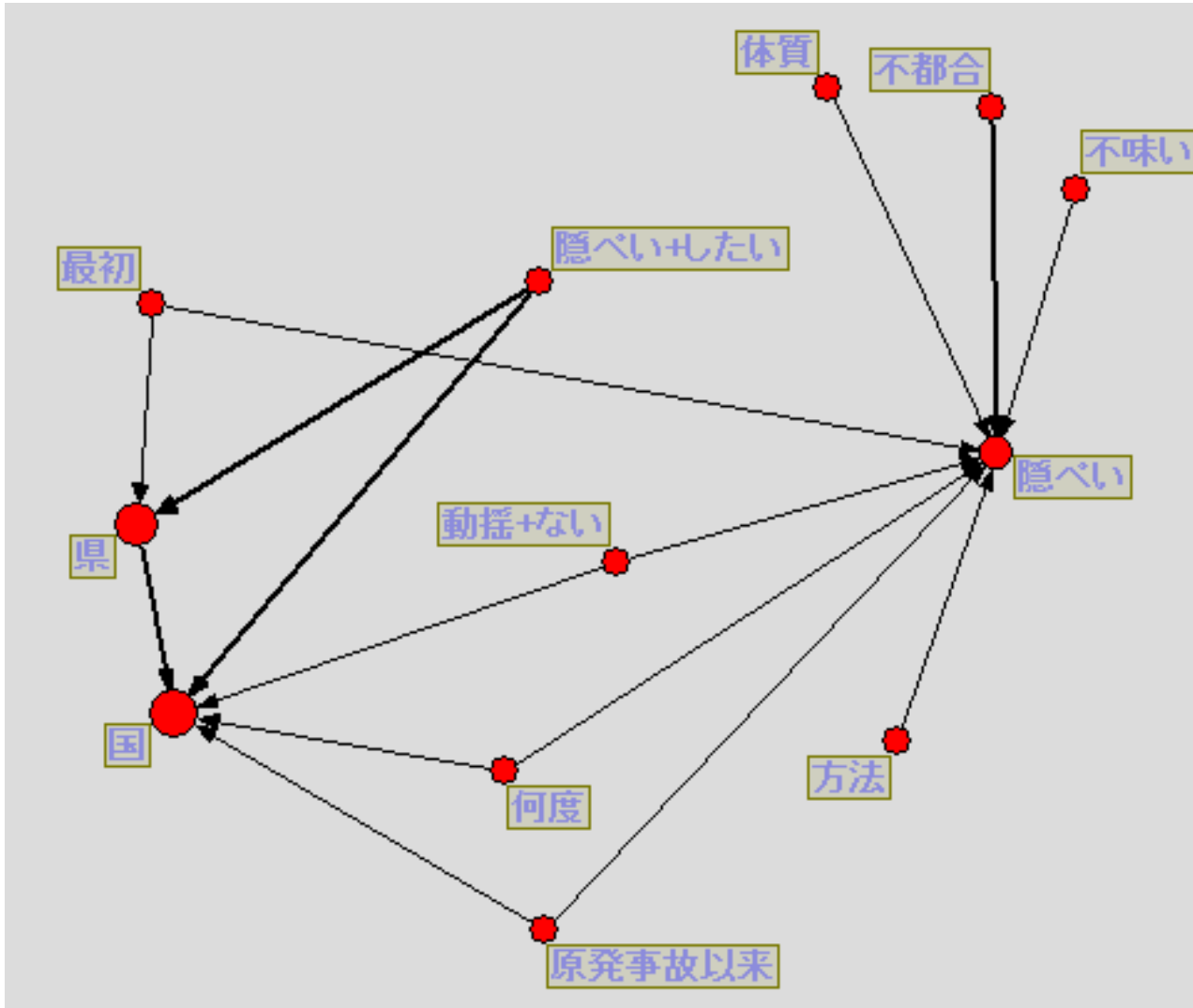
「流す+ない」

「出す+ない」

「伝える+ない」のような
声が多い。

全ての情報を公開して
いるわけではない、伝
えていない情報がある、
と国や県は思われてお
り、**情報開示**について
不満がある。

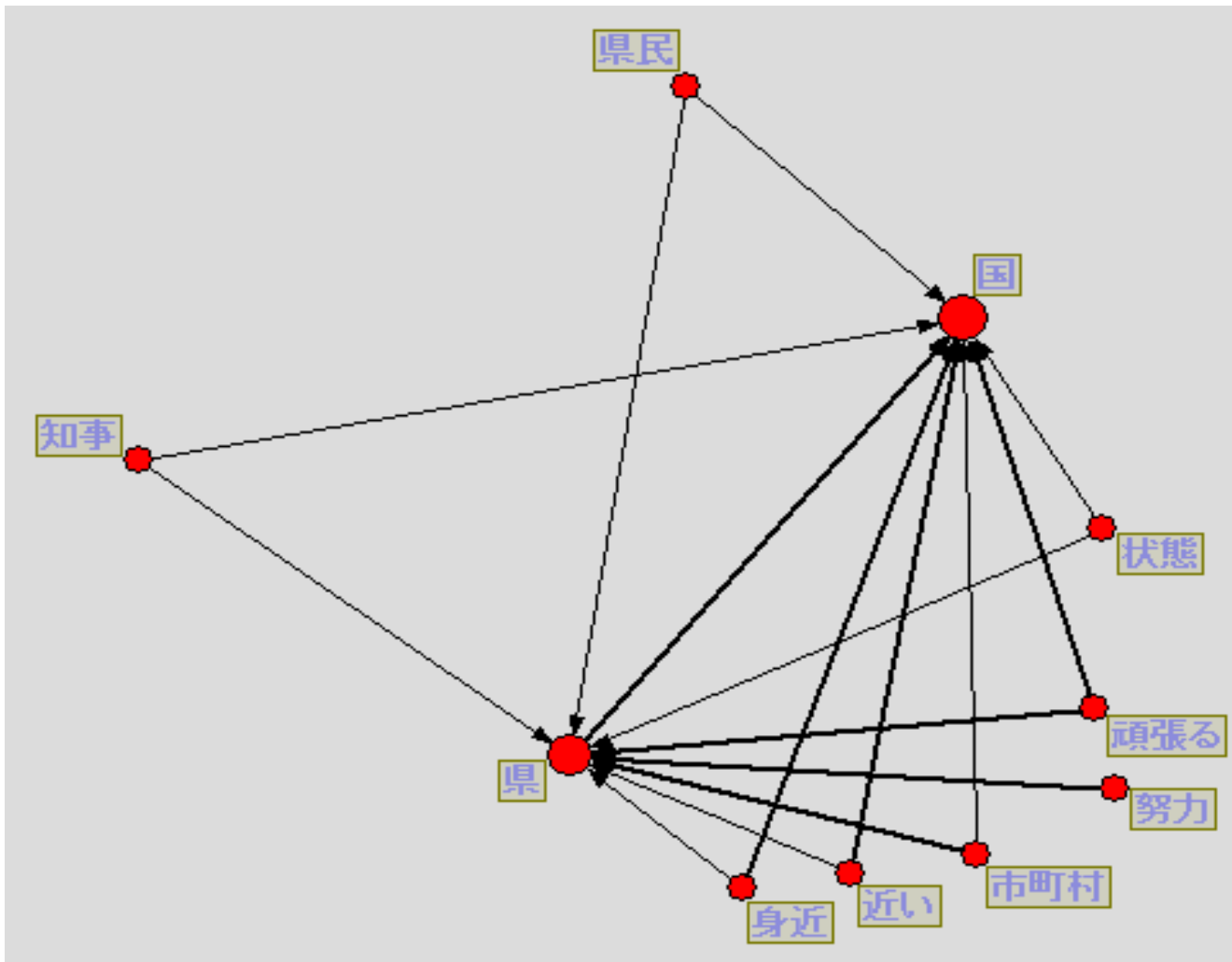
5. 分析結果～分析2-3～ 注目語情報



注目語「**隠ぺい**」
共起2以上

国や県には隠ぺい
体質がある、国や県
は情報を隠ぺいして
いると思っている。

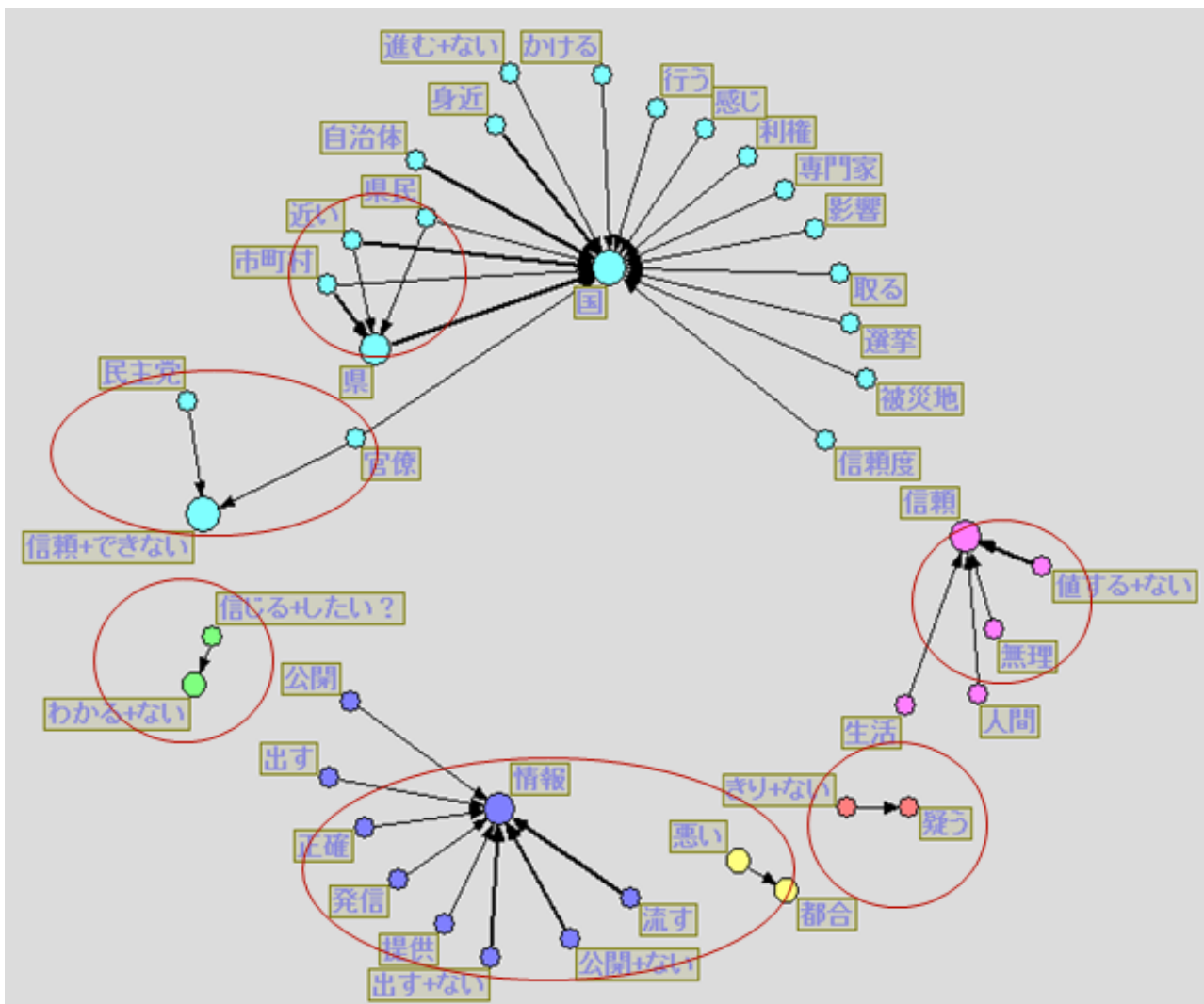
5. 分析結果～分析2-3～ 注目語情報



注目語「**県**」
共起5以上

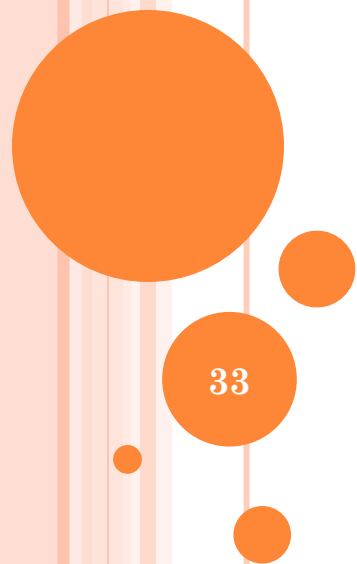
県や市町村は身近
なので、国よりは信
頼できる、国よりはま
し、という声

5. 分析結果～分析2-4～ ネットワーク分析



頻度7

- ① 政党や政治に対する不満
- ② 情報公開に対する不満
- ③ 信じたくても何を信じてもいいのか分からない
- ④ 疑ったらきりが無い
- ⑤ 信頼するに値しない、無理
- ⑥ 国よりは県や市町村のほうが信頼できる



6. 考察

6. 考察

分析1より、福島県産農産物の購入を促すために...

- 居住地【京阪神】は購入しない傾向がある。
- 子どもへの放射能の影響を気にしている親は福島県産農産物を購入しづらい。主に【未就学児】【小学生】
- 流通しているものは安全だと信じて福島県産農産物を購入している消費者は多い。主に【高校生以上・子どもいない】
- 安ければ福島県産農産物を買う人がいる。しかし他の産地が安ければその産地の農産物を買う傾向が強い。
- 情報公開について不満を持っているから買わない人々には、納得のいく情報が公開されれば購入に傾く可能性がある。



働きかけることは可能。

しかし、情報公開に関して、そもそも情報発信源に対する信頼はどうなっているのか。分析2へ。

6. 考察

分析2より、原文を検索しながら見てみると、

- 【東京】【京阪神】は国や県を信頼していない傾向がある。
- 一方【宮城岩手】【福島】【北関東】は県を信頼している傾向がある。
- 家族構成別に見ても居住地別に見ても情報開示方法に対しての不安感
は強い。
- 国や県は隠ぺい体質であると考えられている。
→開示方法を工夫すれば効果が出る可能性がある。
- 国と県を比べてみると、国よりも県のほうが信頼されている傾向が強い。
→国主体の情報よりも県や市町村レベルでの情報発信力が求められている。



情報開示方法を変更する。

国レベルではなく、消費者により近い県や市町村レベルで情報発信をする

7. まとめ

7. まとめ

- 東日本大震災後、福島県は様々な苦悩に悩まされてきた。その最たるものが「放射能汚染問題」である。震災から一年六カ月以上たった今でも、まだまだ回復の兆しが見えず、食品の安全に関しては国や県が主体となって消費者の購買を高めようとしているが、なかなか効果が見えない。
- 安全基準値を定め、検査し、安全であることをアピールしていても改善されないのは風評被害であると考え、その対策を見つけるため今回の分析を始めた。
- そこで分かったことは、以下の4点である。
 - ① 消費者の中でも福島県産を安全だと思っている人々もいる。
 - ② 安全だと思えず、購入していない消費者は家族構成別だと【未就学児】【小学生】に多く、居住地別だと【京阪神】に多い。
 - ③ 安全だと思えない理由の一つは情報開示に不満があるため。そしてそれは家族構成、居住地にほとんど差がなく、どの消費者も一定の不安がある。
 - ④ 情報源に対しての信頼は、国よりも県や市町村といった消費者により身近な存在である自治体のほうが強い傾向がある。