

消費者庁における 風評影響の抑制に向けた取組

**令和 6 年11月
消費者庁**

1.放射性物質に関する 消費者意識調査結果

調査概要

(1) 頻度

17回：平成25年～平成29年：年2回

平成30年～令和6年：年1回

※第1～17回までの調査について、調査手法、調査項目、調査対象者、回収標本数は同様の設定で実施。

(2) 目的

被災県の農林水産物等について、消費者が買い控え行動をとっている場合の理由等を継続的に調査し、今後のリスクコミュニケーションでの説明内容を始めとする各般の風評対策及び消費者理解の増進に関する取組に役立てること。

(3) 手法

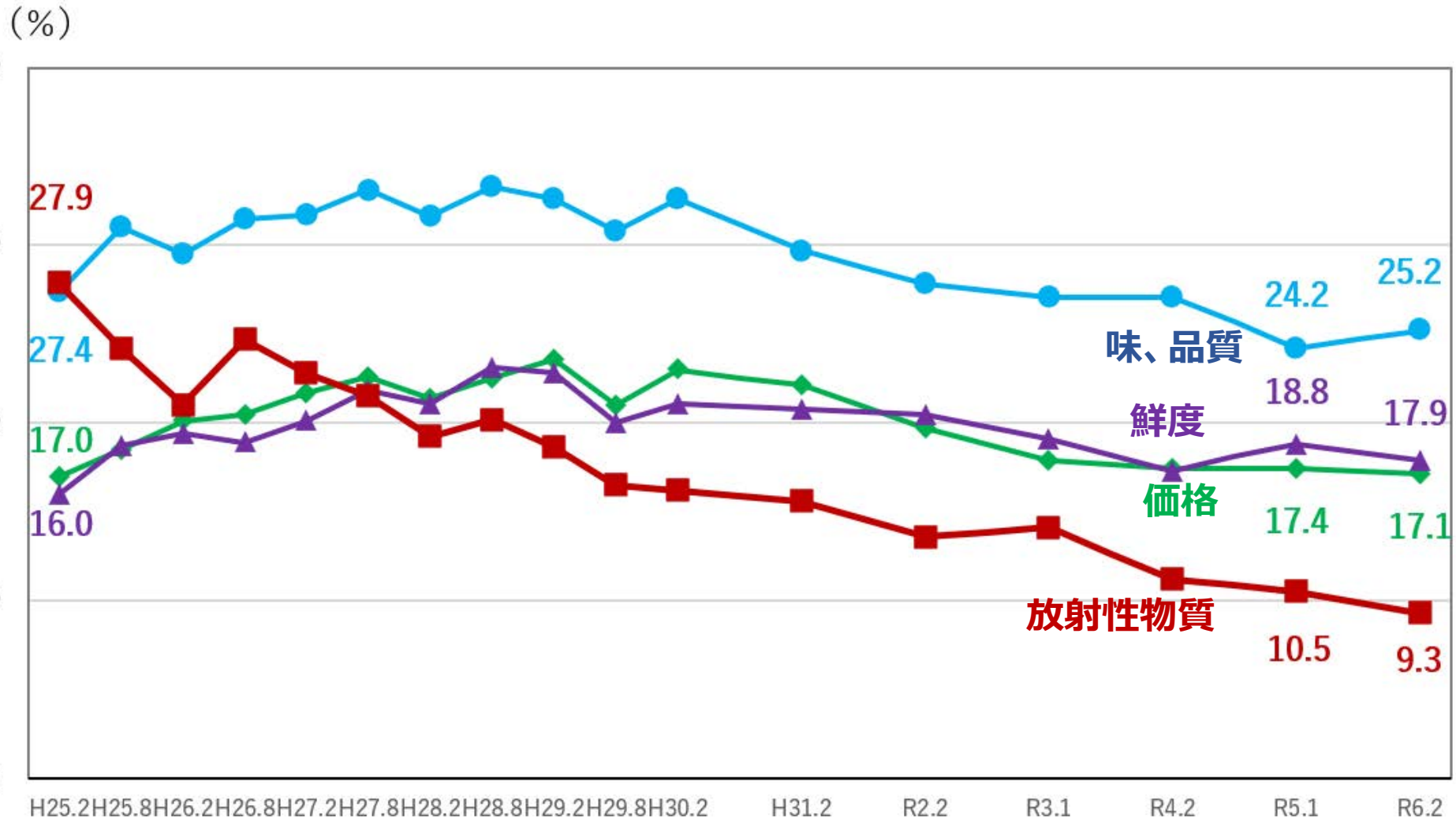
インターネット調査

(4) 対象

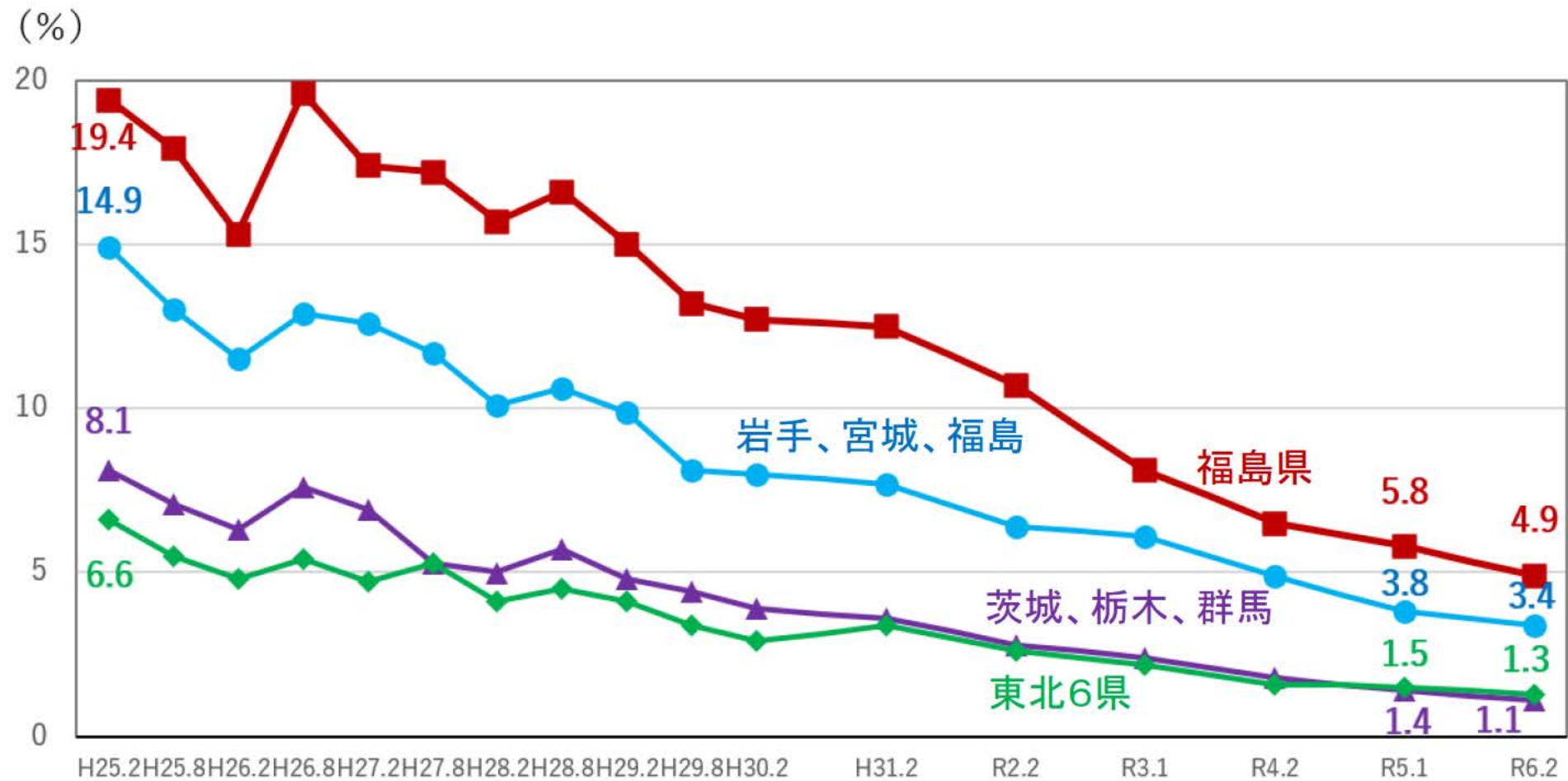
被災地域（岩手県、宮城県、福島県、茨城県）及び
被災県産農林水産物の主要仕向先県等

（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県）
に居住する 20～60 代の男女 5,176 名

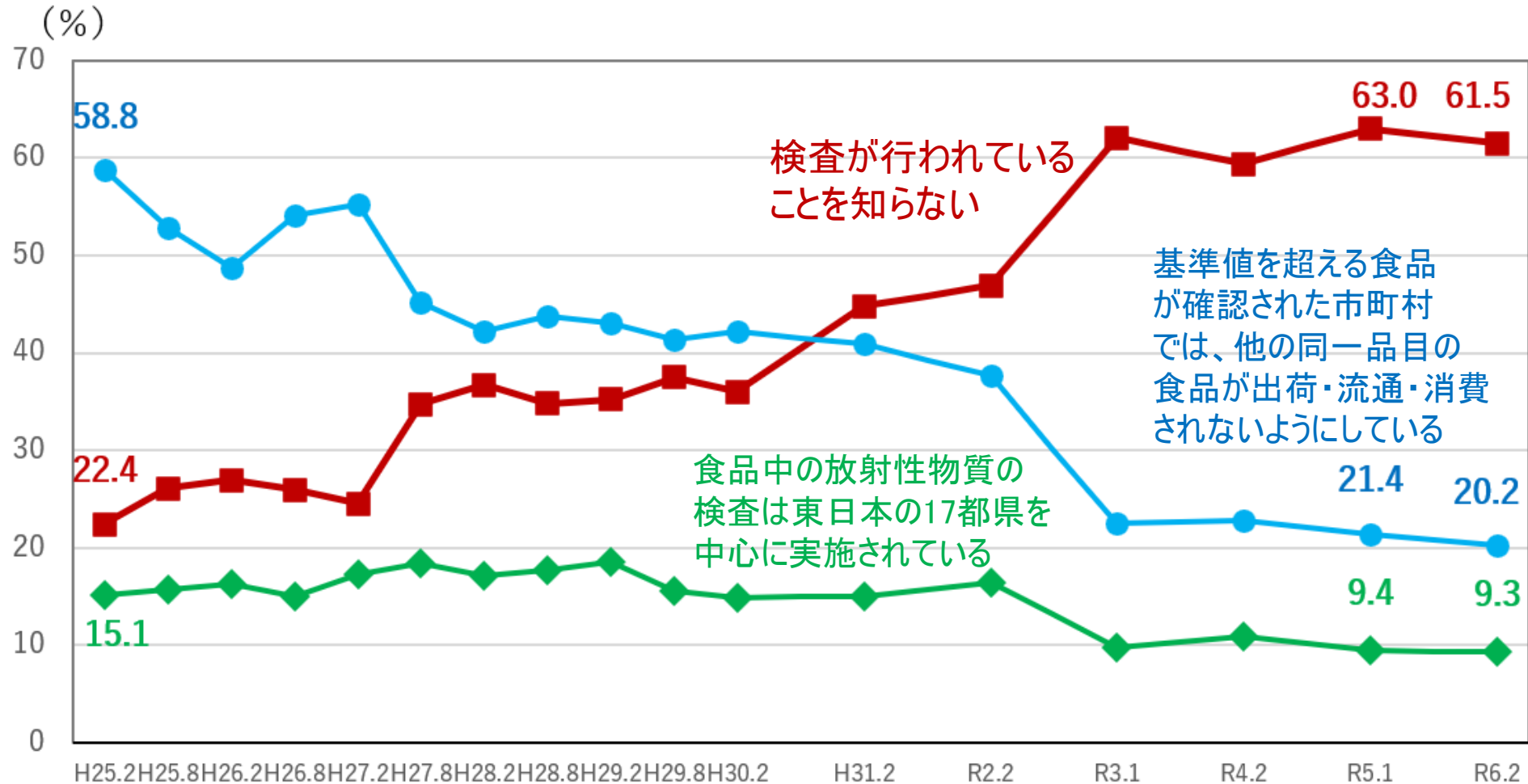
「食品の産地を気にする理由」に対する回答



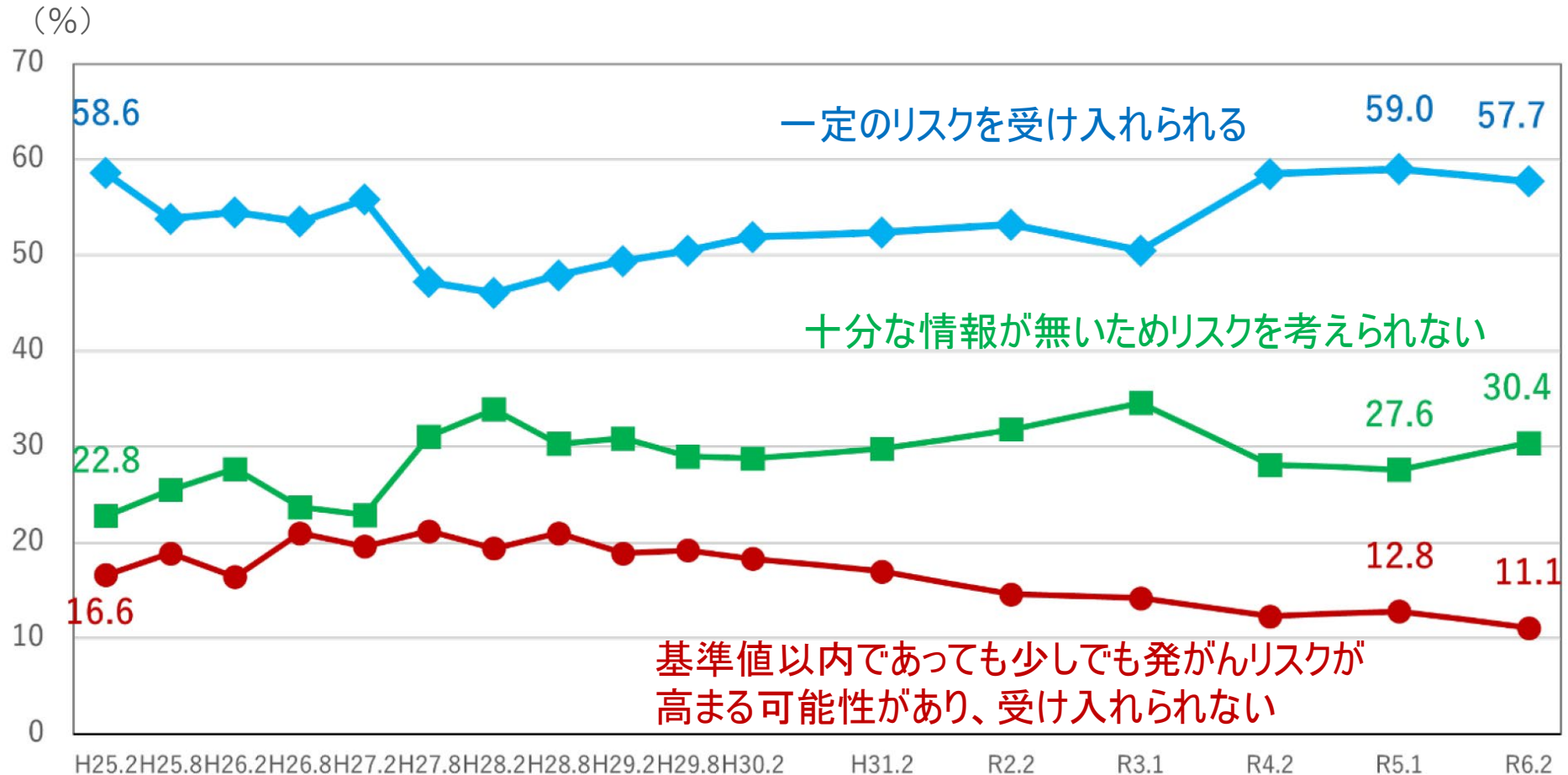
「放射性物質を理由に購入をためらう食品の産地」に対する回答



「食品中の放射性物質の検査」に対する回答



「健康影響が確認できないほど低い線量のリスク」に対する回答



2. リスクコミュニケーション

1. 一般消費者を対象とした意見交換会

- 食品の放射性物質に関する安全性をテーマとして、東京都及び大阪府において実施
- パネルディスカッション方式で意見交換を行い、ジャーナリストや研究者をパネリストとして招致
- 東京都で158名、大阪府で95名の参加がなされた。



【東京会場】



【大阪会場】

2. 大学生を対象とした意見交換会

- 食品の放射性物質に関する安全性をテーマとして、立命館大学、東京農業大学、北陸大学、東日本国際大学及び純真学園大学において学生を対象に意見交換会を実施
- パネルディスカッション方式で意見交換を行い、ジャーナリストや研究者をパネリストとして招致



【北陸大学の様子】



【純真学園大学の様子】

3. 子育て世代を対象としたイベント

- 子育て世代が多く集まるイベントにおいて、食品の放射性物質に関する科学的な知見の発信を目的として、パネル展示やステージ企画などを実施
- 「みやぎ元気まつり 2023(宮城)」2,052名、「GOOD LIFE フェア 2023(東京)」2,754名及び「咲洲こどもEXPO 2023(大阪)」1,384名の参加があった。



【ブース出展の様子】



【ステージ企画の様子】

3.情報発信

食品と放射能に関するQ & A 集の作成・配布・Web掲載

食品等の安全性や放射性物質に関する消費者の疑問や不安の解消を促進するため、関係府省の協力を得ながら「食品と放射能Q&A」（詳細版、ミニ版）を作成。

