

中国からの輸入食品へのトレーサビリティ導入に 対する日本人の選好 : Conjoint分析に基づくアン ケート解析

著者	重野 芳人, 宋 ?
雑誌名	国際文化研究科論集
巻	19
ページ	103-115
発行年	2011-12-20
URL	http://hdl.handle.net/10097/54218

中国からの輸入食品へのトレーサビリティ導入に 対する日本人の選好

—Conjoint 分析に基づくアンケート解析—

重野 芳人／宋 瑀

Abstract

Japan strongly depends on China for its supply of food. Therefore, the Japanese consumer's safety consciousness to the imported food from China is significant in view of enhancing mutual trade. One method of establishing solid comfort is the adoption of the traceability. However, it inevitably leads to increase in cost instead of acquiring a sense of comfort.

To find the point of compromise for this trade-off, an assessment of the consumer's preference to the adoption of the traceability and willingness to pay for security were conducted. For this objective, we used the conjoint analysis based on a questionnaire survey, thereby, the utilities and relative importance of the properties are evaluated. The results are analyzed in terms of the consumer's safety consciousness.

1. はじめに

我が国の中国からの食品の輸入は食品輸入総量の40%を占めていたが、2007年に発生した餃子事件¹⁾注¹⁾により、消費者の中国からの輸入食品に対する信頼度が大幅に低下し、その結果、輸入量も激減した。この失われた中国からの輸入食品に対する安心感を取り戻す手段の一つとしてトレーサビリティ (traceability) の適用が有力視されている^{2~8)}。トレーサビリティ (traceability) とは Trace: 足跡を追う、と Ability: できることまたは能力の合成語で、「追跡可能性」または「追跡できる能力」を意味する。これまでもトレーサビリティの導入により、食への信頼性がどのように変化したかについての意識調査研究はあったが⁹⁾、我が国の中国からの食品輸入に関する研究はない。そのため本研究では食料輸入の主要相手国である中国からの食料輸入の信頼性を確保するためのトレーサビリティ導入に対する消費者心理に関する基礎的な調査研究を実施した。

ただし、信頼性の向上と製品価格はトレードオフの関係にある。システムの導入や運営にはそのための経費が必要であり、その分、製品の価格に転嫁される。信頼性を上げると購入は促進されるが、ある程度コストが上昇すると消費者は購入を控えるため、消費者がどの程度までのコスト増であれば許容するのかを知ることは重要である。トレーサビリティの必要性は種々の因子(属性)、たとえば加工食品か原材料かあるいは生産が中国か韓国か、また価格が高いか安いかにより変化すると考えられる。安全で安価な商品を消費者は望むが、好ましい条件を同時に満足することはなく、消費者は各因子の組み合わせを総合的に判断し、商品を購入する。このように因子毎に異なる選好の組み合わせで、全体の選好^{注2)}を解析する手法がコンジョイント分析であり、本研究ではそれらの属性をいくつかレベル(水準)で変化させたとき、日本の消費者がどのような選好を示すのかをアンケートにより調査を行った。さらにその結果をコンジョイント分析を用いて効用^{注3)}を求め、中国からの輸入食品へのトレーサビリティ導入に対する消費者の選好因子を考察した。

2. 食品トレーサビリティ

APPENDIX に本研究で使用したアンケートを示す。トレーサビリティ・システム模式図に示すように、食品トレーサビリティは食品の流通経路情報に基づき、食品の追跡と遡及を可能とする仕組みであり、製造工程での安全性（衛生）管理や品質管理などを直接的におこなうものではない。技術的には、IC タグ、バーコード・二次元バーコード、無線のタグ（RFID タグ、IC タグ、電子タグ）などを食品に添付し、商品情報を記録あるいは発信する⁸⁾。トレーサビリティの主な役割は①食品の安全性に関して予期せぬ問題が生じた際の原因究明や問題食品の回収などの対応を容易にする②表示内容の確認が容易になることによる表示の信頼確保③食品の安全性や品質などに関する消費者への情報提供、④生産者や食品事業者の行う製品管理や品質管理などの効率化である。

このように、トレーサビリティは、万一食品事故が発生した場合に、その原因究明を容易にする「リスク管理の手法」としての役割がある。本研究では中国からの代表的加工食品として冷凍餃子を、また比較のために、非加工食品の代表として乾燥椎茸を選択した。また中国以外の国による差を調べるために、生産国とトレーサビリティ実施国のそれぞれに、仮想的に日本と韓国も加えた。

3. コンジョイント分析

コンジョイント分析は、主にマーケティング分野で発展した効用推定法であり^{10,11)}、現在は様々な分野に応用されている。マーケティングでは商品の好き嫌いを消費者に聞くことにより、なぜその商品が好まれるのかをその因子毎の重要度に個別に推定し、消費の選好に対する深層心理を分析する。この方法には、評価対象の選好を回答者に評定（rating）させる評定型と複数の評価対象から最も好ましい対象を選択させる選択型がある。更に、評定型は、大きく「評点（rating）型」、「順序（ranking）型」、「選択（choice）型」の3つに分類される。これら3タイプのうち、本論文では評価が数値として客観的に表現できると考えられる「評点（rating）型」を採用した。この方法では、100点満点で、被験者はそれぞれの組み合わせを点数で評価する。実際の質問はAPPENDIXのQ8とQ10に示している。選択型は、提示された選択肢のうち、最も望ましいものの1つを選択する方法である。この方法では適当な確率分布を仮定することにより、消費者の限界意志額（WTP）を求めることができるという特徴がある。しかし、回答者の負担軽減目的から、選択カードの組み合わせ数を少なくする必要があり、詳細なデータを得にくいいため、本研究では採用しなかった。

解析までのプロセスは大きく分けて、アンケートの作成、アンケート実施、コンジョイント分析であり、時系列による順序を下記に示す。

アンケート設計→アンケートのための質問カードの作成→直交法による最適な質問カードの数の決定→アンケートの質問カードの修正→アンケート実施→コンジョイント分析→結果の解析

4. アンケート

1) 調査の目的

「はじめに」に述べたように、日本は食品の大部分を中国に頼っており、生産から消費までの経路における食への信頼性の確立が重要である。そのための有力な手段として、トレーサビリティの導入が有力な手段として考えられる。しかし、この手法が消費者に受け入れられるためには、消費者の意識や認識を定量的に、かつ、統計的に把握する必要がある。そのため、本研究ではア

アンケート調査に基づく消費者の選好をコンジョイント法により効用を求め、消費者のトレーサビリティの導入に対する深層心理を解析する。

2) アンケート設計

アンケートを APPENDIX に示した。最初にトレーサビリティに詳しくない回答者のために、模式図で簡単に概念の説明を行った。Q1～Q4 は回答者の性別、年齢、職業、収入などの条件を求めるための所謂フェース・シートである。

因子（属性）の数と水準の範囲は回答者に負担を与えず、かつ合理的解析が出来るように決定する必要がある。即ち、導入した因子数と水準の組み合わせが多いとそれだけ詳細な情報を得ることが出来るが、多過ぎると回答が困難になる。一方、組み合わせ数が少な過ぎると商品の表現として不十分になる。以上の点を考慮し、本研究では、因子とそれぞれの括弧内に示す水準として、生産国（中国、韓国、日本）、トレーサビリティ実施国（中国、韓国、日本、なし）、価格（実価格に合わせた4段階）を選択した。全ての水準の組合せを想定すれば $3 \times 4 \times 4$ の48通りになり、回答者の負担が過大となるため、実験計画法で各属性水準を水準同士が相関を有しない最小の組み合わせを選択した。本論文では、属性・水準を統計ソフト SPSS Ver.18.0¹²⁾ の直交計画機能（ORTHOPLAN）を利用し、16通りの組み合わせを決定した。

3) アンケート調査の実施

- (1) 調査時期 平成 21 年 12 月 1 日～12 月 3 日
- (2) サンプル数 100 名^{注4)}
- (3) 調査地域 本研究では、輸入食品の消費量も多く、安全性に関心の高い消費者が多く居住していると考えられる首都圏1都2県（東京都、千葉県、神奈川県）在住の男女を対象とした。地域別の調査人数割合については図1に示す。
- (4) 調査方法 回答可能者の人数が多く、回答者の選択が容易なインターネットリサーチを利用した。

5. アンケート結果と解析

1) フェイス・シートの結果

Q1～Q4 は性別、年齢、職業、収入を尋ねている。

回答者に占める男性と女性の割合は図2に示すようにおおよそ半数ずつとなっている。年齢については、図3に示すように30歳代が32%と最も多く、次いで

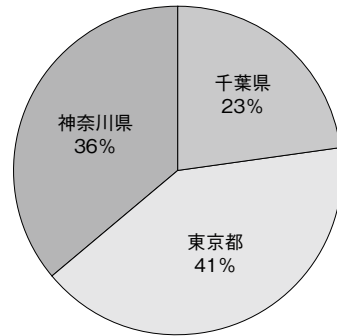


図1 地域別回答者割合

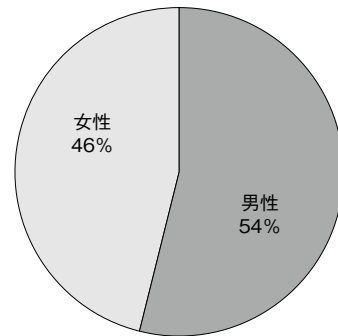


図2 回答者の男女割合

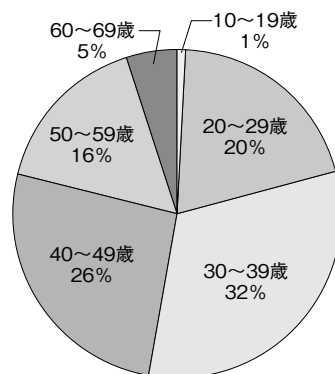


図3 年齢別回答者割合

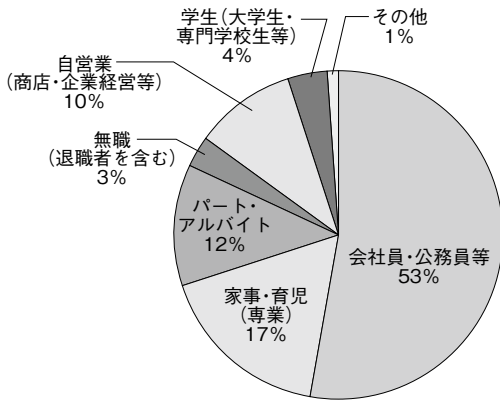


図4 職業別回答者割合

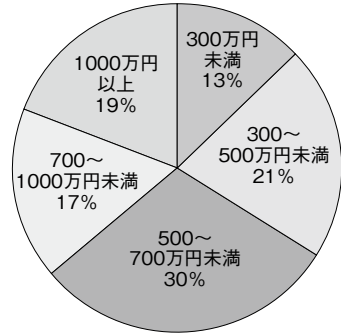


図5 年収別回答者割合

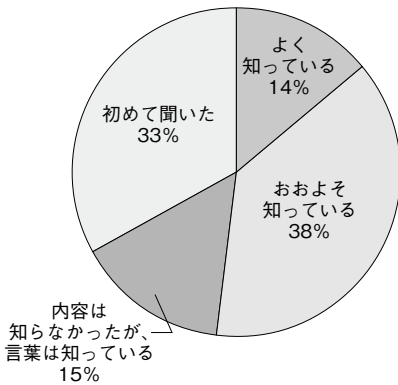


図6 トレーサビリティ認知度別回答者割合

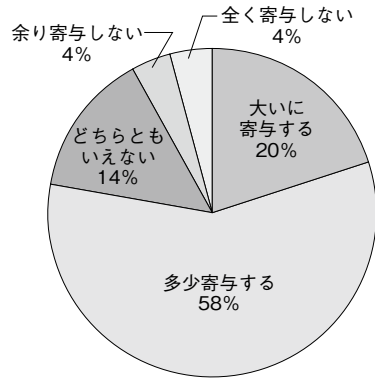


図7 トレーサビリティの安全性への寄与度の認識別回答者割合

40歳代の26%、20歳代の20%が多くなっており、比較的若い年齢層が回答している。また、職業については、図4に示すように「会社員・公務員等」が半分以上を占め、次いで「家事・育児(専業)」、「パート・アルバイト」、「自営業(商店・企業経営等)」の順という結果となった。年収入別の結果は図5に示す。回答者の各収入分布が比較的均一であるのがわかる。

Q5～Q7ではアンケート回答者のトレーサビリティに対する知識や認識を尋ねた。これは回答者の意識が低い場合、回答への信頼性が低くなるため、予備調査で回答に一定以上の意欲のある母集団を選択し、その確認を行うためである。認知度を調べるため、「あなたはこの方法をこれまで知っていましたか」という質問で図6に示す結果を得た。調査を行った被験者のうちトレーサビリティ・システムを「よく知っている」が11%、「おおよそ知っている」が38%、「内容はしらなかったが、言葉は知っている」が15%、合わせて67%がトレーサビリティ・システムを知っており、非常に認知度が高いと結果

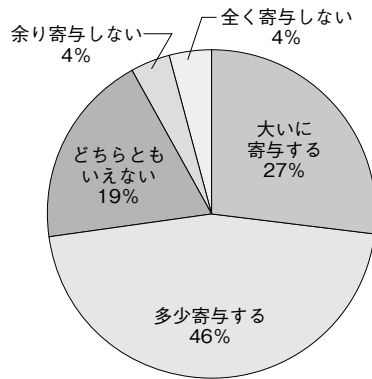


図8 トレーサビリティの被害拡大防止への寄与度の認識別回答者割合

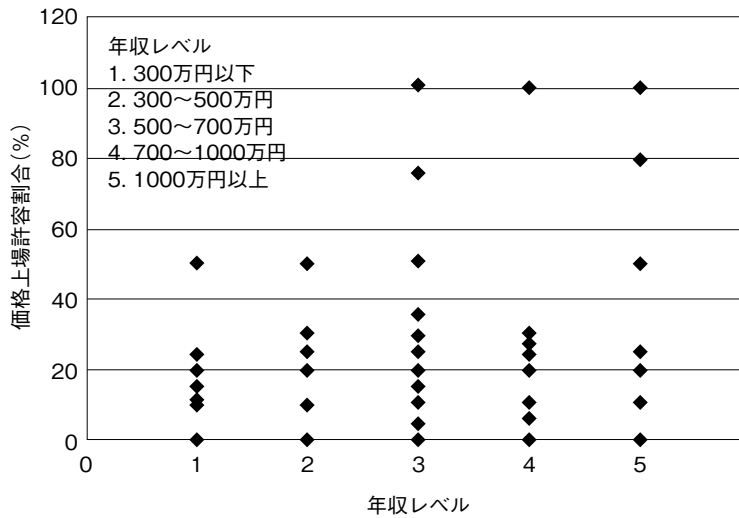


図9 年収別に層別した冷凍餃子の市場価格に対する上昇許容割合

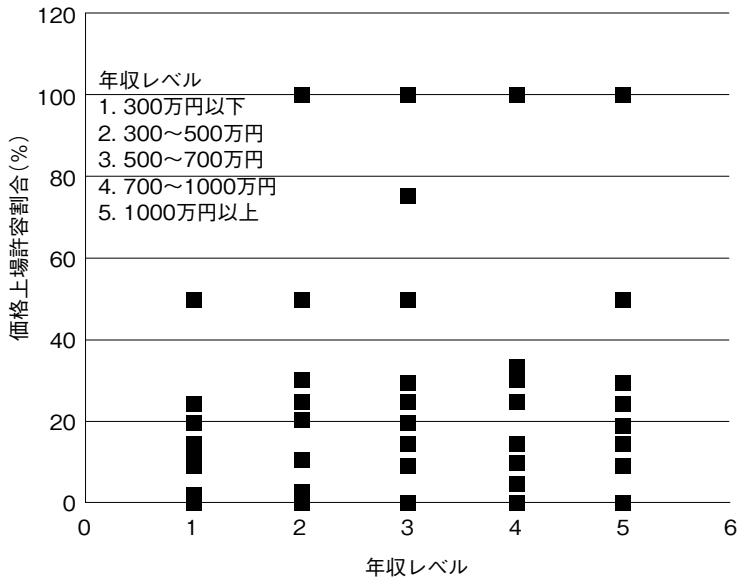


図10 年収別に層別した乾燥椎茸の市場価格に対する上昇許容割合

となっている。食料輸入の安全性に寄与するかどうかを調べるために「トレーサビリティ・システムは生産、加工、流通の透明性確保することにより、食料輸入の安全性に寄与するとあなたは考えますか。」という質問で図7に示す結果を得た。トレーサビリティ安全性寄与度について、「大いに寄与」しているが58%、「多少寄与する」が23%、合わせて81%の被験者はトレーサビリティが食品の安全性に寄与していると考えている。被害拡大の防止の寄与度に関して、「トレーサビリティ・システムは万一食品事故が発生した時に迅速に原因を解明し、問題のある農作物を回収し、消費者への被害の拡大を防ぐことに寄与すると期待されていますが、あなたの考えはどうでしょうか。」という質問で図8の結果を得た。回答者のうち「大いに寄与」が27%、「多少寄与する」が46%、合わせて73%が寄与していると答えている。図6~8の結果から、トレーサビリティへの知識や認識のレベルの高い回答者の割合が高く、回答の信頼性は高いと考えられる。

Q9とQ11はトレーサビリティに対し、どの程度の金額を支払うかを調べるための質問である。「中国産冷凍餃子と椎茸にトレーサビリティを実施した場合、あなたは何パーセント(%)まで価格の上昇を認めることができますか。例えば価格の1/4程度の価格上昇を認めるのであれば25%、価格と同じ位であれば100%(価格は2倍になります)です。」という質問で得た回答を年収別に層別し、プロットした結果を冷凍餃子の場合を図9に乾燥椎茸の場合を図10に示す。両者とも収入が多い層の方が、多くの支出を認める傾向にあるが、傾向はそれほど明瞭ではない。

2) コンジョイント分析による効用の推定

図11～18は、各因子の相対重要度(各因子の効用の範囲を全因子の効用範囲の和で割った値。合計は100%)と各因子水準の効用値(部分効用)を示す。

冷凍餃子

図11から、冷凍餃子の場合、重要度間に大きな差はないが、そのうち「TRACEABILITY実施国」が最も重視されていることがわかった。冷凍餃子のような加工食品の場合は、回答者は価格(安価)や生産国よりもトレーサビリティ実施国を重視していることを示している。これは加工食品の場合は、餃子事件^{1) 注1)}のような加工工程での作為の可能性が大きく、消費者がトレーサビリティをどこで実施するかに関心を持っていることを示すためと推定される。

図12は「生産国」の因子に関する各水準の部分効用値のある。この図からは生産国は韓国がもっとも高く、次に中国となり、日本での生産は望んでいない。これは、餃子が中国料理であるにも拘わらず、韓国が選ばれるのは、まだ餃子事件^{1) 注1)}が影響し、生産への信頼感がないためと推定される。また餃子は日本人として好ましい食品で、食べる頻度も高く、味と安さなどがもっと重視されているが、日本は人件費などが高いため、極力外国で生産することを望んでいると考えられる。

図13は「TRACEABILITY実施国」の因子に関する各水準の部分効用値である。この図からはトレーサビリティの実施国は「なし」が最も好まれ、次いで生産国のみ(この場合は韓国)が最も望ましいことを示している。韓国であればトレーサビリティはなくても良い、あるいは韓国のみでの実施の結果が示されている。

図14は「価格」の因子に関する各水準の部分効用値である。意外ではあるが、安価あるいは

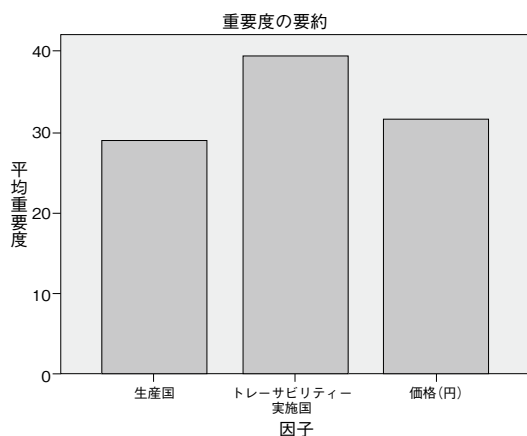


図11 冷凍餃子の生産国、トレーサビリティ実施国、価格に関する平均重要度

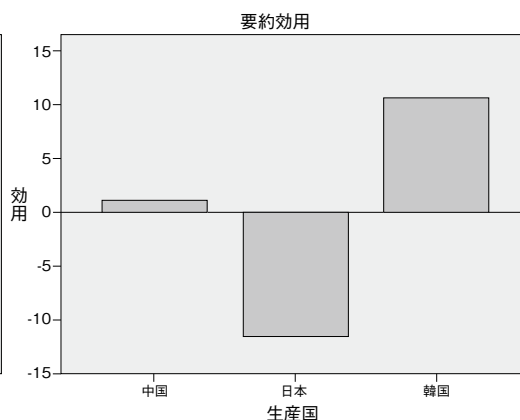


図12 冷凍餃子の生産国(中国、日本、韓国)別の効用

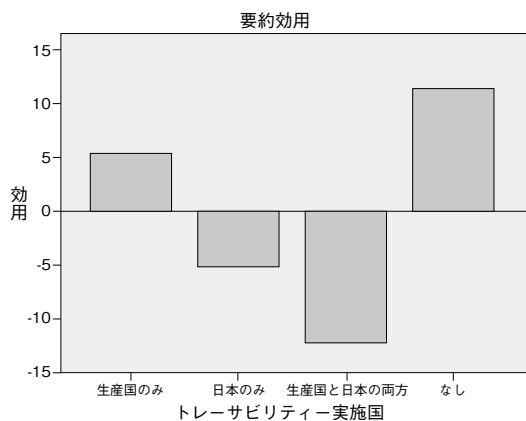


図 13 冷凍餃子のトレーサビリティ実施国 (生産国のみ、日本のみ、生産国と日本の両方) 別の効用

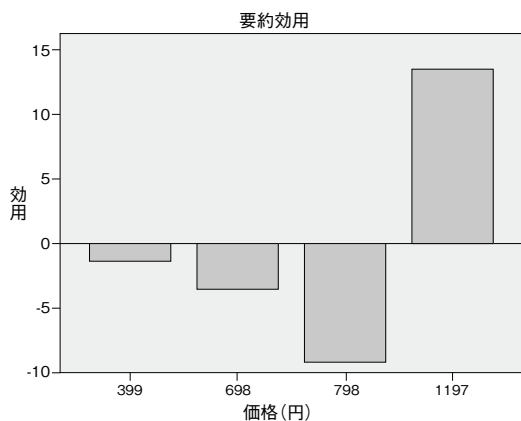


図 14 冷凍餃子のトレーサビリティ実施国 (生産国のみ、日本のみ、生産国と日本の両方) 別の効用

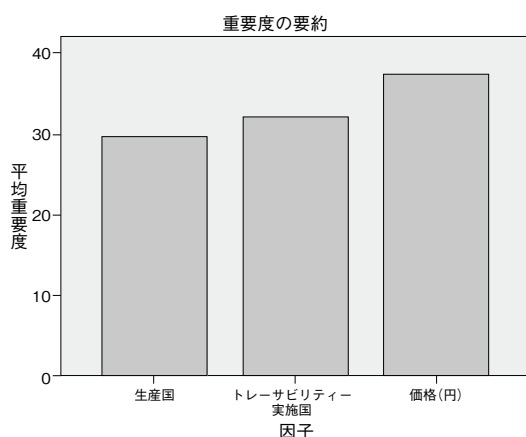


図 15 乾燥椎茸の生産国、トレーサビリティ実施国、価格に関する平均重要度

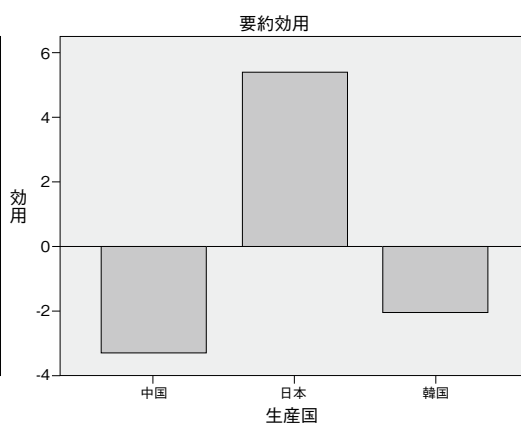


図 16 乾燥椎茸の生産国 (中国、日本、韓国) 別の効用

中間の価格は好まれず、高価なほうが好まれる。これは値段が高くとも信頼性のある方が良いという結果であり、これまでの結果と矛盾しているようであるが、トレーサビリティを実施するのであれば、値段は高くとも高いレベルで実施して欲しいという意識の現れであると解釈出来る。このように冷凍餃子の場合には餃子事件の影響が消費者の心理に強く影響していると推定できる。

乾燥椎茸

図 15 は、各因子の相対重要度を示す。この場合も、図 11 の冷凍餃子の場合と同様、重要度間に大きな差はないが、違いは価格が最も重視されることである。これは非加工食品の場合、工場での加工工程がなく、餃子事件のような事案が起りにくいと消費者が考えたためであろう。

図 16 は「生産国」の因子に関する各水準の部分効用値である。生産国は意外にも日本が最も望ましいという結果となっている。非加工食品の場合、加工コストがかからず、日本での生産で十分という考えだと思われる。

図 17 は「TRACEABILITY 実施国」の因子に関する各水準の部分効用値である。図 13 に示す

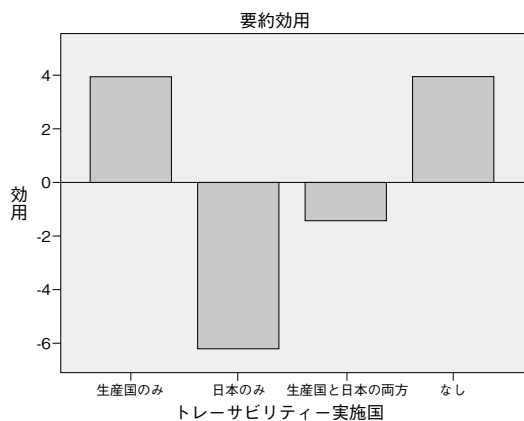


図 17 乾燥椎茸のトレーサビリティ実施国
(生産国のみ、日本のみ、生産国と日本の両方)
別の効用

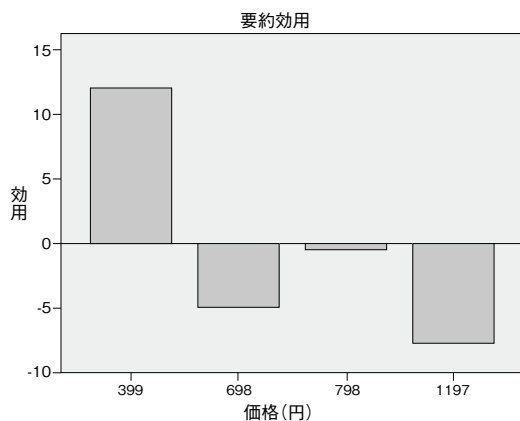


図 18 乾燥椎茸のトレーサビリティ実施国
(生産国のみ、日本のみ、生産国と日本の両方)
別の効用

冷凍餃子の場合と同様、結果は「なし」と「生産国」（この場合は日本）が好まれ、「日本のみ」と「生産国と日本の両方」は好まれない。この結果には矛盾があるが、回答者は生産国を必ずしも日本を想定してはいなかったため、このような結果が生じたと推定される。冷凍餃子の場合と生産国の選好が異なるが、両者ともトレーサビリティの実施は、「なし」あるいは生産国でのみ実施されることが選好されており、加工、非加工に拘わらず消費者はまず生産国での信頼性確保を求めている。

図 18 は価格因子に関する各水準の部分効用である。図 14 の冷凍餃子の場合とは異なり、最も安価な場合のみが好まれている。これは乾燥椎茸のような非加工食品の場合は、加工コストがかからないため、敢えて海外での生産を望むより、安価でかつ国内での生産を重視したためと考えられる。

6. 結論

「餃子事件」^{1) 注1)}以来、中国からの輸入食品の安全意識が非常に高まっている。このような状況下で日本の消費者が安心して輸入食品を購入するための一つ的手段として、トレーサビリティの導入が考えられる。この方法が消費者に受容されるかを確かめるために、加工食品として冷凍餃子および非加工食品として、乾燥椎茸を選択し、これらの食品にトレーサビリティを実施した場合の消費者の選好をコンジョイント分析により求めた。以下に結論を述べる。

- i. 消費者はトレーサビリティは食の安全性に非常に寄与すると考えている。またトレーサビリティ実施するためのある程度のコスト負担も容認する。
- ii. 冷凍餃子のような加工食品に対しては、食の安全性の観点から中国以外の国での生産とトレーサビリティの実施を望まれている。これはまだ消費者心理に「餃子事件」^{1) 注1)}の影響が残っているためと推定される。
- iii. 乾燥椎茸のような非加工食品は、輸入と加工の段階で危険性低いと考えられ、トレーサビリティよりも価格（安価）が重視される。従って価格に占める加工コストが低い場合、日本での生産とかつトレーサビリティ実施の両者が望まれている。

以上のように加工、非加工の2種類の食品比較することにより、プロセスの違いに対する消費者の選好の差を明らかにし、コンジョイント分析により消費者の深層心理を分析したが、今後、更なる詳細な研究が望まれる。ともあれ、本結果は今後の食料輸入施策に対し、有用な情報となることが期待できる。

注

注1 2007年12月下旬以降、コープなどで販売された中国製冷凍ギョーザを食べた消費者10人が中毒症状を訴えた事件。2008年1月30日、冷凍ギョーザから農薬成分メタミドホスが検出され、中国側は当初「中国国内で農薬成分の混入はない」としていたが、6月中旬に中国でも被害があった。

注2 選好 (preference) : 社会科学、特に経済学において使用される、複数の選択肢間で順序付けられる個々の消費者の嗜好

注3 効用 (utility) : 人が財を消費することで感じる満足の水準を表す指標を効用と呼ぶ。効用は選好の相対的な大小関係を示す値であり、正でその値が大きいほどより満足が大きいことを意味し、負の値は逆に不満の程度を示す。

注4 サンプル数100の場合の誤差は以下の式で示される。

$$\varepsilon = \lambda \sqrt{\left(\frac{N}{n} - 1\right) \frac{\sigma^2}{N-1}}$$

ここで

n : サンプル数 N : 標本総数 ε : 誤差幅 (5%は0.05)

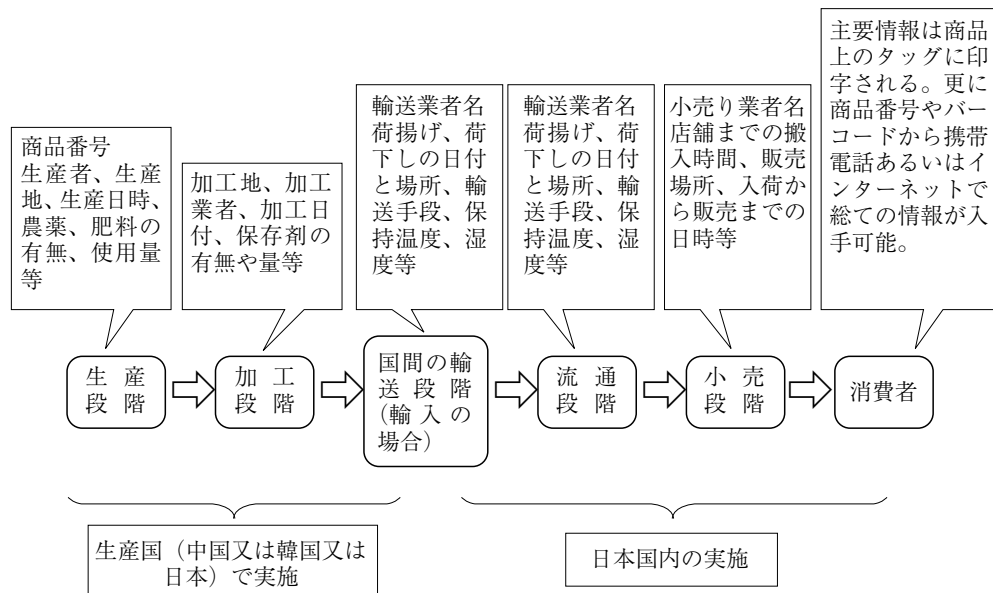
λ : 信頼度 (95%として=1.96) σ : 分散 (s=0.5) を示す。

本研究の場合、母集団を首都圏1都2県の人口 1000万人にとれば $\varepsilon = 0.098$ である。

参考文献

- 1 http://dailynews.yahoo.co.jp/fc/domestic/gyoza_with_methamidophos/ (2011/11/18)
- 2 農林水産省, 「不測時の食料安全保障マニュアル」, 2008, pp.10-11.
財団法人農林統計協会, 「農林水産物貿易レポート」, 2001.
- 3 新山 陽子: 『解説 食品トレーサビリティ [ガイドライン改訂第2版対応]』, 昭和堂, 2010, p.3.
- 4 富山 武夫: 『解説 食品トレーサビリティ ガイドライン』, 昭和堂, 2010, pp.117 - 118.
- 5 池戸 重信: 『安心を届ける食品のトレーサビリティ「食」と「農」再生の切り札』サイエンスフォーラム, 2003, pp.23-24.
- 6 新宮 和裕 吉田 俊子: 『やさしいシリーズ18 食品トレーサビリティ・システム』(財)日本規格協会, 2006, PP.23-34.
- 7 富山 武夫: 『安心を届ける食品のトレーサビリティ「食」と「農」再生の切り札, サイエンスフォーラム, 2003, pp.70.
- 8 新宮 和裕 吉田 俊子: 『やさしいシリーズ18 食品トレーサビリティ・システム』(財)日本規格協会, 2006, p.22.
- 9 宋敏 劉麗軍 王志剛 南石 晃明: 『東アジアにおける食のリスクと安全確保, 第11章 中国におけるトレーサビリティに対する消費者の意向』, 農林統計出版株式会社 2010, pp.235 - 236.
- 10 Loviere, J.J., D.A.Hensher and J.D.Swait : Sated Choice Methods, Cambridge University Press, 2000.
- 11 Bennett, J., and R.Blamey : The Choice Modelling Approach to Environmental Valuation, Edward Elgar, 2001.
- 12 SPSS Inc., SPSS Statistical Algorithms, SPSS INC., 1995.

APPENDIX アンケート



Q1 あなたの性別を教えてください。

1. 男性 2. 女性

Q2 あなたの年齢を教えてください。

1. 10～19歳 2. 20～29歳 3. 30～39歳 4. 40～49歳 5. 50～59歳
6. 60～69歳 7. 70～79歳 8. 80歳以上

Q3 あなたの職業を教えてください。

1. 会社員・公務員等 2. 家事・育児(専業) 3. パート・アルバイト 4. 無職(退職者を含む)
5. 自営業(商店・企業経営等) 学生(大学生・専門学校生など) 6. その他

Q4 ご家族全体での年収(年金を含む)は、税込みでどのくらいですか。

1. 300万円未満 2. 300万～500万円未満 3. 500万～700万円未満
4. 700万～1,000万円未満 5. 1,000万円以上 6. 収入なし

Q5 トレーサビリティ・システムは食品がいつ、どこで、どのように生産流通されたか等の情報を効率的に管理し、消費者への詳細な情報提供を行い、万一の食料事故の場合も迅速な対応を可能にする目的を有しており、今後の普及が期待されている新しい技術です。

あなたはこの方法をこれまで知っていましたか。

1. よく知っている 2. おおよそ知っている 3. 内容は知らなかったが、言葉は知っている
4. 初めて聞いた

Q6 トレーサビリティ・システムは生産、加工、流通の透明性確保することにより食料輸入の安全性に寄与するとあなたは考えますか。

1. 大いに寄与する 2. 多少寄与する 3. どちらとも言えない 4. 余り寄与しない
5. 全く寄与しない

Q7 トレーサビリティ・システムは万一食品事故が発生した時に迅速に原因を解明し、問題のある農作物を回収し、消費者への被害の拡大を防ぐことに寄与すると期待されていますが、あなたの考えはどうでしょうか。

1. 大いに寄与する
2. 多少寄与する
3. どちらとも言えない
4. 余り寄与しない
5. 全く寄与しない

消費者がトレーサビリティをどの程度まで望んでいるかを調べるのが次の Q8 と Q10 です。

属性 1 では生産はどの国が望ましいかについて、属性 2 ではトレーサビリティを生産国だけで実施するのか

(例えば、冷凍餃子の生産・加工が中国であれば中国のみ)、生産国は無視して日本だけで十分か、生産国と日本の両方で実施するのか、あるいは実施は必要がないかを、また属性 3 ではその場合の費用の価格への転嫁はどの程度が適当かを問うています。

またこれら 3 つの質問の組み合わせを 16 枚のカードに見立てた表 (カード ID で 1 ~ 16) で示しました。あなたがこれら 16 種類の冷凍餃子および乾燥椎茸を購入するとすれば、その購入意欲の度合いをそれぞれの採点欄に 100 点満点で点数をつけてください。購買意欲が高いほどより高い点数になります。採点の基準を直感的に分かりやすいように図 2 で示しました。

なお一般的により高度なトレーサビリティを実施すれば、言い換えるとより安心を望めば、その分商品価格も上げる必要があります。判断の際のイメージが掴みやすいように中国産袋入りの冷凍餃子を写真 1 に、また袋入り乾燥椎茸を写真 2 にそれぞれ示しました。また価格がどの程度が妥当かの判断する際の参考として、価格の比較表も示しました。

Q8 生産国、トレーサビリティ実施国、価格の組み合わせを下記のように 16 通り仮想的に変えた場合、それぞれの商品をあなたはどの程度購入したいですか。カード ID 1 ~ 16 までを採点し一番右の列にそれぞれの点数を記入してください。例えば、カード ID 1 で示す 3 つの条件で示される冷凍餃子を「やや買いたい」と「迷う」の間であれば 63 と記入してください。

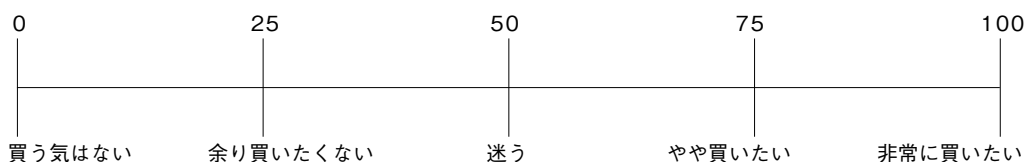


写真 1 中国産冷凍餃子

参考価格

冷凍餃子		
産地	1 袋の価格 (円)	重量 (g)
中国産	399	500
日本産	698	500
韓国産	337	500

注) いずれもトレーサビリティなし



カード ID	生産国	トレーサビリティ実施国	価格 (円)
1	韓国	なし	399
2	中国	日本のみ	798
3	中国	生産国と日本の両方	377
4	韓国	日本のみ	377
5	中国	生産国と日本の両方	399
6	日本	生産国と日本の両方	798
7	日本	日本のみ	698
8	日本	なし	377
9	日本	日本のみ	399
10	中国	日本のみ	698
11	中国	生産国のみ	399
12	韓国	生産国のみ	798
13	韓国	生産国と日本の両方	698
14	中国	生産国のみ	337
15	中国	なし	798
16	中国	なし	698

Q9 中国産冷凍餃子にトレーサビリティを実施した場合、あなたは何パーセント (%) まで価格の上昇を認めることができますか。例えば価格の 1/4 程度の価格上昇を認めるのであれば 25%、価格と同じ位であれば 100% (価格は 2 倍になります) です。

() % (制限なし)

Q10 写真 2 の中国産乾燥椎茸 (80g 198 円 トレーサビリティなし) の 3 つの属性、即ち生産国、トレーサビリティ実施国、価格の組み合わせを下記のように 16 通り仮想的に変えた場合、それぞれの商品をあなたはどの程度購入したいですか。カード ID 1 ~ 16 までを採点し一番右の列にそれぞれの点数を記入してください。例えば、カード ID 1 で示す 3 つの条件で示される乾燥椎茸を「やや買いたい」と「迷う」の間であれば 63 と記入してください。

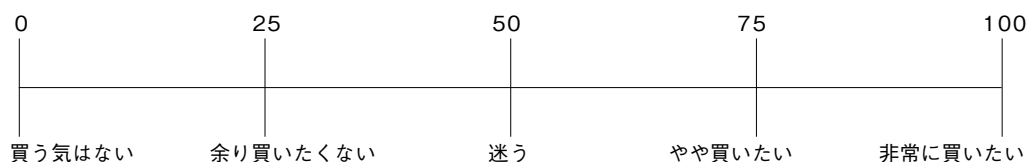


写真 2 中国産乾燥椎茸

参考価格

乾燥椎茸		
産地	1 袋の価格 (円)	重量 (g)
中国産	198	80
日本産	425	80

注) いずれもトレーサビリティなし



カード ID	生産国	トレーサビリティ実施国	価格 (円)
1	韓国	日本のみ	198
2	韓国	生産国のみ	594
3	中国	なし	594
4	中国	生産国と日本の両方	396
5	中国	生産国と日本の両方	198
6	韓国	なし	396
7	日本	日本のみ	396
8	日本	なし	198
9	中国	生産国のみ	198
10	中国	生産国のみ	396
11	中国	なし	425
12	中国	日本のみ	425
13	日本	生産国と日本の両方	594
14	中国	日本のみ	594
15	韓国	生産国と日本の両方	425
16	日本	生産国のみ	425

Q11 中国産乾燥椎茸にトレーサビリティを実施した場合、あなたは何パーセント (%) まで価格の上昇を認めることができますか。例えば価格の 1/4 程度の価格上昇を認めるのであれば 25%、価格と同じ位であれば 100% (価格は 2 倍になります) です。

() % (制限なし)

以上でアンケートはおわりです、ありがとうございました。