漁業問題や魚食に関する世論調査

2011年2月16日

サーベイサンプリングジャパン合同会社
Survey Sampling Japan G.K.
Group of Survey Sampling International

目次

P. 2　調査概要
P. 3　対象者プロフィール
P. 4　調査結果
P. 5　まとめ
P. 10　魚介類の消費量
P. 10　Q3：あなたは現在、魚や貝など、魚介類をどれくらい消費しますか？ ［SA］
P. 11　Q4：あなたの現在の魚介類の消費量は、1年前と比較して次のどの状態に最も近いですか？ ［SA］
P. 12　魚介類の購入・消費場所
P. 12　Q5：あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？ ［SA］
P. 19　Q6：あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？ ［SA］
P. 25　魚介類の購入・消費場所の選択基準
P. 25　Q7：あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？ ［SA］
P. 31　Q8：あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？ ［SA］
P. 37　魚介類の選択基準
P. 37　Q9：あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか? ［SA］
P. 46　魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態
P. 46　Q10：あなたは、魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報が、消費者にどのくらい伝わっているとお考えになりますか？ ［SA］
P. 47　Q11：世界の海における現在の大型魚(マグロやタラなど)の漁業資源は、漁業が産業化した60年前の約10%しか残されていないとの研究結果が発表されていることを知っていますか ［SA］
P. 48　Q12：ミナミマグロやメバチマグロが、絶滅危惧種および危急種としてレッドリスト(絶滅の恐れのある野生動植物のリスト)に登録されていることを知っていますか ［SA］
P. 49　Q13：世界で生産されるクロマグロの約80%、ミナミマグロの約95%、メバチマグロの約40%、ウナギ類の約80%、タコ類の約60%、イカ類の約50%、エビ類の約25%などが、世界人口の2%弱が暮らす日本で消費されていることを知っていますか ［SA］
P. 50　Q14：日本は人口30万人以上の国の中で一人あたりの魚介類の消費量が世界で最も多く、世界平均の3倍以上もあることを知っていますか ［SA］
P. 51　Q15：日本は、輸入金額で世界第1位、輸入数量で中国(日本人口の10倍)に次ぐ世界第2位の魚介類輸入大国であることを知っていますか ［SA］
P. 52　Q16：日本の魚介類の消費量は増少傾向にある一方、世界的にはアメリカ、EU、中国、韓国などを筆頭に、魚介類の消費量が急増していることを知っていますか ［SA］
P. 53　Q17：このまま魚を獲り続けたら2050年までに世界の海で漁業が商業として成り立たなくなる恐れがあると、国連環境計画(UNEP)が警鐘を鳴らしていることを知っていますか ［SA］
P. 54　Q18：あなたは、いままでの設問に答えた上で、魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報が、消費者にどのくらい伝わっているとお考えになりますか？ ［SA］
P. 55　魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について
P. 55　Q19：あなたは、魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、消費・購入の現場で得ることについて、どのように思いますか？ ［SA］
P. 56　Q20：あなたは、もし魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報が身近にあれば、魚介類を購入・消費する際の新たな判断基準の一つにしますか？ ［SA］
P. 57　Q21：あなたは、あなたが普段魚介類を購入・消費する小売やレストランに、持続可能な漁業で獲られたものを積極的に取り扱ってほしいですか？ ［SA］
P. 58　Q22：あなたは、あなたが普段魚介類を購入・消費する小売やレストランに、絶滅危惧種や危急種をどのように取り扱ってほしいですか？ ［SA］
P. 59　Q23：あなたにとって、以下の選択肢の内、どちらが大切ですか？ ［SA］
P. 60　Q24：あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？ ［SA］

調査概要

調査目的

漁業問題や魚食についての人々の意見を調査する

調査方法

インターネット調査

調査対象者

日本に住んでいる15才以上の男女

調査期間

2011年1月26日(火)～2月4日(金)

有効回収サンプル数

3,000 サンプル
以下のように性・年代別に割付を実施

性別および年齢	サンプル数
男性　15-29才	375
男性　30-39才	250
男性　40-49才	250
男性　50-59才	250
男性　60才以上	375
女性　15-29才	375
女性　30-39才	250
女性　40-49才	250
女性　50-59才	250
女性　60才以上	375

サンプリング方法

Survey Sampling International 社の登録インターネットパネル(Opinionworld)からの無作為抽出
*サンプルはインターネットパネルからの抽出であり、必ずしも日本の全人口の意見を代表するものではない点にご注意ください。

調査実施機関

グリーンピース・ジャパンの企画によりSurvey Sampling Internationalの日本法人でありますサーベイサンプリングジャパン合同会社が実施しました。

対象者プロフィール

●性別は、男女とも1500サンプルずつとした。
●年齢は、5歳刻みの12区分が、均等のサンプル数となるよう調整し、各区分が250サンプルずつとなっている。
●性別×年齢は、男女とも、20代以下、60歳以上が若干多い割合となっている。

Q1 性別	回答数	%
男性	1500	50.0
女性	1500	50.0

Q2 年齢	回答数	%
15～19歳	250	8.3
20～24歳	250	8.3
25～29歳	250	8.3
30～34歳	250	8.3
35～39歳	250	8.3
40～44歳	250	8.3
45～49歳	250	8.3
50～54歳	250	8.3
55～59歳	250	8.3
60～64歳	250	8.3
65～69歳	250	8.3
70歳以上	250	8.3

Q1×Q2 性別×年齢	回答数	%
男性15～29歳	375	12.5
男性30～39歳	250	8.3
男性40～49歳	250	8.3
男性50～59歳	250	8.3
男性60歳以上	375	12.5
女性15～29歳	375	12.5
女性30～39歳	250	8.3
女性40～49歳	250	8.3
女性50～59歳	250	8.3
女性60歳以上	375	12.5

調　査　結　果

まとめ

●魚介類の日常的な消費量は、「週に数回程度」が最も高く63.2%。

次いで、「月に数回程度」18.1%、「ほぼ毎日」15.1%と続いた。

●1年前と比較しての、魚介類消費量の変化は、「変わらない」が最も高く71.5%。

次いで、「微増」13.4%、「微減」11.4%と続いた。

●自宅で食べる場合の、魚介類購入場所は、「スーパー」が最も高く97.4%。

次いで「デパート」が33.5%、「魚屋」が32.7%と続いた。

Q5:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？	回答率※
1. スーパー	97.4%
2. デパート	33.5%
3. 魚屋	32.7%
4. 市場	15.5%
5. 宅配	10.9%
6. ネット	5.3%
7. その他	3.8%

●外食する場合の、魚介類消費場所は、「回転寿司店」が最も高く69.8%。

次いで、「居酒屋」が41.1%、「定食屋」が39.7%と続いた。

Q6:あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？	回答率※
2. 回転寿司店	69.8%
1. 居酒屋	41.1%
4. 定食屋	39.7%
5. ファミリーレストラン	27.9%
3. 割烹・本格寿司店	17.5%
6. その他	3.1%

※「1位」「2位」の合算比率

まとめ

●自宅で食べる場合の、魚介類購入場所の選択基準は、「品質・品揃え」が最も高く86.6%。

次いで、「立地（近所・通勤ルート上など）・営業時間」が78.7%、「サービス・雰囲気」が21.2%と続いた。

Q7：あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？	回答率 ※
2. 品質・品揃え	86.6%
1. 立地（近所・通勤ルート上など）・営業時間	78.7%
4. サービス・雰囲気	21.2%
3. 環境に配慮しているか・地域社会に貢献しているか	4.4%
5. 店のブランド	4.1%
6. その他	4.2%

●外食する場合の、魚介類消費場所の選択基準は、「品質・品揃え」が最も高く75.4%。

次いで、「立地（近所・通勤ルート上など）・営業時間」が67.3%、「サービス・雰囲気」が39.0%と続いた。

Q8：あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？	回答率 ※
2. 品質・品揃え	75.4%
1. 立地（近所・通勤ルート上など）・営業時間	67.3%
4. サービス・雰囲気	39.0%
5. 店のブランド	8.3%
3. 環境に配慮しているか・地域社会に貢献しているか	4.7%
6. その他	4.2%

※「1位」「2位」の合算比率

まとめ

●食材としての魚介類の選択基準は、「鮮度」が最も高く75.8%。

次いで、「値段」が61.1%、「旬、産地」が40.2%と続いた。

Q9：あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?	回答率 ※
4. 鮮度	**75.8%**
3. 値段	**61.1%**
1. 旬、産地	**40.2%**
6. 調理方法・加工方法（刺身や切り身などになっているか）	**14.6%**
2. 漁獲方法	**3.2%**
7. お店、料理番組やサイトなどのオススメ	**1.6%**
5. 環境に配慮しているか・地域社会に貢献しているか	**0.8%**
8. ブランド	**0.4%**
9. その他	**1.2%**

※「1位」「2位」の合算比率

まとめ

●魚介類の資源状態・環境負荷に関する情報の認知については、
「消費者に伝えられていない(※1)」が52.4%と、「消費者に伝えられている(※2)」の47.5%を上回った。

●魚介類の資源状態、環境負荷の実態について、各項目の認知度。

項目	認知度
世界の海における現在の大型魚(マグロやタラなど)の漁業資源は、漁業が産業化した60年前の約10%しか残されていないとの研究結果が発表されていること	23.4%
ミナミマグロやメバチマグロが、絶滅危惧種および危急種としてレッドリスト(絶滅の恐れのある野生動植物のリスト)に登録されていること	46.4%
世界で生産されるクロマグロの約80%、ミナミマグロの約95%、メバチマグロの約40%、ウナギ類の約80%、タコ類の約60%、イカ類の約50%、エビ類の約25%などが、世界人口の2%弱が暮らす日本で消費されていること	41.4%
日本は人口30万人以上の国の中で一人あたりの魚介類の消費量が世界で最も多く、世界平均の3倍以上もあること	39.9%
日本は、輸入金額で世界第1位、輸入数量で中国(日本人口の10倍)に次ぐ世界第2位の魚介類輸入大国であること	42.8%
日本の魚介類の消費量は減少傾向にある一方、世界的にはアメリカ、EU、中国、韓国などを筆頭に、魚介類の消費量が急増していること	58.6%
このまま魚を獲り続けたら2050年までに世界の海で漁業が商業として成り立たなくなる恐れがあると、国連環境計画(UNEP)が警鐘を鳴らしていること	31.6%

●認知度質問回答後の、魚介類の資源状態・環境負荷に関する情報の認知については、
「消費者に伝えられていない(※1)」61.5%、「消費者に伝えられている(※2)」38.0%と、
「消費者に伝えられていない」が約10ポイント増加した。

※1「ほとんど伝えられていない」「全く伝えられていない」の合算比率
※2「十分に伝えられている」「ある程度伝えられている」の合算比率

まとめ

●魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、消費・購入の現場で得ることについては、「消費・購入の現場でもっと得たい」が66.4%と、「別に必要ない」の31.5%を大きく上回った。

●魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報が身近にあれば、魚介類を購入・消費する際の新たな判断基準にするかどうかは、「判断基準にする(※1)」が77.7%。

●普段利用する小売やレストランに、持続可能な漁業で獲られたものを積極的に取り扱ってほしいかどうかは、「まずはどの商品が持続可能な漁業で獲られたものなのか表示してほしい」が最も高く51.5%。

次いで、「はい、持続可能な漁業で獲られたものを積極的に取り扱ってほしい」33.3%、
「いいえ、持続可能な漁業レベルを超えたものでもおいしいものを安く提供してほしい」13.8%となった。

●普段利用する小売やレストランに、絶滅危惧種や危急種をどのように取り扱ってほしいかは、「購入を避ける選択ができるように、まずはどの商品が絶滅危惧種なのか表示してほしい」が最も高く68.0%。

次いで、「絶滅危惧種や危急種の取り扱いを中止してほしい」17.9%、
「絶滅危惧種や危急種の魚介類であってもおいしいものを安く提供してほしい」12.1%となった。

●「海の生物多様性や水産業の持続可能性を追求し次世代に残すこと」は、「魚介類を安価でたくさん消費すること」よりも大切、との回答が83.0%と大半を占めた。

●情報提供すべき機関は、「1. 日本政府(農林水産省・厚生労働省・他)」が最も高く82.6%。

次いで、「水産物を消費者に提供する小売やレストラン」が31.7%、「漁師・漁業者団体」が30.6%と続いた。

Q24:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか?	回答率 ※
1. 日本政府(農林水産省・厚生労働省・他)	**82.6%**
2. 水産物を消費者に提供する小売やレストラン	**31.7%**
3. 漁師・漁業者団体	**30.6%**
6. 研究機関	**23.9%**
4. 水産加工会社・貿易会社	**17.9%**
5. NGO・NPO	**11.9%**
7. その他	**1.3%**

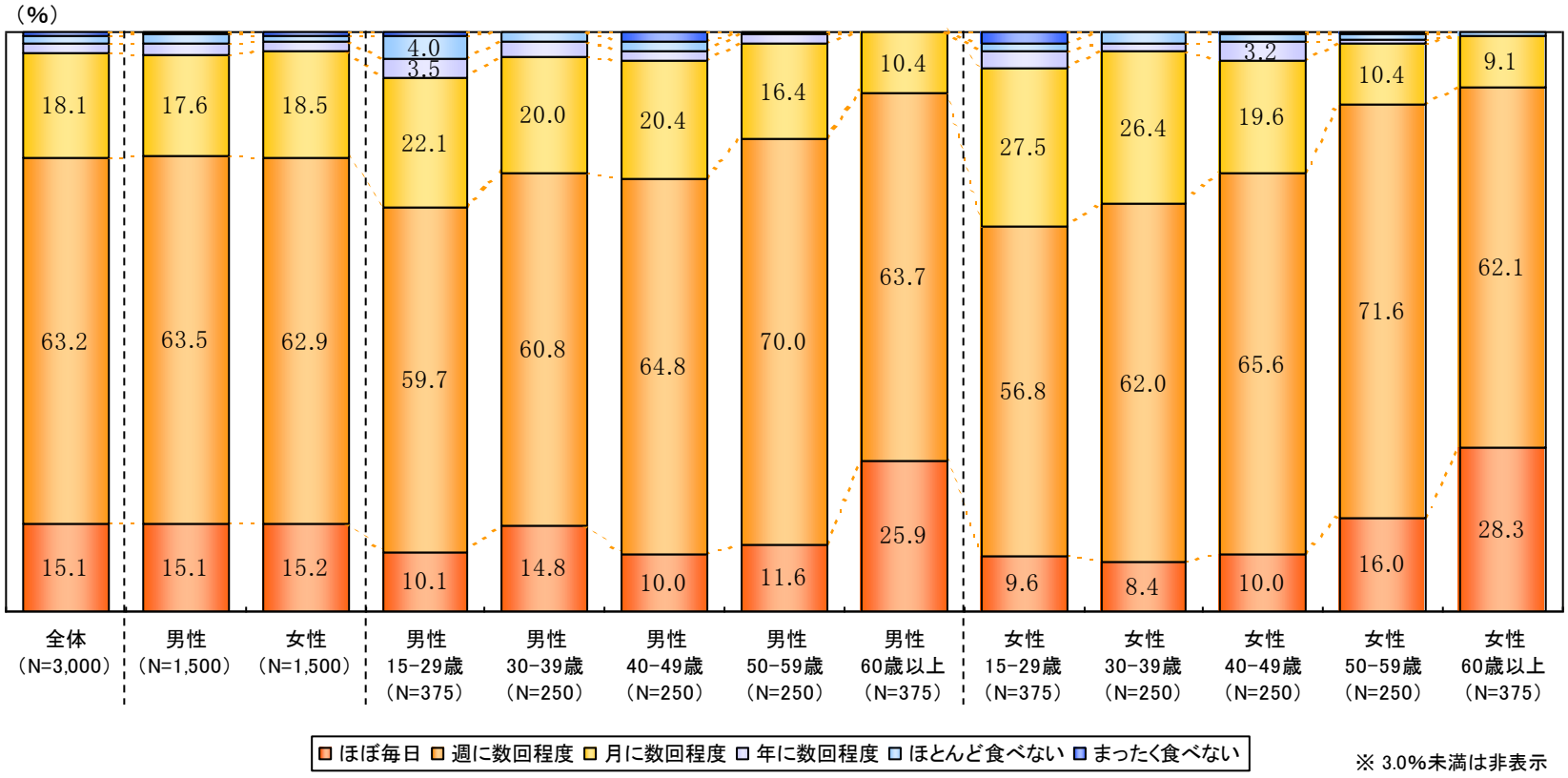
※「1位」「2位」の合算比率

※1「判断基準の最重要項目とする」「判断基準の一つとする」の合算比率

魚介類の消費量

●全体では、「週に数回程度」が最も高く63.2%となった。次いで、「月に数回程度」18.1%、「ほぼ毎日」15.1%と続いた。
●性・年齢別で見ると、性別に関係なく、「ほぼ毎日」は『60歳以上』で最も高く、「月に数回程度」は『15-29歳』で最も高くなった。

Q3:あなたは現在、魚や貝など、魚介類をどれくらい消費しますか？ [SA]

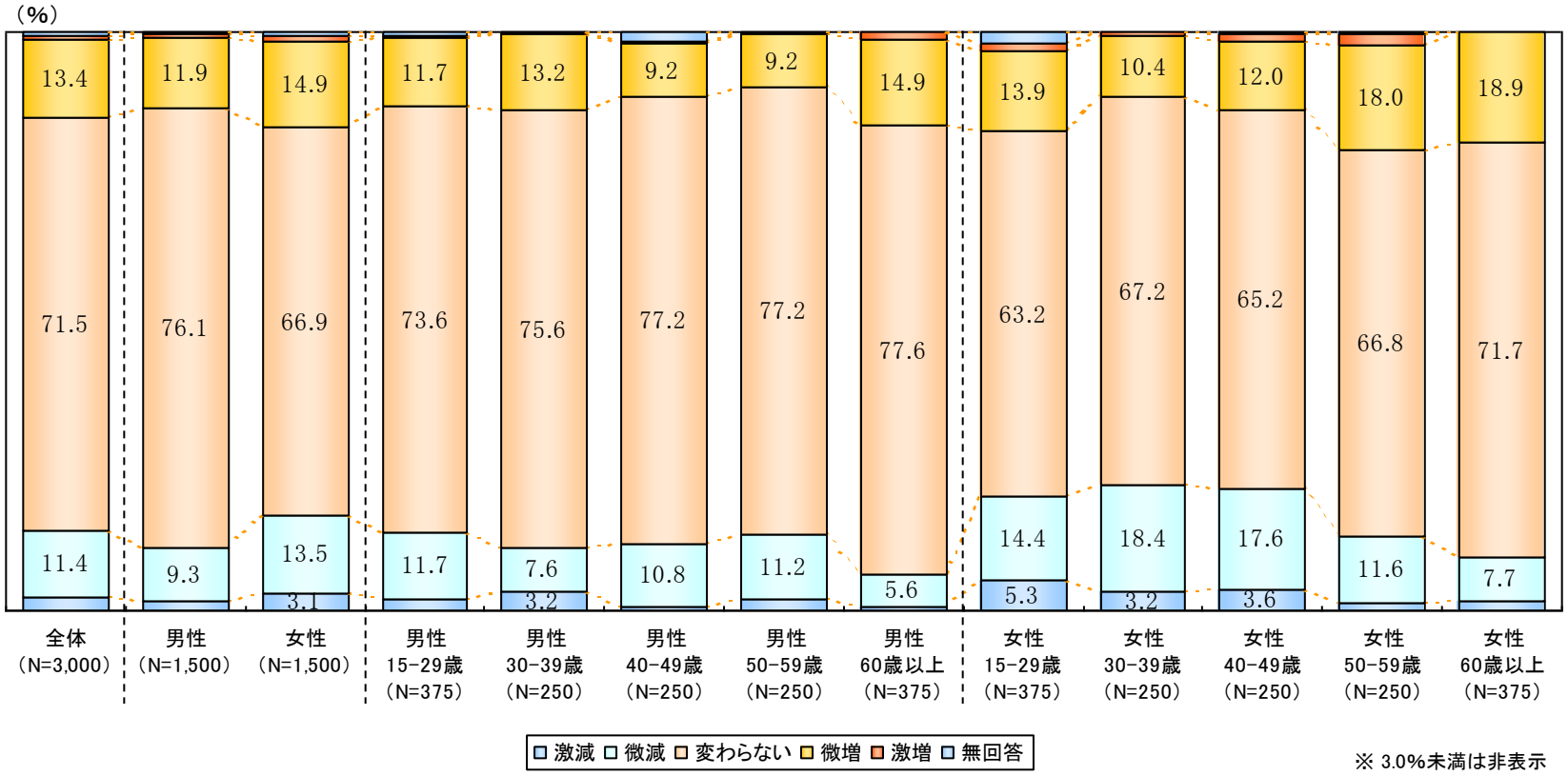


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の消費量

●全体では、「変わらない」が最も高く、71.5%と過半数を占めた。次いで、「微増」13.4%、「微増」11.4%と続いた。
「減少 計」(「激減」+「微減」)は13.7%、「増加 計」(「激増」+「微増」)は14.2%となった。
●性・年齢別で見ると、「減少 計」は『女性 15-49歳』で高く(20%前後)、「増加 計」は『女性 50歳以上』で高くなった(20%前後)。

Q4:あなたの現在の魚介類の消費量は、1年前と比較して次のどの状態に最も近いですか？ [SA]

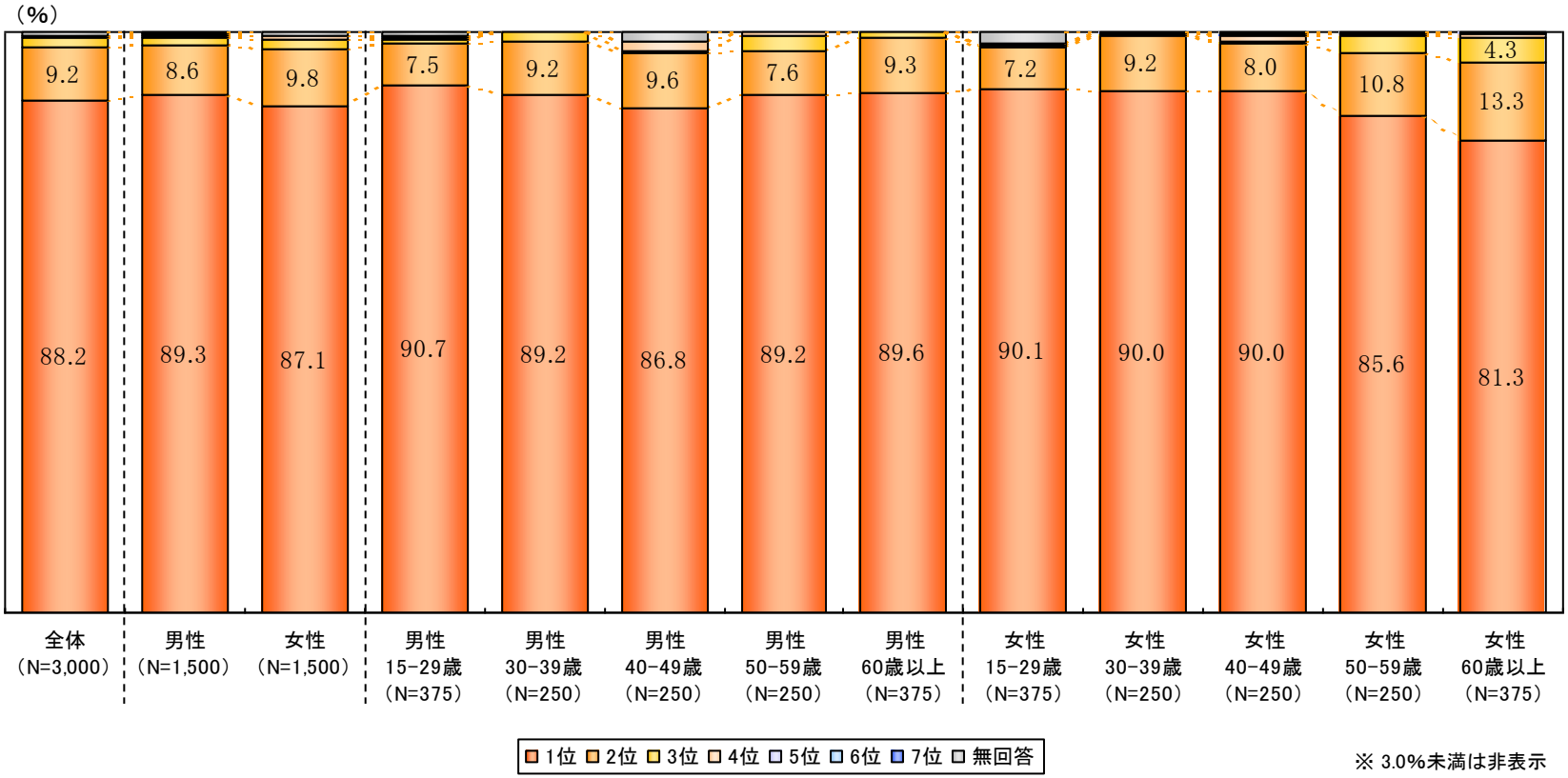


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「1位」が最も高く、約9割を占めた。
●性・年齢別で見ると、『女性 60歳以上』で「1位」が81.3%と若干低い。

Q5-1:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／スーパー [SA]

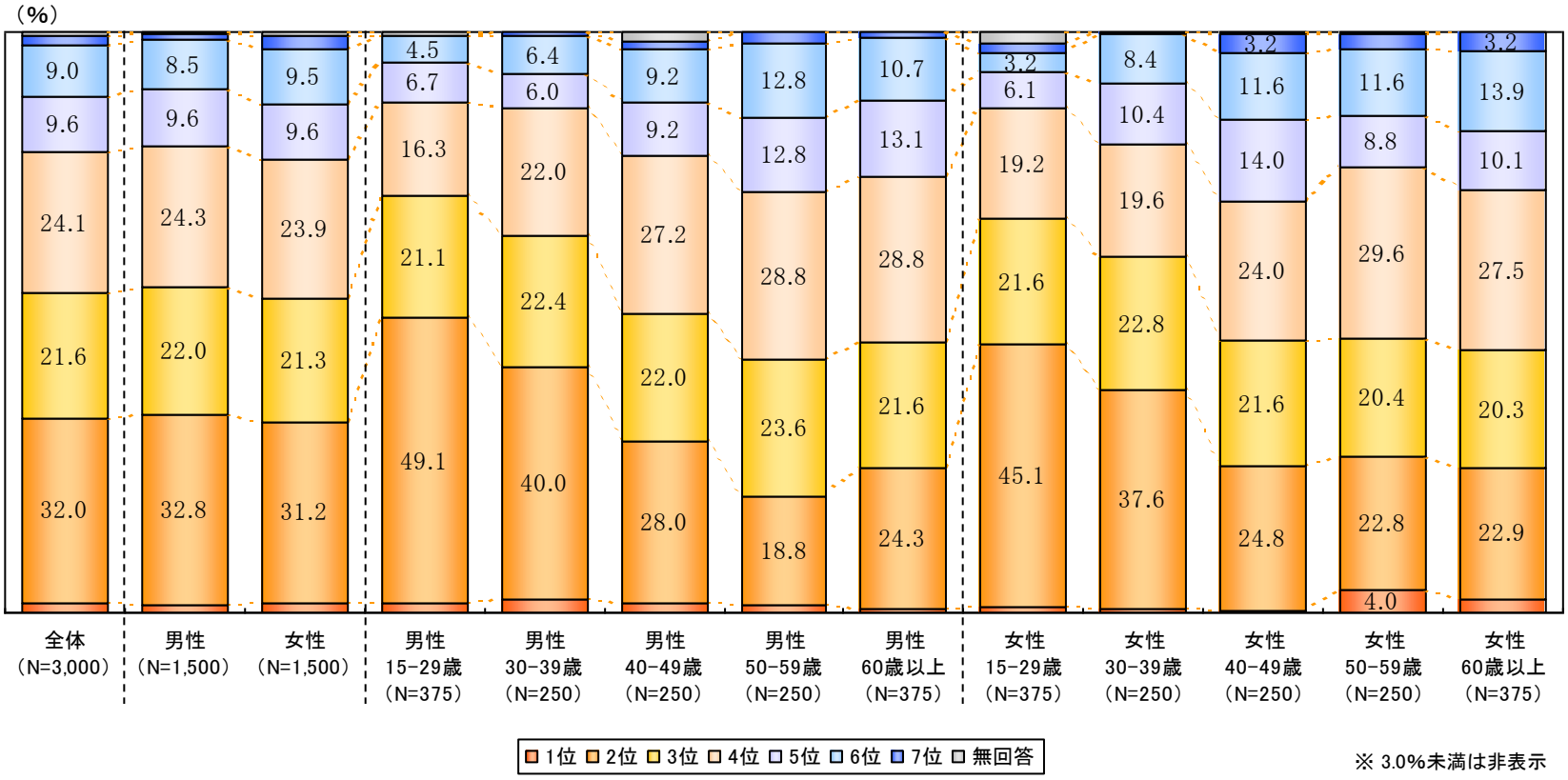


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「2位」が最も高く32.0%となった。次いで、「4位」24.1%、「3位」21.6%と続いた。
●性・年齢別で見ると、男女とも『15-39歳』で「2位以上」の比率が高く、『40歳以上』に比べて評価が高い。

Q5-2:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／デパート [SA]

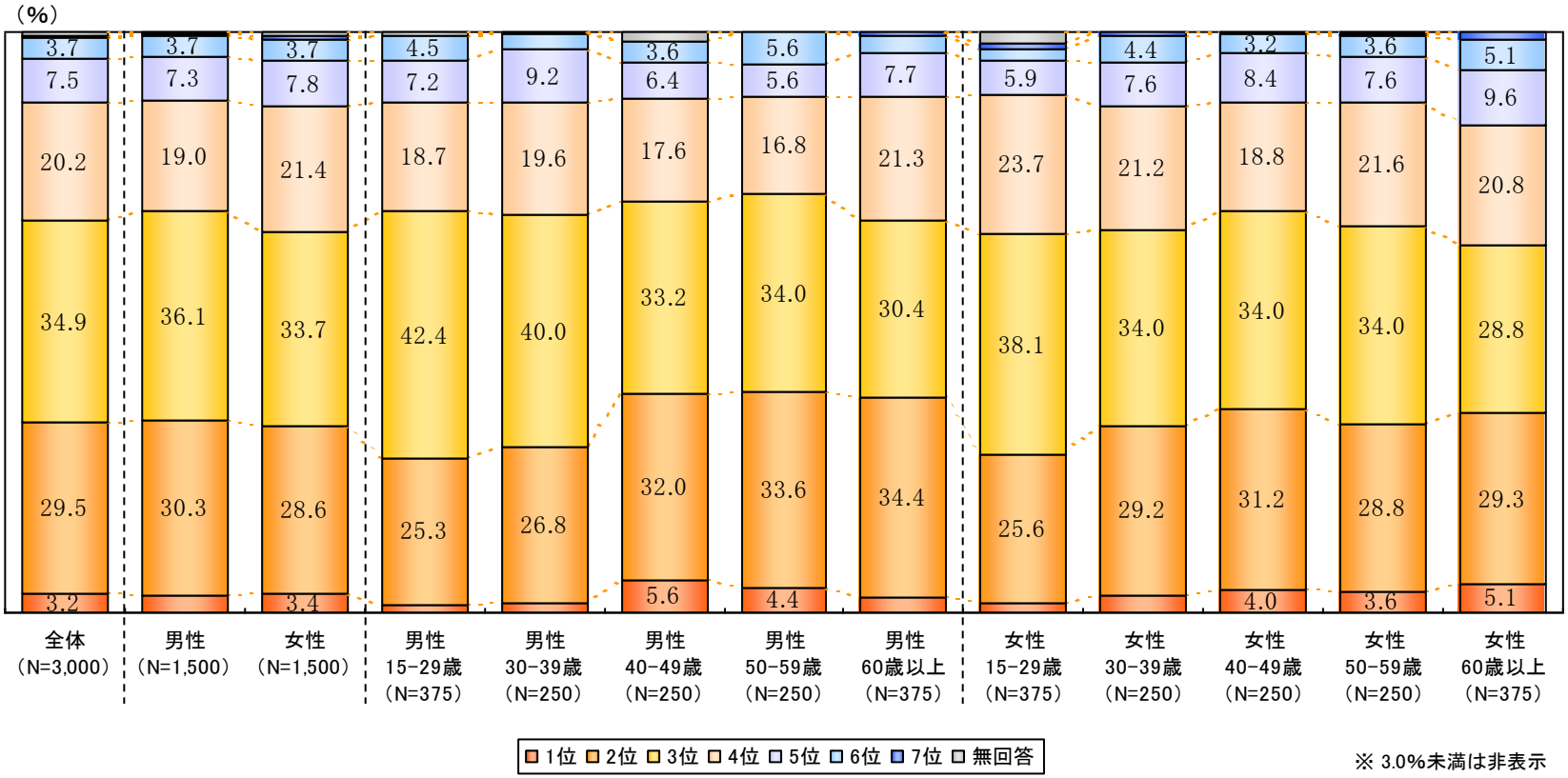


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「3位」が最も高く34.9%となった。次いで、「2位」29.5%、「4位」20.2%と続いた。
●性・年齢別で見ると、男女とも『15-29歳』で「2位以上」の比率が低く(25%強)、他の年代に比べ評価が低い。

Q5-3:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／魚屋 [SA]

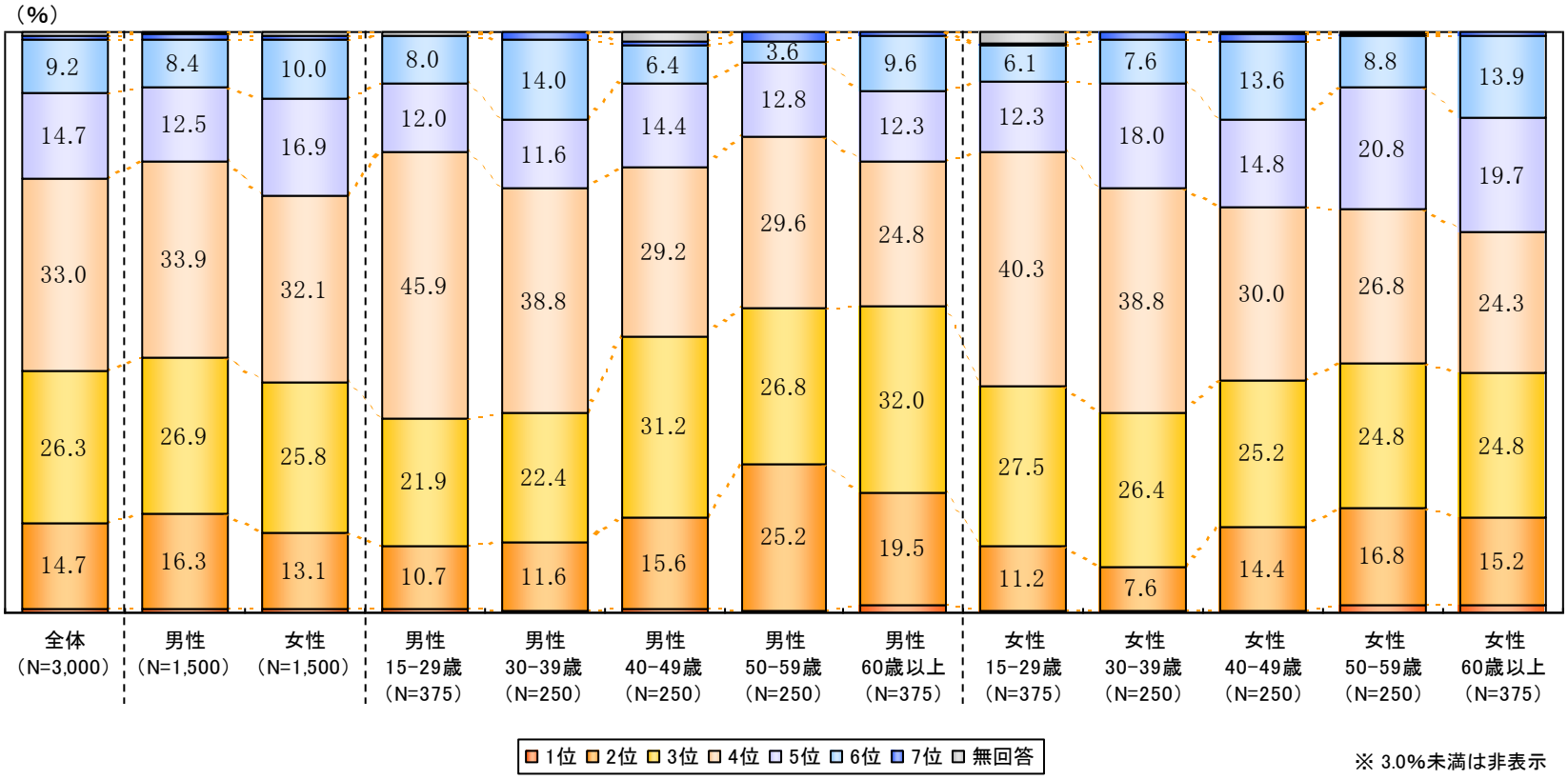


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「4位」が最も高く33.0%となった。次いで、「3位」26.3%、「2位」「5位」が同率の14.7%と続いた。
●性・年齢別で見ると、『男性 50歳以上』では「3位以上」の合算比率が「4位以下」の合算を上回っており、『49歳以下』に比べて評価が高い。

Q5-4:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／市場 [SA]

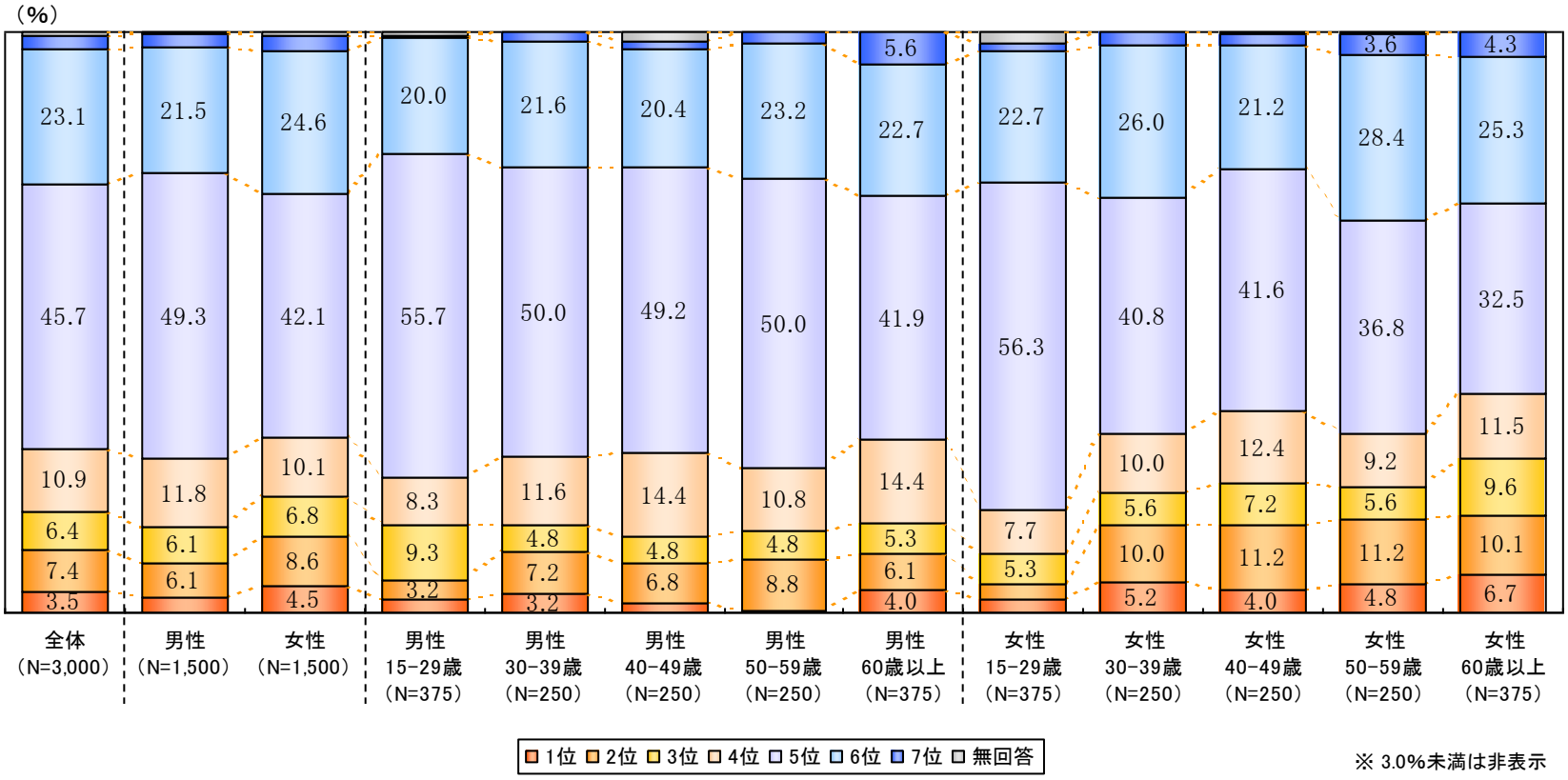


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「5位」が最も高く45.7%となった。次いで、「6位」23.1%、「4位」10.9%と続いた。
●性・年齢別で見ると、『女性 30歳以上』の年代では「3位以上」が高く（20%超）、他年代と比べ評価が高い。

Q5-5:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／宅配 [SA]

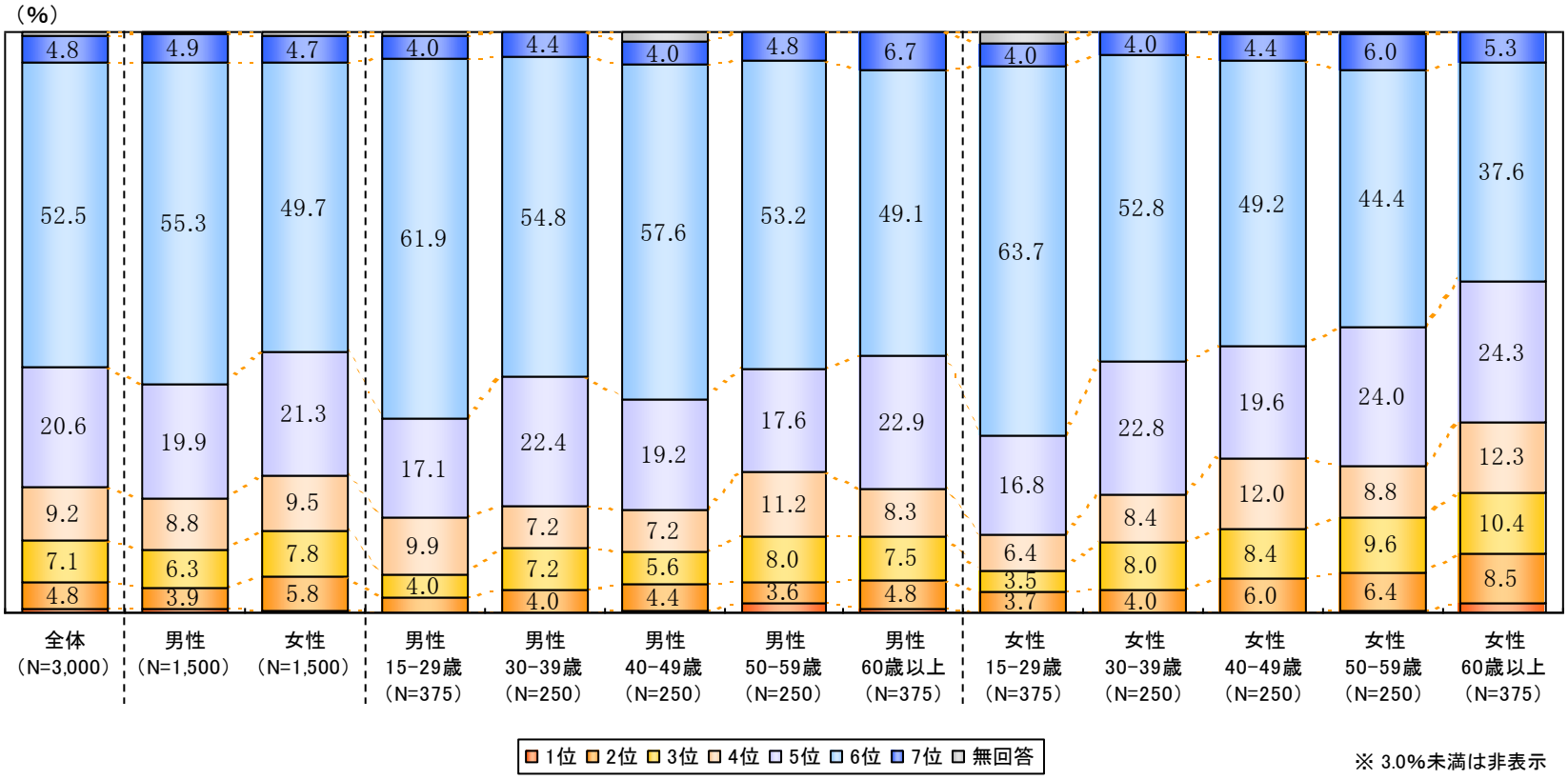


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「6位」が最も高く52.5%となった。次いで、「5位」20.6%、「4位」9.2%と続いた。
●性・年齢別で見ると、『女性 60歳以上』で、「3位以上」が高く(20.5%)、他年代と比べ評価が高い。

Q5-6:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／ネット [SA]

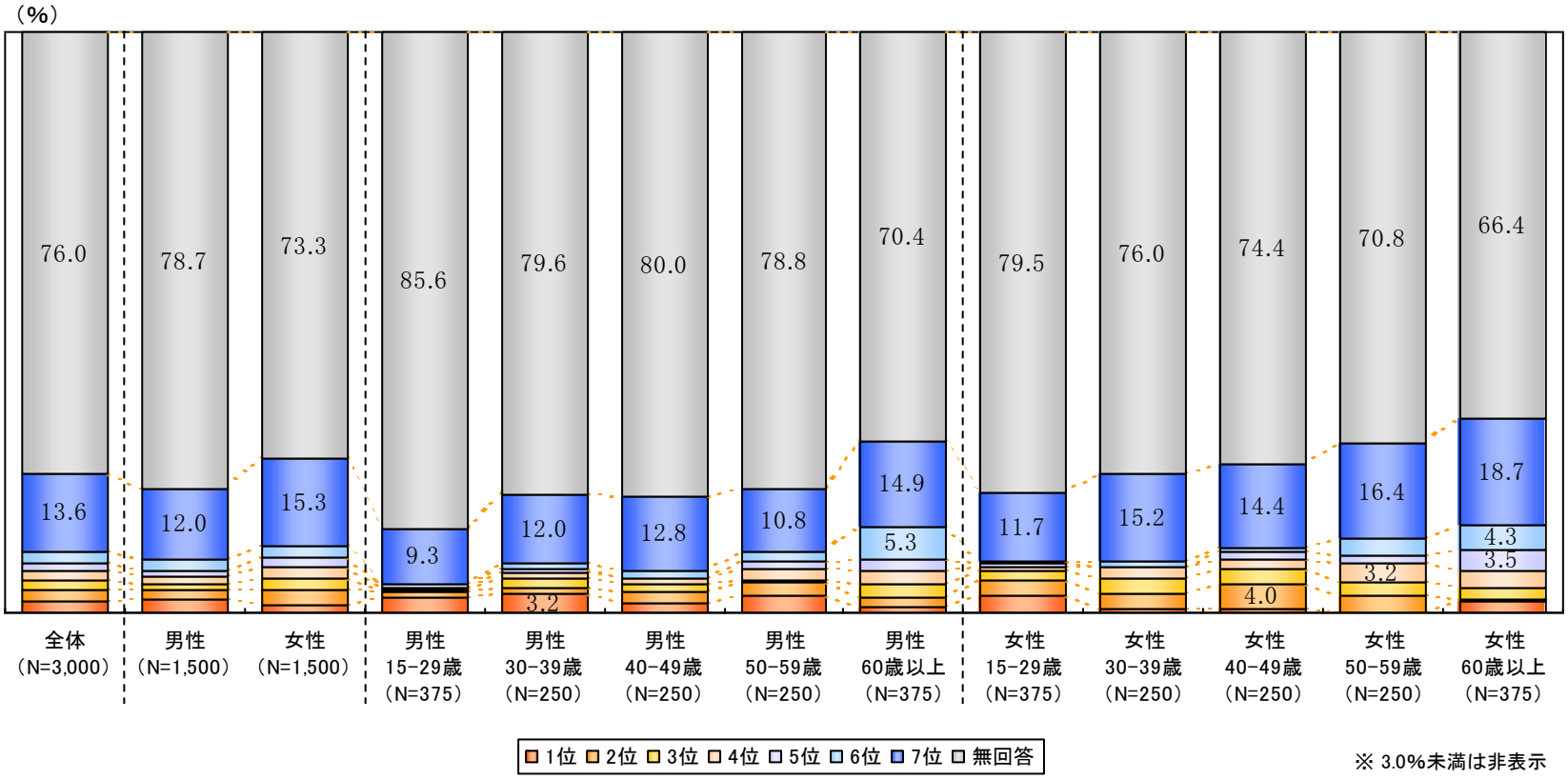


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●「無回答」の比率が高く、全体の7割半を占めた。
●有効回答の中では、最下位の「7位」が最も高く13.6%となり、他の順位は2%以下に留まった。

Q5-7:あなたは、自宅で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／その他 [SA]

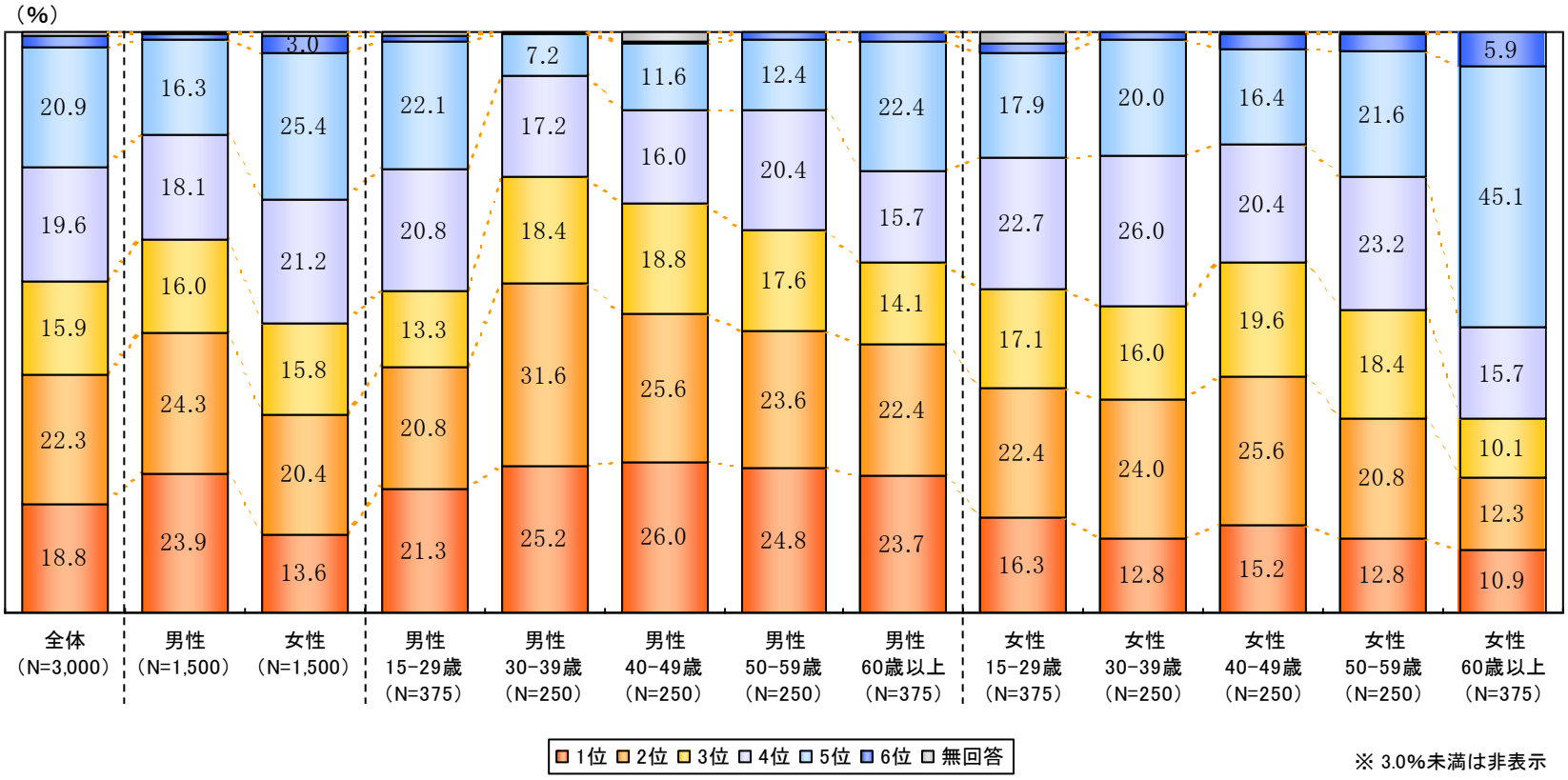


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「2位」が最も高く22.3%となった。次いで、「5位」20.9%、「4位」19.6%と続いた。
●性・年齢別で見ると、『男性 30歳以上』で、「2位以上」が高く（50%前後）、他年代と比べ評価が高い。

Q6-1：あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／居酒屋 [SA]

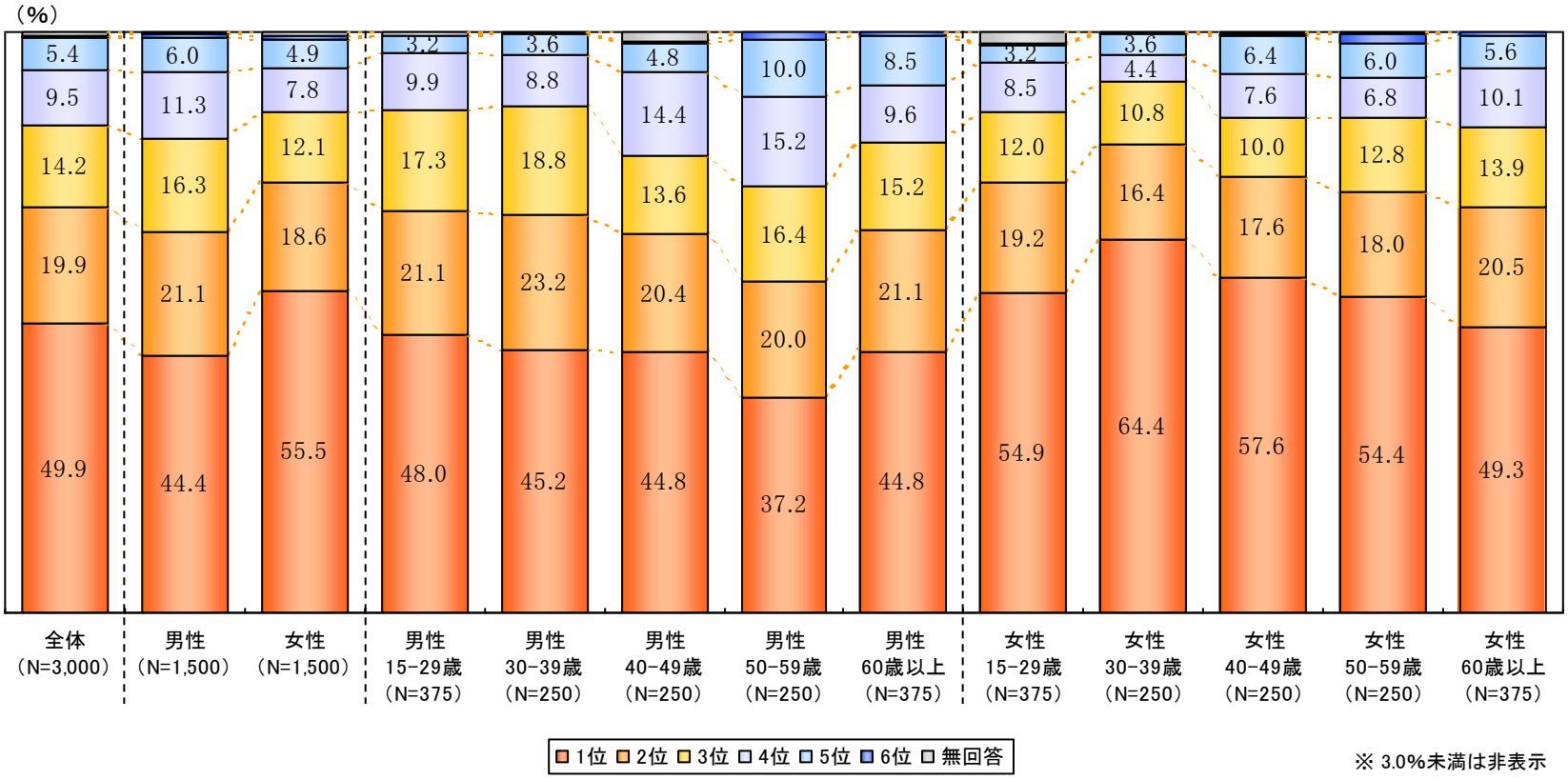


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「1位」が最も高く49.9%となった。次いで、「2位」19.9%、「3位」14.2%と続いた。
●性別で「1位」の比率を見ると、『男性』44.4%に対し『女性』55.5%と、女性での評価が高い。

Q6-2:あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／回転寿司店 [SA]

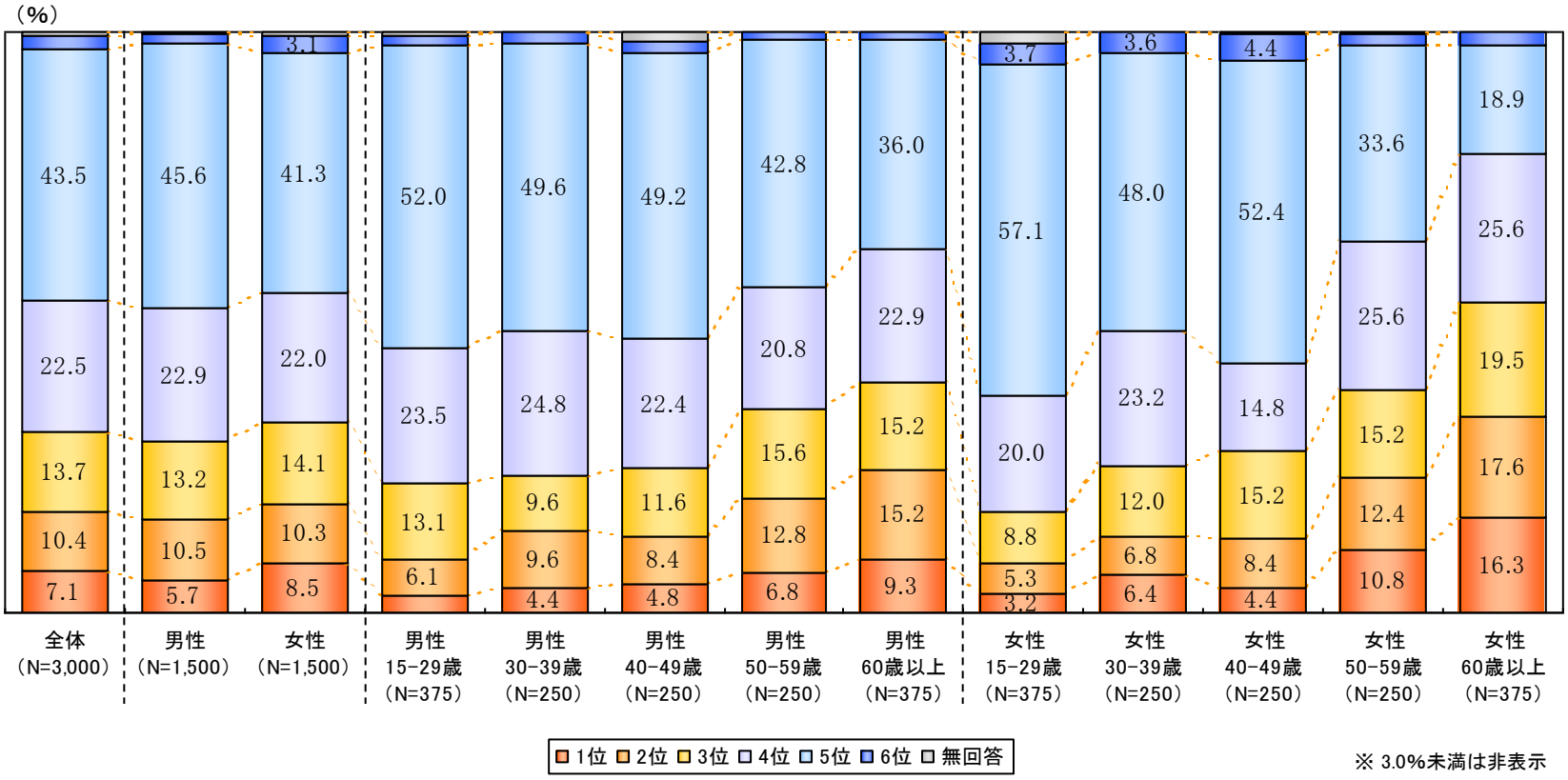


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「5位」が最も高く43.5%となった。次いで、「4位」22.5%、「3位」13.7%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「3位以上」の比率は、男女とも年代に比例して高くなっており、『男性60歳以上』で39.7%、『女性60歳以上』で53.4%と、特に女性での評価が高い。

Q6-3:あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／割烹・本格寿司店 [SA]

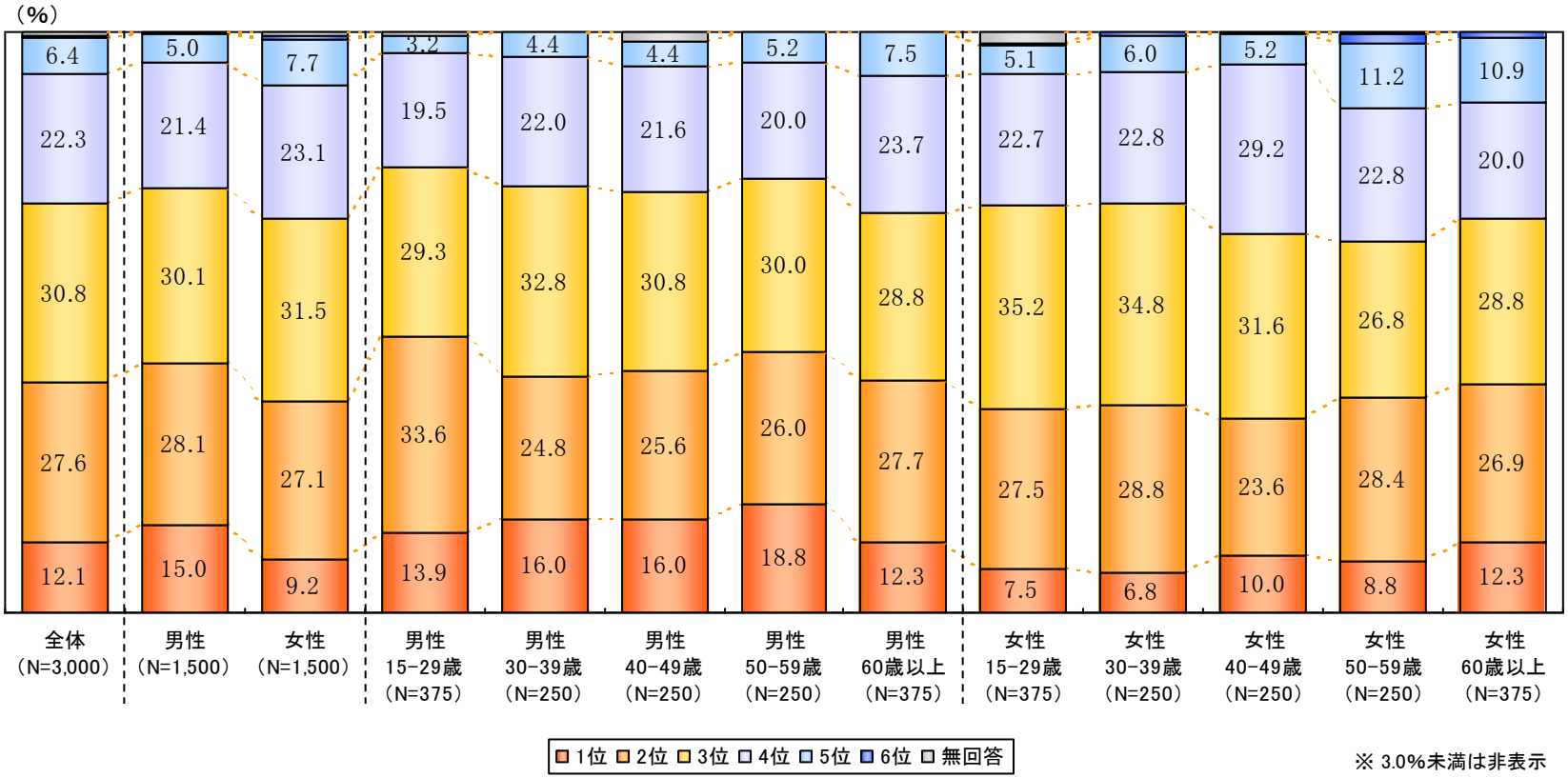


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「3位」が最も高く30.8%となった。次いで、「2位」27.6%、「4位」22.3%と続いた。
●性別で見ると、「2位以上」の比率は、『女性』36.3%に対し『男性』43.1%と、男性での評価が高い。

Q6-4:あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／定食屋 [SA]

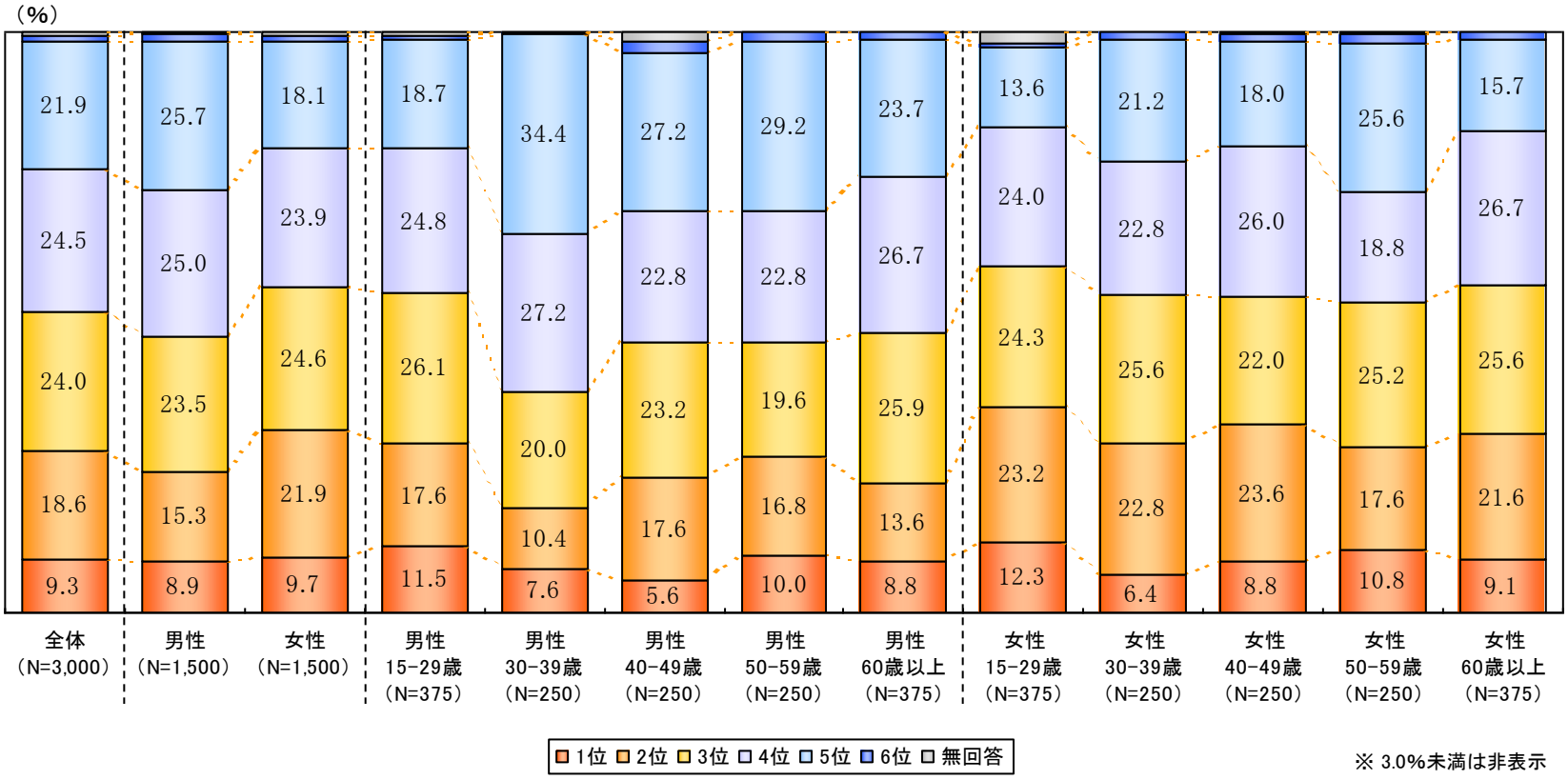


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●全体では、「4位」が最も高く24.5%となった。次いで、「3位」24.0%、「5位」21.9%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「2位以上」の比率は、『男性』24.2%に対し『女性』31.6%と、女性での評価が高く、男女とも『15-29歳』の年代が最も高くなった。

Q6-5:あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／ファミリーレストラン ［SA］

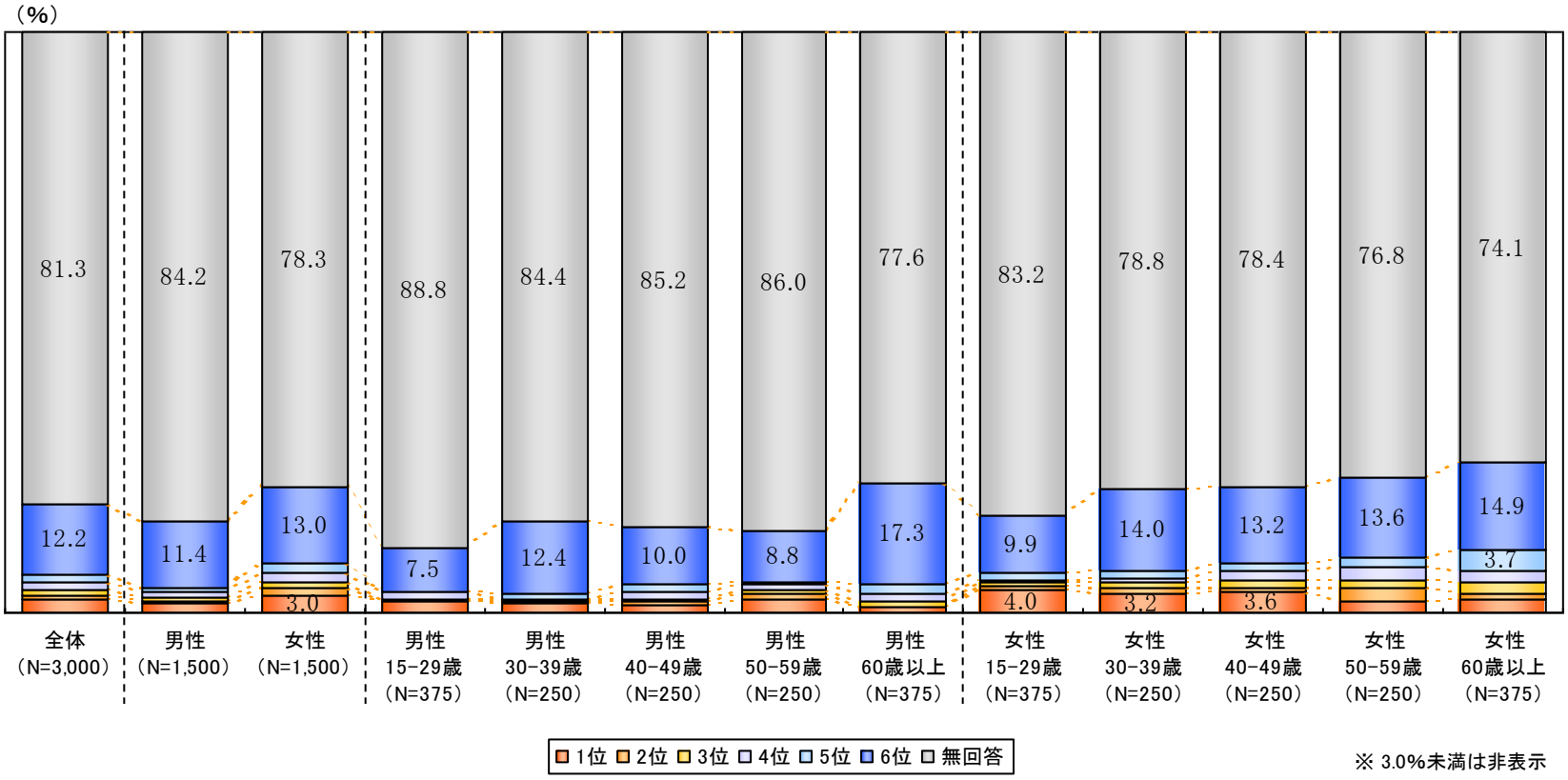


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所

●「無回答」の比率が高く、全体の8割を占めた。
●有効回答の中では、最下位の「6位」が最も高く12.2%となり、他の順位は3%未満に留まった。

Q6-6:あなたは、自宅外で魚介類を消費する際、主にどこで購入していますか？／その他 [SA]

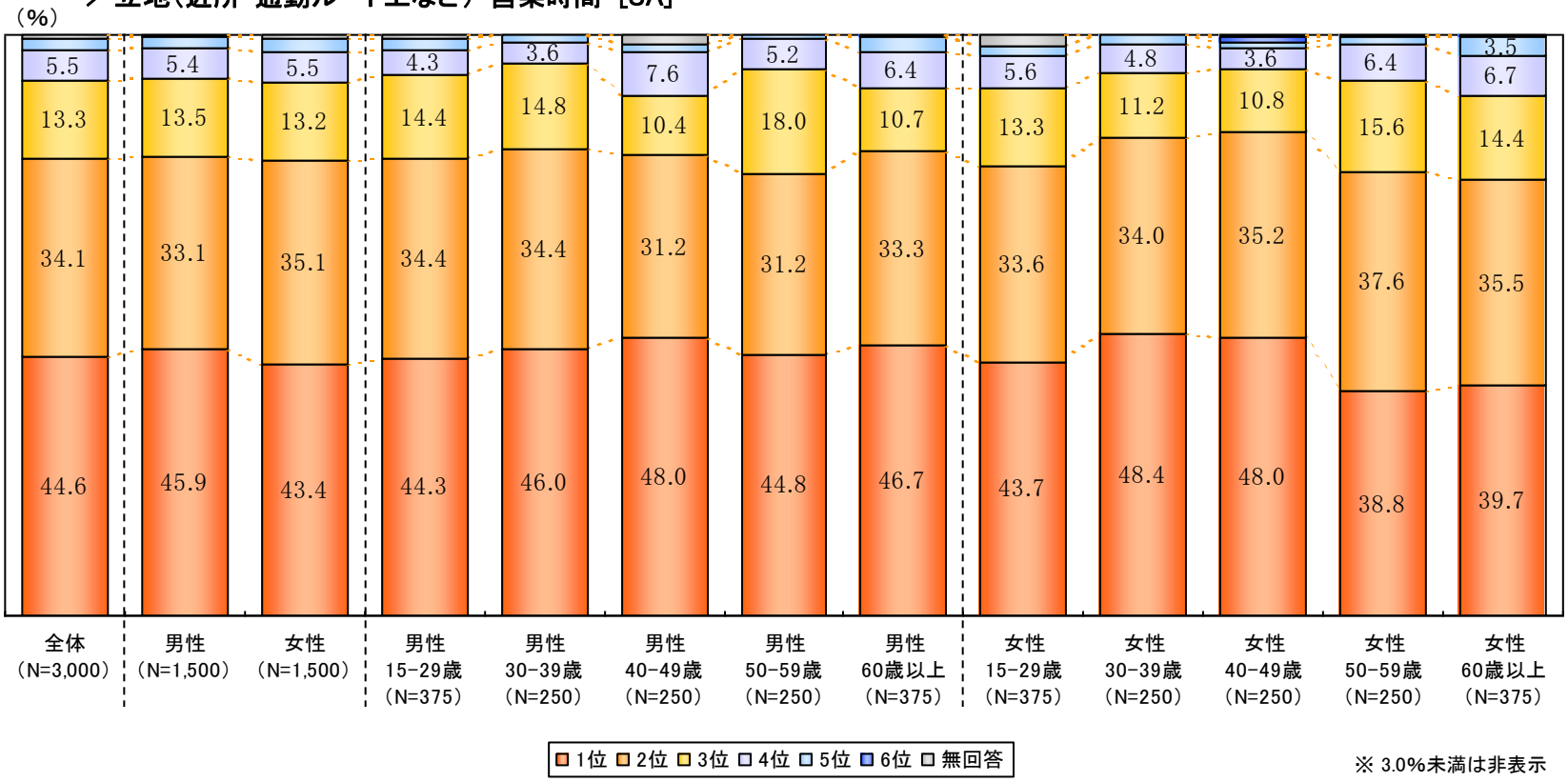


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「1位」が最も高く44.6%となった。次いで、「2位」34.1%、「3位」13.3%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「1位」の比率は、『女性50歳以上』では40%弱と、若干評価が低い。

Q7-1:あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？
／立地（近所・通勤ルート上など）・営業時間 [SA]

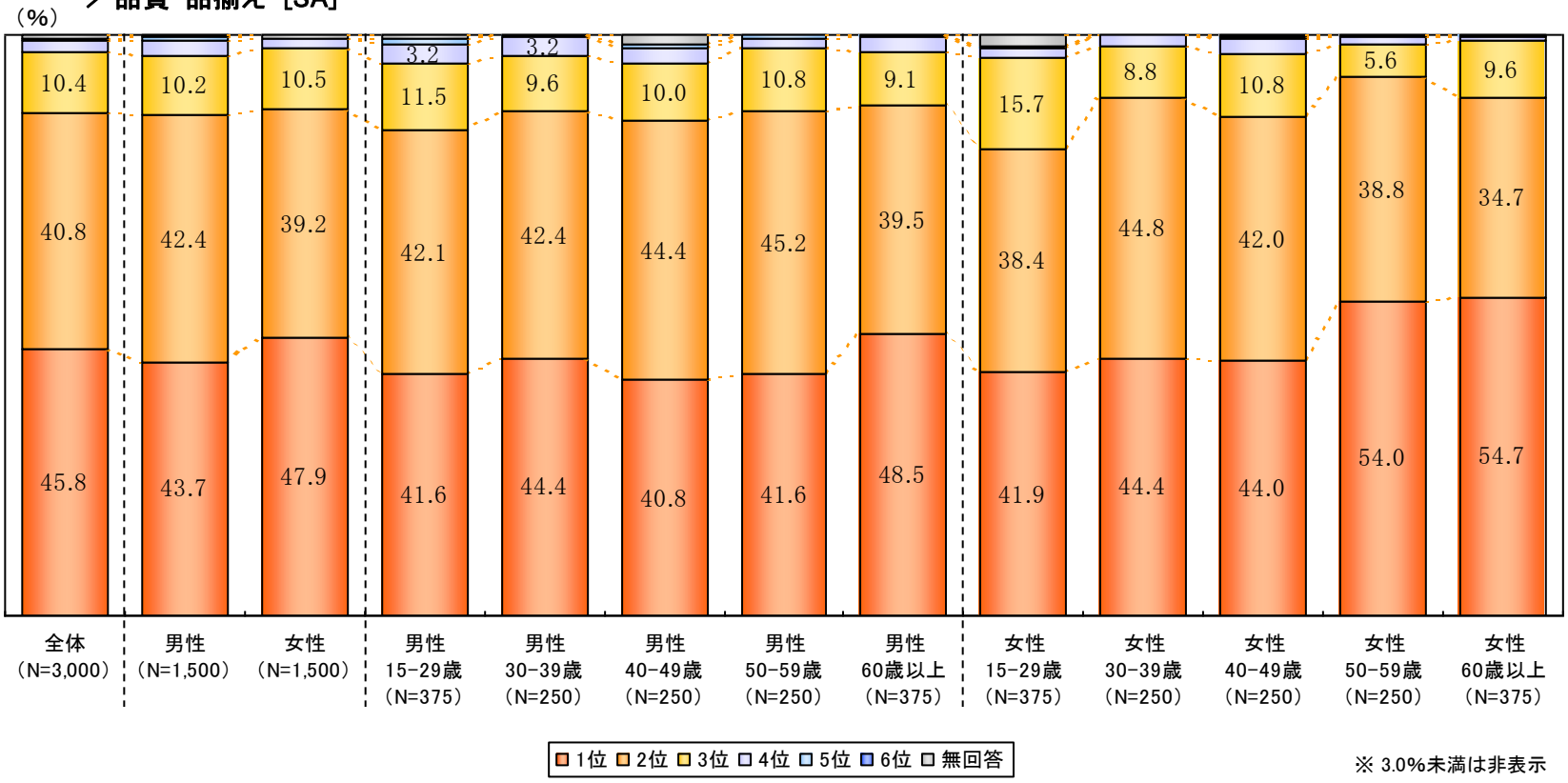


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「1位」が最も高く45.8%となった。次いで、「2位」40.8%、「3位」10.4%と続いた。
●性・年齢別で「1位」を見ると、『男性』よりも『女性』での比率が高く、特に『女性50歳以上』では、5割超の高い比率となっている。

Q7-2:あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？
／品質・品揃え [SA]

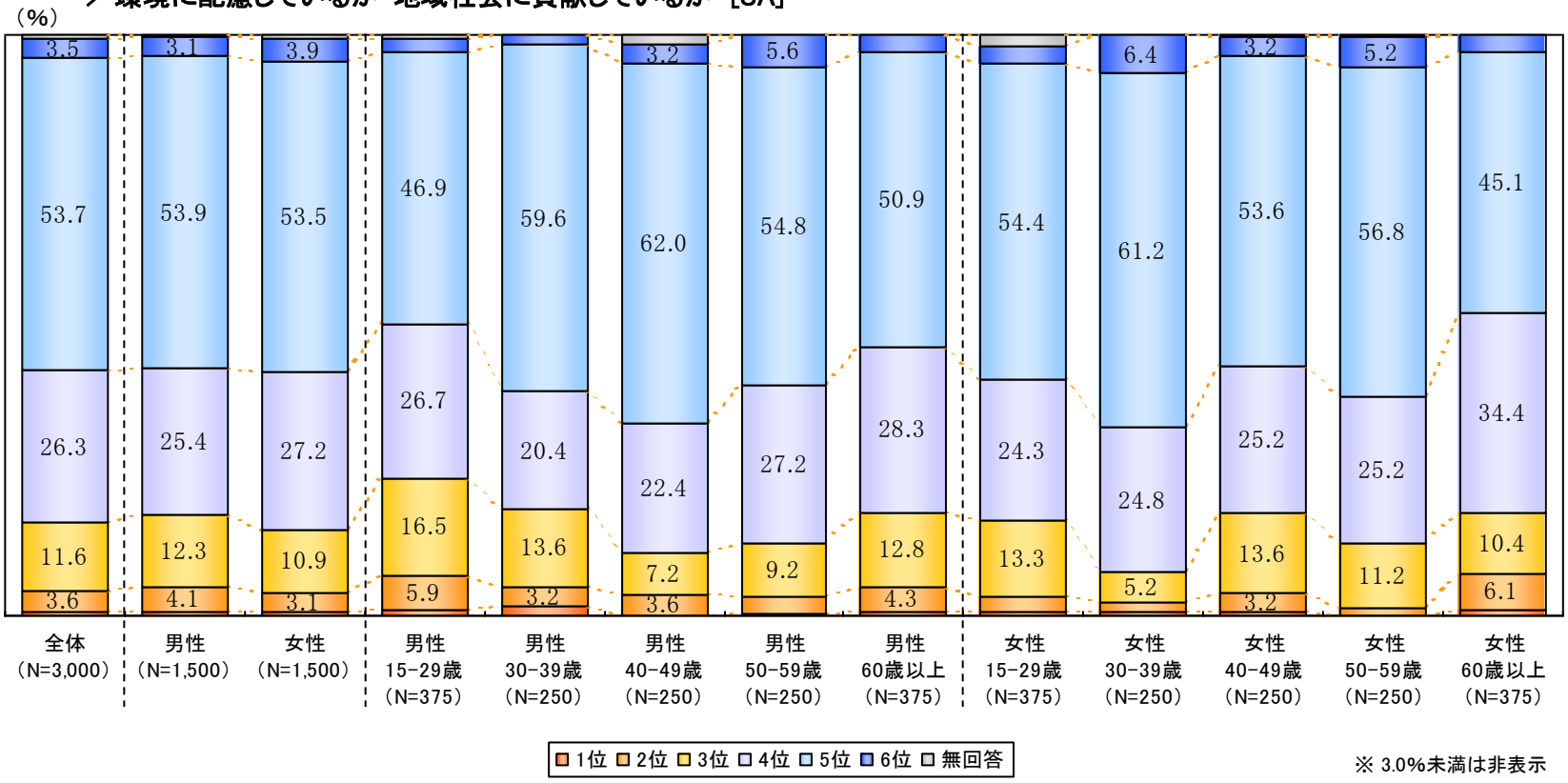


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「5位」が最も高く53.7%となった。次いで、「4位」26.3%、「3位」11.6%と続いた。
●性・年齢別で「2位以上」を見ると、『男性』では、『15-29歳』で最も高く7.0%、『女性』では『60歳以上』で最も高く7.2%となった。

Q7-3:あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？
／環境に配慮しているか・地域社会に貢献しているか [SA]

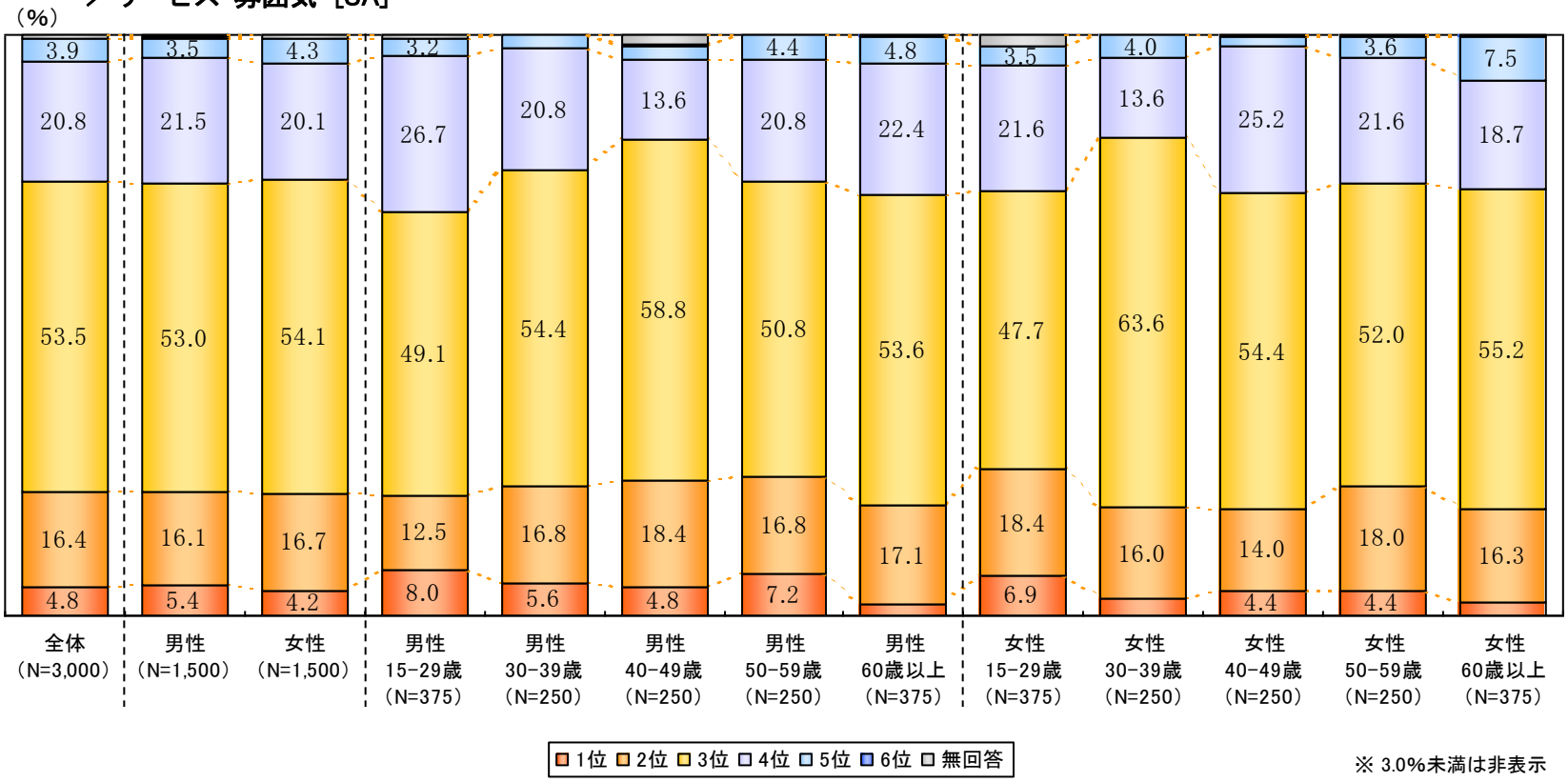


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「3位」が最も高く53.5%となった。次いで、「4位」20.8%、「2位」16.4%と続いた。
●性・年齢別で「2位以上」を見ると、男女とも『60歳以上』で、20%を切る低い比率となっている。

Q7-4:あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？
／サービス・雰囲気 [SA]

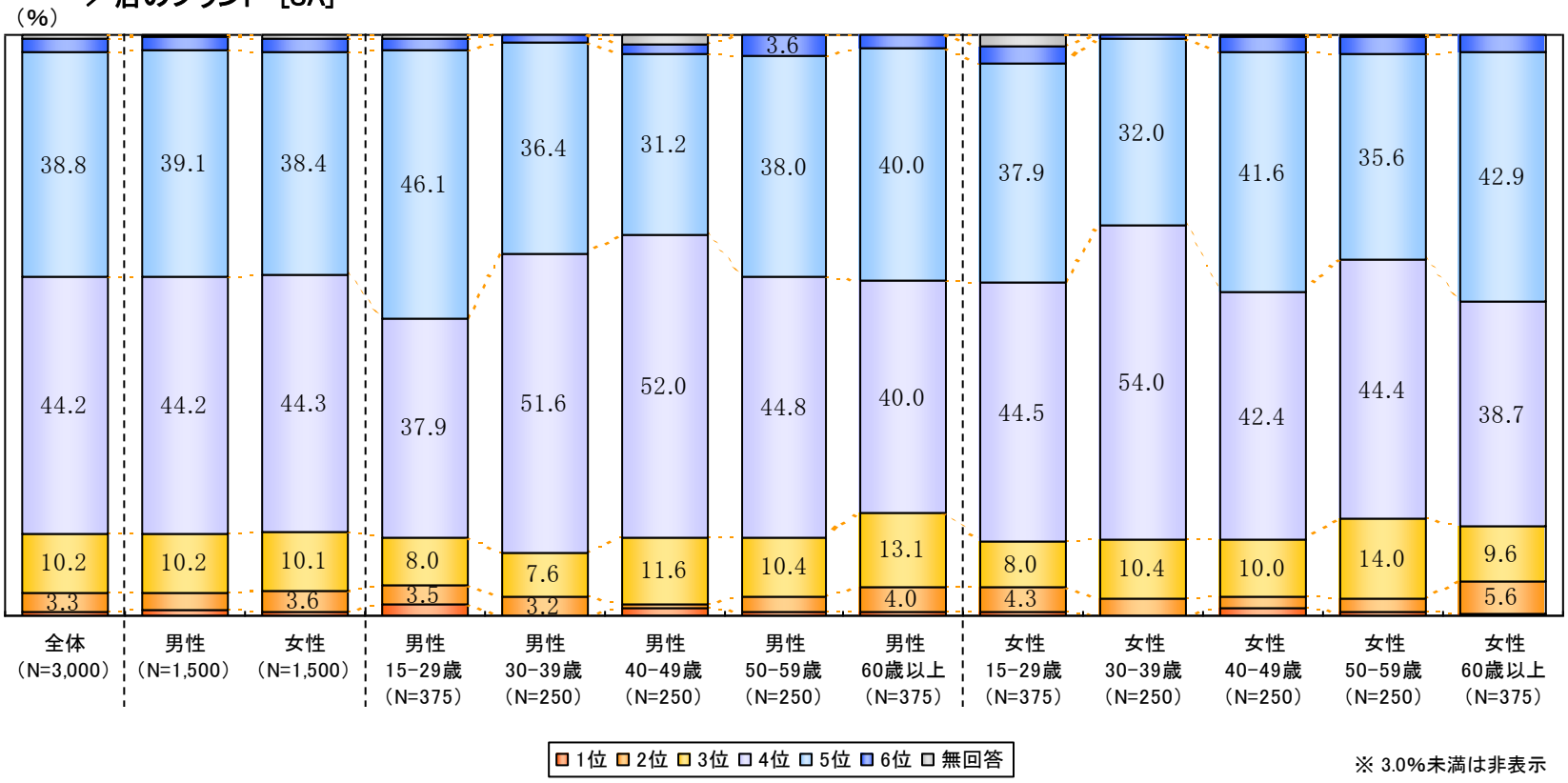


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「4位」が最も高く44.2%となった。次いで、「5位」38.8%、「3位」10.2%と続いた。
●性・年齢別で「5位以下」を見ると、『女性』では『60歳以上』で最も高く45.8%、『男性』では『15-29歳』で最も高く48.2%となった。

Q7-5:あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？
／店のブランド [SA]

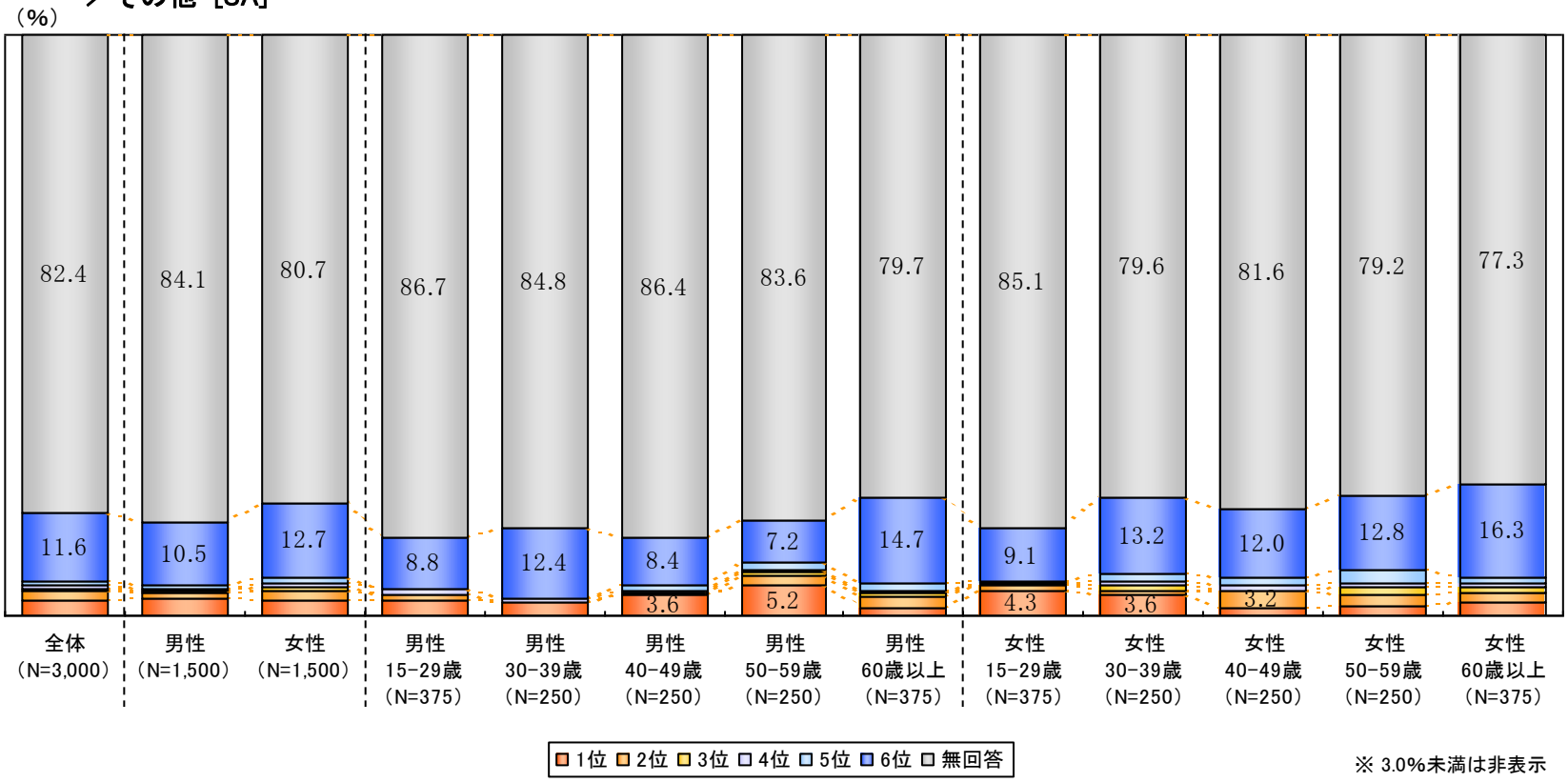


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●「無回答」の比率が高く、全体の8割を占めた。
●有効回答の中では、最下位の「6位」が最も高く11.6%となり、他の順位は3%未満に留まった。

Q7-6:あなたは、自宅で消費する魚介類を購入する店をどのような基準で選択していますか？
／その他 [SA]

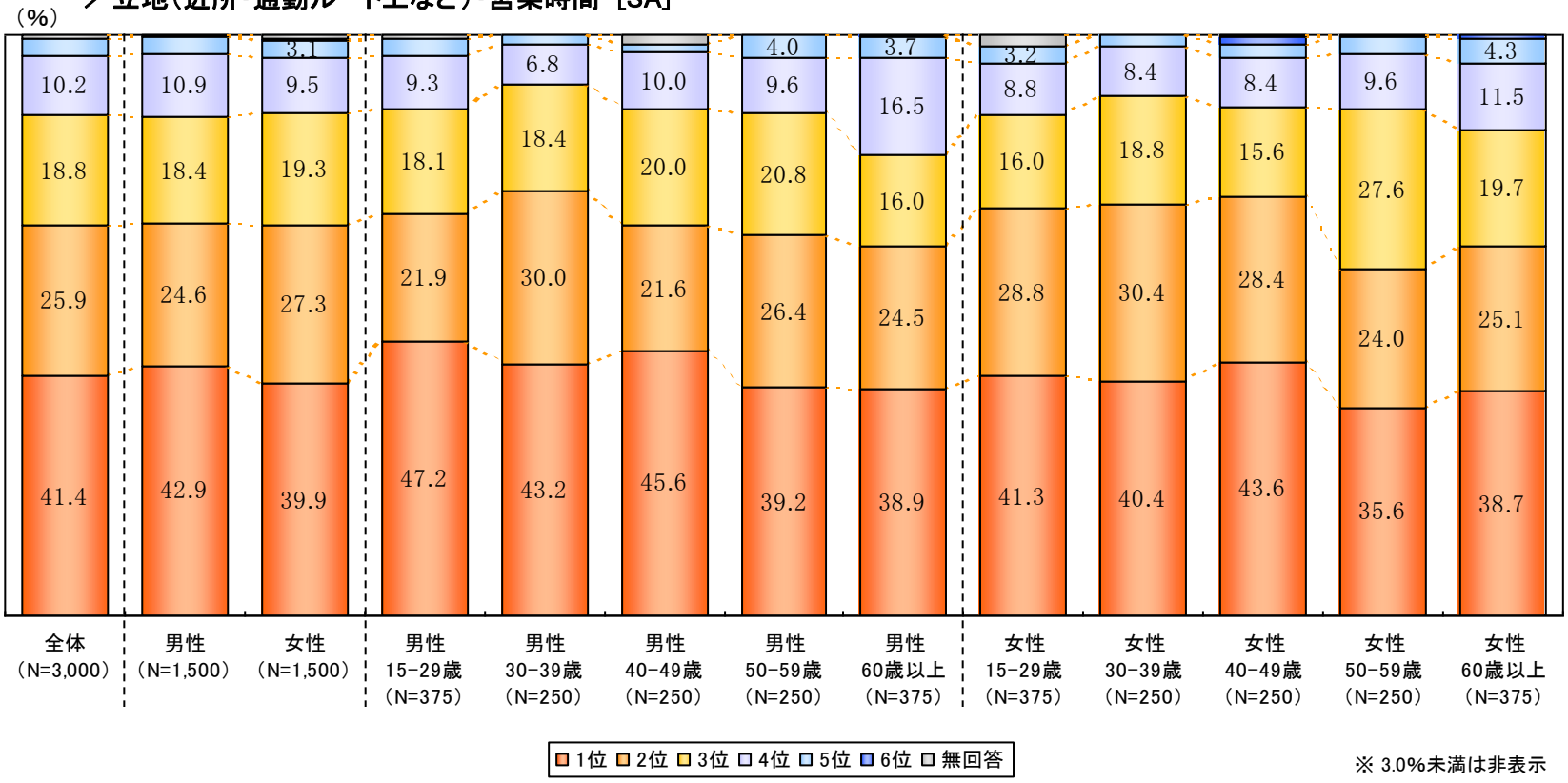


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「1位」が最も高く41.4%となった。次いで、「2位」25.9%、「3位」18.8%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「1位」の比率は、『女性』よりも『男性』で高く、『50歳以上』よりも『50歳未満』で高い。

Q8-1：あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？
／立地（近所・通勤ルート上など）・営業時間 [SA]

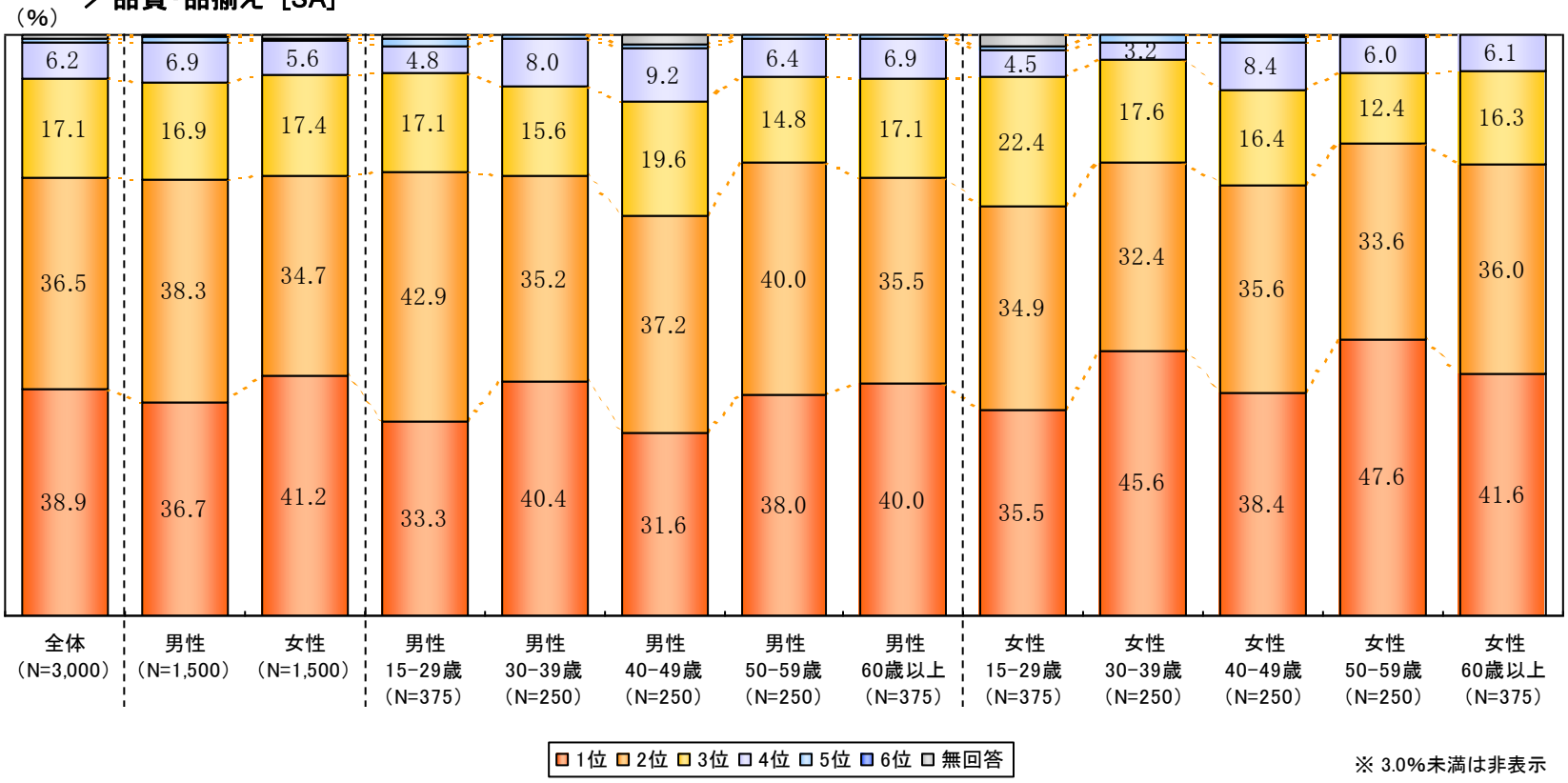


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「1位」が最も高く38.9%となった。次いで、「2位」36.5%、「3位」17.1%と続いた。
●性別で見ると、「1位」の比率は、『男性』よりも『女性』で高い。

Q8-2:あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？
／品質・品揃え [SA]

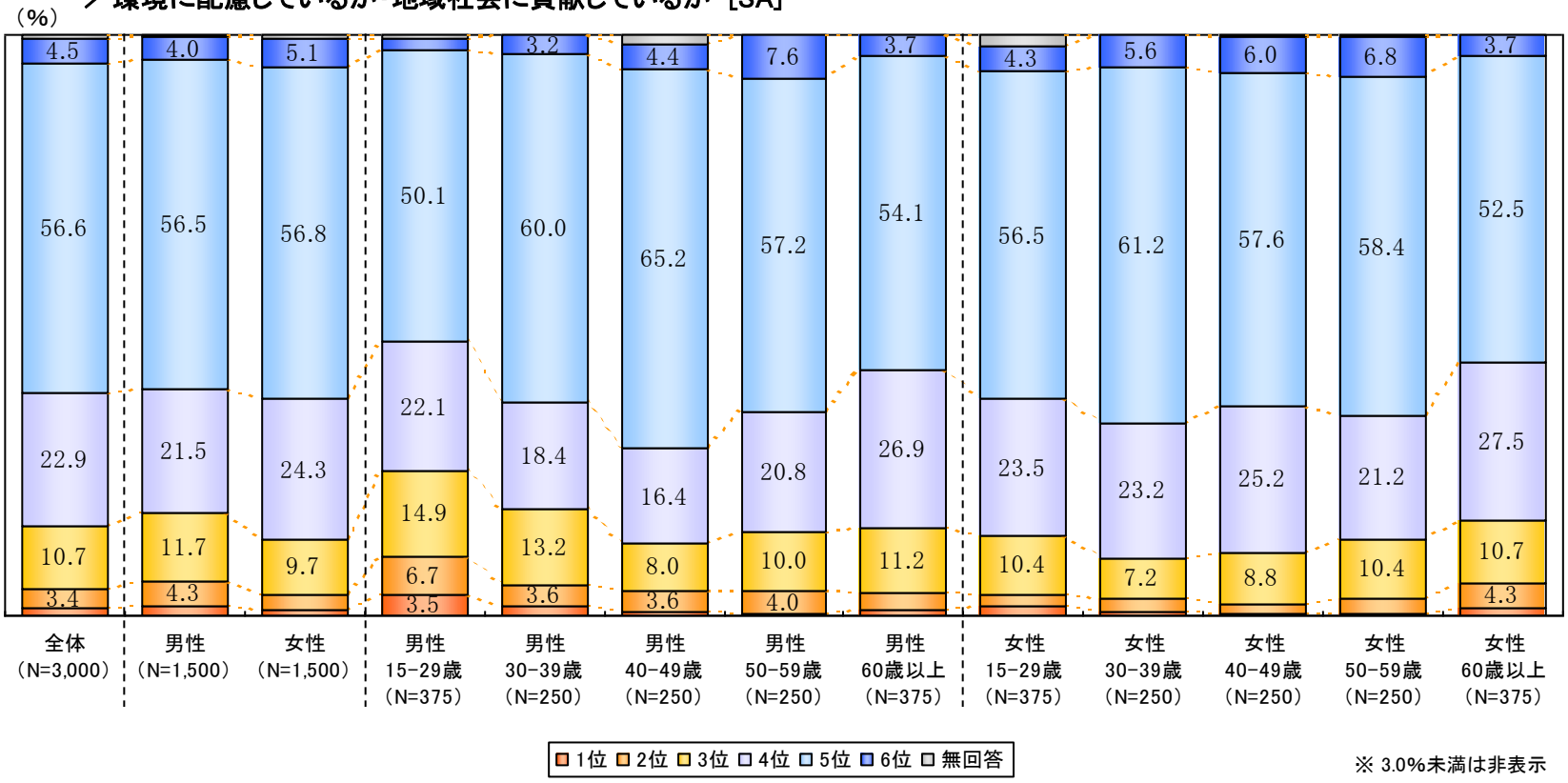


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「5位」が最も高く56.6%となった。次いで、「4位」22.9%、「3位」10.7%と続いた。
●性・年齢別で見ると、『男性15-39歳』では、「3位以上」の合算比率が高く、他の性・年代に比べて評価が高い。

Q8-3:あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？
／環境に配慮しているか・地域社会に貢献しているか [SA]

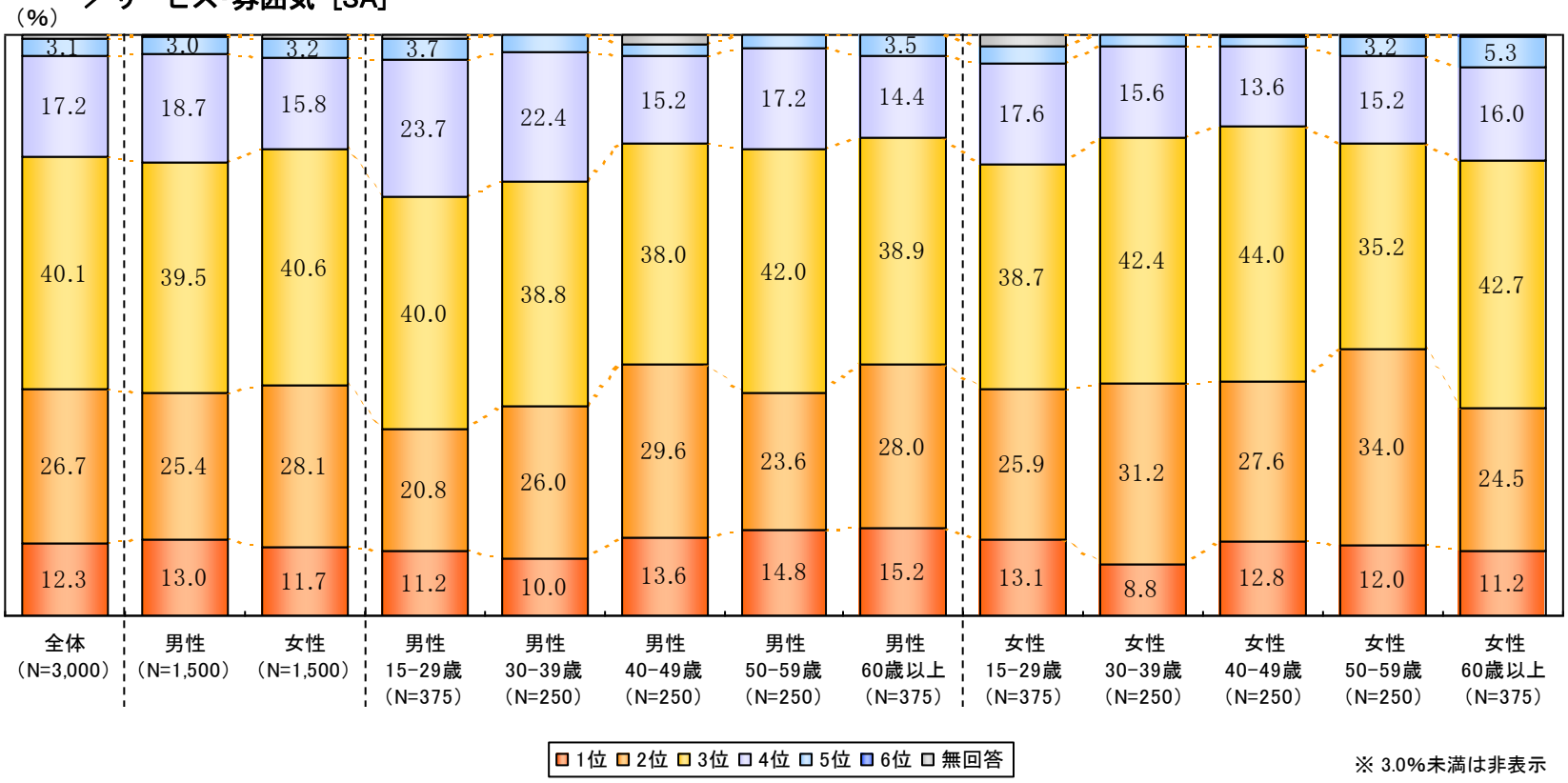


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「3位」が最も高く40.1%となった。次いで、「2位」26.7%、「4位」17.2%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「2位以上」の比率は、『女性』では『50-59歳』で高く、他の年代に比べ評価が高い。

Q8-4:あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？
／サービス・雰囲気 [SA]

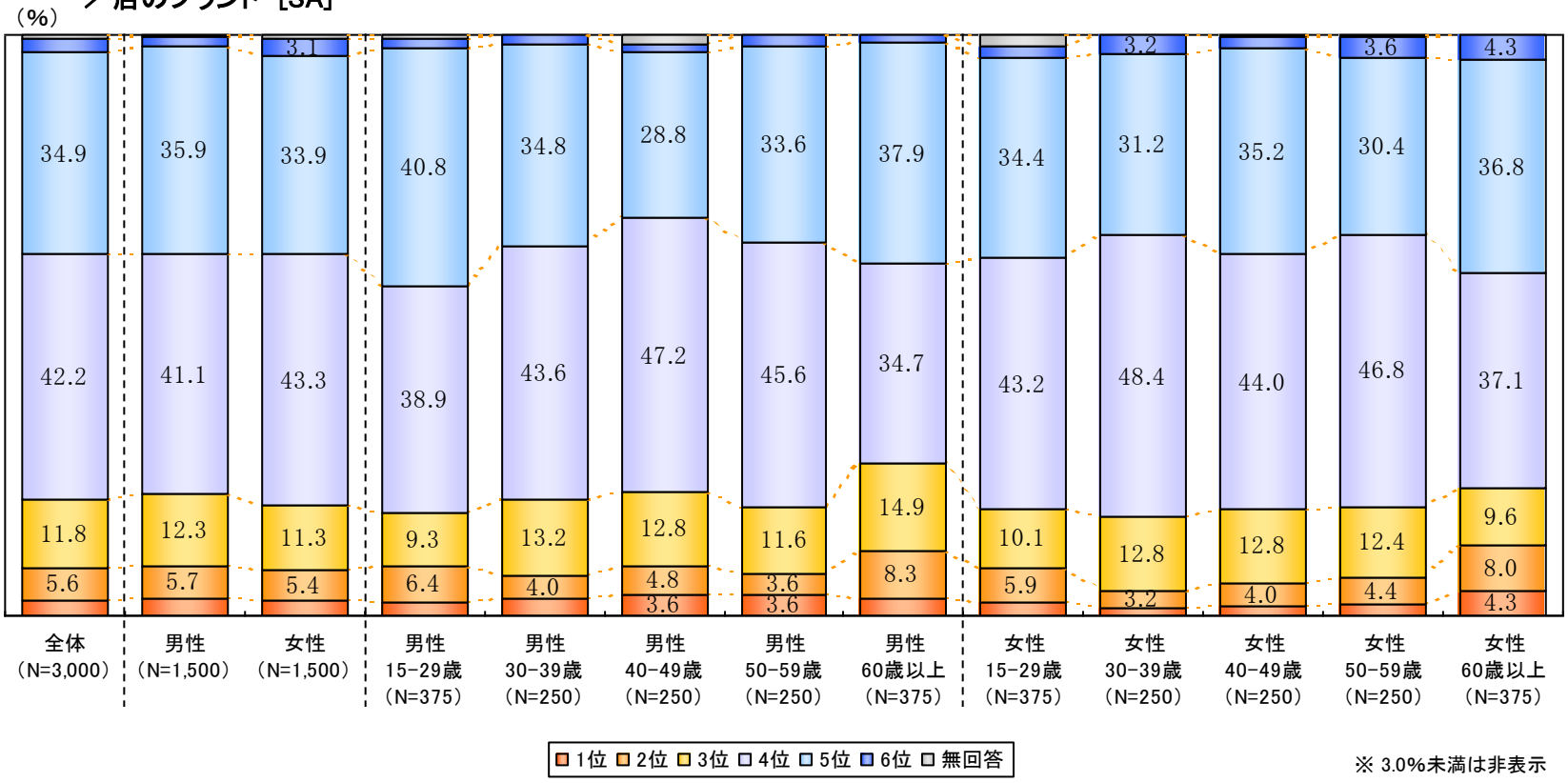


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●全体では、「4位」が最も高く42.2%となった。次いで、「5位」34.9%、「3位」11.8%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「5位以下」の比率は、『男性』では『15-29歳』で最も高く42.7%、『女性』では『60歳以上』で最も高く41.1%となった。

Q8-5:あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？
／店のブランド [SA]

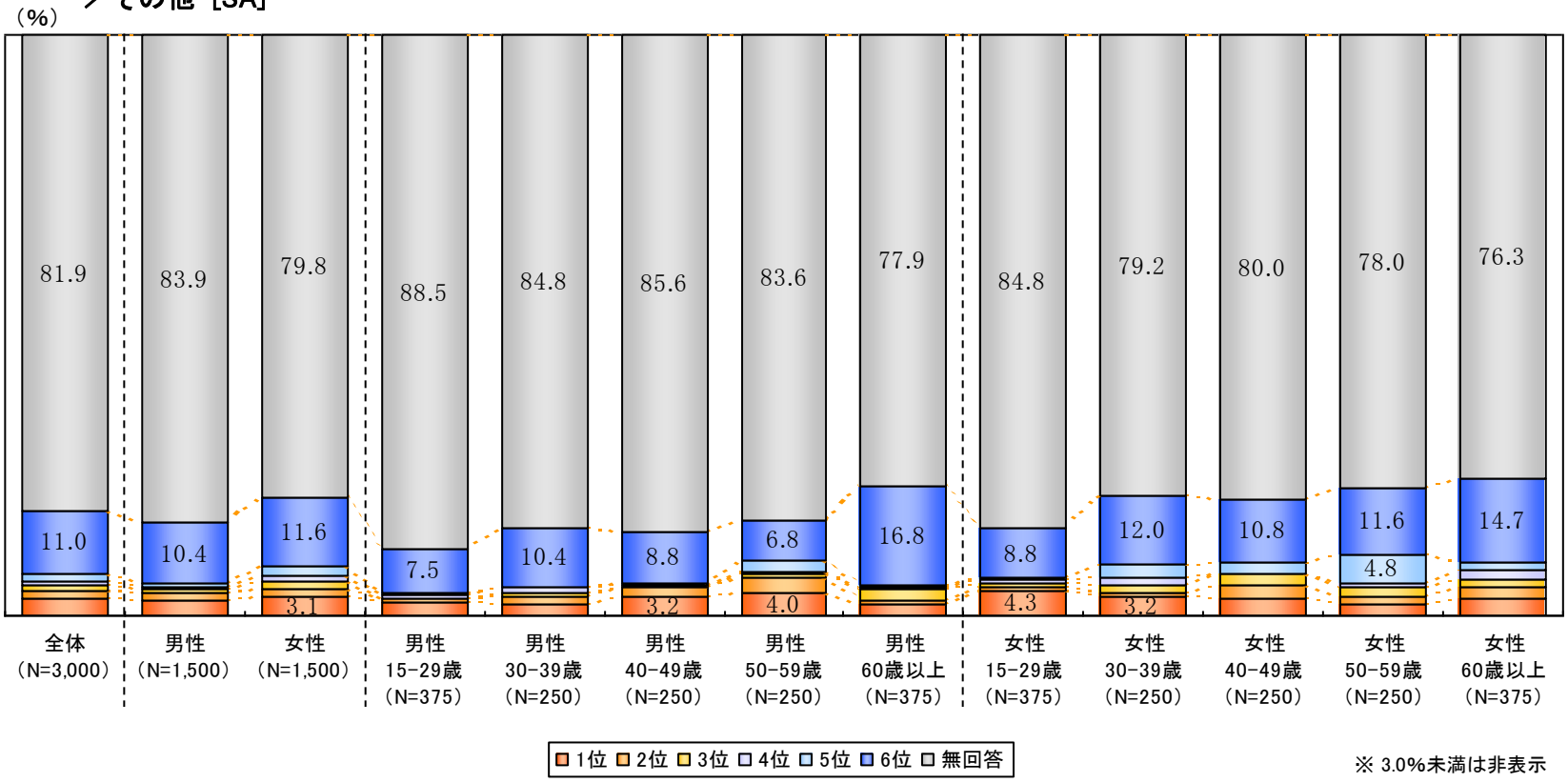


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の購入・消費場所の選択基準

●「無回答」の比率が高く、全体の8割を占めた。
●有効回答の中では、最下位の「6位」が最も高く11.0%となり、他の順位は3%未満に留まった。

Q8-6:あなたは、自宅外で魚介類を消費する店をどのような基準で選択していますか？
／その他 [SA]

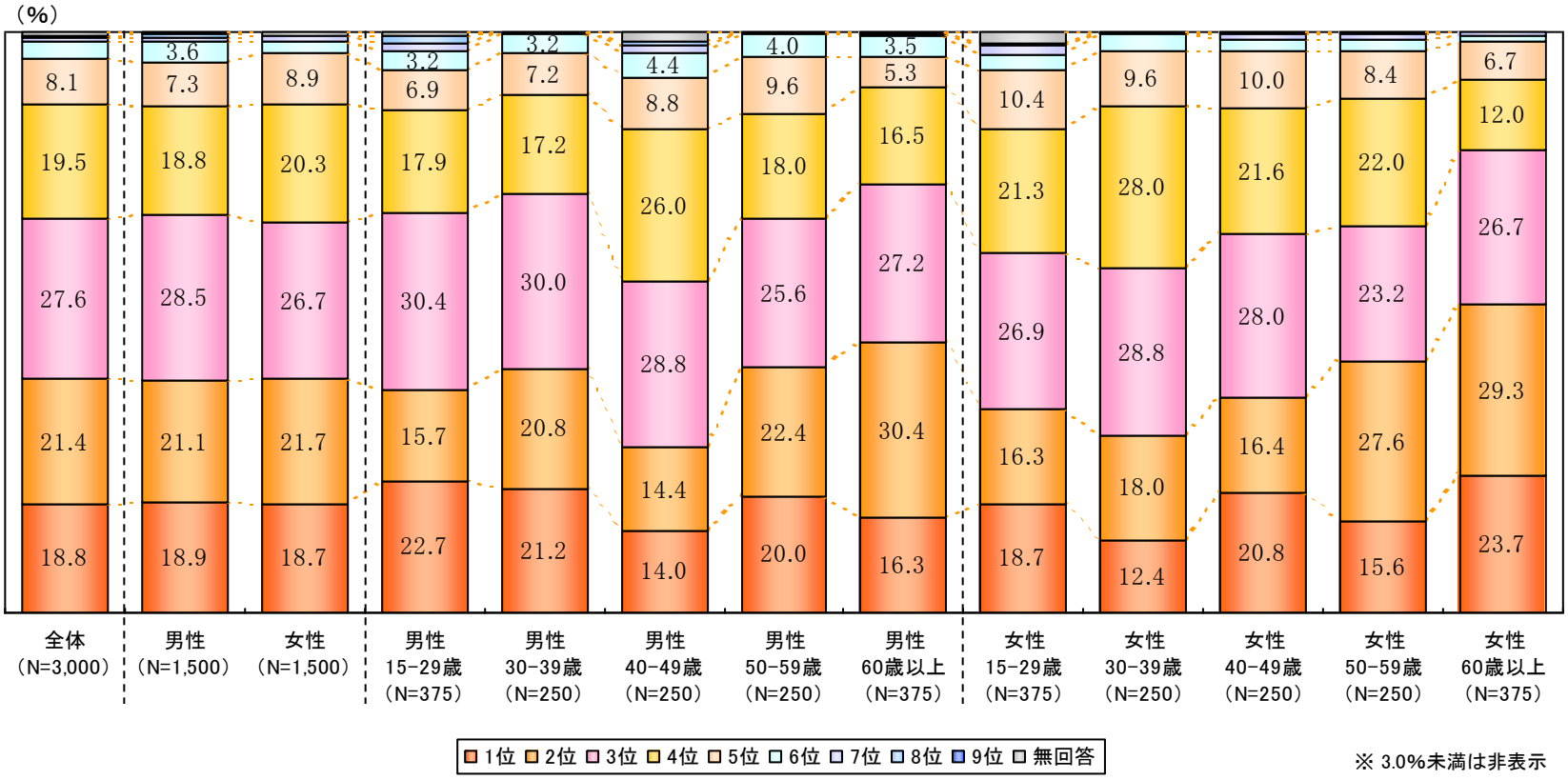


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「3位」が最も高く27.6%となった。次いで、「2位」21.4%、「4位」19.5%と続いた。
●性・年代別で見ると、「2位以上」の比率は、『男性40-49歳』で28.4%と、他の年代に比べ低い。

Q9-1:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／旬、産地 [SA]

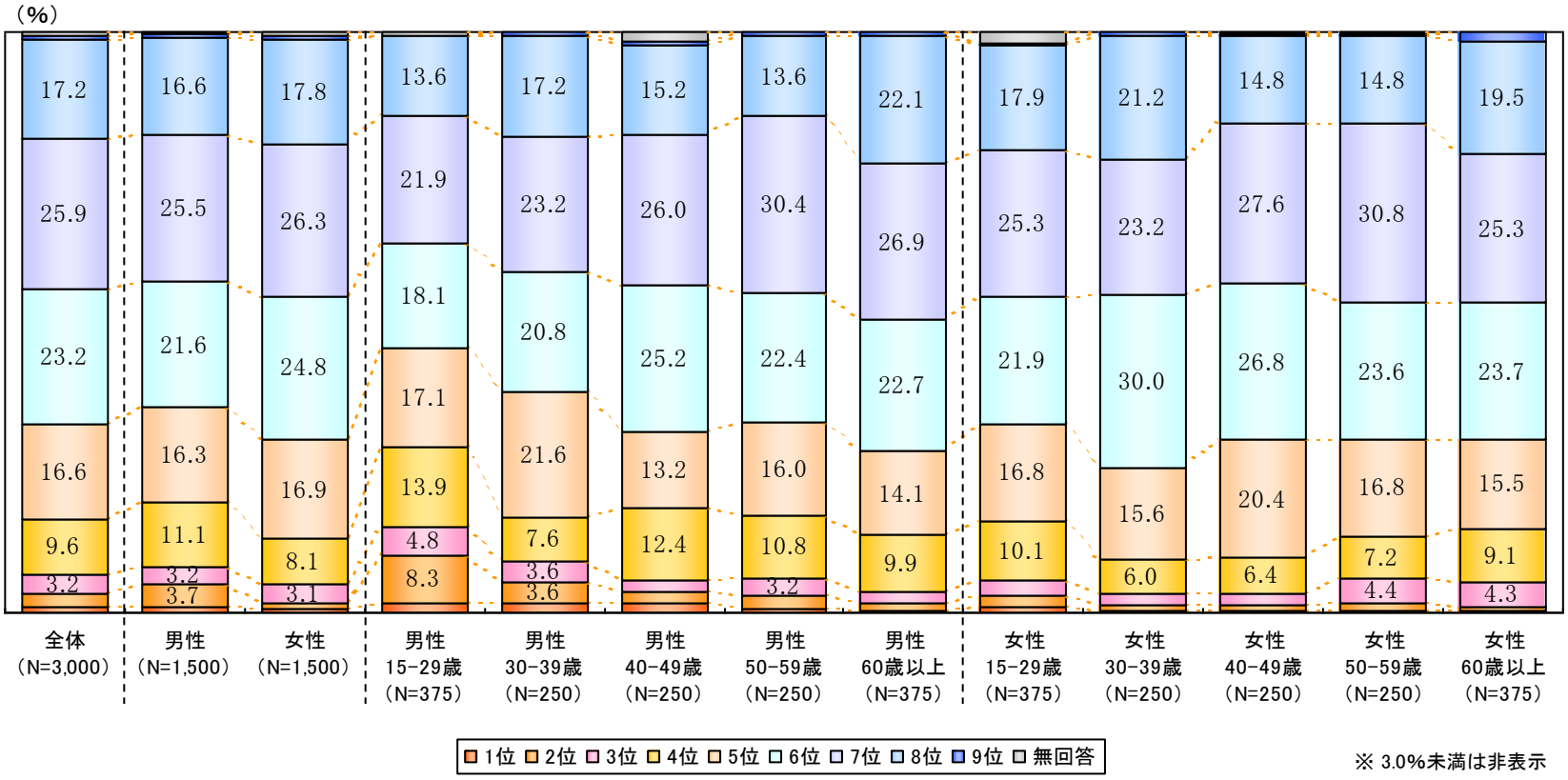


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「7位」が最も高く25.9%となった。次いで、「6位」23.2%、「8位」17.2%と続いた。
●性・年代別で見ると、「4位以上」の比率は、男女とも『15-29歳』で最も高く、他の年代に比べ評価が高い。

Q9-2:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／漁獲方法 [SA]

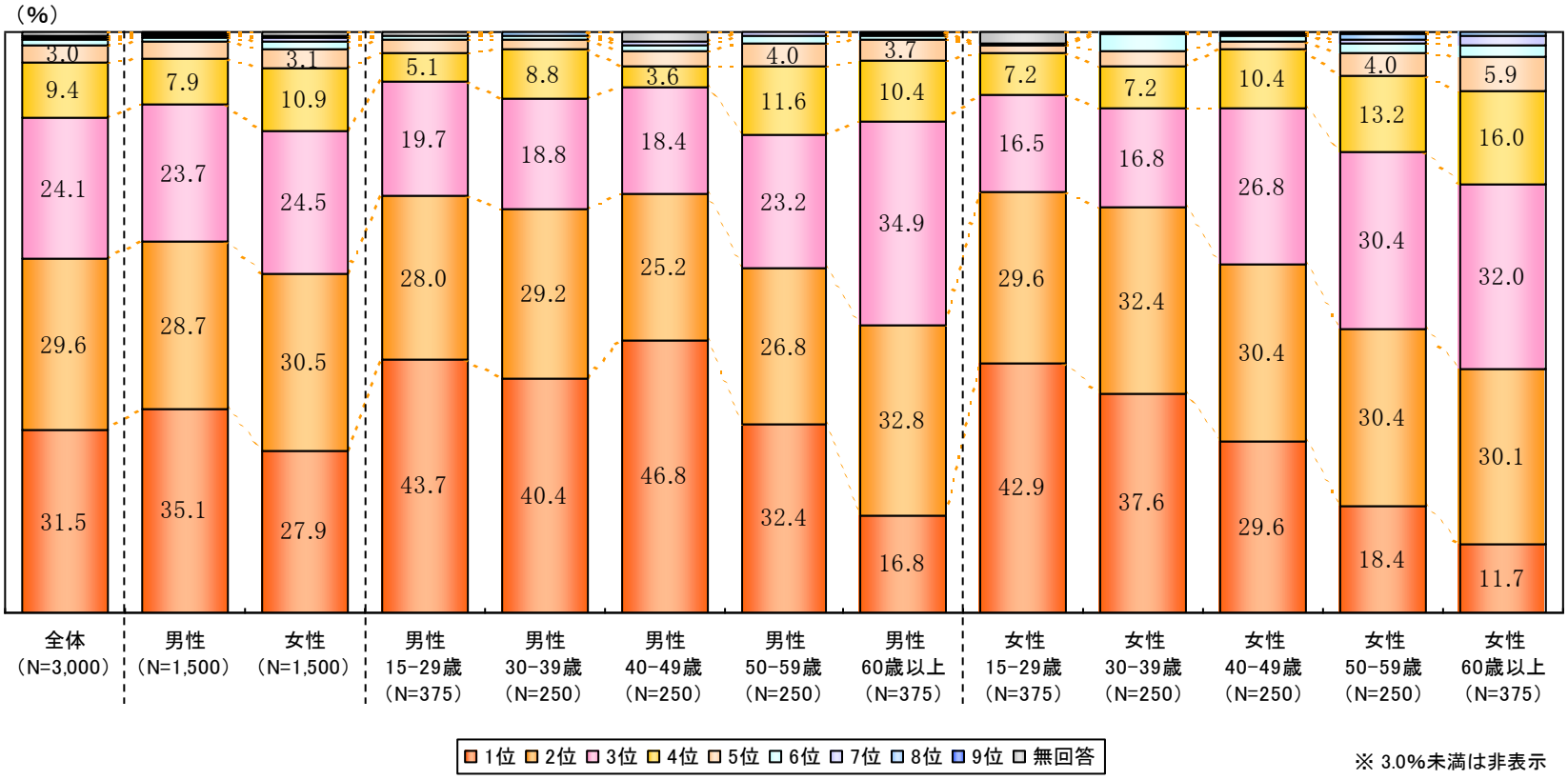


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「1位」が最も高く31.5%となった。次いで、「2位」29.6%、「3位」24.1%と続いた。
●性・年代別で「1位」の比率を見ると、『女性』では年代の上昇に伴なって減少する傾向が見られ、『15-29歳』で42.9%、『60歳以上』で11.7%となった。

Q9-3:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／値段 [SA]

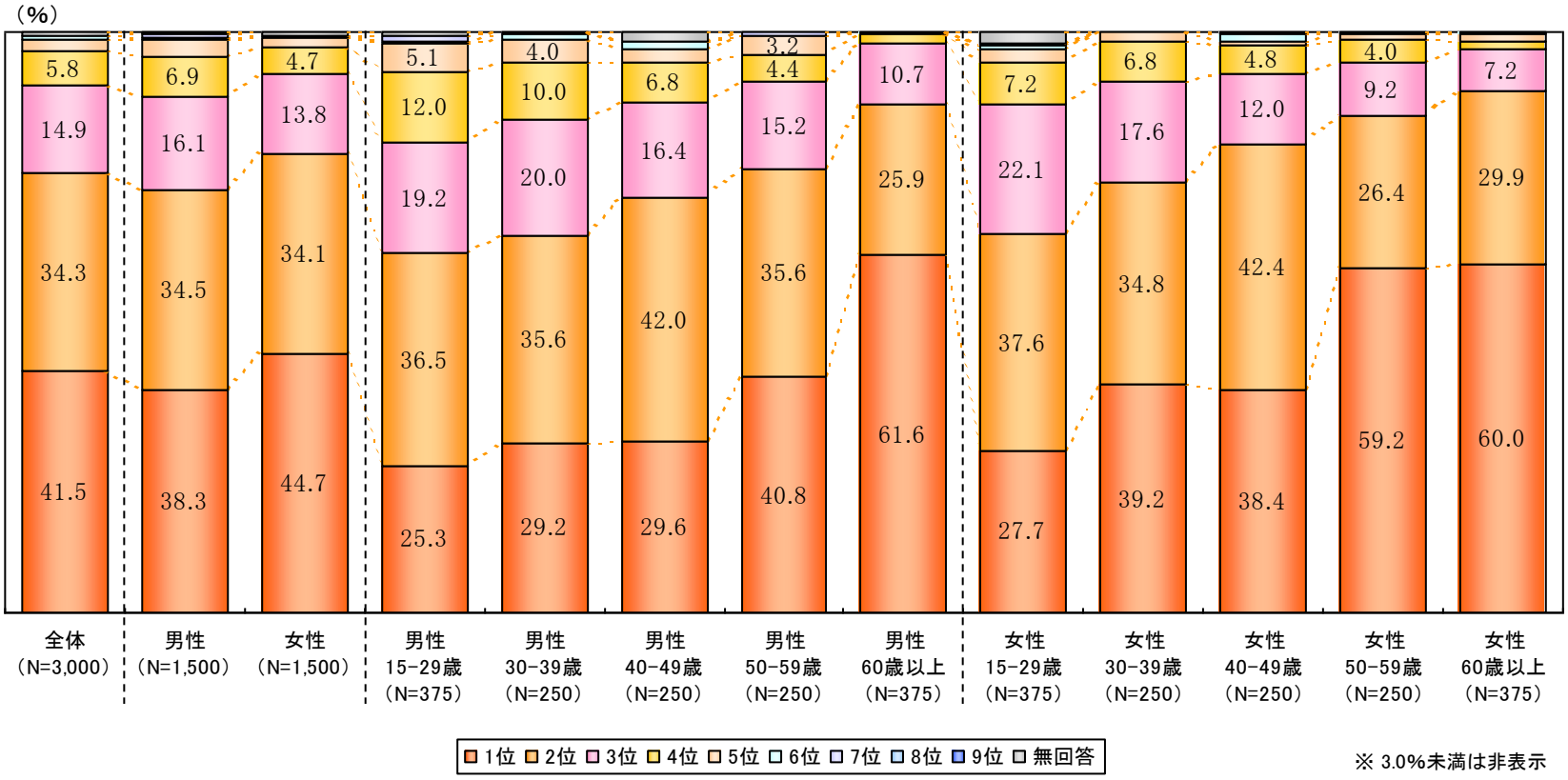


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「1位」が最も高く41.5%となった。次いで、「2位」34.3%、「3位」14.9%と続いた。
●性・年代別で「2位以上」の比率を見ると、男女とも、年代の上昇に伴なって増加する傾向が見られた。

Q9-4:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／鮮度 [SA]

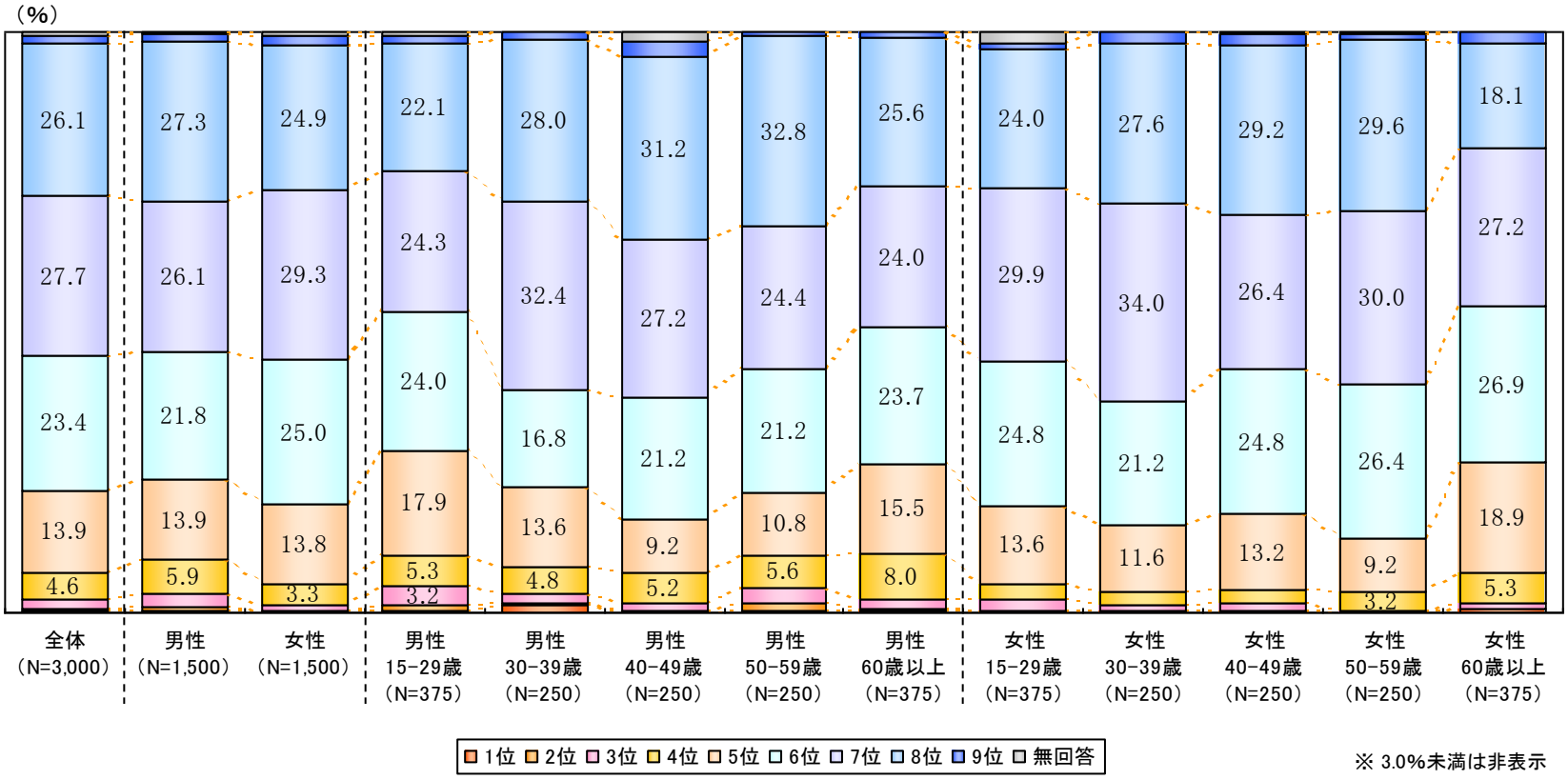


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「7位」が最も高く27.7%となった。次いで、「8位」26.1%、「6位」23.4%と続いた。
●性・年代別で「8位以下」の比率を見ると、『男性40-49歳』で最も高く34.0%、『女性60歳以上』で最も低く20.0%となった。

Q9-5:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／環境に配慮しているか・地域社会に貢献しているか [SA]

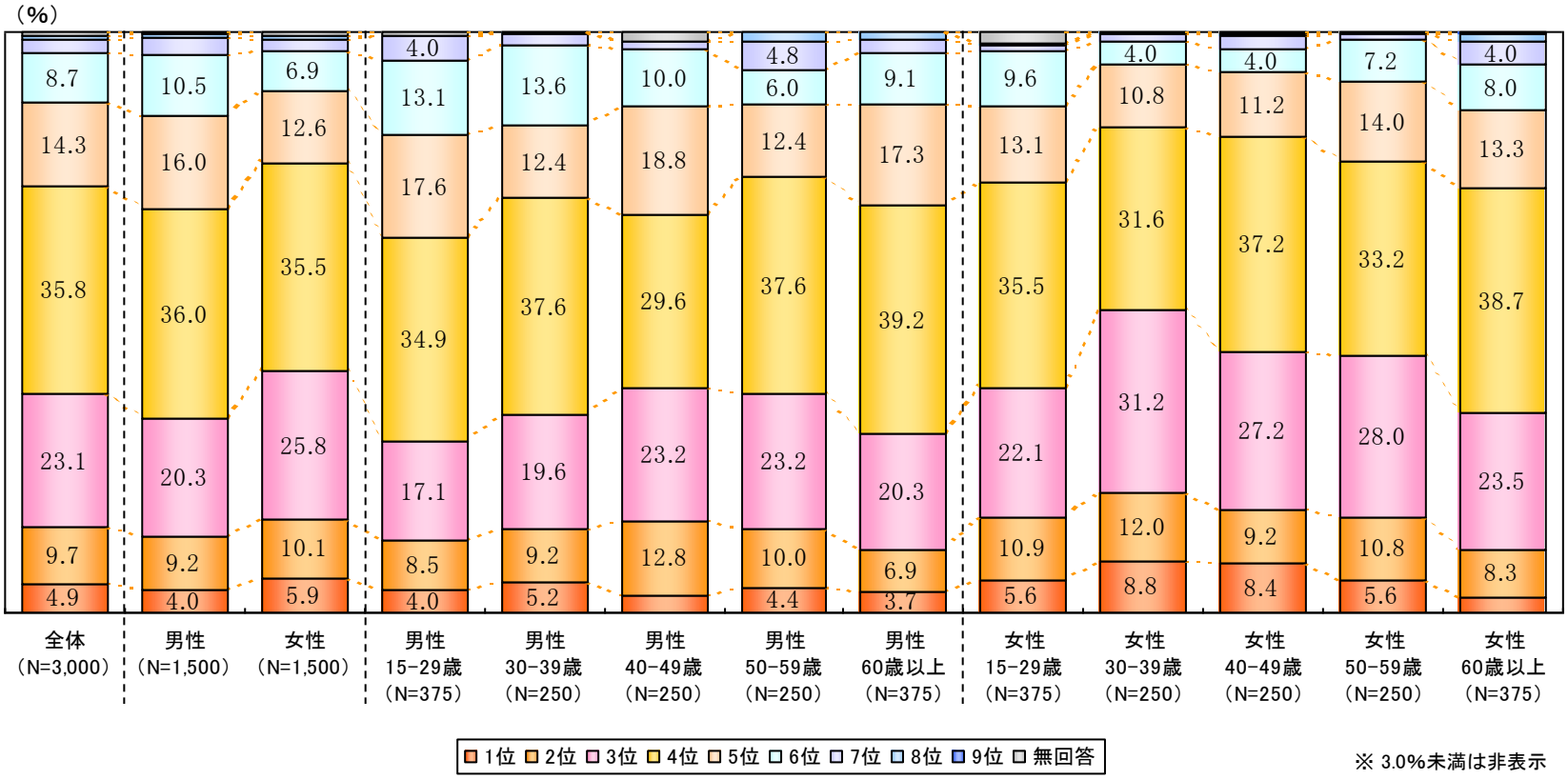


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「4位」が最も高く35.8%となった。次いで、「3位」23.1%、「5位」14.3%と続いた。
●性・年代別で「3位以上」の比率を見ると、『男性』よりも『女性』で高く、
『女性30-39歳』で最も高い52.0%、『男性15-29歳』で最も低い29.6%となった。

Q9-6:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／調理方法・加工方法(刺身や切り身などになっているか) [SA]

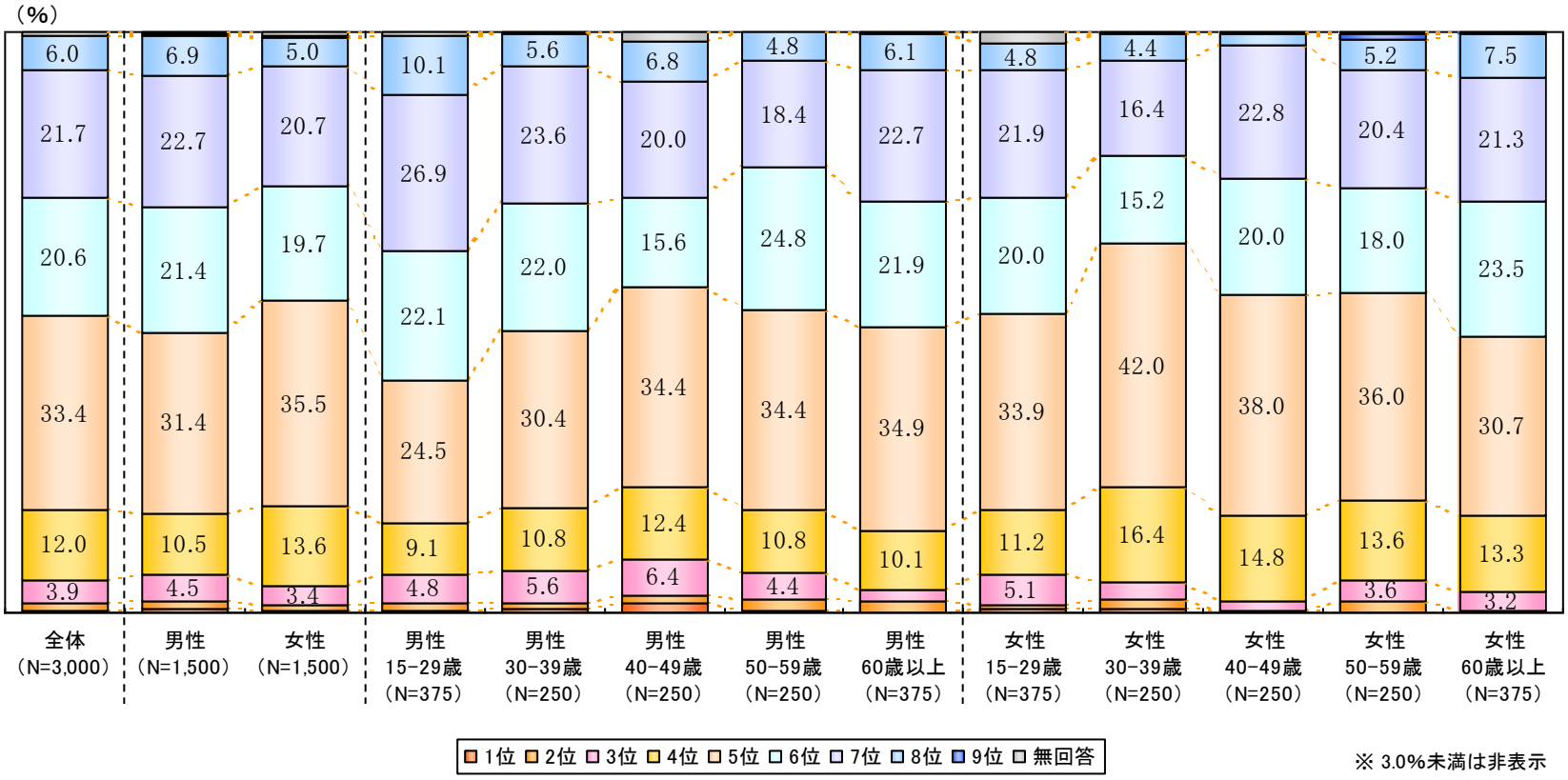


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「5位」が最も高く33.4%となった。次いで、「7位」21.7%、「6位」20.6%と続いた。
●性・年代別で「4位以上」の比率を見ると、『男性40-49歳』『女性30-39歳』で最も高く、ともに21.6%、『男性60歳以上』で最も低い14.1%となった。

Q9-7:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／お店、料理番組やサイトなどのオススメ［SA］

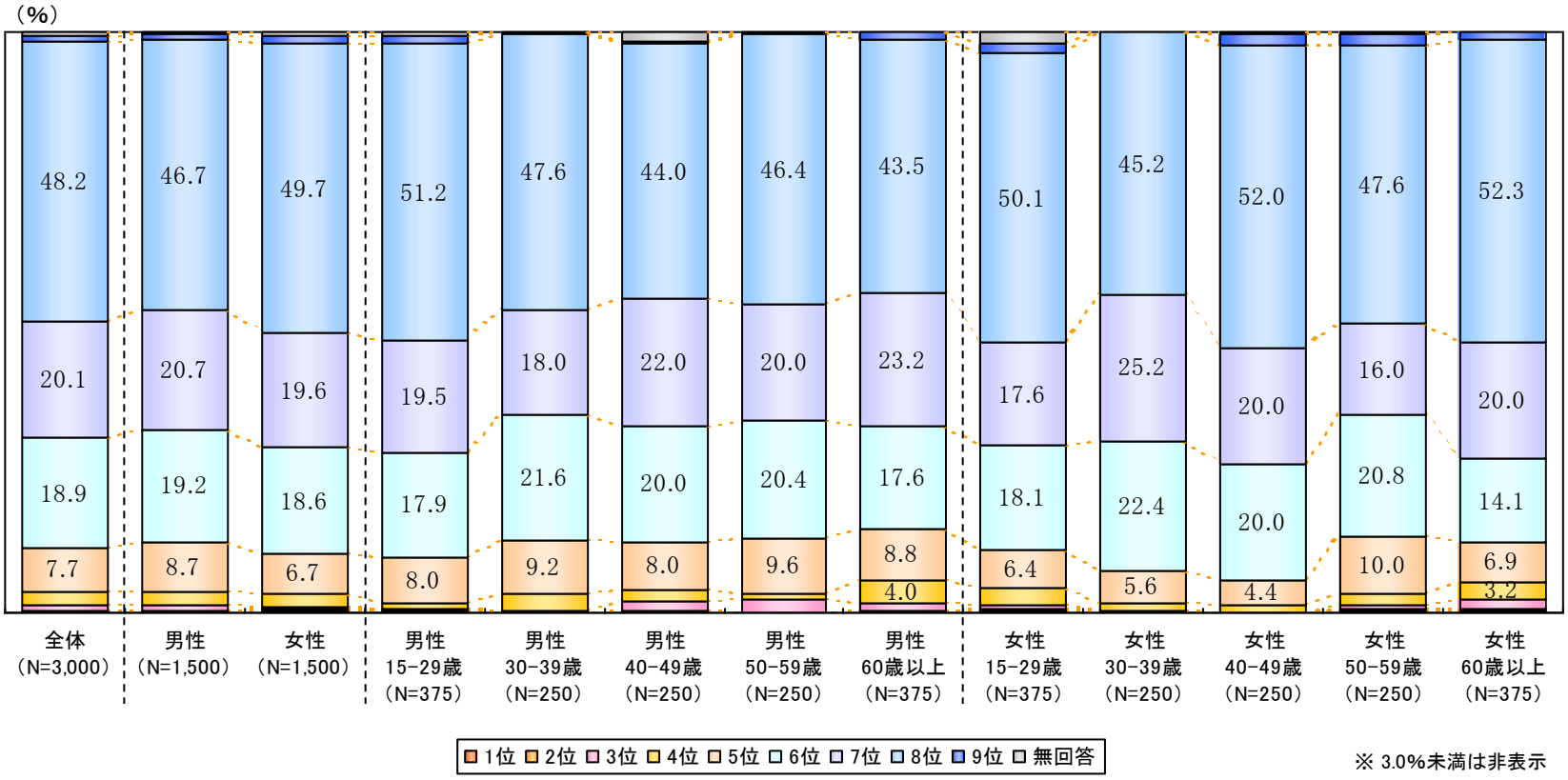


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●全体では、「8位」が最も高く48.2%となった。次いで、「7位」20.1%、「6位」18.9%と続いた。
●性・年代別で「8位以下」の比率を見ると、『女性40-49歳』で最も高く54.0%、『男性40-49歳』で最も低い44.4%となった。

Q9-8:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／ブランド [SA]

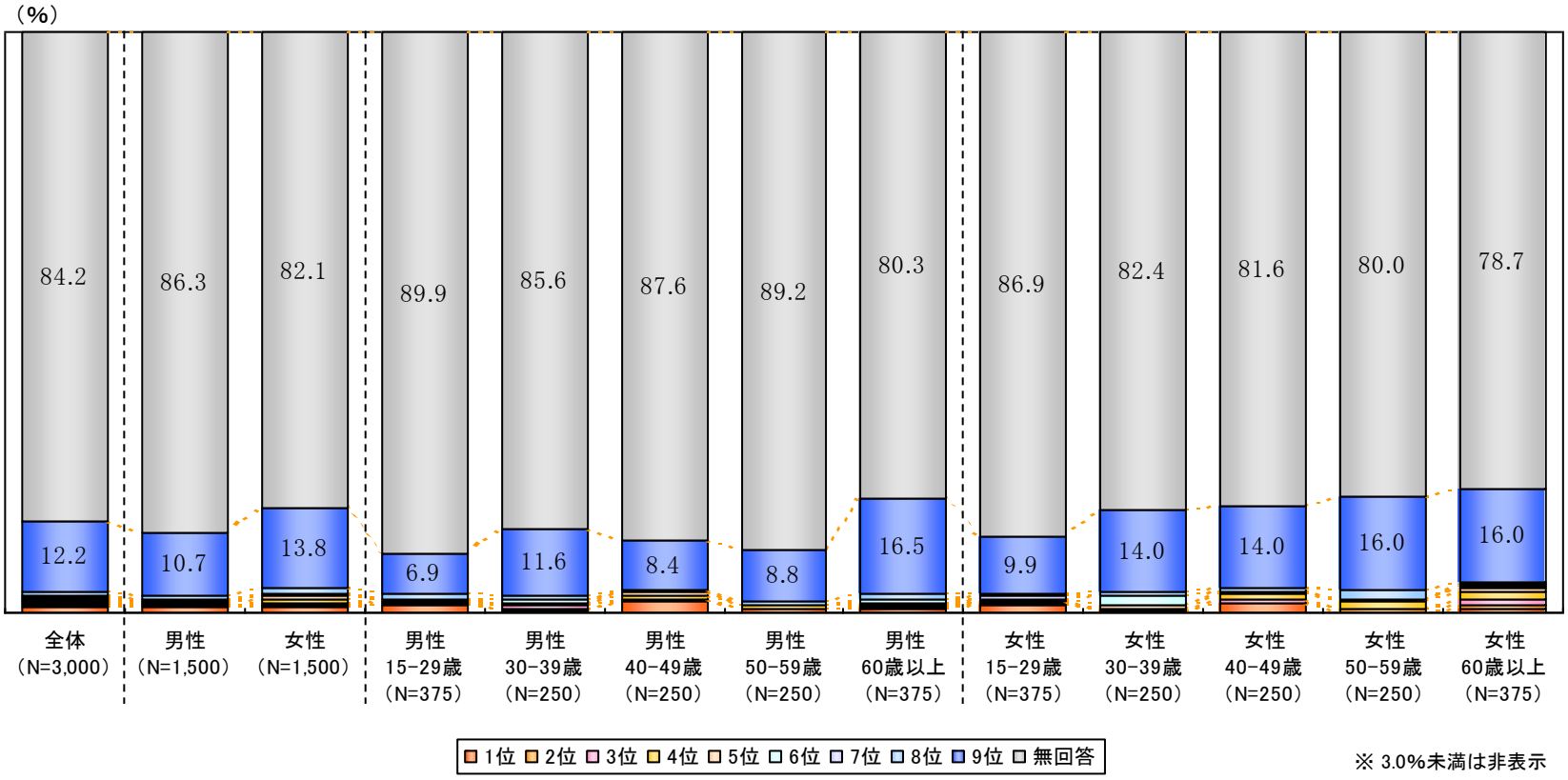


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の選択基準

●「無回答」の比率が高く、全体の8割半を占めた。
●有効回答の中では、最下位の「6位」が最も高く12.2%となり、他の順位は1%以下に留まった。

Q9-9:あなたは、購入・消費する魚介類をどのような基準で選択していますか?／その他 [SA]



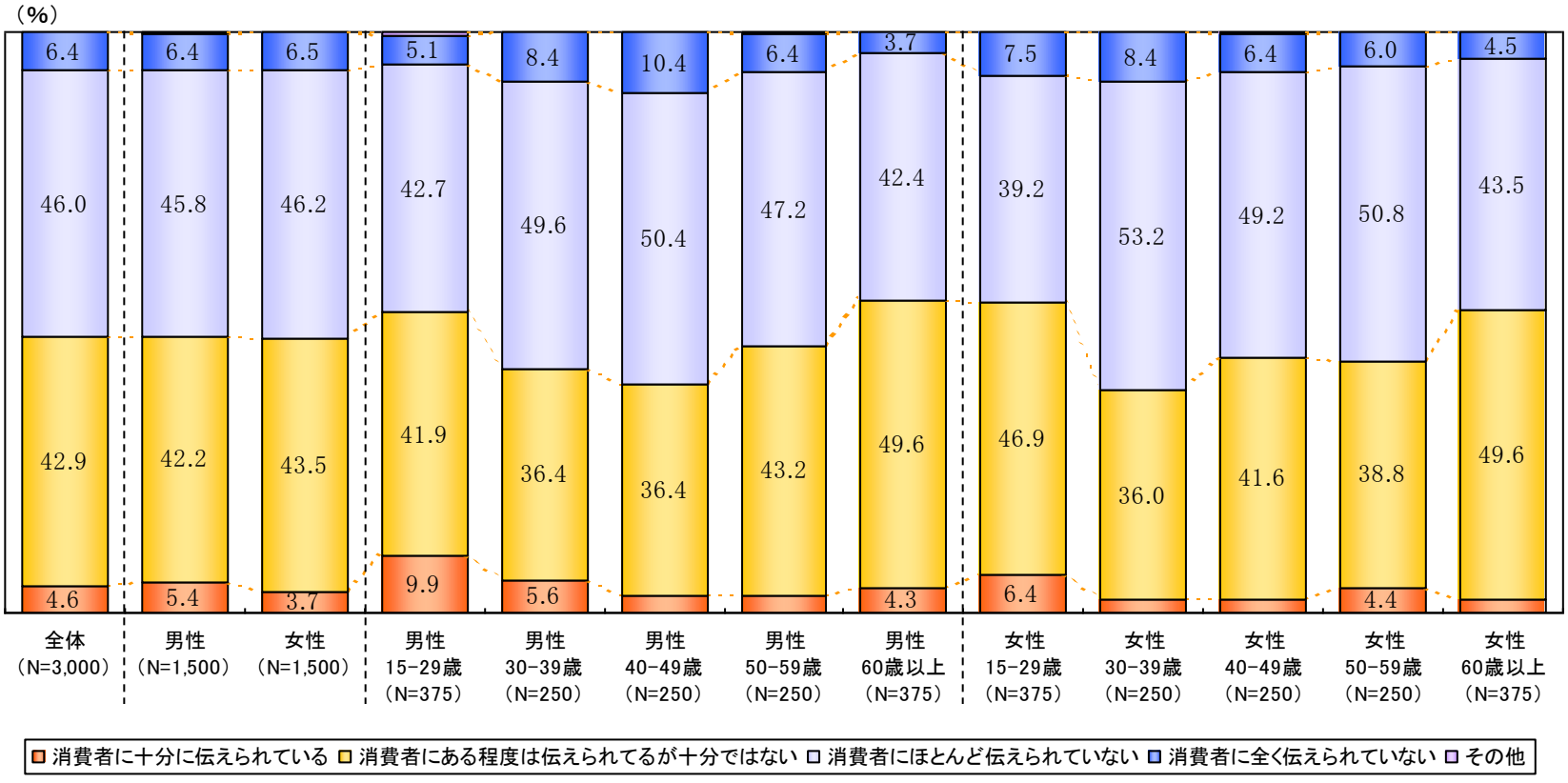
※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「消費者にほとんど伝えられていない」が最も高く46.0%となった。次いで、「消費者にある程度は伝えられてるが十分ではない」42.9%、「消費者に全く伝えられていない」6.4%と続いた。「伝えられていない 計」(「ほとんど伝えられていない」+「全く伝えられていない」)は52.4%と、「伝えられている 計」(「十分に伝えられている」+「ある程度伝えられている」)の47.5%を上回った。

●性・年齢別で見ると、男女とも『15-29歳』『60歳以上』で、「伝えられている 計」が「伝えられていない 計」を上回っている。

Q10:あなたは、魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報が、消費者にどのくらい伝わっているとお考えになりますか？ [SA]

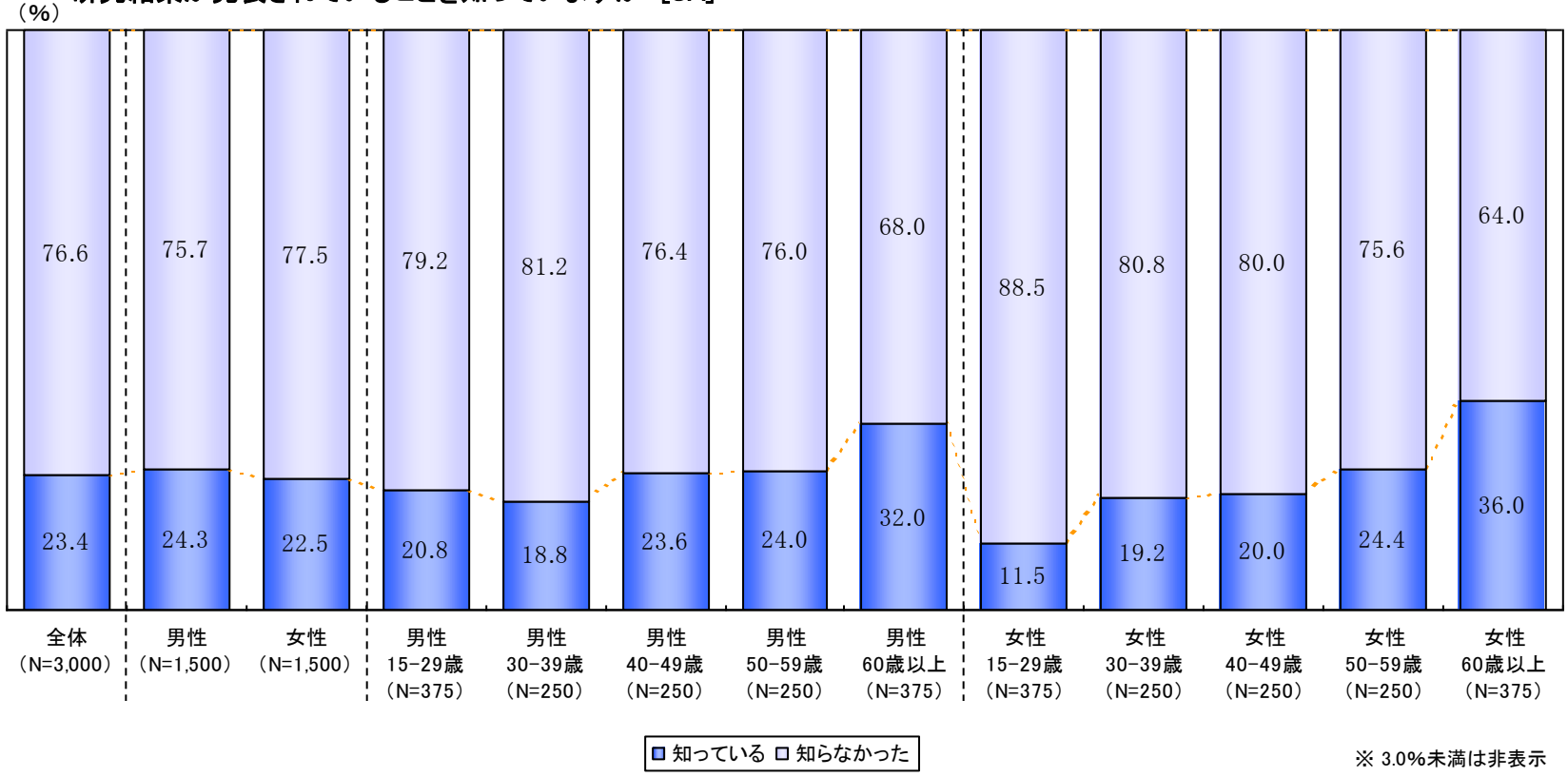


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「知らなかった」が76.6%と、「知っている」の23.4%を大きく上回った。
●性・年齢別で見ると、「知っている」の比率は、『女性』よりも『男性』でやや高く、
『男性』では『60歳以上』の32.0%が、『女性』でも『60歳以上』の36.0%が最も高くなった。

Q11：世界の海における現在の大型魚(マグロやタラなど)の漁業資源は、漁業が産業化した60年前の約10%しか残されていないとの研究結果が発表されていることを知っていますか [SA]

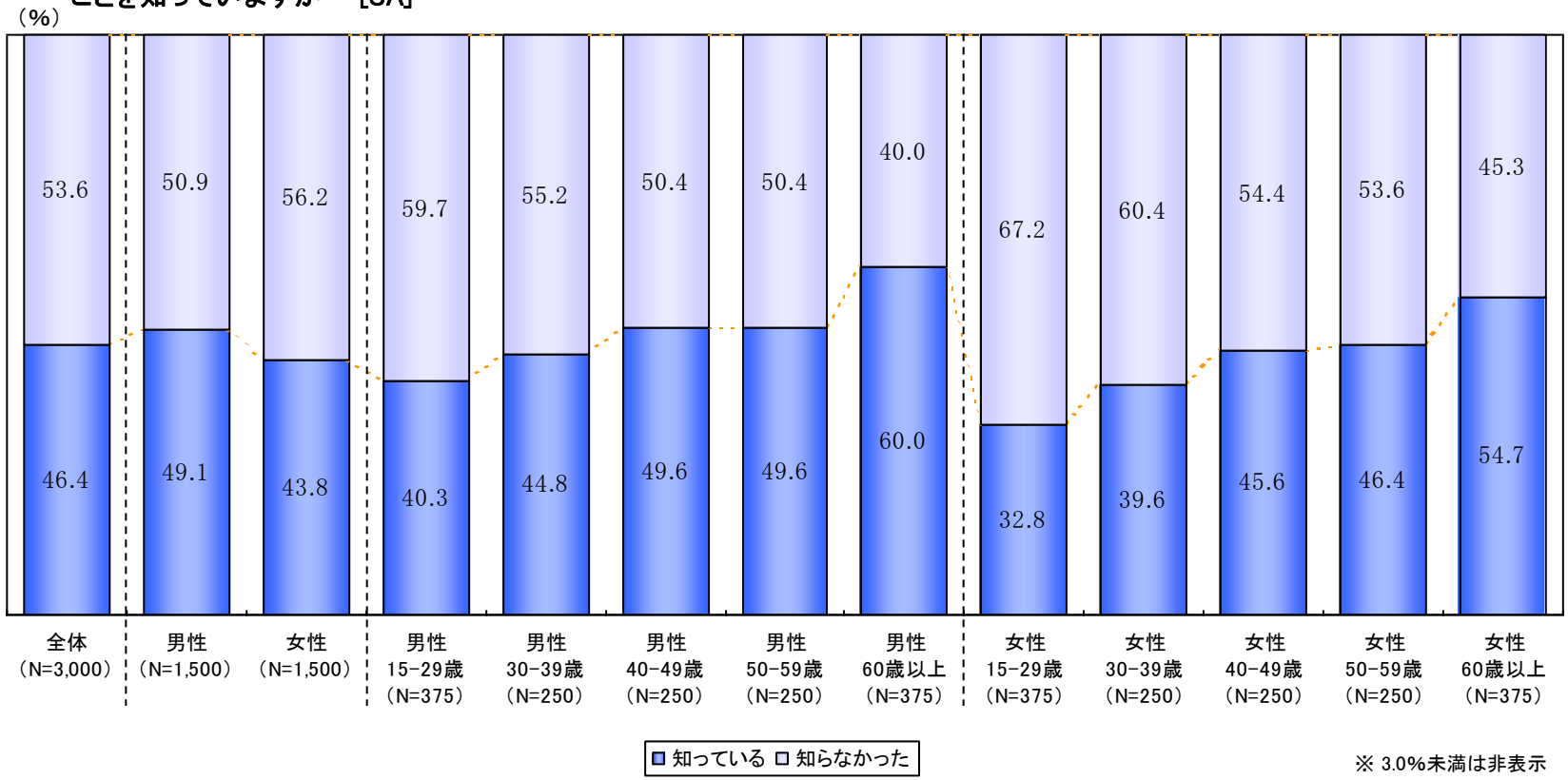


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「知らなかった」が53.6%と、「知っている」の46.4%を上回った。
●性・年齢別で見ると、「知っている」の比率は、『女性』よりも『男性』で高く、
『男性』では『60歳以上』の60.0%が、『女性』でも『60歳以上』の54.7%が最も高くなった。

Q12:ミナミマグロやメバチマグロが、絶滅危惧種および危急種としてレッドリスト(絶滅の恐れのある野生動植物のリスト)に登録されていることを知っていますか　[SA]

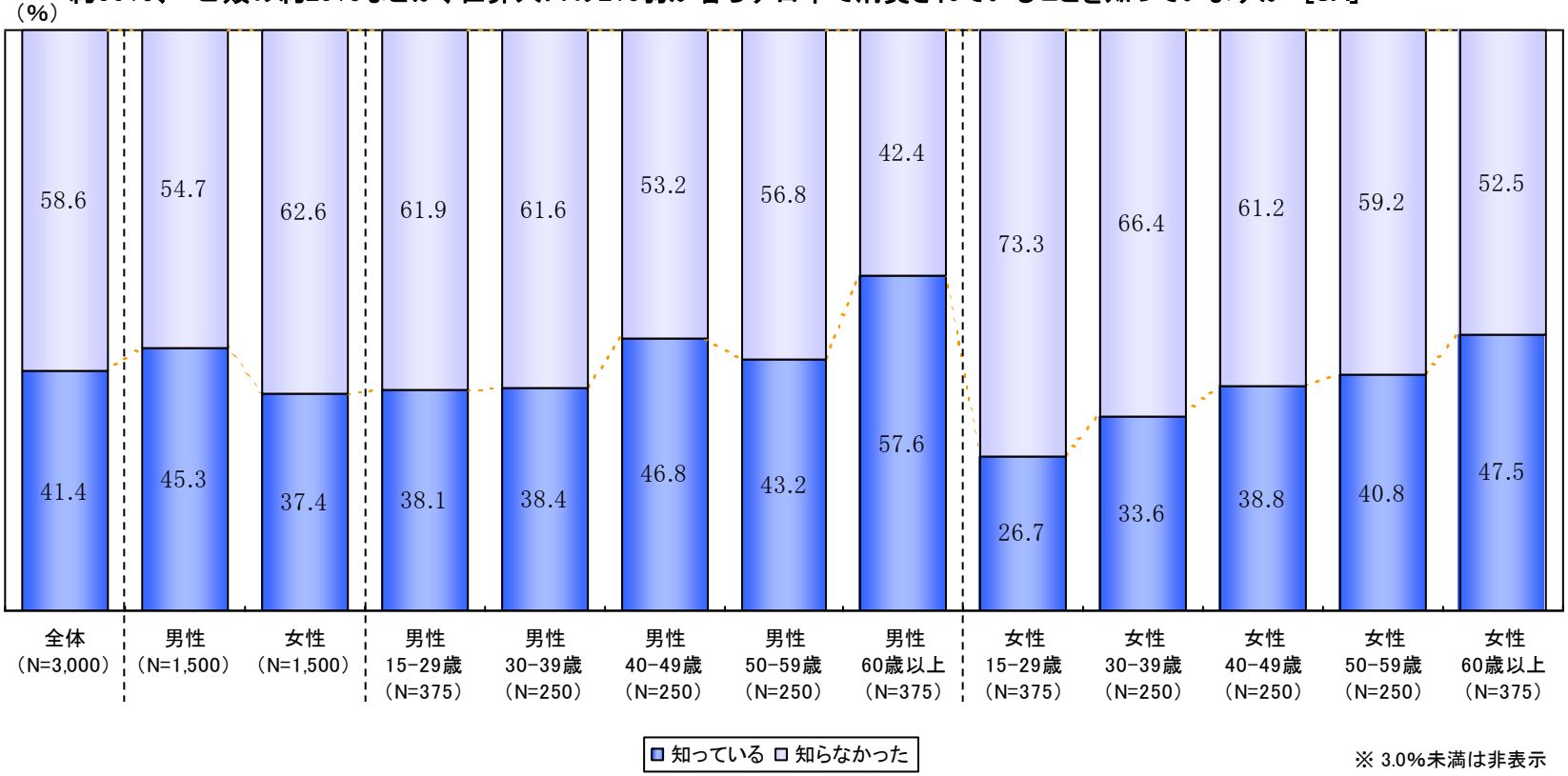


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「知らなかった」が58.6%と、「知っている」の41.4%を上回った。
●性・年齢別で見ると、「知っている」の比率は、『女性』よりも『男性』で高く、
『男性』では『60歳以上』の57.6%が、『女性』でも『60歳以上』の47.5%が最も高くなった。

Q13：世界で生産されるクロマグロの約80%、ミナミマグロの約95%、メバチマグロの約40%、ウナギ類の約80%、タコ類の約60%、イカ類の約50%、エビ類の約25%などが、世界人口の2%弱が暮らす日本で消費されていることを知っていますか ［SA］

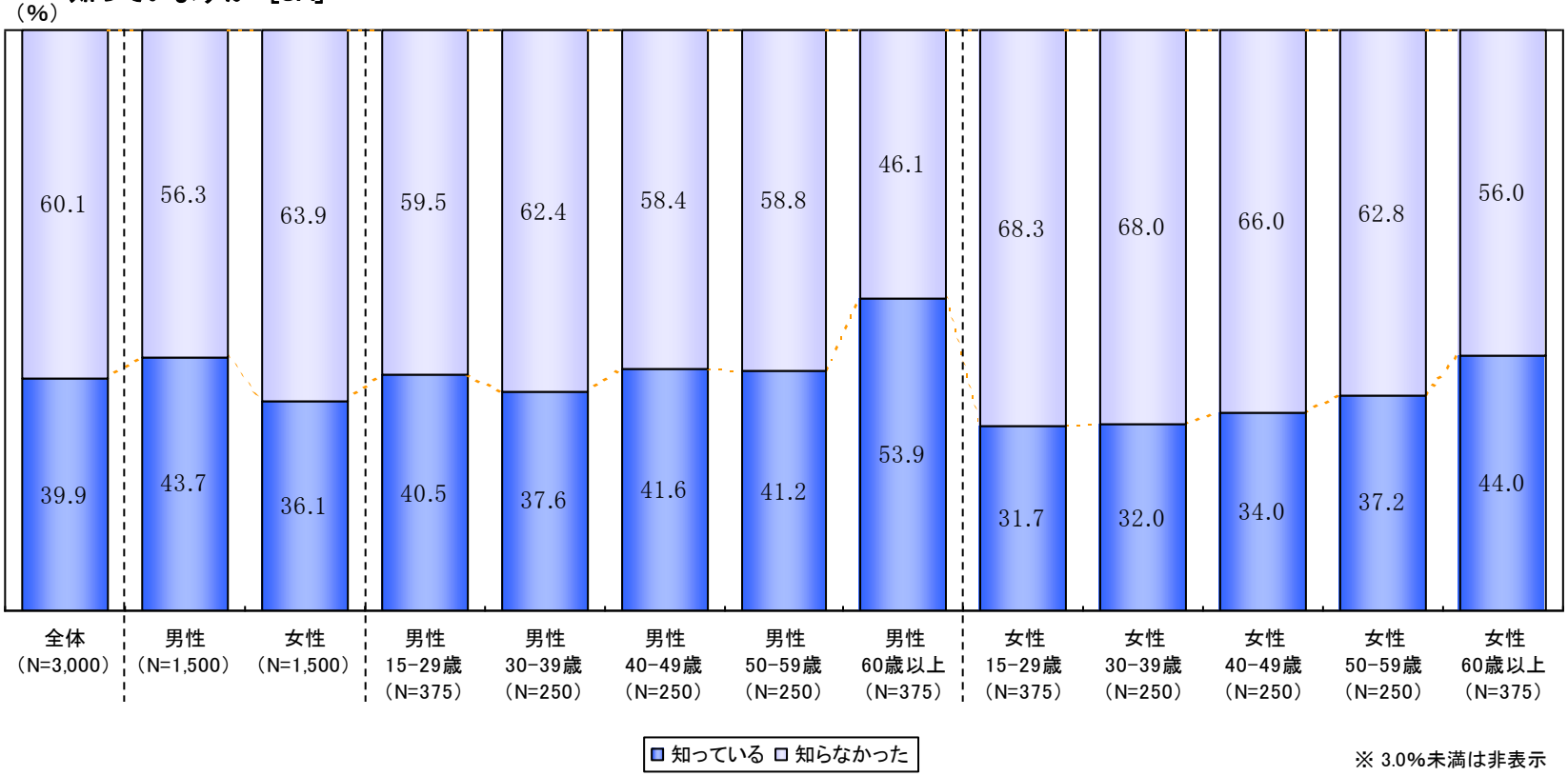


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「知らなかった」が60.1%と、「知っている」の39.9%を上回った。
●性・年齢別で見ると、「知っている」の比率は、『女性』よりも『男性』で高く、
『男性』では『60歳以上』の53.9%が、『女性』でも『60歳以上』の44.0%が最も高くなった。

Q14：日本は人口30万人以上の国の中で一人あたりの魚介類の消費量が世界で最も多く、世界平均の3倍以上もあることを知っていますか [SA]

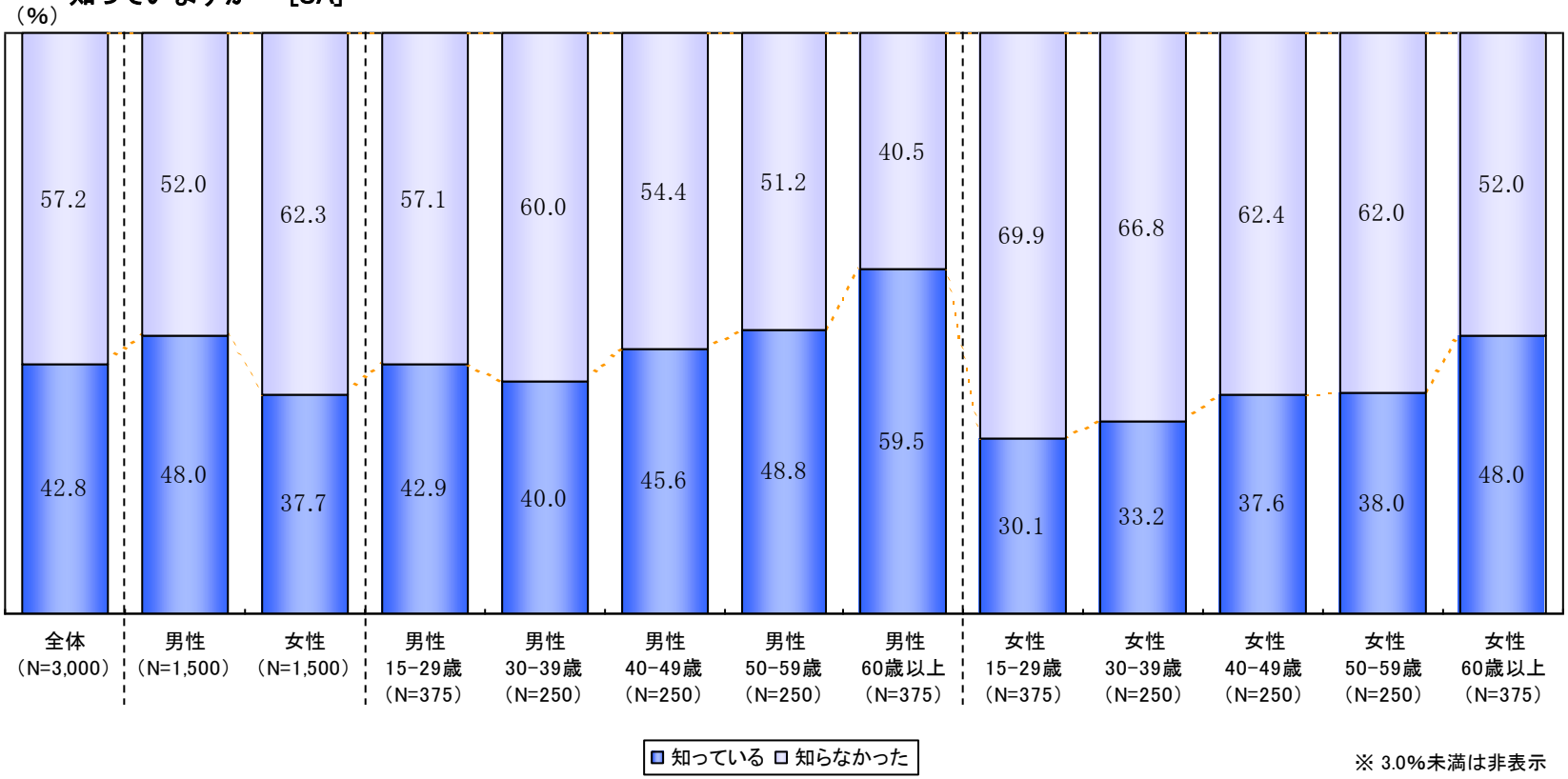


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「知らなかった」が57.2%と、「知っている」の42.8%を上回った。
●性・年齢別で見ると、「知っている」の比率は、『女性』よりも『男性』で高く、
『男性』では『60歳以上』の59.5%が、『女性』でも『60歳以上』の48.0%が最も高くなった。

Q15：日本は、輸入金額で世界第1位、輸入数量で中国（日本人口の10倍）に次ぐ世界第2位の魚介類輸入大国であることを知っていますか　[SA]

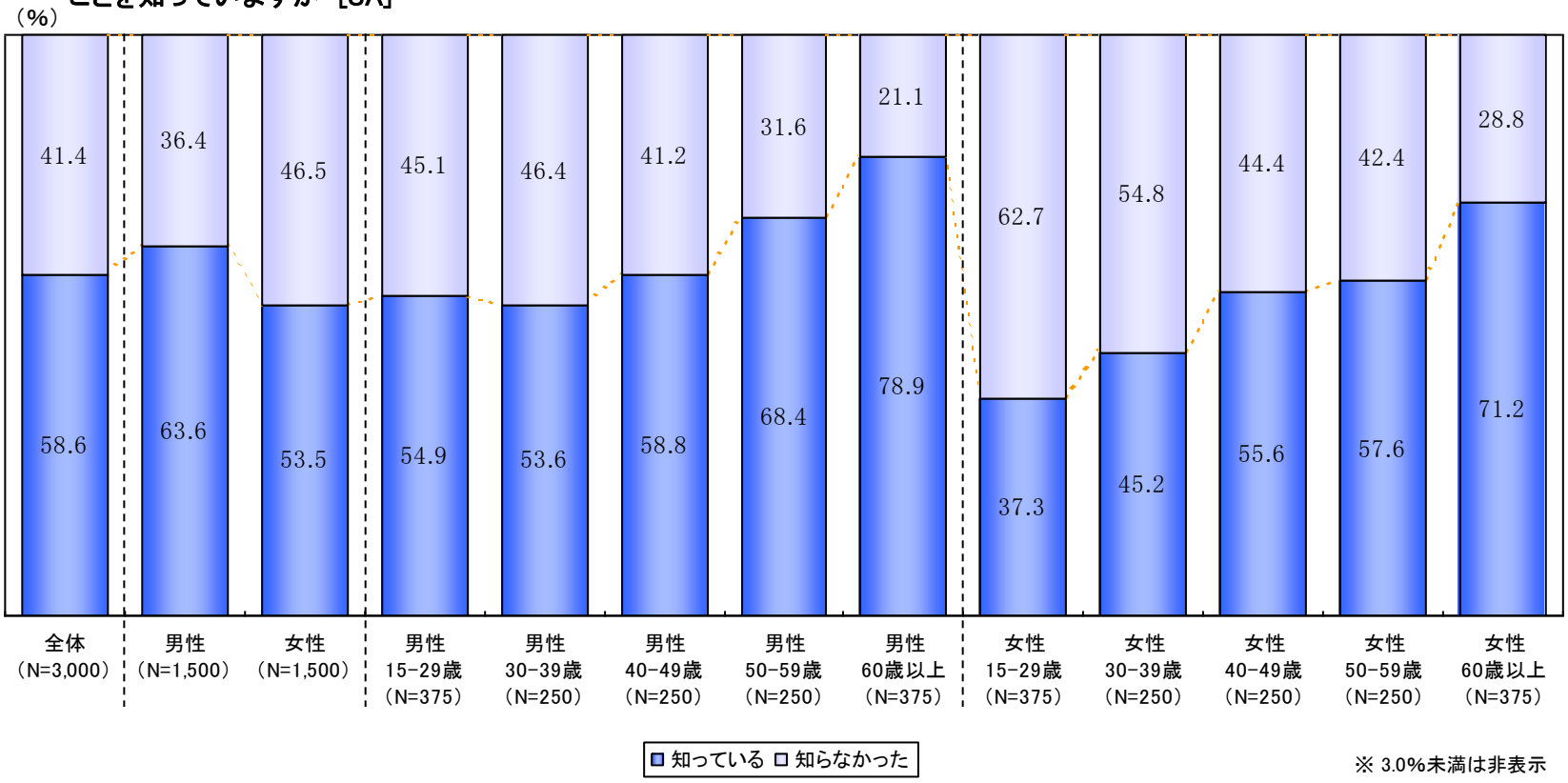


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「知っている」が58.6%と、「知らなかった」の41.4%を上回った。
●性・年齢別で見ると、「知っている」の比率は、『女性』よりも『男性』で高く、
『男性』では『60歳以上』の78.9%が、『女性』でも『60歳以上』の71.2%が最も高くなった。

Q16：日本の魚介類の消費量は増少傾向にある一方、世界的にはアメリカ、EU、中国、韓国などを筆頭に、魚介類の消費量が急増していることを知っていますか [SA]

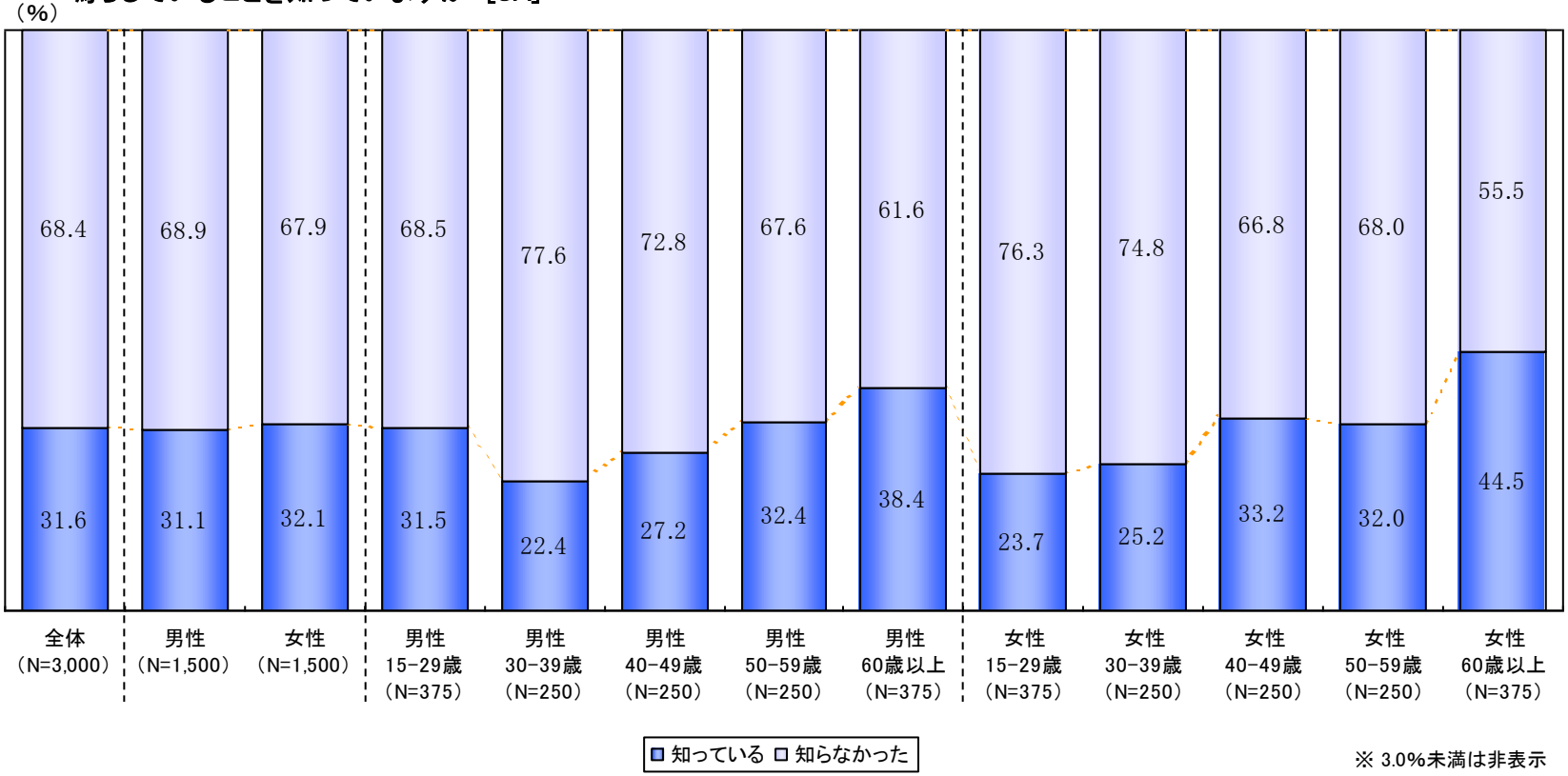


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「知っている」が31.6%と、「知らなかった」の68.4%を下回った。
●性・年齢別で見ると、「知っている」の比率は、『男性』31.1%、『女性』32.1%と同程度となった。
また、『男性30-39歳』で22.4%と、すべての性・年齢を通じて最も低い。

Q17:このまま魚を獲り続けたら2050年までに世界の海で漁業が商業として成り立たなくなる恐れがあると、国連環境計画(UNEP)が警鐘を鳴らしていることを知っていますか [SA]



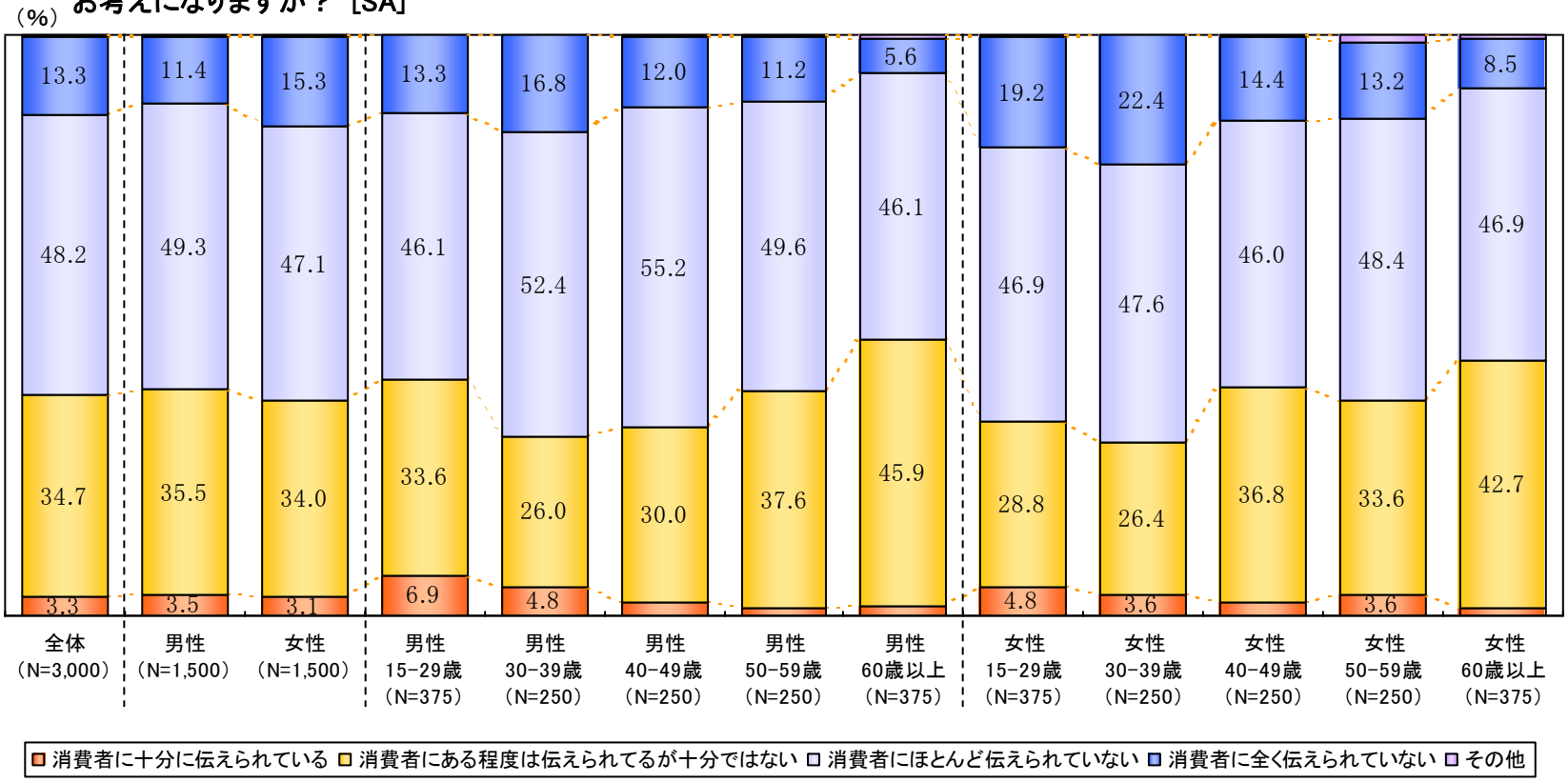
※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の認知実態

●全体では、「消費者にほとんど伝えられていない」が最も高く48.2%となった。次いで、「消費者にある程度は伝えられてるが十分ではない」34.7%、「消費者に全く伝えられていない」13.3%と続いた。「伝えられていない 計」(「ほとんど伝えられていない」+「全く伝えられていない」)が61.5%と、「伝えられている 計」(「十分に伝えられている」+「ある程度伝えられている」)の38.0%を上回った。

●性・年齢別で「伝えられていない 計」を見ると、男女とも『30-39歳』で最も高い。

Q18:あなたは、いままでの設問に答えた上で、魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報が、消費者にどのくらい伝わっているとお考えになりますか? [SA]

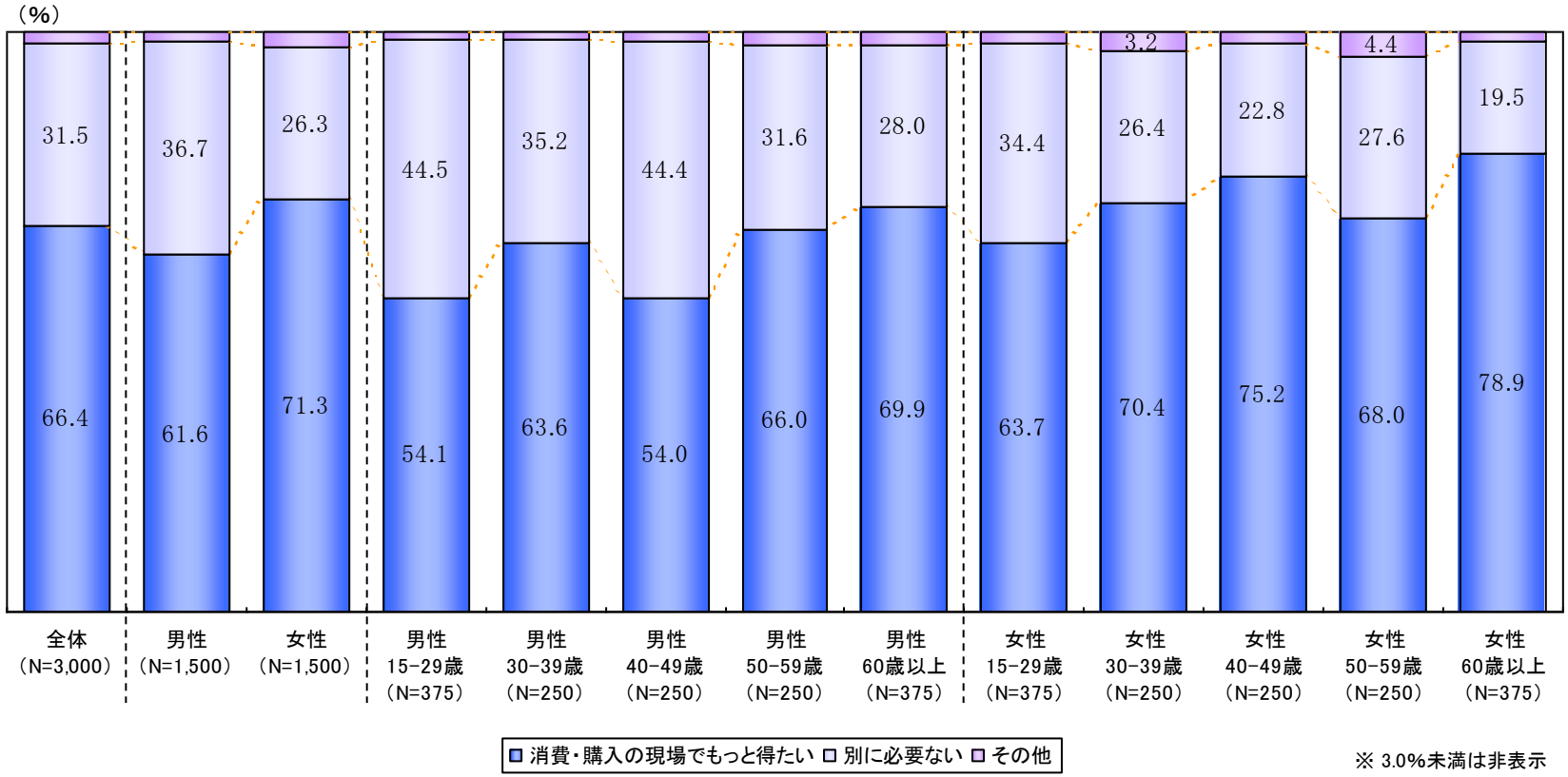


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「消費・購入の現場でもっと得たい」が66.4%と、「別に必要ない」の31.5%を大きく上回った。
●性・年齢別で見ると、「消費・購入の現場でもっと得たい」の比率は、『男性』よりも『女性』で高く、
『男性』では『60歳以上』の69.9%が、『女性』でも『60歳以上』の78.9%が最も高くなった。

Q19:あなたは、魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、消費・購入の現場で得ることについて、どのように思いますか？ [SA]

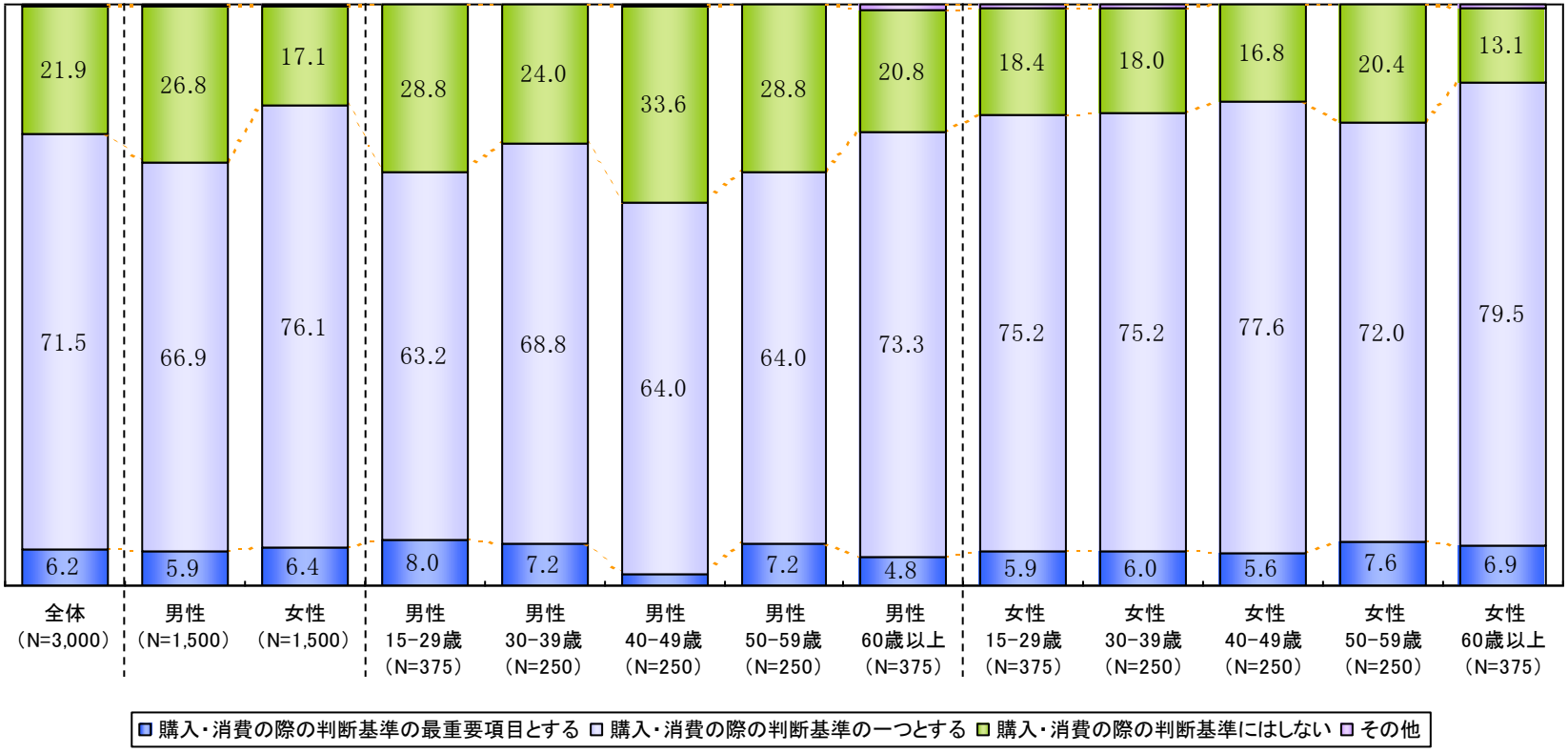


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「購入・消費の際の判断基準の最重要項目とする」6.2%、「購入・消費の際の判断基準の一つとする」71.5%となり、合算した「判断基準にする 計」は77.7%となった。「購入・消費の際の判断基準にはしない」は21.9%となった。
●性・年代別で見ると、「判断基準にする 計」は、『女性60歳以上』で最も高く86.4%、『男性40-49歳』で最も低く66.0%となった。

Q20:あなたは、もし魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報が身近にあれば、魚介類を購入・消費する際の新たな判断基準の一つにしますか？ [SA]



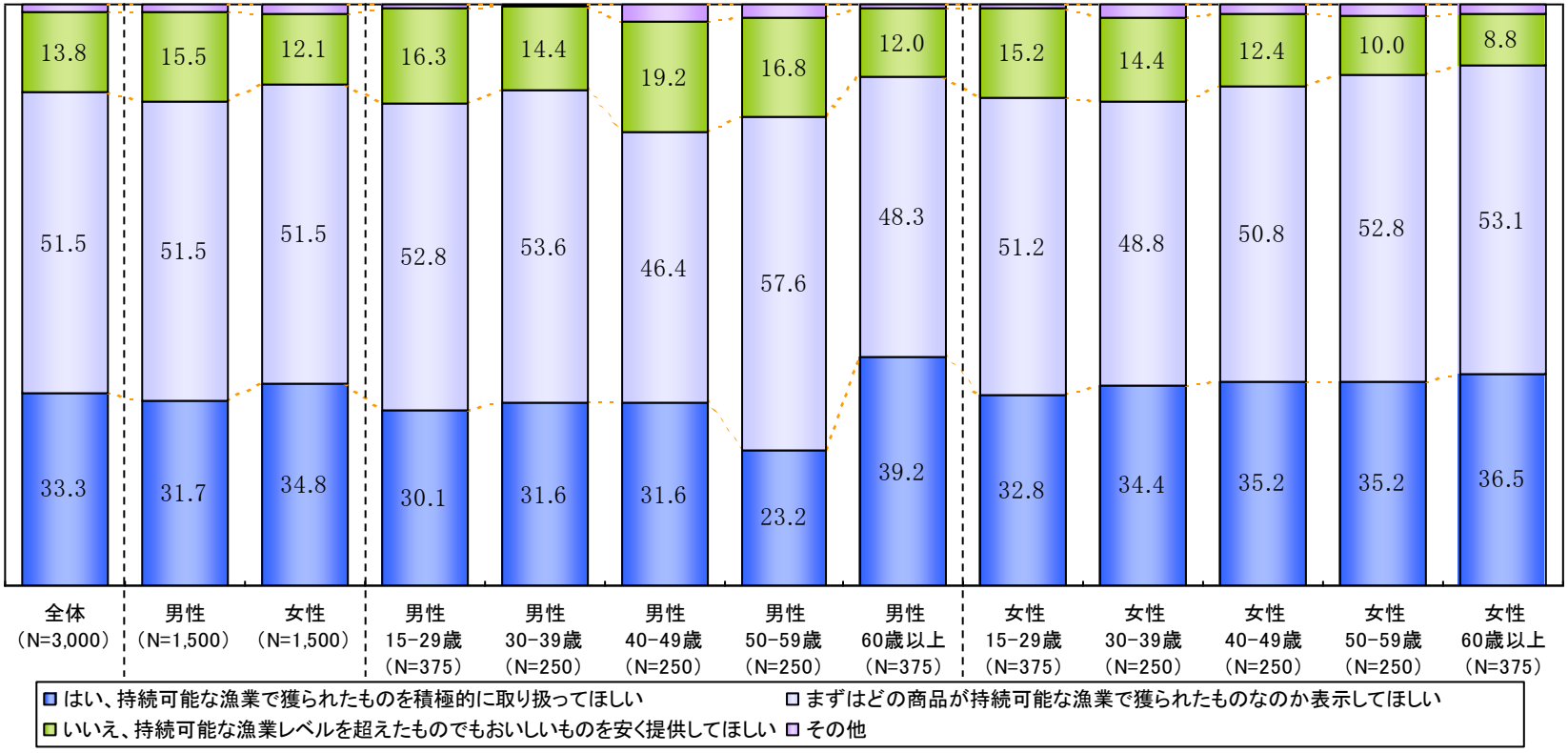
※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「まずはどの商品が持続可能な漁業で獲られたものなのか表示してほしい」が最も高く51.5%となった。次いで、「はい、持続可能な漁業で獲られたものを積極的に取り扱ってほしい」33.3%、「いいえ、持続可能な漁業レベルを超えたものでもおいしいものを安く提供してほしい」13.8%となった。

●性・年代別で見ると、「はい、持続可能な漁業で獲られたものを積極的に取り扱ってほしい」は、『男性60歳以上』で最も高く39.2%、「まずはどの商品が持続可能な漁業で獲られたものなのか表示してほしい」は『男性50-59歳』で最も高く57.6%となった。

Q21：あなたは、あなたが普段魚介類を購入・消費する小売やレストランに、持続可能な漁業で獲られたものを積極的に取り扱ってほしいですか？ [SA]



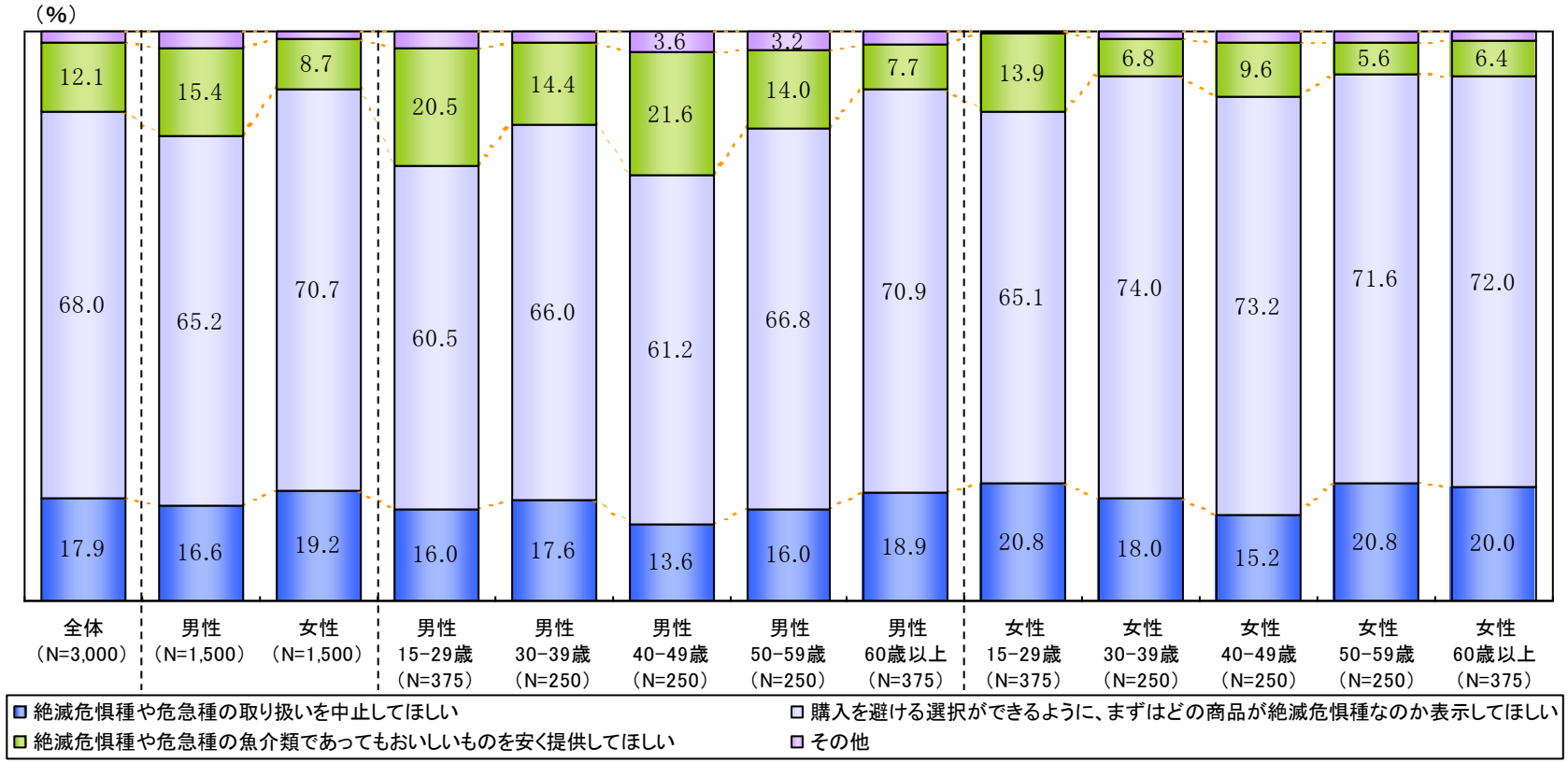
※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「購入を避ける選択ができるように、まずはどの商品が絶滅危惧種なのか表示してほしい」が最も高く68.0%となった。次いで、「絶滅危惧種や危急種の取り扱いを中止してほしい」17.9%、「絶滅危惧種や危急種の魚介類であってもおいしいものを安く提供してほしい」12.1%となった。

●性・年代別で見ると、「絶滅危惧種や危急種の取り扱いを中止してほしい」は、『女性15-29歳』『女性50-59歳』で最も高く、ともに20.8%、「購入を避ける選択ができるように、まずはどの商品が絶滅危惧種なのか表示してほしい」は『女性30-39歳』で最も高く74.0%となった。

Q22：あなたは、あなたが普段魚介類を購入・消費する小売やレストランに、絶滅危惧種や危急種をどのように取り扱ってほしいですか？ [SA]

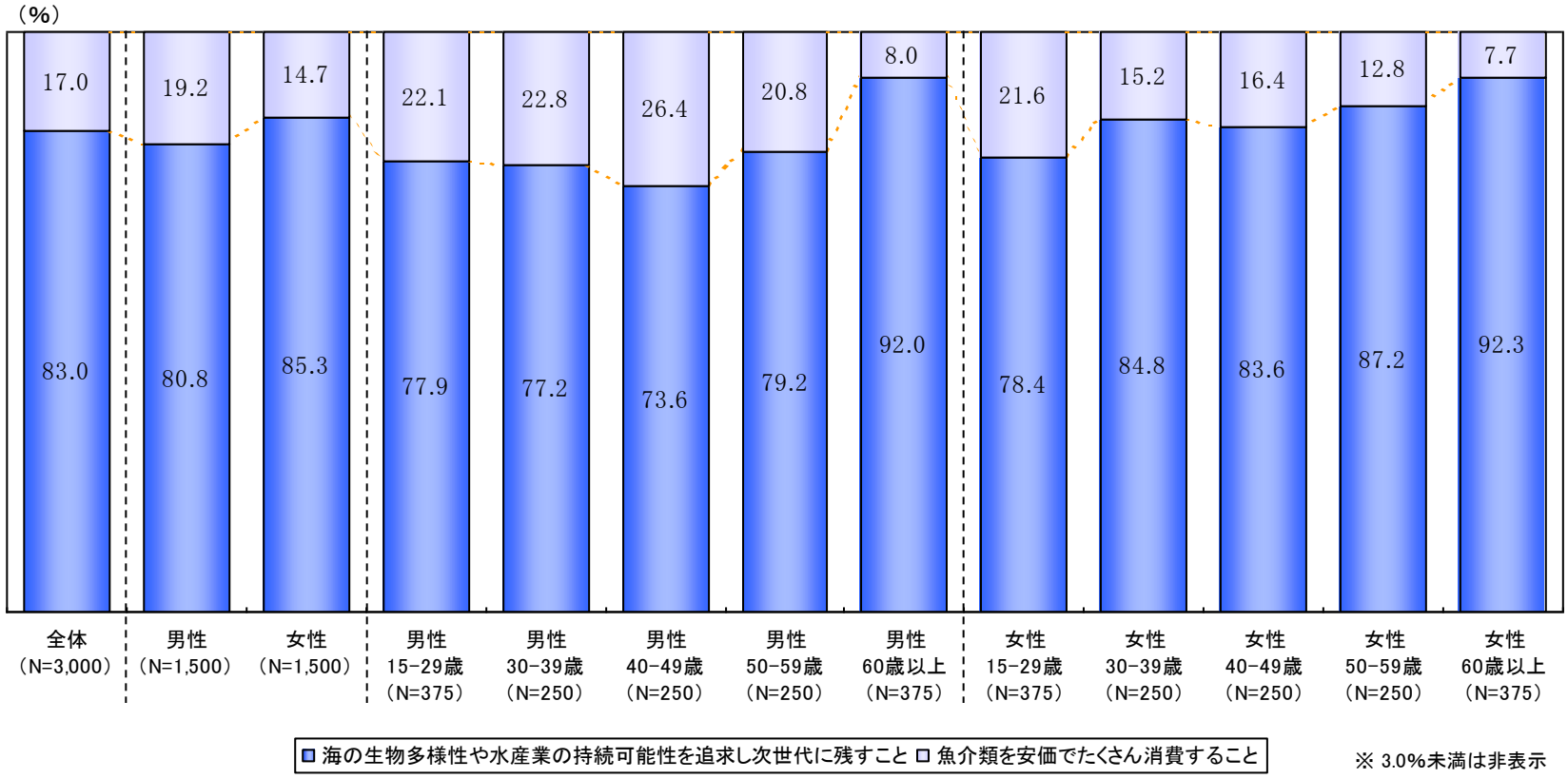


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「海の生物多様性や水産業の持続可能性を追求し次世代に残すこと」が83.0%と大半を占め、「魚介類を安価でたくさん消費すること」は17.0%に留まった。
●性・年齢別で見ると、「魚介類を安価でたくさん消費すること」は『女性』に比べ『男性』で高く、『男性40-49歳』で最も高い26.4%となっている。

Q23:あなたにとって、以下の選択肢の内、どちらが大切ですか？ [SA]

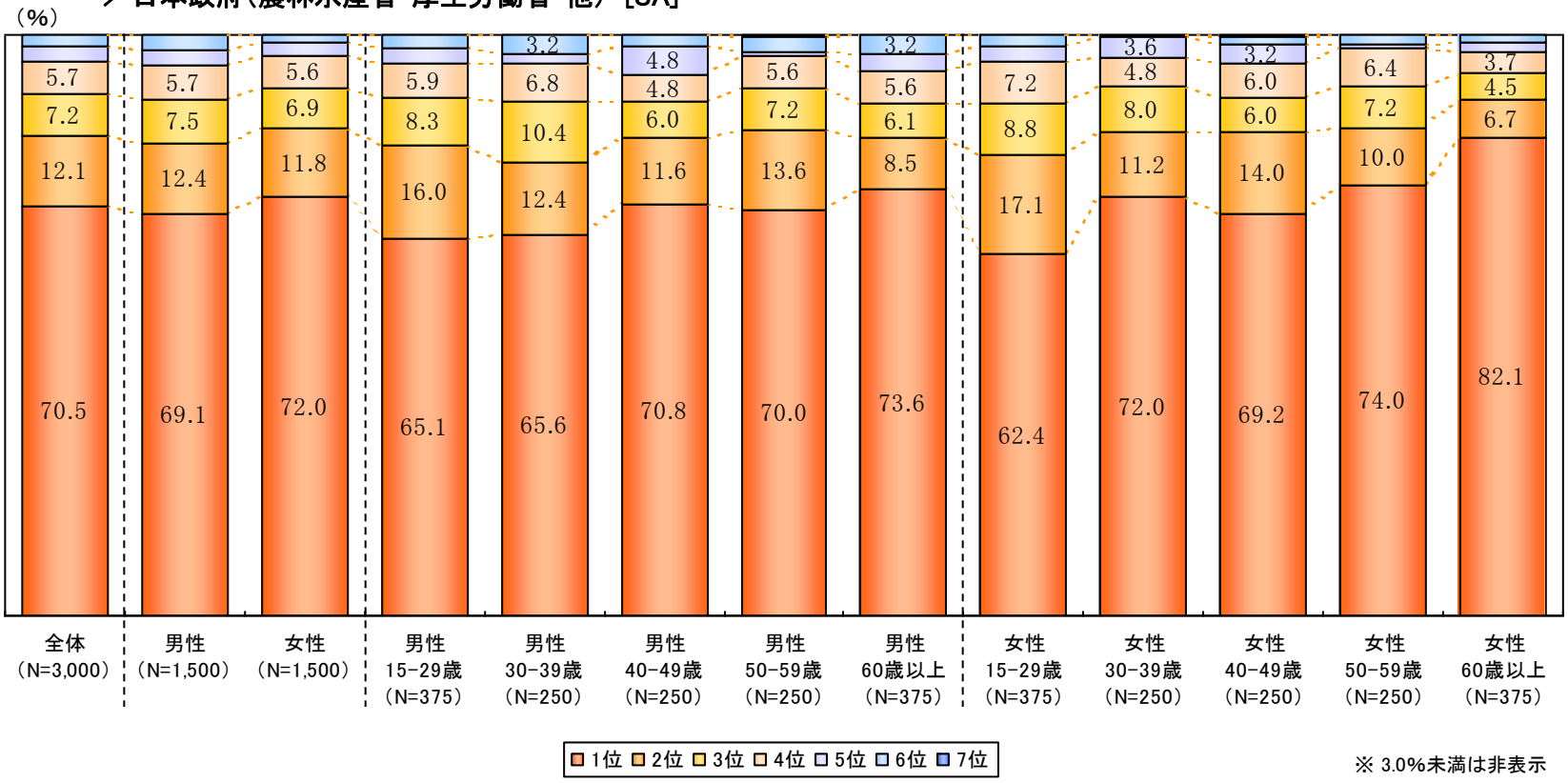


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「1位」が最も高く70.5%となった。次いで、「2位」12.1%、「3位」7.2%と続いた。
●性・年齢別で「1位」を見ると、『女性60歳以上』で最も高く82.1%、『女性15-29歳』で最も低く62.4%となった。

Q24-1:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？
／日本政府（農林水産省・厚生労働省・他） [SA]

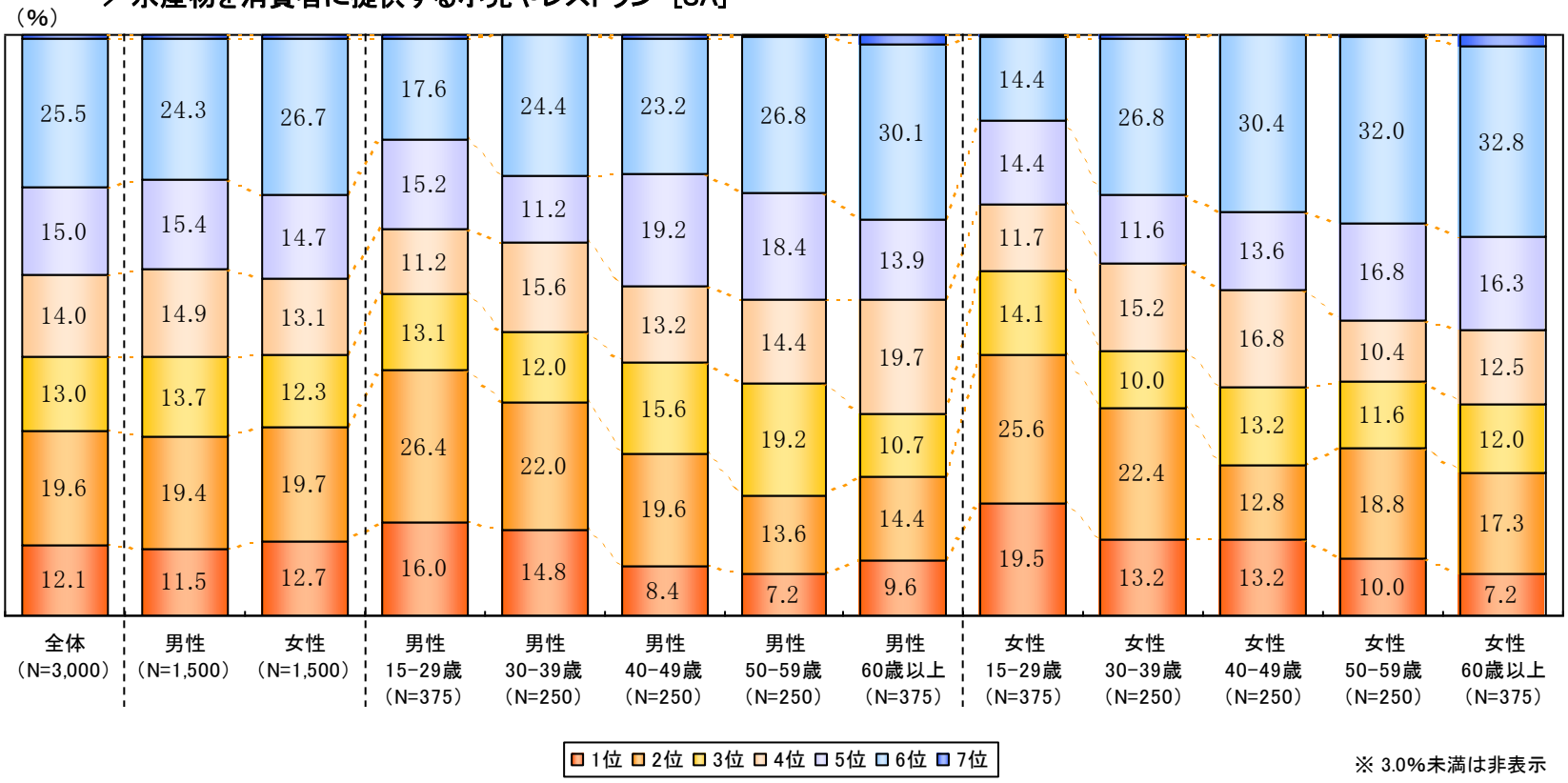


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「6位」が最も高く25.5%となった。次いで、「2位」19.6%、「5位」15.0%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「2位以上」の比率は、男女とも『15-29歳』で最も高い。

Q24-2:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？
／水産物を消費者に提供する小売やレストラン [SA]

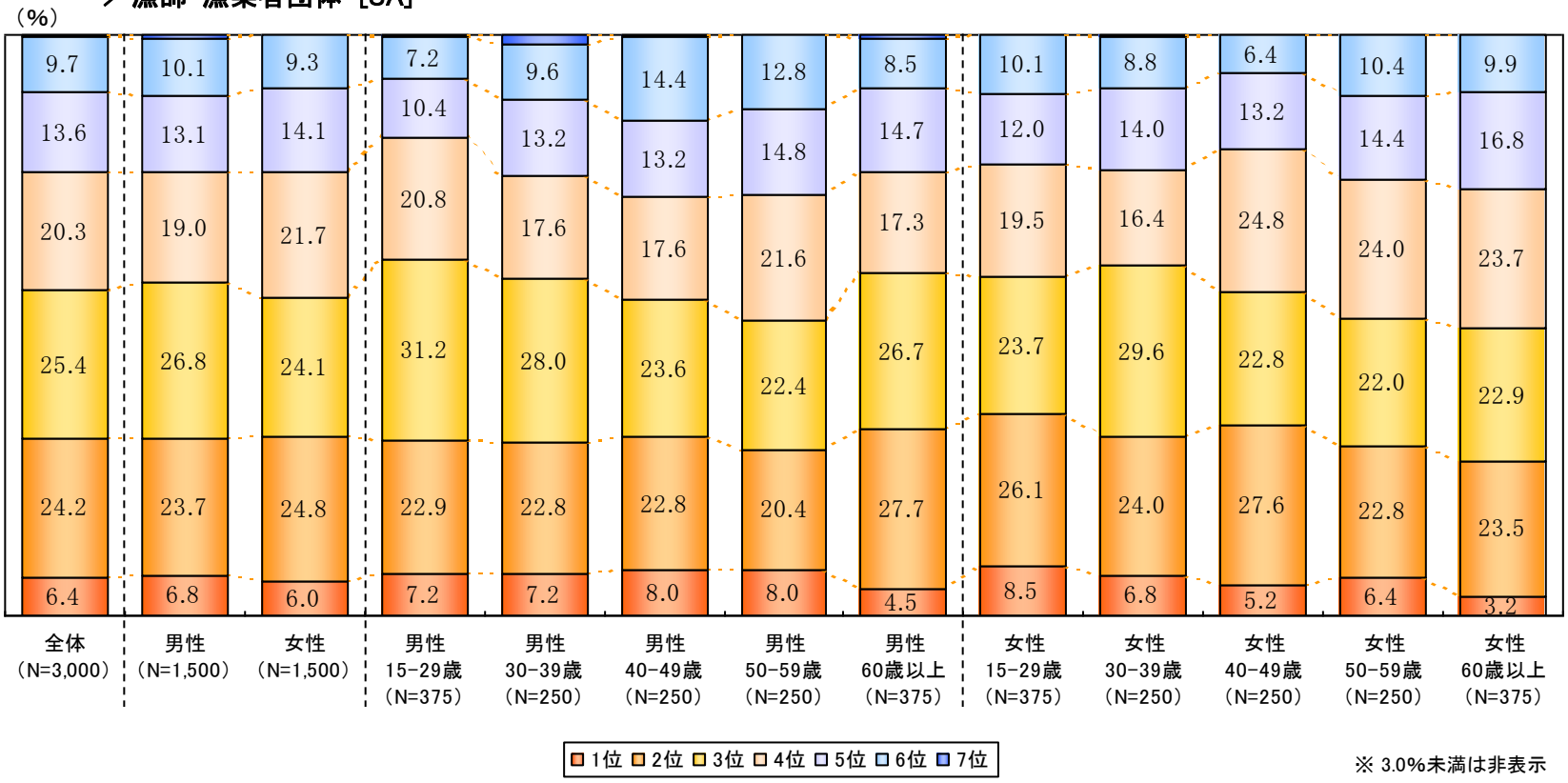


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「3位」が最も高く25.4%となった。次いで、「2位」24.2%、「4位」20.3%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「2位以上」の比率は、『男性』では『60歳以上』で、『女性』では『15-29歳』で最も高い。

Q24-3:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？
／漁師・漁業者団体 [SA]

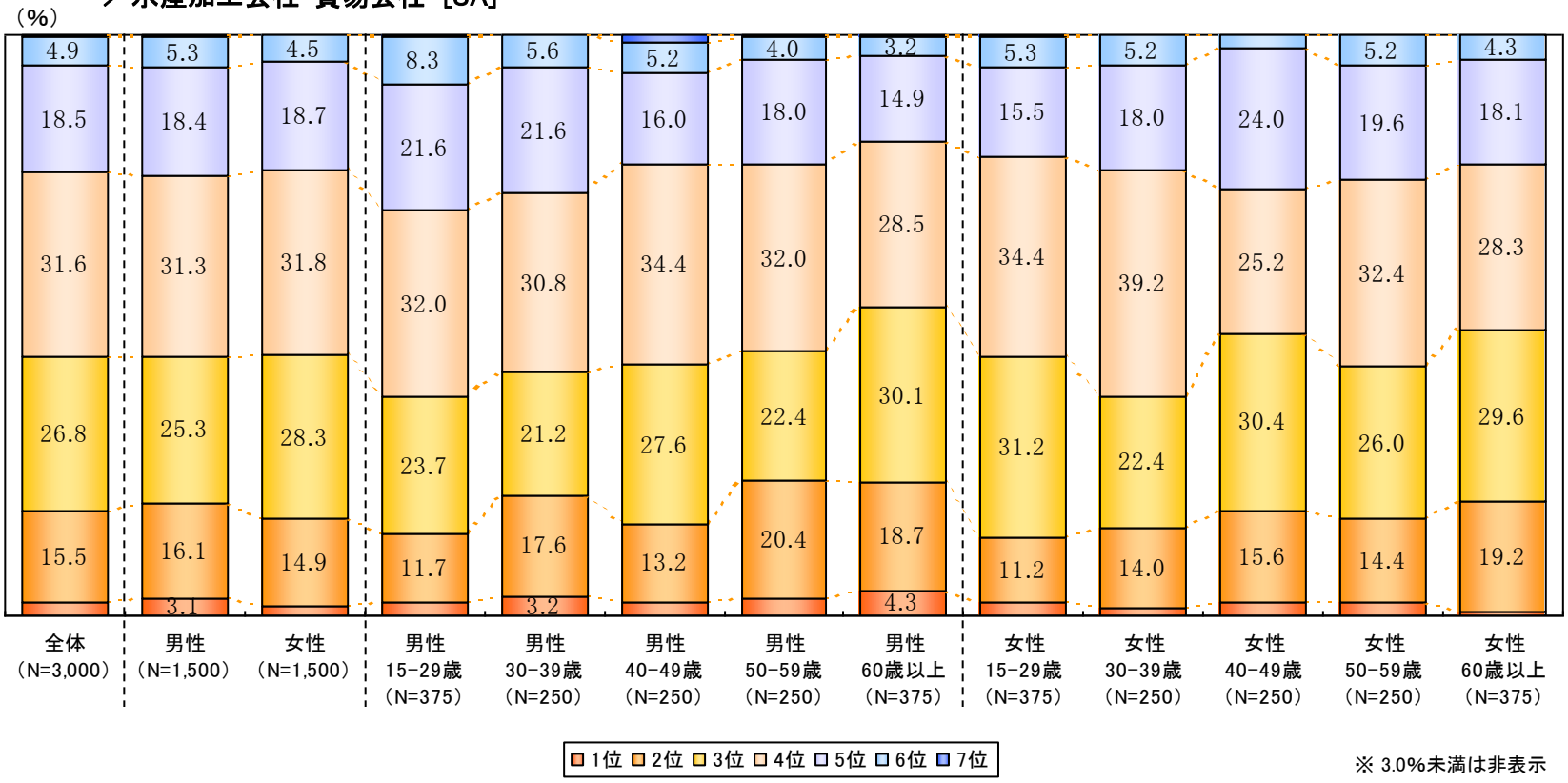


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「4位」が最も高く31.6%となった。次いで、「3位」26.8%、「5位」18.5%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「2位以上」の比率は、『男性』では『50-59歳』で、『女性』では『60歳以上』で最も高い。

Q24-4:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？
／水産加工会社・貿易会社 [SA]

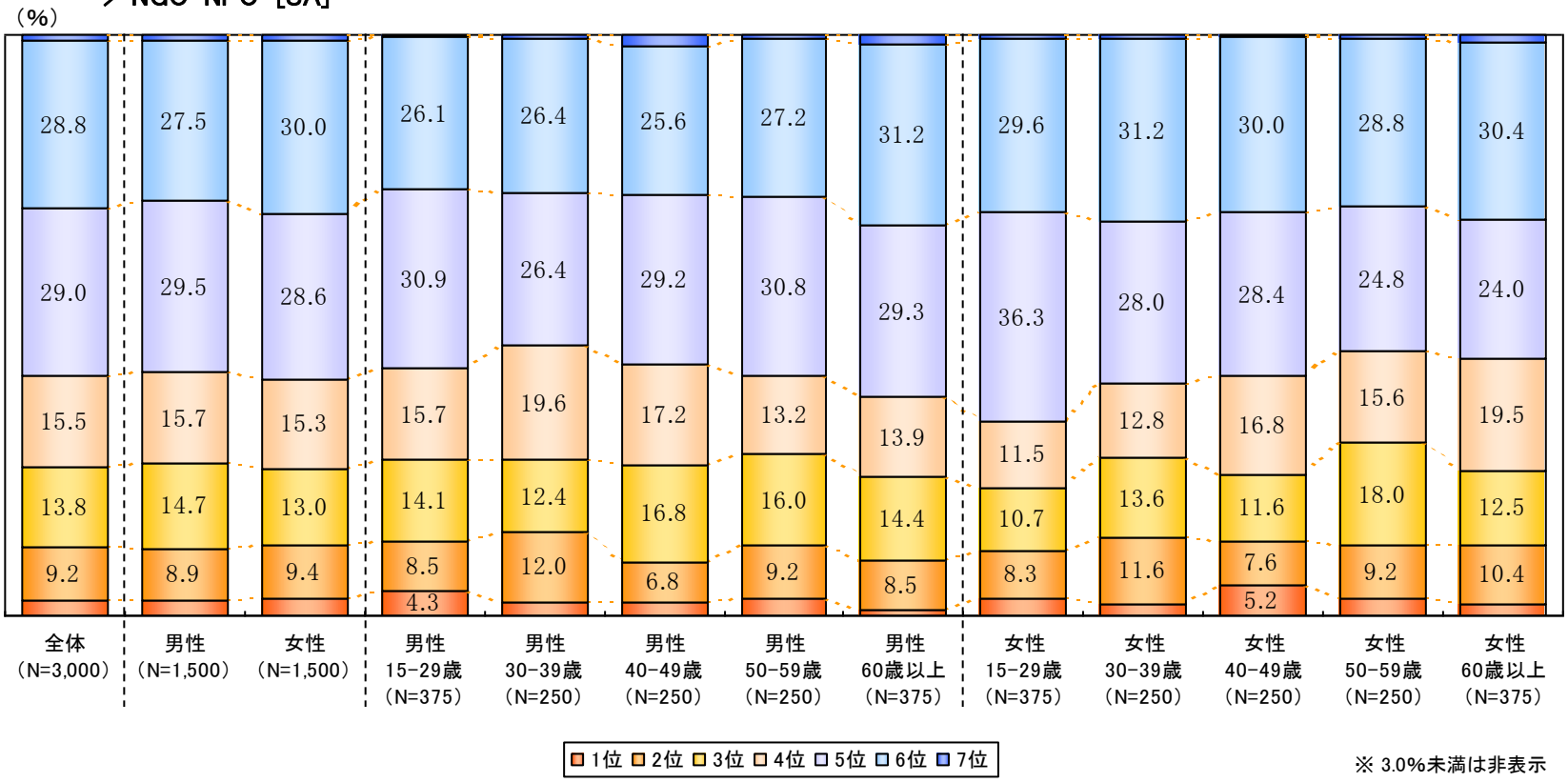


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「5位」が最も高く29.0%となった。次いで、「6位」28.8%、「4位」15.5%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「2位以上」の比率は、男女とも『30-39歳』で最も高い。

Q24-5:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？
／NGO・NPO [SA]

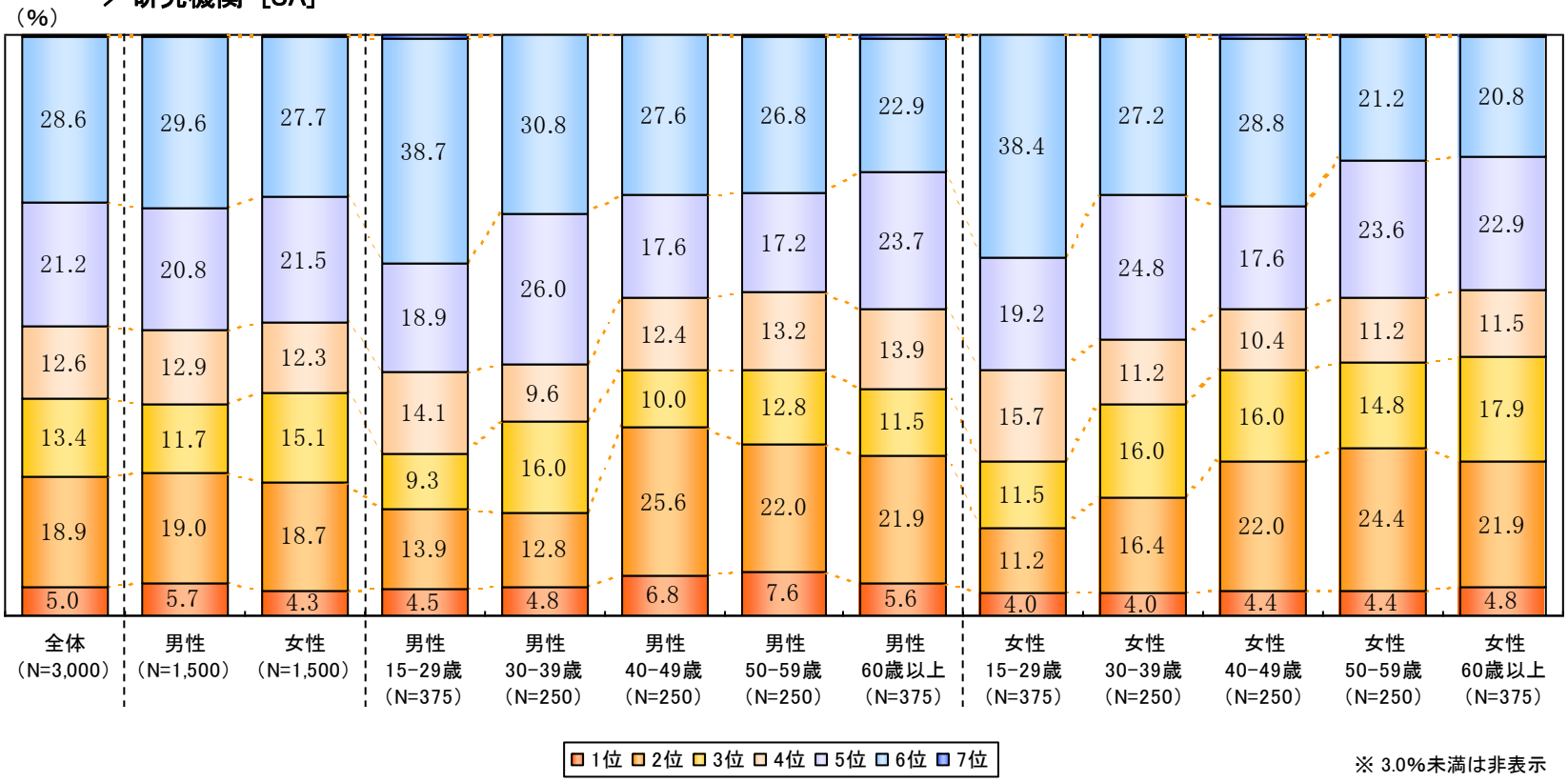


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●全体では、「6位」が最も高く28.6%となった。次いで、「5位」21.2%、「2位」18.9%と続いた。
●性・年齢別で見ると、「2位以上」の比率は、『男性』では『40-49歳』で、『女性』では『50-59歳』で最も高い。

Q24-6:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？
／研究機関 [SA]

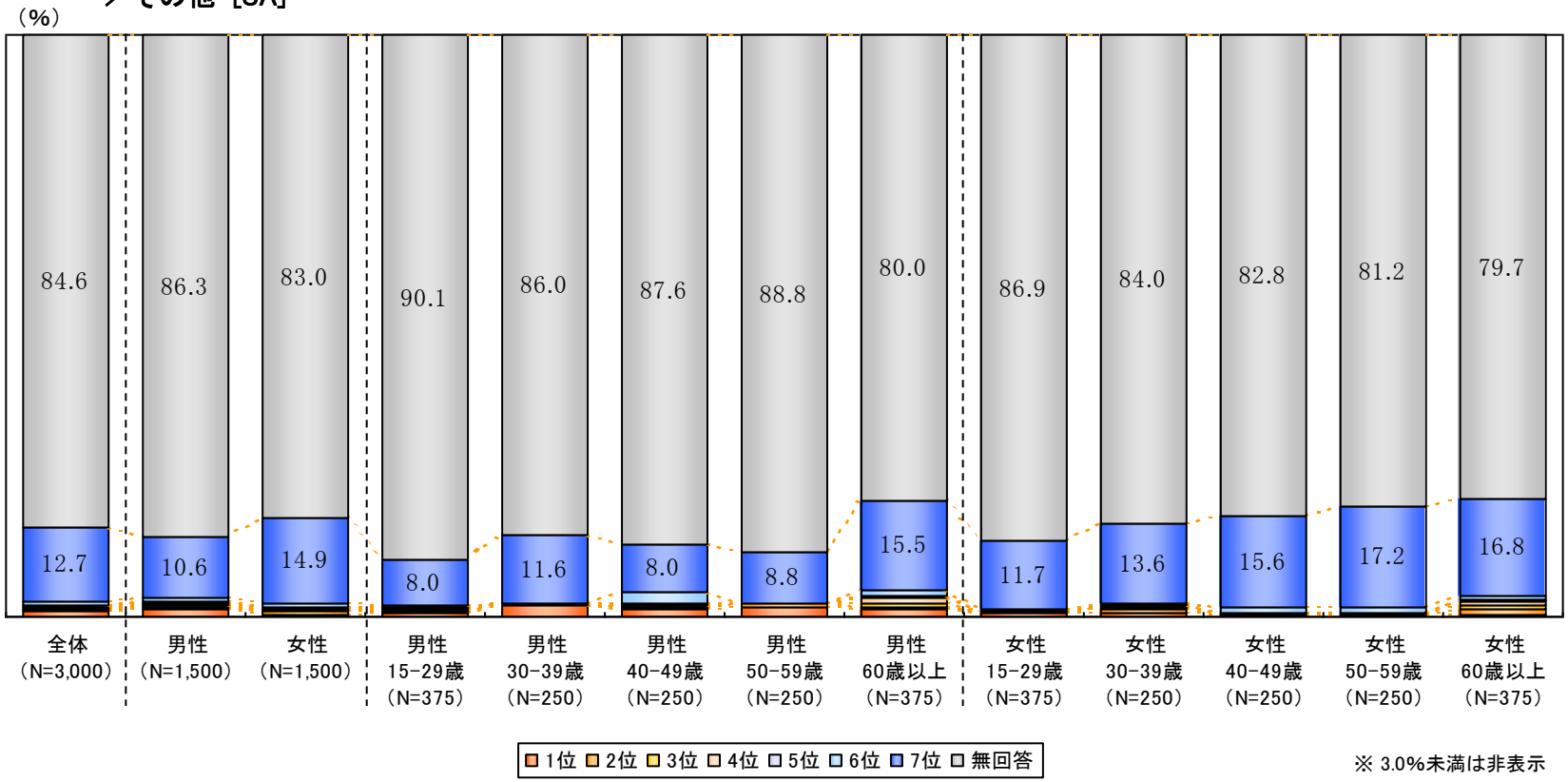


※ 3.0%未満は非表示

魚介類の資源状態、環境負荷に関する情報の提供について

●「無回答」の比率が高く、全体の8割半を占めた。
●有効回答の中では、最下位の「7位」が最も高く12.7%となり、他の順位は1%未満に留まった。

Q24-7:あなたは、小売やレストランに並ぶ魚介類の資源状態や環境負荷に関する情報を、どこが消費者に提供するべきだと思いますか？
／その他 [SA]



※ 3.0%未満は非表示