

人工甘味料に対する消費者意識についての研究

1360026 寺本 梨乃 (生物資源経済学研究室)

1.はじめに

近年日本では、欧米の食文化の浸透などを理由として糖尿病をはじめとする生活習慣病やメタボリックシンドロームなどが社会問題となっている。こういった問題から健康志向やダイエットブームが巻き起こっており、低カロリーやカロリーゼロを謳った商品が市場に多く陳列されるようになった。これらの多くに砂糖の代替甘味料として使用されているのが人工甘味料(合成甘味料)である。人工甘味料は「非栄養甘味料」、「高甘味度甘味料」、「低エネルギー甘味料」と称されることも多い。現在人工甘味料についての様々な情報が飛び交っているため、人工甘味料摂取によるリスクや安全性について懐疑的な意見も多く見られる。こういった状況下でも、食品企業は低コスト、低カロリーなどの利点から多様な商品に人工甘味料を使用している。

そこで本研究では、消費者に人工甘味料に関するアンケート調査を実施することで、人工甘味料に対する消費者の意識や現状を把握し、今後の市場における人工甘味料の在り方について考察することを目的とする。この目的のため、以下の三点を中心に本研究は進めた。第一に人工甘味料における認知度、印象の調査。第二に人工甘味料を摂取するリスクを知った上で人工甘味料を含む低カロリー商品を選択するかどうか。第三に人工甘味料を含む低カロリー商品を選択する理由や選択する人の特徴や個人属性との関係について探る。

2.分析方法

人工甘味料を含む商品の需要や消費者意識を把握するために、2016年8月27日、28日に金沢市で開催された「いしかわ環境フェア 2016」の来客を対象にアンケート調査を実施した。回答数は199部、有効回答数は198部であった。

第一の人工甘味料の認知度の調査では、アンケートで代表的な人工甘味料を提示し、人工甘味料の種類毎の認知度の比較を行った。また印象については、安全面、健康面、価格面の三項目のアンケート結果を用いた。第二の人工甘味料のリスクに関する知識の有無と低カロリー商品を選択する関係についての調査では、人工甘味料に関する知識を提示する前後で、人工甘味料を含む低カロリー商品を選ぶ人の割合が減少するかを調査した。第三の人工甘味料を含む低カロリー商品を選ぶ理由についての分析では、消費者の身長と体重からBMIを算出し、このBMIの数値や性別などの個人属性の違いと人工甘味料への購買意欲の関係を調査した。

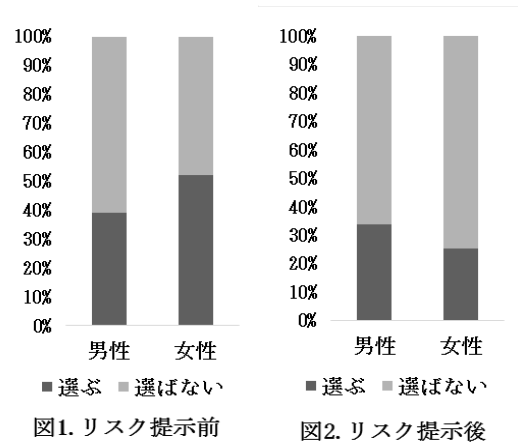
3.分析結果

第一の人工甘味料の認知度調査では、全体の80%の人がアンケートで提示した人工甘味料について1つ以上は知っていることが分かった。アスパルテーム、スクラロース、アセスルファムカリウム、サッカリンの中ではサッカリンの知名度が最も高いという結果を得た。また、年代によってサッカリンの認知に差があり、60代の回答者からの認知度が高いことが見て取れた。印象については安全面では安全性に疑いがあると答えた人、健康面で

は健康に悪いイメージがあると答えた人、価格面では安いイメージがあると答えた人が多かった。

第二の人工甘味料のリスクに関する知識の有無と低カロリー商品を選択する関係についての調査では、人工甘味料のリスクを提示すると今後は人口甘味料を含む食品を買わないと回答する人が50%から69%に増加することがわかった。この結果から、回答者は人工甘味料の安全性を危惧して購入しないと判断する人が多かったと言える。

第三の人工甘味料を含む低カロリー商品を選ぶ人の特徴については、BMIが基準値以上の人の方が人工甘味料を選ぶ傾向が見られた。またBMIの数値が基準値以上の男性については、人工甘味料のリスク提示後でも人工甘味料を選ぶ人の割合が高いという結果を得た。また性別による購買意欲の違いを比較したところ、リスク提示前後で男性の購買意欲にあまり変化が見られなかったが、女性においてはリスク提示後の購買意欲の減少が顕著に見られた(図1,2)。



4.結論

第一の人口甘味料の認知度調査で、60代回答者でサッカリンの認知度が高かったが、これは1977年にサッカリンが使用禁止となり話題となったことが影響していると考えられる。回答者の約20%が、提示した4つの甘味料について全く知らないと回答しており、その回答者は全て60歳未満であったことから60歳未満の人の認知度を向上させていく必要がある。人工甘味料は食品パッケージへの表示義務があるため、表示の確認を促すことが求められていると言える。

第二の人工甘味料のリスクに関する知識の有無と低カロリー商品を選択する関係についての調査結果から、人工甘味料についての知識を充分持っていないために人工甘味料を購入していた人も多くおり、消費者の人工甘味料に対する知識が希薄であることが窺えた。したがって、今後、人工甘味料に関する正しい情報を消費者に伝え、消費者が知識を持った上で人工甘味料を含む商品を選択出来るようにしていくことが課題であると言える。

第三の人工甘味料を含む低カロリー商品を選ぶ人の特徴に関する調査結果からは、BMIの高い回答者程、人工甘味料のリスクを知ったとしても、カロリーが低いという理由で人口甘味料を含む食品を選ぶという意見が多いことが分かった。また、男性より女性の方がカロリーよりもリスクを気にする人が多く、商品の安全性を優先させるようである。

最後にこれらの結果から、人工甘味料の認知度は高いものの、人工甘味料のリスクまでは充分知らずに購入している人が多いということが窺えた。また、BMIが高い人は人工甘味料のリスクよりも肥満改善を重視していることが分かった。以上より、今後消費者が安心して安全な食品を口にできるように、人工甘味料の実態をより明らかにしていくと同時に消費者に人工甘味料のリスクに関する正しい知識を普及させていくことが必要である。