

国声調査ニュース

**不祥事を起こした企業に
手厳しい意見
こたわり、ヘルシー、生
産者の直販が購入指標
シーズの食品不祥事アン
ケート**

不祥事を起こした会社は信用できない、今後はこたわりをもってヘルシーで安全な商品を購入したい。マーケティング・リサーチ業務を展開するシーズ（本社・東京、伊賀康裕社長、電話03・3229・8521）が、先月下旬にインターネット上の10代から60代までの男女1474人に「相次ぐ食品業界の不祥事に関する緊急意識調査」を行ったところ、こんな結果が出た。不祥事が後を絶たないならば、信頼できる会社と商品を自分で見極めたいという強い意識が伺えた。

■企業の見極めは自己責任

これは同社が運営するWEBアンケート「コデ・アンケート」(<http://www.cz-e.co.jp/>)で上で実施したもの。男女比は約同数で55%が既婚、関東在住者43%を始め全国から回答があった。

まず、不祥事についての認知度では「回収した牛乳を原料に使用」「国産と称して輸入肉を販売」「政府に対して

虚偽の申請をして牛肉を買い上げてもらった」「消費期限を書き換えて販売」「肉の産地を詐称して販売」のいずれも9割以上が記憶しており、「野菜の産地詐称販売」だけが53%だった。

不祥事を起こした会社の意見に対しては98%が納得しておらず、再建を断念する会社には7割が「職場を失う従業員のことを考えると胸が痛い」というものの、「当然の結果である」(49・3%)「続けていくには障害が大きい」(34・7%)と厳しい見方も。また、大手企業に対しては「信用を回復する責任がある」(35・8%)と「問題を起こした企業ばかりではないが自分で見極めたい」(33・2%)がほぼ同数を占める。

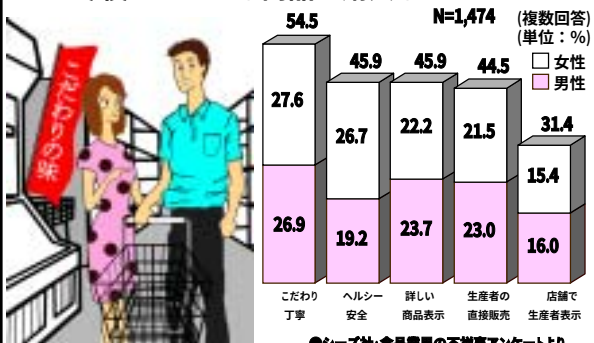
企業を見極めるのは自分の責任という若い世代の意見が伺え、先進国の中で最も自己管理能力の低い日本も新しい時代を迎えたといえよう。

■第三者機関の検査が必要

買い物については「問題となったメーカーの商品は購入しない」が40%。「表示をよく見てから買うようになった」が34%。今後購入する商品は「こたわりを持って丁寧に作られた商品」(54・5%)「ヘルシーで安全な商品」(45・9%)「詳しい商品表示のある商品」(同)「生産者が直接販売する商品」(44・5%)が上位を占める

IIグラフ。「ヘルシーで安全」は特に女性に多い。不祥事防止策としては、「第三者機関が検査を行う」(63%)が最も高く、次いで「政府の検査体制を強化する」(46・4%)「消費者団体が検査を行う」(42%)。まずは政府が行うべき問題ではあるが、関係者ではない機関の検査をとる人も多かった。調査にあたったシーズでは「不祥事を起こした企業の商品は売れなくなるのは当然。これからは永遠に売れなくなる時代がくるという覚悟で商品を製造・販売してほしい」と分析している。(了)

今後どのような商品を購入したいか？



- この「国声調査ニュース」資料のお問い合わせは、スーパーピーアール (電話0120・70・4712) の蓮香 (はすか) hasuka@s-pr.com までお願いいたします。
- この「国声調査ニュース」資料は、「本文・グラフ」も合わせてご自由にご利用をください。本文中のテキストは<http://s-pr.com/press>にUPされています。
- この「国声調査ニュース」資料は、社会面、特集面、夕刊面、家庭面、暮らし面、メディア面、などでご検討ください。
- ご取材をどうぞ→シーズの伊賀康裕(03・3229・8521)、iga@cz-e.co.jp まで。