

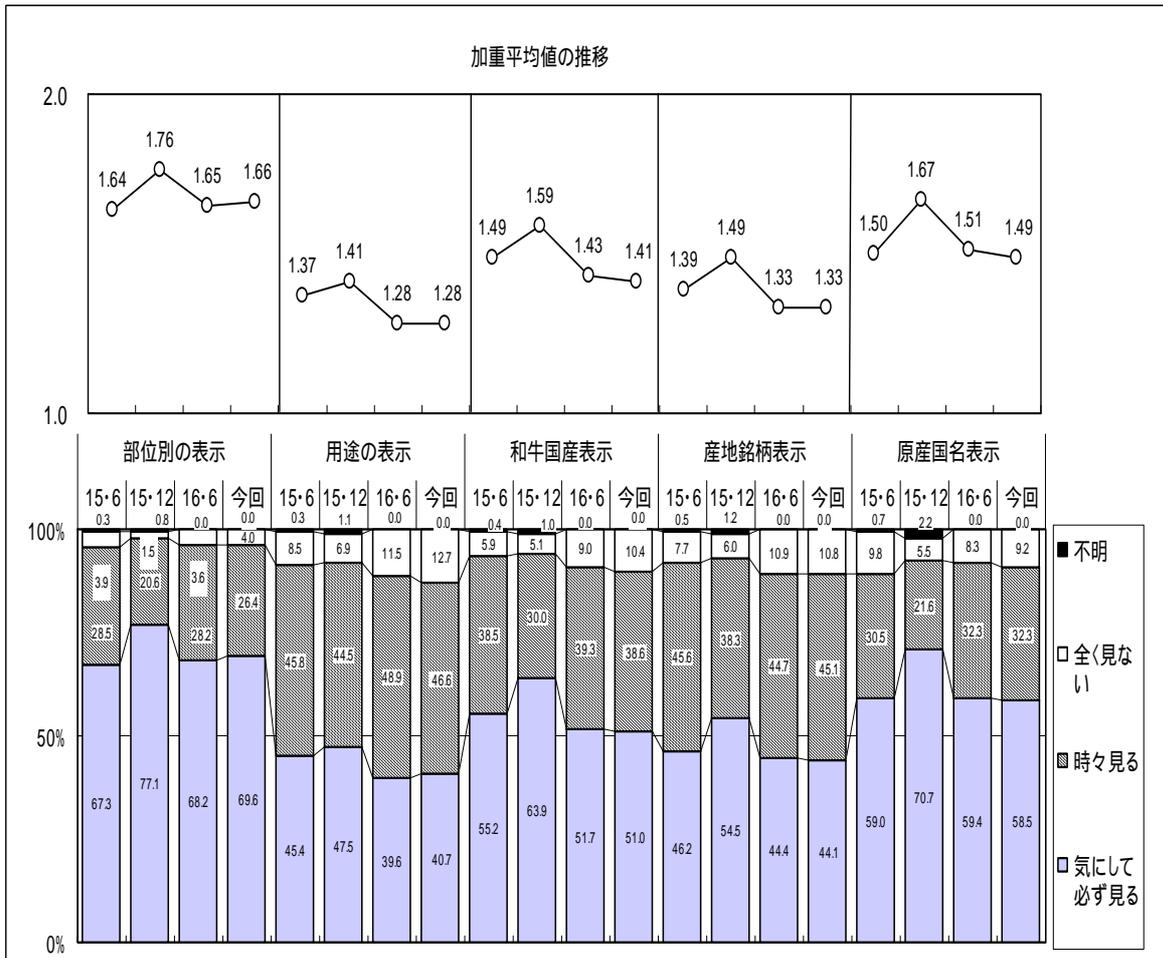
第 章 食肉の表示や情報について

第 章 食肉の表示や情報について

1 店頭表示への意識

「気にして必ず見る」に(+2)、「時々見る」に(+1)、「全く見ない」に(0)の値を乗じて平均を出した「加重平均値」を基に比較する。

図 - 1 店頭表示に対する行動 (複数回答・N=2,000・単位：%)



・全体的傾向（時系列比較）:

「図 -1 店頭表示に対する行動」の上部のグラフにおいて、総合指標である「加重平均値」を見ると、「店頭の表示項目」の全てが、過去4回同じ傾向を示している。

一番関心が高いのは「部位別（もも肉など）の表示」で今回1.66、続いて「輸入食肉の原産国名表示」の1.49、そして「国産のブランド和牛肉とそれ以外を区別した表示」の1.41、「国産食肉の産地銘柄表示」の1.33、「用途（カレー用など）の表示」の1.28という順であった。

下部のグラフで、日常の買物の中での「店頭での表示類」に対する行動について、「気にして必ず見る」「時々見る」を加えると、どの表示項目も9割前後となり、消費者の関心の高さを示している。

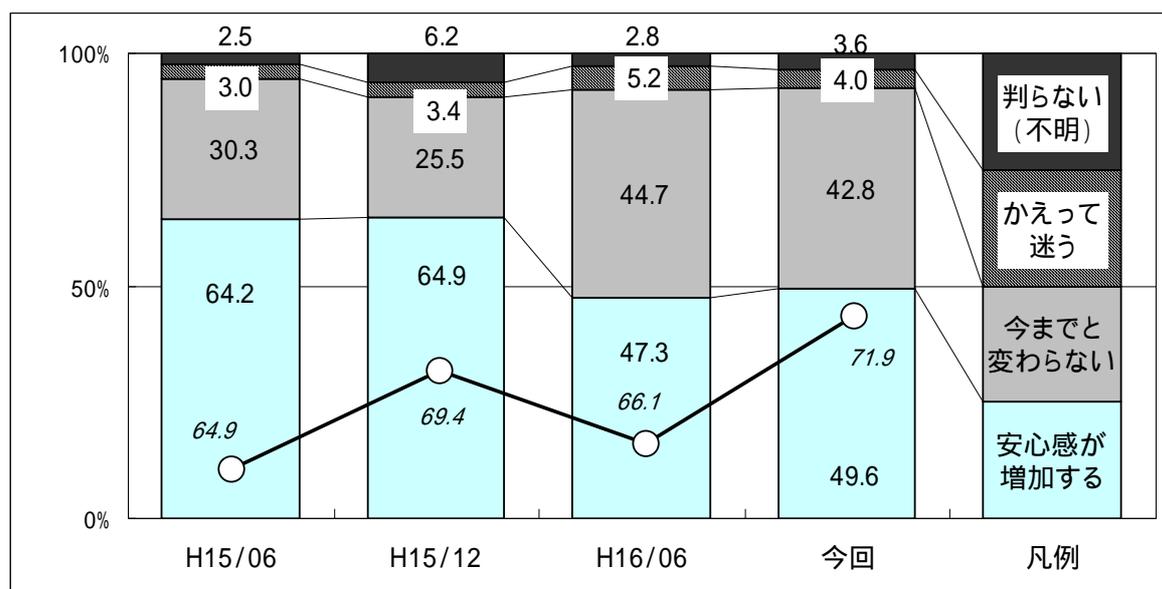
消費者の最も関心ある行動を示す「気にして必ず見る」について、今回一番高かったのは「部位別の表示」で69.6%、続いて「輸入食肉の原産国名表示」の58.5%、そして「国産のブランド和牛肉とそれ以外を区別した表示」の51.0%となっており、以下、総合指標である「加重平均値」と同じ順であった。

（巻末の「表 -1-(A)～(E) それぞれの表示に対する行動」参照）

2 JAS 法改正への認知と安心感の増減

JAS 法の改正で、「生鮮食品について原産地表示が義務づけられる」ことになったことについてのその認知と義務付けによる安心感の変化について確認する。

図 -2 JAS 法改正への認知の変化 (単位：%)



「図 -2 JAS 法改正への認知の変化」の折れ線グラフを見ると、JAS 法の改正の認知「知っている」は2,000世帯のうち過去4回で最高の71.9% (斜体) となっており、着実に認知が高まっていると考えられる。

また、帯グラフで「知っている」世帯を100%とした「安心感などの態度」の増減を見ると「安心感が増加する」が前回よりやや増加して49.6%であった。

「かえって迷う」はさすがに少ないが、知ってしまえば「今までと変わらない」と冷めた見方も42.8%と多いのも事実である。

また、H16年6月調査を境に「安心感が増加する」が大きく低下し、「今までと変わらない」という見方が増加している。このことは、WEB調査への移行による調査対象者の質的变化によって、やや冷めた見方をする世帯が増加したものと考えられる。

3 安心情報（個体識別情報）の認知と評価

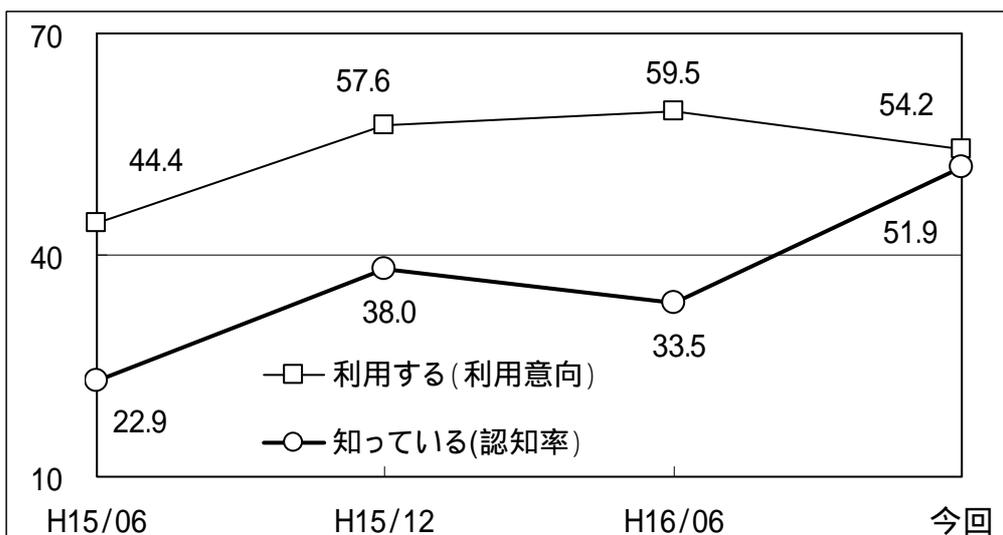
牛肉について一頭一頭の生産、飼育地、流通経路などの安心情報（個体識別情報）がインターネットで入手できるようになったことについて認知と利用意向を見る。

前回から「ウェブ調査」に全面移行したため「調査対象者」は全員がパソコンを理解し使用できる人と考えられる。

対象者の選定においては「年齢」や「地域」に偏りはないが、パソコン関連の質問に関しては一般と比べて「興味」や「理解度」に大きな差があると考えられていたが、結果からは大きな不連続性は見られなかった。

（1）個体識別情報の認知と利用意向

図 -3-(1) 個体識別情報の認知と利用意向の変化（単位：％）



・全体的傾向（時系列比較）:

「図 -3-(1) 個体識別情報の認知と利用意向の変化」(今回N = 2,000 世帯)によると、過去4回そのようなシステムを「知っている」と答えた比率は過去4回で最高の51.9%となっており、奇しくも「JAS法改正への認知の変化」と同じで、食の安全性に関する情報感度は同一傾向であることがわかった。

しかし、過去3回漸増傾向であった「利用する」世帯の構成比は、今回54.2%と頭打ちの傾向が見られる。

表 -3-(1) 個体識別情報の認知と利用意向

(単位：%)

		世帯数	合計	知		合計	利用	
				知っている	(知らない) (不明)		利用する	(不明) (利用しない)
H15/06調査全体		2,074	100.0	22.9	77.1	100.0	44.4	55.6
H15/12調査全体		2,186	100.0	38.0	52.0	100.0	57.6	43.4
H16/06調査全体		2,347	100.0	33.5	66.5	100.0	59.5	40.5
今回調査全体		2,000	100.0	51.9	48.1	100.0	54.2	45.8
所得	300万円未満	382	100.0	46.6	53.4	100.0	47.9	52.1
	300～499万円	590	100.0	51.2	48.8	100.0	52.4	47.6
	500～699万円	473	100.0	52.2	47.8	100.0	58.4	41.6
	700～999万円	371	100.0	57.4	42.6	100.0	58.8	41.2
	1000万円以上	184	100.0	53.8	46.2	100.0	53.8	46.2
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	312	100.0	53.8	46.2	100.0	53.5	46.5
	成長期の子供がいる世帯	429	100.0	48.7	51.3	100.0	53.4	46.6
	20歳代の成人がいる世帯	701	100.0	51.1	48.9	100.0	54.5	45.5
	子供がいない世帯	463	100.0	55.1	44.9	100.0	54.2	45.8
	高齢者のみの世帯	95	100.0	51.6	48.4	100.0	58.9	41.1
地域	東日本計	1,000	100.0	54.0	46.0	100.0	52.7	47.3
	西日本計	1,000	100.0	49.9	50.1	100.0	55.8	44.2

・全体的傾向(世帯属性比較)：

「表 -3-(1) 個体識別情報の認知と利用意向」を、「所得」別に見ると、システムについて「知っている」と「利用する」に関して、共に低いのは「300万以下」「300～499万円」であり、関心が薄いことを物語っている。

「世帯構成」別に見ると、「知っている」が「成長期の子供がいる世帯」「20歳代の成人がいる世帯」「高齢者のみの世帯」で低位であった。

しかし「利用する」はほとんど大きな差はなかった。

「地域」的には「知っている」が「東高西低」、 「利用する」は「西高東低」となっている。

(2) 個体識別情報利用の理由

表 -3-(2) 個体識別情報の利用意向と理由

(複数回答・単位：%)

	全世帯数	利用する				利用しない				
		世帯数	家庭でも積極的に利用する	店にパソコンがあれば利用する	興味があるので一度は見てみたい	世帯数	面倒そうだから使わない	インターネットがない又は使えない	報そのような情報は必要ない	
H16/06調査全体(N=2,347)	2,347	1,397	42.3	28.0	59.7	950	81.6	2.5	22.6	
今回調査全体(N=2,000)	2,000	1,085	34.0	29.1	62.5	915	82.4	3.1	19.8	
所得	300万円未満	382	183	30.1	31.1	64.5	199	80.9	3.0	22.6
	300～499万円	590	309	31.7	30.1	62.1	281	79.7	5.0	20.3
	500～699万円	473	276	33.3	26.8	63.0	197	83.2	2.0	18.3
	700～999万円	371	218	38.5	29.4	61.9	153	84.3	2.0	19.6
	1000万円以上	184	99	40.4	28.3	59.6	85	89.4	1.2	15.3
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	312	167	32.3	27.5	62.9	145	80.0	3.4	18.6
	成長期の子供がいる世帯	429	229	31.9	27.1	64.2	200	84.5	1.5	17.5
	20歳代の成人がいる世帯	701	382	33.5	28.5	62.6	319	85.0	0.9	20.7
	子供がいない世帯	463	251	39.0	33.9	61.4	212	81.6	3.8	21.7
	高齢者のみの世帯	95	56	28.6	25.0	58.9	39	64.1	23.1	17.9
地域	東日本計	1,000	527	34.9	28.8	62.0	473	81.6	2.5	21.8
	西日本計	1,000	558	33.2	29.4	62.9	442	83.3	3.6	17.6

・全体的傾向：

前項によるとシステムについて「利用する」はやや低下傾向に移行した。

ここでは「利用したい」世帯と「利用しない」世帯についてその理由に言及する。

「表 -3-(2) 個体識別情報の利用意向と理由」を見ると「利用したい」1,085世帯の利用理由を見ると「興味があるので一度は見てみたい」が62.5%と最も多く、「家庭でも積極的に利用する」が34.0%、「店にパソコンがあれば利用する」29.1%と前回に続いて積極さが感じられる。

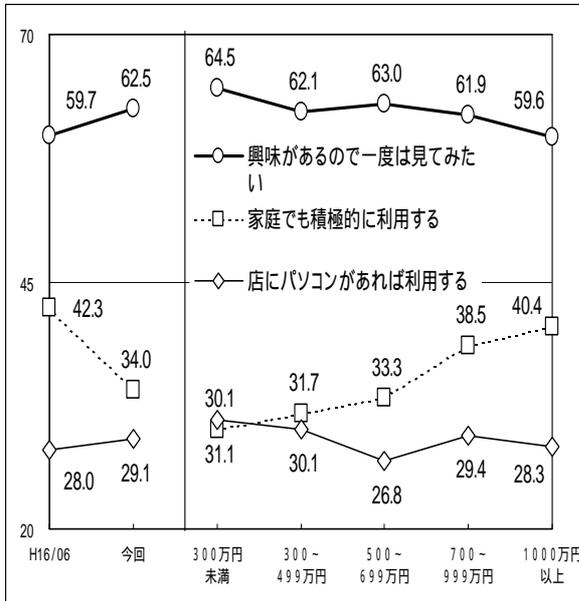
一方、「利用しない」915世帯の「使いたくない」理由として「面倒そうだから使わない」82.4%「そのような情報は必要ない」19.8%であった。

WEB調査対象者らしく「インターネットがない又は使えない」が3.1%と非常に少ないのが特徴である。

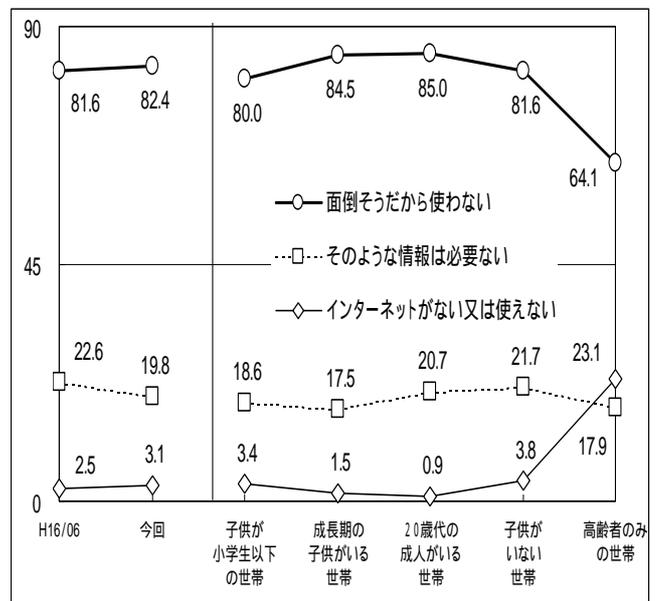
個体識別情報の利用・非利用理由

図 -3-(2)- 個体識別情報の利用・非利用理由比較 (複数回答・単位：%)

利用理由・所得別比較



非利用理由・世帯構成別比較



・個別傾向(時系列・世帯属性比較):

「図 -3-(2)- 個体識別情報の利用・非利用理由比較」を2つのグラフで見る。

まず、今回は「利用したい」1,085世帯をベースにした左図「利用理由・所得別比較」の左側の時系列(前回比較)を見ると「家庭でも積極的に利用する」が大きく落ち込んでいることが見える。

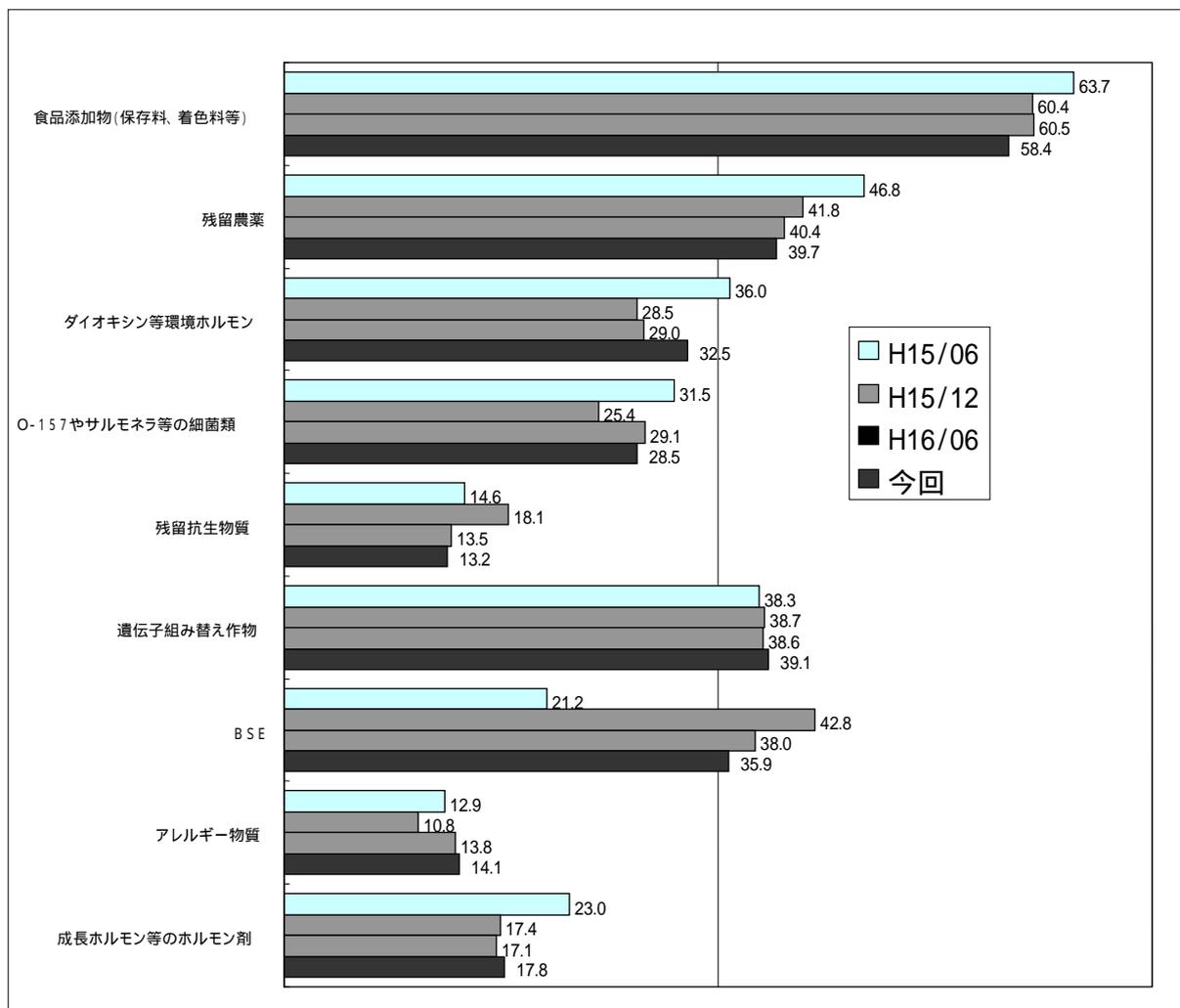
右側の所得別比較を見ると、前項で「高所得層」は「認知」と「利用意向」が共に高かったが、その「利用理由」の中において「高所得層」ほど「家庭でも積極的に利用する」が高い傾向を示しており、活用への積極姿勢が感じられる。

次に「利用しない」950世帯をベースに右図「非利用理由・世帯構成別比較」の左側の時系列(前回比較)を見ると非利用理由はあまり変化がないことが判る。

右側の世帯構成別比較を見ると、「面倒そうだから使わない」は使わない理由として大きな割合を占めるが、「高齢者のみの世帯」において低く、またこの世帯は「インターネットがない又は使えない」が突出して高いのが特徴である。

4 食品安全性に関する関心

図 -4-(1) 食品安全性の関心事の変化 (複数回答・N=2,000・単位：%)



・全体的傾向(時系列比較):

「図 -4-(1) 食品安全性の関心事の変化」によると、最も関心が高いのは「食品添加物(保存料、着色料等)」で 58.4%、次に関心が高かったのは「残留農薬」の 39.7%で、共に関心の傾向は漸減である。

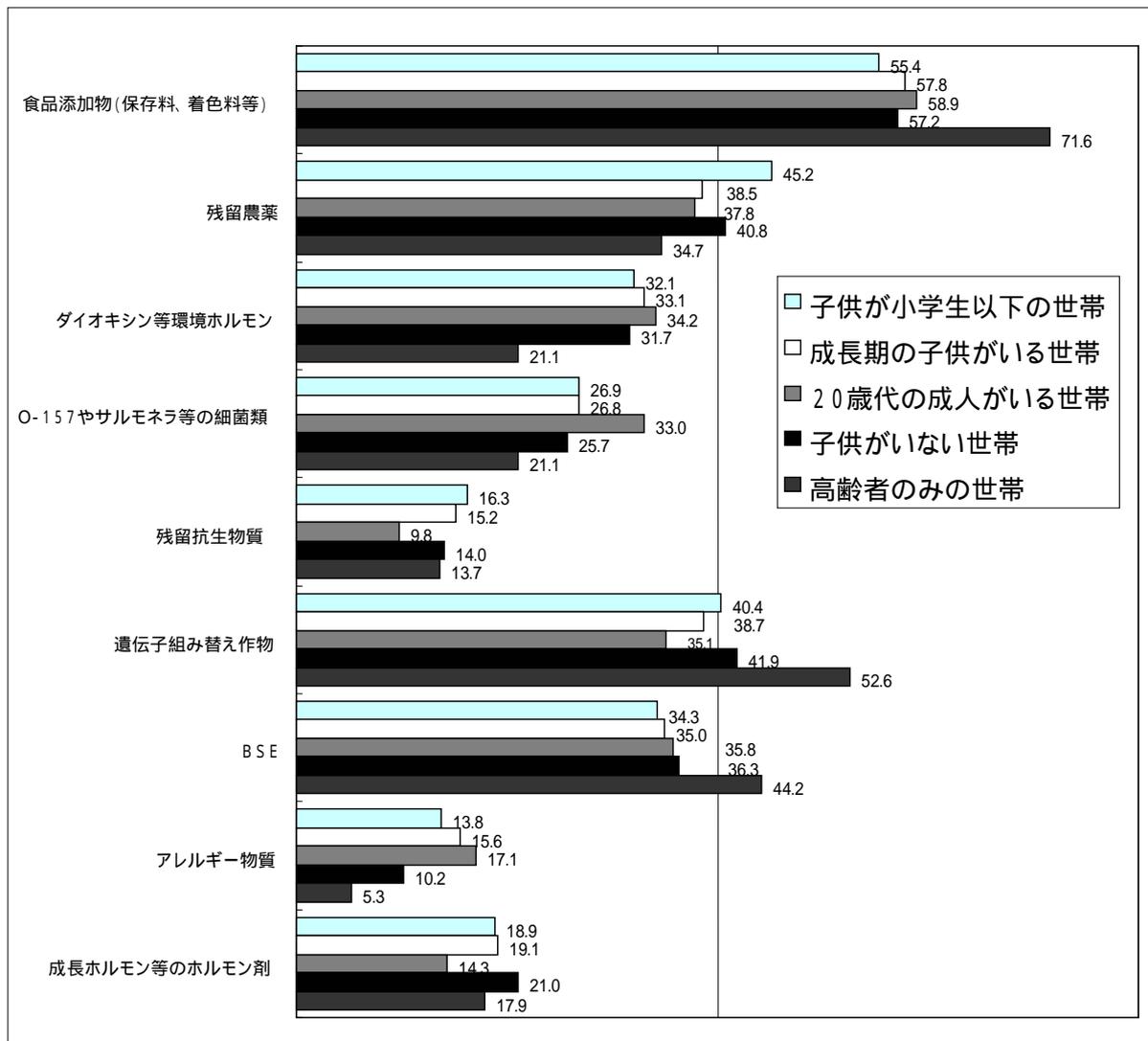
続いて「遺伝子組み替え作物」は根強い関心事での 39.1%と微増傾向にある。

H15年12月、一気に 42.8%となった「BSE」は今回 35.9%に低下し、今後何もなければ、さらに関心は沈静化の方向に向かうと考えられる。

続く「ダイオキシンなどの環境ホルモン」などそれ以外の項目については、関心は中程度ながら安定的で根強さを示している。

図 -4-(2) 世帯構成別の食品安全性の関心事

(N=2,000・単位：%)



・全体的傾向（属性比較）:

「図 -4-(2) 世帯構成別の食品安全性の関心事」を見ることによって、「食品安全性の関心事」のライフステージによる特性を明らかにする。

「食品安全性の関心事」ベスト4の中で「高齢者のみの世帯」が突出しているのは「食品添加物」「遺伝子組み替え作物」「BSE」である。

他のライフステージと比較して極端に高い関心事であるのが大きな特徴である。

その他の「残留農薬」では「子供が小学生以下の世帯」「O-157やサルモネラ等の細菌類」は「20歳代の成人がいる世帯」が突出している以外、目立った特徴は見当たらない。

5 食肉情報の要望項目

表 -5-(1) 食肉情報の要望項目

(単一回答・単位：%)

	世帯数	安全性について	健康とのかかわりについて	価格について	表示について	に輸入食肉	産地について	に調理方法	その他	
H15/06調査全体	2,074	69.2	13.4	5.4	2.3	2.2	1.9	3.9	1.7	
H15/12調査全体	2,186	75.7	9.7	3.9	1.7	2.9	2.4	2.6	1.1	
H16/06調査全体	2,347	65.8	12.8	8.7	3.0	2.9	2.9	3.5	0.4	
今回調査全体	2,000	65.7	12.9	8.7	2.6	3.6	2.9	3.4	0.2	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	312	75.0	9.0	7.7	2.6	1.6	2.2	1.9	-
	成長期の子供がいる世帯	429	69.7	11.9	5.8	3.3	4.2	2.8	2.3	-
	20歳代の成人がいる世帯	701	57.9	15.0	12.8	2.1	4.6	2.3	5.0	0.3
	子供がいない世帯	463	66.4	13.8	7.1	2.6	3.0	3.9	3.0	0.2
	高齢者のみの世帯	95	75.8	10.5	2.1	2.1	3.2	4.2	2.1	-

・全体的傾向（時系列・世帯属性比較）:

シングル回答設問のため、過去4回の調査とも、最大関心事に集中する傾向が見られた。

「表 -5-(1) 食肉情報の要望項目」によると、食肉に関して消費者が最も知りたいと思っている情報は「安全性について」である。

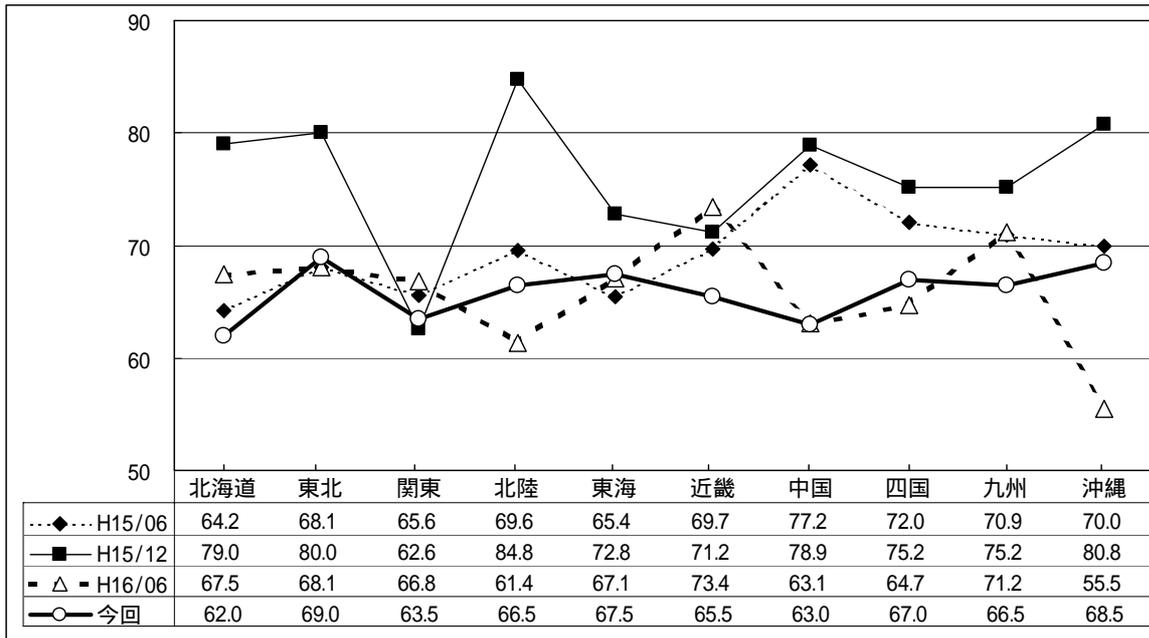
「安全性について」の過去3回の回答率を見るとBSEや表示問題等で注目されたH15年12月の75.7%をピークに以降65.8%、今回65.7%と落ち着いた傾向に変化している。

「世帯構成」では相変わらずライフステージ前期と後期の両端に集中しており「子供が小学生以下の世帯」の75.0%、「高齢者のみの世帯」の75.8%と前回より上昇しているが、それ以外のライフステージでは「20歳代の成人がいる世帯」が57.9%とさらに低くなったのが特徴である。

一方、「20歳代の成人がいる世帯」は「健康とのかかわりについて」が15.0%、「価格について」が12.8%と他のライフステージと比べて要望の分散化傾向が見える。

図 -5-(2) 安全性要望の地域別変化

(N=2,000・単位：%)



・全体的傾向（時系列・地域比較）:

必要な情報として要望が一番多く上げられた「安全性について」を「地域」別に掘り下げてみる。

「図 -5-(2) 安全性要望の地域別変化」によると、国内 B S E 問題や表示問題の報道などで揺れ動いた H15 年 12 月のデータと時系列的に比べると、各地域とも全体として「安全性について」の関心が沈静化し、同時に全国的にレベル平準化が起きている。

「 B S E 問題」イコール「食肉安全性」の問題の時期を脱し、隔世の感がある。

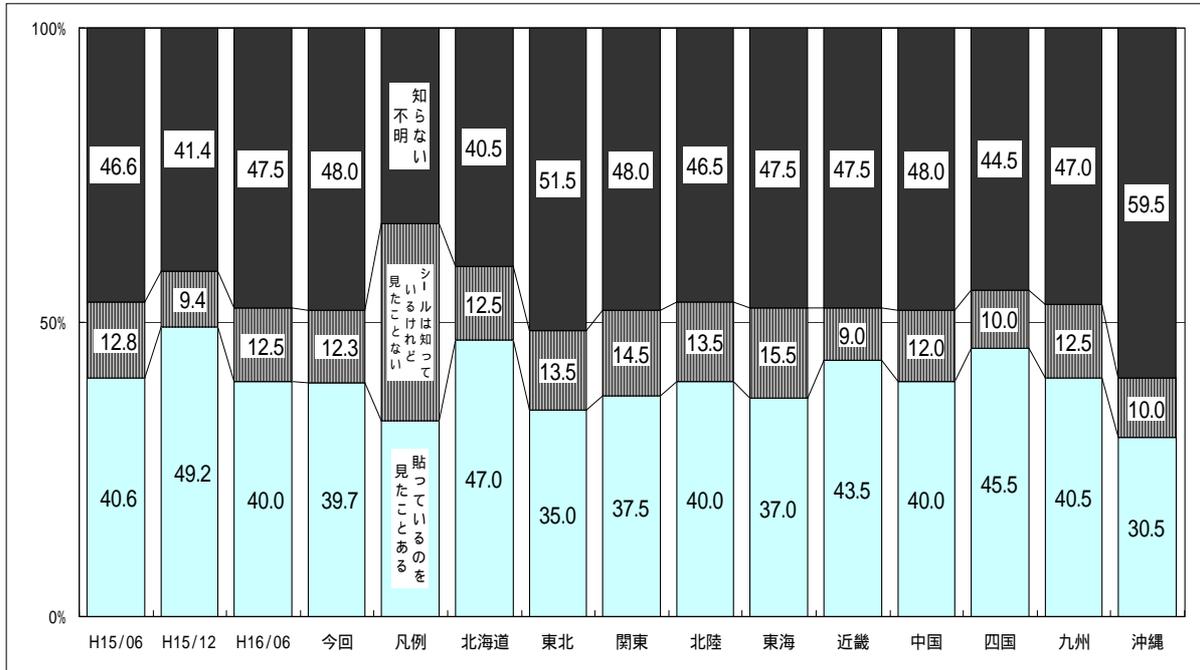
「関東」は 63.5%、「近畿」65.5%等、大都市圏を抱える地域は、さらに要望が下がり沈静化傾向である。

過去 3 回「安全性について」の要望が大きく上下変動はもちろん地域格差があったが、「北海道」「東北」「北陸」「四国」「中国」「九州」「沖縄」も今回の調査では軒並み 62.0%～69.0%の範囲内に収斂してきている。

6 「適正表示のお店」のシールの認知

スーパーやお肉屋さん等に張っている「適正表示店のシール」について訊ねた。

図 -6-(1) [適正表示店のシール]認知 (N = 2,000・単位：%)



・全体的傾向（時系列・地域比較）:

H16年6月の「ウェブ調査」へ全面切り替えたことによるデータの不連続が起こっているが、H16年6月以降の2回の調査は分析が可能と考えられる。

「図 -6-(1) [適正表示店のシール]認知」の中で凡例より左側の時系列グラフを見ると、「貼っているのを見たことある」が前回40.0%、今回39.7%とまた「シールは知っているけれど見たことない」が前回12.5%、今回12.3%でほとんど変化が見えない。

「貼っているのを見たことある」と「シールは知っているけれど見たことない」を加えた「シールの認知率」は52.0%と過半数を超えてながら頭打ちの状況であると考えられる。

同じく「シールの認知率」を地域別に見ると、前回、低かった「北陸」53.5%、「中国」52.0%、「四国」55.5%、「沖縄」40.5%と前回と比べてポイントを上げ、大都市を背景に持つ「関東」52.0%(-7.2p)「東海」52.5%(-4.2p)「近畿」52.5%(-8.3p)「九州」53.0%(-2.9p)の「シールの認知率」を大きく下げた。

表 -6-(2) 世帯属性別[適正表示店のシール]認知(単位：%)

		世帯数	貼っているのを見たことある	シールは知っているけれど見たことない	知らない
H15/06調査全体		2,074	40.6	12.8	46.6
H15/12調査全体		2,186	49.2	9.4	41.4
H16/06調査全体		2,347	40.0	12.5	47.5
今回調査全体		2,000	39.7	12.3	48.0
所得	300万円未満	382	29.1	13.1	57.8
	300～499万円	590	42.0	11.4	46.6
	500～699万円	473	39.7	12.3	48.0
	700～999万円	371	45.6	13.5	40.9
	1000万円以上	184	41.8	11.4	46.8
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	312	40.7	11.2	48.1
	成長期の子供がいる世帯	429	41.7	12.6	45.7
	20歳代の成人がいる世帯	701	34.8	12.4	52.8
	子供がいない世帯	463	41.7	11.9	46.4
	高齢者のみの世帯	95	52.6	15.8	31.6
家事担当者年齢	30歳未満	427	30.2	13.1	56.7
	30～39歳	464	38.6	10.3	51.1
	40～49歳	465	42.6	14.0	43.4
	50～59歳	406	42.1	11.8	46.1
	60歳以上	238	48.7	12.2	39.1

「表 -6-(2) 世帯属性別 [適正表示店のシール] 認知」を見ると、「世帯構成」の高齢者のみの世帯」および「家事担当者年齢」の「60歳以上」の世帯で「シールの認知度」が高い傾向が見られた。

特徴的に「シールの認知率」が低いのは、「所得」の「300万円未満」および「家事担当者年齢」の「30歳未満」、そして「世帯構成」の「20歳代の成人がいる世帯」であり、「知らない世帯」がそれぞれ57.8%、56.7%、52.8%と突出している。