

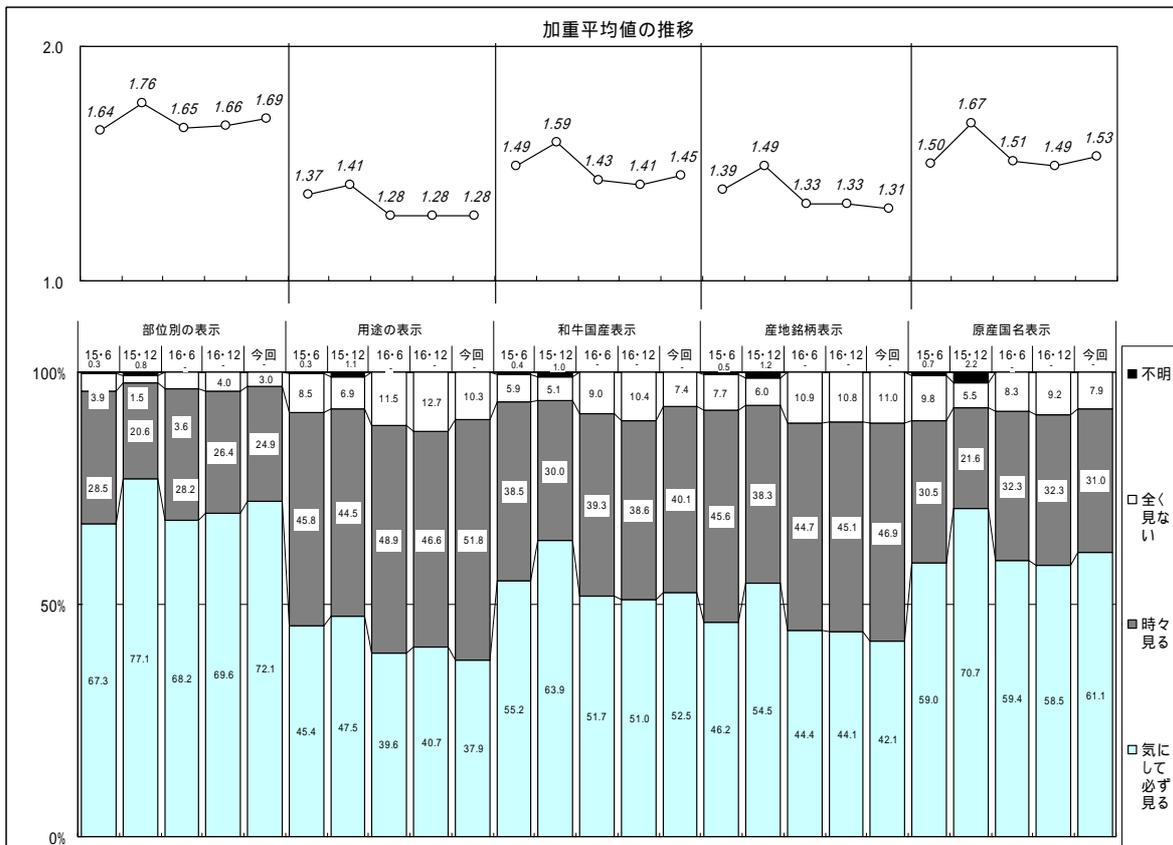
## 第 章 食肉の表示や情報について

# 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の変化 (複数回答・N=2,089・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変化」の上部折れ線グラフにおいて、総合指標である「加重平均値 (斜体)」を見ると、全ての「項目」が過去 4 回ほとんど同じ傾向を示している。

一番関心が高いのは、「もも肉」などの「部位別の表示」で今回 1.69 ポイント、続いて輸入食肉の「原産国名表示」は 1.53 ポイント、そして「ブランド和牛肉」とそれ以外の国産を区別した「和牛国産表示」は 1.45 ポイント、以上 3 項目は今

回共にやや上昇している。

以下、国産食肉の「産地銘柄表示」の 1.31 ポイント、カレー用など「用途の表示」の 1.28 ポイントという順であった。

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 72.1%、続いて「原産国名表示」の 61.1%、そして「和牛国産表示」の 52.5%となっており、過半数を超えている。

(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」ことになったが、その認知の変化と義務付けによる安心感の変化について確認する。

表 -2 JAS 法改正の認知と安心感の増減 (単位：%)

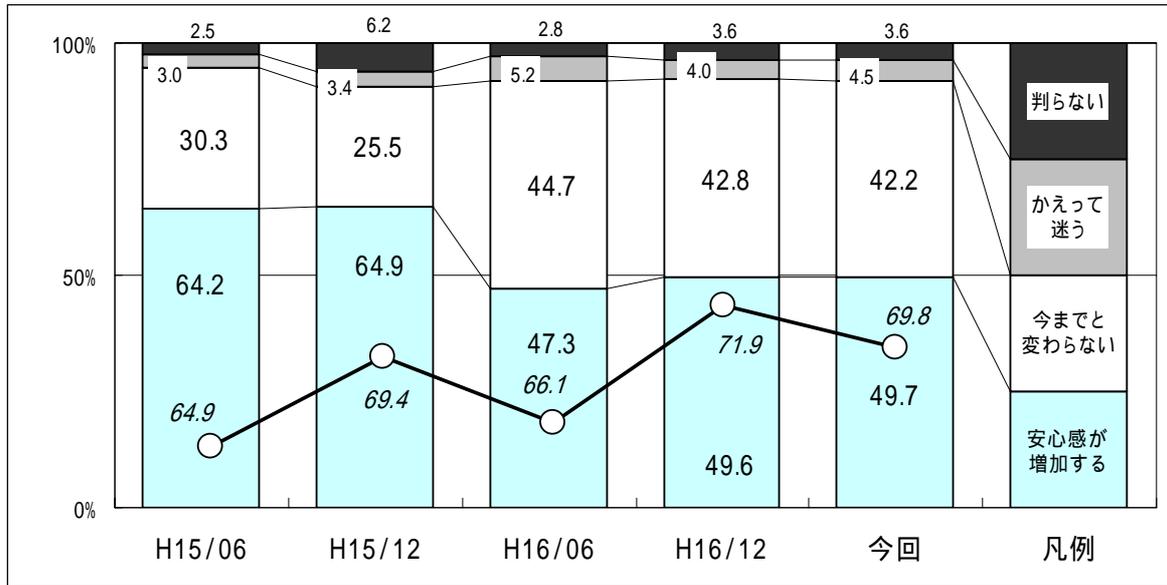
	世帯数	知らない	不明	知っている	を知	増安	変今	か迷	(判	
					100%					心感
H15/06調査全体	2,074	34.7	0.4	64.9	100.0	64.2	30.3	3.0	2.5	
H15/12調査全体	2,186	28.6	1.9	69.5	100.0	64.9	25.5	3.4	6.2	
H16/06調査全体	2,347	33.9	-	66.1	100.0	47.3	44.7	5.2	2.8	
H16/12調査全体	2,000	28.1	-	71.9	100.0	49.6	42.8	4.0	3.6	
今回調査全体	2,089	30.2	-	69.8	100.0	49.7	42.2	4.5	3.6	
所得	300万円未満	404	36.4	-	63.6	100.0	43.2	45.9	5.8	5.1
	300～499万円	567	31.9	-	68.1	100.0	46.7	44.8	5.4	3.1
	500～699万円	487	28.3	-	71.7	100.0	50.6	41.3	2.9	5.2
	700～999万円	424	28.3	-	71.7	100.0	56.9	34.9	5.9	2.3
	1000万円以上	207	21.3	-	78.7	100.0	52.2	45.4	1.2	1.2
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	305	25.2	-	74.8	100.0	47.9	44.7	3.9	3.5
	成長期の子供がいる世帯	409	30.6	-	69.4	100.0	52.4	43.7	2.8	1.1
	20歳代の成人がいる世帯	760	33.2	-	66.8	100.0	46.5	44.5	4.3	4.7
	子供がいない世帯	509	30.6	-	69.4	100.0	51.3	37.7	6.2	4.8
	高齢者のみの世帯	106	18.9	-	81.1	100.0	59.3	34.9	5.8	-

「表 -2 JAS 法改正の認知と安心感の増減」を見ると、「JAS 法の改正認知」ははっきりと「所得」と正比例していることが特徴である。

また、「知っている」世帯を 100%とした場合も「安心感の増減」は「所得」が高い層で「安心感が増加する」と答え、「安心感」につながることに好意的であることがわかる。以下、JAS 法改正の認知と安心感の変化と世帯構成の構造についてはグラフで説明する。

図 -2-(1) JAS 法改正への認知の変化

(今回 N=2,089・単位：%)



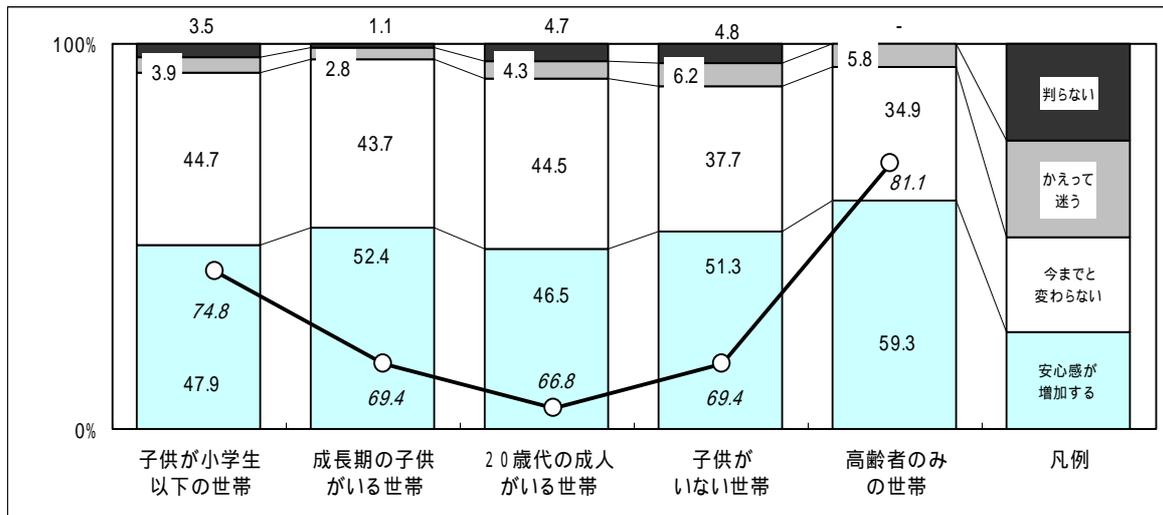
「図 -2-(1) JAS 法改正への認知の変化」の過去 4 回の折れ線グラフを見ると、JAS 法の改正の認知「知っている」は今回 2,089 世帯のうち 69.8% (斜体) と、多少の上下はあるものの、全体として着実に認知が高まっていると考えられる。

また、帯グラフで「知っている」世帯を 100% とした「認知後の態度」の増減を見ると、「安心感が増加する」が前回とほぼ同じで 49.7% であった。

「かえって迷う」は 4.5% とさすがに少ないが、知ってしまえば「今までと変わらない」と冷めた見方も 42.2% と多いのも変化がなかった。

また、平成 15 年 6 月や平成 15 年 12 月と比べて「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。

図 -2-(2) JAS 法改正への認知の構造 (今回 N=2,089・単位：%)



「図 -2-(2) JAS 法改正への認知の構造」において、「世帯構成」における構造を見る。

折れ線グラフによれば、「認知」を示す「知っている」の割合は「子供が小学生以下の世帯」が 74.8% (斜体)、「高齢者のみの世帯」が最高の 81.1% (斜体)と、「20 歳代の成人がいる世帯」の 66.8% (斜体)を底としたすり鉢状になっていることがわかる。

また、帯グラフで「知っている」世帯を 100%とした「認知後の態度」の増減を見ると、「安心感が増加する」という好意度は「成長期の子供がいる世帯」が 52.4% であるが、全体としては「ライフステージの後半」が高い傾向を示している。

一方「ライフステージの前半」は、「今までと変わらない」が概して高く、関心が薄いか、冷めた面も持っていることを示している。

### 3 安心情報（個体識別情報）の認知と評価

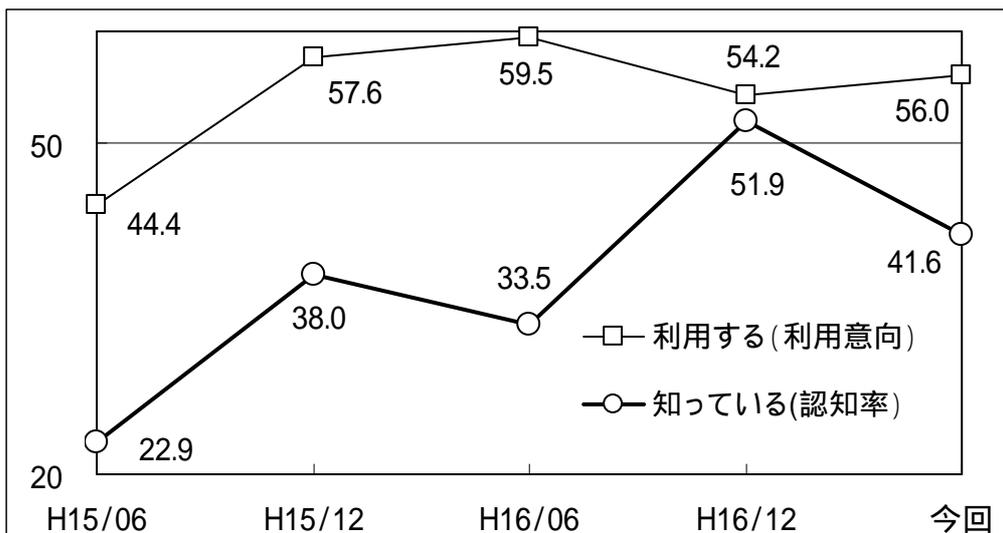
牛肉について一頭一頭の生産、飼育地、流通経路などの安心情報（個体識別情報）が、インターネットで入手できるようになったことについて認知と利用意向を見る。

前回から「WEB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。ところが、結果からは大きな矛盾は見られなかった。

#### （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（今回 N=2,089・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」によると、「個体識別情報」に関して「知っている」と答えた比率「認知率」は、前回、最高の 51.9%であったが、今回は大きく低下し 41.6%となった。しかし、全体的な傾向として確実に認知は高まっていると思われる。一方、このようなシステムを「利用する」と答えた比率「利用意向」の推移を見ると、全体として安定的な漸増傾向にあったが、前回 54.2%、今回 56.0%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		合計	合計		
			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
H16/12調査全体		2,000	100.0	51.9	48.1	100.0	54.2	45.8
今回調査全体		2,089	100.0	41.6	58.4	100.0	56.0	44.0
所得	300万円未満	404	100.0	32.9	67.1	100.0	56.4	43.6
	300～499万円	567	100.0	38.6	61.4	100.0	54.0	46.0
	500～699万円	487	100.0	43.9	56.1	100.0	52.8	47.2
	700～999万円	424	100.0	45.8	54.2	100.0	61.3	38.7
	1000万円以上	207	100.0	52.7	47.3	100.0	57.5	42.5
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	305	100.0	47.2	52.8	100.0	49.2	50.8
	成長期の子供がいる世帯	409	100.0	37.2	62.8	100.0	51.3	48.7
	20歳代の成人がいる世帯	760	100.0	40.5	59.5	100.0	58.6	41.4
	子供がいない世帯	509	100.0	43.4	56.6	100.0	58.2	41.8
	高齢者のみの世帯	106	100.0	41.5	58.5	100.0	65.1	34.9
東日本計		1,049	100.0	43.7	56.3	100.0	51.9	48.1
西日本計		1,040	100.0	39.5	60.5	100.0	60.2	39.8

・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」において、「システムの認知率」を示す「知っている」割合を「所得」別に見ると、「1,000万円以上」が52.7%と最も高く、「認知率」「所得」とははっきりした正比例をしていることがわかる。

また「利用意向」を示す「利用する」の割合は、やや「高所得世帯」ほど「利用意向」は高い傾向があるが、ほとんど変わらない程度である。

「世帯構成」別に見ると、「知っている」の割合は「子供が小学生以下の世帯」が高く「成長期の子供がいる世帯」が低位であった。

しかし、「利用する」の割合は「高齢者のみの世帯」が65.1%と最も高く、「ライフステージの前半と後半」では大きな差が出ている。

表の最下段「地域」別に見ると「知っている」割合が「東高西低」、逆に「利用する」の割合は「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

(単一回答・単位：%)

	全世帯数	利用する					利用しない					
		世帯数	合計	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	合計	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	そのような情報は必要ない	
今回調査全体(N=2,089)	2,089	1,170	100.0	37.2	16.3	46.5	919	100.0	84.9	1.2	13.9	
所得	300万円未満	404	228	100.0	33.3	19.7	46.9	176	100.0	87.5	2.8	9.7
	300～499万円	567	306	100.0	36.9	15.7	47.4	261	100.0	79.3	1.5	19.2
	500～699万円	487	257	100.0	40.5	16.3	43.2	230	100.0	87.4	0.9	11.7
	700～999万円	424	260	100.0	36.9	14.6	48.5	164	100.0	87.2	-	12.8
	1000万円以上	207	119	100.0	38.7	15.1	46.2	88	100.0	85.2	-	14.8
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	305	150	100.0	38.7	22.7	38.7	155	100.0	86.5	2.6	11.0
	成長期の子供がいる世帯	409	210	100.0	41.0	14.8	44.3	199	100.0	87.4	3.0	9.5
	20歳代の成人がいる世帯	760	445	100.0	31.2	17.5	51.2	315	100.0	87.3	-	12.7
	子供がいない世帯	509	296	100.0	38.2	14.5	47.3	213	100.0	79.3	0.5	20.2
	高齢者のみの世帯	106	69	100.0	56.5	7.2	36.2	37	100.0	75.7	-	24.3
地域	東日本計	1,049	544	100.0	35.5	18.4	46.1	505	100.0	84.4	0.6	15.0
	西日本計	1,040	626	100.0	38.7	14.5	46.8	414	100.0	85.5	1.9	12.6

### ・全体的傾向：

ここでは、「利用する」世帯と「利用しない」世帯についてその理由に言及する。

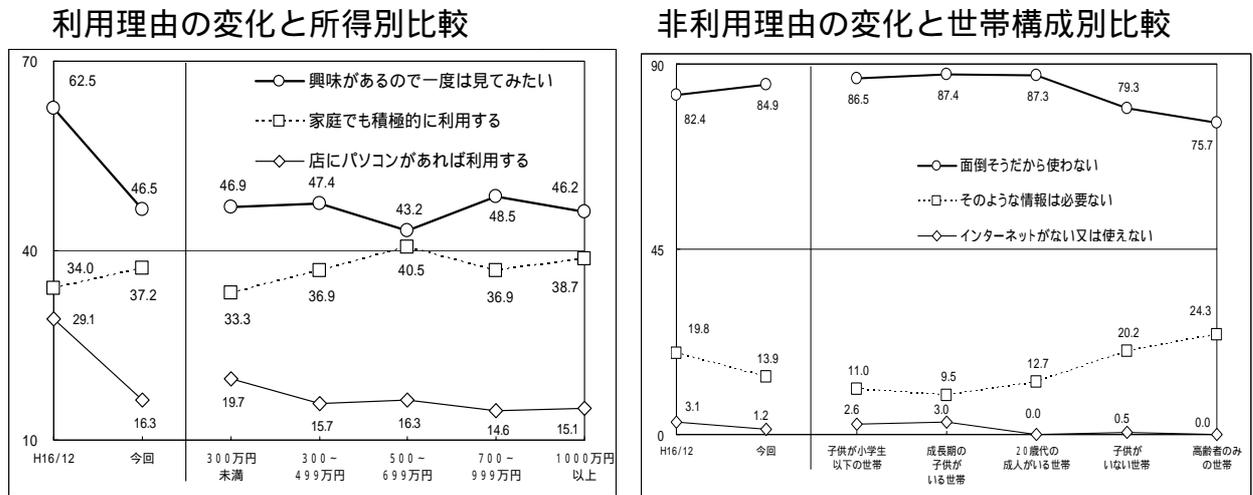
「表 -3-(2) 個体識別情報の利用意向と理由」を見ると、対象2,089世帯のうち「利用する」は1,170世帯であった。その利用理由について、「単一回答」(前回までは複数回答)を求めると「興味があるので一度は見てみたい」が46.5%と最も多く、「家庭でも積極的に利用する」が37.2%、「店にパソコンがあれば利用する」16.3%であった。

一方、「利用しない」919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」84.9%「そのような情報は必要ない」13.9%であった。

WEB調査対象者ではあるが、「インターネットがない又は使えない」が1.2%(10人程度)見られた。その理由としては、パソコンが自分専用でなかったり、操作に補助者を必要とする場合などが考えられる。

### (3) 個体識別情報の利用・非利用理由

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



#### ・個別傾向(時系列・世帯属性比較):

「図 -3-(3) 個体識別情報の利用・非利用理由比較」の、グラフの左側の「前回との変化部分」の調査方法の差を説明する。

「複数回答」はやや曖昧さが残るが、単一回答は本音が出る傾向にある。

それぞれの項目に対して、前回までの「複数回答」では、ほとんど変化が見られなかった。

違った視点から本音を見るために、今回は「単一回答」(合計 100%)とし、あえて「複数回答」の前回と比較することで本音を確認した。

まず、今回は「利用する」1,170 世帯をベースにした左図「利用理由の変化と所得別比較」の左側の(前回比較)を見ると、曖昧な立前表現の「興味があるので一度は見てみたい」「店にパソコンがあれば利用する」が大きく落ち込んでいるのが特徴である。

したがって、本音で利用する意思を持った層は「家庭でも積極的に利用する」の 37.2%であることがわかる。

前項「表 -3-(1) 個体識別情報の認知と利用意向」で「高所得層」は「認知」と「利用意向」が共に高かったが、右側の所得別比較を見ると、その「利用理由」には大きな差が見られなかった。

次に、「利用しない」をベースに右図「非利用理由の変化と世帯構成別比較」の左側の時系列（前回比較）を見ると、非利用理由の中で各項目はほとんど変化がない。

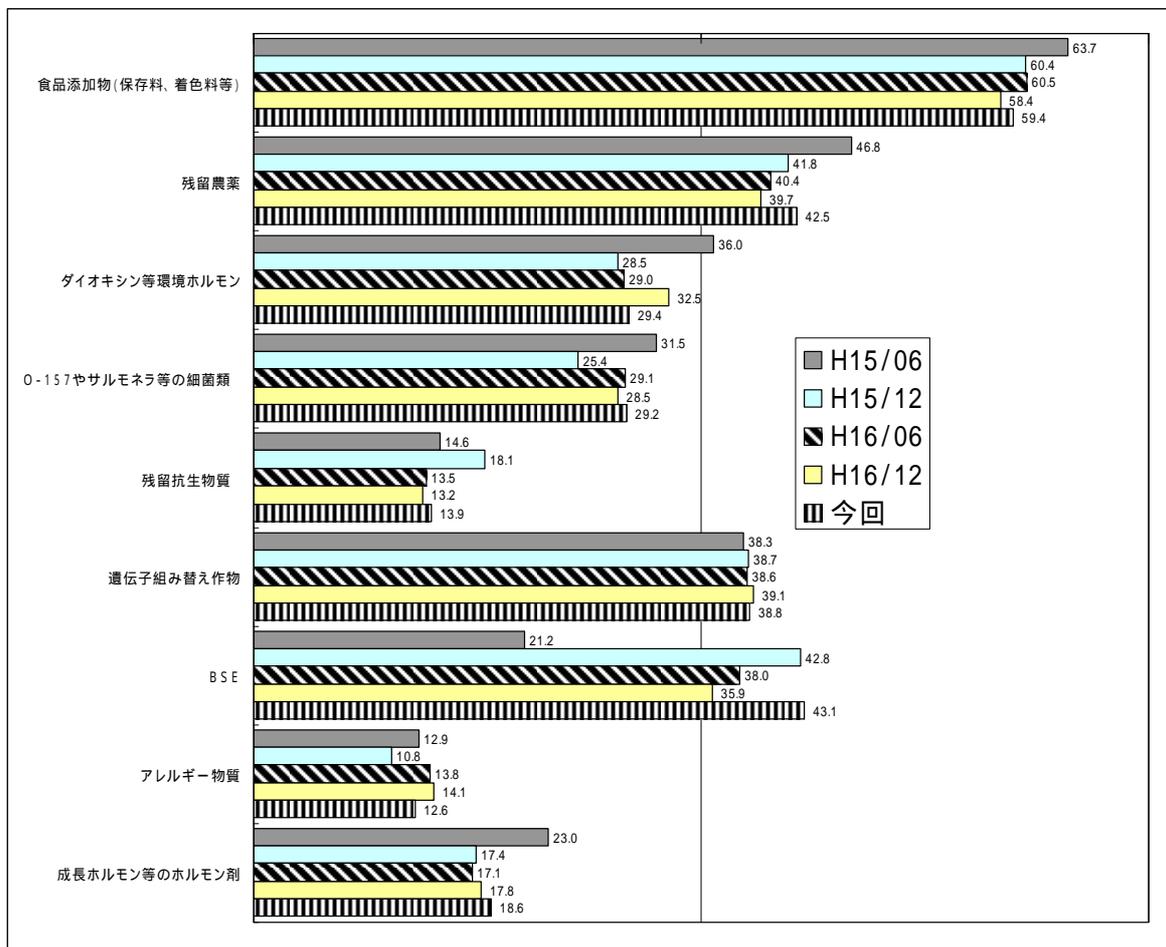
もともと「利用しない」ははっきりした本音で、理由を曖昧にする理由がないため「複数回答」と「単一回答」の差が出なかったと思われる。

右側の「世帯構成」比較を見ると、全体として「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。

「そのような情報は必要ない」は「高齢者のみの世帯」で最も高く、「ライフステージ後半」に高くなっているのが特徴である。

## 4 食品の安全性に関する関心

図 -4-(1) 食品の安全性への関心事の変化 (複数回答・今回 N=2,089・単位:%)



### ・全体的傾向(時系列比較):

「図 -4-(1) 食品の安全性への関心事の変化」によると、特徴的なのは「BSE」の動きである。平成15年12月、一気に42.8%と高まり、前回35.9%に低下、沈静化の方向に向かうと思われていたが、今回43.1%と関心が再燃されている。

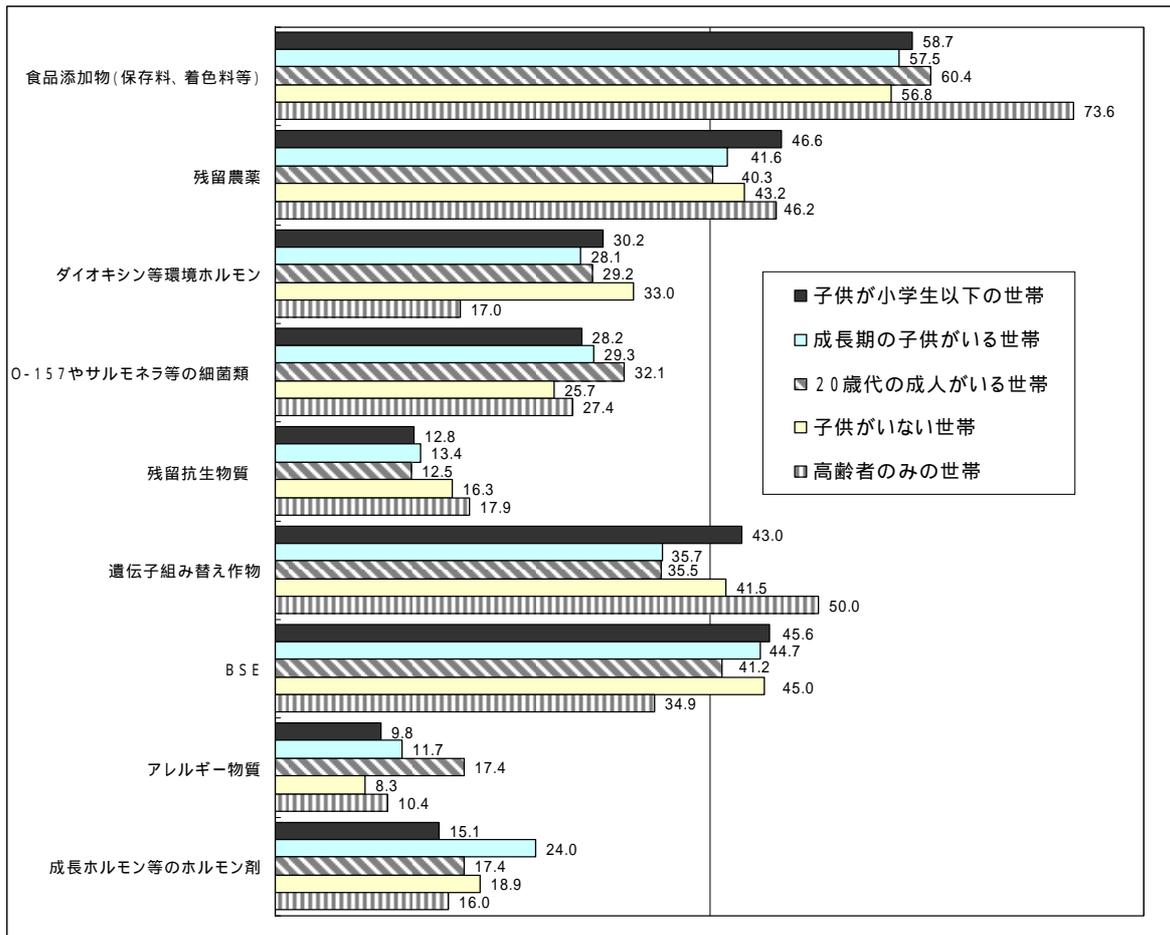
最も関心が高いのは「食品添加物(保存料、着色料等)」の59.4%で、今回やや上昇したが傾向は漸減である。「BSE」は43.1%と第2位に浮上した。

続いて「残留農薬」の42.5%で、前回と比較してやや上昇している。

「遺伝子組み替え作物」は根強い関心事で、38.8%と横ばいである。

今回の調査では、全般的に上昇している項目が多く見られる。

図 -4-(2) 食品の安全性への関心事 - 世帯構成別 - (今回 N=2,089・単位:%)



・全体的傾向(属性比較):

「図 -4-(2) 食品の安全性への関心事 - 世帯構成別 - 」によって、「食品の安全性への関心事」に対するライフステージによる特性を明らかにする。

今回再度「関心度」が高まった「BSE」は「高齢者のみの世帯」を除くすべてのライフステージで「関心度」が40%を超えており、注目される。

一般的に「高齢者のみの世帯」は「食品の安全性」に関して高い傾向があり、突出しているは「食品添加物」「遺伝子組み替え作物」である。

他のライフステージの中で特徴的な関心事を見ると、「残留農薬」は「子供が小学生以下の世帯」、「0-157 やサルモネラ等の細菌類」と「アレルギー物質」は「20歳代の成人がいる世帯」、「成長ホルモン等のホルモン剤」は「成長期の子供がいる世帯」などが目立っている。

## 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	輸入食肉について	産地について	調理方法について	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
H16/12調査全体		2,000	65.7	12.9	8.7	2.6	3.6	2.9	3.4	0.2
今回調査全体		2,089	65.9	11.8	9.5	2.5	3.8	2.0	4.3	0.2
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	305	70.2	10.5	6.6	2.6	3.9	1.6	4.3	0.3
	成長期の子供がいる世帯	409	64.8	14.9	8.3	2.0	4.4	1.7	3.7	0.2
	20歳代の成人がいる世帯	760	61.3	11.7	13.6	2.6	2.6	2.4	5.5	0.3
	子供がいない世帯	509	69.5	10.6	7.9	2.8	4.3	1.6	3.1	0.2
	高齢者のみの世帯	106	70.7	10.4	1.9	1.9	7.5	3.8	3.8	-

### ・全体的傾向（時系列・世帯属性比較）:

「表 -5-(1) 食肉情報の要望項目」は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、今回の調査で、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」の65.9%であった。

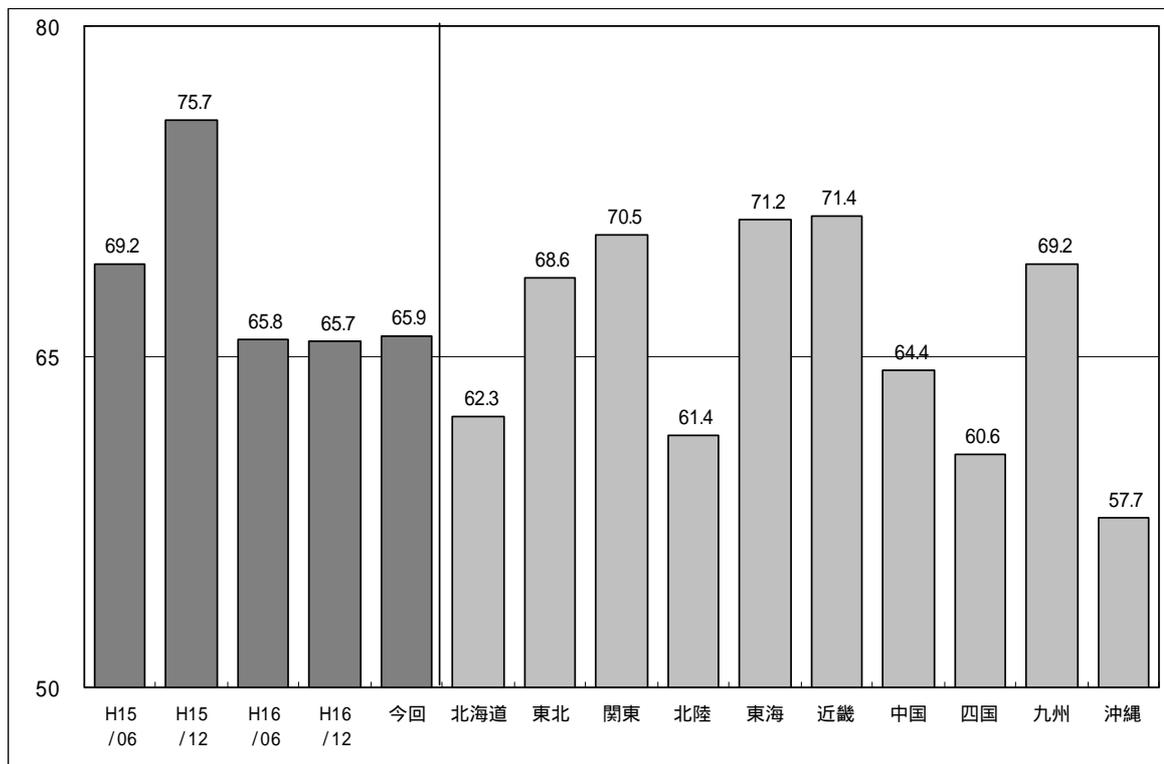
時系列傾向については、次図「図 -5-(2) 安全性への要望の変化と地域比較」で説明する。

「世帯構成」で見ると、「安全性について」は「子供が小学生以下の世帯」の70.2%、「高齢者のみの世帯」の70.7%と相変わらず「ライフステージ前半と後半」の両端に集中している。

その分、「ライフステージ中間」は要望の分散化傾向が見え、「成長期の子供がいる世帯」の「健康とのかかわりについて」は14.9%、「20歳代の成人がいる世帯」の「価格について」は13.6%と突出している。

図 -5-(2) 安全性への要望の変化と地域比較

(今回 N=2,089・単位：%)



・ 全体的傾向（時系列・地域比較）：

「図 -5-(2) 安全性への要望の変化と地域比較」によって、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」に絞って掘り下げてみる。

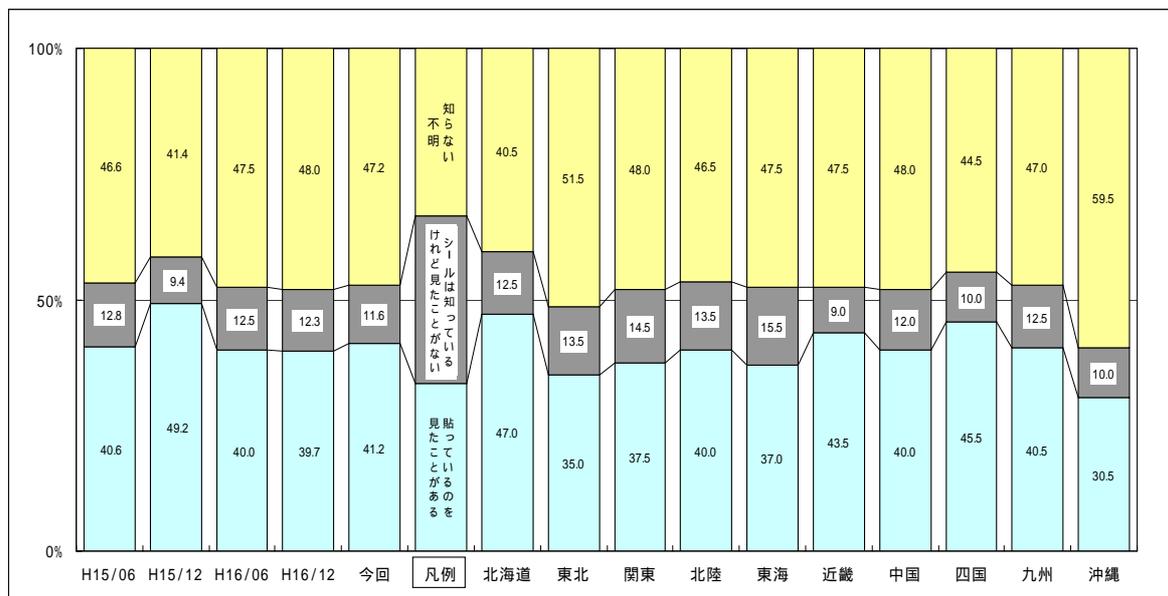
図左の過去4回の「安全性について」の「回答率」の推移を見ると「BSE」や「表示問題等」で注目された平成15年12月の75.7%をピークに落ち着き、今回65.9%と安定している。

過去の調査では、その時々「地域」によって「安全性について」の「回答率」は大きく上下変動したが、今回「関東」は70.5%、「東海」71.2%、「近畿」71.4%等、大都市圏を抱える「地域」が高位安定の傾向を示している。

## 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]の認知と変化 (今回 N=2,089・単位：%)



### ・全体的傾向（時系列・地域比較）:

「図 -6-(1) [適正表示店のシール]の認知と変化」を見ると、平成 16 年 6 月の「WEB 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、それ以降は全体的に安定している。

「図 -6-(1) [適正表示店のシール]の認知と変化」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がある」は今回 41.2%であり、また「シールは知っているけれど見たことがない」は今回 11.6%と、ほとんど変化が見えない。

「知らない・不明」が今回 47.2%であり、相変わらず減少していない状況である。

凡例より右側で「地域」別に特徴を見ると、「知らない・不明」が最も多いのは「沖縄」の 59.5%であり、以下「東北」の 51.5%とこの二地域が 50%を超えている。

表 -6-(2) 世帯属性別[適正表示店のシール]の認知

(単位：%)

		世帯数	見貼ったこと があるのを	いシールは 知っていた	知らない・不明
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
H16/12調査全体		2,000	39.7	12.3	48.0
今回調査全体		2,089	41.2	11.6	47.2
所得	300万円未満	404	29.7	13.6	56.7
	300～499万円	567	39.3	11.5	49.2
	500～699万円	487	40.9	11.3	47.8
	700～999万円	424	50.2	11.6	38.2
	1000万円以上	207	51.2	9.2	39.6
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	305	47.9	10.8	41.3
	成長期の子供がいる世帯	409	46.7	9.3	44.0
	20歳代の成人がいる世帯	760	33.9	11.3	54.8
	子供がいない世帯	509	41.5	13.0	45.5
	高齢者のみの世帯	106	51.9	18.9	29.2
家事担当者年齢	30歳未満	428	31.3	10.0	58.7
	30～39歳	513	40.4	11.9	47.7
	40～49歳	475	49.9	10.5	39.6
	50～59歳	448	40.6	11.8	47.6
	60歳以上	225	44.9	16.0	39.1

「表 -6-(2) 世帯属性別 [ 適正表示店のシール ] の認知」において、「所得」で見ると「貼っているのを見たことがある」の「700～999万円」と「1,000万円以上」が50%を超え突出している。

「知らない・不明」は、「低所得層」ほど高い傾向があり、明らかに「所得」と「シールの認知度」の間には高い正比例関係が見られる。

「世帯構成」で見ると、「知らない・不明」は「高齢者のみの世帯」が最も低い29.2%を示し、「20歳代の成人がいる世帯」の54.8%と大きな差があった。

「家事担当者年齢」では「知らない・不明」の「40～49歳」「60歳以上」がそれぞれ39.6%、39.1%と並び、「30歳未満」の58.7%との間には大きく「認知度」に差があった。