

第IV章 食肉の表示や情報について

第IV章 食肉の表示や情報について

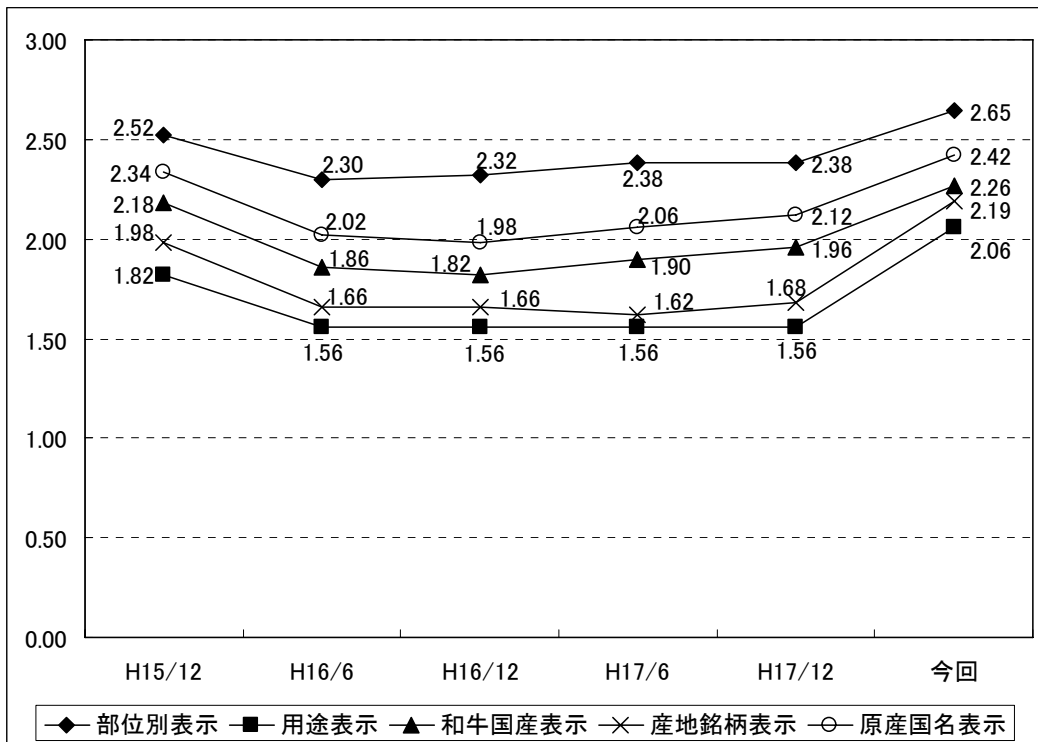
1. 食肉表示への関心

「気にして必ず見る」に(+3)、「時々見る」に(+2)、「あまり見ない」に(+1)、「全く見ない」、及び「不明」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。尚、今回の調査より、「時々見る」と「全く見ない」との間に「あまり見ない」という評価を追加し、よりきめ細かく推移を見ることとしている。過去のデータについては尺度調整を行って今回データと比較できる状態にしている。

食肉表示の加重平均推移を見ると、一番関心が高いのは「部位別表示」で、次いで「原産国名表示」、「和牛国産表示」、「産地銘柄表示」、「用途表示」という順番になっており、この順に変化はない。数値は尺度が変わったこともあり、全般的に今回調査数値が高くなった。

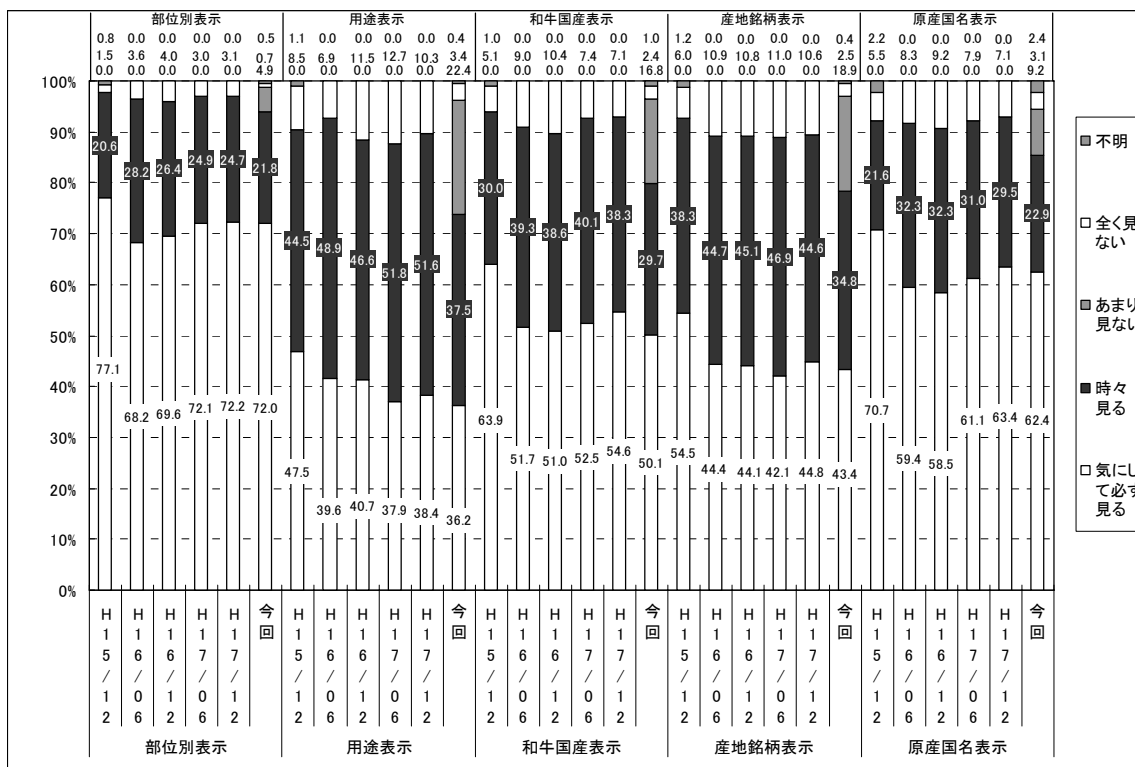
図表IV-1 食肉表示の加重平均推移

(単位:%)



図表Ⅳ－２ 食肉表示の関心状況推移

(単位：%)



部位別表示については、関心の度合いが高い状況で横ばいの推移となっている。

用途表示は、「気にして必ず見る」度合いが平成 16 年 12 月調査以降、年々減少しており、消費者が用途表示にはあまり関心が高くないことを示している。

和牛国産表示については、「気にして必ず見る」度合いが 50% 台で大きな変化なく推移している。

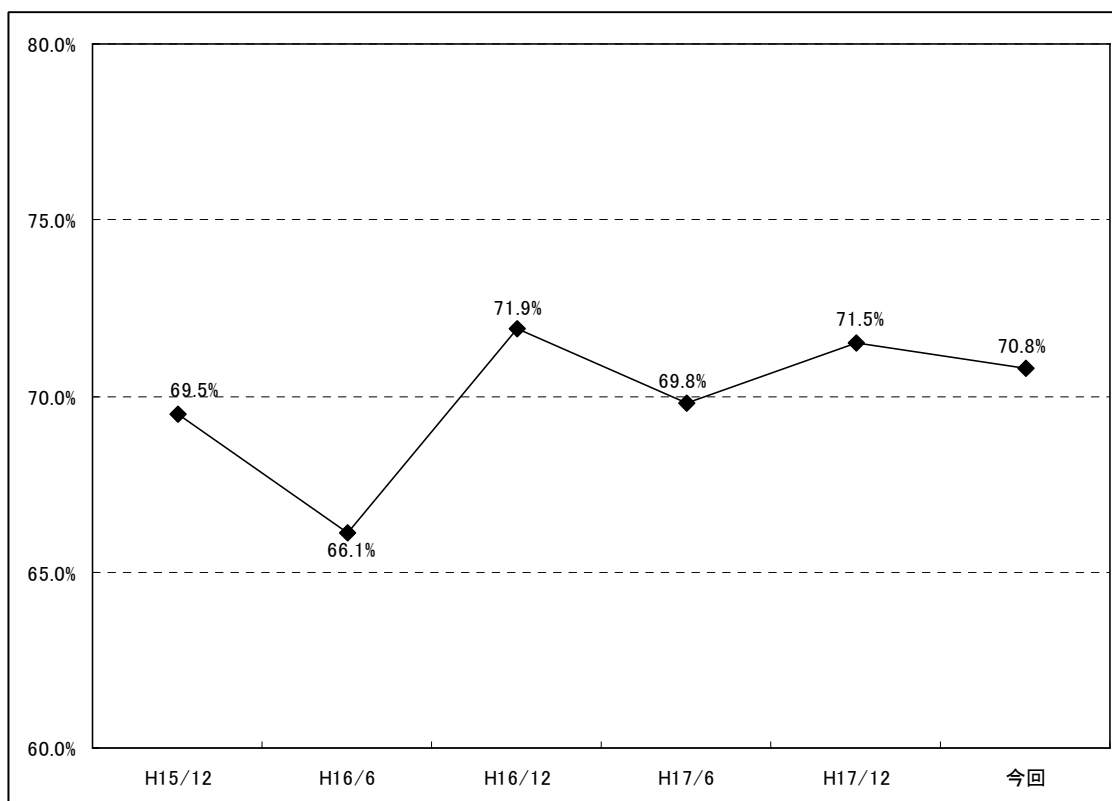
産地銘柄表示についても、特に大きな変化なく推移している。

原産国名表示は、部位別表示について関心が高く、「気にして必ず見る」度合いはここ 3 回の調査で、60% 前半で推移している。

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づけによる安心感の変化について確認する。

図表IV-3 JAS 法改正の認知率の推移

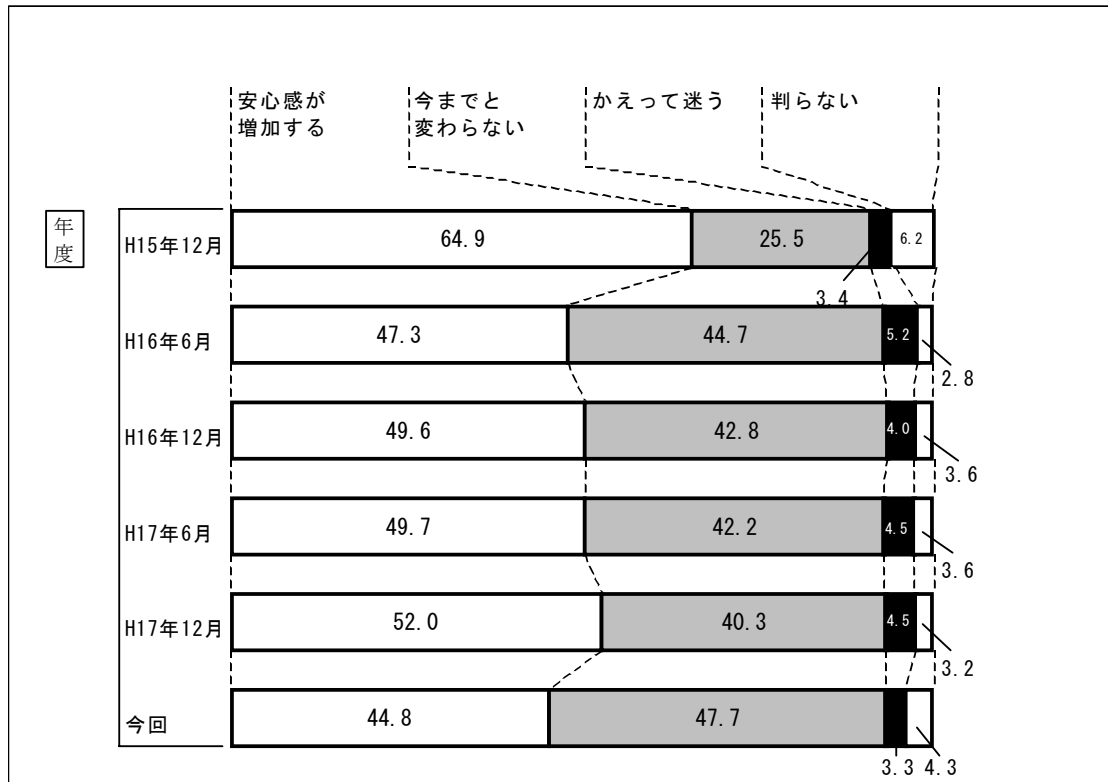


原産地表示の義務づけに対する認知率は平成 16 年 12 月以降、70%前後という比較的高い水準での認知が横ばいで続いている傾向にある。

このことは、ある程度までは認知を高めることができたが、これ以上認知率を高めるのが困難になってきていることを示している。

図表IV-4 JAS 法改正の認知状況の推移

(単位:%)



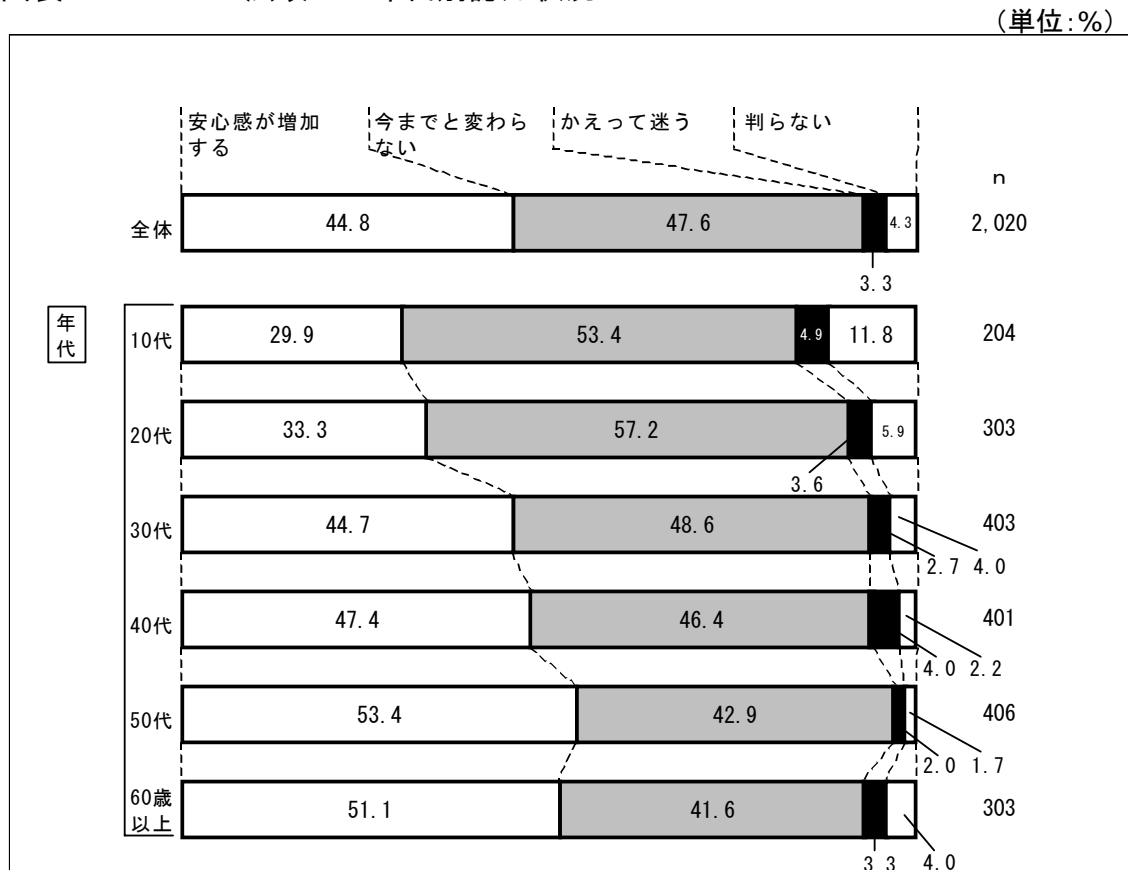
「図IV-4」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見が平成16年6月調査以降、増加する傾向にあったが、今回調査において44.8%とこれまでになく低い状況となった。

逆に、「今までと変わらない」という関心が低い、もしくは冷ややかな意見も平成16年6月調査以降、減少する傾向にあったが、今回調査において47.7%とこれまでになく高い状況となっている。

このような状況になった原因として、今回調査がこれまでの調査と異なり、関心が低い、もしくは冷ややかな意見を持つ「10代」の回答者が増加していることが考えられる。

2. 1. JAS 法改正への認知の年代別特徴

図表Ⅳ－5 JAS 法改正の年代別認知状況



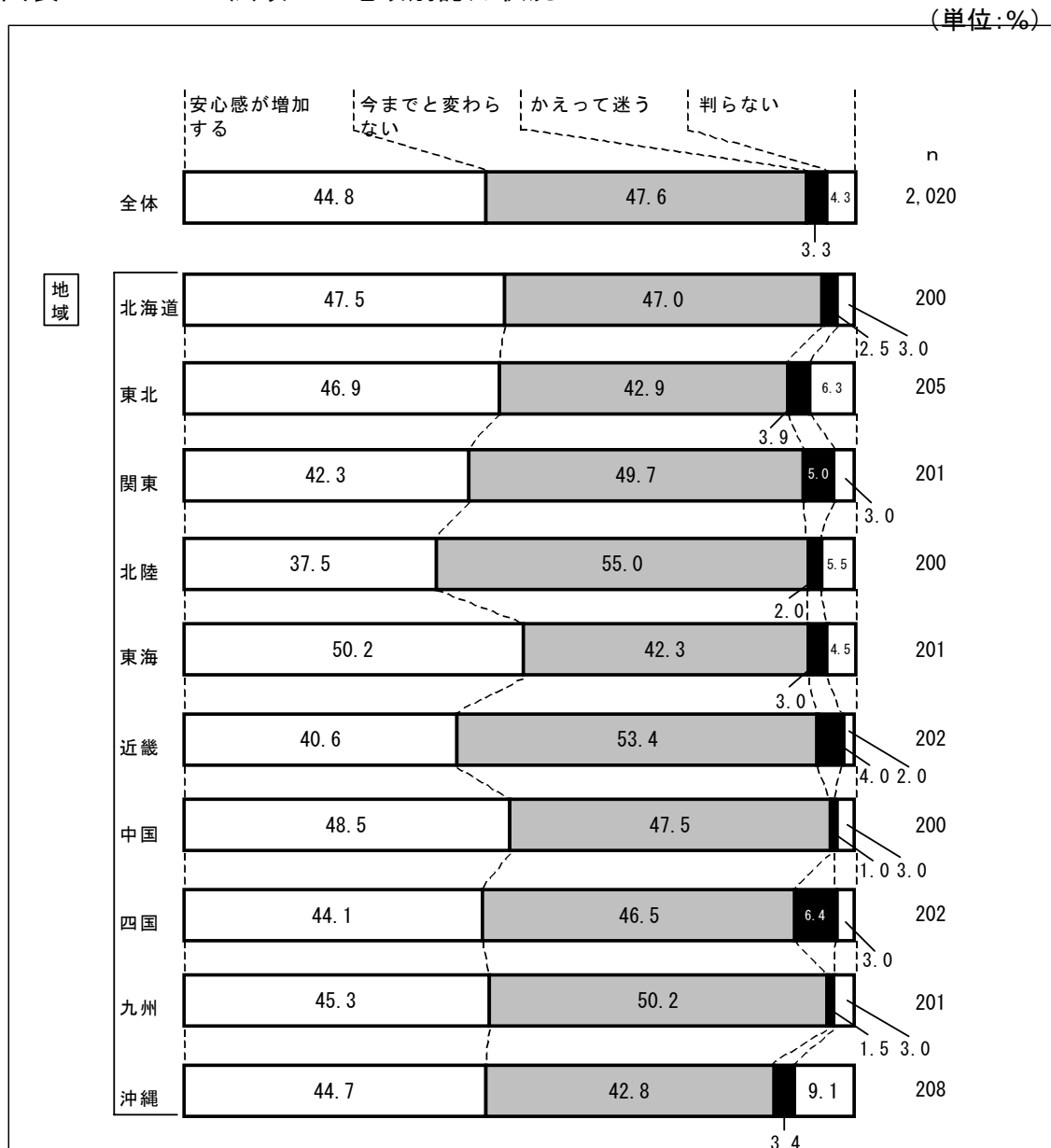
「図表Ⅳ－5」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見が、「10代」から「50代」に至るまで、年齢の増加とともに増加する傾向にあることがわかる。

逆に「今までと変わらない」という関心が低い、もしくは冷ややかな意見については、「20代」から「60歳以上」に至るまで、年齢の増加とともに減少する傾向にあることがわかる。

また、「10代」については「判らない」という意見が11.8%、「かえって迷う」という意見が4.9%と各年代の中で最も高い数値となっており、極めて関心が低い、もしくは冷ややかな意見を持っていることがわかる。

2. 2. JAS 法改正への認知の地域別特徴

図表Ⅳ－6 JAS 法改正の地域別認知状況



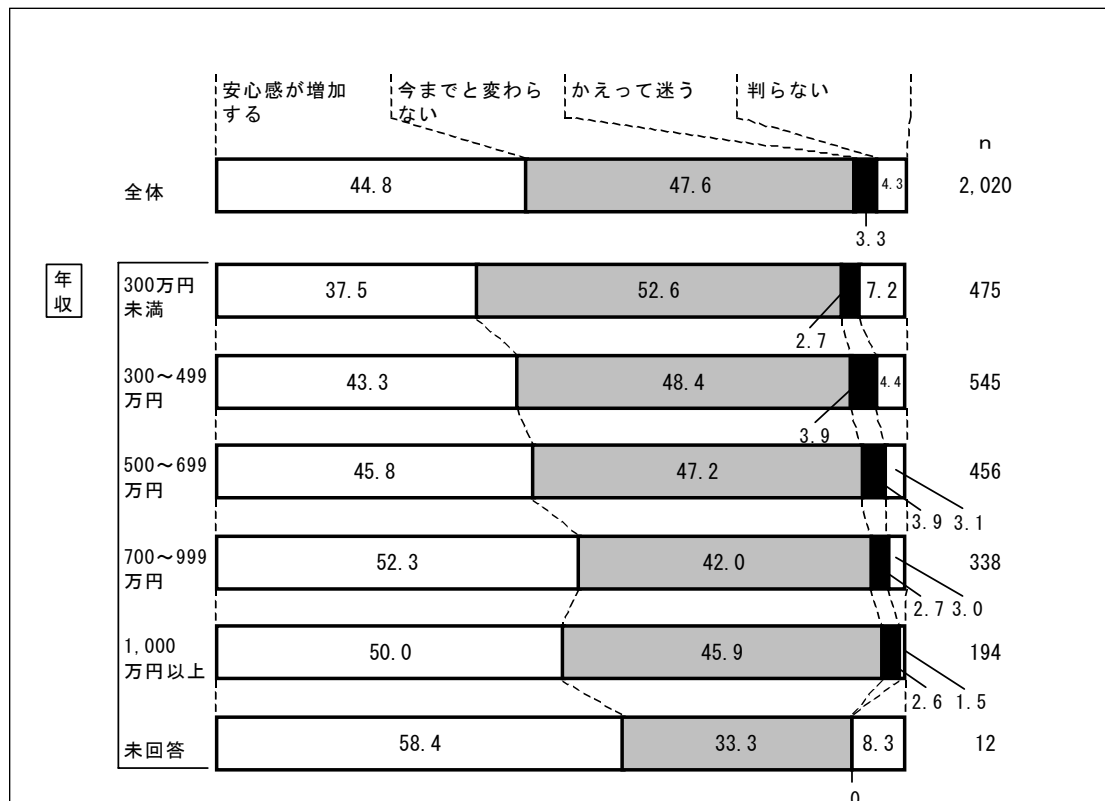
「図表Ⅳ－6」をしてみると、「安心感が増加する」という好意的な意見は東海で最も高く、北陸で最も低くなっている。

東海では原産地表示が好意的に解釈されているのに対し、北陸では関心が低い、もしくは冷ややかな反応になっている状況にある。

2. 3. JAS 法改正への認知の世帯年収別特徴

図表Ⅳ－7 JAS 法改正の世帯年収別認知状況

(単位:%)



「図表Ⅳ－7」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見が、「300万円未満」から「700～999万円」に至るまで、世帯年収の増加とともに増加する傾向にあることがわかる。

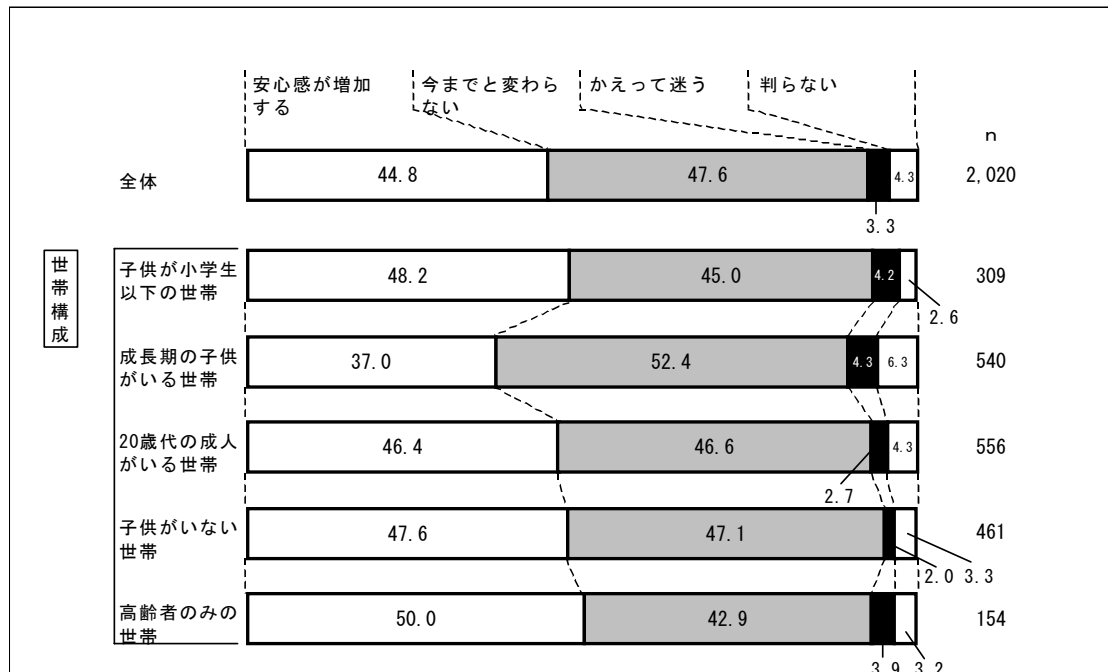
逆に「今までと変わらない」という関心が低い、もしくは冷ややかな意見については、「300万円未満」から「700～999万円」に至るまで、世帯年収の増加とともに減少する傾向にあることがわかる。

世帯年収「1,000万円以上」の世帯は若干「700～999万円」世帯より関心が低いものの、総じて世帯年収の増加とともに原産地表示を好意的に解釈する傾向にある。

2. 4. JAS 法改正への認知の世帯構成別特徴

図表IV-8 JAS 法改正の世帯構成別認知状況

(単位:%)



「図表IV-8」をしてみると、「安心感が増加する」という好意的な意見について「高齢者のみの世帯」が50.0%と最も高く、「成長期の子供がいる世帯」が37.0%と最も低くなっている。

このことは、「成長期の子供がいる世帯」においては、質よりも量を優先させた食事形態をとることから、原産地表示に対する関心が低くなっていることが想定された。

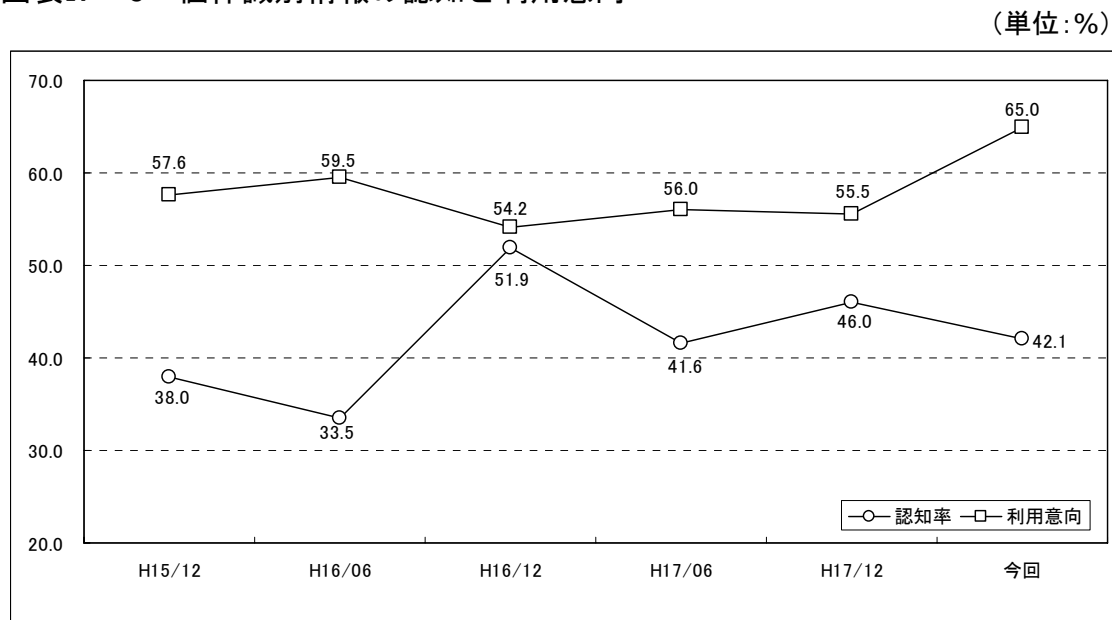
3. 安心情報（個体識別情報）の認知と評価

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の、認知と利用意向を見る。

今回調査が Web 調査であることから、基本的に回答者はパソコンが操作できるという前提条件が存在する。

3. 1. 個体識別情報の認知と利用意向

図表Ⅳ－9 個体識別情報の認知と利用意向



「図表Ⅳ－9」を見ると、今回調査の認知率は平成 17 年 12 月調査より若干減少し、平成 17 年 6 月調査並みの 42.1%となった。

一方、これまで頭打ちの傾向にあった利用意向については、今回調査では 65.0%と大きく伸びている。

図表Ⅳ－10 個体識別情報の認知と利用意向

(単位: %)

	世帯数	認知		利用意向		
		知っている	知らない(不明)	利用する	利用しない(不明)	
H15/12調査全体		2,186	38.0	62.0	57.6	42.4
H16/06調査全体		2,347	33.5	66.5	59.5	40.5
H16/12調査全体		2,000	51.9	48.1	54.2	45.8
H17/06調査全体		2,089	41.6	58.4	56.0	44.0
H17/12調査全体		2,087	46.0	54.0	55.5	44.5
今回調査全体		2,020	57.9	42.1	65.0	35.0
年代	10代	204	26.5	73.5	52.0	48.0
	20代	303	41.3	58.7	70.3	29.7
	30代	403	46.7	53.3	69.2	30.8
	40代	401	44.6	55.4	71.1	28.9
	50代	406	45.1	54.9	63.5	36.5
	60歳以上	303	40.3	59.7	56.4	43.6
地域	北海道	200	43.0	57.0	70.5	29.5
	東北	205	46.3	53.7	67.8	32.2
	関東	201	48.8	51.2	58.7	41.3
	北陸	200	41.0	59.0	67.0	33.0
	東海	201	35.3	64.7	68.7	31.3
	近畿	202	45.0	55.0	60.4	39.6
	中国	200	41.0	59.0	66.5	33.5
	四国	202	47.0	53.0	63.4	36.6
	九州	201	42.3	57.7	68.7	31.3
	沖縄	208	31.7	68.3	58.2	41.8
世帯年収	300万円未満	475	34.7	65.3	61.1	38.9
	300～499万円	545	41.5	58.5	62.0	38.0
	500～699万円	456	46.3	53.7	68.0	32.0
	700～999万円	338	44.1	55.9	71.9	28.1
	1,000万円以上	194	47.9	52.1	67.0	33.0
	未回答	12	58.3	41.7	8.3	91.7
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	309	45.0	55.0	68.6	31.4
	成長期の子供がいる世帯	540	37.0	63.0	60.0	40.0
	20歳代の成人がいる世帯	556	42.3	57.7	66.5	33.5
	子供がいない世帯	461	46.6	53.4	70.1	29.9
	高齢者のみの世帯	154	40.3	59.7	53.9	46.1

「図表Ⅳ－10」を年代別に見てみると、認知、利用意向ともに「10代」が極端に低い数値になっており、関心の低さを示している。一方、認知率が最も高かったのは「30代」の46.7%、利用意向が最も高かったのは「40代」の71.1%であった。

地域別に見ると「沖縄」が認知、利用意向ともに極端に低い数値になっており、関心の低さを示している。認知率が最も高かったのは「関東」の48.8%、

利用意向は「東海」と「九州」が同率で**68.7%**と高かった。

世帯年収別に見ると、「**300万円未満**」世帯が認知、利用意向ともに低い数値になっており、関心の低さを示している。認知率、利用意向は総じて世帯年収が高くなるほど高くなっていく傾向にあった。

世帯構成別に見ると、「**子供がいない世帯**」で認知、利用意向ともに最も高い数値になっており、関心の高さを示している。認知率が最も低かったのは「**成長期の子供がいる世帯**」の**37.0%**、利用意向は「**高齢者のみの世帯**」が**53.9%**と最も低かった。

3. 2. 個体識別情報利用の理由

図表Ⅳ－11 個体識別情報の利用意向と理由

(単位: %)

	全世帯数	利用する				利用しない・不明					
		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	そのような情報は必要ない	その他・不明	
H17/06調査全体	2,089	1,170	37.2	16.3	46.5	919	84.9	1.2	13.9	0.0	
H17/12調査全体	2,087	1,158	39.8	16.1	44.1	929	84.7	1.3	14.0	0.0	
今回調査全体	2,020	1,312	15.0	12.1	72.9	708	74.9	7.3	14.3	3.5	
年代	10代	204	106	10.4	16.0	73.6	98	77.6	3.1	18.4	1.0
	20代	303	213	10.8	15.0	74.2	90	90.0	1.1	7.8	1.1
	30代	403	279	9.3	12.2	78.5	124	83.9	0.0	9.7	6.5
	40代	401	285	15.4	9.8	74.7	116	81.0	0.0	13.8	5.2
	50代	406	258	20.5	10.1	69.4	148	68.9	9.5	18.9	2.7
	60歳以上	303	171	23.4	12.9	63.7	132	55.3	25.8	15.2	3.8
地域	北海道	200	141	14.2	12.8	73.0	59	71.2	8.5	15.3	5.1
	東北	205	139	9.4	15.8	74.8	66	72.7	7.6	16.7	3.0
	関東	201	118	16.9	11.9	71.2	83	77.1	1.2	14.5	7.2
	北陸	200	134	12.7	14.2	73.1	66	74.2	9.1	12.1	4.5
	東海	201	138	17.4	13.0	69.6	63	85.7	0.0	14.3	0.0
	近畿	202	122	21.3	5.7	73.0	80	85.0	0.0	12.5	2.5
	中国	200	133	18.8	12.8	68.4	67	88.1	0.0	10.4	1.5
	四国	202	128	11.7	8.6	79.7	74	79.7	5.4	13.5	1.4
	九州	201	138	18.1	13.0	68.8	63	87.3	0.0	7.9	4.8
沖縄	208	121	9.9	12.4	77.7	87	36.8	35.6	23.0	4.6	
世帯年収	300万円未満	475	290	15.2	15.2	69.7	185	67.0	15.7	15.1	2.2
	300～499万円	545	338	11.5	13.3	75.1	207	73.9	6.8	14.5	4.8
	500～699万円	456	310	13.2	10.0	76.8	146	84.9	1.4	11.6	2.1
	700～999万円	338	243	19.3	9.5	71.2	95	76.8	3.2	15.8	4.2
	1,000万円以上	194	130	20.0	12.3	67.7	64	81.3	1.6	12.5	4.7
	未回答	12	1	0.0	0.0	100.0	11	36.4	27.3	27.3	9.1
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	309	212	12.3	10.8	76.9	97	83.5	2.1	9.3	5.2
	成長期の子供がいる世帯	540	324	10.5	13.0	76.5	216	78.2	2.8	16.7	2.3
	20歳代の成人がいる世帯	556	370	13.5	13.5	73.0	186	75.8	7.5	13.4	3.2
	子供がいない世帯	461	323	19.8	11.8	68.4	138	73.2	8.7	13.8	4.3
	高齢者のみの世帯	154	83	27.7	7.2	65.1	71	53.5	25.4	16.9	4.2

「図表Ⅳ－11」を見ると、「家庭でも積極的に利用する」が大きく減少し、「興味があるので一度は見てみたい」が大幅に増加していることが特徴な結果となった。

利用する意向をもつ理由として最も多く選択されたのが「興味があるので一度は見てみたい」であり、これまでの調査と同様であった。

一方、利用しない意向をもつ理由としては「面倒そうだから使わない」であり、これもこれまでの調査と同様の結果となっている。消費者の利用を促進する上では、「情報検索の容易性」に重点を置いたインフラ整備と、手間がかからないことをアピールする必要がある。

3. 2. 1. 個体識別情報利用意向の理由の年代別特徴

「**図表IV-11**」を年代別に見る。まず、利用する理由として、「家庭でも積極的に利用する」については、「60歳以上」で最も多く、「30代」で最も少なくなった。「店にパソコンがあれば利用する」については、「10代」で最も多く、「40代」で最も少なくなっている。今回利用する理由として最も多かったのが「興味があるので一度は見てみたい」であり、これについては「30代」が最も多く、「60歳以上」で最も少なくなった。高齢者は家でゆっくり利用する意向があるのに対し、「10代」はお店でさっと利用したいことを示しているものと思われる。

利用しない理由として、「面倒そうだから使わない」については、「20代」で最も多く、「60歳以上」で最も少なかった。「インターネットがない又は使えない」については「60歳以上」が圧倒的に多くなっている。「そのような情報は必要ない」という意見は「50代」で最も多く、「20代」で最も少なくなっている。

3. 2. 2. 個体識別情報利用意向の理由の地域別特徴

「**図表IV-11**」を地域別に見る。まず、利用する理由として、「家庭でも積極的に利用する」については、「近畿」で最も多く、「東北」で最も少なくなった。逆に「店にパソコンがあれば利用する」については、「東北」で最も多く、「近畿」で最も少なくなっている。「興味があるので一度は見てみたい」については、「中国」が最も多く、「四国」で最も少なくなった。「近畿」では家でゆっくり利用する意向があるのに対し、「東北」はお店でさっと利用したいことを示しているものと思われる。

利用しない理由として、「面倒そうだから使わない」については、「中国」で最も多く、「沖縄」で最も少なかった。「インターネットがない又は使えない」については「沖縄」が圧倒的に多くなっている。「そのような情報は必要ない」という意見は「沖縄」で最も多く、「九州」で最も少なくなっている。

3. 2. 3. 個体識別情報利用意向の理由の世帯年収別特徴

「**図表IV-11**」を世帯年収別に見る。まず、利用する理由として、「家庭でも積極的に利用する」については、「1,000万円以上」で最も多く、「300～499万円」で最も少なくなった。「店にパソコンがあれば利用する」については、「300万円未満」で最も多く、「700～999万円」で最も少なくなっている。「興味があるので一度は見てみたい」については、「500～699万円」が最も多く、「1,000万円以上」で最も少なくなった。特徴的な傾向は見られなかった。

利用しない理由として、「面倒そうだから使わない」については、「500～699万円」で最も多く、「300万円未満」で最も少なかった。「インターネットがない又は使えない」については「300万円未満」が最も多く、「500～699万円」が最も少なかった。「そのような情報は必要ない」という意見は「700～999万円」で最も多く、「500～699万円」で最も少なくなっている。

3. 2. 4. 個体識別情報利用意向の理由の世帯構成別特徴

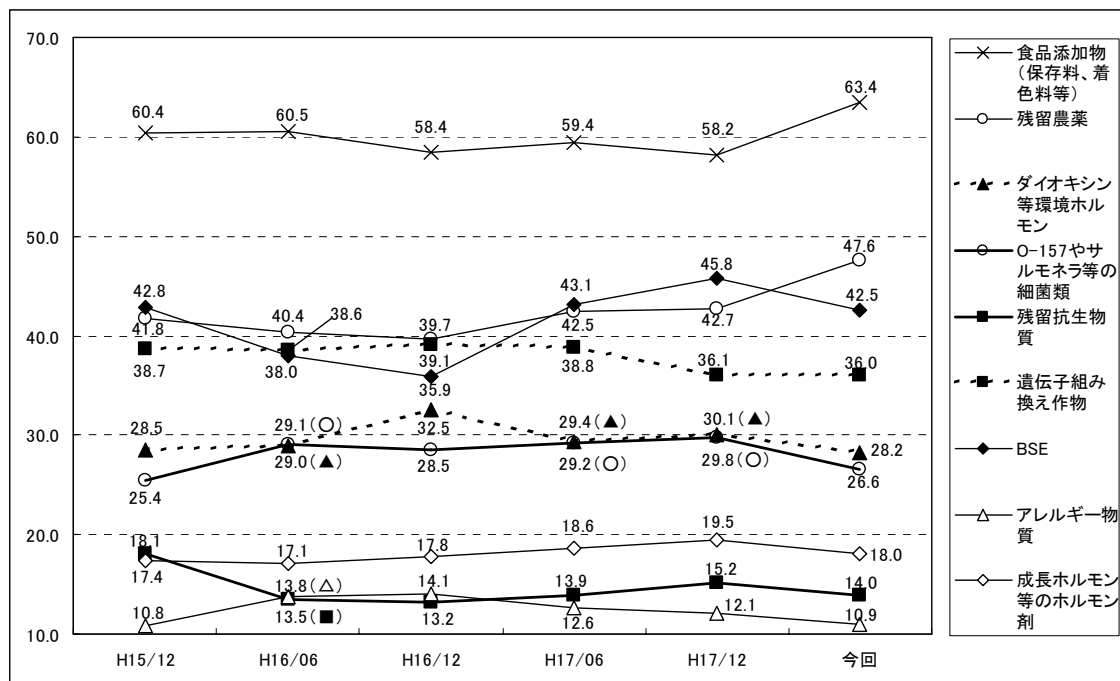
「**図表IV-11**」を世帯構成別に見る。まず、利用する理由として、「家庭でも積極的に利用する」については、「高齢者のみの世帯」で最も多く、「成長期の子供がいる世帯」で最も少なくなった。「店にパソコンがあれば利用する」については、「20歳代の成人がいる世帯」で最も多く、「高齢者のみの世帯」で最も少なくなっている。「興味があるので一度は見てみたい」については、「子供が小学生以下の世帯」が最も多く、「高齢者のみの世帯」で最も少なくなった。年代別分析からも明らかのように、「高齢者のみの世帯」では家でゆっくり利用する意向があることがわかる。

利用しない理由として、「面倒そうだから使わない」については、「子供が小学生以下の世帯」で最も多く、「高齢者のみの世帯」で最も少なかった。「インターネットがない又は使えない」については「高齢者のみの世帯」が圧倒的に多くなっている。「そのような情報は必要ない」という意見は「高齢者のみの世帯」で最も多く、「子供が小学生以下の世帯」で最も少なくなっている。

4. 食品の安全性に関する関心

図表Ⅳ－12 食品の安全性への関心事の変化

(単位:%)



「図表Ⅳ－12」を見ると、最も関心が高いのは「食品添加物（保存料、着色料等）」であり、これまで関心度合いが横ばい傾向にあったが、今回新たに関心が高まっている。

次いで関心が高かった項目は「残留農薬」で、平成16年12月調査以降、関心が高まってきている。

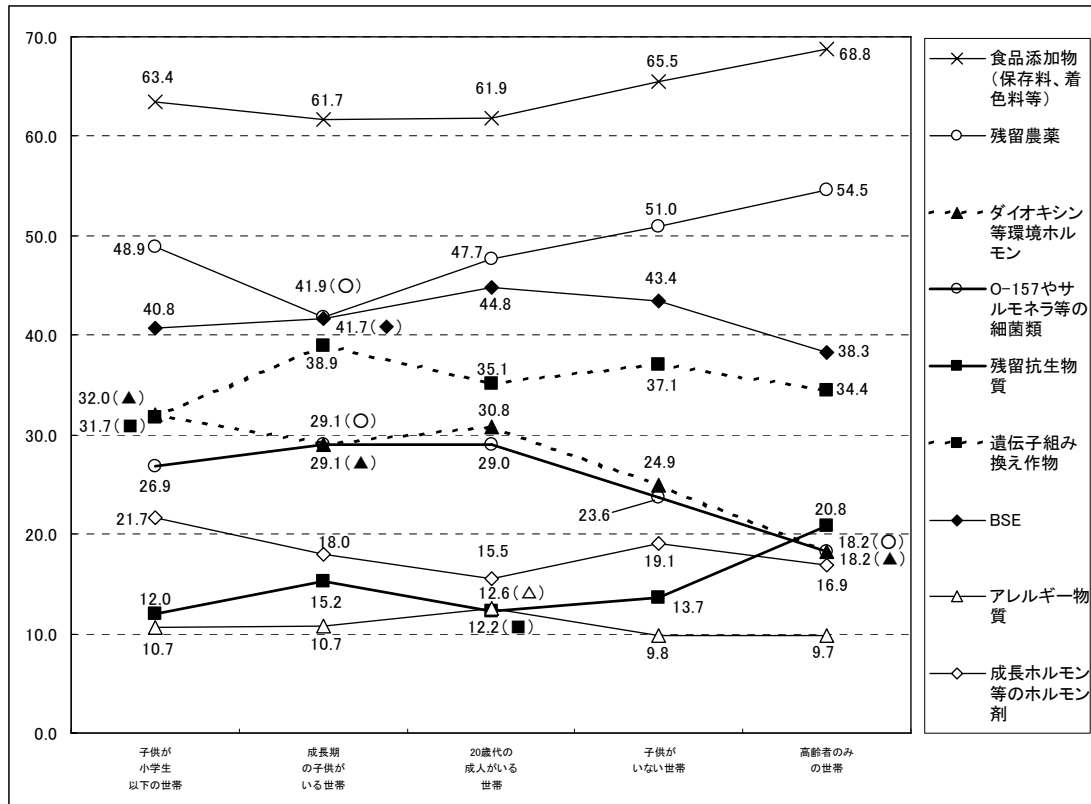
3番目に関心が高い項目は「BSE」となった。「BSE」への関心は乱高下しており、今回は前回に比べやや減少している。

「遺伝子組み換え作物」及び「アレルギー物質」は平成16年12月以降、徐々に関心が低くなっていく傾向にある。

「ダイオキシン等環境ホルモン」、「O-157 やサルモネラ等の細菌類」、「成長ホルモン等のホルモン剤」、「残留抗生物質」については、これまでと順位が変わらない状況で、前回調査と比較して関心が低くなっている状況にある。

図表Ⅳ-13 食品の安全性への関心事の世帯構成別特徴

(単位:%)



「図表Ⅳ-13」を見ると、「子供が小学生以下の世帯」が他の世帯と比べ最も高い関心を示した項目は、「ダイオキシン等環境ホルモン」、「成長ホルモン等のホルモン剤」であった。

「成長期の子供がいる世帯」が他の世帯と比べ最も高い関心を示した項目は、「O-157やサルモネラ等の細菌類」、「遺伝子組み換え作物」となった。

「20歳代の成人がいる世帯」が他の世帯と比べ最も高い関心を示した項目は、「BSE」、「アレルギー物質」であった。

「子供がいない世帯」が他の世帯と比べ最も高い関心を示した項目はなかった。

「高齢者のみの世帯」が他の世帯と比べ最も高い関心を示した項目は「食品添加物（保存料、着色料等）」、「残留農薬」、「残留抗生物質」となった。

5. 食肉情報の要望項目

図表IV-14 食肉情報の要望項目

(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	
H15/12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	
H17/06調査全体	2,089	65.9	11.8	9.5	2.5	3.8	2.0	4.3	0.2	
H17/12調査全体	2,087	67.4	10.7	8.4	2.4	3.8	2.9	4.1	0.3	
今回調査全体	2,020	69.6	9.4	8.2	1.3	5.3	2.8	2.6	0.8	
年代	10代	204	52.0	12.3	21.1	0.5	5.9	1.0	7.4	0.0
	20代	303	63.0	11.9	13.2	1.3	4.6	2.3	3.0	0.7
	30代	403	73.2	9.2	5.7	1.5	4.7	2.5	3.2	0.0
	40代	401	73.1	8.0	5.7	1.0	7.2	2.5	2.2	0.2
	50代	406	73.6	8.9	5.4	1.0	5.2	3.4	1.2	1.2
	60歳以上	303	73.3	7.6	5.0	2.3	4.3	4.3	0.7	2.6
地域	北海道	200	62.0	8.5	11.5	2.0	9.5	4.5	2.0	0.0
	東北	205	70.7	7.3	10.2	2.0	4.9	2.4	1.5	1.0
	関東	201	69.2	8.0	10.4	1.0	6.0	2.0	2.5	1.0
	北陸	200	73.0	6.5	8.0	2.5	3.5	4.0	1.5	1.0
	東海	201	70.1	8.0	8.5	0.5	7.0	1.0	5.0	0.0
	近畿	202	72.8	9.9	7.4	1.5	3.5	3.0	1.0	1.0
	中国	200	71.5	9.0	6.0	2.0	6.5	2.0	2.5	0.5
	四国	202	66.8	11.9	9.9	0.0	4.5	4.5	2.5	0.0
	九州	201	70.6	11.4	7.0	0.5	5.0	2.5	3.0	0.0
	沖縄	208	69.2	13.0	3.4	1.0	3.4	1.9	4.8	3.4
世帯年収	300万円未満	475	61.5	11.2	12.4	1.3	5.1	2.3	4.6	1.7
	300～499万円	545	69.4	7.7	8.8	1.7	6.8	2.2	2.6	0.9
	500～699万円	456	72.1	10.3	7.0	0.7	5.0	2.6	2.0	0.2
	700～999万円	338	76.3	8.0	3.8	1.5	5.3	3.3	1.5	0.3
	1,000万円以上	194	72.2	9.3	7.2	1.5	3.1	5.2	1.0	0.5
	未回答	12	75.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	309	78.3	7.1	5.2	1.3	5.8	1.3	0.6	0.3
	成長期の子供がいる世帯	540	63.0	10.0	12.6	0.9	6.9	2.0	4.6	0.0
	20歳代の成人がいる世帯	556	68.7	10.6	9.5	1.4	4.9	1.8	2.0	1.1
	子供がいない世帯	461	72.2	8.9	4.1	1.3	3.9	5.9	3.0	0.7
	高齢者のみの世帯	154	70.8	8.4	6.5	1.9	5.2	2.6	0.6	3.9

「図表IV-14」を見ると、圧倒的に「安全性について」の要望が高く、平成16年6月調査以降、年々要望が高まっている状況にあることがわかる。

次いで、「健康とのかかわりについて」に対する要望が高いが、今回調査では10%を割り込む関心度合いとなっている。

3番目に関心が高い項目として「価格について」が挙げられる。平成16年6月調査以降、8～9%で安定して推移している。

「輸入食肉について」は、今回の調査で若干、要望が増えている。

5. 1. 食肉情報の要望項目の年代別特徴

「**図表IV-14**」を年代別に見る。「安全性について」で最も要望が高かったのは「50代」であった。「30代」以上は総じて関心が高くいずれも73%台となっており、「10代」、「20代」と「30代」以上との間に格差が生じている。

「健康とのかかわりについて」では、最も要望が高いのは「10代」であり、総じて年齢の増加とともに要望が低くなっていく傾向にある。

「価格について」では、「10代」からの要望が圧倒的に高く、「20代」も高めになっている。若い世代からは、価格に対する要望が強くなっていることがわかる。

また、「調理方法について」でも、「10代」からの要望が他の年代と比べて極めて高い状況にある。このことは、ある程度調理方法をマスターしている「20代」以上の年代に比べ、まだ調理方法について学ぶ余地が高い「10代」ゆえの要望と解釈することができる。

5. 2. 食肉情報の要望項目の地域別特徴

「**図表IV-14**」を地域別に見る。「安全性について」では「北陸」が最も高かった。

「健康とのかかわりについて」では、最も要望が高いのは「沖縄」であった。総じて気候の暖かい南の方ほど、要望が高い傾向にあったのが特徴的である。

「価格について」では、「北海道」が最も要望が高く、「健康とのかかわりについて」の逆で、総じて気候の寒い北の方ほど要望が高い傾向にあった。

また、「輸入食肉について」では、「北海道」からの要望が突出して高くなっていた。

5. 3. 食肉情報の要望項目の世帯年収別特徴

「**図表IV-14**」を世帯年収別に見る。「安全性について」では「700～999万円」が最も高かった。

「健康とのかかわりについて」では、「300万円未満」からの要望が最も高い。

「価格について」でも、「300万円未満」からの要望が最も高く、総じて年収の増加とともに価格に対する要望は低くなっている。

5. 4. 食肉情報の要望項目の世帯構成別特徴

「**図表IV-14**」を世帯構成別に見る。「安全性について」では「子供が小学生以下の世帯」が最も高かった。

「健康とのかかわりについて」では、「**20歳代の成人がいる世帯**」からの要望が最も高い。

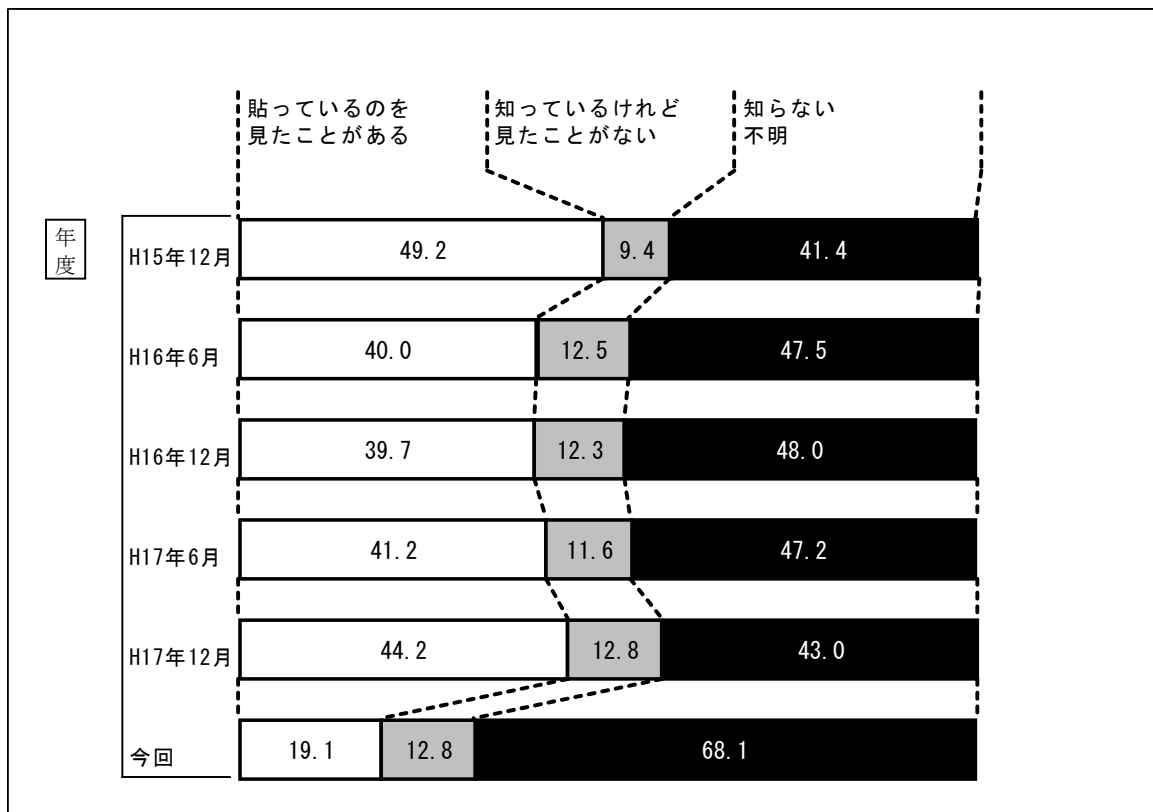
「価格について」では、「**成長期の子供がいる世帯**」からの要望が他の世帯と比較して突出して高く、この世帯は成長期の子供がいることから他の世帯より量を必要とするため、価格に敏感になっていることが想定される。

6. 「適正表示のお店」シールの認知

スーパーやお肉屋さん等に貼ってある「適正表示店シール」について訊ねた。

図表Ⅳ－15 「適正表示のお店」シールの認知の推移

(単位:%)

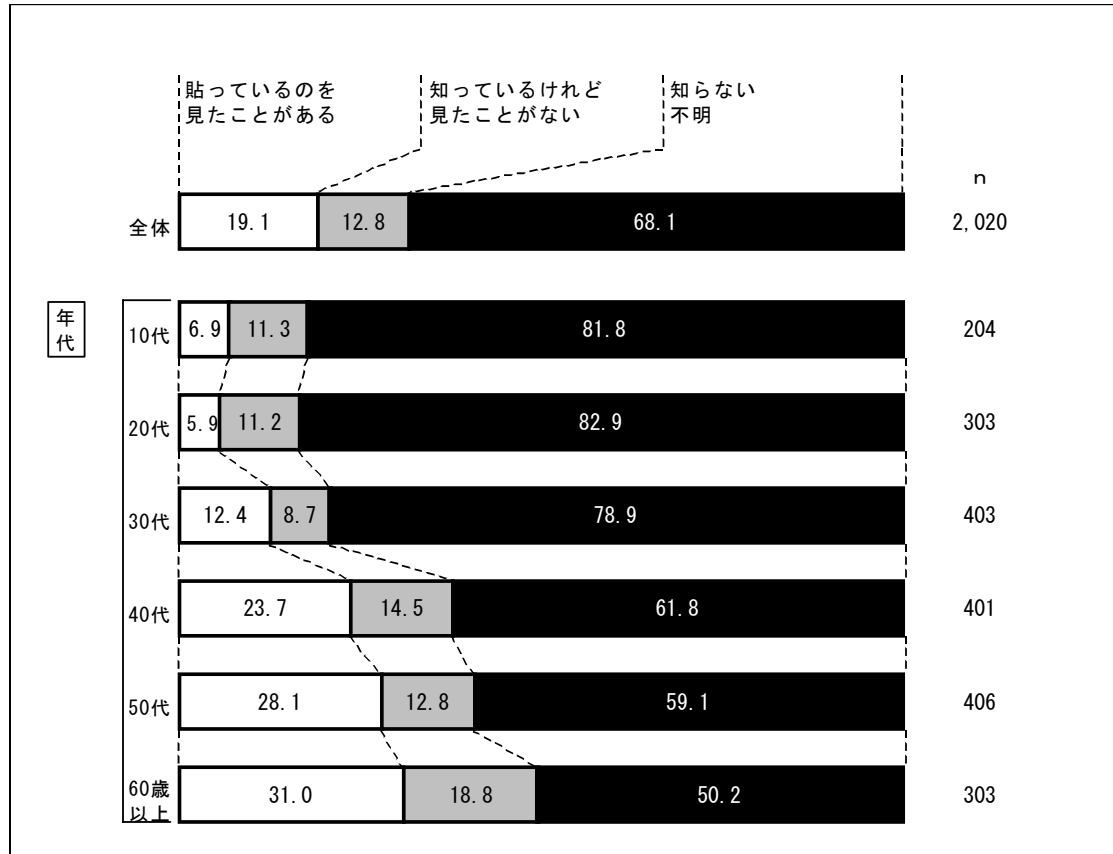


「図表Ⅳ－15」を見ると、「貼っているのを見たことがある」が平成16年12月調査以降、順調に増加してきていたが、今回調査で19.1%と大幅に減少している。

認知率が今回調査において大幅に減少した理由として、今回調査ではこれまでと異なり関心の低い「10代」からの回答が増えているためであることが考えられる。

6. 1. 「適正表示のお店」シールの認知の年代別特徴

図表Ⅳ-16 「適正表示のお店」シールの認知の年代別認知状況 (単位:%)



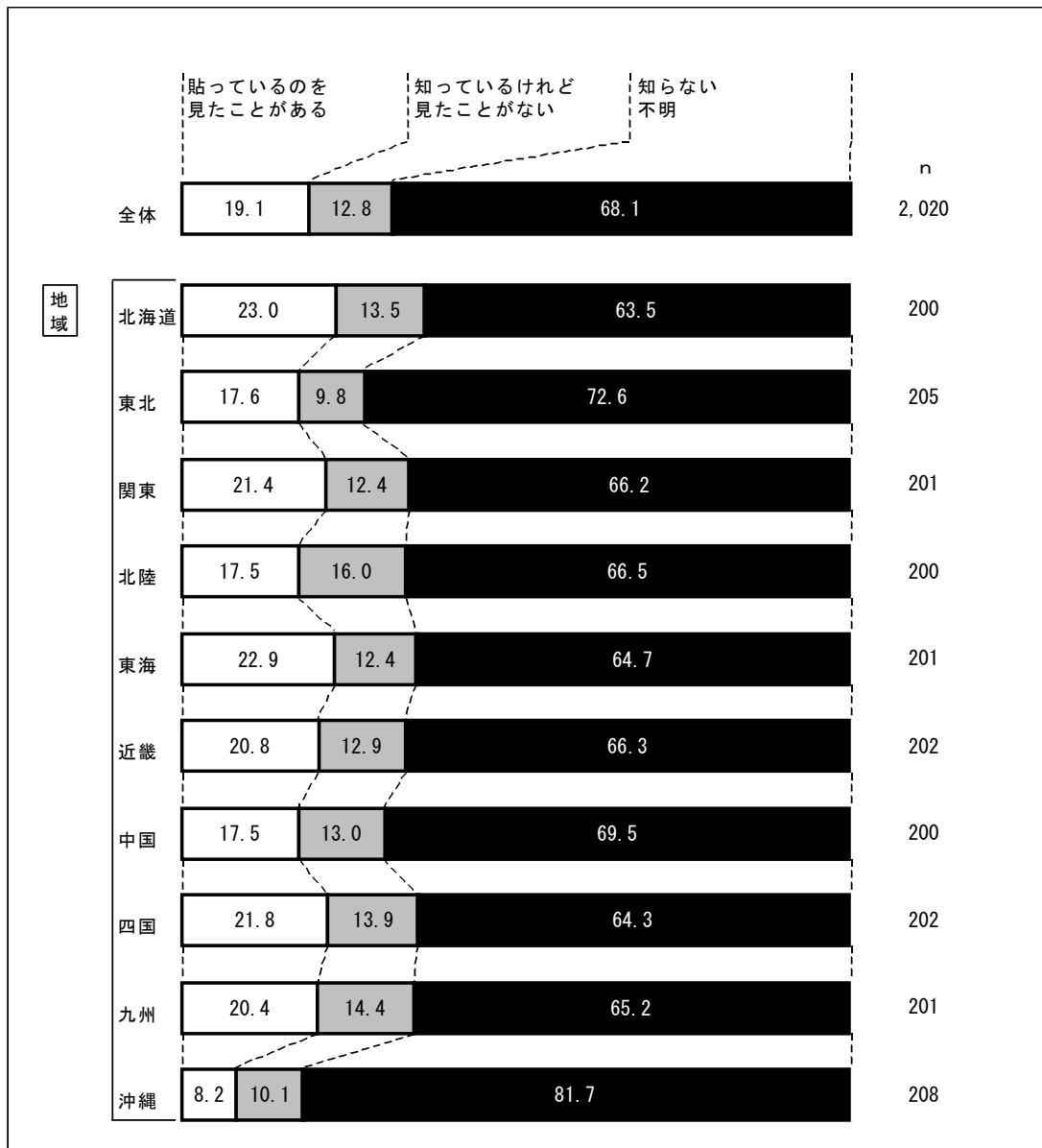
「図表Ⅳ-16」を見ると、「貼っているのを見たことがある」という意見が総じて年代が高くなるとともに高くなっていく傾向にあることがわかる。

このことは、高齢になるほど「適正表示のお店」であるかどうかということに関する関心が高まる傾向にあることを示している。

6. 2. 「適正表示のお店」シールの認知の地域別特徴

図表Ⅳ-17 「適正表示のお店」シールの認知の地域別認知状況

(単位:%)



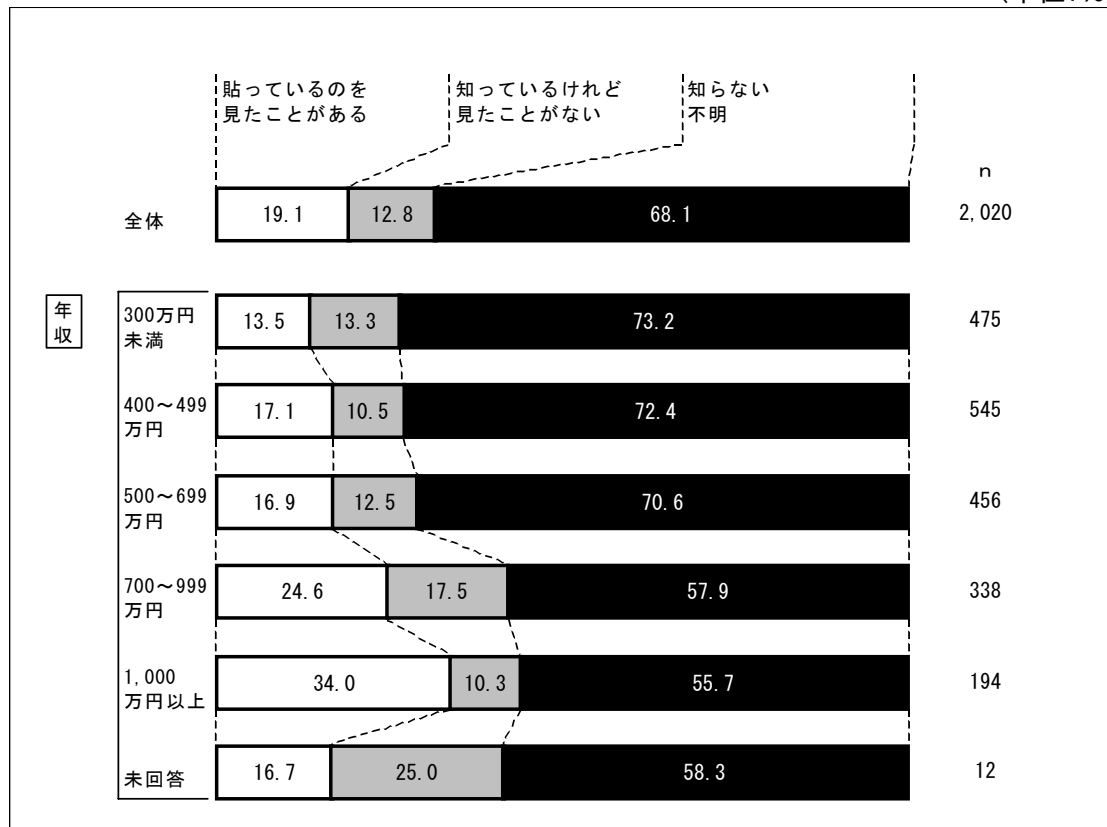
「貼っているのを見たことがある」という意見が最も高いのが「北海道」の23.0%、最も低いのが「沖縄」の8.2%となった。

沖縄で極端に「適正表示店シール」への関心が低いことが特徴的である。

6. 3. 「適正表示のお店」シールの認知の世帯年収別特徴

図表Ⅳ－18 「適正表示のお店」シールの認知の世帯年収別認知状況

(単位:%)



「図表Ⅳ－18」を見ると、「貼っているのを見たことがある」という意見が総じて世帯年収が高くなるとともに高くなっていく傾向にあることがわかる。

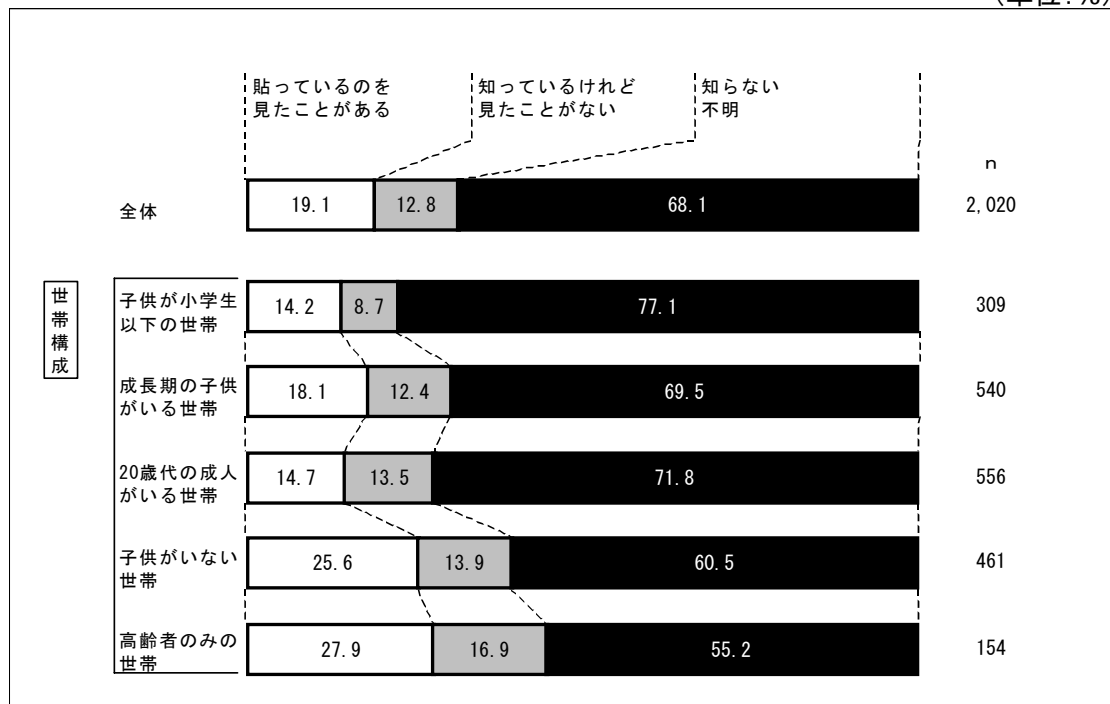
このことは、世帯年収が高くなるほど「適正表示のお店」であるかどうかということに関する関心が高まる傾向にあることを示している。

また、世帯年収「700万円未満」が15%前後、「700～999万円」が25%前後、「1,000万円以上」が35%前後と3段階で10%ずつ大きくアップしていることも特徴的であるといえる。

6. 4. 「適正表示のお店」シールの認知の世帯構成別特徴

図表IV-19 「適正表示のお店」シールの認知の世帯構成別認知状況

(単位:%)



「図表IV-19」を見ると、「貼っているのを見たことがある」という意見が最も多いのが「高齢者のみの世帯」で 27.9%、最も少ないのが「子供が小学生以下の世帯」で 14.2%であった。

年代別特徴と同様、高齢者世帯において「適正表示店シール」に対する関心が高くなっている。