

## 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

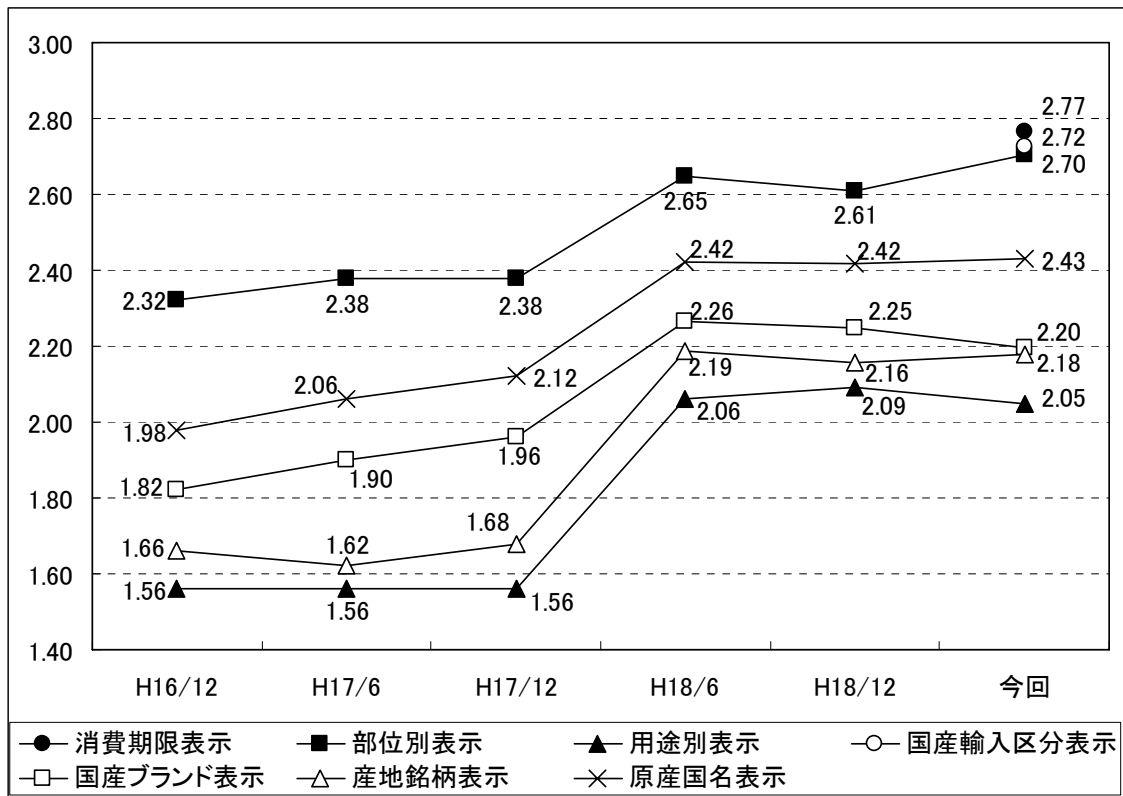
「気にして必ず見る」に(+3)、「時々見る」に(+2)、「あまり見ない」に(+1)、「全く見ない」、及び「不明」に(0)の値を乗じて平均を出した「加重平均値」を基に比較する。尚、平成18年6月調査より、「時々見る」と「全く見ない」との間に「あまり見ない」という評価を追加し、よりきめ細かく推移を見ることとしている。過去のデータについては尺度調整を行って今回データと比較できる状態にしている。

また、今回調査より新たに「消費期限表示」及び「国産輸入区分表示」を追加し、これらの表示に対する関心の高さを見ることとした。これまで「産地銘柄表示」や「原産国名表示」というより細かい項目について見てきたが、「原産国名」以前に「国産か、輸入か」の関心が高いのか、輸入とわかった上で原産国名に関心を寄せているのかを分けて動向を観察するために「国産輸入区分表示」を新たに追加している。

加えて、これまで「和牛国産表示」として観察してきた項目については、和牛に限定せず豚肉、鶏肉も含めた「国産ブランド表示」に変更してその関心の高さを見ていくこととした。

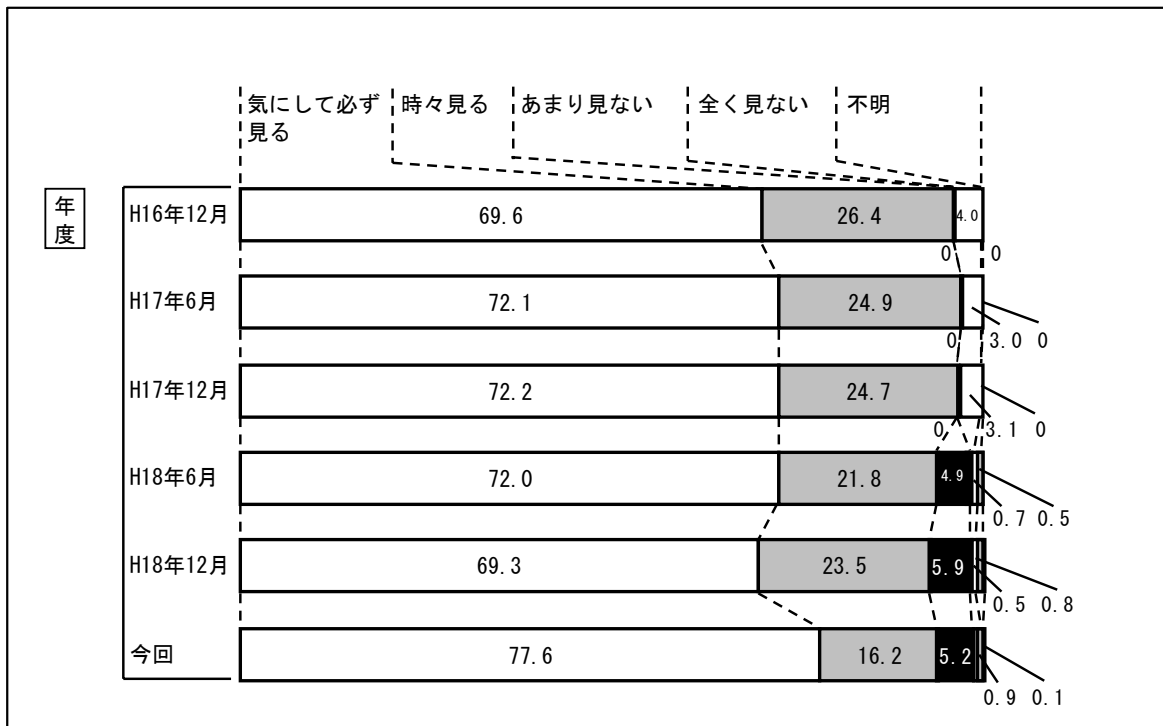
食肉表示の加重平均推移を見ると、一番関心が高いのは「消費期限表示」で、次いで「国産輸入区分表示」と、今回新たに追加した項目がいずれも高い関心を示した。以降は「部位別表示」、「原産国名表示」、「国産ブランド表示」、「産地銘柄表示」、「用途別表示」という順番になっており、これまでの順番と変化はない。各項目を平成18年12月調査結果と比較すると、「部位別表示」については0.09ポイント上昇しているが、他の項目については大きな変化は見られず、食肉表示に対する消費者の関心があまり変わっていないことを示している。

図表Ⅳ－1 食肉表示の加重平均推移



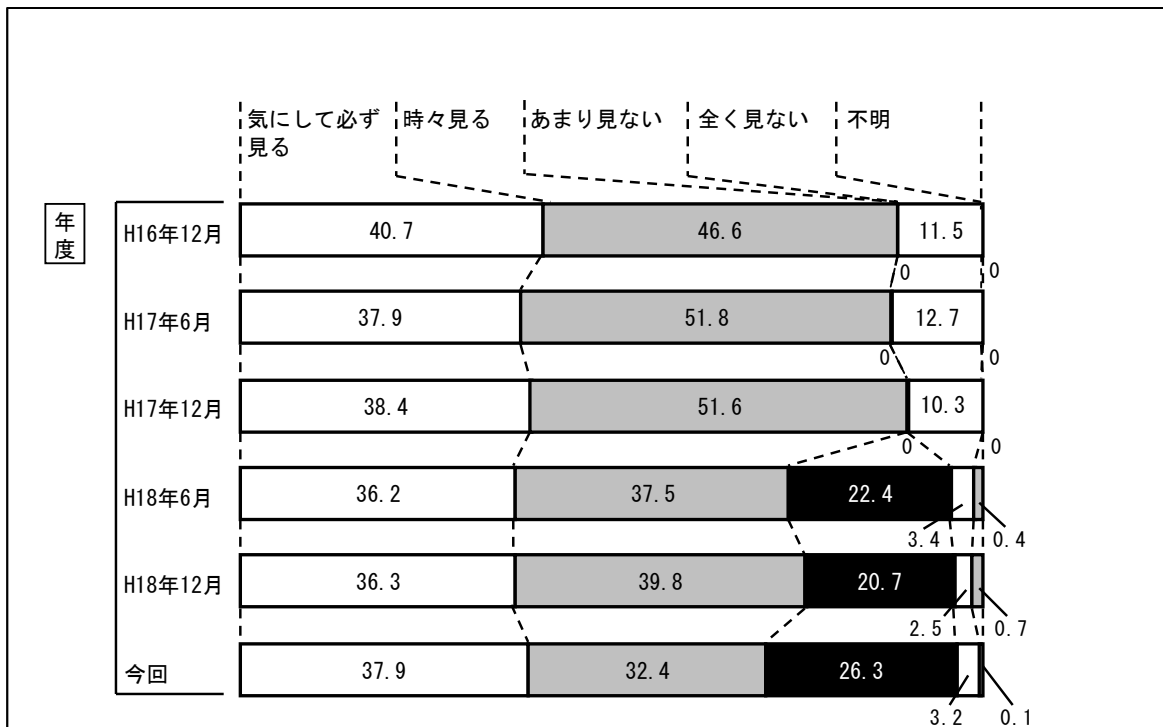
図表IV-2 部位別表示の関心状況推移

(単位:%)



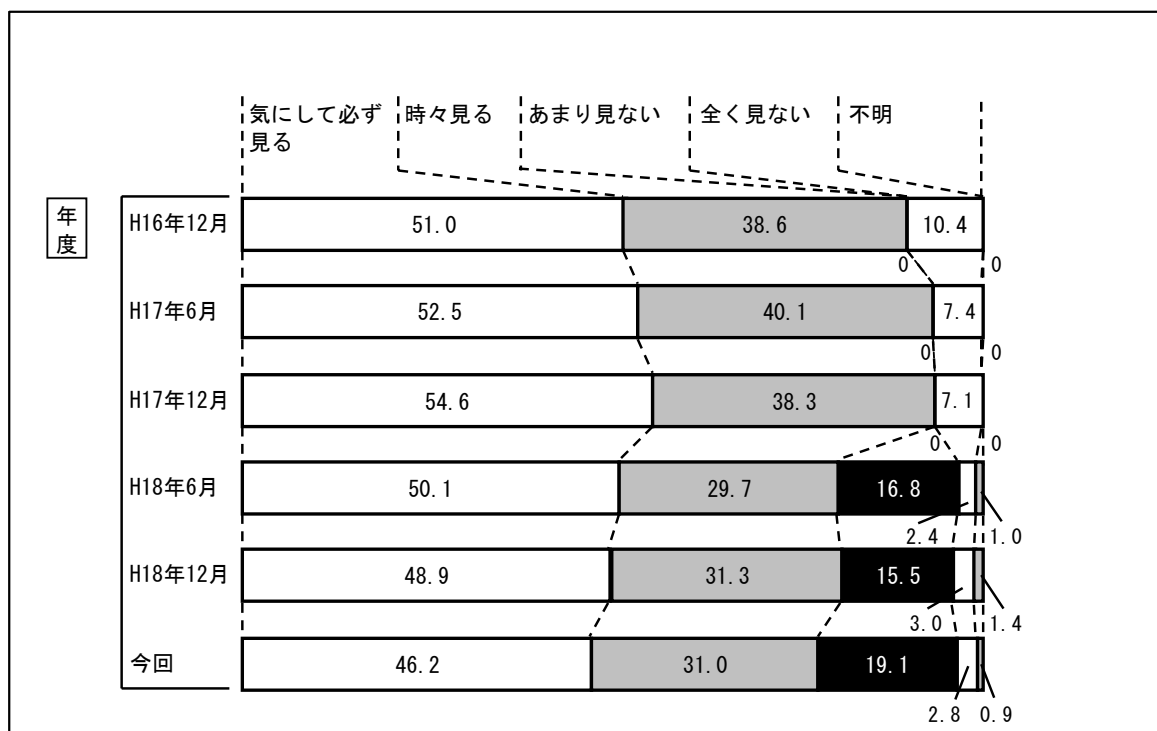
図表IV-3 用途表示の関心状況推移

(単位:%)



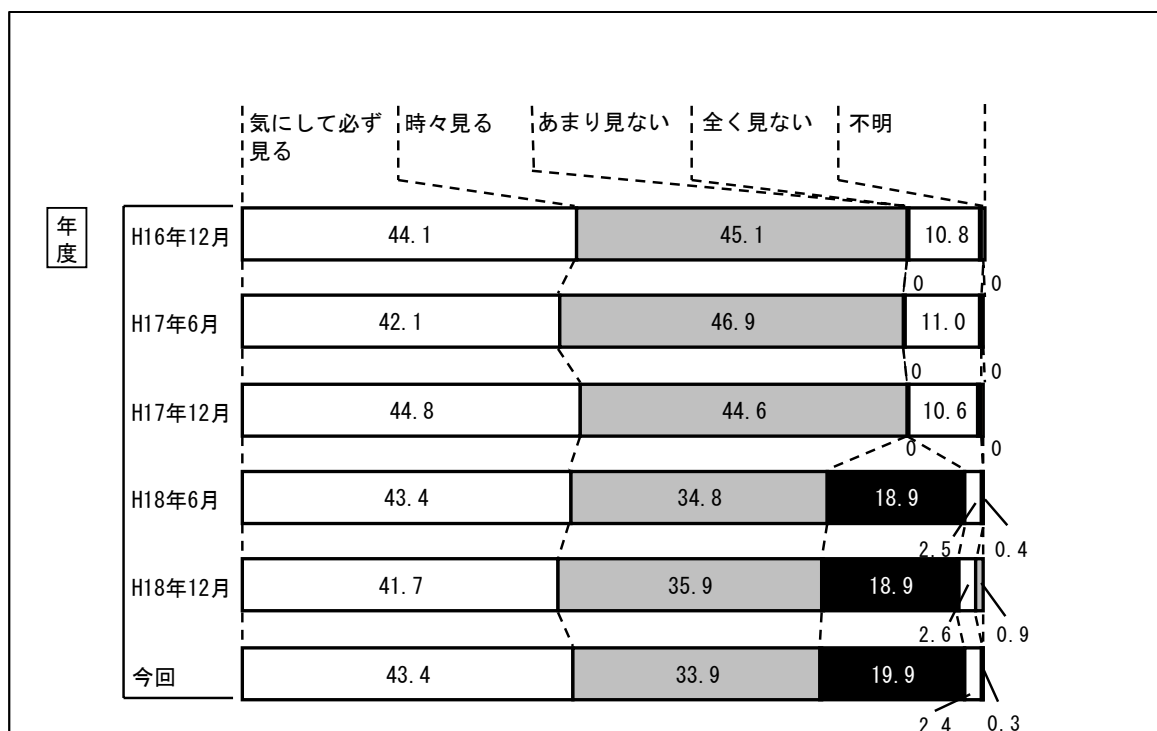
図表IV-4 国産ブランド表示の関心状況推移

(単位:%)



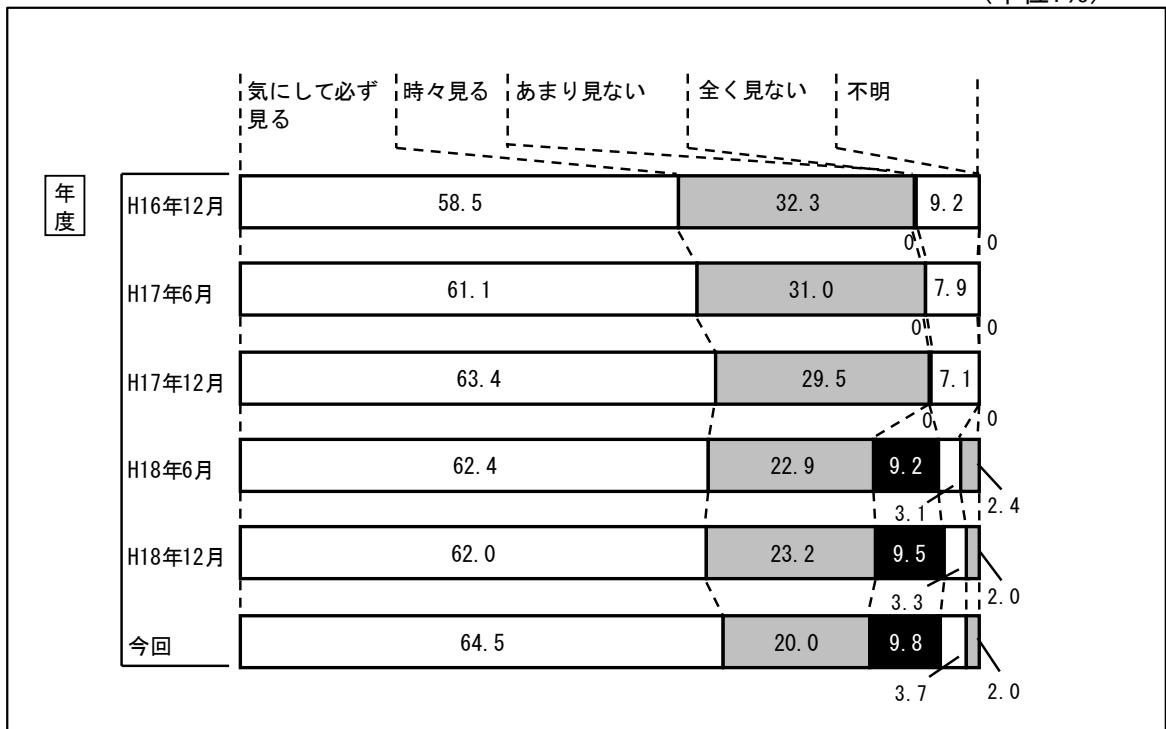
図表IV-5 産地銘柄表示の関心状況推移

(単位:%)



図表Ⅳ－6 原産国名表示の関心状況推移

(単位:%)



部位別表示については、これまで「気にして必ず見る」比率が70%前後と高い水準で推移していたが、今回調査では前回調査から8.3ポイントと大きく伸び、さらに関心が高まった。

逆に用途表示は、「あまり見ない」が前回調査から5.6ポイントアップし、関心度は微減した。

国産ブランド表示の「気にして必ず見る」は平成17年12月調査以降、年々減少しており、今回調査では過去3年間で最低の46.2%となった。

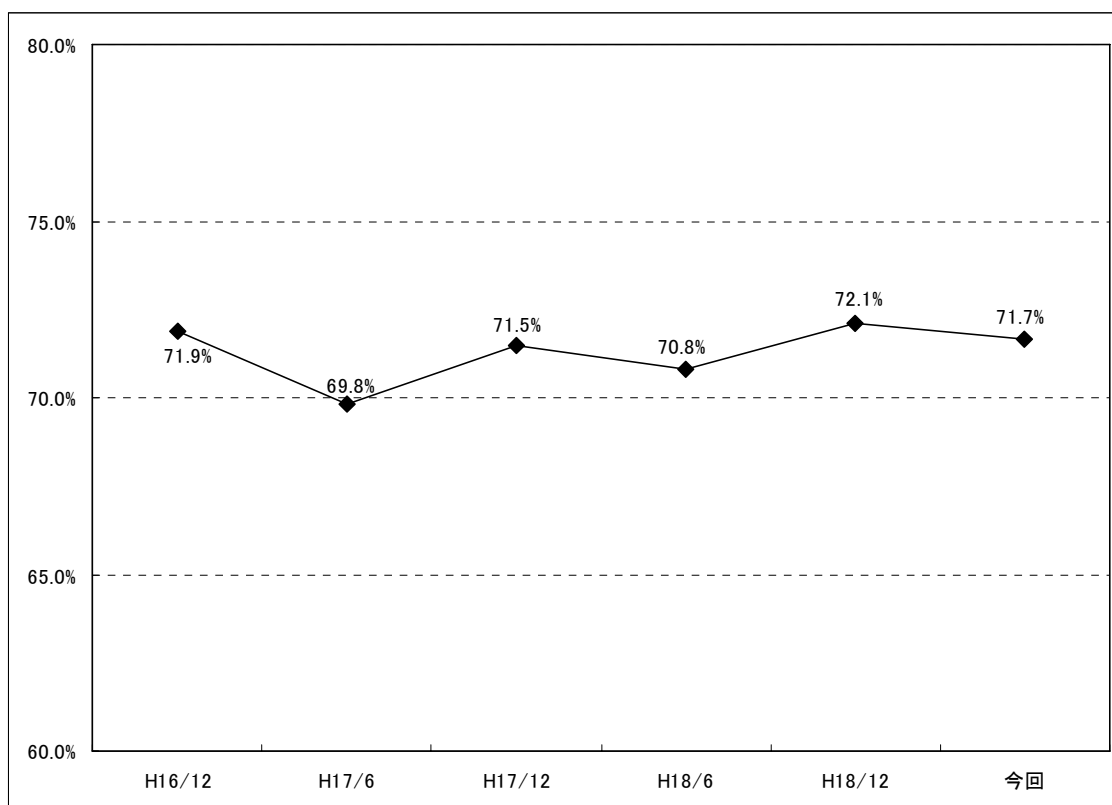
一方、産地銘柄表示の「気にして必ず見る」も平成17年12月調査以降、年々減少していたが、今回調査では前回調査から1.7ポイントアップし、全体的な関心度は微増した。

原産国名表示は大きな変化はなく、横ばいに推移した。

## 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-7 JAS 法改正の認知率の推移

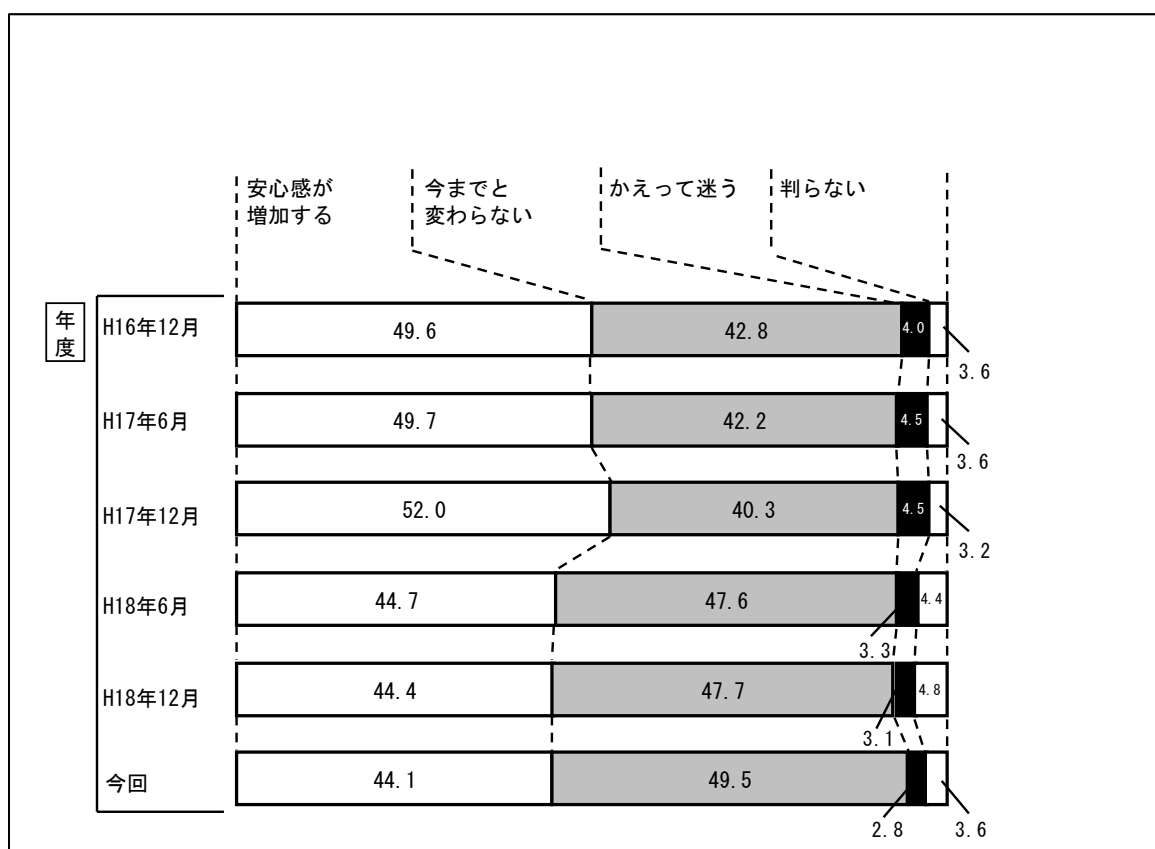


原産地表示の義務づけに対する認知率は平成 16 年 12 月以降、70%前後という比較的高い水準での認知が横ばいで続いている傾向にある。

今回調査では前回調査より 0.4 ポイントのダウンとなった。

図表Ⅳ－8 JAS 法改正の認知状況の推移

(単位:%)



「図Ⅳ－8」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見は前回調査と比較してほとんど変わっていない。

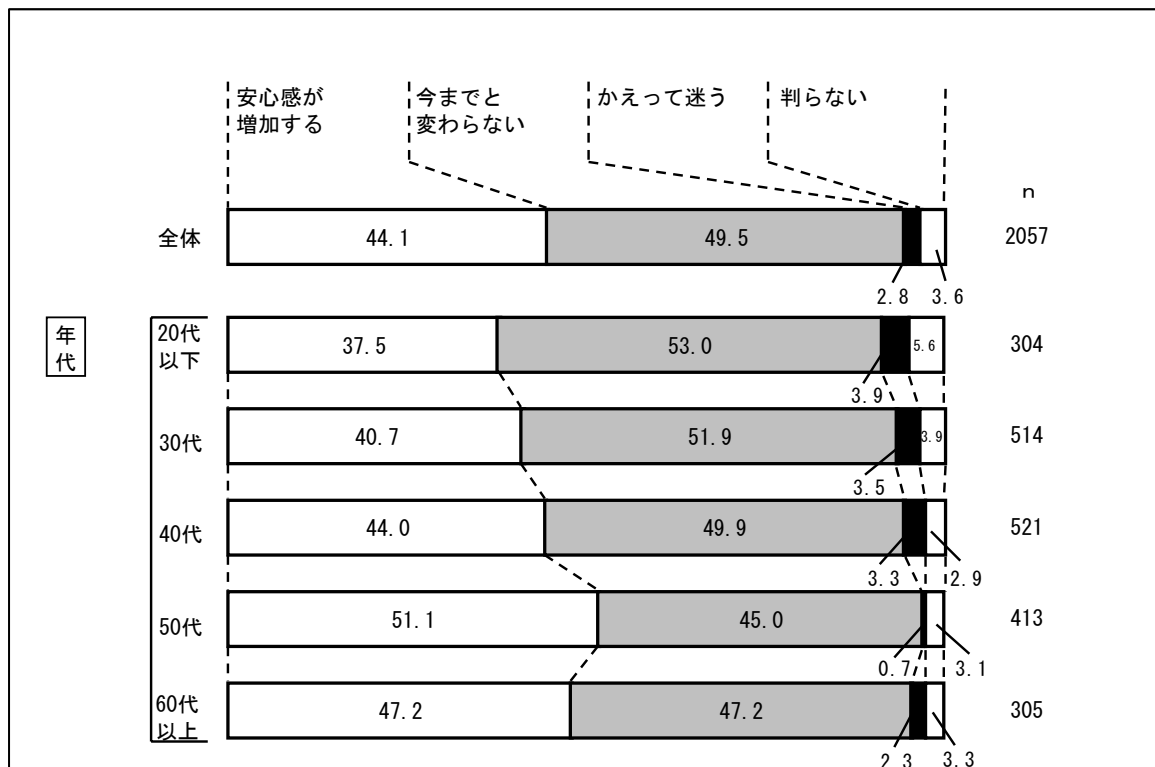
また、「今までと変わらない」という関心が低い、もしくは冷ややかな意見や、「かえって迷う」という否定的な意見についても前回調査とほぼ同じ水準であり、平成18年6月調査以降、JAS法改正が与える印象に、大きな変化が見られなくなってきたことがわかる。



## 2. 1. JAS 法改正への認知の年代別特徴

図表Ⅳ－9 JAS 法改正の年代別認知状況

(単位:%)



「図表Ⅳ－9」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見は、「50代」までは、年齢が上がるとともに増加していく傾向にあるが、「60代以上」では若干下がっている。

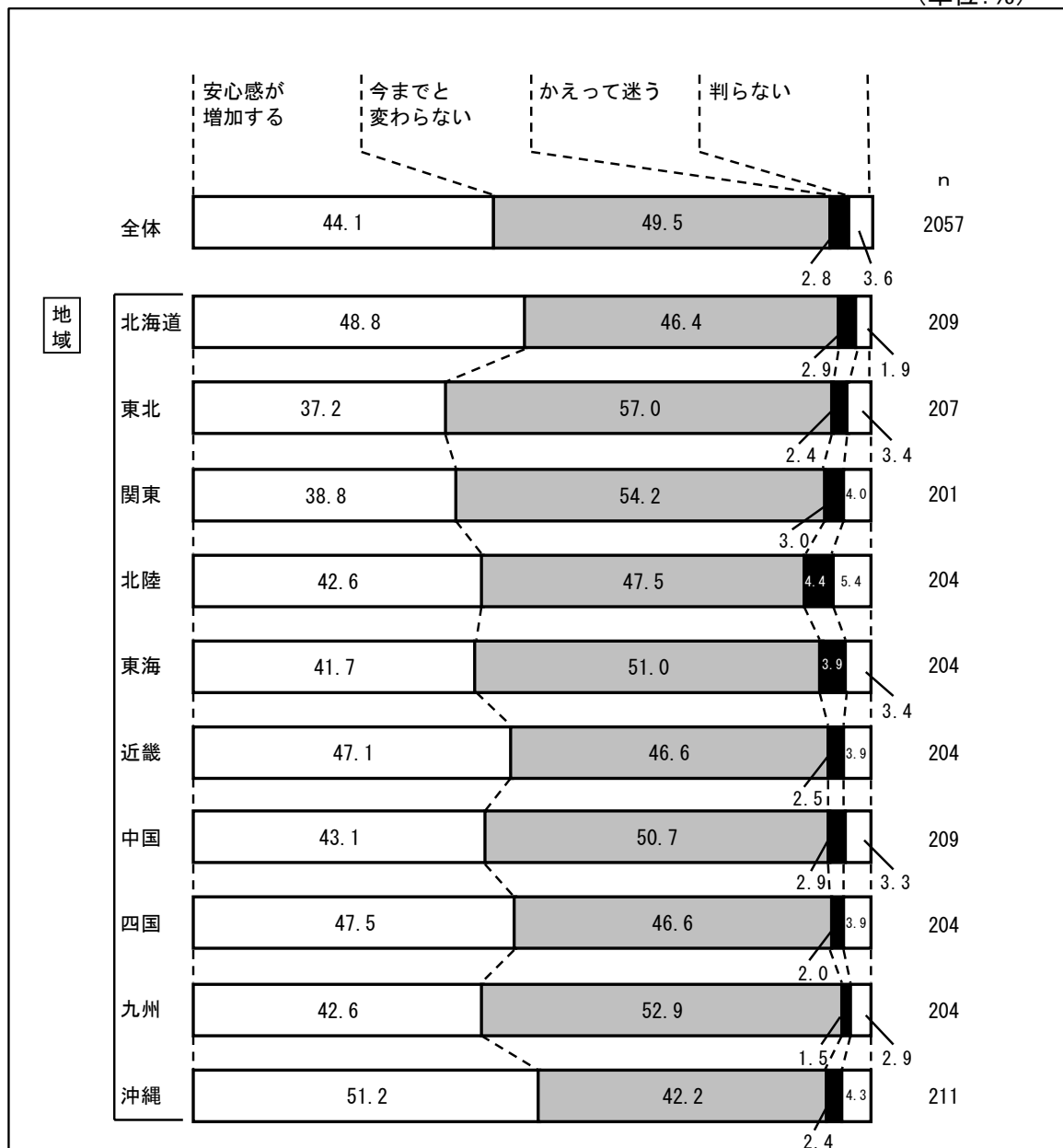
逆に「今までと変わらない」という関心が低い、もしくは冷ややかな意見については、「50代」までは、年齢が上がるとともに減少する傾向にあるが、「60代以上」では若干上がっている。

今回調査では「50代」の「かえって迷う」という否定的意見が極端に少なかった点も特徴的である。また、「20代以下」の「かえって迷う」、「わからない」という否定的、無関心な意見が他の年代と比較しても高く、「20代以下」のJAS法改正への関心の低さを示している。

## 2. 2. JAS 法改正への認知の地域別特徴

図表Ⅳ－10 JAS 法改正の地域別認知状況

(単位:%)



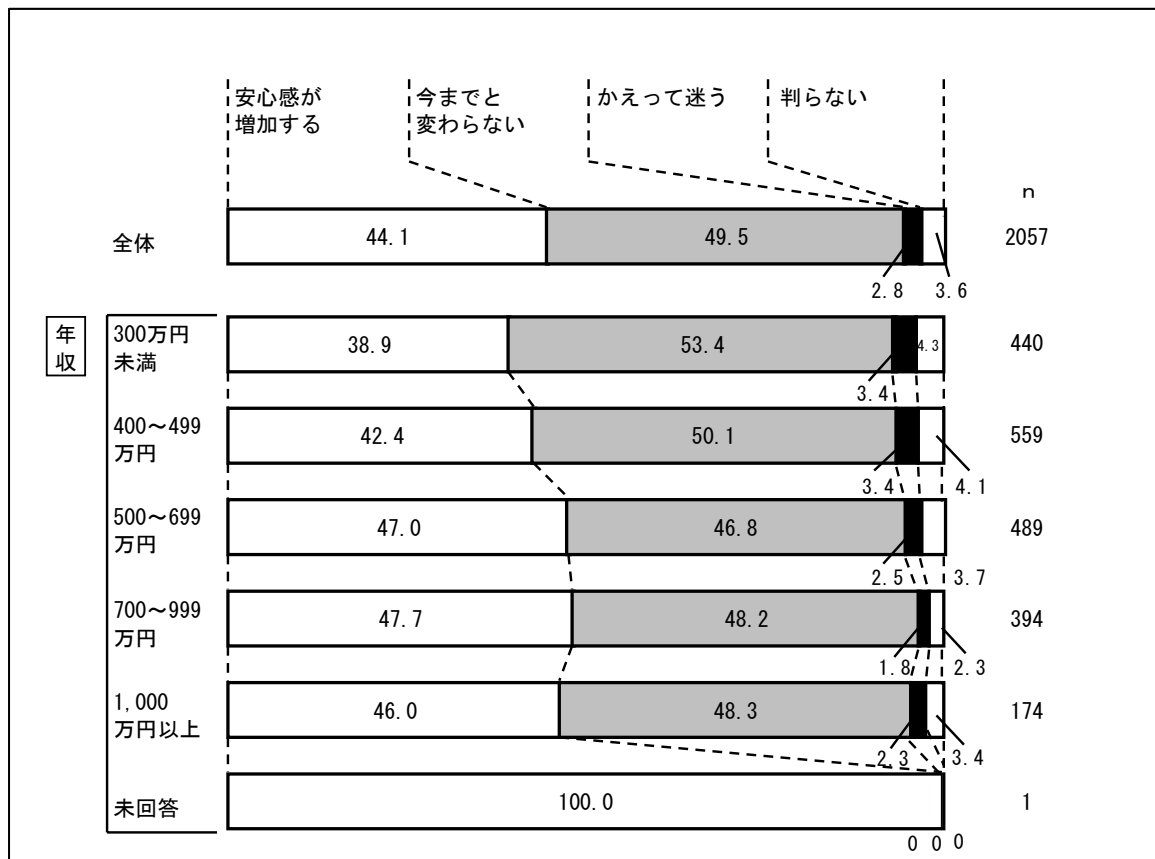
「図表Ⅳ－10」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見は「沖縄」で最も高く、「東北」で最も低くなっている。

「かえって迷う」は「北陸」で最も高く、「北陸」では JAS 法改正への関心が低い、もしくは冷ややかな反応になっている状況にあることがわかる。

## 2. 3. JAS 法改正への認知の世帯年収別特徴

図表Ⅳ－11 JAS 法改正の世帯年収別認知状況

(単位:%)



「図表Ⅳ－11」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。中でも「300万円未満」世帯においてのみ、「安心感が増加する」という意見が40%を切っており、JAS法改正に対して若干好意的でない状況となっている。

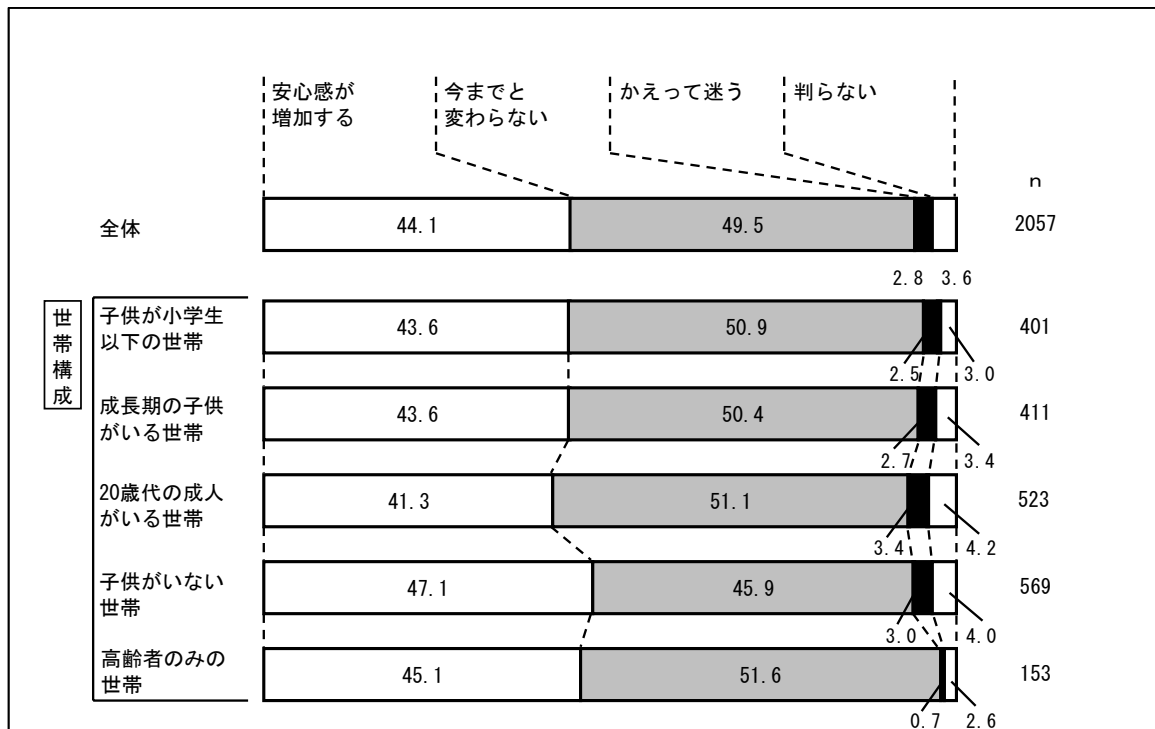
逆に「かえって迷う」という否定的な意見については、「300万円未満」から「700～999万円」に至るまで、世帯年収の増加とともに減少する傾向にあることがわかる。

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JAS法改正を好意的に解釈する傾向にあることがわかる。

## 2. 4. JAS 法改正への認知の世帯構成別特徴

図表Ⅳ－12 JAS 法改正の世帯構成別認知状況

(単位:%)



「図表Ⅳ－12」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見については、「子供がいない世帯」で最も高く、「20歳代の成人がいる世帯」で最も低くなっている。

一方、「かえって迷う」という否定的な意見については、「20歳代の成人がいる世帯」で最も高く、「高齢者のみの世帯」で最も低くなっている。

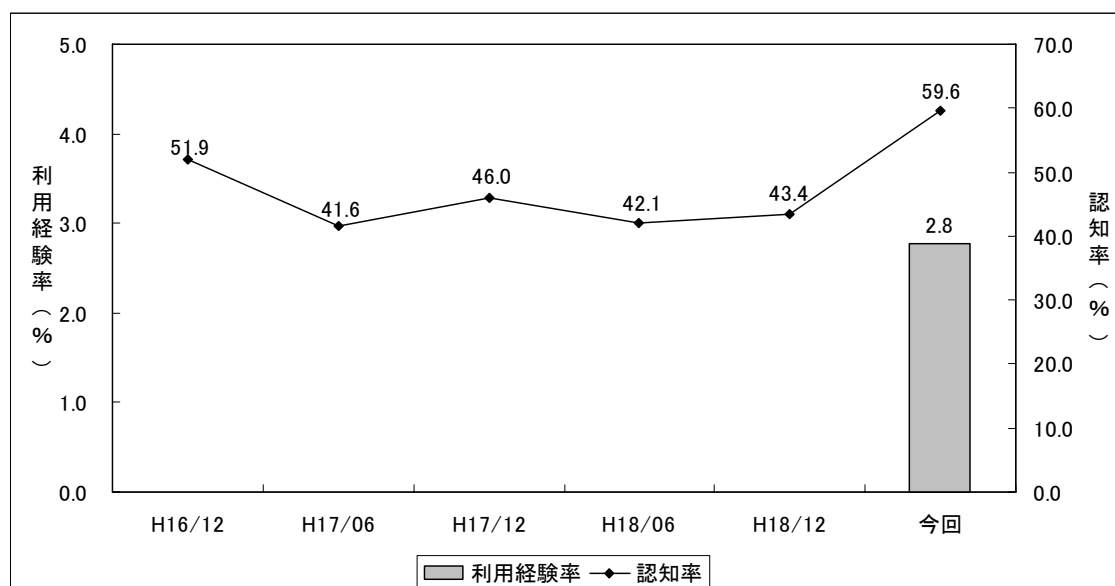
「20歳代の成人がいる世帯」でJAS法改正に対する関心が低くなっていることがわかる。

### 3. 安心情報（個体識別情報）の認知と利用状況

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、認知と利用状況を見る。また、これまでは利用意向を尋ねていたが、個体識別情報が入手できる環境が整い日数も経過していることから、利用していない消費者にその理由を聞く形に質問内容を変更している。

#### 3. 1. 個体識別情報の認知・利用経験状況

図表Ⅳ－13 個体識別情報の認知・利用経験状況



「図表Ⅳ－13」を見ると、今回調査の認知率は前回調査より大きく増加し、16.2ポイント・アップの59.6%となった。ここ3年間・6回の調査では最高の認知率である。

今回より調査を開始した、個体識別情報の活用経験率については全体で2.8%という結果となった。これを認知している人における経験率として算出すると4.7%となる。このことは、個体識別情報を収集できるということを知っていながら、実際には利用したことがないという人が95.3%、全体に占める割合として計算すると56.8%、存在することとなる。

図表Ⅳ－14 個体識別情報の認知と利用意向

(単位:%)

	世帯数	知っている			知らない	
		使ったこともある (利用経験率)	使ったことはない	「知っている」の合計 (認知率)		
H16/12調査全体	2,000	—	—	51.9	48.1	
H17/06調査全体	2,089	—	—	41.6	58.4	
H17/12調査全体	2,087	—	—	46.0	54.0	
H18/06調査全体	2,020	—	—	42.1	57.9	
H18/12調査全体	2,313	—	—	43.4	56.6	
今回調査全体	2,057	2.8	56.8	59.6	40.4	
年代	20代以下	304	2.3	49.7	52.0	48.0
	30代	514	3.9	60.5	64.4	35.6
	40代	521	1.9	57.8	59.7	40.3
	50代	413	2.7	55.0	57.6	42.4
	60代以上	305	3.0	58.4	61.3	38.7
	地域	北海道	209	2.9	63.6	66.5
東北		207	2.9	63.3	66.2	33.8
関東		201	3.0	52.2	55.2	44.8
北陸		204	2.5	51.0	53.4	46.6
東海		204	4.4	56.4	60.8	39.2
近畿		204	2.0	53.9	55.9	44.1
中国		209	3.8	58.4	62.2	37.8
四国		204	2.0	61.3	63.2	36.8
九州		204	1.5	60.3	61.8	38.2
沖縄		211	2.8	47.4	50.2	49.8
世帯年収	300万円未満	440	2.0	51.8	53.9	46.1
	300～499万円	559	2.7	54.6	57.2	42.8
	500～699万円	489	3.3	58.1	61.3	38.7
	700～999万円	394	2.8	61.7	64.5	35.5
	1,000万円以上	174	3.4	61.5	64.9	35.1
	未回答	1	0.0	100.0	100.0	0.0
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	401	2.5	61.6	64.1	35.9
	成長期の子供がいる世帯	411	2.4	54.3	56.7	43.3
	20歳代の成人がいる世帯	523	2.7	54.3	57.0	43.0
	子供がいない世帯	569	3.2	58.0	61.2	38.8
	高齢者のみの世帯	153	3.3	54.9	58.2	41.8

「図表Ⅳ－14」を年代別に見てみると、「30代」が利用経験率、認知率ともに最も高く、この年代が個体識別情報に対して高い関心を持っていることがわかる。一方、利用経験率は「40代」が最低、認知率は「20代以下」が最低となっている。

地域別に見ると利用経験率は「東海」が突出して高いものの、認知率は平均的であることから、「東海」では認知した人が利用する率が高いことがわかる。一方、「九州」では利用経験率が最も低いものの、認知率は平均的であり、「東

海」とは正反対に、認知した人が利用する率が低い点が特徴的である。認知率は「北海道」が最も高く、「沖縄」が最も低い結果となった。「北海道」では今回の調査期間中にミートホープ社による偽装ミンチ問題が表面化していることもあり、そのことが個体識別情報の認知率を引き上げた可能性も考えられる。

世帯年収別に見ると、「1,000 万円以上」世帯が利用経験率、認知率ともに最も高く、関心の高さを示している。一方、「300 万円未満」世帯については利用経験率、認知率ともに最も低くなっている。今回の調査から、世帯年収が高くなればなるほど認知率も高くなる傾向が見られた。

世帯構成別に見ると、「成長期の子供がいる世帯」が利用経験率、認知率ともに最も低く、関心の低さを示している。利用経験率では「高齢者のみの世帯」が最も高く、認知率では「子供が小学生以下の世帯」で最も高くなった。

### 3. 2. 個体識別情報の非利用理由

図表Ⅳ－15 個体識別情報の非利用理由

(単位:%)

		世帯数	面倒そうだから	インターネットがない又は使えない	調べ方がわからない	そのような情報は必要ない	調べられることを知らなかった	その他・不明
今回調査全体		1,999	36.1	3.4	9.4	19.1	26.1	6.0
年代	20代以下	297	43.1	0.3	7.4	18.5	25.9	4.7
	30代	494	40.7	0.2	8.7	17.0	26.7	6.7
	40代	511	35.6	0.8	8.6	21.1	26.8	7.0
	50代	401	31.9	3.7	10.2	18.2	29.9	6.0
	60代以上	296	28.0	15.5	12.5	20.6	18.9	4.4
地域	北海道	203	41.9	0.0	7.4	23.6	22.2	4.9
	東北	201	38.3	0.0	9.5	23.9	21.4	7.0
	関東	195	34.4	0.0	12.3	19.0	29.2	5.1
	北陸	199	34.2	5.0	7.0	14.6	29.6	9.5
	東海	195	34.9	0.0	11.3	17.9	27.2	8.7
	近畿	200	36.5	0.0	5.5	20.0	30.5	7.5
	中国	201	36.3	0.0	11.4	18.9	27.4	6.0
	四国	200	38.0	6.5	7.0	21.5	24.5	2.5
	九州	201	41.3	0.0	11.4	18.9	22.4	6.0
沖縄	204	25.5	21.6	10.8	12.3	27.0	2.9	
世帯年収	300万円未満	430	31.4	8.1	10.2	19.1	26.5	4.7
	300～499万円	544	35.8	4.0	8.6	18.0	26.3	7.2
	500～699万円	473	38.1	1.1	8.0	19.0	27.5	6.3
	700～999万円	383	39.9	1.0	9.7	18.8	25.1	5.5
	1,000万円以上	168	35.1	0.0	12.5	23.2	23.2	6.0
	未回答	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	391	45.0	0.3	9.0	16.4	23.5	5.9
	成長期の子供がいる世帯	401	33.9	1.5	10.5	19.7	28.9	5.5
	20歳代の成人がいる世帯	508	38.8	3.3	8.9	18.3	25.4	5.3
	子供がいない世帯	551	30.9	4.2	9.3	20.9	27.0	7.8
	高齢者のみの世帯	148	29.1	13.5	9.5	20.3	24.3	3.4

「図表Ⅳ－15」を調査全体で見ると、「面倒そうだから」という理由で利用しない率が最も高く、次いで、「調べられることを知らなかった」、「そのような情報は必要ない」という順になった。「面倒そうだから」という理由に対しては情報検索を容易にするなどといった対策が有効になるものと考えられる。また、「個体識別情報の検索の仕方」のような簡単なチラシを作成することによって、利用を促進させることができる可能性もある。



### 3. 2. 1. 個体識別情報非利用理由の年代別特徴

「**図表Ⅳ－15**」を年代別に見る。全体的に最も多い利用しない理由である「面倒そうだから」については、「20代以下」が最も多く、年代の上昇とともに減少していく傾向にあり、「60代以上」が最も少なくなる。次いで多い理由である「調べられることを知らなかった」については、「50代」が最も多く、「60代以上」が最も少なくなっている。「60代以上」は「そのような情報は必要ない」という理由の人が「調べられることを知らなかった」という理由の人よりも多くなっている点が、他の年代と比べて特徴的であった。

### 3. 2. 2. 個体識別情報非利用理由の地域別特徴

「**図表Ⅳ－15**」を地域別に見る。全体的に最も多い利用しない理由である「面倒そうだから」については、「北海道」が最も多く、「沖縄」が最も少ない。次いで多い理由である「調べられることを知らなかった」については、「近畿」が最も多く、「東北」が最も少なくなっている。「北海道」や「東北」では、「そのような情報は必要ない」という理由の人が「調べられることを知らなかった」という理由の人よりも多くなっている点が、他の地域と比べて特徴的であった。

### 3. 2. 3. 個体識別情報非利用理由の世帯年収別特徴

「**図表Ⅳ－15**」を世帯年収別に見る。全体的に最も多い利用しない理由である「面倒そうだから」については、「700～999万円」世帯が最も多く、「300万円未満」世帯が最も少ない。次いで多い理由である「調べられることを知らなかった」については、「500～699万円」世帯が最も多く、「1,000万円以上」世帯が最も少なくなっている。

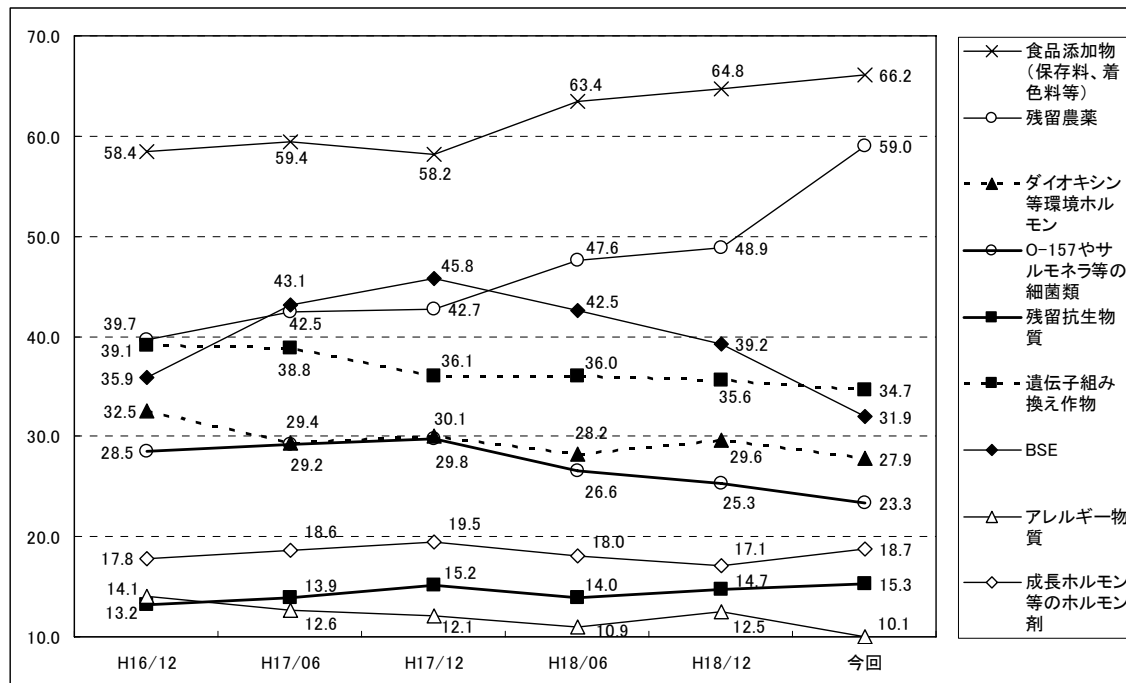
### 3. 2. 4. 個体識別情報非利用理由の世帯構成別特徴

「**図表Ⅳ－15**」を世帯構成別に見る。全体的に最も多い利用しない理由である「面倒そうだから」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」が最も少ない。次いで多い理由である「調べられることを知らなかった」については、「成長期の子供がいる世帯」が最も多く、「子供が小学生以下の世帯」が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－16 食品の安全性への関心事の変化

(単位:%)



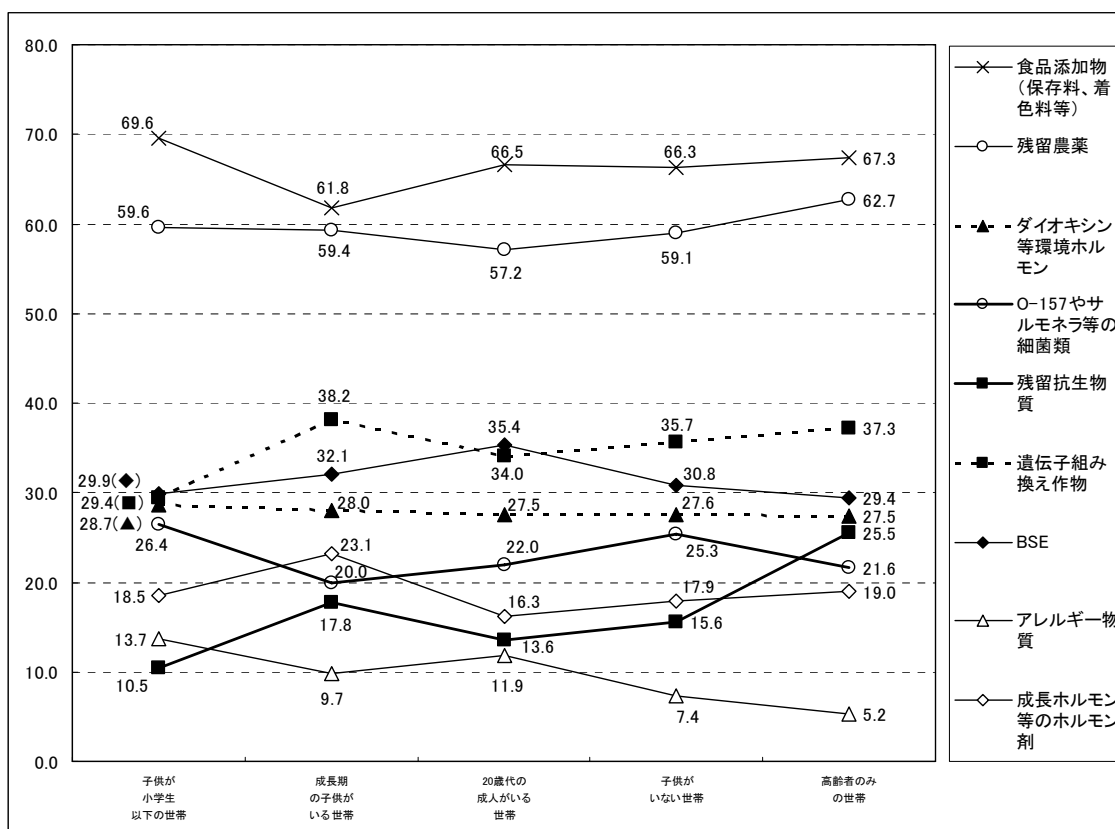
「図表Ⅳ－16」を見ると、最も関心が高いのは「食品添加物（保存料、着色料等）」であり、前回調査に引き続き、今回調査でも関心が高まっている。

次いで関心が高かった項目は「残留農薬」で、今回調査では前回調査よりも10.1ポイントと極めて大きく増加しており、関心が急速に高まっている。これは、①我が国では、平成18年5月末に食品の残留農薬規制を強化した「ポジティブリスト制度」を導入しているが、この制度を導入したことにより食品輸入の違反事例がこれまで以上に多く発見されたこと、②これに加え、中国に対する食の安全が疑問視される傾向にある中、この食品輸入の違反事例の半数近くが中国からの輸入であることが明らかになったこと、などから消費者の「残留農薬」に対する関心が一気に高まったためと推測される。

一方、「BSE」は平成17年12月以降、関心が年々低下している状況にあり、今回調査では「遺伝子組み換え作物」を下回る第4位の関心度にまで低下している。

図表Ⅳ－17 食品の安全性への関心事の世帯構成別特徴

(単位:%)



「図表Ⅳ－17」を見ると、「子供が小学生以下の世帯」は他の世帯と比べ「食品添加物（保存料、着色料等）」、「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」、「アレルギー物質」が最も高い数値となっている。

「成長期の子供がいる世帯」では、「遺伝子組み換え作物」、「成長ホルモン等のホルモン剤」の関心が高く、「高齢者のみの世帯」では、「残留農薬」、「残留抗生物質」の関心が他の世代と比較して高かった。

「20歳代の成人がいる世帯」では、「BSE」に対する関心が他の世代と比較して最も高く、第3位になっている。20歳代の成人が牛肉を好んで食する傾向があることから関心も高まっていることが想定される。

「子供がいない世帯」については、他の世帯と比較して特定の項目が大きく異なるようなことはなく、安全性に対する関心が分散している状況にある。

## 5. 食肉情報の要望項目

図表IV-18 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
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
H18/06調査全体	2,020	69.6	9.4	8.2	1.3	5.3	2.8	2.6	0.8
H18/12調査全体	2,313	68.2	9.3	11.0	1.9	3.2	3.3	2.6	0.5
今回調査全体	2,057	73.7	7.5	6.4	2.4	2.8	3.9	3.2	0.1
年代	20代以下	304	62.2	9.9	12.8	2.3	3.3	5.9	0.3
	30代	514	70.4	8.4	8.0	1.6	2.5	5.3	0.2
	40代	521	78.3	6.9	5.2	1.5	2.1	1.9	0.2
	50代	413	78.0	7.0	2.4	3.1	3.4	1.7	0.0
	60代以上	305	76.7	5.6	4.6	4.3	3.0	4.6	1.3
地域	北海道	209	68.4	8.6	7.7	2.4	3.3	5.3	4.3
	東北	207	66.7	8.2	8.7	4.3	6.3	3.4	2.4
	関東	201	79.1	6.0	7.0	1.5	1.0	3.0	2.5
	北陸	204	80.4	4.4	4.4	2.0	3.4	2.9	2.5
	東海	204	75.0	4.9	8.3	2.9	2.0	4.4	2.5
	近畿	204	72.5	8.3	4.4	1.5	2.0	7.8	2.9
	中国	209	71.8	8.1	6.7	2.9	3.8	2.9	3.8
	四国	204	75.0	7.4	5.9	2.0	2.0	2.9	4.9
	九州	204	74.5	7.4	5.9	3.4	1.5	2.0	4.9
沖縄	211	73.5	11.8	4.7	0.9	2.4	4.7	1.4	
世帯年収	300万円未満	440	68.9	7.7	9.3	2.7	3.2	4.8	3.2
	300～499万円	559	68.9	7.5	8.9	2.3	2.3	4.1	5.5
	500～699万円	489	77.1	8.0	3.3	1.6	4.1	3.7	2.2
	700～999万円	394	78.9	6.6	5.1	2.8	2.0	2.5	2.0
	1,000万円以上	174	79.3	8.0	2.3	2.9	1.1	5.2	1.1
	未回答	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	401	75.1	6.7	7.7	1.2	3.2	2.0	4.0
	成長期の子供がいる世帯	411	77.6	6.1	5.6	2.7	2.4	3.9	1.7
	20歳代の成人がいる世帯	523	66.7	10.1	8.8	2.1	3.4	4.0	4.6
	子供がいない世帯	569	75.6	7.4	3.7	2.5	2.1	5.3	3.2
	高齢者のみの世帯	153	75.8	5.2	6.5	5.2	2.6	3.9	0.7

「図表IV-18」を見ると、「安全性について」の要望が極めて高く、特に今回調査では前回調査より5.5ポイントも増加し、70%以上が「安全性について」の情報を求めていることがわかった。

前回調査では、次いで「価格について」の関心が高かったが、今回調査では「健康とのかかわりについて」の方が高い数値となった。しかしながら、「健康とのかかわりについて」も、「価格について」も、いずれも前回調査よりは数値が低下しており、「安全性について」の要望の高まりに吸収される形となった。

#### 5. 1. 食肉情報の要望項目の年代別特徴

「**図表Ⅳ－18**」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「40代」であった。「30代」以上は総じて関心が高くいずれも70%を上回っており、「20代以下」との間に格差が生じている。

「健康とのかかわりについて」、「価格について」、「調理方法について」は、いずれも「20代以下」で最も要望が高くなっている。「調理方法について」においては、ある程度調理方法をマスターしている高齢者層に比べ、まだ調理方法について学ぶ余地が高い「20代以下」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－18**」を地域別に見る。「安全性について」では「北陸」が最も高く、80%を上回る数値となった。

「健康とのかかわりについて」は、前回同様、「沖縄」が突出しており、長寿国で知られる「沖縄」では、健康の関心が高いことが想定された。

「価格について」では、「東北」が最も要望が高かった。

#### 5. 3. 食肉情報の要望項目の世帯年収別特徴

「**図表Ⅳ－18**」を世帯年収別に見る。「安全性について」では「1,000万円以上」世帯が最も高く、年収の増加とともに要望が高まる傾向がある。

「価格について」では、「300万円未満」からの要望が最も高くなっている。

#### 5. 4. 食肉情報の要望項目の世帯構成別特徴

「**図表Ⅳ－18**」を世帯構成別に見る。「安全性について」では「成長期の子供がいる世帯」が最も高かった。

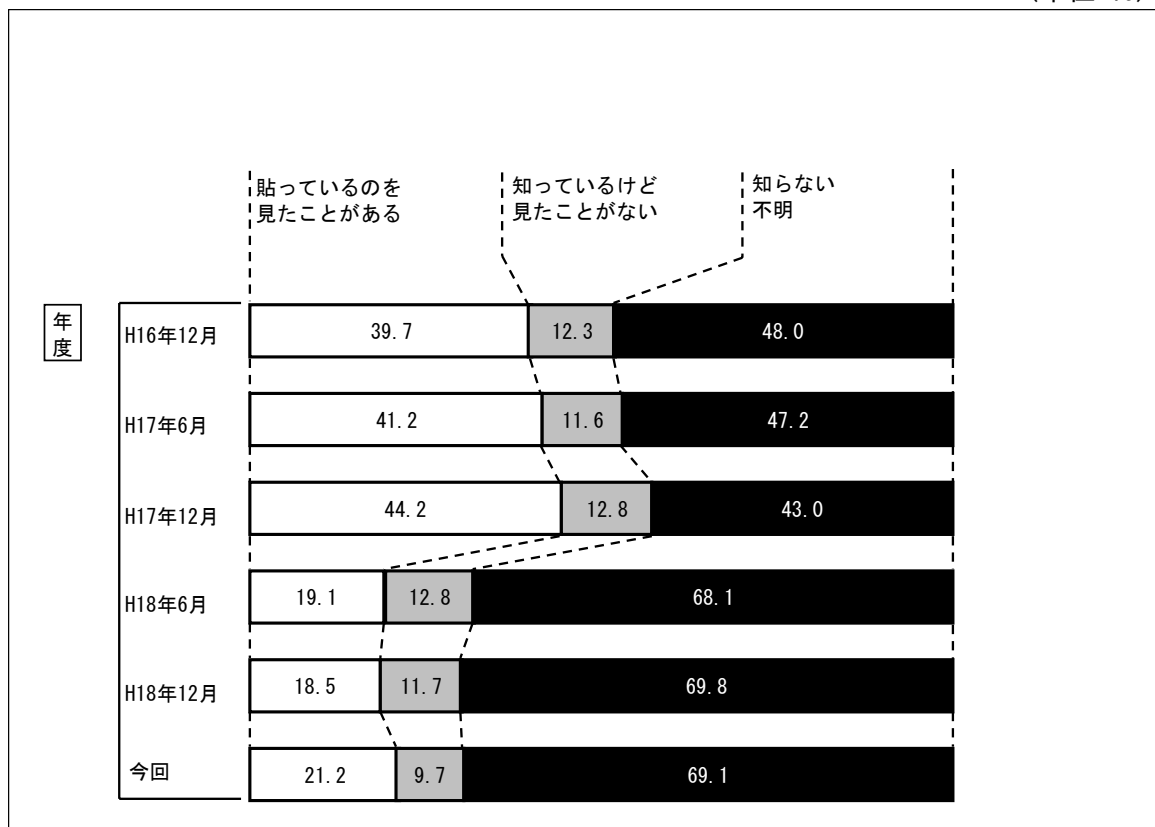
「健康とのかかわりについて」及び「価格について」は、「20歳代の成人がいる世帯」からの要望が最も高い。

## 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－19 「適正表示のお店」シールの認知の推移

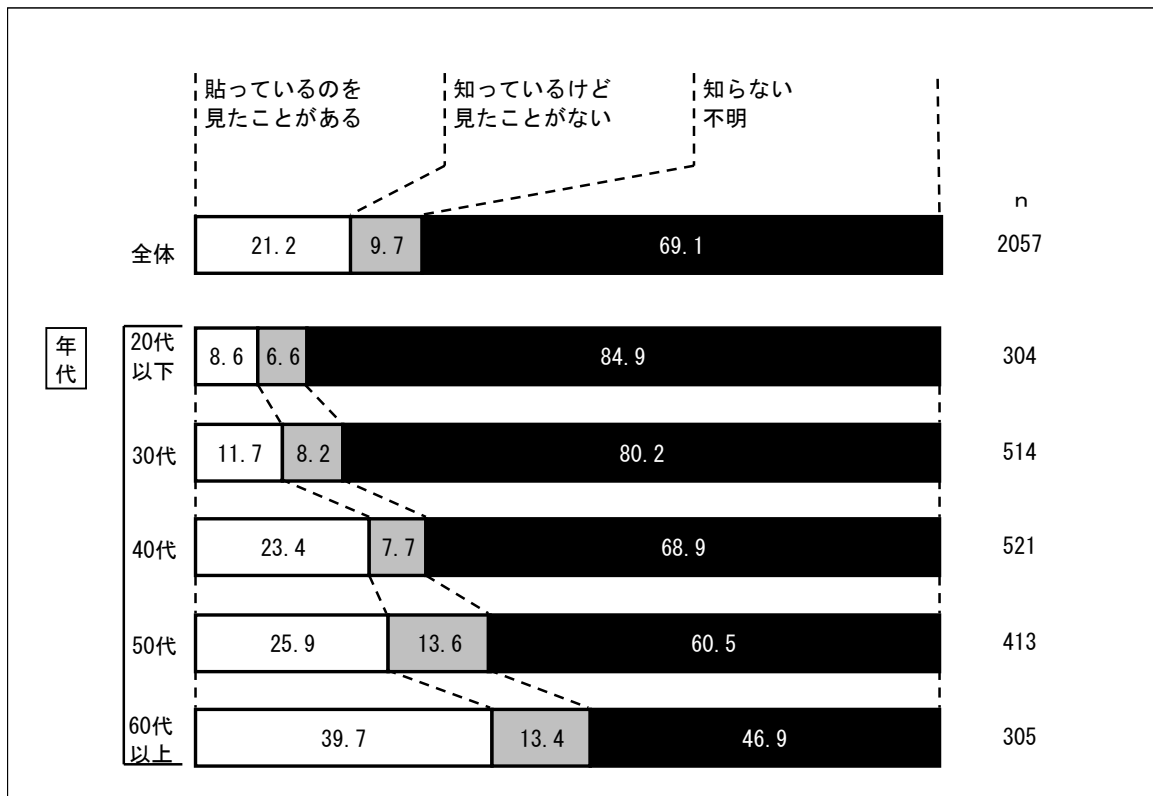
(単位:%)



「図表Ⅳ－19」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、平成18年6月調査で19.1%と大幅に減少している。これは平成18年6月調査から、これまでと異なり関心の低い「10代」からの回答を対象とすることにしたこと、これまでとモニターが変わったことが原因として考えられる。さらに今回調査では、「10代」回答者と「20代」回答者を「20代以下」と再度くりなおしている。おそらくはこのことの影響もあり、「貼っているのを見たことがある」という意見が今回調査では前回調査より2.7ポイント微増している。

6. 1. 「適正表示のお店」シールの認知の年代別特徴

図表Ⅳ-20 「適正表示のお店」シールの認知の年代別認知状況 (単位:%)



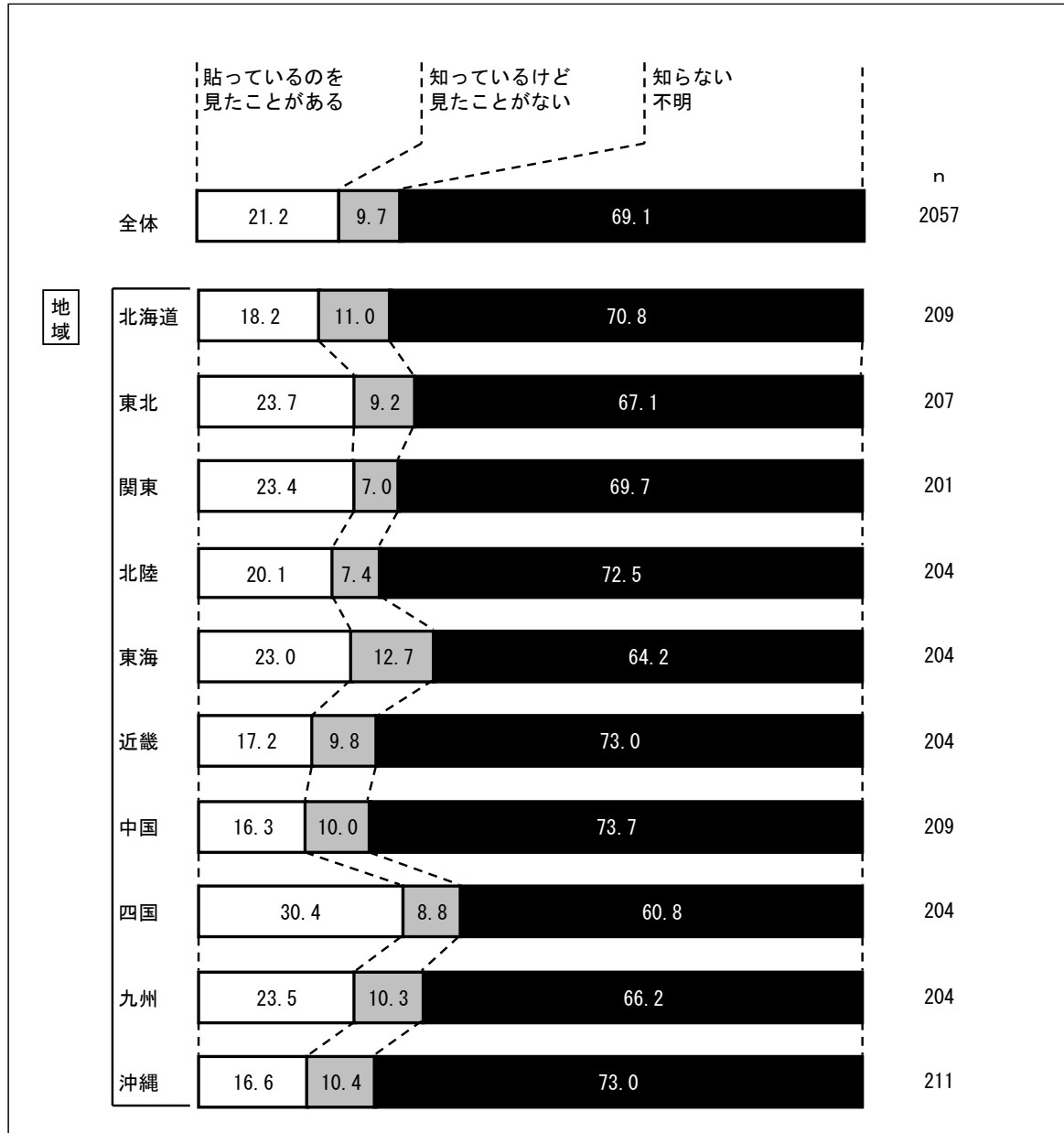
「図表Ⅳ-20」を見ると、「貼っているのを見たことがある」という意見が、年代が高くなるとともに高くなっていく傾向にあることがわかる。

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-21 「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かったのが「四国」の30.4%、最も低かったのが「中国」の16.3%となった。

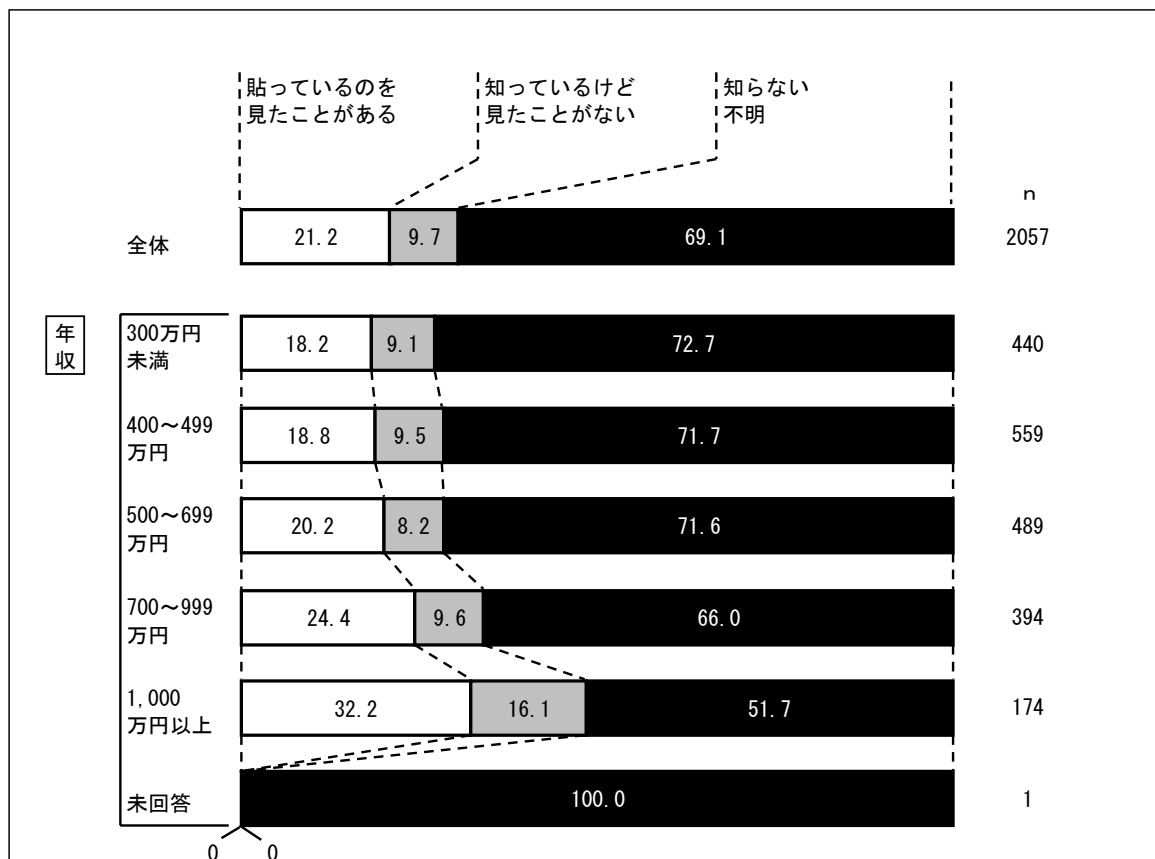
「中国」、「近畿」、「沖縄」で総じて「適正表示店シール」への関心が低いことが特徴的である。



### 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-22 「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:%)



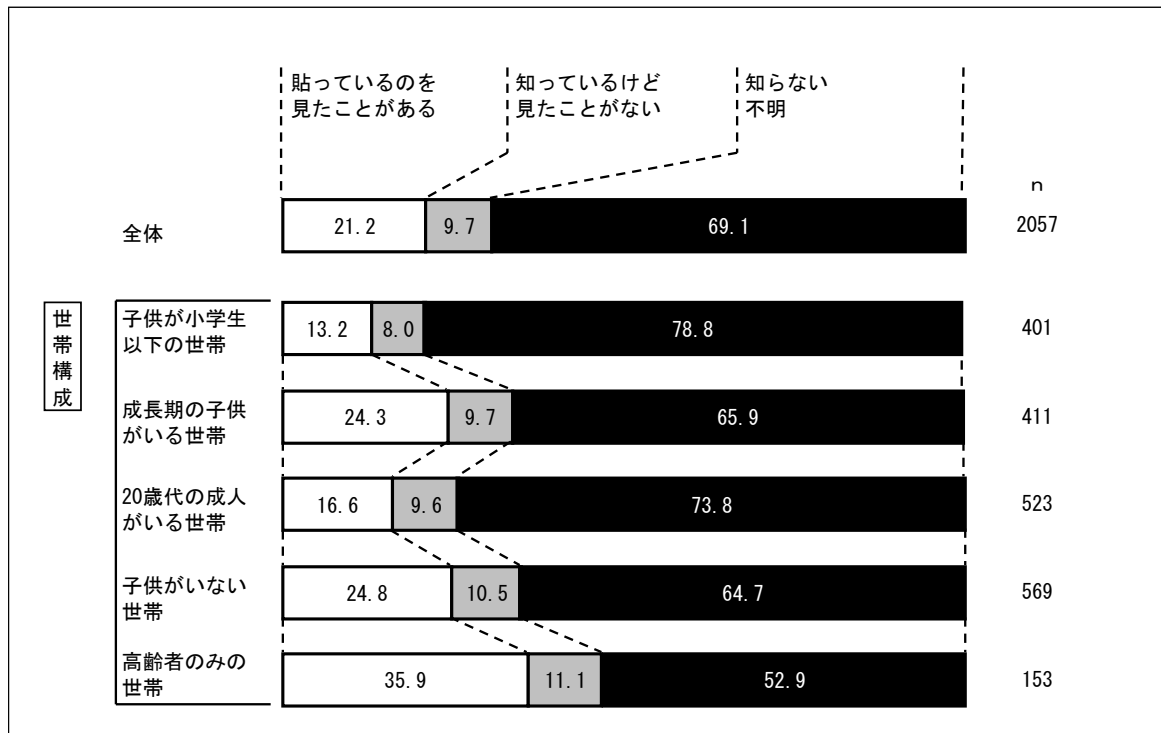
「図表Ⅳ-22」を見ると、「貼っているのを見たことがある」という意見は、世帯年収が高くなるとともに高くなっていく傾向にあることがわかる。

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。

#### 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-23 「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-23」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かったのが「高齢者のみの世帯」で 35.9%、最も少なかったのが「子供が小学生以下の世帯」で 13.2%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。