

第IV章 食肉の表示や情報について

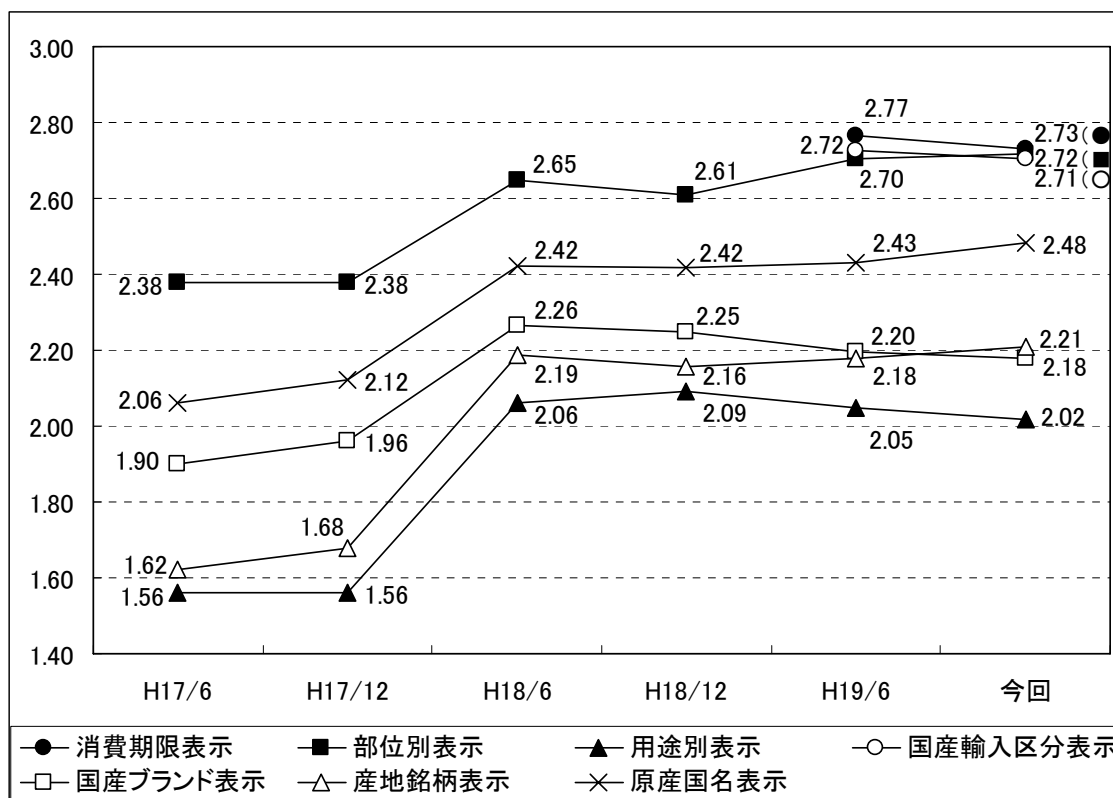
第IV章 食肉の表示や情報について

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。平成18年6月以前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。

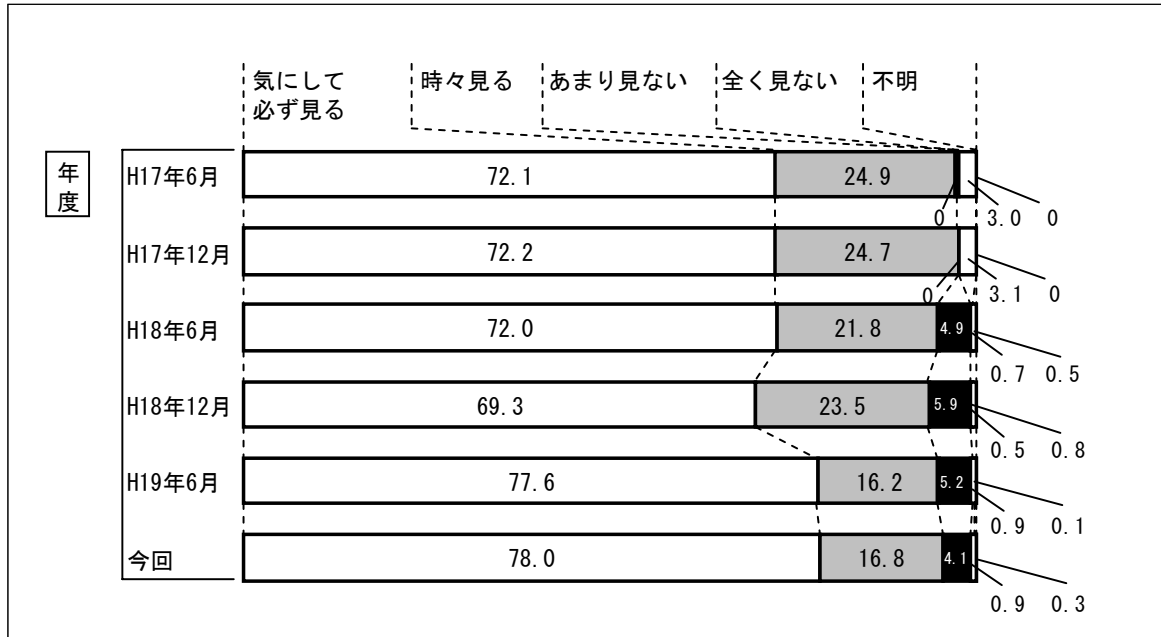
食肉表示の加重平均推移を見ると、一番関心が高いのは「消費期限表示」で、次いで「部位別表示」、「国産輸入区分表示」となった。全般的に大きな変化は見られず、食肉表示に対する消費者の関心があまり変わっていないことを示している。

図表IV-1 食肉表示の加重平均推移



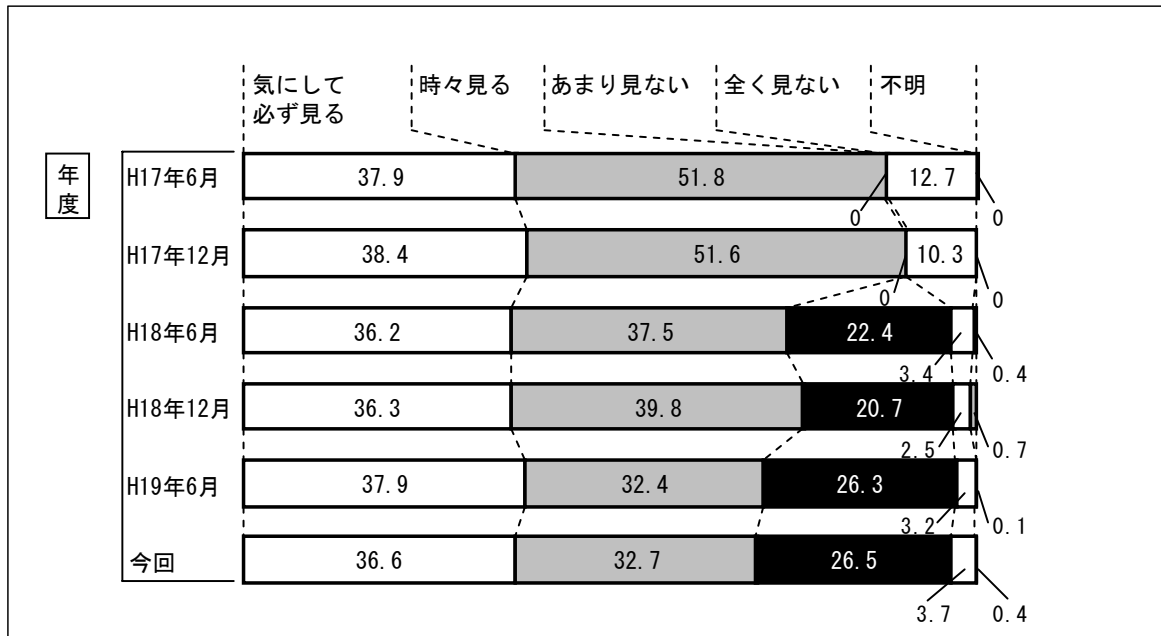
図表IV-2 部位別表示の関心状況推移

(単位:%)



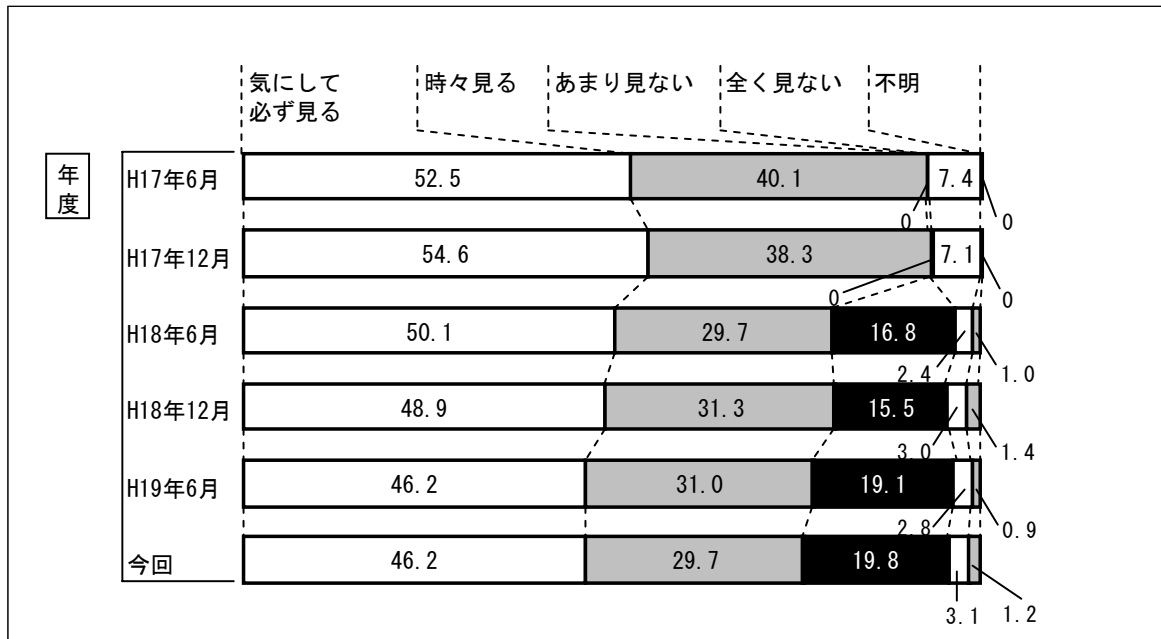
図表IV-3 用途表示の関心状況推移

(単位:%)



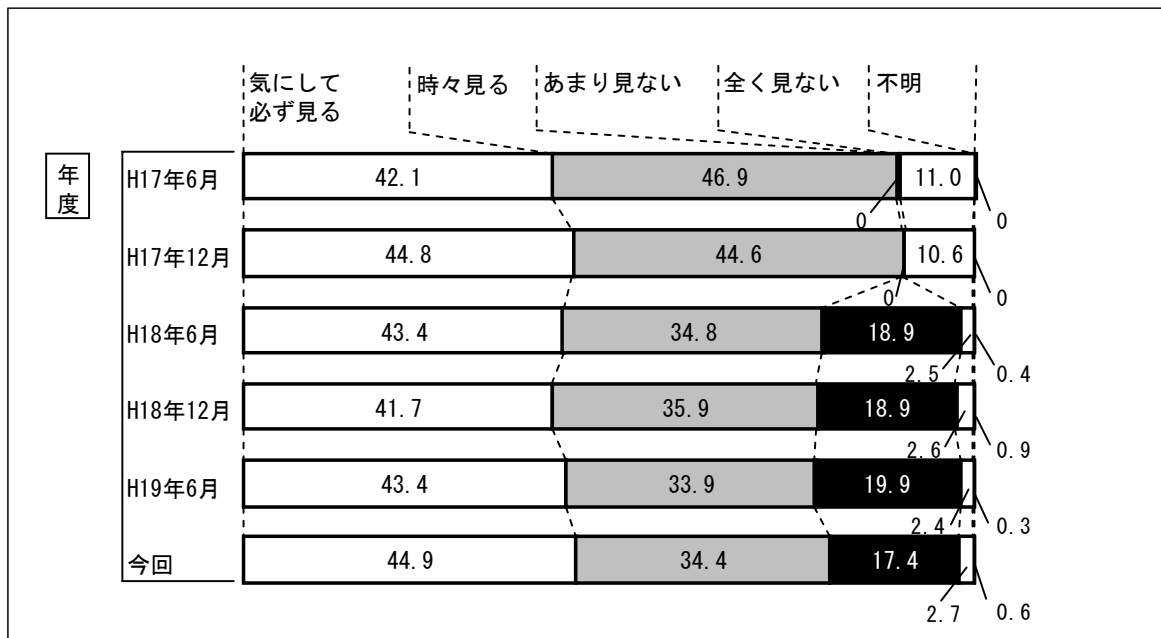
図表IV-4 国産ブランド表示の関心状況推移

(単位:%)



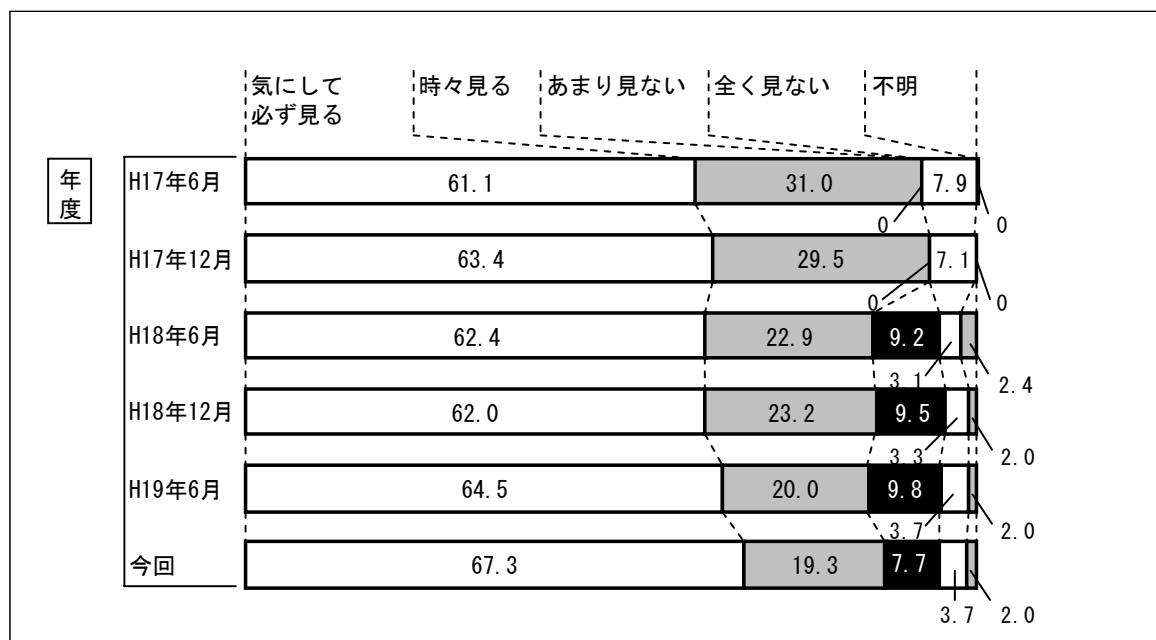
図表IV-5 産地銘柄表示の関心状況推移

(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、前回調査からほとんど変化がなく、関心が全く変わっていない状況にある。

用途表示についても同様で、前回調査と比較して、いずれの項目も大きな変化はなく、関心の高さに変わりがない。

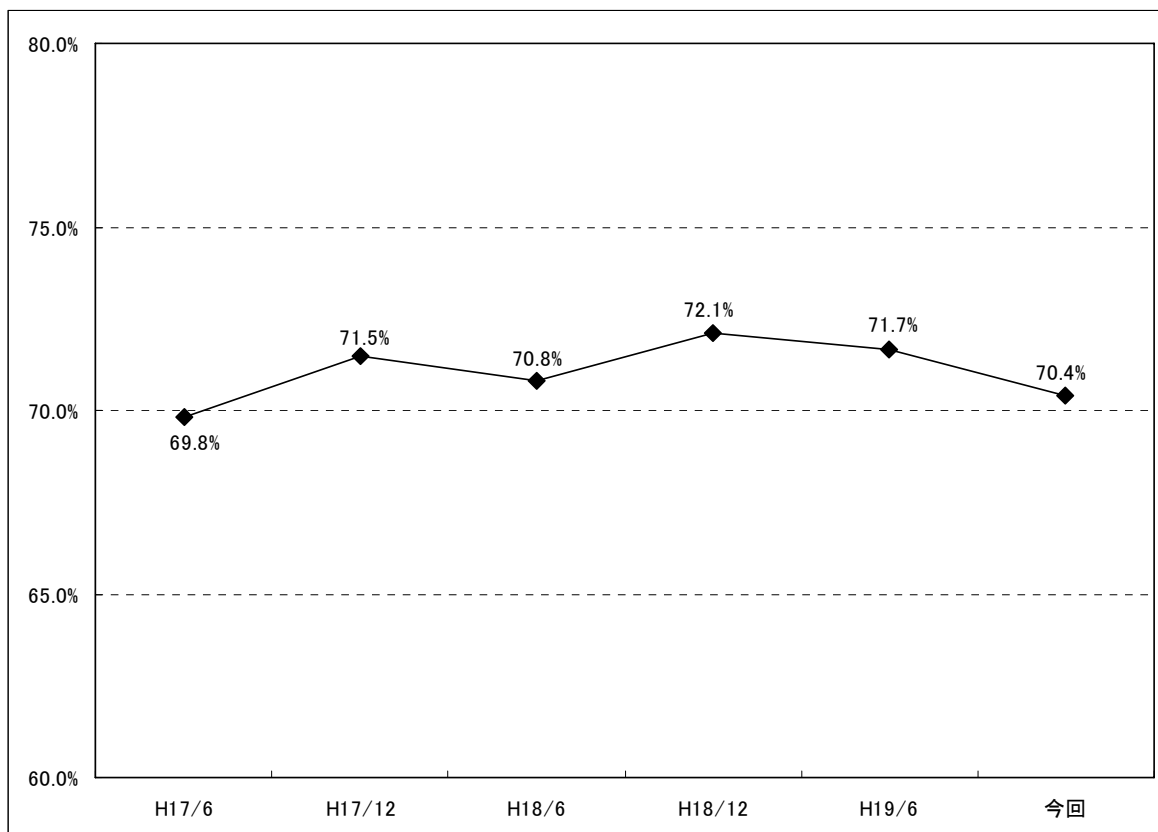
国産ブランド表示、産地銘柄表示もまた同様で、前回調査と比較して関心度に大きな差はない。

原産国名表示は「気にして必ず見る」と回答した率が前回調査と比較して、**2.8**ポイントと微増した。若干ではあるが、前回調査と比べ、原産国名の関心が高まったと言える。

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-7 JAS 法改正の認知率の推移

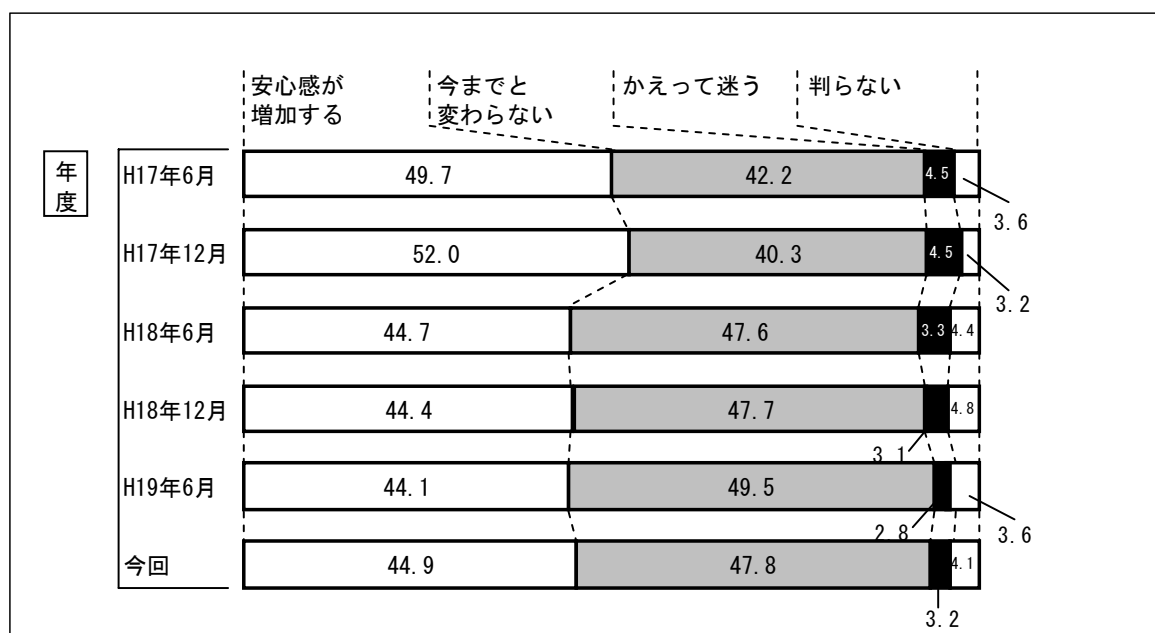


原産地表示の義務づけに対する認知率はこの 3 年間で、どのタイミングでもほぼ 70%を上回っており、認知が安定し始めている。

しかしながら、平成 18 年 12 月調査時点の 72.1%をピークに、以降は減少の傾向にあり、今回調査では前回調査より 1.3 ポイントの低下となった。

図表IV-8 JAS 法改正の認知状況の推移

(単位:%)



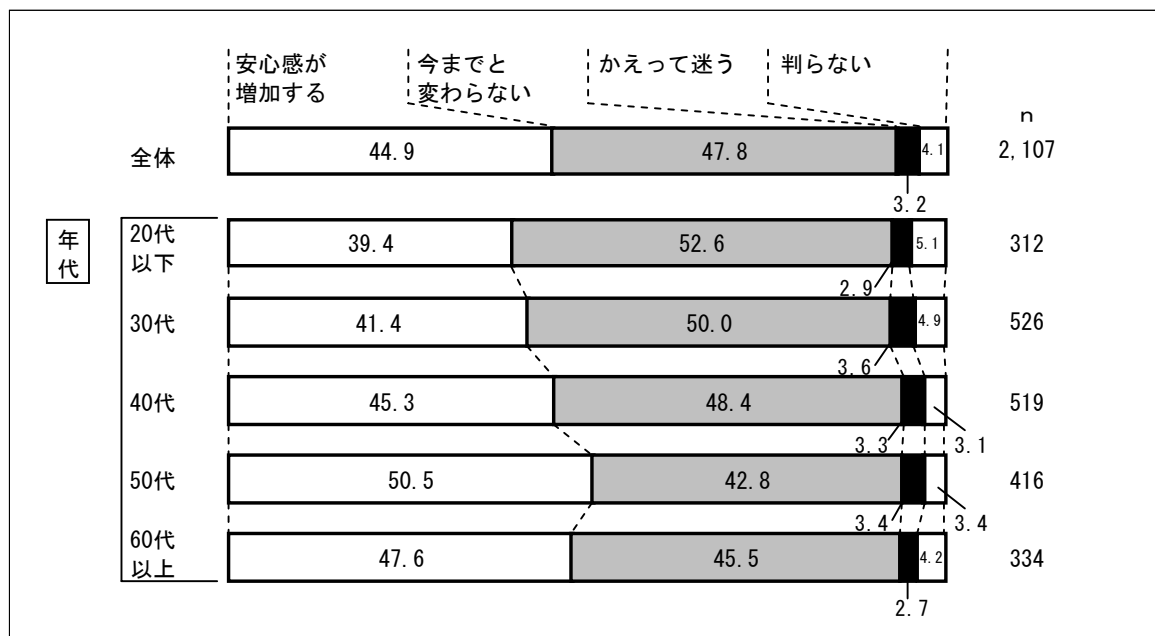
「図IV-8」を見てみると、「安心感が増加する」という好意的な意見は前回調査と比較してほとんど変わっていない。

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ていることがわかる。

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。

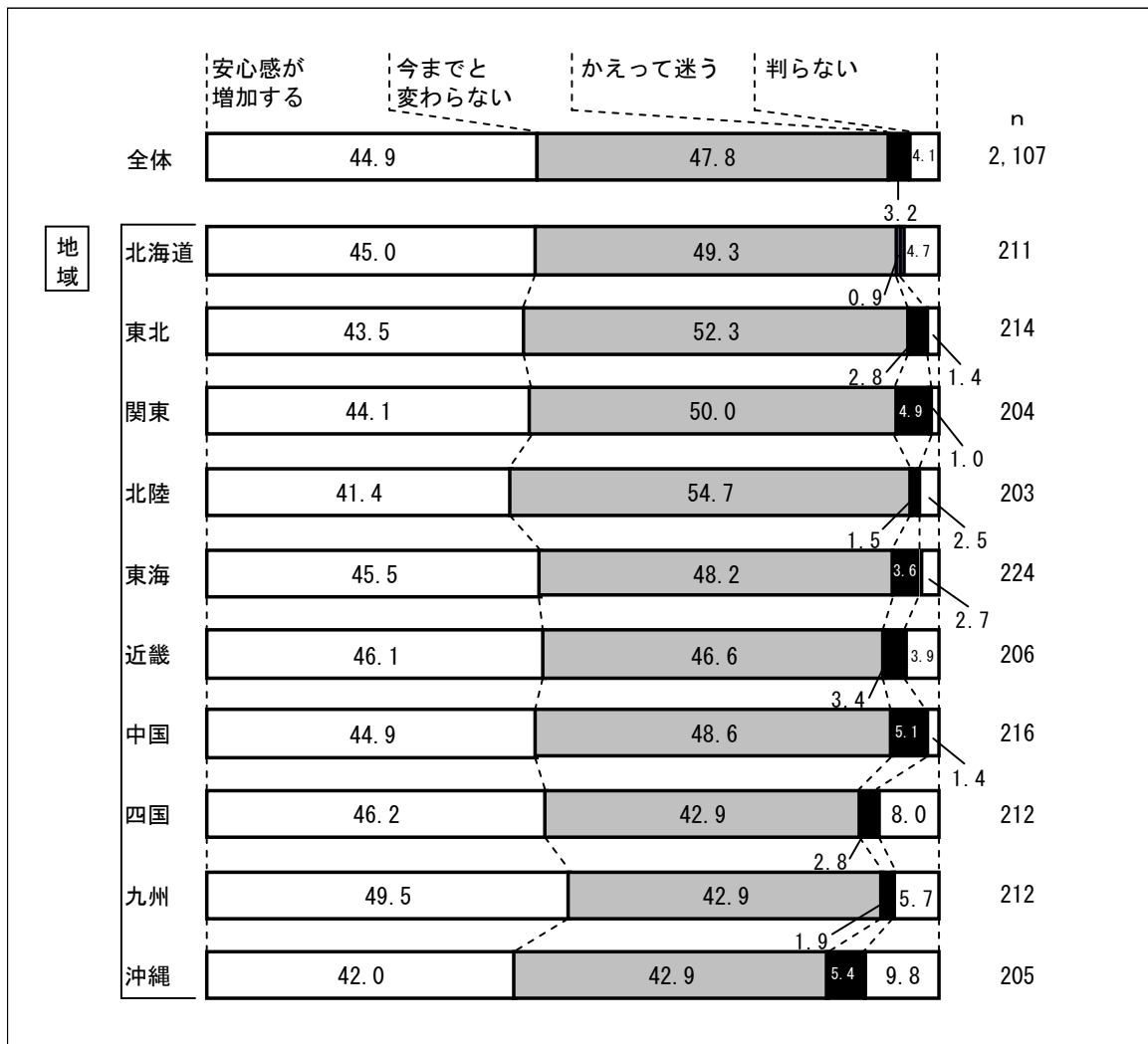
逆に「今までと変わらない」という関心が低い、もしくは冷ややかな意見については、「50代」までは、年齢が上がるとともに減少する傾向にあるが、「60代以上」では若干上がっている。

これらの傾向は、前回調査と同様となっており、JAS 法改正に対する認知の年代別特徴が、比較的固定的であることを示している。

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:%)



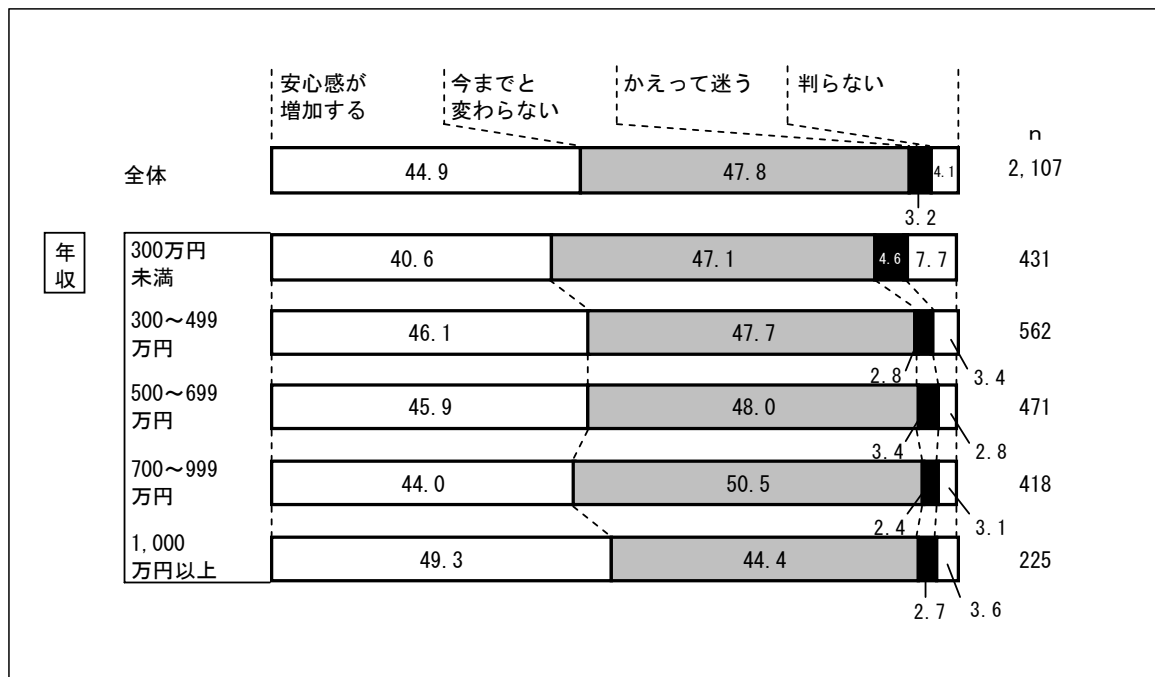
「図表IV-10」をしてみると、「安心感が増加する」という好意的な意見は「九州」で最も高く、「北陸」で最も低くなっている。

「かえって迷う」は「沖縄」で最も高く、「北海道」で最も低くなっている。

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は、「700～999万円」で若干下がっているものの、総じて、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。

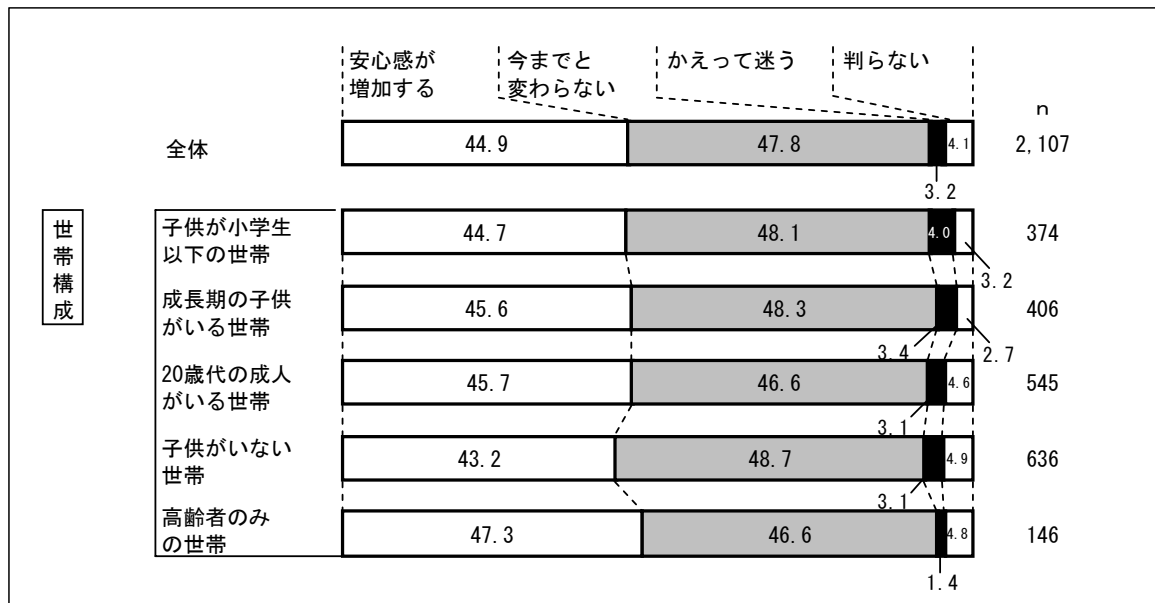
また、「かえって迷う」という否定的な意見については、「300万円未満」で最も高くなっている。

世帯年収「300万円以下」の世帯が、「かえって迷う」、「わからない」といった態度を保留する意見を他の世帯年収層よりも多く述べている。世帯年収が増加していくと、態度を保留する意見も減少しており、よって、好意的な意見も、否定的な意見も、ともに年収の増加と伴に上がっていくという現象が起きている。

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、「高齢者のみの世帯」で最も高く、「子供がいない世帯」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、ライフスタイルの進展とともに低下していく傾向にある。

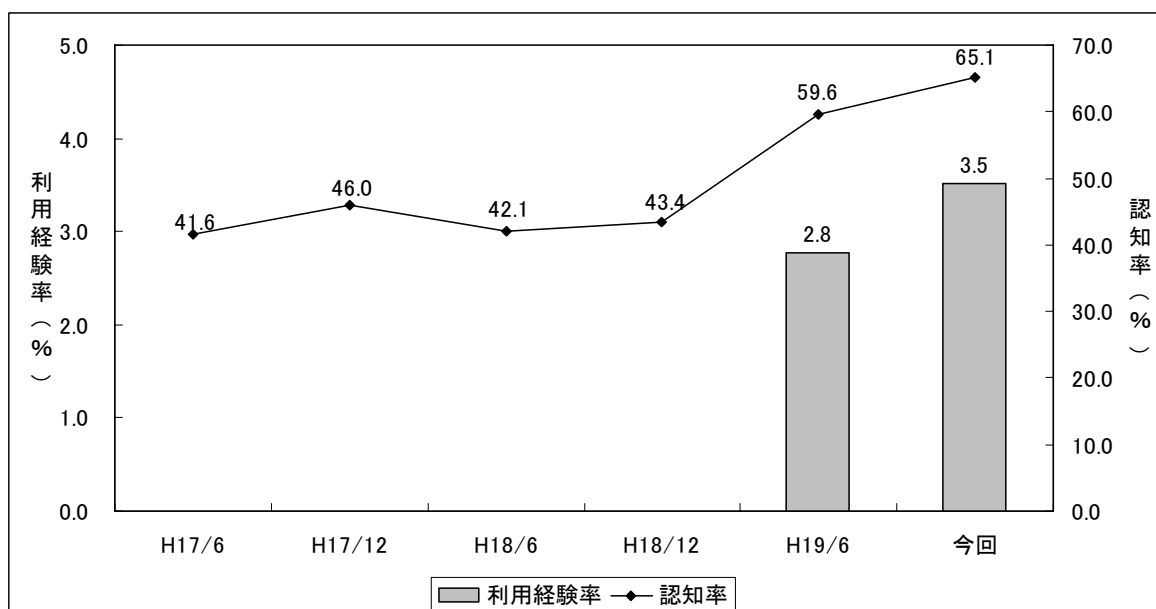
「高齢者のみの世帯」で JAS 法改正が比較的好意的に受け取られていることがわかる。

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、前回調査から、個体識別情報検索システムを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からさらに大きく増加し、5.5ポイント・アップの65.1%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。

個体識別情報検索システムの活用経験率については全体で3.5%という結果となった。わずかではあるが、経験率が上昇している。また、認知している人における経験率を算出すると5.4%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94.6%存在することを示している。使えることを知った人に、実際に利用してもらうために、使いやすさを向上させていくことが重要であるものと思われる。

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)		
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	
H19/06調査全体	2,057	2.8	56.8	59.6	40.4	
今回調査全体	2,107	3.5	61.6	65.1	34.9	
年代	20代以下	312	1.6	57.4	59.0	41.0
	30代	526	4.8	63.7	68.4	31.6
	40代	519	3.7	62.6	66.3	33.7
	50代	416	3.4	62.5	65.9	34.1
	60代以上	334	3.3	59.3	62.6	37.4
地域	北海道	211	1.9	70.6	72.5	27.5
	東北	214	3.3	65.4	68.7	31.3
	関東	204	2.5	60.3	62.7	37.3
	北陸	203	2.0	68.0	70.0	30.0
	東海	224	4.5	53.1	57.6	42.4
	近畿	206	3.4	59.2	62.6	37.4
	中国	216	4.2	62.5	66.7	33.3
	四国	212	4.2	66.5	70.8	29.2
	九州	212	5.2	62.7	67.9	32.1
沖縄	205	3.9	47.3	51.2	48.8	
世帯年収	300万円未満	431	2.6	53.6	56.1	43.9
	300～499万円	562	3.2	59.1	62.3	37.7
	500～699万円	471	3.2	68.4	71.5	28.5
	700～999万円	418	4.3	65.3	69.6	30.4
	1,000万円以上	225	5.3	61.8	67.1	32.9
	未回答	—	—	—	—	—
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	374	4.8	59.6	64.4	35.6
	成長期の子供がいる世帯	406	3.9	65.5	69.5	30.5
	20歳代の成人がいる世帯	545	1.7	58.3	60.0	40.0
	子供がいない世帯	636	4.2	62.4	66.7	33.3
	高齢者のみの世帯	146	2.7	63.7	66.4	33.6

「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、認知率ともに「20代以下」が最低となっており、この年代の関心の低さを示している。

地域別に見ると利用経験率は「九州」が最も高く、「北海道」が最も低い。「北海道」については、認知率は最も高くなっているため、個体識別情報検索システムについて「知っているけど使わない」率が高くなっていることがわかる。

認知率が最も低いのは「沖縄」であった。

世帯年収別に見ると、年収が高くなるとともに利用経験率が高まる傾向にあり、「1,000万円以上」世帯は「300万円未満」世帯の倍以上の利用経験率となっている。認知率については、「500～699万円」世帯が最も高く、「300万円未満」世帯が最も低かった。「300万円未満」世帯においては、他の年収世帯と比較すると「知らないし、使わない」と、関心が低くなっていることが想定された。

世帯構成別に見ると、利用経験率は「子供が小学生以下の世帯」で最も高く、「20歳代の成人がいる世帯」で最も低かった。認知率については、「成長期の子供がいる世帯」が最も高く、「20歳代の成人がいる世帯」で最も低かった。「300万円未満」世帯同様、「20歳代の成人がいる世帯」でも関心が低くなっている様子が見てとれた。

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		2,033	40.3	2.1	10.2	20.3	21.5	5.6
年代	20代以下	307	43.0	0.7	10.7	16.9	24.4	4.2
	30代	501	46.3	0.2	8.4	20.0	19.4	5.8
	40代	500	38.0	0.4	11.0	21.4	22.6	6.6
	50代	403	36.7	2.0	11.9	19.9	22.3	7.2
	60代以上	322	36.3	9.0	9.0	23.0	19.6	3.1
地域	北海道	207	39.6	0.0	12.6	24.6	16.9	6.3
	東北	207	36.2	0.0	11.6	28.0	19.8	4.3
	関東	199	46.7	0.0	8.5	16.1	22.6	6.0
	北陸	199	40.2	1.5	9.0	24.6	19.6	5.0
	東海	214	35.5	0.5	9.8	17.8	31.3	5.1
	近畿	199	40.7	0.5	10.6	17.1	25.6	5.5
	中国	207	39.6	0.5	12.1	21.3	22.2	4.3
	四国	203	42.9	4.4	6.9	21.7	20.2	3.9
	九州	201	46.8	0.5	10.9	12.9	20.9	8.0
沖縄	197	35.0	13.2	9.6	18.8	15.7	7.6	
世帯年収	300万円未満	420	35.7	5.2	11.9	20.2	21.0	6.0
	300～499万円	544	38.8	2.2	9.0	19.3	24.6	6.1
	500～699万円	456	42.3	0.9	11.2	20.4	19.7	5.5
	700～999万円	400	42.0	0.8	10.0	23.8	19.5	4.0
	1,000万円以上	213	45.5	0.5	8.0	16.4	22.5	7.0
	未回答	—	—	—	—	—	—	—
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	356	43.8	0.6	7.6	20.5	23.0	4.5
	成長期の子供がいる世帯	391	43.5	1.3	11.0	19.7	19.2	5.4
	20歳代の成人がいる世帯	536	39.2	1.7	12.7	19.2	23.7	3.5
	子供がいない世帯	609	37.9	2.1	9.0	21.0	21.7	8.2
	高齢者のみの世帯	141	36.9	9.2	9.9	22.7	15.6	5.7

「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。情報検索を手軽にできるよう、工夫を加えていくとともに、検索方法について消費者に周知していくことが求められている。

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、「**30代**」が突出して多く、「**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、「**20代以下**」が最も多く、「**30代**」が最も少なくなっている。「そのような情報は必要ない」については、「**60代以上**」が最も多く、「**20代以下**」が最も少なかった。

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、「**九州**」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、「**東海**」が最も多く、「**沖縄**」が最も少なくなっている。また、「そのような情報は必要ない」については、「**東北**」が最も多く、「**九州**」が最も少なくなっている。

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、「**300万円未満**」世帯が最も少なく、以降おおむね年収の増加とともに上昇し、「**1,000万円以上**」世帯が最も多い。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、「**300～499万円**」世帯が最も多く、「**700～999万円**」世帯が最も少なくなっている。

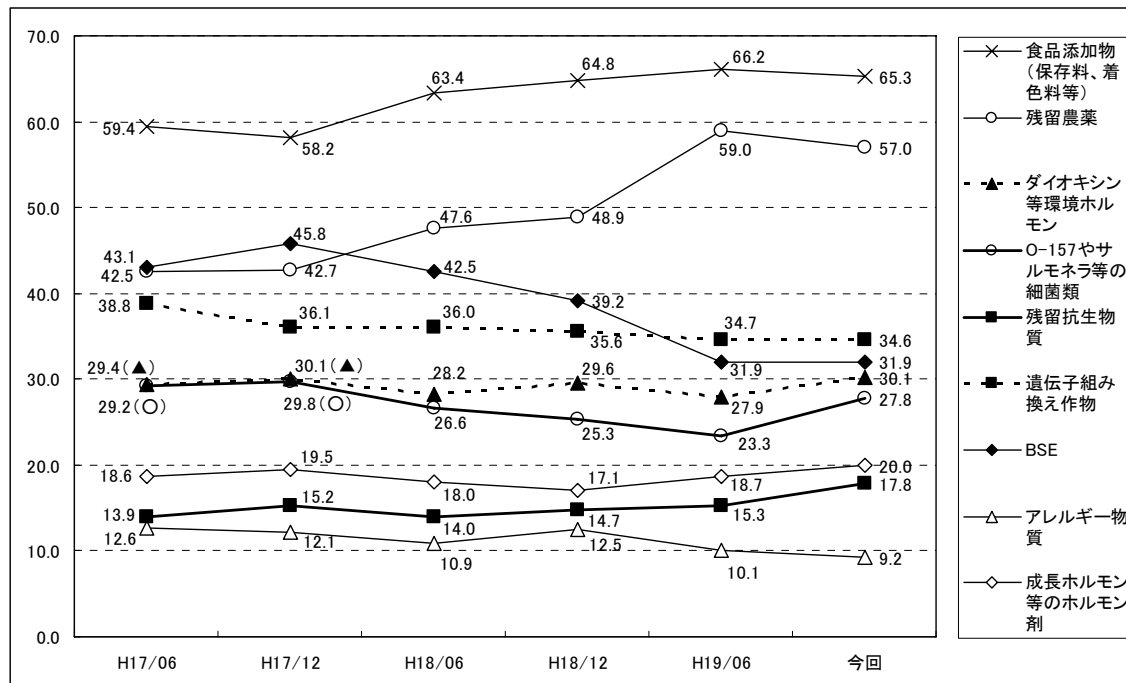
3. 2. 4. 個体識別情報非利用理由の世帯構成別特徴

「**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、以降、ライフステージの進展とともに減少していき、「**高齢者のみの世帯**」が最も少ない。育児に手がかかっている世帯ほど、面倒と感じやすいことが想定された。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、「**20歳代の成人がいる世帯**」が最も多く、「**高齢者のみの世帯**」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、前回調査よりも、わずか0.9ポイント減少したものの、平成18年6月調査以降、60%以上の関心の高さを維持し続けている。

次いで関心が高かった項目は「残留農薬」で、前回調査よりも2ポイント減少したものの、前回とほぼ同水準の関心を示している。

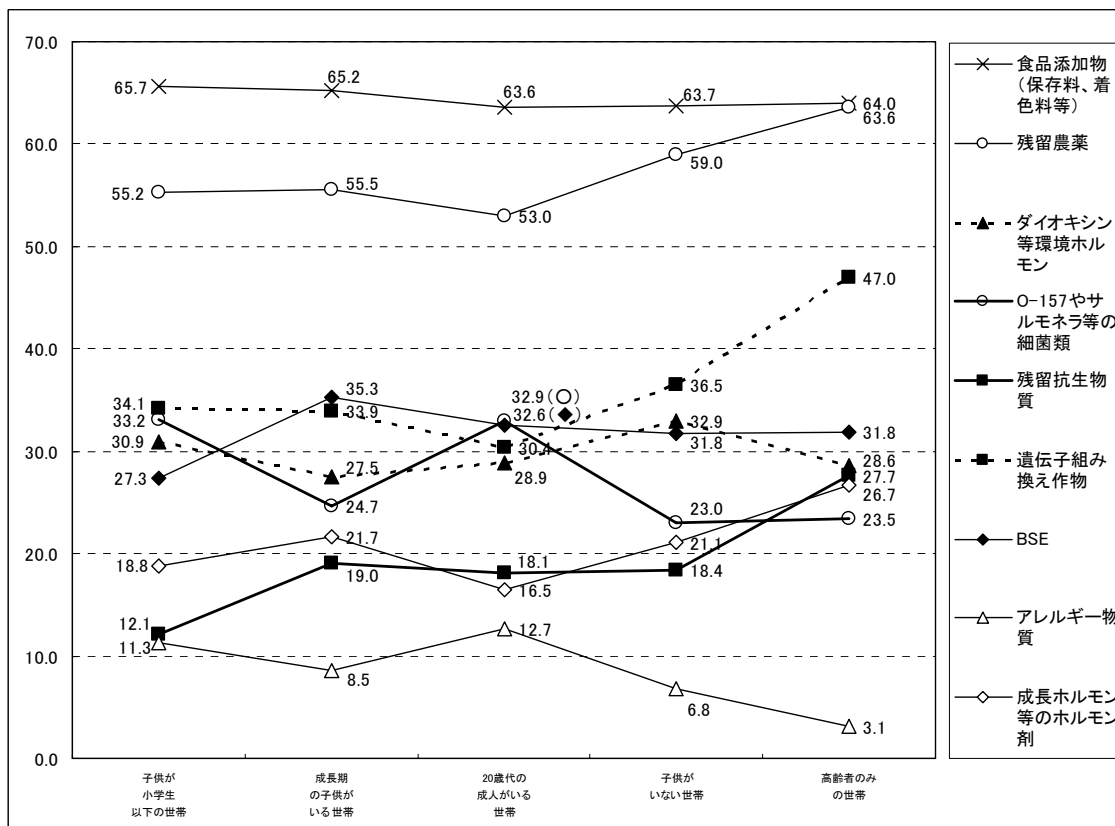
「遺伝子組み換え作物」については、微減しているものの、この3年間の調査で、ほぼ同水準の関心度合いとなっている。

「BSE」は前回調査で大きく関心度合いが低下したが、今回調査は前回調査と同様の関心度合いとなった。

「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、1~5ポイントほどの微増となった。

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、全般的に「高齢者のみの世帯」で、食品の安全性への関心が高まっている様子がわかる。中でも、「残留農薬」、「遺伝子組み換え作物」、「残留抗生物質」、「成長ホルモン等のホルモン剤」については、他の世帯よりも突出して関心が高くなっている点が特徴的である。

全体的に最も関心の高い「食品添加物（保存料、着色料等）」については、どの世帯構成においても、ほぼ同じような関心度合いとなっている。

「O-157やサルモネラ等の細菌類」については、「子供が小学生以下の世帯」および「20歳代の成人がいる世帯」が突出して関心が高くなっている点が特徴的であった。

「成長期の子供がいる世帯」では、他の世帯と比べて、「BSE」の関心が高くなっている。

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	
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	
H19/06調査全体	2,057	73.7	7.5	6.4	2.4	2.8	3.9	3.2	0.1	
今回調査全体	2,107	72.4	9.3	6.7	2.1	3.6	2.5	2.9	0.5	
年代	20代以下	312	62.2	12.2	12.5	1.9	3.8	1.0	5.4	1.0
	30代	526	71.1	9.3	5.9	2.3	4.9	2.1	4.0	0.4
	40代	519	75.3	8.5	5.2	2.3	3.1	2.9	2.1	0.6
	50代	416	77.6	8.4	4.6	2.2	1.7	3.1	2.2	0.2
	60代以上	334	73.1	8.7	7.5	1.5	4.2	3.3	1.2	0.6
地域	北海道	211	70.6	10.9	8.1	1.4	1.9	3.8	2.8	0.5
	東北	214	70.6	7.5	7.9	1.9	4.2	3.3	4.2	0.5
	関東	204	72.1	9.8	6.9	2.9	1.5	1.5	4.4	1.0
	北陸	203	73.9	8.9	6.4	2.5	3.0	1.5	3.9	0.0
	東海	224	71.9	8.9	7.6	3.1	4.5	1.3	2.2	0.4
	近畿	206	76.7	6.8	5.3	1.5	4.9	2.4	1.9	0.5
	中国	216	71.3	7.9	6.9	2.3	3.7	3.7	2.8	1.4
	四国	212	72.6	8.5	7.1	0.9	4.7	3.3	2.8	0.0
	九州	212	72.6	11.3	4.2	1.4	4.7	2.4	2.4	0.9
沖縄	205	72.2	12.2	6.3	2.9	2.4	2.0	2.0	0.0	
世帯年収	300万円未満	431	68.4	7.9	10.2	2.1	3.9	2.1	4.9	0.5
	300～499万円	562	69.2	12.1	6.4	2.5	4.4	2.1	2.5	0.7
	500～699万円	471	74.5	8.9	5.9	1.9	3.0	3.2	2.1	0.4
	700～999万円	418	76.1	8.6	6.2	0.7	2.9	2.2	2.9	0.5
	1,000万円以上	225	76.9	6.7	3.1	4.0	3.1	3.6	2.2	0.4
	未回答	—	—	—	—	—	—	—	—	—
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	374	75.4	8.6	5.1	2.1	4.3	1.9	2.1	0.5
	成長期の子供がいる世帯	406	74.1	9.4	5.9	3.0	2.2	3.4	1.5	0.5
	20歳代の成人がいる世帯	545	69.0	10.6	8.3	2.0	4.4	1.5	3.7	0.6
	子供がいない世帯	636	72.6	8.3	6.9	1.7	3.1	2.7	4.2	0.3
	高齢者のみの世帯	146	71.9	9.6	6.2	1.4	4.1	4.8	0.7	1.4

「図表IV-18」を見ると、「安全性について」の要望が、前回調査より1.3ポイント微減したものの、引き続き70%以上という高い水準で「安全性について」の情報を求めていることがわかった。

次いで、要望の多い「健康とのかかわりについて」は、前回調査より1.8ポイント高くなっている。

「価格について」は前回調査から横ばいの状況で、今回も3番目に要望の高い項目となった。

上記以外の項目は、3%前後と、ほぼ同水準の要望度合いとなっている。

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「50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。これは、前回調査と同様の傾向である。

「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。これも前回調査と同様の傾向であり、上記項目の要望が他の年代より高いことが「20代以下」の特徴になっているものと考えられる。

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「近畿」が最も高いが、地域による大きな差は見られなかった。

「健康とのかかわりについて」は、前回および前々回調査同様、「沖縄」が突出しており、「沖縄」が健康に対して他の地域以上に、高い関心を持っていることが想定された。

「価格について」では、「北海道」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。この傾向は前回調査でも認められた。

「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「子供が小学生以下の世帯」が最も高かった。

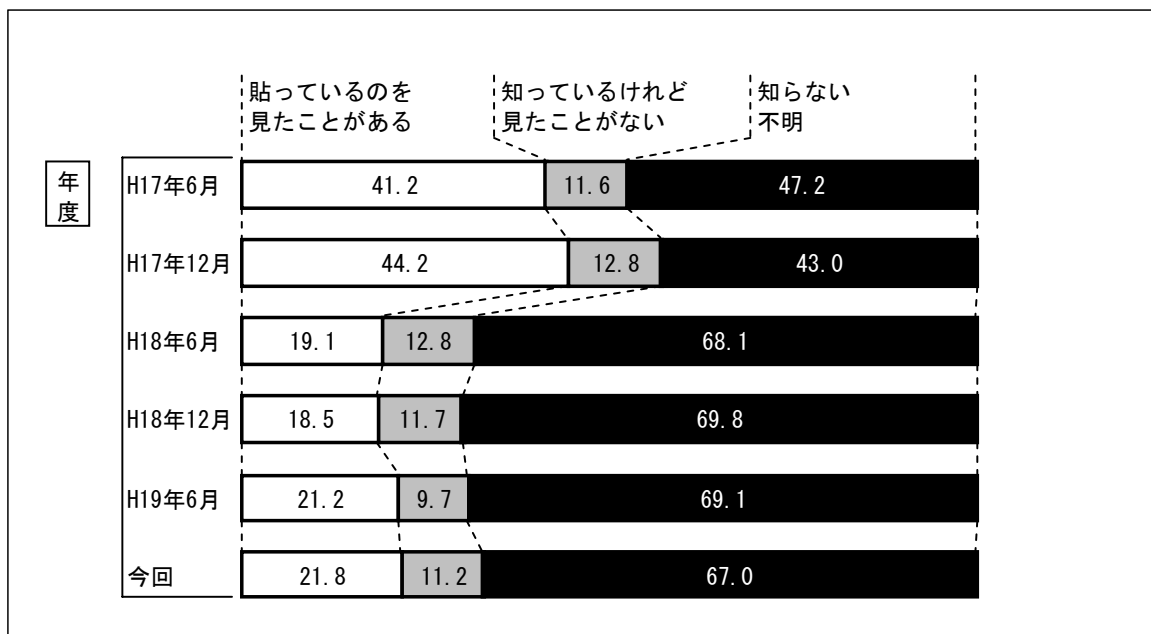
「健康とのかかわりについて」及び「価格について」は、前回調査に引き続き、「20歳代の成人がいる世帯」からの要望が最も高かった。

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:%)



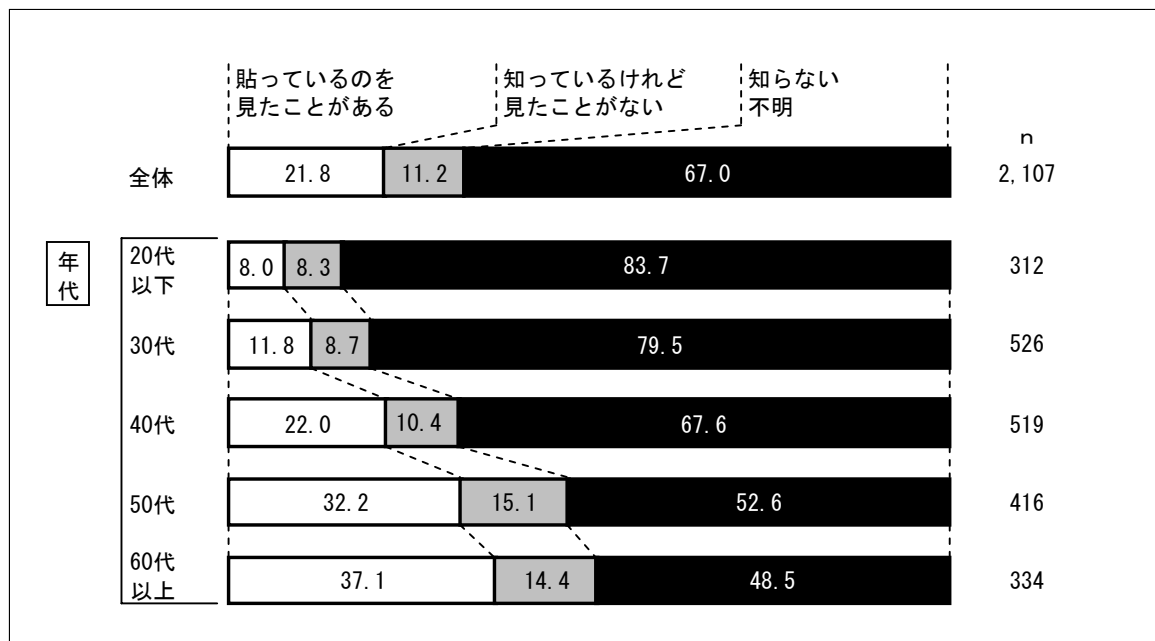
「図表Ⅳ－19」を見ると、「貼っているのを見たことがある」が、平成18年6月調査で19.1%と大幅に減少している。これは平成18年6月調査から、これまでと異なり関心の低い「10代」からの回答を対象とすることにしたこと、そして、アンケート・モニターが平成18年6月以降に変わったことが原因として考えられる。

また、前回調査から、「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。この変更により、認知率の低い「10代」からの回答が減り、その影響もあって、前回調査では「貼っているのを見たことがある」という意見が前々回調査より2.7ポイント微増したものと思われる。

今回調査では、「貼っているのを見たことがある」との回答が前回調査より0.6ポイント増加した。一方で「知らない・不明」との回答が2.1ポイント減少しており、適正表示店シールの認知率が若干高まってきている状況にあることがわかる。

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。

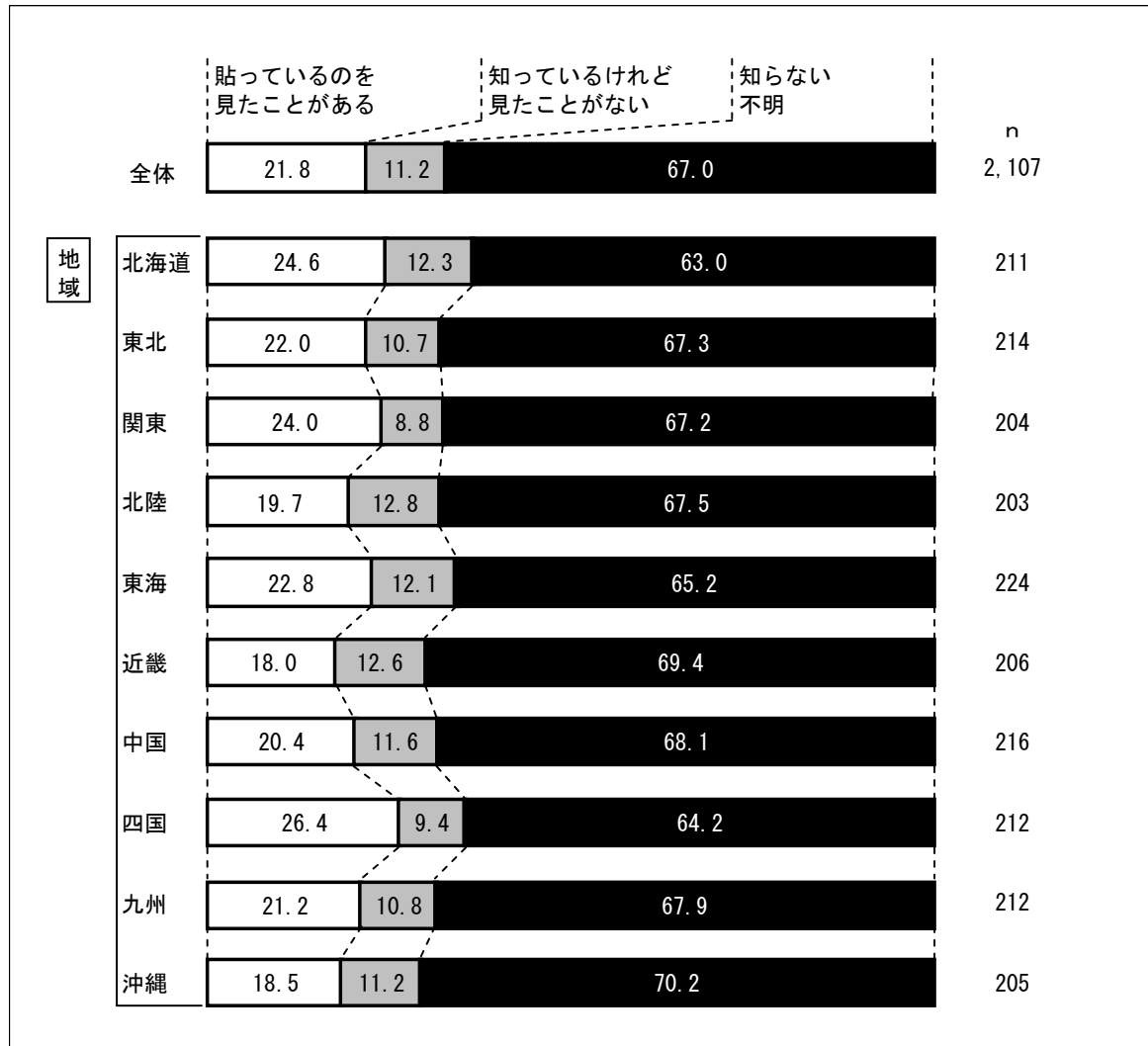
「貼っているのを見たことがある」と「知っているけれど見たことがない」を加算した値が認知率となるが、「60代以上」において、51.5%と半数以上の人認知している状況にあることがわかる。

また、認知している人の内、実際に見たことがある率を年代別に計算すると「20代以下」49.1%、「30代」57.6%、「40代」67.9%、「50代」68.1%、「60代以上」72.0%と、この数値もまた、年代とともに高まる傾向にあることがわかる。高齢になるほど、「適正表示のお店」シールを知っており、かつ、実際に確認する傾向にあることが想定される。

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:%)



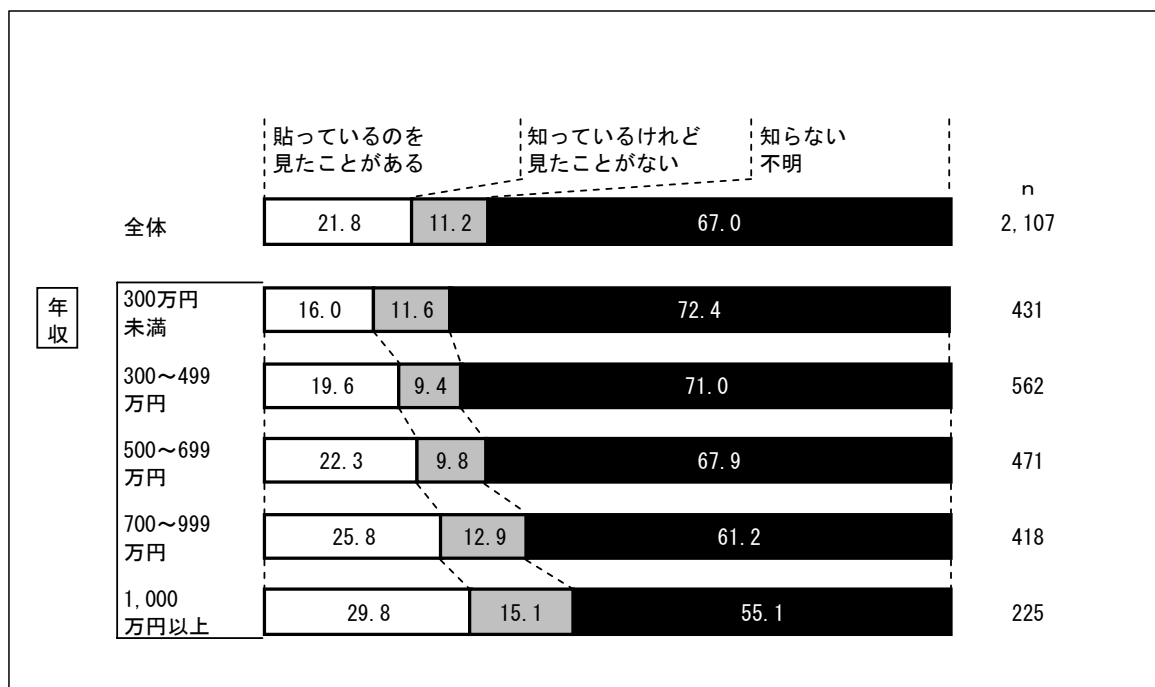
「貼っているのを見たことがある」という意見が最も多かったのが「四国」の26.4%、最も少なかったのが「近畿」の18.0%であった。

「四国」は前回調査でも、「貼っているのを見たことがある」という意見が最も多く、「適正表示店シール」への関心の高さが「四国」の特徴になっているものと思われる。

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。

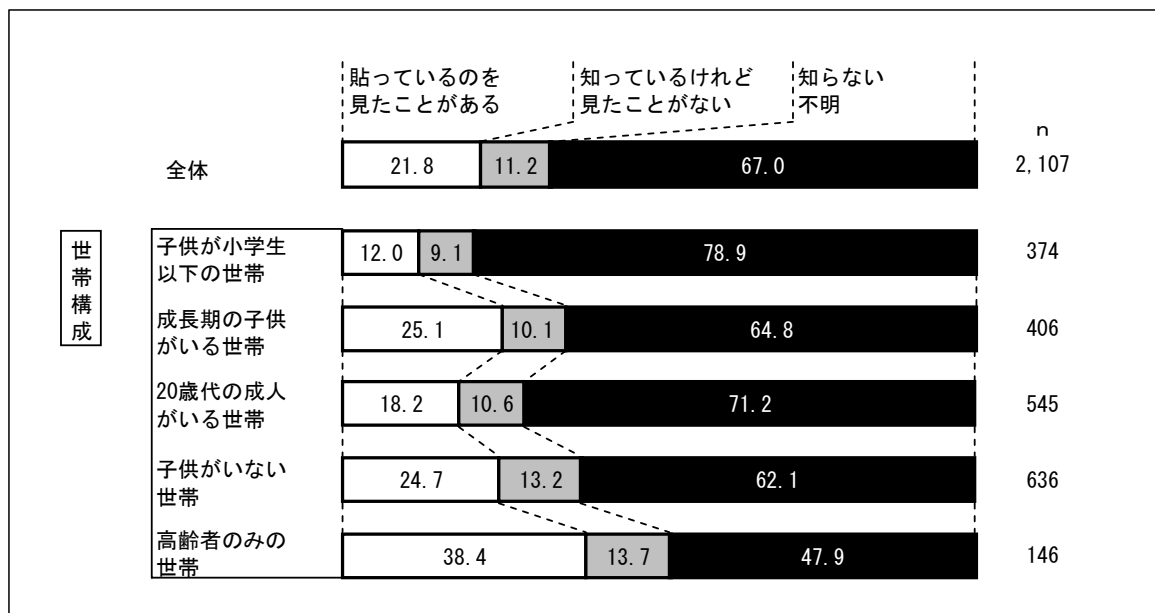
このことは、世帯年収が高くなるほど「適正表示のお店」であるかどうかということに関する関心が高まる傾向にあることを示している。

また、認知している人の内、実際に見たことがある率を世帯年収別に計算すると「300万円未満」58.0%、「300~499万円」67.6%、「500~699万円」69.5%、「700~999万円」66.7%、「1,000万円以上」66.4%となっており、世帯年収「300万円未満」と世帯年収「300万円以上」との間に格差ができていくことがわかる。世帯年収が「300万円以上」になると、「適正表示のお店」シールを知っており、かつ、実際に確認する傾向にあることが想定される。

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 38.4%、最も少なかったのが「子供が小学生以下の世帯」で 12.0%であった。

この傾向は前回調査と同様であった。

また、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た。