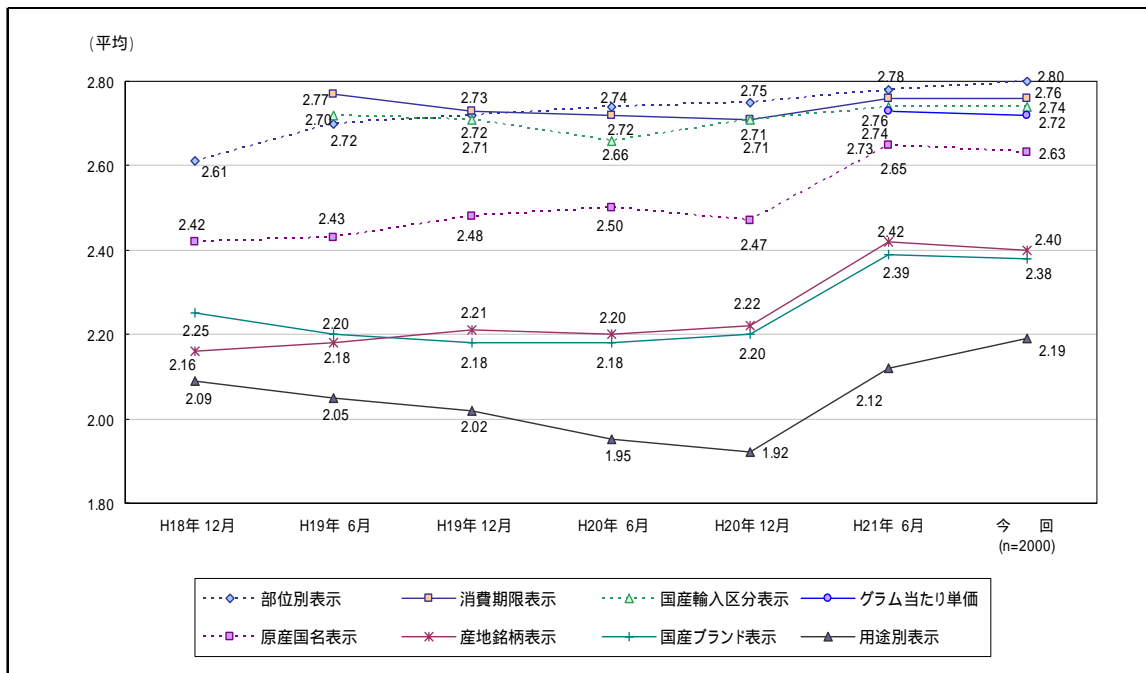


第 章 食肉の表示や情報について

1 食肉の表示の関心状況の推移

図表 - 1 食肉表示の関心状況の加重平均推移



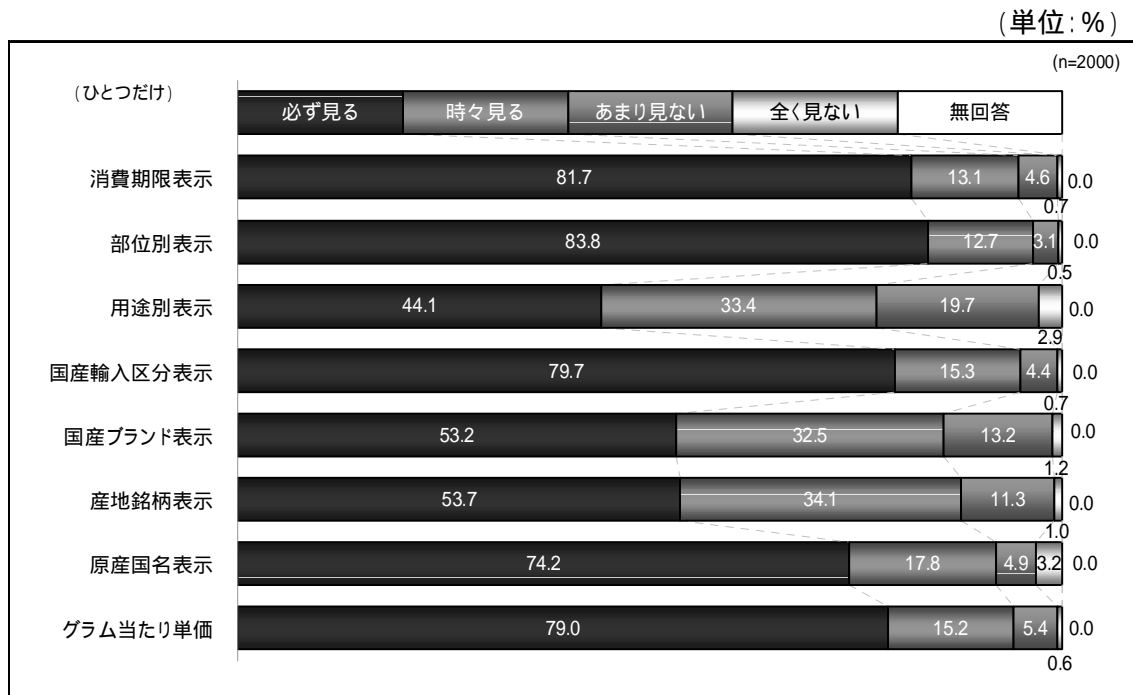
「必ず見る」に(+3)、「時々見る」に(+2)、「あまり見ない」に(+1)、「全く見ない」に(0)の値を乗じて平均を出した加重平均値を基に比較する。

「部位別表示」は平成18年12月以降毎回スコアが増加していたが、今回も前回より増加し、2.80に達した。「消費期限表示」「国産輸入区分表示」「グラム当たり単価」も前回に引き続き2.7を超えた。

「原産国名」「産地銘柄表示」「国産ブランド表示」はいずれも前回より微減したが、前回の水準を保ち、「用途別表示」は前回より増加した。

2 食肉の関心状況一覧

図表 -2 食肉表示の関心状況



「部位別表示」「消費期限表示」「国産輸入区分表示」「グラム当たり単価」「原産国名表示」は「必ず見る」の割合がそれぞれ83.8%、81.7%、79.7%、79.0%、74.2%と非常に関心が高い。「時々見る」を合わせると、9割以上の方が購入の際に気にかけている。

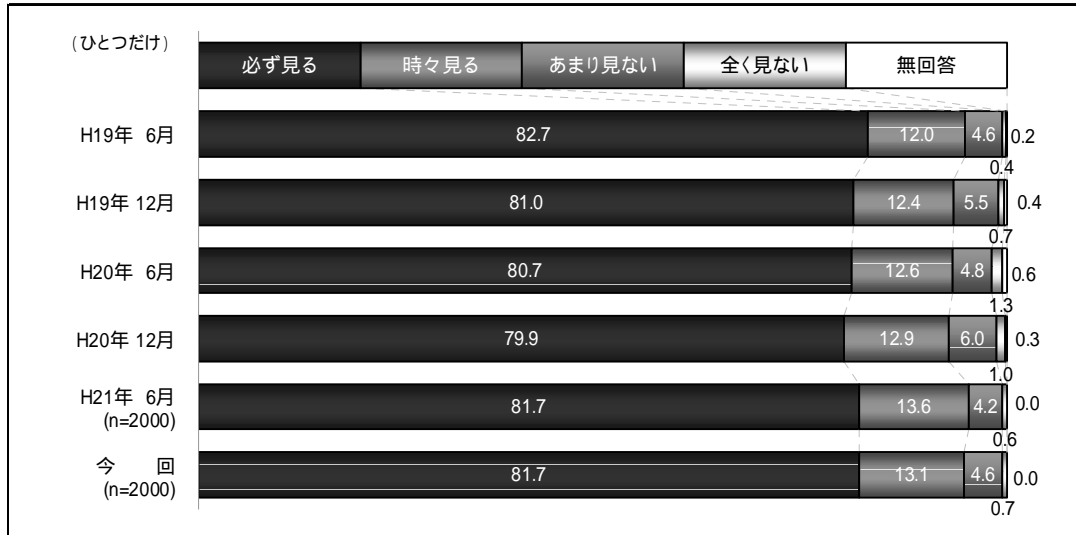
「産地銘柄表示」「国産ブランド表示」は「必ず見る」と「時々見る」を合わせた割合は9割を数パーセント下回る程度だが、上記5項目とは内訳の構成が異なる。「必ず見る」の割合がそれぞれ53.7%、53.2%に下がり、「時々見る」が3割強に増える。

「用途別表示」は「必ず見る」が44.1%に下がり、「全く見ない」と「あまり見ない」の合計が2割を超える。

3 食肉の表示内容別関心状況の推移

図表 - 3 消費期限表示の関心状況推移

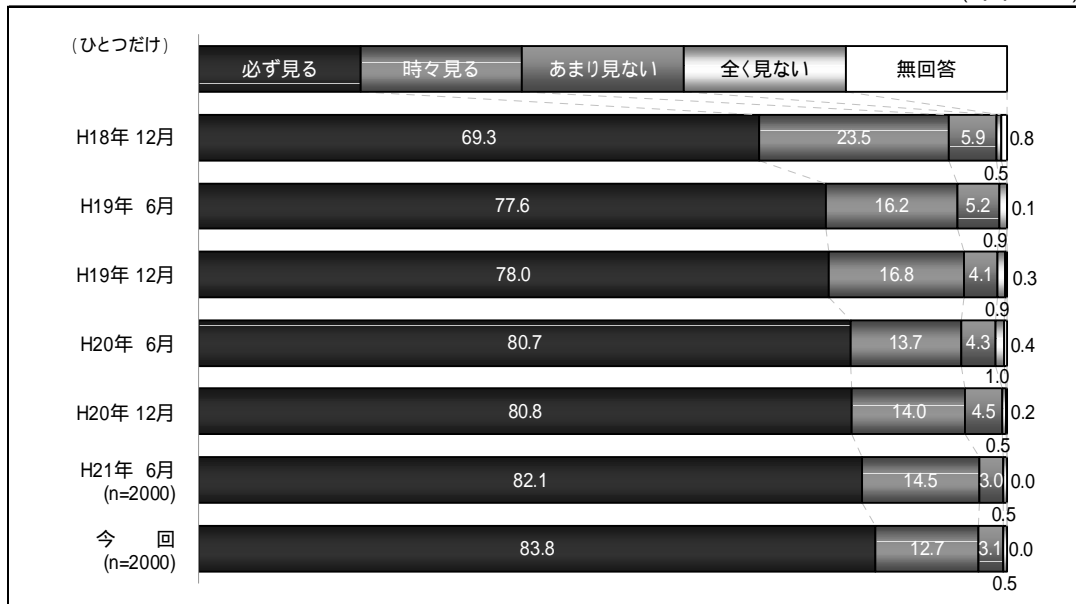
(単位: %)



「消費期限表示」では、「必ず見る」の割合が前回と同スコアになった。「時々見る」「あまり見ない」「全く見ない」のスコアにも前回との差はほとんど見られない。平成19年6月以降、安定して高い関心を持たれている。

図表 - 4 部位別表示の関心状況推移

(単位: %)

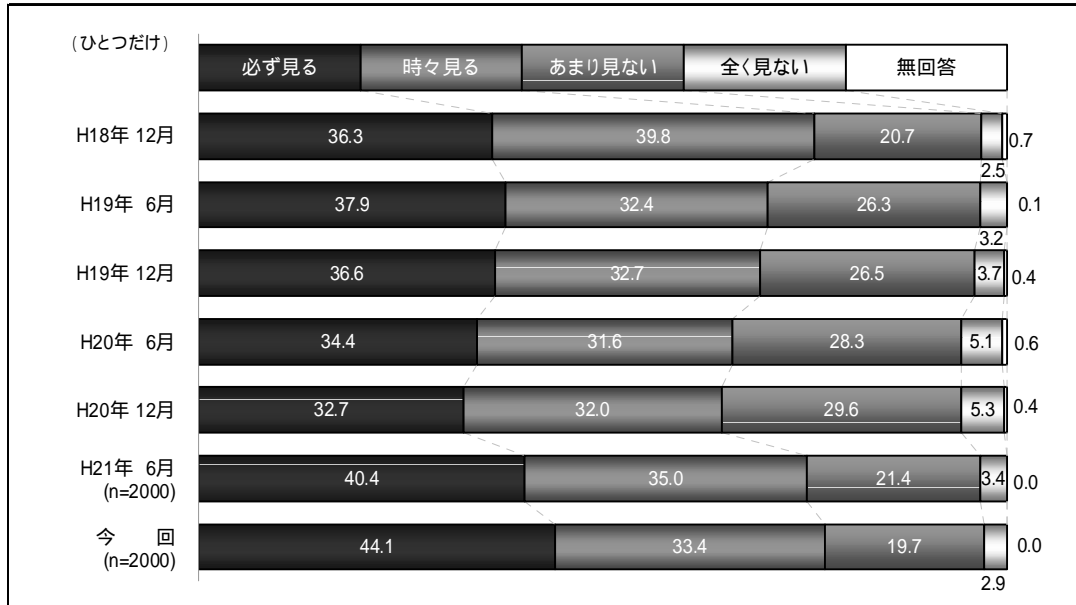


「部位別表示」では、「必ず見る」の割合が平成18年12月以降漸増傾向にあり、今回も前回から1.7ポイント増加した。平成18年12月の69.3%からは14.5ポイントの増加となっている。

3 食肉の表示内容別関心状況の推移

図表 - 5 用途別表示の関心状況推移

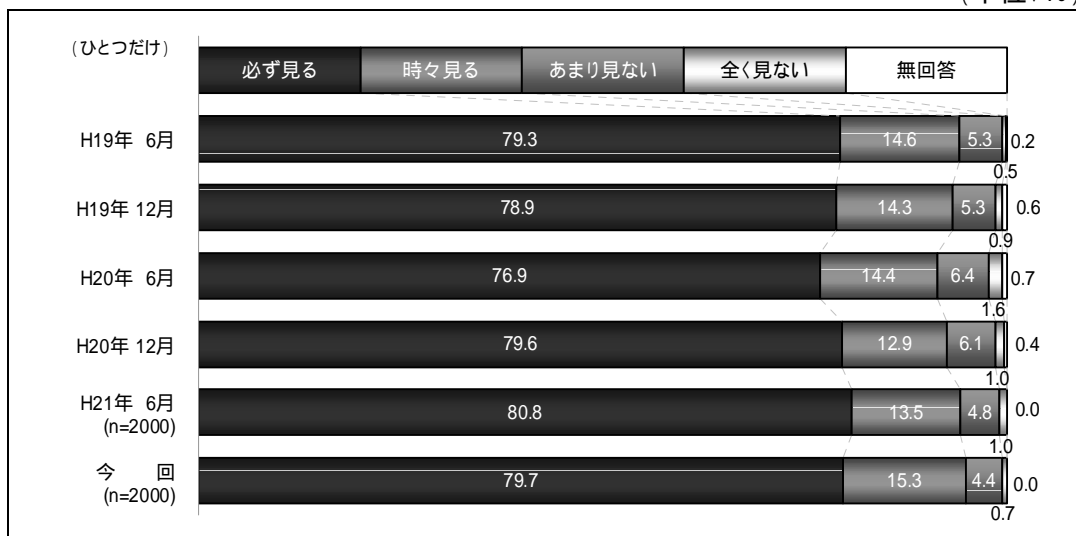
(単位: %)



「用途別表示」では、前回「必ず見る」の割合が増加したが、今回もさらに3.7ポイント増加。「時々見る」「あまり見ない」「全く見ない」の割合はそれぞれ前回から微減しており、平成20年12月以降関心が高まってきている。

図表 - 6 国産輸入区分表示の関心状況推移

(単位: %)

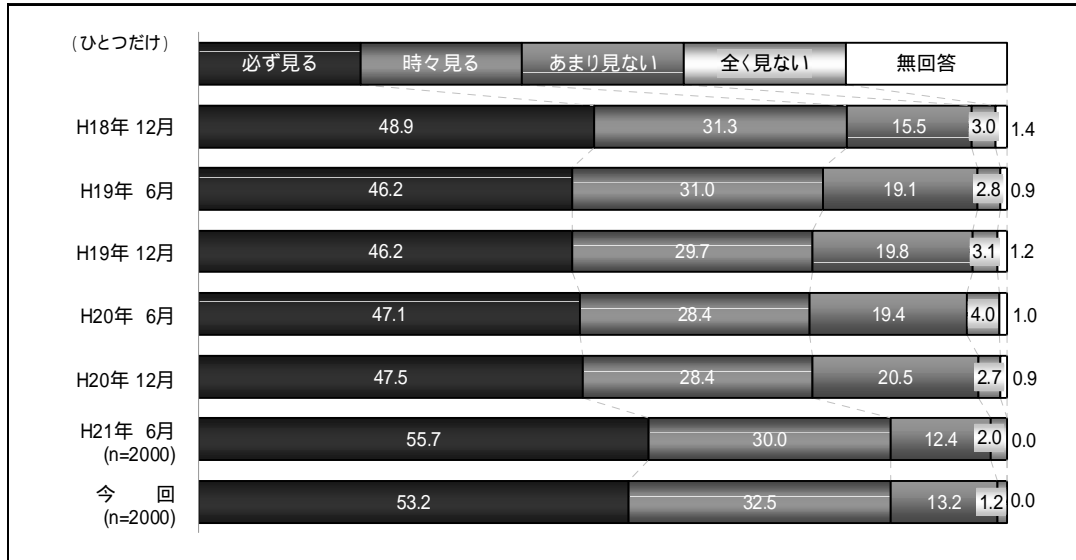


「国産輸入区分表示」では、「必ず見る」の割合が平成20年6月に76.9%と他の時期の調査と比べてやや低かったものの、それ以外は今回の79.7%まで、ほぼ横ばいで推移している。

3 食肉の表示内容別関心状況の推移

図表 - 7 国産ブランド表示の関心状況推移

(単位: %)



「国産ブランド表示」では、前回「必ず見る」の割合が大きく増加したが、今回はやや減少し53.2%となった。「時々見る」を合わせると85.7%で、前回と同スコアとなった。

図表 - 8 産地銘柄表示の関心状況推移

(単位: %)



「産地銘柄表示」では、「必ず見る」の割合が前回大きく増加したが、今回はやや減少し53.7%となった。

3 食肉の表示内容別関心状況の推移

図表 - 9 原産国名表示の関心状況推移

(単位:%)



「原産国名表示」では、「必ず見る」の割合が前回大きく増加したが、今回は微減し、74.2%となった。

産地等の表示(図表 6~9)を比較してみると、「国産輸入区分表示」「原産国名表示」に対する要望は「国産ブランド表示」「産地銘柄表示」を大きく上回ることがわかる。