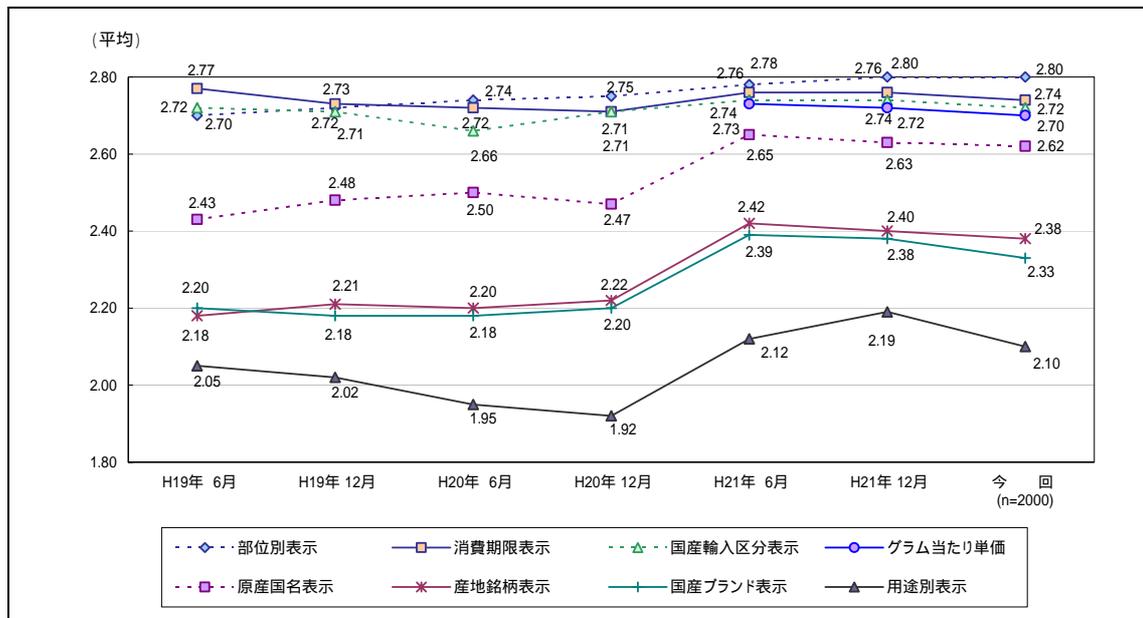


第 章 食肉の表示や情報について

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



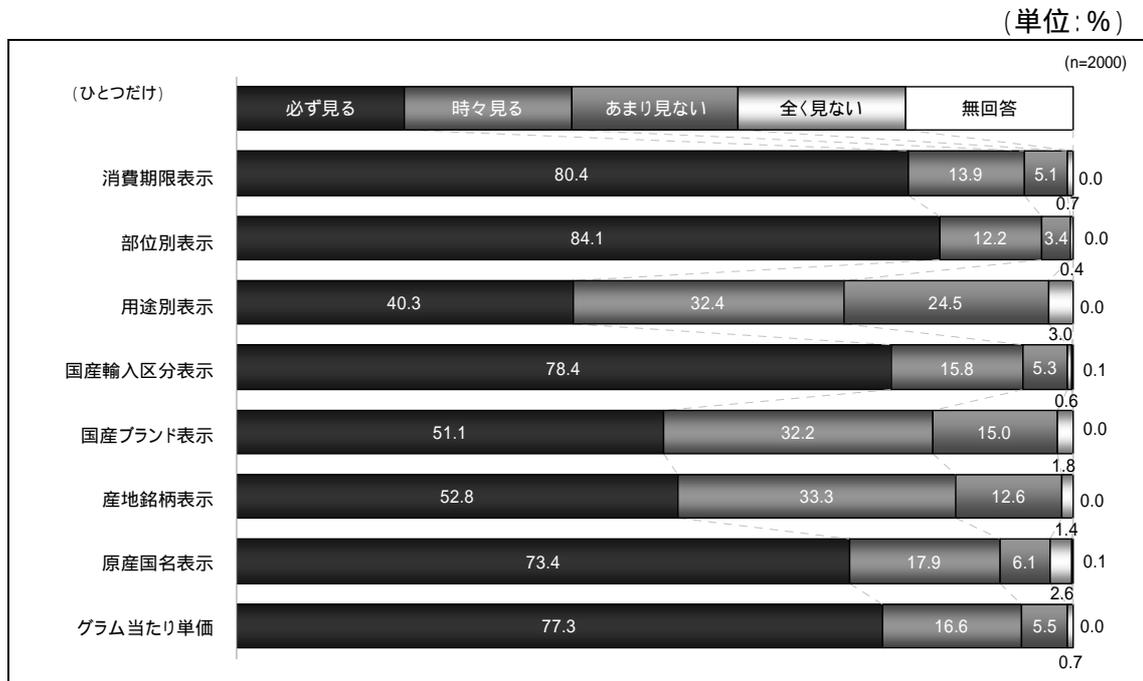
「必ず見る」に(+3)、「時々見る」に(+2)、「あまり見ない」に(+1)、「全く見ない」に(0)の値を乗じて平均を出した加重平均値を基に比較する。

「部位別表示」は平成19年6月以降毎回スコアが増加していたが、今回は2.80と横ばい。「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。

「原産国名表示」「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ものの、前回の水準を保っている。「用途別表示」は前回より減少した。

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」(84.1%)、「消費期限表示」(80.4%)、「国産輸入区分表示」(78.4%)、「グラム当たり単価」(77.3%)、「原産国名表示」(73.4%)は「必ず見る」の割合が7割以上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。

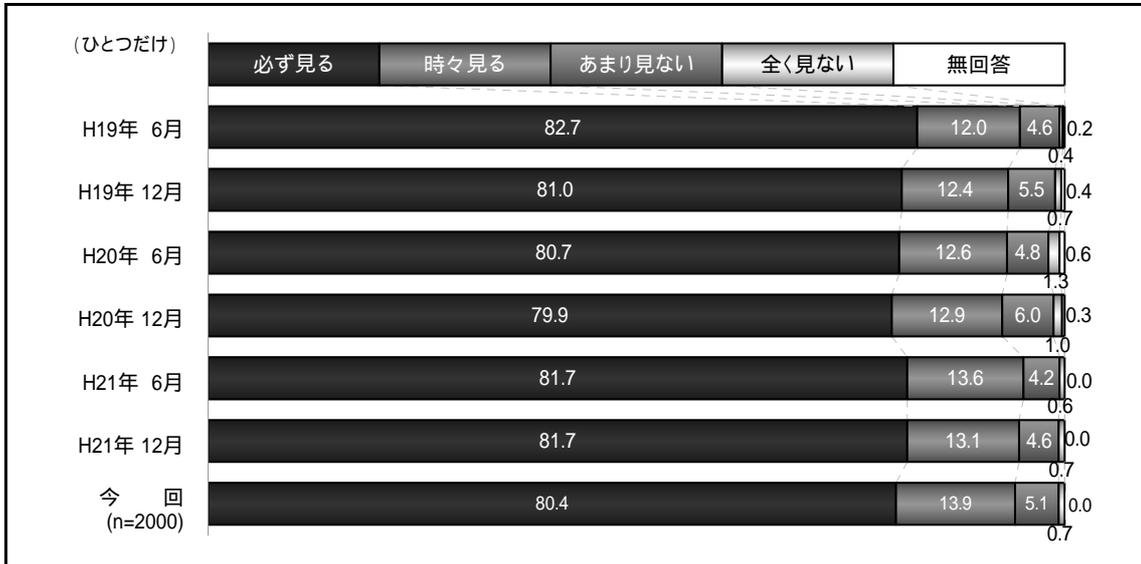
「産地銘柄表示」「国産ブランド表示」は「必ず見る」と「時々見る」を合わせた割合は8割以上と高いが、「必ず見る」の割合がそれぞれ52.8%、51.1%と低く、「時々見る」が3割強に増える。

「用途別表示」は「必ず見る」が40.3%と最も低く、「全く見ない」と「あまり見ない」の合計が27.5%を占めた。

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

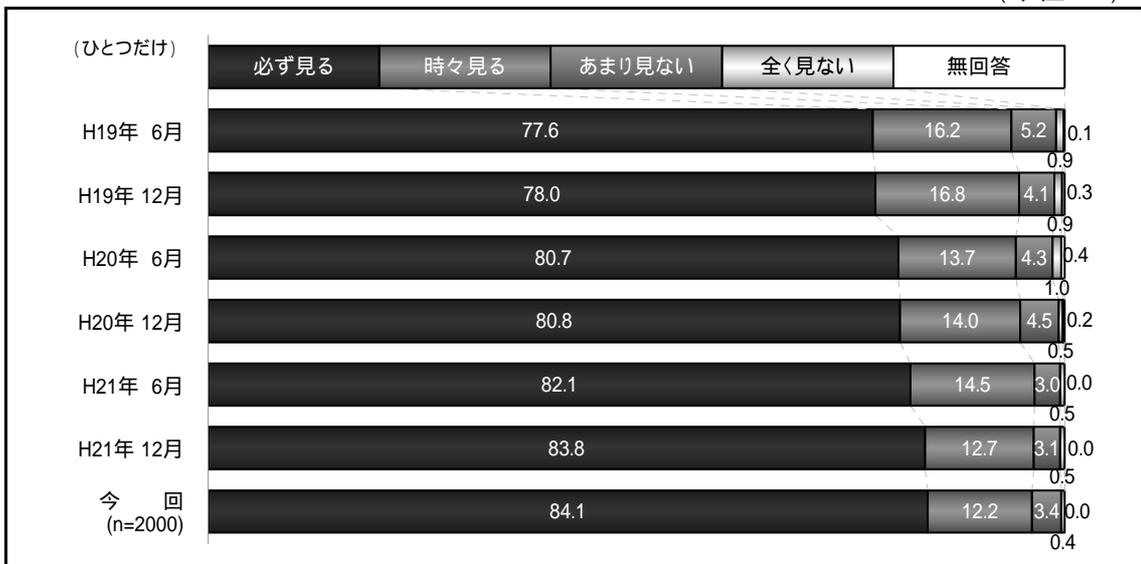
(単位: %)



「消費期限表示」では、「必ず見る」の割合に大きな変動は見られない。「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: %)

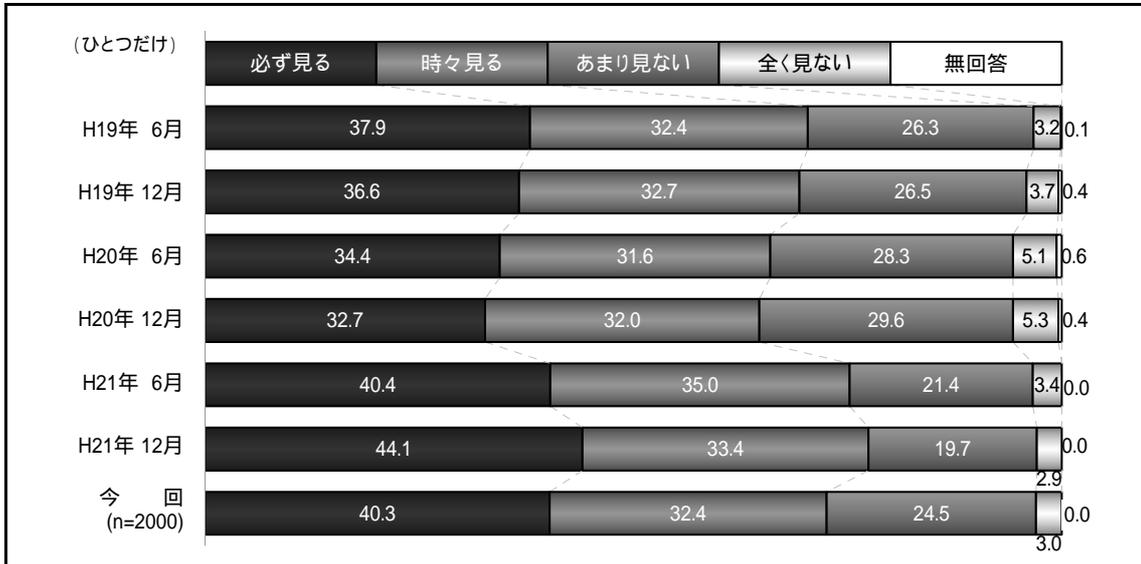


「部位別表示」では、「必ず見る」の割合が平成19年6月以降増加傾向にあり、今回も前回から0.3ポイントの微増となった。平成19年6月の77.6%からは6.5ポイントの増加となっている。

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

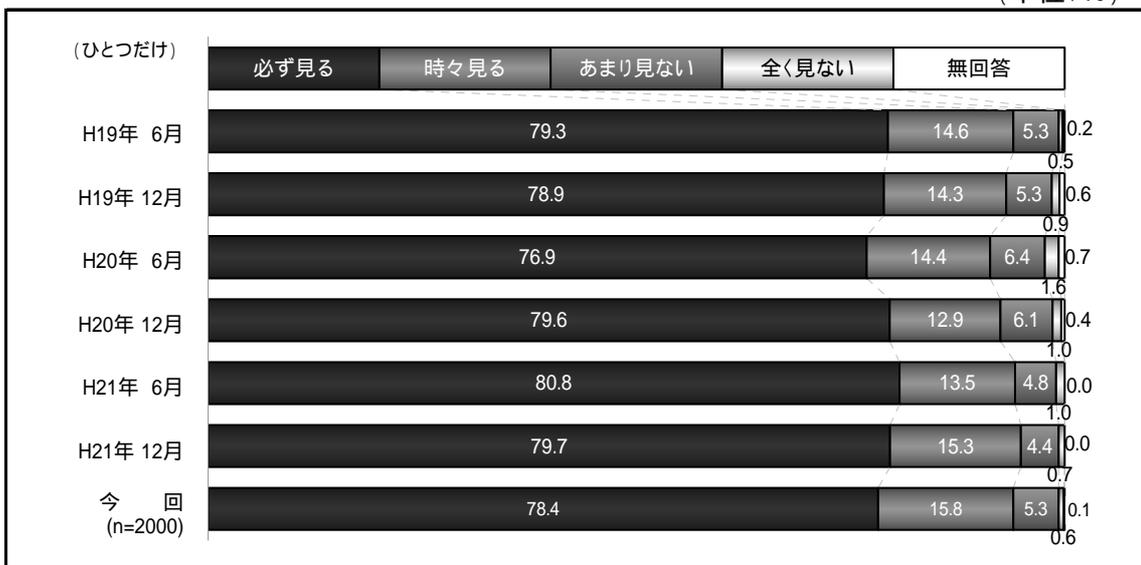
(単位: %)



「用途別表示」では、前回「必ず見る」の割合が増加したが、今回は3.8ポイント減少した。「あまり見ない」「全く見ない」の割合は前回より増加しており、関心を示さない層が増えている。

図表 - 6 国産輸入区分表示の関心状況推移

(単位: %)

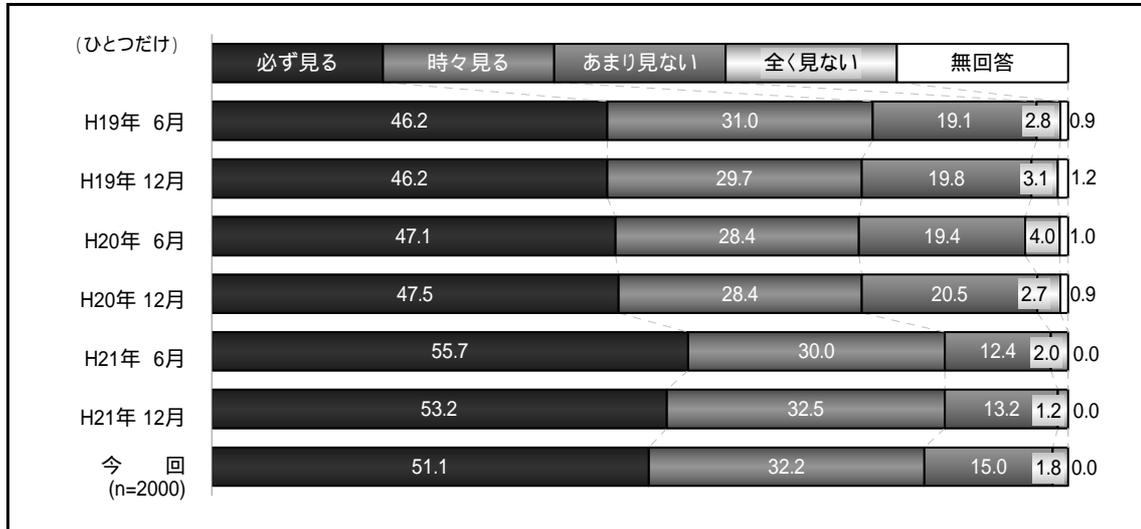


「国産輸入区分表示」では、平成20年6月に「必ず見る」が76.9%とやや低かったものの、それ以外は今回の78.4%とほぼ横ばいで推移しており、高い関心を示している。

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

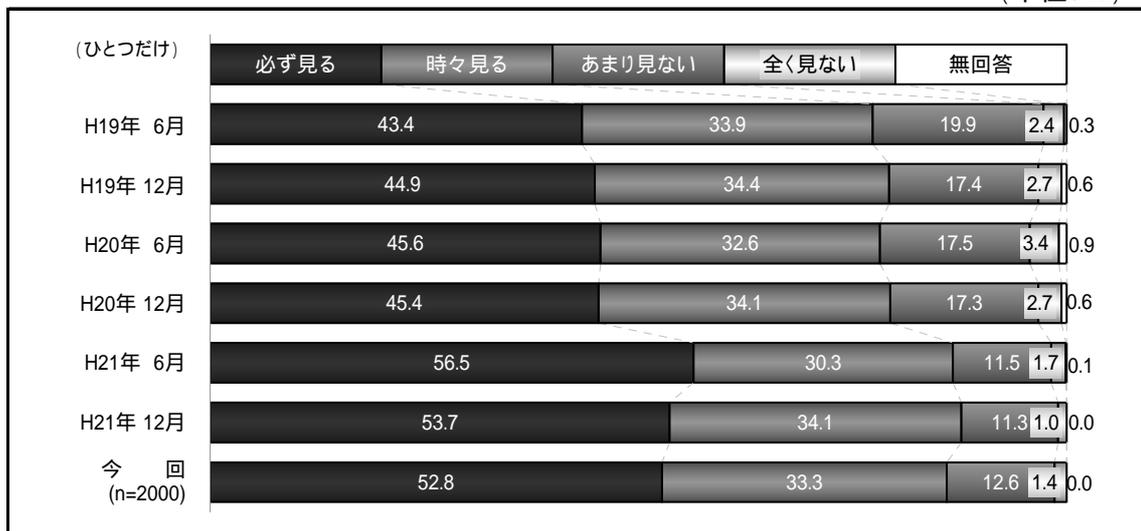
(単位: %)



「国産ブランド表示」では、平成21年6月に「必ず見る」の割合が大きく増加したが、前回と同様に今回も減少傾向にあり、51.1%となった。「時々見る」を合わせると83.3%で、前回よりやや減少した。

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」の割合が前回減少したが、今回もやや減少し52.8%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」の割合が前々回大きく増加したが、今回は微減し、73.4%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。