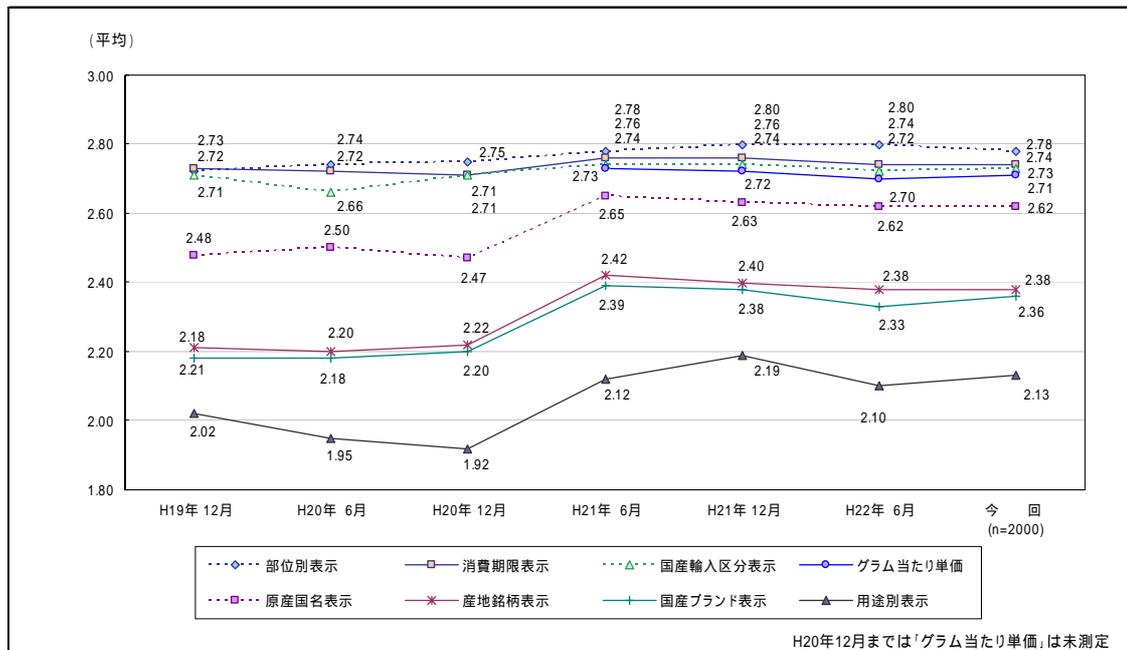


第 章 食肉の表示や情報について

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



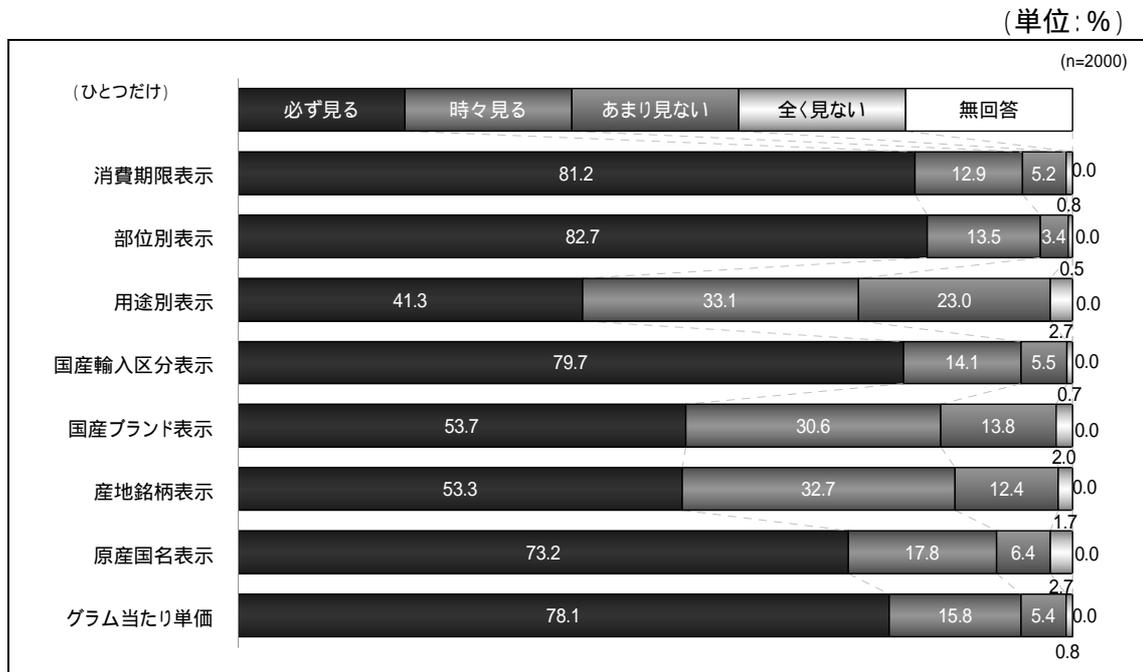
「必ず見る」に(+3)、「時々見る」に(+2)、「あまり見ない」に(+1)、「全く見ない」に(0)の値を乗じて平均を出した加重平均値を基に比較する。

最もスコアの高い「部位別表示」は2.78で、前回より0.02ポイント減少。「消費期限表示」は横ばい、「国産輸入区分表示」と「グラム当たり単価」は前回から微増で、いずれも2.7を超えている。

「原産国名表示」と「産地銘柄表示」は横ばい、「国産ブランド表示」と「用途別表示」は前回より0.03ポイント増加している。

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」(82.7%)と「消費期限表示」(81.2%)は「必ず見る」が8割を超えている。次いで「国産輸入区分表示」(79.7%)、「グラム当たり単価」(78.1%)、「原産国名表示」(73.2%)が続き、「必ず見る」の割合が7割以上となっている。これらは「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。

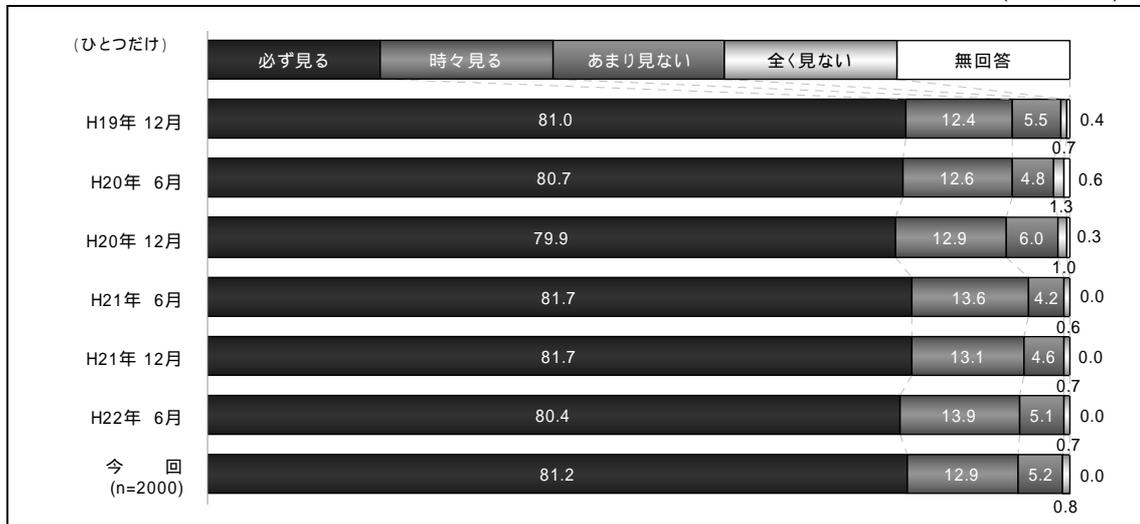
「国産ブランド表示」と「産地銘柄表示」は「必ず見る」と「時々見る」を合わせた割合は8割以上と高いが、「必ず見る」はそれぞれ53.7%、53.3%となっている。

「用途別表示」は「必ず見る」が41.3%と最も低く、「全く見ない」と「あまり見ない」の合計が25.7%を占める。

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

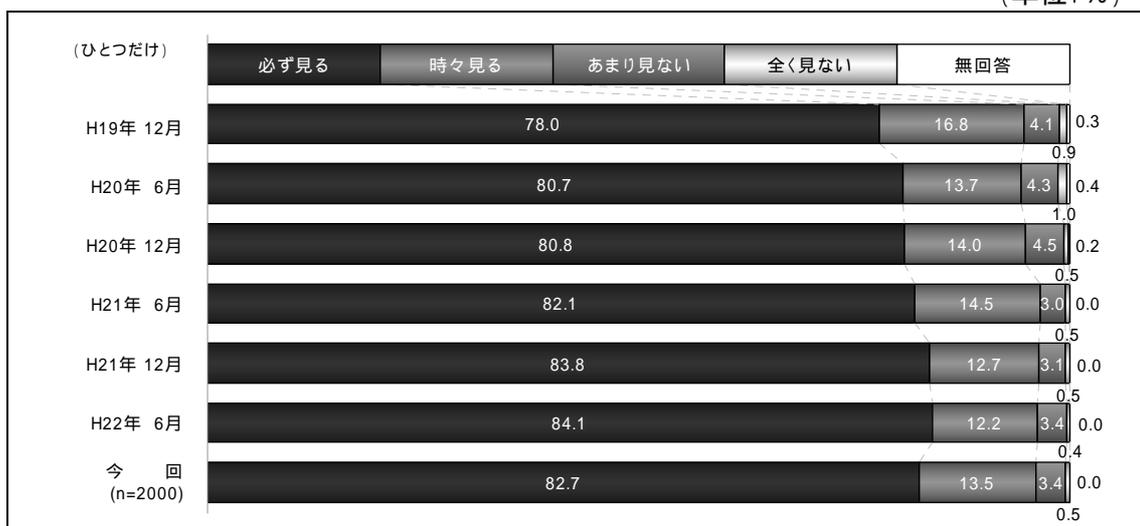
(単位: %)



「消費期限表示」では、「必ず見る」の割合は前回よりも0.8ポイント増加したが、「時々見る」は1.0ポイント減少し、これらを合わせると前回とほぼ横ばいである。「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。

図表 - 4 部位別表示の関心状況推移

(単位: %)

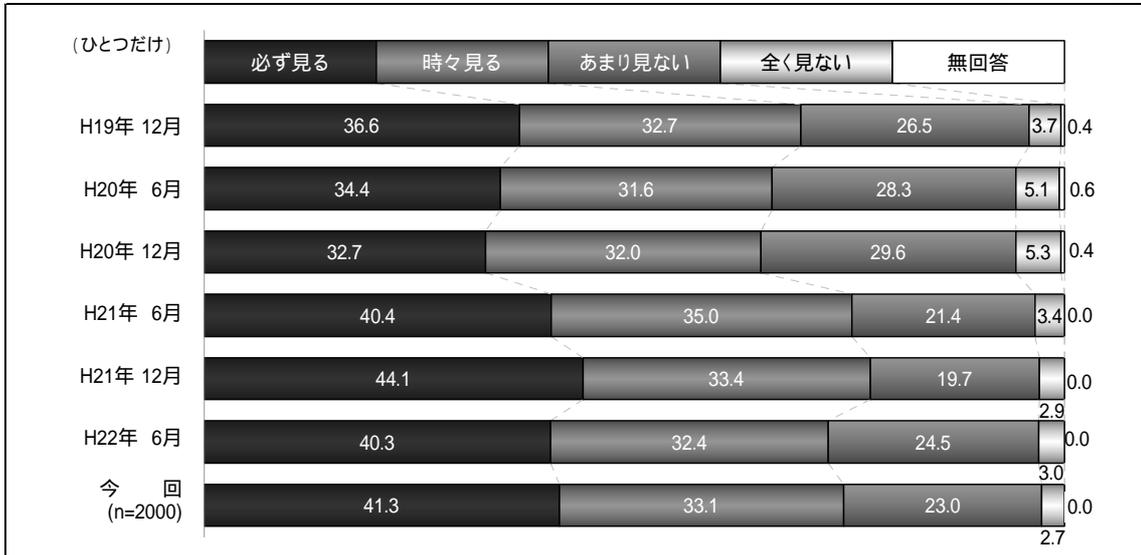


「部位別表示」では、「必ず見る」の割合が平成19年12月以降増加傾向にあったが、今回は前回よりも1.4ポイントの減少。「時々見る」を合わせるとほぼ横ばいである。

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

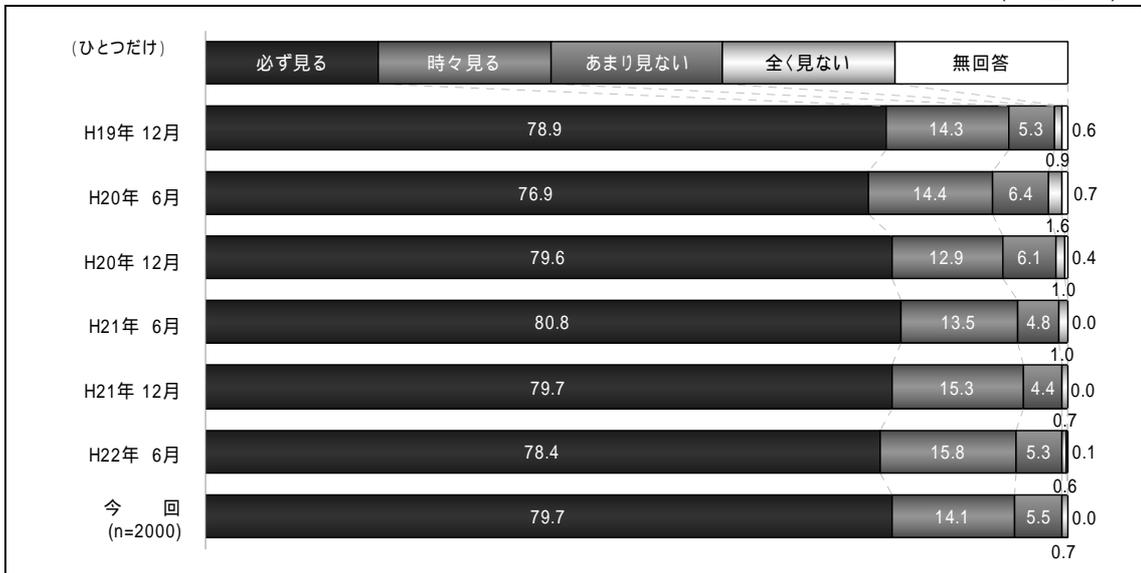
(単位: %)



「用途別表示」では、「必ず見る」が前回よりも1.0ポイント上昇。「時々見る」でも0.7ポイントとわずかではあるが上昇している。

図表 - 6 国産輸入区分表示の関心状況推移

(単位: %)

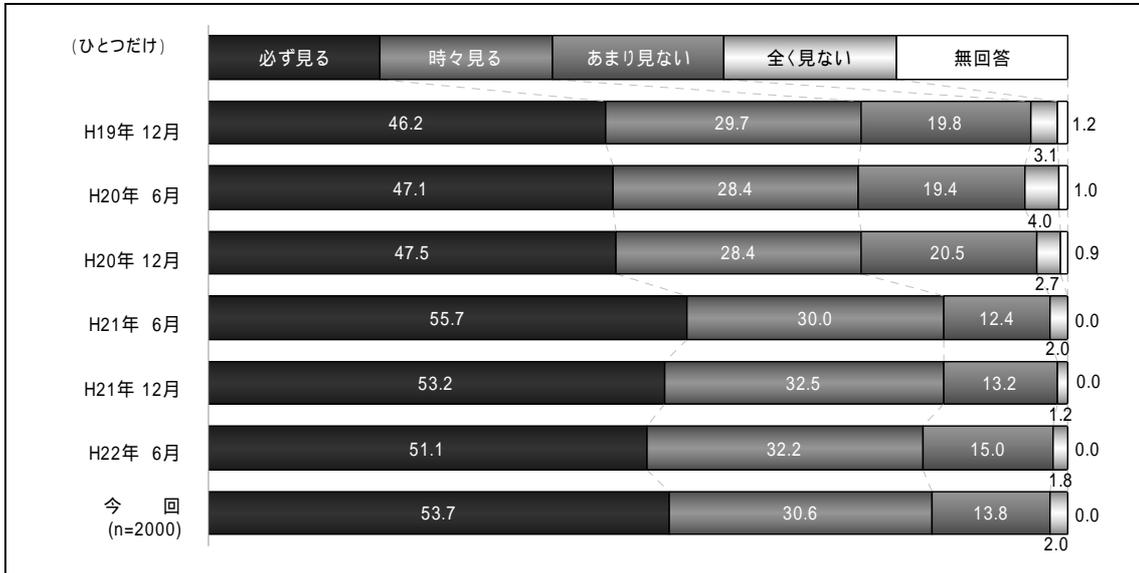


「国産輸入区分表示」では、「必ず見る」が前回よりも1.3ポイント上昇したが、「時々見る」は1.7ポイントの減少となっている。

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

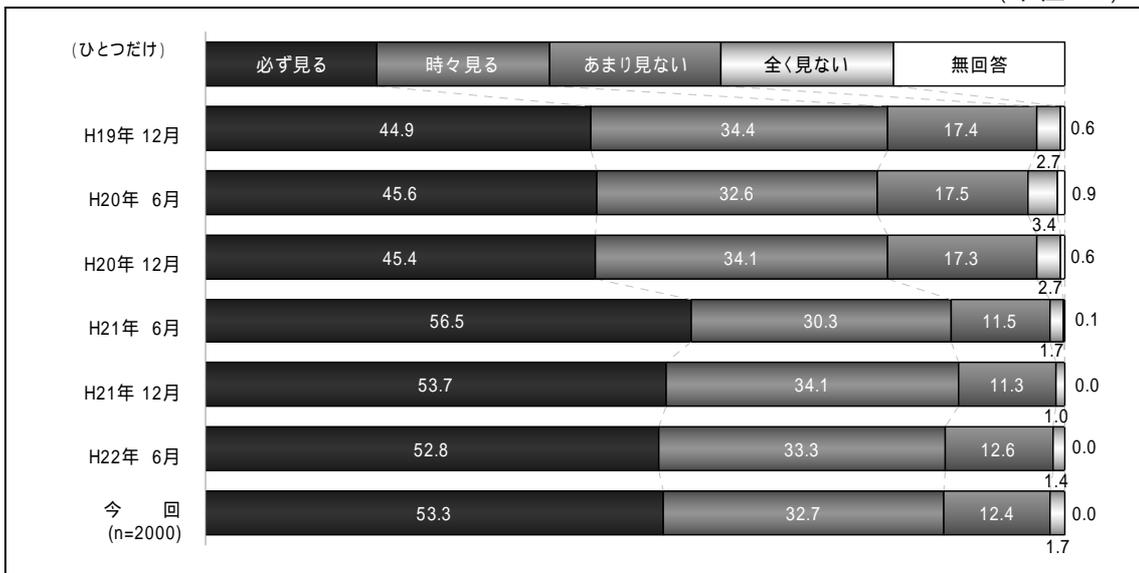
(単位: %)



「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、以降減少傾向にあったが、今回は2.6ポイントの上昇となっている。「時々見る」を合わせると84.3%で、前回より1.0ポイント上昇している。

図表 - 8 産地銘柄表示の関心状況推移

(単位: %)

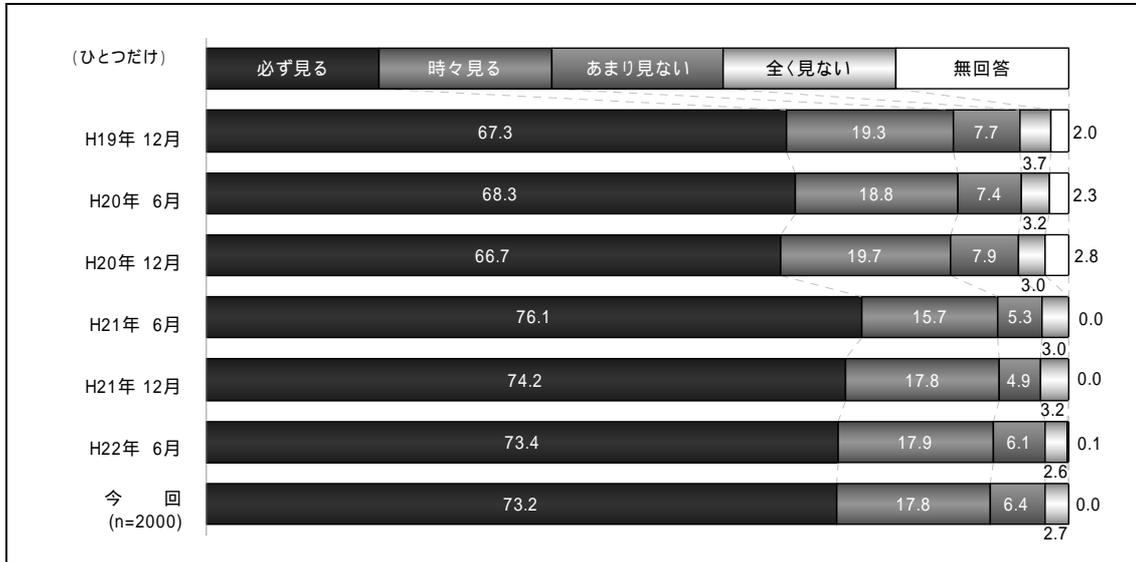


「産地銘柄表示」では、「必ず見る」が前回よりも0.5ポイントとわずかながら上昇している。「時々見る」を合わせるとほぼ横ばいである。

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

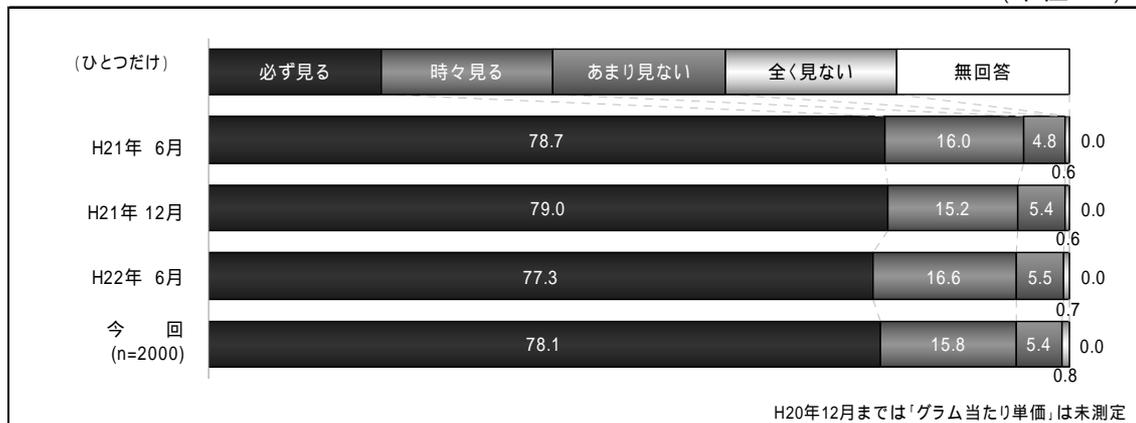
(単位: %)



「原産国名表示」では、「必ず見る」が0.2ポイントとわずかに減少したが、ほとんど前回並みである。

図表 - 10 グラム当たり単価表示の関心状況推移

(単位: %)



「グラム当たり単価表示」では、「必ず見る」が0.8ポイント増加、「時々見る」が0.8ポイント減少で、これらを合わせると前回と横ばいである。

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」（必ず見る 79.7%）「原産国名表示」（同 73.2%）に対する要望は「国産ブランド表示」（同 53.7%）、「産地銘柄表示」（同 53.3%）を大きく上回っていることがわかる。