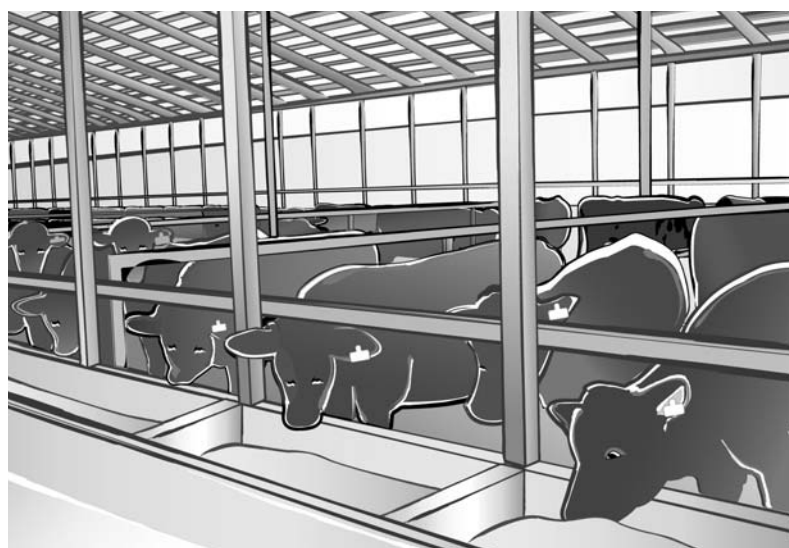


# トレーサビリティについてきく



## 消費者の半数以上が「知らない」

ことはトレサビ元年。全国を網らするこの大規模なシステムがいよいよ本格的に稼働を開始するわけだ。そこで今回の「ネットでアンケート」では消費者の立場からみたトレーサビリティシステムをきいてみた。消費者にとってトレーサビリティシステムはどのように写っているのか。果たしてトレサビシステム導入による購買への影響はどのようになるのか — をアンケートから考えてみたい。

アンケートの実施期間は11月22日から11月29日。有効回答数は1,185件。平均年齢は36.2歳。男女の比率は男性が53.5%、女性が46.3%となった。都道府県別の割合では東京、神奈川、大阪、埼玉、千葉の順となっている。

質問1 牛肉のトレーサビリティシステムを知っていますか。

知っている.....18.4%  
知らない.....59.8%  
名前だけはきいたことがある.....21.7%

### 「名前だけは…」が22% 女性の方が理解度薄い

「知らない」の回答が半数以上を占めた。これに「名前だけはきいたことがある」を加えると80%以上の割合となり、トレサビシステムの浸透は昨年この時点でまだまだであるといえるのでは — 。トレサビシステムの発展は消費者への関心の高さとなり、トレサビシステムの浸透が重要であろう。

また、この数字を男女別にみると「知らない」と回答した割合が女性の方が7ポイントほど高かった。食事の買い物を中心とする女性へのトレサビの理解をいかに訴えるか。これからの展開で重要とってくるだろう。

質問2 牛肉のトレーサビリティシステムが導入された場合、店頭、並びにパック肉などに10ケタの番号が表示されていたら、利用してみますか。

必ず利用する.....9.5%  
気がつけば利用する.....65.2%  
あまり利用はしない.....19.9%  
利用はしない.....5.5%

### 「必ず利用する」はほぼ1割 65%が「気がつけば利用」



「気がつけば利用する」が半数以上の65.2%となり、次いで「余り利用はしない」の19.9%となった。「必ず利用する」も9.5%となり、これに「気がつけば利用する」の数字を加えれば7割以上の方がもし10ケタの番号が表示されていた場合、トレサビシステムを何らかの形で利用するというアンケート結果になった。

この質問を男女別にみると、男性の方が「必ず利用する」と答えた人が多く、全体の1割以上の回答率となっている。女性では「余り利用しない」「利用しない」との回答の割合が、男性に比べ高く、2つ合わせて4割近い割合となった。

質問3 牛肉のトレーサビリティシステムが導入され、お肉のコストが上がり、値段が少し上がっても、これまでどおりの買い物をしますか。

- 安心・安全が保証されるなら、これまでどおりの買い物をする..... 37.7%
- 分からない..... 26.6%
- 値段はそのまま、ふだんよりランクを落としたお肉を買う..... 11.9%
- 値段が上がれば、お肉を買う回数を少なくする..... 23.9%

### 「値段がアップしても購入」ほぼ4割半面、「アップすれば減らす」24%

この質問では「安心・安全が保証されるなら……」との回答割合が一番高く、37.7%と4割近い結果となった。やはり、トレサビシステム導入後の「安心・安全」への期待は高いといえるだろう。ただ、その半面、「値段はそのまま、ふだんよりランクを落としたお肉を買う」と「値段が上がれば、お肉を買う回数を少なくする」といった消費に影響するような回答の割合も、2つ合わせて3割以上あり、トレサビシステム導入による価格変更の設定には慎重に

ない。男女別にこの回答割合をみると「安心・安全が保証されるなら……」との回答の割合が男性の方がやや高かった。また男女間で顕著に差が出たのは「値段はそのまま、ふだんよりランクを落としたお肉を買う」で、男性の割合が9.1%なのに対して女性の割合は14.9%となり、その差は5.8%となっている。家計をみている女性の方がやはり値上げなどにはシビアであるといえるだろう。



質問4 表示で和牛と国産牛の定められた規定の違いが分かりますか。

- 分かる..... 20.1%
- 分からない..... 79.9%

### 8割が和牛と国産牛の区別不能 消費者に牛肉知識の普及を

圧倒的に「分からない」という回答の割合が高く、79.9%と全体の8割近くを占めた。和牛と国産牛（乳牛）の明確な違いが、消費に影響を

必要であり、そのうちの1つとして根本的な牛肉の啓もう普及を実施してもよいのではないだろうか。

たとえば、和牛の種類（黒毛和種、褐毛和種、無角和種、日本短角種）を掲げたパネルの展示など、ディスプレイに加えてみてはどうか。

質問5 あなたがお肉を買う場合、絶対に必要であるとする、表示項目は（複数回答可）（金額、グラム数、販売店名は除く）

- 原産国、産地..... 70.3%
- 牛の種類（和牛、国産牛、輸入牛など）..... 65.3%
- 牛のグレード（A5やB5などの格付）..... 18.3%
- 牛の性別（雌牛、去勢牛など）..... 8.2%
- 部位（ロース、バラ、モモなど）..... 77.5%
- 銘柄名（松阪牛、神戸牛など）..... 32.1%
- 加工年月日..... 74.6%
- 品質保持期限..... 79.3%
- 料理用途（すき焼き用やしゃぶしゃぶ用など）..... 35.0%
- 何人前用か..... 10.6%
- 加工業者名..... 33.6%
- 品質責任者名..... 36.4%
- その他..... 1.9%

### 関心高い「品質保持期限」 銘柄名は32%のシェア

この質問で回答の割合が一番高かったのは「品質保持期限」の79.3%。日」の74.6%、「原産国・産地」の



70.3%、「牛の種類」の65.3%の順となった。これらはどれも回答率は高く半数以上の人が必要であると考えているわけだ。「品質保持期限」が一番回答の割合が高かつ

たが、これに日持ちに関係がある「加工年月日」を併せて考えてみると、大多数の人が日持ち、期限に関心をもっているといえるだろう。「牛の性別」や「牛のグレード」の割合が低かったのは、やはり消費者への牛肉に関するアピールの度合いの低さが原因ではないか。グレード表示で販売を行う店舗もあるときくが、牛への理解が低ければ消費者にとって、意味不明の英語と数字の羅列になってしまうだろうか。

### まとめ

トレサビはまだまだ始まったばかりである。だれのためにトレサビなのかをよく理解し、そのシステムをつくり上げることが大切。アンケートを行った段階ではトレサビのことを知らないという回答が6割近くあった。この数字をいかにゼロにもっていくかが、これからの課題となる。「消費者が安心して買える」。これがトレサビの大前提ならこの思想に沿った啓もう・普及を實踐すれ

ば、消費者の牛肉の理解も自ずと深まっていくだろう。まだまだ問題の多いトレーサビリティシステム。これまで食肉業界が立ち入ったことのない領域に突入している。このシステムを定着し、根付かせるためにも、消費者、小売り、卸、生産、行政の一体となった取り組みが必要であろう。