

調査の目的と方法

1 調査の目的

この調査は、食肉小売店における食肉の仕入れ及び販売実態を調査し、消費者の食肉の購買行動や消費志向の変化についてとらえ、国産食肉の消費拡大及び流通合理化対策に資することを目的として実施したものである。

2 調査の内容

- ① 食肉の小売動向
- ② 食肉の仕入れ動向
- ③ 食肉の売れ筋小売価格
- ④ 食肉小売店の課題と今後の売上予測

3 調査の方法と実施期間

(1) 調査方法

調査票を作成し、郵送により配布回収を行った。

(2) 調査期間

平成13年10月の1ヵ月間

4 調査の対象と回収状況

季節別食肉消費動向調査「食肉販売店」として、全国8地域3,000店舗を調査対象とし、昭和57年度から59年度までは6月と12月の年2回調査、60年度からは12月の年1回調査、平成8年度からは繁忙期による回収率低下避けるため、10月に年1回調査を実施してきた。

なお、多店舗展開するチェーンについては本部に調査票の記入をお願いした。定量調査についてはチェーン本部が把握可能なすべての店舗の計、あるいは1店平均とした。

調査票の発送数と回収状況

平成13年度の調査対象は、全国食肉事業協同組合連合会、食肉公正取引協議会、日本チェーンストア協会、日本セルフサービス協会、日本ボランティアチェーン協会、日本生活協同組合連合会の会員のなかから選定した。特に、スーパーについては全国の主要チェーンの全てを対象とした。

調査票の発送数と回収状況および、有効回収率と業態別内訳を表1に示した。

また、有効回答企業の地域別内訳は表2に示したとおりである。なお、多店舗展開するチェーン店については、本社が所在する地域に分類した。

表1 調査対象と回収状況

	対象企業数 社	回収企業数		回収率 %	有効回答企業数		有効回収率 %
		社	うち、無効 社		社	店舗数 社	
計	2,660	725	33	27.3	692	4,439	26.0
専門店	2,200	591	30	26.9	561	738	25.5
スーパー	400	120	2	30.0	118	3,361	29.5
生協	60	14	1	23.3	13	340	21.7

表2 有効回答企業数の内訳

	計		専門店		スーパー		生協	
	企業数 社	店舗数 店	企業数 社	店舗数 店	企業数 社	店舗数 店	企業数 社	店舗数 店
計	692	4,439	561	738	118	3,361	13	340
北海道・東北	65	457	47	52	16	364	2	41
関東・東山	200	1,296	165	184	33	1,053	2	59
北陸・東海	105	700	80	90	25	610	-	-
近畿	137	1,256	115	196	20	879	2	181
中国・四国	107	322	91	123	14	178	2	21
九州	78	408	63	93	10	277	5	38

注：各地域区分と所属都道府県は以下のとおりである。

北海道・東北：北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島

関東・東山：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野

北陸・東海：新潟、富山、石川、福井、岐阜、静岡、愛知、三重

近畿：滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山、

中国・四国：鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知

九州：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島