

第1章 食肉の購買行動

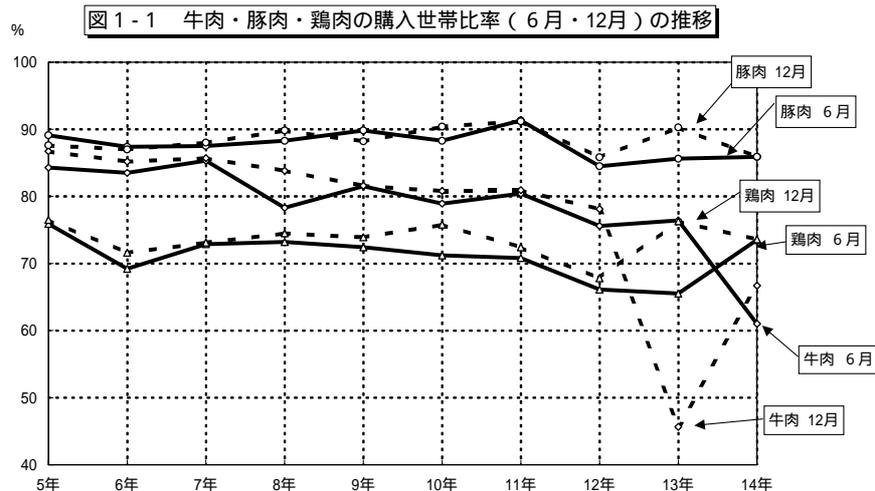
ここでは、食肉の購入世帯比率の変化、消費者の食肉購買行動、食肉の購入内容についてみることにする。

1 食肉の購入頻度

(1) 食肉の購入世帯比率

肉類

1週間の調査期間中において食肉を購入した世帯の割合をみると、「豚肉」が85.9%と最も多く、次いで「鶏肉」が73.6%、「牛肉」が66.7%（「和牛肉」が34.5%、「その他の国産牛肉」が30.5%、「輸入牛肉」が16.4%）、「挽肉」が45.0%となっている。（表1-1）購入世帯比率の推移をみると、平成13年9月以降国内で確認されたBSEの影響によって、前年同月調査では「牛肉」の購入世帯が著しく減少したが、今回調査では、大きく回復する結果となった。一方、「豚肉」、「鶏肉」は前年同月と比較すると、ともに減少した。（表1-1、図1-1）その他の食肉については、「内臓」が3.5%、「マトン・ラム」が1.6%、「馬肉」が0.4%となっており、購入世帯はこれまで同様、極めて少なくなっている。（表1-2）食肉全体の購入世帯比率は100.0%であり、魚の購入世帯比率は88.7%であった。



(注) 平成12年度より調査票の記入様式を変更しているので留意されたい。

平成12年度調査から、調査票の購入状況に関する設問は、1週間について毎日品目ごとにその購入内容等を記入する様式に変更（調査票参照）しているので留意されたい。

食肉加工品

食肉加工品についてみると、「ハム」が 41.3%、「ソーセージ」が 36.8%、「ベーコン」が 31.3%となっている。いずれも前回に比して大きく減少している。(表 1 - 3)

(2)食肉の購入頻度

肉類全体

1 週間のうち食肉を購入した世帯の購入頻度をみると、「豚肉」の購入頻度が最も高く、週 2 回以上購入する世帯は半数を超える。これに続いて「牛肉」、「鶏肉」となっている。前年同月の調査結果と比較すると、「牛肉」の購入頻度が高くなり、「豚肉」の購入頻度が低くなっている。「挽肉」については、「週 1 回」という世帯が大半を占めており、これまでの調査結果と特に大きな差異はみられない。(表 1 - 1、図 1 - 2)

牛肉

牛肉を購入した 1,434 世帯について購入頻度をみると、「週 1 回」が最も多く 58.1%、次いで「週 2 回」が 29.9%、「週 3 回」が 8.4%、「週 4 回以上」が 3.6%となっており、週 1 回に集中している。(表 1 - 1、図 1 - 2)

国産牛肉に比べ、輸入牛肉の購入頻度は低くなっている。(表 1 - 1)

豚肉

豚肉を購入した 1,848 世帯について購入頻度をみると、「週 1 回」という世帯が 46.9%、次いで「週 2 回」が 33.9%、「週 3 回」が 13.7%、「週 4 回以上」が 5.5%となっている。購入頻度は週 1 回から週 2 回に集中している。前年同月と比較すると、「週 1 回」購入する世帯が増加している。(表 1 - 1、図 1 - 2)

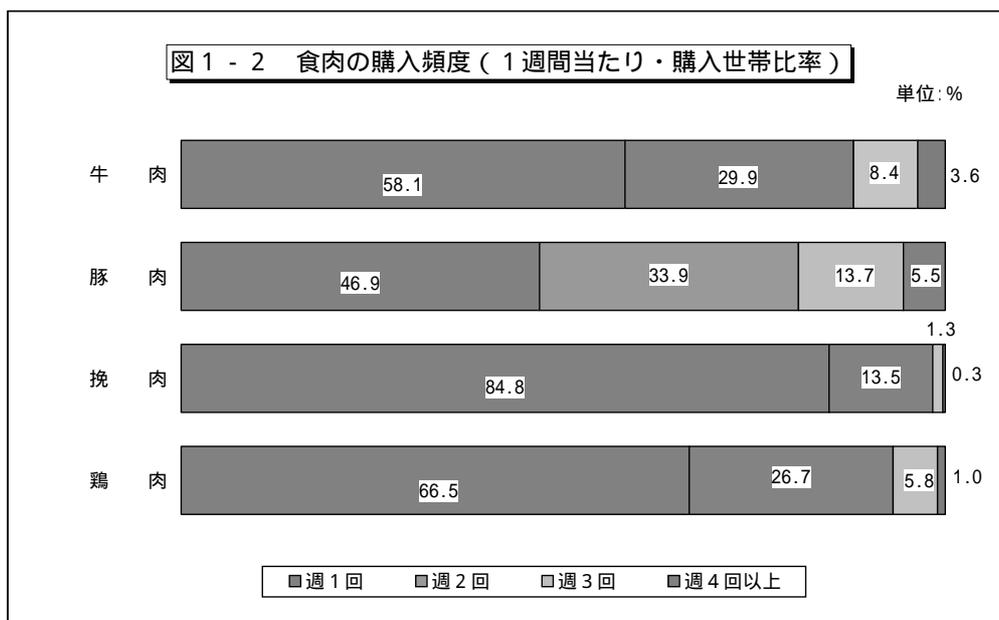
挽肉

挽肉を購入した 967 世帯について購入頻度をみると、「週 1 回」が 84.8%と大半を占めている。週 2 回以上購入する世帯は 15.1%となっており、購入頻度は主な食肉の中で最も低くなっている。(表 1 - 1、図 1 - 2)

鶏肉

鶏肉を購入した 1,584 世帯について購入頻度をみると、牛肉、挽肉同様「週 1 回」に集中している。週 2 回以上購入する世帯は 33.5%となっている。

(表 1 - 1、図 1 - 2)



その他

マトン・ラムを購入した 35 世帯について購入頻度をみると、ほとんどの世帯で「週1回」となっている。（表1 - 2）

馬肉の購入世帯は 8 世帯と極めて少なく、その購入頻度は、「週1回」が 100.0%となっている。（表1 - 2）

内臓を購入した 75 世帯についても購入頻度は低く、「週1回」に集中している。週2回以上購入する世帯は 5.3%とかなり少ない。（表1 - 2）

食肉加工品

食肉加工品等の購入頻度は低く、挽肉や鶏肉と同様「週1回」に集中している。週2回以上購入する世帯は「ハム」で 21.6%、「ソーセージ」で 18.0%、「ベーコン」では 11.3%となっている。前年同月と比較すると、購入頻度はほぼ横這いとなっている。（表1 - 2）

ちなみに魚については、購入頻度が高く、週2回以上購入する世帯は 8 割近くを占めている。このうち「週4回以上」という世帯は、魚購入世帯の約 4 分の 1 程度を占めている。（表1 - 3）

表1 - 1 食肉の購入状況

(n = 2151)

		購入世帯		延べ購入回数	購入頻度				
		世帯数 戸	比率 %		全体 %	週1回 %	週2回 %	週3回 %	週4回以上 %
牛肉全体	平成12年12月	1,561	78.1	2,592	100.0	53.7	31.5	10.9	3.8
	平成13年6月	1,527	76.4	2,454	100.0	55.8	31.4	9.6	3.2
	12月	913	45.7	1,326	100.0	64.7	27.1	6.7	1.5
	平成14年6月	1,259	61.0	1,984	100.0	58.4	29.8	8.8	3.0
	12月	1,434	66.7	2,271	100.0	58.1	29.9	8.4	3.6
和牛肉	平成12年12月	808	40.4	1,155	100.0	67.8	23.8	6.7	1.7
	平成13年6月	752	37.6	1,032	100.0	70.5	23.4	4.8	1.3
	12月	480	24.0	605	100.0	78.5	17.5	3.3	0.6
	平成14年6月	622	30.1	863	100.0	70.7	22.2	5.5	1.6
	12月	742	34.5	1,014	100.0	70.2	24.4	4.0	1.3
その他の国産牛肉	平成12年12月	851	42.6	1,159	100.0	71.4	22.0	5.5	1.1
	平成13年6月	861	43.1	1,149	100.0	72.9	21.6	4.5	0.9
	12月	377	18.9	468	100.0	79.3	17.2	3.4	-
	平成14年6月	551	26.7	701	100.0	78.0	17.6	3.4	0.9
	12月	657	30.5	829	100.0	77.8	18.7	3.0	0.5
輸入牛肉	平成12年12月	241	12.1	278	100.0	86.3	12.0	1.7	-
	平成13年6月	242	12.1	273	100.0	88.8	9.9	0.8	0.4
	12月	213	10.7	253	100.0	81.7	17.8	0.5	-
	平成14年6月	342	16.6	420	100.0	81.3	14.9	3.5	0.3
	12月	353	16.4	428	100.0	82.4	13.9	3.7	-
豚肉	平成12年12月	1,716	85.8	2,828	100.0	53.4	32.1	11.3	3.1
	平成13年6月	1,712	85.6	2,851	100.0	51.3	34.6	11.0	3.1
	12月	1,806	90.3	3,518	100.0	39.8	35.3	17.8	7.1
	平成14年6月	1,773	85.9	3,217	100.0	45.6	34.6	14.3	5.5
	12月	1,848	85.9	3,327	100.0	46.9	33.9	13.7	5.5
挽肉	平成12年12月	947	47.4	1,117	100.0	84.3	13.6	2.0	0.1
	平成13年6月	1,026	51.3	1,229	100.0	82.1	16.2	1.7	0.1
	12月	842	42.1	1,015	100.0	82.1	15.7	1.9	0.4
	平成14年6月	935	45.3	1,113	100.0	83.1	15.0	1.8	0.1
	12月	967	45.0	1,135	100.0	84.8	13.5	1.3	0.3
鶏肉	平成12年12月	1,355	67.8	1,755	100.0	75.1	21.0	3.2	0.7
	平成13年6月	1,310	65.5	1,661	100.0	78.0	18.1	3.1	0.8
	12月	1,525	76.3	2,141	100.0	67.6	25.6	5.8	1.0
	平成14年6月	1,517	73.5	2,165	100.0	65.9	26.7	6.3	1.1
	12月	1,584	73.6	2,241	100.0	66.5	26.7	5.8	1.0
平成14年12月		食肉全体の購入世帯比率100.0%							

(注) 延べ購入回数は各購入世帯の1週間当たりの購入回数の合計

表 1 - 2 その他の食肉の購入状況

(n = 2151)

		購入世帯		延べ購入回数	購入頻度				
		世帯数 戸	比率 %		全体 %	週1回 %	週2回 %	週3回 %	週4回以上 %
マトン・ラム	平成12年12月	35	1.8	38	100.0	91.4	8.6	-	-
	平成13年6月	42	2.1	44	100.0	95.2	4.8	-	-
	12月	30	1.5	31	100.0	96.7	3.3	-	-
	平成14年6月	38	1.8	38	100.0	97.4	2.6	-	-
	12月	35	1.6	38	100.0	91.4	8.6	-	-
馬肉	平成12年12月	11	0.6	11	100.0	100.0	-	-	-
	平成13年6月	11	0.6	13	100.0	90.9	-	9.1	-
	12月	9	0.5	9	100.0	100.0	-	-	-
	平成14年6月	9	0.4	11	100.0	77.8	22.2	-	-
	12月	8	0.4	8	100.0	100.0	-	-	-
内臓	平成12年12月	191	9.6	222	100.0	88.5	9.9	1.0	0.5
	平成13年6月	169	8.5	187	100.0	92.3	6.5	0.6	0.6
	12月	83	4.2	91	100.0	91.6	7.2	1.2	-
	平成14年6月	111	4.9	111	100.0	91.9	7.2	0.9	-
	12月	75	3.5	79	100.0	94.7	5.3	-	-

(注) 延べ購入回数は各購入世帯の1週間当たりの購入回数の合計

表 1 - 3 食肉加工品等の購入状況

(n = 2151)

		購入世帯		延べ購入回数	購入頻度				
		世帯数 戸	比率 %		全体 %	週1回 %	週2回 %	週3回 %	週4回以上 %
ハム	平成12年12月	1,130	56.5	1,421	100.0	78.6	17.7	3.2	0.5
	平成13年6月	1,262	63.1	1,598	100.0	79.1	16.5	3.5	1.0
	12月	1,063	53.2	1,321	100.0	80.2	17.0	2.0	0.8
	平成14年6月	1,007	48.8	1,317	100.0	75.5	19.6	4.0	1.0
	12月	888	41.3	1,137	100.0	78.4	17.1	3.3	1.2
ベーコン	平成12年12月	945	47.3	1,045	100.0	90.7	8.1	1.1	0.1
	平成13年6月	945	47.3	1,043	100.0	90.9	8.3	0.5	0.3
	12月	932	46.6	1,051	100.0	88.9	9.4	1.5	0.1
	平成14年6月	757	36.7	889	100.0	85.5	12.2	2.1	0.3
	12月	674	31.3	758	100.0	88.7	10.4	0.6	0.3
ソーセージ	平成12年12月	871	43.6	1,039	100.0	84.3	12.9	2.3	0.6
	平成13年6月	919	46.0	1,101	100.0	83.0	14.6	2.1	0.3
	12月	858	42.9	1,038	100.0	81.4	16.8	1.5	0.3
	平成14年6月	855	41.4	1,082	100.0	78.4	17.9	3.0	0.7
	12月	792	36.8	956	100.0	81.9	15.5	2.4	0.1
魚	平成12年12月	1,673	83.7	4,480	100.0	20.5	31.1	24.9	23.4
	平成13年6月	1,644	82.2	4,462	100.0	19.5	29.6	26.9	24.0
	12月	1,667	83.4	4,658	100.0	18.7	30.2	23.8	27.2
	平成14年6月	1,872	90.7	5,129	100.0	19.3	30.9	24.5	25.3
	12月	1,909	88.7	4,996	100.0	23.8	29.4	23.2	23.5

(注) 延べ購入回数は各購入世帯の1週間当たりの購入回数の合計

2 食肉の購入先

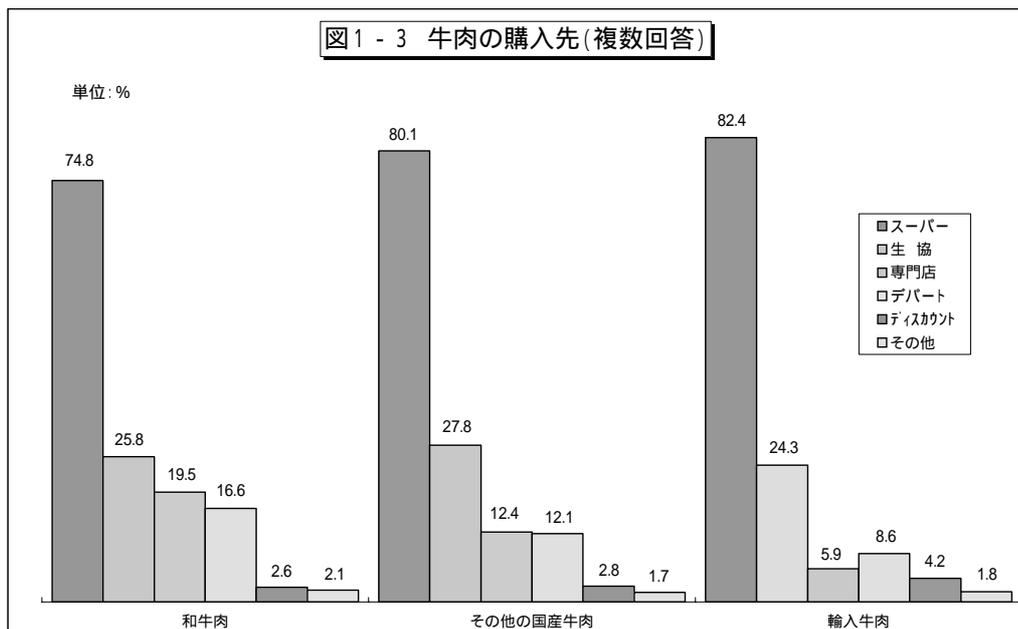
(1)肉類

主な肉類の購入先についてみると、牛肉では、和牛肉、その他の国産牛肉、輸入牛肉のいずれも「スーパー」からの購入が最も多く、次いで、「生協」からの購入が多くなっている。和牛肉やその他の国産牛肉では「専門店」からの購入が比較的多いが、輸入牛肉では「専門店」からの購入はかなり少ない。(図1-3、表1-4)

豚肉については、「スーパー」が80.6%と最も多く、次いで「生協」が31.5%、「専門店」が13.3%等となっている。(図1-4、表1-4)

挽肉については、「スーパー」が79.2%と最も多くなっており、次いで「生協」が31.1%、「専門店」が10.6%、「デパート」が8.8%となっている。(図1-4、表1-4)

鶏肉についても、「スーパー」が79.5%と最も多く、次いで、「生協」が32.1%、「専門店」が12.3%、「デパート」が10.2%となっている。(図1-4、表1-4)



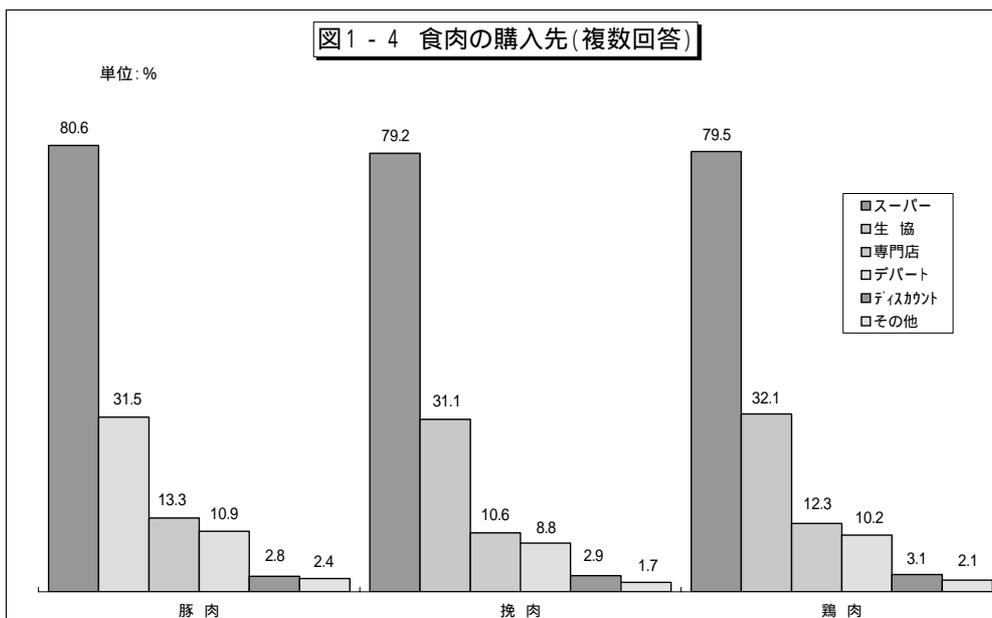


表1 - 4 食肉等の購入先

	回答数	専門店 %	スーパー %	デパート %	生協 %	ディスカウント %	その他 %
和牛肉	1,964	19.5	74.8	16.6	25.8	2.6	2.1
その他の国産牛肉	1,930	12.4	80.1	12.1	27.8	2.8	1.7
輸入牛肉	1,531	5.9	82.4	8.6	24.3	4.2	1.8
豚肉	2,110	13.3	80.6	10.9	31.5	2.8	2.4
挽肉	2,002	10.6	79.2	8.8	31.1	2.9	1.7
鶏肉	2,087	12.3	79.5	10.2	32.1	3.1	2.1
魚	2,052	25.6	78.8	13.5	28.2	2.2	2.1
検定結果		**	**	**	**	*	-

(注) 2つまでの複数回答

3 食肉の購入基準

ここでは、消費者が食肉を購入する際、どのような点を基準とし、また留意しているのかをみてみることにする。

(1) 食肉購入の際の選定基準

食肉を購入する際の選定基準についてみると、「鮮度の良さ」が54.2%と最も多く、次いで「価格の安さ」と「品質の良さ」がともに32.7%、「国産か輸入か」が31.2%、「安全性・安心感」が31.0%等となっている。(図1-5、表1-5)

所得階層別でみると、中高所得層ほど「品質の良さ」、「安全性・安心感」を挙げている世帯が比較的多くなっている。

世帯構成別でみると、子供がいない世帯や高齢層ほど「品質の良さ」、「産地・銘柄等」を挙げている世帯が多い。

家事担当者の年齢別でみると、若年層ほど低価格志向となっている。高齢層では「国産か輸入か」、「産地・銘柄等」を挙げている世帯が比較的多い。

また、食肉の種類別で選定基準をみると、ほとんどの食肉で「鮮度の良さ」を挙げている世帯が多い。輸入食肉では、「国産か輸入か」について挙げている世帯は比較的小さいが、「価格の安さ」を挙げている世帯はかなり多くなっている。(表1-6)

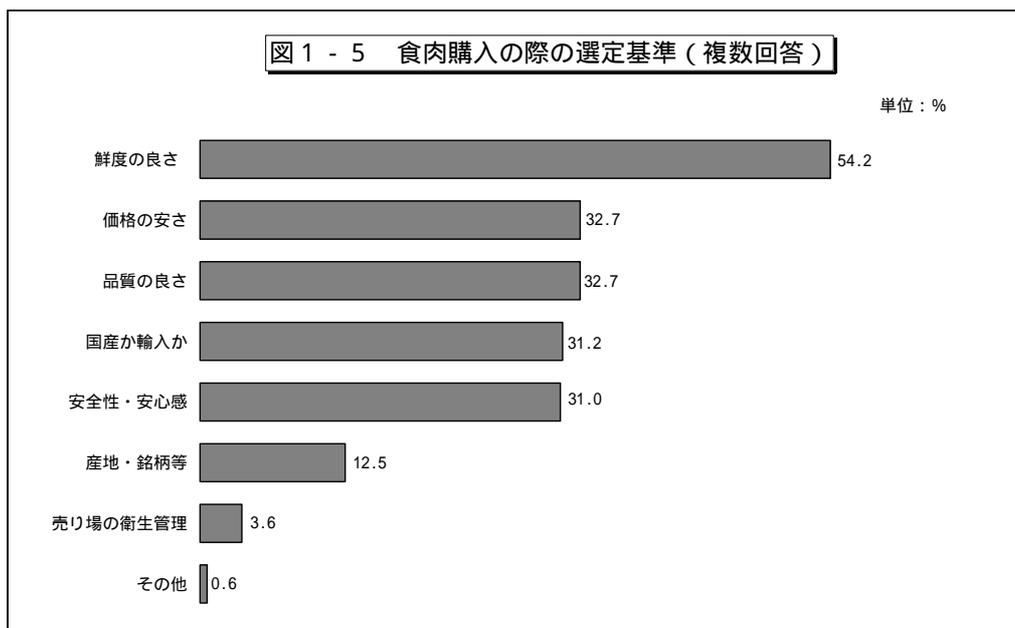


表1 - 5 食肉購入の際の選定基準

	回答者数	鮮度の良さ	価格の安さ	品質の良さ	産地・銘柄等	売り場の衛生管理	安全性・安心感	国産か輸入か	その他	
		世帯	%	%	%	%	%	%	%	
平成12年12月	1,992	53.0	25.6	34.9	12.1	5.2	34.1	32.0	0.5	
平成13年 6月	1,988	54.1	23.3	33.4	11.7	6.4	35.1	33.7	0.5	
12月	1,990	52.4	20.4	33.2	16.3	4.9	43.8	25.4	0.6	
平成14年 6月	2,055	51.6	31.8	31.1	13.6	5.9	35.5	27.8	0.4	
12月	2,141	54.2	32.7	32.7	12.5	3.6	31.0	31.2	0.6	
所得階層	300万円未満	190	61.6	48.4	17.9	13.2	5.3	22.6	28.4	0.5
	300～499万円	601	53.9	41.9	29.0	11.6	3.0	27.0	31.3	0.7
	500～699万円	503	56.1	33.4	35.6	11.5	3.2	29.6	28.4	0.6
	700～999万円	540	51.9	26.3	36.7	12.6	3.1	35.2	32.4	0.6
	1000万円以上	247	49.4	12.6	38.1	15.4	5.7	40.5	36.8	0.4
	無回答	60	58.3	26.7	35.0	13.3	3.3	31.7	30.0	-
検定結果		-	**	**	-	-	**	-	-	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	520	55.8	46.2	31.0	8.1	1.9	28.5	26.2	0.8
	成長期の子供がいる世帯	536	56.9	31.5	30.2	10.6	4.1	33.6	31.5	0.2
	20歳代の成人がいる世帯	498	54.8	42.8	29.7	10.0	3.6	28.1	28.7	0.4
	子供がいない世帯	360	51.9	13.3	40.0	16.9	4.2	31.9	39.4	0.8
	高齢者のみの世帯	227	46.3	13.7	37.4	25.1	5.3	35.2	34.8	0.9
検定結果		-	**	**	**	-	-	**	-	
家事担当者年齢	30歳未満	264	55.3	62.9	25.0	6.1	3.4	22.7	22.3	0.4
	30～39歳	664	56.2	45.9	32.4	7.8	2.7	25.3	27.0	0.9
	40～49歳	456	57.9	27.9	32.0	10.7	3.1	37.5	29.4	0.2
	50～59歳	383	50.7	13.3	37.1	14.6	4.2	36.3	42.0	0.5
	60歳以上	374	48.9	13.9	35.0	25.1	5.3	33.4	36.4	0.5
検定結果		*	**	*	**	-	**	**	-	
地域	東日本	1,283	55.3	33.0	31.4	12.3	3.7	31.7	30.3	0.6
	西日本	858	52.4	32.3	34.6	12.7	3.4	29.8	32.6	0.5
検定結果		-	-	-	-	-	-	-	-	

(注) 2つまでの複数回答

表1 - 6 食肉購入の際の選定基準(食肉の種類別)

肉の種類	回答者数	鮮度の良さ	価格の安さ	品質の良さ	産地・銘柄等	売り場の衛生管理	安全性・安心感	国産か輸入か	その他
		世帯	%	%	%	%	%	%	%
和牛肉	740	53.6	18.6	38.9	16.9	4.1	32.0	34.2	0.3
その他の国産牛肉	652	53.4	26.1	32.4	15.6	3.4	33.6	34.0	0.5
輸入牛肉	352	56.0	56.8	30.1	6.3	4.8	29.3	14.5	0.3
豚肉	1,841	54.5	32.1	32.9	12.4	3.5	31.0	31.6	0.4
挽肉	965	56.8	36.6	30.6	10.1	3.6	30.9	29.6	0.5
鶏肉	1,578	55.3	32.8	32.7	12.8	3.7	30.6	30.0	0.4
検定結果		-	**	**	**	-	-	**	-

(注) 2つまでの複数回答

(2)肉質に対する留意点

消費者が食肉を購入する際、肉質についてはどのような点に留意しているかをみると、「肉の色と光沢」が65.1%、「脂身の多少」が55.0%と、これら2つが他を大きく引き離している。これらに次いで「肉汁の有無」が32.9%、「霜降りの状態」が21.4%、「肉のしまり」が17.0%となっている。(図1-6、表1-7)

世帯構成別でみると、いずれも、「肉の色と光沢」、「脂身の多少」に留意する世帯が多い。しかし、このうち、高齢者のみの世帯では、他の世帯と比較して「肉の色と光沢」、「肉汁の有無」に留意する世帯が少ない一方、「霜降りの状態」、「脂身の多少」に留意する世帯が多くなっている。

家事担当者の年齢別でみると、若い世帯層ほど「肉の色と光沢」、「肉汁の有無」に留意する世帯が多い。また、高齢層になるほど、「脂身の多少」に留意する世帯が多くなっている。

さらに、食肉の種類別で肉質に対する留意点をみると、特に和牛肉では、「霜降りの状態」を挙げている世帯が多いが、「肉汁の有無」を挙げている世帯は少なくなっている。(表1-8)

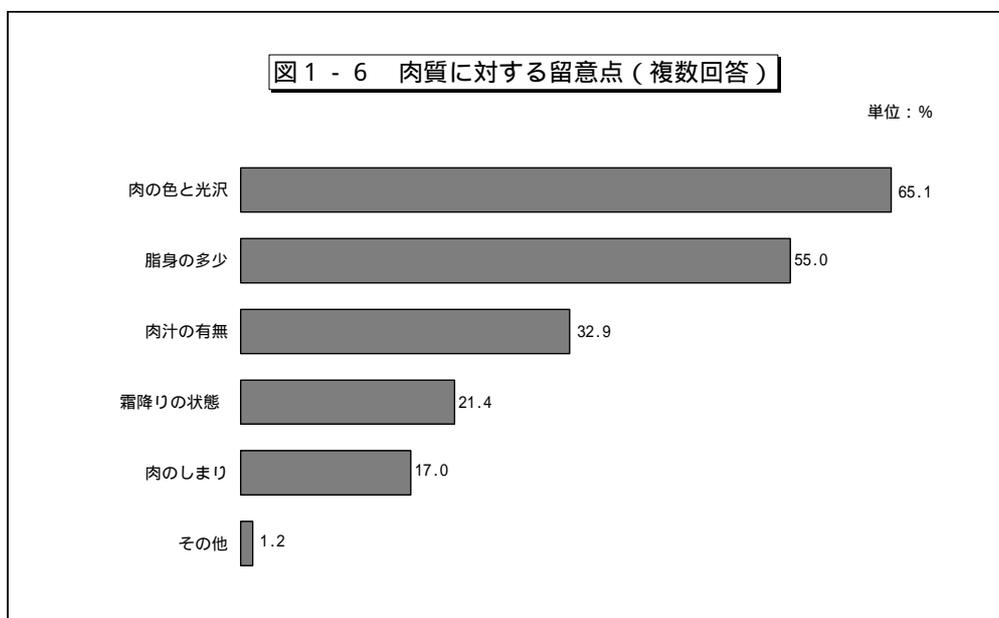


表 1 - 7 肉質の留意点

		回答者数	霜降り の状態	肉の しまり	肉の色 と光沢	脂身の 多 少	肉汁の 有 無	その他
		世帯	%	%	%	%	%	%
平成12年12月		1,986	23.8	7.5	67.7	58.1	30.9	1.3
平成13年 6月		1,976	21.3	12.7	69.2	56.6	28.2	1.6
12月		1,974	18.5	14.4	66.4	57.2	28.7	2.1
平成14年 6月		2,040	20.0	15.5	66.2	55.0	34.3	1.4
12月		2,134	21.4	17.0	65.1	55.0	32.9	1.2
所得 階層	300万円未満	188	18.6	17.6	62.2	56.4	36.7	0.5
	300～499万円	599	20.5	16.2	63.9	54.3	35.1	1.7
	500～699万円	502	22.7	18.9	67.3	52.0	31.9	1.0
	700～999万円	538	20.3	15.8	66.4	56.7	32.2	1.3
	1000万円以上	246	24.4	15.4	63.4	57.7	30.9	0.8
	無回答	61	24.6	23.0	63.9	57.4	23.0	1.6
検定結果			-	*	-	-	-	-
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	518	21.2	18.1	68.0	45.2	39.2	1.4
	成長期の子供がいる世帯	534	20.0	18.4	65.2	58.6	31.5	0.9
	20歳代の成人がいる世帯	497	15.9	15.1	68.4	54.3	35.4	1.4
	子供がいない世帯	358	26.0	17.0	60.9	57.8	27.9	1.4
	高齢者のみの世帯	227	29.5	15.0	58.1	66.1	24.2	0.9
検定結果			**	-	*	**	**	-
家事 担当 者年 齢	30歳未満	263	14.1	13.7	70.3	51.3	40.3	0.8
	30～39歳	662	22.4	17.4	68.3	47.0	36.7	1.5
	40～49歳	455	17.6	18.0	66.6	57.6	33.6	0.9
	50～59歳	381	19.4	16.0	63.0	60.4	30.4	1.6
	60歳以上	373	31.4	18.2	56.3	63.3	22.5	1.1
検定結果			**	-	**	**	**	-
地域	東日本	1,279	19.3	18.4	65.0	55.9	33.5	1.2
	西日本	855	24.4	14.9	65.4	53.7	31.9	1.3
検定結果			**	*	-	-	-	-

(注) 2つまでの複数回答

表 1 - 8 肉質の留意点 (食肉の種類別)

食肉の種類	回答者数	霜降り の状態	肉の しまり	肉の色 と光沢	脂身の 多 少	肉汁の 有 無	その他
	世帯	%	%	%	%	%	%
和牛肉	736	33.4	18.6	63.9	50.4	25.4	1.1
その他の国産牛肉	653	24.3	17.9	65.1	53.3	32.6	0.9
輸入牛肉	351	17.4	12.0	67.2	57.5	37.6	0.6
豚肉	1,835	20.9	16.8	65.5	55.9	33.0	1.0
挽肉	963	21.0	15.0	65.6	55.3	34.8	1.3
鶏肉	1,574	20.6	17.2	66.4	54.8	33.4	1.0
検定結果			**	-	-	**	-

(注) 2つまでの複数回答

4 購入肉の部位と形態

ここでは、消費者が購入した牛肉及び豚肉について、それらの部位と形態を調査した。

(1) 購入肉の部位

牛肉

a. 和牛肉

和牛肉について購入部位（延べ購入回数当たり、以下同様）をみると、「ロース」が30.4%と最も多く、次いで「かたロース」が24.4%、「もも」が12.6%、「ばら」が10.4%となっている。（図1 - 7、表1 - 9）

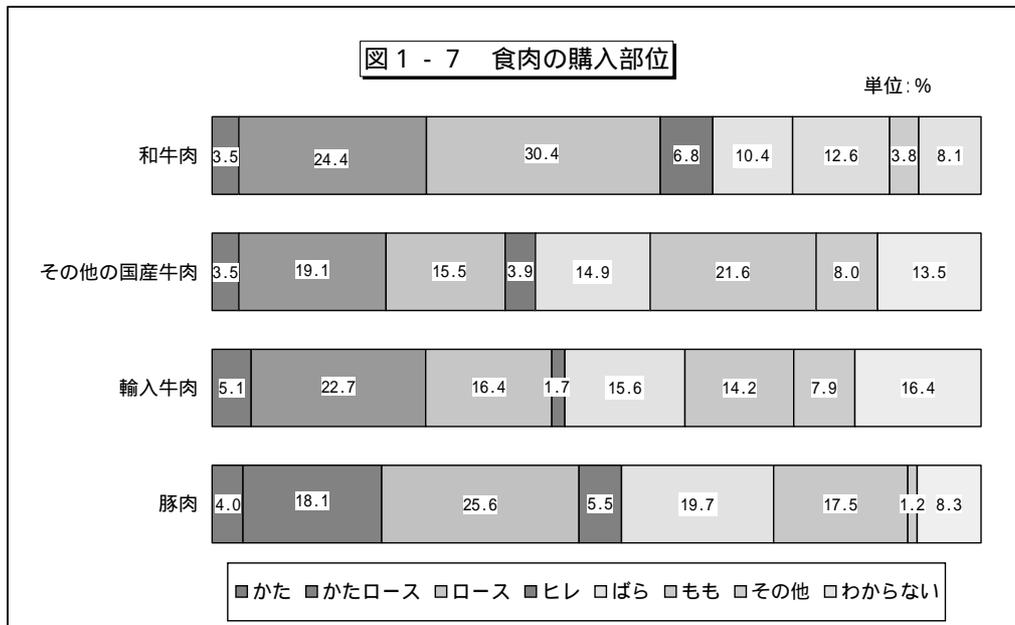


表1 - 9 購入肉の部位（和牛肉）

		延べ購入回数	全体	かた	かたロース	ロース	ヒレ	ばら	もも	その他	わからない
		回	%	%	%	%	%	%	%	%	%
平成13年 6月		929	100.0	3.3	21.3	26.4	6.6	7.0	14.6	3.6	17.2
12月		564	100.0	2.0	23.9	26.8	5.7	9.2	12.4	4.8	15.2
平成14年 6月		723	100.0	3.5	24.3	30.0	6.6	10.0	12.4	3.0	10.1
12月		865	100.0	3.5	24.4	30.4	6.8	10.4	12.6	3.8	8.1
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	158	100.0	3.8	22.8	24.1	5.7	12.7	13.9	5.1	12.0
	成長期の子供がいる世帯	223	100.0	4.0	22.9	29.1	5.8	13.5	11.7	4.5	8.5
	20歳代の成人がいる世帯	172	100.0	3.5	29.1	28.5	6.4	8.7	11.0	3.5	9.3
	子供がいない世帯	181	100.0	2.8	19.3	35.4	11.6	11.0	10.5	4.4	5.0
	高齢者のみの世帯	131	100.0	3.1	29.8	35.9	3.8	3.8	17.6	0.8	5.3
検定結果：*											
地域	東日本	396	100.0	2.3	24.0	29.8	6.3	9.1	14.4	3.8	10.4
	西日本	469	100.0	4.5	24.7	30.9	7.2	11.5	11.1	3.8	6.2

（注1）延べ購入回数は、和牛肉を購入した回数のうち部位について回答があったもの

検定結果：-

（注2）部位の割合は、延べ購入回数に対する各部位の購入回数割合

b. その他の国産牛肉

その他の国産牛肉についてみると、「もも」が21.6%と最も多く、次いで「かたロース」が19.1%、「ロース」が15.5%、「ばら」が14.9%等となっている。

また、「わからない」という割合が比較的高く13.5%となっている。

（図1 - 7、表1 - 10）

表1 - 10 購入肉の部位（その他の国産牛肉）

		延べ購入回数	全体	かた	かたロース	ロース	ヒレ	ばら	もも	その他	わからない
		回	%	%	%	%	%	%	%	%	%
平成13年 6月		1,023	100.0	4.0	17.4	15.7	3.7	14.0	17.8	5.0	22.4
12月		425	100.0	5.4	20.9	15.5	2.8	11.5	18.8	6.1	18.8
平成14年 6月		569	100.0	3.3	22.0	15.6	3.9	17.2	17.2	6.2	14.6
12月		690	100.0	3.5	19.1	15.5	3.9	14.9	21.6	8.0	13.5
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	136	100.0	3.7	18.4	18.4	0.7	16.9	19.1	11.8	11.0
	成長期の子供がいる世帯	223	100.0	3.6	18.8	13.0	2.7	11.2	26.5	7.6	16.6
	20歳代の成人がいる世帯	159	100.0	2.5	17.6	15.7	4.4	20.1	20.1	6.9	12.6
	子供がいない世帯	100	100.0	3.0	19.0	19.0	9.0	14.0	18.0	7.0	11.0
	高齢者のみの世帯	72	100.0	5.6	25.0	12.5	5.6	12.5	19.4	5.6	13.9
検定結果：-											
地域	東日本	347	100.0	4.0	19.0	14.7	5.2	13.3	24.5	6.3	13.0
	西日本	343	100.0	2.9	19.2	16.3	2.6	16.6	18.7	9.6	14.0

（注1）延べ購入回数は、その他の国産牛肉を購入した回数のうち部位について回答があったもの

検定結果：-

（注2）部位の割合は、延べ購入回数に対する各部位の購入回数割合

c. 輸入牛肉

輸入牛肉については、「かたロース」が最も多く 22.7%、次いで「ロース」が 16.4%、「ばら」が 15.6%、「もも」が 14.2%等となっている。輸入牛肉についても、「わからない」という割合が多く 16.4%となっている。(図1-7、表1-11)

世帯構成別でみると、「ばら」は、子供が小学生以下の世帯や成長期の子供がいる世帯で多い。

表1-11 購入肉の部位(輸入牛肉)

	延べ購入回数	全体	かた	かたロース	ロース	ヒレ	ばら	もも	その他	わからない	
		回	%	%	%	%	%	%	%	%	
平成13年 6月	245	100.0	4.1	20.4	11.4	0.8	15.9	12.7	9.4	25.3	
12月	226	100.0	7.1	23.9	14.6	1.8	9.3	18.1	8.8	16.4	
平成14年 6月	340	100.0	4.7	20.3	15.0	3.2	21.5	13.8	7.4	14.1	
12月	353	100.0	5.1	22.7	16.4	1.7	15.6	14.2	7.9	16.4	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	100	100.0	8.0	22.0	15.0	1.0	20.0	14.0	9.0	11.0
	成長期の子供がいる世帯	141	100.0	4.3	18.4	19.9	-	19.1	13.5	5.7	19.1
	20歳代の成人がいる世帯	77	100.0	5.2	23.4	14.3	2.6	7.8	16.9	14.3	15.6
	子供がいない世帯	19	100.0	-	42.1	15.8	10.5	-	15.8	-	15.8
	高齢者のみの世帯	16	100.0	-	37.5	6.3	6.3	12.5	6.3	-	31.3
検定結果：*											
地域	東日本	194	100.0	5.2	22.7	15.5	3.1	14.4	11.3	8.2	19.6
	西日本	159	100.0	5.0	22.6	17.6	-	17.0	17.6	7.5	12.6

(注1) 延べ購入回数は、輸入牛肉を購入した回数のうち部位について回答があったもの

検定結果：*

(注2) 部位の割合は、延べ購入回数に対する各部位の購入回数割合

豚肉

豚肉について購入部位をみると、「ロース」が 25.6%と最も多く、これに次いで「ばら」が 19.7%、「かたロース」が 18.1%、「もも」が 17.5%となっている。牛肉と同様「ヒレ」や「かた」の購入は少ない。また、牛肉よりはやや少ないものの「わからない」という割合も 8.3%と多い。(図1-7、表1-12)

世帯構成別でみると、「ばら」の購入世帯は、子供がいる世帯や20歳代の成人がいる世帯で比較的多くなっている。

地域別では、西日本で「ばら」の購入世帯が比較的多い。

表1 - 1 2 購入肉の部位（豚肉）

	延べ購入回数	全体	かた	かたロース	ロース	ヒレ	ばら	もも	その他	わからない	
		回	%	%	%	%	%	%	%	%	
平成13年 6月	2,546	100.0	3.4	17.3	23.0	6.7	14.2	18.9	2.0	14.5	
12月	3,239	100.0	3.1	17.9	24.1	5.1	17.5	17.6	1.6	13.0	
平成14年 6月	2,705	100.0	3.7	16.5	26.3	6.0	18.6	19.2	2.4	7.4	
12月	2,796	100.0	4.0	18.1	25.6	5.5	19.7	17.5	1.2	8.3	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	655	100.0	4.9	17.7	24.1	5.6	20.5	16.0	1.4	9.8
	成長期の子供がいる世帯	785	100.0	4.3	18.3	25.0	6.0	20.9	18.0	1.3	6.2
	20歳代の成人がいる世帯	646	100.0	3.3	15.8	26.6	5.7	22.1	15.9	0.6	9.9
	子供がいない世帯	443	100.0	4.3	19.2	28.2	5.6	16.5	18.3	1.6	6.3
	高齢者のみの世帯	267	100.0	2.2	21.7	24.7	3.4	14.2	21.7	1.5	10.5
検定結果：*											
地域	東日本	1,743	100.0	4.0	18.0	25.5	5.3	17.4	19.2	1.3	9.4
	西日本	1,053	100.0	4.0	18.2	25.9	6.0	23.6	14.6	1.0	6.6

（注1）延べ購入回数は、豚肉を購入した回数のうち部位について回答があったもの

検定結果：**

（注2）部位の割合は、延べ購入回数に対する各部位の購入回数割合

鶏肉

鶏肉の部位についてみると、「もも」が56.5%と最も多く、次いで「むね」が22.7%、「手羽」が11.1%、「ささみ」が9.7%となっている。（表1 - 1 3）

表1 - 1 3 購入肉の部位（鶏肉）

	延べ購入回数	全体	むね	ささみ	もも	手羽	
		回	%	%	%	%	
平成14年 6月	2,011	100.0	21.9	13.4	53.6	11.1	
平成14年 12月	2,077	100.0	22.7	9.7	56.5	11.1	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	510	100.0	26.7	8.8	54.3	10.2
	成長期の子供がいる世帯	577	100.0	22.2	7.5	58.9	11.4
	20歳代の成人がいる世帯	481	100.0	21.8	8.7	57.6	11.9
	子供がいない世帯	309	100.0	19.1	12.9	56.3	11.7
	高齢者のみの世帯	200	100.0	21.5	16.0	52.5	10.0
検定結果：*							
地域	東日本	1,168	100.0	23.1	10.4	54.9	11.6
	西日本	909	100.0	22.1	8.8	58.5	10.6

検定結果：-

（注1）延べ購入回数は、鶏肉を購入した回数のうち部位について回答があったもの

（注2）部位の割合は、延べ購入回数に対する各部位の購入回数割合

(2) 購入肉の形態

牛肉

a. 和牛肉

和牛肉について購入形態(延べ購入回数あたり、以下同様)をみると、「薄切りスライス」が51.1%と最も多く、次いで「焼肉用スライス」が17.5%、「小間切れ・切り落とし」が13.3%、「切身」が8.4%等となっている。(図1-8、表1-14)

世帯構成別でみると、子供がいない世帯や高齢者のみの世帯では、「薄切りスライス」を購入する世帯が比較的多くなっている。

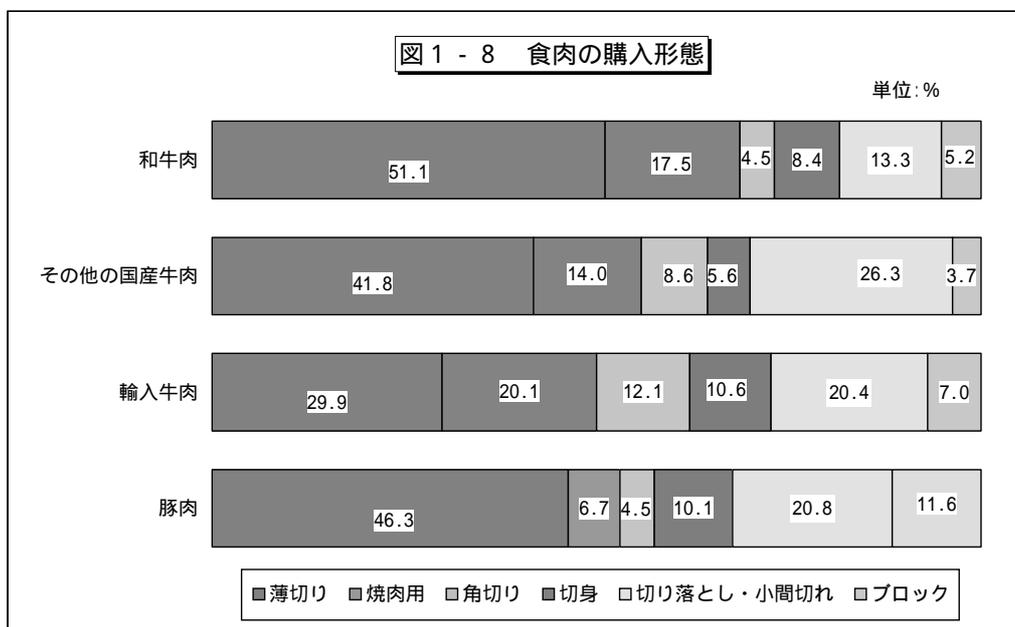


表 1 - 1 4 購入肉の形態（和牛肉）

		延べ購入回数	全体	ブロック	切身 （ステーキ用等）	角切り （カレー用等）	焼肉用スライス	薄切りスライス	小間切れ・ 落し
		回	%	%	%	%	%	%	%
平成12年12月		1,065	100.0	5.1	11.9	11.2	13.3	48.7	9.8
平成13年6月		936	100.0	3.8	19.9	7.1	16.0	41.5	11.8
12月		1,065	100.0	5.1	11.9	11.2	13.3	48.7	9.8
平成14年6月		779	100.0	4.9	9.4	6.4	23.5	40.1	15.8
12月		912	100.0	5.2	8.4	4.5	17.5	51.1	13.3
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	177	100.0	5.1	6.8	6.8	16.9	48.0	16.4
	成長期の子供がいる世帯	232	100.0	5.2	6.9	3.9	22.0	49.1	12.9
	20歳代の成人がいる世帯	179	100.0	6.7	8.4	4.5	20.1	41.3	19.0
	子供がいない世帯	195	100.0	5.1	9.7	3.6	13.3	58.5	9.7
	高齢者のみの世帯	129	100.0	3.1	11.6	3.9	13.2	61.2	7.0
検定結果：*									
所得階層	300万円未満	62	100.0	8.1	11.3	4.8	16.1	40.3	19.4
	300～499万円	211	100.0	5.2	6.2	6.2	19.4	48.8	14.2
	500～699万円	207	100.0	4.8	6.8	4.3	19.3	52.7	12.1
	700～999万円	266	100.0	6.0	8.3	2.6	16.2	51.1	15.8
	1000万円以上	141	100.0	3.5	13.5	4.3	14.9	56.7	7.1
	無回答	25	100.0	0.0	8.0	12.0	20.0	52.0	8.0
検定結果：-									
地域	東日本	412	100.0	4.1	8.3	3.4	17.5	53.2	13.6
	西日本	500	100.0	6.0	8.6	5.4	17.6	49.4	13.0

（注1）延べ購入回数は、和牛肉を購入した回数のうち形態について回答があったもの 検定結果：-

（注2）形態の割合は、延べ購入回数に対する各形態の購入回数割合

b. その他の国産牛肉

その他の国産牛肉について購入形態をみると、和牛肉と同様「薄切りスライス」が41.8%と最も多くなっている。これに次いで「小間切れ・切り落とし」が26.3%、「焼肉用スライス」が14.0%等となっている。(図1-8、表1-15)

表1-15 購入肉の形態(その他の国産牛肉)

		延べ購入回数	全体	ブロック	(切身 ステーキ用等)	(角切り カレー用等)	焼肉用スライス	薄切りスライス	小間切れ・ 切り落とし
		回	%	%	%	%	%	%	%
平成12年12月		1,081	100.0	3.2	8.6	16.6	8.8	43.5	19.3
平成13年 6月		1,028	100.0	2.2	12.8	15.1	17.7	32.4	19.7
12月		426	100.0	4.0	9.4	16.0	9.9	42.3	18.5
平成14年 6月		630	100.0	2.7	6.0	10.6	20.5	37.0	23.2
12月		756	100.0	3.7	5.6	8.6	14.0	41.8	26.3
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	149	100.0	3.4	6.0	12.1	8.7	39.6	30.2
	成長期の子供がいる世帯	244	100.0	4.5	3.7	9.0	16.4	38.5	27.9
	20歳代の成人がいる世帯	182	100.0	3.3	6.0	5.5	17.6	39.6	28.0
	子供がいない世帯	108	100.0	3.7	8.3	9.3	10.2	50.9	17.6
	高齢者のみの世帯	73	100.0	2.7	5.5	6.8	13.7	49.3	21.9
検定結果: -									
所得階層	300万円未満	53	100.0	3.8	5.7	7.5	17.0	41.5	24.5
	300~499万円	189	100.0	3.7	5.3	5.3	14.3	41.3	30.2
	500~699万円	181	100.0	3.9	5.5	8.8	12.2	38.7	30.9
	700~999万円	219	100.0	4.6	5.9	8.7	13.2	42.5	25.1
	1000万円以上	93	100.0	2.2	5.4	14.0	18.3	45.2	15.1
	無回答	21	100.0	0.0	4.8	14.3	9.5	52.4	19.0
検定結果: -									
地域	東日本	374	100.0	3.7	6.7	7.0	13.9	42.8	25.9
	西日本	382	100.0	3.7	4.5	10.2	14.1	40.8	26.7

検定結果: -

(注1) 延べ購入回数は、その他の国産牛肉を購入した回数のうち形態について回答があったもの

(注2) 形態の割合は、延べ購入回数に対する各形態の購入回数割合

c. 輸入牛肉

輸入牛肉についても、「薄切りスライス」が最も多く 29.9%、次いで「小間切れ・切り落とし」は 20.4%、「焼肉用スライス」20.1%、「角切り」が 12.1%、「切身」が 10.6%等となっている。(図 1 - 8、表 1 - 16)

表 1 - 16 購入肉の形態(輸入牛肉)

		延べ購入回数	全体	ブロック	切身 (ステーキ用等)	角切り (カレー用等)	焼肉用スライス	薄切りスライス	小間切れ・ 切り落とし
		回	%	%	%	%	%	%	%
平成12年12月		259	100.0	6.9	11.6	9.7	18.9	37.5	15.4
平成13年 6月		246	100.0	1.2	14.2	10.2	29.3	29.3	15.9
12月		228	100.0	3.5	16.7	10.1	10.1	37.7	21.9
平成14年 6月		379	100.0	4.2	9.5	6.1	30.9	27.7	21.6
12月		388	100.0	7.0	10.6	12.1	20.1	29.9	20.4
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	113	100.0	7.1	10.6	8.0	26.5	29.2	18.6
	成長期の子供がいる世帯	153	100.0	4.6	10.5	11.8	20.9	29.4	22.9
	20歳代の成人がいる世帯	83	100.0	12.0	7.2	14.5	13.3	36.1	16.9
	子供がいない世帯	22	100.0	9.1	22.7	22.7	13.6	18.2	13.6
	高齢者のみの世帯	17	100.0	0.0	11.8	17.6	11.8	23.5	35.3
検定結果：-									
所得階層	300万円未満	37	100.0	2.7	8.1	5.4	13.5	37.8	32.4
	300～499万円	115	100.0	5.2	6.1	7.8	27.0	28.7	25.2
	500～699万円	90	100.0	5.6	12.2	21.1	15.6	27.8	17.8
	700～999万円	110	100.0	9.1	13.6	10.9	19.1	32.7	14.5
	1000万円以上	31	100.0	16.1	12.9	16.1	19.4	16.1	19.4
	無回答	5	100.0	0.0	20.0	0.0	20.0	60.0	0.0
検定結果：-									
地域	東日本	215	100.0	7.0	13.5	11.6	18.6	29.3	20.0
	西日本	173	100.0	6.9	6.9	12.7	22.0	30.6	20.8

(注1) 延べ購入回数は、輸入牛肉を購入した回数のうち形態について回答があったもの

検定結果：-

(注2) 形態の割合は、延べ購入回数に対する各形態の購入回数割合

豚肉

豚肉の購入形態についても、牛肉と同様に「薄切りスライス」が46.3%と最も多く、2位以下を大きく引き離している。これに次いで「小間切れ・切り落とし」が20.8%、「ブロック」が11.6%、「切身」が10.1%などとなっている。(図1-8、表1-17)

世帯構成別でみると、子供が小学生以下の世帯や成長期の子供がいる世帯、20歳代の成人がいる世帯で「小間切れ・切り落とし」が多くなっている。「薄切りスライス」は、子供がいない世帯や高齢者のみの世帯で比較的多くなっている。

地域別でみると、いずれの地域も「薄切りスライス」の割合が最も高く、特に西日本で顕著となっている。

表1-17 購入肉の形態(豚肉)

	延べ購入回数	全体	ブロック	切身 (ステーキ用等)	角切り (カレー用等)	焼肉用スライス	薄切りスライス	小間切れ・切り落とし	
		回	%	%	%	%	%	%	
平成12年12月	2,633	100.0	11.0	13.1	9.3	7.7	40.8	18.1	
平成13年6月	2,525	100.0	11.3	15.4	7.8	8.9	41.5	15.2	
12月	3,219	100.0	11.2	13.1	9.1	7.2	41.6	17.7	
平成14年6月	2,659	100.0	10.6	9.1	4.9	9.5	45.5	20.3	
12月	2,750	100.0	11.6	10.1	4.5	6.7	46.3	20.8	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	633	100.0	9.3	7.0	3.2	5.1	48.0	27.5
	成長期の子供がいる世帯	764	100.0	12.8	10.5	5.4	7.6	43.2	20.5
	20歳代の成人がいる世帯	638	100.0	13.9	11.0	3.9	5.3	44.7	21.2
	子供がいない世帯	449	100.0	10.7	12.2	4.5	9.6	50.1	12.9
	高齢者のみの世帯	266	100.0	9.0	11.3	6.8	6.4	48.9	17.7
検定結果：**									
所得階層	300万円未満	238	100.0	8.0	13.9	4.2	4.2	41.2	28.6
	300～499万円	780	100.0	10.1	8.5	5.4	7.3	43.6	25.1
	500～699万円	627	100.0	9.7	11.0	3.7	7.7	48.2	19.8
	700～999万円	717	100.0	13.4	10.3	4.6	5.9	48.3	17.6
	1000万円以上	304	100.0	17.1	8.2	3.6	7.2	49.3	14.5
	無回答	84	100.0	13.1	14.3	6.0	6.0	45.2	15.5
検定結果：**									
地域	東日本	1,739	100.0	12.7	10.1	5.3	8.0	43.0	20.9
	西日本	1,011	100.0	9.6	10.2	3.1	4.5	52.1	20.6

(注1) 延べ購入回数は、豚肉を購入した回数のうち形態について回答があったもの 検定結果：**

(注2) 形態の割合は、延べ購入回数に対する各形態の購入回数割合