

第1章 食肉の購買行動

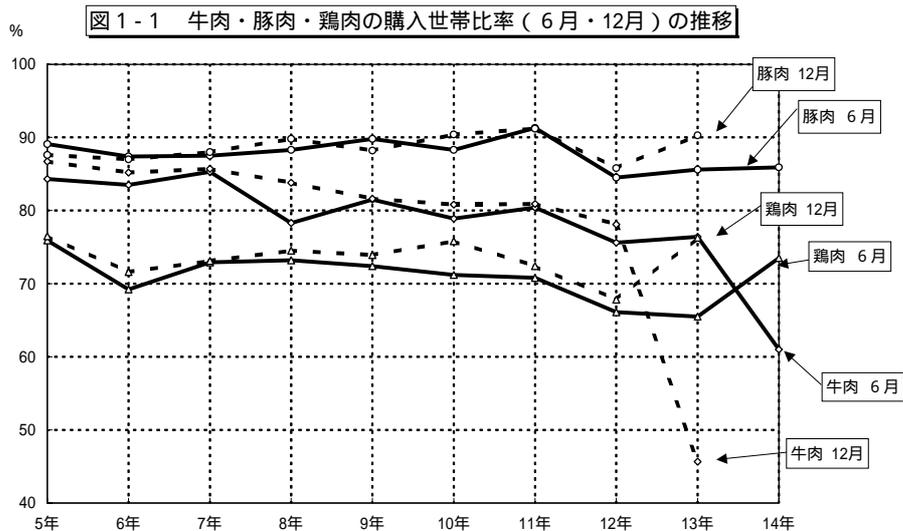
ここでは、食肉の購入世帯比率の変化、消費者の食肉購買行動、食肉の購入内容についてみることにする。

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73.5%、「牛肉」が61.0%（「和牛肉」が30.1%、「その他の国産牛肉」が26.7%、「輸入牛肉」が16.6%）、「挽肉」が45.3%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、前回調査では「牛肉」の購入世帯が著しく減少したが、今回調査では、やや回復する結果となった。一方、「豚肉」は前年同月と比較すると横這いであり、「鶏肉」は大きく増加したが、前回調査と比較すると「豚肉」及び「鶏肉」はともにやや減少した。（表1-1、図1-1）その他の食肉については、「内臓」が4.9%、「マトン・ラム」が1.8%、「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98.7%であり、魚の購入世帯比率は90.7%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ため留意されたい。

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）しているため留意されたい。

食肉加工品

食肉加工品についてみると、「ハム」が 48.8%、「ソーセージ」が 41.4%、「ベーコン」が 36.7%となっている。「ハム」、「ベーコン」が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」と「鶏肉」が同程度となっている。前年同月の調査結果と比較すると、「鶏肉」の購入頻度が高くなっている。「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 1,259 世帯について購入頻度をみると、「週 1 回」が最も多く 58.4%、次いで「週 2 回」が 29.8%、「週 3 回」が 8.8%、「週 4 回以上」が 3.0%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やや低くなっている。(表 1 - 1)

豚肉

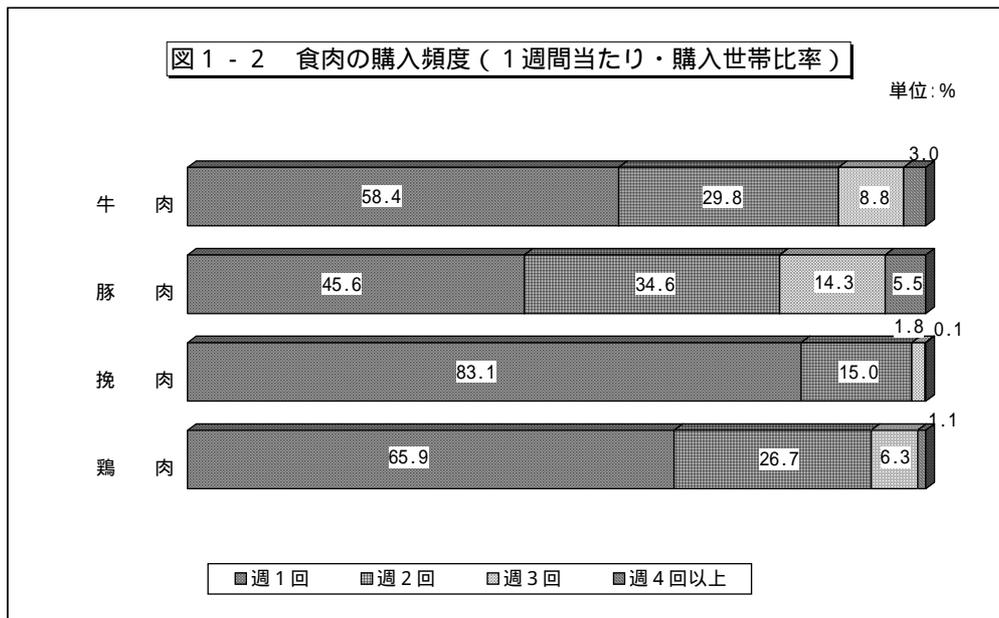
豚肉を購入した 1,773 世帯について購入頻度をみると、「週 1 回」という世帯が 45.6%、次いで「週 2 回」が 34.6%、「週 3 回」が 14.3%、「週 4 回以上」が 5.5%となっている。購入頻度は週 1 回から週 2 回に集中している。前年同月と比較すると、「週 1 回」購入する世帯が著しく減少している。(表 1 - 1、図 1 - 2)

挽肉

挽肉を購入した 935 世帯について購入頻度をみると、「週 1 回」が 83.1%と大半を占めている。週 2 回以上購入する世帯は 16.9%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 1,517 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 34.1%となっている。前年同月と比較すると、「週 1 回」購入する世帯は著しく減少し、代わって週 2 回以上購入する世帯が増加している。(表 1 - 1、図 1 - 2)



その他

マトン・ラムを購入した 38 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 9 世帯と極めて少なく、その購入頻度は、「週 1 回」が 77.8%、「週 2 回」が 22.2%となっている。(表 1 - 2)

内臓を購入した 111 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 8.1%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 24.6%、「ソーセージ」で 21.6%、「ベーコン」では 14.6%となっている。前年同月と比較すると、購入頻度はやや高くなっている。

(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 割以上を占めている。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 以上を占めている。(表 1 - 3)

表 1 - 1 食肉の購入状況

(n = 2065)

		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 6月	1,512	75.6	2,486	100.0	53.5	32.9	10.3	3.3
	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
和牛肉	平成12年 6月	875	43.8	1,290	100.0	63.0	28.7	6.7	1.6
	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
その他の国産牛肉	平成12年 6月	697	34.9	908	100.0	75.3	20.1	3.7	0.9
	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
輸入牛肉	平成12年 6月	234	11.7	288	100.0	78.6	20.1	0.9	0.4
	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
豚肉	平成12年 6月	1,689	84.5	2,866	100.0	50.7	33.2	12.6	3.6
	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
挽肉	平成12年 6月	986	49.3	1,169	100.0	83.4	14.8	1.7	0.1
	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
鶏肉	平成12年 6月	1,323	66.2	1,715	100.0	75.4	20.5	3.5	0.7
	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
平成14年6月		食肉全体の購入世帯比率98.7%							

(注1) 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

(注2) 挽肉は平成11年12月まで牛豚挽肉で調査

表1 - 2 その他の食肉の購入状況

(n = 2065)

		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 6月	50	2.5	50	100.0	100.0	-	-	-
	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	-	-
馬肉	平成12年 6月	4	0.2	4	100.0	100.0	-	-	-
	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	-	-
内臓	平成12年 6月	182	9.1	197	100.0	92.9	6.0	1.1	-
	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	-

(注1) 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

(注2) 挽肉は平成11年12月まで牛豚挽肉で調査

表1 - 3 食肉加工品等の購入状況

(n = 2065)

		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 6月	1,255	62.8	1,618	100.0	75.5	20.6	3.4	0.5
	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
ベーコン	平成12年 6月	961	48.1	1,079	100.0	89.2	9.7	0.8	0.3
	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
ソーセージ	平成12年 6月	954	47.7	1,173	100.0	81.2	15.6	2.3	0.8
	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
魚	平成12年 6月	1,680	84.0	4,684	100.0	18.6	28.0	26.7	26.8
	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

(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

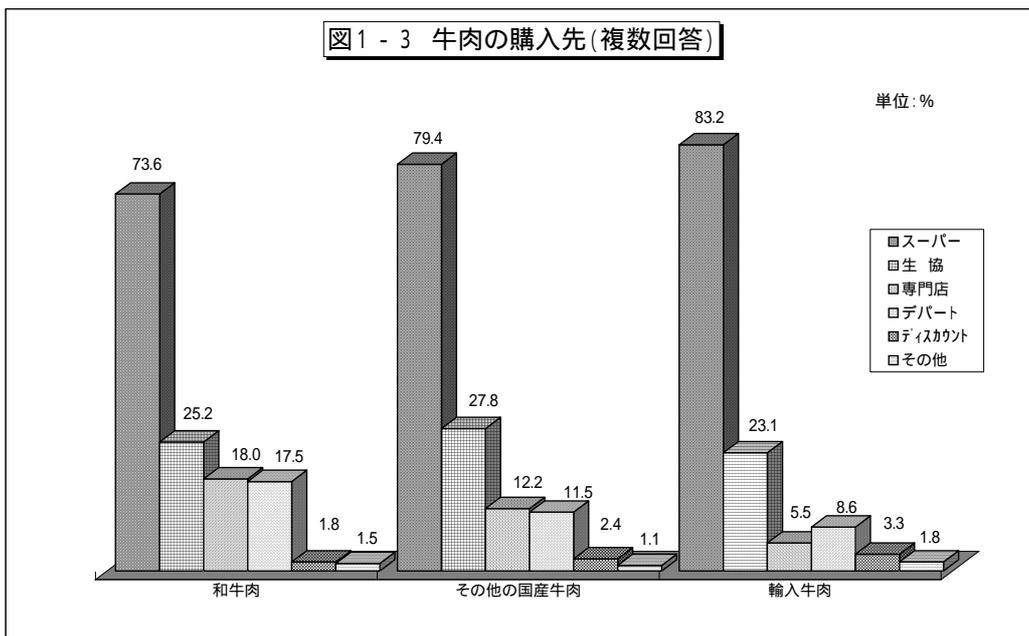
(1)肉類

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、特に輸入牛肉で顕著となっている。次いで、「生協」からの購入が多くなっている。「専門店」、「デパート」からの購入は和牛肉で多い。(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31.2%、「専門店」が12.4%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79.7%と最も多くなっており、次いで「生協」が30.7%、「専門店」が10.1%、「デパート」が8.7%となっている。(図1-4、表1-4)

鶏肉についても、「スーパー」が79.7%と最も多く、次いで、「生協」が30.8%、「専門店」が11.6%、「デパート」が9.6%となっている。(図1-4、表1-4)



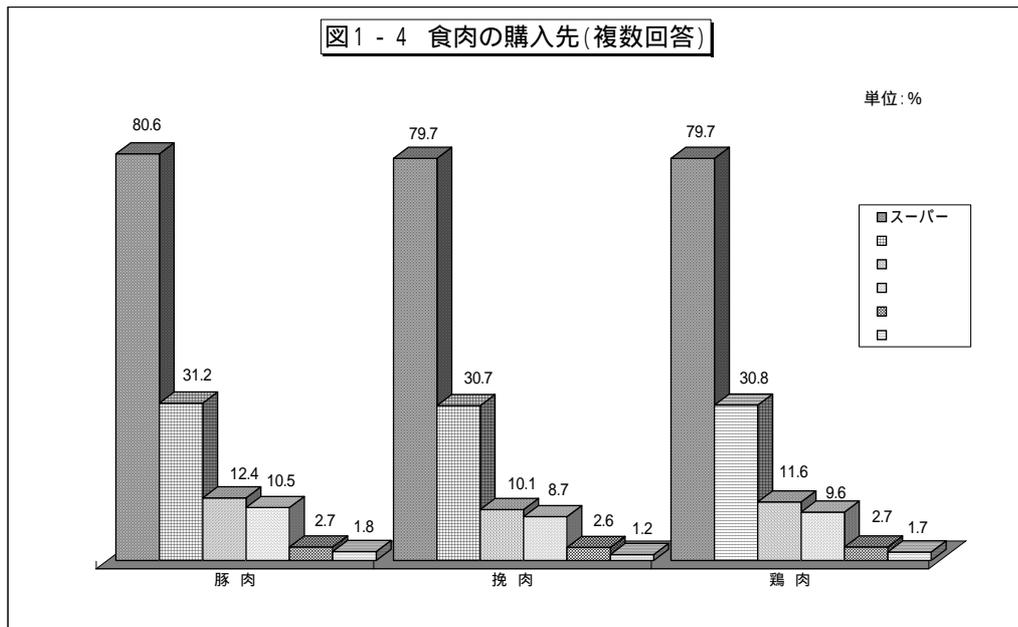


表1 - 4 食肉等の購入先

	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	1,843	18.0	73.6	17.5	25.2	1.8	1.5
その他の国産牛肉	1,778	12.2	79.4	11.5	27.8	2.4	1.1
輸入牛肉	1,413	5.5	83.2	8.6	23.1	3.3	1.8
豚肉	2,009	12.4	80.6	10.5	31.2	2.7	1.8
挽肉	1,880	10.1	79.7	8.7	30.7	2.6	1.2
鶏肉	1,978	11.6	79.7	9.6	30.8	2.7	1.7
魚	1,968	25.6	77.4	14.0	28.0	2.0	2.0
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51.6%と最も多く、次いで「安全性・安心感」が35.5%、「価格の安さ」が31.8%、「品質の良さ」が31.1%、「国産か輸入か」が27.8%等となっている。(図1-5、表1-5)

所得階層別でみると、低所得層ほど「鮮度の良さ」や「価格の安さ」を挙げている世帯が多く、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」、「国産か輸入か」を挙げている世帯が多い。しかし、逆にこれらの世帯では「価格の安さ」を挙げている世帯は、かなり少ない。

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「品質の良さ」、「国産か輸入か」、「産地・銘柄等」、「安全性・安心感」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が、輸入食肉では、これが極めて少なく、また、「国産か輸入か」についても少ない。代わって「価格の安さ」を挙げている世帯が極めて多くなっている。

(表1-6)

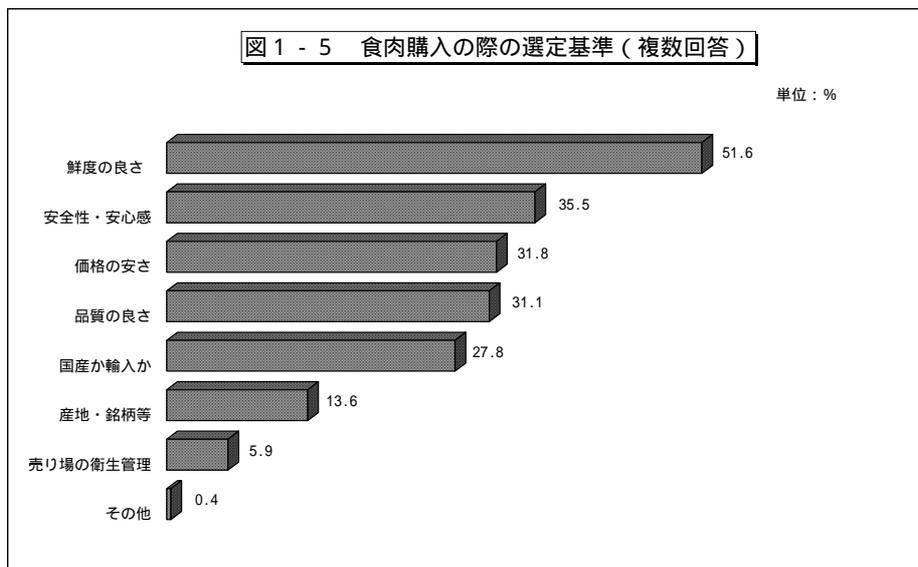


表1-5 食肉購入の際の選定基準

	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 6月	1,992	56.3	26.7	32.2	10.9	6.8	33.2	30.4	0.7	
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	
所得階層	300万円未満	173	51.4	47.4	27.7	13.3	8.1	25.4	22.5	0.6
	300～499万円	539	52.9	40.3	26.0	12.6	6.7	32.7	26.3	-
	500～699万円	522	53.8	33.1	33.7	13.8	5.4	30.7	27.2	0.8
	700～999万円	498	49.2	25.9	31.1	13.1	4.8	43.0	30.7	0.4
	1000万円以上	262	47.7	15.3	37.0	15.6	6.1	43.5	32.1	0.8
	無回答	61	57.4	19.7	37.7	16.4	6.6	36.1	19.7	-
検定結果		-	**	**	-	-	**	-	-	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	462	51.3	42.9	28.4	8.2	5.6	38.3	23.2	0.2
	成長期の子供がいる世帯	521	54.1	34.9	31.3	10.0	4.8	36.7	26.9	0.4
	20歳代の成人がいる世帯	483	51.3	41.6	27.5	10.4	6.0	32.3	27.1	0.6
	子供がいない世帯	368	51.9	13.9	35.9	22.0	8.2	31.8	34.0	0.3
	高齢者のみの世帯	221	46.2	9.5	36.2	26.2	5.4	40.3	31.2	0.9
検定結果		-	**	*	**	-	-	**	-	
家事担当者年齢	30歳未満	236	53.8	65.3	21.6	3.8	7.6	19.9	23.3	-
	30～39歳	596	52.3	43.1	28.7	9.4	5.5	34.6	24.2	0.5
	40～49歳	463	52.5	31.5	33.3	10.8	5.0	40.8	24.2	0.4
	50～59歳	383	50.1	15.4	34.5	18.5	6.5	37.3	35.5	0.5
	60歳以上	377	49.3	9.8	34.7	24.7	6.1	38.5	33.2	0.5
検定結果		-	**	**	**	-	**	**	-	
地域	東日本	1,229	52.6	31.7	29.4	12.7	5.8	37.2	28.1	0.3
	西日本	826	50.0	31.8	33.7	14.9	6.2	33.1	27.5	0.6
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	619	54.0	18.1	35.7	19.4	5.8	34.2	30.2	0.8
その他の国産牛肉	546	49.5	26.6	37.9	14.1	5.1	33.9	30.4	0.4
輸入牛肉	341	2.3	78.9	47.8	14.1	9.1	32.0	15.5	0.9
豚肉	1,766	50.6	30.9	30.9	14.3	6.0	36.1	29.2	0.3
挽肉	932	52.1	35.7	30.4	11.9	4.3	35.8	27.5	0.1
鶏肉	1,509	52.5	32.9	31.5	12.9	6.0	35.0	27.2	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66.2%、「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34.3%、「霜降りの状態」が20.0%、「肉のしまり」が15.5%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、30歳代以下の若い世帯層ほど「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、特に牛肉や豚肉では、「霜降りの状態」、「肉の色と光沢」、「肉のしまり」を挙げている世帯が多いが、「脂身の多少」、「肉汁の有無」については、挽肉や鶏肉が多くなっている。(表1-8)

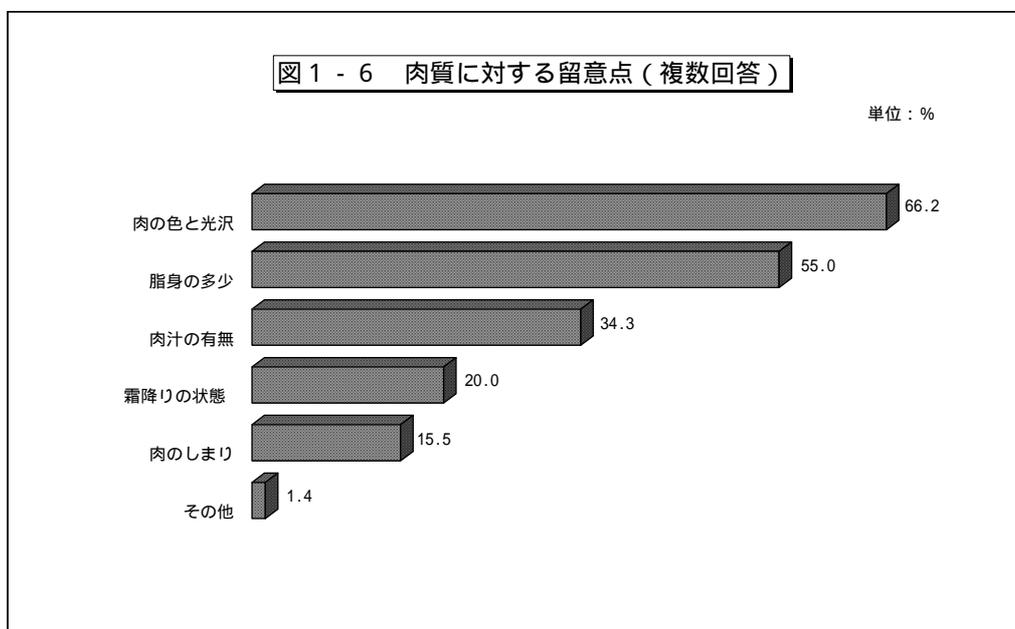


表 1 - 7 肉質の留意点

		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 6月		1,984	21.4	7.3	71.2	58.3	30.2	1.5
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
所得階層	300万円未満	171	19.9	12.3	64.9	55.6	32.7	1.8
	300～499万円	535	17.6	11.4	69.3	57.2	37.0	1.1
	500～699万円	520	22.9	17.9	62.9	53.5	34.2	1.2
	700～999万円	494	17.8	18.0	66.4	52.8	35.2	1.8
	1000万円以上	260	23.5	15.4	67.3	58.5	27.7	1.5
	無回答	60	18.3	21.7	65.0	50.0	36.7	-
	検定結果			-	*	-	-	-
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	460	19.6	12.6	66.7	53.3	40.2	0.9
	成長期の子供がいる世帯	519	15.4	17.1	69.6	54.9	34.9	0.6
	20歳代の成人がいる世帯	477	17.2	14.9	68.6	53.0	35.8	1.5
	子供がいない世帯	364	26.4	18.4	62.6	52.7	31.3	1.9
	高齢者のみの世帯	220	26.8	14.5	58.2	66.8	22.3	3.2
検定結果			**	-	*	**	**	-
家事担当者年齢	30歳未満	236	14.8	13.6	71.6	50.0	41.9	-
	30～39歳	595	18.8	14.1	67.6	51.9	41.2	0.5
	40～49歳	460	17.8	18.9	67.6	53.0	32.2	1.7
	50～59歳	375	19.5	14.7	63.5	58.4	34.1	1.9
	60歳以上	374	28.1	15.8	61.8	62.0	21.4	2.7
検定結果			**	-	-	**	**	*
地域	東日本	1,218	18.6	16.7	65.0	56.4	33.5	1.9
	西日本	822	21.9	13.7	68.0	52.9	35.5	0.6
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	613	32.3	14.7	66.2	50.6	29.5	1.1
その他の国産牛肉	542	24.7	15.9	67.9	55.0	30.6	0.6
輸入牛肉	339	23.6	16.8	65.5	60.2	34.5	0.3
豚肉	1,752	23.2	16.4	61.1	22.8	6.8	0.7
挽肉	928	-	4.2	34.9	88.8	73.3	1.9
鶏肉	1,499	-	4.2	34.9	88.8	73.3	1.9
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30.0%と最も多く、次いで「かたロース」が24.3%、「もも」が12.4%と、これら3つが主なものとなっている。また、「わからない」という割合も多く10.1%となっている。（図1 - 7、表1 - 9）

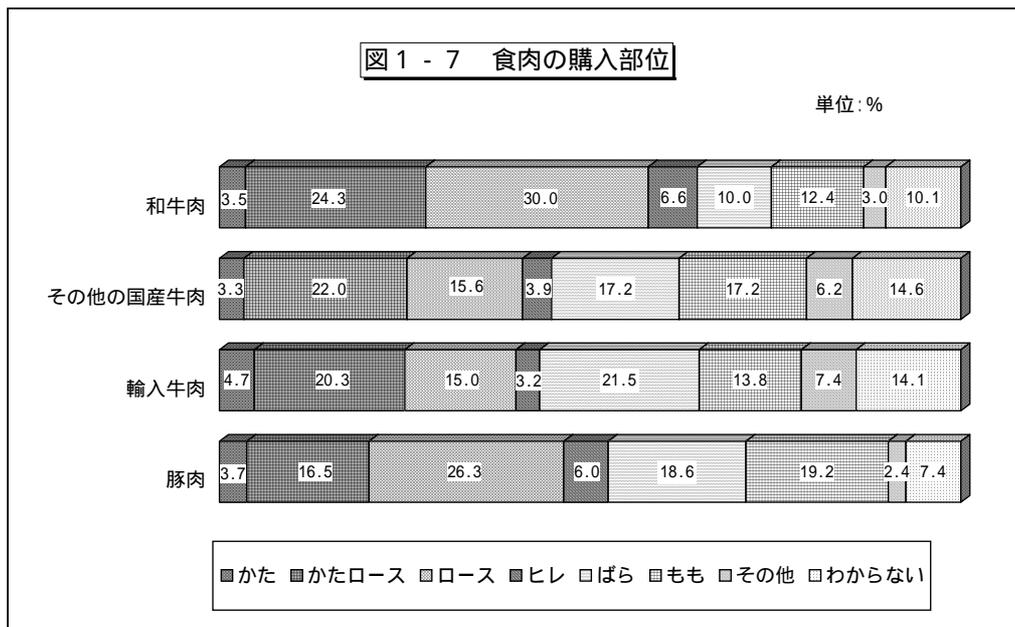


表1 - 9 購入肉の部位（和牛肉）

	延べ購入回数	全体	かた	かた	ロース	ヒレ	ばら	もも	その他	わからない	
		回	%	%	%	%	%	%	%	%	
平成12年12月	1,098	100.0	2.7	20.1	26.4	4.9	6.5	13.0	4.2	22.1	
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	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	110	100.0	3.6	17.3	32.7	3.6	10.9	13.6	2.7	15.5
	成長期の子供がいる世帯	172	100.0	4.7	21.5	29.7	4.7	11.6	11.6	5.2	11.0
	20歳代の成人がいる世帯	140	100.0	3.6	30.7	31.4	5.0	11.4	5.7	1.4	10.7
	子供がいない世帯	174	100.0	1.7	26.4	27.6	9.2	8.0	17.8	2.3	6.9
	高齢者のみの世帯	127	100.0	3.9	24.4	29.9	10.2	7.9	12.6	3.1	7.9
検定結果：-											
地域	東日本	287	100.0	5.2	26.5	26.1	7.3	7.0	13.6	3.1	11.1
	西日本	436	100.0	2.3	22.9	32.6	6.2	11.9	11.7	3.0	9.4

（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、「かたロース」が22.0%と最も多く、次いで「ばら」及び「もも」がともに17.2%、「ロース」が15.6%等となっている。

また、和牛肉と同様に「わからない」という割合も高く14.6%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	ヒレ	ばら	もも	その他	わからない	
		回	%	%	%	%	%	%	%	%	
平成12年12月	1,110	100.0	4.1	16.8	13.6	3.2	10.6	19.6	6.0	26.0	
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	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	112	100.0	3.6	17.0	17.0	4.5	18.8	13.4	10.7	15.2
	成長期の子供がいる世帯	180	100.0	3.3	20.0	17.2	2.2	19.4	20.6	6.1	11.1
	20歳代の成人がいる世帯	113	100.0	5.3	23.0	10.6	4.4	15.0	18.6	6.2	16.8
	子供がいない世帯	114	100.0	2.6	24.6	18.4	2.6	15.8	15.8	2.6	17.5
	高齢者のみの世帯	50	100.0	-	32.0	12.0	10.0	14.0	14.0	4.0	14.0
検定結果：-											
地域	東日本	271	100.0	2.2	24.0	12.5	2.6	18.5	19.2	6.6	14.4
	西日本	298	100.0	4.4	20.1	18.5	5.0	16.1	15.4	5.7	14.8

（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、「ばら」が 21.5%と最も多く、これに次いで「かたロース」が 20.3%、「ロース」が 15.0%、「もも」が 13.8%等となっている。輸入牛肉についても他の牛肉同様、「わからない」という割合が多く 14.1%となっている。

(図 1 7、表 1 - 1 1)

表 1 - 1 1 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 1 2 年 1 2 月		264	100.0	3.8	18.9	12.5	1.5	14.4	14.0	8.3	26.5
平成 1 3 年 6 月		245	100.0	4.1	20.4	11.4	0.8	15.9	12.7	9.4	25.3
1 2 月		226	100.0	7.1	23.9	14.6	1.8	9.3	18.1	8.8	16.4
平成 1 4 年 6 月		340	100.0	4.7	20.3	15.0	3.2	21.5	13.8	7.4	14.1
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	66	100.0	3.0	22.7	12.1	-	22.7	10.6	9.1	19.7
	成長期の子供がいる世帯	143	100.0	4.2	18.9	11.9	2.1	25.9	14.7	7.0	15.4
	20歳代の成人がいる世帯	77	100.0	3.9	18.2	16.9	3.9	22.1	11.7	10.4	13.0
	子供がいない世帯	40	100.0	10.0	20.0	27.5	5.0	5.0	22.5	2.5	7.5
	高齢者のみの世帯	14	100.0	7.1	35.7	14.3	21.4	14.3	7.1	-	-
検定結果：-											
地域	東日本	203	100.0	3.9	25.6	13.8	2.5	19.7	14.3	5.9	14.3
	西日本	137	100.0	5.8	12.4	16.8	4.4	24.1	13.1	9.5	13.9

(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26.3%と最も多く、これに次いで「もも」が19.2%、「ばら」が18.6%、「かたロース」が16.5%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7.4%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、20歳代の成人がいる世帯で比較的多くなっている。高齢者のみの世帯では、「かたロース」や「ヒレ」などの購入が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1-12 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12年12月	2,719	100.0	3.0	16.9	19.7	5.6	15.0	18.6	1.7	19.3	
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	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	560	100.0	5.7	15.5	26.4	4.8	18.6	18.9	2.9	7.1
	成長期の子供がいる世帯	780	100.0	4.5	15.0	27.1	5.8	19.5	18.2	2.4	7.6
	20歳代の成人がいる世帯	629	100.0	2.7	16.2	23.4	4.3	24.2	18.0	2.2	9.1
	子供がいない世帯	477	100.0	1.3	17.6	28.9	7.1	15.9	21.0	1.9	6.3
	高齢者のみの世帯	259	100.0	3.9	21.6	25.9	10.8	7.3	22.4	2.3	5.8
検定結果：**											
地域	東日本	1,712	100.0	4.1	17.5	26.0	5.4	16.2	20.4	2.1	8.2
	西日本	993	100.0	2.9	14.7	26.8	6.9	22.7	17.0	2.8	6.1

(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53.6%と最も多く、次いで「むね」が21.9%、「ささみ」が13.4%、「手羽」が11.1%となっている。(表1 - 13)

表1 - 13 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
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	424	100.0	24.8	10.8	52.6	11.8
	成長期の子供がいる世帯	612	100.0	22.7	12.4	53.8	11.1
	20歳代の成人がいる世帯	459	100.0	22.4	14.8	52.5	10.2
	子供がいない世帯	337	100.0	19.3	14.5	56.4	9.8
	高齢者のみの世帯	179	100.0	16.2	16.8	53.1	14.0
検定結果：-							
地域	東日本	1,118	100.0	22.2	13.1	53.5	11.3
	西日本	893	100.0	21.6	13.8	53.8	10.9

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40.1%と最も多く、次いで「焼肉用スライス」が23.5%、「小間切れ・切り落とし」が15.8%、「切身」が9.4%等となっている。(図1-8、表1-14)

世帯構成別でみると、子供が小学生以下の世帯では、「小間切れ・切り落とし」を購入する世帯が比較的多くなっている。

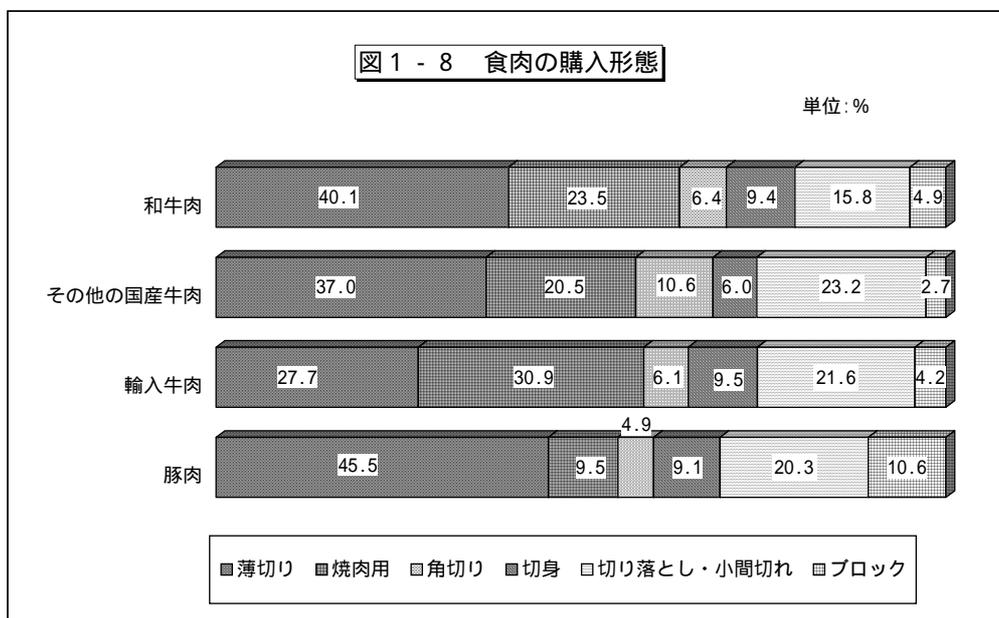


表 1 - 1 4 購入肉の形態（和牛肉）

		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	切り間 落とし・
		回	%	%	%	%	%	%	%
平成12年 6月		169	100.0	10.7	17.8	8.3	11.8	33.1	18.3
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
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	122	100.0	2.5	7.4	4.9	22.1	39.3	23.8
	成長期の子供がいる世帯	188	100.0	3.7	6.9	7.4	24.5	40.4	17.0
	20歳代の成人がいる世帯	154	100.0	5.8	6.5	6.5	24.7	40.3	16.2
	子供がいない世帯	190	100.0	6.3	10.0	7.9	22.6	41.1	12.1
	高齢者のみの世帯	125	100.0	5.6	17.6	4.0	23.2	38.4	11.2
検定結果：-									
所得階層	300万円未満	45	100.0	4.4	11.1	2.2	20.0	37.8	24.4
	300～499万円	180	100.0	3.9	10.0	5.6	19.4	46.7	14.4
	500～699万円	182	100.0	4.9	6.0	9.3	24.7	37.4	17.6
	700～999万円	213	100.0	3.8	8.9	6.1	28.2	37.1	16.0
	1000万円以上	137	100.0	5.1	13.1	5.1	21.2	42.3	13.1
	無回答	22	100.0	22.7	9.1	9.1	22.7	27.3	9.1
検定結果：-									
地域	東日本	330	100.0	3.6	11.8	4.2	24.2	40.0	16.1
	西日本	449	100.0	5.8	7.6	8.0	22.9	40.1	15.6

（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37.0%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23.2%、「焼肉用スライス」が20.5%、「角切り」が10.6%等となっている。

(図1-8、表1-15)

世帯構成別でみると、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少ない。

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 6月		125	100.0	10.4	18.4	3.2	19.2	32.0	16.8
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
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	118	100.0	4.2	4.2	11.9	19.5	36.4	23.7
	成長期の子供がいる世帯	208	100.0	2.9	8.2	10.6	18.3	40.9	19.2
	20歳代の成人がいる世帯	131	100.0	1.5	1.5	10.7	20.6	35.1	30.5
	子供がいない世帯	120	100.0	1.7	5.8	12.5	22.5	36.7	20.8
	高齢者のみの世帯	53	100.0	3.8	13.2	3.8	26.4	28.3	24.5
検定結果：-									
所得階層	300万円未満	29	100.0	3.4	3.4	3.4	20.7	44.8	24.1
	300～499万円	126	100.0	0.8	4.8	9.5	25.4	27.8	31.7
	500～699万円	183	100.0	2.7	6.6	6.6	21.3	44.3	18.6
	700～999万円	164	100.0	3.7	6.1	13.4	14.6	36.0	26.2
	1000万円以上	106	100.0	2.8	8.5	16.0	21.7	34.9	16.0
	無回答	22	100.0	4.5	0.0	13.6	22.7	36.4	22.7
検定結果：-									
地域	東日本	304	100.0	3.0	7.6	9.9	22.7	35.2	21.7
	西日本	326	100.0	2.5	4.6	11.3	18.4	38.7	24.5
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、「焼肉用スライス」が最も多く 30.9%、次いで「薄切りスライス」が 27.7%、「小間切れ・切り落とし」が 21.6%、「切身」が 9.5%、「角切り」が 6.1%などとなっている。(図1-8、表1-16)

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など、比較的若い世帯で「焼き肉用スライス」の購入世帯が多くなっている。

地域別でみると、東日本で「焼き肉用スライス」、「切身」を購入する世帯が多く、逆に西日本では「薄切りスライス」、「小間切れ・切り落とし」を購入する世帯が多くなっている。

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 6月		37	100.0	13.5	10.8	16.2	16.2	21.6	21.6
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
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	79	100.0	3.8	7.6	2.5	35.4	27.8	22.8
	成長期の子供がいる世帯	155	100.0	3.2	4.5	7.1	34.2	27.7	23.2
	20歳代の成人がいる世帯	85	100.0	5.9	10.6	7.1	24.7	23.5	28.2
	子供がいない世帯	44	100.0	4.5	27.3	6.8	25.0	29.5	6.8
	高齢者のみの世帯	16	100.0	6.3	12.5	6.3	25.0	43.8	6.3
検定結果：*									
所得階層	300万円未満	36	100.0	2.8	8.3	8.3	22.2	33.3	25.0
	300～499万円	104	100.0	2.9	9.6	3.8	34.6	27.9	21.2
	500～699万円	90	100.0	4.4	12.2	4.4	30.0	21.1	27.8
	700～999万円	88	100.0	4.5	4.5	6.8	30.7	30.7	22.7
	1000万円以上	53	100.0	7.5	13.2	11.3	32.1	30.2	5.7
	無回答	8	100.0	0.0	12.5	0.0	25.0	25.0	37.5
検定結果：-									
地域	東日本	229	100.0	3.9	13.1	4.8	32.3	26.2	19.7
	西日本	150	100.0	4.7	4.0	8.0	28.7	30.0	24.7

(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45.5%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20.3%、「ブロック」が10.6%、「焼き肉用スライス」が9.5%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。

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 6月		409	100.0	10.5	14.2	9.8	15.9	34.5	15.2
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
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	550	100.0	7.5	8.2	4.2	9.3	46.5	24.4
	成長期の子供がいる世帯	770	100.0	11.9	10.8	5.7	10.3	42.6	18.7
	20歳代の成人がいる世帯	623	100.0	10.4	7.9	4.5	8.3	42.5	26.3
	子供がいない世帯	470	100.0	13.2	9.1	4.7	10.6	48.9	13.4
	高齢者のみの世帯	246	100.0	9.3	9.3	5.7	8.5	52.8	14.2
検定結果：**									
所得階層	300万円未満	198	100.0	10.1	11.1	3.5	6.6	42.4	26.3
	300～499万円	640	100.0	8.3	8.4	4.7	8.9	45.2	24.5
	500～699万円	668	100.0	10.9	9.4	5.7	9.9	44.6	19.5
	700～999万円	714	100.0	12.2	8.7	5.3	11.2	45.1	17.5
	1000万円以上	358	100.0	12.6	8.7	3.4	8.1	52.0	15.4
	無回答	81	100.0	6.2	13.6	7.4	9.9	37.0	25.9
検定結果：*									
地域	東日本	1,728	100.0	11.2	8.5	5.8	11.1	43.0	20.5
	西日本	931	100.0	9.7	10.3	3.3	6.7	50.1	20.0

(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