

第 章 食肉等の購入状況

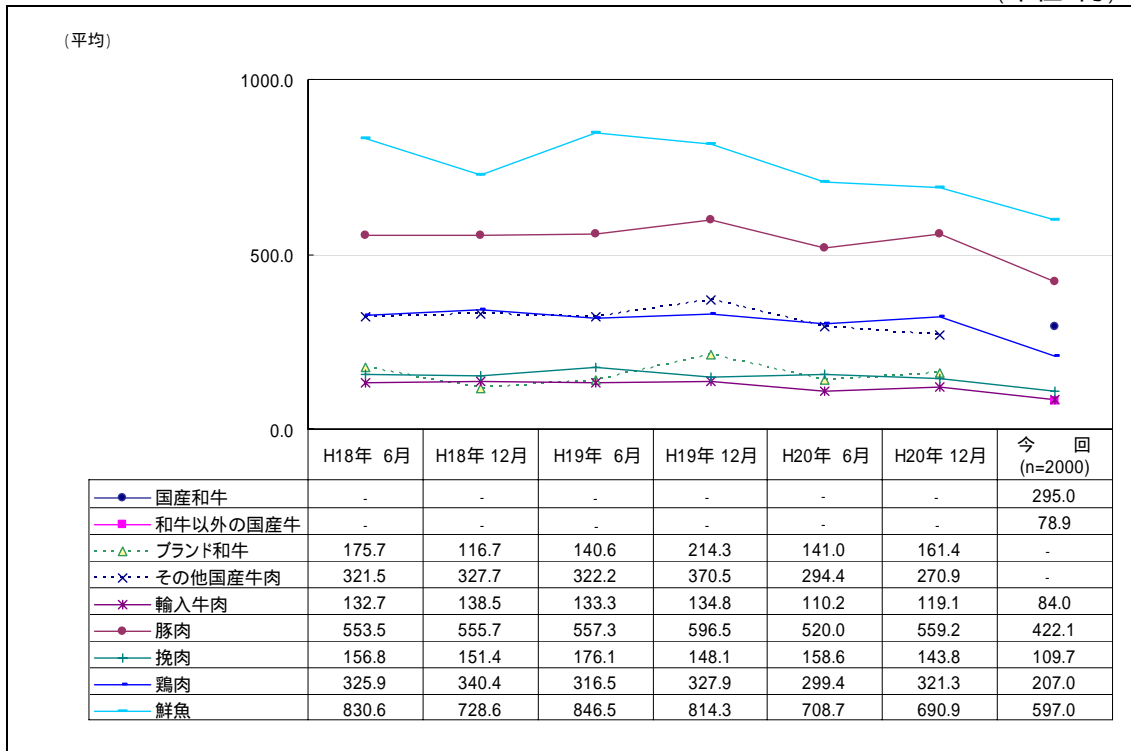
1 一週間の食肉購入状況

1.1 世帯当り平均購入金額

1) 推移

図表 - 1 食肉等の1世帯当り平均購入金額の推移

(単位:円)



前回調査と比較可能な「輸入牛肉」「豚肉」「挽肉」「鶏肉」「鮮魚」はいずれも平均購入金額が減少し、それぞれ84.0円、422.1円、109.7円、207.0円、597.0円となった。今回分類を変更した「国産和牛」は295.0円、「和牛以外の国産牛」は78.9円となった。

総務省統計局が発表した家計調査（平成21年4月～6月）の1世帯当たり購入金額は牛肉3,745円、豚肉4,677円、鶏肉2,352円、合いびき肉409円だった。これを1週間あたりに換算すると、それぞれ312円、390円、196円、34円となる。同様に20年4月～6月は325円、406円、200円、35円となる。

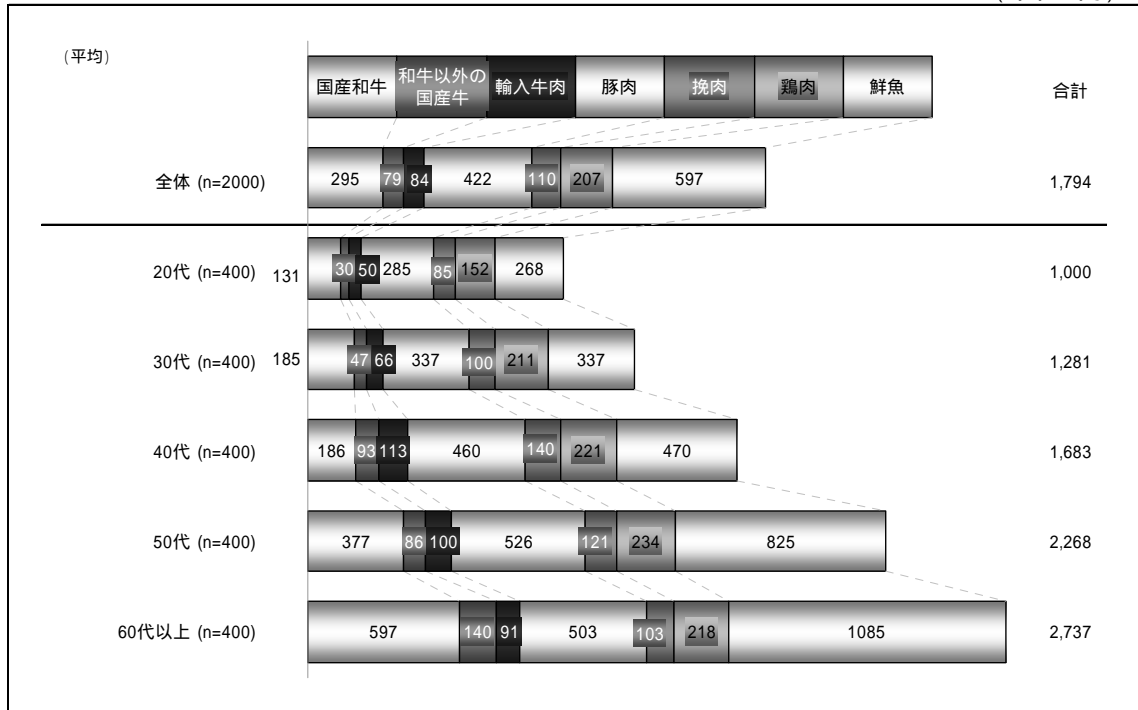
1 一週間の食肉購入状況

1. 1世帯当り平均購入金額

2) 年代別

図 - 2 食肉等の1世帯当り平均購入金額:年代別

(単位:円)



回答者全体での1世帯当り平均購入金額の合計は1,794円である。前回調査と比べると472円減少している。

年代別に見ると、年代が高くなるほど1世帯当りの平均購入金額は大きくなっており、20代における平均購入金額が1,000円であるのに対して、60代以上では2,737円と、20代の2.7倍の購入金額となっている。

「国産和牛」「豚肉」「鮮魚」は、高年齢層になるほど購入金額が大きくなる傾向が特に強く、20代に比べて60代以上では、「国産和牛」を4.6倍、「豚肉」は1.8倍、「鮮魚」は4.0倍購入している。

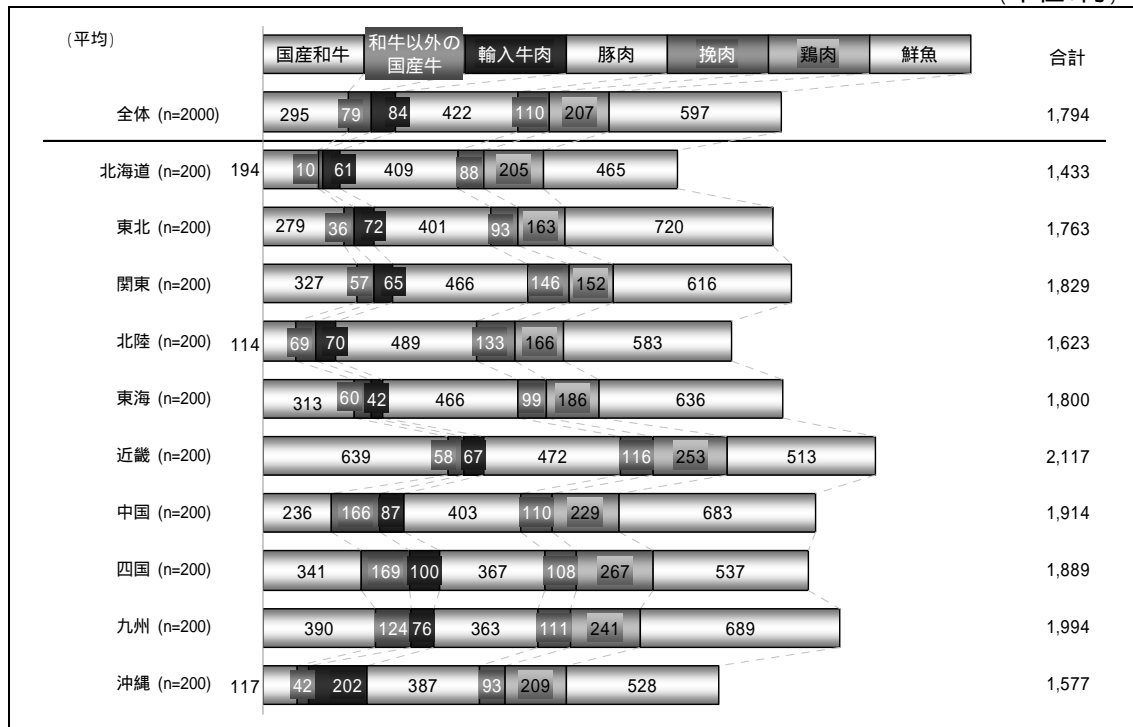
1 一週間の食肉購入状況

1.1 世帯当り平均購入金額

3) 地域別

図表 - 3 食肉等の1世帯当り平均購入金額:地域別

(単位:円)



「鮮魚」を除いた「主要精肉」の1世帯当り平均購入金額を地域別で比較すると、近畿の購入金額が最も大きく1,604円。次いで四国の1,352円となっている。平均購入金額が小さいのは北海道の968円、北陸の1,040円、沖縄の1,049円である。全体的に東日本に比べ、西日本における購入金額がやや大きい傾向が見られる。

肉の種類別では「豚肉」や「挽肉」は地域による購入金額の違いがあまり大きくないのに対して、「国産和牛」は地域によって購入金額に大きな違いが見られる。突出して多いのは近畿の639円で、九州390円、四国341円と西日本地域で購入金額が多い。「国産和牛」の購入金額の多さは、そのまま購入金額合計に結びつき、近畿は2,117円と最も多い。

「和牛以外の国産牛」と「輸入牛肉」は地域により50~100円ほどの差があるが、「国産和牛」ほどの顕著な違いは見られない。また沖縄では「輸入牛肉」が「国産和牛」を上回っている。

1 一週間の食肉購入状況

1.1 世帯当り平均購入金額

4) 世帯年収別、世帯構成別

図表 - 4 食肉等の1世帯当り平均購入金額: 世帯年収別、世帯構成別

(単位:円)

(平均)

		牛肉			豚肉	挽肉	鶏肉	鮮魚
		国産和牛	の和牛以外	輸入牛肉				
世帯年収別	300万円未満 (n=401)	160.1	48.8	75.9	299.5	80.5	136.3	441.1
	300～499万円 (n=485)	233.0	64.3	94.8	363.1	103.2	198.1	562.9
	500～699万円 (n=502)	218.0	66.4	103.4	475.3	106.6	214.9	533.8
	700～999万円 (n=397)	288.2	138.7	77.7	449.5	148.2	248.5	660.9
	1000万円以上 (n=205)	867.0	91.2	40.3	621.5	112.4	267.3	989.0
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=285)	254.8	47.6	92.2	321.6	108.5	240.6	386.9
	成長期の子供がいる世帯 (n=308)	214.3	91.2	162.8	622.9	179.0	270.0	574.5
	20歳代の成人がいる世帯 (n=563)	269.9	81.1	61.2	368.1	98.1	178.3	425.7
	子供がいない世帯 (n=571)	260.7	57.4	63.6	419.9	96.2	184.4	651.7
	高齢者のみの世帯 (n=273)	552.0	138.5	76.2	416.5	84.9	207.6	1,080.8

「国産和牛」の購入金額は、500～699万円の世帯でやや少ないものの、世帯年収が上がるに従って大きくなっており、1,000万円以上世帯での購入金額は700～999万円世帯のほぼ3倍と圧倒的に大きい。「和牛以外の国産牛」は700～900万円の世帯で最も多く、「輸入牛肉」は500～699万円の世帯で購入金額が最も多くなっている。

世帯構成別でみると、「国産和牛」と「和牛以外の国産牛」は高齢者のみの世帯で最も大きい。「輸入牛肉」は、より安価で十分な量が購入できるためか、成長期の子供がいる世帯での購入金額が最も大きい。「鮮魚」の購入金額については、高齢者のみの世帯が1,080.8円と最も大きくなっている。

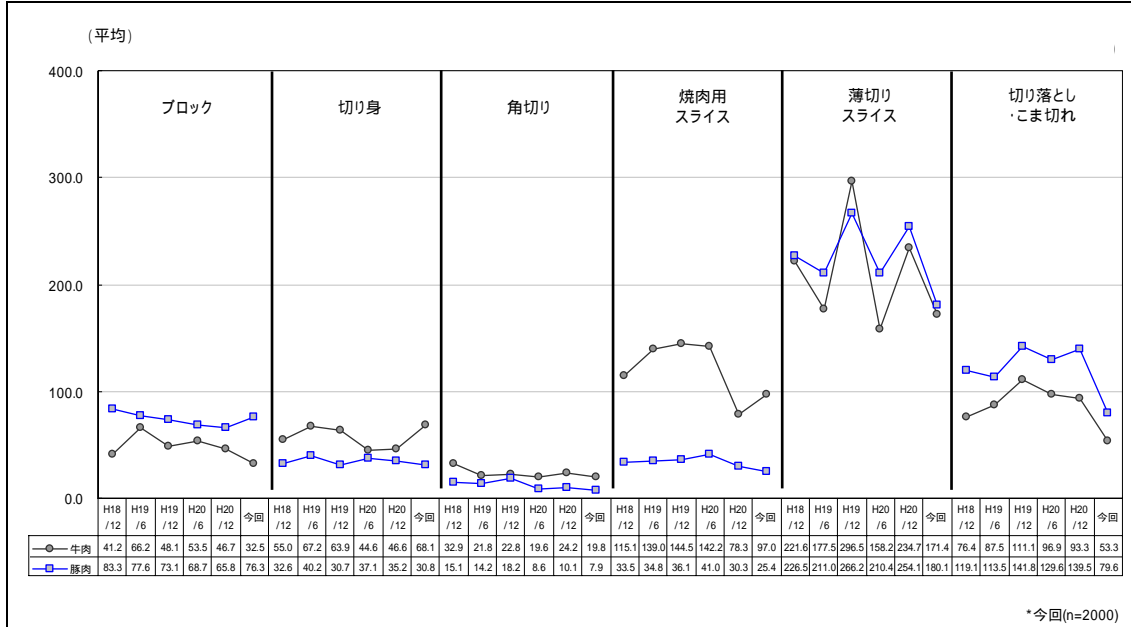
1 一週間の食肉購入状況

2. 牛肉・豚肉の購入形態別・1世帯当り平均購入金額

1) 推移

図表 - 5 購入形態別・1世帯当り平均購入金額の推移

(単位:円)



牛肉の傾向

今回の調査で牛肉の1世帯当り購入金額が最も大きかったのは、「薄切りスライス」の171.4円で、次いで「焼肉用スライス」の97.0円となった。「焼肉用スライス」は、前回調査で大きく減少したが、今回は18.7円増加に転じた。

「薄切りスライス」の購入金額は、冬場(12月調査時)に多く、夏場(6月調査時)に減少する大きな季節的な特徴が見られる。今回の調査においても、平成21年12月調査時の234.7円から171.4円と63.3円減少している。

「切り落とし・こま切れ」は40.0円減少し53.3円となった。

豚肉の傾向

豚肉においても、「薄切りスライス」の購入金額が180.1円と最も大きく、牛肉同様、冬場(12月調査時)に多く購入される傾向が見られる。次いで購入金額が多いのは「切り落とし・こま切れ」の79.8円である。豚肉の中では「ブロック」のみ購入金額が10.5円上昇した。

1 一週間の食肉購入状況

2. 牛肉・豚肉の購入形態別・1世帯当り平均購入金額

2) 年代別、地域別

図表 - 6 購入形態別・1世帯当り平均購入金額：年代別、地域別

(平均)

(単位：円)

		牛肉						豚肉					
		ブロック	切り身	角切り	焼肉用スライス	薄切りスライス	切り落とし・小間切れ	ブロック	切り身	角切り	焼肉用スライス	薄切りスライス	切り落とし・小間切れ
全	体 (n=2000)	32.5	68.1	19.8	97.0	171.4	53.3	76.3	30.8	7.9	25.4	180.1	79.6
年代別	20代 (n=400)	20.3	20.7	7.7	43.0	72.2	33.4	41.2	8.9	7.0	12.1	107.5	91.6
	30代 (n=400)	35.4	19.4	25.2	79.5	80.8	34.0	40.5	22.3	11.3	23.7	129.2	95.0
	40代 (n=400)	19.4	53.3	10.4	104.6	140.4	50.2	82.5	23.4	6.9	36.0	204.3	81.5
	50代 (n=400)	47.7	98.2	18.7	87.0	217.8	75.9	107.2	46.0	8.6	24.8	237.7	79.8
	60代以上 (n=400)	39.9	148.8	37.0	170.9	346.0	73.1	110.2	53.4	6.0	30.3	221.7	50.0
地域別	北海道 (n=200)	22.7	120.1	3.8	18.3	61.2	20.4	74.5	35.8	10.5	39.5	163.3	65.4
	東北 (n=200)	35.6	72.6	5.1	115.8	102.9	48.1	56.2	37.9	10.2	43.7	174.1	67.7
	関東 (n=200)	44.7	25.2	15.0	80.9	216.4	57.0	72.1	42.3	8.4	14.8	216.2	99.0
	北陸 (n=200)	41.6	40.1	9.4	37.4	56.3	59.4	136.0	31.0	7.2	45.3	131.4	105.7
	東海 (n=200)	26.0	49.2	9.0	77.0	174.2	70.8	105.5	11.3	4.2	21.1	185.4	109.5
	近畿 (n=200)	12.7	88.4	20.8	178.7	391.4	57.1	64.6	36.5	6.1	19.8	249.4	76.3
	中国 (n=200)	29.5	94.9	61.6	100.8	142.9	42.5	51.3	22.1	1.4	8.6	202.2	103.3
	四国 (n=200)	58.9	127.9	21.9	139.2	167.4	79.3	63.9	25.9	6.0	20.1	173.9	69.1
	九州 (n=200)	39.6	33.5	39.0	73.7	303.4	70.5	47.1	30.1	3.8	16.4	160.4	76.4
	沖縄 (n=200)	14.1	29.0	12.6	148.2	98.2	28.2	92.1	35.0	21.5	24.4	144.8	23.2

牛肉の傾向

年代別では、全体的な傾向として、年代が高くなるほど1世帯当りの購入金額が増える傾向が見られる。特に「薄切りスライス」でこの傾向が強く、50代では217.8円、60代以上では346.0円と、他の年代に比べ圧倒的に大きい。「切り身」においても同様の傾向が見られる。

地域別に見ると、「薄切りスライス」では近畿が391.4円と突出しており、九州が303.4円で続いている。「焼肉用スライス」も近畿が178.7円で突出しており、続く沖縄が148.2円である。このほか四国は「ブロック」(58.9円)や「切り身」(127.9円)で購入金額が多い。

豚肉の傾向

年代別で見ると、「薄切りスライス」「ブロック」「切り身」は年代が高くなるに従って1世帯当り平均購入金額が大きくなる傾向が見られる。「切り落とし・小間切れ」はこれらとは逆に、年代が低いほど購入金額が多い。

地域別に見ると、北陸や東海は「ブロック」や「切り落とし・小間切れ」の購入金額が多い。「薄切りスライス」は近畿や関東、中国で多くなっている。

1 一週間の食肉購入状況

2. 牛肉・豚肉の購入形態別・1世帯当り平均購入金額

3) 世帯年収別、世帯構成別

図表 - 7

購入形態別・1世帯当り平均購入金額：世帯年収別、世帯構成別

(平均)

(単位：円)

		牛肉						豚肉					
		ブロック	切り身	角切り	焼肉用スライス	薄切りスライス	切り落とし・小間切れ	ブロック	切り身	角切り	焼肉用スライス	薄切りスライス	切り落とし・小間切れ
全 体 (n=2000)		32.5	68.1	19.8	97.0	171.4	53.3	76.3	30.8	7.9	25.4	180.1	79.6
世帯年収別	300万円未満 (n=401)	13.6	17.8	13.1	70.3	121.4	35.5	35.8	20.8	5.5	21.5	141.8	57.9
	300～499万円 (n=485)	28.6	34.6	20.8	96.4	142.6	57.0	68.2	22.5	13.0	21.6	146.1	66.0
	500～699万円 (n=502)	34.4	31.5	17.4	82.6	157.6	47.6	102.7	34.3	6.6	24.9	181.8	106.0
	700～999万円 (n=397)	55.8	86.9	22.8	97.8	153.5	68.7	69.8	43.8	7.1	36.3	186.5	81.9
	1000万円以上 (n=205)	30.7	302.5	31.8	186.1	361.3	64.7	126.7	34.9	4.0	17.5	320.7	88.7
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=285)	53.1	35.1	15.6	106.5	111.4	42.4	36.1	23.8	1.2	25.2	134.5	84.1
	成長期の子供がいる世帯 (n=308)	28.5	39.8	17.6	110.7	194.5	70.1	119.5	49.7	7.6	45.2	248.9	122.3
	20歳代の成人がいる世帯 (n=563)	33.0	97.0	13.0	61.7	138.8	52.1	60.3	23.2	5.1	17.3	151.3	94.1
	子供がいない世帯 (n=571)	23.9	51.6	13.2	78.9	148.4	48.0	93.1	30.3	7.8	27.6	171.3	61.8
	高齢者のみの世帯 (n=273)	32.7	109.5	54.7	182.4	323.4	59.3	67.5	33.4	21.6	15.3	228.0	33.9

牛肉の傾向

年収別で見ると、多くの購入形態において年収が上がるに従って1世帯当り購入金額が増える傾向が見られ、1,000万円以上の世帯では、「薄切りスライス」が361.3円、「切り身」が302.5円、「焼肉用スライス」は186.1円と、これらのケースで特に顕著になっている。

世帯構成別で見ると、高齢者のみの世帯で「薄切りスライス」の購入金額が323.4円と、他の世帯構成に比べて非常に大きくなっている。また、「切り身」や「焼肉用スライス」でも同様で、他の世帯構成と比べて購入金額が非常に大きい。

豚肉の傾向

「薄切りスライス」は、世帯年収別が高い世帯ほど1世帯当りの平均購入金額が増える傾向が見られる。しかし他の購入形態では世帯年収との関連は特に見られない。

世帯構成別で見ると、成長期の子供がいる世帯では「角切り」を除くすべての購入形態で、購入金額が最多となっている。

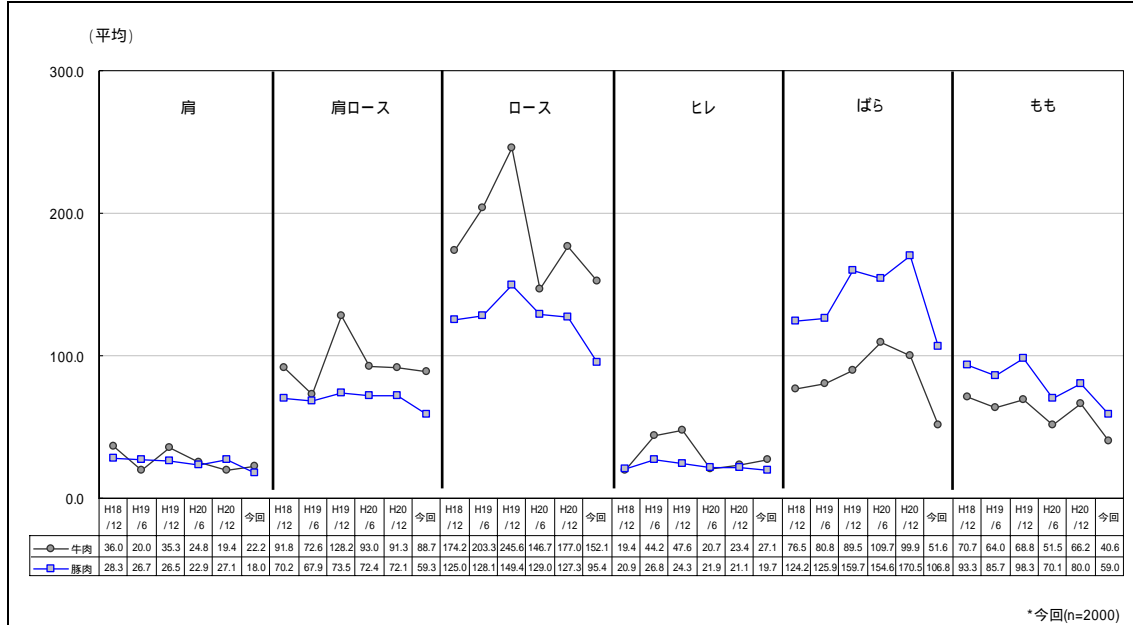
1 一週間の食肉購入状況

3. 牛肉・豚肉の部位別・1世帯当り平均購入金額

1) 推移

図表 - 8 購入部位別・1世帯当り平均購入金額の推移

(単位:円)



牛肉の傾向

牛肉の1世帯当り平均購入金額が最も大きかった部位は、「ロース」の152.1円で、次いで「肩ロース」88.7円、「ばら」の51.6円となっている。「ばら」が大きく減少したため前回の調査の2位から順位を落とした。代わって前回3位の「肩ロース」が2位になっている。「ばら」は平成20年6月まで増加傾向にあったが、今回は48.3円減少と大きく変化している。「ロース」は24.9円、「もも」も25.6円前回に比べ減少している。牛肉はいずれも大幅な減少もしくは横ばいとなっている。

豚肉の傾向

豚肉でも、牛肉と同様「ばら」「ロース」「もも」で購入金額が減少している。「ばら」は63.7円と大きく減少し、「ロース」「もも」の下落幅も大きい。平均購入金額は前回調査と同様「ばら」が最も大きく、次いで「ロース」となっている。

1 一週間の食肉購入状況

3. 牛肉・豚肉の部位別・1世帯当り平均購入金額

2) 年代別、地域別

図表 - 9 購入部位別・1世帯当り平均購入金額:年代別、地域別

(平均)

(単位:円)

		牛肉						豚肉					
		肩	肩ロース	ロース	ヒレ	ばら	もも	肩	肩ロース	ロース	ヒレ	ばら	もも
年代別	全体 (n=2000)	22.2	88.7	152.1	27.1	51.6	40.6	18.0	59.3	95.4	19.7	106.8	59.0
	20代 (n=400)	24.5	9.4	63.6	8.9	42.5	14.5	14.7	19.9	38.5	14.2	105.3	36.8
	30代 (n=400)	8.5	46.0	94.0	17.4	40.4	16.1	9.1	35.4	62.6	10.3	108.4	40.6
	40代 (n=400)	13.9	68.1	114.3	20.3	51.8	39.7	35.0	67.0	107.2	12.1	98.3	78.8
	50代 (n=400)	15.8	110.7	159.9	43.4	50.1	75.2	20.0	97.1	140.4	20.9	100.6	71.4
60代以上 (n=400)	48.1	209.3	328.4	45.2	73.3	57.5	11.0	77.0	128.4	41.3	121.3	67.4	
地域別	北海道 (n=200)	14.4	35.6	124.5	1.5	15.6	24.8	16.4	53.6	108.1	7.0	121.7	65.9
	東北 (n=200)	7.9	112.6	93.0	56.8	45.7	28.1	15.0	72.4	83.4	19.7	122.8	37.9
	関東 (n=200)	52.6	54.9	171.8	20.0	50.1	34.9	20.8	83.5	135.9	13.1	73.5	70.6
	北陸 (n=200)	10.5	47.7	49.0	23.9	48.5	39.1	6.8	72.4	95.4	48.0	150.0	55.1
	東海 (n=200)	15.2	65.1	154.7	24.0	22.1	31.3	53.7	49.2	80.9	29.7	86.3	88.9
	近畿 (n=200)	30.6	150.0	246.3	20.2	83.5	80.4	5.4	64.4	134.7	6.8	105.5	83.7
	中国 (n=200)	44.9	102.3	119.0	50.0	55.3	48.3	15.8	38.3	105.8	7.5	125.0	55.6
	四国 (n=200)	12.3	82.5	209.8	63.0	90.4	61.3	14.9	67.2	76.3	27.2	86.5	54.5
	九州 (n=200)	29.6	123.1	182.6	5.9	85.5	52.8	20.5	21.3	53.3	24.0	121.6	64.2
	沖縄 (n=200)	3.5	113.2	170.1	5.3	19.4	4.9	10.5	70.4	80.6	14.5	74.9	13.6

牛肉の傾向

年代別では、ほぼ全ての購入部位で年代が高くなるほど平均購入金額が大きくなっている。「肩ロース」は、20代では9.4円なのに対して、60代以上では209.3円と、大きな差が見られる。「ロース」も同様である。「肩」は他の購入部位とは異なり、20代の購入金額が24.5円で、60代以上に次いで2番目に高くなった。

地域別で見ると、購入金額には大きな差が現れた。近畿は「ロース」は246.3円、「肩ロース」は150.0円、「ばら」は83.5円と突出している。

豚肉の傾向

牛肉と同様に、おおむね年代が高くなるに従って購入金額が増える傾向が見られるが、牛肉とは異なり、最も購入金額が多いのは50代となっている。

「肩ロース」は20代では19.9円なのに対して、50代では97.1円と約5倍、「ロース」は20代では38.5円なのに対して、50代では約3.5倍となっている。

地域別ではかなりばらつきが見られ、関東、近畿は「ロース」が最も多いが、それ以外の地域では「ばら」が多く購入されている。

1 一週間の食肉購入状況

3. 牛肉・豚肉の部位別・1世帯当り平均購入金額

3) 世帯年収別、世帯構成別

図表 -10 購入部位別・1世帯当り平均購入金額：世帯年収別、世帯構成別
(平均)

(単位：円)

		牛肉						豚肉					
		肩	肩ロース	ロース	ヒレ	ばら	もも	肩	肩ロース	ロース	ヒレ	ばら	もも
全 体 (n=2000)		22.2	88.7	152.1	27.1	51.6	40.6	18.0	59.3	95.4	19.7	106.8	59.0
世帯年収別	300万円未満 (n=401)	16.8	59.1	85.7	2.9	49.1	19.2	12.3	35.0	57.3	8.1	96.8	39.6
	300～499万円 (n=485)	7.1	72.0	132.8	18.3	44.4	38.3	10.8	40.1	78.5	15.4	98.3	47.3
	500～699万円 (n=502)	11.2	77.2	122.7	23.1	49.5	32.9	31.3	78.6	74.7	24.1	129.9	69.0
	700～999万円 (n=397)	34.7	84.4	124.0	41.2	67.2	61.4	9.6	69.4	124.3	19.3	93.4	67.4
	1000万円以上 (n=205)	70.1	226.9	407.9	78.5	51.1	68.3	30.6	86.1	199.9	43.8	118.5	86.8
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=285)	8.9	64.7	110.2	18.4	64.9	15.0	10.0	32.2	58.5	9.1	96.2	57.6
	成長期の子供がいる世帯 (n=308)	25.3	91.0	143.1	25.8	54.3	49.7	47.5	89.7	163.8	9.6	125.9	82.3
	20歳代の成人がいる世帯 (n=563)	19.5	44.1	172.3	25.2	39.4	51.2	14.5	43.5	73.3	16.3	114.0	45.8
	子供がいない世帯 (n=571)	21.2	92.2	96.7	24.9	46.7	31.7	12.4	72.9	93.9	28.2	106.3	53.2
	高齢者のみの世帯 (n=273)	40.0	195.7	279.9	45.8	70.1	53.8	11.9	57.3	105.9	31.7	82.4	73.6

牛肉の傾向

「ばら」を除くすべての購入部位で 1,000 万円以上の世帯の購入金額が突出している。中でも最も購入されている「ロース」をみると、407.9 円で全体平均の 2.7 倍となっている。

世帯構成別では、すべての部位で高齢者のみの世帯の購入金額が高い。

豚肉の傾向

「ロース」は、世帯年収が上がるに従って 1 世帯当り平均購入金額が大きくなっており、1,000 万円以上の世帯では 199.9 円と突出している。「肩」と「ばら」はいずれも 500～699 万円の世帯で最も多く購入されており、世帯年収に比例する牛肉の傾向とは異なる特徴となっている。

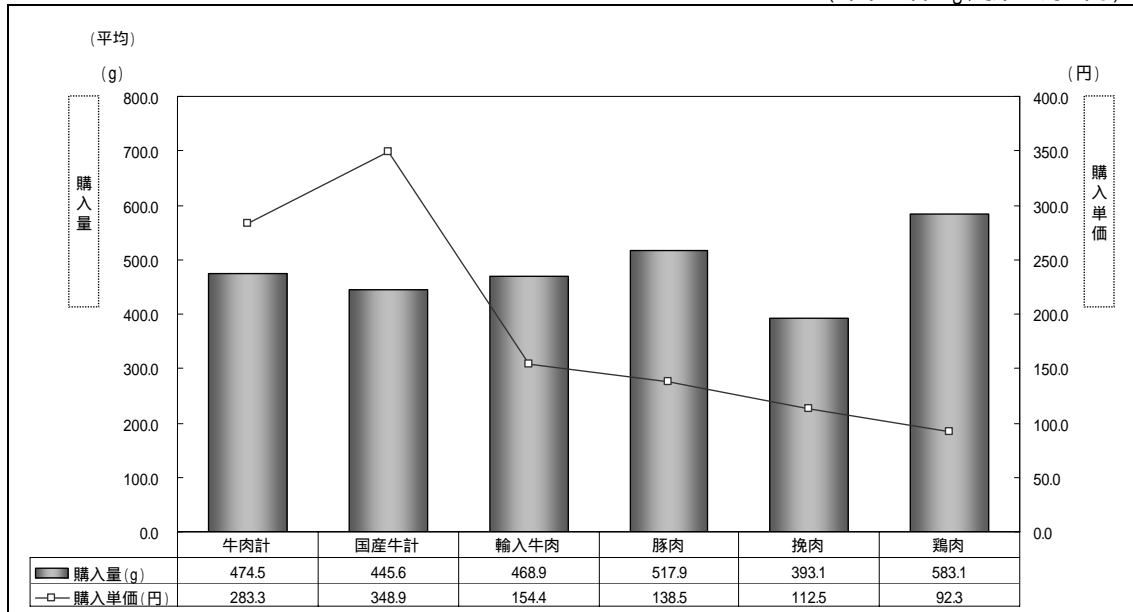
世帯構成別では、「ヒレ」を除くすべての部位で成長期の子供がいる世帯の購入金額が最も高くなっており、高齢者のみの世帯の購入金額が多い牛肉とは決定的に異なる。比較的収入に余裕がある高齢者のみの世帯が、高額にも関わらず購入する牛肉に対し、豚肉は成長期の子どもがいる世帯に広く購入されている。

1 一週間の食肉購入状況

4. 購入世帯当り購入量と100g当り購入単価

図表 -11 食肉の購入世帯当り購入量および購入単価

(単位: 棒: g、折れ線: 円)



「牛肉計」の購入世帯当り購入量は 474.5g で、購入単価は 283.3 円。

牛肉は、「国産牛肉」と「輸入牛肉」は購入量では 445.6g、468.9g と大きな差は見られないが、価格は「国産牛肉」の 348.9 円に対し「輸入牛肉」は 154.4 円と半分以下になっている。購入単価についてみると、「輸入牛肉」以下は「豚肉」「挽肉」「鶏肉」の順となっている。購入単価の最も安い「鶏肉」が最も購入量が多い。

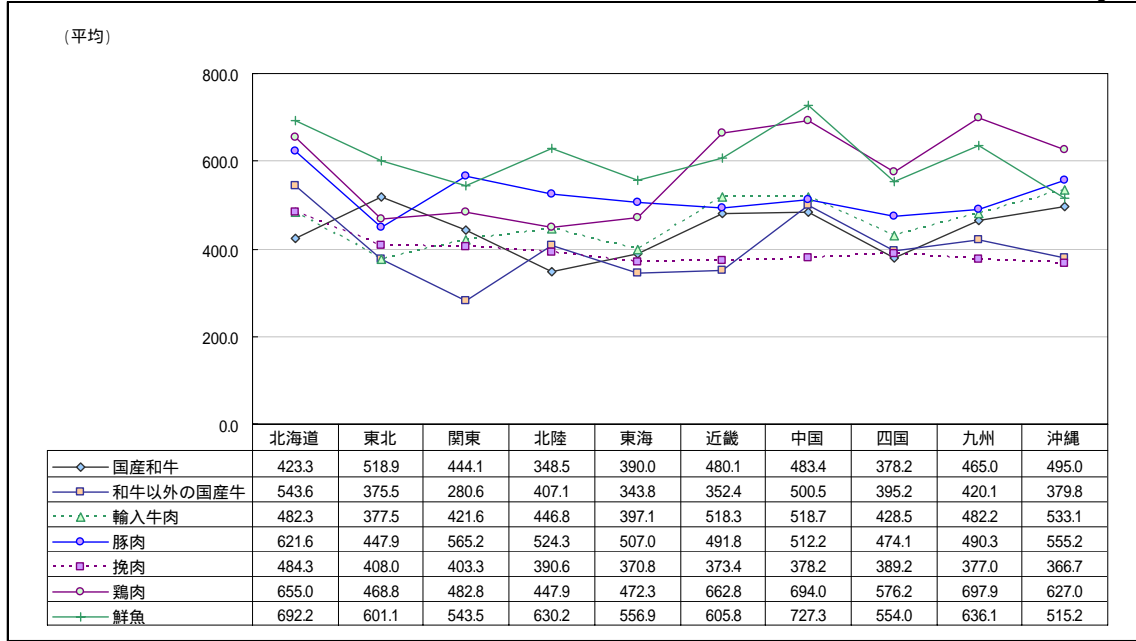
1 一週間の食肉購入状況

5. 種類別・購入世帯当り平均購入量

1) 地域別

図表 -12 種類別・購入世帯当り平均購入量: 地域別

(単位: g)



購入世帯当りの平均購入量を地域別に見ると、「国産和牛」の購入量が多いのは東北（518.9g）、沖縄（495.0g）、中国（483.4g）、近畿（480.1g）などで、どちらかといえば西日本で「牛肉」の購入金額が大きい傾向が見られる。「和牛以外の国産牛」では北海道と中国の購入量が多くなっている。

「鶏肉」と「鮮魚」は北陸で差異が見られる以外は同じような傾向にあり、西日本でも購入量が多くなっている。

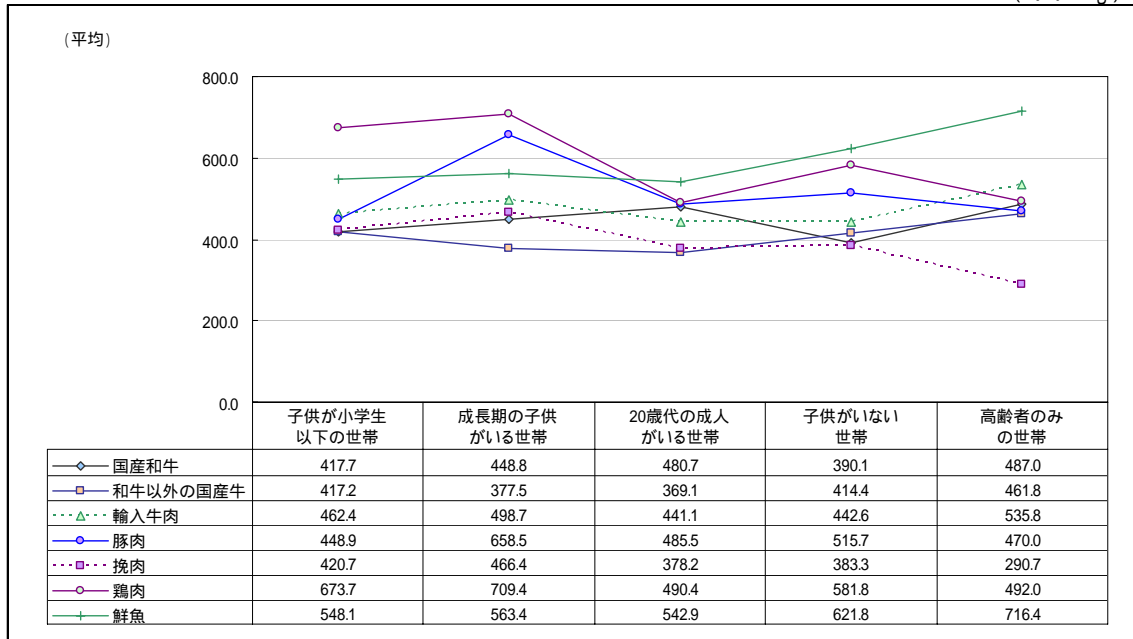
1 一週間の食肉購入状況

5. 種類別・購入世帯当り平均購入量

2) 世帯構成別

図表 -13 種類別・購入世帯当り平均購入量: 世帯構成別

(単位: g)



購入世帯当りの平均購入量を見ると、「国産和牛」は高齢者の世帯（487.0g）と20歳代の成人がいる世帯（480.7g）で多くなっているが、全体的に世帯別の差はそれほど大きくはない。「和牛以外の国産牛」や「輸入牛肉」も高齢者のみの世帯で購入量が多く、牛肉に関しては若い年代よりも高齢者のみの世帯の方が購入量が多い結果となっている。

「豚肉」は、成長期の子供がいる世帯が658.5gと突出している。「挽肉」も成長期の子供がいる世帯（466.4g）や子どもが小学生以下の世帯（420.7g）の購入量が多く、子どもを持つ親のニーズが感じられる。「鶏肉」も「挽肉」と同様の傾向にある。

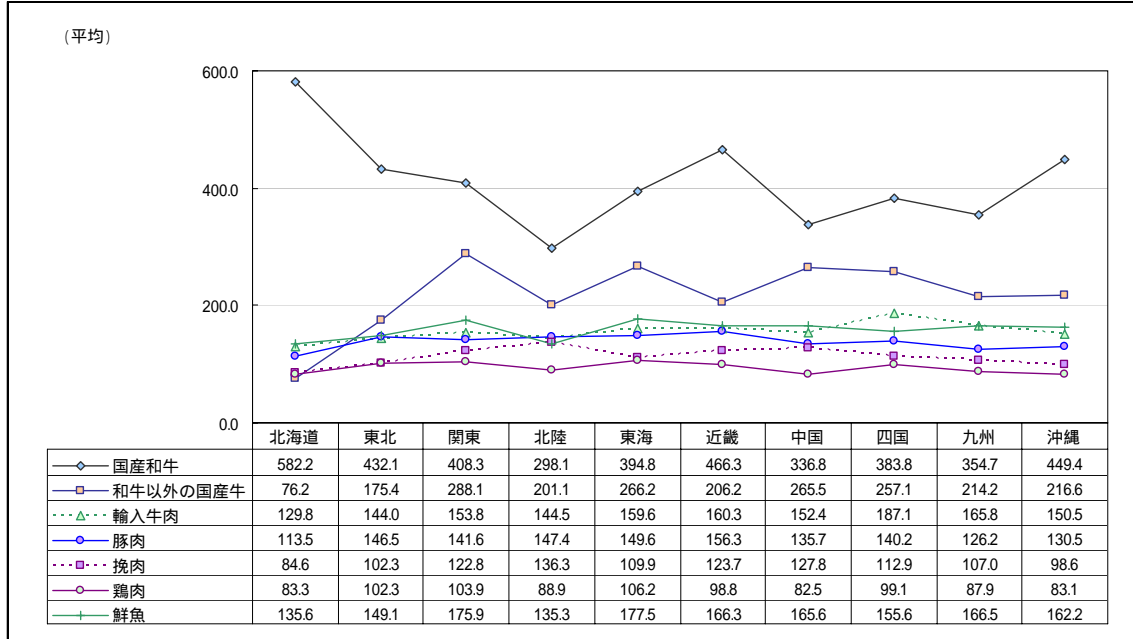
1 一週間の食肉購入状況

6. 種類別・平均購入単価

1) 地域別

図表 -14 種類別平均購入単価(100g当り):地域別

(単位:円)



100g 当り平均購入単価を地域別にみると、「国産和牛」は近畿で 466.3 円と、全国平均の 405.5 円を大きく上回った。北海道と沖縄の金額が突出しているが、それぞれ購入世帯が 15 世帯、10 世帯と少ないため比較対象外とする。

牛肉以外は、「豚肉」が 156.3 円で近畿、挽肉が 136.3 円で北陸、鶏肉が 106.2 円で東海の購入単価が高くなっている。

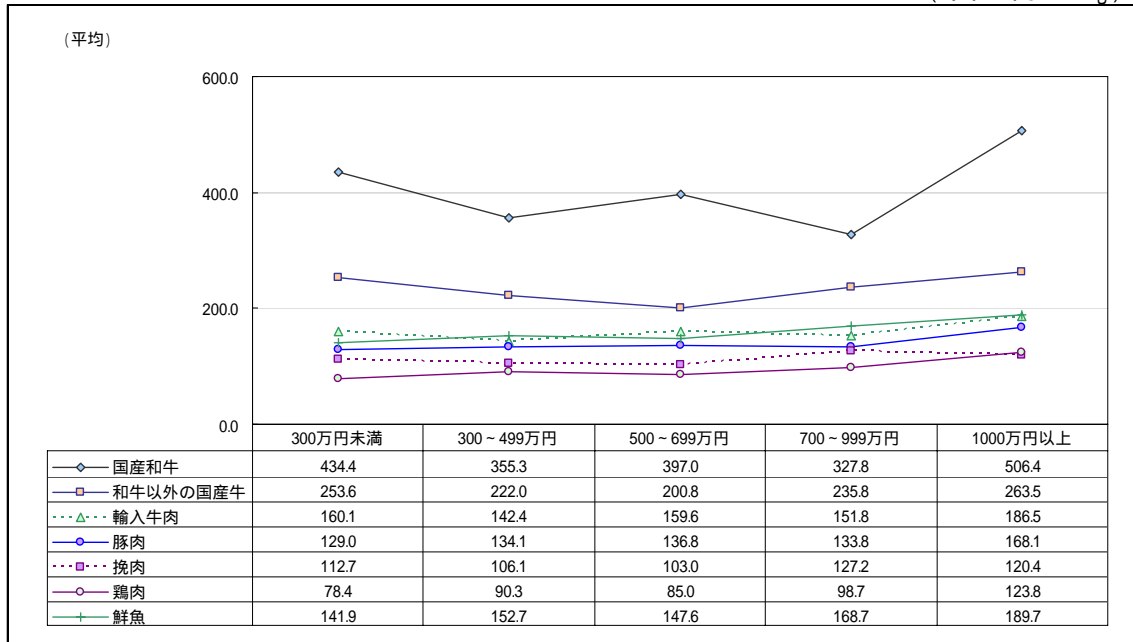
1 一週間の食肉購入状況

6. 種類別平均購入単価

2) 世帯年収別

図表 -15 種類別平均購入単価(100g当り): 年収別

(単位: 円/100g)



「挽肉」で 700~999 万円の家帯の平均購入金額が最も高くなった他は、1,000 万円以上の家帯が最も高くなった。中でも「国産和牛」は 506.4 円と、次に高い 300 万円未満の家帯の平均購入単価 434.4 円を大きく上回った。

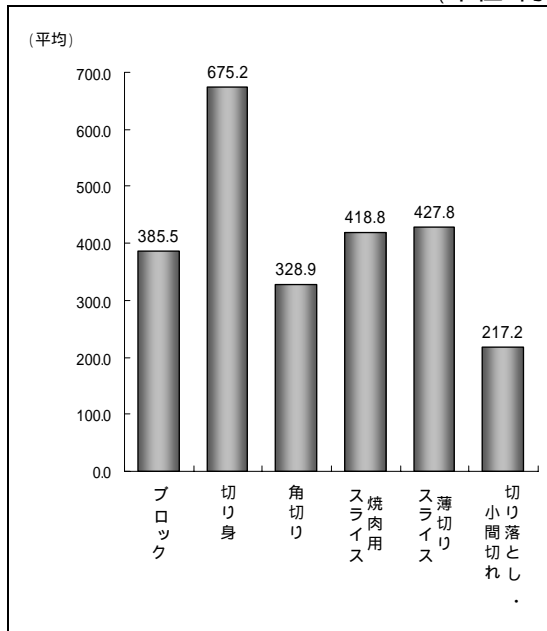
「国産和牛」「和牛以外の国産牛」「輸入肉」で、1,000 万円以上の家帯について 300 万円未満の家帯の購入金額が高くなった。

1 一週間の食肉購入状況

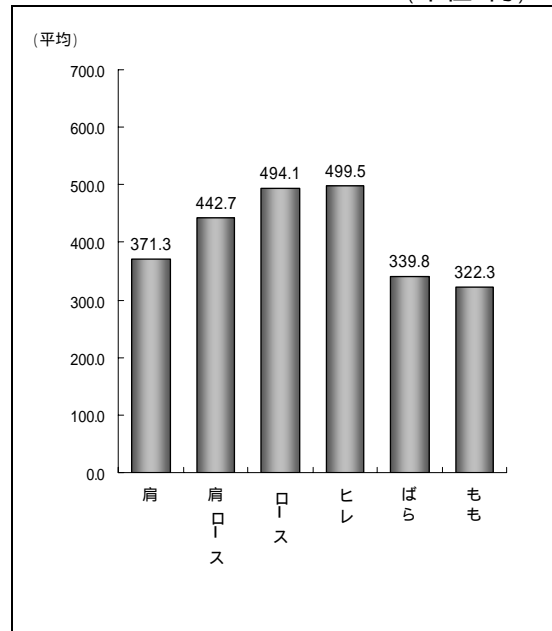
7. 種類×購入形態 / 部位別・平均購入単価

1) 国産和牛

図表 -16 種類別平均購入単価
(100g当り): 年収別
(単位:円)



図表 -17 国産和牛の購入部位別
平均購入単価
(単位:円)



国産和牛の購入形態別平均購入単価を「図表 -16」に、購入部位別平均購入単価を「図表 -17」に示す。

購入形態別で見ると、「切り身」は100g当り675.2円と特に高額になっている。「薄切りスライス」「焼き肉用スライス」「ブロック」は100g当り427.8円、418.8円、385.5円と400円前後であり差がない。「切り落とし・小間切れ」は100g当り217.2円と最も安い。

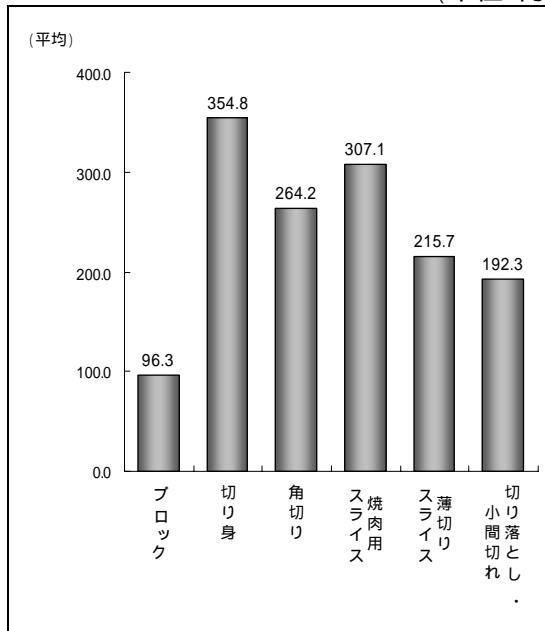
購入部位別で見ると、「ヒレ」「ロース」が高く、100g当り499.5円、494.1円と500円近い。一方で「もも」「ばら」は100g当り322.3円、339.8円と安くなっている。

1 一週間の食肉購入状況

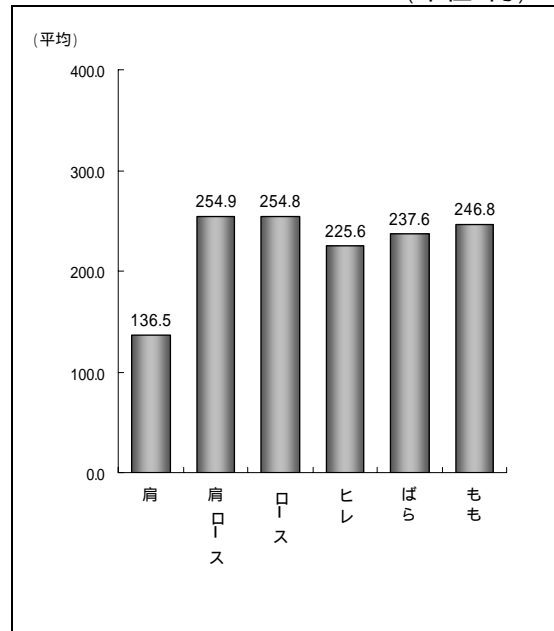
7. 種類×購入形態/部位別・平均購入単価

2) 和牛以外の国産牛

図表 -18 和牛以外の国産牛の
購入形態別平均購入単価
(単位:円)



図表 -19 和牛以外の国産牛の
購入部位別平均購入単価
(単位:円)



和牛以外の国産牛の購入形態別平均購入単価を「図表 -18」に、購入部位別平均購入単価を「図表 -19」に示す。

購入形態別でみると、「切り身」「焼き肉用スライス」の順で高く、100g 当り 354.8 円、307.1 円と 300 円を超えている。一方、「ブロック」は 100g 当り 96.3 円と目立って安く、国産和牛の「ブロック」との違いが大きい。

購入部位別でみると、「肩ロース」「ロース」「もも」が 100g 当り 254.9 円、254.8 円、246.8 円と約 250 円が高くなっている。「肩」は 100g 当り 136.5 円と特に安い。

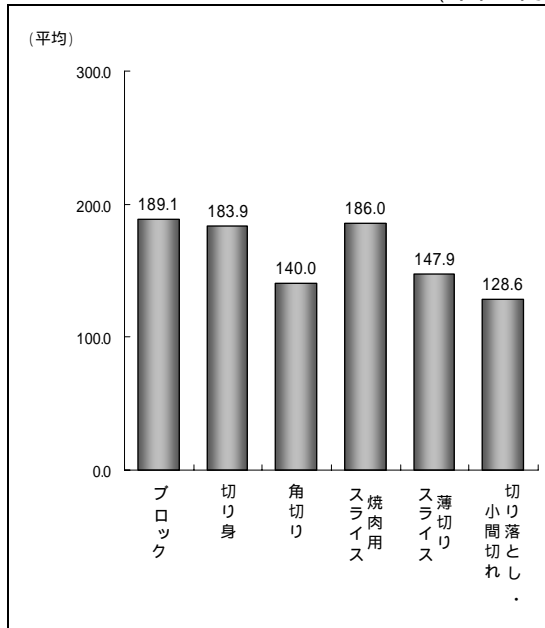
1 一週間の食肉購入状況

7. 種類×購入形態 / 部位別・平均購入単価

3) 輸入牛肉

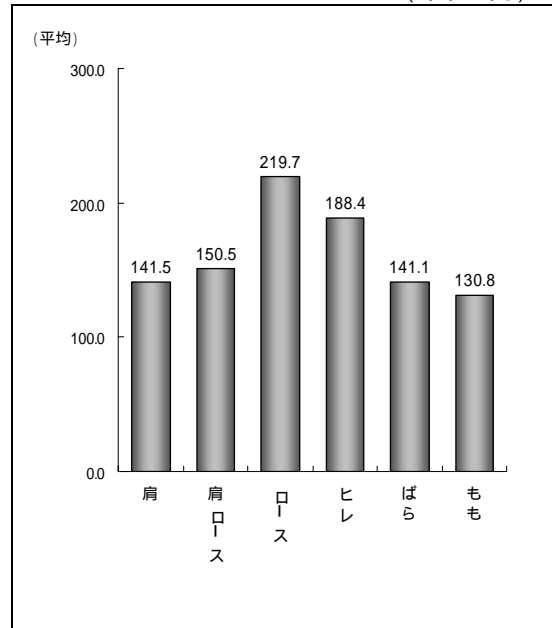
図表 -20 輸入牛肉の購入形態別
平均購入単価

(単位:円)



図表 -21 輸入牛肉の購入部位別
平均購入単価

(単位:円)



輸入牛肉の購入形態別平均購入単価を「図表 -20」に、購入部位別平均購入単価を「図表 -21」に示す。

購入形態別でみると、「ブロック」「焼き肉用スライス」「切り身」は 100g 当り 189.1 円、186.0 円、183.9 円と同水準で高くなっている。一方、「切り落とし・小間切れ」は 100g 当り 128.6 円と安い。

購入部位別でみると、「ロース」が 100g 当り 219.7 円で最も高く、200 円を超えたのは「ロース」のみとなった。「もも」「ばら」「肩」は 100g 当り 130.8 円、141.1 円、141.5 円と安くなっている。

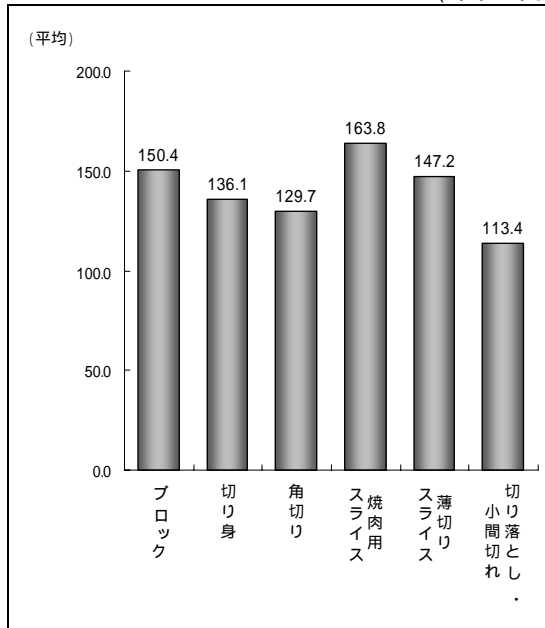
1 一週間の食肉購入状況

7. 種類×購入形態 / 部位別・平均購入単価

4) 豚肉

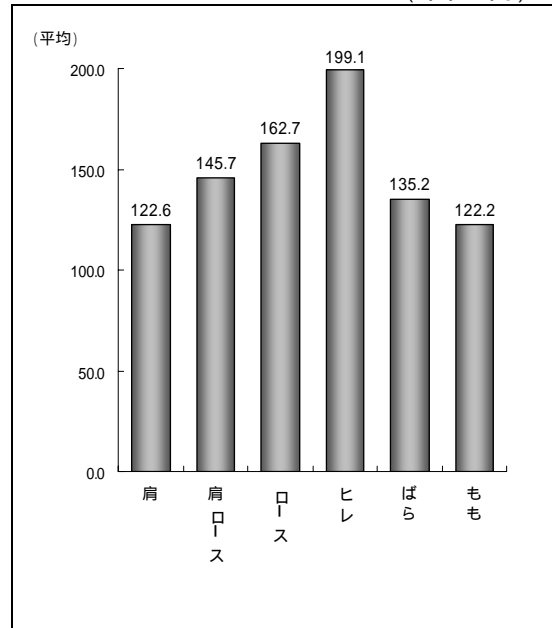
図表 -22 豚肉の購入形態別
平均購入単価

(単位:円)



図表 -23 豚肉の購入部位別
平均購入単価

(単位:円)



豚肉の購入形態別平均購入単価を「図表 -22」に、購入部位別平均購入単価を「図表 -23」に示す。

購入形態別でみると、「焼き肉用スライス」「ブロック」「薄切りスライス」の順で高く、100g 当り 163.8 円、150.4 円、147.2 円となっている。「切り落とし・小間切れ」は 100g 当り 113.4 円と最も安い。

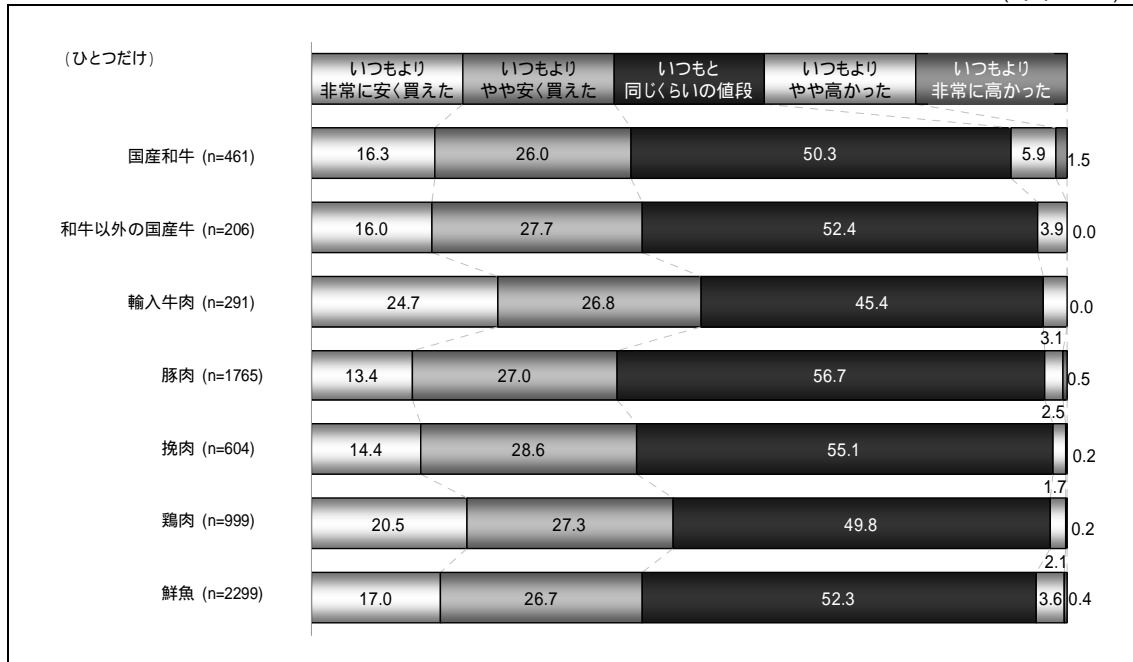
購入部位別でみると、「ヒレ」が 100g 当たり 199.1 円と特に高い。「もも」「肩」は 100g 当たり 122.2 円、122.6 円と安くなっている。

1 一週間の食肉購入状況

8. 購入時点での価格に対する評価

図表 -24 購入時点における価格評価

(単位: %)



「いつもより非常に安く買えた」の回答が最も多いのは「輸入牛肉」の24.7%、次いで「鶏肉」の20.5%で、それ以外の食材では大きな違いは見られない。「いつもよりやや安く買えた」はどの食材もあまり違いはみられないが、「いつもより非常に安く買えた」が価格に対する満足度(納得感)に直結していると考え、輸入牛肉の価格に対する満足度は他の食材に比べて高いといえよう。

「いつもより非常に高かったが買った」と「いつもよりやや高かったが買った」の合計が大きいのは「国産和牛」だが、その割合は7.4%とあまり高くなく、全体の傾向に影響はみられない。

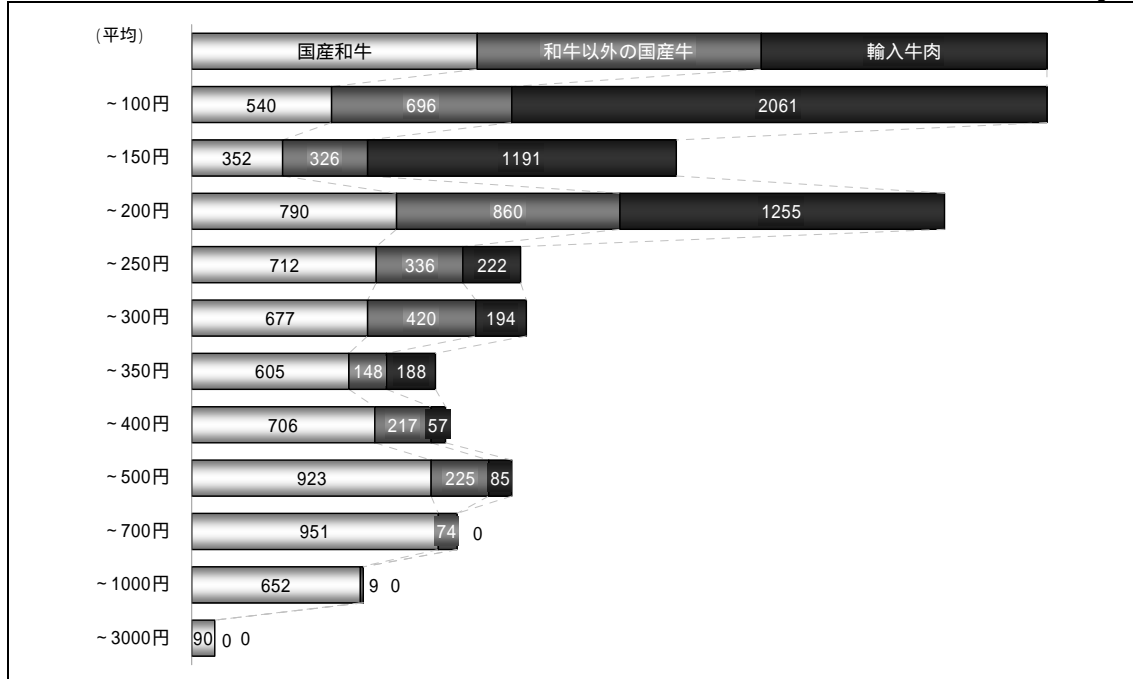
1 一週間の食肉購入状況

9. 食肉の価格分布

1) 牛肉の価格分布

図表 -25 牛肉100g当り単価帯別100世帯当り平均購入量

(単位:g)



「輸入牛肉」は、100g 当り「200 円以下」に購入量が集中しており、中でも「100 円以下」の 2,061g は「150 円以下」の 1,191g のほぼ倍になっている。「200 円以下」も 1,255g と非常に多い。

「和牛以外の国産牛」は「輸入牛肉」と同様、「200 円以下」（860g）と「100 円以下」（696g）の安い価格帯に購入量が集中している。

「国産和牛」はピークが 2 つあり、「500～700 円」（951g）と「400～500 円以下」（923g）の購入量が多いが、「150～200 円」（790g）以下と「200～250 円」（712g）も多くなっている。

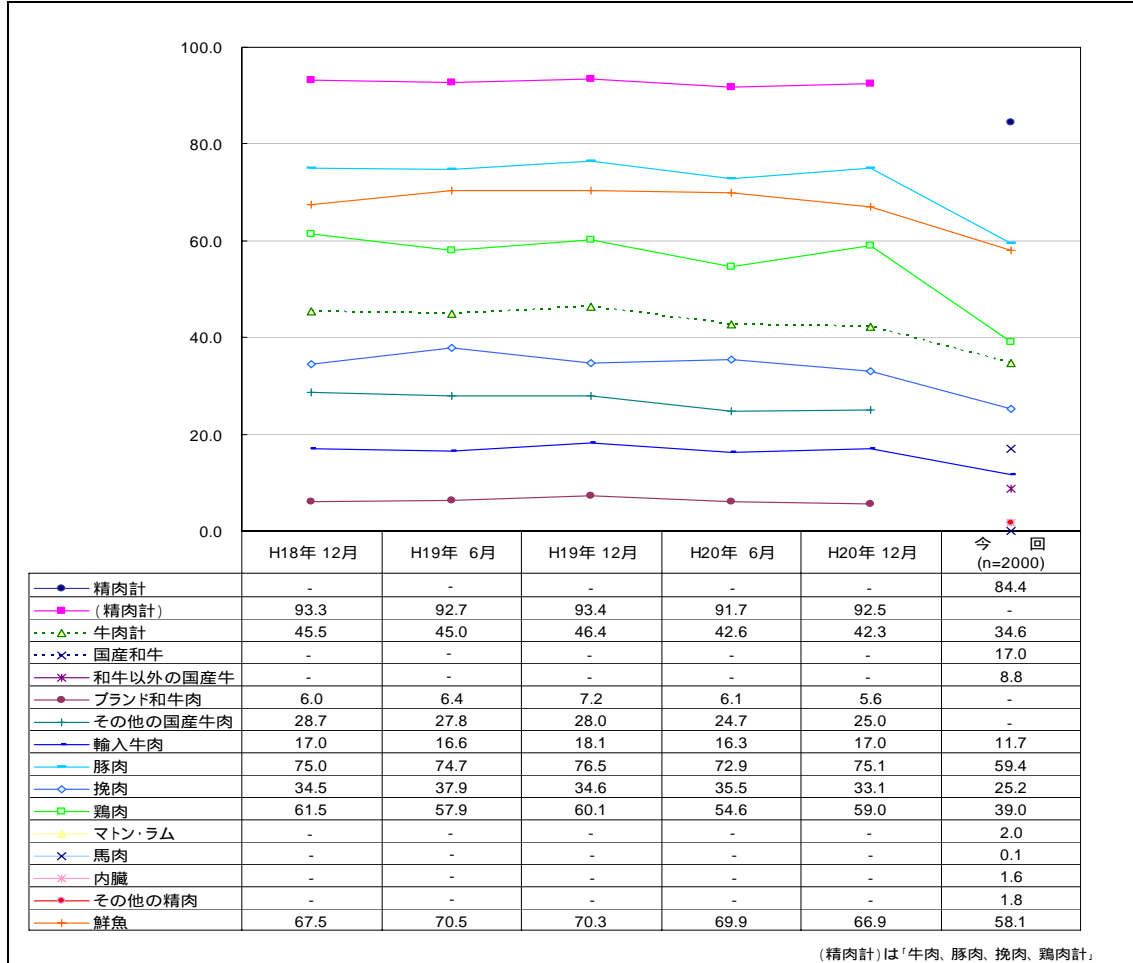
1 一週間の食肉購入状況

10. 精肉・鮮魚の購入世帯率

1) 推移

図表 -26 精肉・鮮魚の購入世帯率の推移

(単位: %)



購入世帯率の最も高い食材は「豚肉」で、世帯購入率は59.4%であった。肉類については「鶏肉」が39.0%、「牛肉計」が34.6%となっている。

全体的には、過去5回の調査では世帯購入率はほぼ横ばいであり安定的に推移していたが、今回調査では最も世帯購入率の高い「豚肉」が15.7ポイントと大きく低下したのをはじめ、「鶏肉」は20.0ポイント、「挽肉」も7.9ポイントとすべての肉類で大幅に低下した。牛肉はカテゴリーの変更もあり単純比較はできないが「輸入牛肉」については5.3ポイントのマイナスとなっている。

おそらく昨今の厳しい経済情勢の変化が購入減少に影響を与えていると考えられ、引き続き今後の推移を見守る必要がある。

1 一週間の食肉購入状況

10. 精肉・鮮魚の購入世帯率

2) 地域別、年代別

図表 -27 精肉・鮮魚の購入世帯率：年代別、地域別

(単位：%)

		精肉計											鮮魚	
		牛肉				豚肉	挽肉	鶏肉	マトン・ラム	馬肉	内臓	その他の精肉		
		牛肉計	国産和牛	の和牛以外	輸入牛肉									
全	体 (n=2000)	84.4	34.6	17.0	8.8	11.7	59.4	25.2	39.0	2.0	0.1	1.6	1.8	58.1
年代別	20代 (n=400)	76.5	23.3	9.5	6.0	9.0	50.5	24.3	36.0	1.0	0.0	1.5	1.3	38.5
	30代 (n=400)	83.5	30.8	14.0	8.3	10.8	59.3	26.0	39.8	2.5	0.0	1.8	1.8	49.8
	40代 (n=400)	87.0	35.5	14.3	8.8	15.8	62.0	27.5	38.8	2.8	0.0	2.0	2.0	57.3
	50代 (n=400)	88.5	42.0	23.3	10.0	12.8	64.0	26.5	43.5	1.8	0.3	1.3	2.3	69.3
	60代以上 (n=400)	86.3	41.3	24.0	10.8	10.0	61.0	21.8	37.0	2.0	0.3	1.5	1.8	75.5
地域別	北海道 (n=200)	82.0	18.0	8.0	2.5	9.5	59.0	22.0	37.5	11.5	0.0	1.0	2.0	52.0
	東北 (n=200)	80.5	29.0	12.5	5.5	13.0	62.0	23.5	33.5	4.0	0.0	1.0	1.5	65.5
	関東 (n=200)	84.0	33.5	19.0	7.0	10.0	61.5	30.5	31.5	0.5	0.0	2.5	3.0	58.5
	北陸 (n=200)	87.5	30.0	12.5	8.5	11.0	65.0	25.5	41.5	0.0	0.0	1.5	1.5	62.0
	東海 (n=200)	86.0	31.5	20.0	6.5	6.5	61.5	23.5	37.0	0.5	0.0	0.5	2.0	62.5
	近畿 (n=200)	86.0	42.5	29.0	8.5	8.0	61.5	26.0	40.0	1.5	0.0	0.5	1.5	50.0
	中国 (n=200)	85.0	36.0	16.5	12.5	11.0	57.0	23.0	41.0	1.0	0.5	1.5	1.5	57.5
	四国 (n=200)	86.0	46.0	22.0	16.5	12.5	57.0	25.5	48.5	0.0	0.0	2.0	2.0	58.0
	九州 (n=200)	84.0	44.0	24.5	14.0	10.0	58.0	27.5	39.0	1.0	0.5	4.0	2.5	61.0
沖縄 (n=200)	82.5	35.0	6.0	6.0	25.0	51.0	25.0	40.5	0.0	0.0	1.5	0.5	53.5	

精肉・鮮魚の購入世帯率を年代別に見ると、「国産和牛」と「和牛以外の国産牛」は、年代が上がるに従って購入世帯率が高くなっており、特に50代と60代以上の購入世帯率が高い。これが「牛肉計」に反映されており、購入世帯率の増加の様子が見て取れる。「輸入牛肉」のみやや傾向が異なり、40代と50代で購入率が高くなっている。

地域別に見ると、「牛肉計」の購入世帯率は四国で最も高く、46.0%、次いで九州(44.0%)、近畿(42.5%)と続き、西日本で購入世帯率が高くなっている。内訳で見ると、これらの地域での「国産和牛」の購入世帯率が高くなっているのが見て取れる。「輸入牛肉」はやや傾向が異なり、沖縄の購入世帯率が25.0%と、最も高くなっている。

「豚肉」は北陸の購入世帯率が、「鶏肉」は四国の購入世帯率が、それぞれ若干高くなっている。

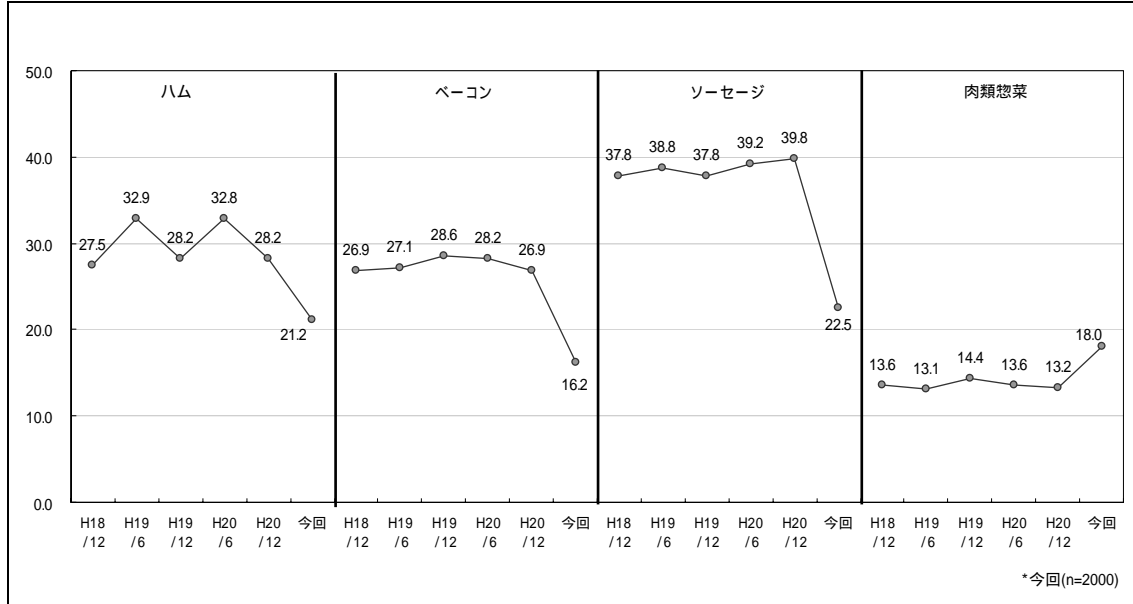
1 一週間の食肉購入状況

11. 肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率

1) 推移

図表 -28 肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率の推移

(単位: %)



肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率の推移を見ると、購入世帯率が最も高い「ソーセージ」が前回調査より 17.3 ポイント減少して 22.5%となったのをはじめ、「ハム」は 7.0 ポイント減少の 21.2%、「ベーコン」は 10.7 ポイント減少の 16.2%といずれも購入世帯率は大幅に下落した。「肉類惣菜」は 4.8%の増加、「ハム」「ベーコン」「ソーセージ」の落ち込みが際立っている。

精肉・鮮魚の肉類の購入世帯率はいずれも低下傾向にあったが、肉類加工品ではその傾向はより顕著で、経済状況の急激な変化が各世帯の購買行動の変化の一因であると考えられる。

1 一週間の食肉購入状況

11. 肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率

2) 地域別・年代別

図表 -29 肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率：年代別、地域別

(単位：%)

		ハム	ベーコン	ソーセージ	肉類惣菜
全 体 (n=2000)		21.2	16.2	22.5	18.0
年 代 別	20代 (n=400)	18.5	14.3	21.8	16.0
	30代 (n=400)	18.8	14.0	27.8	20.5
	40代 (n=400)	20.5	15.8	27.0	20.5
	50代 (n=400)	22.3	20.5	19.0	17.8
	60代以上 (n=400)	25.8	16.3	17.0	15.3
地 域 別	北海道 (n=200)	16.0	17.0	25.5	14.0
	東北 (n=200)	22.5	19.5	25.0	19.5
	関東 (n=200)	25.0	17.5	22.0	15.0
	北陸 (n=200)	21.0	13.5	18.5	21.0
	東海 (n=200)	22.0	12.5	22.0	18.5
	近畿 (n=200)	25.0	12.5	24.5	16.0
	中国 (n=200)	21.5	18.0	17.0	18.0
	四国 (n=200)	20.0	14.5	22.0	23.5
	九州 (n=200)	21.5	21.5	21.5	15.5
沖縄 (n=200)	17.0	15.0	27.0	19.0	

肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率を年代別に見ると、「ハム」は60代以上で、「ベーコン」は50代で、「ソーセージ」は30代と40代で、それぞれ購入世帯率が最も高くなっており、各品目で支持される年代が異なっているのがわかる。「肉類惣菜」は30代と40代の利用率が高いが、各年代間の差はあまり大きくはない。

居住地域別では、北海道と沖縄の購入世帯率に特徴が見られる。北海道は「ソーセージ」のみ全体を上回ったが、他の品目は他地域よりも購入世帯率が低い。沖縄では「ハム」が少ない。沖縄の家庭料理で頻繁に使用される「スパム」が食べられているためであると推測される。

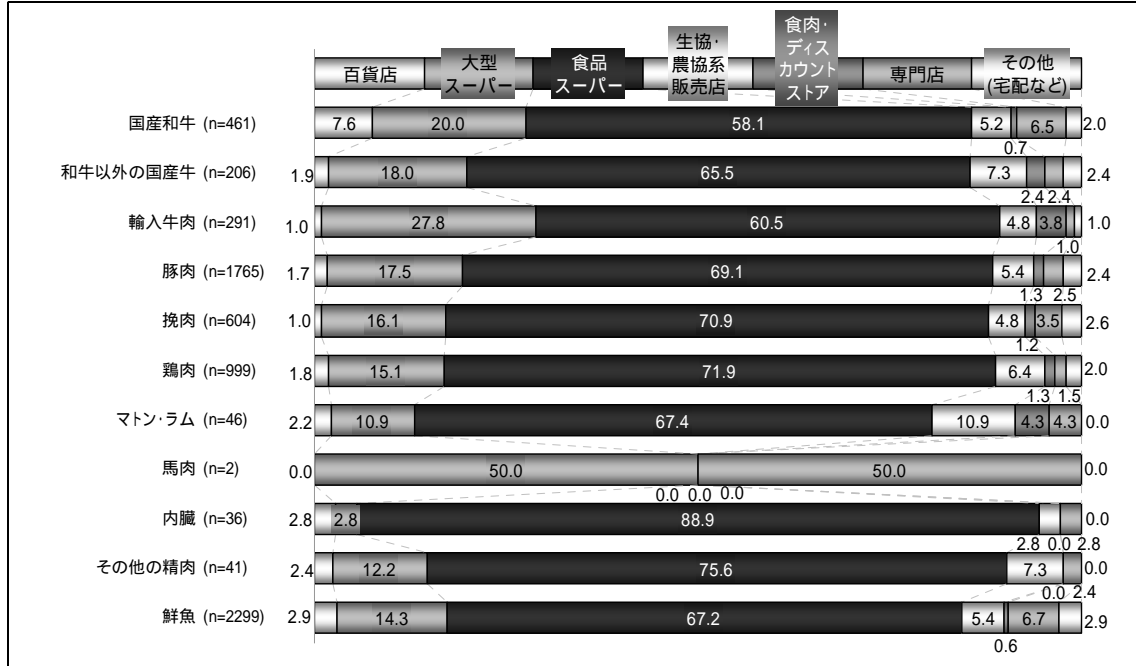
2 食肉売り場と選定基準

1. 購入先別買物回数構成比

1) 精肉・鮮魚

図表 -30 食肉の購入先別買物回数構成比

(単位: %)



どの食肉も最も多い購入先は「食品スーパー」だが、その割合は58.1%から88.9%までと幅広い。

「国産和牛」は、他の食材に比べ「百貨店」で購入される割合が高く、他の食材における「百貨店」からの購入率が3%以下であるのに対し7.6%を占める。「食肉専門店」の購買率も「国産和牛」は他の食材よりやや高く、6.5%となっている。

「輸入牛肉」は「大型スーパー」が27.8%で、他の食材に比べ高いのが目立つ。「豚肉」「挽肉」「鶏肉」は「食品スーパー」が70%前後を占め、大きな違いは見られない。「マトン・ラム」は「生協・農協系販売店」が10.9%とやや多くなっている。

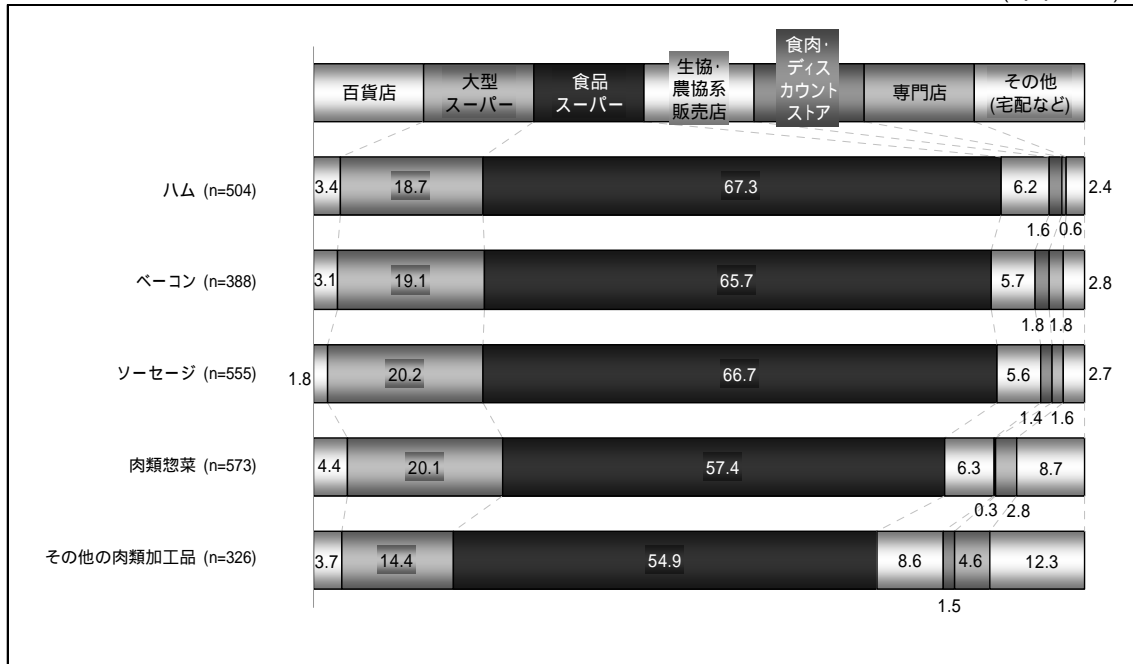
2 食肉売り場と選定基準

1. 購入先別買物回数構成比

2) 肉類加工品・肉類惣菜

図表 -31 肉類加工品・肉類惣菜の購入先別買物回数構成比

(単位: %)



食肉加工品その他の購入先を見ると、「ハム」「ベーコン」「ソーセージ」は「食品スーパー」が三分の二程度、「大型スーパー」が20%前後で、それ以外の買い物先の比率も大きな差は見られず、構成比は似たような傾向が見られる。「肉類惣菜」や「その他の肉類加工品」については「その他」や「専門店」「生協・農協系販売店」「百貨店」からの購入比率が比較的高くなっている。

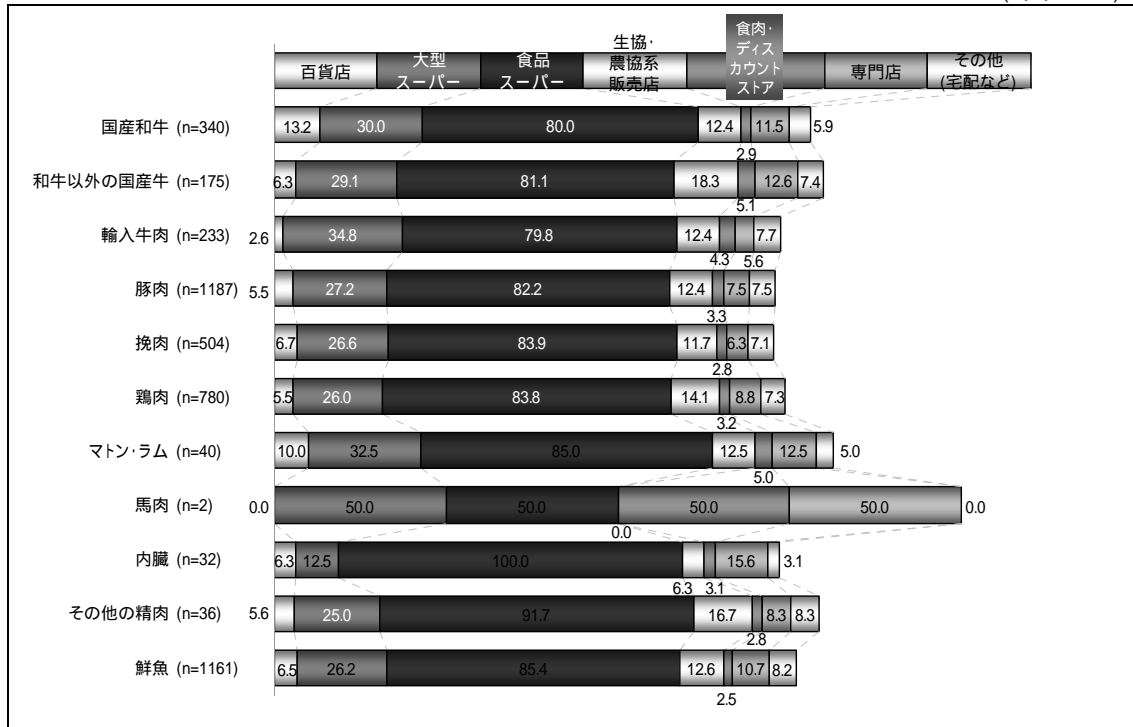
2 食肉売り場と選定基準

2. 購入先別購入世帯率

1) 精肉・鮮魚

図表 -32 精肉・鮮魚の購入先別購入世帯率

(単位: %)



主要精肉はいずれも「食品スーパー」が80%前後を占め、最も多い購入先となっているが、それ以外の購入先ではやや差が見られた。

「国産和牛」は、他の食肉に比べ「百貨店」で購入される割合が高く、購入世帯率は13.2%となっている。

「和牛以外の国産牛」では「生協・農協系販売店」(18.3%)や「専門店」(12.6%)がやや多くなっている。

「輸入牛肉」は「大型スーパー」での購入が34.8%と多くなっている。「豚肉」「挽肉」「鶏肉」については購入先に大きな差異はみられない。

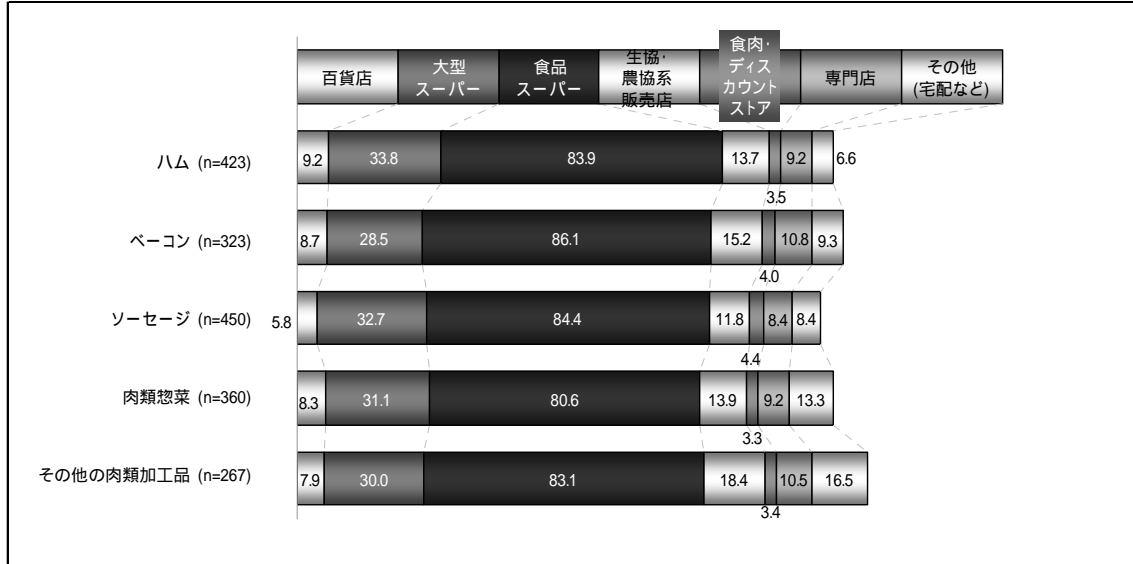
2 食肉売り場と選定基準

2. 購入先別購入世帯率

2) 肉類加工品・肉類惣菜

図表 -33 肉類加工品・肉類惣菜の購入先別購入世帯率

(単位: %)



肉類加工品・肉類惣菜の購入先を見ると、いずれも「食品スーパー」が80%以上で最も高い。「ハム」「ベーコン」「ソーセージ」は購入先に特に目立った違いは見られず、同様の傾向を示している。

「肉類惣菜」は「その他」がやや多く、「その他の肉類加工品」は「その他」(16.5%)とともに、「生協・農協系販売店」が18.4%と高い。

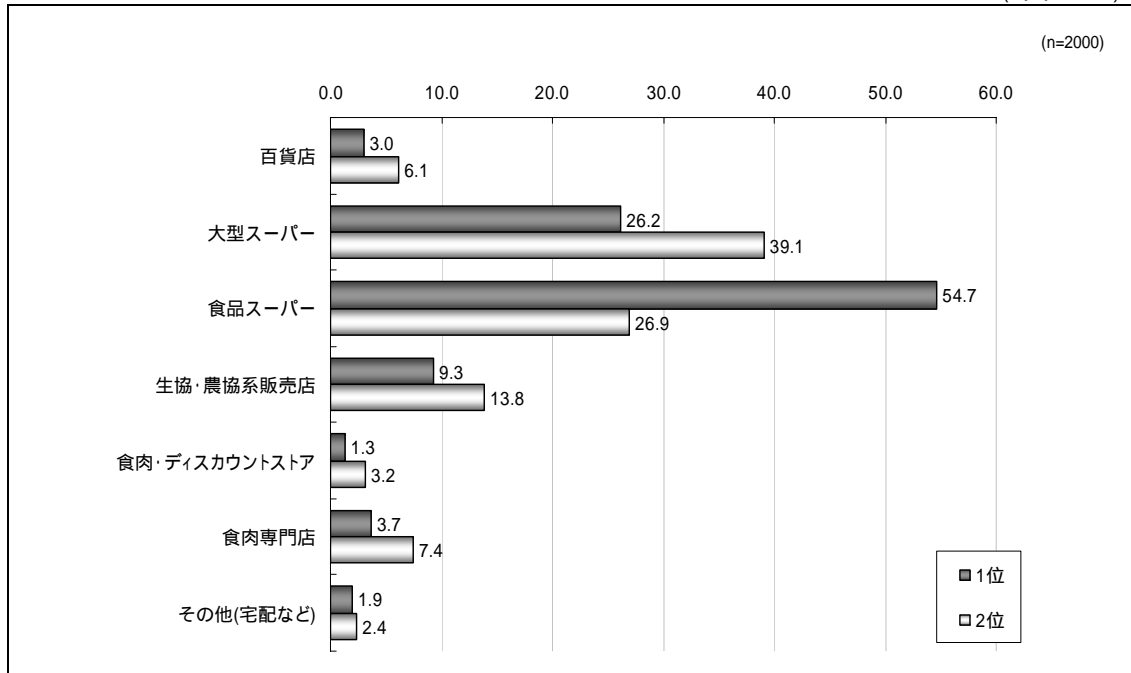
2 食肉売り場と選定基準

3 食肉小売店の選定

1) 利用頻度の高い食肉小売店

図表 -34 利用頻度の高い食肉小売店

(単位: %)



食肉を購入する場合に利用するお店として頻度の高い順に聞いてみると、最も利用頻度が高いのが「食品スーパー」で、54.7%の人が第1位に挙げている。次いで「大型スーパー」の26.2%、「生協・農協系販売店」の9.3%と続く。

2番目に利用頻度が高い店には、39.1%の人が「大型スーパー」を挙げ、次いで「食品スーパー」の26.9%、「生協・農協系販売店」の13.8%と続いており、食肉の購入先としては主にこの3つが選択されているのが分かる。

2 食肉売り場と選定基準

3. 食肉小売店の選定

2) 食肉小売店の選定理由

図表 -35 食肉小売店の選定理由

(単位:%)

(ひとつだけ)	安い	品揃えが多い	好きな量が買える	気がねしないで買える	商品が選びやすい	安全性が高い	サービスが良い	1ヶ所で買物ができる	近所にある	品質が良い	その他
百貨店 (n=59)	8.5	15.3	6.8	1.7	6.8	22.0	1.7	1.7	11.9	22.0	1.7
大型スーパー (n=524)	11.8	32.3	1.5	3.1	7.6	5.5	0.6	18.5	16.2	1.3	1.5
食品スーパー (n=1093)	26.9	8.7	0.8	4.6	8.1	0.9	0.2	8.9	36.5	3.8	0.6
生協・農協系販売店 (n=186)	4.3	3.8	1.6	1.1	5.9	44.6	0.5	1.6	21.5	10.2	4.8
食肉 ディスカウントストア (n=26)	76.9	0.0	3.8	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	3.8	7.7	0.0
食肉専門店 (n=74)	13.5	1.4	10.8	1.4	6.8	8.1	1.4	1.4	0.0	55.4	0.0
その他 (n=38)	2.6	5.3	0.0	2.6	10.5	34.2	0.0	7.9	0.0	15.8	18.4

小売店の選択理由は、それぞれ異なっており明確な違いがあらわれた。

最も利用頻度の高い食品スーパーを選択した理由をみると、「近所にある」が36.5%、「安い」が26.9%となっており、「安くて近所にあるお店」として食肉の購買先に選ばれている。

大型スーパーの場合は、「品揃えが多い」32.3%、「1ヶ所で買物ができる」18.5%が上位の選択理由として挙げられており、買い物や用事が一箇所で済む利便性が評価されている。

生協・農協系販売店は「安全性が高い」が44.6%に達し、次いで「近所にある」が21.5%と、主に商品の安全性が評価され、選ばれている。

食肉専門店は「品質が良い」が55.4%を占め、品質に対する確固たる信頼感が選定理由となっている。百貨店は「安全性が高い」と「品質が良い」で安全性と品質が評価されてはいるものの、その割合はともに22.0%であまり高いとは言えない。

2 食肉売り場と選定基準

3. 食肉小売店の選定

3) 食肉小売店への要望

図表 -36 食肉小売店への要望

(単位: %)

(いくつでも)

	売価の引き下げ	商品の品質についての説明表示	と畜検査結果証明書の店頭表示	衛生管理・鮮度管理の徹底	生産者や生産履歴の紹介・表示	セールスや特売日の積極的な展開	店頭でのスライスや挽き肉の対応	店頭での肉料理のメニュー提案の強化	試食販売の強化	ポイント・スタンプカード	POPやショーカードの表示	商品バラエティの拡大	商品の専門化(特定商品への特化)	食肉惣菜(仕入商品)類の強化	食肉惣菜(自家製商品)類の強化	ホームページの開設	ネット販売への対応	トレーサビリティ検索システム店内常設	チラシ・ビラの配布	その他	
全 体 (n=2000)	56.9	50.5	15.1	58.0	25.6	45.5	19.3	12.3	9.4	16.8	5.0	9.4	6.3	4.5	8.2	2.7	3.3	5.4	7.3	2.9	
年代別	20代 (n=400)	64.3	43.8	13.8	47.0	19.5	47.8	16.3	13.8	11.8	25.3	7.5	11.8	6.5	6.3	8.8	4.5	4.0	4.8	10.3	2.3
	30代 (n=400)	57.5	45.5	12.3	59.5	23.8	49.0	20.3	14.8	10.8	20.8	5.8	11.3	5.8	5.5	9.8	3.8	2.5	3.5	9.0	4.3
	40代 (n=400)	59.3	49.0	12.5	57.8	21.8	48.5	22.8	14.0	8.3	14.8	4.0	9.3	5.3	2.5	8.0	1.8	2.0	4.5	5.0	3.5
	50代 (n=400)	53.5	58.0	18.3	62.8	30.8	47.5	17.8	11.3	8.3	12.8	3.5	8.3	5.5	5.8	10.0	1.8	5.0	5.0	5.5	1.8
	60代以上 (n=400)	49.8	56.0	18.5	62.8	32.0	34.8	19.5	7.5	7.8	10.3	4.0	6.3	8.3	2.3	4.3	1.8	2.8	9.0	6.5	2.5

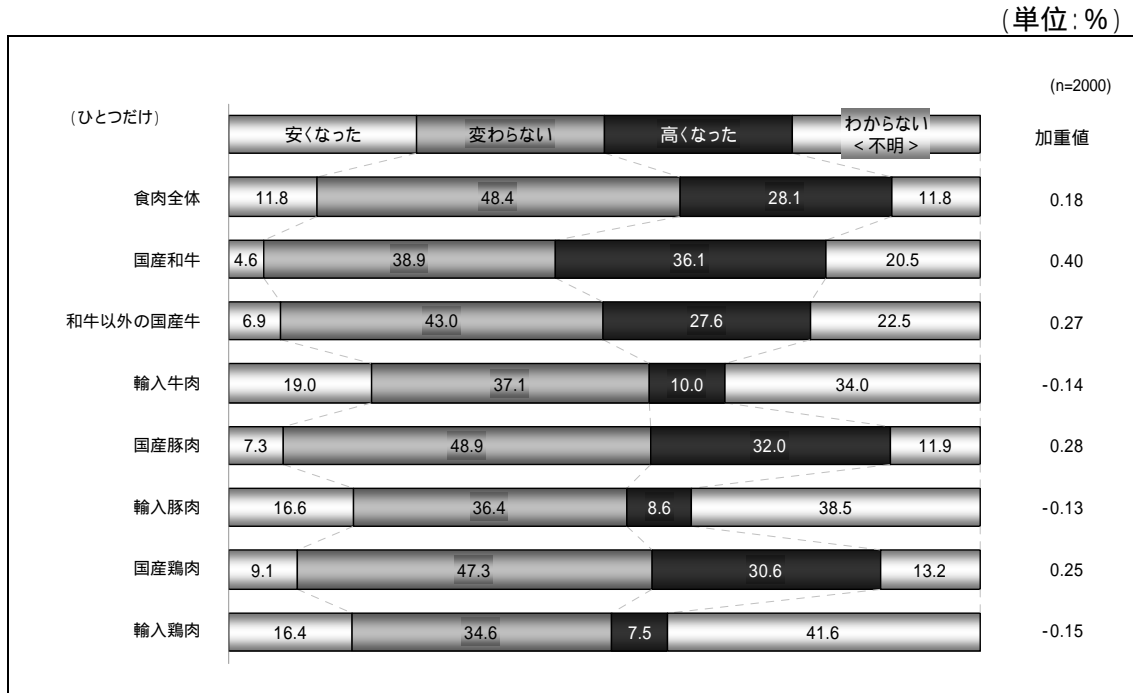
食肉小売店への要望を見ると、「衛生管理・鮮度管理の徹底」が58.0%、「売価の引き下げ」が56.9%と多い。ほかに「商品の品質についての説明表示」も50.5%と約半数が挙げている。

年代別に見ると、20代では「売価の引き下げ」が64.3%で最も多く、「セールスや特売日の積極的な展開」が47.8%で2位になっている。「売価の引き下げ」の割合は年代が低いほど高くなる傾向があり、若年齢層ほど経済性重視であることがわかる。30代と40代では「売価の引き下げ」と「衛生管理・鮮度管理の徹底」が同水準になっている。50代と60代以上では「衛生管理・鮮度管理の徹底」が6割を超えて最も多くなっている。次いで「商品の品質についての説明表示」が多く挙げられ、経済性よりも品質重視であることがわかる。

3 最近の食肉に対する意識について

- 1. 食肉の価格に対する意識
 - 2) 最近の食肉価格に対する意識

図表 -37 食肉別価格に対する意識



「食肉の価格についてどう思いますか」という質問の回答結果を点数化し、時系列推移を分析する。点数は、「安くなった」を-1、「変わらない」を0、「高くなった」を+1とし、「分からない」を除いた回答の構成比による加重平均で算出している。よって、価格意識の点数が上昇傾向にある場合には「安くなった」と感じている人が減少したか、もしくは「高くなった」と感じている人が増加した結果であり、回答者は食肉が割高になったと感じていることになる。

今回の調査では、「国産和牛」の加重値が0.40と最も高く、割高になったと考えられている。

「和牛以外の国産牛」「国産豚肉」「国産鶏肉」はそれぞれ0.27、0.28、0.25で「国産和牛」ほどではないが、割高になったと考えられている。「輸入牛肉」「輸入豚肉」「輸入鶏肉」は加重値はマイナスであり、価格は僅かに下がったと考えられている。

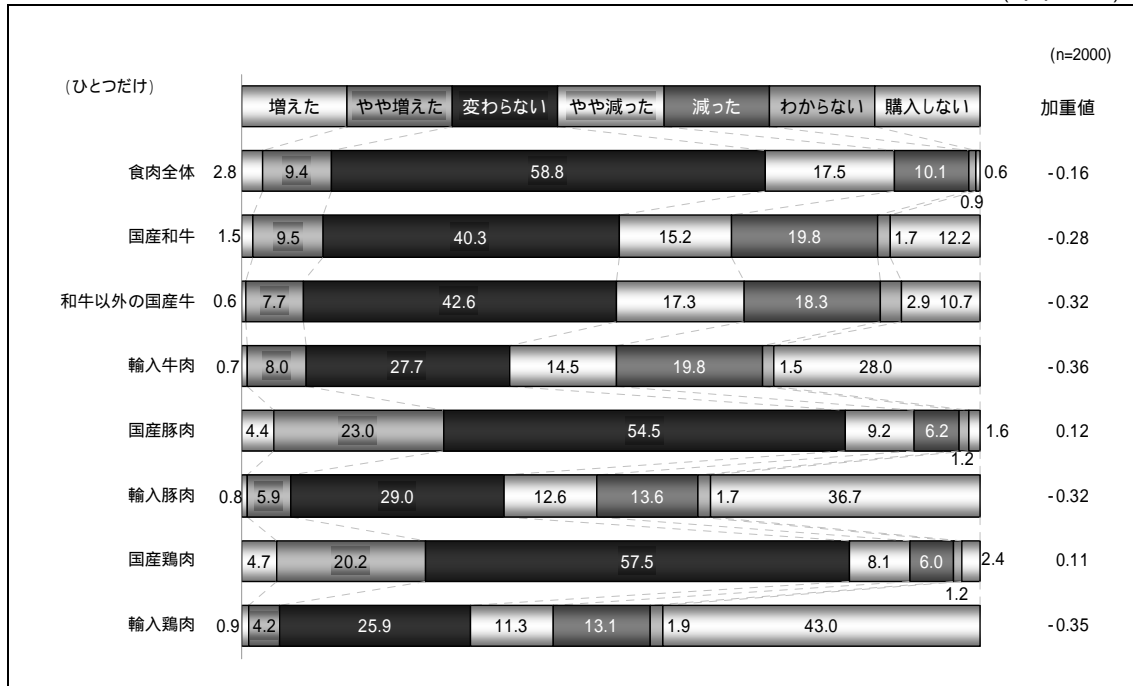
3 最近の食肉に対する意識について

2. 食肉の購入量に対する意識

2) 最近の食肉購入量

図表 -38 最近の食肉別購入量の変化

(単位: %)



「食肉購入量は増えましたか」という質問の回答結果を点数化し、時系列的推移を分析する。点数は、「減った」「やや減った」を-1、「変わらない」を0、「増えた」「やや増えた」を+1とし、「分からない」を除いた回答の構成比による加重平均で算出している。

今回調査では「国産豚肉」「国産鶏肉」を除くすべての食肉に対し、「購入量が減った」と感じている人の割合が「増えた」と感じている人を上回っている。前項では多くの人が多く種類の食肉の価格が高くなっていると感じていたが、この質問では、その割高感からか、各購入量が軒並み減少している。

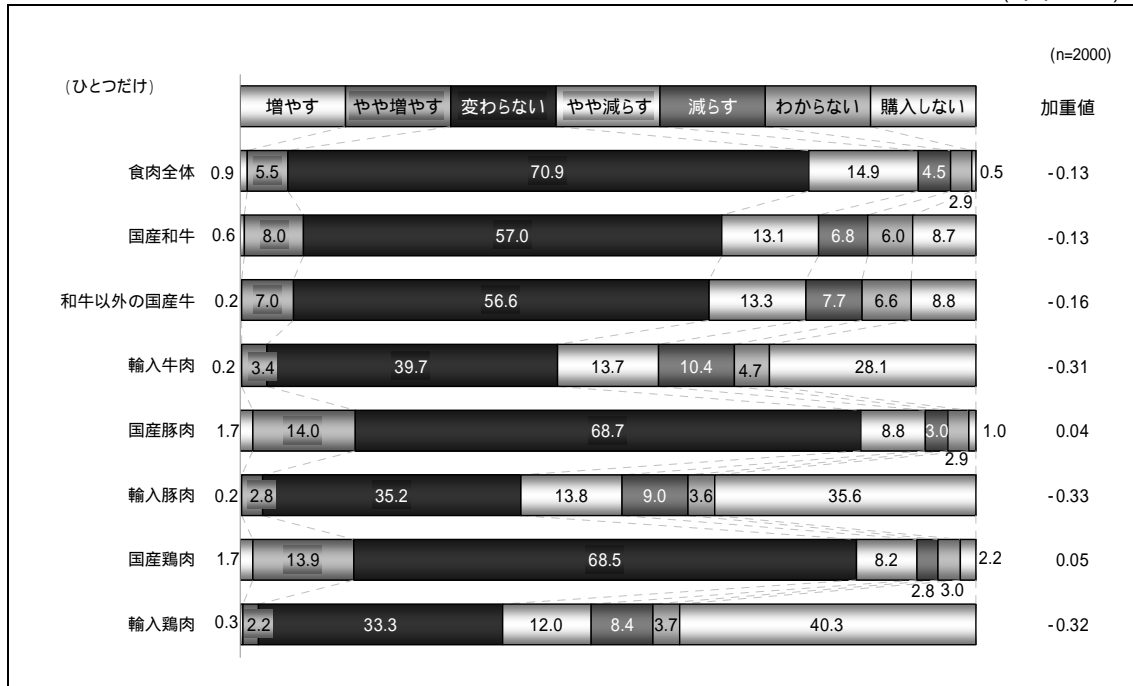
3 最近の食肉に対する意識について

2. 食肉の購入量に対する意識

3) 今後の食肉購入量

図表 -39 食肉別購入量に対する今後の意向

(単位: %)



「今後の食肉の購入量はどのようにする予定ですか」という質問の回答結果を点数化し、時系列的推移を分析する。点数は、「減らす」「やや減らす」を-1、「変わらない」を0、「増やす」「やや増やす」を+1とし、「わからない」を除いた回答の構成比による加重平均で算出している。

食肉全体では「変わらない」が70.9%と最も多く、「国産豚肉」「国産鶏肉」も「変わらない」が約7割を占めた。しかし「国産和牛」と「和牛以外の国産牛」を見ると「変わらない」はそれぞれ57.0%、56.6%と全体には遠く及ばない。「やや減らす」「減らす」を見るとどの食肉もその合計は20%前後で、大きな差は見られない。「国産豚肉」と「国産鶏肉」については、「やや増やす」が、他の食肉と比べてやや多く、加重値をプラスにする一因となっている。

3 最近の食肉に対する意識について

2. 食肉の購入量に対する意識

4) 今後の食肉購入量についての自由回答

食肉全体の「今後の食肉の購入量はどのようにする予定ですか」という質問に対する回答の理由を尋ねた。

「増やす」「やや増やす」と回答した人の理由は、「子供の食欲が旺盛になったので、必然と購入量が増える」など、子供の成長に関することが多くみられた。その他、「夏バテをしないようにスタミナをつけたい」といった理由や、「国産のものが安心な気がするから」という理由もあがった。

「減らす」「やや減らす」と回答した人の理由は様々。「肉が好きで、食べ過ぎているので減らさなくてはならない」といった理由もあがった。「ダイエット」「健康維持」のためといった理由も多い。

増やす理由とは逆に、「量より質を重視するようになった」「子供が成長して独立した」「肉より魚や野菜を好むようになった」など、本人の年齢が上がったことによる理由も多くみられた。

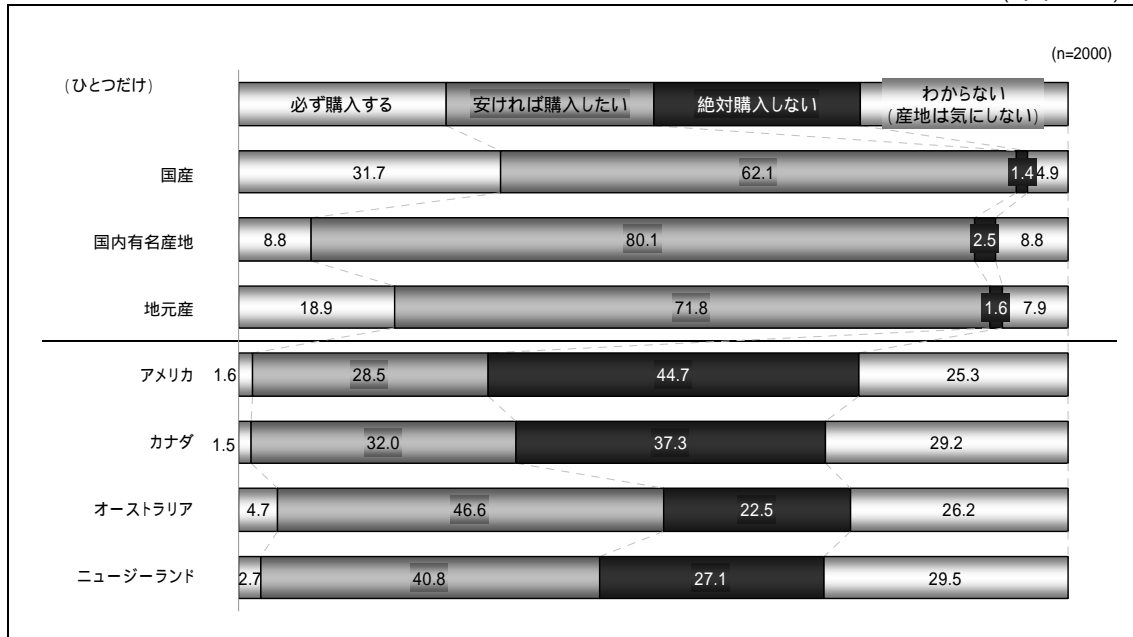
また、「食費を切り詰める必要がある」など経済的な事情により、買いたいけれども購入量は減らさざるを得ないという回答もある。

4 食肉産地別の購入意向

1. 牛肉の産地別購入意向

図表 -41 牛肉の産地別購入意向

(単位: %)



国産では、「必ず購入する」が31.7%で、「安ければ購入する」の62.1%と合わせると93.8%の人が購入意向を持っている。国内有名産地では「安ければ購入したい」が80.1%を占め、購入意向はあるものの価格が大きなポイントとなっている。地元産は「必ず購入する」が18.9%で、国内有名産地を上回っている。

一方、海外産の牛肉の場合、国産と比較すると購入意向が低くなっている。「絶対購入しない」と明確に購入を否定している人の割合は、アメリカ産で44.7%と最も高く、半数近くの人が購入を否定している。これは、アメリカ産牛肉の危険部位混入(BSE)が消費者の心理に影響しているものと考えられる。

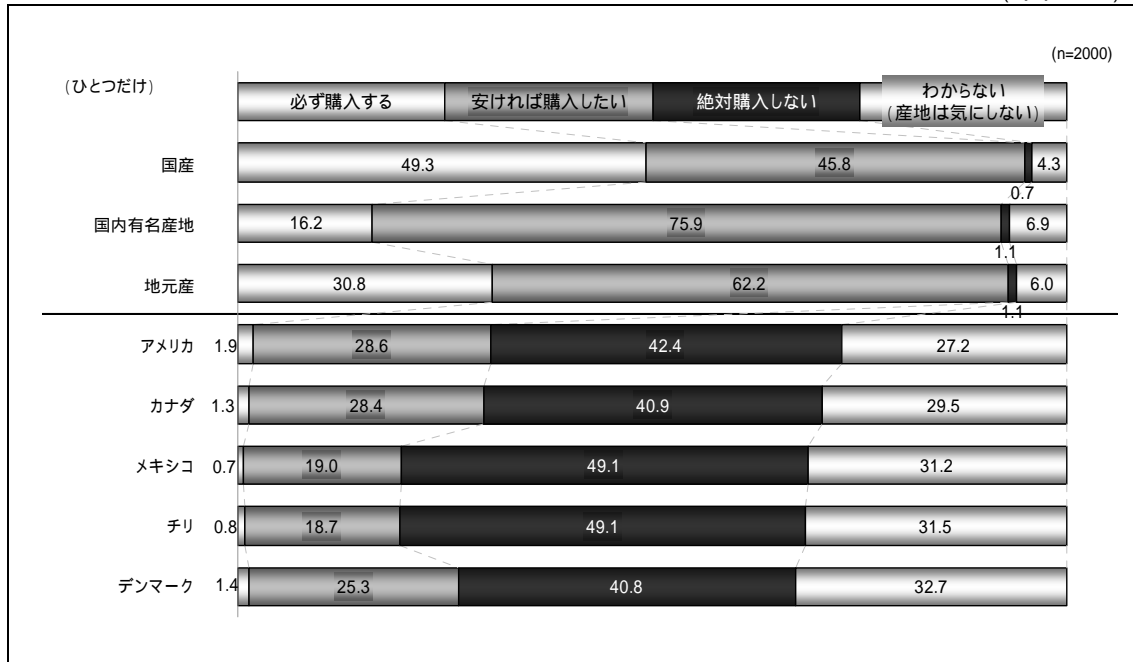
オーストラリア産とニュージーランド産に関しては、「必ず購入する」の比率は低いものの、「安ければ購入する」がそれぞれ46.6%と40.8%で、アメリカ産に比べて抵抗感は薄くなっている。

4 食肉産地別の購入意向

2. 豚肉の産地別購入意向

図表 -42 輸入豚肉の産地別購入意向

(単位: %)



豚肉に関しても、牛肉と同様に国産と海外産で購入意向に大きな差が見られる。

豚肉の場合、国産は「必ず購入する」が49.3%、「安ければ購入したい」が45.8%で、合計すると95.1%が購入意向を示している。国産牛肉同様、購入意向はあるが、やはり価格が購入決定の大きな要素となっている。

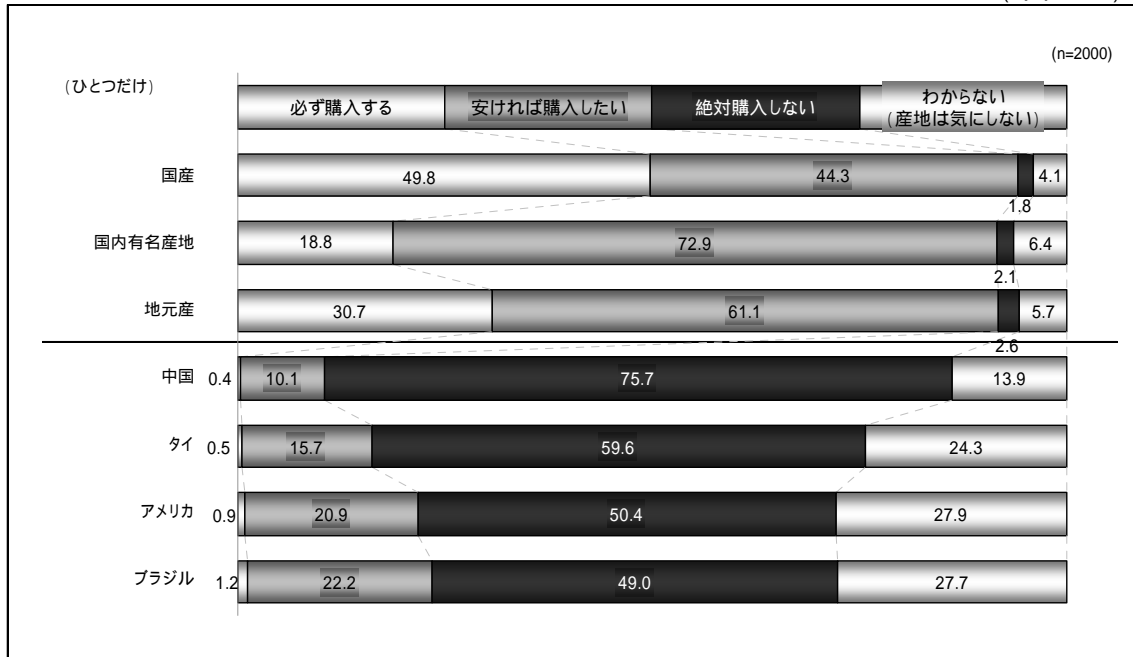
海外産に関しては、メキシコ産、チリ産で「絶対に購入しない」が49.1%とやや高く、購入意向は類似した傾向を示している。アメリカ産、カナダ産、デンマーク産については「安ければ購入したい」が25~29%を占め、メキシコ産やチリ産に比べてやや高くなっている。

4 食肉産地別の購入意向

3. 鶏肉の産地別購入意向

図表 -43 鶏肉の産地別購入意向

(単位: %)



国産は49.8%が「必ず購入する」としており、豚肉とほぼ同程度のスコアとなっている。

海外産についてみると、中国産は実に75.7%が「絶対に購入しない」と回答しており、タイ産も59.6%が購入に対して抵抗感を感じている。これは、中国をはじめ、東南アジアにおける鳥インフルエンザの影響であると考えられる。

また、中国製の食品に関しては食肉以外の食材・商材においても、安全に対して不安を感じるような事件が報道されているため、消費者心理に影響しているものと考えられる。

