

第 章 食肉等の購入状況

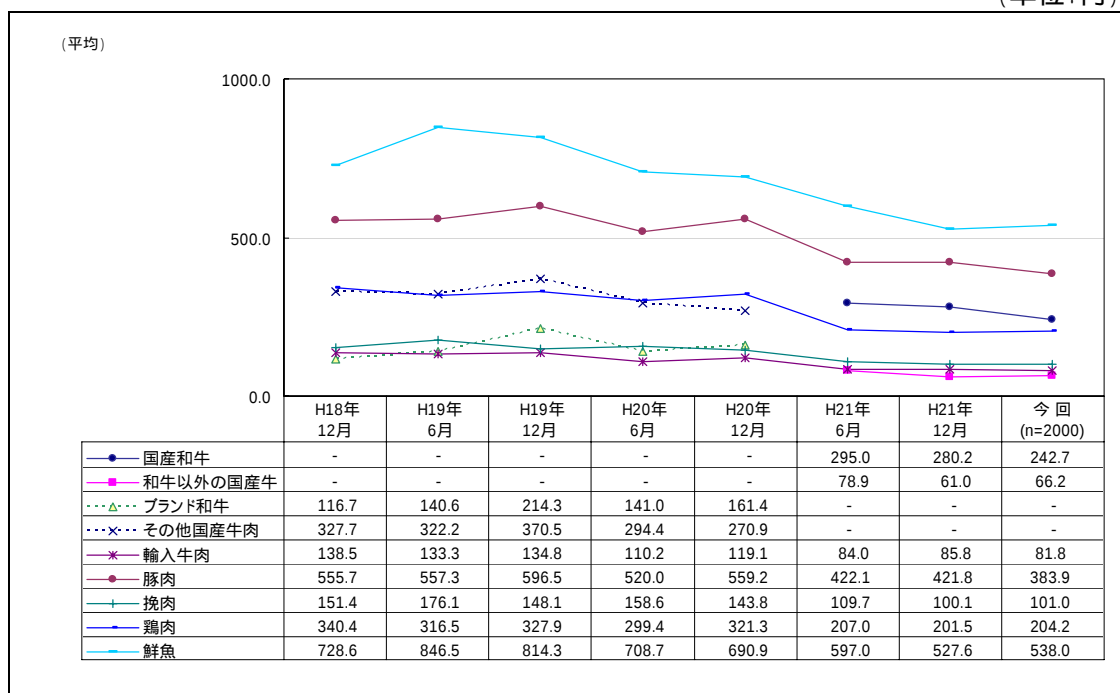
1 一週間の食肉購入状況

1.1 世帯当たり平均購入金額

1) 推移

■ 図表 - 1 食肉等の1世帯当たり平均購入金額の推移

(単位:円)



平均購入金額を前回と比較すると、「国産和牛」では37.5円、「輸入牛肉」では4円、「豚肉」では37.9円減少した。

前回減少幅が大きかった「鮮魚」では10.4円、「和牛以外の国産牛」では5.2円と増加したものの回復には至っていない。

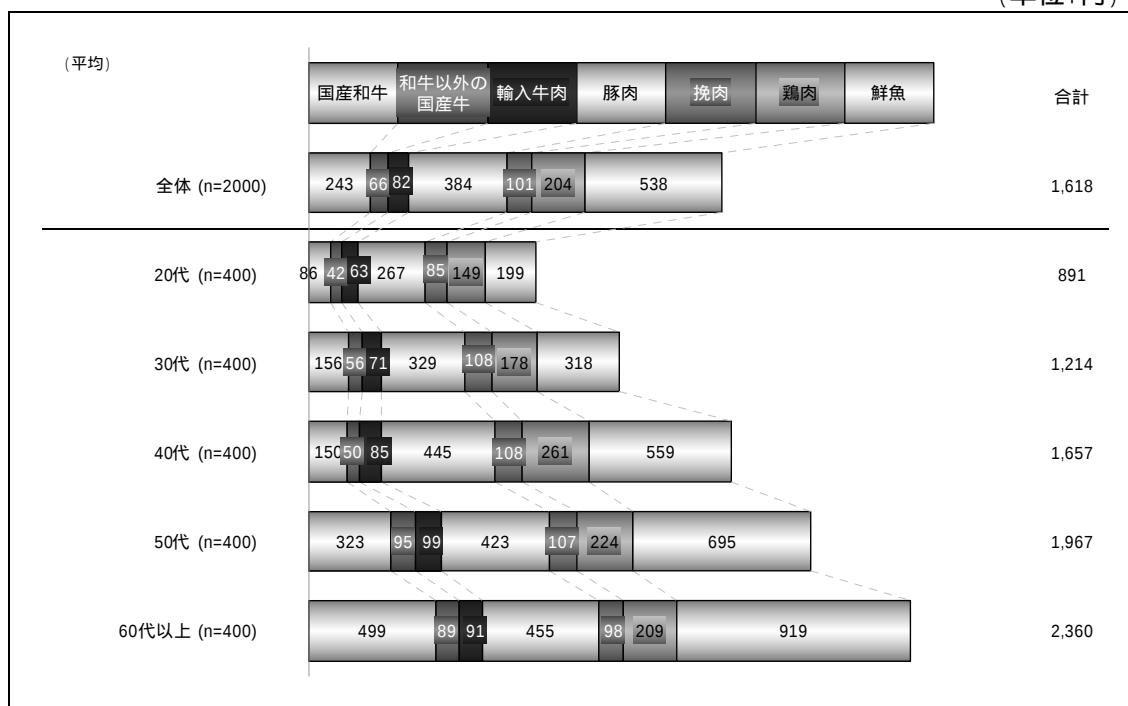
1 一週間の食肉購入状況

1. 1世帯当たり平均購入金額

2) 年代別

■ 図表 - 2 食肉等の1世帯当たり平均購入金額:年代別

(単位:円)



回答者全体での1世帯当たり平均購入金額の合計は1,618円である。前回調査(1,678円)と比べると、60円減少している。

年代別にみると、年代が高いほど1世帯当たりの平均購入金額が高くなる傾向が顕著で、20代における平均購入金額が891円であるのに対して、60代以上では2,360円と、1,469円増加する。

特に「鮮魚」の増加額720円は、増加分の5割を占める。食肉では「国産和牛」の購入金額が高くなり、60代以上では20代に比べて、5.8倍購入している。

1 一週間の食肉購入状況

1.1 世帯当たり平均購入金額

3) 地域別

■ 図表 - 3 食肉等の1世帯当たり平均購入金額:地域別

(単位:円)

(平均)	国産和牛	和牛以外の 国産牛	輸入牛肉	豚肉	挽肉	鶏肉	鮮魚	合計
全体 (n=2000)	243	66	82	384	101	204	538	1,618
北海道 (n=200)	78	22	65	341	70	179	487	1,242
東北 (n=200)	250	57	62	395	69	205	636	1,674
関東 (n=200)	226	25	82	396	96	200	514	1,538
北陸 (n=200)	100	78	56	422	89	164	468	1,376
東海 (n=200)	256	29	96	399	104	247	622	1,754
近畿 (n=200)	408	74	75	407	71	220	576	1,830
中国 (n=200)	337	130	65	363	164	191	507	1,757
四国 (n=200)	436	133	82	360	108	190	503	1,812
九州 (n=200)	307	82	58	335	102	228	559	1,673
沖縄 (n=200)	29	33	176	421	138	219	508	1,525

地域別にみると、近畿では1,830円と平均購入金額が最も高い。以下、四国の1,812円、東海の1,754円と続く。平均購入金額が最も低いのは北海道で、1,242円となっている。

全体的に東日本に比べ、沖縄を除く西日本で購入金額が高めの傾向がみられる。

「国産和牛」の違いが購入金額合計の差に表れているといえる。「国産和牛」の購入金額が高いのは、四国の436円、近畿の408円。一方、「国産和牛」の購入金額が低いのは、沖縄の29円、北海道の78円、北陸の100円。「和牛以外の国産牛」と「輸入牛肉」の購入金額は、地域により50円～100円の差あるが、「国産和牛」ほど、差は見られない。沖縄では「輸入牛肉」の購入金額が176円と他の地域に比べて高く、「国産和牛」を上回る。

1 一週間の食肉購入状況

1.1 世帯当たり平均購入金額

4) 世帯年収別、世帯構成別

■ 図表 - 4 食肉等の1世帯当たり平均購入金額：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	の和国牛産以牛外	輸入牛肉				
世帯年収別	300万円未満 (n=446)	94.2	44.5	77.0	308.4	100.8	167.2	414.4
	300～499万円 (n=521)	165.5	64.3	87.6	328.7	88.0	171.8	468.3
	500～699万円 (n=492)	283.8	64.1	94.3	385.3	97.6	203.5	551.5
	700～999万円 (n=351)	377.4	82.9	81.2	491.0	119.1	243.4	648.3
	1000万円以上 (n=177)	443.3	97.9	36.6	513.9	117.3	319.5	803.7
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=280)	219.3	74.4	95.0	427.8	129.4	182.9	411.1
	成長期の子供がいる世帯 (n=288)	179.8	62.1	96.7	464.7	147.9	308.9	592.1
	20歳代の成人がいる世帯 (n=606)	146.1	70.1	87.3	327.6	93.4	185.8	330.9
	子供がいない世帯 (n=603)	282.6	62.4	67.2	366.8	75.0	192.6	622.1
	高齢者のみの世帯 (n=223)	508.6	61.2	70.5	423.1	96.0	177.3	963.0

世帯年収別にみると、「国産和牛」と「和牛以外の国産牛」は世帯年収が高くなるにつれての購入金額が高い。「輸入牛肉」は500～699万円世帯で最も高い。

世帯構成別にみると、「国産和牛」は高齢者のみの世帯で最も高い。「和牛以外の国産牛」は子供が小学生以下の世帯で最も高い。「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最も高い。また、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」「挽肉」「鶏肉」は成長期の子供がいる世帯の購入金額が高い。「鮮魚」の購入金額は、高齢者のみの世帯が963.0円と突出している。

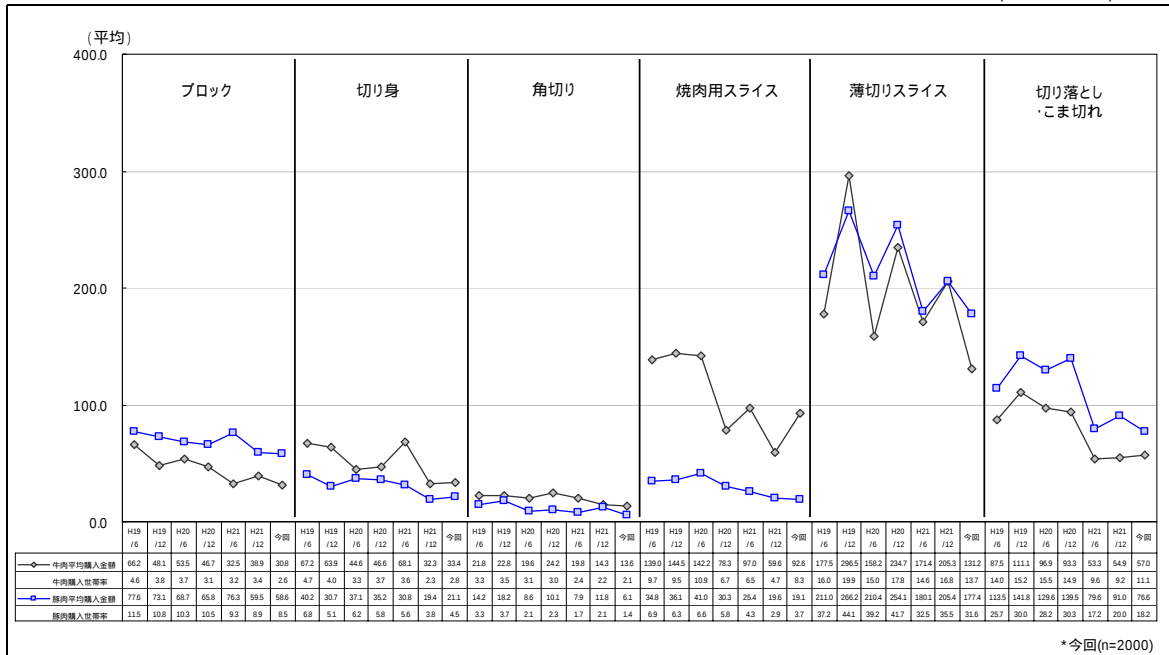
1 一週間の食肉購入状況

2. 牛肉・豚肉の購入形態別・1世帯当たり平均購入金額

1) 推移

■ 図表 - 5 購入形態別・1世帯当た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世帯当たり購入金額が最も高かったのは「薄切りスライス」の131.2円で、次いで高いのは「焼肉用スライス」の92.6円となった。「焼肉用スライス」は前回調査で大きく減少し、今回では33円の増加となるが、平成21年6月調査の結果を下回った。購入世帯率は8.3%と前回より3.6ポイント増加した。

「薄切りスライス」の購入金額は、冬場(12月調査時)に高く、夏場(6月調査時)に低い大きな季節的変動がみられる。今回の調査においても、平成21年12月調査時の205.3円から74.1円減少している。購入世帯率も同様に季節変動している。

豚肉の傾向

牛肉同様、夏場(6月調査時)に減少する傾向がみられる。豚肉においても、「薄切りスライス」の購入金額が177.4円で最も高いが、28円減少した。購入世帯率も前回から3.9ポイント下回った。「切り落とし・こま切れ」は76.6円で、前回から14.4円減少した。

1 一週間の食肉購入状況

2. 牛肉・豚肉の購入形態別・1世帯当たり平均購入金額

2) 年代別、地域別

■ 図表 - 6 購入形態別・1世帯当たり平均購入金額:年代別、地域別

(単位:円)

(平均)		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)		30.8	33.4	13.6	92.6	131.2	57.0	58.6	21.1	6.1	19.1	177.4	76.6
年 代 別	20代 (n=400)	19.4	5.9	6.5	75.1	36.1	36.0	27.7	8.0	1.7	19.4	115.5	77.3
	30代 (n=400)	12.6	14.5	14.3	58.7	113.8	53.4	43.5	17.8	4.8	16.2	139.6	81.6
	40代 (n=400)	20.9	33.0	8.1	51.6	90.2	60.6	48.4	25.9	7.5	20.9	202.2	103.2
	50代 (n=400)	34.8	62.2	12.7	128.5	179.4	66.2	78.2	32.6	6.0	18.7	194.0	62.5
	60代以上 (n=400)	66.5	51.4	26.2	149.2	236.5	69.1	95.4	21.4	10.4	20.2	235.6	58.3
地 域 別	北海道 (n=200)	17.1	9.7	3.4	33.5	68.8	26.9	66.4	22.5	9.5	15.9	126.7	74.6
	東北 (n=200)	4.3	32.8	4.6	92.0	75.4	17.1	57.6	21.6	11.2	12.3	190.3	76.3
	関東 (n=200)	12.6	29.6	27.8	92.5	104.5	59.6	50.6	18.6	1.2	38.4	188.7	71.1
	北陸 (n=200)	10.3	21.2	6.6	63.6	70.2	59.2	64.3	12.5	6.9	24.7	186.2	109.9
	東海 (n=200)	19.6	46.7	9.2	75.4	128.2	61.3	60.6	21.1	11.0	35.0	175.0	82.6
	近畿 (n=200)	50.9	53.4	7.6	122.2	222.1	69.3	75.9	10.2	4.4	12.0	215.5	60.1
	中国 (n=200)	40.2	26.3	20.1	101.3	206.3	104.9	43.1	20.4	6.2	11.4	163.3	107.3
	四国 (n=200)	73.0	55.0	26.4	152.9	217.0	81.0	43.9	28.7	2.2	7.8	186.6	66.3
	九州 (n=200)	59.0	32.8	24.2	117.1	151.9	59.7	23.7	33.0	2.0	21.8	171.2	67.8
	沖縄 (n=200)	21.4	26.3	5.7	75.4	67.4	31.4	100.3	22.8	6.2	11.3	170.5	49.8

牛肉の傾向

年代別にみると、年代が高いほど1世帯当たりの購入金額が高くなる傾向が見られる。最も購入金額の高い「薄切りスライス」は、20代で36.1円に対し60代以上では236.5円となっている。地域別にみると、「ブロック」(73.0円)、「切り身」(55.0円)、「焼肉用スライス」(152.9円)は四国が最も高い。「角切り」は関東(27.8円)、「薄切りスライス」は近畿(222.1円)、「切り落とし・小間切れ」は中国(104.9円)で高い。

豚肉の傾向

年代別にみると、「ブロック」「角切り」では年代が高くなるほど1世帯当たりの購入金額が高くなっている。「切り身」は50代までは高年齢層ほど購入金額が高くなっているが、60代以上は50代を下回った。「切り落とし・小間切れ」は40代(103.2円)、30代(81.6円)で高い。「焼肉用スライス」は40代(20.9円)、60代以上(20.2円)で高い。「薄切りスライス」は60代以上が235.6円で最も高い。

地域別にみると、「薄切りスライス」は牛肉と同様に近畿が215.5円で最も高い。「ブロック」の購入金額は沖縄が100.3円と突出して高い。

1 一週間の食肉購入状況

2. 牛肉・豚肉の購入形態別・1世帯当たり平均購入金額

3) 世帯年収別、世帯構成別

■ 図表 - 7 購入形態別・1世帯当たり平均購入金額：世帯年収別、世帯構成別 (単位：円)

(平均)		牛肉						豚肉					
		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)		30.8	33.4	13.6	92.6	131.2	57.0	58.6	21.1	6.1	19.1	177.4	76.6
世帯年収別	300万円未満 (n=446)	8.5	15.6	6.1	45.5	83.3	46.9	37.5	9.7	3.7	16.8	138.9	88.2
	300～499万円 (n=521)	17.0	26.4	10.3	91.7	102.7	56.6	52.7	21.0	2.8	16.6	137.3	82.5
	500～699万円 (n=492)	40.4	33.8	9.7	92.0	139.4	51.7	60.1	22.7	6.9	16.9	193.5	59.6
	700～999万円 (n=351)	40.8	55.0	24.8	116.2	187.5	82.1	81.0	17.5	9.6	27.0	221.6	85.1
	1000万円以上 (n=177)	81.4	57.1	31.7	146.4	185.1	53.3	85.4	54.7	11.1	16.2	258.3	56.2
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=280)	27.9	21.3	26.3	70.8	142.7	65.5	61.3	21.5	3.9	19.5	197.6	85.1
	成長期の子供がいる世帯 (n=288)	36.5	26.4	7.7	72.0	132.3	57.2	66.7	29.6	10.2	30.8	188.5	101.5
	20歳代の成人がいる世帯 (n=606)	32.1	17.7	7.2	107.2	63.2	54.2	48.7	17.7	2.3	18.2	150.4	76.9
	子供がいない世帯 (n=603)	22.5	58.4	14.0	96.3	154.7	49.5	59.4	18.5	8.0	11.2	176.1	65.7
	高齢者のみの世帯 (n=223)	46.4	32.8	21.2	96.8	236.6	74.5	69.7	26.4	8.6	27.1	214.7	62.3

牛肉の傾向

全般に年収が上がるに従って1世帯当たり購入金額は高まる傾向にある。「ブロック」「切り身」「角切り」「焼肉用スライス」は1,000万円以上で最も高く、「薄切りスライス」「切り落とし・小間切れ」は700～999万円で最も高い。

世帯構成別にみると、高齢者のみの世帯では「薄切りスライス」(236.6円)と「ブロック」(46.4円)で他の世帯構成に比べて高い。「焼肉用スライス」は20歳代の成人がいる世帯が107.2円と最も高い。

豚肉の傾向

「切り落とし・小間切れ」を除く形態は、牛肉と同様に年収が上がるに従って1世帯当たり購入金額が高まる傾向にある。「切り落とし・小間切れ」は300万円未満の世帯での購入金額が最も高い。

世帯構成別にみると、成長期の子供がいる世帯での購入金額が高く、「ブロック」「薄切りスライス」を除く形態で最も高い。「ブロック」「切り身」は高齢者のみの世帯で最も高い。

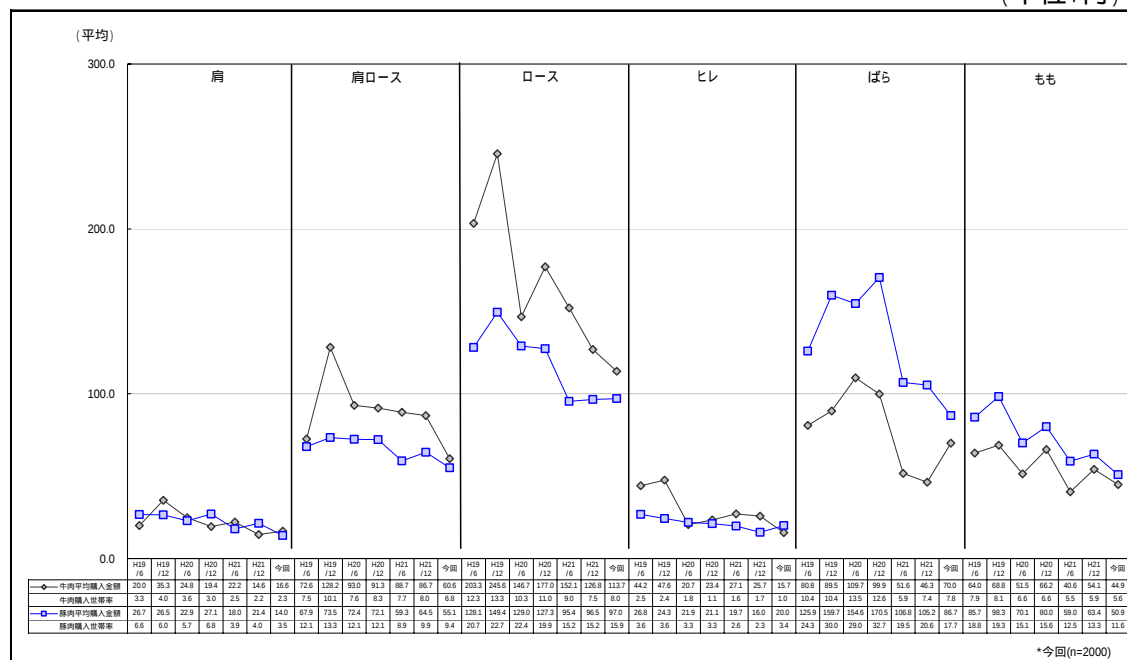
1 一週間の食肉購入状況

3. 牛肉・豚肉の部位別・1世帯当たり平均購入金額

1) 推移

■ 図表 - 8 購入部位別・1世帯当たり平均購入金額の推移

(単位:円)



牛肉の傾向

牛肉の1世帯当たり平均購入金額が最も高かった部位は「ロース」の113.7円で、次いで「ばら」の70.0円、「肩ロース」の60.6円と続く。

前回と比べて増加したのは「ばら」と「肩」で、「ばら」は前回に比べ23.7円、「肩」は2円増加している。ただし世帯購入率はほとんど変化していない。

前回から大きく減少したのは「肩ロース」で、26.1円低下した。世帯購入率も前回からは1.2ポイント下がっている。

豚肉の傾向

豚肉の1世帯当たり平均購入金額は、「ロース」(97.0円)が最も高く、「ばら」(86.7円)が続く。

前回と比べてもっとも数値を上げたのは「ヒレ」で4.0円増。もっとも数値を下げたのは「ばら」の18.5円減。牛肉と異なり、いずれの部位も前回から小幅な変動にとどまっている。世帯購入率の大きな変動もみられない。

1 一週間の食肉購入状況

3. 牛肉・豚肉の部位別・1世帯当たり平均購入金額

2) 年代別、地域別

■ 図表 - 9 購入部位別・1世帯当たり平均購入金額:年代別、地域別

(単位:円)

(平均)		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)	16.6	60.6	113.7	15.7	70.0	44.9	14.0	55.1	97.0	20.0	86.7	50.9
	20代 (n=400)	8.5	16.8	73.8	6.3	32.3	7.0	8.9	24.7	57.6	5.6	95.8	31.0
	30代 (n=400)	12.4	42.6	54.4	1.8	46.7	45.7	17.0	23.2	77.5	13.5	94.7	37.8
	40代 (n=400)	6.4	41.9	64.3	8.5	36.3	39.2	17.3	64.1	126.3	23.5	62.8	62.8
	50代 (n=400)	23.6	101.9	151.7	24.7	87.1	66.3	13.0	91.7	98.4	21.5	76.9	59.9
	60代以上 (n=400)	32.2	99.9	224.4	37.3	147.4	66.1	14.0	72.0	125.4	35.6	103.4	62.8
	北海道 (n=200)	18.2	35.2	28.2	10.0	17.0	16.6	24.6	28.5	86.8	30.9	71.8	53.4
	東北 (n=200)	6.2	23.6	53.3	2.0	211.6	34.4	9.6	68.5	109.5	15.5	92.3	55.0
	関東 (n=200)	14.0	51.0	108.6	0.0	30.3	49.7	6.2	85.8	122.2	15.0	67.0	44.7
	北陸 (n=200)	3.5	59.8	20.5	17.3	44.1	29.3	19.1	57.2	90.8	16.0	115.6	46.7
地域別	東海 (n=200)	8.5	104.7	104.8	13.9	61.2	27.6	24.8	81.7	103.0	13.5	76.6	57.6
	近畿 (n=200)	19.2	75.5	175.3	3.5	88.3	85.4	7.6	62.9	88.9	17.1	84.3	51.1
	中国 (n=200)	63.2	65.6	168.5	38.5	85.0	33.5	13.8	26.0	116.3	22.3	83.5	48.8
	四国 (n=200)	14.7	58.8	248.0	26.1	83.0	104.7	9.1	47.3	88.2	20.7	94.9	64.5
	九州 (n=200)	14.4	62.6	152.9	30.6	52.1	62.1	14.6	33.2	63.8	16.7	106.2	62.7
	沖縄 (n=200)	4.2	69.4	77.2	15.0	27.2	5.4	10.9	60.4	100.9	31.9	75.4	24.3

牛肉の傾向

年代別にみると、20代から40代までと50代以上では大きな開きがあり二分される。最も高い金額と、最も低い金額では4～20倍の価格差が見られる。

地域別にみると、四国は「ロース」(248.0円)、「もも」(104.7円)で他の地域より高い。また、東海は「肩ロース」(104.7円)、中国は「肩」(63.2円)「ヒレ」(38.5円)、東北は「ばら」(211.6円)が、他の地域に比べ高い。

豚肉の傾向

年代別にみると、「肩ロース」「ロース」「ヒレ」「もも」では20代と30代の金額が低い傾向にある。逆に「ばら」では20代も30代も全体平均より高くなっている。

地域別にみると、関東は「ロース」(122.2円)、北陸は「ばら」(115.6円)が他の地域より高いが牛肉ほど際立った差は見られない。

1 一週間の食肉購入状況

3. 牛肉・豚肉の部位別・1世帯当たり平均購入金額

3) 世帯年収別、世帯構成別

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

(単位：円)

(平均)		牛肉						豚肉					
		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)		16.6	60.6	113.7	15.7	70.0	44.9	14.0	55.1	97.0	20.0	86.7	50.9
世帯年収別	300万円未満 (n=446)	8.4	32.7	42.5	0.0	43.7	41.2	13.9	35.5	87.0	10.7	67.5	40.7
	300～499万円 (n=521)	19.3	49.8	100.6	12.6	54.9	30.2	16.6	47.7	66.3	18.0	74.7	49.2
	500～699万円 (n=492)	9.5	62.8	126.6	12.9	112.4	42.6	16.5	53.8	93.3	15.4	89.3	52.9
	700～999万円 (n=351)	38.0	82.2	178.0	14.8	70.1	44.9	8.1	72.6	107.7	36.9	127.4	56.7
	1000万円以上 (n=177)	8.0	103.9	177.2	72.8	60.9	73.9	12.5	91.0	195.5	29.4	84.3	66.4
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=280)	17.7	55.1	108.6	8.8	60.2	49.0	18.1	19.3	134.9	30.5	105.4	40.3
	成長期の子供がいる世帯 (n=288)	16.0	63.2	65.7	19.9	57.0	34.4	20.2	71.2	105.9	23.2	68.2	74.5
	20歳代の成人がいる世帯 (n=606)	11.7	46.1	94.9	8.2	57.3	34.2	9.8	45.4	83.8	13.9	90.5	40.3
	子供がいない世帯 (n=603)	17.4	75.2	118.3	22.6	47.3	57.0	14.7	75.7	78.8	12.3	82.9	47.0
	高齢者のみの世帯 (n=223)	27.5	64.0	221.0	20.7	194.9	49.2	10.7	50.1	123.3	39.7	87.4	72.8

牛肉の傾向

世帯年収別にみると、「肩ロース」「ヒレ」「もも」では1,000万円以上の世帯の購入金額が最も高い。「肩」と「ロース」は700～999万円の世帯の購入金額が最も高く、「ばら」は500～699万円の世帯が最も高い。

世帯構成別では、「肩」「ロース」「ばら」が高齢者のみの世帯での購入金額が高く、特に「ばら」は突出している。

豚肉の傾向

世帯年収別にみると、「肩ロース」「ロース」「もも」は世帯年収が上がるにつれ平均購入金額も高くなっている。「肩」は300万～499万円、500万円～699万円の世帯で高く、「ヒレ」「ばら」は700～999万円の世帯で最も高い。

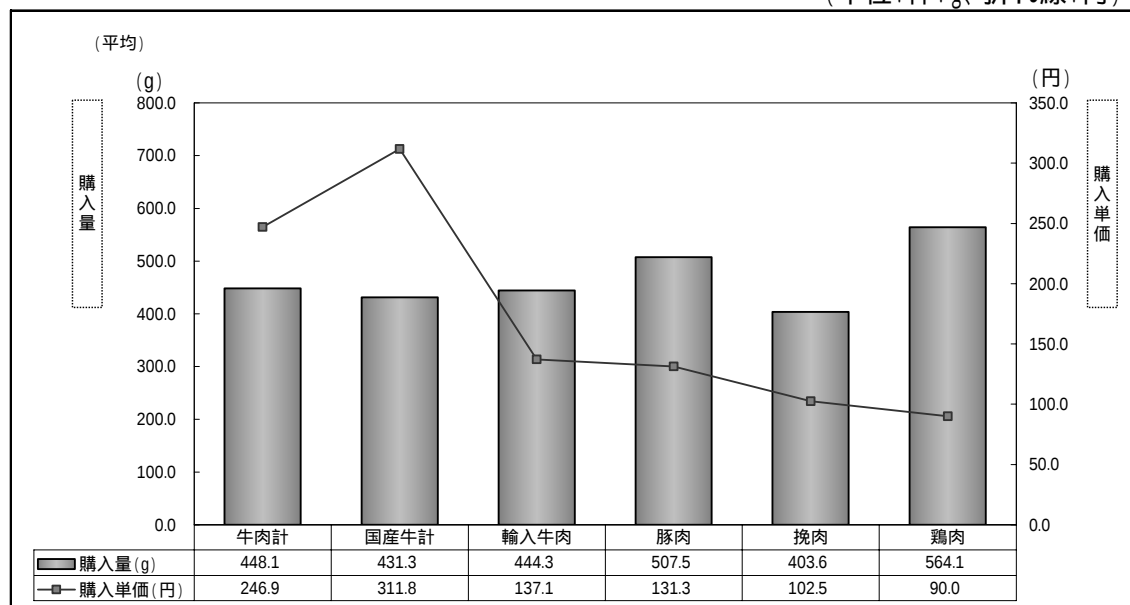
世帯構成別にみると、「ロース」「ばら」は子供が小学生以下の世帯で購入金額が最も高い。

1 一週間の食肉購入状況

4. 購入世帯当たり購入量と100g当たり購入単価

■ 図表 -11 食肉の購入世帯当たり購入量および購入単価

(単位: 棒: g、折れ線: 円)



「牛肉計」の購入世帯当たり購入量は448.1gで、前回（484.7g）から36.6g減少した。購入単価は246.9円で、前回（258.9円）より12.0円減少している。

「国産牛計」と「輸入牛肉」は購入量では431.3g、444.3gと大差はないが、購入単価は「国産牛計」の311.8円に対し、「輸入牛肉」は137.1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」（131.3円）、「挽肉」（102.5円）、「鶏肉」（90.0円）の順となっており、購入単価の最も安い「鶏肉」が最も購入量が多い。

前回と比べると、購入量は「挽肉」以外では減少し、購入単価も豚肉以外は減少している（豚肉の前回購入単価は130.9円）。

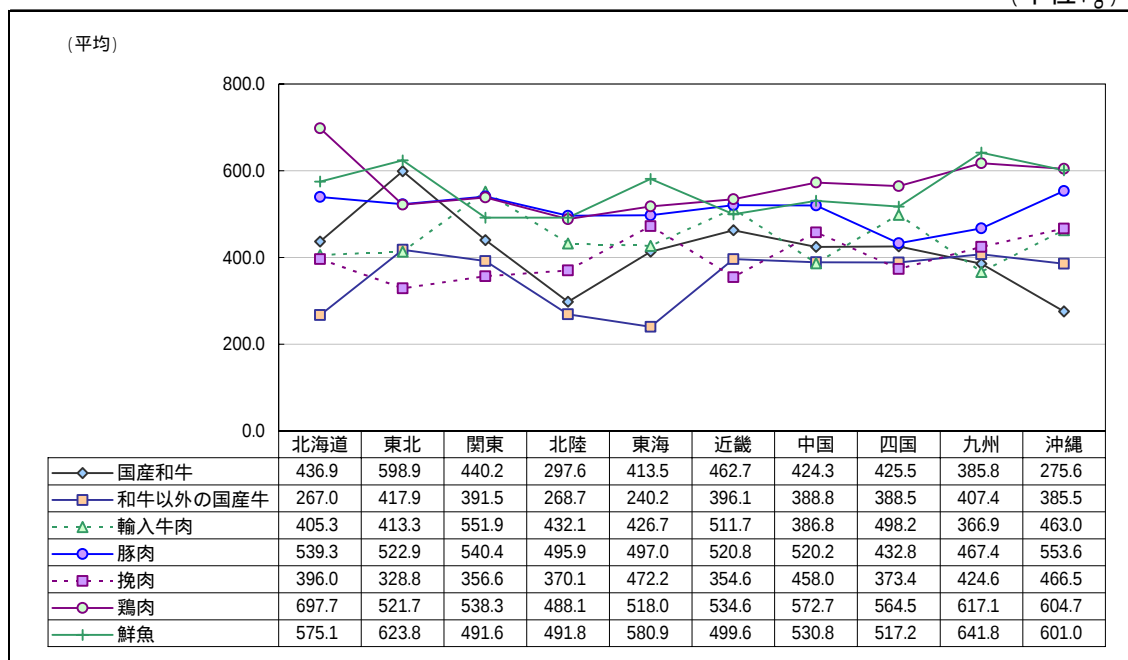
1 一週間の食肉購入状況

5. 種類別・購入世帯当たり平均購入量

1) 地域別

■ 図表 -12 種類別・購入世帯当たり平均購入量:地域別

(単位:g)



地域別にみると、「国産和牛」と「和牛以外の国産牛」の購入量が多いのは東北でそれぞれ「国産和牛」(598.9g)、「和牛以外の国産牛」(417.9g)。「輸入牛肉」の購入量が多最も多いのは関東(551.9g)、次いで近畿(511.7g)と、大都市で多い。

「鶏肉」の購入量は北海道が多最も多く、697.7gと特に多い。

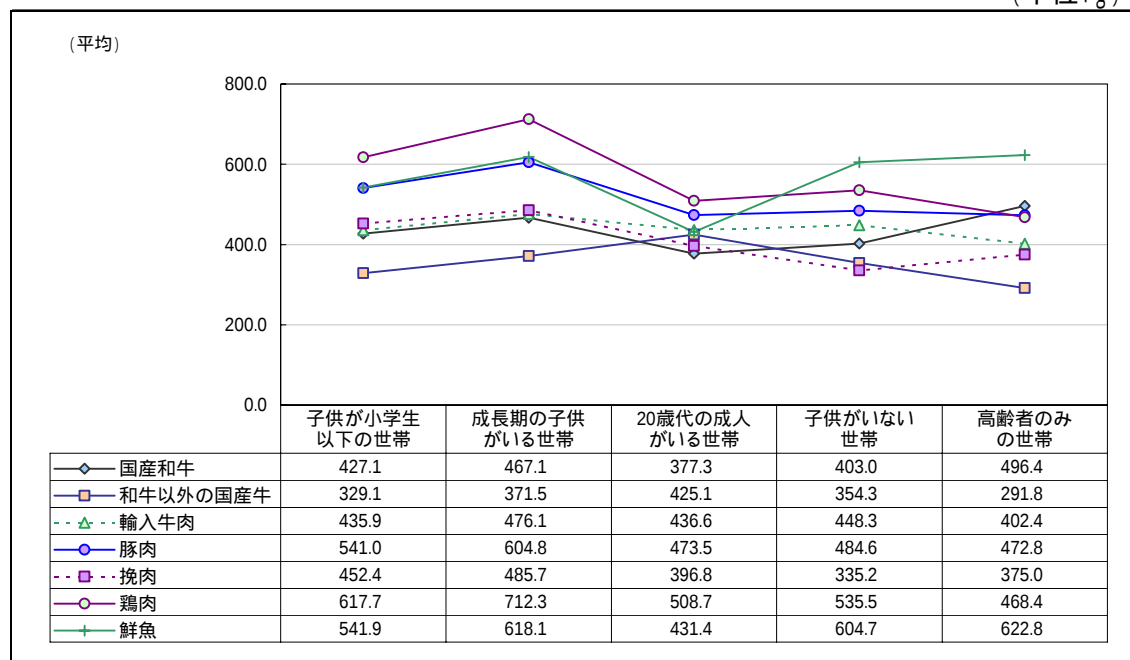
1 一週間の食肉購入状況

5. 種類別・購入世帯当たり平均購入量

2) 世帯構成別

■ 図表 -13 種類別・購入世帯当たり平均購入量：世帯構成別

(単位：g)



世帯構成別にみると、「国産和牛」の購入量は高齢者のみの世帯で496.4gと最も多く、「和牛以外の国産牛」の購入量は20歳代の成人がいる世帯で425.1gと最も多い。「輸入牛肉」の購入量には大きな違いは見られず、どの世代も400～500gとなっている。

「豚肉」「挽肉」「鶏肉」の購入量は成長期の子供がいる世帯で最も多く、特に「鶏肉」(712.3g)の購入量は目立って多い。

高齢者のみの世帯では「鮮魚」の購入量が622.8gと特に多く、「和牛以外の国産牛」が最も少ない。

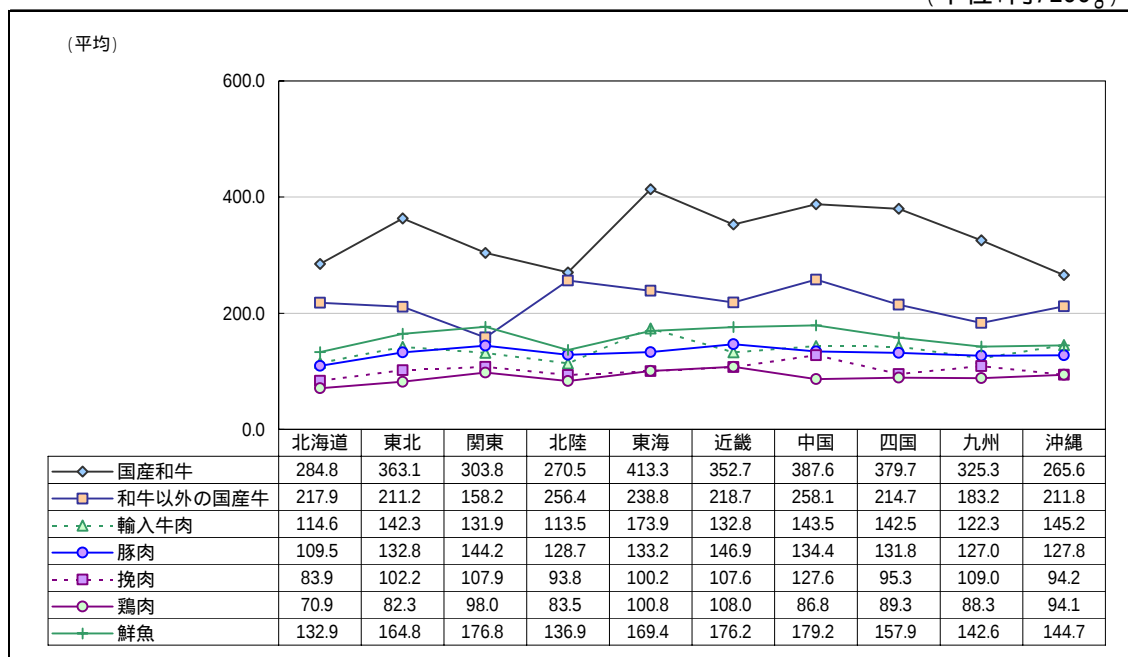
1 一週間の食肉購入状況

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当たり):地域別

(単位:円/100g)



100 g 当たり平均購入単価を地域別にみると、「国産和牛」は東海（413.3円）で最も高く、北陸（270.5円）で最も低い。「和牛以外の国産牛」の購入単価は中国（258.1円）で最も高く、関東（158.2円）で最も低い。「輸入牛肉」の購入単価は東海（173.9円）で最も高く、北陸（113.5円）で最も低い。

「豚肉」「挽肉」「鶏肉」「鮮魚」の購入単価は北海道でやや低いが、特に大きな差はみられない。

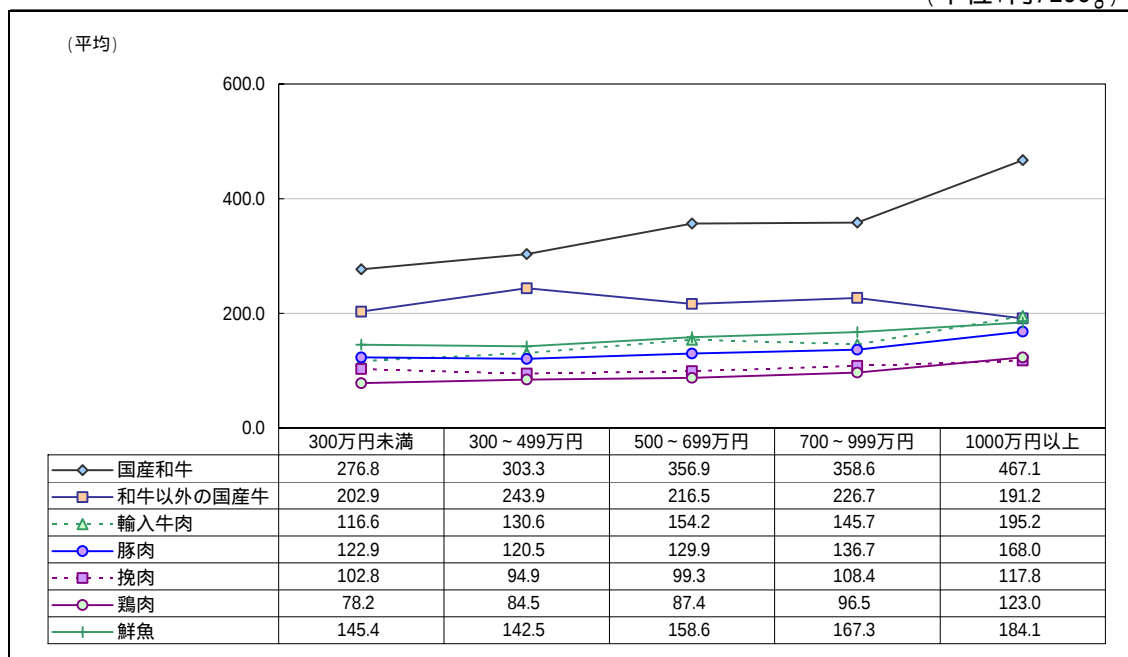
1 一週間の食肉購入状況

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当たり): 世帯年収別

(単位: 円/100g)



世帯年収別にみると、「和牛以外の国産牛」以外では1,000万円以上の世帯の購入単価が最も高い。中でも「国産和牛」では1,000万円以上の世帯の購入単価が467.1円と高く、次いで高い700～999万円の世帯の358.6円を108.5円上回った。

「国産和牛」「豚肉」「挽肉」「鮮魚」では300～499万円世帯の購入単価が最も低くなっている。

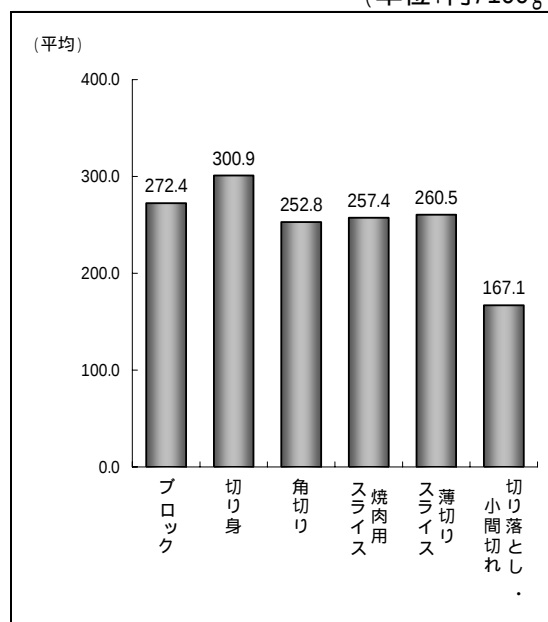
1 一週間の食肉購入状況

7. 牛肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

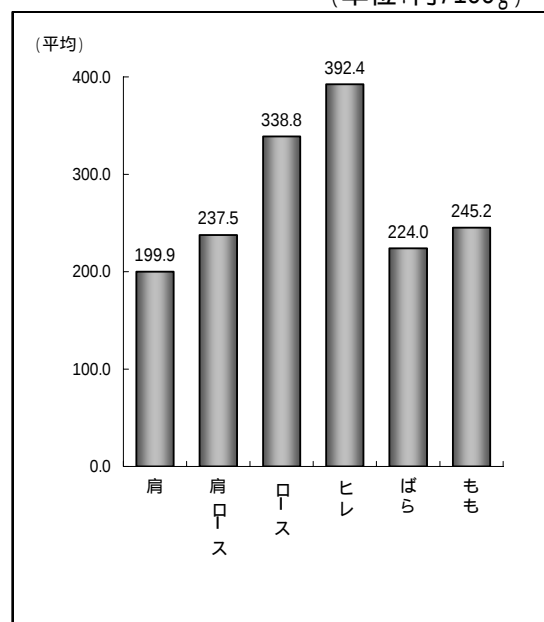
1) 購入形態 / 部位別・平均購入単価

■ 図表 -16 牛肉の購入形態別
平均購入単価

(単位:円/100g)

■ 図表 -17 牛肉の購入部位別
平均購入単価

(単位:円/100g)



牛肉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。

購入形態別にみると、「切り身」は100g当たり300.9円と最も高く、「切り落とし・小間切れ」が167.1円と特に低い。他の「ブロック」「角切り」「焼肉用スライス」「薄切りスライス」には大差は見られない。

購入部位別にみると、「ヒレ」(392.4円)、「ロース」(338.8円)が高い。一方で、「肩」は199.9円と低い。

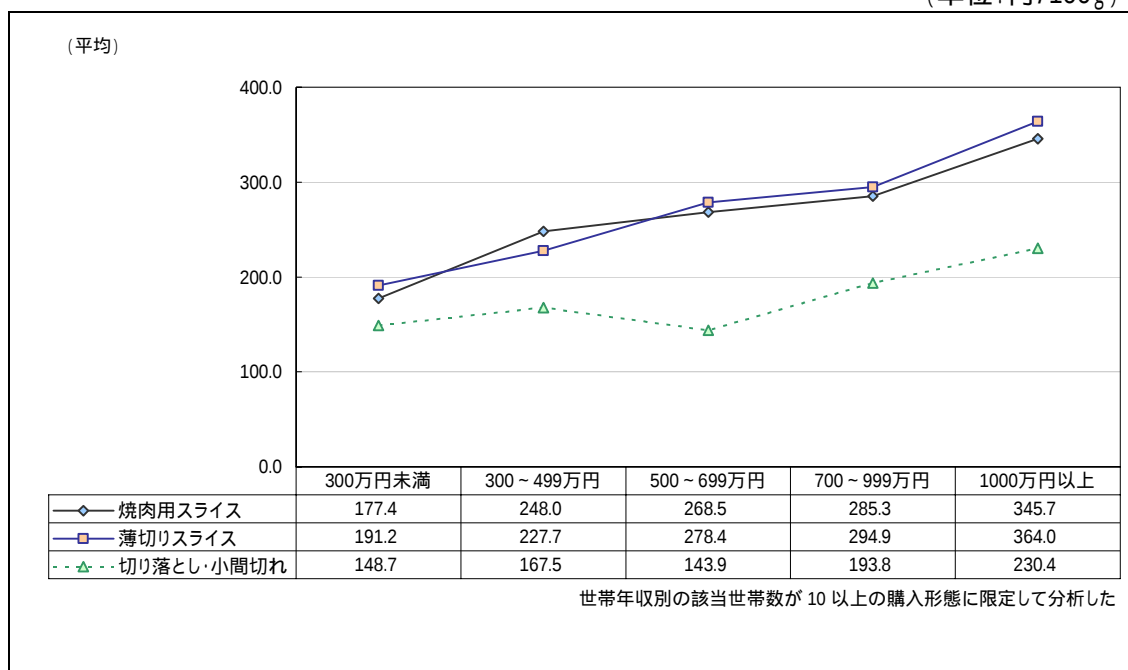
1 一週間の食肉購入状況

7. 牛肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

2) 購入形態 × 世帯年収別

■ 図表 -18 購入形態別・平均購入単価(100g当たり) : 世帯年収別

(単位: 円/100g)



牛肉の購入形態を世帯年収別にみると、年収が上がるに従って100g当たりの購入単価が高まる傾向にある。

「焼肉用スライス」は1,000万円以上と300万円未満では168.3円の差、「薄切りスライス」は1,000万円以上と300万円未満で172.8円の差となった。平均購入単価が167.1円と最も低い「切り落とし・小間切れ」は、他の形態ほど世帯年収による差がつかなかった。

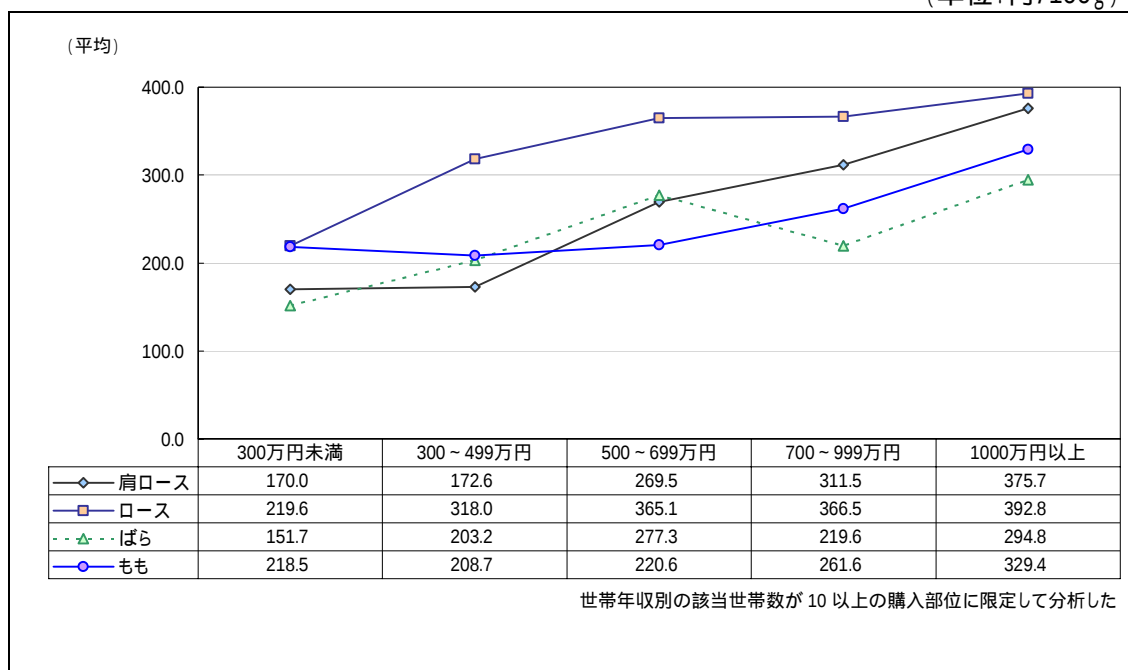
1 一週間の食肉購入状況

7. 牛肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

3) 購入部位 × 世帯年収別

■ 図表 -19 購入部位別・平均購入単価(100g当たり): 世帯年収別

(単位: 円/100g)



牛肉の購入部位を世帯年収別にみると、購入形態と同様に、年収が上がるに従って100g当たりの購入単価が高まる傾向にある。

世帯年収による差が最も大きかったのは「肩ロース」で、1,000万円以上と300万円未満で205.7円の差となった。平均購入単価が224.0円の「ばら」は、最も購入単価が高かったのは1,000万円以上で294.8円、最も低かったのは300万円未満の151.7円だった。

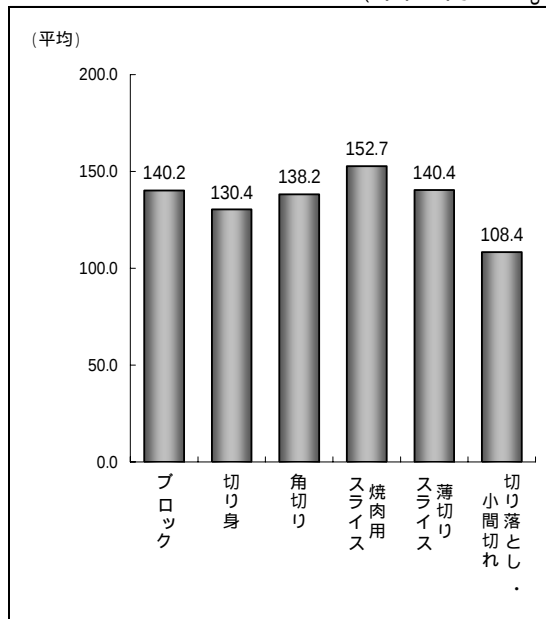
1 一週間の食肉購入状況

8. 豚肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

1) 購入形態 / 部位別・平均購入単価

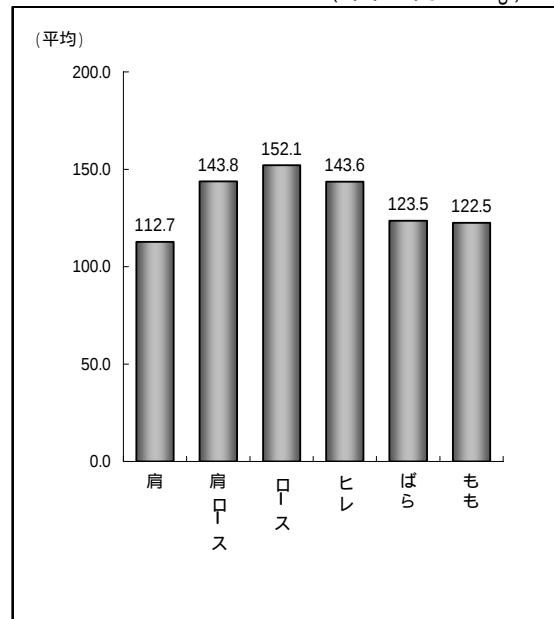
■ 図表 -20 豚肉の購入形態別
平均購入単価

(単位:円/100g)



■ 図表 -21 豚肉の購入部位別
平均購入単価

(単位:円/100g)



豚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。

購入形態別にみると、「焼肉用スライス」(152.7円)、「薄切りスライス」(140.4円)、「ブロック」(140.2円)の順で高い。「切り落とし・小間切れ」は108.4円と最も低い。

購入部位別にみると、「ロース」が152.1円と最も高い。「肩」は112.7円と最も低い。

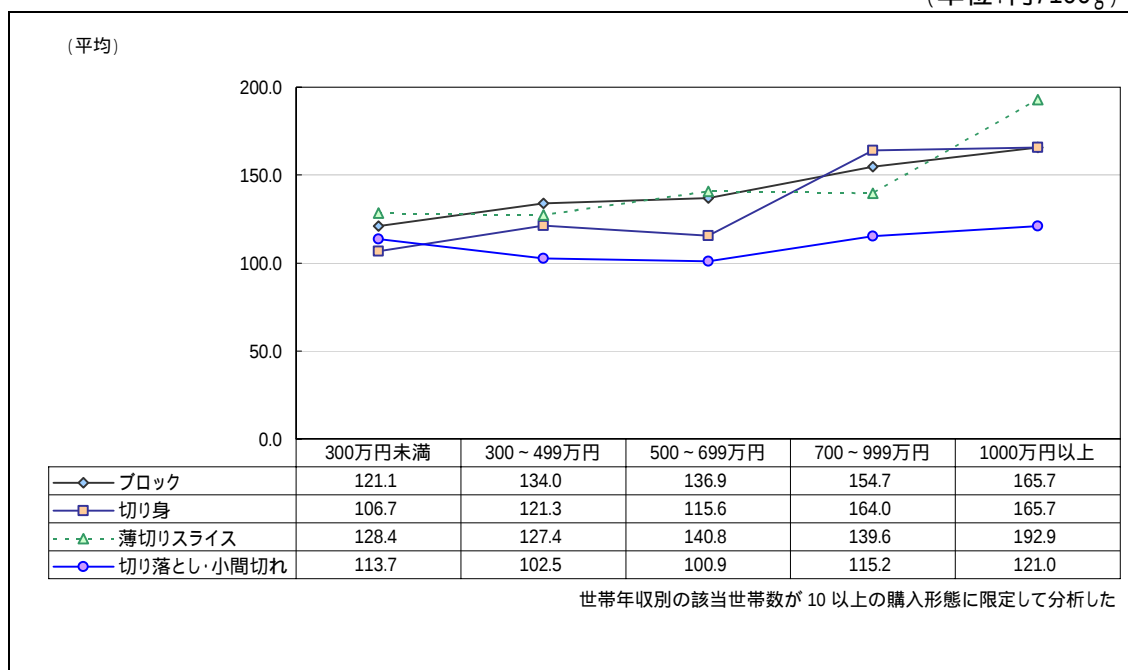
1 一週間の食肉購入状況

8. 豚肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

2) 購入形態 × 世帯年収別

■ 図表 -22 購入形態別・平均購入単価(100g当たり) : 世帯年収別

(単位: 円/100g)



豚肉の購入形態を世帯年収別にみると、牛肉ほどの差は見られないが、全体的には年収が上がるに従って100g当たりの購入単価が高まる傾向にある。「薄切りスライス」では1,000万円以上と999万円以下で、「切り身」では、700万円以上と699万円以下で、購入単価に大きく変化があることがわかる。

平均購入単価が108.4円と最も低い「切り落とし・小間切れ」は、世帯年収による差も小さい結果となった。

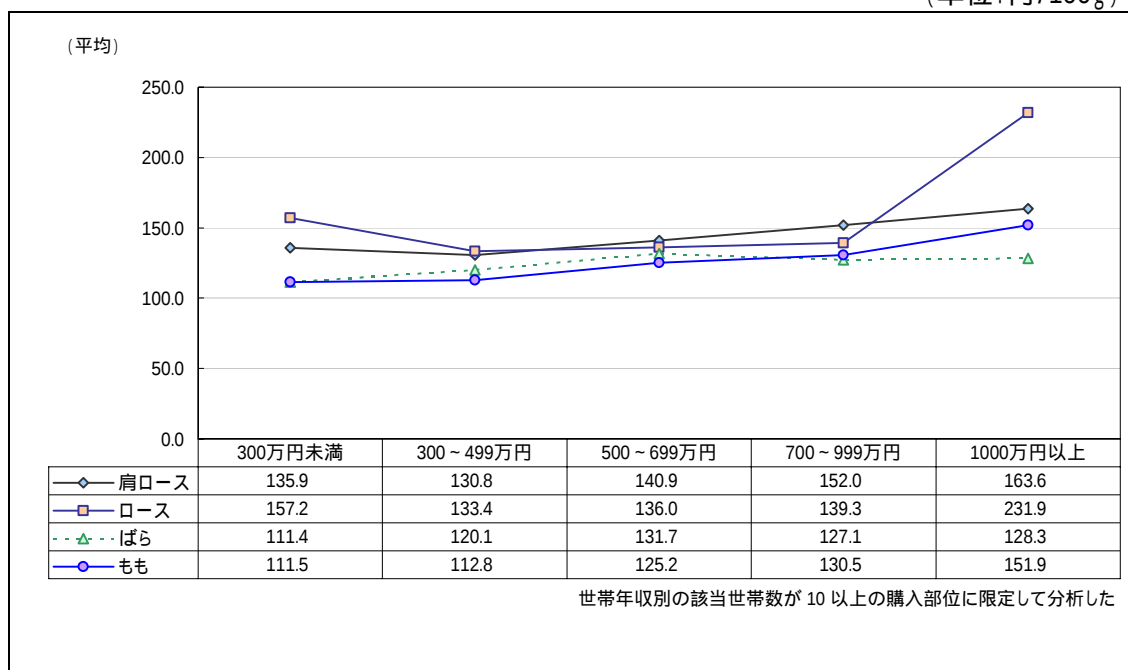
1 一週間の食肉購入状況

8. 豚肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

3) 購入部位 × 世帯年収別

■ 図表 -23 購入部位別・平均購入単価(100g当たり) : 世帯年収別

(単位: 円/100g)



豚肉の購入部位を世帯年収別にみると、平均購入単価が152.1円と最も高い「ロース」は、世帯年収による差も最も大きかった。

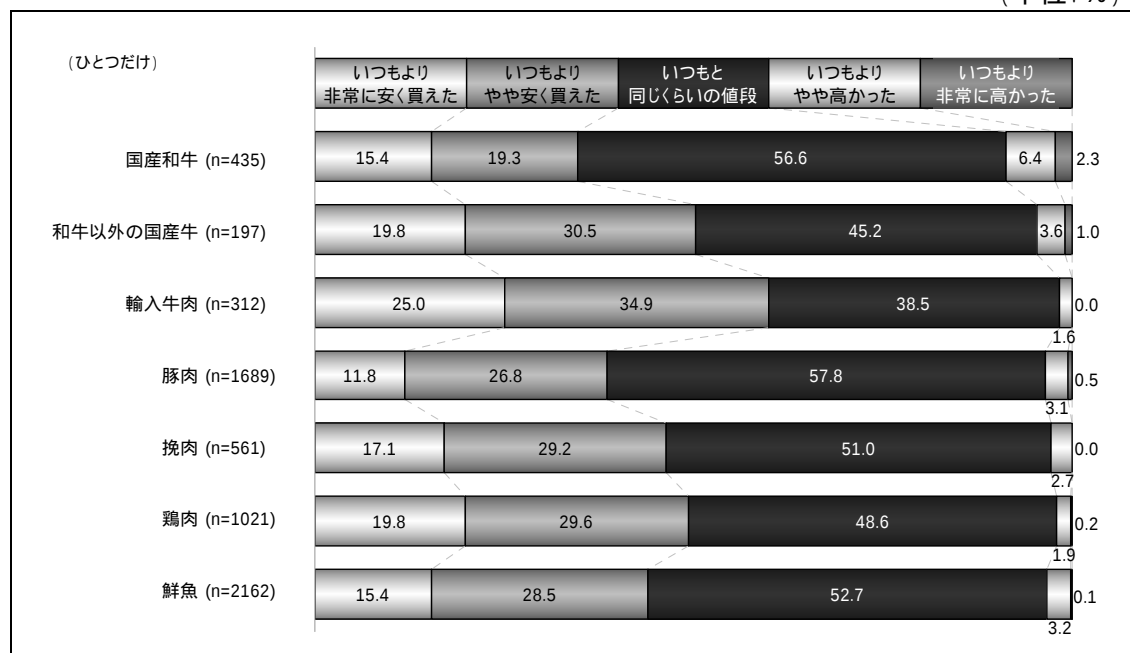
一方、平均購入単価が123.5円の「ばら」は、平均との差が最も購入単価が高い500～699万円でも8.2円、最も購入単価が低い300万円未満でも12.1円と、世帯年収による差がわずかにしか見られない結果となった。

1 一週間の食肉購入状況

9. 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: %)



価格に対する評価を見ると、「いつもより非常に安く買えた」の回答は「輸入牛肉」(25.0%)が多く、「豚肉」(11.8%)は少ない。「いつもよりやや安く買えた」の割合は、「輸入牛肉」(34.9%)が最も高い。「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、価格に対する満足度は「輸入牛肉」で高くといえる。

「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」の合計は「国産和牛」で最も高いが、その割合は8.7%とあまり高くはない。

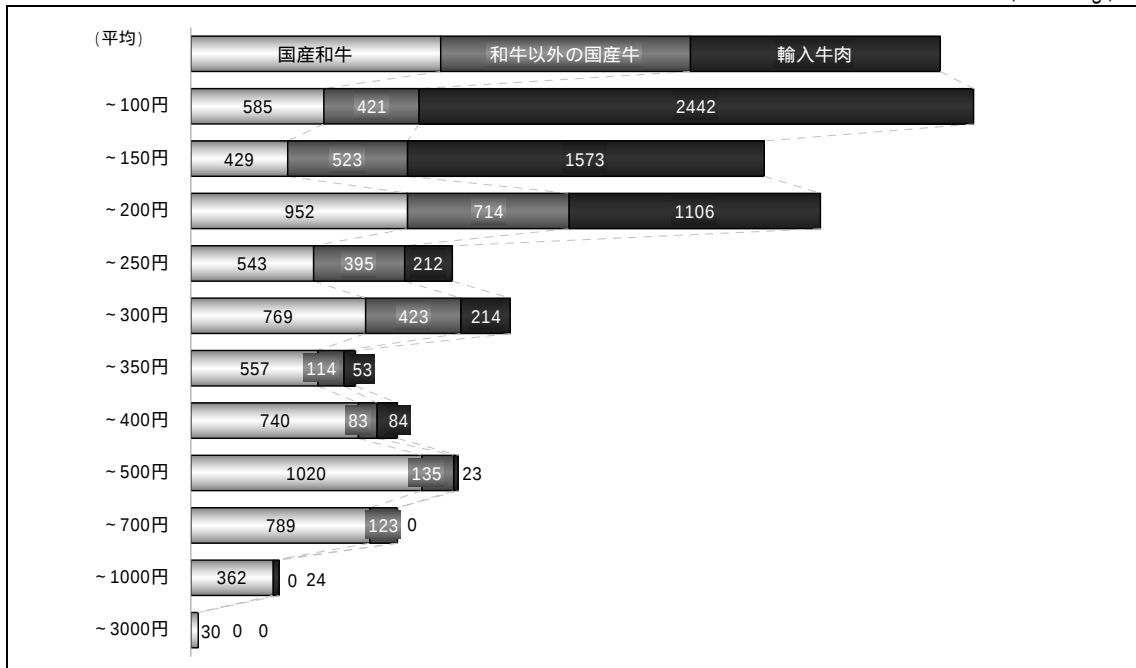
1 一週間の食肉購入状況

10. 食肉の価格分布

1) 牛肉の価格分布

■ 図表 -25 牛肉100g当たり単価帯別100世帯当たり平均購入量

(単位:g)



「国産和牛」では購入量のピークが複数あり、「400～500円」(1,020g)、「150～200円」(952g)が多い。

一方「和牛以外の国産牛」では「150～200円」(714g)、「100～150円」(523g)が比較的多い。

「輸入牛肉」では「200円以下」に購入量が集中しており、中でも「100円以下」では2,442gにのぼる。「100～150円」(1,573g)、「150～200円」(1,106g)も非常に多く、1,000gを超えている。

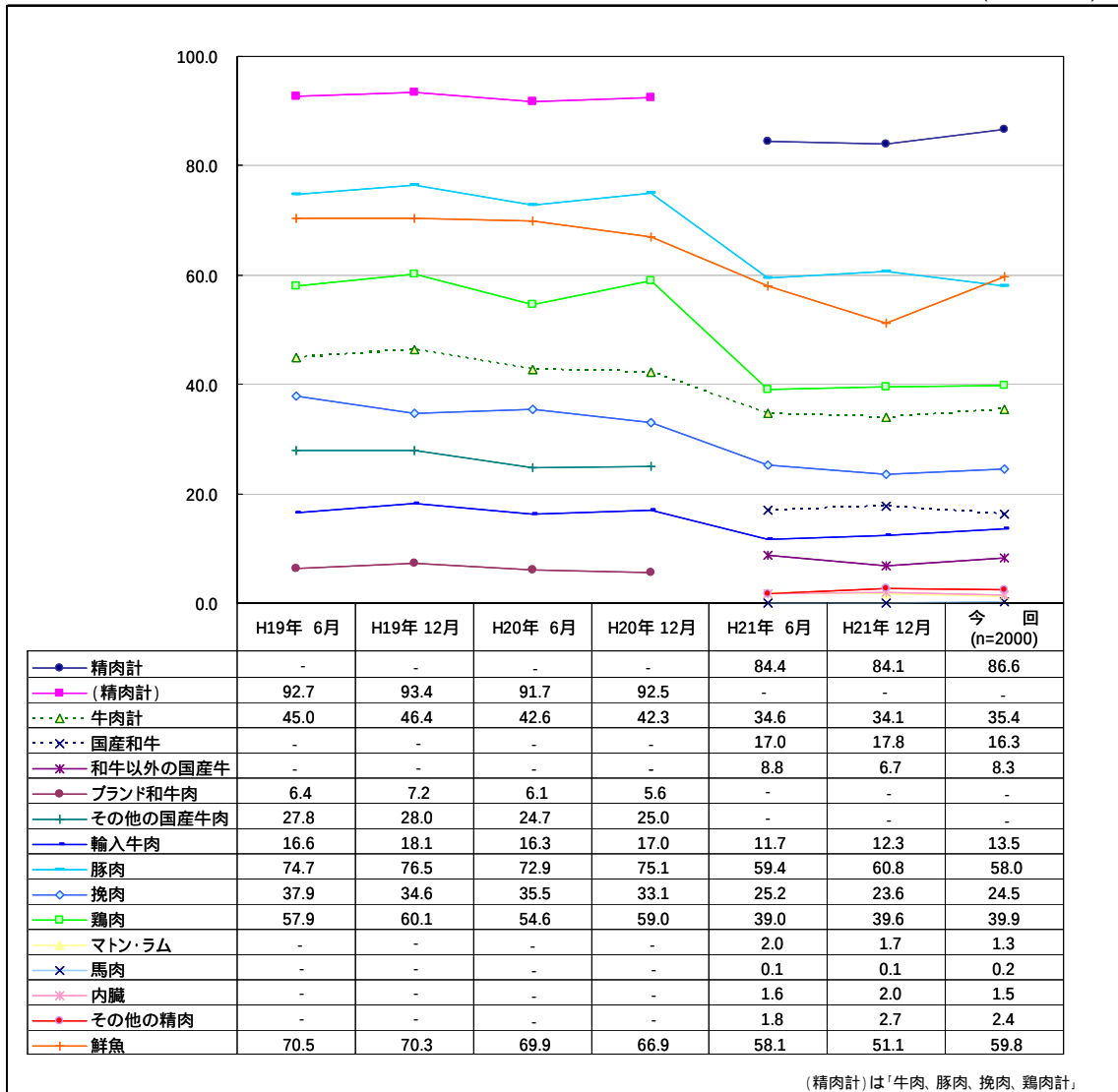
1 一週間の食肉購入状況

11. 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: %)



「精肉計」の購入世帯率は86.6%で前回より2.5ポイント上回った。

購入世帯率の最も高い食材は「鮮魚」で59.8%。次いで「豚肉」が58.0%、「鶏肉」が39.9%となっている。

どの食材も前回の水準が継続した結果となったが、「鮮魚」は8.7ポイント上回った。

厳しい経済情勢が長引く中、食材購入にも影響が出ており、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

11. 精肉・鮮魚の購入世帯率

2) 年代別、地域別

■ 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	の国産牛以外	輸入牛肉								
全 体 (n=2000)		86.6	35.4	16.3	8.3	13.5	58.0	24.5	39.9	1.3	0.2	1.5	2.4	59.8
年代別	20代 (n=400)	86.0	24.8	8.3	4.8	12.8	54.5	24.8	38.8	1.0	0.5	1.0	1.5	44.0
	30代 (n=400)	85.5	34.0	12.0	9.0	14.0	54.3	26.5	38.3	1.0	0.3	1.8	1.5	47.5
	40代 (n=400)	88.5	34.0	15.5	7.8	14.5	63.3	27.0	44.8	0.5	0.0	0.5	2.0	60.8
	50代 (n=400)	86.0	39.0	19.8	10.3	13.8	60.0	24.3	41.3	2.0	0.0	1.8	2.8	70.8
	60代以上 (n=400)	87.0	45.3	25.8	9.8	12.3	58.0	19.8	36.5	1.8	0.3	2.5	4.3	75.8
地域別	北海道 (n=200)	81.5	23.5	7.0	4.0	14.5	56.5	21.0	37.0	8.5	0.0	2.5	2.5	59.5
	東北 (n=200)	87.5	27.5	11.5	6.5	10.5	56.0	20.5	41.0	1.5	0.5	2.5	3.5	62.0
	関東 (n=200)	80.5	28.5	15.5	4.5	11.0	53.5	25.0	39.0	0.0	0.0	1.5	3.5	52.5
	北陸 (n=200)	89.0	30.0	11.0	10.0	11.5	66.5	25.5	40.0	1.0	0.0	1.0	2.0	63.0
	東海 (n=200)	88.5	32.5	15.0	5.0	13.0	61.0	22.5	47.0	0.0	0.0	1.5	3.0	60.5
	近畿 (n=200)	83.5	42.5	25.0	8.5	11.0	53.0	18.5	37.5	0.0	0.0	1.0	2.5	60.5
	中国 (n=200)	88.5	44.0	21.0	14.0	13.5	53.0	28.5	38.5	0.5	0.0	1.5	0.5	54.5
	四国 (n=200)	88.0	48.5	27.0	15.5	11.5	63.0	30.0	37.5	0.0	0.0	2.0	0.5	62.0
	九州 (n=200)	90.5	45.0	25.5	11.0	13.0	57.0	21.5	42.5	1.0	1.0	1.5	4.0	63.5
沖縄 (n=200)	88.5	32.0	4.0	4.0	25.0	60.5	31.5	39.0	0.0	0.5	0.0	2.0	59.5	

精肉・鮮魚の購入世帯率を年代別にみると、「牛肉計」で60代以上の購入世帯率が最も高くなっているが、内訳を見ると「和牛以外の国産牛」では50代、「輸入牛肉」では40代が最も高くなっている。60代以上は「国産和牛」で最も購入世帯率が高く、これが「牛肉計」に反映されている。「豚肉」「挽肉」「鶏肉」では40代で購入世帯率が高めになっている。「鮮魚」では高年齢層ほど購入世帯率が高い。

地域別にみると、「牛肉計」の購入世帯率は四国（48.5%）、九州（45.0%）、中国（44.0%）の順で高く、西日本で購入世帯率が高いことがわかる。内訳でみると、「国産和牛」「和牛以外の国産牛」の購入世帯率は四国で最も高い。「輸入牛肉」は、沖縄の購入世帯率が25.0%と目立って高い。

「豚肉」では北陸、「鶏肉」では東海の購入世帯率が高くなっている。

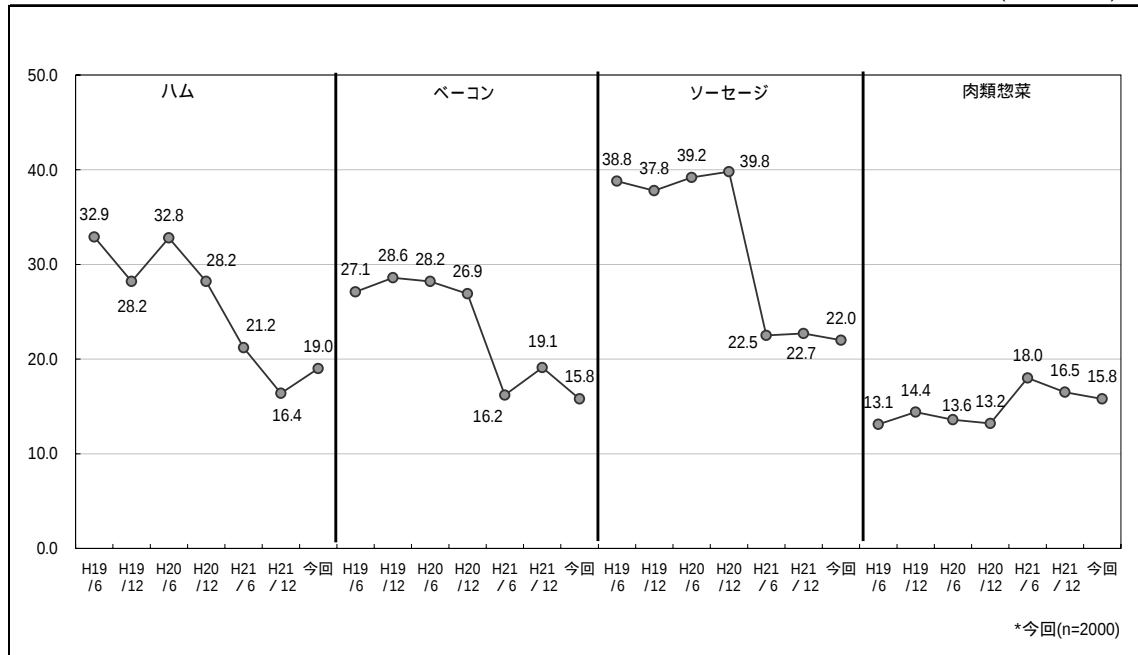
1 一週間の食肉購入状況

12. 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を前回と比較すると、「ハム」は16.4%から19.0%と2.6ポイント上昇し、「ベーコン」は19.1%から15.8%へ3.3ポイント減少した。「ソーセージ」はほぼ横ばいで22.0%。「肉類惣菜」は15.8%で、前回から0.7ポイントの微減となった。

肉類の購入世帯率は前回と同水準になっていたが、肉類加工品も同様に、回復に向かう兆しはまだ現れていない。

1 一週間の食肉購入状況

12. 肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率

2) 年代別、地域別

■ 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)		19.0	15.8	22.0	15.8
年代別	20代 (n=400)	16.3	16.5	22.3	20.3
	30代 (n=400)	18.0	13.3	23.5	15.5
	40代 (n=400)	18.3	14.0	28.3	17.0
	50代 (n=400)	22.8	17.8	19.3	15.5
	60代以上 (n=400)	19.5	17.5	16.5	10.5
地域別	北海道 (n=200)	21.5	17.5	23.0	14.0
	東北 (n=200)	19.5	18.5	21.0	18.5
	関東 (n=200)	24.5	18.5	17.0	19.5
	北陸 (n=200)	24.5	17.0	20.5	16.0
	東海 (n=200)	27.0	13.0	29.0	14.5
	近畿 (n=200)	13.0	7.0	18.0	16.5
	中国 (n=200)	16.0	15.0	28.5	18.0
	四国 (n=200)	15.0	11.0	20.5	17.0
	九州 (n=200)	15.5	15.0	13.5	8.5
	沖縄 (n=200)	13.0	25.5	28.5	15.0

年代別にみると、「ハム」は50代以上で、「ソーセージ」は40代で購入世帯率が高くなっている。「肉類惣菜」は20代の購入世帯率が最も高い。

地域別にみると、東海で「ハム」と「ソーセージ」の世帯購入率が最も高い。「ベーコン」は沖縄で25.5%と特に高い。「肉類惣菜」は九州で最も低く、8.5%である。

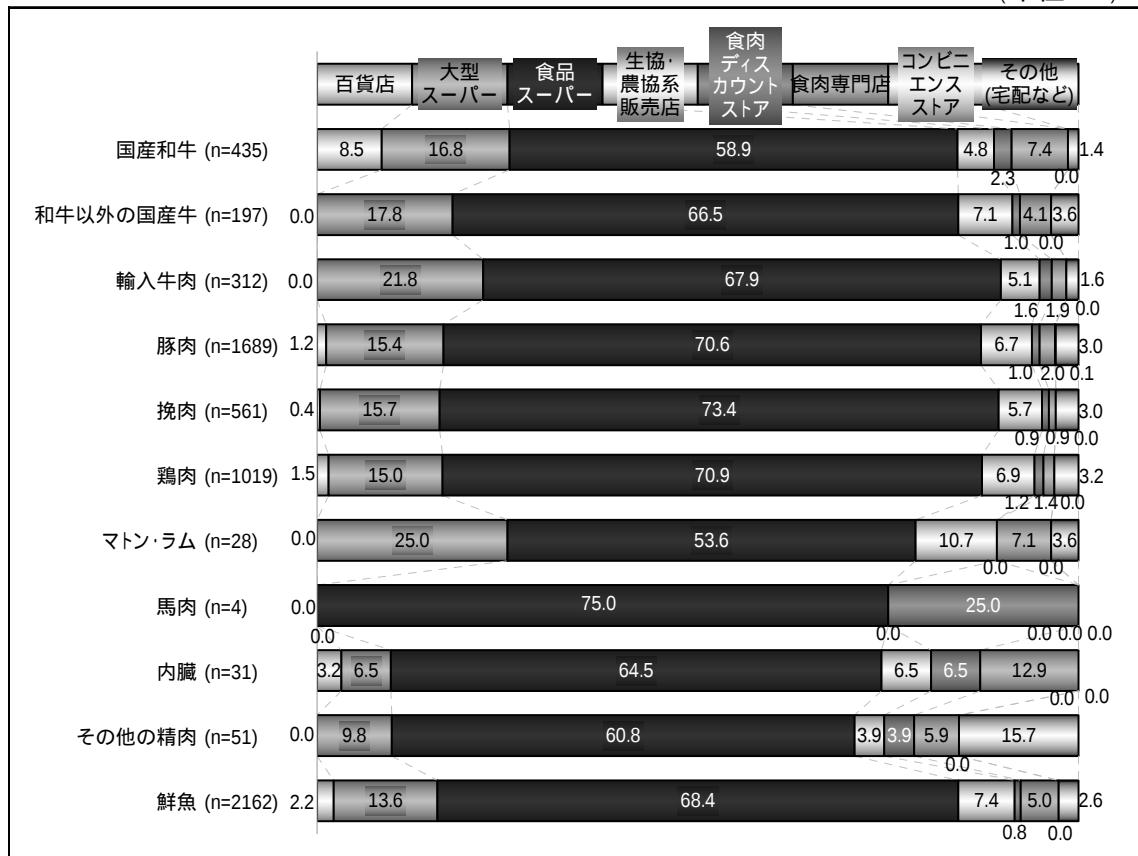
2 食肉売り場と選定基準

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: %)



購入先別買物回数構成比をみると、いずれの食材でも「食品スーパー」での購入が最も多く、ほとんどの食材で6割を超える。

「国産和牛」は、他の食材に比べて「百貨店」で購入される割合がやや高い。

「輸入牛肉」は「大型スーパー」での購入が21.8%と、他の食材に比べて高い。

「豚肉」「挽肉」「鶏肉」は「食品スーパー」での購入が70%以上を占め、他の食材よりも高い。

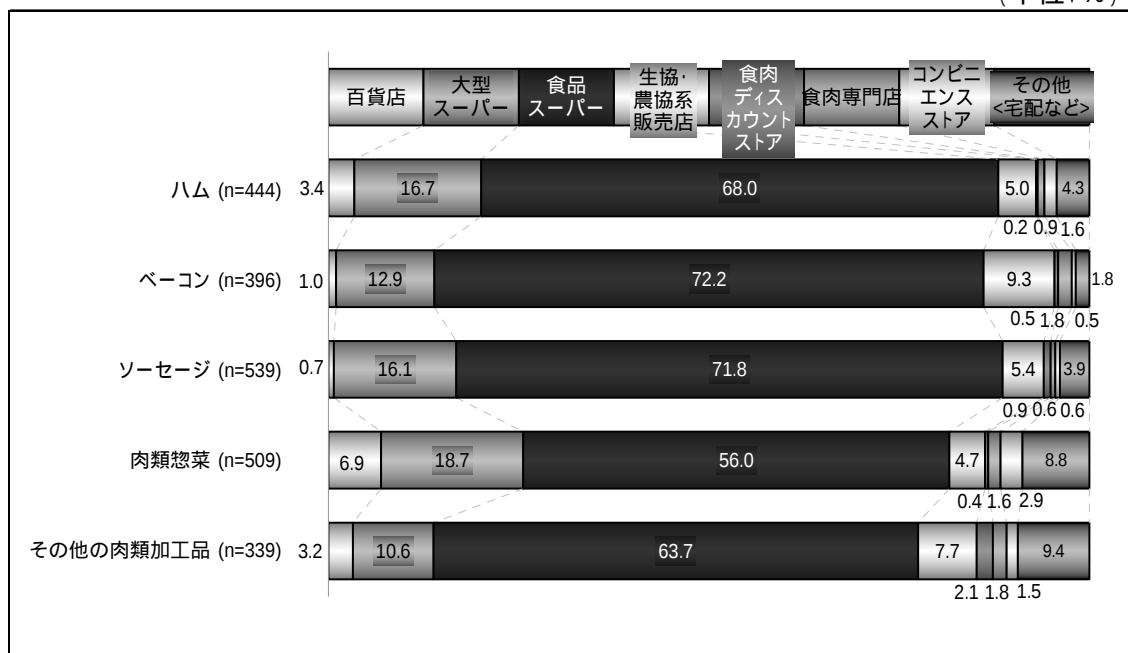
2 食肉売り場と選定基準

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・肉類惣菜の購入先をみると、「ハム」「ベーコン」「ソーセージ」では「食品スーパー」が7割近くを占めほとんど差はみられない。「肉類惣菜」では「百貨店」が6.9%、「ベーコン」では「生協・農協系販売店」が9.3%とやや高い。

「肉類惣菜」や「その他の肉類加工品」については、「生協・農協系販売店」や「その他（宅配など）」からの購入比率が比較的高い。

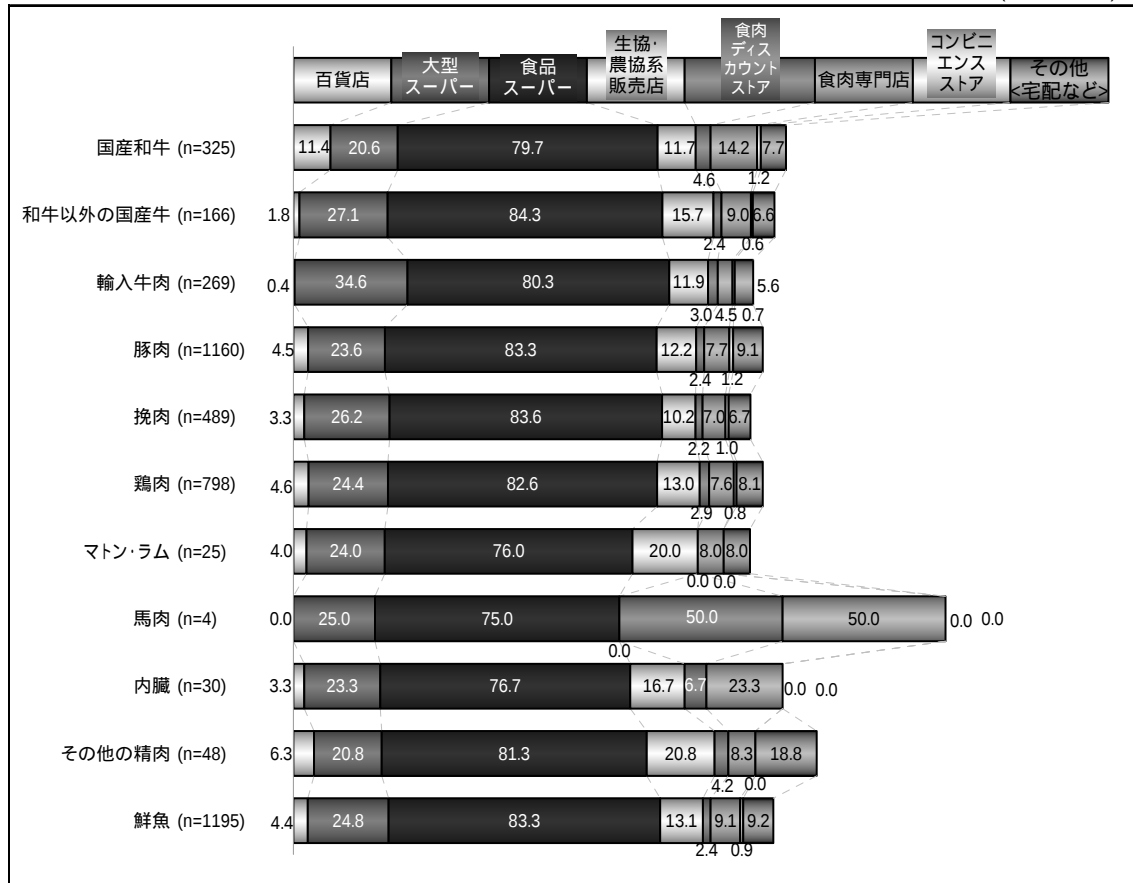
2 食肉売り場と選定基準

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: %)



主要精肉ではいずれも「食品スーパー」が8割近くを占め、購入世帯率が最も高い。「国産和牛」は、他の食肉に比べて「百貨店」(11.4%)や「食肉専門店」(14.2%)での購入世帯率がやや高い。「和牛以外の国産牛」では「食品スーパー」での購入世帯率が84.3%と他の食肉よりも高いほか、「生協・農協系販売店」(15.7%)も高めになっている。「輸入牛肉」は「大型スーパー」(34.6%)の購入世帯率が高い。

「豚肉」「挽肉」「鶏肉」については購入世帯率に大きな差異はみられないが、「鶏肉」は「生協・農協系販売店」が13.0%とやや高い。

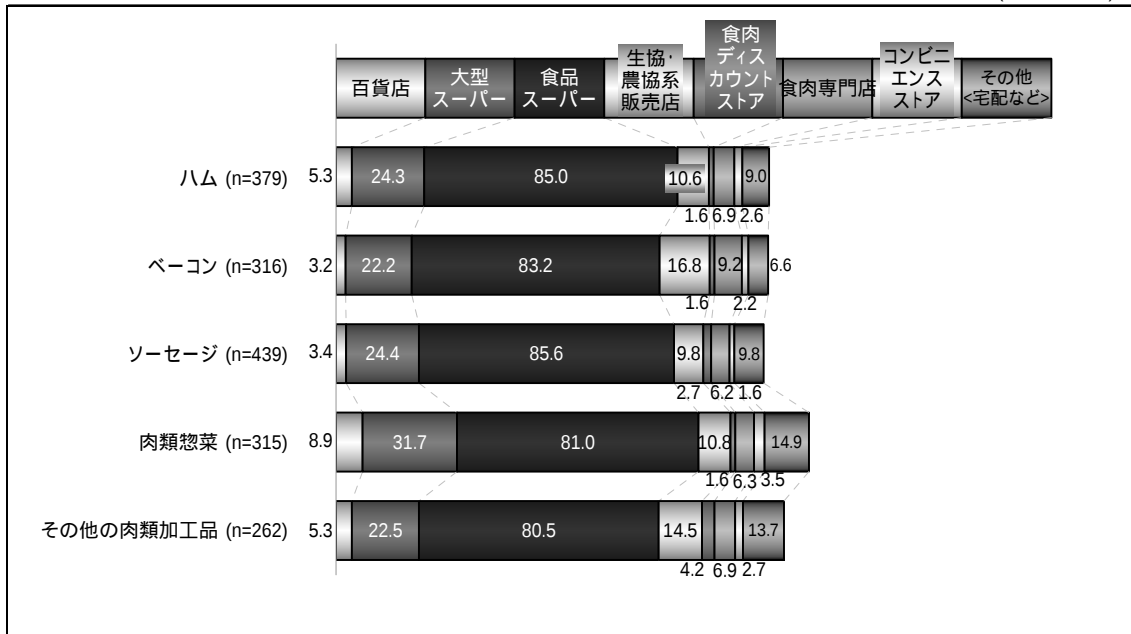
2 食肉売り場と選定基準

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・肉類惣菜の購入世帯率をみると、いずれも「食品スーパー」が8割以上をしめて最も高い。「ハム」「ベーコン」「ソーセージ」ではあまり大きな違いはないが、「ベーコン」では「生協・農協系販売店」が16.8%とやや高い。

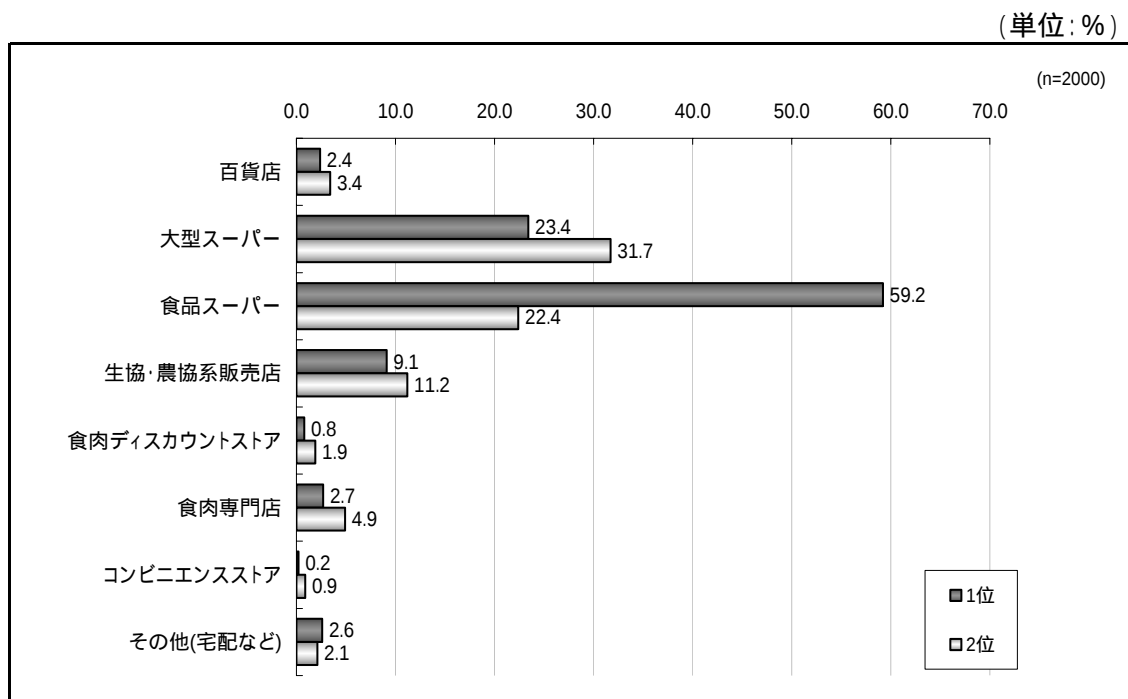
「肉類惣菜」では「百貨店」(8.9%)、「大型スーパー」(31.7%)、「その他(宅配等)」(14.9%)が他の肉類加工品・肉類惣菜に比べ、購入世帯率がやや高い。

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



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、「食品スーパー」の利用頻度が最も高く、第1位に挙げた人の割合が59.2%となっている。以下「大型スーパー」(23.4%)、「生協・農協系販売店」(9.1%)の順で第1位に挙げた人の割合が高い。

第2位に挙げた人の割合は「大型スーパー」が31.7%で最も高く、以下「食品スーパー」(22.4%)、「生協・農協系販売店」(11.2%)と続く。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わかる。

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ヶ所で買い物ができる	近所にある	品質が良い	その他
百貨店 (n=47)	4.3	10.6	10.6	2.1	6.4	14.9	0.0	4.3	14.9	29.8	2.1
大型スーパー (n=467)	9.0	31.3	1.9	4.3	8.8	2.4	0.6	21.4	16.5	1.9	1.5
食品スーパー (n=1183)	25.4	13.4	1.1	3.9	7.1	1.7	0.1	11.6	32.0	2.9	0.9
生協・農協系販売店 (n=181)	3.9	3.3	0.6	1.1	5.5	42.5	0.6	4.4	22.1	11.6	4.4
食肉 ディスカウントストア (n=15)	60.0	6.7	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
食肉専門店 (n=53)	17.0	11.3	15.1	3.8	0.0	11.3	0.0	3.8	7.5	28.3	1.9
コンビニエンスストア (n=3)	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0
その他 (n=51)	2.0	0.0	2.0	2.0	9.8	45.1	3.9	5.9	2.0	9.8	17.6

食肉小売店の選定理由には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は、「近所にある」(32.0%)、「安い」(25.4%)が選ばれる主な理由。普段使いの便利なお店として利用されている様子が浮かび上がった。

大型スーパーは、「品揃えが多い」(31.3%)が支持される最大の理由。また、「1ヶ所で買い物ができる」(21.4%)が全業態の中で最も高い。

百貨店は「品質が良い」が29.8%と高く、以下、「安全性が高い」と「近所にある」が同率の14.9%で続く。品質に対する信頼感と程良い距離感から選ばれている。

生協・農協系販売店は「安全性が高い」が42.5%に達した。

食肉ディスカウントストアは「安い」が60.0%。

食肉専門店は「品質が良い」が28.3%、次いで「安い」(17.0%)が多い。品質に対する信頼感が主な選定理由となっているが、「好きな量が買える」(15.1%)というのも特徴となっている。

コンビニエンスストアは「近所にある」(66.7%)、「と「気がねしないで買える」(33.3%)の2つが理由として上がっている。

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	DMの送付	その他
全	体 (n=2000)	51.8	38.9	13.1	58.1	22.0	49.4	19.5	13.7	11.6	19.8	3.3	16.6	6.9	5.7	9.3	3.4	2.9	3.5	7.6	1.1	1.9
年代別	20代 (n=400)	63.3	33.5	11.0	51.8	19.3	55.0	21.3	17.0	16.3	28.3	4.8	22.0	9.0	7.8	10.3	5.8	2.8	2.8	11.0	2.0	1.0
	30代 (n=400)	58.5	39.3	10.5	51.5	16.8	58.5	23.0	15.8	10.3	22.3	4.3	19.5	4.8	4.8	8.8	3.3	3.3	2.8	9.3	2.5	1.8
	40代 (n=400)	51.0	43.8	15.8	63.0	19.5	49.3	19.8	13.0	9.8	18.8	3.3	14.5	4.8	3.3	9.0	2.5	2.5	3.0	4.5	0.5	2.0
	50代 (n=400)	45.5	41.0	15.0	65.3	29.5	46.3	16.0	12.0	10.8	17.3	2.5	16.0	6.5	7.5	10.5	3.0	3.3	3.5	6.0	0.3	3.3
	60代以上 (n=400)	40.5	37.0	13.0	59.0	24.8	37.8	17.3	10.8	11.0	12.5	1.5	10.8	9.5	5.0	7.8	2.3	2.8	5.5	7.3	0.0	1.5

食肉小売店への要望をみると、「衛生管理・鮮度管理の徹底」が58.1%、「売価の引き下げ」が51.8%と多く、半数以上が挙げている。ほかに「セールや特売日の積極的な展開」が49.4%と多い。

年代別にみると、20代では「売価の引き下げ」が63.3%で最も多く、「セールや特売日の積極的な展開」が55.0%で続き、「衛生管理・鮮度管理の徹底」(51.8%)を上回る。また、「ポイント・スタンプカード」(28.3%)の割合が30代以上より高いのも特徴的である。

「売価の引き下げ」の割合は、年代が低いほど高い傾向があり、若年齢層ほど経済性重視であることがわかる。20代と30代では「売価の引き下げ」の割合が「衛生管理・鮮度管理の徹底」の割合より高い。

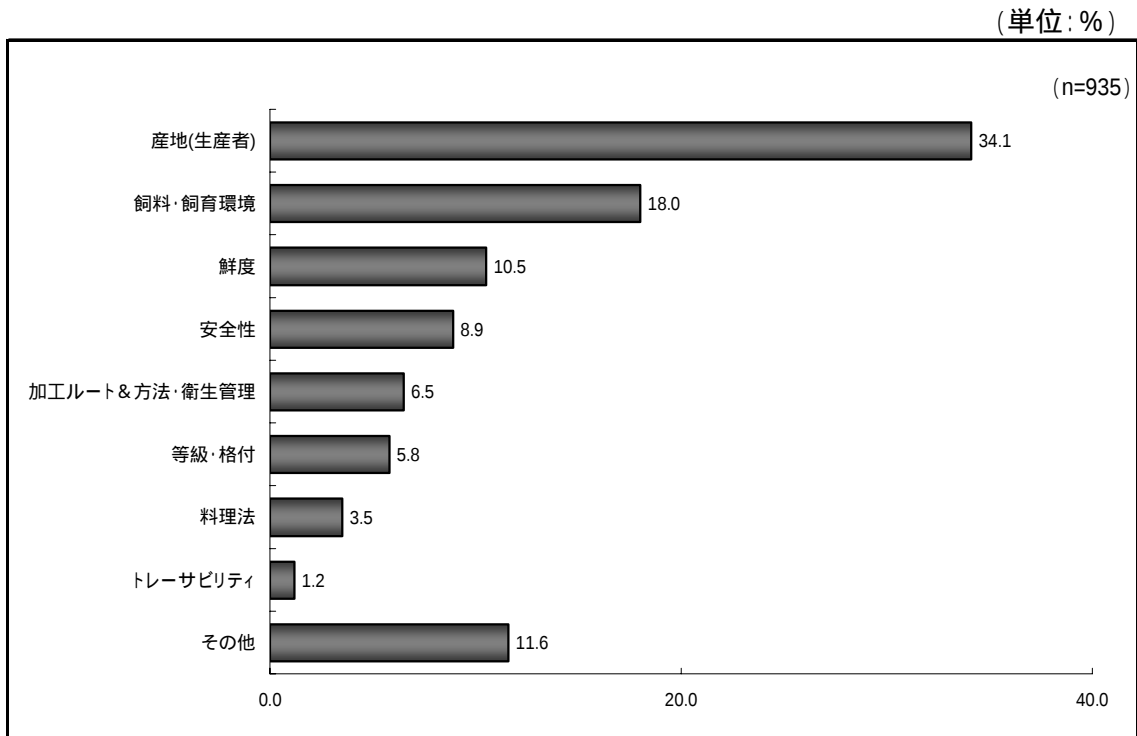
40代から60代以上では「衛生管理・鮮度管理の徹底」が6割近くに達し最も多い。50代と60代以上では「生産者や生産履歴の紹介・表示」の割合が40代以下に比べると高い。高年齢層ほど安全性に関する情報を求めていることがわかる。

2 食肉売り場と選定基準

3. 食肉小売店の選定

4) 商品の品質について表示を希望する内容

■ 図表 -37 商品の品質について表示を希望する内容



食肉小売店への要望として、「商品の品質についての説明表示」と回答した人に対し具体的な内容を尋ね、内容別に分類した。

最も回答が多かった「産地（生産者）」は「国産という表示だけではなく、県名や地域の表示をして欲しい」という要望や、産地偽造に関する不信感からか「嘘のない産地表示」という声が多い。また、「生産者の顔が見える説明表示から安心感を得たい」という要望も多い。

「飼料・飼育方法」のうち飼料では、残留農薬や抗生物質など安全性に関する情報表示が欲しいとの要望が多い。また、「どのような飼育環境だったかを知りたい」という要望もみられた。

「鮮度」では、加工日、消費期限・賞味期限の表示から、食肉の鮮度を判断したいと考えているようだ。

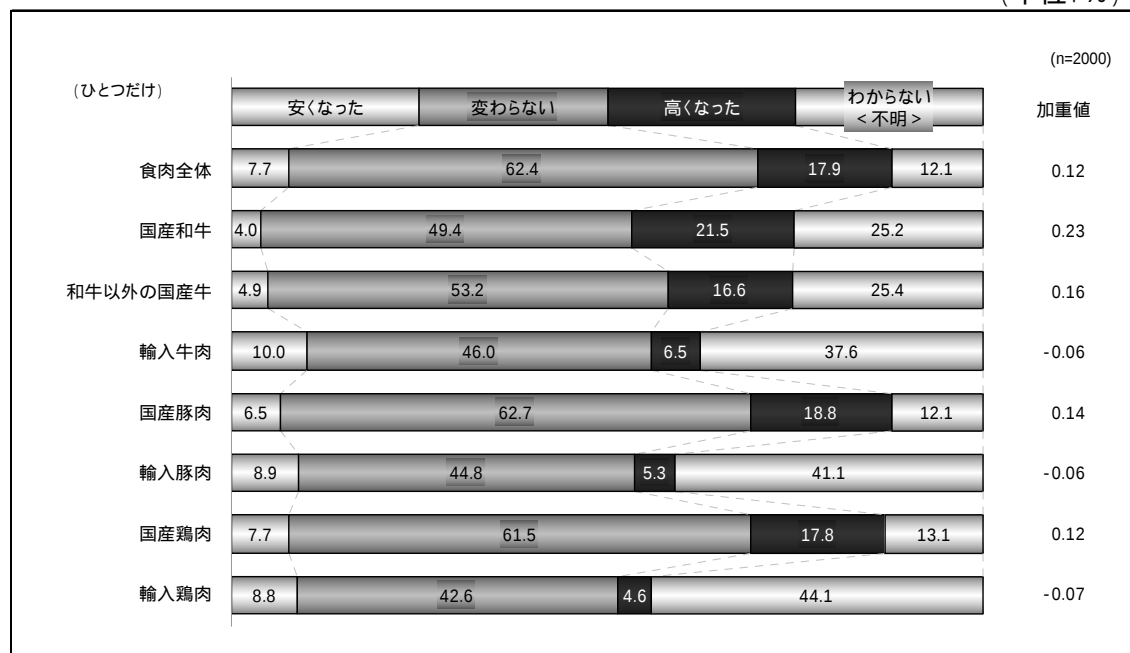
3 最近の食肉に対する意識について

1. 食肉の価格に対する意識

1) 最近の食肉価格に対する意識

■ 図表 -38 食肉別価格に対する意識

(単位: %)



「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、「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。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0.23で最も高いが、数値自体はあまり高くなく、少し割高に感じられた程度と考えられる。

「輸入牛肉」「輸入豚肉」「輸入鶏肉」はそれぞれ-0.06、-0.06、-0.07で、「変わらない」という回答も4割近くに達し、価格の変動をあまり感じられなかったといえる。

「和牛以外の国産牛」「国産豚肉」「国産鶏肉」はそれぞれ0.16、0.14、0.12であり、若干割高感があつた程度だと考えられる。

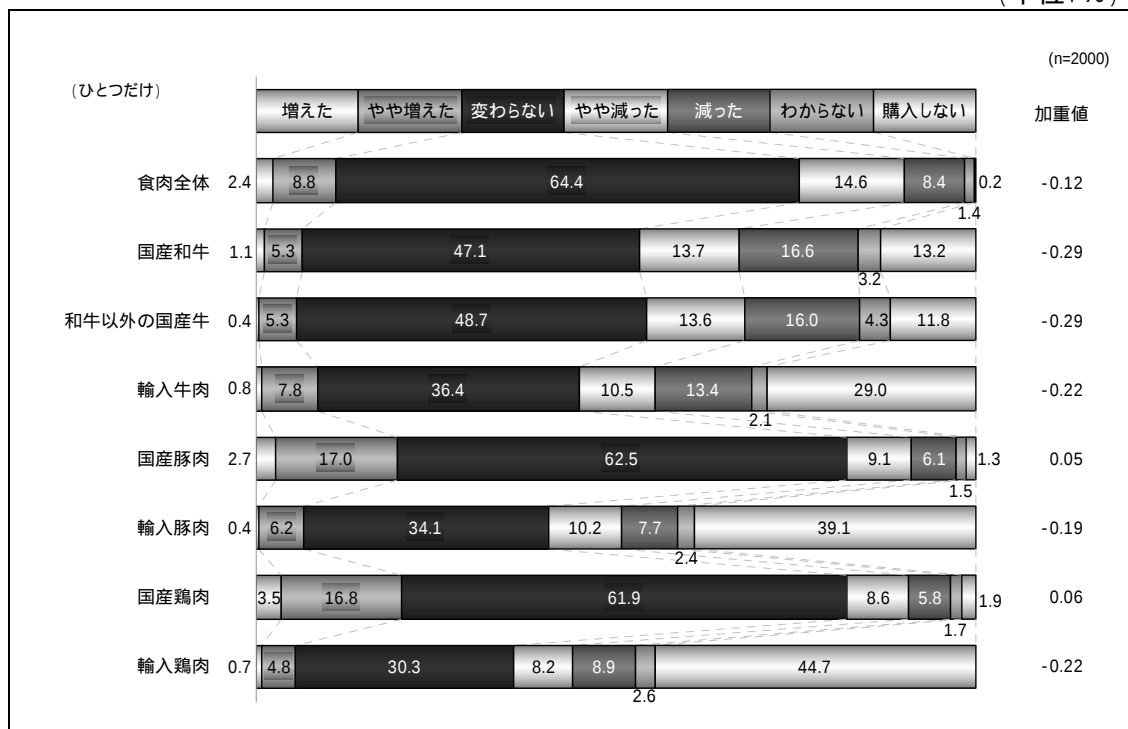
3 最近の食肉に対する意識について

2. 食肉の購入量に対する意識

1) 最近の食肉購入量

■ 図表 -39 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、「わからない」「購入しない」を除いた回答の構成比による加重平均で算出している。

「国産豚肉」「国産鶏肉」を除く食肉に対しては、「購入量が減った」と感じている人の割合が「増えた」と感じている人の割合を上回っている。また、加重値算出の対象からは除外しているが、「輸入牛肉」「輸入豚肉」「輸入鶏肉」は「購入しない」という人がそれぞれ29.0%、39.1%、44.7%を占める。

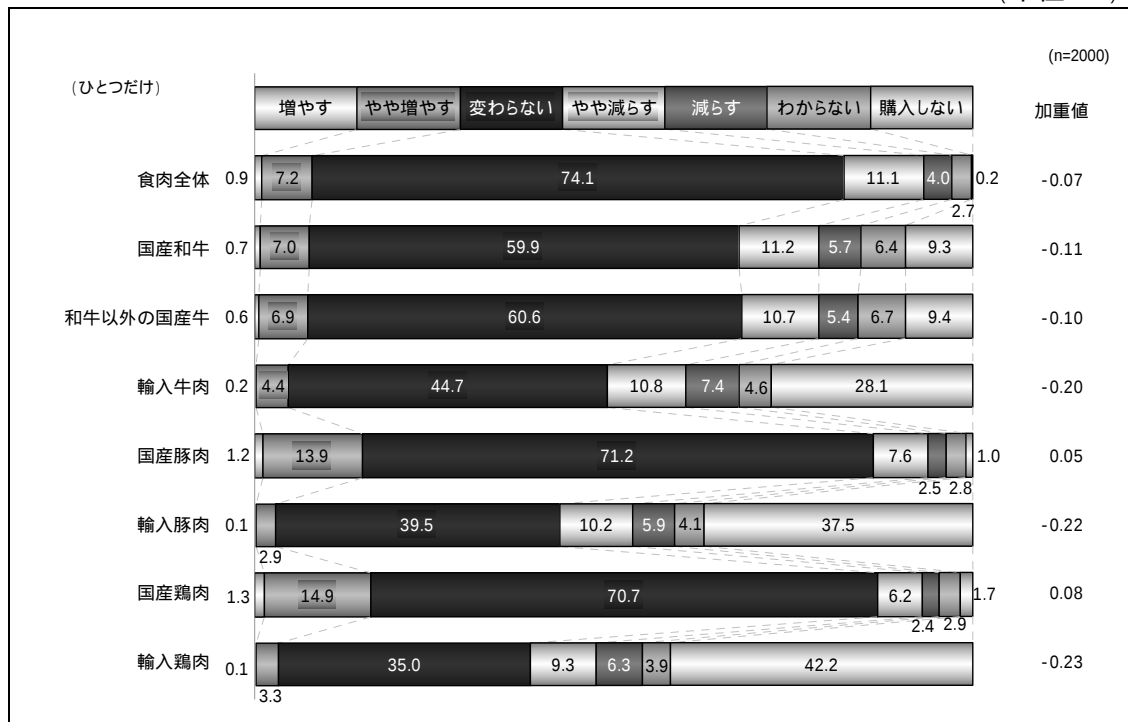
3 最近の食肉に対する意識について

2. 食肉の購入量に対する意識

2) 今後の食肉購入量

■ 図表 -40 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」「購入しない」を除いた回答の構成比による加重平均で算出している。

食肉全体の加重値は-0.07で、最近の食肉別購入量の変化（図表 - 39参照）の-0.12と比較して0.05ポイント上回ったが、最近の変化と同じく、加重値がプラスになったのは「国産豚肉」と「国産鶏肉」だった。「牛肉」はいずれも今後の意向が最近の食肉別購入量の変化の値を上回ったが、マイナス傾向であることに変化はない。「輸入豚肉」と「輸入鶏肉」は最近の値を下回っており、購入意向が減少していることがわかる。

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、子供の成長に関することが多く見られる。具体的には、「子供の成長により消費量が増える」といった子供の成長をダイレクトに反映した内容が多い。

栄養面では「スタミナをつけるため」「良質なたんぱく質源として必要性を感じる」といったような回答が多い。

また、「国産のものを増やしたい」といった回答もみられた。

「減らす」「やや減らす」と回答した人の理由は、「ダイエット」や「カロリー制限」、「年齢を意識しての魚や野菜料理へのシフト」など、健康面を気づかうものが多い。また、40代以下の回答にも「野菜や魚中心の食生活にしたい」が多くみられた。

その他、「節約」を理由とする回答も多かった。

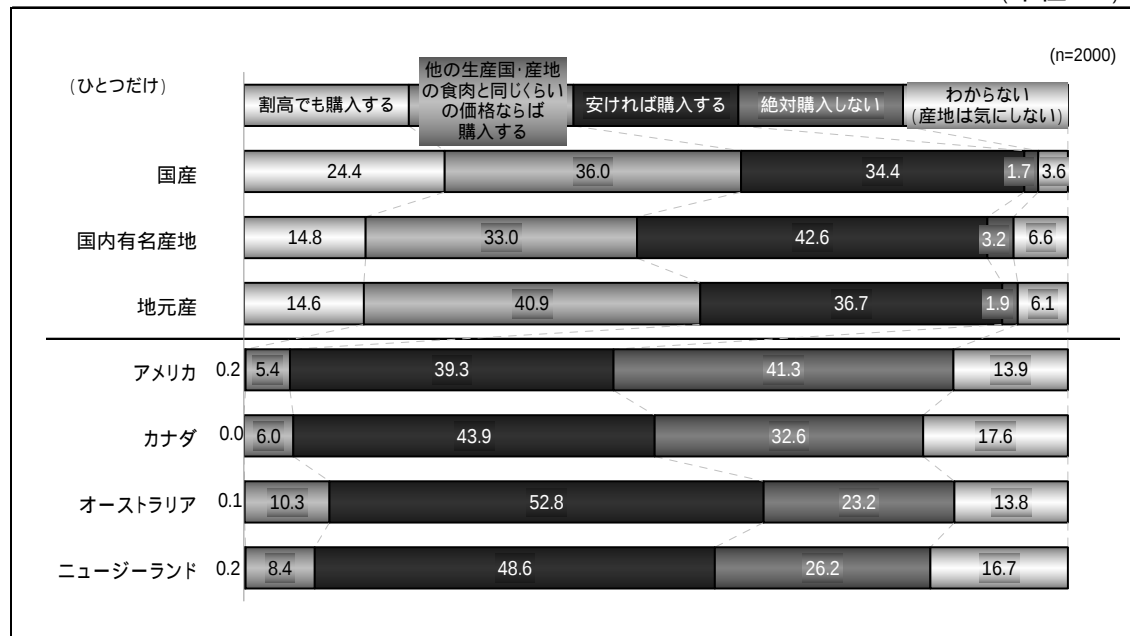
口蹄疫の影響で「減らす」「やや減らす」と回答した人もいくつかみられた。

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: %)



牛肉の産地別購入意向を見ると、国産では「割高でも購入する」の割合が24.4%と他の産地に比べて高い。「他の生産国・産地の食肉と同じくらいの価格ならば購入する」が36.0%、「安ければ購入する」が34.4%となっており、3つを合わせた購入意向合計は94.8%に達する。

「割高でも購入する」は国内有名産地が14.8%、地元産が14.6%で同水準となっている。

一方、海外産の牛肉の場合、国産と比較して購入意向は低い。「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41.3%と最も高く、4割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問題（BSE）が消費者の心理に根強く影響しているためと考えられる。

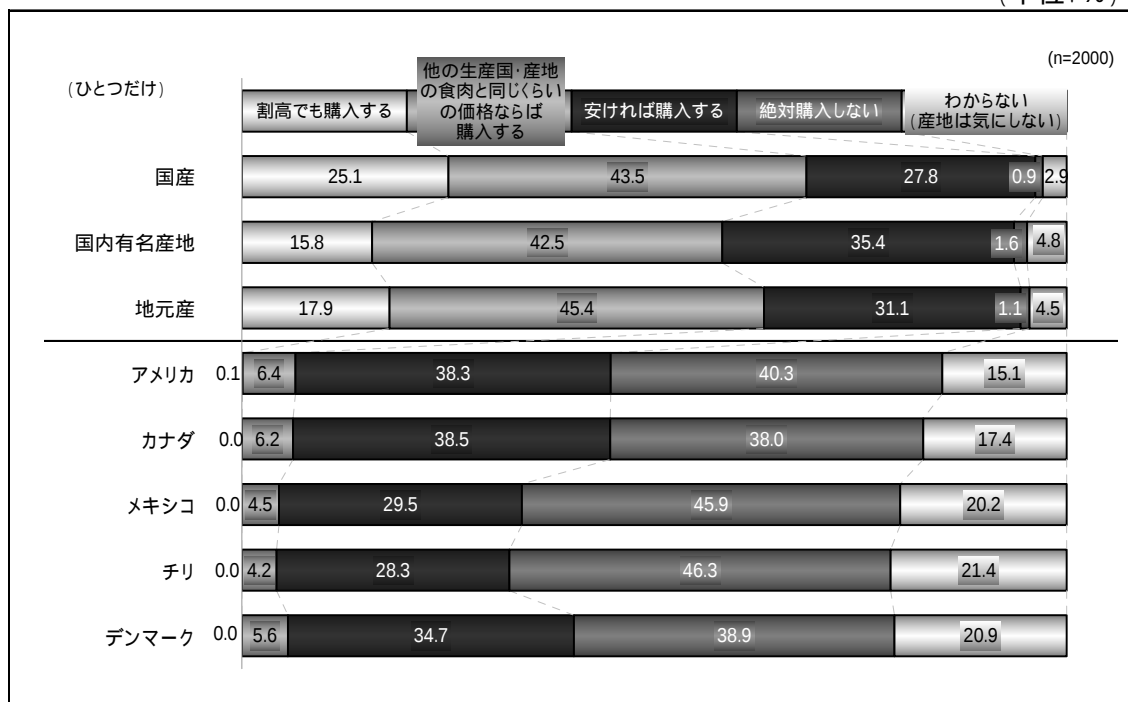
オーストラリア産とニュージーランド産に関しては、「安ければ購入する」がそれぞれ52.8%、48.6%とアメリカ産に比べて高く、アメリカ産よりは安心感を持たれている。

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 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みられる。国産では「割高でも購入する」が25.1%、「他の生産国・産地の食肉と同じくらいの価格ならば購入する」が43.5%、「安ければ購入する」が27.8%で、合計すると96.4%が購入意向を示している。国内有名産地、地元産については、「割高でも購入する」は地元産が17.9%で、国内有名産地の15.8%を上回り、消費者の地産地消志向がうかがえる。

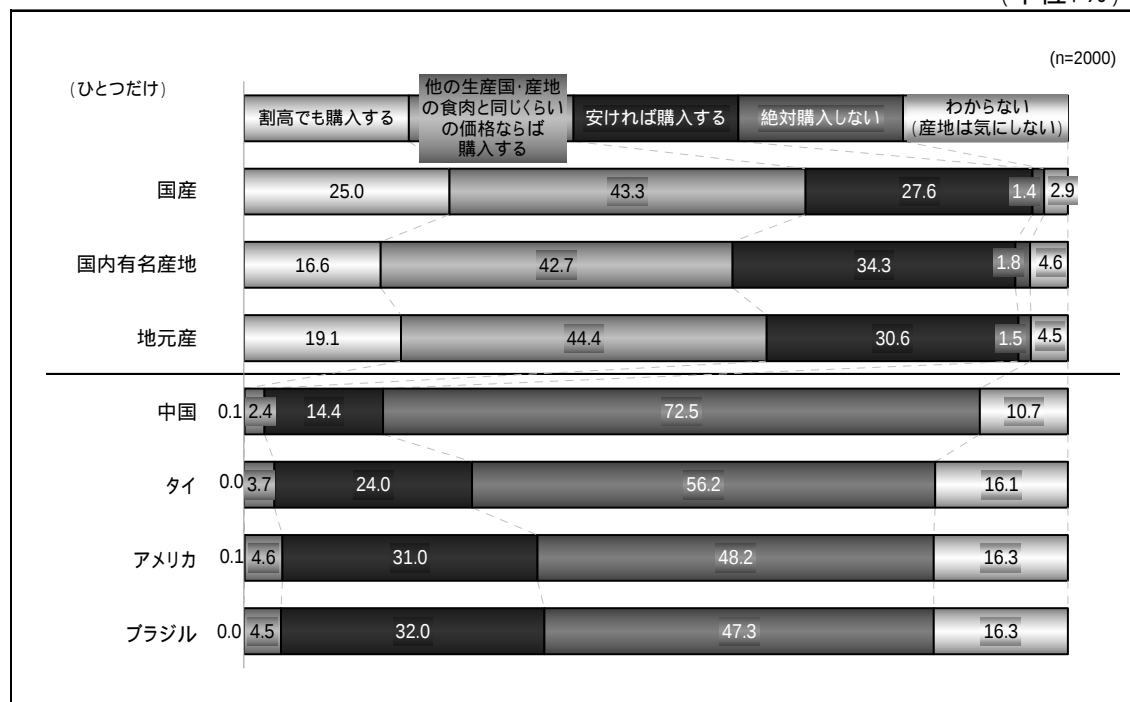
海外産に関しては、メキシコ産、チリ産で「絶対購入しない」の割合が5割弱と高い。アメリカ産、カナダ産、デンマーク産については「安ければ購入する」が35%前後となっており、メキシコ産やチリ産に比べて購入意向がやや高い。

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: %)



鶏肉に関しても、牛肉、豚肉と同様に国産と海外産で購入意向に大きな差がみられる。

国産では「割高でも購入する」が25.0%、「他の生産国・産地の食肉と同じくらいの価格ならば購入する」が43.3%、「安ければ購入する」が27.6%で、合計すると95.9%が購入意向を示した。国内有名産地、地元産については豚肉と同様に「割高でも購入する」は地元産が19.1%で、国内有名産地の16.6%を上回る。

海外産についてみると、中国産では72.5%が「絶対購入しない」と回答しており、中国製の食品に対する不信感が払拭されていない様子がみてとれる。タイ産、アメリカ産、ブラジル産では「安ければ購入する」の割合が中国産に比べて高いが、半数前後は「絶対購入しない」としており、できれば国産の鶏肉を購入したいという意識が表れている。