

第 章 食肉等の購入状況

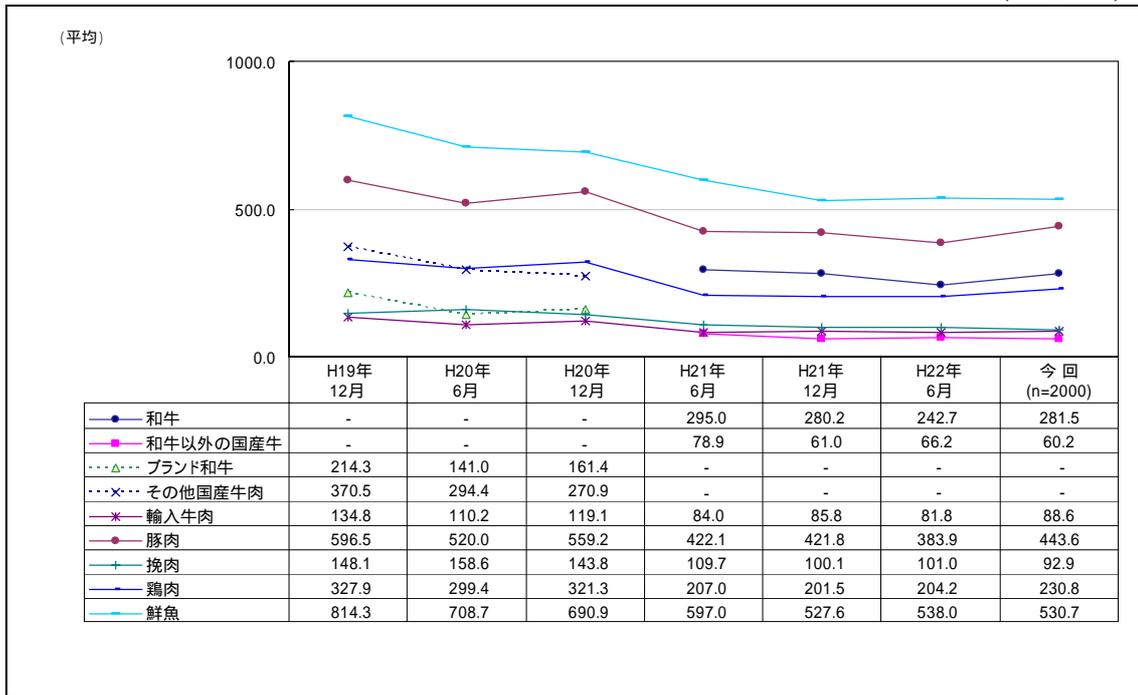
1 一週間の食肉購入状況

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)



一週間の食肉等の平均購入金額の推移をみると、平成21年6月に減少して以来、おおむね横ばいかやや減少傾向であったが、今回は前回から上向きに転じたものが多いことがわかる。上昇したのものとしては「和牛」「輸入牛肉」「豚肉」「鶏肉」があげられるが、上昇幅が大きい順に、「豚肉」59.7円、「和牛」38.8円、「鶏肉」26.6円、「輸入牛肉」6.8円の順である。その他の「和牛以外の国産牛」は-6円、「挽肉」は-8.1円、「鮮魚」は-7.3円となっており、いずれも前回では前々回よりも若干上昇していたにもかかわらず、今回は前々回よりもやや低い金額となっている。

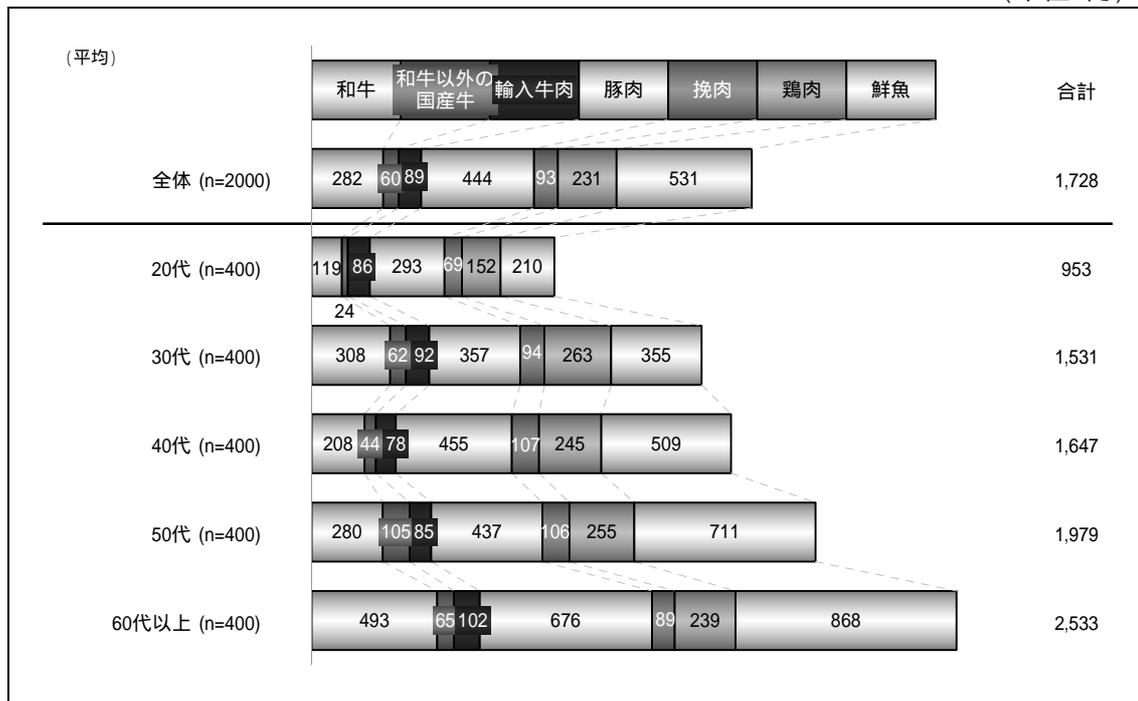
1 一週間の食肉購入状況

1. 1世帯当たり平均購入金額

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)



回答者全体での一週間の1世帯当たり平均購入金額の合計は1,728円である。前回調査(1,618円)と比べると、110円増加している。

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953円であるのに対し、60代以上では2,533円と、その差は1,580円に及ぶ。

内訳をみると、差が顕著なのが「鮮魚」「豚肉」「和牛」である。20代と60代以上を比較すると、「鮮魚」は増加額658円、「豚肉」は383円、「和牛」は374円となっている。

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)	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)	282	60	89	444	93	231	531	1,728
北海道 (n=200)	80	31	95	294	90	203	350	1,142
東北 (n=200)	150	25	73	392	81	172	582	1,474
関東 (n=200)	367	60	63	471	113	286	676	2,036
北陸 (n=200)	204	65	65	460	96	238	504	1,633
東海 (n=200)	329	56	43	363	92	200	543	1,629
近畿 (n=200)	557	56	86	401	78	292	662	2,135
中国 (n=200)	552	116	59	818	82	178	427	2,231
四国 (n=200)	301	76	92	381	105	273	553	1,779
九州 (n=200)	246	59	78	425	112	202	580	1,701
沖縄 (n=200)	29	55	232	432	80	266	431	1,524

地域別にみると、平均購入金額が最も高いのは中国の2,231円である。以下、近畿（2,135円）、関東（2,036円）と続き、いずれも2,000円を超えている。平均購入金額が最も低いのは北海道の1,142円で、最も高い中国との差は1,089円と大きい。

中国では「豚肉」の購入金額が818円と、全体に比べ374円も高くなっている。「和牛」も552円と、近畿（557円）と同水準で他の地域より目立って高い。近畿は「和牛」の他に「鮮魚」の金額も662円と高い。これは最も高い関東の676円に次ぐ金額である。

沖縄では「輸入牛肉」が232円と他の地域に比べて高く、逆に「和牛」が29円ときわめて低い。「和牛」については北海道も80円と低くなっている。

1 一週間の食肉購入状況

1.1 世帯当たり平均購入金額

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
		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=454)	175.3	29.6	81.9	492.5	72.1	173.7	407.1
	300～499万円 (n=511)	182.1	43.3	113.9	378.4	86.7	241.5	441.8
	500～699万円 (n=455)	296.4	78.4	83.0	409.9	101.2	220.0	516.7
	700～999万円 (n=381)	306.2	77.0	79.0	472.1	92.7	292.2	598.7
	1000万円以上 (n=191)	719.6	104.2	71.0	525.4	138.8	239.4	954.8
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=264)	391.7	83.0	85.6	406.1	118.5	279.9	394.1
	成長期の子供がいる世帯 (n=304)	293.1	57.7	165.9	538.5	144.6	294.6	662.9
	20歳代の成人がいる世帯 (n=581)	167.5	48.8	90.6	385.2	81.5	200.3	373.4
	子供がいない世帯 (n=616)	259.5	66.0	60.2	343.0	73.2	211.1	536.7
	高齢者のみの世帯 (n=235)	482.6	51.2	61.3	771.1	77.3	219.6	886.4

世帯年収別にみると、「和牛」は世帯年収が高くなるにつれて購入金額も高くなっている。「和牛以外の国産牛」でも1000万円以上の世帯が最も高い。「輸入牛肉」は300～499万円の世帯で最も高くなっている。

世帯構成別にみると、「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。「豚肉」と「鮮魚」は高齢者のみの世帯がもっとも高く、次が成長期の子供がいる世帯となっている。「挽肉」「鶏肉」では成長期の子供がいる世帯の購入金額が最も高く、次が小学生以下の子供がいる世帯となっている。

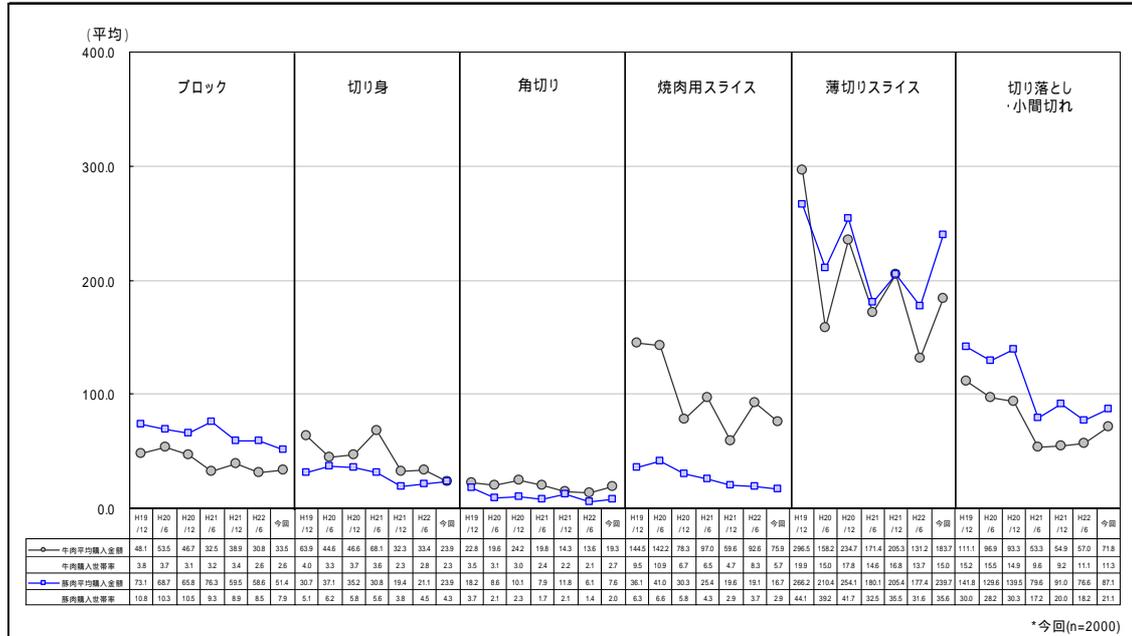
1 一週間の食肉購入状況

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183.7円で、次いで高いのは「焼肉用スライス」の75.9円である。「焼肉用スライス」は前回調査で大きく増加し、今回では16.7円の減少となるが、平成21年12月調査の結果を上回っている。購入世帯率は5.7%と前回より2.6ポイント減少。

「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22年6月調査時の131.2円から52.5円増加している。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、「薄切りスライス」は冬場に増加し夏場に減少する傾向がみられる。豚肉の「薄切りスライス」の購入金額が239.7円で最も高く、前回に比べ62.3円増加している。購入世帯率も前回から4.0ポイント上回っている。

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)	33.5	23.9	19.3	75.9	183.7	71.8	51.4	23.9	7.6	16.7	239.7	87.1
年代別	20代 (n=400)	17.7	9.0	12.8	56.0	44.4	50.8	32.9	12.1	2.0	11.8	136.3	92.0
	30代 (n=400)	70.7	29.4	17.7	114.1	104.3	97.2	33.9	13.6	5.3	5.7	171.5	107.6
	40代 (n=400)	17.1	10.3	9.0	76.9	140.2	66.6	63.2	32.4	7.9	12.2	214.8	101.7
	50代 (n=400)	26.0	35.6	33.9	66.3	224.4	66.4	58.2	29.6	13.1	24.6	217.5	66.5
	60代以上 (n=400)	36.1	35.2	23.0	66.2	405.3	78.0	68.8	31.7	9.8	29.2	458.2	67.9
地域別	北海道 (n=200)	18.3	16.5	3.3	33.8	81.6	48.4	31.2	24.7	4.1	17.1	127.7	73.1
	東北 (n=200)	24.2	13.9	6.0	18.8	131.3	51.8	65.3	15.5	10.1	27.3	189.9	77.7
	関東 (n=200)	18.4	83.4	10.2	8.3	244.8	71.0	53.4	47.3	12.8	14.4	231.0	102.1
	北陸 (n=200)	7.7	24.1	16.7	68.4	141.9	56.6	70.9	16.3	6.4	37.6	190.5	113.7
	東海 (n=200)	10.9	5.6	39.3	52.6	227.7	86.0	38.7	29.9	4.7	29.0	156.4	92.1
	近畿 (n=200)	64.2	10.8	44.9	254.0	208.5	81.5	31.8	17.2	6.8	8.3	254.7	60.5
	中国 (n=200)	129.2	47.3	22.8	82.1	275.5	138.2	38.6	15.0	1.5	7.8	648.0	84.6
	四国 (n=200)	40.7	14.2	16.3	87.3	234.6	48.0	15.9	32.7	15.4	2.9	190.1	112.9
	九州 (n=200)	2.0	13.9	24.2	86.4	149.3	90.5	31.9	10.7	8.8	13.6	242.0	100.8
沖縄 (n=200)	19.6	9.3	9.2	67.4	142.3	45.9	136.2	29.5	5.5	8.9	166.4	54.1	

牛肉の傾向

年代別にみると、「薄切りスライス」で最も差があらわれており、一番高い60代以上が405.3円、一番低い20代が44.4円である。地域別にみると、「ブロック」(129.2円)、「薄切りスライス」(275.5円)、「切り落とし・小間切れ」(138.2円)は中国が最も高い。「切り身」は関東(83.4円)、「角切り」(44.9円)、「焼肉用スライス」(254.0円)は近畿が高い。

豚肉の傾向

年代別にみると、「切り落とし・小間切れ」以外のすべてで、30代以下よりも40代以上の方が一世帯当たりの購入金額が高い傾向があらわれている。「切り落とし・小間切れ」では、最も金額が高いのが30代の107.6円、次が40代の101.7円で、最も低いのが50代の66.5円となっている。

地域別にみると、「ブロック」は沖縄(136.2円)、「切り身」は関東(47.3円)、「角切り」は四国(15.4円)、「焼肉用スライス」(37.6円)と「切り落とし・小間切れ」(113.7円)は北陸、「薄切りスライス」は中国(648.0円)が最も高くなっている。

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)		33.5	23.9	19.3	75.9	183.7	71.8	51.4	23.9	7.6	16.7	239.7	87.1
世帯年収別	300万円未満 (n=454)	12.9	15.5	17.2	78.6	105.7	51.8	39.4	19.8	5.8	8.2	327.6	83.4
	300～499万円 (n=511)	17.9	23.6	19.4	82.3	110.7	73.4	42.4	18.0	5.8	24.0	174.4	103.1
	500～699万円 (n=455)	62.1	23.6	16.2	75.1	169.1	84.5	46.7	22.5	10.3	11.1	213.1	87.0
	700～999万円 (n=381)	40.1	18.7	18.2	60.1	223.7	75.8	56.1	28.3	6.9	25.2	262.2	70.1
	1000万円以上 (n=191)	42.5	56.5	32.5	88.9	521.7	79.8	103.0	44.7	10.7	14.5	226.2	89.7
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=264)	88.3	30.0	9.9	86.0	213.5	113.9	50.3	15.9	4.4	18.9	198.8	101.4
	成長期の子供がいる世帯 (n=304)	23.5	18.4	38.6	132.8	194.5	86.9	83.4	39.1	9.2	13.7	259.9	100.4
	20歳代の成人がいる世帯 (n=581)	20.7	18.1	17.2	55.9	95.2	62.0	53.1	22.0	8.1	15.4	182.8	91.5
	子供がいない世帯 (n=616)	25.7	25.9	13.9	71.3	186.8	49.6	37.5	18.6	6.0	21.6	163.3	79.4
	高齢者のみの世帯 (n=235)	36.9	33.2	24.3	52.3	347.2	87.4	43.6	31.5	12.0	8.5	600.3	63.5

牛肉の傾向

年収別にみると、「切り身」「角切り」「焼肉用スライス」「薄切りスライス」で1000万円以上が最も高くなっている。「ブロック」「切り落とし・小間切れ」は500～699万円の世帯が最も高くなっている。

世帯構成別にみると、「切り身」「薄切りスライス」は高齢者のみの世帯で一番高くなっているが、他は子供がいる世帯（子供が小学生以下の世帯、成長期の子供がいる世帯のどちらか）が一番となっている。

豚肉の傾向

「ブロック」と「切り身」では、年収が上がるに従って1世帯当たり平均購入金額が高まる傾向にある。「薄切りスライス」はすべての世帯で一番高い金額になっている。

世帯構成別にみると、「角切り」「薄切りスライス」は高齢者のみの世帯で一番高い。「ブロック」「切り身」「切り落とし・小間切れ」は、子供がいる世帯で一番高くなっている。

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
全	体 (n=2000)	13.2	72.7	155.4	17.6	54.8	35.2	17.6	47.2	137.0	12.6	106.3	66.7
年代別	20代 (n=400)	6.7	14.9	40.6	2.4	35.4	15.5	20.0	22.4	56.9	3.4	98.8	46.0
	30代 (n=400)	12.3	53.6	208.9	31.7	85.7	12.4	14.5	40.1	79.0	5.8	116.0	44.6
	40代 (n=400)	8.4	62.1	115.8	0.0	49.9	34.6	20.4	68.6	117.4	21.0	95.2	58.6
	50代 (n=400)	20.7	103.4	132.0	17.0	44.7	61.8	15.9	41.8	105.9	20.1	111.5	77.1
	60代以上 (n=400)	17.8	129.3	279.9	37.0	58.3	51.8	17.0	63.2	326.1	12.7	110.0	107.2
地域別	北海道 (n=200)	12.6	34.8	48.9	0.0	31.8	24.5	20.5	33.7	67.7	8.1	75.8	47.0
	東北 (n=200)	18.0	74.3	65.9	0.0	19.8	28.5	31.9	52.0	65.3	20.4	100.9	55.3
	関東 (n=200)	10.3	78.0	218.4	16.0	26.6	29.6	12.2	91.9	127.0	30.4	110.3	57.6
	北陸 (n=200)	10.0	71.0	86.2	39.2	49.0	17.2	17.8	36.1	116.5	12.1	138.1	55.9
	東海 (n=200)	8.4	92.3	162.6	15.9	24.6	39.6	32.1	42.2	88.0	4.7	96.9	42.9
	近畿 (n=200)	0.0	66.0	281.7	37.3	68.1	67.1	6.4	45.7	106.2	15.0	107.5	63.5
	中国 (n=200)	14.4	107.0	265.2	54.0	134.2	65.0	9.8	39.7	454.8	9.8	100.3	153.7
	四国 (n=200)	26.6	77.5	188.1	6.7	70.9	36.8	19.5	34.1	97.1	1.2	112.0	95.2
	九州 (n=200)	20.3	18.7	125.2	0.0	79.5	36.5	20.9	36.3	128.7	12.1	112.2	61.5
沖縄 (n=200)	11.4	106.9	112.1	7.3	43.3	7.4	4.7	60.8	119.1	12.1	108.8	34.5	

牛肉の傾向

年代別にみると、20代ではすべての部位が全体値を下回っており、逆に60代以上ではすべての部位が全体値を上回っている。全体的に年代が上がるほど購入金額が増える傾向がみられるが、「ロース」「ヒレ」「ばら」では30代も高い値を示している。

地域別にみると、四国は「肩」(26.6円)、近畿は「ロース」(281.7円)、「もも」(67.1円)、中国は「肩ロース」(107.0円)、「ヒレ」(54.0円)、「ばら」(134.2円)が他の地域より高い。

豚肉の傾向

年代別にみると、「ロース」「ヒレ」「もも」の部位では20代と30代の金額が低い傾向にある。40代では「肩」「肩ロース」「ヒレ」で一番高くなっている。

地域別にみると、関東は「肩ロース」(91.9円)、「ヒレ」(30.4円)、北陸は「ばら」(138.1円)、東海は「肩」(32.1円)、中国は「ロース」(454.8円)、「もも」(153.7円)が他の地域よりも高い。

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

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)		13.2	72.7	155.4	17.6	54.8	35.2	17.6	47.2	137.0	12.6	106.3	66.7
世帯 年 収 別	300万円未満 (n=454)	13.8	33.0	125.3	7.6	46.8	20.0	13.6	31.7	223.3	2.1	78.8	78.4
	300～499万円 (n=511)	13.5	59.7	111.2	10.1	44.7	16.2	28.8	43.6	83.3	3.8	106.8	58.0
	500～699万円 (n=455)	9.4	69.9	151.9	36.7	77.6	39.9	13.5	43.4	109.7	11.9	111.1	73.9
	700～999万円 (n=381)	10.5	96.0	152.3	16.5	41.6	62.1	17.0	82.2	122.1	18.8	119.2	52.9
	1000万円以上 (n=191)	25.6	162.7	362.8	19.4	70.9	59.1	8.6	32.4	176.5	48.6	129.1	73.6
世帯 構 成 別	子供が小学生 以下の世帯 (n=264)	9.8	89.6	212.7	44.6	107.1	41.1	18.2	32.6	115.9	6.5	99.8	58.5
	成長期の子供 がいる世帯 (n=304)	29.1	86.6	166.5	10.0	98.0	30.4	19.0	91.7	127.5	38.8	135.3	52.3
	20歳代の成人 がいる世帯 (n=581)	8.6	43.4	79.5	1.7	33.6	31.5	22.8	41.9	83.6	8.9	111.2	67.0
	子供がいない 世帯 (n=616)	8.7	84.0	154.3	17.3	36.7	34.5	9.9	30.9	92.3	7.3	99.7	50.9
	高齢者のみの 世帯 (n=235)	19.4	78.4	267.4	37.6	39.8	46.0	22.4	62.3	422.5	8.5	81.0	135.0

牛肉の傾向

世帯年収別にみると、「肩」「肩ロース」「ロース」では1000万円以上の世帯の購入金額が最も高い。「ヒレ」と「ばら」は500～699万円の世帯の購入金額が最も高く、「もも」は700～999万円の世帯が最も高い。

世帯構成別では「もも」以外の部位で20歳代の成人がいる世帯が最も低くなっている。子供が小学生以下の世帯では「肩ロース」「ヒレ」「ばら」での値が最も高くなっている。

豚肉の傾向

世帯年収別にみると、「ヒレ」「ばら」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300万～499万円の世帯、「肩ロース」は700～999万円の世帯、「ロース」「もも」は300万円未満の世帯で最も高い。

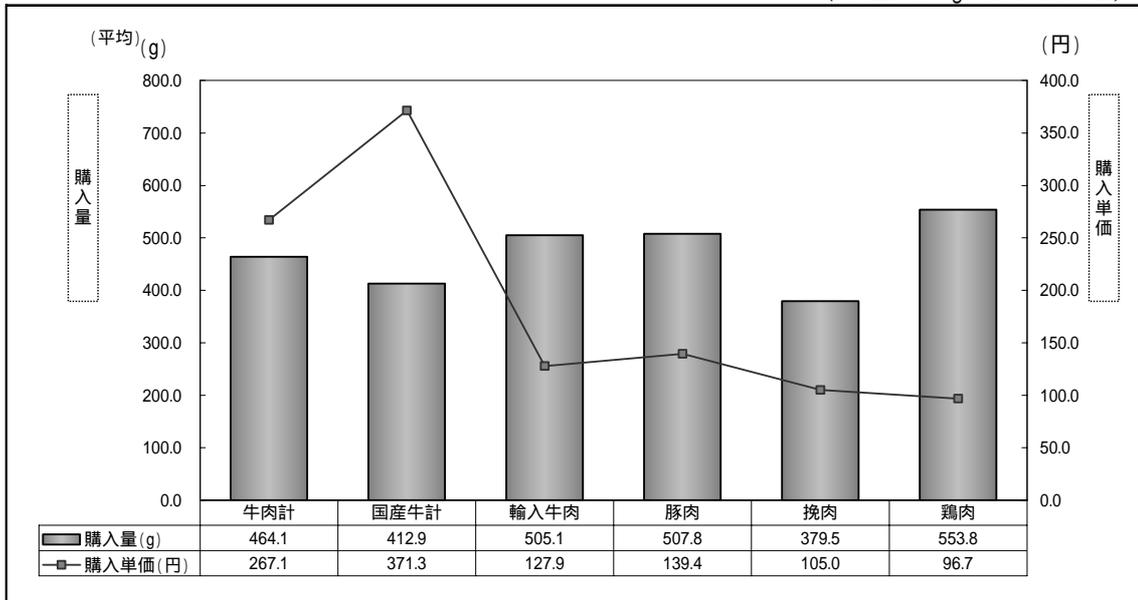
世帯構成別にみると、「肩」は20歳代の成人がいる世帯、「ロース」「もも」は高齢者のみの世帯、「肩ロース」「ヒレ」「ばら」は成長期の子供がいる世帯で最も高い。

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464.1gで、前回(448.1g)から16.0g増加。購入単価は267.1円で、前回(246.9円)より20.2円増加している。

「国産牛計」と「輸入牛肉」の購入単価については、「国産牛計」の371.3円に対し、「輸入牛肉」は127.9円と4割以下になっている。

購入単価は、「輸入牛肉」よりも「豚肉」(139.4円)のほうがやや高く、次いで「挽肉」(105.0円)、「鶏肉」(96.7円)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。

前回と比べると、「豚肉」の購入量(前回507.5g)はほぼ変わらないが、購入単価は8.1円高くなっている(前回131.3円)。

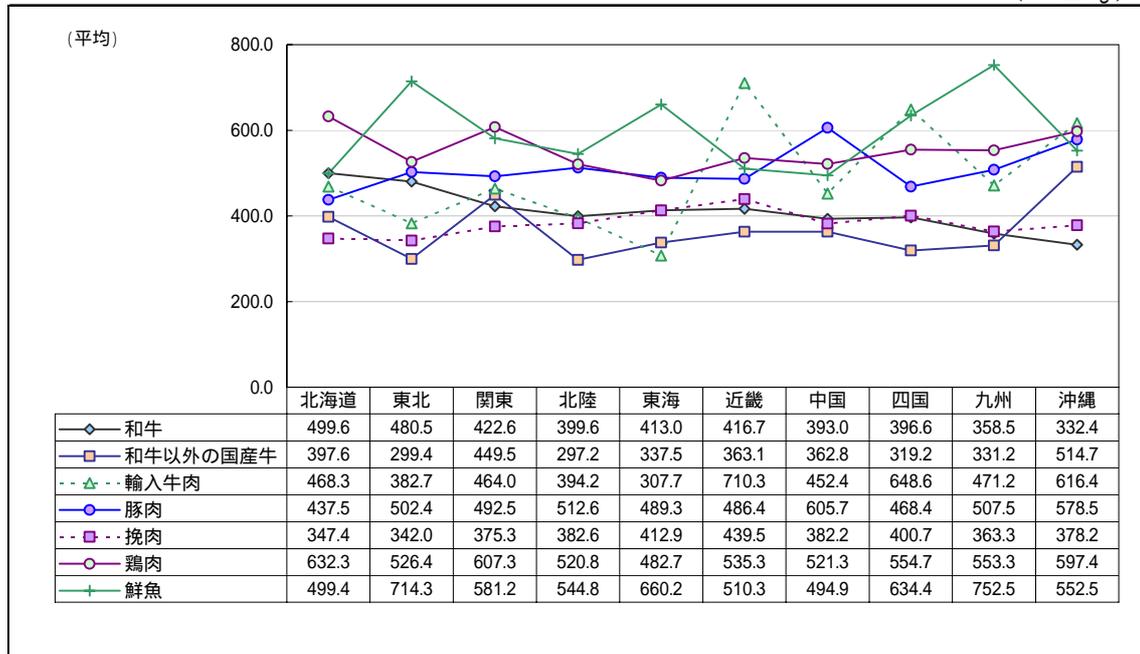
1 一週間の食肉購入状況

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、「和牛」は北海道(499.6g)、「和牛以外の国産牛」は沖縄(514.7g)、「輸入牛肉」は近畿(710.3g)が最も購入量が多い。沖縄は、「和牛以外の国産牛」で一番目、「輸入牛肉」では三番目に購入量の多い地域であるが、「和牛」では最も購入量が少なくなっている。

「豚肉」は中国が605.7gと最も購入量が多い。「挽肉」は近畿が439.5g、「鶏肉」は北海道が632.3gで最も多くなっている。「鮮魚」については、九州(752.5g)と東北(714.3g)の購入量が多い。

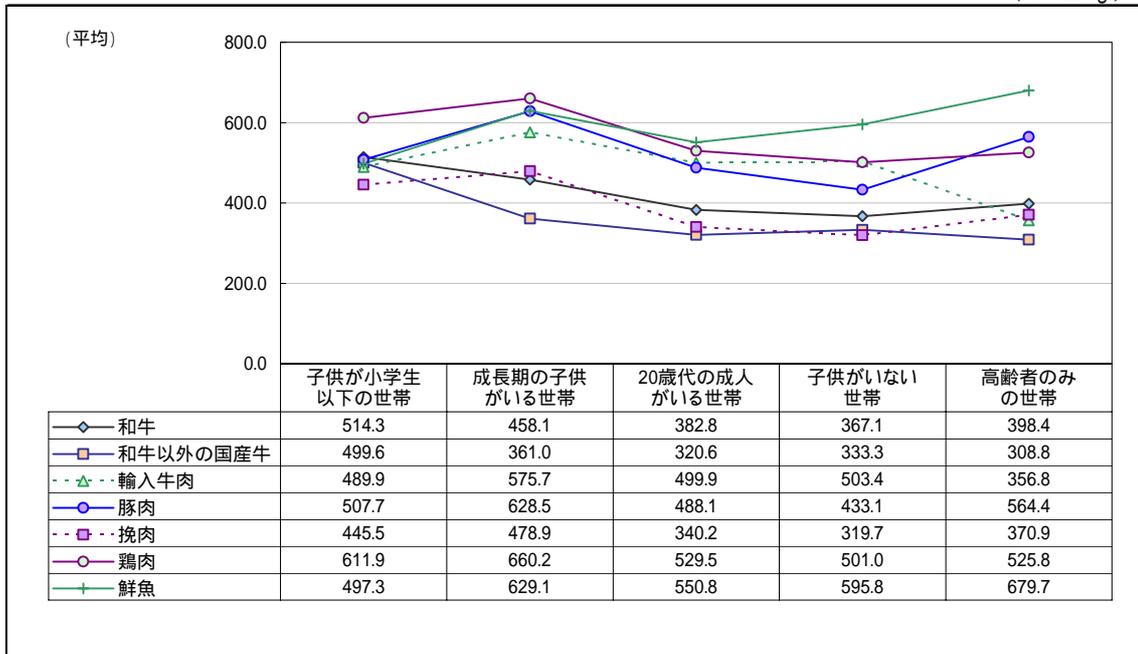
1 一週間の食肉購入状況

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)



子供がいる世帯の精肉購入量は多く、子供がいない世帯の精肉購入量は少ないという結果がみえる。

世帯構成別にみると、子供が小学生以下の世帯では「和牛」(514.3g)、「和牛以外の国産牛」(499.6g)の購入量比其他の世帯に比べ最も多く、成長期の子供がいる世帯では「輸入和牛」(575.7g)、「豚肉」(628.5g)、「挽肉」(478.9g)、「鶏肉」(660.2g)の購入量が最も多い。

逆に、子供がいない世帯では「和牛」(367.1g)、「豚肉」(433.1g)、「挽肉」(319.7g)、「鶏肉」(501.0g)の購入量が最も少なく、高齢者のみの世帯では「和牛以外の国産牛」(308.8g)、「輸入牛肉」(356.8g)の購入量が最も少なくなっている。

「鮮魚」は高齢者のみの世帯で最も多く679.7g、子供が小学生以下の世帯で最も少なく497.3gとなっている。

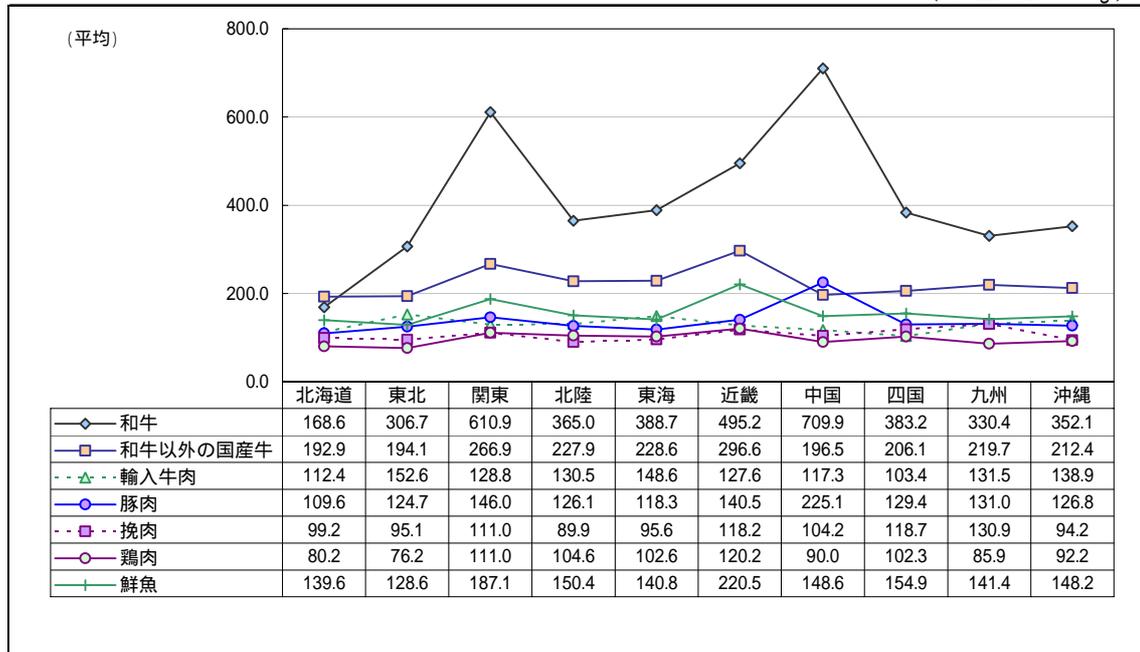
1 一週間の食肉購入状況

6. 種類別・平均購入単価

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)



100g 当たり平均購入単価を地域別にみると、「和牛」の購入単価は中国（709.9円）、次に関東（610.9円）で目立って高い。逆に北海道は168.6円ときわめて低く、最も高い中国との差は541.3円である。

近畿は「和牛以外の国産牛」（296.6円）、「鶏肉」（120.2円）、鮮魚（220.5円）で最も高い。

中国は「豚肉」の購入単価が225.1円と他の地域に比べ最も高く、中国だけが「和牛以外の国産牛」（196.5円）、「鮮魚」（148.6円）よりも「豚肉」の方が高い結果となっている。

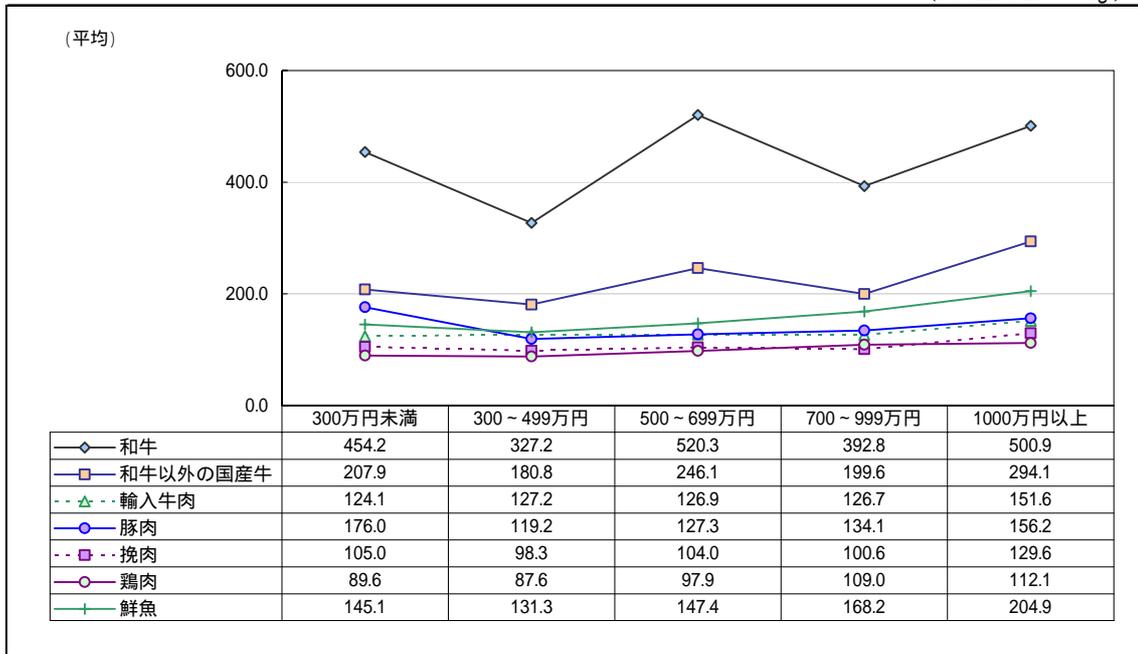
1 一週間の食肉購入状況

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当たり):世帯年収別

(単位:円/100g)



世帯年収別にみると、「和牛」は500～699万円未満の世帯の520.3円が最も高い。「豚肉」では300万円未満の世帯が176.0円で最も高い。これ以外はすべて1000万円以上の世帯がもっとも高くなっている。

「和牛」「和牛以外の国産牛」「豚肉」「挽肉」「鶏肉」「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。

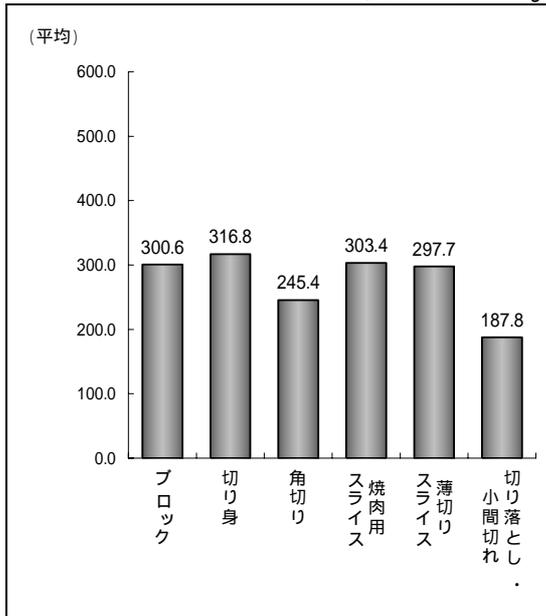
1 一週間の食肉購入状況

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

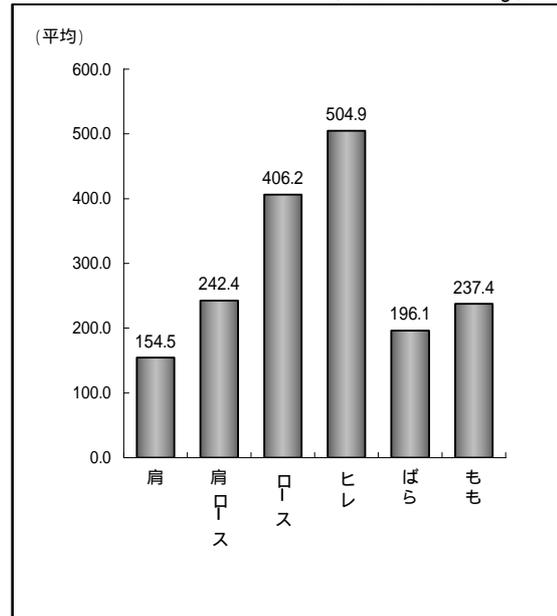
図表 -16 牛肉の購入形態別
平均購入単価

(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316.8円と最も高い。次いで「焼き肉用スライス」「ブロック」「薄切りスライス」と続くが、金額差はなく、いずれも300円前後となっている。「切り落とし・小間切れ」が187.8円と最も低い。

購入部位別にみると、「ヒレ」が最も高く504.9円。次いで「ロース」(406.2円)、「肩ロース」(242.4円)、「もも」(237.4円)の順。「肩」は154.5円と最も低くなっている。

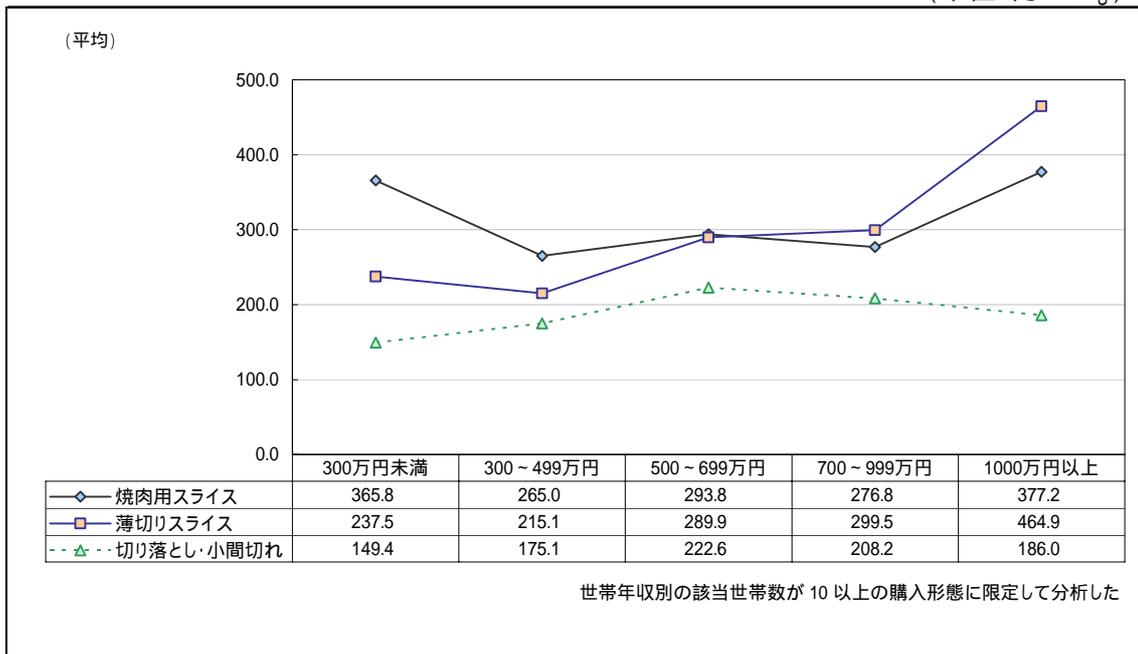
1 一週間の食肉購入状況

7. 牛肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

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、「焼肉用スライス」「薄切りスライス」は1000万円以上の世帯で最も高く、300～499万円の世帯で最も低く、その差は「焼肉用スライス」で112.2円、「薄切りスライス」で249.8円である。

「切り落とし・小間切れ」は、500～699万円の世帯で最も高く、300万円未満の世帯で最も低い、その差が73.2円となり他の形態ほど世帯年収による差はみられない。

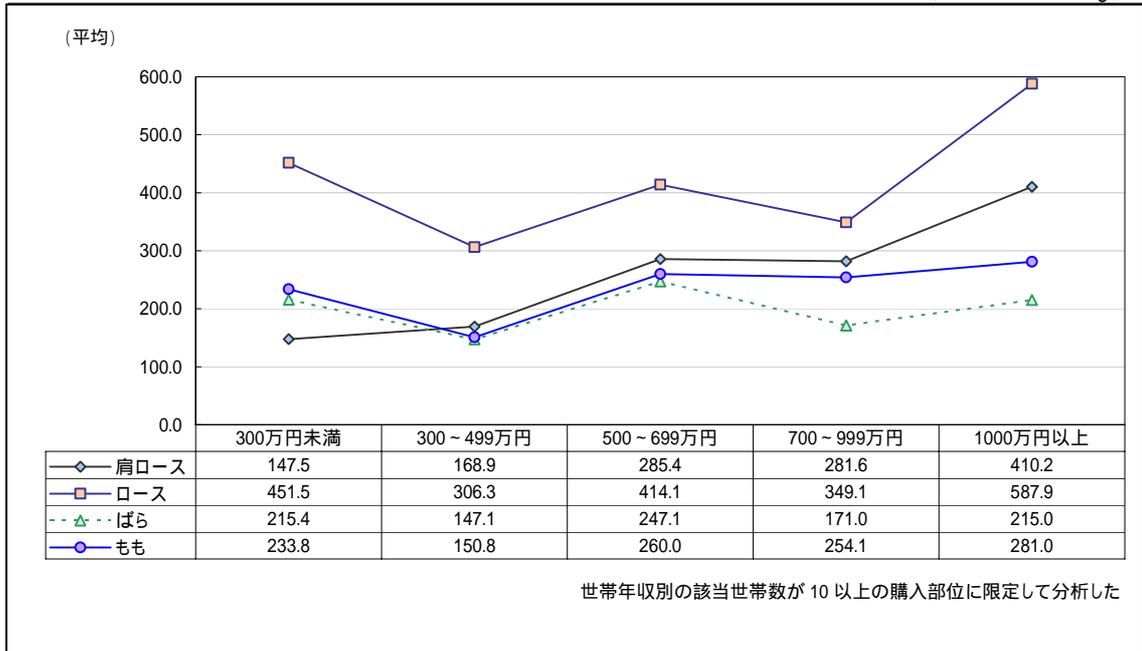
1 一週間の食肉購入状況

7. 牛肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

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、1000万円以上の世帯で購入単価が高く、300～499万円の世帯で低い傾向がみられる。

1000万円以上の世帯で最も購入単価の高かった部位は「肩ロース」「ロース」「もも」で、300～499万円の世帯で最も購入単価の低かった部位は「ロース」「ばら」「もも」となっている。

世帯年収による差が最も大きかったのは「ロース」で、1000万円以上と300～499万円で281.6円の差である。

「ばら」は500～699万円円の世帯が247.1円と最も高くなっている。

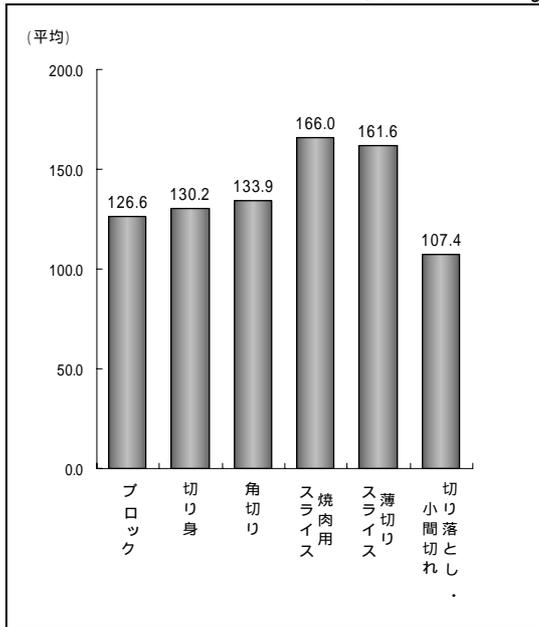
1 一週間の食肉購入状況

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

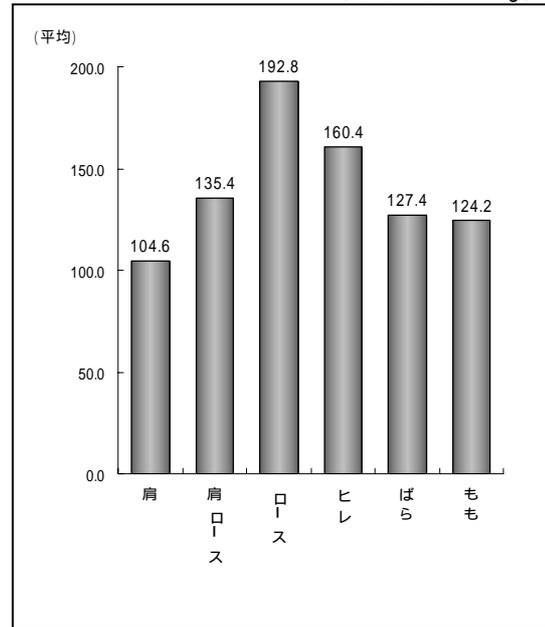
図表 -20 豚肉の購入形態別
平均購入単価

(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」(166.0円)、「薄切りスライス」(161.6円)の順に高い。「ブロック」「切り身」「角切り」は130円前後で大きな差はみられない。「切り落とし・小間切れ」は107.4円と最も低い。

購入部位別にみると、「ロース」が192.8円と最も高い。「肩」が104.6円と最も低い。

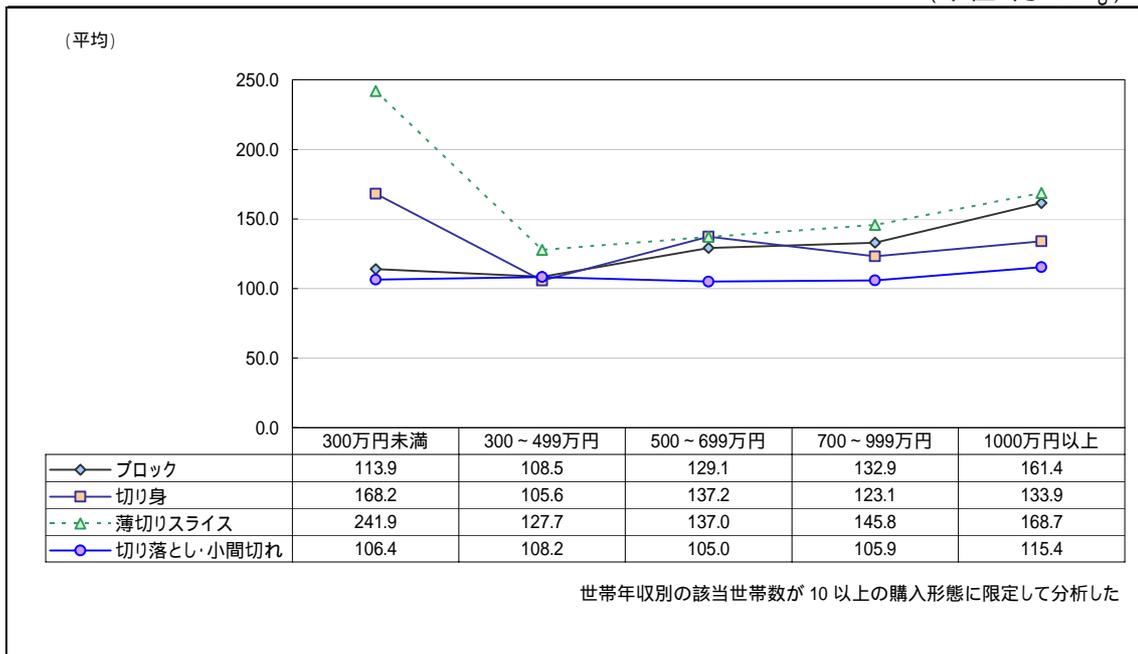
1 一週間の食肉購入状況

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、「ブロック」「切り落とし・小間切れ」は1000万円以上の世帯で最も購入単価が高く、「切り身」「薄切りスライス」は300万円未満の世帯で最も購入単価が高くなっている。特に「薄切りスライス」では差が大きくあらわれている。

いずれも300～499万円の世帯の購入単価が低いが、「切り落とし・小間切れ」については、年収別による差はあまりみられない。

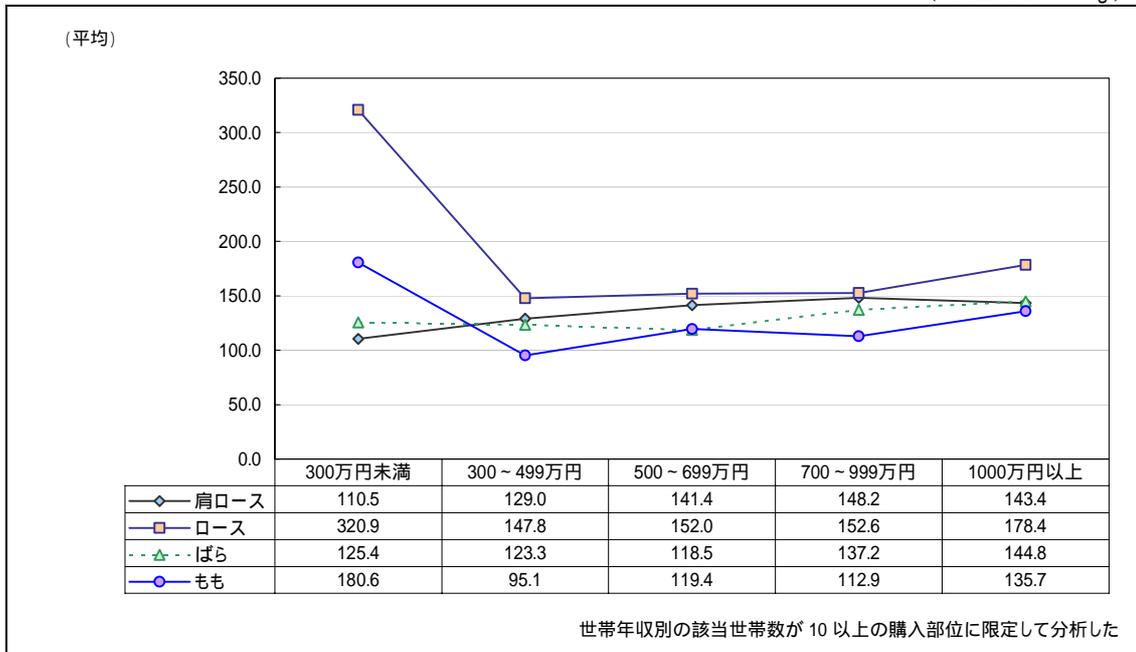
1 一週間の食肉購入状況

8. 豚肉の購入形態 / 部位別・平均購入単価

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、「ロース」は300万円未満の世帯が最も高く、320.9円と突出している。最も低い300～499万円の世帯の147.8円との差は173.1円と大きい。「もも」も300万円未満の世帯が最も高くなっている。

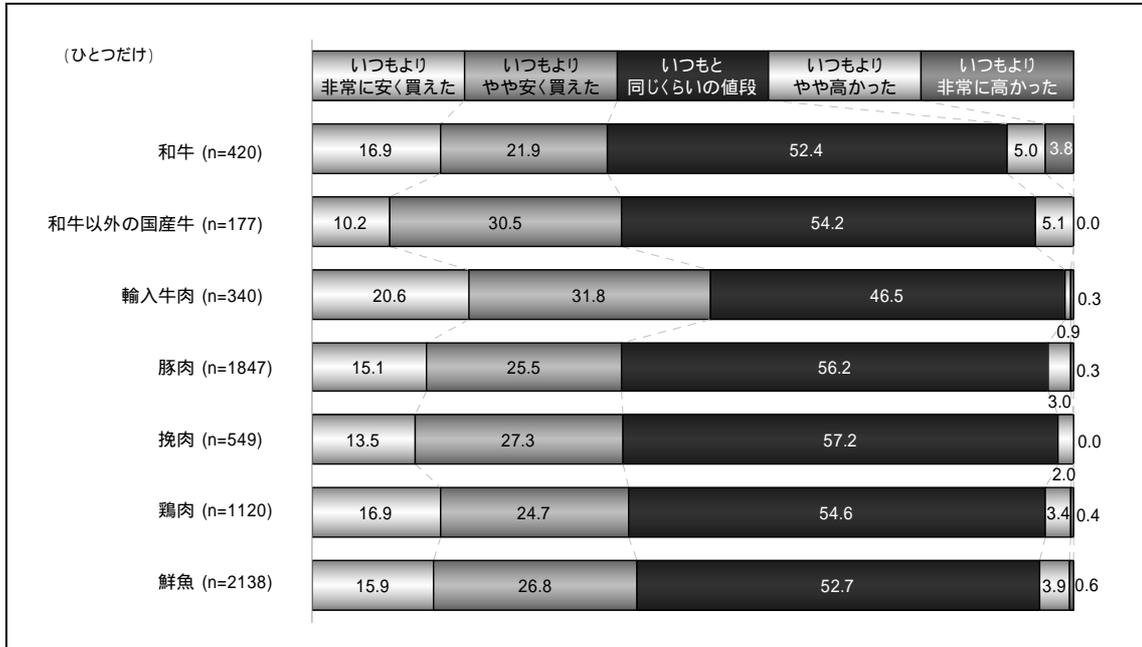
「肩ロース」は700～999万円の世帯、「ばら」は1000万円以上の世帯が最も高くなっているが、年収による差は比較的小さい。

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みると、「輸入牛肉」は「いつもより非常に安く買えた」と「いつもよりやや安く買えた」を合計した割合が5割以上となっており、最も占める割合の多い「いつもと同じくらいの値段」を唯一上回っている。

「いつもより非常に安く買えた」の回答が最も少なかったのは「和牛以外の国産牛」の10.2%であるが、「いつもよりやや安く買えた」の30.5%と合計した割合は40.7%となり、「輸入牛肉」以外と同水準となる。

「いつもより非常に高かった」と「いつもよりやや高かった」の合計は「和牛」で最も高いが、その割合は8.8%にとどまる。

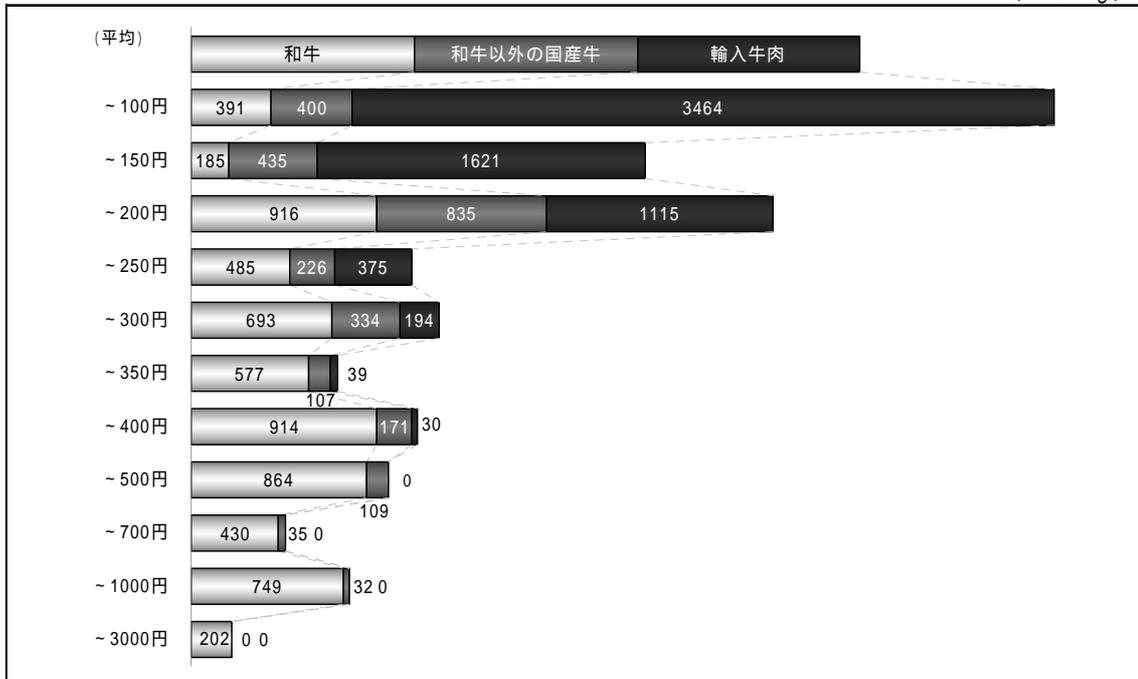
1 一週間の食肉購入状況

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)



「和牛」では購入量のピークが複数あり、「151~200円」(916g)、「351~400円」(914g)、「401~500円」(864g)が多い。

一方「和牛以外の国産牛」では「151~200円」(835g)が多い。

「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3464gにのぼる。「101~150円」(1621g)、「151~200円」(1115g)も非常に多く、1000gを超えている。

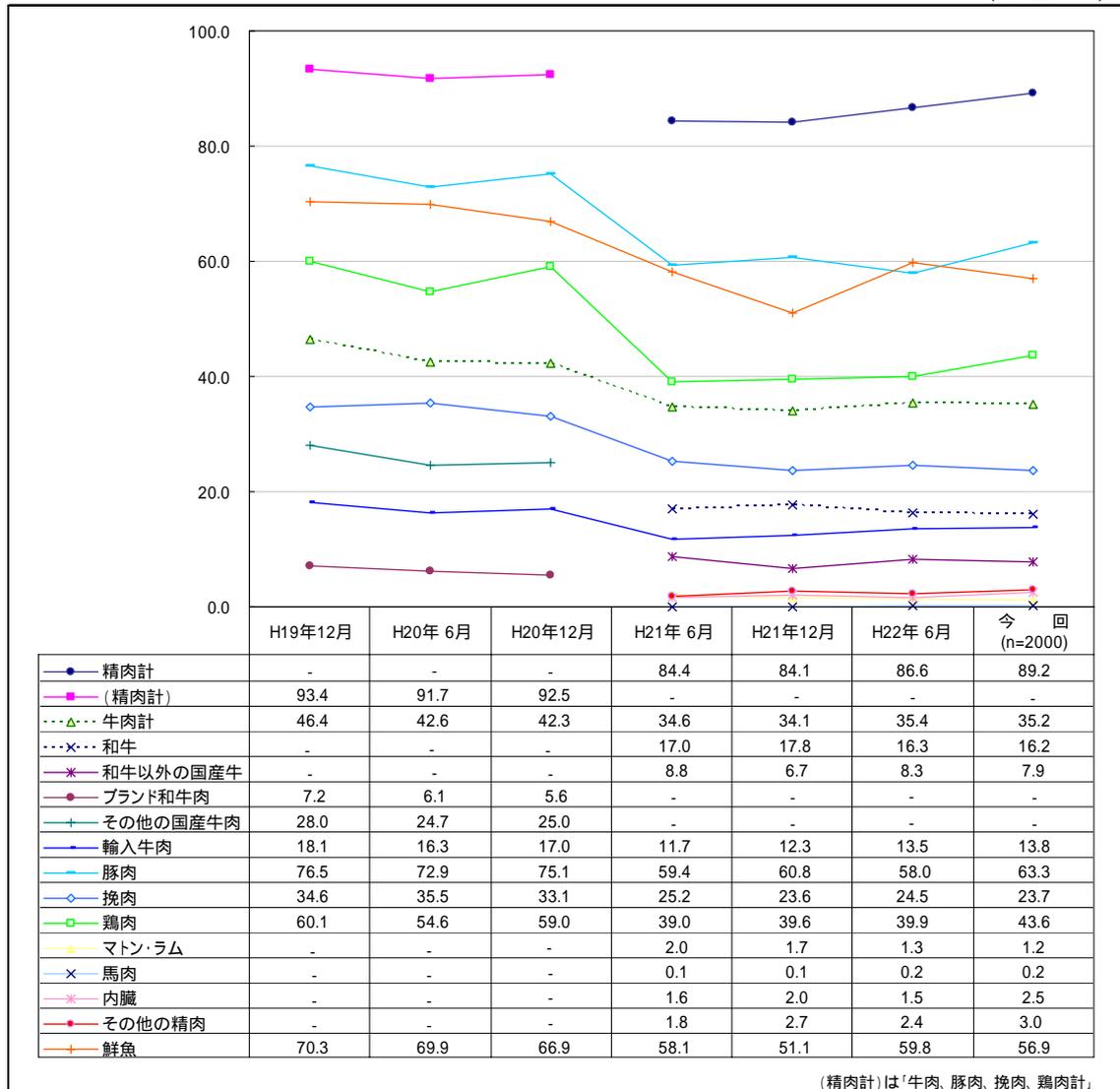
1 一週間の食肉購入状況

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89.2%で前回より2.6ポイント上回っている。

購入世帯率の最も高い食材は「豚肉」で63.3%。次いで「鮮魚」が56.9%、「鶏肉」が43.6%となっている。

最もポイントの上がった食材は「豚肉」で前回より5.3ポイント増加。最もポイントの下がった食材は「鮮魚」のマイナス2.9ポイント。

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	和牛	の和牛以外 国産牛	輸入牛肉									
全	体 (n=2000)	89.2	35.2	16.2	7.9	13.8	63.3	23.7	43.6	1.2	0.2	2.5	3.0	56.9
年代別	20代 (n=400)	84.8	27.3	8.5	4.8	15.3	57.3	22.0	39.8	1.3	0.5	2.0	0.5	38.0
	30代 (n=400)	92.5	32.5	12.8	8.5	13.8	65.0	26.0	46.5	1.8	0.3	3.0	2.8	50.8
	40代 (n=400)	89.5	31.0	15.5	7.8	11.3	66.8	25.8	46.0	0.5	0.3	2.5	1.5	57.3
	50代 (n=400)	91.0	42.3	18.0	11.8	15.5	64.8	26.5	45.0	1.8	0.0	2.5	5.0	68.3
	60代以上 (n=400)	88.0	43.0	26.3	6.8	13.0	62.8	18.3	40.5	0.8	0.0	2.5	5.0	70.3
地域別	北海道 (n=200)	87.0	30.5	10.0	4.5	18.0	62.0	26.0	40.0	9.0	0.0	3.5	1.5	49.0
	東北 (n=200)	87.0	26.5	10.5	4.5	12.5	62.5	25.5	42.5	0.0	0.0	2.0	3.0	61.0
	関東 (n=200)	88.0	28.5	14.5	5.0	10.5	64.5	28.0	42.5	1.5	0.0	2.5	3.0	57.5
	北陸 (n=200)	92.0	32.0	14.0	9.5	12.5	71.0	28.5	44.0	0.0	0.0	2.5	4.5	61.5
	東海 (n=200)	91.0	35.5	20.5	8.5	9.5	65.0	23.5	41.0	1.0	0.0	4.0	2.5	56.5
	近畿 (n=200)	85.0	40.0	27.0	5.5	9.5	58.0	15.5	45.5	0.0	0.0	1.5	3.5	62.5
	中国 (n=200)	90.0	44.5	21.0	17.0	11.5	63.0	21.5	39.5	0.5	0.5	2.0	2.0	55.0
	四国 (n=200)	91.5	42.0	20.0	11.5	14.0	64.0	22.5	48.5	0.0	0.0	2.0	4.5	56.5
	九州 (n=200)	89.0	38.0	21.5	8.0	12.5	64.0	23.5	42.5	0.0	0.5	4.5	4.0	57.0
沖縄 (n=200)	91.0	34.5	3.0	5.0	27.0	59.0	22.5	49.5	0.0	1.0	0.5	1.0	52.5	

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、内訳をみると「和牛以外の国産牛」では50代、「輸入牛肉」では20代と50代が高くなっている。60代以上は「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」では40代、「挽肉」では50代、「鶏肉」では30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」の購入世帯率は中国（44.5%）、四国（42.0%）、近畿（40.0%）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、「和牛」の購入世帯率は近畿、「和牛以外の国産牛」は中国で最も高い。「輸入牛肉」は、沖縄の購入世帯率が27.0%と目立って高い。「和牛」の購入世帯率が最も高い近畿は、「輸入牛肉」「豚肉」「挽肉」では最も低くなっている。「豚肉」「挽肉」では北陸、「鶏肉」では沖縄の購入世帯率が高い。

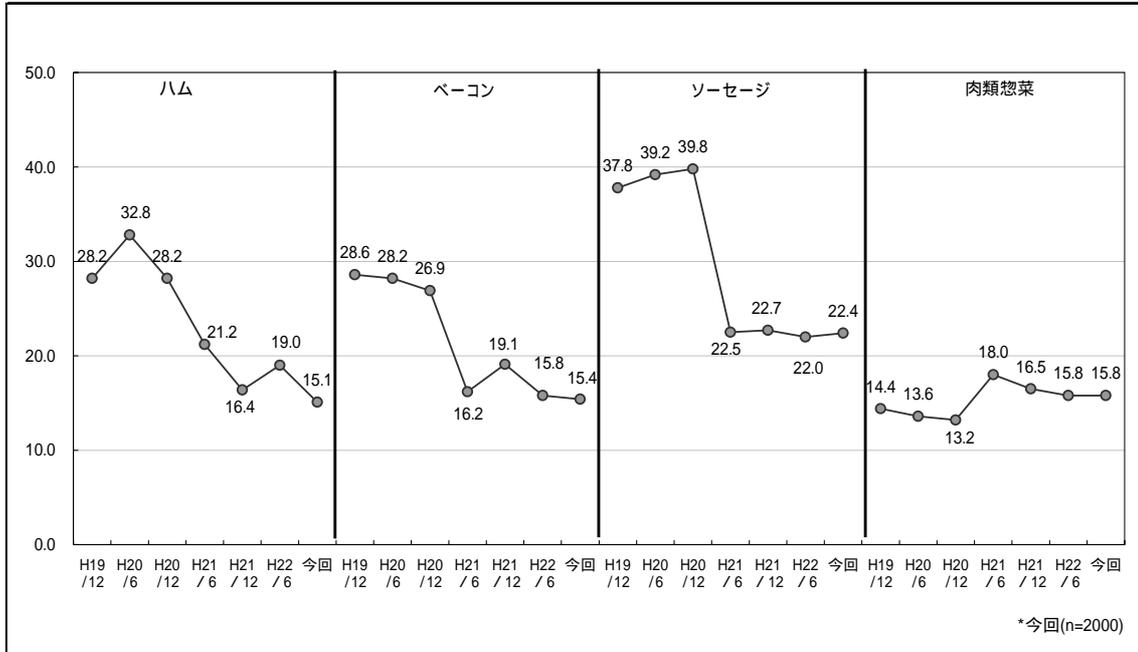
1 一週間の食肉購入状況

12. 肉類加工品・肉類惣菜の購入世帯率

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19.0%から15.1%と3.9ポイント減少し、平成21年12月の数値も下回っている。「ベーコン」(15.4%)、「ソーセージ」(22.4%)、「肉類惣菜」(15.8%)は前回からほぼ横ばいとなっている。

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

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
年代別	全 体 (n=2000)	15.1	15.4	22.4	15.8
	20代 (n=400)	9.8	13.3	23.8	15.8
	30代 (n=400)	12.8	14.3	24.0	15.8
	40代 (n=400)	17.5	18.5	30.5	20.0
	50代 (n=400)	18.0	15.8	18.5	16.0
	60代以上 (n=400)	17.5	15.3	15.3	11.3
地域別	北海道 (n=200)	13.0	15.5	19.0	14.0
	東北 (n=200)	15.5	18.0	20.5	21.5
	関東 (n=200)	15.5	15.0	21.5	20.0
	北陸 (n=200)	24.0	16.5	24.5	16.5
	東海 (n=200)	21.0	13.5	26.5	12.0
	近畿 (n=200)	13.0	11.0	23.5	12.0
	中国 (n=200)	16.5	15.5	21.5	12.0
	四国 (n=200)	14.5	16.0	19.0	16.0
	九州 (n=200)	9.5	12.5	18.0	16.0
	沖縄 (n=200)	8.5	20.5	30.0	17.5

年代別にみると、「ハム」は50代で最も高く、「ベーコン」「ソーセージ」「肉類惣菜」は40代で購入世帯率が最も高くなっている。中でも40代の「ソーセージ」は30.5%と特に高い。

地域別にみると、「ハム」は北陸が、「肉類惣菜」は東北が最も高い。「ベーコン」「ソーセージ」の購入世帯率は沖縄で最も高くなっているが、「ハム」は沖縄が最も低くなっている。

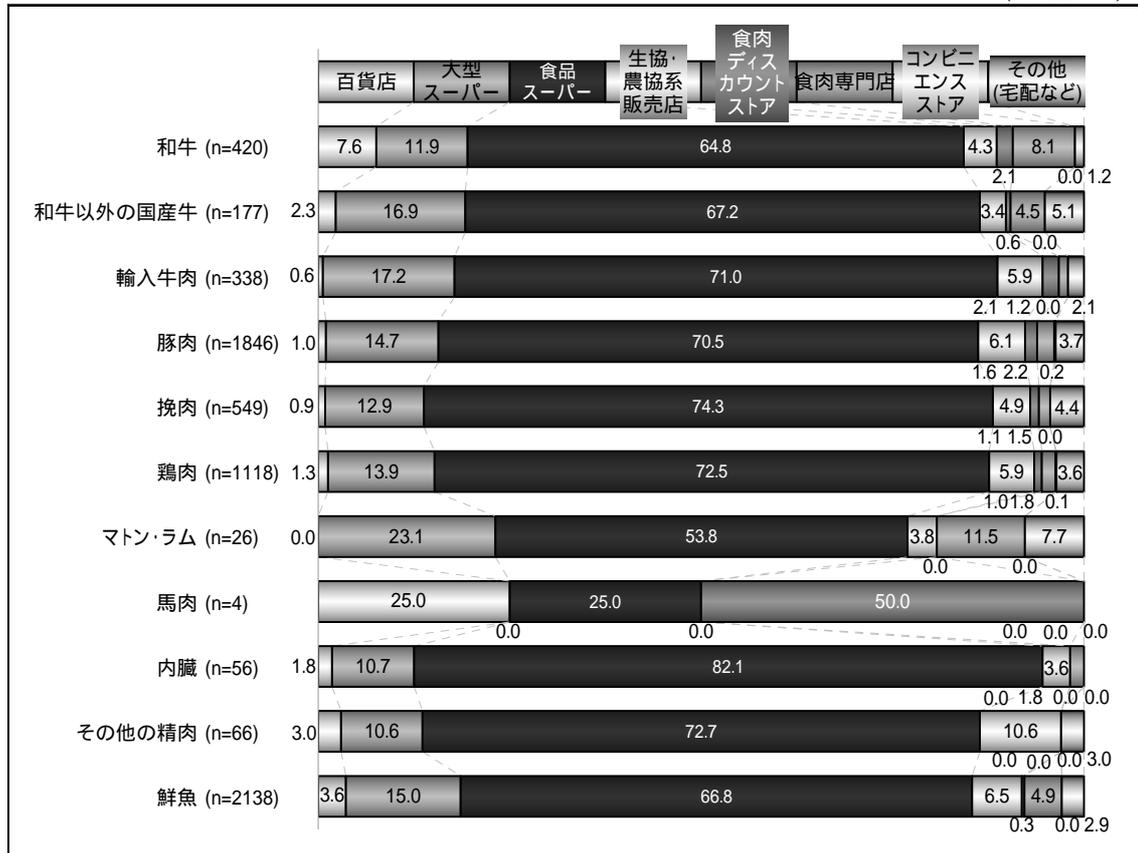
2 食肉売り場と選定基準

1. 購入先別買物回数構成比

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、「食品スーパー」での購入割合が高く、ほとんどの食材で6割を超えている。

「和牛」は、他の食材に比べて「百貨店」と「食肉専門店」で購入される割合が高い。

「和牛以外の国産牛」と「輸入牛肉」は「大型スーパー」での購入が16.9%と17.2%で、他の食材に比べて高い。

「輸入牛肉」「豚肉」「挽肉」「鶏肉」は「食品スーパー」での購入が70%以上を占めている。

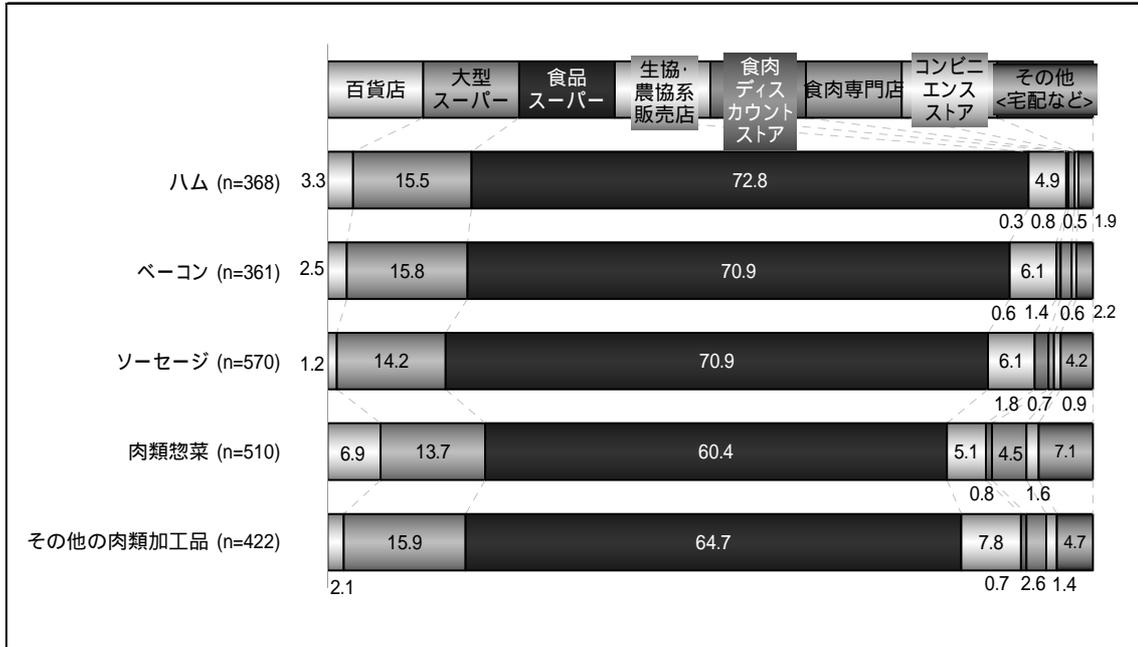
2 食肉売り場と選定基準

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・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割以上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%、「その他（宅配など）」が7.1%、「その他の肉類加工品」では「生協・農協系販売店」が7.8%とやや高い。

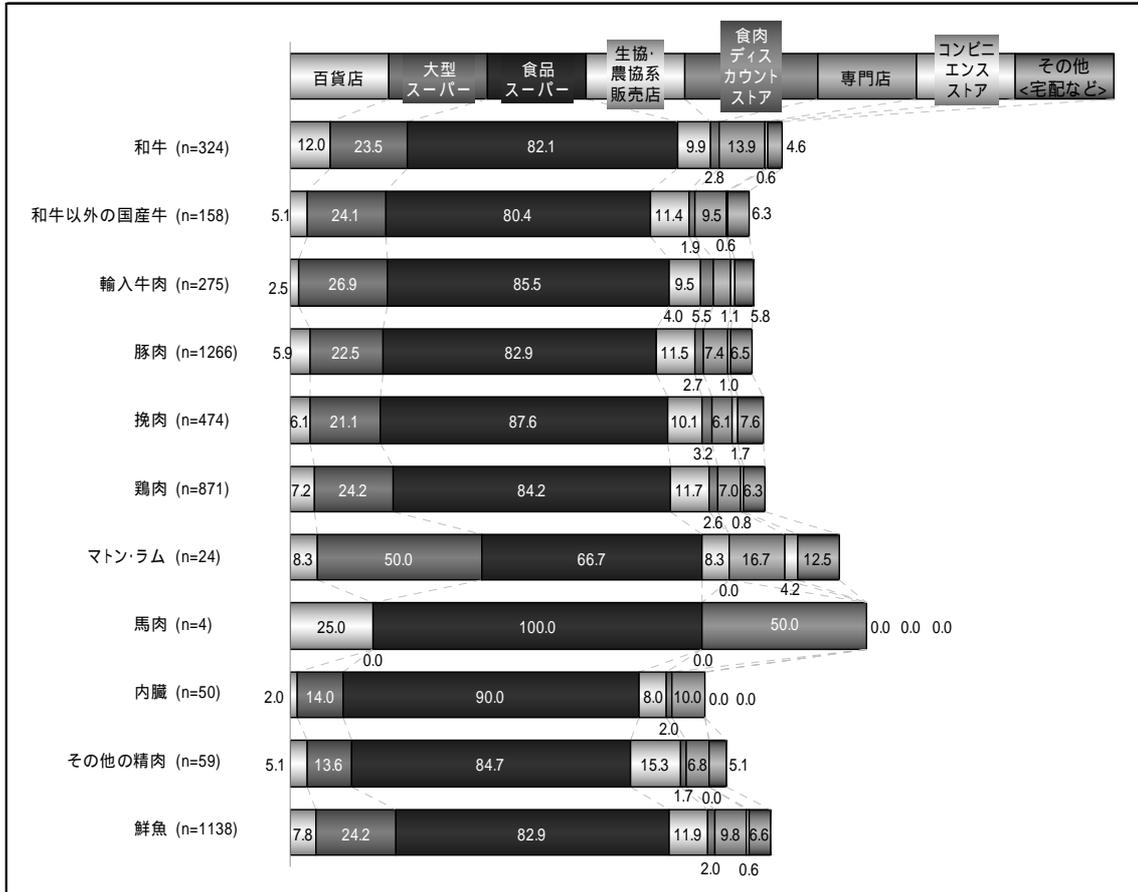
2 食肉売り場と選定基準

2. 購入先別購入世帯率

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割以上を占め、購入世帯率が最も高い。「和牛」は、他の食肉に比べて「百貨店」(12.0%)や「専門店」(13.9%)での購入世帯率がやや高い。「和牛以外の国産牛」は「専門店」での購入世帯率が「和牛」(13.9%)、「鮮魚」(9.8%)の次の9.5%となっており、他の主要精肉に比べてやや高くなっている。「輸入牛肉」は「百貨店」の購入世帯率が2.5%と、やや低くなっている。

「豚肉」「挽肉」「鶏肉」については購入世帯率に大きな差はみられない。

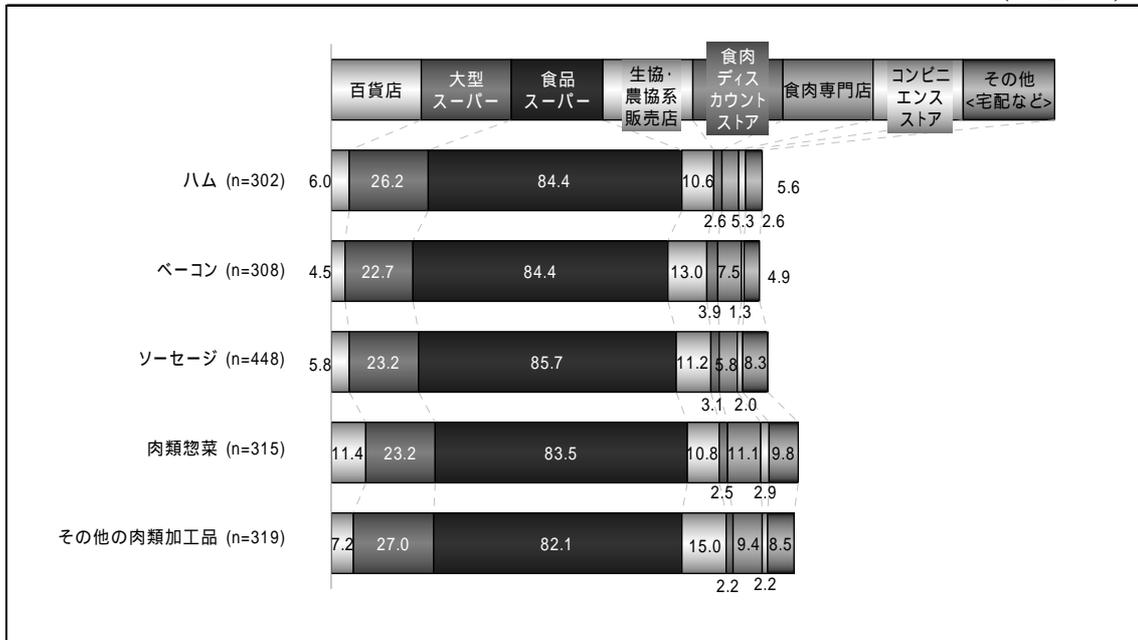
2 食肉売り場と選定基準

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・肉類惣菜の購入世帯率をみると、いずれも「食品スーパー」が8割以上を占めている。

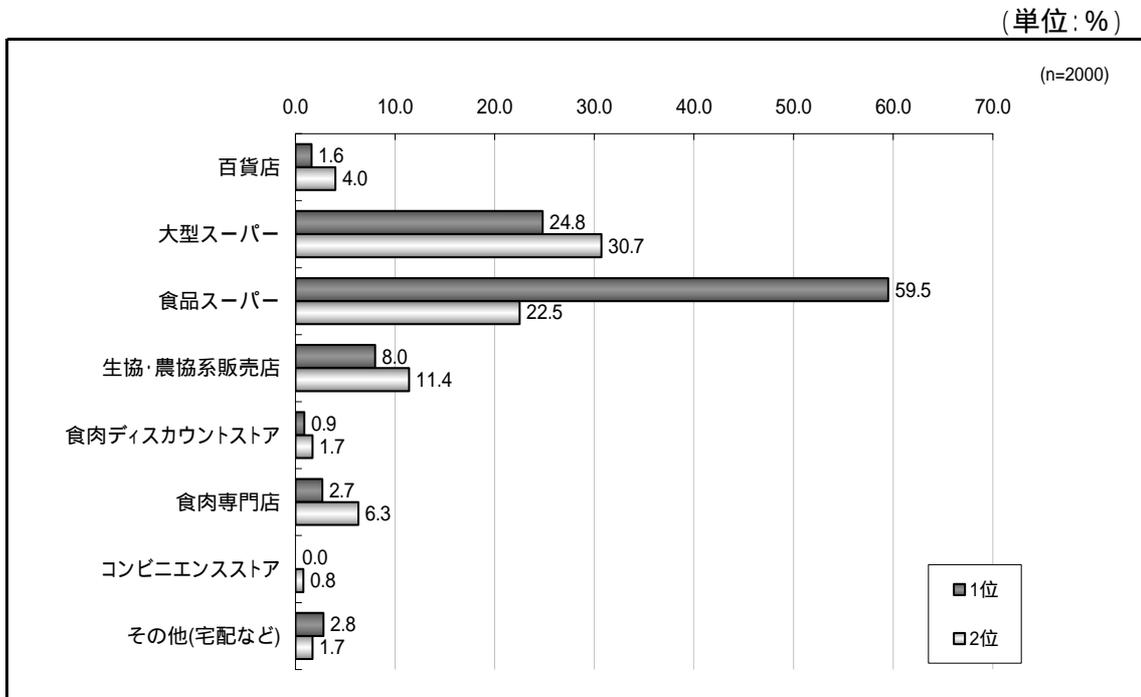
「ハム」「ベーコン」「ソーセージ」では、ほとんど差はみられない。「肉類惣菜」では「百貨店」(11.4%)、「その他の肉類加工品」では「生協・農協系販売店」(15.0%)が他の肉類加工品・肉類惣菜に比べてやや高くなっている。

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59.5%となっている。以下「大型スーパー」(24.8%)、「生協・農協系販売店」(8.0%)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30.7%で最も高く、以下「食品スーパー」(22.5%)、「生協・農協系販売店」(11.4%)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ヶ所で買物ができる	近所にある	品質が良い	その他
百貨店 (n=31)	3.2	12.9	6.5	0.0	3.2	16.1	0.0	0.0	9.7	48.4	0.0
大型スーパー (n=495)	11.5	32.1	1.6	2.8	6.1	3.0	0.6	22.8	16.0	2.2	1.2
食品スーパー (n=1189)	27.2	13.1	0.6	3.9	7.1	1.7	0.0	11.8	30.6	3.3	0.8
生協・農協系販売店 (n=159)	3.8	3.1	0.6	2.5	6.3	43.4	0.0	9.4	17.6	10.7	2.5
食肉 ディスカウントストア (n=17)	82.4	5.9	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食肉専門店 (n=54)	13.0	20.4	7.4	0.0	1.9	14.8	1.9	1.9	0.0	35.2	3.7
コンビニエンスストア (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他 (n=55)	0.0	3.6	0.0	7.3	12.7	40.0	1.8	3.6	0.0	18.2	12.7

食肉小売店の選定理由には明確な違いがあらわれている。

最も利用頻度の高い食品スーパーは、「近所にある」(30.6%)、「安い」(27.2%)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ている。

大型スーパーは、「品揃えが多い」(32.1%)が支持される最大の理由。また、「1ヶ所で買物ができる」(22.8%)が全業態の中で最も高い。

百貨店は「品質が良い」が48.4%と高く、以下、「安全性が高い」が16.1%で続く。品質に対する信頼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43.4%に達している。

食肉ディスカウントストアは「安い」が82.4%と目立って高い。

食肉専門店は「品質が良い」が35.2%、次いで「品揃えが多い」が20.4%。品質に対する信頼感が主な選定理由となっている。

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)

	売値の引き下げ	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)	54.3	37.0	10.9	54.1	20.1	51.4	18.0	12.8	9.8	18.5	2.5	17.7	6.0	5.7	9.5	2.4	2.7	3.4	7.7	1.0	1.8	
年代別	20代 (n=400)	61.8	32.5	10.0	48.3	17.0	55.0	18.0	17.3	11.3	24.8	5.0	21.0	4.8	9.0	11.5	3.3	3.0	3.5	8.8	2.0	2.0
	30代 (n=400)	54.3	37.5	10.8	49.5	18.3	52.8	20.8	13.3	9.5	21.3	2.5	22.0	5.8	4.5	7.0	3.8	3.0	2.8	6.3	1.5	1.0
	40代 (n=400)	55.5	38.8	8.3	53.8	16.0	56.0	21.0	12.5	12.0	17.3	2.0	19.3	5.0	4.8	9.0	2.3	3.0	1.5	8.3	0.5	1.3
	50代 (n=400)	52.3	36.5	12.5	60.5	26.5	54.0	13.8	12.0	9.0	15.5	1.8	14.8	9.0	5.0	12.3	1.3	3.0	4.3	8.5	0.5	2.3
	60代以上 (n=400)	47.5	39.5	12.8	58.5	22.8	39.0	16.3	9.0	7.3	13.5	1.0	11.5	5.5	5.3	7.5	1.3	1.3	4.8	6.8	0.5	2.3

食肉小売店への要望をみると、「売値の引き下げ」が54.3%、「衛生管理・鮮度管理の徹底」が54.1%、「セールや特売日の積極的な展開」が51.4%と多く、半数以上が挙げている。

年代別にみると、20代では「売値の引き下げ」が61.8%と最も多く、次に「セールや特売日の積極的な展開」が続く。40代では「セールや特売日の積極的な展開」が56.0%と最も多く、「売値の引き下げ」がこれに続く。

「売値の引き下げ」は年代が低いほど高い傾向がある。「セールや特売日の積極的な展開」の割合も、20代から50代では50%を超えているが、60代以上では39.0%と他の年代に比べ低くなっている。若年齢層ほど経済性重視であることがわかる。

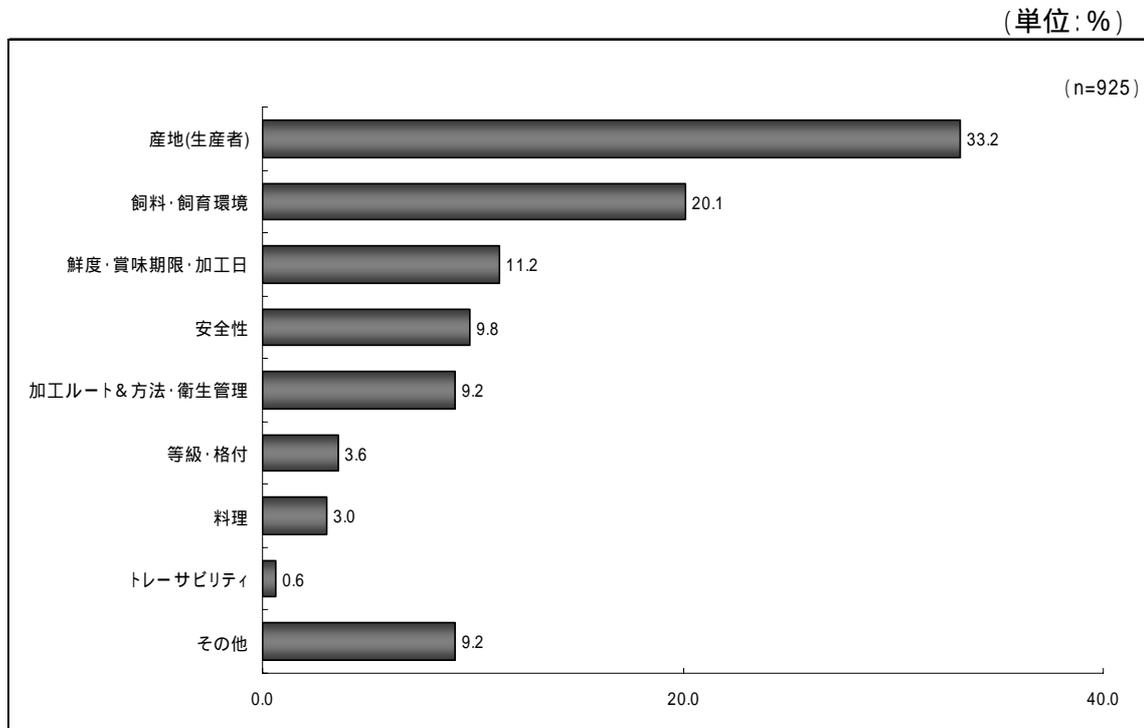
50代以上では「衛生管理・鮮度管理の徹底」が約6割と高く、「生産者や生産履歴の紹介・表示」の割合も40代以下に比べると高い。高年齢層ほど安全性に関する情報を求めていることがわかる。

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、内容別に分類する。

最も回答が多い「産地（生産者）」は「国産表示だけではなく、県名や地域といったより詳細な情報を表示して欲しい」という要望や、産地偽造に関する不信感から「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声も多い。

「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、「遺伝子組み換え等、飼料の情報」や「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る。

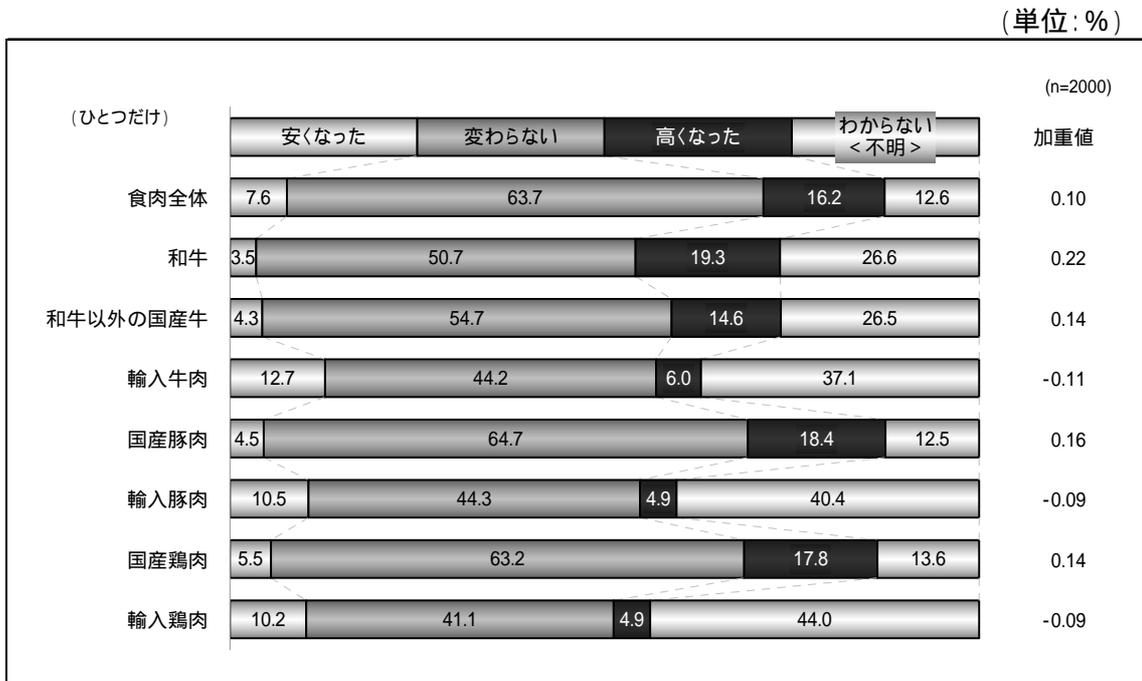
「鮮度・賞味期限・加工日」では、加工日、消費期限・賞味期限の表示から、食肉の鮮度を判断したいと考えている模様。また、「冷凍や解凍かどうか」を表示してほしいという要望も多数見られる。

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

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



「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、「和牛」の加重値が0.22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-0.11、-0.09、-0.09で、「変わらない」という回答も4割に達し、価格の変動をあまり感じられなかったか、やや安くなったと感じている人が多いという結果となっている。

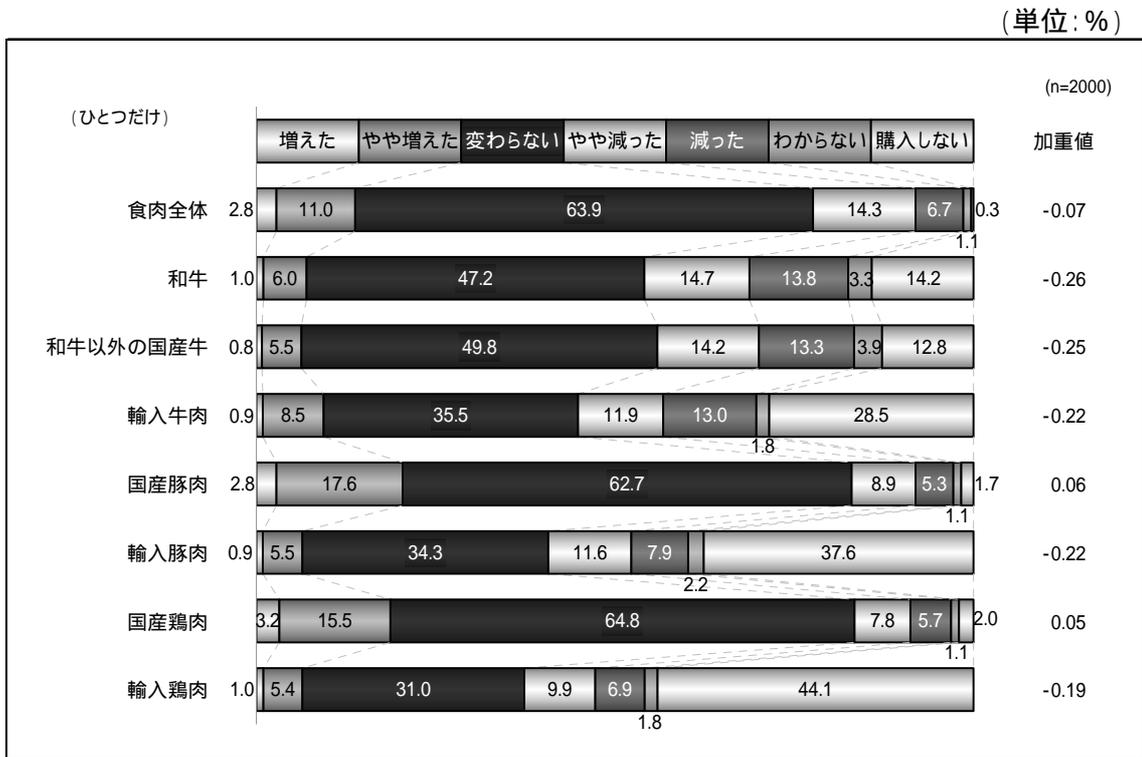
「和牛以外の国産牛」「国産豚肉」「国産鶏肉」はそれぞれ0.14、0.16、0.14であり、若干割高感があったと考えられる。

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



「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。マイナス加重値は大きい順に「和牛」「和牛以外の国産牛」「輸入牛肉」「輸入豚肉」「輸入鶏肉」である。

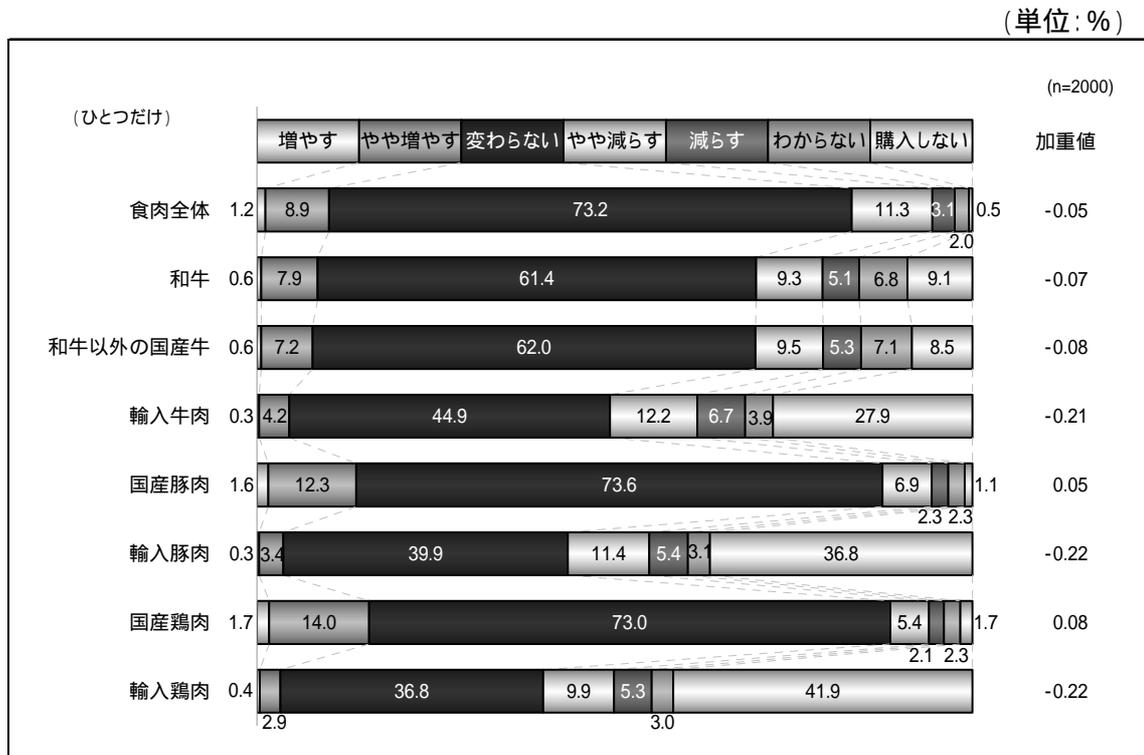
また、加重値算出の対象からは除外しているが、「輸入牛肉」「輸入豚肉」「輸入鶏肉」は「購入しない」という人がそれぞれ28.5%、37.6%、44.1%を占める。

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



「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-0.05で、最近の食肉別購入量の変化（図表 - 39参照）の-0.07と比較して0.02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」。「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、子供の成長による消費量増や、家族の増加にともなう消費量増が多くみられる。50代・60代の回答には、生活習慣病の予防観点から食肉も取り入れバランスの良い食事を心掛けたいという回答や、子供や孫に食べてもらうためという回答もみられる。

また、「増やす」「やや増やす」の中でも、国産のものに限定して増やしたいと考えている回答も多い。

「減らす」「やや減らす」と回答した人の理由は、体重や、体脂肪、コレステロールへの影響を考え摂取量を抑えたいという内容が多い。こういった人たちは魚や野菜を増やそうと考えている。

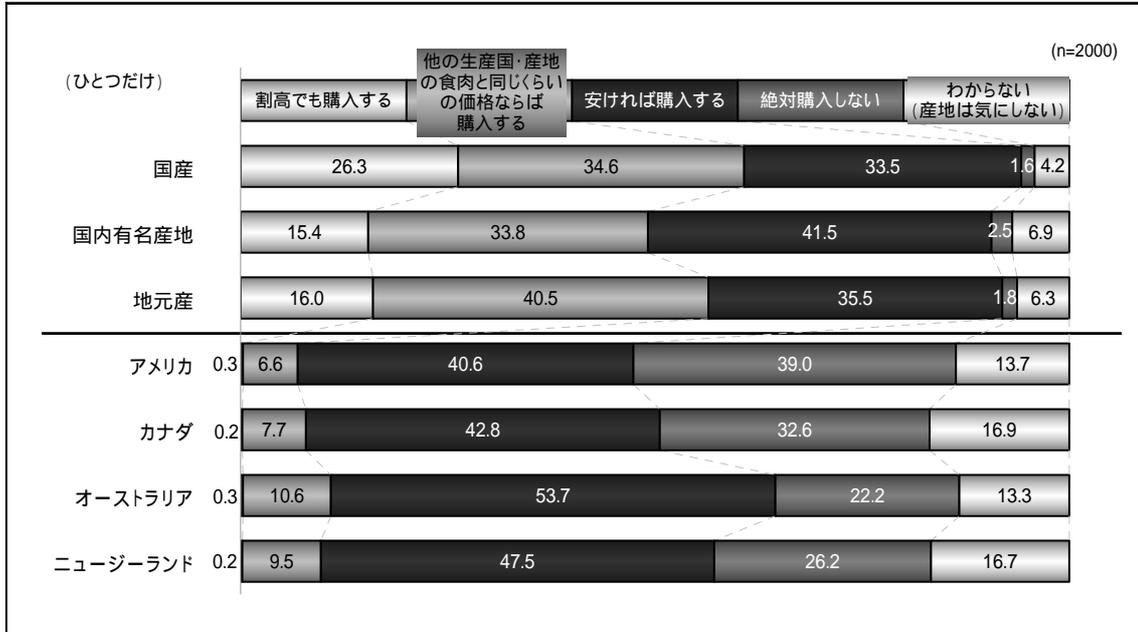
この他には「脂っこい料理を好まなくなった」などの嗜好の変化をあげている回答もみられる。また、「子供の独立」など家族が減るためや、「節約」を理由とする回答もみられる。

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:%)



牛肉の産地別購入意向をみると、国産では「割高でも購入する」が26.3%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34.6%、「安ければ購入する」が33.5%となっており、3つを合わせた購入意向合計は94.4%に達している。

「割高でも購入する」は国内有名産地が15.4%、地元産が16.0%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39.0%と最も高く、約4割を占める。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。

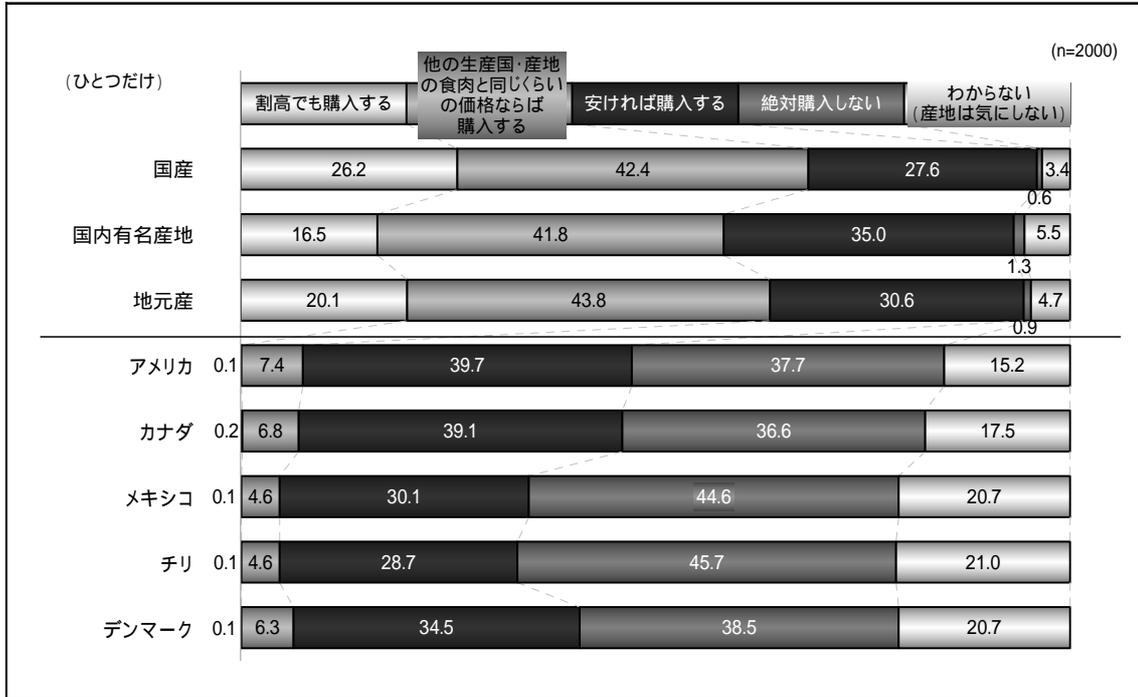
オーストラリア産とニュージーランド産に関しては、「他の生産国・産地の食肉と同じくらいの価格ならば購入する」がそれぞれ10.6%、9.5%、「安ければ購入する」がそれぞれ53.7%、47.5%とアメリカ産に比べて購入意向は高い。

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26.2%、「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42.4%、「安ければ購入する」が27.6%で、合計すると96.2%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20.1%で、国内有名産地の16.5%を上回り、消費者の地産地消費志向がうかがえる。

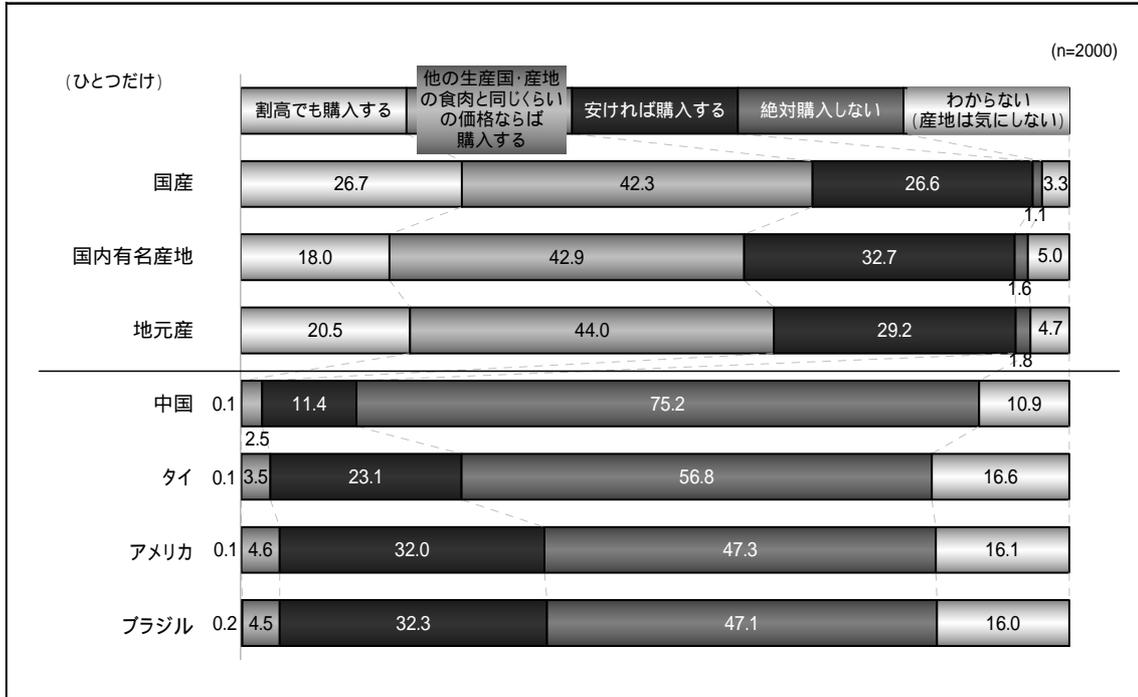
海外産に関しては、メキシコ産、チリ産で「絶対購入しない」の割合が5割弱と高い。アメリカ産、カナダ産については「安ければ購入する」が4割弱となっており、「割高でも購入する」「他の生産国・産地の食肉と同じくらいの価格ならば購入する」を合わせると、アメリカ産が47.2%、カナダ産が46.1%、デンマーク産が40.9%。メキシコ産やチリ産に比べて購入意向が高くなっている。

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:%)



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26.7%、「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42.3%、「安ければ購入する」が26.6%で、合計すると95.6%が購入意向を示している。国内有名産地、地元産については豚肉と同様に「割高でも購入する」は地元産が20.5%で、国内有名産地の18.0%を上回っている。

海外産についてみると、中国産では75.2%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根強くある様子がみえてとれる。アメリカ産、ブラジル産では「安ければ購入する」が3割強を占め、「割高でも購入する」「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」を合わせると、37%前後。タイ産については56.8%が「絶対購入しない」としており、中国産に続いて購入意向が低くなっている。