

第 章 食肉等の購入状況

1 一週間の食肉購入状況

(1) 食肉等の1世帯当り平均購入金額と金額構成比

表 - 1 - (1) 食肉等の1世帯当り平均購入金額と金額構成比 (単位 上段:円/下段:%)

	精肉計	牛肉				豚肉	挽肉	鶏肉	魚類	
		牛肉計	ブランド 和牛肉	その他 国産牛肉	輸入 牛肉					
全体(金額)	2,021.3	831.8	144.3	466.7	220.9	632.5	198.1	358.8	961.6	
(構成比)	100.0	41.2	7.1	23.1	10.9	31.3	9.8	17.8		
所得	300万円 未満	1,402.9	481.1	47.0	266.9	167.2	492.7	154.4	274.7	578.7
		100.0	34.3	3.3	19.0	11.9	35.1	11.0	19.6	
	300～499 万円	1,821.3	646.9	70.9	363.9	212.1	604.0	225.8	344.6	948.4
		100.0	35.5	3.9	20.0	11.6	33.2	12.4	18.9	
	500～699 万円	2,045.1	840.7	148.7	464.1	227.9	638.9	186.6	378.9	940.1
	100.0	41.1	7.3	22.7	11.1	31.2	9.1	18.5		
700～999 万円	2,536.8	1124.6	193.5	656.4	274.6	743.6	231.9	436.8	1,228.7	
	100.0	44.3	7.6	25.9	10.8	29.3	9.1	17.2		
1000万円 以上	3,170.9	1679.8	496.6	915.9	267.2	863.1	217.5	410.5	1,508.8	
	100.0	53.0	15.7	28.9	8.4	27.2	6.9	12.9		
世帯構成	子供が小 学生以下 の世帯	2,072.4	850.6	157.3	470.8	222.5	598.0	217.4	406.4	913.2
		100.0	44.4	8.2	24.6	11.6	31.2	11.3	21.2	
	成長期の 子供がいる 世帯	2,332.3	954.1	152.2	508.6	293.3	731.0	249.6	397.6	922.1
		100.0	87.7	14.0	46.8	27.0	67.2	22.9	36.6	
	20歳代の 成人がいる 世帯	1,772.6	676.6	102.3	396.2	178.2	581.3	187.8	326.8	791.3
	100.0	48.2	7.3	28.2	12.7	41.4	13.4	23.3		
子供がい ない世帯	1,963.3	868.4	154.2	494.3	219.9	633.0	144.2	317.7	1,305.8	
	100.0	47.7	8.5	27.1	12.1	34.8	7.9	17.4		
高齢者の みの世帯	1,900.2	894.7	241.4	532.4	120.8	547.8	125.1	332.7	1,149.3	
	100.0	43.7	11.8	26.0	5.9	26.8	6.1	16.3		
地域	北海道	1,842.6	629.7	90.4	233.7	305.5	648.5	197.4	367.0	966.0
		100.0	24.8	3.6	9.2	12.0	25.6	7.8	14.5	
	東北	1,899.4	795.4	198.8	315.8	280.8	590.3	195.7	318.1	810.6
		100.0	25.1	6.3	10.0	8.9	18.6	6.2	10.0	
	関東	2,212.3	983.0	171.4	551.4	260.2	673.8	190.5	365.0	1,302.8
		100.0	47.4	8.3	26.6	12.6	32.5	9.2	17.6	
	北陸	2140.2	809.6	93.1	521.0	195.4	783.8	207.1	339.7	1,197.6
		100.0	34.7	4.0	22.3	8.4	33.6	8.9	14.6	
	東海	2,065.4	715.1	117.6	386.8	210.8	702.7	231.6	416.0	948.9
		100.0	40.3	6.6	21.8	11.9	39.6	13.1	23.5	
近畿	2,574.8	1291.7	315.3	711.6	264.8	619.4	217.8	445.9	1,161.6	
	100.0	65.8	16.1	36.2	13.5	31.5	11.1	22.7		
中国	2,116.1	952.6	149.3	629.3	173.9	546.1	211.9	405.6	1,129.7	
	100.0	50.1	7.9	33.1	9.2	28.7	11.2	21.3		
四国	1,878.7	897.5	178.9	638.0	80.6	587.4	159.7	234.0	877.3	
	100.0	61.2	12.2	43.5	5.5	40.0	10.9	16.0		
九州	1,928.4	737.1	98.8	497.9	140.4	608.7	159.3	423.3	736.5	
	100.0	37.0	5.0	25.0	7.1	30.6	8.0	21.3		
沖縄	1,527.6	486.1	24.6	160.3	301.1	565.2	209.1	267.1	460.7	
	100.0	20.2	1.0	6.6	12.5	23.4	8.7	11.1		

表で示されている1世帯当り平均購入金額は、一週間の「買った人も買わなかった人も含めた一世帯あたりの平均の購入金額」である。つまり、世帯数を掛け算すれば市場規模の概算を算出できる。

したがって、一週間の調査期間、2074世帯の調査であるが、1世帯当り平均購入金額は地域食文化、家族構成、経済所得レベルなど含んだ重要な総合指標である。

地域市場規模などを知るために、その数値に地域世帯数を乗算し、月換算すれば概算可能となる。又、その延長でお店の商圈の世帯数を乗じ、食材別の標準的な商圈規模推計や売上構成比の検討などに使うと便利である。

食肉類について個々に見てみると

・**精肉**： 1週間のうち牛・豚・鶏・挽肉の何らかを購入した世帯の購入世帯当り購入金額は2021.3円であった。「世帯属性」で見ると「所得」に正比例し、また「子供のいる家庭」で明らかに高い傾向がある。

・**牛肉**： 「世帯属性」のうち「所得」に比例して牛肉の金額割合が多くなる傾向が見られる。中でも特にその傾向が顕著なのは「ブランド和牛肉」「その他国産牛肉」である。「地域」では近畿を中心とした「西日本」での購入金額構成比が高い傾向にある。

・**豚肉**： 同様に金額構成比を見てみると牛肉とは全く反対の傾向が見られる。つまり「世帯属性」のうち「低所得世帯」「成長期の子供のいる世帯」で金額構成比が高い傾向が見られる。

「地域」では「東日本」の購入金額構成比の高い傾向が見られる。

・**挽肉**： 地域などの「世帯属性」から見ても「牛肉」や「豚肉」ほどの大きな差はない。

・**鶏肉**： 「豚肉」と同様、「低所得世帯」「成長期の子供のいる世帯」で購入金額構成比が高い傾向が見られる。又、「地域」では東西拮抗しているものの「近畿」「東海」「九州」の購入金額構成比が高いのが目立つ。

(2) 牛豚肉購入形態・部位等の全世帯当り平均購入金額

表 -1-(2)- 購入形態別 1世帯当り平均購入金額（複数回答・N=2074）
（市場規模推計などに使用）（単位円）

	購入形態別 1世帯当り平均購入金額						
	ブロック	切り身	角切り	焼き肉用 スライス	薄切り スライス	切落し・ 小間切れ	NA
牛肉	31.9	171.9	65.1	217.1	226.3	99.1	20.5
豚肉	76.3	96.9	45.5	57.6	202.2	136.8	17.2

表 -1-(2)- 購入部位別 1世帯当り平均購入金額（複数回答・N=2074）
（市場規模推計などに使用）（単位円）

	購入部位別 1世帯当り平均購入金額								
	肩	肩 ロース	ロース	ヒレ	ばら	もも	その他	わから ない	NA
牛肉	25.2	107.8	231.8	50.5	98.2	76.4	75.0	146.1	20.7
豚肉	22.3	81.2	155.3	40.5	118.8	86.3	19.3	89.6	19.1

・購入形態別：牛肉と豚肉と比較して、牛肉は比較的出現頻度の高い「焼肉」「すき焼き」や「ステーキ」などの特定メニューとして多用されており、尚且つ高価格であるため、形態としては「焼肉用スライス」や「すき焼き用薄切りスライス」で突出している。一方、豚肉のほうがより汎用的傾向がある。

・購入部位別：牛肉、豚肉、とも「ロース」、「ばら肉」、「肩ロース」など比較的わかり易い料理メニューを連想できる部位に集中しているが、「牛肉」においては「その他」「わからない」「NA」が特徴的である。消費者の牛肉部位に関する関心や知識の希薄さを表している。

(3) 食肉の購入世帯当り購入量

「買った世帯の購入量」である。一般的に「伝統的な地域の食文化の差」や「世帯員数」、さらに「ライフステージによる日常の料理メニュー」によって量的差が出ると言われている。

表 -1-(3)食肉の購入世帯当り購入量 (買った人だけの数値)(複数回答) (単位 g)

	世帯数	精肉計	牛肉				豚肉	挽肉	鶏肉	
			牛肉計	和牛肉	ブランド	国産牛肉 その他				輸入牛肉
全体(購入世帯数)	2,074	2,011	1,295	128	836	559	1,677	971	1,369	
(購入量)		1,364	570	463	463	529	559	416	528	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	346	1,474	608	422	500	499	569	423	588
	成長期の子供がいる世帯	582	1,659	639	620	509	606	658	494	604
	20歳代の成人がいる世帯	644	1,232	512	404	451	443	520	392	494
	子供がいない世帯	353	1,158	538	377	411	574	500	323	445
	高齢者のみの世帯	149	982	474	482	377	400	437	321	387
地域	北海道	201	1,428	586	438	433	616	591	408	551
	東北	204	1,268	542	434	420	544	563	384	497
	関東	212	1,306	565	421	468	500	505	369	498
	北陸	204	1,446	606	385	549	476	610	413	508
	東海	214	1,508	655	680	470	716	609	459	615
	近畿	208	1,532	657	613	511	521	526	459	588
	中国	215	1,384	570	396	453	486	484	426	537
	四国	207	1,065	452	398	381	451	492	396	401
	九州	206	1,412	542	471	486	407	542	405	557
	沖縄	203	1,279	528	300	448	519	677	426	477

・牛肉： 購入した 1295 世帯の「購入世帯当り購入量」は 569.8 g であり、世帯属性別に見ると、「世帯構成」では「子供のいる若年層」で高く、加齢にしたがって低下する傾向が見られる。「ブランド和牛肉」を購入した 128 世帯の購入世帯当り購入量は、462.9 g であったが、「世帯属性」で見ると「世帯構成」の「成長期の子供がいる世帯」が突出しているのが特徴である。

また、「地域」で見ると「近畿」で高く、購入量の面から見ても、和牛肉食文化圏といわれる所以である。

「その他国産牛肉」を購入した 836 世帯の購入世帯当り購入量は、463.4 g であった。しかし、世帯属性別に見ても「近畿」が高い以外、特段の特徴はない。

「輸入牛肉」を購入した 559 世帯の「購入世帯当り購入量」は 528.5 g であった。世帯属性別の「地域」で見ると「東海」と「北海道」が突出している。

・豚肉： 購入した 1677 世帯の「購入世帯当り購入量」は 559.2 g で、ほぼ「牛肉計」と同じ購入量のレベルである。世帯属性別で見ると「世帯構成」は「成長期の子供がいる世帯」で突出しているのが特徴である。

また「地域」で見ると、特別の豚肉文化をもつ「沖縄」が量的に突出している。

・挽肉： 購入した 977 世帯の「購入世帯当り購入量」は 416.1 g である。しかし、世帯属性別に見ても特段の特徴はない。

・鶏肉： 購入した 1369 世帯の購入世帯当り購入量は 528.0 g である。世帯属性別で見ると「世帯構成」の「成長期の子供がいる世帯」、「子供が小学生以下の世帯」の食べ盛り層で高く、「牛肉」「豚肉」の場合よりライフステージの若いのが特徴である。

また「地域」で見ると、やや「西高東低」の傾向がある。

(4) 食肉の購入単価

「購入単価」の差は世帯属性の「所得」など経済的要因に影響されると言われている。価格にシビアで合理性が求められている時代であるが、一方では食に関して経済的余裕層では「良いものを」「少し」を楽しむ「ブランド志向型食文化」「産地特産志向」「安全・安心志向」が見られ、「購入単価」が高くなる2極化の傾向がある。

表 -1-(4)食肉の平均購入単価(100g 当り)

(単位円)

		精肉計	牛肉				豚肉	挽肉	鶏肉
			牛肉計	ブランド和牛肉	その他の国産牛肉	輸入牛肉			
	全体	154.8	240.9	521.4	256.3	162.9	142.7	107.3	108.0
所得	300万円未満	136.5	203.3	426.3	226.3	155.3	134.3	105.0	99.0
	300～499万円	140.4	204.9	362.2	251.5	140.0	138.2	103.3	105.7
	500～699万円	152.5	235.6	573.3	233.7	172.3	140.3	106.5	107.2
	700～999万円	166.9	263.4	489.7	271.6	188.4	148.5	111.2	113.7
	1000万円以上	200.7	318.1	705.0	304.8	170.1	161.5	117.1	123.7
地域	北海道	135.8	209.8	519.4	252.1	160.8	132.1	102.4	98.4
	東北	155.9	274.5	667.2	260.2	202.6	131.9	109.5	105.3
	関東	177.0	263.5	615.9	283.7	172.5	160.8	128.7	117.7
	北陸	154.1	223.5	616.9	215.1	186.2	144.8	106.4	116.7
	東海	140.2	210.4	740.3	241.5	128.6	135.7	104.8	105.6
	近畿	174.8	278.4	464.9	292.4	173.3	152.1	102.8	114.3
	中国	155.8	241.1	450.2	255.2	150.8	147.1	104.7	104.2
	四国	186.3	293.3	465.3	296.4	154.1	166.0	108.4	116.2
	九州	145.8	219.0	360.1	234.6	145.0	140.3	106.7	105.0
	沖縄	127.6	173.1	833.3	186.2	157.1	124.6	104.9	101.6

・牛肉： 平均購入単価(100g)は 240.9 円で他の食肉と比べて高単価であった。地域差は「四国」「近畿」が全般的に高単価となっているが、「ブランド和牛肉」など高額牛肉の普及等によるものである。また、「沖縄」は全般的に低単価が特徴的であるが、「その他の国産牛肉」の価格が低いことと、「輸入牛肉」の多いことが影響している。「ブランド和牛肉」は 521.4 円と最も高かったが、「世帯属性」で見ると特徴が見える。「所得」で見ると明らかに高所得者は高価格のもの(良いもの)購入しており、年齢とライフステージによる差も、もともとは「経済的余裕の差」によるものと考えられる。

「ブランド和牛肉」において牛肉食文化圏といわれている「近畿」等の「西日本」と比較して「東日本」の購入単価が高いのは「ブランド和牛肉」の普及度や一般化による「市場価格差」によるものと推定される。「その他の国産牛肉」は 256.3 円と「輸入牛肉」は 162.9 円であった。これらは「世帯属性」で見ても顕著な差はなかった。

・豚肉： 平均購入単価(100g)は 142.7 円で「牛肉」につづいて高単価であった。「世帯属性」の「地域」で見ると「四国」166.0 円と高く、豚肉食文化とわれている「沖縄」124.6 円、「東北」131.9 円、「北海道」132.1 円と低単価が特徴的であった。

「所得」で見ると「ブランド和牛肉」同様、高所得者は購入価格が高い傾向があり、「黒豚」などのブランド志向の芽も覗える。

・挽肉： 平均購入単価(100g)は 107.3 円で精肉の中で最も低単価であった。「世帯属性」の「地域」は「関東」が 128.7 円と高い以外は地域差がなかった。

・鶏肉： 平均購入単価(100g)は 108.0 円で「挽肉」に続いて低単価であった。「世帯属性」の「地域」は「北海道」が 98.4 円と低い以外は地域差がなかった。

(5) 食肉類の購入世帯率

「購入世帯率」はその食材の普及を表す指標であり、食文化や流通の普及度によって差が出ると言われている。

食肉類の購入世帯率

表 -1-(5)- 食肉類の購入世帯率(複数回答) (単価%)

	世帯数	精肉計	牛肉				豚肉	挽肉	鶏肉	魚類	
			牛肉計	ブランド和牛肉	その他の国産牛肉	輸入牛肉					
全体(世帯数)	2,074	2,011	1,295	128	836	559	1,677	971	1,369	1,679	
(購入世帯率)		97.0	62.4	6.2	40.3	27.0	80.9	46.8	66.0	81.0	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	346	98.3	62.4	6.9	40.8	29.8	81.8	53.2	71.4	84.1
	成長期の子供がいる世帯	582	97.1	71.1	5.2	42.6	34.9	82.6	49.7	68.4	79.7
	20歳代の成人がいる世帯	644	96.1	56.4	5.0	36.0	23.9	79.2	48.8	64.0	78.4
	子供がいない世帯	353	96.3	59.8	6.2	39.9	23.2	81.0	38.8	60.9	82.7
	高齢者のみの世帯	149	98.7	61.1	13.4	49.7	11.4	78.5	31.5	65.1	85.2
地域	北海道	201	96.0	52.7	4.0	21.9	31.8	84.6	50.2	69.2	82.6
	東北	204	97.1	56.9	7.4	29.9	27.9	80.4	49.5	64.7	77.5
	関東	212	97.2	68.4	7.1	42.5	32.5	84.4	45.3	67.0	87.3
	北陸	204	97.5	61.8	4.4	45.6	22.5	90.2	47.5	60.8	86.3
	東海	214	98.1	52.8	2.3	35.5	24.3	87.4	51.9	68.2	83.6
	近畿	208	97.1	71.6	11.5	49.0	29.3	78.4	47.6	70.2	86.1
	中国	215	98.6	71.2	8.4	55.8	25.1	77.2	49.3	74.0	84.7
	四国	207	96.6	68.6	9.7	57.0	12.1	74.4	40.1	51.7	76.8
	九州	206	95.6	64.6	5.8	44.7	25.7	81.6	39.3	76.2	72.3
	沖縄	203	95.6	55.2	1.0	19.7	38.4	70.0	47.3	57.6	71.9

一週間の調査期間内に食肉を購入した世帯の割合(購入世帯率)は「精肉」は97.0%で、ほとんどの世帯が購入したと考えられる。

そのうち最も購入世帯率の高いのは「豚肉」の80.9%、続いて「鶏肉」の66.0%、そして「牛肉」が62.4%(「ブランド和牛肉」6.2%、「その他の国産牛肉」40.3%、「輸入牛肉」27.0%)、次に「挽肉」46.8%であった。

牛肉を地域的に見てみると、それ程大きな差はないが、種類で大きな格差が出ている。「ブランド和牛肉」が「近畿」で11.5%と突出しており、「沖縄」と「東海」が極端に低いのが目立つ。

「その他の国産牛肉」は「四国」と「中国」がそれぞれ57.0%と55.8%と高い傾向がある。「輸入牛肉」は沖縄と関東が38.4%と32.5%とやや高い傾向がある。

「豚肉」「挽肉」「鶏肉」の購入世帯率に地域差はない。

食肉加工品・惣菜その他の購入世帯率

表 -1-(5)- 食肉加工品・惣菜その他の購入世帯率(複数回答) (単位%)

		マトン・ラム	馬肉	内臓	ハム	ベーコン	ソーセージ	その他肉類	肉類惣菜	その他加工品
全体		2.5	0.9	4.6	47.5	36.0	46.2	3.1	20.1	13.5
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	2.0	0.9	4.3	47.7	34.1	60.7	2.3	21.1	13.9
	成長期の子供がいる世帯	2.6	0.9	3.1	52.6	39.0	46.9	3.3	19.9	16.7
	20歳代の成人がいる世帯	1.9	1.4	5.7	44.3	35.2	48.3	3.4	19.4	10.2
	子供がいない世帯	4.0	0.6	5.7	44.2	34.8	35.4	4.0	22.1	15.6
	高齢者のみの世帯	2.7	-	4.0	49.7	34.9	26.8	1.3	16.1	8.7

・マトン・ラム、馬肉、内臓、その他肉類：購入した世帯はそれぞれ2.5%、0.9%、4.6%、3.1%と非常に少なかった。

巻末統計表 表 -1-(5) によれば「マトン・ラム」は当然のことながら北海道が17.9%と突出しているが、それ以外の「馬肉」、「内臓」については、やや一般的でなく全国的に差はない。

・食肉加工品： 「ハム」「ソーセージ」「ベーコン」「肉類惣菜」「その他加工品」を購入した世帯はそれぞれ47.5%、46.2%、36.0%、20.1%、13.5%であった。

「世帯構成」で「ソーセージ」は「子供が小学生以下の世帯」で60.7%であり、「ハム」は「成長期の子供がいる世帯」で52.6%と高い購入世帯率を形成しており、子供の年代推移によって「ソーセージ」から「ハム」への移行が見られる。

(6) 食肉類の週平均購入回数

全世帯をもとに一世帯平均に週購入回数に換算した指数である。傾向値としては購入世帯率のそれと、ほぼ一致している。

表 -1-(6) 食肉類の1世帯平均購入回数(週)(複数回答) (単位回)

	世帯数	精肉計	牛肉							豚肉	挽肉	鶏肉	魚類	
			牛肉計	ブランド		その他	輸入	豚肉	挽肉					鶏肉
				和牛肉	国産牛肉									
全体	2,074	3.86	0.98	0.08	0.56	0.34	1.40	0.57	0.90	2.06				
地区	北海道	201	3.87	0.72	0.05	0.25	0.41	1.53	0.61	1.03	2.27			
	東北	204	3.68	0.83	0.08	0.37	0.38	1.41	0.60	0.84	1.95			
	関東	212	3.97	1.09	0.09	0.60	0.40	1.46	0.56	0.85	2.36			
	北陸	204	3.99	1.01	0.05	0.71	0.25	1.59	0.61	0.79	2.49			
	東海	214	4.04	0.86	0.04	0.50	0.32	1.59	0.65	0.95	2.18			
	近畿	208	4.12	1.26	0.13	0.74	0.38	1.26	0.59	1.01	2.34			
	中国	215	4.05	1.25	0.10	0.81	0.34	1.20	0.60	1.01	2.09			
	四国	207	3.46	1.00	0.12	0.74	0.14	1.36	0.46	0.64	1.79			
	九州	206	4.17	1.05	0.08	0.67	0.30	1.46	0.50	1.16	1.81			
	沖縄	203	3.18	0.71	0.01	0.23	0.48	1.17	0.57	0.72	1.26			

・精肉(牛・豚・鶏・挽肉)： 1週間のうち「精肉」を購入した 2011 世帯であるが、全世帯(2074 世帯)ベースの「1 世帯平均購入回数(買った人も買わなかった人も平均)」に直して見ると週 3.86 回である。平均購入回数は「豚肉」1.40 回、続いて「牛肉計」0.98 回、「鶏肉」0.90 回、「挽肉」0.57 回の順である。日本人全体平均で考えると「豚肉」は「週 1 回」以上購入するポピュラーな食肉であるが、それ以外の食肉は「週 1 回」以下購入でまだまだ普及の余地があると思われる。

・牛肉： 「1世帯平均購入回数」でみると「牛肉」「ブランド和牛肉」「その他国産牛肉」「輸入牛肉」、それぞれ週0.98回、週0.08回、週0.56回、週0.34回となっている。

特に「ブランド和牛肉」について、牛肉文化圏である「近畿」「四国」の「1世帯平均購入回数」は週0.13回、週0.12回と全国的に低い数値の中で突出しており、ヘビーユーザーが多く存在することが読み取れる。

・豚肉： 「1世帯平均購入回数」は週1.40回と非常に高い値を示している。ちなみに購入した1677世帯での巻末の統計表「表 - 1 - (6) - 週回数別・食材別買い物頻度構成比」でも、ほぼ週2回で精肉の中で最も頻度が高く、地域的に見て、沖縄の豚肉の消費量が多いにもかかわらず意外と購入回数が低いのは、「買い物習慣」とともに、作り置き等「独特の豚肉料理方法」にあると想像できる。

・挽肉： 1世帯平均購入回数は週0.57回であり、ちなみに購入した971世帯の「表 - 1 - (6) - 」購入世帯当り購入回数分布でも「精肉」の中で最も低かった。「地域」などの「世帯属性」から見ても大きな差はない。

・鶏肉： 1世帯平均購入回数は0.90回で週1回に満たない。地域別に見ると九州がやや頻度が高い傾向にある。

・魚類： 参考までに「魚類」は購入世帯が1679世帯であった。1世帯平均購入回数は週2.06回と全世帯がほぼ週2回以上購入しており、伝統的な買い物行動が覗える。

(7) 牛豚肉の購入形態と部位別購入状況

表 -1-(7)- 牛肉 購入形態別部位別 購入世帯率（複数回答） （単位%）

	世帯数	ブロック	切り身	角切り	焼き肉用スライス	薄切りスライス	切り落とし・小間切れ
全体(世帯数)	1,295	60	276	215	379	459	372
(購入世帯率)		4.6	21.3	16.6	29.3	35.4	28.7
肩	78	11.5	19.2	24.4	26.9	43.6	43.6
肩ロース	240	7.1	24.2	18.3	31.3	55.8	27.1
ロース	312	5.1	38.1	14.7	35.9	47.1	17.0
ヒレ	72	12.5	69.4	30.6	26.4	30.6	25.0
ばら	260	5.8	17.3	20.8	35.8	37.3	46.2
もも	204	9.8	19.6	23.5	28.4	43.1	30.4
その他	152	9.2	27.0	15.1	52.6	25.0	34.2
わからない	384	3.1	18.5	25.8	30.5	29.4	37.8

「牛肉」を購入した1295世帯について購入部位別には「ロース」「ばら」「肩ロース」の順であるが、さらに購入形態内訳の「購入世帯率」を見てみると、ほとんどの部位で「薄切りスライス」「焼き肉用スライス」に集中しているが、「ヒレ」に関してはステーキ用「切り身」が69.4%、また「肩」や「ばら」の中で「切り落とし・小間切れ」が突出している。牛肉については「すき焼き」「ステーキ」「焼肉」という代表的メニューが浮かび上がってくる。

表 -1-(7)- 豚肉 購入形態別部位別 購入世帯率（複数回答）

（単位％）

	世帯数	ブロック	切り身	角切り	焼き肉用スライス	薄切りスライス	切り落とし・小間切れ
全体(世帯数) (購入世帯率)	1,677	224 13.4	316 18.8	212 12.6	211 12.6	735 43.8	645 38.5
肩	97	16.5	13.4	15.5	11.3	42.3	70.1
肩ロース	278	13.7	24.8	14.4	22.3	52.9	38.8
ロース	508	12.2	34.8	11.6	17.1	57.1	29.3
ヒレ	105	47.6	49.5	8.6	11.4	38.1	22.9
ばら	514	17.7	14.6	11.9	14.4	48.4	53.9
もも	345	17.4	19.4	18.8	15.7	55.9	39.4
その他	96	27.1	18.8	11.5	20.8	36.5	58.3
わからない	377	7.2	19.9	21.5	12.2	33.7	56.2

「豚肉」を購入した 1,677 世帯について購入部位別には「ばら」「ロース」「もも」と続くが、さらに購入形態内訳の「購入世帯率」を見てみるとほとんどの部位で「薄切りスライス」に集中する傾向があるが、それ以外では「肩の切り落とし・小間切れ」「ばら肉の切り落とし・小間切れ」を筆頭に「ヒレの切り身」「ヒレのブロック」「ロース肉の切り身」などが突出している。