

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

### 1 食肉小売店からみた消費者の購買行動

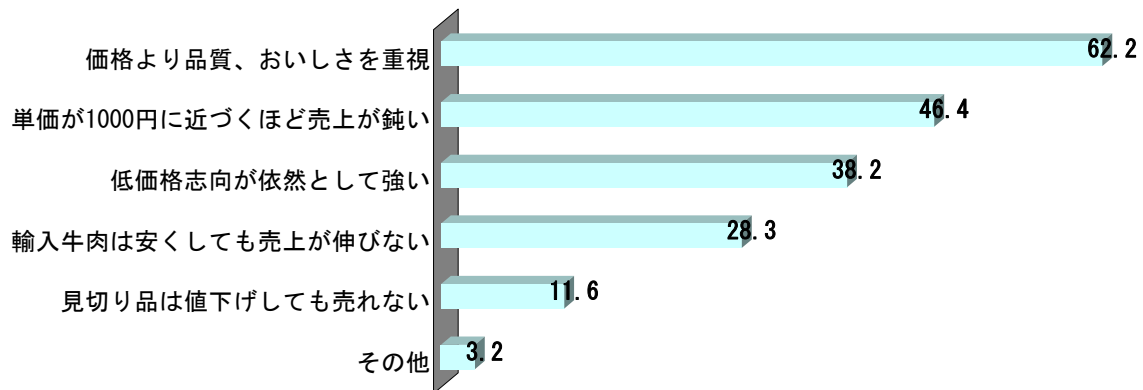
図4-1 食肉小売店からみた消費者の価格志向

回答企業数	店舗数	価格より品質、おいしさを重視	単価が1000円に近づくほど売上が鈍い	低価格志向が依然として強い	輸入牛肉は安くしても売上が伸びない	見切り品は値下げしても売れない	その他
社	店	%	%	%	%	%	%
466	3,583	62.2	46.4	38.2	28.3	11.6	3.2

注：複数回答

図4-1 食肉小売店からみた消費者の価格志向

単位：%



注：複数回答

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売店からみた消費者の購買行動

表4-1 食肉小売店からみた消費者の価格志向

	回答企業数	店舗数	価格より品質、おいしさを重視	低価格志向が依然として強い	単価が1000円に近づくほど売上が鈍い	見切り品は値下げしても売れない	輸入牛肉は安くしても売上が伸びない	その他
	社	店	%	%	%	%	%	%
計	466	3,583	62.2	38.2	46.4	11.6	28.3	3.2
企業別								
専門店	304	368	59.9	41.1	50.3	12.2	22.4	2.0
スーパー	120	2,644	72.5	27.5	37.5	10.8	41.7	4.2
生協	20	486	50.0	55.0	30.0	0.0	50.0	15.0
農協	17	71	35.3	52.9	64.7	5.9	17.6	5.9
その他	5	14	100.0	0.0	20.0	60.0	20.0	0.0
売上高規模別								
500万円未満	236	371	58.5	40.7	52.5	12.3	21.2	2.1
500～999万円	105	816	63.8	39.0	41.0	11.4	34.3	2.9
1000～1999万円	85	1,753	64.7	37.6	41.2	7.1	37.6	5.9
2000～2999万円	23	229	78.3	13.0	39.1	17.4	39.1	4.3
3000万円以上	17	414	70.6	35.3	29.4	17.6	29.4	5.9
地域別								
北海道・東北	84	404	71.4	32.1	34.5	11.9	34.5	3.6
関東・東山	144	895	59.0	38.2	50.7	9.0	31.3	3.5
北陸・東海	78	650	64.1	43.6	43.6	12.8	26.9	3.8
近畿	68	927	58.8	42.6	42.6	17.6	20.6	1.5
中国・四国	55	395	61.8	32.7	56.4	12.7	23.6	0.0
九州	37	312	56.8	40.5	54.1	5.4	27.0	8.1

注：複数回答

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

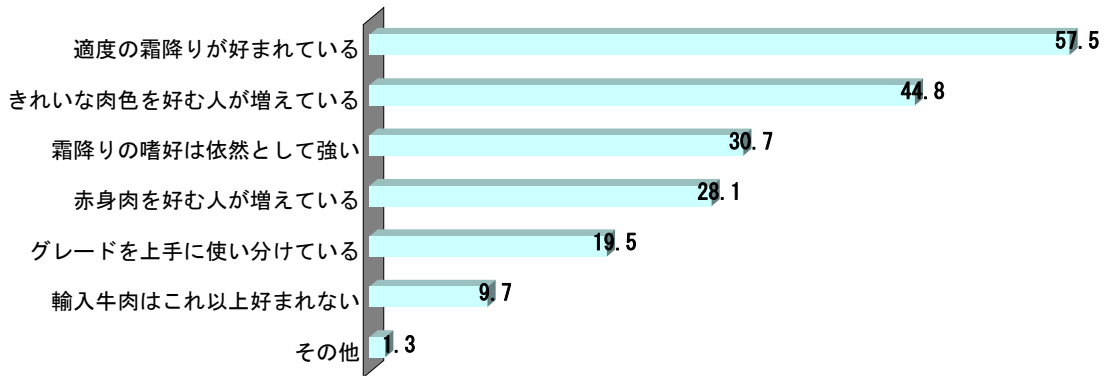
### 1 食肉小売店からみた消費者の購買行動

図4-2 食肉小売店からみた消費者の牛肉に対する嗜好

回答企業数	店舗数	適度の霜降り りが好まれて いる	きれいな肉 色を好む人 が増えている	霜降りの嗜 好は依然と して強い	赤身肉を好 む人が増え ている	グレードを 上手に使い 分けている	輸入牛肉は これ以上好 まれない	その他
社	店	%	%	%	%	%	%	%
466	3,583	57.5	44.8	30.7	28.1	19.5	9.7	1.3

図4-2 食肉小売店からみた消費者の牛肉に対する嗜好

単位：%



#### 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

##### 1 食肉小売店からみた消費者の購買行動

表4-2 食肉小売店からみた消費者の牛肉嗜好

	回答企業数	店舗数	霜降りの嗜好は依然として強い	適度の霜降りが好まれている	赤身肉を好む人が増えている	きれいな肉色を好む人が増えている	輸入牛肉はこれ以上好まれない	グレードを上手に使い分けている	その他
	社	店	%	%	%	%	%	%	%
計	466	3,583	30.7	57.5	28.1	44.8	9.7	19.5	1.3
企業別									
専門店	304	368	36.8	59.9	31.6	38.8	7.2	14.8	0.7
スーパー	120	2,644	16.7	57.5	24.2	55.0	10.8	28.3	2.5
生協	20	486	30.0	45.0	15.0	65.0	20.0	25.0	0.0
農協	17	71	23.5	29.4	11.8	70.6	17.6	29.4	5.9
その他	5	14	20.0	60.0	20.0	0.0	60.0	40.0	0.0
売上高規模別									
500万円未満	236	371	36.0	56.8	32.2	40.3	7.6	15.7	1.7
500～999万円	105	816	24.8	59.0	21.0	47.6	9.5	27.6	1.0
1000～1999万円	85	1,753	25.9	60.0	27.1	51.8	11.8	18.8	0.0
2000～2999万円	23	229	30.4	52.2	26.1	47.8	13.0	17.4	4.3
3000万円以上	17	414	17.6	52.9	23.5	52.9	23.5	29.4	0.0
地域別									
北海道・東北	84	404	26.2	65.5	23.8	33.3	15.5	27.4	1.2
関東・東山	144	895	27.8	61.1	27.8	47.2	6.9	18.8	0.7
北陸・東海	78	650	33.3	53.8	29.5	47.4	10.3	16.7	1.3
近畿	68	927	35.3	52.9	35.3	38.2	8.8	19.1	0.0
中国・四国	55	395	30.9	50.9	29.1	54.5	5.5	16.4	5.5
九州	37	312	37.8	51.4	21.6	54.1	13.5	16.2	0.0

注：複数回答

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

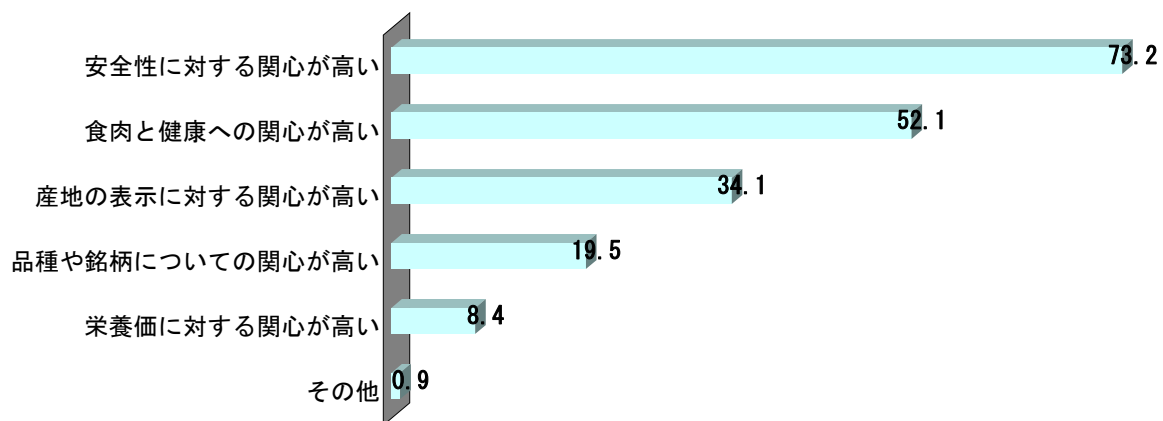
### 1 食肉小売店からみた消費者の購買行動

図4-3 食肉小売店からみた消費者の健康・安全性志向

回答企業数	店舗数	安全性に対する関心が高い	食肉と健康への関心が高い	産地の表示に対する関心が高い	品種や銘柄についての関心が高い	栄養価に対する関心が高い	その他
社	店	%	%	%	%	%	%
466.0	3,583.0	73.2	52.1	34.1	19.5	8.4	0.9

図4-3 食肉小売店からみた消費者の健康・安全性志向

単位：%



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 1 食肉小売店からみた消費者の購買行動

表4-3 食肉小売店からみた消費者の健康・安全性志向

	回答企業数	店舗数	安全性に対する関心が高い	食肉と健康への関心が高い	栄養価に対する関心が高い	産地の表示に対する関心が高い	品種や銘柄についての関心が高い	その他
	社	店	%	%	%	%	%	%
計	466	3,583	73.2	52.1	8.4	34.1	19.5	0.9
企業別								
専門店	304	368	70.1	61.8	10.5	20.1	24.0	1.0
スーパー	120	2,644	77.5	35.8	4.2	59.2	10.0	0.8
生協	20	486	85.0	20.0	0.0	70.0	25.0	0.0
農協	17	71	76.5	23.5	11.8	70.6	5.9	0.0
その他	5	14	100.0	80.0	0.0	20.0	0.0	0.0
売上高規模別								
500万円未満	236	371	66.5	61.4	12.7	22.5	22.0	0.8
500～999万円	105	816	75.2	47.6	4.8	40.0	17.1	1.0
1000～1999万円	85	1,753	84.7	32.9	1.2	56.5	18.8	1.2
2000～2999万円	23	229	87.0	47.8	8.7	30.4	17.4	0.0
3000万円以上	17	414	76.5	52.9	5.9	52.9	5.9	0.0
地域別								
北海道・東北	84	404	71.4	46.4	7.1	44.0	20.2	0.0
関東・東山	144	895	73.6	59.0	9.7	25.0	19.4	0.0
北陸・東海	78	650	73.1	43.6	6.4	39.7	23.1	3.8
近畿	68	927	79.4	48.5	10.3	27.9	16.2	1.5
中国・四国	55	395	63.6	60.0	10.9	43.6	14.5	0.0
九州	37	312	78.4	51.4	2.7	32.4	24.3	0.0

注：複数回答

## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

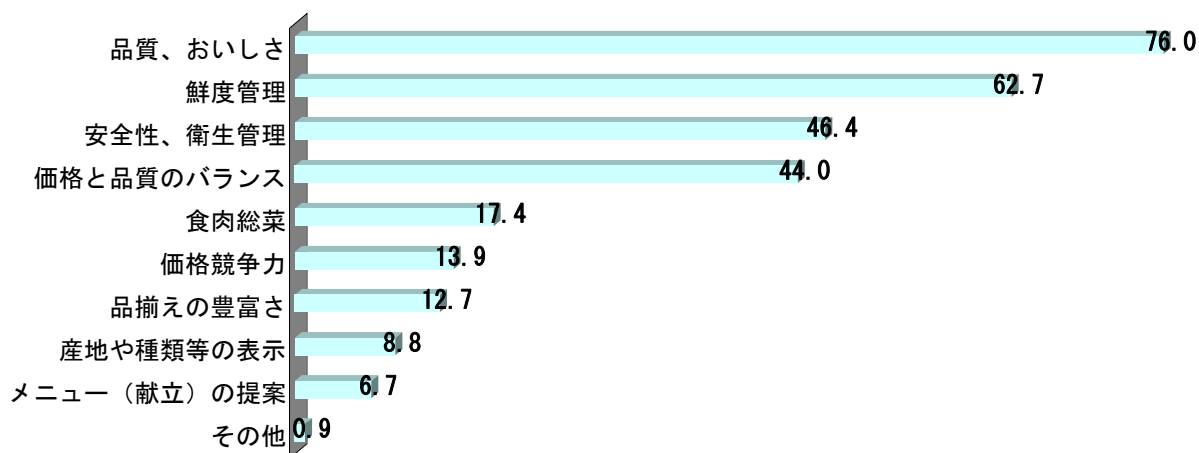
### 2 食肉小売店における販売戦略の課題

図4-4 食肉小売店における販売戦略の課題

回答企業数	店舗数	品質、おいしさ	鮮度管理	安全性、衛生管理	価格と品質のバランス	食肉総菜	価格競争力	品揃えの豊富さ	産地や種類等の表示	メニュー（献立）の提案	その他
社	店	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
466	3,583	76.0	62.7	46.4	44.0	17.4	13.9	12.7	8.8	6.7	0.9

図4-4 食肉小売店における販売戦略の課題

単位：%



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 2 食肉小売店における販売戦略の課題

表4-4 食肉小売店の販売戦略課題

	回答企業数	店舗数	価格競争力	品質、おいしさ	価格と品質のバランス	鮮度管理	安全性、衛生管理	品揃えの豊富さ	産地や種類等の表示	メニュー（献立）の提案	食肉総菜	その他
	社	店	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
計	466	3,583	13.9	76.0	44.0	62.7	46.4	12.7	8.8	6.7	17.4	0.9
企業別												
専門店	304	368	14.1	78.6	46.1	62.5	39.5	12.2	6.6	3.0	24.3	1.3
スーパー	120	2,644	9.2	70.0	40.0	65.8	58.3	15.0	11.7	15.0	4.2	0.0
生協	20	486	15.0	75.0	30.0	45.0	70.0	15.0	30.0	15.0	5.0	0.0
農協	17	71	47.1	76.5	41.2	64.7	47.1	0.0	5.9	5.9	5.9	0.0
その他	5	14	0.0	60.0	80.0	60.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
売上高規模別												
500万円未満	236	371	14.8	77.5	44.9	64.4	43.6	8.9	5.9	4.7	21.6	0.8
500～999万円	105	816	14.3	68.6	48.6	62.9	38.1	17.1	9.5	7.6	19.0	1.9
1000～1999万円	85	1,753	11.8	78.8	37.6	56.5	56.5	15.3	15.3	11.8	10.6	0.0
2000～2999万円	23	229	8.7	87.0	34.8	78.3	56.5	17.4	8.7	0.0	0.0	0.0
3000万円以上	17	414	17.6	70.6	47.1	47.1	70.6	17.6	11.8	11.8	5.9	0.0
地域別												
北海道・東北	84	404	17.9	72.6	39.3	61.9	48.8	16.7	8.3	9.5	15.5	2.4
関東・東山	144	895	13.2	77.8	42.4	59.0	45.8	11.8	7.6	4.2	27.8	0.0
北陸・東海	78	650	17.9	76.9	42.3	64.1	47.4	11.5	10.3	3.8	10.3	1.3
近畿	68	927	8.8	72.1	47.1	60.3	42.6	16.2	10.3	4.4	20.6	1.5
中国・四国	55	395	9.1	76.4	52.7	69.1	45.5	7.3	5.5	16.4	5.5	0.0
九州	37	312	16.2	81.1	45.9	70.3	48.6	10.8	13.5	5.4	8.1	0.0

注：複数回答



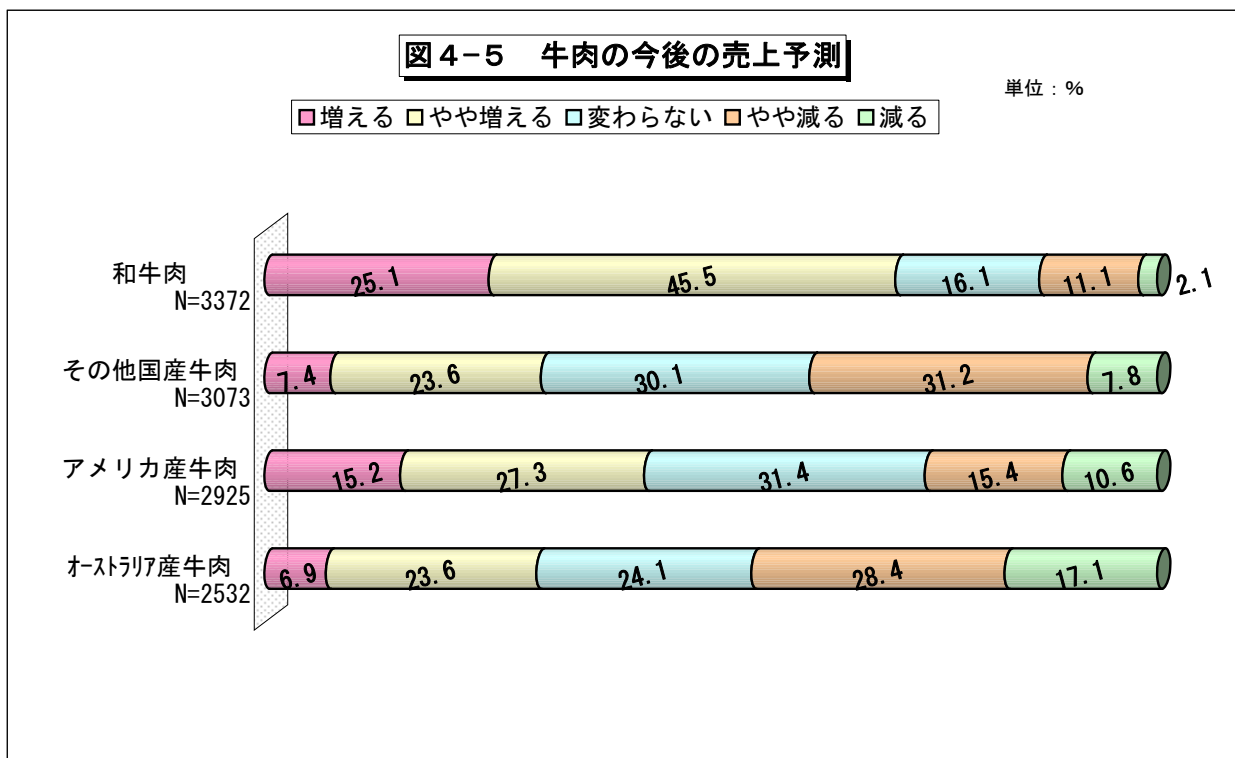
## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

### 3 今後の食肉の売上予測

図4-5 牛肉の今後の売上予測

	回答企業数 社	計 %	増える %	やや増える %	変わらない %	やや減る %	減る %
和牛肉 N=3372	390	100.0	25.1	45.5	16.1	11.1	2.1
その他国産牛肉 N=3073	242	100.0	7.4	23.6	30.1	31.2	7.8
アメリカ産牛肉 N=2925	212	100.0	15.2	27.3	31.4	15.4	10.6
オーストラリア産牛肉 N=2532	197	100.0	6.9	23.6	24.1	28.4	17.1



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 3 今後の食肉の売上予測

表4-5 牛肉の今後の売上予測

	回答企業数	店舗数	計	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る
	社	店	%	%	%	%	%	%
和牛肉	390	3,372	100.0	25.1	45.5	16.1	11.1	2.1
専門店	241	287	100.0	2.4	16.7	34.5	33.1	13.2
スーパー	112	2,561	100.0	28.6	52.9	13.4	3.9	1.3
生協	18	448	100.0	22.5	28.6	9.2	39.7	0.0
農協	15	69	100.0	4.3	4.3	88.4	1.4	1.4
その他	4	7	100.0	71.4	14.3	0.0	14.3	0.0
その他国産牛肉	242	3,073	100.0	7.4	23.6	30.1	31.2	7.8
専門店	113	141	100.0	1.4	12.1	38.3	34.0	14.2
スーパー	93	2,408	100.0	9.3	29.2	23.6	29.8	8.1
生協	19	452	100.0	0.0	0.7	52.2	42.3	4.9
農協	13	65	100.0	1.5	0.0	93.8	3.1	1.5
その他	4	7	100.0	0.0	28.6	71.4	0.0	0.0
アメリカ産牛肉	212	2,925	100.0	15.2	27.3	31.4	15.4	10.6
専門店	95	118	100.0	4.2	18.6	38.1	17.8	21.2
スーパー	93	2,367	100.0	17.9	31.2	22.9	16.9	11.2
生協	15	425	100.0	3.8	8.7	77.6	6.6	3.3
農協	8	11	100.0	9.1	18.2	27.3	18.2	27.3
その他	1	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
オーストラリア産牛肉	197	2,532	100.0	6.9	23.6	24.1	28.4	17.1
専門店	92	103	100.0	3.9	18.4	39.8	28.2	9.7
スーパー	82	1,974	100.0	8.7	19.3	22.2	33.3	16.5
生協	17	445	100.0	0.0	44.3	28.5	6.7	20.4
農協	5	6	100.0	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7
その他	1	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

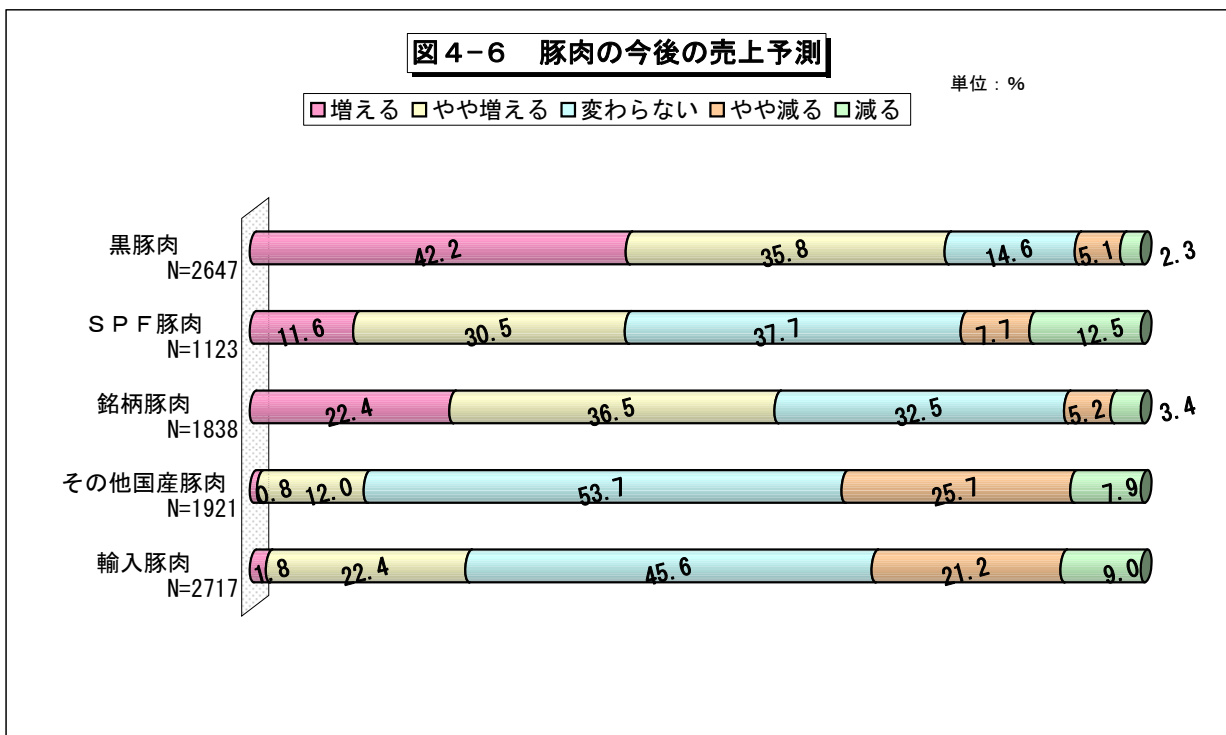
## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

### 3 今後の食肉の売上予測

図4-6 豚肉の今後の売上予測

	回答企業数 社	計 %	増える %	やや増える %	変わらない %	やや減る %	減る %
黒豚肉 N=2647	162	100.0	42.2	35.8	14.6	5.1	2.3
S P F 豚肉 N=1123	96	100.0	11.6	30.5	37.7	7.7	12.5
銘柄豚肉 N=1838	137	100.0	22.4	36.5	32.5	5.2	3.4
その他国産豚肉 N=1921	229	100.0	0.8	12.0	53.7	25.7	7.9
輸入豚肉 N=2717	161	100.0	1.8	22.4	45.6	21.2	9.0



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 3 今後の食肉の売上予測

表4-6 豚肉の今後の売上予測

	回答企業数	店舗数	計	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る
	社	店	%	%	%	%	%	%
黒豚肉	162	2,647	100.0	42.2	35.8	14.6	5.1	2.3
専門店	53	66	100.0	7.6	33.3	36.4	12.1	10.6
スーパー	85	2,132	100.0	45.0	39.1	7.5	5.9	2.6
生協	17	438	100.0	34.0	20.8	45.2	0.0	0.0
農協	4	5	100.0	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0
その他	3	6	100.0	66.7	0.0	16.7	16.7	0.0
S P F 豚肉	96	1,123	100.0	11.6	30.5	37.7	7.7	12.5
専門店	43	49	100.0	4.1	26.5	44.9	18.4	6.1
スーパー	45	869	100.0	14.7	16.8	43.7	9.0	15.8
生協	4	198	100.0	0.0	91.9	8.1	0.0	0.0
農協	3	3	100.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
その他	1	4	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
銘柄豚肉	137	1,838	100.0	22.4	36.5	32.5	5.2	3.4
専門店	60	82	100.0	9.8	17.1	32.9	34.1	6.1
スーパー	57	1,445	100.0	26.7	43.0	22.0	4.4	3.9
生協	8	244	100.0	6.6	13.9	79.5	0.0	0.0
農協	8	60	100.0	0.0	1.7	91.7	5.0	1.7
その他	4	7	100.0	14.3	14.3	57.1	14.3	0.0
その他国産豚肉	229	1,921	100.0	0.8	12.0	53.7	25.7	7.9
専門店	142	163	100.0	0.0	3.1	58.3	28.8	9.8
スーパー	65	1,342	100.0	1.1	12.1	57.5	20.0	9.2
生協	14	403	100.0	0.0	14.9	39.0	43.4	2.7
農協	6	8	100.0	0.0	12.5	87.5	0.0	0.0
その他	2	5	100.0	0.0	20.0	0.0	80.0	0.0
輸入豚肉	161	2,717	100.0	1.8	22.4	45.6	21.2	9.0
専門店	63	68	100.0	0.0	8.8	54.4	27.9	8.8
スーパー	81	2,238	100.0	2.1	22.7	43.2	21.5	10.5
生協	13	404	100.0	0.0	23.5	58.2	18.3	0.0
農協	3	3	100.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0
その他	1	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

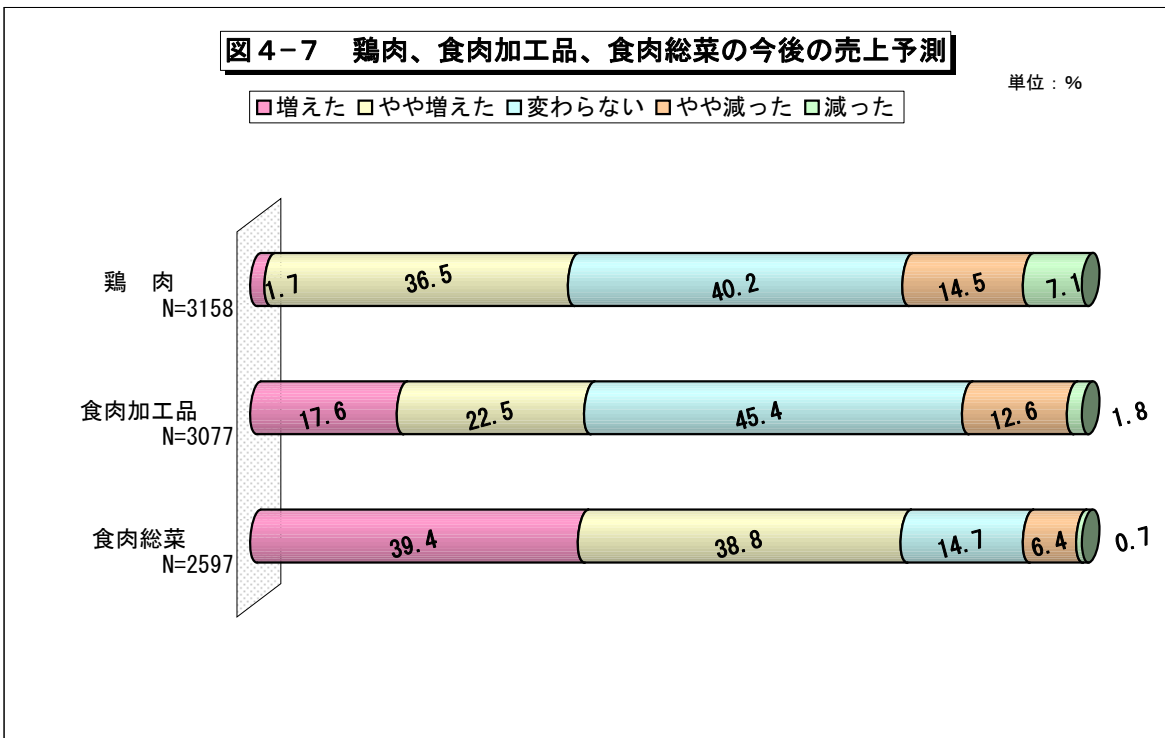
#### 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

(平成9年10月調査)

##### 3 今後の食肉の売上予測

図4-7 鶏肉、食肉加工品、食肉総菜の今後の売上予測

	回答企業数 社	計 %	増えた %	やや増えた %	変わらない %	やや減った %	減った %
鶏肉 N=3158	354	100.0	1.7	36.5	40.2	14.5	7.1
食肉加工品 N=3077	308	100.0	17.6	22.5	45.4	12.6	1.8
食肉総菜 N=2597	253	100.0	39.4	38.8	14.7	6.4	0.7



## 4 食肉小売店の課題と今後の売上予測

## 3 今後の食肉の売上予測

表4-7 鶏肉、食肉加工品、食肉総菜の今後の売上予測

	回答企業数	店舗数	計	増える	やや増える	変わらない	やや減る	減る
	社	店	%	%	%	%	%	%
鶏肉	354	3,158	100.0	1.7	36.5	40.2	14.5	7.1
専門店	213	233	100.0	0.0	13.3	55.8	20.6	10.3
スーパー	107	2,444	100.0	1.6	41.6	40.1	15.5	1.3
生協	19	455	100.0	3.5	21.3	32.1	6.2	36.9
農協	11	19	100.0	0.0	21.1	68.4	10.5	0.0
その他	4	7	100.0	14.3	57.1	28.6	0.0	0.0
食肉加工品	308	3,077	100.0	17.6	22.5	45.4	12.6	1.8
専門店	172	207	100.0	0.5	9.7	40.6	36.2	13.0
スーパー	102	2,346	100.0	21.9	27.1	37.8	12.1	1.1
生協	19	455	100.0	4.8	7.5	81.5	6.2	0.0
農協	11	62	100.0	3.2	4.8	87.1	4.8	0.0
その他	4	7	100.0	57.1	0.0	28.6	0.0	14.3
食肉総菜	253	2,597	100.0	39.4	38.8	14.7	6.4	0.7
専門店	146	175	100.0	9.7	28.0	37.7	13.7	10.9
スーパー	86	2,063	100.0	47.6	39.9	5.6	6.8	0.0
生協	11	346	100.0	4.6	38.2	57.2	0.0	0.0
農協	6	6	100.0	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0
その他	4	7	100.0	71.4	0.0	14.3	14.3	0.0