

3 最近の食肉について

(1) 食肉価格に対する意識

「安くなった」(-1)、「変わらない」(0)、「高くなった」(+1)を乗じ、「わからない」「NA」を除く合計を分母として加重平均を計算する。

食肉全般について食肉価格は「変わらない」と感じている消費者が大勢を占めている中で「牛肉類」を中心に食肉の全般的が安くなったと感じている。

表 -3-(1) 食肉別価格に対する意識 (N=2074) (単位%)

	合計	安くなった (-1)	変わらない (0)	高くなった (+1)	わからない	NA	加重 平均
ブランド和牛肉	100.0	18.6	40.8	11.5	29.0	0.1	-0.10
その他の国産牛肉	100.0	33.7	40.8	7.0	18.3	0.2	-0.33
輸入牛肉	100.0	50.0	28.4	2.5	18.9	0.2	-0.59
豚肉	100.0	19.3	60.8	9.7	9.9	0.3	-0.11
鶏肉	100.0	24.1	58.3	7.5	10.0	0.2	-0.18

牛肉

表 -3-(1)- 所得別の牛肉価格に対する意識の差 (単位%)

		世帯数	合計	安くなった (-1)	変わらない (0)	高くなった (+1)	わからない	NA	加重 平均
ブランド 和牛肉	300万円未満	431	100.0	12.1	32.3	10.4	45.2	-	-0.03
	300～499万円	529	100.0	19.7	37.6	12.5	30.1	0.2	-0.10
	500～699万円	499	100.0	18.2	44.5	12.0	25.3	-	-0.08
	700～999万円	380	100.0	23.2	47.1	12.4	17.4	-	-0.13
	1000万円以上	180	100.0	25.6	50.6	8.3	15.6	-	-0.20
国産 牛肉 その他	300万円未満	431	100.0	22.3	39.0	8.8	29.5	0.5	-0.19
	300～499万円	529	100.0	33.6	38.8	8.3	19.3	-	-0.31
	500～699万円	499	100.0	34.5	43.7	5.6	16.0	0.2	-0.34
	700～999万円	380	100.0	43.2	39.7	6.8	10.0	0.3	-0.40
	1000万円以上	180	100.0	43.9	42.2	3.3	10.6	-	-0.45
輸入 牛肉	300万円未満	431	100.0	43.6	27.4	3.5	25.3	0.2	-0.54
	300～499万円	529	100.0	50.5	28.7	2.3	18.5	-	-0.59
	500～699万円	499	100.0	50.5	29.3	2.0	17.8	0.4	-0.59
	700～999万円	380	100.0	57.4	28.4	1.8	12.4	-	-0.63
	1000万円以上	180	100.0	49.4	27.2	3.9	18.9	0.6	-0.57

特に「輸入牛肉」「その他の国産牛肉」の大幅価格の下落をかなりの人が感じている。

「世帯属性」の「所得」で見ると「ブランド和牛肉」「その他の国産牛肉」において高所得層ほど価格が安くなったと感じており、「輸入肉」は押しなべて大幅に価格が下がったと感じていることが判る。

豚肉・鶏肉

表 -3-(1)- 所得別の豚肉・鶏肉価格に対する意識の差 (単位%)

		世帯数	合計	安くなった (-1)	変わらない (0)	高くなった (+1)	わからない	NA	加重平均
豚肉	300万円未満	431	100.0	21.3	56.1	7.7	14.6	0.2	-0.16
	300～499万円	529	100.0	21.2	61.4	7.9	9.3	0.2	-0.15
	500～699万円	499	100.0	17.4	60.1	13.0	9.0	0.4	-0.05
	700～999万円	380	100.0	19.7	65.0	8.2	6.8	0.3	-0.12
	1000万円以上	180	100.0	13.9	64.4	15.6	6.1	-	0.02
鶏肉	300万円未満	431	100.0	24.4	57.3	5.1	13.2	-	-0.22
	300～499万円	529	100.0	26.7	58.2	6.0	9.1	-	-0.23
	500～699万円	499	100.0	24.4	56.5	9.4	9.4	0.2	-0.17
	700～999万円	380	100.0	23.7	60.3	7.4	8.2	0.5	-0.18
	1000万円以上	180	100.0	15.6	63.9	12.8	7.8	-	-0.03

豚肉・鶏肉の価格に対する意識について、最も価格に反応する「所得別」に見てみると、「その他国産牛肉」や「輸入牛肉」ほどの価格低下イメージはない。特徴は「安くなった」「高くなった」が比較的少数意見で「変わらない」が大勢を占めている。

「豚肉・鶏肉」について「安くなった」と実感しているのは「低所得層」である。この傾向は「ブランド和牛肉」と「その他国産牛肉」など比較的値が張る食肉の種類では見られない特徴ある傾向である。

(2) 食肉購入量の変化

「減った」(-1)、「変わらない」(0)、「増えた」(+1)を乗じ、「わからない」「NA」を除く合計を分母として加重平均を計算する。

ブランド和牛肉を筆頭に「牛肉」は軒並み消費量が「減った」と感じている。一方、「豚肉」、「鶏肉」は消費量が増加したと感じている。特に「ブランド和牛肉」の「減った」という率が圧倒的に多かった。

表 -3-(2) 食肉購入量の変化 (N=2074) (単位%)

	合計	安くなった (-1)	変わらない (0)	高くなった (+1)	わからない	NA	加重 平均
ブランド和牛肉	100.0	4.0	52.8	30.1	12.8	0.2	-0.30
その他の国産牛肉	100.0	12.2	53.0	28.4	6.0	0.4	-0.17
輸入牛肉	100.0	16.0	41.8	32.6	8.8	0.8	-0.18
豚肉	100.0	33.0	55.9	8.4	2.2	0.5	0.25
鶏肉	100.0	32.8	53.5	10.9	2.5	0.3	0.23

牛肉購入量の変化

表 -3-(2)- 所得別牛肉購入量の変化意識の差 (単位%)

		世帯数	合計	(+1) 増えた	(0) 変わらない	(-1) 減った	わからない	NA	加重 平均
ブランド 和牛肉	300万円未満	431	100.0	2.6	47.3	30.4	19.5	0.2	-0.35
	300～499万円	529	100.0	4.0	52.6	29.3	14.0	0.2	-0.30
	500～699万円	499	100.0	4.8	52.1	33.7	9.2	0.2	-0.32
	700～999万円	380	100.0	4.2	56.8	29.5	9.2	0.3	-0.28
	1000万円以上	180	100.0	5.6	61.1	25.6	7.8	-	-0.22
国産 牛肉 その他	300万円未満	431	100.0	7.2	47.6	33.2	12.1	-	-0.30
	300～499万円	529	100.0	11.9	54.8	26.7	6.6	-	-0.16
	500～699万円	499	100.0	14.2	51.3	30.1	3.4	1.0	-0.17
	700～999万円	380	100.0	15.3	54.7	26.3	2.9	0.8	-0.11
	1000万円以上	180	100.0	15.6	56.7	23.3	4.4	-	-0.08
輸入 牛肉	300万円未満	431	100.0	15.3	40.4	32.5	10.9	0.9	-0.19
	300～499万円	529	100.0	16.3	41.8	30.2	10.6	1.1	-0.16
	500～699万円	499	100.0	17.0	41.3	34.7	6.6	0.4	-0.19
	700～999万円	380	100.0	16.6	42.9	32.6	7.1	0.8	-0.17
	1000万円以上	180	100.0	14.4	39.4	36.7	8.9	0.6	-0.25

この厳しい経済状況の中で、「輸入牛肉」は大きな増減の変化を感じていないが、「ブランド和牛肉」「その他国産牛肉」に関しては、一般の消費者、特に「ライトユーザー」である「低所得層」は「減った」というイメージが強く出ている。

なお、表の中の「わからない」と答えた層はたぶん「ノンユーザー」と考えられる。

豚肉・鶏肉の変化

表 -3-(2)- 世帯構成別豚肉・鶏肉購入量の変化意識の差 (単位%)

		世帯数	合計	(+1) 増えた	(0) 変わらない	(-1) 減った	わからない	N A	加重平均
豚肉	子供が小学生以下の世帯	346	100.0	39.3	55.5	4.3	-	0.9	0.35
	成長期の子供がいる世帯	582	100.0	34.2	54.8	7.0	4.0	-	0.28
	20歳代の成人がいる世帯	644	100.0	36.2	54.5	6.7	2.3	0.3	0.30
	子供がいない世帯	353	100.0	27.5	57.2	12.5	1.4	1.4	0.15
	高齢者のみの世帯	149	100.0	13.4	64.4	20.8	1.3	-	-0.07
鶏肉	子供が小学生以下の世帯	346	100.0	42.2	52.0	4.6	0.6	0.6	0.38
	成長期の子供がいる世帯	582	100.0	33.7	53.1	8.8	4.3	0.2	0.26
	20歳代の成人がいる世帯	644	100.0	34.9	52.0	11.2	1.9	-	0.24
	子供がいない世帯	353	100.0	24.6	56.1	15.9	2.5	0.8	0.09
	高齢者のみの世帯	149	100.0	17.4	58.4	20.8	2.7	0.7	-0.03

「豚肉・鶏肉」は「牛肉」と対照的に大幅に増加したと感じられる傾向が見える。

牛肉は「所得」要素の強い影響を受けているが、「豚肉・鶏肉」は「世帯属性」で見ると、「世帯構成」において大きな差異が現れている。

特に「子供が小学生以下の世帯」「成長期の子供がいる世帯」「20歳代の成人がいる世帯」で大きく増加していると感じていることがわかる。

4 輸入食肉の購入状況

1 カ月間に輸入食肉の購入の有無とその割合について質問した。

図 - 4 輸入食肉の購入状況

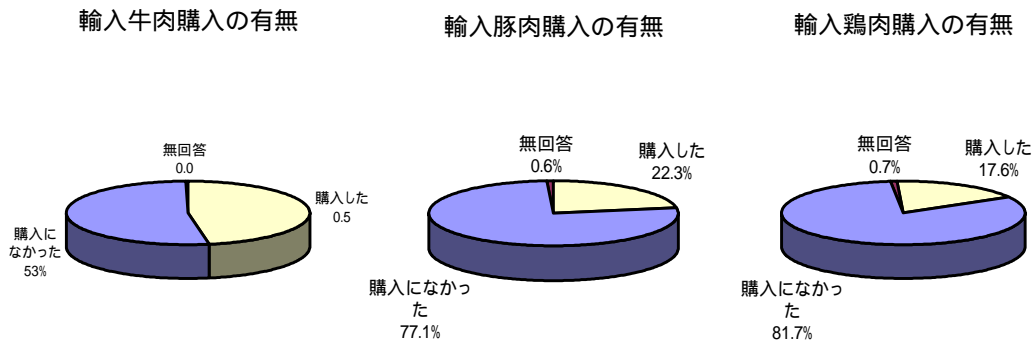


表 - 4 輸入食肉の購入状況 (N=2074)

(単位%)

	合計	購入しなかった	無回答	購入した	牛肉全体の9割以上	4割以上～9割未満	2割以上～4割未満	2割未満	わからない	NA
輸入牛肉	100.0	52.5	0.2	47.3	17.0	38.5	18.7	18.2	7.3	0.2
輸入豚肉	100.0	77.0	0.6	22.3	5.8	32.8	26.6	20.7	13.2	0.9
輸入鶏肉	100.0	81.7	0.7	17.6	10.1	30.6	27.6	16.4	14.5	0.8

「輸入食肉」について最も、消費者に身近なのは圧倒的に「牛肉」で続いて、「豚肉」であり、「鶏肉」として認識の上での購入する世帯は極めて少なかった。

輸入食肉の認識の上で買った世帯については、いずれも「4割以上～9割未満」が最も多く、買い慣れている世帯は、「抵抗がないロイヤルユーザー」であることが覗える。

(1) 輸入牛肉

表 - 4 - (1) 輸入牛肉の購入状況 (1ヶ月間)

(単位%)

	世帯数	合計	購入しなかった	無回答	購入した	購入した割合							わからない	N A
						100%購入した	牛肉全体の9割以上	4割以上~9割未満	2割以上~4割未満	2割未満	1割未満	1割未満		
全体	2,074	100.0	52.5	0.2	47.3	100.0	17.0	38.5	18.7	18.2	7.3	0.2		
所得	300万円未満	431	100.0	57.1	-	42.9	100.0	24.9	35.1	16.2	13.5	10.3	-	
	300~499万円	529	100.0	46.9	0.2	52.9	100.0	19.3	37.5	15.0	19.6	8.2	0.4	
	500~699万円	499	100.0	54.5	0.6	44.9	100.0	19.2	38.8	18.8	18.3	4.5	0.4	
	700~999万円	380	100.0	48.2	-	51.8	100.0	7.6	41.6	24.4	20.8	5.6	-	
	1000万円以上	180	100.0	59.4	-	40.6	100.0	9.6	43.8	24.7	16.4	5.5	-	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	346	100.0	41.9	0.3	57.8	100.0	17.0	42.5	18.0	17.0	5.5	-	
	成長期の子供がいる世帯	582	100.0	45.9	0.3	53.8	100.0	19.2	37.7	17.6	17.3	8.3	-	
	20歳代の成人がいる世帯	644	100.0	54.3	0.2	45.5	100.0	17.4	37.9	18.1	18.1	8.5	-	
	子供がいない世帯	353	100.0	61.5	0.3	38.2	100.0	13.3	37.0	20.7	20.7	6.7	1.5	
	高齢者のみの世帯	149	100.0	73.2	-	26.8	100.0	10.0	35.0	27.5	25.0	2.5	-	

1カ月間に「輸入牛肉」を購入したと答えた世帯は47.3%（981世帯）であった。その世帯における「輸入牛肉」の割合は「4割以上~9割未満」の38.5%と一番高い比率を示した。

「世帯構成」で見ると、比較的価格の安い「輸入牛肉」はやはり「小学生や成長期の子供がいる世帯」及び「20才の成人がいる世帯」が高く、さらに利用割合も比較的高い傾向にある。

輸入牛肉の「ロイヤル・ヘビーユーザー層」のプロファイルは、このライフステージの世帯であることが浮かび上がってくる。

「世帯属性」を地域的に見ると、「近畿」において「輸入牛肉」についても、その購入率は相対的に高く、「ロイヤル・ヘビーユーザー層」が多いことが推測される。（巻末の統計表「表 - 4 - 輸入牛肉の購入状況」参照）

このことは、牛肉食文化圏である「近畿」においては「ブランド和牛肉」「その他国産牛肉」を利用はもちろん、牛肉利用の多様化が進み、賢い合理的な使い分けが進んでいると考えられる。

(2) 輸入豚肉

表 - 4 - (2) 輸入豚肉の購入状況 (1ヶ月間)

(単位%)

	世帯数	合計	購入しなかった	無回答	購入した	購入した割合							
						購入した100%	豚肉全体の9割以上	4割以上~9割未満	2割以上~4割未満	2割未満	わからない	N A	
全体	2,074	100.0	77.0	0.6	22.3	100.0	5.8	32.8	26.6	20.7	13.2	0.9	
所得	300万円未満	431	100.0	77.0	-	23.0	100.0	9.1	32.3	18.2	24.2	15.2	1.0
	300~499万円	529	100.0	74.1	1.3	24.6	100.0	5.4	40.8	26.2	13.8	13.8	-
	500~699万円	499	100.0	78.6	0.4	21.0	100.0	6.7	31.4	27.6	23.8	10.5	-
	700~999万円	380	100.0	77.9	0.3	21.8	100.0	3.6	25.3	31.3	22.9	13.3	3.6
	1000万円以上	180	100.0	77.8	0.6	21.7	100.0	2.6	30.8	35.9	17.9	12.8	-
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	346	100.0	73.7	0.6	25.7	100.0	1.1	36.0	33.7	22.5	6.7	-
	成長期の子供がいる世帯	582	100.0	71.6	0.9	27.5	100.0	7.5	32.5	23.1	21.9	14.4	0.6
	20歳代の成人がいる世帯	644	100.0	76.4	0.5	23.1	100.0	6.7	34.2	23.5	15.4	18.8	1.3
	子供がいない世帯	353	100.0	84.7	0.6	14.7	100.0	5.8	28.8	30.8	26.9	7.7	-
	高齢者のみの世帯	149	100.0	90.6	0.7	8.7	100.0	7.7	15.4	38.5	30.8	-	7.7

購入したと答えた世帯は22.3%(463世帯)で「輸入牛肉」の半分であった。割合について「わからない」が13.2%にのぼり牛肉ほど国産・輸入の意識が高くないことも影響していると思われる。輸入割合も牛肉より低い傾向にあった。

「世帯属性」で見ると「所得」では大きな差は見られないが、「世帯構成」において「子供のいるライフステージ」での購入回答が多かった。

「子供のいるライフステージ」において「4割以上~9割未満」がピークとなっており、それ以外の層では「2割以上~4割未満」となっていることから、買った人の中でも割合の差が大きくあることがわかる。

(3) 輸入鶏肉

表 - 4 - (3) 輸入鶏肉の購入状況 (1ヶ月間)

(単位%)

		世帯数	合計	購入しなかった	無回答	購入した	購入した100%	鶏I肉全体の9割以上	4割以上、9割未満	2割以上、4割未満	2割未満	わからない	NA
全体		2,074	100.0	81.7	0.7	17.6	100.0	10.1	30.6	27.6	16.4	14.5	0.8
所得	300万円未満	431	100.0	79.1	0.2	20.6	100.0	14.6	30.3	23.6	14.6	15.7	1.1
	300～499万円	529	100.0	77.1	0.8	22.1	100.0	7.7	35.9	28.2	14.5	13.7	-
	500～699万円	499	100.0	84.4	0.6	15.0	100.0	14.7	21.3	29.3	20.0	13.3	1.3
	700～999万円	380	100.0	83.7	1.1	15.3	100.0	5.2	34.5	29.3	19.0	10.3	1.7
	1000万円以上	180	100.0	87.8	-	12.2	100.0	4.5	18.2	36.4	13.6	27.3	-
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	346	100.0	77.7	0.6	21.7	100.0	6.7	34.7	28.0	17.3	12.0	1.3
	成長期の子供がいる世帯	582	100.0	79.6	0.5	19.9	100.0	15.5	25.9	24.1	16.4	18.1	-
	20歳代の成人がいる世帯	644	100.0	79.3	0.6	20.0	100.0	8.5	33.3	27.1	12.4	17.1	1.6
	子供がいない世帯	353	100.0	88.7	1.1	10.2	100.0	5.6	27.8	38.9	25.0	2.8	-
	高齢者のみの世帯	149	100.0	92.6	0.7	6.7	100.0	10.0	30.0	30.0	30.0	-	-

「輸入鶏肉」を購入したと答えた世帯は17.8% (366世帯) とさらに低かった。

押しなべて、購入率が低いのが、世帯属性の「所得」において低所得層で購入回答率が高く、高所得層で低い傾向が見られる。この傾向は牛肉・豚肉ではあまり顕著には見られない傾向である。

また、購入した世帯の「輸入鶏肉」の割合は「所得」や「家族構成」に関して「牛肉・豚肉」はどの特段の傾向はない。