

第4章 食肉総菜の購入動向

ここでは、消費者の食肉の購買状況が変化する一方で、食肉総菜の購買行動については、どのようなかみてみることにする。近年、家事担当者も職業を持っている世帯が増加してきていることから、調理の時間的効率を重視する世帯も増えている。

1 食肉総菜の購入状況

(1) 食肉総菜の購入の有無

1週間における食肉総菜購入の有無についてみると、「購入した」世帯が38.3%、「購入しなかった」世帯は61.7%となっている。(図4-1、表4-1)

世帯構成別でみると、成長期の子供がいる世帯で購入世帯が比較的多くなっている。

家事担当者の職業の有無別でみると、家事担当者が職業を持っている世帯で購入世帯が比較的多くなっている。

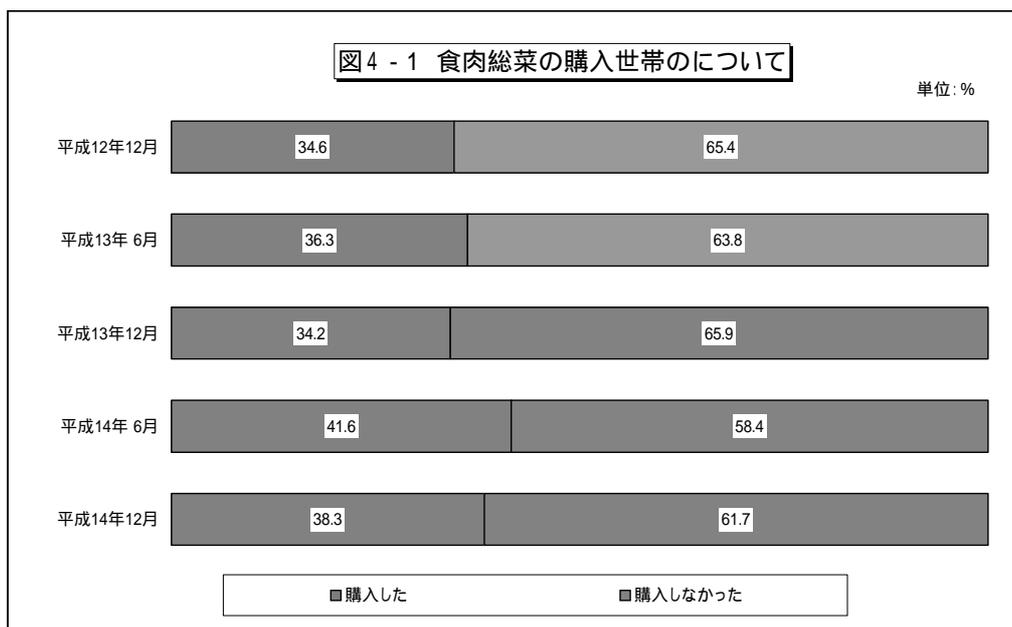


表4 - 1 食肉総菜の購入について

		回答者数	全 体	購入した	購入しな かった
		世帯	%	%	%
平成12年12月		1,988	100.0	34.6	65.4
平成13年 6月		1,972	100.0	36.3	63.8
12月		1,984	100.0	34.2	65.9
平成14年 6月		1,990	100.0	41.6	58.4
12月		2,076	100.0	38.3	61.7
世帯 構 成	子供が小学生以下の世帯	503	100.0	40.8	59.2
	成長期の子供がいる世帯	523	100.0	46.7	53.3
	20歳代の成人がいる世帯	485	100.0	34.0	66.0
	子供がいない世帯	347	100.0	31.7	68.3
	高齢者のみの世帯	218	100.0	32.6	67.4
検定結果：**					
家事 担 当 者 年 齢	30歳未満	257	100.0	36.2	63.8
	30～39歳	645	100.0	42.6	57.4
	40～49歳	439	100.0	43.3	56.7
	50～59歳	376	100.0	30.3	69.7
	60歳以上	359	100.0	34.3	65.7
検定結果：**					
職 業	持っている	878	100.0	41.9	58.1
	持っていない	1,171	100.0	35.5	64.5
	無回答	27	100.0	40.7	59.3
検定結果：**					
地 域	東日本	1,244	100.0	39.5	60.5
	西日本	832	100.0	36.4	63.6
検定結果：-					

(2)購入した食肉総菜の種類

総菜全体について

購入した総菜の食肉の種類別購入個数割合は、「鶏肉」総菜が 59.2%と最も多く、次いで「挽肉」総菜が 46.6%、「豚肉」総菜が 32.0%、「牛肉」総菜が 4.9%となっている。(表4 - 2)

家事担当者年齢別では、概ね若年層ほど「挽肉」を購入する世帯が多くなっている。また、高齢層では「豚肉」を購入する世帯が多くなっている。

地域別でみると、「豚肉」総菜は比較的東日本で多くなっている。

表4 - 2 食肉の種類別にみた総菜の購入個数割合について

		購入 世帯数	牛 肉	豚 肉	鶏 肉	挽 肉
		世帯	%	%	%	%
平成12年12月		657	8.2	29.7	57.7	44.9
平成13年 6月		670	8.5	30.3	61.4	41.9
12月		643	5.3	33.8	65.1	35.4
平成14年 6月		818	17.2	35.6	55.7	35.7
12月		779	4.9	32.0	59.2	46.6
世帯 構 成	子供が小学生以下の世帯	201	6.0	27.4	56.7	46.3
	成長期の子供がいる世帯	240	4.6	33.3	62.5	45.8
	20歳代の成人がいる世帯	164	4.3	29.9	57.9	53.0
	子供がいない世帯	105	4.8	34.3	61.0	45.7
	高齢者のみの世帯	69	4.3	42.0	55.1	36.2
検定結果			-	-	-	-
家 事 担 当 者 年 齢	30歳未満	92	5.4	30.4	56.5	56.5
	30～39歳	269	4.8	27.5	58.7	48.0
	40～49歳	186	5.4	29.6	61.8	44.6
	50～59歳	111	4.5	33.3	60.4	49.5
	60歳以上	121	4.1	45.5	57.0	36.4
検定結果			-	**	-	*
職 業	持っている	362	6.1	31.8	60.2	47.2
	持っていない	407	3.9	31.2	58.7	45.7
	無回答	10	-	70.0	40.0	60.0
検定結果			-	-	-	-
地 域	東日本	483	3.7	36.6	57.1	45.8
	西日本	296	6.8	24.3	62.5	48.0
検定結果			-	**	-	-

(注)複数回答

購入した総菜の主な品名

購入した牛肉総菜の主な品名をみると、「カツ・フライ」、「唐揚げ・竜田揚げ」などとなっている。(表4 - 3)

表4 - 3 購入した牛肉総菜の主な品名

		牛 肉	
		総菜名	割合 (%)
順 位	1	カツ・フライ	35.1
	2	唐揚げ・竜田揚げ	20.3
	3	ローストビーフ	8.1
	4	肉じゃが / 牛丼	4.1
	5	焼き肉 / ステーキ / 野菜巻き・肉巻き / タレ付け / 串カツ	2.7

豚肉についてみると、「とんかつ」、「野菜炒め」が主なものとなっている。(表4 - 4)

表4 - 4 豚肉総菜の種類(複数回答)

		豚 肉	
		総菜名	割合 (%)
順 位	1	とんかつ	35.1
	2	野菜炒め	20.3
	3	焼き豚	8.1
	4	味噌焼き	4.1
	5	唐揚げ・竜田揚げ	2.7

鶏肉についてみると、「唐揚げ」が圧倒的に多くなっている。その他「焼き鳥」などとなっている。(表4 - 5)

表4 - 5 鶏肉総菜の種類(複数回答)

		鶏 肉	
		総菜名	割合 (%)
順 位	1	唐揚げ	68.5
	2	焼き鳥	12.8
	3	ローストチキン	9.7
	4	カツ・フライ	2.0
	5	網焼き・串焼き	1.3

挽肉については、「コロッケ」、「ハンバーグ」が主なものとなっている。(表4 - 6)

表4 - 6 挽肉総菜の種類(複数回答)

		挽 肉	
		総菜名	割合(%)
順 位	1	コロッケ	32.6
	2	ハンバーグ	28.4
	3	ぎょうざ	10.7
	4	肉団子	10.4
	5	メンチカツ	9.5

(3)食肉総菜の購入量について

食肉を購入した 780 世帯に、1 年前と比較して購入量はどう変わったかについてたずねた。その結果、「変わらない」と回答した世帯が 57.4%、増えたと回答した世帯は、「かなり増えた」(2.8%)と「やや増えた」(22.7%)を合わせ 25.5%、「減った」と回答した世帯は 15.1%であった。(表 4 - 7)

世帯構成別でみると、成長期の子供がいる世帯で、購入量が「やや増えた」と回答した世帯が多くなっている。

家事担当者の職業の有無別でみると、家事担当者が有職の世帯で「かなり増えた」、「やや増えた」をあわせ、増えたという世帯がかなり多くなっている。

表4 - 7 食肉総菜の購入量について

		購 入 世帯数	全 体 %	かなり増 えた %	やや増え た %	変わらな い %	減った %	わからな い %
平成12年12月		685	100.0	3.8	25.9	53.9	13.9	2.6
平成13年 6月		709	100.0	3.9	24.4	54.8	15.3	1.5
12月		670	100.0	4.0	18.2	54.5	20.1	3.1
平成14年 6月		818	100.0	3.2	19.2	57.9	18.1	1.6
12月		780	100.0	2.8	22.7	57.4	15.1	1.9
世帯 構 成	子供が小学生以下の世帯	203	100.0	3.4	16.7	62.1	15.8	2.0
	成長期の子供がいる世帯	239	100.0	3.8	28.9	55.2	10.9	1.3
	20歳代の成人がいる世帯	164	100.0	1.8	23.2	56.7	17.1	1.2
	子供がいない世帯	105	100.0	1.9	22.9	49.5	21.0	4.8
	高齢者のみの世帯	69	100.0	1.4	17.4	65.2	14.5	1.4
検定結果：-								
家 事 担 当 者 年 齢	30歳未満	93	100.0	3.2	23.7	57.0	15.1	1.1
	30～39歳	270	100.0	4.8	18.5	60.4	14.8	1.5
	40～49歳	186	100.0	2.7	29.6	57.0	9.7	1.1
	50～59歳	110	100.0	-	18.2	53.6	24.5	3.6
	60歳以上	121	100.0	0.8	24.8	55.4	15.7	3.3
検定結果：*								
職 業	持っている	361	100.0	2.8	27.1	54.8	13.9	1.4
	持っていない	408	100.0	2.7	19.1	59.6	16.2	2.5
	無回答	11	100.0	9.1	9.1	63.6	18.2	-
検定結果：-								
地 域	東日本	480	100.0	2.1	23.3	58.8	14.2	1.7
	西日本	300	100.0	4.0	21.7	55.3	16.7	2.3
検定結果：-								

(4)食肉総菜の購入曜日について

食肉総菜を購入した世帯について購入曜日をみると、「どちらともいえない」が42.3%、「ウィークデー」が41.0%、「休日」が16.8%となっている。こうしたことから、購入世帯のほぼ半数が曜日を問わず食肉総菜を購入していることがうかがえる。

(図4 - 2、表4 - 8)

年齢別でみると、60歳以上の高齢層で「どちらともいえない」という世帯が、他の世帯層に比べかなり多くなっている。

家事担当者の職業の有無別でみると、「休日」の購入世帯については職業の有無による差異はみられないが、無職の家事担当者世帯では、「どちらともいえない」と回答している世帯が多い。有職の家事担当者世帯では「ウィークデー」と回答した世帯がかなり多くなっている。(図4 - 2)

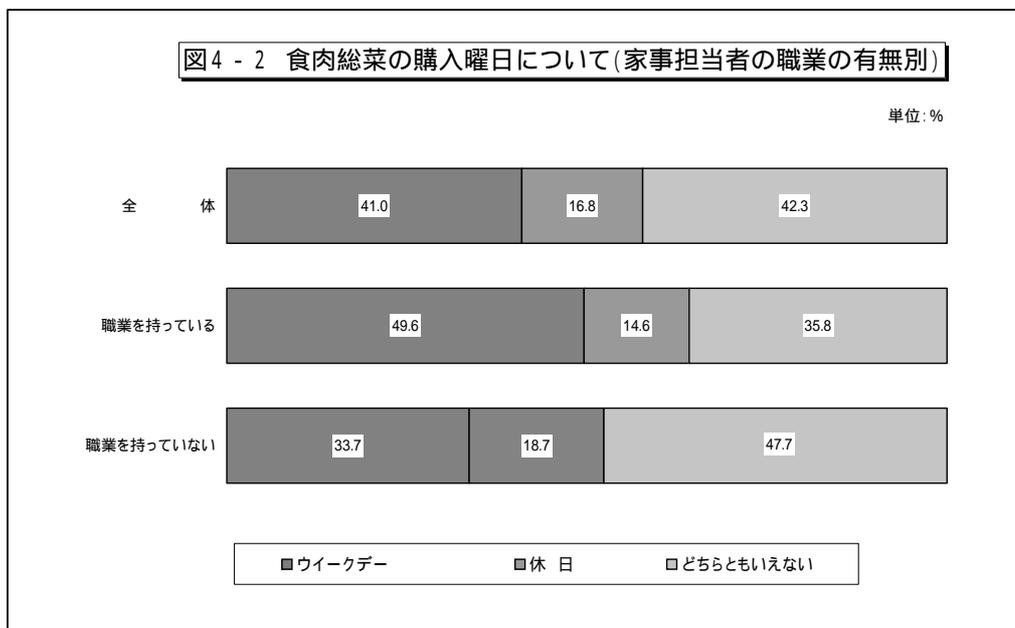


表4 - 8 食肉総菜の購入曜日について

		購入 世帯数	全 体	ウイーク デー (平日)	休 日	どちらとも いえない
		世帯	%	%	%	%
平成12年12月		683	100.0	37.2	13.5	48.5
平成13年 6月		711	100.0	34.4	15.8	49.2
12月		668	100.0	33.8	14.6	50.1
平成14年 6月		821	100.0	35.2	18.4	46.4
12月		781	100.0	41.0	16.8	42.3
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	202	100.0	39.6	21.3	39.1
	成長期の子供がいる世帯	243	100.0	44.0	16.0	39.9
	20歳代の成人がいる世帯	163	100.0	43.6	18.4	38.0
	子供がいない世帯	103	100.0	44.7	13.6	41.7
	高齢者のみの世帯	70	100.0	22.9	7.1	70.0
検定結果：**						
家事 担 当 者 年 齢	30歳未満	92	100.0	48.9	20.7	30.4
	30～39歳	271	100.0	43.9	22.1	33.9
	40～49歳	187	100.0	40.1	15.5	44.4
	50～59歳	110	100.0	43.6	11.8	44.5
	60歳以上	121	100.0	27.3	8.3	64.5
検定結果：**						
職 業	持っている	363	100.0	49.6	14.6	35.8
	持っていない	407	100.0	33.7	18.7	47.7
	無回答	11	100.0	27.3	18.2	54.5
検定結果：**						
地 域	東日本	482	100.0	40.2	17.0	42.7
	西日本	299	100.0	42.1	16.4	41.5
検定結果：-						

2 食肉総菜の購入先

食肉総菜の購入先についてみると、「スーパー」が圧倒的に多く 70.4%となっている。これに次いで「デパート」が 20.9%、「生協」が 19.0%、「総菜店」が 14.2%「食肉専門店」が 10.3%等となっている。(図 4 - 3、表 4 - 9)

世帯構成別でみると、「スーパー」からの購入は、子供が小学生以下の世帯や成長期の子供がいる世帯、20 歳代の成人がいる世帯で比較的多く、「デパート」は子供がいない世帯や高齢者のみの世帯で多くなっている。このうち、高齢者のみの世帯では、「食肉専門店」からの購入も多くなっている。

家事担当者の年齢別では、いずれの年齢層でも「スーパー」からの購入が多いが、このうち若い年齢層での購入が特に多くなっている。60 歳以上の高齢層では「食肉専門店」からの購入が比較的多い。また、40 歳代以上では「デパート」からの購入も多い。40～50 歳代では、「生協」からの購入が比較的多い。

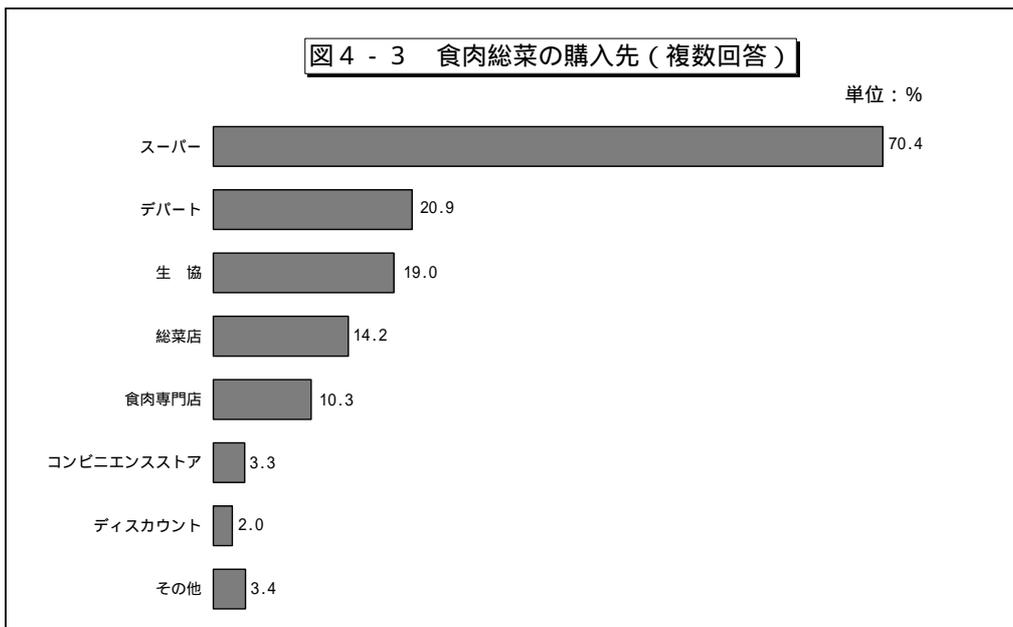


表4-9 食肉総菜の購入先について(複数回答)

		購入 世帯数	食肉 専門店	スーパー	総菜店	デパート	コンビニ エンスト ア	ディスカ ウント	生協	その他
		世帯	%	%	%	%	%	%	%	%
平成12年12月		681	14.1	62.6	12.4	22.4	1.9	0.3	16.9	3.3
平成13年6月		709	13.4	62.5	14.9	17.9	2.9	0.6	16.8	3.1
12月		670	11.6	60.4	14.4	22.4	2.7	0.4	18.5	3.1
平成14年6月		821	13.0	71.5	14.5	18.8	4.9	2.3	19.0	2.2
12月		784	10.3	70.4	14.2	20.9	3.3	2.0	19.0	3.4
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	203	5.9	72.9	12.3	14.3	4.4	3.0	19.2	4.4
	成長期の子供がいる世帯	243	11.5	73.7	11.1	18.5	1.6	0.4	23.5	3.3
	20歳代の成人がいる世帯	165	7.3	71.5	16.4	18.8	4.2	4.2	15.8	4.2
	子供がいない世帯	103	11.7	64.1	13.6	34.0	2.9	1.9	12.6	2.9
	高齢者のみの世帯	70	24.3	58.6	25.7	34.3	4.3	-	20.0	-
検定結果			**	-	*	**	-	*	-	-
家事 担 当 者 年 齢	30歳未満	93	6.5	81.7	11.8	12.9	6.5	5.4	14.0	2.2
	30～39歳	271	6.6	76.4	11.8	14.0	4.8	2.2	17.3	3.3
	40～49歳	188	11.2	68.6	11.7	24.5	1.6	1.1	24.5	4.8
	50～59歳	111	10.8	59.5	18.9	26.1	0.9	0.9	21.6	5.4
	60歳以上	121	19.8	61.2	20.7	32.2	2.5	1.7	15.7	0.8
検定結果			**	**	-	**	-	-	-	-
職 業	持っている	365	9.9	71.5	13.2	19.2	3.0	1.1	17.5	4.7
	持っていない	408	10.8	69.4	15.0	22.5	3.4	2.5	19.9	2.2
	無回答	11	9.1	72.7	18.2	18.2	9.1	18.2	36.4	9.1
検定結果			-	-	-	-	-	-	-	-
地 域	東日本	484	11.6	68.6	12.4	20.9	3.9	2.5	21.3	3.9
	西日本	300	8.3	73.3	17.0	21.0	2.3	1.3	15.3	2.7
検定結果			-	-	-	-	-	-	*	-

3 食肉総菜の購入理由

食肉総菜についてその購入理由をみると、「忙しくて時間がなかったから」が48.5%、「もう一品欲しいと思ったから」が36.9%となっており、これらが他の理由を大きく引き離している。こうしたことから、調理時間の短縮とおかずの品揃えを主な目的として総菜を購入する世帯が多いとみられる。このほか、「おいしそうに見えたから」が22.4%、「自分で作るより割安だったから」が17.7%、「作るのが面倒だったから」14.4%、「お弁当のおかずになるから」が14.3%、「安売りをしていたから」が11.5%等と続いている。(図4 - 4、表4 - 10)

世帯構成別でみると、子供がいない世帯や高齢者のみの世帯で「自分で作るより割安だから」、「もう一品欲しいと思ったから」という世帯が多くなっている。「忙しくて時間がなかったから」という世帯は、子供がいる世帯ほど多くなっている。

家事担当者の職業の有無別でみると、特に家事担当者が職業を持っている世帯の方で、「忙しくて時間がなかったから」という時間的効率を考えた理由が多い。

また、購入量との関係についてみると、購入量が増加している世帯では、「忙しくて時間がなかったから」という理由がかなり多くなっている。(表4 - 11)

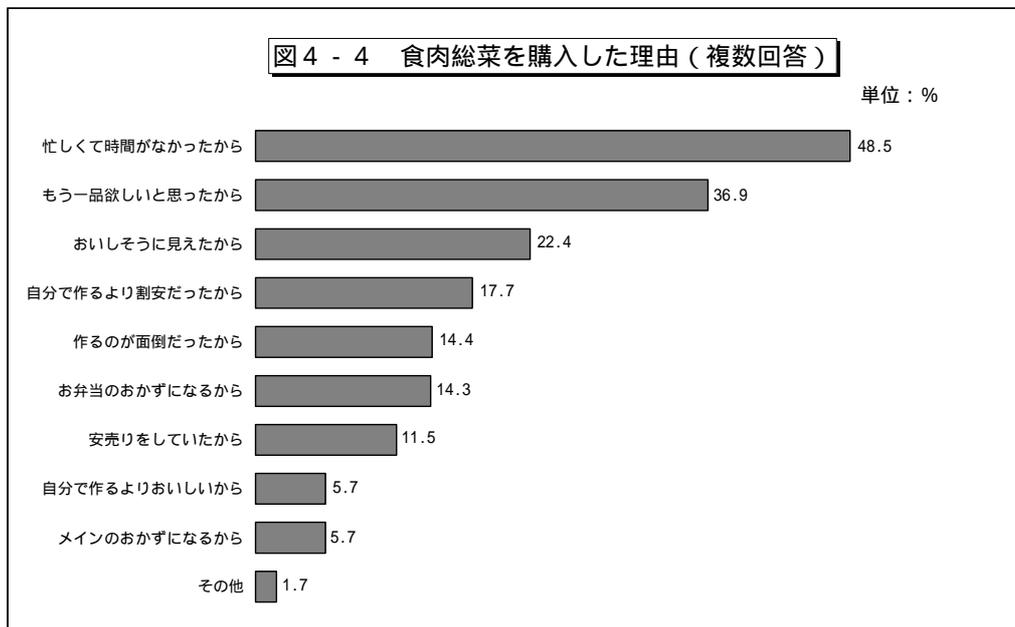


表4 - 10 食肉総菜の購入理由について

		購入世帯数	自分で作るより割安だったから	もう一品欲しいと思ったから	忙しくて時間がなかったから	自分で作るよりおいしいから	おいしそうに見えるから	お弁当のおかずになるから	安売りをしていたから	作るのが面倒だったから	メインのおかずになるから	その他
		世帯	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
平成12年12月		682	16.0	34.4	46.1	4.8	19.6	18.2	12.7	14.5	4.8	4.2
平成13年6月		708	19.8	35.3	46.9	4.1	19.6	17.7	12.4	13.5	5.3	2.0
12月		669	16.3	36.8	49.4	5.3	18.8	16.0	10.3	12.7	6.9	1.3
平成14年6月		823	16.5	34.6	46.5	5.3	18.6	16.4	14.6	16.3	5.7	2.4
12月		776	17.7	36.9	48.5	5.7	22.4	14.3	11.5	14.4	5.7	1.7
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	202	16.3	31.2	50.0	4.5	24.8	13.4	15.3	16.8	5.0	1.5
	成長期の子供がいる世帯	240	14.2	39.6	57.9	4.2	18.8	23.3	7.5	7.9	5.8	1.3
	20歳代の成人がいる世帯	165	14.5	32.7	47.9	7.3	17.0	13.3	14.5	21.2	3.6	3.0
	子供がいない世帯	102	21.6	42.2	39.2	7.8	32.4	5.9	9.8	13.7	7.8	1.0
	高齢者のみの世帯	67	35.8	46.3	25.4	7.5	26.9	-	9.0	14.9	9.0	1.5
検定結果			**	-	**	-	*	**	-	**	-	-
家事担当年齢	30歳未満	93	15.1	23.7	45.2	11.8	17.2	11.8	17.2	26.9	5.4	2.2
	30～39歳	270	16.7	33.7	52.6	3.7	23.3	12.6	13.7	14.1	5.9	1.9
	40～49歳	185	13.5	40.0	57.8	5.4	20.5	22.2	5.9	9.2	5.4	1.1
	50～59歳	111	13.5	35.1	42.3	5.4	25.2	18.0	14.4	15.3	2.7	2.7
	60歳以上	117	32.5	51.3	32.5	6.0	24.8	4.3	7.7	12.8	8.5	0.9
	検定結果			**	**	**	-	-	**	*	**	-
職業	持っている	363	17.4	32.2	60.9	5.2	18.5	17.1	10.2	12.4	5.0	1.9
	持っていない	402	18.2	41.0	37.3	6.0	25.6	11.7	12.4	16.7	6.0	1.5
	無回答	11	9.1	36.4	45.5	9.1	36.4	18.2	18.2	-	18.2	-
検定結果			-	*	**	-	*	*	-	-	-	-
地域	東日本	476	18.9	37.4	50.0	5.5	22.1	12.4	11.3	14.7	5.9	2.1
	西日本	300	15.7	36.0	46.0	6.0	23.0	17.3	11.7	14.0	5.3	1.0
検定結果			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(注1) 2つまでの複数回答

(注2) の項目は調査していない

表4 - 11 食肉総菜の購入理由と購入量について

		購入世帯数	自分で作るより割安だったから	もう一品欲しいと思ったから	忙しくて時間がなかったから	自分で作るよりおいしいから	おいしそうに見えるから	お弁当のおかずになるから	安売りをしていたから	作るのが面倒だったから	メインのおかずになるから	その他
		世帯	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
平成14年12月		771	17.8	36.7	48.2	5.7	22.4	14.4	11.5	14.7	5.6	1.6
購入量	かなり増えた	22	22.7	18.2	77.3	18.2	13.6	9.1	9.1	13.6	9.1	-
	やや増えた	173	25.4	40.5	54.9	5.8	19.1	16.2	6.9	13.3	4.6	1.2
	変わらない	444	14.9	36.9	45.7	4.3	23.9	14.6	12.4	15.5	6.3	1.4
	減った	117	15.4	33.3	43.6	9.4	23.1	12.8	15.4	14.5	3.4	3.4
	わからない	15	26.7	40.0	40.0	-	26.7	6.7	13.3	6.7	6.7	-
検定結果			*	-	*	*	-	-	-	-	-	-

(注) 2つまでの複数回答