

第6章 食肉の今後の消費見通しと課題

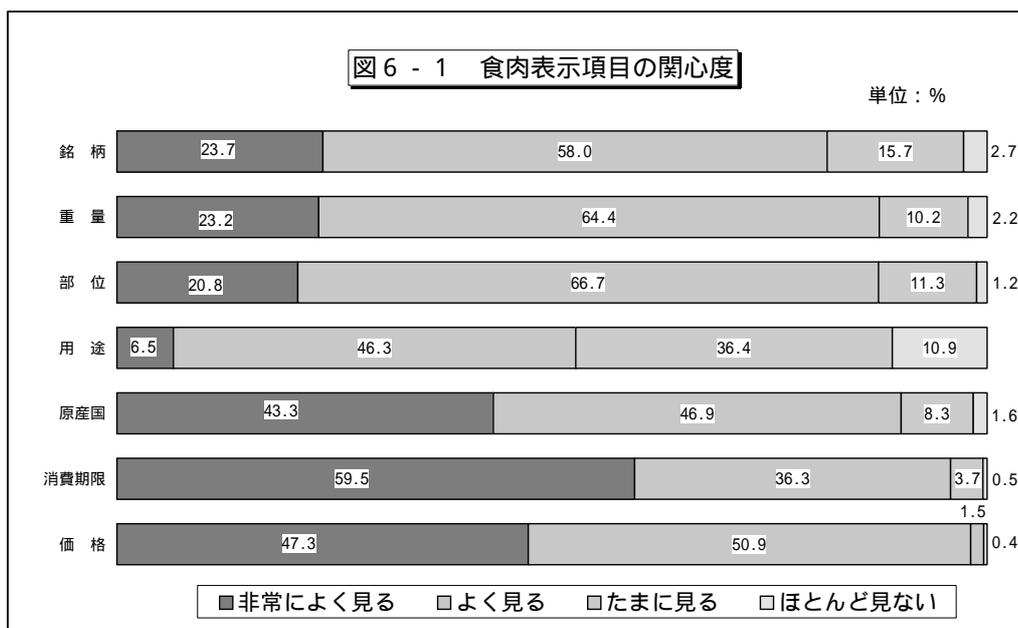
このところ、BSEをはじめ食品表示の偽装問題など、食肉に対して消費者の不信感や不安感が募っている。この章では、こうした中で、現在消費者が食肉を購入する際、どのような表示に関心を持ち、さらにどのような情報を入手したいと考えているのかをとらえ、また、BSEが我が国で初めて確認されてから1年以上経った今、現在の牛肉の購入状況はどのようになっているか、今後の消費の見通しはどうかみてみることにしたい。

1 食肉の表示項目の関心度

(1) 小括

消費者の食肉の表示項目に対する関心度をみると、「非常によく見る」と回答した世帯が最も多かったのは「消費期限」で59.5%、次いで「価格」が47.3%、「原産国」が43.3%となっており、最近の表示偽装問題で特にマスコミ等に取り上げられた項目が高くなっている。

これに次いで、「非常によく見る」、「よく見る」を合わせた関心度の高さをみると、「重量」が87.6%、「部位」が87.5%、「銘柄」が81.7%となっている。「用途」に関する関心度はかなり低い。(図6-1)



(2) 銘柄項目の関心度

「銘柄」表示に対する関心度をみると、「よく見る」が 58.0%で最も多く、次いで「非常によく見る」が 23.7%、「たまに見る」が 15.7%、「ほとんど見ない」が 2.7%となっている。(表6 - 1)

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関心度が高く、年齢別では高齢世帯層で高くなっている。

表6 - 1 食肉表示項目の関心度(銘柄)

		回答者数	全体	非常に よく見る	よく見る	たまに 見る	ほとんど 見ない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		2,025	100.0	21.8	58.9	16.3	3.1
12月		2,117	100.0	23.7	58.0	15.7	2.7
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	514	100.0	19.5	57.4	19.8	3.3
	成長期の子供がいる世帯	529	100.0	23.8	60.1	13.6	2.5
	20歳代の成人がいる世帯	496	100.0	20.8	53.6	21.6	4.0
	子供がいない世帯	356	100.0	30.3	59.8	8.4	1.4
	高齢者のみの世帯	222	100.0	28.8	60.8	9.5	0.9
検定結果:**							
家事 担 当 者 年 齢	30歳未満	262	100.0	19.5	41.6	32.1	6.9
	30～39歳未満	660	100.0	21.7	54.8	20.2	3.3
	40～49歳未満	448	100.0	21.7	63.8	12.3	2.2
	50～59歳未満	380	100.0	28.4	62.4	8.2	1.1
	60歳以上	367	100.0	27.8	63.5	7.9	0.8
検定結果:**							
職 業	持っている	897	100.0	22.1	58.6	16.3	3.0
	持っていない	1,190	100.0	25.0	57.0	15.5	2.5
	無回答	30	100.0	20.0	76.7	3.3	-
検定結果:-							
地 域	東日本	1,266	100.0	21.6	58.4	16.7	3.3
	西日本	851	100.0	26.8	57.3	14.1	1.8
検定結果:**							

さらに、後半の設問で「今後の食肉の消費を増やすかどうか」をたずねているが、このうち、食肉の種類別に今後の消費を「増やす」と回答した世帯のみについて、銘柄表示項目の関心度についてたずねた。その結果、和牛肉、黒豚肉、銘柄豚肉などで、特に銘柄に対する関心が高かった。(表6 - 2)

表6 - 2 食肉表示の重要度(銘柄)(今後増やすと回答した世帯のみ)

		回答者数	全 体	非常に	よく見る	たまに	ほとんど
		世帯	%	よく見る	%	見る	見ない
				%	%	%	%
牛 肉	和牛肉	190	100.0	29.5	56.3	12.1	2.1
	その他の国産牛肉	129	100.0	22.5	57.4	18.6	1.6
	アメリカ産牛肉	25	100.0	12.0	52.0	28.0	8.0
	オーストラリア産牛肉	57	100.0	17.5	45.6	33.3	3.5
豚 肉	黒豚肉	256	100.0	31.3	57.4	10.5	0.8
	S P F 豚肉	279	100.0	25.4	55.6	17.2	1.8
	銘柄豚肉	163	100.0	31.9	57.1	9.8	1.2
	その他の国産豚肉	92	100.0	20.7	56.5	18.5	4.3
	輸入豚肉	638	100.0	27.9	59.2	11.4	1.4
鶏肉		269	100.0	19.3	57.6	19.3	3.7

検定結果：**

(3)重量(1パック当たりの量目)項目の関心度

「重量」表示に対する関心度をみると、「よく見る」が64.4%で最も多く、次いで「非常によく見る」が23.2%、「たまに見る」が10.2%、「ほとんど見ない」が2.2%となっている。(表6-3)

世帯構成別でみると、子供が小学生以下の世帯では関心度が高く、「非常によく見る」という世帯が他の世帯に比べかなり多くなっている。また、年齢別では40歳代以下の世帯層で特に関心が高く、「非常によく見る」という世帯は他の世帯に比べ多くなっている。

表6-3 食肉表示項目の関心度(重量)

		回答者数	全体	非常に よく見る	よく見る	たまに 見る	ほとんど 見ない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		2,023	100.0	21.4	64.5	11.5	2.6
12月		2,118	100.0	23.2	64.4	10.2	2.2
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	516	100.0	28.7	59.9	9.7	1.7
	成長期の子供がいる世帯	531	100.0	24.3	63.8	10.2	1.7
	20歳代の成人がいる世帯	495	100.0	23.4	64.0	10.1	2.4
	子供がいない世帯	354	100.0	18.4	70.1	9.6	2.0
	高齢者のみの世帯	222	100.0	14.9	67.6	13.1	4.5
検定結果:**							
家事担当者年齢	30歳未満	260	100.0	27.3	58.1	11.9	2.7
	30~39歳未満	662	100.0	28.1	58.6	11.6	1.7
	40~49歳未満	450	100.0	24.4	66.4	8.7	0.4
	50~59歳未満	379	100.0	17.4	72.0	7.4	3.2
	60歳以上	367	100.0	15.8	68.7	11.4	4.1
検定結果:**							
職業	持っている	897	100.0	23.0	63.3	11.3	2.5
	持っていない	1,191	100.0	23.3	65.1	9.6	2.1
	無回答	30	100.0	26.7	66.7	6.7	-
検定結果:-							
地域	東日本	1,266	100.0	22.4	64.3	10.9	2.4
	西日本	852	100.0	24.4	64.4	9.3	1.9
検定結果:-							

(4) 部位項目の関心度

「部位」表示に対する関心度をみると、「よく見る」が 66.7%で最も多く、次いで「非常によく見る」が 20.8%、「たまに見る」が 11.3%、「ほとんど見ない」が 1.2%となっている。(表 6 - 4)

表 6 - 4 食肉表示項目の関心度 (部位)

		回答者数	全体	非常に よく見る	よく見る	たまに 見る	ほとんど 見ない
		世帯	%	%	%	%	%
平成 14 年 6 月		2,026	100.0	18.9	67.7	11.3	2.1
12 月		2,122	100.0	20.8	66.7	11.3	1.2
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	516	100.0	22.9	63.2	13.0	1.0
	成長期の子供がいる世帯	531	100.0	21.5	66.9	10.5	1.1
	20歳代の成人がいる世帯	495	100.0	20.2	63.4	15.2	1.2
	子供がいない世帯	357	100.0	19.9	71.4	7.8	0.8
	高齢者のみの世帯	223	100.0	17.0	74.4	6.3	2.2
検定結果:**							
家事 担当 者 年 齢	30歳未満	261	100.0	21.1	57.9	19.2	1.9
	30～39歳未満	662	100.0	22.2	62.5	14.0	1.2
	40～49歳未満	451	100.0	20.4	70.7	8.0	0.9
	50～59歳未満	380	100.0	20.8	70.3	8.7	0.3
	60歳以上	368	100.0	18.5	72.0	7.6	1.9
検定結果:**							
職業	持っている	900	100.0	20.4	65.8	12.8	1.0
	持っていない	1,193	100.0	20.9	67.6	10.1	1.3
	無回答	29	100.0	27.6	58.6	13.8	-
検定結果:-							
地 域	東日本	1,270	100.0	20.7	67.6	10.4	1.3
	西日本	852	100.0	20.9	65.5	12.7	0.9
検定結果:-							

(5)用途項目の関心度

「用途」表示に対する関心度をみると、「よく見る」が46.3%で最も多く、次いで「たまに見る」が36.4%、「ほとんど見ない」が10.9%、「非常によく見る」が6.5%となっており、他の表示項目と比較すると関心度はかなり低い。(表6 - 5)

世帯構成別では、子供が小学生以下の世帯で比較的関心が低い。

年齢別でみると、概ね年齢層が高くなるにつれて関心度が高くなる傾向がみられる。

表6 - 5 食肉表示項目の関心度(用途)

		回答者数	全体	非常に よく見る	よく見る	たまに 見る	ほとんど 見ない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		2,009	100.0	6.5	44.5	36.4	12.6
12月		2,101	100.0	6.5	46.3	36.4	10.9
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	516	100.0	6.4	39.9	41.7	12.0
	成長期の子供がいる世帯	531	100.0	5.1	46.7	36.9	11.3
	20歳代の成人がいる世帯	489	100.0	7.0	43.4	39.7	10.0
	子供がいない世帯	351	100.0	6.0	55.8	29.3	8.8
	高齢者のみの世帯	214	100.0	9.8	51.4	26.2	12.6
検定結果:**							
家事 担当 者年 齢	30歳未満	258	100.0	7.4	40.3	43.4	8.9
	30～39歳未満	661	100.0	5.9	41.5	40.7	12.0
	40～49歳未満	450	100.0	6.0	48.0	36.0	10.0
	50～59歳未満	376	100.0	5.3	50.0	33.2	11.4
	60歳以上	356	100.0	8.7	53.4	27.0	11.0
検定結果:**							
職業	持っている	895	100.0	5.8	44.9	37.9	11.4
	持っていない	1,177	100.0	7.1	47.0	35.5	10.5
	無回答	29	100.0	3.4	58.6	24.1	13.8
検定結果:-							
地域	東日本	1,249	100.0	6.6	46.0	36.2	11.2
	西日本	852	100.0	6.3	46.6	36.6	10.4
検定結果:-							

(6)原産国項目の関心度

「原産国」表示に対する関心度をみると、「よく見る」が46.9%で最も多く、次いで「非常によく見る」が43.3%、「たまに見る」が8.3%、「ほとんど見ない」が1.6%、となっており、他の表示項目と比較すると関心度はかなり高い。

(表6 - 6)

表6 - 6 食肉表示項目の関心度(原産国)

		回答者数	全体	非常に よく見る	よく見る	たまに 見る	ほとんど 見ない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		2,037	100.0	43.2	45.9	8.9	1.9
12月		2,119	100.0	43.3	46.9	8.3	1.6
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	516	100.0	42.2	45.9	9.7	2.1
	成長期の子供がいる世帯	530	100.0	44.7	48.3	6.2	0.8
	20歳代の成人がいる世帯	495	100.0	37.2	47.1	13.7	2.0
	子供がいない世帯	356	100.0	47.8	47.2	3.4	1.7
	高齢者のみの世帯	222	100.0	48.6	45.0	5.4	0.9
検定結果:**							
家事 担当 者 年 齢	30歳未満	260	100.0	32.7	42.3	20.8	4.2
	30～39歳未満	661	100.0	41.8	45.5	10.7	2.0
	40～49歳未満	450	100.0	45.8	49.1	4.2	0.9
	50～59歳未満	380	100.0	47.4	48.7	3.4	0.5
	60歳以上	368	100.0	46.2	48.1	4.9	0.8
検定結果:**							
職 業	持っている	900	100.0	42.2	46.4	9.6	1.8
	持っていない	1,190	100.0	43.9	47.3	7.3	1.4
	無回答	29	100.0	48.3	44.8	6.9	-
検定結果:-							
地 域	東日本	1,268	100.0	42.1	47.2	9.1	1.6
	西日本	851	100.0	45.0	46.4	7.1	1.5
検定結果:-							

(7)消費期限項目の関心度

「消費期限」表示に対する関心度をみると、「非常によく見る」が59.5%、「よく見る」が36.3%で最も多く、次いで「たまに見る」が3.7%、「ほとんど見ない」が0.5%、となっており、他の表示と比較すると関心度はかなり高い。(表6-7)

世帯構成別では、小さい子供がいる世帯ほど、関心度が比較的高くなっている。年齢別でも、若年層ほど関心度が高い傾向がみられる。

表6-7 食肉表示項目の関心度(消費期限)

		回答者数	全体	非常に よく見る	よく見る	たまに 見る	ほとんど 見ない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		2,035	100.0	57.5	38.3	2.8	1.4
12月		2,119	100.0	59.5	36.3	3.7	0.5
世帯 構成	子供が小学生以下の世帯	516	100.0	66.9	28.7	3.9	0.6
	成長期の子供がいる世帯	533	100.0	60.0	36.8	3.0	0.2
	20歳代の成人がいる世帯	494	100.0	58.9	35.8	4.7	0.6
	子供がいない世帯	354	100.0	54.8	41.8	3.1	0.3
	高齢者のみの世帯	222	100.0	49.5	45.5	3.6	1.4
検定結果:**							
家事 担当 者年 齢	30歳未満	259	100.0	69.9	23.6	5.8	0.8
	30～39歳未満	661	100.0	67.3	28.4	3.6	0.6
	40～49歳未満	451	100.0	58.5	37.9	3.3	0.2
	50～59歳未満	381	100.0	51.2	45.4	3.1	0.3
	60歳以上	367	100.0	47.7	48.2	3.3	0.8
検定結果:**							
職業	持っている	899	100.0	58.7	36.4	4.3	0.6
	持っていない	1,190	100.0	60.0	36.3	3.2	0.5
	無回答	30	100.0	60.0	36.7	3.3	-
検定結果:-							
地域	東日本	1,268	100.0	59.2	36.4	3.9	0.5
	西日本	851	100.0	59.8	36.2	3.4	0.6
検定結果:-							

(8) 価格項目の関心度

「価格」表示に対する関心度をみると、「よく見る」が50.9%で最も多く、次いで「非常によく見る」が47.3%、「たまに見る」が1.5%、「ほとんど見ない」が0.4%となっている。(表6-8)

世帯構成別では、子供が小学生以下の世帯で関心度がかなり高い。

年齢別でも、若年層ほど関心度が高くなる傾向がみられ、特に30歳未満の若年層で価格に対する関心が極めて高くなっている。

表6-8 食肉表示項目の関心度(価格)

		回答者数	全体	非常に よく見る	よく見る	たまに 見る	ほとんど 見ない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		2,033	100.0	44.3	53.2	1.9	0.6
12月		2,125	100.0	47.3	50.9	1.5	0.4
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	517	100.0	59.0	39.7	1.2	0.2
	成長期の子供がいる世帯	533	100.0	47.8	50.5	1.3	0.4
	20歳代の成人がいる世帯	496	100.0	53.2	45.6	0.8	0.4
	子供がいない世帯	356	100.0	36.2	60.4	2.8	0.6
	高齢者のみの世帯	223	100.0	23.3	74.4	1.8	0.4
検定結果:**							
家事担当者年齢	30歳未満	261	100.0	72.4	26.4	0.8	0.4
	30~39歳未満	661	100.0	60.1	38.7	0.9	0.3
	40~49歳未満	452	100.0	46.5	52.2	1.1	0.2
	50~59歳未満	381	100.0	31.0	66.1	2.4	0.5
	60歳以上	370	100.0	24.6	72.4	2.4	0.5
検定結果:**							
職業	持っている	901	100.0	50.6	47.4	1.3	0.7
	持っていない	1,194	100.0	44.8	53.4	1.6	0.2
	無回答	30	100.0	46.7	53.3	-	-
検定結果:*							
地域	東日本	1,270	100.0	45.7	52.3	1.5	0.6
	西日本	855	100.0	49.7	48.8	1.4	0.1
検定結果:-							

2 消費者が求める食肉の生産加工に関する情報

食肉を購入する際に、消費者がさらに求める表示についてみると、「加工日」が最も多く60.3%、次いで「畜種」が59.2%、「生産者」が49.5%、「飼料給与内容」が45.8%、等となっている。(表6-9)

家事担当者の年齢別でみると、いずれも「加工日」や「生産者」、「飼料給与内容」、「畜種」に対する関心が高いが、このうち「加工日」や比較的若年層で高くなっている。

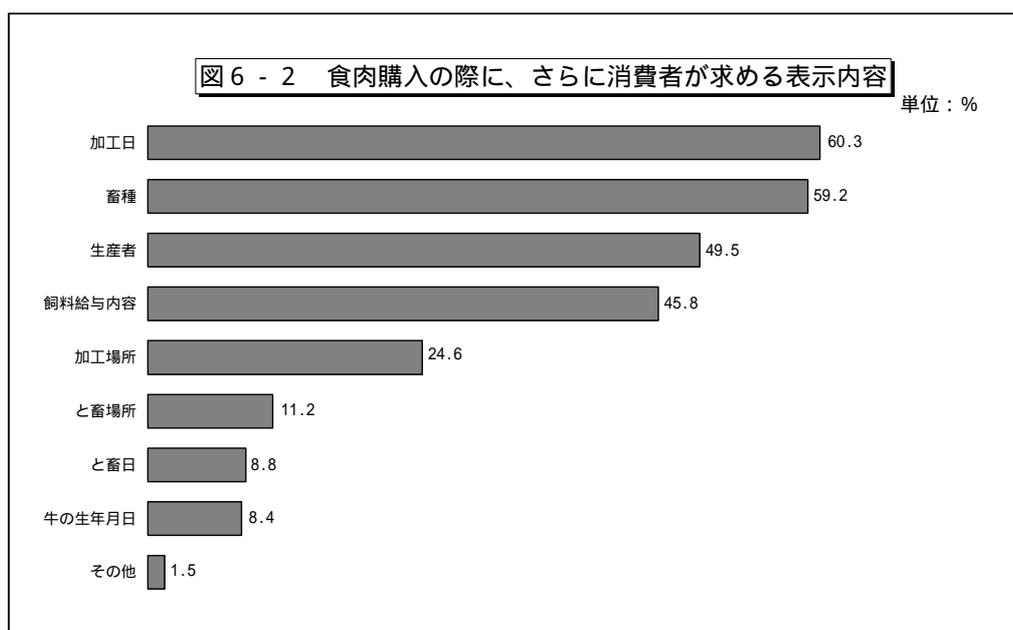


表6-9 食肉購入の際に、消費者が求める表示内容

	回答者数	生産者	畜種	牛の 生年月日	飼料給与 内容	と畜日	と畜場所	加工日	加工場所	その他	
	世帯	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
全 体	2,089	49.5	59.2	8.4	45.8	8.8	11.2	60.3	24.6	1.5	
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	508	45.5	56.1	6.5	46.1	10.0	13.6	65.2	25.4	1.0
	成長期の子供がいる世帯	528	46.6	58.5	9.7	51.1	11.0	9.7	58.5	20.5	1.9
	20歳代の成人がいる世帯	487	49.7	56.9	7.6	39.8	7.2	13.8	64.9	29.2	1.4
	子供がいない世帯	350	54.3	61.7	9.7	45.7	7.7	9.4	55.7	25.1	1.1
	高齢者のみの世帯	216	57.9	69.4	9.7	45.8	6.0	6.5	50.5	21.8	2.8
検定結果		**	**	-	*	-	**	**	*	-	
家事担当者年齢	30歳未満	260	50.4	50.8	7.3	34.6	6.5	17.7	74.2	31.9	2.3
	30～39歳未満	654	43.6	55.8	7.0	42.8	10.6	15.0	66.4	26.5	1.1
	40～49歳未満	446	47.1	58.5	9.0	53.1	11.9	7.0	59.6	20.4	1.6
	50～59歳未満	368	56.3	61.4	8.4	51.6	7.3	7.6	50.8	22.8	0.5
	60歳以上	361	55.7	70.1	11.1	44.3	5.0	8.6	49.9	23.0	2.8
	検定結果		**	**	-	**	**	**	**	**	-
地域	東日本	1,243	49.7	58.6	7.5	47.1	8.8	10.7	59.8	23.5	1.9
	西日本	846	49.2	60.0	9.8	44.0	8.7	11.9	61.1	26.2	1.1
検定結果		-	-	-	-	-	-	-	-	-	

(注) 3つまでの複数回答

3 トレーサビリティシステムに対する認知度

(1) トレーサビリティシステムに対する認知度

トレーサビリティシステムに対する認知度をみると、「全く知らない」という世帯が44.4%と半数近くを占め、次いで「名前は聞いたことがあるが内容まで知らない」が38.7%、「内容まで知っている」が16.9%等となっており、その認知度は極めて低い。

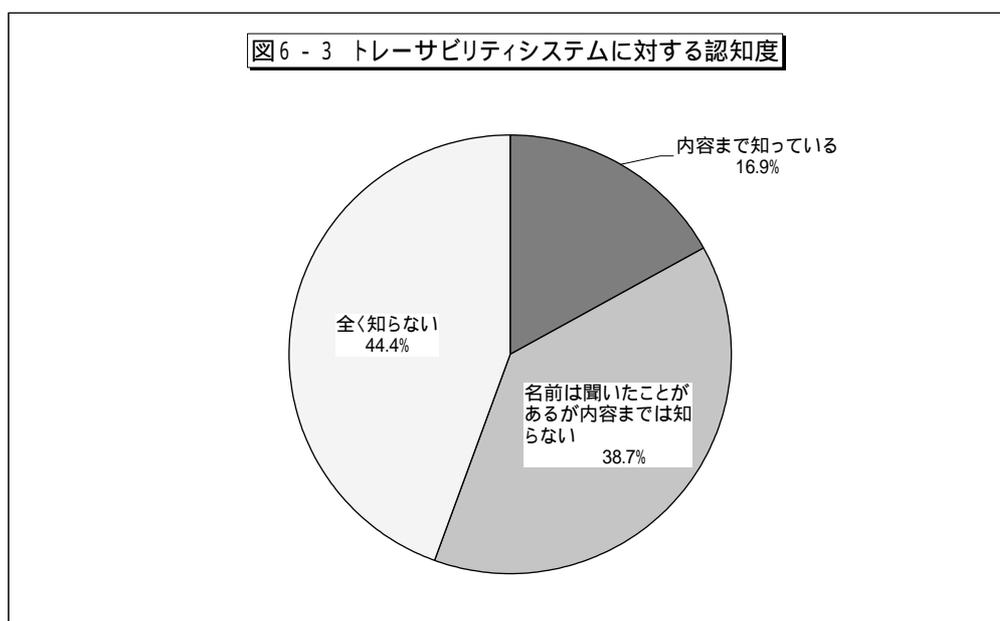


表6-10 トレーサビリティシステムに対する認知度

		回答者数	全体	内容まで	名前は聞いたことがあ	全く知らな
		世帯	%	知っている	るが内容ま	い
				%	で知らない	%
全 体		2,117	100.0	16.9	38.7	44.4
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	517	100.0	12.6	35.0	52.4
	成長期の子供がいる世帯	528	100.0	14.6	41.7	43.8
	20歳代の成人がいる世帯	494	100.0	14.8	34.2	51.0
	子供がいない世帯	356	100.0	22.5	43.5	34.0
	高齢者のみの世帯	222	100.0	27.9	42.8	29.3
検定結果:**						
家事担当者年齢	30歳未満	260	100.0	10.4	26.5	63.1
	30～39歳未満	661	100.0	13.3	35.7	51.0
	40～49歳未満	449	100.0	14.9	44.3	40.8
	50～59歳未満	378	100.0	22.0	38.9	39.2
	60歳以上	369	100.0	24.9	45.8	29.3
検定結果:**						
地域	東日本	1,266	100.0	17.3	38.6	44.1
	西日本	851	100.0	16.2	38.9	44.9

検定結果:-

(2) トレーサビリティシステムによる小売価格の上昇について

トレーサビリティシステムを導入することによって、小売価格が上昇することをどう思うかたずねた。その結果、「ある程度の価格上昇はやむを得ない」が 45.9%と最も多く、次いで「価格上昇は困る」が 35.1%となっており、トレーサビリティシステムの導入によって半数近くの世帯が価格の上昇を認める結果となっている。この他、「わからない」が 14.4%、「価格上昇はやむを得ない」が 3.8%等となっている。

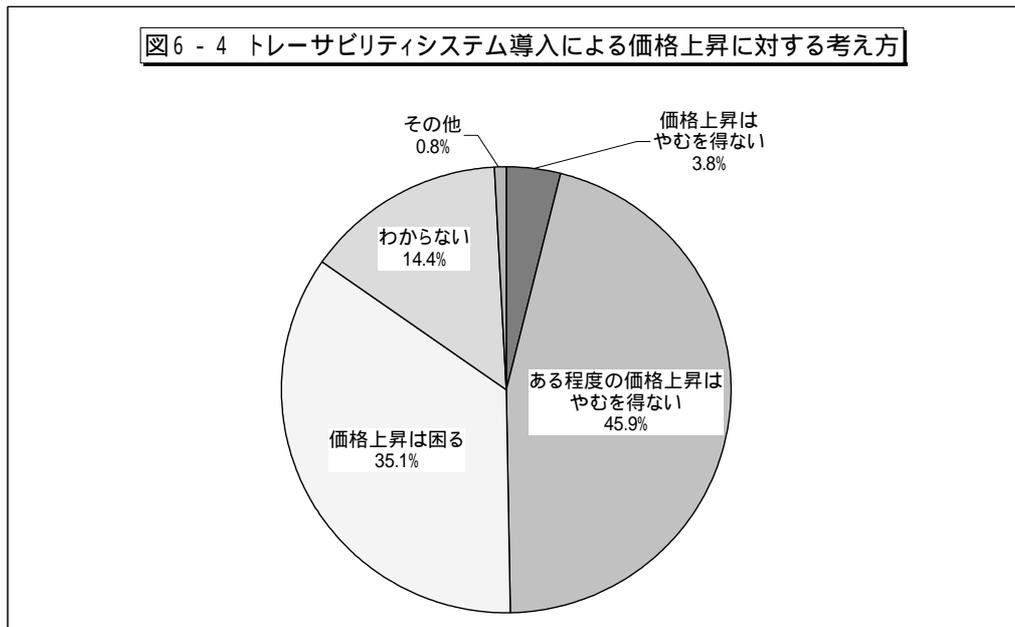


表6-11 トレーサビリティシステムによる小売価格の上昇についてどう思うか

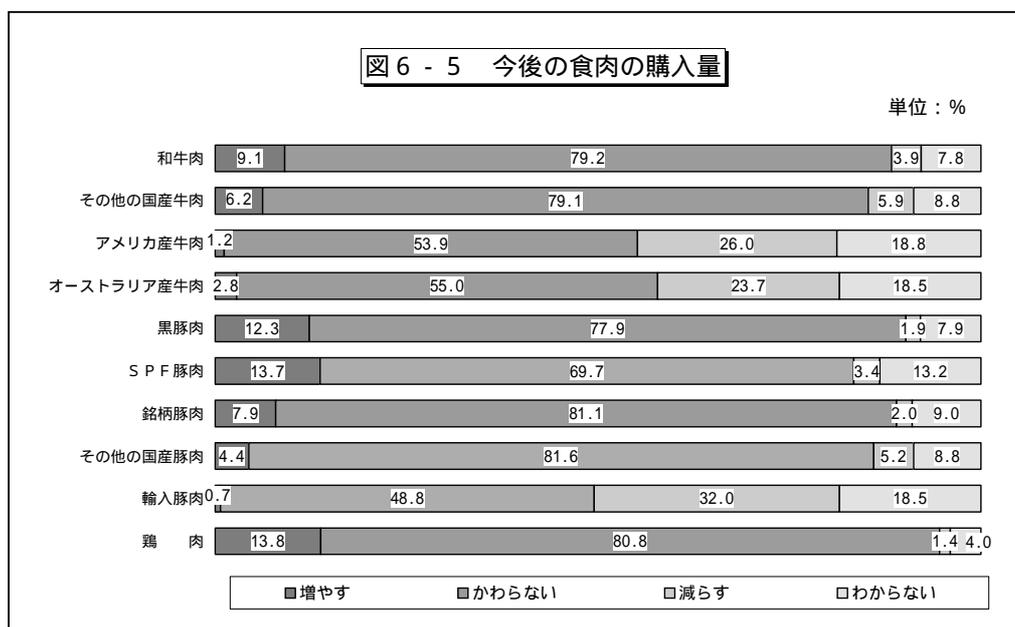
		回答者数	全体	価格上昇はやむを得ない	ある程度の価格上昇はやむを得ない	価格上昇は困る	わからない	その他
		世帯	%	%	%	%	%	%
全 体		2,113	100.0	3.8	45.9	35.1	14.4	0.8
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	515	100.0	3.1	40.2	40.4	15.1	1.2
	成長期の子供がいる世帯	532	100.0	4.1	46.4	35.9	13.2	0.4
	20歳代の成人がいる世帯	492	100.0	4.1	41.9	39.0	14.4	0.6
	子供がいない世帯	355	100.0	4.2	50.4	28.7	15.2	1.4
	高齢者のみの世帯	219	100.0	3.7	59.4	22.4	14.6	-
検定結果:**								
家事担当者年齢	30歳未満	258	100.0	3.1	34.1	46.9	14.7	1.2
	30～39歳未満	664	100.0	3.0	37.2	41.7	17.0	1.1
	40～49歳未満	449	100.0	3.3	51.9	32.1	12.0	0.7
	50～59歳未満	377	100.0	6.1	50.7	29.7	13.5	-
	60歳以上	365	100.0	4.1	57.5	24.1	13.4	0.8
検定結果:**								
地域	東日本	1,263	100.0	4.1	46.2	34.7	14.3	0.7
	西日本	850	100.0	3.4	45.4	35.8	14.6	0.8

検定結果:-

4 今後の食肉消費の見通し

(1) 小括

今後の食肉の購入量をみると、いずれも「かわらない」と回答している世帯が多いが、豚肉では「増やす」と回答している世帯が比較的多く、そのうち特に黒豚肉、S P F豚肉、銘柄豚肉等が多くなっている。また、和牛肉や鶏肉でも比較的多くなっている。しかし、輸入牛肉や輸入豚肉では、「減らす」と回答している世帯が比較的多く、アメリカ産牛肉が26.0%、オーストラリア産牛肉が23.7%、輸入豚肉は32.0%とかなり多くなっている。(図6-5)



(2) 牛肉の消費見通し

和牛肉

和牛肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が79.2%、「増やす」が9.1%、「わからない」が7.8%、「減らす」が3.9%、となっており、今後も購入量は横這いという世帯が大半を占める。(表6 - 12)

表6 - 12 今後の食肉の購入量(和牛肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		2,010	100.0	8.2	68.7	9.8	13.3
12月		2,110	100.0	9.1	79.2	3.9	7.8
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	512	100.0	10.4	77.5	4.9	7.2
	成長期の子供がいる世帯	533	100.0	9.9	78.6	3.8	7.7
	20歳代の成人がいる世帯	493	100.0	7.9	80.5	3.4	8.1
	子供がいない世帯	355	100.0	7.3	80.6	2.8	9.3
	高齢者のみの世帯	217	100.0	9.7	79.3	5.1	6.0
検定結果:-							
家事担当者年齢	30歳未満	261	100.0	8.8	76.2	4.2	10.7
	30～39歳未満	657	100.0	9.7	78.1	4.7	7.5
	40～49歳未満	451	100.0	8.9	81.6	2.4	7.1
	50～59歳未満	376	100.0	8.5	79.8	3.5	8.2
	60歳以上	365	100.0	9.0	79.7	4.7	6.6
検定結果:-							
地域	東日本	1,257	100.0	8.4	78.8	4.3	8.6
	西日本	853	100.0	10.2	79.8	3.4	6.6
検定結果:-							

その他の国産牛肉

その他の国産牛肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が79.1%、「わからない」が8.8%、「増やす」が6.2%、「減らす」が5.9%となっており、和牛肉同様、今後も購入量は横這いという世帯が大半を占める。(表6 - 13)

世帯構成別でみると、子供がいない世帯、高齢者のみの世帯では「わからない」という世帯が比較的多くなっている。

表6 - 13 今後の食肉の購入量(その他の国産牛肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		1,966	100.0	3.5	67.9	12.7	16.0
12月		2,095	100.0	6.2	79.1	5.9	8.8
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	512	100.0	6.4	78.9	7.0	7.6
	成長期の子供がいる世帯	528	100.0	8.1	79.5	4.4	8.0
	20歳代の成人がいる世帯	493	100.0	5.7	81.7	5.1	7.5
	子供がいない世帯	347	100.0	4.3	77.2	5.8	12.7
	高齢者のみの世帯	215	100.0	4.7	75.3	9.3	10.7
検定結果:*							
家事担当者年齢	30歳未満	260	100.0	8.8	78.8	4.2	8.1
	30～39歳未満	656	100.0	6.6	79.0	6.7	7.8
	40～49歳未満	446	100.0	6.3	83.4	2.9	7.4
	50～59歳未満	375	100.0	6.1	76.3	7.5	10.1
	60歳以上	358	100.0	3.4	77.1	7.8	11.7
検定結果:**							
地域	東日本	1,249	100.0	5.9	77.7	6.5	9.8
	西日本	846	100.0	6.5	81.1	5.1	7.3
検定結果:-							

アメリカ産牛肉

アメリカ産牛肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が 53.9%、「減らす」が 26.0%、「わからない」が 18.8%、「増やす」が 1.2%となっており、国産牛肉と比べ、「減らす」という意向の世帯が国産牛肉と比べ多くなっている。(表 6 - 1 4)

世帯構成別でみると、子供がいない世帯、高齢者のみの世帯では「かわらない」という世帯が他の世帯層と比べて少ないが、「わからない」という世帯は多くなっている。

家事担当者の年齢別では、高齢になるにしたがって「かわらない」という世帯は少なくなっている一方、「わからない」という世帯は増える傾向がみられる。

表 6 - 1 4 今後の食肉の購入量(アメリカ産牛肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成 1 4 年 6 月		1,914	100.0	2.3	50.4	24.6	22.8
1 2 月		2,021	100.0	1.2	53.9	26.0	18.8
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	504	100.0	1.4	59.3	24.0	15.3
	成長期の子供がいる世帯	518	100.0	1.5	57.9	23.4	17.2
	20歳代の成人がいる世帯	483	100.0	1.0	55.5	27.1	16.4
	子供がいない世帯	326	100.0	1.5	45.1	27.9	25.5
	高齢者のみの世帯	190	100.0	-	40.0	32.6	27.4
検定結果:**							
家事担当者年齢	3 0 歳未満	260	100.0	1.5	58.1	26.5	13.8
	3 0 ~ 3 9 歳未満	644	100.0	1.6	59.3	24.7	14.4
	4 0 ~ 4 9 歳未満	441	100.0	1.6	56.5	22.9	19.0
	5 0 ~ 5 9 歳未満	356	100.0	0.6	48.6	29.5	21.3
	6 0 歳以上	320	100.0	0.6	42.2	28.8	28.4
検定結果:**							
地域	東日本	1,196	100.0	1.1	53.5	26.9	18.5
	西日本	825	100.0	1.5	54.5	24.7	19.3
検定結果:-							

オーストラリア産牛肉

オーストラリア産牛肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が 55.0%、「減らす」が 23.7%、「わからない」が 18.5%、「増やす」が 2.8%となっており、アメリカ産牛肉同様、「減らす」という意向の世帯が多くなっている。(表 6 - 15)

世帯構成別でみると、子供がいない世帯、高齢者のみの世帯では「かわらない」という世帯が他の世帯層と比べて少ないが、「わからない」という世帯が多くなっている。

家事担当者の年齢別では、若年層ほど「かわらない」という世帯が多いが、この代わりに「わからない」という世帯が少なくなっている。

表 6 - 15 今後の食肉の購入量(オーストラリア産牛肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成 14 年 6 月		1,925	100.0	4.7	50.0	22.9	22.3
12 月		2,018	100.0	2.8	55.0	23.7	18.5
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	503	100.0	4.2	59.0	21.7	15.1
	成長期の子供がいる世帯	516	100.0	3.5	59.9	20.0	16.7
	20歳代の成人がいる世帯	482	100.0	2.1	57.1	24.5	16.4
	子供がいない世帯	327	100.0	2.1	46.2	26.6	25.1
	高齢者のみの世帯	190	100.0	0.5	40.5	32.6	26.3
検定結果:**							
家事担当者年齢	30歳未満	259	100.0	3.5	59.5	23.6	13.5
	30～39歳未満	643	100.0	4.0	58.6	23.0	14.3
	40～49歳未満	440	100.0	3.4	59.5	18.4	18.6
	50～59歳未満	355	100.0	1.1	50.1	27.0	21.7
	60歳以上	321	100.0	0.9	43.0	29.0	27.1
検定結果:**							
地域	東日本	1,195	100.0	2.4	54.8	24.7	18.1
	西日本	823	100.0	3.4	55.2	22.4	19.1
検定結果:-							

(3) 豚肉の消費見通し

黒豚肉

黒豚肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が77.9%、「増やす」が12.3%、「わからない」が7.9%、「減らす」が1.9%となっており、牛肉と異なり、「増やす」という意向の世帯が比較的多くなっている。(表6-15)

表6-16 今後の食肉の購入量(黒豚肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		1,993	100.0	13.7	73.6	2.9	9.8
12月		2,092	100.0	12.3	77.9	1.9	7.9
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	512	100.0	13.5	76.4	1.8	8.4
	成長期の子供がいる世帯	524	100.0	12.4	79.2	1.7	6.7
	20歳代の成人がいる世帯	490	100.0	10.4	81.2	1.6	6.7
	子供がいない世帯	350	100.0	13.1	75.1	2.0	9.7
	高齢者のみの世帯	216	100.0	12.5	75.0	2.8	9.7
検定結果:-							
家事担当者年齢	30歳未満	259	100.0	13.1	78.0	1.9	6.9
	30～39歳未満	655	100.0	12.4	78.6	1.8	7.2
	40～49歳未満	446	100.0	11.2	79.8	1.1	7.8
	50～59歳未満	373	100.0	12.6	75.9	2.4	9.1
	60歳以上	359	100.0	12.8	76.0	2.2	8.9
検定結果:-							
地域	東日本	1,250	100.0	11.3	78.6	1.8	8.3
	西日本	842	100.0	13.9	76.8	1.9	7.4
検定結果:-							

SPF豚肉

SPF豚肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が69.7%、「増やす」が13.7%、「わからない」が13.2%、「減らす」が3.4%となっており、黒豚肉同様、「増やす」という意向の世帯が比較的多くなっている。(表6-16)

世帯構成別でみると、子供がいない世帯、高齢者のみの世帯では「かわらない」という世帯が他の世帯層と比べて少ないが、「わからない」という世帯が多くなっている。家事担当者の年齢別では、若年層ほど「かわらない」という世帯が多くなっている。

表6-17 今後の食肉の購入量(SPF豚肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		1,938	100.0	15.2	65.0	3.9	16.0
12月		2,056	100.0	13.7	69.7	3.4	13.2
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	507	100.0	15.8	70.0	3.0	11.2
	成長期の子供がいる世帯	520	100.0	13.8	72.9	2.7	10.6
	20歳代の成人がいる世帯	489	100.0	14.3	71.6	2.9	11.2
	子供がいない世帯	339	100.0	11.2	65.2	3.8	19.8
	高齢者のみの世帯	201	100.0	10.4	63.7	7.0	18.9
検定結果:**							
家事担当者年齢	30歳未満	259	100.0	14.7	74.1	1.5	9.7
	30～39歳未満	646	100.0	15.2	71.4	2.6	10.8
	40～49歳未満	442	100.0	13.6	70.8	2.3	13.3
	50～59歳未満	370	100.0	15.1	65.9	4.3	14.6
	60歳以上	339	100.0	8.6	65.8	6.8	18.9
検定結果:**							
地域	東日本	1,223	100.0	14.7	69.1	3.1	13.1
	西日本	833	100.0	12.1	70.6	3.8	13.4
検定結果:-							

銘柄豚肉

銘柄豚肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が81.1%、「わからない」が9.0%、「増やす」が7.9%、「減らす」が2.0%となっており、黒豚肉同様、「増やす」という意向の世帯が多くなっている。(表6 - 18)

表6 - 18 今後の食肉の購入量(銘柄豚肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		1,972	100.0	9.4	75.9	2.5	12.2
12月		2,078	100.0	7.9	81.1	2.0	9.0
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	511	100.0	9.4	80.2	2.2	8.2
	成長期の子供がいる世帯	521	100.0	8.6	80.6	2.1	8.6
	20歳代の成人がいる世帯	491	100.0	6.7	83.5	1.0	8.8
	子供がいない世帯	347	100.0	7.2	79.8	2.3	10.7
	高齢者のみの世帯	208	100.0	6.3	80.8	2.9	10.1
検定結果:-							
家事担当者年齢	30歳未満	260	100.0	8.1	81.9	0.4	9.6
	30～39歳未満	652	100.0	9.2	80.2	2.5	8.1
	40～49歳未満	446	100.0	7.0	81.2	1.6	10.3
	50～59歳未満	370	100.0	7.6	80.8	2.4	9.2
	60歳以上	350	100.0	6.9	82.3	2.3	8.6
検定結果:-							
地域	東日本	1,241	100.0	8.1	82.1	1.6	8.2
	西日本	837	100.0	7.6	79.6	2.5	10.3
検定結果:-							

その他の国産豚肉

その他の国産豚肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が81.6%、「わからない」が8.8%、「減らす」が5.2%、「増やす」が4.4%となっている。銘柄豚肉やSPF豚肉と比較すると、「増やす」という世帯はやや少ない。(表6-19)

世帯構成別でみると、高齢世帯層ほど「わからない」と回答している世帯が多い。地域別では、いずれの地域も「かわらない」という世帯が多いが、特に東日本で多くなっている。

表6-19 今後の食肉の購入量(その他の国産豚肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		1,962	100.0	4.9	76.1	6.8	12.2
12月		2,073	100.0	4.4	81.6	5.2	8.8
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	511	100.0	4.9	81.4	4.9	8.8
	成長期の子供がいる世帯	523	100.0	5.7	82.0	3.3	9.0
	20歳代の成人がいる世帯	490	100.0	5.1	83.1	5.1	6.7
	子供がいない世帯	343	100.0	1.7	80.5	7.3	10.5
	高齢者のみの世帯	206	100.0	2.9	79.1	7.3	10.7
検定結果:*							
家事担当者年齢	30歳未満	259	100.0	8.1	82.6	3.9	5.4
	30~39歳未満	648	100.0	5.7	81.2	5.7	7.4
	40~49歳未満	445	100.0	3.6	82.0	2.9	11.5
	50~59歳未満	374	100.0	2.1	82.1	7.0	8.8
	60歳以上	347	100.0	2.9	80.4	6.1	10.7
検定結果:**							
地域	東日本	1,239	100.0	4.4	83.1	5.0	7.4
	西日本	834	100.0	4.4	79.3	5.4	10.9
検定結果:*							

輸入豚肉

輸入豚肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が48.8%、次いで「減らす」が32.0%、「わからない」が18.5%、「増やす」が0.7%となっている。国産豚肉と比較すると、「減らす」という世帯がかなり多くなっている。(表6-20)

世帯構成別でみると、子供が小学生以下の世帯や成長期の子供がいる世帯では「かわらない」と回答している世帯が多いが、子供がいない世帯や高齢者のみの世帯では「わからない」と回答している世帯が多い。

家事担当者の年齢別では、若い年齢層ほど「かわらない」と回答している世帯が多い。

表6-20 今後の食肉の購入量(輸入豚肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		1,900	100.0	1.2	46.2	31.1	21.6
12月		2,004	100.0	0.7	48.8	32.0	18.5
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	504	100.0	0.6	54.4	29.6	15.5
	成長期の子供がいる世帯	511	100.0	1.0	52.1	30.5	16.4
	20歳代の成人がいる世帯	477	100.0	0.8	50.5	32.3	16.4
	子供がいない世帯	324	100.0	0.9	41.4	34.3	23.5
	高齢者のみの世帯	188	100.0	-	33.5	37.8	28.7
検定結果:**							
家事担当者年齢	30歳未満	255	100.0	0.8	55.7	29.0	14.5
	30~39歳未満	645	100.0	0.8	52.9	31.6	14.7
	40~49歳未満	436	100.0	0.9	52.1	28.4	18.6
	50~59歳未満	353	100.0	0.3	41.9	37.1	20.7
	60歳以上	315	100.0	1.0	38.1	34.3	26.7
検定結果:**							
地域	東日本	1,186	100.0	0.5	48.0	34.0	17.5
	西日本	818	100.0	1.1	50.0	29.1	19.8
検定結果:-							

(4) 鶏肉の消費見通し

鶏肉について今後の購入量をみると、「かわらない」が 80.8%、次いで「増やす」が 13.8%、「わからない」が 4.0%、「減らす」が 1.4%となっている。(表6 - 21)

表6 - 21 今後の食肉の購入量(鶏肉)

		回答者数	全体	増やす	かわらない	減らす	わからない
		世帯	%	%	%	%	%
平成14年 6月		1,820	100.0	14.7	77.4	2.9	5.0
12月		1,943	100.0	13.8	80.8	1.4	4.0
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	489	100.0	15.3	81.2	0.6	2.9
	成長期の子供がいる世帯	487	100.0	13.6	80.3	1.6	4.5
	20歳代の成人がいる世帯	465	100.0	15.3	80.0	1.7	3.0
	子供がいない世帯	319	100.0	11.3	82.1	1.9	4.7
	高齢者のみの世帯	183	100.0	11.5	80.3	1.1	7.1
検定結果:-							
家事担当者年齢	30歳未満	252	100.0	19.8	77.0	1.6	1.6
	30～39歳未満	622	100.0	15.0	81.7	0.6	2.7
	40～49歳未満	416	100.0	10.8	83.4	1.4	4.3
	50～59歳未満	340	100.0	12.4	78.5	2.9	6.2
	60歳以上	313	100.0	12.5	80.8	1.0	5.8
検定結果:**							
地域	東日本	1,161	100.0	13.7	81.0	1.3	4.0
	西日本	782	100.0	14.1	80.4	1.5	4.0
検定結果:-							

(5) 食肉総菜の消費見通し

食肉総菜について今後の購入量をみると、「変わらない」が53.8%、次いで「わからない」が24.2%、「購入しない」が11.1%、「減らす」が8.6%、「増やす」が2.3%となっている。(表6-22)

家事担当者の年齢別でみると、若年層で「変わらない」という世帯が比較的多くなっている。

地域別では、東日本で横這い、西日本で「わからない」という世帯が多くなっている。

表6-22 食肉総菜の今後の購入量について

		回答者数	全 体	増やす	変わらない	減らす	わからない	購入しない
		世帯	%	%	%	%	%	%
平成12年12月		1974	100.0	1.8	54.0	5.5	27.1	11.8
平成13年 6月		1968	100.0	2.7	56.0	6.7	24.3	10.4
12月		1954	100.0	1.6	51.4	7.4	27.2	12.5
平成14年 6月		2036	100.0	2.0	52.8	10.1	23.1	12.0
12月		2109	100.0	2.3	53.8	8.6	24.2	11.1
世帯構成	子供が小学生以下の世帯	511	100.0	2.3	60.7	10.2	20.4	6.5
	成長期の子供がいる世帯	530	100.0	2.3	53.8	8.9	26.0	9.1
	20歳代の成人がいる世帯	489	100.0	2.7	54.4	8.2	23.5	11.2
	子供がいない世帯	358	100.0	1.4	44.4	7.3	29.6	17.3
	高齢者のみの世帯	221	100.0	2.7	51.6	7.2	21.7	16.7
検定結果:**								
家事担当者年齢	30歳未満	258	100.0	4.7	56.6	7.8	22.5	8.5
	30～39歳	655	100.0	2.0	60.6	9.3	20.8	7.3
	40～49歳	450	100.0	2.7	52.0	11.1	24.7	9.6
	50～59歳	380	100.0	1.1	45.3	8.2	29.7	15.8
	60歳以上	366	100.0	1.9	50.5	5.2	25.4	16.9
検定結果:**								
職業	持っている	895	100.0	2.6	53.7	9.6	24.2	9.8
	持っていない	1186	100.0	2.0	53.8	7.8	24.5	11.9
	無回答	28	100.0	3.6	53.6	7.1	14.3	21.4
検定結果:-								
地域	東日本	1268	100.0	2.4	54.9	8.6	22.2	11.9
	西日本	841	100.0	2.0	52.1	8.6	27.3	10.0
検定結果:-								

また、今後の食肉の種類別の見通しで「減らす」と回答した世帯のみについて、今後の食肉総菜の購入量をみると、「和牛肉」や「その他の国産牛肉」、「黒豚肉」、「S P F豚肉」、「銘柄豚肉」などで、食肉総菜の購入も「減らす」と回答した世帯が比較的多くなっている。(表6 - 23)

表6 - 23 食肉総菜の今後の購入量について(今後減らすと回答した世帯のみ)

		回答者数	全 体	増やす	変わらない	減らす	わからない	購入しない
		世帯	%	%	%	%	%	%
牛 肉	和牛肉	82	100.0	-	29.3	36.6	24.4	9.8
	その他の国産牛肉	123	100.0	1.6	33.3	24.4	25.2	15.4
	アメリカ産牛肉	517	100.0	2.3	48.0	15.1	22.4	12.2
	オーストラリア産牛肉	470	100.0	2.6	47.4	14.7	22.6	12.8
豚 肉	黒豚肉	39	100.0	5.1	25.6	38.5	23.1	7.7
	S P F豚肉	66	100.0	-	39.4	22.7	25.8	12.1
	銘柄豚肉	40	100.0	-	35.0	37.5	20.0	7.5
	その他の国産豚肉	107	100.0	2.8	42.1	18.7	18.7	17.8
	輸入豚肉	632	100.0	1.9	50.5	13.1	22.8	11.7
鶏肉		26	100.0	-	34.6	19.2	30.8	15.4

検定結果:*