

第Ⅶ章 食肉に関する知識構造分析

第Ⅶ章 食肉に関する知識構造分析

1. 食肉に関する知識構造

消費者が食肉に対して持っている知識が購買行動にどのような影響を与えているかを分析する。本分析は、「牛肉」「豚肉」「鶏肉」の主要3品目について以下の質問をし、その自由回答結果からヘビーユーザーとライトユーザーでどのように食肉に対する知識が異なるのかを分析している。ライトユーザーにない知識がヘビーユーザーに見られたり、逆にヘビーユーザーにない知識がライトユーザーに見られる場合は、そのギャップを埋めるような施策を行うことによって購買を促進できるものとする。

図表Ⅶ-1 食肉に対する知識を引き出す質問

Q1.あなたは、「牛肉」が健康に及ぼす良い効果、悪い効果についてどのようにお考えですか？
Q2.あなたが「牛肉」を使った料理で思いつくものを列挙してください。
Q3.あなたのご家庭で「牛肉」を食べる理由（食べない理由）について、できるだけ詳しく教えてください。

2. 牛肉に対する知識構造

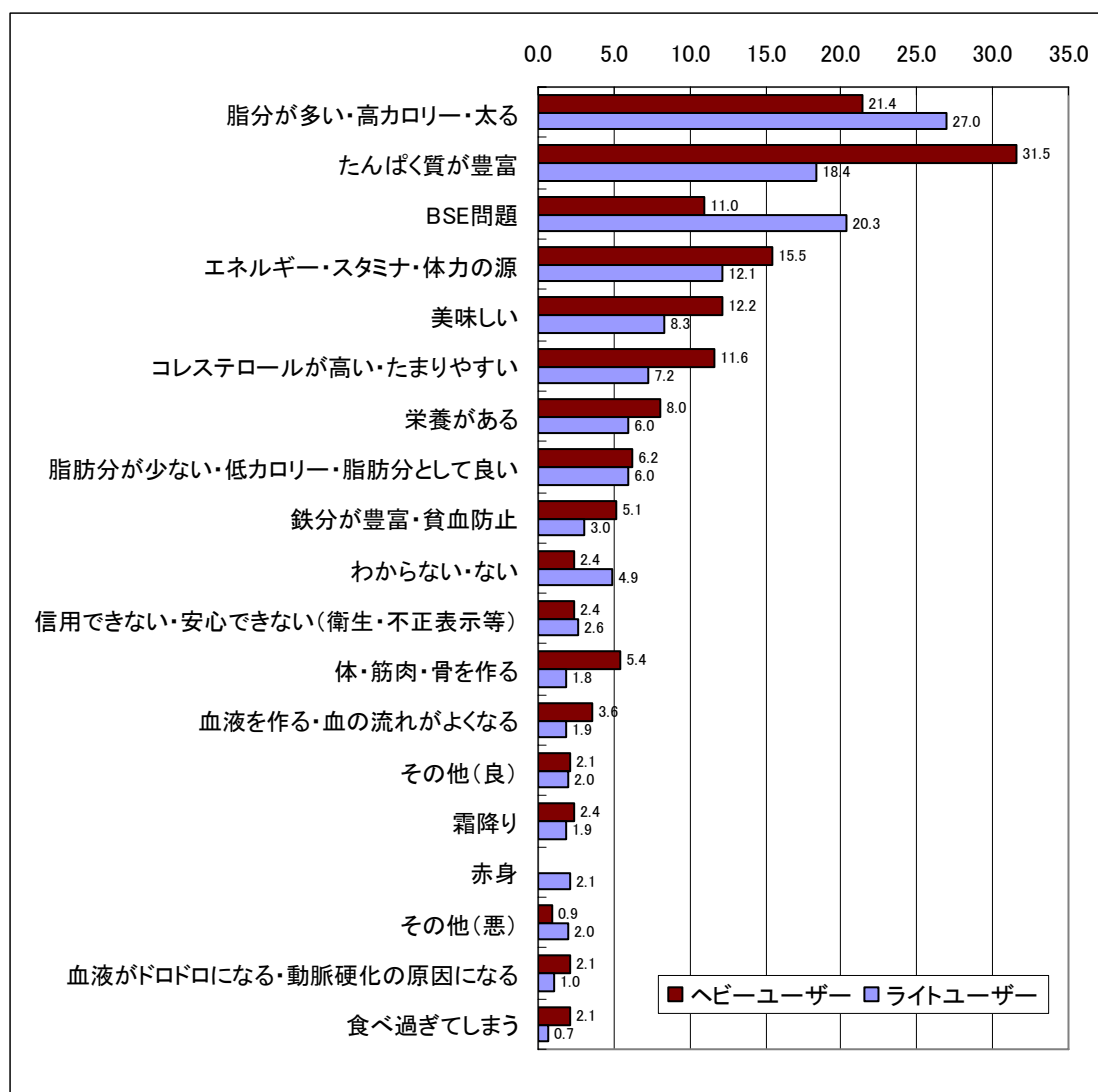
2. 1. 牛肉に対する回答出現率

牛肉の場合、「週2回以上購買した人」をヘビーユーザー、「週1回も購買しなかった人」をライトユーザー（ノンユーザー）として、2つのコントロールグループ間の比較分析を行っている。

回答出現率が5%以上の回答結果を「図表VII-2」に示す。

図表VII-2 「牛肉」の健康効果について

(単位:%)



ヘビーユーザー (n=336)、ライトユーザー (n=1027)

「牛肉」の健康効果について、ヘビーユーザーで最も出現率の高かったのは「たんぱく質が豊富」の**31.5%**である。ライトユーザーの出現率は**18.4%**なので、**13.1**ポイントと大きな差が見られる。

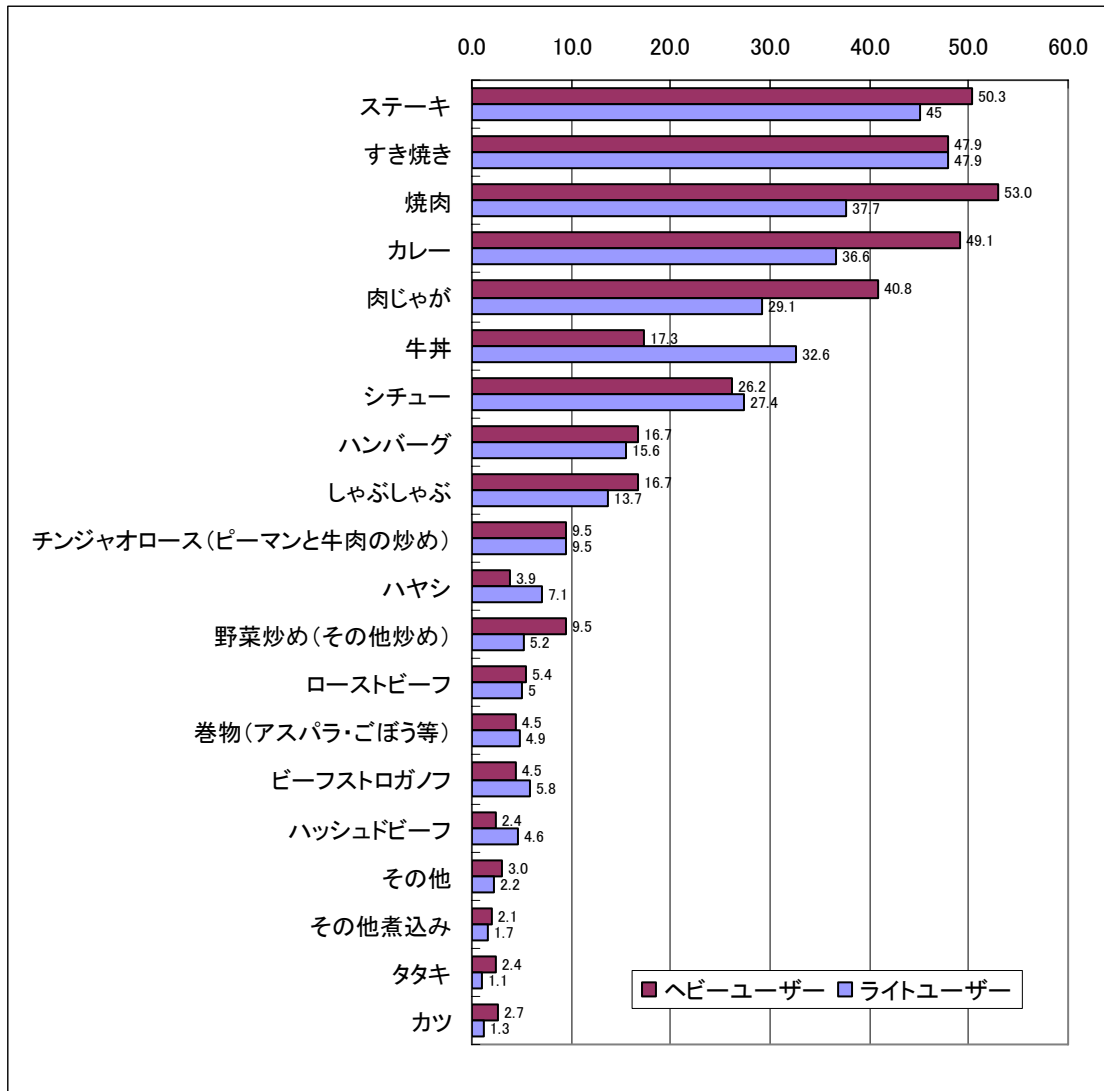
逆にライトユーザーで最も出現率が高かったのは、「脂肪分が多い、高カロリー、太る」というネガティブな内容の回答で、ライトユーザーの**27.0%**が回答している。「脂肪分が多い、高カロリー、太る」はヘビーユーザーでも**2**番目に出現率の高い内容で**21.4%**が回答している。

「**BSE** 問題」の出現率は、やはりヘビーユーザーよりもライトユーザーで出現率が高く、ヘビーユーザー**11.0%**に対してライトユーザーは**20.3%**が回答している。

それ以外の出現率が低い回答結果においても、全体的にヘビーユーザーの方が出現率が高く、ライトユーザーに比べ知識量が豊富であることが分かる。

図表Ⅶ-3 想起される牛肉料理

(単位:%)



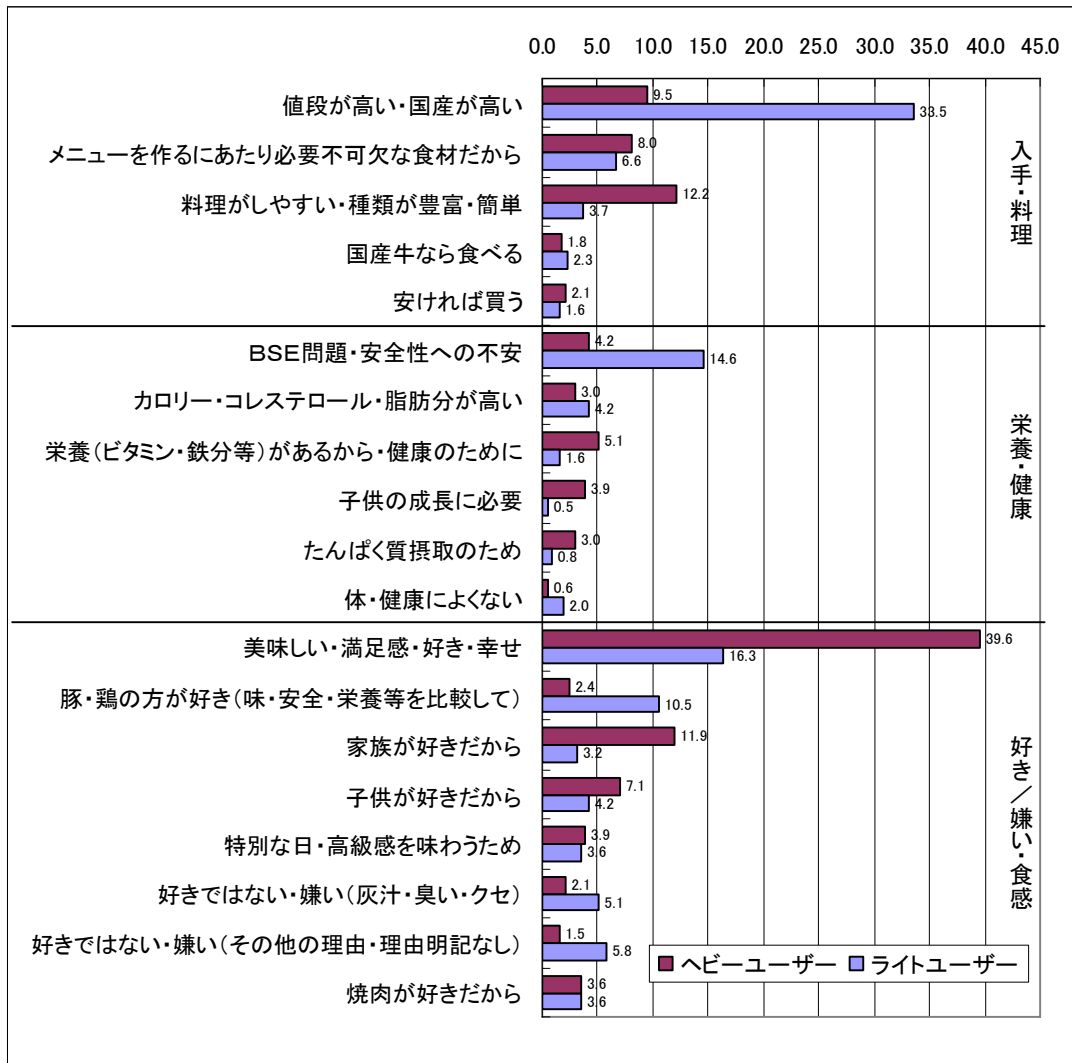
ヘビーユーザー (n=336)、ライトユーザー (n=1028)

全体的な傾向として、ライトユーザーに比べヘビーユーザーはメニューの知識量が豊富であることが分かる。特に出現率の差異が大きいメニューは「焼肉」「カレー」「肉じゃが」「ステーキ」の4品である。逆に「牛丼」に関しては、ヘビーユーザーよりもライトユーザーの方が出現率が高くなっている。

「豚肉」「鶏肉」での同様の傾向が見られるが、「カレー」のようにどの肉を使ってもよい料理の場合、ヘビーユーザーとライトユーザーの差が大きくなっている。

図表Ⅶ-4 牛肉を食べる理由／食べない理由

(単位:%)



ヘビーユーザー (n=336)、ライトユーザー (n=1032)

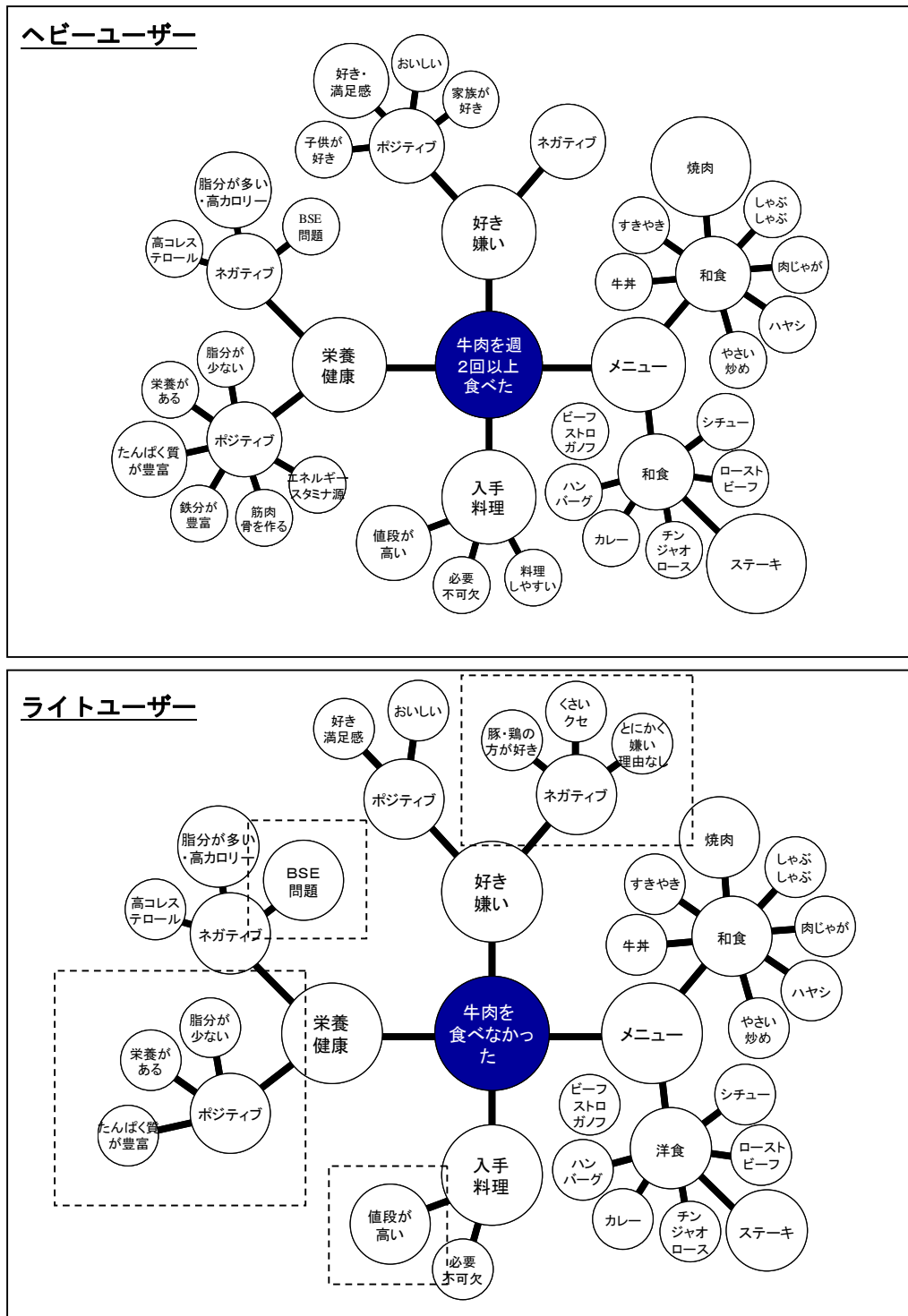
ライトユーザーの出現率が高い回答内容は、「値段が高い」と「BSE問題・安全性への不安」の項目である。この結果から、ライトユーザーは「牛肉」に対して“高くて安全性に不安のある食材”といったイメージを持っており、このイメージが購買を阻害していると考えられる。

また、ヘビーユーザーは「美味しい・満足感・好き、幸せ」といった回答が多く、逆にライトユーザーは「豚や鶏の方が好き」の回答が多いことから、当然のことながら好き／嫌いが購買頻度に影響していることが分かる。

2. 2. 「牛肉」の知識構造

これまでの回答結果を一つの知識構造マップにまとめて、ライトユーザーとヘビーユーザーを比較する。

図表Ⅶ-5 「牛肉」に関する知識構造マップ



「牛肉」に対する知識全体を比較すると、ライトユーザーはヘビーユーザーに比べて「牛肉」の栄養効果に関する知識量が乏しく、「BSE 問題」への関心が高いことが分かる。

また、ライトユーザーは「牛肉は値段が高い」というイメージを持っており、購買を阻害しているものと考えられる。

「牛肉」を使ったメニューに関する知識量には大きな違いは見られなかった。

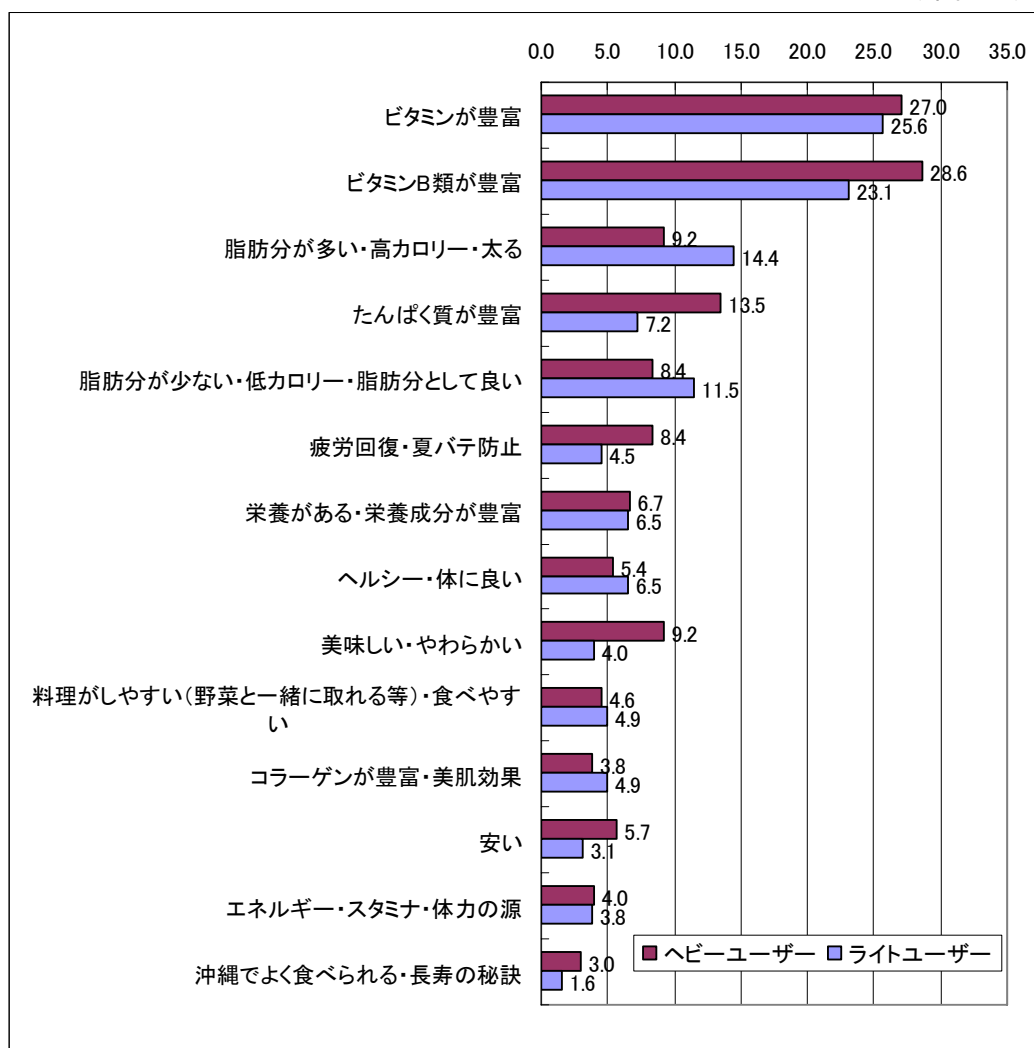
3. 豚肉に対する知識構造

3. 1. 豚肉に対する回答出現率

牛肉と同様に分析を行う。豚肉の場合、「週3回以上購買した人」をヘビーユーザー、「週1回も購買しなかった人」をライトユーザー（ノンユーザー）としている。

図表Ⅶ-6 「豚肉」の健康効果について

(単位:%)

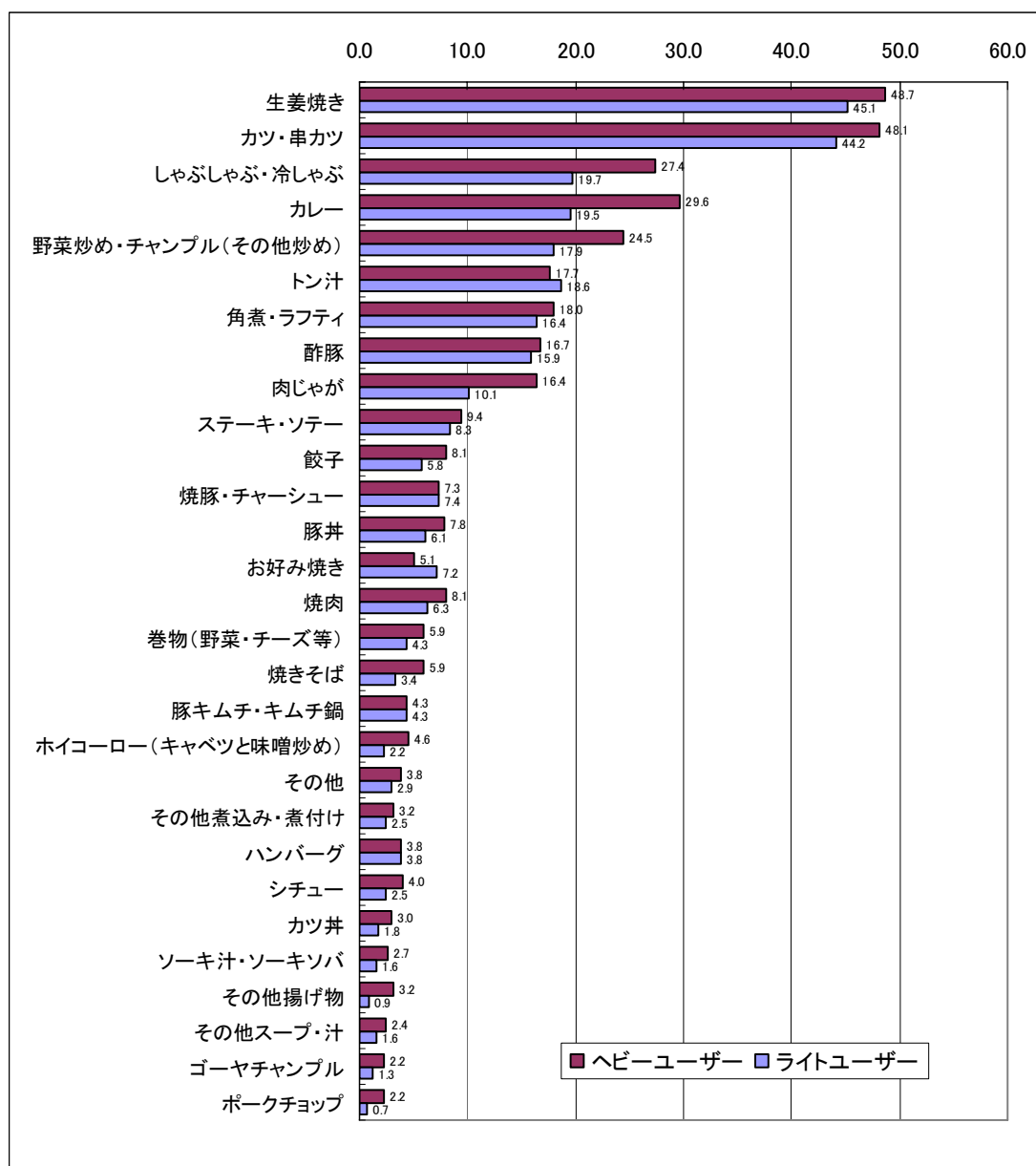


ヘビーユーザー (n=371)、ライトユーザー (n=445)

「牛肉」ほど健康効果に対する知識に差異は見られない。ヘビーユーザーは「豚肉がビタミン豊富」「たんぱく質が豊富」という知識の出現が若干高く、「脂肪分が多い、高コレステロール・太る」の出現率は低くなっている。

図表Ⅷ-7 想起される豚肉料理

(単位:%)



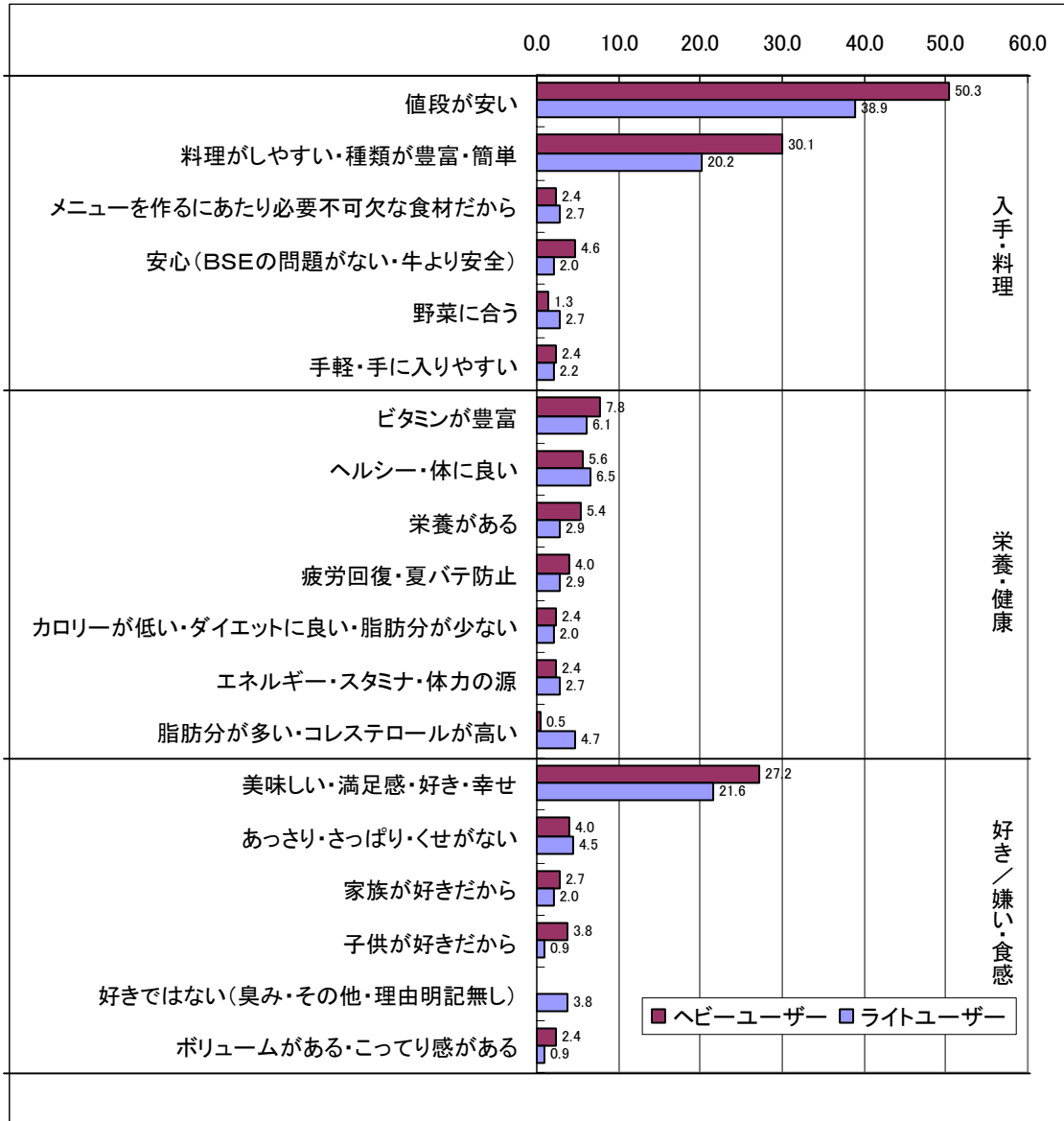
ヘビーユーザー (n=372)、ライトユーザー (n=446)

全体的に「豚肉」は「牛肉」に比べメニューが豊富である。

ヘビーユーザーとライトユーザーで差異がある回答は、「しゃぶしゃぶ・冷しゃぶ」「カレー」「野菜炒め・チャンプル」の3品でそれ以外のメニューに関しては、それほど大きな違いは見られない。

図表Ⅶ-8 豚肉を食べる理由／食べない理由

(単位:%)



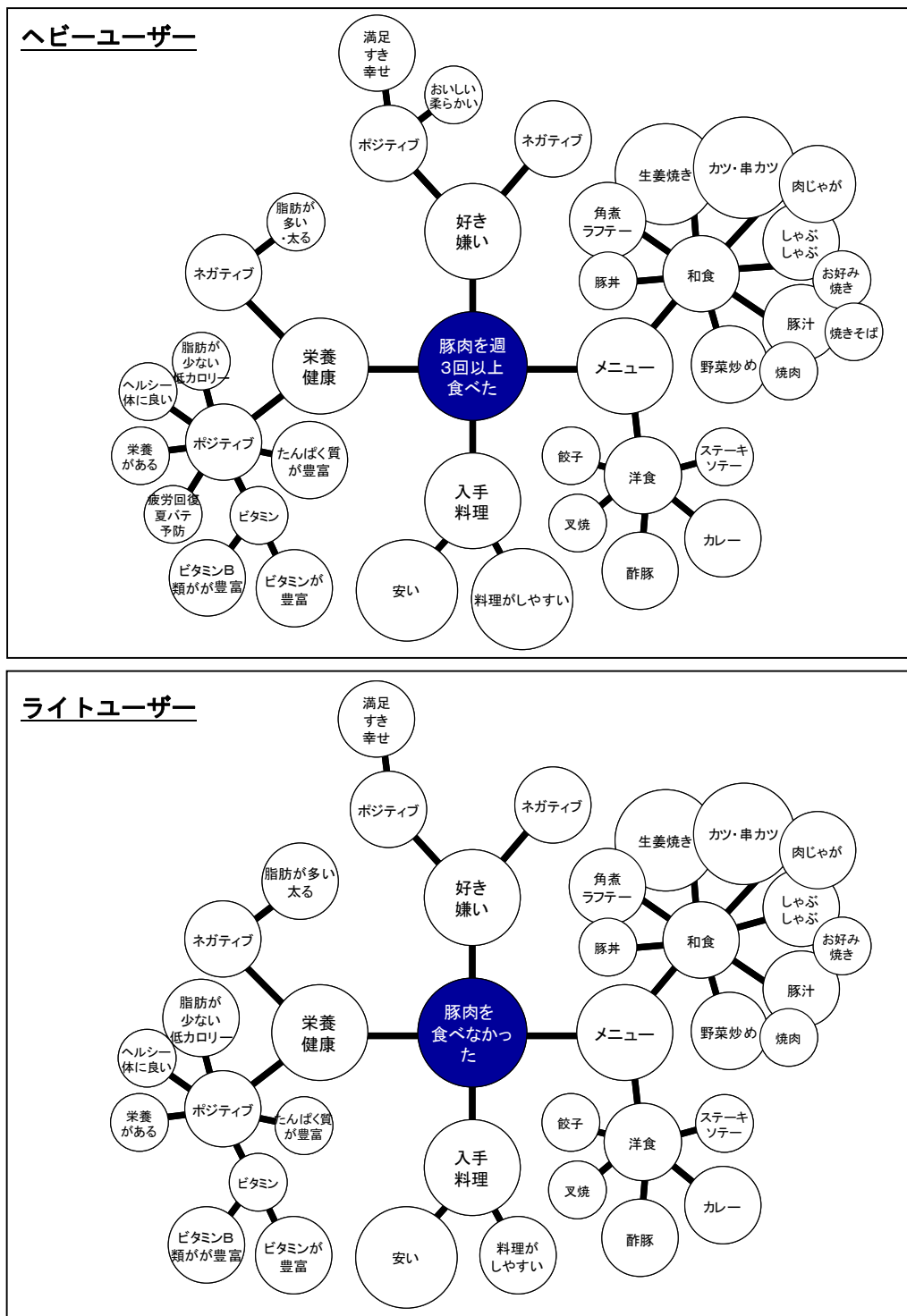
ヘビーユーザー (n=372)、ライトユーザー (n=445)

こちら「牛肉」ほどヘビーユーザーとライトユーザーの差異がないが、“安く料理しやすい食材”というイメージは、ヘビーユーザーの方がより強く持っているようである。このイメージが料理メニューの豊富さにも表れているのだと思われる。

3. 2. 「豚肉」の知識構造

これまでの回答結果を一つの知識構造マップにまとめて、ライトユーザーとヘビーユーザーを比較する。

図表Ⅶ-9 「豚肉」に関する知識構造マップ



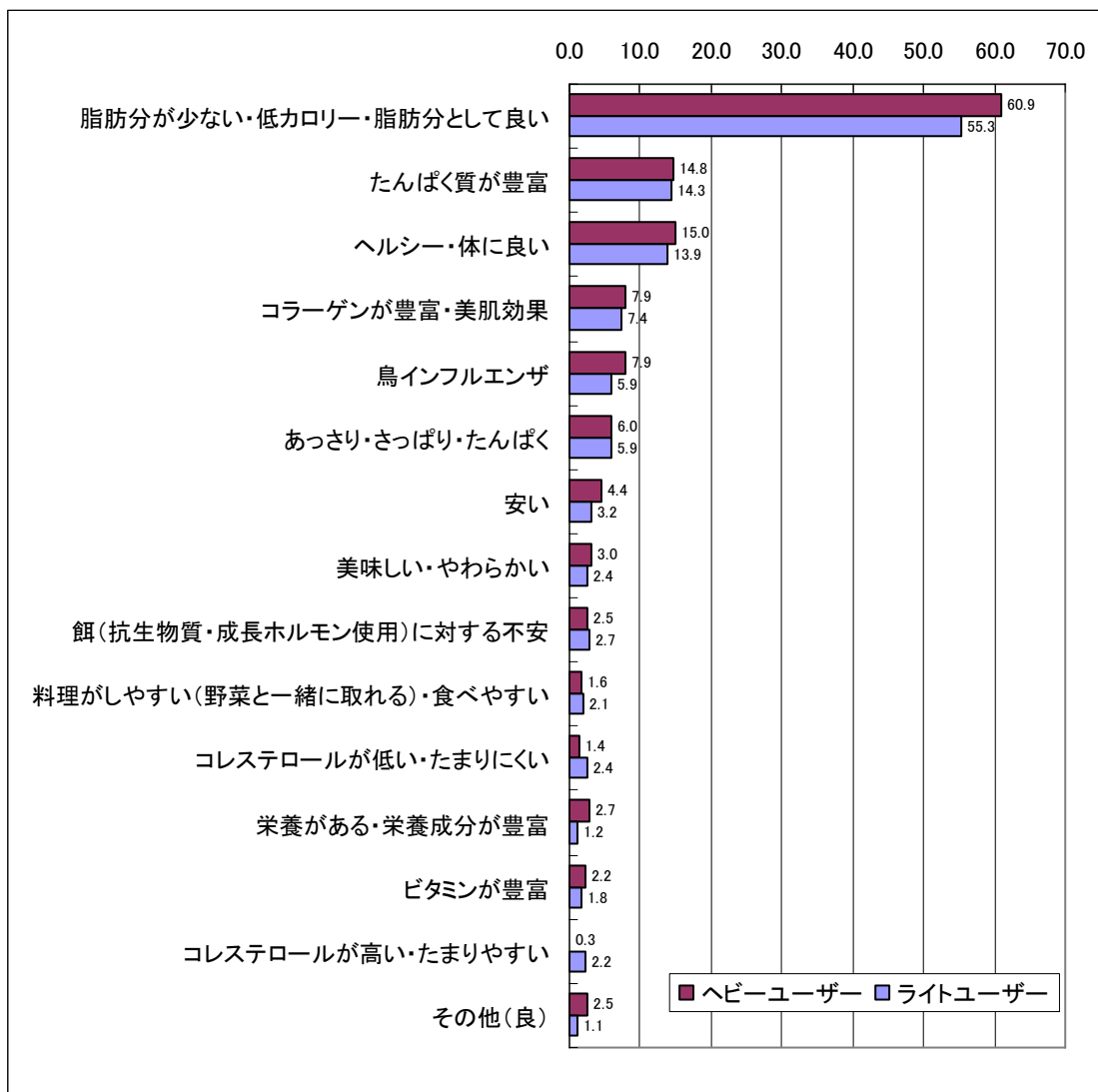
4. 鶏肉に対する知識構造

4. 1. 鶏肉に対する回答出現率

鶏肉の場合、「週 2 回以上購買した人」をヘビーユーザー、「週 1 回も購買しなかった人」をライトユーザー（ノンユーザー）としている。

図表Ⅶ-10 「鶏肉」の健康効果について

(単位:%)

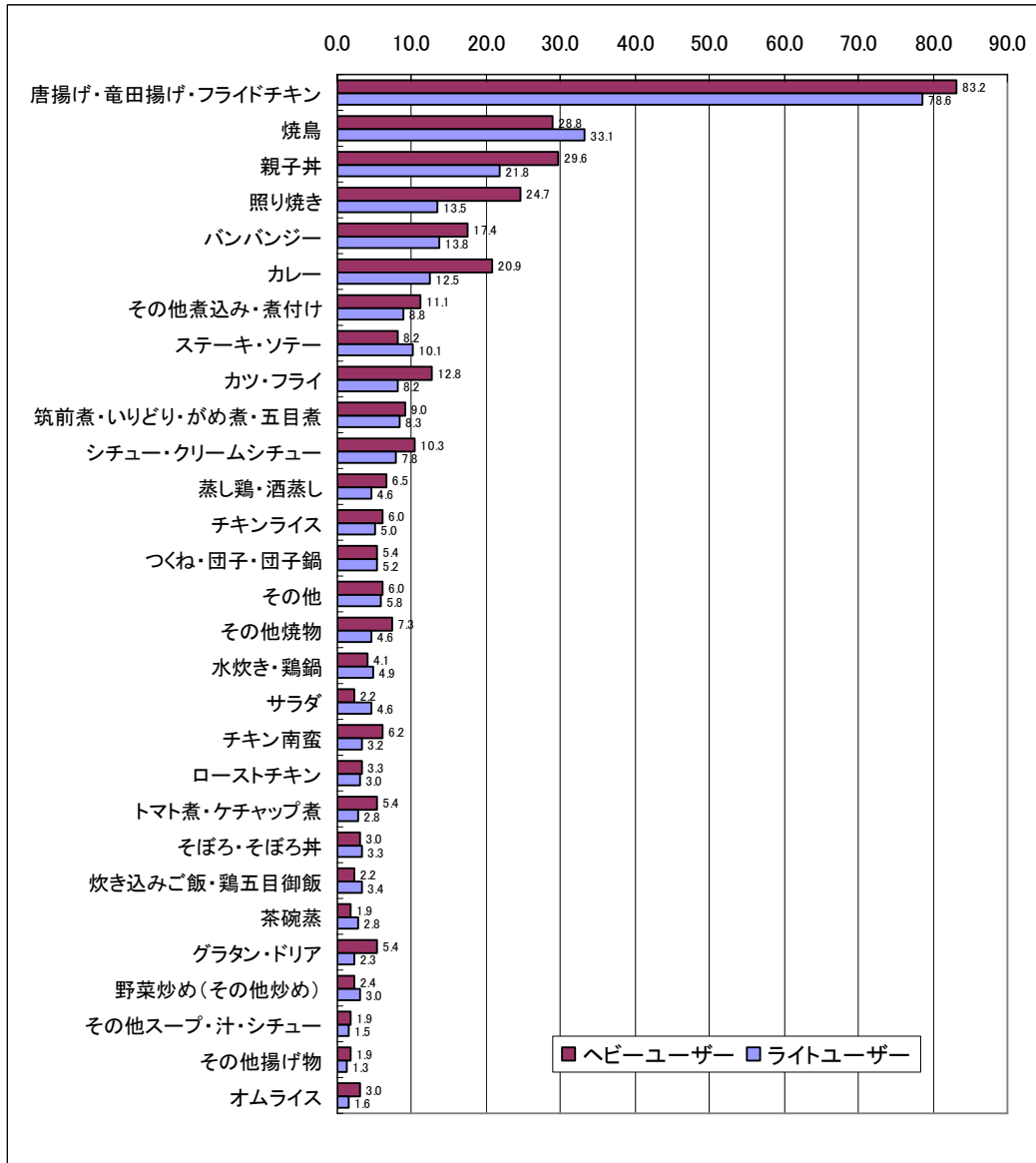


ヘビーユーザー (n=366)、ライトユーザー (n=819)

ヘビーユーザー、ライトユーザー共に「脂肪分が少ない、低カロリー」といったポジティブな健康効果に関する知識を有している。その他の知識に関して両者の違いはほとんど見られない。

図表Ⅶ-11 想起される鶏肉料理

(単位:%)

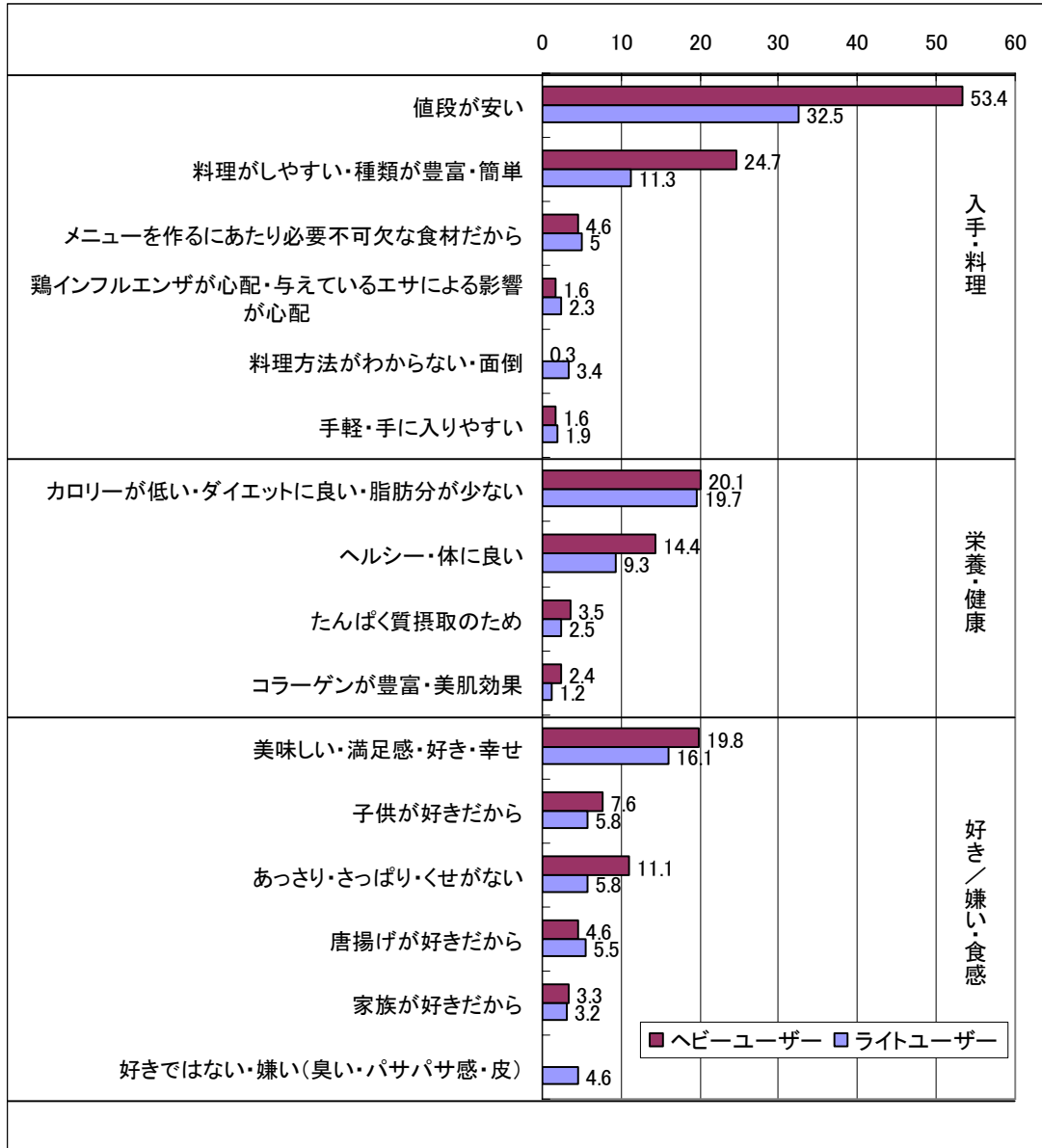


ヘビーユーザー (n=368)、ライトユーザー (n=821)

「鶏肉」に関する料理メニューに関しても、ヘビーユーザーとライトユーザー一間に大きな知識の違いが見られない。両者とも「から揚げ、竜田揚げ、フライドチキン」という最もポピュラーなメニューを一番に挙げており、出現率も約80%と非常に高い。

図表Ⅶ-12 鶏肉を食べる理由／食べない理由

(単位:%)



ヘビーユーザー (n=369)、ライトユーザー (n=824)

ヘビーユーザーはライトユーザーに比べ「値段が安い」「料理がしやすい」といったポジティブな意見の出現率が高くなっている。全体的にポジティブな意見が多く、ネガティブな意見はほとんど見られない。

4. 2. 「鶏肉」の知識構造

これまでの回答結果を一つの知識構造マップにまとめて、ライトユーザーとヘビーユーザーを比較する。「鶏肉」に関しては、料理メニューの知識量に若干の違いがあるが、それ以外で知識の違いがほとんど見られない。

図表Ⅶ-13 「鶏肉」に関する知識構造マップ

