

# 食肉加工品の 購買動機 についてきく



## ハムを買う頻度は 「1週間1回」36%

春、毎年のように各食肉加工メーカーからさまざまな新製品が発売される時期である。14年の加工品生産量をみると3.1%減で、7年連続の減少となった。品目別にみてもハム類の減少が7.9%と一番大きく、13年と比べて増加したのはプレス類の8.8%増のみ。今回の「ネットでアンケート」では食肉加工品、とくにハム、ソーセージに絞り、消費者の意見をきいてみた。加工品生産量の落ち込みが続く中で消費者はどのような意見、動機で、ハム・ソーセージを買っているのかをアンケートの中から探してみたい。

アンケートの有効回答数は1,294件。男女の割合は男性42.4%、女性57.6%と、女性の回答の割合が10%以上高かった。平均年齢は36.4歳。都道府県別の回答割合では東京、神奈川、大阪、千葉、愛知の順となった。

質問1 ハム（ロースハム、ボンレスハムなど）をどれくらいの頻度で買いますか。

1日1回.....	1.2%
3日に1回.....	11.8%
5日に1回.....	8.9%
1週間に1回.....	35.8%
2週間に1回.....	17.1%
3週間に1回.....	3.7%
1カ月に1回.....	12.7%
半年に1回.....	3.0%
めったに買わない.....	5.8%

**最も高い「1週間1回」  
「2週間に1回」17%**

ハムの買う頻度をきいてみた。間に1回」の割合が高く35.8%となった。次いで高かったのは「2週間に1回」の17.1%だが、その次に高かったのが、少し意外だが「1カ月に1回」の12.7%という結果になった。また「3日に1回」という回答割合も11.8%と1割以上の支持を得た。

購買時の量と料理用途による状況でこの購買頻度は変化してくる。では、ハムは購買時に買いだめ出来る商品なのだろうか。否。買いだめはする人は少ないだろう。では、料理用途による影響がこの購買頻度に現れているということだろう。

購買時の量と料理用途による状況でこの購買頻度は変化してくる。では、ハムは購買時に買いだめ出来る商品なのだろうか。否。買いだめはする人は少ないだろう。では、料理用途による影響がこの購買頻度に現れているということだろう。

質問2 ソーセージ（ウインナー、フランクフルトなど）をどれくらいの頻度で買いますか。

1日1回.....	1.9%
3日に1回.....	18.7%
5日に1回.....	8.1%
1週間に1回.....	38.9%
2週間に1回.....	18.4%
3週間に1回.....	3.3%
1カ月に1回.....	7.3%
半年に1回.....	1.5%
めったに買わない.....	1.9%

**ソーセージも高い比率「1週間1回」  
「3日に1回」が19%**

ここでも回答の割合が高かった。40%近い割合となった。次いで「3日に1回」の18.7%、「2週間に1回」の18.4%の順となった。「1カ月に1回」の割合は7.3%となり、「5日に1回」の8.1%よりも低い数字となった。

「1カ月に1回」の割合は7.3%となり、「5日に1回」の8.1%よりも低い数字となった。

ハムとソーセージの購買頻度の違いはやはり、料理用途の違いになってくるのではないだろうか。では、ハムの料理用途の幅広い提案を行えば、まだまだハムの購買頻度の伸びる余地はあるのではないか。



質問3 家庭で一番つくるハムを使った料理は。

サラダ	30.2%
ハムエッグ	24.4%
サンドイッチ	14.6%
ハムカツ	0.6%
他の食材と焼いて食べる	10.5%
ハムのみ、そのまま生で食べる	9.5%
ハムのみ、焼いて食べる	5.1%
オードブルの1品として	3.0%
その他	2.2%

**ハム料理の上位はサラダ  
次いでハムエッグ**

では、ハムの料理用途として、 だろう。一番回答の割合が高かったのは「サラダ」で30.2%と

3割以上の高い割合となった。次いで「ハムエッグ」の24.4%、「サンドイッチ」の14.6%の順に。「サラダ」と「ハムエッグ」の2つを合わせて50%以上、半数以上の支持を集めた数字となったが、この2つがハムを使った料理の大きな柱なら、この2つ以外に定番となるような料理の提案を行ってみてはどうか。



質問4 家庭で一番つくるソーセージを使った料理、料理方法は。

チャーハン	13.7%
ホットドッグ	9.0%
酒のつまみ	16.9%
夕ご飯のおかず	28.3%
子供のおやつ	4.3%
その他	27.7%

**ソーセージは夕食のおかず  
酒のつまみが17%**

回答の割合が高かったのは「夕ご飯のおかず」の28.3%で、次いで「その他」の27.7%、「酒のつまみ」の16.9%の順となった。ハムで回答割合の高かったサラダやハムエッグはどちらかといえば、朝のメニューといえるが、ソーセージは「夕ご飯のおかず」「酒のつまみ」といった夜のメニュー的な物の支持が高かったといえる。

質問4 家庭で一番つくるソーセージを使った料理、料理方法は。

焼く	61.8%
ゆでる	30.0%
煮る	3.5%
生	2.5%
揚げる	0.6%
その他	1.7%

**ソーセージのトップは「焼く」  
2番目に「ゆでる」**

ソーセージを使った「料理」で「その他」の回答の割合が高かったが、ではどのような食べ方に人気があるのか。アンケートでは「焼く」の割合が高く、61.8%と半数以上を占めた。次いで「ゆでる」

の30%だが、倍以上の差がでてい  
る。だが、この2つを合わせると  
90%を超える数字となり、回答者  
の大多数が、この2つに集約され  
た料理方法でソーセージを食べて  
いることになる。

「焼く」とはやはりステーキ風、  
あるいは子供たちの弁当のおかず

の「タコ」に代表されるような食べ  
方か。では「ゆでる」はどうか。粗  
びきで皮つきソーセージ、「パリッ  
とした食感も味わえるようなソーセ  
ージの代表的な食べ方であろう。

「生」の回答の割合が低かったのは  
意外である。「酒のつまみ」の回答割  
合が高かったので、サラミに代表さ

れるようなソーセージが食され、  
もう少し「生」で食べるという回  
答の割合が高くなるかと思われた  
が、2.5%と5%にも満たない数字  
となった。「酒のつまみ」に食され  
るソーセージも「焼く」「ゆでる」の  
料理方法でテーブルに並べられる  
ことが多いのだろうか。

質問5 ソーセージ（ウインナー）の家庭用と弁当用の利用の  
頻度の割合は。

家庭用	71%
弁当用	29%

**ウインナーは家庭用7割  
弁当用は3割を占める**

ソーセージはハムに比べて弁当  
に利用される機会が多い。では、  
その家庭用と弁当の割合はどれく  
らいなのか。

家庭用が71%と弁当用の倍以  
上の数字となっている。

質問6 ハム、ソーセージを買う場  
合、購入の決め手となるポイ  
ントは。

味覚	35.3%
商品の量	3.1%
価格	28.9%
安全性（添加物の少なさなど）	15.1%
メーカー名	6.4%
料理用途	2.7%
店頭での試食などのイベント	3.8%
店頭でのPOP	0.6%
パッケージのみた目	0.9%
商品のみた目	1.2%
テレビコマーシャル	1.0%
その他	1.0%

**決め手は「味覚」35%  
「価格」も29%のシェア**

「味覚」の回答の割合が高く  
35.3%となり、次いで「価格」の  
28.9%、「安全性」の15.1%の順と  
なった。これはやはり順当といえ  
る回答の割合だろう。「味覚」「価  
格」「安全性」の3つの柱はハム・  
ソーセージに限らず、どの食材を  
取っても不変のポイントといえるだ  
ろう。



## アンケートによる各加工メーカーの好きな商品とその理由

日本ハム		
	商品名	理由
28歳、女性	森の薫りボンレスハム	おいしさと値段。
48歳、女性	森の薫り	スモークの薫りと味がおいしいから。
32歳、女性	森の薫り	量がちょうどいい。何にでも合わせやすい。
33歳、女性	森の薫り	さっぱりとした味わいで軟らかくておいしい。サラダに使ってもほかの具材と調和してくれるし、そのまま食べても十分おつまみになる。
34歳、女性	森の薫り	くせがなく、くさみがなく、食べやすい。
43歳、女性	シャウエッセン	ゆでたシャウエッセンおいしいです。パッキと口の中ではじめて、肉汁が出てきて最高！
34歳、女性	シャウエッセン	食感が好きなので、よく焼いて食べます。スープに入れたりします。
33歳、女性	シャウエッセン	“ぱりっ”とした歯ごたえが好き。
27歳、女性	シャウエッセン	子供が食べやすい大きさとオムレツ、玉子焼きなどにもそのまま使える大きさなので。ゆでたときのパリッとした食感が一番いいような気がする。
29歳、女性	シャウエッセン	歯ごたえ、うまみが気に入っている。
32歳、女性	シャウエッセン	あらびきの元祖だと思います。ゆでても香りが残るし、カラシがとても合います。我が家の定番です。

伊藤ハム		
	商品名	理由
32歳、女性	薄切りロースハム	使いやすいから。
32歳、女性	ロースハム 3パック	少量ずつパッケージされている方が鮮度が良さそうです。
30歳、女性	超うすぎり	朝食など、ヘビーなハムが食べたくないときなど、薄くて食べやすいので気に入っている。
40歳、男性	朝のフレッシュロースハム	少量パックで、朝食に便利であり、味もいいから。
37歳、女性	薄切りホワイトロース	パンにはさんでもサラダに入れてもいいから。
34歳、女性	アルトバイエルン	皮に歯ごたえがあり、中もジューシーなので好きです。スープによく使いますがとても味が出でおいしいです。
33歳、女性	アルトバイエルン	あまりソーセージを食べないわたしですが、おいしかったのでよく買います。
29歳、女性	アルトバイエルン	皮がパリッとなっていて、ゆでても焼いてもおいしい。
28歳、女性	アルトバイエルン	パキッと音がするのを想像してつい買ってしまいます。主人も大好きですし…。
36歳、男性	アルトバイエルン	CMが好き。
43歳、女性	アルトバイエルン	食感がいいのと、味が良い。ゆでるのが家族全員好きなので、ファミリー向けにちょうど良い価格で、おつまみや、ポトフなど、何でもいけるから。

丸大食品		
	商品名	理由
34歳、女性	ロースハム	値段が手ごろなのと、味が好みなので。
40歳、女性	減塩スライスハム	子供が大きくなるにつれて、食品の添加物や塩分が気になり始め、ハムも塩分の少ないものを使いたいと思います。
34歳、女性	ロースハム	ちょっと薄めのカットだけどおいしいから。
40歳、女性	薄塩ロースハム	30%減塩の言葉。
35歳、女性	燻製屋	くせがなくおいしい。子供に受けがいい。
33歳、女性	燻製屋	味、食感が好きだから。
46歳、男性	燻製屋	スーパーの試食でおいしかったから。
30歳、男性	燻製屋	焼き肉をする際に一緒に焼くととてもおいしいです。皮のプリプリ感と燻製の香りがたまらなく好きです。
32歳、女性	燻製屋	そのまま食べても、おいしいし、おかずが少ないときの1品になる。

プリマハム		
	商品名	理由
34歳、男性	3連のもの	1回分にちょうどいい。値段も手ごろ。
34歳、女性	ロースハム	小分けで使いやすい。
32歳、男性	ロース生ハム	塩気がちょうどよくて食べやすいからです。
45歳、女性	香薫	おいしいし、プレゼントキャンペーンをやっているから。
47歳、女性	香薫	規格が特級であることと、ジューシーでおいしい。息子がこれだと食べない。
45歳、男性	香薫	いつもスーパーで安い。歯ざわりがいい。味もしっかりしている。
34歳、男性	赤いウインナー	お弁当の色合いにいい。子供も大好き。
32歳、男性	ポークあらびき	湯がいて食べるんですけど、中からでる肉汁がとてもおいしいからです。

◆各社の商品名は出来る限りアンケートに記入のあった商品名を記入しております。

**まとめ** 冒頭でも加工品生産量が7年連続で減少していると述べたが、アンケートをみる限り、ハム、ソーセージの購入頻度はこちらで予想したよりも低いといえる。ハム、ソーセージとも「1週間に1回」の割合が一番高く、ハムに至っては「1カ月に1回」の割合が1割を超えている状況だ。とくにハムは朝のメニューのイメージが強いだけに、もう少し頻度が高くなっていいのではないかと購入頻度を伸ばすためには「料理提案」も重要なポイントの1つであろう。朝の料理は手間がかけられない。手間をかけずにつくれるような「おいしいハム料理」。それが浸透すれば「ハム」の購入頻度は伸びるのではないかと。ソーセージはアンケートでみる限り、やはり「夜型」である。では夕ご飯のおかずとして、少し手の込んだ物、また酒のつまみとしてあまり手の込んでいない料理の2種類を提案してみてもどうか。