

米国産禁輸後の 利用状況について



小売と外食に分けてきく 有効回答数は 1,474 件

昨年末に端を発したBSEによって、米国産牛肉の輸入停止はいまだ続いている。解禁の時期についてはさまざまな情報、憶測が飛び交ってはいるが、具体的なその時期はまだみえてこない。その間、牛丼チェーンから牛丼が消え、牛タン提供に苦慮する焼き肉チェーンもでてきている。量販店においても同様で、夏場の焼き肉の最盛期に、その焼き肉を中心とする品づくりに苦心している店舗・企業も多いときく。そこで今回の「ネットでアンケート」ではその状況を踏まえ、消費者の利用状況について焼き肉商材を中心に小売、外食に分けてきいてみた。米国産牛肉の輸入停止下でのどのように変化をしたのかを探ってみよう。

アンケート実施時期 8月下旬。有効回答数 1,474 件。平均年齢 36.6 歳。男女の比率は女性が 51.5%。男性は 48.5%。回答件数の多かった上位 10 都道府県は東京、神奈川、大阪、愛知、埼玉、千葉、兵庫、北海道、福岡、静岡であった。

Q 1 米国産牛肉の輸入停止に伴い、牛肉の購買量は？	
増えた	0.5%
減った	41.3%
変わらない	55.8%
無回答	2.4%

牛肉の購買量「変わらない」56% 「減った」も 41% 占める

米国産牛肉の輸入停止下での消費者の牛肉購買状況をきいてみた。アンケートによると「変わらない」と回答が一番多く、55.8%と半数以上を占めた。ただし「減った」との意見も多く、41.3%と 4 割

以上にのぼり、アンケートみる限り牛肉の販売はかなり厳しいように思える。ではこの質問を女性の年代別にみても。20~39歳の女性では「変わらない」との意見が41.7%と「20~39歳」の女性に比べて高くなっている。

い」との意見がやはり55.9%とやはり半数以上になり、「減った」との意見も41%とかなり高い。40歳以上の女性の意見では「変わらない」が57.4%と「20~39歳」の女性に比べて若干高くなっている。だが「減った」との意見も41.7%と「20~39歳」の女性に比べて高くなっている。

実際に買い物する機会が多い、女性の年代で、「減った」と感じている意見が4割以上を占めているのは、牛肉販売にとって大きな問題であろう。

Q 2 米国産牛肉の輸入停止に伴い、家庭で行う焼き肉、ステーキなど肉料理の回数（1カ月単位）は？	
増えた	0.9%
減った	40.1%
変わらない	56.6%
無回答	2.4%

焼き肉、ステーキ料理「減った」40% 「変わらない」が 56% と多い

牛肉の中でも米国産牛肉への依存度が高かった焼き肉とステーキ。

家庭ではどのように変化したのだろうか。

この質問もQ1と同じような割合となった。「変わらない」の割合が一番高く、56.6%となっており、「減った」との回答も40.1%と4割を超えている。やはり「減った」との回答が4割を超えており、牛肉の焼き肉・ステーキ売り場の苦戦がこのアンケートからもみてとれる。

では女性の年代別にこの回答をみると「20~39歳」の女性で「変わらない」と回答があったのが56.7%、「減った」との回答が39.5%となり、「減った」との回答が4割を切っている。

「40歳以上」の女性の回答をみると「変わらない」との回答は56.4%と、「20~39歳」の女性とほぼ変わらない数値になっているが、「減った」との回答が42.6%となり、3.1ポイント「20~39歳」の女性よりアップしている。これは焼き肉が好まれる年代とそうでない年代との差がでてきているのだろうか。



Q3 「Q2」で「減った」と回答された方におききます。どのくらい、減りましたか（1カ月単位）？	
半分以上減った	26.0%
半分くらい減った	32.1%
3分の1ほど減った	33.0%
それほど減ってはいない	9.0%
無回答	0.0%

最も多い「1/3ほど減った」 次いで「半分くらい減った」

具体的に焼き肉、ステーキはどれくらい減ったのか。「3分の1ほど減った」との回答が一番多く33%となり、次いで「半分くらい減った」の32.1%と、2つの回答とも同じような数値となった。ただ「半分以上減った」との回答も26%と3割近い数字になっており、その深刻さがうかがえる。ただ「それほど減ってはいない」との回答が9%と率は低いものの、減っていないことは救われる。女性の年代別にこの回答をみると、「20～39歳」の女性では「3分1ほど減った」との回答が一番高く32.6%となっているが、「それほど減ってはいない」との回答が12.3%となっており、1割を超えており、全体の平均と比較しても3%以上高くなっているのは、小さな救いなの

かもしれない。「40歳以上」の回答をみると、やはり「3分の1ほど減った」の回答が高く40.4%と4割を超える数字となった。「20～39歳」の女性との女性と比較しても高め回答割合だが、これを「Q2」の回答と併せて考えるみると1カ月間で焼き肉、ステーキを家庭で行う回数は、「20～39歳」の女性と比較して減ったが、その減り方が以前と比べて、「3分の1ほど減った」という家庭が一番多いということになる。



Q4 現在、家庭で焼き肉をする場合、メインの産地、食材は？	
国産の牛肉	36.8%
豪州産の牛肉	15.7%
国産の豚肉	14.8%
あれば米国産牛肉	2.0%
外国産の豚肉	0.9%
とくに決めていない	27.5%
無回答	2.2%

「焼き肉」で国産使用増える 「あれば米国産」は2%に

米国産牛肉の枯渇から、各量販店とも焼き肉アイテムづくりには苦勞をしているのが現状。そんな状況下で消費者が焼き肉を行う場合、選択するアイテムは？ アンケートの回答では「国産の牛肉」の回答が一番多く36.8%と、4割近い数字となった。次いで「とくに決めていない」との回答が27.5%となり、これは流動的な

回答であり、「国産の牛肉」に流れる可能性も含んでいる。あとは「豪州産の牛肉」15.7%、「国産の豚肉」14.8%の順。「国産の牛肉」の焼き肉アイテムでは米国産牛肉に比べて価格は高めとなって来るが、それでも人気が高いのは、品質以外に安心・安全面での浸透が進んでいるためであろう。

女性の年代別にこの回答をみると「20～39歳」の女性では「国産の牛肉」の回答割合が36.9%と、ほぼ全体の平均と同程度の割合だったのが、「40歳以上」の女性では「国産の牛肉」が43.6%となり、4割以上の数字に。年代が上がるにつれ、国産の牛肉の信用度が増しているようだ。

Q5 米国産牛肉・内臓肉の輸入停止により、内臓肉（タンやハラミ、レバーなど）の売り場が、様変わりしております。現在、家庭で焼き肉をする場合、内臓肉のメインとしているのは？	
国産牛の内臓肉	24.9%
豪州産の内臓肉	3.9%
あれば米国産内臓肉	1.0%
国産豚肉の内臓肉	5.9%
とくに決めていない	30.6%
食べなくなった	26.7%
無回答	6.9%

内臓肉「食べなくなった」27% 産地・品種「決めていない」は31%に

焼き肉アイテムの中でも、米国産牛肉の禁輸でとくに大きな打撃を受けたのが内臓肉。消費者は、その内臓肉についてどうみているのだろうか。回答の割合が一番高かったのが「とくに決めていない」の30.6%、次いで「食べなくなった」の26.7%、「国産牛の内臓肉」の24.9%の順となった。この中で「食べなくなった」との回答割合が26.7%と高いのは衝撃的である。タンなどは焼き肉の中でも人気アイテムである。それが、家庭で食べなくなったのはなぜか。BSE問題による「安全・安心」、「価格」「不

信感」などときまじまな理由が考えられるが、早くこの状態を脱せねばならない。

女性の年代別にみても。「20～30歳」の女性で一番割合が高かったのが「食べなくなった」の30.3%、次いで「とくに決めていない」の29.6%となっている。全体の平均より「食べなくなった」の割合が3%以上高くなっており、かなり深刻な状況であるといえる。

「40歳以上」の女性の回答割合をみると、さらに深刻度は増し、「食べなくなった」との回答が39.2%と4割近くまできている。全体の平均と比較してみても12%以上高いことになる。内臓は栄養価も高く、美容と健康には打って付けの食材。「安全・安心」などの問題と相まって、このポイントを強くアピールすれば、内臓肉離れも緩和するかもしれない。

Q6 現在、家庭で焼き肉を行う場合、商品を買う、一番の決め手となるのは？	
価格	29.7%
おいしいかどうか	26.1%
量	1.6%
産地がはっきりしている	38.3%
タレ付き、セット商品などの簡便性	1.8%
無回答	2.5%

焼き肉での選択「産地」が38% 40歳以上の女性では51%へ

一番回答の割合が高かったのが「産地がはっきりとしている」で38.3%と4割近い割合となった。次いで「価格」の29.7%、「おいしいかどうか」が26.1%と続いている。意外なのは「タレ付き、セット商品などの簡便性」の1.8%という回答割合の低さ。最近各企業・量販店がさまざまな工夫を凝らした焼き肉のセット商品の販売を

行っており、簡便性を訴えた商品が店頭で数多く並んでいる。そんな状況でこの数字の低さは、支持されていないのではなく、逆に簡便性商品の浸透ぶりを表しているのかもしれない。

では女性の年代別にこの質問の回答をみてみよう。

「20～39歳」の年代では「産地がはっきりしている」の回答割合が37.5%と全体の割合に近かったが、「40歳以上」の年代では50.5%と半数以上の割合を占めている。この割合の高さは、やはり「Q4」の質問の回答とリンクしているのかもしれない。

Q 7 売り場での焼き肉商品の減少から家庭の献立の現状は？	
困っている	14.0%
困ってはいない	81.6%
無回答	4.4%

焼き肉なくても「困らない」82% 「困っている」は14%

では、実際に消費者にとって焼き肉売り場のアイテムの変化は家庭の献立でどのような影響があるのか。アンケートの回答では「困ってはいない」との回答が8割以上を占めている。「困っている」との回答は14%と2割にも満たない。それほど焼き肉アイテムの変化はそれほど家庭の献立に影響を与えていないようだ。

Q 8 この何カ月かで食肉全体の価格は高くなったと感じましたか？	
食肉全体が高くなった	33.6%
牛肉だけ高くなった	14.3%
牛肉、豚肉が高くなった	12.8%
変わらない	26.0%
食肉全体が安くなった	3.1%
牛肉だけ安くなった	0.7%
牛肉、豚肉が安くなった	0.1%
無回答	9.4%

食肉全体が「高くなった」34% 牛肉が「高くなった」14%

“原料相場の高騰”。米国産牛肉の禁輸によって生じた影響の1つである。それが小売段階に跳ね返ることもあったのではと推測されるが、実際、買い物を行う人たちはどのように価格の変動を感じているのだろう。

アンケートの回答から得られる少しの安心は、「変わらない」という回答の割合が26%もあったこと。各店舗、各企業の仕入れ努力、販売努力が、この数字になっ



女性の年代別にこの回答をみると、「20~39歳」代の女性では「困っている」との回答が17.4%あり、「40歳以上」の女性の10.3%を上回っている。焼き肉というアイテムは、やはりどちらかという若い年代に好まれる料理のようだ。ちなみに「20~39歳」代の女性の「困ってはいない」との回答は79%で全体の値より若干下回っており、「40歳以上」の女性の「困ってはいない」との回答は86.3%となり、全体の値よりも上回っている。

ると回答した人を全て合わせると、60.7%と半数以上の割合を占めており、6割以上の方が何らかの食肉が高くなったと感じているわけだ。

米国産牛肉の禁輸からもうすでに半年以上が経過している。相場価格も発生当初よりは安定はしてきているだろう。現在の小売価格が標準の価格となりつつある状況で、年末に向けて、食肉の価格はどのように推移するのか。そして、輸入解禁後の食肉の価格変動を消費者はどうとらえているだろうか。

ているのかもしれない。ただ、「高くなった」と感じてい

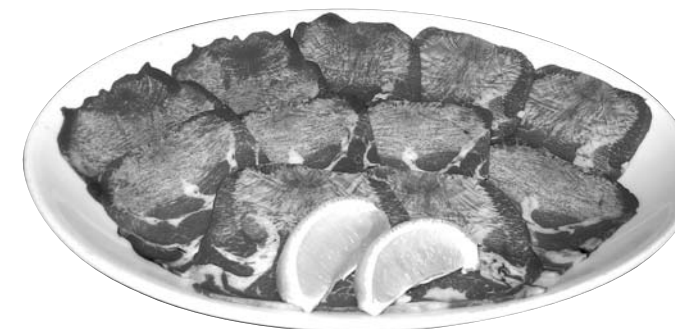
Q 9 現在、焼き肉店に行く回数は？（米国産牛肉の輸入停止以降、1カ月単位）	
変わらない	52.2%
増えた	2.6%
減った	40.8%
無回答	4.4%

焼き肉店の利用「変わらない」52% 「減った」も41%と高シェア

焼き肉店の品ぞろえも米国でのBSE発生後、大きく変わらざるを得なくなった。米国産の商品を国産や豪州産にシフトする、価格改訂の実施など。そんな中で、焼

き肉店に足を向ける回数ほどのように変わったのだろう。

アンケートでは変わらないとの回答割合が一番高く52.2%半数を占めた。ただ、次いで高かったのが「減った」



の40.8%となった。なぜ減ったのかは、次の質問で取り上げることにする。この質問

Q 10 質問9で「減った」と回答された方におききます。なぜ、減ったのですか。	
焼き肉店のメニューが変わったから	9.8%
価格が上がったから	22.2%
味が落ちたから	5.9%
食肉への不信感	36.1%
これといった理由はない	26.0%

焼き肉店「減った」は食肉への不信感 「理由なし」が26%

「食肉への不信感」がトップとなり、36.1%と3割以上の割合を占めた。ついで「これといった理由はない」の26%、「価格が上がったから」22.2%が続いている。やはり食肉への安全・安心に対する不信感は根強いのか。ただ、不信感

を男女別、年代別にみてみよう。

女性の「20~39歳」「40歳以上」、男性の「20~39歳」「40歳以上」に分けてみると、「変わらない」という回答の割合が一番高かったのは女性の「20~39歳」で54.9%。逆に一番低かったのは男性の「40歳以上」で47.9%となった。「変わらない」という回答で40%を切ったのは男性の「40歳以上」の世代のみであった。

「減った」との回答で一番割合が高かったのは男性の「40歳以上」で45.3%となり、一番割合が低かったのが女性の「20~39歳」で37.3%となった。

このアンケート結果をみると、女性の若い世代の人は、焼き肉店離れが進んでおらず、男性の「40歳以上」の世代は焼き肉店から若干足が遠のいているようだ。この世代を呼べるような工夫を焼き肉店は考えてもよいのではないか。

向へは向かうもの。価格面も経営努力などで解消はされるだろう。厄介なのが「これといった理由はない」というあいまいな回答である。対処の方法がないのが実情であろう。

男女の年代別にこの回答をみると、「食肉への不信感」との回答の割合が一番高いのが「40歳以上」の女性で44.3%と、他と比べて10%弱の差がでている。前述の質問4、5、6などの回答結果からもみえるように、食品の安全性などの問題に敏感な世代なのかもしれない。

Q 11 の 1 現在、焼き肉店で払う、1人あたりの平均金額は？	
全体平均値	2,788.5 円
女性	2,715 円
男性	2,867 円

Q 11 の 2 この金額は以前（米国産牛肉の輸入停止前）と比較して？	
1,500 円以上上がった	1.8%
1,000 円ほど上がった	7.2%
500 円ほど上がった	10.8%
それほど変わらない	66.4%
1,500 円以下上がった	1.5%
1,000 円ほど下がった	1.9%
500 円ほど下がった	1.4%
無回答	9.1%

焼き肉店での支払い 2,788 円 「以前と変化なし」が 66%

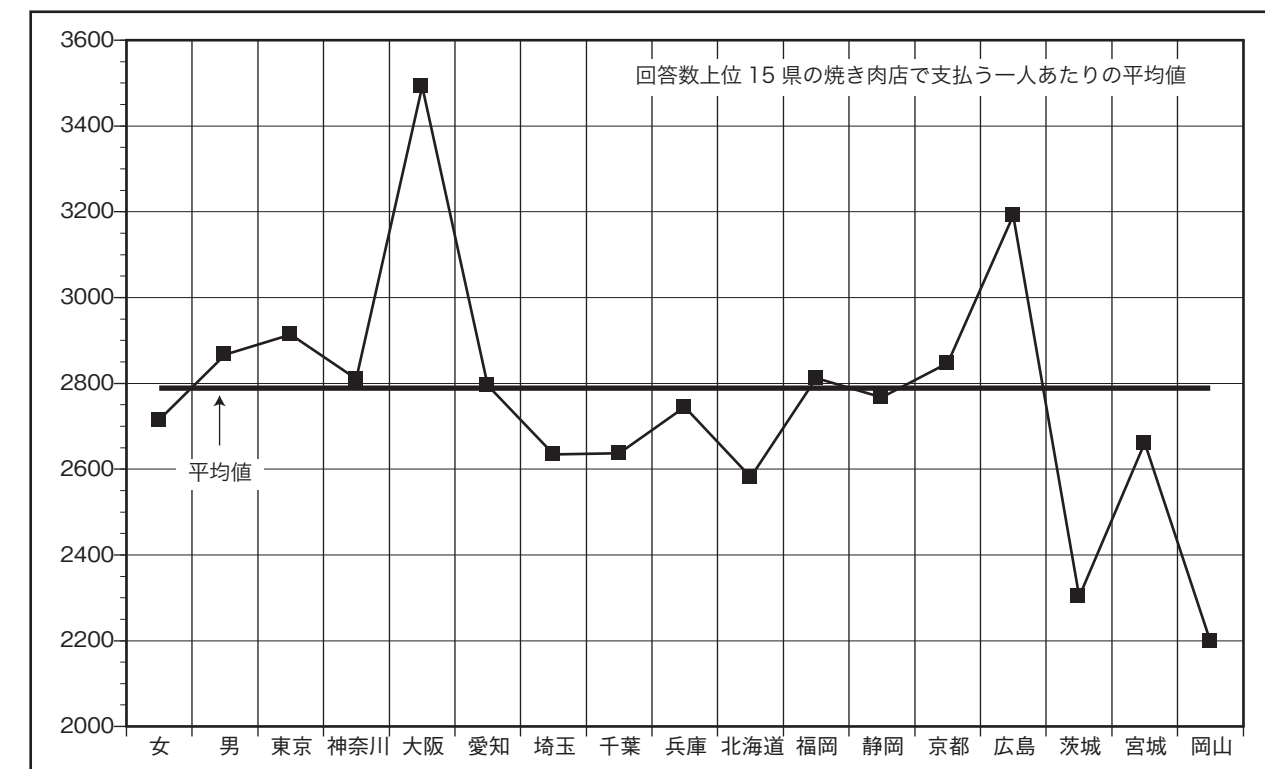
男性と女性の平均値で100円以上の差がでた。しかしもう少し男性の方が高いかと予想していたが、この価格差をみる限り、ほと

んどないといえるでは。それほど女性と男性の間で注文する商品に差がなくなってきたということか。

この平均値を今度は県別でみる。

回答件数の多かった上位15都道府県の平均値をみると、一番高かったのは大阪の3,492円で、次いで広島3,191円、東京2,914円、京都2,847円、福岡2,812円、神奈川2,810円、愛知2,795円、静岡2,767円、兵庫2,745円、宮城2,661円、千葉2,637円、埼玉2,634円、北海道2,581円、茨城2,303円、岡山2,200円の順となった。上位の大阪と下位の岡山では実に1,200円以上の開きがある。また2位の広島と岡山の差も900円以上の差が出ており、隣県でこの差は、なぜでるのだろうか。

価格の変動に関してしてみると、「それほど変わらない」という



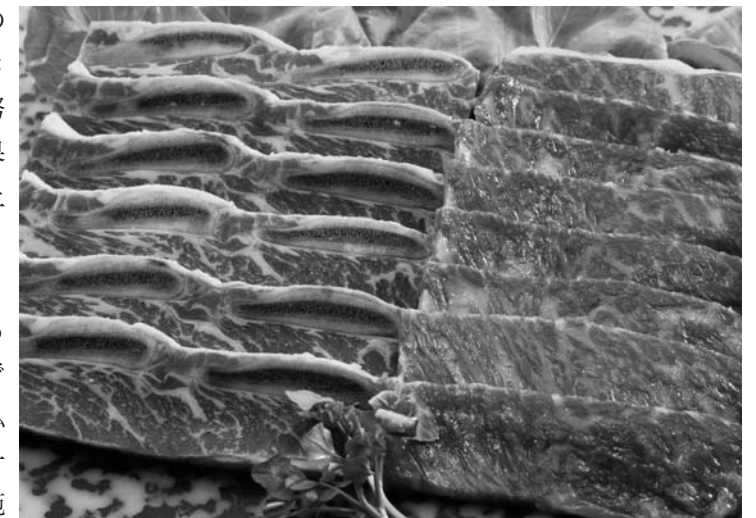
回答が66.4%と半数以上に。次いで多かったのが「500円ほど上がった」の10.8%となった。男女別、年代別にこの回答をみると、「それほど変わらない」の割合が一番高かったのが、女性の「20～39歳」で70%。次いで男性の「20～39歳」の世代が67.8%で続いている。

「500円ほど上がった」の割合が高かったのが女性の「40歳以上」で15.2%。次いで「40歳以上」の男性が12.9%で続く。

米国でのBSE発生以降、高値の相場が続いていた。そんな状況

下で、消費者が「それほど変わらない」との感覚を焼き肉店に抱いていたの

は、焼き肉店の努力の結果では。上がったと感じたとしても500円では、支払う側の十分許容範



Q 12 国際基準で、将来的に牛の腸（テッチャンなど）がBSEの危険部位とみなされ食べられなくなる場合があるかもしれません。その場合？

内臓肉（テッチャンなど）が好きなので困る	24.5%
困らない	44.4%
国際基準なのでしょうがない	18.0%
他の内臓肉で代用する	9.1%
無回答	4.0%

牛腸の食用禁止「困らない」44% 「困る」も 25%のシェア占める

OIEの基準で牛腸が危険部位（SRM）に指定されるかもしれないという状況。この事実をあまり知らない消費者も多いだろう。では実際、牛腸がSRMに指定された場合、消費者はどのような反応を示すのか。

「困らない」の回答割合が一番高く44.4%となり、次いで「内臓肉が好きなので困る」が24.5%で続いている。牛腸は好き嫌いの分かれやすい部位。牛腸が好きだという人が、このアンケート結果だと4分1ほどいるということか。では

もし、牛腸が危険部位に認定され、食用に出来なくなった場合、その4分の1の人のために焼き肉

店、小売店、量販店は牛腸に変わるアイテムを用意出来るだろうか。これに「他の内臓肉で代用する」という人を合わせ

ると33.6%になる。この3割以上の人が納得出来るようなアイテムがあるのだろうか。

男女別、年代別にこの回答をみると「内臓肉が好きなので困る」との回答割合が一番高かったのが、「20～39歳」の男性で29.5%。逆に一番低かったのが「40歳以上」の女性の15.7%。「困らない」の割合が高かったのが、「40歳以上」の女性で51%と半数以上の割合になった。低かったのが「20～39歳」の男性で41.6%に。男女間、年代間で回答の割合は全くの逆の反応となったわけだ。

