

米国での BSE についてきく



牛肉の購買が「減った」が 38%に 有効回答数は 1,456 件、平均年齢 36 歳

昨年末に発生した米国の BSE は年を越し、3 カ月以上を経過してもまだ、輸入再開の見通しは立っていない。米国産の輸入停止の影響は大きく、焼き肉店、牛丼店など外食業界のみならず社会へ及ぼした影響も少なくない。輸入再開を巡っては米国側と日本側の意見が並行線をたどり、いまのままで米国産牛肉の在庫が底をついた時点で市場から米国産の名は完全に消えていってしまう。

そこで今回の「ネット De アンケート」では米国での BSE 発生を受けて、消費者がどのようにその状況をとらえ、考えているのかを探ってみた。焼き肉、牛丼、ステーキなどと食生活に密接した米国産牛肉。アンケート結果からはどのような消費者の意識がみえてくるのだろうか――。

アンケート実施期間は 2 月の第 2 週から第 3 週。有効回答数 1,456 件。平均年齢 35.7 才。男女の比率女性 52.9%、男性 47.1%。都道府県の割合は東京 11.5%、神奈川 9.1%、大阪 8.7%、愛知 6.3%、北海道 6.0%。以下兵庫、埼玉、千葉、福岡、静岡の順。

質問 1 昨年暮れの米国における BSE の発生ニュースは、あなたにとって衝撃は大きかったですか。	
大きかった	37.2%
それほどでもない	60.1%
無回答	2.7%

この質問では純粋に米国での BSE についての衝撃度を探ってみた。回答では、半数以上の人「それほどでもない」と答えている。やはり平成 13 年に日本で BSE が起こり、それからカナダでも BSE が発生。悪い意味での慣れが生じ、BSE という言葉に対し

での“免疫”が出来ているのだろうか。

ただ、それでも 4 割近い人が「大きかった」と答えているのは、それまでの米国産牛肉への信頼度の高さを物語っているのかもしれない。「信用していたのに、まさか」の感がこの数字となって現れたのか…。

質問 2 米国での BSE 発生後、1 週間あたりの牛肉購買回数は？	
増えた	0.7%
減った	38.2%
変わらない	59.7%
無回答	1.4%

「減った」との回答が 4 割近くに上がった。この回答結果だけを見ると、購買動向に関して、米国

の回答をみると、女性の 30 歳以上 39 歳以下の割合が一番高く、回答の中で 26.1% を占めている。主婦として買い物に行く機会が多い年代だけに、この割合の高さは数字以上に大きな意味をもつかもしれない。

男性をみると、40 歳以上 49 歳以下の回答の割合が一番高く、16.2% という割合になった。

質問 3 牛肉の購買に際して産地を確認しますか？	
米国の BSE 発生以前から確認している	50.2%
米国の BSE 発生後から確認するようになった	17.3%
気づいたときに確認する	22.6%
確認はしない	8.3%
無回答	1.6%

日本での BSE 発生が社会的にも大きな問題となっただけに、や

「米国の BSE 発生以前から確認している」「米国の BSE 発生後から確認するようになった」「気づいたときに確認する」の数字をすべて合わせると産地を確認して購買する人は実に 9 割にもものぼる。

これは牛肉の「安心・安全」の基準として産地を重視している表れでもあろう。

質問 4 パックなどに貼られているラベルの表示はどこまで望みますか？	
国産か外国産（国名表記）か	30.5%
産地の都道府県名か外国の州名	45.3%
産地プラス生産者の名前か生産農家の名前	14.4%
気にしない	7.7%
無回答	2.0%

では消費者はラベル表示にどこまで求めているのだろうか。

この項目で一番回答の割合が高かったのは「産地の都道府県名か外国の州名」で 5 割近くの割合を占めている。次いで高いのが「国産か外国産（国名表記）か」で 3 割の人が回答している。また、生産者までと答えたのは 2 割にも達しなかった。

質問5 米国産牛肉の輸入が再開された場合の購買回数は？	
安全が保証されたのでこれまで以上に買う	2.8%
これまでと同じくらい買う	51.9%
以前と比較して買う量は減る	24.5%
買う量はかなり減るかもしれない	18.0%
無回答	2.8%

米国産牛肉の輸入再開後について、「安全が保証されたのでこれまで以上に買う」との回答が3%あり、「これまでと同じくらい買う」とり、合わせると54.7%と、半数以上の回答が5割をやや上回り、一上の数字にはなる。だが、反対に

質問6 米国でのBSE発生以前、家庭の食卓で輸入牛肉を使用する場合、米国産と豪州産の牛肉について。	
焼き肉は米国産、ステーキは豪州産というように料理用途で使い分けていた	4.8%
価格で使い分けていた	35.3%
味で使い分けていた	12.0%
米国産、豪州産ではなく輸入牛肉というくくりで買っていた	42.6%
無回答	5.3%

最大の輸入先国であった豪州と豪州産牛肉とを使い分けていたの米国。では消費者はこれまでどのような意識をもって米国産牛肉と回答によれば、使い分けに明確

質問7 米国産牛肉と豪州産牛肉の違いをどこに感じますか？

米国産の方が味が	良い	18.6%
	悪い	14.8%
	同じ	66.6%
米国産の方が価格が	安い	35.9%
	高い	9.6%
	同じ	54.5%
米国産の方が肉の色は	良い	14.6%
	悪い	14.5%
	同じ	70.9%

それよりも問題は買う量が減ると回答している割合ではないだろうか。

「以前と比較して買う量は減る」「買う量はかなり減るかもしれない」との回答の割合を合わせると、42.5%の人が「買う量を減らすかもしれない」と答えている。購買をBSE以前の水準に戻すにはこの4割以上の人の信頼回復が必須となってくるだろう。

な違いはないようだ。輸入牛肉という大きなくくりでみており、意識的に米国産牛肉を買う、豪州産牛肉を買うという人はその差別化を価格で判断している人が多いということだろう。

では米国産牛肉は豪州産牛肉と比較して消費者は高いと感じているのか、安いと感じているのか。それは次の質問7を参照してもらいたい。

一番差が出たのは価格で、米国産牛肉の方が安いと感じている人が3割以上あり、高いと感じている人との差は3倍以上となった。

一般に小売価格は米国産牛肉の方が高いと考えられているが、アンケート回答結果は、それとは逆である。これはなぜなのか。一つ考えられることは、使用頻度の差。アンケートでは料理用途でも米国産牛肉の方が多いとの回答が、少ないとの回答の3倍以上となっていることから、米国産牛肉の方が家庭での使用頻度は高いと考えられる。

家庭での料理用途の多さ、使用頻度の高さが、「割安感」のイメージを生み、定着させたのではないだろうか。

米国産の方がサシ（脂肪）は	良い	23.1%
	悪い	14.4%
	同じ	62.5%
米国産の方が料理用途は	多い	20.3%
	少ない	6.4%
	同じ	73.4%

質問8 あなたにとっての米国産牛肉の輸入再開の条件は

全頭検査のみ	46.7%
米国政府の定めた安全の基準が確かなら	18.5%
日米間の協議で合意されれば	21.6%
無条件で輸入を再開してほしい	3.0%
分からない	8.5%
無回答	1.7%

米国産牛肉の輸入再開については約5割の人が「全頭検査のみ」と回答。次いで「日米間の協議で合意されれば」が21.6%、「米国政府は消費者が望む、輸入再開の条件の定めた安全の基準が確かなら」

が18.5%となっている。

「全頭検査」については日本独自の基準であり、世界的な基準ではなく、食肉業界内では全頭検査について疑問視する声も多い。ではなぜ、「全頭検査」という割合が多かったのか。全頭検査が果たして最善の策なのかを考え直し、消費者の牛肉に対する安心・安全の確立が重要なポイントとなってくるだろう。

質問9 米国産牛肉は主に焼き肉やステーキ用のアイテムとして販売されてきました。輸入停止が延びた場合、家庭内での焼き肉やステーキの食べる頻度は？

他の外国産や国産牛肉を使うので、変わらない	38.0%
米国産牛肉がベターだったので減る	5.9%
他の外国産や国産牛肉（乳牛）を利用して増やす	8.4%
牛肉の代わりに豚肉や鶏肉をメインにして料理する	23.0%
米国産牛肉に比べて価格の高い和牛などを使い、その分回数を減らす	12.9%
分からない	10.2%
無回答	1.5%

「他の外国産や国産牛肉を使うので、変わらない」との回答の割合が一番高く38%となった。米国産牛肉以外の牛肉を使った焼き肉、ステーキの商品化はかなり進められてきており、アンケート結果に合致した流れとなってきた

。あとはいかに消費者を納得させ、商品・味を根付かせるかが問題であろう。

次いで高かったのは「牛肉の代わりに豚肉や鶏肉をメインにして料理する」で23.0%であるが、鳥インフルエンザの発生により、鶏肉

の購買意欲も薄れている状態では、豚肉への依存はかなり高くなっているに違いない。



米国産の内臓肉を使った家庭での焼き肉も姿を消してしまう

質問 10 米国産牛肉の輸入停止が牛肉の価格にも影響を及ぼしていますが、牛肉の価格が上がった場合、	
それでも、これまでどおり牛肉を買う	5.3%
値上がり幅をみて、買うかどうか判断する	46.0%
代わりに豚肉や鶏肉を買う	34.9%
代わりに食肉の加工品を買う	1.8%
代わりに魚を買う	6.4%
分からない	3.9%
無回答	1.7%

米国でのBSE発生当初と比べ「値上がり幅をみて、買うかどうか判断する」という意見が一番多いが、まだまだ、先行きは不透明であることには変わりがない。

質問 11 牛肉の価格が上がった場合、ふだん買っている価格より 100gあたりいくらくらい上がれば高いと感じますか。	
焼き肉用	95円
すき焼き用	112円
ステーキ用	141円

アンケート結果から平均値をとった数値が上記になる。ふだん、家庭での料理頻度が一番高いと思われる「焼き肉」が95円となっており、100円を超えると多くの人が

質問 12 BSEにおける特定危険部位を知っていますか？	
知っている	35.8%
知らない	14.0%
きいたことはあるが、詳しくは知らない	48.1%
無回答	2.2%

「知っている」との回答が35.8%。この数字はやはり低いのではないかと「知らない」と「きいたことはあるが、詳しくは知らない」を合わせると6割以上の人が特定危険部位について理解してい

は、いくらくらい上がれば高いと感じるのかは次の設問を参照してほしい。

2番目に割合が高かったのは「代わりに豚肉や鶏肉を買う」で、3割以上を占めており、上位2つの回答で8割以上の割合となっている。だが、「代わりに豚肉や鶏肉を買う」という回答はやはり、鳥インフルエンザが毎日のようにテレビで放映されている状況下では鶏肉は敬遠され、豚肉への依存は強くなっているといえるだろう。

高いと思われてしまう。この数字の違いはどこから出てきたのか。

やはり頻度の違いではないか。「焼き肉>すき焼き>ステーキ」家庭で行われる料理の頻度の違いを単純な式にしてみるとこのようになり、頻度が高くなればなるほど、高いと感じ取られる価格のラインは低くなっていくのではないかと。

はBSEにおける特定危険部位は流通することはないからです」と、具体的に強く訴えかければ説得力を生むのではないだろうか。



特定危険部位は食肉市場で焼却処分される

質問 13 スーパーや焼き肉店で扱っている「タン」や「ハラミ」「テッチャン」「レバー」などの大半が米国産だということを知っていましたか？	
知っている	35.2%
知らない	61.7%
無回答	3.1%

この回答結果は意外である。けられたいま、なぜ、「知らない」スーパーなどで産地表示が義務付

のか…。やはり家庭で使用されにくい部位であるからではないか。「タン」はシチューなどにも使われるが、「ハラミ」「テッチャン」「レバー」などは焼き肉限定ともいえる部位。焼き肉店でしか目がいかないから、産地の意識が薄くなったとも考えられる。

質問 14 焼き肉としてふだん家庭やお店で好んで食べているものは？

半数以上の支持を得たのが「カルビ」「ロース」「タン」の3品となり、やはりこの3品は焼き肉の定番

であろう。詳しくはグラフを参照してもらいたい。

