

# 1年の総決算、年末・年始商戦 消費者にことしの傾向をきく



## 正月によく食べる肉料理 1位はやはり「すき焼き」 年始の食品購買開始は1月2～4日ごろがピーク

食肉業界にとって活気をみせる年末・年始。しかし、最近では量販店各社の年始からの営業、顧客の年末・年始を利用した海外旅行、加えていまだ根強く残る不況の空気が実際の食肉の購買にどのように影響が及んでいるのだろうか。消費者の年末・年始の行動や財布事情、歳暮商戦といった幅広い観点から調査を行ってみた。

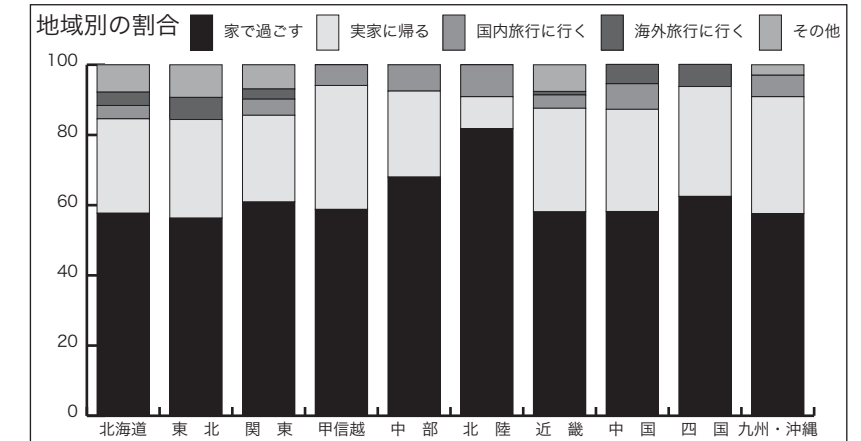
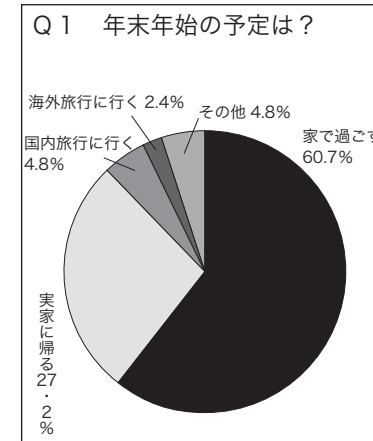
アンケートは9月中旬に実施。有効回答数は540件。男女の比率は女性が52.9%、男性が47.1%となった。年代別の割合は30歳代が43.3%、40歳代が23.4%、20歳代が19.9%。地方別の回答割合が高かった上位は関東地方が32.2%、近畿地方は19.4%、中国地方が10.2%であった。

### Q1 年末年始の予定は？

#### 「家で過ごす」が61% 国内外を合わせても旅行予定者は7.2%に

年末年始の予定としては、「家で過ごす」と「実家に帰る」というのが全体の9割弱を占める結果となった。また、各年代別でみると、「家で過ごす」と答えた割合上位は50歳代中70.6%、40歳代中61.9%、30歳代中58.4%、20歳代中54.2%と年齢が高い層ほど、自宅で過ごす傾向がみられた。逆に、「実家に帰る」と答えた各年代別割合上位は20歳代中33.6%、30歳代中29.2%、40歳代

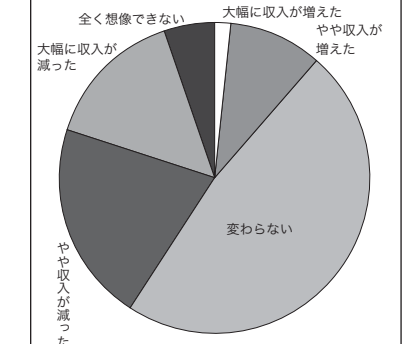
中28.6%、50歳代中9.8%となり、若い層ほど実家に帰る傾向があるという、ある意味、一般的な想像に近い結果となったといえる。そのほか、地方別でも、全体の割合と大きく離れることのない結果となったといえるだろう。



### Q2 ことしの収入状況は昨年と比較して変わりましたか？年末のあなたのお財布状況を想像してお答え下さい。

大幅に増えた	1.7%
やや増えた	9.8%
変わらない	47.9%
やや減った	20.8%
大幅に減った	14.8%
全く想像出来ない	5.0%

### Q2 ことしの収入状況は昨年と比較して変わりましたか？年末のあなたのお財布状況を想像してお答え下さい。

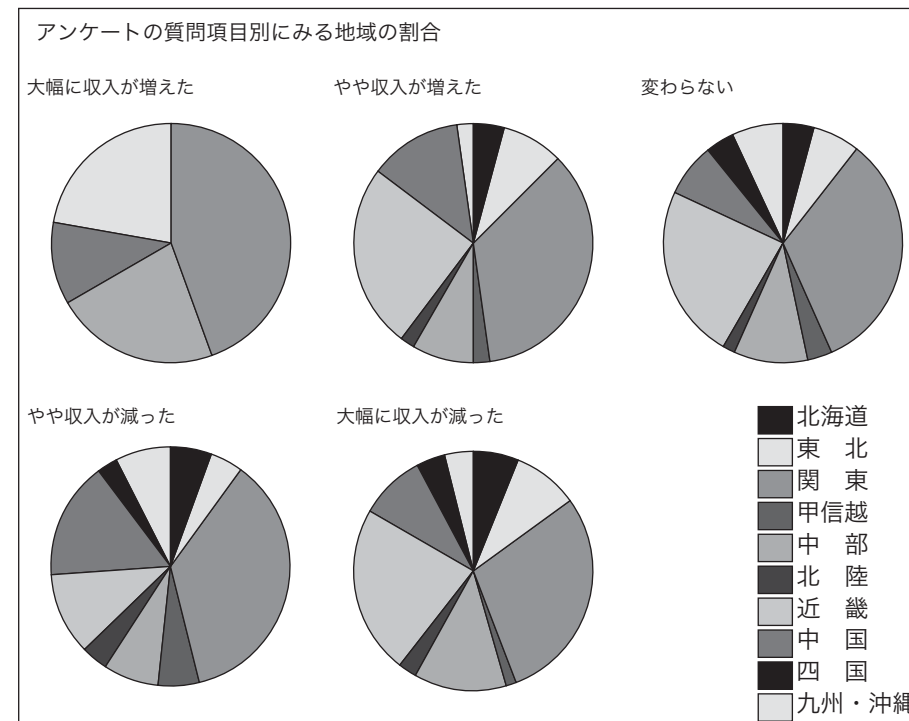


## 昨年と収入状況は「変わらない」が48% 景況感はずり増え結果に

一般的な市場の数値とは裏腹に、消費者の感覚はまだ不況感から抜け出せていないような結果となった。楽観的にみれば、昨年と収入を比較して「変わらない」が47.9%ということは、逆に不況感から抜け出しつつあるともいえるのかもしれないが――。

目につくのは、地方では収入が「増えた」と感じる割合が四国地方の0%を筆頭に、1割にも満たない点だ。収入が「減った」と感じているのも、北陸地方の54.6%や

中国地方の48.0%など地方で目立つ。これより、東京や名古屋といった景気のいいイメージが漂うエリアと、そうでないエリアでは食肉販売のアプローチの仕方も変えていくべきだろう。たとえば、都心部では「正月だからぜいたくをしよう」的な価格は多少高くても高級感の伴うものを。一方、地方では高級そうにみえながらも、比較的低価格のお値打ち感の高いものを積極的に販売するなど柔軟な戦略が効果的かもしれない。



**Q 3** 年末年始、お節やお雑煮といった、いわゆるお正月料理以外でよく食べたいメニューを3つ選ぶとしたら？

1位	お寿司	40.7%
2位	すき焼き	34.6%
3位	焼き肉	24.6%
4位	水炊き鍋	21.6%
5位	カレー ラーメン	19.0%
7位	カニ鍋	17.0%
8位	そば・うどん	15.3%
9位	しゃぶしゃぶ	10.4%
10位	ステーキ	9.4%
11位	ふぐちり	7.9%
12位	お好み焼き	7.8%
13位	餃子や八宝菜など家庭でいただく中華料理	7.6%
14位	定食にあるような和食	5.9%
15位	スパゲティ	5.2%
16位	焼き鳥	5.0%
17位	その他	3.9%
18位	居酒屋メニュー	3.0%
19位	グラタン	2.2%
20位	北京ダックなど高級中華	2.0%
21位	フレンチのコース料理 イタリアンのコース料理	1.7%
23位	オムレツ・ピラフ エスニック料理	1.3%



く傾向のある「お寿司」は堂々の1位であったほか、ちょっとぜいたくなイメージもある2位「すき焼き」、3位「焼き肉」という順となった。それ以降になると、家族そろっていただく冬のメニューの定番である鍋料理が並ぶ。また、CMなどの影響か、「カレー」が5位につけている。地方別にみると、メニューに偏りがある地域とばらつきが目立つ地域とがある。

また、11位以降をみると、どちらかというと日常的なメニューが並ぶ。推測するに、「お寿司」や「すき焼き」といったぜいたくなメニューを選びつつ、一方で「そば・うどん」というあっさりしたものも一緒に選んでいる傾向があるようだ。一方で、正月というぜいたくをしがちと思われる時期でも、フレンチやイタリアンといったコース料理にはあまり興味がみられない。レストラン側からみれば、予約がとれるようにするには、正月前から積極的なアプローチが欠かせないといえるだろう。

**正月に食べたいメニューは？  
地方によって謙虚なばらつきも……**

消費者が正月料理に飽きると、何を食べたいのかということを探るために、「その他」を含め

て24メニューの項目から選択してもらった。日本人がおめでたい席でいた

地域別の上位メニュー

	北海道	東北	関東	甲信越	中部	北陸	近畿	中国	四国	九州・沖縄
1位	お寿司 42.3%	焼き肉 34.4%	お寿司 47.7%	そば・うどん 35.3%	すき焼き 50.9%	お寿司 63.6%	すき焼き 42.9%	お寿司 すき焼き 29.1%	お寿司 37.5%	水炊き鍋 36.4%
2位	すき焼き 34.6%	お寿司 31.3%	すき焼き 32.2%	カニ鍋 すき焼き お寿司 カレー 焼き肉 ラーメン 29.4%	お寿司 35.8%	焼き肉 すき焼き 36.4%	お寿司 41.0%		カニ鍋 カレー 31.3%	すき焼き お寿司 27.3%
3位	そば・うどん 26.9%	ラーメン 水炊き鍋 28.1%	焼き肉 24.7%		ラーメン 26.4%		水炊き鍋 30.5%	すき焼き 27.3%		

**Q 4** 毎年のように食べている、年始のお肉を使った料理の一つ選ぶとしたら？

1位	すき焼き	30.9%
2位	焼き肉	16.9%
3位	唐揚げ	10.6%
4位	ない	9.4%
5位	しゃぶしゃぶ	9.3%
6位	カレーなどシチュー類	5.7%
7位	ステーキ	5.2%
8位	その他	3.5%
9位	餃子・シューマイ	3.0%
10位	焼きそば・お好み焼き	1.9%
11位	焼き鳥	1.5%
12位	ハンバーグ	1.3%
13位	ミートローフ	0.9%



料理としての割合は5.2%ということから、スーパーでのPRの仕方によっては売り上げを伸ばせるアイテムになるかもしれない。

とくに、主婦も休みたい正月において、焼くだけで済む「ステーキ」の手軽さは魅力。ステーキのサイドを飾る副菜をもっと手軽に用意出来るアイテムと一緒に提案すれば、例年より売り上げを伸ばせるかもしれない。

**正月によく食べる肉料理3大メニューは「すき焼き」「焼き肉」「唐揚げ」の順**

例年、正月によく食べている料理は、Q3で上位人気だった「すき焼き」「焼き肉」に加え、「唐揚げ」となった。「カレー」も6位と上位につけており、年始の販売では考慮すべきメニューといえる。一方、「ハンバーグ」や「ミートローフ」など、ミンチ系はこの時期あまり期待出来そうにない順位に。

しかし、高級素材として定番の「ステーキ」は、Q3の食べたいメニューでは全体の9.4%の人気であるのに対し、Q4のよく食べる

メニューでは全体の9.4%の人気であるのに対し、Q4のよく食べる



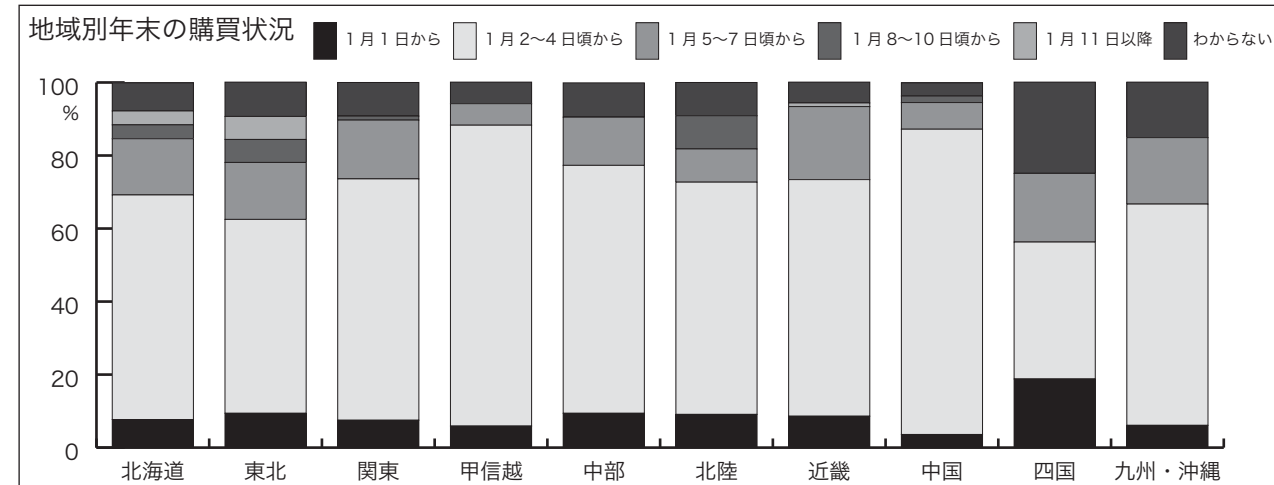
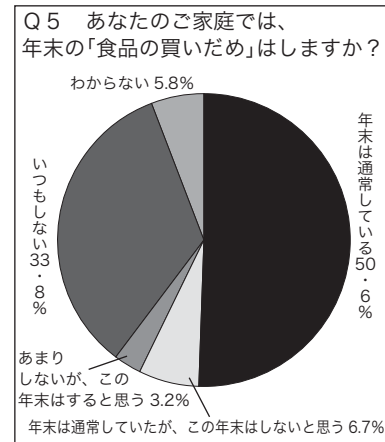
地域別の上位メニュー

	北海道	東北	関東	甲信越	中部	北陸	近畿	中国	四国	九州・沖縄
1位	から揚げ 30.8%	すき焼き 31.3%	すき焼き 28.7%	から揚げ 41.2%	すき焼き 43.4%	すき焼き 36.4%	すき焼き 36.2%	すき焼き 29.1%	すき焼き 25.0%	すき焼き 焼き肉 15.2%
2位	すき焼き 26.9%	焼き肉 18.8%	焼き肉 19.5%	すき焼き 23.5%	焼き肉 13.2%	から揚げ 27.3%	焼き肉 20.0%	焼き肉 12.7%	しゃぶしゃぶ 18.8%	
3位	焼き肉 23.1%	カレーなどシチュー類 12.5%	しゃぶしゃぶ 9.8%	しゃぶしゃぶ 11.8%	から揚げ等3品目 7.5%	焼き肉 しゃぶしゃぶ 9.1%	しゃぶしゃぶ 14.3%	から揚げ 10.9%	焼き肉等3品目 12.5%	から揚げ 9.1%

**Q 5** あなたのご家庭では例年、年始の食品の買い物はいつ頃からしますか？

### 年末の「食品の買いだめ」は51%が通常しているという結果に

年中無休の店が増えたことから、半数以上が年末の「買いだめ」をする予定であるものの、「しない」予定の消費者も4割近い。地方別にみると、九州・沖縄地方では「買いだめ」をしない予定の消費者の割合が、する予定の割合を超えており、全体の割合からみて、ほぼ逆転しているのが分かる。雪深くなる地方を別にすれば、「買いだめ」効果の一時的な売上上昇に期待するより、年始からの販売戦略についてより時間をかけて考えた方が懸命かもしれない。



**Q 6** あなたのご家庭では例年、年始の食品の買い物はいつごろからしますか？

1月1日から	7.9%
1月2~4日ごろから	67.4%
1月5~7日ごろから	15.3%
1月8~10日ごろから	0.8%
1月11日以降	0.4%
分からない	8.3%

### 年始早々から食品の買い物にいく傾向は「1月1日から」の予定者で8%

消費者の予定では、「1月2~4日ごろから」が67.4%を占めていることから、元日翌日から食品の買い物に出かけることに対して、何の抵抗もないのが数値から読み取れる。また、元日からの買い物

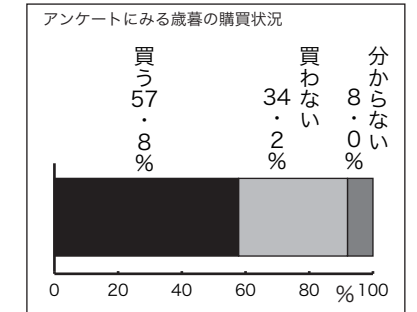
からの買い物客は年毎に増える傾向が予測出来る。売れ行きアイテムに関しては、基本的には例年通りといえるだろう。



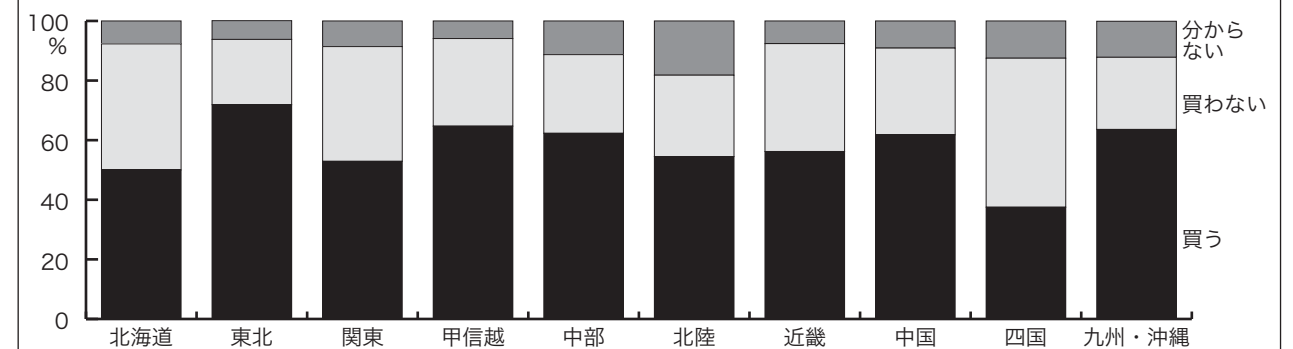
**Q 7** あなたのご家庭では、お歳暮を買いますか？

### お歳暮を「買う」・「買わない」は地方でのばらつきが顕著に

年々、お歳暮をする習慣が失われつつあるようにいわれているが、実際の傾向はどうなっているのだろうか？ 全体でみると、半数以上はお歳暮を「買う」という回答をしているが、地方で見ると「買う」・「買わない」とのばらつきが顕著に表れている。



地方別歳暮の購買状況



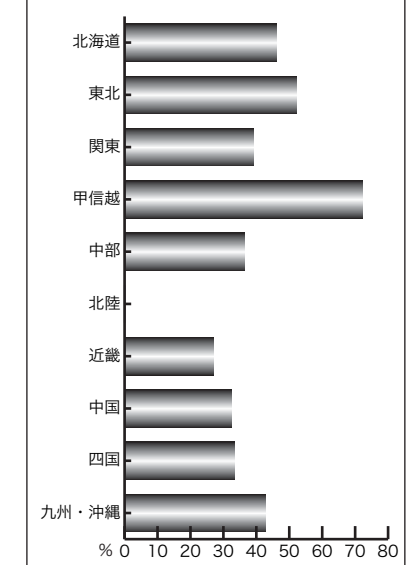
**Q 8** “買う”と回答した人にだけに質問：お歳暮に買うとすれば何になりそうですか？

1位	ハム・ソーセージ関係	37.5%
2位	ビール	33.7%
3位	サラダ油など食用油	19.1%
4位	コーヒー・紅茶・緑茶など	16.8%
5位	お菓子	15.9%
6位	その他食品	15.2%
7位	石鹸など洗剤類	10.4%
8位	魚介類	9.4%
9位	商品券	8.1%
10位	ビール以外のお酒	6.5%
11位	牛肉関係	4.2%
	食品以外のその他	4.2%
13位	豚肉関係	1.6%
14位	鶏肉関係	1.3%

### お歳暮の定番アイテム「ハム・ソーセージ関係」への感心は？

お歳暮を購入する予定者にのみ質問したところ、「ハム・ソーセージ関係」「ビール」は定番アイテムとして上位にランキングしている。ただし、地方別にみると「ハム・ソーセージ関係」を選ぶ傾向はばらつきがある。これより、もう少し幅を広げて割合をみてみると、北エリア(北海道、東北、関東、甲信越、中部)での「ハム・ソーセージ関係」購入予定者は43.0%。半面、南エリア(北陸、近畿、中国、四国、九州・沖縄)では30.2%となった。

地域別の歳暮時のハム・ソー購入割合



さらに、南エリアから九州・沖縄地方を除くと27.6%と低い。Q2の収入状況の結果から考えても、北エリアより南エリアの方が不況感強い。これより、南エリアの販売には、ほかの商品よりもお値打ち感や広がりをもたすような販売をするなど、より努力や工夫が必要といえるだろう。