

消費者に 「豚肉の購買状況」 などをきく

選択基準の高い「価格」 牛肉に比べ豚肉は献立を考えやすい

「西の牛肉、東の豚肉」。これまでいわれ続けてきた言葉である。関西出身の人が関東の人からすき焼きやカレーを豚肉でつくるといふ話をきき、少なからず違和感を覚えたことのあるのではないだろうか。それが最近では関西でも豚肉の需要が伸び、近畿圏で大規模に店舗展開しているスーパーでは豚肉の売り上げが牛肉の売り上げを抜くという状況が起こってきている。一般によくきかれる“牛肉離れ”が進んでいるのだろうか。そこで今回のネットDeアンケートは豚肉に焦点を当て、消費者の豚肉購買状況や抱いているイメージなどを探してみたい。

アンケート有効回答数2,108件。アンケート実施期間2月下旬から3月上旬。男女の比率は女性が57.5%、男性42.5%。地域別の割合は関東が37%、関西17.2%、中部12.9%の順。年代別の割合は「30代」が34.8%、「40代」が24%、「20代」が20.9%、「50代」が14.6%となった。

Q1 家庭でよく行う豚肉料理は？

しゃぶしゃぶ(冷しゃぶ)	7.8%
焼き肉	9.7%
しょうが焼き	25.9%
トンカツ	11.2%
ステーキ	0.6%
カレー	9.3%
すき焼き	1.1%
肉じゃが	5.6%
角煮	2.2%
シチュー	0.9%
焼き豚	0.8%
カツ丼	0.8%
ソテー	1.5%
ハンバーグ	2.3%
ギョーザ	2.3%
シューマイ	0.1%
酢豚	0.6%
八宝菜	1.0%
チャーハン(ピラフ)	0.2%
回鍋肉	1.0%
チンジャオロース	0.4%
焼きそば	3.8%
コロッケ	0.1%
煮込み料理	3.2%
鍋料理	4.7%
その他	2.7%
無回答	0.5%

料理の上位に焼き肉も

アンケート全体ではしょうが焼きの割合が圧倒的に高く25.9%と3割近い数字となった。2番目に高かったのがトンカツの11.2%という割合で1位のしょうが焼きと

は倍以上離れている。3番目が焼き肉で、米国でのBSE発生で豚肉を使った焼き肉アイテムが多数見受けられるようになったが、その浸透度がこの数値となって表れてきているのだろう。

地域別にみみると全国平均に



比べて関東でのしょうが焼きの割合が高く29.4%と、全国よりさらに3割に近づいている。ただし、トンカツの割合は関東は低く6.6%と全国的な割合よりも5ポイント近く下がっている。焼き肉の割合は10.2%と全国割合より若干高くなっている。

逆にしょうが焼きの割合が一番低いのは九州。21.5%と全国割合からみると4.4ポイント低い。九州はトンカツの割合が高いのも特長の一つ。その割合は21.5%となりしょうが焼きと同数になっている。その他で特徴的だった割合をあげてみると、北陸の焼き肉で21.7%で飛び抜けて高い数値となっている。北陸はしょうが焼きの割合も低く、22.9%と九州に次ぐ低さだ。

Q2 家庭で料理を行うときによく使う豚肉の部位は？

モモ	18.3%
バラ	38.0%
ウデ	0.6%
ロース	28.6%
カタロース	6.6%
ネック	0.2%
内臓類	0.5%
よく分からない	6.2%
その他	0.9%

部位はロースよりもバラ肉

バラ肉の割合が高く38%と2位のロースの28.6%と比較して10%近い差となった。3位はモモ肉の18.3%で、ウデは0.6%と1%にも満たない割合となった。価格的にみても売価の安いウデがここまで不人気な理由として考えられるのは、何かあるだろうか。味、硬さ、料理用途などの複合的な要因が、この人気のなさの原因である

と考えられるが、将来的にみてこの状況が続けばウデの使用頻度が落ち、いま以上に荷が余り、ほかの部位の価格にも影響を及ぼしてくるだろう。地域的にみると東北(44%)と四国(46%)のバラの割合がともに4割超。その分、東北はモモの割合(16.8%)が低く、モモ、バラの割合がともに19%と低くなっている。ほかには北陸のロースが34.9%となり、唯一3割オーバー

の割合となった。料理用途別にこの数値をみてみよう。Q1で「しょうが焼き」を選択した人で、使用部位の回答の割合が高かったのは、やはりバラで34.6%、しかしロースの割合(34.2%)も高くバラとの差は小差だ。「トンカツ」は圧倒的にロースの割合が高く、54.3%と半数以上を占めている。「焼き肉」はバラの割合が40.2%と4割以上に。「カレー」に至っては、さらにバラの割合が高くなり、49%と5割近くにまでなっている。「しゃぶしゃぶ」はロースの割合が高くなり、39.9%と4割近い結果に。バラの割合は28.2%でその差は10ポイント以上にもなった。この回答結果は少し意外な気がするが…。というのも量販店の売り場では、豚肉のしゃぶしゃぶ用としてバラを使ったアイテムが多いからだ。

Q3 豚肉を買う場合の選択基準は？

価格	31.5%
味	8.3%
銘柄	1.2%
国産もの	40.4%
輸入もの	0.1%
料理用途	11.9%
量目	0.6%
見た目	3.1%
部位	1.5%
その他	0.4%
無回答	1.0%

選択で多い「国産もの」

「国産もの」の割合が高く40.4%と4割以上となった。次いで高かったのは「価格」の31.5%。「料理用途」の11.9%の順となった。「輸入もの」の割合が0.1%と低かった

ことを考えると、このアンケートをみる限りでは国産豚肉への信頼度は高いといえる。では、この質問を実際に買い物する機会の多い女性の年代別にみてみよう。「女性20代」では価格と国産も

Q4 BSEのニュースが流れるようになってから、料理で豚肉を使う量は？

かなり増えた	6.3%
増えた	19.7%
変わらない	70.4%
減った	2.2%
かなり減った	0.3%
無回答	1.1%

BSE後、「増えた」2割超

国内のBSE、米国のBSEなど牛肉の信頼を揺るがせるような出来事が起こり、牛肉の消費量は

減少を続け、その代わり豚肉が消費量を伸ばしてきている。アンケートで「変わらない」との意見が7割以上あったが、豚肉を使う量が「増えた」「かなり増えた」の

の順位がわずかの差ではあるが逆転をしており価格が35.7%、国産ものが35.4%となった。「女性30代」になるとこの順位は再び逆転し国産ものが40.2%、価格32.8%に。「女性40代」ではこの2つの割合の差が広がりを見せ国産ものの46.4%、価格22.4%。「女性50代」はこの2つの割合がさらに広がり国産ものが52.1%、価格13.9%となった。「女性60代」ではこの差がより一層広がっている。

このアンケート結果から年代を重ねれば重ねるほど、女性は国産ものへの信頼度が高くなっていくようだ。また、料理用途へのこだわりも年代ごとに徐々に上がって行っているのも見逃せない。

意見を合わせると26%になり3割近い人が豚肉の食べる量が増えたと回答。男女別にこの割合をみると、女性の「かなり増えた」割合は7.5%と若干高くなっている。ただし、「増えた」との意見は19%とこちらは若干低くなっており、この二つのトータルで26.4%と全体の割合よりも少し高い程度となった。

女性の年代別にこの数字をみると「かなり増えた」との回答割合が一番高かったのが30代で8.3%。「増えた」割合が一番高か

Focus フォーカス I

ネットアンケート

ったのは40代で22.8%となった。地域別にみると「かなり増えた」との回答割合が一番高かったのが北海道の9.8%で、一番

低かったのが中国の3.8%。「増えた」の割合が高かったのは東北の25.6%であった。「かなり増えた」「増えた」を合わせた割合をト

タルでみると、東海が31.6%と一番高くなっている。一番低い割合は北陸の22.9%であった。

Q5 よく買われる銘柄豚肉がありましたら教えてください。

銘柄はやはり「黒豚」

回答が多かったのは、やはり知名度の高い黒豚で全回答の10.8%

の人が黒豚と記入。黒豚以外では「もち豚」「SPF」「麦豚」などの回答があった。

Q6 これから、豚肉を家庭で使う量は…。

かなり増える	3.9%
増える	22.6%
変わらない	71.7%
減る	0.7%
かなり減る	0.0%
無回答	1.1%

増える」「増える」と回答があった割合をみると「かなり増える」が1.8%、「増える」が15.0%となり、合わせると16.8%の人が豚肉の購買量が「変わらない」状況から、将来的には増やすことを考えている。

地域別にこのQ6の質問をみてみよう。

購入量は「変わらない」

「変わらない」との回答割合が圧倒的に高く7割以上の数字となった。しかし、「かなり増える」「増

える」の回答割合はそれぞれが3.9%、22.6%となっており、合わせると3割近くにまでなる。このうちQ4の質問で「変わらない」との回答した人の中での「かなり

「かなり増える」との回答割合が高かった地域は北陸の6%で、「増える」との回答割合が高かったのは東北地方の30.4%。この2

つの回答（「かなり増えた」と「増えた」）を合わせた割合が一番高かったのが東北地方の33.6%で、これ以外でも30%以上の割合があった地域は東海(30.5%)と九州(30.2%)の2地域があった。ちなみに1番割合が低かったのは中国地方の20.6%であった。

Q7 牛肉と豚肉、献立を考える上でどちらが使いやすいですか？

牛肉	4.7%
豚肉	67.1%
両方使いやすい	26.9%
両方とも使いづらい	0.1%
無回答	1.2%

献立に「使用しやすい」

豚肉の方が7割近くの方が豚肉の方が献立を立てやすいと回答。「両方使いやすい」という回答の人を合わせる実に94%の人が豚肉はふだんのメニューで使いやすいと回答したことになる。豚肉に比べて牛肉は、牛肉のみの回答では4.7%と豚肉と10倍以上の差がついてしまっている。

では地域別にこの質問をみてみよう。

豚肉の方が使いやすいという回

答割合が一番高かった地域は北海道で87.3%と、9割近くの方が豚肉の方が使いやすいと支持。逆に一番回答割合が低かったのは四国の50%であった。大きく東日本、北陸・東海、西日本の3つの地域別にみると、東日本で豚肉の方が使いやすいという回答割合は72.9%になり、北陸・東海は71.6%と両地域とも7割台をキープ。

西日本に目を向けてみると、豚肉の方が使いやすいという回答の割合は57.1%にまで下がる。その

内訳をみると四国の50%を筆頭に関西55%、中国で57.7%、九州は少し割合が上がり63.4%となり、西日本では50%台の地域が大半を占めている。やはり関西は牛肉の方が使いやすいという回答が8.9%あり、これは全体でも最高の割合。また「両方使いやすい」という回答割合も西日本は高く、四国で43.5%、中国36.2%、関西で34.4%と、いずれも3割以上をキープしている。

牛肉離れがいわれてはいるが、アンケートをみる限りでは、西日本は東日本に比べて、若干ではあるが牛肉の使用頻度が高いようだ。「西の牛肉、東の豚肉」という言葉は風化しつつあるとはいえ、根強く西には“肉イコール牛”という思いはあるのかもしれない。

