

2013年3月27日

報道各位

社団法人 J C総研

— 牛肉・豚肉・鶏肉とも、国産派が増加 —  
(畜産物等の消費行動に関する調査結果—2012年調査—)

当研究所では、2008年より農畜産物の消費行動をテーマに全国の消費者を対象としたWeb調査を実施しています。

調査の16回目として「畜産物等の消費行動に関する調査」を2012年11月に実施しました。このたび、調査結果の概要がまとまりましたので、ご報告いたします。

解禁日時：2013年3月27日（水）14時

《添付資料》

畜産物等の消費行動に関する調査結果の概要（プレスリリース）

＜本件に関するお問合せ先＞

東京都新宿区市谷船河原町11番地

飯田橋レインボービル5F

社団法人 J C総研

基礎研究部 主任研究員 鳥羽 賢一

TEL 03-6280-7252

※なお、本資料は「農政クラブ」「農林記者会」「農協記者クラブ」および日頃お付き合いのある報道機関の関係各位等に配布します。

## 調査の概要

■調査方法	インターネットリサーチ
■調査地域	全国
■調査主体	社団法人 JC総研
■実施機関	株式会社 インテージ
■調査年月日	2012年11月9日(金)～11月14日(水)
■調査対象	全国の主婦・既婚男性・単身女性・単身男性

■有効回答者数 インテージ・ネットモニター会員 n=1,989 単位:人(構成比%)

	TOTAL	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性
TOTAL	1,989 (100.0)	837 (42.1)	836 (42.0)	163 (8.2)	153 (7.7)
20代以下	143 (100.0)	43 (30.1)	38 (26.6)	32 (22.4)	30 (21.0)
30代	284 (100.0)	118 (41.5)	119 (41.9)	25 (8.8)	22 (7.7)
40代	324 (100.0)	133 (41.0)	149 (46.0)	23 (7.1)	19 (5.9)
50代	317 (100.0)	133 (42.0)	141 (44.5)	23 (7.3)	20 (6.3)
60代	405 (100.0)	169 (41.7)	188 (46.4)	24 (5.9)	24 (5.9)
70代以上	516 (100.0)	241 (46.7)	201 (39.0)	36 (7.0)	38 (7.4)

### 【エリア区分】

北海道 全域  
東北 (青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)  
北関東 (茨城、栃木、群馬)  
南関東 (埼玉、千葉、東京、神奈川)  
甲信越・北陸 (新潟、富山、石川、福井、山梨、長野)  
東海 (岐阜、静岡、愛知、三重)  
京阪神 (滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)  
中国・四国 (鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知)  
九州 (福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄)

※前々回調査まで震災の影響を考慮し調査対象から除外した地域があったが、2012年の野菜・果物の消費行動調査から通常ベースに戻した。

### 【分析・報告書作成】

社団法人 JC総研 基礎研究部 主席研究員 藤本 恭展

## 畜産物等の消費行動に関する調査結果の概要

### I. まとめ：国産重視派が反転して増加

2008年以降、精肉等に関する消費行動調査を実施してきたが、2011年まで継続して見られたのは、国産重視派の減少である。もちろん、減少したといっても、例えば牛肉であれば「国産しか買わない」＋「国産・外国産とも買うが国産を買うことが多い」人は5割を超え、豚肉・鶏肉であれば7割以上、と依然多数派であることは確かである。しかし、この2008年からの4年間では、牛肉が8.9ポイント減少など、目に見えて減少傾向にあった。

要因としては、2008年のリーマン・ショック以降、急激に悪化した経済と進行するデフレが最大のものだろう。物価が下落して賃金が上昇または現状維持なら当面の生活に問題はないが、賃金の実態は低減傾向にあるといえよう。この傾向を反映し、精肉の購入場面においても、好むと好まざるにかかわらず価格の安い輸入品を選ばざるを得ない状況になったと考えられる。

また、2011年調査において国産志向にさらにブレーキをかけたのが、2011年3月11日に起きた東日本大震災と、東京電力福島第一原子力発電所の事故である。特に原発事故による放射能汚染への不安はそのまま国産農畜産物への不安となって、調査結果にも明らかに現れた。この不安が国産志向の割合を押し下げた可能性は否定できない。

ところが、2012年調査においては、この傾向が反転、国産志向派が増加に転じた。これは、原発事故後、生産者や行政、流通段階などあらゆる関係者の努力により、具体的には徹底的な検査の実施や検査結果の公表などにより消費者の不安が相当程度解消されたためと推測される。しかし、生産や販売の現場においては、畜産物に限らないが、いまだこうした消費者の不安が完全に解消されたとはいえない実態がある。2011年調査結果の報告においてもコメントしたが、政府が継続的にこうした産地の取り組みへの支援や広報などの対策を講じることにより、この消費者の不安を一刻も早く完全に取り除き、被災県産のみならず、国産農畜産物全体の消費拡大を目指すよう、期待したい。

## Ⅱ. 肉の国産・外国産の購入状況—国産派が反転して増加

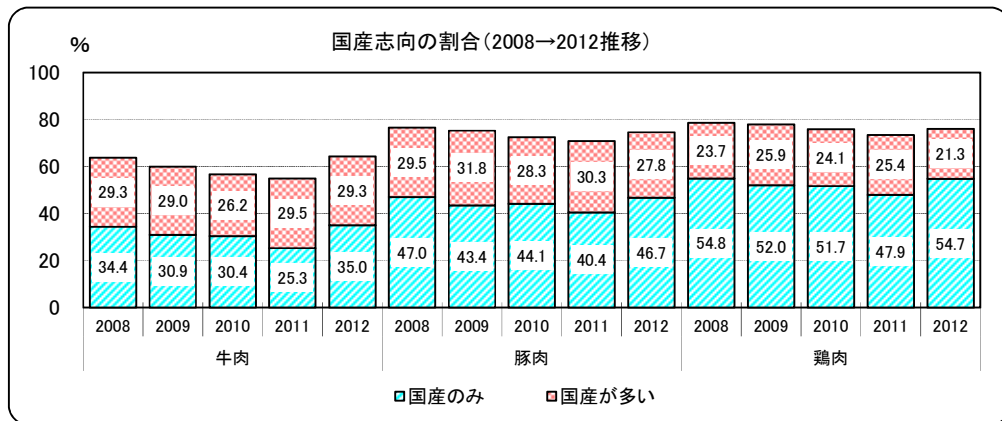
肉を購入する人に国産・外国産の購入状況を聞いた。

2008年調査から2011年調査までの推移を見ると、「国産のみ」と回答した人が牛肉では34.4%から25.3%へと9.1ポイント、豚肉が47.0%から40.4%へと6.6ポイント、鶏肉が54.8%から47.9%へと6.9ポイント、各々減少し、「国産が多い」人は各種類で若干増加していたものの、「国産のみ」の減少をカバーできず、合計では牛肉が8.9ポイント、豚肉が5.8ポイント、鶏肉が5.2ポイント減少した。これは、低価格志向とあわせ、2011年の東日本大震災による原発事故の影響も考えられると分析したが、今回2012年調査では牛肉・豚肉・鶏肉すべてで国産志向の割合が増加した。特に牛肉では「国産のみ」と回答した人が35.0%と2011年調査の25.3%から9.7ポイント増加している。

この結果の背景は、牛肉では原発事故後の放射能への不安の減少が特に大きいものと思われる。牛肉は調査月における価格面では若干上昇しているが、安心感のほうが大きいのと思われる。また、豚肉および鶏肉は安心感とあわせ、国産だけではないが、価格の低下が大きな要素と思われる。調査月である2012年11月の豚肉の平均単価騰落率は-3.5%、鶏肉では-8.1%である。

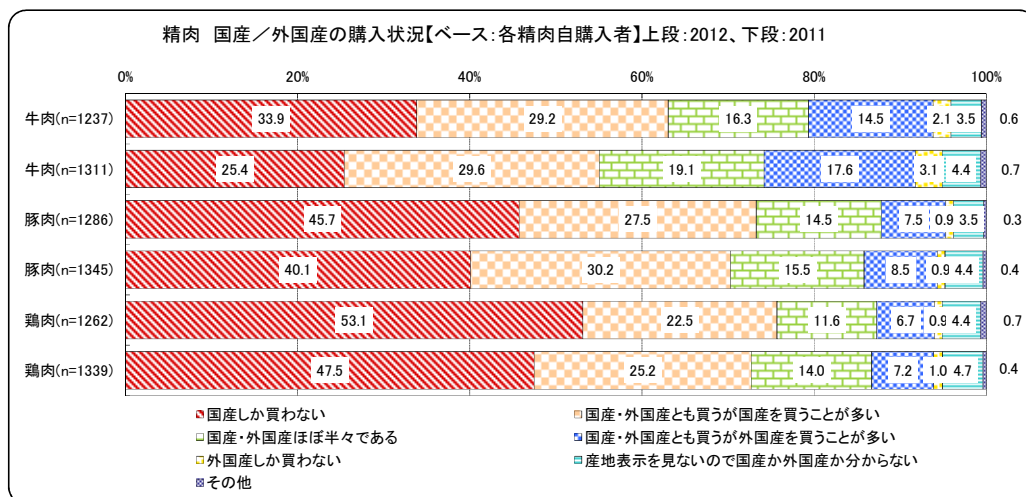
こうした様々な要因があるにせよ、国産志向の回復は生産者にとって嬉しい傾向といえよう。

図 1 国産志向の割合の推移 (2008→2012 推移 主婦・単身男女ベース)



※2008年：8月、2009～2012年：11月調査

図 2 国産/外国産精肉の購入状況 (2011→2012 推移 既婚男性追加ベース)

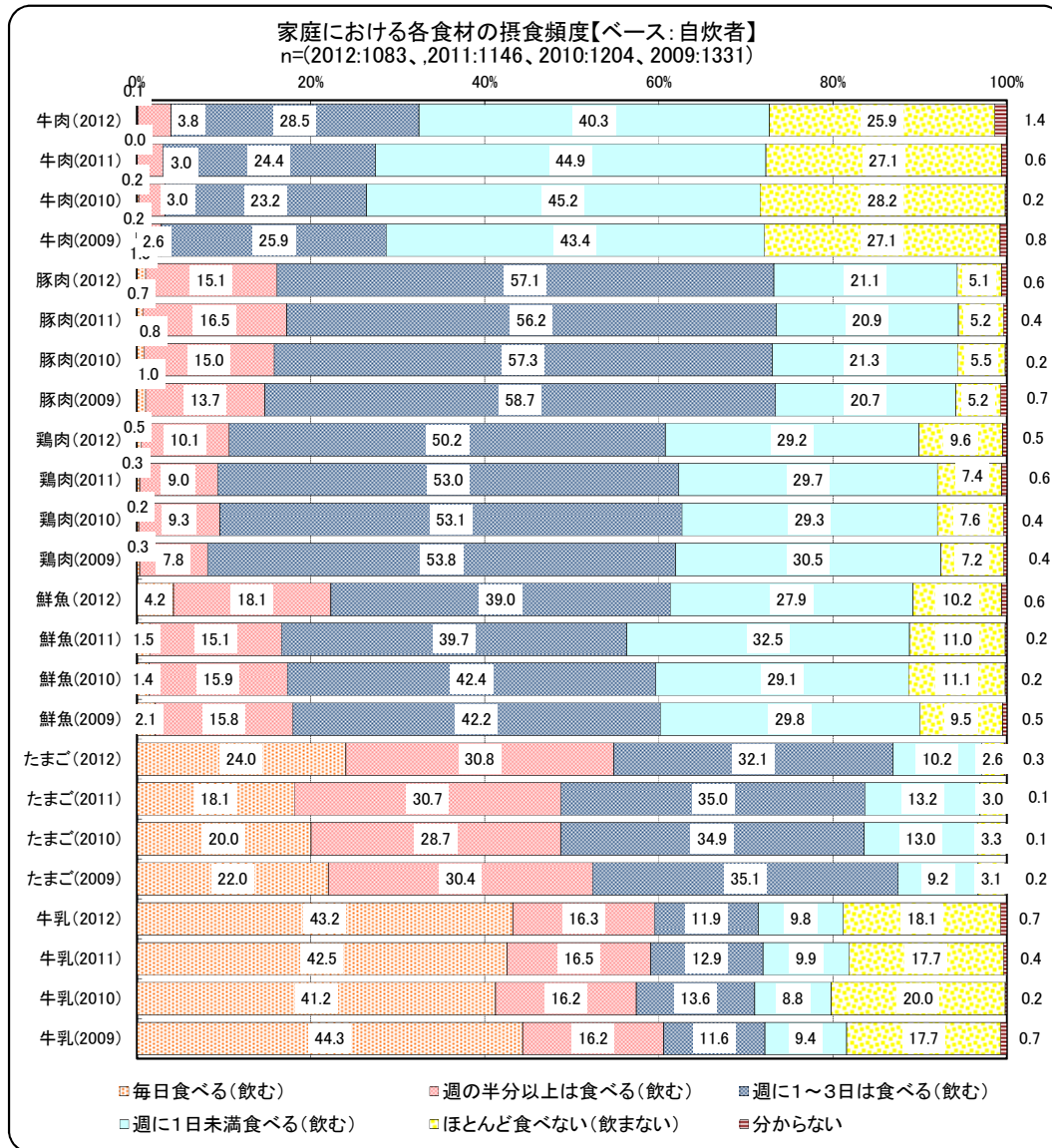


Ⅲ. 牛肉の摂食頻度が回復—肉や魚などを家庭・自宅で食べる頻度

家庭・自宅で調理をする人は、全体で93.9%だった。調理をする人に、肉や魚などを家庭内で週のうち何日ぐらいの頻度で食べているのかを聞いた。

牛肉を「毎日食べる」～「週に1～3日は食べる」人は32.4%と2011年の27.4%を5.0ポイント上回り、震災・原発事故以降低迷した牛肉の摂食頻度が目に見えて回復基調にあるように見受けられる。総務省の家計調査では調査月(11月)の購入数量が前年同月比3.1%減少しているが、購入頻度は若干ながら増加している。価格面で11月の牛肉の対前年平均単価騰落率は+1.3%であり、購入数量減少の要因となった可能性がある。全体的に豚肉は微減だが、鶏肉は減少幅が若干大きい。鮮魚はこれまで減少傾向だったが、2012年調査では反転して増加した。家計調査ではマグロやサケの購入量が増加している。鶏卵の摂食頻度は大幅増(家計調査で11月平均単価が前年同月比-3.7%)、一方牛乳を「毎日飲む」という人は微増だが、「飲まない」という人も増加している。

図3 家庭における各食材の摂食頻度(2009→2012 推移 主婦・単身男女ベース)



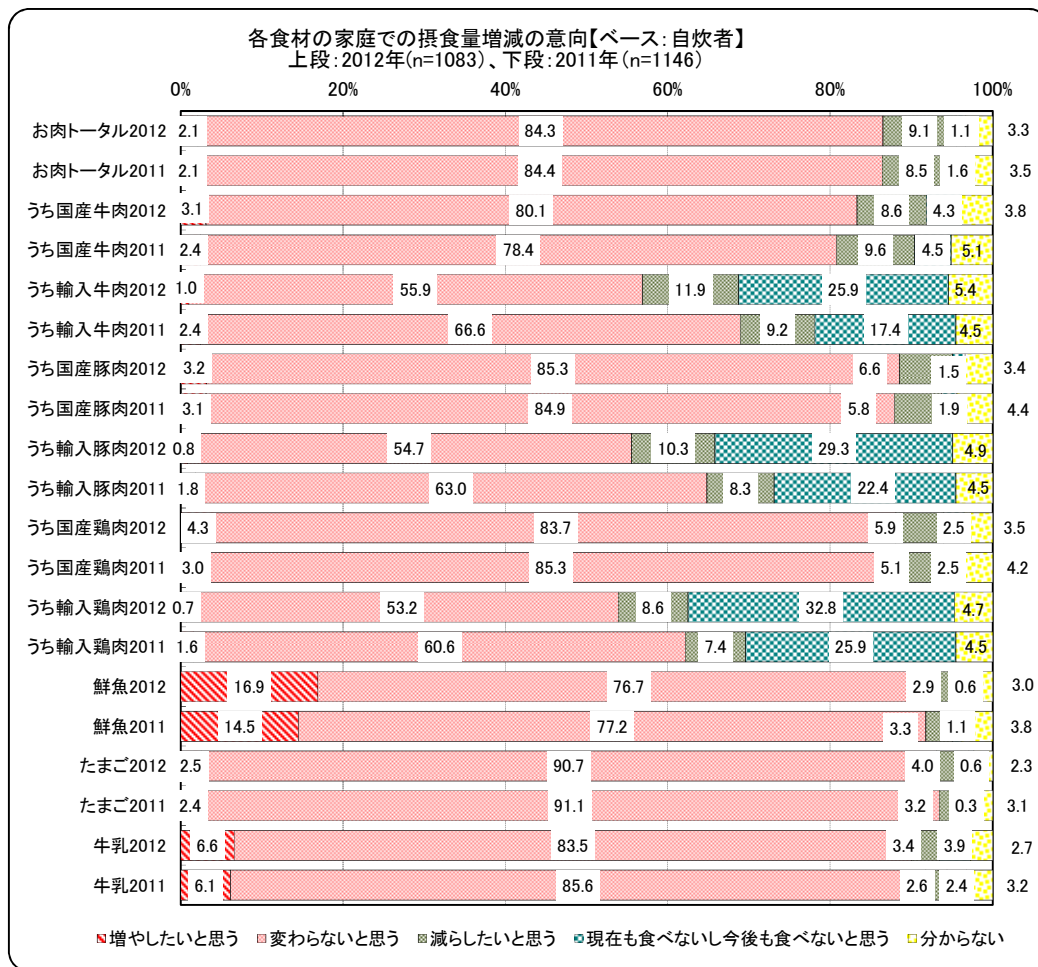
IV. 各食材の今後の意向—国産精肉を「増やしたい」人が増加

各食材の今後の意向（増やしたいか、減らしたいか）を聞いた。

肉トータルでは、「増やしたい」と回答した人は前回調査と変わらず 2.1%だったが、個別の肉では国産精肉すべてで「増やしたい」とする人が増加した。逆に輸入精肉については、牛肉、豚肉、鶏肉のいずれも減少している。これは、前回調査で輸入精肉の牛肉、豚肉、鶏肉いずれも「増やしたい」とする人が増加していたこととまったく逆のパターンとなった。これはやはり、国産精肉に対する安心感の回復が大きな要因と思われる。また、当調査とほぼ同時期に、米国産牛肉の輸入基準の緩和（20 か月齢から 30 か月齢へ）についての話題や報道が非常に増加したことも要因として考えられる。さらに今回調査で特徴的なのは、輸入精肉の「現在も食べないし今後も食べないと思う」割合が、摂食量の変化同様、前回調査と比較して大きく増加していることである。

国産精肉同様、鮮魚、卵、牛乳についても「増やしたい」割合が前回調査と比較して増加した。これは、2011 年が原発事故の影響で牛肉のみならず、豚肉、鶏肉、さらには鮮魚や鶏卵、牛乳にまで風評被害が及んだことと無関係ではないだろう。前回調査で牛肉に引きずられて低下した「増やしたい」とする割合が旧に復したと考えられるのである。なかでも鮮魚については前回調査の 14.5%から今回は 16.9%と 2.4 ポイント増加しており、その増加幅が最大である。これには、前述した要因のほかに、健康志向が従来以上に強くなったとも考えられる。

図 4 家庭での摂食量増減の意向 (2011→2012 推移)



V. 牛肉・豚肉を増やしたい理由—「家での料理を増やしたい」がトップに

国産牛肉・国産豚肉を「増やしたい」と回答した人にその理由を聞いた。

国産牛肉では、前回調査ではトップが「スタミナをつけるため／栄養をつけるため」で、40.7%と高い数値だったが、今回調査で2位に下がった。1位になったのは「外食や中食を減らして家での料理を増やしたいから」で、調査時点ではそれまで以上に経済的な厳しさが増しているように見受けられる。すなわち、外食や中食が安くなったとはいえ、家庭で調理した方が基本的には安上がりであり、そうせざるをえない状況だということではないだろうか。また、前回調査で「以前に比べて安全性が高まったと思うから」の割合が、原発事故の影響が大幅に減少したが、今回調査では目に見えて回復している。しかし、2010年調査の割合には届いておらず、安心感の回復も道半ばということだろう。

国産豚肉でも、傾向は牛肉と同様である。ただし、牛肉と異なるのは「健康／美容に良いから」が3位にきており、豚肉はヘルシーなイメージが強いことが分かる。牛肉でも同様だが、「食料自給率を高める必要があると思うから」が上位に来ており、消費者の多くは食料自給率を上げるべきだと考えていることが分かる。

図 5 国産牛肉の摂食量増加意向の理由 (2010→2012 推移) ※2012年データでソート

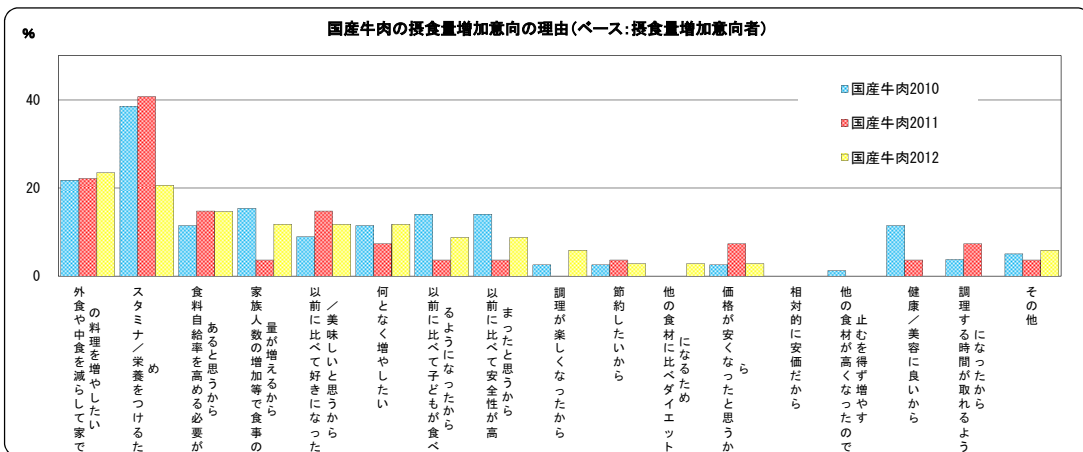
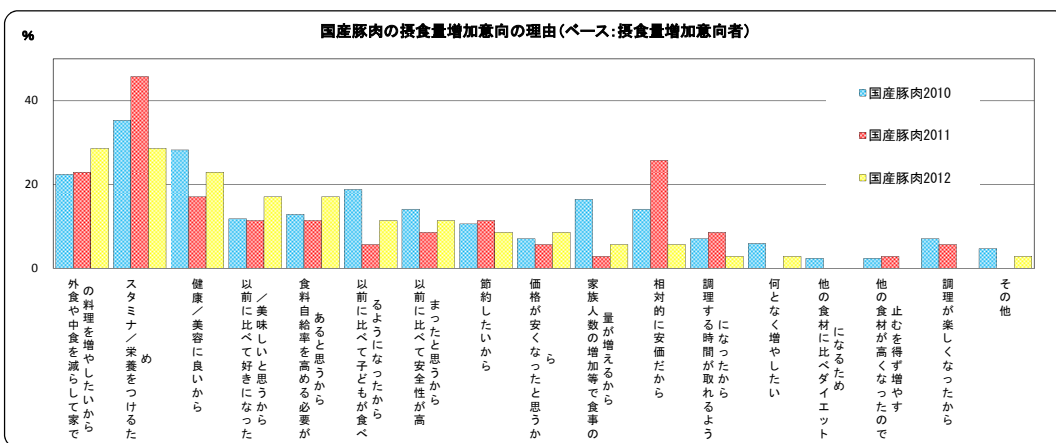


図 6 国産豚肉の摂食量増加意向の理由 (2010→2012 推移) ※2012年データでソート



## VI. 食材を減らしたい理由—国産牛肉の「安全性」が急回復

食材を「減らしたい」と回答した人にその理由を聞いた。

今回調査結果の特徴的な変化は国産精肉についてである。特に牛肉に顕著で、減らしたいという度数(人数)が減少したこととあわせ、その理由においても2011年調査と比較して大きな変化が見られる。昨年理由のトップであった「以前に比べて安全性が気になるようになったから」の割合(40.0%)が今回は10.8%へと減少した。2010年調査では7.1%だったので、完全にというわけではないが、安心感が大きく回復したことが見てとれる。2011年は、原発事故による放射能汚染問題、焼き肉チェーン店での食中毒などマイナス要因が続いたが、約2年の歳月を経て生産者や行政・流通などの努力が実を結びつつあるといえよう。前回調査では国産牛肉の影響を受けて国産の豚肉・鶏肉、鮮魚、卵、牛乳なども安全面で不安と感じる人が増加したが、こちらも今回調査では軒並み不安感は減少し、逆に輸入精肉に対する不安感が増加している。ただし、国産精肉や卵、牛乳などを「減らしたい」と思う人が「健康に悪い/美容に悪い」からだ、とする割合が多いことは課題といえよう。

表 1 各食材を減らしたい理由(主婦・単身男女ベース) (度数・%)

項目	上段:2012年、下段:2011年				※2012年のお肉トータルでソート					
	お肉トータル	国産牛肉	輸入牛肉	国産豚肉	輸入豚肉	国産鶏肉	輸入鶏肉	鮮魚	たまご	牛乳
度数(2012) /度数(2011)	99 97	93 110	129 106	71 66	112 95	64 58	93 85	31 38	43 37	37 30
ダイエットのため/カロリーを制限するため	36.4 43.3	20.4 17.3	13.2 14.2	28.2 28.8	13.4 14.7	21.9 24.1	10.8 10.6	0.0 7.9	23.3 29.7	10.8 23.3
健康に悪いから/美容に悪いから	30.3 25.8	22.6 16.4	15.5 13.2	23.9 22.7	14.3 11.6	23.4 17.2	15.1 8.2	9.7 7.9	27.9 27.0	21.6 20.0
食が細くなったから	23.2 18.6	21.5 13.6	16.3 10.4	14.1 18.2	15.2 11.6	15.6 22.4	16.1 14.1	19.4 5.3	7.0 8.1	8.1 10.0
家族人数の減少等で食事の量が減るから	12.1 11.3	9.7 10.0	6.2 8.5	7.0 7.6	7.1 7.4	7.8 8.6	2.2 10.6	6.5 5.3	9.3 5.4	2.7 6.7
以前に比べて安全性が気になるようになったから	9.1 17.5	10.8 40.0	24.8 23.6	14.1 25.8	27.7 26.3	15.6 19.0	33.3 30.6	22.6 42.1	14.0 10.8	16.2 16.7
何となく減らしたい	7.1 6.2	5.4 3.6	12.4 15.1	14.1 3.0	13.4 12.6	12.5 6.9	16.1 12.9	6.5 2.6	7.0 2.7	18.9 3.3
相対的に高価だから	6.1 7.2	17.2 14.5	5.4 3.8	1.4 4.5	0.0 3.2	1.6 3.4	0.0 4.7	9.7 7.9	0.0 5.4	0.0 3.3
以前に比べて子どもが食べ(飲ま)なくなったから	5.1 3.1	2.2 1.8	3.9 0.9	1.4 1.5	1.8 0.0	3.1 0.0	0.0 0.0	0.0 2.6	7.0 0.0	5.4 3.3
価格が高くなったと思うから	4.0 5.2	8.6 10.0	1.6 2.8	1.4 3.0	0.0 1.1	3.1 12.1	0.0 3.5	12.9 7.9	4.7 0.0	5.4 0.0
他の食材が高くなったので止むを得ず減らす	3.0 0.0	1.1 2.7	0.0 4.7	0.0 3.0	0.0 2.1	0.0 3.4	1.1 2.4	0.0 0.0	0.0 0.0	2.7 0.0
以前に比べて嫌いになった/美味しいと思わなくなった	2.0 6.2	5.4 4.5	14.0 11.3	0.0 6.1	11.6 8.4	4.7 5.2	9.7 10.6	12.9 7.9	2.3 0.0	5.4 6.7
調理が面倒になったから	2.0 0.0	1.1 0.0	0.8 0.0	1.4 0.0	0.0 2.1	1.6 0.0	0.0 0.0	3.2 2.6	0.0 0.0	0.0 0.0
外食や調理済食品の利用を増やしたいから	1.0 1.0	0.0 0.0	0.8 0.0	0.0 1.5	0.9 2.1	1.6 1.7	1.1 2.4	0.0 2.6	0.0 0.0	0.0 0.0
調理する時間が無くなったから	0.0 2.1	1.1 0.9	0.8 0.9	0.0 1.5	0.0 1.1	0.0 3.4	0.0 1.2	6.5 2.6	0.0 0.0	0.0 0.0
食料自給率を高める必要があると思うから	0.0 1.0	0.0 0.0	14.0 8.5	0.0 0.0	12.5 11.6	0.0 0.0	15.1 12.9	0.0 2.6	0.0 0.0	2.7 0.0
その他	6.1 4.1	8.6 6.4	6.2 5.7	9.9 10.6	4.5 9.5	9.4 12.1	5.4 7.1	19.4 15.8	9.3 18.9	8.1 20.0



Ⅶ. 精肉の購入時に重視する点—「国産」の順位が急上昇

精肉を購入する際に重視する点を聞いた。

図7で見るとおり、どの精肉でも、トップに来るのは「国産」だが、この国産志向は昨年までは概ね低下傾向にあった。ところが、表2を見ると、肉合計での「国産重視」の割合が2011年の44.7%から、2012年は52.1%と増加し、順位も2011年の4位から2位に上昇した。これもやはり、2011年の原発事故の影響から回復しつつあることの証明といえよう。逆に低価格志向を示す設問をグループ化した「低価格重視」は、2011年の2位(52.2%)から2012年の5位(42.2%)へと下降した。2009年からトップを維持している「品質と価格のバランス重視」は2012年もトップをキープし、消費者が割安感のある肉を求めながらも、一定の品質を確保することを求めている状況は変わりがないように思える。「品質重視」の順位が2011年に引き続き上昇していることも、この表れといえるだろう。

図7 精肉購入時の重視点(牛肉でソート)主婦・単身男女ベース

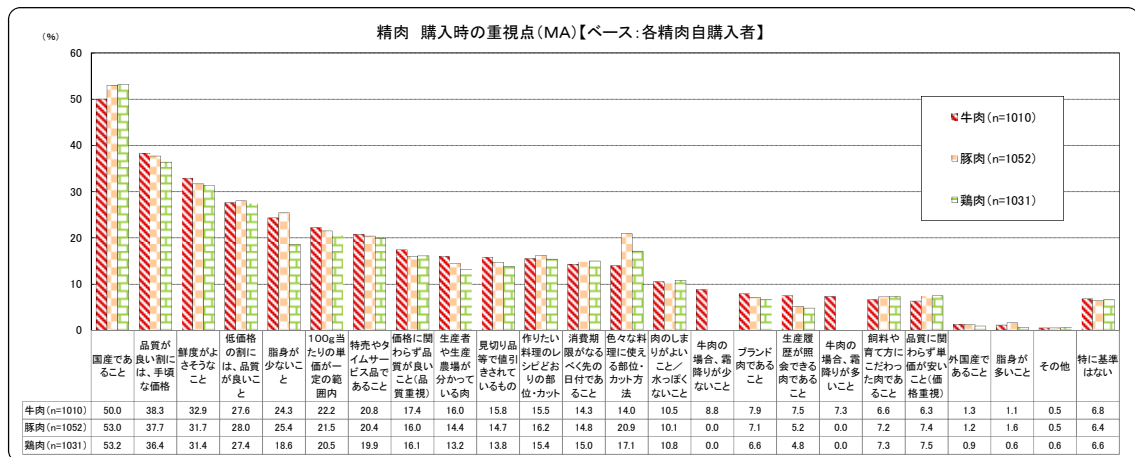


表2 肉類の商品選択基準の変化(2009→2012 推移) 主婦・単身男女ベース

順位	2009年調査	%	順位	2010年調査	%	順位	2011年調査	%	順位	2012年調査	%
1	バランス重視	55.4	1	バランス重視	74.8	1	バランス重視	70.4	1	バランス重視	65.1
2	国産重視	53.3	2	低価格重視	58.4	2	低価格重視	52.2	2	国産重視	52.1
3	鮮度重視	45.4	3	鮮度重視	52.1	3	鮮度重視	51.5	3	鮮度重視	46.7
4	低価格重視	40.8	4	国産重視	51.0	4	国産重視	44.7	4	品質重視	43.9
5	部位・カット方法重視	35.8	5	肉の好み重視	37.7	5	品質重視	40.6	5	低価格重視	42.2
6	肉の好み重視	32.6	6	部位・カット方法重視	37.0	6	肉の好み重視	37.1	6	肉の好み重視	39.6
7	品質重視	27.5	7	品質重視	36.5	7	部位・カット方法重視	36.3	7	部位・カット方法重視	33.1
8	価格帯重視	26.5	8	価格帯重視	25.1	8	価格帯重視	23.8	8	価格帯重視	21.4
9	ブランド肉重視	6.0	9	ブランド肉重視	4.5	9	ブランド肉重視	5.0	9	ブランド肉重視	7.2
10	外国産重視	0.7	10	外国産重視	0.6	10	外国産重視	2.1	10	外国産重視	1.1
	その他	5.3		その他	6.8		その他	7.3		その他	7.1

(資料)

JA総合研究所『畜産物等の消費行動に関する調査』2009年11月  
 同『畜産物等の消費行動に関する調査』2010年11月  
 JC総研『畜産物等の消費行動に関する調査』2011年11月  
 同『畜産物等の消費行動に関する調査』2012年11月

(注) 肉の購入者ベース。肉の種類(牛肉・豚肉・鶏肉)別に聞いたものを合計した。

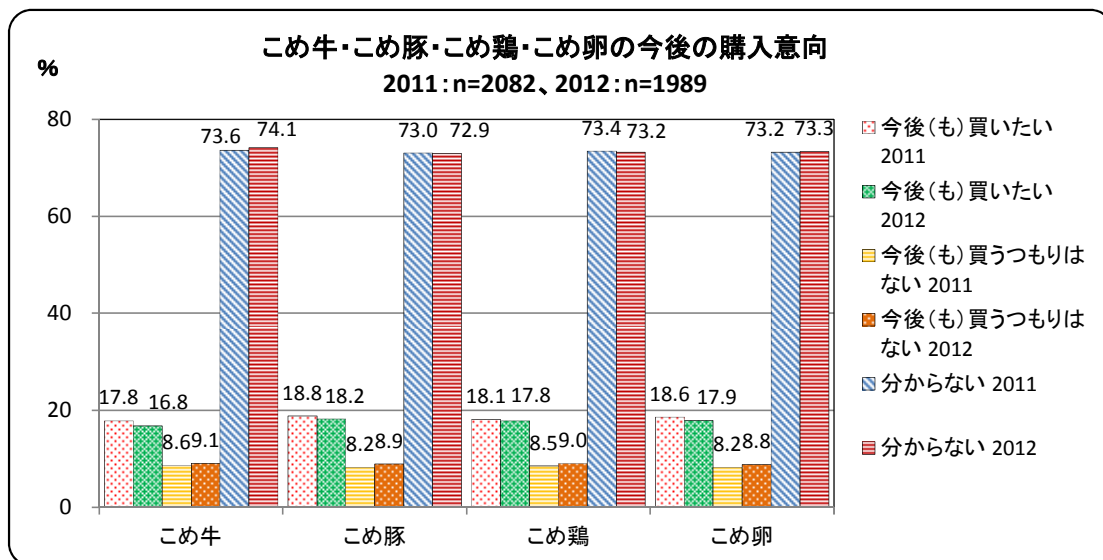
(備考)「品質と価格のバランス重視」は「品質が良い割には、手頃な価格である」「低価格の割には、品質が良い」を、「低価格重視」は「品質に関わらず、単価が安い」「特売やタイムサービス品である」「見切り品等で値引きされているものを、値引きされているもの」を、「鮮度重視」は「鮮度がよさそう」「消費期限が先」を、「品質重視」は「飼料や育て方にこだわっている」「生産者や生産農場が分かっている」「生産履歴が照会できる」「価格に関わらず、品質が良い」を、「肉の好み重視」は「脂身が少ない(多い)」「肉のしまりがよい」「霜降りが多い(少ない)」を、「部位・カット方法重視」は「料理レシピどおりの部位・カット方法」「色々な料理に使える部位・カット方法」をグループ化したもの。

Ⅷ. 「こめ牛」などの今後の購入意向—「今後（も）買いたい」人がいずれも減少

「こめ牛」「こめ豚」「こめ鶏」「こめ卵」について、今後の購入意向を聞いた。

「今後（も）買いたい」と回答した人はいずれも16～18%前後で、2011年調査と比較してすべての品目で減少した。逆に「今後（も）買うつもりはない」と答えた人は9%前後で、いずれも増加した。飼料用米や米粉用米の作付面積は増加したが、消費が伴わなければ早晚生産と消費、受給のバランスが崩れる。消費を拡大、安定させるためには、どれだけ「こめ牛」や「こめ豚」などの意義（耕作放棄地を減らし、国土・環境を守ることなど）を理解してもらい、安定的に購入してもらえるかが今後の重要な課題となるだろう。

図 8 こめ牛、こめ豚、こめ鶏、こめ卵の今後の購入意向（2011→2012 推移）



(註) こめ牛、こめ豚、こめ鶏、こめ卵とは

現在、畜産物を生産するために使用する家畜飼料の国内自給率は極めて低く、消費者が100%国産畜産物を摂取してもその自給率は100%にはならない。生産調整により休耕田になっている田んぼや耕作放棄地に米を作り、これを家畜飼料とすることで、耕作放棄地の解消、自然環境の維持や景観など多面的機能の維持・向上、食料自給率を50%（供給熱量ベース）に向上させる方策のひとつとして、これまでより飼料用米を多く使った飼料で家畜を育て、消費者に販売する牛、豚、鶏、卵などを称して便宜的に「こめ牛」、「こめ豚」、「こめ鶏」、「こめ卵」と呼ぶ。コメ牛、コメ豚などの名称で販売している販売者もあるし、「まいまいポーク」など独自に命名している生協・生産者団体などもある。通常、輸入飼料を使用するよりもコストがかかるため、若干価格が高くなることを消費者に訴え、理解を求めるパターンが多い。米を多く使用した飼料で育てた畜産物は、ホームページなどで紹介しているアンケート結果を見ると、「これまで食べていた肉よりも柔らかい、臭みがなくてクセがない」などと紹介されている。また、卵は卵黄の色が白っぽくなるが、これは飼料の色素によるものであり、栄養成分が少なくなる訳ではない。

2010年3月に閣議決定された「食料・農業・農村基本計画」では、平成32（2020）年度の食料自給率50%達成（供給熱量ベース）に向けた取り組みのなかで、飼料用米を2008年度生産実績の9000トンから2020年度には70万トンとする目標を掲げた。このため、「消費面からは、人口減少社会・高齢化社会の一層の進展が見込まれる中で、従来以上に消費者理解を得ながら潜在的需要の掘り起こし等を進め、消費者や食品産業事業者が国産農産物が選択されるような環境を形成する」としているが、前回や今回の調査結果を見る限り、その取り組みは未だ道半ばといえるだろう。

Ⅹ. 放射性物質リスクと国産牛肉購入に関する消費者の意向—不安感がかなり減少

国産牛肉を購入する際、放射性物質に関して消費者がどの程度リスクを感じるか、聞いた。

設問では、2011年11月の調査時点での、1kgあたり500ベクレルという暫定基準値から変更になり、2012年4月から適用された、より厳しい新基準である野菜類・穀類・肉・卵・魚などを一般食品として100ベクレル/kg、飲料水は同10ベクレル、牛乳、乳製品が同50ベクレル、これまで区分のなかった乳幼児食品が同50ベクレルを示し、放射性物質リスクに対する購入意向を聞いた。結果を見ると、すべての属性で「放射性物質が基準値以下なら通常価格で購入」と回答した人が増加し、不安感がかなり払拭されたのが分かる。

しかし、それでもリスクがあれば買わない、あるいは安くなければ買わないという人も一定数存在することから、さらにその数値を限りなくゼロに近づける努力が必要だろう。被災地周辺地域の生産者・自治体・流通ともに全頭検査など様々な努力を続けていることを、消費者にもっと知ってもらう必要があるだろう。図10の購入しない理由も順位は前回調査と同様だが、割合は「放射性物質がゼロ(未検出)でなければ買わない」以外は減少している。

図9 放射性物質リスクと国産牛肉の購入意向 (2011→2012 推移) 上段: 2012、下段: 2011

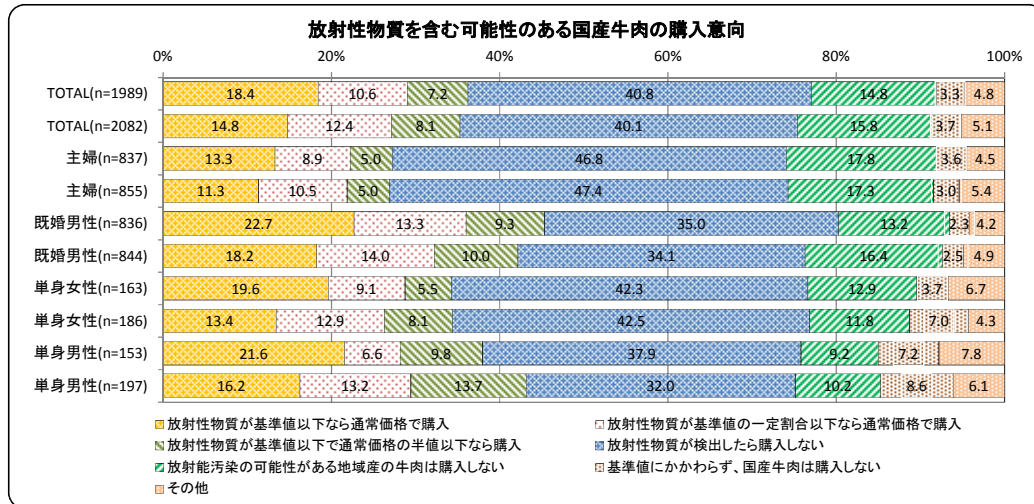
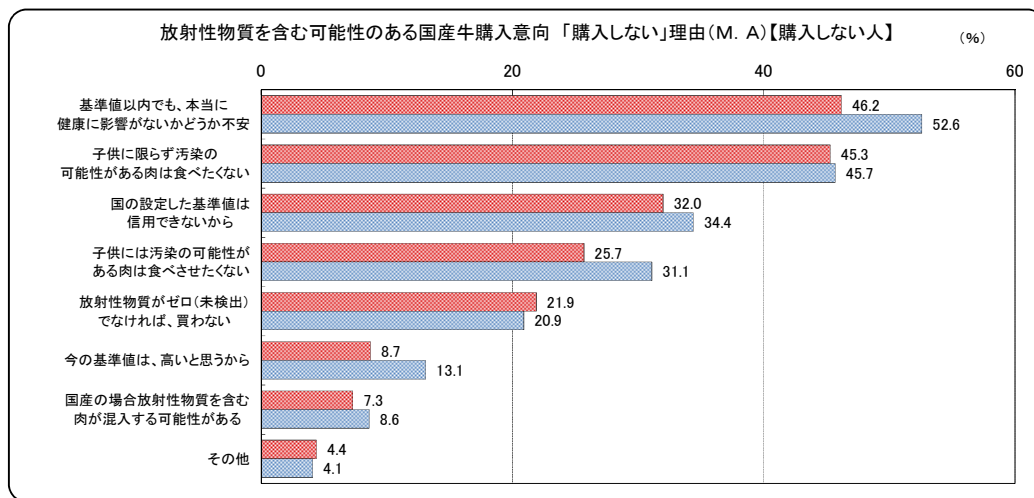


図10 放射性物質リスクと国産牛肉の購入意向 (購入しない理由) 上段: 2012、下段: 2011



目次	ページ
1. 経済的厳しさの反映か、単身男女の「家庭・自宅で料理をする」割合が増加……………	4
2. 手作り派が増加に転じたー買い物・料理についての意識……………	5
3. 牛肉の摂食頻度が回復ー肉や魚などを家庭・自宅で食べる頻度……………	6
4. 各食材の購入頻度ー鮮魚、卵を買う頻度が大きく増加……………	7
5. 各食材の購入場所ー肉類では若干減少したがスーパーが依然トップ……………	8
5. -1 各食材の購入場所ー鮮魚・卵・牛乳でもスーパーでの購入割合が若干減少……………	9
6. 肉の種類を決めるきっかけー「見切り品で値引き」は減少……………	10
7. 肉の国産・外国産の購入状況ー国産派が反転して増加……………	11
8. 外国産(輸入)肉の購入場面ー安心と経済的理由が上位だが、変化も見られる……………	12
9. 各食材の位置づけー国産牛肉が大幅に回復、なければ困る割合……………	13
10. 各食材の摂食量の変化ー輸入品の肉類で「食べていない」が大きく増加……………	14
11. 各食材の今後の意向ー国産精肉を「増やしたい」人が増加……………	15
12. 牛肉・豚肉を増やしたい理由ー「家での料理を増やしたい」がトップに……………	16
12. -1 国産鶏肉では「他の食材に比べダイエットになるため」がトップに……………	17
12. -2 卵・牛乳を増やしたい理由ーいずれも「健康・美容に良いから」がトップ……………	18
13. 食材を減らしたい理由ー国産牛肉の「安全性」が急回復……………	19
14. 精肉の購入時に重視する点ー「国産」の順位が急上昇……………	20
15. 卵選びの基準ー一番気にするのは「消費期限」で変化なし……………	21
16. 卵購入の基準価格ー2012年調査では軒並み下降……………	22
17. 牛乳選びの基準ー「消費期限まで余裕がある」が変わらずトップ……………	23
18. 牛乳購入の基準価格ー単身女性は上昇、ほかは下降……………	24
19. 普段良く飲む飲料ートップ5のなかでは「牛乳」が2位だが、若干減少……………	25
20. 乳飲料などの好意度ー単身女性の牛乳好きが目立って減少……………	26
21. 牛乳が好きな理由ー消費拡大のポイントは他の食材との組み合わせ……………	27
22. 牛乳が嫌いな理由ー「給食での経験」と「飲む習慣がない」の解消が鍵……………	28
23. 外国産肉・加工品のイメージー容認度は上昇傾向だが、個別には下降したのもの……………	29
24. 「こめ牛」などの認知度と購入経験ー知っていても買ったことがない人が増加……………	31
25. 「こめ牛」などの今後の購入意向ー「今後(も)買いたい」人がいずれも減少……………	32
26. 使用食材・買い置き食材ー使用食材は国産精肉が明確に増加……………	33
27. 1日に使った卵の数ー主婦・単身男性は増加、単身女性が減少……………	38
28. 1日に飲んだ牛乳の量ー前回の20代以下から、30代が最低に……………	39
29. 買い置きのある牛乳の量ートータルは微減、20代以下の買い置きが増加……………	40
30. 放射性物質リスクと国産牛肉購入に関する消費者の意向ー不安感がかなり減少……………	41

※上記目次の内容はJC総研の会員向け調査報告書に掲載しています。報告書本冊をご希望の報道関係者の方は、JC総研 基礎研究部までご連絡ください。

## これまでに公表した調査報告

J C 総研 基礎研究部では、研究テーマのひとつとして、生産農家等の生産・販売計画策定の参考となるデータを提供するため、農畜産物に関する消費者の購買行動・食品に関する知識・嗜好などを継続的に調査・分析しています。

### 【これまでに公表した調査報告と公表年月】

- |                               |              |
|-------------------------------|--------------|
| ①「米の消費行動に関する調査報告」             | (2008年 3月公表) |
| ②「野菜の消費行動に関する調査報告」            | (2008年 6月公表) |
| ③「米の消費に関する調査報告」               | (2008年10月公表) |
| ④「肉の消費行動に関する調査報告」             | (2008年11月公表) |
| ⑤「果物の消費行動に関する調査報告」            | (2009年 2月公表) |
| ⑥「米の消費行動に関する調査報告-2009年調査-」    | (2009年 6月公表) |
| ⑦「野菜の消費行動について」                | (2009年 8月公表) |
| ⑧「野菜・果物の消費行動に関する調査報告」         | (2009年10月公表) |
| ⑨「畜産物等の消費行動に関する調査報告」          | (2010年 3月公表) |
| ⑩「米の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」    | (2010年 6月公表) |
| ⑪「野菜・果物の消費行動に関する調査報告 2010年調査」 | (2010年10月公表) |
| ⑫「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」 | (2011年 2月公表) |
| ⑬「米の消費行動に関する調査報告-2011年調査-」    | (2011年 9月公表) |
| ⑭「野菜・果物の消費行動に関する調査報告 2011年調査」 | (2011年11月公表) |
| ⑮「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2011年調査-」 | (2012年 3月公表) |
| ⑯「米の消費行動に関する調査報告-2012年調査-」    | (2012年 7月公表) |
| ⑰「野菜・果物の消費行動に関する調査報告 2012年調査」 | (2012年11月公表) |
| ⑱「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2012年調査-」 | (2013年 3月公表) |

公表内容は、J C 総研のホームページ (<http://www.jc-so-ken.or.jp>) でご覧いただけます。

社団法人 J C 総研は、平成18年4月1日に発足したシンクタンクで、平成23年1月に(財)協同組合経営研究所と合併し、旧 J A 総合研究所から名称を変更しました。主な活動として、① J A の基本課題に関する理論構築 ②活力ある J A 運営の構築③農業・農村地域の活性化につながる調査研究 ④各種協同組合に関する調査研究などを行っています。会員は、生活協同組合など各協同組合および J A 全中をはじめとする J A 全国機関9団体、J A 都道府県中央会、J A ・連合会などです。