

日本短角牛肉に関する県内飲食店等・精肉店の意向

中森忠義

はじめに

本県の日本短角種飼養頭数は減少を続けている。その牛肉は、半数が産直や大手スーパーへの契約販売という形で県外に出荷されている。こうした状況の中、県内消費拡大の可能性を探るため、県内飲食店や宿泊施設・食肉店の意向を調査した。

試験方法

岩手県内で牛肉を販売・提供していると思われる飲食店・宿泊施設（以下「飲食店等」という）並びに精肉店を、NTTタウンページから系統抽出し調査対象とした。

1,518の飲食店等と、179の精肉店に調査用紙を送付し、それぞれ306件（回答率20.2%）、52件（回答率29.1%）の有効回答があった。

また県内で短角牛肉を使った企画メニューを提供している飲食店等に対して聞き取り調査を行った。

試験結果

(1) 短角牛肉の知名度と比較し、扱い店は少ない。

①岩手短角牛肉の知名度についてみると、飲食店等では「よく知っている」が50%、「名前は聞いたことがある」が44%、「知らない」が6%であった。

精肉店では「精肉についても飼養環境についても知っている」が61%、「精肉については知っている」が29%、「名前は聞いたことがある」が10%であった。

②短角牛肉を使用したことがある、または取り扱ったことがある（以下、扱ったことがある）のは飲食店等で38%、精肉店で62%である。また現在扱っているのは、飲食店等で17%、精肉店で常時8%、時々24%である。過去には扱ったことがあると回答した48%が現在は扱っていない（表1、2）。

表1 飲食店等における短角牛肉使用の有無(件、%)

		現在短角牛肉を使用している		
		はい	いいえ	合計
短角牛肉 扱い経験 の有無	はい	47 (45.6)	56 (54.4)	103 (37.7)
	いいえ	-	170 (100.0)	170 (62.3)
	合計	47 (17.2)	226 (82.8)	273 (100.0)

表2 精肉店における短角牛肉使用の有無(件、%)

		短角牛肉を現在扱っているかどうか			
		常時取扱	時々取扱	取扱なし	合計
短角牛肉 取扱い経験 の有無	はい	4 (12.9)	12 (38.7)	15 (48.4)	31 (62.0)
	いいえ	-	-	19 (100.0)	19 (38.0)
	合計	4 (8.0)	12 (24.0)	34 (68.0)	50 (100.0)

(2) 飲食店等での短角牛肉を扱わない理由は、価格・消費者の知名度・流通上の問題が多く、精肉店では消費者の知名度・サシが入っていない・輸入牛肉と差が感じられないであった。

①短角牛肉を扱わない理由についてみると、飲食店等は「価格が高い」37%、「知名度が低い」29%、「購入ルートがない」23%、「取引のある業者が扱っていない」19%、「知らなかった」18%であり、精肉店では「知名度が低い」46%、「サシが入っていない」35%、「輸入牛肉と差が感じられない」34%、「取引業者が扱っていない」23%であった（図1）。

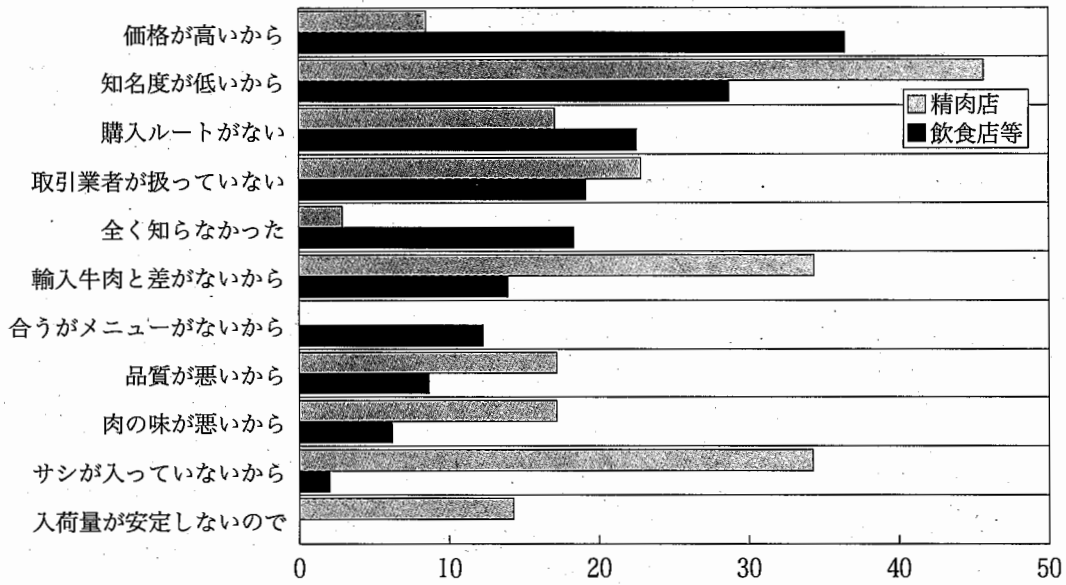


図1 短角牛肉不使用理由 回答割合(%)

②知名度が低いという項目で共通点が見られるが、飲食店等では価格を重視し、精肉店では品質（サシ）を重視するなど、傾向は異なっている。

③自由回答意見では、「岩手短角牛の名前は知っていても、価格・販売店・その他の情報がない。もう少しPRしてほしい」（飲食店等）「短角牛も部分間でおろせる様になるともっとさばけるのでは」「自由市場に流さないシステムの様子がある」（精肉店）といった意見も見られた。

(3) 飲食店等では、県産である、味がよい、県の特産品という理由で扱われており、精肉店では顧客の需要により扱われている。

①短角牛肉を扱っている（いた）理由についてみると、飲食店等は「県産である」56%、「味がよい」44%、「県の特産品である」28%、精肉店は「短角牛肉を売りたいという顧客があるから」72%、「県の特産品である」43%であった。飲食店等では県産であることや肉の特性を重視し、精肉店では顧客の需要により取り扱われるなど、両者の傾向に違いがある（図2）。

短角を扱っている飲食店等の購入単価はKg当り2,919円であり、和牛の平均購入単価3,000円とほぼ同程度であった。輸入牛肉等を含めた全平均購入単価は1,228円であった。

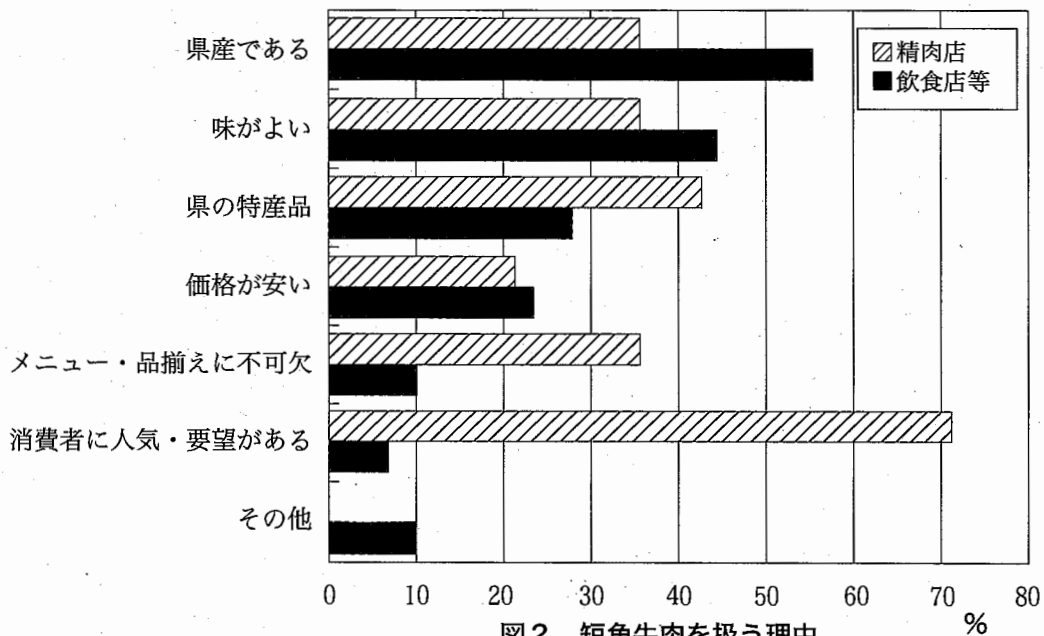


図2 短角牛肉を扱う理由

(4) 飲食店等で今後短角牛肉を扱う可能性は、価格と調理方法が課題。

①短角牛肉を今後、扱う可能性について、可能性があると回答した飲食店等は86%、精肉店は74%であった。

②扱う可能性があると回答の条件を見ると、飲食店等は「価格が折り合えば」58%、「メニューに合えば」32%、「消費者からの要望が強くなれば」26%、「入手が簡単であれば」23%であり(表3)、精肉店は、「消費者からの要望(需要)が強くなれば」52%、「価格的に売れそうであれば」41%、「肉色等品質が向上すれば」30%であった(表4)。

表3 短角牛肉を使用する可能性(飲食店等)

カテゴリ	割合(%)
価格が折り合えば	57
メニューに合えば	32
消費者からの要望が強くなれば	26
入手が簡単になれば	23
短角は使用しない	14
県内での取り扱いが増加すれば	6

※複数回答 (n=195)

表4 短角牛肉を扱う可能性(精肉店)

カテゴリ	割合(%)
消費者からの要望が強くなれば	52
価格的に売れそうであれば	41
品質が向上すれば	30
赤肉の評価が向上すれば	26
短角は使用しない	26
確実に入手できるのであれば	19
もう少しサシが入れば	19
レストランや他の精肉店で扱うようになれば	7

※複数回答 (n=27)

③自由回答の意見では、「肉料理のレシピなど指導をして貰えれば使いたい」「短角肉の質に合ったメニューを知りたい」など飲食店からの調理方法に関する要望が多く見られた。

④短角飼養地帯と非飼養地帯の飲食店における、扱う可能性の差を検討したところ、飼養地帯86%、非飼養地帯79%と飼養地帯が若干上回り、その条件の順位はどちらも全体での順位と同じであった。

(5) 短角牛の話題性や健康的なイメージに着目した事例もある。

①短角牛肉を積極的に扱っている店に対してその理由について、聞き取り調査を行った。岩手県でなくては食べられない牛肉であることや、脂肪分が少なく健康的であるといった特徴に加え、価格も手ごろであり味も良いという点に着目し、取り扱っている事例があることがわかった(表5)。

表5 短角牛肉を扱っている店での意識

店名	A(温泉宿泊施設)	B(郊外レストラン)
企画のメニュー	短角牛のミニステーキ	黒毛和牛・短角牛サーロインステーキ
企画実施期間	9/1から11/30 90日間	9/4から9/30 まで
価格	宿泊込み(1泊2食) 9,800円 食事のコースのみ 5,000円	サーロインステーキ200g 1,480円
企画の実施理由	開業記念企画	常設企画メニューの一つ
短角牛肉選択理由	○宿泊施設+料理のコンセプトは「健康と温泉」であり、その健康にマッチしていた。 ○価格も手ごろであり味も良い ○県産であり、県外客に対し、インパクトのあるもの(他では食べられないもの)を提供したかった ○過去に短角牛であることを表示せず、そのステーキを提供したが、好評であった。	○値段 ○特徴 ○「健康と安全」

対象客層	年配客，県内：県外=1:1	各種様々
企画の評価・反応について	宿泊客に対してはアンケートを実施している。約80%の方がこの価格での企画に満足している。メニューに関する質問などもほとんどなかった。	黒毛和牛ステーキも短角牛ステーキも、かなりの格安価格で提供したつもりであるが、格安さが理解されなかったのだと思う。
短角牛肉に関する意見	○インパクトのある宣伝をお願いしたい。前沢牛とはどこが違うのか等の宣伝も必要ではないか。	○現在輸入牛肉でも味の良いものはたくさんある。脂肪に関しては黒毛和種ほどではないが、やはり短角はおいしいと思う。 ○現在の値段は中途半端である。値ごろ感があるわけでもなく、高級感もない。 ○消費者に対して、安全・健康に加え、飼養環境の違い、肉の特性、調理方法などさらにPRすべきであろう。短角牛という名前だけをPRするだけでは駄目である。

考 察

短角牛肉の扱いを増加させるため、飲食店等に対しては、入手方法や肉の特性・調理方法などに関する情報を的確に提供することが必要である。また、精肉店の場合は、消費者に対して岩手の特産であることに加え、その飼養環境・提供している店舗等の情報を提供し、扱わない理由として「サシ」が入っていないことがあげられていることから、短角牛肉の特性を改めて理解してもらうことが必要であると考えられた。

短角牛肉を利用する上での問題点を指摘しながらも、地域の特産食材として短角牛肉を利用するために改善を期待する意見も見られた。

入手方法については「一部に限定して流通している」と誤って認識されていると考えられるような意見も見られたことから、特に正しい情報の提供が必要である。

価格については、今後短角牛肉を扱うかどうかの大きな要因となっている。

しかし、短角牛肉の特性等は正しく理解されていないことも明らかになっており、今後短角牛肉の特性やそれに適した調理法などを理解させることで短角牛肉の価値は向上し、価格的理由から短角牛肉は扱わないということは減少するのではないかと考えられた。

また、枝肉価格において短角牛肉は黒毛和種牛肉と比較し明らかに差が生じているが、飲食店等が回答した購入価格においては差が見られなかった。消費量の拡大と共に、歩留の改善などについても検討が必要である。

以上、いくつかの問題点が明らかになったが、これらに対応することにより、県内飲食店での消費が拡大される可能性は十分にあり、その後精肉店での取り扱い量増加の可能性もあると考えられた。

岩手短角牛は県の特産でありながら、県内における精肉・加工品としての消費量は少なく、流通のメインは産直方式や宅配方式となり、県外消費が多くなっている。県内・県外消費の適正比率や消費拡大方法の検討が必要である。

短角牛はその飼養環境や脂肪分の少なさから健康で安全な牛肉であるという特徴があり、黒毛和牛とは異なるセールスポイントを持つ。

こうしたセールスポイントの活用に加え、品質の改善や品質保証、さらには有機農産物としての認証制度の活用などについても今後検討が必要であると考えられる。

摘 要

岩手短角牛は飲食店等のみならず精肉店においても知名度と比較し、扱っている店が少なく、その入手方法や肉の特性・調理方法などに関する情報の提供が必要であることが明らかとなった。

また、「健康・安全」という特徴に加え、「産地が明らかであること」や「食材のオリジナリティ」が求められる飲食店や宿泊施設において適した食材として取り扱われている事例も見られた。

参考文献

- 1) 川手ほか, 2000. 良質赤肉に対する消費ニーズの解明と新しい流通システムの確立, 平成11年度東北農業試験研究成績・計画概要集—農業経営・農村計画—.
- 2) 三田村ほか, 2001. 寒冷地の公共草地を基盤とした肥育素牛の低コスト生産と良質赤肉生産システムの確立, 東北農業試験場研究報告 第98号.
- 3) 川手ほか, 2000. 牛肉の食味評価と来歴・品質提示が及ぼす影響—日本短角種を中心に—, 東北農試総合研究(A)第20号.
- 4) 川手ほか, 2001. 地域特産品の地域ブランド化と品質保証・認証システム, 東北農試総合研究(A)第22号.
- 5) 財団法人 日本食肉消費総合センター, 季節別食肉消費動向調査報告—第41回消費者調査—, 平成11年6月
- 6) 岩手県農林水産部畜産課, 平成13年度畜産いわて