

消費者の属性と牛肉の消費傾向

※ ※※

下 弘明、杉原永康、漆原礼二

(※現岩手県農政畜政課、※※現久慈農業改良普及所)

1. 研究目的

飽食の時代と言われる今日、食品に関する消費者の選択肢は大きく広がり、農畜産物も作れば売れると言う状況では既はない。そして牛肉の輸入自由化は、食肉のこの様な傾向に益々拍車をかけ、畜種間、品種間、産地間競争はいよいよ激化するものと思われる。

特に岩手県を中心とし、青森県、秋田県の北東北3県に飼養されている肉専用種の日本短角種は、増体能力、母牛の泌乳能力、牧野・粗飼料の利用性等に優れているという特徴を持ちながら、その肉質は一般的に黒毛和種より劣るとされ、夏山冬里・まき牛方式の子牛生産体系に起因する季節的に集中した肥育牛供給も影響して、枝肉市場における評価は低く、これら各種の競争に対して厳しい条件に置かれている。

また日本短角種はその飼肥地域が限定されているため肥育牛の絶対的な供給量が少ないという特徴を持っており、これら各種の条件を考慮すると一般的な市場流通よりは「産直」等の市場外流通に活路を見いだすべきものと考えられ、そのためには、何処のどういう人達を対象に、どういう牛肉をどのように販売するかという、いわゆる市場細分化(セグメンテーション)戦略によってその目標を明確にし、生産・販売体制を確立する必要がある。

そこで、今回は県内外のスーパーマーケットにおける来店者を対象としてアンケート調査を実施し、各店舗における各属性の集計総数を100とする構成比を比較することによって各店舗、各属性の重み排除しながら各店舗を反復区とする分散分析を行って、「どういう人達」が「どういう牛肉」を好み、「どういう買い方」をするかなどの消費者の属性と牛肉一般の関連性を明らかにすることを試みた。

2. 研究方法

1) アンケート調査

盛岡市内二つ、埼玉県一つの生活協同組合と盛岡市内の一つのスーパーマーケットの各々二つの店舗の店頭において、来店者を対象に面接法により、また東京都の一つの協同購入グループの会員に対して留置法によりアンケート調査を実施したが、その概略は以下に示す通りである。

(1) 調査時期 盛岡市内：昭和59年12月、首都圏：昭和60年2月

(2) 来店者調査の調査時間帯 正午を挟んでの前後1～2時間

(3) 調査項目

① 消費者の属性に関する項目 性別、年齢、世帯主の職業、世帯全体の年間収入、生計を共にする家族数、世帯主の年齢、世帯全体の1カ月の食費、料理担当者の年齢等10項目

② 牛肉の消費傾向に関する項目 食肉における牛肉の消費順位、牛肉の購入理由、牛肉を購入する際の選択基準、選択全体の1回当たりの牛肉購入量、世帯全体の1回当たりの牛肉購入金額、購入する牛肉の100g当たりの単価、家庭での牛肉料理等9項目

(4) 調査表の回収集計数

来店者に対する面接法による調査は、牛肉を購入したか否かに関係なく、無作為に対象者に各50件の回収を目標に行ったが、調査時間の制約、また男性を除外したこと等から最終的な集計数は第1表の通りである。

表-1 アンケートの店舗別集計件数

地域区分	盛岡市内			首都圏					
	1	2	3	4	5				
店舗番号	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
集計件数	48	29	39	50	40	50	45	53	53

注) 男性の回答者は除外してある。

なお留置法による協同購入グループに対する配布数は100件で、回収率は53%であった。

2) 消費者の属性と牛肉の消費傾向の解析

(1) 消費者の属性

消費者の属性のうち職業の様に、質問の項目設定が不適切であったために、区分が不正確になると考えられるもの、性別のように男性の来店者が殆どなく、集計が困難だったもの、回答者の年齢と料理担当者の年齢、或は世帯主の年齢の様に、重複するか同一の意味を持つものを除いて、回答者の年齢、家族1人当たりの年間収入、家族1人当たりの1カ月の食費の3属性とした。なお家族1人当たりの年間収入については、設定したそれぞれの階層区分の世帯全体の年間収入の中間値を、生計を共にする家族数で除して求め、家族1人当たりの1カ月の食費についても、同様の方法により求めた。

(2) 消費傾向

消費傾向に関する項目については、前項と同様の理由ならびに方法により、量的消費傾向として食肉における牛肉の消費順位、牛肉の購入頻度、家族1人1回当たりの牛肉購入量、購入する牛肉の100g当たり価格、家族1人1回当たりの牛肉購入額の5項目、質的消費傾向として牛肉の購入理由、牛肉を購入する際の選択基準、家庭での牛肉料理の3項目とした。

(3) 店舗毎の集計

今回の調査は、地域性もしくは店舗・系列毎の特性を明らかにすることも目的にしているため、調査対象にした店舗は、作為的に抽出されている(店舗内における来店者の抽出は、無作為)、また店舗によって集計人数に相違があり、単純に全体を一纏めにして集計分析することは、適当でないと判断された。そこで、店舗毎に集計を行い、各店舗に共通に見られる現象を普遍的なものとする事とした。

(4) クロス集計と分散分析

店舗毎に消費者の属性と消費傾向の副次項目についてのクロス集計を行って、属性毎の消費傾向の主項目全体の集計件数を100とする構成

比を算出した後、店舗を副次級(反復区)とする分散分析(t検定)によって属性間で比較し、その差の有無から消費者の属性による消費傾向の相違を抽出することとしたが、この場合主項目全体の集計数が5件(家庭での牛肉料理については、複数回答のため10件)に満たない属性が一つでも有った店舗は、分析の対象から除外した。

またt検定による有意差の判断にあたっては、過誤の危険率10%以下を有意差、30%以下、10%までをその傾向が有るものと判断し、文章上、後者については「差の生ずる傾向」と表現することとした。

なお各々の属性の階層区分については、集計数およびその広がり具合等も勘案して、最終的に各属性とも3区分に集約し、回答者の年齢については、30代以下、40代、50代以上、家族1人当たりの年間収入については、100万円以下、100~150万円、150万円以上、家族1人当たりの1カ月の食費については、2万円以下、2~3万円、3万円以上に区分した。

また同様に消費傾向のうち、牛肉の消費順位については、2位以上、3位、4位以下、牛肉の購入頻度については、週に1回以上、月に1~3回、2カ月に1回以下、家族1人当たりの牛肉購入量については、100g以下、100~200g、200g以上、家族1人1回当たりの牛肉購入額については、300円以下、300~500円、500円以上の3区分にそれぞれ集約した。

3. 結果と考察

1) 回答者の年齢と牛肉の消費傾向

(1) 回答者の年齢と量的消費傾向

① 回答者の年齢と牛肉の消費順位

回答者の年齢と牛肉の消費順位との関係については、第2表に示した如く、30代以下ならびに40代では、3位とする者が最も多く、次いで2位以上、4位以下の順であり、50代以上においては、2位以上、3位、4位以下、の順であった。

表-2 回答者の年齢と牛肉の消費順位別回答者の割合

(単位：%)

消費順位 年齢区分		2位以下	3位	4位以下
		30代 平均値	28.6	53.6
以下 標準偏差	±11.4	±19.0	±8.8	
40代 平均値	37.3	48.2	14.5	
標準偏差	±15.7	±11.6	±11.6	
50代 平均値	59.6	31.1	9.3	
以上 標準偏差	±20.6	±17.8	±8.7	

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比
2) 調査店舗①②③④⑧の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

消費順位：2位以上

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以下	1%以下
40代		-	5%以下
50代以上			-

消費順位：3位

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	5%以下
40代		-	10%以下
50代以上			-

消費順位：4位以下

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

世代間の比較において、2位以上とする者については50代以上と他の2世代との間に有意差が見られ、更に年齢と共に増加する傾向を示した。また3位とする者は30代以下と40代との間には有意差は見られないが、50代以上においては他の2世代よりも少なく、4位以下とする者は、世代間に差が見られなかった。

以上を総括的に見ると、牛肉の消費順位は、

年齢の増加と共に上昇するものと思われる。

② 回答者の年齢と牛肉の購入頻度

回答者の年齢と牛肉の購入頻度との関係については、第3表に示した如く各世代とも月に1~3回とする者が最も多く、次いで週に1回以上とする者が多くなっている。

表-3 回答者の年齢と牛肉の購入頻度別回答者の割合

(単位：%)

購入頻度 年齢区分		週に1回以上	月に1~3回	2カ月に1回以下
		30代 平均値	27.0	63.1
以下 標準偏差	±21.8	±19.3	±9.3	
40代 平均値	44.7	50.6	4.7	
標準偏差	±19.2	±18.8	±4.5	
50代 平均値	37.3	54.4	8.3	
以上 標準偏差	±17.4	±15.9	±11.8	

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比
2) 調査店舗①②③④⑧の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入頻度：週に1回以上

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	10%以下	30%以下
40代		-	30%以上
50代以上			-

消費順位：月に1~3回

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	20%以下	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

消費順位：2カ月に1回以下

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

しかし、その割合については、30代以下と40代ならびに50代以上との間にやや差異が見られ、週に1回以上とする者については、30代以下に少なく、40代との間に有意差、50代以上との間に差の生ずる傾向が見られた。

なお2カ月に1回とする者は、各世代とも少なく、世代間の差も見られなかった。

表-4 回答者の年齢と家族1人1回当たり牛肉購入量別回答者の割合

(単位：%)

購入量		100g以下	100g台	200g以上
年齢区分				
30代以下	平均値	56.5	27.8	15.8
	標準偏差	±18.1	±14.0	±11.8
40代	平均値	47.3	37.0	15.7
	標準偏差	±15.2	±17.3	±17.3
50代以上	平均値	41.6	43.5	14.9
	標準偏差	±13.2	±13.4	±18.6

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比
2) 調査店舗①②③④⑧の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入量：100g以下

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以下	10%以下
40代		-	30%以上
50代以上			-

購入量：100g台

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	20%以下	5%以下
40代		-	30%以上
50代以上			-

購入量：200g以上

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

③ 回答者の年齢と家族1人1回当たりの牛肉購入量

回答者の年齢と家族1人1回当たりの牛肉購入量との関係については、第4表に示した如く、30代以下と40代においては、100g以下とする者が最も多く、ついで100g台とする者が多いが、50代以上においては、殆ど差は見られないものの100g台とする者、100g以下とする者の順であった。

しかし世代間の比較においては、30代以下において100g以下とする者が多く、50代以上との間に有意差、40代との間に差が生ずる傾向が見られ、100g台とする者についても30代以下に少なく、50代以上との間に有意差、40代との間に差の生ずる傾向が見られた。

また200g以上とする者については、世代間に差は見られなかった。

④ 回答者の年齢と購入する牛肉の100g当たりの価格

回答者の年齢と購入する牛肉の100g当たりの価格との関係については、第5表に示した如く、各世代とも300~500円とする者が最も多く、次いで300円以下、500円以上の順で、世代間の比較においても差は見られず、小泉らの報告¹⁾と異なる傾向を示した。

表-5 回答者の年齢と購入する牛肉の100g当たり価格別回答者の割合

(単位：%)

100g価格		300円以下	300~500円	500円以上
年齢区分				
30代以下	平均値	36.8	48.3	14.9
	標準偏差	±17.1	±9.4	±9.8
40代	平均値	35.9	51.3	12.8
	標準偏差	±23.6	±21.3	±18.9
50代以上	平均値	30.9	55.5	13.6
	標準偏差	±8.1	±8.9	±3.2

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比
2) 調査店舗①②③④⑧の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

100g価格：300円以下

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

100g価格：300～500円

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

100g価格：500円以上

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

⑤ 回答者の年齢と家族1人1回当たりの牛肉購入額

回答者の年齢と家族1人1回当たりの牛肉購入額との関係については、第6表に示した如く、30代以下においては、300円以下とする者が最も多く、次いで300～500円、500円以上の順となるが、後二者の差は殆ど無い。また40代においては、300円以下とする者が最も多く、次い

表-6 回答者の年齢と家族1人1回あたり牛肉購入額別回答者の割合

(単位：%)

購入額		300円以下	300～500円	500円以上
30代以下	平均値	47.2	27.4	25.3
	標準偏差	±18.8	±14.7	±12.0
40代	平均値	38.1	25.0	31.4
	標準偏差	±15.9	±12.7	±29.2
50代以上	平均値	30.8	26.0	43.2
	標準偏差	±16.8	±12.8	±16.4

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比
2) 調査店舗①②③④⑧の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入額：300円以下

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	20%以下
40代		—	30%以上
50代以上			—

購入額：300～500円

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

購入額：500円以上

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	20%以下
40代		—	30%以上
50代以上			—

で500円以上、300～500円の順、50代においては、500円以上、300円以下、300～500円の順であった。

世代間の比較では、30代以下において300円以下とする者、50代以上において500円以上とする者が多く、それぞれ両世代間に差の生ずる傾向が見られ、年齢の増加と共に家族1人1回当たりの購入額も増加する傾向にあると思われる。

(2) 回答者の年齢と質的消費傾向

① 回答者の年齢と牛肉の購入理由

回答者の年齢と牛肉の購入理由との関係については、第7表に示した如く、各世代とも「おいしい」とする者が最も多く、次いで「栄養や健康を考えて」とする者が多くなっている。

表-7 回答者の年齢と牛肉の購入理由別回答者の割合

(単位：%)

購入理由		おいしい	栄養や健康を 考えて	価格が安い ・ 手頃	食べ慣れた肉	入手しやすい
年齢区分						
30代以下	平均値	83.7	10.0	3.9	2.5	0.0
	標準偏差	±16.6	±9.5	±6.7	±3.5	±0.0
40代	平均値	59.9	22.9	8.7	5.7	2.9
	標準偏差	±17.7	±9.5	±5.9	±5.6	±4.0
50代以上	平均値	54.4	26.8	9.8	5.0	2.5
	標準偏差	±14.5	±8.4	±9.4	±6.8	±5.6

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑧の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入理由：おいしい

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	1%以下	1%以下
40代		—	30%以上
50代以上			—

購入理由：栄養や健康を
考えて

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	5%以下	5%以下
40代		—	30%以上
50代以上		—	

購入理由：価格が安い・手頃

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

購入理由：食べ慣れた肉

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上		—	

購入理由：入手しやすい

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

しかしその割合については、30代以下と40代ならびに50代以上との世代間に有意差がみられ、「おいしい」とする者は、40代、50代以上よりも30代以下に多かった。また「栄養や健康を
考えて」とする者は30代以下よりも40代、50代以上に多く、山口²⁾の「美味追求型のヤング」、「栄養重視型のアダルト」と一致する傾向を示した。

なお、その他の購入理由については、世代間に有意差は見られなかった。

② 回答者の年齢と牛肉の選択基準

回答者の年齢と牛肉購入時の選択基準との関係については第8表に示した如く、各世代とも「料理に合った部位」とする者が最も多いが、その他の項目については若干異なる傾向をしめす。即ち30代以下では、「赤身肉の多もの」、「色・つや」とする者の順に多く、40代では、「色・つや」、「赤身肉の多もの」、50代以上では、「霜降り肉」、「赤身肉の多もの」、「色・つや」の順であった。

表-8 回答者の年齢と牛肉の選択基準別回答者の割合 (単位：%)

年齢区分	選択基準	料理に合った部位	色・つや	赤身肉の多もの	霜降り肉	安全性	上中並の種類別	店の人の勧め
30代以下	平均値	45.0	11.6	18.5	7.9	5.0	8.3	3.7
	標準偏差	±17.4	±5.1	±11.1	±5.9	±5.4	±6.2	±6.2
40代	平均値	57.5	15.2	14.3	3.7	6.3	3.0	0.0
	標準偏差	±20.2	±7.1	±10.8	±5.0	±10.8	±4.1	±0.0
50代以上	平均値	37.1	11.1	19.9	20.9	2.5	8.5	0.0
	標準偏差	±26.6	±15.4	±11.5	±22.2	±5.6	±14.4	±0.0

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑧の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

選択基準：料理に合った部位

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	10%以下	30%以下
40代		—	5%以下
50代以上			—

選択基準：色・つや

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

選択基準：赤身肉の多いもの

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

選択基準：霜降り肉

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	5%以上
50代以上			—

選択基準：安全性

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

選択基準：上中並の種類別

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	10%以下
40代		—	30%以下
50代以上			—

選択基準：店の人の勧め

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	—	30%以上	30%以上
40代		—	30%以上
50代以上			—

世代間の差については、「料理に合った部位」とする者について、40代が30代、50代以上より多く、更に50代以上が30代以下よりも少ない傾向を示した。また「霜降り肉」とする者は50代以上に多くて30代以下ならびに40代との間に有意差が見られ、小泉ら⁹⁾、甲斐⁹⁾の報告と一致する傾向を示した。なお、その他の選択基準については世代間に差は見られなかった。

③ 回答者の年齢と家庭での牛肉料理

回答者の年齢と家庭での牛肉料理との関係に次いで第9表に示した如く、各世代ともすきやきを好む者が最も多く、次いで焼肉が多いが、3位以下については、やや異なった様相を示した。

表-9 回答者の年齢と家庭での牛肉料理別回答者の割合

(単位：%)

牛肉料理 年齢区分	すきやき	焼肉	ハン バーグ	ステーキ	シチュー	カレー	煮物	しゃぶ しゃぶ	どんぶり 類
	30代 平均値	26.3	21.5	11.5	11.4	10.0	4.6	9.8	3.5
以下 標準偏差	±3.9	±5.0	±4.0	±4.8	±5.0	±3.4	±7.0	±3.9	±2.6
40代 平均値	28.0	17.9	10.9	12.2	10.3	6.1	7.2	6.3	1.2
標準偏差	±3.9	±3.3	±5.0	±4.1	±3.1	±3.0	±1.7	±3.3	±2.0
50代 平均値	35.6	16.8	2.8	11.2	9.2	8.7	8.5	5.8	1.5
以上 標準偏差	±11.4	±7.7	±6.8	±7.3	±5.8	±6.5	±7.9	±4.5	±3.7

注1) 各世代毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各世代間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

牛肉料理：すきやき

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	10%以下
40代		-	20%以下
50代以上			-

牛肉料理：焼肉

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

牛肉料理：ハンバーグ

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	20%以上
50代以上			-

牛肉料理：ステーキ

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

牛肉料理：シチュー

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

牛肉料理：カレー

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

牛肉料理：煮物

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	10%以下
40代		-	30%以下
50代以上			-

牛肉料理：しゃぶしゃぶ

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

牛肉料理：どんぶり類

年齢区分	30代以下	40代	50代以上
30代以下	-	30%以上	30%以上
40代		-	30%以上
50代以上			-

また世代間の割合の比較では、すきやきを好む者とハンバーグを好む者について差が見られた。すなわち、50代以上において、すきやきを好む者が多く、ハンバーグを好む者が少なくなり、それぞれ30代以下との間に有意差、40代との間に差の生ずる傾向が見られ、岸本の「主

婦の年齢」が「すきやき」ならびに「ハンバーグ・ミートソース」の「調理態度決定」を規定する要因であるとの報告と一致する傾向を示した。

なおその他の料理については、世代間に差は

見られなかった。

(3) 牛肉の消費傾向における年齢別特徴以上の事柄について、年代別に総括し第10表に示した。

表-10 回答者の年齢と牛肉の消費傾向（総括表）

年齢区分 消費傾向	30代以下	40代	50代以上	各階層間に差の 見られない項目
牛肉の消費順位	2位以上：少ない 3位：多い	2位以上：中庸 3位：中庸	2位以上：多い 3位：少ない	4位以下
牛肉の購入頻度	週に1回以上：少ない 月に1～3回：多い	週に1回以上：多い 月に1～3回：少ない	週に1回以上：多い 月に1～3回：少ない	2カ月に1回以下
家族1人1回当たり 牛肉購入量	100g以下：多い 100g台：少ない	100g以下：中庸 100g台：中庸	100g以下：少ない 100g台：多い	200g以上
購入する牛肉の 100g当たり価格	世代間の差：無し	世代間の差：無し	世代間の差：無し	
家族1人1回当たり 牛肉購入額	300円以下：多い 500円以上：少ない	300円以下：中庸 500円以上：中庸	300円以下：少ない 500円以上：多い	300～500円
牛肉の購入理由	おいしい：多い 栄養や健康を考えて ：少ない	おいしい：少ない 栄養や健康を考えて ：多い	おいしい：少ない 栄養や健康を考えて ：多い	価格が易い・手頃 食べ慣れた肉 入手し易い
牛肉の選択基準	料理に合った部位 ：中庸 霜降り肉：少ない	料理に合った部位 ：多い 霜降り肉：少ない	料理に合った部位 ：少ない 霜降り肉：多い	色・つや 赤身肉の多いもの 安全性 上中並の種類別 店の人の勤め
家庭での牛肉料理	すきやき：少ない ハンバーグ：多い	すきやき：少ない ハンバーグ：多い	すきやき：多い ハンバーグ：少ない	焼肉 ステーキ シチュー 煮物 カレー しゃぶしゃぶ どんぶり類

注1) 消費傾向の各副次項目について、属性の階層間の相対的な比較であり、副次項目間の比較ではない。

2) 前項までの結果に基づき、階層間に一つでも30%以下の危険率で有意差が見られた項目を取りあげた。またこの時、他の階層間同士の有意差が、危険率30%以上の場合でも、中間的な値を示す場合には、「中庸」と表示した。

① 30代以下に見られる特徴

量的特性については、消費順位、購入頻度、家族1人1回当たり購入量の全てにおいて、他の2世代よりも、消費量が少ないことを示しており、100g当たりの価格については、世代間に差は見られないことから、家族1人1回当たり購入額も少なくなっている。

また質的特性については、購入理由において、他の2世代と比較して「おいしい」とする者が多く、「栄養や健康を考えて」とする者が少ない。また牛肉の選択基準においては、「霜降り肉」とする者が、40代と同様に少なく、「料理に合った部位」とする者は40代と50代以上との中位にある。

さらに、家庭での牛肉料理については、40代と同じ傾向にあり、50代以上に比較して、すきやきを好む者が少なくハンバーグを好む者が多くなっている。

② 40代に見られる特徴

40代は、質的特性の選択基準において「料理に合った部位」とする者が他の2世代に比較して多い他は、独自な特徴を示す傾向は少なく、他の2世代との中間の傾向を示す場合、もしくは30代以下或は50代以上と同様な傾向を示す場合が多く、両者の中間的性格を示している。

つまり量的特性の消費順位、家族1人1回当たり購入量、家族1人1回当たり購入額については、他の2世代の中位にあるが、購入頻度については50代以上と同様な傾向を示している。

また質的傾向の購入理由は50代以上と同様な傾向を示し、選択基準における「霜降り肉」とする者、および家庭での牛肉料理については、30代以下と同様な傾向を示している。

③ 50代以上に見られる特徴

50代以上は、30代以下と比較して、量的特性については全ての項目において消費量が多いことを示している。質的特性については、購入理由において「栄養や健康を考えて」とする者が多く、「おいしい」とする者が少なくなっており、選択基準においては「霜降り肉」とする者

が多く、「料理に合った部位」とする者が少なくなっている。また同じく家庭での牛肉料理においては、すきやきを好む者が多く、ハンバーグを好む者が少ないなど、30代以下との対照的な特徴を示している。

2) 家族1人当たりの年間収入と消費傾向

(1) 家族1人当たり年間収入と量的消費特性

① 家族1人当たりの年間収入と牛肉と消費順位

家族1人当たりの年間収入と牛肉の消費順位との関係については、第11表に示した如く、100万円以下の階層ならびに100~150万円の階層では、3位とする者が最も多く、次いで2位以上、4位以下の順であり、150万円以上の階層においては、2位以上、3位、4位以下、の順であった。

表-11 家族1人当たりの年間収入と牛肉の消費順位別回答者の割合

(単位：%)

消費順位 収入区分	2位以上	3位	4位以下
100万円 平均値	25.2	57.9	17.0
以下 標準偏差	±17.8	±13.2	±19.1
100~ 平均値	43.8	50.6	5.6
150万円 標準偏差	±18.2	±17.6	±9.2
150万円 平均値	57.4	39.8	2.9
以上 標準偏差	±26.2	±29.9	±7.6

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

消費順位：2位以上

収入区分	100万円 以下	100~ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	20%以下	5%以下
100~150万円		—	30%以下
150万円以上			—

消費順位：3位

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	20%以下
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

消費順位：4位以下

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	30%以下
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

階層間の比較において、2位以上とする者について100万円以下の階層と150万円以上の階層との間な有意差が見られると共に他のそれぞれの階層間にも差の生ずる傾向が見られ、収入の増加と共にその割合が増加する傾向を示した。また3位とする者、および4位以下とする者については100万円以下の階層と150万円以上の階層との間に生ずる傾向が見られるだけで有るが、3位とする者は収入の増加と共に減少する傾向を示し、4位以下とする者は、100万円以下の階層に多い傾向を示した。

以上を総括的にみると、牛肉の消費順位は、収入の増加と共に向上するものと思われる。

② 家族1人当たりの年間収入と牛肉の購入頻度

家族1人当たりの年間収入と牛肉の購入頻度との関係については、第12表に示した如く100万円以下の階層では月に1～3回とする者が最も多く、次いで週に1回以上とする者、2カ月に月に1回以下とする者の順であり、100～150万円の階層では週に1回以上とする者と月に1～3回とする者が同程度で、2カ月に1回以下とする者は比較的少なく、150万円以上の階層では、週に1回以上とする者、月に1～3回とする者の順に多く、2カ月に1回以上とする者は少なかった。

表-12 家族1人当たりの年間収入と牛肉の購入頻度別回答者の割合

(単位：%)

購入頻度 収入区分	週に1回以上	月に1～3回	2カ月に1回以下
100万円以下	28.4	61.1	10.6
標準偏差	±15.0	±9.7	±9.3
100～150万円	44.7	44.1	11.3
標準偏差	±22.1	±13.9	±11.2
150万円以上	69.3	27.8	2.9
標準偏差	±15.6	±15.1	±5.5

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入頻度：週に1回以上

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	5%以下	1%以下
100～150万円		—	1%以下
150万円以上			—

購入頻度：週に1～3回

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	5%以下	1%以下
100～150万円		—	5%以下
150万円以上			—

購入頻度：2カ月に1回以下

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	30%以下
100～150万円		—	20%以下
150万円以上			—

また階層間の比較においては、週に1回以上とする者と月に1～3回とする者について各階層間に有意差が見られ、週に1回以上とする者

は、収入の増加と共に増加する傾向、月に1～3回とする者については、逆に収入の増加と共に減少する傾向を示した。なお2カ月に1回以下とする者は、150万円以上の階層と他の2階層との間に差の生ずる傾向がみられ、150万円以上の階層が少ない傾向にあった。以上のことから牛肉の購入頻度は、総括的に収入の増加とともに多くなるものと思われ、小泉¹⁾らの報告と一致する傾向を示した。また牛肉の購入頻度は、買い上げ1回当たりの購入量とともに牛肉の需要量の構成要素であり、その意味から岸本⁴⁾、門間⁵⁾等の牛肉需要の所得弾力性に基づく分析とも一致する傾向を示すものと思われる。

③ 家族1人当たりの年間収入と家族1人1回当たりの牛肉購入量

家族1人当たりの年間収入と家族1人1回当たりの牛肉購入量との関係については、第13表に示した如く、各階層とも100g以下とする者が最も多く、ついで100g台とする者、200g以上とする者の順であった。

しかし階層間の比較においては、100g以下とする者については、150万円以上の階層に少なく、100～150万円の階層との間に有意差、100万円以下との間に差の生ずる傾向が見られた。

表-13 家族1人当たりの年間収入と家族1人1回当たり牛肉購入量別回答者の割合
(単位：%)

収入区分	購入量		
	100g以下	100g台	200g以上
100万円 平均値	67.2	24.2	8.6
以下 標準偏差	±13.7	±13.4	±10.4
100～ 平均値	72.6	20.7	7.4
150万円 標準偏差	±11.2	±7.0	±9.8
150万円 平均値	56.3	28.2	15.5
以上 標準偏差	±22.3	±11.0	±17.2

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①④⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入量：100g以下

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	20%以下
100～150万円		—	5%以下
150万円以上			—

購入量：100g台

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

購入量：200g以上

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

また100g台とする者については、150万円以上の階層に多くて100～150万円の階層に少なく、両階層間に差の生ずる傾向が見られたが、100万円以下の階層は両者の中位の値を示した。さらに200g以上とする者についても、150万円以上の階層が多く100～150万円の階層との間に差の生ずる傾向を示したが、100万円以上の階層と100～150万円の階層の値は同程度であった。以上のことから牛肉の1回当たりの購入量は、総括的に収入の増加とともに多くなるものと思われ、小泉¹⁾らの報告と一致する傾向を示した。また牛肉の1回当たりの購入量は、購入頻度とともに牛肉の需要量の構成要素であり、その意味から岸本⁴⁾、門間⁵⁾等の牛肉需要の所得弾力性に基づく分析とも一致する傾向を示すものと思われる。

④ 家族1人当たりの年間収入と購入する牛肉の100g当たりの価格

家族1人当たりの年間収入と購入する牛肉の

100g当たりの価格との関係については、第14表に示した如く、各階層とも300～500円とする者が最も多く、次いで300円以下、500円以上の

表-14 家族1人当たりの年間収入と購入する牛肉の100g当たり価格別回答者の割合

(単位：%)

100g価格 収入区分	300円 以下	300～ 500円	500円 以上
100万円 平均値	36.9	58.0	5.2
以下 標準偏差	±14.2	±14.7	±2.8
100～ 平均値	30.8	60.5	8.8
150万円 標準偏差	±13.9	±16.3	±8.6
150万円 平均値	20.4	62.9	16.7
以上 標準偏差	±20.2	±24.0	±11.1

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①④⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

100g価格：300円以下

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	5%以下
100～150万円		—	20%以下
150万円以上			—

100g価格：300～500円

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

100g価格：500円以上

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	20%以下
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

順に多いが、150万円以上の階層では300円以下とする者と500円以上とする者の差は僅かであった。

階層間の比較においては、300円以下とする者が150万円以上の階層に少なく、100万円以下の階層との間に有意差、100～150万円の階層との間に差の生ずる傾向を示した。

また300～500円とする者については階層間に差は見られなかったが、500円以上とする者は150万円以上の階層に多く、他の2階層との間に差の生ずる傾向が見られた。以上総じて150万円以上の階層が単価の高い牛肉を志向する傾向があると思われ、小泉ら¹⁾、甲斐²⁾の報告と一致する傾向を示した。

⑤ 家族1人当たりの年間収入と家族1人1回当たりの牛肉購入額

家族1人当たりの年間収入と家族1人1回当たりの牛肉購入額との関係については、第15表に示した如く、100万円以下の階層および100～150万円の階層においては、300円以下とする者が最も多く、次いで300～500円、500円以上の順となるが、150万円以上の階層においては、3区分とも同程度であった。

表-15 家族1人当たりの年間収入と家族1人1回当たり牛肉購入額別回答者の割合
(単位：%)

購入額 収入区分	300円 以下	300～ 500円	500円 以上
100万円 平均値	57.7	30.0	12.3
以下 標準偏差	±5.9	±9.8	±4.8
100～ 平均値	41.4	33.0	25.6
150万円 標準偏差	±14.5	±15.4	±18.7
150万円 平均値	33.9	35.1	31.0
以上 標準偏差	±10.5	±12.2	±8.1

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①④⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入額：300円以下

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	5%以下	1%以下
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

購入額：300～500円

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

購入額：500円以上

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	10%以下	5%以下
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

階層間の比較では、300円以下とする者について100万円以下の階層が最も多く、次いで100～150万円の階層、150万円以上の階層の順であり、100万円以下の階層と他の2階層との間に有意差、100～150万円の階層と150万円以上の階層との間に差の生ずる傾向が認められた。また300～500円とする者については、各階層とも同程度の値を示し、階層間に有意差が見られなかったが、500円以上とする者については、100万円以下の階層に少なく、それぞれ他の2階層との間に有意差が認められ、総括的に収入の増加と共に家族1人1回当たりの牛肉購入額も増加する傾向にあると思われる。

(2) 家族1人当たりの年間収入と質的消費特性

① 家族1人当たりの年間収入と牛肉の購入理由

家族1人当たりの年間収入と牛肉購入理由との関係については、第16表に示した如く、各階層とも「おいしい」とする者が最も多く、次いで「栄養や健康を考えて」とする者が多くなっている。

表-16 家族1人当たりの年間収入と牛肉購入理由別回答者の割合 (単位：%)

購入理由	おいしい	栄養や健康を 考えて	価格が安い・ 手頃	食べ慣れた肉	入手しやすい
100万円 平均値	67.2	17.8	8.1	6.3	0.6
以下 標準偏差	±4.0	±5.5	±5.8	±4.6	±1.6
100～150万円 平均値	72.7	15.7	9.0	2.6	0.0
150万円 標準偏差	±10.3	±8.8	±7.6	±4.5	±0.0
150万円 平均値	61.5	21.8	3.2	12.3	1.2
以上 標準偏差	±20.8	±8.2	±6.3	±13.8	±3.1

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入理由：おいしい

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	10%以下	10%以下
100～150万円		—	1%以下
150万円以上			—

購入理由：栄養や健康を考えて

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	20%以下
100～150万円		—	5%以下
150万円以上			—

購入理由：価格が安い・手頃

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以上	10%以上
100～150万円		—	10%以上
150万円以上			—

購入理由：食べ慣れた肉

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	20%以上	5%以下
100～150万円		—	1%以下
150万円以上			—

購入理由：入手し易い

収入区分	100万円以下	100～150万円	150万円以上
100万円以下	—	30%以下	30%以下
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

しかしその割合については階層間に差が見られ、「おいしい」とする者は、100～150万円の階層が最も多くついで100万円以下の階層、150万円以上の階層の順で各階層間に有意差が生じ

ており、「栄養や健康を考えて」とする者は150万円以上の階層に多く、100～150万円の階層との間に有意差、100万円以下との階層との間に差の生ずる傾向が見られた。

また「価格が安い・手頃」とする者についても150万円以上の階層が少なく他の2階層との間に有意差が見られた。さらに「食べ慣れた肉」とする者については150万円以上の階層が最も多くて他の2階層との間に有意差が見られ、次いで100万円以下の階層で100～150万円の階層との間に差の生ずる傾向が見られた。

③ 家族1人当たりの年間収入と牛肉の選択基準

家族1人当たりの年間収入と牛肉の購入時の選択基準との関係については第17表に示した如く、各階層共「料理に合った部位」とする者が最も多いが、2位、3位の項目については階層によって若干傾向が異なる。即ち100万円以下の階層では、「色・つや」、「霜降り肉」、100～150万円の階層では、「赤身肉の多いもの」、「色・つや」の順であり、150万円以上の階層では、「赤身肉の多もの」、「霜降り肉」の順であった。

表-17 家族1人当たり年間収入と牛肉の選択基準別回答者の割合

(単位：%)

収入区分	選択基準	料理に合った部位	色・つや	赤身肉の多いもの	霜降り肉	安全性	上中並の種類別	店の人の勧め
100万円以下	平均値	44.9	16.2	11.2	13.1	12.7	2.0	0.0
	標準偏差	±12.1	±12.3	±7.1	±7.6	±16.4	±3.2	±0.0
100～150万円	平均値	36.3	18.5	21.7	7.7	9.7	2.7	3.5
	標準偏差	±19.5	±6.9	±17.7	±4.3	±18.3	±4.4	±5.5
150万円以上	平均値	45.1	9.0	17.7	13.1	11.8	3.3	0.0
	標準偏差	±27.1	±8.1	±22.8	±24.2	±19.6	±5.3	±0.0

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定

(有意差と判断することによる誤りの危険率)

選択基準：料理に合った部位

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	10%以下	30%以上
100～150万円		—	10%以下
150万円以上			—

選択基準：色・つや

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以下	20%以下
100～150万円		—	10%以上
150万円以上			—

選択基準：赤身肉の多いもの

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	5%以上	20%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

選択基準：霜降り肉

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

階層間の比較において、「色・つや」とする者が150万円以上の階層に少なく、100～150万円の階層との間に有意差、100万円以下の階層との間に生ずる傾向が見られ、「赤身肉の多いもの」とする者は、100万円以下の階層に少なく、100～150万円の階層との間に有意差、150万円以上の階層との間に差の生ずる傾向が見られた。

また「霜降り肉」および「料理に合った部位」とする者は、100～150万円の階層に少なく、それぞれ他の2階層との間に、差の生ずる傾向、

選択基準：安全性

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以下
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

選択基準：上中並の種類別

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以下	30%以上
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

選択基準：店の人の勤め

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

もしくは有意差が見られた。なお「安全性」とする者は、各階層とも10%前後で階層間に有意差は見られなかった。

④ 家族1人当たりの年間収入と家庭での牛肉料理

家族1人当たりの年間収入と家庭での牛肉料理との関係については第18表に示した如く、各階層ともすきやきを好む者が最も多く、次いで焼肉が多いが、3位以下については、やや異なった様相を示した。

表-18 家族1人当たりの年間収入と家庭での牛肉料理別回答者の割合

(単位：%)

牛肉料理 収入区分	すきやき	焼肉	ハン バーグ	ステーキ	シチュー	煮物	カレー	しゃぶ しゃぶ	どんぶり もの類
100万円平均値	28.4	22.6	11.7	8.5	8.4	8.0	4.4	4.8	3.3
以下 標準偏差	±3.2	±4.5	±4.7	±4.1	±3.0	±4.4	±1.7	±3.2	±3.7
100～平均値	31.3	18.3	7.3	9.8	12.6	7.4	7.0	5.3	1.0
150万円標準偏差	±8.8	±6.4	±6.8	±5.5	±2.8	±5.8	±3.0	±5.3	±2.4
150万円平均値	28.8	19.3	8.5	15.2	6.2	7.7	4.9	7.7	1.7
以上 標準偏差	±5.0	±8.8	±2.6	±7.4	±4.1	±5.8	±4.6	±5.2	±2.1

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

牛肉料理：すきやき

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

牛肉料理：焼肉

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以下
100～150万円		—	30%以下
150万円以上			—

牛肉料理：ハンバーグ

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	20%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

牛肉料理：ステーキ

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以下	10%以上
100～150万円		—	20%以上
150万円以上			—

牛肉料理：シチュー

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以下	30%以上
100～150万円		—	10%以下
150万円以上			—

牛肉料理：煮物

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

牛肉料理：カレー

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以下	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

牛肉料理：しゃぶしゃぶ

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

牛肉料理：どんぶり類

収入区分	100万円 以下	100～ 150万円	150万円 以上
100万円以下	—	30%以上	30%以上
100～150万円		—	30%以上
150万円以上			—

階層間の比較においては、焼肉を好む者およびハンバーグを好む者が100万円以下の階層にやや多く、100～150万円の階層との間に差の生ずる傾向が見られ、ステーキを好む者は150万円以上の階層に多くて100万円以下の階層との間に有意差、100～150万円の階層との間に差の

生ずる傾向が見られた。またシチューを好む者は100～150万円の階層に多く、150万円以上の階層との間に有意差、100万円以下の階層との間に差の生ずる傾向が見られた。

(3) 牛肉の消費傾向における収入階層別特徴以上の事柄について、収入階層別に総括し第19表に示した。

第19表 家族1人当たりの年間収入と牛肉の消費傾向（総括表）

収入階層区分 消費傾向	100万円以下	100～150万円	150万円以上	階層間に差の 見られない項目
牛肉の消費順位	2位以上：少い 3位：多い 4位以下：多い	2位以上：中庸 3位：中庸 4位以下：少い	2位以上：多い 3位：少い 4位以下：少い	
牛肉の購入頻度	週に1回以上：少い 月に1～3回：多い 2カ月に1回以下：多い	週に1回以上：中庸 月に1～3回：中庸 2カ月に1回以下：多い	週に1回以上：多い 月の1～3回：少い 2カ月に1回以下：少い	
家族1人1回当たり 牛肉購入量	100g以下：多い 100g台：中庸 200g台以上：少い	100g以下：多い 100g台：少い 200g以上：少い	100g以下：少い 100g台：多い 200g以上：多い	
購入する牛肉の 100g当たり価格	300円以下：多い 500円以上：少い	300円以下：多い 500円以上：少い	300円以下：少い 500円以上：多い	300～500円
家族1人1回当たり 牛肉購入額	300円以下：多い 500円以上：少い	300円以下：多い 500円以上：少い	300円以下：少い 500円以上：多い	300～500円
牛肉の購入理由	おいしい：中庸 栄養や健康を考慮して ：少い 価格が安い・手頃：多い 食べ慣れた肉：中庸	おいしい：多い 栄養や健康を考慮して ：少い 価格が安い・手頃：多い 食べ慣れた肉：少い	おいしい：少い 栄養や健康を考慮して ：多い 価格が安い・手頃：少い 食べ慣れた肉：多い	入手し易い
牛肉の選択基準	料理に合った部位：多い 色・つや：多い 赤身肉の多いもの：少い 霜降り肉：多い	料理に合った部位：少い 色・つや：多い 赤身肉の多いもの：多い 霜降り肉：少い	料理に合った部位：多い 色・つや：少い 赤身肉の多いもの：多い 霜降り肉：多い	安全性 上中並の種類別 店の人の勧め
家庭での牛肉料理	焼肉：多い ハンバーグ：多い ステーキ：多い シチュー：少い	焼肉：少い ハンバーグ：少い ステーキ：少い シチュー：多い	焼肉：少い ハンバーグ：少い ステーキ：多い シチュー：少い	すきやき 煮物 カレー しゃぶしゃぶ どんぶり物

注 1) 消費傾向の各副次項目について、属性の階層間の相対的な比較であり、副次項目間の比較ではない。
2) 前項までの結果に基づき、階層間にひとつでも30%以下の危険率で有意差が見られた項目を取り上げた。またこの時、他の階層間同士の有意差が、危険率が30%以上の場合でも、中間的な値を示す場合には、「中庸」と表示した。

① 100万円以下の階層に見られる特徴
家族1人当たりの年間収入が100万円以下の階層は、量的特性については、家族1人1回当たりの購入量が他の2回層の中間的な傾向を示すが、消費順位、購入頻度においては他の2回層よりも少なく、100g当たりの価格について

は、100～150万円の階層と同様に安い傾向にあることから、家族1人1回当たりの購入額についても他の2回層よりも少なくなっている。

また質的特性については、購入理由を「価格が安い・手頃」、「栄養や健康を考慮して」とする者については100～150万円の階層と同様な傾向、

「おいしい」、「食べ慣れた肉」とする者は、他の2階層の中間的な傾向を示した。牛肉の選択基準を「赤身肉の多いもの」とする者は他の2階層に比較して少ないが、「色・つや」とする者は100～150万円の階層と同様に、「霜降り肉」、「料理に合った部位」とする者については150万円以上の階層と同様に多く、総じて他の2階層の中間的な傾向を示している。

さらに、家庭での牛肉料理については、ステーキとする者が100～150万円の階層と同様に、シチューとする者が150万円以上の階層と同様に少ないが、焼肉、ハンバーグとする者が他の2階層に比較して多くなっているのが特徴的である。

② 100～150万円の階層に見られる特徴

家族1人当たり年間収入が100～150万円の階層は、量的特性について、家族1人1回当たりの購入量が他の2階層より少なく、100g当たり価格が100万円以下の階層と同様に安い、その他の項目については、他の2階層の中間的な傾向を示している。

質的特性の購入理由、選択基準については、「赤身肉の多いもの」とする者を除く全ての項目において150万円以上と逆の傾向を示しており、また家庭で牛肉料理については、焼肉、ハンバーグ、ステーキとする者が少なく、シチューとする者が多い独自の傾向を示している。

③ 150万円以上の階層に見られる特徴

家族1人当たりの年間収入が150万円以上の階層は、他の2階層と比較して、量的特性については全ての項目において消費量が多く、100g単価も高く、家族1人1回当たり購入額も大きい。

また質的特性については購入理由において、「価格が安い、手頃」、「おいしい」とする者が比較的少なく、「食べ慣れた肉」、「栄養や健康を考えて」とする者が多くて、100～150万円の階層と全て逆の傾向を示しており、選択基準においては、「色・つや」とする者が少なく、他の2階層と異なる傾向を示しているが、「赤身肉の多いもの」とする者は100～150万円の階層と同様に多く、「霜降り肉」、「料理に合った部

位」とする者も100万円以下の階層と同様に多くなっている。同じく家庭での牛肉料理については、ステーキとする者が多く、焼肉、ハンバーグ、シチューとする者が少なく、他の2階層と異なる特徴を示している。3) 家族1人当たりの1カ月の食費と消費傾向

(1) 家族1人当たりの1カ月の食費と量的消費特性

① 家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の消費順位

家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の消費順位との関係については第20表に示した如く、2万円以下の階層では、3位とする者が最も多く、次いで2位以上、4位以下の順であり、2～3万円の階層では、2位以上とする者、3位とする者が同程度で4位以下とする者が最も少なかった。また3万円以上の階層においては、2位以上、3位、4位以下、の順であった。

第20表 家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の消費順位別回答者の割合

(単位：%)

消費順位 食費区分	2位以上	3位	4位以下
	2万円 平均値	29.9	52.5
以下 標準偏差	±21.5	±12.0	±15.1
2～3万円 平均値	43.7	44.2	12.1
標準偏差	±18.9	±14.1	±14.1
3万円 平均値	52.5	39.9	7.6
以上 標準偏差	±22.1	±18.6	±14.1

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意最小法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)
消費順位：2位以上

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	20%以下	5%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

消費順位：3位

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	20%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

消費順位：4位以下

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

階層間の比較において、2位以上とする者について2万円以下の階層と3万円以上の階層との間に有意差、2万円以下の階層と2～3万円の階層との間に差を生ずる傾向が見られ、3位とする者、および4位以下とする者については2万円以下の階層と3万円以上の階層との間に差の生ずる傾向が見られた。

また2位以上とする者は、食費の増加と共に増加する傾向、3位とする者、および4位以下とする者は、食費の増加と共に減少する傾向を示し、総括的にみると、牛肉の消費順位は、食費の増加と共に上昇するものと思われる。

② 家族1人当たりの1カ月食費と牛肉の購入頻度

家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の購入頻度との関係については、第21表に示した如く2万円以下の階層では月に1～3回とする者が最も多く、次いで週に1回以上とする者、2カ月に1回以下とする者の順であり、2～3万円の階層では週に1回以上とする者と月に1～3回とする者が同程度で、2カ月に1回以下とする者は比較的少なかった。また3万円以上の階層では週に1回以上とする者、月に1～3回とする者の順の多く、2カ月に1回以上とする者は少なかった。

階層間の比較においては、週に1回以上とする者については、2万円以下の階層と他の2階層との間に有意差、2～3万円の階層と3万円

第21表 家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の購入頻度別回答者の割合

(単位：%)

食費区分	購入頻度		
	週1回以上	月に1～3回	2カ月に1回以下
2万円以下	28.3	59.1	11.8
標準偏差	±24.4	±22.7	±11.5
2～3万円	46.1	45.4	8.4
標準偏差	±13.3	±7.2	±11.3
3万円以上	55.6	39.0	5.4
標準偏差	±31.8	±28.1	±8.1

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意最小法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入頻度：週に1回以上

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	5%以下	1%以下
2～3万円		—	30%以下
3万円以上			—

購入頻度：月に1～3回

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	10%以下	5%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

購入頻度：2カ月に1回以下

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

以上の階層との間に差の生ずる傾向が見られ、月に1～3回とする者については、2万円以下の階層と他の2階層との間にのみ有意差が見られた。なお2カ月に1回以下とする者は、各階層とも比較的少なく差が見られなかった。

また週に1回以上とする者は、食費の増加と共に増加する傾向、月に1～3回とする者および2カ月に1回以下とする者については、逆に食費の増加と共に減少する傾向を示し、牛肉の購入頻度は、食費の増加と共に増加するものと思われる。

③ 家族1人当たりの1カ月の食費と家族1人1回当たりの牛肉購入量

家族1人当たりの1カ月の食費と家族1人1回当たりの牛肉購入量との関係については、第22表に示した如く、2万円以下の階層、および2～3万円の階層では、100g以下とする者が最も多く、ついで100g台とする者、200g以上とする者の順であるが、2万円以下の階層では、100g台とする者と200g以上とする者の差は僅かであった。また3万円以上の階層については、100g台とする者が最も多く、ついで100g以下とする者、200g以上とする者の順であったが、前2者の差は少なかった。

第22表 家族1人当たりの1カ月の食費と家族1人1回当たり牛肉の購入量別回答者の割合
(単位：%)

食費区分	購入量		
	100g以下	100g台	200g以上
2万円以下	73.9	15.8	10.3
平均値	±13.9	±11.1	±6.3
2～3万円	55.6	27.9	16.5
平均値	±14.9	±13.9	±18.1
3万円以上	41.7	45.0	13.3
平均値	±20.3	±23.3	±7.8

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意最小法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入量：100g以下

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	1%以下	1%以下
2～3万円		—	1%以下
3万円以上			—

購入量：100g台

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	1%以下	1%以下
2～3万円		—	1%以下
3万円以上			—

購入量：200g以上

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	20%以下	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

階層間の比較においては、100g以下とする者、および100g台とする者については、各階層間に有意差が見られ、100g以下とする者は食費の増加と共に減少し、100g台とする者は食費の増加と共に増加する傾向を示した。また200g以上とする者については階層間に差は見られなかったが、2～3万円の階層にやや多い傾向が見られた。

④ 家族1人当たりの1カ月の食費と購入する牛肉の100g当たりの価格

家族1人当たりの1カ月の食費と購入する牛肉の100g当たりの価格との関係については、第23表に示した如く、各階層とも300～500円とする者が最も多く、次いで300円以下、500円以上の順に多いが、3万円以上の階層では300円以下とする者と500円以上とする者の差は僅かであった。

第23表 家族1人当たりの1カ月の食費と購入する牛肉の100g当たり価格別回答者の割合
(単位：%)

食費区分	購入量		
	100g以下	100g台	200g以上
2万円以下	31.1	61.1	7.7
平均値	±14.3	±17.4	±9.1
2～3万円	27.1	60.8	12.1
平均値	±19.7	±14.9	±9.2
3万円以上	22.2	58.5	19.3
平均値	±16.9	±20.9	±14.1

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意最小法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

100g 価格：300円以下

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

100g 価格：300～500円

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

100g 価格：500円以上

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	20%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

階層間の比較においては、300円以下とする者が2万円以下の階層に、500円以上とする者が3万円以上の階層に多く、それぞれ両階層間に差の生ずる傾向を示したが、2～3万円の階層との間には差が見られなかった。また300～500円とする者については階層間に差は見られず、食費の増加に伴って100g当たりの価格も上昇する傾向は見られるが、その度合はあまり強くはない。

⑤ 家族1人当たりの1カ月の食費と家族1人1回当たりの牛肉購入額

家族1人当たりの1カ月の食費と家族1人1回当たりの牛肉購入額との関係については、第24表に示した如く、2万円以下の階層においては、300円以下とする者が最も多く、次いで300～500円、500円以上の順となり、2～3万円の階層においては、300円以下とする者および300～500円とする者が同程度であった。しかし、3万円以上の階層においては、500円以上とする者が最も多く、次いで300～500円とする者、

第24表 家族1人当たりの1カ月の食費と家族1人1回当たり牛肉購入額別回答者の割合

(単位：%)

食費区分	購入額		
	300円以下	300～500円	500円以上
2万円以下	平均値 52.1 標準偏差 ±7.5	28.8 ±12.2	19.1 ±10.0
2～3万円	平均値 42.0 標準偏差 ±13.3	40.2 ±13.6	17.7 ±13.7
3万円以上	平均値 21.0 標準偏差 ±17.2	29.1 ±10.1	49.9 ±18.6

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意最小法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

購入額：300円以下

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	20%以下	1%以下
2～3万円		—	1%以下
3万円以上			—

購入額：300～500円

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	10%以下	30%以上
2～3万円		—	10%以下
3万円以上			—

購入額：500円以上

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	1%以下
2～3万円		—	1%以下
3万円以上			—

300円以下とする者の順であった。

階層間の比較においては、300円以下とする者については2万円以下の階層が最も多く、次いで2～3万円の階層、3万円以上の階層の順

であり、3万円以上の階層と他の2階層との間に有意差、2～3万円の階層と2万円以下の階層との間に差の生ずる傾向が認められ、300～500円とする者については、2～3万円の階層が最も多く、他の2階層との間に有意差が見られた。また500円以上とする者については、3万円以上の階層が最も多くて他の2階層との間に有意差が見られ、食費の増加と共に家族1人1回当たりの牛肉購入額も増加する傾向にあると思われる。

(2) 家族1人当たりの1カ月の食費と質的消費特性

① 家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の購入理由

家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の購入理由との関係については、第25表に示した如く、各階層とも「おいしい」とする者が最も多く、

次いで「栄養や健康を考えて」とする者が多くなっている。

しかしその割合については階層間に差が見られ、「おいしい」とする者は、2～3万円の階層が最も多くついで2万円以下の階層、3万円以上の階層の順、「栄養や健康を考えて」とする者は3万円以上の階層が最も多く、次いで2万円以下の階層、2～3万円の階層の順であり、それぞれ3万円以上の階層と他の2階層との間に有意差、2万円以下の階層と2～3万円の階層との間に差の生ずる傾向が見られた。

また「食べ慣れた肉」とする者については2万円以下の階層が最も少なく、3万円以上の階層との間に差の生ずる傾向が見られたが、「価格が安い・手頃」とする者、「入手し易い」とする者については階層間に差は見られなかった。

② 家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉

第25表 家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の購入利用別回答者の割合

(単位：%)

購入理由 食費区分	おいしい	栄養や健康を 考えて	価格が安い・ 手頃	食べ慣れた肉	入手し易い
2万円 平均値	70.9	18.5	6.5	3.0	1.1
以下 標準偏差	±11.7	±15.2	±7.3	±3.7	±2.2
2～3 平均値	75.4	14.1	4.1	6.4	0.0
万円 標準偏差	±13.2	±8.4	±6.8	±4.2	±0.0
3万円 平均値	60.5	25.8	6.8	6.9	0.0
以上 標準偏差	±18.3	±20.8	±7.8	±8.8	±0.0

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③④⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意最小法による各階層間の有意差の検定

(有意差と判断することによる誤りの危険率)

① 購入理由：おいしい

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	20%以下	1%以下
2～3万円		—	1%以下
3万円以上			—

③ 購入理由：価格が安い・手頃

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

② 購入理由：栄養や健康を考えて

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以下	5%以下
2～3万円		—	1%以下
3万円以上			—

④ 購入理由：食べ慣れた肉

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以下
2～3万円		—	30%以下
3万円以上			—

⑤ 購入理由：入手し易い

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

の選択基準

家族1人当たりの食費と牛肉の購入時の選択

基準との関係については第26表に示した如く、2万円以下および2～3万円の階層では「料理に合った部位」とする者が最も多く、次いで「赤身肉の多い者」、「色・つや」とする者の順であり、3万円以上の階層で「料理に合った部位」とする者、「色・つや」とする者の順で、「赤身肉の多いもの」とする者と「霜降り肉」とする者の割合は同程度で3位であった。

階層間の比較においては、食費の増加につれ

第26表 家族1人当たりの1カ月の食費と牛肉の選択基準別回答者の割合

(単位：%)

食費区分	選択基準	料理に合った部位	色・つや	赤身肉の多いもの	霜降り肉	安全性	上中並の種類別	店の人の勧め
2万円以下	平均値	50.5	12.0	15.2	5.5	10.1	5.7	1.0
	標準偏差	±13.7	±11.0	±8.1	±8.4	±17.3	±5.7	±2.9
2～3万円	平均値	41.3	15.5	16.9	10.6	11.2	2.5	1.9
	標準偏差	±19.2	±13.2	±16.3	±12.7	±17.0	±3.7	±4.0
3万円以上	平均値	37.2	20.4	14.8	14.6	9.2	1.8	2.1
	標準偏差	±17.1	±15.1	±10.7	±7.6	±17.1	±5.1	±5.9

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定

(有意差と判断することによる誤りの危険率)

① 選択基準：料理に合った部位

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	20%以下	10%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

④ 選択基準：霜降り肉

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	20%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

② 選択基準：色・つや

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑤ 選択基準：安全性

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

③ 選択基準：赤身肉の多いもの

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑥ 選択基準：上中並の種類別

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑦ 選択基準：店の人の勤め

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

て「色・つや」および「霜降り肉」とする者が多くなり、「料理にあった部位」とする者が逆に少なくなって、それぞれ3万円以上の階層と2万円以下の階層との間に有意差もしくは差の

生ずる傾向が見られたが、その他の基準については、階層間に差は見られなかった。

③ 家族1人当たりの1カ月の食費と家庭での牛肉料理

家族1人当たりの1カ月の食費と家庭での牛肉料理との関係については第27表に示した如く、各階層ともすきやきとする者が最も多く、次いで焼肉とする者、ステーキとする者の順であるが、4位以下については、やや異なった様相を示した。

第27表 家族1人当たりの食費と家庭での牛肉料理別回答者の割合

(単位：%)

食費区分	牛肉料理	すき	焼	ハ	ス	シ	煮	カ	しゃぶ	どん
		や	肉	ン	テ	チ	物	レー	しゃぶ	ぶり
		き		バ	ー	ュ				もの
		や	焼	ー	キ	ー			しゃぶ	類
2万円以下	平均値	28.4	22.3	10.7	10.8	7.4	9.4	4.6	4.4	2.1
	標準偏差	±3.4	±4.8	±4.5	±4.6	±4.1	±7.8	±1.3	±2.1	±3.1
2～3万円	平均値	31.2	20.7	9.0	10.6	7.8	7.7	7.0	4.8	1.3
	標準偏差	±7.5	±5.0	±5.9	±5.9	±3.3	±5.4	±3.5	±3.7	±2.1
3万円以上	平均値	28.8	19.4	5.4	14.4	11.5	6.8	5.3	7.3	1.3
	標準偏差	±8.1	±6.0	±4.3	±4.9	±6.2	±5.0	±4.1	±4.0	±2.4

注1) 属性の各階層毎の集計人数を100とした構成比

2) 調査店舗①②③⑤⑥⑦⑧⑨の店舗毎の構成比の単純平均値

最小有意差法による各階層間の有意差の検定
(有意差と判断することによる誤りの危険率)

① 牛肉料理：すきやき

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

④ 牛肉料理：ステーキ

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以下
3万円以上			—

② 牛肉料理：焼肉

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑤ 牛肉料理：シチュー

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以下
2～3万円		—	30%以下
3万円以上			—

③ 牛肉料理：ハンバーグ

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	20%以下
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑥ 牛肉料理：煮物

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑦ 牛肉料理：カレー

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑧ 牛肉料理：しゃぶしゃぶ

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

⑨ 牛肉料理：どんぶり類

食費区分	2万円以下	2～3万円	3万円以上
2万円以下	—	30%以上	30%以上
2～3万円		—	30%以上
3万円以上			—

階層間の比較では、3万円以上の階層において、ステーキとする者およびシチューとする者が多く、逆にハンバーグとする者が少なく、それぞれ他の2階層もしくは1つの階層との間に差の生ずる傾向が見られ、ステーキとハンバーグについては、岸本⁴⁾の「1カ月の平均飲食費」が「ステーキ」並びに「ハンバーグ・ミートソース」の「調理態度決定」を規定する要因であるとの報告と一致する傾向を示した。

なおその他の料理については階層間に差は見られなかった。

(3) 牛肉の消費傾向における食費階層別特徴以上の事柄について、食費階層別に総括し第28表に示した。

第28表 家族1人当たりの食費と牛肉の消費傾向（総括表）

消費傾向	2万円以下	2～3万円	3万円以上	階層間に差の見られない項目
牛肉の消費順位	2位以上：少い 3位：多い 4位以下：多い	2位以上：中庸 3位：中庸 4位以下：中庸	2位以上：多い 3位：少い 4位以下：少い	
牛肉の購入頻度	週に1回以上：少い 月に1～3回：多い	週に1回以上：中庸 月に1～3回：中庸	週に1回以上：多い 月に1～3回：少い	2カ月に1回以下
家族1人1回当たり牛肉購入量	100g以下：多い 100g台：少い 200g台以上：少い	100g以下：中庸 100g台：中庸 200g以上：多い	100g以下：少い 100g台：多い 200g以上：中庸	
購入する牛肉の100g当たり価格	300円以下：多い 500円以上：少い	300円以下：中庸 500円以上：中庸	300円以下：少い 500円以上：多い	300～500円
家族1人1回当たり牛肉購入額	300円以下：多い 300～500円：少い 500円以上：少い	300円以下：中庸 300～500円：多い 500円以上：少い	300円以下：少い 300～500円：少い 500円以上：多い	
牛肉の購入理由	おいしい：中庸 栄養や健康を考えて：中庸 食べ慣れた肉：少い	おいしい：多い 栄養や健康を考えて：少い 食べ慣れた肉：多い	おいしい：少い 栄養や健康を考えて：多い 食べ慣れた肉：多い	価格が安い・手頃 入手し易い
牛肉の選択基準	料理に合った部位：多い 色・つや：少い 霜降り肉：少い	料理に合った部位：中庸 色・つや：中庸 霜降り肉：中庸	料理に合った部位：少い 色・つや：多い 霜降り肉：多い	赤身肉の多いもの 安全性 上中並の種類別 店の人の勤め
家庭での牛肉料理	ハンバーグ：多い ステーキ：少い シチュー：少い	ハンバーグ：中庸 ステーキ：少い シチュー：少い	ハンバーグ：少い ステーキ：多い シチュー：多い	すきやき 焼肉 煮物 カレー しゃぶしゃぶ どんぶり類

注 1) 消費傾向の各副次項目について、属性の階層間の相対的な比較であり、副次項目間の比較ではない
2) 前項までの結果に基づき、階層間にひとつでも30%以下の危険率で有意差が見られた項目を取り上げた。またこの時、他の階層間同士の有意差が、危険率が30%以上の場合でも、中間的な値を示す場合には、「中庸」と表示した。

① 2万円以下の階層に見られる特徴

家族1人当たり1カ月の食費が2万円以下の階層は、量的特性については、牛肉の消費順位、購入頻度、家族1人1回当たりの購入量とも他の2階層よりも少なく、100g当たりの価格、家族1人1回当たり購入額についても他の2階層より低くなっている。

また質的的特性については、購入理由を「食べ慣れた肉」とする者が他の2階層よりも少なく、「おいしい」、「栄養や健康を考えて」とする者については、他の2階層の中間的な傾向を示した。牛肉の選択基準においては、他の2階層に比較して、「色・つや」、「霜降り肉」とする者は少なく、「料理に合った部位」とする者が多くて3万円以上の階層と対照的な様相を示した。

さらに、家庭での牛肉料理については、ステーキ、シチューとする者が2～3万円の階層と同様に少なく、ハンバーグとする者が他の2階層に比較して多く、やはり3万円以上の階層と対照的な様相を示した。

② 2～3万円の階層に見られる特徴

家族1人1カ月の食費が2～3万円の階層は、量的特性について、牛肉の消費順位、購入頻度、100g当たり価格においては、他の2階層の中間に位置しているが、家族1人1回当たりの購入量を200g以上とする者と家族1人1回当たりの牛肉購入額を300～500円とする者が他の2階層より多くなっている。

質的的特性については、購入理由において、「食べ慣れた肉」とする者は3万円以上と同程度であるが、「おいしい」とする者は他の2階層に比較して多く、「栄養や健康を考えて」とする者は逆に少ない特徴を示している。しかし選択基準については「色・つや」、「霜降り肉」、「料理に合った部位」の3項目とも他の2階層との中間的な値を示し、また家庭での牛肉料理においては、ステーキ、シチューとする者が2万円以下の階層と同様に少なく、ハンバーグとする者も3万円以上の階層と同様に少ない、中間的傾向を示した。

③ 3万円以上の階層に見られる特徴

家族1人1回当たり1カ月の食費が3万円以上の階層は、量的特性において、1人1回当たり購入量を200g以上とする者が2～3万円の階層に比較して少ない他は、頭入頻度、購入量とも他の2階層に比較して多く、100g単価も高くて家族1人1回当たり購入額も大きい。

また質的的特性については購入理由において、「価格が安い・手頃」、「おいしい」とする者が比較的少なく「栄養や健康を考えて」とする者が多く、選択基準においては、「色・つや」、「霜降り肉」とする者が多くて「料理に合った部位」とする者が少ないなど他の2階層と異なる傾向にあり、さらに家庭での牛肉料理についても、ハンバーグとする者については、2～3万円と同様に少いがステーキ、シチューとする者が比較的多くて、他の2階層と異なる特徴を示している。

4. 要約

盛岡市内6店舗、埼玉県2店舗の生活協同組合もしくはスーパーマーケットの店頭における面接法により、また首都圏の一つの共同購入グループの会員に対して留置法によりアンケート調査を実施し、消費者の属性と牛肉の消費傾向との関係を明らかにした。

(1) 食肉における牛肉の消費順位、家族1人1回当たりの牛肉購入額の二つの消費傾向と回答者(女性、以下同じ)の年齢、家族1人当たりの年間収入および家族1人1カ月の食費の三つの消費者の属性との関係は、年齢や金額の増加という属性の変化と共に、消費量や購入額が増加し、消費が拡大する傾向にある。

(2) 牛肉の購入頻度については、家族1人当たりの年間収入、家族1人1回当たりの食費との関係において、その増加と共に比例的に購入頻度も増加する傾向を示すのに対して、年齢に関しては40代および50代以上に比較して30代以下の購入頻度が少ないという2段階の傾向を示した。

(3) 家族1人1回当りの購入量については、回答者の年齢並びに家族1人1カ月当りの食費との関係において、その増加と共に購入量も比例的に増加する傾向を示すが、家族1人当りの年間収入との関係においては、中間の100～150万円の階層が他の2階層より少い傾向を示した。

(4) 購入する牛肉の100g当たりの価格については、家族1人1カ月当たりの食費の増加に伴って上昇する傾向を示したものの、年齢による差は見られず、家族1人当たりの年間収入との関係については150万円以上の階層がそれ以下の階層よりも高いという2段階の傾向を示した。

(5) 牛肉の購入理由を「おいしい」とする者は、相対的に30代以下の若い世代に多く、また家族1人当たりの年間収入が100～150万円、同じく1カ月の食費が2～3万円のそれぞれ中位の階層に多いが、年間収入150万円以上、1カ月食費3万円以上の高位の階層には少ない。

(6) 牛肉の購入理由を「栄養や健康を考えて」とする者は、相対的に30代以下の若い世代には少なく、家族1人当たりの年間収入については150万円以上の高位の階層に多い。また同じく1カ月の食費についても3万円以上の高位の階層に多く、2～3万円の中位の階層に少ない。

(7) 牛肉の購入理由を「価格が安い・手頃」とする者の割合は年齢や家族1人当たりの1カ月の食費による差が見られないが、家族1人当たりの年間収入が150万円以上の高位の階層に少ない。

(8) 牛肉の購入理由を「食べ慣れた肉だから」とする者の割合は年齢による差が見られないが、相対的に家族1人当たりの年間収入が150万円以上の高位の階層に多く、同じく1カ月の食費が2万円以下の低位の階層には少ない。

(9) 牛肉購入時の選択基準を「料理に合った部位」とする者は、40代に多く、50代以上に少ない。また家族1人当たりの年間収入が100～150万円の中間の階層に少なく、家族1人当たりの1カ月の食費との関係においては、2万円

以下の低位の階層に多い傾向にある。

(10) 牛肉購入時の選択基準を「色・つや」とする者の割合は、年齢による差が見られない。また家族1人当たりの年間収入が150万円以上の高位の階層に少なく、家族1人当たりの1カ月の食費との関係においては、食費の増加に伴って比例的に多くなる傾向にある。

(11) 牛肉購入時の選択基準を「赤身肉の多いもの」とする者の割合は、年齢、家族1人当たりの1カ月の食費による差が見られないが、がそく1人当たりの年間収入が100万円以下の低位の階層に少ない傾向にある。

(12) 牛肉購入時の選択基準を「霜降り肉」とする者は、50代以上に多く、家族1人当たりの年間収入が100～150万円の中間の階層に少ない。また家族1人1カ月の食費との関係においては、食費の増加に伴って比例的に多くなる傾向にある。

(13) 家庭でよく作る牛肉料理として、すきやきを挙げる者は、50代以上の高年齢層に多いが、家族1人当たりの年間収入および家族1人当たりの1カ月の食費との関係においては、差は見られない。

(14) 家庭でよく作る牛肉料理として、焼肉を挙げる者の割合については、年齢や家族1人当たり1カ月の食費による差は見られないが、家族1人当たりの年間収入については100万円以下の低位の階層に多い傾向にある。

(15) 家庭でよく作る牛肉料理として、ハンバーグを挙げる者は、50代以上の高年齢層では少ない。また家族1人当たりの年間収入については100万円以下の低位の階層に多く、家族1人当たりの1カ月の食費については3万円以上の高位の階層に少ない傾向にある。

(16) 家庭でよく作る牛肉料理として、ステーキを挙げる者の割合については、年齢による差は見られないが、家族1人当たりの年間収入および家族1人当たりの1カ月の食費との関係においては、それぞれ150万円以上、3万円以上の高位の階層に多い傾向にある。

(17) 家庭でよく作る牛肉料理として、シチューを挙げる者の割合については、年齢による差は見られないが、家族1人当たりの年間収入については100~150万円の中位の階層、家族1人当たりの1カ月の食費との関係においては3万円以上の高位の階層に多い傾向にある。

謝 辞

本研究の実施にあたり、ご懇切なるご指導を頂いた農林水産省東北農業試験場旧農業経営部経営第一研究室の飯塚志郎室長、上路利雄主任研究官（現日本大学）、小口千賀子研究官（現農業総合研究所）、企画連絡室情報資料課田中忠一事務官ならびに農林水産省畜産試験場育種部育種第2研究室の古川力主任研究官、また調査・集計にご協力頂いた関係各位に心から御礼申し上げます。

参考文献

- 1) 小泉聖一他：畜産物についての消費者行動に関する研究(1)牛肉に関する調査研究、日本大学農獣医学部学術研究報告 第43号 249~269 1986
- 2) 山口喜久男：食のマーケティング（日本経済新聞社） 66~99 1981
- 3) 甲斐諭：牛肉の消費者行動と生産・流通の対応、肉用牛基金 第36号 11~18 1989
- 4) 岸本裕一：牛肉経済論（中央畜産会） 225~254 1982
- 5) 門間敏幸：牛肉の需要構造と市場対応（明文書房） 44~80 1984