

**牛肉・豚肉・鶏肉ともに脂身の少ない肉が選ばれる傾向****< 消費者動向調査（令和6年1月調査）特別調査：畜産物の購入について >**

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業は、「消費者動向調査（令和6年1月調査）」を実施し、特別調査として、畜産物の購入についての調査結果を紹介します。

調査結果のポイントは以下のとおりです。

**○「国産」への関心は高いが、「国内のどこの産地か」への関心は低い傾向**

食肉（牛・豚・鶏）、卵、牛乳を購入する際にどのようなことを気にするか尋ねたところ、いずれの品目においても、「価格」「鮮度」については関心が高い一方で、「飼料」や「どのような環境で飼育しているか」など、生産段階での飼養環境についての関心は低い傾向となりました。

- ・「価格」「鮮度」については、いずれの品目においても、気にすると回答した割合が約9割と高い結果となりました。
- ・「国産かどうか」（食肉のみの設問）については、気にすると回答した割合が約7割となりました。
- ・「国内のどこの産地か」については、いずれの品目においても、気にすると回答した割合は4割台となりました。「知っているブランドか」を気にすると回答した割合は、牛乳で約5割となりました。
- ・「どのような環境で飼育しているか」「どのような飼料を与えているか」については、いずれの品目においても、気にすると回答した割合が2割台と低い結果となりました。

**○いずれの品目でも、脂身・脂肪分が少ないものを購入する割合が高い傾向**

食肉と牛乳について、購入する際の脂身・脂肪分の量について尋ねたところ、いずれの品目においても、脂身・脂肪分が少ないものを購入すると回答した割合が高くなりました。

- ・牛肉について、赤身肉と霜降り肉のどちらを購入するか尋ねたところ、主に赤身肉を購入すると回答した割合が69.8%となりました。
- ・豚肉について、購入する際の脂身の量を尋ねたところ、脂身の少ない豚肉を購入すると回答した割合が67.4%となりました。
- ・鶏肉について、購入する際の脂身の量を尋ねたところ、脂身の少ない鶏肉を購入すると回答した割合が67.1%となりました。
- ・牛乳について、購入する際に「脂肪分の量」を気にすると回答した割合は60.4%となりました。「脂肪分の量」を気にすると回答した者に、脂肪分が少ない牛乳と多い牛乳のどちらを購入するかを尋ねたところ、脂肪分が少ない牛乳を購入すると回答した割合が57.8%となりました。

■詳細は、添付のレポートをご参照ください。

# 消費者動向調査（令和6年1月）

## ～畜産物の購入について～

### ～目次～

- I .過去1年間で畜産物を購入したか……………P 3 ～ 4
- II .畜産物購入時に気にすること…………… P 5 ～ 7
- III .購入する際の脂身・脂肪分の量について……………P 8 ～11

## ○調査概要

- 調査時期: 令和6年1月1日～1月9日
- 調査方法: インターネット調査
- 調査対象: 全国の20歳代～70歳代の男女2,000人(男女各1,000人)  
※インターネット調査であるため、回答者はインターネット利用者に限られる。

### <お問い合わせ先>

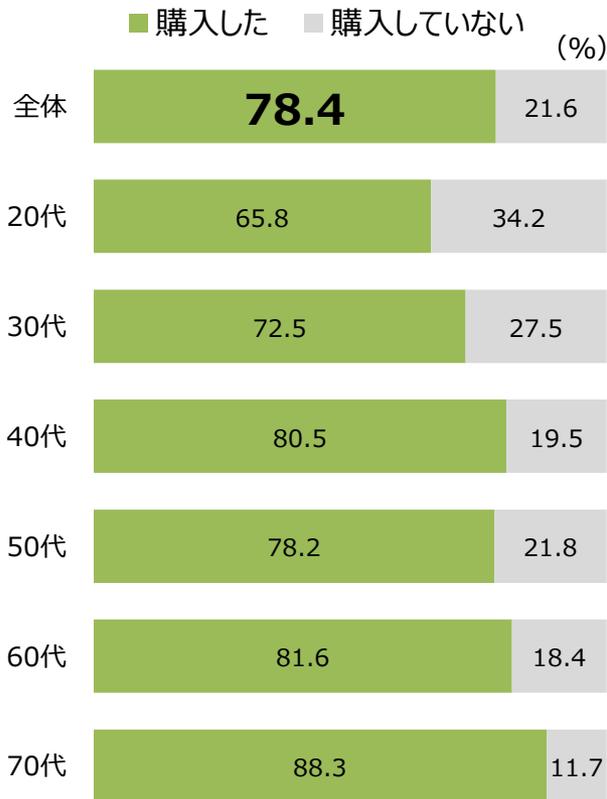
日本政策金融公庫 農林水産事業本部 情報企画部(担当:黒川、米山)TEL:03-3270-5585  
〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティ ノースタワー

# I. 過去1年間で畜産物を購入したか

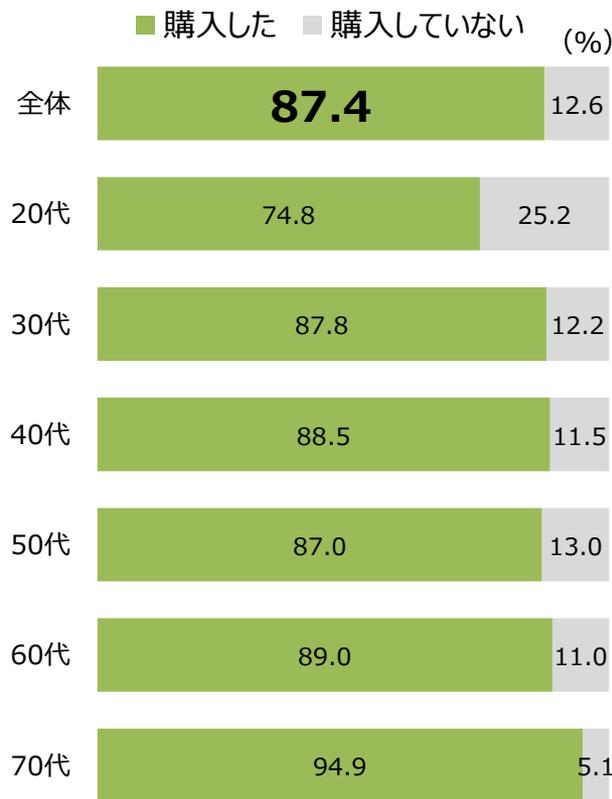
## 1. 食肉の購入有無

- ・過去1年間で食肉を購入した割合は、全体で牛肉が78.4%、豚肉が87.4%、鶏肉が84.5%となった。
- ・年代別では、購入したと回答した割合は3品目とも70代で最も高く、20代で最も低くなった。

### 牛肉を購入したか



### 豚肉を購入したか



### 鶏肉を購入したか

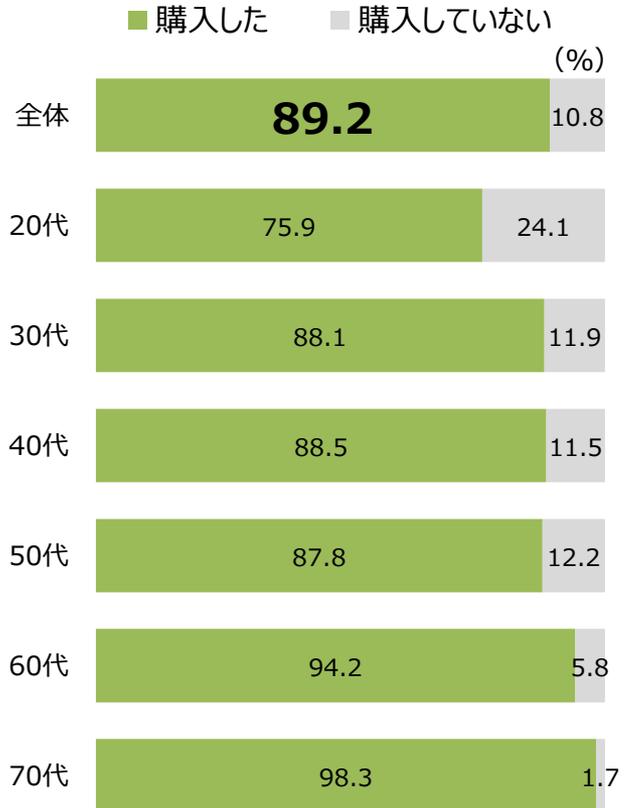


# I.過去1年間で畜産物を購入したか

## 2.卵・牛乳の購入有無

- ・過去1年間で卵を購入した割合は全体の89.2%、牛乳を購入した割合は全体の79.0%となった。
- ・年代別では、購入したと回答した割合は食肉と同様に、70代で最も高く、20代で最も低くなった。

### 卵を購入したか



### 牛乳を購入したか

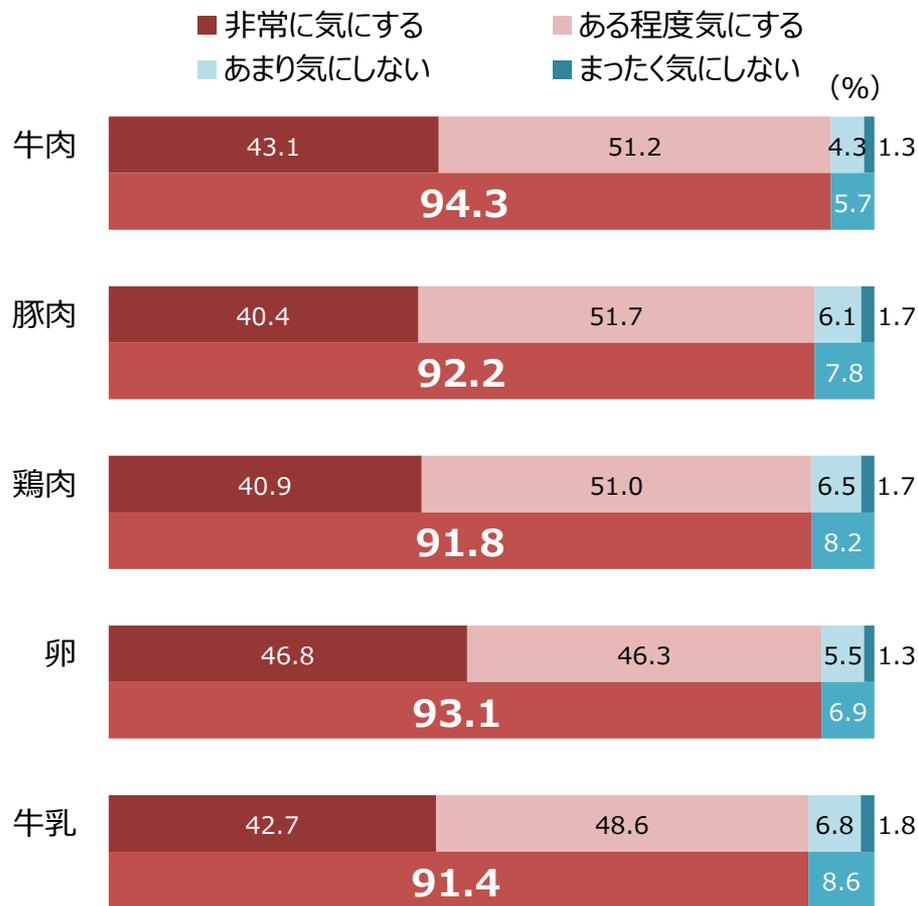


## Ⅱ.畜産物購入時に気にすること

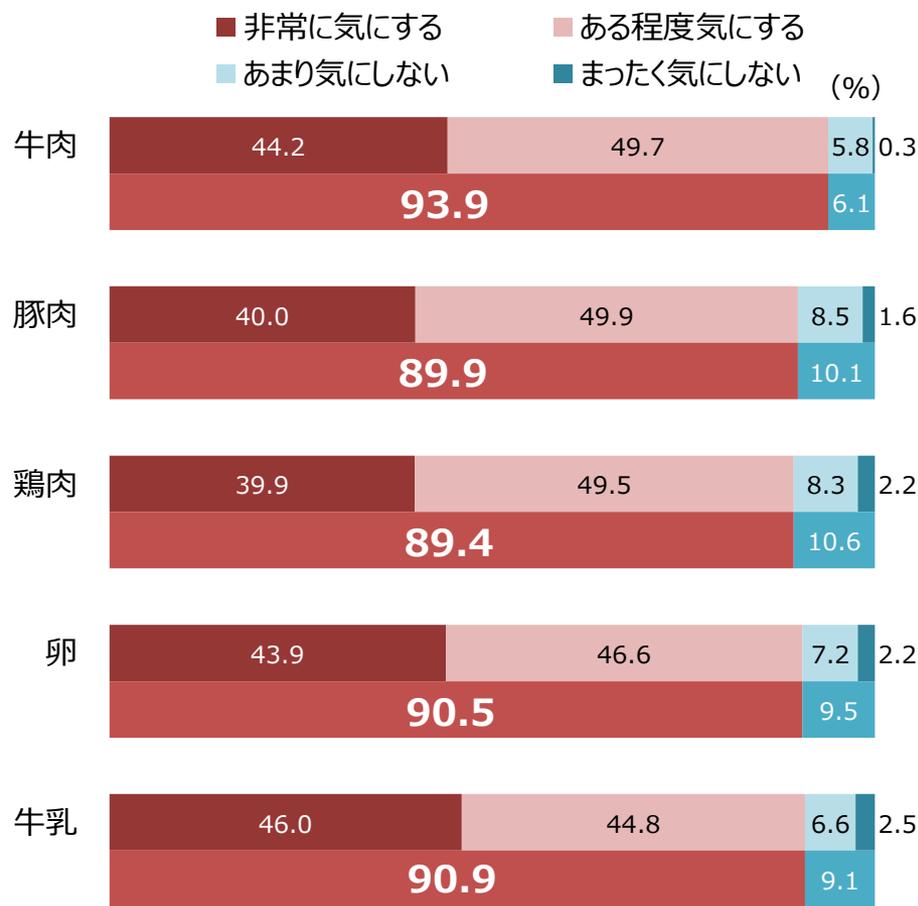
### 1.価格・鮮度を気にするか

・過去1年間で購入したと回答した品目について、購入時に気にすることを尋ねたところ、「価格」を“気にする”（「非常に気にする」「ある程度気にする」の合計）割合はすべての品目で9割を超えた。「鮮度」を“気にする”割合はすべての品目で約9割となった。

#### 価格



#### 鮮度



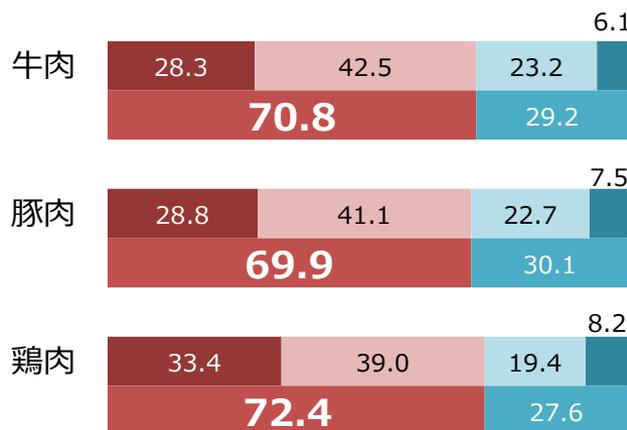
## Ⅱ.畜産物購入時に気にすること

### 2.産地・ブランドを気にするか

- ・食肉について「国産かどうか」を“気にする”（「非常に気にする」「ある程度気にする」の合計（以下同じ））割合は、いずれの品目も約7割となった。
- ・「国内のどこの産地か」を“気にする”割合は、全ての品目で4割台となった。
- ・「知っているブランドか」を“気にする”割合は、牛乳で4割台と高く、その他の品目は3割台となった。

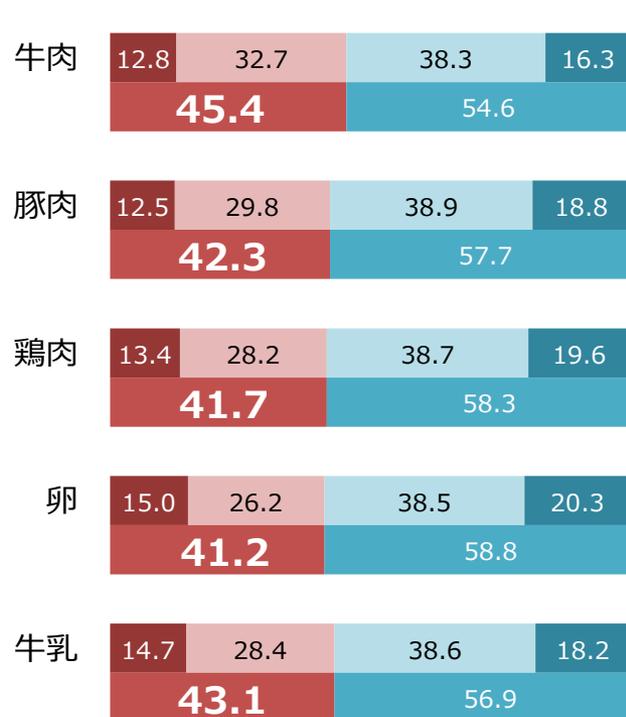
#### 国産かどうか

■ 非常に気にする ■ ある程度気にする  
■ あまり気にしない ■ まったく気にしない (%)



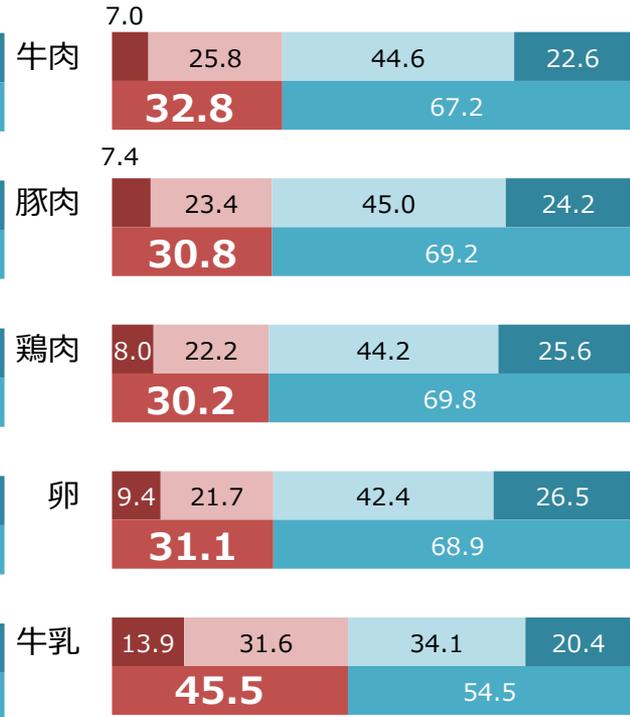
#### 国内のどこの産地か

■ 非常に気にする ■ ある程度気にする  
■ あまり気にしない ■ まったく気にしない (%)



#### 知っているブランドか

■ 非常に気にする ■ ある程度気にする  
■ あまり気にしない ■ まったく気にしない (%)



## Ⅱ.畜産物購入時に気にすること

### 3.飼養環境・飼料を気にするか

・「どのような環境で飼育しているか」を“気にする”（「非常に気にする」「ある程度気にする」の合計（以下同じ））割合は、すべての品目で2割台となった。

・「どのような飼料を与えているか」を“気にする”割合は、すべての品目で2割台となった。

#### どのような環境で飼育しているか

■ 非常に気にする      ■ ある程度気にする  
■ あまり気にしない      ■ まったく気にしない

(%)



#### どのような飼料を与えているか

■ 非常に気にする      ■ ある程度気にする  
■ あまり気にしない      ■ まったく気にしない

(%)



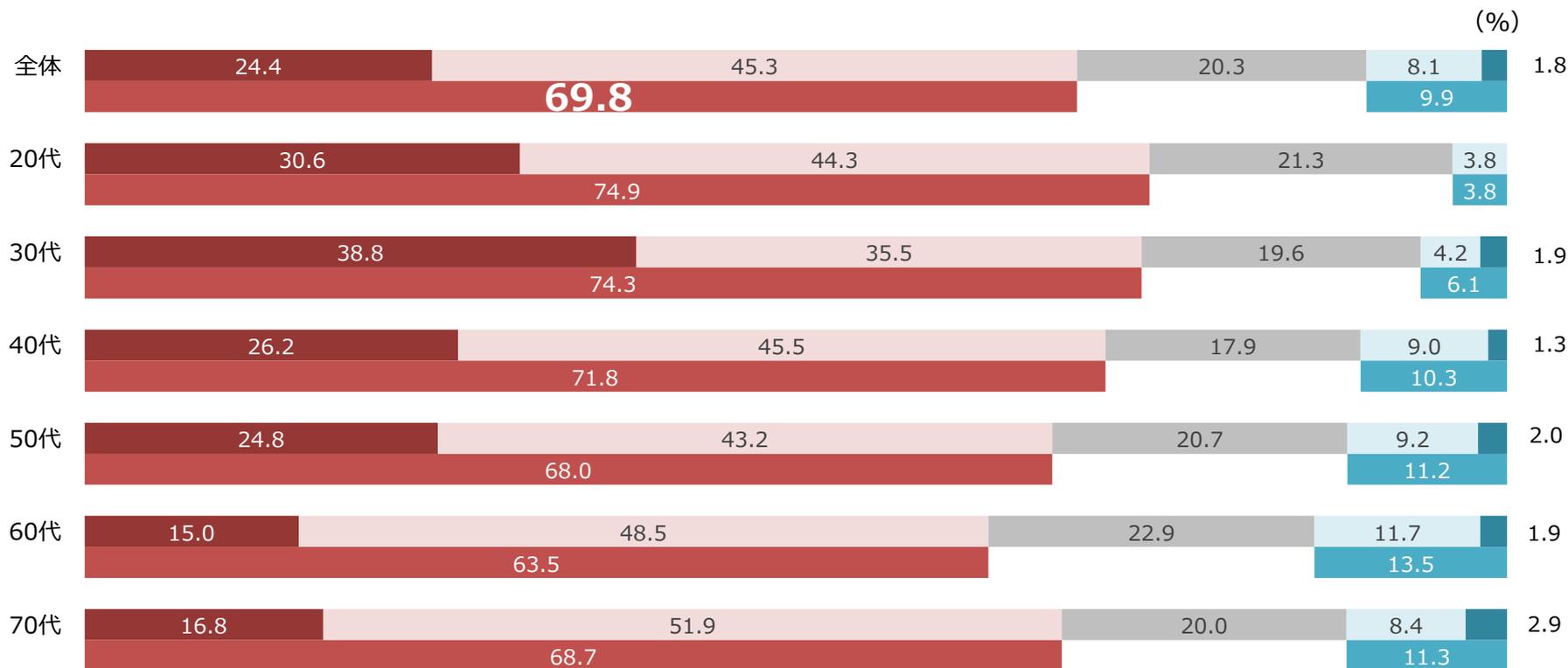
### Ⅲ.購入する際の脂身・脂肪分の量について

#### 1.牛肉の赤身肉と霜降り肉の購入頻度

・過去1年間で牛肉を購入した者に「赤身肉」と「霜降り肉」のどちらを購入するか尋ねたところ、「主に赤身肉を購入する」（「常に赤身肉を購入する」「赤身肉を購入することが多い」の合計）割合が69.8 %となった。

#### 牛肉を購入する際の赤身肉と霜降り肉の購入頻度

- 常に赤身肉を購入する
- 赤身肉を購入することが多いが、霜降り肉を購入することもある
- 赤身肉と霜降り肉を購入する頻度は同じくらいである
- 霜降り肉を購入することが多いが、赤身肉を購入することもある
- 常に霜降り肉を購入する



### Ⅲ.購入する際の脂身・脂肪分の量について

#### 2.豚肉を購入する際の脂身の量

・過去1年間で豚肉を購入した者に「脂身の少ない豚肉」と「脂身の多い豚肉」のどちらを購入するか尋ねたところ、“脂身の少ない豚肉を購入する”(「常に脂身の少ない豚肉を購入する」「脂身の少ない豚肉を購入することが多い」の合計)割合が67.4%となった。

#### 豚肉を購入する際の脂身の量

- 常に脂身の少ない豚肉を購入する
- 脂身の少ない豚肉を購入することが多い
- 脂身の量は気にしない
- 脂身の多い豚肉を購入することが多い
- 常に脂身の多い豚肉を購入する



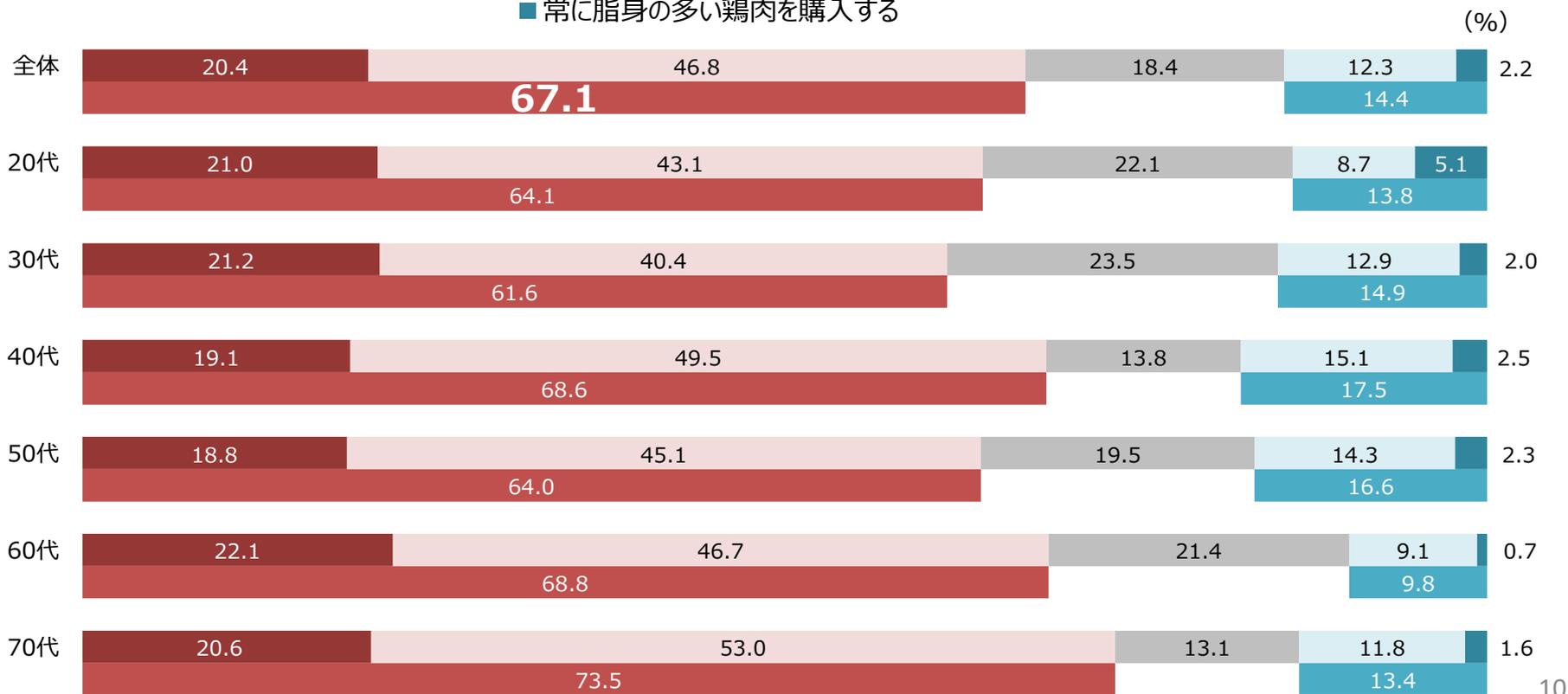
# Ⅲ.購入する際の脂身・脂肪分の量について

## 3.鶏肉を購入する際の脂身の量

・過去1年間で鶏肉を購入した者に「脂身の少ない鶏肉」と「脂身の多い鶏肉」のどちらを購入するか尋ねたところ、“脂身の少ない鶏肉を購入する”(「常に脂身の少ない鶏肉を購入する」「脂身の少ない鶏肉を購入することが多い」の合計)割合が67.1%となった。

### 鶏肉を購入する際の脂身の量

- 常に脂身の少ない鶏肉を購入する
- 脂身の少ない鶏肉を購入することが多い
- 脂身の量は気にしない
- 脂身の多い鶏肉を購入することが多い
- 常に脂身の多い鶏肉を購入する



### Ⅲ.購入する際の脂身・脂肪分の量について

#### 4.牛乳を購入する際の脂肪分の量

- ・過去1年間で牛乳購入したと回答した者に、購入する際に脂肪分の量を気にするか尋ねたところ、“脂肪分の量を気にする”（「非常に気にする」「ある程度気にする」の合計（以下同じ））と回答した割合は60.4%となった。
- ・“脂肪分の量を気にする”と回答した者に、脂肪分の量が少ない牛乳と多い牛乳のどちらを購入するかを尋ねたところ、「脂肪分が少ない牛乳」を購入する割合が57.8%となった。

#### 牛乳を購入する際の脂肪分の量

