

鶏卵・鶏肉に関する消費動向調査

新小田修一・松岡尚二・井上政典・久木元忠延 (鹿児島県鶏養試験場)

Syuichi SINKODA, Syouji MATUOKA, Masanori INOUE and Tadanobu KUKIMOTO: Investigation of Consumptive Tendency on Chicken Egg and Chicken

昨今消費者は鶏卵・鶏肉に対して安価で豊富な「量」的なものより、既存製品とは異なる安全性の高い「質」的なものに関心を持つようになってきたといわれる。そこで、鶏卵・鶏肉に対する消費者ニーズの概要を把握するためアンケート調査を行った。

1. 調査方法

調査は、鹿児島市内のデパートの食料品売場に来ている一般消費者300人に対して行った。質問内容は1) どのようなものをどんな基準で選択購入しているか、2) 既存のものに対してどのようなイメージをもっているか等で、回答者全体(153人)に占める構成割合で示した。

2. 結果及び考察

1) 鶏卵購入の動機—第1図

鶏卵を購入する動機として、(1) 食事のメニューに基づいてが32%で最も多い、(2) 次のいで習慣だからと特に意識しないが多い、(3) さらに鶏卵だけが食事の中心素材になっているとは考えにくいことを考え合わせると、鶏卵は消費者にとっていろんな料理に利用できるため、家庭の在庫がなくなりかけたとき買い足すような習慣性の強い不可欠な食品となっていることが推測された。

2) 鶏卵のイメージ—第2図

【用途が広い】【栄養価が高い】【低価格で買いやすい】については、全くそのとおり、ほぼそのとおりを合わせるとそれぞれ96、97、86%で強い肯定的イメージを持っていることがわかった。しかし、【安全な食品】については、肯定が多いものの強い肯定は34%で、またどちらとも言えないという回答も21%あり、安全性に対する不安のようすも伺われた。

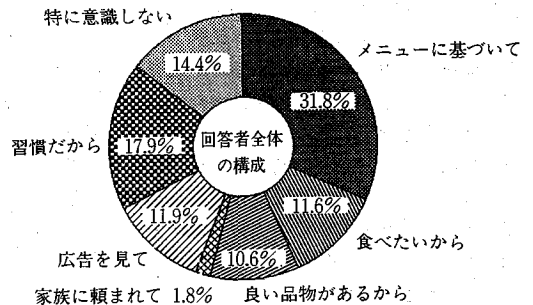
3) 鶏肉購入の動機—第3図

鶏肉を購入する動機として、メニューを考えてが最も多く36%、次いで健康を考えてが34%、以下料理がしやすいからが14%、牛・豚肉より安いからが12%であった。牛・豚肉よりおいしいからや習慣だからは極めて少なく3%以下であった。このことからまず第1にメニューと健康を考え、さらに料理のしやすさや低価格の面も考慮していることがわかった。

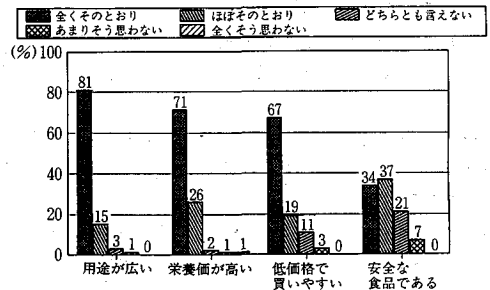
4) 鶏肉(ブロイラー)のイメージ—第3図

【料理がしやすい】【価格が安い】【淡泊で柔らかい】については、80%以上が全くそのとおり、ほぼそのとおりという肯定的イメージを持っており、ブロイラーの特徴が消費者に認識されていた。しかし、【安全な食品である】については、肯定しているのが46%で半数近くあり否定している18%に比べ多いものの、どちらとも言

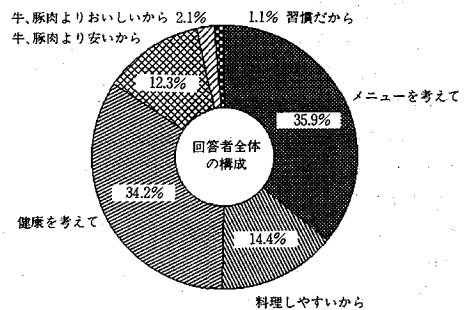
ないも約40%であった。



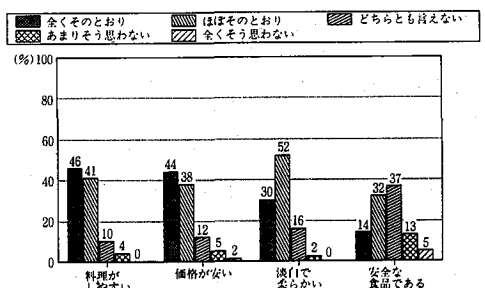
第1図 鶏卵を買う動機



第2図 鶏卵のイメージ (回答者全体の構成)



第3図 鶏卵を買う動機



第4図 鶏肉(ブロイラー)のイメージ (回答者全体の構成)