「食肉加工品の消費動向調査結果報告書」について

はじめに

公益財団法人伊藤記念財団は、昭和 57 年（1982 年）に「食肉加工品の消費動向調査」を実施して以来 40 年ぶりとなる令和 4 年（2022 年）に「食肉加工品に対する消費者意識・行動等についての調査」を行いました。

この 40 年の間にハム、ソーセージ、ベーコンなどの食肉加工品の生産、流通の体系や社会構造などが大きく変わり、食品への消費者の関心は年々高まり、食肉加工品についても、購買や消費に関する意識や行動が変わってきました。さらに、新型コロナウイルス感染症の流行や急激な国際情勢の変化は、消費者行動に大きな変化をもたらしています。
このような状況を踏まえて、食肉加工品の生産や流通の改善に資することを目的として、今回の調査を行ったものです。この結果の詳細をホームページに公開し、広く皆さまのご参考に供することといたしました。

食肉加工品全体の生産量の推移を見ますと、昭和 57 年には約 41 万トンでしたが、年々増加して、昭和 62 年には 50 万トンの大台を超えるまでになりました。その後は横ばいとなり、令和 4 年は 53 万トンほどでした。ソーセージ類は、平成 4 年まで急激に増加し、その後、少し落ち着いてはいるものの、昭和 57 年の 18 万トンから令和 4 年には 31 万トンとなり 1.7 倍に増加しました。一方、プレスハム類は、昭和 57 年に約 10 万トンでしたが、令和 4 年には 2 万トンまで減少しました（図 1)。このような背景を踏まえながら、2 回の調査結果から消費動向・消費者意識の変化について概観してみたいと思います（4 ページ以降の図をご参照ください。)。

食肉加工品の購入先は、昭和 57 年には「スーパーマーケット」と「精肉店」が多くを占めていましたが、令和 4 年は「スーパーマーケット」の比率がさらに高まるとともに、前回の調査では回答項目になかった食品販売を兼ねる「ドラッグストア」が 2 番目に続く一方で、「精肉店」での購入はかなり少なくなりました（図 2)。

購入の頻度は、昭和 57 年は「週 1 回」が最も多く、令和 4 年は「2-3 週間に 1 回」が最も多くなっていました。(図 3)。

購入時に重視する点は、昭和 57 年は「価格」より「製造年月日」の回答が多く、令和 4 年は「価格」が最も多くなっていました（図 4)。購入理由は、どちらの調査も「美味しいから」が第一位でした（図 5)。

食肉加工品のうち、生ハム（非加熱食肉製品）は、昭和 57 年 5 月に国内で製造が許可され、平成 8 年（1996 年）に輸入が許可されました。令和 4 年の購入理由の調査において、輸入品は「本格的だから」、「風味（香り）が良いから」など品質面の項目が上位を占め、国産品は「安心だから」が第一位でした（図 6)。

© The Ito Foundation

令和４年の調査において、食肉加工品の魅力についてきいたところ、「手軽に食べられる」、「調理が簡単」、「普段使いに良い」、の順に回答が多く、家庭における便利で身近な食品となっているようでした（図７）。

また、食肉加工品についての改善点や要望を自由に記述していただきましたところ、「添加物を減らしてほしい」、「塩分を減らしてほしい」、という健康を気遣う記述が多くありました（図８）。すでに、これらに配慮した商品も多く見受けられるようになってきましたが、今後も消費者の皆さまにさらに理解を深めていただくための情報発信を続けてまいります。

令和５年６月

公益財団法人伊藤記念財団

理事長　　伊藤　功一

© The Ito Foundation

参考図

1. 昭和 42 年（1967 年）からの食肉加工品生産数量の推移

（単位：トン）

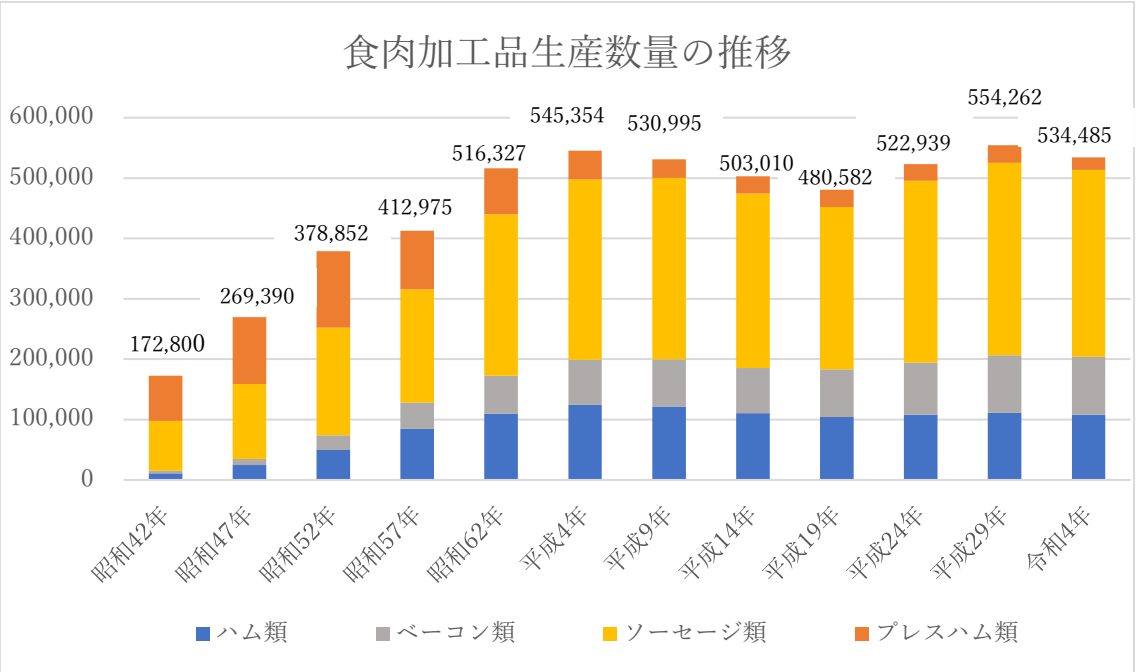


図 1 食肉加工品の生産数量の推移（出典元：日本ハム・ソーセージ工業協同組合）

2.昭和 57 年（1982 年）調査と令和 4 年（2022 年）調査の比較

＜実施期間＞

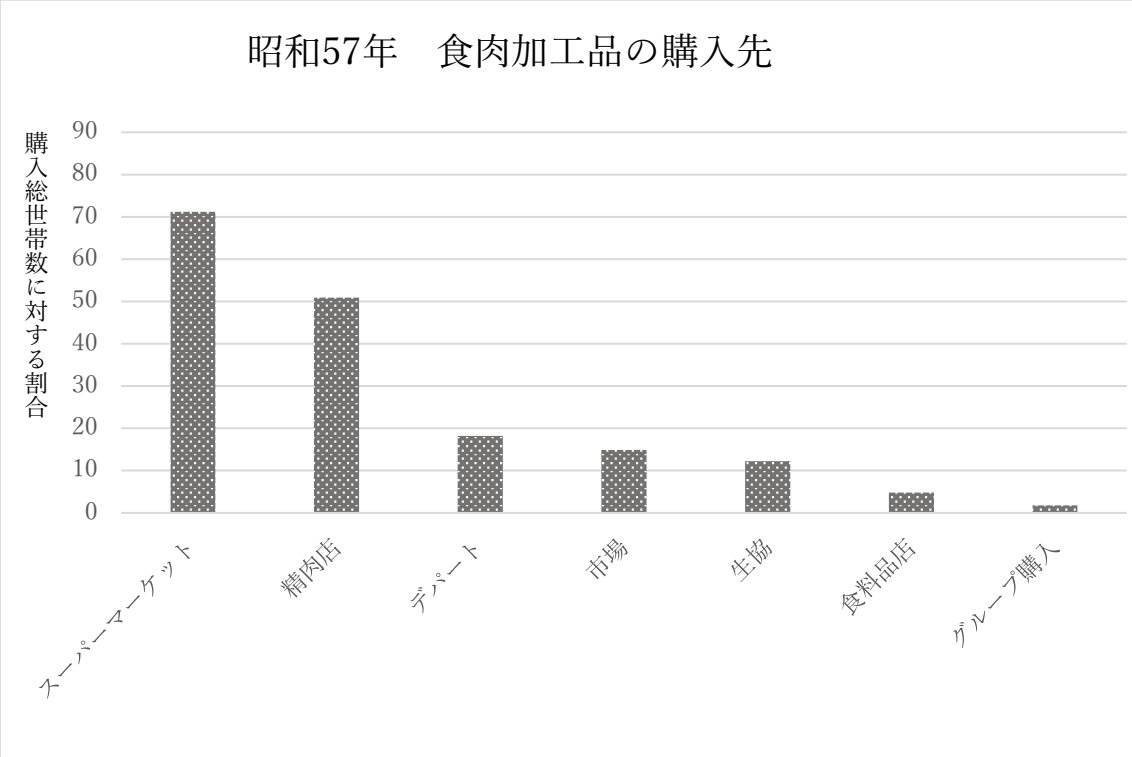
昭和 57 年調査　　昭和 57 年 10 月 20 日～11 月 20 日

令和　4 年調査　　令和　4 年 10 月 26 日～10 月 28 日

＜回答数＞

昭和 57 年調査　1,350 世帯　令和 4 年調査　　1,077 人

© The Ito Foundation



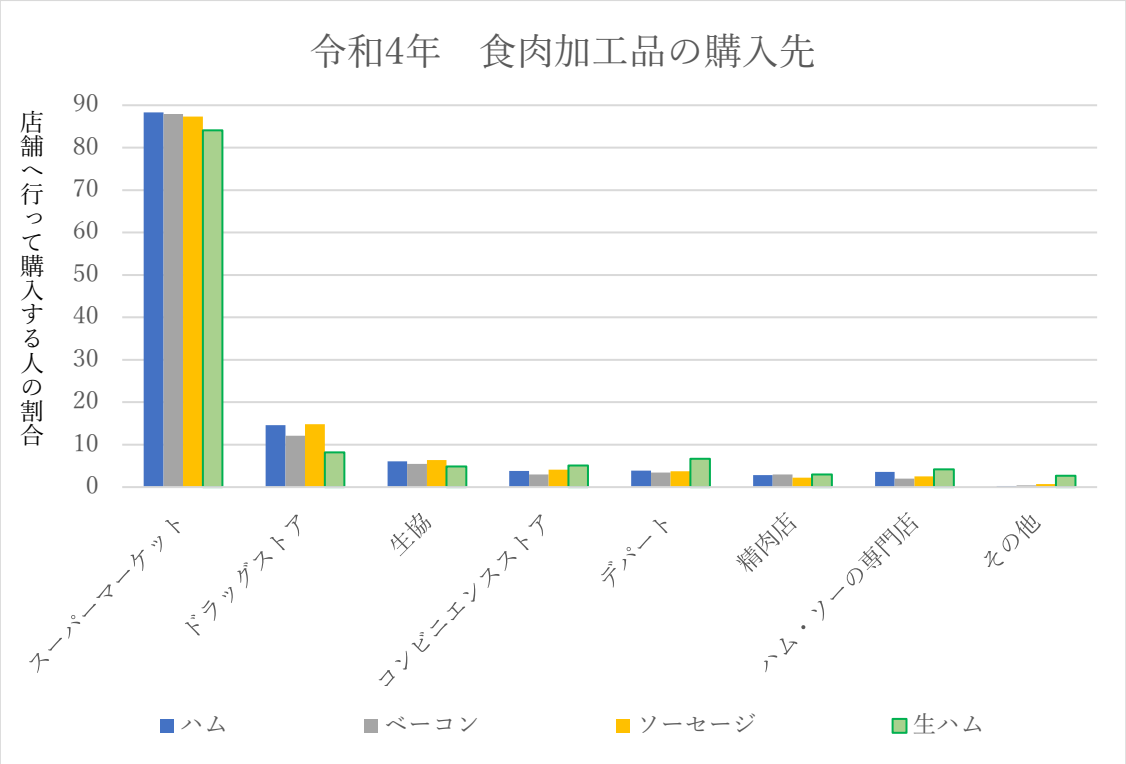
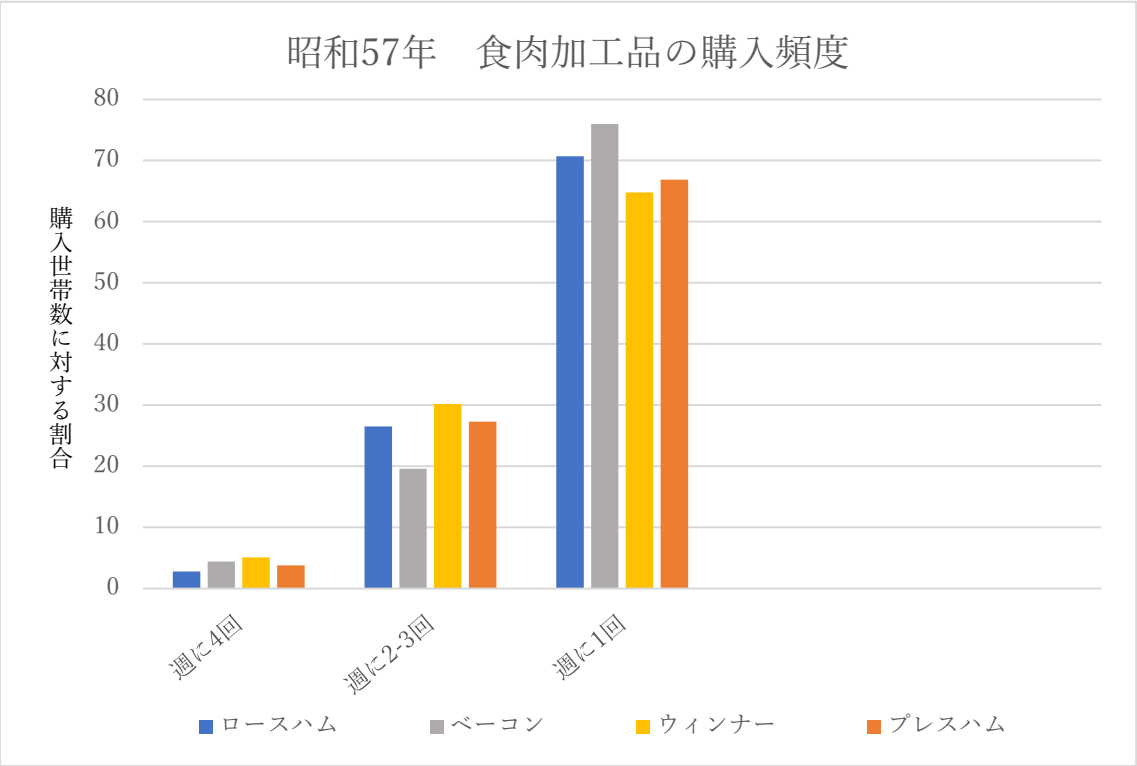


図 2 食肉加工品の購入先（複数回答）の比較

© The Ito Foundation



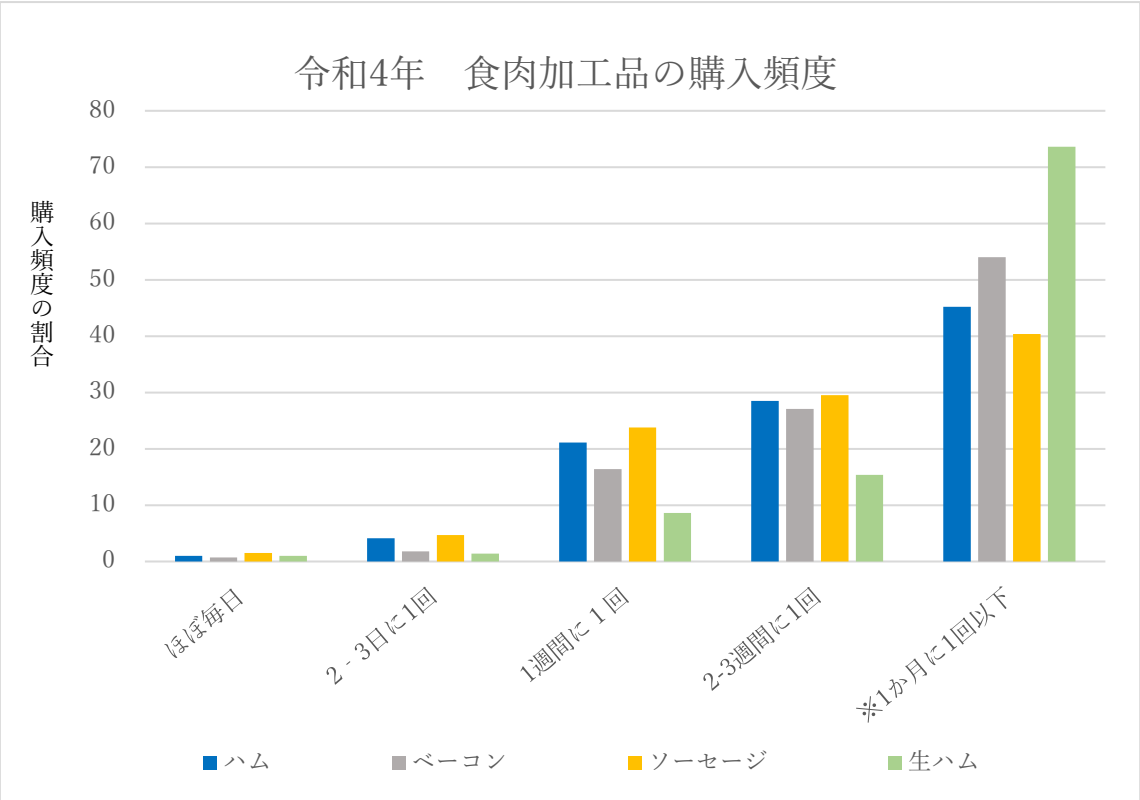
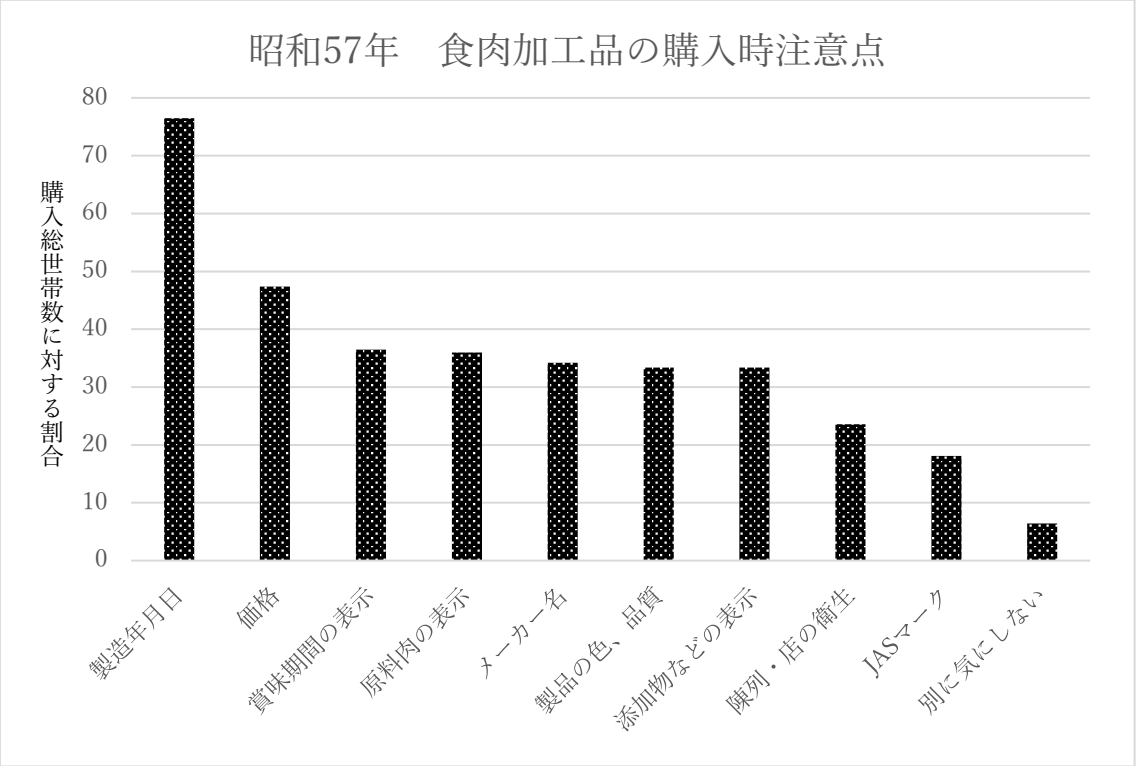


図 3 食肉加工品の購入頻度の比較

※「１か月に１回以下」の割合は「1 か月に 1 回」、「2-3 か月に 1 回」、「それ未満」の合計

© The Ito Foundation



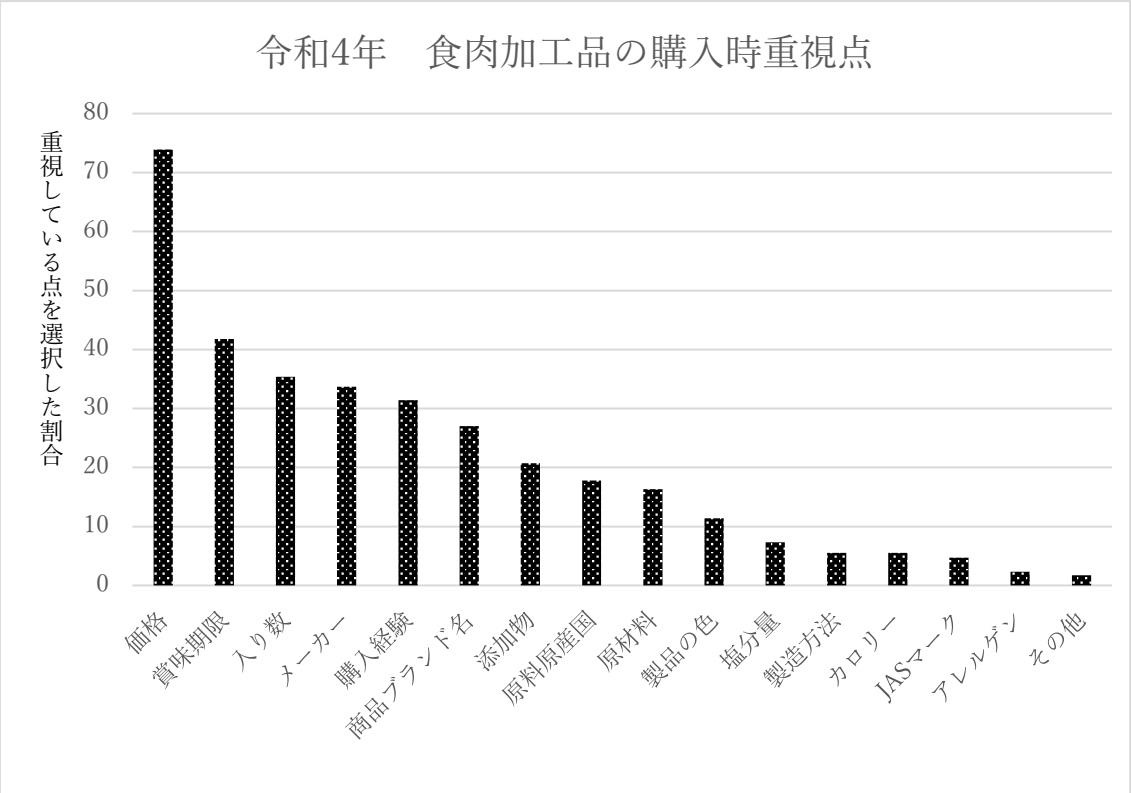
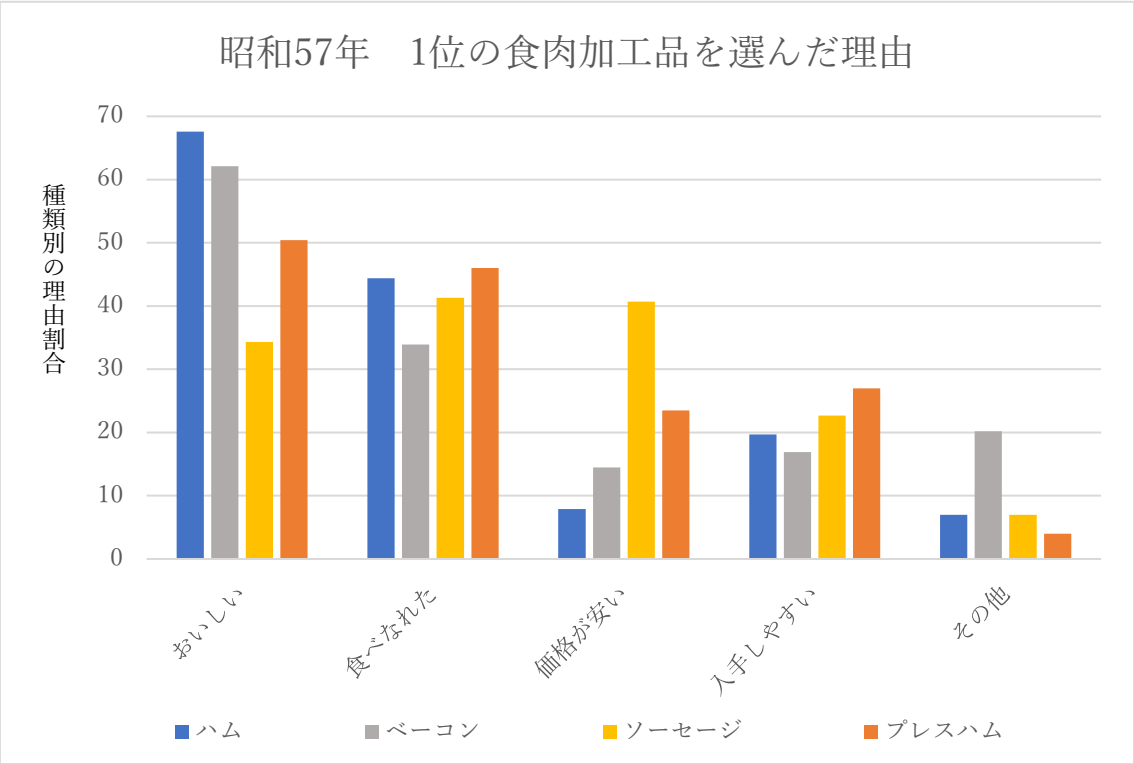


図 4 食肉加工品の購入時重視点（複数回答）の比較

© The Ito Foundation



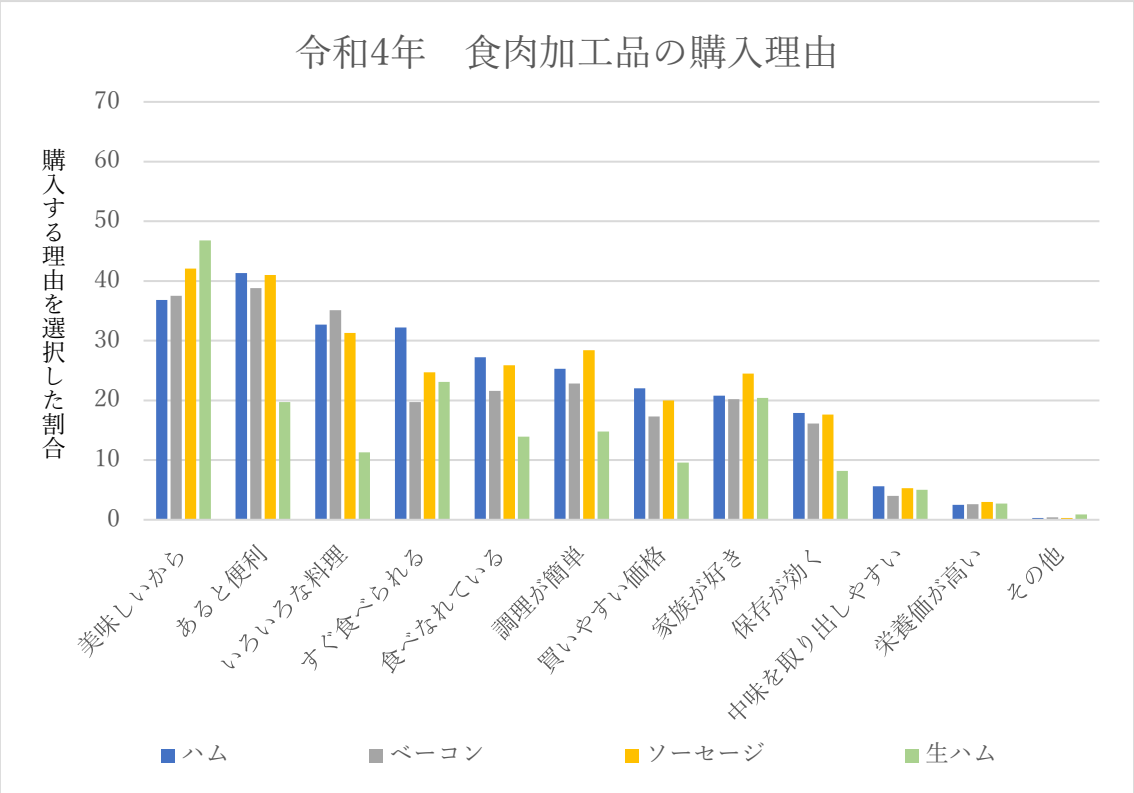
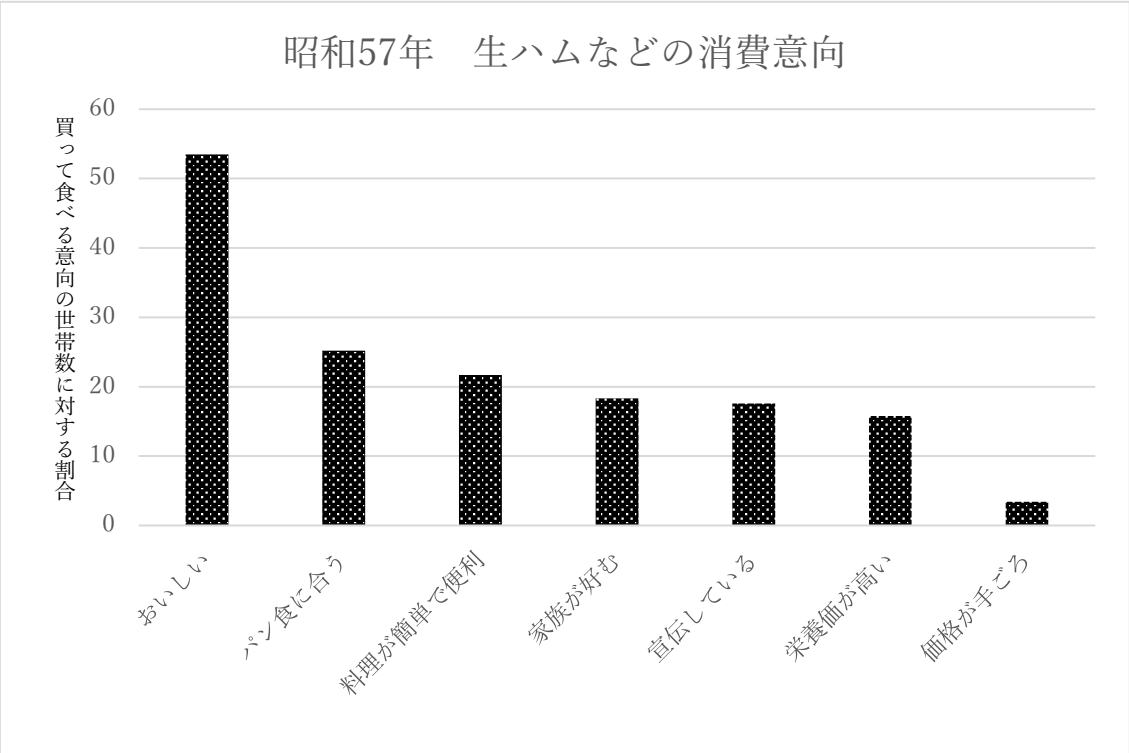


図５食肉加工品の購入理由（複数回答）の比較

© The Ito Foundation



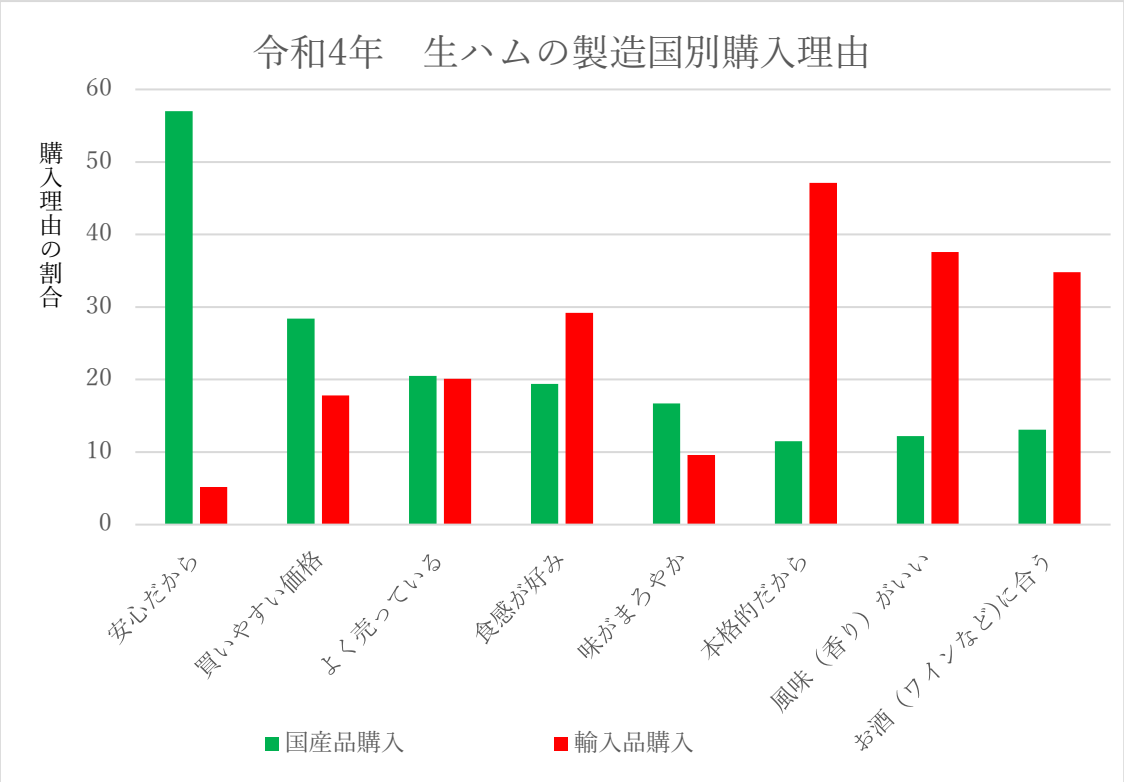


図６生ハム（非加熱食肉製品）について（複数回答）

© The Ito Foundation

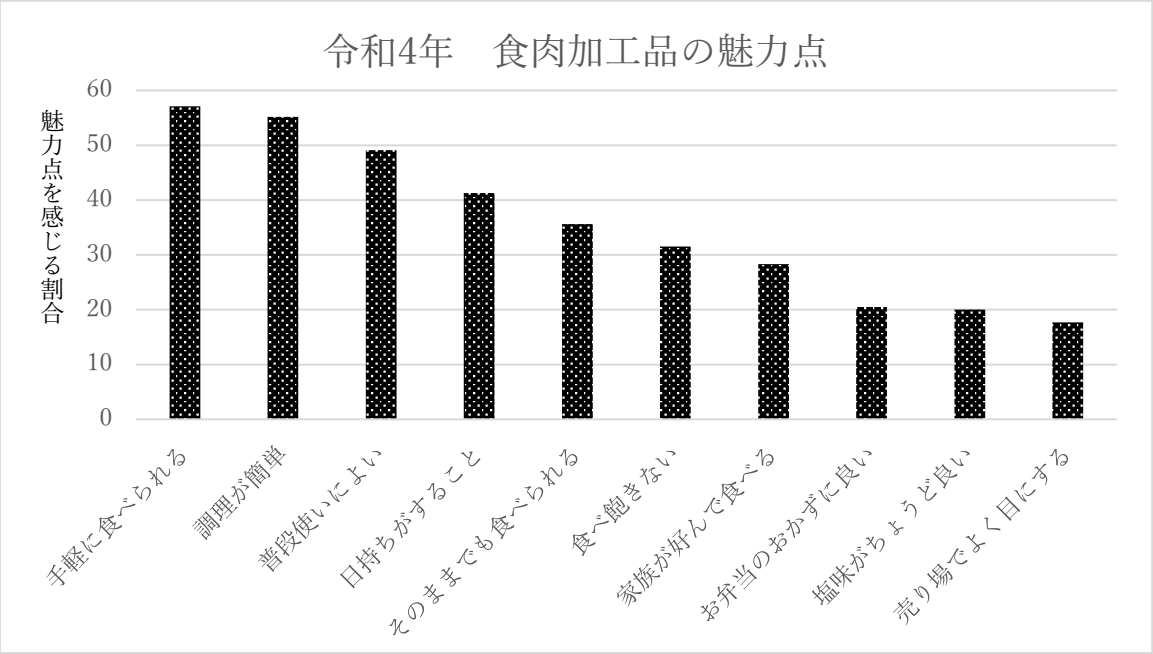


図 7 食肉加工品の魅力点（複数回答）（令和 4 年）

（昭和 57 年調査では、該当する質問項目がありませんでした。）

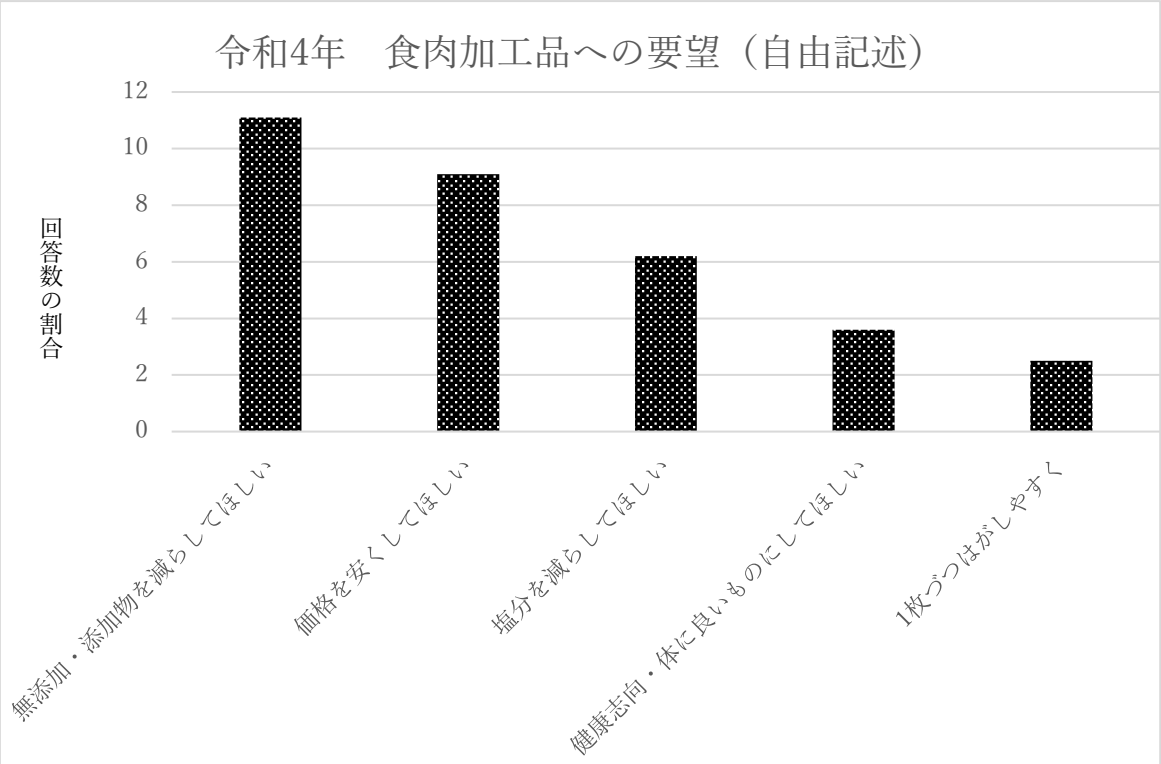


図 8 食肉加工品についての改善点・要望（自由記述）（令和 4 年）

（昭和 57 年調査では、該当する質問項目がありませんでした。）

© The Ito Foundation