

「乳用種に係る肉用子牛生産者補給金制度 の運用の在り方に関する研究会」報告書

参 考 資 料

- 1 牛肉の選択基準などに関する消費者の意識調査
- 2 乳用種牛肉に対する流通・小売関係者の評価
- 3 我が国における牛枝肉の格付
- 4 ヌレ子生産に要する経費の実態調査

平成16年12月8日

農 林 水 産 省
生 産 局 畜 産 部

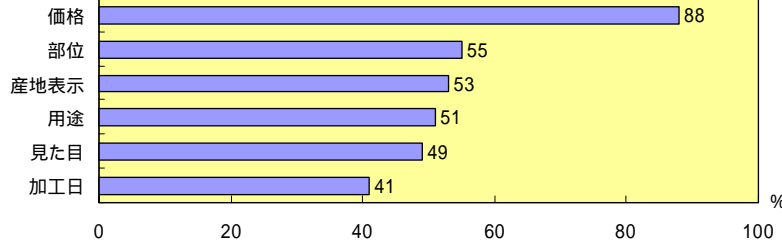
1 牛肉の選択基準などに関する消費者の意識調査

牛肉を購入する際の選択基準、乳用種牛肉に対するイメージ、牛肉の安全性やトレサ制度への関心等について行った消費者(3,000人を対象)の意識調査の概要

牛肉の選択基準や乳用種牛肉に関する消費者の意識調査

牛肉購入時の選択基準

Q1. 牛肉購入時の選択基準 (複数回答)



Q2. 普段購入する時の単価

100g 当たり「200～399円」が49%、次いで「199円以下」が32%。
単価と年代、あるいは単価と年収との相関は高く、年代や年収が高くなるにつれて購入する牛肉の単価も高くなっている。

Q3. 国産牛肉 (輸入牛肉) を購入する最大の理由

国産牛肉については、「安全性が高い」が39%、「おいしい」が36%、
輸入牛肉については、「安いから」83%。

国産牛肉と輸入牛肉に関するイメージ

Q4. 「国産牛肉」と「輸入牛肉」へのイメージに関する「そう思う」、「どちらかと言えばそう思う」の回答の合計

(単位: %)

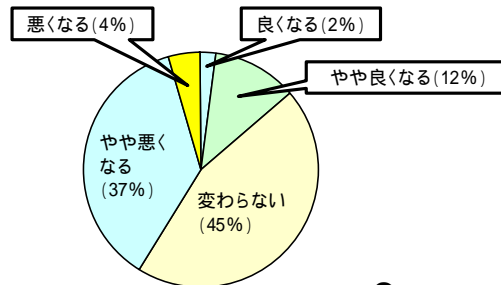
	国産牛肉	輸入牛肉
新鮮	74	13
おいしい	85	27
安全	73	12
安心	73	12
価格が高い	91	5
品質が良い	78	10

Q5. 「国産牛肉」に「乳用種牛肉」が含まれていることを知っていたか

「知っていた」が16%、「聞いたことはある程度」が31%、逆に、「知らなかった」が52%。

乳用種牛肉に対するイメージ

Q6. 「国産の乳用種牛肉」と表示された場合のイメージ



Q7. 乳用種牛肉について消費者へ強調すれば購入したいと思う特性 (複数回答)

「手ごろな価格」が67%、「安全性」が63%、「おいしさ」が50%。



牛肉の安全性及びトレサ制度への関心

Q 8 . 牛肉の安全性に対する不安

「非常に不安」と「やや不安」の合計が65%で、女性ではこの割合がやや多くて67%。
牛肉購入頻度が低い階層では「非常に不安を感じる」との回答が多い傾向。

Q 9 . 「トレサ制度」の認知度

「聞いたことがある程度」まで含めた認知度は68%、ただし、「よく知っている」が4%、「だいたいのことは知っている」が24%。

Q 10 . 「トレサ制度」についての関心度

「非常に関心がある」と「やや関心がある」の合計が64%。

Q 11 . 「トレサ制度」に期待すること(複数回答)

「生産流通履歴がはっきりするので安心して購入できる」が54%、「表示に関する監視体制が強化されるので偽装表示が減る」が53%であり、
情報を得ること以上に、安心感を得ることに対する期待が大きい。

Q 12 . 生産流通履歴が把握可能になった場合、購入時の選択基準になるか。

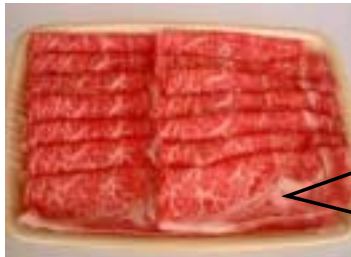
「生産流通履歴が把握できることが購入時の重要な選択基準になる」が35%、「ある程度選択基準になる」が45%。

Q 13 . 同品質であった場合、生産流通履歴が把握できるものとできないもののどちらを選ぶか。

「価格が高くても生産流通履歴が把握できる牛肉を購入する」が45%、その価格差については、「牛肉価格の5%未満」が31%、「5～10%未満」が51%、「10～20%未満」が15%。

Q 14 . 購入前後に生産履歴を調べるとするか。

「気になった時に調べる」程度が66%と最も多く、「毎回調べる」は9%。



国産牛 すきやき用		() 県産	個体識別番号
消費期限	加工年月日		の表示が義務
04.12.3	04.12.1		化される
保存温度4 以下		個体識別番号	
		0100030013	
		100%当たり	
		1060	
		(円)	1590
		正味量	
		150	
		(g)	
		通常価格(円)	
加工者 俵山田畜産			
東京都港区港南 丁目 番地 号			

(参考)

「牛肉の選択基準や乳用種牛肉に関する消費者の意識調査」についての調査目的・方法

1 調査目的

消費者の牛肉購入の実態や選択基準等について調査するとともに、牛肉トレーサビリティ制度の完全施行に向けて、同制度の認知度及び乳用種牛肉に対する消費者の意識を調査する。

2 調査実施者

(社)中央畜産会

3 調査方法

(1) 調査方法

平成16年6月において、インターネットを用いたアンケート調査によって、全国の調査対象者から直接回答。

(2) 調査対象者：20歳以上の男女(3,000人)

	20～29	30～39	40～49	50歳～	計
男性	200	300	300	200	1,000
女性	300	700	700	300	2,000

4 調査項目

(1) 牛肉の購入状況及び選択基準

(2) 牛肉の安全性への関心度

(3) 牛肉トレーサビリティ制度の認知度

(4) 国産牛肉と輸入牛肉に関するイメージ

(5) 乳用種牛肉に関するイメージ

2 乳用種牛肉に対する流通・小売関係者の評価

〔 乳用種牛肉の評価、用途及びこれからの販売方法・戦力に
ついての流通・小売関係者への聞き取り調査の概要 〕

乳用種牛肉に対する流通・小売関係者の評価

乳用種牛肉に対する評価

乳用種牛肉の見た目は、米国産牛肉の「チョイスの上」程度だが、味の点では最高級のプライムと同等。

小売としては、交雑種と米国産牛肉の間の価格帯を埋める商材が欲しいため、乳用種牛肉に対する需要は間違いなくある。また、小売サイドから見れば安ければ安い方が良いが、米国産牛肉の輸入が再開しても、おそらく枝肉ベースで700~750円程度であれば、十分に売っていきけるし、生産者サイドもやっていけるのではないかと。

流通A

乳用種牛肉と米国産牛肉を比べると、柔らかさは米国産が上、見た目はほぼ互角、味は明らかに乳用種牛肉の方がよい。また、お客さんは、「国産牛肉」と言うことにネームバリューを感じている。

生産者の再生産が可能であり、かつ、バイヤーとの関係も考慮した乳用種牛肉の、枝肉価格水準としては、700円程度ではないかと。

流通B

乳用種牛肉の肉質は、プライムと同程度。なお、米国から入ってくる牛肉の規格は、チョイスが70%くらいで、残りはプライムとセレクトが各々15%位か。

お客さんの反応から見た乳用種牛肉の実力は、枝肉価格で800円程度。

小売A

乳用種牛肉に対する評価としては、見た目はまとまった量を集めることができる米国産の方が良いが、味は乳用種の方が良いし、豪州産とはさらに大きな差がある。

米国産は、利便性が大きな魅力だが、輸入再開の要件によっては、利便性の魅力が薄れるかもしれない。また、BSE全頭検査は国産牛肉の一つの売りになるかもしれない。

乳用種牛肉の枝肉価格については、600~700円であれば、小売業者などのバイヤーが十分に売っていきけるが、750~800円になると厳しい。

流通C

品質面からの序列は、和牛、交雑種、乳雄、輸入牛肉の順。

今回の米国BSE騒動で、米国産牛肉に対して消費者が不安を感じるようになってきている。逆に、国産牛肉はトレサ制度が始まっており、国産の方を安全と考えるお客が多い。乳用種牛肉の枝肉価格は、米国産牛肉が再開しても、750円くらいで安定するのではないかと。小売業者も安ければ良いというものではなく、ある程度の売価でなければ店の利益が出ない。

小売C

乳用種牛肉の用途・需要者

乳用種牛肉の需要先としては、現在でも生協がかなりの割合を占めるが、今後も生協の共同購入では、乳用種牛肉が中心となる。黒毛和種は単価が高く、店頭で実際に肉を見ないと安心して買えないため、共同購入には向かない。

流通A

乳用種牛肉の用途としては、テーブルミートが90%、加工向けが5%、外食向けが5%程度か。加工向けとしては当然豪州産などの輸入牛肉が多いが、乳用種牛肉で作るとやはりおいしいし、仕入れに係るリスク回避も含めてそれなりに需要がある。

乳用種牛肉は、九州、四国地方、さらには東北、北海道を中心によく売れている。

流通B

乳用種牛肉の用途としては、テーブルミートが7割、加工向けが2割(スネやネックが中心)、外食向けはわずか。

地域別に見ると、乳用種牛肉の需要が一番多いのは、中国地方と九州地方、北陸なども多いが、関西と関東は小さい。

流通C

乳用種牛肉の販売先としては、生協が3割、量販店が6割弱、外食が数%、加工向けが1割程度。

交雑種の肉質がかなり評価され始めており、量販店は、乳用種から交雑種に流れ始めているが、生協は、顔の見える販売、手頃な価格で乳用種に対する根強い需要がある。

流通D

関東辺りは西日本に比べると、牛肉を食べる量が少ないため、「和牛または交雑種+豚肉」の消費パターン、西日本は伝統的に牛肉をよく食べるため、逆に、単価が安い牛肉を指向し、乳用種牛肉がよく売れる。

小売C

今後求められる乳用種牛肉の姿

乳用種牛肉の品質向上については、飼養期間の若干の延長、飼養密度の緩和、育成段階のしっかりした牛作りが大切。

肉質等級2規格の中でも細分化していくし、実際に2規格の中でも締まりや肉質の良い肉にはプレミアムが付いている。

最近では枝肉重量がかなり重くなっても受け入れられるようになってきた。むしろ枝重があった方がしっかりした肉になるのではないかな。

流通A

ユーザーが一番嫌がられるのは、ドリップ(肉汁)が多い肉だ。

流通C

交雑種は味が良く、かつ、値頃感があるので伸びてきているため、交雑種の肥育をしてくれる農家を探しているが、乳用種肥育農家が肥育すると品質のバラツキが大きいため、なるべく和牛肥育農家に頼むようにしている。

小売A

肉質の向上については、肥育期間の延長や成長曲線にあわせた肥育方法(成長途上ではどうしても水っぽい肉になるので、前半で十分増体させ、発育が止まりかけたところでと畜する)。

枝肉重量については、昔は430kg前後であったが、最近では450~500kgくらいが望ましい。大きくなりすぎて困るのは、ロースとサーロインくらいのもの。

日格協の格付をベースにして、肉色ときめを加味して1頭ずつ値決めをしているが、体重の乗った2.5規格であれば、どんどん売れており、各社とも荷を集めている。

流通D

乳用種牛肉に限らず、個体毎に品質のバラツキが困る。乳用種牛肉と交雑種を比べると、乳用種牛肉の方がバラツキが大きい。脂肪交雑が同じでも味の個体差が大きい。

小売B

これからの販売方法・戦略

品質面だけで米国産牛肉と勝負するのは少しきつい面があるので、品質以外の面からの付加価値を付けて売る方向を考えている。具体的には、「安全・安心感」を打ち出すことや商品にストーリー性を持たせて売っていく、すなわち、由来をはっきりさせてブランド化して売っていくなどの工夫が必要であろう。

流通A

乳用種も交雑種もこれからはブランド化して売っていくべきだ。

流通C

トresaには自己責任の徹底という観点からも期待している。

小売B

国内では、多少高くても国産を買いたいと言うマーケットは確実にある。ただし、黙っていても売れるほど甘くはない。それなりの売り方が必要であり、それなりの工夫が必要。

「ヌレ子 - 素牛 - 肥育牛」の一貫した生産体系、すなわち、消費者向けのストーリーを描いて売っていきたいが、ヌレ子と素牛の流れを作ることが難しい。酪農家にとって、ヌレ子は売り手市場であり、高い値段を付けてくれたところに売ってしまう。

流通D

大手スーパーが交雑種として売り始めたので、これからは、和牛、交雑種、乳用種牛肉の形で売られるようになるかもしれない。

小売C

その他

昔はヌレ子を挽き材として使っていたが、今では挽き材にすることはない。素畜として育成農家を買わなければ、レンダリングで処理するしかない。

本来であれば、育成に回す価値のないヌレ子までが補給金がある故に、育成に回されることがある。そして、補給金をもらったらずぐに安い値段でと畜される。

3 我が国における牛枝肉の格付

〔 我が国における牛枝肉の格付に係る歩留
等級及び肉質等級の基準 〕

我が国における牛枝肉の格付

1. 歩留等級

「ロース芯面積」、「皮下脂肪の厚さ」、「半丸枝肉重量」等から、枝肉から部分肉への歩留基準値を推計し、A、B、Cの等級を決定。

(歩留等級区分)

等級	歩留基準値	歩留
A	72以上	部分肉歩留が標準より良いもの
B	69以上72未満	部分肉歩留が標準のもの
C	69未満	部分肉歩留が標準より劣るもの

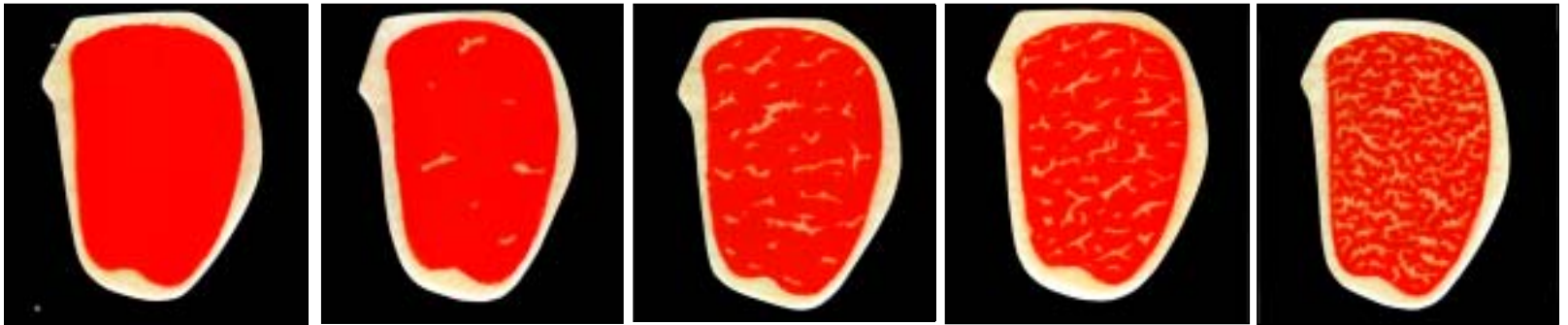
2. 肉質等級

「脂肪交雑」の他、「肉の色沢」、「肉の締まり及びきめ」、「脂肪の色沢と質」を加味して1～5等級を決定。

(枝肉等級区分)

歩留等級	肉質等級				
	5	4	3	2	1
A	A5	A4	A3	A2	A1
B	B5	B4	B3	B2	B1
C	C5	C4	C3	C2	C1

肉質等級の代表的な例(脂肪交雑基準)



肉質等級 1

2

3

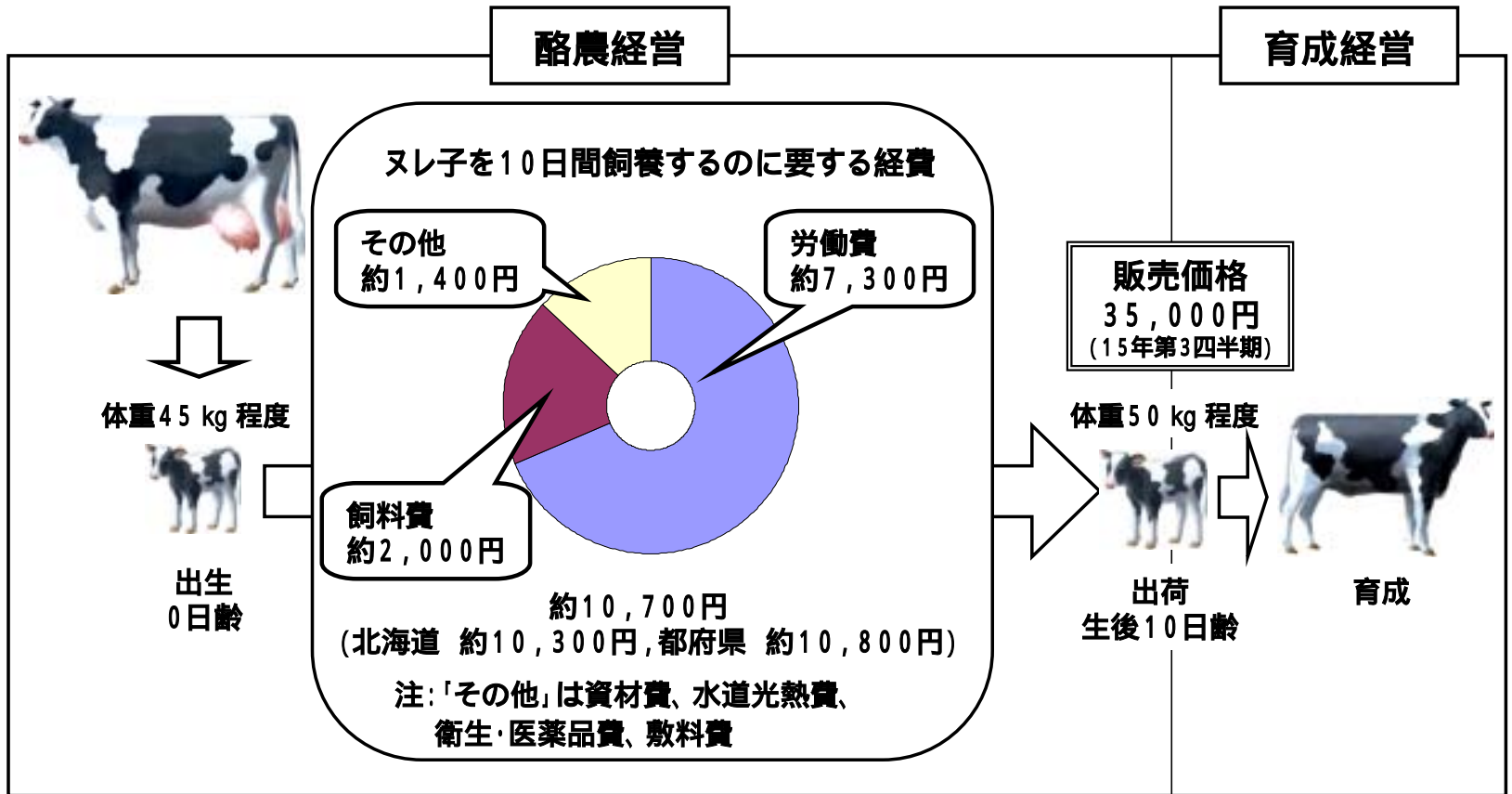
4

5

4 ヌレ子生産に要する経費の実態調査

全国の酪農経営(約160戸)を対象としたヌレ子を
10日齢で出荷するまでに要する飼養経費について
の実態調査の概要

酪農経営におけるヌレ子生産に要する経費(平成15年)



出典: (社)中央畜産会「乳用種ヌレ子生産費用調査」、農林水産省「農業物価統計」

(参考)

「酪農経営におけるヌレ子生産に要する経費」についての調査目的・方法

1. 調査目的

乳用種育成経営においても畜として導入されるヌレ子について、その出生から出荷までに要する経費について、実態調査を通じて把握する。

2. 調査実施者

(社)中央畜産会及び各県畜産会等

3. 調査方法

(1) 調査方法

原則として平成15年1月1日～同年12月31日(平成15年実績)の間に、酪農経営において10日齢までに要した経費について、調査員が農家を訪問して聞き取り調査。

(2) 調査対象農家

飼養規模階層ごとに、161戸(北海道：50戸、都府県：111戸)を選定。

4. 調査項目

(1) 生産費用

- ・ 労働費(家族労働費・雇用労働費)、飼料費、敷料費、衛生・医薬品費、水道光熱費、カーフハッチ等の資材費の項目について調査。
- ・ 労働費のうち、家族労働費は総務省毎月勤労統計の各調査対象地域の労賃単価に労働時間を乗じて算出、雇用労働費は調査期間の支払実績。

(2) ヌレ子1頭当たりの処分費用

へい死したヌレ子1頭当たりのレンダリング処理等に要した費用。

(3) その他

各経費は、すべて消費税込みの額。