

調査の目的と方法

1 調査の目的

この調査は、食肉小売店における食肉の仕入れ及び販売実態を調査し、消費者の食肉の購買行動や消費志向の変化についてとらえ、国産食肉の消費拡大及び流通合理化対策に資することを目的として実施したものである。

2 調査の内容

- ① 食肉の仕入数量（種類・部位別）
- ② 食肉の売上高
- ③ 食肉の小売価格（種類・部位別）
- ④ 食肉の販売傾向（種類・部位別）
- ⑤ 消費者の食肉購買行動
- ⑥ 食肉の今後の売上予測

3 調査の方法と実施期間

(1) 調査方法

調査票を作成し、郵送により配布回収を行った。

(2) 調査期間

平成9年10月の1ヵ月間

4 調査の対象と回収状況

季節別食肉消費動向調査「食肉販売店調査」として、全国8地域3,000店舗を調査対象とし、昭和57年度から59年度までは6月と12月の年2回調査、60年度からは12月の年1回調査、平成8年度からは繁忙期による回収率低下避けるため、10月に年1回調査を実施してきた。

今年度は、前年度までの各調査店舗に調査票を発送していたものを改め、多店舗展開するチェーンについては本部に調査票の記入をお願いした。なお、定量調査についてはチェーン本部が把握可能なすべての店舗の計、あるいは1店平均とした。

調査票の発送数と回収状況

平成9年度の調査対象は、食肉公正取引協議会、日本チェーンストア協会、日本セルフサービス協会、日本ボランティアチェーン協会、日本生活協同組合連合会、全国農業協同組合連合会等の会員のなかから選定した。特に、スーパーについては全国の主要チェーンの全てを対象とした。

調査票の発送数と回収状況および、有効回収率と業態別内訳は表1に示したとおりである。

なお、有効回答数の地域別内訳は表2に示したとおりである。多店舗展開するチェーン店については、本社が所在する地域に分類した。

表1 調査対象と回収状況

	対象企業数 社	回収企業数		回収率 %	有効回答企業数		有効回収率 %
		社	うち、無効 社		社	店舗数 社	
計	2,153	526	60	24.4	466	3,583	21.6
専門店	1,574	355	51	22.6	304	368	19.3
スーパー	400	125	5	31.3	120	2,644	30.0
生協	60	21	1	35.0	20	486	33.3
農協	82	18	1	22.0	17	71	20.7
その他	37	7	2	18.9	5	14	13.5

表2 有効回答企業数の内訳

	計		専門店		スーパー		生協	
	企業数 社	店舗数 店	企業数 社	店舗数 店	企業数 社	店舗数 店	企業数 社	店舗数 店
計	466	3,583	304	368	120	2,644	20	486
北海道・東北	84	404	54	67	20	214	4	110
関東・東山	144	895	104	111	28	638	5	86
北陸・東海	78	650	48	69	24	553	3	25
近畿	68	927	48	61	16	646	4	220
中国・四国	55	395	27	28	23	349	2	14
九州	37	312	23	32	9	244	2	31

	農協		その他	
	企業数 社	店舗数 店	企業数 社	店舗数 店
計	17	71	5	14
北海道・東北	3	4	3	9
関東・東山	5	55	2	5
北陸・東海	3	3	-	-
近畿	-	-	-	-
中国・四国	3	4	-	-
九州	3	5	-	-