

ポスター発表

[P-29-65] Poster session

Fri. Mar 29, 2019 9:00 AM - 3:30 PM ポスター会場・展示 (大教室)

[P29-65]豚肉の消費者行動に関する調査研究○黄 聖智¹, 汪 斐然², 小林 信一², 小泉 聖一² (1.日大院生資料, 2.日大)

日本における食肉，特に豚肉の消費変動要因を知るため調査を実施した。2018年7～8月一般人を対象に，食肉類の嗜好性や銘柄に関する意識，購買・利用行動等について，留置法によるアンケート調査を実施し192件の有効回答を χ^2 ，T検定等を用いて，検討した。【結果】食肉類の嗜好性を5段階（1＝非常に嫌い～5＝非常に好き）で採取した結果，牛肉 4.19 ± 0.07 ，豚肉 4.08 ± 0.07 ，鶏肉 4.08 ± 0.07 ，魚介類 3.96 ± 0.07 の順となり，男女間に有意差は認められなかった。豚肉購入時，表示ラベルの留意点を得点化した結果，価格 3.09 ± 0.13 ，原産国 2.43 ± 0.16 ，消費期限 2.24 ± 0.12 などの順となり，男性が女性より数量に対する留意度が高かった。食肉の利用頻度は豚肉が 2.49 ± 0.10 回/週で最も多く，男女間に有意差はなかった。銘柄豚の認知率は62.0%で，認知者の食経験は83.2%，購入経験58.8%であった。また，銘柄認知率は「鹿児島黒豚」79.0%，「沖縄あぐー豚」76.5%，「十勝黒豚」45.4%などの順となり，食経験は「鹿児島黒豚」53.8%，「TOKYO X」35.3%，「十勝黒豚」26.1%であった。銘柄豚に対する評価を5段階で採取した結果，高級 4.25 ± 0.10 ，美味 4.18 ± 0.08 ，高品質 4.16 ± 0.08 などの順となった。以上のことを中心に検討結果を報告する。