

<研究成果の紹介>

消費者が好むトンカツ用豚ローススライス肉の外観

農業研究部 経営・植物工学研究課

1. 成果の内容

近年、豚肉は銘柄豚として販売を行う産地や、養豚農家が自家農場産の肉を直売する経営が増えています。このため、消費者ニーズの把握は益々重要になってきています。そこで、消費者の購買行動において重要な判断基準になる肉の外観に焦点をあて、トンカツ用厚切り豚ローススライス肉をモデルとして、消費者に好まれる肉の外観を明らかにしました。

調査はコンジョイント分析という手法を用いて、消費者価値が高くなる肉の外観特性の組み合わせを調べました。設定した要因は、赤肉の色や背脂の厚さ、霜降りの有無です（表1）。

解析の結果、最も重視された外観要因は背脂の厚さで、次いで赤肉の色となり、価格より外観が重視されました。また、赤肉の色では中間色が最も好まれ、脂肪の厚さでは5mmのものが最も好まれました。霜降りには有無の差がほとんどみられませんでした（図2）。

表1 コンジョイント分析の設定内容

外観要因	設定内容			備考
赤肉の色	淡色	中間色	濃色	淡色・中間色・濃色にはそれぞれ、ポークカラースタンドアード ^(注1) の②・④・⑥を適用
背脂の厚さ	1cm	5mm	無し	
霜降り(サシ)	無し	有り		「有り」はNPPC ^(注2) の脂肪交雑基準5.0を参考とした
価格	150円	200円	250円	100g当たり

注1) 豚枝肉取引規格(日本食肉格付協会)の色標準
注2) 米国豚肉生産者会議

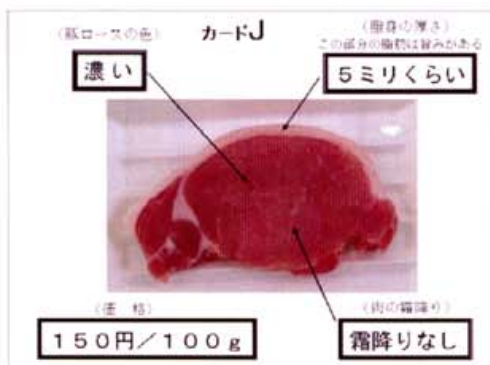


図1 調査に用いたコンジョイントカードの一例

注) 各属性の水準を直交計画により組み合わせて9種類のカードを作成し、この購入選択順位を調べた

さらに、回答者を豚肉を食べる頻度別に分類してみると、豚肉を食べる頻度が高いほど背脂の厚さと価格を重視する傾向にあり、逆に頻度が低いほど赤肉の色と霜降りの有無を重視する傾向にありました。

以上のように、消費者価値の高いトンカツ用ロース肉の外観は、背脂の厚さが5mmで赤肉の色が中間から濃色系（ポークカラースタンドアの④または⑥）のものとなります。

2. 技術の適用効果と適用範囲

銘柄豚として販売強化を行う産地や自家農場産の肉を直売する生産者などが、消費者志向の豚肉生産を行う場合に活用できます。

3. 普及・利用上の留意点

この調査は、養豚業との交流会に参加した豚肉消費に関心の高い消費者110名を対象としています。マーケティングにおいては、関心の高い消費者への調査は消費動向を捉える場合に有効と考えられています。

(糀谷 齊)



図2 各情報の部分効用値

注) 図中の部分効用値は、正に大きいほど消費者に好まれ、負に大きいほど敬遠される