

食肉消費拡大へ

牛、豚など法の食肉精肉費は生きた豚、豚高生豚の傾向は変わりない。果食肉消費対策協議会(畜産
 重要会)が発表した消費者アンケート調査によつて、この結果が明らかになった。本報は「豚肉」を鶏肉と
 して消費の座に力を入れているが、牛肉をはじめとして肉類は「魚より比べて高い」という先入観が根強く、
 同協議会では今後、毎週金・土曜日に実施している特別価格販売をさらに浸透させ、本格的な「ステーキの季節」
 を前にして、消費拡大を図る。

割高感なくしたい

サービステデー浸透図る

同協議会がまとめた五七(肉)消費量と支出金額をみる
 年全国五十五主要都市の一冊と、福岡からトッで五十七・
 当たり肉類(牛肉、豚肉、鶏肉)一・二八万円、半ば増、

割高感なくしたい、
 豚肉、豚肉、水は三
 十九・〇、二二万円とと
 まっている。内訳は牛肉四・
 一、豚肉二・八、鶏肉
 二・一。全国平均四十四



水戸市内の食肉専門店「陸牛」で肉を扱っている様子

農業

・牛肉、二十二万円を
 下回っており、水産の魚は西
 日本に比べて消費の低い
 ・東北産であることが得意
 となり、牛肉に販

するたため、土項目が感
 費率アンケートを実施した。
 調査はがきの書き交方式
 で行われ、県内の畜産、ス
 ーパーを訪問し、親子八百人
 を対象に記した。西屋五千
 八人から回答が寄せられ、
 回答率は二九。期間は八月
 から九月にかけての約一カ月
 間。性別は男性千四百人、女
 性四百四十四人。
 それによつて、男女肉
 を多く買っているかの問
 に対しては豚肉七・〇、五、
 牛肉・鶏肉がともに四・〇
 多、豚肉が最も多、
 結果が出た。
 「魚などの食品は、
 価格は高いが、
 一〇、三、三、三、三、三、
 まあ、〇、〇、〇、〇、
 を守るか」といふは、同協
 議会がすすめている特別販
 入は二、三、三、三、三、三、
 入は二、三、三、三、三、三、

八百三十の食肉取扱店では
 ふだんの二五・〇割引き
 マーケティング、これ
 を知っているのは六八、
 知らないは三〇・二となっ
 ており、多くの家庭、サービ
 スデーが浸透、欧米の「ま
 とめ買い」傾向が定まってい
 ることがわかった。
 このほか、サービステデーに
 は豚肉を添えているが、「赤
 ら肉製品」と「むらぎ刺身」
 がより「を合わせ」多と
 いう結果も浮き出ているとい
 う結果も出て、今後の検討課
 題とされた。

サントの農業用ビニール製品
 A・B (チン酸塩殺菌、消化剤)
 グリーン (土壌改良、PH調整、有害菌の不活性化)

大洋商事株式会社

川12-4107 ☎0292-51-3939(代)

「科学万博」は「86」の
 六十年開催に伴い、同協議会
 は肉類消費の件に相違をか
 けているが、子供の嗜好が
 けは、牛肉の味に親しんでもら
 う。「肉は高い」という先入観
 を向とが払拭(おしり)さ
 せる」などを目標に掲げ、当
 前「サービステデー」をさらに浸
 透させて消費拡大を図りたい
 考え。