

エコフィード利用型豚肉に対する消費者イメージ

食品およびその製造残渣を飼料として活用する「エコフィード」の取り組みが、飼料自給率の向上や特徴ある品質を有する地域特産畜産物生産という観点から進められています。他方、食品残渣の養豚への活用は、かつて「残飯養豚」とも呼ばれ脂肪質の低い豚肉が生産されたイメージが強く、脂肪質や肉質の優れた豚肉生産が可能なエコフィード利用技術が開発された現在でも、消費者イメージの低さを懸念する生産者や流通業者も少なくありません。そこで、当研究所では、消費者におけるエコフィード利用型豚肉に対するイメージをアンケートにより調査しました。

☆ 技術の概要

1. 本結果は、東京都、大阪府、静岡県在住の計1500名の一般消費者を対象としたインターネットによるアンケート調査結果を解析したものです。
2. エコフィードに対する認知度としては69.3%が「全く知らなかった」を回答しています。エコフィード利用型豚肉に対するイメージは4つの類型に分類可能であり（図）、74.3%の回答者が、エコフィード利用型豚肉に対して特定のイメージを持っていません。
3. 「残飯養豚」という用語の認知度は全体的に低く、またエコフィード利用型豚肉に対してポジティブなイメージを有する回答者群（図の「第2群」）における「残飯養豚」の認知度が、他の回答者群と比較してむしろ高かったことから、かつての「残飯養豚」のイメージを懸念する必要はないものと考えられます。

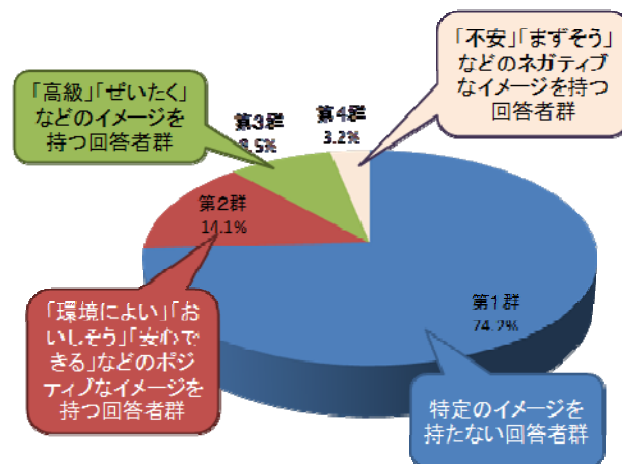


図. 「エコフィード」利用豚肉へのイメージに基づく回答者群の分類と構成比

☆ 活用面での留意点

1. 本アンケートはインターネットを通じたアンケートであり、回答者は調査会社保有のモニターから無作為抽出したものです。
2. 本成果の詳細は畜産草地研究成果情報をご参照ください。

((独)農研機構 畜産草地研究所 畜産物研究領域 佐々木啓介)