

## 国産飼料用米で育てた畜産物に高い期待 消費者の9割が購入したい、5割弱が割高でも購入

－ 日本公庫・平成25年度下半期消費者動向調査 －

日本政策金融公庫（略称：日本公庫）農林水産事業が1月に実施した平成25年度下半期消費者動向調査で、国産の飼料用米で育てた畜産物に対する認知度や購入意欲について調査したところ、認知度は4割にとどまった一方で、9割の消費者が購入意欲を示す結果となりました。詳細は以下のとおりです。

<調査結果のポイント>

### ○ 「飼料用米」を知っている4割、購入経験は2割弱(図1・図2・図3・図4)

はじめに、「国内で飼育されている家畜（牛、豚、鶏）に与えるトウモロコシなどの穀物飼料のうち、およそ9割を輸入に依存している」ことについて聞いたところ、消費者の69.0%が「知っている」と回答し、31.0%が「知らなかった」と回答した。男女別では、女性よりも男性の認知度が高く（「知っている」の回答、男性73.4%、女性64.5%）、年代別では60代から70代のシニア層では「知っている」の回答が8割近くに達した一方で、20代では52.7%にとどまった。

次に、昨今、水田を有効活用することに加え、食料自給率の向上の観点から飼料用米の普及に期待が高まっていることを受け、畜産農家における「輸入の穀物飼料の代わりに国産の飼料用米を家畜に与える取組み」について聞いたところ、40.4%が「知っている」と回答した。前問同様、男女別では男性において、また年代別ではシニア層での認知度が高い結果となった。

飼料用米で育てた肉や卵などの畜産物の購入（外食を含む）経験については、2割弱にあたる15.9%が「購入したことがある」と回答し、こちらも男性やシニア層で高い回答割合となった。また、購入したことがある人に、その理由を聞いたところ、「飼料が国産で安心できる」が50.0%で最も多く、「お米を飼料にする取組みを応援したい」が34.6%で続いた。

### ○ 4割から5割の消費者が割高でも購入(図5・図6)

飼料用米で育てた畜産物の今後の購入意向について聞いたところ、「購入したい」の回答が86.8%とおよそ9割に達した。男女別では、男性の83.5%に対し女性が90.0%で、認知度とは逆に女性の購入意欲が目立つ。

また、「購入したい」と回答した者に、品目別に従来品に対する価格許容度を聞いたところ、「割高でも購入したい」の回答が、牛肉が最も高い47.2%の回答割合となり、次いで豚肉45.4%、鶏肉44.1%と続き、4割から5割の消費者が割高でも購入すると回答した。

調査時期	平成26年1月1日～1月14日
調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査対象	全国の20歳代～70歳代の男女2,000人（男女各1,000人）

図1 家畜(牛、豚、鶏)に与えるトウモロコシなどの穀物飼料のうち、およそ9割を輸入に依存していることについて

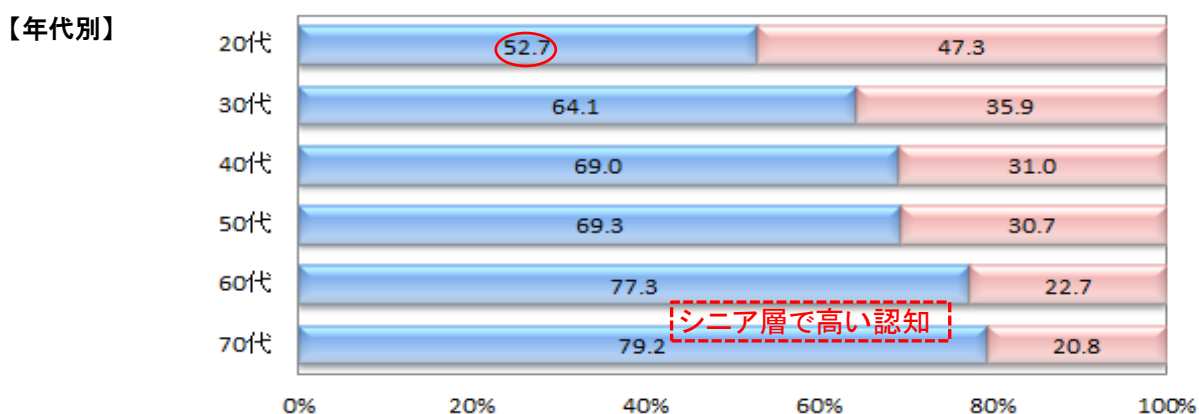
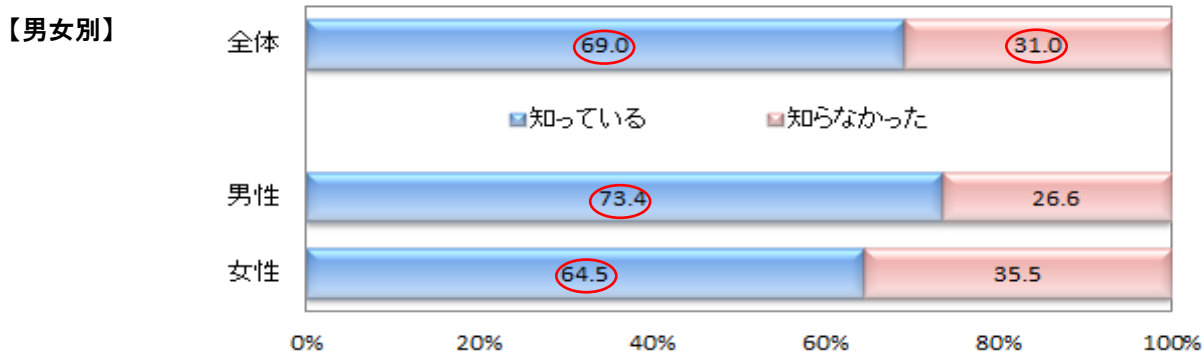


図2 畜産農家において、輸入トウモロコシの代わりに国産の飼料用米を、家畜に与える取組について

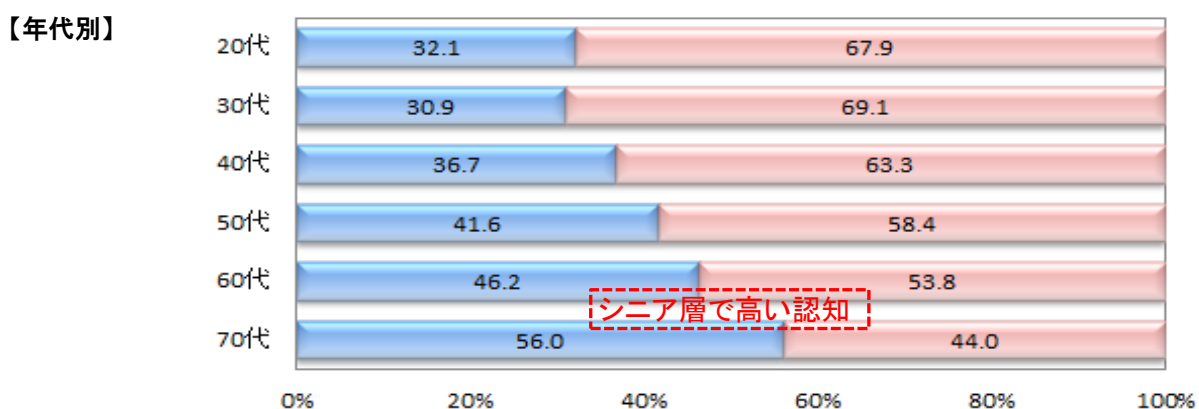
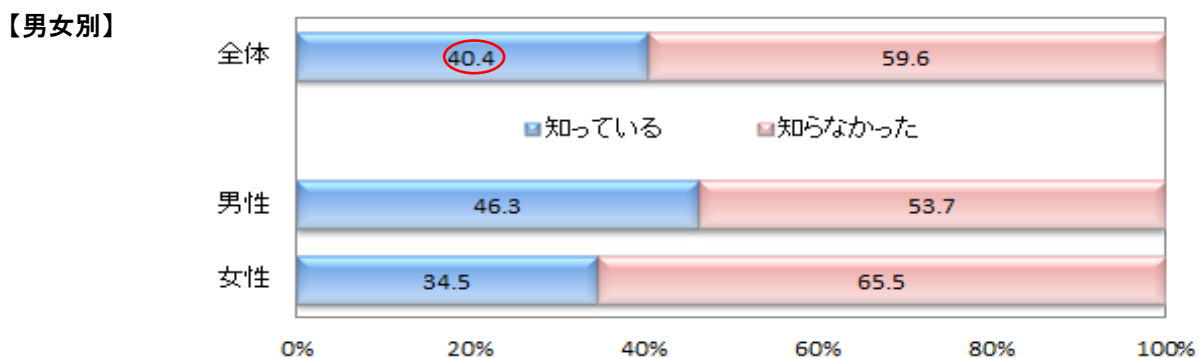
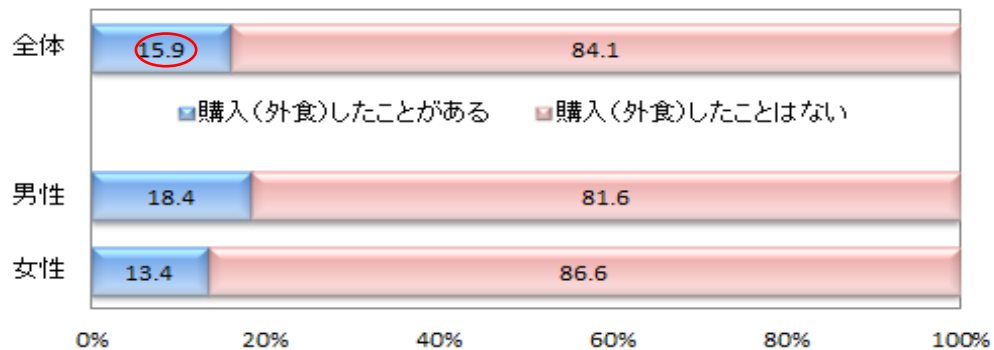


図3 飼料用米で育てた畜産物(肉、卵など)や、その加工品の購入(外食含む)経験について

【男女別】



【年代別】

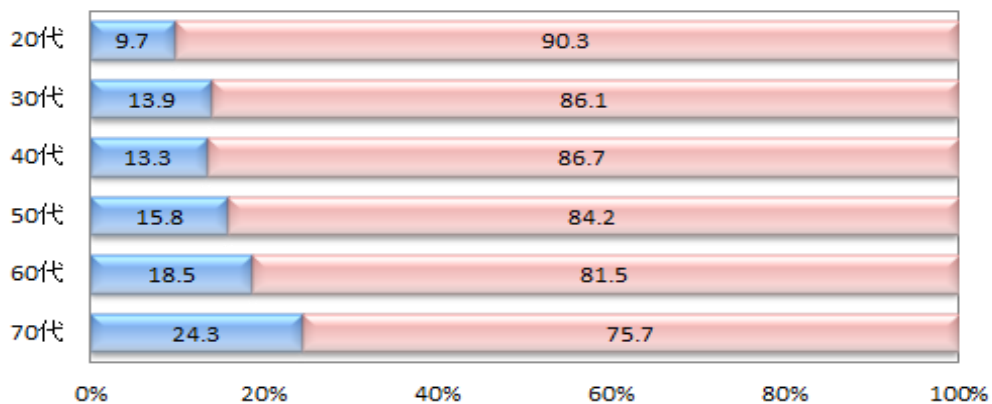


図4 購入した理由(複数回答)

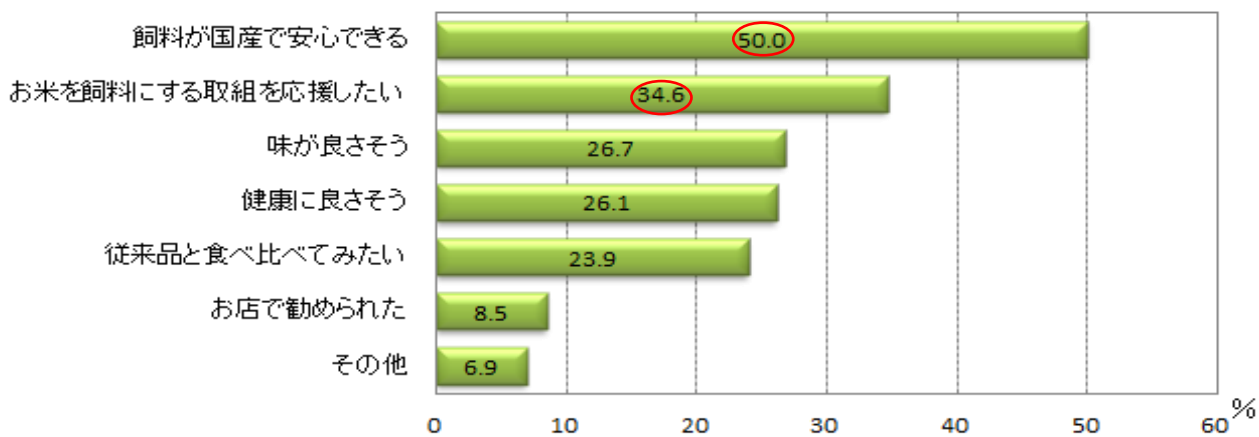
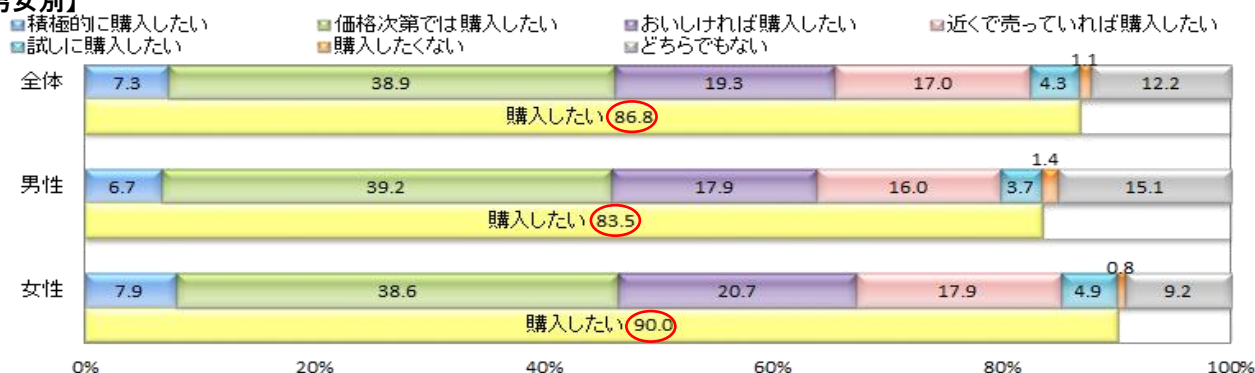


図5 飼料用米で育てた畜産物の今後の購入意向

【男女別】



【年代別】

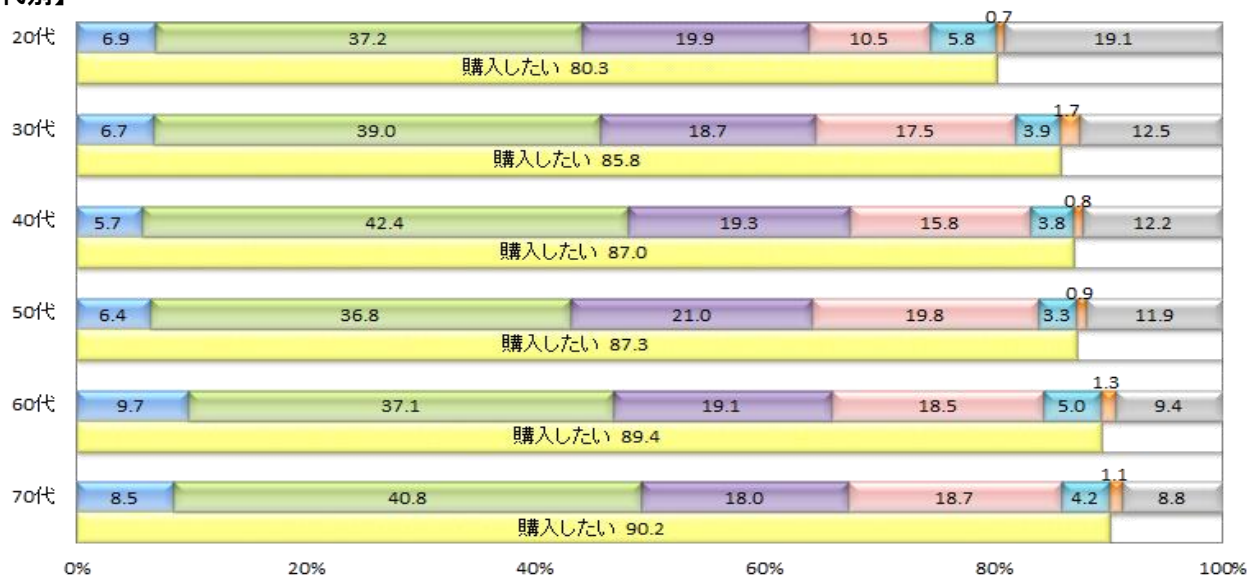


図6 飼料用米で育てた畜産物の、従来品に対する価格許容度

