



令和6年度

供給リスク増大下の食肉事情等理解醸成事業

食肉家計消費等動向分析報告書

令和7年3月

公益財団法人 日本食肉消費総合センター

はしがき

人口増に伴う世界的な食料需要の急増、気候変動・温暖化、ウクライナ情勢等によって食料輸入が不安定化しており、食料自給率の低い我が国にとって食肉をはじめとする食料の供給リスクが増大しています。また、飼料穀物の輸入割合が極めて高い我が国の畜産業は、世界の経済情勢や輸入先国の経済的・政治的事情の影響を受けやすい生産構造となっております。

そうした実情に加え、最近はや安が進行し、飼料をはじめとする畜産資材価格が高騰していること等から我が国の畜産経営における生産コストが上昇し、それに伴って上昇した食肉価格は現在も高止まりと言っても過言ではない状況が続いています。

こうした中、本年度、当センターは、JRA（日本中央競馬会）からの助成を得て、昨年度に引き続いて「供給リスク増大下の食肉事情等理解醸成事業」を実施し、その一環として、食肉価格の上昇が常態化しつつある中での消費者の食肉購買の変化を、中期的な食肉消費動向の中で把握する「食肉家計消費等動向分析」を日本食研ホールディングス株式会社（食未来研究室）に委託して実施しました。

その実施に当たっては、家計調査（総務省）を主要な分析対象としつつ、同時に実施した消費者意識調査の調査結果や食肉の購入場所の大宗を占めている食品スーパーマーケットの ID-POS データ等も参照しながら、家計における最近の食肉購買の姿を、コロナ禍以前の 2019 年からの食肉の価格・消費の動向を踏まえつつ、様々な切り口で分析しました。

本報告書はその分析結果を取りまとめたものですが、食肉価格の上昇が常態化しつつある中で、食肉の家計消費に生じた変化や新たな傾向など興味深いデータが揃っており、食肉専門小売店や食品スーパーマーケットをはじめ食肉関連事業者の方々の今後の経営展開にお役立ていただければ幸いです。

最後になりますが、本調査の実施に当たり貴重なご助言をいただいた調査研究委員会の委員の皆様並びにご支援をいただいた JRA の関係各位に厚く御礼申し上げます。

令和 7 年 3 月

公益財団法人 日本食肉消費総合センター
理事長 田家 邦明

調査研究委員会委員名簿

氏 名	所 属
安部 新一	宮城学院女子大学 名誉教授
(座長) 伊藤 匡美	亜細亜大学 経営学部教授
折笠 俊輔	公益財団法人 流通経済研究所 主席研究員
佐藤 勸	全国農業協同組合連合会 畜産総合対策部長
野口 敬夫	東京農業大学 国際食料情報学部教授

(五十音順、敬称略)

食肉家計消費等動向分析報告書

－ 物価高における消費者の食肉消費動向 －

日本食研ホールディングス株式会社

食未来研究室

目次

調査概要	2
・本報告書の仕様	
・家計調査について	
要約	6
I. 家計支出(二人以上世帯)の動向	
1. 収入と支出、物価の動向	23
2. 消費支出の動向	27
3. 内食・中食・外食の動向	32
4. 食料支出の動向	37
II. 食肉の消費動向	
1. 生鮮肉と加工肉の消費動向	45
2. 牛肉・豚肉・鶏肉の消費動向	48
① 牛肉について	48
② 豚肉について	56
③ 鶏肉について	61
④ 食肉の相互比較	67
総括	75
データ集	付 01

調査概要

本報告書の仕様

本報告書は、供給リスク増大下にある食肉の消費動向を把握することを目的に実施した「食肉家計消費等動向分析」の報告書であるが、同時に行った「消費者意識調査」(食肉価格上昇下における消費者の食肉購入行動と供給リスクへの意識に関する調査)での調査結果も引用しながら、統計データと消費者の意識の双方を交えて考察を行っている。

- ・「家計調査(二人以上の世帯、品目分類)」のグラフ: 出所の記載なし
- ・それ以外のグラフ : 出所の記載あり

また、併せて食品スーパーの購入データである ID-POS データ(※)や政府等が公表している統計データも参照しながら食肉の消費動向について分析・考察を行った。

さらに、支出金額や POS データだけではわからないスーパーマーケットの状況について、以下の方々にご協力いただき個別調査を行い、本調査の考察に反映させた。(社名五十音順)

- ・サミット株式会社 精肉部バイヤー 三上 陽太郎 様
- ・株式会社ダイエー 関東商品本部 関東畜産部 部長 黒田 朗 様
- ・日東燃料工業株式会社 常務取締役 ベニースーパー本部 本部長 赤津 友弥 様

(※)ID-POS データ: 購入者の性別や年代、購入時間や同時購入なども把握できる売上データ
データ源: マギー株式会社「i-codeMS」。全国の食品スーパー28 企業の約 1,350 店舗から売上規模などに偏りがないように選出された 200 店舗で構築された ID-POS データで、性別や年代、購入時間別の売上金額や同時購入などを分析することができる。

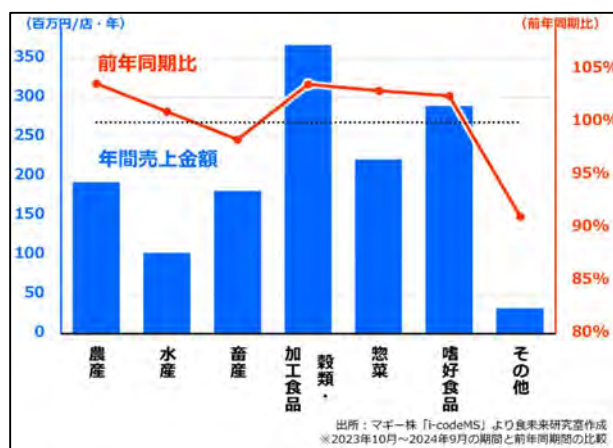


図 0-1. カテゴリー別売上金額と前年同期比

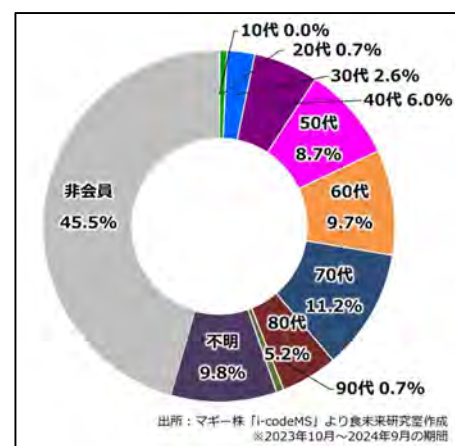


図 0-2. 年代別売上金額構成比

畜産: 生鮮肉、加工肉、鶏卵
嗜好食品: 菓子、飲料、酒類

家計調査について

1. 「家計調査(総務省)」の概要と主な用語の解説

調査の目的

家計調査は統計法に基づく基幹統計「家計統計」を作成するための統計調査であり、国民生活における家計収支の実態を把握し、国の経済政策・社会政策の立案のための基礎資料を提供することを目的とする。

調査の対象

家計調査は、全国の世帯を調査対象としている。

調査世帯の選定

家計調査は標本調査であり、層化 3 段抽出法(第 1 段一市町村、第 2 段一単位区、第 3 段一世帯)により世帯を選定している。選定にあたっては特定の世帯が続けて調査の対象にならないように配慮している。

用途分類と品目分類

支出の中の「消費支出」は「用途分類」と「品目分類」の二通りの方法によって分類されている。「用途分類」とは、世帯で購入した商品を、その世帯で使うか、それとも他の世帯に贈るかという使用目的によって分類する方法であり、「品目分類」とは、この用途にかかわらず、同じ商品は同じ項目に分類する方法である。

世帯

世帯とは住居及び家計を共にしている人の集まりをいい、家計調査では施設等の世帯及び学生の単身世帯を除く一般世帯を対象にしている。

年間収入五分位階級

「年間収入」は過去 1 年間の収入であり、「五分位階級」とは、世帯の年間収入などを収入の低い方から順番に並べ、それを調整集計世帯数の上で五等分して五つのグループを作った各グループのことで、収入の低い方から順次第 I、第 II、第 III、第 IV、第 V 階級という。

地域区分

家計調査における地域区分は、「都市階級別」、「地方別」、「都道府県庁所在市及び政令指定都市」となっている。うち、都市階級区分は次のとおり。

大都市:政令指定都市及び東京都区部

中都市:大都市を除く人口 15 万以上の市

小都市 A:人口 5 万以上 15 万未満の市

小都市 B・町村:人口 5 万未満の市及び町村

家計調査の概要:

https://www.stat.go.jp/data/kakei/1.html#kakei_1

主な用語の解説:

<https://www.stat.go.jp/data/kakei/kaisetsu.html>

図 0-3: 地方区分

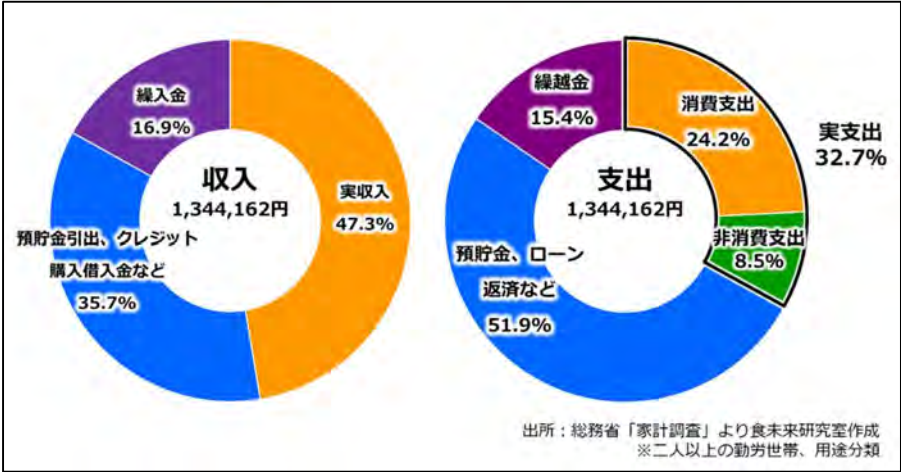
北海道地方…北海道
東北地方…青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東地方…茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、
神奈川県、山梨県、長野県
北陸地方…新潟県、富山県、石川県、福井県
東海地方…岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
近畿地方…滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国地方…鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国地方…徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州地方…福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県
沖縄地方…沖縄県

収入/支出の分類

収入のうち実収入はいわゆる税込みの収入であり、世帯員全員の現金収入を合計したものである。支出のうち消費支出はいわゆる生活費のことであり、日常生活を営むにあたり必要な商品やサービスを購入して実際に支払った金額である。非消費支出は税金や社会保険料など原則として世帯の自由にならない支出である。

直近 1 年間 (2023 年 9 月～2024 年 8 月) における収入と支出の内訳は図 0-4 の通りである。

図 0-4: 収入と支出の内訳構成比 (2024 年)



2. 本報告書での取扱い

本報告書では基本的に以下の期間、世帯、分類について分析を行っている。
期間: 2019 年 1 月～2024 年 8 月。なお、「直近 1 年間」は 2023 年 9 月～2024 年 8 月。
世帯: 二人以上の世帯
分類: 品目分類。ただし、年間収入五分位階級による分析では用途分類を使用。

図 0-5: 家計調査の公表データ

総世帯 二人以上世帯 単身世帯	月別		年別	
	品目	用途	品目	用途
	全体	○	○	○
	年代別	○	○	○
	地域別	○	○	○
	年収別	×	○	○
	最小単位	牛肉・豚肉・鶏肉	生鮮肉	牛肉・豚肉・鶏肉 生鮮肉
	直近	2023.9～2024.8		2023年

□ : 今回主に使用したデータ

要約

I. 家計支出の動向

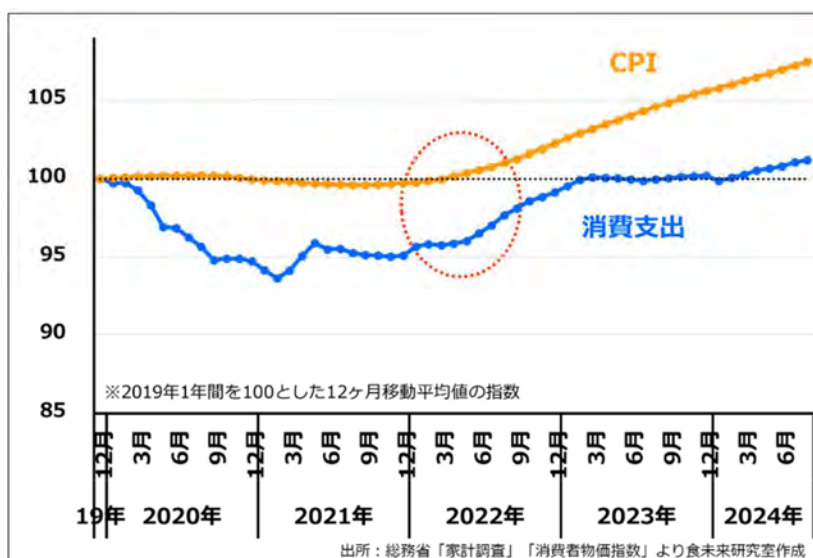
近年の物価上昇は家計支出に大きな影響を与えている。2020 年を 100 とした生鮮食品、エネルギーも含んだ消費支出全体の消費者物価指数(CPI、総合指数)の年次推移を見ると、1998 年以降ほぼ横ばいで推移していた CPI は、直近の 2022 年から大きく上昇しており、2023 年の CPI は 105.6 となっている(図 1-1-1 左図)。月別にここ 6 年程の推移を見ても、CPI は 2022 年初頭から徐々に上昇しており、1990 年から 2020 年の 30 年間で起こった CPI の上昇(+10.4 ポイント)とほぼ同じ上昇(+9.0 ポイント)が、2021 年 12 月(100.1)から 2024 年 8 月の 2 年 8 か月で急速に起こってしまったと言える(図 1-1-1 右図)。

図 1-1-1: 消費者物価指数の年次推移(左図)と月次推移(右図)



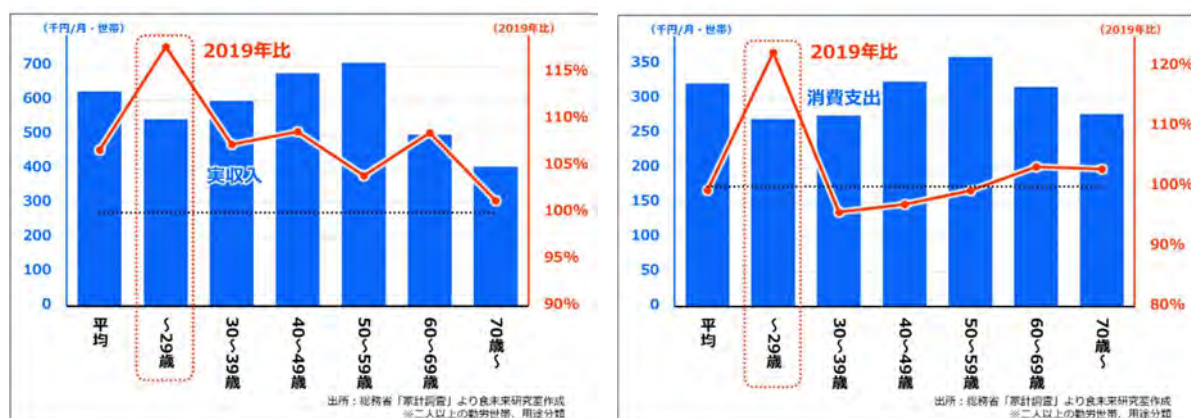
支出金額とCPIを2019年1年間を100とした12ヶ月移動平均値の指数として比較したものが図 1-1-2 である。消費支出は2020年のコロナ禍で一時大きく減少したが、2021年初頭に底を打って以降横ばいで推移した後、2022年初頭から増加傾向になっている。CPIが上がり始めたタイミングで支出が上昇基調になっており、物価の上昇による支出の増加が推測される。

図 1-1-2: 消費支出とCPIの12ヶ月移動平均値指数の推移



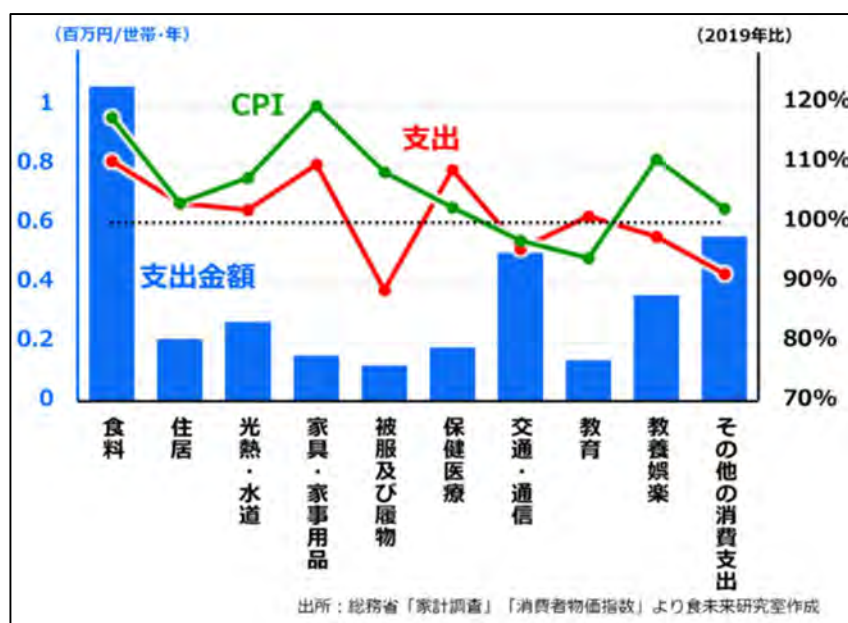
家計の収入と支出について、家計調査で二人以上の世帯かつ勤労世帯の世帯主年代別に見てみると、直近 1 年間(2023 年 9 月～2024 年 8 月)の実収入は 50 代が最も高く 71 万円で、20 代はこの中では最も低く 54 万円となっているが、2019 年からの伸び率を見ると 20 代は 117.7%と大きく伸びている(図 1-1-3 左図)。消費支出においても、20 代は他の年代に比べて支出金額は低いものの、2019 年と比べて 122.3%と大きく支出が伸びており、収入の増加により支出も伸びていると推察される(図 1-1-3 右図)。

図 1-1-3:【年代別】世帯当たり実収入(左図)と消費支出(右図)と 2019 年比



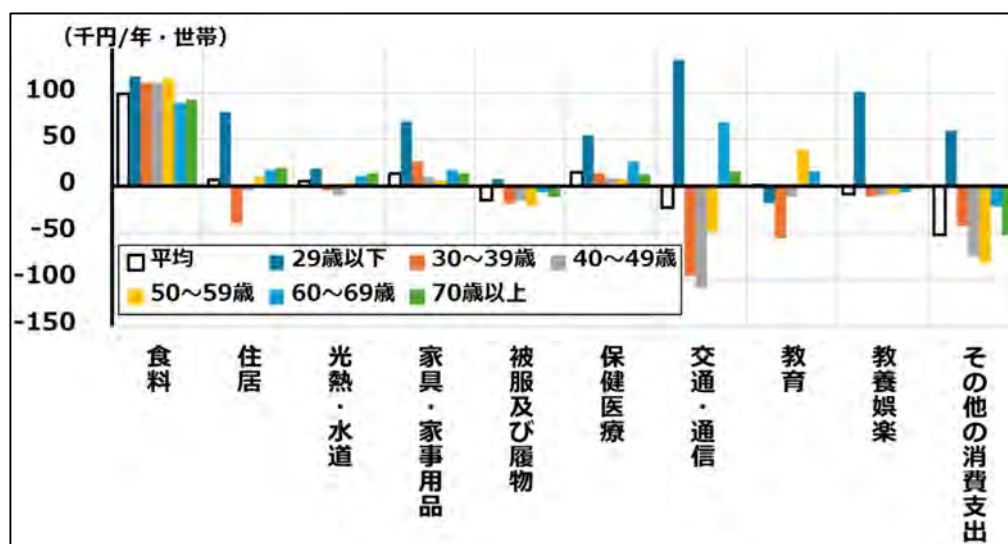
直近 1 年間の支出金額を 10 分類に分けた分類別構成比を見てみると、食料費が 29.9%と全体の約 3 割を占める。消費支出 10 大費目別の 2019 年 1 年間を 100 とした指数の推移では、食料費は 2022 年中頃からは上昇が続き、直近では 10 分類の中で最も大きい伸びを示していた。また、直近1年間の支出金額と CPI の 2019 年比を比較したグラフが図 1-2-1 であるが、支出と CPI の関係を見ると、多くの費目で支出の伸びが CPI の伸びよりも小さく、節約傾向がうかがえる。

図 1-2-1:消費支出 10 大費目別の支出金額と CPI の 2019 年比



支出金額を年代別に見ると、食料費は40代から60代で特に多い一方、20代は少なかった。また、2019年との差を見ると、食料費はすべての年代で大幅に増加しており、特に20代では食料費だけでなく、様々な費目で支出が顕著に伸びており、活発な消費傾向が見られた(図1-2-2)。一方、30代～50代では食料費を除けば多くの費目の支出が減少していた。

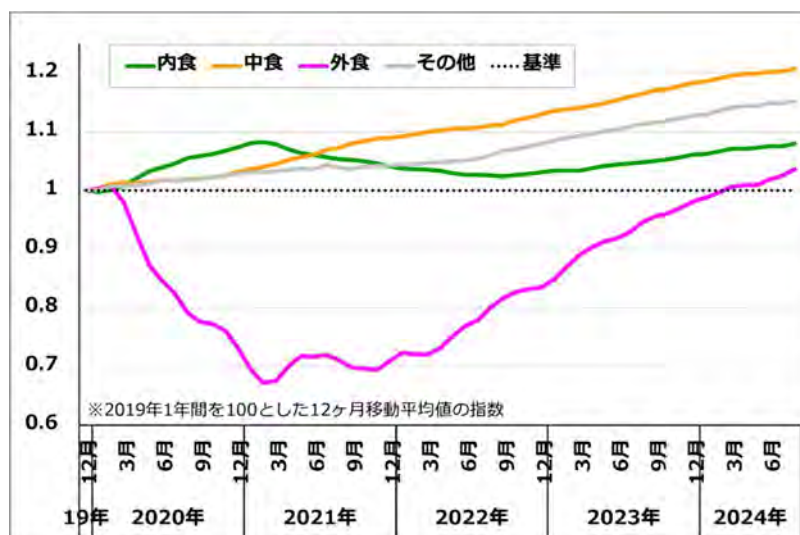
図1-2-2:【年代別】消費支出10大費目別支出金額の2019年との差



家計調査では食料費は12の分類に分けられるが、大きな傾向を見るために、内食、中食、外食、その他と大きな分類にまとめて動向を見てみた。

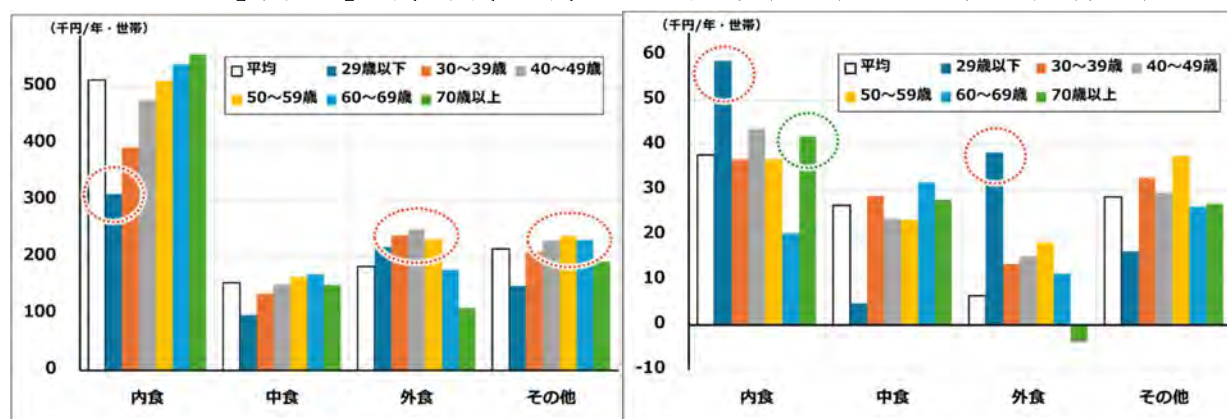
2019年1年間を100としてそれぞれの支出金額の指数の推移を見ると、内食はコロナ禍での巣ごもり需要の高まりにより一時的に大きく増加したあと減少傾向で推移したが、物価高の影響により2022年後半以降再び増加傾向となっている(図1-3-1)。中食は2019年以降一貫して増加を続けており、堅調に伸びている。また、外食はコロナ禍で大幅に減少したが、その後回復し、直近では2019年の水準を上回るまでに至っている。

図1-3-1:内食・中食・外食への支出金額の12ヶ月移動平均値指数の推移



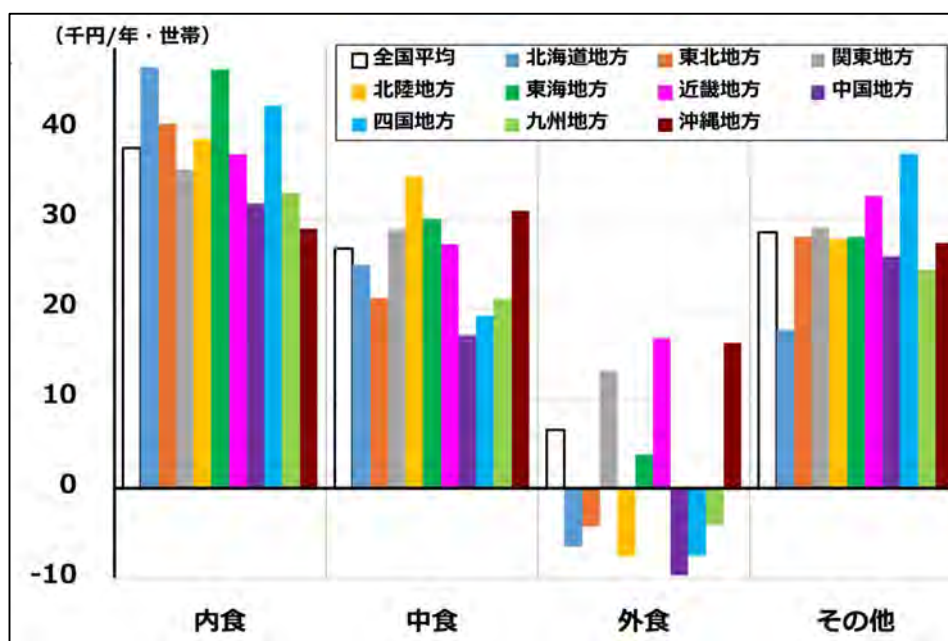
支出金額を年代別に見ると、若年層ほど内食や中食への支出が少なく、特に内食では目立って少ないことがわかる(図 1-3-2 左図)。また、2019 年との差を見ると、若年層では内食と外食が大きく増加した一方、中食は他の年代と比較して小さな伸びにとどまっていた(図 1-3-2 右図)。外食は 20 代を除いて伸びは小さく、節約傾向が見られた。

図 1-3-2:【年代別】内食・中食・外食への支出金額(左図)と 2019 年との差(右図)



地域別に支出金額の 2019 年との差を見ると、北海道、東海、四国では内食への支出が増加している一方、外食への支出は減少していたり、増加していてもその伸びが小さく、これらの地域では外食から内食への需要シフトが進んでいることが示唆される(図 1-3-3)。

図 1-3-3:【年代別】内食・中食・外食への支出金額の 2019 年との差



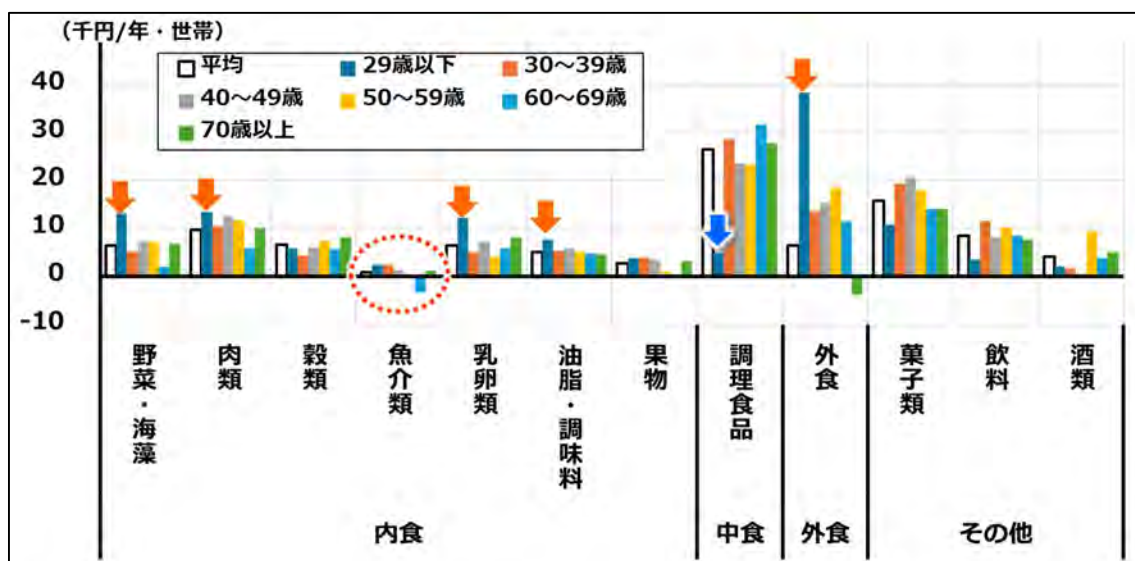
食料費を12分類別で見ると、外食が17.2%と最も大きく、次いで調理食品(中食)が14.6%となっている。肉類への支出金額は5番目の9.3%と全体の約1割を占め、世帯当たりの年間支出は99,034円であった。食料12分類の支出金額と購入/利用頻度の2019年比をプロットしたグラフが図1-4-1である。外食や嗜好品(菓子類、飲料、酒類)、中食(調理食品)では購入/利用頻度が増加している一方、内食では穀類を除き購入頻度が減少傾向にある中で、肉類の購入頻度は比較的減少が少なかった。

図1-4-1:食料12分類の支出金額と購入/利用頻度の2019年比



年代別に分類別の支出金額を見ると、20代は支出金額が小さいものの、2019年と比べると、様々な項目で支出が増加していた。また、内食の中でも特に支出の伸びが弱い魚介類においても、20-30代は他の年代よりも支出を増やしていた(図1-4-2)。

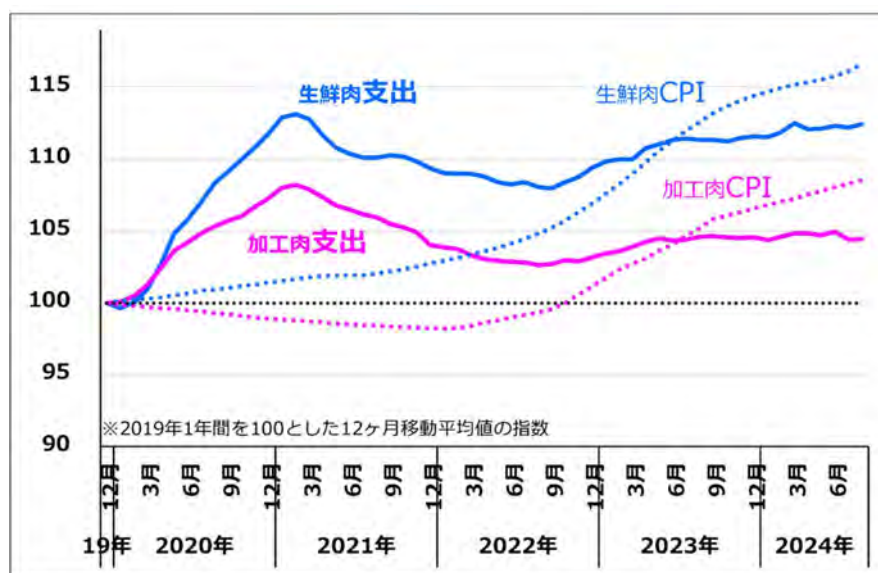
図1-4-2:【年代別】食料12分類の支出金額の2019年との差



Ⅱ. 食肉の消費動向

食肉の消費において、生鮮肉と加工肉の支出金額の比率は 8:2 となっており、生鮮肉への支出が圧倒的に多い。2019 年 1 年間を 100 とした指数の推移を見ると、いずれの支出もコロナ禍以降好調に推移してきたが、2023 年中頃からは CPI が支出を上回っており、消費者の節約傾向が見られる(図 2-1-1)。

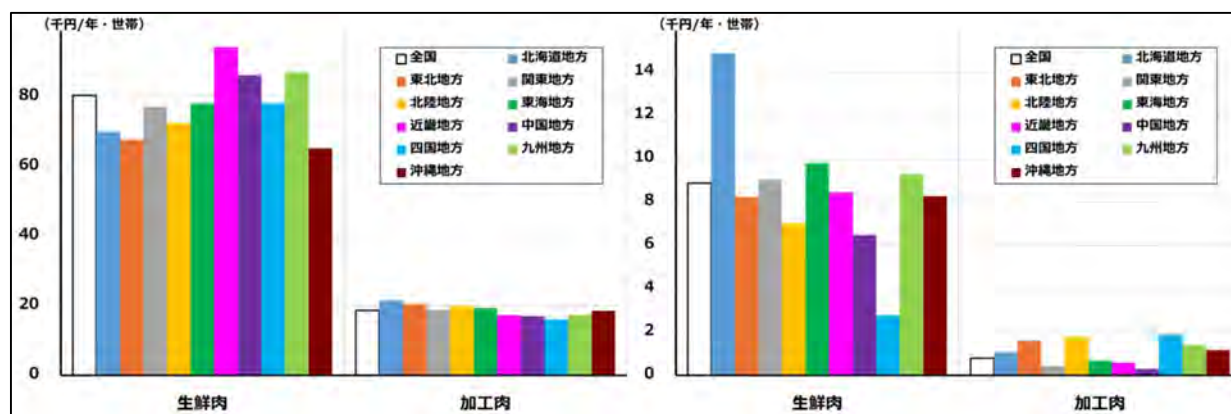
図 2-1-1:生鮮肉と加工肉への支出金額と CPI の 12 ヶ月移動平均値指数の推移



年代別に支出金額を見ると、生鮮肉では 40～50 代が最多で、20 代が最少であるものの、2019 年と比べると、20 代は他の世代以上に増加していた。

また、地域別の動向を見ると、支出金額は西日本で多い傾向である。また、北海道は全国平均よりも少ないが、2019 年と比べると、他の地域より突出して増加しており、消費の変化が見られた(図 2-1-2)。

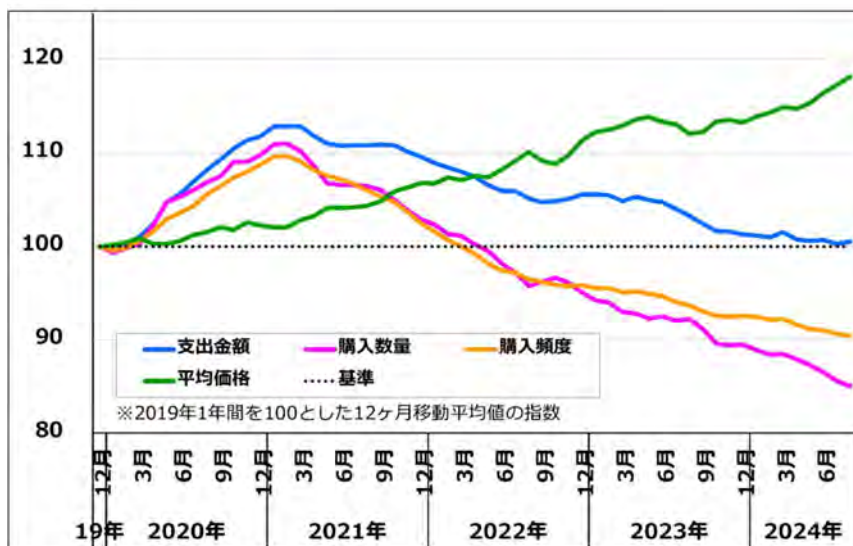
図 2-1-2:【地域別】生鮮肉と加工肉への年代別支出金額(左図)と 2019 年との差(右図)



●牛肉について

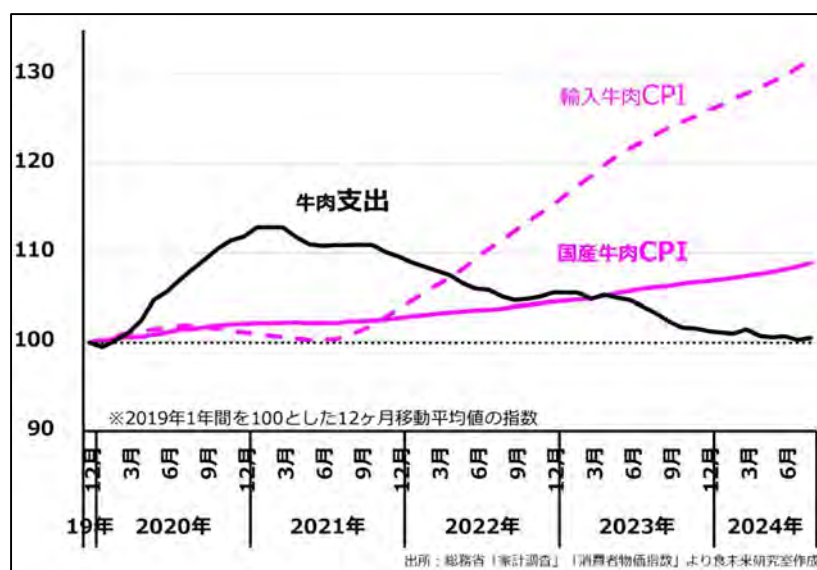
生鮮肉には牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉、その他の生鮮肉の5項目があり、直近1年間（2023年9月～2024年8月）の牛肉への支出金額は全体の26.5%を占めている。2019年1年間を100とした指数の推移を見ると、金額・数量・頻度はコロナ禍での内食需要の高まりにより大きくプラスとなったものの、それ以降は減少に転じ、直近では2019年比で金額こそ100.5であるが、数量は85.1、頻度は90.4と大きく減少している（図2-2-1）。

図2-2-1:牛肉の項目別12ヶ月移動平均値指数の推移



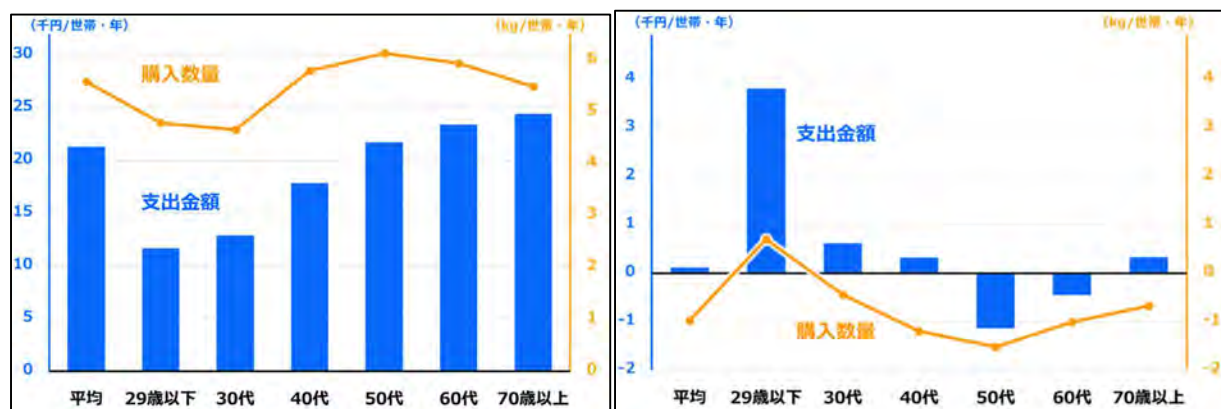
牛肉への支出金額とCPIを2019年1年間を100とした指数の推移で比較してみると、2020年に支出が大きく増えたときから2022年までは支出がCPIを上回って推移していた。しかし、それ以降は国産・輸入ともにCPIが支出を上回り、徐々にその差を広げ、節約志向が強まっている（図2-2-2）。

図2-2-2:牛肉への支出金額とCPIの12ヶ月移動平均値指数の推移



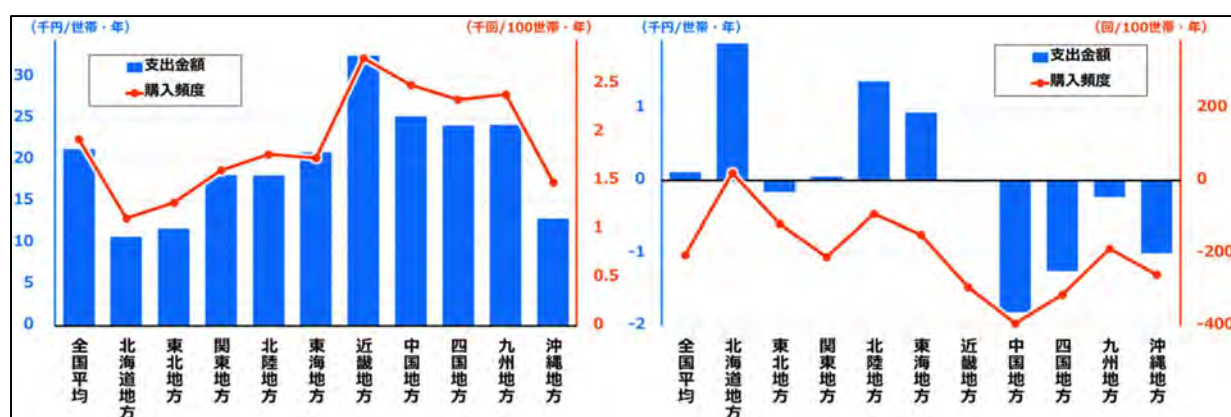
年代別に支出金額と購入数量、購入頻度及び平均価格について直近 1 年間の状況を見ると、支出金額は高齢層ほど支出が多くなっている(図 2-2-3 左図)。2019 年 1 年間と直近 1 年間との差では、20 代の支出は大きく増加しており、数量も同様に伸びていた。一方、他の年代では支出が増加しているケースもあるものの、数量に関しては 30 代から 70 代以上までいずれの年代も減少していた(図 2-2-3 右図)。

図 2-2-3:【年代別】牛肉の支出金額・数量(左図)と 2019 年との差(右図)



地域別に見ると、牛肉への支出金額には地域によって大きな差が見られ、近畿を筆頭に西日本での支出が多く、支出の少ない北海道・東北と近畿とでは 3 倍以上の差が見られた(図 2-2-4 左図)。また、2019 年との差を見ると、支出の多い西日本では減少している一方、支出の少ない北海道、北陸、東海では増加していた(図 2-2-4 右図)。特に北海道では購入頻度も増加しており、消費の伸びが顕著であった。

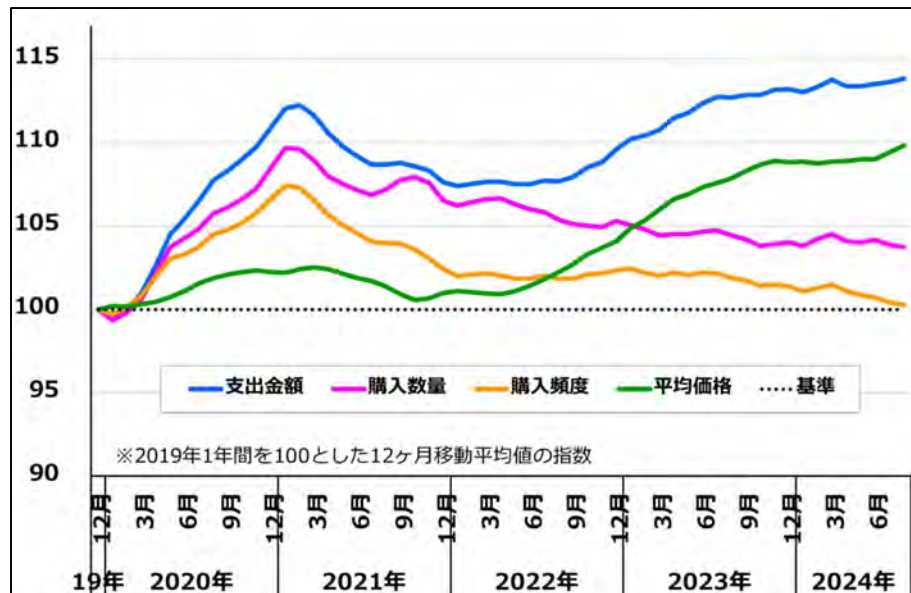
図 2-2-4:【地域別】牛肉の支出金額・購入頻度(左図)と 2019 年との差(右図)



●豚肉について

直近 1 年間 (2023 年 9 月～2024 年 8 月) の豚肉への支出金額は生鮮肉全体の 42.0% を占めており、肉類の中で最も支出が多くなっている。

図 2-3-1: 豚肉の項目別 12 か月移動平均値指数の推移

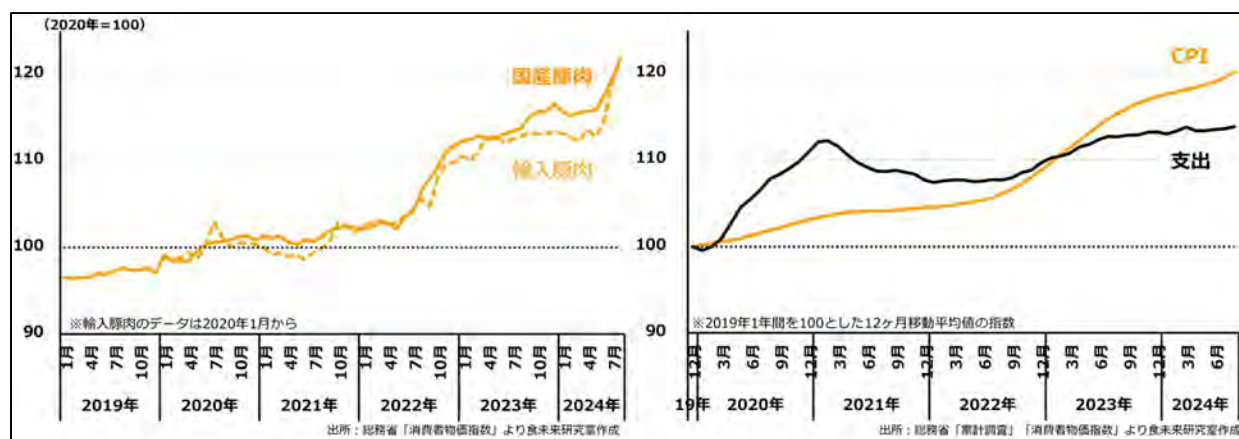


豚肉の支出金額と購入数量、購入頻度及び平均価格について 2019 年 1 年間を 100 とした指数の推移を見ると、数量・頻度はコロナ禍での内食需要の高まりにより大きくプラスとなった後、緩やかに減少しているものの、いずれも 2019 年比でプラスを維持している(図 2-3-1)。

豚肉の国産品と輸入品の CPI を 2020 年を 100 とした指数で見ると、2022 年中頃までは同じような推移をしていたが、その後は国産品の方がやや輸入品を上回って推移していた(図 2-3-2 左図)。しかし、2024 年 6 月から輸入品の CPI は大きく上昇し、2024 年 8 月には国産品の CPI との差が 0.5 ポイントにまで縮小している。

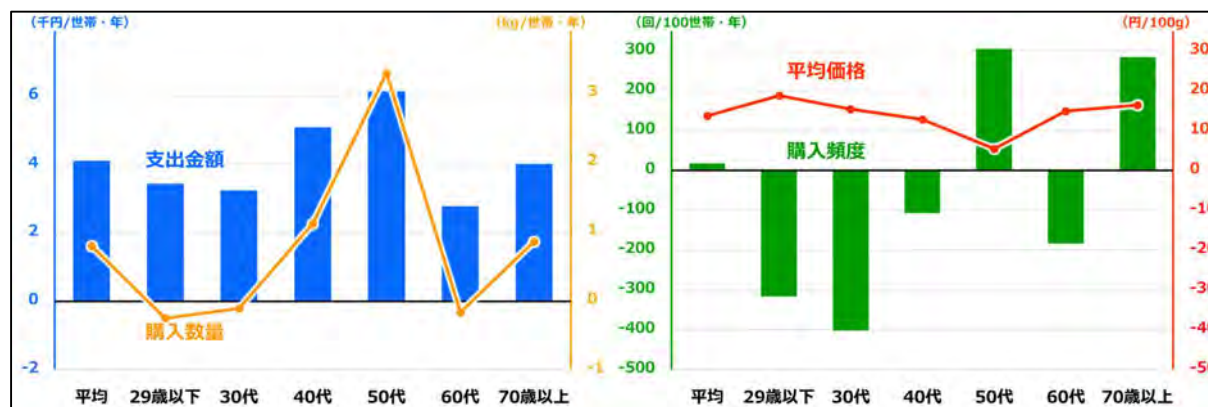
豚肉への支出金額と CPI(国産品)を 2019 年 1 年間を 100 とした指数で比較して見ると、支出が大きく増えた 2020 年から 2022 年までは支出が CPI を上回って推移していた(図 2-3-2 右図)。しかし、それ以降は CPI が支出を上回り、徐々にその差を広げてきている。このことは、底堅く推移している豚肉消費ではあるものの、価格上昇に伴い節約傾向が増してきていることを示している。

図 2-3-2: 豚肉 CPI(左図)と豚肉への支出金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移(右図)



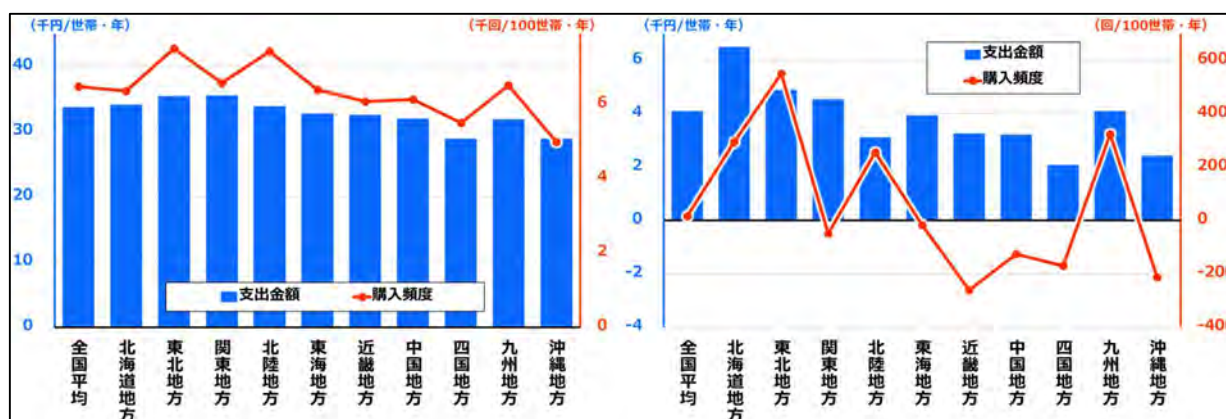
年代別に支出金額を見ると40-50代が特に多く、数量と頻度も同様の傾向であった。2019年との差を見ても、40-50代の支出金額が大きく増加していた(図2-3-3左図)。ただ、50代は40代と比べて数量が増加しているが、平均価格の伸びは40代を下回っており、質よりも量をより重視した購入がなされた結果と考えられる(図2-3-3右図)。前述した牛肉への支出金額等の増減においても、50代は金額・数量ともに他の年代と比べて減少しており、牛肉から豚肉への需要シフトが他の世代以上に進んでいるとも考えられる。

図2-3-3:【年代別】豚肉調査項目の2019年との差



地域別では、豚肉への支出金額は東日本で特に大きい傾向が見られた(図2-3-4左図)。また、2019年との差を見ると、北海道をはじめとする東日本では、支出が西日本以上に増加しており、消費の伸びが顕著であった(図2-3-4右図)。一方、西日本では支出は増加しているものの、購入頻度は減少しており、そうした中で、九州は支出と頻度の両方で顕著な伸びが見られた。

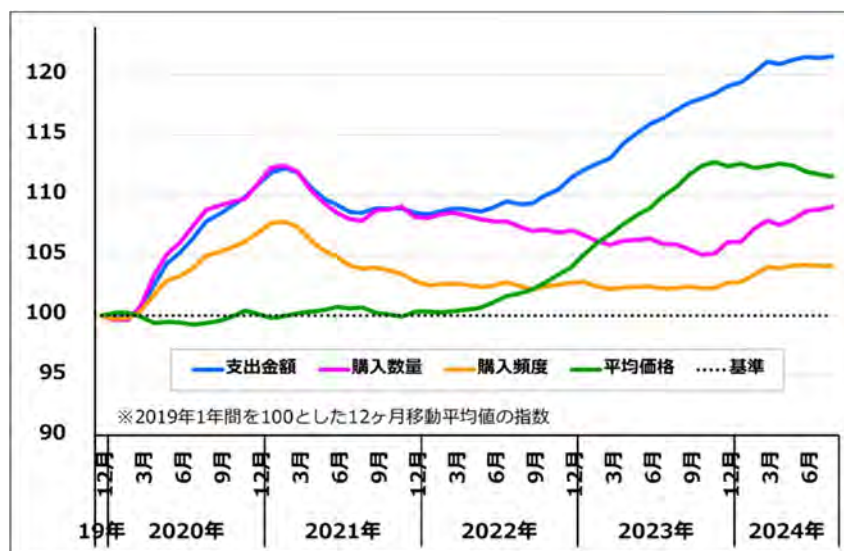
図2-3-4:【地域別】豚肉の支出金額・購入頻度(左図)と2019年との差(右図)



●鶏肉について

直近 1 年間 (2023 年 9 月～2024 年 8 月) の鶏肉への支出金額は生鮮肉全体の 23.6% を占めている。鶏肉の支出金額と購入数量、購入頻度及び平均価格について 2019 年 1 年間を 100 とした指数の推移を比較してみると、数量・頻度はコロナ禍での内食需要の高まりにより大きくプラスとなった後、緩やかに減少したものの、2023 年末頃からは再び増加しており、直近で数量が 109.0、頻度が 104.1 となっている(図 2-4-1)。

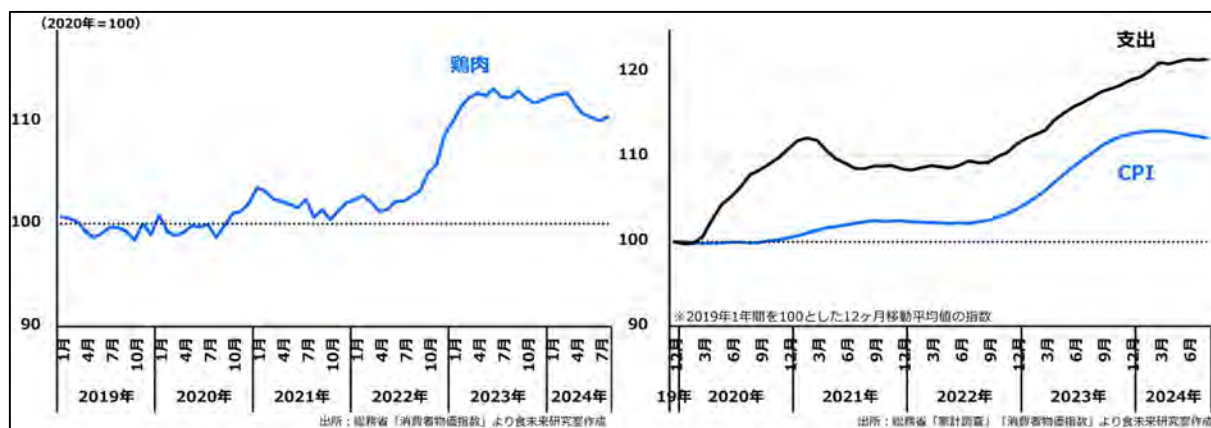
図 2-4-1: 鶏肉の項目別 12 ヶ月移動平均値指数の推移



鶏肉の CPI を 2020 年を 100 とした指数を見ると、鶏肉も他の食肉と同様、2022 年後半から大きく上昇し、2023 年後半頃からは低下傾向で推移しているものの、高止まりしており、直近で 110.5 となっている(図 2-4-2 左図)。

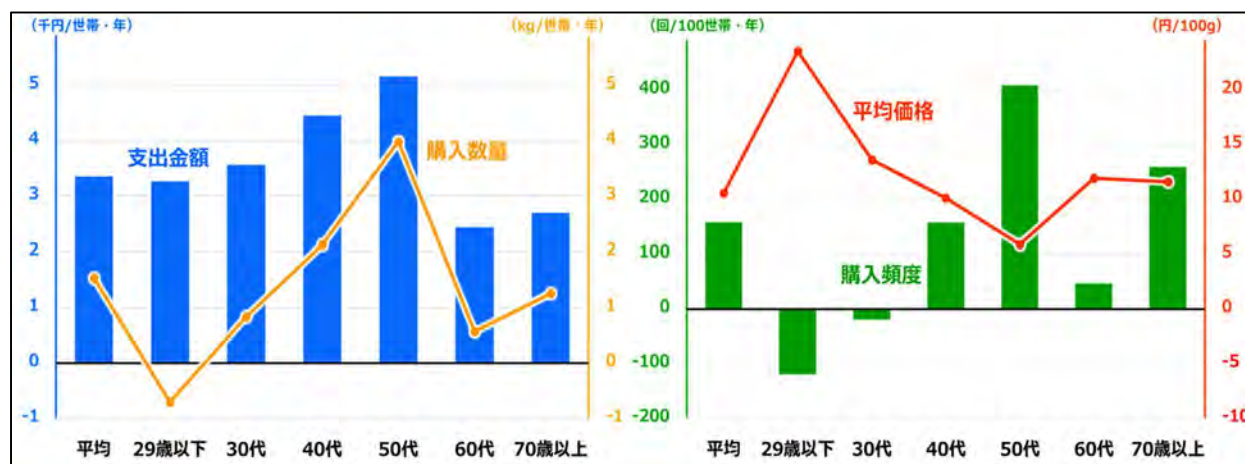
鶏肉への支出金額と CPI を 2019 年 1 年間を 100 とした指数で比較して見ると、支出金額は 2020 年の支出が大きく増えたときだけでなく、その後も継続して CPI を上回ったまま推移しており、鶏肉は価格の上昇はあったものの節約はされることなく、堅調に消費されていることを示している(図 2-4-2 右図)。

図 2-4-2: 鶏肉 CPI(左図)と鶏肉への支出金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移(右図)



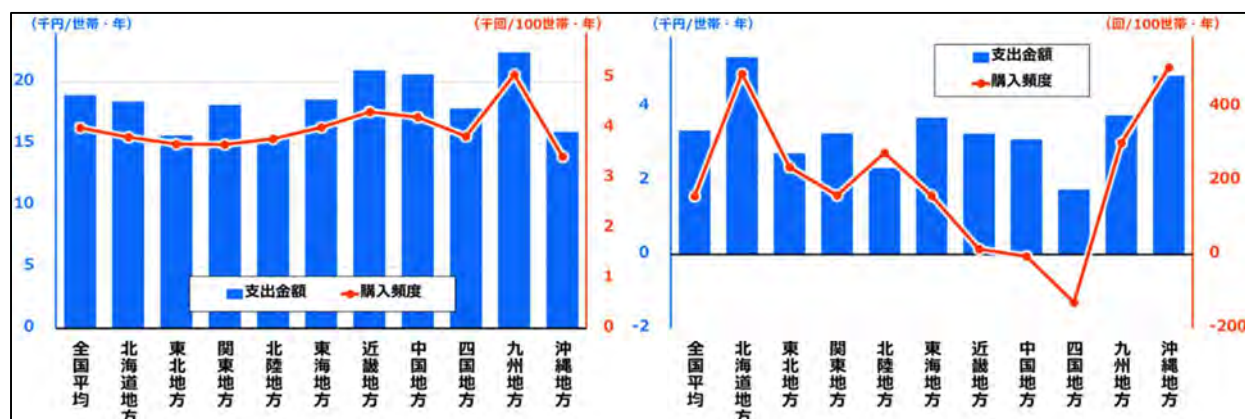
年代別に支出金額を見ると、30～50代では支出金額は他の年代と比べて多いものの、平均価格は比較的低い傾向が見られ、質より量を重視する消費行動が見られる。2019年との差を見ると、20代を除いたすべての年代で支出金額と購入数量が増加しており、40～50代では特に大きく増加していた(図2-4-3左図)。平均価格については40～50代では増加が比較的小さかった一方で、20代では増加が顕著であり、40～50代は量を重視した消費行動が中心であるのに対し、20代では質を重視した鶏肉の選択が進んでいることがうかがえる(図2-4-3右図)。

図2-4-3:【年代別】鶏肉調査項目の2019年との差



地域別に見ると、九州をはじめとする西日本での支出金額が多くなっている(図2-4-4左図)。また、2019年との差を見ても、北海道と沖縄で支出増加が顕著である中、支出金額の多い九州でも増加傾向が見られた。一方、四国は支出増加が最も小さく、中国と四国においては購入頻度がマイナスであった(図2-4-4右図)。

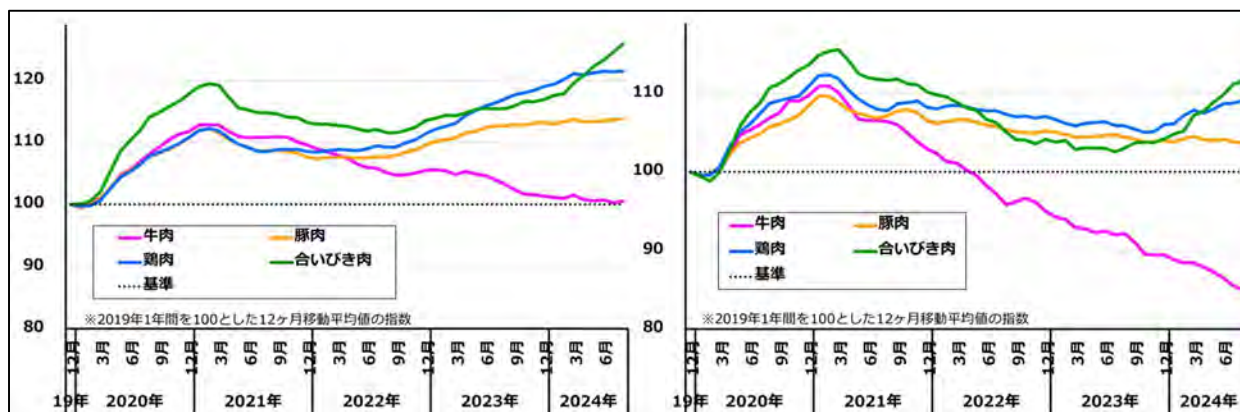
図2-4-4:【地域別】鶏肉の支出金額・頻度(左図)と2019年との差(右図)



●食肉の相互比較

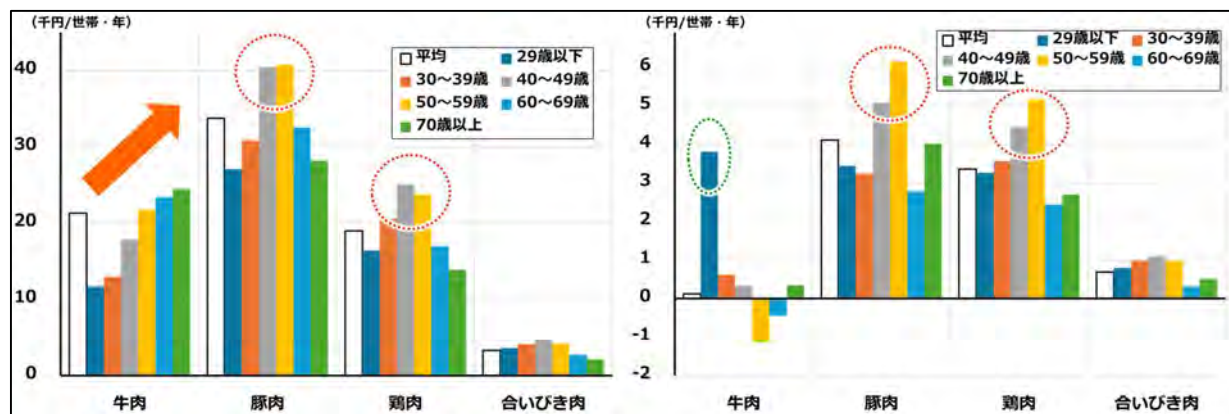
牛肉・豚肉・鶏肉と合いびき肉の4種類について比較すると、支出金額等の動向が異なっていることがわかる。2019年と比べると、牛肉は価格上昇の影響で支出金額こそ2019年比でプラスを維持しているが、購入数量は減少しており、買い控えの傾向がうかがえた(図2-5-1)。支出金額は増加傾向で推移している豚肉も、購入数量は2021年以降緩やかな減少傾向が続いている。鶏肉と合いびき肉は支出金額・購入数量ともにここ1年ほどで大きく増加している。

図2-5-1:牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額(左図)と購入数量(右図)の12か月移動平均値指数の推移



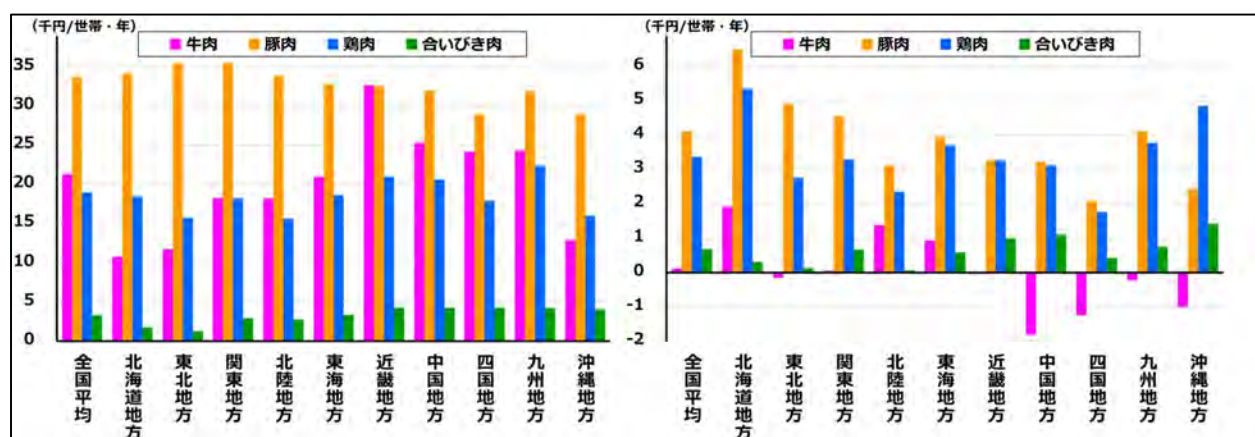
年代別に食肉への支出金額について直近1年間(2023年9月～2024年8月)の状況を見ると、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額は40代～50代が特に大きく、一方、牛肉については、年齢が上がるほど支出金額が増加し、70代以上での支出が最も多くなっている(図2-5-2左図)。また、2019年との差を見ると、40代～50代では、牛肉の支出が減少または横ばいなのに対し、豚肉と鶏肉の支出は大きく増加していた。一方、20代では、牛肉の支出が他の年代に比べ顕著に伸びていた(図2-5-2右図)。

図2-5-2:【年代別】牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額(左図)と2019年との差(右図)



地域別では、牛肉は近畿、豚肉は東日本、鶏肉は九州で多いなど、食肉によって地域による特徴的な差異が見られる(図 2-5-3 左図)。また、2019 年との差を見ると、支出に関しては、北海道では牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉のすべてで増加が見られ、西日本では九州において豚肉の支出が特に大きく増加していた(図 2-5-3 右図)。このように、これまでその地域でよく食べられていた食肉だけでなく、あまり食べられていなかった食肉の支出も増加している傾向が見られた。

図 2-5-3:【地域別】牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額(左図)と 2019 年との差(右図)



本文

I. 家計支出(二人以上世帯)の動向

1. 収入と支出、物価の動向

近年の物価上昇に伴い、支出も大きく伸長

- 30 年近く横ばいだった物価は、2022 年から大きく上昇
- 物価が上昇したことで消費支出も増加
- 20 代の実収入が大きく増加

近年、国内外のさまざまな要因が重なり、物価が大幅に上昇する局面が続いている。特に 2022 年初頭から食料品を中心とする消費者物価指数(CPI)が徐々に上昇し始め、家計に大きな負担がのしかかっている。この物価上昇は、コロナ禍における供給網の混乱や輸送コストの増大、さらには国際的なエネルギー価格の高騰などが原因とされているが、こうした要因により食料品や日用品の価格が上昇し、家計支出の増加を招くとともに、生活コストが急増している。

図 1-1-1 は 2020 年を 100 とした 1970 年からの生鮮食品、エネルギーも含んだ消費支出全体の消費者物価指数(CPI、総合指数)の年次推移を表したグラフである。消費者物価指数とは全国の世帯が購入する家計に係る財及びサービスの価格等、物価の変動を時系列的に測定するもので、毎月所定の商品・サービスの価格を調査して算出されている。グラフを見ると、1998 年以降ほぼ横ばいで推移していた CPI は、直近の 2022 年から大きく上昇しており、2020 年を 100 としたとき 2023 年の CPI は 105.6 となっている。このことは、2020 年に 1,000 円だったものが 2023 年には 1,056 円になっていることを表している。

図 1-1-1:消費者物価指数の年次推移

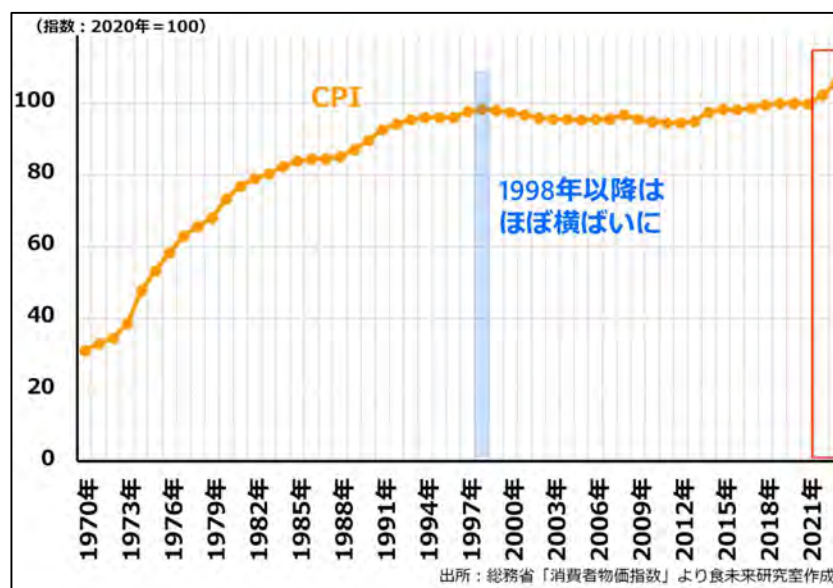


図 1-1-2: CPI の年月別推移

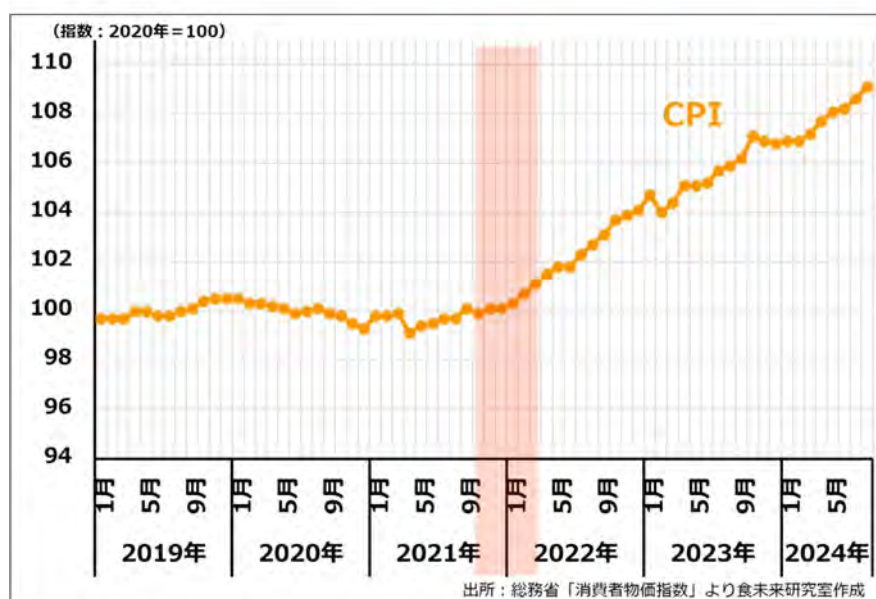
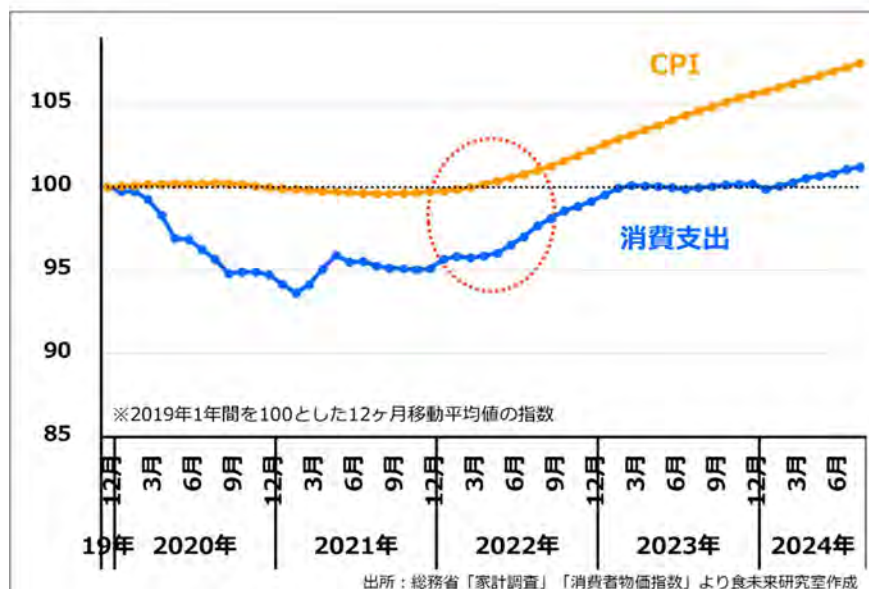


図 1-1-2 は年月別に直近の 2024 年 8 月までの CPI の推移を見たものである。CPI は 2022 年初頭から徐々に上昇し、2024 年 8 月時点で 109.1 となっている。1990 年の CPI が 89.6 であったので、1990 年から 2020 年の 30 年間で起こった CPI の上昇(+10.4 ポイント)とほぼ同じ上昇(+9.0 ポイント)が、2021 年 12 月(100.1)から 2024 年 8 月の 2 年 8 か月で急速に起こってしまったと言える。

消費支出は月間約 30 万円前後で推移しているが、この支出と CPI を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値(※)の指数として比較したものが図 1-1-3 である。消費支出は 2020 年のコロナ禍で一時大きく減少したが、2021 年初頭に底を打って以降横ばいで推移した後、2022 年初頭から増加傾向になっている。CPI が上がり始めたタイミングで支出が上昇基調になっており、物価の上昇による支出の増加が推測される。

図 1-1-3: 消費支出と CPI の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

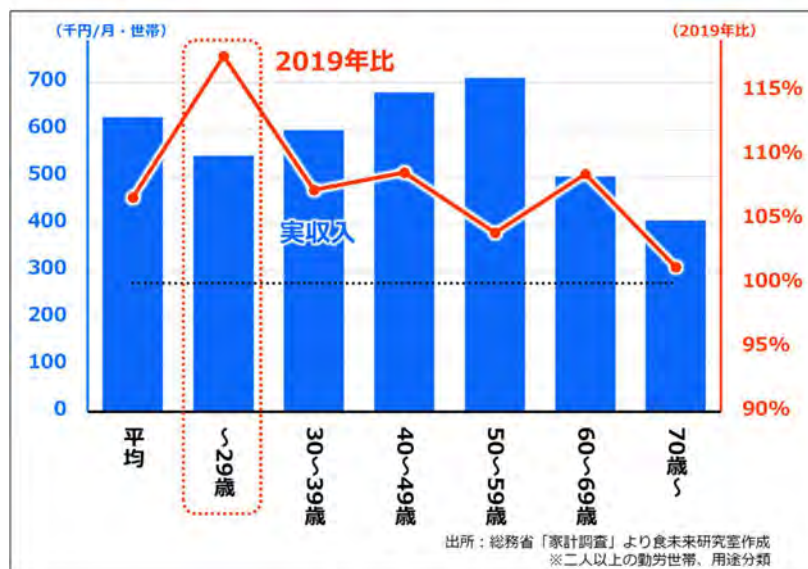


(※)12ヶ月移動平均値:

12 ヶ月間の平均値をひと月ずつずらしながら連続的に計算した値。全体の傾向が把握しやすくなる。例として 2019 年 12 月のプロットは 2019 年 1 月～12 月の平均値、2020 年 1 月のプロットは 2019 年 2 月～2020 年 1 月の平均値、となっている。

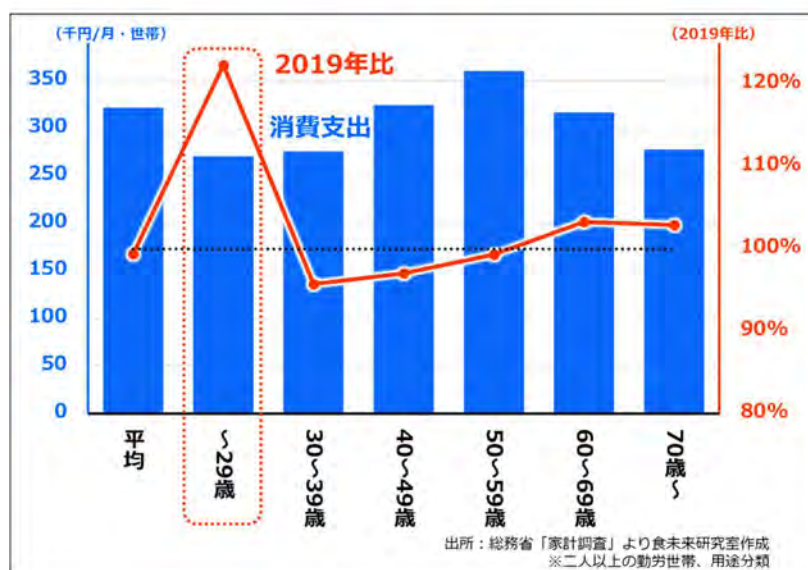
物価が上昇する中、家計の収入と支出はどのように変化しているのか。

図 1-1-4:【年代別】世帯当たり実収入と 2019 年比



家計調査で二人以上の世帯かつ勤労世帯の世帯主年代別に、直近1年間(2023年9月～2024年8月)の実収入を見たのが図1-1-4である。実収入は50代が最も高く71万円、20代はこれの中では最も低く54万円となっているが、2019年からの伸び率を見ると20代は117.7%と大きく伸びている。

図 1-1-5:【年代別】世帯当たり消費支出と 2019 年比



同様に、直近1年間の消費支出を見たのが図1-1-5である。こちらも収入と同様に、支出金額が最も高いのは50代で36万円、20代は最も低く27万円であったが、20代は2019年と比べて122.3%と大きく支出が伸びており、収入の増加により支出も伸びていると推察される。

物価や二人以上世帯の収入・支出が以上のような状況にある中で、肉類への支出について、食肉の種類や年代、地域など切り口を変えて分析を行い、その消費動向がどのようになっているのか見ていきたい。

補足データ

20代の世帯で大きく収入が伸びていたが、その内訳について見たものが図 1-1-6 である。20代の世帯では世帯主収入も伸びているが、それ以上に「配偶者の収入」や「他の世帯員収入」（親との同居世帯における親の収入など）が他の年代と比べて大きく増加している。また、若年層においては高齢層と比べて配偶者（妻）の正社員率がが高く、その収入の世帯収入に占める割合も小さい（図 1-1-7）。このため、20代世帯の実収入の伸びが他の年代に比べて大きくなったと思われる。

図 1-1-6:【年代別】実収入の内訳別の 2019 年との差

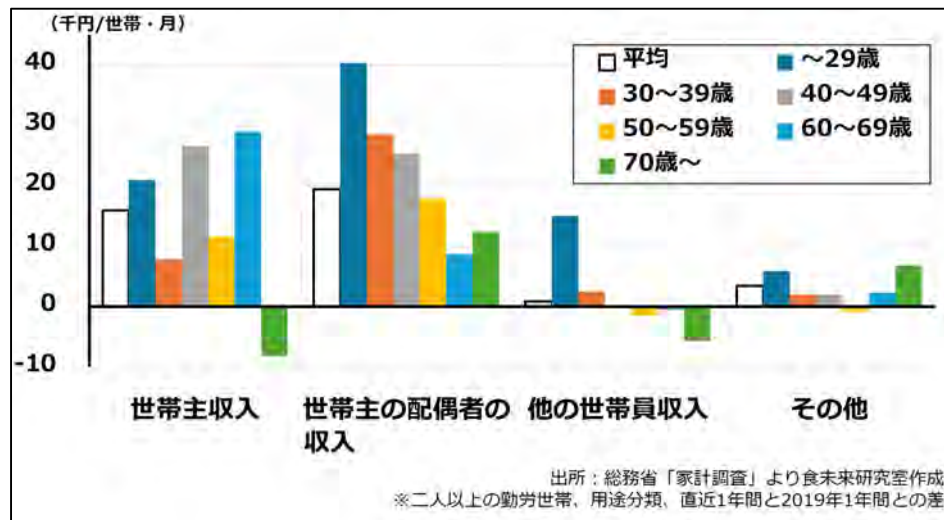
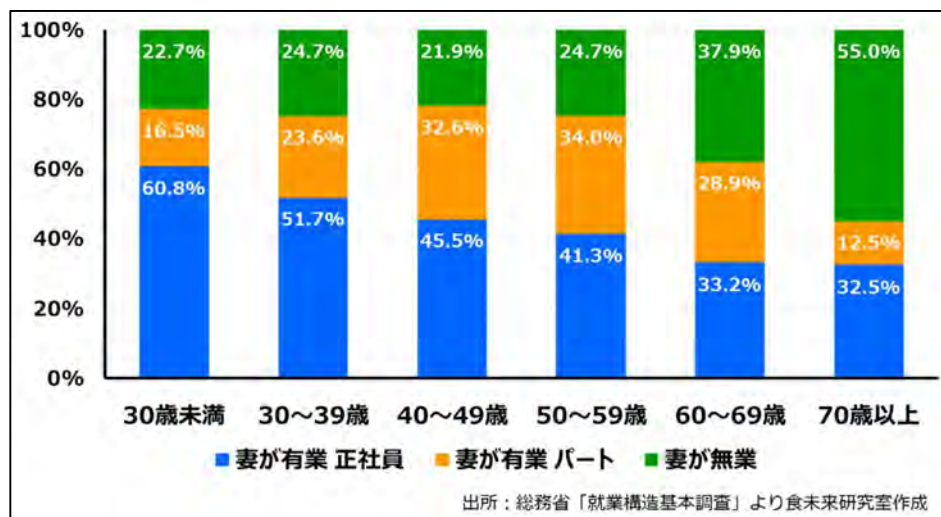


図 1-1-7: 夫が有業の世帯の妻の就業状態別割合 (2022 年)



なお、若年層の世帯はまだ子供がいなかったり、子供がいても幼少であることもあり、実収入の伸びとも相まって、自由に使えるお金が比較的多い環境にあることが推察される。そのことが 20 代世帯の消費支出の伸びが他の世代より大きくなった一因と考えられる。

2. 消費支出の動向

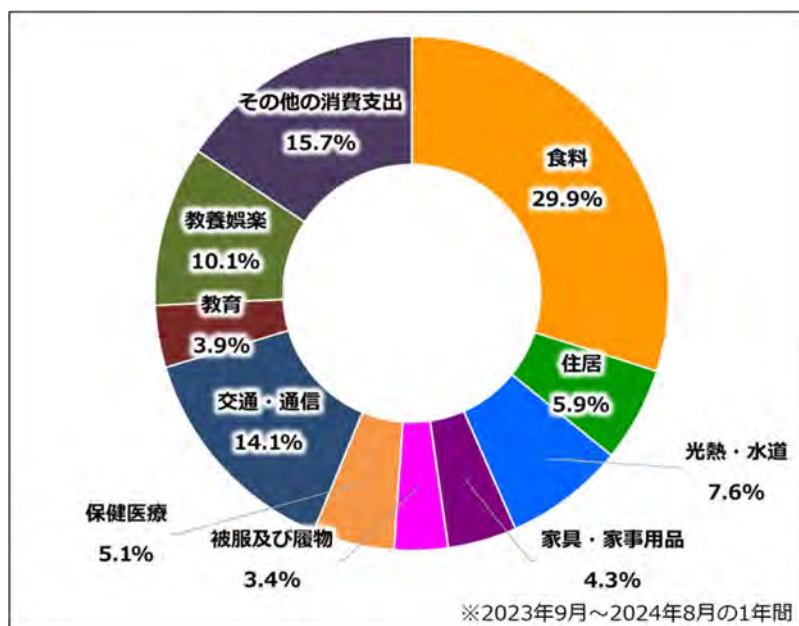
食料費が最も大きく、最も増加

- 食料費は 2022 年からの物価上昇で支出金額が増加
- 食料費をはじめ様々な支出項目で節約傾向が見られる
- 20 代の消費は旺盛で、様々な支出項目で増加

(ア) 全体の動向

直近 1 年間 (2023 年 9 月～2024 年 8 月) の支出金額を 10 分類に分けた構成比を見てみると、食料費が 29.9%と全体の約 3 割を占める。食料費の詳細は後述するが、生鮮食品、加工食品の他、惣菜や冷凍食品などの調理食品や外食も含まれる。

図 1-2-1:消費支出 10 大費目別の支出金額構成比



(※)消費支出の内容例示

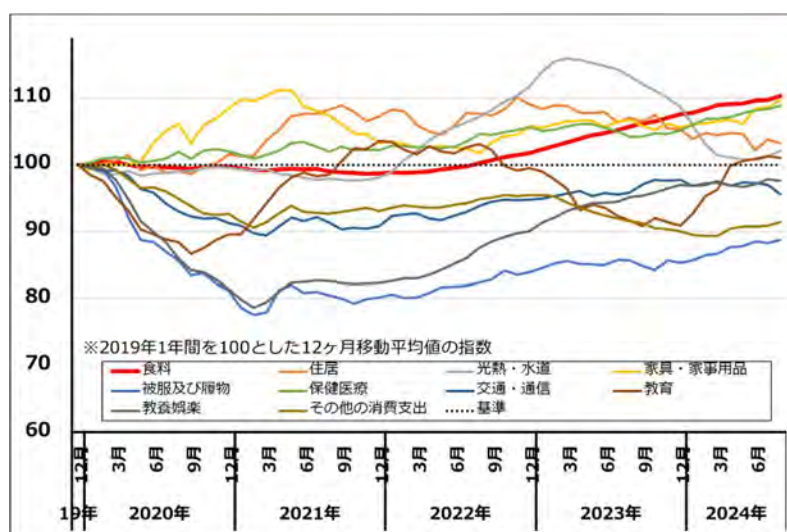
教養娯楽： 教養、娯楽、趣味などのために必要な財及びサービスへの支出。テレビやパソコン、楽器などの耐久財の他、文房具や運動用具、ゲーム類、ペットフード、書籍・雑誌、宿泊・旅行代金、月謝、入場・観覧・ゲーム代などが含まれる。

その他消費支出： 消費支出のうち、大分類の食料から教養娯楽に分類されない財及びサービスへの支出。入浴料や散髪、化粧品、バッグ・アクセサリなどの理美容品サービス・身の回り品の費用や婚礼・葬儀関係費、たばこ代、交際費、贈与金、仕送り金などが含まれる。

図 1-2-2 は、消費支出 10 大費目別の支出金額を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値指数の推移のグラフである。詳細は後述するが、食料費は、コロナ禍の 2020 年～2021 年は巣ごもり需要の高まりで家庭での支出は伸びたものの、外食の落ち込みが大きく、相殺されたために伸びが見られなかった。しかし、2022 年中頃からは上昇が続き、直近では 10 分類の中で最も大きい伸びを示している。

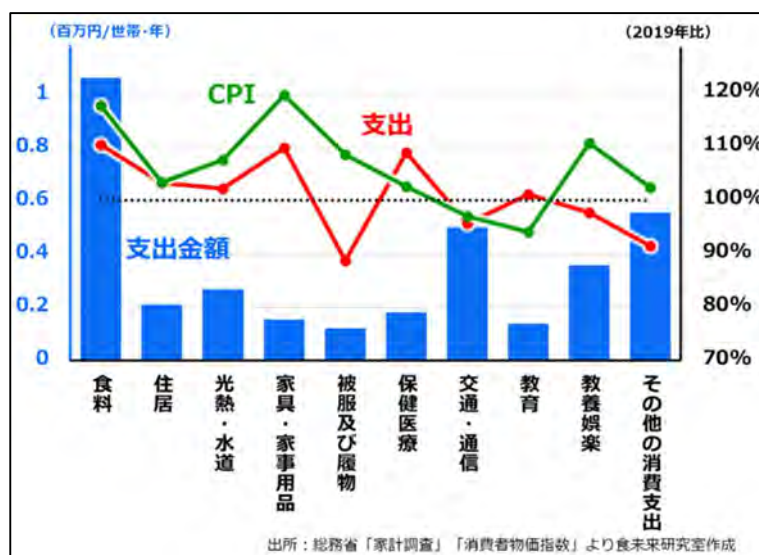
また、同図の食料費と図 1-1-3(前出)の CPI の 12 ヶ月移動平均値指数を重ねてみると、CPI が上昇を始めた 2022 年と食料費が増加し始めたタイミングがほぼ一致しており、物価上昇が近年の食料費支出増加の要因となっている様子が見て取れる。

図 1-2-2:消費支出 10 大費目別支出金額 12 ヶ月移動平均値指数の推移



消費支出 10 大費目別に直近1年間の支出金額と CPI の 2019 年比を比較したのが図 1-2-3 である。CPI を見ると、食料費は 118%と家具・家事用品に次いで 2 番目に高い伸びを示している。支出と CPI の関係では、多くの費目で支出の伸びが CPI の伸びよりも小さく、節約傾向がうかがえる。

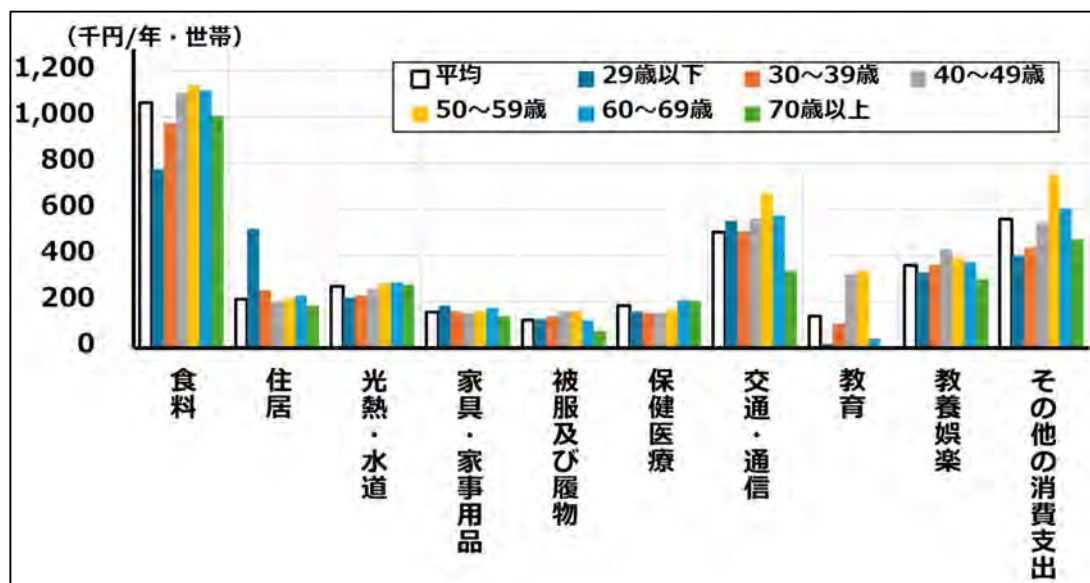
図 1-2-3:消費支出 10 大費目別の支出金額と CPI の 2019 年比



(イ)年代・地域・年収別の動向

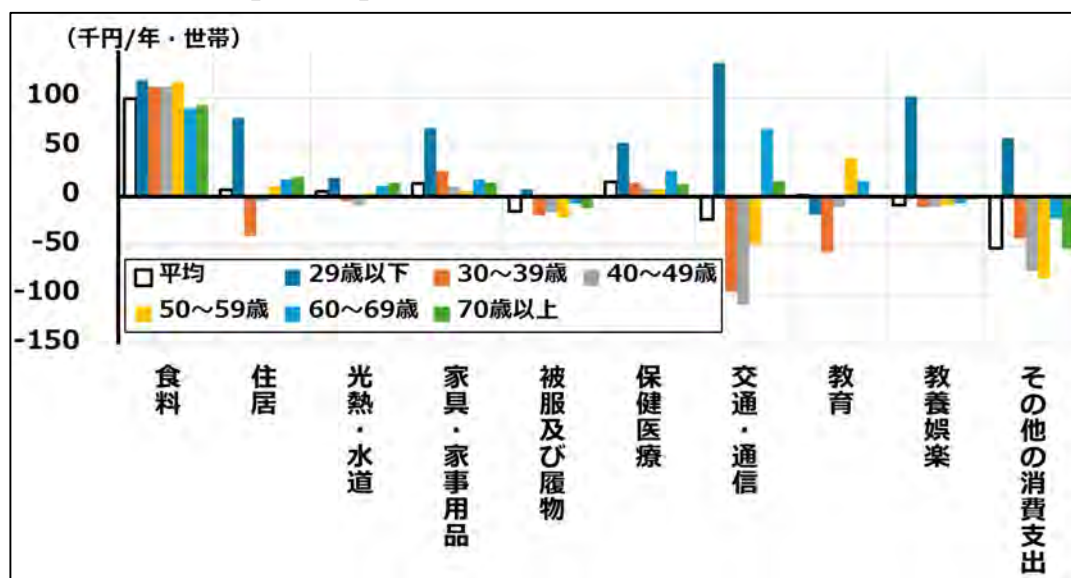
直近1年間の支出金額を年代別に見ると、食料費は40代から60代で特に多い一方、20代は少なく、また、50代ではその他の消費支出や交通・通信、教育費も特徴的に多いことがわかる(図1-2-4-1)。

図 1-2-4-1:【年代別】消費支出 10 大費目別支出金額



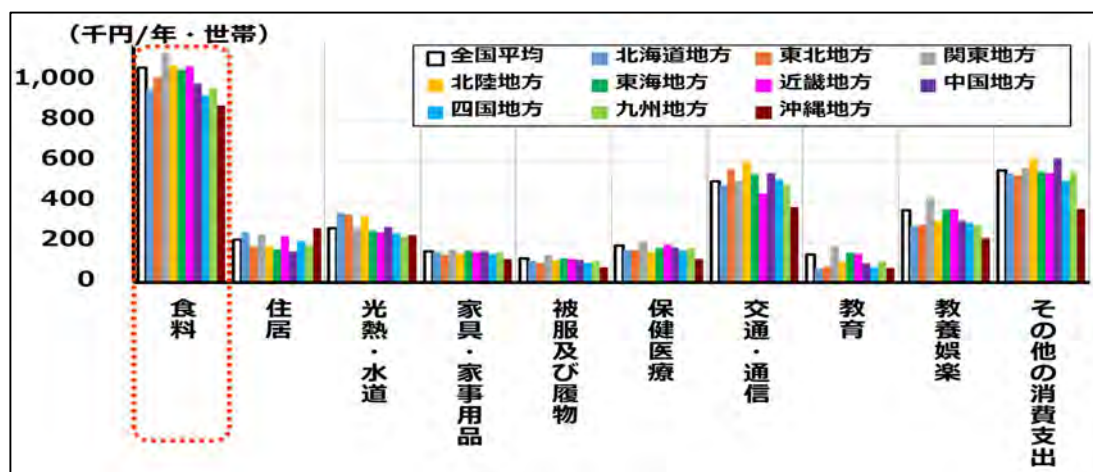
また、2019 年との差を見ると、食料費はすべての年代で大幅に増加していた(図 1-2-4-2)。特に 20 代では食料費だけでなく、様々な費目で支出が顕著に伸びており、活発な消費傾向が見られた。一方、30 代～50 代では食料費を除けば多くの費目の支出が減少する傾向にあり、そうした中、50 代は教育費の増加が際立っていた。

図 1-2-4-2:【年代別】消費支出 10 大費目別支出金額の 2019 年との差



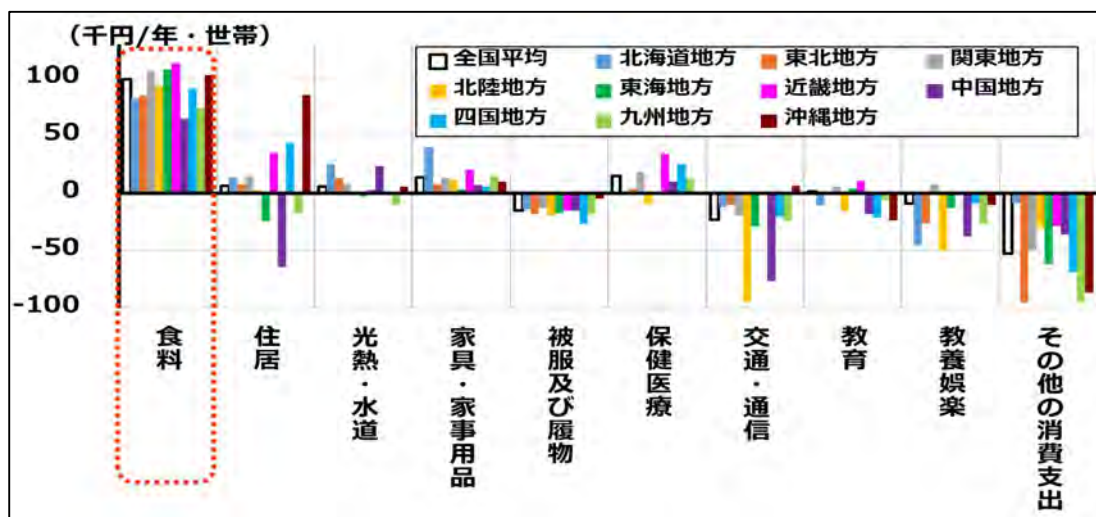
地域別の支出金額を見ると、いずれの地域でも食料費が最も多い中、特に関東や北陸、近畿で支出が多い一方、北海道や四国以南では比較的少ない傾向が見られる(図 1-2-5-1)。

図 1-2-5-1:【地域別】消費支出 10 大費目別支出金額



また、2019 年との差を見ると、食料費は関東、東海、近畿などの大都市圏で増加が顕著であった(図 1-2-5-2)。また、地域による増減費目の違いが目立ち、中国では住居費、北陸や中国では交通・通信費、北海道や北陸では教養娯楽費が大きく減少していた。一方、増加している費目としては沖縄で住居費、北海道で家具・家事用品、近畿では保健医療費などがみられた。

図 1-2-5-2:【地域別】消費支出 10 大費目別支出金額の 2019 年との差

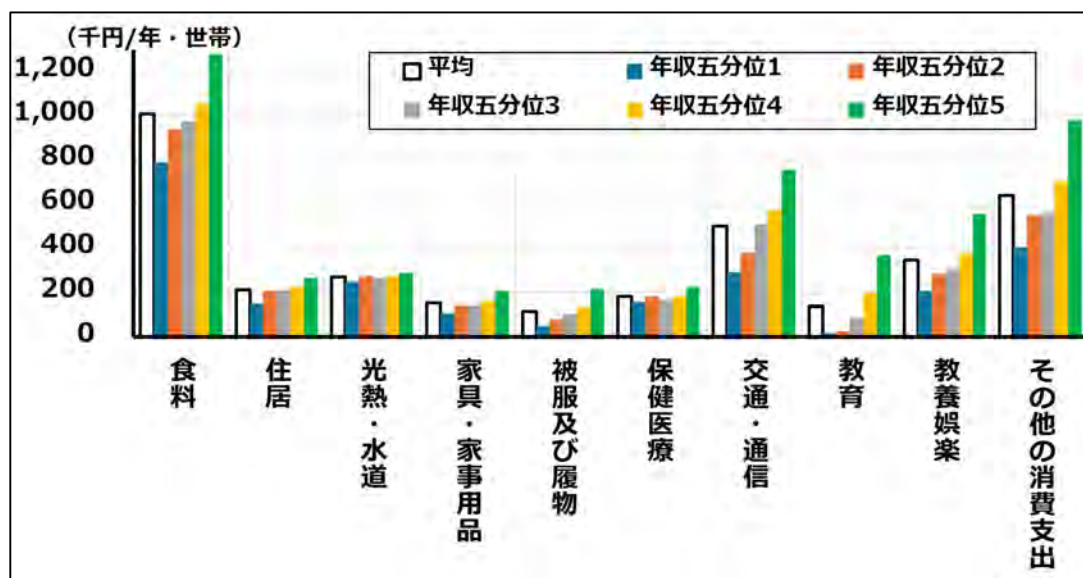


個別調査

地域によって支出が異なる中、食料費では特に関東や北陸、近畿で支出が多かった。関東と関西に店舗を持つダイエー社に、値上げの影響について関東と関西で感じた違いや変化を聞くと、どちらも共通して生活防衛のための節約傾向が見られるとしたものの、関西の方がテレビ CM やチラシ特売商品の効果が大いそうである。また、関東は夕方の方が売上が大きく、簡便商材が比較的よく動く一方、関西は朝方で朝市などの訴求効果が見られるとのことであった。

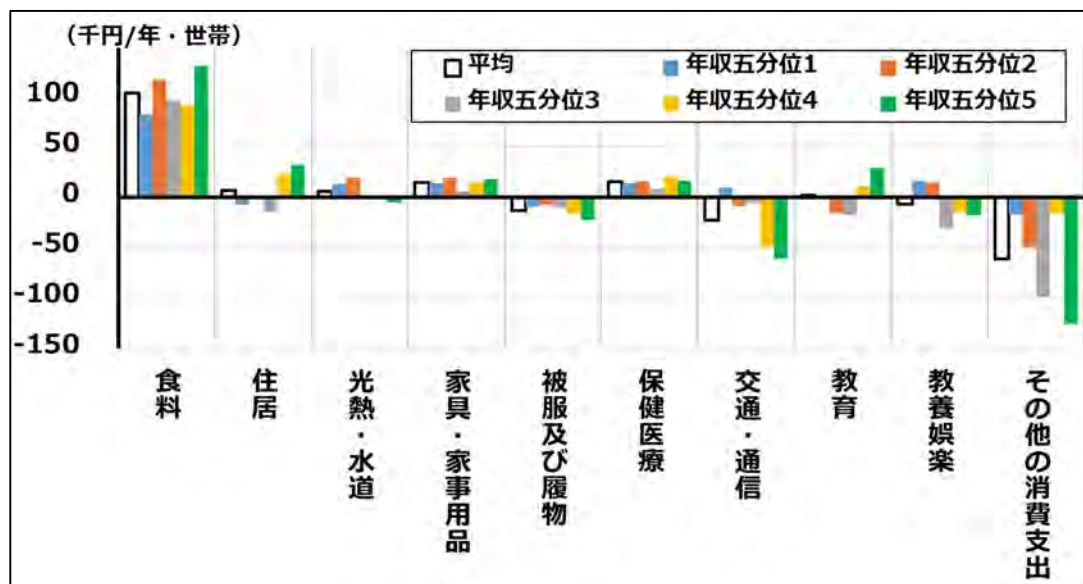
年収別の支出金額を見ると、食料費は年間収入五分位第Ⅰ階級（以下「年収五分位 1」という。その他の階級について同じ。）が最も少なく、年収が高い層ほど多い傾向が見られ、また、教育費、交通・通信費、教養娯楽費では年収による差が顕著である（図 1-2-6-1）。

図 1-2-6-1:【年収別】消費支出 10 大費目別支出金額



また、2019 年との差を見ると、いずれの年収層でも食料費が大きく伸びており、年収五分位 5 が最も増加したが、年収五分位 2 も次に大きな伸びを示していた（図 1-2-6-2）。

図 1-2-6-2:【年収別】消費支出 10 大費目別支出金額の 2019 年との差



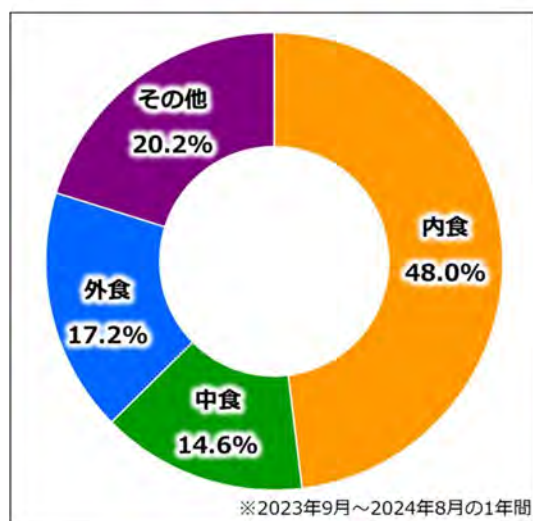
3. 内食・中食・外食の動向

食料費の節約から内食が増加

- 外食支出の伸びが弱い一方で、内食支出は増加。中食は堅調に伸長。
- 北海道や東海、四国で外食低迷、内食伸長の傾向が顕著
- 20代では内食と外食への支出が大きく伸長

(ア) 全体の動向

図 1-3-1: 支出金額構成比

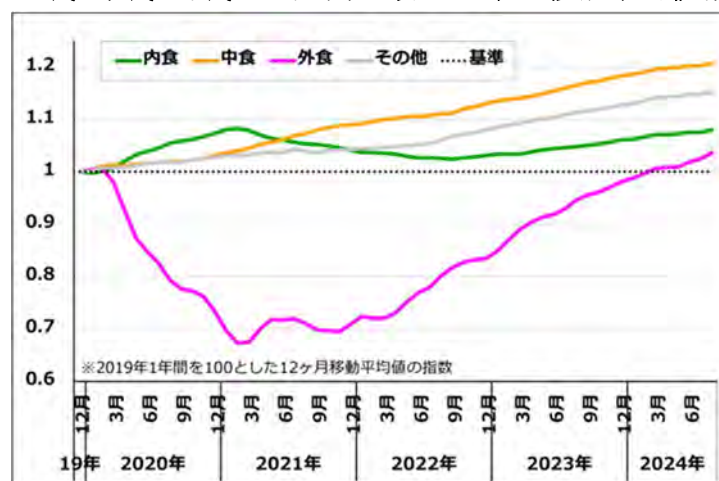


家計調査では食料費は12の分類に分けられるが、大きな傾向を見るために、内食(穀類、魚介類、肉類、乳卵類、野菜・海草、果物、油脂・調味料)、中食(調理食品)、外食、その他(菓子類、飲料、酒類)と大きな分類にまとめて動向を見てみた。

直近1年間(2023年9月～2024年8月)の支出金額の構成比を見ると、内食は食料費全体の48%を占め、次いで嗜好食品の「その他」が20.2%、外食17.2%、中食14.6%となっていた(図1-3-1)。

図1-3-2は2019年1年間を100としてそれぞれの支出金額の推移を表したグラフである。これを見ると、内食はコロナ禍での巣ごもり需要の高まりにより一時的に大きく増加したあと減少傾向で推移したが、物価高の影響により2022年後半以降再び増加傾向となっている。中食は2019年以降一貫して増加を続けており、堅調に伸びている。また、外食はコロナ禍で大幅に減少したが、その後回復し、直近では2019年の水準を上回るまでに至っている。

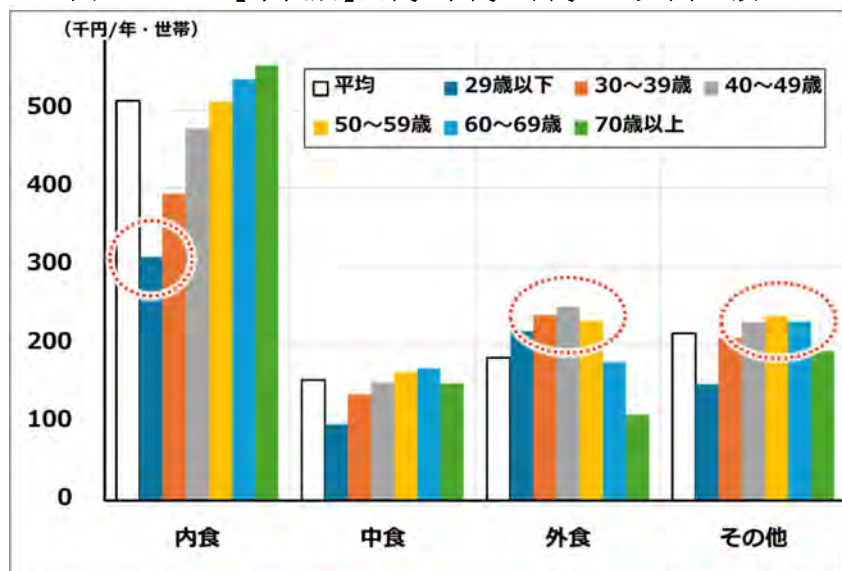
図 1-3-2: 内食・中食・外食への支出金額の12ヶ月移動平均値指数の推移



(イ)年代・地域・年収別の動向

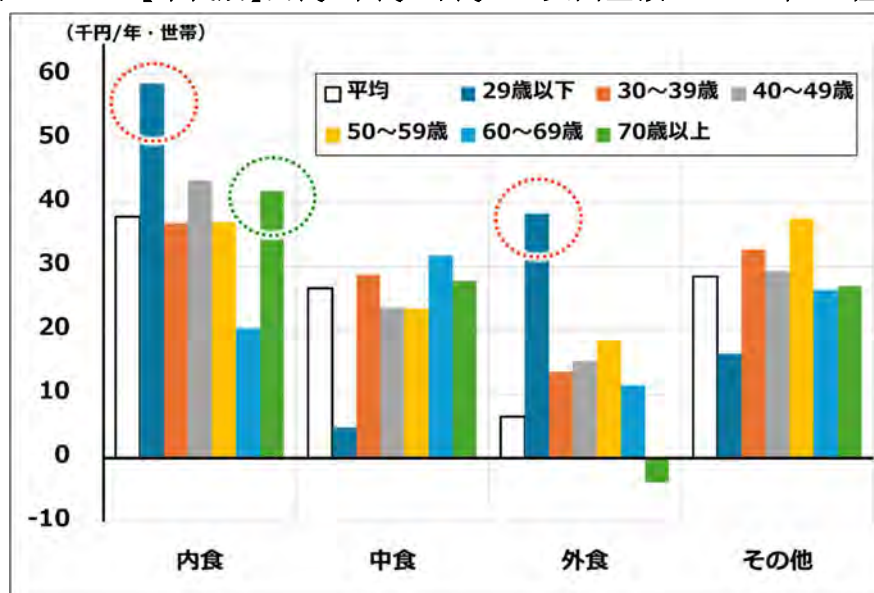
直近1年間の支出金額を年代別に見ると、若年層ほど内食や中食への支出が少なく、特に内食では目立って少ないことがわかる(図 1-3-3-1)。一方、外食については30代から50代がピークとなっており、その他(菓子類、飲料、酒類)については40代から60代の支出が最も多くなっている。

図 1-3-3-1:【年代別】内食・中食・外食への支出金額



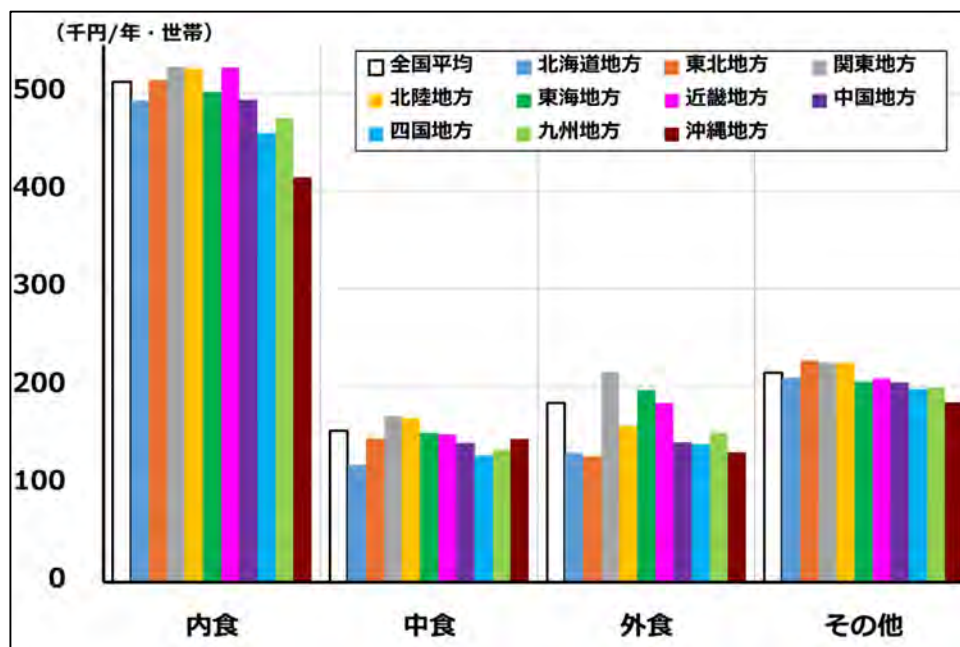
また、2019年との差を見ると、若年層では内食と外食が大きく増加した一方、中食は他の年代と比較して小さな伸びにとどまっていた(図 1-3-3-2)。70代以上では内食と中食が増加し、外食が減少する傾向が見られた。また30代から50代ではその他(菓子類、飲料、酒類)への支出が他の年代よりも顕著に伸びていた。

図 1-3-3-2:【年代別】内食・中食・外食への支出金額の2019年との差



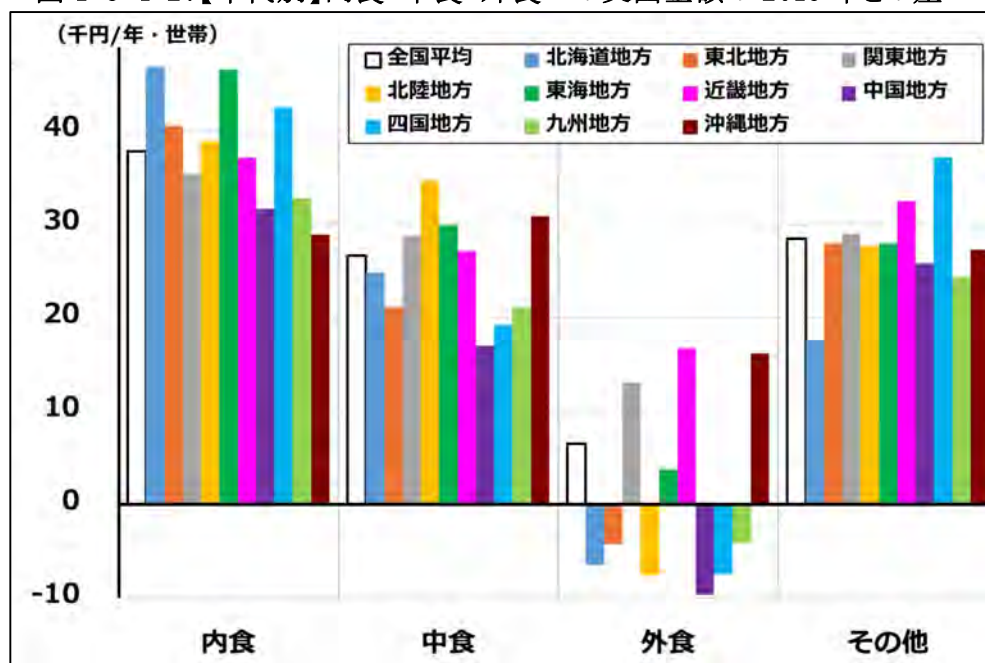
地域別の支出金額を見ると、内食では四国や九州、沖縄が他の地域よりも支出が少ない傾向が見られる(図 1-3-4-1)。また、関東や東海、近畿では外食への支出が多く、関東や北陸では中食の支出が比較的多い。北海道や中国以南では内食をはじめ全ての項目の支出が全国平均を下回っている。

図 1-3-4-1:【地域別】内食・中食・外食への支出金額



また、2019 年との差を見ると、北海道、東海、四国では内食への支出が増加している一方、外食への支出は減少していたり、増加していてもその伸びが小さく、これらの地域では外食から内食への需要シフトが進んでいることが示唆される(図 1-3-4-2)。

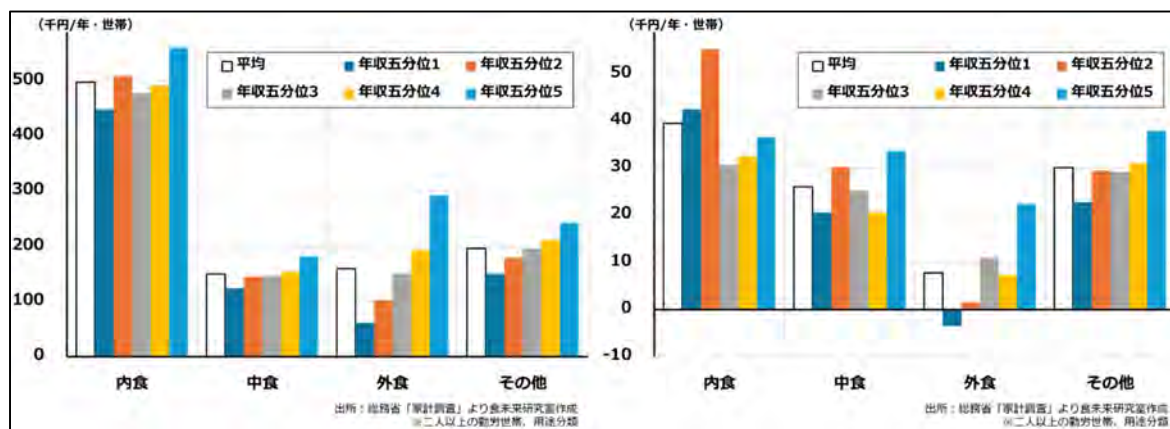
図 1-3-4-2:【年代別】内食・中食・外食への支出金額の 2019 年との差



年収別の支出金額を見ると、高年収の世帯ほど支出が多くなる傾向が見られ、特に外食では年収による顕著な差が見られる。しかし、内食においては年収五分位 2 が同 5 に次ぐ支出を示している(図 1-3-5 左図)。

また、2019 年との差を見ると、年収五分位 2 と同 1 では内食が大幅に増加した一方、外食はマイナスかほとんど伸びていなかった(図 1-3-5 右図)。一方、中食は全ての年収階級で堅調に増加していた。また、年収五分位 5 では中食、外食、その他(菓子類、飲料、酒類)の支出が他の年収階級よりも大きく伸びており、年収による消費傾向の違いが明確に見られた。

図 1-3-5:【年収別】内食・中食・外食への支出金額(左図)と 2019 年との差(右図)

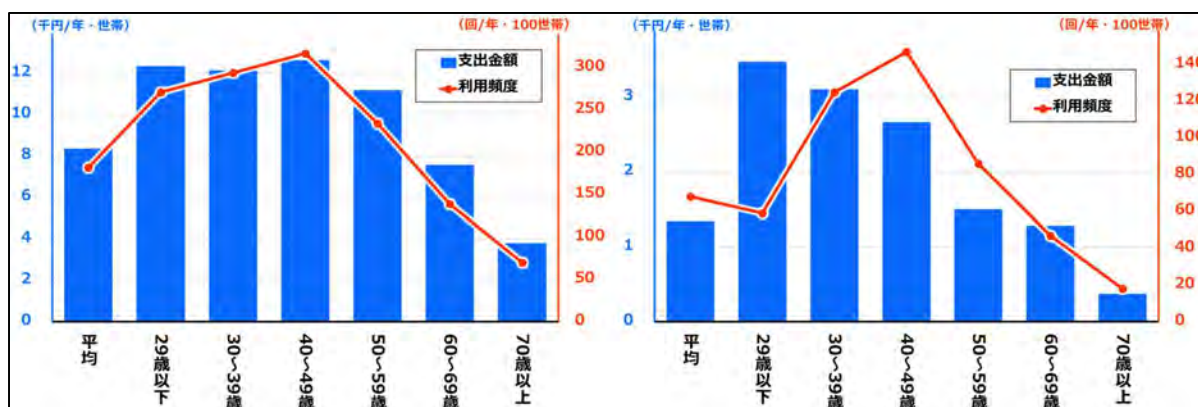


(ウ) 外食焼肉の動向

家計調査の「外食」分類には「焼肉」の項目があり、その支出動向を見ることができる。外食への支出が減少している中、外食の焼肉への支出はどうなっているのか。

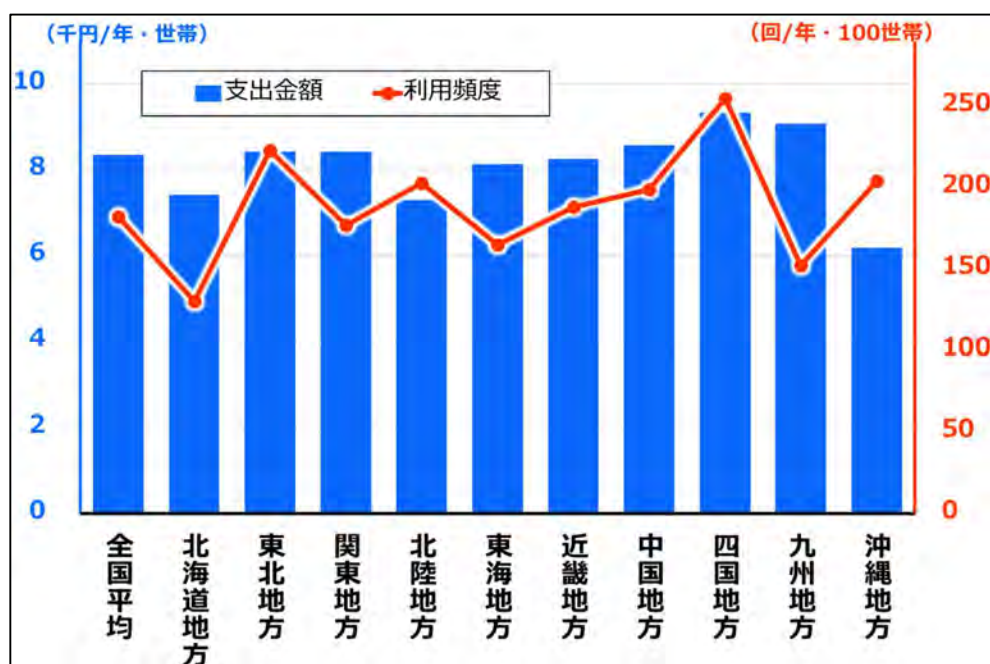
直近1年間における外食焼肉への支出金額を年代別に見ると、20代から40代の支出が多く、高齢になるほど少なくなる傾向が見られた(図 1-3-6 左図)。また、利用頻度と支出金額はおおむね比例していた。2019 年との差を見ると、若年層ほど支出が伸びていたが、利用頻度について20代での伸びは小さく、利用頻度が増えずに支出が増えていることから、20代の焼肉消費では一回当たりの支出金額が増えていることが示唆される(図 1-3-6 右図)。

図 1-3-6:【年代別】外食焼肉の支出金額と利用頻度(左図)と 2019 年との差(右図)



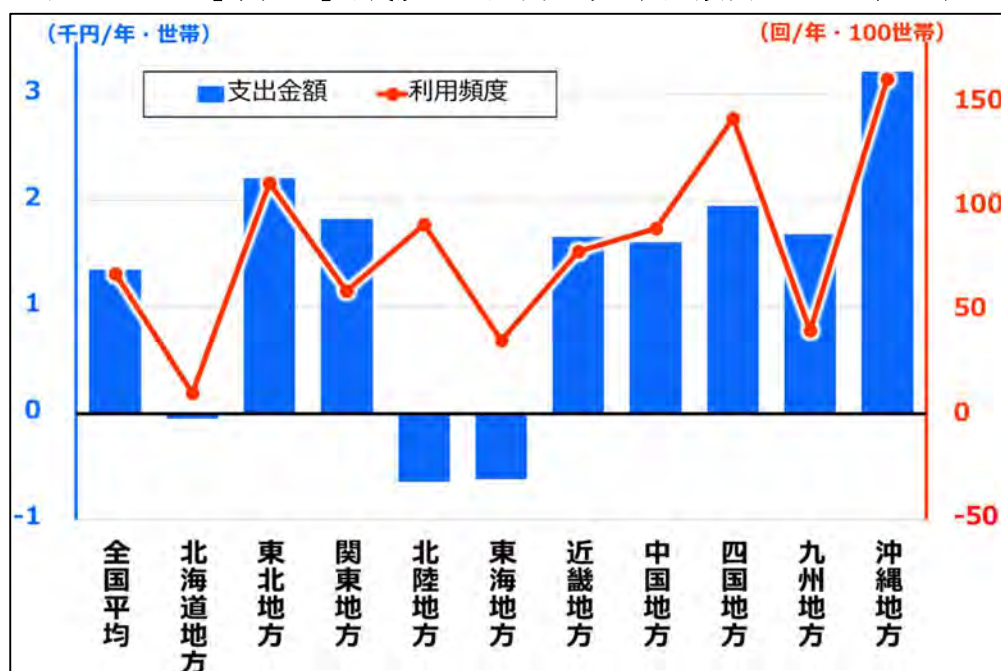
地域別に外食焼肉の支出金額を見ると、西高東低の傾向が見られ、四国や九州は支出が多い一方、沖縄、北陸、北海道は比較的少ない地域として特徴付けられる(図 1-3-7-1)。

図 1-3-7-1:【地域別】外食焼肉への支出金額と利用頻度



また、2019 年との差を見ると、北海道、北陸、東海では外食焼肉の利用頻度の増加はあるものの、支出金額が減少していた(図 1-3-7-2)。このことから、これらの地域では外食焼肉の一回当たりの支出金額が減少しており、節約志向がうかがえる。

図 1-3-7-2:【年代別】外食焼肉の支出金額と利用頻度の 2019 年との差



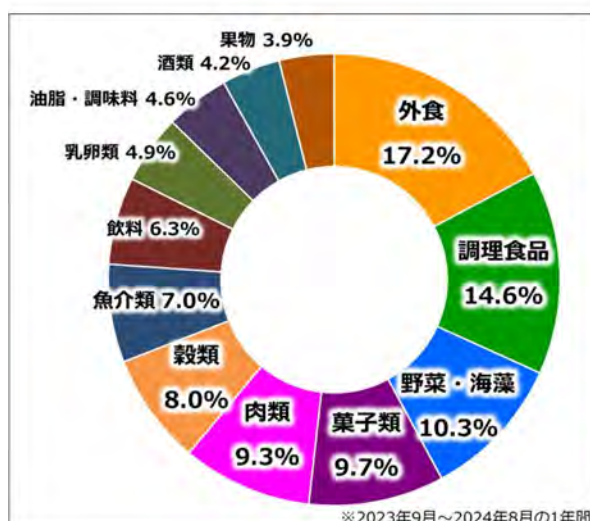
4. 食料支出の動向

内食支出が増加も、購入頻度は減少

- 内食支出の中で肉類消費は堅調
- 内食では 20 代の支出が増加
- 内食化が進む北海道では肉類、四国では魚介類への支出が増加

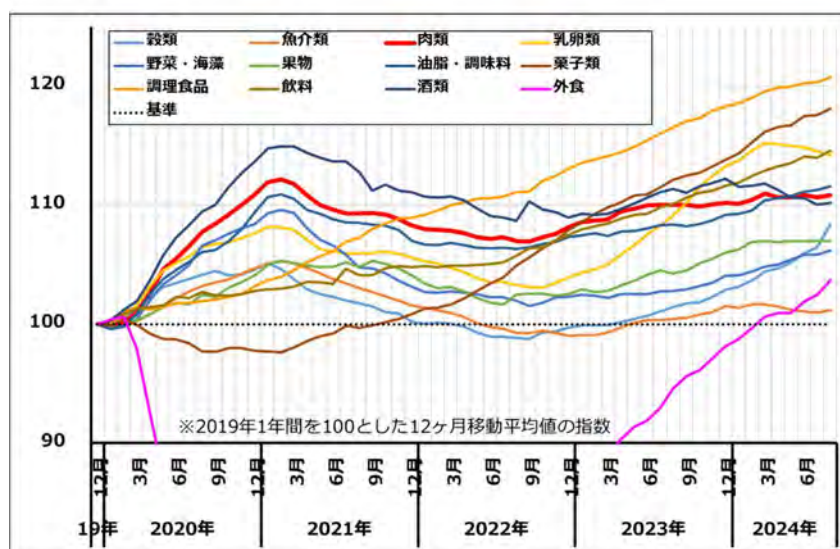
(ア) 全体の動向

図 1-4-1: 食料 12 分類別支出金額構成比



直近 1 年間 (2023 年 9 月～2024 年 8 月) の食料費を 12 分類別で見ると、外食が 17.2% と最も大きく、次いで調理食品 (中食) が 14.6% となっている (図 1-4-1)。肉類への支出金額は 5 番目の 9.3% と全体の約 1 割を占め、世帯当たりの年間支出は 99,034 円であった。

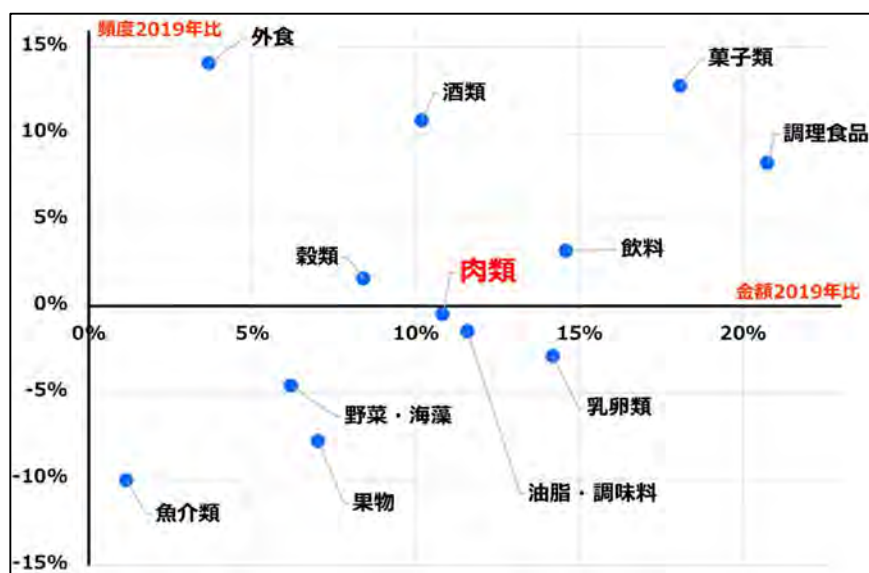
図 1-4-2: 食料 12 分類別支出金額の
12 ヶ月移動平均値指数の推移



食料費の 12 分類について 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値指数の推移で示したグラフが図 1-4-2 である。図 1-3-2 でも見たように、外食はコロナ禍で大きく減少した後、直近では 2019 年を上回るまで回復している。直近までの推移で最も伸びているのは調理食品で、2019 年からほぼ継続して伸長し、直近で 121 となっている。肉類もコロナ禍での巣ごもり需要は落ち着いたものの直近で 111 となっており、食料 12 分類の中では中間くらいの伸び率と言える。

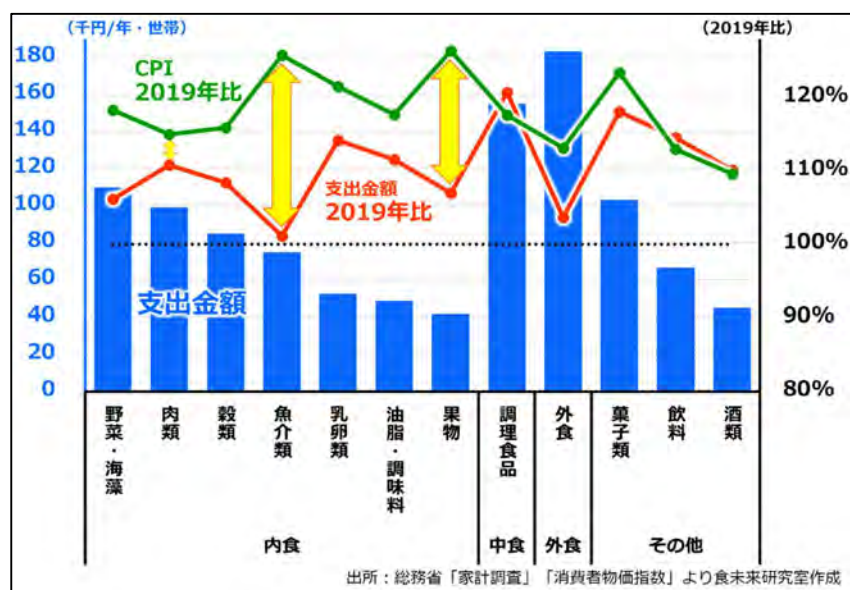
食料 12 分類の支出金額と購入/利用頻度の 2019 年比をプロットしたグラフが図 1-4-3 である。外食や嗜好品（菓子類、飲料、酒類）、中食（調理食品）では購入/利用頻度が増加している一方、内食では穀類を除き購入頻度が減少傾向にあることがわかる。その中で肉類の購入頻度は比較的減少が少なく、最も減少していたのは魚介類であった。

図 1-4-3: 食料 12 分類の支出金額と購入/利用頻度の 2019 年比



食料 12 分類について支出金額と CPI の 2019 年比を示したグラフが図 1-4-4 である。支出が CPI を上回っているのは調理食品、飲料、酒類で、これら 3 分類には需要の強さが見られた一方、内食の各分類は全般的に CPI が支出を超えており、節約志向が強く反映されている。その中で肉類は CPI と支出の差が比較的小さいが、魚介類や果物はその差が特に大きく、とりわけ節約の対象になっていることがうかがえる。

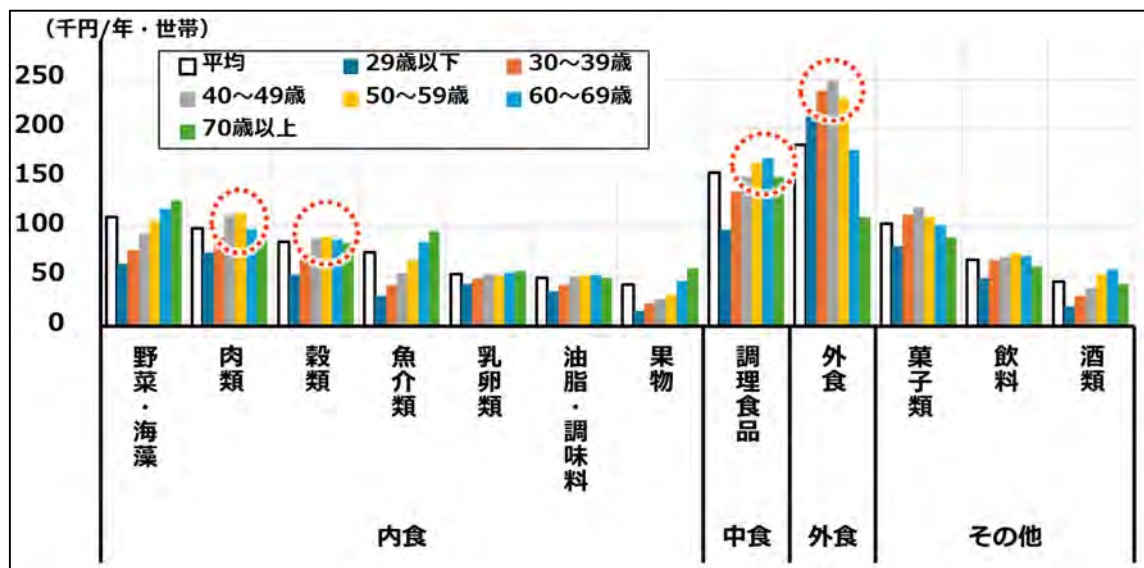
図 1-4-4: 食料 12 分類別支出金額と CPI の 2019 年比



(イ)年代・地域・年収別の動向

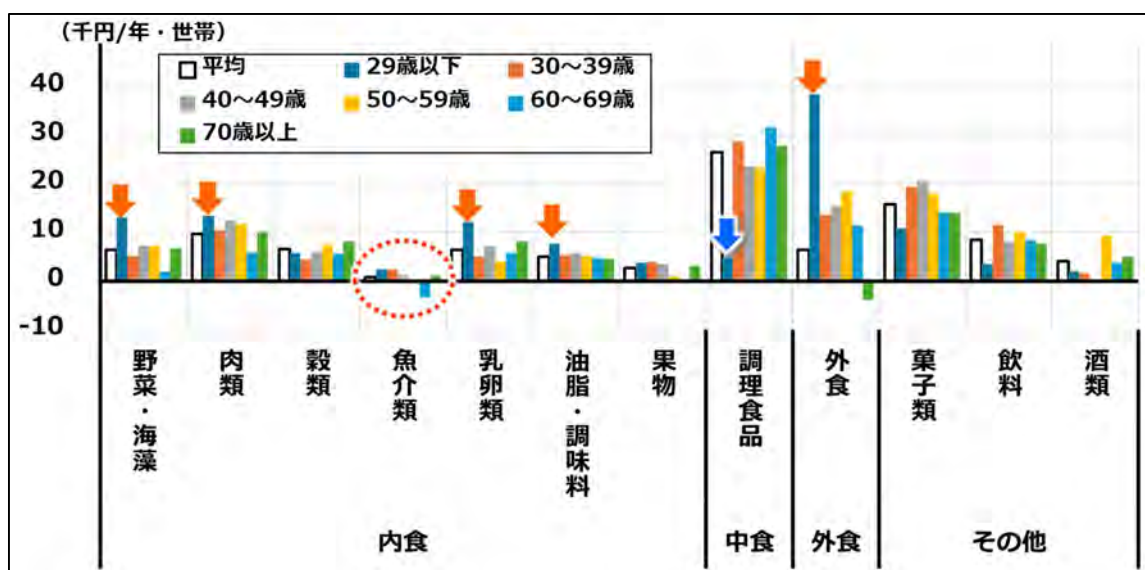
直近1年間の支出金額を年代別に見ると、肉類や穀類の支出は40～50代で、調理食品は50～60代で最も多く、野菜・海藻、魚介類、果物については高齢者層ほど多くなる傾向が見られる(図1-4-5-1)。一方、20代は外食を除くと、ほとんどの分類で支出が最も少なくなっている。

図1-4-5-1:【年代別】食料12分類の支出金額



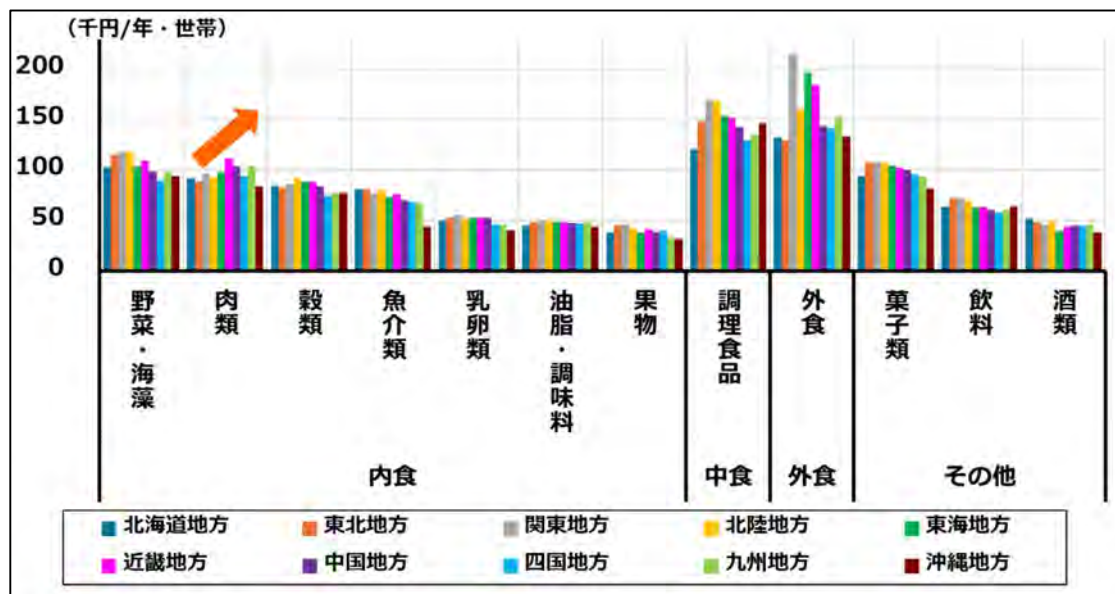
また、2019年との差を見ると、20代は野菜・海藻、肉類、乳卵類、油脂・調味料、外食で特に支出を増やしていたが、一方、調理食品の支出は他の年代と比べて特に小さい伸びであった(図1-4-5-2)。また、内食の中でも特に支出の伸びが弱い魚介類においても、20-30代は他の年代よりも支出を増やしていた。

図1-4-5-2:【年代別】食料12分類の支出金額の2019年との差



地域別の支出金額を見ると、肉類は近畿や中国、九州で、調理食品は関東や北陸で、外食は関東や東海、近畿で特に支出が多い傾向が見られる(図 1-4-6-1)。

図 1-4-6-1:【地域別】食料 12 分類の支出金額



また、2019 年との差を見ると、内食全体が伸びている中で北海道では肉類と乳卵類の支出の伸びが目立ち、一方、四国では全国的には支出の伸びが弱い魚介類に大きな伸びが見られるなど、地域ごとに異なる消費傾向が見られた(図 1-4-6-2)。

図 1-4-6-2:【地域別】食料 12 分類の支出金額の 2019 年との差

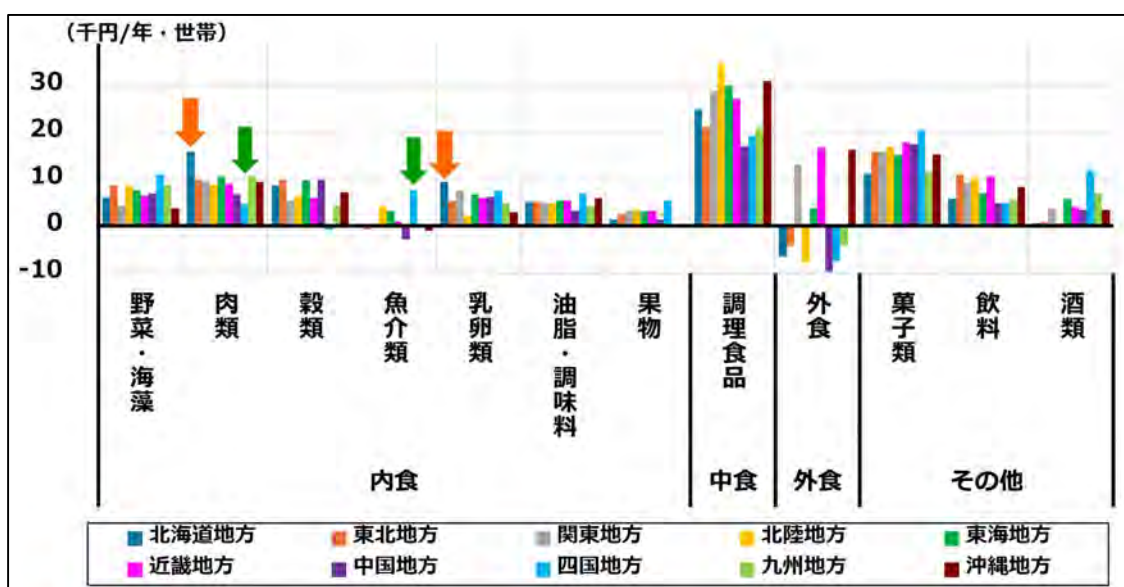
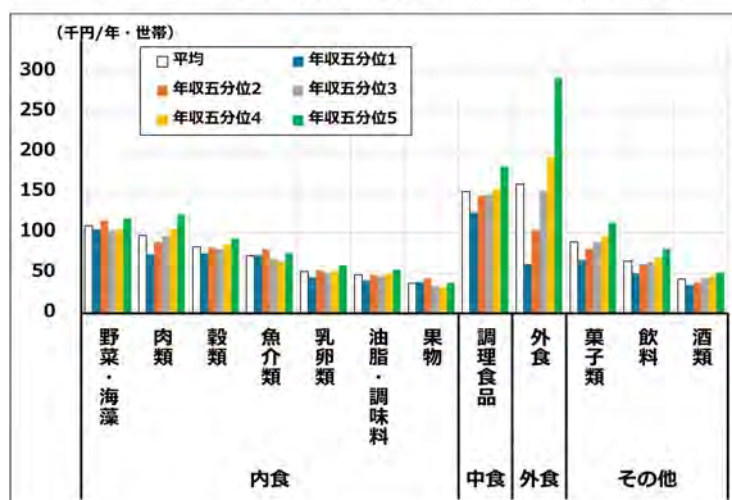
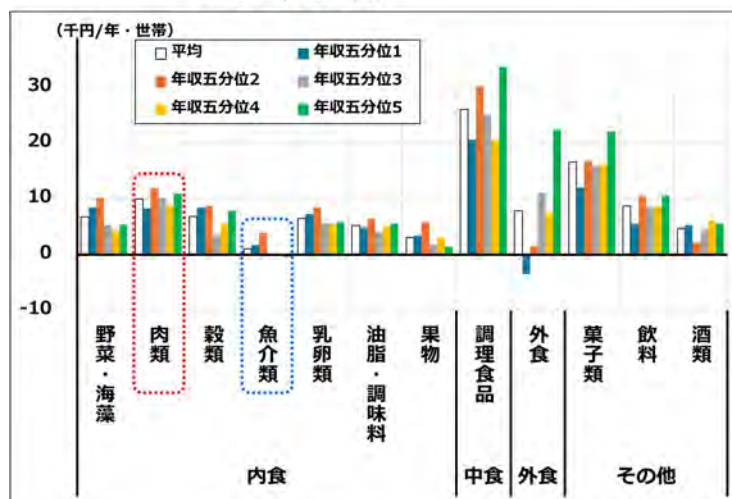


図 1-4-7-1:【年収別】食料 12 分類の支出金額



年収別の支出金額を見ると、ほとんどの分類で年収が高いほど支出も多い傾向が確認できる(図 1-4-7-1)。特に外食や調理食品でその傾向が顕著であるが、内食では肉類でその傾向が強く見られる。また、年収五分位 2 では肉類を除く内食で年収五分位 3 よりも支出が多くなっている。

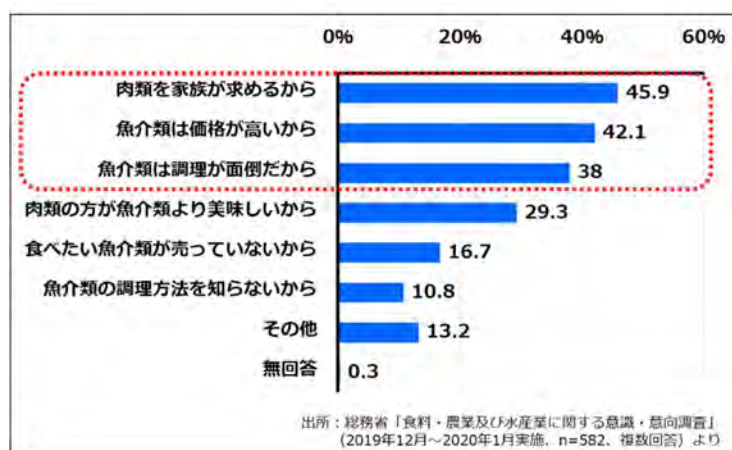
図 1-4-7-2:【年収別】食料 12 分類の支出金額の 2019 年との差



また、2019 年との差を見ると、内食では低年収階級(年収五分位 1・2)での増加が大きく、特に年収五分位 2 での増加が目立つ(図 1-4-7-2)。一方、魚介類は年収五分位 3 以上の階級では支出の増加は見られなかった。

補足データ

図 1-4-8:魚介類をあまり購入しない理由

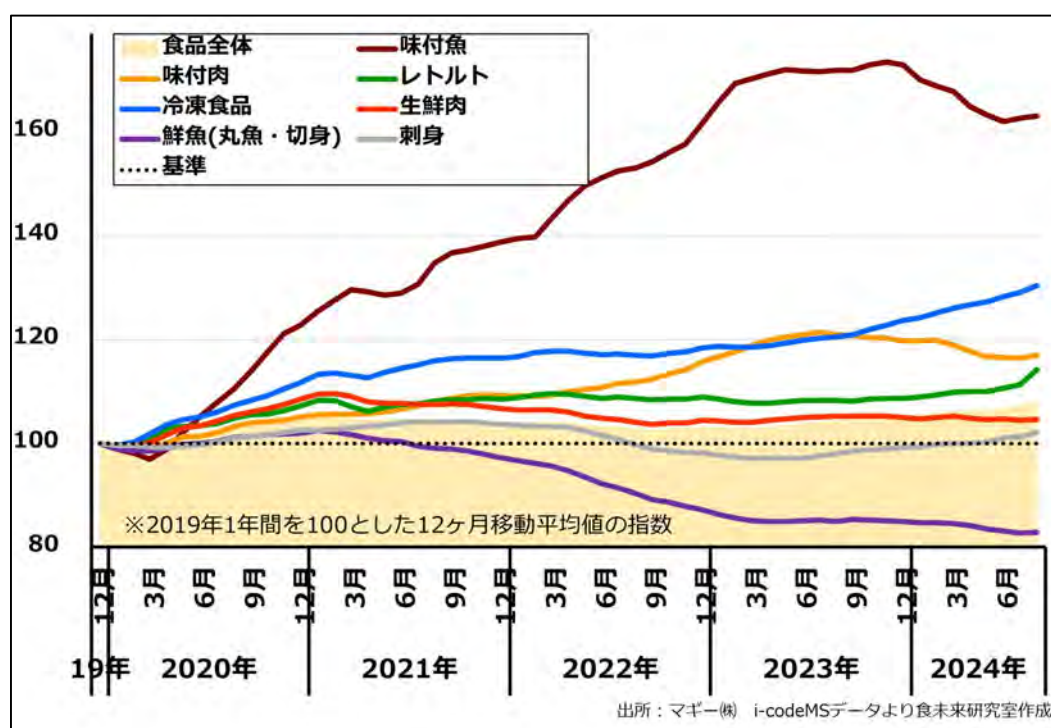


節約志向から内食への支出が増えている中、肉類への支出が増える一方で、魚介類への支出は伸び悩んでいる。その理由としては図 1-4-8 にあるように、家族が肉類を求めるためであったり、魚介類は調理が面倒であったりすることの他、図 1-4-4(P38 食料 12 分類別支出金額と CPI の 2019 年比)でも示したように魚介類の価格は大きく値上がりしており、コストパフォーマンスの面からも購入が控えられていることが推察される。

補足データ

ID-POS データで食品スーパーのカテゴリー別売上金額を2019年1年間を100とした12ヶ月移動平均値の指数で見たグラフが図1-4-9である。売上が好調なカテゴリーは、レトルト食品や冷凍食品、味付肉・味付魚など調理が簡単な食品であった。また、売上が芳しくない魚介類であっても、丸魚や切身よりも刺身の方が健闘しており、上述したカテゴリー同様、加工度が高く即食できる食品が消費者により強く求められていることがわかる。

図1-4-9:カテゴリー別売上金額の12ヶ月移動平均値指数の推移



個別調査

食品スーパー各社においても味付商品や簡便商品を展開し、成果を上げているようであった。

サミット社ではレンジ調理商品や半調理品の品ぞろえを強化しており、特に50代以上の利用が多いとのことであった。ダイエー社でもタイムパフォーマンスを意識した商品の要望が消費者から挙がっていることや、共働き世帯の増加を考慮して、簡便な味付商品の販売を強化しており、売上点数が伸びているそうである。ベニースーパー社では店のオリジナリティを出すためにも目先の違うものを強化している一方で、野菜などの価格の上がっている食材を複数入れて、商品として割安感を出して提供しているとのことであった。

また、ダイエー社では食肉に関する消費者の声として、オーガニックビーフの品揃えや、豚肉や鶏肉の飼育管理のアニマルウェルフェアについての問い合わせを最近よく聞くようになってきたそうである。

価格と売上の関係 ～売れる販売戦略とは～

近年、様々な商品の価格が上昇し、消費者は節約志向を強めている。特に食品では、高価な商品を買ひ控える傾向が見られ、安価な代替品を選ぶことが一般的になっている。商品の価格が低ければ消費者の購入意欲は高まるが、企業にとってはすべての商品を安く提供することは難しいのが現実である。消費者の節約志向が強まっている中、食品スーパーはどのような販売戦略で売上を伸ばそうとしているのであろうか。

図 1-4-10:「鶏卵」の販売点数と 1 パック単価

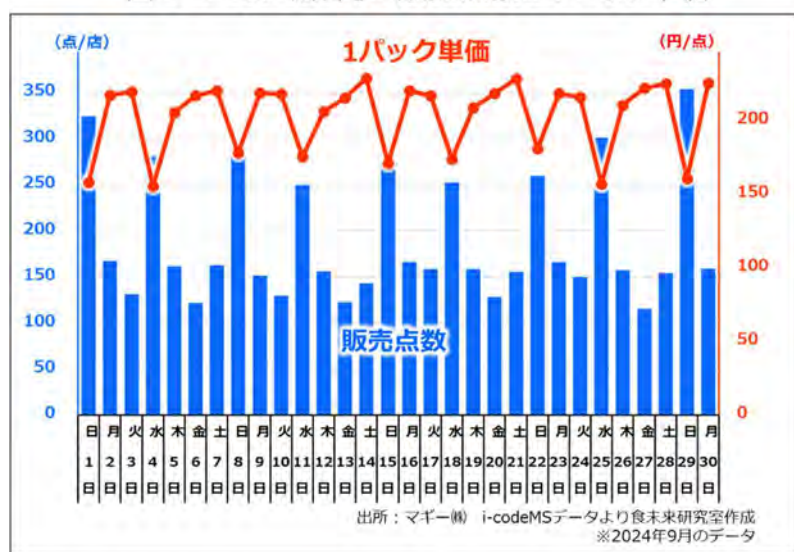
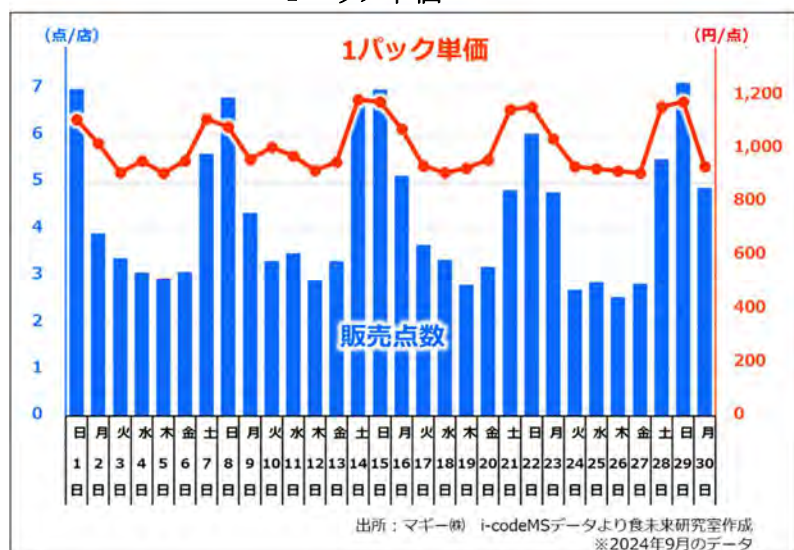


図 1-4-10 は ID-POS データで「鶏卵」カテゴリーの 2024 年 9 月の日別販売点数と鶏卵の 1 パック単価の推移を表したグラフである。鶏卵は特売で販売されることが多い食品だが、このグラフを見ると、1 パック単価が下がる特売日の日曜日と水曜日に多く購入されていることがわかる。相関係数を見ると、販売点数と 1 パック単価の間には-0.95 と強い負の相関がみられた。

図 1-4-11:「和牛焼肉用カット」の販売点数と 1 パック単価



一方で「和牛焼肉用カット」カテゴリーについて同様に販売点数と 1 パック単価を見ると、図 1-4-11 のように、1 パック単価が高い日と販売点数が高い日が一致していた。こちらの相関係数は 0.89 と強い正の相関があり、鶏卵と異なり和牛焼肉用カットが売れる日は 1 パック単価が高い傾向であった。この傾向は、休日(土曜日・日曜日)には焼肉需要を見込んで、1 商品(パック)の容量を

平日より増やした「和牛焼肉用カット」商品を品揃えする食品スーパーが多いことを反映している。

表 1-4-1 は ID-POS データで肉類の約 130 カテゴリーについて、販売点数と 1 パック単価の相関を計算し、正の相関が高い 10 カテゴリーと負の相関が高い 10 カテゴリーのランキングである。先ほど見たように、正の相関が高いカテゴリーは単価が高いときによく売れるが、カテゴリーを見ると特に焼肉関係であることがわかる。焼肉は休日に購入されやすく、大容量の大パックで売られることが多いことからこのような結果になっているものと推察される。また、負の相関が高い 10 カテゴリーには卵や加工肉、輸入豚肉など特売で売られやすいカテゴリーが並んでいる。

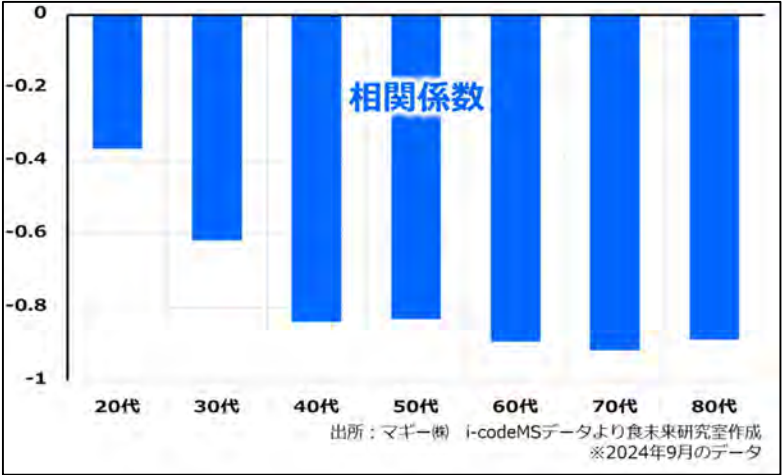
表 1-4-1: 1 パック単価と販売点数の相関係数

よく売れる時の1パック単価が 高い			よく売れる時の1パック単価が 低い		
カテゴリー	相関係数	1パック単価	カテゴリー	相関係数	1パック単価
和牛焼肉用	0.89	1,042	ボロニア	-0.73	243
牛内臓肉	0.89	622	ロースハム	-0.74	254
味付ホルモン	0.88	358	ベーコン	-0.74	259
焼肉用盛合せ	0.88	1,065	米国産牛切り落とし	-0.74	491
豪州産牛ステーキ・カツ用	0.74	741	畜産味噌味	-0.77	351
羊肉	0.73	624	輸入豚切り落とし	-0.78	435
豚内臓肉	0.72	271	輸入豚しゃぶしゃぶ用	-0.81	427
国産牛焼肉用	0.72	986	ボンレスハム	-0.82	247
ローストビーフ	0.71	454	特殊鶏卵	-0.86	213
和牛切り落とし	0.70	753	普通鶏卵	-0.94	195

出所：マギー(株) i-codeMSデータより食未来研究室作成
※2024年9月のデータ

負の相関が高く、単価が安いときによく買われている「鶏卵」であるが、年代による差はあるのだろうか？図 1-4-12 は図 1-4-10 の相関係数を年代別に比較したグラフであるが、これを見ると若年層ほど負の相関係数が低くなっており、若年層は「単価が安い時ほど買う」という傾向が弱いということを示している。確かに、高齢層に比べ若年層は時間的余裕がないことが多く、特売で売っているからといってなかなか買いに行きづらいであろう。昨年実施した「令和 5 年度消費者意識調査報告書」の「【年代別】豚肉が 10%値上がりした場合の対応 (P58 図 2-6-2)」でも「特売日・割引・セール品を購入する」の選択率は若年層ほど低い結果であった。

図 1-4-12: 鶏卵の年代別相関係数



Ⅱ. 食肉の消費動向

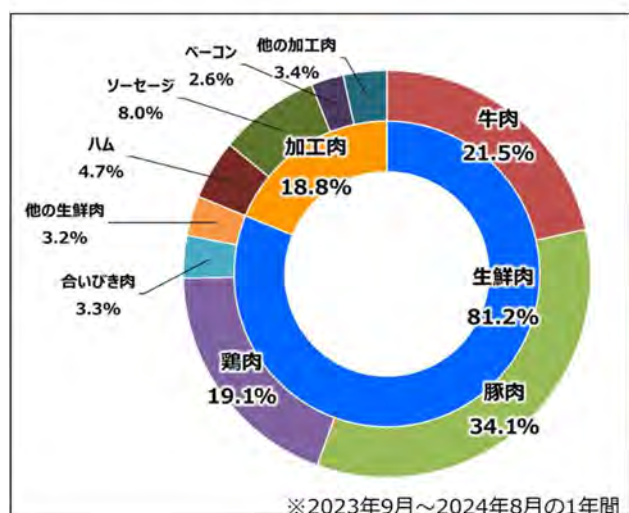
1. 生鮮肉と加工肉の消費動向

生鮮肉への支出は好調に推移

- 生鮮肉と加工肉への支出金額は 8:2
- 生鮮肉支出は 40-50 代が最多。20 代は 2019 年比で大きく増加
- 北海道の生鮮肉支出は少ないが、2019 年比では大きく増加

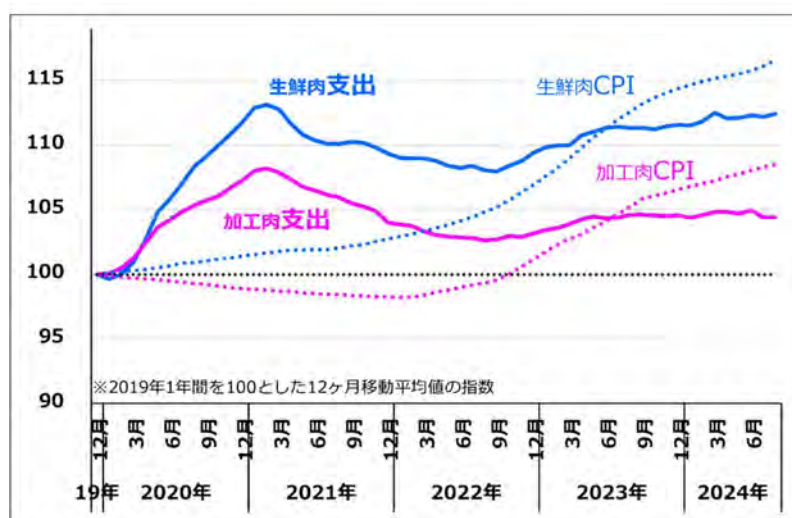
(ア) 全体の動向

図 2-1-1: 肉類の支出金額構成比



家計調査の肉類は、牛肉や豚肉、鶏肉、合いびき肉などの「生鮮肉」とハムやソーセージ、ベーコンなどの「加工肉」に分類される(図 2-1-1)。直近 1 年間(2023 年 9 月～2024 年 8 月)の肉類全体に占める支出金額は、生鮮肉が 81.2%、加工肉が 18.8%となっている。

図 2-1-2: 生鮮肉と加工肉への支出金額と CPI の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

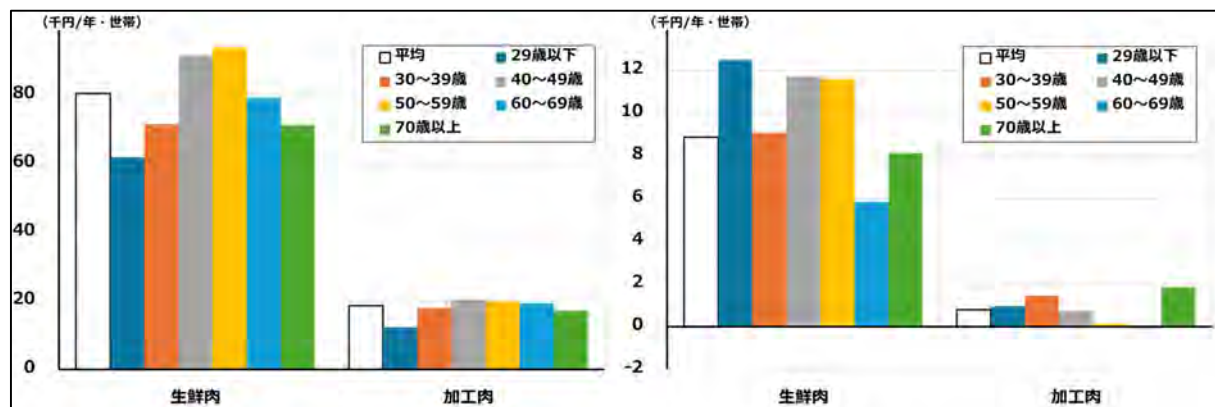


支出金額と CPI の 12 ヶ月移動平均値指数の推移を見たグラフが図 2-1-2 である。生鮮肉への支出は好調に推移しており、近年はコロナ禍の巣ごもり需要が高まった時期に匹敵する水準となっている。一方で、加工肉への支出は増加しているものの、近年は横ばいの傾向となっている。CPI を見ると、生鮮肉の CPI は加工肉の CPI を上回っており、価格が加工肉よりも上昇していることがわかる。支出と CPI の関係に注目すると、2023 年中頃からは CPI が支出を上回っており、消費者の節約傾向が見られる。

(イ)年代・地域別の動向

直近1年間の支出金額を年代別に見ると、生鮮肉で40～50代の支出が大きいことがわかる(図2-1-3左図)。また、加工肉についても同様に40～50代の支出が目立つが、生鮮肉ほど年代間の差は見られない。2019年との差を見ると、生鮮肉では20代、40代及び50代で支出が大きく伸びており、加工肉では70代以上と30代で増加が見られた(図2-1-3右図)。

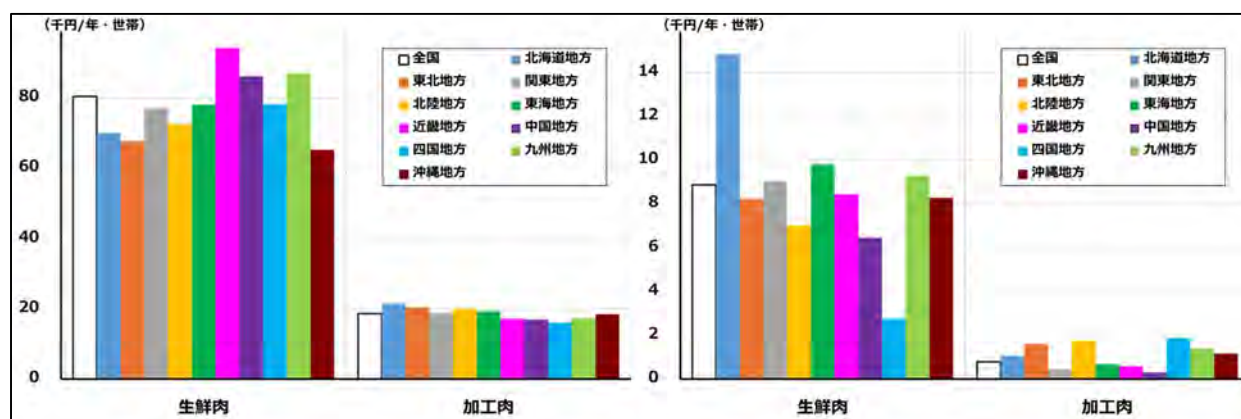
図2-1-3:【年代別】生鮮肉と加工肉への支出金額(左図)と2019年との差(右図)



地域別に見ると、生鮮肉への支出金額は近畿をはじめ西日本が多い傾向が見られる(図2-1-4左図)。加工肉は生鮮肉ほど地域差はないものの、北海道をはじめ東日本で多い傾向が見られ、生鮮肉とは異なる消費動向となっている。

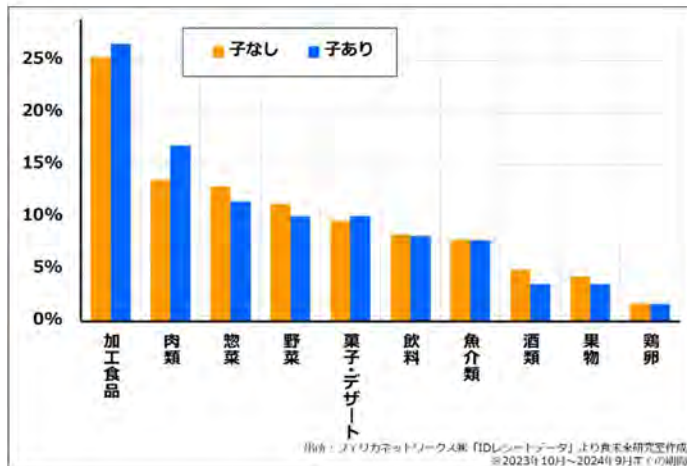
また、2019年との差を見ると、生鮮肉では北海道が突出して大きく増加していた一方で、四国は伸びが特に小さかった(図2-1-4右図)。加工肉は生鮮肉と比べると増加金額は少なく、東北、北陸、四国で比較的伸びが大きかった。

図2-1-4:【地域別】生鮮肉と加工肉への支出金額(左図)と2019年との差(右図)



補足データ

図 2-1-5:【子の有無別】食料費に占める
各カテゴリーの支出金額の割合

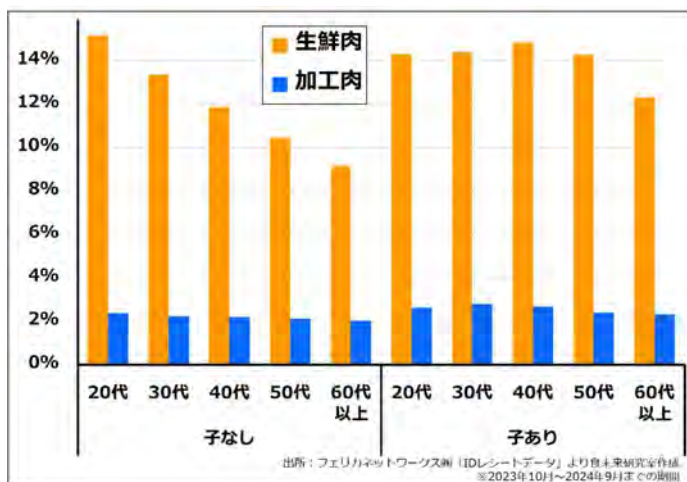


40-50代で肉類の支出金額が大きいのは子供がいることと関係が深いのであろうか？

図 2-1-5 はレシートデータ(※)で既婚世帯の子供の有無別に、食品カテゴリー別の支出金額構成比を比較したグラフである。これを見ると、子供がいる世帯の方が、肉類や菓子・デザートへの支出割合が高いことがわかる。

(※)レシートデータ：フェリカネットワークス㈱の提供する、約3万人の生活者の購買レシート情報を集約したデータベース。

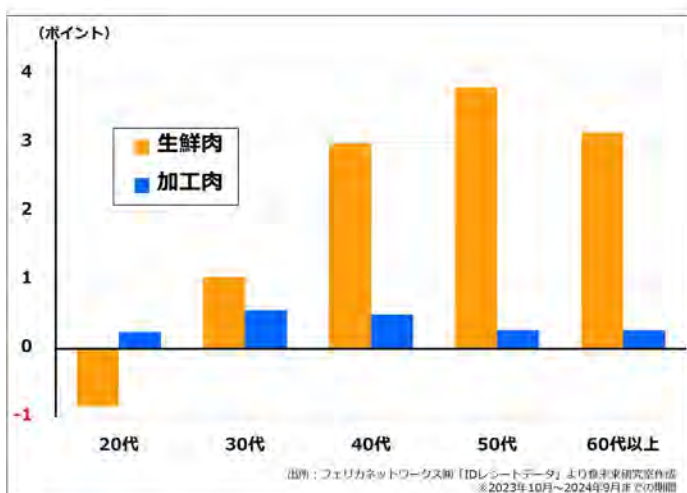
図 2-1-6:【子の有無別】食料費に占める生鮮肉と
加工肉の支出金額の割合



また、図 2-1-6 は年代別子供の有無別に、生鮮肉と加工肉の支出金額が食料費全体に占める割合を比較したグラフである。生鮮肉と加工肉ともに、20代を除いて子供がいる世帯の方が支出割合が高くなっている。

上図の支出割合を「子供がいる世帯」から「子供がいない世帯」を引いた差で見たグラフが図 2-1-7 である。30-40代の子育て世帯は子供がいない世帯よりも特に加工肉を多く買い、生鮮肉については40-60代の子供がいる世帯で多く買っていることがわかる。子供たちの嗜好性もあり、子供がいる世帯の方が食料費に占める肉類支出の割合が高く、加工肉では30-40代、生鮮肉では40-60代で子供がいない世帯との差が特に大きいことがうかがえる。なお、20代においては、生鮮肉については子供がいない世帯の方が支出の割合が大きくなっている。

図 2-1-7:【子の有無別】年代別
支出金額割合の差(子あり-子なし)



2. 牛肉・豚肉・鶏肉の消費動向

ここからは食肉の種類別にその消費動向を ID-POS データを交えて詳細に分析していきたい。
なお、家計調査の牛肉、豚肉、鶏肉の項目にはそれぞれのひき肉や内臓肉が含まれている(例：牛ひき肉→「牛肉」に分類)。

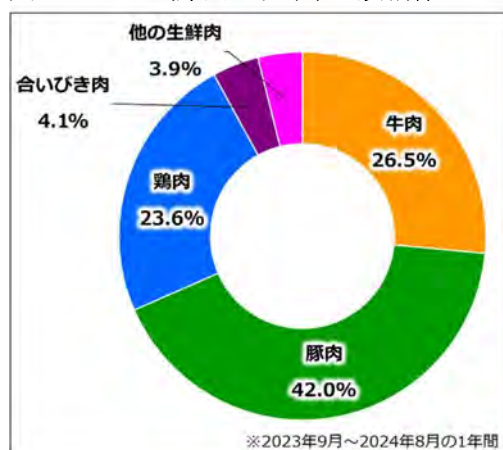
①牛肉について

需要の減少が続くも一部の年代・地域では増加

- 購入数量、購入頻度の減少が続くものの、物価高で支出金額は 19 年並み
- ほとんどの年代で購入数量が減少する中、20 代は増加
- 北海道、北陸、東海では支出金額が増加

(ア)全体の動向

図 2-2-1:生鮮肉の支出金額構成比



家計調査における生鮮肉には、精肉、内臓肉などの形態や部位、国産・輸入を問わず、全てが含まれる。生鮮肉には牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉、その他の生鮮肉の 5 項目があり、直近 1 年間(2023 年 9 月～2024 年 8 月)の牛肉への支出金額は全体の 26.5%を占めている(図 2-2-1)。

図 2-2-2:牛肉の項目別 12 ヶ月移動平均値指数の推移

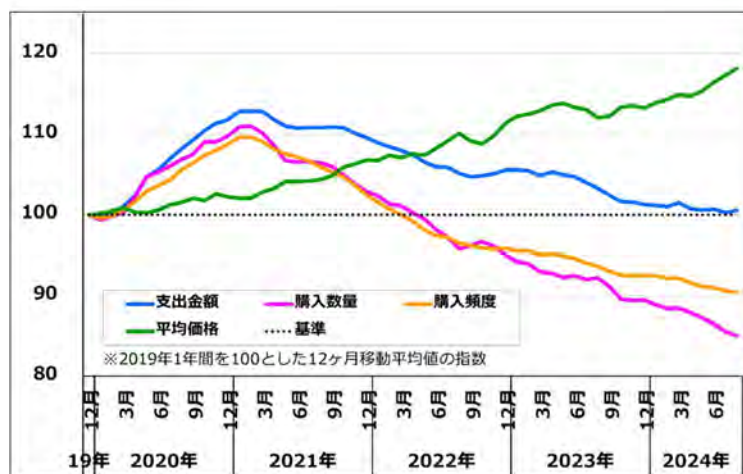
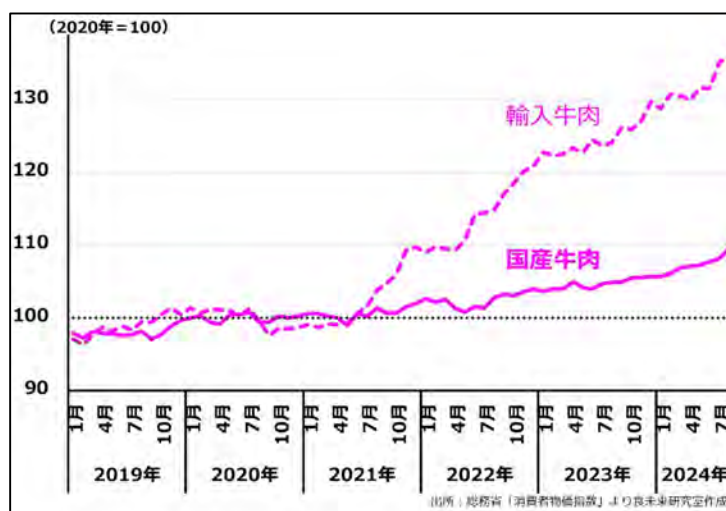


図 2-2-2 は、牛肉の支出金額、購入数量、購入頻度(回/100 世帯)及び平均価格(100g 単価:金額/数量×100)について 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値の指数として比較したグラフである。金額・数量・頻度はコロナ禍での内食需要の高まりにより大きくプラスとなったものの、それ以降は減少に転じ、直近では 2019 年比で金額こそ 100.5 であるが、数量は 85.1、頻度は 90.4 と大きく減少している。その間、平均価格は継続して上昇しており、直近では 118.2 となっている。

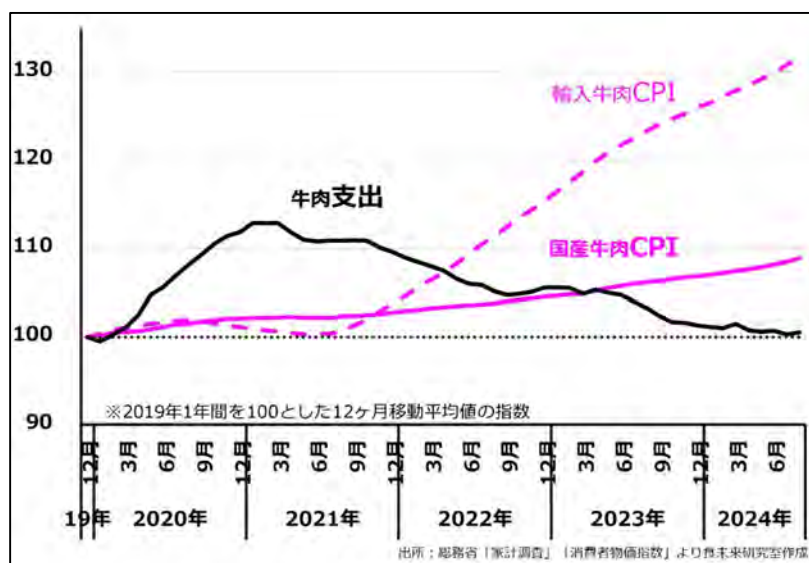
図 2-2-3 は牛肉の国産品(国産ロース)と輸入品(輸入チルド(冷蔵)の肩ロース又はもも)のCPIを2020年の年平均を100とした指数の推移で表したグラフである。輸入品を見ると、2021年中頃まではほぼ横ばいで推移したが、それ以降急上昇を始め、直近では135.8まで上昇した。国産品は輸入品ほどではないものの、2019年からじわじわと上昇し始め、直近で109.6となっている。

図 2-2-3:牛肉のCPIの推移



牛肉への支出金額とCPIを2019年1年間を100とした12ヶ月移動平均値の指数で比較したグラフが図 2-2-4 である。前述した通り、支出金額とCPIを比較して、CPIが支出を上回っている場合は支出が物価上昇以上には伸びていないことを示しており、節約されていると考えることができる。牛肉については、2020年に支出が大きく増えたときから2022年までは支出がCPIを上回って推移していた。しかし、それ以降は国産・輸入ともにCPIが支出を上回り、徐々にその差を広げ、節約志向が強まっている。

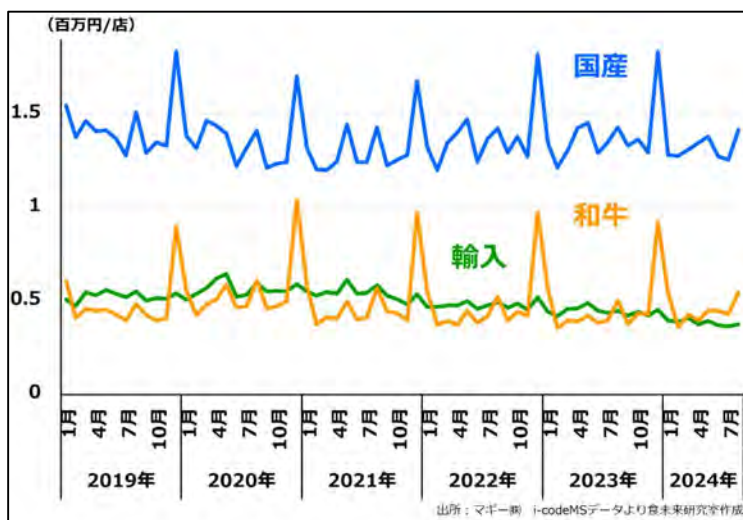
図 2-2-4:牛肉への支出金額とCPIの12ヶ月移動平均値指数の推移



補足データ

食品スーパーのID-POS データで牛肉の売上金額を見ると、国産牛肉（和牛を除く）は牛肉全体の約 6 割を占め、主要な売上の柱となっていた。また、和牛は 23%、輸入牛肉は 18%の売上を占めていた。そうした売上金額の推移を見たものが図 2-2-5 である。家計調査と同様に、12 月の大きな売上のピークと 5 月・8 月の小さなピークが見られる。和牛は特に 12 月のピークが他よりも高く、ハレの日によく利用されていることがうかがえる。

図 2-2-5:牛肉の国産・輸入別売上金額の推移



国産・輸入別の売上金額を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値の指数で見ると、2020 年から 2021 年にかけてはコロナ禍による家庭での内食需要の高まりを背景に、和牛や輸入牛肉の売上が大きく伸びていた(図 2-2-6)。しかし、それ以降は売上が減少し、特に輸入牛肉の売上が大幅に減少している。一方で国産牛肉の売上は 2022 年初頭ごろから徐々に回復を見せ、和牛も 2024 年には回復傾向となっている。この変化は輸入牛肉から国産牛肉（和牛を含む）への需要のシフトによるものと考えられる。

図 2-2-6:牛肉の国産・輸入別売上金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

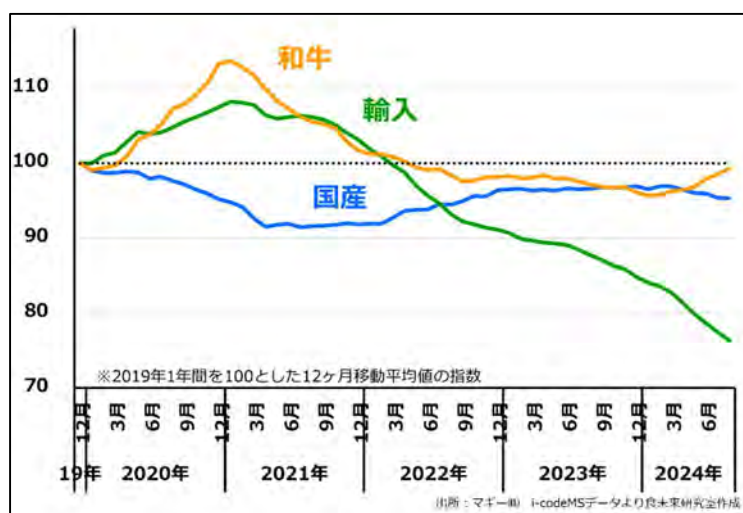
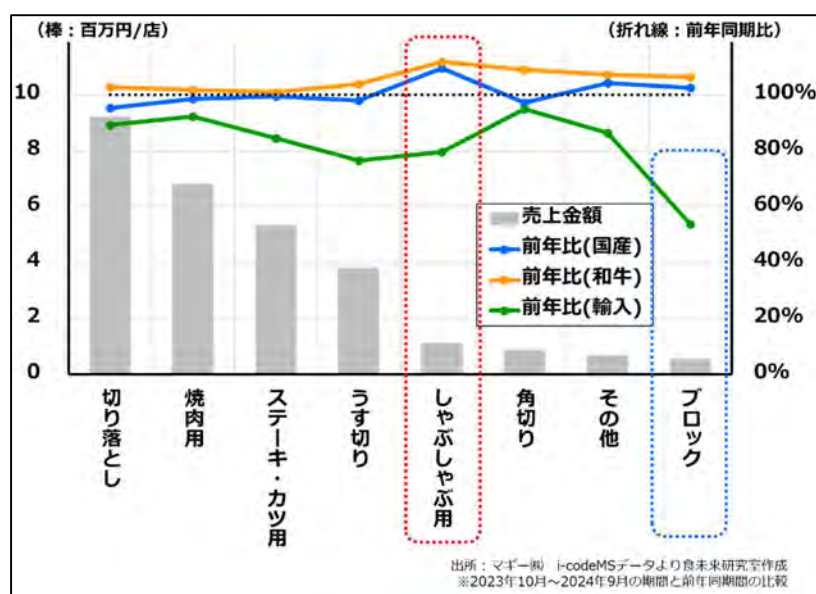
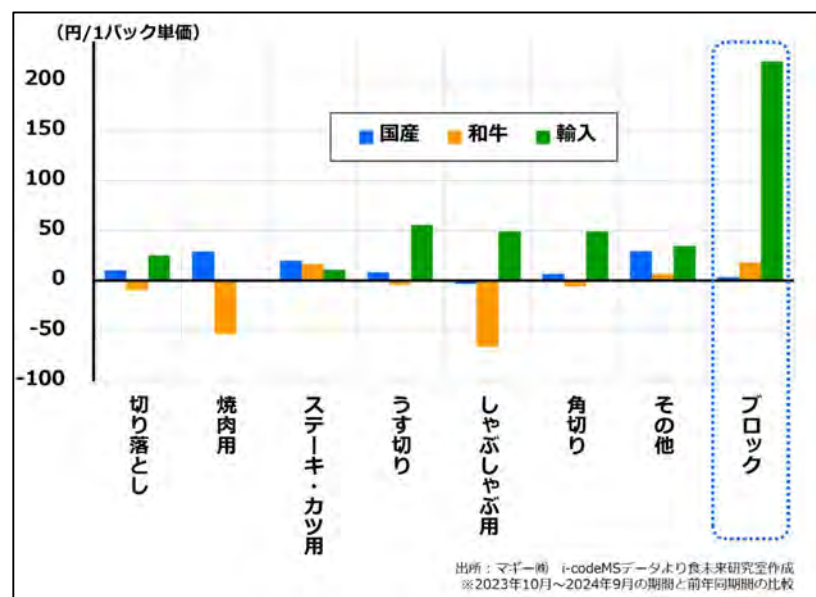


図 2-2-7:牛肉の国産・輸入別カット別売上金額と前年同期比



直近1年間における牛肉の国産・輸入別カット別の売上金額を示したグラフが図2-2-7である。前年同期間との比較を見ると、輸入牛肉についてはいずれのカットでもマイナスとなっており、国産牛肉に比べ輸入牛肉の不調が見られた。

図 2-2-8:パック単価の前年との差



特に、輸入牛肉のブロック肉は大きく売上金額が減少しているが、パック単価(売上金額/売上パック数)の前年との差を見ると、ブロック肉は1パック重量が特に大きいので価格上昇によってパック単価が大きく増加していた(図2-2-8)。このことが輸入牛肉のブロック肉が他のカット以上に購入を避けられた理由の一因となったと考えられる。

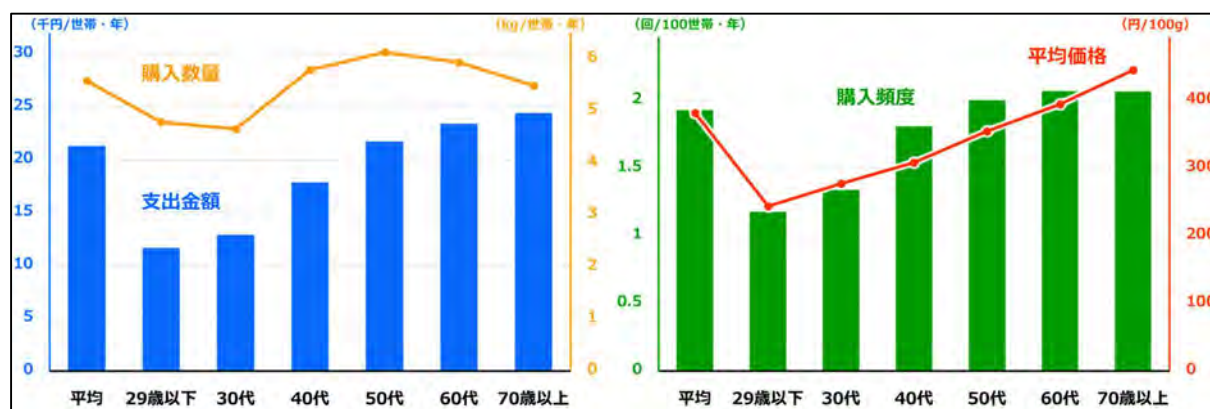
個別調査

個別調査した食品スーパー各社に工夫している販売方法や販促戦略について聞いたところ、サミット社では牛焼肉セットや牛ステーキセットなど、盛合せ商品のアイテム数を増やして展開しており、ダイエー社はバンドル販売で買い上げ点数の拡大を図っているそうである。ベニースーパー社では脂の乗りすぎもありサーロインのステーキカットの動きが芳しくない中、薄切りにしてしゃぶしゃぶ肉として売るなど、カットの工夫で付加価値を付けているとのことであった。

(イ)年代・地域別の動向

年代別に支出金額と購入数量、購入頻度(回/100世帯)及び平均価格(100g 単価)について直近1年間の状況を見たグラフが図2-2-9-1である。左図の支出金額に注目すると高齢層ほど支出が多くなっており、20代と70代の差は2倍以上となっている。また、購入数量は子育て世代の40-60代が他の年代よりも多い。右図の平均価格は高齢層ほど高く、高齢層ほど高価な牛肉を食べていると推察される。

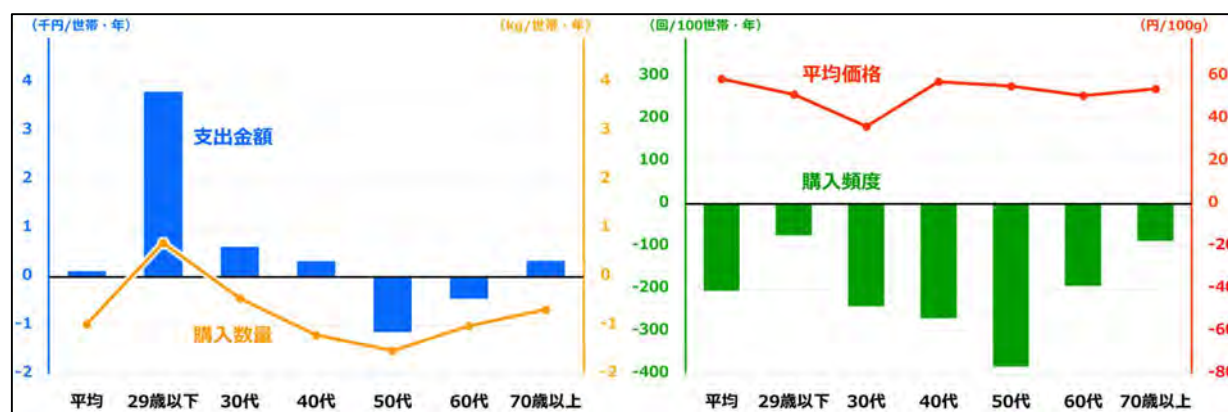
図2-2-9-1:【年代別】牛肉の支出・数量・頻度・平均価格



上記の項目について2019年1年間と直近1年間の差を年代別に比較したグラフが図2-2-9-2である。これを見ると、20代の支出は大きく増加しており、数量も同様に伸びていた。一方、他の年代では支出が増加しているケースもあるものの、数量に関しては30代から70代以上までいずれの年代も減少していた。平均価格が60円近く上がる中でも、20代の牛肉消費が好調であることがうかがえる。

20代は実収入が増加した影響で、食料費をはじめとするさまざまな支出が2019年に比べて増加していた。食料12分類の中では、野菜・海藻、肉類、乳卵類、油脂・調味料、外食において20代が最も支出を増やしており、特に肉類や外食焼肉への支出が顕著であった(図1-4-5-2前出)。このような消費行動の背景としては、SNS上で人気のレシピ動画や外食動画の影響も考えられ、これにより、食肉を好む若年層が外食のみならず内食でも積極的に食肉を取り入れる傾向が強まっていると推察される。

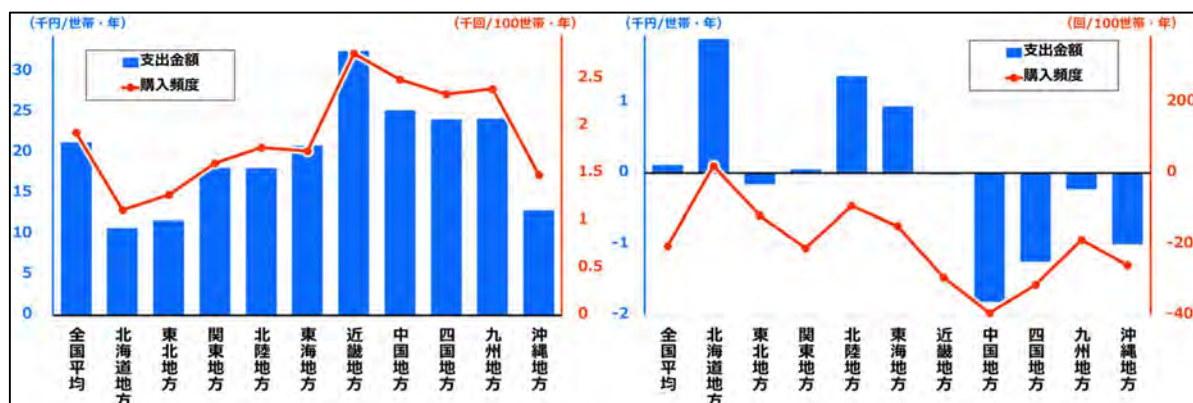
図2-2-9-2:【年代別】牛肉調査項目の2019年との差



地域別に見ると、牛肉への支出金額には地域によって大きな差が見られ、近畿を筆頭に西日本での支出が多いことがわかる(図 2-2-10 左図)。支出の少ない北海道・東北と近畿とでは 3 倍以上の差が見られた。

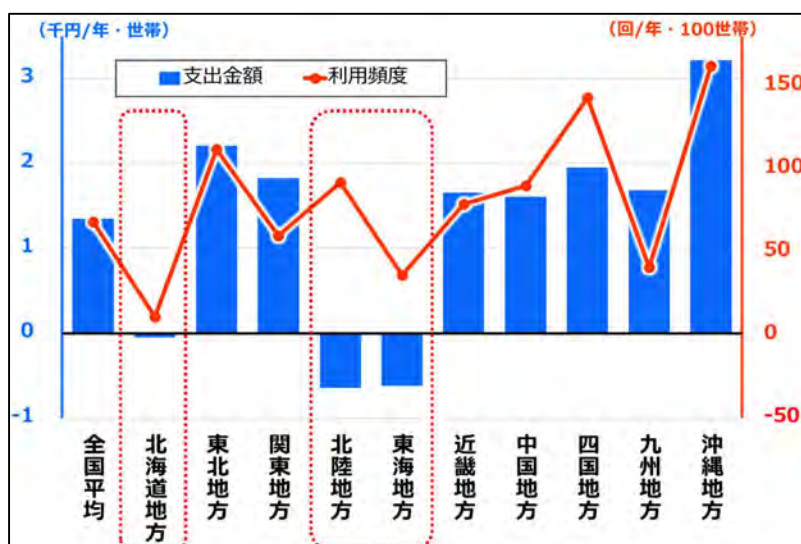
また、2019 年との差を見ると、支出の多い西日本では減少している一方、支出の少ない北海道、北陸、東海では増加していた(図 2-2-10 右図)。特に北海道では購入頻度も伸びており、消費の伸びが顕著であった。一方で、中国、四国では支出の減少が大きく、地域ごとの牛肉消費行動の違いが明確に表れている。

図 2-2-10:【地域別】牛肉の支出金額・購入頻度(左図)と 2019 年との差(右図)



牛肉への支出が伸びた北海道、北陸、東海は、前述のとおり外食焼肉への支出が減少した地域であり、外食の焼肉を減らした代わりに家庭での牛肉支出が増えたと考えることもできる(図 1-3-7-2 前出)。

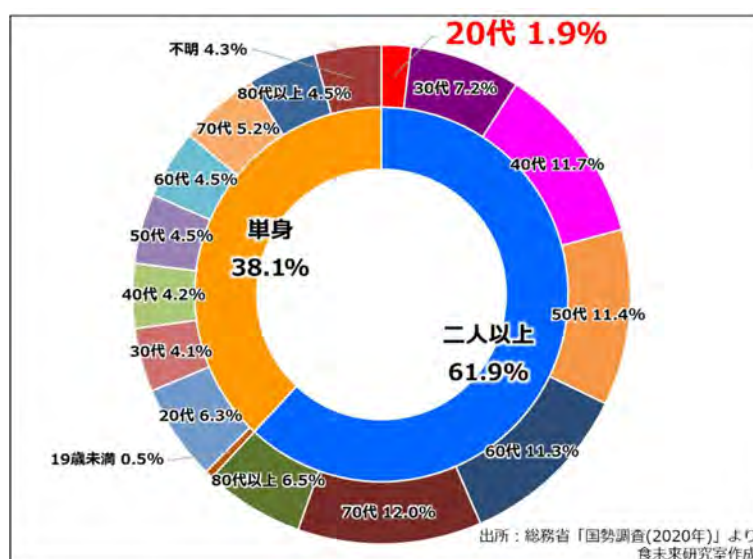
図 1-3-7-2(再掲):【年代別】外食焼肉への支出金額と利用頻度の 2019 年との差



若年層の牛肉消費～どのように消費されているのか～

食肉消費について「世帯主が 20 代の二人以上の世帯」に注目しているが、この世帯はどのような家族像なのであろうか。図 2-2-11 は日本の全世帯における世帯主年代別世帯形態別の構成比であるが、当該世帯は全体の 1.9%、二人以上世帯では 3.1%を占めている。

図 2-2-11: 世帯形態・世帯主年代別の世帯数構成比 (2020 年)



データから代表的な家族像を想像すると、「世帯主の平均年齢が 27 歳、小さい子供が 1 人の 3 人家族、共働きで賃貸物件暮らし」と想定することができる(表 2-2-1)。当該世帯は世帯主だけでなく配偶者の収入も伸びていることもあり、食料費だけでなく消費支出全般で支出が伸びている(図 1-1-5 前出)。

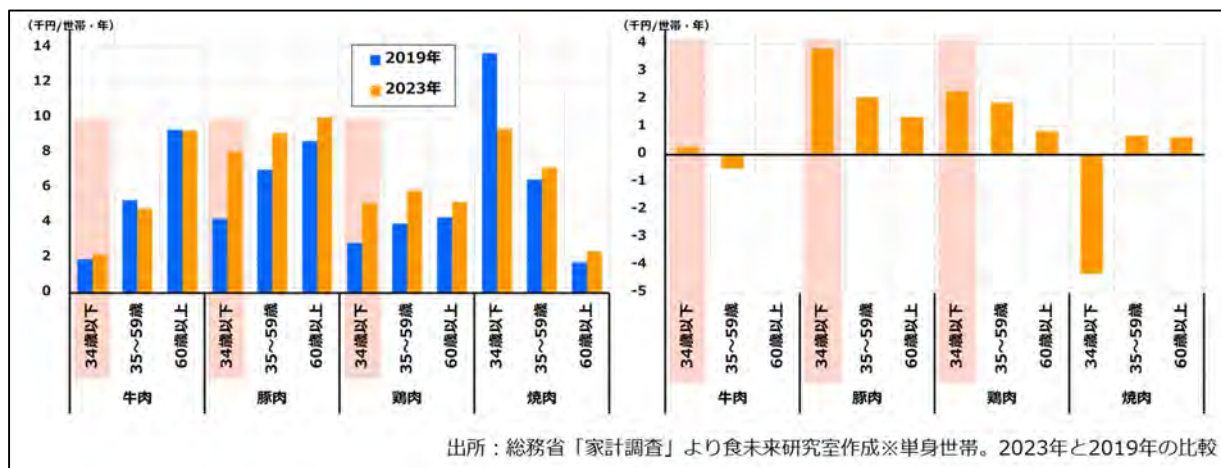
表 2-2-1: 世帯主年代別の平均値

品目分類	単位	平均	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
世帯主の年齢	歳	60.3	27.4	35.3	44.7	54.2	64.7	77.6
世帯人員	人	2.9	2.9	3.6	3.7	3.1	2.6	2.3
有業人員	人	1.3	1.6	1.7	1.7	1.9	1.5	0.6
18歳未満人員	人	0.5	0.9	1.6	1.5	0.5	0.1	0.0
65歳以上人員	人	0.9	0.0	0.0	0.1	0.1	1.0	1.9
持家率	%	87.3	38.6	70.4	82.7	85.2	92.1	94.9
家賃・地代を支払っている世帯の割合	%	11.6	52.4	26.0	15.8	13.7	7.3	4.9

出所：総務省「家計調査」より食未来研究室作成
※二人以上の世帯、2023 年 9 月～2024 年 8 月の期間

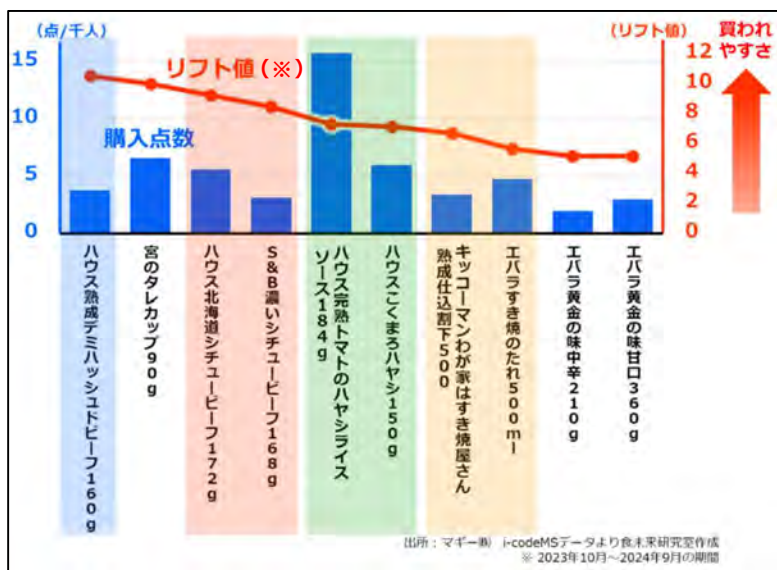
ただ、単身世帯でも34歳以下では豚肉・鶏肉だけでなく牛肉もわずかながらも支出金額が増加していることから、世帯の形態にかかわらず、若年層はまだ支出金額は少ないものの、牛肉消費が他の世代に比べて活発になっていることがわかる(図 2-2-12)。

図 2-2-12:【年代別】単身世帯の牛肉・豚肉・鶏肉・外食焼肉の支出金額(左図)と2019年との差(右図)



若年層はどのようなメニューで牛肉を食べているのであろうか。ID-POS データで牛肉と一緒に買われている調味料の名称からメニュー名を推測した。図 2-2-13 は 20-30 代が牛肉と一緒に特徴的に購入している調味料を、買われやすさの順に並べたグラフである。左側の商品ほど牛肉と一緒に買われやすい商品であると言えるが、名称を見るとハッシュドビーフ、焼肉、シチュー、ハヤシライス、すき焼きの調味料が購入されており、牛肉はこれらのメニューで多く食べられていることがわかる。

図 2-2-13: 20-30 代に牛肉と一緒に購入されやすい調味料



(※)リフト値：ある商品 A(上記の牛肉)を買った人が別の商品 B も一緒に買う確率がどの位高いかを示す数値。高いほど一緒に買われやすいと言える。

②豚肉について

購入数量・購入頻度は緩やかに減少しているものの、底堅い需要

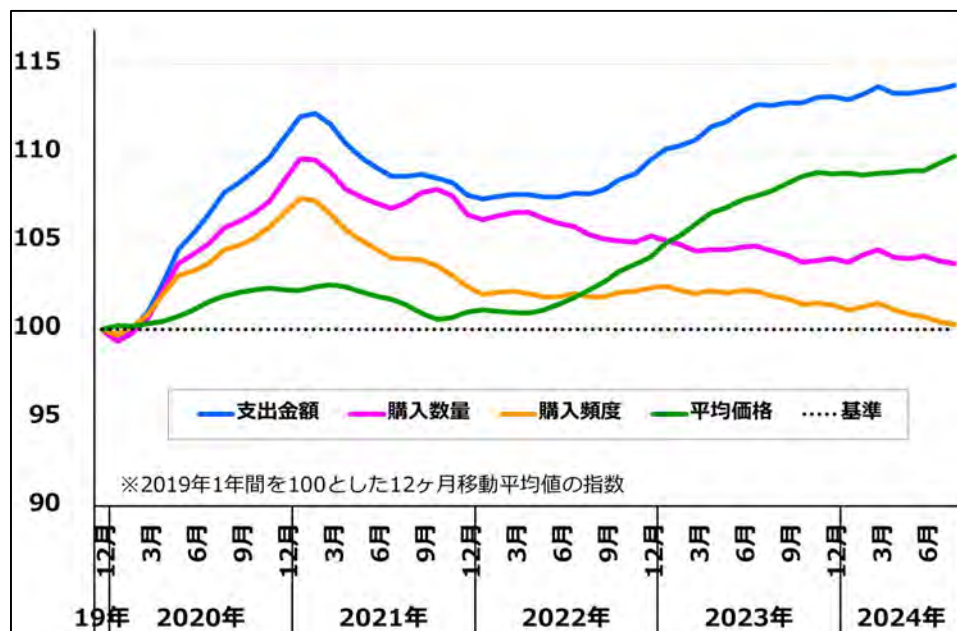
- 生鮮肉の中で支出金額が最多
- 40-50代は支出金額・購入数量ともに増加
- 東日本での需要が強く、支出も増加

(ア)全体の動向

直近1年間(2023年9月～2024年8月)の豚肉への支出金額は生鮮肉全体の42.0%を占めており、肉類の中で最も支出が多くなっている(図2-2-1前出)。

図2-3-1は、豚肉の支出金額と購入数量、購入頻度(回/100世帯)及び平均価格(100g単価:金額/数量×100)について2019年1年間を100とした12ヶ月移動平均値の指数として比較したグラフである。数量・頻度はコロナ禍での内食需要の高まりにより大きくプラスとなった後、緩やかに減少しているものの、いずれも2019年比でプラスを維持しており、直近で数量が103.7、頻度が100.3となっている。支出金額・平均価格については2022年からの価格上昇によりコロナ禍の2020年を上回って推移しており、直近では支出金額が113.8、平均価格は109.8と大きく増加している。

図2-3-1:豚肉の項目別12か月移動平均値指数の推移



独立行政法人農畜産業振興機構の「豚肉の小売価格動向」で小売価格(全国、通常価格)の月別 100g単価を見ると、国産ロース肉が約 270 円、国産もも肉が約 180 円、国産かた肉と輸入ロース肉が約 150 円で推移している(図 2-3-2 左図)。小売価格の推移を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値指数で見ると、いずれの豚肉も程度の差はあれ、ここ 2～3 年ほど上昇が続いており、特に輸入ロース肉は 2022 年初めごろから急激に上昇し始め、直近では 107.4 となっている(図 2-3-2 右図)。

図 2-3-2: 豚肉の国産・輸入別 100g 単価の推移(左図)と 12 ヶ月移動平均値指数の推移(右図)

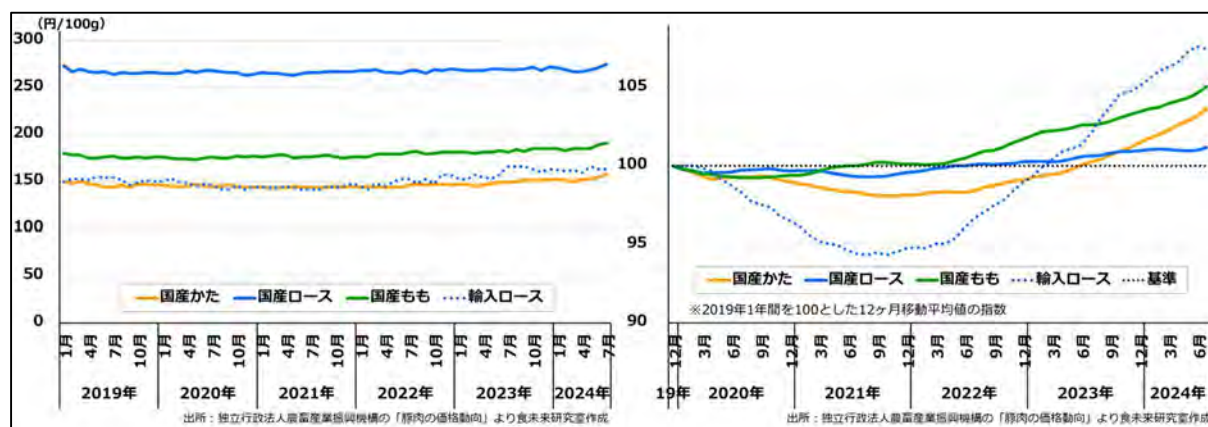
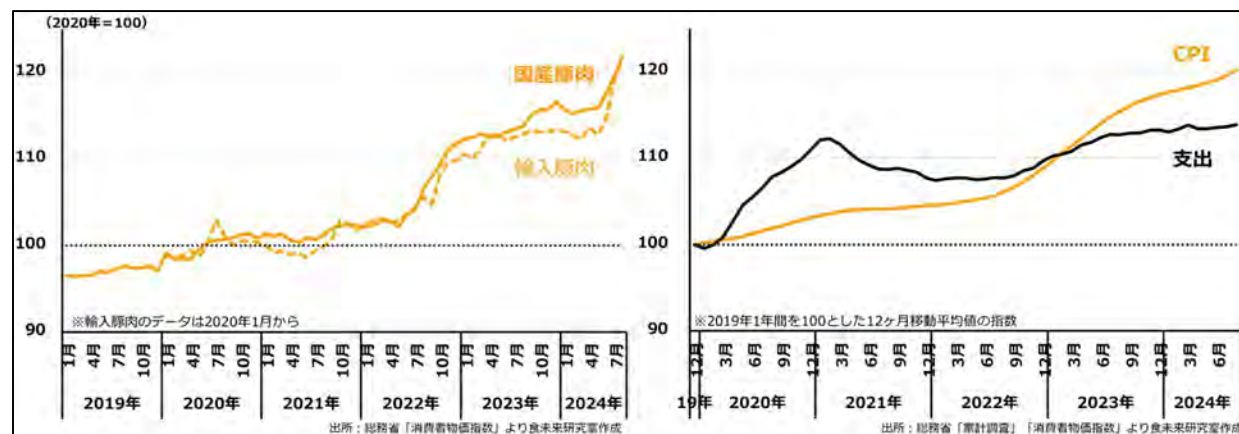


図 2-3-3 左図は豚肉の国産品(黒豚を除く国産バラ)と輸入品(黒豚を除く輸入チルド(冷蔵)ロース)の CPI を 2020 年を 100 とした指数で表したグラフである。国産品も輸入品も 2022 年中頃までは同じような推移をしていたが、その後は国産品の方がやや輸入品を上回って推移していた。しかし、2024 年 6 月から輸入品の CPI は大きく上昇し、国産品の CPI も急上昇したにもかかわらず、2024 年 5 月には 3.2 ポイント開いていた差が直近の 2024 年 8 月には 0.5 ポイントにまで縮小している。

豚肉への支出金額と CPI(国産品)を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値の指数で比較して見ると、支出が大きく増えた 2020 年から 2022 年までは支出が CPI を上回って推移していた(図 2-3-3 右図)。しかし、それ以降は CPI が支出を上回り、徐々にその差を広げてきている。このことは、底堅く推移している豚肉消費ではあるものの、価格上昇に伴い節約傾向が増してきていることを示している。

図 2-3-3: 豚肉 CPI の推移(左図)と豚肉への支出金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移(右図)

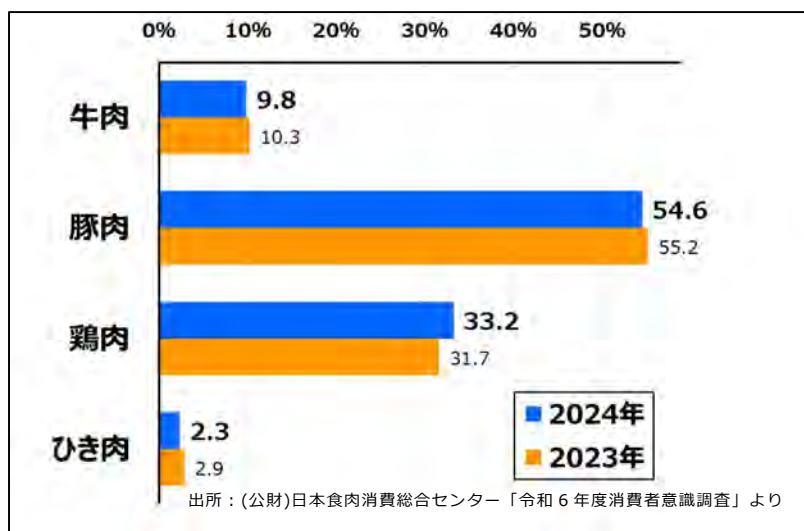


補足データ

① 豚肉から鶏肉へのシフト

図 2-3-1 で見たように、豚肉への支出金額は伸びているものの、購入数量や購入頻度を見ると緩やかな減少傾向が見られる。牛肉から豚肉・鶏肉への需要シフトは以前から言われていたが、近年

図 2-3-4: 購入する量が最も多い食肉

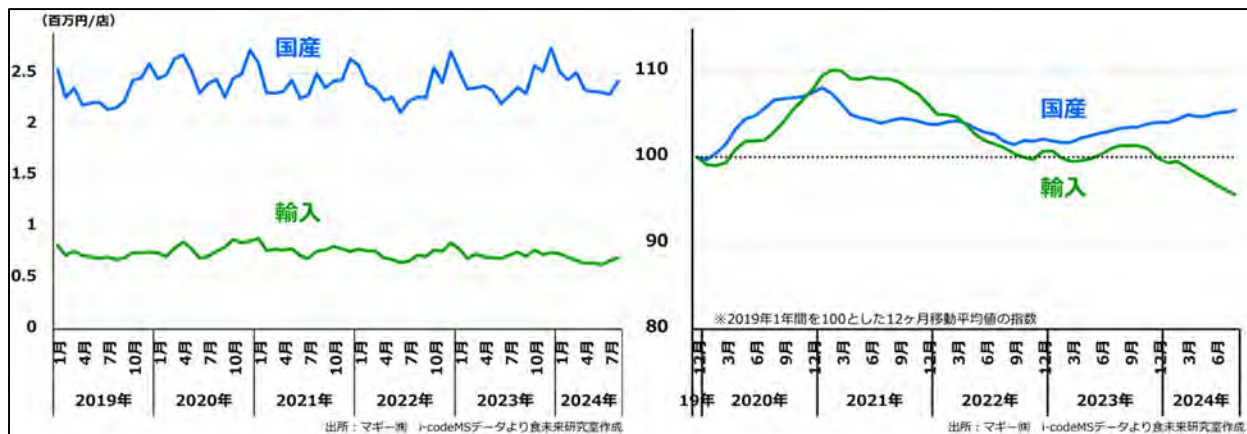


は豚肉から鶏肉へもシフトしている傾向がうかがえる。消費者意識調査における『Q3 普段、購入する量が最も多い食肉は？』への回答でも豚肉が54.6%と最も大きいものの、前年の調査と比べるとわずかに減少し、一方で鶏肉は増加していた。消費者意識調査の結果からも豚肉から鶏肉への需要シフトを見て取ることができる(図 2-3-4)。

② 食品スーパーの売上動向

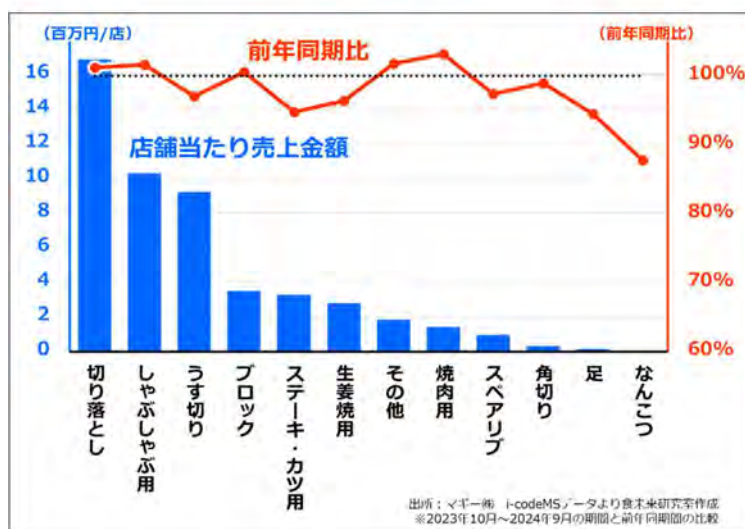
食品スーパーのID-POSデータで豚肉の国産・輸入別売上金額の比率を見ると、国産豚肉が約8割と売上の多くを占めており、また、月別推移を見ると、豚肉でも12月の売上が1年で最も大きくなっている(図 2-3-5 左図)。2019年1年間を100とした12ヶ月移動平均値の推移を見ると、国産豚肉の売上金額は2020年にピークを迎えた後、緩やかに減少していたが、2022年後半ごろからは価格上昇の影響もあり、再び増加傾向に転じている(図 2-3-5 右図)。一方、減少が続いている輸入豚肉の売上金額は2023年末頃からは2019年を下回って推移しており、国産豚肉とは対照的な動きを示している。

図 2-3-5: 豚肉の国産・輸入別売上金額の推移(左図)と12ヶ月移動平均値指数の推移(右図)



食料価格が大きく上昇し始めた 2022 年中頃からの売上金額の変化を豚肉のカット別に見るために、2023 年 10 月～2024 年 9 月と前年同期間(2022 年 10 月～2023 年 9 月)の比較をしたグラフ

図 2-3-6: 豚肉のカット別売上金額と前年同期比



が図 2-3-6 である。牛肉もそうであったように、しゃぶしゃぶ用は豚肉においても前年同期比プラスとなっており、メニューとして人気であることがわかる。また、焼肉用は前年同期比 103.2%と最も伸びている。牛肉でも焼肉用は全体よりは健闘しているが、最も売上の多い国産牛肉でも 98.2%と伸び悩んでおり、焼肉においても牛肉から豚肉への需要シフトが起こっていることがうかがえる。

(イ) 年代・地域別の動向

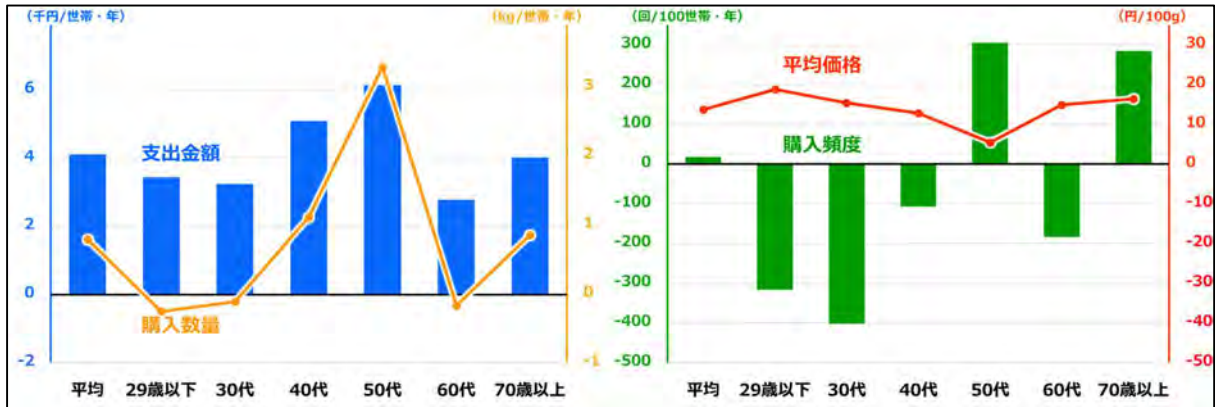
年代別に支出金額と購入数量、購入頻度(回/100 世帯)及び平均価格(100g 単価)について直近 1 年間の状況を見たグラフが図 2-3-7-1 である。支出金額に注目すると 40-50 代が多く、数量と頻度も同様の傾向であった。平均価格を見ると、牛肉と同じく高齢層ほど高い傾向であるが、20 代と 70 代以上との差は 1.3 倍であり、2 倍ほど差があった牛肉ほどには大きくはなかった。

図 2-3-7-1: 【年代別】豚肉の支出・数量・頻度・平均価格



また、2019 年との差を見ても、40-50 代の支出金額が大きく増加していた(図 2-3-7-2 左図)。ただ、50 代は 40 代と比べて数量が増加しているが、平均価格の伸びは 40 代を下回っている。同じ子育て世代でも 50 代は 40 代に比べ子供の年齢が高いこともあり、質よりも量をより重視した購入がなされた結果と考えられる。前述した牛肉への支出金額等の増減においても、50 代は金額・数量ともに他の年代と比べて減少しており(図 2-2-9-2 左図、前出)、牛肉から豚肉への需要シフトが他の世代以上に進んでいるとも考えられる。

図 2-3-7-2:【年代別】豚肉調査項目の 2019 年との差

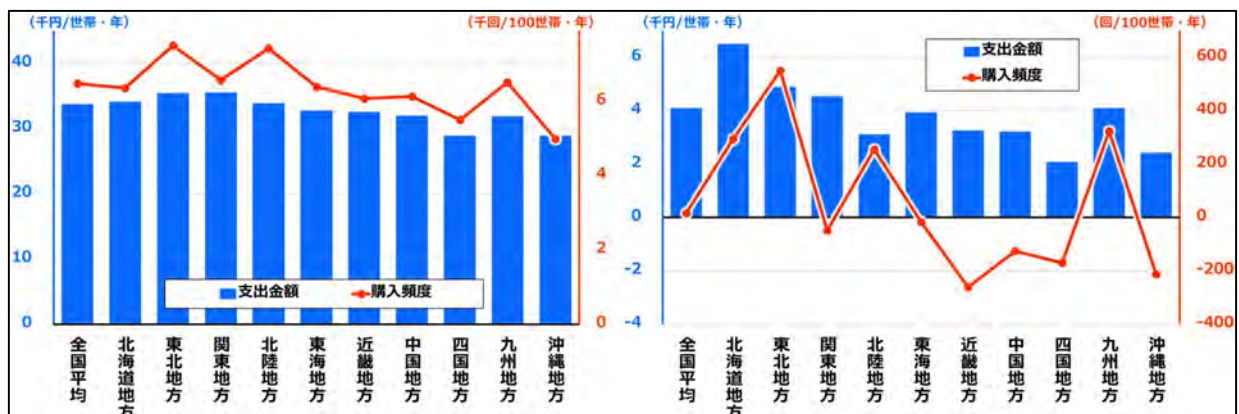


個別調査

豚肉の購入数量と購入頻度を見ると、40代では数量が伸びている一方、頻度は減少しており、その理由として大パックでの購入などが考えられる。ベニースーパー社ではコロナ禍で来客数が大きく減少し、その後も回復しなかったそうで、そのような来店をためらう客の需要を喚起するために大パックの品揃えを強化したとのことであった。ダイエー社でも豚肉や鶏肉は比較的安い大容量パックの売れ行きが増加しており、特に高齢層よりも若年層での増加が目立つという。サミット社でも若年層での大容量やセット商材の購入割合が高いとのことであり、20-30代の購入頻度が大きく減少している割に購入数量はそれほどには減少していない家計調査の結果と一致している。

地域別に見ると、豚肉への支出金額は東日本で特に大きい傾向が見られた(図 2-3-8)。また、2019 年との差を見ると、北海道をはじめとする東日本では、支出が西日本以上に増加しており、消費の伸びが顕著であった。一方、西日本では支出は増加しているものの、購入頻度は減少しており、そうした中で、九州は支出と頻度の両方で顕著な伸びが見られた。

図 2-3-8:【地域別】豚肉の支出金額・購入頻度(左図)と 2019 年との差(右図)



③鶏肉について

支出金額だけでなく、購入数量と購入頻度も増加

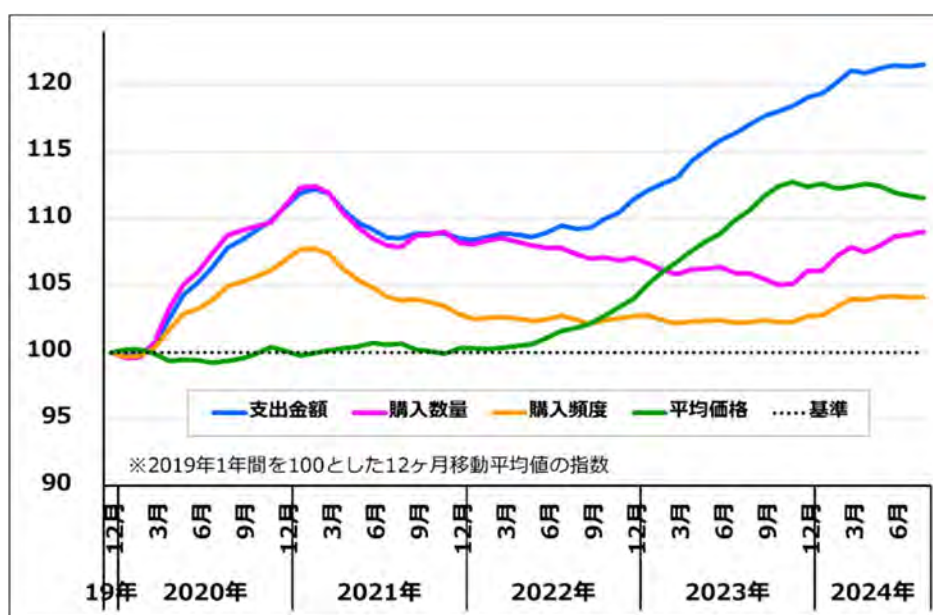
- 豚肉と同様、40-50 代の支出金額・購入頻度が大きく増加
- 20 代は購入数量・購入頻度が減少も、支出金額・平均価格はアップ
- 北海道や沖縄で支出金額が大きく増加

(ア)全体の動向

直近 1 年間(2023 年 9 月～2024 年 8 月)の鶏肉への支出金額は生鮮肉全体の 23.6%を占めている(図 2-2-1 前出)。

図 2-4-1 は鶏肉の支出金額と購入数量、購入頻度(回/100 世帯)及び平均価格(100g 単価: 金額/数量×100)について 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値の指数として比較したグラフである。数量・頻度はコロナ禍での内食需要の高まりにより大きくプラスとなった後、緩やかに減少したものの、2023 年末頃からは再び増加しており、直近で数量が 109.0、頻度が 104.1 となっている。支出金額・平均価格についても 2022 年からの価格の上昇により 2020 年を上回って推移しており、直近で支出金額が 121.5、平均価格は 111.6 と大きく増加している。

図 2-4-1: 鶏肉の項目別 12 ヶ月移動平均値指数の推移



独立行政法人農畜産業振興機構の「鶏肉の小売価格動向」で鶏肉の部位別に小売価格(国産、全国、通常価格)の月別 100g単価を見ると、2024 年 7 月時点でもも肉が最も高く 147 円、ささみ肉 140 円、手羽類 100 円、むね肉 94 円と続いている(図 2-4-2 左図)。

上記の小売価格の推移を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値の指数で見たグラフが図 2-4-2 右図である。2022 年まではいずれの部位も 2019 年と比べて横ばいか緩やかに低下していたが、それ以降価格は上昇傾向で推移している。直近の上昇の程度は 2023 年ほど急激ではなかったものの、直近でもも肉が 104.2、手羽類 103.4、むね肉 100.6 となっており、価格上昇が緩やかなささみ肉は 98.8 となっている。

図 2-4-2: 鶏肉の部位別 100g 単価の推移(左図)と 12 ヶ月移動平均値指数の推移(右図)

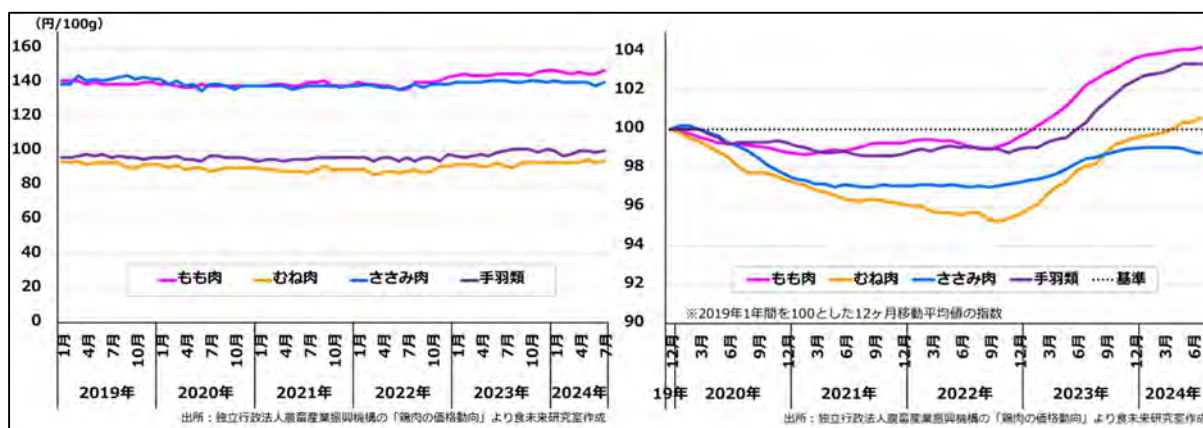
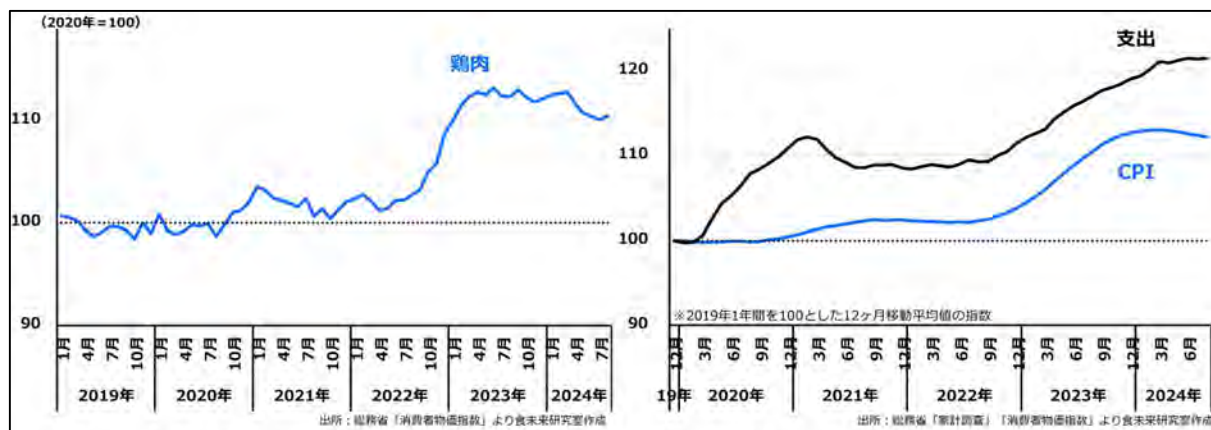


図 2-4-3 左図は鶏肉(ブロイラーもも肉)の CPI を 2020 年を 100 とした指数で表したグラフである。鶏肉も他の食肉と同様、2022 年後半から大きく上昇し、2023 年後半頃からは低下傾向で推移しているものの、高止まりしており、直近で 110.5 となっている。

鶏肉への支出金額と CPI を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値の指数で比較してみると、支出金額は 2020 年の支出が大きく増えたときだけでなく、その後も継続して CPI を上回ったまま推移している(図 2-4-3 右図)。このことは、鶏肉は価格の上昇はあったものの節約はされることなく、堅調に消費されていることを示している。

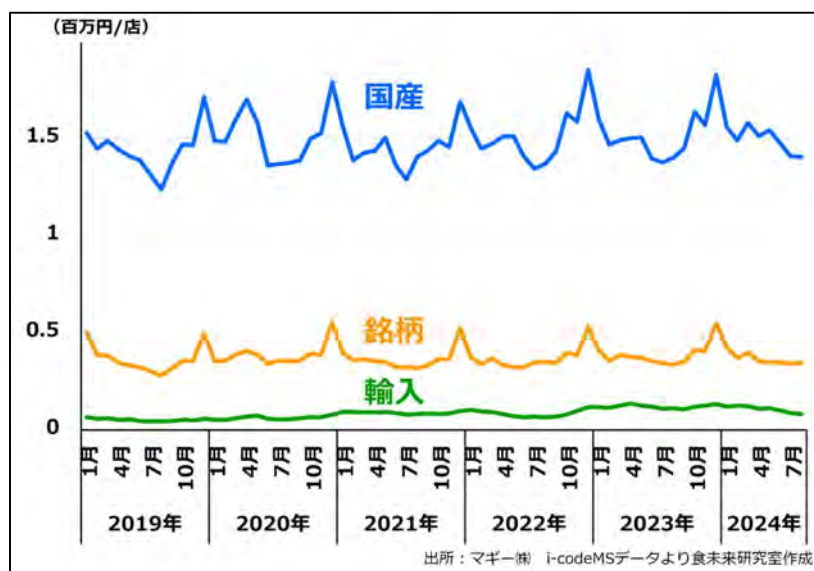
図 2-4-3: 鶏肉 CPI の推移(左図)と鶏肉への支出金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移(右図)



補足データ

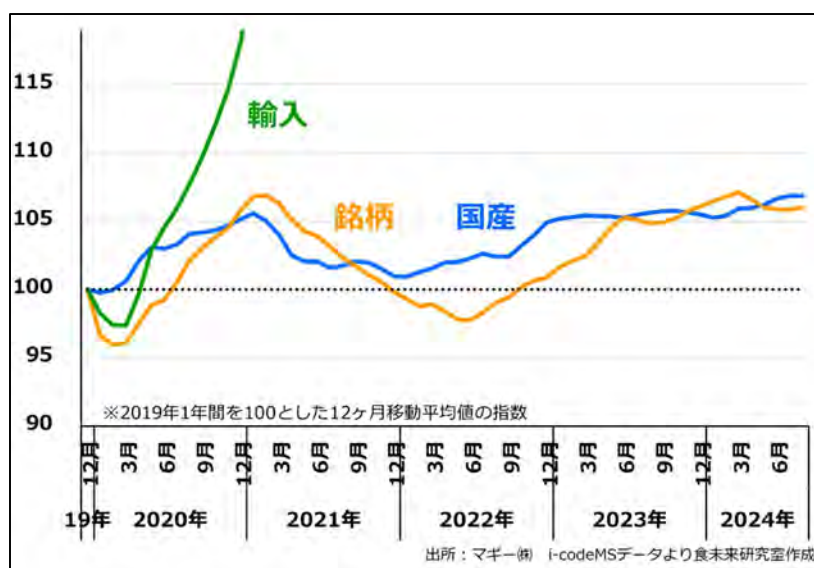
ID-POS データで国産・輸入別に食品スーパーの鶏肉売上金額の推移を見たグラフが図 2-4-4 である。国産鶏肉と輸入鶏肉の比率を見ると、国産鶏肉（銘柄鶏肉を含む）で約 9 割を占めている。月別の売上のピークは 12 月となっており、単価の高い銘柄鶏肉にその傾向がより強く出ている。

図 2-4-4: 鶏肉の国産・輸入別売上金額の推移



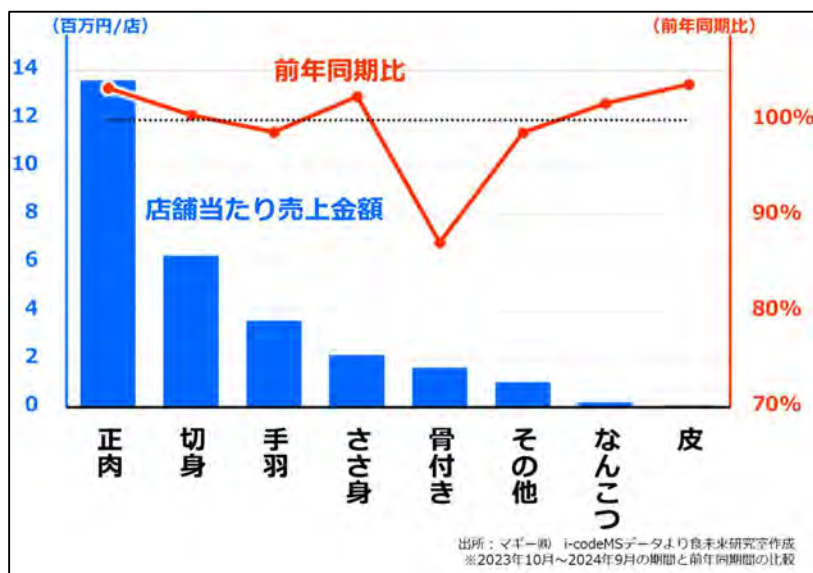
売上金額の 2019 年からの推移を 2019 年 1 年間を 100 とした 12 ヶ月移動平均値の指数で見ると、売上の少ない輸入鶏肉はコロナ禍以降大きく伸びて直近では 213.4 となっている（図 2-4-5）。一方、国産鶏肉と銘柄鶏肉は 2020 年のピーク後は低下したが、2022 年からは上昇傾向が続いており、直近では国産鶏肉が 106.9、銘柄鶏肉が 106.0 となっている。

図 2-4-5: 鶏肉の国産・輸入別売上金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移



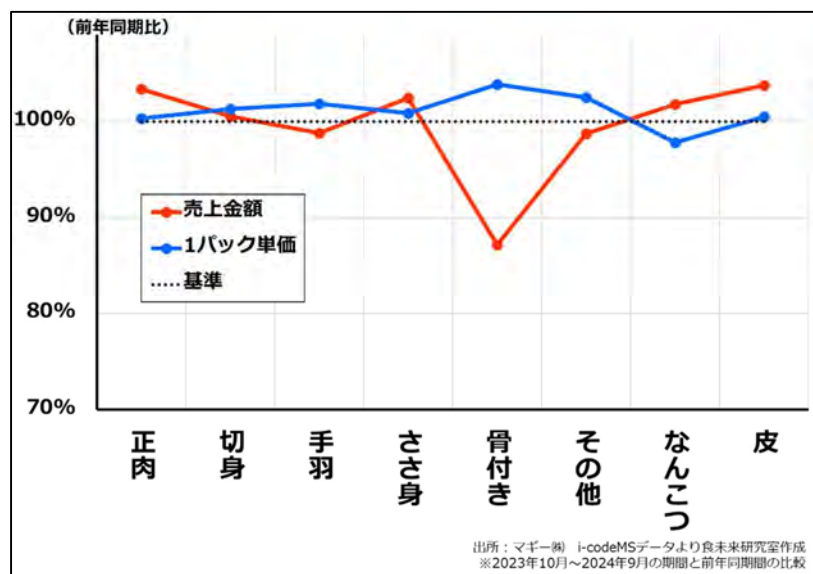
食料価格が大きく上昇し始めた 2022 年中頃からの売上金額の変化を鶏肉のカット別に見るために、2023 年 10 月～2024 年 9 月と前年同期間(2022 年 10 月～2023 年 9 月)の比較をしたグラフが図 2-4-6 である。牛肉や豚肉と比べると前年からの変化は大きくないが、最も売上金額の大きい正肉や次に大きい切身の売上は増加している。

図 2-4-6: 鶏肉のカット別売上金額と前年同期比



カット別のパック単価の前年同期比を見たグラフが図 2-4-7 である。売上金額の前年同期比を見た上図と比較すると、パック単価の変化率と負の相関がみられる。すなわち、パック単価の伸びが小さいものは売上金額の前年同期比が伸びており、伸びが大きいものは減少している傾向が見られる。単価が比較的低い鶏肉においても価格の動向が売上金額に影響している様子がうかがえる。

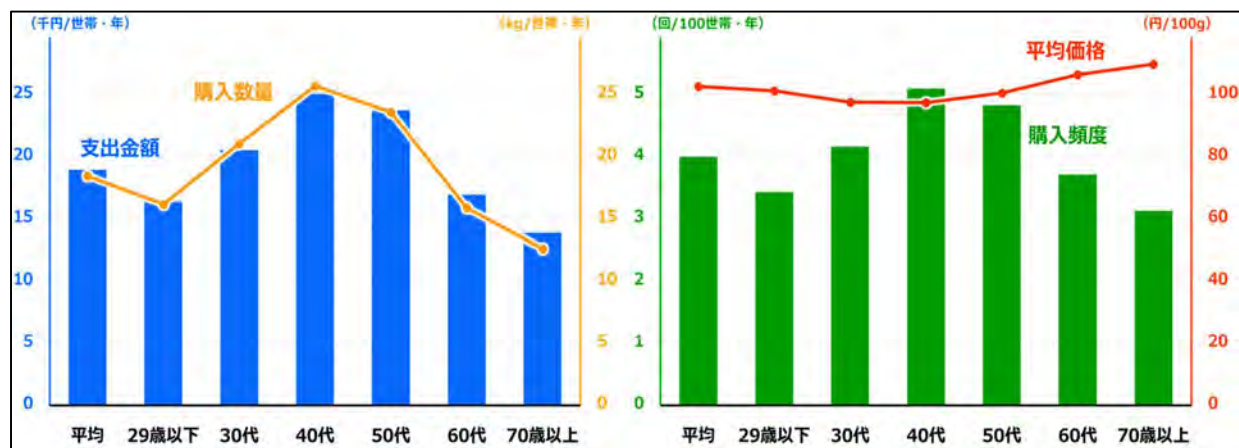
図 2-4-7: 鶏肉のカット別売上金額とパック単価の前年同期比



(イ)年代・地域別の動向

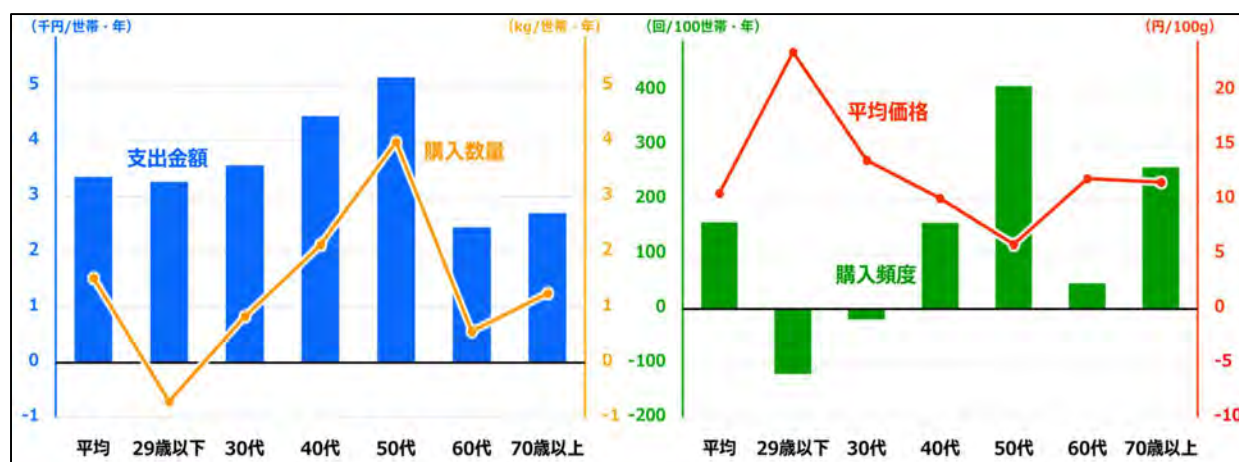
年代別に支出金額と購入数量、購入頻度(回/100世帯)及び平均価格(100g 単価)について直近1年間の状況を見たグラフが図2-4-8-1である。30～50代に注目すると、支出金額は他の年代と比べて多いものの、平均価格は比較的低い傾向が見られる。この年代は子育て世帯が多く含まれるため、質より量を重視する消費行動が影響していると考えられる。その結果、鶏肉の中でも単価の低い商品を選ぶ傾向が他の年代より強く、平均価格が抑えられていると推測される。

図2-4-8-1:【年代別】鶏肉の支出・数量・頻度・平均価格



また、2019年との差を見ても、20代を除いたすべての年代で支出金額と購入数量が増加しており、40～50代では特に大きく増加していた(図2-4-8-2)。平均価格については40～50代では増加が比較的小さかった一方で、20代では増加が顕著であった。このことから、40～50代は量を重視した消費行動が中心であるのに対し、20代では質を重視した鶏肉の選択が進んでいることがうかがえる。

図2-4-8-2:【年代別】鶏肉調査項目の2019年との差



個別調査

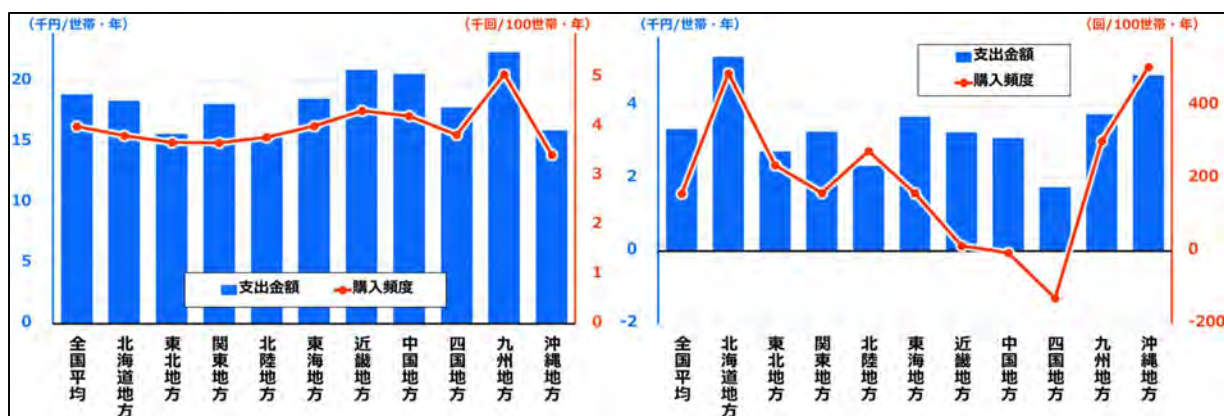
20代で見られた質を重視した鶏肉の購入であるが、個別調査した食品スーパーでも消費者の買い物スタイルが量から質へと変わってきていることを実感しているという。ベニースーパー社では特売日に来客が集中するようになっているそうだが、良い商品が安くなると購入されるが、安い商品がさらに安くなっても消費者は興味を示さないとのことで、普段からも量から質の消費に変わったと実感しているそうである。

また、サミット社では50代以上で特に高単価商材の少量規格商品が売れていたり、ダイエー社では高齢層の価値(品質、ブランド、安全性)嗜好が見られるなど、年代による傾向もあるようである。

地域別に見ると、九州をはじめとする西日本での支出金額が多くなっている(図2-4-9)。

また、2019年との差を見ても、北海道と沖縄で支出増加が顕著である中、支出金額の多い九州でも増加傾向が見られた。一方、四国は支出増加が最も小さく、中国と四国においては購入頻度がマイナスであった。

図2-4-9:【地域別】鶏肉の支出金額・購入頻度(左図)と2019年との差(右図)



④食肉の相互比較

食肉で異なる支出金額の動向

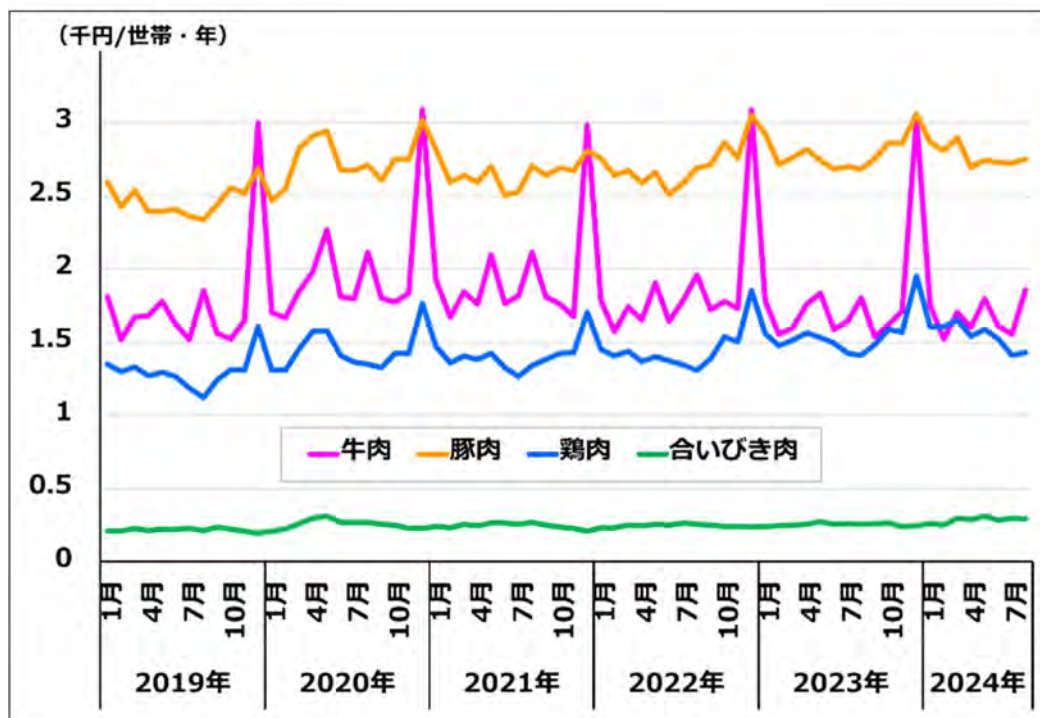
- 牛肉の価格上昇率は豚肉・鶏肉よりも低いものの、買い控えられる傾向
- 牛肉は 20 代、豚肉・鶏肉は 40-50 代の支出金額が増加
- 北海道では豚肉・鶏肉だけでなく、牛肉の支出金額も増加

牛肉、豚肉、鶏肉についてそれぞれの消費動向を見てきたが、ここではそれら 3 種類の食肉に合いびき肉を加えた 4 種類の食肉を比較し、それら食肉に対する需要の特徴を見ていきたい。

(ア) 全体の動向

前述のとおり、牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の中では、豚肉の支出金額が最も多く、全体の 42.0%を占めている。牛肉は月ごとの支出の変動が大きく、最も支出が増えるのは 12 月であるが、大型連休である 5 月や 8 月にも支出が増加している。一方で、豚肉や鶏肉も牛肉ほどではないが 12 月に支出のピークがある。合いびき肉の支出はこの中では最も少なく、また季節変動も小さく、わずかに 2020 年のコロナ禍での支出増加が見て取れる。

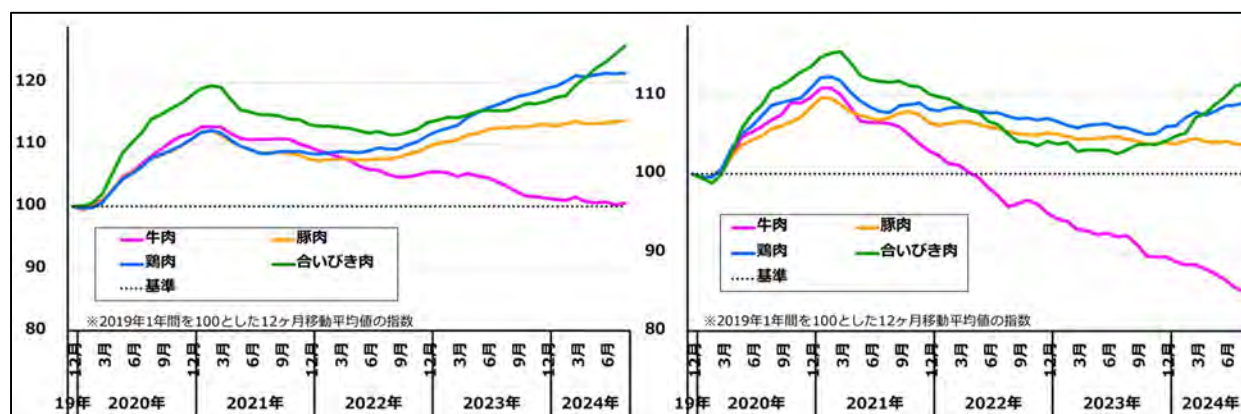
図 2-5-1: 食肉別支出金額の推移



4種類の食肉の支出金額について2019年1年間を100とした12ヶ月移動平均値の指数を見ると、いずれの食肉もコロナ禍の2020年に大きく増加した後に減少に転じたが、2022年以降は合いびき肉、鶏肉、豚肉が再び支出を伸ばす一方で、牛肉は減少が続いている。その結果、直近では合いびき肉126.0、鶏肉121.5、豚肉113.8、牛肉100.5となっている(図2-5-2左図)。

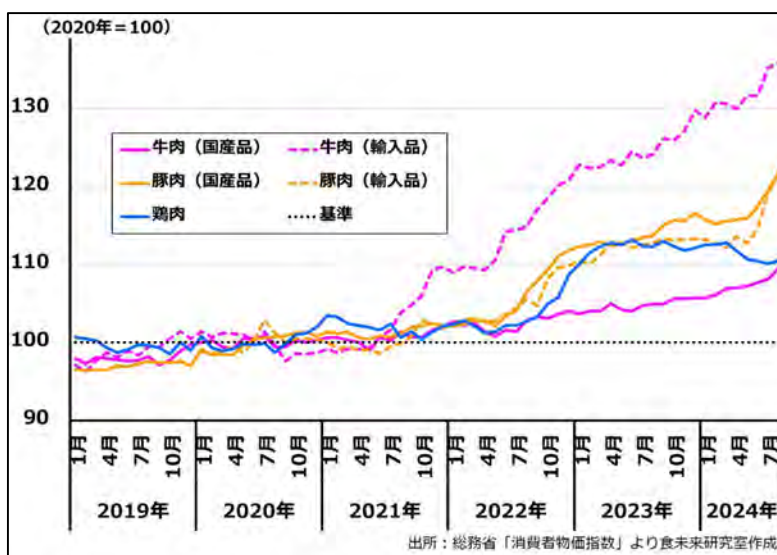
同様に購入数量の推移を見たグラフが図2-5-2右図である。先ほどの支出金額の推移では牛肉もかろうじて2019年比でプラスを維持していたが、数量では2022年前半に2019年を下回り、その後も減少が続いている。支出金額では増加傾向が見られた豚肉も、数量では2021年以降は緩やかな減少が続いている。一方で、鶏肉と合いびき肉は2023年後半から数量の増加が見られる。

図2-5-2:牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額(左図)と購入数量(右図)の12か月移動平均値指数の推移



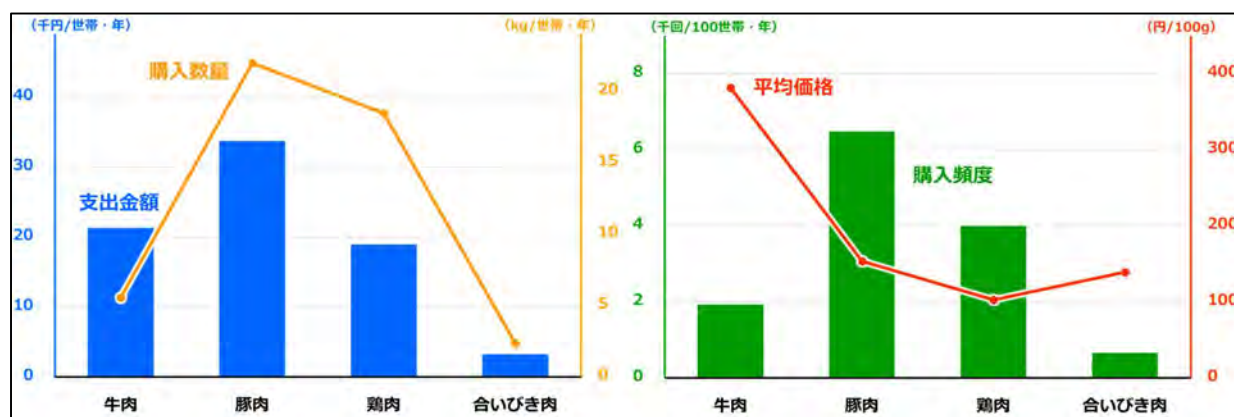
一方、2020年を100としたCPIの動向を見ると、2022年後半から豚肉と鶏肉の価格が大きく上昇し始めている(図2-5-3)。豚肉は、前述のとおり2021年頃から購入数量が減少傾向で推移しているが、一方で支出は増加しており、価格上昇が支出の増加に大きく影響していると考えられる。とは言え、平均価格が大きく上昇した2022年後半以降も豚肉と鶏肉の購入数量は大きくは減少しておらず、需要が底堅いことがうかがえる。

図2-5-3:牛肉、豚肉、鶏肉のCPIの推移



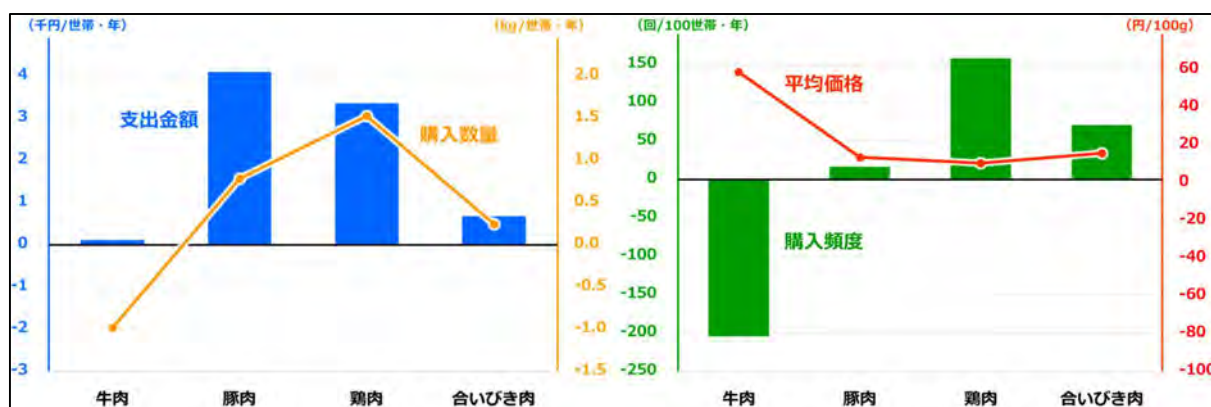
それぞれの食肉について直近 1 年間(2023 年 9 月～2024 年 8 月)の支出金額、購入数量、購入頻度(回/100 世帯)及び平均価格(100g 単価)を比較したグラフが図 2-5-4-1 であるが、豚肉への支出金額が最も大きく、世帯当たり年間約 34,000 円となっている。牛肉と鶏肉の支出金額は約 21,000 円と 19,000 円であり、大差はないものの、平均価格は牛肉の約 400 円に対し鶏肉は約 100 円と、約 4 倍の違いがある。また、購入数量で言えば牛肉は鶏肉の約 1/3 であり、購入頻度も約 1/2 と、牛肉と鶏肉の購入数量・購入頻度は大きく異なっている。牛肉は単価が圧倒的に高く、消費者の節約志向が強まっている中、購入されづらい食肉となっていることがうかがえる。

図 2-5-4-1:牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の直近の動向



直近 1 年間と 2019 年との差を見たグラフが図 2-5-4-2 である。支出金額はいずれの食肉も 2019 年よりも増加しているが、豚肉と鶏肉が 3,000～4,000 円増加したのに対し、牛肉は約 100 円しか増加しておらず、しかも購入数量ではマイナスとなっている。平均価格でも豚肉や鶏肉が 10 円前後の増加であるのに対し牛肉は約 60 円と大きく増加しており、そのことも牛肉の購入数量の減少に影響していると考えられる。

図 2-5-4-2:牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉調査項目の 2019 年との差



個別調査

食品スーパーに食肉仕入価格の値上がりと小売価格への転嫁状況、売上金額について尋ねたところ、各社状況はまちまちであった。

ダイエー社は仕入価格については牛豚鶏全体的に 5～10%程度とやや上昇したとの実感で、価格への転嫁は豚肉と牛肉は 7 割以上転嫁できているものの、鶏肉は 3 割未満とできておらず、また、売上は豚肉・鶏肉はやや増加した一方で、牛肉はやや減少したとのことであった。

サミット社は豚肉の仕入価格が 20%以上と大幅に上昇し、牛肉や鶏肉は 10-20%と豚肉よりは上昇幅が小さいものの、全体としてかなり上昇していた。価格の転嫁は 1-3 割程度と一部できている程度の状況であったが、売上は豚肉が増加、牛肉・鶏肉はやや増加となっており、また、販売点数も前年並みと値上げの影響はあまり感じられないようで、消費者も値上げに対しては理解があると感じているようであった。

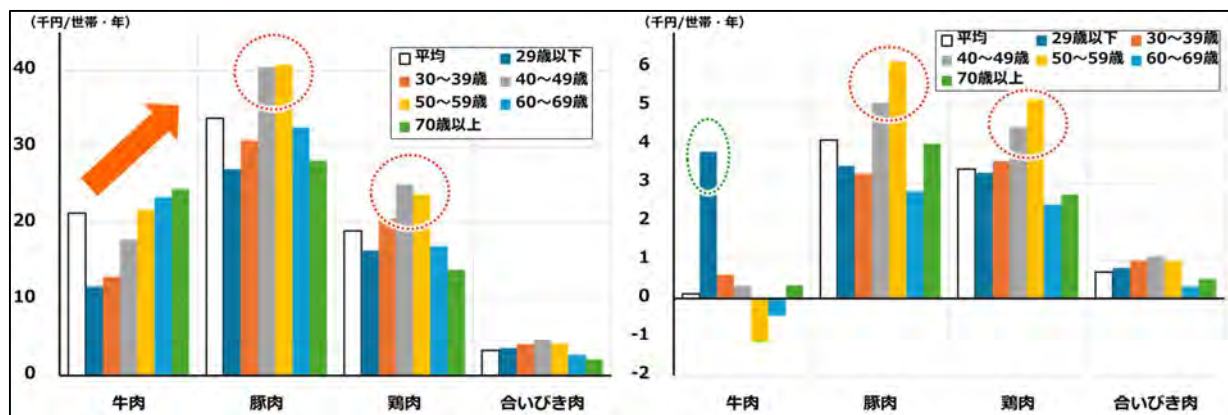
ベニースーパー社は戦略的に輸入食肉を取り扱っておらず、和牛と国産豚肉・鶏肉を販売している。輸入牛肉など安い食肉を扱えば若年層が来るが、店舗のブランディングのために扱わない方針をとっている。値上げについては企業努力ではまかなえない状況であり、このタイミングで値上げを理解してもらわないといけないと、サービスや質が伴った良質な値上げを心がけて実施しているとのことであった。

(イ)年代・地域別の動向

年代別に食肉への支出金額について直近 1 年間の状況を見たグラフが図 2-5-5 である。それぞれの食肉について年代別の支出金額を分析した結果、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額は 40 代～50 代が特に大きく、一方、牛肉については、年齢が上がるほど支出金額が増加し、70 代以上での支出が最も多くなっている。

また、2019 年との差を見ると、40 代～50 代では、牛肉の支出が減少または横ばいなのに対し、豚肉と鶏肉の支出は大きく増加していた。一方、20 代では、牛肉の支出が他の年代に比べ顕著に伸びていた。

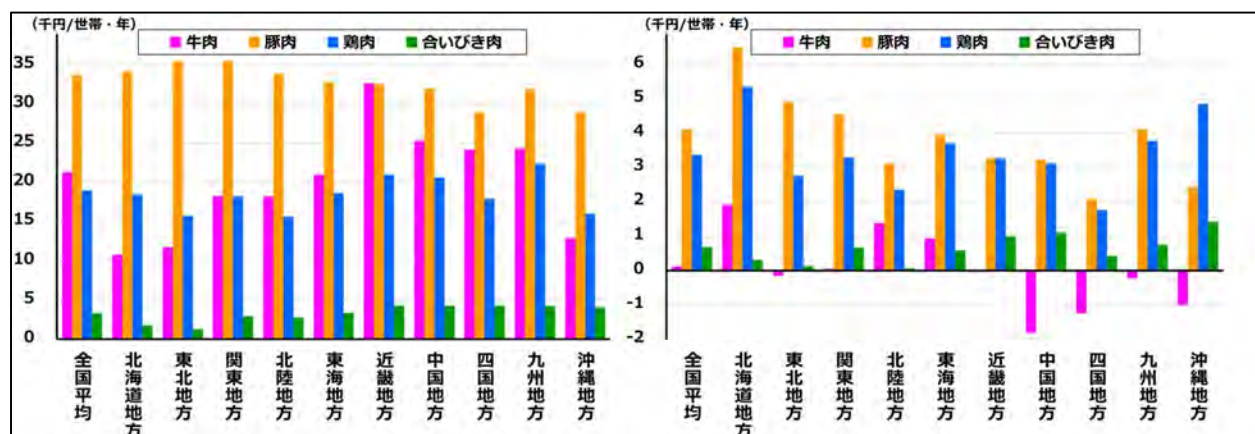
図 2-5-5:【年代別】牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額(左図)と 2019 年との差(右図)



地域別に見ると、牛肉は近畿、豚肉は東日本、鶏肉は九州で多いなど、食肉によって地域による特徴的な差異が見られる(図 2-5-6 左図)。

また、2019 年との差を見ると、支出に関しては、北海道では牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉のすべてで増加が見られ、西日本では九州において豚肉の支出が特に大きく増加していた(図 2-5-6 右図)。このように、これまでその地域でよく食べられていた食肉だけでなく、あまり食べられていなかった食肉の支出も増加している傾向が見られた。

図 2-5-6:【地域別】牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額(左図)と 2019 年との差(右図)



補足データ

食肉支出が伸びている北海道ではどのような食肉の関心が高いのだろうか。表 2-5-1 は北海道で「レシピ」と一緒に検索されている食肉や肉メニューの一覧である。これを見ると、北海道では豚ももブロック肉や豚もも薄切り肉、しゃぶしゃぶ肉などを使ったレシピへの関心が高いことがわかる。これらの食肉について積極的にメニュー提案していくことで消費を増やす余地があると考えることができる。

表 2-5-1: 北海道で特徴的に検索されている食肉や料理メニュー

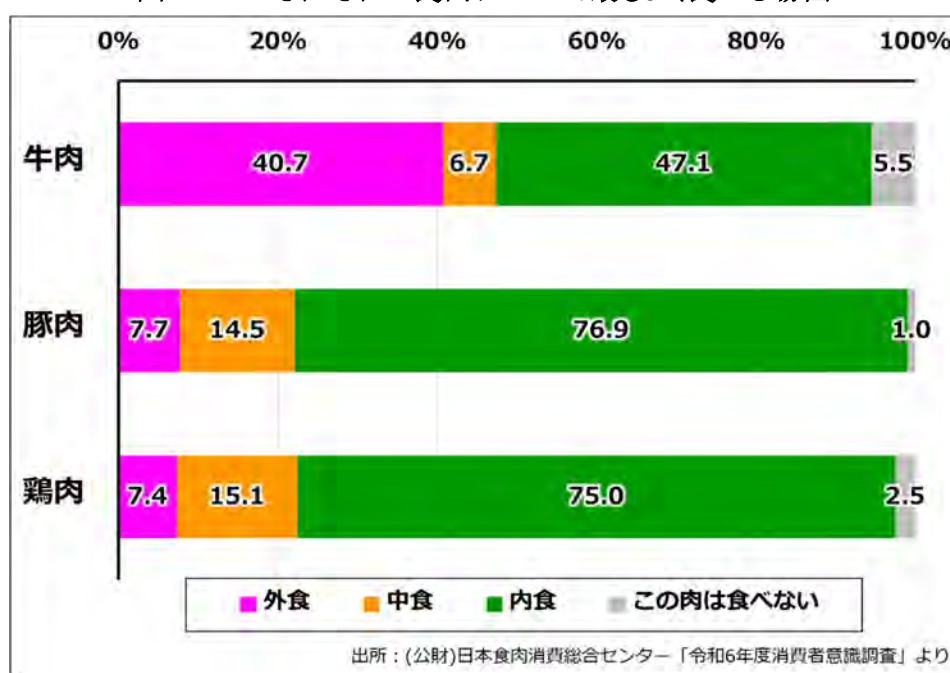
順位	検索キーワード	検索人数
1	豚ももブロック レシピ	70,000
2	豚もも薄切り レシピ 殿堂	38,300
3	ジンギスカン レシピ	38,000
4	しゃぶしゃぶ肉 レシピ	35,000
5	牛バラ肉 レシピ	29,600
6	ポークチャップ レシピ	29,000
7	牛バラ 薄切り レシピ	26,300
8	ラム肉 レシピ	24,200
9	豚切り落とし レシピ	18,000
10	ザンギ レシピ	17,600

出所：各種検索データより食未来研究室作成
※2023年1年間

補足データ

「消費者意識調査」で牛肉・豚肉・鶏肉の喫食場面について尋ねた設問(Q6 牛肉・豚肉・鶏肉について最もよく食べる場面は?)があるが、それによると「牛肉」は40.7%が外食、47.1%が内食で消費されており、外食での消費割合が他の食肉よりも多かった(図2-5-7)。また、年代別で見ると、若年層ほど外食の選択率が高かった。こうした結果から、若年層は他の年代以上に牛肉の多くを外食で食べていると予想される。実際、前述のとおり(P35)、牛肉の消費が多い外食の焼肉への支出は近年増加しており、若年層ほどその伸びは大きいものとなっている。

図2-5-7:それぞれの食肉について最もよく食べる場面

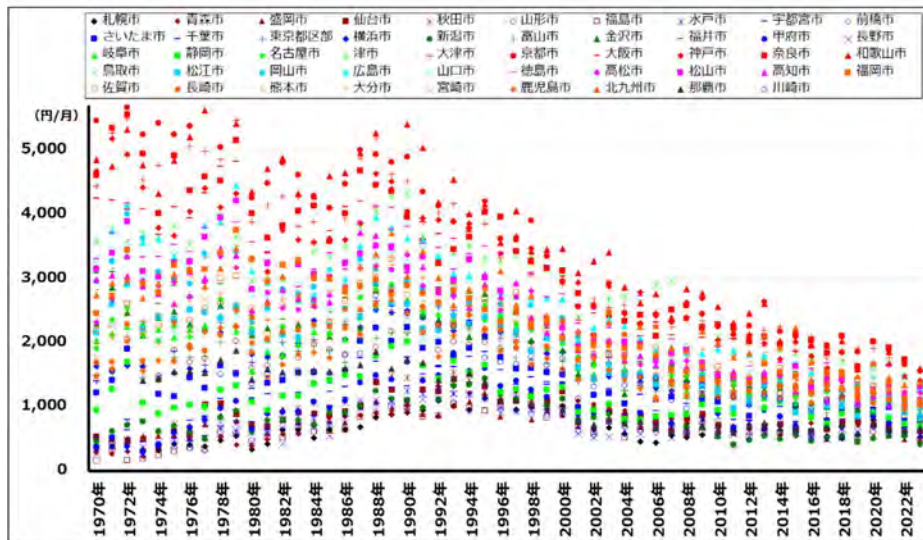


また、外食では最近、「新しいスタイルのすき焼き店」の話題をよく耳にする。1人用のすき焼きをカウンター席で提供するスタイルが特徴で、メニューは一つだけの定食形式であり、野菜なしの肉のみを味わう内容である。大判の国産黒毛和牛が1枚だけではあるが、十分に食べ応えがあり、1食2,000円程度と他の外食と比べると値段は高いものの、すき焼き専門店と比べればリーズナブルで、1人でも入りやすいこともあって人気が高いそうである。このように、今までは料金や人数の面から利用しづらかった業態を、リーズナブルで1人でも入りやすいスタイルに変えることで新たな顧客を獲得することができている。このような経験により美味しい食肉との接触が増えることで、家庭での食肉の利用も増えていくのではないと思われる。

平準化する食肉消費の地域差～牛肉の52都市別支出金額推移～

図 2-5-8 は都市別の 1 人 1 ヶ月当たりの牛肉支出金額(等価消費(※)で世帯人員を、CPI で物価を調整済み)を 1970 年から 2023 年の推移をプロットしたグラフである。1970 年には最大と最小の差が 33.7 倍と大きく開いていた地域差は、年を経るごとに収束して 2023 年には 3.8 倍となった。赤色の近畿圏の都市がグラフの上の方に集中しているが、これらの都市で支出が大きく減少していることが見て取れる。

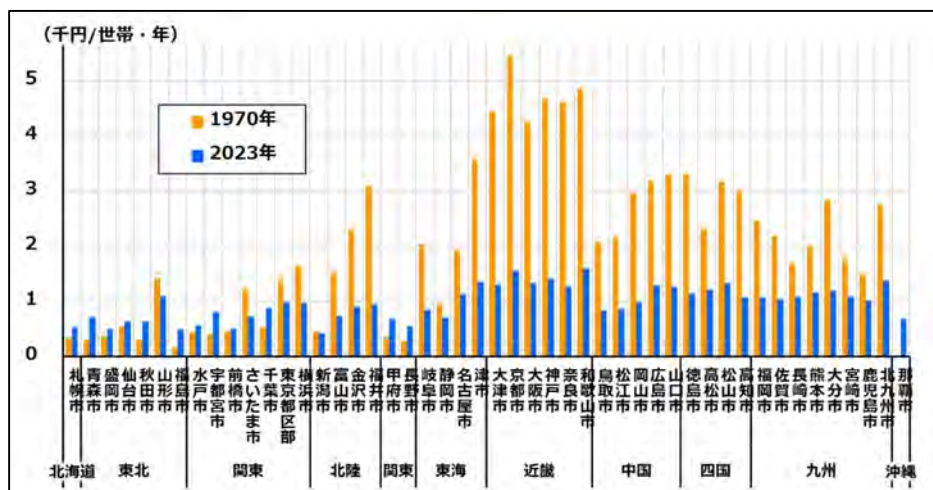
図 2-5-8:都市別の牛肉支出金額の推移



(※)等価消費:世帯単位の支出を世帯人員の平方根で除することにより、世帯人員の差異を調節した 1 人当たりの支出。

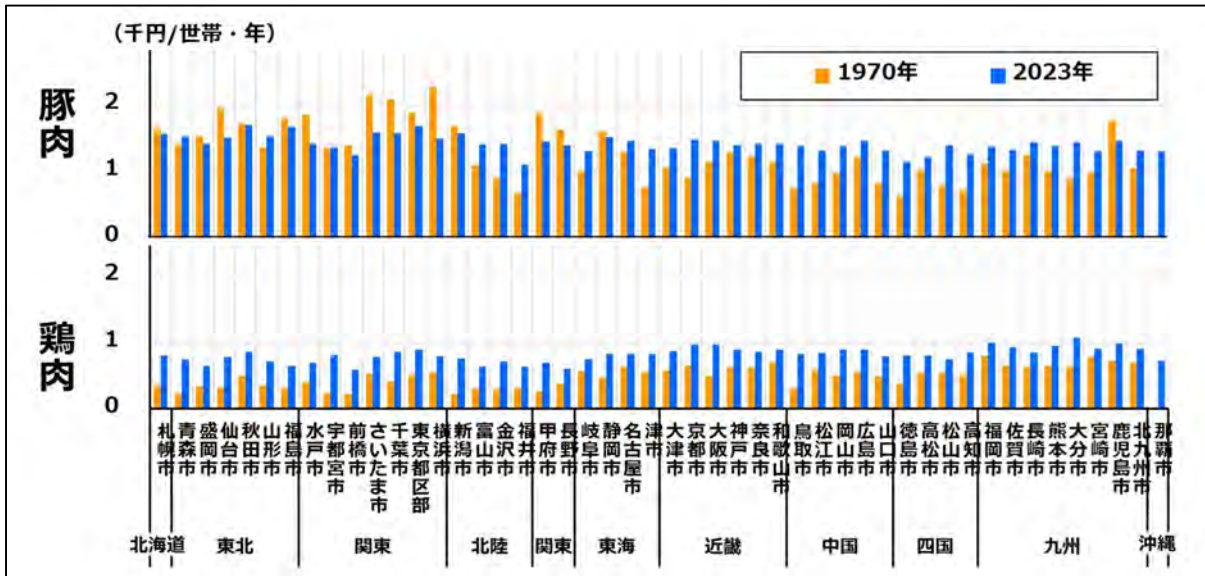
図 2-5-9 は都市別の牛肉支出金額について 1970 年と 2023 年を比較したグラフである。近畿を中心に西日本での支出が大きく減少している一方、北海道や東北では増加している。増加金額を見るとわずかではあるものの、今まで牛肉があまり食べられていなかった地域では、まだまだ消費の伸び代があると考えられる。

図 2-5-9:牛肉への都市別 1 人 1 か月当たり支出金額の変化



ちなみに、豚肉や鶏肉の支出金額についても同様に比較したグラフが図 2-5-10 である。牛肉ほどの大きな変化は見えにくいですが、豚肉は西日本で支出が伸びている一方、東日本では減少した都市が多かった。また、鶏肉についてはいずれの都市も増加しているが、特に東日本での伸びが目立っている。この結果、豚肉と鶏肉は牛肉以上に支出金額の地域差が少なくなっている。

図 2-5-10: 豚肉・鶏肉への都市別 1 人 1 か月当たり支出金額の変化



総括

I. 家計支出の動向

近年の物価上昇は家計支出に大きな影響を与えている。約 30 年間横ばいで推移していた物価は、2022 年から大きく上昇し、それに伴い消費支出も増加した。

消費支出の中で食料費は最も大きな割合を占めており、コロナ禍前の 2019 年からの動向を見ると、2022 年以降の物価上昇によって支出金額が増加している。しかし、消費者物価指数 (CPI) との関係から見れば、食料費をはじめと多くの支出項目で節約の動きが見られる。なお、実収入が他の世代以上の伸び率となっている 20 代は消費意欲が旺盛で、食料費をはじめ様々な支出項目で支出金額が増加している。

内食・中食・外食別では、物価の上昇により食料費の節約志向が強まる中、内食への支出が増加している一方で、コロナ禍で大幅に減少した外食への支出も 2019 年を上回る水準まで回復している。そうした中、中食への支出はこの 5 年間、安定的に増加を続けている。年代別では、2019 年と比べると、20 代が内食と外食の両方に対する支出を大きく伸ばしており、地域別では、北海道や東海、四国で外食への支出が低迷する一方、内食への支出が伸長する傾向が見られた。

食料支出において内食に分類される項目 (食材) は、2019 年と比べると、穀類を除いて購入頻度が減少しているが、その中で肉類の購入頻度は比較的減少が少なく、また、支出金額は 20 代の伸びが最も大きかった。地域別の傾向としては、北海道では肉類、四国では魚介類への支出が増加しており、地域ごとに異なる消費傾向が見られた。

II. 食肉の消費動向

食肉の消費において、生鮮肉と加工肉の支出金額の比率は 8:2 となっており、生鮮肉への支出が圧倒的に多い。いずれの支出もコロナ禍以降好調に推移してきたが、2023 年中頃からは節約傾向が見られる。直近 1 年間 (2023 年 9 月～2024 年 8 月) の生鮮肉への支出金額を見ると、40～50 代が最多で、20 代が最少であるものの、2019 年と比べると、20 代は他の世代以上に増加していた。また、地域別の動向を見ると、支出金額は西日本で多い傾向であり、北海道は全国平均よりも少ないが、2019 年と比べると、他の地域より突出して増加しており、消費の変化が見られた。

牛肉は、購入数量や購入頻度は減少しているものの、2021 年中頃からの物価高の影響で支出金額は 2019 年並みを維持している。輸入牛肉は、2021 年中頃以降、国産牛肉と比べて値上がり幅が大きく、その消費も減少が続いている。年代別では、高齢層ほど支出金額や購入頻度が多いが、2019 年と比べると、ほとんどの年代で購入数量が減少する中、20 代は増加しており、牛肉消費の好調がうかがえる。また、西日本で支出金額が多いが、2019 年から増加したのは、北海道、北陸、東海であった。

豚肉は生鮮肉の中で最も支出金額が多く、購入数量と購入頻度は緩やかに減少しているものの、依然として底堅い需要を維持している。ただ、豚肉もここ数ヶ月ほどで CPI が大きく上昇しており、食品スーパーの売上金額を見ると、国産豚肉は 2019 年と比べてプラスで推移しているものの、輸入豚肉は下回って推移している。年代別では 40～50 代の支出金額と購入数量がともに多く、また、2019 年からの伸びも大きく、特に 50 代で購入数量の増加が顕著であった。地域別では東日本での需要が強く、支出金額は西日本以上に増加していた。

鶏肉は、支出金額だけでなく、購入数量と購入頻度も増加している。2022 年後半から CPI は大きく上昇し、高止まりしているが、支出金額は CPI を上回って推移しており、価格の上昇はあったものの、堅調に消費されている。年代別では、40～50 代において支出金額と購入頻度が多く、2019 年と比べても大きく増加していた。また、年代による平均価格の増加幅の差が他の食肉以上に大きく、年代による質・量の重視傾向の違いがうかがえた。さらに、地域別では九州をはじめとする西日本での支出金額が大きいのが、2019 年からの伸びは北海道や沖縄で顕著であった。

牛肉・豚肉・鶏肉と合いびき肉の 4 種類について比較すると、支出金額等の動向が異なっていることがわかる。2019 年と比べると、牛肉は価格上昇の影響で支出金額こそ 2019 年比でプラスを維持しているが、購入数量は減少しており、買い控えの傾向がうかがえた。支出金額は増加傾向で推移している豚肉も、購入数量は 2021 年以降緩やかな減少傾向が続いている。鶏肉と合いびき肉は支出金額・購入数量ともにここ 1 年ほどで大きく増加している。一方で、年代別に見ると、牛肉は 20 代、豚肉・鶏肉は 40～50 代の支出金額が増加しており、年代ごとの消費傾向が異なっていた。地域別では、牛肉は近畿、豚肉は東日本、鶏肉は九州という地域的な差異は依然として見られるが、2019 年と比べると、肉類の消費が弱かった北海道で豚肉・鶏肉だけでなく、牛肉や合いびき肉の支出金額も増加しており、また、九州で豚肉の支出金額が大きく増加する等、地域ごとの肉類消費の変化が見られた。

まとめ

本調査では、食肉を含む消費全体の動向や食品、モノ、サービスの価格変化を、家計収支や物価指数などのデータをもとに分析した。

家計の支出金額は増加している。しかし、値上がりによる影響が大きく、実際の購入数量は減少していることから、消費者の節約傾向が強まっていることがわかる。このような状況下で、食料費への支出は他の項目と比べて増加しており、また、中食や外食よりも家庭で料理する肉食への支出が増加している。

食肉についても支出が伸びており、豚肉や鶏肉の消費は堅調である。一方、牛肉への支出は減少しているものの、20 代やこれまで牛肉消費の少なかった地域などは増加している。テレビや SNS の影響もあり、年代や地域ごとの嗜好性は変化してきていることを踏まえると、今後は、話題性のある商品やメニューを取り入れた提案が需要の掘り起こしに重要になってくると思われる。

食肉消費は概ね堅調である一方、肉用牛農家の減少や気候変動、買い負けなどの影響で、今後、生産量や供給量が減少する可能性がある中、ベニースーパー社の次の言葉が印象的であった。「供給できる商品が限られてきている昨今、生産者は供給先の小売店を選ぶようになってきていると感じる。小売店がしっかりと利益を上げて生産者と WIN-WIN の関係を作れるところにしか商品を卸してくれなくなっている。以前のような薄利多売を求める販売方法ではなくなっている。」

今後、小売店は消費者のニーズに応えるだけでなく、生産者との間においても商品の供給と販売について持続的な信頼関係を築くよう配慮していく必要があるだろう。同時に、消費者も店頭に並ぶ商品の背後にいる生産者を意識して購入することが、豊かな食生活を維持していく上でのポイントとなるものと思われる。

データ表

図 1-1-1：消費者物価指数の年次推移

	総合 (2020年 = 100)
1970年	30.9
1971年	32.9
1972年	34.5
1973年	38.6
1974年	47.5
1975年	53.1
1976年	58.1
1977年	62.8
1978年	65.5
1979年	67.9
1980年	73.2
1981年	76.7
1982年	78.9
1983年	80.3
1984年	82.2
1985年	83.8
1986年	84.3
1987年	84.4
1988年	85.0
1989年	86.9
1990年	89.6
1991年	92.6
1992年	94.1
1993年	95.4
1994年	96.0
1995年	95.9
1996年	96.0
1997年	97.7
1998年	98.3
1999年	98.0
2000年	97.3
2001年	96.7
2002年	95.8
2003年	95.5
2004年	95.5
2005年	95.2
2006年	95.5
2007年	95.5
2008年	96.8
2009年	95.5
2010年	94.8
2011年	94.5
2012年	94.5
2013年	94.9
2014年	97.5
2015年	98.2
2016年	98.1
2017年	98.6
2018年	99.5
2019年	100.0
2020年	100.0
2021年	99.8
2022年	102.3
2023年	105.6

図 1-1-2：CPI の年月別推移

図 1-1-3：消費支出と CPI の 12 ヶ月
移動平均値指数の推移

		総合 (2020年 = 100)	支出金額 (円/世帯)
2019年	1月	99.7	296,345
	2月	99.7	271,232
	3月	99.7	309,274
	4月	100.0	301,136
	5月	100.0	300,901
	6月	99.8	276,882
	7月	99.8	288,026
	8月	100.0	296,327
	9月	100.1	300,609
	10月	100.4	279,671
	11月	100.5	278,765
	12月	100.5	321,380
2020年	1月	100.5	287,173
	2月	100.3	271,735
	3月	100.3	292,214
	4月	100.2	267,922
	5月	100.1	252,017
	6月	99.9	273,699
	7月	100.0	266,897
	8月	100.1	276,360
	9月	99.9	269,863
	10月	99.8	283,508
	11月	99.5	278,718
	12月	99.3	315,007
2021年	1月	99.8	267,760
	2月	99.8	252,451
	3月	99.9	309,800
	4月	99.1	301,043
	5月	99.4	281,063
	6月	99.5	260,285
	7月	99.7	267,710
	8月	99.7	266,638
	9月	100.1	265,306
	10月	99.9	281,996
	11月	100.1	277,029
	12月	100.1	317,206
2022年	1月	100.3	287,801
	2月	100.7	257,887
	3月	101.1	307,261
	4月	101.5	304,510
	5月	101.8	287,687
	6月	101.8	276,885
	7月	102.3	285,313
	8月	102.7	289,974
	9月	103.1	280,999
	10月	103.7	298,006
	11月	103.9	285,947
	12月	104.1	328,114
2023年	1月	104.7	301,646
	2月	104.0	272,214
	3月	104.4	312,758
	4月	105.1	303,076
	5月	105.1	286,443
	6月	105.2	275,545
	7月	105.7	281,736
	8月	105.9	293,161
	9月	106.2	282,969
	10月	107.1	301,974
	11月	106.9	286,922
	12月	106.8	329,518
2024年	1月	106.9	289,467
	2月	106.9	279,868
	3月	107.2	318,713
	4月	107.7	313,300
	5月	108.1	290,328
	6月	108.2	280,888
	7月	108.6	290,931
	8月	109.1	297,487

※グラフの元データ

図 1-1-4 : 【年代別】世帯当たり実収入と 2019 年比

(単位:円/世帯・月、%)

	平均	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～
実収入	625,580	544,481	598,292	678,385	709,212	499,575	406,651
2019年比	106.7	117.7	107.3	108.7	104.0	108.5	101.3

※実収入は2023年9月～2024年8月の1年間

図 1-1-5 : 【年代別】世帯当たり消費支出と 2019 年比

(単位:円/世帯・月、%)

	平均	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～
消費支出	321,898	270,620	275,821	324,502	360,161	316,828	277,934
2019年比	99.4	122.3	95.7	97.0	99.3	103.3	102.9

※消費支出は2023年9月～2024年8月の1年間

図 1-1-6 : 【年代別】実収入の内訳別の 2019 年との差

(単位:円/世帯・月)

	平均	～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳～
世帯主収入	15,886	20,964	7,799	26,568	11,625	28,928	-8,235
世帯主の配偶者の収入	19,372	40,312	28,483	25,361	17,835	8,594	12,269
他の世帯員収入	809	14,966	2,436	136	-1,509	-486	-5,705
その他	3,364	5,829	1,988	1,976	-872	2,286	6,772
合計	39,431	82,071	40,707	54,042	27,080	39,322	5,102

※2023年9月～2024年8月の1年間

図 1-1-7 : 夫が有業の世帯の妻の
就業状態別割合 (2022 年)

(単位:%)

（単位：％）

	夫が有業			妻が無業
	妻が有業		妻が無業	
	正社員	パート		
総数	42.1	28.0	29.9	
30歳未満	60.8	16.5	22.7	
30～39歳	51.7	23.6	24.7	
40～49歳	45.5	32.6	21.9	
50～59歳	41.3	34.0	24.7	
60～69歳	33.2	28.9	37.9	
70歳以上	32.5	12.5	55.0	

出所：総務省「就業構造基本調査」より食未来研究室作成

図 1-2-1 : 消費支出 10 大費目別の支出金額構成比

(単位:円/世帯・年、%)

	支出金額	構成比
食料	1,064,928	29.9
住居	211,902	5.9
光熱・水道	269,021	7.6
家具・家事用品	154,326	4.3
被服及び履物	120,367	3.4
保健医療	182,997	5.1
交通・通信	502,608	14.1
教育	139,346	3.9
教養娯楽	359,342	10.1
その他の消費支出	557,534	15.7
合計	3,562,371	100

※2023年9月～2024年8月の1年間

図 1-2-2：消費支出 10 大費目別支出金額 12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)

		食料	住居	光熱・水道	家具・ 家事用品	被服及び 履物	保健医療	交通・通信	教育	教養娯楽	その他の 消費支出
2019年	1月	75,783	16,278	27,288	10,455	12,639	13,363	41,515	10,884	29,377	58,760
	2月	71,507	14,347	29,286	9,119	8,906	13,110	44,418	9,652	26,577	44,311
	3月	80,302	16,090	26,828	10,724	13,286	13,988	47,212	13,839	31,014	55,991
	4月	77,463	14,912	23,455	9,631	11,501	13,198	43,064	22,023	31,858	54,032
	5月	81,049	18,692	23,224	12,061	12,428	13,178	44,881	13,111	32,370	49,907
	6月	77,452	17,085	18,933	12,492	11,105	14,174	40,359	7,991	29,805	47,485
	7月	79,879	19,267	17,679	12,764	10,720	14,418	45,524	9,294	29,737	48,743
	8月	85,996	16,260	17,990	13,447	9,131	13,423	47,721	7,569	33,754	51,035
	9月	79,894	17,869	19,343	16,363	10,581	15,150	45,913	14,912	30,910	49,675
	10月	77,542	17,370	18,565	9,515	10,164	13,727	40,531	13,403	27,538	51,315
	11月	78,575	19,009	18,670	10,747	12,452	14,783	41,876	7,342	29,904	45,407
	12月	100,093	18,056	22,149	13,278	12,763	15,611	42,754	7,918	35,305	53,454
2020年	1月	76,011	16,070	25,688	9,481	12,184	13,880	38,918	8,719	28,174	58,048
	2月	75,469	14,966	27,273	10,084	8,324	14,236	42,390	8,392	25,597	45,005
	3月	79,509	16,811	26,712	10,699	9,956	14,143	47,231	10,530	24,996	51,628
	4月	73,919	16,642	24,734	9,705	5,199	12,894	39,111	19,278	21,123	45,318
	5月	78,272	14,170	21,358	12,620	7,780	12,322	34,248	9,288	20,325	41,634
	6月	77,246	18,584	19,777	16,414	10,780	14,529	37,746	6,901	23,710	48,011
	7月	79,290	16,911	17,779	15,368	8,659	15,090	36,535	8,214	23,874	45,178
	8月	85,038	16,756	18,747	14,933	7,379	15,041	41,833	7,125	25,234	44,274
	9月	78,710	17,001	19,679	12,198	7,564	13,312	41,869	12,477	24,228	42,826
	10月	79,878	19,753	19,355	13,413	10,609	15,822	38,946	14,511	26,470	44,752
	11月	79,781	19,977	19,538	12,127	10,394	15,135	42,422	9,072	26,079	44,193
	12月	99,252	20,848	21,393	15,456	11,269	15,150	38,408	9,009	30,034	54,189
2021年	1月	74,250	15,448	25,398	11,419	8,769	12,995	36,906	8,770	22,414	51,391
	2月	72,308	15,138	26,592	9,705	6,949	13,219	36,407	11,579	21,169	39,386
	3月	79,329	21,666	27,401	11,821	10,473	15,088	45,750	13,727	28,160	56,386
	4月	75,640	19,546	22,797	10,860	9,626	13,997	45,874	22,440	26,714	53,548
	5月	79,244	18,598	20,773	12,540	8,811	14,145	41,661	11,550	25,353	48,389
	6月	76,092	19,127	18,747	13,065	9,188	14,879	34,910	7,854	23,787	42,636
	7月	80,313	16,963	17,099	14,420	8,957	13,960	39,465	7,479	24,733	44,320
	8月	81,412	18,117	19,052	13,978	6,579	13,727	37,731	7,423	25,155	43,464
	9月	76,673	18,296	19,355	10,436	6,948	14,533	36,623	15,237	22,880	44,324
	10月	79,543	17,700	19,076	11,281	9,625	14,914	39,959	17,186	26,115	46,596
	11月	78,490	17,200	19,821	12,141	11,333	15,241	41,778	8,907	26,176	45,942
	12月	99,518	22,251	22,260	13,540	11,493	15,070	40,275	10,702	30,372	51,725
2022年	1月	75,974	17,643	27,663	11,673	9,409	14,122	45,126	8,531	23,621	54,040
	2月	71,655	14,467	31,233	9,142	6,268	13,106	37,579	10,024	22,655	41,758
	3月	79,982	17,487	30,873	11,258	10,552	14,839	46,307	12,773	28,141	55,048
	4月	77,014	17,725	27,044	10,860	10,552	13,984	42,053	24,080	28,600	52,598
	5月	82,066	17,495	23,879	12,685	9,960	13,859	40,384	10,447	28,155	48,757
	6月	78,160	22,101	20,753	12,829	9,303	15,372	38,655	7,541	27,278	44,892
	7月	82,750	20,625	19,207	14,153	9,137	15,162	42,133	8,753	27,705	45,687
	8月	85,949	18,059	21,341	13,010	7,218	15,696	42,384	7,997	30,826	47,495
	9月	80,789	17,679	21,893	12,711	7,594	14,289	40,104	13,946	26,338	45,657
	10月	84,151	19,482	22,335	12,646	11,339	15,527	41,346	14,023	28,459	48,699
	11月	81,509	21,000	22,265	12,346	10,547	15,828	41,340	7,928	28,104	45,080
	12月	102,662	20,056	25,806	15,366	12,043	15,777	41,004	11,219	31,544	52,635
2023年	1月	81,152	16,230	33,465	11,425	10,203	13,186	45,610	7,767	28,459	54,151
	2月	76,771	15,499	35,275	9,800	7,168	13,372	39,746	8,513	25,491	40,578
	3月	84,743	17,315	32,022	11,801	11,097	15,748	48,448	10,731	31,775	49,077
	4月	82,565	15,660	26,419	11,124	9,907	14,572	43,908	19,618	30,837	48,466
	5月	86,750	17,498	22,820	12,658	9,848	13,810	36,564	11,632	30,192	44,671
	6月	81,412	22,311	19,505	11,478	9,248	14,408	41,057	6,905	27,528	41,691
	7月	87,528	17,441	17,911	15,397	10,166	14,324	40,865	7,111	28,232	42,760
	8月	91,014	19,620	18,624	13,219	7,089	14,260	43,843	6,999	33,366	45,127
	9月	84,837	16,339	18,860	11,517	6,417	14,416	46,647	12,758	27,114	44,064
	10月	87,387	21,540	19,668	11,776	10,542	16,309	44,950	15,703	30,231	43,869
	11月	86,395	16,939	19,576	13,712	12,514	15,697	40,294	7,150	30,317	44,329
	12月	108,101	19,761	22,119	14,595	11,525	16,633	42,121	10,492	33,639	50,533
2024年	1月	83,399	13,274	26,109	11,952	10,699	14,592	40,814	10,202	27,673	50,753
	2月	82,072	17,270	27,860	10,095	8,206	14,893	40,442	12,199	26,955	39,876
	3月	90,461	16,592	27,616	12,119	11,434	15,868	51,214	12,085	32,111	49,214
	4月	83,816	16,482	25,614	11,619	11,269	14,929	40,495	24,487	29,738	54,851
	5月	87,511	17,130	21,983	11,715	10,028	14,865	38,992	12,585	29,114	46,406
	6月	85,657	17,284	19,439	14,729	10,224	14,944	40,642	7,331	28,771	41,867
	7月	88,548	20,795	19,289	15,651	9,799	14,772	39,572	7,666	31,114	43,725
	8月	96,744	18,496	20,888	14,846	7,710	15,079	36,425	6,688	32,565	48,047

※グラフの元データ

図 1-2-3：消費支出 10 大費目別の支出金額と CPI の 2019 年比

(単位:円/世帯・年、%)

	支出金額	2019年比	
	2023年9月 ～2024年8月	支出金額	CPI
食料	1,064,928	110.3	117.6
住居	211,902	103.2	103.3
光熱・水道	269,021	102.1	107.5
家具・家事用品	154,326	109.8	119.6
被服及び履物	120,367	88.7	108.5
保健医療	182,997	108.8	102.5
交通・通信	502,608	95.6	97.0
教育	139,346	101.0	94.1
教養娯楽	359,342	97.6	110.6
その他の消費支出	557,534	91.4	102.3
合計	3,562,371	-	-

図 1-2-4：【年代別】消費支出 10 大費目別支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額 (2023年9月～2024年8月)						
	平均	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
食料	1,064,928	776,068	975,827	1,105,135	1,143,029	1,116,326	1,010,007
住居	211,902	516,668	251,450	205,468	213,099	226,906	182,540
光熱・水道	269,021	217,100	229,757	255,487	282,912	284,140	273,095
家具・家事用品	154,326	181,716	159,409	151,817	162,381	173,405	137,998
被服及び履物	120,367	123,555	136,496	160,331	158,457	118,729	74,896
保健医療	182,997	158,392	151,830	150,518	165,419	209,084	205,154
交通・通信	502,608	551,804	507,063	561,956	671,784	572,606	335,911
教育	139,346	18,874	104,854	321,283	335,594	42,093	4,593
教養娯楽	359,342	327,640	361,484	430,092	390,483	372,080	300,424
その他の消費支出	557,534	401,235	435,902	543,774	748,583	604,217	471,385
合計	3,562,371	3,273,052	3,314,072	3,885,861	4,271,741	3,719,586	2,996,003

	支出金額の2019年との差						
	平均	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
食料	99,393	118,297	111,889	111,692	116,345	89,954	92,818
住居	6,667	79,878	-40,572	-4,737	10,244	17,770	20,097
光熱・水道	5,611	19,395	-4,671	-9,141	4,009	10,607	13,813
家具・家事用品	13,730	69,268	26,473	10,076	6,192	17,531	14,189
被服及び履物	-15,309	7,504	-19,443	-15,554	-21,922	-7,066	-11,800
保健医療	14,874	55,088	14,095	8,712	7,368	25,978	12,958
交通・通信	-23,160	136,096	-95,985	-109,743	-48,224	68,519	15,653
教育	1,408	-17,962	-56,757	-10,602	39,018	15,601	-644
教養娯楽	-8,807	101,753	-10,655	-10,121	-8,893	-7,053	-2,653
その他の消費支出	-52,581	59,893	-42,515	-75,190	-83,424	-22,647	-53,576
合計	41,826	629,210	-118,141	-104,608	20,713	209,194	100,855

図 1-2-5 : 【地域別】消費支出 10 大費目別支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額 (2023年9月～2024年8月)										
	全国平均	北海道地方	東北地方	関東地方	北陸地方	東海地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方	沖縄地方
食料	1,064,928	955,936	1,018,196	1,138,550	1,079,355	1,057,381	1,071,687	985,617	928,941	963,274	878,504
住居	211,902	250,274	175,980	239,488	181,366	165,648	228,247	155,589	204,104	185,092	269,711
光熱・水道	269,021	345,825	335,577	269,174	328,200	256,512	247,785	274,683	245,299	226,662	234,407
家具・家事用品	154,326	151,016	137,644	163,156	142,893	157,015	149,992	153,504	140,547	150,753	117,752
被服及び履物	120,367	105,835	96,992	136,324	109,544	121,205	116,606	113,819	96,813	107,568	74,249
保健医療	182,997	159,889	161,130	202,203	149,974	170,108	191,100	172,282	157,221	171,120	117,069
交通・通信	502,608	481,275	560,993	502,627	596,191	535,754	442,013	544,678	510,098	484,957	373,745
教育	139,346	69,036	78,136	181,295	104,667	147,580	142,666	94,944	74,489	102,313	72,313
教養娯楽	359,342	277,764	283,807	421,245	307,767	362,480	364,435	306,779	296,185	284,175	217,724
その他の消費支出	557,534	540,995	531,159	569,416	619,160	548,461	544,014	617,204	505,086	548,620	365,913
合計	3,562,371	3,337,845	3,379,614	3,823,478	3,619,117	3,522,144	3,498,545	3,419,099	3,158,783	3,224,534	2,721,387
	支出金額の2019年との差										
	全国平均	北海道地方	東北地方	関東地方	北陸地方	東海地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方	沖縄地方
食料	99,393	82,958	85,415	106,300	93,610	108,174	113,507	64,778	91,453	74,198	103,256
住居	6,667	13,695	7,642	15,346	3,032	-24,228	35,203	-64,162	43,863	-17,697	85,933
光熱・水道	5,611	25,321	13,473	8,579	791	-2,621	2,729	23,471	1,577	-9,792	5,671
家具・家事用品	13,730	40,172	8,026	13,424	11,283	3,408	20,395	7,323	6,151	15,263	10,270
被服及び履物	-15,309	-14,025	-18,333	-13,124	-19,113	-17,436	-14,701	-14,720	-26,379	-18,240	-4,647
保健医療	14,874	1,423	4,096	17,993	-9,616	-832	33,907	10,424	25,519	12,718	1,779
交通・通信	-23,160	-11,806	-10,324	-19,125	-94,107	-29,126	-1,364	-76,715	-20,332	-24,222	6,566
教育	1,408	-10,525	137	6,022	-15,276	4,053	11,085	-18,047	-21,412	-5,682	-23,900
教養娯楽	-8,807	-44,871	-25,796	7,510	-49,564	-12,698	1,370	-38,027	-8,847	-26,623	-10,167
その他の消費支出	-52,581	-8,351	-94,934	-49,289	-29,667	-61,861	-28,323	-35,998	-68,688	-94,432	-86,453
合計	41,826	73,991	-30,598	93,636	-108,627	-33,167	173,808	-141,673	22,905	-94,509	88,308

図 1-2-6 : 【年別】消費支出 10 大費目別支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額 (2023年9月～2024年8月)					
	平均	年収五分位1	年収五分位2	年収五分位3	年収五分位4	年収五分位5
食料	1,006,635	787,113	939,111	974,340	1,053,724	1,278,885
住居	211,783	149,763	208,231	210,723	224,550	265,639
光熱・水道	269,006	247,550	272,805	265,162	272,178	287,332
家具・家事用品	152,244	108,478	140,084	142,549	164,243	205,872
被服及び履物	115,894	49,751	77,303	104,163	134,782	213,465
保健医療	182,133	155,129	183,239	167,084	181,518	223,686
交通・通信	500,746	290,706	379,668	506,073	573,010	754,261
教育	139,318	18,134	26,666	87,006	197,484	367,294
教養娯楽	345,291	206,486	283,661	306,293	376,922	553,092
その他の消費支出	639,319	406,001	545,503	562,782	702,464	979,851
合計	3,562,369	2,419,111	3,056,271	3,326,175	3,880,875	5,129,377
	支出金額の2019年との差					
	平均	年収五分位1	年収五分位2	年収五分位3	年収五分位4	年収五分位5
食料	103,539	82,495	116,610	96,261	91,610	130,716
住居	6,655	-7,799	1,325	-14,173	22,168	31,750
光熱・水道	5,599	13,062	19,098	88	1,388	-5,636
家具・家事用品	14,419	13,891	19,504	5,993	14,768	17,939
被服及び履物	-13,452	-9,829	-7,833	-10,043	-16,860	-22,704
保健医療	14,940	13,773	15,396	8,514	20,944	16,070
交通・通信	-22,841	9,428	-8,427	-5,133	-48,453	-61,639
教育	1,411	1,972	-15,965	-18,631	10,540	29,128
教養娯楽	-6,824	16,531	14,318	-31,352	-15,156	-18,469
その他の消費支出	-61,623	-17,572	-49,147	-99,414	-16,559	-125,411
合計	41,823	115,952	104,879	-67,890	64,390	-8,256

図 1-3-1：支出金額構成比

(単位:円/世帯・月、%)

	支出金額	構成比
内食	42,640	48.0
中食	12,917	14.6
外食	15,285	17.2
その他	17,900	20.2
合計	88,744	100.0

※2023年9月～2024年8月の1年間

図 1-3-2：内食・中食・外食への支出金額の
12 ヶ月移動平均値指数の推移

P 付 8 に掲載

図 1-3-3：【年代別】内食・中食・外食への支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額（2023年9月～2024年8月）						
	平均	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
内食	511,685	311,866	393,114	476,417	510,032	539,499	557,543
中食	155,009	97,561	135,763	151,502	165,383	169,580	150,800
外食	183,424	217,311	238,241	248,414	230,772	177,635	110,094
その他	214,805	149,332	208,706	228,803	236,840	229,610	191,570
合計	1,064,923	776,070	975,824	1,105,136	1,143,027	1,116,324	1,010,007

	支出金額の2019年との差						
	平均	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
内食	37,819	58,659	36,823	43,537	36,936	20,379	41,888
中食	26,622	4,816	28,772	23,634	23,438	31,772	27,760
外食	6,507	38,399	13,598	15,261	18,397	11,437	-3,810
その他	28,439	16,422	32,693	29,262	37,570	26,359	26,986
合計	99,387	118,296	111,886	111,694	116,341	89,947	92,824

図 1-3-4：【地域別】内食・中食・外食への支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額（2023年9月～2024年8月）										
	全国平均	北海道地方	東北地方	関東地方	北陸地方	東海地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方	沖縄地方
内食	511,685	492,903	513,596	527,715	525,494	501,554	527,014	494,110	459,738	475,173	414,206
中食	155,009	120,455	147,730	169,957	168,322	153,357	151,687	142,894	129,815	135,729	146,631
外食	183,424	132,811	129,611	215,620	160,118	196,414	183,920	143,551	141,470	153,042	133,375
その他	214,805	209,770	227,258	225,246	225,422	206,054	209,066	205,058	197,918	199,329	184,292
合計	1,064,923	955,939	1,018,195	1,138,538	1,079,356	1,057,379	1,071,687	985,613	928,941	963,273	878,504

	支出金額の2019年との差										
	全国平均	北海道地方	東北地方	関東地方	北陸地方	東海地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方	沖縄地方
内食	37,819	46,891	40,574	35,397	38,860	46,596	37,115	31,685	42,544	32,842	28,882
中食	26,622	24,879	21,164	28,756	34,667	29,899	27,163	16,990	19,203	21,116	30,896
外食	6,507	-6,442	-4,275	13,111	-7,581	3,731	16,726	-9,691	-7,477	-4,080	16,183
その他	28,439	17,634	27,949	29,022	27,672	27,947	32,501	25,792	37,177	24,320	27,295
合計	99,387	82,962	85,412	106,286	93,618	108,173	113,505	64,776	91,447	74,198	103,256

図 1-3-5：【年収別】内食・中食・外食への支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額（2023年9月～2024年8月）					
	平均	年収五分位1	年収五分位2	年収五分位3	年収五分位4	年収五分位5
内食	498,252	449,391	509,727	478,617	492,667	560,847
中食	150,850	124,815	145,743	147,210	154,032	182,439
外食	160,538	61,580	103,122	151,379	194,116	292,495
その他	196,994	151,325	180,520	197,133	212,907	243,099
合計	1,006,634	787,111	939,112	974,339	1,053,722	1,278,880

	支出金額の2019年との差					
	平均	年収五分位1	年収五分位2	年収五分位3	年収五分位4	年収五分位5
内食	39,537	42,564	55,286	30,679	32,537	36,623
中食	26,086	20,618	30,278	25,215	20,601	33,698
外食	7,827	-3,446	1,600	11,133	7,472	22,388
その他	30,083	22,761	29,447	29,235	30,994	38,003
合計	103,533	82,497	116,611	96,262	91,604	130,712

図 1-3-2 : 内食・中食・外食への支出金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)

		内食	中食	外食	その他
2019年	1月	37,354	9,978	14,757	13,695
	2月	36,104	9,314	12,475	13,614
	3月	38,913	10,188	15,490	15,711
	4月	38,068	10,107	14,562	14,724
	5月	38,921	10,319	15,937	15,872
	6月	38,600	9,875	13,814	15,164
	7月	38,345	11,218	14,300	16,015
	8月	39,160	11,421	17,309	18,107
	9月	39,344	10,417	14,252	15,882
	10月	40,031	10,645	13,010	13,856
	11月	38,722	10,641	14,673	14,540
	12月	50,304	14,264	16,338	19,186
2020年	1月	36,189	10,424	15,458	13,941
	2月	37,614	10,253	12,902	14,698
	3月	42,385	10,526	10,744	15,853
	4月	43,909	9,996	5,127	14,888
	5月	44,752	10,558	6,547	16,413
	6月	41,626	10,257	9,189	16,175
	7月	41,396	11,306	10,496	16,093
	8月	43,577	11,590	11,594	18,279
	9月	41,024	10,587	11,190	15,909
	10月	41,853	10,904	12,413	14,707
	11月	41,037	10,966	12,669	15,108
	12月	53,196	15,125	11,396	19,533
2021年	1月	39,924	11,047	8,829	14,450
	2月	38,116	10,644	8,851	14,699
	3月	40,674	11,192	11,146	16,317
	4月	39,812	10,903	9,552	15,374
	5月	41,841	11,186	9,612	16,604
	6月	40,011	10,832	9,094	16,155
	7月	39,724	12,272	10,964	17,353
	8月	41,745	12,098	10,084	17,485
	9月	40,769	11,497	8,987	15,420
	10月	40,604	11,457	11,990	15,491
	11月	39,307	11,500	12,401	15,283
	12月	50,601	15,247	13,913	19,757
2022年	1月	38,334	11,372	11,504	14,762
	2月	37,671	11,103	8,171	14,710
	3月	40,383	11,743	11,187	16,669
	4月	38,769	11,206	11,392	15,645
	5月	40,068	11,569	13,492	16,936
	6月	38,762	10,918	11,994	16,487
	7月	39,683	12,431	12,801	17,835
	8月	41,007	12,565	13,814	18,562
	9月	40,218	11,576	11,955	17,039
	10月	41,843	12,594	13,771	15,942
	11月	40,168	12,011	13,259	16,071
	12月	51,647	16,074	14,313	20,629
2023年	1月	39,510	11,979	13,956	15,707
	2月	37,819	11,478	11,999	15,476
	3月	40,529	12,131	14,756	17,326
	4月	40,919	11,570	13,701	16,376
	5月	41,400	12,198	15,319	17,832
	6月	40,042	11,595	12,945	16,830
	7月	40,834	13,202	14,657	18,837
	8月	41,683	13,177	16,760	19,395
	9月	41,294	12,278	13,727	17,538
	10月	43,178	12,881	14,705	16,622
	11月	41,840	12,836	14,966	16,752
	12月	53,941	16,555	16,149	21,458
2024年	1月	39,972	12,323	15,015	16,089
	2月	39,764	12,048	13,631	16,628
	3月	42,734	12,808	16,458	18,461
	4月	40,917	11,970	14,217	16,712
	5月	42,005	12,320	15,347	17,837
	6月	41,259	11,965	14,633	17,799
	7月	40,933	13,291	15,662	18,660
	8月	43,848	13,734	18,914	20,249

※グラフの元データ

図 1-3-6 : 【年代別】 外食焼肉の支出金額と利用頻度と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年、回/100世帯・年)

	支出金額 (2023年9月～2024年8月)		支出金額の2019年との差	
	支出金額	利用頻度	支出金額	利用頻度
平均	8,352	182	1,347	68
29歳以下	12,338	271	3,473	59
30～39歳	12,127	294	3,103	125
40～49歳	12,626	317	2,662	147
50～59歳	11,170	234	1,502	86
60～69歳	7,572	139	1,286	47
70歳以上	3,800	70	375	18

図 1-3-7 : 【地域別】 外食焼肉の支出金額と利用頻度と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年、回/100世帯・年)

	支出金額 (2023年9月～2024年8月)		支出金額の2019年との差	
	支出金額	利用頻度	支出金額	利用頻度
全国平均	8,352	182	1,347	68
北海道地方	7,430	130	-46	11
東北地方	8,420	223	2,212	112
関東地方	8,431	177	1,824	60
北陸地方	7,308	203	-646	92
東海地方	8,133	165	-617	36
近畿地方	8,252	188	1,659	79
中国地方	8,575	199	1,606	90
四国地方	9,337	255	1,949	143
九州地方	9,071	152	1,682	41
沖縄地方	6,178	204	3,217	162

図 1-4-1 : 食料 12 分類別支出金額構成比

(単位:円/世帯・月、%)

	支出金額	構成比
外食	15,285	17.2
調理食品	12,917	14.6
野菜・海藻	9,161	10.3
菓子類	8,607	9.7
肉類	8,253	9.3
穀類	7,083	8.0
魚介類	6,226	7.0
飲料	5,555	6.3
乳卵類	4,378	4.9
油脂・調味料	4,059	4.6
酒類	3,739	4.2
果物	3,481	3.9
合計	88,744	100

※2023年9月～2024年8月の1年間

図 1-4-2 : 食料 12 分類別支出金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)

		穀類	魚介類	肉類	乳卵類	野菜・ 海藻	果物	油脂・ 調味料	菓子類	調理食品	飲料	酒類	外食
2019年	1月	5,734	5,928	7,422	3,654	8,153	2,938	3,525	6,873	9,978	4,079	2,743	14,757
	2月	5,856	5,409	6,888	3,567	7,995	2,913	3,476	6,975	9,314	3,886	2,753	12,475
	3月	6,560	6,074	7,364	3,837	8,438	3,015	3,625	8,090	10,188	4,469	3,152	15,490
	4月	6,507	5,738	7,149	3,747	8,626	2,832	3,469	7,010	10,107	4,594	3,120	14,562
	5月	6,396	5,882	7,375	3,992	8,920	2,809	3,547	7,269	10,319	5,353	3,250	15,937
	6月	6,353	5,631	7,212	3,846	8,985	2,925	3,648	6,542	9,875	5,163	3,459	13,814
	7月	6,453	5,512	7,029	3,882	8,395	3,444	3,630	7,071	11,218	5,417	3,527	14,300
	8月	6,397	5,823	7,343	3,853	8,336	3,952	3,456	8,259	11,421	5,963	3,885	17,309
	9月	6,586	5,593	7,126	3,917	8,738	3,703	3,681	6,631	10,417	5,290	3,961	14,252
	10月	7,440	5,797	7,282	3,918	8,798	3,244	3,552	6,442	10,645	4,687	2,727	13,010
	11月	6,381	5,902	7,436	3,756	8,366	3,206	3,675	6,850	10,641	4,370	3,320	14,673
	12月	7,757	10,573	9,737	4,039	9,782	4,052	4,364	9,458	14,264	4,903	4,825	16,338
2020年	1月	5,666	5,723	7,162	3,661	7,832	2,800	3,345	6,824	10,424	4,232	2,885	15,458
	2月	6,266	5,548	7,261	3,846	8,081	3,009	3,603	7,370	10,253	4,230	3,098	12,902
	3月	7,254	6,336	8,155	4,286	9,111	3,193	4,050	7,680	10,526	4,723	3,450	10,744
	4月	7,253	6,136	8,610	4,463	10,215	3,031	4,201	6,384	9,996	4,681	3,823	5,127
	5月	7,059	6,423	9,115	4,609	10,400	3,040	4,106	6,860	10,558	5,430	4,123	6,547
	6月	6,618	6,100	8,009	4,151	9,712	3,054	3,982	6,519	10,257	5,594	4,062	9,189
	7月	6,702	5,925	8,003	4,135	9,312	3,398	3,921	6,790	11,306	5,347	3,956	10,496
	8月	6,688	6,177	8,406	4,205	10,018	4,267	3,816	7,686	11,590	6,253	4,340	11,594
	9月	6,847	5,828	7,735	4,038	9,191	3,637	3,748	6,579	10,587	5,135	4,195	11,190
	10月	7,165	5,953	7,960	3,989	9,368	3,535	3,883	6,717	10,904	4,659	3,331	12,413
	11月	6,395	6,271	8,146	3,905	8,837	3,390	4,093	6,851	10,966	4,464	3,793	12,669
	12月	8,105	10,922	10,510	4,226	10,154	4,277	5,002	9,273	15,125	5,038	5,222	11,396
2021年	1月	6,078	6,021	8,097	3,916	8,769	3,140	3,903	6,780	11,047	4,335	3,335	8,829
	2月	5,909	5,681	7,456	3,831	8,374	3,155	3,710	7,268	10,644	4,251	3,180	8,851
	3月	6,578	6,210	7,856	4,177	8,868	3,110	3,875	8,055	11,192	4,817	3,445	11,146
	4月	6,576	5,818	7,732	4,083	8,861	2,951	3,791	6,847	10,903	4,922	3,605	9,552
	5月	6,741	6,120	8,386	4,244	9,405	2,985	3,960	7,238	11,186	5,418	3,948	9,612
	6月	6,450	5,739	7,670	4,060	9,220	3,071	3,801	6,718	10,832	5,508	3,929	9,094
	7月	6,450	5,644	7,722	4,055	8,502	3,550	3,801	7,314	12,272	6,081	3,958	10,964
	8月	6,502	5,887	8,381	4,218	8,877	4,096	3,784	7,579	12,098	5,925	3,981	10,084
	9月	6,636	5,587	7,773	4,057	9,165	3,857	3,694	6,729	11,497	5,137	3,554	8,987
	10月	6,819	5,691	7,850	4,051	8,922	3,419	3,852	6,954	11,457	4,997	3,540	11,990
	11月	6,258	6,016	7,837	3,811	8,199	3,251	3,935	7,097	11,500	4,590	3,596	12,401
	12月	7,601	10,619	10,016	4,080	9,647	4,042	4,596	9,615	15,247	4,982	5,160	13,913
2022年	1月	5,925	5,881	7,827	3,776	8,281	2,875	3,769	7,189	11,372	4,391	3,182	11,504
	2月	5,974	5,516	7,408	3,741	8,327	3,010	3,695	7,347	11,103	4,202	3,161	8,171
	3月	6,500	6,038	7,769	4,014	8,958	3,148	3,956	8,311	11,743	4,887	3,471	11,187
	4月	6,415	5,577	7,556	3,909	8,799	2,802	3,711	7,266	11,206	4,908	3,471	11,392
	5月	6,329	5,730	8,083	4,029	9,262	2,773	3,862	7,794	11,569	5,467	3,675	13,492
	6月	6,188	5,514	7,537	3,891	8,932	2,919	3,781	7,261	10,918	5,550	3,676	11,994
	7月	6,461	5,523	7,831	4,080	8,491	3,488	3,809	7,776	12,431	6,167	3,892	12,801
	8月	6,409	5,638	8,096	4,076	8,617	4,422	3,749	8,446	12,565	6,241	3,875	13,814
	9月	6,584	5,574	7,733	3,984	8,693	3,890	3,760	7,325	11,576	5,490	4,224	11,955
	10月	7,215	5,810	8,210	4,024	9,209	3,407	3,968	7,618	12,594	5,059	3,265	13,771
	11月	6,350	5,904	8,061	4,000	8,654	3,189	4,010	7,644	12,011	4,930	3,497	13,259
	12月	7,828	10,432	10,543	4,293	9,684	4,089	4,778	10,396	16,074	5,246	4,987	14,313
2023年	1月	6,092	5,942	8,172	3,958	8,490	3,034	3,822	7,762	11,979	4,649	3,296	13,956
	2月	5,976	5,516	7,565	3,875	8,193	2,919	3,775	7,975	11,478	4,367	3,134	11,999
	3月	6,521	6,178	7,821	4,190	8,771	3,185	3,863	8,798	12,131	5,015	3,513	14,756
	4月	6,580	5,876	8,175	4,298	9,140	2,982	3,868	7,600	11,570	5,146	3,630	13,701
	5月	6,571	6,047	8,294	4,403	9,271	2,939	3,875	8,311	12,198	5,654	3,867	15,319
	6月	6,393	5,684	7,755	4,292	8,941	3,102	3,875	7,356	11,595	5,595	3,879	12,945
	7月	6,724	5,519	7,902	4,415	8,702	3,642	3,930	8,277	13,202	6,497	4,063	14,657
	8月	6,694	5,698	8,078	4,479	8,656	4,304	3,774	9,013	13,177	6,386	3,996	16,760
	9月	6,837	5,660	7,733	4,486	8,870	4,009	3,699	7,622	12,278	5,819	4,097	13,727
	10月	7,283	6,011	8,103	4,613	9,486	3,631	4,051	7,840	12,881	5,301	3,481	14,705
	11月	6,734	6,060	8,213	4,429	8,905	3,346	4,153	8,109	12,836	5,033	3,610	14,966
	12月	8,290	10,786	10,646	4,660	10,316	4,282	4,961	10,858	16,555	5,466	5,134	16,149
2024年	1月	6,288	5,866	8,098	4,198	8,515	3,141	3,866	8,253	12,323	4,814	3,022	15,015
	2月	6,385	5,700	7,844	4,241	8,542	3,161	3,891	8,763	12,048	4,695	3,170	13,631
	3月	7,097	6,183	8,320	4,482	9,191	3,218	4,243	9,610	12,808	5,279	3,572	16,458
	4月	6,816	5,741	7,883	4,263	9,317	2,951	3,946	7,953	11,970	5,336	3,423	14,217
	5月	6,945	5,833	8,297	4,339	9,680	2,955	3,956	8,410	12,320	5,824	3,603	15,347
	6月	6,991	5,586	7,928	4,233	9,388	3,107	4,026	8,029	11,965	5,917	3,853	14,633
	7月	7,140	5,471	7,728	4,257	8,676	3,668	3,993	8,375	13,291	6,435	3,850	15,662
	8月	8,195	5,812	8,241	4,335	9,045	4,303	3,917	9,465	13,734	6,736	4,048	18,914

※グラフの元データ

図 1-4-3：食料 12 分類の支出金額と購入/利用頻度の 2019 年比
(単位:%)

	2019年比	
	支出金額	購入/利用頻度
野菜・海藻	6.2	-4.6
肉類	10.8	-0.5
穀類	8.4	1.6
魚介類	1.1	-10.1
乳卵類	14.2	-2.9
油脂・調味料	11.6	-1.5
果物	7.0	-7.8
調理食品	20.7	8.3
外食	3.7	14.1
菓子類	18.1	12.8
飲料	14.6	3.2
酒類	10.2	10.7

※2023 年 9 月～2024 年 8 月の 1 年間と 2019 年 1 年間との比較

図 1-4-4：食料 12 分類別支出金額と CPI の 2019 年比
(単位:円/世帯・年、%)

		支出金額	2019年比	
		2023年9月 ～2024年8月	支出金額	CPI (2020年 = 100)
内食	野菜・海藻	109,931	106.2	118.3
	肉類	99,034	110.8	115.0
	穀類	85,001	108.4	115.9
	魚介類	74,709	101.1	125.8
	乳卵類	52,536	114.2	121.5
	油脂・調味料	48,702	111.6	117.7
	果物	41,772	107.0	126.4
中食	調理食品	155,009	120.7	117.6
外食	外食	183,424	103.7	113.2
その他	菓子類	103,287	118.1	123.4
	飲料	66,655	114.6	113.0
	酒類	44,863	110.2	109.6
合計		1,064,923	-	-

図 1-4-5 : 【年代別】食料 12 分類の支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

		支出金額 (2023年9月～2024年8月)						
		平均	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
内食	野菜・海藻	109,931	62,750	76,597	93,517	106,419	118,405	127,063
	肉類	99,034	74,258	89,253	111,948	113,678	98,350	88,486
	穀類	85,001	51,778	73,682	88,607	90,047	87,076	83,825
	魚介類	74,709	30,096	41,167	53,252	66,312	85,195	96,042
	乳卵類	52,536	42,025	47,503	52,661	50,487	53,456	55,021
	油脂・調味料	48,702	35,121	41,470	49,241	51,092	51,224	48,343
	果物	41,772	15,838	23,442	27,191	31,997	45,793	58,763
中食	調理食品	155,009	97,561	135,763	151,502	165,383	169,580	150,800
外食	外食	183,424	217,311	238,241	248,414	230,772	177,635	110,094
その他	菓子類	103,287	80,360	112,403	120,456	110,826	102,170	89,334
	飲料	66,655	48,497	66,234	69,825	73,853	70,739	59,547
	酒類	44,863	20,475	30,069	38,522	52,161	56,701	42,689
合計		1,064,923	776,070	975,824	1,105,136	1,143,027	1,116,324	1,010,007

		支出金額の2019年との差						
		平均	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
内食	野菜・海藻	6,399	13,180	5,248	7,327	7,229	1,855	6,699
	肉類	9,671	13,449	10,531	12,460	11,732	5,793	9,968
	穀類	6,581	5,870	4,357	5,953	7,406	5,634	8,157
	魚介類	847	2,417	2,387	1,326	110	-3,308	1,130
	乳卵類	6,528	12,162	4,979	7,194	4,187	5,890	8,169
	油脂・調味料	5,054	7,703	5,403	5,758	5,271	4,728	4,656
	果物	2,739	3,878	3,918	3,519	1,001	-213	3,109
中食	調理食品	26,622	4,816	28,772	23,634	23,438	31,772	27,760
外食	外食	6,507	38,399	13,598	15,261	18,397	11,437	-3,810
その他	菓子類	15,817	10,845	19,393	20,568	18,049	14,076	14,126
	飲料	8,481	3,413	11,670	8,175	10,138	8,498	7,767
	酒類	4,141	2,164	1,630	519	9,383	3,785	5,093
合計		99,387	118,296	111,886	111,694	116,341	89,947	92,824

図 1-4-6 : 【地域別】食料 12 分類の支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

		支出金額 (2023年9月～2024年8月)										
		全国平均	北海道地方	東北地方	関東地方	北陸地方	東海地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方	沖縄地方
内食	野菜・海藻	109,931	102,675	115,487	117,956	117,461	103,720	109,506	98,214	89,628	98,793	93,785
	肉類	99,034	91,570	88,148	96,072	92,629	97,499	111,611	103,341	94,366	104,366	83,805
	穀類	85,001	84,816	82,444	85,754	92,221	88,265	88,035	84,147	74,512	76,502	77,064
	魚介類	74,709	80,748	81,325	76,548	79,939	72,744	75,720	69,881	68,957	67,317	44,056
	乳卵類	52,536	49,911	52,533	55,554	51,090	52,557	52,643	52,297	46,048	46,088	40,259
	油脂・調味料	48,702	44,895	48,325	49,815	49,941	48,590	48,545	47,274	46,753	48,222	43,670
	果物	41,772	38,288	45,334	46,016	42,213	38,179	40,954	38,956	39,474	33,885	31,567
中食	調理食品	155,009	120,455	147,730	169,957	168,322	153,357	151,687	142,894	129,815	135,729	146,631
外食	外食	183,424	132,811	129,611	215,620	160,118	196,414	183,920	143,551	141,470	153,042	133,375
その他	菓子類	103,287	94,268	106,970	108,189	106,530	104,070	101,847	99,838	95,559	93,023	81,868
	飲料	66,655	63,679	72,034	71,824	69,601	62,593	63,511	60,285	57,801	60,453	64,313
	酒類	44,863	51,823	48,254	45,233	49,291	39,391	43,708	44,935	44,558	45,853	38,111
合計		1,064,923	955,939	1,018,195	1,138,538	1,079,356	1,057,379	1,071,687	985,613	928,941	963,273	878,504

		支出金額の2019年との差										
		全国平均	北海道地方	東北地方	関東地方	北陸地方	東海地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方	沖縄地方
内食	野菜・海藻	6,399	6,214	8,669	4,181	8,728	7,708	6,464	6,960	11,106	8,615	3,719
	肉類	9,671	15,942	9,861	9,485	8,844	10,493	9,045	6,804	4,670	10,695	9,445
	穀類	6,581	8,617	9,866	5,578	6,424	9,734	5,979	9,914	-885	4,369	7,306
	魚介類	847	78	-719	409	4,182	3,264	1,005	-2,872	7,707	-210	-916
	乳卵類	6,528	9,414	5,305	7,509	2,239	6,806	5,914	6,269	7,597	4,895	2,922
	油脂・調味料	5,054	5,175	5,126	4,975	4,925	5,516	5,479	3,285	6,911	4,313	5,920
	果物	2,739	1,451	2,466	3,260	3,518	3,075	3,229	1,325	5,438	165	486
中食	調理食品	26,622	24,879	21,164	28,756	34,667	29,899	27,163	16,990	19,203	21,116	30,896
外食	外食	6,507	-6,442	-4,275	13,111	-7,581	3,731	16,726	-9,691	-7,477	-4,080	16,183
その他	菓子類	15,817	11,221	16,013	15,977	16,907	15,070	17,868	17,595	20,298	11,539	15,350
	飲料	8,481	5,770	10,973	9,332	10,221	7,006	10,502	4,813	4,879	5,615	8,417
	酒類	4,141	643	963	3,713	544	5,871	4,131	3,384	12,000	7,166	3,528
合計		99,387	82,962	85,412	106,286	93,618	108,173	113,505	64,776	91,447	74,198	103,256

図 1-4-7：【年収別】食料 12 分類の支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

		支出金額 (2023年9月～2024年8月)					
		平均	年収五分位1	年収五分位2	年収五分位3	年収五分位4	年収五分位5
内食	野菜・海藻	108,620	103,941	115,133	103,069	103,521	117,436
	肉類	97,265	73,329	89,051	96,720	104,426	122,796
	穀類	82,961	74,669	81,627	79,932	85,498	93,073
	魚介類	71,741	72,074	79,323	67,690	64,968	74,646
	乳卵類	52,235	45,136	53,191	50,669	52,011	60,163
	油脂・調味料	47,837	41,223	47,362	46,573	49,366	54,660
	果物	37,593	39,019	44,040	33,964	32,877	38,073
中食	調理食品	150,850	124,815	145,743	147,210	154,032	182,439
外食	外食	160,538	61,580	103,122	151,379	194,116	292,495
その他	菓子類	88,951	66,262	80,594	89,106	96,683	112,123
	飲料	65,111	49,747	61,077	64,192	70,140	80,394
	酒類	42,932	35,316	38,849	43,835	46,084	50,582
合計		1,006,634	787,111	939,112	974,339	1,053,722	1,278,880

		支出金額の2019年との差					
		平均	年収五分位1	年収五分位2	年収五分位3	年収五分位4	年収五分位5
内食	野菜・海藻	6,731	8,449	10,133	5,245	4,459	5,364
	肉類	10,000	8,235	11,937	10,237	8,734	10,863
	穀類	6,822	8,406	8,665	3,598	5,578	7,864
	魚介類	1,129	1,830	3,986	28	119	-310
	乳卵類	6,500	7,276	8,426	5,617	5,370	5,805
	油脂・調味料	5,190	4,846	6,375	4,059	5,111	5,557
	果物	3,165	3,522	5,764	1,895	3,166	1,480
中食	調理食品	26,086	20,618	30,278	25,215	20,601	33,698
外食	外食	7,827	-3,446	1,600	11,133	7,472	22,388
その他	菓子類	16,631	12,025	16,814	16,053	16,196	22,080
	飲料	8,730	5,415	10,442	8,622	8,701	10,466
	酒類	4,722	5,321	2,191	4,560	6,097	5,457
合計		103,533	82,497	116,611	96,262	91,604	130,712

図 2-1-1：肉類の支出金額構成比

(単位:円/世帯・年、%)

		支出金額	構成比
生鮮肉	牛肉	21,291	21.5
	豚肉	33,741	34.1
	鶏肉	18,942	19.1
	合いびき肉	3,290	3.3
	他の生鮮肉	3,144	3.2
合計		80,408	81.2
加工肉	ハム	4,704	4.7
	ソーセージ	7,945	8.0
	ベーコン	2,562	2.6
	他の加工肉	3,416	3.4
合計		18,627	18.8

※2023年9月～2024年8月の1年間

図 2-1-2 : 生鮮肉と加工肉への支出金額と CPI の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)					
		支出金額		CPI (2020年=100)	
		生鮮肉	加工肉	生鮮肉	加工肉
2019年	1月	6,181	1,241	98.3	101.8
	2月	5,655	1,233	98.1	101.4
	3月	5,963	1,401	98.4	101.1
	4月	5,745	1,405	98.3	101.2
	5月	5,882	1,493	98.2	101.0
	6月	5,700	1,513	98.4	101.4
	7月	5,452	1,578	98.7	101.3
	8月	5,760	1,583	99.0	101.0
	9月	5,675	1,451	98.6	101.0
	10月	5,828	1,454	98.8	100.9
	11月	5,915	1,521	99.3	100.8
	12月	7,780	1,957	99.0	100.1
2020年	1月	5,913	1,250	99.9	100.5
	2月	5,952	1,309	99.3	100.1
	3月	6,612	1,544	99.2	100.4
	4月	7,002	1,609	99.2	100.2
	5月	7,405	1,710	99.8	100.4
	6月	6,396	1,613	100.2	100.3
	7月	6,312	1,691	101.0	100.2
	8月	6,733	1,673	99.9	99.6
	9月	6,219	1,517	99.8	99.9
	10月	6,447	1,513	100.5	99.5
	11月	6,506	1,640	100.5	99.5
	12月	8,452	2,058	100.6	99.3
2021年	1月	6,717	1,379	101.1	99.5
	2月	6,111	1,344	100.8	99.6
	3月	6,369	1,487	100.7	99.5
	4月	6,214	1,517	100.4	99.4
	5月	6,781	1,605	100.1	99.2
	6月	6,105	1,566	100.6	99.7
	7月	6,097	1,625	100.9	99.4
	8月	6,742	1,639	101.2	99.4
	9月	6,335	1,438	101.7	99.0
	10月	6,378	1,472	102.1	99.1
	11月	6,264	1,573	102.9	98.9
	12月	8,115	1,902	103.0	98.9
2022年	1月	6,474	1,353	103.2	99.3
	2月	6,090	1,318	103.4	100.1
	3月	6,352	1,417	103.5	101.4
	4月	6,092	1,464	102.9	102.0
	5月	6,495	1,588	102.9	101.3
	6月	5,989	1,548	104.2	101.7
	7月	6,209	1,623	104.5	101.7
	8月	6,495	1,601	105.8	101.5
	9月	6,280	1,453	106.6	101.6
	10月	6,689	1,520	108.1	104.6
	11月	6,504	1,558	109.4	106.0
	12月	8,589	1,954	110.4	105.9
2023年	1月	6,775	1,397	111.1	106.3
	2月	6,219	1,346	111.4	106.9
	3月	6,345	1,476	112.0	106.7
	4月	6,649	1,526	112.6	106.3
	5月	6,669	1,625	112.3	107.7
	6月	6,234	1,520	112.6	107.6
	7月	6,261	1,641	112.7	108.5
	8月	6,443	1,635	112.9	108.4
	9月	6,275	1,458	113.7	108.8
	10月	6,599	1,504	113.8	107.3
	11月	6,660	1,553	113.9	109.0
	12月	8,683	1,963	114.6	109.1
2024年	1月	6,735	1,363	114.3	109.4
	2月	6,455	1,389	114.4	109.5
	3月	6,807	1,513	114.6	109.3
	4月	6,358	1,525	114.6	110.0
	5月	6,688	1,609	114.5	110.5
	6月	6,366	1,562	115.3	111.0
	7月	6,183	1,544	117.2	111.2
	8月	6,601	1,640	118.6	111.2

※グラフの元データ

図 2-1-3 : 【年代別】生鮮肉と加工肉への支出金額と 2019 年との差
(単位:円/世帯・年)

	支出金額 (2023年9月～2024年8月)		支出金額の2019年との差	
	生鮮肉	加工肉	生鮮肉	加工肉
平均	80,410	18,623	8,874	793
29歳以下	61,947	12,311	12,486	965
30～39歳	71,409	17,844	9,083	1,448
40～49歳	91,466	20,483	11,730	734
50～59歳	93,862	19,815	11,596	138
60～69歳	79,105	19,245	5,850	-56
70歳以上	71,327	17,157	8,118	1,847

図 2-1-4 : 【地域別】生鮮肉と加工肉への支出金額と 2019 年との差
(単位:円/世帯・年)

	支出金額 (2023年9月～2024年8月)		支出金額の2019年との差	
	生鮮肉	加工肉	生鮮肉	加工肉
全国	80,410	18,623	8,874	793
北海道地方	70,037	21,530	14,860	1,080
東北地方	67,665	20,482	8,233	1,626
関東地方	77,133	18,941	9,044	444
北陸地方	72,601	20,025	7,035	1,805
東海地方	78,146	19,351	9,801	690
近畿地方	94,276	17,334	8,448	597
中国地方	86,276	17,065	6,481	322
四国地方	78,227	16,139	2,778	1,892
九州地方	87,003	17,364	9,284	1,409
沖縄地方	65,251	18,555	8,270	1,177

図 2-2-1 : 生鮮肉の支出金額構成比

(単位:円/世帯・年、%)

	支出金額	構成比
牛肉	21,291	26.5
豚肉	33,741	42.0
鶏肉	18,942	23.6
合いびき肉	3,290	4.1
他の生鮮肉	3,144	3.9
合計	80,408	100.0

※2023年9月～2024年8月の1年間

図 2-2-2 : 牛肉の項目別 12 ヶ月移動平均値
指数の推移

		支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)
2019年	1月	1,810	548	173	330.4
	2月	1,515	492	166	308.0
	3月	1,671	571	181	292.7
	4月	1,682	521	178	323.2
	5月	1,777	560	185	317.1
	6月	1,625	525	176	309.3
	7月	1,518	522	171	290.8
	8月	1,853	558	180	332.0
	9月	1,560	484	172	322.0
	10月	1,522	478	170	318.7
	11月	1,649	561	175	293.8
	12月	2,996	738	205	406.2
2020年	1月	1,704	505	163	337.3
	2月	1,664	522	173	318.7
	3月	1,848	600	196	308.1
	4月	1,976	655	201	301.7
	5月	2,268	719	213	315.6
	6月	1,811	564	189	321.0
	7月	1,797	569	187	315.7
	8月	2,113	613	206	344.7
	9月	1,801	528	191	341.0
	10月	1,771	577	190	306.8
	11月	1,836	563	188	325.8
	12月	3,088	784	222	394.0
2021年	1月	1,920	581	181	330.4
	2月	1,670	525	173	317.9
	3月	1,845	547	185	337.3
	4月	1,759	553	181	318.0
	5月	2,096	597	200	350.9
	6月	1,765	551	180	320.6
	7月	1,813	570	178	318.2
	8月	2,113	603	190	350.6
	9月	1,811	504	177	359.1
	10月	1,760	504	178	349.0
	11月	1,675	491	165	341.0
	12月	2,983	722	196	413.5
2022年	1月	1,781	544	163	327.4
	2月	1,571	459	154	342.3
	3月	1,739	532	169	326.9
	4月	1,654	494	165	334.9
	5月	1,904	553	177	344.5
	6月	1,643	465	165	353.1
	7月	1,789	504	173	355.1
	8月	1,958	508	175	385.8
	9月	1,722	532	170	323.5
	10月	1,779	533	172	333.9
	11月	1,731	456	163	379.3
	12月	3,084	652	197	473.3
2023年	1月	1,783	491	157	362.9
	2月	1,554	442	154	351.6
	3月	1,596	466	159	342.3
	4月	1,758	485	167	362.7
	5月	1,833	518	172	354.0
	6月	1,587	479	159	331.4
	7月	1,643	475	160	346.0
	8月	1,800	516	167	348.5
	9月	1,536	465	157	330.3
	10月	1,621	431	162	376.1
	11月	1,715	445	161	385.2
	12月	3,025	654	199	462.8
2024年	1月	1,752	452	154	388.0
	2月	1,522	413	147	368.5
	3月	1,704	467	161	364.9
	4月	1,602	450	154	355.9
	5月	1,795	477	162	376.3
	6月	1,610	429	156	375.0
	7月	1,554	411	152	377.9
	8月	1,855	484	163	383.1

図 2-2-3 : 牛肉の CPI の推移

図 2-2-4 : 牛肉への支出金額と CPI の
12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)				
		支出金額	CPI (2020年=100)	
		牛肉	牛肉 (国産品)	牛肉 (輸入品)
2019年	1月	1810	97.9	97.1
	2月	1515	97.3	96.3
	3月	1671	98.1	97.7
	4月	1682	97.9	98.7
	5月	1777	97.8	98.1
	6月	1625	97.6	98.9
	7月	1518	97.7	98.3
	8月	1853	98.2	99.5
	9月	1560	97.1	99.4
	10月	1522	97.7	100.5
	11月	1649	98.9	101.4
	12月	2996	99.7	100.5
2020年	1月	1704	100.0	101.4
	2月	1664	100.3	100.7
	3月	1848	99.4	101.2
	4月	1976	99.2	101.1
	5月	2268	100.5	101.0
	6月	1811	100.5	100.2
	7月	1797	100.8	101.3
	8月	2113	99.4	99.6
	9月	1801	99.4	97.6
	10月	1771	100.3	98.6
	11月	1836	100.0	98.5
	12月	3088	100.3	98.7
2021年	1月	1920	100.6	99.1
	2月	1670	100.6	98.7
	3月	1845	100.3	99.2
	4月	1759	100.0	99.1
	5月	2096	99.0	99.3
	6月	1765	100.7	100.7
	7月	1813	100.2	101.6
	8月	2113	101.4	103.8
	9月	1811	100.7	104.8
	10月	1760	100.7	106.0
	11月	1675	101.6	109.3
	12月	2983	102.0	109.7
2022年	1月	1781	102.7	109.0
	2月	1571	102.2	109.7
	3月	1739	102.6	109.5
	4月	1654	101.3	109.3
	5月	1904	100.8	110.6
	6月	1643	101.6	114.3
	7月	1789	101.4	114.4
	8月	1958	102.8	114.9
	9月	1722	103.3	117.1
	10月	1779	103.1	118.5
	11月	1731	103.6	120.2
	12月	3084	104.0	120.8
2023年	1月	1783	103.7	122.8
	2月	1554	104.0	122.3
	3月	1596	104.0	122.5
	4月	1758	105.0	123.4
	5月	1833	104.2	122.7
	6月	1587	104.0	124.5
	7月	1643	104.7	123.7
	8月	1800	104.9	124.1
	9月	1536	104.9	126.2
	10月	1621	105.6	125.9
	11月	1715	105.6	127.1
	12月	3025	105.7	129.8
2024年	1月	1752	105.7	128.8
	2月	1522	106.1	130.8
	3月	1704	106.9	130.6
	4月	1602	107.0	130.0
	5月	1795	107.2	131.7
	6月	1610	107.7	131.6
	7月	1554	108.1	135.3
	8月	1855	109.6	135.8

※グラフの元データ

図 2-2-9 : 【年代別】牛肉の支出・数量・頻度・平均価格と 2019 年との差

	支出金額（2023年9月～2024年8月）				支出金額の2019年との差			
	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)
平均	21,291	5,578	1,928	382	113	-980	-204	59
29歳以下	11,672	4,789	1,179	244	3,808	699	-74	51
30代	12,902	4,654	1,339	277	620	-446	-241	36
40代	17,855	5,792	1,808	308	321	-1,199	-269	57
50代	21,726	6,128	2,003	355	-1,140	-1,517	-382	55
60代	23,427	5,934	2,068	395	-447	-1,009	-193	51
70歳以上	24,419	5,490	2,066	445	332	-676	-87	54

図 2-2-10 : 【地域別】牛肉の支出金額・購入頻度と 2019 年との差

	支出金額（2023年9月～2024年8月）		支出金額の2019年との差	
	支出金額 (円/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	支出金額 (円/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)
全国平均	21,291	1,928	113	-204
北海道地方	10,793	1,112	1,897	21
東北地方	11,728	1,272	-155	-118
関東地方	18,178	1,606	53	-210
北陸地方	18,138	1,774	1,374	-92
東海地方	20,915	1,737	942	-148
近畿地方	32,611	2,767	-18	-292
中国地方	25,256	2,490	-1,806	-393
四国地方	24,157	2,340	-1,240	-313
九州地方	24,253	2,391	-229	-186
沖縄地方	12,912	1,483	-995	-258

図 2-3-1：豚肉の項目別 12 か月移動平均値
指数の推移

		支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)
2019年	1月	1,348	1,429	328	94.3
	2月	1,298	1,397	315	92.9
	3月	1,332	1,428	328	93.3
	4月	1,271	1,365	313	93.1
	5月	1,296	1,418	320	91.4
	6月	1,268	1,437	320	88.3
	7月	1,185	1,298	305	91.3
	8月	1,121	1,244	286	90.1
	9月	1,242	1,343	314	92.5
	10月	1,312	1,483	331	88.5
	11月	1,309	1,452	327	90.1
	12月	1,605	1,625	358	98.8
2020年	1月	1,309	1,358	316	96.4
	2月	1,310	1,402	318	93.4
	3月	1,451	1,617	350	89.7
	4月	1,574	1,805	367	87.2
	5月	1,578	1,716	365	92.0
	6月	1,408	1,599	334	88.1
	7月	1,364	1,530	330	89.1
	8月	1,348	1,473	326	91.5
	9月	1,327	1,401	326	94.7
	10月	1,424	1,538	347	92.6
	11月	1,425	1,498	343	95.1
	12月	1,763	1,839	388	95.8
2021年	1月	1,469	1,582	347	92.9
	2月	1,359	1,428	322	95.2
	3月	1,406	1,528	334	92.0
	4月	1,384	1,556	324	88.9
	5月	1,426	1,527	332	93.4
	6月	1,328	1,461	314	90.9
	7月	1,265	1,440	302	87.9
	8月	1,341	1,449	316	92.5
	9月	1,383	1,546	329	89.5
	10月	1,424	1,559	338	91.3
	11月	1,429	1,536	331	93.0
	12月	1,702	1,695	365	100.4
2022年	1月	1,450	1,563	334	92.8
	2月	1,404	1,483	326	94.6
	3月	1,439	1,550	335	92.8
	4月	1,368	1,512	321	90.5
	5月	1,403	1,476	324	95.1
	6月	1,375	1,433	318	96.0
	7月	1,345	1,439	315	93.5
	8月	1,309	1,372	303	95.4
	9月	1,386	1,492	317	92.9
	10月	1,534	1,574	348	97.5
	11月	1,505	1,495	337	100.7
	12月	1,854	1,729	371	107.2
2023年	1月	1,559	1,491	336	104.6
	2月	1,475	1,402	313	105.2
	3月	1,511	1,497	326	100.9
	4月	1,566	1,572	326	99.6
	5月	1,530	1,485	325	103.1
	6月	1,492	1,455	320	102.6
	7月	1,422	1,361	308	104.5
	8月	1,411	1,363	305	103.5
	9月	1,487	1,424	322	104.4
	10月	1,587	1,502	343	105.7
	11月	1,569	1,508	338	104.1
	12月	1,950	1,885	387	103.5
2024年	1月	1,608	1,501	338	107.1
	2月	1,605	1,584	338	101.3
	3月	1,650	1,614	349	102.2
	4月	1,539	1,509	323	102.0
	5月	1,585	1,569	334	101.0
	6月	1,524	1,568	321	97.2
	7月	1,411	1,385	305	101.8
	8月	1,427	1,399	305	101.9

※グラフの元データ

図 2-3-2：豚肉の国産・輸入別 100 g 単価
の推移と 12 ヶ月移動平均値指数
の推移

(単位:円/100g)					
		国産かた	国産コース	国産もも	輸入コース
2019年	1月	150	273	180	150
	2月	148	267	178	153
	3月	150	270	178	153
	4月	148	267	175	151
	5月	146	266	175	155
	6月	144	267	176	154
	7月	144	264	177	154
	8月	146	266	175	152
	9月	144	265	175	146
	10月	147	265	176	149
	11月	147	266	175	151
	12月	146	266	176	150
2020年	1月	146	265	176	150
	2月	145	265	175	153
	3月	145	265	174	150
	4月	145	268	174	148
	5月	147	266	173	145
	6月	145	268	175	147
	7月	145	268	176	146
	8月	145	267	175	142
	9月	146	266	175	142
	10月	145	266	177	146
	11月	144	263	176	141
	12月	144	264	177	144
2021年	1月	144	266	176	144
	2月	143	265	177	143
	3月	143	265	178	143
	4月	143	264	178	145
	5月	145	263	175	143
	6月	144	265	176	141
	7月	144	266	176	142
	8月	143	266	177	141
	9月	144	267	178	145
	10月	145	267	176	143
	11月	144	267	175	145
	12月	145	267	176	148
2022年	1月	144	268	176	145
	2月	145	268	176	142
	3月	144	269	179	148
	4月	144	266	179	145
	5月	144	266	179	149
	6月	144	265	179	153
	7月	146	268	181	153
	8月	147	268	182	148
	9月	146	265	179	153
	10月	147	269	180	148
	11月	147	268	181	157
	12月	146	270	181	157
2023年	1月	147	269	181	153
	2月	147	268	181	152
	3月	145	268	180	157
	4月	146	268	181	154
	5月	148	270	181	153
	6月	149	270	183	157
	7月	149	269	181	166
	8月	150	269	184	166
	9月	151	270	182	166
	10月	151	272	185	163
	11月	151	268	185	160
	12月	152	272	185	163
2024年	1月	152	271	185	162
	2月	151	269	183	161
	3月	150	267	185	162
	4月	152	267	185	159
	5月	153	269	185	166
	6月	154	271	189	163
	7月	158	275	191	163

出所：独立行政法人農畜産業振興機構「豚肉の
価格動向」より食未来研究室作成

図 2-3-3：豚肉 CPI の推移と豚肉への支出金額
の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)

		支出金額	CPI (2020年=100)	
		豚肉	豚肉 (国産品)	豚肉 (輸入品)
2019年	1月	2592	96.5	-
	2月	2425	96.4	-
	3月	2538	96.5	-
	4月	2394	96.5	-
	5月	2393	97.0	-
	6月	2408	96.9	-
	7月	2358	97.3	-
	8月	2335	97.6	-
	9月	2438	97.4	-
	10月	2555	97.4	-
	11月	2516	97.6	-
	12月	2685	97.0	-
2020年	1月	2469	99.1	98.8
	2月	2545	98.4	98.6
	3月	2820	98.5	98.9
	4月	2907	98.4	99.4
	5月	2942	99.6	98.7
	6月	2678	100.4	100.2
	7月	2671	100.6	102.9
	8月	2710	100.7	101.2
	9月	2605	100.9	100.0
	10月	2751	101.2	100.5
	11月	2746	101.3	100.5
	12月	3017	100.8	100.4
2021年	1月	2817	101.3	100.0
	2月	2594	101.1	99.2
	3月	2641	101.3	99.4
	4月	2594	100.6	99.0
	5月	2701	100.4	99.1
	6月	2506	100.9	98.6
	7月	2527	100.7	99.5
	8月	2705	101.2	99.9
	9月	2639	101.9	100.8
	10月	2690	102.2	102.8
	11月	2670	102.4	102.5
	12月	2808	102.2	101.7
2022年	1月	2755	102.1	102.4
	2月	2640	102.3	102.9
	3月	2672	102.8	103.1
	4月	2590	102.8	102.6
	5月	2657	102.1	102.8
	6月	2511	103.4	103.6
	7月	2590	104.1	104.4
	8月	2691	106.5	105.5
	9月	2710	107.9	104.7
	10月	2864	109.3	108.3
	11月	2760	111.1	109.6
	12月	3047	111.8	109.8
2023年	1月	2925	112.3	110.5
	2月	2712	112.5	110.0
	3月	2762	112.9	111.3
	4月	2817	112.4	112.8
	5月	2740	112.6	112.8
	6月	2681	113.1	112.1
	7月	2698	113.4	112.5
	8月	2681	113.7	112.8
	9月	2755	115.0	113.3
	10月	2862	115.7	113.1
	11月	2860	115.6	113.2
	12月	3060	116.6	113.3
2024年	1月	2866	115.7	113.2
	2月	2808	115.2	112.7
	3月	2893	115.6	112.2
	4月	2695	115.7	113.6
	5月	2742	115.9	112.7
	6月	2727	117.4	114.6
	7月	2724	119.6	119.3
	8月	2749	121.9	121.4

※グラフの
元データ

図 2-4-3：鶏肉 CPI の推移と鶏肉への支出金額
の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)

		支出金額	CPI (2020年=100)
2019年	1月	1,348	100.7
	2月	1,298	100.5
	3月	1,332	100.2
	4月	1,271	99.3
	5月	1,296	98.7
	6月	1,268	99.1
	7月	1,185	99.7
	8月	1,121	99.6
	9月	1,242	99.3
	10月	1,312	98.5
	11月	1,309	100.0
	12月	1,605	99.0
2020年	1月	1,309	100.8
	2月	1,310	99.3
	3月	1,451	98.9
	4月	1,574	99.2
	5月	1,578	99.8
	6月	1,408	99.7
	7月	1,364	99.9
	8月	1,348	98.7
	9月	1,327	99.8
	10月	1,424	101.0
	11月	1,425	101.2
	12月	1,763	102.0
2021年	1月	1,469	103.5
	2月	1,359	103.2
	3月	1,406	102.4
	4月	1,384	102.2
	5月	1,426	101.9
	6月	1,328	101.6
	7月	1,265	102.4
	8月	1,341	100.6
	9月	1,383	101.4
	10月	1,424	100.4
	11月	1,429	101.3
	12月	1,702	102.1
2022年	1月	1,450	102.3
	2月	1,404	102.8
	3月	1,439	102.1
	4月	1,368	101.2
	5月	1,403	101.4
	6月	1,375	102.2
	7月	1,345	102.2
	8月	1,309	102.7
	9月	1,386	103.3
	10月	1,534	105.0
	11月	1,505	105.8
	12月	1,854	108.7
2023年	1月	1,559	110.0
	2月	1,475	111.5
	3月	1,511	112.3
	4月	1,566	112.8
	5月	1,530	112.5
	6月	1,492	113.2
	7月	1,422	112.4
	8月	1,411	112.3
	9月	1,487	113.0
	10月	1,587	112.3
	11月	1,569	111.8
	12月	1,950	112.1
2024年	1月	1,608	112.5
	2月	1,605	112.6
	3月	1,650	112.8
	4月	1,539	111.7
	5月	1,585	110.7
	6月	1,524	110.4
	7月	1,411	110.1
	8月	1,427	110.5

図 2-3-7：【年代別】豚肉の支出・数量・頻度・平均価格と 2019 年との差

	支出金額（2023年9月～2024年8月）				支出金額の2019年との差			
	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)
平均	33,741	21,966	6,475	154	4,104	788	17	14
29歳以下	27,045	19,870	5,200	136	3,436	-255	-316	19
30代	30,835	22,002	5,840	140	3,239	-114	-402	15
40代	40,472	28,488	7,537	142	5,081	1,108	-107	13
50代	40,762	27,940	7,684	146	6,143	3,295	305	5
60代	32,508	20,281	6,308	160	2,774	-171	-184	15
70歳以上	28,174	16,489	5,581	171	4,014	849	284	16

図 2-3-8：【地域別】豚肉の支出金額・購入頻度と 2019 年との差

	支出金額（2023年9月～2024年8月）		支出金額の2019年との差	
	支出金額 (円/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	支出金額 (円/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)
全国平均	33,741	6,475	4,104	17
北海道地方	34,114	6,356	6,500	294
東北地方	35,442	7,504	4,903	551
関東地方	35,512	6,571	4,546	-49
北陸地方	33,841	7,425	3,110	256
東海地方	32,752	6,391	3,944	-17
近畿地方	32,570	6,072	3,267	-260
中国地方	31,984	6,130	3,224	-126
四国地方	28,926	5,497	2,079	-170
九州地方	31,885	6,508	4,105	324
沖縄地方	28,902	4,986	2,427	-212

図 2-4-1：鶏肉の項目別 12 か月移動平均値
指数の推移

		支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)
2019年	1月	2,592	1,871	546	138.6
	2月	2,425	1,715	519	141.4
	3月	2,538	1,876	557	135.3
	4月	2,394	1,720	528	139.2
	5月	2,393	1,704	535	140.5
	6月	2,408	1,768	542	136.2
	7月	2,358	1,720	532	137.1
	8月	2,335	1,630	515	143.3
	9月	2,438	1,698	538	143.6
	10月	2,555	1,808	559	141.3
	11月	2,516	1,784	545	141.0
	12月	2,685	1,884	542	142.5
2020年	1月	2,469	1,737	527	142.1
	2月	2,545	1,810	547	140.6
	3月	2,820	2,044	601	138.0
	4月	2,907	2,058	604	141.3
	5月	2,942	2,024	603	145.4
	6月	2,678	1,881	559	142.4
	7月	2,671	1,845	559	144.8
	8月	2,710	1,827	565	148.4
	9月	2,605	1,769	555	147.2
	10月	2,751	1,915	586	143.7
	11月	2,746	1,920	585	143.0
	12月	3,017	2,143	595	140.8
2021年	1月	2,817	1,989	579	141.6
	2月	2,594	1,800	538	144.1
	3月	2,641	1,894	553	139.5
	4月	2,594	1,859	547	139.6
	5月	2,701	1,923	564	140.5
	6月	2,506	1,810	526	138.4
	7月	2,527	1,782	527	141.8
	8月	2,705	1,896	559	142.6
	9月	2,639	1,889	553	139.7
	10月	2,690	1,955	564	137.6
	11月	2,670	1,841	550	145.1
	12月	2,808	1,921	553	146.2
2022年	1月	2,755	1,923	553	143.3
	2月	2,640	1,848	543	142.8
	3月	2,672	1,930	559	138.4
	4月	2,590	1,868	538	138.7
	5月	2,657	1,850	552	143.6
	6月	2,511	1,745	525	143.9
	7月	2,590	1,746	540	148.3
	8月	2,691	1,797	547	149.8
	9月	2,710	1,835	552	147.7
	10月	2,864	1,937	581	147.8
	11月	2,760	1,823	555	151.4
	12月	3,047	1,995	564	152.7
2023年	1月	2,925	1,872	560	156.3
	2月	2,712	1,795	527	151.1
	3月	2,762	1,857	547	148.8
	4月	2,817	1,879	549	149.9
	5月	2,740	1,852	544	147.9
	6月	2,681	1,774	533	151.1
	7月	2,698	1,765	538	152.9
	8月	2,681	1,737	529	154.3
	9月	2,755	1,781	544	154.7
	10月	2,862	1,850	560	154.7
	11月	2,860	1,848	558	154.8
	12月	3,060	2,021	557	151.4
2024年	1月	2,866	1,823	543	157.3
	2月	2,808	1,883	538	149.2
	3月	2,893	1,921	561	150.6
	4月	2,695	1,791	523	150.5
	5月	2,742	1,835	529	149.4
	6月	2,727	1,804	523	151.2
	7月	2,724	1,702	520	160.1
	8月	2,749	1,707	519	161.1

※グラフの元データ

図 2-4-2：鶏肉の部位別 100 g 単価の推移と
12 ヶ月移動平均値指数の推移

(単位:円/100g)					
		もも肉	むね肉	ささみ肉	手羽類
2019年	1月	141	94	139	96
	2月	141	93	139	96
	3月	141	94	144	97
	4月	139	92	141	98
	5月	140	93	142	97
	6月	139	93	141	98
	7月	139	93	142	96
	8月	139	93	143	97
	9月	139	90	144	96
	10月	139	90	142	96
	11月	140	92	143	95
	12月	140	92	142	96
2020年	1月	139	92	142	96
	2月	139	90	139	96
	3月	138	92	141	97
	4月	137	89	138	95
	5月	137	90	139	95
	6月	139	90	135	94
	7月	138	88	139	97
	8月	138	89	139	97
	9月	138	90	138	96
	10月	138	90	136	96
	11月	138	90	138	96
	12月	138	90	138	95
2021年	1月	138	90	138	94
	2月	138	89	138	95
	3月	139	89	138	95
	4月	139	88	138	94
	5月	138	88	136	95
	6月	138	88	137	95
	7月	140	87	138	95
	8月	140	89	138	96
	9月	141	91	138	96
	10月	138	89	138	96
	11月	138	89	137	96
	12月	138	89	138	96
2022年	1月	140	89	138	96
	2月	139	89	139	96
	3月	139	86	138	94
	4月	138	87	137	96
	5月	138	88	137	96
	6月	136	87	136	94
	7月	136	88	137	96
	8月	140	89	139	94
	9月	140	87	137	96
	10月	140	88	139	96
	11月	141	91	139	94
	12月	143	91	139	98
2023年	1月	144	92	140	97
	2月	145	92	140	96
	3月	144	92	140	97
	4月	144	91	140	98
	5月	144	91	141	97
	6月	145	93	141	99
	7月	145	91	141	100
	8月	145	90	140	101
	9月	145	93	140	101
	10月	144	93	141	101
	11月	146	93	141	99
	12月	147	93	140	101
2024年	1月	147	93	141	100
	2月	146	93	140	97
	3月	145	93	140	98
	4月	146	93	140	100
	5月	145	95	140	100
	6月	145	93	138	99
	7月	147	94	140	100

出所：独立行政法人農畜産業振興機構「鶏肉の
価格動向」より食未来研究室作成

図 2-4-3 : 鶏肉 CPI と鶏肉への支出金額の 12 ヶ月移動平均値指数の推移

P 付 19 に掲載

図 2-4-8 : 【年代別】鶏肉の支出・数量・頻度・平均価格と 2019 年との差

	支出金額（2023年9月～2024年8月）				支出金額の2019年との差			
	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)
平均	18,942	18,448	4,003	103	3,355	1,529	158	11
29歳以下	16,380	16,166	3,431	101	3,262	-700	-120	24
30代	20,557	21,051	4,166	98	3,562	831	-20	14
40代	25,079	25,725	5,098	97	4,454	2,127	157	10
50代	23,747	23,617	4,830	101	5,159	3,984	408	6
60代	16,941	15,901	3,711	107	2,435	569	47	12
70歳以上	13,880	12,627	3,128	110	2,698	1,257	259	12

図 2-4-9 : 【地域別】鶏肉の支出金額・購入頻度と 2019 年との差

	支出金額（2023年9月～2024年8月）		支出金額の2019年との差	
	支出金額 (円/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	支出金額 (円/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)
全国平均	18,942	4,003	3,355	158
北海道地方	18,409	3,819	5,338	489
東北地方	15,665	3,681	2,737	236
関東地方	18,141	3,673	3,281	160
北陸地方	15,573	3,786	2,342	275
東海地方	18,593	4,014	3,696	159
近畿地方	20,947	4,327	3,263	15
中国地方	20,618	4,216	3,116	-5
四国地方	17,853	3,839	1,753	-130
九州地方	22,420	5,064	3,763	302
沖縄地方	15,965	3,430	4,836	506

図 2-5-1：食肉別支出金額の推移

図 2-5-2：牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額と購入数量の
12 か月移動平均値指数の推移

(単位:円/世帯)

(単位:g/世帯)

		支出金額				購入数量			
		牛肉	豚肉	鶏肉	合いびき肉	牛肉	豚肉	鶏肉	合いびき肉
2019年	1月	1,810	2,592	1,348	209	548	1,871	1,429	177
	2月	1,515	2,425	1,298	208	492	1,715	1,397	179
	3月	1,671	2,538	1,332	227	571	1,876	1,428	182
	4月	1,682	2,394	1,271	215	521	1,720	1,365	169
	5月	1,777	2,393	1,296	225	560	1,704	1,418	182
	6月	1,625	2,408	1,268	224	525	1,768	1,437	183
	7月	1,518	2,358	1,185	229	522	1,720	1,298	182
	8月	1,853	2,335	1,121	212	558	1,630	1,244	168
	9月	1,560	2,438	1,242	236	484	1,698	1,343	185
	10月	1,522	2,555	1,312	223	478	1,808	1,483	180
	11月	1,649	2,516	1,309	208	561	1,784	1,452	166
	12月	2,996	2,685	1,605	196	738	1,884	1,625	165
2020年	1月	1,704	2,469	1,309	211	505	1,737	1,358	166
	2月	1,664	2,545	1,310	222	522	1,810	1,402	165
	3月	1,848	2,820	1,451	262	600	2,044	1,617	209
	4月	1,976	2,907	1,574	300	655	2,058	1,805	227
	5月	2,268	2,942	1,578	312	719	2,024	1,716	244
	6月	1,811	2,678	1,408	271	564	1,881	1,599	221
	7月	1,797	2,671	1,364	270	569	1,845	1,530	207
	8月	2,113	2,710	1,348	270	613	1,827	1,473	210
	9月	1,801	2,605	1,327	255	528	1,769	1,401	196
	10月	1,771	2,751	1,424	250	577	1,915	1,538	198
	11月	1,836	2,746	1,425	229	563	1,920	1,498	186
	12月	3,088	3,017	1,763	228	784	2,143	1,839	179
2021年	1月	1,920	2,817	1,469	240	581	1,989	1,582	191
	2月	1,670	2,594	1,359	233	525	1,800	1,428	177
	3月	1,845	2,641	1,406	258	547	1,894	1,528	213
	4月	1,759	2,594	1,384	248	553	1,859	1,556	199
	5月	2,096	2,701	1,426	267	597	1,923	1,527	207
	6月	1,765	2,506	1,328	263	551	1,810	1,461	210
	7月	1,813	2,527	1,265	257	570	1,782	1,440	202
	8月	2,113	2,705	1,341	271	603	1,896	1,449	208
	9月	1,811	2,639	1,383	250	504	1,889	1,546	200
	10月	1,760	2,690	1,424	235	504	1,955	1,559	184
	11月	1,675	2,670	1,429	228	491	1,841	1,536	184
	12月	2,983	2,808	1,702	208	722	1,921	1,695	159
2022年	1月	1,781	2,755	1,450	232	544	1,923	1,563	183
	2月	1,571	2,640	1,404	233	459	1,848	1,483	172
	3月	1,739	2,672	1,439	253	532	1,930	1,550	198
	4月	1,654	2,590	1,368	245	494	1,868	1,512	184
	5月	1,904	2,657	1,403	257	553	1,850	1,476	201
	6月	1,643	2,511	1,375	252	465	1,745	1,433	185
	7月	1,789	2,590	1,345	264	504	1,746	1,439	193
	8月	1,958	2,691	1,309	258	508	1,797	1,372	182
	9月	1,722	2,710	1,386	250	532	1,835	1,492	180
	10月	1,779	2,864	1,534	244	533	1,937	1,574	183
	11月	1,731	2,760	1,505	242	456	1,823	1,495	174
	12月	3,084	3,047	1,854	236	652	1,995	1,729	171
2023年	1月	1,783	2,925	1,559	243	491	1,872	1,491	176
	2月	1,554	2,712	1,475	245	442	1,795	1,402	176
	3月	1,596	2,762	1,511	251	466	1,857	1,497	174
	4月	1,758	2,817	1,566	255	485	1,879	1,572	188
	5月	1,833	2,740	1,530	273	518	1,852	1,485	200
	6月	1,587	2,681	1,492	257	479	1,774	1,455	185
	7月	1,643	2,698	1,422	262	475	1,765	1,361	183
	8月	1,800	2,681	1,411	258	516	1,737	1,363	192
	9月	1,536	2,755	1,487	262	465	1,781	1,424	194
	10月	1,621	2,862	1,587	263	431	1,850	1,502	185
	11月	1,715	2,860	1,569	241	445	1,848	1,508	173
	12月	3,025	3,060	1,950	246	654	2,021	1,885	181
2024年	1月	1,752	2,866	1,608	259	452	1,823	1,501	190
	2月	1,522	2,808	1,605	252	413	1,883	1,584	183
	3月	1,704	2,893	1,650	296	467	1,921	1,614	217
	4月	1,602	2,695	1,539	287	450	1,791	1,509	199
	5月	1,795	2,742	1,585	311	477	1,835	1,569	225
	6月	1,610	2,727	1,524	283	429	1,804	1,568	204
	7月	1,554	2,724	1,411	297	411	1,702	1,385	212
	8月	1,855	2,749	1,427	293	484	1,707	1,399	201

※グラフの元データ

図 2-5-3 : 牛肉、豚肉、鶏肉の CPI の推移

(2020年=100)

		牛肉 (国産品)	牛肉 (輸入品)	豚肉 (国産品)	豚肉 (輸入品)	鶏肉
2019年	1月	97.9	97.1	96.5	-	100.7
	2月	97.3	96.3	96.4	-	100.5
	3月	98.1	97.7	96.5	-	100.2
	4月	97.9	98.7	96.5	-	99.3
	5月	97.8	98.1	97.0	-	98.7
	6月	97.6	98.9	96.9	-	99.1
	7月	97.7	98.3	97.3	-	99.7
	8月	98.2	99.5	97.6	-	99.6
	9月	97.1	99.4	97.4	-	99.3
	10月	97.7	100.5	97.4	-	98.5
	11月	98.9	101.4	97.6	-	100.0
	12月	99.7	100.5	97.0	-	99.0
2020年	1月	100.0	101.4	99.1	98.8	100.8
	2月	100.3	100.7	98.4	98.6	99.3
	3月	99.4	101.2	98.5	98.9	98.9
	4月	99.2	101.1	98.4	99.4	99.2
	5月	100.5	101.0	99.6	98.7	99.8
	6月	100.5	100.2	100.4	100.2	99.7
	7月	100.8	101.3	100.6	102.9	99.9
	8月	99.4	99.6	100.7	101.2	98.7
	9月	99.4	97.6	100.9	100.0	99.8
	10月	100.3	98.6	101.2	100.5	101.0
	11月	100.0	98.5	101.3	100.5	101.2
	12月	100.3	98.7	100.8	100.4	102.0
2021年	1月	100.6	99.1	101.3	100.0	103.5
	2月	100.6	98.7	101.1	99.2	103.2
	3月	100.3	99.2	101.3	99.4	102.4
	4月	100.0	99.1	100.6	99.0	102.2
	5月	99.0	99.3	100.4	99.1	101.9
	6月	100.7	100.7	100.9	98.6	101.6
	7月	100.2	101.6	100.7	99.5	102.4
	8月	101.4	103.8	101.2	99.9	100.6
	9月	100.7	104.8	101.9	100.8	101.4
	10月	100.7	106.0	102.2	102.8	100.4
	11月	101.6	109.3	102.4	102.5	101.3
	12月	102.0	109.7	102.2	101.7	102.1
2022年	1月	102.7	109.0	102.1	102.4	102.3
	2月	102.2	109.7	102.3	102.9	102.8
	3月	102.6	109.5	102.8	103.1	102.1
	4月	101.3	109.3	102.8	102.6	101.2
	5月	100.8	110.6	102.1	102.8	101.4
	6月	101.6	114.3	103.4	103.6	102.2
	7月	101.4	114.4	104.1	104.4	102.2
	8月	102.8	114.9	106.5	105.5	102.7
	9月	103.3	117.1	107.9	104.7	103.3
	10月	103.1	118.5	109.3	108.3	105.0
	11月	103.6	120.2	111.1	109.6	105.8
	12月	104.0	120.8	111.8	109.8	108.7
2023年	1月	103.7	122.8	112.3	110.5	110.0
	2月	104.0	122.3	112.5	110.0	111.5
	3月	104.0	122.5	112.9	111.3	112.3
	4月	105.0	123.4	112.4	112.8	112.8
	5月	104.2	122.7	112.6	112.8	112.5
	6月	104.0	124.5	113.1	112.1	113.2
	7月	104.7	123.7	113.4	112.5	112.4
	8月	104.9	124.1	113.7	112.8	112.3
	9月	104.9	126.2	115.0	113.3	113.0
	10月	105.6	125.9	115.7	113.1	112.3
	11月	105.6	127.1	115.6	113.2	111.8
	12月	105.7	129.8	116.6	113.3	112.1
2024年	1月	105.7	128.8	115.7	113.2	112.5
	2月	106.1	130.8	115.2	112.7	112.6
	3月	106.9	130.6	115.6	112.2	112.8
	4月	107.0	130.0	115.7	113.6	111.7
	5月	107.2	131.7	115.9	112.7	110.7
	6月	107.7	131.6	117.4	114.6	110.4
	7月	108.1	135.3	119.6	119.3	110.1
	8月	109.6	135.8	121.9	121.4	110.5

図 2-5-4：牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の直近の動向と 2019 年との差

	支出金額（2023年9月～2024年8月）				支出金額の2019年との差			
	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)	支出金額 (円/世帯)	購入数量 (g/世帯)	購入頻度 (回/100世帯)	平均価格 (円/100g)
牛肉	21,291	5,578	1,928	382	113	-980	-204	59
豚肉	33,741	21,966	6,475	154	4,104	788	17	14
鶏肉	18,942	18,448	4,003	103	3,355	1,529	158	11
合いびき肉	3,290	2,364	664	139	678	246	71	16
他の生鮮肉	3,144	1,567	547	201	624	122	24	26

図 2-5-5：【年代別】牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額（2023年9月～2024年8月）				支出金額の2019年との差			
	牛肉	豚肉	鶏肉	合いびき肉	牛肉	豚肉	鶏肉	合いびき肉
平均	21,291	33,741	18,942	3,290	113	4,104	3,355	678
29歳以下	11,672	27,045	16,380	3,625	3,808	3,436	3,262	782
30～39歳	12,902	30,835	20,557	4,132	620	3,239	3,562	979
40～49歳	17,855	40,472	25,079	4,734	321	5,081	4,454	1,088
50～59歳	21,726	40,762	23,747	4,170	-1,140	6,143	5,159	988
60～69歳	23,427	32,508	16,941	2,683	-447	2,774	2,435	310
70歳以上	24,419	28,174	13,880	2,142	332	4,014	2,698	508

図 2-5-6：【地域別】牛肉、豚肉、鶏肉、合いびき肉の支出金額と 2019 年との差

(単位:円/世帯・年)

	支出金額（2023年9月～2024年8月）				支出金額の2019年との差			
	牛肉	豚肉	鶏肉	合いびき肉	牛肉	豚肉	鶏肉	合いびき肉
全国平均	21,291	33,741	18,942	3,290	113	4,104	3,355	678
北海道地方	10,793	34,114	18,409	1,745	1,897	6,500	5,338	310
東北地方	11,728	35,442	15,665	1,267	-155	4,903	2,737	134
関東地方	18,178	35,512	18,141	2,906	53	4,546	3,281	665
北陸地方	18,138	33,841	15,573	2,767	1,374	3,110	2,342	72
東海地方	20,915	32,752	18,593	3,372	942	3,944	3,696	598
近畿地方	32,611	32,570	20,947	4,286	-18	3,267	3,263	1,003
中国地方	25,256	31,984	20,618	4,290	-1,806	3,224	3,116	1,092
四国地方	24,157	28,926	17,853	4,291	-1,240	2,079	1,753	423
九州地方	24,253	31,885	22,420	4,206	-229	4,105	3,763	756
沖縄地方	12,912	28,902	15,965	4,081	-995	2,427	4,836	1,403

