

# 「食肉に関する意識調査」 報告書

平成 29 年度

公益財団法人 日本食肉消費総合センター



## 目次

<b>1. 調査の目的と分析の基本方針</b> .....	2
1.1 調査の目的 .....	2
1.2 分析の基本方針 .....	2
1.3 調査対象期間 .....	2
1.4 調査手法 .....	2
1.5 調査手順 .....	2
1.6 対象者条件 .....	2
1.7 集計対象 .....	3
1.8 回答者属性 .....	3
1.9 過年度の調査対象と継続設問 .....	5
<b>2. 考察</b> .....	8
<b>2.1 福島県産牛肉の購入意向に関する考察</b> .....	8
1)福島県産牛肉の購入意向 (Q16) の時系列分析 .....	9
2)福島県産牛肉の購入意向 (Q16) で「購入したくない」と回答した対象者の分析 .....	10
3)福島県産食肉の放射能汚染への不安 (Q28) と 放射性物質に関する知識 (Q26・Q27) に関する分析 .....	12
4)福島県産食肉の放射能汚染への不安 (Q28) と 放射能汚染への不安解消に必要な事柄 (Q29) に関する分析 .....	15
5)福島県産牛肉の購入意向 (Q16) と 福島県産牛肉の放射性物質検査結果提示後の購入意向 (Q30) の分析 .....	16
<b>2.2 国産牛肉の強みに関する考察</b> .....	25
1)牛肉購入意向者 (Q10) のセグメンテーション .....	26
2)セグメント別 (Q10) の国産和牛/和牛以外の国産牛肉の強み分析 (Q12-1、Q11) .....	32
3)国産和牛肉/和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q14) .....	38
<b>2.3 食肉喫食頻度 (Q4) が高い高齢者に関する考察</b> .....	42
<b>2.4 食肉の第三者認証の認知度に関する考察</b> .....	46
1)「JGAP 認証農場マーク」の認知度 (Q41) の地域・年代別分析 .....	47
2)「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」製品の購入意向 (Q43) の地域・年代別分析 .....	48
<b>2.5 ジビエの認知度に関する考察</b> .....	49
1)「ジビエ」のコトバの認知度 (Q44) と定義の認知度 (Q45) の地域・年代別分析 .....	50
2)「ジビエ」の喫食頻度 (Q46) の地域・年代別分析 .....	52
3)「ジビエ」の喫食機会 (Q47) の地域・年代別分析 .....	53
4)「シカ肉」「イノシシ肉」に対するイメージ (Q48) の地域・年代別分析 .....	55
5)「ジビエ」についての知っている事柄と魅力に感じる事柄 (Q49) の地域・年代別分析 .....	62
6)「ジビエ」のロゴマークの認知度 (Q50) の地域・年代別分析 .....	65
7)「ジビエ」のロゴマーク製品の購入意向 (Q51) と価格許容度 (Q52) の地域・年代別分析 .....	66

3. 食肉の購買実態に関する調査	68
1)食肉の種類別機会別の喫食頻度 (Q4)	68
2)食肉に対する種類別イメージ (Q5)	73
3)食肉の種類別購入頻度 (Q6)	78
4)食肉の種類別の主な購入先 (Q7)	80
5)食肉購入時に重視する点 (Q8)	85
6)昨年同期と比べた最近1か月の食肉購入回数の変化 (Q9)	90
7)各種牛肉の購入意向 (Q10)	93
8)各種牛肉のイメージ (Q11)	94
9)各種牛肉を家庭内で食べる場面 (Q12-1)	99
10)各種牛肉を家庭内で食べる料理 (Q12-2)	102
11)各種牛肉の情報を得るために用いている情報源 (Q13)	105
12)国産和牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q14)	110
13)和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q15)	111
14)産地別牛肉の購入意向/福島県産牛肉の放射性物質検査公表結果の確認後の購入意向 (Q16・Q30)	112
15)産地別豚肉の購入意向/福島県産豚肉の放射性物質検査公表結果の確認後の購入意向 (Q17・Q31)	117
16)産地別鶏肉の購入意向/福島県産鶏肉の放射性物質検査公表結果の確認後の購入意向 (Q18・Q32)	122
17)「食べて応援しよう！」キャンペーンについての意識 (Q33)	127
4. 食肉の安全性に関する意識調査	128
(1)食品の安全性に関する意識	128
1)食品の安全性の不安感 (Q19)	128
2)牛肉の安全性について感じている不安 (Q20)	132
3)豚肉の安全性について感じている不安 (Q21)	133
4)鶏肉の安全性について感じている不安 (Q22)	134
5)食肉の安全性に関する項目別関心度 (Q23)	135
(2)BSE 関連・鳥インフルエンザに関する知識	139
1)BSE 関連について知っている知識 (Q24)	139
2)鳥インフルエンザについて知っている知識 (Q25)	141
(3)食肉の放射能汚染についての知識	143
1)放射性物質とその影響等についての一般的な知識 (Q26)	143
2)食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識 (Q27)	145
3)産地別の食肉の放射能汚染への不安 (Q28)	147
4)放射能汚染への不安解消に必要な事柄 (Q29)	149
(4)食肉の安全性に対する社会的な意識	151
1)社会全体における食肉の安全性の認識 (Q34)	151
2)食品の安全性に係る問題発生時に食肉の情報を得るために用いる情報源と普段用いる情報源、信頼できる情報源 (Q35・Q36・Q37)	152
3)各機関の取り組みに対する信頼性 (Q38)	157
4)食肉の安全性の情報提供に対する行政への期待 (Q39)	160
5. 集計表	162

## 調査の目的と分析の基本方針

## 調査の目的と分析の基本方針

### 1.1 調査の目的

消費者の食肉（牛肉、豚肉、鶏肉）の「購買状況、食肉に対する意識等」を調べ、国産食肉の安全・安心につながる要因を明らかにし、食肉に対する正しい理解に資することを目的とする。

### 1.2 分析の基本方針

分析を行う上では、過年度調査との比較を分析して示唆を得るよう心掛けた。

### 1.3 調査対象期間

平成 29 年 10 月末に実施

### 1.4 調査手法

インターネット調査を実施した。対象者はモニター群から抽出した。

### 1.5 調査手順

調査の参加意向者募集

実調査の実施

### 1.6 対象者条件

アンケートの対象者は「20 歳以上、かつ本調査時点までの間に食肉(牛肉/豚肉/鶏肉)を自身で購入し食した方」とした。また、「1.2 分析の基本方針」でも示した通り、過年度調査との比較を分析の基本方針としていることを鑑み、地域・世代・性別の分布については昨年度調査の構成比と近づけるよう調整を行った。

## 1.7 集計対象

1,800人からアンケートの回答を得た。そのうち、以下の2地域、6世代を掛け合わせた12セルについて1セル150人、計1,800人を抽出し、集計対象とした。

### 1.7.1 地域・世代分布

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
首都圏	150	150	150	150	150	150	900
京阪神圏	150	150	150	150	150	150	900
合計	300	300	300	300	300	300	1,800

図表 1 集計対象の地域・世代分布

### 1.7.2 地域区分

地域名	都道府県名
首都圏	埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県
京阪神圏	大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県、滋賀県

図表 2 地域区分（回答者所在都道府県）

## 1.8 回答者属性

### 1.8.1 性別

合計	男性	女性
1,800	900	900

図表 3 回答者属性（性別）

### 1.8.2 世帯年収構成

合計	300万円未満	300～500万円未満	500～700万円未満	700～1,000万円未満	1,000～1,500万円未満	1,500万円以上	答えたくない わからない
1,800	300	419	303	253	147	55	323

図表 4 回答者属性（世帯年収構成）

### 1.8.3 世帯構成人数

合計	単身	2人	3人	4人	5人	6人以上
1,800	311	631	441	303	80	34

図表 5 回答者属性（世帯構成人数）

#### 1.8.4 回答者の学歴

合計	中学	高校	専門学校	短大・高専	大学	大学院
1,800	37	488	149	232	824	70

図表 6 回答者属性（学歴）

#### 1.8.5 回答者の所在都府県

合計	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県
1,800	164	145	335	256	49	112	382	238	78	41

図表 7 回答者属性（所在都府県）

#### 1.8.6 家族構成員の状況

合計	妊娠されている方	小学校入学前の子ども(乳児・幼児を含む)	小学生の子ども	中高生の子ども	お年寄り(65歳以上、ご自身を含める)
1,800	49	168	142	143	707

図表 8 回答者属性（家族構成員）

#### 1.8.7 世帯内に食物アレルギー保有者、食中毒経験者のいる回答者

合計	食物アレルギー保有者	食中毒経験者
1,800	187	140

図表 9 回答者属性（食物アレルギー保有者、食中毒経験者）

#### 1.8.8 食肉の喫食によるカロリーに対する意識

合計	食肉の喫食により カロリー過剰にならないよう 気をつけている	食肉を喫食する際に カロリーを意識していない	食肉を喫食して カロリー不足にならないよう 気を付けている
1,800	667	834	299

図表 10 回答者属性（食肉の喫食によるカロリーに対する意識）



## 1.9 過年度の調査対象と継続設問

### 1.9.1 調査対象

平成 24 年～平成 28 年度調査の調査対象は以下のとおりである。今年度調査では、平成 26 年度・平成 27 年度・平成 28 年度と同様、年代を 20 代、30 代、40 代、50 代、60 代、70 代以上の 6 区分とし、首都圏、京阪神圏と合わせて、12 セルで 1 セル 150 名とし、1,800 名を調査対象とした。

年度	対象者数	地域・世代分布
平成 24 年度	1,238 名	20 代、30 代、40 代、50 代以上 首都圏、京阪神圏 上記 8 セルで 1 セル 155 名前後
平成 25 年度	1,240 名	20 代、30 代、40 代、50 代以上 首都圏、京阪神圏 上記 8 セルで 1 セル 155 名
平成 26 年度	1,800 名	20 代、30 代、40 代、50 代、60 代、 70 代以上 首都圏、京阪神圏 上記 12 セルで 1 セル 150 名
平成 27 年度	1,800 名	20 代、30 代、40 代、50 代、60 代、 70 代以上 首都圏、京阪神圏 上記 12 セルで 1 セル 150 名
平成 28 年度	1,800 名	20 代、30 代、40 代、50 代、60 代、 70 代以上 首都圏、京阪神圏 上記 12 セルで 1 セル 150 名

図表 11 過年度調査の対象

※平成 26 年度より年代については 60 代、70 代の区分を設けているため、年代の構成比が異なる。経年比較での調査結果を閲覧する際はこの点に留意する必要がある。

### 1.9.2 過年度からの継続設問

平成 24 年～平成 28 年度調査からの継続設問は以下に示すとおりである。

平成 29 年度設問	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
Q4：食肉の種類別機会別の喫食頻度	Q1	Q1	Q1	Q3	Q4
Q5：食肉に対する種類別イメージ	Q2	Q2	Q2	Q4	Q5
Q6：食肉の種類別購入頻度	Q3	Q3	Q3	Q5	Q6
Q7：食肉の種類別の主な購入先	Q4	Q4	Q4	Q6	Q7
Q8：食肉購入時に重視する項目	Q5	Q5	Q5	Q7	Q8
Q9：昨年同期と比べた最近1か月の食肉購入回数の変化	Q6	Q6	Q6	Q8	Q9
Q10：各種牛肉の購入意向	—	—	—	Q10	Q10
Q11：各種牛肉のイメージ	—	—	—	Q11	Q11
Q12-1：各種牛肉の家庭内で食べる場面	—	—	—	—	Q12-1
Q12-2：各種牛肉の家庭内で食べる料理	—	—	—	—	Q12-2
Q13：各種牛肉の情報を得るために用いている情報源	—	—	—	—	Q13
Q14：国産和牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度	—	—	—	Q16	Q14
Q15：和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度	—	—	—	Q17	Q15
Q16：産地別牛肉の購入意向	Q7	Q7	Q7	Q18	Q16
Q17：産地別豚肉の購入意向	Q8	Q8	Q8	Q19	Q17
Q18：産地別鶏肉の購入意向	Q9	Q9	Q9	Q20	Q18
Q19：食品の安全性の不安感	Q10	Q10	Q10	Q21	Q19
Q20：牛肉の安全性について感じている不安	—	—	—	—	Q20
Q21：豚肉の安全性について感じている不安	—	—	—	—	Q21
Q22：鶏肉の安全性について感じている不安	—	—	—	—	Q22
Q23：食肉の安全性に関する項目別関心度	Q14	Q14	Q14	Q25	Q23

平成 29 年度設問	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
Q24：BSE 関連について知っている知識	—	Q15	Q15	Q26	Q24
Q25：鳥インフルエンザについて知っている知識	—	Q17	Q18	Q27	Q25
Q26：放射性物質とその影響等についての一般的な知識	Q20	Q20	Q25	Q29	Q28
Q27：食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識	—	Q21	Q26	Q30	Q29
Q28：産地別の食肉の放射性汚染への不安	—	Q24	Q28	Q31	Q30
Q29：福島県産食肉の放射性汚染への不安解消に必要な事柄	—	Q25	Q29	Q32	Q31
Q30：福島県産牛肉の購入意向	—	—	—	—	Q32
Q31：福島県産豚肉の購入意向	—	—	—	—	Q33
Q32：福島県産鶏肉の購入意向	—	—	—	—	Q34
Q33：「食べて応援しよう！」キャンペーンについての意識	—	Q26	Q30	Q33	—
Q34：社会全体における食肉の安全性の認識	Q21	Q22	Q40	Q42	Q43
Q35：食品の安全性に関わる問題発生時に用いる情報源	—	—	Q41	Q43	Q44
Q36：食品の安全性に関して普段用いる情報源	—	—	Q42	Q44	Q45
Q37：食品の安全性に関して信頼できる情報源	Q22	Q23	Q43	Q45	Q46
Q38：各機関の取り組みに対する信頼性	Q23	Q27	Q44	Q46	Q47
Q39：食肉の安全性の情報提供に対する行政への期待	Q24	Q28	Q45	Q47	Q48
Q40：食肉の安全性を高めるために必要な取組	—	—	—	—	Q49

図表 12 過年度からの継続設問

## 2. 考察

### 2.1 福島県産牛肉の購入意向に関する考察

- ・ 福島県産牛肉の購入意向は、この 6 年間で見ると「割高でも購入したい」と「他の産地と同程度の価格ならば購入したい」の合計が増加傾向、「購入したくない」が減少傾向。
- ・ 「購入したくない」と回答している対象者は、昨年度と同様、牛肉の安全性に対して不安を感じており、食肉の放射能汚染への関心が高く、福島県産の食肉への放射能汚染についての不安感が高い。
- ・ 福島県産食肉の放射能汚染について不安を感じている人は、一般的な放射線に関する知識はあるが、牛・食品・食肉の放射性物質濃度の基準値や検査結果に関する知識が少ない人が多く、それが不安感に影響を与えていると考えられる。
- ・ 放射性物質検査の結果を提示することで「購入したい」へ態度を変える対象者は、もともと牛肉の安全性・食肉の放射能汚染への不安が希薄な層である。一方、「購入したくない」へ態度を変える対象者は牛肉の安全性・食肉の放射能汚染への不安が強く、情報を提示することでその放射性物質への不安を顕在化してしまったと考えられる。
- ・ 放射能汚染の不安解消に必要なこととして、「基準値以下の放射性物質しか検出されないこと」や「安全な飼料の給餌や適正な飼養管理」が求められているが、「平成 25 年度以降、食肉で基準値を超過した事例はない」や「暫定許容値以下の飼料を与えるなどの家畜飼養管理の実施」といった取り組みの認知は低い。
- ・ よって、福島県産牛肉の購入意向を高めるためには、放射性物質検査の結果に加えて、家畜飼養管理の実施の取り組みなど、生活者が不安感解消の為に必要としていながら、それらに対する知識が不足している点について、その不安解消につながるような情報を提供し、認知度を高め、啓蒙活動を続けることが必要と考えられる。

2.1 では、福島県産牛肉の購入意向を把握すること、及びそれを高める方策を探ることを目的とし、以下の 5 つの分析を行った。

- 1) 福島県産牛肉の購入意向 (Q16) の時系列分析
- 2) 福島県産牛肉の購入意向 (Q16) で「購入したくない」と回答した対象者の分析
- 3) 福島県産食肉の放射能汚染への不安 (Q28) と放射性物質に関する知識 (Q26・Q27) に関する分析
- 4) 福島県産食肉の放射能汚染への不安 (Q28) と放射能汚染への不安解消に必要な事柄 (Q29) に関する分析
- 5) 福島県産牛肉の購入意向 (Q16) と福島県産牛肉の放射性物質検査結果提示後の購入意向 (Q30) の分析

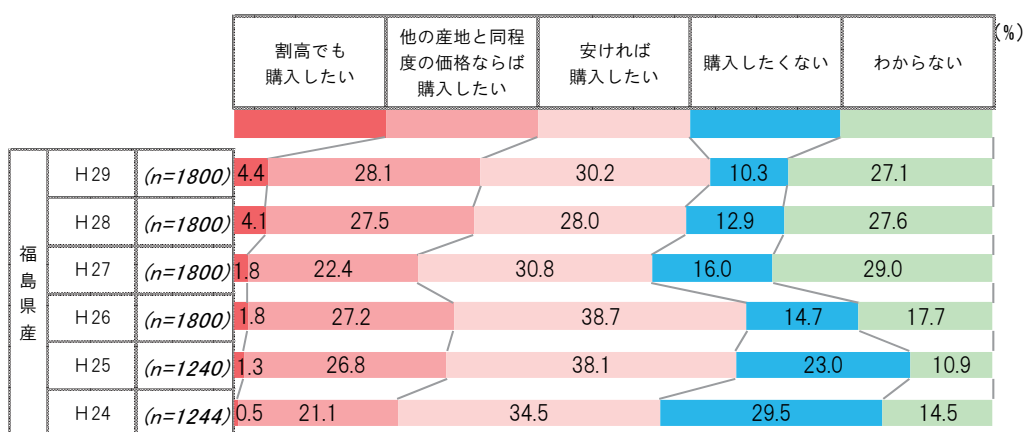
## 1) 福島県産牛肉の購入意向（Q16）の時系列分析

福島県産牛肉の購入意向（Q16）がどのように変化しているかを把握するため、平成 24 年度調査から今年度調査までの結果を比較した。

その結果を見ると「他の産地と同程度の価格ならば購入したい」は増加傾向にあり昨年度から 0.6 ポイント増加した。「割高でも購入したい」と「他の産地と同程度ならば購入したい」の合計は 32.5%となり、昨年度に引き続き 3 割を超えた。

一方、「安ければ購入したい」は 30.2%と昨年度より 2.2 ポイント増加し、一昨年と同水準となった。

「購入したくない」は減少傾向にあり、平成 24 年度には約 3 割、平成 25 年度には約 2 割だったのが、昨年度は 12.9%となり、今年度はさらに 2.6 ポイント減少し 10.3%と 1 割にまで減少した。また、「わからない」は昨年度と同じく約 3 割である。

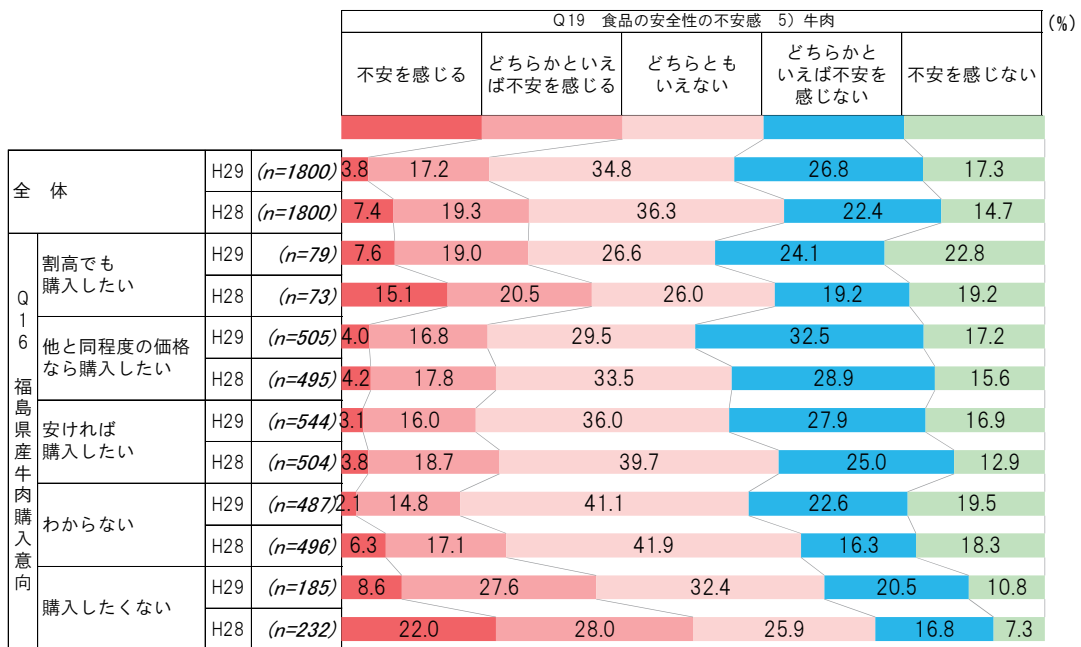


図表 13 福島県産牛肉の購入意向

## 2) 福島県産牛肉の購入意向（Q16）で「購入したくない」と回答した対象者の分析

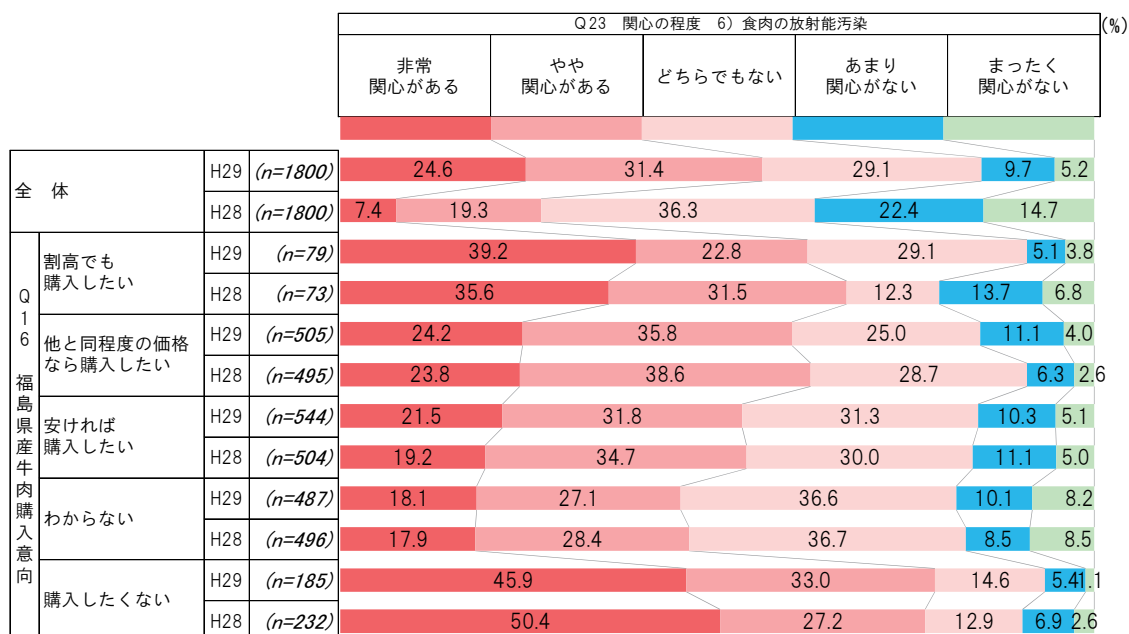
続いて福島県産牛肉の購入意向（Q16）について、「購入したくない」と回答した対象者（平成29年度185名、平成28年度232名）がどのような特徴を持っているかを抽出するため、各設問とクロス集計を行ったところ、以下のような特徴が見られた。

「購入したくない」と回答した対象者は、昨年度と同様、牛肉の安全性(Q19)で「不安を感じる」「どちらかといえば不安を感じる」とする割合が他に比べて高い。



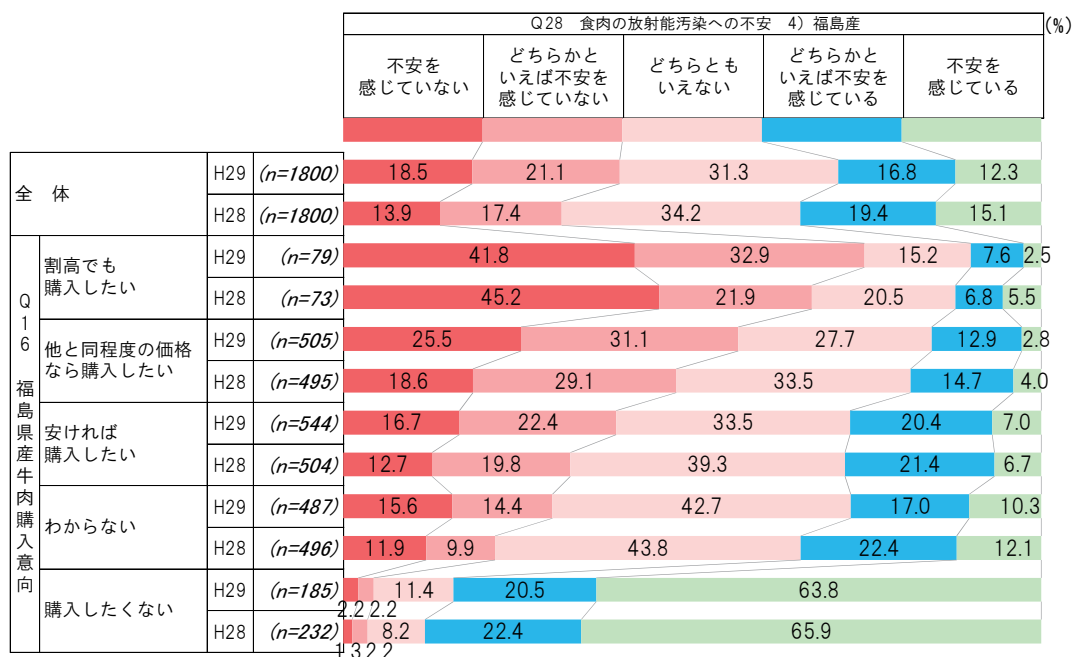
図表 14 福島県産牛肉購入意向と牛肉の安全性の不安感のクロス集計結果

「購入したくない」と回答した対象者は、食肉の放射能汚染（Q23）に対しては、昨年度と同様「非常に興味がある」とする割合が他に比べて高い。



図表 15 福島県産牛肉購入意向と食肉の放射能汚染への関心のクロス集計結果

「購入したくない」と回答した対象者は、福島県産食肉の放射能汚染への不安（Q28）に対しては、昨年度と同様「不安を感じている」とする割合が他に比べて非常に高い。



図表 16 福島県産牛肉購入意向と福島県産食肉の放射能汚染への不安のクロス集計結果

### 3) 福島県産食肉の放射能汚染への不安 (Q28) と放射性物質に関する知識 (Q26・Q27) に関する分析

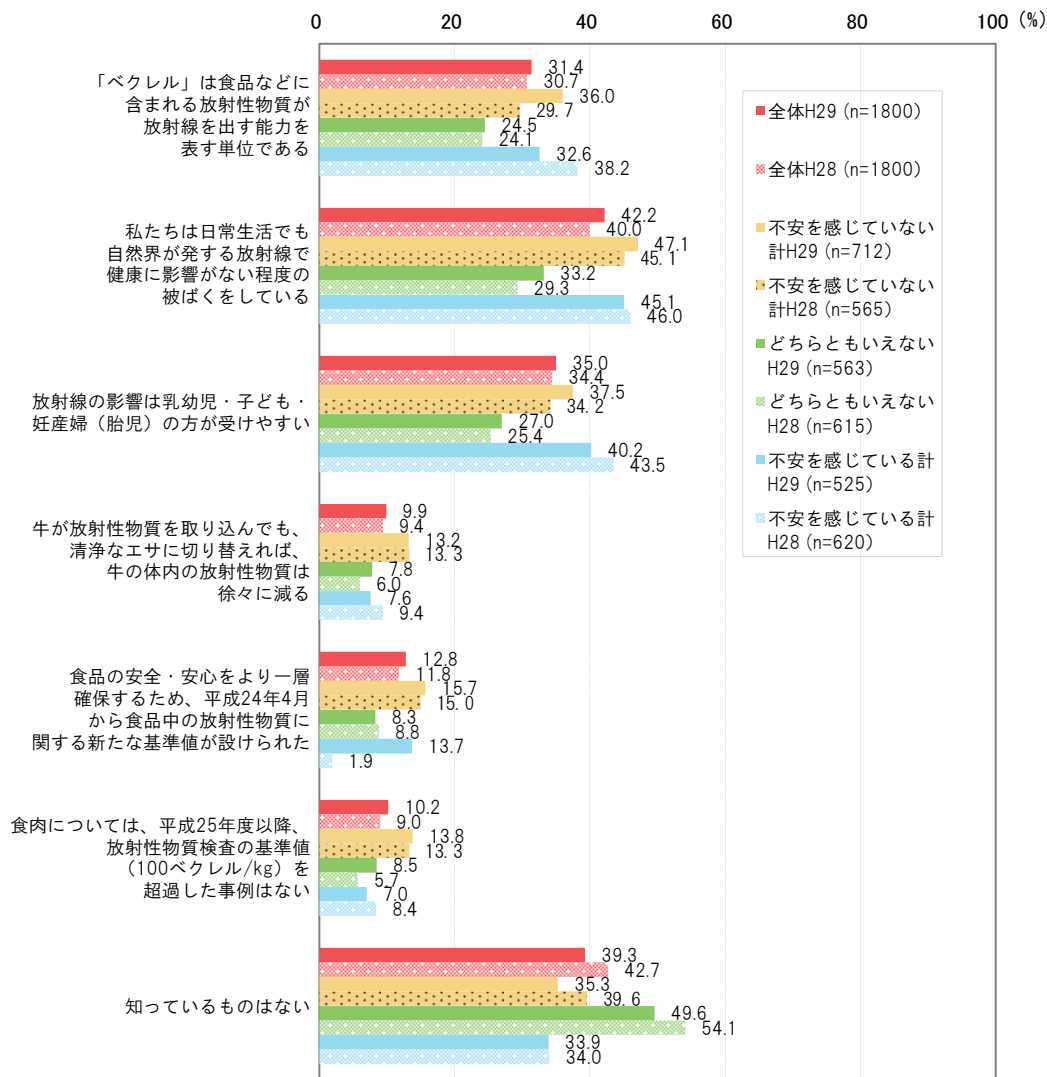
福島県産食肉の放射能汚染への不安 (Q28) と放射性物質に関する知識の関連について分析をするため、福島県産食肉の放射能汚染への不安 (Q28) について、「不安を感じている」+「どちらかといえば不安を感じている」と回答した対象者を「不安を感じている計」、「不安を感じていない」+「どちらかといえば不安を感じていない」と回答した対象者を「不安を感じていない計」とした上で、放射能や食肉中の放射性物質に関する知識 (Q26)、食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識 (Q27) とのクロス集計を行った。

放射能や食肉中の放射性物質に関する知識 (Q26) に関して、「不安を感じている計」は、「「ベクレル」は食品などに含まれる放射性物質が放射線を出す能力を表す単位である」「私たちは日常生活でも自然界が発する放射線で健康に影響がない程度の被ばくをしている」「放射線の影響は乳幼児・子供・妊産婦 (胎児)の方が受けやすい」といった一般的な放射線に関する知識の認知度は、昨年度と同様、全体よりも高いが、牛・食品・食肉についての知識の認知度は全体と同程度である。ここから、福島県産食肉の放射能汚染について不安を感じている人は放射線に関する知識は持っているものの、食品の放射性物質濃度の基準値や検査結果に関する知識が少ない人が多く、そのことが不安感に影響を与えていると考えられる。

また、「不安を感じていない計」と「不安を感じている計」を比較すると、「牛が放射性物質を取り込んでも、清浄なエサに切り替えれば、牛の体内の放射性物質は徐々に減る」「食品の安全・安心をより一層確保するため、平成 24 年 4 月から食品中の放射性物質に関する新たな基準値が設けられた」「食肉については、平成 25 年度以降、放射性物質検査の基準値 (100 ベクレル/kg を超過した事例はない) の 3 項目の認知度は、昨年度と同様、「不安を感じていない計」の方が不安を感じている計よりも高い。ここから、これらの項目の周知が不安感の解消に影響を与える可能性が考えられる。

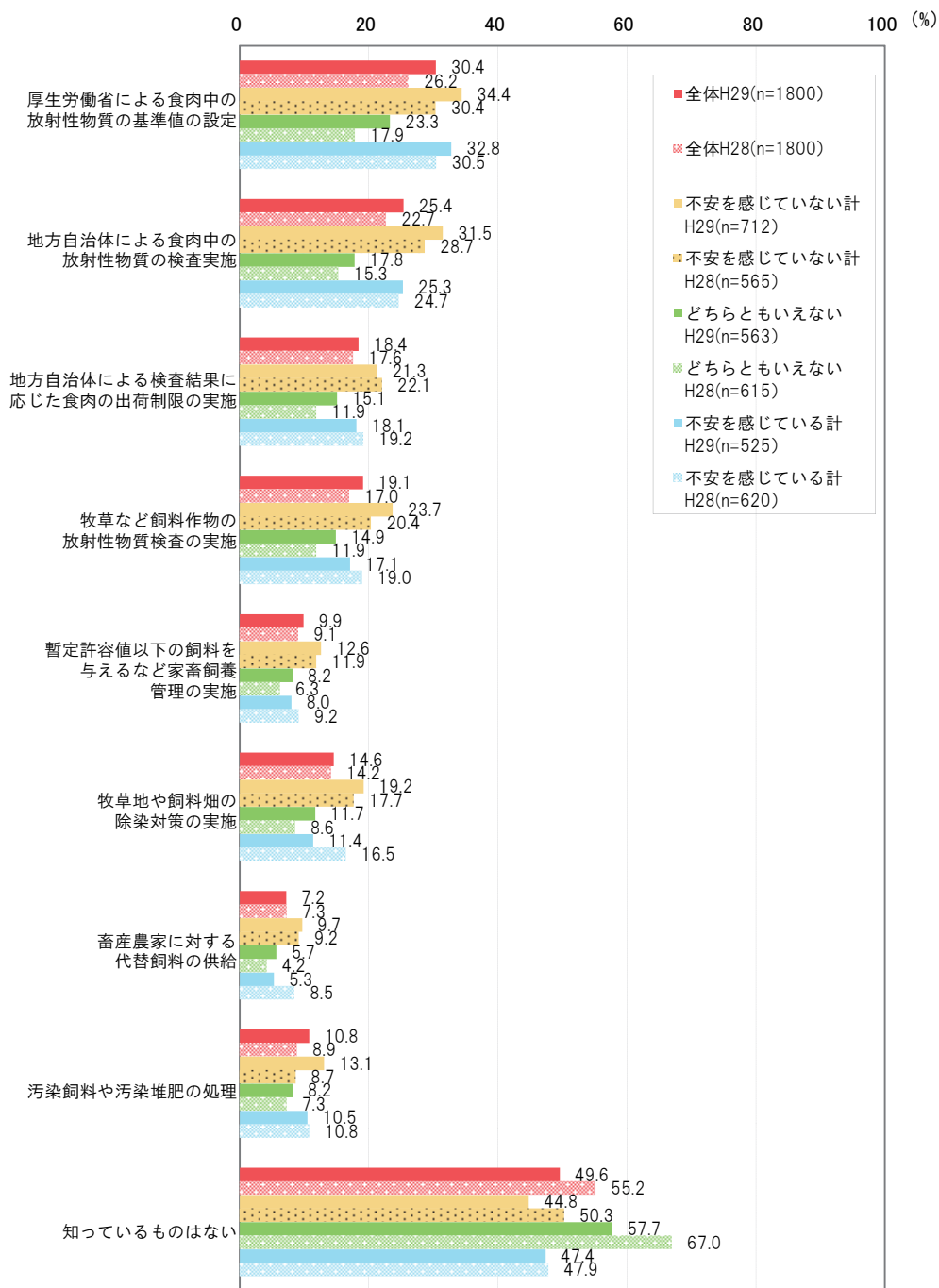
一方、「どちらともいえない」と回答した対象者は、昨年度と同様、全体に比べて「知っているものはない」が高く、こうした知識に乏しいと言える。





図表 17 福島県産食肉の放射能汚染への不安と放射能や食肉中の放射性物質に関する知識のクロス集計結果

食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識(Q27)を見ると、「不安を感じていない計」で、今年度・昨年度ともに「地方自治体による食肉中の放射性物質の検査実施」が全体に比べて5ポイント以上高い。また、「どちらともいえない」と回答した対象者は今年度・昨年度ともに全体に比べて「知っているものはない」が高く、食肉の安全確保の取組に関する知識に乏しいと言える。

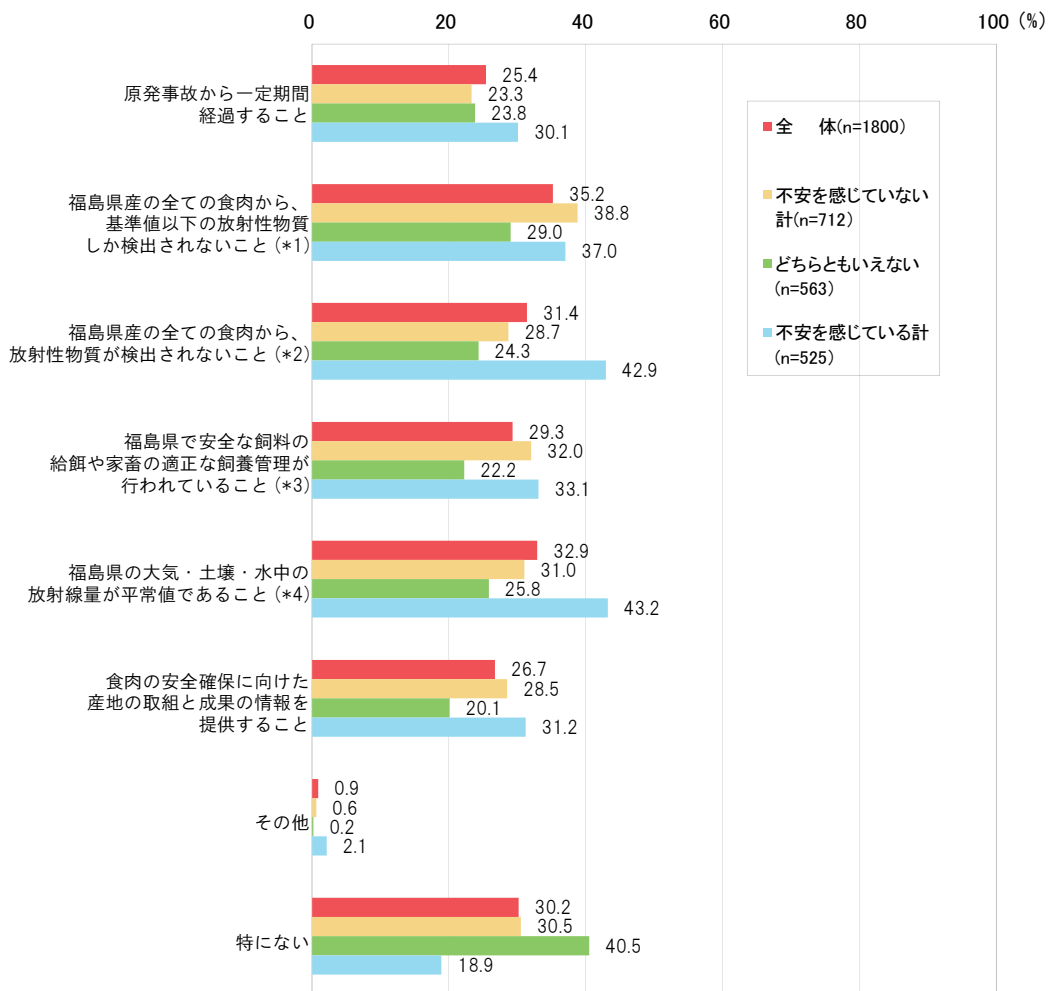


図表 18 福島県産食肉の放射能汚染への不安と食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識のクロス集計結果

#### 4) 福島県産食肉の放射能汚染への不安（Q28）と放射能汚染への不安解消に必要な事柄（Q29）に関する分析

放射能汚染への不安解消に必要な事柄（Q29）を見ると、「不安を感じている計」では「福島県産の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」「福島県の大気・土壌・水中の放射線量が平常値であること」が全体に比べて10ポイント以上高く、放射性物質・放射線量への不安感が強いと言える。「原発事故から一定期間経過すること」も全体に比べて約5ポイント高くなっている。

一方、「不安を感じていない計」では、放射能汚染への不安解消に必要な事柄は「特にない」が3割、「どちらともいえない」では「特にない」が4割と高くなっており、不安解消への事柄へのニーズが低い。



\*1 平成28年の選択肢「その産地の全ての食肉から、基準値以下の放射性物質しか検出されないこと」より変更  
 \*2 平成28年の選択肢「その産地の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」より変更  
 \*3 平成28年の選択肢「その産地で安全な飼料の給餌や家畜の適正な飼養管理が行われていること」より変更

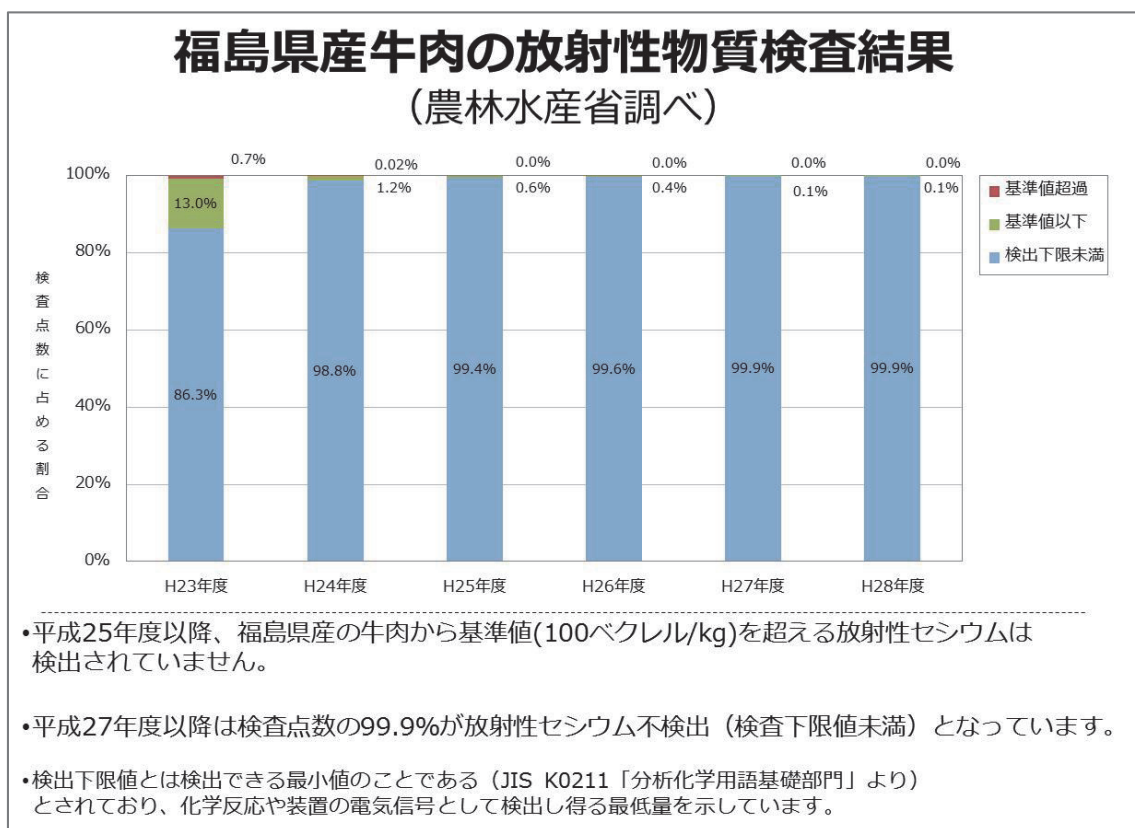
図表 19 放射能汚染への不安解消に必要な事柄についてのクロス集計結果

## 5) 福島県産牛肉の購入意向（Q16）と福島県産牛肉の放射性物質検査結果提示後の購入意向（Q30）の分析

今回の調査では福島県産牛肉の購入意向（Q16）を聴取したのち、図表 20 のような形で、福島県産牛肉の放射性物質検査結果を提示し、再度購入意向の聴取を行った（Q30）。

ただし、福島県産牛肉の購入意向（Q16）と再購入意向（Q30）の間で、食肉の安全性に関する項目別関心度（Q23）、放射性物質とその影響等についての一般的な知識（Q26）、食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識（Q28）などを問う設問があるため、それらの設問による学習効果の影響が懸念された。

今年度は、「福島県産牛肉の放射性物質検査結果の提示」が再購入意向に及ぼす影響と、福島県産牛肉の購入意向（Q16）と再購入意向（Q30）聴取の間の設問による学習効果が及ぼす影響をより明らかにするために、＜ a 情報提示ありグループ 900 名＞、＜ b 情報提示なしグループ 900 名＞に対象者を分けて調査を行った。



図表 20 提示資料

【今年度調査】

「福島県産牛肉の放射性物質検査結果（図表 20）」の情報提示による福島県産牛肉購入意向への影響を確認するために、最初の購入意向質問（Q16：購入意向 0）の回答分布と再度の購入意向質問（Q30：購入意向 1）の回答分布に統計的に有意な差があるかどうかを「福島県産牛肉の放射性物質検査結果（図表 20）」の情報提示の a あり・b なし群別に検定を行った。

両質問の回答変数を、「割高でも購入したい」「他産地と同程度の価格ならば購入したい」「安ければ購入したい」「わからない」「購入したくない」の順序カテゴリカル変数とみなして、対応のあるサンプルのノンパラメトリック検定を行った。

仮説検定の要約結果（図表 22）によれば、a 検査結果の情報提示あり群では、0.5%（<1%）有意水準で「両質問の回答分布の差の中央値は 0 である」という仮説が棄却されるが、b 検査結果の情報提示なし群では 10%有意水準でも当該仮説は棄却できない。

a 検査結果の情報提示あり群では、最初の購入意向質問（Q16）の回答分布と「福島県産牛肉の放射性物質検査結果」の情報提示後の再度の購入意向質問（Q30）の回答分布に統計的に有意な差があることが確認できた。

			割高でも購入したい	他の産地と同程度の価格ならば購入したい	安ければ購入したい	購入したくない	わからない	(%)
購入意向の最初の質問	全体 (n=1800)		4.4	28.1	30.2	10.3	27.1	
	a 情報提示あり (n=900)		4.4	27.8	29.4	10.6	27.8	
	b 情報提示なし (n=900)		4.3	28.3	31.0	10.0	26.3	
購入意向の再度の質問	全体 (n=1800)		2.6	32.6	34.2	14.6	16.0	
	a 情報提示あり (n=900)		2.1	34.2	35.2	13.6	14.9	
	b 情報提示なし (n=900)		3.1	31.0	33.1	15.7	17.1	

図表 21 福島県産牛肉購入意向（最初の質問と再度の質問）【情報提示有無での比較】

帰無仮説	検定	対象群	有意確率	決定
最初の購入意向質問（Q16：購入意向 0）～再度の購入意向質問（Q30：購入意向 1）の差の中央値は 0 です	対応サンプルによる Wilcoxon の符号付き順位検定	a 情報提示あり	0.005	帰無仮説を棄却します
		b 情報提示なし	0.792	帰無仮説を棄却できません

図表 22 福島県産牛肉購入意向（最初の質問と再度の質問）【情報提示有無でのノンパラメトリック検定結果】

【過年度調査との比較】

検査結果提示前と提示後の購入意向の態度変容について、昨年度との変化をみると、検査結果提示前では福島県産牛肉の購入意向に変化はみられず同程度である。一方、結果提示後は、今年度は「他の産地と同程度の価格ならば購入したい」が34.2%と5.0ポイント増加し、「購入したくない」が減少した。

※今年度は、検査結果提示前・提示後ともにa情報提示ありのデータでの比較とした。

				割高でも購入したい	他の産地と同程度の価格ならば購入したい	安ければ購入したい	購入したくない	わからない	(%)
検査結果提示前	a情報提示あり	H29	(n=900)	4.4	27.8	29.4	10.6	27.8	
	全体	H28	(n=1800)	4.1	27.5	28.0	12.9	27.6	
検査結果提示後	a情報提示あり	H29	(n=900)	2.1	34.2	35.2	13.6	14.9	
	全体	H28	(n=1800)	2.4	29.2	34.9	17.7	15.8	

図表 23 検査結果提示前後の福島県産牛肉購入意向【過年度調査との比較】

結果提示前の購入意向と結果提示後の購入意向について、＜ a 情報提示ありグループ 900 名＞＜ b 情報提示なしグループ 900 名＞別にクロス集計を行った。

＜ a 情報提示ありグループ 900 名＞では、結果提示前に「わからない」と回答していた対象者のうち、半数以上の 56.0%が情報提示後に「購入したい計（割高でも購入したい+他と同程度の価格なら購入したい+安ければ購入したい）」に態度を変えた。一方、＜ b 情報提示なしグループ 900 名＞では、結果提示前に「わからない」と回答していた対象者のうち、情報提示後に「購入したい計（割高でも購入したい+他と同程度の価格なら購入したい+安ければ購入したい）」に態度を変えた対象者は 42.2%にとどまった。

また、＜ a 情報提示ありグループ 900 名＞では、結果提示前に「わからない」と回答していた対象者のうち、「購入したくない」に態度を変えた対象者は 10.0%だが、＜ b 情報提示なしグループ 900 名＞では、17.3%が「購入したくない」に態度を変えた。

＜ a 情報提示あり グループ＞		結果提示後の購入意向						（%）
		割高でも購入したい	他の産地と同程度の価格ならば購入したい	安ければ購入したい	購入したくない	わからない	購入したい計	
結果提示前の購入意向の	全 体	(n=900)	2.1	34.2	35.2	13.6	14.9	71.5
	割高でも購入したい	(n=40)	15.0	62.5	12.5	2.5	7.5	90.0
	他と同程度の価格なら購入したい	(n=250)	2.8	63.2	25.2	3.6	5.2	91.2
	安ければ購入したい	(n=265)	1.5	23.4	58.1	7.2	9.8	83.0
	購入したくない	(n=95)	1.1	7.4	12.6	71.6	7.4	21.1
	わからない	(n=250)	0.4	22.4	33.2	10.0	34.0	56.0
＜ b 情報提示なし グループ＞		結果提示後の購入意向						（%）
		割高でも購入したい	他の産地と同程度の価格ならば購入したい	安ければ購入したい	購入したくない	わからない	購入したい計	
結果提示前の購入意向の	全 体	(n=900)	3.1	31.0	33.1	15.7	17.1	67.2
	割高でも購入したい	(n=39)	43.6	48.7	5.1	2.6	-	97.4
	他と同程度の価格なら購入したい	(n=255)	2.4	59.6	20.8	7.1	10.2	82.8
	安ければ購入したい	(n=279)	1.4	20.1	63.4	5.0	10.0	84.9
	購入したくない	(n=90)	1.1	7.8	12.2	74.4	4.4	21.1
	わからない	(n=237)	-	19.0	23.2	17.3	40.5	42.2

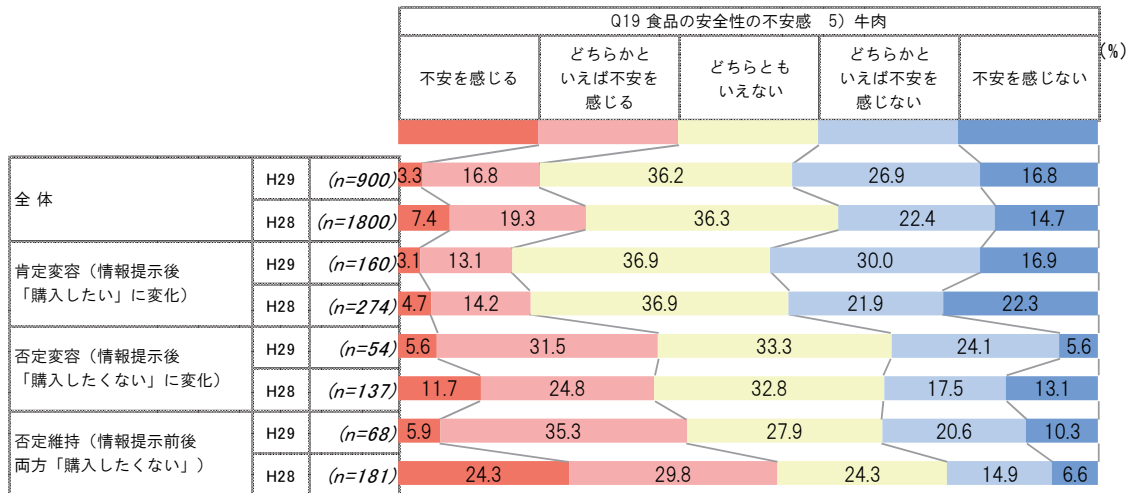
図表 24 検査結果提示前後における福島県産牛肉の購入意向のクロス集計表

態度を変えた対象者、及び結果提示前後でどちらも「購入したくない」と回答した対象者の特徴を把握するため、結果提示後に「購入したい（割高でも購入したい+他と同程度の価格なら購入したい+安ければ購入したい）」に回答を変化させた対象者を「肯定変容」、「購入したくない」に回答を変化させた対象者を「否定変容」、結果提示前後でどちらも「購入したくない」と回答した対象者を「否定維持」と定義して、各設問とクロス集計を行った。

この分析は昨年度との比較のため、＜ a 情報提示ありグループ 900 名＞でクロス集計を行った。

その結果、「肯定変容」「否定変容」「否定維持」には次のような特徴が見られた。

今年度・昨年度ともに、牛肉の安全性への不安感（Q19）に関して、肯定変容は「不安を感じる（不安を感じる＋どちらかといえば不安を感じる）」の割合が全体に比べて低い。否定変容、否定維持は「不安を感じる（不安を感じる＋どちらかといえば不安を感じる）」の割合が全体に比べて高い。

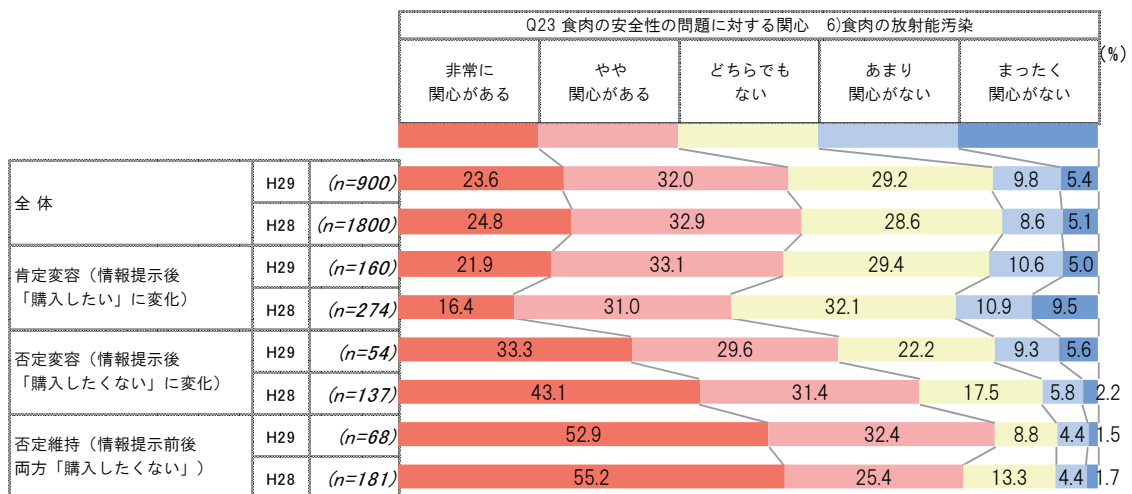


※平成 29 年度：< a 情報提示ありグループ 900 名 > ベース

図表 25 態度変容と牛肉の安全性の不安感のクロス集計結果

今年度・昨年度ともに、食肉の放射能汚染への関心の程度（Q23）に関して、肯定変容は「非常に興味がある」の割合が全体に比べて低い。

否定変容、否定維持は「非常に興味がある」の割合が全体に比べて高い。



※平成 29 年度：< a 情報提示ありグループ 900 名 > ベース

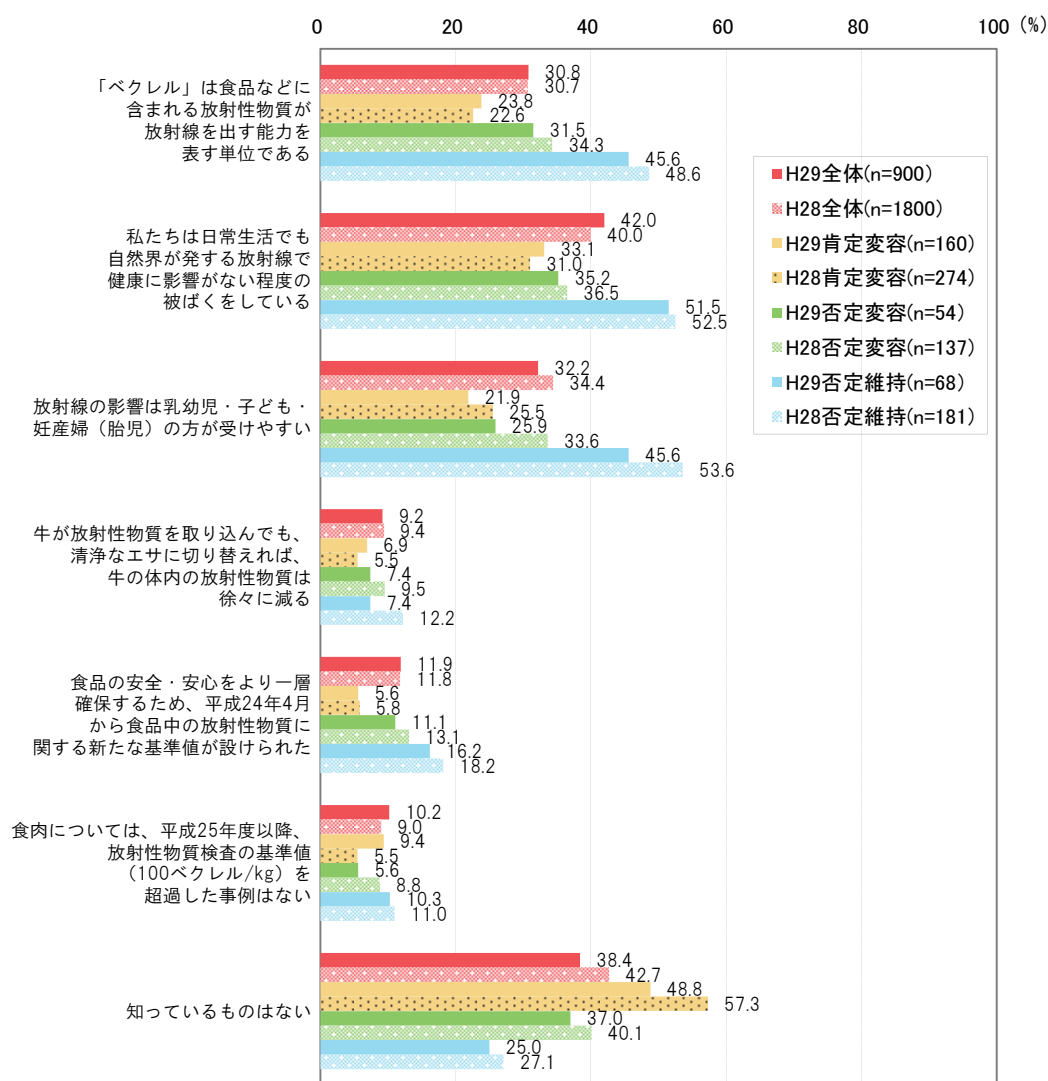
図表 26 態度変容と食肉の放射能汚染への関心のクロス集計結果



今年度・昨年度ともに、放射能や食肉中の放射性物質に関する知識（Q26）に関して、肯定変容は全体に比べて「知っているものはない」の割合が高く、こうした知識が少ないと考えられる。

否定変容は全体と大きな差はなく、こうした知識を平均的に持っていると考えられる。

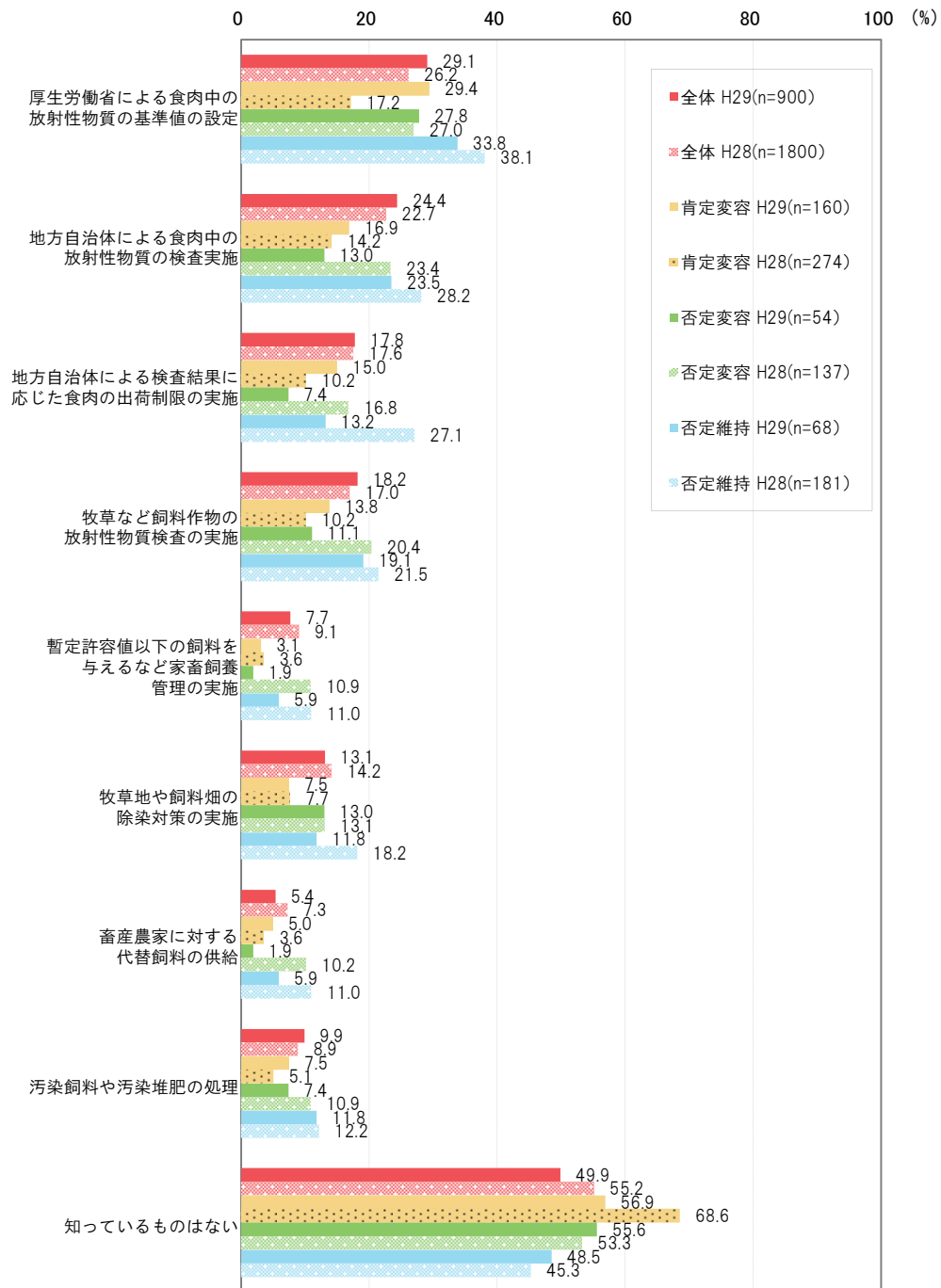
否定維持は「知っているものはない」の割合が低く、全体に比べてこうした知識が豊かであると考えられる。



※平成 29 年度：＜ a 情報提示ありグループ 900 名＞ベース

図表 27 態度変容と放射能や食肉中の放射性物質に関する知識のクロス集計結果

今年度・昨年度ともに、食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識（Q27）に関して、前述の放射能や食肉中の放射性物質に関する知識（Q26）と同じ傾向が見られ、肯定変容は全体に比べてこうした知識が少なく、否定変容は中間、否定維持は知識がやや多いと言える。



※平成 29 年度：＜a 情報提示ありグループ 900 名＞ベース

図表 28 態度変容と食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識のクロス集計結果

これらの結果から、今年度・昨年度ともに、肯定変容層はもともと牛肉の安全性等に関する不安が希薄であるため、検査結果を提示した際に肯定的な態度へ転じたと考えられる。

否定変容層はある程度牛肉の安全性等に関する不安を持ってはいるものの、知識に関しては平均的な層であり、検査結果を提示した際に、放射能汚染に関する不安をより強く意識してしまったため否定的な態度へ転じたと考えられる。

否定維持層は牛肉の安全性等に関する不安が強く、元々知識も持っている層であり、自分の中で確固たる意識が出来上がってしまっているために検査結果を提示しても態度が変容しなかったと考えられる。

これらの「肯定変容」「否定変容」「否定維持」の各層と放射能汚染の不安解消に必要なこと（Q29）についてクロス集計を行った。この分析は、昨年度との比較のため、< a 情報提示ありグループ 900 名 >で、Q28 福島県産の食肉の放射性汚染「不安を感じている計（「どちらかといえば不安を感じている」＋「不安を感じている」ベース（n=525）で行った。

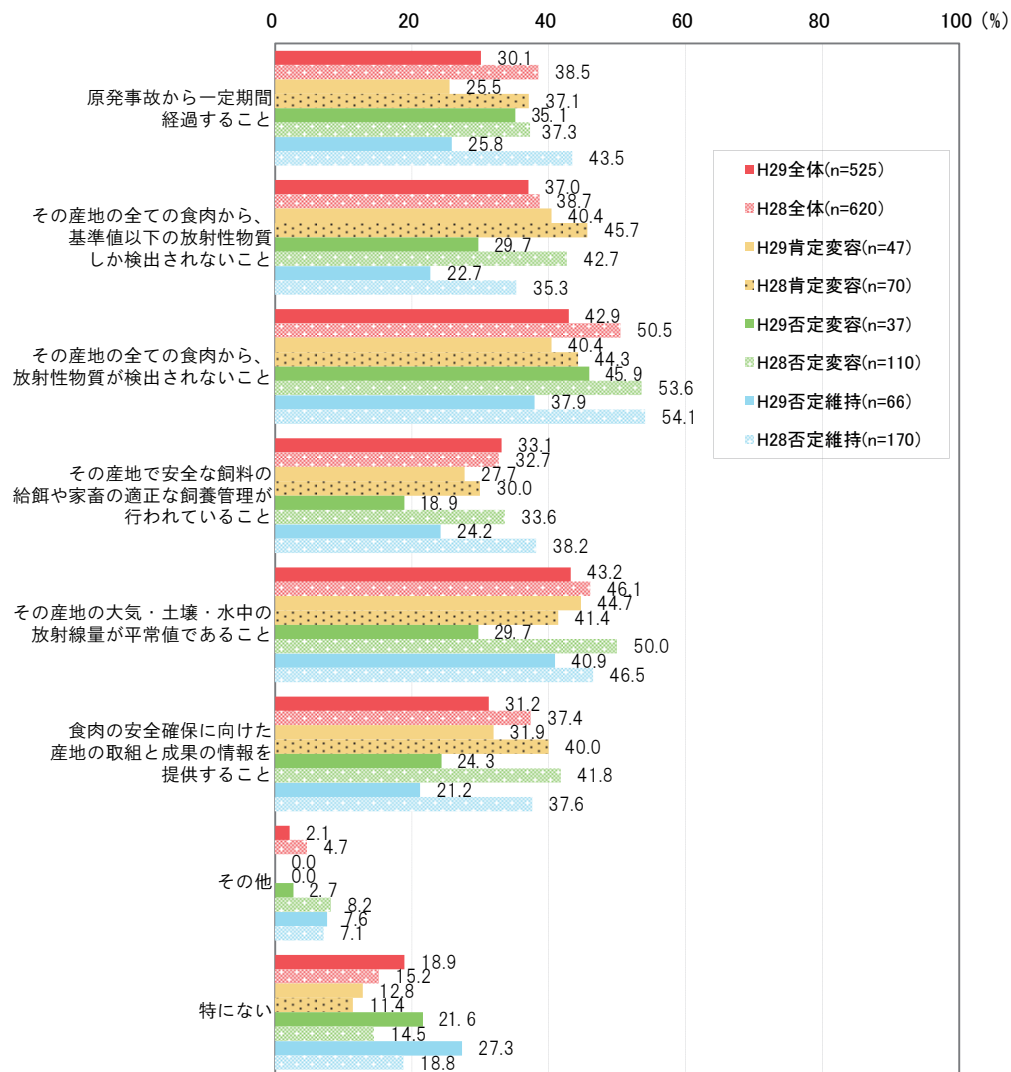
この結果を見ると、肯定変容では、昨年度・本年度ともに、「その産地の大気・土壌・水中の放射線量が平常値であること」「その産地の全ての食肉から、基準値以下の放射性物質しか検出されないこと」「その産地の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」が Top3 で高い。

否定変容では、昨年度・本年度ともに、「その産地の全ての食肉から放射性物質が検出されないこと」が Top1 で最も高い。

否定維持では、昨年度・本年度ともに、「その産地の大気・土壌・水中の放射線量が平常値であること」「その産地の全ての食肉から放射性物質が検出されないこと」「原発事故から一定期間経過すること」が Top3 で高い。また、「否定維持」では、昨年度・本年度ともに、不安解消に必要なことは「特にない」が全体に比べて高い。

放射能汚染の不安感解消に必要なこと（Q29）と放射能や食肉中の放射性物質に関する知識（Q26）や食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識（Q27）を併せて見ると、「その産地の全ての食肉から、基準値以下の放射性物質しか検出されないこと」は各層で約 2 割～4 割が求めているにもかかわらず、「食肉については、平成 25 年度以降、放射性物質検査の基準値（100 ベクレル/kg）を超過した事例はない」という知識に関しては約 1 割以下しか認知されていない。

また、「その産地で安全な飼料の給餌や家畜の適正な飼養管理が行われていること」に関しては各層で約 2 割～3 割が求めているにも関わらず、「暫定許容値以下の飼料を与えるなど家畜飼養管理の実施」の取り組みについては約 1 割以下しか知られていない。こうした知識や取り組みについての情報発信・啓蒙を続けていくことが福島県産牛肉の購入意向を高めるために必要と考えられる。



※平成 29 年度：＜a 情報提示ありグループ 900 名＞で、Q28 福島県産の食肉の放射性汚染「不安を感じている計（「どちらかといえば不安を感じている」＋「不安を感じている」ベース

図表 29 態度変容と放射能や放射能汚染の不安解消に必要なことのクロス集計結果

## 2.2 国産牛肉の強みに関する考察

- 牛肉の購入意向がある対象者は国産牛肉のみ購入意向がある対象者と国産牛肉と外国産牛肉のどちらも購入意向がある対象者の2つに大別される。
- 国産和牛は、昨年度と同様、日常の食材としても特別な日の食材としても食べられており、信頼感や高級感、おいしいといったイメージが強みとして捉えられている。
- アメリカ産／オーストラリア産牛肉は、昨年度と同様、日常の食材としてよく食べられており、安価で手に入りやすいといったイメージが強みとして捉えられている。
- 和牛以外の国産牛肉は、昨年度と同様、日常の食材としてよく食べられている。国産和牛に比べると価格が手頃で入手しやすいといったイメージが高く、外国産牛肉と比べると信頼感やおいしいといったイメージが高い。和牛以外の国産牛肉は、国産牛肉、外国産牛肉のそれぞれに対して相対的な強みを持っており、中間に位置していると考えられる。
- 国産牛肉のみ購入意向がある対象者は、国産牛肉と外国産牛肉のどちらも購入意向がある対象者に比べて、国産和牛に信頼感や味に対する良いイメージをより強く持っている。また、和牛以外の国産牛肉に対しては「価格が手頃」というイメージをより強く持っている。
- 国産和牛肉では、「子ども向き」「柔らかい」「入手しやすい」「少量で満足」「産地や生産者がわかる」「信頼がおける」といったイメージを持っていると、価格許容度は高くなる
- 和牛以外の国産牛肉では「美容によい」「洋食に合う」「赤身が多い」「価格が手ごろ」「産地や生産者が分かる」「特売」といったイメージを持っていると、価格許容度は高くなる。

ここでいう国産牛肉とは「国産和牛」、及び「和牛以外の国産牛肉」のことである。この2.2では牛肉の購入意向者にとって、国産牛肉のイメージがアメリカ産牛肉やオーストラリア産牛肉といった外国産牛肉のイメージと比べるとどのように差別化されており、どのような点が強みとして評価されているかを把握することを目的とした。

各牛肉のイメージは絶対評価として定まる部分もあるが、それぞれの牛肉のポジショニングから相対的に決まる部分もあると考えられる。例えば、国産和牛のみを比較対象とした時の和牛以外の国産牛肉のイメージと外国産牛肉を比較対象としたときの和牛以外の国産牛肉のイメージはそれぞれ少し異なると考えられる。そこで、ここでは以下の3つの分析を行った。

- 1)牛肉購入意向者のセグメンテーション
- 2)セグメント別の国産和牛／和牛以外の国産牛肉の強み分析
- 3)国産和牛肉／和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度

## 1) 牛肉購入意向者（Q10）のセグメンテーション

先述の通り、各牛肉のイメージは相対的に決まる部分もあると考えられ、牛肉の購入意向者の中でも「どの牛肉を購入対象として比較しているか」によって、イメージは少し異なると考えられる。今回の牛肉の購入意向者の中にも「国産牛肉のみ購入意向あり」「外国産牛肉のみ購入意向あり」「国産牛肉・外国産牛肉のどちらも購入意向あり」の3セグメントが想定される。ここでは、この3セグメントが成立しうるかを検討する。

具体的には国産和牛／和牛以外の国産牛肉／アメリカ産牛肉／オーストラリア産牛肉の購入意向（Q10）について、「非常に購入したい」＋「購入したい」と回答した対象者を「積極購入意向者」と定義した上でクロス集計を行い、各牛肉の積極購入意向者の重複度を見た。

国産和牛の積極購入意向者のうち、和牛以外の国産牛肉の積極購入意向者は今年度・昨年度ともに約6割だが、アメリカ産／オーストラリア産牛肉の積極購入意向者は約2割だった。

また、和牛以外の国産牛肉の積極購入者のうち、国産和牛の積極購入意向者は今年度・昨年度ともに9割を超えるのに対して、アメリカ産／オーストラリア産牛肉の積極購入意向者は約3割だった。

一方、今年度・昨年度ともに、アメリカ産／オーストラリア産牛肉の積極購入意向者のうち、約8割が国産和牛の積極購入意向者だった。

			国産和牛 積極購入意向者	和牛以外の 国産牛肉 積極購入意向者	アメリカ産牛肉 積極購入意向者	オーストラリア 産牛肉 積極購入意向者 (%)
国産和牛 積極購入意向者	H29	(n=940)	100.0	61.1	21.8	25.6
	H28	(n=878)	100.0	58.7	18.7	23.6
和牛以外の国産牛肉 積極購入意向者	H29	(n=633)	90.7	100.0	33.0	36.8
	H28	(n=544)	94.7	100.0	29.0	34.7
アメリカ産牛肉 積極購入意向者	H29	(n=248)	82.7	84.3	100.0	89.1
	H28	(n=202)	81.2	78.2	100.0	92.6
オーストラリア産牛肉 積極購入意向者	H29	(n=300)	80.3	77.7	73.7	100.0
	H28	(n=274)	75.5	69.0	68.2	100.0

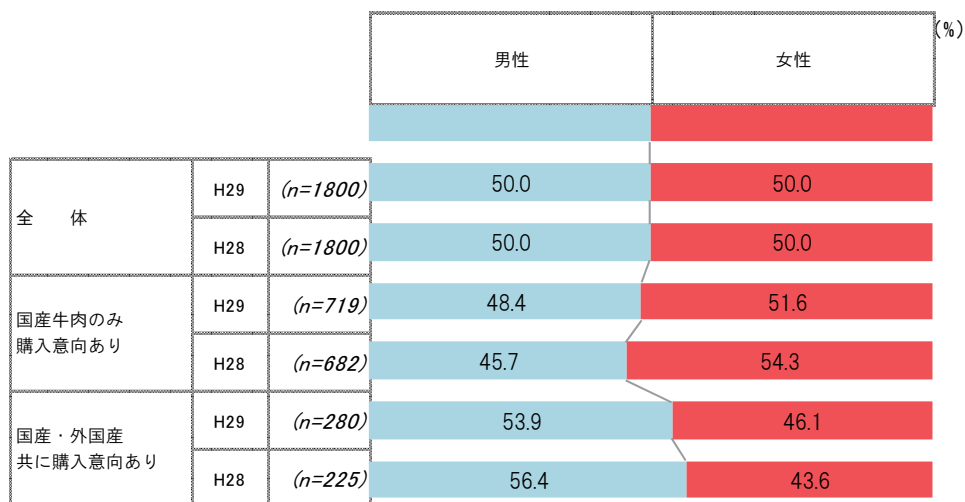
図表 30 各牛肉の積極購入意向者の重複度

ここから、今年度も、昨年度と同様、牛肉購入意向者のうち「外国産牛肉のみ購入意向あり」のセグメントはあまりおらず、「国産牛肉のみ購入意向あり」と「国産・外国産共に購入意向あり」の2つのセグメントがあると考えられる。

そこで、国産和牛と和牛以外の国産牛肉のいずれかで「積極意向者」かつ、アメリカ産牛肉とオーストラリア産牛肉のいずれでも「積極意向者」ではない対象者を「国産牛肉のみ購入意向あり」、国産和牛と和牛以外の国産牛肉のいずれかで「積極意向者」かつ、アメリカ産牛肉とオーストラリア産牛肉のいずれ

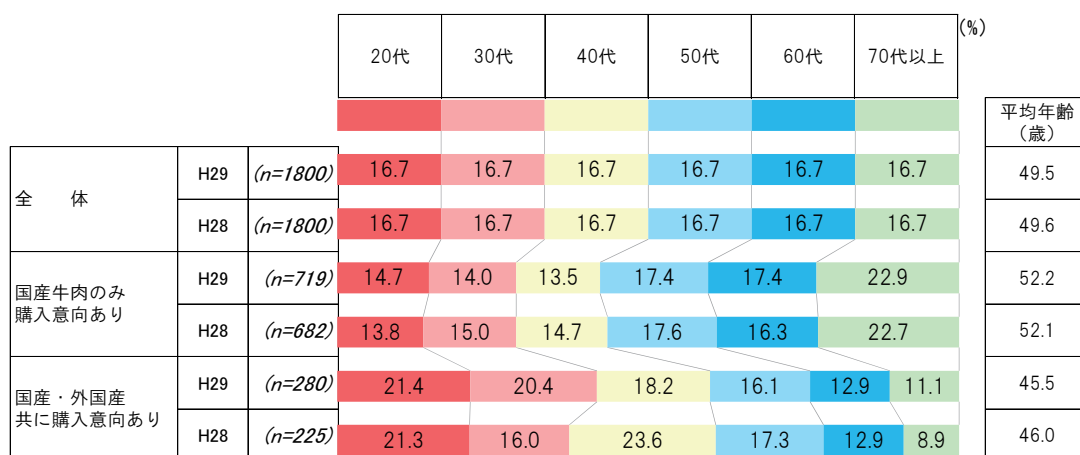
れかで「積極意向者」の対象者を「国産・外国産共に購入意向あり」と定義し、この2つのセグメントについて、特徴を抽出すべく各設問とのクロス集計を行ったところ、次のような特徴が見られた。

性別（Q2）では、今年度・昨年度ともに、国産牛肉のみ購入意向ありは全体に比べて「女性」が高く、国産・外国産共に購入意向ありは全体に比べて「男性」が高い。



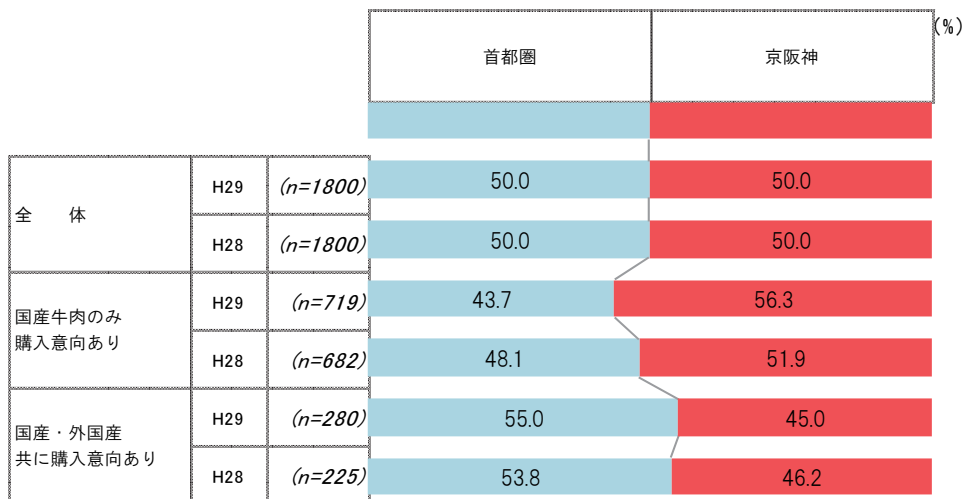
図表 31 性別

年代（Q3）では、今年度・昨年度ともに、国産牛肉のみ購入意向ありは全体に比べて「平均年齢」が約52歳と高い。国産・外国産共に購入意向ありは全体に比べて「平均年齢」が約46歳と低い。



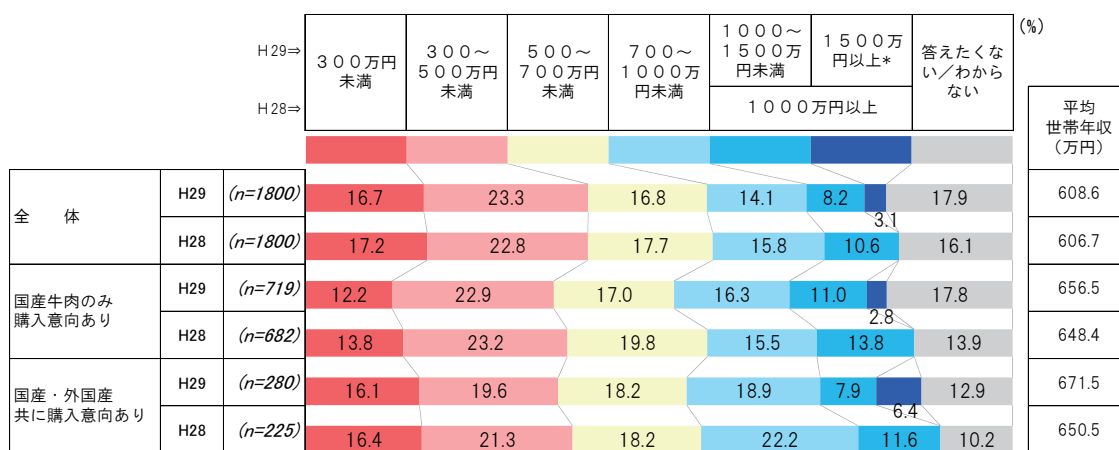
図表 32 年代

居住エリアでは、今年度・昨年度ともに、国産牛肉のみ購入意向ありは国産・外国産共に購入意向ありと比べて「京阪神」が高く、国産・外国産共に購入意向ありは「首都圏」が高い。



図表 33 居住エリア

世帯年収（Q58）では、今年度・昨年度ともに、国産牛肉のみ購入意向あり、国産・外国産共に購入意向ありのいずれについても、世帯年収カテゴリー別相対頻度に大きな違いはみられない。



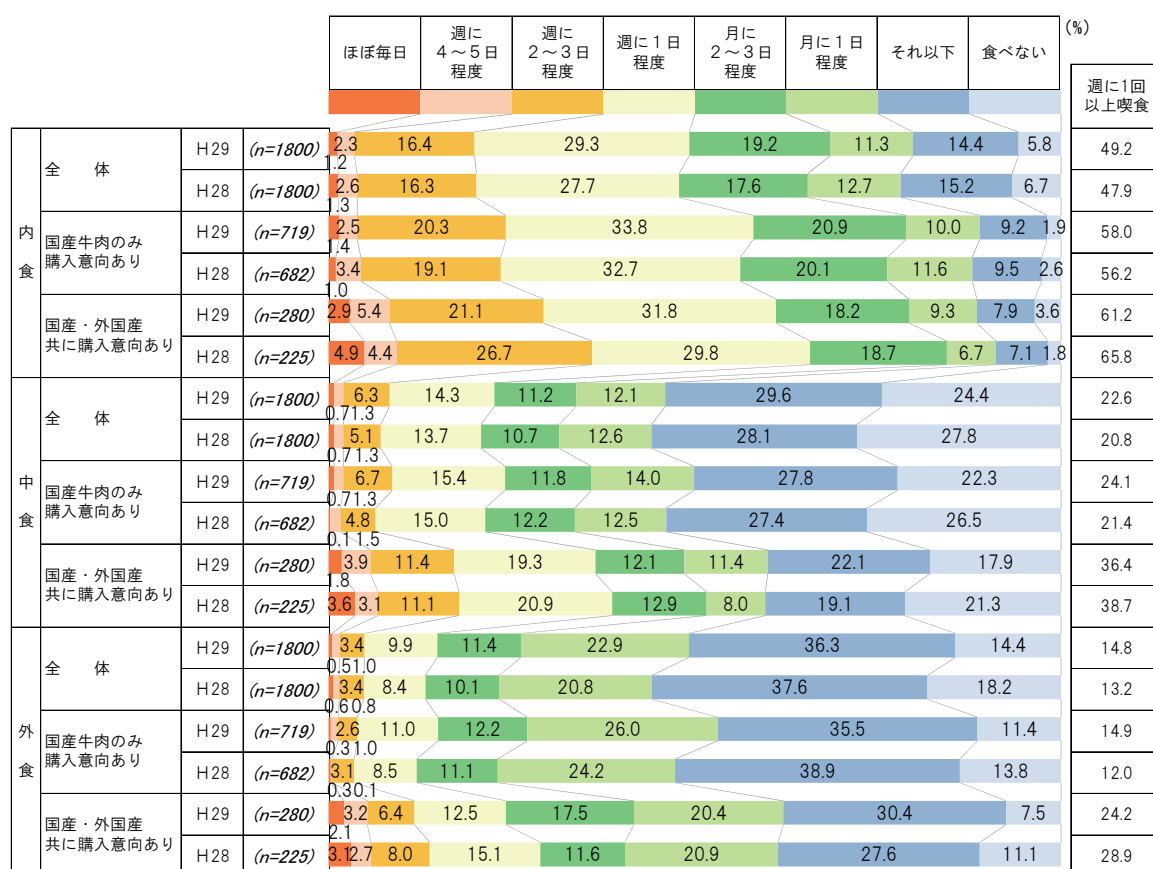
\*平成29年より新規の選択肢

図表 34 世帯年収



牛肉喫食頻度（Q4）の内食では、今年度・昨年度ともに、国産牛肉のみ購入意向あり、国産・外国産共に購入意向あり共に全体よりも「週に1回以上喫食」の割合は高い。これはどちらのセグメントも牛肉の購入意向がある対象者なのに対して、全体には牛肉を喫食しない対象者も含むためである。

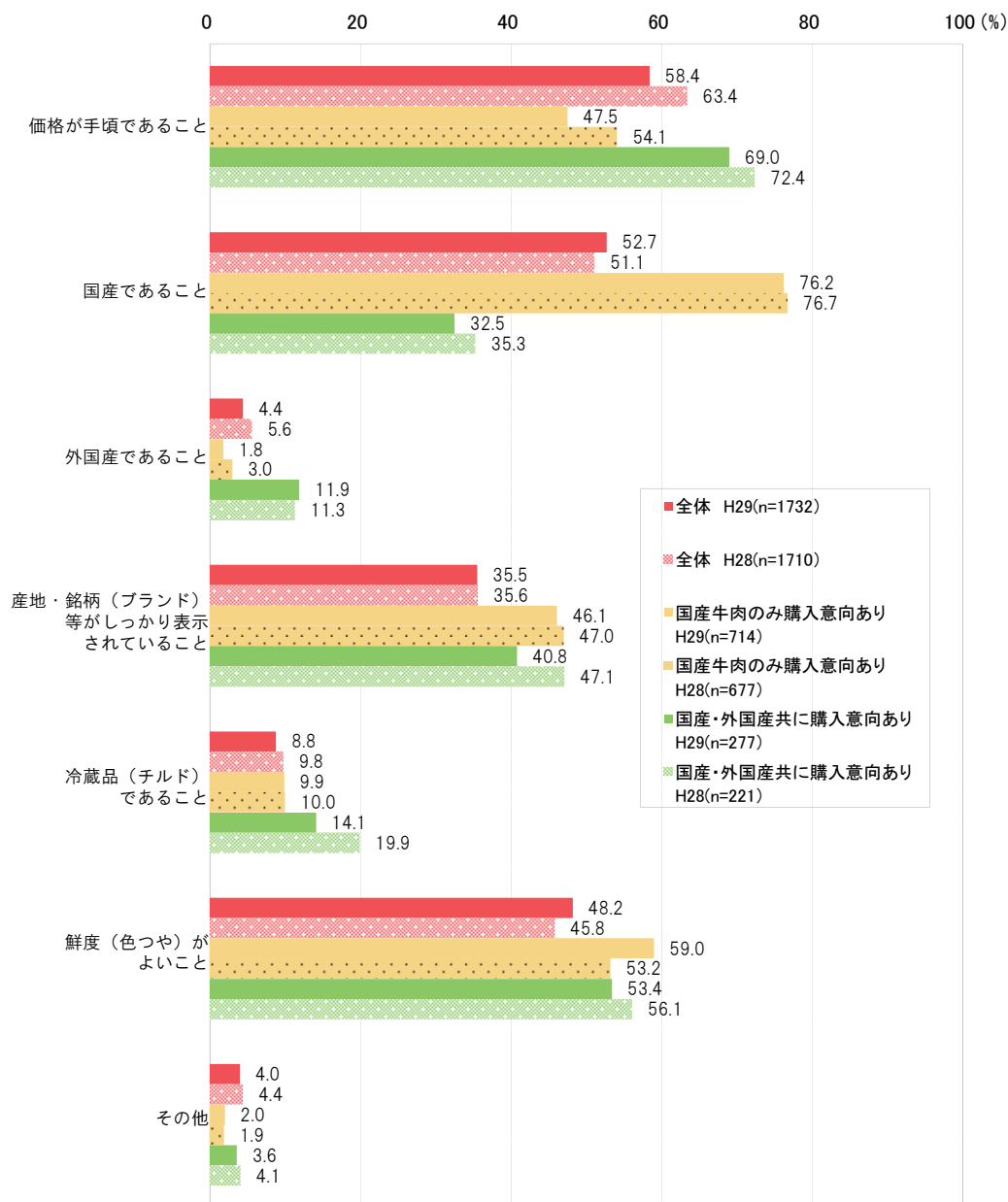
セグメント間で比較をすると、今年度・昨年度ともに、内食・中食・外食のいずれにおいても、「週に1回以上喫食」の割合は国産牛肉のみ購入意向ありより、国産・外国産共に購入意向ありの方が高い。



図表 35 牛肉喫食頻度

牛肉購入重視点 (Q8) では、今年度・昨年度ともに、国産牛肉のみ購入意向ありは全体に比べて、「国産であること」「産地・銘柄 (ブランド) 等がしっかり表示されていること」「鮮度 (色つや) がよいこと」が高い。

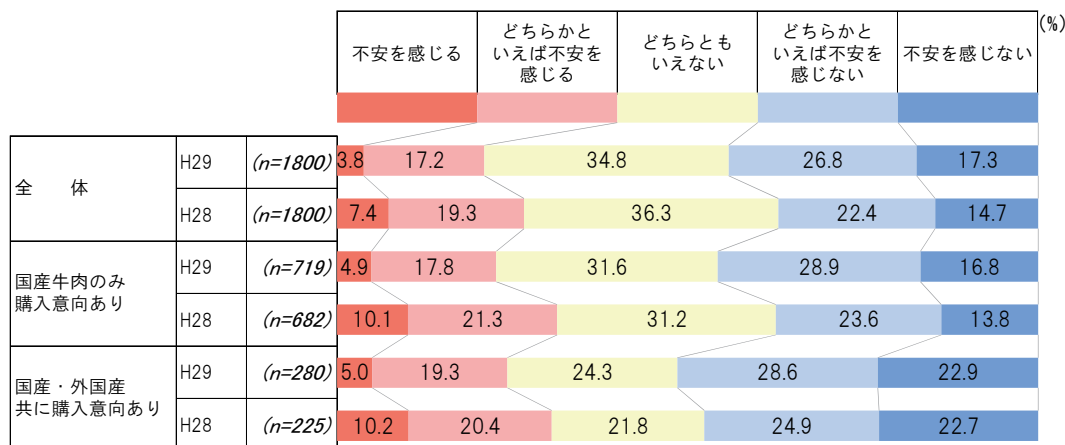
国産・外国産共に購入意向ありは全体に比べて、「価格が手頃であること」「産地・銘柄 (ブランド) 等がしっかり表示されていること」「冷蔵品 (チルド) であること」「鮮度 (色つや) がよいこと」が高い。



図表 36 牛肉購入重視点

牛肉の安全性に対する不安感（Q19）では、今年度・昨年度ともに、国産牛肉のみ購入意向ありは全体に比べて「どちらともいえない」がやや低い。

国産・外国産共に購入意向ありは全体に比べて、「どちらともいえない」が低く、「不安を感じない」（不安を感じない+どちらかといえば不安を感じない）が高い。



図表 37 牛肉の安全性に対する不安感

上記に挙げたセグメントの特徴を図表 38 にまとめた。

	国産牛肉のみ購入意向あり	国産・外国産共に購入意向あり
性別	女性が多い	男性が多い
年齢	高い	低い
地域	京阪神が多い	首都圏が多い
世帯年収	違いなし	違いなし
牛肉喫食頻度	少ない	多い
購入重視点	国産である 産地・銘柄等が表示されている 鮮度（色つや）がよい	価格が手ごろ 産地・銘柄等が表示されている 冷蔵品（チルド）である 鮮度（色つや）がよい
牛肉安全性不安	「どちらともいえない」が低い	「不安を感じない」が高い

図表 38 セグメントの特徴

## 2) セグメント別 (Q10) の国産和牛／和牛以外の国産牛肉の強み分析

続いて、国産牛肉の強みについてセグメント別に分析を行った。

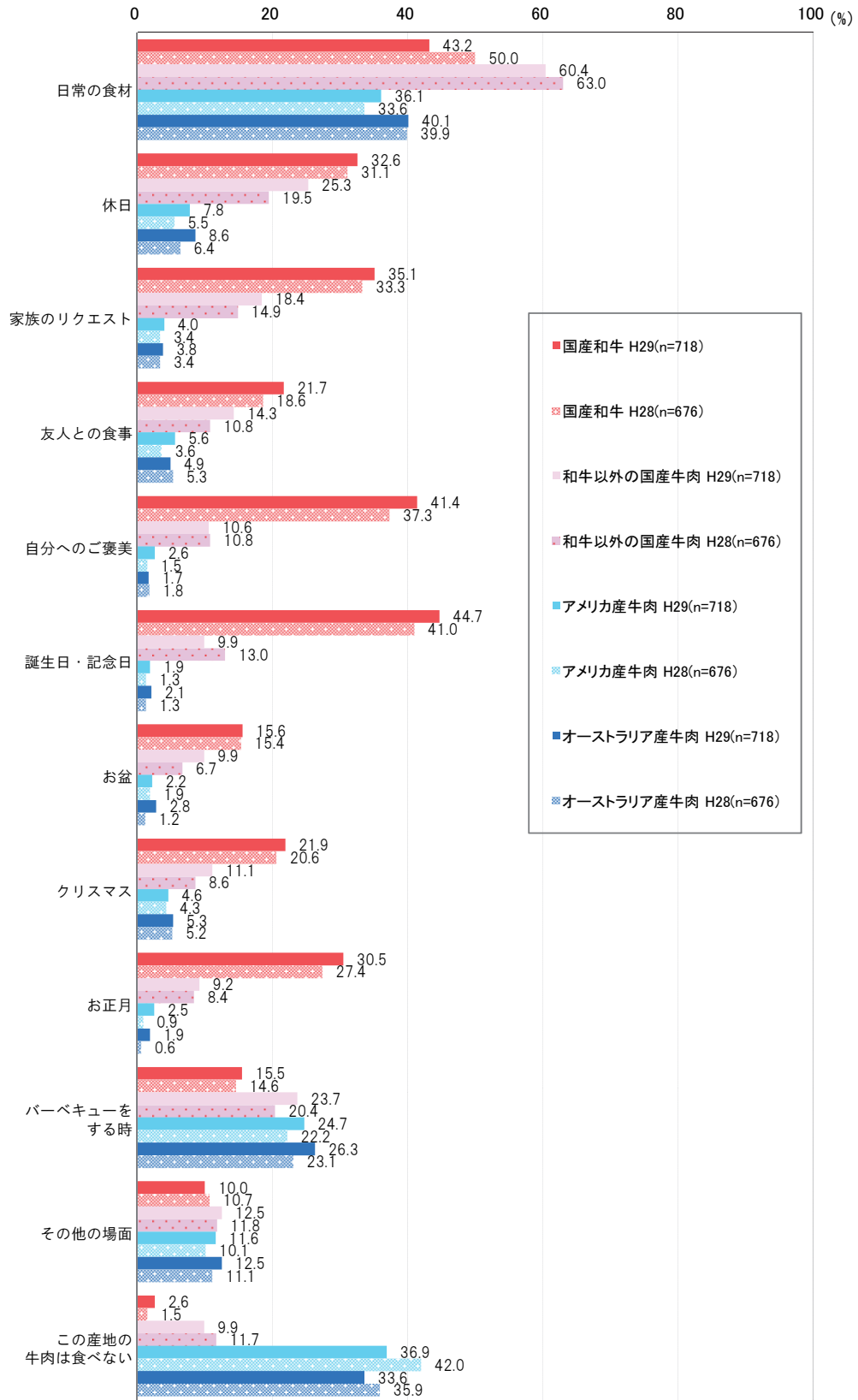
### 【国産のみ購入意向あり】

国産のみ購入意向ありの対象者の各牛肉の喫食場面 (Q12-1) を見た。

国産和牛は、今年度は「誕生日・記念日」が 3.7 ポイント増加して最も多くなり、次いで「日常の食材」が多い。また、「自分へのご褒美」「お正月」といった特別な日も多く、日常と特別な日の両方でよく食べられていることが分かる。

和牛以外の国産牛肉も、今年度・昨年度ともに、「日常の食材」が最も多く、国産和牛よりもその比率は高く 6 割を超えている。また、和牛以外の国産牛肉は「誕生日・記念日」「自分へのご褒美」「お正月」などの特別な日は 1 割前後と国産和牛よりも低いことから、和牛以外の国産牛肉の方がより日常的な食材として食べられている。

また、アメリカ産／オーストラリア産牛肉は「食べない」の割合が、今年度・昨年度ともに 3 割以上と最も高い。



図表 39 国産のみ購入意向ありの各牛肉の喫食場面

また、国産のみ購入意向ありの対象者の各牛肉のイメージ（Q11）を見たところ、イメージのTOP10は図表40のようになった。

国産和牛は、今年度・昨年度ともに、「安心」「安全」や「高品質」「産地や生産者がわかる」といった信頼感や、「高級品」「贅沢感がある」といった高級感、「おいしい」「柔らかい」「霜降り」などの味・風味の部分に関するイメージが上位に来ており、こうした信頼感、高級感、及びおいしさが強みと言える。

一方、アメリカ産/オーストラリア産牛肉は、今年度・昨年度ともに「価格が手頃」がTop1で50%以上と高いイメージで、次いで「入手しやすい」「特売」が高く、安価で手に入りやすいという点が強みと言える。

和牛以外の国産牛肉は、今年度・昨年度ともに、「おいしい」「安心」「安全」がTop3で、次いで「スタミナ源」「筋肉や骨をつくる」といった健康機能イメージや、「価格が手頃」「入手しやすい」といった価格イメージが上位に来ている。「おいしい」「安心」「安全」はTop3のイメージではあるが、国産和牛と比べるとその割合は低く、アメリカ産/オーストラリア産牛肉と比べると「価格が手頃」「入手しやすい」の割合は低い。

ここから、和牛以外の国産牛肉の強みは、国産和牛に比べると「価格」が手頃で「入手しやすく」、外国産牛肉と比べると「安心」「安全」で信頼感があり、「おいしい」という相対的な強みであり、両者の中間に位置していると考えられる。

	国産和牛		和牛以外の国産牛肉	
	(H29)	(H28)	(H29)	(H28)
1位	価格/高級品(64.0%)	品質/安心(65.7%)	味・風味/おいしい(34.1%)	品質/安心(34.2%)
2位	品質/安心(59.9%)	価格/高級品(65.5%)	品質/安心(33.5%)	品質/安心(32.8%)
3位	味・風味/おいしい(59.5%)	情緒/信頼がおける(61.4%)	品質/安全(32.8%)	味・風味/おいしい(29.6%)
4位	品質/安全(58.7%)	味・風味/おいしい(60.1%)	健康・美容/スタミナ源(28.2%)	情緒/信頼がおける(28.4%)
5位	食感/柔らかい(58.0%)	品質/安全(60.0%)	価格/価格が手頃(24.5%)	価格/価格が手頃(28.3%)
6位	部位・栄養素/霜降り(54.0%)	食感/柔らかい(56.6%)	利便性/入手しやすい(24.5%)	健康・美容/スタミナ源(27.4%)
7位	品質/高品質(53.4%)	情緒/贅沢感がある(55.3%)	健康・美容/筋肉や骨をつくる(24.1%)	利便性/入手しやすい(26%)
8位	情緒/贅沢感がある(50.6%)	部位・栄養素/霜降り(54.1%)	味・風味/旨味がある(21.8%)	健康・美容/筋肉や骨をつくる(22.4%)
9位	味・風味/旨味がある(49.0%)	品質/高品質(50.0%)	品質/新鮮(21.4%)	品質/新鮮(18.9%)
10位	品質/産地や生産者がわかる(48.0%)	品質/産地や生産者がわかる(45.7%)	情緒/信頼がおける(21.0%)	食感/柔らかい(18.8%)
	アメリカ産牛肉		オーストラリア産牛肉	
	(H29)	(H28)	(H29)	(H28)
1位	価格/価格が手頃(51.6%)	価格/価格が手頃(53.4%)	価格/価格が手頃(54.1%)	価格/価格が手頃(55.4%)
2位	利便性/入手しやすい(33.7%)	価格/特売(33.7%)	利便性/入手しやすい(33.1%)	利便性/入手しやすい(35.2%)
3位	価格/特売(31.3%)	利便性/入手しやすい(32.8%)	価格/特売(30.3%)	価格/特売(32.7%)
4位	部位・栄養素/赤身が多い(25.3%)	健康・美容/スタミナ源(23.2%)	部位・栄養素/赤身が多い(26.1%)	部位・栄養素/赤身が多い(22.9%)
5位	健康・美容/スタミナ源(25.0%)	部位・栄養素/赤身が多い(21.8%)	健康・美容/スタミナ源(22.9%)	健康・美容/スタミナ源(21.6%)
6位	味・風味/肉々しい(23.4%)	情緒/若者向き(18.5%)	利便性/洋食に合う(20.9%)	情緒/若者向き(18%)
7位	利便性/洋食に合う(21.8%)	健康・美容/筋肉や骨をつくる(18.2%)	情緒/若者向き(20.0%)	健康・美容/筋肉や骨をつくる(17.3%)
8位	情緒/若者向き(20.7%)	味・風味/肉々しい(17.9%)	健康・美容/筋肉や骨をつくる(19.3%)	利便性/洋食に合う(16.9%)
9位	健康・美容/筋肉や骨をつくる(19.6%)	利便性/洋食に合う(17.2%)	味・風味/肉々しい(18.4%)	味・風味/肉々しい(13.9%)
10位	情緒/男性向き(16.3%)	情緒/男性向き(15.4%)	情緒/男性向き(13.8%)	情緒/男性向き(12.6%)

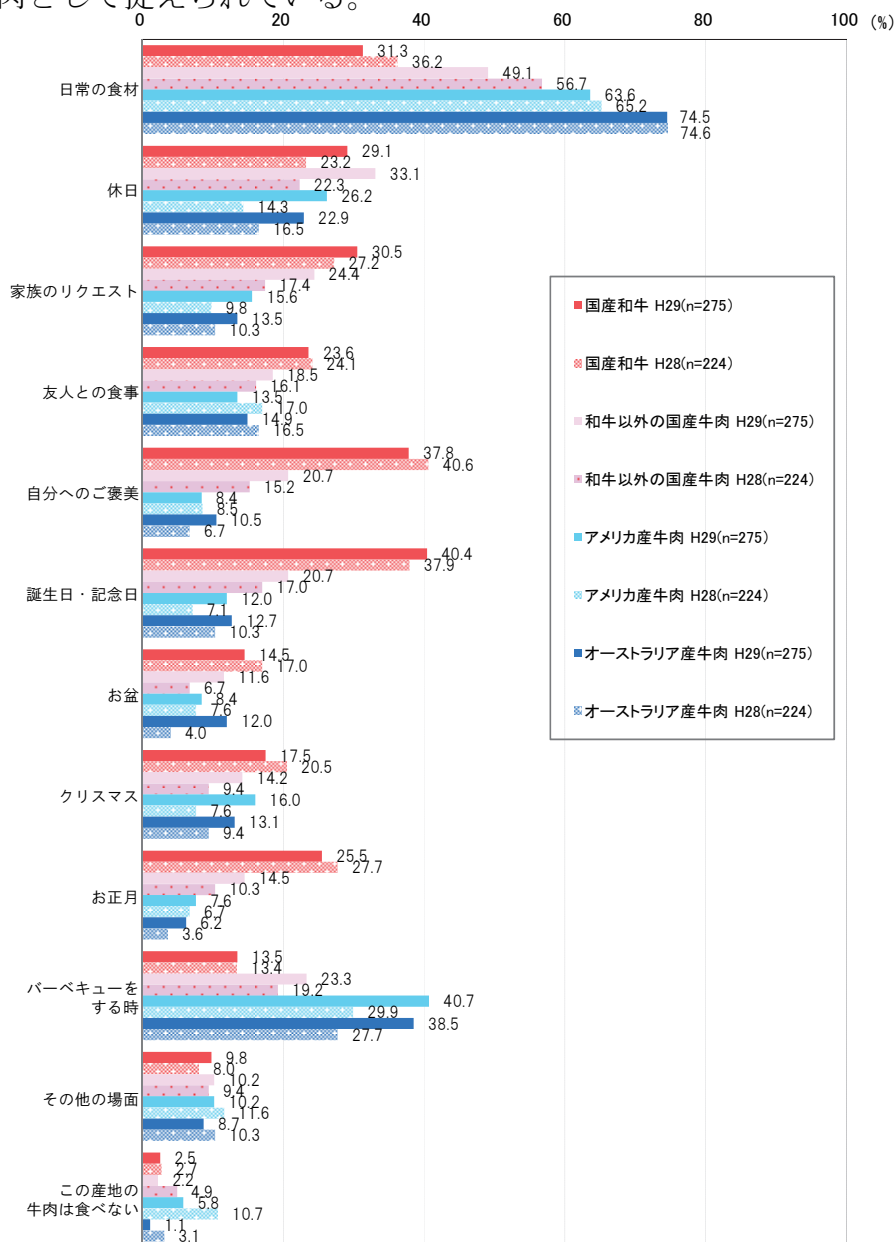
図表 40 「国産のみ購入意向あり」セグメントの各牛肉のイメージ TOP10

【国産・外国産共に購入意向あり】

国産・外国産共に購入意向ありの対象者の各牛肉の喫食場面（Q12-1）を見たところ、今年度・昨年度ともに、国産和牛は「誕生日・記念日」「自分へのご褒美」が多く、次いで「日常の食材」と続いており、日常／特別な日の両方で食べられているが、特別な日の方がより多く食べられている。

一方、今年度・昨年度ともに、和牛以外の国産牛肉、アメリカ産／オーストラリア産牛肉は、いずれも「日常の食材」が最も多い。

また、和牛以外の国産牛肉は、アメリカ産／オーストラリア産牛肉と比べると「誕生日・記念日」や「自分へのご褒美」などの利用が高く、やや特別な日に食べる肉として捉えられている。



図表 41 国産・外国産共に購入意向ありの各牛肉の喫食場面

また、国産・外国産共に購入意向ありの対象者の各牛肉のイメージ（Q11）を見たところ、イメージのTOP10は図表42のようになった。ここから考えられる各牛肉の強みは、今年度・昨年度ともに国産のみ購入意向ありの場合と大きく変わらず、国産和牛は信頼感、高級感、及びおいしいという点、アメリカ産／オーストラリア産牛肉は安価で手に入りやすいという点、和牛以外の国産牛肉は、国産和牛と外国産牛肉の両者の中間に位置していると言える。

	国産和牛		和牛以外の国産牛肉	
	(H29)	(H28)	(H29)	(H28)
1位	価格／高級品 (57.9%)	価格／高級品(60.4%)	味・風味／おいしい (39.3%)	味・風味／おいしい(36.9%)
2位	味・風味／おいしい (51.4%)	味・風味／おいしい(51.1%)	品質／安全 (33.6%)	品質／安心(32%)
3位	食感／柔らかい (50.4%)	品質／安心(50.2%)	品質／安心 (32.5%)	利便性／入手しやすい(29.3%)
4位	部位・栄養素／霜降り (50.4%)	情緒／贅沢感がある(49.3%)	健康・美容／スタミナ源 (28.9%)	品質／安全(28.9%)
5位	品質／高品質 (46.4%)	情緒／信頼がおける(48.4%)	健康・美容／筋肉や骨をつくる (28.2%)	健康・美容／スタミナ源(28.4%)
6位	品質／安全 (45.7%)	部位・栄養素／霜降り(47.1%)	品質／高品質 (24.3%)	情緒／信頼がおける(28%)
7位	情緒／贅沢感がある (45.7%)	食感／柔らかい(46.7%)	利便性／和食に合う (23.6%)	品質／新鮮(24%)
8位	品質／安心 (45.0%)	品質／安全(44.0%)	情緒／信頼がおける (23.6%)	味・風味／旨味がある(21.8%)
9位	味・風味／旨味がある (39.6%)	品質／高品質(42.7%)	食感／柔らかい (22.9%)	価格／価格が手頃(20.9%)
10位	情緒／信頼がおける (38.2%)	味・風味／あぶらが美味しい(40.0%)	品質／産地や生産者がわかる (22.1%)	品質／衛生的(20%)
	アメリカ産牛肉		オーストラリア産牛肉	
	(H29)	(H28)	(H29)	(H28)
1位	価格／価格が手頃 (55.7%)	価格／価格が手頃(56%)	価格／価格が手頃 (57.1%)	価格／価格が手頃(56.9%)
2位	利便性／入手しやすい (39.3%)	利便性／入手しやすい(42.7%)	利便性／入手しやすい (37.5%)	利便性／入手しやすい(44.4%)
3位	価格／特売 (38.2%)	価格／特売(34.2%)	価格／特売 (34.6%)	価格／特売(34.2%)
4位	健康・美容／スタミナ源 (32.1%)	健康・美容／スタミナ源(28.4%)	利便性／洋食に合う (32.5%)	部位・栄養素／赤身が多い(32.0%)
5位	利便性／洋食に合う (31.1%)	部位・栄養素／赤身が多い(25.8%)	部位・栄養素／赤身が多い (30.4%)	健康・美容／スタミナ源(27.6%)
6位	味・風味／肉々しい (30.4%)	味・風味／肉々しい(25.8%)	健康・美容／スタミナ源 (30.0%)	味・風味／おいしい(25.3%)
7位	部位・栄養素／赤身が多い (30.0%)	利便性／洋食に合う(24.9%)	味・風味／おいしい (28.9%)	利便性／洋食に合う(24.4%)
8位	味・風味／おいしい (28.2%)	味・風味／おいしい(21.8%)	健康・美容／筋肉や骨をつくる (26.4%)	味・風味／赤身が美味しい(24.0%)
9位	健康・美容／筋肉や骨をつくる (28.2%)	味・風味／赤身が美味しい(21.3%)	味・風味／赤身が美味しい (26.1%)	味・風味／肉々しい(21.3%)
10位	情緒／若者向き (26.8%)	情緒／若者向き(20.9%)	味・風味／肉々しい (25.4%)	情緒／若者向き(20.4%)

図表 42 国産・外国産共に購入意向ありの各牛肉のイメージ



### 【セグメント間の比較】

国産和牛のイメージについて、国産のみ購入意向ありの対象者のスコアと国産・外国産共に購入意向ありの対象者のスコアで差分を取った時に、差分の大きい項目を図表 43 に示した。今年度・昨年度ともに、国産のみ購入意向ありの対象者は、国産和牛に対して「安心」「安全」「産地や生産者がわかる」「信頼がおける」といった信頼感や、「おいしい」「柔らかい」「高品質」などの味に関するイメージをより強く持っていると考えられる。

一方、国産・外国産共に購入意向ありの対象者は、国産和牛に対して「あぶら身が多い」というイメージをより強く持っていると考えられる。

(H29)	(%)			(H28)	(%)		
項目：国産和牛	A.国産のみ 購入意向あり	B.国産・外国産 共に購入意向 あり	差分(B-A)	項目：国産和牛	A.国産のみ 購入意向あり	B.国産・外国産 共に購入意向 あり	差分(B-A)
品質／安心	59.9	45.0	-14.9	品質／安全	60.0	44.0	-16.0
品質／安全	58.7	45.7	-13.0	品質／安心	65.7	50.2	-15.5
品質／産地や生産者がわかる	48.0	36.8	-11.2	情緒／信頼がおける	61.4	48.4	-13.0
品質／新鮮	39.6	30.0	-9.6	品質／産地や生産者がわかる	45.7	35.1	-10.6
味・風味／旨味がある	49.0	39.6	-9.4	食感／柔らかい	56.6	46.7	-9.9
味・風味／おいしい	59.5	51.4	-8.1	味・風味／おいしい	60.1	51.1	-9.0
情緒／信頼がおける	46.0	38.2	-7.8	品質／高品質	50.0	42.7	-7.3
情緒／少量で満足	32.8	25.0	-7.8	部位・栄養素／霜降り	54.1	47.1	-7.0
食感／柔らかい	58.0	50.4	-7.6	情緒／食べやすい・食べ疲れしない	31.1	24.9	-6.2
品質／高品質	53.4	46.4	-7.0	情緒／贅沢感がある	55.3	49.3	-6.0
品質／衛生的	34.9	28.6	-6.3	品質／新鮮	42.2	36.4	-5.8
価格／高級品	64.0	57.9	-6.1	価格／高級品	65.5	60.4	-5.1
利便性／洋食に合う	23.1	17.1	-6.0	部位・栄養素／栄養価が高い	24.6	19.6	-5.0
品質／飼育環境がよい	37.0	31.1	-5.9	部位・栄養素／あぶら身が多い	15.5	20.9	5.4
部位・栄養素／栄養価が高い	26.3	20.7	-5.6				
味・風味／赤身が美味しい	26.0	20.7	-5.3				
情緒／食べやすい・食べ疲れしない	28.7	23.6	-5.1				
部位・栄養素／あぶら身が多い	15.2	20.7	5.5				

図表 43 国産和牛のイメージでセグメント間の差分が大きかった項目

同じく和牛以外の国産牛肉についてもスコアの差分を取ったところ、差分の大きかった項目は以下の項目だった。今年度・昨年度ともに、国産のみ購入意向ありの対象者は、和牛以外の国産牛肉に対して「価格が手頃」というイメージをより強く持っていると言える。

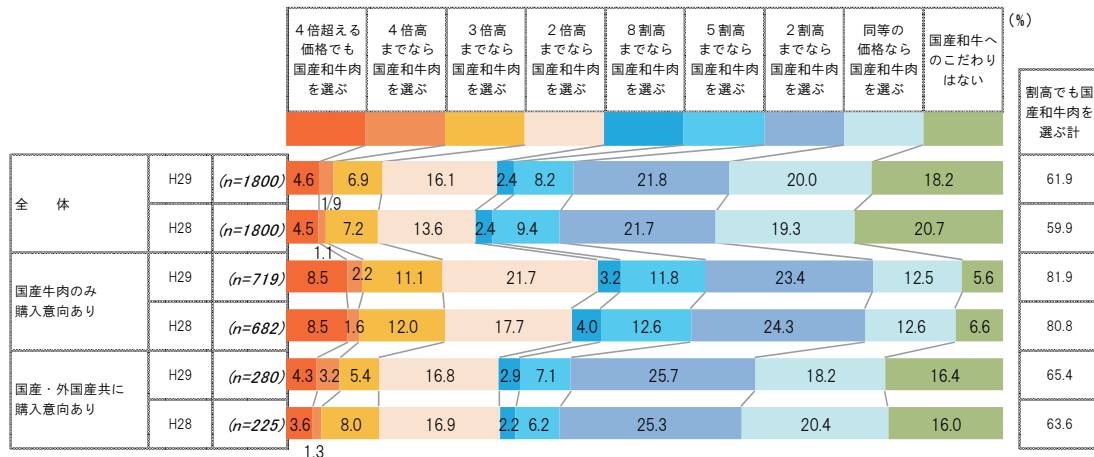
一方、国産・外国産共に購入意向ありの対象者は、「おいしい」というイメージをより強く持っていると言える。更に、今年度は、和牛以外の国産牛肉に対して「高品質」「高級品」「贅沢感がある」「和食に合う」というイメージも強く、「外国産牛肉」と比較しての相対評価であると考えられる。

(H29)	(%)			(H28)	(%)		
項目：和牛以外の国産和牛	A.国産のみ 購入意向あり	B.国産・外国産共 に購入意向あり	差分(B-A)	項目：和牛以外の国産和牛	A.国産のみ 購入意向あり	B.国産・外国産共 に購入意向あり	差分(B-A)
価格／価格が手頃	24.5	14.6	-9.9	価格／価格が手頃	28.3	20.9	-7.4
味・風味／おいしい	34.1	39.3	5.2	品質／新鮮	18.9	24.0	5.1
利便性／和食に合う	17.1	23.6	6.5	健康・美容／美容によい	5.3	10.7	5.4
情緒／贅沢感がある	7.8	14.3	6.5	味・風味／おいしい	29.6	36.9	7.3
価格／高級品	9.9	17.1	7.2	味・風味／旨味がある	14.1	21.8	7.7
品質／高品質	12.9	24.3	11.4				

図表 44 和牛以外の国産牛肉のイメージでセグメント間の差分が大きかった項目

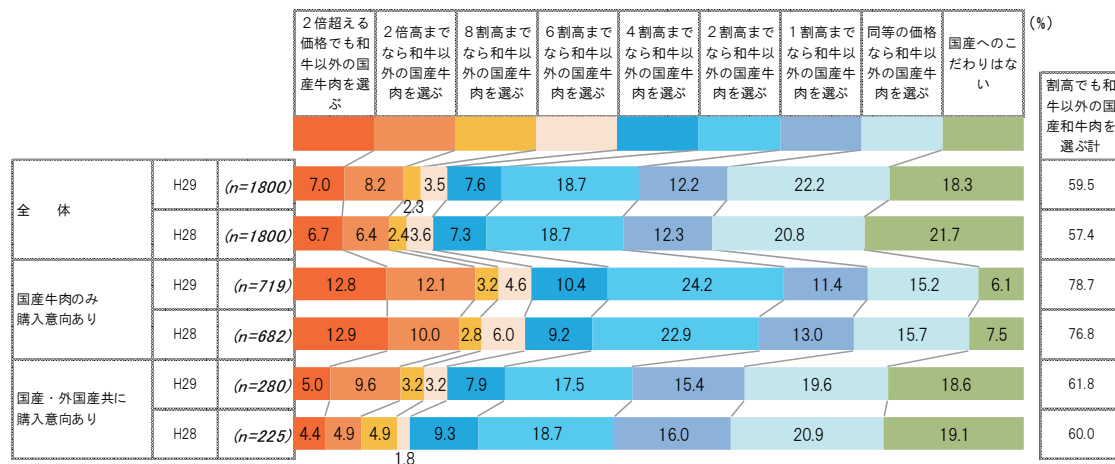
### 3) 国産和牛肉／和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q14)

国産和牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q14) とセグメントのクロス集計を行った。その結果、今年度・昨年度ともに、全体の約 6 割が「割高でも国産和牛肉を選ぶ」と回答した。また、セグメント別では「国産のみ購入意向あり」セグメントの約 8 割が「割高でも国産和牛肉を選ぶ」と回答した。



図表 45 セグメント別国産和牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度

また、和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q15) とセグメントについてもクロス集計を行った。その結果、今年度・昨年度ともに、全体の約 6 割が「割高でも和牛以外の国産牛肉を選ぶ」と回答した。また、セグメント別では「国産のみ購入意向あり」セグメントの約 8 割が「割高でも和牛以外の国産牛肉を選ぶ」と回答した。



図表 46 セグメント別和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度

さらに、国産和牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度（Q14）ならびに和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度（Q15）を目的変数とし、国産牛肉に対するイメージ（Q11）と、回答者属性（性別（Q2）・年齢（Q3）・居住地域（Q1）・世帯年収（Q58））を説明変数として順序プロビット回帰分析を行った。ただし、同分析で計測された回帰係数はそのままでは解釈できないため、各説明変数の限界効果を計算し、目的変数に及ぼす効果の大きさを定量的に確認した。

#### <順序プロビット回帰分析に用いた目的変数・説明変数>

国産牛肉に対する価格許容度に関する質問回答（Q14,Q15）を順序カテゴリカルな目的変数とした。

説明変数のうち、回答者の性別（男性:0、女性:1）と居住エリア（京浜圏:0、京阪神:1）、国産牛肉に対する各イメージ項目（当該イメージなし:0、当該イメージあり:1）（Q11(1),(2)）は、二値の変数としている。これらの説明変数の限界効果は、当該変数値が0から1に変化した場合に回答者が価格許容度に関する各選択肢を選ぶ確率がどれだけ変化するかを示す。回答者の年齢に関しては1歳刻みの連続変数として説明変数に加えており、その限界効果は、年齢が1歳増加した場合に回答者が価格許容度に関する各選択肢を選ぶ確率の変化分である。

また、世帯年収について「7 分からない、答えたくない」と回答しているサンプルは分析から除外し、残りの6つの世帯年収カテゴリーを二値変数化（当該カテゴリーを非選択:0、当該カテゴリーを選択:1）して分析に用いる。ただし、世帯年収カテゴリー1～6をすべて投入すると多重共線性の問題によりモデルが推定できなくなるため、世帯年収カテゴリー「2 世帯年収 300 万円以上 500 万円未満」変数を除外した上で分析を行った。したがって、各世帯年収カテゴリーの限界効果は「世帯年収 300 万円以上 500 万円未満」と比較して、当該世帯年収カテゴリーの回答者が価格許容度に関する各選択肢を選ぶ確率がどれだけ増減するかを示す。

なお、各説明変数の限界効果の計算の際には、該当する説明変数以外の説明変数にはサンプル平均値を投入している。サンプルサイズは 1,477 である。

## ■国産和牛における最大の強みと価格許容度の順序プロビット回帰分析

少なくとも10%水準で0と有意差のあった「国産牛肉に対するイメージ」項目と、回答者属性に関する限界効果を図表47に示す。「産地や生産者がわかる」「信頼がおける」という信用に関する国産和牛に対するイメージを持っていると、当該イメージを持っていない場合に比べて、価格許容度が高くなることが確認できた。また「柔らかい」というイメージも、価格許容度を高くすることが確認できた。一方、「贅沢感がある」というイメージは価格許容度に対してマイナスに働くことが確認できた。

回答者属性に着目すると、首都圏居住者に比べて京阪神圏居住者が、世帯年収が1,000万円以上の高所得層ほど、価格許容度が高くなる傾向があることが確認できた。

説明変数	Q14 国産和牛肉の価格許容度								
	1 国産和牛肉への こだわりはない	2 同等の価格なら 国産和牛肉を 選ぶ	3 2割高までなら 国産和牛肉を 選ぶ	4 5割高までなら 国産和牛肉を 選ぶ	5 8割高までなら 国産和牛肉を 選ぶ	6 2倍高までなら 国産和牛肉を 選ぶ	7 3倍高までなら 国産和牛肉を 選ぶ	8 4倍高までなら 国産和牛肉を 選ぶ	9 4倍を超える価格 でも国産和牛肉 を選ぶ
柔らかい	<b>-0.053</b>	<b>-0.033</b>	-0.004	<b>0.008</b>	<b>0.003</b>	<b>0.032</b>	<b>0.020</b>	<b>0.007</b>	<b>0.019</b>
安全	-0.032	-0.020	-0.002	0.005	0.002	0.019	0.012	0.004	0.012
産地や生産者がわかる	<b>-0.038</b>	<b>-0.024</b>	-0.003	<b>0.006</b>	0.002	<b>0.023</b>	<b>0.015</b>	0.005	<b>0.014</b>
スタミナ源	-0.034	-0.022	-0.002	0.005	0.002	0.021	0.013	0.005	0.012
入手しやすい	-0.040	-0.026	-0.003	0.006	0.002	0.024	0.016	0.006	0.015
信頼がおける	<b>-0.040</b>	<b>-0.025</b>	-0.003	<b>0.006</b>	<b>0.002</b>	<b>0.024</b>	<b>0.016</b>	<b>0.006</b>	<b>0.014</b>
贅沢感がある	<b>0.038</b>	<b>0.024</b>	0.003	<b>-0.006</b>	<b>-0.002</b>	<b>-0.023</b>	<b>-0.015</b>	<b>-0.005</b>	<b>-0.014</b>
子ども向き	-0.061	-0.039	-0.004	0.009	0.003	0.037	0.024	0.009	0.022
少量で満足	<b>-0.042</b>	<b>-0.027</b>	-0.003	<b>0.006</b>	<b>0.002</b>	<b>0.025</b>	<b>0.016</b>	<b>0.006</b>	<b>0.015</b>
京阪神	<b>-0.036</b>	<b>-0.023</b>	-0.002	<b>0.005</b>	<b>0.002</b>	<b>0.021</b>	<b>0.014</b>	<b>0.005</b>	<b>0.013</b>
女性	-0.014	-0.009	-0.001	0.002	0.001	0.008	0.005	0.002	0.005
年齢	-0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
世帯年収300万円未満	<b>0.071</b>	<b>0.045</b>	0.005	<b>-0.011</b>	<b>-0.004</b>	<b>-0.043</b>	<b>-0.027</b>	<b>-0.010</b>	<b>-0.026</b>
世帯年収500～700万円未満	-0.003	-0.002	0.000	0.000	0.000	0.002	0.001	0.000	0.001
世帯年収700～1000万円未満	<b>-0.037</b>	<b>-0.024</b>	-0.003	0.006	0.002	0.023	0.015	0.005	0.014
世帯年収1000～1500万円未満	<b>-0.064</b>	<b>-0.041</b>	-0.004	<b>0.010</b>	<b>0.004</b>	<b>0.039</b>	<b>0.025</b>	<b>0.009</b>	<b>0.023</b>
世帯年収1500万円以上未満	<b>-0.120</b>	<b>-0.076</b>	-0.008	<b>0.018</b>	<b>0.007</b>	<b>0.073</b>	<b>0.047</b>	<b>0.017</b>	<b>0.043</b>

\* 10%水準で有意となったセルを着色、5%水準で有意となったセルを太字にしている

図表 47 国産和牛肉の価格許容度に関する順序プロビット回帰分析の限界効果

■和牛以外の国産牛肉における最大の強みと価格許容度の順序プロビット分析

少なくとも10%水準で0と有意差のあった「和牛以外の国産牛肉に対するイメージ」項目と、回答者属性に関する限界効果を図表48に示す。「産地や生産者がわかる」という信用に関する和牛以外の国産牛肉に対するイメージを持っていると、当該イメージを持っていない場合に比べて、価格許容度が高くなることが確認できた。また「柔らかい」「スタミナ源」というイメージも、価格許容度を高くすることが確認できた。一方、「年配向き」「肉々しい」というイメージは価格許容度に対してマイナスに働くことが確認できた。

回答者属性に着目すると、首都圏居住者に比べて京阪神圏居住者が、世帯年収が1,000万円以上の高所得層ほど、価格許容度が高くなる傾向があることが確認できた。

説明変数	Q15 和牛以外の国産牛肉の価格許容度								
	1 国産へのこだわり はない	2 同等の価格なら 和牛以外国産を 選ぶ	3 1割高までなら 和牛以外国産を 選ぶ	4 2割高までなら 和牛以外国産を 選ぶ	5 4割高までなら 和牛以外国産を 選ぶ	6 6割高までなら 和牛以外国産を 選ぶ	7 8割高までなら 和牛以外国産を 選ぶ	8 2倍高までなら 和牛以外国産を 選ぶ	9 2倍を超える価格 でも和牛以外 国産を選ぶ
柔らかい	-0.037	-0.022	-0.003	0.010	0.009	0.005	0.004	0.015	0.020
産地や生産者がわかる	<b>-0.047</b>	<b>-0.028</b>	-0.003	<b>0.012</b>	<b>0.011</b>	<b>0.006</b>	<b>0.005</b>	<b>0.019</b>	<b>0.025</b>
肉々しい	0.048	0.029	0.004	-0.012	-0.012	-0.006	-0.005	-0.020	-0.025
スタミナ源	-0.036	-0.022	-0.003	0.009	0.009	0.005	0.004	0.015	0.019
年配向き	0.056	0.034	0.004	-0.014	-0.013	-0.007	-0.006	-0.023	-0.030
京阪神	<b>-0.046</b>	<b>-0.028</b>	<b>-0.003</b>	<b>0.012</b>	<b>0.011</b>	<b>0.006</b>	<b>0.005</b>	<b>0.019</b>	<b>0.024</b>
女性	-0.020	-0.012	-0.001	0.005	0.005	0.003	0.002	0.008	0.010
年齢	-0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
世帯年収300万円未満	<b>0.071</b>	<b>0.043</b>	<b>0.005</b>	<b>-0.018</b>	<b>-0.017</b>	<b>-0.009</b>	<b>-0.008</b>	<b>-0.029</b>	<b>-0.037</b>
500～700万円未満	-0.006	-0.003	0.000	0.001	0.001	0.001	0.001	0.002	0.003
700～1000万円未満	-0.026	-0.016	-0.002	0.007	0.006	0.003	0.003	0.011	0.014
1000～1500万円未満	<b>-0.069</b>	<b>-0.042</b>	<b>-0.005</b>	<b>0.018</b>	<b>0.017</b>	<b>0.009</b>	<b>0.008</b>	<b>0.029</b>	<b>0.036</b>
1500万円以上未満	<b>-0.101</b>	<b>-0.061</b>	<b>-0.007</b>	<b>0.026</b>	<b>0.024</b>	<b>0.013</b>	<b>0.011</b>	<b>0.042</b>	<b>0.053</b>

\* 10%水準で有意となったセルを着色、5%水準で有意となったセルを太字にしている

図表 48 和牛以外の国産牛肉の価格許容度に関する順序プロビット回帰分析の限界効果

## 2.3 食肉喫食頻度（Q4）が高い高齢者に関する考察

- ・ 属性としては食肉喫食頻度の高い70代の方が、平均世帯年収が高い傾向にある。また、食肉の喫食によるカロリー意識に関しては、今年度は全体と比べて大きな違いはみられなかった。
- ・ 食肉のイメージでは、70代は食肉に対して「健康によい」「筋肉や骨を作る」といった健康に対するイメージが高い。また、食肉喫食頻度が高い方がこうした健康に対するイメージが高く、「たんぱく質が豊富」「スタミナ源、栄養がある」というイメージも高い。
- ・ 食肉喫食頻度が高い70代は「料理メニューの種類が多い」「調理しやすい」といったイメージも高く、献立の考えやすさや調理のしやすさが食肉消費の高さに影響を与えていると考えられる。また、豚肉に関しては、「価格が手頃」の割合が高く、入手しやすい価格であることが豚肉消費に影響を与えていると考えられる。

近年、高齢者の食肉消費が増加傾向にあると言われている。そこで、2.3では各設問とのクロス集計を行うことで、食肉の喫食頻度が高い高齢者の特徴を分析した。

具体的には、食肉の喫食頻度に関する設問（Q4）の牛肉／豚肉／鶏肉料理のいずれかで「ほぼ毎日」～「週に2～3回程度」と回答した70代の対象者を「70代\_食肉喫食頻度高」、それ以外の70代以上の対象者を「70代\_その他」として定義した。その上で、「全体」「70代計」「70代\_食肉喫食頻度高」「70代\_その他」を表側、各設問を表頭としてクロス集計を行い、「全体」と「70代計」の比較、及び「70代\_食肉喫食頻度高」と「70代\_その他」の比較を行った。その結果が図表49～53である。「全体」と比べて5%以上高かった箇所には薄い赤の網掛け、10%以上高かった箇所には濃い赤の網掛け、5%以上低かった箇所には薄い青の網掛け、10%以上低かった箇所には濃い青の網掛けを行っている。また、「70代\_食肉喫食頻度高」と「70代\_その他」の比率の差分をクロス集計表の下に掲載し、±5%以上の箇所には黄色の網掛けを行った。

抽出された「70代計」の特徴、及び「70代\_食肉喫食頻度高」の特徴は以下の通りである。

【プロフィール上の特徴】

世帯年収（Q58）を見ると、今年度・昨年度ともに、70代\_食肉喫食頻度高の方が、70代\_その他より平均世帯年収が高い。

		(%)	300万円未満	300～500万円未満	500～700万円未満	700～1000万円未満	1000万円以上	答えたくない/わからない	平均世帯年収(万円)
H29 全体	(n=1800)		16.7	23.3	16.8	14.1	11.3	17.9	608.6
70代計	(n=300)		20.7	33.0	12.3	10.3	6.3	17.3	507.7
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		19.0	33.2	12.0	11.4	6.5	17.9	518.2
b.70代_その他	(n=116)		23.3	32.8	12.9	8.6	6.0	16.4	491.2
差分(a-b)			-4.3	0.4	-0.9	2.8	0.5	1.5	-
H28 全体	(n=1800)		17.2	22.8	17.7	15.8	10.6	16.1	573.8
70代計	(n=300)		20.7	29.7	19.3	8.0	4.3	18.0	477.6
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		15.9	32.4	18.2	8.0	5.7	19.9	500.0
b.70代_その他	(n=124)		27.4	25.8	21.0	8.1	2.4	15.3	447.6
差分(a-b)			-11.5	6.6	-2.8	-0.1	3.3	4.6	-

全体と比べて 10%以上高い箇所 5%以上高い箇所 5%以上低い箇所 10%以上低い箇所 5%以上差のある箇所

図表 49 世帯年収

また、食肉の喫食によるカロリーに対する意識（Q56）について見ると、昨年度は70代\_喫食頻度高は「食肉の喫食でカロリー過剰にならないよう気をつけている」が高かったが、今年度は、70代計、70代\_喫食頻度高、70代\_その他のいずれにおいても、食肉の喫食に関するカロリー意識は、全体と比べて大きな違いはみられない。

		(%)	食肉の喫食により カロリー過剰にならない よう気をつけている	食肉を喫食する際に カロリーを意識して いない	食肉を喫食して カロリー不足にならない よう気をつけている
H29 全体	(n=1800)		37.1	46.3	16.6
70代計	(n=300)		38.0	47.0	15.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		38.0	46.7	15.2
b.70代_その他	(n=116)		37.9	47.4	14.7
差分(a-b)			0.1	-0.7	0.5
H28 全体	(n=1800)		40.5	49.6	9.9
70代計	(n=300)		45.3	39.0	15.7
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		47.7	35.8	16.5
b.70代_その他	(n=124)		41.9	43.5	14.5
差分(a-b)			5.8	-7.7	2.0

全体と比べて 10%以上高い箇所 5%以上高い箇所 5%以上低い箇所 10%以上低い箇所 5%以上差のある箇所

図表 50 食肉の喫食によるカロリーに対する意識

【食肉のイメージに関する特徴】

各食肉のイメージ（Q5）を見ると、今年度・昨年度ともに、70代計は全体に比べ、いずれの食肉に対しても「健康によい」「筋肉や骨を作る」などの健康に関連するイメージを持つ割合が高い。また、70代\_食肉喫食頻度高では、いずれの食肉に対しても、よりそれが顕著であり、「たんぱく質が豊富」「スタミナ源、栄養がある」の割合も高く、食肉に対する健康イメージが高いことがうかがわれる。

70代\_喫食頻度高は70代\_その他に比べ、いずれの食肉に対しても「料理メニューの種類が多い」の割合が高く、「調理しやすい」の割合も高いことから、献立の考えやすさや調理のしやすさが食肉消費の高さに影響を与えていると考えられる。豚肉に関しては、70代\_喫食頻度高は70代\_その他に比べ、「価格が手頃」の割合が高く、入手しやすい価格であることが豚肉消費に影響を与えていると考えられる。

		(%)	たんぱく質が豊富	カロリーが低い	安全性に信頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理しやすい	筋肉や骨をつくる
H29 全体	(n=1800)		56.8	10.0	10.9	21.8	22.9	26.1	33.7
70代計	(n=300)		73.0	7.7	17.3	26.3	42.0	34.0	48.3
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		79.9	7.6	18.5	30.4	42.9	40.2	52.2
b.70代_その他	(n=116)		62.1	7.8	15.5	19.8	40.5	24.1	42.2
差分 (a-b)			17.8	-0.2	3.0	10.6	2.4	16.1	10.0
H28 全体	(n=1800)		55.9	11.1	11.1	20.4	21.9	27.7	33.1
70代計	(n=300)		71.0	11.3	17.3	24.7	44.0	38.3	47.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		74.4	11.9	17.6	26.1	45.5	43.2	48.3
b.70代_その他	(n=124)		66.1	10.5	16.9	22.6	41.9	31.5	45.2
差分 (a-b)			8.3	1.4	0.7	3.5	3.6	11.7	3.1

		(%)	美容によい	料理メニューの種類が多い	スタミナ源、栄養がある	価格が手頃	その他
H29 全体	(n=1800)		6.2	30.4	55.2	5.8	10.7
70代計	(n=300)		5.0	37.7	62.7	8.7	9.3
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		5.4	42.9	64.7	9.2	7.6
b.70代_その他	(n=116)		4.3	29.3	59.5	7.8	12.1
差分 (a-b)			1.1	13.6	5.2	1.4	-4.5
H28 全体	(n=1800)		5.8	27.8	52.4	6.3	12.8
70代計	(n=300)		5.3	37.7	60.0	8.7	10.7
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		6.8	39.8	63.1	6.8	11.9
b.70代_その他	(n=124)		3.2	34.7	55.6	11.3	8.9
差分 (a-b)			3.6	5.1	7.5	-4.5	3.0

全体と比べて 10%以上高い箇所 5%以上高い箇所 5%以上低い箇所 10%以上低い箇所 5%以上差のある箇所

図表 51 牛肉のイメージ（あてはまるもの）



		(%)	たんぱく質が豊富	カロリーが低い	安全性に信頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理しやすい	筋肉や骨をつくる
H29 全体	(n=1800)		46.8	13.7	11.1	9.5	36.8	44.6	22.0
70代計	(n=300)		62.3	15.3	15.3	12.0	55.0	49.0	35.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		67.4	15.2	19.6	16.3	56.0	56.0	37.5
b.70代_その他	(n=116)		54.3	15.5	8.6	5.2	53.4	37.9	31.0
差分 (a-b)			13.1	-0.3	11.0	11.1	2.6	18.1	6.5
H28 全体	(n=1800)		47.9	14.3	11.0	11.9	34.9	44.1	22.4
70代計	(n=300)		63.3	21.3	20.0	19.3	55.0	50.3	37.7
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		68.2	22.2	19.9	22.7	59.1	52.8	40.3
b.70代_その他	(n=124)		56.5	20.2	20.2	14.5	49.2	46.8	33.9
差分 (a-b)			11.7	2.0	-0.3	8.2	9.9	6.0	6.4

		(%)	美容によい	料理メニューの種類が多い	スタミナ源、栄養がある	価格が手頃	その他
H29 全体	(n=1800)		13.2	42.9	38.7	51.1	5.2
70代計	(n=300)		8.3	45.3	46.0	56.3	4.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		9.8	56.0	50.0	62.0	2.2
b.70代_その他	(n=116)		6.0	28.4	39.7	47.4	6.9
差分 (a-b)			3.8	27.6	10.3	14.6	-4.7
H28 全体	(n=1800)		12.4	38.4	38.2	48.6	5.1
70代計	(n=300)		9.3	48.0	46.7	61.7	4.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		10.2	51.1	50.0	62.5	4.0
b.70代_その他	(n=124)		8.1	43.5	41.9	60.5	4.0
差分 (a-b)			2.1	7.6	8.1	2.0	0.0

全体と比べて ■ 10%以上高い箇所 ■ 5%以上高い箇所 ■ 5%以上低い箇所 ■ 10%以上低い箇所 ■ 5%以上差のある箇所

図表 52 豚肉のイメージ（あてはまるもの）

		(%)	たんぱく質が豊富	カロリーが低い	安全性に信頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理しやすい	筋肉や骨をつくる
H29 全体	(n=1800)		46.5	49.9	9.7	4.7	35.7	36.8	20.9
70代計	(n=300)		46.7	58.7	14.3	7.0	53.0	41.0	28.7
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		52.2	66.8	14.7	7.6	57.1	44.0	31.0
b.70代_その他	(n=116)		37.9	45.7	13.8	6.0	46.6	36.2	25.0
差分 (a-b)			14.3	21.1	0.9	1.6	10.5	7.8	6.0
H28 全体	(n=1800)		46.6	48.8	10.7	6.8	36.2	36.7	21.2
70代計	(n=300)		52.7	59.3	20.3	10.0	56.7	44.3	31.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		56.3	61.9	18.8	11.4	59.1	44.9	35.2
b.70代_その他	(n=124)		47.6	55.6	22.6	8.1	53.2	43.5	25.0
差分 (a-b)			8.7	6.3	-3.8	3.3	5.9	1.4	10.2

		(%)	美容によい	料理メニューの種類が多い	スタミナ源、栄養がある	価格が手頃	その他
H29 全体	(n=1800)		15.9	38.7	22.1	57.6	5.1
70代計	(n=300)		12.7	41.7	26.3	64.0	6.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=184)		16.8	50.5	27.7	65.8	3.3
b.70代_その他	(n=116)		6.0	27.6	24.1	61.2	10.3
差分 (a-b)			10.8	22.9	3.6	4.6	-7.0
H28 全体	(n=1800)		15.7	35.9	19.5	59.8	6.2
70代計	(n=300)		16.0	40.3	32.3	66.3	7.0
a.70代_食肉喫食頻度高	(n=176)		18.2	45.5	36.9	67.0	7.4
b.70代_その他	(n=124)		12.9	33.1	25.8	65.3	6.5
差分 (a-b)			5.3	12.4	11.1	1.7	0.9

全体と比べて ■ 10%以上高い箇所 ■ 5%以上高い箇所 ■ 5%以上低い箇所 ■ 10%以上低い箇所 ■ 5%以上差のある箇所

図表 53 鶏肉のイメージ（あてはまるもの）

## 2.4 食肉の第三者認証の認知度に関する考察

- ・ 「JGAP 認証農場マーク」の認知度は、認知度は全体の30.1%（「確かに見たことがある」6.6%+「見たことがあるような気がする」23.5%）。
- ・ 「JGAP 認証農場マーク」の認知度は、現時点では全体の3割とそれほど高くないが、「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」がついている商品の購入意向は、全体の7割と高く、受容性はあると考えられる。まずは、「ロゴマーク」の認知度を高めていくことが今後の課題である。

2.4では、食肉の第三者認証の認知度を把握することを目的とし、そのために以下の2つの分析を行った。

- 1) 「JGAP 認証農場マーク」の認知度（Q41）の地域・年代別分析
- 2) 「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」製品の購入意向（Q43）の地域・年代別分析

## 1) 「JGAP 認証農場マーク」の認知度（Q41）の地域・年代別分析

「JGAP 認証農場マーク」の認知度（Q41）を説明文とロゴマークを提示して聞いた結果、「確かに見たことがある」が6.6%、「見たことがあるような気がする」が23.5%で、認知度計は全体の3割となっている。

エリア別に見ると、首都圏の方が「確かに見たことがある」が8.2%、「見たことがあるような気がする」が23.8%と京阪神圏と比べてやや認知度計が高い。

性別に見ると、男性が32.5%、女性が認知度計27.7%と男性の方が高い。

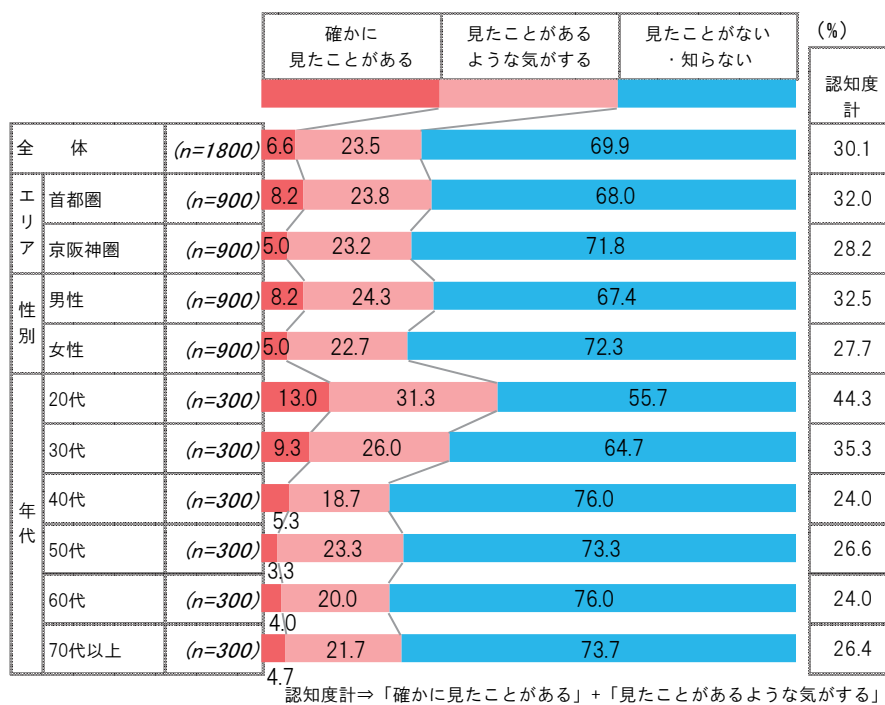
年代別に見ると、若い年代の方が認知度は高く、20代では「確かに見たことがある」が13.0%、「見たことがあるような気がする」が31.3%と認知度計が4割以上と高い。

このロゴマークは、「JGAP 認証農場マーク」といい、第三者機関である日本GAP協会の審査により、食品安全、環境保全、労働安全、人権と福祉等に配慮した農業生産工程管理を行っていることが確認された農場に授けられるものです。



登録番号 123456789

図表 54 提示説明文及びロゴマーク



図表 55 「JGAP 認証農場マーク」の認知度

## 2) 「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」製品の購入意向 (Q43) の地域・年代別分析

「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」がついている商品の購入意向 (Q43) を説明文とロゴマークを提示して聞いた結果、「割高でも購入したい・食べたい」が 8.4%、「ロゴマークがついていない商品と同程度の価格なら購入したい・食べたい」が 34.2%で、同程度以上の価格 (割高+同程度) の購入意向計が 42.6%である。「安ければ購入したい・食べたい」27.0%も含めた購入意向計は全体の 69.6%で、「購入したくない・食べたくない」は 2.4%と少ない。

エリア別に同程度以上の購入意向計を見ると、首都圏が 45.0%、京阪神圏が 40.2%と首都圏の方がやや高い。


性別に同程度以上の購入意向計を見ると、男性が 41.9%、女性が 43.3%と女性の方がやや高い。

年代別に同程度以上の購入意向計を見ると、70代が 48.0%、30代が 46.3%、60代が 44.7%、20代が 44.3%の順で購入意向が高い。

このロゴマークは、「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」といい、第三者機関である日本GAP協会の審査により、食品安全、環境保全、労働安全、人権と福祉、アニマルウェルフェアに配慮した農業生産工程管理を行っていることが確認された畜産農場の認証家畜・畜産物 (JGAP家畜・畜産物) を原料として使用した商品であることを表すマークです。

JGAP家畜・畜産物の認証取得は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの会場等で、選手団、スタッフ、プレス、観客に提供する飲食で使用される畜産食材に適用される調達基準の要件を満たすことを示す方法のひとつとされています。

※アニマルウェルフェアとは、家畜を快適性に配慮した環境下で飼養することをいいます。



登録番号 123456

図表 56 提示説明文及びロゴマーク

	n	購入意向 (%)					購入意向計 (%)	
		割高でも購入したい・食べたい	ロゴマークがついていない商品と、同程度の価格なら購入したい・食べたい	安ければ購入したい・食べたい	購入したくない・食べたくない	わからない	「同程度以上」購入意向計	購入意向計
全体	(n=1800)	8.4	34.2	27.0	2.4	27.9	42.6	69.6
エリア	首都圏 (n=900)	8.9	36.1	26.2	2.2	26.6	45.0	71.2
	京阪神圏 (n=900)	8.0	32.2	27.8	2.7	29.3	40.2	68.0
性別	男性 (n=900)	6.8	35.1	27.8	2.8	27.6	41.9	69.7
	女性 (n=900)	10.1	33.2	26.2	2.1	28.3	43.3	69.5
年代	20代 (n=300)	10.0	34.3	31.0	2.3	22.3	44.3	75.3
	30代 (n=300)	7.0	39.3	27.0	2.7	24.0	46.3	73.3
	40代 (n=300)	6.7	28.3	33.0	3.0	29.0	35.0	68.0
	50代 (n=300)	6.7	30.7	25.7	3.3	33.7	37.4	63.1
	60代 (n=300)	9.0	35.7	22.7	2.0	30.7	44.7	67.4
	70代以上 (n=300)	11.3	36.7	22.7	1.3	28.0	48.0	70.7

「同程度以上」購入意向計⇒「割高でも購入したい・食べたい」+「ロゴマークがついていない商品と、同程度の価格なら購入したい・食べたい」  
購入意向計⇒「割高でも購入したい・食べたい」+「ロゴマークがついていない商品と、同程度の価格なら購入したい・食べたい」+「安ければ購入したい・食べたい」

図表 57 「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」製品の購入意向

## 2.5 ジビエの認知度に関する考察

- ・ 「ジビエ」というコトバの認知度は、全体の **62.6%**（「詳しく知っている」**9.8%**＋「ある程度知っている」**30.6%**＋「何となく知っている」**22.2%**）。
- ・ 「ジビエ」の定義の認知度は、全体の **64.1%**（「詳しく知っている」**9.6%**＋「ある程度知っている」**30.1%**＋「何となく知っている」**24.4%**）
- ・ 「ジビエ」の喫食頻度は、「食べたことがない」が **54.4%**と全体の半数以上。
- ・ 「ジビエ」の喫食機会は「フランス料理店・フレンチレストラン」が **24.6%**で最も高く、次いで「ジビエ専門店」「友人・知人宅」「自宅」「焼き肉店」。
- ・ 「ジビエ」に対するイメージは、「たんぱく質が豊富」が高く、シカ肉は「カロリーが低い」、イノシシ肉は「スタミナ源、栄養がある」も高い。
- ・ 「ジビエ」について認知している事柄は、「ジビエは、豊かな風味があり、自然そのままの味が楽しめる」「ジビエは、狩猟解禁後（秋冬）に流通するので、季節感が感じられる」といった自然や季節感や、「野生鳥獣（主にシカやイノシシ）による農作物被害や自然環境被害が深刻化し、野生鳥獣の有効利用としてジビエが役立っている」が高い。一方、「自治体ごとに、独自にジビエの衛生・品質管理基準を定めている」は、認知度が1割以下と低い。
- ・ 「ジビエ」のロゴマークを見たことがある計は、全体の1割（「確かに見たことがある」**2.4%**＋「見たことがあるような気がする」**7.8%**）。「ロゴマークがあることは知っているが見たことはない」も含めた認知度は**17.2%**。
- ・ 「ジビエ」に与えられる「ロゴマーク」がついている商品の購入意向は、全体の**46.4%**（「割高でも購入したい・食べたい」**4.7%**＋「ロゴマークがついていない商品と同程度の価格なら購入したい・食べたい」**18.8%**＋「安ければ購入したい・食べたい」**22.9%**）。「購入したくない・食べたくない」が**19.6%**。
- ・ 「ジビエ」のコトバの認知度、定義の認知度は、全体の**6割**程度あるが、「食べたことがない」が半数以上を占め、喫食頻度・経験が低いことが課題と考えられる。そのため、「ロゴマークがついたジビエ商品」への購入意向も全体の**4割強**、非購入意向者が**2割**となっており、現時点では受容度が高いとは言えない。一方、「ジビエ」に対するイメージは、「たんぱく質が豊富」「カロリーが低い」「スタミナ源、栄養がある」といった健康イメージが強く、自然や季節感が感じられ、農作物被害や自然環境被害対策に役立っているという知識もある。「ジビエ」の強みであるイメージ、消費者・一般生活者に対するメリットをきちんと伝達し、認知度を高めていくことが今後の課題と考えられる。

2.5 では、ジビエの認知度を把握すること、及びそれを高める方策を探ることを目的とし、そのために以下の7つの分析を行った。

- 1) 「ジビエ」のコトバの認知度 (Q44) と定義の認知度 (Q45) の地域・年代別分析
- 2) 「ジビエ」の喫食頻度 (Q46) の地域・年代別分析
- 3) 「ジビエ」喫食機会 (Q47) の地域・年代別分析
- 4) 「シカ肉」「イノシシ肉」に対するイメージ (Q48) の地域・年代別分析
- 5) 「ジビエ」についての知っている事柄と魅力に感じる事柄 (Q49) の地域・年代別分析
- 6) 「ジビエ」のロゴマークの認知度 (Q50) の地域・年代別分析
- 7) 「ジビエ」のロゴマーク製品の購入意向 (Q51) と価格許容度 (Q52) の地域・年代別分析

### 1) 「ジビエ」のコトバの認知度 (Q44) と定義の認知度 (Q45) の地域・年代別分析

「ジビエ」というコトバの認知度 (Q44) は、「詳しく知っている」が 9.8%、「ある程度知っている」が 30.6%、「何となく知っている」が 22.2%で、認知度計は全体の 62.6%となっている。

エリア別に見ると、首都圏が認知度計 64.4%、京阪神圏が認知度計 60.9%と首都圏の方がやや高い。

年代別に見ると、40代が認知度計 66.6%、50代が 67.7%と高くなっている。

		詳しく知っている	ある程度知っている	何となく知っている	知らない	(%)
全体	(n=1800)	9.8	30.6	22.2	37.4	認知度計 62.6
エリア	首都圏 (n=900)	10.7	32.0	21.7	35.7	64.4
	京阪神圏 (n=900)	9.0	29.2	22.7	39.1	60.9
性別	男性 (n=900)	10.6	32.7	20.3	36.4	63.6
	女性 (n=900)	9.1	28.6	24.0	38.3	61.7
年代	20代 (n=300)	10.3	27.0	23.3	39.3	60.6
	30代 (n=300)	7.7	25.3	28.7	38.3	61.7
	40代 (n=300)	12.0	31.3	23.3	33.3	66.6
	50代 (n=300)	13.0	33.7	21.0	32.3	67.7
	60代 (n=300)	9.7	35.7	16.0	38.7	61.4
	70代以上 (n=300)	6.3	30.7	20.7	42.3	57.7

認知度計⇒「詳しく知っている」+「ある程度知っている」+「何となく知っている」

図表 58 「ジビエ」というコトバの認知度

「ジビエ」の定義の認知度（Q45）を説明文を提示して聞いた結果、「詳しく知っている」が9.6%、「ある程度知っている」が30.1%、「何となく知っている」が24.4%で、認知度計は全体の64.1%となっている。説明文を提示する前に聞いた「ジビエ」というコトバの認知度計62.6%と比べて、ほぼ同水準である。

エリア別に見ると、首都圏が認知度計66.4%、京阪神圏が61.9%と首都圏の方がやや高い。

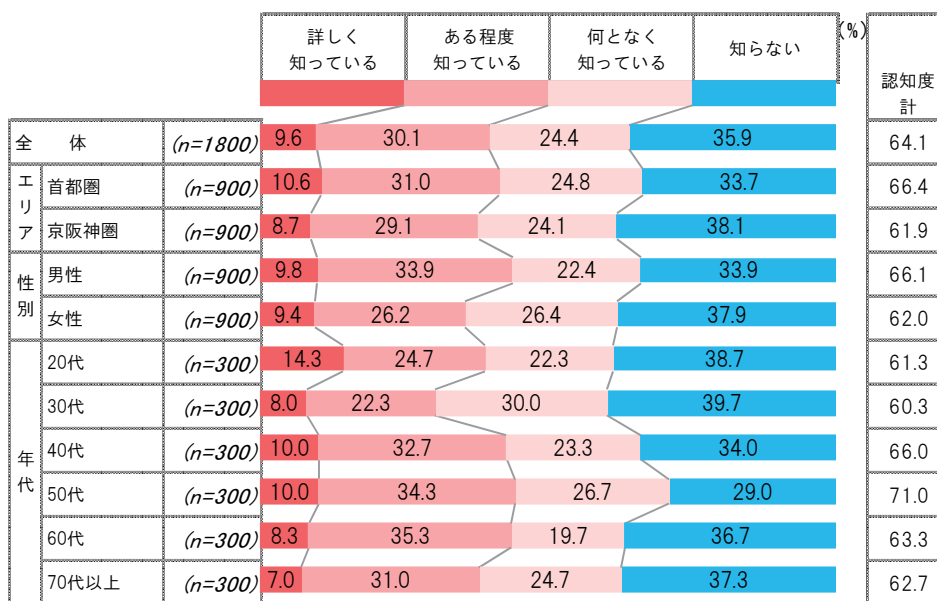
性別に見ると、男性が認知度計66.1%、女性が62.0%と男性の方がやや高い。

年代別に見ると、「ジビエ」というコトバの認知と同様、40代が認知度計66.0%、50代が71.0%と高くなっている。

ジビエとは狩猟で得た天然の野生鳥獣の食肉を意味する言葉(フランス語)で、ヨーロッパでは貴族の伝統料理として古くから発展してきた食文化です。

日本で有名なジビエは、シカやイノシシがあげられます。他にも、狩猟の対象となっている野生鳥獣の肉(野ウサギ、山鳩、鴨、キジ等)は全てジビエとして定義されます。

図表 59 提示説明文



認知度計⇒「詳しく知っている」+「ある程度知っている」+「何となく知っている」

図表 60 「ジビエ」の定義の認知度

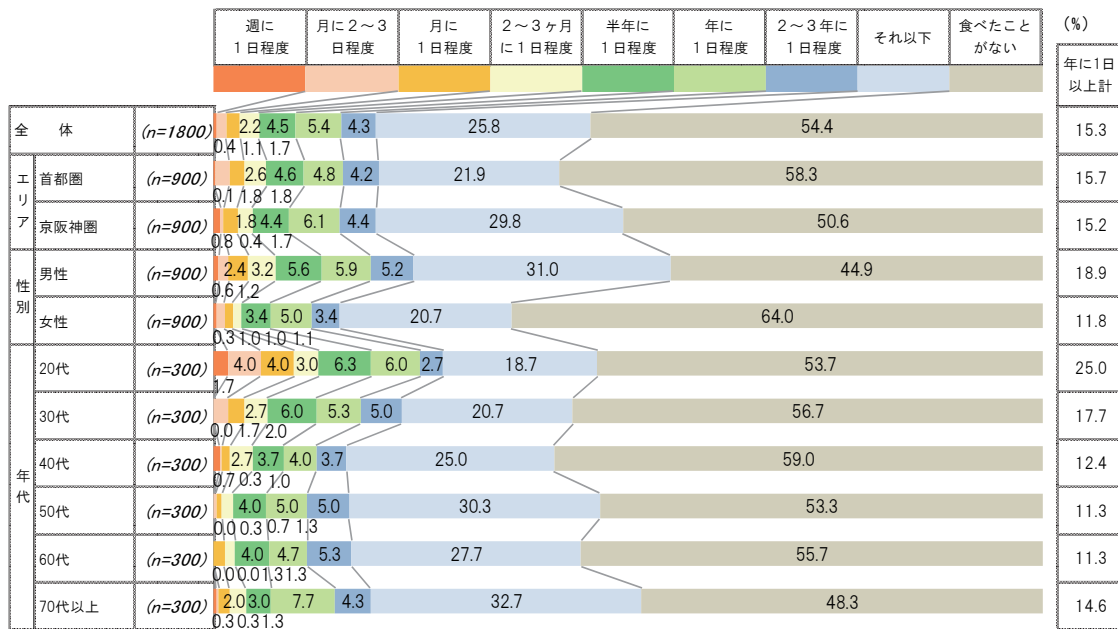
## 2) 「ジビエ」の喫食頻度 (Q46) の地域・年代別分析

「ジビエ (主にシカとイノシシ)」の喫食頻度 (Q46) は、「食べたことがない」が 54.4%と半数以上を占める。「年に1日以上計」が 15.3%、「2~3年に1日程度」が 4.3%、「それ以下」が 25.8%である。

エリア別に見ると、「食べたことがない」は、首都圏は 58.3%、京阪神圏が 50.6%と首都圏の方が喫食経験がない人が多い。

性別に見ると、「食べたことがない」は、男性は 44.9%、女性が 64.0%と女性の方が喫食経験がない人が多い。

年代別に見ると、「年に1日以上計」が 20代は 25.0%、30代は 17.7%おり、若い世代の方が喫食頻度が高くなっている。



年に1日以上計⇒「週に1日程度」+「月に2~3日程度」+「月に1日程度」+「2~3ヶ月1日程度」+「半年に1日程度」+「年に1日程度」

図表 61 「ジビエ」の喫食頻度

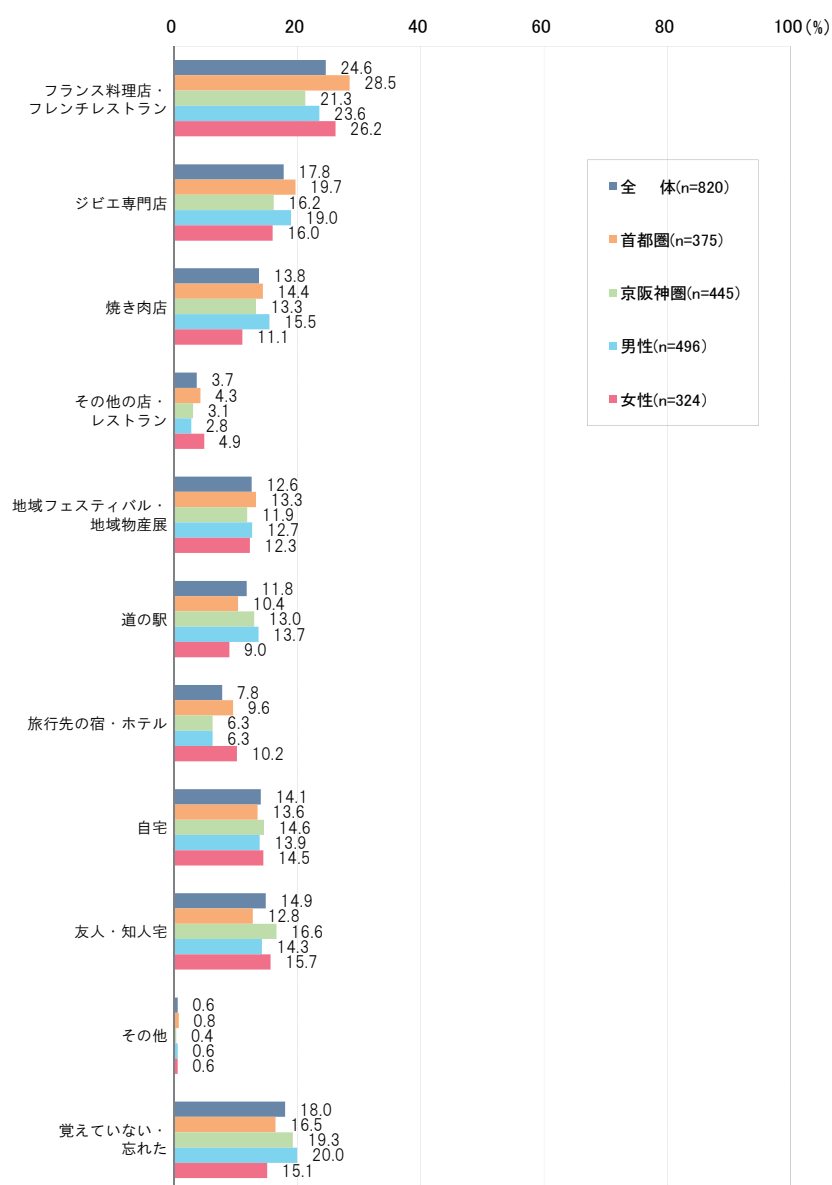


### 3) 「ジビエ」の喫食機会（Q47）の地域・年代別分析

「ジビエ（主にシカとイノシシ）」を食べたことがあるある店やレストラン・機会（Q47／複数回答）は、「フランス料理店・フレンチレストラン」が24.6%で最も高く、次いで「ジビエ専門店」「友人・知人宅」「自宅」「焼き肉店」の順で高く、それぞれ17.8%、14.9%、14.1%、13.8%。

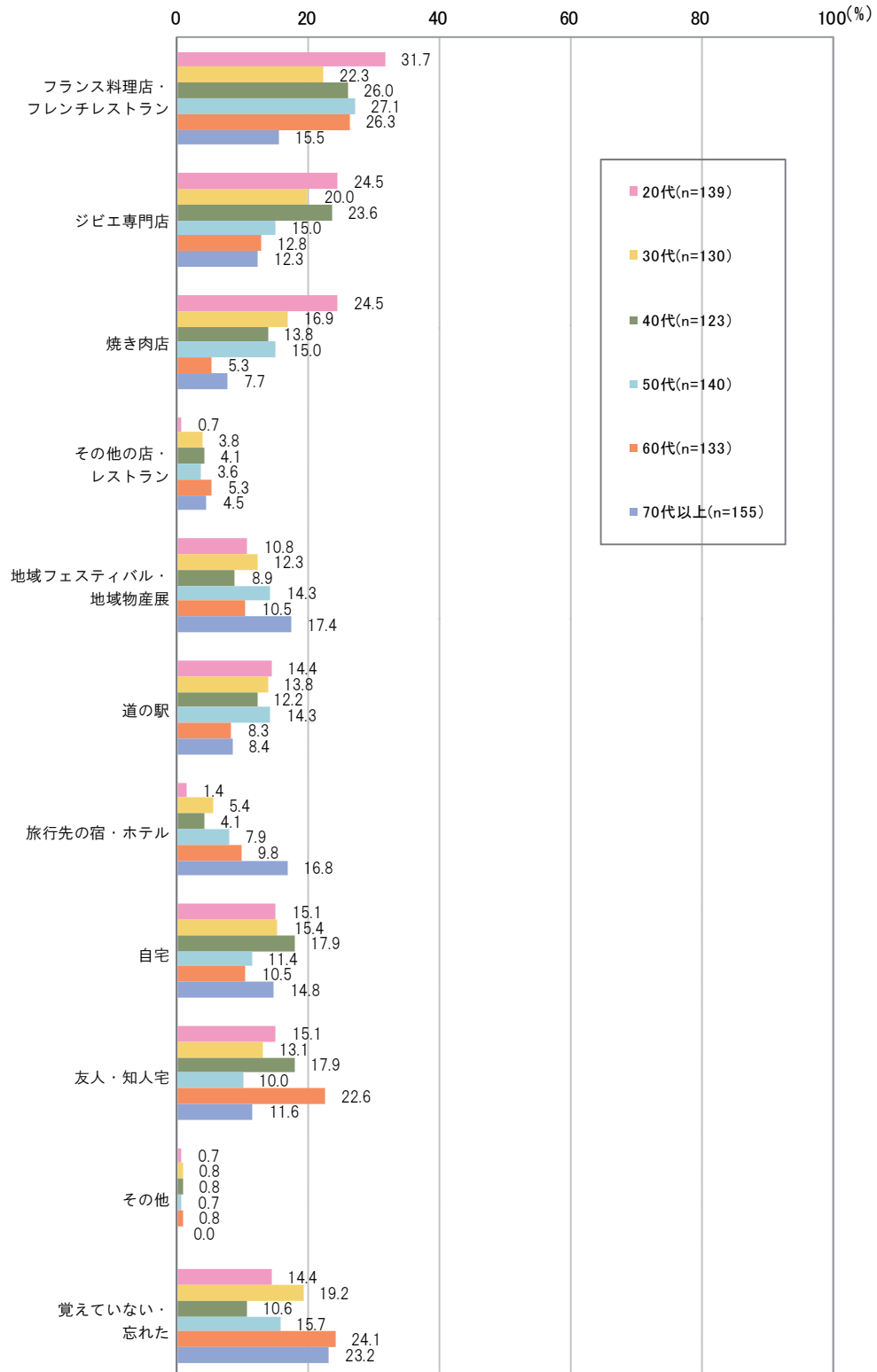
エリア別に見ると、首都圏の方が「フランス料理店・フレンチレストラン」、「ジビエ専門店」が高く、京阪神圏の方が「友人・知人宅」「道の駅」が高い。

性別に見ると、男性の方が「ジビエ専門店」「焼き肉店」「道の駅」が高く、女性の方が「フランス料理店・フレンチレストラン」「旅行先の宿・ホテル」が高い。



図表 62 「ジビエ」の喫食機会（全体・エリア・性別）

年代別に見ると、喫食頻度が高めだった20代では、「フランス料理店・フレンチレストラン」が31.7%と高く、「ジビエ専門店」「焼き肉店」がいずれも24.5%と高くなっている。

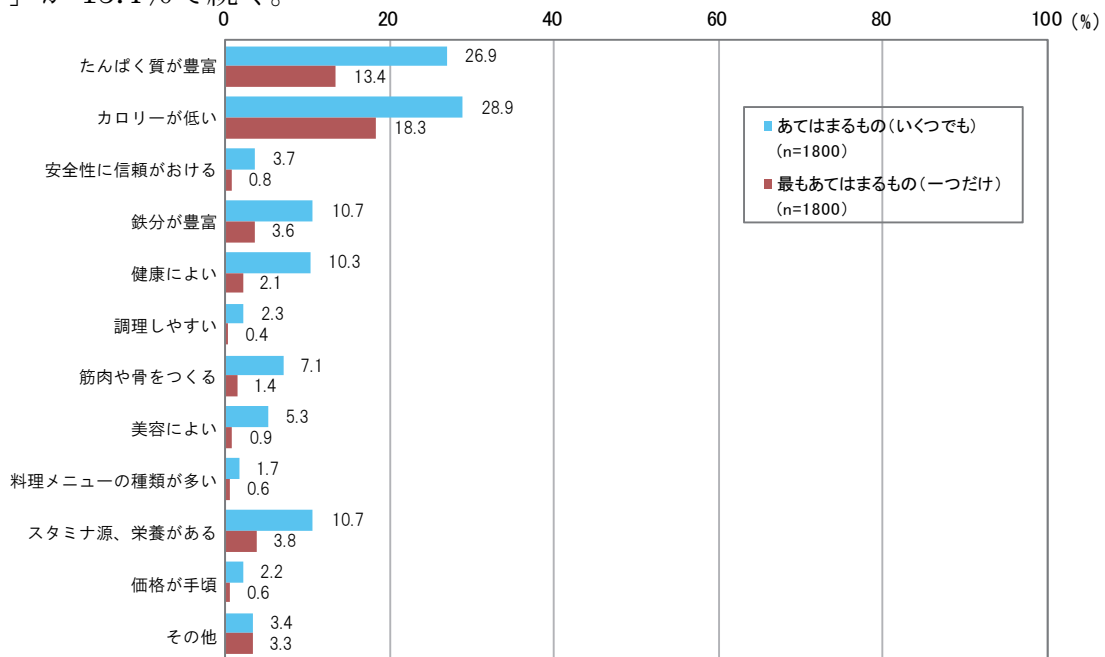


図表 63 「ジビエ」の喫食機会（年代別）

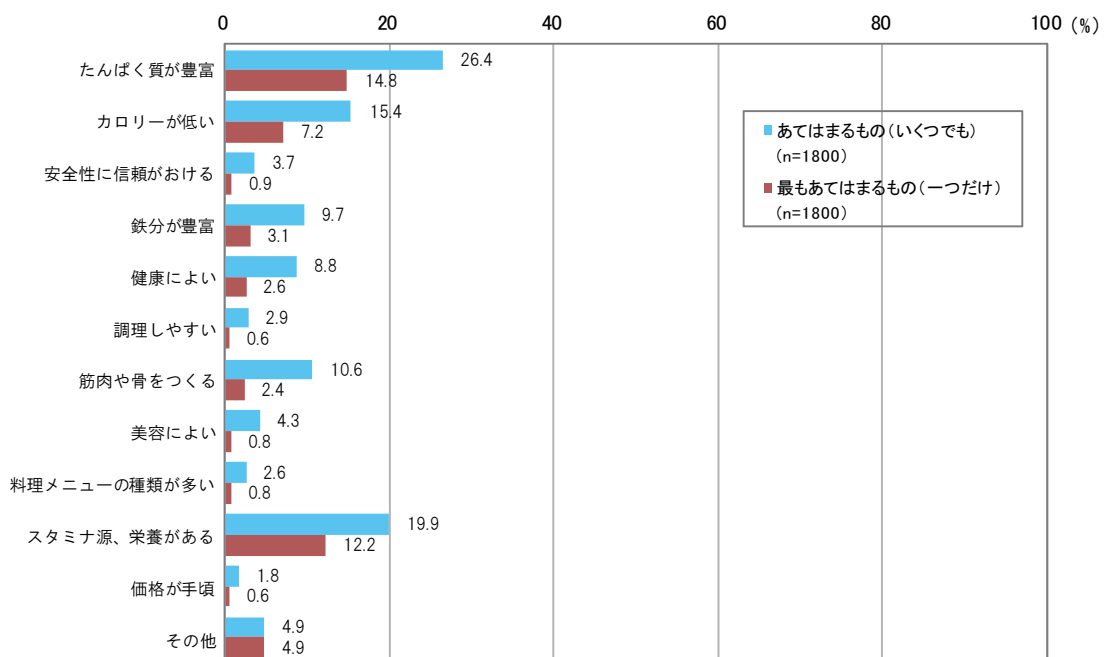
#### 4) 「シカ肉」「イノシシ肉」に対するイメージ (Q48) の地域・年代別分析

シカ肉に対するイメージ (Q48/複数回答) は、「カロリーが低い」が 28.9% で最も高く、「たんぱく質が豊富」が 26.9% で続く。

一方、イノシシ肉に対するイメージ (複数回答) は、「たんぱく質が豊富」が 26.4% で最も高く、「カロリーが低い」が 15.4% で続く。



図表 64 「シカ肉」に対するイメージ



図表 65 「イノシシ肉」に対するイメージ

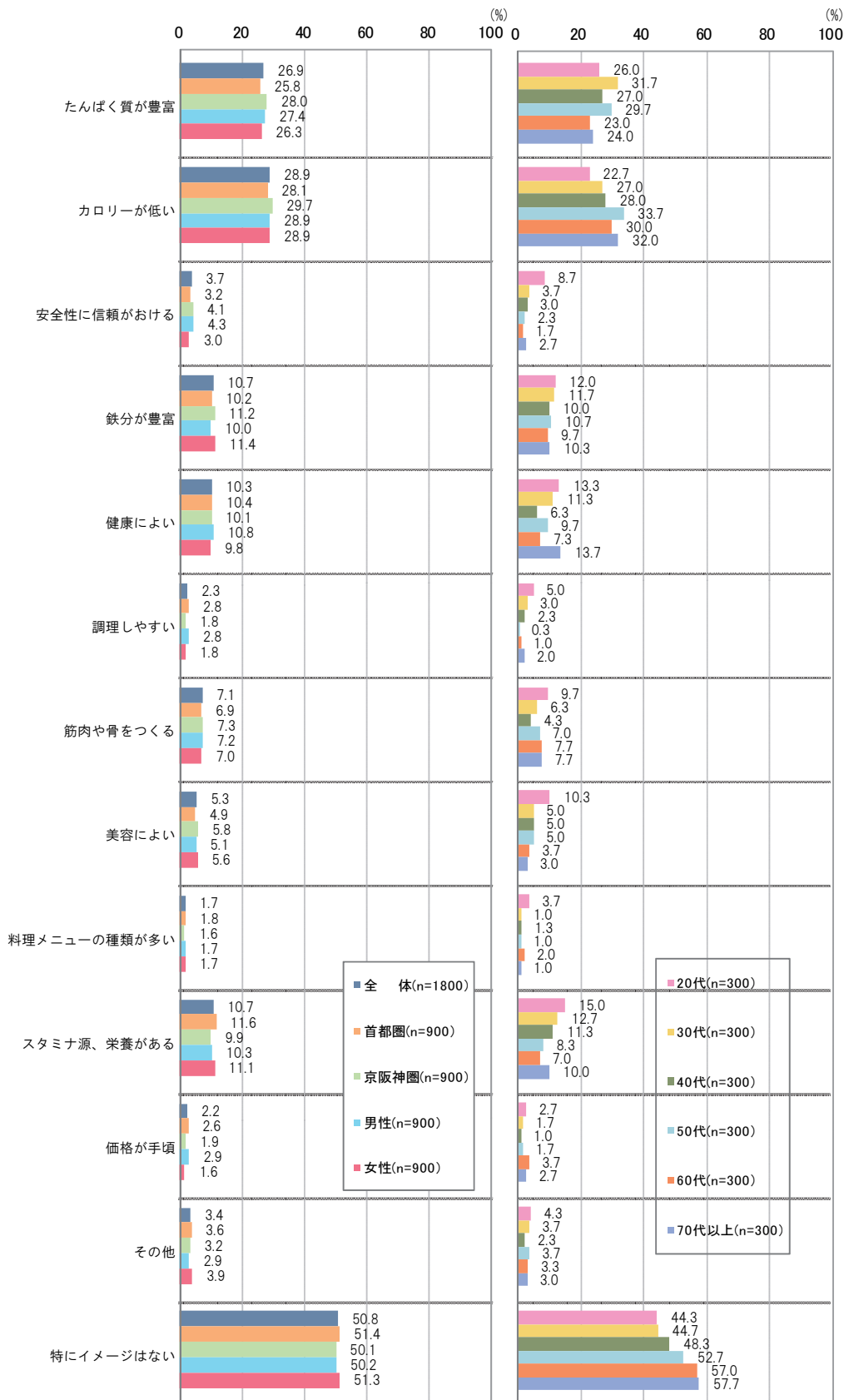
シカ肉に対するイメージ（複数回答）は、エリア別・性別では、大きな違いは見られない。

年代別に見ると、加齢とともに「特にイメージはない」が多くなり、50代以上では半数以上を占める。一方、20代では、「スタミナ源、栄養がある」「健康によい」「鉄分が豊富」「美容によい」「筋肉や骨を作る」「安全性に信頼がおける」が1割前後と他の年代に比べて高く、良いイメージを持たれている。

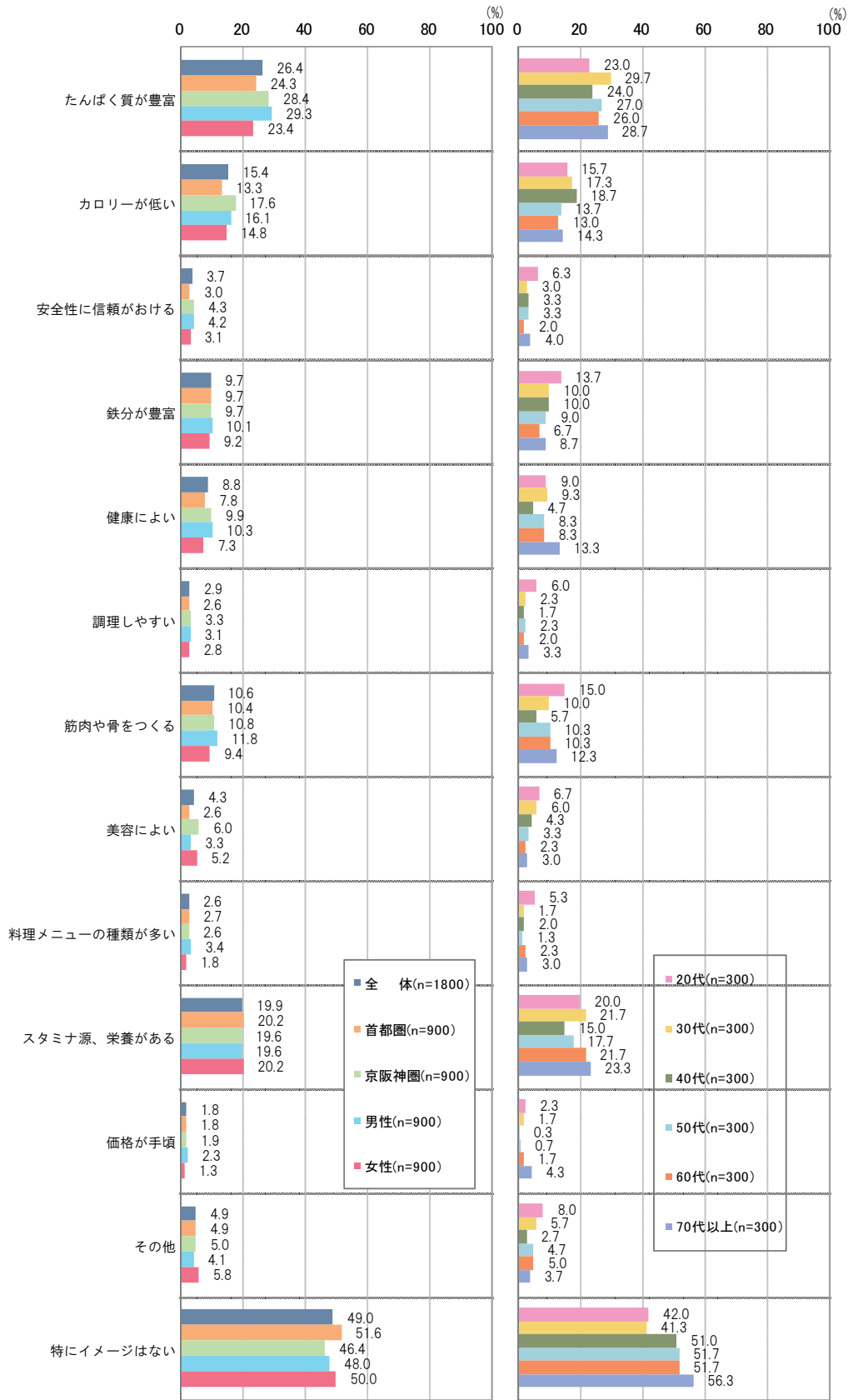
イノシシ肉に対するイメージ（複数回答）をエリア別に見ると、首都圏では「特にイメージがない」が半数以上を占める。京阪神圏の方が「たんぱく質が豊富」「カロリーが低い」は首都圏より高くなっている。

性別に見ると、男性の方が「たんぱく質が豊富」が女性より高くなっている。

年代別に見ると、シカ肉と同様、加齢とともに「特にイメージはない」が多くなり、40代以上では半数以上を占める。一方、20代では、シカ肉と同様、「スタミナ源、栄養がある」「筋肉や骨を作る」「鉄分が豊富」「健康によい」「美容によい」「安全性に信頼がおける」が他の年代に比べて高く、良いイメージを持たれている。



図表 66 「シカ肉」に対するイメージ（複数回答／エリア・性別・年代別）



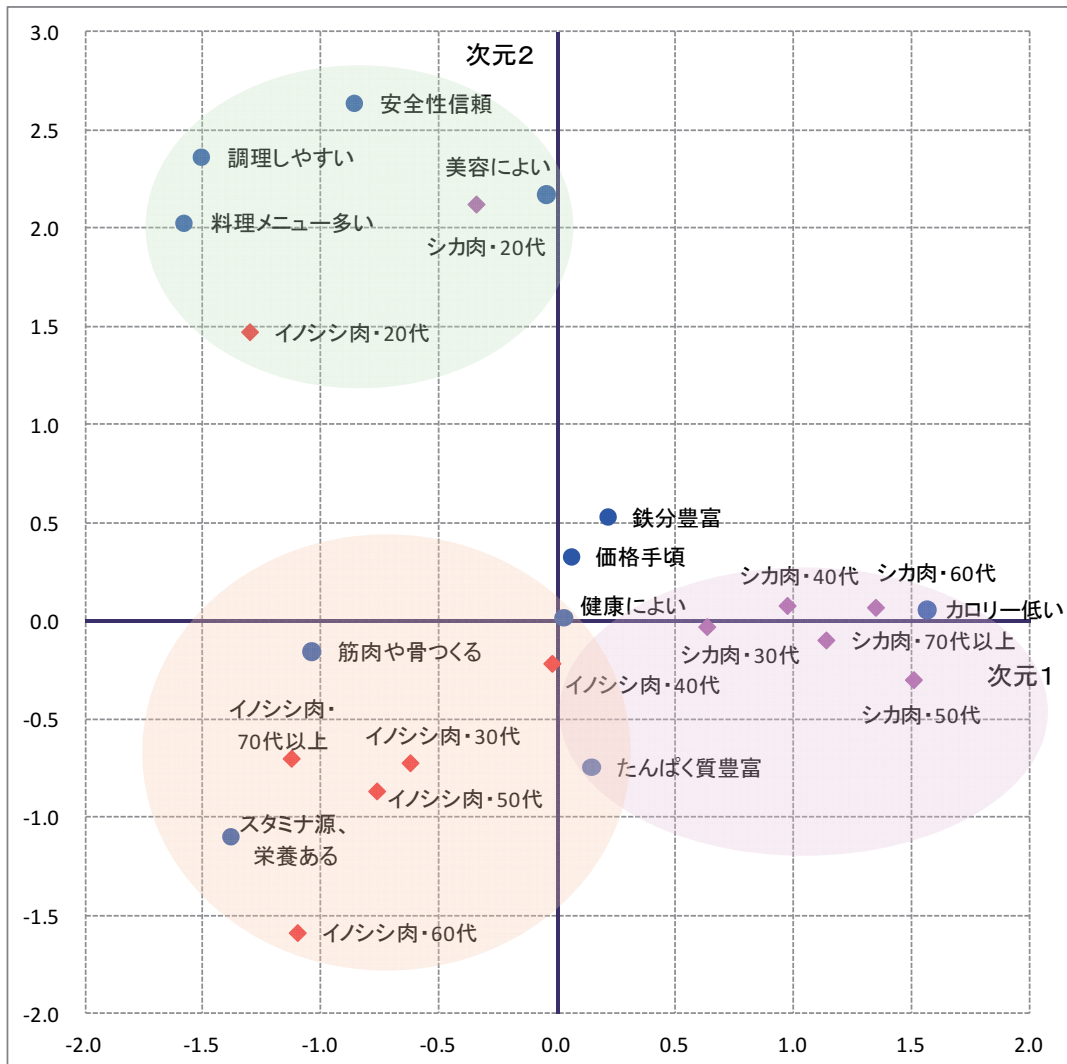
図表 67 「イノシシ肉」に対するイメージ（複数回答／エリア・性別・年代別）

シカ肉・イノシシ肉に対する年代別イメージ（複数回答）で、コレスポンデンス分析を行った。

シカ肉・20代とイノシシ肉・20代は、「美容によい」「安全性に信頼がおける」「調理しやすい」「料理メニューの種類が多い」に近い位置にあり、相対的に関連が強いと考えられる。

一方、シカ肉の30代～70代以上は、「カロリーが低い」「たんぱく質が豊富」「鉄分が豊富」に近い位置にあり、これらのイメージが相対的に強いと考えられる。

イノシシ肉の30代～70代以上は、「たんぱく質が豊富」「スタミナ源、栄養がある」「筋肉や骨を作る」「健康によい」に近い位置にあり、これらのイメージが相対的に強いと考えられる。



(寄与率 次元1 57.2%、次元2 20.1%)

図表 68 「シカ肉」「イノシシ肉」に対するイメージ（複数回答）の年代別コレスポンデンス分析結果

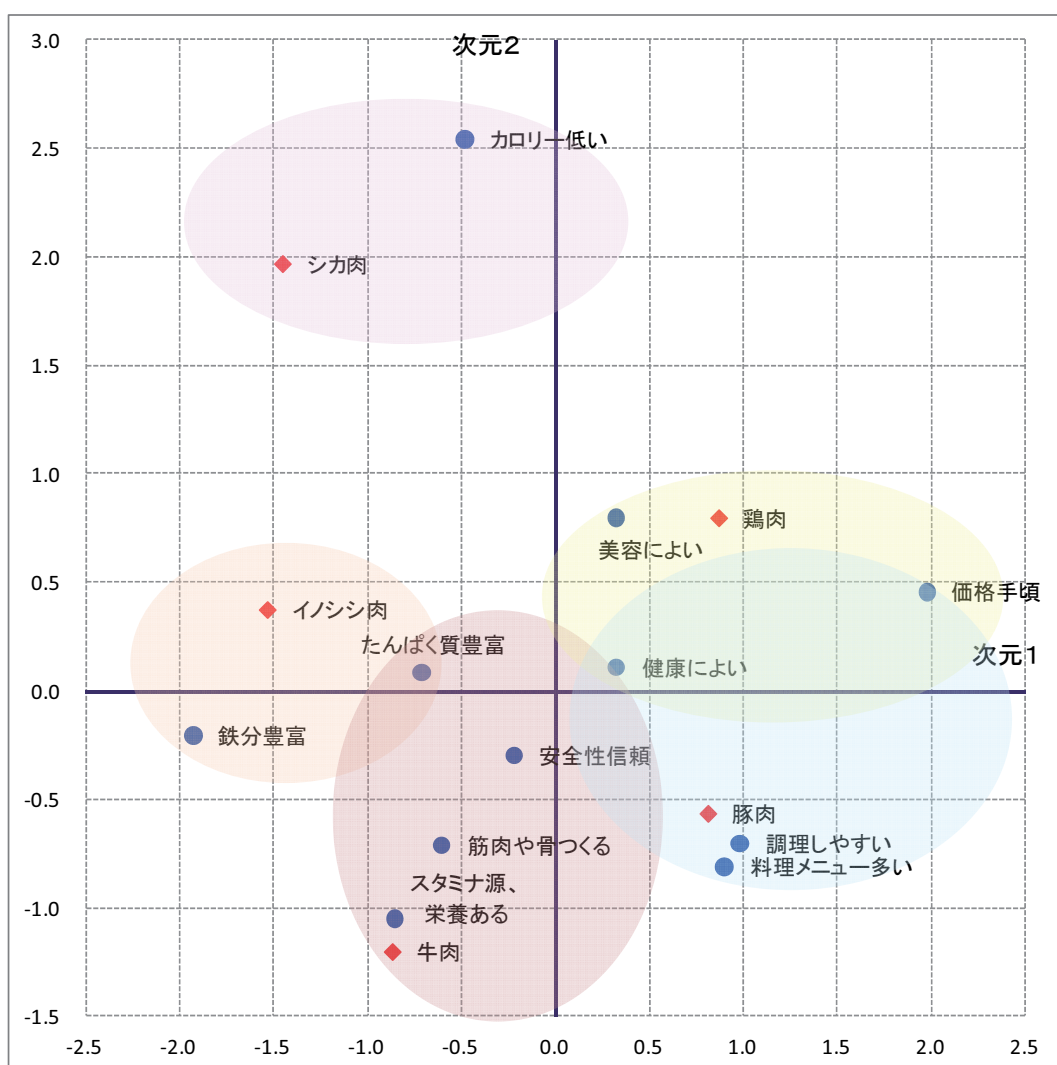
シカ肉・イノシシ肉に対するイメージ（Q48／複数回答）と、牛肉・豚肉・鶏肉に対するイメージ（Q5／複数回答）のイメージの違いを見るために、コレスポンデンス分析を行った。

シカ肉は「カロリーが低い」に近い位置にあり、相対的に独立したポジショニングにあると考えられる。

一方、イノシシ肉は、「たんぱく質が豊富」「鉄分が豊富」に近い位置にあり、これらのイメージが相対的に強いと考えられる。

牛肉は、「スタミナ源、栄養がある」「筋肉や骨を作る」「安全性に信頼がおける」「たんぱく質が豊富」などのイメージに近い位置にある。

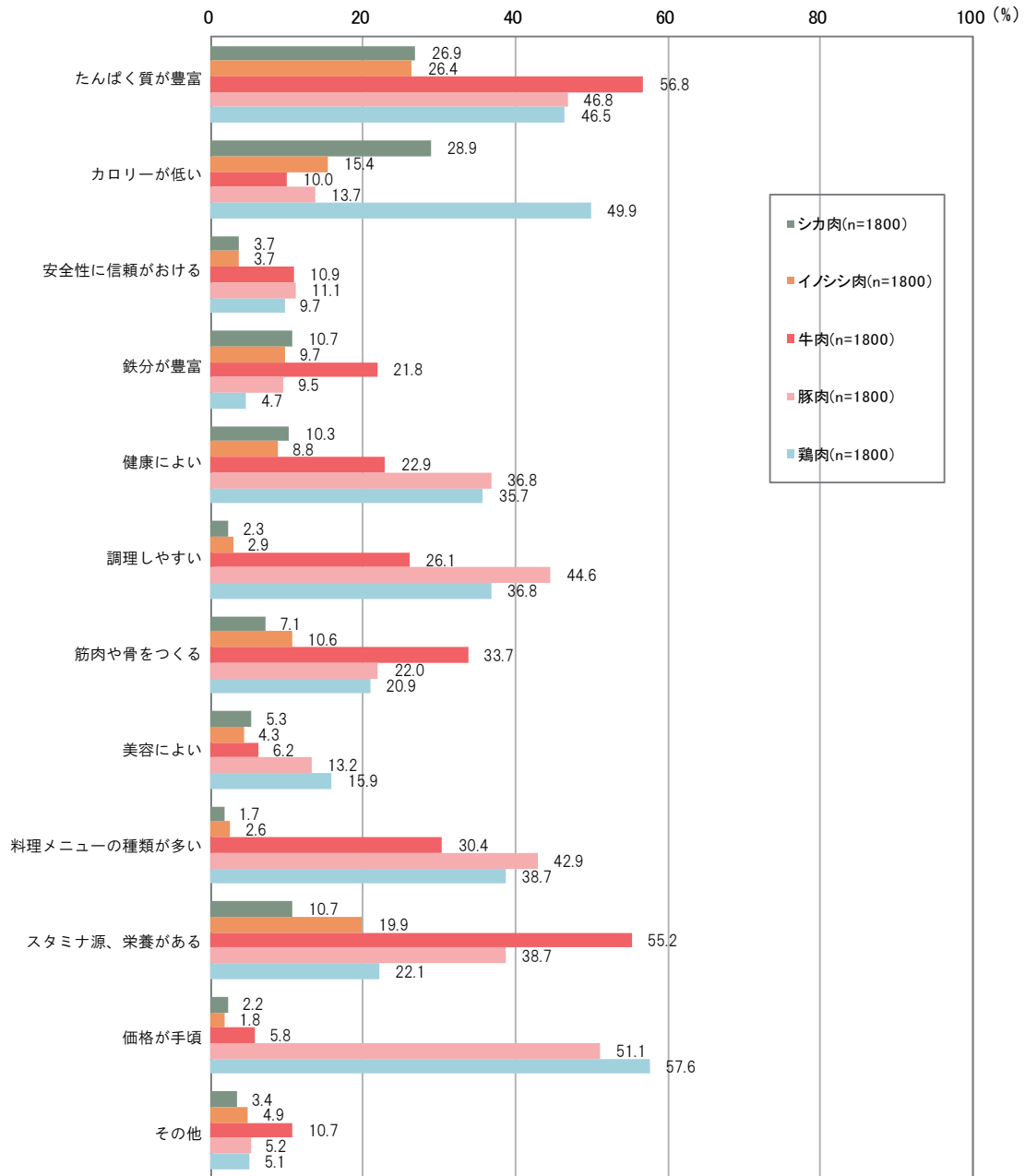
豚肉は、「調理しやすい」「料理メニューの種類が多い」「健康によい」「価格が手頃」のイメージが強く、鶏肉は「美容によい」「健康によい」「価格が手頃」のイメージが強いと考えられる。



(寄与率 次元1 59.9%、次元2 38.2%)

図表 69 「シカ肉」「イノシシ肉」に対するイメージのコレスポンデンス分析結果



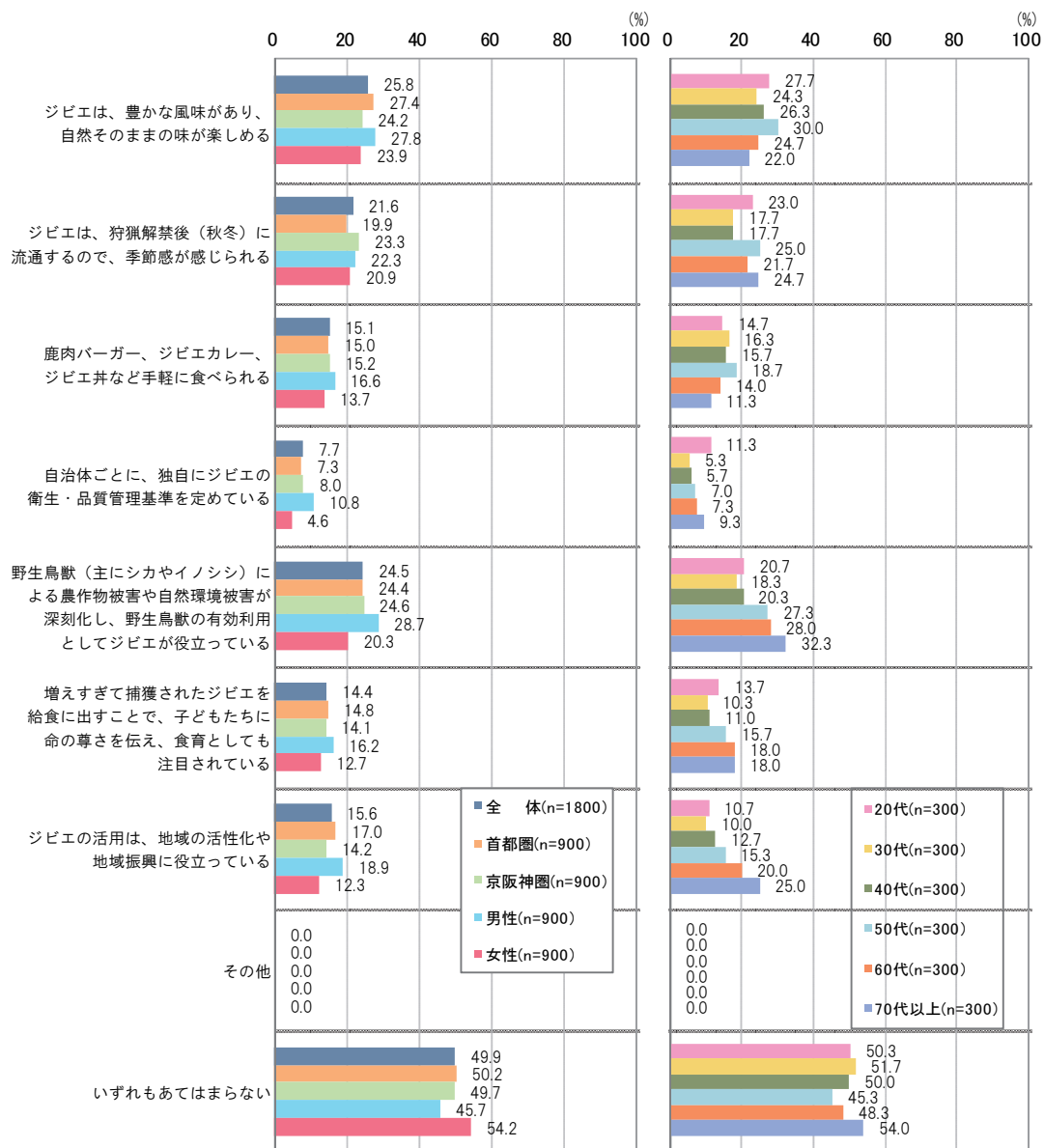


図表 70 「シカ肉」「イノシシ肉」「牛肉」「豚肉」「鶏肉」に対するイメージ

### 5) 「ジビエ」についての知っている事柄と魅力を感じる事柄 (Q49) の地域・年代別分析

「ジビエ (主にシカとイノシシ)」について知っている事柄 (Q49/複数回答) は、「ジビエは、豊かな風味があり、自然そのままの味が楽しめる」が 25.8% で最も高く、「野生鳥獣 (主にシカやイノシシ) による農作物被害や自然環境被害が深刻化し、野生鳥獣の有効利用としてジビエが役立っている」が 24.5%、「ジビエは、狩猟解禁後 (秋冬) に流通するので、季節感が感じられる」が 21.6% で続く。

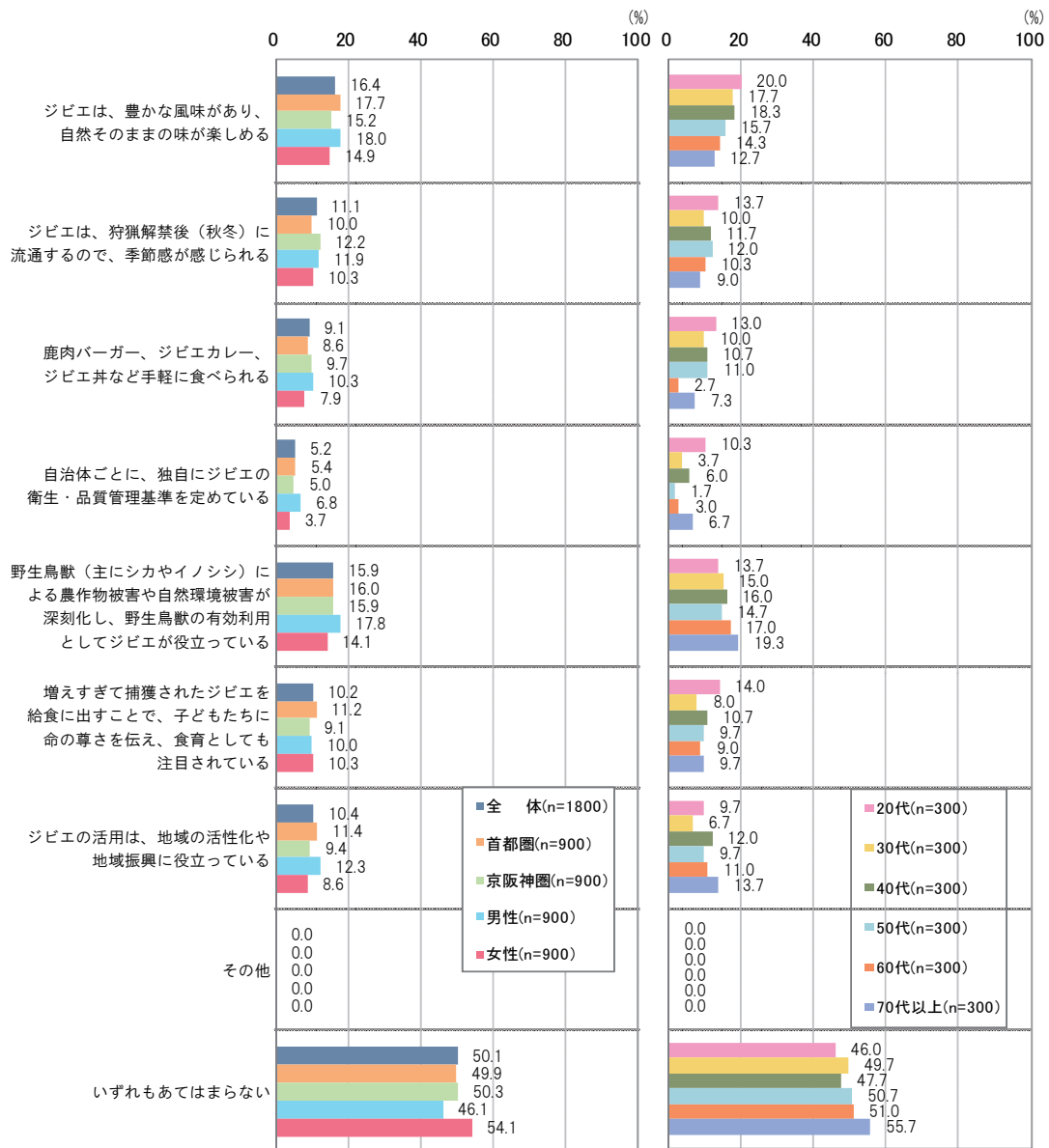
一方、「自治体ごとに、独自にジビエの衛生・品質管理基準を定めている」は、7.7% と認知度が低いが、20 代、男性では 1 割以上と高くなっている。



図表 71 「ジビエ (主にシカとイノシシ)」の知っている事柄

「ジビエ（主にシカとイノシシ）」について魅力を感じる事柄（Q49／複数回答）は、認知度と同様、「ジビエは、豊かな風味があり、自然そのままの味が楽しめる」が16.4%で最も高く、「野生鳥獣（主にシカやイノシシ）による農作物被害や自然環境被害が深刻化し、野生鳥獣の有効利用としてジビエが役立っている」が15.9%、「ジビエは、狩猟解禁後（秋冬）に流通するので、季節感が感じられる」が11.1%で続く。

「自治体ごとに、独自にジビエの衛生・品質管理基準を定めている」は、認知度と同様、魅力度も5.2%と低いですが、20代では10.3%と高くなっている。



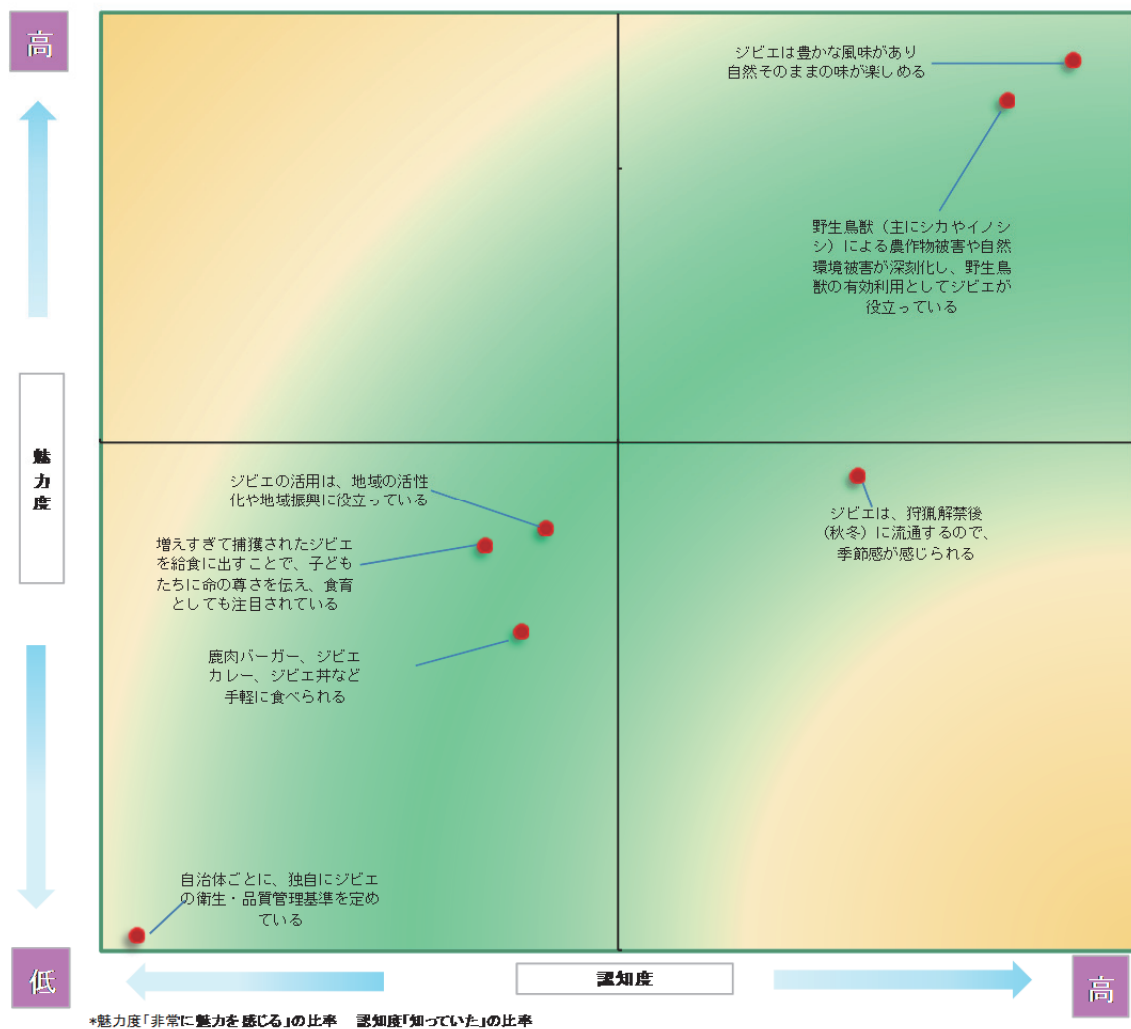
図表 72 「ジビエ（主にシカとイノシシ）」の魅力を感じる事柄

「ジビエ（主にシカとイノシシ）」について知っている事柄を横軸、魅力に感じる事柄を縦軸に、プロット図にまとめた。

認知度・魅力度ともに高い事柄は、「ジビエは、豊かな風味があり、自然そのままの味が楽しめる」「野生鳥獣（主にシカやイノシシ）による農作物被害や自然環境被害が深刻化し、野生鳥獣の有効利用としてジビエが役立っている」である。

一方、認知度は高めだが魅力度が低い事柄は、「ジビエは、狩猟解禁後（秋冬）に流通するので、季節感が感じられる」である。

「自治体ごとに、独自にジビエの衛生・品質管理基準を定めている」は、現時点では、認知度・魅力度ともに低い事柄となっており、今後の課題である。



図表 73 「ジビエ（主にシカとイノシシ）」の知っている事柄×魅力に感じる事柄

## 6) 「ジビエ」のロゴマークの認知度（Q50）の地域・年代別分析

「ジビエ（主にシカ肉・イノシシ肉）」のロゴマークの認知度（Q50）を説明文とロゴマークを提示して聞いた結果、「確かに見たことがある」が2.4%、「見たことがあるような気がする」が7.8%で、見たことがある計は全体の1割となっている。「ロゴマークがあることは知っているが見たことはない」7.0%までを含めた認知度計は17.2%である。

エリア別に見ても、認知度の大きな違いは見られない。

性別に見ると、男性の方が認知度は高く、見たことがある計が13.2%、「ロゴマークがあることは知っているが見たことはない」9.2%までを含めた認知度計は22.4%と高い。

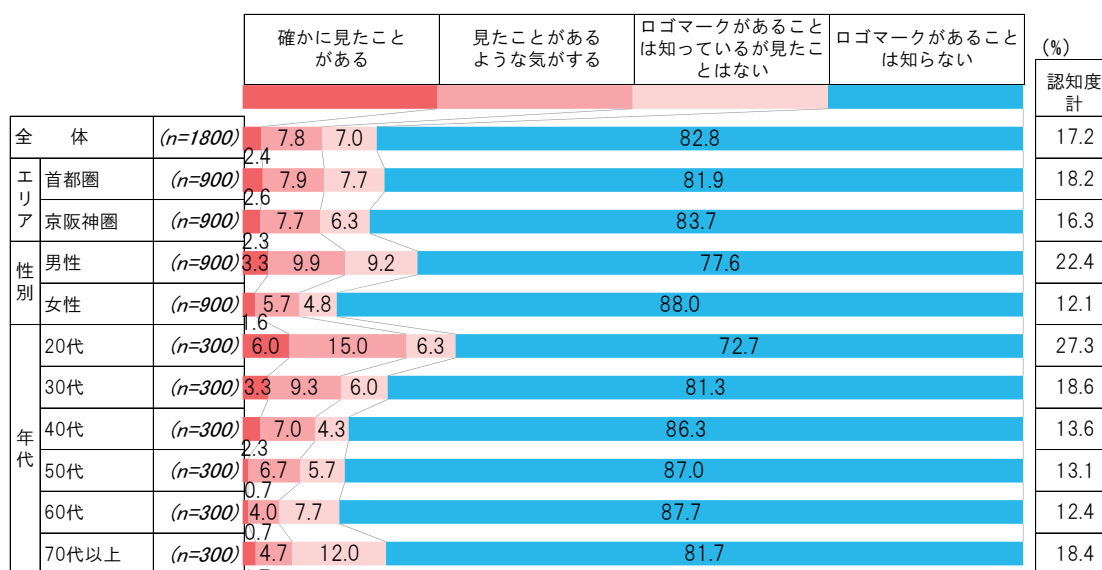
年代別に見ると、若い年代の方が認知度は高く、見たことがある計が21.0%、「ロゴマークがあることは知っているが見たことはない」6.3%までを含めた認知度計は27.3%と高い。

日本では、近年、野生鳥獣による農作物被害が深刻化しているため、増え過ぎた野生動物の捕獲を積極的に実施しており、効果的に進めていくために、野生動物の有効利用（食肉化・ジビエ）が考えられるようになりました。

自治体ごとに、独自にジビエ（主にシカとイノシシ）の衛生・品質管理基準を定めており、食用に適すると認証した肉には下記のロゴマークを与えています。



図表 74 提示説明文及びロゴマーク



認知度計⇒「確かに見たことがある」+「見たことがあるような気がする」+「ロゴマークがあることは知っているが見たことはない」

図表 75 「ジビエ（主にシカ肉・イノシシ肉）」のロゴマークの認知度

## 7) 「ジビエ」のロゴマーク製品の購入意向（Q51）と価格許容度（Q52）の地域・年代別分析

一般のお店やレストランで、食用に適すると認証した「ジビエ（主にシカ肉・イノシシ肉）」に与えられる「ロゴマーク」がついている商品の購入意向（Q51）を説明文とロゴマークを提示して聞いた結果、「割高でも購入したい・食べたい」が4.7%、「ロゴマークがついていない商品と同程度の価格なら購入したい・食べたい」が18.8%で、同程度以上の価格（割高+同程度）の購入意向計が23.5%である。「安ければ購入したい・食べたい」22.9%も含めた購入意向計は全体の46.4%で、「購入したくない・食べたくない」が19.6%、「わからない」が33.9%いる。

エリア別に同程度以上の購入意向計を見ると、首都圏が25.0%、京阪神圏が22.0%と首都圏の方がやや高い。

性別に同程度以上の購入意向計を見ると、男性が28.0%、女性が19.0%と男性の方が1割弱高い。

年代別に同程度以上の購入意向計を見ると、20代が29.3%、30代が28.0%、40代が24.0%と高くなっている。

日本では、近年、野生鳥獣による農作物被害が深刻化しているため、増え過ぎた野生動物の捕獲を積極的に実施しており、効果的に進めていくために、野生動物の有効利用（食肉化・ジビエ）が考えられるようになりました。

自治体ごとに、独自にジビエ（主にシカとイノシシ）の衛生・品質管理基準を定めており、食用に適すると認証した肉には下記のロゴマークを与えています。



図表 76 提示説明文及びロゴマーク

	n	購入意向					購入意向計 (%)	
		割高でも購入したい・食べたい	ロゴマークがついていない商品と、同程度の価格なら購入したい・食べたい	安ければ購入したい・食べたい	購入したくない・食べたくない	わからない	「同程度以上」購入意向計	購入意向計
全体	(n=1800)	4.7	18.8	22.9	19.6	33.9	23.5	46.4
エリア								
首都圏	(n=900)	5.7	19.3	23.6	19.4	32.0	25.0	48.6
京阪神圏	(n=900)	3.8	18.2	22.3	19.8	35.9	22.0	44.3
性別								
男性	(n=900)	5.3	22.7	28.6	14.2	29.2	28.0	56.6
女性	(n=900)	4.1	14.9	17.3	25.0	38.7	19.0	36.3
年代								
20代	(n=300)	7.3	22.0	25.0	15.7	30.0	29.3	54.3
30代	(n=300)	4.7	23.3	22.0	17.0	33.0	28.0	50.0
40代	(n=300)	5.0	19.0	28.0	14.7	33.3	24.0	52.0
50代	(n=300)	3.7	15.0	25.7	19.7	36.0	18.7	44.4
60代	(n=300)	4.0	17.7	18.3	26.3	33.7	21.7	40.0
70代以上	(n=300)	3.7	15.7	18.7	24.3	37.7	19.4	38.1

「同程度以上」購入意向計⇒「割高でも購入したい・食べたい」+「ロゴマークがついていない商品と、同程度の価格なら購入したい・食べたい」  
 購入意向計⇒「割高でも購入したい・食べたい」+「ロゴマークがついていない商品と、同程度の価格なら購入したい・食べたい」+「安ければ購入したい・食べたい」

図表 77 「ジビエ（主にシカ肉とイノシシ肉）」のロゴマーク製品の購入意向

「ロゴマークがついていない商品」と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら、「食用に適すると認証したジビエのロゴマークがついている商品」を選ぶかの価格許容度（Q52）をロゴマークを提示して聞いた結果、全体の2割が「割高でもロゴマークがついている商品を選ぶ」と回答した。「同等の価格なら」が23.7%、「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品にこだわりはない」が18.5%であった。「ロゴマークの有無にかかわらずジビエは食べない・買わない」が37.4%いる。

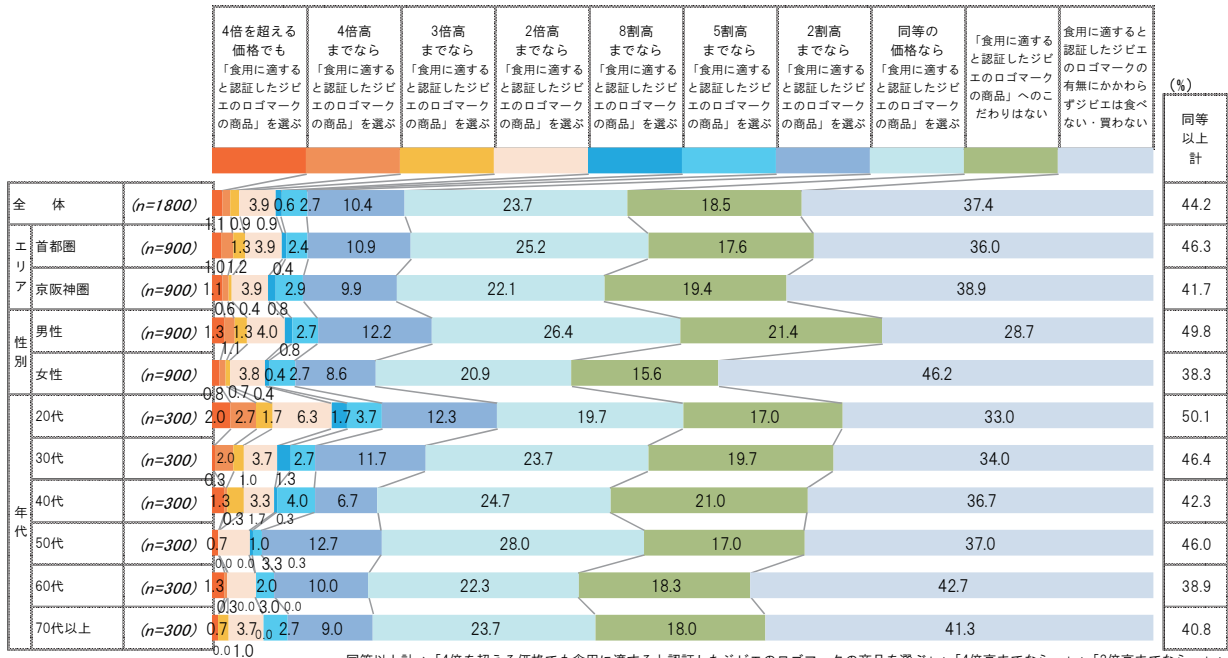
エリア別に見ると、首都圏の方がやや価格許容度が高い。

性別に見ると、男性の方が女性より価格許容度が高い。

年齢別に見ると、20代は「割高でもロゴマークがついている商品を選ぶ」が3割と高い。



図表 78 提示ロゴマーク



同等以上計⇒「4倍を超える価格でも食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品を選ぶ」+「4倍高までなら〜」+「3倍高までなら〜」+「2倍高までなら〜」+「8割高までなら〜」+「5割高までなら〜」+「2割高までなら〜」+「同等の価格なら〜」

図表 79 「ジビエ」のロゴマーク製品の価格許容度

### 3. 食肉の購買実態に関する調査

#### 1) 食肉の種類別機会別の喫食頻度 (Q4)

- 牛肉料理の内食は「週に1日程度」、中食、外食では「それ以下」とする割合が高い。
- 豚肉料理と鶏肉料理、魚介料理の傾向は似ており、内食では「週に2~3日程度」、中食では「それ以下」、外食では「それ以下」とする割合が最も高い。

#### 【今年度調査】

牛肉料理の喫食頻度は、内食では「週に1日程度」「月に2~3日程度」「週に2~3日程度」の順で高く、それぞれ29.3%、19.2%、16.4%となっている。中食では、「それ以下」「食べない」「週に1日程度」の順で高く、それぞれ29.6%、24.4%、14.3%。外食では、「それ以下」「月に1日程度」「食べない」の順で高く、それぞれ36.3%、22.9%、14.4%。牛肉の内食は「週に1日程度」が最も高く、他の食肉に比べ頻度が低い傾向にある。

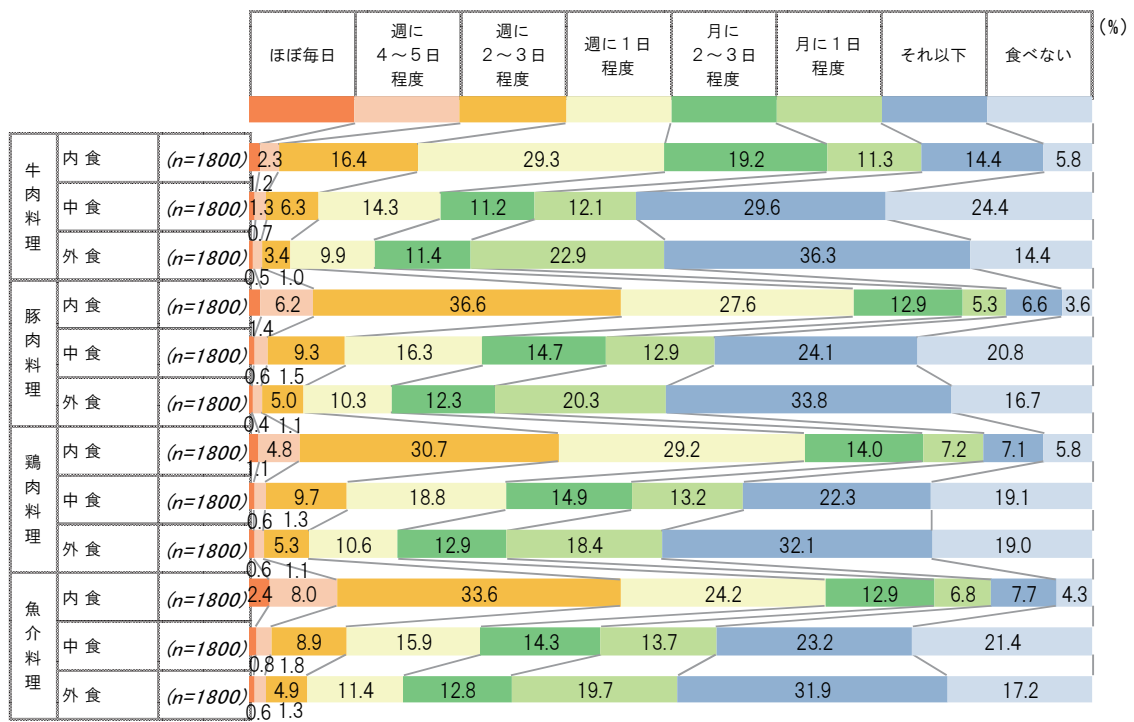
豚肉料理の喫食頻度は、内食では「週に2~3日程度」「週に1日程度」「月に2~3日程度」の順で高く、それぞれ36.6%、27.6%、12.9%。中食では、「それ以下」「食べない」「週に1日程度」の順で高く、それぞれ24.1%、20.8%、16.3%。外食では、「それ以下」「月に1日程度」「食べない」の順で高く、それぞれ33.8%、20.3%、16.7%。

鶏肉料理の喫食頻度は、内食では「週に2~3日程度」「週に1日程度」「月に2~3日程度」の順で高く、それぞれ30.7%、29.2%、14.0%。中食では、「それ以下」「食べない」「週に1日程度」の順で高く、それぞれ22.3%、19.1%、18.8%。外食では、「それ以下」「食べない」「月に1日程度」の順で高く、それぞれ32.1%、19.0%、18.4%。

魚介料理の喫食頻度は、内食では「週に2~3日程度」「週に1日程度」「月に2~3日程度」の順で高く、それぞれ33.6%、24.2%、12.9%。中食では、「それ以下」「食べない」「週に1日程度」の順で高く、それぞれ23.2%、21.4%、15.9%。外食では、「それ以下」「月に1日程度」「食べない」の順で高く、それぞれ31.9%、19.7%、17.2%。

豚肉料理、鶏肉料理、魚介料理は内食、中食、外食のいずれの喫食頻度も似た傾向にあると言える。

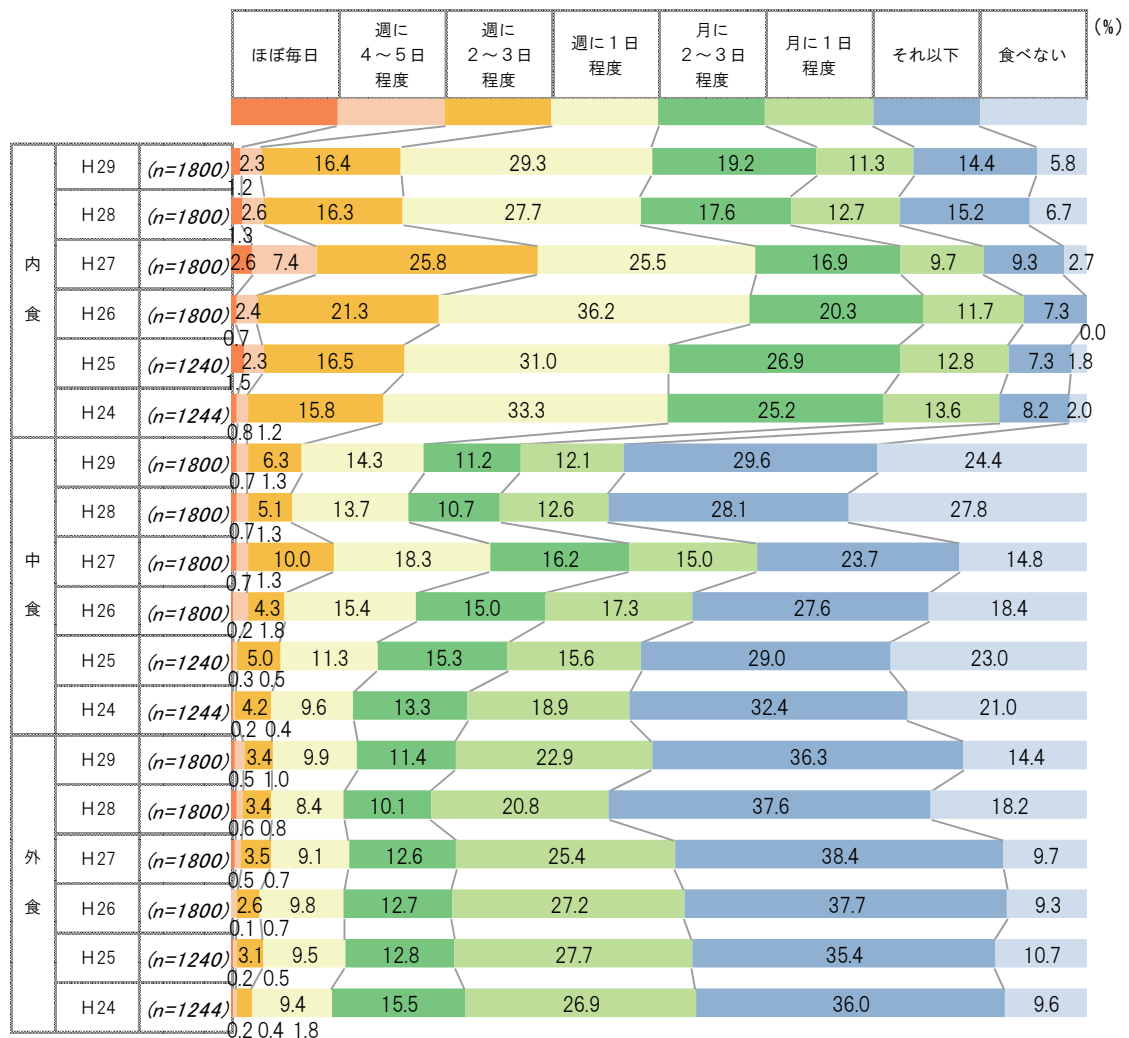




図表 80 食肉の種類別機会別の喫食頻度

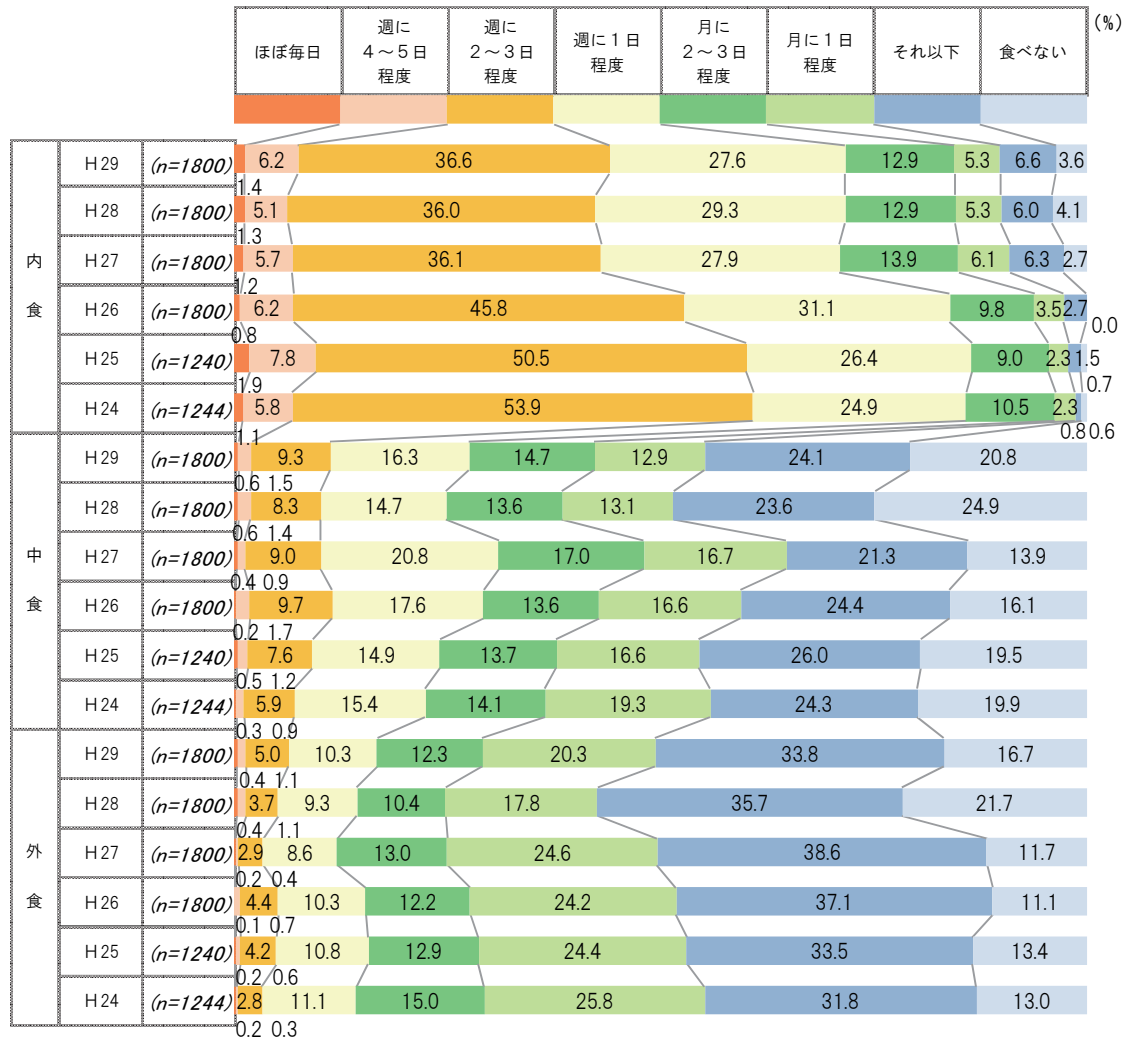
【過年度調査との比較】

牛肉料理の内食は、昨年度に比べて大きな変化はない。また、中食、外食では「食べない」が昨年度に比べてやや減少している。



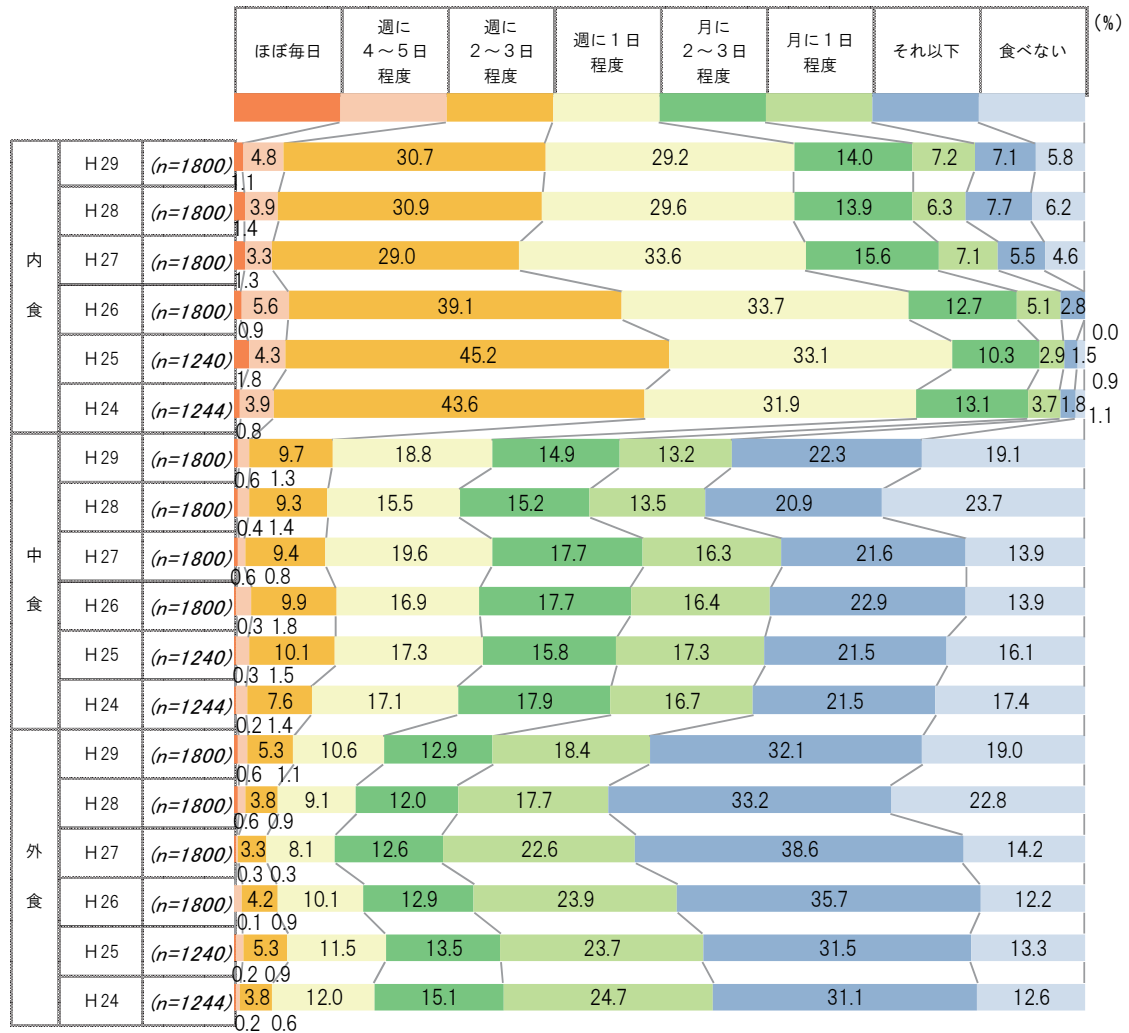
図表 81 牛肉料理の喫食頻度（経年変化）

豚肉料理の内食は昨年度に比べて大きな変化はない。また、中食、外食では「食べない」が昨年度に比べてやや減少している。



図表 82 豚肉料理の喫食頻度（経年変化）

鶏肉料理の内食は昨年度に比べて大きな変化はない。また、中食、外食では「食べない」が昨年度に比べてやや減少している。



図表 83 鶏肉料理の喫食頻度（経年変化）

## 2) 食肉に対する種類別イメージ (Q5)

- ▶ どの食肉も「たんぱく質が豊富」というイメージが強い。
- ▶ 牛肉は栄養の高さ、豚肉は価格と調理の手軽さ、鶏肉は、価格とカロリーの低さに関するイメージが強い。
- ▶ 過年度調査と比較すると、どの食肉でも「料理メニューの種類が多い」の割合が増加した。個別では、牛肉は「健康に良い」「筋肉や骨をつくる」、豚肉は「健康に良い」、鶏肉は「カロリーが低い」「スタミナ源・栄養がある」の割合が増加。

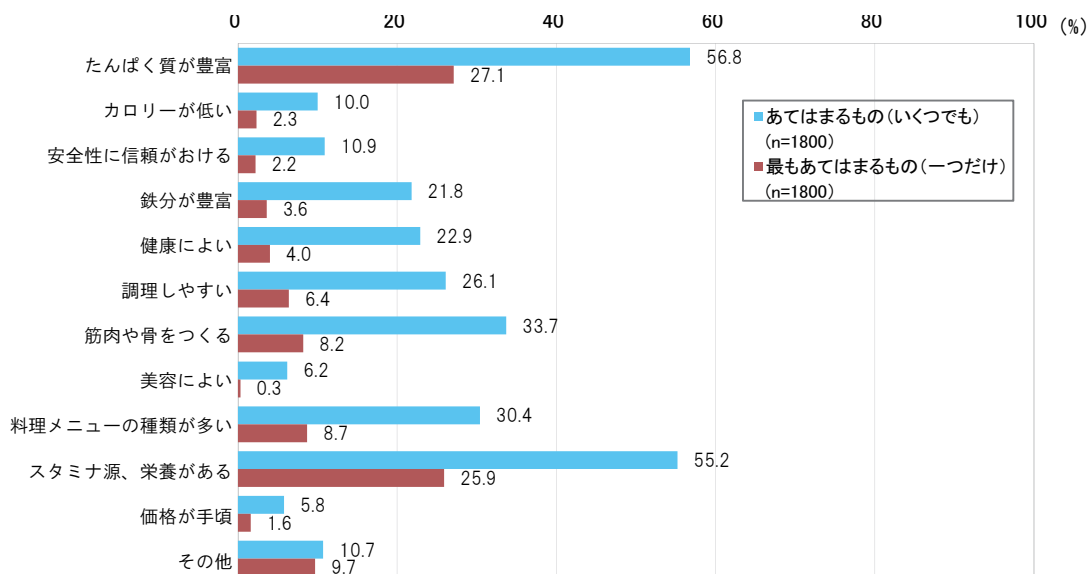
### 【今年度調査】

牛肉に対するイメージは（複数回答）、「たんぱく質が豊富」「スタミナ源、栄養がある」「筋肉や骨をつくる」の順で高く、それぞれ 56.8%、55.2%、33.7%。

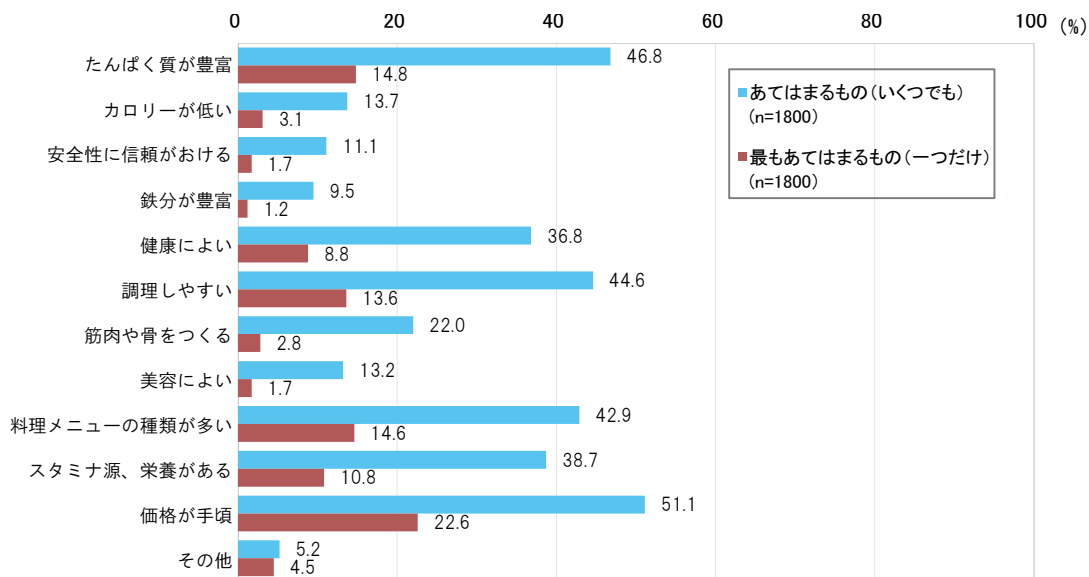
豚肉に対するイメージは（複数回答）、「価格が手頃」「たんぱく質が豊富」「調理しやすい」の順で高く、それぞれ 51.1%、46.8%、44.6%。

鶏肉に対するイメージは（複数回答）、「価格が手頃」「カロリーが低い」「たんぱく質が豊富」の順で高く、57.6%、49.9%、46.5%。

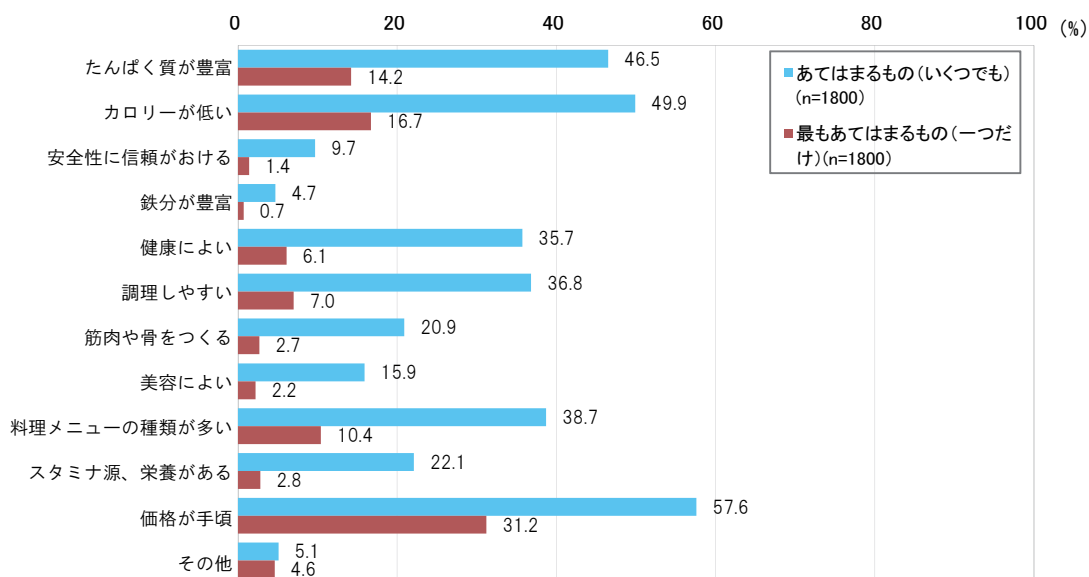
どの食肉も「たんぱく質が豊富」というイメージが強い。また、牛肉は栄養の高さ、豚肉は価格と調理のしやすさ、鶏肉は価格とカロリーの低さに関するイメージが強い。



図表 84 牛肉に対するイメージ



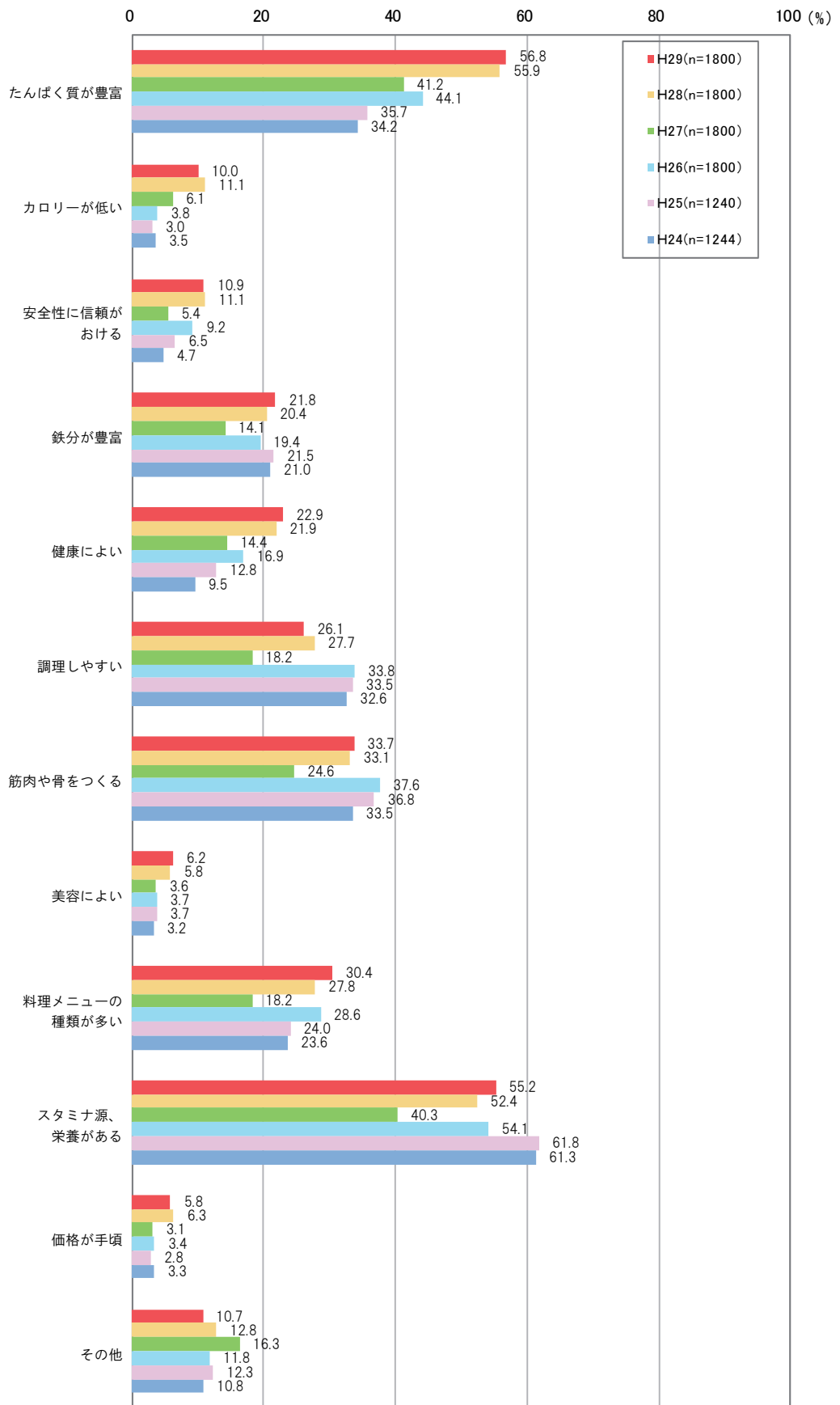
図表 85 豚肉に対するイメージ



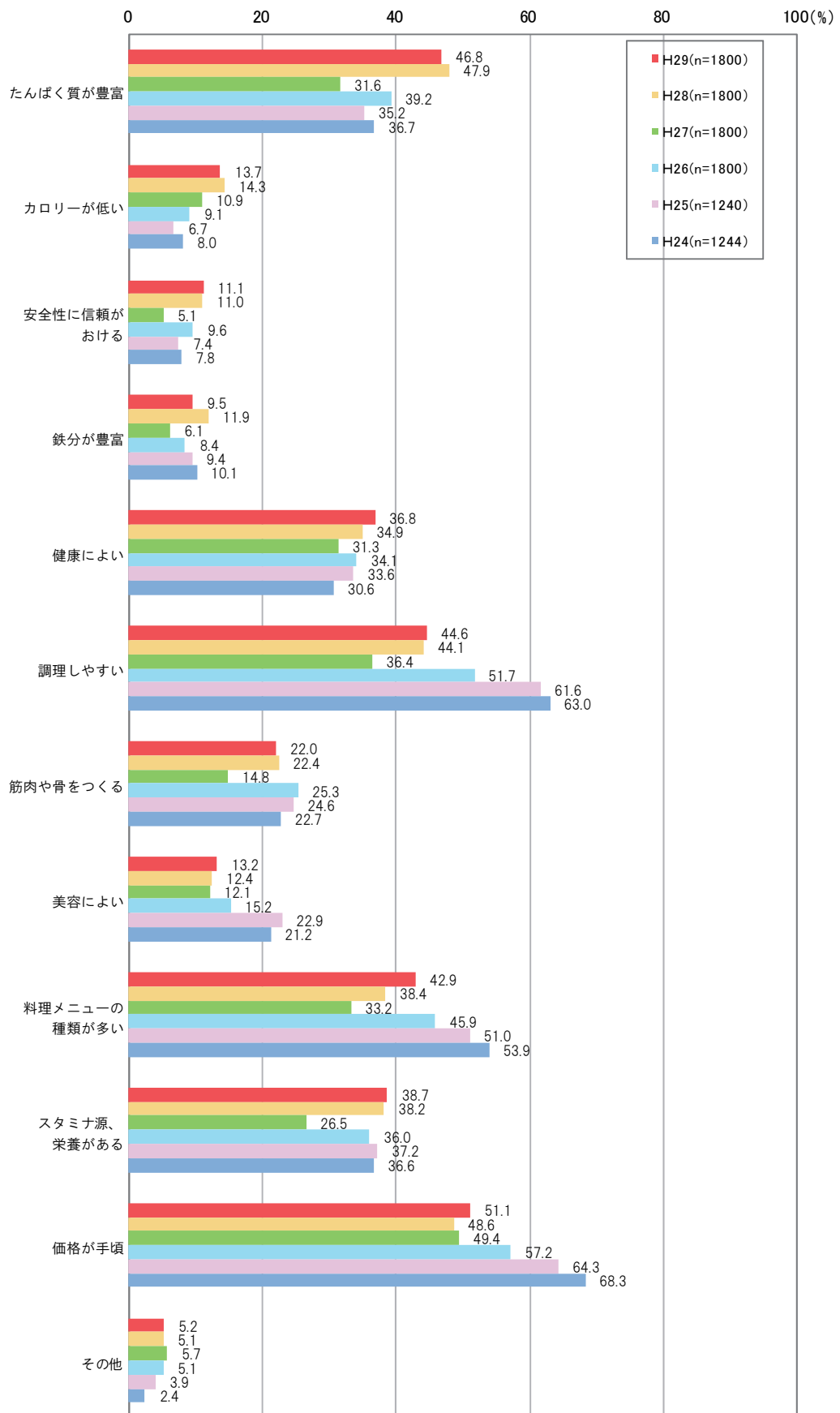
図表 86 鶏肉に対するイメージ

【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、どの食肉でも「料理メニューの種類が多い」の割合が増加している。個別に見ると、牛肉は「健康に良い」「筋肉や骨をつくる」の割合が増加している。また、豚肉でも「健康に良い」の割合は増加している。鶏肉は「カロリーが低い」「スタミナ源・栄養がある」の割合が増加している。

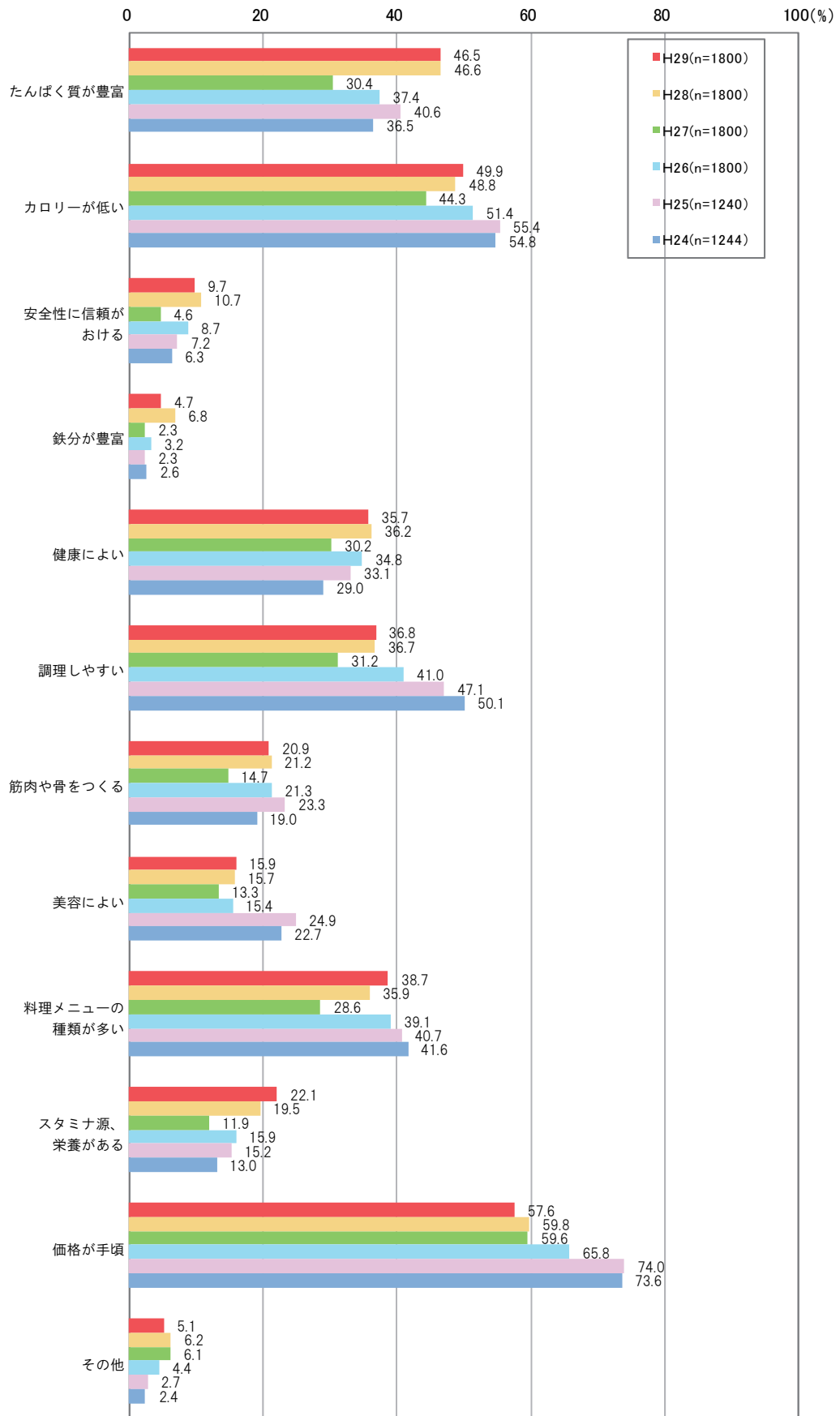


図表 87 牛肉に対するイメージ（経年変化）



図表 88 豚肉に対するイメージ（経年変化）





図表 89 鶏肉に対するイメージ（経年変化）

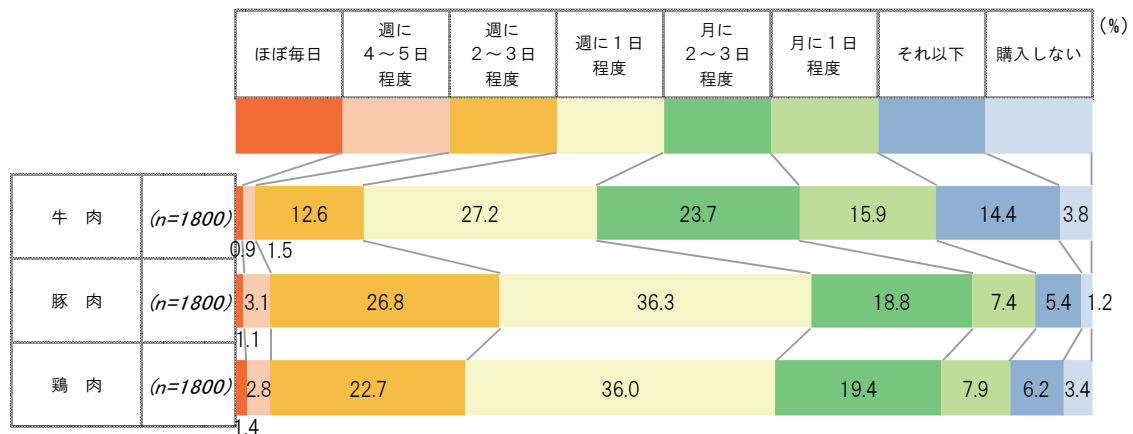
### 3) 食肉の種類別購入頻度 (Q6)

- 牛肉は「週に1日程度」と「月に2~3日程度」がボリュームゾーン。
- 豚肉、鶏肉は「週に2~3日程度」と「週に1日程度」がボリュームゾーン。
- 過年度調査と比較すると、牛肉は昨年度、一昨年度と同傾向。豚肉と鶏肉は、「週に2~3日程度」が増加傾向。

#### 【今年度調査】

牛肉の購入頻度のボリュームゾーンは「週に1日程度」と「月に2~3日程度」がそれぞれ27.2%と23.7%で、あわせて50.9%を占める。他の食肉と比較して低頻度購入のボリュームが大きく、「月に1日程度」が15.9%、「それ以下」が14.4%と他の食肉に比べて高い。

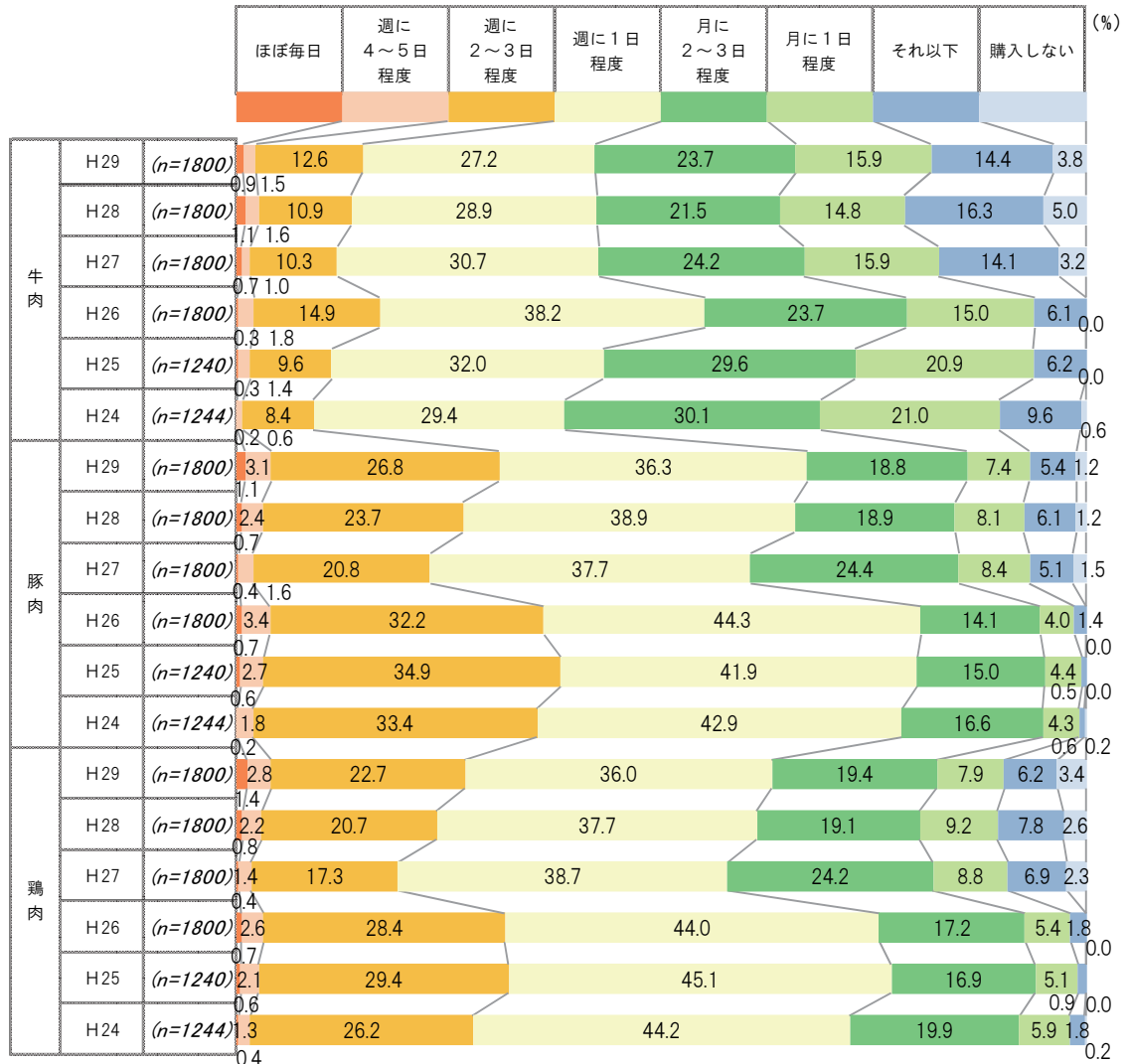
豚肉及び鶏肉の購入頻度のボリュームゾーンは「週に2~3日程度」と「週に1日程度」であり、豚肉は26.8%と36.3%、鶏肉は22.7%と36.0%となっており、いずれの食肉も合計で約6割を占める。



図表 90 食肉の種類別購入頻度

【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、牛肉は昨年度、一昨年度と同傾向にある。また、豚肉と鶏肉は、「週に2～3日程度」が増加傾向にある。



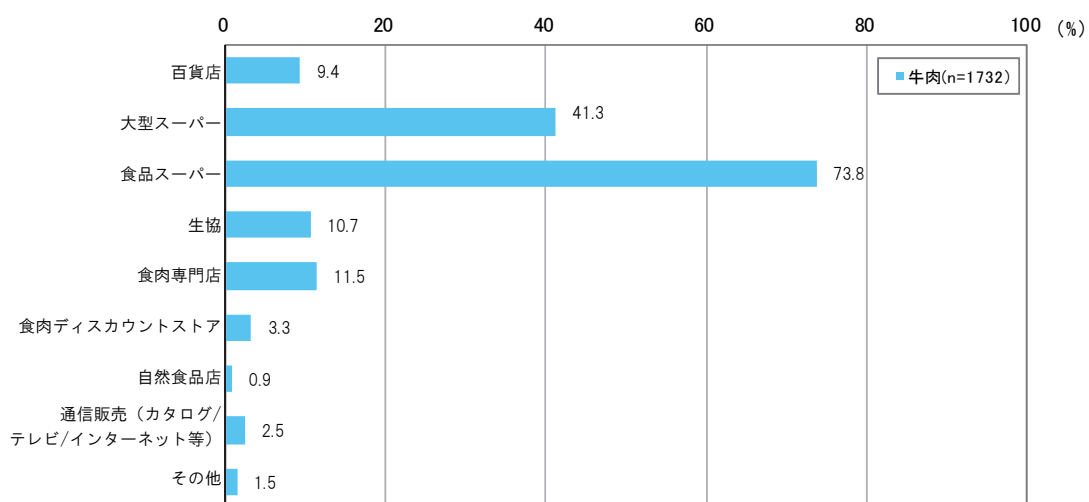
図表 91 食肉の種類別購入頻度（経年変化）

#### 4) 食肉の種類別の主な購入先 (Q7)

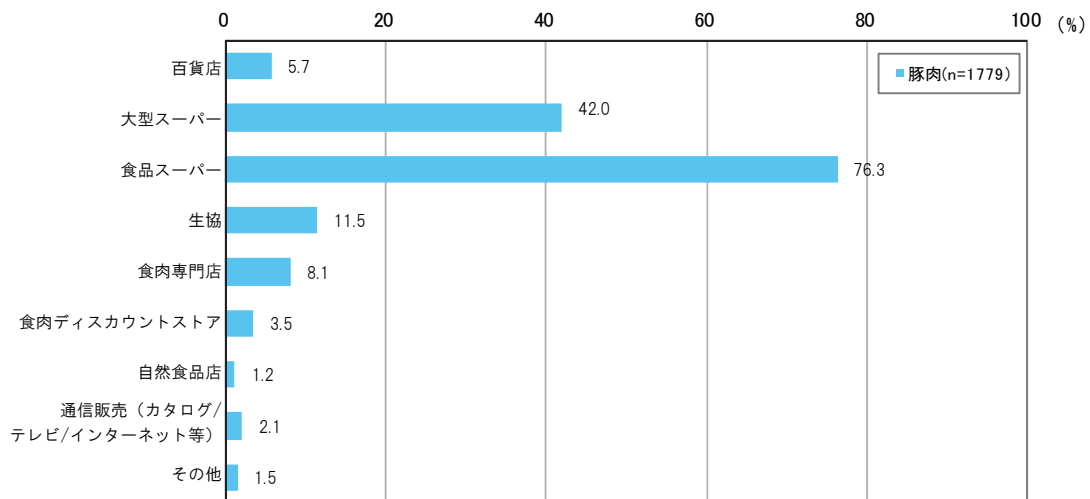
- どの食肉でも 8 割弱が「食品スーパー」で購入、次いで「大型スーパー」。
- 過年度調査と比較すると、どの食肉でも、大型スーパーの割合が減少し、平成 27 年度調査と同程度の割合。

##### 【今年度調査】

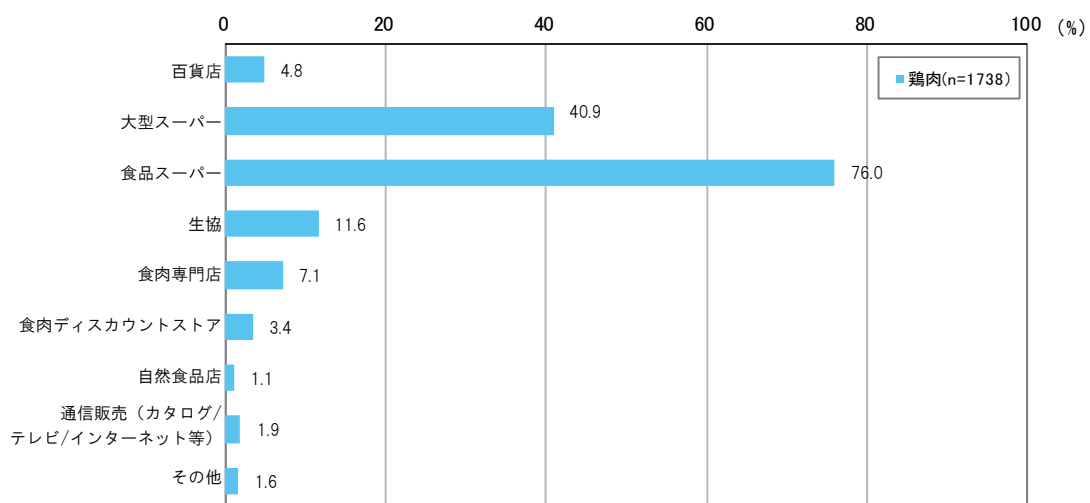
食肉の主な購入先を尋ねたところ（複数回答）、牛肉、豚肉、鶏肉のいずれも同様の傾向があり、「食品スーパー」が 8 割弱と圧倒的に多く（牛肉 73.8%、豚肉 76.3%、鶏肉 76.0%）、次いで「大型スーパー」が約 4 割（牛肉 41.3%、豚肉 42.0%、鶏肉 40.9%）となっている。



図表 92 牛肉の主な購入先



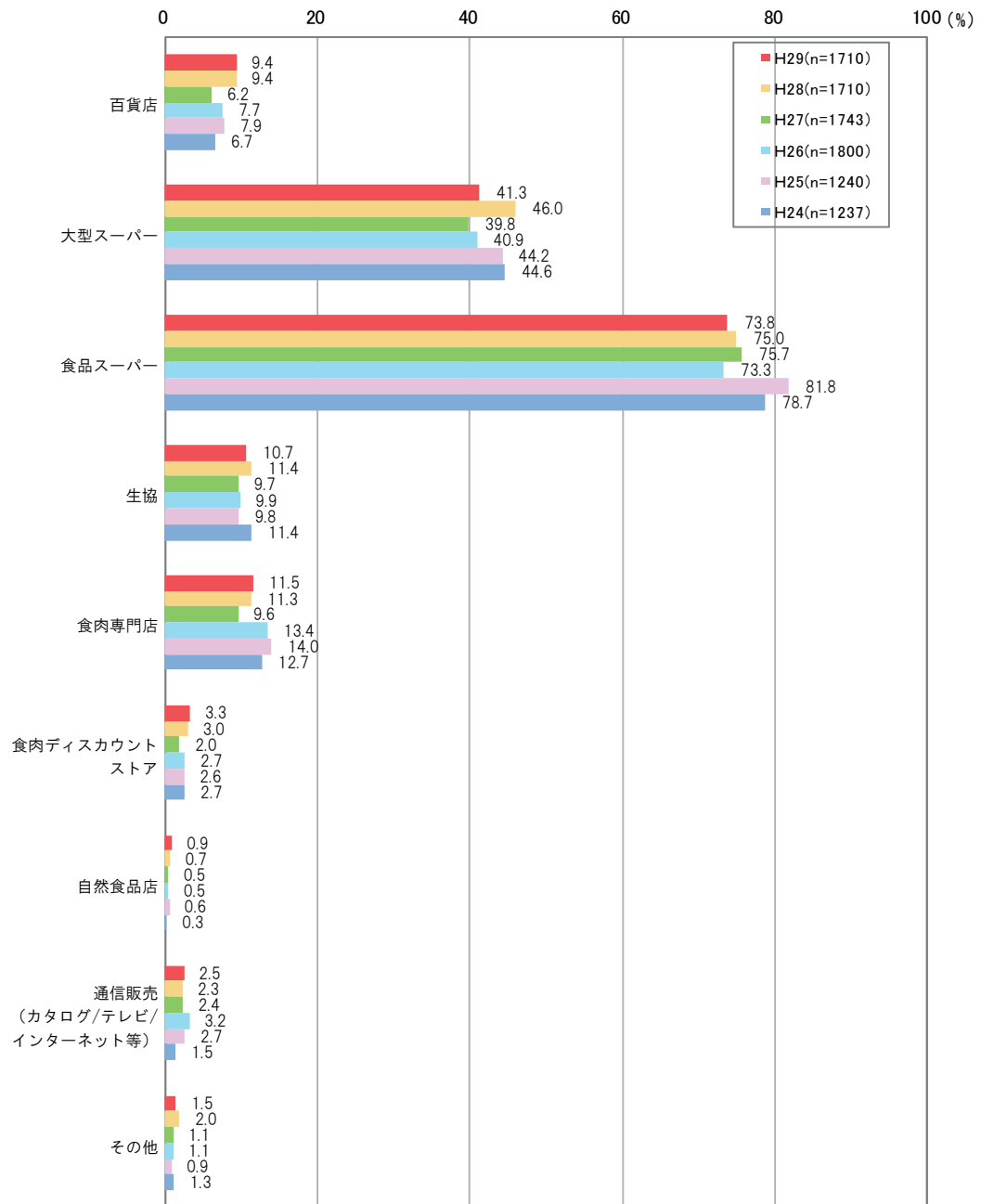
図表 93 豚肉の主な購入先



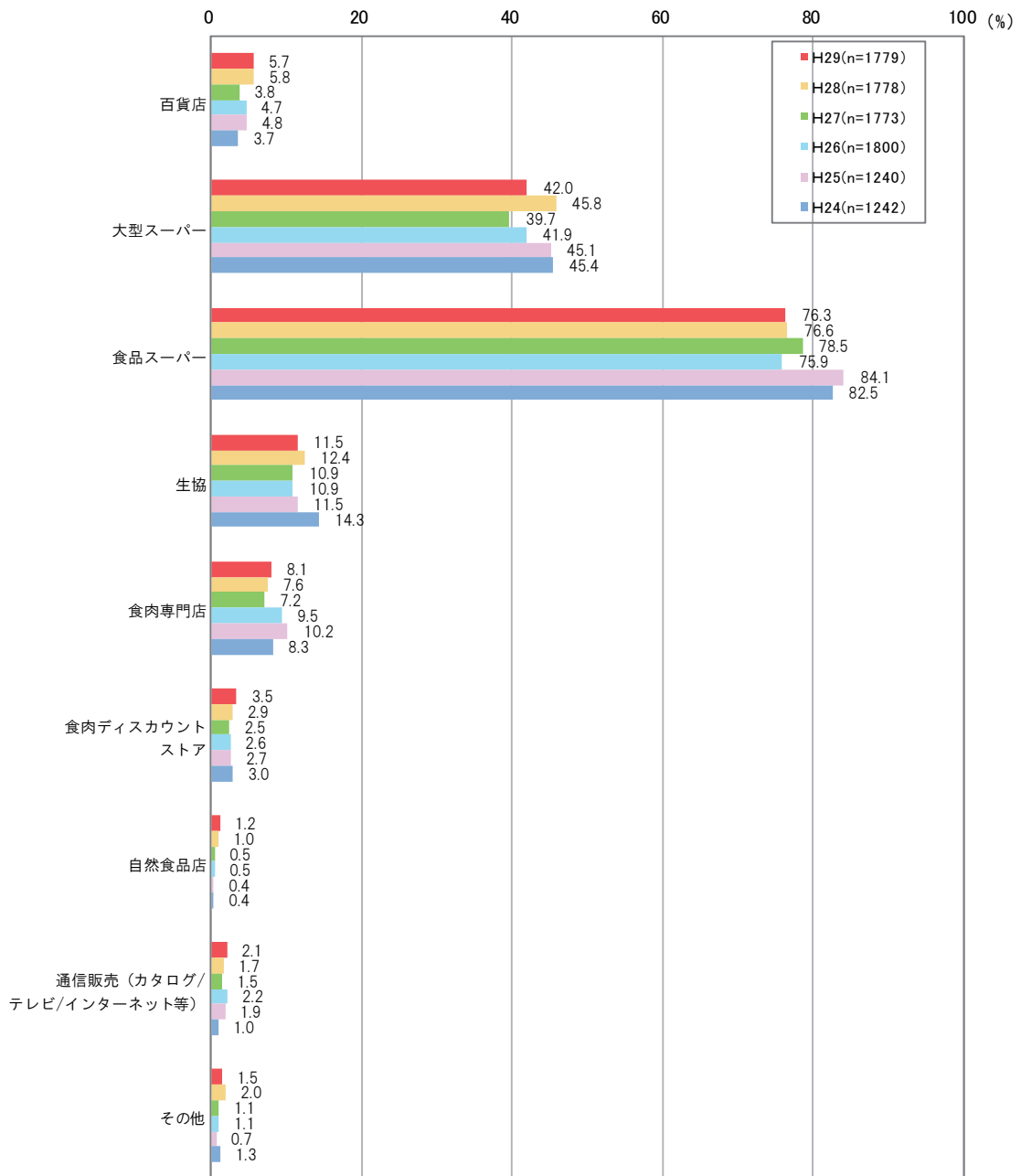
図表 94 鶏肉の主な購入先

【過年度調査との比較】

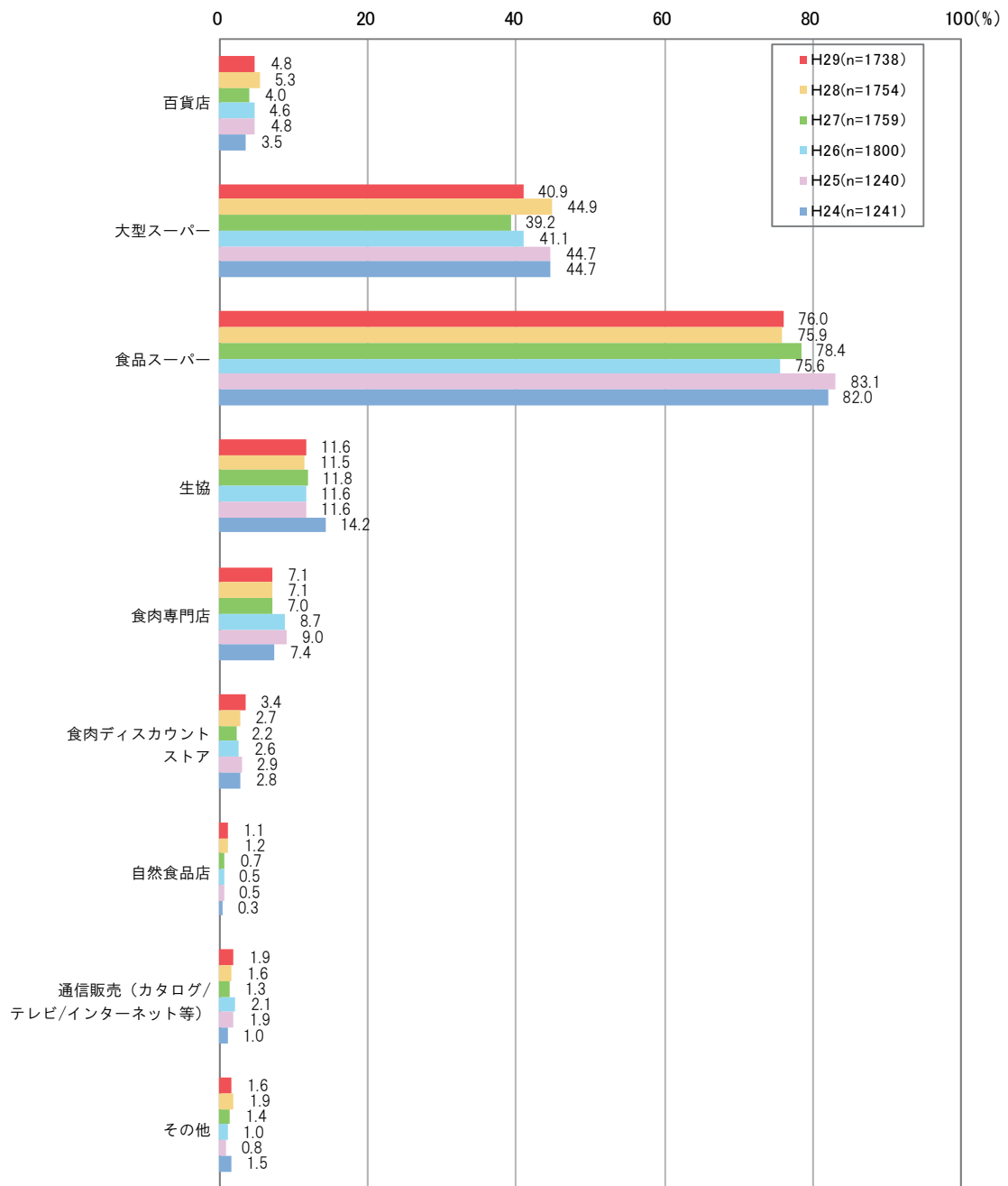
過年度調査と比較すると、牛肉、豚肉、鶏肉ともに、昨年度に比べ、大型スーパーの割合が減少し、平成27年度調査と同程度の割合になっている。



図表 95 牛肉の主な購入先（経年変化）



図表 96 豚肉の主な購入先（経年変化）



図表 97 鶏肉の主な購入先（経年変化）

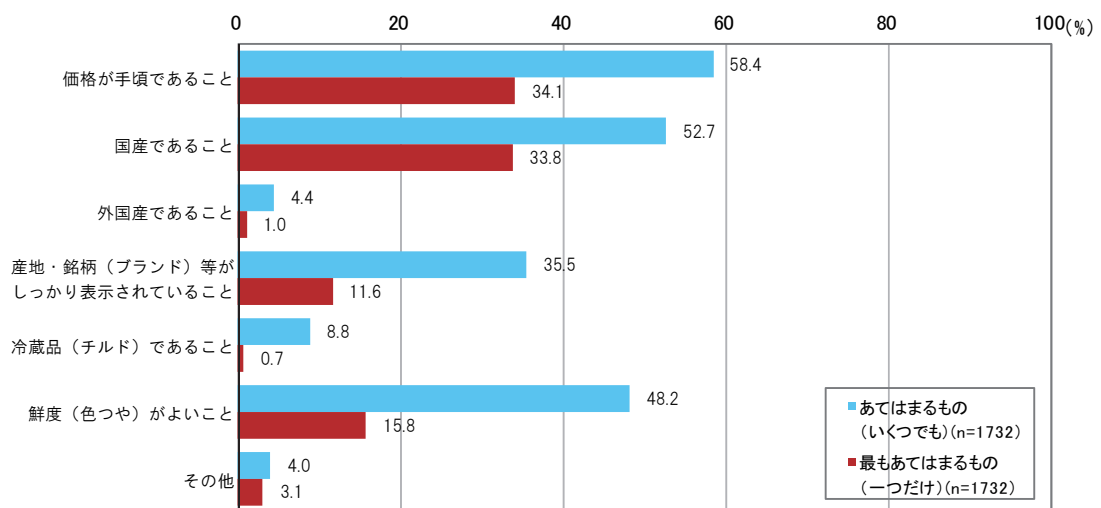


## 5) 食肉購入時に重視する点 (Q8)

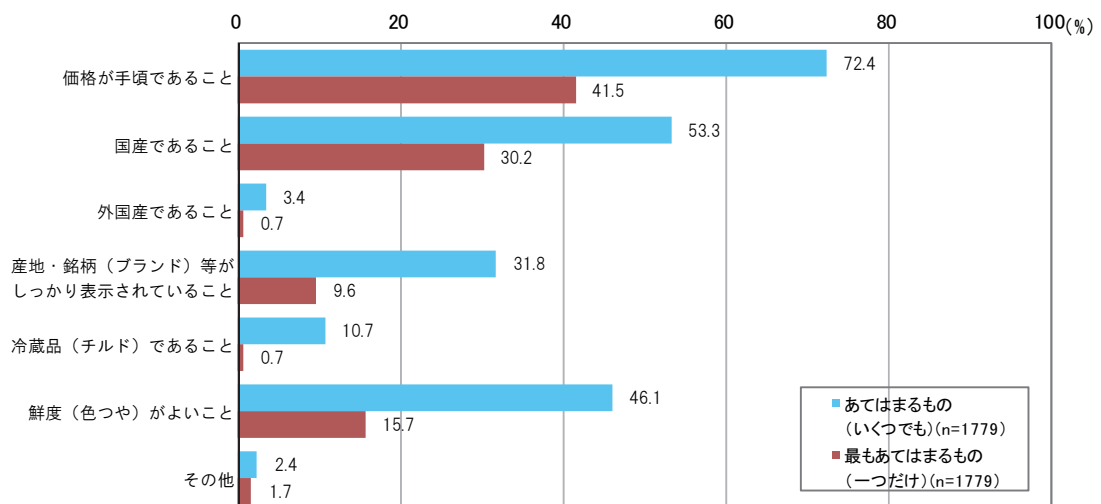
- どの食肉でも TOP3 は「価格の手頃さ」「国産であること」「鮮度」。
- 過年度調査と比較すると、牛肉、豚肉は、「鮮度（色つや）がよいこと」が増加傾向。牛肉は、「国産であること」も増加。鶏肉は、昨年度と同傾向。

### 【今年度調査】

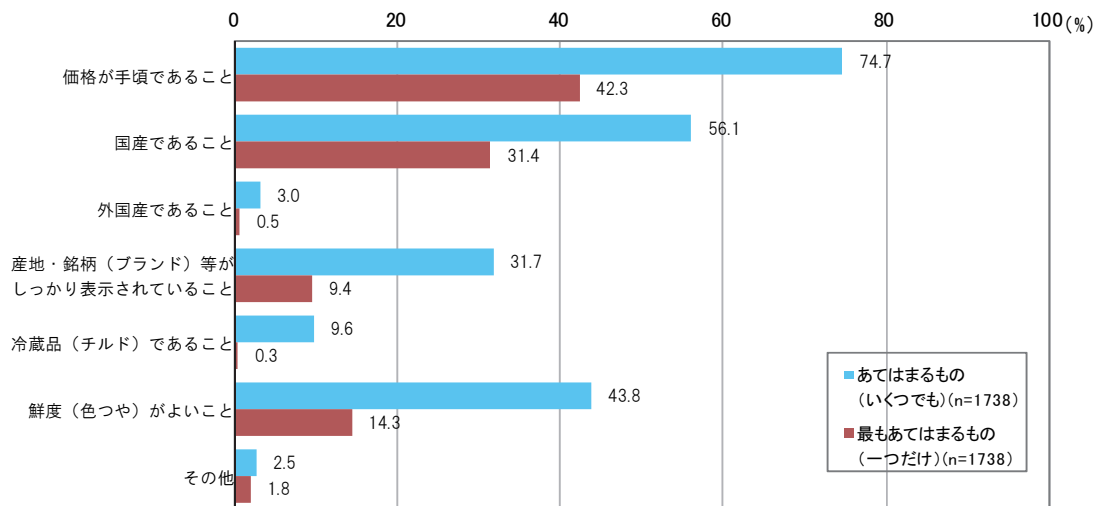
食肉購入時に重視する点（複数回答）の TOP3 は、どの食肉でも同じ順位で、「価格が手頃であること」（牛肉 58.4%、豚肉 72.4%、鶏肉 74.7%）、「国産であること」（牛肉 52.7%、豚肉 53.3%、鶏肉 56.1%）、「鮮度（色つや）がよいこと」（牛肉 48.2%、豚肉 46.1%、鶏肉 43.8%）。



図表 98 牛肉購入時に重視する項目



図表 99 豚肉購入時に重視する項目

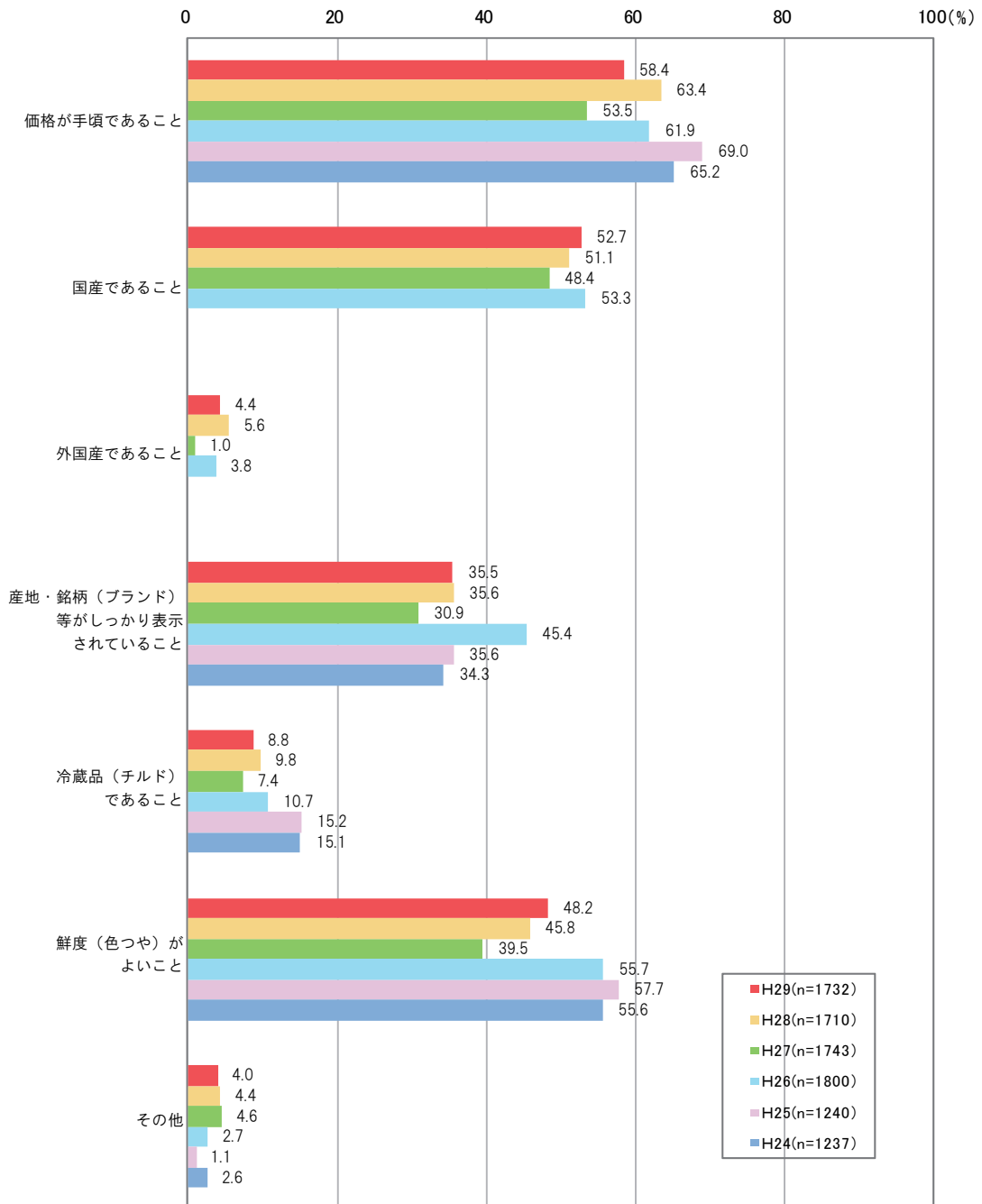


図表 100 鶏肉購入時に重視する項目

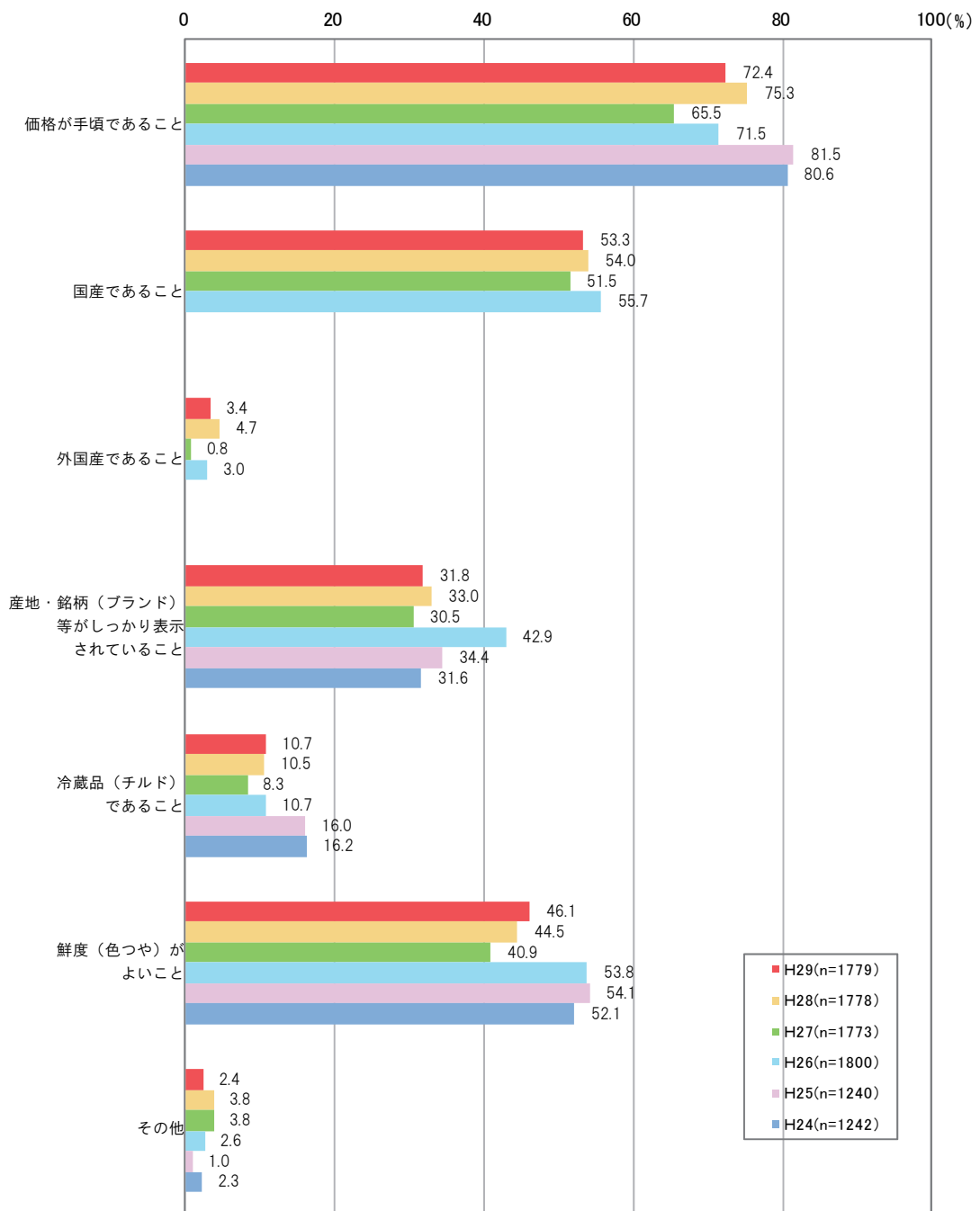
【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、牛肉、豚肉は、「鮮度（色つや）がよいこと」が増加傾向にある。また、牛肉は、「国産であること」も増加している。

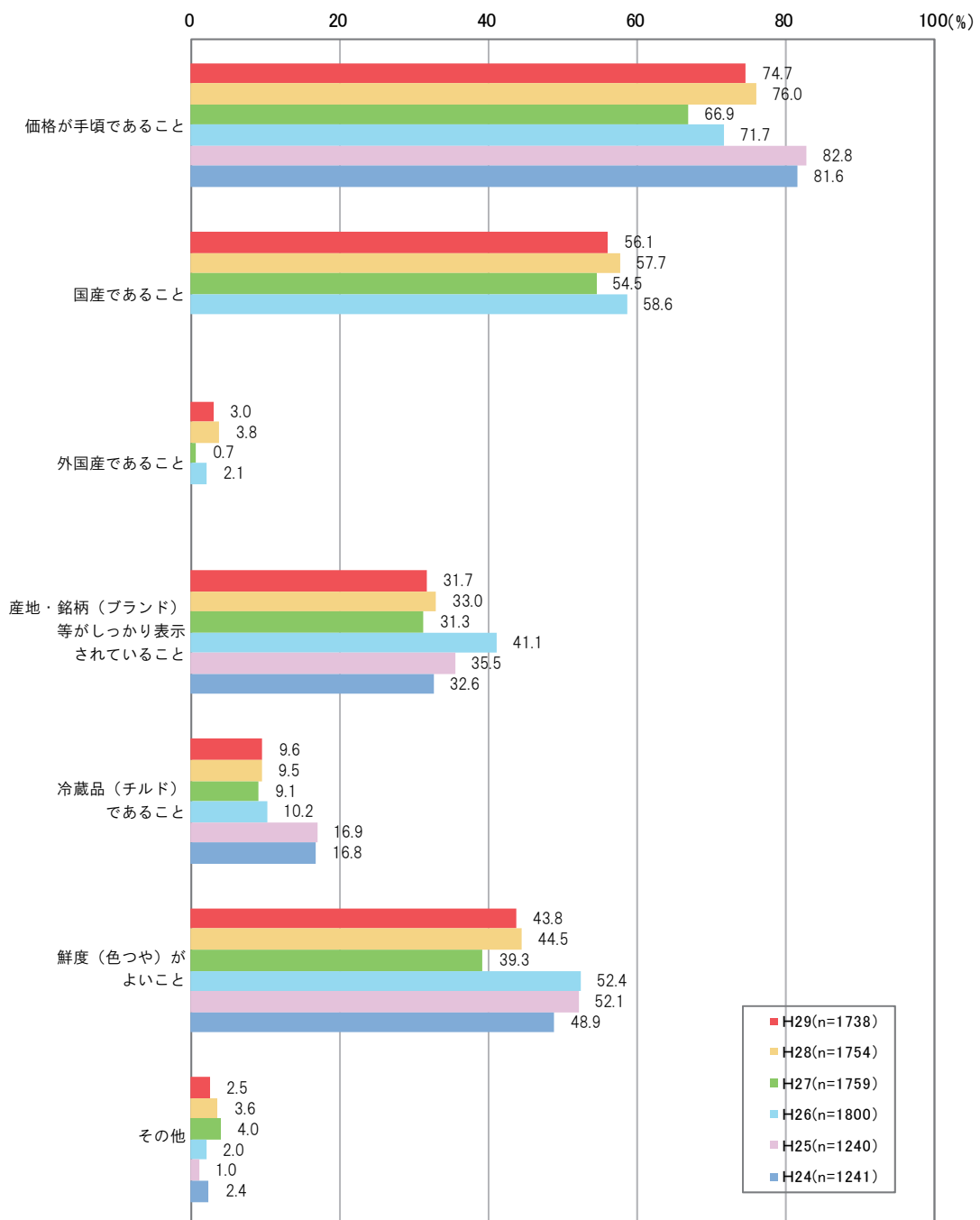
鶏肉は、昨年度と同傾向である。



図表 101 牛肉購入時に重視する項目（経年変化）



図表 102 豚肉購入時に重視する項目（経年変化）



図表 103 鶏肉購入時に重視する項目（経年変化）

## 6) 昨年同期と比べた最近 1 か月の食肉購入回数の変化 (Q9)

- 食肉全体で「増えた」は 14.2%。一方「減った」は 13.0%。
- 過年度調査と比較すると、食肉全体でも個別でも食肉購入回数は増加傾向。

### 【今年度調査】

昨年同期と比べた最近 1 か月間の食肉購入回数の変化を尋ねたところ、「食肉全体」では「増えた (増えた+やや増えた)」は 14.2%、「減った (減った+やや減った)」は 13.0%。「変わらない」は 67.3%。

牛肉では、「増えた」が最も多いのは国産和牛で 9.2%、「減った」が多いのも同じく、国産和牛で 19.6%。

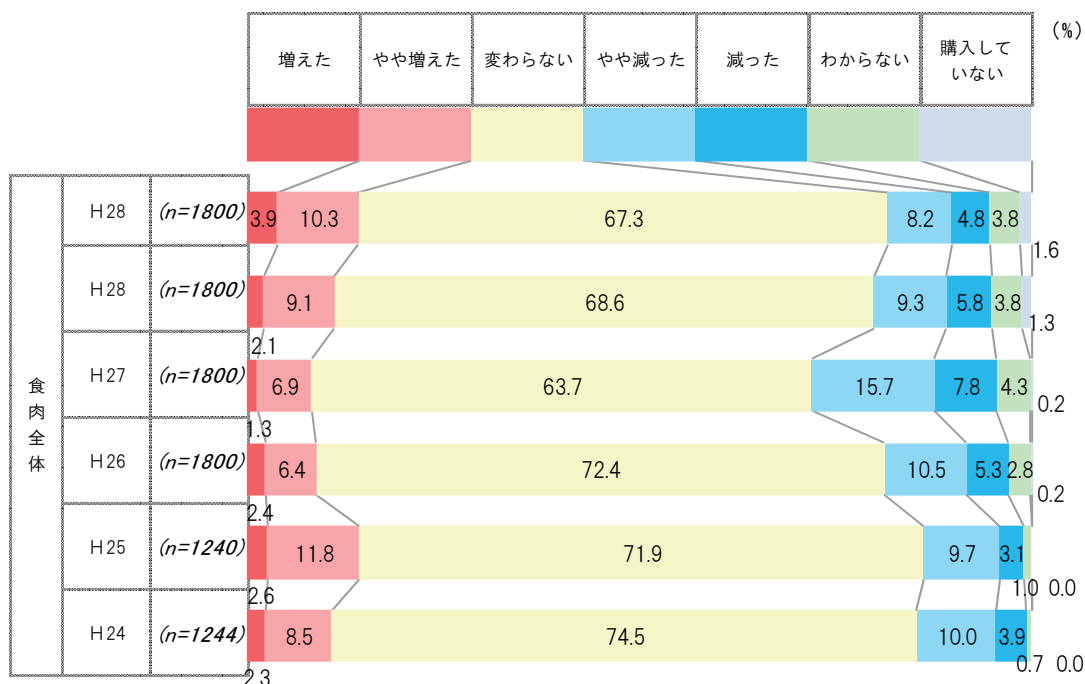
豚肉では、「増えた」が国産豚肉で 13.5%、輸入豚肉では 7.0%。「減った」は、国産豚肉で 12.0%、輸入豚肉で 15.2%。

鶏肉では、「増えた」が国産鶏肉で 14.9%、輸入鶏肉では 6.7%。「減った」は、国産鶏肉で 11.0%、輸入鶏肉で 16.4%。

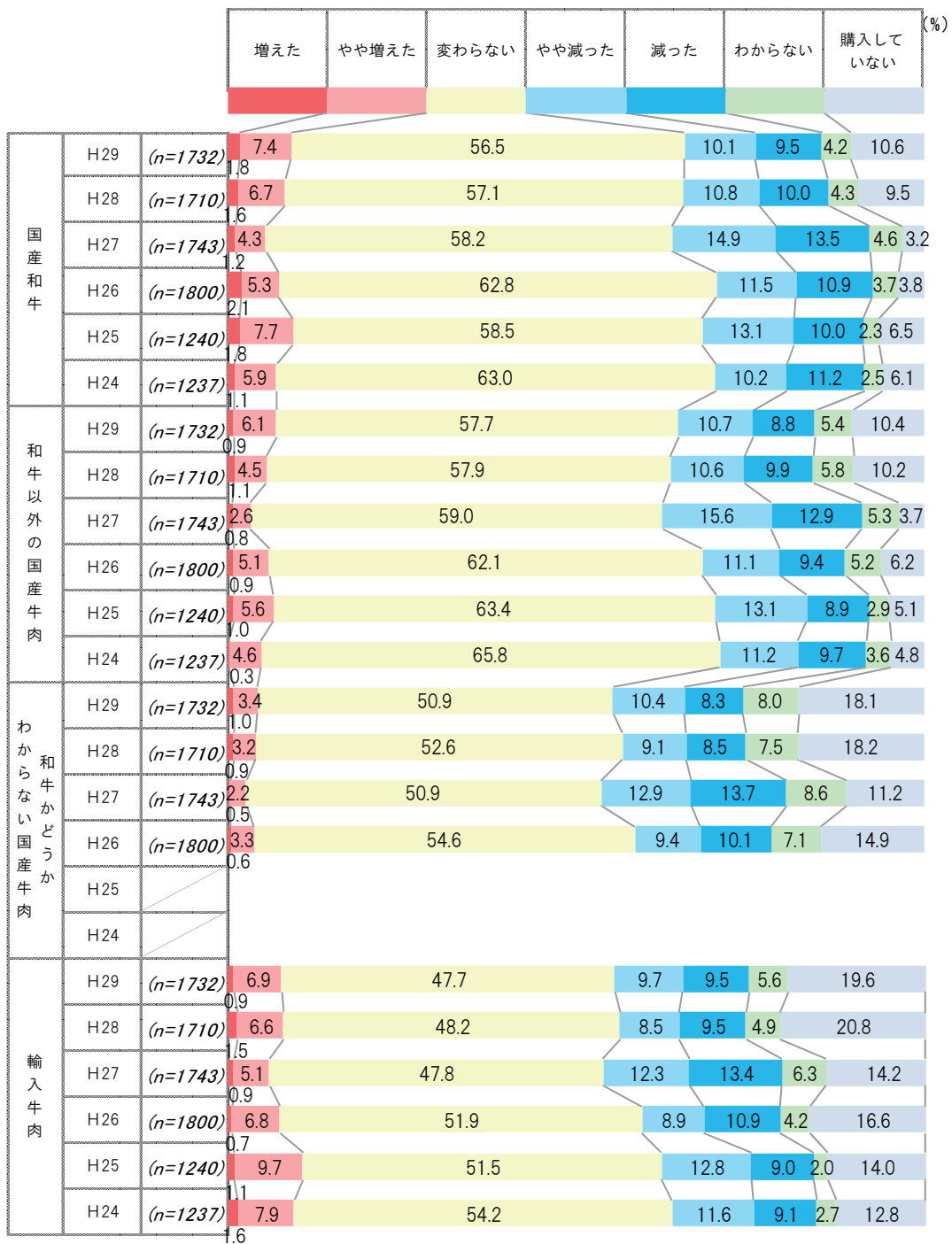
### 【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、食肉全体は「増えた」とする割合が増加傾向にあり。「減った」が減少傾向にある。

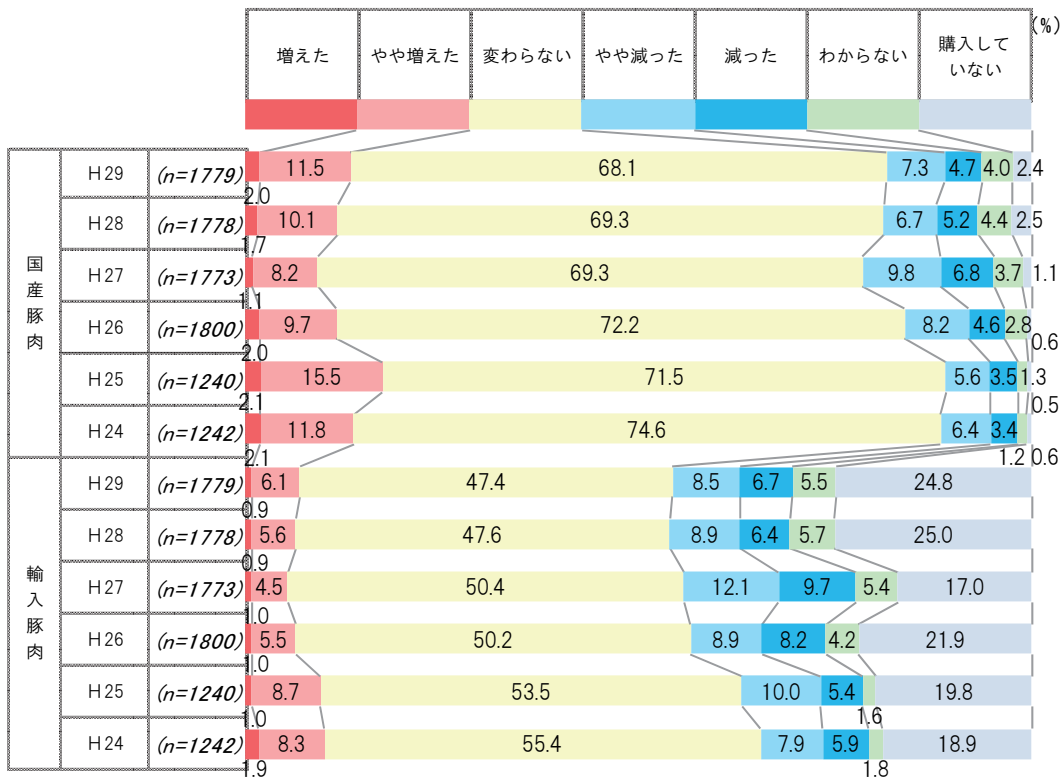
食肉を個別に見ても、どの食肉でも昨年度に比べて「増えた」とする割合が増加傾向にある。



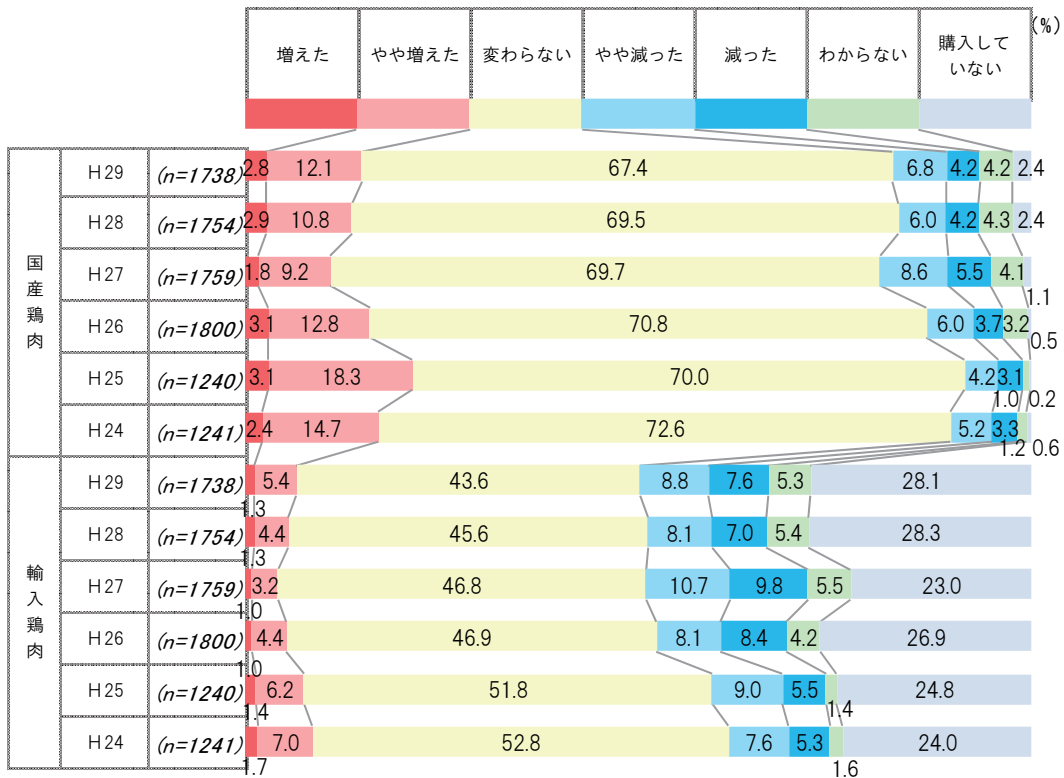
図表 104 昨年同期と比べた最近 1 か月の食肉購入回数の変化 (食肉全体)



図表 105 昨年同期と比べた最近1か月の食肉購入回数の変化（牛肉全体）



図表 106 昨年同期と比べた最近1か月の食肉購入回数の変化（豚肉全体）



図表 107 昨年同期と比べた最近1か月の食肉購入回数の変化（鶏肉全体）



## 7) 各種牛肉の購入意向 (Q10)

- 牛肉の購入意向は、「国産和牛」が最も高く 77.2%。次いで「和牛以外の国産牛肉」が 65.7%。
- 過年度調査と比較すると、いずれの牛肉でも購入意向が増加傾向。

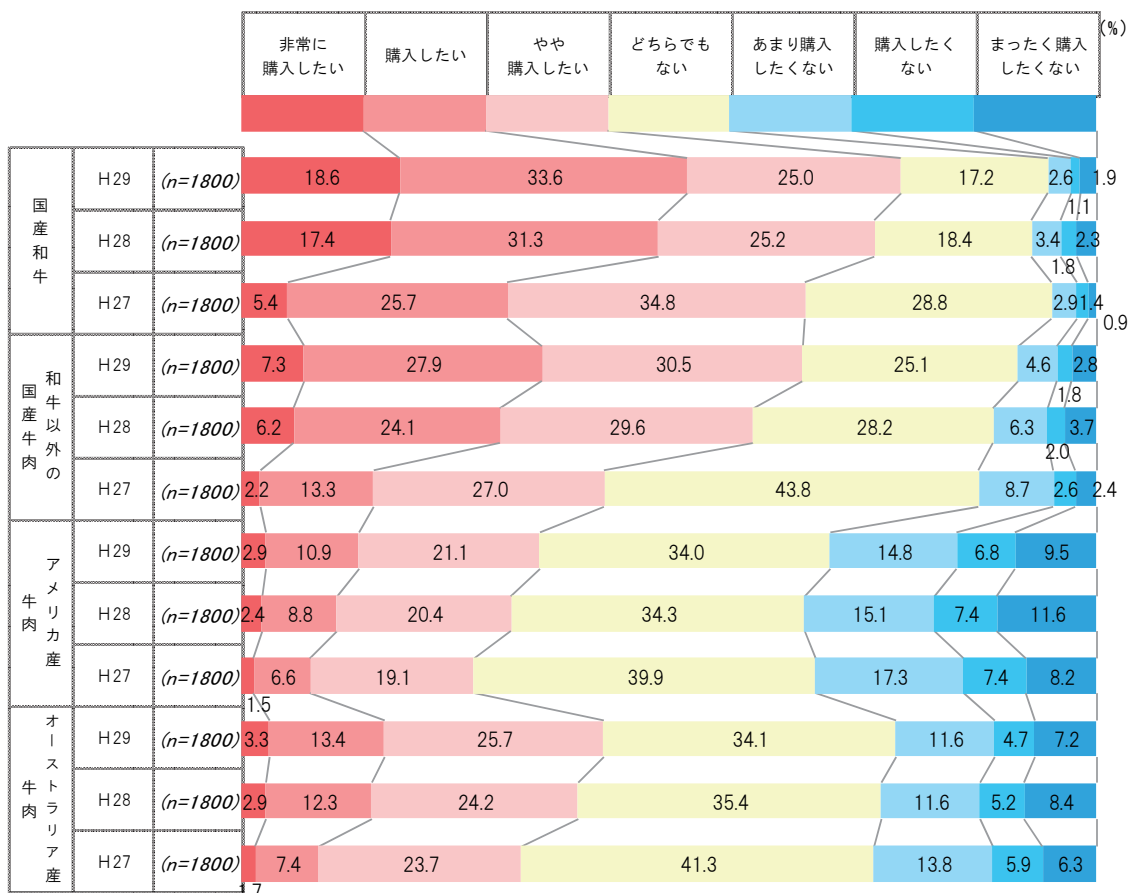
### 【今年度調査】

「購入したい（非常に購入したい+購入したい+やや購入したい）」では「国産和牛」「和牛以外の国産牛肉」の順で高くそれぞれ 77.2%、65.7%。

一方で「購入したくない（あまり購入したくない+購入したくない+まったく購入したくない）」は「アメリカ産牛肉」「オーストラリア産牛肉」の順で高くそれぞれ 31.1%、23.5%。

### 【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、いずれの種類牛肉でも「どちらでもない」が減少し、「購入したい（非常に購入したい+購入したい+やや購入したい）」が増加傾向にある。



図表 108 各種牛肉の購入意向

## 8) 各種牛肉のイメージ (Q11)

- 国産和牛のイメージは「高級品」「おいしい」「柔らかい」が高い。
- 和牛以外の国産牛肉は「おいしい」「安心」「安全」が高い。
- アメリカ産牛肉やオーストラリア産牛肉はいずれも「価格が手頃」「入手しやすい」「特売」が高い。
- 過年度調査と比較すると、国産和牛は「高品質」「飼育環境がよい」「旨味がある」、和牛以外の国産牛肉は「おいしい」「旨味がある」「筋肉や骨をつくる」「おいしい」が増加傾向。アメリカ産牛肉は「若者向き」「男性向き」「子供向き」「あぶら身が多い」が増加傾向。オーストラリア産牛肉は、過年度調査と同傾向。

### 【今年度調査】

各種牛肉のイメージ（複数回答）のTOP3は、国産和牛では「高級品」「おいしい」「柔らかい」でそれぞれ55.6%、47.4%、45.7%。

和牛以外の国産牛肉では「おいしい」「安心」「安全」でそれぞれ28.4%、25.9%、25.7%。

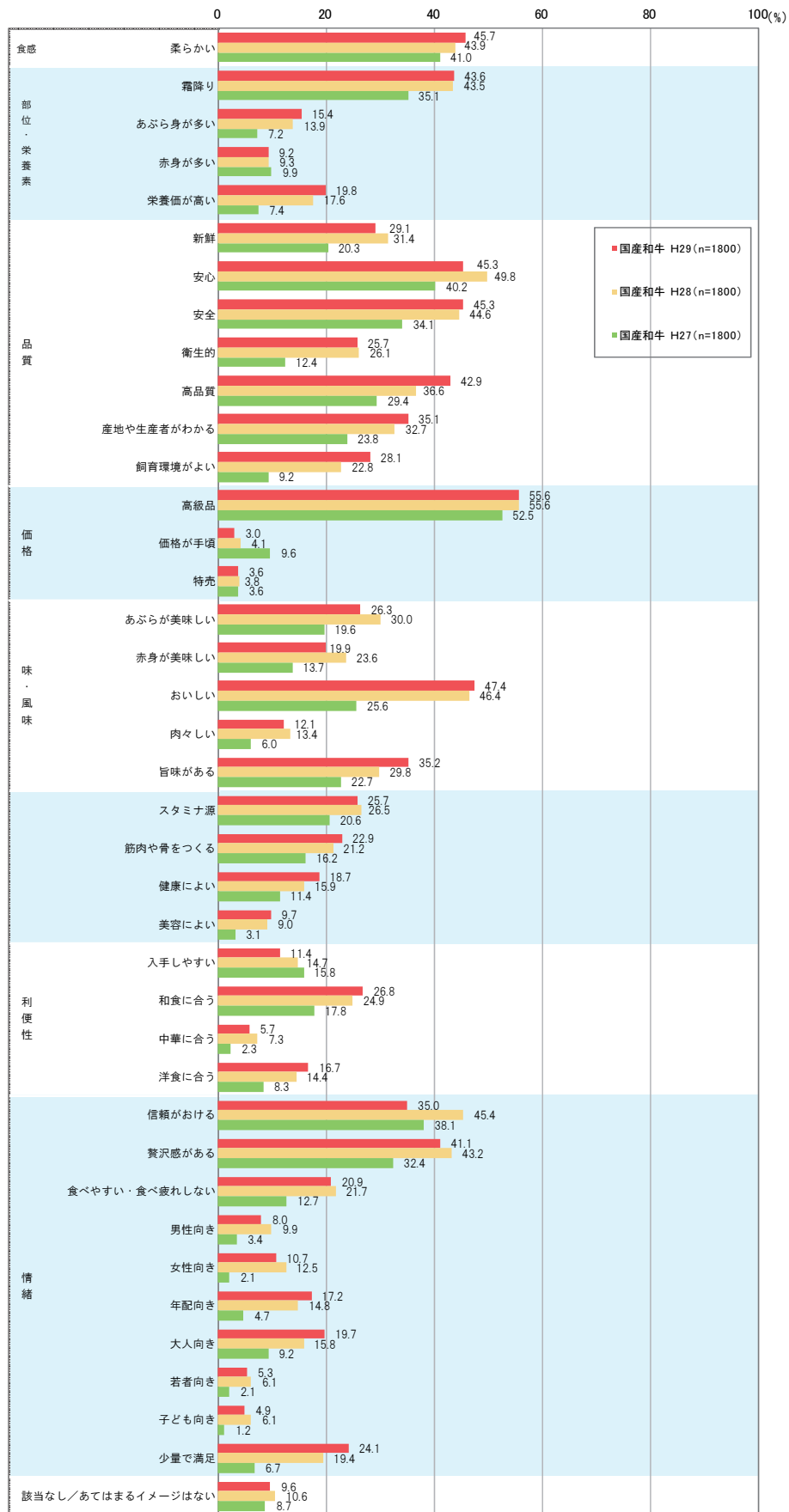
アメリカ産牛肉では「価格が手頃」「入手しやすい」「特売」でそれぞれ49.0%、29.9%、28.5%。

オーストラリア産牛肉ではアメリカ産牛肉と同じく、「価格が手頃」「入手しやすい」「特売」でそれぞれ50.7%、29.4%、27.1%。

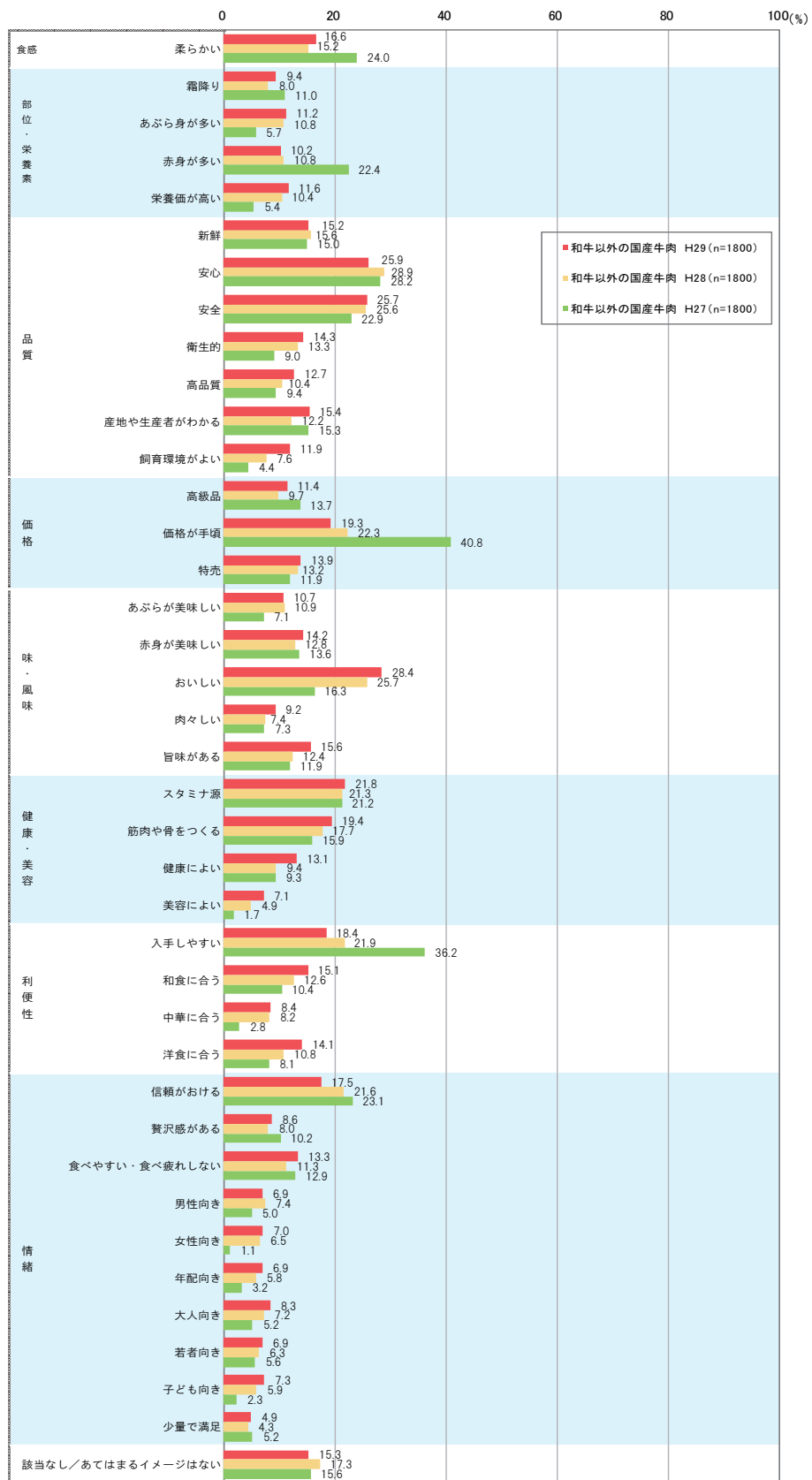
### 【過年度調査との比較】

昨年度調査と比較すると、国産和牛は「高品質」「飼育環境がよい」「旨味がある」が増加傾向にあるが、「入手しやすい」「価格が手頃」は減少傾向にある。また、和牛以外の国産牛肉は、「おいしい」「旨味がある」「筋肉や骨をつくる」が増加傾向にあるが、「入手しやすい」「価格が手頃」は減少傾向にある。

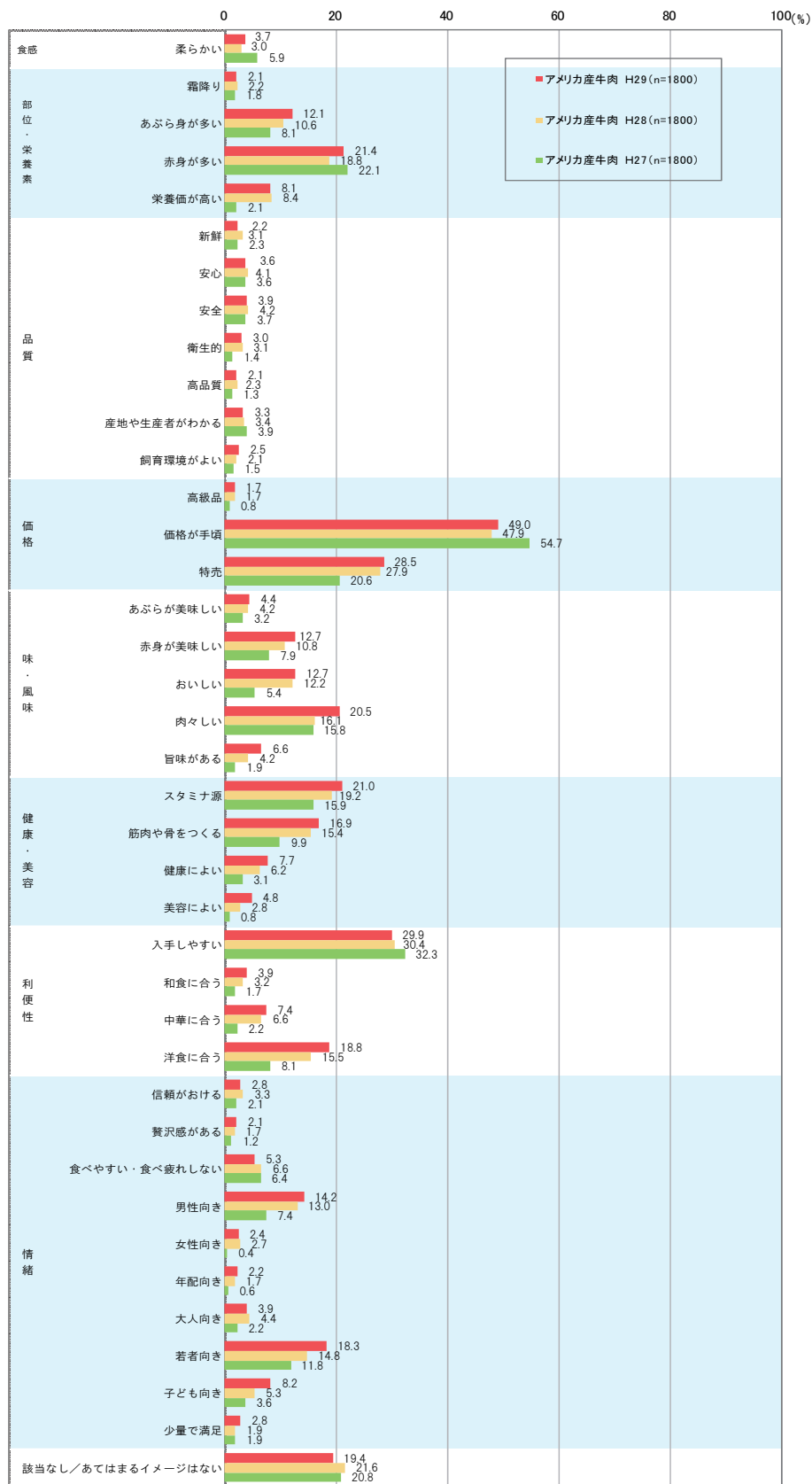
アメリカ産牛肉は、「若者向き」「男性向き」「子供向き」「あぶら身が多い」が増加傾向にある。オーストラリア産牛肉は、過年度調査と同傾向である。



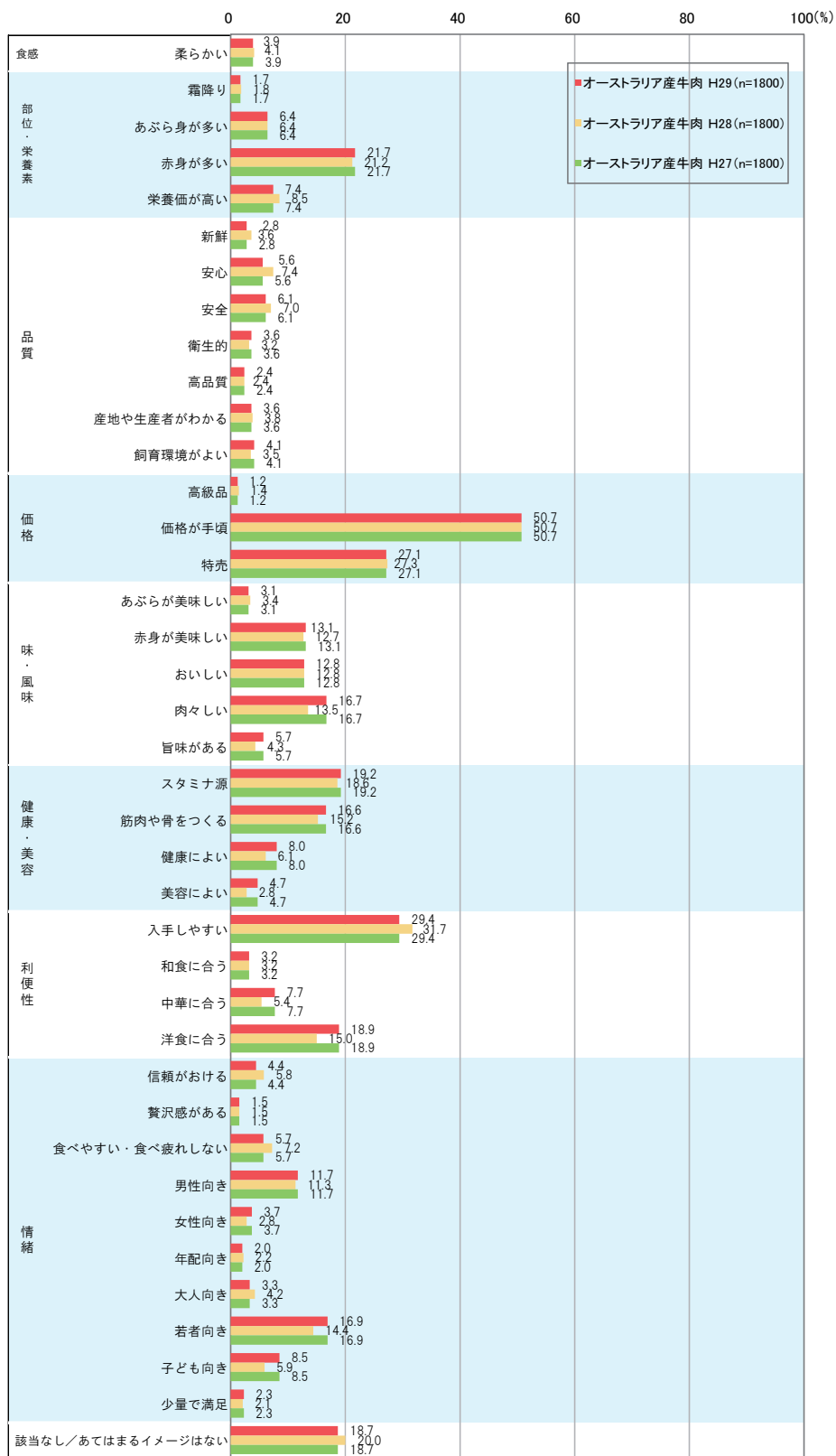
図表 109 国産和牛のイメージ（経年変化）



図表 110 和牛以外の国産牛肉のイメージ（経年変化）



図表 111 アメリカ産牛肉のイメージ（経年変化）



図表 112 オーストラリア産牛肉のイメージ（経年変化）

## 9) 各種牛肉を家庭内で食べる場面 (Q12-1)

- 国産和牛を食べる場面は「誕生日・記念日」「日常の食材」「自分へのご褒美」が多い。
- 和牛以外の国産牛肉、アメリカ産牛肉、オーストラリア産牛肉は「日常の食材」が4割～5割と高い。
- 昨年度調査と比較すると、国産和牛は「日常の食材」が減少し、「誕生日・記念日」が増加。和牛以外の国産牛肉は、「休日」が増加。アメリカ産牛肉は、「日常の食材」「バーベキューをする時」が増加。オーストラリア産牛肉は、昨年度と同傾向。

### 【今年度調査】

各種牛肉を家庭内で食べる場面（複数回答）のTOP3は、国産和牛では「誕生日・記念日」「日常の食材」「自分へのご褒美」でそれぞれ34.4%、34.1%、32.2%。

和牛以外の国産牛肉では「日常の食材」「休日」「バーベキューをする時」でそれぞれ51.7%、21.1%、18.1%。

アメリカ産牛肉では「日常の食材」「バーベキューをする時」「休日」でそれぞれ44.4%、23.8%、11.8%。

オーストラリア産牛肉では、「日常の食材」「バーベキューをする時」「その他の場面」でそれぞれ49.5%、24.3%、11.9%。

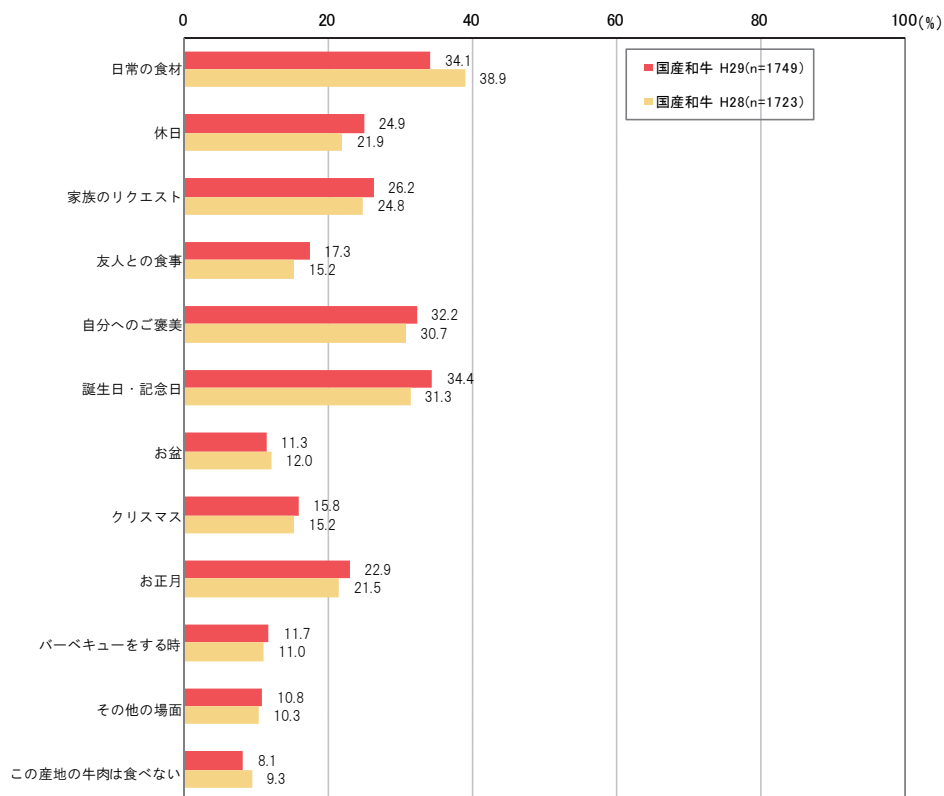
和牛以外の国産牛肉、アメリカ産牛肉、オーストラリア産牛肉は「日常の食材」が3割～5割で他の場面に比べて高い。

また、アメリカ産牛肉やオーストラリア産牛肉は「この産地の牛肉は食べない」が3割弱と国産和牛や和牛以外の国産牛肉に比べて高い。

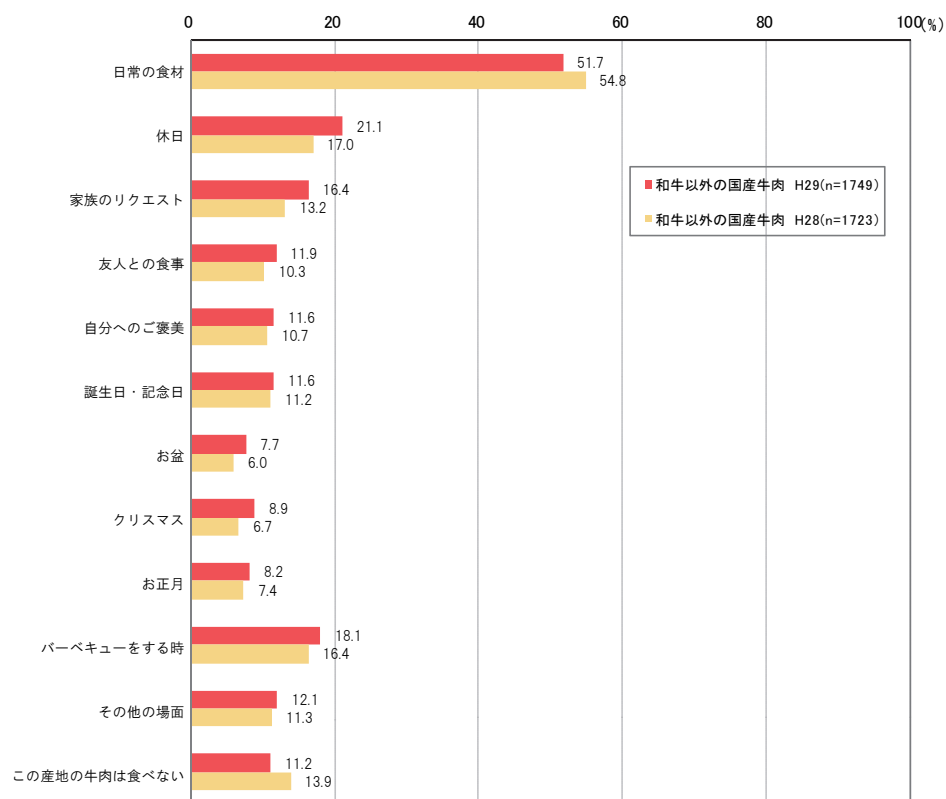
### 【過年度調査との比較】

昨年度調査と比較すると、国産和牛は「日常の食材」が減少し、「誕生日・記念日」が増加している。和牛以外の国産牛肉は、「休日」が増加している。

アメリカ産牛肉は、「日常の食材」「バーベキューをする時」が増加している。オーストラリア産牛肉は、昨年度と同傾向である。

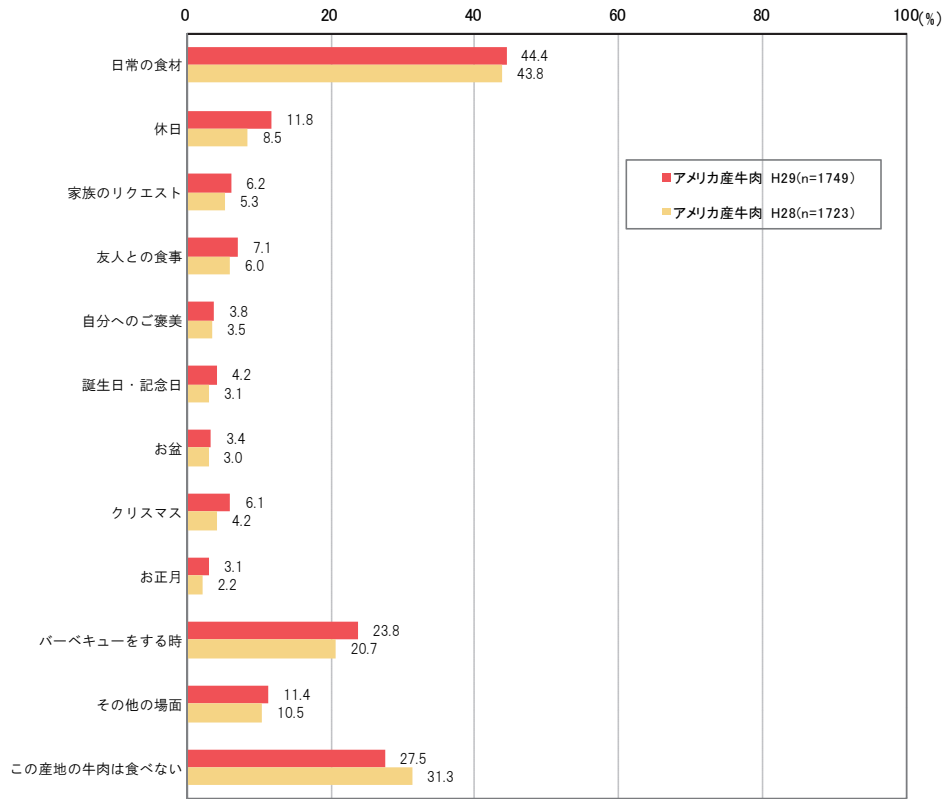


図表 113 国産和牛を家庭内で食べる場面（経年変化）

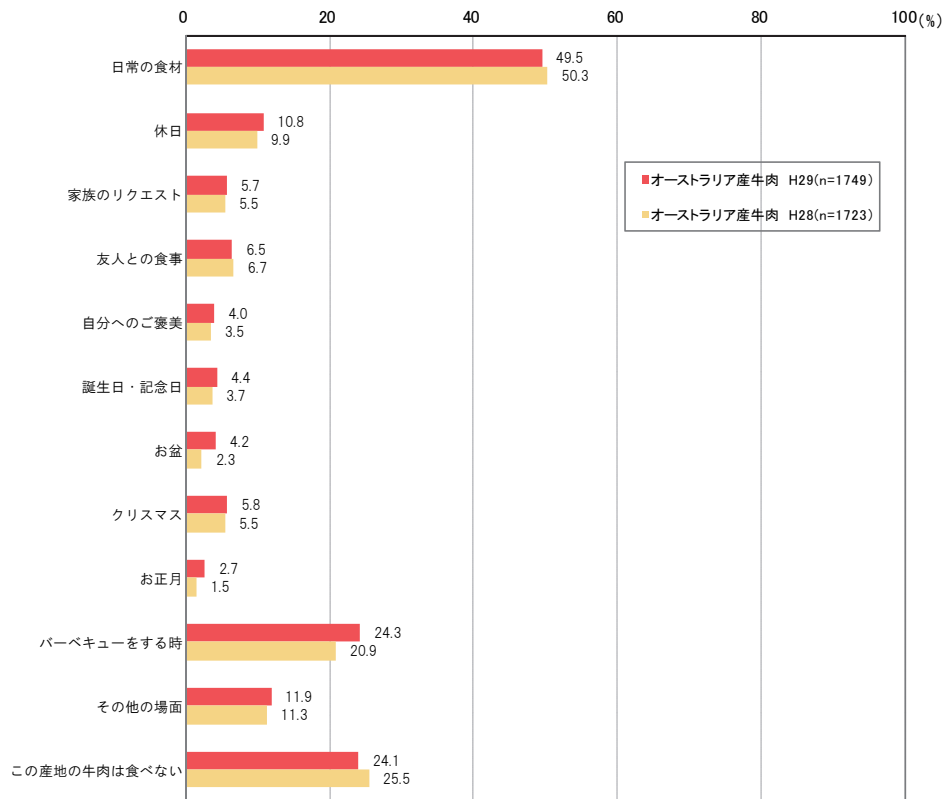


図表 114 和牛以外の国産牛肉を家庭内で食べる場面（経年変化）





図表 115 アメリカ産牛肉を家庭内で食べる場面（経年変化）



図表 116 オーストラリア産牛肉を家庭内で食べる場面（経年変化）

## 10) 各種牛肉を家庭内で食べる料理 (Q12-2)

- 各種牛肉を家庭内で食べる料理の TOP3 は、国産和牛では「すき焼き」「焼き肉」「ステーキ」で、これらに用途が集中する傾向にある。
- 和牛以外の国産牛肉では「焼き肉」「すき焼き」「肉じゃが」。
- アメリカ産、オーストラリア産では「焼き肉」「ステーキ」「カレー」。
- 昨年度調査と比較すると、いずれの食肉も「カレー」「肉じゃが」が減少。

### 【今年度調査】

各種牛肉を家庭内で食べる料理（複数回答）の TOP3 は、国産和牛では「すき焼き」「焼き肉」「ステーキ」でそれぞれ 66.0%、57.5%、52.2%。

和牛以外の国産牛肉では「焼き肉」「すき焼き」「肉じゃが」でそれぞれ 53.5%、46.3%、43.9%。

アメリカ産牛肉では「焼き肉」「ステーキ」「カレー」でそれぞれ 44.2%、42.0%、40.3%。

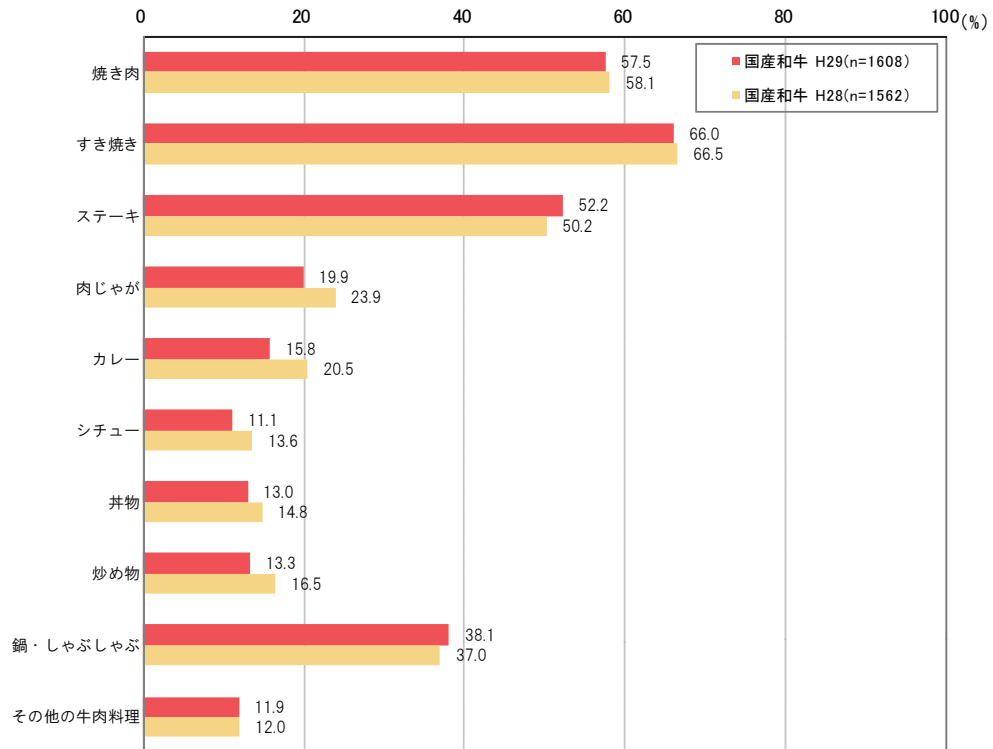
オーストラリア産牛肉では「焼き肉」「ステーキ」「カレー」でそれぞれ 41.9%、40.2%、39.5%。

国産和牛は TOP3 が 5 割を超える一方で、4 位の「鍋・しゃぶしゃぶ」が約 4 割、それ以降は 1~2 割と TOP3 に用途が集中する傾向にある。

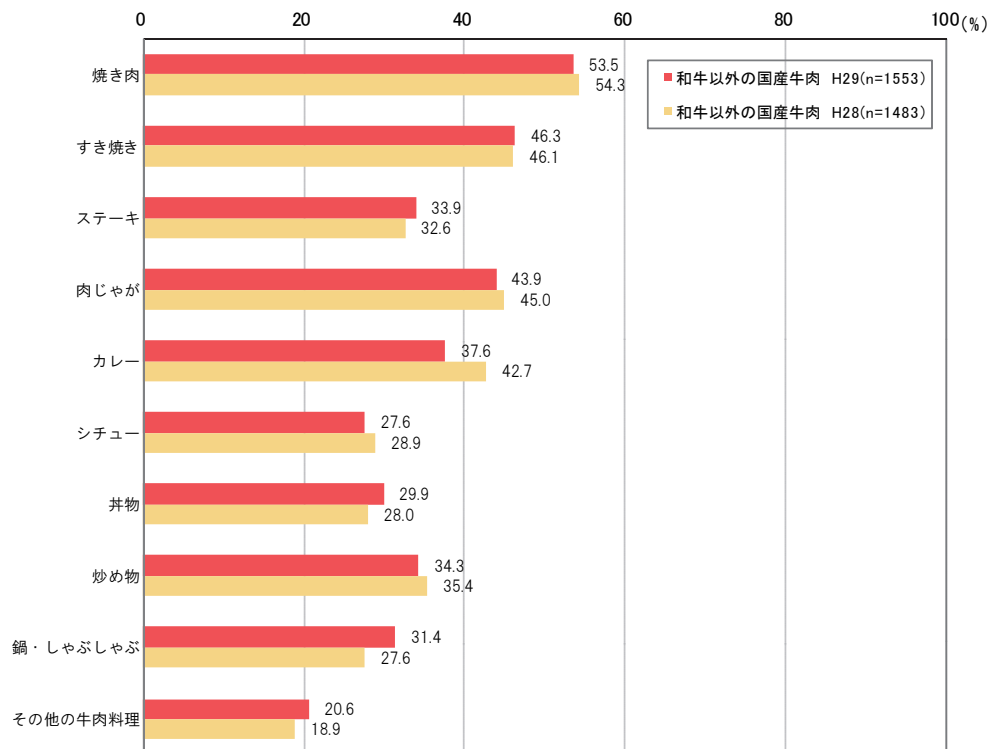
アメリカ産牛肉やオーストラリア産牛肉は順位が多少異なるが、TOP3 の料理は同じであり、またそれ以外の料理も同じ並び順となっている。

### 【過年度調査との比較】

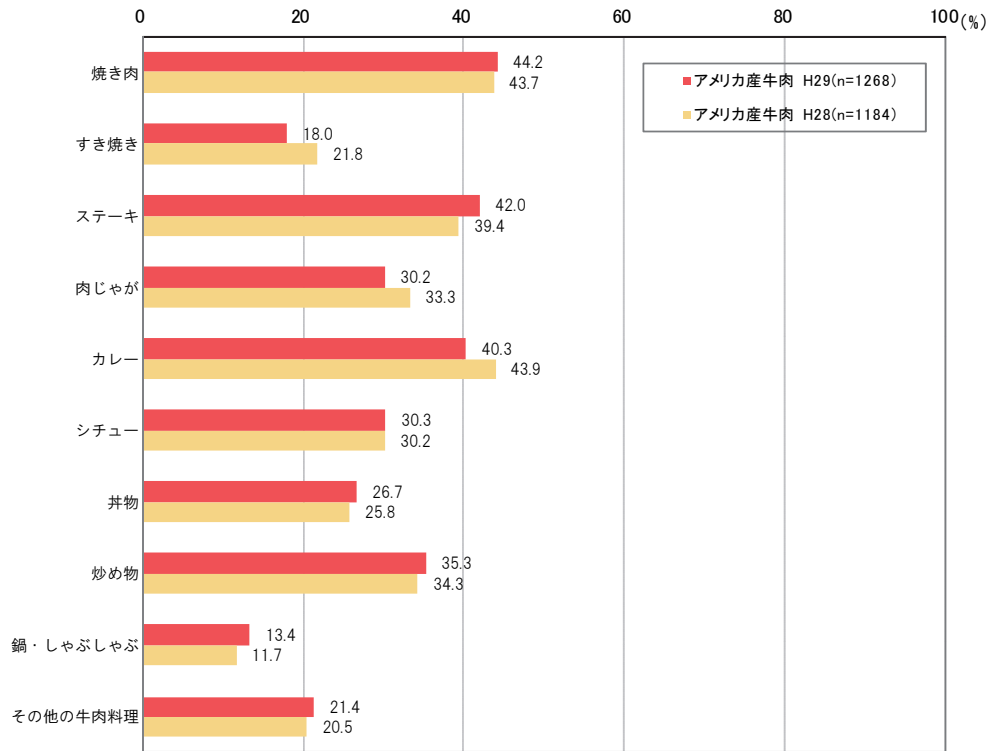
昨年度調査と比較すると、いずれの食肉も「カレー」「肉じゃが」が減少している。



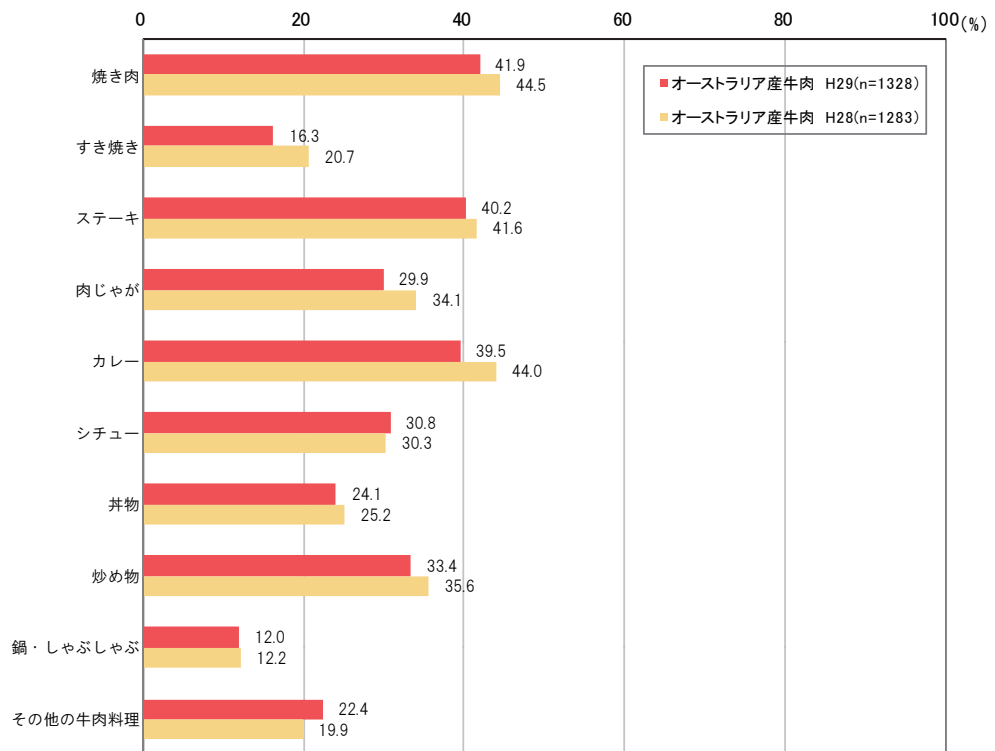
図表 117 国産和牛を家庭内で食べる料理（経年変化）



図表 118 和牛以外の国産牛肉を家庭内で食べる料理（経年変化）



図表 119 アメリカ産牛肉を家庭内で食べる料理（経年変化）



図表 120 オーストラリア産牛肉を家庭内で食べる料理（経年変化）

## 11) 各種牛肉の情報を得るために用いている情報源 (Q13)

- ▶ 各種牛肉の情報を得るために用いている情報源の TOP3 は順位は異なるが、どの牛肉でも「テレビのニュース・報道番組」「スーパーやデパートの店頭・店内やスタッフの話」「自宅で購入したものを食して」。
- ▶ 「特になし」の割合がどの牛肉でも 4 割を超える。
- ▶ 昨年度調査と比較すると、いずれの牛肉の情報源も、「自宅で購入したものを食して」が増加。「テレビのニュース・報道番組」「スーパーやデパートの店頭・店内やスタッフの話」が減少。

### 【今年度調査】

国産和牛、和牛以外の国産牛肉の情報を得るために用いている情報源（複数回答）の TOP3 は、いずれも「自宅で購入したものを食して」（国産和牛 17.9%、和牛以外の国産牛肉 16.7%）、「テレビのニュース・報道番組」（国産和牛 14.7%、和牛以外の国産牛肉 13.8%）、「スーパーやデパートの店頭・店内やスタッフの話」（国産和牛 12.4%、和牛以外の国産牛肉 11.8%）。

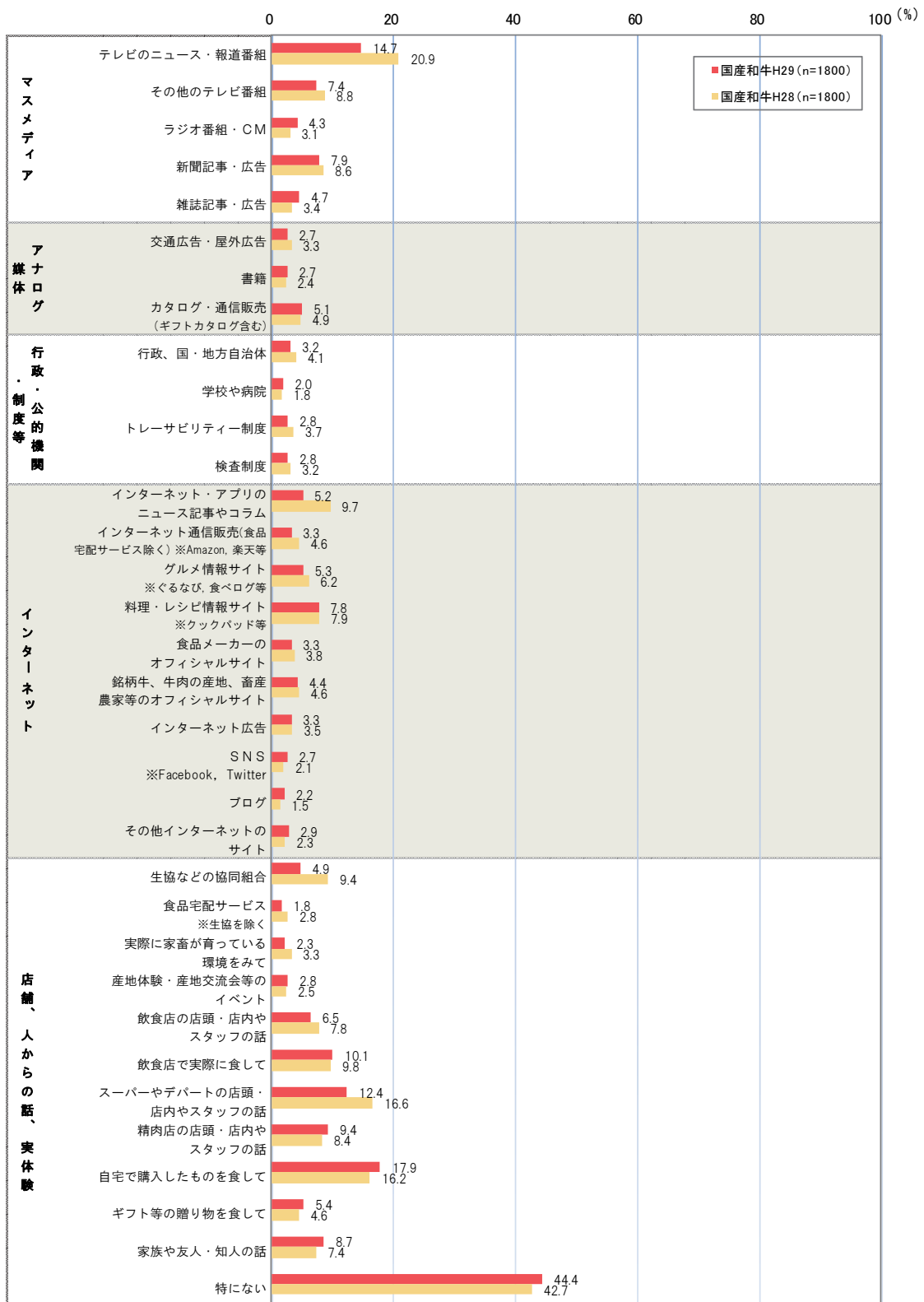
アメリカ産牛肉の情報を得るために用いている情報源（複数回答）の TOP3 は、「テレビのニュース・報道番組」「自宅で購入したものを食して」「スーパーやデパートの店頭・店内やスタッフの話」でそれぞれ 14.1%、13.7%、10.3%。

オーストラリア産牛肉の情報を得るために用いている情報源（複数回答）の TOP3 は、「自宅で購入したものを食して」「テレビのニュース・報道番組」「スーパーやデパートの店頭・店内やスタッフの話」でそれぞれ 14.3%、13.6%、10.5%。

また、「特になし」の割合がどの牛肉でも 4 割を超えていた。

### 【過年度調査との比較】

昨年度調査と比較すると、いずれの牛肉の情報源も、「自宅で購入したものを食して」が増加して、「テレビのニュース・報道番組」「スーパーやデパートの店頭・店内やスタッフの話」が減少している。



図表 121 国産和牛の情報を得るために用いている情報源（経年変化）



図表 122 和牛以外の国産牛肉の情報を得るために用いている情報源（経年変化）



図表 123 アメリカ産牛肉の情報を得るために用いている情報源（経年変化）





図表 124 オーストラリア産牛肉の情報を得るために用いている情報源（経年変化）

## 12) 国産和牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q14)

- 国産和牛肉を選ぶ割合は全体の約 8 割。
- 「2 割高までなら国産和牛肉を選ぶ」の割合が最も高く、21.8%。
- 過年度調査の結果から特に大きな変動は見られなかった。

### 【今年度調査】

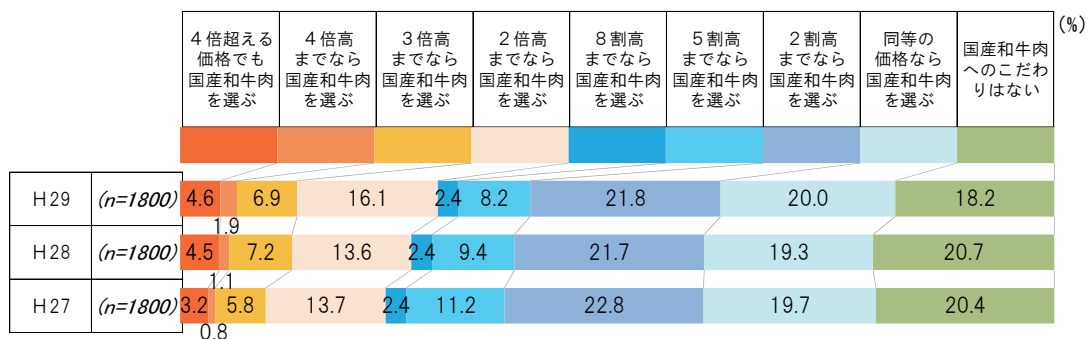
国産和牛肉を選ぶ（「4 倍を超える価格でも国産和牛肉を選ぶ」～「同等の価格なら国産和牛肉を選ぶ」）割合は 81.9%。

特に「2 割高までなら国産和牛肉を選ぶ」「同等の価格なら国産和牛肉を選ぶ」の順で高く、それぞれ 21.8%、20.0%となっている。

また、「2 割高までなら国産和牛肉を選ぶ」～「同等の価格なら国産和牛肉を選ぶ」で全体の約 4 割を占める。

### 【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、国産和牛肉を選ぶ（「4 倍を超える価格でも国産和牛肉を選ぶ」～「同等の価格なら国産和牛肉を選ぶ」）割合も、各項目の割合も同傾向にあり、特に大きな変動は見られない。



図表 125 国産和牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (経年変化)

### 13) 和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度 (Q15)

- 和牛以外の国産牛肉を選ぶ割合は全体の約 8 割。
- 「同等の価格なら和牛以外の国産牛肉を選ぶ」の割合が最も多く、22.2%。
- 過年度調査の結果から特に大きな変動は見られなかった。

#### 【今年度調査】

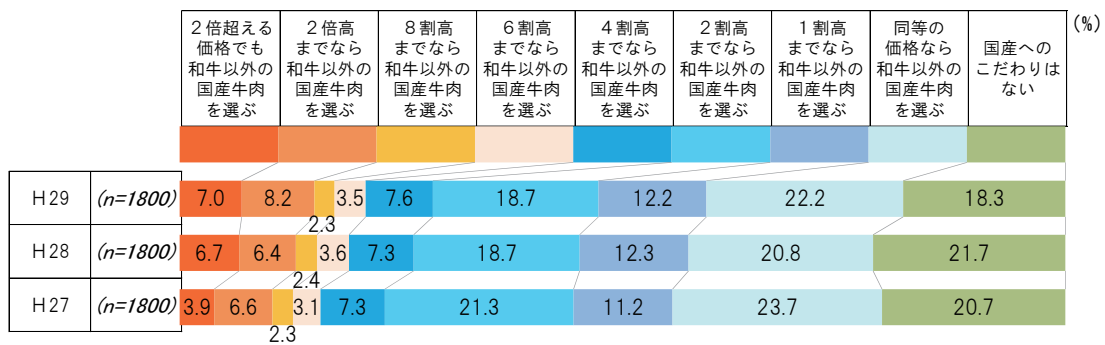
和牛以外の国産牛肉を選ぶ（「2倍を超える価格でも和牛以外の国産牛肉を選ぶ」～「同等の価格なら和牛以外の国産牛肉を選ぶ」）割合は 81.7%。

特に「同等の価格なら和牛以外の国産牛肉を選ぶ」「2割高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ」の順で高く、それぞれ 22.2%、18.7%となっている。

また、「2割高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ」～「同等の価格なら和牛以外の国産牛肉を選ぶ」で全体の半数以上を占める。

#### 【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、和牛以外の国産牛肉を選ぶ（「2倍を超える価格でも和牛以外の国産牛肉を選ぶ」～「同等の価格なら和牛以外の国産牛肉を選ぶ」）割合も、各項目の割合も同傾向にあり、特に大きな変動は見られない。



図表 126 和牛以外の国産牛肉の輸入牛肉に対する価格許容度（経年変化）

#### 14) 産地別牛肉の購入意向／福島県産牛肉の放射性物質検査公表結果の確認後の購入意向 (Q16・Q30)

- ▶ 岩手県産、宮城県産、栃木県産は購入意向が7割近くを占めており、福島県産は6割程度。
- ▶ 過年度調査と比較すると、岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産の「購入したくない」の割合は減少傾向。
- ▶ 地元産は他の産地に比べて購入意向派が多く、特に「割高でも購入したい」と「他の原産地と同程度の価格ならば購入したい」の合計は4割を超えており、食材の地元志向は強いと言える。
- ▶ 外国産は「安ければ購入したい」割合が4割以上と高い。過年度調査では、特に大きな変動は見られない。

##### 【今年度調査】

##### 岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産

牛肉の産地別購入意向をみると、「安ければ購入したい」も含めた購入意向派は岩手県産、宮城県産、栃木県産については7割近くを占めており（それぞれ68.8%、68.6%、68.6%）、福島県産では62.7%となっている。

また岩手県産、宮城県産、栃木県産については「購入したくない」人の割合はそれぞれ4.2%、4.7%、4.4%、福島県産のみが高めで10.3%となっている。

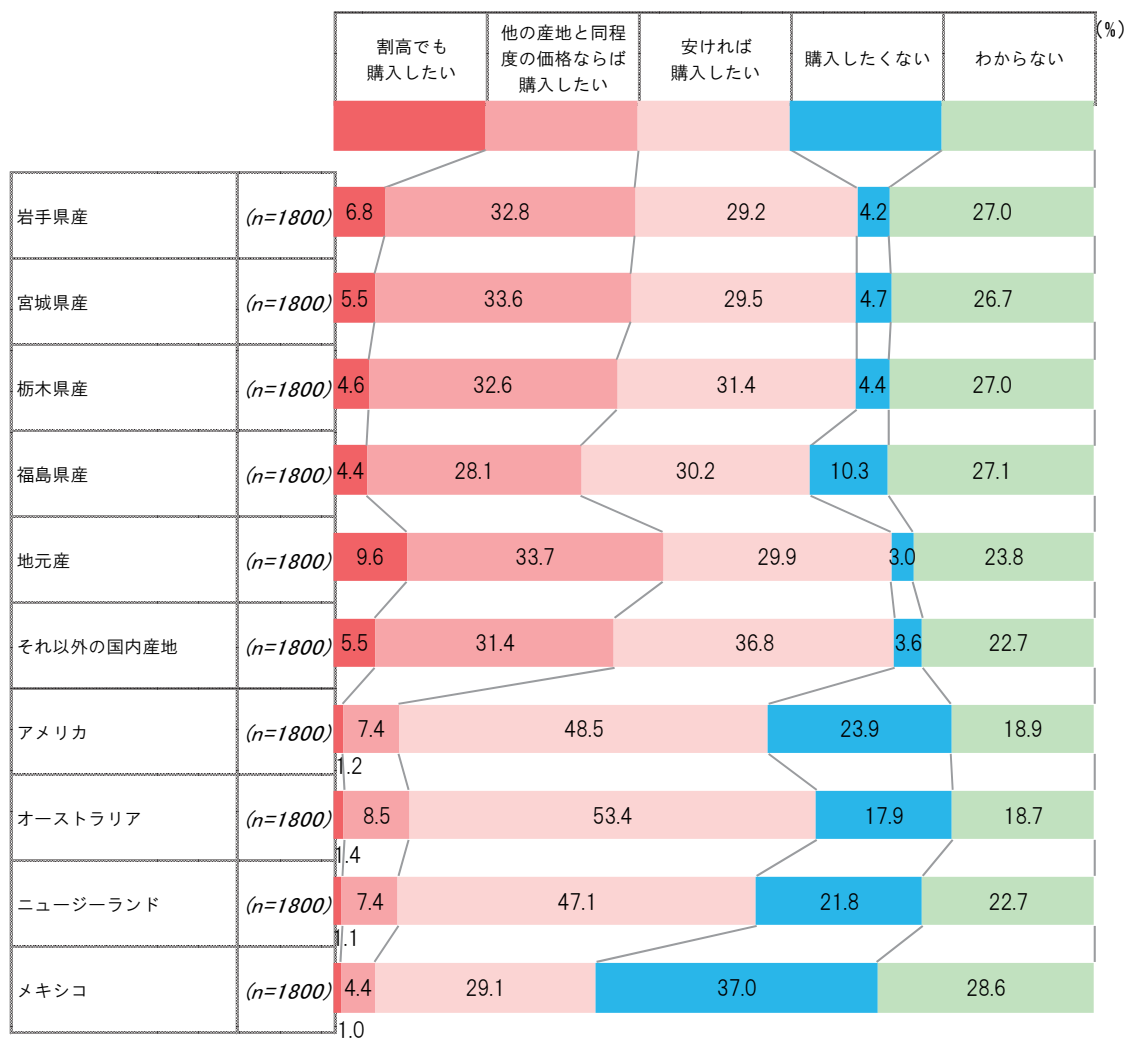
##### 地元産、それ以外の国内産地

地元産や上記4県以外の国内産の牛肉では「安ければ購入したい」も含めた購入意向派は、それぞれ7割以上を占める（それぞれ73.2%、73.7%）。

地元産については、購入意向派は上記4県の購入意向派よりも高い。特に、「割高でも購入したい」「他の原産地と同程度の価格ならば購入したい」の合計は、地元産では43.3%と4割を超えている。

##### 外国産

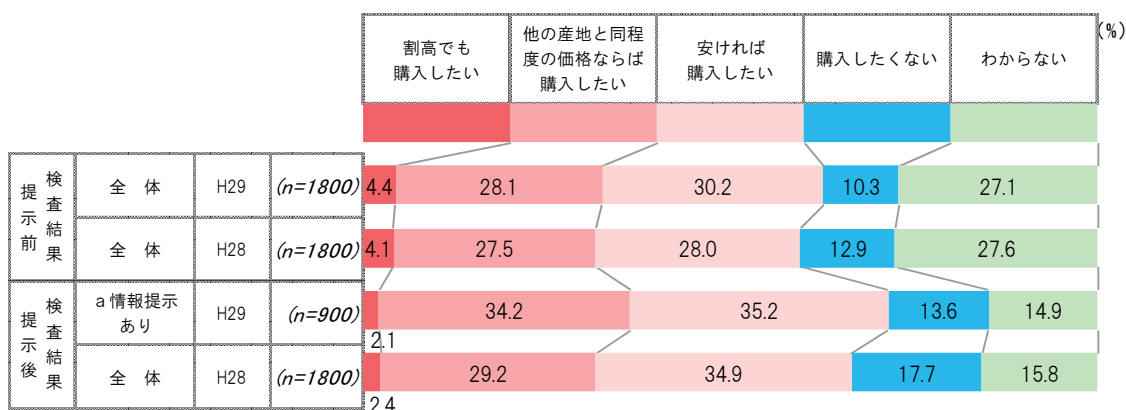
外国産牛肉ではメキシコ産以外で「安ければ購入したい」の割合が4割を超える（アメリカ産48.5%、オーストラリア産53.4%、ニュージーランド産47.1%、メキシコ産29.1%）。また、メキシコ産は「購入したくない」の割合が37.0%と他の産地に比べて高い。



図表 127 牛肉の産地別購入意向

福島県産牛肉については、購入意向を聴取したのち、放射性物質検査結果を提示したうえで再度購入意向を聴取した。その結果、昨年度、今年度ともに、検査結果提示後は「安ければ購入したい」「他の産地と同程度の価格ならば購入したい」「購入したくない」は増加し、「わからない」は減少した。

※再購入意向（Q30）聴取にあたっては、＜a 情報提示ありグループ 900 名＞、＜b 情報提示なしグループ 900 名＞に対象者を分けて調査を行ったため、昨年度と同条件の＜a 情報提示ありグループ 900 名＞で分析を行った。

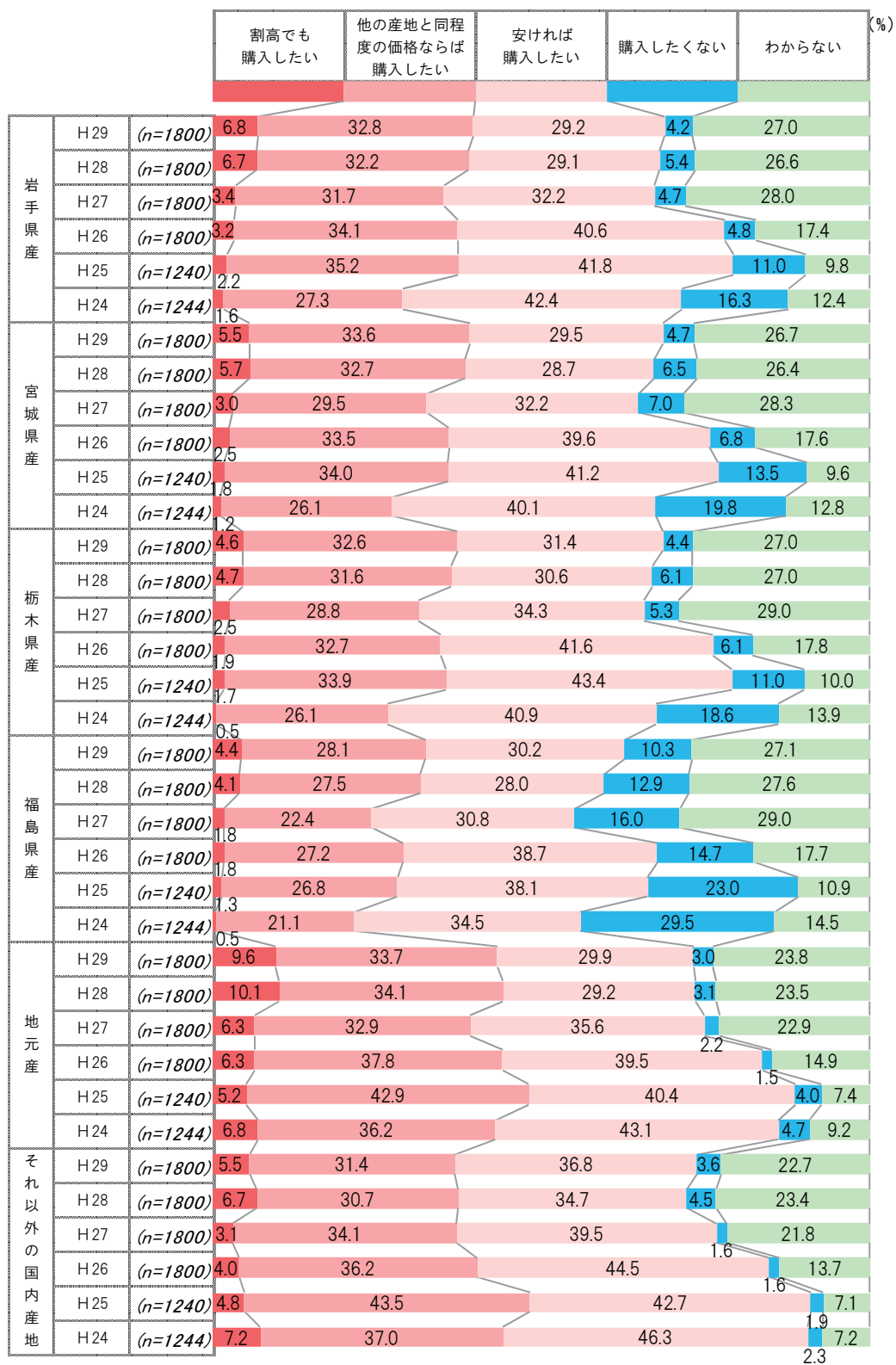


図表 128 検査結果提示前後の福島県産牛肉購入意向（経年変化）

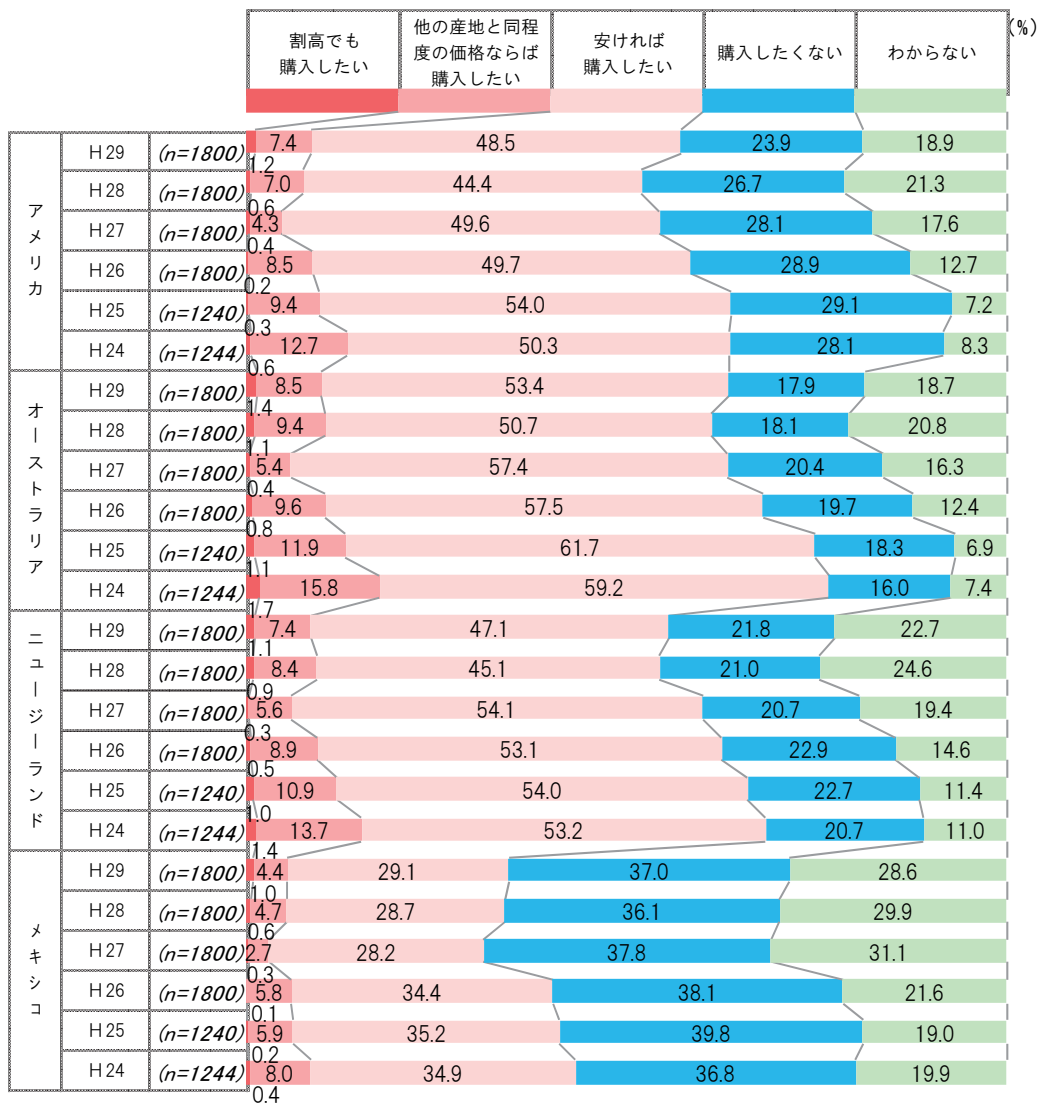
【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産で「購入したくない」の割合は減少傾向にある。「わからない」は、今年度は昨年度と同程度の割合である。

また、外国産は、今年度は昨年度と各項目の割合が同傾向にあり、特に大きな変動は見られない。



図表 129 国産牛肉の産地別購入意向（経年変化）



図表 130 外国産牛肉の産地別購入意向（経年変化）



## 15) 産地別豚肉の購入意向／福島県産豚肉の放射性物質検査公表結果の確認後の購入意向 (Q17・Q31)

- ▶ 岩手県産、宮城県産、栃木県産は購入意向が約7割を占めており、福島県産は6割強。
- ▶ 岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産の「購入したくない」の割合は減少傾向。
- ▶ 地元産は他の産地に比べて購入意向派が多く、特に「割高でも購入したい」と「他の原産地と同程度の価格ならば購入したい」の合計は4割を超えており、食材の地元志向は強いと言える。
- ▶ 外国産はアメリカ産、カナダ産、スペイン産、デンマーク産の購入意向は4割を超える。
- ▶ メキシコ産、チリ産は「購入したくない」割合が3割超と他の産地に比べて高い。

### 【今年度調査】

#### 岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産

豚肉の産地別購入意向をみると、「安ければ購入したい」も含めた購入意向派は岩手県産、宮城県産、栃木県産については約7割を占めており(それぞれ73.0%、72.7%、73.0%)、福島県産では67.1%となっている。

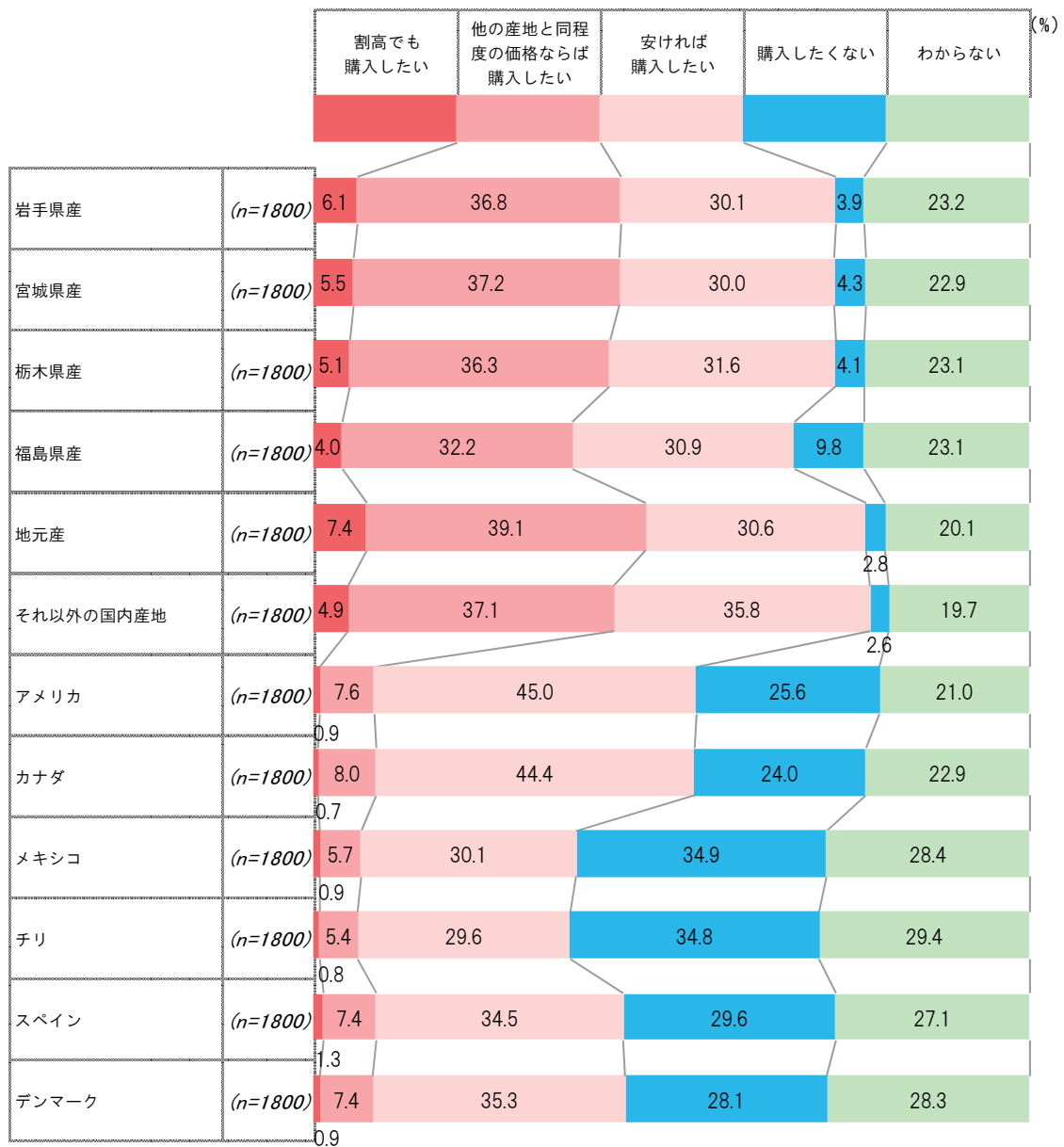
また岩手県産、宮城県産、栃木県産については「購入したくない」人の割合はそれぞれ3.9%、4.3%、4.1%、福島県産のみが高めで9.8%となっている。

#### 地元産、それ以外の国内産地

地元産の豚肉は「割高でも購入したい」「他の原産地の食肉と同程度の価格ならば購入したい」を合わせた合計が46.5%、「安ければ購入したい」も含めた合計は地元産、それ以外の国内産地でそれぞれ77.1%、77.8%と、上記4県より高くなっている。

#### 外国産

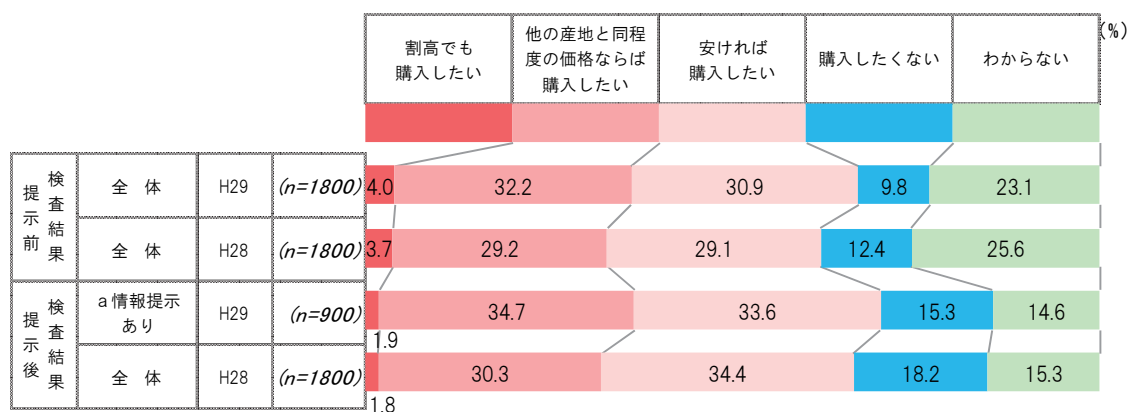
外国産豚肉では、アメリカ産、カナダ産、スペイン産、デンマーク産の「安ければ購入したい」も含めた購入意向派の割合が53.5%、53.1%、43.2%、43.6%と4割を超える一方、メキシコ産、チリ産は36.7%、35.8%と4割を下回り、「購入したくない」の割合も、それぞれ34.9%、34.8%と他の産地に比べて高い。



図表 131 豚肉の産地別購入意向

福島県産豚肉については、購入意向を聴取したのち、放射性物質検査結果を提示したうえで再度購入意向を聴取した。その結果、昨年度、今年度ともに、検査結果提示後は「安ければ購入したい」「購入したくない」は増加し、「わからない」は減少した。

※再購入意向（Q31）聴取にあたっては、＜a 情報提示ありグループ 900 名＞、＜b 情報提示なしグループ 900 名＞に対象者を分けて調査を行ったため、昨年度と同条件の＜a 情報提示ありグループ 900 名＞で分析を行った。

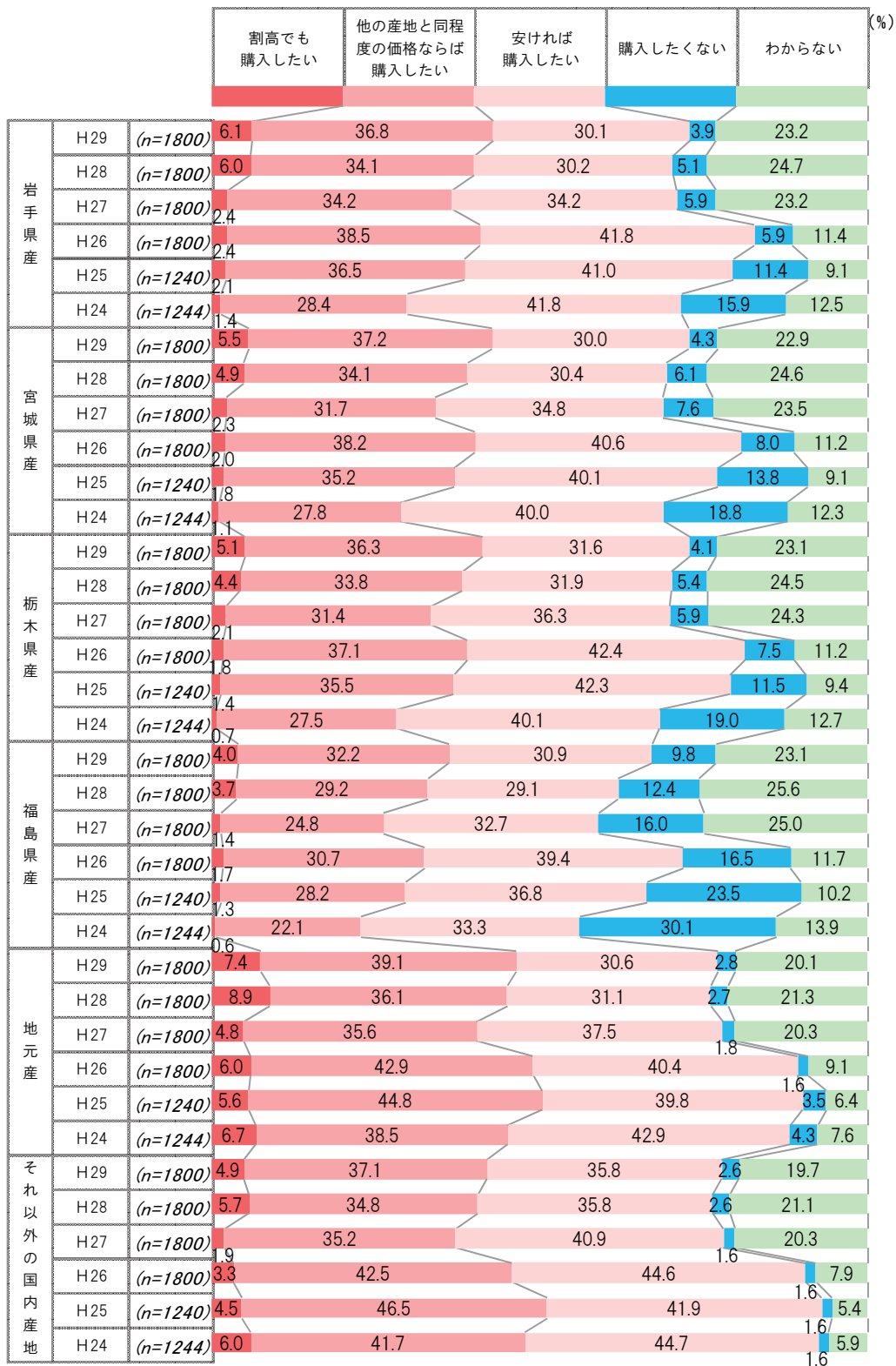


図表 132 検査結果提示前後の福島県産豚肉購入意向（経年変化）

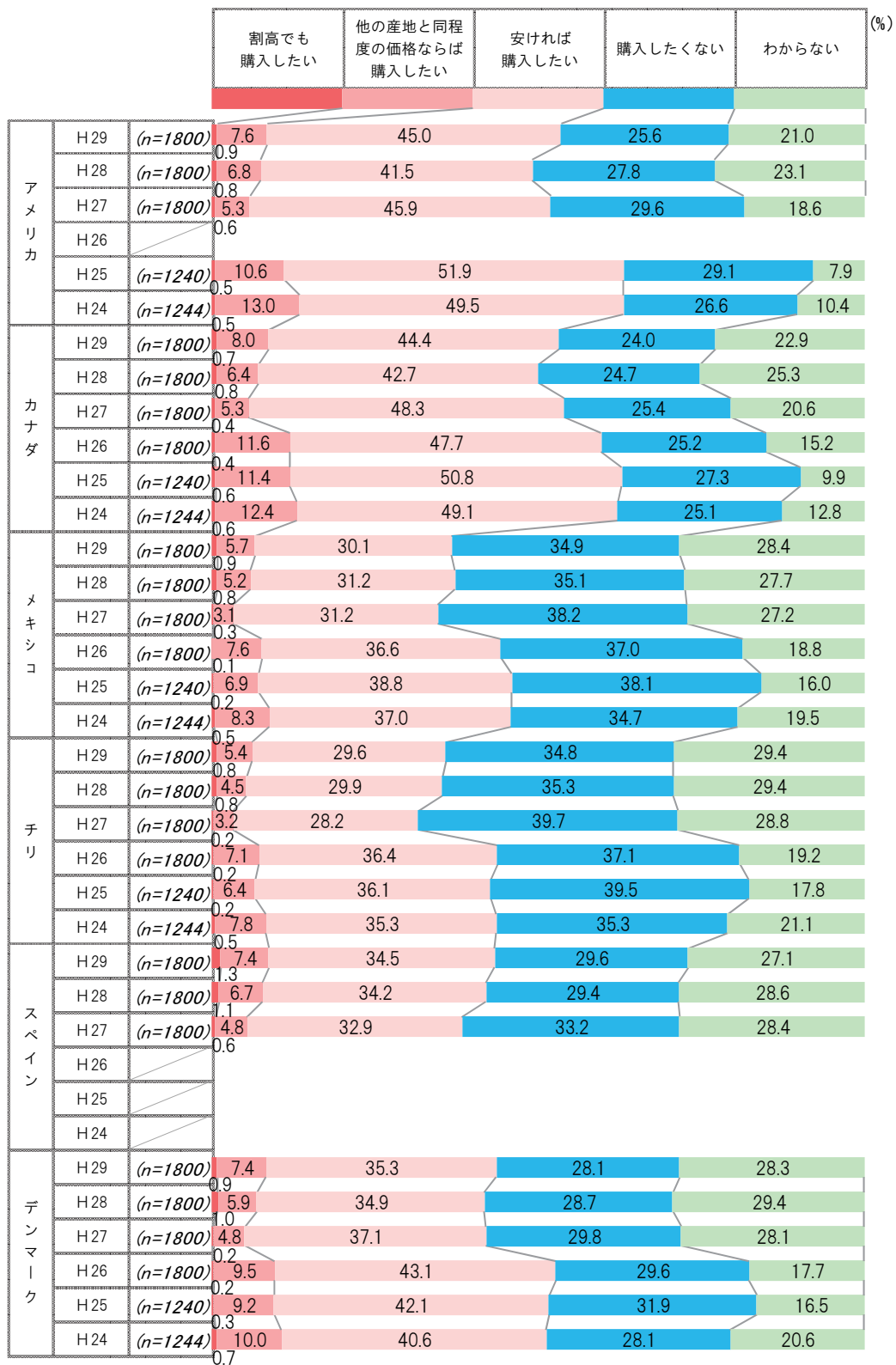
【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産で「購入したくない」の割合が減少傾向にある。「わからない」は、今年度は昨年度と同程度の割合である。

外国産は、今年度は昨年度と各項目の割合が同傾向にあり、特に大きな変動は見られない。



図表 133 国産豚肉の産地別購入意向（経年変化）



図表 134 外国産豚肉の産地別購入意向（経年変化）

## 16) 産地別鶏肉の購入意向／福島県産鶏肉の放射性物質検査公表結果の確認後の購入意向 (Q18・Q32)

- ▶ 岩手県産、宮城県産、栃木県産は購入意向が約7割を占めており、福島県産は6割強。
- ▶ 岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産の「購入したくない」の割合は減少傾向。「他の産地と同程度の価格ならば購入したい」の割合が増加傾向。
- ▶ 地元産は他の産地に比べて購入意向派が多く、特に「割高でも購入したい」と「他の原産地と同程度の価格ならば購入したい」の合計は4割を超えており、食材の地元志向は強いと言える。
- ▶ アメリカ産、ブラジル産、タイ産は「購入したくない」の割合が3～4割だが、中国産の「購入したくない」の割合は半数以上を占める。

### 【今年度調査】

#### 岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産の4県

鶏肉の産地別購入意向をみると、「安ければ購入したい」も含めた購入意向派は岩手県産、宮城県産、栃木県産については約7割を占めており(それぞれ73.5%、73.4%、72.8%)、福島県産は67.2%である。

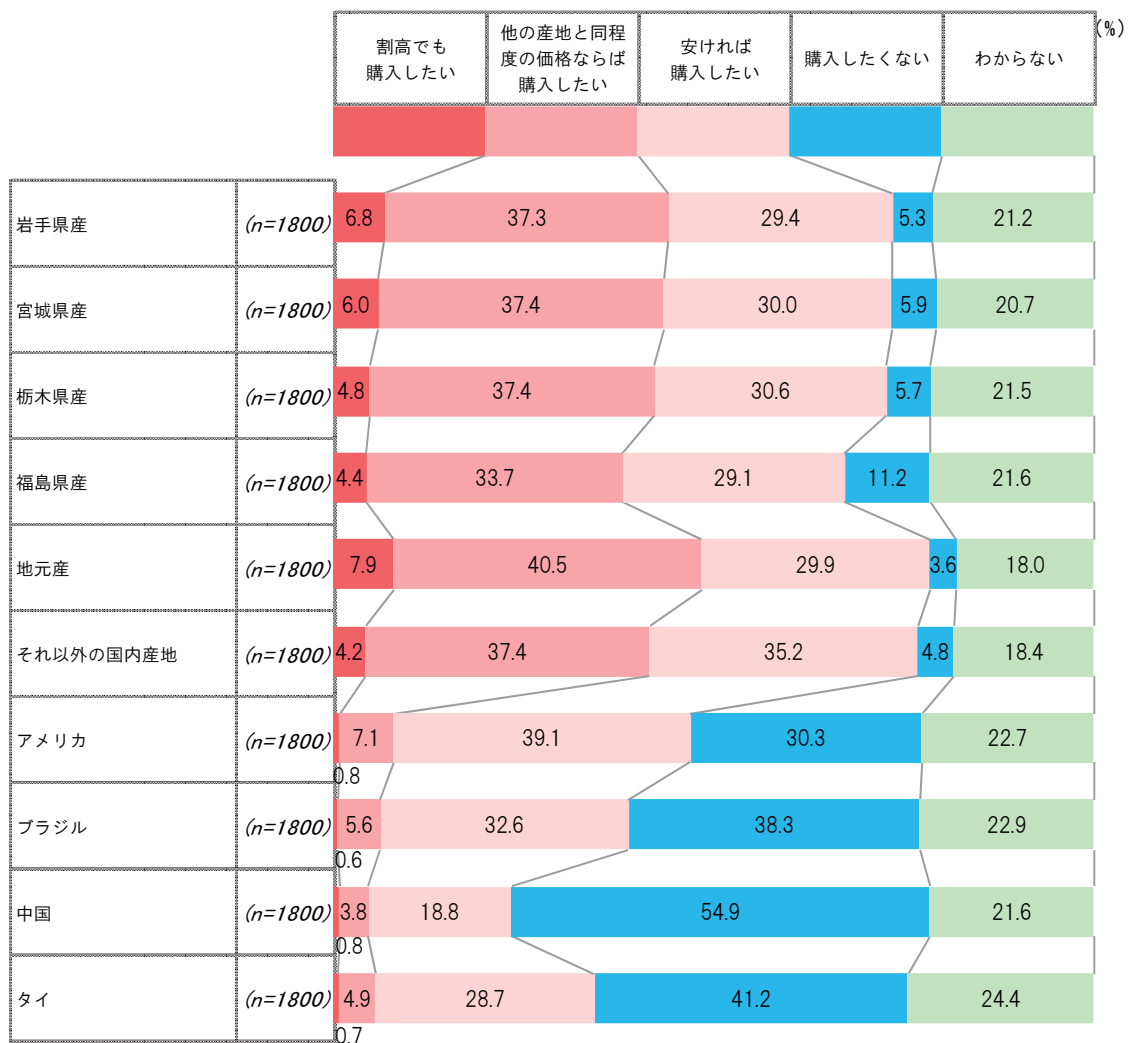
また岩手県産、宮城県産、栃木県産については「購入したくない」人の割合はそれぞれ5.3%、5.9%、5.7%、福島県産のみが高めで11.2%となっている。

#### 地元産、それ以外の国内産地

地元産の鶏肉は「割高でも購入したい」「他の原産地の食肉と同程度の価格ならば購入したい」を合わせた合計が48.4%、「安ければ購入したい」も含めた合計は地元産、それ以外の国内産地でそれぞれ78.3%、76.8%と、上記4県より高い。

#### 外国産

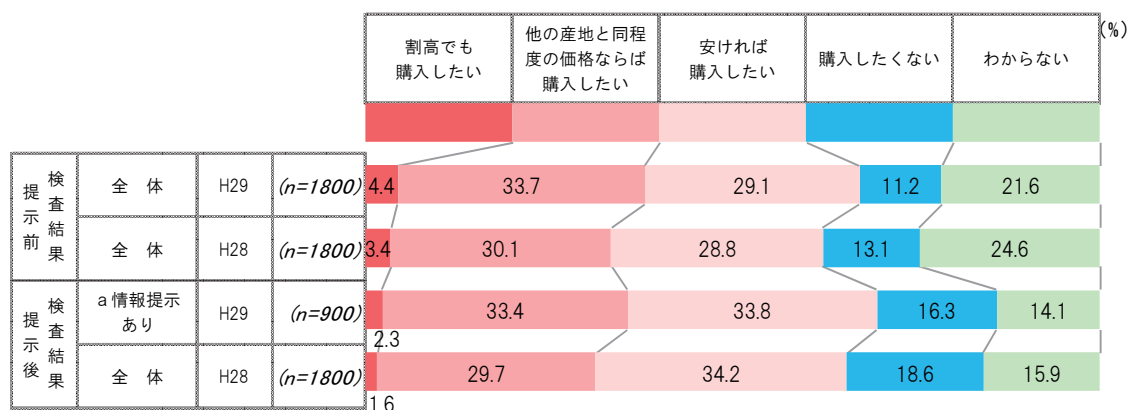
外国産鶏肉では、アメリカ産、ブラジル産、タイ産は「購入したくない」の割合が30.3%、38.3%、41.2%なのに対して、中国産では54.9%と半数以上を占めている。



図表 135 鶏肉の産地別購入意向

福島県産鶏肉については、購入意向を聴取したのち、放射性物質検査結果を提示したうえで再度購入意向を聴取した。その結果、昨年度、今年度ともに、検査結果提示後は「安ければ購入したい」「購入したくない」は増加し、「わからない」は減少した。

※再購入意向（Q32）聴取にあたっては、＜a 情報提示ありグループ 900 名＞、＜b 情報提示なしグループ 900 名＞に対象者を分けて調査を行ったため、昨年度と同条件の＜a 情報提示ありグループ 900 名＞で分析を行った。



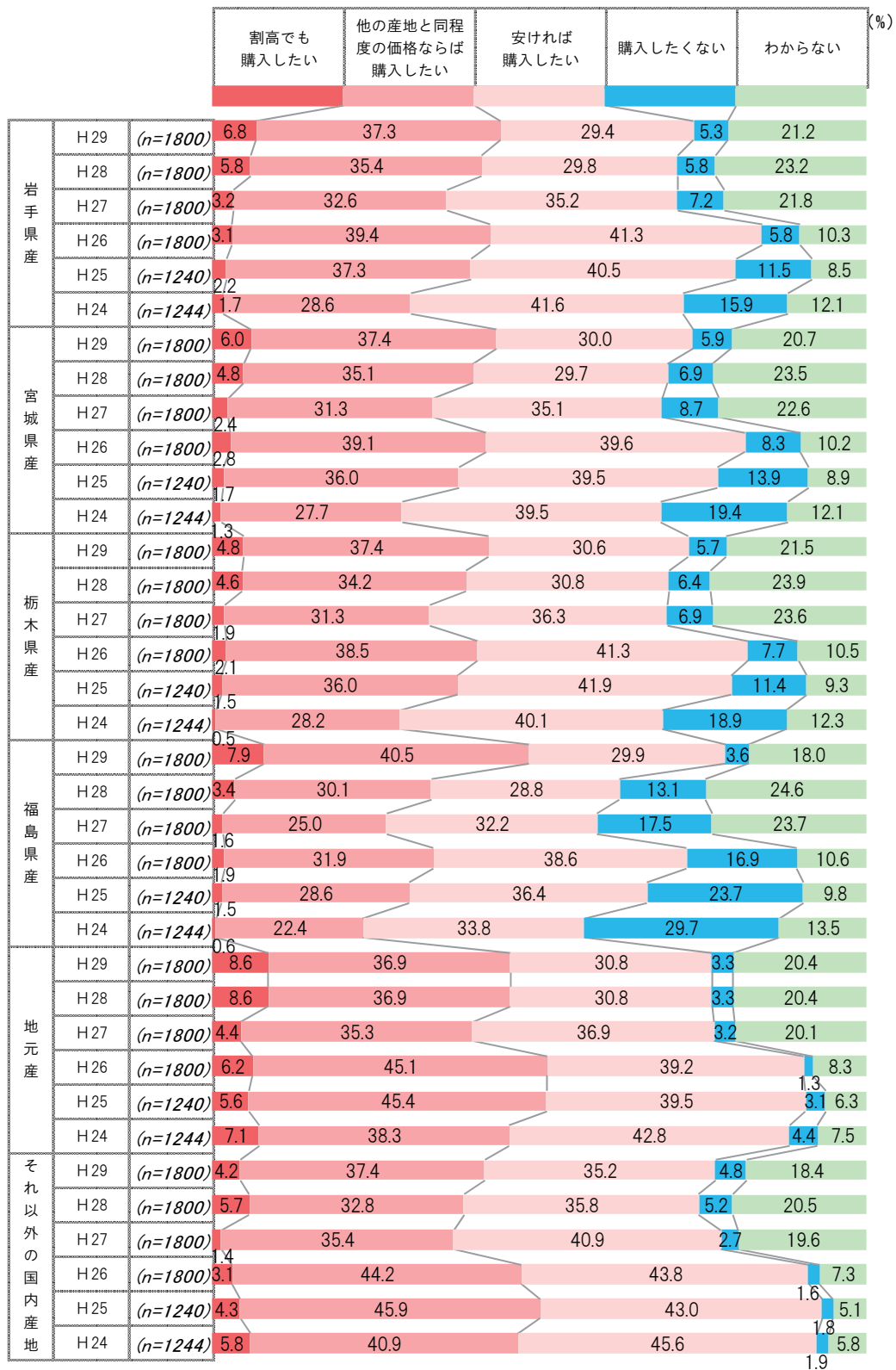
図表 136 検査結果提示前後の福島県産鶏肉購入意向

【過年度調査との比較】

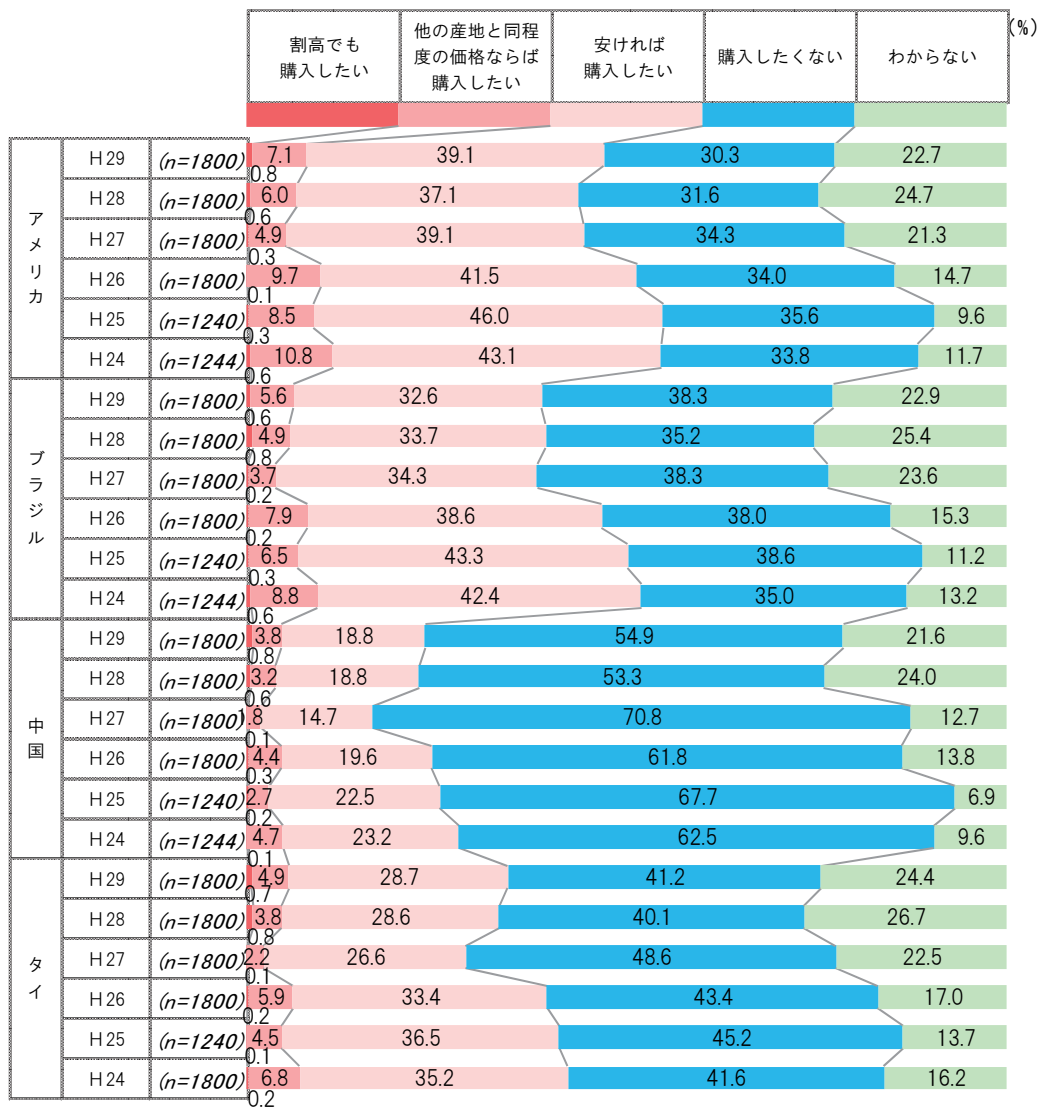
過年度調査と比較すると、岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産で「購入したくない」の割合が減少傾向にある。また、「他の産地と同程度の価格ならば購入したい」の割合が増加傾向にある。

また、外国産は、今年度は昨年度と各項目の割合が同傾向にあり、特に大きな変動は見られない。





図表 137 国産鶏肉の産地別購入意向（経年変化）



図表 138 外国産鶏肉の産地別購入意向（経年変化）

## 17) 「食べて応援しよう！」キャンペーンについての意識 (Q33)

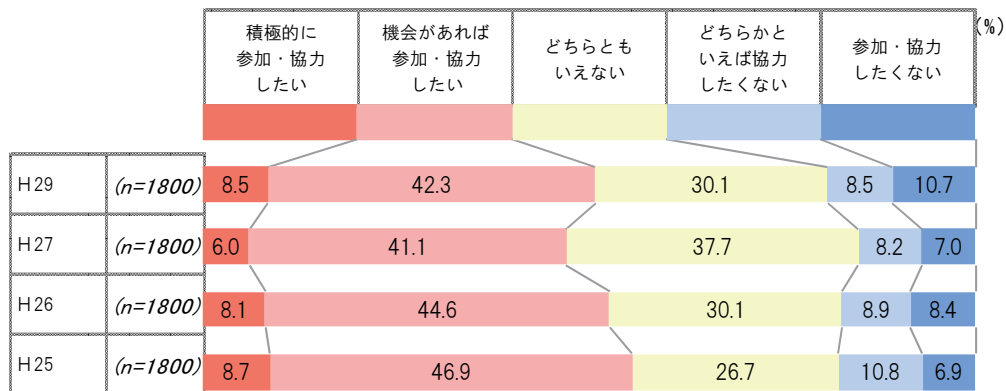
- 「食べて応援しよう！」キャンペーンへの参加・協力意向は約 5 割
- 平成 27 年度調査と比較して、「参加したい (積極的に参加・協力したい+機会があれば参加・協力したい)」がやや増加し、「どちらともいえない」の割合が減少。

### 【今年度調査】

「食べて応援しよう！」キャンペーンについての意識を尋ねたところ、「参加したい (積極的に参加・協力したい+機会があれば参加・協力したい)」と回答した割合は 50.8%となっており、キャンペーンへの支持派が半数以上を占める。「参加したくない (どちらかといえば参加・協力したくない+参加・協力はしたくない)」の割合は 19.2%にとどまっている。

### 【過年度調査との比較】

平成 27 年度調査と比較して、「参加したい (積極的に参加・協力したい+機会があれば参加・協力したい)」の割合はやや増加し、「どちらともいえない」の割合が減少している。



図表 139 「食べて応援しよう！」キャンペーンの参加・協力意向

#### 4. 食肉の安全性に関する意識調査

##### (1) 食品の安全性に関する意識

##### 1) 食品の安全性の不安感 (Q19)

- 「不安を感じる」とする回答割合が高い食品は、「ファストフード」「食肉加工品」「冷凍食品」。
- 過年度調査と比較すると、「ファストフード」「食肉加工品」に不安を感じる割合は減少傾向。

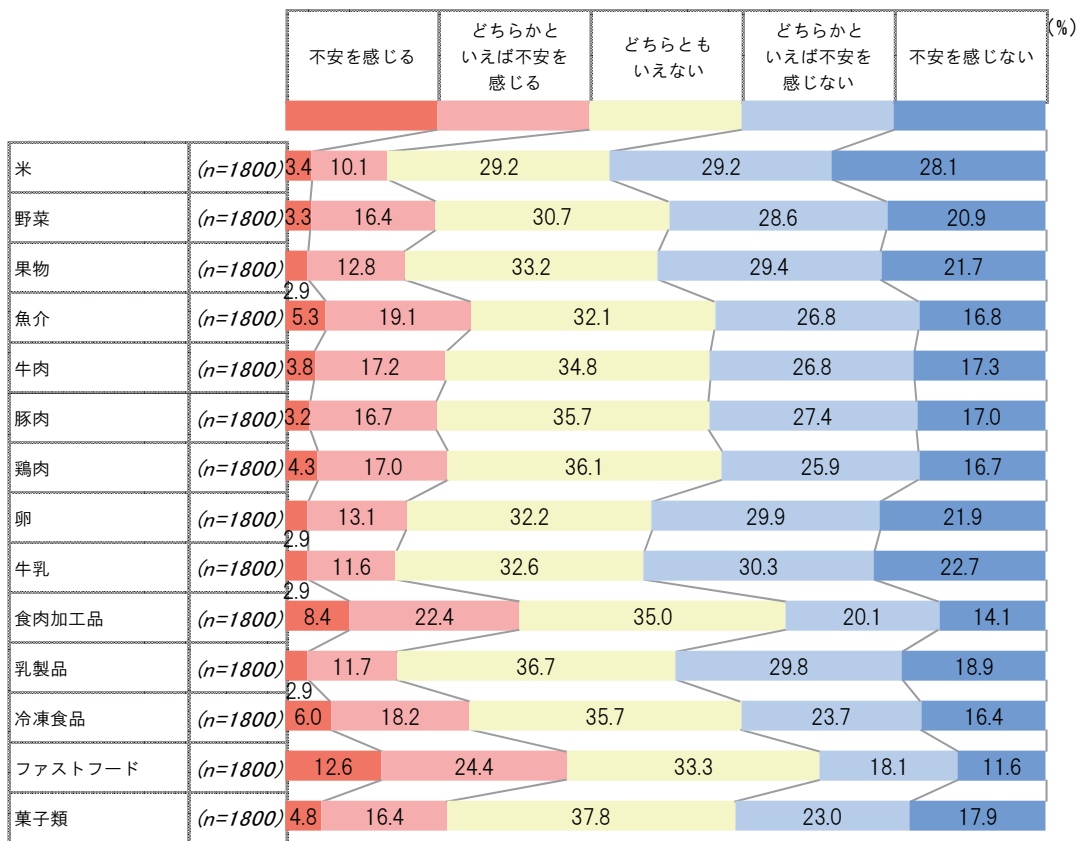
##### 【今年度調査】

14種類の食品（食品群）の安全性について不安を感じるかどうかを尋ねたところ、「不安を感じる（不安を感じる+どちらかといえば不安を感じる）」の割合は「ファストフード」「食肉加工品」「冷凍食品」の順で高く37.0%、30.8%、24.2%となっている。

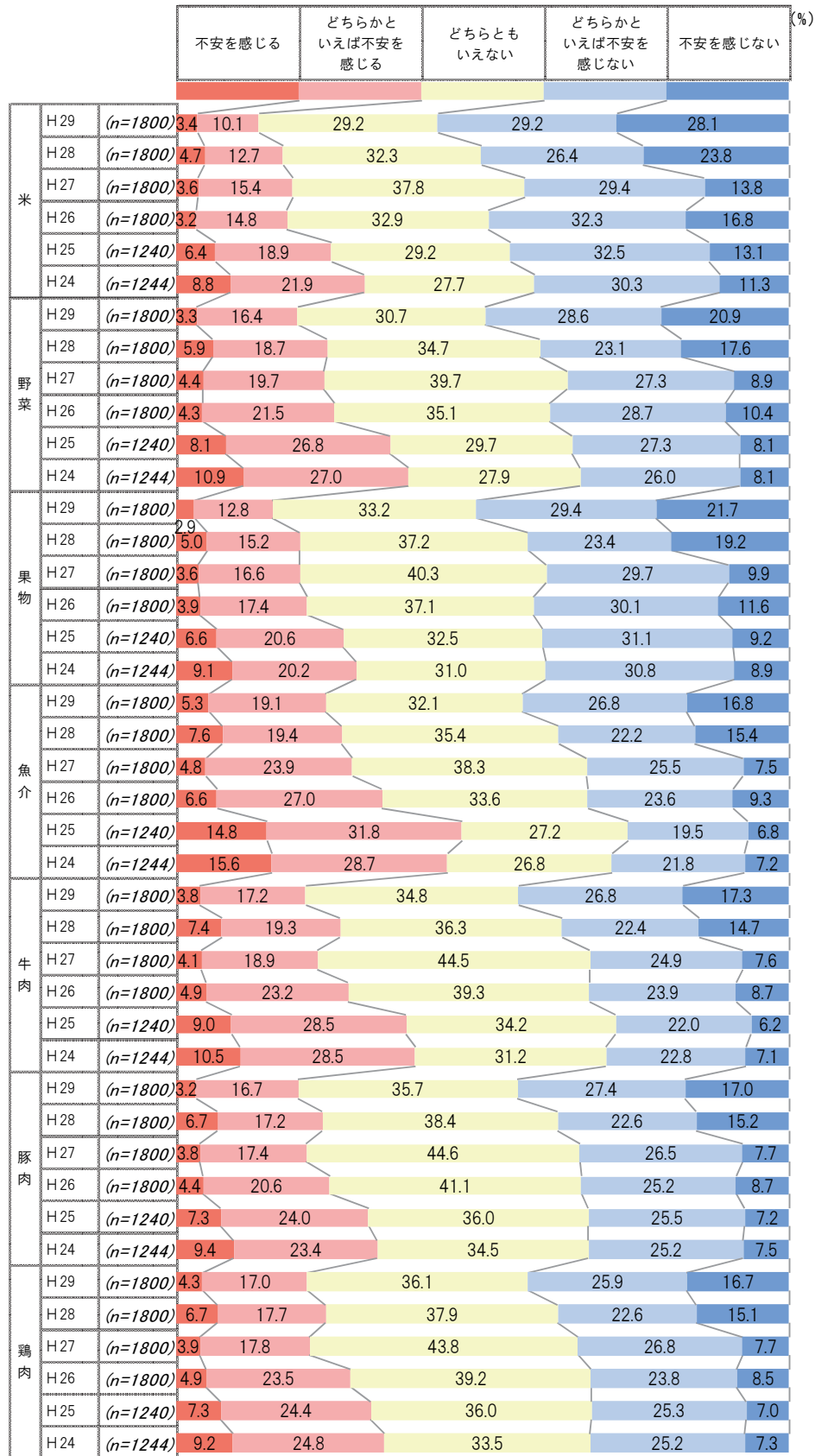
逆に、「不安を感じない（どちらかといえば不安を感じない+不安を感じない）」の割合は「米」「牛乳」「卵」の順で高く、57.3%、53.0%、51.8%であった。なお「牛肉」は44.1%、「豚肉」は44.4%、「鶏肉」は42.6%であった。

##### 【過年度調査との比較】

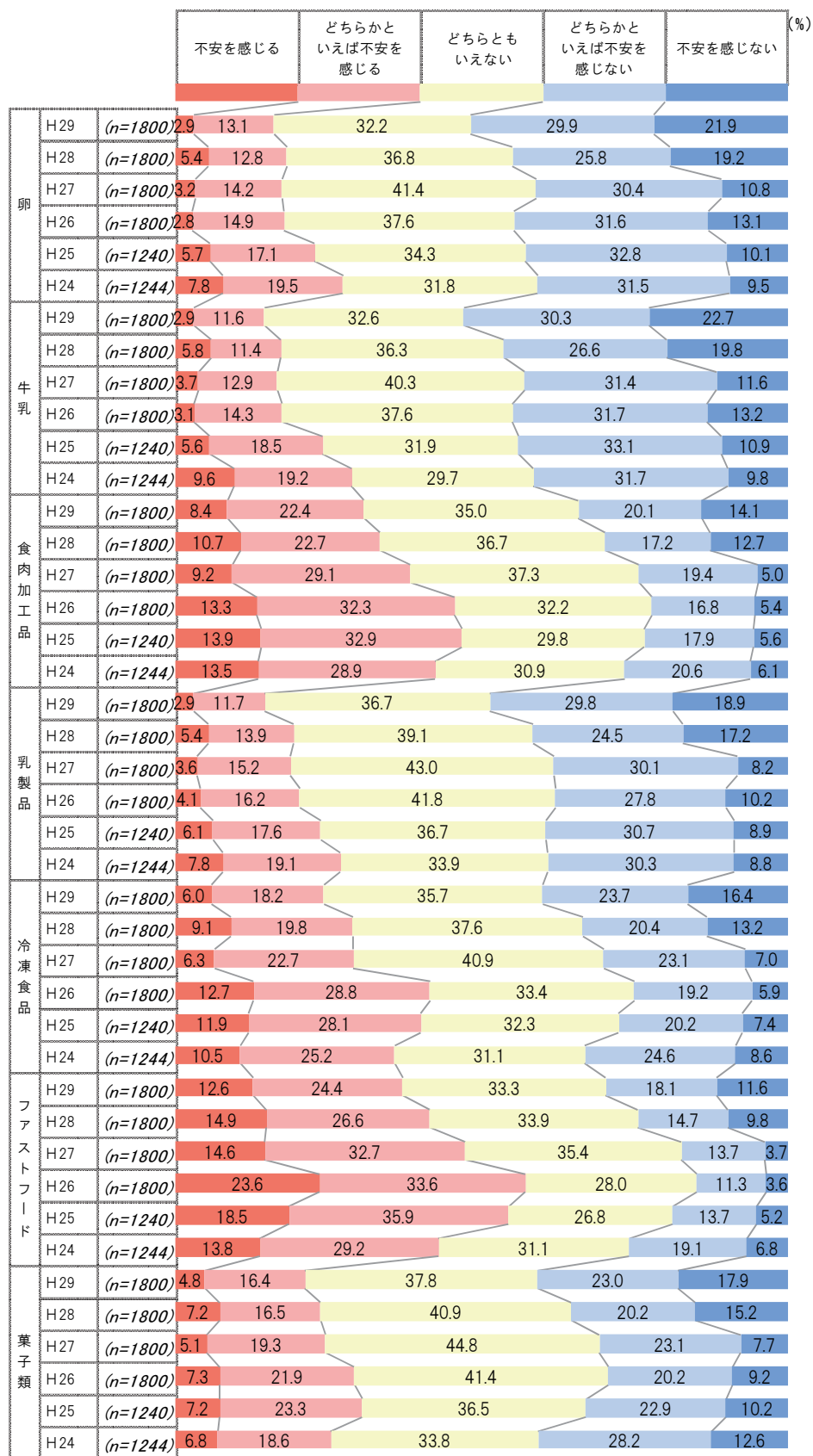
過年度調査と比較すると、「ファストフード」「食肉加工品」において、「不安を感じる」割合が減少傾向にある。



図表 140 食品の安全性の不安感



図表 141 食品の安全性に関する意識調査①（経年変化）



図表 142 食品の安全性に関する意識調査②（経年変化）

## 2) 牛肉の安全性について感じている不安 (Q20)

➤ 牛肉の安全性について感じている不安として「狂牛病・BSE」「飼料・飼育環境」と回答する件数が最も多い。

Q19で牛肉の安全性について「不安を感じる」または「どちらかといえば不安を感じる」と回答した人に、牛肉の安全性に関して感じている不安を具体的に記入してもらい、キーワードをもとに意見を集計した。

その結果、「狂牛病・BSE」「飼料・飼育環境」の件数が最も多く、次いで「病気」「産地偽装」「検査・加工・流通」の順となった。

キーワード	件数	主な回答内容
狂牛病・BSE	86	狂牛病の心配がある BSEがまだあるのでは？
飼料・飼育環境	86	餌はどのような物でどこから運ばれてくるものなのか。また飼育されている地域はどこか。 飼育時の飼料が何を使われているかわからない。
病気	57	サルモネラ菌、食中毒 O157の心配がある
産地偽装・偽装	45	国産肉が実は国外の肉だった時は心配。業者が産地偽装しているのか不安である。 食肉偽装を身近なスーパーでしたりしているのをテレビで見たので不安がある
検査・加工・流通	43	国によって安全基準が違うとなると、国産以外はみんなあぶないのか？ あまり安いとどういった状態でどういったルートを辿って来た物なのか不安に思う事がある。
産地	38	アメリカ産は不安だ。 海外産は実状を把握出来ないので全く買いたくない。特に中国産は全てにおいて信用出来ない。
放射能	17	放射能漏れ 放射能がまざった餌を食べてないかどうか。
その他	38	品質 新鮮

図表 143 牛肉の安全性について感じている不安



### 3) 豚肉の安全性について感じている不安 (Q21)

➤ 豚肉の安全性について感じている不安として「飼料・飼育環境」と回答する件数が最も多い。

Q19で豚肉の安全性について「不安を感じる」または「どちらかといえば不安を感じる」と回答した人に、豚肉の安全性に関して感じている不安を具体的に記入してもらい、キーワードをもとに意見を集計した。

その結果、「飼料・飼育環境」の件数が最も多く、次いで「病気」「産地」「産地偽装・偽装」の順となった。

キーワード	件数	主な回答内容
飼料・飼育環境	76	飼料に薬品を混入していないか不安 どんな状況でどんな餌を食べたのか気になる。
病気	75	少し前に菌がいるとか話題があったと思いますが、それが今は大丈夫なのかどうか。 海外産の豚肉は菌や病気、衛生面で不安を感じる
産地	36	外国産は防腐剤などの体に良くないものが入ってそう 海外産と比べると、国産の方が安全だと思ってしまいます。
産地偽装・偽装	36	偽装していないか時々企業に対して不信感を持つ 消費期限の改ざん
衛生	24	何を食べさせているかわからない飼育環境。衛生面での不安。 処理するときの衛生面が気になる。食中毒にならないか輸入品は特に気になる。
検査・加工・流通	19	病気の豚の一部を除いて市場に出していると聞いたので国内産も不安です。 外国の肉はその国の基準が日本と違うので信用できない。
放射能	17	放射能等、大丈夫と言われても見た目では分からない 福島原発事故の放射能
生は危険、加熱する	17	菌が多いので過熱する必要がある 生焼けだと体に悪い
安全性	14	安心して食べることができるか 海外産の安全性
鮮度	14	豚肉は新鮮でなければいけないという感覚がある スーパーによって鮮度落ちがひどい
その他	14	品質 味

図表 144 豚肉の安全性について感じている不安

#### 4) 鶏肉の安全性について感じている不安 (Q22)

➤ 鶏肉の安全性について感じている不安として「飼料・飼育環境」と回答する件数が最も多い。

Q19で鶏肉の安全性について「不安を感じる」または「どちらかといえば不安を感じる」と回答した人に、鶏肉の安全性に関して感じている不安を具体的に記入してもらい、キーワードをもとに意見を集計した。

その結果、「飼料・飼育環境」の件数が最も多く、次いで「インフルエンザ」「病気」「産地」の順となった。

キーワード	件数	主な回答内容
飼料・飼育環境	79	国内産であっても、飼料は輸入品が主体で人体に影響をもたらす、化学薬品の添加物が含まれているのではないかと思います。 プロイラーの成長促進剤。餌の安全性に対する疑問。運動不足な不健康な飼育法。
インフルエンザ	76	鳥インフルエンザがまた起きないか不安 飼料の原産国および鳥インフルエンザなどのウイルス感染
病気	61	カンピロバクター菌がいるとテレビで観たので少しこわい。お店で出されている鶏肉の刺身やスーパーの鶏肉にも菌がいるということ。 病気は大丈夫か？
産地	57	ブラジルの鶏肉に抗生物質が多量に検出されたとか、新聞記事を見て不安を感じる。 外国産は、特に中国などいい加減なイメージかわあるので買うのは怖い。
産地偽装・偽装	25	マクドナルドで食品消費期限切れ問題があっ、ファストフードで普段食べているものがかに外国の不衛生な環境で作られているかを知り恐怖を覚えた。 鳥インフルエンザに感染するのではないか。賞味期限が改ざんされているのではないか。
検査・加工・流通	24	海外産は菌や病気、どんな人がどんな場所で加工しているのか衛生面で不安を感じる 輸入する肉の検査基準
衛生	18	餌の中に有害物質が含まれていないか 加工工場が非衛生的ではないか 病気の鶏ではないか 衛生管理
鮮度	15	鮮度落ちした肉 ドリップがたくさん出ることへの劣化
放射能	14	福島原発事故の放射線 放射性物質、抗生物質
安全性	10	安心して食べることができるか。 国産の方が安全性が高いと思います。
その他	21	生焼けが不安（生は危険、加熱する） 鶏肉の品質

図表 145 鶏肉の安全性について感じている不安

## 5) 食肉の安全性に関する項目別関心度 (Q23)

- 関心が高い項目 TOP3 は「食肉中の食中毒菌（サルモネラ、カンピロバクター、腸管出血性大腸菌など）の汚染」「食肉の消費期限改ざん」「食肉の産地偽装」。
- 「食肉の放射能汚染」については、「関心がある」の割合は 56.0%と昨年よりやや減少。

### 【今年度調査】

食肉の安全性に関して尋ねたところ、幅広い項目に対して高い関心が寄せられていることがわかった。「関心がある（非常に関心がある＋やや関心がある）」の割合が最も高かったのは「鳥インフルエンザ」「食肉中の食中毒菌（サルモネラ、カンピロバクター、腸管出血性大腸菌など）の汚染」「食肉の消費期限改ざん」「食肉の産地偽装」で高く、それぞれ 68.8%、67.2%、67.2%、65.2%であった。

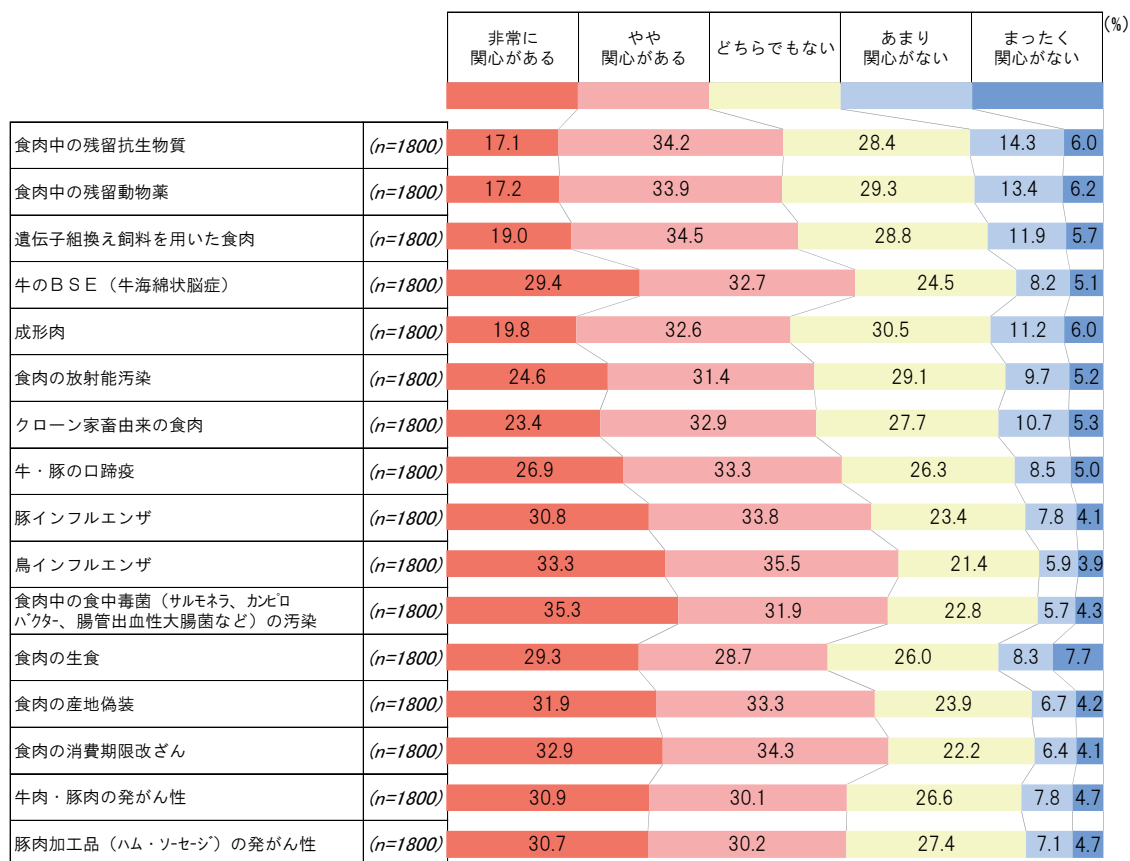
「食肉の放射能汚染」については 56.0%となっており、他の項目に比べて特別に高い関心が寄せられているわけではない。

「非常に関心がある」の割合は、「食肉中の食中毒菌（サルモネラ、カンピロバクター、腸管出血性大腸菌など）の汚染」「鳥インフルエンザ」「食肉の消費期限改ざん」の順で高く、それぞれ 35.3%、33.3%、32.9%であった。

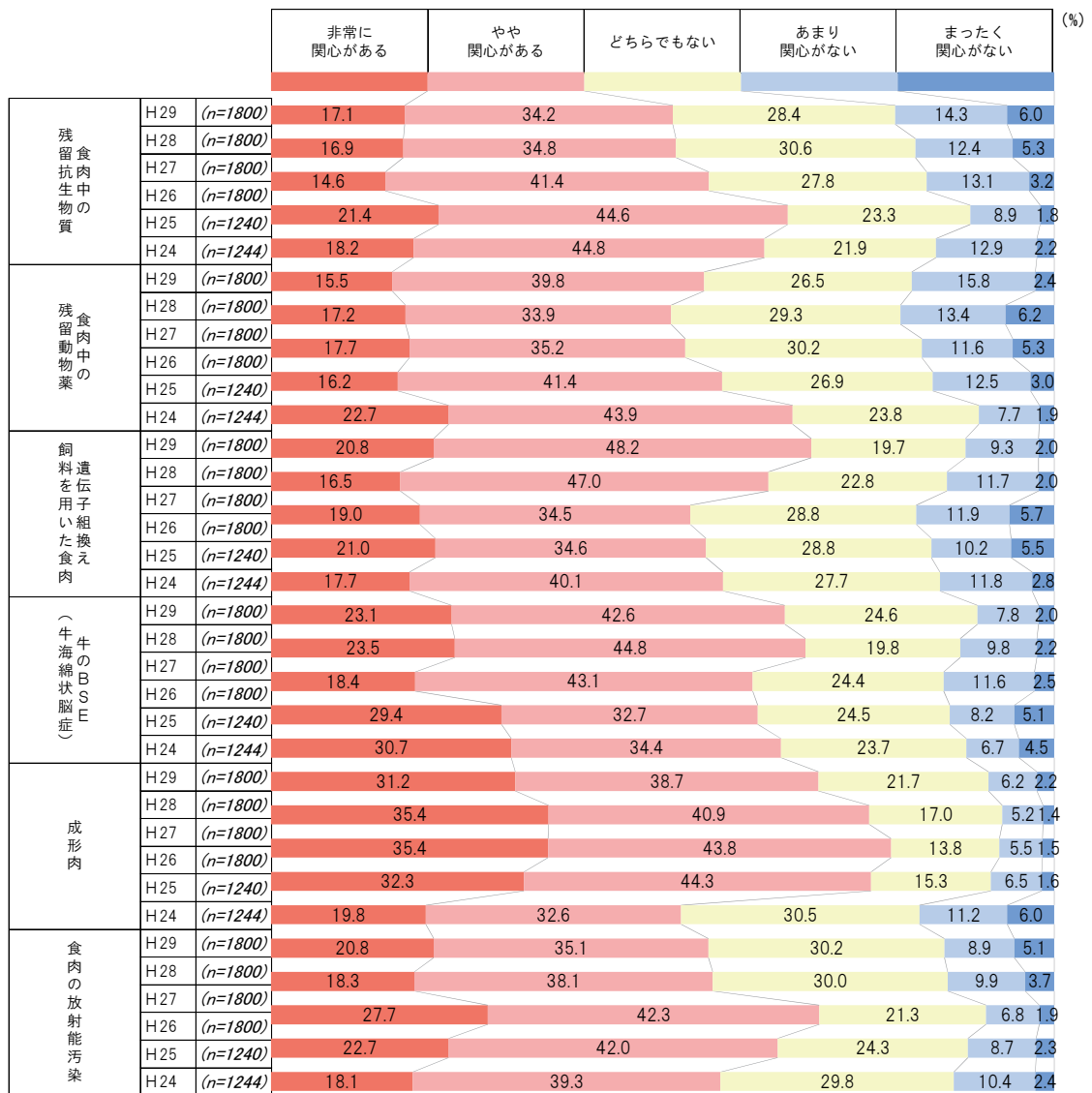
### 【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、多くの項目で、今年度は昨年度と同傾向にあり、特に大きな変動は見られない。

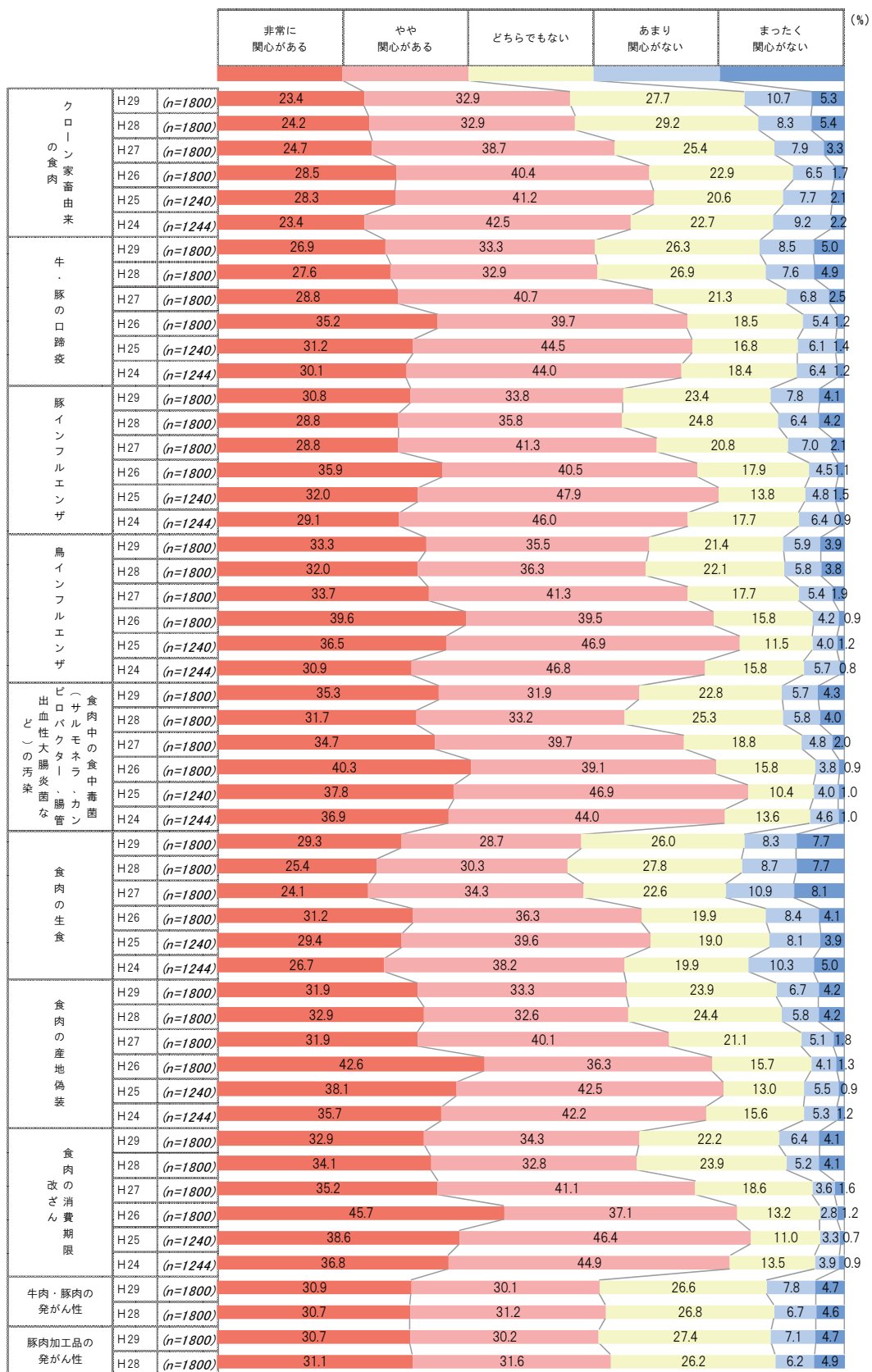
「食肉の放射能汚染」についても、「関心がある（非常に関心がある＋やや関心がある）」の割合は 56.0%で、昨年よりやや減少している。



図表 146 食肉の安全性に関する項目別関心度



図表 147 食肉の安全性に関する項目別関心度①（経年変化）



図表 148 食肉の安全性に関する項目別関心度②（経年変化）

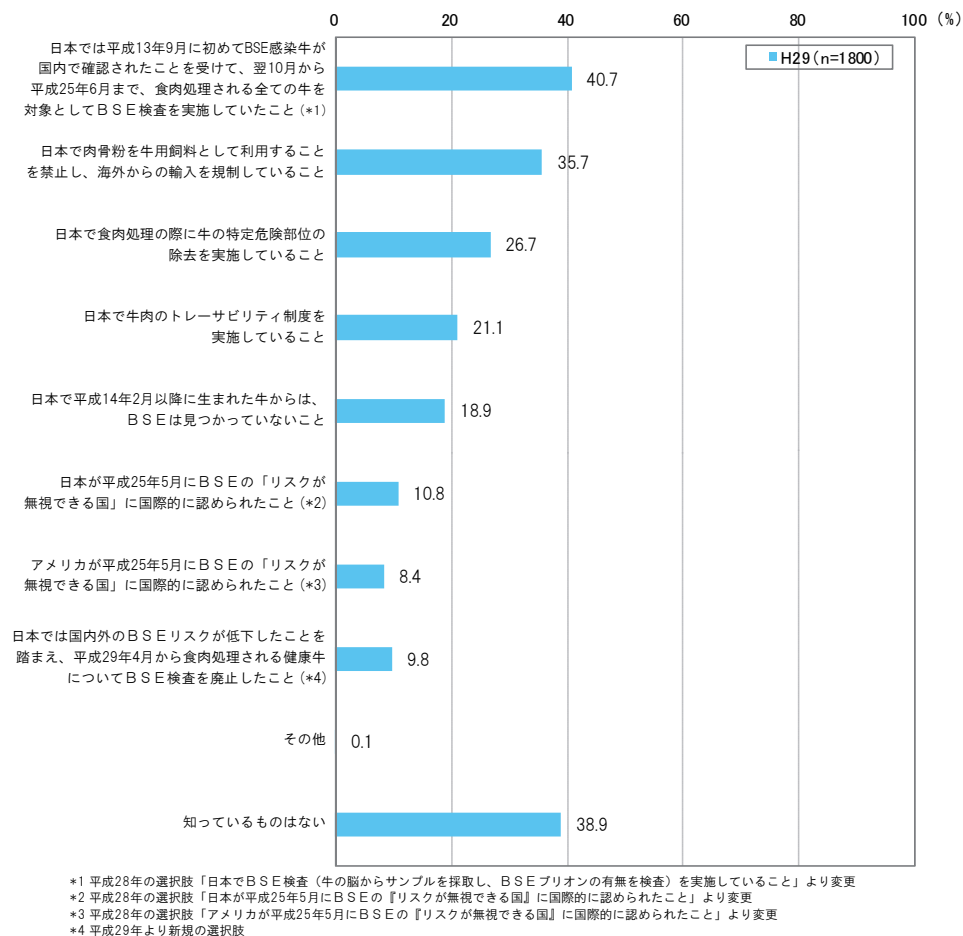
## (2) BSE 関連・鳥インフルエンザに関する知識

### 1) BSE 関連について知っている知識 (Q24)

- 「日本では平成13年9月に初めてBSE感染牛が国内で確認されたことを受けて、翌10月から平成25年6月まで、食肉処理される全ての牛を対象としてBSE検査を実施していたこと」が4割以上と認知度が最も高い。
- 過年度調査と比較すると、昨年度から大きな数値の変化は無い。

#### 【今年度調査】

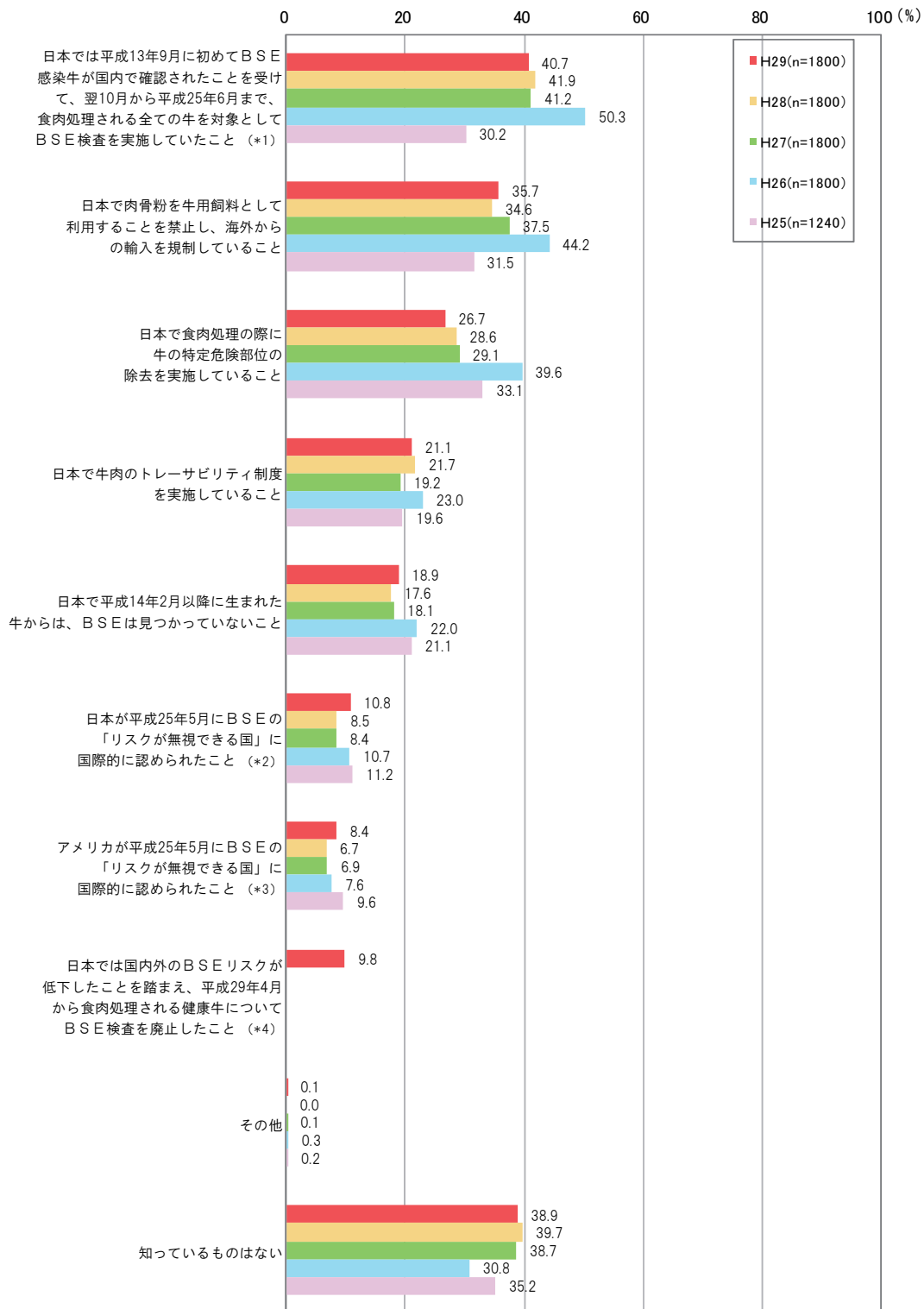
BSE 関連について知っている知識（複数回答）のTOP3は、「日本では平成13年9月に初めてBSE感染牛が国内で確認されたことを受けて、翌10月から平成25年6月まで、食肉処理される全ての牛を対象としてBSE検査を実施していたこと」「日本で肉骨粉を牛用飼料として利用することを禁止し、海外からの輸入を規制していること」「日本で食肉処理の際に牛の特定危険部位の除去を実施していること」で、それぞれ40.7%、35.7%、26.7%。



図表 149 BSE 関連について知っている知識

## 【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、昨年度からの大きな数値の変化は見られない。



\*1 平成28年の選択肢「日本でBSE検査（牛の脳からサンプルを採取し、BSEプリオンの有無を検査）を実施していること」より変更

\*2 平成28年の選択肢「日本が平成25年5月にBSEの『リスクが無視できる国』に国際的に認められたこと」より変更

\*3 平成28年の選択肢「アメリカが平成25年5月にBSEの『リスクが無視できる国』に国際的に認められたこと」より変更

\*4 平成29年より新規の選択肢

図表 150 BSE 関連について知っている知識（経年変化）

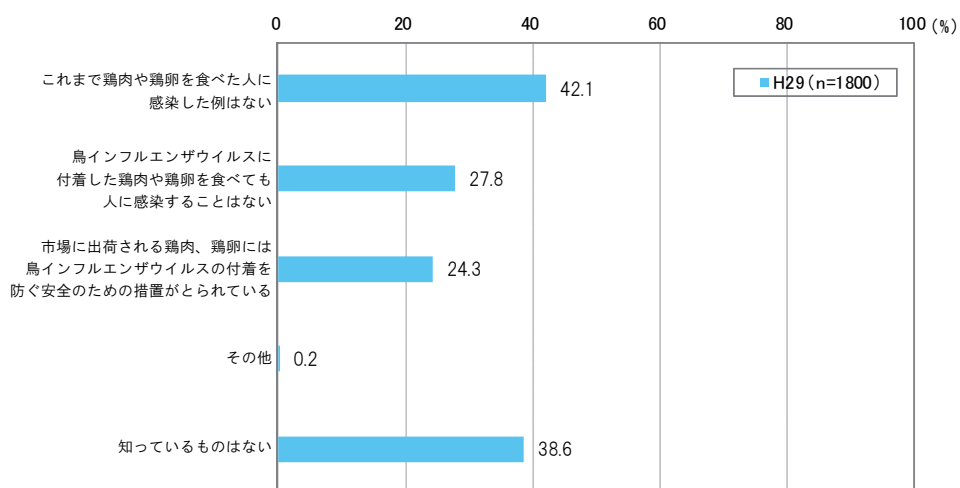


## 2) 鳥インフルエンザについて知っている知識 (Q25)

- 「これまで鶏肉や鶏卵を食べて人に感染した例はない」を知っている割合が最も高く、4割以上が認識。
- 過年度調査と比較すると、鳥インフルエンザについての知識は、いずれも昨年度より増加している。

### 【今年度調査】

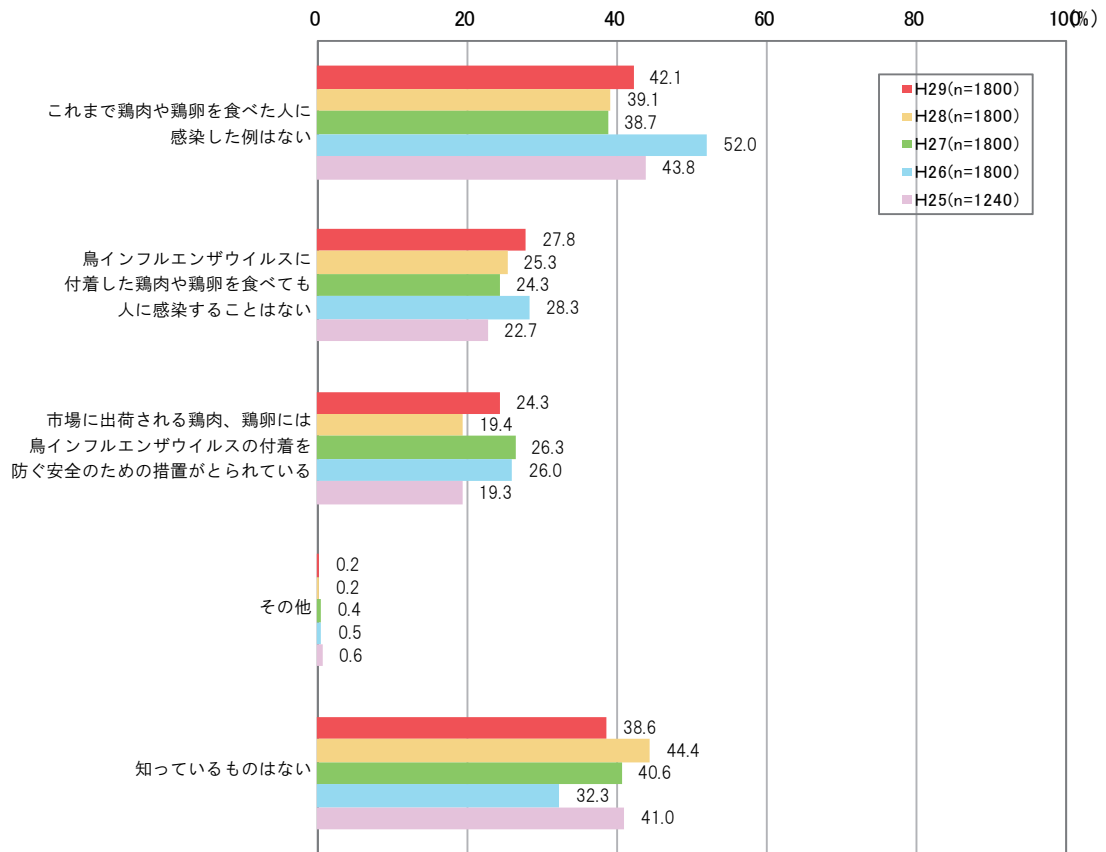
鳥インフルエンザについて知っている知識（複数回答）のTOP3は、「これまで鶏肉や鶏卵を食べて人に感染した例はない」「鳥インフルエンザの付着した鶏肉や鶏卵を食べても人に感染することはない」「市場に出荷される鶏肉・鶏卵には鳥インフルエンザウイルスの付着を防ぐ安全のための措置がとられている」で、それぞれ42.1%、27.8%、24.3%。



図表 151 鳥インフルエンザについて知っている知識

【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、鳥インフルエンザについての知識は、いずれも昨年度より増加している。



図表 152 鳥インフルエンザについて知っている知識（経年変化）

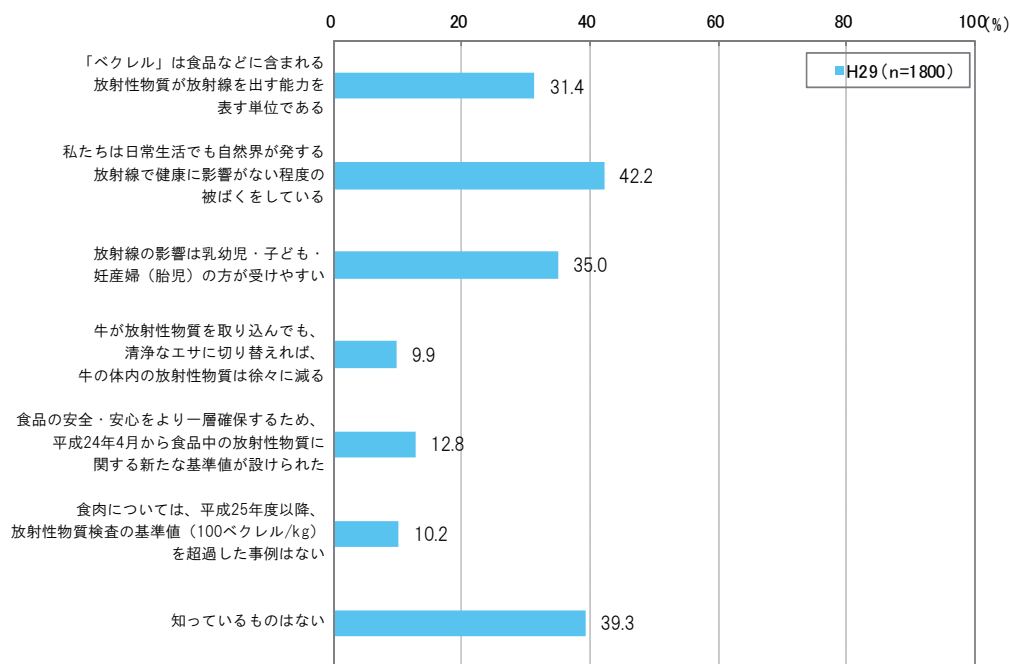
### (3) 食肉の放射能汚染についての知識

#### 1) 放射性物質とその影響等についての一般的な知識 (Q26)

- ▶ 「私たちは日常生活でも自然界が発する放射線によって健康に影響がない程度の被ばくをしている」の認知度が最も高く、4割以上が認知。
- ▶ 過年度調査と比較すると、昨年度からの大きな数値の変化は見られない。

#### 【今年度調査】

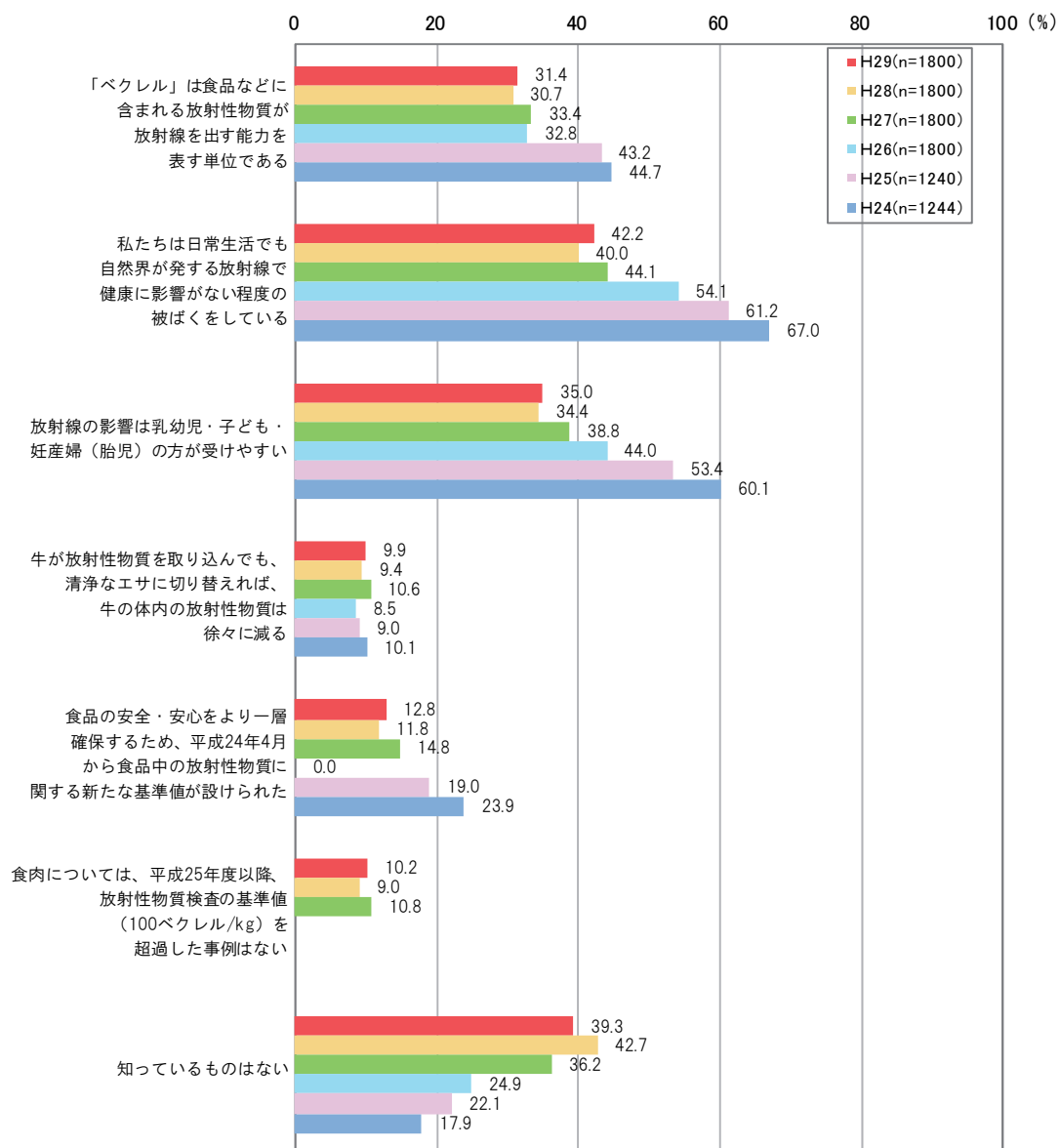
放射性物質とその影響等についての一般的な知識(複数回答)のTOP3は、「私たちは日常生活でも自然界が発する放射線によって健康に影響がない程度の被ばくをしている」「放射線の影響は乳幼児・子ども・妊産婦(胎児)の方が受けやすい」「『ベクレル』は食品などに含まれる放射性物質が放射線を出す能力を表す単位である」で、それぞれ42.2%、35.0%、31.4%。



図表 153 放射性物質とその影響等についての一般的な知識

【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、昨年度からの大きな数値の変化は見られない。



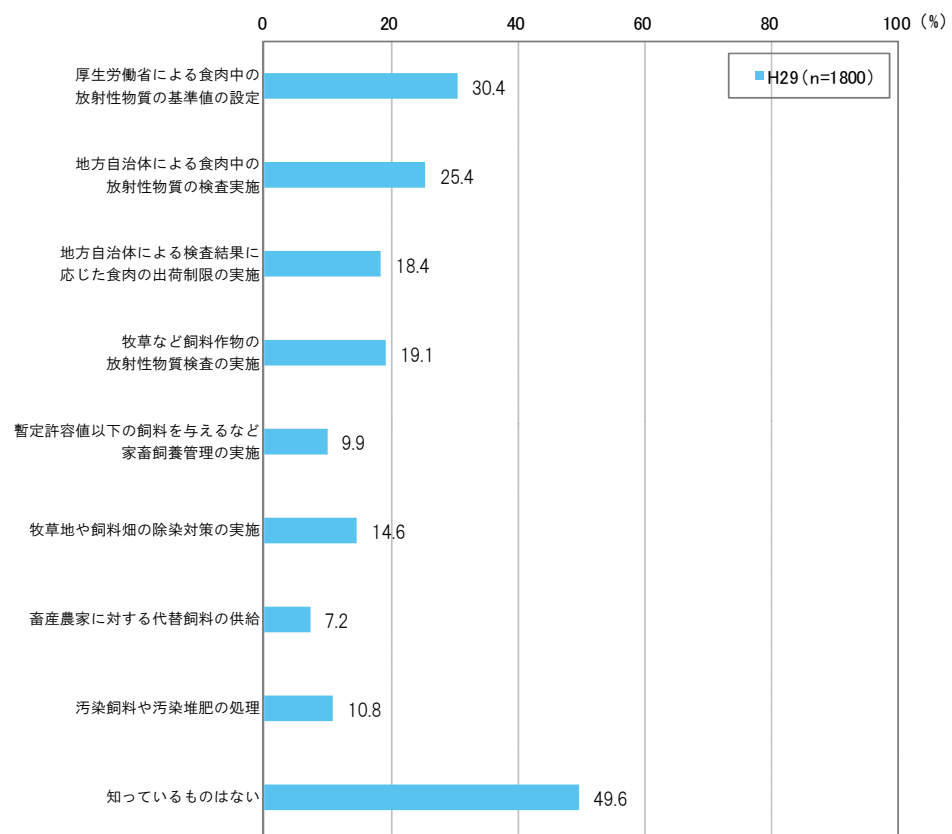
図表 154 放射性物質とその影響等についての一般的な知識（経年変化）

## 2) 食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識 (Q27)

- ▶ 「厚生労働省による食肉中の放射性物質の基準値の設定」の認知度最も高く、3割が認知。
- ▶ 昨年度に比べ、全ての項目で認知度が低下した。

### 【今年度調査】

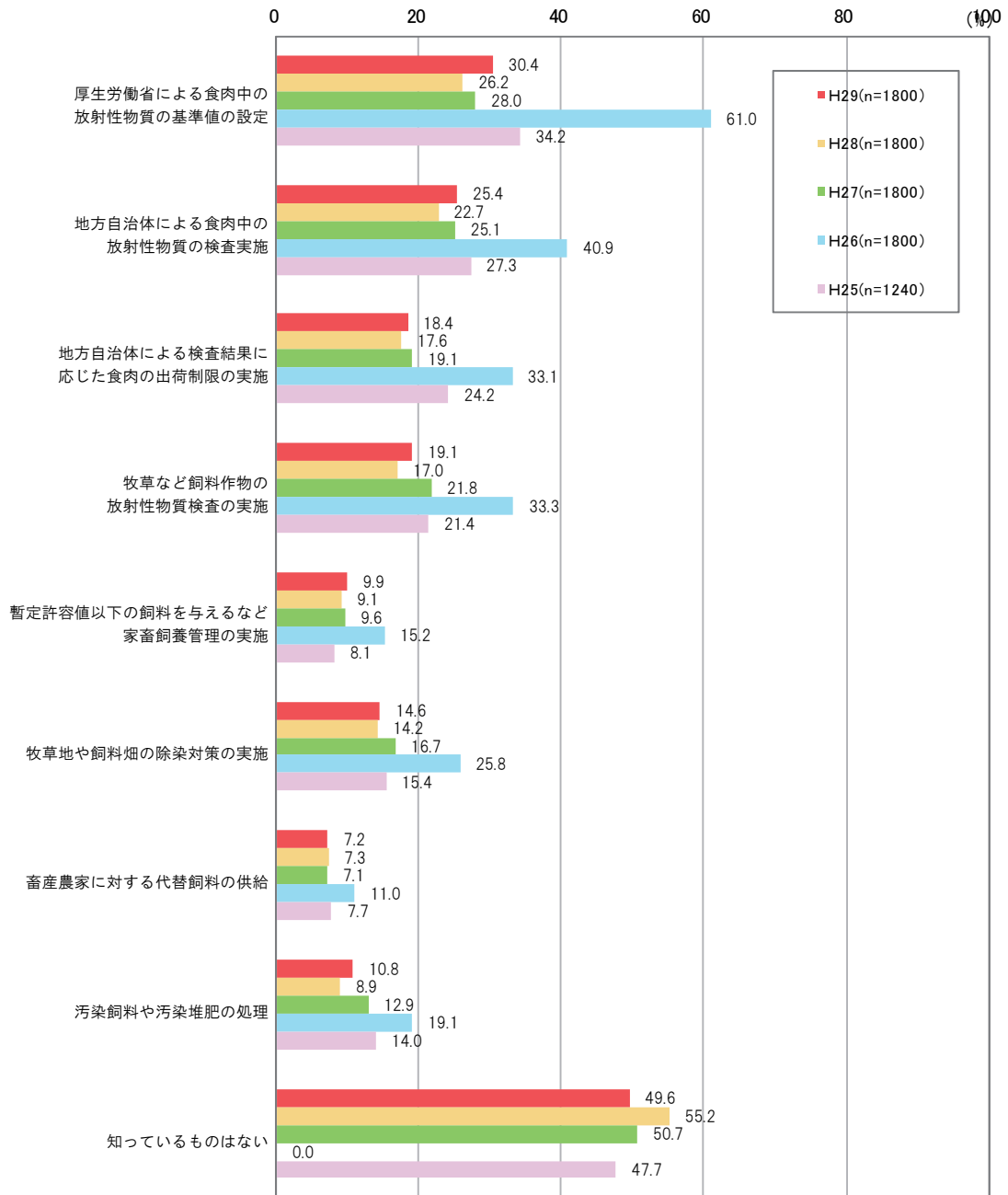
食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識（複数回答）のTOP3は、「厚生労働省による食肉中の放射性物質の基準値の設定」「地方自治体による食肉中の放射性物質の検査実施」「牧草など飼料作物の放射性物質検査の実施」で、それぞれ30.4%、25.4%、19.1%。



図表 155 食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識

【過年度調査との比較】

過年度調査との比較では、「厚生労働省による食肉中の放射性物質の基準値の設定」「地方自治体による食肉中の放射性物質の検査実施」の認知度が増加し、「知っているものはない」が減少している。



図表 156 食品中の放射性物質対策や畜産現場での安全確保の取り組みについての知識（経年変化）

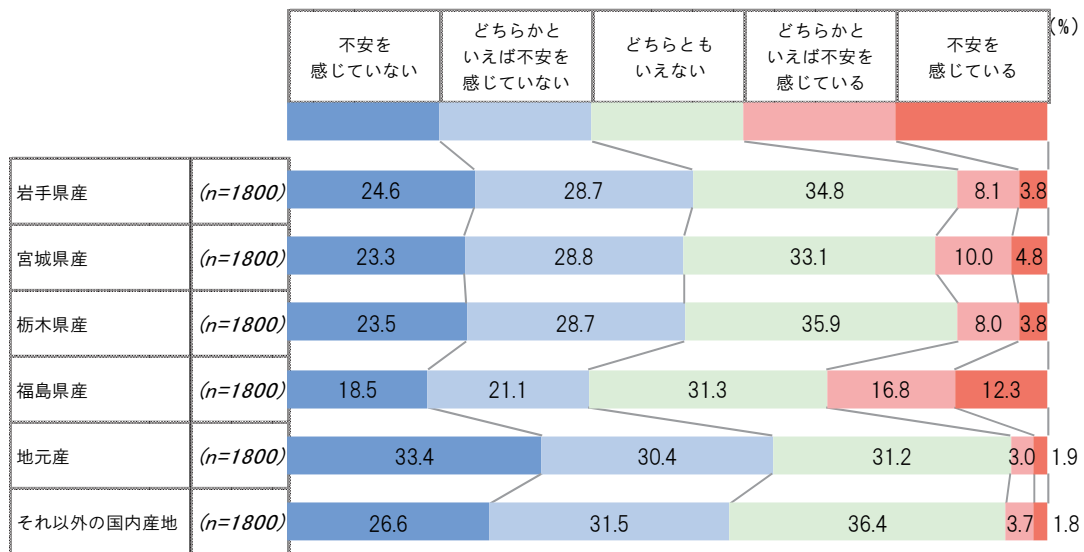
### 3) 産地別の食肉の放射能汚染への不安 (Q28)

- 「どちらかといえば不安を感じている」 + 「不安を感じている」の割合が福島県産で約3割と高い。
- 過年度調査と比較すると、各県ともに「不安を感じていない (不安を感じていない+どちらかといえば不安を感じていない)」の割合が増加傾向にあり、「どちらともいえない」の割合が減少傾向。

#### 【今年度調査】

産地別の食肉の放射能汚染への不安について尋ねたところ、「不安を感じている (不安を感じている+どちらかといえば不安を感じている)」の割合は岩手県産、宮城県産、栃木県産、福島県産、地元産、それ以外の国内産地でそれぞれ11.9%、14.8%、11.8%、29.1%、4.9%、5.5%となり、福島県産の割合が高い。

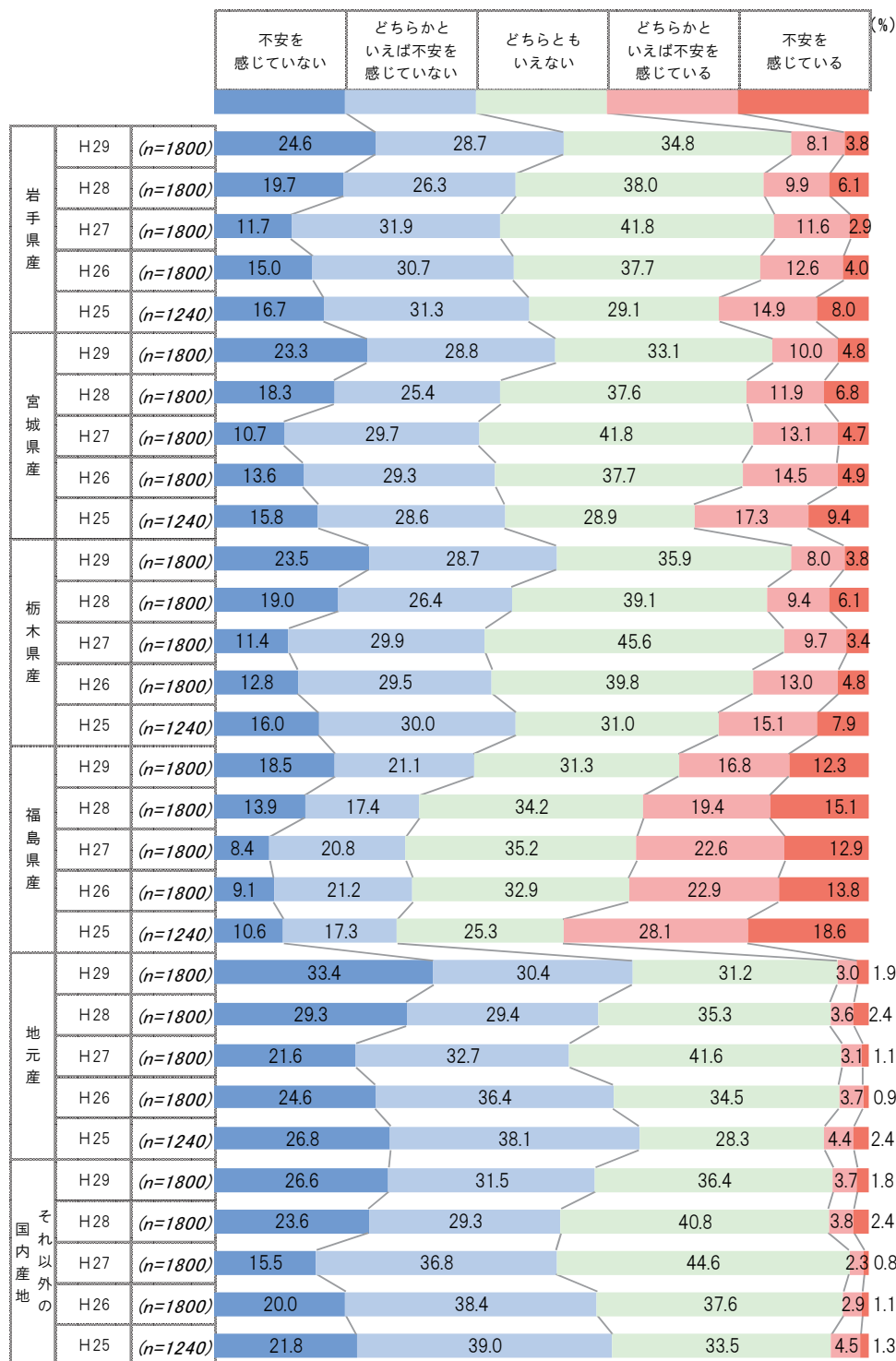
一方、「不安を感じていない (不安を感じていない+どちらかといえば不安を感じていない)」の割合は地元産、それ以外の国内産地の順で高く、それぞれ63.8%、58.1%となった。



図表 157 産地別の食肉の放射能汚染への不安

【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、各県ともに「不安を感じていない（不安を感じていない+どちらかといえば不安を感じていない）」の割合が増加傾向にあり、「どちらともいえない」の割合が減少傾向となっている。



図表 158 産地別の食肉の放射能汚染への不安（経年変化）



#### 4) 放射能汚染への不安解消に必要な事柄 (Q29)

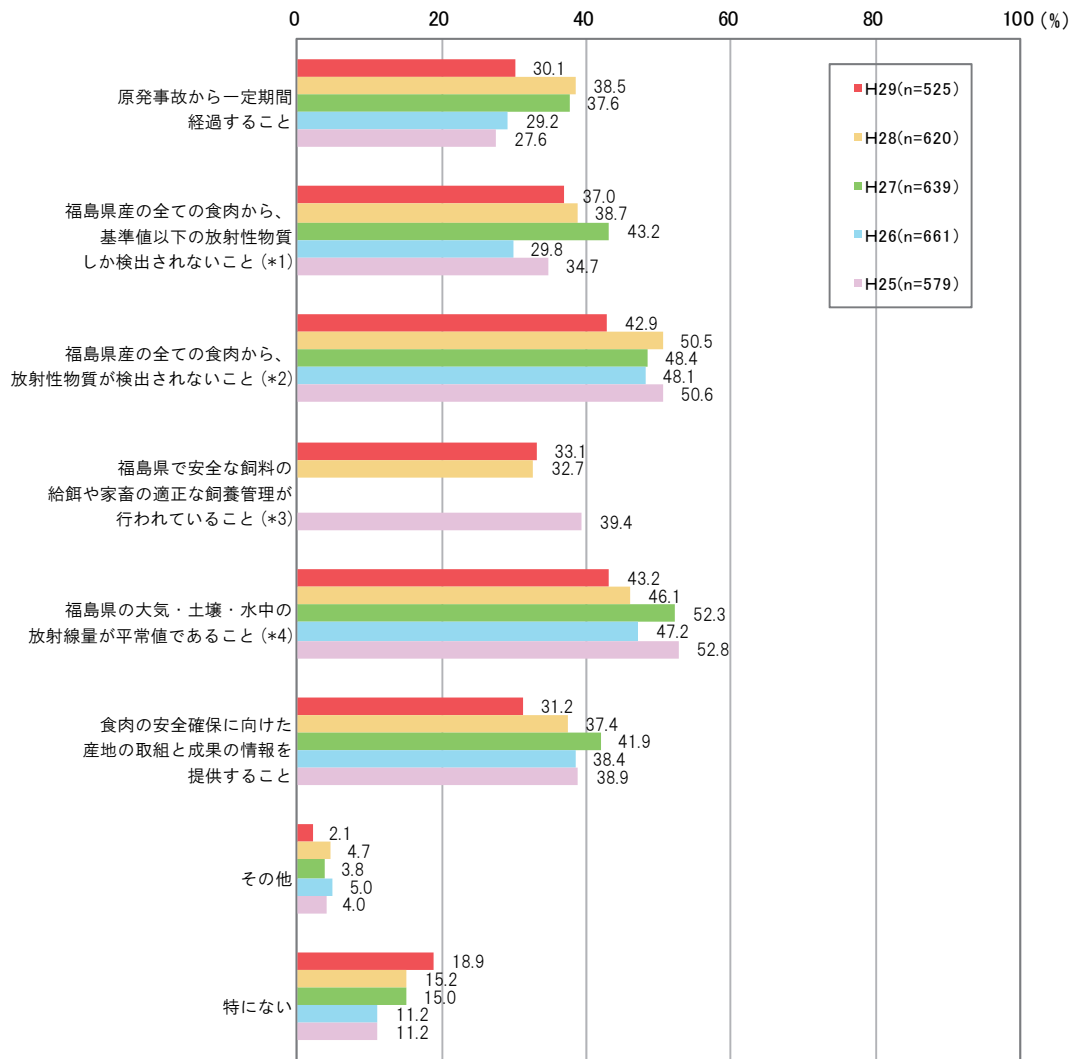
- 福島県産の食肉の放射能汚染の不安解消に必要な事柄は、「福島県の大気・土壌・水中の放射線量が平常値であること」「福島県産の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」が TOP2 で、4 割以上。
- 過年度調査と比較すると、「原発事故から一定期間経過すること」「福島県産の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」「食肉の安全確保に向けた産地の取組と成果の情報を提供すること」の割合が昨年度に比べ 5 ポイント以上減少。

##### 【今年度調査】

Q28 で福島県産の食肉の放射能汚染に対する不安をもっている人に、不安を解消する事柄について尋ねた結果、「福島県の大気・土壌・水中の放射線量が平常値であること」「福島県産の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」が TOP2 で、それぞれ 43.2%、42.9%。

##### 【過年度調査との比較結果】

過年度調査と比較すると、「原発事故から一定期間経過すること」「福島県産の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」「食肉の安全確保に向けた産地の取組と成果の情報を提供すること」の割合が昨年度に比べ 5 ポイント以上減少した。



\*1 平成28年の選択肢「その産地の全ての食肉から、基準値以下の放射性物質しか検出されないこと」より変更  
 \*2 平成28年の選択肢「その産地の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」より変更  
 \*3 平成28年の選択肢「その産地で安全な飼料の給餌や家畜の適正な飼養管理が行われていること」より変更  
 \*4 平成28年の選択肢「その産地の大気・土壌・水中の放射線量が平常値であること」より変更

図表 159 福島県産の食肉の放射能汚染への不安解消に必要な事柄（経年変化）

※「その産地の全ての食肉から、放射性物質が検出されないこと」という選択肢は「その産地の全ての食肉から、基準値以下の放射性物質しか検出されないこと」を包含する意味を持つ選択肢であるが、これらの選択肢を両方選択した対象者が 120s 存在する。

#### (4) 食肉の安全性に対する社会的な意識

##### 1) 社会全体における食肉の安全性の認識 (Q34)

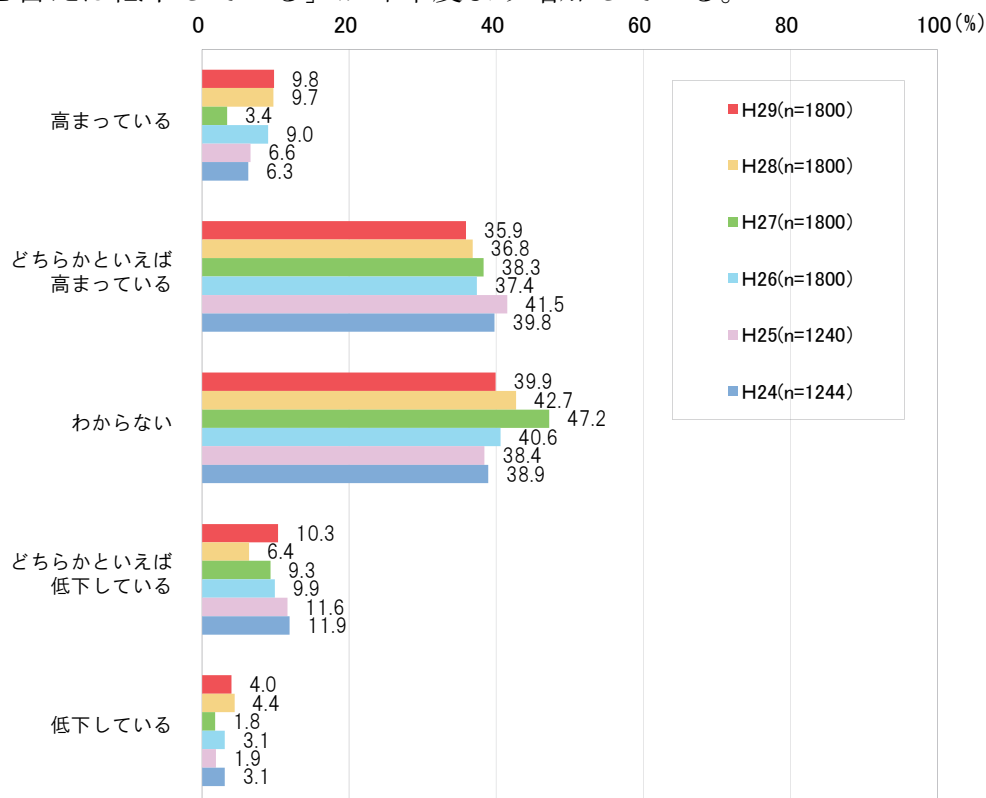
- 社会全体に対する食肉の安全性の認識は「高まっている（高まっている＋どちらかといえば高まっている）」の割合が約半数。
- 過年度調査と比較すると、「わからない」の割合は減少傾向にあり、「どちらかといえば低下している」が昨年度より増加。

##### 【今年度調査】

社会全体における食肉の安全性について尋ねたところ、「低下している（低下している＋どちらかといえば低下している）」の割合が 14.3%であるのに対して、「高まっている（高まっている＋どちらかといえば高まっている）」の割合は 45.7%で、社会全体の食肉の安全性が高まっていると消費者が認識していると考えられる。

##### 【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、「わからない」の割合は減少傾向にあり、「どちらかといえば低下している」が昨年度より増加している。



図表 160 社会全体における食肉の安全性の認識 (経年変化)

## 2) 食品の安全性に係る問題発生時に食肉の情報を得るために用いる情報源と普段用いる情報源、信頼できる情報源 (Q35・Q36・Q37)

- ▶ 食品の安全性に係る問題発生時用いる情報源、普段用いる情報源、信頼できる情報源はいずれも「テレビのニュース・報道番組」が最も多い。
- ▶ 過年度調査と比較すると、いずれの情報源でも「テレビのワイドショー・情報番組」が増加傾向。

### 【今年度調査】

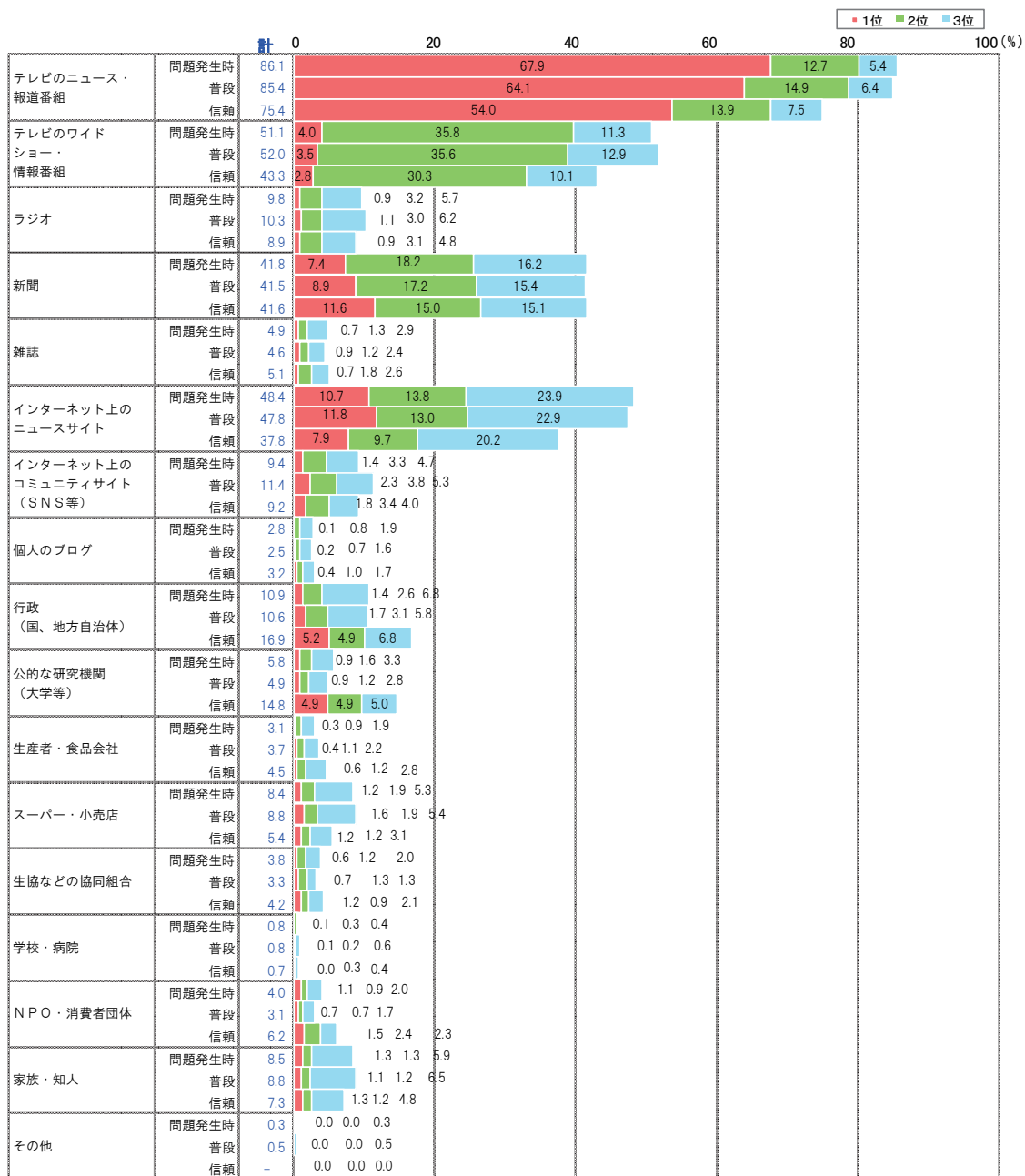
食品の安全性に係る問題発生時に用いる情報源、普段用いる情報源、信頼できる情報源について尋ねたところ、問題発生時に用いる情報源のTOP3は「テレビのニュース・報道番組」「テレビのワイドショー・情報番組」「インターネット上のニュースサイト」で、それぞれ86.1%、51.1%、48.4%。

普段用いる情報源のTOP3は問題発生時に用いる情報源と変わらず、「テレビのニュース・報道番組」「テレビのワイドショー・情報番組」「インターネット上のニュースサイト」で、それぞれ85.4%、52.0%、47.8%。

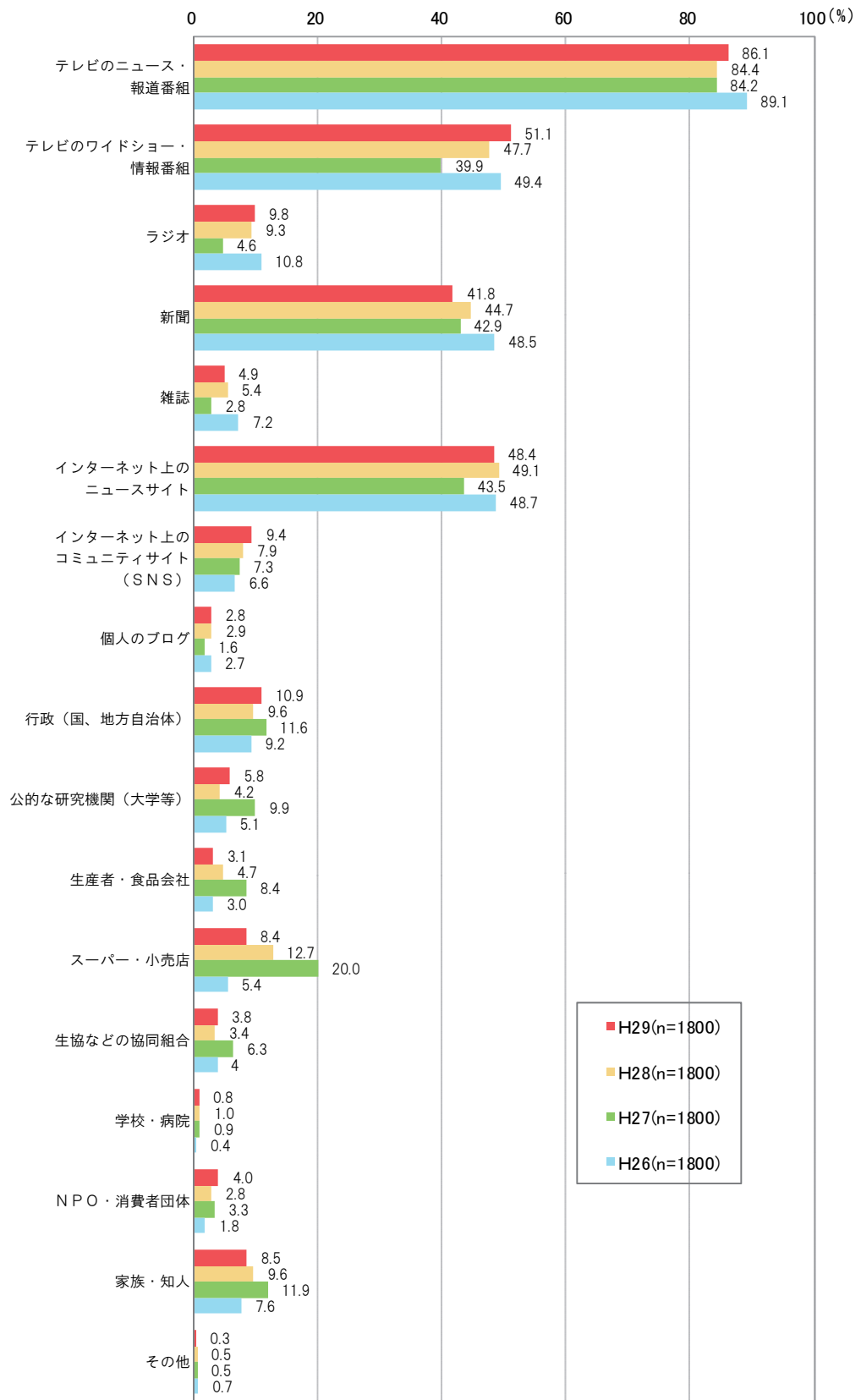
信頼できる情報源のTOP3は「テレビのニュース・報道番組」「テレビのワイドショー・情報番組」「新聞」で、それぞれ75.4%、43.3%、41.6%。

### 【過年度調査との比較】

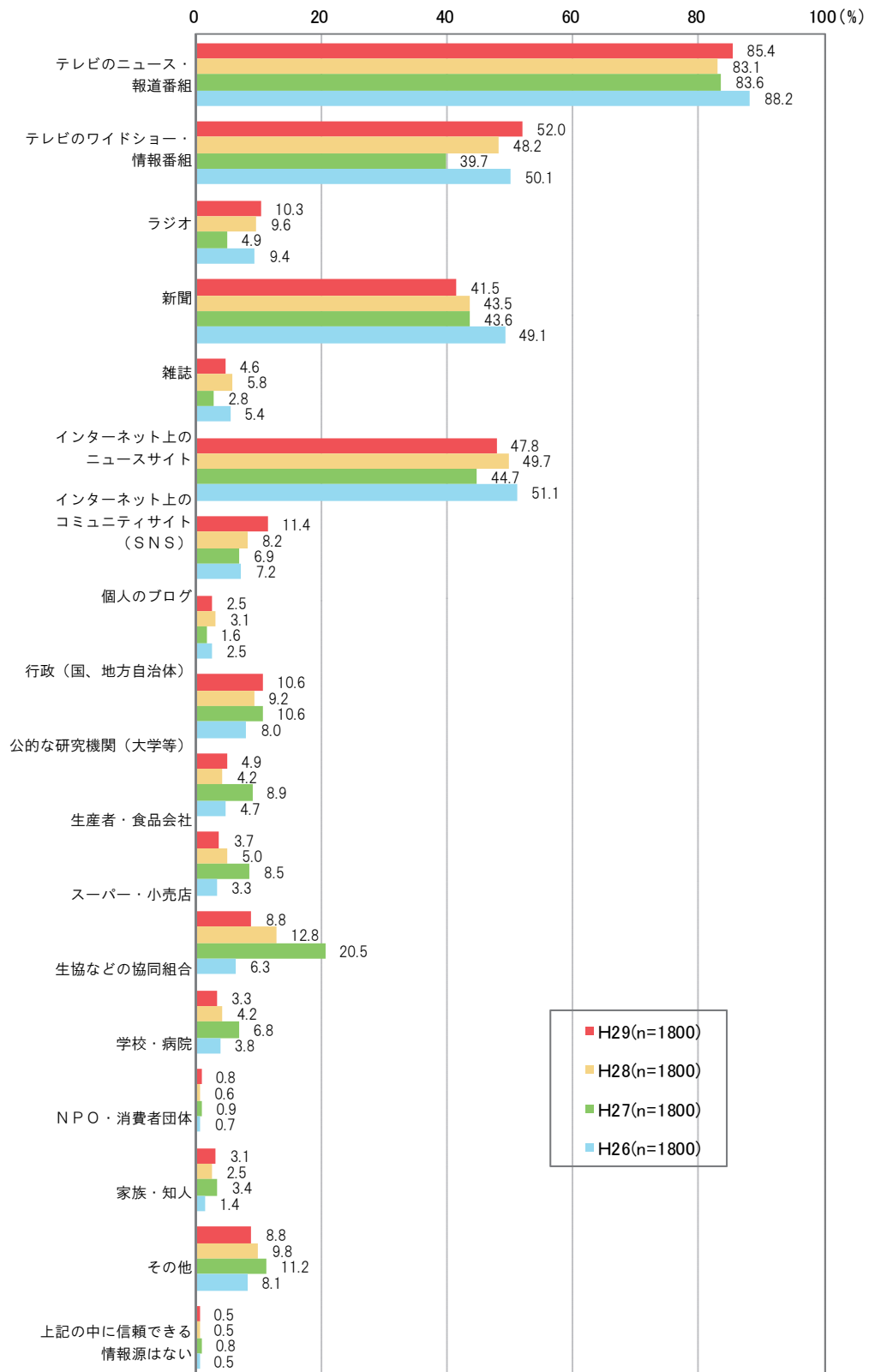
過年度調査と比較すると、いずれの情報源でも「テレビのワイドショー・情報番組」が増加傾向となっている。



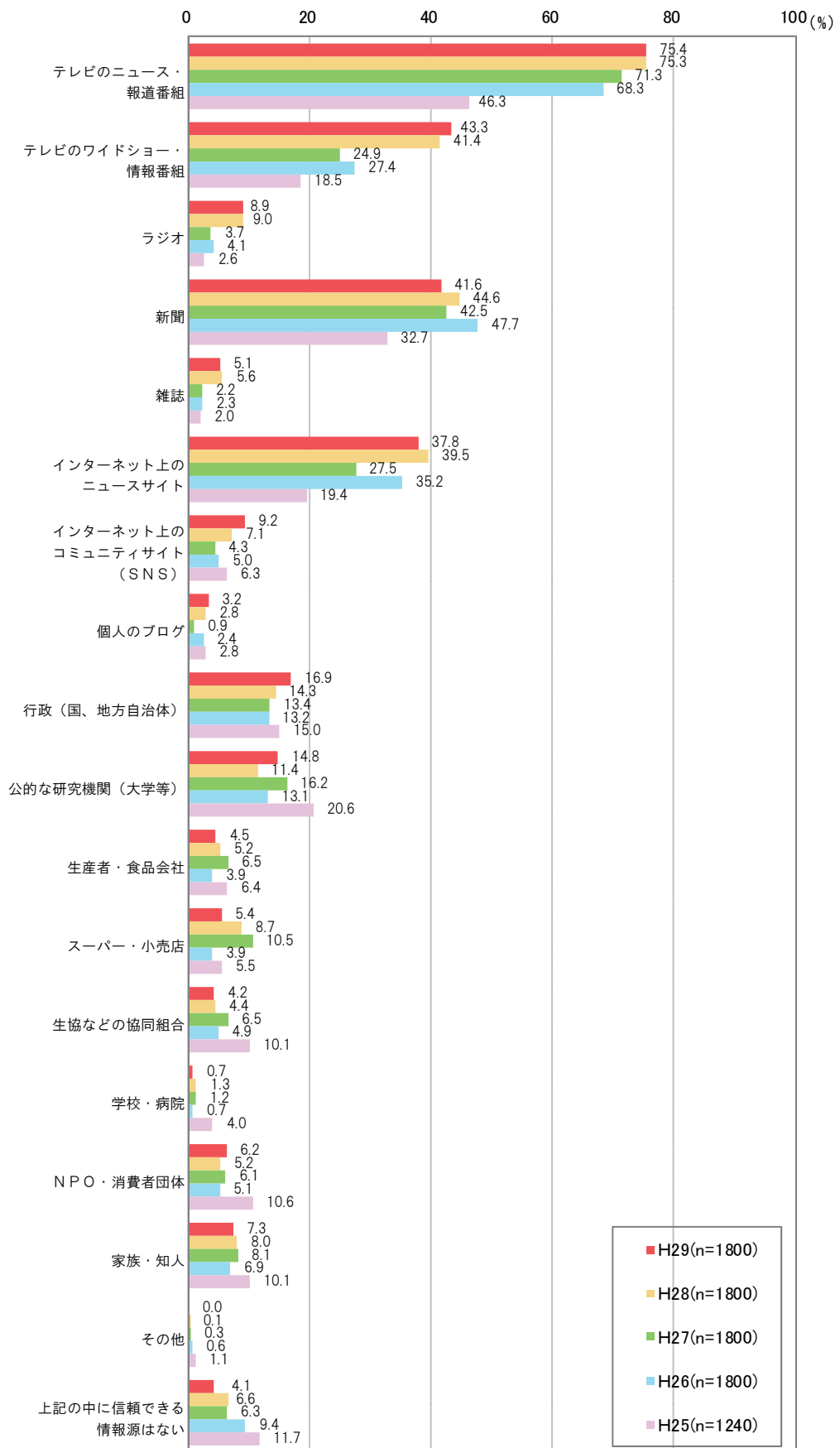
図表 161 問題発生時に用いる情報源・普段用いる情報源・信頼できる情報源



図表 162 問題発生時に用いる情報源 (経年変化)



図表 163 普段用いる情報源（経年変化）



図表 164 信頼できる情報源(経年変化)



### 3) 各機関の取り組みに対する信頼性 (Q38)

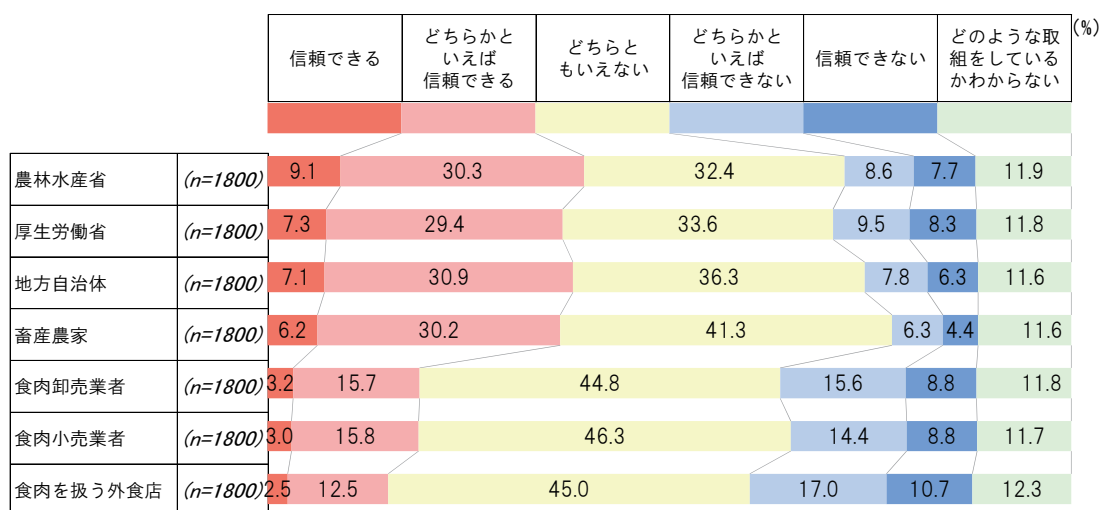
- 「信頼できる (信頼できる+どちらかといえば信頼できる)」の割合が高かったのは「農林水産省」「厚生労働省」「地方自治体」「畜産農家」。
- 過年度調査と比較すると、地方自治体、畜産農家は「信頼できる (信頼できる+どちらかといえば信頼できる)」の割合が昨年度に比べて増加。

#### 【今年度調査】

食肉の安全性に関しては、農林水産省、厚生労働省といった国の機関、地方自治体、大学などの機関が様々な取り組みを行っている。各機関の取り組みについて消費者から見た際、どの機関が信用できるか尋ねた。

その結果「信頼できる (信頼できる+どちらかといえば信頼できる)」の割合は「農林水産省」「地方自治体」「厚生労働省」「畜産農家」の順で高く、それぞれ 39.4%、38.0%、36.7%、36.4%。

逆に「信頼できない (信頼できない+どちらかといえば信頼できない)」の割合は「食肉を扱う外食店」「食肉卸売業者」「食肉小売業者」の順で高く、それぞれ 27.7%、24.4%、23.2%。

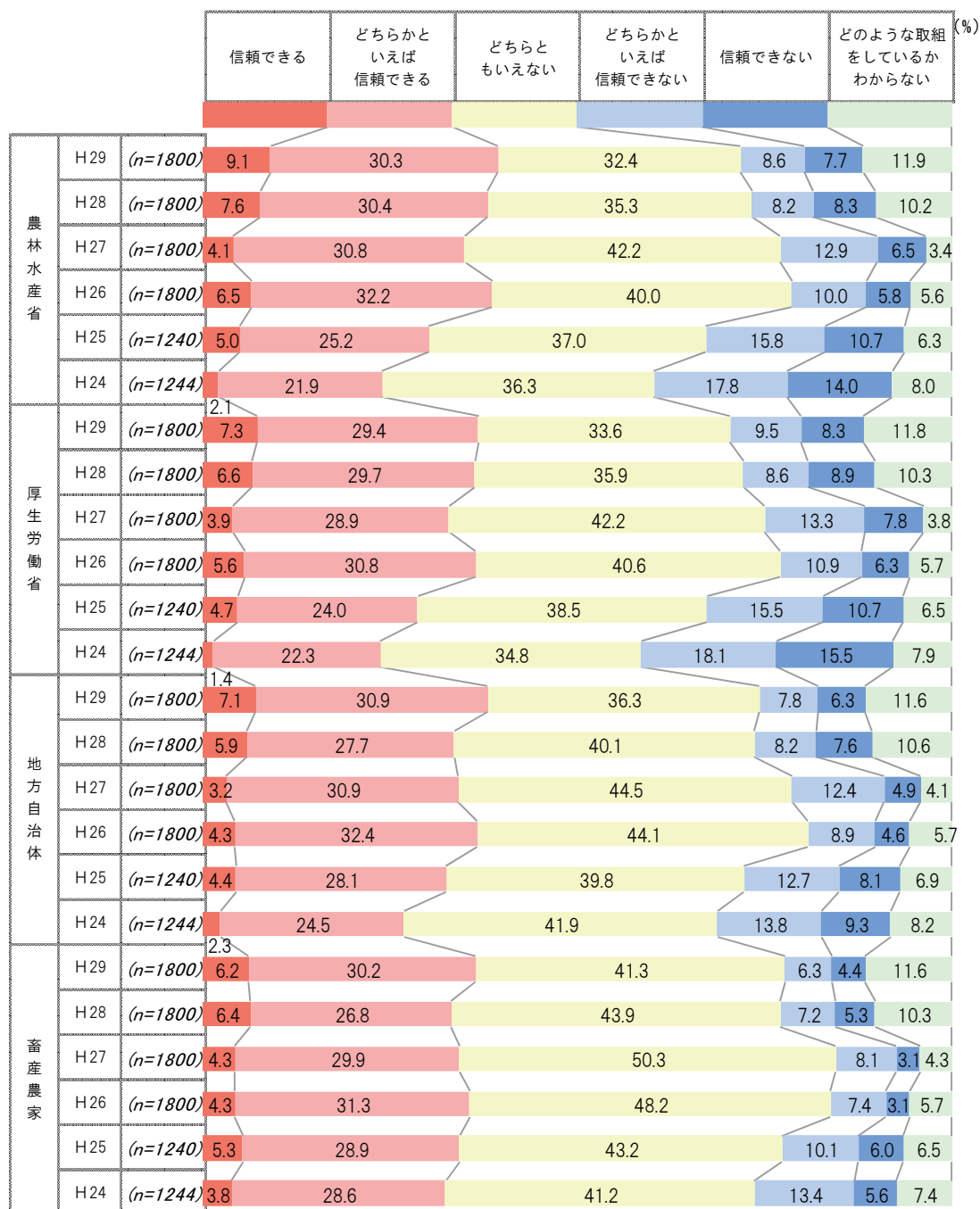


図表 165 各機関の取組に対する信頼性

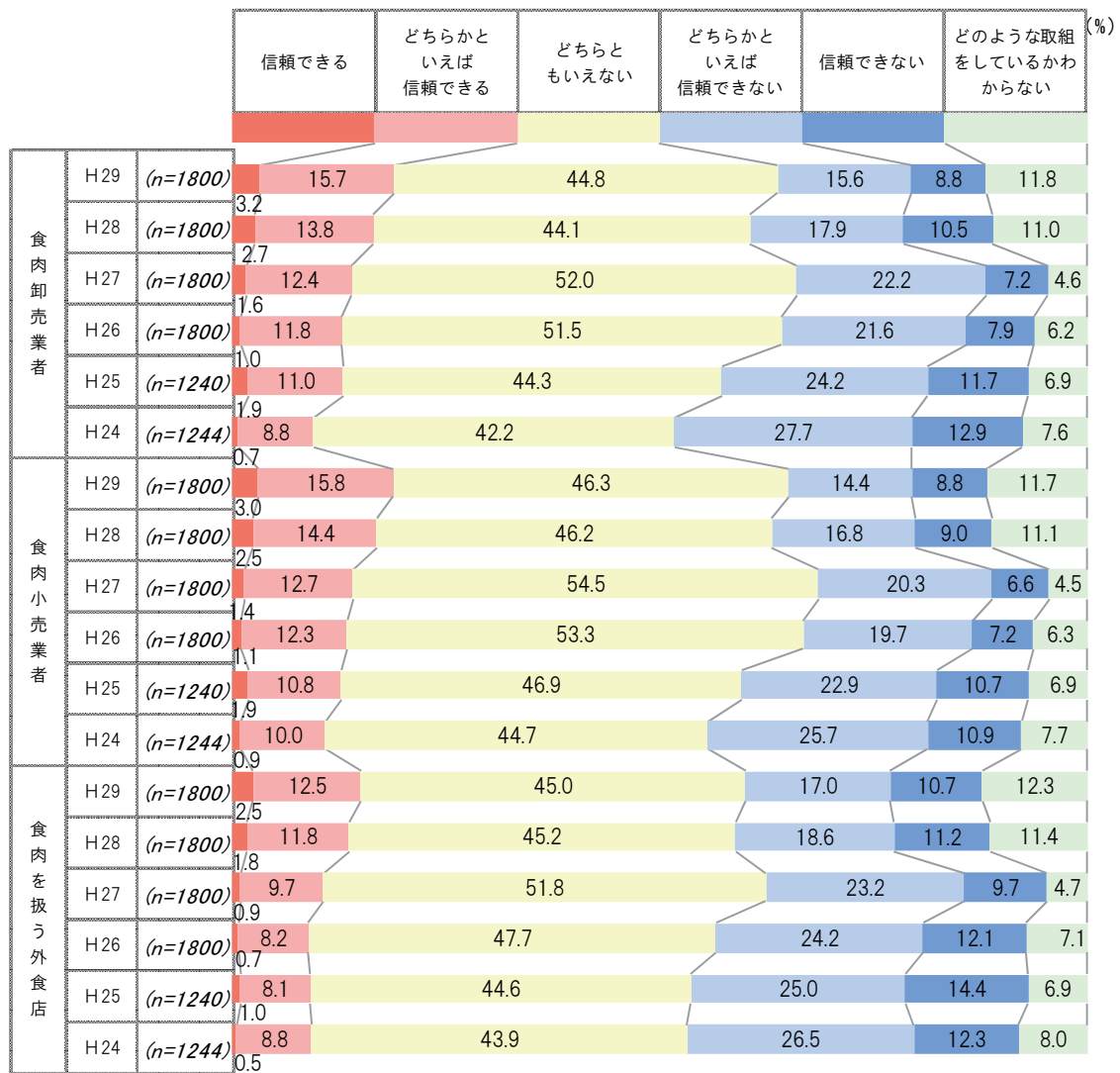
【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、地方自治体、畜産農家は「信頼できる（信頼できる＋どちらかといえば信頼できる）」の割合が昨年度に比べて増加している。

また、「食肉を扱う外食店」「食肉卸売業者」「食肉小売業者」は、「信頼できない（信頼できない＋どちらかといえば信頼できない）」の割合が高いものの、「信頼できる（信頼できる＋どちらかといえば信頼できる）」の割合は増加傾向となっている。



図表 166 行政・農家の取組に対する信頼性（経年変化）



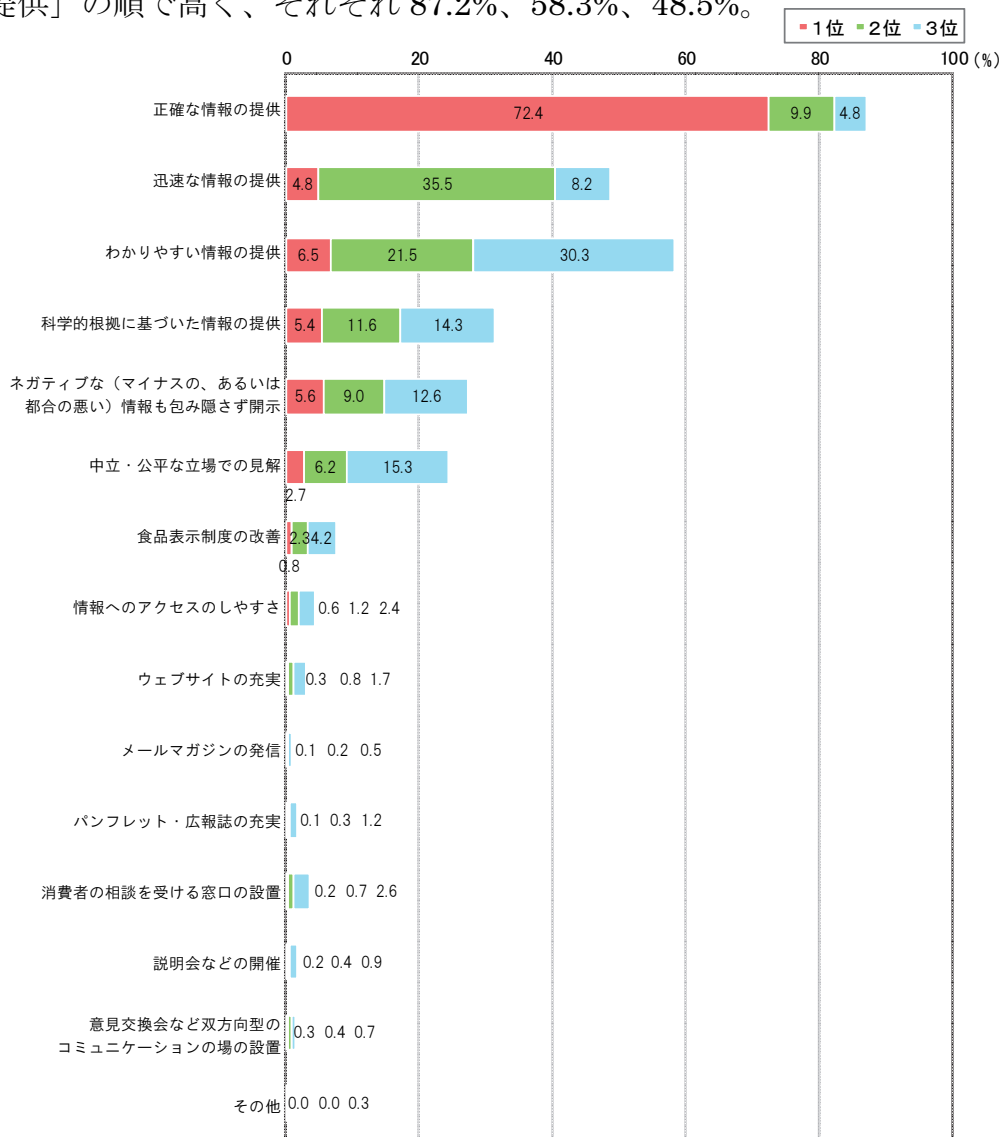
図表 167 民間事業者などの取組に対する信頼性（経年変化）

#### 4) 食肉の安全性の情報提供に対する行政への期待 (Q39)

- 「正確な情報の提供」「迅速な情報の提供」「わかりやすい情報の提供」の順で高い。
- 過年度調査と比較すると、「ネガティブな（マイナスの、あるいは都合の悪い）情報も包み隠さず開示」が増加傾向。

##### 【今年度調査】

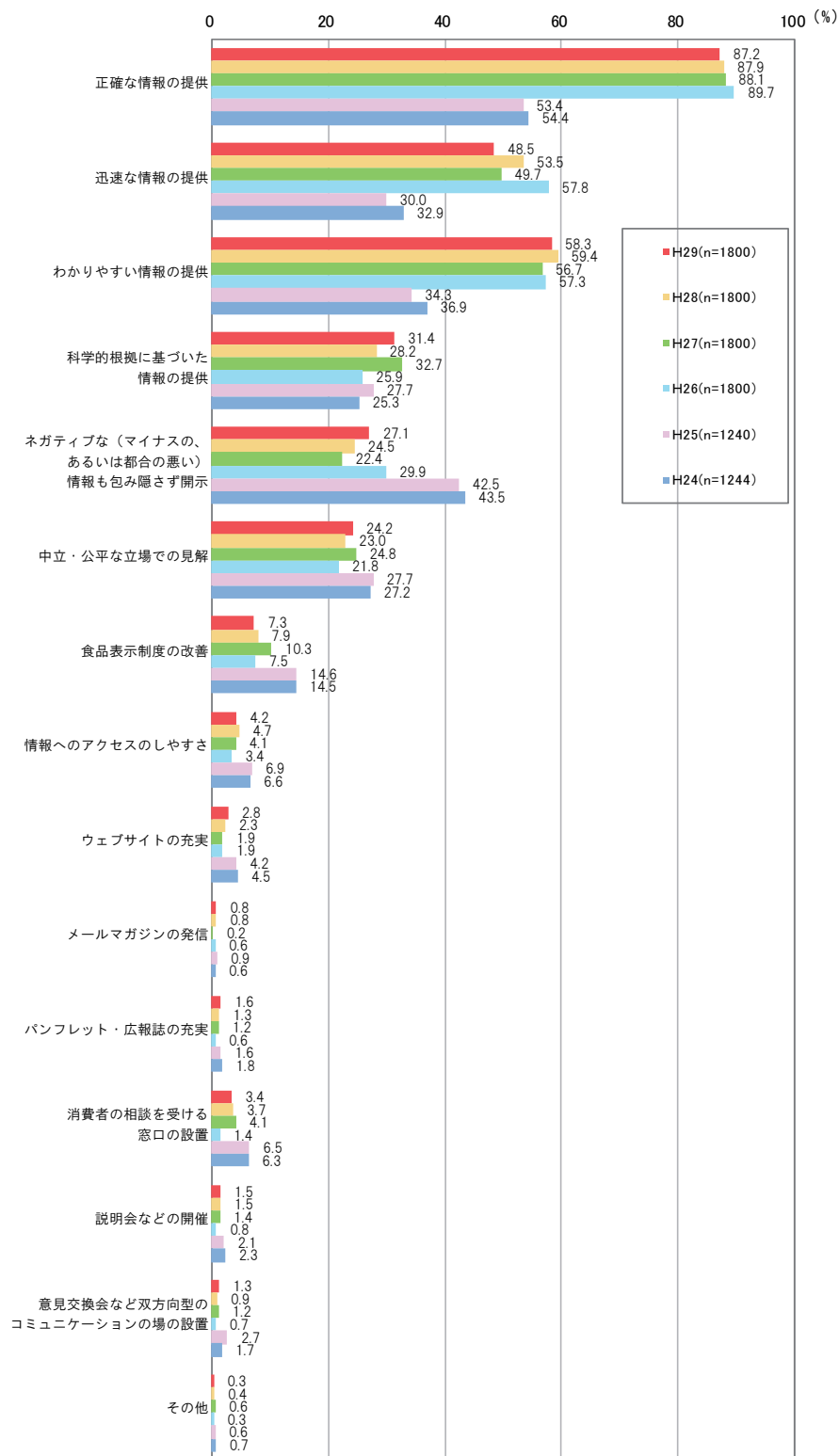
食肉の安全性に関する情報提供において、行政に期待することの上位3つを尋ねたところ、「正確な情報の提供」「わかりやすい情報の提供」「迅速な情報の提供」の順で高く、それぞれ87.2%、58.3%、48.5%。



図表 168 情報提供に対する行政への期待

【過年度調査との比較】

過年度調査と比較すると、「ネガティブな（マイナスの、あるいは都合の悪い）情報も包み隠さず開示」が増加傾向となっている。



図表 169 情報提供に対する行政への期待（経年変化）

## 集計表

Q4 牛肉、豚肉、鶏肉、魚介料理について、各料理を食べる頻度をお答えください。それぞれの事項について、最も近いものを1つお選びください。※中食とは、惣菜や調理済み食品を購入して食べることをいいます。肉や魚介を主菜とする購入弁当も含まれます。

【1. 牛肉料理】 内食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	21 1.2	41 2.3	295 16.4	528 29.3	346 19.2	204 11.3	260 14.4	105 5.8
地域	首都圏		900 100	6 0.7	18 2.0	112 12.4	245 27.2	188 20.9	117 13.0	151 16.8	63 7.0
	京阪神圏		900 100	15 1.7	23 2.6	183 20.3	283 31.4	158 17.6	87 9.7	109 12.1	42 4.7
年代	20代		300 100	11 3.7	15 5.0	54 18.0	66 22.0	60 20.0	33 11.0	39 13.0	22 7.3
	30代		300 100	1 0.3	5 1.7	42 14.0	84 28.0	62 20.7	37 12.3	56 18.7	13 4.3
	40代		300 100	1 0.3	4 1.3	42 14.0	75 25.0	60 20.0	38 12.7	61 20.3	19 6.3
	50代		300 100	3 1.0	3 1.0	40 13.3	96 32.0	61 20.3	39 13.0	40 13.3	18 6.0
	60代		300 100	0 0.0	4 1.3	49 16.3	109 36.3	52 17.3	32 10.7	37 12.3	17 5.7
	70代以上		300 100	5 1.7	10 3.3	68 22.7	98 32.7	51 17.0	25 8.3	27 9.0	16 5.3

【2. 牛肉料理】 中食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	13 0.7	24 1.3	113 6.3	258 14.3	202 11.2	217 12.1	533 29.6	440 24.4
地域	首都圏		900 100	3 0.3	9 1.0	57 6.3	128 14.2	94 10.4	101 11.2	273 30.3	235 26.1
	京阪神圏		900 100	10 1.1	15 1.7	56 6.2	130 14.4	108 12.0	116 12.9	260 28.9	205 22.8
年代	20代		300 100	10 3.3	14 4.7	33 11.0	50 16.7	52 17.3	32 10.7	56 18.7	53 17.7
	30代		300 100	1 0.3	4 1.3	21 7.0	56 18.7	32 10.7	41 13.7	100 33.3	45 15.0
	40代		300 100	1 0.3	1 0.3	21 7.0	50 16.7	31 10.3	34 11.3	106 35.3	56 18.7
	50代		300 100	0 0.0	3 1.0	12 4.0	34 11.3	30 10.0	43 14.3	99 33.0	79 26.3
	60代		300 100	0 0.0	0 0.0	12 4.0	28 9.3	29 9.7	36 12.0	102 34.0	93 31.0
	70代以上		300 100	1 0.3	2 0.7	14 4.7	40 13.3	28 9.3	31 10.3	70 23.3	114 38.0

【3. 牛肉料理】 外食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	9 0.5	18 1.0	62 3.4	179 9.9	205 11.4	413 22.9	654 36.3	260 14.4
地域	首都圏		900 100	2 0.2	11 1.2	34 3.8	95 10.6	95 10.6	197 21.9	321 35.7	145 16.1
	京阪神圏		900 100	7 0.8	7 0.8	28 3.1	84 9.3	110 12.2	216 24.0	333 37.0	115 12.8
年代	20代		300 100	6 2.0	10 3.3	31 10.3	40 13.3	45 15.0	65 21.7	72 24.0	31 10.3
	30代		300 100	1 0.3	3 1.0	12 4.0	40 13.3	39 13.0	73 24.3	105 35.0	27 9.0
	40代		300 100	0 0.0	2 0.7	9 3.0	24 8.0	43 14.3	72 24.0	122 40.7	28 9.3
	50代		300 100	0 0.0	1 0.3	4 1.3	31 10.3	29 9.7	74 24.7	116 38.7	45 15.0
	60代		300 100	0 0.0	2 0.7	3 1.0	20 6.7	27 9.0	62 20.7	132 44.0	54 18.0
	70代以上		300 100	2 0.7	0 0.0	3 1.0	24 8.0	22 7.3	67 22.3	107 35.7	75 25.0

【4. 豚肉料理】 内食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	26 1.4	111 6.2	658 36.6	496 27.6	232 12.9	95 5.3	118 6.6	64 3.6
地域	首都圏		900 100	12 1.3	62 6.9	333 37.0	245 27.2	118 13.1	41 4.6	55 6.1	34 3.8
	京阪神圏		900 100	14 1.6	49 5.4	325 36.1	251 27.9	114 12.7	54 6.0	63 7.0	30 3.3
年代	20代		300 100	7 2.3	30 10.0	96 32.0	75 25.0	46 15.3	13 4.3	18 6.0	15 5.0
	30代		300 100	5 1.7	21 7.0	116 38.7	80 26.7	34 11.3	17 5.7	22 7.3	5 1.7
	40代		300 100	3 1.0	12 4.0	106 35.3	72 24.0	53 17.7	18 6.0	29 9.7	7 2.3
	50代		300 100	6 2.0	14 4.7	109 36.3	88 29.3	39 13.0	12 4.0	21 7.0	11 3.7
	60代		300 100	2 0.7	15 5.0	119 39.7	86 28.7	39 13.0	19 6.3	13 4.3	7 2.3
	70代以上		300 100	3 1.0	19 6.3	112 37.3	95 31.7	21 7.0	16 5.3	15 5.0	19 6.3

【5. 豚肉料理】 中食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	10 0.6	27 1.5	167 9.3	293 16.3	264 14.7	232 12.9	433 24.1	374 20.8
地域	首都圏		900 100	1 0.1	13 1.4	87 9.7	152 16.9	147 16.3	105 11.7	207 23.0	188 20.9
	京阪神圏		900 100	9 1.0	14 1.6	80 8.9	141 15.7	117 13.0	127 14.1	226 25.1	186 20.7
年代	20代		300 100	7 2.3	18 6.0	45 15.0	52 17.3	61 20.3	34 11.3	47 15.7	36 12.0
	30代		300 100	1 0.3	5 1.7	39 13.0	65 21.7	41 13.7	43 14.3	72 24.0	34 11.3
	40代		300 100	0 0.0	0 0.0	28 9.3	44 14.7	55 18.3	49 16.3	79 26.3	45 15.0
	50代		300 100	1 0.3	2 0.7	19 6.3	51 17.0	46 15.3	33 11.0	83 27.7	65 21.7
	60代		300 100	0 0.0	0 0.0	16 5.3	37 12.3	41 13.7	38 12.7	85 28.3	83 27.7
	70代以上		300 100	1 0.3	2 0.7	20 6.7	44 14.7	20 6.7	35 11.7	67 22.3	111 37.0

【6. 豚肉料理】 外食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	8 0.4	19 1.1	90 5.0	186 10.3	221 12.3	366 20.3	609 33.8	301 16.7
地域	首都圏		900 100	1 0.1	11 1.2	50 5.6	92 10.2	121 13.4	189 21.0	287 31.9	149 16.6
	京阪神圏		900 100	7 0.8	8 0.9	40 4.4	94 10.4	100 11.1	177 19.7	322 35.8	152 16.9
年代	20代		300 100	6 2.0	9 3.0	36 12.0	46 15.3	41 13.7	62 20.7	64 21.3	36 12.0
	30代		300 100	1 0.3	3 1.0	20 6.7	45 15.0	48 16.0	69 23.0	88 29.3	26 8.7
	40代		300 100	0 0.0	4 1.3	18 6.0	22 7.3	46 15.3	60 20.0	118 39.3	32 10.7
	50代		300 100	0 0.0	1 0.3	4 1.3	29 9.7	33 11.0	60 20.0	118 39.3	55 18.3
	60代		300 100	0 0.0	0 0.0	8 2.7	23 7.7	35 11.7	53 17.7	118 39.3	63 21.0
	70代以上		300 100	1 0.3	2 0.7	4 1.3	21 7.0	18 6.0	62 20.7	103 34.3	89 29.7



【7. 鶏肉料理】 内食

度数横%		全体	ほぼ毎日	週に4～5日程度	週に2～3日程度	週に1日程度	月に2～3日程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全体		1800 100	19 1.1	87 4.8	553 30.7	526 29.2	252 14.0	130 7.2	128 7.1	105 5.8
地域	首都圏	900 100	10 1.1	43 4.8	280 31.1	267 29.7	127 14.1	53 5.9	68 7.6	52 5.8
	京阪神圏	900 100	9 1.0	44 4.9	273 30.3	259 28.8	125 13.9	77 8.6	60 6.7	53 5.9
年代	20代	300 100	8 2.7	26 8.7	95 31.7	71 23.7	38 12.7	26 8.7	23 7.7	13 4.3
	30代	300 100	2 0.7	11 3.7	97 32.3	97 32.3	45 15.0	23 7.7	21 7.0	4 1.3
	40代	300 100	2 0.7	15 5.0	100 33.3	76 25.3	50 16.7	23 7.7	25 8.3	9 3.0
	50代	300 100	2 0.7	14 4.7	90 30.0	98 32.7	39 13.0	16 5.3	20 6.7	21 7.0
	60代	300 100	2 0.7	12 4.0	84 28.0	90 30.0	45 15.0	22 7.3	23 7.7	22 7.3
	70代以上	300 100	3 1.0	9 3.0	87 29.0	94 31.3	35 11.7	20 6.7	16 5.3	36 12.0

【8. 鶏肉料理】 中食

度数横%		全体	ほぼ毎日	週に4～5日程度	週に2～3日程度	週に1日程度	月に2～3日程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全体		1800 100	10 0.6	24 1.3	175 9.7	339 18.8	269 14.9	238 13.2	402 22.3	343 19.1
地域	首都圏	900 100	3 0.3	10 1.1	100 11.1	164 18.2	138 15.3	115 12.8	204 22.7	166 18.4
	京阪神圏	900 100	7 0.8	14 1.6	75 8.3	175 19.4	131 14.6	123 13.7	198 22.0	177 19.7
年代	20代	300 100	8 2.7	8 2.7	43 14.3	67 22.3	61 20.3	38 12.7	40 13.3	35 11.7
	30代	300 100	1 0.3	5 1.7	40 13.3	65 21.7	46 15.3	46 15.3	68 22.7	29 9.7
	40代	300 100	0 0.0	4 1.3	34 11.3	60 20.0	48 16.0	46 15.3	69 23.0	39 13.0
	50代	300 100	0 0.0	3 1.0	25 8.3	59 19.7	49 16.3	38 12.7	78 26.0	48 16.0
	60代	300 100	0 0.0	1 0.3	17 5.7	45 15.0	43 14.3	36 12.0	80 26.7	78 26.0
	70代以上	300 100	1 0.3	3 1.0	16 5.3	43 14.3	22 7.3	34 11.3	67 22.3	114 38.0

【9. 鶏肉料理】 外食

度数横%		全体	ほぼ毎日	週に4～5日程度	週に2～3日程度	週に1日程度	月に2～3日程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全体		1800 100	10 0.6	20 1.1	96 5.3	190 10.6	233 12.9	332 18.4	577 32.1	342 19.0
地域	首都圏	900 100	2 0.2	10 1.1	52 5.8	102 11.3	127 14.1	171 19.0	270 30.0	166 18.4
	京阪神圏	900 100	8 0.9	10 1.1	44 4.9	88 9.8	106 11.8	161 17.9	307 34.1	176 19.6
年代	20代	300 100	6 2.0	9 3.0	36 12.0	57 19.0	49 16.3	47 15.7	67 22.3	29 9.7
	30代	300 100	1 0.3	5 1.7	16 5.3	48 16.0	52 17.3	61 20.3	89 29.7	28 9.3
	40代	300 100	1 0.3	3 1.0	20 6.7	25 8.3	45 15.0	61 20.3	112 37.3	33 11.0
	50代	300 100	0 0.0	1 0.3	11 3.7	26 8.7	38 12.7	66 22.0	106 35.3	52 17.3
	60代	300 100	0 0.0	1 0.3	6 2.0	16 5.3	32 10.7	53 17.7	114 38.0	78 26.0
	70代以上	300 100	2 0.7	1 0.3	7 2.3	18 6.0	17 5.7	44 14.7	89 29.7	122 40.7

【10. 魚介料理】 内食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	43 2.4	144 8.0	605 33.6	436 24.2	232 12.9	123 6.8	139 7.7	78 4.3
地域	首都圏		900 100	21 2.3	71 7.9	302 33.6	223 24.8	117 13.0	50 5.6	71 7.9	45 5.0
	京阪神圏		900 100	22 2.4	73 8.1	303 33.7	213 23.7	115 12.8	73 8.1	68 7.6	33 3.7
年代	20代		300 100	6 2.0	20 6.7	73 24.3	78 26.0	50 16.7	17 5.7	31 10.3	25 8.3
	30代		300 100	4 1.3	10 3.3	88 29.3	80 26.7	47 15.7	27 9.0	36 12.0	8 2.7
	40代		300 100	2 0.7	13 4.3	90 30.0	79 26.3	50 16.7	24 8.0	31 10.3	11 3.7
	50代		300 100	7 2.3	21 7.0	98 32.7	78 26.0	41 13.7	25 8.3	17 5.7	13 4.3
	60代		300 100	4 1.3	32 10.7	129 43.0	68 22.7	27 9.0	21 7.0	12 4.0	7 2.3
	70代以上		300 100	20 6.7	48 16.0	127 42.3	53 17.7	17 5.7	9 3.0	12 4.0	14 4.7

【11. 魚介料理】 中食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	14 0.8	33 1.8	160 8.9	286 15.9	258 14.3	246 13.7	418 23.2	385 21.4
地域	首都圏		900 100	5 0.6	13 1.4	85 9.4	154 17.1	137 15.2	114 12.7	195 21.7	197 21.9
	京阪神圏		900 100	9 1.0	20 2.2	75 8.3	132 14.7	121 13.4	132 14.7	223 24.8	188 20.9
年代	20代		300 100	9 3.0	12 4.0	36 12.0	49 16.3	51 17.0	47 15.7	53 17.7	43 14.3
	30代		300 100	1 0.3	3 1.0	27 9.0	60 20.0	44 14.7	42 14.0	81 27.0	42 14.0
	40代		300 100	0 0.0	2 0.7	21 7.0	46 15.3	48 16.0	45 15.0	87 29.0	51 17.0
	50代		300 100	1 0.3	5 1.7	21 7.0	41 13.7	44 14.7	42 14.0	71 23.7	75 25.0
	60代		300 100	0 0.0	4 1.3	24 8.0	44 14.7	36 12.0	38 12.7	78 26.0	76 25.3
	70代以上		300 100	3 1.0	7 2.3	31 10.3	46 15.3	35 11.7	32 10.7	48 16.0	98 32.7

【12. 魚介料理】 外食

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	食べない
全 体			1800 100	11 0.6	24 1.3	88 4.9	206 11.4	231 12.8	355 19.7	575 31.9	310 17.2
地域	首都圏		900 100	1 0.1	13 1.4	52 5.8	105 11.7	133 14.8	177 19.7	262 29.1	157 17.4
	京阪神圏		900 100	10 1.1	11 1.2	36 4.0	101 11.2	98 10.9	178 19.8	313 34.8	153 17.0
年代	20代		300 100	8 2.7	13 4.3	20 6.7	47 15.7	52 17.3	55 18.3	65 21.7	40 13.3
	30代		300 100	0 0.0	2 0.7	19 6.3	44 14.7	42 14.0	54 18.0	107 35.7	32 10.7
	40代		300 100	1 0.3	0 0.0	13 4.3	32 10.7	43 14.3	57 19.0	116 38.7	38 12.7
	50代		300 100	0 0.0	3 1.0	18 6.0	17 5.7	37 12.3	64 21.3	110 36.7	51 17.0
	60代		300 100	0 0.0	1 0.3	12 4.0	37 12.3	33 11.0	60 20.0	97 32.3	60 20.0
	70代以上		300 100	2 0.7	5 1.7	6 2.0	29 9.7	24 8.0	65 21.7	80 26.7	89 29.7

Q5 牛肉、豚肉、鶏肉について、どのようなイメージをお持ちですか。それぞれの事項について、あてはまるものを全てお選びください。また、その中で最もあてはまるものをお選びください。

【1. 牛肉】 あてはまるもの (いくつでも)

	度数 横%	あてはまるもの (いくつでも)												
		全 体	たんぱく質が 豊富	カロリーが 低い	安全性に信 頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理 しやすい	筋肉や骨 をつくる	美容によい	料理メニューの 種類が多い	スタミナ源、 栄養がある	価格が手頃	その他
全 体	1800 100	1022 56.8	180 10.0	197 10.9	392 21.8	413 22.9	469 26.1	606 33.7	111 6.2	547 30.4	993 55.2	104 5.8	193 10.7	
地域	首都圏	900 100	469 52.1	96 10.7	93 10.3	189 21.0	198 22.0	212 23.6	55 6.1	249 27.7	485 53.9	53 5.9	117 13.0	
	京阪神圏	900 100	553 61.4	84 9.3	104 11.6	203 22.6	215 23.9	257 28.6	327 36.3	56 6.2	298 33.1	508 56.4	51 5.7	76 8.4
年代	20代	300 100	159 53.0	50 16.7	48 16.0	73 24.3	68 22.7	88 29.3	36 12.0	103 34.3	152 50.7	17 5.7	25 8.3	
	30代	300 100	156 52.0	34 11.3	30 10.0	66 22.0	48 16.0	69 23.0	94 31.3	23 7.7	70 23.3	153 51.0	18 6.0	25 8.3
	40代	300 100	143 47.7	24 8.0	25 8.3	55 18.3	40 13.3	69 23.0	78 26.0	13 4.3	73 24.3	161 53.7	9 3.0	37 12.3
	50代	300 100	161 53.7	25 8.3	17 5.7	57 19.0	49 16.3	77 25.7	97 32.3	10 3.3	88 29.3	168 56.0	16 5.3	39 13.0
	60代	300 100	184 61.3	24 8.0	25 8.3	62 20.7	82 27.3	84 28.0	104 34.7	14 4.7	100 33.3	171 57.0	18 6.0	39 13.0
	70代以上	300 100	219 73.0	23 7.7	52 17.3	79 26.3	126 42.0	102 34.0	145 48.3	15 5.0	113 37.7	188 62.7	26 8.7	28 9.3

【2. 牛肉料理】 最もあてはまるもの (一つだけ)

	度数 横%	最もあてはまるもの (一つだけ)												
		全 体	たんぱく質が 豊富	カロリーが 低い	安全性に信 頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理 しやすい	筋肉や骨 をつくる	美容によい	料理メニューの 種類が多い	スタミナ源、 栄養がある	価格が手頃	その他
全 体	1800 100	487 27.1	42 2.3	39 2.2	65 3.6	72 4.0	116 6.4	148 8.2	5 0.3	157 8.7	467 25.9	28 1.6	174 9.7	
地域	首都圏	900 100	229 25.4	25 2.8	15 1.7	37 4.1	40 4.4	56 6.2	67 7.4	4 0.4	68 7.6	236 26.2	17 1.9	106 11.8
	京阪神圏	900 100	258 28.7	17 1.9	24 2.7	28 3.1	32 3.6	60 6.7	81 9.0	1 0.1	89 9.9	231 25.7	11 1.2	68 7.6
年代	20代	300 100	78 26.0	12 4.0	15 5.0	16 5.3	11 3.7	14 4.7	23 7.7	3 1.0	34 11.3	66 22.0	5 1.7	23 7.7
	30代	300 100	79 26.3	6 2.0	9 3.0	17 5.7	8 2.7	21 7.0	24 8.0	2 0.7	22 7.3	80 26.7	8 2.7	24 8.0
	40代	300 100	76 25.3	8 2.7	3 1.0	12 4.0	11 3.7	22 7.3	24 8.0	0 0.0	18 6.0	92 30.7	3 1.0	31 10.3
	50代	300 100	69 23.0	8 2.7	4 1.3	9 3.0	6 2.0	15 5.0	21 7.0	0 0.0	32 10.7	94 31.3	5 1.7	37 12.3
	60代	300 100	83 27.7	6 2.0	3 1.0	9 3.0	16 5.3	21 7.0	26 8.7	0 0.0	24 8.0	72 24.0	4 1.3	36 12.0
	70代以上	300 100	102 34.0	2 0.7	5 1.7	2 0.7	20 6.7	23 7.7	30 10.0	0 0.0	27 9.0	63 21.0	3 1.0	23 7.7

【3. 豚肉料理】 あてはまるもの (いくつでも)

	度数 横%	あてはまるもの (いくつでも)												
		全 体	たんぱく質が 豊富	カロリーが 低い	安全性に信 頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理 しやすい	筋肉や骨 をつくる	美容によい	料理メニューの 種類が多い	スタミナ源、 栄養がある	価格が手頃	その他
全 体	1800 100	843 46.8	246 13.7	199 11.1	171 9.5	663 36.8	803 44.6	396 22.0	237 13.2	772 42.9	696 38.7	920 51.1	93 5.2	
地域	首都圏	900 100	425 47.2	103 11.4	107 11.9	84 9.3	324 36.0	415 46.1	206 22.9	115 12.8	404 44.9	362 40.2	471 52.3	42 4.7
	京阪神圏	900 100	418 46.4	143 15.9	92 10.2	87 9.7	339 37.7	388 43.1	190 21.1	122 13.6	368 40.9	334 37.1	449 49.9	51 5.7
年代	20代	300 100	108 36.0	51 17.0	42 14.0	32 10.7	78 26.0	138 46.0	65 21.7	52 17.3	129 43.0	105 35.0	130 43.3	11 3.7
	30代	300 100	124 41.3	35 11.7	35 11.7	25 8.3	88 29.3	147 49.0	58 19.3	55 18.3	124 41.3	108 36.0	136 45.3	15 5.0
	40代	300 100	126 42.0	30 10.0	31 10.3	24 8.0	85 28.3	115 38.3	45 15.0	45 15.0	108 36.0	109 36.3	148 49.3	14 4.7
	50代	300 100	134 44.7	36 12.0	19 6.3	19 6.3	109 36.3	116 38.7	53 17.7	41 13.7	138 46.0	123 41.0	167 55.7	24 8.0
	60代	300 100	164 54.7	48 16.0	26 8.7	35 11.7	138 46.0	140 46.7	70 23.3	19 6.3	137 45.7	113 37.7	170 56.7	17 5.7
	70代以上	300 100	187 62.3	46 15.3	46 15.3	36 12.0	165 55.0	147 49.0	105 35.0	25 8.3	136 45.3	138 46.0	169 56.3	12 4.0



Q6 牛肉、豚肉、鶏肉について、それぞれどのくらいの頻度で購入していますか。それぞれの事項について、最も近いものを1つお選びください。

【1. 牛肉】

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	購入していない
全 体			1800 100	17 0.9	27 1.5	226 12.6	489 27.2	427 23.7	286 15.9	260 14.4	68 3.8
地域	首都圏		900 100	8 0.9	12 1.3	92 10.2	221 24.6	221 24.6	142 15.8	163 18.1	41 4.6
	京阪神圏		900 100	9 1.0	15 1.7	134 14.9	268 29.8	206 22.9	144 16.0	97 10.8	27 3.0
年代	20代		300 100	12 4.0	11 3.7	57 19.0	76 25.3	50 16.7	38 12.7	41 13.7	15 5.0
	30代		300 100	2 0.7	3 1.0	33 11.0	76 25.3	74 24.7	50 16.7	54 18.0	8 2.7
	40代		300 100	1 0.3	2 0.7	37 12.3	60 20.0	74 24.7	53 17.7	59 19.7	14 4.7
	50代		300 100	1 0.3	3 1.0	23 7.7	77 25.7	77 25.7	60 20.0	51 17.0	8 2.7
	60代		300 100	0 0.0	3 1.0	26 8.7	93 31.0	78 26.0	50 16.7	34 11.3	16 5.3
	70代以上		300 100	1 0.3	5 1.7	50 16.7	107 35.7	74 24.7	35 11.7	21 7.0	7 2.3

【2. 豚肉】

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	購入していない
全 体			1800 100	20 1.1	55 3.1	482 26.8	653 36.3	339 18.8	133 7.4	97 5.4	21 1.2
地域	首都圏		900 100	8 0.9	33 3.7	234 26.0	335 37.2	171 19.0	61 6.8	48 5.3	10 1.1
	京阪神圏		900 100	12 1.3	22 2.4	248 27.6	318 35.3	168 18.7	72 8.0	49 5.4	11 1.2
年代	20代		300 100	11 3.7	15 5.0	85 28.3	95 31.7	48 16.0	24 8.0	17 5.7	5 1.7
	30代		300 100	3 1.0	8 2.7	80 26.7	117 39.0	57 19.0	18 6.0	15 5.0	2 0.7
	40代		300 100	2 0.7	11 3.7	77 25.7	96 32.0	67 22.3	21 7.0	23 7.7	3 1.0
	50代		300 100	2 0.7	6 2.0	75 25.0	115 38.3	50 16.7	29 9.7	20 6.7	3 1.0
	60代		300 100	0 0.0	2 0.7	77 25.7	118 39.3	67 22.3	21 7.0	13 4.3	2 0.7
	70代以上		300 100	2 0.7	13 4.3	88 29.3	112 37.3	50 16.7	20 6.7	9 3.0	6 2.0

【3. 鶏肉】

		度数 横%	全 体	ほぼ毎日	週に4～5日 程度	週に2～3日 程度	週に1日程度	月に2～3日 程度	月に1日程度	それ以下	購入していない
全 体			1800 100	26 1.4	51 2.8	409 22.7	648 36.0	349 19.4	143 7.9	112 6.2	62 3.4
地域	首都圏		900 100	14 1.6	29 3.2	194 21.6	332 36.9	191 21.2	62 6.9	51 5.7	27 3.0
	京阪神圏		900 100	12 1.3	22 2.4	215 23.9	316 35.1	158 17.6	81 9.0	61 6.8	35 3.9
年代	20代		300 100	15 5.0	16 5.3	76 25.3	85 28.3	57 19.0	24 8.0	21 7.0	6 2.0
	30代		300 100	4 1.3	11 3.7	68 22.7	112 37.3	60 20.0	27 9.0	15 5.0	3 1.0
	40代		300 100	4 1.3	7 2.3	62 20.7	119 39.7	55 18.3	25 8.3	22 7.3	6 2.0
	50代		300 100	1 0.3	5 1.7	71 23.7	108 36.0	64 21.3	22 7.3	20 6.7	9 3.0
	60代		300 100	0 0.0	3 1.0	57 19.0	114 38.0	66 22.0	25 8.3	18 6.0	17 5.7
	70代以上		300 100	2 0.7	9 3.0	75 25.0	110 36.7	47 15.7	20 6.7	16 5.3	21 7.0

Q7 牛肉、豚肉、鶏肉を購入する際、主にどこで購入されますか。それぞれの事項について、あてはまるものを全てお選びください。※大型スーパー：食品以外に衣料品などを取り扱っているスーパー ※食品スーパー：食品中心の品揃えのスーパー

### 【1. 牛肉】

	度数 横%	全 体	百貨店	大型スーパー	食品スーパー	生協	食肉専門店	食肉ディス カウントストア	自然食品店	通信販売（カタ ログ、テレビ、イン ターネット等）	その他
		全 体	1732 100	162 9.4	715 41.3	1279 73.8	185 10.7	199 11.5	57 3.3	15 0.9	44 2.5
地域	首都圏	859 100	79 9.2	358 41.7	639 74.4	73 8.5	80 9.3	26 3.0	5 0.6	21 2.4	11 1.3
	京阪神圏	873 100	83 9.5	357 40.9	640 73.3	112 12.8	119 13.6	31 3.6	10 1.1	23 2.6	15 1.7
年代	20代	285 100	33 11.6	113 39.6	207 72.6	32 11.2	40 14.0	14 4.9	9 3.2	14 4.9	4 1.4
	30代	292 100	20 6.8	113 38.7	236 80.8	26 8.9	24 8.2	13 4.5	3 1.0	4 1.4	5 1.7
	40代	286 100	22 7.7	113 39.5	231 80.8	23 8.0	39 13.6	14 4.9	1 0.3	6 2.1	7 2.4
	50代	292 100	28 9.6	145 49.7	203 69.5	22 7.5	33 11.3	8 2.7	1 0.3	4 1.4	2 0.7
	60代	284 100	30 10.6	110 38.7	204 71.8	36 12.7	31 10.9	6 2.1	0 0.0	6 2.1	4 1.4
	70代以上	293 100	29 9.9	121 41.3	198 67.6	46 15.7	32 10.9	2 0.7	1 0.3	10 3.4	4 1.4

### 【2. 豚肉】

	度数 横%	全 体	百貨店	大型スーパー	食品スーパー	生協	食肉専門店	食肉ディス カウントストア	自然食品店	通信販売（カタ ログ、テレビ、イン ターネット等）	その他
		全 体	1779 100	101 5.7	747 42.0	1357 76.3	204 11.5	144 8.1	63 3.5	22 1.2	38 2.1
地域	首都圏	890 100	50 5.6	375 42.1	683 76.7	89 10.0	64 7.2	32 3.6	10 1.1	16 1.8	10 1.1
	京阪神圏	889 100	51 5.7	372 41.8	674 75.8	115 12.9	80 9.0	31 3.5	12 1.3	22 2.5	16 1.8
年代	20代	295 100	24 8.1	125 42.4	226 76.6	28 9.5	36 12.2	15 5.1	11 3.7	13 4.4	6 2.0
	30代	298 100	12 4.0	114 38.3	250 83.9	33 11.1	21 7.0	12 4.0	6 2.0	5 1.7	5 1.7
	40代	297 100	12 4.0	116 39.1	242 81.5	26 8.8	25 8.4	18 6.1	3 1.0	5 1.7	6 2.0
	50代	297 100	16 5.4	148 49.8	217 73.1	27 9.1	22 7.4	8 2.7	1 0.3	4 1.3	3 1.0
	60代	298 100	18 6.0	122 40.9	218 73.2	42 14.1	22 7.4	6 2.0	0 0.0	4 1.3	3 1.0
	70代以上	294 100	19 6.5	122 41.5	204 69.4	48 16.3	18 6.1	4 1.4	1 0.3	7 2.4	3 1.0

### 【3. 鶏肉】

	度数 横%	全 体	百貨店	大型スーパー	食品スーパー	生協	食肉専門店	食肉ディス カウントストア	自然食品店	通信販売（カタ ログ、テレビ、イン ターネット等）	その他
		全 体	1738 100	83 4.8	710 40.9	1321 76.0	201 11.6	124 7.1	59 3.4	19 1.1	33 1.9
地域	首都圏	873 100	46 5.3	351 40.2	667 76.4	87 10.0	57 6.5	31 3.6	7 0.8	16 1.8	13 1.5
	京阪神圏	865 100	37 4.3	359 41.5	654 75.6	114 13.2	67 7.7	28 3.2	12 1.4	17 2.0	14 1.6
年代	20代	294 100	18 6.1	117 39.8	221 75.2	31 10.5	28 9.5	13 4.4	11 3.7	10 3.4	6 2.0
	30代	297 100	12 4.0	117 39.4	246 82.8	29 9.8	18 6.1	11 3.7	4 1.3	7 2.4	6 2.0
	40代	294 100	10 3.4	110 37.4	234 79.6	27 9.2	21 7.1	17 5.8	2 0.7	4 1.4	6 2.0
	50代	291 100	16 5.5	148 50.9	209 71.8	29 10.0	22 7.6	8 2.7	1 0.3	5 1.7	3 1.0
	60代	283 100	13 4.6	108 38.2	213 75.3	40 14.1	16 5.7	6 2.1	0 0.0	3 1.1	4 1.4
	70代以上	279 100	14 5.0	110 39.4	198 71.0	45 16.1	19 6.8	4 1.4	1 0.4	4 1.4	2 0.7

Q8 牛肉、豚肉、鶏肉を購入する際、重視する点は何ですか。それぞれの事項について、あてはまるものを全てお選びください。また、最もあてはまるものをお選びください。

【1.牛肉】 あてはまるもの（いくつでも）

度数横%		全体	価格が手頃であること	国産であること	外国産であること	産地・銘柄（ブランド）等がしっかり表示されていること	冷蔵品（チルド）であること	鮮度（色つや）がよいこと	その他
全体		1732 <b>100</b>	1011 <b>58.4</b>	912 <b>52.7</b>	77 <b>4.4</b>	614 <b>35.5</b>	152 <b>8.8</b>	834 <b>48.2</b>	69 <b>4.0</b>
地域	首都圏	859 <b>100</b>	516 <b>60.1</b>	413 <b>48.1</b>	39 <b>4.5</b>	312 <b>36.3</b>	76 <b>8.8</b>	421 <b>49.0</b>	27 <b>3.1</b>
	京阪神圏	873 <b>100</b>	495 <b>56.7</b>	499 <b>57.2</b>	38 <b>4.4</b>	302 <b>34.6</b>	76 <b>8.7</b>	413 <b>47.3</b>	42 <b>4.8</b>
年代	20代	285 <b>100</b>	177 <b>62.1</b>	140 <b>49.1</b>	25 <b>8.8</b>	81 <b>28.4</b>	37 <b>13.0</b>	131 <b>46.0</b>	11 <b>3.9</b>
	30代	292 <b>100</b>	184 <b>63.0</b>	142 <b>48.6</b>	12 <b>4.1</b>	91 <b>31.2</b>	21 <b>7.2</b>	122 <b>41.8</b>	11 <b>3.8</b>
	40代	286 <b>100</b>	185 <b>64.7</b>	135 <b>47.2</b>	13 <b>4.5</b>	81 <b>28.3</b>	16 <b>5.6</b>	120 <b>42.0</b>	11 <b>3.8</b>
	50代	292 <b>100</b>	166 <b>56.8</b>	157 <b>53.8</b>	9 <b>3.1</b>	93 <b>31.8</b>	28 <b>9.6</b>	157 <b>53.8</b>	10 <b>3.4</b>
	60代	284 <b>100</b>	157 <b>55.3</b>	152 <b>53.5</b>	6 <b>2.1</b>	124 <b>43.7</b>	16 <b>5.6</b>	146 <b>51.4</b>	16 <b>5.6</b>
	70代以上	293 <b>100</b>	142 <b>48.5</b>	186 <b>63.5</b>	12 <b>4.1</b>	144 <b>49.1</b>	34 <b>11.6</b>	158 <b>53.9</b>	10 <b>3.4</b>

【2.牛肉】 最もあてはまるもの（一つだけ）

度数横%		全体	価格が手頃であること	国産であること	外国産であること	産地・銘柄（ブランド）等がしっかり表示されていること	冷蔵品（チルド）であること	鮮度（色つや）がよいこと	その他
全体		1732 <b>100</b>	590 <b>34.1</b>	586 <b>33.8</b>	17 <b>1.0</b>	201 <b>11.6</b>	12 <b>0.7</b>	273 <b>15.8</b>	53 <b>3.1</b>
地域	首都圏	859 <b>100</b>	313 <b>36.4</b>	260 <b>30.3</b>	6 <b>0.7</b>	112 <b>13.0</b>	5 <b>0.6</b>	141 <b>16.4</b>	22 <b>2.6</b>
	京阪神圏	873 <b>100</b>	277 <b>31.7</b>	326 <b>37.3</b>	11 <b>1.3</b>	89 <b>10.2</b>	7 <b>0.8</b>	132 <b>15.1</b>	31 <b>3.6</b>
年代	20代	285 <b>100</b>	110 <b>38.6</b>	90 <b>31.6</b>	7 <b>2.5</b>	18 <b>6.3</b>	4 <b>1.4</b>	47 <b>16.5</b>	9 <b>3.2</b>
	30代	292 <b>100</b>	113 <b>38.7</b>	87 <b>29.8</b>	3 <b>1.0</b>	32 <b>11.0</b>	1 <b>0.3</b>	47 <b>16.1</b>	9 <b>3.1</b>
	40代	286 <b>100</b>	121 <b>42.3</b>	85 <b>29.7</b>	4 <b>1.4</b>	27 <b>9.4</b>	2 <b>0.7</b>	41 <b>14.3</b>	6 <b>2.1</b>
	50代	292 <b>100</b>	91 <b>31.2</b>	104 <b>35.6</b>	0 <b>0.0</b>	29 <b>9.9</b>	4 <b>1.4</b>	56 <b>19.2</b>	8 <b>2.7</b>
	60代	284 <b>100</b>	85 <b>29.9</b>	96 <b>33.8</b>	1 <b>0.4</b>	46 <b>16.2</b>	1 <b>0.4</b>	41 <b>14.4</b>	14 <b>4.9</b>
	70代以上	293 <b>100</b>	70 <b>23.9</b>	124 <b>42.3</b>	2 <b>0.7</b>	49 <b>16.7</b>	0 <b>0.0</b>	41 <b>14.0</b>	7 <b>2.4</b>

【3. 豚肉】 あてはまるもの (いくつでも)

度数 横%		全 体	価格が手頃 であること	国産である こと	外国産である こと	産地・銘柄 (ブランド) 等がしっかり表示されていること	冷蔵品 (チルド) であること	鮮度 (色つや) がよいこと	その他
全 体		1779 <b>100</b>	1288 <b>72.4</b>	949 <b>53.3</b>	60 <b>3.4</b>	565 <b>31.8</b>	191 <b>10.7</b>	821 <b>46.1</b>	42 <b>2.4</b>
地域	首都圏	890 <b>100</b>	664 <b>74.6</b>	451 <b>50.7</b>	31 <b>3.5</b>	288 <b>32.4</b>	93 <b>10.4</b>	424 <b>47.6</b>	17 <b>1.9</b>
	京阪神圏	889 <b>100</b>	624 <b>70.2</b>	498 <b>56.0</b>	29 <b>3.3</b>	277 <b>31.2</b>	98 <b>11.0</b>	397 <b>44.7</b>	25 <b>2.8</b>
年代	20代	295 <b>100</b>	217 <b>73.6</b>	142 <b>48.1</b>	19 <b>6.4</b>	71 <b>24.1</b>	39 <b>13.2</b>	124 <b>42.0</b>	7 <b>2.4</b>
	30代	298 <b>100</b>	221 <b>74.2</b>	162 <b>54.4</b>	8 <b>2.7</b>	80 <b>26.8</b>	25 <b>8.4</b>	126 <b>42.3</b>	6 <b>2.0</b>
	40代	297 <b>100</b>	220 <b>74.1</b>	140 <b>47.1</b>	10 <b>3.4</b>	72 <b>24.2</b>	23 <b>7.7</b>	122 <b>41.1</b>	4 <b>1.3</b>
	50代	297 <b>100</b>	210 <b>70.7</b>	159 <b>53.5</b>	9 <b>3.0</b>	96 <b>32.3</b>	34 <b>11.4</b>	143 <b>48.1</b>	9 <b>3.0</b>
	60代	298 <b>100</b>	206 <b>69.1</b>	160 <b>53.7</b>	5 <b>1.7</b>	121 <b>40.6</b>	33 <b>11.1</b>	154 <b>51.7</b>	7 <b>2.3</b>
	70代以上	294 <b>100</b>	214 <b>72.8</b>	186 <b>63.3</b>	9 <b>3.1</b>	125 <b>42.5</b>	37 <b>12.6</b>	152 <b>51.7</b>	9 <b>3.1</b>

【4. 豚肉】 最もあてはまるもの (一つだけ)

度数 横%		全 体	価格が手頃 であること	国産である こと	外国産である こと	産地・銘柄 (ブランド) 等がしっかり表示されていること	冷蔵品 (チルド) であること	鮮度 (色つや) がよいこと	その他
全 体		1779 <b>100</b>	738 <b>41.5</b>	537 <b>30.2</b>	12 <b>0.7</b>	171 <b>9.6</b>	12 <b>0.7</b>	279 <b>15.7</b>	30 <b>1.7</b>
地域	首都圏	890 <b>100</b>	383 <b>43.0</b>	249 <b>28.0</b>	5 <b>0.6</b>	90 <b>10.1</b>	5 <b>0.6</b>	146 <b>16.4</b>	12 <b>1.3</b>
	京阪神圏	889 <b>100</b>	355 <b>39.9</b>	288 <b>32.4</b>	7 <b>0.8</b>	81 <b>9.1</b>	7 <b>0.8</b>	133 <b>15.0</b>	18 <b>2.0</b>
年代	20代	295 <b>100</b>	142 <b>48.1</b>	76 <b>25.8</b>	5 <b>1.7</b>	19 <b>6.4</b>	6 <b>2.0</b>	42 <b>14.2</b>	5 <b>1.7</b>
	30代	298 <b>100</b>	131 <b>44.0</b>	95 <b>31.9</b>	2 <b>0.7</b>	21 <b>7.0</b>	0 <b>0.0</b>	44 <b>14.8</b>	5 <b>1.7</b>
	40代	297 <b>100</b>	138 <b>46.5</b>	82 <b>27.6</b>	4 <b>1.3</b>	24 <b>8.1</b>	2 <b>0.7</b>	45 <b>15.2</b>	2 <b>0.7</b>
	50代	297 <b>100</b>	115 <b>38.7</b>	93 <b>31.3</b>	0 <b>0.0</b>	26 <b>8.8</b>	0 <b>0.0</b>	55 <b>18.5</b>	8 <b>2.7</b>
	60代	298 <b>100</b>	110 <b>36.9</b>	86 <b>28.9</b>	0 <b>0.0</b>	48 <b>16.1</b>	2 <b>0.7</b>	47 <b>15.8</b>	5 <b>1.7</b>
	70代以上	294 <b>100</b>	102 <b>34.7</b>	105 <b>35.7</b>	1 <b>0.3</b>	33 <b>11.2</b>	2 <b>0.7</b>	46 <b>15.6</b>	5 <b>1.7</b>



【5. 鶏肉】 あてはまるもの (いくつでも)

度数 横%		全 体	価格が手頃 であること	国産である こと	外国産である こと	産地・銘柄 (ブランド) 等がしっかり表示されていること	冷蔵品 (チルド) であること	鮮度 (色つや) がよいこと	その他
全 体		1738 <b>100</b>	1298 <b>74.7</b>	975 <b>56.1</b>	53 <b>3.0</b>	551 <b>31.7</b>	166 <b>9.6</b>	762 <b>43.8</b>	43 <b>2.5</b>
地域	首都圏	873 <b>100</b>	664 <b>76.1</b>	469 <b>53.7</b>	29 <b>3.3</b>	282 <b>32.3</b>	87 <b>10.0</b>	394 <b>45.1</b>	18 <b>2.1</b>
	京阪神圏	865 <b>100</b>	634 <b>73.3</b>	506 <b>58.5</b>	24 <b>2.8</b>	269 <b>31.1</b>	79 <b>9.1</b>	368 <b>42.5</b>	25 <b>2.9</b>
年代	20代	294 <b>100</b>	222 <b>75.5</b>	143 <b>48.6</b>	16 <b>5.4</b>	81 <b>27.6</b>	34 <b>11.6</b>	114 <b>38.8</b>	8 <b>2.7</b>
	30代	297 <b>100</b>	225 <b>75.8</b>	162 <b>54.5</b>	11 <b>3.7</b>	80 <b>26.9</b>	26 <b>8.8</b>	117 <b>39.4</b>	8 <b>2.7</b>
	40代	294 <b>100</b>	224 <b>76.2</b>	140 <b>47.6</b>	9 <b>3.1</b>	80 <b>27.2</b>	17 <b>5.8</b>	123 <b>41.8</b>	4 <b>1.4</b>
	50代	291 <b>100</b>	208 <b>71.5</b>	167 <b>57.4</b>	7 <b>2.4</b>	93 <b>32.0</b>	33 <b>11.3</b>	140 <b>48.1</b>	8 <b>2.7</b>
	60代	283 <b>100</b>	214 <b>75.6</b>	167 <b>59.0</b>	3 <b>1.1</b>	108 <b>38.2</b>	23 <b>8.1</b>	133 <b>47.0</b>	8 <b>2.8</b>
	70代以上	279 <b>100</b>	205 <b>73.5</b>	196 <b>70.3</b>	7 <b>2.5</b>	109 <b>39.1</b>	33 <b>11.8</b>	135 <b>48.4</b>	7 <b>2.5</b>

【6. 鶏肉】 最もあてはまるもの (一つだけ)

度数 横%		全 体	価格が手頃 であること	国産である こと	外国産である こと	産地・銘柄 (ブランド) 等がしっかり表示されていること	冷蔵品 (チルド) であること	鮮度 (色つや) がよいこと	その他
全 体		1738 <b>100</b>	736 <b>42.3</b>	546 <b>31.4</b>	8 <b>0.5</b>	163 <b>9.4</b>	6 <b>0.3</b>	248 <b>14.3</b>	31 <b>1.8</b>
地域	首都圏	873 <b>100</b>	380 <b>43.5</b>	259 <b>29.7</b>	3 <b>0.3</b>	90 <b>10.3</b>	2 <b>0.2</b>	127 <b>14.5</b>	12 <b>1.4</b>
	京阪神圏	865 <b>100</b>	356 <b>41.2</b>	287 <b>33.2</b>	5 <b>0.6</b>	73 <b>8.4</b>	4 <b>0.5</b>	121 <b>14.0</b>	19 <b>2.2</b>
年代	20代	294 <b>100</b>	149 <b>50.7</b>	75 <b>25.5</b>	2 <b>0.7</b>	24 <b>8.2</b>	3 <b>1.0</b>	35 <b>11.9</b>	6 <b>2.0</b>
	30代	297 <b>100</b>	134 <b>45.1</b>	94 <b>31.6</b>	1 <b>0.3</b>	24 <b>8.1</b>	0 <b>0.0</b>	37 <b>12.5</b>	7 <b>2.4</b>
	40代	294 <b>100</b>	144 <b>49.0</b>	79 <b>26.9</b>	2 <b>0.7</b>	28 <b>9.5</b>	1 <b>0.3</b>	39 <b>13.3</b>	1 <b>0.3</b>
	50代	291 <b>100</b>	110 <b>37.8</b>	99 <b>34.0</b>	1 <b>0.3</b>	21 <b>7.2</b>	2 <b>0.7</b>	51 <b>17.5</b>	7 <b>2.4</b>
	60代	283 <b>100</b>	112 <b>39.6</b>	88 <b>31.1</b>	1 <b>0.4</b>	31 <b>11.0</b>	0 <b>0.0</b>	46 <b>16.3</b>	5 <b>1.8</b>
	70代以上	279 <b>100</b>	87 <b>31.2</b>	111 <b>39.8</b>	1 <b>0.4</b>	35 <b>12.5</b>	0 <b>0.0</b>	40 <b>14.3</b>	5 <b>1.8</b>

Q9 ここ1カ月の食肉の購入について伺います。昨年の今頃と比べ、購入回数に変化がありますか。それぞれの事項について、最も近いものを1つお選びください。

【1. 食肉全体】

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1800 <b>100</b>	71 <b>3.9</b>	186 <b>10.3</b>	1212 <b>67.3</b>	148 <b>8.2</b>	87 <b>4.8</b>	68 <b>3.8</b>	28 <b>1.6</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	33 <b>3.7</b>	89 <b>9.9</b>	607 <b>67.4</b>	83 <b>9.2</b>	42 <b>4.7</b>	32 <b>3.6</b>	14 <b>1.6</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	38 <b>4.2</b>	97 <b>10.8</b>	605 <b>67.2</b>	65 <b>7.2</b>	45 <b>5.0</b>	36 <b>4.0</b>	14 <b>1.6</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	28 <b>9.3</b>	55 <b>18.3</b>	164 <b>54.7</b>	16 <b>5.3</b>	14 <b>4.7</b>	14 <b>4.7</b>	9 <b>3.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	39 <b>13.0</b>	195 <b>65.0</b>	22 <b>7.3</b>	12 <b>4.0</b>	13 <b>4.3</b>	4 <b>1.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	32 <b>10.7</b>	211 <b>70.3</b>	17 <b>5.7</b>	13 <b>4.3</b>	12 <b>4.0</b>	4 <b>1.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	14 <b>4.7</b>	213 <b>71.0</b>	30 <b>10.0</b>	22 <b>7.3</b>	7 <b>2.3</b>	5 <b>1.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	18 <b>6.0</b>	208 <b>69.3</b>	36 <b>12.0</b>	15 <b>5.0</b>	12 <b>4.0</b>	5 <b>1.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	28 <b>9.3</b>	221 <b>73.7</b>	27 <b>9.0</b>	11 <b>3.7</b>	10 <b>3.3</b>	1 <b>0.3</b>

【2. 牛肉】 国産和牛

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1732 <b>100</b>	31 <b>1.8</b>	128 <b>7.4</b>	979 <b>56.5</b>	175 <b>10.1</b>	164 <b>9.5</b>	72 <b>4.2</b>	183 <b>10.6</b>
地域	首都圏		859 <b>100</b>	14 <b>1.6</b>	63 <b>7.3</b>	479 <b>55.8</b>	77 <b>9.0</b>	84 <b>9.8</b>	31 <b>3.6</b>	111 <b>12.9</b>
	京阪神圏		873 <b>100</b>	17 <b>1.9</b>	65 <b>7.4</b>	500 <b>57.3</b>	98 <b>11.2</b>	80 <b>9.2</b>	41 <b>4.7</b>	72 <b>8.2</b>
年代	20代		285 <b>100</b>	10 <b>3.5</b>	47 <b>16.5</b>	128 <b>44.9</b>	22 <b>7.7</b>	19 <b>6.7</b>	19 <b>6.7</b>	40 <b>14.0</b>
	30代		292 <b>100</b>	12 <b>4.1</b>	15 <b>5.1</b>	156 <b>53.4</b>	28 <b>9.6</b>	23 <b>7.9</b>	18 <b>6.2</b>	40 <b>13.7</b>
	40代		286 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	11 <b>3.8</b>	160 <b>55.9</b>	32 <b>11.2</b>	32 <b>11.2</b>	10 <b>3.5</b>	36 <b>12.6</b>
	50代		292 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	19 <b>6.5</b>	169 <b>57.9</b>	30 <b>10.3</b>	38 <b>13.0</b>	7 <b>2.4</b>	28 <b>9.6</b>
	60代		284 <b>100</b>	1 <b>0.4</b>	16 <b>5.6</b>	174 <b>61.3</b>	25 <b>8.8</b>	30 <b>10.6</b>	8 <b>2.8</b>	30 <b>10.6</b>
	70代以上		293 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	20 <b>6.8</b>	192 <b>65.5</b>	38 <b>13.0</b>	22 <b>7.5</b>	10 <b>3.4</b>	9 <b>3.1</b>

【3. 牛肉】 和牛以外の国産和牛

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1732 <b>100</b>	15 <b>0.9</b>	106 <b>6.1</b>	1000 <b>57.7</b>	185 <b>10.7</b>	152 <b>8.8</b>	94 <b>5.4</b>	180 <b>10.4</b>
地域	首都圏		859 <b>100</b>	10 <b>1.2</b>	51 <b>5.9</b>	497 <b>57.9</b>	89 <b>10.4</b>	71 <b>8.3</b>	36 <b>4.2</b>	105 <b>12.2</b>
	京阪神圏		873 <b>100</b>	5 <b>0.6</b>	55 <b>6.3</b>	503 <b>57.6</b>	96 <b>11.0</b>	81 <b>9.3</b>	58 <b>6.6</b>	75 <b>8.6</b>
年代	20代		285 <b>100</b>	7 <b>2.5</b>	35 <b>12.3</b>	143 <b>50.2</b>	23 <b>8.1</b>	26 <b>9.1</b>	22 <b>7.7</b>	29 <b>10.2</b>
	30代		292 <b>100</b>	6 <b>2.1</b>	24 <b>8.2</b>	171 <b>58.6</b>	22 <b>7.5</b>	17 <b>5.8</b>	25 <b>8.6</b>	27 <b>9.2</b>
	40代		286 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	11 <b>3.8</b>	158 <b>55.2</b>	34 <b>11.9</b>	27 <b>9.4</b>	15 <b>5.2</b>	39 <b>13.6</b>
	50代		292 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	10 <b>3.4</b>	176 <b>60.3</b>	33 <b>11.3</b>	35 <b>12.0</b>	6 <b>2.1</b>	32 <b>11.0</b>
	60代		284 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	15 <b>5.3</b>	173 <b>60.9</b>	32 <b>11.3</b>	25 <b>8.8</b>	11 <b>3.9</b>	28 <b>9.9</b>
	70代以上		293 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	11 <b>3.8</b>	179 <b>61.1</b>	41 <b>14.0</b>	22 <b>7.5</b>	15 <b>5.1</b>	25 <b>8.5</b>

【4. 牛肉】 和牛かどうかわからない国産牛肉

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1732 <b>100</b>	17 <b>1.0</b>	59 <b>3.4</b>	881 <b>50.9</b>	180 <b>10.4</b>	144 <b>8.3</b>	138 <b>8.0</b>	313 <b>18.1</b>
地域	首都圏		859 <b>100</b>	10 <b>1.2</b>	27 <b>3.1</b>	441 <b>51.3</b>	92 <b>10.7</b>	70 <b>8.1</b>	62 <b>7.2</b>	157 <b>18.3</b>
	京阪神圏		873 <b>100</b>	7 <b>0.8</b>	32 <b>3.7</b>	440 <b>50.4</b>	88 <b>10.1</b>	74 <b>8.5</b>	76 <b>8.7</b>	156 <b>17.9</b>
年代	20代		285 <b>100</b>	8 <b>2.8</b>	22 <b>7.7</b>	130 <b>45.6</b>	32 <b>11.2</b>	23 <b>8.1</b>	28 <b>9.8</b>	42 <b>14.7</b>
	30代		292 <b>100</b>	7 <b>2.4</b>	8 <b>2.7</b>	155 <b>53.1</b>	27 <b>9.2</b>	17 <b>5.8</b>	28 <b>9.6</b>	50 <b>17.1</b>
	40代		286 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	10 <b>3.5</b>	148 <b>51.7</b>	22 <b>7.7</b>	26 <b>9.1</b>	19 <b>6.6</b>	61 <b>21.3</b>
	50代		292 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	4 <b>1.4</b>	151 <b>51.7</b>	32 <b>11.0</b>	34 <b>11.6</b>	17 <b>5.8</b>	53 <b>18.2</b>
	60代		284 <b>100</b>	1 <b>0.4</b>	7 <b>2.5</b>	155 <b>54.6</b>	29 <b>10.2</b>	19 <b>6.7</b>	20 <b>7.0</b>	53 <b>18.7</b>
	70代以上		293 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	8 <b>2.7</b>	142 <b>48.5</b>	38 <b>13.0</b>	25 <b>8.5</b>	26 <b>8.9</b>	54 <b>18.4</b>

【5. 牛肉】 輸入牛肉

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1732 <b>100</b>	15 <b>0.9</b>	120 <b>6.9</b>	827 <b>47.7</b>	168 <b>9.7</b>	165 <b>9.5</b>	97 <b>5.6</b>	340 <b>19.6</b>
地域	首都圏		859 <b>100</b>	10 <b>1.2</b>	55 <b>6.4</b>	440 <b>51.2</b>	91 <b>10.6</b>	76 <b>8.8</b>	46 <b>5.4</b>	141 <b>16.4</b>
	京阪神圏		873 <b>100</b>	5 <b>0.6</b>	65 <b>7.4</b>	387 <b>44.3</b>	77 <b>8.8</b>	89 <b>10.2</b>	51 <b>5.8</b>	199 <b>22.8</b>
年代	20代		285 <b>100</b>	6 <b>2.1</b>	32 <b>11.2</b>	128 <b>44.9</b>	25 <b>8.8</b>	26 <b>9.1</b>	23 <b>8.1</b>	45 <b>15.8</b>
	30代		292 <b>100</b>	7 <b>2.4</b>	21 <b>7.2</b>	143 <b>49.0</b>	26 <b>8.9</b>	18 <b>6.2</b>	19 <b>6.5</b>	58 <b>19.9</b>
	40代		286 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	17 <b>5.9</b>	154 <b>53.8</b>	25 <b>8.7</b>	30 <b>10.5</b>	15 <b>5.2</b>	44 <b>15.4</b>
	50代		292 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	17 <b>5.8</b>	147 <b>50.3</b>	26 <b>8.9</b>	35 <b>12.0</b>	10 <b>3.4</b>	56 <b>19.2</b>
	60代		284 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	15 <b>5.3</b>	139 <b>48.9</b>	28 <b>9.9</b>	26 <b>9.2</b>	13 <b>4.6</b>	63 <b>22.2</b>
	70代以上		293 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	18 <b>6.1</b>	116 <b>39.6</b>	38 <b>13.0</b>	30 <b>10.2</b>	17 <b>5.8</b>	74 <b>25.3</b>

## 【6. 国産豚肉】

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1779 <b>100</b>	36 <b>2.0</b>	204 <b>11.5</b>	1211 <b>68.1</b>	129 <b>7.3</b>	84 <b>4.7</b>	72 <b>4.0</b>	43 <b>2.4</b>
地域	首都圏		890 <b>100</b>	19 <b>2.1</b>	98 <b>11.0</b>	603 <b>67.8</b>	72 <b>8.1</b>	42 <b>4.7</b>	34 <b>3.8</b>	22 <b>2.5</b>
	京阪神圏		889 <b>100</b>	17 <b>1.9</b>	106 <b>11.9</b>	608 <b>68.4</b>	57 <b>6.4</b>	42 <b>4.7</b>	38 <b>4.3</b>	21 <b>2.4</b>
年代	20代		295 <b>100</b>	15 <b>5.1</b>	58 <b>19.7</b>	164 <b>55.6</b>	20 <b>6.8</b>	15 <b>5.1</b>	18 <b>6.1</b>	5 <b>1.7</b>
	30代		298 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	44 <b>14.8</b>	186 <b>62.4</b>	21 <b>7.0</b>	14 <b>4.7</b>	15 <b>5.0</b>	10 <b>3.4</b>
	40代		297 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	32 <b>10.8</b>	211 <b>71.0</b>	19 <b>6.4</b>	19 <b>6.4</b>	7 <b>2.4</b>	3 <b>1.0</b>
	50代		297 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	21 <b>7.1</b>	214 <b>72.1</b>	23 <b>7.7</b>	17 <b>5.7</b>	10 <b>3.4</b>	9 <b>3.0</b>
	60代		298 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	22 <b>7.4</b>	214 <b>71.8</b>	24 <b>8.1</b>	12 <b>4.0</b>	11 <b>3.7</b>	12 <b>4.0</b>
	70代以上		294 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	27 <b>9.2</b>	222 <b>75.5</b>	22 <b>7.5</b>	7 <b>2.4</b>	11 <b>3.7</b>	4 <b>1.4</b>

## 【7. 輸入豚肉】

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1779 <b>100</b>	16 <b>0.9</b>	109 <b>6.1</b>	844 <b>47.4</b>	152 <b>8.5</b>	119 <b>6.7</b>	98 <b>5.5</b>	441 <b>24.8</b>
地域	首都圏		890 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	65 <b>7.3</b>	445 <b>50.0</b>	81 <b>9.1</b>	59 <b>6.6</b>	44 <b>4.9</b>	188 <b>21.1</b>
	京阪神圏		889 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	44 <b>4.9</b>	399 <b>44.9</b>	71 <b>8.0</b>	60 <b>6.7</b>	54 <b>6.1</b>	253 <b>28.5</b>
年代	20代		295 <b>100</b>	9 <b>3.1</b>	39 <b>13.2</b>	136 <b>46.1</b>	26 <b>8.8</b>	16 <b>5.4</b>	24 <b>8.1</b>	45 <b>15.3</b>
	30代		298 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	26 <b>8.7</b>	147 <b>49.3</b>	22 <b>7.4</b>	18 <b>6.0</b>	16 <b>5.4</b>	64 <b>21.5</b>
	40代		297 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	20 <b>6.7</b>	164 <b>55.2</b>	19 <b>6.4</b>	20 <b>6.7</b>	11 <b>3.7</b>	62 <b>20.9</b>
	50代		297 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	10 <b>3.4</b>	147 <b>49.5</b>	18 <b>6.1</b>	26 <b>8.8</b>	10 <b>3.4</b>	86 <b>29.0</b>
	60代		298 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	10 <b>3.4</b>	131 <b>44.0</b>	34 <b>11.4</b>	17 <b>5.7</b>	16 <b>5.4</b>	89 <b>29.9</b>
	70代以上		294 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	4 <b>1.4</b>	119 <b>40.5</b>	33 <b>11.2</b>	22 <b>7.5</b>	21 <b>7.1</b>	95 <b>32.3</b>

### 【8. 国産鶏肉】

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1738	48	211	1172	119	73	73	42
			<b>100</b>	<b>2.8</b>	<b>12.1</b>	<b>67.4</b>	<b>6.8</b>	<b>4.2</b>	<b>4.2</b>	<b>2.4</b>
地域	首都圏		873	22	99	601	60	38	30	23
			<b>100</b>	<b>2.5</b>	<b>11.3</b>	<b>68.8</b>	<b>6.9</b>	<b>4.4</b>	<b>3.4</b>	<b>2.6</b>
	京阪神圏		865	26	112	571	59	35	43	19
			<b>100</b>	<b>3.0</b>	<b>12.9</b>	<b>66.0</b>	<b>6.8</b>	<b>4.0</b>	<b>5.0</b>	<b>2.2</b>
年代	20代		294	15	59	162	17	15	19	7
			<b>100</b>	<b>5.1</b>	<b>20.1</b>	<b>55.1</b>	<b>5.8</b>	<b>5.1</b>	<b>6.5</b>	<b>2.4</b>
	30代		297	16	36	188	22	12	15	8
			<b>100</b>	<b>5.4</b>	<b>12.1</b>	<b>63.3</b>	<b>7.4</b>	<b>4.0</b>	<b>5.1</b>	<b>2.7</b>
	40代		294	9	31	207	23	11	10	3
			<b>100</b>	<b>3.1</b>	<b>10.5</b>	<b>70.4</b>	<b>7.8</b>	<b>3.7</b>	<b>3.4</b>	<b>1.0</b>
	50代		291	4	26	214	19	13	7	8
		<b>100</b>	<b>1.4</b>	<b>8.9</b>	<b>73.5</b>	<b>6.5</b>	<b>4.5</b>	<b>2.4</b>	<b>2.7</b>	
60代		283	3	29	197	18	11	13	12	
		<b>100</b>	<b>1.1</b>	<b>10.2</b>	<b>69.6</b>	<b>6.4</b>	<b>3.9</b>	<b>4.6</b>	<b>4.2</b>	
70代以上		279	1	30	204	20	11	9	4	
		<b>100</b>	<b>0.4</b>	<b>10.8</b>	<b>73.1</b>	<b>7.2</b>	<b>3.9</b>	<b>3.2</b>	<b>1.4</b>	

### 【9. 輸入鶏肉】

		度数 横%	全 体	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	わからない	購入して いない
全 体			1738	22	93	758	153	132	92	488
			<b>100</b>	<b>1.3</b>	<b>5.4</b>	<b>43.6</b>	<b>8.8</b>	<b>7.6</b>	<b>5.3</b>	<b>28.1</b>
地域	首都圏		873	13	51	400	75	71	40	223
			<b>100</b>	<b>1.5</b>	<b>5.8</b>	<b>45.8</b>	<b>8.6</b>	<b>8.1</b>	<b>4.6</b>	<b>25.5</b>
	京阪神圏		865	9	42	358	78	61	52	265
			<b>100</b>	<b>1.0</b>	<b>4.9</b>	<b>41.4</b>	<b>9.0</b>	<b>7.1</b>	<b>6.0</b>	<b>30.6</b>
年代	20代		294	12	41	128	23	19	24	47
			<b>100</b>	<b>4.1</b>	<b>13.9</b>	<b>43.5</b>	<b>7.8</b>	<b>6.5</b>	<b>8.2</b>	<b>16.0</b>
	30代		297	6	22	138	26	24	16	65
			<b>100</b>	<b>2.0</b>	<b>7.4</b>	<b>46.5</b>	<b>8.8</b>	<b>8.1</b>	<b>5.4</b>	<b>21.9</b>
	40代		294	2	12	159	25	13	13	70
			<b>100</b>	<b>0.7</b>	<b>4.1</b>	<b>54.1</b>	<b>8.5</b>	<b>4.4</b>	<b>4.4</b>	<b>23.8</b>
	50代		291	0	9	129	23	23	6	101
		<b>100</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>44.3</b>	<b>7.9</b>	<b>7.9</b>	<b>2.1</b>	<b>34.7</b>	
60代		283	1	4	118	21	25	17	97	
		<b>100</b>	<b>0.4</b>	<b>1.4</b>	<b>41.7</b>	<b>7.4</b>	<b>8.8</b>	<b>6.0</b>	<b>34.3</b>	
70代以上		279	1	5	86	35	28	16	108	
		<b>100</b>	<b>0.4</b>	<b>1.8</b>	<b>30.8</b>	<b>12.5</b>	<b>10.0</b>	<b>5.7</b>	<b>38.7</b>	

Q10 下記の牛肉について、あなたはどの程度購入したいと思いますか。それぞれの事項について、あなたのお考えに最も近いものを1つだけお選びください。

【1. 国産和牛】

		度数 横%	全 体	非常に 購入したい	購入したい	やや 購入したい	どちらでもない	あまり購入 したくない	購入したくない	まったく購入 したくない
全 体			1800 <b>100</b>	335 <b>18.6</b>	605 <b>33.6</b>	450 <b>25.0</b>	310 <b>17.2</b>	46 <b>2.6</b>	19 <b>1.1</b>	35 <b>1.9</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	156 <b>17.3</b>	283 <b>31.4</b>	235 <b>26.1</b>	166 <b>18.4</b>	22 <b>2.4</b>	13 <b>1.4</b>	25 <b>2.8</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	179 <b>19.9</b>	322 <b>35.8</b>	215 <b>23.9</b>	144 <b>16.0</b>	24 <b>2.7</b>	6 <b>0.7</b>	10 <b>1.1</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	63 <b>21.0</b>	81 <b>27.0</b>	80 <b>26.7</b>	53 <b>17.7</b>	10 <b>3.3</b>	4 <b>1.3</b>	9 <b>3.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	59 <b>19.7</b>	94 <b>31.3</b>	77 <b>25.7</b>	55 <b>18.3</b>	10 <b>3.3</b>	1 <b>0.3</b>	4 <b>1.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	63 <b>21.0</b>	75 <b>25.0</b>	91 <b>30.3</b>	56 <b>18.7</b>	6 <b>2.0</b>	3 <b>1.0</b>	6 <b>2.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	55 <b>18.3</b>	107 <b>35.7</b>	73 <b>24.3</b>	54 <b>18.0</b>	4 <b>1.3</b>	2 <b>0.7</b>	5 <b>1.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	44 <b>14.7</b>	114 <b>38.0</b>	67 <b>22.3</b>	51 <b>17.0</b>	12 <b>4.0</b>	4 <b>1.3</b>	8 <b>2.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	51 <b>17.0</b>	134 <b>44.7</b>	62 <b>20.7</b>	41 <b>13.7</b>	4 <b>1.3</b>	5 <b>1.7</b>	3 <b>1.0</b>

【2. 和牛以外の国産牛肉】

		度数 横%	全 体	非常に 購入したい	購入したい	やや 購入したい	どちらでもない	あまり購入 したくない	購入したくない	まったく購入 したくない
全 体			1800 <b>100</b>	131 <b>7.3</b>	502 <b>27.9</b>	549 <b>30.5</b>	452 <b>25.1</b>	83 <b>4.6</b>	33 <b>1.8</b>	50 <b>2.8</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	67 <b>7.4</b>	237 <b>26.3</b>	269 <b>29.9</b>	236 <b>26.2</b>	39 <b>4.3</b>	23 <b>2.6</b>	29 <b>3.2</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	64 <b>7.1</b>	265 <b>29.4</b>	280 <b>31.1</b>	216 <b>24.0</b>	44 <b>4.9</b>	10 <b>1.1</b>	21 <b>2.3</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	40 <b>13.3</b>	93 <b>31.0</b>	78 <b>26.0</b>	60 <b>20.0</b>	12 <b>4.0</b>	8 <b>2.7</b>	9 <b>3.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	33 <b>11.0</b>	72 <b>24.0</b>	95 <b>31.7</b>	73 <b>24.3</b>	18 <b>6.0</b>	1 <b>0.3</b>	8 <b>2.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	24 <b>8.0</b>	74 <b>24.7</b>	86 <b>28.7</b>	90 <b>30.0</b>	11 <b>3.7</b>	6 <b>2.0</b>	9 <b>3.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	80 <b>26.7</b>	97 <b>32.3</b>	84 <b>28.0</b>	11 <b>3.7</b>	4 <b>1.3</b>	8 <b>2.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	89 <b>29.7</b>	93 <b>31.0</b>	79 <b>26.3</b>	17 <b>5.7</b>	5 <b>1.7</b>	11 <b>3.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	94 <b>31.3</b>	100 <b>33.3</b>	66 <b>22.0</b>	14 <b>4.7</b>	9 <b>3.0</b>	5 <b>1.7</b>

### 【3. アメリカ産牛肉】

度数 横%		全 体	非常に 購入したい	購入したい	やや 購入したい	どちらでもない	あまり購入 したくない	購入したくない	まったく購入 したくない
全 体		1800 <b>100</b>	52 <b>2.9</b>	196 <b>10.9</b>	379 <b>21.1</b>	612 <b>34.0</b>	267 <b>14.8</b>	123 <b>6.8</b>	171 <b>9.5</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	26 <b>2.9</b>	112 <b>12.4</b>	206 <b>22.9</b>	298 <b>33.1</b>	123 <b>13.7</b>	54 <b>6.0</b>	81 <b>9.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	26 <b>2.9</b>	84 <b>9.3</b>	173 <b>19.2</b>	314 <b>34.9</b>	144 <b>16.0</b>	69 <b>7.7</b>	90 <b>10.0</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	40 <b>13.3</b>	62 <b>20.7</b>	100 <b>33.3</b>	40 <b>13.3</b>	22 <b>7.3</b>	20 <b>6.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	33 <b>11.0</b>	61 <b>20.3</b>	100 <b>33.3</b>	58 <b>19.3</b>	9 <b>3.0</b>	24 <b>8.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	34 <b>11.3</b>	73 <b>24.3</b>	108 <b>36.0</b>	37 <b>12.3</b>	15 <b>5.0</b>	22 <b>7.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	32 <b>10.7</b>	65 <b>21.7</b>	110 <b>36.7</b>	32 <b>10.7</b>	19 <b>6.3</b>	35 <b>11.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	34 <b>11.3</b>	61 <b>20.3</b>	93 <b>31.0</b>	54 <b>18.0</b>	26 <b>8.7</b>	30 <b>10.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	23 <b>7.7</b>	57 <b>19.0</b>	101 <b>33.7</b>	46 <b>15.3</b>	32 <b>10.7</b>	40 <b>13.3</b>

### 【4. オーストラリア産牛肉】

度数 横%		全 体	非常に 購入したい	購入したい	やや 購入したい	どちらでもない	あまり購入 したくない	購入したくない	まったく購入 したくない
全 体		1800 <b>100</b>	59 <b>3.3</b>	241 <b>13.4</b>	463 <b>25.7</b>	614 <b>34.1</b>	208 <b>11.6</b>	85 <b>4.7</b>	130 <b>7.2</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	29 <b>3.2</b>	135 <b>15.0</b>	239 <b>26.6</b>	304 <b>33.8</b>	96 <b>10.7</b>	35 <b>3.9</b>	62 <b>6.9</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	30 <b>3.3</b>	106 <b>11.8</b>	224 <b>24.9</b>	310 <b>34.4</b>	112 <b>12.4</b>	50 <b>5.6</b>	68 <b>7.6</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	42 <b>14.0</b>	76 <b>25.3</b>	99 <b>33.0</b>	34 <b>11.3</b>	15 <b>5.0</b>	16 <b>5.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	41 <b>13.7</b>	75 <b>25.0</b>	106 <b>35.3</b>	36 <b>12.0</b>	6 <b>2.0</b>	19 <b>6.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	44 <b>14.7</b>	84 <b>28.0</b>	103 <b>34.3</b>	28 <b>9.3</b>	12 <b>4.0</b>	18 <b>6.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	40 <b>13.3</b>	83 <b>27.7</b>	107 <b>35.7</b>	29 <b>9.7</b>	10 <b>3.3</b>	21 <b>7.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	41 <b>13.7</b>	74 <b>24.7</b>	98 <b>32.7</b>	38 <b>12.7</b>	20 <b>6.7</b>	27 <b>9.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	33 <b>11.0</b>	71 <b>23.7</b>	101 <b>33.7</b>	43 <b>14.3</b>	22 <b>7.3</b>	29 <b>9.7</b>

Q11 下記の牛肉について、それぞれあてはまるイメージを全てお選びください。

	度数 横%	全 体	食感	部位・栄養素	あぶら身が多い	赤身が多い	栄養価が高い	品質	安心	安全
			／柔らかい	／霜降り				／新鮮		
(1) 国産和牛	1800	822	785	278	166	356	523	816	816	
	<b>100</b>	<b>45.7</b>	<b>43.6</b>	<b>15.4</b>	<b>9.2</b>	<b>19.8</b>	<b>29.1</b>	<b>45.3</b>	<b>45.3</b>	
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800	299	170	202	184	208	274	467	463	
	<b>100</b>	<b>16.6</b>	<b>9.4</b>	<b>11.2</b>	<b>10.2</b>	<b>11.6</b>	<b>15.2</b>	<b>25.9</b>	<b>25.7</b>	
(3) アメリカ産牛肉	1800	67	38	217	385	145	40	65	71	
	<b>100</b>	<b>3.7</b>	<b>2.1</b>	<b>12.1</b>	<b>21.4</b>	<b>8.1</b>	<b>2.2</b>	<b>3.6</b>	<b>3.9</b>	
(4) オーストラリア産牛肉	1800	71	31	115	391	134	51	101	109	
	<b>100</b>	<b>3.9</b>	<b>1.7</b>	<b>6.4</b>	<b>21.7</b>	<b>7.4</b>	<b>2.8</b>	<b>5.6</b>	<b>6.1</b>	

	度数 横%	全 体	品質	産地や生産者がわかる	飼育環境がよい	価格	価格が手頃	特売	味・風味
			／衛生的			／高品質			／高級品
(1) 国産和牛	1800	462	772	632	505	1000	54	64	473
	<b>100</b>	<b>25.7</b>	<b>42.9</b>	<b>35.1</b>	<b>28.1</b>	<b>55.6</b>	<b>3.0</b>	<b>3.6</b>	<b>26.3</b>
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800	258	228	277	214	206	348	251	192
	<b>100</b>	<b>14.3</b>	<b>12.7</b>	<b>15.4</b>	<b>11.9</b>	<b>11.4</b>	<b>19.3</b>	<b>13.9</b>	<b>10.7</b>
(3) アメリカ産牛肉	1800	54	37	59	45	30	882	513	79
	<b>100</b>	<b>3.0</b>	<b>2.1</b>	<b>3.3</b>	<b>2.5</b>	<b>1.7</b>	<b>49.0</b>	<b>28.5</b>	<b>4.4</b>
(4) オーストラリア産牛肉	1800	64	44	64	73	22	912	487	56
	<b>100</b>	<b>3.6</b>	<b>2.4</b>	<b>3.6</b>	<b>4.1</b>	<b>1.2</b>	<b>50.7</b>	<b>27.1</b>	<b>3.1</b>

	度数 横%	全 体	味・風味	おいしい	肉々しい	旨味がある	健康・美容	筋肉や骨をつくる	健康によい	美容によい
			／赤身が美味しい				／スタミナ源			
(1) 国産和牛	1800	359	853	218	633	462	413	336	174	
	<b>100</b>	<b>19.9</b>	<b>47.4</b>	<b>12.1</b>	<b>35.2</b>	<b>25.7</b>	<b>22.9</b>	<b>18.7</b>	<b>9.7</b>	
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800	255	511	165	281	393	349	236	128	
	<b>100</b>	<b>14.2</b>	<b>28.4</b>	<b>9.2</b>	<b>15.6</b>	<b>21.8</b>	<b>19.4</b>	<b>13.1</b>	<b>7.1</b>	
(3) アメリカ産牛肉	1800	229	229	369	118	378	305	138	87	
	<b>100</b>	<b>12.7</b>	<b>12.7</b>	<b>20.5</b>	<b>6.6</b>	<b>21.0</b>	<b>16.9</b>	<b>7.7</b>	<b>4.8</b>	
(4) オーストラリア産牛肉	1800	236	231	300	103	345	299	144	84	
	<b>100</b>	<b>13.1</b>	<b>12.8</b>	<b>16.7</b>	<b>5.7</b>	<b>19.2</b>	<b>16.6</b>	<b>8.0</b>	<b>4.7</b>	

	度数 横%	全 体	利便性	和食に合う	中華に合う	洋食に合う	情緒	贅沢感がある	食べやすい・食べ疲れしない	男性向き
			／入手しやすい				／信頼がおける			
(1) 国産和牛	1800	206	483	102	300	630	739	377	144	
	<b>100</b>	<b>11.4</b>	<b>26.8</b>	<b>5.7</b>	<b>16.7</b>	<b>35.0</b>	<b>41.1</b>	<b>20.9</b>	<b>8.0</b>	
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800	332	271	152	254	315	154	239	124	
	<b>100</b>	<b>18.4</b>	<b>15.1</b>	<b>8.4</b>	<b>14.1</b>	<b>17.5</b>	<b>8.6</b>	<b>13.3</b>	<b>6.9</b>	
(3) アメリカ産牛肉	1800	538	70	133	338	50	37	95	255	
	<b>100</b>	<b>29.9</b>	<b>3.9</b>	<b>7.4</b>	<b>18.8</b>	<b>2.8</b>	<b>2.1</b>	<b>5.3</b>	<b>14.2</b>	
(4) オーストラリア産牛肉	1800	529	57	138	341	80	27	103	211	
	<b>100</b>	<b>29.4</b>	<b>3.2</b>	<b>7.7</b>	<b>18.9</b>	<b>4.4</b>	<b>1.5</b>	<b>5.7</b>	<b>11.7</b>	

	度数 横%	全 体	情緒	年配向き	大人向き	若者向き	子ども向き	少量で満足	該当なし／あてはまるイメージはない
			／女性向き						／該当なし
(1) 国産和牛	1800	192	310	354	95	89	433	173	
	<b>100</b>	<b>10.7</b>	<b>17.2</b>	<b>19.7</b>	<b>5.3</b>	<b>4.9</b>	<b>24.1</b>	<b>9.6</b>	
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800	126	124	149	125	132	88	276	
	<b>100</b>	<b>7.0</b>	<b>6.9</b>	<b>8.3</b>	<b>6.9</b>	<b>7.3</b>	<b>4.9</b>	<b>15.3</b>	
(3) アメリカ産牛肉	1800	44	39	71	329	148	51	350	
	<b>100</b>	<b>2.4</b>	<b>2.2</b>	<b>3.9</b>	<b>18.3</b>	<b>8.2</b>	<b>2.8</b>	<b>19.4</b>	
(4) オーストラリア産牛肉	1800	67	36	59	304	153	42	336	
	<b>100</b>	<b>3.7</b>	<b>2.0</b>	<b>3.3</b>	<b>16.9</b>	<b>8.5</b>	<b>2.3</b>	<b>18.7</b>	



Q12-1 あなたが下記の牛肉を家庭内で食べる場面について、あてはまるものをすべてお選びください。

【1. 国産和牛】

度数横%		全体	日常の食材	休日	家族のリクエスト	友人との食事	自分へのご褒美	誕生日・記念日	お盆	クリスマス	お正月	バーベキューをする時	その他の場面	この産地の牛肉は食べない
全体		1749 100	597 34.1	435 24.9	459 26.2	302 17.3	564 32.2	602 34.4	197 11.3	277 15.8	400 22.9	204 11.7	189 10.8	141 8.1
地域	首都圏	869 100	255 29.3	209 24.1	219 25.2	153 17.6	281 32.3	304 35.0	95 10.9	145 16.7	191 22.0	81 9.3	100 11.5	85 9.8
	京阪神圏	880 100	342 38.9	226 25.7	240 27.3	149 16.9	283 32.2	298 33.9	102 11.6	132 15.0	209 23.8	123 14.0	89 10.1	56 6.4
年代	20代	291 100	88 30.2	72 24.7	67 23.0	56 19.2	98 33.7	106 36.4	32 11.0	53 18.2	51 17.5	37 12.7	25 8.6	22 7.6
	30代	296 100	77 26.0	80 27.0	76 25.7	41 13.9	100 33.8	102 34.5	36 12.2	38 12.8	59 19.9	39 13.2	22 7.4	28 9.5
	40代	293 100	100 34.1	89 30.4	75 25.6	51 17.4	83 28.3	85 29.0	34 11.6	50 17.1	57 19.5	41 14.0	29 9.9	37 12.6
	50代	290 100	104 35.9	75 25.9	73 25.2	51 17.6	91 31.4	95 32.8	32 11.0	39 13.4	60 20.7	27 9.3	39 13.4	16 5.5
	60代	287 100	105 36.6	52 18.1	78 27.2	44 15.3	82 28.6	96 33.4	27 9.4	39 13.6	73 25.4	35 12.2	35 12.2	23 8.0
	70代以上	292 100	123 42.1	67 22.9	90 30.8	59 20.2	110 37.7	118 40.4	36 12.3	58 19.9	100 34.2	25 8.6	39 13.4	15 5.1

【2. 和牛以外の国産牛肉】

度数横%		全体	日常の食材	休日	家族のリクエスト	友人との食事	自分へのご褒美	誕生日・記念日	お盆	クリスマス	お正月	バーベキューをする時	その他の場面	この産地の牛肉は食べない
全体		1749 100	905 51.7	369 21.1	287 16.4	209 11.9	203 11.6	203 11.6	135 7.7	156 8.9	144 8.2	316 18.1	212 12.1	196 11.2
地域	首都圏	869 100	417 48.0	176 20.3	144 16.6	101 11.6	104 12.0	97 11.2	70 8.1	76 8.7	73 8.4	136 15.7	107 12.3	103 11.9
	京阪神圏	880 100	488 55.5	193 21.9	143 16.3	108 12.3	99 11.3	106 12.0	65 7.4	80 9.1	71 8.1	180 20.5	105 11.9	93 10.6
年代	20代	291 100	131 45.0	74 25.4	59 20.3	54 18.6	57 19.6	52 17.9	31 10.7	36 12.4	28 9.6	55 18.9	35 12.0	22 7.6
	30代	296 100	121 40.9	70 23.6	49 16.6	31 10.5	47 15.9	51 17.2	25 8.4	29 9.8	28 9.5	51 17.2	28 9.5	32 10.8
	40代	293 100	146 49.8	63 21.5	36 12.3	29 9.9	28 9.6	29 9.9	12 4.1	22 7.5	19 6.5	41 14.0	26 8.9	47 16.0
	50代	290 100	163 56.2	64 22.1	54 18.6	25 8.6	29 10.0	26 9.0	19 6.2	18 6.6	21 7.2	51 17.6	35 12.1	29 10.0
	60代	287 100	166 57.8	39 13.6	35 12.2	25 8.7	21 7.3	18 6.3	18 6.3	16 5.6	16 5.6	50 17.4	40 13.9	33 11.5
	70代以上	292 100	178 61.0	59 20.2	54 18.5	45 15.4	21 7.2	27 9.2	31 10.6	34 11.6	32 11.0	68 23.3	48 16.4	33 11.3

### 【3. アメリカ産牛肉】

		度数 横%	全 体	日常の 食材	休日	家族の リクエスト	友人との 食事	自分への ご褒美	誕生日・ 記念日	お盆	クリスマス	お正月	バーベ キュー をする時	その他の 場面	この産地の 牛肉は 食べない
全 体			1749 <b>100</b>	777 <b>44.4</b>	206 <b>11.8</b>	109 <b>6.2</b>	124 <b>7.1</b>	66 <b>3.8</b>	74 <b>4.2</b>	59 <b>3.4</b>	107 <b>6.1</b>	54 <b>3.1</b>	416 <b>23.8</b>	200 <b>11.4</b>	481 <b>27.5</b>
地域	首都圏		869 <b>100</b>	411 <b>47.3</b>	120 <b>13.8</b>	60 <b>6.9</b>	72 <b>8.3</b>	39 <b>4.5</b>	40 <b>4.6</b>	29 <b>3.3</b>	57 <b>6.6</b>	32 <b>3.7</b>	213 <b>24.5</b>	88 <b>10.1</b>	203 <b>23.4</b>
	京阪神圏		880 <b>100</b>	366 <b>41.6</b>	86 <b>9.8</b>	49 <b>5.6</b>	52 <b>5.9</b>	27 <b>3.1</b>	34 <b>3.9</b>	30 <b>3.4</b>	50 <b>5.7</b>	22 <b>2.5</b>	203 <b>23.1</b>	112 <b>12.7</b>	278 <b>31.6</b>
年代	20代		291 <b>100</b>	116 <b>39.9</b>	49 <b>16.8</b>	31 <b>10.7</b>	38 <b>13.1</b>	29 <b>10.0</b>	20 <b>6.9</b>	18 <b>6.2</b>	29 <b>10.0</b>	16 <b>5.5</b>	72 <b>24.7</b>	29 <b>10.0</b>	55 <b>18.9</b>
	30代		296 <b>100</b>	131 <b>44.3</b>	46 <b>15.5</b>	21 <b>7.1</b>	28 <b>9.5</b>	7 <b>2.4</b>	18 <b>6.1</b>	14 <b>4.7</b>	26 <b>8.8</b>	6 <b>2.0</b>	80 <b>27.0</b>	25 <b>8.4</b>	71 <b>24.0</b>
	40代		293 <b>100</b>	148 <b>50.5</b>	42 <b>14.3</b>	13 <b>4.4</b>	18 <b>6.1</b>	12 <b>4.1</b>	13 <b>4.4</b>	10 <b>3.4</b>	17 <b>5.8</b>	8 <b>2.7</b>	71 <b>24.2</b>	24 <b>8.2</b>	76 <b>25.9</b>
	50代		290 <b>100</b>	134 <b>46.2</b>	31 <b>10.7</b>	18 <b>6.2</b>	14 <b>4.8</b>	12 <b>4.1</b>	10 <b>3.4</b>	4 <b>1.4</b>	15 <b>5.2</b>	8 <b>2.8</b>	57 <b>19.7</b>	39 <b>13.4</b>	87 <b>30.0</b>
	60代		287 <b>100</b>	133 <b>46.3</b>	17 <b>5.9</b>	9 <b>3.1</b>	10 <b>3.5</b>	3 <b>1.0</b>	6 <b>2.1</b>	2 <b>0.7</b>	7 <b>2.4</b>	6 <b>2.1</b>	61 <b>21.3</b>	33 <b>11.5</b>	95 <b>33.1</b>
	70代以上		292 <b>100</b>	115 <b>39.4</b>	21 <b>7.2</b>	17 <b>5.8</b>	16 <b>5.5</b>	3 <b>1.0</b>	7 <b>2.4</b>	11 <b>3.8</b>	13 <b>4.5</b>	10 <b>3.4</b>	75 <b>25.7</b>	50 <b>17.1</b>	97 <b>33.2</b>

### 【4. オーストラリア産牛肉】

		度数 横%	全 体	日常の 食材	休日	家族の リクエスト	友人との 食事	自分への ご褒美	誕生日・ 記念日	お盆	クリスマス	お正月	バーベ キュー をする時	その他の 場面	この産地の 牛肉は 食べない
全 体			1749 <b>100</b>	866 <b>49.5</b>	189 <b>10.8</b>	99 <b>5.7</b>	114 <b>6.5</b>	70 <b>4.0</b>	77 <b>4.4</b>	74 <b>4.2</b>	102 <b>5.8</b>	47 <b>2.7</b>	425 <b>24.3</b>	208 <b>11.9</b>	421 <b>24.1</b>
地域	首都圏		869 <b>100</b>	449 <b>51.7</b>	99 <b>11.4</b>	60 <b>6.9</b>	63 <b>7.2</b>	41 <b>4.7</b>	42 <b>4.8</b>	37 <b>4.3</b>	54 <b>6.2</b>	26 <b>3.0</b>	208 <b>23.9</b>	102 <b>11.7</b>	178 <b>20.5</b>
	京阪神圏		880 <b>100</b>	417 <b>47.4</b>	90 <b>10.2</b>	39 <b>4.4</b>	51 <b>5.8</b>	29 <b>3.3</b>	35 <b>4.0</b>	37 <b>4.2</b>	48 <b>5.5</b>	21 <b>2.4</b>	217 <b>24.7</b>	106 <b>12.0</b>	243 <b>27.6</b>
年代	20代		291 <b>100</b>	134 <b>46.0</b>	41 <b>14.1</b>	27 <b>9.3</b>	34 <b>11.7</b>	27 <b>9.3</b>	18 <b>6.2</b>	23 <b>7.9</b>	23 <b>7.9</b>	16 <b>5.5</b>	76 <b>26.1</b>	28 <b>9.6</b>	52 <b>17.9</b>
	30代		296 <b>100</b>	144 <b>48.6</b>	41 <b>13.9</b>	19 <b>6.4</b>	26 <b>8.8</b>	10 <b>3.4</b>	16 <b>5.4</b>	12 <b>4.1</b>	25 <b>8.4</b>	7 <b>2.4</b>	79 <b>26.7</b>	24 <b>8.1</b>	61 <b>20.6</b>
	40代		293 <b>100</b>	152 <b>51.9</b>	39 <b>13.3</b>	10 <b>3.4</b>	17 <b>5.8</b>	15 <b>5.1</b>	14 <b>4.8</b>	7 <b>2.4</b>	18 <b>6.1</b>	5 <b>1.7</b>	67 <b>22.9</b>	23 <b>7.8</b>	72 <b>24.6</b>
	50代		290 <b>100</b>	157 <b>54.1</b>	29 <b>10.0</b>	21 <b>7.2</b>	14 <b>4.8</b>	11 <b>3.8</b>	15 <b>5.2</b>	16 <b>5.5</b>	12 <b>4.1</b>	8 <b>2.8</b>	66 <b>22.8</b>	41 <b>14.1</b>	72 <b>24.8</b>
	60代		287 <b>100</b>	142 <b>49.5</b>	21 <b>7.3</b>	11 <b>3.8</b>	7 <b>2.4</b>	4 <b>1.4</b>	6 <b>2.1</b>	5 <b>1.7</b>	9 <b>3.1</b>	4 <b>1.4</b>	62 <b>21.6</b>	38 <b>13.2</b>	83 <b>28.9</b>
	70代以上		292 <b>100</b>	137 <b>46.9</b>	18 <b>6.2</b>	11 <b>3.8</b>	16 <b>5.5</b>	3 <b>1.0</b>	8 <b>2.7</b>	11 <b>3.8</b>	15 <b>5.1</b>	7 <b>2.4</b>	75 <b>25.7</b>	54 <b>18.5</b>	81 <b>27.7</b>

Q12-2 あなたが下記の牛肉を家庭内で食べる料理について、あてはまるものをすべてお選びください。

【1. 国産和牛】

		度数 横%	全 体	焼き肉	すき焼き	ステーキ	肉じゃが	カレー	シチュー	丼物	炒め物	鍋・ しゃぶしゃぶ	その他の 牛肉料理
全 体			1608 <b>100</b>	924 <b>57.5</b>	1061 <b>66.0</b>	839 <b>52.2</b>	320 <b>19.9</b>	254 <b>15.8</b>	179 <b>11.1</b>	209 <b>13.0</b>	214 <b>13.3</b>	613 <b>38.1</b>	192 <b>11.9</b>
地域	首都圏		784 <b>100</b>	449 <b>57.3</b>	495 <b>63.1</b>	408 <b>52.0</b>	121 <b>15.4</b>	90 <b>11.5</b>	74 <b>9.4</b>	83 <b>10.6</b>	88 <b>11.2</b>	272 <b>34.7</b>	78 <b>9.9</b>
	京阪神圏		824 <b>100</b>	475 <b>57.6</b>	566 <b>68.7</b>	431 <b>52.3</b>	199 <b>24.2</b>	164 <b>19.9</b>	105 <b>12.7</b>	126 <b>15.3</b>	126 <b>15.3</b>	341 <b>41.4</b>	114 <b>13.8</b>
年代	20代		269 <b>100</b>	158 <b>58.7</b>	144 <b>53.5</b>	108 <b>40.1</b>	45 <b>16.7</b>	35 <b>13.0</b>	23 <b>8.6</b>	28 <b>10.4</b>	28 <b>10.4</b>	55 <b>20.4</b>	30 <b>11.2</b>
	30代		268 <b>100</b>	171 <b>63.8</b>	155 <b>57.8</b>	142 <b>53.0</b>	41 <b>15.3</b>	41 <b>15.3</b>	27 <b>10.1</b>	27 <b>10.1</b>	36 <b>13.4</b>	83 <b>31.0</b>	34 <b>12.7</b>
	40代		256 <b>100</b>	170 <b>66.4</b>	169 <b>66.0</b>	134 <b>52.3</b>	62 <b>24.2</b>	53 <b>20.7</b>	36 <b>14.1</b>	48 <b>18.8</b>	39 <b>15.2</b>	92 <b>35.9</b>	27 <b>10.5</b>
	50代		274 <b>100</b>	164 <b>59.9</b>	175 <b>63.9</b>	137 <b>50.0</b>	49 <b>17.9</b>	32 <b>11.7</b>	25 <b>9.1</b>	37 <b>13.5</b>	40 <b>14.6</b>	120 <b>43.8</b>	29 <b>10.6</b>
	60代		264 <b>100</b>	136 <b>51.5</b>	196 <b>74.2</b>	149 <b>56.4</b>	56 <b>21.2</b>	46 <b>17.4</b>	34 <b>12.9</b>	31 <b>11.7</b>	36 <b>13.6</b>	113 <b>42.8</b>	36 <b>13.6</b>
	70代以上		277 <b>100</b>	125 <b>45.1</b>	222 <b>80.1</b>	169 <b>61.0</b>	67 <b>24.2</b>	47 <b>17.0</b>	34 <b>12.3</b>	38 <b>13.7</b>	35 <b>12.6</b>	150 <b>54.2</b>	36 <b>13.0</b>

【2. 和牛以外の国産牛肉】

		度数 横%	全 体	焼き肉	すき焼き	ステーキ	肉じゃが	カレー	シチュー	丼物	炒め物	鍋・ しゃぶしゃぶ	その他の 牛肉料理
全 体			1553 <b>100</b>	831 <b>53.5</b>	719 <b>46.3</b>	527 <b>33.9</b>	682 <b>43.9</b>	584 <b>37.6</b>	428 <b>27.6</b>	465 <b>29.9</b>	533 <b>34.3</b>	488 <b>31.4</b>	320 <b>20.6</b>
地域	首都圏		766 <b>100</b>	410 <b>53.5</b>	360 <b>47.0</b>	274 <b>35.8</b>	280 <b>36.6</b>	229 <b>29.9</b>	171 <b>22.3</b>	200 <b>26.1</b>	234 <b>30.5</b>	234 <b>30.5</b>	141 <b>18.4</b>
	京阪神圏		787 <b>100</b>	421 <b>53.5</b>	359 <b>45.6</b>	253 <b>32.1</b>	402 <b>51.1</b>	355 <b>45.1</b>	257 <b>32.7</b>	265 <b>33.7</b>	299 <b>38.0</b>	254 <b>32.3</b>	179 <b>22.7</b>
年代	20代		269 <b>100</b>	137 <b>50.9</b>	116 <b>43.1</b>	94 <b>34.9</b>	96 <b>35.7</b>	82 <b>30.5</b>	54 <b>20.1</b>	76 <b>28.3</b>	70 <b>26.0</b>	71 <b>26.4</b>	42 <b>15.6</b>
	30代		264 <b>100</b>	157 <b>59.5</b>	133 <b>50.4</b>	104 <b>39.4</b>	91 <b>34.5</b>	84 <b>31.8</b>	58 <b>22.0</b>	65 <b>24.6</b>	82 <b>31.1</b>	88 <b>33.3</b>	45 <b>17.0</b>
	40代		246 <b>100</b>	138 <b>56.1</b>	113 <b>45.9</b>	86 <b>35.0</b>	97 <b>39.4</b>	85 <b>34.6</b>	60 <b>24.4</b>	62 <b>25.2</b>	75 <b>30.5</b>	83 <b>33.7</b>	46 <b>18.7</b>
	50代		261 <b>100</b>	154 <b>59.0</b>	113 <b>43.3</b>	86 <b>33.0</b>	116 <b>44.4</b>	99 <b>37.9</b>	77 <b>29.5</b>	78 <b>29.9</b>	96 <b>36.8</b>	91 <b>34.9</b>	46 <b>17.6</b>
	60代		254 <b>100</b>	123 <b>48.4</b>	120 <b>47.2</b>	76 <b>29.9</b>	119 <b>46.9</b>	111 <b>43.7</b>	79 <b>31.1</b>	74 <b>29.1</b>	101 <b>39.8</b>	69 <b>27.2</b>	50 <b>19.7</b>
	70代以上		259 <b>100</b>	122 <b>47.1</b>	124 <b>47.9</b>	81 <b>31.3</b>	163 <b>62.9</b>	123 <b>47.5</b>	100 <b>38.6</b>	110 <b>42.5</b>	109 <b>42.1</b>	86 <b>33.2</b>	91 <b>35.1</b>

### 【3. アメリカ産牛肉】

		度数 横%	全 体	焼き肉	すき焼き	ステーキ	肉じゃが	カレー	シチュー	丼物	炒め物	鍋・ しゃぶしゃぶ	その他の 牛肉料理
全 体			1268 <b>100</b>	560 <b>44.2</b>	228 <b>18.0</b>	532 <b>42.0</b>	383 <b>30.2</b>	511 <b>40.3</b>	384 <b>30.3</b>	339 <b>26.7</b>	447 <b>35.3</b>	170 <b>13.4</b>	271 <b>21.4</b>
地域	首都圏		666 <b>100</b>	315 <b>47.3</b>	125 <b>18.8</b>	294 <b>44.1</b>	188 <b>28.2</b>	251 <b>37.7</b>	197 <b>29.6</b>	177 <b>26.6</b>	232 <b>34.8</b>	93 <b>14.0</b>	127 <b>19.1</b>
	京阪神圏		602 <b>100</b>	245 <b>40.7</b>	103 <b>17.1</b>	238 <b>39.5</b>	195 <b>32.4</b>	260 <b>43.2</b>	187 <b>31.1</b>	162 <b>26.9</b>	215 <b>35.7</b>	77 <b>12.8</b>	144 <b>23.9</b>
年代	20代		236 <b>100</b>	93 <b>39.4</b>	49 <b>20.8</b>	93 <b>39.4</b>	64 <b>27.1</b>	82 <b>34.7</b>	57 <b>24.2</b>	56 <b>23.7</b>	70 <b>29.7</b>	39 <b>16.5</b>	46 <b>19.5</b>
	30代		225 <b>100</b>	104 <b>46.2</b>	50 <b>22.2</b>	103 <b>45.8</b>	73 <b>32.4</b>	82 <b>36.4</b>	64 <b>28.4</b>	57 <b>25.3</b>	75 <b>33.3</b>	37 <b>16.4</b>	50 <b>22.2</b>
	40代		217 <b>100</b>	98 <b>45.2</b>	46 <b>21.2</b>	94 <b>43.3</b>	62 <b>28.6</b>	81 <b>37.3</b>	62 <b>28.6</b>	61 <b>28.1</b>	78 <b>35.9</b>	27 <b>12.4</b>	40 <b>18.4</b>
	50代		203 <b>100</b>	100 <b>49.3</b>	32 <b>15.8</b>	90 <b>44.3</b>	45 <b>22.2</b>	84 <b>41.4</b>	62 <b>30.5</b>	45 <b>22.2</b>	78 <b>38.4</b>	22 <b>10.8</b>	31 <b>15.3</b>
	60代		192 <b>100</b>	83 <b>43.2</b>	21 <b>10.9</b>	81 <b>42.2</b>	68 <b>35.4</b>	82 <b>42.7</b>	62 <b>32.3</b>	54 <b>28.1</b>	73 <b>38.0</b>	18 <b>9.4</b>	39 <b>20.3</b>
	70代以上		195 <b>100</b>	82 <b>42.1</b>	30 <b>15.4</b>	71 <b>36.4</b>	71 <b>36.4</b>	100 <b>51.3</b>	77 <b>39.5</b>	66 <b>33.8</b>	73 <b>37.4</b>	27 <b>13.8</b>	65 <b>33.3</b>

### 【4. オーストラリア産牛肉】

		度数 横%	全 体	焼き肉	すき焼き	ステーキ	肉じゃが	カレー	シチュー	丼物	炒め物	鍋・ しゃぶしゃぶ	その他の 牛肉料理
全 体			1328 <b>100</b>	556 <b>41.9</b>	216 <b>16.3</b>	534 <b>40.2</b>	397 <b>29.9</b>	524 <b>39.5</b>	409 <b>30.8</b>	320 <b>24.1</b>	443 <b>33.4</b>	159 <b>12.0</b>	298 <b>22.4</b>
地域	首都圏		691 <b>100</b>	304 <b>44.0</b>	124 <b>17.9</b>	297 <b>43.0</b>	194 <b>28.1</b>	255 <b>36.9</b>	203 <b>29.4</b>	159 <b>23.0</b>	220 <b>31.8</b>	80 <b>11.6</b>	135 <b>19.5</b>
	京阪神圏		637 <b>100</b>	252 <b>39.6</b>	92 <b>14.4</b>	237 <b>37.2</b>	203 <b>31.9</b>	269 <b>42.2</b>	206 <b>32.3</b>	161 <b>25.3</b>	223 <b>35.0</b>	79 <b>12.4</b>	163 <b>25.6</b>
年代	20代		239 <b>100</b>	91 <b>38.1</b>	38 <b>15.9</b>	90 <b>37.7</b>	64 <b>26.8</b>	74 <b>31.0</b>	59 <b>24.7</b>	58 <b>24.3</b>	64 <b>26.8</b>	35 <b>14.6</b>	40 <b>16.7</b>
	30代		235 <b>100</b>	106 <b>45.1</b>	49 <b>20.9</b>	106 <b>45.1</b>	77 <b>32.8</b>	83 <b>35.3</b>	61 <b>26.0</b>	55 <b>23.4</b>	74 <b>31.5</b>	34 <b>14.5</b>	55 <b>23.4</b>
	40代		221 <b>100</b>	89 <b>40.3</b>	39 <b>17.6</b>	89 <b>40.3</b>	49 <b>22.2</b>	80 <b>36.2</b>	64 <b>29.0</b>	58 <b>26.2</b>	73 <b>33.0</b>	22 <b>10.0</b>	43 <b>19.5</b>
	50代		218 <b>100</b>	98 <b>45.0</b>	34 <b>15.6</b>	92 <b>42.2</b>	61 <b>28.0</b>	94 <b>43.1</b>	68 <b>31.2</b>	51 <b>23.4</b>	89 <b>40.8</b>	25 <b>11.5</b>	41 <b>18.8</b>
	60代		204 <b>100</b>	88 <b>43.1</b>	24 <b>11.8</b>	84 <b>41.2</b>	67 <b>32.8</b>	88 <b>43.1</b>	69 <b>33.8</b>	47 <b>23.0</b>	68 <b>33.3</b>	15 <b>7.4</b>	42 <b>20.6</b>
	70代以上		211 <b>100</b>	84 <b>39.8</b>	32 <b>15.2</b>	73 <b>34.6</b>	79 <b>37.4</b>	105 <b>49.8</b>	88 <b>41.7</b>	51 <b>24.2</b>	75 <b>35.5</b>	28 <b>13.3</b>	77 <b>36.5</b>

Q13 あなたが下記の牛肉に関する情報を得るために用いている情報源を全てお選びください。

度数横%	全体	マスメディア	その他のテレビ	ラジオ番組・CM	新聞記事・広告	雑誌記事・広告	アナログ媒体	書籍	カタログ・通信販売（ギフトカタログ含む）
		テレビのニュース・報道番組	番組				交通広告・屋外広告		
(1) 国産和牛	1800 100	264 14.7	134 7.4	78 4.3	143 7.9	84 4.7	49 2.7	48 2.7	92 5.1
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800 100	249 13.8	119 6.6	69 3.8	122 6.8	71 3.9	43 2.4	40 2.2	63 3.5
(3) アメリカ産牛肉	1800 100	254 14.1	110 6.1	66 3.7	133 7.4	67 3.7	42 2.3	35 1.9	46 2.6
(4) オーストラリア産牛肉	1800 100	244 13.6	118 6.6	60 3.3	128 7.1	74 4.1	43 2.4	40 2.2	50 2.8

度数横%	全体	行政・公的機関・制度等	学校や病院	トレーサビリティ制度	検査制度	インターネット	インターネット	グルメ情報サイト	料理・レシピ情報サイト
		行政 国・地方自治体				インターネット・アプリのニュース記事やコラム	インターネット通信販売（食品宅配サービス除く） ※Amazon、楽天等	※ぐるなび、食べログ等	※クックパッド等
(1) 国産和牛	1800 100	57 3.2	36 2.0	51 2.8	50 2.8	94 5.2	59 3.3	96 5.3	141 7.8
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800 100	51 2.8	36 2.0	45 2.5	58 3.2	91 5.1	63 3.5	88 4.9	132 7.3
(3) アメリカ産牛肉	1800 100	49 2.7	33 1.8	44 2.4	57 3.2	92 5.1	51 2.8	70 3.9	115 6.4
(4) オーストラリア産牛肉	1800 100	45 2.5	30 1.7	42 2.3	48 2.7	87 4.8	36 2.0	68 3.8	121 6.7

度数横%	全体	インターネット	銘柄牛、牛肉の産地、畜産農家等の公式サイト	インターネット	SNS	ブログ	インターネット	店舗、人からの話、実体験	食品宅配サービス
		インターネットの公式サイト		広告	※Facebook、Twitter		ネットのサイト	※生協などの協同組合	※生協を除く
(1) 国産和牛	1800 100	59 3.3	80 4.4	59 3.3	49 2.7	39 2.2	53 2.9	88 4.9	32 1.8
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800 100	49 2.7	55 3.1	55 3.1	48 2.7	37 2.1	46 2.6	87 4.8	45 2.5
(3) アメリカ産牛肉	1800 100	45 2.5	45 2.5	59 3.3	40 2.2	32 1.8	46 2.6	63 3.5	31 1.7
(4) オーストラリア産牛肉	1800 100	44 2.4	40 2.2	47 2.6	39 2.2	19 1.1	39 2.2	69 3.8	35 1.9

度数横%	全体	店舗、人からの話、実体験	産地体験・産地交流会等のイベント	飲食店の店頭・店内やスタッフの話	飲食店で実際に食して	スーパーやデパートの店頭・店内やスタッフの話	精肉店の店頭・店内やスタッフの話	自宅で購入したものを食して	ギフト等の贈り物を食して
		実際に家畜が育っている環境をみて							
(1) 国産和牛	1800 100	42 2.3	51 2.8	117 6.5	182 10.1	224 12.4	169 9.4	323 17.9	98 5.4
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800 100	28 1.6	44 2.4	94 5.2	164 9.1	213 11.8	142 7.9	300 16.7	61 3.4
(3) アメリカ産牛肉	1800 100	25 1.4	31 1.7	83 4.6	155 8.6	186 10.3	109 6.1	246 13.7	45 2.5
(4) オーストラリア産牛肉	1800 100	17 0.9	28 1.6	79 4.4	151 8.4	189 10.5	100 5.6	258 14.3	40 2.2

度数横%	全体	店舗、人からの話、実体験	特にない
		家族や友人・知人の話	
(1) 国産和牛	1800 100	156 8.7	800 44.4
(2) 和牛以外の国産牛肉	1800 100	144 8.0	832 46.2
(3) アメリカ産牛肉	1800 100	113 6.3	882 49.0
(4) オーストラリア産牛肉	1800 100	119 6.6	871 48.4

Q14 あなたは、輸入牛肉と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら、国産和牛肉を選びますか。あなたのお考えに最も近いものを1つだけお選びください。

度数横%		全 体	4倍を超える価格でも国産和牛肉を選ぶ	4倍高までなら国産和牛肉を選ぶ	3倍高までなら国産和牛肉を選ぶ	2倍高までなら国産和牛肉を選ぶ	8割高までなら国産和牛肉を選ぶ	5割高までなら国産和牛肉を選ぶ	2割高までなら国産和牛肉を選ぶ	同等の価格なら国産和牛肉を選ぶ	国産和牛肉へのこだわりはない
全 体		1800 <b>100</b>	82 <b>4.6</b>	35 <b>1.9</b>	125 <b>6.9</b>	289 <b>16.1</b>	43 <b>2.4</b>	147 <b>8.2</b>	392 <b>21.8</b>	360 <b>20.0</b>	327 <b>18.2</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	28 <b>3.1</b>	12 <b>1.3</b>	57 <b>6.3</b>	140 <b>15.6</b>	21 <b>2.3</b>	82 <b>9.1</b>	208 <b>23.1</b>	174 <b>19.3</b>	178 <b>19.8</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	54 <b>6.0</b>	23 <b>2.6</b>	68 <b>7.6</b>	149 <b>16.6</b>	22 <b>2.4</b>	65 <b>7.2</b>	184 <b>20.4</b>	186 <b>20.7</b>	149 <b>16.6</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	11 <b>3.7</b>	30 <b>10.0</b>	38 <b>12.7</b>	11 <b>3.7</b>	12 <b>4.0</b>	65 <b>21.7</b>	58 <b>19.3</b>	62 <b>20.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	6 <b>2.0</b>	14 <b>4.7</b>	42 <b>14.0</b>	9 <b>3.0</b>	17 <b>5.7</b>	82 <b>27.3</b>	65 <b>21.7</b>	56 <b>18.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	4 <b>1.3</b>	15 <b>5.0</b>	52 <b>17.3</b>	7 <b>2.3</b>	27 <b>9.0</b>	59 <b>19.7</b>	69 <b>23.0</b>	60 <b>20.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	4 <b>1.3</b>	16 <b>5.3</b>	46 <b>15.3</b>	2 <b>0.7</b>	26 <b>8.7</b>	69 <b>23.0</b>	69 <b>23.0</b>	52 <b>17.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	19 <b>6.3</b>	4 <b>1.3</b>	21 <b>7.0</b>	48 <b>16.0</b>	5 <b>1.7</b>	28 <b>9.3</b>	61 <b>20.3</b>	55 <b>18.3</b>	59 <b>19.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	6 <b>2.0</b>	29 <b>9.7</b>	63 <b>21.0</b>	9 <b>3.0</b>	37 <b>12.3</b>	56 <b>18.7</b>	44 <b>14.7</b>	38 <b>12.7</b>

Q15 あなたは、輸入牛肉と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら、和牛以外の国産牛肉を選びますか。あなたのお考えに最も近いものを1つだけお選びください。

度数横%		全 体	2倍を超える価格でも和牛以外の国産牛肉を選ぶ	2倍高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ	8割高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ	6割高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ	4割高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ	2割高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ	1割高までなら和牛以外の国産牛肉を選ぶ	同等の価格なら和牛以外の国産牛肉を選ぶ	国産へのこだわりはない
全 体		1800 <b>100</b>	126 <b>7.0</b>	148 <b>8.2</b>	42 <b>2.3</b>	63 <b>3.5</b>	136 <b>7.6</b>	336 <b>18.7</b>	220 <b>12.2</b>	399 <b>22.2</b>	330 <b>18.3</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	48 <b>5.3</b>	69 <b>7.7</b>	18 <b>2.0</b>	25 <b>2.8</b>	65 <b>7.2</b>	181 <b>20.1</b>	113 <b>12.6</b>	206 <b>22.9</b>	175 <b>19.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	78 <b>8.7</b>	79 <b>8.8</b>	24 <b>2.7</b>	38 <b>4.2</b>	71 <b>7.9</b>	155 <b>17.2</b>	107 <b>11.9</b>	193 <b>21.4</b>	155 <b>17.2</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	19 <b>6.3</b>	29 <b>9.7</b>	13 <b>4.3</b>	15 <b>5.0</b>	21 <b>7.0</b>	36 <b>12.0</b>	48 <b>16.0</b>	55 <b>18.3</b>	64 <b>21.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	23 <b>7.7</b>	8 <b>2.7</b>	9 <b>3.0</b>	13 <b>4.3</b>	58 <b>19.3</b>	45 <b>15.0</b>	75 <b>25.0</b>	51 <b>17.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	13 <b>4.3</b>	9 <b>3.0</b>	10 <b>3.3</b>	27 <b>9.0</b>	57 <b>19.0</b>	32 <b>10.7</b>	73 <b>24.3</b>	61 <b>20.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	23 <b>7.7</b>	1 <b>0.3</b>	6 <b>2.0</b>	14 <b>4.7</b>	64 <b>21.3</b>	46 <b>15.3</b>	77 <b>25.7</b>	49 <b>16.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	27 <b>9.0</b>	22 <b>7.3</b>	3 <b>1.0</b>	10 <b>3.3</b>	23 <b>7.7</b>	59 <b>19.7</b>	30 <b>10.0</b>	59 <b>19.7</b>	67 <b>22.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	24 <b>8.0</b>	38 <b>12.7</b>	8 <b>2.7</b>	13 <b>4.3</b>	38 <b>12.7</b>	62 <b>20.7</b>	19 <b>6.3</b>	60 <b>20.0</b>	38 <b>12.7</b>

Q16 牛肉について伺います。下記の原産地の牛肉を購入したいと思いますか。それぞれの事項について、あなたのお考えに最も近いものを1つお選びください。

【1. 岩手県産】

度数横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	123 <b>6.8</b>	591 <b>32.8</b>	525 <b>29.2</b>	75 <b>4.2</b>	486 <b>27.0</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	78 <b>8.7</b>	306 <b>34.0</b>	266 <b>29.6</b>	32 <b>3.6</b>	218 <b>24.2</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	45 <b>5.0</b>	285 <b>31.7</b>	259 <b>28.8</b>	43 <b>4.8</b>	268 <b>29.8</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	30 <b>10.0</b>	86 <b>28.7</b>	95 <b>31.7</b>	16 <b>5.3</b>	73 <b>24.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	23 <b>7.7</b>	98 <b>32.7</b>	92 <b>30.7</b>	18 <b>6.0</b>	69 <b>23.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	23 <b>7.7</b>	93 <b>31.0</b>	93 <b>31.0</b>	10 <b>3.3</b>	81 <b>27.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	99 <b>33.0</b>	95 <b>31.7</b>	9 <b>3.0</b>	81 <b>27.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	104 <b>34.7</b>	73 <b>24.3</b>	14 <b>4.7</b>	94 <b>31.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	111 <b>37.0</b>	77 <b>25.7</b>	8 <b>2.7</b>	88 <b>29.3</b>

【2. 宮城県産】

度数横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	99 <b>5.5</b>	605 <b>33.6</b>	531 <b>29.5</b>	85 <b>4.7</b>	480 <b>26.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	54 <b>6.0</b>	319 <b>35.4</b>	271 <b>30.1</b>	37 <b>4.1</b>	219 <b>24.3</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	45 <b>5.0</b>	286 <b>31.8</b>	260 <b>28.9</b>	48 <b>5.3</b>	261 <b>29.0</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	28 <b>9.3</b>	91 <b>30.3</b>	95 <b>31.7</b>	16 <b>5.3</b>	70 <b>23.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	100 <b>33.3</b>	93 <b>31.0</b>	20 <b>6.7</b>	67 <b>22.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	102 <b>34.0</b>	89 <b>29.7</b>	13 <b>4.3</b>	78 <b>26.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	98 <b>32.7</b>	103 <b>34.3</b>	13 <b>4.3</b>	76 <b>25.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	103 <b>34.3</b>	77 <b>25.7</b>	13 <b>4.3</b>	95 <b>31.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	111 <b>37.0</b>	74 <b>24.7</b>	10 <b>3.3</b>	94 <b>31.3</b>

### 【3. 栃木県産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	83 <b>4.6</b>	586 <b>32.6</b>	566 <b>31.4</b>	79 <b>4.4</b>	486 <b>27.0</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	52 <b>5.8</b>	301 <b>33.4</b>	294 <b>32.7</b>	31 <b>3.4</b>	222 <b>24.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	31 <b>3.4</b>	285 <b>31.7</b>	272 <b>30.2</b>	48 <b>5.3</b>	264 <b>29.3</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	90 <b>30.0</b>	104 <b>34.7</b>	14 <b>4.7</b>	70 <b>23.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	102 <b>34.0</b>	94 <b>31.3</b>	18 <b>6.0</b>	69 <b>23.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	95 <b>31.7</b>	101 <b>33.7</b>	8 <b>2.7</b>	80 <b>26.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	95 <b>31.7</b>	104 <b>34.7</b>	14 <b>4.7</b>	79 <b>26.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	97 <b>32.3</b>	79 <b>26.3</b>	16 <b>5.3</b>	94 <b>31.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	107 <b>35.7</b>	84 <b>28.0</b>	9 <b>3.0</b>	94 <b>31.3</b>

### 【4. 福島県産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	79 <b>4.4</b>	505 <b>28.1</b>	544 <b>30.2</b>	185 <b>10.3</b>	487 <b>27.1</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	47 <b>5.2</b>	256 <b>28.4</b>	272 <b>30.2</b>	101 <b>11.2</b>	224 <b>24.9</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	32 <b>3.6</b>	249 <b>27.7</b>	272 <b>30.2</b>	84 <b>9.3</b>	263 <b>29.2</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	74 <b>24.7</b>	99 <b>33.0</b>	28 <b>9.3</b>	78 <b>26.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	82 <b>27.3</b>	89 <b>29.7</b>	43 <b>14.3</b>	70 <b>23.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	84 <b>28.0</b>	94 <b>31.3</b>	33 <b>11.0</b>	77 <b>25.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	82 <b>27.3</b>	103 <b>34.3</b>	29 <b>9.7</b>	76 <b>25.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	86 <b>28.7</b>	78 <b>26.0</b>	31 <b>10.3</b>	94 <b>31.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	97 <b>32.3</b>	81 <b>27.0</b>	21 <b>7.0</b>	92 <b>30.7</b>



【5. 地元産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	172 <b>9.6</b>	607 <b>33.7</b>	538 <b>29.9</b>	54 <b>3.0</b>	429 <b>23.8</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	55 <b>6.1</b>	290 <b>32.2</b>	282 <b>31.3</b>	36 <b>4.0</b>	237 <b>26.3</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	117 <b>13.0</b>	317 <b>35.2</b>	256 <b>28.4</b>	18 <b>2.0</b>	192 <b>21.3</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	31 <b>10.3</b>	95 <b>31.7</b>	95 <b>31.7</b>	13 <b>4.3</b>	66 <b>22.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	35 <b>11.7</b>	104 <b>34.7</b>	89 <b>29.7</b>	14 <b>4.7</b>	58 <b>19.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	25 <b>8.3</b>	100 <b>33.3</b>	97 <b>32.3</b>	5 <b>1.7</b>	73 <b>24.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	19 <b>6.3</b>	98 <b>32.7</b>	102 <b>34.0</b>	7 <b>2.3</b>	74 <b>24.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	27 <b>9.0</b>	101 <b>33.7</b>	82 <b>27.3</b>	8 <b>2.7</b>	82 <b>27.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	35 <b>11.7</b>	109 <b>36.3</b>	73 <b>24.3</b>	7 <b>2.3</b>	76 <b>25.3</b>

【6. それ以外の国内産地】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	99 <b>5.5</b>	565 <b>31.4</b>	662 <b>36.8</b>	65 <b>3.6</b>	409 <b>22.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	48 <b>5.3</b>	281 <b>31.2</b>	336 <b>37.3</b>	35 <b>3.9</b>	200 <b>22.2</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	51 <b>5.7</b>	284 <b>31.6</b>	326 <b>36.2</b>	30 <b>3.3</b>	209 <b>23.2</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	81 <b>27.0</b>	113 <b>37.7</b>	14 <b>4.7</b>	70 <b>23.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	99 <b>33.0</b>	105 <b>35.0</b>	14 <b>4.7</b>	61 <b>20.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	99 <b>33.0</b>	108 <b>36.0</b>	10 <b>3.3</b>	67 <b>22.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	84 <b>28.0</b>	122 <b>40.7</b>	5 <b>1.7</b>	75 <b>25.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	98 <b>32.7</b>	105 <b>35.0</b>	9 <b>3.0</b>	74 <b>24.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	104 <b>34.7</b>	109 <b>36.3</b>	13 <b>4.3</b>	62 <b>20.7</b>

【7. アメリカ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 100	22 1.2	134 7.4	873 48.5	430 23.9	341 18.9
地域	首都圏	900 100	12 1.3	73 8.1	463 51.4	192 21.3	160 17.8
	京阪神圏	900 100	10 1.1	61 6.8	410 45.6	238 26.4	181 20.1
年代	20代	300 100	16 5.3	36 12.0	133 44.3	55 18.3	60 20.0
	30代	300 100	2 0.7	30 10.0	150 50.0	61 20.3	57 19.0
	40代	300 100	1 0.3	22 7.3	165 55.0	52 17.3	60 20.0
	50代	300 100	1 0.3	19 6.3	143 47.7	78 26.0	59 19.7
	60代	300 100	1 0.3	18 6.0	132 44.0	93 31.0	56 18.7
	70代以上	300 100	1 0.3	9 3.0	150 50.0	91 30.3	49 16.3

【8. オーストラリア】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 100	25 1.4	153 8.5	962 53.4	323 17.9	337 18.7
地域	首都圏	900 100	12 1.3	81 9.0	509 56.6	144 16.0	154 17.1
	京阪神圏	900 100	13 1.4	72 8.0	453 50.3	179 19.9	183 20.3
年代	20代	300 100	10 3.3	34 11.3	154 51.3	43 14.3	59 19.7
	30代	300 100	4 1.3	35 11.7	159 53.0	44 14.7	58 19.3
	40代	300 100	5 1.7	19 6.3	173 57.7	45 15.0	58 19.3
	50代	300 100	4 1.3	20 6.7	163 54.3	55 18.3	58 19.3
	60代	300 100	0 0.0	30 10.0	146 48.7	65 21.7	59 19.7
	70代以上	300 100	2 0.7	15 5.0	167 55.7	71 23.7	45 15.0

【9. ニュージーランド】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	19 <b>1.1</b>	133 <b>7.4</b>	847 <b>47.1</b>	392 <b>21.8</b>	409 <b>22.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	11 <b>1.2</b>	74 <b>8.2</b>	445 <b>49.4</b>	179 <b>19.9</b>	191 <b>21.2</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	59 <b>6.6</b>	402 <b>44.7</b>	213 <b>23.7</b>	218 <b>24.2</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	31 <b>10.3</b>	131 <b>43.7</b>	58 <b>19.3</b>	68 <b>22.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	26 <b>8.7</b>	143 <b>47.7</b>	61 <b>20.3</b>	67 <b>22.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	22 <b>7.3</b>	156 <b>52.0</b>	56 <b>18.7</b>	65 <b>21.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	17 <b>5.7</b>	146 <b>48.7</b>	63 <b>21.0</b>	72 <b>24.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	24 <b>8.0</b>	128 <b>42.7</b>	75 <b>25.0</b>	73 <b>24.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	13 <b>4.3</b>	143 <b>47.7</b>	79 <b>26.3</b>	64 <b>21.3</b>

【10. メキシコ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	18 <b>1.0</b>	79 <b>4.4</b>	523 <b>29.1</b>	666 <b>37.0</b>	514 <b>28.6</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	10 <b>1.1</b>	44 <b>4.9</b>	277 <b>30.8</b>	329 <b>36.6</b>	240 <b>26.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	35 <b>3.9</b>	246 <b>27.3</b>	337 <b>37.4</b>	274 <b>30.4</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	27 <b>9.0</b>	100 <b>33.3</b>	88 <b>29.3</b>	76 <b>25.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	19 <b>6.3</b>	102 <b>34.0</b>	99 <b>33.0</b>	78 <b>26.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	12 <b>4.0</b>	108 <b>36.0</b>	98 <b>32.7</b>	79 <b>26.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	7 <b>2.3</b>	81 <b>27.0</b>	121 <b>40.3</b>	91 <b>30.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	7 <b>2.3</b>	69 <b>23.0</b>	125 <b>41.7</b>	98 <b>32.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	7 <b>2.3</b>	63 <b>21.0</b>	135 <b>45.0</b>	92 <b>30.7</b>

Q17 豚肉について伺います。下記の原産地の豚肉を購入したいと思いますか。それぞれの事項について、あなたのお考えに最も近いものを1つだけお選びください。

【1. 岩手県産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	109 <b>6.1</b>	662 <b>36.8</b>	541 <b>30.1</b>	70 <b>3.9</b>	418 <b>23.2</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	63 <b>7.0</b>	357 <b>39.7</b>	263 <b>29.2</b>	33 <b>3.7</b>	184 <b>20.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	46 <b>5.1</b>	305 <b>33.9</b>	278 <b>30.9</b>	37 <b>4.1</b>	234 <b>26.0</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	30 <b>10.0</b>	96 <b>32.0</b>	94 <b>31.3</b>	14 <b>4.7</b>	66 <b>22.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	117 <b>39.0</b>	97 <b>32.3</b>	13 <b>4.3</b>	55 <b>18.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	105 <b>35.0</b>	96 <b>32.0</b>	10 <b>3.3</b>	69 <b>23.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	110 <b>36.7</b>	93 <b>31.0</b>	13 <b>4.3</b>	67 <b>22.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	112 <b>37.3</b>	84 <b>28.0</b>	14 <b>4.7</b>	79 <b>26.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	122 <b>40.7</b>	77 <b>25.7</b>	6 <b>2.0</b>	82 <b>27.3</b>

【2. 宮城県産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	99 <b>5.5</b>	670 <b>37.2</b>	540 <b>30.0</b>	78 <b>4.3</b>	413 <b>22.9</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	55 <b>6.1</b>	359 <b>39.9</b>	270 <b>30.0</b>	34 <b>3.8</b>	182 <b>20.2</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	44 <b>4.9</b>	311 <b>34.6</b>	270 <b>30.0</b>	44 <b>4.9</b>	231 <b>25.7</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	27 <b>9.0</b>	106 <b>35.3</b>	86 <b>28.7</b>	14 <b>4.7</b>	67 <b>22.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	19 <b>6.3</b>	115 <b>38.3</b>	97 <b>32.3</b>	17 <b>5.7</b>	52 <b>17.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	110 <b>36.7</b>	94 <b>31.3</b>	13 <b>4.3</b>	67 <b>22.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	109 <b>36.3</b>	97 <b>32.3</b>	13 <b>4.3</b>	67 <b>22.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	110 <b>36.7</b>	87 <b>29.0</b>	14 <b>4.7</b>	78 <b>26.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	120 <b>40.0</b>	79 <b>26.3</b>	7 <b>2.3</b>	82 <b>27.3</b>

【3. 栃木県産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	91 <b>5.1</b>	653 <b>36.3</b>	568 <b>31.6</b>	73 <b>4.1</b>	415 <b>23.1</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	53 <b>5.9</b>	352 <b>39.1</b>	279 <b>31.0</b>	30 <b>3.3</b>	186 <b>20.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	38 <b>4.2</b>	301 <b>33.4</b>	289 <b>32.1</b>	43 <b>4.8</b>	229 <b>25.4</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	97 <b>32.3</b>	99 <b>33.0</b>	12 <b>4.0</b>	63 <b>21.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	114 <b>38.0</b>	102 <b>34.0</b>	13 <b>4.3</b>	55 <b>18.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	102 <b>34.0</b>	105 <b>35.0</b>	10 <b>3.3</b>	67 <b>22.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	107 <b>35.7</b>	99 <b>33.0</b>	15 <b>5.0</b>	68 <b>22.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	110 <b>36.7</b>	88 <b>29.3</b>	15 <b>5.0</b>	78 <b>26.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	123 <b>41.0</b>	75 <b>25.0</b>	8 <b>2.7</b>	84 <b>28.0</b>

【4. 福島県産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	72 <b>4.0</b>	580 <b>32.2</b>	556 <b>30.9</b>	176 <b>9.8</b>	416 <b>23.1</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	42 <b>4.7</b>	303 <b>33.7</b>	278 <b>30.9</b>	90 <b>10.0</b>	187 <b>20.8</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	30 <b>3.3</b>	277 <b>30.8</b>	278 <b>30.9</b>	86 <b>9.6</b>	229 <b>25.4</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	87 <b>29.0</b>	99 <b>33.0</b>	27 <b>9.0</b>	67 <b>22.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	101 <b>33.7</b>	93 <b>31.0</b>	39 <b>13.0</b>	55 <b>18.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	91 <b>30.3</b>	96 <b>32.0</b>	33 <b>11.0</b>	67 <b>22.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	88 <b>29.3</b>	104 <b>34.7</b>	31 <b>10.3</b>	66 <b>22.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	94 <b>31.3</b>	89 <b>29.7</b>	31 <b>10.3</b>	76 <b>25.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	119 <b>39.7</b>	75 <b>25.0</b>	15 <b>5.0</b>	85 <b>28.3</b>

【5. 地元産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	133 <b>7.4</b>	703 <b>39.1</b>	551 <b>30.6</b>	51 <b>2.8</b>	362 <b>20.1</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	48 <b>5.3</b>	351 <b>39.0</b>	277 <b>30.8</b>	31 <b>3.4</b>	193 <b>21.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	85 <b>9.4</b>	352 <b>39.1</b>	274 <b>30.4</b>	20 <b>2.2</b>	169 <b>18.8</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	101 <b>33.7</b>	96 <b>32.0</b>	13 <b>4.3</b>	61 <b>20.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	127 <b>42.3</b>	97 <b>32.3</b>	8 <b>2.7</b>	47 <b>15.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	23 <b>7.7</b>	109 <b>36.3</b>	103 <b>34.3</b>	7 <b>2.3</b>	58 <b>19.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	107 <b>35.7</b>	103 <b>34.3</b>	12 <b>4.0</b>	62 <b>20.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	24 <b>8.0</b>	121 <b>40.3</b>	83 <b>27.7</b>	8 <b>2.7</b>	64 <b>21.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	138 <b>46.0</b>	69 <b>23.0</b>	3 <b>1.0</b>	70 <b>23.3</b>

【6. それ以外の国内産地】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	88 <b>4.9</b>	668 <b>37.1</b>	644 <b>35.8</b>	46 <b>2.6</b>	354 <b>19.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	46 <b>5.1</b>	334 <b>37.1</b>	323 <b>35.9</b>	26 <b>2.9</b>	171 <b>19.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	42 <b>4.7</b>	334 <b>37.1</b>	321 <b>35.7</b>	20 <b>2.2</b>	183 <b>20.3</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	28 <b>9.3</b>	82 <b>27.3</b>	114 <b>38.0</b>	13 <b>4.3</b>	63 <b>21.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	124 <b>41.3</b>	106 <b>35.3</b>	8 <b>2.7</b>	49 <b>16.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	118 <b>39.3</b>	108 <b>36.0</b>	6 <b>2.0</b>	55 <b>18.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	105 <b>35.0</b>	113 <b>37.7</b>	7 <b>2.3</b>	61 <b>20.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	115 <b>38.3</b>	101 <b>33.7</b>	6 <b>2.0</b>	67 <b>22.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	124 <b>41.3</b>	102 <b>34.0</b>	6 <b>2.0</b>	59 <b>19.7</b>

【7. アメリカ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	16 <b>0.9</b>	136 <b>7.6</b>	810 <b>45.0</b>	460 <b>25.6</b>	378 <b>21.0</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	78 <b>8.7</b>	434 <b>48.2</b>	205 <b>22.8</b>	175 <b>19.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	58 <b>6.4</b>	376 <b>41.8</b>	255 <b>28.3</b>	203 <b>22.6</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	36 <b>12.0</b>	136 <b>45.3</b>	53 <b>17.7</b>	63 <b>21.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	32 <b>10.7</b>	138 <b>46.0</b>	68 <b>22.7</b>	60 <b>20.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	19 <b>6.3</b>	153 <b>51.0</b>	63 <b>21.0</b>	64 <b>21.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	17 <b>5.7</b>	132 <b>44.0</b>	87 <b>29.0</b>	64 <b>21.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	15 <b>5.0</b>	123 <b>41.0</b>	95 <b>31.7</b>	67 <b>22.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	17 <b>5.7</b>	128 <b>42.7</b>	94 <b>31.3</b>	60 <b>20.0</b>

【8. カナダ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	13 <b>0.7</b>	144 <b>8.0</b>	799 <b>44.4</b>	432 <b>24.0</b>	412 <b>22.9</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	81 <b>9.0</b>	432 <b>48.0</b>	194 <b>21.6</b>	185 <b>20.6</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	5 <b>0.6</b>	63 <b>7.0</b>	367 <b>40.8</b>	238 <b>26.4</b>	227 <b>25.2</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	44 <b>14.7</b>	124 <b>41.3</b>	57 <b>19.0</b>	68 <b>22.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	4 <b>1.3</b>	27 <b>9.0</b>	145 <b>48.3</b>	62 <b>20.7</b>	62 <b>20.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	20 <b>6.7</b>	151 <b>50.3</b>	60 <b>20.0</b>	69 <b>23.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	19 <b>6.3</b>	125 <b>41.7</b>	86 <b>28.7</b>	69 <b>23.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	17 <b>5.7</b>	127 <b>42.3</b>	87 <b>29.0</b>	69 <b>23.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	17 <b>5.7</b>	127 <b>42.3</b>	80 <b>26.7</b>	75 <b>25.0</b>

【9. メキシコ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	16 <b>0.9</b>	103 <b>5.7</b>	541 <b>30.1</b>	629 <b>34.9</b>	511 <b>28.4</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	10 <b>1.1</b>	58 <b>6.4</b>	286 <b>31.8</b>	305 <b>33.9</b>	241 <b>26.8</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	6 <b>0.7</b>	45 <b>5.0</b>	255 <b>28.3</b>	324 <b>36.0</b>	270 <b>30.0</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	34 <b>11.3</b>	102 <b>34.0</b>	78 <b>26.0</b>	76 <b>25.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	25 <b>8.3</b>	102 <b>34.0</b>	94 <b>31.3</b>	77 <b>25.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	15 <b>5.0</b>	112 <b>37.3</b>	91 <b>30.3</b>	80 <b>26.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	7 <b>2.3</b>	83 <b>27.7</b>	120 <b>40.0</b>	89 <b>29.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	10 <b>3.3</b>	75 <b>25.0</b>	123 <b>41.0</b>	91 <b>30.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	12 <b>4.0</b>	67 <b>22.3</b>	123 <b>41.0</b>	98 <b>32.7</b>

【10. チリ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	15 <b>0.8</b>	97 <b>5.4</b>	533 <b>29.6</b>	626 <b>34.8</b>	529 <b>29.4</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	7 <b>0.8</b>	54 <b>6.0</b>	285 <b>31.7</b>	305 <b>33.9</b>	249 <b>27.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	8 <b>0.9</b>	43 <b>4.8</b>	248 <b>27.6</b>	321 <b>35.7</b>	280 <b>31.1</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	34 <b>11.3</b>	102 <b>34.0</b>	74 <b>24.7</b>	82 <b>27.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	19 <b>6.3</b>	104 <b>34.7</b>	96 <b>32.0</b>	79 <b>26.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	19 <b>6.3</b>	107 <b>35.7</b>	91 <b>30.3</b>	81 <b>27.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	10 <b>3.3</b>	77 <b>25.7</b>	119 <b>39.7</b>	93 <b>31.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	8 <b>2.7</b>	77 <b>25.7</b>	122 <b>40.7</b>	92 <b>30.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	7 <b>2.3</b>	66 <b>22.0</b>	124 <b>41.3</b>	102 <b>34.0</b>



【11. スペイン】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	24 <b>1.3</b>	134 <b>7.4</b>	621 <b>34.5</b>	533 <b>29.6</b>	488 <b>27.1</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	11 <b>1.2</b>	82 <b>9.1</b>	333 <b>37.0</b>	249 <b>27.7</b>	225 <b>25.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	13 <b>1.4</b>	52 <b>5.8</b>	288 <b>32.0</b>	284 <b>31.6</b>	263 <b>29.2</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	38 <b>12.7</b>	119 <b>39.7</b>	62 <b>20.7</b>	75 <b>25.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	25 <b>8.3</b>	115 <b>38.3</b>	86 <b>28.7</b>	69 <b>23.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	18 <b>6.0</b>	122 <b>40.7</b>	73 <b>24.3</b>	82 <b>27.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	16 <b>5.3</b>	98 <b>32.7</b>	97 <b>32.3</b>	84 <b>28.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	18 <b>6.0</b>	85 <b>28.3</b>	107 <b>35.7</b>	87 <b>29.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	19 <b>6.3</b>	82 <b>27.3</b>	108 <b>36.0</b>	91 <b>30.3</b>

【12. デンマーク】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	17 <b>0.9</b>	134 <b>7.4</b>	635 <b>35.3</b>	505 <b>28.1</b>	509 <b>28.3</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	11 <b>1.2</b>	70 <b>7.8</b>	348 <b>38.7</b>	237 <b>26.3</b>	234 <b>26.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	6 <b>0.7</b>	64 <b>7.1</b>	287 <b>31.9</b>	268 <b>29.8</b>	275 <b>30.6</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	39 <b>13.0</b>	104 <b>34.7</b>	65 <b>21.7</b>	80 <b>26.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	25 <b>8.3</b>	117 <b>39.0</b>	80 <b>26.7</b>	75 <b>25.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	21 <b>7.0</b>	121 <b>40.3</b>	75 <b>25.0</b>	82 <b>27.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	19 <b>6.3</b>	100 <b>33.3</b>	96 <b>32.0</b>	85 <b>28.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	17 <b>5.7</b>	96 <b>32.0</b>	95 <b>31.7</b>	92 <b>30.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	13 <b>4.3</b>	97 <b>32.3</b>	94 <b>31.3</b>	95 <b>31.7</b>

Q18 鶏肉について伺います。下記の原産地の鶏肉を購入したいと思いますか。それぞれの事項について、あなたのお考えに最も近いものを1つだけお選びください。

【1. 岩手県産】

度数横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	122 <b>6.8</b>	671 <b>37.3</b>	529 <b>29.4</b>	96 <b>5.3</b>	382 <b>21.2</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	73 <b>8.1</b>	364 <b>40.4</b>	263 <b>29.2</b>	37 <b>4.1</b>	163 <b>18.1</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	49 <b>5.4</b>	307 <b>34.1</b>	266 <b>29.6</b>	59 <b>6.6</b>	219 <b>24.3</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	34 <b>11.3</b>	94 <b>31.3</b>	99 <b>33.0</b>	11 <b>3.7</b>	62 <b>20.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	119 <b>39.7</b>	100 <b>33.3</b>	14 <b>4.7</b>	45 <b>15.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	115 <b>38.3</b>	91 <b>30.3</b>	10 <b>3.3</b>	62 <b>20.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	112 <b>37.3</b>	91 <b>30.3</b>	14 <b>4.7</b>	62 <b>20.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	114 <b>38.0</b>	77 <b>25.7</b>	23 <b>7.7</b>	74 <b>24.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	117 <b>39.0</b>	71 <b>23.7</b>	24 <b>8.0</b>	77 <b>25.7</b>

【2. 宮城県産】

度数横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	108 <b>6.0</b>	673 <b>37.4</b>	540 <b>30.0</b>	107 <b>5.9</b>	372 <b>20.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	55 <b>6.1</b>	375 <b>41.7</b>	266 <b>29.6</b>	44 <b>4.9</b>	160 <b>17.8</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	53 <b>5.9</b>	298 <b>33.1</b>	274 <b>30.4</b>	63 <b>7.0</b>	212 <b>23.6</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	27 <b>9.0</b>	96 <b>32.0</b>	102 <b>34.0</b>	14 <b>4.7</b>	61 <b>20.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	118 <b>39.3</b>	102 <b>34.0</b>	14 <b>4.7</b>	46 <b>15.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	19 <b>6.3</b>	115 <b>38.3</b>	94 <b>31.3</b>	14 <b>4.7</b>	58 <b>19.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	115 <b>38.3</b>	90 <b>30.0</b>	15 <b>5.0</b>	63 <b>21.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	116 <b>38.7</b>	78 <b>26.0</b>	24 <b>8.0</b>	70 <b>23.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	113 <b>37.7</b>	74 <b>24.7</b>	26 <b>8.7</b>	74 <b>24.7</b>

### 【3. 栃木県産】

		度数 横%	全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体			1800 <b>100</b>	87 <b>4.8</b>	674 <b>37.4</b>	550 <b>30.6</b>	102 <b>5.7</b>	387 <b>21.5</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	49 <b>5.4</b>	359 <b>39.9</b>	282 <b>31.3</b>	36 <b>4.0</b>	174 <b>19.3</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	38 <b>4.2</b>	315 <b>35.0</b>	268 <b>29.8</b>	66 <b>7.3</b>	213 <b>23.7</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	24 <b>8.0</b>	100 <b>33.3</b>	102 <b>34.0</b>	11 <b>3.7</b>	63 <b>21.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	124 <b>41.3</b>	101 <b>33.7</b>	12 <b>4.0</b>	48 <b>16.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	116 <b>38.7</b>	96 <b>32.0</b>	12 <b>4.0</b>	62 <b>20.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	109 <b>36.3</b>	97 <b>32.3</b>	16 <b>5.3</b>	65 <b>21.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	113 <b>37.7</b>	78 <b>26.0</b>	26 <b>8.7</b>	73 <b>24.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	112 <b>37.3</b>	76 <b>25.3</b>	25 <b>8.3</b>	76 <b>25.3</b>

### 【4. 福島県産】

		度数 横%	全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体			1800 <b>100</b>	79 <b>4.4</b>	607 <b>33.7</b>	523 <b>29.1</b>	202 <b>11.2</b>	389 <b>21.6</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	45 <b>5.0</b>	320 <b>35.6</b>	259 <b>28.8</b>	98 <b>10.9</b>	178 <b>19.8</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	34 <b>3.8</b>	287 <b>31.9</b>	264 <b>29.3</b>	104 <b>11.6</b>	211 <b>23.4</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	96 <b>32.0</b>	95 <b>31.7</b>	24 <b>8.0</b>	67 <b>22.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	105 <b>35.0</b>	95 <b>31.7</b>	37 <b>12.3</b>	48 <b>16.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	101 <b>33.7</b>	90 <b>30.0</b>	33 <b>11.0</b>	61 <b>20.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	96 <b>32.0</b>	95 <b>31.7</b>	35 <b>11.7</b>	62 <b>20.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	102 <b>34.0</b>	72 <b>24.0</b>	43 <b>14.3</b>	72 <b>24.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	107 <b>35.7</b>	76 <b>25.3</b>	30 <b>10.0</b>	79 <b>26.3</b>

【5. 地元産】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	143 <b>7.9</b>	729 <b>40.5</b>	539 <b>29.9</b>	65 <b>3.6</b>	324 <b>18.0</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	57 <b>6.3</b>	369 <b>41.0</b>	271 <b>30.1</b>	32 <b>3.6</b>	171 <b>19.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	86 <b>9.6</b>	360 <b>40.0</b>	268 <b>29.8</b>	33 <b>3.7</b>	153 <b>17.0</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	28 <b>9.3</b>	109 <b>36.3</b>	96 <b>32.0</b>	13 <b>4.3</b>	54 <b>18.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	27 <b>9.0</b>	126 <b>42.0</b>	102 <b>34.0</b>	6 <b>2.0</b>	39 <b>13.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	30 <b>10.0</b>	111 <b>37.0</b>	99 <b>33.0</b>	5 <b>1.7</b>	55 <b>18.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	119 <b>39.7</b>	97 <b>32.3</b>	9 <b>3.0</b>	60 <b>20.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	130 <b>43.3</b>	78 <b>26.0</b>	16 <b>5.3</b>	58 <b>19.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	25 <b>8.3</b>	134 <b>44.7</b>	67 <b>22.3</b>	16 <b>5.3</b>	58 <b>19.3</b>

【6. それ以外の国内産地】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	75 <b>4.2</b>	673 <b>37.4</b>	634 <b>35.2</b>	87 <b>4.8</b>	331 <b>18.4</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	36 <b>4.0</b>	326 <b>36.2</b>	327 <b>36.3</b>	49 <b>5.4</b>	162 <b>18.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	39 <b>4.3</b>	347 <b>38.6</b>	307 <b>34.1</b>	38 <b>4.2</b>	169 <b>18.8</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	93 <b>31.0</b>	112 <b>37.3</b>	13 <b>4.3</b>	61 <b>20.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	122 <b>40.7</b>	111 <b>37.0</b>	13 <b>4.3</b>	43 <b>14.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	117 <b>39.0</b>	111 <b>37.0</b>	12 <b>4.0</b>	47 <b>15.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	106 <b>35.3</b>	107 <b>35.7</b>	12 <b>4.0</b>	64 <b>21.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	117 <b>39.0</b>	92 <b>30.7</b>	20 <b>6.7</b>	61 <b>20.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	118 <b>39.3</b>	101 <b>33.7</b>	17 <b>5.7</b>	55 <b>18.3</b>

【7. アメリカ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	15 <b>0.8</b>	127 <b>7.1</b>	704 <b>39.1</b>	545 <b>30.3</b>	409 <b>22.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	10 <b>1.1</b>	64 <b>7.1</b>	387 <b>43.0</b>	243 <b>27.0</b>	196 <b>21.8</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	5 <b>0.6</b>	63 <b>7.0</b>	317 <b>35.2</b>	302 <b>33.6</b>	213 <b>23.7</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	43 <b>14.3</b>	116 <b>38.7</b>	64 <b>21.3</b>	66 <b>22.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	30 <b>10.0</b>	130 <b>43.3</b>	78 <b>26.0</b>	60 <b>20.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	15 <b>5.0</b>	141 <b>47.0</b>	80 <b>26.7</b>	63 <b>21.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	15 <b>5.0</b>	118 <b>39.3</b>	96 <b>32.0</b>	71 <b>23.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	11 <b>3.7</b>	100 <b>33.3</b>	116 <b>38.7</b>	72 <b>24.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	13 <b>4.3</b>	99 <b>33.0</b>	111 <b>37.0</b>	77 <b>25.7</b>

【8. ブラジル】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	11 <b>0.6</b>	100 <b>5.6</b>	587 <b>32.6</b>	690 <b>38.3</b>	412 <b>22.9</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	5 <b>0.6</b>	57 <b>6.3</b>	317 <b>35.2</b>	323 <b>35.9</b>	198 <b>22.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	6 <b>0.7</b>	43 <b>4.8</b>	270 <b>30.0</b>	367 <b>40.8</b>	214 <b>23.8</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	36 <b>12.0</b>	107 <b>35.7</b>	83 <b>27.7</b>	68 <b>22.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	24 <b>8.0</b>	115 <b>38.3</b>	99 <b>33.0</b>	61 <b>20.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	13 <b>4.3</b>	115 <b>38.3</b>	109 <b>36.3</b>	60 <b>20.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	8 <b>2.7</b>	95 <b>31.7</b>	127 <b>42.3</b>	69 <b>23.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	9 <b>3.0</b>	79 <b>26.3</b>	134 <b>44.7</b>	78 <b>26.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	10 <b>3.3</b>	76 <b>25.3</b>	138 <b>46.0</b>	76 <b>25.3</b>

【9. 中国】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	15 <b>0.8</b>	69 <b>3.8</b>	339 <b>18.8</b>	989 <b>54.9</b>	388 <b>21.6</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	9 <b>1.0</b>	39 <b>4.3</b>	188 <b>20.9</b>	480 <b>53.3</b>	184 <b>20.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	6 <b>0.7</b>	30 <b>3.3</b>	151 <b>16.8</b>	509 <b>56.6</b>	204 <b>22.7</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	26 <b>8.7</b>	77 <b>25.7</b>	123 <b>41.0</b>	65 <b>21.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	17 <b>5.7</b>	72 <b>24.0</b>	148 <b>49.3</b>	61 <b>20.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	12 <b>4.0</b>	74 <b>24.7</b>	159 <b>53.0</b>	53 <b>17.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	3 <b>1.0</b>	50 <b>16.7</b>	180 <b>60.0</b>	66 <b>22.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	6 <b>2.0</b>	25 <b>8.3</b>	193 <b>64.3</b>	75 <b>25.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	5 <b>1.7</b>	41 <b>13.7</b>	186 <b>62.0</b>	68 <b>22.7</b>

【10. タイ】

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同程度 の価格ならば 購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	13 <b>0.7</b>	89 <b>4.9</b>	517 <b>28.7</b>	742 <b>41.2</b>	439 <b>24.4</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	6 <b>0.7</b>	50 <b>5.6</b>	281 <b>31.2</b>	359 <b>39.9</b>	204 <b>22.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	7 <b>0.8</b>	39 <b>4.3</b>	236 <b>26.2</b>	383 <b>42.6</b>	235 <b>26.1</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	35 <b>11.7</b>	98 <b>32.7</b>	90 <b>30.0</b>	70 <b>23.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	17 <b>5.7</b>	100 <b>33.3</b>	115 <b>38.3</b>	65 <b>21.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	0 <b>0.0</b>	16 <b>5.3</b>	101 <b>33.7</b>	114 <b>38.0</b>	69 <b>23.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	6 <b>2.0</b>	83 <b>27.7</b>	136 <b>45.3</b>	74 <b>24.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	9 <b>3.0</b>	64 <b>21.3</b>	142 <b>47.3</b>	84 <b>28.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	6 <b>2.0</b>	71 <b>23.7</b>	145 <b>48.3</b>	77 <b>25.7</b>

Q19 あなたは下記の各食品の安全性について不安を感じますか。それぞれの事項について、あなたのお考えに最も近いものを1つお選びください。

【1. 米】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	62 <b>3.4</b>	182 <b>10.1</b>	525 <b>29.2</b>	525 <b>29.2</b>	506 <b>28.1</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	30 <b>3.3</b>	76 <b>8.4</b>	258 <b>28.7</b>	264 <b>29.3</b>	272 <b>30.2</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	32 <b>3.6</b>	106 <b>11.8</b>	267 <b>29.7</b>	261 <b>29.0</b>	234 <b>26.0</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	33 <b>11.0</b>	76 <b>25.3</b>	78 <b>26.0</b>	96 <b>32.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	36 <b>12.0</b>	110 <b>36.7</b>	84 <b>28.0</b>	63 <b>21.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	28 <b>9.3</b>	100 <b>33.3</b>	77 <b>25.7</b>	83 <b>27.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	43 <b>14.3</b>	81 <b>27.0</b>	96 <b>32.0</b>	69 <b>23.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	22 <b>7.3</b>	80 <b>26.7</b>	95 <b>31.7</b>	94 <b>31.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	20 <b>6.7</b>	78 <b>26.0</b>	95 <b>31.7</b>	101 <b>33.7</b>

【2. 野菜】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	60 <b>3.3</b>	295 <b>16.4</b>	553 <b>30.7</b>	515 <b>28.6</b>	377 <b>20.9</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	28 <b>3.1</b>	138 <b>15.3</b>	267 <b>29.7</b>	261 <b>29.0</b>	206 <b>22.9</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	32 <b>3.6</b>	157 <b>17.4</b>	286 <b>31.8</b>	254 <b>28.2</b>	171 <b>19.0</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	66 <b>22.0</b>	80 <b>26.7</b>	75 <b>25.0</b>	68 <b>22.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	63 <b>21.0</b>	96 <b>32.0</b>	82 <b>27.3</b>	45 <b>15.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	45 <b>15.0</b>	110 <b>36.7</b>	79 <b>26.3</b>	55 <b>18.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	59 <b>19.7</b>	93 <b>31.0</b>	91 <b>30.3</b>	47 <b>15.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	31 <b>10.3</b>	90 <b>30.0</b>	91 <b>30.3</b>	80 <b>26.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	31 <b>10.3</b>	84 <b>28.0</b>	97 <b>32.3</b>	82 <b>27.3</b>

### 【3. 果物】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	53 <b>2.9</b>	230 <b>12.8</b>	597 <b>33.2</b>	529 <b>29.4</b>	391 <b>21.7</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	28 <b>3.1</b>	101 <b>11.2</b>	297 <b>33.0</b>	262 <b>29.1</b>	212 <b>23.6</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	25 <b>2.8</b>	129 <b>14.3</b>	300 <b>33.3</b>	267 <b>29.7</b>	179 <b>19.9</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	43 <b>14.3</b>	90 <b>30.0</b>	81 <b>27.0</b>	74 <b>24.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	54 <b>18.0</b>	108 <b>36.0</b>	84 <b>28.0</b>	44 <b>14.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	33 <b>11.0</b>	122 <b>40.7</b>	80 <b>26.7</b>	55 <b>18.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	47 <b>15.7</b>	104 <b>34.7</b>	88 <b>29.3</b>	51 <b>17.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	31 <b>10.3</b>	89 <b>29.7</b>	95 <b>31.7</b>	79 <b>26.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	22 <b>7.3</b>	84 <b>28.0</b>	101 <b>33.7</b>	88 <b>29.3</b>

### 【4. 魚介】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	95 <b>5.3</b>	343 <b>19.1</b>	577 <b>32.1</b>	483 <b>26.8</b>	302 <b>16.8</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	53 <b>5.9</b>	147 <b>16.3</b>	291 <b>32.3</b>	243 <b>27.0</b>	166 <b>18.4</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	42 <b>4.7</b>	196 <b>21.8</b>	286 <b>31.8</b>	240 <b>26.7</b>	136 <b>15.1</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	81 <b>27.0</b>	84 <b>28.0</b>	64 <b>21.3</b>	50 <b>16.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	26 <b>8.7</b>	70 <b>23.3</b>	98 <b>32.7</b>	79 <b>26.3</b>	27 <b>9.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	46 <b>15.3</b>	109 <b>36.3</b>	78 <b>26.0</b>	49 <b>16.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	68 <b>22.7</b>	99 <b>33.0</b>	75 <b>25.0</b>	43 <b>14.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	45 <b>15.0</b>	93 <b>31.0</b>	88 <b>29.3</b>	66 <b>22.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	33 <b>11.0</b>	94 <b>31.3</b>	99 <b>33.0</b>	67 <b>22.3</b>



### 【5. 牛肉】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	69 <b>3.8</b>	310 <b>17.2</b>	626 <b>34.8</b>	483 <b>26.8</b>	312 <b>17.3</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	42 <b>4.7</b>	138 <b>15.3</b>	318 <b>35.3</b>	240 <b>26.7</b>	162 <b>18.0</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	27 <b>3.0</b>	172 <b>19.1</b>	308 <b>34.2</b>	243 <b>27.0</b>	150 <b>16.7</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	61 <b>20.3</b>	99 <b>33.0</b>	73 <b>24.3</b>	53 <b>17.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	67 <b>22.3</b>	114 <b>38.0</b>	72 <b>24.0</b>	33 <b>11.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	44 <b>14.7</b>	111 <b>37.0</b>	80 <b>26.7</b>	53 <b>17.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	66 <b>22.0</b>	104 <b>34.7</b>	74 <b>24.7</b>	42 <b>14.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	40 <b>13.3</b>	100 <b>33.3</b>	87 <b>29.0</b>	64 <b>21.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	32 <b>10.7</b>	98 <b>32.7</b>	97 <b>32.3</b>	67 <b>22.3</b>

### 【6. 豚肉】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	58 <b>3.2</b>	301 <b>16.7</b>	642 <b>35.7</b>	493 <b>27.4</b>	306 <b>17.0</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	34 <b>3.8</b>	126 <b>14.0</b>	323 <b>35.9</b>	253 <b>28.1</b>	164 <b>18.2</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	24 <b>2.7</b>	175 <b>19.4</b>	319 <b>35.4</b>	240 <b>26.7</b>	142 <b>15.8</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	67 <b>22.3</b>	102 <b>34.0</b>	69 <b>23.0</b>	52 <b>17.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	65 <b>21.7</b>	119 <b>39.7</b>	71 <b>23.7</b>	33 <b>11.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	44 <b>14.7</b>	114 <b>38.0</b>	78 <b>26.0</b>	54 <b>18.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	58 <b>19.3</b>	103 <b>34.3</b>	85 <b>28.3</b>	40 <b>13.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	32 <b>10.7</b>	107 <b>35.7</b>	91 <b>30.3</b>	64 <b>21.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	35 <b>11.7</b>	97 <b>32.3</b>	99 <b>33.0</b>	63 <b>21.0</b>

## 【7. 鶏肉】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	78 <b>4.3</b>	306 <b>17.0</b>	649 <b>36.1</b>	466 <b>25.9</b>	301 <b>16.7</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	38 <b>4.2</b>	137 <b>15.2</b>	326 <b>36.2</b>	240 <b>26.7</b>	159 <b>17.7</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	40 <b>4.4</b>	169 <b>18.8</b>	323 <b>35.9</b>	226 <b>25.1</b>	142 <b>15.8</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	65 <b>21.7</b>	95 <b>31.7</b>	69 <b>23.0</b>	54 <b>18.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	64 <b>21.3</b>	127 <b>42.3</b>	66 <b>22.0</b>	31 <b>10.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	43 <b>14.3</b>	118 <b>39.3</b>	74 <b>24.7</b>	54 <b>18.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	60 <b>20.0</b>	103 <b>34.3</b>	80 <b>26.7</b>	39 <b>13.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	36 <b>12.0</b>	110 <b>36.7</b>	80 <b>26.7</b>	63 <b>21.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	38 <b>12.7</b>	96 <b>32.0</b>	97 <b>32.3</b>	60 <b>20.0</b>

## 【8. 卵】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	53 <b>2.9</b>	235 <b>13.1</b>	580 <b>32.2</b>	538 <b>29.9</b>	394 <b>21.9</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	28 <b>3.1</b>	106 <b>11.8</b>	286 <b>31.8</b>	268 <b>29.8</b>	212 <b>23.6</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	25 <b>2.8</b>	129 <b>14.3</b>	294 <b>32.7</b>	270 <b>30.0</b>	182 <b>20.2</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	52 <b>17.3</b>	92 <b>30.7</b>	79 <b>26.3</b>	66 <b>22.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	46 <b>15.3</b>	114 <b>38.0</b>	86 <b>28.7</b>	44 <b>14.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	35 <b>11.7</b>	110 <b>36.7</b>	80 <b>26.7</b>	67 <b>22.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	55 <b>18.3</b>	93 <b>31.0</b>	85 <b>28.3</b>	57 <b>19.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	21 <b>7.0</b>	86 <b>28.7</b>	112 <b>37.3</b>	74 <b>24.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	26 <b>8.7</b>	85 <b>28.3</b>	96 <b>32.0</b>	86 <b>28.7</b>

## 【9. 牛乳】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	52 <b>2.9</b>	208 <b>11.6</b>	586 <b>32.6</b>	546 <b>30.3</b>	408 <b>22.7</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	27 <b>3.0</b>	99 <b>11.0</b>	288 <b>32.0</b>	268 <b>29.8</b>	218 <b>24.2</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	25 <b>2.8</b>	109 <b>12.1</b>	298 <b>33.1</b>	278 <b>30.9</b>	190 <b>21.1</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	41 <b>13.7</b>	86 <b>28.7</b>	89 <b>29.7</b>	74 <b>24.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	44 <b>14.7</b>	119 <b>39.7</b>	80 <b>26.7</b>	46 <b>15.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	33 <b>11.0</b>	111 <b>37.0</b>	85 <b>28.3</b>	65 <b>21.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	47 <b>15.7</b>	100 <b>33.3</b>	86 <b>28.7</b>	58 <b>19.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	20 <b>6.7</b>	84 <b>28.0</b>	107 <b>35.7</b>	79 <b>26.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	23 <b>7.7</b>	86 <b>28.7</b>	99 <b>33.0</b>	86 <b>28.7</b>

## 【10. 食肉加工品】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	151 <b>8.4</b>	404 <b>22.4</b>	630 <b>35.0</b>	361 <b>20.1</b>	254 <b>14.1</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	77 <b>8.6</b>	184 <b>20.4</b>	325 <b>36.1</b>	171 <b>19.0</b>	143 <b>15.9</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	74 <b>8.2</b>	220 <b>24.4</b>	305 <b>33.9</b>	190 <b>21.1</b>	111 <b>12.3</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	74 <b>24.7</b>	91 <b>30.3</b>	57 <b>19.0</b>	49 <b>16.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	75 <b>25.0</b>	111 <b>37.0</b>	59 <b>19.7</b>	26 <b>8.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	68 <b>22.7</b>	117 <b>39.0</b>	48 <b>16.0</b>	45 <b>15.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	81 <b>27.0</b>	107 <b>35.7</b>	52 <b>17.3</b>	31 <b>10.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	56 <b>18.7</b>	102 <b>34.0</b>	65 <b>21.7</b>	57 <b>19.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	50 <b>16.7</b>	102 <b>34.0</b>	80 <b>26.7</b>	46 <b>15.3</b>

【11. 乳製品】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	53 <b>2.9</b>	211 <b>11.7</b>	660 <b>36.7</b>	536 <b>29.8</b>	340 <b>18.9</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	27 <b>3.0</b>	97 <b>10.8</b>	323 <b>35.9</b>	266 <b>29.6</b>	187 <b>20.8</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	26 <b>2.9</b>	114 <b>12.7</b>	337 <b>37.4</b>	270 <b>30.0</b>	153 <b>17.0</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	44 <b>14.7</b>	93 <b>31.0</b>	89 <b>29.7</b>	65 <b>21.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	40 <b>13.3</b>	127 <b>42.3</b>	87 <b>29.0</b>	39 <b>13.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	32 <b>10.7</b>	124 <b>41.3</b>	78 <b>26.0</b>	57 <b>19.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	45 <b>15.0</b>	128 <b>42.7</b>	76 <b>25.3</b>	41 <b>13.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	22 <b>7.3</b>	93 <b>31.0</b>	109 <b>36.3</b>	68 <b>22.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	28 <b>9.3</b>	95 <b>31.7</b>	97 <b>32.3</b>	70 <b>23.3</b>

【12. 冷凍食品】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 <b>100</b>	108 <b>6.0</b>	328 <b>18.2</b>	642 <b>35.7</b>	427 <b>23.7</b>	295 <b>16.4</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	55 <b>6.1</b>	159 <b>17.7</b>	323 <b>35.9</b>	204 <b>22.7</b>	159 <b>17.7</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	53 <b>5.9</b>	169 <b>18.8</b>	319 <b>35.4</b>	223 <b>24.8</b>	136 <b>15.1</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	61 <b>20.3</b>	90 <b>30.0</b>	71 <b>23.7</b>	62 <b>20.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	19 <b>6.3</b>	57 <b>19.0</b>	124 <b>41.3</b>	70 <b>23.3</b>	30 <b>10.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	52 <b>17.3</b>	115 <b>38.3</b>	67 <b>22.3</b>	45 <b>15.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	28 <b>9.3</b>	64 <b>21.3</b>	109 <b>36.3</b>	64 <b>21.3</b>	35 <b>11.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	50 <b>16.7</b>	97 <b>32.3</b>	75 <b>25.0</b>	64 <b>21.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	44 <b>14.7</b>	107 <b>35.7</b>	80 <b>26.7</b>	59 <b>19.7</b>

### 【13. ファストフード】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 100	226 12.6	439 24.4	600 33.3	326 18.1	209 11.6
地域	首都圏		900 100	120 13.3	207 23.0	288 32.0	165 18.3	120 13.3
	京阪神圏		900 100	106 11.8	232 25.8	312 34.7	161 17.9	89 9.9
年代	20代		300 100	37 12.3	78 26.0	89 29.7	50 16.7	46 15.3
	30代		300 100	46 15.3	77 25.7	111 37.0	46 15.3	20 6.7
	40代		300 100	42 14.0	69 23.0	106 35.3	46 15.3	37 12.3
	50代		300 100	45 15.0	82 27.3	93 31.0	54 18.0	26 8.7
	60代		300 100	31 10.3	66 22.0	100 33.3	62 20.7	41 13.7
	70代以上		300 100	25 8.3	67 22.3	101 33.7	68 22.7	39 13.0

### 【14. 菓子類】

		度数 横%	全 体	不安を感じる	どちらかといえば 不安を感じる	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じない	不安を感じない
全 体			1800 100	87 4.8	295 16.4	681 37.8	414 23.0	323 17.9
地域	首都圏		900 100	42 4.7	155 17.2	331 36.8	201 22.3	171 19.0
	京阪神圏		900 100	45 5.0	140 15.6	350 38.9	213 23.7	152 16.9
年代	20代		300 100	18 6.0	62 20.7	96 32.0	63 21.0	61 20.3
	30代		300 100	18 6.0	58 19.3	118 39.3	69 23.0	37 12.3
	40代		300 100	16 5.3	51 17.0	112 37.3	71 23.7	50 16.7
	50代		300 100	16 5.3	58 19.3	123 41.0	64 21.3	39 13.0
	60代		300 100	10 3.3	36 12.0	118 39.3	72 24.0	64 21.3
	70代以上		300 100	9 3.0	30 10.0	114 38.0	75 25.0	72 24.0

Q23 次にあげる食肉の安全性の問題について、あなたはどの程度関心がありますか。それぞれの事項について、最もあてはまるものを1つお選びください。

【1. 食肉中の残留抗生物質】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	308 <b>17.1</b>	615 <b>34.2</b>	511 <b>28.4</b>	258 <b>14.3</b>	108 <b>6.0</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	147 <b>16.3</b>	311 <b>34.6</b>	254 <b>28.2</b>	130 <b>14.4</b>	58 <b>6.4</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	161 <b>17.9</b>	304 <b>33.8</b>	257 <b>28.6</b>	128 <b>14.2</b>	50 <b>5.6</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	42 <b>14.0</b>	90 <b>30.0</b>	89 <b>29.7</b>	45 <b>15.0</b>	34 <b>11.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	35 <b>11.7</b>	92 <b>30.7</b>	96 <b>32.0</b>	58 <b>19.3</b>	19 <b>6.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	45 <b>15.0</b>	93 <b>31.0</b>	99 <b>33.0</b>	46 <b>15.3</b>	17 <b>5.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	48 <b>16.0</b>	119 <b>39.7</b>	83 <b>27.7</b>	34 <b>11.3</b>	16 <b>5.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	55 <b>18.3</b>	110 <b>36.7</b>	78 <b>26.0</b>	44 <b>14.7</b>	13 <b>4.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	83 <b>27.7</b>	111 <b>37.0</b>	66 <b>22.0</b>	31 <b>10.3</b>	9 <b>3.0</b>

【2. 食肉中の残留動物薬】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	309 <b>17.2</b>	610 <b>33.9</b>	528 <b>29.3</b>	242 <b>13.4</b>	111 <b>6.2</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	160 <b>17.8</b>	302 <b>33.6</b>	261 <b>29.0</b>	115 <b>12.8</b>	62 <b>6.9</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	149 <b>16.6</b>	308 <b>34.2</b>	267 <b>29.7</b>	127 <b>14.1</b>	49 <b>5.4</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	41 <b>13.7</b>	88 <b>29.3</b>	98 <b>32.7</b>	37 <b>12.3</b>	36 <b>12.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	34 <b>11.3</b>	92 <b>30.7</b>	95 <b>31.7</b>	59 <b>19.7</b>	20 <b>6.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	42 <b>14.0</b>	93 <b>31.0</b>	101 <b>33.7</b>	46 <b>15.3</b>	18 <b>6.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	51 <b>17.0</b>	123 <b>41.0</b>	79 <b>26.3</b>	30 <b>10.0</b>	17 <b>5.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	58 <b>19.3</b>	107 <b>35.7</b>	84 <b>28.0</b>	38 <b>12.7</b>	13 <b>4.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	83 <b>27.7</b>	107 <b>35.7</b>	71 <b>23.7</b>	32 <b>10.7</b>	7 <b>2.3</b>

### 【3. 遺伝子組換え飼料を用いた食肉】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	342 <b>19.0</b>	621 <b>34.5</b>	519 <b>28.8</b>	215 <b>11.9</b>	103 <b>5.7</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	171 <b>19.0</b>	312 <b>34.7</b>	255 <b>28.3</b>	108 <b>12.0</b>	54 <b>6.0</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	171 <b>19.0</b>	309 <b>34.3</b>	264 <b>29.3</b>	107 <b>11.9</b>	49 <b>5.4</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	40 <b>13.3</b>	86 <b>28.7</b>	97 <b>32.3</b>	43 <b>14.3</b>	34 <b>11.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	43 <b>14.3</b>	101 <b>33.7</b>	91 <b>30.3</b>	45 <b>15.0</b>	20 <b>6.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	47 <b>15.7</b>	90 <b>30.0</b>	109 <b>36.3</b>	38 <b>12.7</b>	16 <b>5.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	57 <b>19.0</b>	112 <b>37.3</b>	83 <b>27.7</b>	33 <b>11.0</b>	15 <b>5.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	71 <b>23.7</b>	112 <b>37.3</b>	75 <b>25.0</b>	34 <b>11.3</b>	8 <b>2.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	84 <b>28.0</b>	120 <b>40.0</b>	64 <b>21.3</b>	22 <b>7.3</b>	10 <b>3.3</b>

### 【4. 牛のBSE（牛海綿状脳症）】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	530 <b>29.4</b>	589 <b>32.7</b>	441 <b>24.5</b>	148 <b>8.2</b>	92 <b>5.1</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	261 <b>29.0</b>	304 <b>33.8</b>	213 <b>23.7</b>	72 <b>8.0</b>	50 <b>5.6</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	269 <b>29.9</b>	285 <b>31.7</b>	228 <b>25.3</b>	76 <b>8.4</b>	42 <b>4.7</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	56 <b>18.7</b>	85 <b>28.3</b>	91 <b>30.3</b>	37 <b>12.3</b>	31 <b>10.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	61 <b>20.3</b>	106 <b>35.3</b>	85 <b>28.3</b>	29 <b>9.7</b>	19 <b>6.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	61 <b>20.3</b>	104 <b>34.7</b>	93 <b>31.0</b>	29 <b>9.7</b>	13 <b>4.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	93 <b>31.0</b>	109 <b>36.3</b>	62 <b>20.7</b>	19 <b>6.3</b>	17 <b>5.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	119 <b>39.7</b>	98 <b>32.7</b>	53 <b>17.7</b>	21 <b>7.0</b>	9 <b>3.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	140 <b>46.7</b>	87 <b>29.0</b>	57 <b>19.0</b>	13 <b>4.3</b>	3 <b>1.0</b>

### 【5. 成形肉】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	356 <b>19.8</b>	586 <b>32.6</b>	549 <b>30.5</b>	201 <b>11.2</b>	108 <b>6.0</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	179 <b>19.9</b>	299 <b>33.2</b>	265 <b>29.4</b>	101 <b>11.2</b>	56 <b>6.2</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	177 <b>19.7</b>	287 <b>31.9</b>	284 <b>31.6</b>	100 <b>11.1</b>	52 <b>5.8</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	40 <b>13.3</b>	88 <b>29.3</b>	95 <b>31.7</b>	39 <b>13.0</b>	38 <b>12.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	51 <b>17.0</b>	95 <b>31.7</b>	96 <b>32.0</b>	40 <b>13.3</b>	18 <b>6.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	49 <b>16.3</b>	82 <b>27.3</b>	109 <b>36.3</b>	46 <b>15.3</b>	14 <b>4.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	63 <b>21.0</b>	111 <b>37.0</b>	81 <b>27.0</b>	25 <b>8.3</b>	20 <b>6.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	74 <b>24.7</b>	104 <b>34.7</b>	87 <b>29.0</b>	26 <b>8.7</b>	9 <b>3.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	79 <b>26.3</b>	106 <b>35.3</b>	81 <b>27.0</b>	25 <b>8.3</b>	9 <b>3.0</b>

### 【6. 食肉の放射能汚染】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	443 <b>24.6</b>	565 <b>31.4</b>	524 <b>29.1</b>	175 <b>9.7</b>	93 <b>5.2</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	219 <b>24.3</b>	283 <b>31.4</b>	261 <b>29.0</b>	83 <b>9.2</b>	54 <b>6.0</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	224 <b>24.9</b>	282 <b>31.3</b>	263 <b>29.2</b>	92 <b>10.2</b>	39 <b>4.3</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	44 <b>14.7</b>	99 <b>33.0</b>	93 <b>31.0</b>	31 <b>10.3</b>	33 <b>11.0</b>
	30代		300 <b>100</b>	58 <b>19.3</b>	96 <b>32.0</b>	97 <b>32.3</b>	33 <b>11.0</b>	16 <b>5.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	49 <b>16.3</b>	84 <b>28.0</b>	116 <b>38.7</b>	35 <b>11.7</b>	16 <b>5.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	81 <b>27.0</b>	103 <b>34.3</b>	81 <b>27.0</b>	20 <b>6.7</b>	15 <b>5.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	95 <b>31.7</b>	89 <b>29.7</b>	77 <b>25.7</b>	31 <b>10.3</b>	8 <b>2.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	116 <b>38.7</b>	94 <b>31.3</b>	60 <b>20.0</b>	25 <b>8.3</b>	5 <b>1.7</b>



【7. クローン家畜由来の食肉】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 100	422 23.4	592 32.9	498 27.7	193 10.7	95 5.3
地域	首都圏		900 100	211 23.4	299 33.2	247 27.4	90 10.0	53 5.9
	京阪神圏		900 100	211 23.4	293 32.6	251 27.9	103 11.4	42 4.7
年代	20代		300 100	44 14.7	90 30.0	91 30.3	42 14.0	33 11.0
	30代		300 100	54 18.0	99 33.0	85 28.3	45 15.0	17 5.7
	40代		300 100	44 14.7	93 31.0	112 37.3	36 12.0	15 5.0
	50代		300 100	85 28.3	104 34.7	74 24.7	22 7.3	15 5.0
	60代		300 100	90 30.0	100 33.3	76 25.3	25 8.3	9 3.0
	70代以上		300 100	105 35.0	106 35.3	60 20.0	23 7.7	6 2.0

【8. 牛・豚の口蹄疫】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 100	484 26.9	600 33.3	473 26.3	153 8.5	90 5.0
地域	首都圏		900 100	240 26.7	306 34.0	232 25.8	74 8.2	48 5.3
	京阪神圏		900 100	244 27.1	294 32.7	241 26.8	79 8.8	42 4.7
年代	20代		300 100	48 16.0	93 31.0	95 31.7	31 10.3	33 11.0
	30代		300 100	50 16.7	107 35.7	89 29.7	38 12.7	16 5.3
	40代		300 100	55 18.3	92 30.7	110 36.7	28 9.3	15 5.0
	50代		300 100	81 27.0	122 40.7	64 21.3	17 5.7	16 5.3
	60代		300 100	112 37.3	99 33.0	61 20.3	21 7.0	7 2.3
	70代以上		300 100	138 46.0	87 29.0	54 18.0	18 6.0	3 1.0

【9. 豚インフルエンザ】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 100	555 30.8	609 33.8	422 23.4	141 7.8	73 4.1
地域	首都圏		900 100	274 30.4	302 33.6	213 23.7	70 7.8	41 4.6
	京阪神圏		900 100	281 31.2	307 34.1	209 23.2	71 7.9	32 3.6
年代	20代		300 100	72 24.0	112 37.3	66 22.0	28 9.3	22 7.3
	30代		300 100	62 20.7	107 35.7	87 29.0	29 9.7	15 5.0
	40代		300 100	65 21.7	94 31.3	95 31.7	33 11.0	13 4.3
	50代		300 100	91 30.3	114 38.0	66 22.0	16 5.3	13 4.3
	60代		300 100	119 39.7	97 32.3	57 19.0	20 6.7	7 2.3
	70代以上		300 100	146 48.7	85 28.3	51 17.0	15 5.0	3 1.0

【10. 鳥インフルエンザ】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 100	599 33.3	639 35.5	385 21.4	107 5.9	70 3.9
地域	首都圏		900 100	294 32.7	319 35.4	192 21.3	58 6.4	37 4.1
	京阪神圏		900 100	305 33.9	320 35.6	193 21.4	49 5.4	33 3.7
年代	20代		300 100	73 24.3	122 40.7	64 21.3	19 6.3	22 7.3
	30代		300 100	72 24.0	120 40.0	72 24.0	25 8.3	11 3.7
	40代		300 100	66 22.0	106 35.3	88 29.3	26 8.7	14 4.7
	50代		300 100	100 33.3	116 38.7	58 19.3	13 4.3	13 4.3
	60代		300 100	131 43.7	93 31.0	55 18.3	13 4.3	8 2.7
	70代以上		300 100	157 52.3	82 27.3	48 16.0	11 3.7	2 0.7

【11. 食肉中の食中毒菌  
(サルモネラ、カンピロバクター、腸管出血性大腸菌など) の汚染】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	636 <b>35.3</b>	575 <b>31.9</b>	410 <b>22.8</b>	102 <b>5.7</b>	77 <b>4.3</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	325 <b>36.1</b>	282 <b>31.3</b>	200 <b>22.2</b>	48 <b>5.3</b>	45 <b>5.0</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	311 <b>34.6</b>	293 <b>32.6</b>	210 <b>23.3</b>	54 <b>6.0</b>	32 <b>3.6</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	86 <b>28.7</b>	96 <b>32.0</b>	74 <b>24.7</b>	19 <b>6.3</b>	25 <b>8.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	79 <b>26.3</b>	114 <b>38.0</b>	74 <b>24.7</b>	20 <b>6.7</b>	13 <b>4.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	76 <b>25.3</b>	94 <b>31.3</b>	94 <b>31.3</b>	20 <b>6.7</b>	16 <b>5.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	107 <b>35.7</b>	107 <b>35.7</b>	57 <b>19.0</b>	16 <b>5.3</b>	13 <b>4.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	127 <b>42.3</b>	91 <b>30.3</b>	59 <b>19.7</b>	16 <b>5.3</b>	7 <b>2.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	161 <b>53.7</b>	73 <b>24.3</b>	52 <b>17.3</b>	11 <b>3.7</b>	3 <b>1.0</b>

【12. 食肉の生食】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	527 <b>29.3</b>	517 <b>28.7</b>	468 <b>26.0</b>	150 <b>8.3</b>	138 <b>7.7</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	265 <b>29.4</b>	257 <b>28.6</b>	232 <b>25.8</b>	72 <b>8.0</b>	74 <b>8.2</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	262 <b>29.1</b>	260 <b>28.9</b>	236 <b>26.2</b>	78 <b>8.7</b>	64 <b>7.1</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	66 <b>22.0</b>	98 <b>32.7</b>	79 <b>26.3</b>	28 <b>9.3</b>	29 <b>9.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	71 <b>23.7</b>	96 <b>32.0</b>	88 <b>29.3</b>	26 <b>8.7</b>	19 <b>6.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	66 <b>22.0</b>	93 <b>31.0</b>	95 <b>31.7</b>	26 <b>8.7</b>	20 <b>6.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	85 <b>28.3</b>	97 <b>32.3</b>	73 <b>24.3</b>	19 <b>6.3</b>	26 <b>8.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	107 <b>35.7</b>	69 <b>23.0</b>	74 <b>24.7</b>	31 <b>10.3</b>	19 <b>6.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	132 <b>44.0</b>	64 <b>21.3</b>	59 <b>19.7</b>	20 <b>6.7</b>	25 <b>8.3</b>

【13. 食肉の産地偽装】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	574 <b>31.9</b>	599 <b>33.3</b>	431 <b>23.9</b>	121 <b>6.7</b>	75 <b>4.2</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	299 <b>33.2</b>	287 <b>31.9</b>	208 <b>23.1</b>	67 <b>7.4</b>	39 <b>4.3</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	275 <b>30.6</b>	312 <b>34.7</b>	223 <b>24.8</b>	54 <b>6.0</b>	36 <b>4.0</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	64 <b>21.3</b>	104 <b>34.7</b>	80 <b>26.7</b>	27 <b>9.0</b>	25 <b>8.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	73 <b>24.3</b>	106 <b>35.3</b>	84 <b>28.0</b>	25 <b>8.3</b>	12 <b>4.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	67 <b>22.3</b>	102 <b>34.0</b>	97 <b>32.3</b>	22 <b>7.3</b>	12 <b>4.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	97 <b>32.3</b>	115 <b>38.3</b>	59 <b>19.7</b>	14 <b>4.7</b>	15 <b>5.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	117 <b>39.0</b>	92 <b>30.7</b>	65 <b>21.7</b>	19 <b>6.3</b>	7 <b>2.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	156 <b>52.0</b>	80 <b>26.7</b>	46 <b>15.3</b>	14 <b>4.7</b>	4 <b>1.3</b>

【14. 食肉の消費期限改ざん】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 <b>100</b>	592 <b>32.9</b>	618 <b>34.3</b>	400 <b>22.2</b>	116 <b>6.4</b>	74 <b>4.1</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	306 <b>34.0</b>	303 <b>33.7</b>	189 <b>21.0</b>	59 <b>6.6</b>	43 <b>4.8</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	286 <b>31.8</b>	315 <b>35.0</b>	211 <b>23.4</b>	57 <b>6.3</b>	31 <b>3.4</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	74 <b>24.7</b>	108 <b>36.0</b>	63 <b>21.0</b>	29 <b>9.7</b>	26 <b>8.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	75 <b>25.0</b>	108 <b>36.0</b>	84 <b>28.0</b>	22 <b>7.3</b>	11 <b>3.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	70 <b>23.3</b>	105 <b>35.0</b>	92 <b>30.7</b>	21 <b>7.0</b>	12 <b>4.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	102 <b>34.0</b>	113 <b>37.7</b>	56 <b>18.7</b>	14 <b>4.7</b>	15 <b>5.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	116 <b>38.7</b>	99 <b>33.0</b>	59 <b>19.7</b>	19 <b>6.3</b>	7 <b>2.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	155 <b>51.7</b>	85 <b>28.3</b>	46 <b>15.3</b>	11 <b>3.7</b>	3 <b>1.0</b>

【15. 牛肉・豚肉の発がん性】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 100	556 30.9	542 30.1	478 26.6	140 7.8	84 4.7
地域	首都圏		900 100	269 29.9	282 31.3	233 25.9	70 7.8	46 5.1
	京阪神圏		900 100	287 31.9	260 28.9	245 27.2	70 7.8	38 4.2
年代	20代		300 100	66 22.0	91 30.3	84 28.0	29 9.7	30 10.0
	30代		300 100	60 20.0	106 35.3	93 31.0	28 9.3	13 4.3
	40代		300 100	68 22.7	90 30.0	102 34.0	24 8.0	16 5.3
	50代		300 100	98 32.7	93 31.0	76 25.3	19 6.3	14 4.7
	60代		300 100	116 38.7	83 27.7	68 22.7	26 8.7	7 2.3
	70代以上		300 100	148 49.3	79 26.3	55 18.3	14 4.7	4 1.3

【16. 豚肉加工品（ハム・ソーセージ）の発がん性】

		度数 横%	全 体	非常に 関心がある	やや 関心がある	どちらでもない	あまり 関心がない	まったく 関心がない
全 体			1800 100	552 30.7	543 30.2	493 27.4	127 7.1	85 4.7
地域	首都圏		900 100	278 30.9	276 30.7	235 26.1	70 7.8	41 4.6
	京阪神圏		900 100	274 30.4	267 29.7	258 28.7	57 6.3	44 4.9
年代	20代		300 100	63 21.0	91 30.3	85 28.3	27 9.0	34 11.3
	30代		300 100	70 23.3	99 33.0	93 31.0	24 8.0	14 4.7
	40代		300 100	70 23.3	86 28.7	109 36.3	21 7.0	14 4.7
	50代		300 100	91 30.3	104 34.7	77 25.7	15 5.0	13 4.3
	60代		300 100	110 36.7	88 29.3	74 24.7	21 7.0	7 2.3
	70代以上		300 100	148 49.3	75 25.0	55 18.3	19 6.3	3 1.0

Q24 牛海綿状脳症（牛のBSE）で、知っている事柄が下記の中にありますか。  
あてはまるものを全てお選びください。

度数 横%	全 体	日本では平成13年9月に初めてBSE感染牛が国内で確認されたことを受けて、翌10月から平成25年6月まで、食肉処理される全ての牛を対象としてBSE検査を実施していたこと	日本で肉骨粉を牛用飼料として利用することを禁止し、海外からの輸入を規制していること	日本で食肉処理の際に牛の特定危険部位の除去を実施していること	日本で牛肉のトレーサビリティ制度を実施していること	日本で平成14年2月以降に生まれた牛からは、BSEは見つかっていないこと	日本が平成25年5月にBSEの「リスクが無視できる国」に国際的に認められたこと	アメリカが平成25年5月にBSEの「リスクが無視できる国」に国際的に認められたこと	日本では国内外のBSEリスクが低下したことを踏まえ、平成29年4月から食肉処理される健康牛についてBSE検査を廃止したこと	その他	知っているものはない	
		全 体	1800 <b>100</b>	733 <b>40.7</b>	643 <b>35.7</b>	480 <b>26.7</b>	379 <b>21.1</b>	340 <b>18.9</b>	194 <b>10.8</b>	151 <b>8.4</b>	176 <b>9.8</b>	1 <b>0.1</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	392 <b>43.6</b>	328 <b>36.4</b>	249 <b>27.7</b>	182 <b>20.2</b>	175 <b>19.4</b>	97 <b>10.8</b>	69 <b>7.7</b>	81 <b>9.0</b>	1 <b>0.1</b>	348 <b>38.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	341 <b>37.9</b>	315 <b>35.0</b>	231 <b>25.7</b>	197 <b>21.9</b>	165 <b>18.3</b>	97 <b>10.8</b>	82 <b>9.1</b>	95 <b>10.6</b>	0 <b>0.0</b>	353 <b>39.2</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	93 <b>31.0</b>	75 <b>25.0</b>	54 <b>18.0</b>	51 <b>17.0</b>	41 <b>13.7</b>	32 <b>10.7</b>	27 <b>9.0</b>	33 <b>11.0</b>	0 <b>0.0</b>	147 <b>49.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	114 <b>38.0</b>	94 <b>31.3</b>	62 <b>20.7</b>	47 <b>15.7</b>	39 <b>13.0</b>	17 <b>5.7</b>	21 <b>7.0</b>	20 <b>6.7</b>	0 <b>0.0</b>	119 <b>39.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	104 <b>34.7</b>	102 <b>34.0</b>	71 <b>23.7</b>	54 <b>18.0</b>	50 <b>16.7</b>	23 <b>7.7</b>	15 <b>5.0</b>	19 <b>6.3</b>	0 <b>0.0</b>	129 <b>43.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	124 <b>41.3</b>	114 <b>38.0</b>	89 <b>29.7</b>	79 <b>26.3</b>	54 <b>18.0</b>	31 <b>10.3</b>	24 <b>8.0</b>	20 <b>6.7</b>	0 <b>0.0</b>	113 <b>37.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	144 <b>48.0</b>	121 <b>40.3</b>	97 <b>32.3</b>	82 <b>27.3</b>	67 <b>22.3</b>	35 <b>11.7</b>	25 <b>8.3</b>	34 <b>11.3</b>	1 <b>0.3</b>	95 <b>31.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	154 <b>51.3</b>	137 <b>45.7</b>	107 <b>35.7</b>	66 <b>22.0</b>	89 <b>29.7</b>	56 <b>18.7</b>	39 <b>13.0</b>	50 <b>16.7</b>	0 <b>0.0</b>	98 <b>32.7</b>

Q25 鳥インフルエンザについて知っている事柄が下記の中にありますか。  
あてはまるものを全てお選びください。

度数 横%	全 体	これまで鶏肉や鶏卵を食べた人に感染した例はない	鳥インフルエンザウイルスに付着した鶏肉や鶏卵を食べても人に感染することはない	市場に出荷される鶏肉、鶏卵には鳥インフルエンザウイルスの付着を防ぐ安全のための措置がとられている	その他	知っているものはない	
		全 体	1800 <b>100</b>	758 <b>42.1</b>	501 <b>27.8</b>	437 <b>24.3</b>	3 <b>0.2</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	390 <b>43.3</b>	250 <b>27.8</b>	217 <b>24.1</b>	2 <b>0.2</b>	335 <b>37.2</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	368 <b>40.9</b>	251 <b>27.9</b>	220 <b>24.4</b>	1 <b>0.1</b>	359 <b>39.9</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	106 <b>35.3</b>	81 <b>27.0</b>	74 <b>24.7</b>	1 <b>0.3</b>	122 <b>40.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	122 <b>40.7</b>	69 <b>23.0</b>	55 <b>18.3</b>	1 <b>0.3</b>	121 <b>40.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	121 <b>40.3</b>	85 <b>28.3</b>	63 <b>21.0</b>	0 <b>0.0</b>	131 <b>43.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	138 <b>46.0</b>	95 <b>31.7</b>	51 <b>17.0</b>	0 <b>0.0</b>	110 <b>36.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	145 <b>48.3</b>	87 <b>29.0</b>	93 <b>31.0</b>	1 <b>0.3</b>	91 <b>30.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	126 <b>42.0</b>	84 <b>28.0</b>	101 <b>33.7</b>	0 <b>0.0</b>	119 <b>39.7</b>

Q26 放射能や食品中の放射性物質に関する規制について、知っている事柄が下記の中にありますか。あてはまるもの全てお選びください。

度数 横%	全 体	「ベクレル」は食品などに含まれる放射性物質が放射線を出す能力を表す単位である	私たちは日常生活でも自然界が発する放射線で健康に影響がない程度の被ばくをしている	放射線の影響は乳幼児・子ども・妊産婦（胎児）の方が受けやすい	牛が放射性物質を取り込んでも、清浄なエサに切り替えれば、牛の体内の放射性物質は徐々に減る	食品の安全・安心をより一層確保するため、平成24年4月から食品中の放射性物質に関する新たな基準値が設けられた	食肉については、平成25年度以降、放射性物質検査の基準値（100ベクレル/kg）を超過した事例はない	知っているもの はない	
全 体	1800 100	565 31.4	759 42.2	630 35.0	178 9.9	231 12.8	183 10.2	708 39.3	
地域	首都圏	900 100	314 34.9	402 44.7	347 38.6	85 9.4	121 13.4	101 11.2	335 37.2
	京阪神圏	900 100	251 27.9	357 39.7	283 31.4	93 10.3	110 12.2	82 9.1	373 41.4
年代	20代	300 100	84 28.0	108 36.0	91 30.3	34 11.3	37 12.3	28 9.3	125 41.7
	30代	300 100	102 34.0	114 38.0	107 35.7	20 6.7	33 11.0	18 6.0	113 37.7
	40代	300 100	86 28.7	105 35.0	82 27.3	27 9.0	33 11.0	31 10.3	135 45.0
	50代	300 100	85 28.3	130 43.3	101 33.7	24 8.0	31 10.3	22 7.3	122 40.7
	60代	300 100	98 32.7	147 49.0	130 43.3	34 11.3	43 14.3	45 15.0	102 34.0
	70代以上	300 100	110 36.7	155 51.7	119 39.7	39 13.0	54 18.0	39 13.0	111 37.0

Q27 原発事故に対応した食肉の安全確保の取組に関して、あなたがご存知のものを全てお選びください。

度数 横%	全 体	厚生労働省による食肉中の放射性物質の基準値の設定	地方自治体による食肉中の放射性物質の検査実施	地方自治体による検査結果に応じた食肉の出荷制限の実施	牧草など飼料作物の放射性物質検査の実施	暫定許容値以下の飼料を与えるなど家畜飼養管理の実施	牧草地や飼料畑の除染対策の実施	畜産農家に 対する代替飼料の供給	汚染飼料や 汚染堆肥の 処理	知っているもの はない	
全 体	1800 100	548 30.4	457 25.4	332 18.4	343 19.1	178 9.9	263 14.6	129 7.2	194 10.8	893 49.6	
地域	首都圏	900 100	292 32.4	251 27.9	174 19.3	191 21.2	96 10.7	143 15.9	68 7.6	107 11.9	429 47.7
	京阪神圏	900 100	256 28.4	206 22.9	158 17.6	152 16.9	82 9.1	120 13.3	61 6.8	87 9.7	464 51.6
年代	20代	300 100	76 25.3	61 20.3	56 18.7	51 17.0	26 8.7	33 11.0	21 7.0	37 12.3	153 51.0
	30代	300 100	94 31.3	76 25.3	46 15.3	43 14.3	22 7.3	29 9.7	13 4.3	23 7.7	153 51.0
	40代	300 100	80 26.7	70 23.3	43 14.3	42 14.0	25 8.3	37 12.3	17 5.7	26 8.7	162 54.0
	50代	300 100	81 27.0	66 22.0	44 14.7	50 16.7	22 7.3	35 11.7	15 5.0	27 9.0	161 53.7
	60代	300 100	105 35.0	93 31.0	66 22.0	67 22.3	37 12.3	55 18.3	24 8.0	35 11.7	124 41.3
	70代以上	300 100	112 37.3	91 30.3	77 25.7	90 30.0	46 15.3	74 24.7	39 13.0	46 15.3	140 46.7

Q28 あなたは、以下の産地の食肉の放射能汚染について、どのように感じますか。

【1. 岩手県産】

度数横%		全 体	不安を感じていない	どちらかといえば不安を感じていない	どちらともいえない	どちらかといえば不安を感じている	不安を感じている
全 体		1800 100	442 24.6	516 28.7	627 34.8	146 8.1	69 3.8
地域	首都圏	900 100	260 28.9	254 28.2	296 32.9	61 6.8	29 3.2
	京阪神圏	900 100	182 20.2	262 29.1	331 36.8	85 9.4	40 4.4
年代	20代	300 100	73 24.3	81 27.0	102 34.0	23 7.7	21 7.0
	30代	300 100	60 20.0	78 26.0	116 38.7	35 11.7	11 3.7
	40代	300 100	78 26.0	77 25.7	109 36.3	25 8.3	11 3.7
	50代	300 100	73 24.3	90 30.0	104 34.7	23 7.7	10 3.3
	60代	300 100	80 26.7	102 34.0	88 29.3	19 6.3	11 3.7
	70代以上	300 100	78 26.0	88 29.3	108 36.0	21 7.0	5 1.7

【2. 宮城県産】

度数横%		全 体	不安を感じていない	どちらかといえば不安を感じていない	どちらともいえない	どちらかといえば不安を感じている	不安を感じている
全 体		1800 100	420 23.3	518 28.8	596 33.1	180 10.0	86 4.8
地域	首都圏	900 100	247 27.4	254 28.2	288 32.0	75 8.3	36 4.0
	京阪神圏	900 100	173 19.2	264 29.3	308 34.2	105 11.7	50 5.6
年代	20代	300 100	63 21.0	91 30.3	91 30.3	32 10.7	23 7.7
	30代	300 100	58 19.3	78 26.0	108 36.0	42 14.0	14 4.7
	40代	300 100	74 24.7	74 24.7	102 34.0	37 12.3	13 4.3
	50代	300 100	74 24.7	88 29.3	99 33.0	26 8.7	13 4.3
	60代	300 100	78 26.0	96 32.0	95 31.7	18 6.0	13 4.3
	70代以上	300 100	73 24.3	91 30.3	101 33.7	25 8.3	10 3.3



### 【3. 栃木県産】

		度数 横%	全 体	不安を 感じていない	どちらかといえば 不安を感じていない	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じている	不安を 感じている
全 体			1800 <b>100</b>	423 <b>23.5</b>	517 <b>28.7</b>	647 <b>35.9</b>	144 <b>8.0</b>	69 <b>3.8</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	249 <b>27.7</b>	252 <b>28.0</b>	312 <b>34.7</b>	57 <b>6.3</b>	30 <b>3.3</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	174 <b>19.3</b>	265 <b>29.4</b>	335 <b>37.2</b>	87 <b>9.7</b>	39 <b>4.3</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	71 <b>23.7</b>	86 <b>28.7</b>	105 <b>35.0</b>	21 <b>7.0</b>	17 <b>5.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	62 <b>20.7</b>	74 <b>24.7</b>	123 <b>41.0</b>	31 <b>10.3</b>	10 <b>3.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	76 <b>25.3</b>	78 <b>26.0</b>	113 <b>37.7</b>	24 <b>8.0</b>	9 <b>3.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	67 <b>22.3</b>	88 <b>29.3</b>	106 <b>35.3</b>	27 <b>9.0</b>	12 <b>4.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	77 <b>25.7</b>	101 <b>33.7</b>	91 <b>30.3</b>	19 <b>6.3</b>	12 <b>4.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	70 <b>23.3</b>	90 <b>30.0</b>	109 <b>36.3</b>	22 <b>7.3</b>	9 <b>3.0</b>

### 【4. 福島県産】

		度数 横%	全 体	不安を 感じていない	どちらかといえば 不安を感じていない	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じている	不安を 感じている
全 体			1800 <b>100</b>	333 <b>18.5</b>	379 <b>21.1</b>	563 <b>31.3</b>	303 <b>16.8</b>	222 <b>12.3</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	191 <b>21.2</b>	182 <b>20.2</b>	265 <b>29.4</b>	153 <b>17.0</b>	109 <b>12.1</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	142 <b>15.8</b>	197 <b>21.9</b>	298 <b>33.1</b>	150 <b>16.7</b>	113 <b>12.6</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	56 <b>18.7</b>	64 <b>21.3</b>	87 <b>29.0</b>	50 <b>16.7</b>	43 <b>14.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	38 <b>12.7</b>	54 <b>18.0</b>	97 <b>32.3</b>	65 <b>21.7</b>	46 <b>15.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	59 <b>19.7</b>	57 <b>19.0</b>	95 <b>31.7</b>	47 <b>15.7</b>	42 <b>14.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	58 <b>19.3</b>	56 <b>18.7</b>	93 <b>31.0</b>	57 <b>19.0</b>	36 <b>12.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	63 <b>21.0</b>	80 <b>26.7</b>	86 <b>28.7</b>	40 <b>13.3</b>	31 <b>10.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	59 <b>19.7</b>	68 <b>22.7</b>	105 <b>35.0</b>	44 <b>14.7</b>	24 <b>8.0</b>

【5. 地元産】

		度数 横%	全 体	不安を 感じていない	どちらかといえば 不安を感じていない	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じている	不安を 感じている
全 体			1800 100	602 33.4	547 30.4	562 31.2	54 3.0	35 1.9
地域	首都圏		900 100	290 32.2	253 28.1	306 34.0	31 3.4	20 2.2
	京阪神圏		900 100	312 34.7	294 32.7	256 28.4	23 2.6	15 1.7
年代	20代		300 100	92 30.7	95 31.7	86 28.7	13 4.3	14 4.7
	30代		300 100	85 28.3	81 27.0	117 39.0	12 4.0	5 1.7
	40代		300 100	101 33.7	89 29.7	96 32.0	6 2.0	8 2.7
	50代		300 100	98 32.7	93 31.0	95 31.7	10 3.3	4 1.3
	60代		300 100	108 36.0	101 33.7	82 27.3	8 2.7	1 0.3
	70代以上		300 100	118 39.3	88 29.3	86 28.7	5 1.7	3 1.0

【6. それ以外の国内産地】

		度数 横%	全 体	不安を 感じていない	どちらかといえば 不安を感じていない	どちらとも いえない	どちらかといえば 不安を感じている	不安を 感じている
全 体			1800 100	479 26.6	567 31.5	655 36.4	67 3.7	32 1.8
地域	首都圏		900 100	256 28.4	258 28.7	338 37.6	33 3.7	15 1.7
	京阪神圏		900 100	223 24.8	309 34.3	317 35.2	34 3.8	17 1.9
年代	20代		300 100	77 25.7	91 30.3	101 33.7	19 6.3	12 4.0
	30代		300 100	65 21.7	86 28.7	127 42.3	16 5.3	6 2.0
	40代		300 100	83 27.7	91 30.3	110 36.7	11 3.7	5 1.7
	50代		300 100	83 27.7	103 34.3	104 34.7	7 2.3	3 1.0
	60代		300 100	89 29.7	104 34.7	97 32.3	7 2.3	3 1.0
	70代以上		300 100	82 27.3	92 30.7	116 38.7	7 2.3	3 1.0

Q29 福島県産食肉の放射能汚染の不安を解消するために必要な事項は、下記の中にありますか。あてはまるものを全てお選びください。

度数 横%		全 体	原発事故から 一定期間経 過すること	その産地の全 ての食肉か ら、基準値以 下の放射性 物質しか検出 されないこと	その産地の全 ての食肉か ら、放射性物 質が検出され ないこと	その産地で安 全な飼料の給 餌や家畜の適 正な飼養管 理が行われて いること	その産地の大 気・土壌・水 中の放射線 量が平常値で あること	食肉の安全 確保に向けた 産地の取組と 成果の情報を 提供すること	その他	特にない
全 体		1800 <b>100</b>	458 <b>25.4</b>	633 <b>35.2</b>	566 <b>31.4</b>	527 <b>29.3</b>	593 <b>32.9</b>	480 <b>26.7</b>	16 <b>0.9</b>	544 <b>30.2</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	245 <b>27.2</b>	327 <b>36.3</b>	301 <b>33.4</b>	287 <b>31.9</b>	309 <b>34.3</b>	254 <b>28.2</b>	7 <b>0.8</b>	274 <b>30.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	213 <b>23.7</b>	306 <b>34.0</b>	265 <b>29.4</b>	240 <b>26.7</b>	284 <b>31.6</b>	226 <b>25.1</b>	9 <b>1.0</b>	270 <b>30.0</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	87 <b>29.0</b>	87 <b>29.0</b>	81 <b>27.0</b>	76 <b>25.3</b>	93 <b>31.0</b>	62 <b>20.7</b>	0 <b>0.0</b>	92 <b>30.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	89 <b>29.7</b>	106 <b>35.3</b>	91 <b>30.3</b>	78 <b>26.0</b>	101 <b>33.7</b>	61 <b>20.3</b>	2 <b>0.7</b>	89 <b>29.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	72 <b>24.0</b>	99 <b>33.0</b>	94 <b>31.3</b>	77 <b>25.7</b>	93 <b>31.0</b>	80 <b>26.7</b>	3 <b>1.0</b>	104 <b>34.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	78 <b>26.0</b>	105 <b>35.0</b>	105 <b>35.0</b>	86 <b>28.7</b>	100 <b>33.3</b>	81 <b>27.0</b>	5 <b>1.7</b>	85 <b>28.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	50 <b>16.7</b>	105 <b>35.0</b>	95 <b>31.7</b>	95 <b>31.7</b>	92 <b>30.7</b>	88 <b>29.3</b>	6 <b>2.0</b>	90 <b>30.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	82 <b>27.3</b>	131 <b>43.7</b>	100 <b>33.3</b>	115 <b>38.3</b>	114 <b>38.0</b>	108 <b>36.0</b>	0 <b>0.0</b>	84 <b>28.0</b>

Q30 福島県産の「牛肉」の購入について、改めてあなたの考えに最も近いものを1つだけお答えください。

度数横%		全 体	割高でも購入 したい	他の産地と同 程度の価格な ら購入したい	安ければ購入し たい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	47 <b>2.6</b>	587 <b>32.6</b>	615 <b>34.2</b>	263 <b>14.6</b>	288 <b>16.0</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	30 <b>3.3</b>	305 <b>33.9</b>	302 <b>33.6</b>	131 <b>14.6</b>	132 <b>14.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	17 <b>1.9</b>	282 <b>31.3</b>	313 <b>34.8</b>	132 <b>14.7</b>	156 <b>17.3</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	87 <b>29.0</b>	105 <b>35.0</b>	41 <b>13.7</b>	53 <b>17.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	79 <b>26.3</b>	121 <b>40.3</b>	43 <b>14.3</b>	46 <b>15.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	91 <b>30.3</b>	115 <b>38.3</b>	39 <b>13.0</b>	48 <b>16.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	80 <b>26.7</b>	105 <b>35.0</b>	50 <b>16.7</b>	59 <b>19.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	122 <b>40.7</b>	82 <b>27.3</b>	48 <b>16.0</b>	42 <b>14.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	128 <b>42.7</b>	87 <b>29.0</b>	42 <b>14.0</b>	40 <b>13.3</b>

Q31 福島県産の「豚肉」の購入について、改めてあなたの考えに最も近いものを1つだけお答えください。

度数横%		全 体	割高でも購入 したい	他の産地と同 程度の価格な ら購入したい	安ければ購入し たい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	39 <b>2.2</b>	581 <b>32.3</b>	608 <b>33.8</b>	288 <b>16.0</b>	284 <b>15.8</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	24 <b>2.7</b>	309 <b>34.3</b>	298 <b>33.1</b>	141 <b>15.7</b>	128 <b>14.2</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	15 <b>1.7</b>	272 <b>30.2</b>	310 <b>34.4</b>	147 <b>16.3</b>	156 <b>17.3</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	83 <b>27.7</b>	105 <b>35.0</b>	48 <b>16.0</b>	51 <b>17.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	80 <b>26.7</b>	116 <b>38.7</b>	48 <b>16.0</b>	46 <b>15.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	4 <b>1.3</b>	89 <b>29.7</b>	120 <b>40.0</b>	40 <b>13.3</b>	47 <b>15.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	82 <b>27.3</b>	99 <b>33.0</b>	56 <b>18.7</b>	57 <b>19.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	122 <b>40.7</b>	80 <b>26.7</b>	54 <b>18.0</b>	41 <b>13.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	125 <b>41.7</b>	88 <b>29.3</b>	42 <b>14.0</b>	42 <b>14.0</b>

Q32 福島県産の「鶏肉」の購入について、改めてあなたの考えに最も近いものを1つだけお答えください。

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい	他の産地と同 程度の価格な ら購入したい	安ければ 購入したい	購入したくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	43 <b>2.4</b>	561 <b>31.2</b>	605 <b>33.6</b>	309 <b>17.2</b>	282 <b>15.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	28 <b>3.1</b>	299 <b>33.2</b>	307 <b>34.1</b>	143 <b>15.9</b>	123 <b>13.7</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	15 <b>1.7</b>	262 <b>29.1</b>	298 <b>33.1</b>	166 <b>18.4</b>	159 <b>17.7</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	79 <b>26.3</b>	111 <b>37.0</b>	44 <b>14.7</b>	51 <b>17.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	77 <b>25.7</b>	121 <b>40.3</b>	45 <b>15.0</b>	47 <b>15.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	87 <b>29.0</b>	119 <b>39.7</b>	43 <b>14.3</b>	45 <b>15.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	86 <b>28.7</b>	97 <b>32.3</b>	54 <b>18.0</b>	57 <b>19.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	4 <b>1.3</b>	117 <b>39.0</b>	76 <b>25.3</b>	65 <b>21.7</b>	38 <b>12.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	115 <b>38.3</b>	81 <b>27.0</b>	58 <b>19.3</b>	44 <b>14.7</b>

Q33 「食べて応援しよう！」（福島県産農畜産物の購入等を通じた復興支援）  
 について、あなたはどのように考えていますか。  
 ※この取組をご存知無かった方も、今のお気持ちとして最も近いものをお選びく  
 ださい。

度数 横%		全 体	積極的に参加 ・協力したい	機会があれば 参加・協力 したい	どちらとも いえない	どちらかといえば 参加・協力 したくない	参加・協力 したくない
全 体		1800 100	153 8.5	761 42.3	541 30.1	153 8.5	192 10.7
地域	首都圏	900 100	86 9.6	399 44.3	237 26.3	81 9.0	97 10.8
	京阪神圏	900 100	67 7.4	362 40.2	304 33.8	72 8.0	95 10.6
年代	20代	300 100	30 10.0	120 40.0	78 26.0	34 11.3	38 12.7
	30代	300 100	25 8.3	118 39.3	89 29.7	36 12.0	32 10.7
	40代	300 100	23 7.7	126 42.0	94 31.3	19 6.3	38 12.7
	50代	300 100	23 7.7	113 37.7	101 33.7	25 8.3	38 12.7
	60代	300 100	26 8.7	141 47.0	89 29.7	17 5.7	27 9.0
	70代以上	300 100	26 8.7	143 47.7	90 30.0	22 7.3	19 6.3

Q34 あなたは、社会全体として、食肉の安全性は高まっていると思いますか、  
 低下していると思いますか。あなたのお考えに最も近いものを1つお選びく  
 ださい。

度数 横%		全 体	高まっている	どちらかといえば 高まっている	わからない	どちらかといえば 低下している	低下している
全 体		1800 100	176 9.8	647 35.9	719 39.9	186 10.3	72 4.0
地域	首都圏	900 100	99 11.0	328 36.4	357 39.7	84 9.3	32 3.6
	京阪神圏	900 100	77 8.6	319 35.4	362 40.2	102 11.3	40 4.4
年代	20代	300 100	33 11.0	119 39.7	104 34.7	36 12.0	8 2.7
	30代	300 100	31 10.3	108 36.0	127 42.3	24 8.0	10 3.3
	40代	300 100	30 10.0	92 30.7	138 46.0	23 7.7	17 5.7
	50代	300 100	24 8.0	98 32.7	122 40.7	41 13.7	15 5.0
	60代	300 100	30 10.0	102 34.0	119 39.7	33 11.0	16 5.3
	70代以上	300 100	28 9.3	128 42.7	109 36.3	29 9.7	6 2.0

Q35 食品の安全性に係る問題が発生した場合に、あなたが食肉の情報を得るために用いている主な情報源（上位3つ）をお選びください。

【1位】

	度数 横%	全体	テレビの ニュース・ 報道番組	テレビの ワイドショー ・情報番組	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット 上のニュース サイト	インターネット 上のコミュニティ サイト (SNS等)	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
全体		1800 100	1223 67.9	72 4.0	17 0.9	134 7.4	13 0.7	193 10.7	25 1.4	1 0.1	26 1.4
地域	首都圏	900 100	598 66.4	42 4.7	9 1.0	60 6.7	7 0.8	104 11.6	14 1.6	1 0.1	19 2.1
	京阪神圏	900 100	625 69.4	30 3.3	8 0.9	74 8.2	6 0.7	89 9.9	11 1.2	0 0.0	7 0.8
年代	20代	300 100	197 65.7	26 8.7	3 1.0	12 4.0	1 0.3	28 9.3	6 2.0	0 0.0	7 2.3
	30代	300 100	204 68.0	10 3.3	1 0.3	9 3.0	5 1.7	42 14.0	9 3.0	0 0.0	4 1.3
	40代	300 100	188 62.7	9 3.0	6 2.0	19 6.3	3 1.0	55 18.3	5 1.7	0 0.0	2 0.7
	50代	300 100	212 70.7	8 2.7	2 0.7	14 4.7	1 0.3	40 13.3	4 1.3	1 0.3	3 1.0
	60代	300 100	220 73.3	11 3.7	4 1.3	27 9.0	1 0.3	18 6.0	0 0.0	0 0.0	5 1.7
	70代以上	300 100	202 67.3	8 2.7	1 0.3	53 17.7	2 0.7	10 3.3	1 0.3	0 0.0	5 1.7

	度数 横%	全体	公的な 研究機関 (大学等)	生産者・ 食品会社	スーパー・ 小売店	生協などの 協同組合	学校・病院	NPO・ 消費者団体	家族・知人	その他
全体		1800 100	16 0.9	5 0.3	22 1.2	10 0.6	1 0.1	19 1.1	23 1.3	0 0.0
地域	首都圏	900 100	9 1.0	4 0.4	9 1.0	5 0.6	0 0.0	8 0.9	11 1.2	0 0.0
	京阪神圏	900 100	7 0.8	1 0.1	13 1.4	5 0.6	1 0.1	11 1.2	12 1.3	0 0.0
年代	20代	300 100	2 0.7	3 1.0	5 1.7	1 0.3	0 0.0	3 1.0	6 2.0	0 0.0
	30代	300 100	4 1.3	0 0.0	5 1.7	0 0.0	1 0.3	2 0.7	4 1.3	0 0.0
	40代	300 100	3 1.0	1 0.3	2 0.7	1 0.3	0 0.0	0 0.0	6 2.0	0 0.0
	50代	300 100	2 0.7	1 0.3	3 1.0	3 1.0	0 0.0	4 1.3	2 0.7	0 0.0
	60代	300 100	2 0.7	0 0.0	4 1.3	2 0.7	0 0.0	5 1.7	1 0.3	0 0.0
	70代以上	300 100	3 1.0	0 0.0	3 1.0	3 1.0	0 0.0	5 1.7	4 1.3	0 0.0

【2位】

度数 横%		全 体	テレビの ニュース・ 報道番組	テレビの ワイドショー ・情報番組	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット 上のニュース サイト	インターネット 上のコミュニティ サイト (SNS等)	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
全 体		1800 100	229 12.7	645 35.8	57 3.2	328 18.2	23 1.3	248 13.8	60 3.3	14 0.8	47 2.6
地域	首都圏	900 100	121 13.4	316 35.1	27 3.0	142 15.8	16 1.8	138 15.3	31 3.4	8 0.9	25 2.8
	京阪神圏	900 100	108 12.0	329 36.6	30 3.3	186 20.7	7 0.8	110 12.2	29 3.2	6 0.7	22 2.4
年代	20代	300 100	26 8.7	110 36.7	10 3.3	36 12.0	9 3.0	55 18.3	18 6.0	0 0.0	4 1.3
	30代	300 100	35 11.7	120 40.0	6 2.0	29 9.7	0 0.0	51 17.0	18 6.0	6 2.0	10 3.3
	40代	300 100	42 14.0	114 38.0	7 2.3	36 12.0	4 1.3	43 14.3	14 4.7	6 2.0	10 3.3
	50代	300 100	40 13.3	113 37.7	9 3.0	59 19.7	5 1.7	41 13.7	4 1.3	1 0.3	7 2.3
	60代	300 100	36 12.0	104 34.7	11 3.7	73 24.3	4 1.3	39 13.0	2 0.7	0 0.0	11 3.7
	70代以上	300 100	50 16.7	84 28.0	14 4.7	95 31.7	1 0.3	19 6.3	4 1.3	1 0.3	5 1.7

度数 横%		全 体	公的な 研究機関 (大学等)	生産者・ 食品会社	スーパー・ 小売店	生協などの 協同組合	学校・病院	NPO・ 消費者団体	家族・知人	その他
全 体		1800 100	29 1.6	16 0.9	35 1.9	22 1.2	6 0.3	17 0.9	24 1.3	0 0.0
地域	首都圏	900 100	17 1.9	10 1.1	22 2.4	12 1.3	1 0.1	6 0.7	8 0.9	0 0.0
	京阪神圏	900 100	12 1.3	6 0.7	13 1.4	10 1.1	5 0.6	11 1.2	16 1.8	0 0.0
年代	20代	300 100	5 1.7	6 2.0	6 2.0	1 0.3	3 1.0	2 0.7	9 3.0	0 0.0
	30代	300 100	5 1.7	3 1.0	8 2.7	2 0.7	0 0.0	2 0.7	5 1.7	0 0.0
	40代	300 100	3 1.0	2 0.7	8 2.7	4 1.3	1 0.3	3 1.0	3 1.0	0 0.0
	50代	300 100	5 1.7	2 0.7	7 2.3	1 0.3	1 0.3	3 1.0	2 0.7	0 0.0
	60代	300 100	5 1.7	1 0.3	5 1.7	4 1.3	0 0.0	3 1.0	2 0.7	0 0.0
	70代以上	300 100	6 2.0	2 0.7	1 0.3	10 3.3	1 0.3	4 1.3	3 1.0	0 0.0



【3位】

度数 横%		全 体	テレビの ニュース・ 報道番組	テレビの ワイドショー ・情報番組	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット 上のニュース サイト	インターネット 上のコミュニティ サイト (SNS等)	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
全 体		1800 100	98 5.4	203 11.3	102 5.7	291 16.2	52 2.9	431 23.9	84 4.7	35 1.9	123 6.8
地域	首都圏	900 100	49 5.4	92 10.2	55 6.1	144 16.0	26 2.9	226 25.1	46 5.1	15 1.7	65 7.2
	京阪神圏	900 100	49 5.4	111 12.3	47 5.2	147 16.3	26 2.9	205 22.8	38 4.2	20 2.2	58 6.4
年代	20代	300 100	15 5.0	26 8.7	26 8.7	28 9.3	10 3.3	83 27.7	27 9.0	9 3.0	13 4.3
	30代	300 100	16 5.3	31 10.3	15 5.0	37 12.3	9 3.0	91 30.3	17 5.7	8 2.7	17 5.7
	40代	300 100	21 7.0	28 9.3	15 5.0	46 15.3	6 2.0	76 25.3	13 4.3	11 3.7	16 5.3
	50代	300 100	17 5.7	37 12.3	17 5.7	48 16.0	9 3.0	73 24.3	14 4.7	4 1.3	16 5.3
	60代	300 100	11 3.7	42 14.0	12 4.0	71 23.7	9 3.0	58 19.3	8 2.7	1 0.3	26 8.7
	70代以上	300 100	18 6.0	39 13.0	17 5.7	61 20.3	9 3.0	50 16.7	5 1.7	2 0.7	35 11.7

度数 横%		全 体	公的な 研究機関 (大学等)	生産者・ 食品会社	スーパー・ 小売店	生協などの 協同組合	学校・病院	NPO・ 消費者団体	家族・知人	その他
全 体		1800 100	60 3.3	35 1.9	95 5.3	36 2.0	7 0.4	36 2.0	106 5.9	6 0.3
地域	首都圏	900 100	27 3.0	15 1.7	49 5.4	17 1.9	4 0.4	20 2.2	48 5.3	2 0.2
	京阪神圏	900 100	33 3.7	20 2.2	46 5.1	19 2.1	3 0.3	16 1.8	58 6.4	4 0.4
年代	20代	300 100	11 3.7	3 1.0	17 5.7	8 2.7	3 1.0	4 1.3	17 5.7	0 0.0
	30代	300 100	9 3.0	5 1.7	16 5.3	3 1.0	1 0.3	1 0.3	23 7.7	1 0.3
	40代	300 100	7 2.3	8 2.7	21 7.0	3 1.0	0 0.0	3 1.0	23 7.7	3 1.0
	50代	300 100	15 5.0	5 1.7	19 6.3	4 1.3	0 0.0	6 2.0	16 5.3	0 0.0
	60代	300 100	7 2.3	5 1.7	12 4.0	12 4.0	2 0.7	3 1.0	20 6.7	1 0.3
	70代以上	300 100	11 3.7	9 3.0	10 3.3	6 2.0	1 0.3	19 6.3	7 2.3	1 0.3

Q36 現在、あなたが安全性を含めた食肉の情報を得るために用いている主な情報源（上位3つ）をお選びください。

【1位】

	度数 横%	全 体	テレビの ニュース・ 報道番組	テレビの ワイドショー ・情報番組	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット 上のニュース サイト	インターネット 上のコミュニティ サイト (SNS等)	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
全 体		1800 100	1153 64.1	63 3.5	20 1.1	161 8.9	17 0.9	213 11.8	41 2.3	4 0.2	30 1.7
地域	首都圏	900 100	576 64.0	38 4.2	12 1.3	61 6.8	8 0.9	114 12.7	22 2.4	2 0.2	21 2.3
	京阪神圏	900 100	577 64.1	25 2.8	8 0.9	100 11.1	9 1.0	99 11.0	19 2.1	2 0.2	9 1.0
年代	20代	300 100	184 61.3	17 5.7	5 1.7	18 6.0	4 1.3	39 13.0	12 4.0	1 0.3	5 1.7
	30代	300 100	195 65.0	8 2.7	2 0.7	11 3.7	5 1.7	46 15.3	12 4.0	1 0.3	3 1.0
	40代	300 100	180 60.0	8 2.7	4 1.3	25 8.3	1 0.3	52 17.3	9 3.0	1 0.3	3 1.0
	50代	300 100	210 70.0	8 2.7	4 1.3	17 5.7	1 0.3	40 13.3	3 1.0	1 0.3	2 0.7
	60代	300 100	198 66.0	15 5.0	4 1.3	34 11.3	2 0.7	21 7.0	2 0.7	0 0.0	8 2.7
	70代以上	300 100	186 62.0	7 2.3	1 0.3	56 18.7	4 1.3	15 5.0	3 1.0	0 0.0	9 3.0

	度数 横%	全 体	公的な 研究機関 (大学等)	生産者・ 食品会社	スーパー・ 小売店	生協などの 協同組合	学校・病院	NPO・ 消費者団体	家族・知人	その他
全 体		1800 100	17 0.9	7 0.4	28 1.6	12 0.7	2 0.1	12 0.7	20 1.1	0 0.0
地域	首都圏	900 100	6 0.7	4 0.4	12 1.3	8 0.9	1 0.1	4 0.4	11 1.2	0 0.0
	京阪神圏	900 100	11 1.2	3 0.3	16 1.8	4 0.4	1 0.1	8 0.9	9 1.0	0 0.0
年代	20代	300 100	3 1.0	2 0.7	4 1.3	0 0.0	1 0.3	1 0.3	4 1.3	0 0.0
	30代	300 100	3 1.0	1 0.3	5 1.7	0 0.0	1 0.3	1 0.3	6 2.0	0 0.0
	40代	300 100	4 1.3	1 0.3	5 1.7	2 0.7	0 0.0	0 0.0	5 1.7	0 0.0
	50代	300 100	3 1.0	1 0.3	5 1.7	2 0.7	0 0.0	1 0.3	2 0.7	0 0.0
	60代	300 100	2 0.7	1 0.3	4 1.3	4 1.3	0 0.0	4 1.3	1 0.3	0 0.0
	70代以上	300 100	2 0.7	1 0.3	5 1.7	4 1.3	0 0.0	5 1.7	2 0.7	0 0.0

【2位】

		度数 横%	全 体	テレビの ニュース・ 報道番組	テレビの ワイドショー ・情報番組	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット 上のニュース サイト	インターネット 上のコミュニティ サイト (SNS等)	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
全 体			1800 100	268 14.9	641 35.6	54 3.0	309 17.2	21 1.2	234 13.0	69 3.8	13 0.7	55 3.1
地域	首都圏		900 100	127 14.1	313 34.8	28 3.1	143 15.9	12 1.3	133 14.8	34 3.8	7 0.8	32 3.6
	京阪神圏		900 100	141 15.7	328 36.4	26 2.9	166 18.4	9 1.0	101 11.2	35 3.9	6 0.7	23 2.6
年代	20代		300 100	31 10.3	109 36.3	10 3.3	31 10.3	4 1.3	55 18.3	24 8.0	1 0.3	9 3.0
	30代		300 100	38 12.7	132 44.0	6 2.0	27 9.0	2 0.7	39 13.0	15 5.0	5 1.7	10 3.3
	40代		300 100	49 16.3	106 35.3	7 2.3	37 12.3	6 2.0	41 13.7	15 5.0	5 1.7	11 3.7
	50代		300 100	38 12.7	118 39.3	7 2.3	61 20.3	2 0.7	41 13.7	6 2.0	1 0.3	8 2.7
	60代		300 100	54 18.0	93 31.0	8 2.7	72 24.0	7 2.3	35 11.7	2 0.7	1 0.3	8 2.7
	70代以上		300 100	58 19.3	83 27.7	16 5.3	81 27.0	0 0.0	23 7.7	7 2.3	0 0.0	9 3.0

		度数 横%	全 体	公的な 研究機関 (大学等)	生産者・ 食品会社	スーパー・ 小売店	生協などの 協同組合	学校・病院	NPO・ 消費者団体	家族・知人	その他
全 体			1800 100	21 1.2	20 1.1	34 1.9	24 1.3	3 0.2	12 0.7	22 1.2	0 0.0
地域	首都圏		900 100	15 1.7	9 1.0	22 2.4	11 1.2	0 0.0	5 0.6	9 1.0	0 0.0
	京阪神圏		900 100	6 0.7	11 1.2	12 1.3	13 1.4	3 0.3	7 0.8	13 1.4	0 0.0
年代	20代		300 100	4 1.3	5 1.7	8 2.7	1 0.3	1 0.3	0 0.0	7 2.3	0 0.0
	30代		300 100	4 1.3	2 0.7	8 2.7	5 1.7	2 0.7	2 0.7	3 1.0	0 0.0
	40代		300 100	2 0.7	5 1.7	7 2.3	3 1.0	0 0.0	3 1.0	3 1.0	0 0.0
	50代		300 100	4 1.3	2 0.7	5 1.7	1 0.3	0 0.0	2 0.7	4 1.3	0 0.0
	60代		300 100	1 0.3	4 1.3	5 1.7	5 1.7	0 0.0	2 0.7	3 1.0	0 0.0
	70代以上		300 100	6 2.0	2 0.7	1 0.3	9 3.0	0 0.0	3 1.0	2 0.7	0 0.0

【3位】

		度数 横%	全 体	テレビの	テレビの	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット	インターネット	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
				ニュース・ 報道番組	ワイドショー ・情報番組				上のニュース サイト	上のコミュニティ サイト (SNS等)		
全 体		1800 100	116 6.4	232 12.9	112 6.2	277 15.4	44 2.4	413 22.9	95 5.3	28 1.6	105 5.8	
地域	首都圏	900 100	56 6.2	104 11.6	56 6.2	137 15.2	26 2.9	207 23.0	53 5.9	18 2.0	50 5.6	
	京阪神圏	900 100	60 6.7	128 14.2	56 6.2	140 15.6	18 2.0	206 22.9	42 4.7	10 1.1	55 6.1	
年代	20代	300 100	20 6.7	32 10.7	22 7.3	29 9.7	5 1.7	71 23.7	40 13.3	7 2.3	14 4.7	
	30代	300 100	20 6.7	39 13.0	16 5.3	28 9.3	8 2.7	90 30.0	16 5.3	8 2.7	14 4.7	
	40代	300 100	22 7.3	31 10.3	22 7.3	41 13.7	7 2.3	78 26.0	13 4.3	9 3.0	10 3.3	
	50代	300 100	18 6.0	42 14.0	20 6.7	41 13.7	10 3.3	69 23.0	15 5.0	1 0.3	16 5.3	
	60代	300 100	11 3.7	46 15.3	12 4.0	72 24.0	7 2.3	58 19.3	8 2.7	1 0.3	21 7.0	
	70代以上	300 100	25 8.3	42 14.0	20 6.7	66 22.0	7 2.3	47 15.7	3 1.0	2 0.7	30 10.0	

		度数 横%	全 体	公的な	生産者・	スーパー・	生協などの	学校・病院	NPO・	家族・知人	その他
				研究機関 (大学等)	食品会社	小売店	協同組合		消費者団体		
全 体		1800 100	51 2.8	39 2.2	97 5.4	24 1.3	10 0.6	31 1.7	117 6.5	9 0.5	
地域	首都圏	900 100	22 2.4	26 2.9	51 5.7	13 1.4	4 0.4	19 2.1	55 6.1	3 0.3	
	京阪神圏	900 100	29 3.2	13 1.4	46 5.1	11 1.2	6 0.7	12 1.3	62 6.9	6 0.7	
年代	20代	300 100	6 2.0	8 2.7	10 3.3	4 1.3	5 1.7	4 1.3	23 7.7	0 0.0	
	30代	300 100	9 3.0	7 2.3	15 5.0	0 0.0	2 0.7	1 0.3	25 8.3	2 0.7	
	40代	300 100	6 2.0	7 2.3	19 6.3	2 0.7	1 0.3	4 1.3	24 8.0	4 1.3	
	50代	300 100	12 4.0	6 2.0	22 7.3	2 0.7	1 0.3	5 1.7	20 6.7	0 0.0	
	60代	300 100	9 3.0	3 1.0	16 5.3	9 3.0	0 0.0	5 1.7	20 6.7	2 0.7	
	70代以上	300 100	9 3.0	8 2.7	15 5.0	7 2.3	1 0.3	12 4.0	5 1.7	1 0.3	

Q37 食肉の安全性に関する情報を得る場合、あなたが信頼できる情報源（上位3つ）をお選びください。

【1位】

	度数 横%	全 体	テレビの ニュース・ 報道番組	テレビの ワイドショー ・情報番組	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット 上のニュース サイト	インターネット 上のコミュニティ サイト (SNS等)	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
		全 体	1800 100	972 54.0	51 2.8	17 0.9	208 11.6	12 0.7	142 7.9	32 1.8	8 0.4
地域	首都圏	900 100	461 51.2	34 3.8	12 1.3	91 10.1	7 0.8	82 9.1	14 1.6	5 0.6	56 6.2
	京阪神圏	900 100	511 56.8	17 1.9	5 0.6	117 13.0	5 0.6	60 6.7	18 2.0	3 0.3	38 4.2
年代	20代	300 100	169 56.3	14 4.7	7 2.3	16 5.3	6 2.0	27 9.0	9 3.0	1 0.3	17 5.7
	30代	300 100	171 57.0	9 3.0	1 0.3	18 6.0	4 1.3	29 9.7	10 3.3	3 1.0	16 5.3
	40代	300 100	147 49.0	10 3.3	5 1.7	26 8.7	1 0.3	39 13.0	6 2.0	3 1.0	12 4.0
	50代	300 100	172 57.3	4 1.3	2 0.7	30 10.0	1 0.3	27 9.0	5 1.7	1 0.3	10 3.3
	60代	300 100	156 52.0	10 3.3	2 0.7	53 17.7	0 0.0	15 5.0	1 0.3	0 0.0	18 6.0
	70代以上	300 100	157 52.3	4 1.3	0 0.0	65 21.7	0 0.0	5 1.7	1 0.3	0 0.0	21 7.0

	度数 横%	全 体	公的な 研究機関 (大学等)	生産者・ 食品会社	スーパー・ 小売店	生協などの 協同組合	学校・病院	NPO・ 消費者団体	家族・知人	その他	上記の中に信 頼できる情報 源はない
		全 体	1800 100	88 4.9	10 0.6	21 1.2	21 1.2	0 0.0	27 1.5	23 1.3	0 0.0
地域	首都圏	900 100	40 4.4	6 0.7	10 1.1	15 1.7	0 0.0	15 1.7	13 1.4	0 0.0	39 4.3
	京阪神圏	900 100	48 5.3	4 0.4	11 1.2	6 0.7	0 0.0	12 1.3	10 1.1	0 0.0	35 3.9
年代	20代	300 100	11 3.7	4 1.3	2 0.7	1 0.3	0 0.0	2 0.7	6 2.0	0 0.0	8 2.7
	30代	300 100	14 4.7	2 0.7	3 1.0	0 0.0	0 0.0	2 0.7	3 1.0	0 0.0	15 5.0
	40代	300 100	20 6.7	2 0.7	8 2.7	2 0.7	0 0.0	1 0.3	7 2.3	0 0.0	11 3.7
	50代	300 100	19 6.3	1 0.3	3 1.0	4 1.3	0 0.0	4 1.3	2 0.7	0 0.0	15 5.0
	60代	300 100	10 3.3	0 0.0	2 0.7	6 2.0	0 0.0	11 3.7	2 0.7	0 0.0	14 4.7
	70代以上	300 100	14 4.7	1 0.3	3 1.0	8 2.7	0 0.0	7 2.3	3 1.0	0 0.0	11 3.7

【2位】

	度数 横%	全 体	テレビの ニュース・ 報道番組	テレビの ワイドショー ・情報番組	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット 上のニュース サイト	インターネット 上のコミュニティ サイト (SNS等)	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)
全 体		1800 100	251 13.9	546 30.3	56 3.1	270 15.0	33 1.8	175 9.7	61 3.4	18 1.0	89 4.9
地域	首都圏	900 100	123 13.7	252 28.0	31 3.4	133 14.8	19 2.1	87 9.7	27 3.0	12 1.3	52 5.8
	京阪神圏	900 100	128 14.2	294 32.7	25 2.8	137 15.2	14 1.6	88 9.8	34 3.8	6 0.7	37 4.1
年代	20代	300 100	29 9.7	108 36.0	9 3.0	24 8.0	5 1.7	43 14.3	18 6.0	6 2.0	9 3.0
	30代	300 100	32 10.7	112 37.3	5 1.7	24 8.0	10 3.3	34 11.3	14 4.7	5 1.7	21 7.0
	40代	300 100	50 16.7	85 28.3	10 3.3	35 11.7	7 2.3	34 11.3	14 4.7	2 0.7	19 6.3
	50代	300 100	33 11.0	98 32.7	5 1.7	51 17.0	3 1.0	29 9.7	8 2.7	1 0.3	17 5.7
	60代	300 100	52 17.3	75 25.0	13 4.3	61 20.3	4 1.3	22 7.3	4 1.3	2 0.7	13 4.3
	70代以上	300 100	55 18.3	68 22.7	14 4.7	75 25.0	4 1.3	13 4.3	3 1.0	2 0.7	10 3.3

	度数 横%	全 体	公的な 研究機関 (大学等)	生産者・ 食品会社	スーパー・ 小売店	生協などの 協同組合	学校・病院	NPO・ 消費者団体	家族・知人	その他	上記の中に信 頼できる情報 源はない
全 体		1800 100	88 4.9	21 1.2	21 1.2	17 0.9	5 0.3	43 2.4	22 1.2	0 0.0	84 4.7
地域	首都圏	900 100	47 5.2	15 1.7	16 1.8	7 0.8	1 0.1	20 2.2	11 1.2	0 0.0	47 5.2
	京阪神圏	900 100	41 4.6	6 0.7	5 0.6	10 1.1	4 0.4	23 2.6	11 1.2	0 0.0	37 4.1
年代	20代	300 100	17 5.7	1 0.3	4 1.3	2 0.7	2 0.7	8 2.7	6 2.0	0 0.0	9 3.0
	30代	300 100	15 5.0	2 0.7	4 1.3	1 0.3	0 0.0	3 1.0	2 0.7	0 0.0	16 5.3
	40代	300 100	12 4.0	2 0.7	4 1.3	3 1.0	1 0.3	4 1.3	5 1.7	0 0.0	13 4.3
	50代	300 100	8 2.7	6 2.0	3 1.0	1 0.3	0 0.0	12 4.0	6 2.0	0 0.0	19 6.3
	60代	300 100	15 5.0	5 1.7	5 1.7	3 1.0	0 0.0	8 2.7	2 0.7	0 0.0	16 5.3
	70代以上	300 100	21 7.0	5 1.7	1 0.3	7 2.3	2 0.7	8 2.7	1 0.3	0 0.0	11 3.7

【3位】

	度数 横%	全 体	テレビの	テレビの	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット	インターネット	個人のブログ	行政 (国、地方 自治体)	
			ニュース・ 報道番組	ワイドショー ・情報番組				上のニュース サイト	上のコミュニティ サイト (SNS等)			
全 体		1800 100	135 7.5	182 10.1	87 4.8	271 15.1	46 2.6	363 20.2	72 4.0	31 1.7	122 6.8	
地域		首都圏	900 100	76 8.4	90 10.0	42 4.7	126 14.0	24 2.7	181 20.1	40 4.4	14 1.6	57 6.3
		京阪神圏	900 100	59 6.6	92 10.2	45 5.0	145 16.1	22 2.4	182 20.2	32 3.6	17 1.9	65 7.2
年代		20代	300 100	15 5.0	22 7.3	18 6.0	35 11.7	8 2.7	68 22.7	35 11.7	10 3.3	13 4.3
		30代	300 100	21 7.0	27 9.0	16 5.3	31 10.3	8 2.7	74 24.7	14 4.7	6 2.0	18 6.0
		40代	300 100	24 8.0	24 8.0	14 4.7	43 14.3	10 3.3	69 23.0	7 2.3	8 2.7	23 7.7
		50代	300 100	28 9.3	34 11.3	12 4.0	38 12.7	6 2.0	62 20.7	9 3.0	4 1.3	18 6.0
		60代	300 100	21 7.0	40 13.3	5 1.7	67 22.3	7 2.3	48 16.0	5 1.7	1 0.3	24 8.0
		70代以上	300 100	26 8.7	35 11.7	22 7.3	57 19.0	7 2.3	42 14.0	2 0.7	2 0.7	26 8.7

	度数 横%	全 体	公的な	生産者・	スーパー・	生協などの	学校・病院	NPO・	家族・知人	その他	上記の中に信	
			研究機関 (大学等)	食品会社	小売店	協同組合	消費者団体			頼できる情報 源はない		
全 体		1800 100	90 5.0	50 2.8	56 3.1	37 2.1	8 0.4	41 2.3	87 4.8	0 0.0	122 6.8	
地域		首都圏	900 100	44 4.9	30 3.3	36 4.0	14 1.6	4 0.4	22 2.4	35 3.9	0 0.0	65 7.2
		京阪神圏	900 100	46 5.1	20 2.2	20 2.2	23 2.6	4 0.4	19 2.1	52 5.8	0 0.0	57 6.3
年代		20代	300 100	9 3.0	11 3.7	9 3.0	1 0.3	4 1.3	7 2.3	20 6.7	0 0.0	15 5.0
		30代	300 100	10 3.3	11 3.7	12 4.0	4 1.3	1 0.3	5 1.7	20 6.7	0 0.0	22 7.3
		40代	300 100	11 3.7	8 2.7	12 4.0	5 1.7	0 0.0	3 1.0	15 5.0	0 0.0	24 8.0
		50代	300 100	17 5.7	6 2.0	9 3.0	4 1.3	2 0.7	9 3.0	14 4.7	0 0.0	28 9.3
		60代	300 100	23 7.7	4 1.3	7 2.3	13 4.3	0 0.0	4 1.3	12 4.0	0 0.0	19 6.3
		70代以上	300 100	20 6.7	10 3.3	7 2.3	10 3.3	1 0.3	13 4.3	6 2.0	0 0.0	14 4.7

Q38 あなたは、次の各機関や事業者などが行っている食肉の安全性を確保するために行っている取組についてどの程度信頼できますか。それぞれの事項について、あなたのお考えに最も近いものを1つお選びください。

【1. 農林水産省】

		度数 横%	全 体	信頼できる	どちらかといえば 信頼できる	どちらとも いえない	どちらかといえば 信頼できない	信頼できない	どのような取組 をしているか わからない
全 体			1800 <b>100</b>	163 <b>9.1</b>	545 <b>30.3</b>	584 <b>32.4</b>	154 <b>8.6</b>	139 <b>7.7</b>	215 <b>11.9</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	84 <b>9.3</b>	279 <b>31.0</b>	287 <b>31.9</b>	73 <b>8.1</b>	72 <b>8.0</b>	105 <b>11.7</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	79 <b>8.8</b>	266 <b>29.6</b>	297 <b>33.0</b>	81 <b>9.0</b>	67 <b>7.4</b>	110 <b>12.2</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	55 <b>18.3</b>	74 <b>24.7</b>	78 <b>26.0</b>	23 <b>7.7</b>	14 <b>4.7</b>	56 <b>18.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	97 <b>32.3</b>	97 <b>32.3</b>	18 <b>6.0</b>	18 <b>6.0</b>	41 <b>13.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	80 <b>26.7</b>	104 <b>34.7</b>	23 <b>7.7</b>	33 <b>11.0</b>	38 <b>12.7</b>
	50代		300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	94 <b>31.3</b>	107 <b>35.7</b>	25 <b>8.3</b>	33 <b>11.0</b>	26 <b>8.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	102 <b>34.0</b>	98 <b>32.7</b>	32 <b>10.7</b>	27 <b>9.0</b>	24 <b>8.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	25 <b>8.3</b>	98 <b>32.7</b>	100 <b>33.3</b>	33 <b>11.0</b>	14 <b>4.7</b>	30 <b>10.0</b>

【2. 厚生労働省】

		度数 横%	全 体	信頼できる	どちらかといえば 信頼できる	どちらとも いえない	どちらかといえば 信頼できない	信頼できない	どのような取組 をしているか わからない
全 体			1800 <b>100</b>	132 <b>7.3</b>	530 <b>29.4</b>	605 <b>33.6</b>	171 <b>9.5</b>	150 <b>8.3</b>	212 <b>11.8</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	67 <b>7.4</b>	268 <b>29.8</b>	298 <b>33.1</b>	82 <b>9.1</b>	79 <b>8.8</b>	106 <b>11.8</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	65 <b>7.2</b>	262 <b>29.1</b>	307 <b>34.1</b>	89 <b>9.9</b>	71 <b>7.9</b>	106 <b>11.8</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	41 <b>13.7</b>	75 <b>25.0</b>	84 <b>28.0</b>	29 <b>9.7</b>	19 <b>6.3</b>	52 <b>17.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	23 <b>7.7</b>	91 <b>30.3</b>	103 <b>34.3</b>	24 <b>8.0</b>	18 <b>6.0</b>	41 <b>13.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	17 <b>5.7</b>	77 <b>25.7</b>	108 <b>36.0</b>	26 <b>8.7</b>	33 <b>11.0</b>	39 <b>13.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	13 <b>4.3</b>	87 <b>29.0</b>	110 <b>36.7</b>	29 <b>9.7</b>	35 <b>11.7</b>	26 <b>8.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	95 <b>31.7</b>	102 <b>34.0</b>	33 <b>11.0</b>	30 <b>10.0</b>	24 <b>8.0</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	105 <b>35.0</b>	98 <b>32.7</b>	30 <b>10.0</b>	15 <b>5.0</b>	30 <b>10.0</b>



### 【3. 地方自治体】

		度数 横%	全 体	信頼できる	どちらかといえば 信頼できる	どちらとも いえない	どちらかといえば 信頼できない	信頼できない	どのような取組 をしているか わからない
全 体			1800 <b>100</b>	127 <b>7.1</b>	557 <b>30.9</b>	653 <b>36.3</b>	141 <b>7.8</b>	113 <b>6.3</b>	209 <b>11.6</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	64 <b>7.1</b>	283 <b>31.4</b>	322 <b>35.8</b>	68 <b>7.6</b>	61 <b>6.8</b>	102 <b>11.3</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	63 <b>7.0</b>	274 <b>30.4</b>	331 <b>36.8</b>	73 <b>8.1</b>	52 <b>5.8</b>	107 <b>11.9</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	46 <b>15.3</b>	68 <b>22.7</b>	97 <b>32.3</b>	19 <b>6.3</b>	14 <b>4.7</b>	56 <b>18.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	20 <b>6.7</b>	94 <b>31.3</b>	114 <b>38.0</b>	18 <b>6.0</b>	13 <b>4.3</b>	41 <b>13.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	76 <b>25.3</b>	123 <b>41.0</b>	25 <b>8.3</b>	29 <b>9.7</b>	36 <b>12.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	87 <b>29.0</b>	123 <b>41.0</b>	24 <b>8.0</b>	24 <b>8.0</b>	26 <b>8.7</b>
	60代		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	112 <b>37.3</b>	97 <b>32.3</b>	31 <b>10.3</b>	23 <b>7.7</b>	25 <b>8.3</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	120 <b>40.0</b>	99 <b>33.0</b>	24 <b>8.0</b>	10 <b>3.3</b>	25 <b>8.3</b>

### 【4. 畜産農家】

		度数 横%	全 体	信頼できる	どちらかといえば 信頼できる	どちらとも いえない	どちらかといえば 信頼できない	信頼できない	どのような取組 をしているか わからない
全 体			1800 <b>100</b>	111 <b>6.2</b>	543 <b>30.2</b>	743 <b>41.3</b>	114 <b>6.3</b>	80 <b>4.4</b>	209 <b>11.6</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	68 <b>7.6</b>	271 <b>30.1</b>	365 <b>40.6</b>	54 <b>6.0</b>	38 <b>4.2</b>	104 <b>11.6</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	43 <b>4.8</b>	272 <b>30.2</b>	378 <b>42.0</b>	60 <b>6.7</b>	42 <b>4.7</b>	105 <b>11.7</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	97 <b>32.3</b>	95 <b>31.7</b>	17 <b>5.7</b>	12 <b>4.0</b>	50 <b>16.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	23 <b>7.7</b>	83 <b>27.7</b>	121 <b>40.3</b>	21 <b>7.0</b>	10 <b>3.3</b>	42 <b>14.0</b>
	40代		300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	87 <b>29.0</b>	126 <b>42.0</b>	14 <b>4.7</b>	21 <b>7.0</b>	37 <b>12.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	86 <b>28.7</b>	132 <b>44.0</b>	21 <b>7.0</b>	17 <b>5.7</b>	28 <b>9.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	95 <b>31.7</b>	130 <b>43.3</b>	22 <b>7.3</b>	14 <b>4.7</b>	23 <b>7.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	95 <b>31.7</b>	139 <b>46.3</b>	19 <b>6.3</b>	6 <b>2.0</b>	29 <b>9.7</b>

【5. 食肉卸売業者】

度数 横%		全 体	信頼できる	どちらかといえば 信頼できる	どちらとも いえない	どちらかといえば 信頼できない	信頼できない	どのような取組 をしているか わからない
全 体		1800 <b>100</b>	58 <b>3.2</b>	283 <b>15.7</b>	807 <b>44.8</b>	281 <b>15.6</b>	158 <b>8.8</b>	213 <b>11.8</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	33 <b>3.7</b>	146 <b>16.2</b>	399 <b>44.3</b>	132 <b>14.7</b>	83 <b>9.2</b>	107 <b>11.9</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	25 <b>2.8</b>	137 <b>15.2</b>	408 <b>45.3</b>	149 <b>16.6</b>	75 <b>8.3</b>	106 <b>11.8</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	25 <b>8.3</b>	73 <b>24.3</b>	102 <b>34.0</b>	34 <b>11.3</b>	17 <b>5.7</b>	49 <b>16.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	9 <b>3.0</b>	48 <b>16.0</b>	133 <b>44.3</b>	44 <b>14.7</b>	24 <b>8.0</b>	42 <b>14.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	39 <b>13.0</b>	141 <b>47.0</b>	41 <b>13.7</b>	34 <b>11.3</b>	38 <b>12.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	36 <b>12.0</b>	138 <b>46.0</b>	59 <b>19.7</b>	34 <b>11.3</b>	26 <b>8.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	38 <b>12.7</b>	144 <b>48.0</b>	56 <b>18.7</b>	28 <b>9.3</b>	29 <b>9.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	49 <b>16.3</b>	149 <b>49.7</b>	47 <b>15.7</b>	21 <b>7.0</b>	29 <b>9.7</b>

【6. 食肉小売業者】

度数 横%		全 体	信頼できる	どちらかといえば 信頼できる	どちらとも いえない	どちらかといえば 信頼できない	信頼できない	どのような取組 をしているか わからない
全 体		1800 <b>100</b>	54 <b>3.0</b>	284 <b>15.8</b>	833 <b>46.3</b>	260 <b>14.4</b>	159 <b>8.8</b>	210 <b>11.7</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	30 <b>3.3</b>	151 <b>16.8</b>	414 <b>46.0</b>	114 <b>12.7</b>	84 <b>9.3</b>	107 <b>11.9</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	24 <b>2.7</b>	133 <b>14.8</b>	419 <b>46.6</b>	146 <b>16.2</b>	75 <b>8.3</b>	103 <b>11.4</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	23 <b>7.7</b>	75 <b>25.0</b>	106 <b>35.3</b>	32 <b>10.7</b>	19 <b>6.3</b>	45 <b>15.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	48 <b>16.0</b>	137 <b>45.7</b>	41 <b>13.7</b>	20 <b>6.7</b>	47 <b>15.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	38 <b>12.7</b>	142 <b>47.3</b>	41 <b>13.7</b>	34 <b>11.3</b>	37 <b>12.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	35 <b>11.7</b>	147 <b>49.0</b>	54 <b>18.0</b>	32 <b>10.7</b>	26 <b>8.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	41 <b>13.7</b>	147 <b>49.0</b>	48 <b>16.0</b>	30 <b>10.0</b>	28 <b>9.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	4 <b>1.3</b>	47 <b>15.7</b>	154 <b>51.3</b>	44 <b>14.7</b>	24 <b>8.0</b>	27 <b>9.0</b>

【7. 食肉を扱う外食店】

度数 横%		全 体	信頼できる	どちらかといえば 信頼できる	どちらとも いえない	どちらかといえば 信頼できない	信頼できない	どのような取組 をしているか わからない
全 体		1800 <b>100</b>	45 <b>2.5</b>	225 <b>12.5</b>	810 <b>45.0</b>	306 <b>17.0</b>	193 <b>10.7</b>	221 <b>12.3</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	25 <b>2.8</b>	114 <b>12.7</b>	406 <b>45.1</b>	151 <b>16.8</b>	101 <b>11.2</b>	103 <b>11.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	20 <b>2.2</b>	111 <b>12.3</b>	404 <b>44.9</b>	155 <b>17.2</b>	92 <b>10.2</b>	118 <b>13.1</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	58 <b>19.3</b>	108 <b>36.0</b>	45 <b>15.0</b>	26 <b>8.7</b>	45 <b>15.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	40 <b>13.3</b>	128 <b>42.7</b>	54 <b>18.0</b>	28 <b>9.3</b>	45 <b>15.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	31 <b>10.3</b>	137 <b>45.7</b>	50 <b>16.7</b>	39 <b>13.0</b>	36 <b>12.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	32 <b>10.7</b>	133 <b>44.3</b>	55 <b>18.3</b>	45 <b>15.0</b>	29 <b>9.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	33 <b>11.0</b>	147 <b>49.0</b>	56 <b>18.7</b>	26 <b>8.7</b>	32 <b>10.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	31 <b>10.3</b>	157 <b>52.3</b>	46 <b>15.3</b>	29 <b>9.7</b>	34 <b>11.3</b>

Q39 食肉の安全性に関する情報提供において、行政に期待すること（上位3つ）をお選びください。

【1位】

度数横%		全 体	正確な情報の提供	迅速な情報の提供	わかりやすい情報の提供	科学的根拠に基づいた情報の提供	ネガティブな（マイナスの、あるいは都合の悪い）情報も包み隠さず開示	中立・公平な立場での見解	食品表示制度の改善	情報へのアクセスのしやすさ
全 体		1800 100	1304 72.4	87 4.8	117 6.5	98 5.4	100 5.6	49 2.7	14 0.8	10 0.6
地域	首都圏	900 100	644 71.6	45 5.0	63 7.0	50 5.6	61 6.8	17 1.9	7 0.8	5 0.6
	京阪神圏	900 100	660 73.3	42 4.7	54 6.0	48 5.3	39 4.3	32 3.6	7 0.8	5 0.6
年代	20代	300 100	196 65.3	12 4.0	35 11.7	16 5.3	15 5.0	9 3.0	5 1.7	7 2.3
	30代	300 100	220 73.3	13 4.3	19 6.3	18 6.0	14 4.7	7 2.3	4 1.3	2 0.7
	40代	300 100	235 78.3	7 2.3	16 5.3	13 4.3	17 5.7	7 2.3	1 0.3	0 0.0
	50代	300 100	219 73.0	15 5.0	19 6.3	14 4.7	22 7.3	7 2.3	2 0.7	0 0.0
	60代	300 100	219 73.0	21 7.0	13 4.3	14 4.7	18 6.0	12 4.0	0 0.0	1 0.3
	70代以上	300 100	215 71.7	19 6.3	15 5.0	23 7.7	14 4.7	7 2.3	2 0.7	0 0.0

度数横%		全 体	ウェブサイトの充実	メールマガジンの発信	パンフレット・広報誌の充実	消費者の相談を受ける窓口の設置	説明会などの開催	意見交換会など双方向型のコミュニケーションの場の設置	その他
全 体		1800 100	5 0.3	2 0.1	2 0.1	3 0.2	4 0.2	5 0.3	0 0.0
地域	首都圏	900 100	1 0.1	1 0.1	1 0.1	1 0.1	3 0.3	1 0.1	0 0.0
	京阪神圏	900 100	4 0.4	1 0.1	1 0.1	2 0.2	1 0.1	4 0.4	0 0.0
年代	20代	300 100	2 0.7	0 0.0	1 0.3	0 0.0	0 0.0	2 0.7	0 0.0
	30代	300 100	0 0.0	0 0.0	1 0.3	1 0.3	0 0.0	1 0.3	0 0.0
	40代	300 100	1 0.3	0 0.0	0 0.0	1 0.3	2 0.7	0 0.0	0 0.0
	50代	300 100	1 0.3	1 0.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	60代	300 100	1 0.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.3	0 0.0	0 0.0
	70代以上	300 100	0 0.0	1 0.3	0 0.0	1 0.3	1 0.3	2 0.7	0 0.0

【2位】

度数横%		全 体	正確な情報の提供	迅速な情報の提供	わかりやすい情報の提供	科学的根拠に基づいた情報の提供	ネガティブな（マイナスの、あるいは都合の悪い）情報も包み隠さず開示	中立・公平な立場での見解	食品表示制度の改善	情報へのアクセスのしやすさ
全 体		1800 100	178 9.9	639 35.5	387 21.5	209 11.6	162 9.0	112 6.2	42 2.3	21 1.2
地域	首都圏	900 100	91 10.1	323 35.9	192 21.3	110 12.2	87 9.7	55 6.1	12 1.3	7 0.8
	京阪神圏	900 100	87 9.7	316 35.1	195 21.7	99 11.0	75 8.3	57 6.3	30 3.3	14 1.6
年代	20代	300 100	28 9.3	82 27.3	80 26.7	32 10.7	40 13.3	15 5.0	5 1.7	7 2.3
	30代	300 100	27 9.0	106 35.3	69 23.0	32 10.7	29 9.7	18 6.0	6 2.0	2 0.7
	40代	300 100	24 8.0	110 36.7	70 23.3	36 12.0	34 11.3	13 4.3	5 1.7	3 1.0
	50代	300 100	33 11.0	117 39.0	63 21.0	30 10.0	20 6.7	17 5.7	12 4.0	2 0.7
	60代	300 100	33 11.0	115 38.3	53 17.7	39 13.0	20 6.7	23 7.7	7 2.3	4 1.3
	70代以上	300 100	33 11.0	109 36.3	52 17.3	40 13.3	19 6.3	26 8.7	7 2.3	3 1.0

度数横%		全 体	ウェブサイトの充実	メールマガジンの発信	パンフレット・広報誌の充実	消費者の相談を受ける窓口の設置	説明会などの開催	意見交換会など双方向型のコミュニケーションの場の設置	その他
全 体		1800 100	14 0.8	4 0.2	6 0.3	12 0.7	7 0.4	7 0.4	0 0.0
地域	首都圏	900 100	6 0.7	1 0.1	3 0.3	7 0.8	3 0.3	3 0.3	0 0.0
	京阪神圏	900 100	8 0.9	3 0.3	3 0.3	5 0.6	4 0.4	4 0.4	0 0.0
年代	20代	300 100	4 1.3	2 0.7	0 0.0	2 0.7	2 0.7	1 0.3	0 0.0
	30代	300 100	3 1.0	1 0.3	1 0.3	4 1.3	1 0.3	1 0.3	0 0.0
	40代	300 100	2 0.7	0 0.0	0 0.0	1 0.3	1 0.3	1 0.3	0 0.0
	50代	300 100	2 0.7	0 0.0	1 0.3	2 0.7	0 0.0	1 0.3	0 0.0
	60代	300 100	2 0.7	0 0.0	1 0.3	2 0.7	0 0.0	1 0.3	0 0.0
	70代以上	300 100	1 0.3	1 0.3	3 1.0	1 0.3	3 1.0	2 0.7	0 0.0

【3位】

度数横%		全 体	正確な情報の提供	迅速な情報の提供	わかりやすい情報の提供	科学的根拠に基づいた情報の提供	ネガティブな（マイナスの、あるいは都合の悪い）情報も包み隠さず開示	中立・公平な立場での見解	食品表示制度の改善	情報へのアクセスのしやすさ
全 体		1800 100	87 4.8	147 8.2	546 30.3	258 14.3	226 12.6	275 15.3	76 4.2	44 2.4
地域	首都圏	900 100	48 5.3	81 9.0	273 30.3	133 14.8	125 13.9	130 14.4	32 3.6	14 1.6
	京阪神圏	900 100	39 4.3	66 7.3	273 30.3	125 13.9	101 11.2	145 16.1	44 4.9	30 3.3
年代	20代	300 100	17 5.7	23 7.7	65 21.7	45 15.0	58 19.3	40 13.3	8 2.7	12 4.0
	30代	300 100	13 4.3	23 7.7	91 30.3	48 16.0	51 17.0	30 10.0	14 4.7	8 2.7
	40代	300 100	12 4.0	25 8.3	85 28.3	45 15.0	34 11.3	56 18.7	16 5.3	8 2.7
	50代	300 100	13 4.3	24 8.0	103 34.3	34 11.3	31 10.3	57 19.0	14 4.7	8 2.7
	60代	300 100	20 6.7	26 8.7	110 36.7	37 12.3	23 7.7	45 15.0	9 3.0	6 2.0
	70代以上	300 100	12 4.0	26 8.7	92 30.7	49 16.3	29 9.7	47 15.7	15 5.0	2 0.7

度数横%		全 体	ウェブサイトの充実	メールマガジンの発信	パンフレット・広報誌の充実	消費者の相談を受ける窓口の設置	説明会などの開催	意見交換会など双方向型のコミュニケーションの場の設置	その他
全 体		1800 100	31 1.7	9 0.5	21 1.2	46 2.6	16 0.9	12 0.7	6 0.3
地域	首都圏	900 100	16 1.8	7 0.8	6 0.7	19 2.1	8 0.9	7 0.8	1 0.1
	京阪神圏	900 100	15 1.7	2 0.2	15 1.7	27 3.0	8 0.9	5 0.6	5 0.6
年代	20代	300 100	10 3.3	2 0.7	5 1.7	9 3.0	3 1.0	3 1.0	0 0.0
	30代	300 100	4 1.3	1 0.3	3 1.0	7 2.3	6 2.0	1 0.3	0 0.0
	40代	300 100	6 2.0	0 0.0	3 1.0	8 2.7	0 0.0	1 0.3	1 0.3
	50代	300 100	4 1.3	3 1.0	1 0.3	5 1.7	0 0.0	2 0.7	1 0.3
	60代	300 100	3 1.0	2 0.7	2 0.7	9 3.0	3 1.0	1 0.3	4 1.3
	70代以上	300 100	4 1.3	1 0.3	7 2.3	8 2.7	4 1.3	4 1.3	0 0.0

Q41 以下の説明をお読みいただき、ご回答ください。

このロゴマークは、「JGAP 認証農場マーク」といい、第三者機関である日本GAP協会の審査により、食品安全、環境保全、労働安全、人権と福祉等に配慮した農業生産工程管理を行っていることが確認された農場にあたえられるものです。

あなたは、この「JGAP」のロゴマークを見たことがありますか。

度数 横%		全 体	確かに見たこと がある	見たことがある ような気がする	見たことがない・ 知らない
全 体		1800 <b>100</b>	119 <b>6.6</b>	423 <b>23.5</b>	1258 <b>69.9</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	74 <b>8.2</b>	214 <b>23.8</b>	612 <b>68.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	45 <b>5.0</b>	209 <b>23.2</b>	646 <b>71.8</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	39 <b>13.0</b>	94 <b>31.3</b>	167 <b>55.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	28 <b>9.3</b>	78 <b>26.0</b>	194 <b>64.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	16 <b>5.3</b>	56 <b>18.7</b>	228 <b>76.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	70 <b>23.3</b>	220 <b>73.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	60 <b>20.0</b>	228 <b>76.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	65 <b>21.7</b>	221 <b>73.7</b>

Q43 以下の説明をお読みいただき、ご回答ください。

このロゴマークは、「JGAP 認証農場の畜産物使用マーク」といい、第三者機関である日本GAP協会の審査により、食品安全、環境保全、労働安全、人権と福祉、アニマルウェルフェアに配慮した農業生産工程管理を行っていることが確認された畜産農場の認証家畜・畜産物（JGAP家畜・畜産物）を原料として使用した商品であることを表すマークです。

JGAP家畜・畜産物の認証取得は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの会場等で、選手団、スタッフ、プレス、観客に提供する飲食で使用される畜産食材に適用される調達基準の要件を満たすことを示す方法のひとつとされています。

※アニマルウェルフェアとは、家畜を快適性に配慮した環境下で飼養することをいいます。

あなたは、一般のお店やレストランで、「JGAP 認証農場の畜産物使用」のロゴマークがついている商品を積極的に購入したい・食べたいと思いますか。

度数 横%		全 体	割高でも 購入したい・ 食べたい	ロゴマークがついて いない商品と、同 程度の価格なら購 入したい・食べたい	安ければ 購入したい・ 食べたい	購入したくない・ 食べたくない	わからない
全 体		1800 100	152 8.4	615 34.2	486 27.0	44 2.4	503 27.9
地域	首都圏	900 100	80 8.9	325 36.1	236 26.2	20 2.2	239 26.6
	京阪神圏	900 100	72 8.0	290 32.2	250 27.8	24 2.7	264 29.3
年代	20代	300 100	30 10.0	103 34.3	93 31.0	7 2.3	67 22.3
	30代	300 100	21 7.0	118 39.3	81 27.0	8 2.7	72 24.0
	40代	300 100	20 6.7	85 28.3	99 33.0	9 3.0	87 29.0
	50代	300 100	20 6.7	92 30.7	77 25.7	10 3.3	101 33.7
	60代	300 100	27 9.0	107 35.7	68 22.7	6 2.0	92 30.7
	70代以上	300 100	34 11.3	110 36.7	68 22.7	4 1.3	84 28.0



Q44 あなたは、「ジビエ」というコトバをご存知ですか。

		度数 横%	全 体	詳しく 知っている	ある程度 知っている	何となく 知っている	知らない
全 体			1800 <b>100</b>	177 <b>9.8</b>	551 <b>30.6</b>	399 <b>22.2</b>	673 <b>37.4</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	96 <b>10.7</b>	288 <b>32.0</b>	195 <b>21.7</b>	321 <b>35.7</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	81 <b>9.0</b>	263 <b>29.2</b>	204 <b>22.7</b>	352 <b>39.1</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	31 <b>10.3</b>	81 <b>27.0</b>	70 <b>23.3</b>	118 <b>39.3</b>
	30代		300 <b>100</b>	23 <b>7.7</b>	76 <b>25.3</b>	86 <b>28.7</b>	115 <b>38.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	36 <b>12.0</b>	94 <b>31.3</b>	70 <b>23.3</b>	100 <b>33.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	39 <b>13.0</b>	101 <b>33.7</b>	63 <b>21.0</b>	97 <b>32.3</b>
	60代		300 <b>100</b>	29 <b>9.7</b>	107 <b>35.7</b>	48 <b>16.0</b>	116 <b>38.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	19 <b>6.3</b>	92 <b>30.7</b>	62 <b>20.7</b>	127 <b>42.3</b>

Q45 以下の説明をお読みいただき、ご回答ください。

ジビエとは狩猟で得た天然の野生鳥獣の食肉を意味する言葉（フランス語）で、ヨーロッパでは貴族の伝統料理として古くから発展してきた食文化です。日本で有名なジビエは、シカやイノシシがあげられます。他にも、狩猟の対象となっている野生鳥獣の肉（野ウサギ、山鳩、鴨、キジ等）は全てジビエとして定義されます。

あなたは、このこと（ジビエについての上記の説明）をご存知ですか。

		度数 横%	全 体	詳しく 知っている	ある程度 知っている	何となく 知っている	知らない
全 体			1800 <b>100</b>	173 <b>9.6</b>	541 <b>30.1</b>	440 <b>24.4</b>	646 <b>35.9</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	95 <b>10.6</b>	279 <b>31.0</b>	223 <b>24.8</b>	303 <b>33.7</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	78 <b>8.7</b>	262 <b>29.1</b>	217 <b>24.1</b>	343 <b>38.1</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	43 <b>14.3</b>	74 <b>24.7</b>	67 <b>22.3</b>	116 <b>38.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	24 <b>8.0</b>	67 <b>22.3</b>	90 <b>30.0</b>	119 <b>39.7</b>
	40代		300 <b>100</b>	30 <b>10.0</b>	98 <b>32.7</b>	70 <b>23.3</b>	102 <b>34.0</b>
	50代		300 <b>100</b>	30 <b>10.0</b>	103 <b>34.3</b>	80 <b>26.7</b>	87 <b>29.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	25 <b>8.3</b>	106 <b>35.3</b>	59 <b>19.7</b>	110 <b>36.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	21 <b>7.0</b>	93 <b>31.0</b>	74 <b>24.7</b>	112 <b>37.3</b>

Q46 あなたはジビエ（主にシカとイノシシ）を食べますか。あなたが、ジビエ（主にシカとイノシシ）を食べる頻度をお答えください。

	度数 横%	全 体	週に 1日程度	月に 2～3日程度	月に1日程度	2～3ヶ月に 1日程度	半年に 1日程度	年に 1日程度	2～3年に 1日程度	それ以下	食べたこと がない	
全 体		1800 100	8 0.4	20 1.1	31 1.7	39 2.2	81 4.5	98 5.4	78 4.3	465 25.8	980 54.4	
地域		首都圏	900 100	1 0.1	16 1.8	16 1.8	23 2.6	41 4.6	43 4.8	38 4.2	197 21.9	525 58.3
		京阪神圏	900 100	7 0.8	4 0.4	15 1.7	16 1.8	40 4.4	55 6.1	40 4.4	268 29.8	455 50.6
年代		20代	300 100	5 1.7	12 4.0	12 4.0	9 3.0	19 6.3	18 6.0	8 2.7	56 18.7	161 53.7
		30代	300 100	0 0.0	5 1.7	6 2.0	8 2.7	18 6.0	16 5.3	15 5.0	62 20.7	170 56.7
		40代	300 100	2 0.7	1 0.3	3 1.0	8 2.7	11 3.7	12 4.0	11 3.7	75 25.0	177 59.0
		50代	300 100	0 0.0	1 0.3	2 0.7	4 1.3	12 4.0	15 5.0	15 5.0	91 30.3	160 53.3
		60代	300 100	0 0.0	0 0.0	4 1.3	4 1.3	12 4.0	14 4.7	16 5.3	83 27.7	167 55.7
		70代以上	300 100	1 0.3	1 0.3	4 1.3	6 2.0	9 3.0	23 7.7	13 4.3	98 32.7	145 48.3

Q47 あなたがジビエ（主にシカとイノシシ）を食べたことがあるお店やレストラン・機会などについて、あてはまるものをすべてお選びください。

	度数 横%	全 体	フランス料理 店・フレンチ レストラン	ジビエ専門 店	焼き肉店	その他の店 ・レストラン	地域 フェスティバル ・地域物産 展	道の駅	旅行先の宿 ・ホテル	自宅	友人・知人 宅	その他	覚えていない ・忘れた	
全 体		820 100	202 24.6	146 17.8	113 13.8	30 3.7	103 12.6	97 11.8	64 7.8	116 14.1	122 14.9	5 0.6	148 18.0	
地域		首都圏	375 100	107 28.5	74 19.7	54 14.4	16 4.3	50 13.3	39 10.4	36 9.6	51 13.6	48 12.8	3 0.8	62 16.5
		京阪神圏	445 100	95 21.3	72 16.2	59 13.3	14 3.1	53 11.9	58 13.0	28 6.3	65 14.6	74 16.6	2 0.4	86 19.3
年代		20代	139 100	44 31.7	34 24.5	34 24.5	1 0.7	15 10.8	20 14.4	2 1.4	21 15.1	21 15.1	1 0.7	20 14.4
		30代	130 100	29 22.3	26 20.0	22 16.9	5 3.8	16 12.3	18 13.8	7 5.4	20 15.4	17 13.1	1 0.8	25 19.2
		40代	123 100	32 26.0	29 23.6	17 13.8	5 4.1	11 8.9	15 12.2	5 4.1	22 17.9	22 17.9	1 0.8	13 10.6
		50代	140 100	38 27.1	21 15.0	21 15.0	5 3.6	20 14.3	20 14.3	11 7.9	16 11.4	14 10.0	1 0.7	22 15.7
		60代	133 100	35 26.3	17 12.8	7 5.3	7 5.3	14 10.5	11 8.3	13 9.8	14 10.5	30 22.6	1 0.8	32 24.1
		70代以上	155 100	24 15.5	19 12.3	12 7.7	7 4.5	27 17.4	13 8.4	26 16.8	23 14.8	18 11.6	0 0.0	36 23.2

Q48 あなたは、シカ肉について、どのようなイメージをお持ちですか。それぞれの事項について、あてはまるものを全てお選びください。また、その中で最もあてはまるものをお選びください。

【1.シカ肉】 あてはまるもの（いくつでも）

度数横%		全 体	たんぱく質が豊富	カロリーが低い	安全性に信頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理しやすい	筋肉や骨をつくる
全 体		1800 100	484 26.9	520 28.9	66 3.7	193 10.7	185 10.3	41 2.3	128 7.1
地域	首都圏	900 100	232 25.8	253 28.1	29 3.2	92 10.2	94 10.4	25 2.8	62 6.9
	京阪神圏	900 100	252 28.0	267 29.7	37 4.1	101 11.2	91 10.1	16 1.8	66 7.3
年代	20代	300 100	78 26.0	68 22.7	26 8.7	36 12.0	40 13.3	15 5.0	29 9.7
	30代	300 100	95 31.7	81 27.0	11 3.7	35 11.7	34 11.3	9 3.0	19 6.3
	40代	300 100	81 27.0	84 28.0	9 3.0	30 10.0	19 6.3	7 2.3	13 4.3
	50代	300 100	89 29.7	101 33.7	7 2.3	32 10.7	29 9.7	1 0.3	21 7.0
	60代	300 100	69 23.0	90 30.0	5 1.7	29 9.7	22 7.3	3 1.0	23 7.7
	70代以上	300 100	72 24.0	96 32.0	8 2.7	31 10.3	41 13.7	6 2.0	23 7.7

度数横%		全 体	美容によい	料理メニューの種類が多い	スタミナ源、栄養がある	価格が手頃	その他	特にイメージはない
全 体		1800 100	96 5.3	30 1.7	193 10.7	40 2.2	61 3.4	914 50.8
地域	首都圏	900 100	44 4.9	16 1.8	104 11.6	23 2.6	32 3.6	463 51.4
	京阪神圏	900 100	52 5.8	14 1.6	89 9.9	17 1.9	29 3.2	451 50.1
年代	20代	300 100	31 10.3	11 3.7	45 15.0	8 2.7	13 4.3	133 44.3
	30代	300 100	15 5.0	3 1.0	38 12.7	5 1.7	11 3.7	134 44.7
	40代	300 100	15 5.0	4 1.3	34 11.3	3 1.0	7 2.3	145 48.3
	50代	300 100	15 5.0	3 1.0	25 8.3	5 1.7	11 3.7	158 52.7
	60代	300 100	11 3.7	6 2.0	21 7.0	11 3.7	10 3.3	171 57.0
	70代以上	300 100	9 3.0	3 1.0	30 10.0	8 2.7	9 3.0	173 57.7

【2. シカ肉】 最もあてはまるもの（一つだけ）

度数横%		全 体	たんぱく質が豊富	カロリーが低い	安全性に信頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理しやすい	筋肉や骨をつくる
全 体		1800 100	241 13.4	330 18.3	14 0.8	64 3.6	38 2.1	8 0.4	26 1.4
地域	首都圏	900 100	116 12.9	158 17.6	4 0.4	29 3.2	22 2.4	5 0.6	10 1.1
	京阪神圏	900 100	125 13.9	172 19.1	10 1.1	35 3.9	16 1.8	3 0.3	16 1.8
年代	20代	300 100	42 14.0	37 12.3	7 2.3	14 4.7	9 3.0	2 0.7	12 4.0
	30代	300 100	55 18.3	51 17.0	0 0.0	14 4.7	9 3.0	2 0.7	4 1.3
	40代	300 100	50 16.7	51 17.0	4 1.3	12 4.0	4 1.3	4 1.3	2 0.7
	50代	300 100	44 14.7	65 21.7	0 0.0	9 3.0	5 1.7	0 0.0	2 0.7
	60代	300 100	23 7.7	66 22.0	2 0.7	5 1.7	7 2.3	0 0.0	4 1.3
	70代以上	300 100	27 9.0	60 20.0	1 0.3	10 3.3	4 1.3	0 0.0	2 0.7

度数横%		全 体	美容によい	料理メニューの種類が多い	スタミナ源、栄養がある	価格が手頃	その他	特にイメージはない
全 体		1800 100	16 0.9	11 0.6	69 3.8	10 0.6	59 3.3	914 50.8
地域	首都圏	900 100	9 1.0	6 0.7	40 4.4	7 0.8	31 3.4	463 51.4
	京阪神圏	900 100	7 0.8	5 0.6	29 3.2	3 0.3	28 3.1	451 50.1
年代	20代	300 100	5 1.7	4 1.3	20 6.7	2 0.7	13 4.3	133 44.3
	30代	300 100	0 0.0	0 0.0	17 5.7	3 1.0	11 3.7	134 44.7
	40代	300 100	4 1.3	3 1.0	14 4.7	0 0.0	7 2.3	145 48.3
	50代	300 100	3 1.0	1 0.3	2 0.7	1 0.3	10 3.3	158 52.7
	60代	300 100	3 1.0	2 0.7	7 2.3	1 0.3	9 3.0	171 57.0
	70代以上	300 100	1 0.3	1 0.3	9 3.0	3 1.0	9 3.0	173 57.7

【3. イノシシ肉】 あてはまるもの (いくつでも)

度数横%		全 体	たんぱく質が豊富	カロリーが低い	安全性に信頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理しやすい	筋肉や骨をつくる
全 体		1800 100	475 26.4	278 15.4	66 3.7	174 9.7	159 8.8	53 2.9	191 10.6
地域	首都圏	900 100	219 24.3	120 13.3	27 3.0	87 9.7	70 7.8	23 2.6	94 10.4
	京阪神圏	900 100	256 28.4	158 17.6	39 4.3	87 9.7	89 9.9	30 3.3	97 10.8
年代	20代	300 100	69 23.0	47 15.7	19 6.3	41 13.7	27 9.0	18 6.0	45 15.0
	30代	300 100	89 29.7	52 17.3	9 3.0	30 10.0	28 9.3	7 2.3	30 10.0
	40代	300 100	72 24.0	56 18.7	10 3.3	30 10.0	14 4.7	5 1.7	17 5.7
	50代	300 100	81 27.0	41 13.7	10 3.3	27 9.0	25 8.3	7 2.3	31 10.3
	60代	300 100	78 26.0	39 13.0	6 2.0	20 6.7	25 8.3	6 2.0	31 10.3
	70代以上	300 100	86 28.7	43 14.3	12 4.0	26 8.7	40 13.3	10 3.3	37 12.3

度数横%		全 体	美容によい	料理メニューの種類が多い	スタミナ源、栄養がある	価格が手頃	その他	特にイメージはない
全 体		1800 100	77 4.3	47 2.6	358 19.9	33 1.8	89 4.9	882 49.0
地域	首都圏	900 100	23 2.6	24 2.7	182 20.2	16 1.8	44 4.9	464 51.6
	京阪神圏	900 100	54 6.0	23 2.6	176 19.6	17 1.9	45 5.0	418 46.4
年代	20代	300 100	20 6.7	16 5.3	60 20.0	7 2.3	24 8.0	126 42.0
	30代	300 100	18 6.0	5 1.7	65 21.7	5 1.7	17 5.7	124 41.3
	40代	300 100	13 4.3	6 2.0	45 15.0	1 0.3	8 2.7	153 51.0
	50代	300 100	10 3.3	4 1.3	53 17.7	2 0.7	14 4.7	155 51.7
	60代	300 100	7 2.3	7 2.3	65 21.7	5 1.7	15 5.0	155 51.7
	70代以上	300 100	9 3.0	9 3.0	70 23.3	13 4.3	11 3.7	169 56.3

【4. イノシシ肉】 最もあてはまるもの（一つだけ）

度数横%		全 体	たんぱく質が豊富	カロリーが低い	安全性に信頼がおける	鉄分が豊富	健康によい	調理しやすい	筋肉や骨をつくる
全 体		1800 100	267 14.8	130 7.2	17 0.9	55 3.1	47 2.6	11 0.6	44 2.4
地域	首都圏	900 100	125 13.9	47 5.2	9 1.0	31 3.4	20 2.2	6 0.7	19 2.1
	京阪神圏	900 100	142 15.8	83 9.2	8 0.9	24 2.7	27 3.0	5 0.6	25 2.8
年代	20代	300 100	34 11.3	21 7.0	5 1.7	17 5.7	9 3.0	5 1.7	13 4.3
	30代	300 100	51 17.0	26 8.7	4 1.3	11 3.7	8 2.7	1 0.3	5 1.7
	40代	300 100	49 16.3	28 9.3	3 1.0	8 2.7	7 2.3	3 1.0	8 2.7
	50代	300 100	54 18.0	21 7.0	2 0.7	8 2.7	6 2.0	0 0.0	5 1.7
	60代	300 100	41 13.7	19 6.3	0 0.0	7 2.3	6 2.0	1 0.3	9 3.0
	70代以上	300 100	38 12.7	15 5.0	3 1.0	4 1.3	11 3.7	1 0.3	4 1.3

度数横%		全 体	美容によい	料理メニューの種類が多い	スタミナ源、栄養がある	価格が手頃	その他	特にイメージはない
全 体		1800 100	14 0.8	14 0.8	220 12.2	11 0.6	88 4.9	882 49.0
地域	首都圏	900 100	5 0.6	8 0.9	117 13.0	6 0.7	43 4.8	464 51.6
	京阪神圏	900 100	9 1.0	6 0.7	103 11.4	5 0.6	45 5.0	418 46.4
年代	20代	300 100	3 1.0	3 1.0	38 12.7	2 0.7	24 8.0	126 42.0
	30代	300 100	4 1.3	4 1.3	42 14.0	3 1.0	17 5.7	124 41.3
	40代	300 100	4 1.3	1 0.3	28 9.3	0 0.0	8 2.7	153 51.0
	50代	300 100	0 0.0	3 1.0	31 10.3	1 0.3	14 4.7	155 51.7
	60代	300 100	1 0.3	1 0.3	43 14.3	3 1.0	14 4.7	155 51.7
	70代以上	300 100	2 0.7	2 0.7	38 12.7	2 0.7	11 3.7	169 56.3

Q49(1) ジビエ（主にシカとイノシシ）について、知っている事柄が下記の中にありますか。あてはまるものを全てお選びください。

度数横%		全 体	ジビエは、豊かな風味があり、自然そのままの味が楽しめる	ジビエは、狩猟解禁後（秋冬）に流通するので、季節感が感じられる	鹿肉バーガー、ジビエカレー、ジビエ丼など、手軽に食べられる	自治体ごとに、独自にジビエの衛生・品質管理基準を定めている	野生鳥獣（主にシカやイノシシ）による農作物被害や自然環境被害が深刻化し、野生鳥獣の有効利用としてジビエが役立っている	増えすぎて捕獲されたジビエを給食に出すことで、子どもたちに命の尊さを伝え、食育としても注目されている	ジビエの活用は、地域の活性化や地域振興に役立っている	その他	いずれもあてはまらない
全 体		1800 <b>100</b>	465 <b>25.8</b>	389 <b>21.6</b>	272 <b>15.1</b>	138 <b>7.7</b>	441 <b>24.5</b>	260 <b>14.4</b>	281 <b>15.6</b>	0 <b>0.0</b>	899 <b>49.9</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	247 <b>27.4</b>	179 <b>19.9</b>	135 <b>15.0</b>	66 <b>7.3</b>	220 <b>24.4</b>	133 <b>14.8</b>	153 <b>17.0</b>	0 <b>0.0</b>	452 <b>50.2</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	218 <b>24.2</b>	210 <b>23.3</b>	137 <b>15.2</b>	72 <b>8.0</b>	221 <b>24.6</b>	127 <b>14.1</b>	128 <b>14.2</b>	0 <b>0.0</b>	447 <b>49.7</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	83 <b>27.7</b>	69 <b>23.0</b>	44 <b>14.7</b>	34 <b>11.3</b>	62 <b>20.7</b>	41 <b>13.7</b>	32 <b>10.7</b>	0 <b>0.0</b>	151 <b>50.3</b>
	30代	300 <b>100</b>	73 <b>24.3</b>	53 <b>17.7</b>	49 <b>16.3</b>	16 <b>5.3</b>	55 <b>18.3</b>	31 <b>10.3</b>	30 <b>10.0</b>	0 <b>0.0</b>	155 <b>51.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	79 <b>26.3</b>	53 <b>17.7</b>	47 <b>15.7</b>	17 <b>5.7</b>	61 <b>20.3</b>	33 <b>11.0</b>	38 <b>12.7</b>	0 <b>0.0</b>	150 <b>50.0</b>
	50代	300 <b>100</b>	90 <b>30.0</b>	75 <b>25.0</b>	56 <b>18.7</b>	21 <b>7.0</b>	82 <b>27.3</b>	47 <b>15.7</b>	46 <b>15.3</b>	0 <b>0.0</b>	136 <b>45.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	74 <b>24.7</b>	65 <b>21.7</b>	42 <b>14.0</b>	22 <b>7.3</b>	84 <b>28.0</b>	54 <b>18.0</b>	60 <b>20.0</b>	0 <b>0.0</b>	145 <b>48.3</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	66 <b>22.0</b>	74 <b>24.7</b>	34 <b>11.3</b>	28 <b>9.3</b>	97 <b>32.3</b>	54 <b>18.0</b>	75 <b>25.0</b>	0 <b>0.0</b>	162 <b>54.0</b>

Q49(2) ジビエ（主にシカとイノシシ）について、あなたが魅力に感じる事柄がありますか。あてはまるものを全てお選びください。

度数横%		全 体	ジビエは、豊かな風味があり、自然そのままの味が楽しめる	ジビエは、狩猟解禁後（秋冬）に流通するので、季節感が感じられる	鹿肉バーガー、ジビエカレー、ジビエ丼など、手軽に食べられる	自治体ごとに、独自にジビエの衛生・品質管理基準を定めている	野生鳥獣（主にシカやイノシシ）による農作物被害や自然環境被害が深刻化し、野生鳥獣の有効利用としてジビエが役立っている	増えすぎて捕獲されたジビエを給食に出すことで、子どもたちに命の尊さを伝え、食育としても注目されている	ジビエの活用は、地域の活性化や地域振興に役立っている	その他	いずれもあてはまらない
全 体		1800 <b>100</b>	296 <b>16.4</b>	200 <b>11.1</b>	164 <b>9.1</b>	94 <b>5.2</b>	287 <b>15.9</b>	183 <b>10.2</b>	188 <b>10.4</b>	0 <b>0.0</b>	902 <b>50.1</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	159 <b>17.7</b>	90 <b>10.0</b>	77 <b>8.6</b>	49 <b>5.4</b>	144 <b>16.0</b>	101 <b>11.2</b>	103 <b>11.4</b>	0 <b>0.0</b>	449 <b>49.9</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	137 <b>15.2</b>	110 <b>12.2</b>	87 <b>9.7</b>	45 <b>5.0</b>	143 <b>15.9</b>	82 <b>9.1</b>	85 <b>9.4</b>	0 <b>0.0</b>	453 <b>50.3</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	60 <b>20.0</b>	41 <b>13.7</b>	39 <b>13.0</b>	31 <b>10.3</b>	41 <b>13.7</b>	42 <b>14.0</b>	29 <b>9.7</b>	0 <b>0.0</b>	138 <b>46.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	53 <b>17.7</b>	30 <b>10.0</b>	30 <b>10.0</b>	11 <b>3.7</b>	45 <b>15.0</b>	24 <b>8.0</b>	20 <b>6.7</b>	0 <b>0.0</b>	149 <b>49.7</b>
	40代	300 <b>100</b>	55 <b>18.3</b>	35 <b>11.7</b>	32 <b>10.7</b>	18 <b>6.0</b>	48 <b>16.0</b>	32 <b>10.7</b>	36 <b>12.0</b>	0 <b>0.0</b>	143 <b>47.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	47 <b>15.7</b>	36 <b>12.0</b>	33 <b>11.0</b>	5 <b>1.7</b>	44 <b>14.7</b>	29 <b>9.7</b>	29 <b>9.7</b>	0 <b>0.0</b>	152 <b>50.7</b>
	60代	300 <b>100</b>	43 <b>14.3</b>	31 <b>10.3</b>	8 <b>2.7</b>	9 <b>3.0</b>	51 <b>17.0</b>	27 <b>9.0</b>	33 <b>11.0</b>	0 <b>0.0</b>	153 <b>51.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	38 <b>12.7</b>	27 <b>9.0</b>	22 <b>7.3</b>	20 <b>6.7</b>	58 <b>19.3</b>	29 <b>9.7</b>	41 <b>13.7</b>	0 <b>0.0</b>	167 <b>55.7</b>

Q50 以下の説明をお読みいただき、ご回答ください。

日本では、近年、野生鳥獣による農作物被害が深刻化しているため、増え過ぎた野生動物の捕獲を積極的に実施しており、効果的に進めていくために、野生動物の有効利用（食肉化・ジビエ）が考えられるようになりました。

自治体ごとに、独自にジビエ（主にシカとイノシシ）の衛生・品質管理基準を定めており、食用に適すると認証した肉には下記のロゴマークを与えています。

あなたは、食用に適すると認証したジビエ（主にシカ肉・イノシシ肉）に与えられる「ロゴマーク」を見たことがありますか。

		度数 横%	全 体	確かに見たこと がある	見たことがある ような気がする	ロゴマークがあること	
						は知っているが、 見たことはない	は知らない
全 体			1800 <b>100</b>	44 <b>2.4</b>	140 <b>7.8</b>	126 <b>7.0</b>	1490 <b>82.8</b>
地域	首都圏		900 <b>100</b>	23 <b>2.6</b>	71 <b>7.9</b>	69 <b>7.7</b>	737 <b>81.9</b>
	京阪神圏		900 <b>100</b>	21 <b>2.3</b>	69 <b>7.7</b>	57 <b>6.3</b>	753 <b>83.7</b>
年代	20代		300 <b>100</b>	18 <b>6.0</b>	45 <b>15.0</b>	19 <b>6.3</b>	218 <b>72.7</b>
	30代		300 <b>100</b>	10 <b>3.3</b>	28 <b>9.3</b>	18 <b>6.0</b>	244 <b>81.3</b>
	40代		300 <b>100</b>	7 <b>2.3</b>	21 <b>7.0</b>	13 <b>4.3</b>	259 <b>86.3</b>
	50代		300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	20 <b>6.7</b>	17 <b>5.7</b>	261 <b>87.0</b>
	60代		300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	12 <b>4.0</b>	23 <b>7.7</b>	263 <b>87.7</b>
	70代以上		300 <b>100</b>	5 <b>1.7</b>	14 <b>4.7</b>	36 <b>12.0</b>	245 <b>81.7</b>



Q51 以下の説明をお読みいただき、ご回答ください。

日本では、近年、野生鳥獣による農作物被害が深刻化しているため、増え過ぎた野生動物の捕獲を積極的に実施しており、効果的に進めていくために、野生動物の有効利用（食肉化・ジビエ）が考えられるようになりました。

自治体ごとに、独自にジビエ（主にシカとイノシシ）の衛生・品質管理基準を定めており、食用に適すると認証した肉には下記のロゴマークを与えています。

あなたは、一般のお店やレストランで、食用に適すると認証したジビエ（主にシカ肉・イノシシ肉）に与えられる「ロゴマーク」がついている商品を積極的に購入したい・食べたいと思いますか。

度数 横%		全 体	割高でも購入したい ・食べたい	ロゴマークがついてい ない商品と、同程度 の価格なら購入した い・食べたい	安ければ購入 したい・食べたい	購入したくない・ 食べたくない	わからない
全 体		1800 <b>100</b>	85 <b>4.7</b>	338 <b>18.8</b>	413 <b>22.9</b>	353 <b>19.6</b>	611 <b>33.9</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	51 <b>5.7</b>	174 <b>19.3</b>	212 <b>23.6</b>	175 <b>19.4</b>	288 <b>32.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	34 <b>3.8</b>	164 <b>18.2</b>	201 <b>22.3</b>	178 <b>19.8</b>	323 <b>35.9</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	22 <b>7.3</b>	66 <b>22.0</b>	75 <b>25.0</b>	47 <b>15.7</b>	90 <b>30.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	14 <b>4.7</b>	70 <b>23.3</b>	66 <b>22.0</b>	51 <b>17.0</b>	99 <b>33.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	15 <b>5.0</b>	57 <b>19.0</b>	84 <b>28.0</b>	44 <b>14.7</b>	100 <b>33.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	45 <b>15.0</b>	77 <b>25.7</b>	59 <b>19.7</b>	108 <b>36.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	53 <b>17.7</b>	55 <b>18.3</b>	79 <b>26.3</b>	101 <b>33.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	47 <b>15.7</b>	56 <b>18.7</b>	73 <b>24.3</b>	113 <b>37.7</b>

Q52 あなたは、「ロゴマークがついていない商品」と比べ、どのくらいの価格レベルまでなら、「食用に適すると認証したジビエのロゴマークがついている商品」を選びますか。あなたのお考えに最も近いものを1つだけお選びください。

度数横%		全 体	4倍を超える価格でも「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ	4倍高までなら「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ	3倍高までなら「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ	2倍高までなら「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ	8割高までなら「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ
全 体		1800 <b>100</b>	19 <b>1.1</b>	16 <b>0.9</b>	16 <b>0.9</b>	70 <b>3.9</b>	11 <b>0.6</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	9 <b>1.0</b>	11 <b>1.2</b>	12 <b>1.3</b>	35 <b>3.9</b>	4 <b>0.4</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	10 <b>1.1</b>	5 <b>0.6</b>	4 <b>0.4</b>	35 <b>3.9</b>	7 <b>0.8</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	8 <b>2.7</b>	5 <b>1.7</b>	19 <b>6.3</b>	5 <b>1.7</b>
	30代	300 <b>100</b>	1 <b>0.3</b>	6 <b>2.0</b>	3 <b>1.0</b>	11 <b>3.7</b>	4 <b>1.3</b>
	40代	300 <b>100</b>	4 <b>1.3</b>	1 <b>0.3</b>	5 <b>1.7</b>	10 <b>3.3</b>	1 <b>0.3</b>
	50代	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	0 <b>0.0</b>	0 <b>0.0</b>	10 <b>3.3</b>	1 <b>0.3</b>
	60代	300 <b>100</b>	4 <b>1.3</b>	1 <b>0.3</b>	0 <b>0.0</b>	9 <b>3.0</b>	0 <b>0.0</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	2 <b>0.7</b>	0 <b>0.0</b>	3 <b>1.0</b>	11 <b>3.7</b>	0 <b>0.0</b>

度数横%		全 体	5割高までなら「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ	2割高までなら「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ	同等の価格なら「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」を選ぶ	「食用に適すると認証したジビエのロゴマークの商品」へのこだわりはない	食用に適すると認証したジビエのロゴマークの有無にかかわらず、ジビエは食べない・買わない
全 体		1800 <b>100</b>	48 <b>2.7</b>	187 <b>10.4</b>	426 <b>23.7</b>	333 <b>18.5</b>	674 <b>37.4</b>
地域	首都圏	900 <b>100</b>	22 <b>2.4</b>	98 <b>10.9</b>	227 <b>25.2</b>	158 <b>17.6</b>	324 <b>36.0</b>
	京阪神圏	900 <b>100</b>	26 <b>2.9</b>	89 <b>9.9</b>	199 <b>22.1</b>	175 <b>19.4</b>	350 <b>38.9</b>
年代	20代	300 <b>100</b>	11 <b>3.7</b>	37 <b>12.3</b>	59 <b>19.7</b>	51 <b>17.0</b>	99 <b>33.0</b>
	30代	300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	35 <b>11.7</b>	71 <b>23.7</b>	59 <b>19.7</b>	102 <b>34.0</b>
	40代	300 <b>100</b>	12 <b>4.0</b>	20 <b>6.7</b>	74 <b>24.7</b>	63 <b>21.0</b>	110 <b>36.7</b>
	50代	300 <b>100</b>	3 <b>1.0</b>	38 <b>12.7</b>	84 <b>28.0</b>	51 <b>17.0</b>	111 <b>37.0</b>
	60代	300 <b>100</b>	6 <b>2.0</b>	30 <b>10.0</b>	67 <b>22.3</b>	55 <b>18.3</b>	128 <b>42.7</b>
	70代以上	300 <b>100</b>	8 <b>2.7</b>	27 <b>9.0</b>	71 <b>23.7</b>	54 <b>18.0</b>	124 <b>41.3</b>