

第 章 肉料理に関するイメージ分析

第 章 肉料理に関するイメージ分析

1 肉料理に関する価値観・意識

消費者は料理を作る TP0 で、「家族のこと」「自分の健康のこと」「節約のこと」「面倒なとき」など必ず作る動機を持っている。

夕食の料理を作るときに思い浮かぶ「動機・理由」などのイメージ言葉を、26 種類集め、これを「動機」と定義する。

これらを5つに集約し、まとめた大きな概念を「集約イメージ」と定義する。

(1) 料理を作るときの価値観の構造

5つの「集約イメージ」と26種の料理を作る「動機」

「集約イメージ」・・・「おいしさ」感

(動機): 家族が大好きな料理だから / 得意の料理だから / お酒の肴として / さっぱりしたものが食べたいから / こってりしたものが食べたいから

「集約イメージ」・・・「便利・お得」感

(動機): 材料の特売をやっていたから / 手間がかからないから / ボリューム感があるから / 冷蔵庫に残り物があったから / 家庭のいつもの定番だから

「集約イメージ」・・・「健康・元気」感

(動機): 栄養のバランスが良いから / スタミナ・元気をつけるため / 肌などの美容に良いと言われたから / ダイエット中なので (カロリー制限) / 子供の成長に良いから / 体調が悪いので

「集約イメージ」・・・「楽しさ」感

(動機): 誕生日などのイベントだから / 一家団欒を楽しみたいから / 友達や来客があるから / みんなを驚かせたいから / 自慢したいから

「集約イメージ」・・・「グルメ (チャレンジ)」感

(動機): たまには贅沢をしたくて / 料理番組や雑誌を見て / 良い材料が手に入ったから / 時間があるから手間をかけたいから / 新しい味や本格的料理にチャレンジしたいから

(2) 肉料理メニューの普及プロセス

薬には、「万能薬」と「特効薬」がある。「万能薬」は、たとえば「のど」「咳」「発熱」「下痢」「筋肉痛」のすべてに効果のある薬で、「特効薬」は「発熱」など特定の症状に対して効果があるものを言う。

このように効果・効能で「万能・特化」もあるが、世の中には「土用のウナギ」や「バレンタインデーのチョコ」に見られるような「季節特化メニュー」が存在している。

一般的に、「出現頻度の多い料理メニュー」の必須条件は多くの料理「動機」に対応し、「ニーズ」を満たしていることである。

したがって、「ある肉料理メニュー」を普及させるためには、新しい提案をする手順は次の通りである。

「集約イメージ」や、それを構成する料理「動機」の現状を知る必要がある。普及させたい料理メニューに対し、「動機への対応機能」を付け加え「ハードウェア」の改良や追加などを通して「価値」の幅を広げる提案（例えば簡単な料理方法）をする。

「ソフトウェア」としては、年間の家庭催事において「動機の機会」を開発し、促進する（例えばホームパーティーの機会を増やすように働きかける）。

(3) 集約イメージと料理メニューの実態

図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューと万能メニュー

順位	おいしさ感合計		便利・お得感合計		健康・元気感合計		楽しさ感合計		グルメ感 (チャレンジ) 合計	
		出現数		出現数		出現数		出現数		出現数
1	カレー	684	炒め物	994	炒め物	362	焼肉	77	焼肉	82
2	炒め物	537	カレー	879	焼肉	178	カレー	61	ステーキ	69
3	ハンバーグ	385	焼肉	388	カレー	165	鍋料理	52	カレー	63
4	から揚げ	376	ハンバーグ	361	煮物	134	すき焼き	45	すき焼き	55
5	焼肉	355	から揚げ	358	鍋料理	120	ハンバーグ	33	煮物	54
6	カツ等揚げ物	286	丼物	341	生姜焼き	110	カツ等揚げ物	31	炒め物	52
7	生姜焼き	267	生姜焼き	309	カツ等揚げ物	102	しゃぶしゃぶ	29	カツ等揚げ物	44
8	煮物	263	煮物	261	丼物	87	から揚げ	25	ハンバーグ	41
9	丼物	212	カツ等揚げ物	252	すき焼き	82	炒め物	20	から揚げ	32
10	しゃぶしゃぶ	200	鍋料理	243	ハンバーグ	79	ステーキ	20	餃子	22
11	肉じゃが	198	焼きそば	216	ステーキ	77	お好み焼き	17	シチュー	21
12	餃子	178	シチュー	215	豚汁	72	シチュー	14	鍋料理	21
13	ステーキ	170	肉じゃが	215	から揚げ	71	餃子	13	しゃぶしゃぶ	21
14	鍋料理	166	すき焼き	179	肉じゃが	70	おでん	13	丼物	20
15	シチュー	162	ステーキ	179	餃子	70	煮物	12	コロッケ	18
16	すき焼き	156	しゃぶしゃぶ	171	しゃぶしゃぶ	69	スパゲティ	12	生姜焼き	18
17	スパゲティ	146	スパゲティ	152	ゴーヤチャンプルー	55	水炊き	11	肉じゃが	15
18	ラーメン	129	餃子	148	シチュー	50	ラーメン	10	スパゲティ	15
19	麻婆豆腐	110	麻婆豆腐	145	キムチ鍋	36	肉じゃが	9	麻婆茄子	15
20	豚汁	104	豚汁	140	スープ	35	丼物	8	スープ	14

「図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューと万能メニュー」において、網がけは集約イメージの全項目でベスト 20 に入っている料理メニューである。

その数は、20 メニューのうち 15 メニューで過半数を占めている。

この「15 メニュー」は、夏場における日本の夕食肉料理の代表的な「万能メニュー」である。

(巻末「表 -1-(A) イメージ別・全肉料理順位」「表 -1-(B) 肉料理ベスト 20 の動機データ」参照)

図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューベスト 10 の変化

順位		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
おいしさ感	H15/12調査	カレー	鍋料理	から揚げ	炒め物	ハンバーグ	シチュー	カツ等揚げ物	すき焼き	焼肉	生姜焼き
	H16/06調査	カレー	炒め物	ハンバーグ	から揚げ	焼肉	カツ等揚げ物	生姜焼き	しゃぶしゃぶ	肉じゃが	煮物
	H16/12調査	カレー	炒め物	ハンバーグ	から揚げ	鍋料理	シチュー	焼肉	煮物	生姜焼き	カツ等揚げ物
	H17/06調査	カレー	炒め物	焼肉	ハンバーグ	から揚げ	カツ等揚げ物	しゃぶしゃぶ	生姜焼き	肉じゃが	煮物
	今回調査	カレー	炒め物	ハンバーグ	から揚げ	焼肉	カツ等揚げ物	生姜焼き	煮物	丼物	しゃぶしゃぶ
便利・お得感	H15/12調査	カレー	鍋料理	炒め物	シチュー	から揚げ	すき焼き	カツ等揚げ物	ハンバーグ	生姜焼き	焼肉
	H16/06調査	炒め物	カレー	焼肉	から揚げ	生姜焼き	ハンバーグ	肉じゃが	カツ等揚げ物	丼物	煮物
	H16/12調査	カレー	炒め物	鍋料理	シチュー	ハンバーグ	から揚げ	焼肉	生姜焼き	丼物	煮物
	H17/06調査	炒め物	カレー	焼肉	から揚げ	ハンバーグ	生姜焼き	丼物	カツ等揚げ物	肉じゃが	煮物
	今回調査	炒め物	カレー	焼肉	ハンバーグ	から揚げ	丼物	生姜焼き	煮物	カツ等揚げ物	鍋料理
健康・元気感	H15/12調査	鍋料理	カレー	炒め物	シチュー	カツ等揚げ物	すき焼き	煮物	焼肉	生姜焼き	ハンバーグ
	H16/06調査	炒め物	カレー	焼肉	生姜焼き	煮物	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	ハンバーグ	肉じゃが	ステーキ
	H16/12調査	炒め物	鍋料理	カレー	焼肉	煮物	シチュー	生姜焼き	すき焼き	豚汁	ハンバーグ
	H17/06調査	炒め物	焼肉	カレー	生姜焼き	煮物	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	肉じゃが	ステーキ	ゴーちゃん♪
	今回調査	炒め物	焼肉	カレー	煮物	鍋料理	生姜焼き	カツ等揚げ物	丼物	すき焼き	ハンバーグ
楽しさ感	H15/12調査	カレー	鍋料理	炒め物	シチュー	すき焼き	カツ等揚げ物	焼肉	ハンバーグ	煮物	から揚げ
	H16/06調査	焼肉	カレー	炒め物	カツ等揚げ物	ハンバーグ	ステーキ	しゃぶしゃぶ	煮物	から揚げ	すき焼き
	H16/12調査	カレー	すき焼き	鍋料理	焼肉	炒め物	シチュー	しゃぶしゃぶ	ステーキ	ハンバーグ	カツ等揚げ物
	H17/06調査	焼肉	カレー	から揚げ	ハンバーグ	炒め物	ステーキ	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	お好み焼き	スパゲティ
	今回調査	焼肉	カレー	鍋料理	すき焼き	ハンバーグ	カツ等揚げ物	しゃぶしゃぶ	から揚げ	炒め物	ステーキ
グルメ・チャレンジ感	H15/12調査	シチュー	すき焼き	ステーキ	煮物	カツ等揚げ物	鍋料理	炒め物	カレー	から揚げ	ハンバーグ
	H16/06調査	カレー	焼肉	ステーキ	炒め物	煮物	カツ等揚げ物	すき焼き	餃子	しゃぶしゃぶ	ハンバーグ
	H16/12調査	すき焼き	ステーキ	焼肉	カレー	煮物	鍋料理	炒め物	しゃぶしゃぶ	カツ等揚げ物	ハンバーグ
	H17/06調査	焼肉	ステーキ	カレー	炒め物	カツ等揚げ物	煮物	ハンバーグ	しゃぶしゃぶ	から揚げ	すき焼き
	今回調査	焼肉	ステーキ	カレー	すき焼き	煮物	炒め物	カツ等揚げ物	ハンバーグ	から揚げ	餃子

・全体的傾向（時系列比較）:

「表 -6-(2) 世帯構成別夕食料理メニューの出現頻度ベスト 10」によって、今回は野菜が高騰のせい、冬場にもかかわらず「鍋料理」は「焼肉」と入れ替わり、「御三家」はもちろん「ベスト 10」からも脱落したことを述べた。

「図 -1-(3)- 集約イメージ別料理メニューベスト 10 の変化」において、3年6回の「御三家」つまり4料理メニューを「網がけ」してある。

これを見ると、今回は大きく様相が変化している。

今回、冬場の常連の「鍋料理」ほとんど見当たらず、夏場の代表である「焼肉」が大きく飛躍しているのが特徴である。

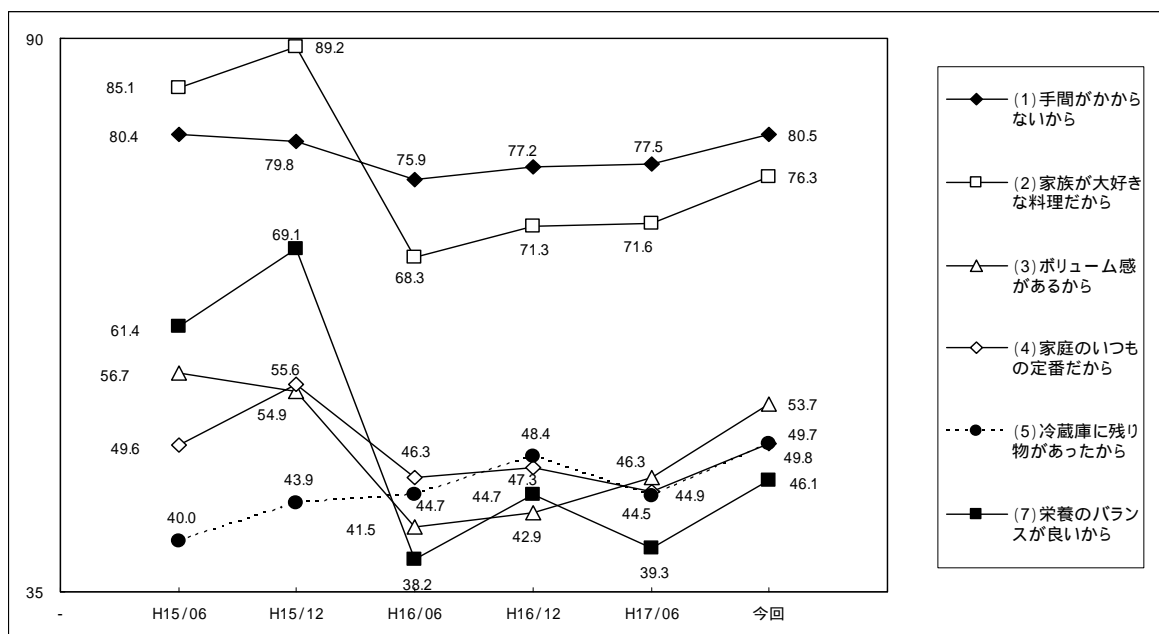
過去5回では「鍋料理」は「季節特化」型の典型であり、1年を通せば合計出現頻度から考えて強力な「万能型メニュー」の代表である。

その点、「カレー」「炒め物」は1年を通しての「定番型万能メニュー」の典型といえる。

(4) 料理を作る「動機」と料理メニュー

図 -1-(4)- 料理 [動機] の出現度変化

(単位：%)



料理メニューの変化を理解するためには、まず「動機」や「ニーズ」そのものについて考える必要がある。

料理を作る「動機」や「ニーズ」は、季節や家族の健康や世間の出来事などで大きく影響され変化する。そして作られる料理の種類は、その時々「動機」や「ニーズ」の「強さ」と「組み合わせ」に密接に因果関係がある。

「図 -1-(4)- 料理 [動機] の出現度変化」では、今回の調査で多い上位5つの「動機」と、特徴的な上位7番目にある「動機」の変化をグラフ化した。

この中で、「(1)手間がかからないから」「(3)ボリューム感があるから」「(4)家庭のいつもの定番だから」「(5)冷蔵庫に残り物があったから」については季節変動のない「動機」であることがわかる。

「(2)家族が大好きな料理だから」はやや「冬高夏低」であり、「(7)栄養のバランスが良いから」ははっきりした「冬高夏低」型の規則性を持った特徴的な動きをしている。

今回、6つの「動機」で前回と比較して回答率が上がっているのが特徴である。
(巻末「表 -1-(C) 料理動機の出現率の変化」参照)

図 -1-(4)- 料理「動機」別料理メニューベスト10 (単位：%)

動機	出現数	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	ベスト10 集中度
1 家族が大好きな料理だから	3,656	カレー 424	炒め物 236	ハンバーグ 225	から揚げ 194	焼肉 181	加等揚げ物 152	生姜焼き 151	丼物 111	しゃぶしゃぶ 103	肉じゃが 97	51.3
2 手間がかからないから	2,900	炒め物 373	カレー 328	丼物 140	焼肉 138	生姜焼き 118	鍋料理 95	焼きそば 82	から揚げ 80	煮物 75	しゃぶしゃぶ 75	51.9
3 まり〜感があるから	1,893	炒め物 173	カレー 150	ハンバーグ 126	加等揚げ物 108	焼肉 106	から揚げ 102	丼物 83	生姜焼き 68	ステーキ 65	鍋料理 64	55.2
4 得意の料理だから	1,640	カレー 183	炒め物 127	ハンバーグ 111	から揚げ 94	煮物 74	肉じゃが 72	丼物 72	生姜焼き 66	餃子 57	加等揚げ物 47	55.1
5 家庭のいつもの定番だから	1,481	カレー 203	炒め物 156	ハンバーグ 95	から揚げ 88	肉じゃが 63	生姜焼き 56	煮物 51	焼肉 49	丼物 47	汁煮 42	57.4
6 冷蔵庫に残り物があったから	1,379	炒め物 214	カレー 141	煮物 55	焼きそば 52	焼肉 45	チャーハン 42	豚汁 41	ハンバーグ 39	鍋料理 37	肉じゃが 37	51.0
7 栄養のバランスが良いから	1,238	炒め物 211	煮物 77	カレー 71	鍋料理 71	肉じゃが 49	豚汁 48	すき焼き 38	しゃぶしゃぶ 36	焼肉 34	丼物 32	53.9
8 気分を上げるため	1,033	焼肉 127	炒め物 99	生姜焼き 69	カレー 66	加等揚げ物 63	ステーキ 60	丼物 40	すき焼き 39	餃子 37	から揚げ 36	61.6
9 材料を特売をやっていたから	917	炒め物 78	から揚げ 60	カレー 57	焼肉 50	ハンバーグ 47	加等揚げ物 45	生姜焼き 41	丼物 35	煮物 34	ステーキ 30	52.0
10 こってりしたものが食べたいから	757	焼肉 85	加等揚げ物 61	炒め物 53	から揚げ 53	カレー 52	ハンバーグ 36	ステーキ 36	すき焼き 34	生姜焼き 33	汁煮 25	61.8
11 さっぱりしたものが食べたい	582	しゃぶしゃぶ 72	煮物 57	炒め物 54	ラーメン 47	鍋料理 38	うどん 26	サラダ 22	そば 15	水炊き 14	スープ 13	61.5
12 一家団楽を楽しみたい	512	焼肉 57	鍋料理 49	カレー 47	すき焼き 41	ハンバーグ 28	しゃぶしゃぶ 27	加等揚げ物 26	から揚げ 19	炒め物 13	汁煮 13	62.5
13 お酒の肴として	471	炒め物 67	焼肉 46	から揚げ 28	煮物 26	カレー 17	加等揚げ物 16	ステーキ 15	焼き鳥 15	肉じゃが 13	しゃぶしゃぶ 13	54.4
14 良い材料が手に入った	327	炒め物 27	焼肉 25	ステーキ 24	煮物 21	加等揚げ物 21	すき焼き 16	カレー 14	ハンバーグ 14	鍋料理 14	丼物 13	57.8
15 子供の成長に良いから	251	炒め物 31	カレー 17	加等揚げ物 17	から揚げ 16	ハンバーグ 15	焼肉 15	煮物 15	鍋料理 9	肉じゃが 8	汁煮 7	59.8
16 時間があるから手間をかけたい	204	カレー 29	ハンバーグ 21	餃子 16	煮物 11	加等揚げ物 10	焼肉 9	から揚げ 9	肉じゃが 8	コロッケ 7	おでん 7	62.3
17 たまには贅沢をしたくて	183	焼肉 40	ステーキ 39	すき焼き 34	カレー 8	加等揚げ物 8	しゃぶしゃぶ 6	炒め物 5	ジンギスカン 4	から揚げ 3	煮物 3	82.0
18 料理番組や雑誌を見て	147	炒め物 10	煮物 10	カレー 8	から揚げ 8	焼肉 6	スープ 6	ハンバーグ 5	鍋料理 5	しゃぶしゃぶ 5	加等揚げ物 5	46.3
19 がイット中なので(加〜)	91	炒め物 12	鍋料理 5	煮物 4	ラーメン 4	グリル焼き 4	蒸し物 4	カレー 3	ハンバーグ 3	豚汁 3	丼物 3	49.5
20 新しい味や本格的料理にチャレンジしたい	83	煮物 9	麻婆茄子 6	炒め物 5	カレー 4	スパゲッティ 4	グリル焼き 4	汁煮 3	から揚げ 3	肉団子 3	焼肉 2	51.8
21 肌などの美容に良いといわれたから	69	炒め物 8	鍋料理 6	から揚げ 4	コーヤチャップル 4	煮物 3	しゃぶしゃぶ 3	生姜焼き 3	麻婆豆腐 3	加等揚げ物 3	すき焼き 2	56.5
22 友達や来客があるから	66	焼肉 13	カレー 10	炒め物 5	から揚げ 3	餃子 3	グラタン 3	スパゲッティ 3	ハンバーグ 2	鍋料理 2	私好鍋 2	69.7
23 体調が悪いので	52	カレー 7	うどん 6	丼物 4	ラーメン 4	お好み焼き 3	スープ 3	汁煮 2	鍋料理 2	ハヤシライス 2	焼きそば 2	67.3
24 誕生日などのイベントだから	23	焼肉 4	ステーキ 4	グリル焼き 2	カレー 1	炒め物 1	から揚げ 1	すき焼き 1	鍋料理 1	煮物 1	私好ライス 1	73.9
25 みんなを驚かせたい	22	焼肉 3	お好み焼き 2	ステーキ 2	カレー 1	ハンバーグ 1	から揚げ 1	すき焼き 1	餃子 1	酢豚 1	ハヤシライス 1	63.6
26 自慢したいから	22	カレー 2	ハンバーグ 2	お好み焼き 2	炒め物 1	汁煮 1	から揚げ 1	すき焼き 1	水炊き 1	肉じゃが 1	餃子 1	59.1

「図 -1-(4)- 料理「動機」別料理メニューベスト 10」の表側は、今回の「動機」の回答順位と回答数であり、料理を作る時の重要な気持ちの順位を表している。これによって、料理の種類と料理を作る「動機」や「ニーズ」の強さを組み合わせで分析する。

表中の「網がけ」は、全体出現順位の今回の「ベスト 3」である「炒め物」「カレー」「焼肉」のポジションを表している。

「ベスト 3」を全体的に見ると、料理を作る時の重要な気持ち「動機」や「ニーズ」に強く対応して作られていることを表している。

表側の「料理動機」で「網がけ」したのは「ベスト 3」が揃っていないもので、僅か 4 つに限られている。「ベスト 3」はどんな TPO にも対応できる「スーパーメニュー」であることを示している。

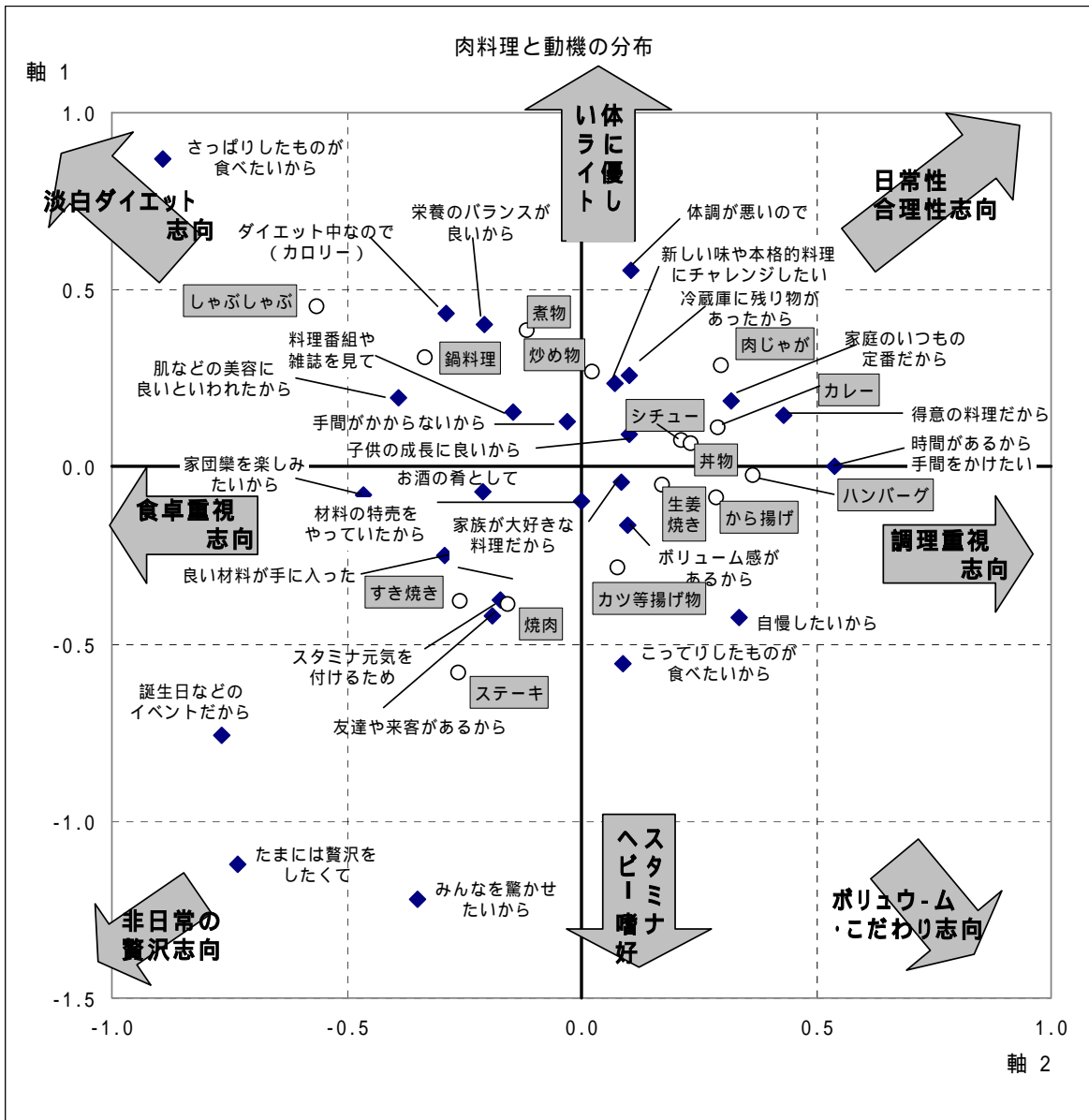
2 コレスポネンス分析の実施

コレスポネンス分析は、前項と同様に料理を作るときの消費者の価値観(気持ち)や「動機」と「料理メニュー」の近さを統計分析手法で図表化するものである。

今回の使用データは巻末の「表 -2-(A) 人気ベスト 15 料理のコレスポネンスデータ」を使い 15 メニューに絞って分析した。

「15 の夕食メニューと 26 のイメージ言葉 (動機)」計 41 データを同一グラフ上にプロットしたものが下記の「コレスポネンス分析グラフ」である。

図 -2 人気メニュー15種と動機の分布 (コレスポネンスグラフ)



(1) 分析の精度

今回は、日本の代表的な夕食肉料理である「人気メニュー」15種(全メニューの中で集中度率は64.0%)を分析対象とした。

分析精度を表す「説明度」について調べてみると、軸1は35.7%、軸2は28.8%の説明力があることを示している。つまり2つの軸で表されたこの図は64.5%の「統計的説明度」を持っている。

「41データの分析精度」としては水準をクリアしており、きわめて高い「分析精度」を持っていると考えられる。

「図 -2 人気メニュー15種と動機の分布(コレスポネンスグラフ)」を見ると、いろいろな「動機」が分散されきれいに特徴を表現出来ていることがわかる。(巻末の「表 -2-(B) 肉料理イメージ・コレスポネンス分析統計量」参照)

(2) 軸の解釈と分析の読み方

「図 -2 人気メニュー15種と気持ちの分布(コレスポネンスグラフ)」において、二つの軸の意味を解釈する。

今回の縦軸(軸1)はサッパリした「体に優しいライト嗜好」とコッテリした「スタミナ・ヘビー嗜好」と解釈し、横軸(軸2)は料理のプロセス「調理を重視する志向」と食べる場面「食卓を重視する志向」と解釈した。

また、これらの軸に挟まる「象限」のグラフの右上は「日常・合理性志向」、その対極の左下の象限は「非日常贅沢志向」と解釈し、左上の象限は「淡泊・ダイエット志向」、その対極の右下は「ボリューム・こだわり志向」と解釈した。

(3) 方向性の説明と内容

「日常・合理性志向」

日常的に普段やっている残り物を利用して合理性を発揮し、気がついた時に子供など健康のために栄養をつけるというように、毎日の「料理」そのものの機能を重視する方向である。

典型的な「料理メニュー」として、「肉じゃが」「カレー」「炒め物」「丼物」

「シチュー」が含まれる。

動機としては、「得意の料理だから」「家庭のいつもの定番だから」「冷蔵庫に残り物があったから」「新しい味や本格的料理にチャレンジしたい」「体調が悪いので」「子供の成長に良いから」が含まれる。

「淡白・ダイエット志向」

雑誌記事などを注意し健康に気を配り、どちらかと言うと淡白な食事を通して健康やダイエットを求める方向が見られる。

典型的な「料理メニュー」は、「しゃぶしゃぶ」「煮物」「鍋料理」程度である。

動機としては、「さっぱりしたものが食べたい」「ダイエット中なので(カロリー制限)」「栄養のバランスが良いから」「肌などの美容に良いといわれたから」「料理番組や雑誌を見て」「手間がかからないから」が含まれる。

「非日常・贅沢志向」

楽しくみんなで食卓を囲み、コミュニケーションを持つことに食事の重点を置く方向である。「動機」が多い割には、典型的な「料理メニュー」が少ない。たぶん、機会頻度は少ない「非日常」な領域だと考えられる。

典型的な「料理メニュー」は、「ステーキ」「焼肉」「すき焼き」が含まれる。

「動機」としては、「たまには贅沢をしたくて」「誕生日などのイベントだから」「みんなを驚かせたいから」「一家団樂を楽しみたいから」「友達や来客があるから」「スタミナ・元気を付けるため」「良い材料が手に入ったから」「材料の特売をやっていたから」「お酒の肴として」が含まれる。

「ボリューム・こだわり志向」

子供や家族が喜ぶ、「しっかりした味の料理」に自己の満足やこだわりを求める傾向が見られる。

典型的な「料理メニュー」として、「カツ等揚げ物」「から揚げ」「生姜焼き」「ハンバーグ」が含まれる。

「動機」としては、「自慢したいから」「こってりしたものが食べたいから」「ボリューム感があるから」「時間があるから手間をかけたい」「家族が大好きな料理だから」が含まれる。

3 肉料理に関するイメージ分析の使い方

今回のコレスポネンス分析では、「人気メニューベスト 15」を分析した。

コレスポネンス分析の目的は、「価値言葉（作るときの気持ち・動機）」と「料理メニュー」を結びつける方法である。

第 章 - 1 項「(4) 料理を作る「動機」と料理メニュー」で述べた方法、手段は違うものの同じ目的である。

この二つの手法から導かれた結果は、感覚的にも説明力を持っているといえる。

普及活動において、「TP0 にふさわしいメニュー」提案の企画をしたり販売促進活動など TP0 の言葉を選択する時に、「図 -2 人気メニュー15 種と動機の分布（コレスポネンスグラフ）」や「図 -1-(4)- 料理「動機」別料理メニューベスト 10」および 3 年間 6 回の「コレスポネンスグラフ図」を利用していただきたい。

基礎データとしては、巻末の「表 -2-(A) 人気ベスト 15 料理のコレスポネンスデータ」を参照願いたい。

また、巻末の「表 -1-(A) イメージ別・全肉料理順位」および巻末の「表 -1-(B) 肉料理ベスト 20 の動機データ」等も合わせて参照願いたい。