

第 章 国産和牛の分析

1 購入状況

1. 購入頻度

図表 - 1 国産和牛の購入頻度

(単位: %)

(ひとつだけ)		週2回以上	週1回程度	月に1回程度	年数回程度	年1回程度	購入しない
全 体 (n=2000)		3.4	17.7	32.6	29.4	5.7	11.4
年代別	20代 (n=400)	2.0	10.3	30.5	35.5	5.0	16.8
	30代 (n=400)	3.5	14.5	31.8	35.0	4.5	10.8
	40代 (n=400)	2.8	18.0	31.0	32.5	6.5	9.3
	50代 (n=400)	4.5	21.0	35.5	21.5	6.8	10.8
	60代以上 (n=400)	4.0	24.5	34.0	22.5	5.8	9.3
地域別	北海道 (n=200)	1.5	8.5	21.0	37.5	9.0	22.5
	東北 (n=200)	1.5	12.0	32.0	33.5	7.0	14.0
	関東 (n=200)	3.5	16.0	40.0	31.5	3.0	6.0
	北陸 (n=200)	3.5	12.5	35.0	29.0	6.0	14.0
	東海 (n=200)	3.0	15.5	34.0	31.0	6.5	10.0
	近畿 (n=200)	6.5	28.0	35.0	23.0	1.0	6.5
	中国 (n=200)	4.5	18.0	35.0	26.0	6.0	10.5
	四国 (n=200)	3.0	31.0	33.5	23.0	3.5	6.0
	九州 (n=200)	5.0	26.0	36.0	27.0	3.0	3.0
沖縄 (n=200)	1.5	9.0	24.0	32.5	12.0	21.0	
世帯年収別	300万円未満 (n=446)	1.6	11.4	24.7	35.9	8.3	18.2
	300～499万円 (n=521)	1.9	12.9	34.0	29.6	7.3	14.4
	500～699万円 (n=492)	3.5	19.5	34.6	29.9	5.3	7.3
	700～999万円 (n=351)	6.8	20.8	36.8	26.2	2.8	6.6
	1000万円以上 (n=177)	4.5	37.3	35.0	16.9	1.7	4.5
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=280)	3.6	15.4	32.1	33.9	5.7	9.3
	成長期の子供がいる世帯 (n=288)	3.1	16.7	30.2	32.3	5.2	12.5
	20歳代の成人がいる世帯 (n=606)	2.5	14.2	32.3	31.0	5.8	14.2
	子供がいない世帯 (n=603)	4.0	19.1	32.8	27.9	6.0	10.3
	高齢者のみの世帯 (n=223)	4.0	27.4	35.9	19.7	5.4	7.6

国産和牛の購入頻度は「月に1回程度」が32.6%と最も高く、次いで「年に数回程度」が29.4%という結果になった。「購入しない」人は11.4%。

「週1回以上」(「週2回以上」と「週1回程度」の合計)の購入者は全体では21.1%を占め、年代が高くなるほど、また世帯年収が高くなるほど割合が高くなっている。60代以上では28.5%、1,000万円以上の世帯では41.8%となった。

地域別でみると、沖縄を除く西日本で購入頻度が高く、近畿、四国では「週1回以上」の合計が3割以上になっている。

世帯構成別にみると、高齢者のみの世帯では「週1回程度」が27.4%と他の層より高く、「週1回以上」の合計が31.4%と高い。

1 購入状況

2. 購入割合

図表 -2 牛肉の購入回数に占める国産和牛の割合

(単位:%)

(ひとつだけ)		必ず 国産和牛	2～3回に 1回程度	4～5回に 1回程度	6～7回に 1回程度	8～9回に 1回程度	10回に 1回程度	10回に 1回未満
全 体 (n=1773)		30.6	23.6	17.9	4.4	3.4	9.6	10.4
年代別	20代 (n=333)	22.2	21.3	22.8	5.1	3.9	12.3	12.3
	30代 (n=357)	22.7	25.8	21.3	5.6	4.2	9.5	10.9
	40代 (n=363)	29.5	21.2	20.1	5.0	4.1	11.3	8.8
	50代 (n=357)	36.7	24.9	12.9	3.1	3.6	6.7	12.0
	60代以上 (n=363)	41.0	24.8	12.9	3.3	1.4	8.5	8.0
地域別	北海道 (n=155)	19.4	23.9	21.3	2.6	2.6	16.1	14.2
	東北 (n=172)	33.1	17.4	22.7	3.5	5.2	6.4	11.6
	関東 (n=188)	31.4	27.7	16.0	6.9	4.3	8.0	5.9
	北陸 (n=172)	32.6	28.5	20.3	2.9	0.6	8.1	7.0
	東海 (n=180)	37.8	23.3	12.8	4.4	5.6	7.8	8.3
	近畿 (n=187)	40.6	24.1	13.9	4.3	2.7	7.5	7.0
	中国 (n=179)	28.5	22.9	19.6	3.9	2.8	11.2	11.2
	四国 (n=188)	35.1	21.3	16.5	6.9	1.6	11.7	6.9
	九州 (n=194)	29.9	28.9	19.6	3.6	3.1	7.2	7.7
沖縄 (n=158)	13.3	17.1	17.7	4.4	6.3	13.9	27.2	
世帯年収別	300万円未満 (n=365)	27.1	17.5	20.3	3.3	3.0	12.3	16.4
	300～499万円 (n=446)	26.0	25.6	17.5	5.4	4.0	10.1	11.4
	500～699万円 (n=456)	29.4	25.4	17.3	4.2	3.9	9.4	10.3
	700～999万円 (n=328)	38.1	21.3	17.1	5.2	3.4	7.9	7.0
	1000万円以上 (n=169)	38.5	31.4	17.2	3.6	1.8	6.5	1.2
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=254)	25.6	23.2	19.7	6.3	3.5	7.5	14.2
	成長期の子供がいる世帯 (n=252)	20.6	23.0	17.5	6.0	6.3	17.5	9.1
	20歳代の成人がいる世帯 (n=520)	25.8	22.7	20.4	4.2	3.3	10.2	13.5
	子供がいない世帯 (n=541)	35.9	25.0	17.2	3.1	3.0	7.6	8.3
	高齢者のみの世帯 (n=206)	47.1	23.8	12.1	3.9	1.5	6.8	4.9

国産和牛を購入する(図表 -1で「購入しない」と回答した人を除く)人に、牛肉を購入する回数に占める国産和牛の購入回数を尋ねたところ、30.6%が「必ず国産和牛」と回答した。次いで「2～3回に1回程度」(23.6%)、「4～5回に1回程度」(17.9%)と、購入割合の高い順に回答が集まった。また「必ず国産和牛」という回答は60代以上で41.0%、世帯年収1,000万円以上の世帯で38.5%を占めた。

地域別にみると、「必ず国産和牛」の割合は近畿(40.6%)で高い。沖縄では、「必ず国産和牛」の割合が13.3%ときわめて低く、「10回に1回未満」が27.2%を占める。

世帯構成別にみると、「必ず国産和牛」の割合は高齢者のみの世帯では47.1%と約半数近い。子供がいない世帯でも35.9%と高い。

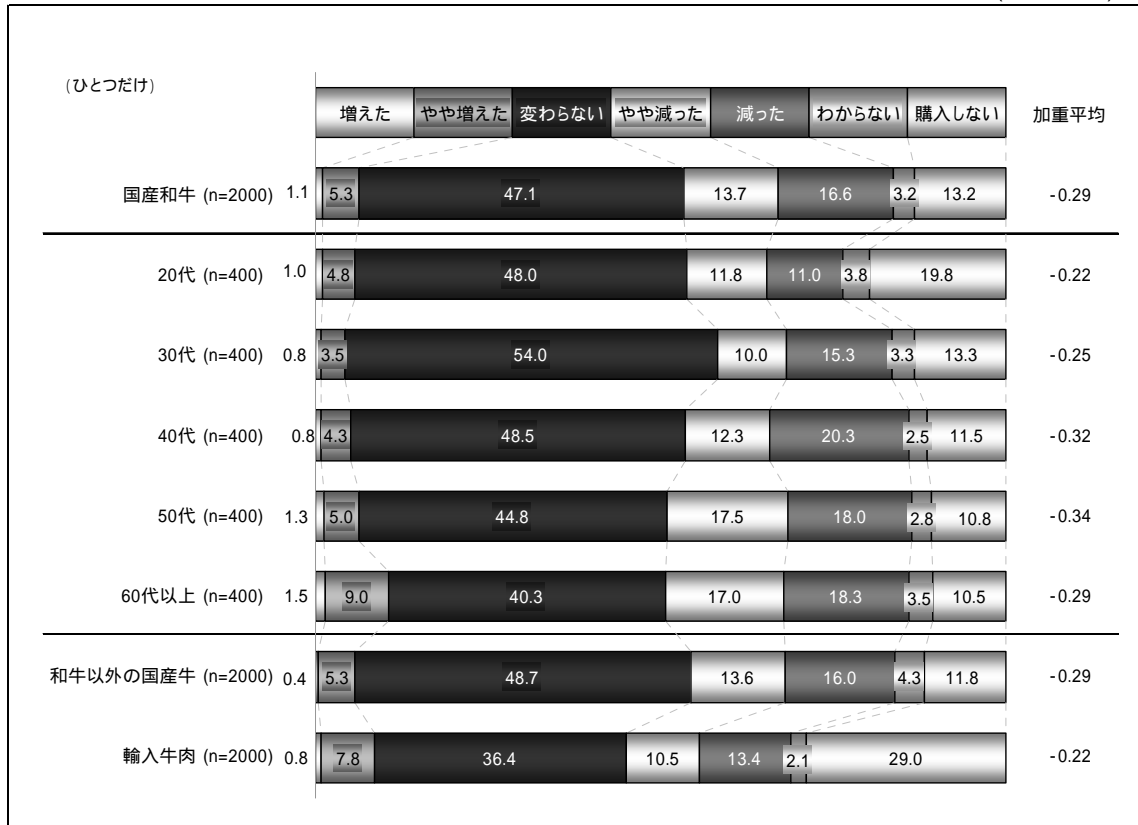
1 購入状況

3. 購入量の変化

1) 最近の国産和牛の購入量

図表 -3 最近の国産和牛の購入量

(単位:%)



最近の購入量に対する回答に対し、「減った」「やや減った」を-1、「変わらない」を0、「増えた」「やや増えた」を+1として算出した国産和牛の加重平均は-0.29で、食肉全体の加重平均-0.12と比較すると0.17ポイント低い値となった(図表 -39参照)。

年代別にみると、50代では「減った」「やや減った」と回答した人が合わせて35.5%で、加重平均は-0.34と最も低くなった。

和牛以外の国産牛の加重平均は-0.29で、国産和牛と同レベルである。輸入牛肉の加重平均は-0.22で、国産和牛をやや上回った。

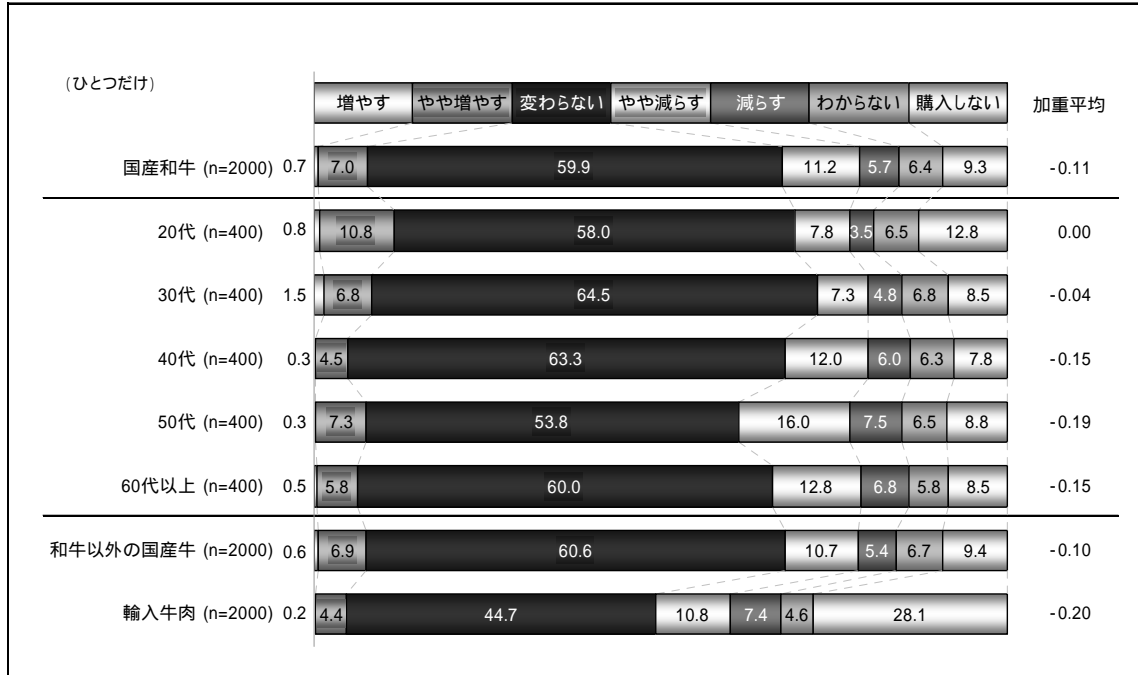
1 購入状況

3. 購入量の変化

2) 今後の国産和牛の購入量

図表 - 4 今後の国産和牛の購入量

(単位: %)



今後の購入量に対する回答の加重平均は-0.11で、最近の購入量に対する回答の加重平均-0.29を上回った。30代以下の加重平均が-0.04~0.00と高く、購入量の回復のきざしがみられる。

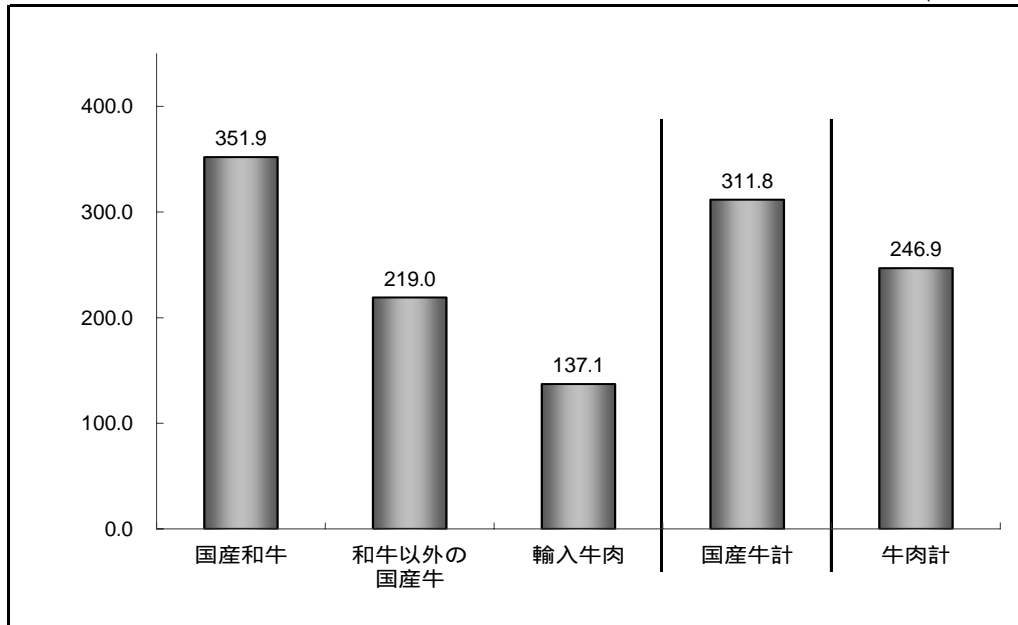
和牛以外の国産牛の加重平均は-0.10で、最近の購入量と同様に国産和牛と同レベルになっている。輸入牛肉の加重平均は-0.20で、国産和牛が0.09ポイント上回った。

1 購入状況

4. 平均購入単価

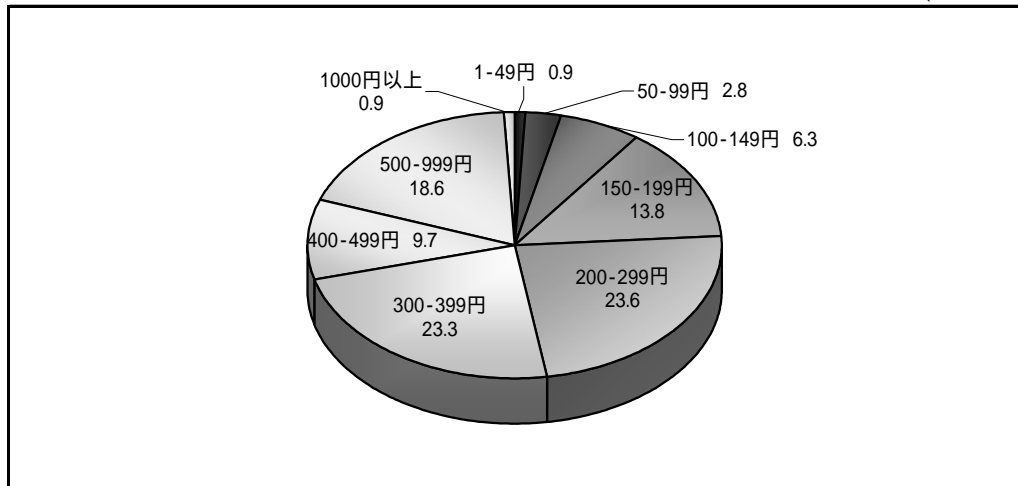
図表 - 5 牛肉の種類別平均購入単価

(単位:円/100g)



図表 - 6 国産和牛の平均購入単価

(単位:円/100g)



国産和牛の100g当たりの購入単価は351.9円で、和牛以外の国産牛の1.6倍、輸入牛肉の2.6倍となった。

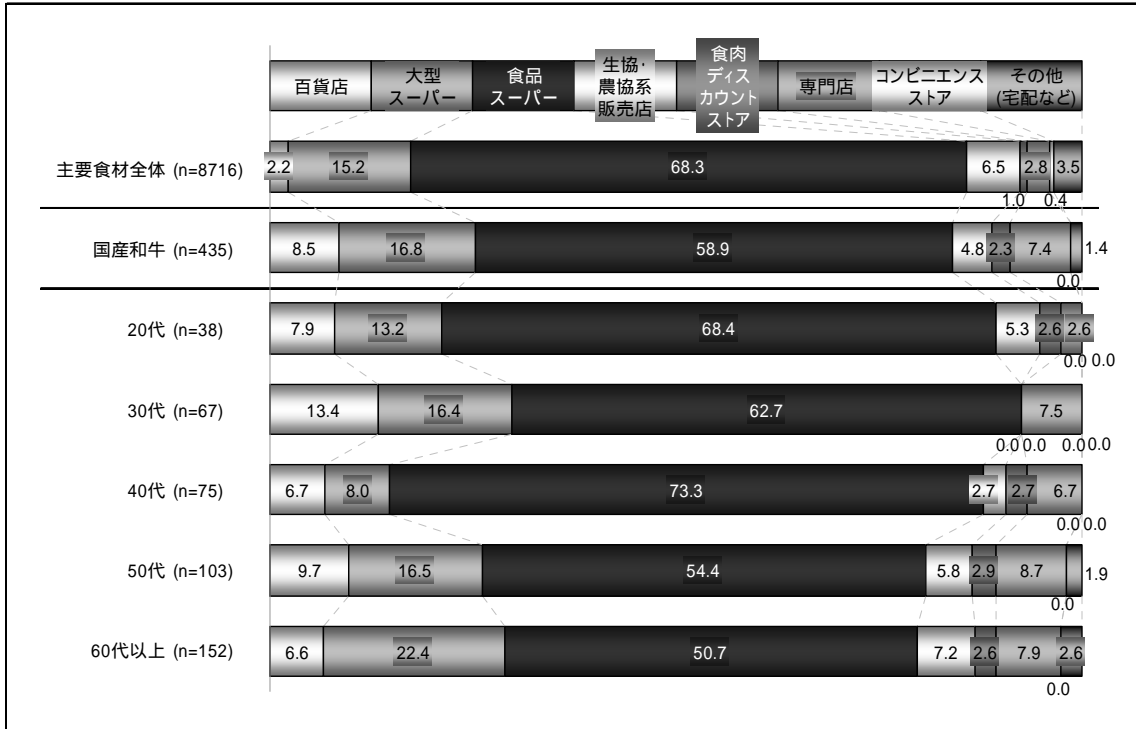
価格帯別では、「200-229円」(23.6%)、「300-399円」(23.3%)、「500-999円」(18.6%)の順。

1 購入状況

5. 購入先

図表 -7 購入先別買物回数構成比

(単位: %)



国産和牛の購入先をみると、「食品スーパー」の割合が58.9%で最も高いが、主要食材全体と比べると9.4ポイント低い。「百貨店」は6.3ポイント、「食肉専門店」は4.6ポイント国産和牛の方が高い。

年代別でみると、40代では「食品スーパー」が73.3%と最も多く、スーパー(「食品スーパー」と「大型スーパー」)での購入が8割を占める。30代では「百貨店」が他の年代よりもやや高め。50代、60代以上では、「食品スーパー」が約半数で、次に「大型スーパー」、他「食肉専門店」、「百貨店」、「生協・農協系販売店」など回答がばらついている。

2 利用状況

1. 国産和牛を使用したメニュー

図表 -8 国産和牛を使用したメニューベスト10

順位	メニュー	出現頻度
1	焼肉	76
2	カレー	63
3	肉じゃが	52
4	炒め物	48
4	ステーキ	48
6	すき焼き	30
7	丼物	29
8	しゃぶしゃぶ / 冷しゃぶ	16
9	煮物	13
10	ハヤシライス	12

国産和牛を使ったメニューでは1位「焼肉」、2位「カレー」、3位「肉じゃが」となった。牛肉を使ったメニューベスト10(図表 -26参照)は1位「カレー」、2位「焼肉」、3位「炒め物」で、第1位と第2位が入れ替わる。

牛肉を使ったメニューで2位の「焼肉」が1位、8位の「すき焼き」が6位、10位の「しゃぶしゃぶ / 冷しゃぶ」が8位と肉そのものの味を味わうメニューに国産和牛が使われる傾向が見られる。

2 利用状況

2. メインディッシュに国産和牛を使った動機

図表 -9 メインディッシュに国産和牛を使用した動機

	順位	メインディッシュに 国産和牛を 使った動機	メインディッシュを 決めた動機	ポイント差
家族が大好きな料理だから	1	56.6	38.6	18.0
手間がかからないから	2	36.5	33.7	2.8
ボリューム感があるから	3	23.5	15.7	7.8
スタミナ・元気をつけるため	4	20.9	11.4	9.5
栄養のバランスがよいから	5	15.4	14.3	1.1
冷蔵庫に残り物があったから	6	14.4	18.5	-4.1
家庭のいつもの定番だから	7	14.0	11.9	2.1
得意の料理だから	8	12.2	10.1	2.1
こってりしたものが食べたい	9	9.7	5.0	4.7
良い材料が手に入った	10	9.5	5.2	4.3
材料の特売をやっていたから	11	8.5	8.8	-0.3
たまには贅沢をしたくて	12	8.3	3.4	4.9
一家団樂を楽しみたい	13	7.1	3.6	3.5
お酒の肴として	14	4.1	4.7	-0.6
さっぱりしたものが食べたい	15	3.9	13.7	-9.8
料理番組や雑誌を見て	16	1.6	1.3	0.3
時間があるから手間をかけたい	16	1.6	1.2	0.4
子供の成長に良いから	18	1.4	2.1	-0.7
誕生日などのイベントだから	19	1.2	1.0	0.2
友達や来客があるから	20	1.0	1.1	-0.1

メインディッシュに国産和牛を使った動機をみると、「家族が大好きな料理だから」が56.6%で第1位になった。以下「手間がかからないから」（36.5%）、「ボリューム感があるから」（23.5%）と続く。メインディッシュを決めた動機では1位と2位のスコアに大きな差がないのに対し、国産和牛を使った動機では20.1ポイントの大差がついており、国産和牛は家族に喜んでもらうために使われていることがわかる。

メインディッシュに国産和牛を使った動機と、夕食の形態や使用した食材に関わらずメインディッシュを決めた動機を比較すると、「家族が大好きな料理だから」が+18.0ポイントと最も差が大きい。次いで「スタミナ・元気をつけるため」が+9.5ポイント、「ボリューム感があるから」が+7.8ポイントとなっている。一方、「さっぱりしたものが食べたい」は-9.8ポイント、「冷蔵庫に残り物があったから」は-4.1ポイントと、国産和牛を使った動機の方が低くなっている。