

第 章 和牛の分析

1 購入状況

1. 購入頻度

図表 - 1 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)		2.8	16.3	33.0	29.2	6.5	12.3
年代別	20代 (n=400)	1.3	10.3	29.0	33.5	8.0	18.0
	30代 (n=400)	1.5	14.8	33.8	34.3	6.5	9.3
	40代 (n=400)	2.3	15.3	33.8	30.8	6.0	12.0
	50代 (n=400)	3.8	20.3	34.5	26.3	4.8	10.5
	60代以上 (n=400)	5.3	21.0	33.8	21.0	7.3	11.8
地域別	北海道 (n=200)	1.5	6.5	27.5	30.5	9.0	25.0
	東北 (n=200)	1.0	6.5	29.5	39.5	10.0	13.5
	関東 (n=200)	2.0	18.0	34.5	31.0	4.0	10.5
	北陸 (n=200)	3.5	9.0	35.0	33.5	7.5	11.5
	東海 (n=200)	3.0	19.0	32.5	34.0	6.5	5.0
	近畿 (n=200)	4.5	30.0	41.0	18.5	1.0	5.0
	中国 (n=200)	5.0	20.0	35.5	26.5	6.0	7.0
	四国 (n=200)	3.0	26.5	35.5	25.0	4.0	6.0
	九州 (n=200)	4.5	23.5	36.5	22.5	4.0	9.0
	沖縄 (n=200)	0.0	4.0	22.0	30.5	13.0	30.5
世帯年収別	300万円未満 (n=454)	2.0	8.8	30.4	29.7	9.0	20.0
	300～499万円 (n=511)	1.6	12.9	29.7	32.3	8.2	15.3
	500～699万円 (n=455)	2.9	17.8	34.5	28.1	6.8	9.9
	700～999万円 (n=381)	2.9	22.6	37.0	27.0	3.4	7.1
	1000万円以上 (n=191)	7.3	27.2	35.1	26.2	1.6	2.6
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=264)	2.7	15.2	31.4	35.6	6.1	9.1
	成長期の子供がいる世帯 (n=304)	2.6	19.4	30.3	30.3	4.9	12.5
	20歳代の成人がいる世帯 (n=581)	2.8	12.4	29.3	33.0	7.2	15.3
	子供がいない世帯 (n=616)	2.1	15.6	38.1	25.8	7.1	11.2
	高齢者のみの世帯 (n=235)	5.1	25.1	33.6	19.6	5.5	11.1

和牛の購入頻度は「月に1回程度」が33.0%と最も高く、次いで「年に数回程度」が29.2%である。一方、「購入しない」人は12.3%である。

「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19.1%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26.3%、1,000万円以上の世帯では34.5%である。

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割を占める。

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25.1%と他の層より高く、「週1回以上」の合計が30.2%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和牛の割合

(単位:%)

(ひとつだけ)		必ず和牛	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=1754)		28.7	23.5	19.1	4.7	3.9	10.0	10.2
年代別	20代 (n=328)	18.3	20.4	21.0	7.0	6.4	12.8	14.0
	30代 (n=363)	26.2	21.2	22.9	4.7	4.7	10.2	10.2
	40代 (n=352)	21.6	27.8	19.6	5.1	2.8	11.1	11.9
	50代 (n=358)	33.0	26.0	16.5	2.8	4.5	9.5	7.8
	60代以上 (n=353)	43.6	21.8	15.6	4.0	1.1	6.5	7.4
地域別	北海道 (n=150)	26.7	22.0	20.0	6.0	3.3	8.0	14.0
	東北 (n=173)	26.6	23.1	18.5	6.9	6.4	11.0	7.5
	関東 (n=179)	26.8	31.3	19.6	3.4	3.4	8.4	7.3
	北陸 (n=177)	25.4	21.5	26.6	6.2	3.4	8.5	8.5
	東海 (n=190)	30.0	25.3	16.3	3.7	3.2	9.5	12.1
	近畿 (n=190)	37.9	25.3	16.8	4.2	2.1	8.9	4.7
	中国 (n=186)	29.6	26.3	15.6	4.8	2.2	9.7	11.8
	四国 (n=188)	35.6	17.6	20.7	3.7	3.7	8.5	10.1
	九州 (n=182)	33.5	23.6	18.1	1.6	3.8	9.9	9.3
	沖縄 (n=139)	8.6	17.3	19.4	7.2	8.6	19.4	19.4
世帯年収別	300万円未満 (n=363)	25.3	21.8	18.7	4.7	4.7	11.0	13.8
	300~499万円 (n=433)	24.5	20.3	22.2	5.8	3.2	11.3	12.7
	500~699万円 (n=410)	27.6	24.9	17.8	4.4	4.1	11.2	10.0
	700~999万円 (n=354)	35.0	24.9	16.4	5.1	4.5	8.8	5.4
	1000万円以上 (n=186)	35.5	27.4	20.4	2.2	2.2	4.8	7.5
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=240)	25.8	20.8	23.3	5.4	3.8	11.3	9.6
	成長期の子供がいる世帯 (n=266)	16.2	23.3	24.8	5.6	3.0	13.2	13.9
	20歳代の成人がいる世帯 (n=492)	22.2	23.6	18.3	6.1	5.9	11.8	12.2
	子供がいない世帯 (n=547)	33.1	25.8	17.0	3.1	3.5	8.6	9.0
	高齢者のみの世帯 (n=209)	51.7	20.6	14.4	3.3	1.4	3.8	4.8

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和牛の購入回数を尋ねたところ、28.7%が「必ず和牛」と回答している。次いで「2~3回に1回程度」(23.5%)、「4~5回に1回程度」(19.1%)と、購入割合の高い順に回答が集まっている。また、「必ず和牛」という回答は60代以上で43.6%、世帯年収1,000万円以上の世帯で35.5%を占める。

地域別にみると、「必ず和牛」の割合は近畿(37.9%)で高い。沖縄では、「必ず和牛」の割合が8.6%ときわめて低く、「10回に1回未満」が19.4%を占める。

世帯構成別にみると、「必ず和牛」の割合は高齢者のみの世帯では51.7%と半数を占める。子供がいない世帯でも33.1%と高い。

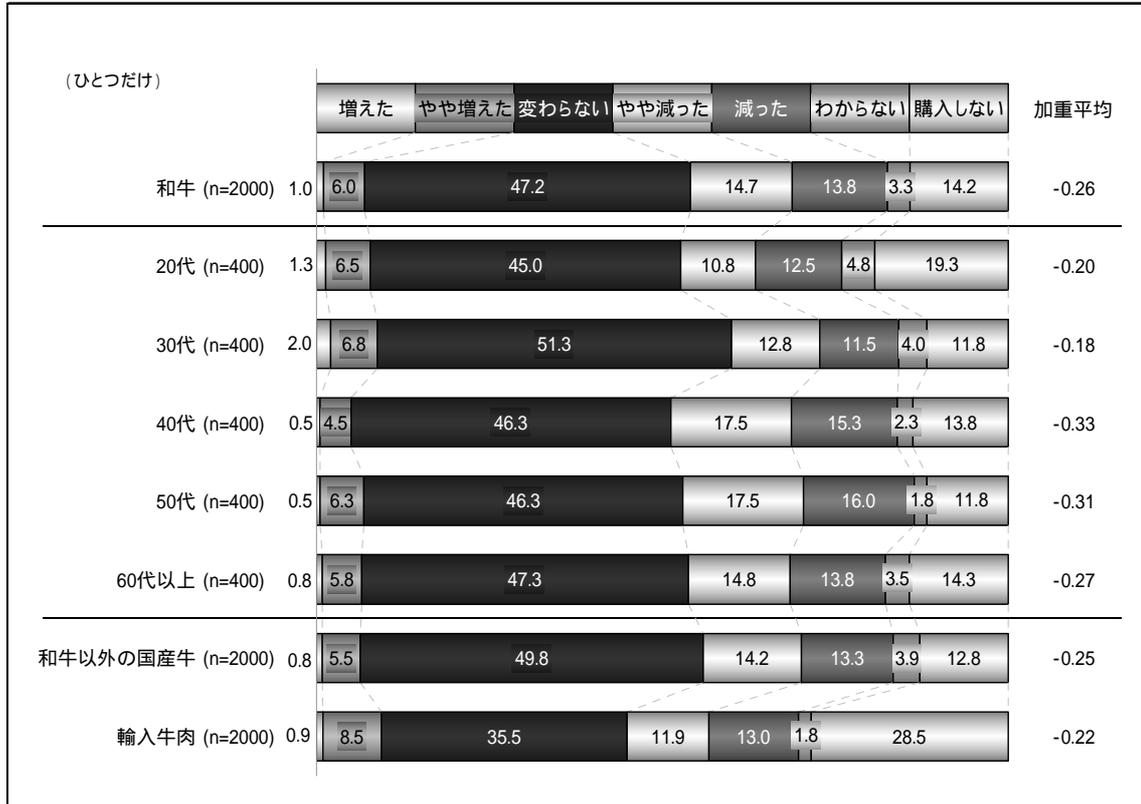
1 購入状況

3. 購入量の変化

1) 最近の和牛の購入量

図表 -3 最近の和牛の購入量

(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として算出した和牛の加重平均は-0.26で、食肉全体の加重平均-0.07と比較すると0.19ポイント低い値となっている(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33.5%で、加重平均は-0.31、40代では32.8%、加重平均は-0.33と低い。

和牛以外の国産牛の加重平均は-0.25で、和牛と同レベルである。輸入牛肉の加重平均は-0.22で、和牛をやや上回っている。

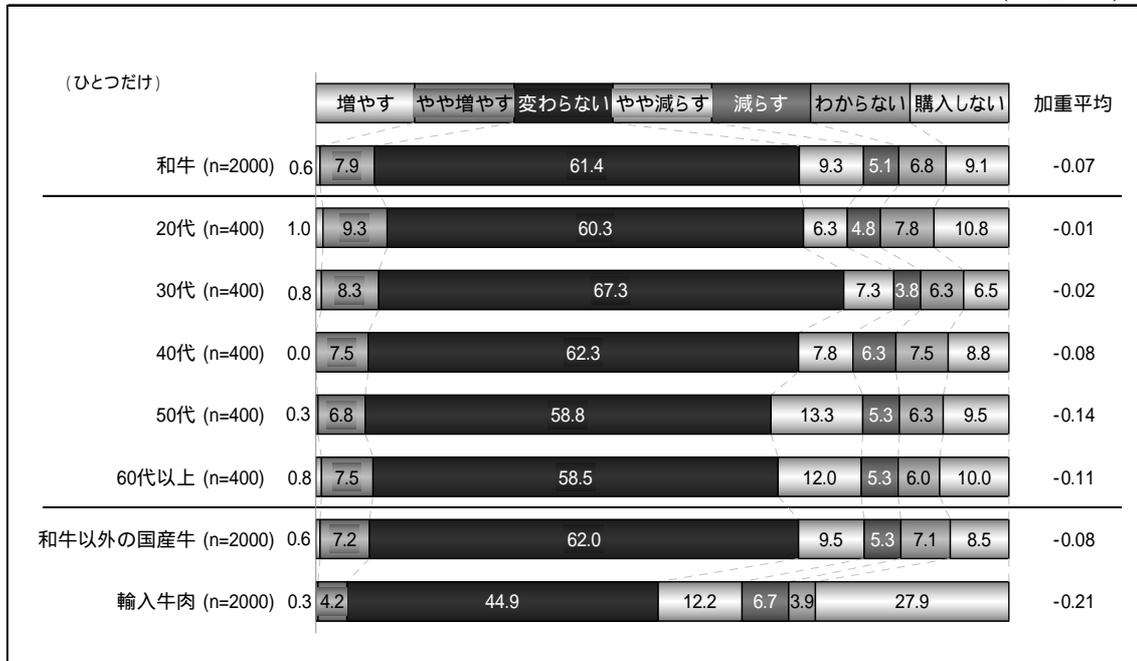
1 購入状況

3. 購入量の変化

2) 今後の和牛の購入量

図表 - 4 今後の和牛の購入量

(単位: %)



今後の購入量に対する回答の加重平均は-0.07で、最近の購入量に対する回答の加重平均-0.26を上回っており、回復のきざしがみられる。

年代別にみると、30代以下の加重平均が-0.02 ~ -0.01と高い。最近の購入量と比較すると、どの年代でもスコアは上回っている。中でも40代が0.25ポイントと上昇幅は最も大きい。

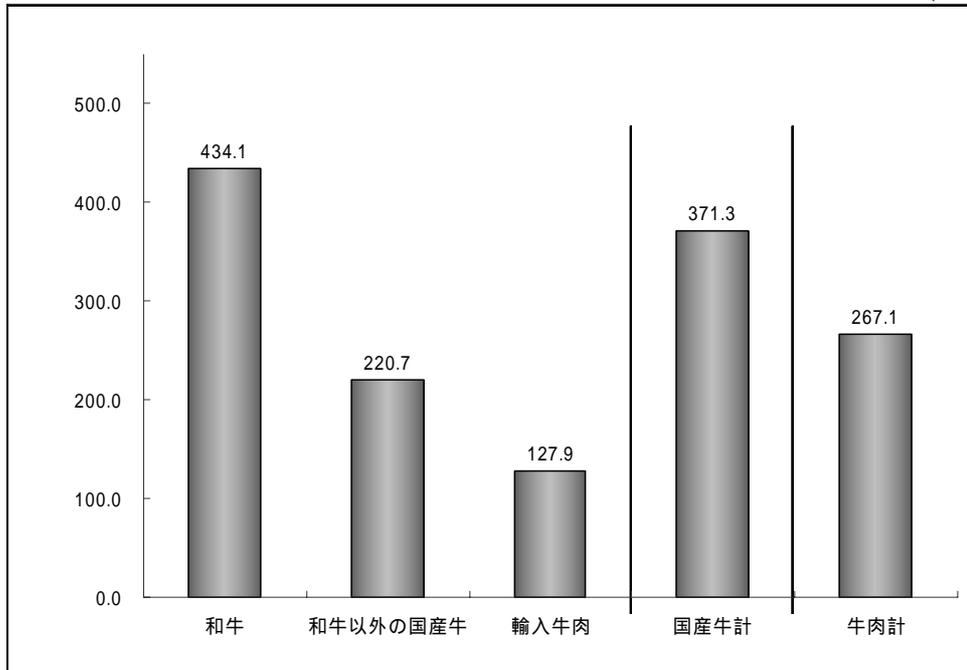
和牛以外の国産牛の加重平均は-0.08で、和牛と同レベルである。また和牛同様、最近の購入量を上回っている。輸入牛肉の加重平均は-0.21で、最近の購入量との差はほとんどみられない。

1 購入状況

4. 平均購入単価

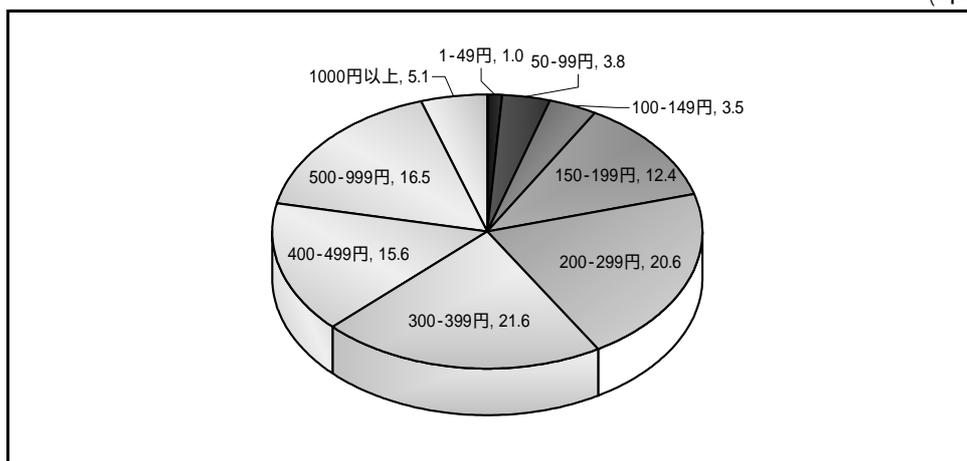
図表 - 5 牛肉の種類別平均購入単価

(単位: 円/100g)



図表 - 6 和牛の平均購入単価

(単位: 円/100g)



和牛の100g当たりの購入単価は434.1円で、和牛以外の国産牛の2倍、輸入牛肉の3.4倍となっている。

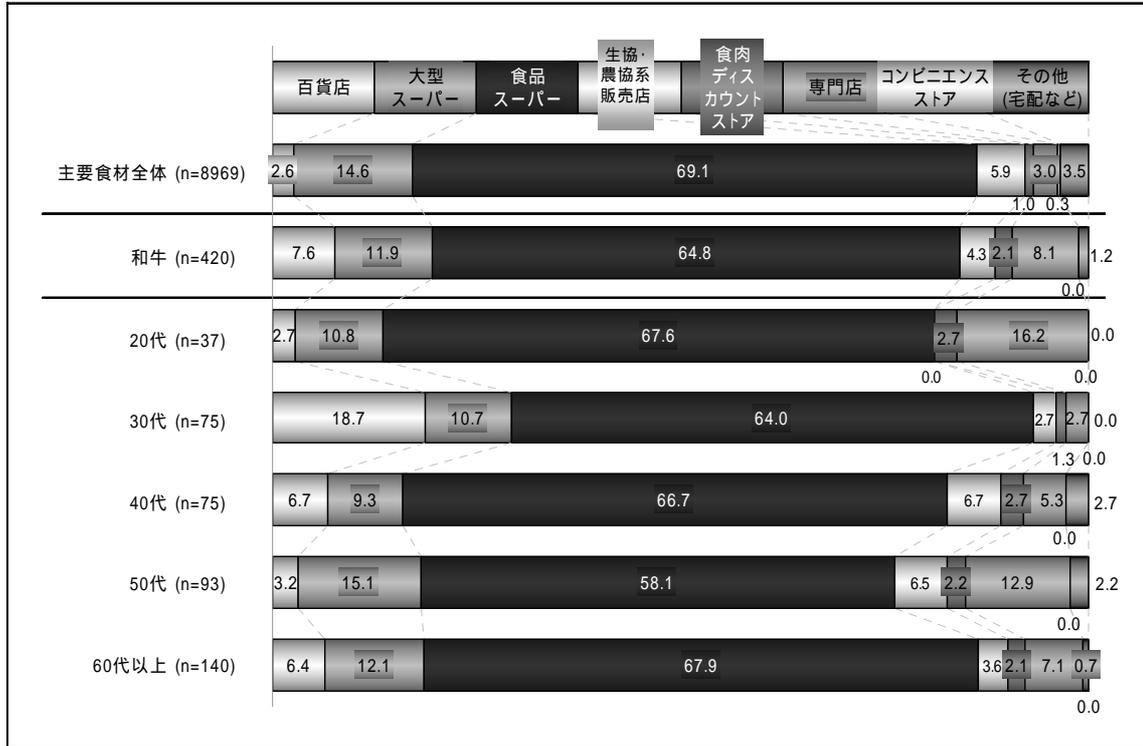
価格帯別では、「300-399円」(21.6%)、「200-229円」(20.6%)、「500-999円」(16.5%)の順。

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: %)



和牛の購入先をみると、「食品スーパー」の割合が64.8%で最も高いが、主要食材全体（69.1%）と比べると4.3ポイント低い。「百貨店」は5ポイント、「食肉専門店」は5.1ポイント和牛の方が高い。

年代別でみると、60代以上では「食品スーパー」が67.9%と最も高く、スーパー（「食品スーパー」と「大型スーパー」）の購入が8割を占める。30代では「食品スーパー」に次いで「百貨店」が18.7%と高い。50代では「食品スーパー」が58.1%を占めるが、次に「大型スーパー」、他「食肉専門店」「生協・農協系販売店」「百貨店」などに比較的回答がばらついている。

2 利用状況

1. 和牛を使用したメニュー

図表 -8 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	すき焼き	82
2	カレー	56
3	焼肉	50
4	ステーキ	40
5	炒め物	34
6	肉じゃが	25
7	おでん	24
8	煮物	23
9	丼物	22
10	シチュー	17

和牛を使ったメニューでは1位「すき焼き」、2位「カレー」、3位「焼肉」となっている。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「すき焼き」、3位「炒め物」で、第1位と第2位が入れ替わっている。

牛肉を使ったメニューで4位の「焼肉」が3位、5位の「ステーキ」が4位と肉そのものの味を味わうメニューに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和牛を使った動機

図表 -9 メインディッシュに和牛を使用した動機

	順位	メインディッシュに 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	56.8	39.8	17.0
手間がかからないから	2	34.2	34.6	-0.4
スタミナ・元気をつけるため	3	17.2	8.4	8.8
ボリューム感があるから	4	17.0	16.3	0.7
栄養のバランスがよいから	5	13.5	16.5	-3.0
家庭のいつもの定番だから	6	12.4	12.2	0.2
冷蔵庫に残り物があったから	7	11.8	18.7	-6.9
材料の特売をやっていたから	8	11.2	8.2	3.0
こってりしたものが食べたい	9	10.6	5.3	5.3
たまには贅沢をしたくて	10	10.0	3.5	6.5
得意の料理だから	11	9.8	10.5	-0.7
良い材料が手に入った	12	9.3	5.2	4.1
一家団楽を楽しみたい	13	7.5	5.1	2.4
お酒の肴として	14	3.3	3.6	-0.3
時間があるから手間をかけたい	15	3.1	1.6	1.5
さっぱりしたものが食べたい	16	2.9	8.5	-5.6
子供の成長に良いから	17	1.5	1.8	-0.3
誕生日などのイベントだから	17	1.5	1.2	0.3
友達や来客があるから	19	1.2	1.0	0.2
料理番組や雑誌を見て	20	0.8	1.1	-0.3

メインディッシュに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56.8%で第1位になっている。以下、「手間がかからないから」(34.2%)、「スタミナ・元気をつけるため」(17.2%)、「ボリューム感があるから」(17.0%)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5.2ポイントしか差がないのに対し、和牛を使った動機では22.6ポイントの大差がついており、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+17.0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+8.8ポイント、「たまには贅沢をしたくて」が+6.5ポイントとなっている。一方、「冷蔵庫に残り物があったから」は-6.9ポイント、「さっぱりしたものが食べたい」は-5.6ポイントと、和牛を使った動機の方が低くなっている。