

## 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=1935)		3.9	19.0	33.9	28.0	5.5	9.8
年代	20代 (n=375)	1.9	12.0	33.6	30.9	6.4	15.2
	30代 (n=400)	3.8	13.3	34.3	34.3	5.8	8.8
	40代 (n=400)	2.8	20.5	31.0	30.3	6.5	9.0
	50代 (n=400)	4.5	23.3	32.5	24.0	5.5	10.3
	60代以上 (n=360)	6.7	26.4	38.6	19.7	3.1	5.6
地域	北海道 (n=200)	1.0	9.0	24.5	42.0	7.5	16.0
	東北 (n=200)	1.5	18.0	29.5	33.0	6.0	12.0
	関東 (n=200)	2.5	22.0	37.5	26.5	5.0	6.5
	北陸 (n=200)	2.5	12.0	37.5	30.0	7.5	10.5
	東海 (n=200)	4.0	15.5	38.0	26.0	6.0	10.5
	近畿 (n=200)	9.0	27.0	40.0	15.0	2.0	7.0
	中国 (n=200)	5.0	21.0	31.0	28.0	5.0	10.0
	四国 (n=200)	4.5	26.0	36.5	24.0	3.5	5.5
	九州 (n=200)	6.5	29.0	34.0	22.0	5.0	3.5
沖縄 (n=135)	1.5	6.7	28.9	35.6	8.1	19.3	
世帯年収	300万円未満 (n=373)	2.1	12.9	28.2	31.6	7.0	18.2
	300～499万円 (n=465)	3.4	15.5	31.2	30.5	6.9	12.5
	500～699万円 (n=494)	3.8	16.6	36.6	30.6	5.7	6.7
	700～999万円 (n=395)	4.1	22.3	40.5	23.5	3.8	5.8
	1,000万円以上 (n=205)	7.3	38.0	30.7	18.0	2.4	3.4
世帯構成	子供が小学生以下の世帯 (n=283)	4.2	14.1	35.0	29.7	5.3	11.7
	成長期の子供がいる世帯 (n=304)	4.9	20.4	27.3	33.2	6.6	7.6
	20歳代の成人がいる世帯 (n=532)	3.0	17.1	33.5	28.6	4.3	13.5
	子供がいない世帯 (n=564)	3.5	19.0	34.6	26.8	7.1	9.0
	高齢者のみの世帯 (n=252)	4.8	27.0	40.1	21.0	3.2	4.0

国産和牛の購入頻度は「月に1回程度」が33.9%で最も多く、次いで「年に数回程度」が28.0%という結果となった。

「週2回以上」「週1回程度」という購入頻度の高い回答は、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まる。「週2回以上」と「週1回程度」を合計した「週1回以上」購入する世帯の割合は、全体で22.9%だが、60代以上では33.1%と、10.2ポイント高まる。世帯年収1,000万円以上では45.3%とほぼ2倍に跳ね上がる。地域別では近畿、九州、四国で購入頻度が高く、「週1回以上」の割合が30.0%を越えている。

## 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

(ひとつだけ) (単位: %)

		必ず 国産和牛	2～3回に 1回程度	4～5回に 1回程度	5～6回に 1回程度	7～8回に 1回程度	9～10回に 1回程度	10回に 1回未満
全 体 (n=1746)		34.4	24.3	15.5	4.5	4.9	5.4	11.1
年 代	20代 (n=318)	22.3	23.0	18.6	6.0	7.5	8.5	14.2
	30代 (n=365)	31.2	23.8	13.7	5.2	6.3	6.8	12.9
	40代 (n=364)	29.9	24.5	19.5	3.6	4.9	5.2	12.4
	50代 (n=359)	37.9	28.1	11.4	4.7	2.8	3.3	11.7
	60代以上 (n=340)	50.0	21.8	14.4	3.2	2.9	3.5	4.1
地 域	北海道 (n=168)	22.0	33.3	16.7	4.2	4.2	7.1	12.5
	東北 (n=176)	40.9	18.8	17.6	2.3	4.5	7.4	8.5
	関東 (n=187)	38.0	26.2	12.8	5.3	5.3	5.3	7.0
	北陸 (n=179)	31.8	22.9	17.3	2.8	6.7	5.6	12.8
	東海 (n=179)	39.7	22.9	12.3	5.6	5.6	5.0	8.9
	近畿 (n=186)	42.5	26.9	16.7	1.1	3.8	1.6	7.5
	中国 (n=180)	35.0	23.9	11.7	5.6	5.6	6.1	12.2
	四国 (n=189)	36.5	22.2	13.8	6.9	4.2	4.8	11.6
	九州 (n=193)	35.8	25.9	16.6	4.7	2.6	4.1	10.4
沖縄 (n=109)	11.0	17.4	22.0	8.3	7.3	9.2	24.8	
世 帯 年 収	300万円未満 (n=305)	28.5	21.6	17.0	5.6	5.6	7.5	14.1
	300～499万円 (n=407)	34.6	25.3	12.0	3.9	5.4	7.4	11.3
	500～699万円 (n=461)	30.2	23.2	17.8	5.2	4.6	5.6	13.4
	700～999万円 (n=372)	35.8	25.8	17.7	4.6	4.6	2.7	8.9
	1,000万円以上 (n=198)	50.0	26.3	10.6	2.0	3.5	3.0	4.5
世 帯 構 成	子供が小学生以下の世帯 (n=250)	34.0	23.2	16.8	3.6	4.4	7.2	10.8
	成長期の子供がいる世帯 (n=281)	23.8	22.8	18.5	5.7	7.1	4.6	17.4
	20歳代の成人がいる世帯 (n=460)	25.7	26.5	17.2	4.8	6.3	6.7	12.8
	子供がいない世帯 (n=513)	39.8	23.6	14.4	3.9	3.7	4.1	10.5
	高齢者のみの世帯 (n=242)	52.1	24.4	9.5	5.0	2.5	5.0	1.7

国産和牛を購入する(図表 -1の「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、34.4%が「必ず国産和牛」と回答した。次いで「2～3回に1回程度」(24.3%)、「4～5回に1回程度」(15.5%)と、購入割合の高い順に回答が集まった。

60代以上、世帯年収1,000万円以上の世帯では、「必ず国産和牛」という回答が50.0%に達した。

特別な日など「10回に1回未満」だけ購入する世帯も11.1%おり、こちらは年代が下がるにつれ、回答割合が高まっている。

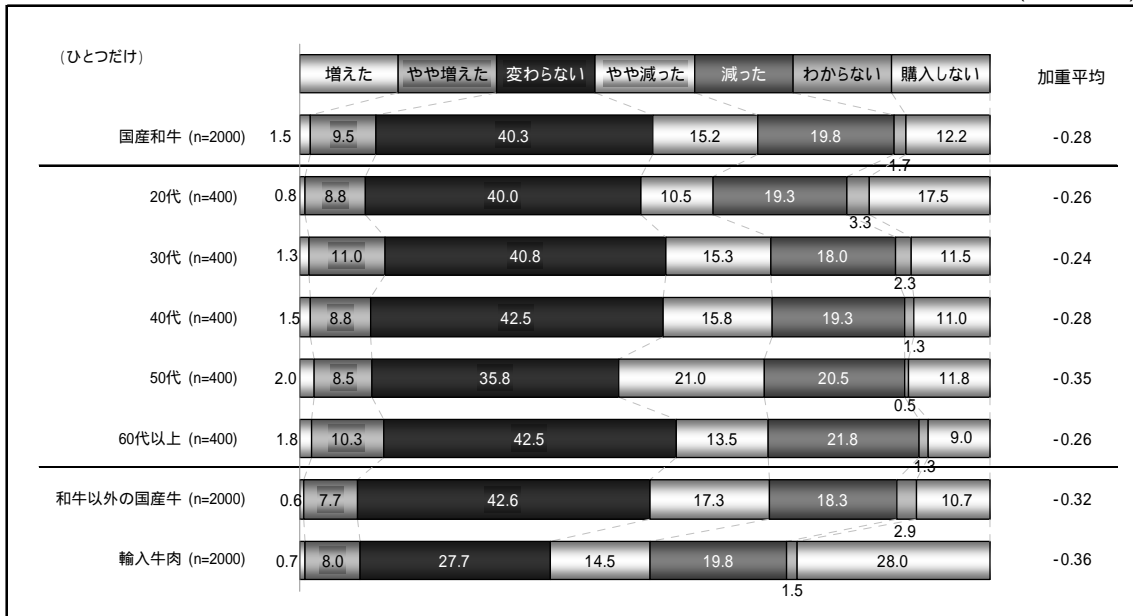
1 購入状況

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-0.28で、食肉全体の加重平均-0.16と比較すると0.12ポイント低い値となった。50代で「減った」「やや減った」と回答した人が41.5%に達し、加重平均は-0.35と最も低くなった。

和牛以外の国産牛の-0.32、輸入牛肉の-0.36と比べると、国産和牛の加重平均が上回った。

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: %)

(ひとつだけ)		増やす	やや増やす	変わらない	やや減らす	減らす	わからない	購入しない	加重平均
国産和牛 (n=2000)	0.6	8.0	57.0	13.1	6.8	6.0	8.7	-0.13	
20代 (n=400)	0.3	8.0	58.0	9.0	5.8	7.8	11.3	-0.08	
30代 (n=400)	0.3	9.0	59.5	10.3	5.5	8.5	7.0	-0.08	
40代 (n=400)	0.3	7.3	60.8	11.5	6.3	6.3	7.8	-0.12	
50代 (n=400)	1.3	7.3	52.5	17.0	8.0	4.0	10.0	-0.19	
60代以上 (n=400)	1.0	8.3	54.3	17.5	8.3	3.3	7.5	-0.18	
和牛以外の国産牛 (n=2000)	0.2	7.0	56.6	13.3	7.7	6.6	8.8	-0.16	
輸入牛肉 (n=2000)	0.2	3.4	39.7	13.7	10.4	4.7	28.1	-0.31	

今後の購入量に対する回答の加重平均は-0.13で、最近の購入量に対する回答の加重平均-0.28を上回った。若い20代、30代の加重平均が-0.08と、加重平均の回復に寄与した。

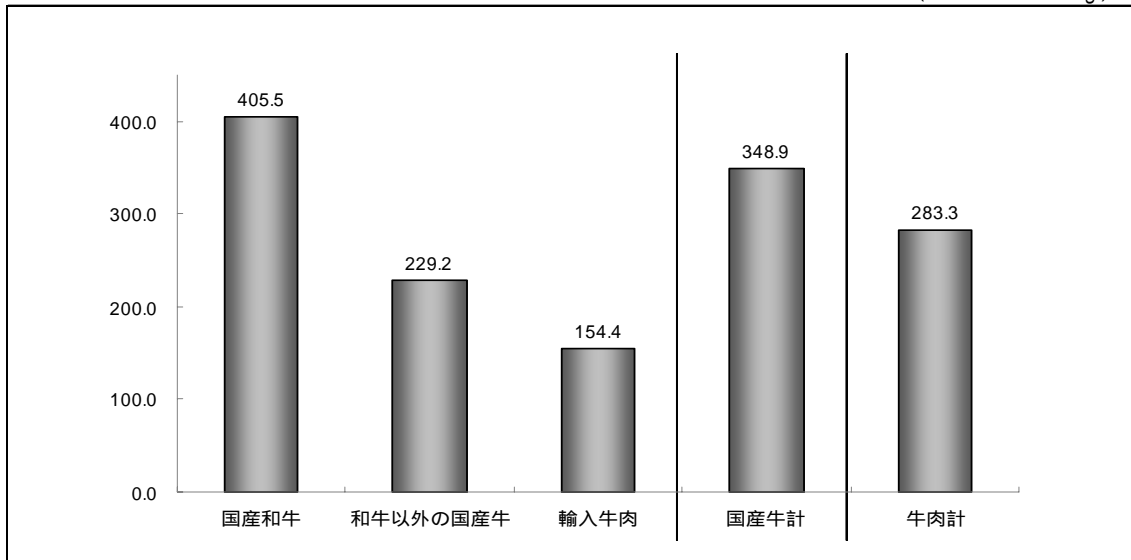
和牛以外の国産牛-0.16を0.03ポイント、輸入牛肉-0.31に対しては0.18ポイント国産和牛が上回った。

1 購入状況

4. 平均購入単価

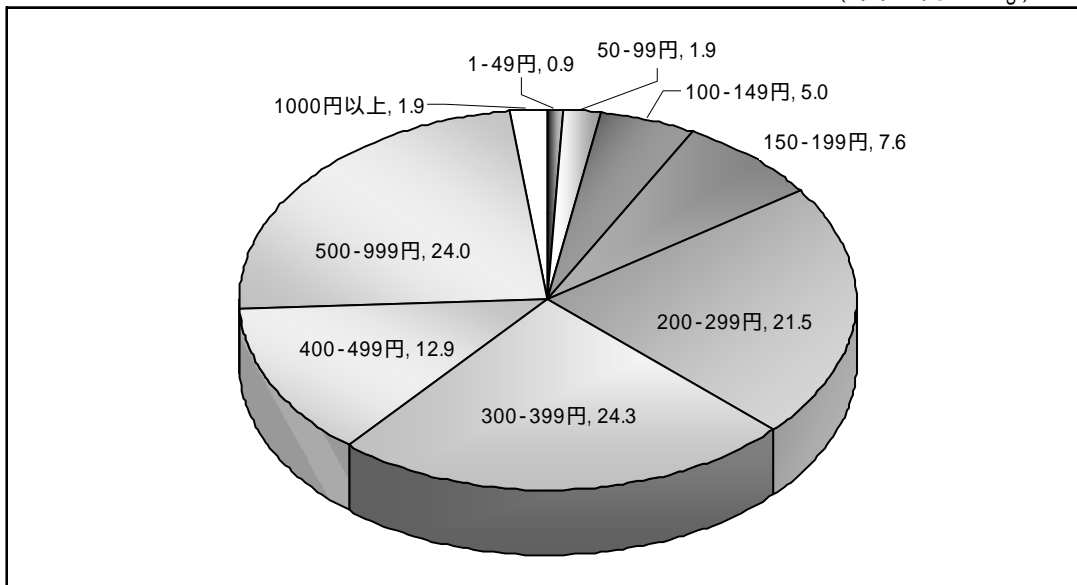
図表 - 5 牛肉の種類別平均購入単価

(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 当り購入単価は405.5円で和牛以外の国産牛の1.7倍、輸入牛肉の2.6倍となった。

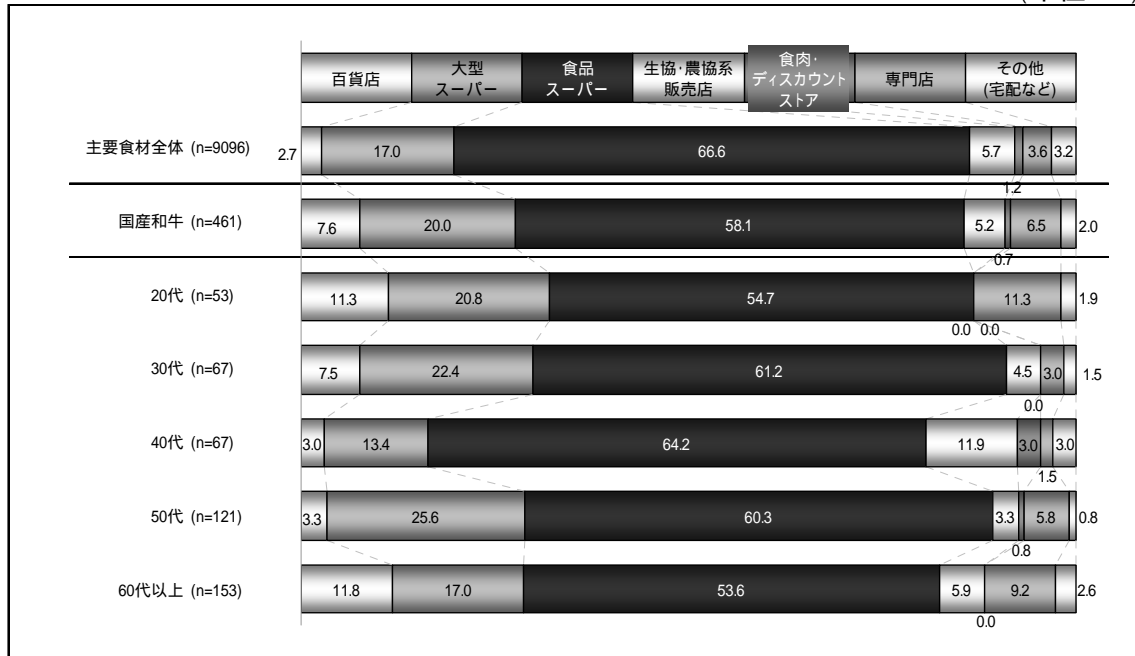
価格帯別に見ると、「300-399円」が24.3%で最も多かった。

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: %)



国産和牛の購入先は「食品スーパー」の割合が58.1%と最も高いが、主要食材全体の66.6%と比べると、その割合は8.5ポイント低い。それに対して「百貨店」(7.6%)が+4.9ポイント、「大型スーパー」(20.0%)が+3.0ポイント、「専門店」(6.5%)が+2.9ポイントとなった。

20代と60代以上では「百貨店」「専門店」、30代と50代では「大型スーパー」、40代では「生協・農協系販売店」での購入割合が他の年代と比べて高くなっている。

## 2 利用状況

### 1. 国産和牛を使ったメニュー

図表 -8 国産和牛を使ったメニューベスト10

順位	メニュー	出現頻度
1	焼肉	54
2	ステーキ	41
3	肉じゃが	35
4	カレー	31
5	炒め物	25
6	すき焼き	19
7	丼物	16
8	しゃぶしゃぶ / 冷しゃぶ	14
9	煮物	11
10	ハヤシライス	6

国産和牛を使ったメニューは「焼肉」「ステーキ」が1位、2位となった。

牛肉を使ったメニューベスト10（図表 -26 参照）と比べると、「焼肉」が2位から1位、「ステーキ」が4位から2位、「すき焼き」が9位から6位、「しゃぶしゃぶ / 冷しゃぶ」が10位から8位と、肉そのものの味を味わうメニューに国産和牛が利用されている様子が明らかになった。

牛肉を使ったメニュー1位の「カレー」は4位に後退した。



## 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った動機

(単位: %、ポイント)

	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	53.4	36.1	17.3
手間がかからないから	2	34.2	33.3	0.9
スタミナ・元気をつけるため	3	25.0	9.8	15.2
ボリューム感があるから	4	23.3	13.3	10.0
材料の特売をやっていたから	5	16.8	8.5	8.3
栄養のバランスがよいから	6	16.1	14.0	2.1
家庭のいつもの定番だから	7	14.0	12.8	1.2
得意の料理だから	8	11.3	9.9	1.4
良い材料が手に入った	9	10.3	5.5	4.8
冷蔵庫に残り物があったから	10	9.9	19.3	-9.4
こってりしたものが食べたい	10	9.9	5.0	4.9
たまには贅沢をしたくて	12	9.6	3.4	6.2
一家団樂を楽しみたい	13	8.6	3.5	5.1
さっぱりしたものが食べたい	14	5.8	13.1	-7.3
お酒の肴として	15	3.8	5.0	-1.2
子供の成長に良いから	16	2.7	1.6	1.1
時間があるから手間をかけたい	16	2.7	1.4	1.3
誕生日などのイベントだから	16	2.7	1.0	1.7
友達や来客があるから	19	1.4	1.3	0.1
料理番組や雑誌を見て	20	1.0	1.3	-0.3

「家族が大好きな料理だから」という動機が53.4%で1位。1位と2位「手間がかからないから」という動機は、メインディッシュを決めた動機と同順となった。

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+17.3ポイントと最もポイント差が大きかった。次いで「スタミナ・元気をつけるため」「ボリューム感があるから」が10ポイント以上、「材料の特売をやっていたから」「たまには贅沢をしたくて」「一家団樂を楽しみたい」が5ポイント以上アップした。「冷蔵庫に残り物があったから」という動機は国産和牛では9.4ポイント低くなった。