

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)		3.7	16.8	33.8	28.1	6.5	11.2
年代別	20代 (n=400)	1.5	10.3	34.0	30.3	7.0	17.0
	30代 (n=400)	1.8	11.8	35.0	32.5	8.5	10.5
	40代 (n=400)	3.5	18.3	32.0	30.5	6.3	9.5
	50代 (n=400)	5.3	19.8	33.8	26.5	7.0	7.8
	60代以上 (n=400)	6.3	24.0	34.3	20.8	3.8	11.0
地域別	北海道 (n=200)	1.5	5.5	32.0	32.0	12.0	17.0
	東北 (n=200)	2.0	12.0	32.5	31.5	10.0	12.0
	関東 (n=200)	2.5	18.5	34.5	26.0	4.5	14.0
	北陸 (n=200)	2.5	11.5	35.5	31.5	7.5	11.5
	東海 (n=200)	4.5	17.0	32.5	32.5	5.5	8.0
	近畿 (n=200)	5.0	26.0	32.0	29.5	2.0	5.5
	中国 (n=200)	7.5	23.0	36.0	23.0	4.0	6.5
	四国 (n=200)	4.0	22.5	40.5	25.0	3.5	4.5
	九州 (n=200)	6.0	24.5	37.0	20.0	5.5	7.0
沖縄 (n=200)	1.0	7.5	25.5	30.0	10.5	25.5	
世帯年収別	300万円未満 (n=403)	1.2	10.2	27.3	30.5	9.9	20.8
	300～499万円 (n=529)	2.5	14.2	35.5	28.4	6.8	12.7
	500～699万円 (n=453)	4.2	16.3	36.2	28.5	6.4	8.4
	700～999万円 (n=410)	4.1	19.0	37.8	29.0	3.9	6.1
	1000万円以上 (n=197)	9.1	33.5	29.4	20.3	4.1	3.6
世帯構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=294)	2.0	10.9	34.4	33.7	8.8	10.2
	成長期の子供がいる世帯 (n=328)	3.7	19.8	28.7	32.0	5.5	10.4
	20歳代の成人がいる世帯 (n=565)	3.7	11.9	35.2	29.0	6.0	14.2
	子供がいない世帯 (n=565)	3.2	18.8	34.5	26.4	7.4	9.7
	高齢者のみの世帯 (n=248)	6.5	26.6	35.1	18.1	4.0	9.7

国産和牛の購入頻度は「月に1回程度」が33.8%で最も多く、次いで「年に数回程度」が28.1%という結果になった。「購入しない」人は11.2%。

「週2回以上」や「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多くなっている。「週2回以上」と「週1回程度」を合計すると、全体では20.5%だが、60代以上では30.3%、1,000万円以上の世帯では42.6%にのぼり、それぞれ全体と比較し9.8ポイント、22.1ポイント高くなっている。

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、中国、九州では「週1回以上」の合計が3割以上となっている。

世帯構成別にみると、高齢者のみの世帯では「週1回以上」の合計が33.1%と特に高い。

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=1777)		33.0	23.7	16.9	4.8	3.5	8.0	9.9
年代別	20代 (n=332)	24.1	20.2	21.1	6.0	6.6	10.5	11.4
	30代 (n=358)	30.7	27.9	14.5	4.5	2.5	9.8	10.1
	40代 (n=362)	27.3	25.1	21.3	5.8	3.0	8.6	8.8
	50代 (n=369)	34.4	23.8	15.2	5.1	3.0	6.8	11.7
	60代以上 (n=356)	47.8	21.3	12.6	2.8	2.5	4.8	7.6
地域別	北海道 (n=166)	25.9	22.9	19.9	6.6	3.0	11.4	10.2
	東北 (n=176)	33.5	22.7	17.6	3.4	4.5	8.5	9.7
	関東 (n=172)	34.3	22.7	19.8	7.0	2.9	5.8	7.6
	北陸 (n=177)	32.8	21.5	13.0	6.8	4.5	9.0	12.4
	東海 (n=184)	41.3	27.7	12.0	5.4	3.3	6.0	4.3
	近畿 (n=189)	34.9	26.5	12.2	3.7	4.8	10.1	7.9
	中国 (n=187)	31.6	25.7	18.2	5.3	3.2	7.0	9.1
	四国 (n=191)	37.7	24.1	16.2	3.1	2.1	6.8	9.4
	九州 (n=186)	40.3	23.7	22.0	1.1	1.1	5.4	6.5
沖縄 (n=149)	12.8	18.8	18.8	6.7	6.0	11.4	24.8	
世帯 年収別	300万円未満 (n=319)	29.2	19.7	16.0	5.6	4.4	11.0	13.8
	300～499万円 (n=462)	33.5	23.6	16.5	4.8	3.2	8.0	10.4
	500～699万円 (n=415)	33.0	23.9	17.6	4.8	3.1	7.2	10.1
	700～999万円 (n=385)	31.7	25.5	17.9	4.4	3.9	8.3	8.3
	1000万円以上 (n=190)	41.1	27.4	15.3	4.7	2.6	4.2	4.7
世帯 構成別	子供が小学生以下の世帯 (n=264)	29.9	24.2	18.2	5.3	1.9	9.8	10.6
	成長期の子供がいる世帯 (n=294)	22.4	25.2	22.8	6.5	4.1	9.5	9.5
	20歳代の成人がいる世帯 (n=485)	26.2	23.5	18.6	4.7	6.0	9.7	11.3
	子供がいない世帯 (n=510)	35.9	25.7	14.5	3.9	2.9	6.3	10.4
	高齢者のみの世帯 (n=224)	58.5	17.4	9.4	4.5	0.4	4.5	5.4

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、33.0%が「必ず国産和牛」と回答した。次いで「2～3回に1回程度」(23.7%)、「4～5回に1回程度」(16.9%)と、ほぼ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47.8%、世帯年収1,000万円以上の世帯で4.11%を占めた。

地域別にみると、「必ず国産和牛」の割合は東海(41.3%)、九州(40.3%)で高い。一方沖縄では「必ず国産和牛」の割合が12.8%と目立って低く、「10回に1回未満」が24.8%と約4分の1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58.5%と過半数にのぼり、子供がいない世帯でも35.9%と高い。

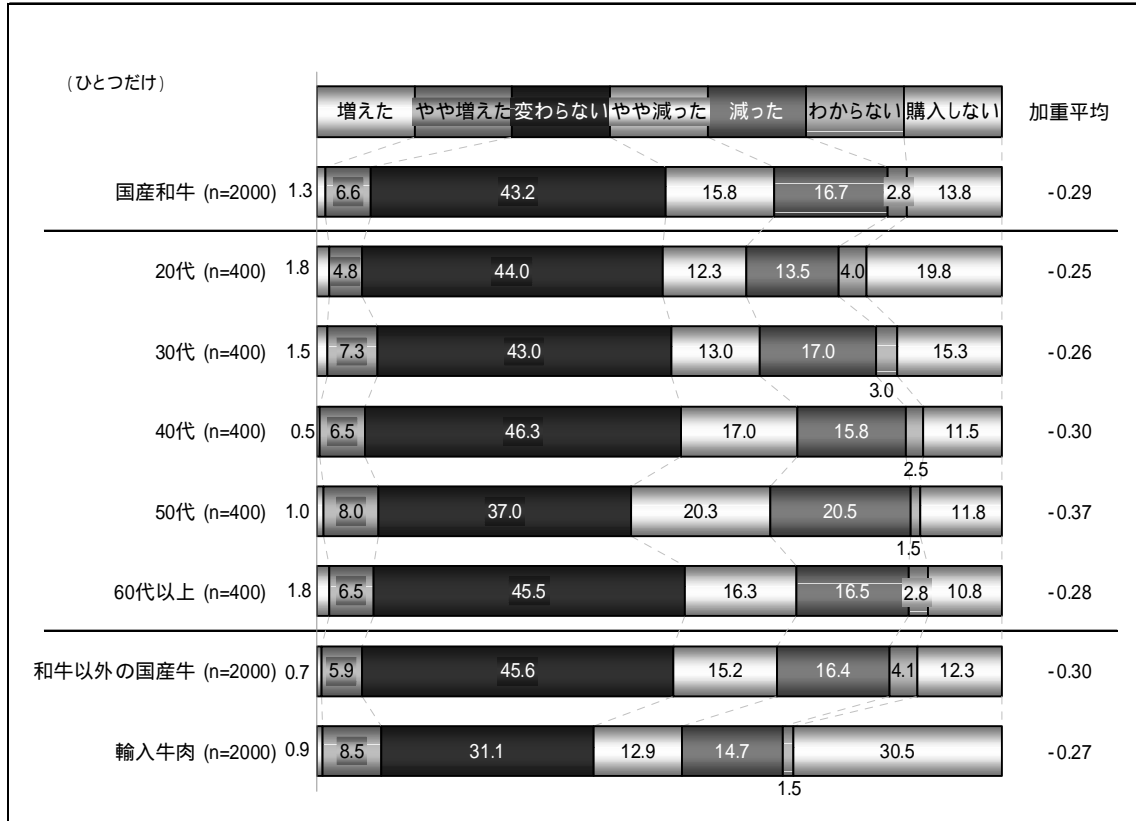
1 購入状況

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-0.13と比較すると0.16ポイント低い値となった(図表 -35参照)。

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40.8%で、加重平均は-0.37と最も低くなった。

和牛以外の国産牛の加重平均は-0.30で、国産和牛とほぼ同レベルである。輸入牛肉の加重平均は-0.27で、国産和牛よりわずかが高い。

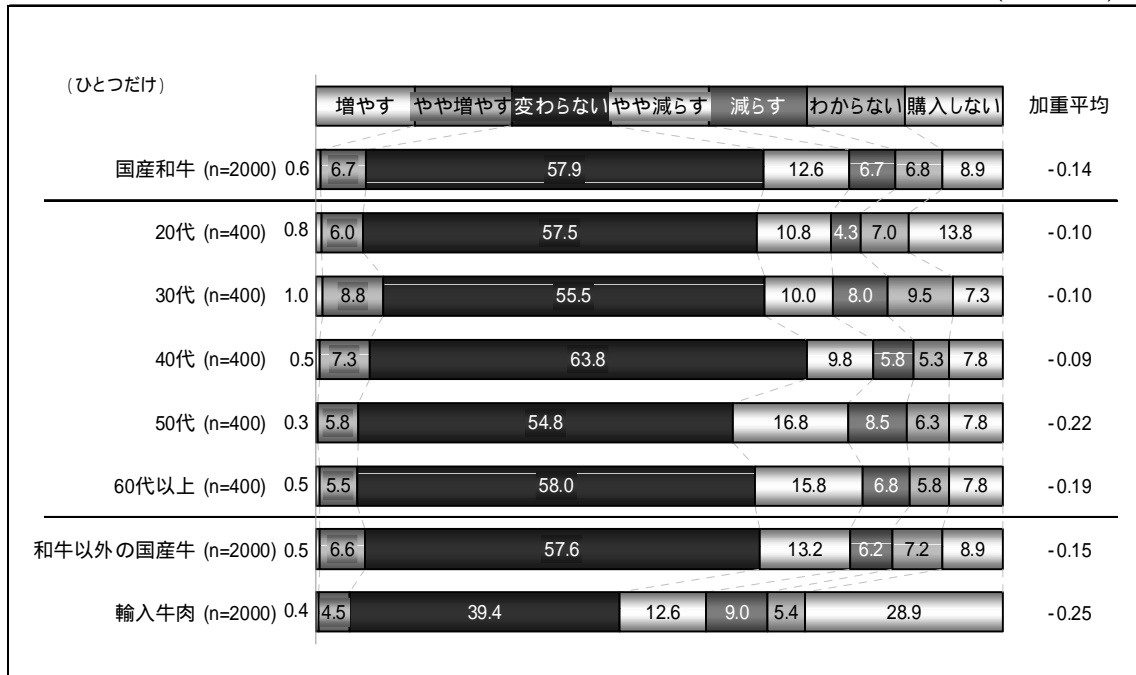
1 購入状況

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-0.14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。40代以下の加重平均が-0.10～-0.09と比較的高くなっている。

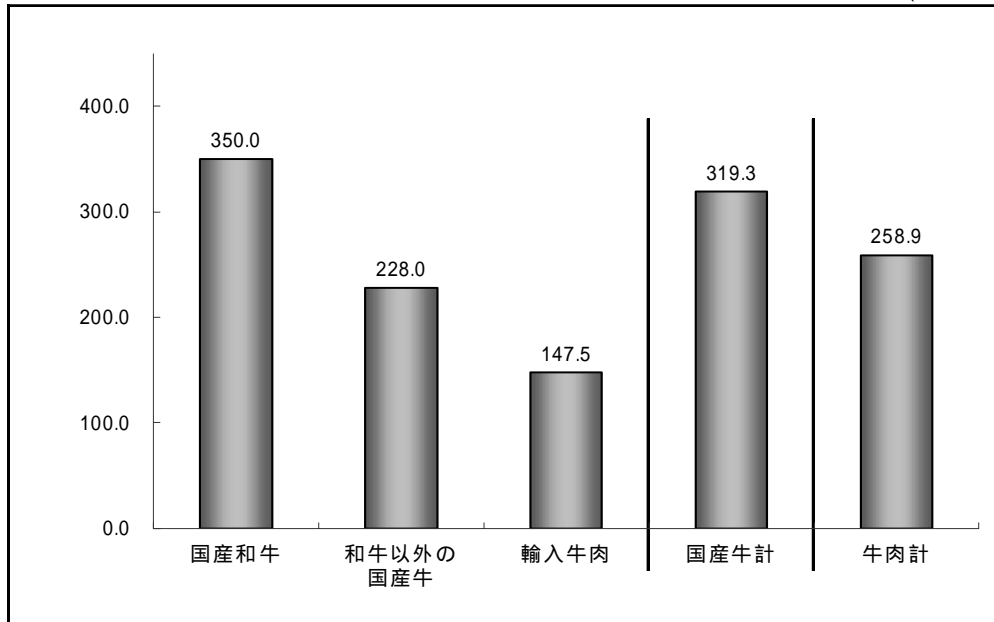
和牛以外の国産牛の加重平均は-0.15で、最近の購入量と同様に国産和牛と同レベルになっている。輸入牛肉の加重平均は-0.25で、国産和牛が0.11ポイント上回っている。

1 購入状況

4. 平均購入単価

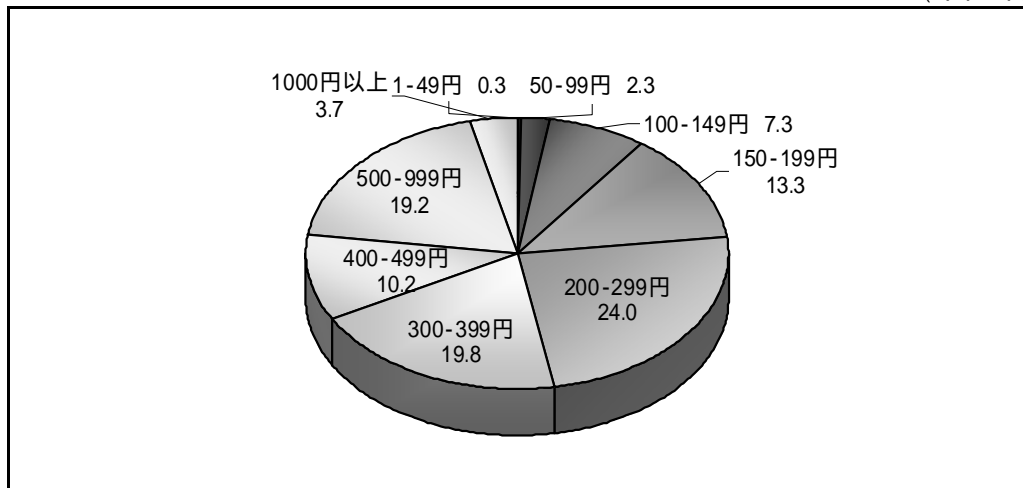
図表 - 5 牛肉の種類別平均購入単価

(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350.0円で、和牛以外の国産牛の1.5倍、輸入牛肉の2.4倍となった。

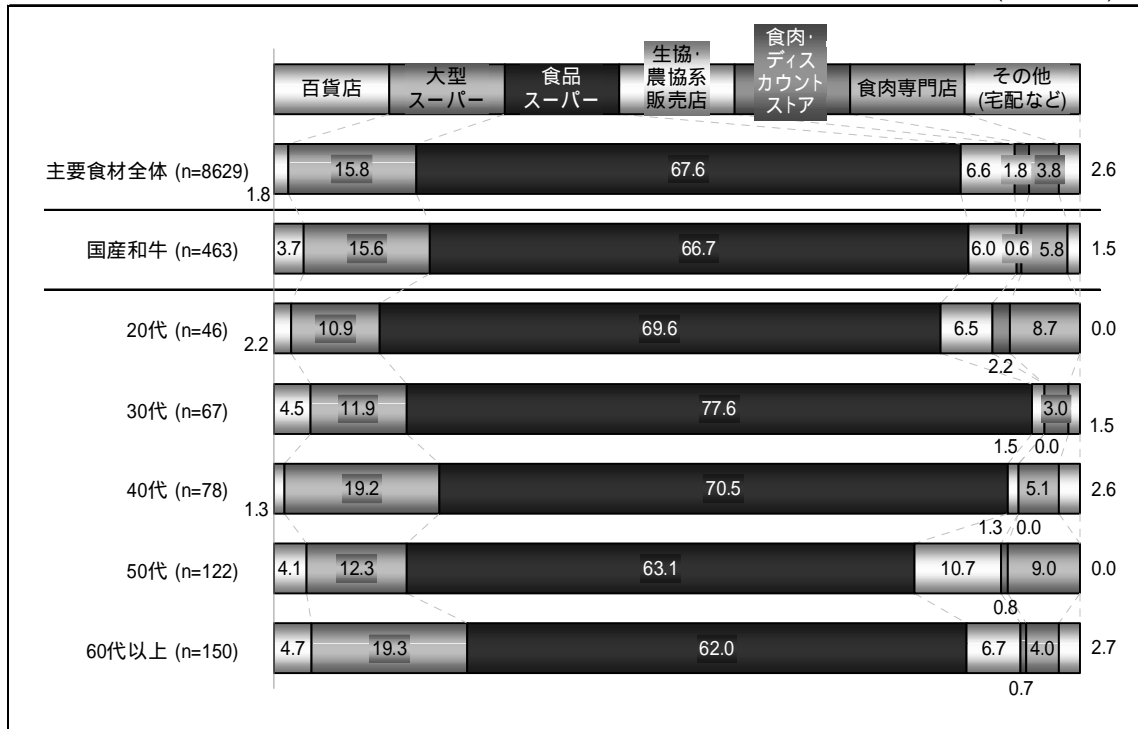
価格帯別では、「200-299円」(24.0%)、「300-399円」(19.8%)、「500-999円」(19.2%)となった。

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: %)



国産和牛の購入先をみると、「食品スーパー」の割合が66.7%で最も高く、主要食材全体の67.6%と同水準になっている。「大型スーパー」「生協・農協系販売店」の割合でも国産和牛と主要食材全体に差はみられない。「百貨店」と「専門店」の割合は、国産和牛の方が2ポイント程度高い。

年代別でみると、年代によって回答が分散している。20代や50代以上では「食品スーパー」を中心に多くの店舗で購入している様子がうかがえる。50代は「生協・農協系販売店」、60代以上では「大型スーパー」での購入が多いのも特徴的である。一方30代や40代では「食品スーパー」が7割以上を占め、「食品スーパー」に集中しているのがわかる。このうち40代では「大型スーパー」での購入も60代以上と並んで多くみられ、「食品スーパー」と「大型スーパー」での購入が9割近くを占める。

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	すき焼き	106
2	カレー	78
3	焼肉	45
4	肉じゃが	38
5	炒め物	36
6	シチュー	35
6	ステーキ	35
8	煮物	24
9	しゃぶしゃぶ / 冷しゃぶ	22
10	おでん	18
10	丼物	18
10	ハヤシライス	18

国産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「すき焼き」、3位「焼肉」で、第1位と第2位が入れ替わる。すき焼きは国産和牛というイメージが消費者に定着しているようだ。

牛肉を使ったメニューで6位の「肉じゃが」が4位に、10位の「煮物」が8位になった。肉の柔らかさがわかる煮込み料理で国産和牛が使われる傾向がみられる。

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	57.1	39.5	17.6
手間がかからないから	2	31.9	35.8	-3.9
ボリューム感があるから	3	18.0	16.5	1.5
スタミナ・元気をつけるため	4	14.9	8.2	6.7
得意の料理だから	5	14.1	11.3	2.8
冷蔵庫に残り物があったから	6	13.9	20.1	-6.2
栄養のバランスがよいから	7	13.2	17.0	-3.8
良い材料が手に入った	8	10.1	5.6	4.5
家庭のいつもの定番だから	9	10.0	12.7	-2.7
一家団樂を楽しみたい	10	9.8	4.9	4.9
材料の特売をやっていたから	11	9.4	8.7	0.7
たまには贅沢をしたくて	12	8.7	2.9	5.8
こってりしたものが食べたい	13	8.2	5.2	3.0
さっぱりしたものが食べたい	14	3.4	8.7	-5.3
お酒の肴として	15	3.2	4.3	-1.1
子供の成長に良いから	16	2.0	2.2	-0.2
誕生日などのイベントだから	16	2.0	1.2	0.8
時間があるから手間をかけた	18	1.6	1.6	0.0
友達や来客があるから	19	1.2	1.1	0.1
料理番組や雑誌を見て	20	0.7	1.3	-0.6

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57.1%で第1位になった。以下「手間がかからないから」（31.9%）、「ボリューム感があるから」（18.0%）と続く。1位と2位はメインディッシュを決めた動機と同じになったが、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25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+17.6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+6.7ポイント、「たまには贅沢をしたくて」が+5.8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-6.2ポイント、「さっぱりしたものが食べたい」は-5.3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。