日本中央競馬会
特別振興資金助成事業

令和７年度

供給リスク増大下の食肉事情等理解醸成事業

消費者意識調査報告書

令和８年３月

公益財団法人　日本食肉消費総合センター

はしがき

近年、人口増に伴う世界的な食料需要の急増、気候変動・温暖化、世界の政治経済情勢等によって食料輸入が不安定化しており、食料自給率の低い我が国は食肉をはじめとする食料の供給リスクが増大しています。また、飼料穀物の輸入割合が極めて高い我が国の畜産業は、最近の円安の進行や飼料価格の高止まり等により極めて厳しい状況が続いています。

他方、畜産現場の遠隔地化が進んだことに加え、食肉は消費者の手に渡るまでにその形状が大きく変化するため、他の農畜産物に比べて、「生産」と「消費」のギャップが大きいという特徴があります。このため、一般消費者が食肉の供給リスクを意識したり、ましてや畜産農家や食肉関連事業者等と供給リスクについての認識を共有することは難しい実態にあります。

こうした状況にあって、国内の食肉生産を維持し、将来に亘って食肉の安定的な供給を実現していくためには、一般消費者に我が国の畜産業の厳しい経営実態を認識していただくとともに、食肉の合理的な価格形成について理解していただくことが必要不可欠です。

このため、当センターは、JRA（日本中央競馬会）からの助成を得て、令和5年度から「供給リスク増大下の食肉事情等理解醸成事業」を実施しれおり、本年度は、その一環として、価格上昇が常態化しつつある食肉の購入、需要が低迷している牛肉に対するニーズ、生産コスト上昇分の小売価格への転嫁、我が国の畜産業の現状、食肉の供給リスク等についての「消費者意識調査」を日本食研ホールディングス株式会社（食未来研究室）に委託して実施しました。

同調査では、食肉購入頻度が週1回以上の消費者6,000名にWEBでアンケートに回答していただきました。その結果を取りまとめた本報告書は、食肉の供給・価格・消費等に対して一般消費者が有している意識について詳細で興味深いデータが揃っており、食肉関連事業者の皆様の今後の経営展開の一助にもなり、また、畜産行政関連施策の基礎資料としてもお役に立つものと考えております。

最後になりますが、本調査の実施に当たり貴重なご助言をいただいた調査研究委員会の委員の皆様並びにご支援をいただいたJRAの関係各位に厚く御礼申し上げます。

令和8年3月

公益財団法人　日本食肉消費総合センター
理事長　田家　邦明

調査研究委員会委員名簿

氏　名	所　　属
安部　新一	宮城学院女子大学 名誉教授
（座長）伊藤　匡美	亜細亜大学 経営学部 教授
折笠　俊輔	公益財団法人 流通経済研究所 常務理事
佐藤　大二郎	全国農業協同組合連合会 畜産総合対策部 次長
野口　敬夫	東京農業大学 国際食料情報学部 教授

（五十音順、敬称略）

消費者意識調査報告書

― 食肉価格上昇下における消費者の食肉購入行動と

供給リスクへの意識に関する調査 ―

日本食研ホールディングス株式会社

食未来研究室

目次

調査概要・・・

集計表・調査票

・単純集計表 ・・・

調査概要

調査設計

◆調査目的： 世界的に食料・食肉の供給リスクが増大し、飼料価格の高騰等により畜産経営が厳しい状況にある中、畜産経営の実情等についての消費者の理解度、食肉価格の上昇や価格転嫁、並びに需要が低迷している牛肉に対する消費者の意識等を把握し、今後の食肉の販売・消費の促進に資する情報を得る。

◆調査対象： マイボイスコム株式会社のモニター　20 歳以上の男女
食肉の購入頻度が 1 週間に 1 回以上

◆調査地域： 全国

◆回答数： 6,000 サンプル

◆実施時期： 2025 年 9 月

国勢調査（令和 2 年）をもとに、年代×性別×エリア別で人口構成比割付
年代：20 代、30 代、40 代、50 代、60 代、70 代、80 代
エリア別：以下の区分で割付
北海道
東北（青森、秋田、岩手、宮城、山形、福島）
関東(東京、千葉、埼玉、神奈川、群馬、栃木、茨城)
中部(新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知)
近畿(三重、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)
中国(鳥取、島根、岡山、広島、山口)
四国（愛媛、高知、徳島、香川）
九州沖縄（福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄）

※中部エリアについては北陸と中部に分けて集計・分析
北陸（新潟、富山、石川、福井）
中部（山梨、長野、岐阜、静岡、愛知）
※70 代と 80 代は合算して「70 代以上」として集計・分析

（参考）
前年調査：2024 年（令和 6 年）9 月に今回調査と同一手法（調査対象、調査地域、回答数）により実施。

居住都道府県

	回答数	%
北海道	255	4.3
青森	55	0.9
岩手	52	0.9
宮城	129	2.2
秋田	56	0.9
山形	47	0.8
福島	77	1.3
茨城	81	1.4
栃木	48	0.8
群馬	48	0.8
埼玉	334	5.6
千葉	297	5.0
東京	789	13.2
神奈川	495	8.3
新潟	97	1.6
富山	28	0.5
石川	50	0.8
福井	35	0.6
山梨	32	0.5
長野	97	1.6
岐阜	96	1.6
静岡	157	2.6
愛知	411	6.9
三重	66	1.1
滋賀	44	0.7
京都	121	2.0
大阪	460	7.7
兵庫	267	4.5
奈良	69	1.2
和歌山	28	0.5
鳥取	26	0.4
島根	28	0.5
岡山	98	1.6
広島	131	2.2
山口	57	1.0
徳島	33	0.6
香川	42	0.7
愛媛	73	1.2
高知	30	0.5
福岡	326	5.4
佐賀	31	0.5
長崎	69	1.2
熊本	71	1.2
大分	56	0.9
宮崎	36	0.6
鹿児島	46	0.8
沖縄	26	0.4
合計	6000	100.0

地域分類

	回答数	%
北海道	255	4.3
東北	416	6.9
関東	2092	34.9
北陸	210	3.5
中部	793	13.2
近畿	1055	17.6
中国	340	5.7
四国	178	3.0
九州	661	11.0
合計	6000	100.0

性別

	回答数	%
男性	2910	48.5
女性	3090	51.5
合計	6000	100.0

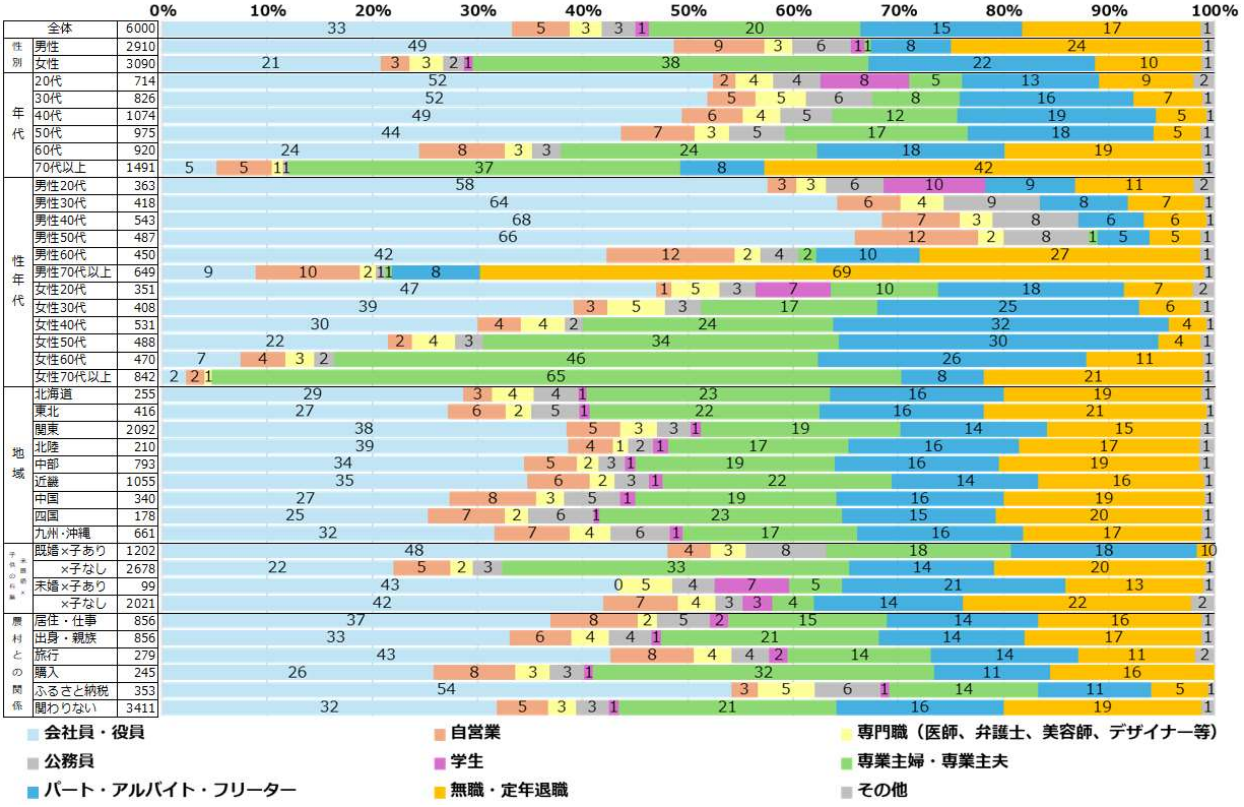
年齢階層

	回答数	%
１０代	-	-
２０代	714	11.9
３０代	826	13.8
４０代	1074	17.9
５０代	975	16.3
６０代	920	15.3
７０代	1321	22.0
８０代以上	170	2.8
合計	6000	100.0

性年代

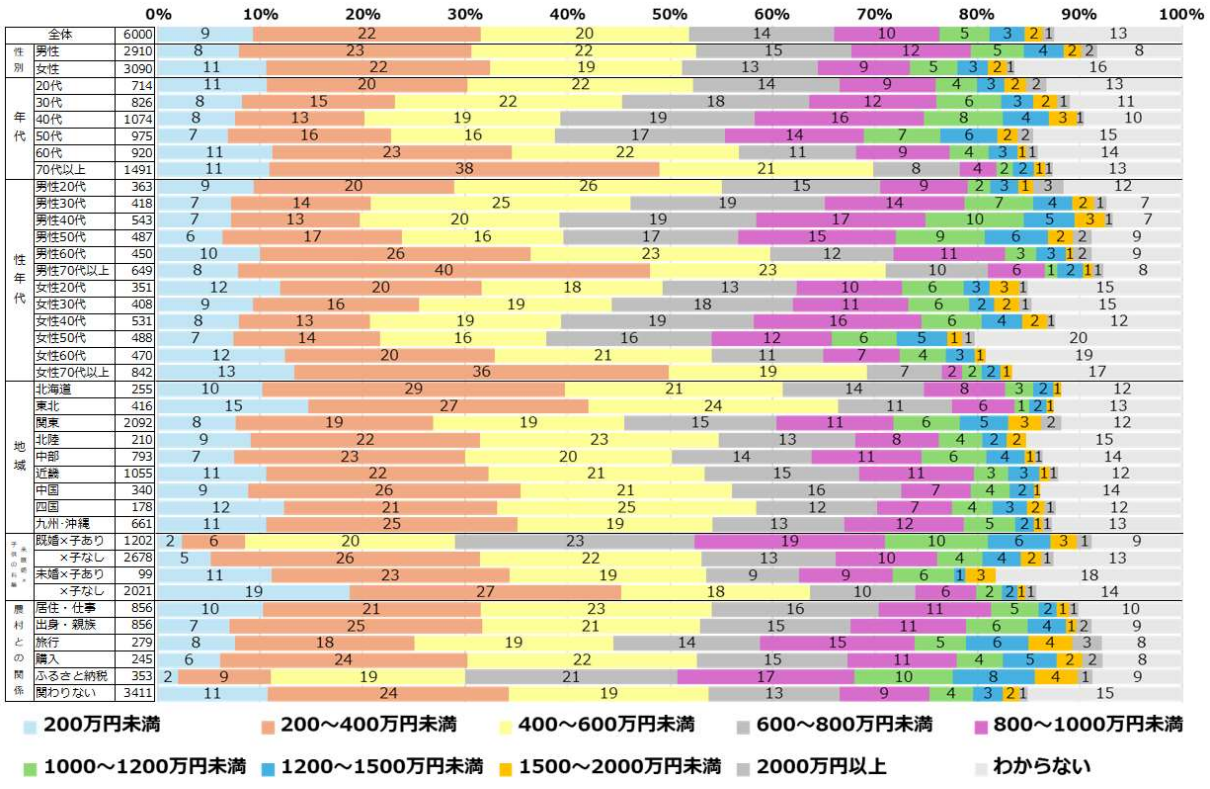
	回答数	%
男性１０代	-	-
男性２０代	363	6.1
男性３０代	418	7.0
男性４０代	543	9.1
男性５０代	487	8.1
男性６０代	450	7.5
男性７０代	561	9.4
男性８０代以上	88	1.5
女性１０代	-	-
女性２０代	351	5.9
女性３０代	408	6.8
女性４０代	531	8.9
女性５０代	488	8.1
女性６０代	470	7.8
女性７０代	760	12.7
女性８０代以上	82	1.4
合計	6000	100.0

◆職業別



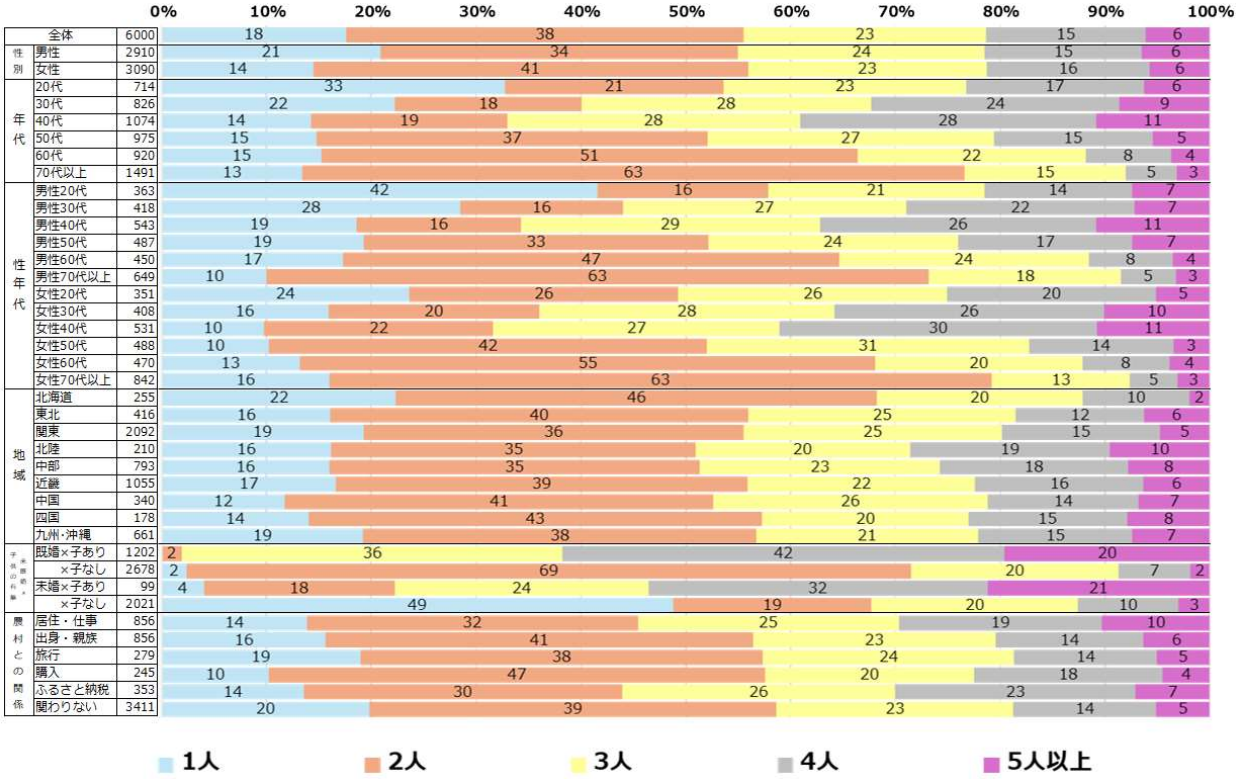
n:回答数　※1%未満のスコアは非表示

◆世帯年収別



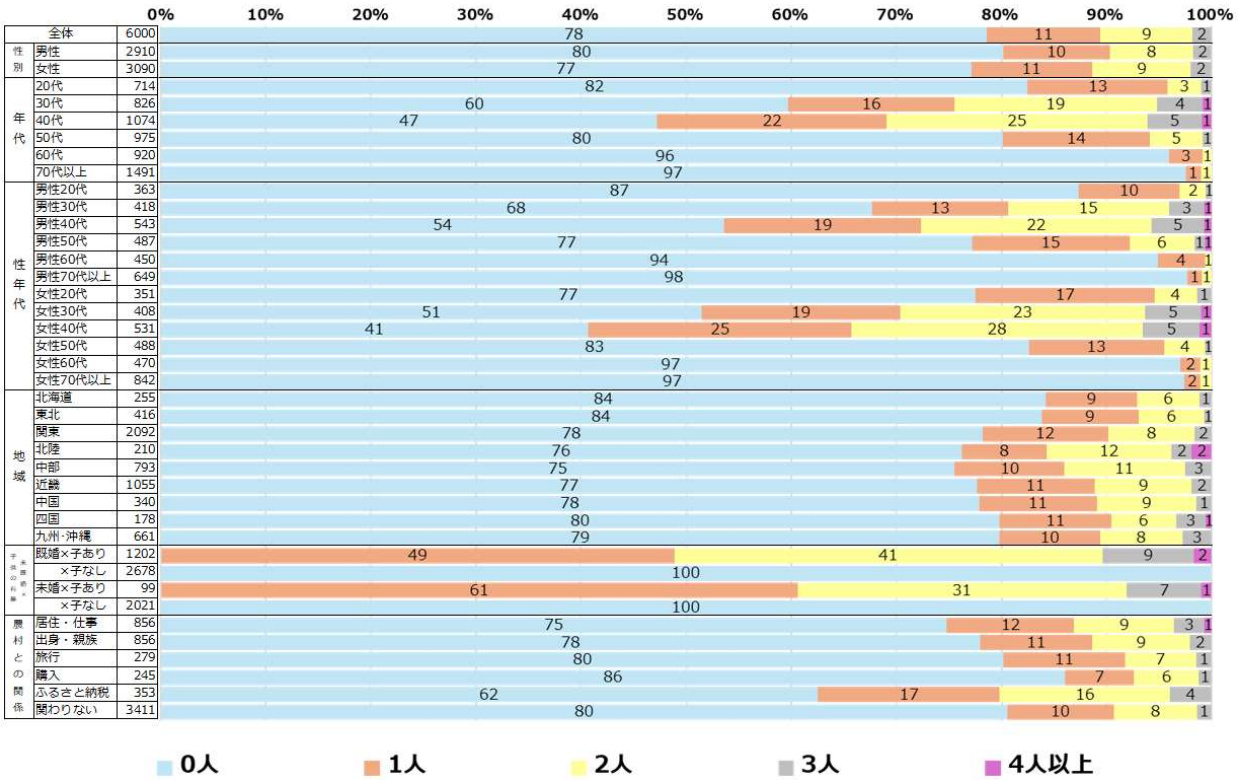
※1%未満のスコアは非表示

◆同居家族人数別



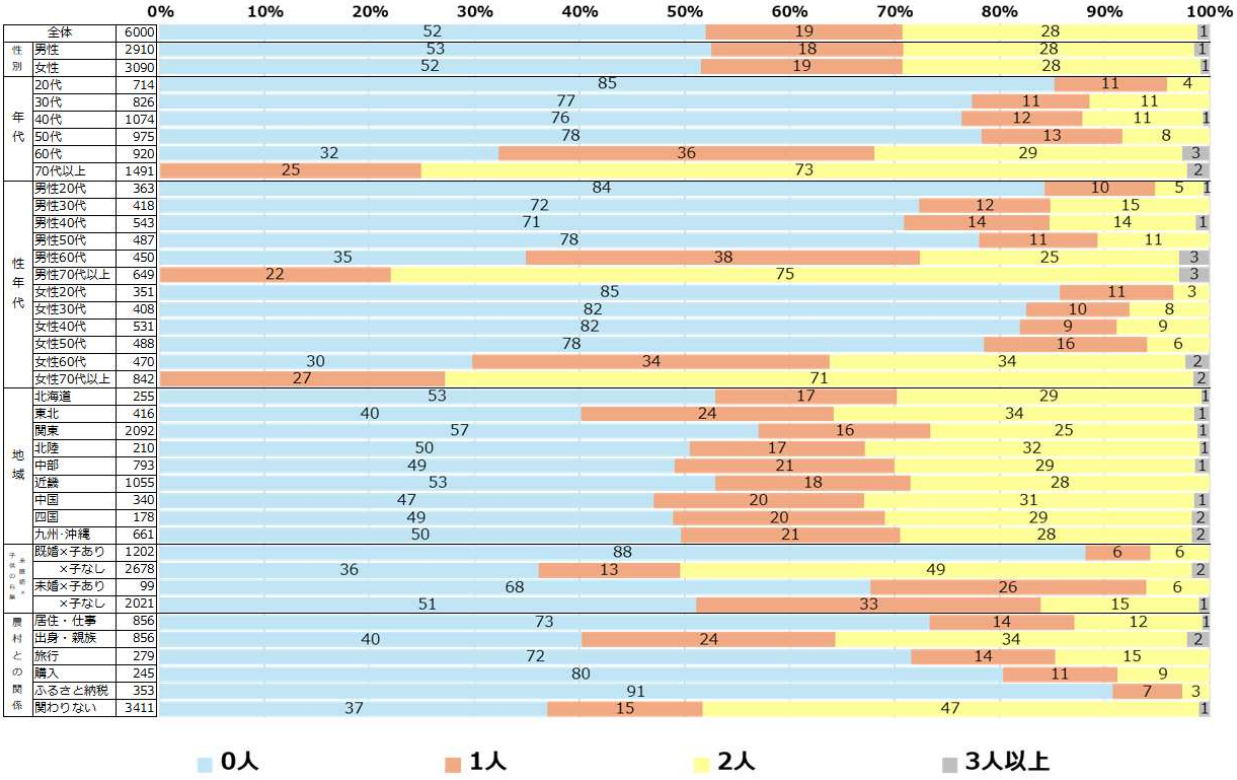
n:回答数　※1%未満のスコアは非表示

◆子供の人数別



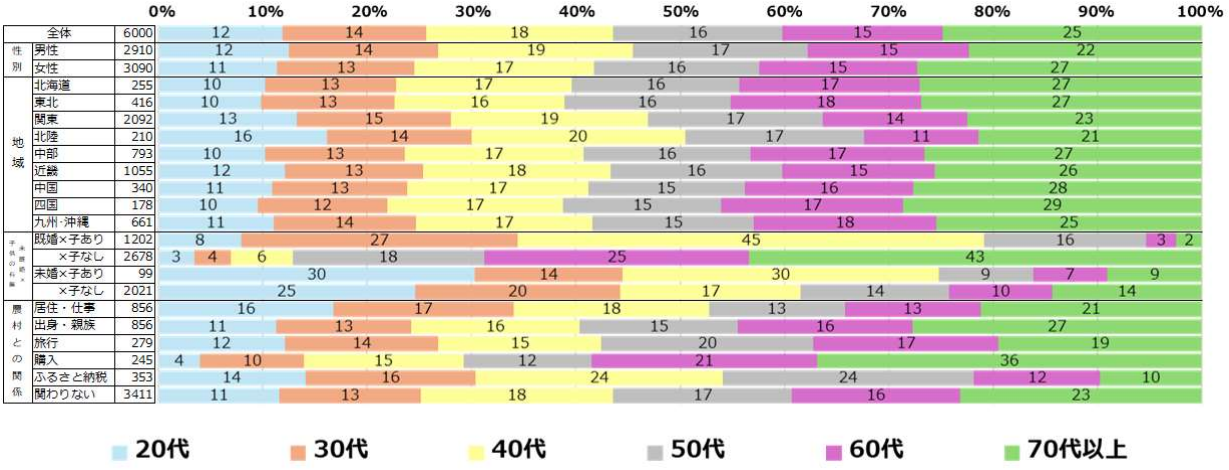
n:回答数　※1%未満のスコアは非表示

◆高齢者(65 歳以上)の人数別



※1%未満のスコアは非表示

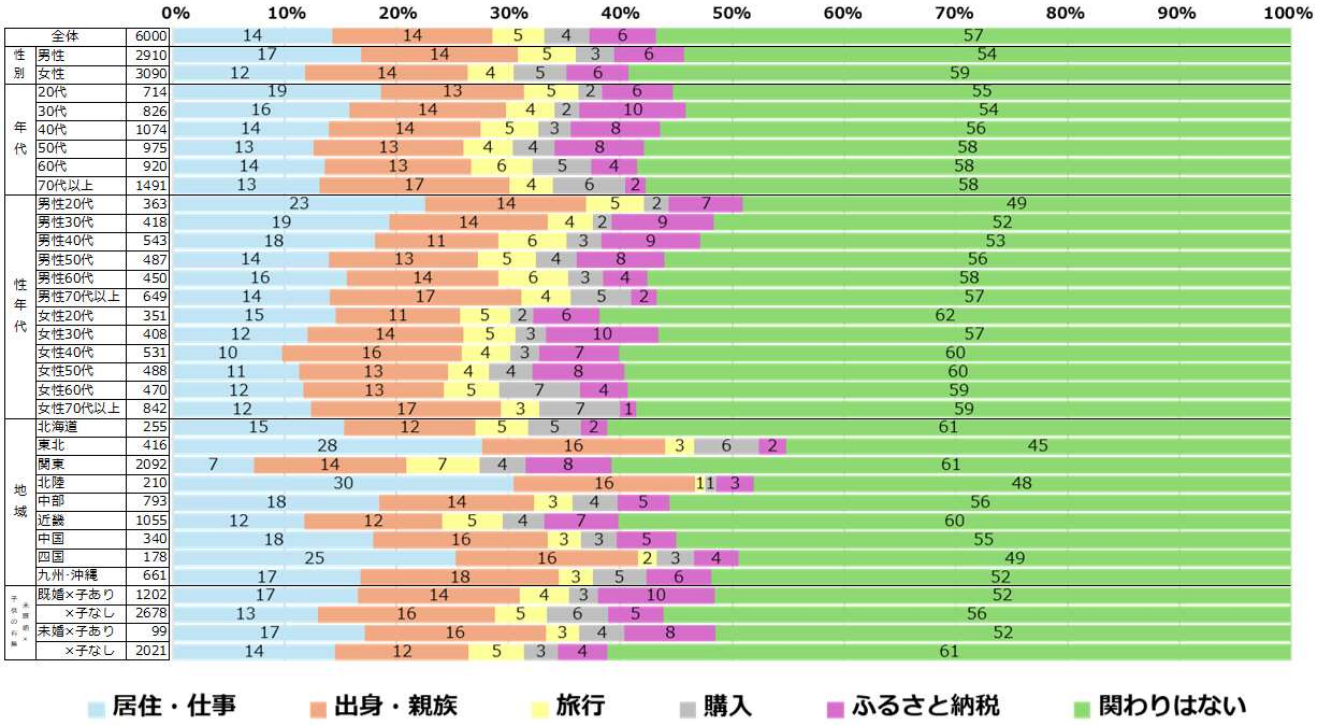
◆年代別



◆農村地域との関わり別

表 0-1:農村地域との関わりの分類内訳

分類	選択肢
居住・仕事	農村地域に住んでいる
	農村地域で仕事をしている
	仕事上、農村地域と関わりがある
出身・親族	農村地域に親族が住んでいる
	農村地域の出身である
旅行	旅行などで農村地域を訪れている
購入	農村地域の特産品を購入している（直接、ECなどで）
ふるさと納税	ふるさと納税で農村地域を応援している
関わりはない	農村地域と特段の関わりを持っていない
	その他



（※）本設問は複数回答であり、複数回答者については表 0-1 の選択肢の最上位の回答選択肢の分類に整理している。

例:「農村地域に住んでいる」、「農村地域の出身である」、「農村地域の特産品を購入している」と回答した人→「居住・仕事」に分類。

本報告書の仕様

本報告書は、供給リスク増大下にある食肉の生産・流通・消費状況等についての一般消費者の意識を把握することを目的に実施した「消費者意識調査」（以下「本調査」という。）の報告書であるが、同時に実施した「食肉小売店販売戦略実態調査」での調査結果も引用しながら考察を行っている。

・「消費者意識調査」のグラフ：出所の記載なし
・「食肉小売店販売戦略実態調査」のグラフ：出所の記載あり

また、回答者の意識は実際の購入とリンクしているのか、食品スーパーの購入データである ID-POS データ（※）や政府等が公表している統計データも参照しながら食肉消費の実態を踏まえた分析を行った。

（※）ID-POS データ：購入者の性別や年代、購入時間や同時購入なども把握できる売上データ
データ源：マギー株式会社「i-codeMS」。全国の食品スーパー28 企業の約 1,350 店舗から売上規模などに偏りがないように選出された 200 店舗で構築された ID-POS データで、性別や年代、購入時間別の売上金額や同時購入などを分析することができる。

図 0-1：カテゴリー別売上金額と前年同期比

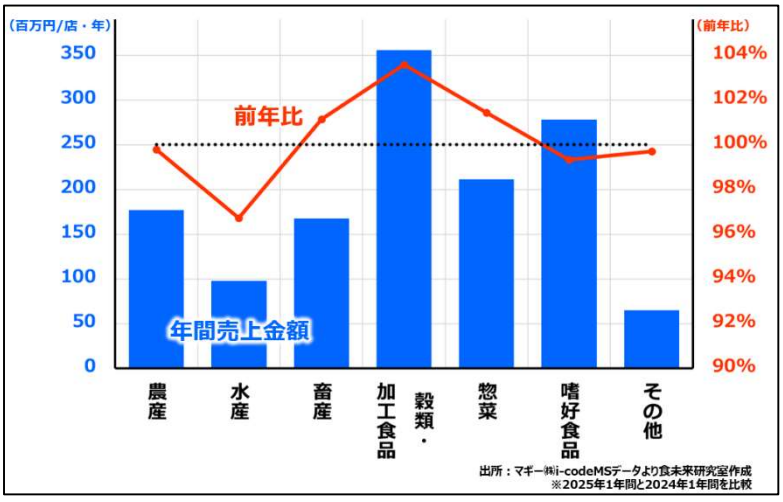
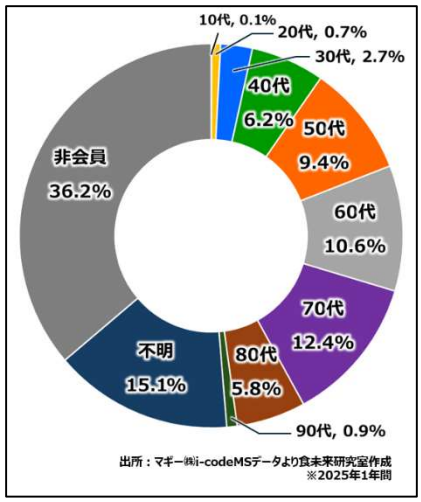


図 0-2：年代別売上金額構成



畜産：　生鮮肉、加工肉、鶏卵
嗜好食品：　菓子、飲料、酒類

要約

1．価格上昇による食肉購入行動の変化

(1)食品と食肉の買い物頻度

食品全体の買い物頻度は「週に 2～3 回」が 49.1%と最も多く、次いで「週に 4～6 回」(23.1%)となっている(図 1-1-1)。一方、食肉については「週に 1 回」が 46.4%、「週に 2～3 回」が 44.2%となっている。前年と比較すると、食品全体では「毎日」が微減し、「週に 1 回」が増加している一方、食肉では「毎日」、「週に 4～6 回」が増加しており、買い物頻度が増加している(図 1-1-2)。

図 1-1-1:食品・食肉の買い物頻度

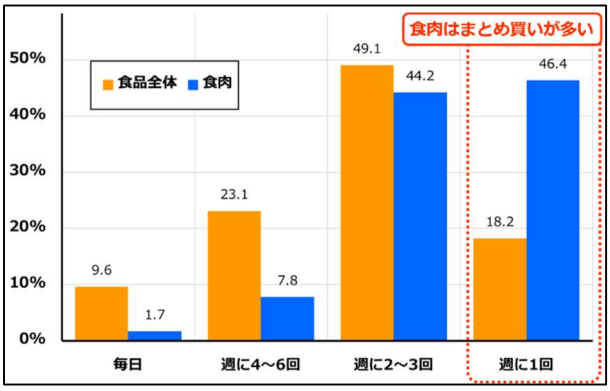
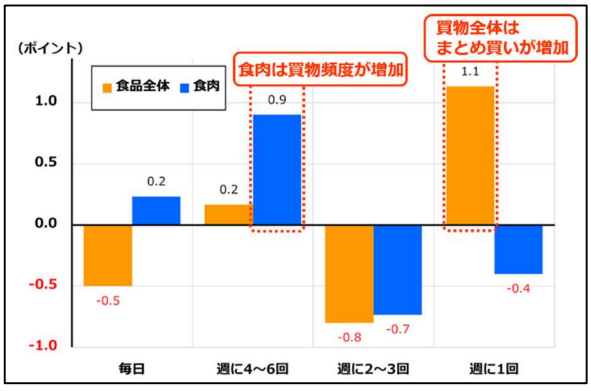


図 1-1-2:【前年差】食品・食肉の買い物頻度



(2)値上がりの実感と購買行動の変化

1 年前と比べて、特に価格が上昇していると感じている食品をたずねたところ、最も値上がりを感じているのは「米」で 85.7%、以下「野菜」(36.9%)、「鶏卵」(30.6%)と続いている(図 1-2-2)。「米」は前年より 28.0 ポイントも増加し、圧倒的 1 位となった。

図 1-2-2:値上がりを感じている食品(複数回答)

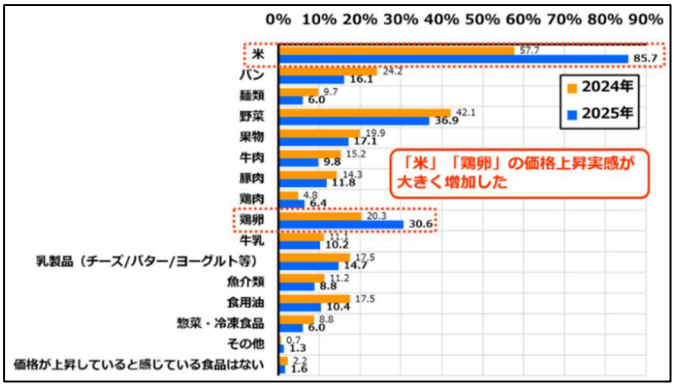
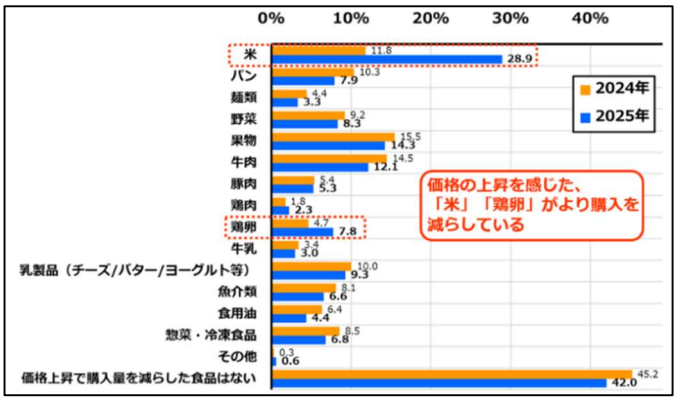


図 1-2-3:値上がりにより購入量を減らした食品
(複数回答)



「米」は購入量を減らした食品としても 1 位(28.9%)となっており、前年より 17.1 ポイント増加した(図 1-2-3)。「豚肉」と「鶏肉」は値上がりを感じているものの、購入量を減らした割合は低かった一方、単価の高い「牛肉」は値上がりの実感以上に購入量が減少しており、節約の対象となりやすい傾向が見られた。

(3)食肉の購入状況

普段、購入する量が最も多い食肉は「豚肉」で、選択割合は 54.5%と過半数を占めており、次いで「鶏肉」が 32.9%、「牛肉」が 10.2%と続き、最も選択割合が低いのは「ひき肉」で 2.5%となっている(図 1-3-1)。

前年と比較すると、大きな変化は見られなかった。

図 1-3-1:購入する量が最も多い食肉

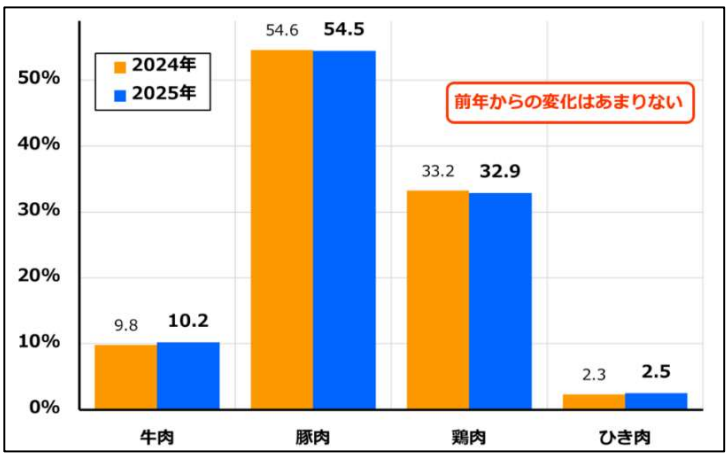
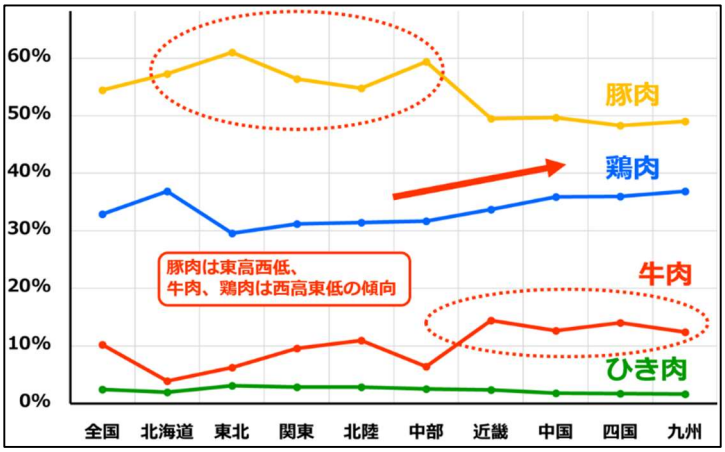


図 1-3-3:【地域別】購入する量が最も多い食肉



地域別に見ると、最も購入量の多い食肉に違いが見られた(図 1-3-3)。「豚肉」は全体的に東高西低の傾向にあり、選択割合が最も高い東北と最も低い四国では 10 ポイント以上の差が生じている。

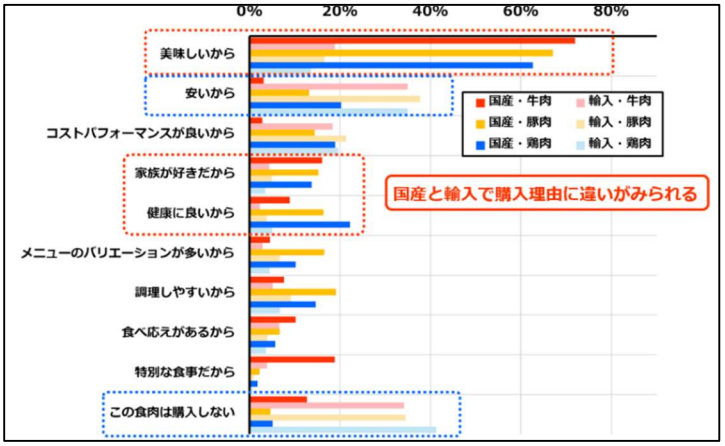
対照的に「鶏肉」と「牛肉」は西高東低の傾向が見られ、「鶏肉」は九州、「牛肉」は近畿で特に高い支持を得ている。

(4)各食肉を購入する理由

各食肉を購入する理由について、国産食肉はいずれも「美味しいから」の選択割合が約 60～70%と最も高く、次いで「家族が好きだから」、「健康に良いから」といった理由が続いている(図 1-4-1)。

一方、輸入食肉については「安いから」が最も選択割合が高く、価格重視で選ばれているが、「この食肉は購入しない」もほぼ同水準の選択割合となっている。

図 1-4-1:各食肉の購入理由(複数回答)



(5)食肉価格に対する意識と収入増加時の購買行動

1 年前と比べた時の食肉価格に対する意識では、国産食肉、輸入食肉ともに「高くなった」と感じる消費者が多かったが、特に国産食肉について値上がりを感じている消費者が多い(図 1-5-1)。これは、輸入食肉よりも、国産食肉の価格を普段から強く意識している消費者が多い可能性が考えられる。

図 1-5-1:1 年前と比べた時の食肉価格に対する意識

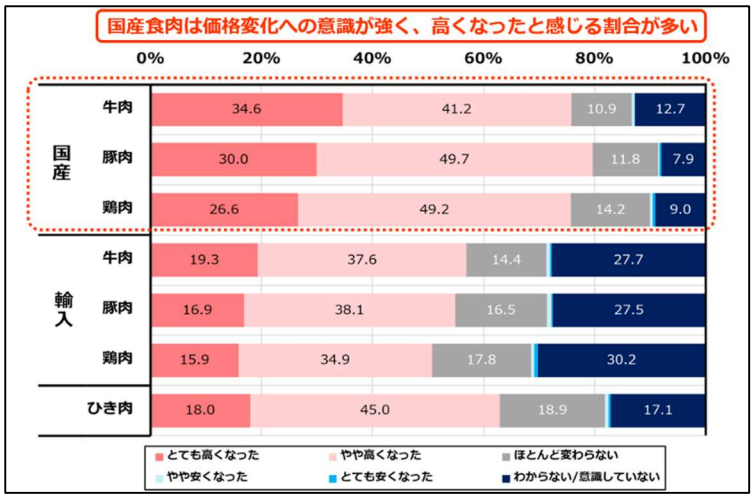


図 1-5-2:食肉の値上げについての許容度

食肉価格の値上げに対する許容度については、国産食肉の許容度が輸入食肉より高くなっている(図 1-5-2)。これは、国産食肉が美味しさなど価格以外を理由に購入されている一方で、輸入食肉は安さが購入の最たる理由であるため、少しの値上げでも受け入れにくいのであろうと思われる。

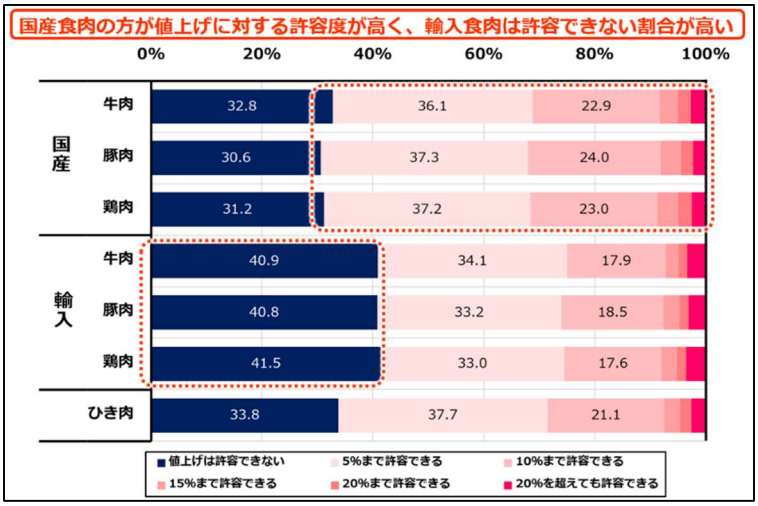
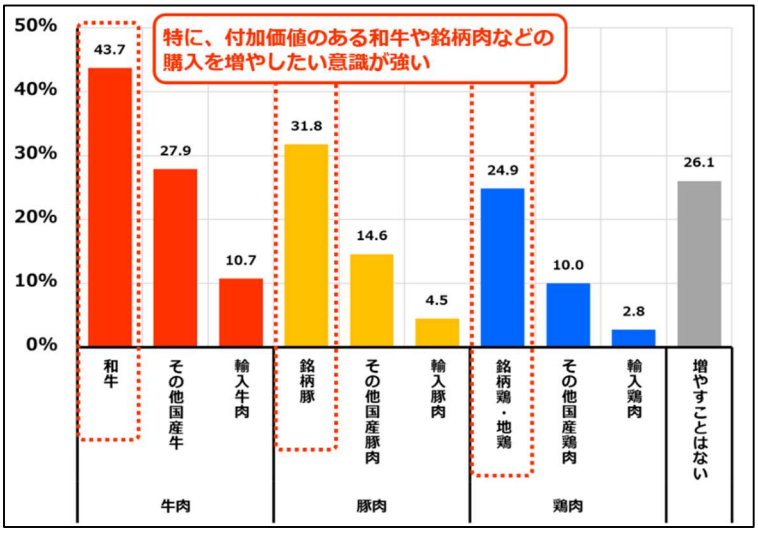


図 1-5-5:収入が増えた場合に購入を増やしたい食肉
(複数回答)

収入が増えた際に購入を増やしたい食肉としては、「和牛」が 43.7%と最も選択割合が高く、次いで「銘柄豚」、「銘柄鶏・地鶏」など、付加価値のある食肉が選択されている(図 1-5-5)。これは、「いいお肉を食べたい」という意識が潜在的に存在していることを示している。その一方、消費者の 26.1%は購入量を「増やすことはない」と回答している。

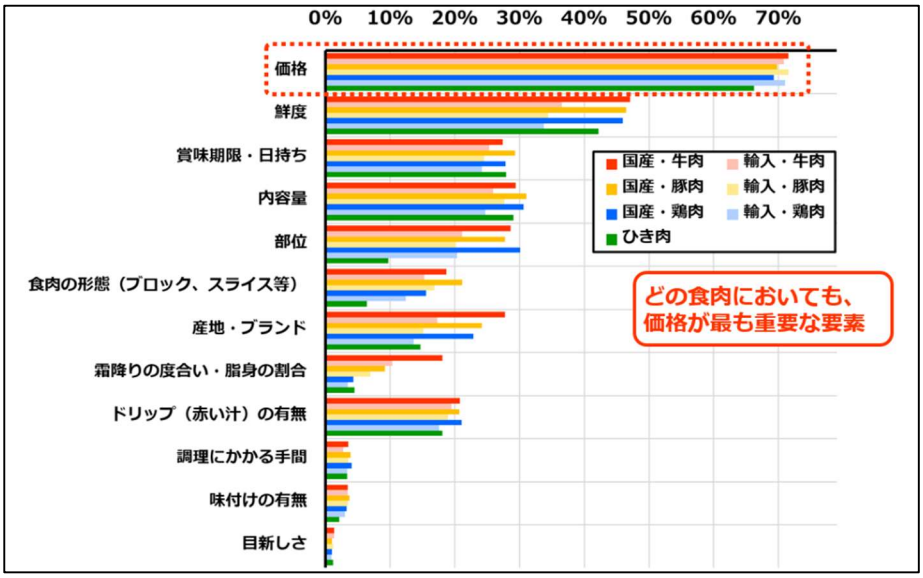


(6)食肉の購入で重視すること

食肉を購入する際に重視する点では、いずれの食肉も「価格」の選択割合が 70%前後で最も高くなっており、次いで「鮮度」が重視されている。(図 1-6-1)。

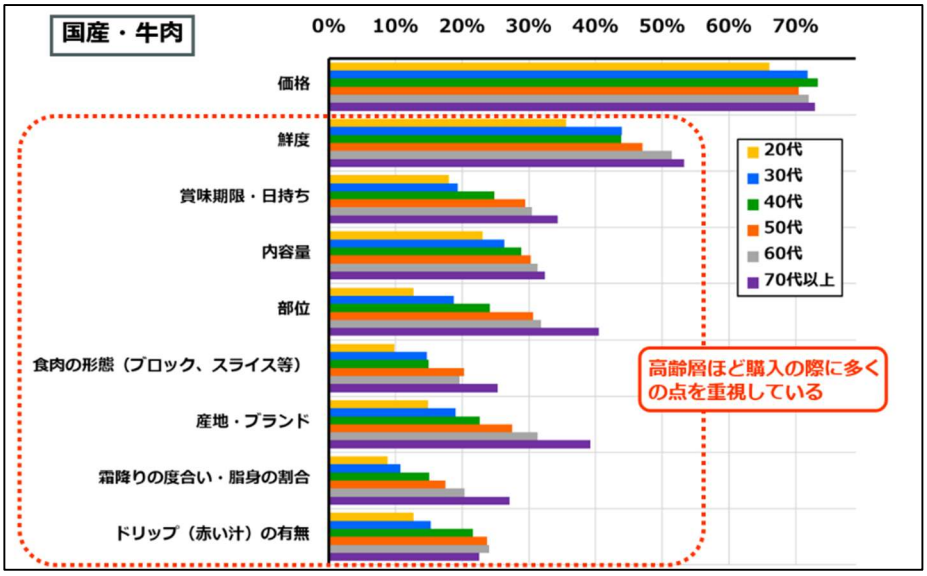
また、「産地・ブランド」については食肉により選択割合に差が見られる。選択割合は牛肉＞豚肉＞鶏肉＞ひき肉となっており、国産牛肉とひき肉では 10 ポイント以上の差となっている。

図 1-6-1:食肉を購入する際に重視する点(複数回答)



年代別に見ると、国産牛肉において特に年代による違いが見られる(図 1-6-3)。価格以外の選択肢では軒並み高齢層の選択割合が高くなっており、国産牛肉を購入する際には、高齢層ほど様々な点を意識して購入を決めていることを示している。

図 1-6-3:【年代別】国産牛肉を購入する際に重視する点(複数回答)



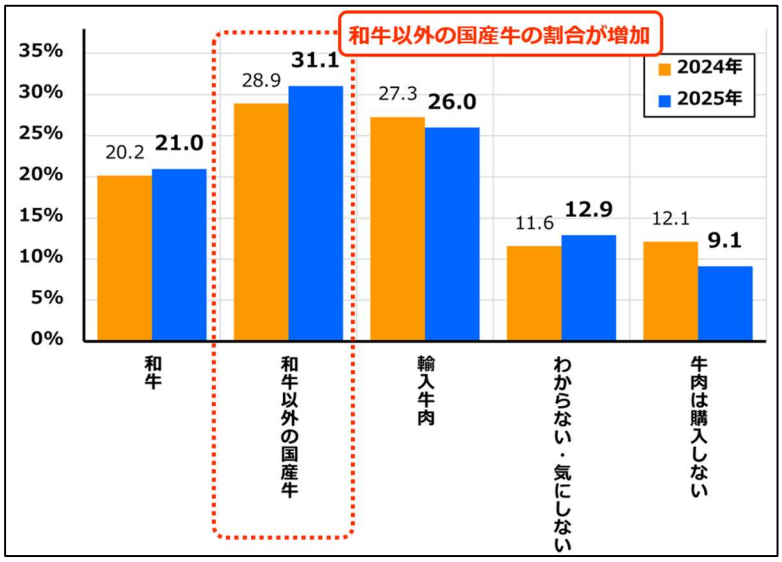
2. 牛肉に対する意識

(1)牛肉の購入状況

普段、牛肉の中で購入する量が最も多いものをたずねたところ、「和牛以外の国産牛」が 31.1%と最も多く、次いで「輸入牛肉」(26.0%)、「和牛」(21.0%)と続いている(図 2-1-1)。

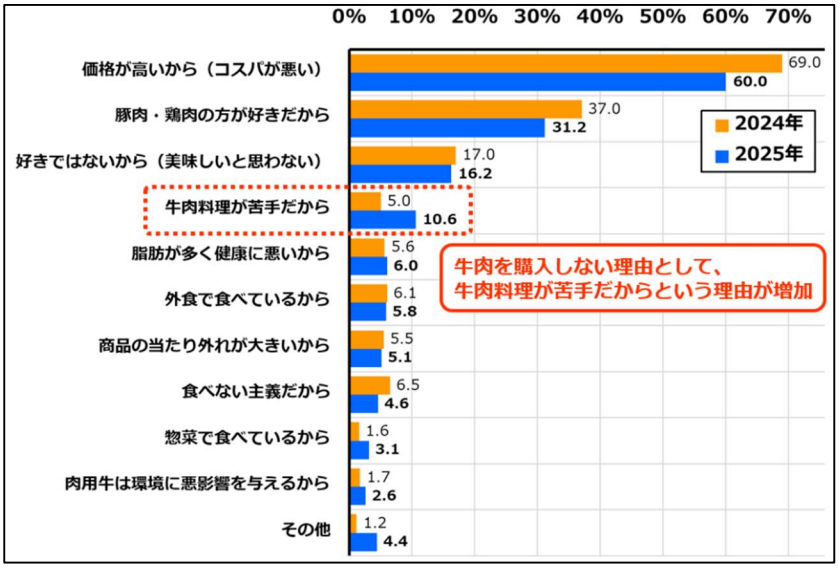
前年と比較すると、特に「和牛以外の国産牛」が増加し、「輸入牛肉」が減少している。この要因としては、輸入牛肉の小売価格が国産牛肉以上に上昇しているため、品質と価格のバランスが取れた「和牛以外の国産牛」の需要が高まったと考えられる。

図 2-1-1:購入する量が最も多い牛肉



牛肉を購入しない理由としては「価格が高いから(コスパが悪い)」が 60.0%で最多だが、前年と比べると選択割合が減少した一方で、「牛肉料理が苦手だから」という調理のハードルによる理由が前年の 5.0%から 10.6%へと 2 倍以上に増加している(図 2-1-5)。

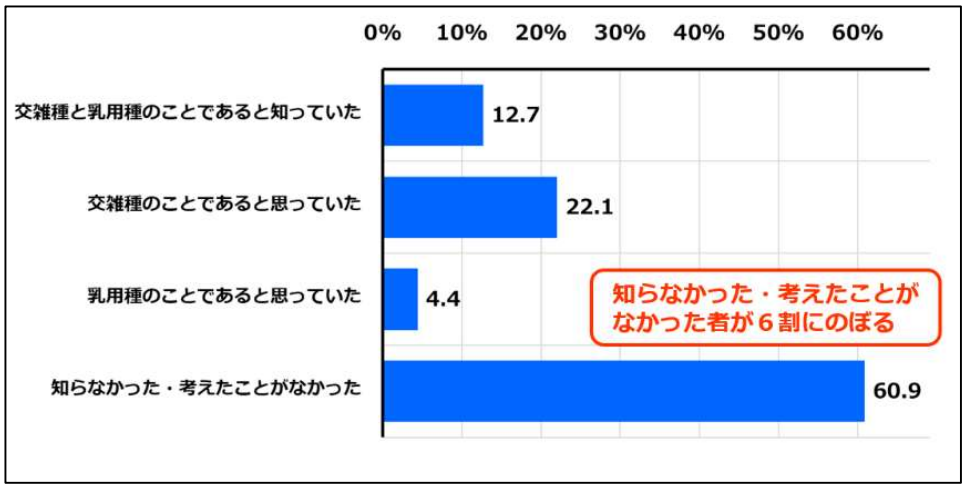
図 2-1-5:牛肉を購入しない理由(複数回答)



(2)交雑種に対する理解

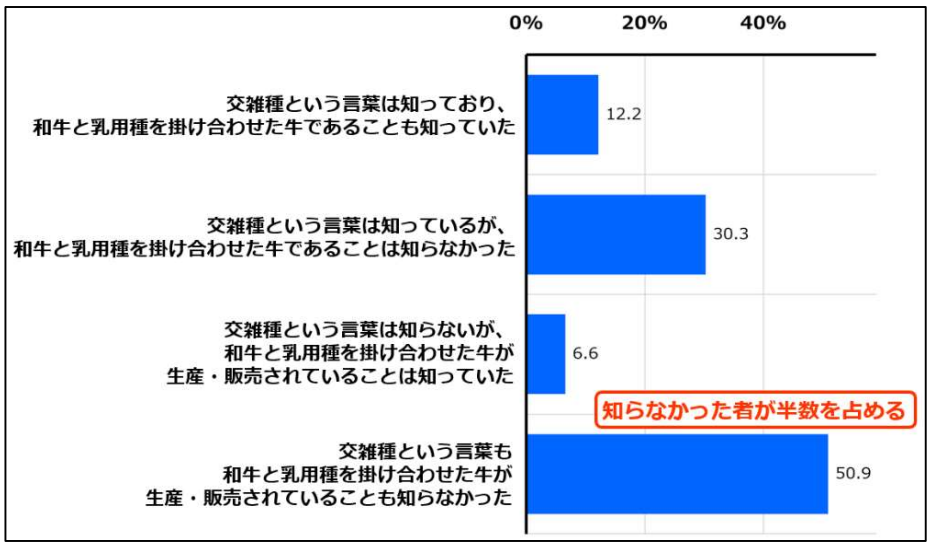
「和牛以外の国産牛」についての理解をたずねたところ、「交雑種と乳用種のことであると知っていた」と正確に理解している割合は 12.7%にとどまり、「知らなかった・考えたことがなかった」が 60.9%を占めている(図 2-2-1)。

図 2-2-1:「和牛以外の国産牛」についての理解



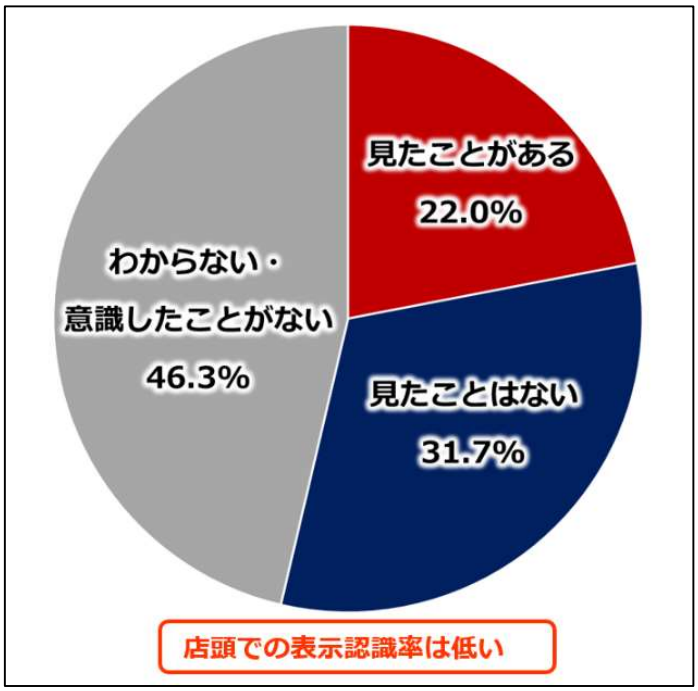
「交雑種」についての理解度をたずねた設問では、「交雑種」という言葉も、その内容も正しく理解している割合は 12.2%にとどまっている(図 2-2-3)。その一方で、交雑種に関して全く知らない者が 50.9%と半数を占めており、認知度の向上を図ることが必要と考えられる。

図 2-2-3:「交雑種」についての理解



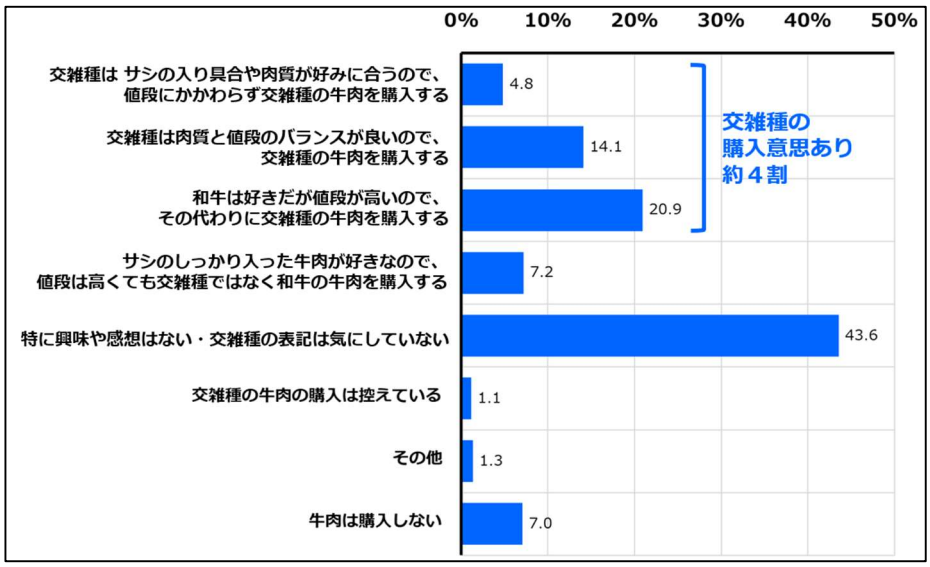
小売店で「交雑種」を見かけたことがあるかについては、「見たことがある」は 22%にとどまる一方、「見たことはない」、「わからない・意識したことがない」を合わせると 78.0%にのぼっており、「交雑種」の認識率は低いものとなっている(図 2-2-5)。これは、店頭での表示がなかったり、あっても目立たなかったり、また、そもそも消費者が牛肉の種類を意識して買っていなかったりする結果だと考えられる。

図 2-2-5:小売店での「交雑種」表示の認識



「交雑種」と表示・説明されている牛肉の購入意思については、約 4 割が購入意思を示しており、その中の半数は和牛の代替として購入する意向である。また、43.6%は「特に興味や感想はない・交雑種の表記は気にしていない」としており、表記によって購入が控えられることはほとんどないと言える(図 2-2-7)。

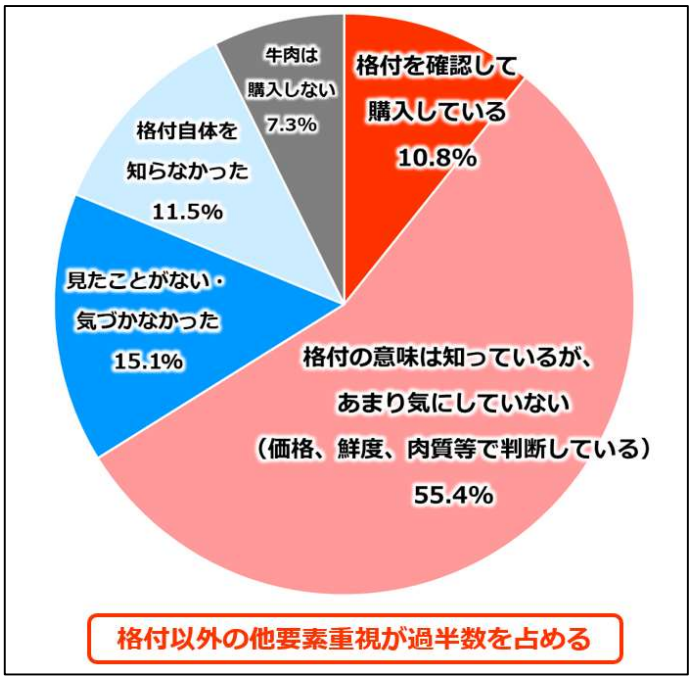
図 2-2-7:「交雑種」の購入意思



(3)牛肉の格付に対する意識

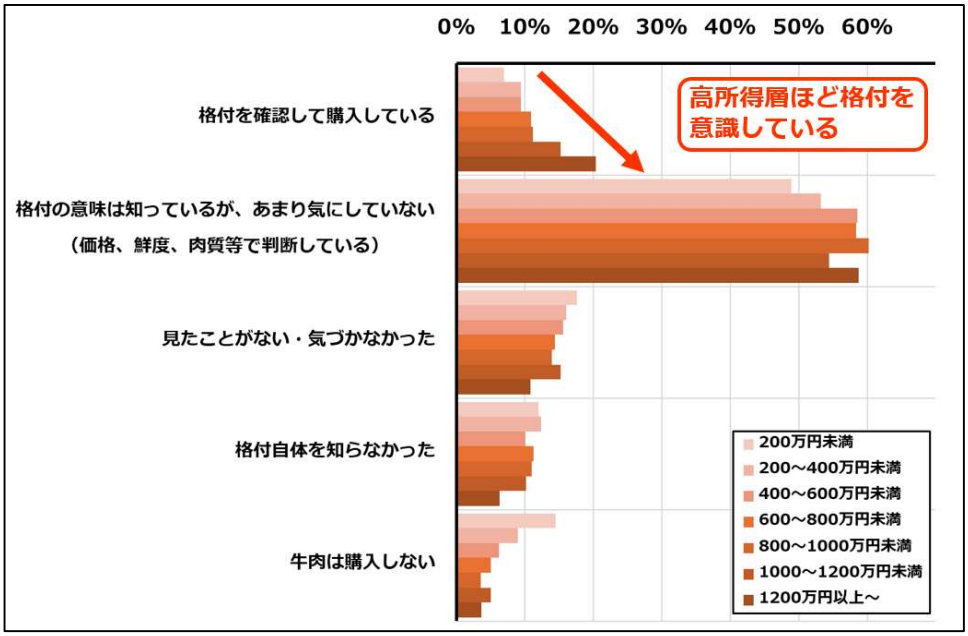
牛肉を購入する際の格付に対する意識では、「格付の意味は知っているが、あまり気にしていない(価格、鮮度、肉質等で判断している)」が 55.4%で過半数を占めている(図 2-3-1)。一方で、「格付を確認して購入している」は 10.8%と約 1 割にとどまっており、格付という情報自体はある程度認知されているものの、購入行動にあまり影響を及ぼしていない情報であると言える。

図 2-3-1:牛肉購入時の格付に対する意識



ただし、年収別に見ると、高所得層ほど格付を確認して購入する割合が高くなる傾向が見られる(図 2-3-3)。「格付を確認して購入している」は年収が高い層ほど回答割合が高くなっており、全体平均が 10.8%なのに対し、1200 万円以上の層では 20%を超えている。すなわち、高所得層には牛肉を購入する際の判断基準として格付を意識している消費者が一定数おり、客層によっては表示することが効率的な販売促進方策となると考えられる。

図 2-3-3:【年収別】牛肉購入時の格付に対する意識



(4)食肉間の購買行動の変化に対する意識

牛肉から豚肉・鶏肉へのシフト要因としては、どちらも「安いから」、「美味しいから」、「コストパフォーマンスが良いから」の選択割合が高くなっている(図 2-4-1)。その中で、「安いから」は特に鶏肉で割合が高くなっており、鶏肉がより価格で選択されていることが分かる。加えて、鶏肉では「健康に良いから」の選択割合も高く、シフト要因の特徴の一つとなっている。

図 2-4-1:牛肉から豚肉・鶏肉へのシフト要因(複数回答)

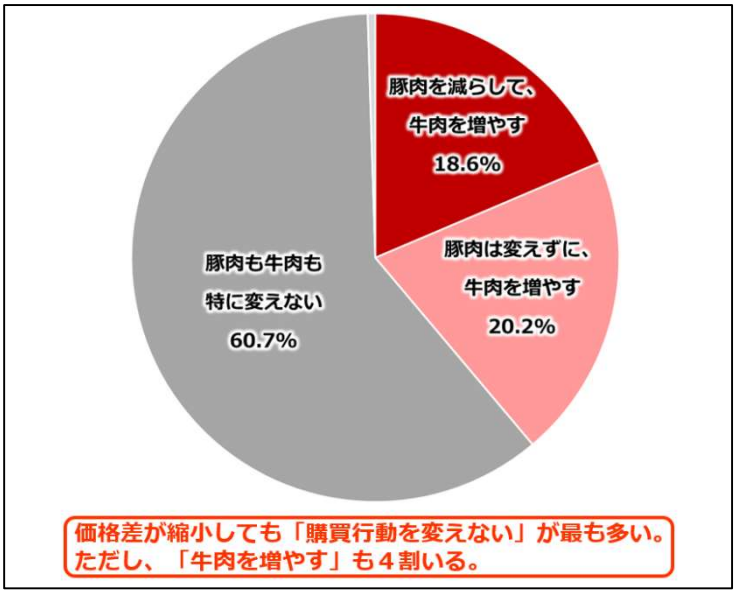
順位	豚肉へシフトした理由	割合
1	安いから	47.0%
2	美味しいから	36.7%
3	コストパフォーマンスが良いから	30.9%
4	特にシフトしていない	20.2%
5	調理しやすいから	18.6%
6	メニューのバリエーションが多いから	16.7%
7	健康に良いから	15.2%
8	家族が好きだから	12.3%
9	食べ応えがあるから	7.3%

順位	鶏肉へシフトした理由	割合
1	安いから	51.3%
2	コストパフォーマンスが良いから	32.8%
3	美味しいから	29.5%
4	健康に良いから	21.9%
5	特にシフトしていない	21.2%
6	調理しやすいから	13.8%
7	メニューのバリエーションが多いから	11.8%
8	家族が好きだから	11.6%
9	食べ応えがあるから	6.5%

豚肉は価格と美味しさのバランスが大きな要因に。
鶏肉は価格や美味しさの他に、健康要因も強い。

牛肉と豚肉の価格差が縮小した際の牛肉の購入意思については、約 4 割が牛肉の購入を増やす意向を示している(図 2-4-4)。しかし、「豚肉も牛肉も特に変えない」が 60.7%と最多であり、半数以上の消費者が価格差が縮小しても現在の購入行動を維持する意向を示している。

図 2-4-4:牛肉と豚肉の価格差が減少した際の牛肉の購入意思

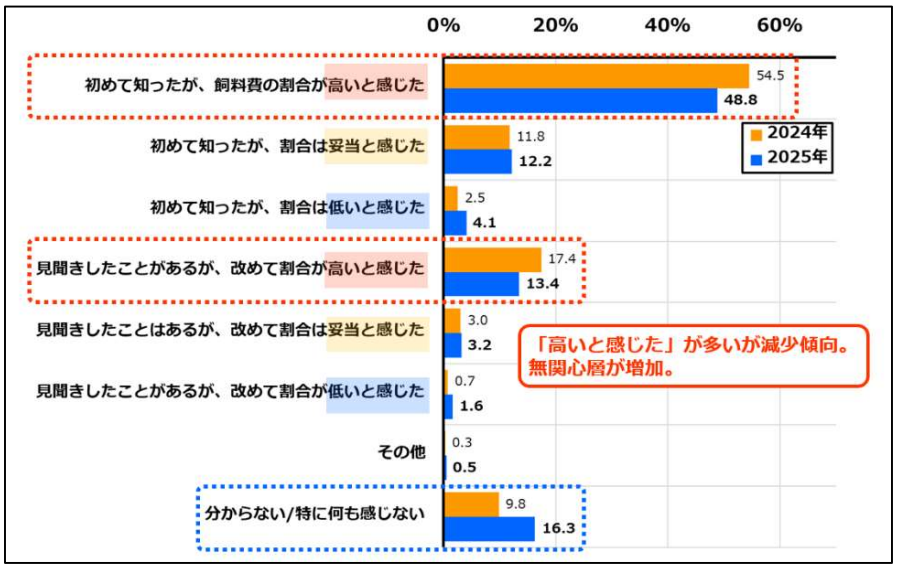


3. 畜産業の現状と価格転嫁に対する意識

(1)飼料費の割合に対する意識

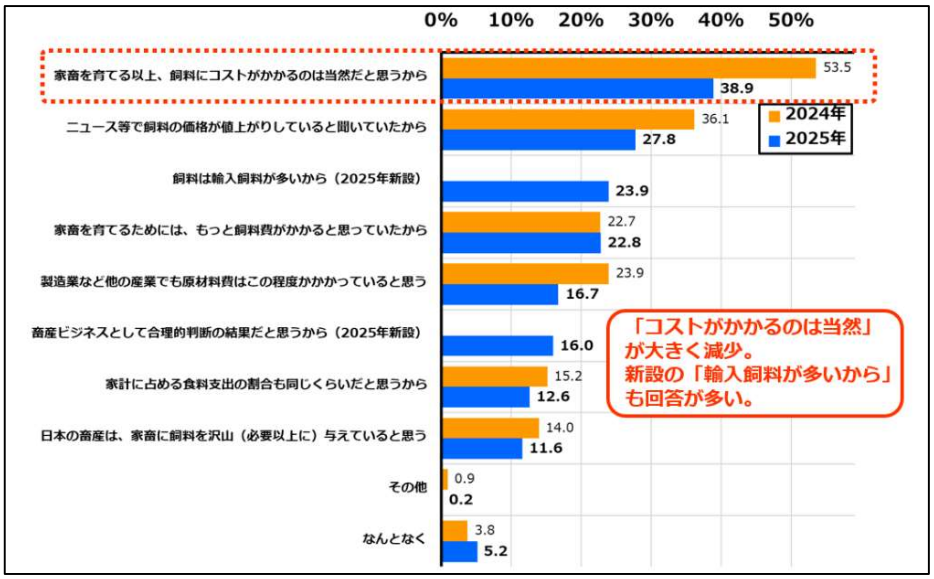
畜産物の生産にかかる飼料費(エサ代)の割合については、「高いと感じる」が 62.2%と多かったが、前年と比較すると▲9.7 ポイント減少する一方、「分からない/特に何も感じない」が 6.5 ポイント増加しており、飼料費に対する問題意識や関心が低下している可能性がある(図 3-1-2)。

図 3-1-2:畜産物の生産にかかる飼料費の割合に対する感想



畜産物の生産にかかる飼料費の割合が「妥当」・「低い」と考える理由としては、「家畜を育てる以上、飼料にコストがかかるのは当然だと思うから」が 38.9%と最多であるが、前年に比べ▲14.6 ポイント減少している(図 3-1-4)。次いで、「ニュース等で飼料の価格が値上がりしていると聞いていたから」が 27.8%で、新設の選択肢である「飼料は輸入飼料が多いから」が 23.9%と続いている。

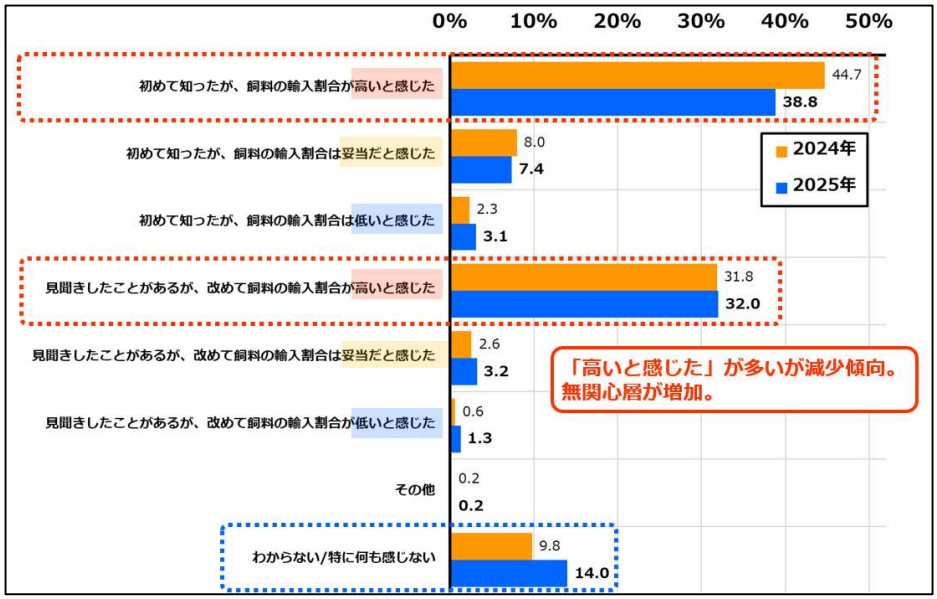
図 3-1-4:畜産物の生産にかかる飼料費の割合が妥当・低いと考える理由(複数回答)



(2)飼料の輸入割合に対する意識

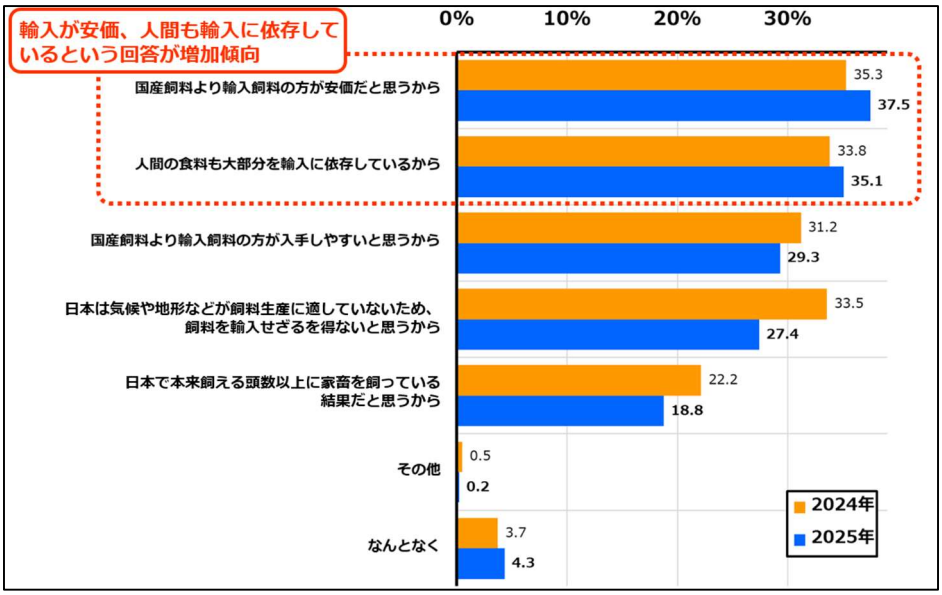
飼料の輸入割合については、「高いと感じる」が 70.8%と多かったが、前年と比較すると▲5.7 ポイント減少する一方、「分からない/特に何も感じない」が 4.2 ポイント増加しており、飼料の輸入割合に対する問題意識・関心は低下しつつあると考えられる(図 3-2-1)。

図 3-2-1:飼料の輸入割合に対する感想



飼料の輸入割合が「妥当」、「低い」と考える理由としては、「国産飼料より輸入飼料の方が安価だと思うから」(37.5%)、「人間の食料も大部分を輸入に依存しているから」(35.1%)が上位となっており、前年に比べて増加している(図 3-2-3)。価格メリットを考えると、輸入飼料に頼ることは仕方ないと考える傾向が強まっていると思われる。

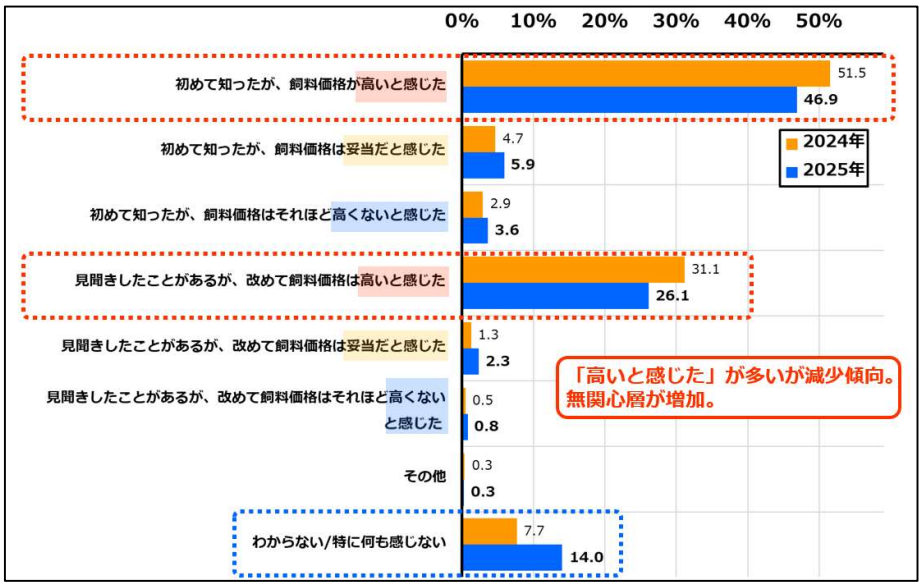
図 3-2-3:現在の飼料の輸入割合が妥当・低いと考える理由(複数回答)



(3)飼料価格の動向に対する意識

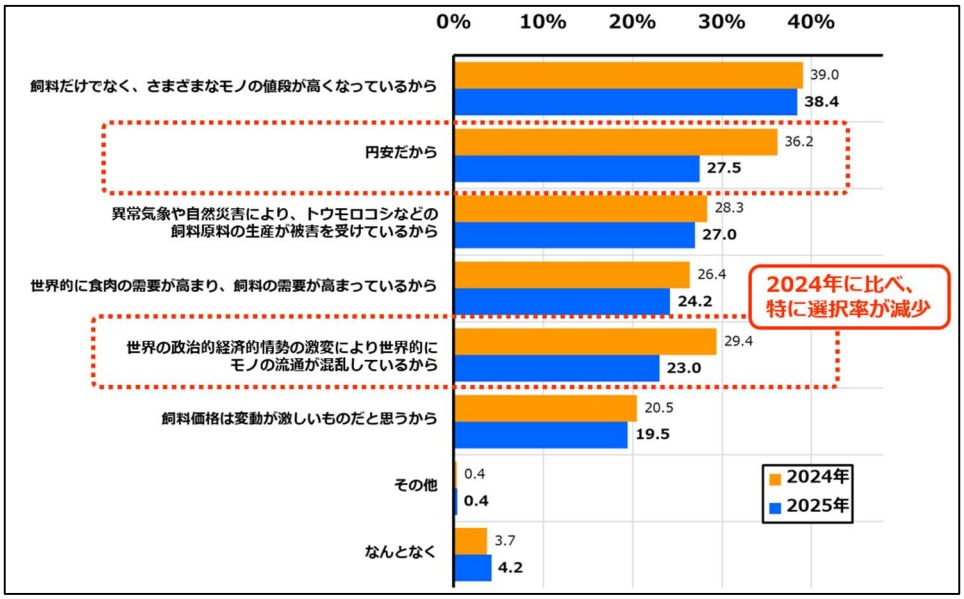
飼料価格の動向については、「高いと感じる」が 73.0%と多かったが、前年と比較すると▲9.6 ポイント減少する一方、「わからない/特に何も感じない」が 6.3 ポイント増加しており、物価上昇の長期化により慣れが生じている可能性がある(図 3-3-1)。

図 3-3-1:飼料価格の動向に対する感想



現在の飼料価格が「妥当」、「それほど高くない」と考える理由としては、「飼料だけでなく、さまざまなモノの値段が高くなっているから」が 38.4%で最多であり、続いて、「円安」が 27.5%、「異常気象・自然災害」が 27.0% となっており、外部要因が主な理由として選択されている(図 3-3-3)。前年と比較すると、「円安」などの外部要因の選択割合の減少が目立っている。

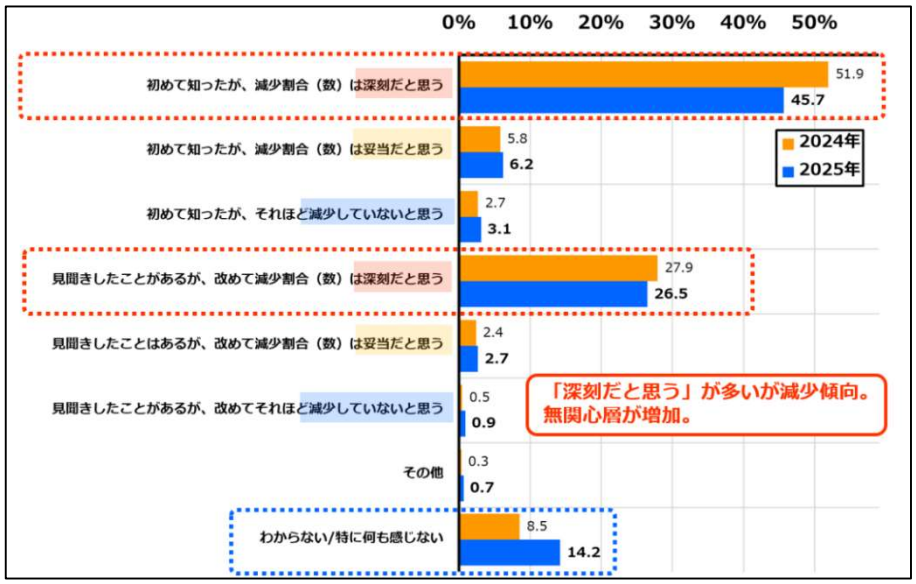
図 3-3-3:現在の飼料価格が妥当・それほど高くないと考える理由



(4)肉用牛農家の減少に対する意識

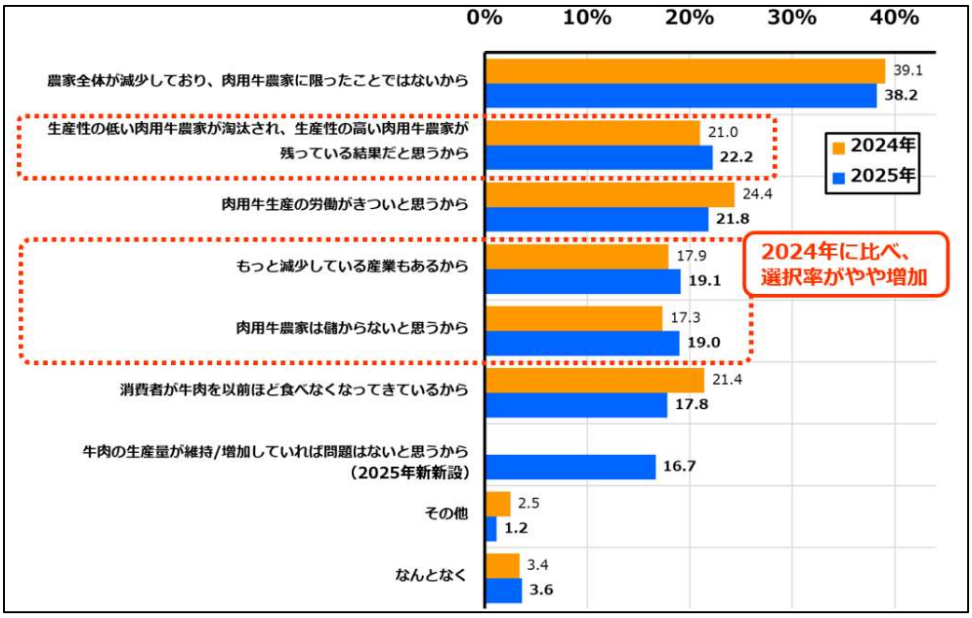
肉用牛農家の減少については、「深刻だと思う」が 72.2%と多かったが、前年と比較すると▲7.6 ポイント減少する一方、ここでも「わからない/特に何も感じない」が 5.7 ポイント増加しており、問題の長期化などにより慣れが生じている可能性がある(図 3-4-1)。

図 3-4-1:肉用牛農家が減少していることに対する感想



肉用牛農家の減少が「妥当」、「それほど減少していない」と考える理由としては、「農家全体が減少しており、肉用牛農家に限ったことではないから」が 38.2%で最多となっており、肉用牛農家の減少を農業全体の問題としてとらえていることが分かる(図 3-4-3)。前年と比較すると、「生産性の低い農家が淘汰されている結果」、「もっと減少している産業もある」、「肉用牛は儲からない」が微増している。

図 3-4-3:肉用牛農家の減少が妥当・それほど減少していないと考える理由



(5)畜産業の現状に対する意識

畜産業の現状に関する各項目(「生産にかかる飼料費の割合」、「飼料の輸入割合」、「飼料価格の高騰」、「肉用牛農家の減少」)について、“認知”に関する部分を比較すると、飼料の輸入割合については約半数が、それ以外については過半数が「初めて知った」と回答しており、消費者の認知不足が浮き彫りになった(図 3-5-1)。

前年との差を見ると、「初めて知った」、「知っていた」はほとんどの項目で減少している一方で、「分からない/特に何も感じない」は全ての項目で増加している(図 3-5-2)。

図 3-5-1:畜産業の現状に対する認知

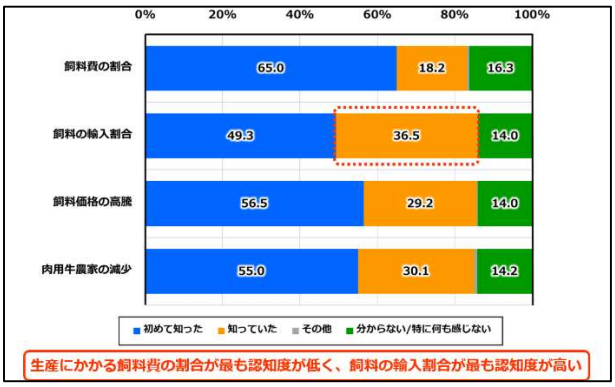
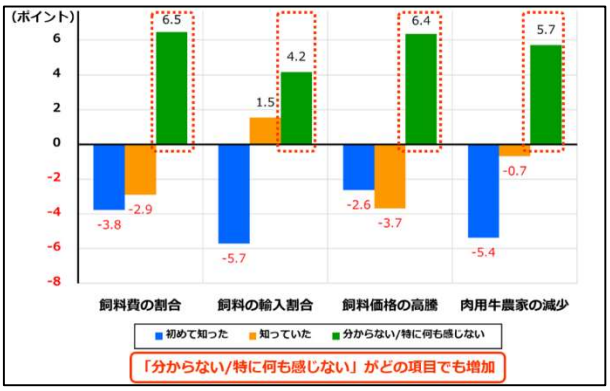


図 3-5-2:【前年差】畜産業の現状に対する認知



畜産業の現状に関する各項目(「生産にかかる飼料費の割合」、「飼料の輸入割合」、「飼料価格の高騰」、「肉用牛農家の減少」)について、現状に対する”感想”を比較すると、全項目で「高い(深刻)」と考える者が大多数を占めており、これは、認知は乏しくても、現状を示されれば多くの消費者が状況を正確に捉える傾向が強いことを示している(図 3-5-3)。

全ての項目で「高い(深刻)」と考える割合が前年より減少しており、特に、「生産にかかる飼料費の割合」と「飼料の高騰」は▲9.6 ポイントも減少している(図 3-5-4)。一方、「分からない/特に何も感じない」はどの項目でも増加しており、畜産業の現状と課題に対する問題意識の低下を示している。

図 3-5-3:畜産業の現状に対する感想

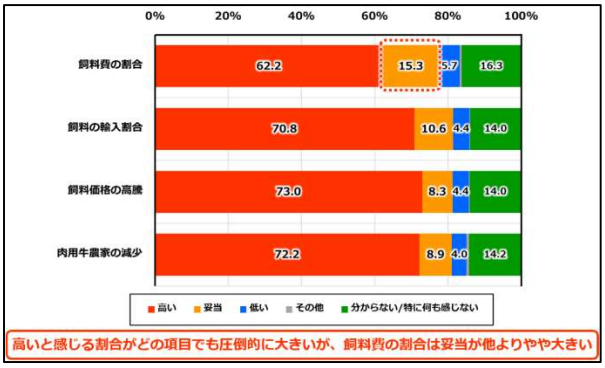
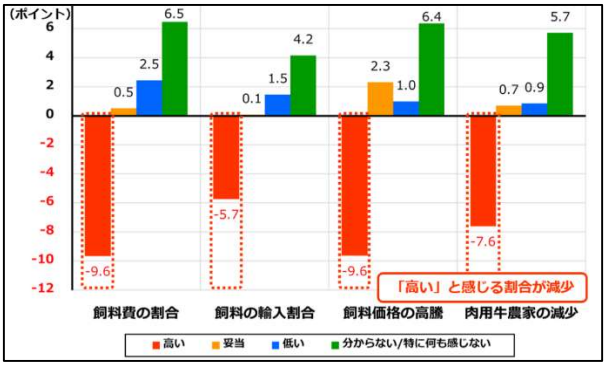


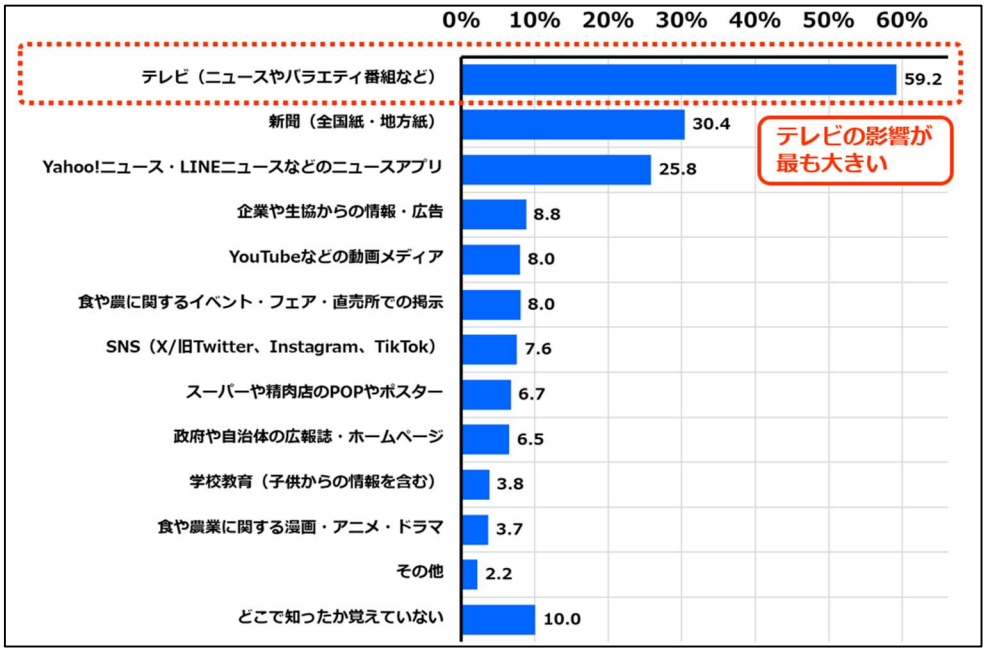
図 3-5-4:【前年差】畜産業の現状に対する感想



(6)畜産に関する情報源

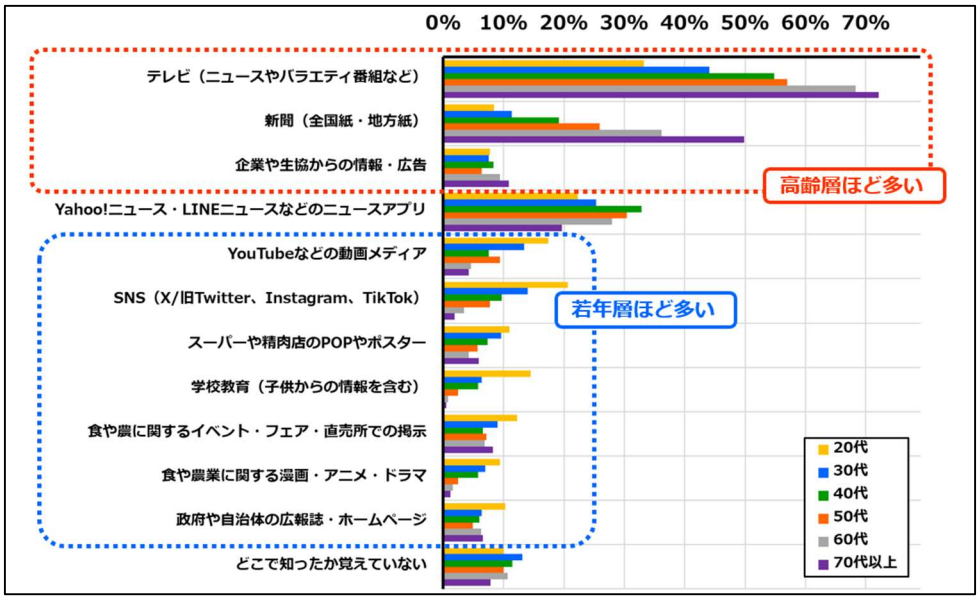
畜産に関する情報をどこで知ったかについては、「テレビ」が 59.2%と圧倒的に多く、続いて「新聞」(30.4%)、「ニュースアプリ」(25.8%)となっている(図 3-6-1)。「SNS」や「動画メディア」なども普及していると考えられるが、畜産に関する情報源としてはまだ限定的であり、一桁台にとどまっている。

図 3-6-1:畜産に関する前問までの情報源(複数回答)



年代による情報源の違いは非常に大きく、高齢層は「テレビ」や「新聞」などを利用し、若年層は「動画メディア」や「SNS」なども利用する傾向が見られ、高齢層ほど昔からある従来型の媒体を、若年層は様々な媒体を幅広く活用しているという結果となっている(図 3-6-2)。

図 3-6-2:【年代別】畜産に関する前問までの情報源(複数回答)

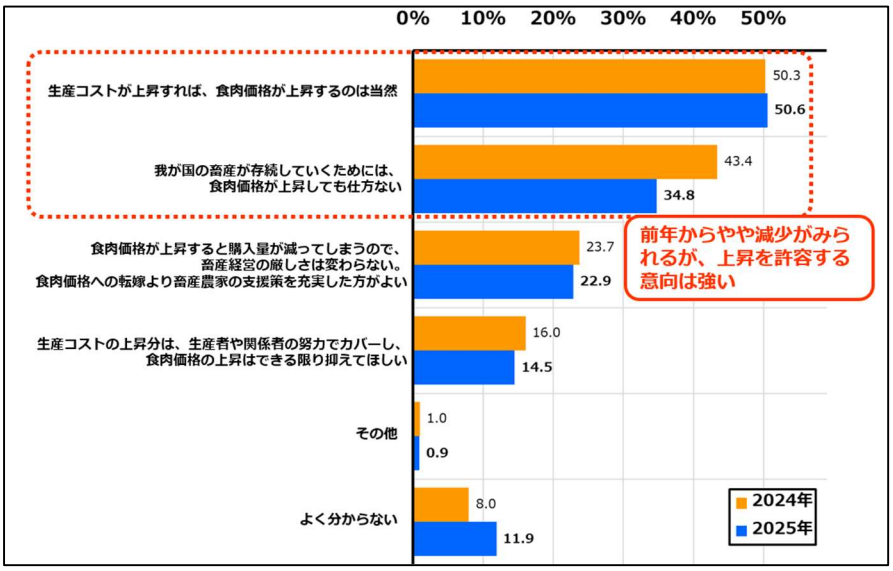


(7)生産コストの食肉価格への転嫁に関する意識

生産コスト上昇分を食肉価格に転嫁することについては、「食肉価格が上昇するのは当然」(50.6%)、「食肉価格が上昇しても仕方ない」(34.8%)と、多くの消費者が価格転嫁を許容している(図 3-7-1)。

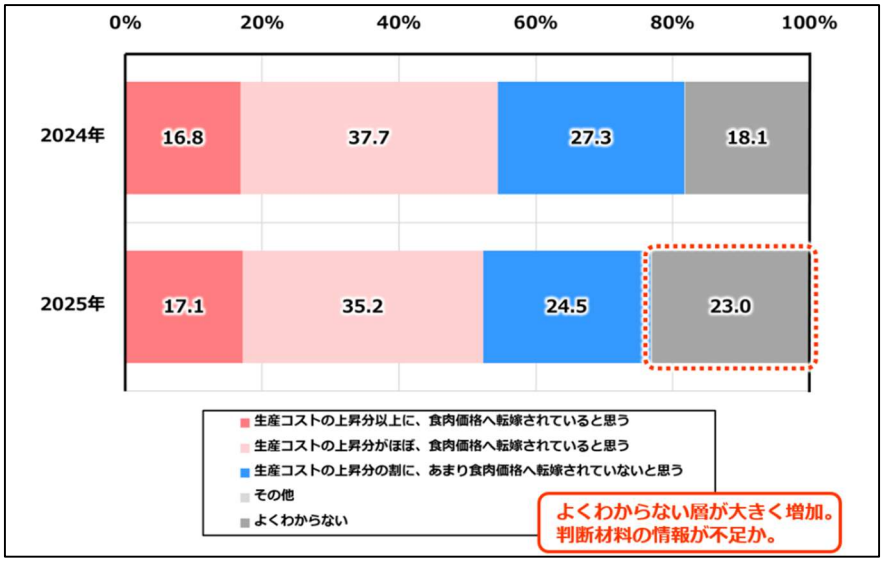
しかし、「仕方ない」は前年と比べて▲8.6 ポイント減少する一方、「よく分からない」が 3.7 ポイント増加しており、価格転嫁への許容について判断に迷う消費者が増加していることもうかがえる。

図 3-7-1:生産コスト上昇分を食肉価格に転嫁することに対する考え(複数回答)



生産コスト上昇分と食肉価格上昇の両者の関係に対する感想については、「生産コストの上昇分がほぼ、食肉価格に転嫁されていると思う」が 35.2%で最多であるが、一方で「上昇分以上に転嫁されていると思う」(17.1%)と「上昇分の割にあまり転嫁されていないと思う」(24.5%)も共存している。また、「よくわからない」も 23.0%と前年より増加しており、価格転嫁の実態が見えにくい中で明確な判断を下せない消費者が増えている(図 3-7-4)。

図 3-7-4:生産コスト上昇と食肉価格上昇の関係に対する感想



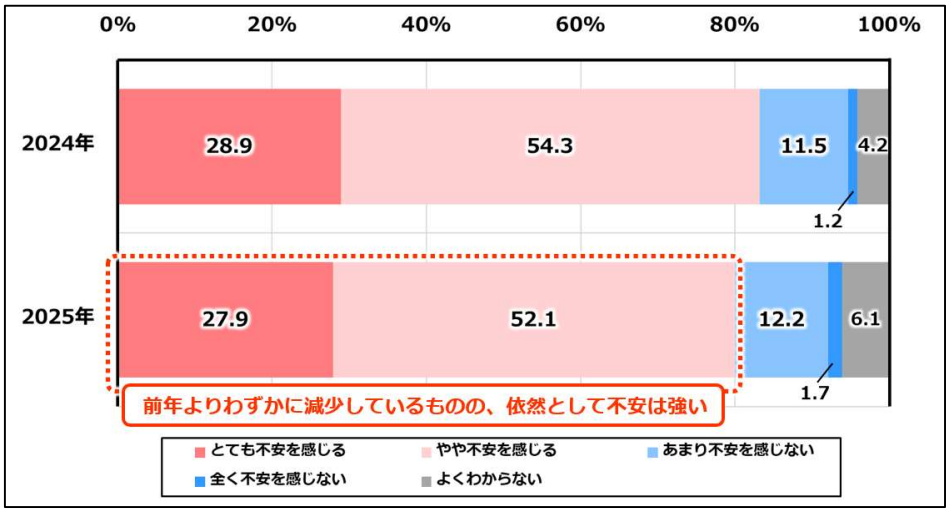
4. 食料・食肉の供給リスクに対する意識

(1)今後の食料・食肉の供給に対する意識

今後の食料・食肉の供給については、「不安を感じる」割合は 80.0%と、将来の供給に対する不安は高水準となっている(図 4-1-1)。

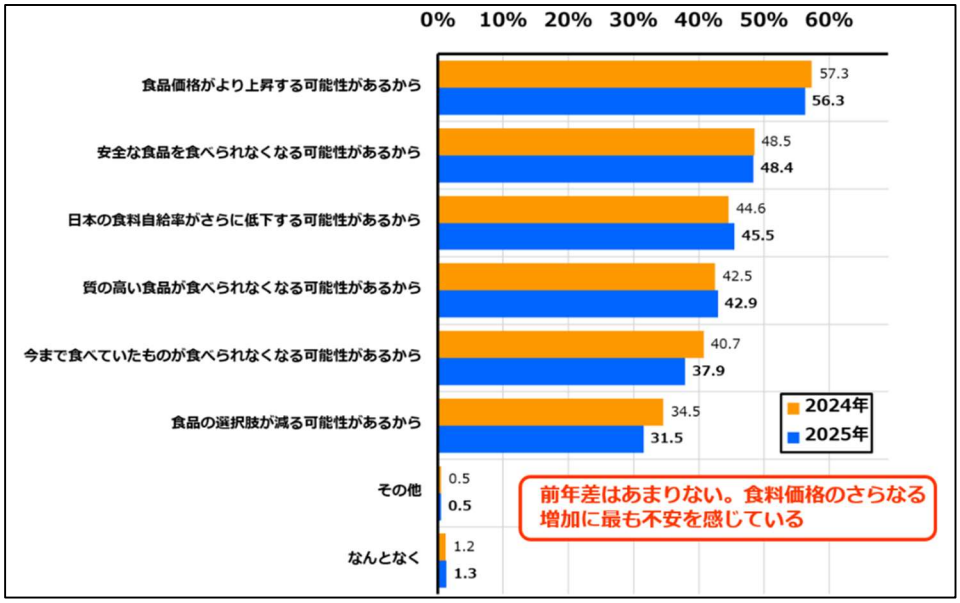
前年と比較すると、「とても不安」、「やや不安」の選択割合はいずれもわずかに低下してはいるが、依然として食料・食肉の供給についての不安感が強い状況が続いている。

図 4-1-1:今後の食料・食肉の供給についての不安



今後の食料・食肉の供給について不安を感じる理由としては、「食品価格がより上昇する可能性があるから」が 56.3%で最多であり、次いで「安全な食品を食べられなくなる」、「食料自給率がさらに低下する」が続いている(図 4-1-4)。なお、不安を感じる理由の選択割合に前年との大きな差はなく、食料・食肉の供給についての不安要因はほぼ固定化していると考えられる。

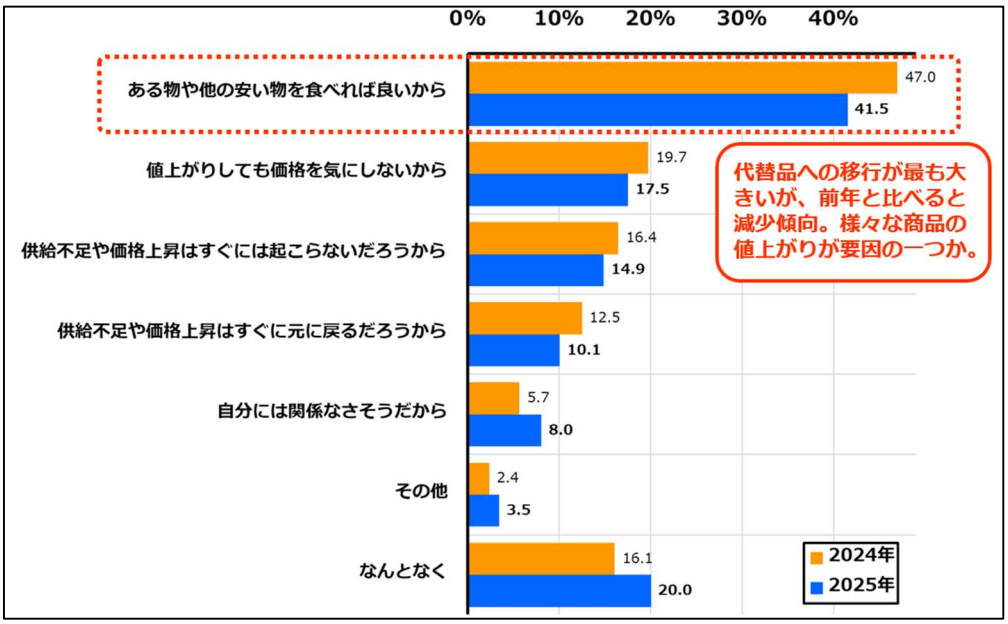
図 4-1-4:今後の食料・食肉の供給について不安を感じる理由(複数回答)



今後の食料・食肉の供給について不安を感じない理由としては、「ある物や他の安い物を食べれば良いから」が 41.5%で最多で、具体的な根拠のない「なんとなく」(20.0%)が続いている(図 4-1-7)。

前年と比べると「代替品を食べれば良い」が▲5.5 ポイント減少しているが、これは様々な食料品が値上がりしているため、代替品の選択肢も少なくなってきていることが要因の一つだと考えられる。

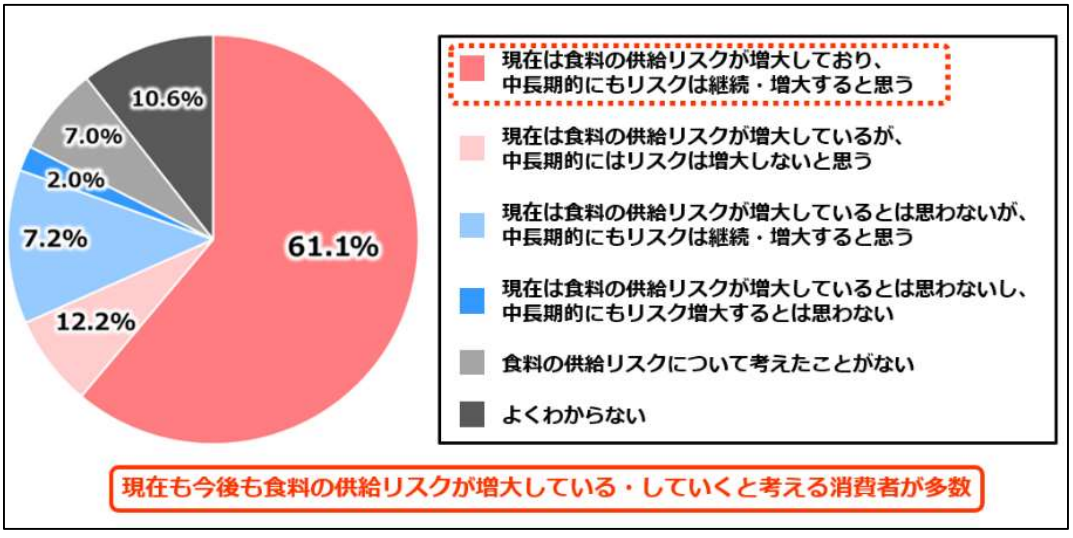
図 4-1-7:今後の食料・食肉の供給について不安を感じない理由(複数回答)



(2)世界的な食料供給リスクに対する意識

世界的な食料供給リスクについては、73.3%が現在のリスク増大を、68.2%が中長期的なリスクの継続・増大を意識しており、強い不安感を抱いていることを示している(図 4-2-1)。そのうち、61.1%は現在も、また中長期的にも食料供給リスクが継続・増大する不安を明確に感じており、供給リスクは既に始まっていて、将来も継続する問題であるという認識が強いことがうかがえる。

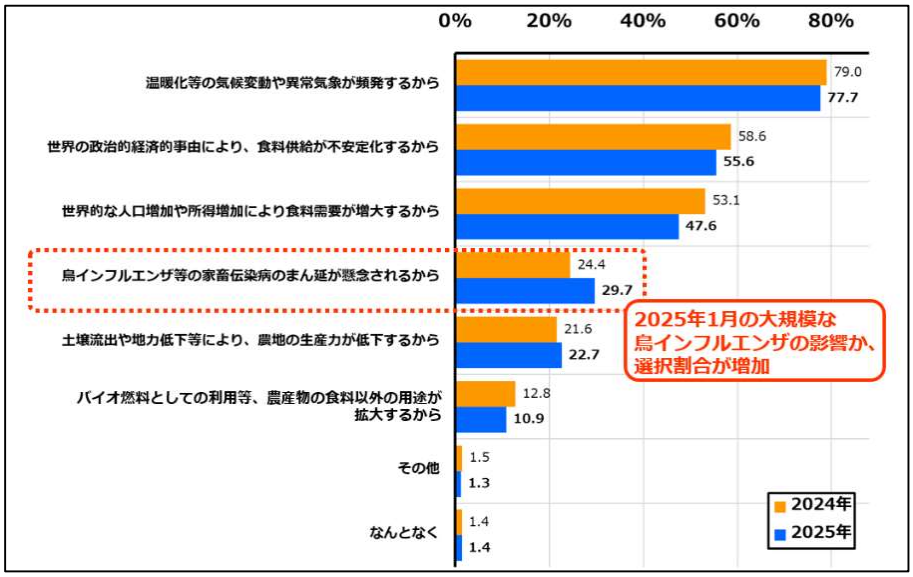
図 4-2-1:世界的な食料供給リスクに対する考え



世界的な食料の供給リスクが継続・増大すると考える理由については、「温暖化などの気候変動や異常気象が頻発するから」が 77.7%で最多であり、次いで「政治的経済的事由により供給が不安定化するから」(55.6%)となっている(図 4-2-5)。

前年と比較すると、「家畜伝染病のまん延」が増加しており、2025 年 1 月の大規模な鳥インフルエンザの拡大が回答に影響した可能性が考えられる。

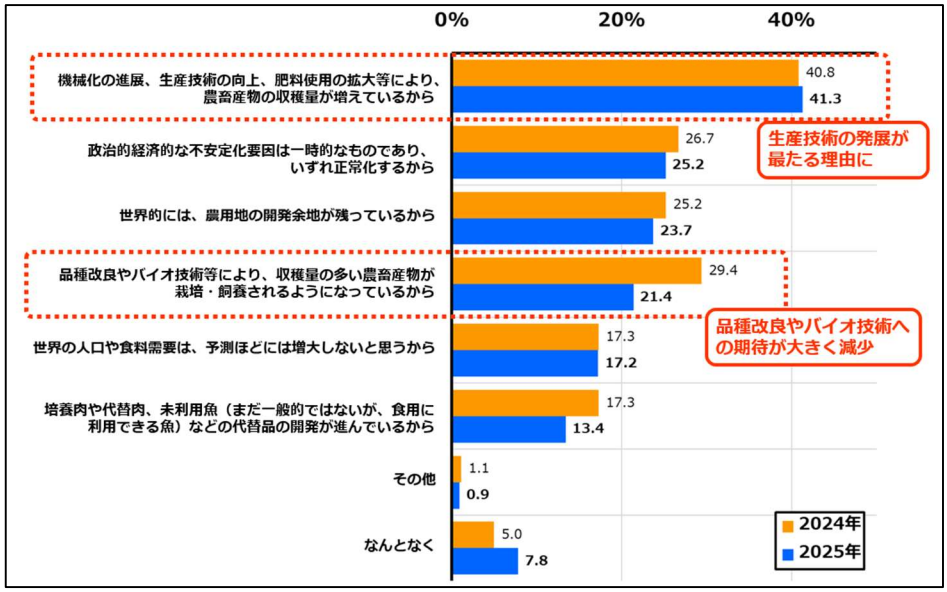
図 4-2-5:世界的な食料の供給リスクが継続・増大すると考える理由(複数回答)



世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないと考える理由については、「機械化の進展や生産技術の向上により収穫量が増えるから」が 41.3%で最多であり、生産技術の発展への期待が供給リスクに対する不安を抑制する主要な理由となっている(図 4-2-8)。

前年と比較すると、「品種改良やバイオ技術による収穫量の改善」が▲8.0 ポイント減少しており、品種改良や技術開発に関する現場の情報が行き届いていない状況がうかがえる。

図 4-2-8:世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないと考える理由(複数回答)



(3)現状を知ったことによる価格許容度の変化

畜産業の現状や食料の供給リスクについての情報を得た後に改めて価格許容度をたずねたところ、1 回目と比較して「値上げは許容できない」と回答した割合が大きく減少し、許容度が高まっている(図 4-3-1、図 4-3-2)。国産食肉・輸入食肉のいずれも「値上げは許容できない」は▲5 ポイント以上の大きな減少が見られ、また、「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」といった中程度の値上げを許容する者が増加しており、現状を理解したことで値上げを現実的な負担として受け止める姿勢に変化したと考えられる。

図 4－3－1:食肉価格の値上げの許容度(1 回目と 2 回目の比較)

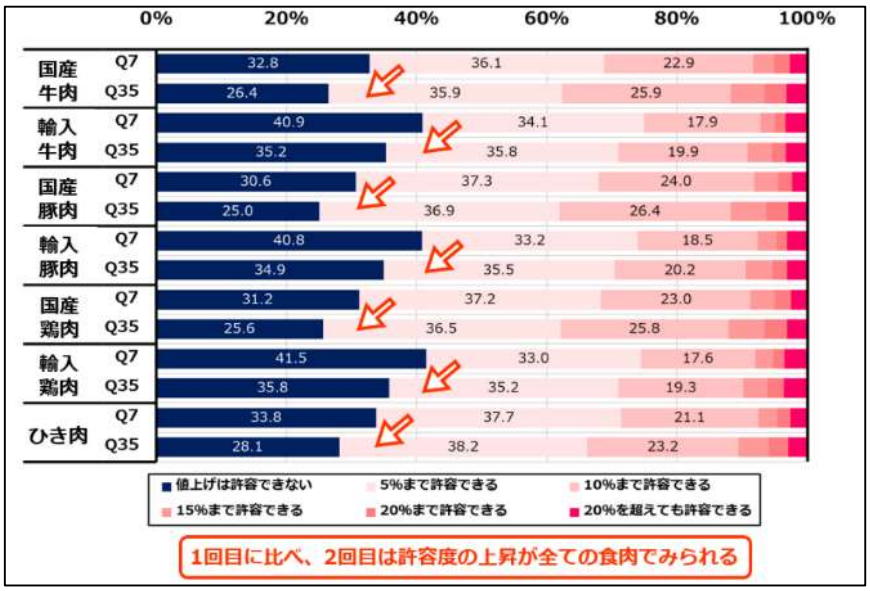
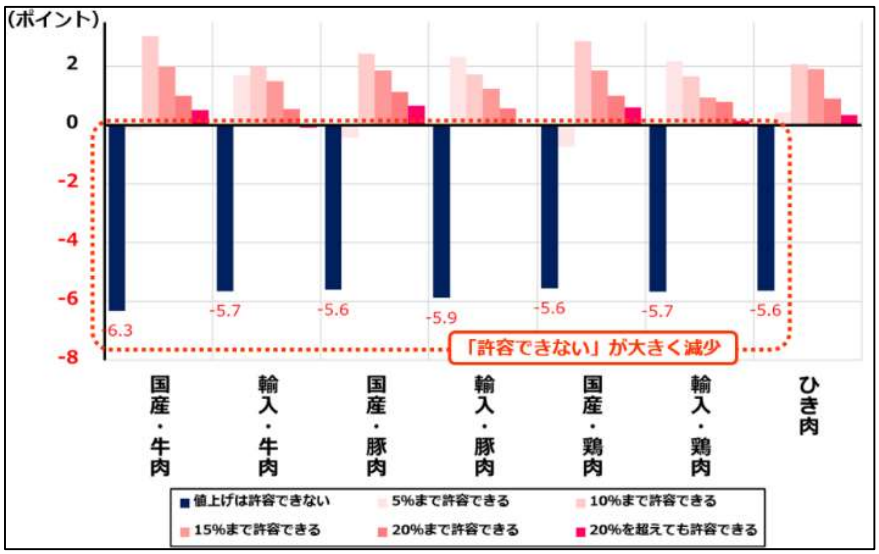


図 4-3-2:食肉価格の値上げの許容度 (1 回目と 2 回目の差)

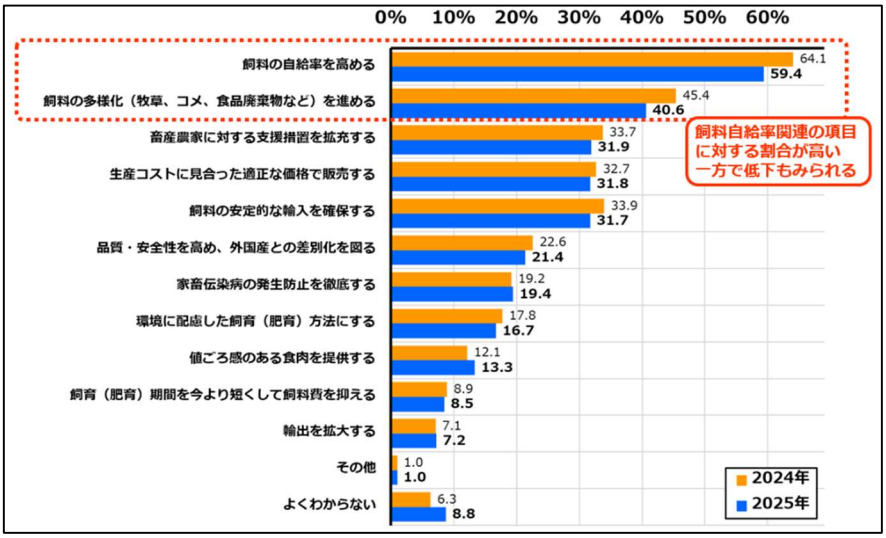


(4)今後取り組むべきことは

食肉の安定供給のために日本の畜産業にとって必要だと考えることは、「飼料の自給率を高める」が59.4%と最多で、次いで「飼料の多様化を進める」が 40.6%となっており、飼料関連の現状改善が必要だと考える消費者が多いことが分かる(図 4-4-1)。

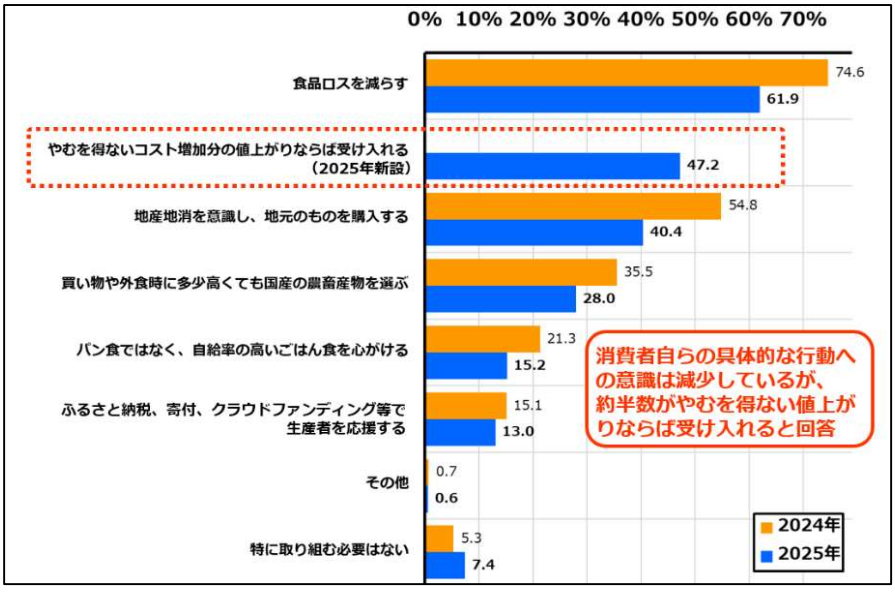
前年と比較すると、これらの飼料関連項目は▲4～5 ポイントの減少が見られ、関心がやや落ち着きつつある傾向も見られる。

図 4-4-1:食肉の安定供給のために必要だと考えること(複数回答)



また、食料・食肉の安定供給のために消費者が取り組むべきことしては、「食品ロスを減らす」が61.9%と最多であり、生活者が最も実行しやすく、受け入れられやすい行動であることが分かる(図 4-4-4)。次いで「やむを得ないコスト増加分の値上がりならば受け入れる」(47.2%)となっており、食料・食肉の安定供給のための価格負担に理解を示す消費者が半数程度いることが確認できる。

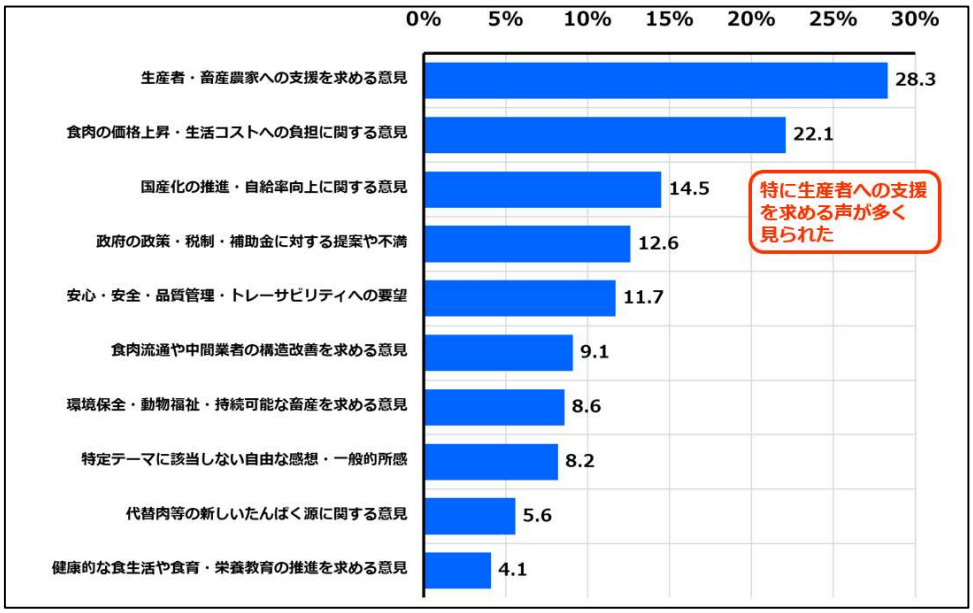
図 4-4-4:食肉の安定供給のために消費者が取り組むべきこと(複数回答)



最後に、食肉の安定的な供給について期待／希望することを自由記述で回答してもらったところ、「生産者・畜産農家への支援を求める意見」が 28.3%で最も多く、次いで、「食肉の価格上昇・生産コストへの負担に関する意見」(22.1%)、「国産化の推進・自給率向上に関する意見」(14.5%)と続いている(図 4-4-7)。

全体として、自由回答に表れた期待・希望には「生産者が報われる仕組み」と「消費者が無理なく買える価格」の両立を求める声が多く、消費者には単にコストが上がったから値上げすると説明するだけでなく、生産者を支えることが結果として私たち自身の食卓の安全・安心や安定供給につながるのだという点をしっかりと伝えていく必要があると考えられる。

図 4-4-7:食肉の安定的な供給について期待／希望すること(自由回答)



本文

1．価格上昇による食肉購入行動の変化

(1) 食品と食肉の買い物頻度

食肉の購入頻度は週 1～3 回が約 9 割を占める

- 食品の買い物は週 2～3 回が最多だが、週 1 回が増えている
- 食肉は週 1 回、週 2～3 回購入が中心で、計画的に購入
- 食肉は若年層ほど買い物頻度が高い傾向にある

SQ1　食品の買い物頻度、SQ2　食肉の買い物頻度をたずねた設問の結果が図 1-1-1 である。食品全体では「週に 2～3 回」の買い物が 49.1%で最多だが、食肉に限ると「週に 1 回」が 46.4%で最も多く、「週に 2～3 回」がこれに続く。食品全体に比べ食肉の購入頻度は少なく、週 1～3 回で全体の約 9 割を占めている。

また、前年の結果と比較したものが図 1-1-2 である。食品全体は前年に比べ「毎日」が微減、「週に 1 回」が増加しており、まとめ買いの傾向が強まっていることが分かる。一方、食肉は「毎日」、「週に 4～6 回」が増加しており、買い物頻度が増加していることが確認できる。

図 1-1-1:食品・食肉の買い物頻度

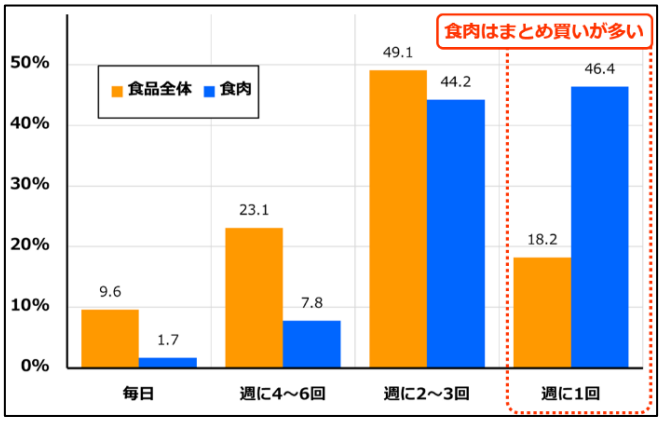
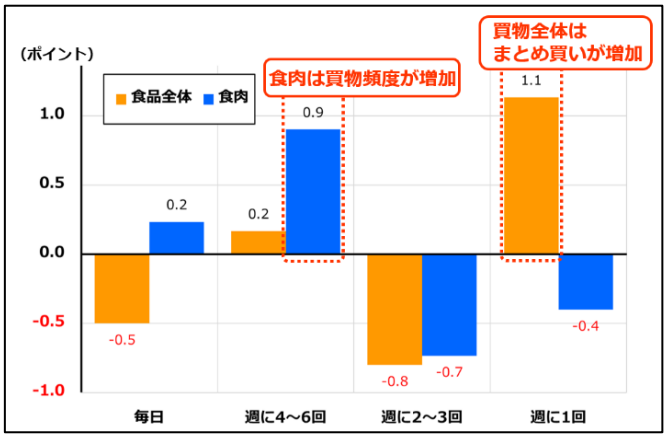
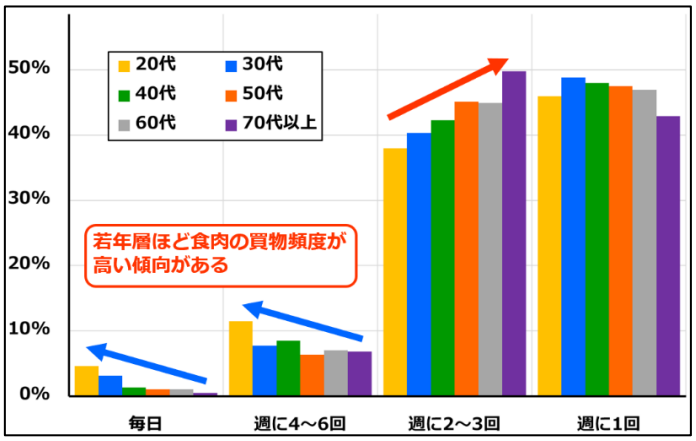


図 1-1-2:【前年差】食品・食肉の買い物頻度



食肉の購入頻度を年代別で見ると、どの年代も週に 1～3 回が大部分を占めるが、年代により傾向にやや違いが見られる（図 1-1-3）。若年層は高齢層に比べて週に 4 回以上の高頻度で買い物する割合が多く、少量をこまめに買い足していると考えられる。一方、高齢層ほど高頻度で買い物をする割合は少なく、週 1～3 回を基準に計画的に購入する傾向がみられる。

図 1-1-3:【年代別】食肉の買い物頻度



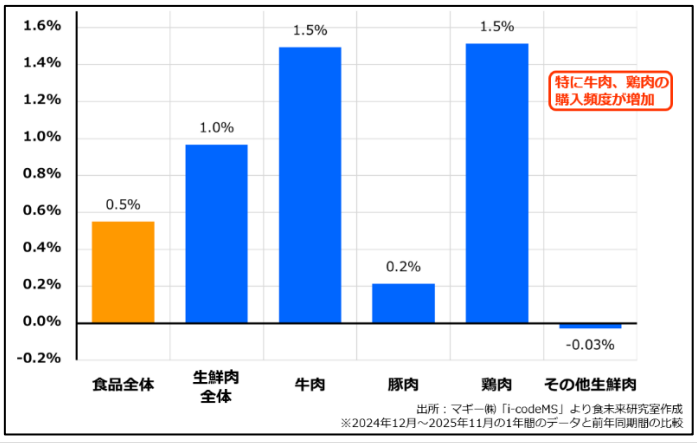
補足データ

スーパーの ID-POS データを用いて、各食肉の実際の購入頻度の変化も確認してみた。図 1-1-4 は 2024 年 12 月～2025 年 11 月の 1 年間と前年の同期間の購入頻度の変化を表したものである。これを見ると、特に牛肉と鶏肉の購入頻度が増加していることが読み取れる。

牛肉の購入頻度が増加している要因としては、日常的な食材として使われているというよりも、「特別感」を求める消費行動が影響しているのではないだろうか。すなわち、物価上昇が続く中で外食を控える意識が高まり、日常的な食事では豚肉や鶏肉を選びつつも、家庭内で少し贅沢をしたい場面では牛肉を選ぶという、メリハリのある消費行動が広がっている可能性がある。

また、鶏肉の増加要因としてまず初めに挙げられるのは、手に取りやすい価格帯だということだろう。それに加えて、使用用途の幅広さや健康志向も一因になっていると考えられる。

図 1-1-4:スーパーの食品全体と生鮮肉の購入頻度の変化



(2) 値上がりの実感と購買行動の変化

「米」は値上がり実感と購入量減の双方で最も大きく変化

- 80%超の消費者が「米」の値上がりを実感。前年より大幅に増加
- 「豚肉」、「鶏肉」は値上がり実感が高い一方で、購入量の減少は小さかった
- 単価の高い牛肉は節約対象に

（ア） Q1　1 年前と比較して値上がりを感じている食品、Q2　値上がりにより購入量を減らした食品をたずねた設問の結果が図 1-2-1 である。この設問では、該当する食品を最大 3 つまで選択してもらった。「米」は値上がり実感と購入量の減少の双方で最も割合が高く、価格の上昇が消費者の行動に反映されている代表的な食品となっている。「米」は日本人にはなくてはならない食品ではあるが、値上がり幅が許容範囲を超えてしまったため購入量の減少につながったのであろう。

食肉においては、「豚肉」と「鶏肉」がどちらも一定の値上がりを感じているものの、購入量を減らした割合は低く、普段の食事に欠かせない食品として位置づけられていることがうかがえる。豚肉と鶏肉は家庭料理での使用頻度が高く、特に鶏肉は価格が比較的安価であることから、値上がりを感じていても購入を控える動きにはつながりにくいと考えられる。それに対して単価の高い「牛肉」は、値上がり実感の割合以上に購入量が減少しており、ぜいたく品として節約の対象になりやすい傾向が見られた。

また、様々な食品が値上がりしている状況下において、「価格上昇で購入量を減らした食品はない」が 42.0%と最も選択割合が高いことも特筆すべき点である。食品は日々の生活に不可欠であるため、値上がりを感じつつも購入量は減らさない消費者も多数いることが分かる。

全体として、値上がり実感があっても購入減につながりやすい食品とそうでない食品に分かれており、食品の必需性・単価などが消費者の購買行動を左右する要因であることが読み取れる。

図 1-2-1：値上がりを感じている食品、購入量を減らした食品（複数回答・3 つまで）

順位	値上がりを感じている食品	選択率
1	米	85.7%
2	野菜	36.9%
3	鶏卵	30.6%
4	果物	17.1%
5	パン	16.1%
6	乳製品	14.7%
7	豚肉	11.8%
8	食用油	10.4%
9	牛乳	10.2%
10	牛肉	9.8%
11	魚介類	8.8%
12	鶏肉	6.4%
13	麺類	6.0%
14	惣菜・冷凍食品	6.0%
15	特になし	1.6%
16	その他	1.3%

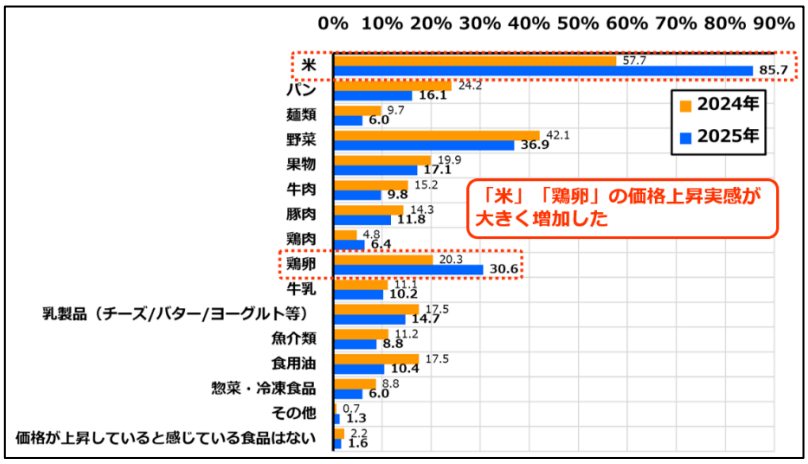
順位	購入量を減らした食品	選択率
1	特になし	42.0%
2	米	28.9%
3	果物	14.3%
4	牛肉	12.1%
5	乳製品	9.3%
6	野菜	8.3%
7	パン	7.9%
8	鶏卵	7.8%
9	惣菜・冷凍食品	6.8%
10	魚介類	6.6%
11	豚肉	5.3%
12	食用油	4.4%
13	麺類	3.3%
14	牛乳	3.0%
15	鶏肉	2.3%
16	その他	0.6%

「豚肉」や「鶏肉」は値上がりを感じても購入量はあまり減らされていない。逆に、単価の高い「牛肉」は節約対象に。

（イ） Q1　1 年前と比較して値上がりを感じている食品について前年と比較した結果が図 1-2-2 である。前年も最も選択されていた「米」だが、今回は 28.0 ポイントも増加し、圧倒的 1 位となった。テレビなどの報道でも米の高騰については多く取り上げられており、購入機会が多いだけではなく情報を目にする機会が多かったことも選択割合の増加につながったと思われる。また、「鶏卵」も前年から 10.3 ポイントと大きく増加した食品の一つである。鶏卵は家庭で使用される頻度が高く、家計に直結しやすい食品であるため、値上がりを実感しやすかったと考えられる。

食肉に関しては、「牛肉」と「豚肉」が微減、「鶏肉」が微増という結果となっており、米や鶏卵ほどの大きな変化は見られなかった。

図 1-2-2：値上がりを感じている食品（複数回答・3 つまで）

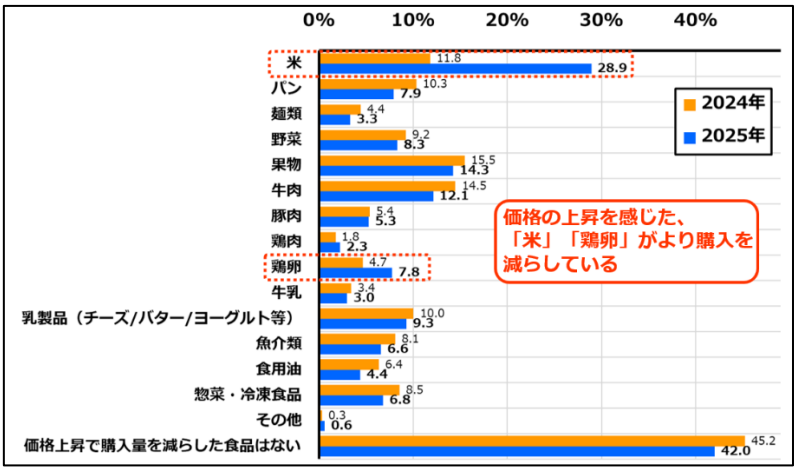


（ウ）Q2　値上がりにより購入量を減らした食品について前年と比較を行った結果が図 1-2-3 である。上記（イ）と同様に、「米」と「鶏卵」において大きな変化が見られ、購入量を減らした割合が最も高い「米」は前年に比べ 17.1 ポイント、「鶏卵」においては 3.1 ポイントの増加となっている。

食肉においても（イ）で見られた変化と類似しており、「牛肉」が微減、「豚肉」は横ばい、「鶏肉」は微増という結果となった。

また、「価格上昇で購入量を減らした食品はない」は最も選択割合が高いものの、継続する物価高の影響か、前年より▲3.2 ポイントの減少となっている。

図 1-2-3：値上がりにより購入量を減らした食品（複数回答・3 つまで）



補足データ

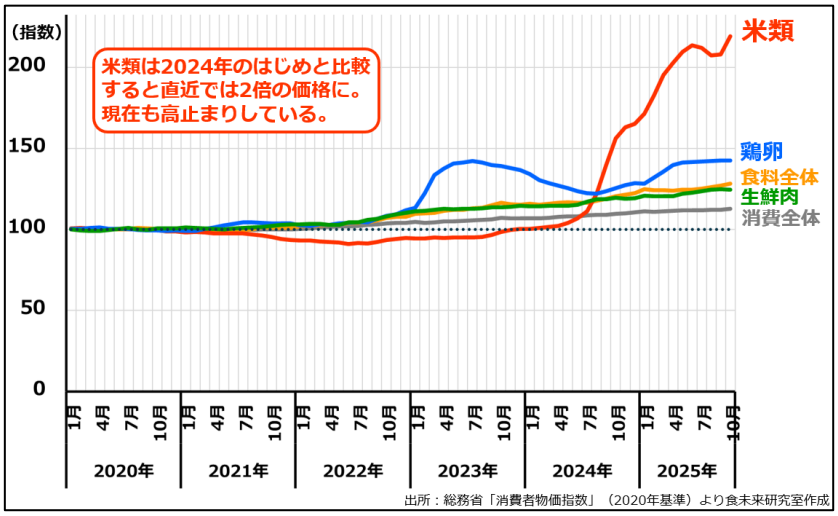
本調査では、消費者は前年に比べて特に米や鶏卵の値上がりを強く感じており、その購入量を減らしているという結果になっていたが、実際の価格変動はどうなっているのだろうか。図 1-2-4 は総務省の「消費者物価指数(2020 年基準)」において、米類や鶏卵、生鮮肉の動向をみたものである。

米類は他の食品と比べて価格上昇幅が大きく、消費者の実感通りだと言えるだろう。米は購入頻度自体は高くないものの、主食として日常的に消費され、1 回の購入金額も大きいため、価格上昇が家計への負担として認識されやすく、購入量の減少につながっていると考えられる。

鶏卵は米類ほどではないが、時期によって変動はあるものの、2020 年比で食料全体以上に価格が上昇している。鶏卵は日常的に購入される食材であることから、値上がりが消費者の家計負担感を一層高め、値上がり実感と購入量減少の選択割合が大きく増加したと思われる。

また、生鮮肉は、食料全体とほぼ同様の価格上昇が見られる。Q1 では米や鶏肉に比べて選択された割合は少なかったが、食品全体の価格が上昇している結果、飛び抜けて大きな価格上昇の見られない生鮮肉は値上がり実感が湧きにくかったのかもしれない。

図 1-2-4:米類、鶏卵、生鮮肉の消費者物価指数の変化



(3) 食肉の購入状況

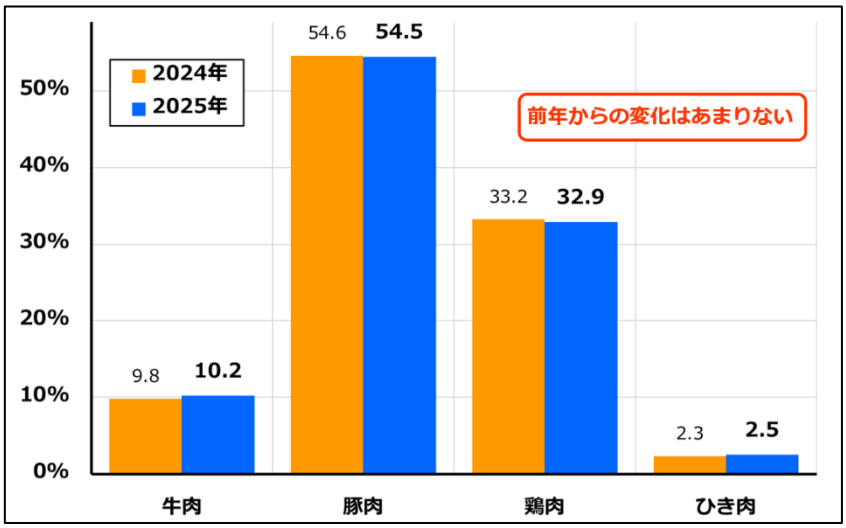
購入量が最も多い食肉は豚肉で、全世代・地域で安定した支持

- 購入量が多い食肉は、豚肉⇒鶏肉⇒牛肉⇒ひき肉の順
- 「牛肉を最も購入する」は1割前後と少ないが、前年よりわずかに増加
- 豚肉は東高西低、牛肉、鶏肉は西高東低の傾向だが、地域差は縮小傾向

Q3　普段、購入する量が最も多い食肉をたずねた設問の結果が図 1-3-1 である。前年からの変化はほとんど無く、普段、最も購入する食肉の選択割合は「豚肉」が 54.5%と最も高く、次いで「鶏肉」が 32.9%、「牛肉」が 10.2%と続き、最も選択割合が低いのは「ひき肉」で 2.5%となっている。

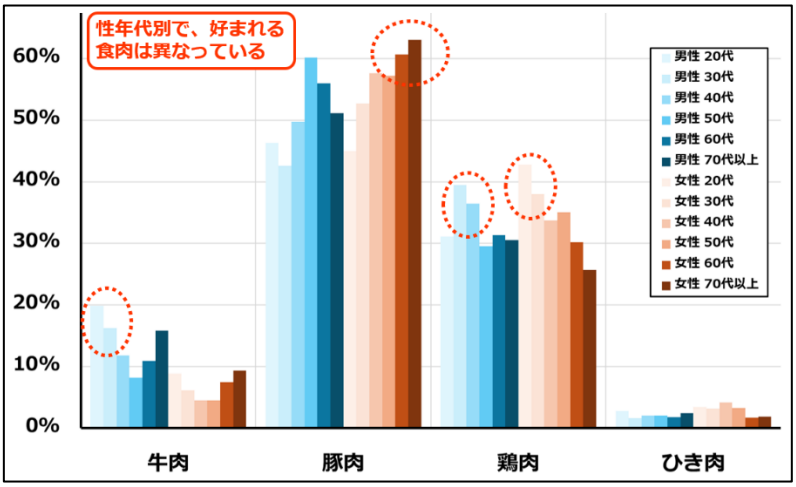
豚肉が最も購入されるのは、価格が比較的安定している上、和洋中を問わず様々なメニューに使用できるという汎用性の高さなどが要因であろう。豚肉に次いで選択割合が高い鶏肉は、豚肉以上に安価であり、また、近年では健康需要による支持も高いことが要因と考えられる。豚肉や鶏肉に比べて牛肉の選択割合が低いのは、やはり節約志向が強まる中で、単価が高いことが影響していると考えられる。しかし、その選択割合は前年よりわずかに増加している。

図 1-3-1:購入する量が最も多い食肉



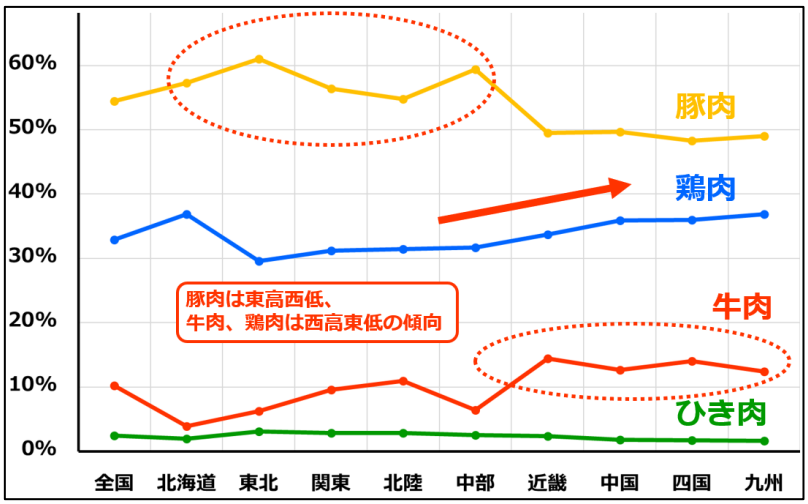
性・年代別での傾向を見たのが図 1-3-2 である。豚肉は男性・女性ともに全年代で最も選択割合が高くなっており、特に 60 代以上の女性で支持されている。家庭での調理機会が多い高齢女性では、使い勝手の良い豚肉を選びやすい傾向があるようだ。次に選択割合の高い鶏肉は、特に若年層での支持が強い。価格の手頃さや調理のしやすさ、健康志向を満たすことが支持されていると考えられる。そして、牛肉は若年男性で選択割合が高い傾向が見られ、満足感が高いことや調理がシンプルなことがその要因として挙げられる。全ての性・年代を通じて豚肉が最も購入量の多い食肉でありつつも、性別や年代によって食肉の選択に特徴が見られることが分かる。

図 1-3-2:【性・年代別】購入する量が最も多い食肉



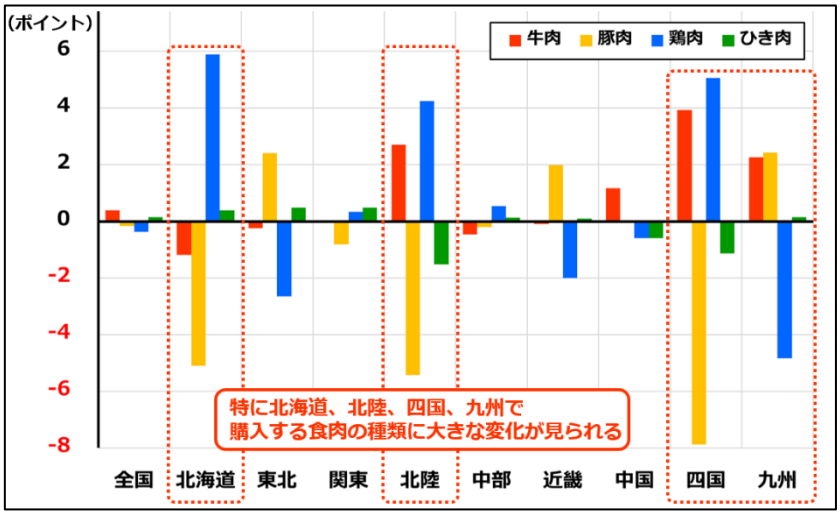
地域によっても購入量の多い食肉に違いが見られた(図 1-3-3)。豚肉が最も選択割合が高い点は変わらないが、選択割合が最も高い東北と最も低い四国では 10 ポイント以上の差が生じており、全体的に東高西低の傾向が見られる。鶏肉は逆に西高東低の傾向が見られ、特に鶏肉文化のある九州では選択割合が高くなっている。そして、牛肉も西高東低の傾向だが、やはり牛肉文化の根強い近畿地方での選択割合が最も高くなっている。家計調査により各食肉の購入量の動向を見ると、以前と比べて地域差は縮まりつつあるものの、地域の文化や食習慣の違いにより、依然として各食肉の購入状況には差があるようだ。

図 1-3-3:【地域別】購入する量が最も多い食肉



地域別の食肉の購入状況について前年と比較すると、特に北海道、北陸、四国、九州で変化が見られた（図 1-3-4）。まず、北海道では鶏肉の増加と豚肉の減少が見られる。元々豚肉の比重が高い地域であるが、価格変動や家計意識の高まりを背景に、より安価な鶏肉へとシフトする動きが表れたと考えられる。北陸と四国は類似した動きとなっており、牛肉と鶏肉が増加し、豚肉が減少している。また、九州では牛肉と豚肉が増加し、鶏肉が減少している。九州は他の地域と比べて鶏肉の消費が多い傾向があるが、日常的に消費されてきた鶏肉から、牛肉や豚肉へと選択が広がっている。

図 1-3-4:【前年差】【地域別】購入する量が最も多い食肉



補足データ

図 1-3-3 において、食肉の購入量の地域差は縮まりつつあると述べたが、総務省の「家計調査」で実際の動向を確認してみたいと思う。

図 1-3-5 と図 1-3-6 は、牛肉および豚肉の地域別の支出金額について、2000 年から 2024 年の変化を示したものである。グラフから支出金額の地域差が縮まったことが読み取れるが、ここでは地域ごとの「ばらつき」の程度を見るために、統計的な指標である標準偏差の算出を行った。標準偏差は値が大きいほど地域差が大きく、小さいほど差が少ないことを意味する。

まず、牛肉の支出金額については、標準偏差は 2000 年が 2,770 円であったのに対し、2024 年は 1,346 円と大幅に減少しており、かつては近畿地方を中心とした西日本と東日本とには大きな開きがあったが、現在はその差が縮小していることが分かる。同様に、豚肉についても標準偏差は 2,656 円から 2,019 円へと減少しており、いずれの食肉も支出状況が平準化傾向にあることがデータから裏付けられた。

こうした地域差の縮小は、物流の発達による全国的な流通の均一化に加え、食の多様化や外食チェーンの普及に伴う嗜好の変化などが背景にあると考えられる。

図 1-3-5：地域別の牛肉の支出金額の変化

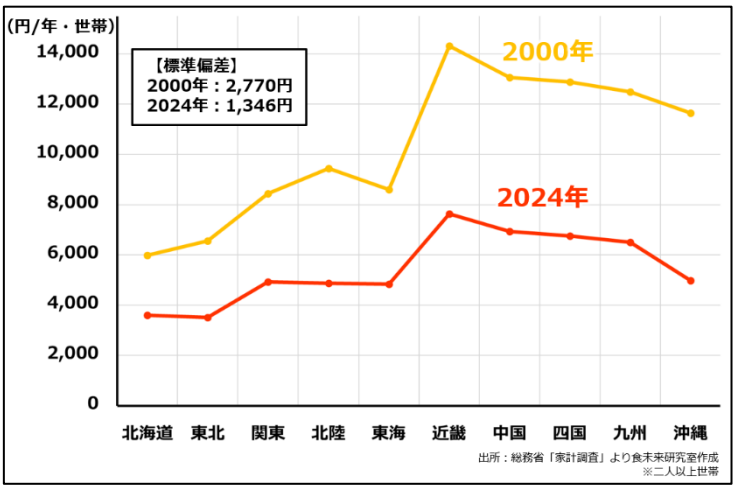
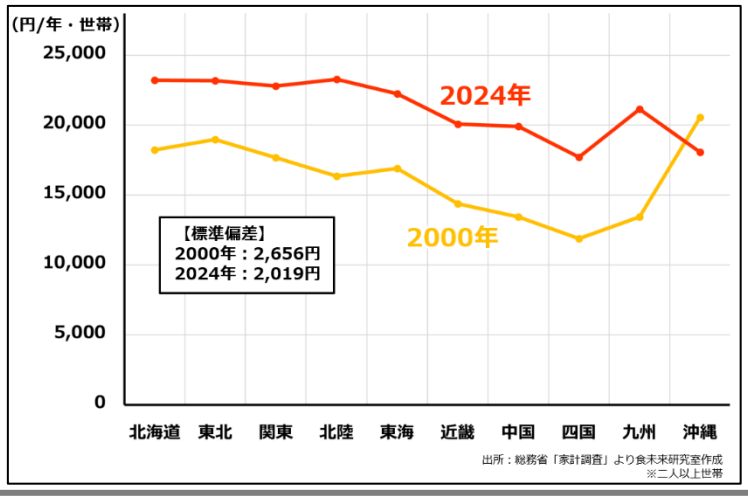


図 1-3-6：地域別の豚肉の支出金額の変化



(4) 各食肉を購入する理由

国産食肉は「美味しさ」、輸入食肉は「価格」で選択される

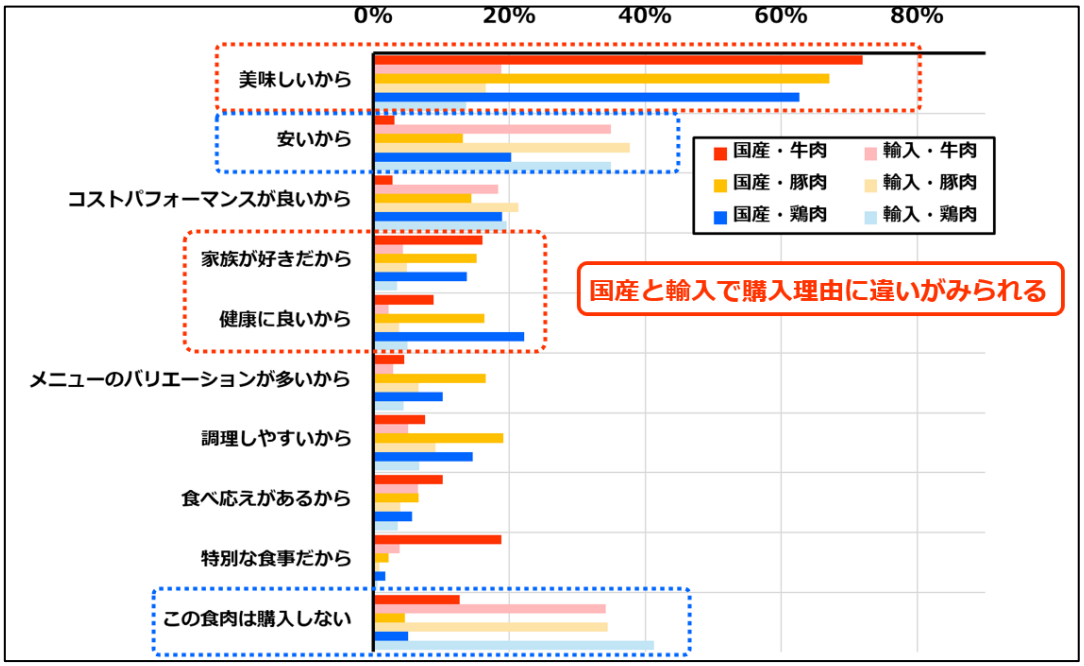
- 国産牛肉は「美味しいから」が 72.0%と突出
- 輸入食肉は「価格」が最大の理由の反面、購入しない割合も大きい
- 国産鶏肉は「健康」も強い購入理由

Q4　各食肉を購入する理由についてたずねた設問の結果が図 1-4-1 である。この結果を見ると、特に国産・輸入の別により購入理由に違いが見られることが分かる。国産食肉を購入する理由として最も選ばれているのは「美味しいから」となっており、どの食肉も 60%を超えている。その他には、「家族が好きだから」、「健康に良いから」といった理由が国産食肉において選択割合が高い傾向である。一方、輸入食肉については「安いから」が最も選択割合の高い理由となっており、価格重視の消費者に選ばれている。また、「この食肉は購入しない」を選択する割合も高くなっており、一定数の消費者は輸入食肉を避けている現状も確認できる。

また、食肉によって特徴が見られるのは、「安いから」、「コストパフォーマンスが良いから」という価格的な理由である。輸入食肉では食肉による差はあまり見られないが、国産食肉では鶏肉の選択割合が高く、牛肉は圧倒的に低くなっている。逆に、国産牛肉は「特別な食事だから」という理由が突出している。

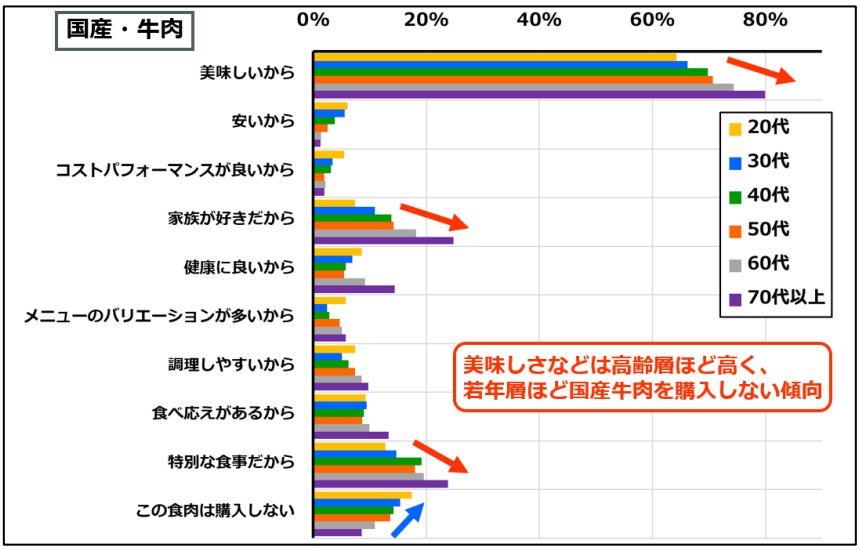
このように、国産・輸入の別や食肉によって購入する理由は異なっており、消費者は味・価格・用途といった様々な基準を使い分けながら食肉を選択している。

図 1-4-1：各食肉の購入理由（複数回答）



国産牛肉について年代別の購入理由を見たものが図 1-4-2 である。全年代で最も選択されている理由は「美味しいから」であり、高齢層ほどその傾向は強くなっている。加えて、高齢層では「家族が好きだから」や「特別な食事だから」といった理由も高い傾向にある。一方、価格の高さからか、若年層ほど「この食肉は購入しない」という理由の選択割合が高い傾向が見られる。

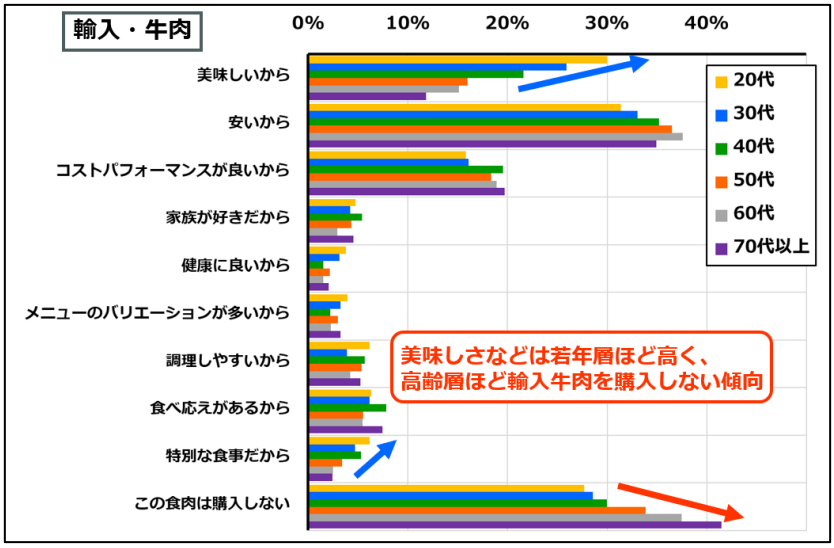
図 1-4-2:【年代別】国産牛肉の購入理由（複数回答）



輸入牛肉について年代別の購入理由を見たものが図 1-4-3 である。全年代で最も選択されている理由は「安いから」であり、価格を理由に購入する消費者が多いことが分かる。また、上記の国産牛肉とは反対に、「美味しいから」という理由は若年層ほど選択割合が高い傾向が見られ、20 代では 70 代以上に比べ 2 倍以上の選択割合となっている。加えて、「この食肉は購入しない」という理由も、国産牛肉とは逆に、高齢層で選択割合が高くなっている。

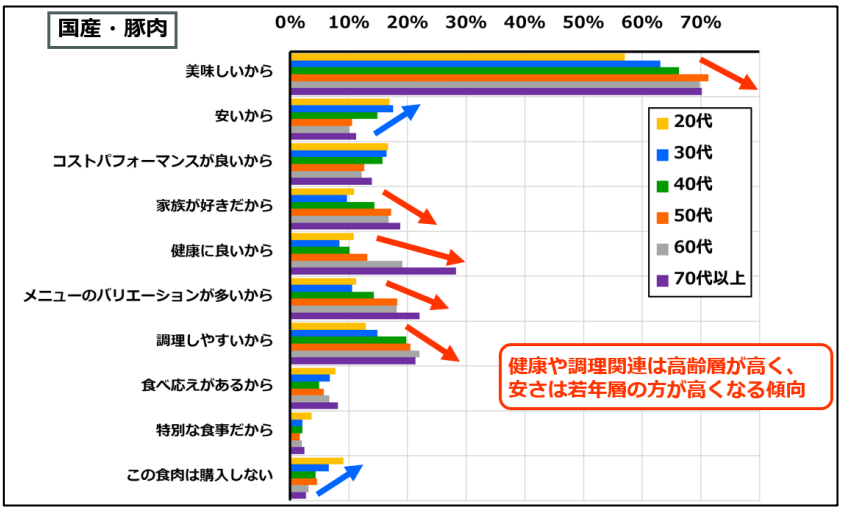
牛肉の購入については、国産・輸入の違いにより、また、年代によって大きく意識が異なることを示している。

図 1-4-3:【年代別】輸入牛肉の購入理由（複数回答）



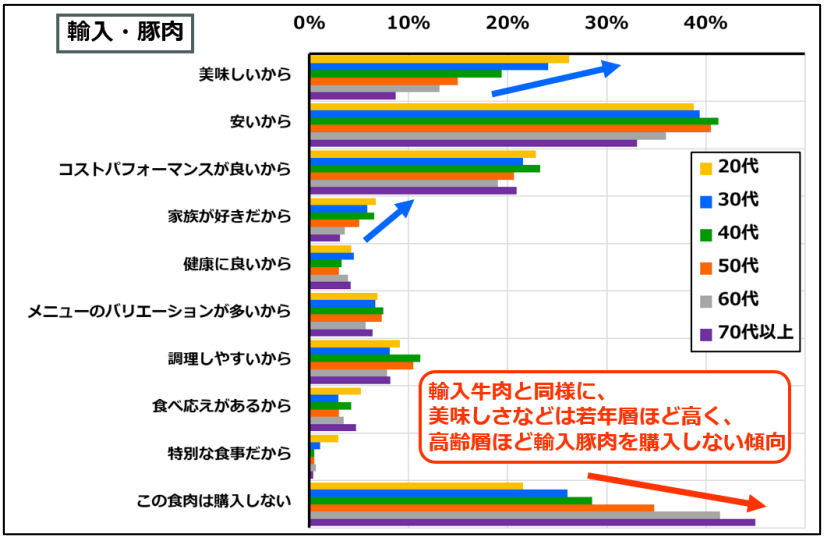
国産豚肉について年代別の購入理由を見たものが図 1-4-4 である。国産牛肉と同様、「美味しいから」が全年代で最も高い支持を獲得している。この理由は高齢層ほど選択割合が高くなっているが、他にも「家族が好きだから」、「健康に良いから」、「メニューのバリエーションが多いから」、「調理しやすいから」も高齢層ほど選択割合が高くなる傾向があり、高齢層は国産豚肉を美味しさや調理面など様々な理由で選択していることが分かる。一方、「安いから」という理由は若年層ほど選択割合が高い傾向となっている。

図 1-4-4:【年代別】国産豚肉の購入理由（複数回答）



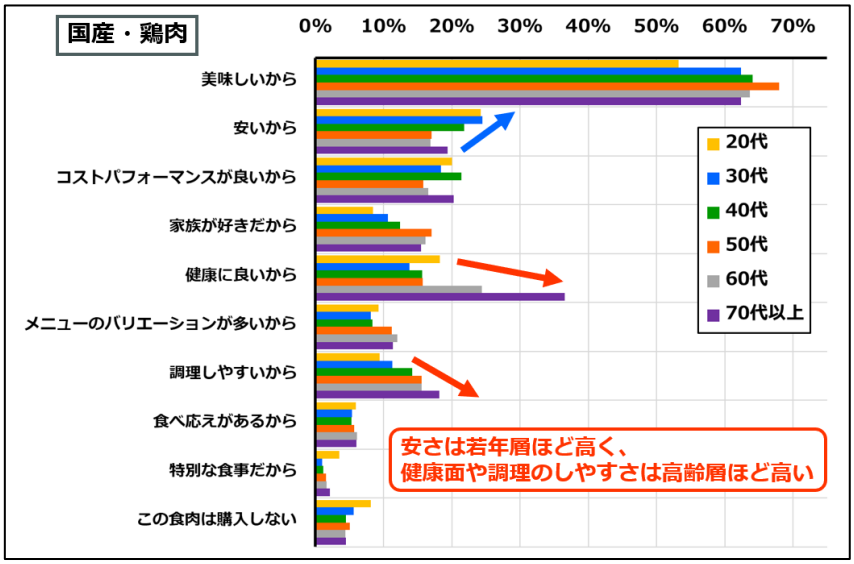
輸入豚肉について年代別の購入理由を見たものが図 1-4-5 である。輸入牛肉と同様に、「安いから」がどの年代でも最も選択されている。特に若年層や 40～50 代の子育て世代で選択割合が高く、量を確保しつつ価格を抑えたい場面で利用されていると考えられる。年代差が特に見られたのは「美味しいから」と「この食肉は購入しない」という理由である。牛肉においても同様の結果が見られたが、若年層では輸入豚肉の味に対しての評価が高く、一方、高齢層では輸入豚肉に対して抵抗がある層も一定数存在することが確認できる。

図 1-4-5:【年代別】輸入豚肉の購入理由（複数回答）



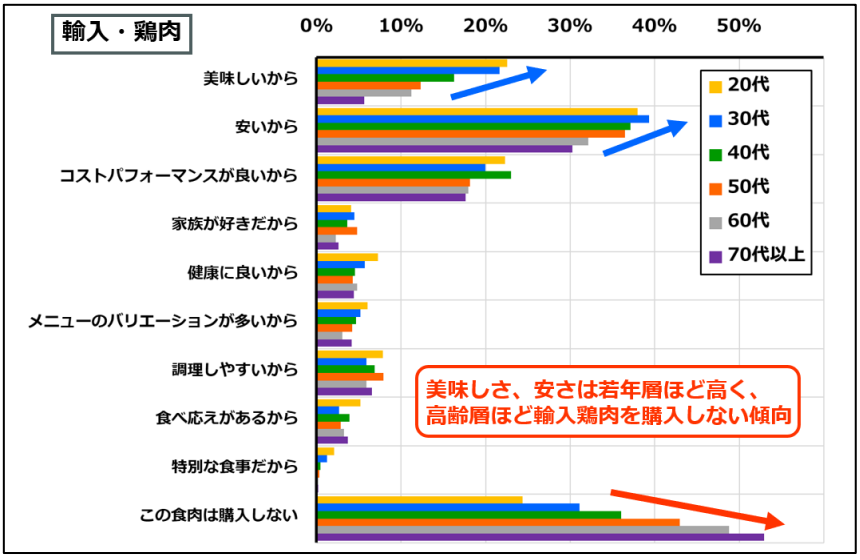
国産鶏肉について年代別の購入理由を見たものが図 1-4-6 である。「美味しいから」がどの年代でも最も選択されているのは他の国産食肉と同様だが、「健康に良いから」という理由が高齢層で他の国産食肉以上に高い選択割合となっていることが特徴的だ。また、「調理しやすいから」も高齢層ほど、「安いから」は若年層ほど選択割合が高くなる傾向が見られる。

図 1-4-6:【年代別】国産鶏肉の購入理由（複数回答）



輸入鶏肉について年代別の購入理由を見たものが図 1-4-7 である。「美味しいから」、「安いから」の味・価格の両面での理由は若年層ほど選択割合が高くなっている。また、輸入鶏肉においても、他の輸入食肉同様、高齢層ほど「この食肉は購入しない」の選択割合が高くなる傾向が見られる。

図 1-4-7:【年代別】輸入鶏肉の購入理由（複数回答）



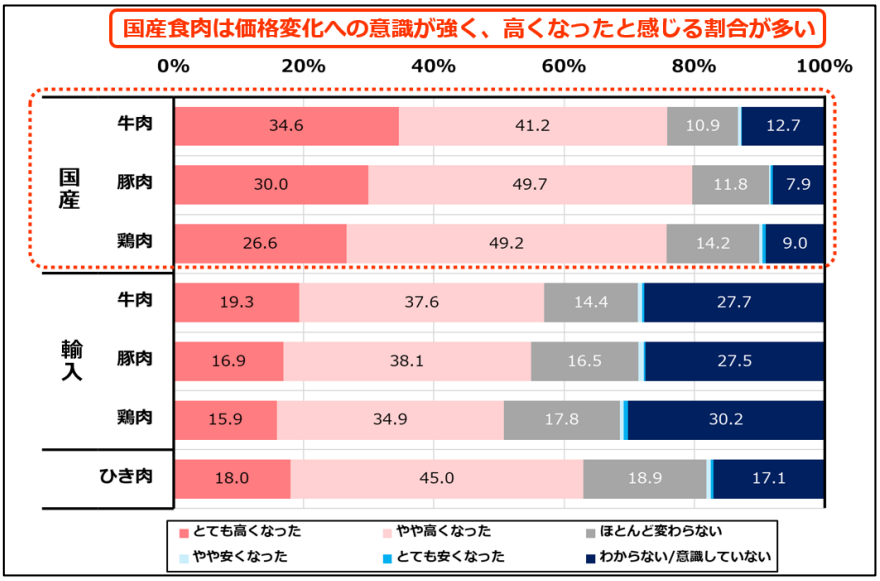
(5) 食肉価格に対する意識と収入増加時の購買行動

国産食肉は「高くなった」と感じる割合が高い

- 国産食肉に比べ、輸入食肉は値上げに対する許容度が低い
- 前年に比べ、全体的に大幅な値上げは許容できない傾向に
- 収入が増えた際は、和牛や銘柄食肉などの購入を増やしたい意向が強い

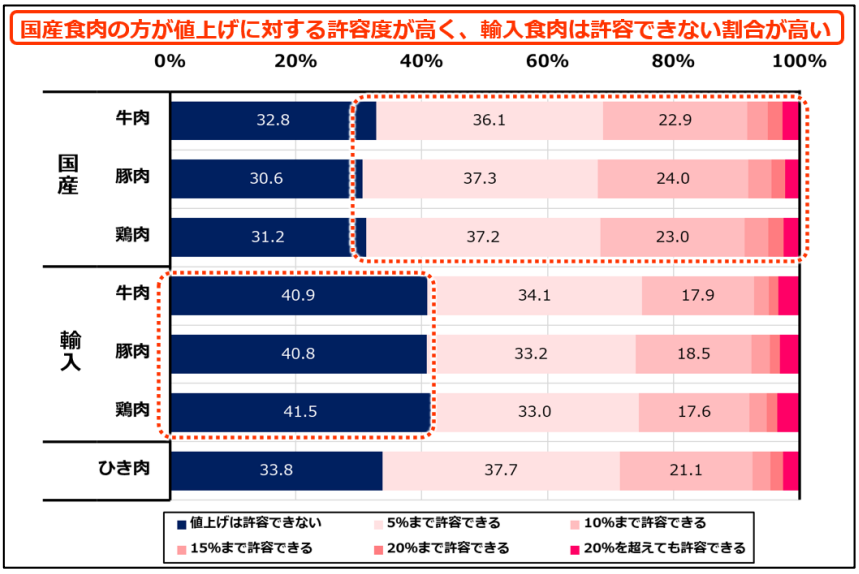
(ア) Q5　1 年前と比べた時の食肉価格に対する意識についてたずねた設問の結果が図 1-5-1 である。国産食肉、輸入食肉のどちらについても「高くなった」と感じる消費者が多くなっているが、特に国産食肉について値上がりを感じている消費者が多いことが分かる。総務省の「消費者物価指数(2020 年基準)」によると、牛肉については国産品よりも輸入品の方が大きく値上がりしているのだが、消費者の実感は異なっている。これは、輸入食肉よりも国産食肉の価格を普段から強く意識している消費者が多い可能性を示唆している。実際、「わからない/意識していない」は、どの食肉においても国産品が 1 割前後であるのに対し、輸入品は 3 割前後選択されている。

図 1-5-1:1 年前と比べた時の食肉価格に対する意識



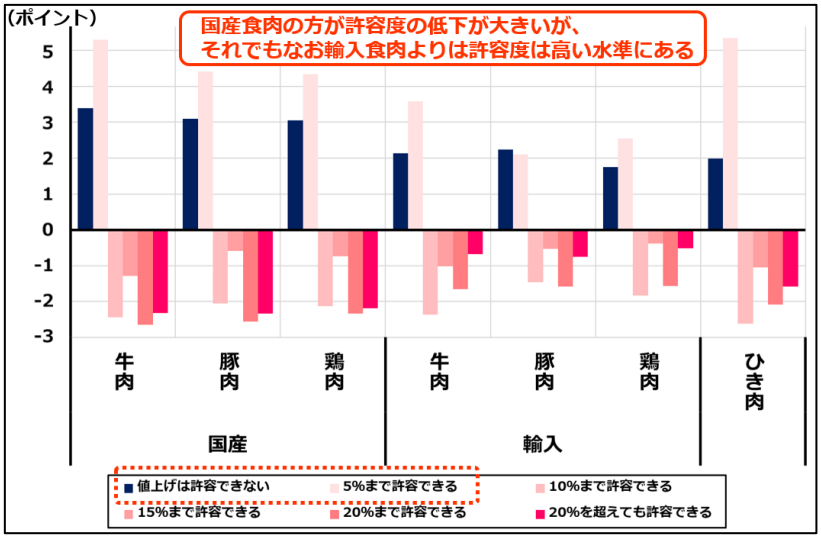
(イ)Q7　食肉価格の値上げに対する許容度についてたずねた設問の結果が図 1-5-2 である。国産食肉は、美味しさなど価格以外を理由に購入されているからか、輸入食肉に比べて比較的許容度が高くなっている。一方、輸入食肉は、Q4 でもあったように、安さが購入の最たる理由であるため、少しの値上げでも受け入れにくいのであろうと思われる。全体として値上げに対する許容度は低く、国産食肉・輸入食肉の別を問わず 15%以上の値上げを許容する層は極めて少ない結果となった。

図 1-5-2:食肉の値上げについての許容度



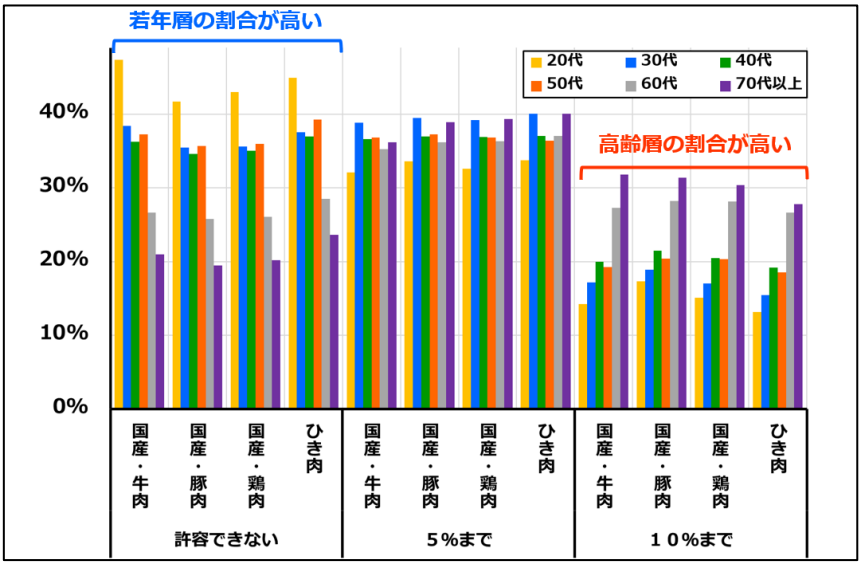
食肉の値上げに対する許容度について前年の結果と比較した結果が図 1-5-3 である。許容度は全体的に低下しており、特に「値上げは許容できない」、「5%まで許容できる」と回答した割合が前年より増加している。反対に、5%を超える値上がりを許容できる割合は軒並み低下した。これは、物価高の長期化によって家計全体の負担が増えており、消費者が価格上昇に対してより厳しくなったことを示している。国産食肉と輸入食肉を比べると国産食肉の方が許容度の低下が大きいが、図 1-5-2 に示したように、それでもなお輸入食肉よりは許容度は高い水準となっている。

図 1-5-3:【前年差】食肉の値上げについての許容度



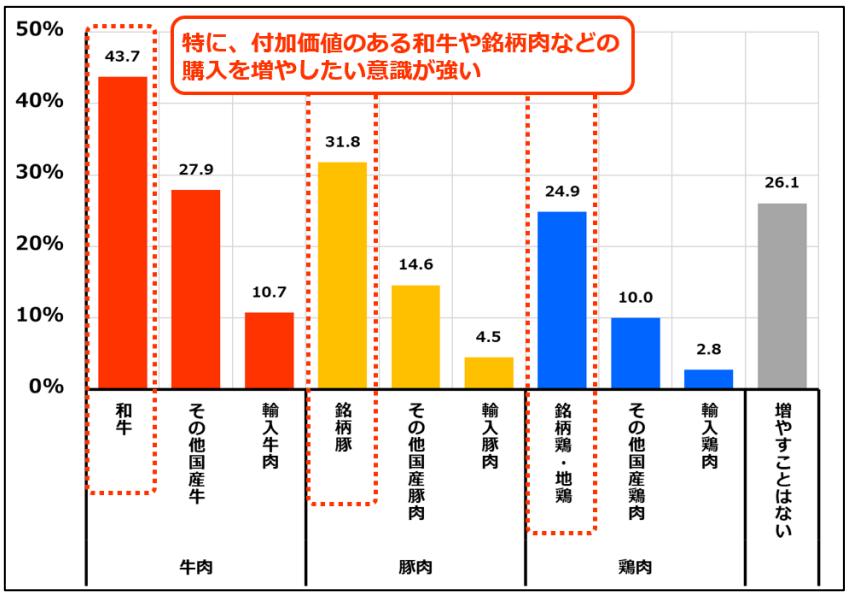
国産食肉に対する値上げの許容度については、年代による違いも見られた（図 1-5-4。なお、15%以上の許容度については選択割合が低いため図 1-5-4 では除いている）。どの食肉についても若年層は値上げを許容できない割合が高く、値上げに対して敏感であると言える。20 代が最も許容できない割合が高いが、30～50 代の子育て世代も子どもが満足する量を確保する必要があるからか、値上げに対する許容度は低い。一方、60 代以上の高齢層では比較的値上げに対する許容度が高い傾向となっている。

図 1-5-4:【年代別】食肉の値上げについての許容度



（ウ）Q8　収入が増えた際に購入を増やす食肉についてたずねた設問の結果が図 1-5-5 である。全体的に牛肉の選択割合が高くなっており、その中でも価格・品質の高い「和牛」が最も選ばれていた。また、豚肉、鶏肉を見ても付加価値のある「銘柄豚」、「銘柄鶏・地鶏」の選択割合が高くなっており、どの食肉についても「いいお肉を食べたい」という意識は潜在的に存在していることを示している。

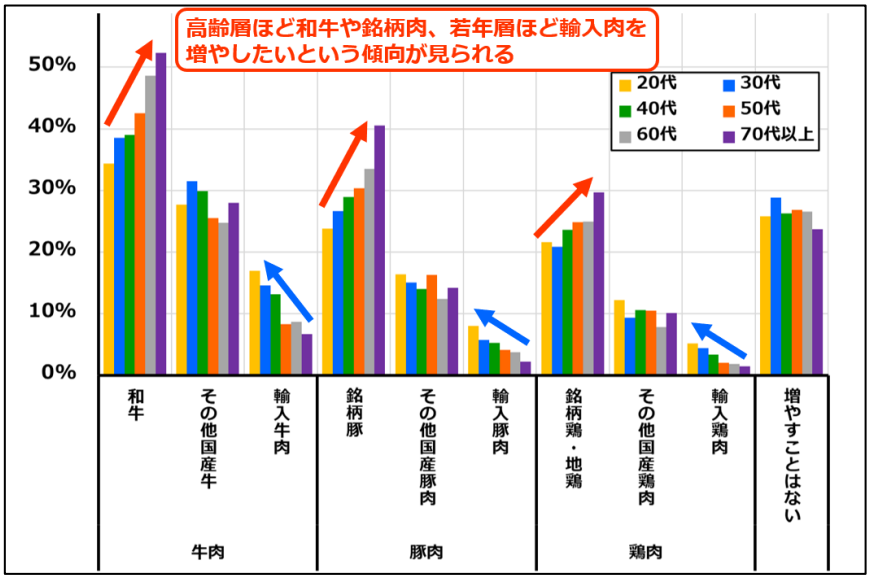
図 1-5-5:収入が増えた場合に購入を増やしたい食肉（複数回答・3 つまで）



年代別の傾向を見ると、どの年代も「和牛」、「銘柄豚」、「銘柄鶏・地鶏」の選択割合が高いものの、その選択割合には違いが見られた（図 1-5-6）。高齢層ほど「和牛」、「銘柄豚」、「銘柄鶏・地鶏」の選択割合が高く、和牛や銘柄肉に安心や信頼を感じていることがうかがえる。一方、若年層では輸入肉を増やしたい傾向も見られ、これは、Q4 であったように、若年層ほど輸入肉に美味しさを感じていることや、量を確保して満足感を得たいと感じていることが背景にあるのではないかと考えられる。

また、年代を問わず、収入が増えても購入量を「増やすことはない」の選択割合が 20～30%にもなっており、これは、現在の各食肉の購入状況に満足している結果だと思われる。

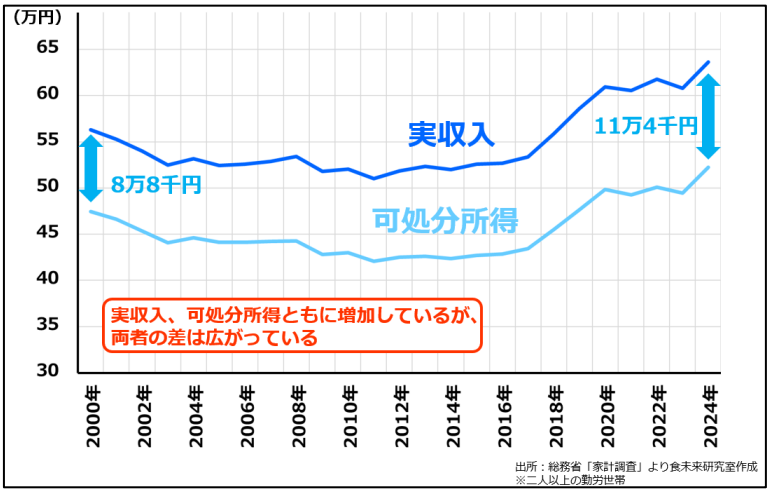
図 1-5-6:【年代別】収入が増えた場合に購入を増やしたい食肉（複数回答・3 つまで）



補足データ

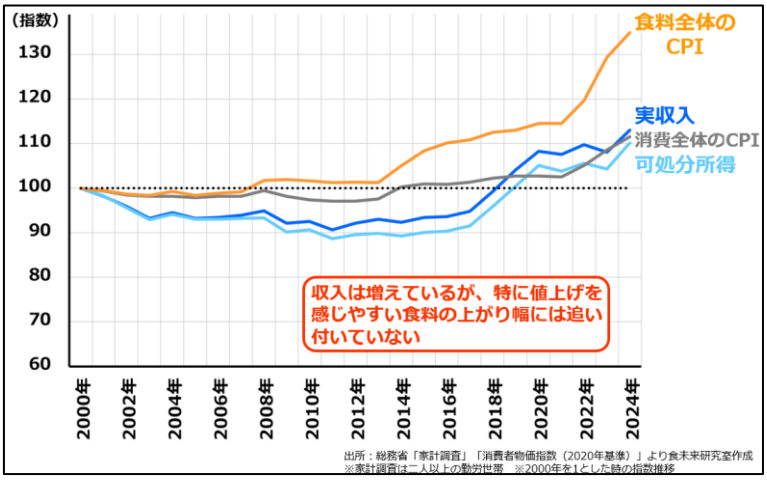
Q8 で収入が増加した際の食肉の購買意向をたずねたが、消費者の収入の実情はどうなっているのだろうか。

図 1-5-7：実収入と可処分所得の変化



総務省の「家計調査」より実収入（いわゆる税込み収入）と可処分所得の変化をみると、実収入は中長期的に増加傾向にあり、名目上は収入が増加してきている一方で、税金や社会保険料などの負担増により、実収入と可処分所得との差が拡大していることが分かる（図 1-5-7）。このため消費者は、収入は増えているが自由に使えるお金が増えた実感を持ちにくくなっていると考えられる。

図 1-5-8：実収入と消費者物価指数の推移



さらに、2000 年以降の実収入と食料品価格の推移を見ると、図 1-5-8 のとおり、実収入や可処分所得以上に、食料品の物価は上昇している。日常的に購入する食料品は、特に価格の変化を意識しやすいため、節約行動や購買の見直しにつながりやすいと考えられる。

(6) 食肉の購入で重視すること

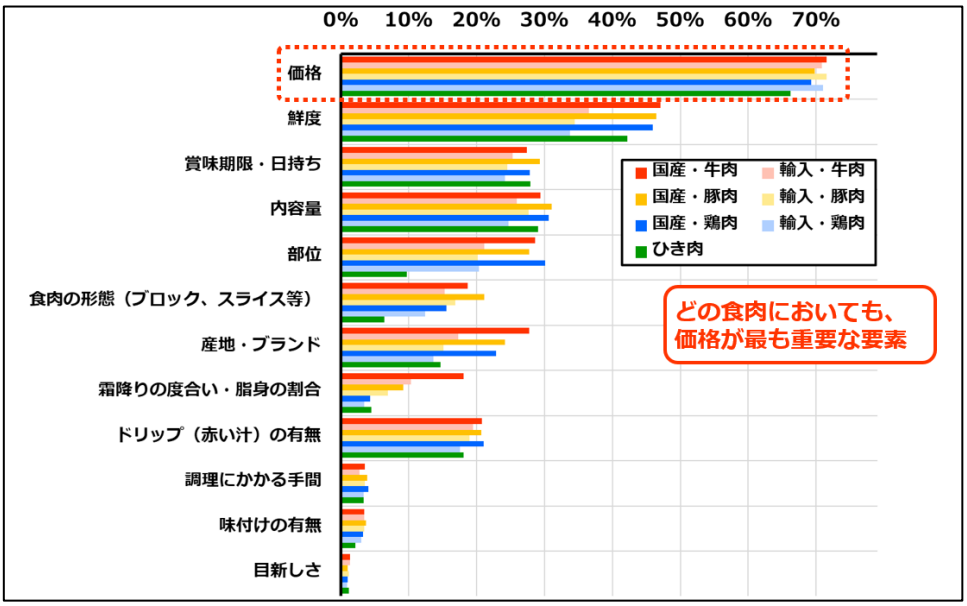
すべての食肉で「価格」を重視する人は約 70%と最も高い

- 国産食肉では「鮮度」や「産地・ブランド」を特に重視
- 「品質（鮮度、ドリップの有無）」は特に女性において重視
- 前年と比べ、内容量を重視する割合が大きく低下。価格重視はほぼ横ばい

Q6　食肉を購入する際に重視する点についてたずねた設問の結果が図 1-6-1 である。すべての食肉で最も重視されているのは「価格」であり、いずれも 70%前後の選択割合となっている。次に重視されているのは「鮮度」であり、特に国産食肉では鮮度を重視する割合が高い。これらに次いで、「賞味期限・日持ち」、「内容量」、「部位」がどの食肉においても重視されているという結果となった。一方で、「調理にかかる手間」、「味付けの有無」、「目新しさ」は選択割合が低く、購入時にあまり重視されていないことを示している。

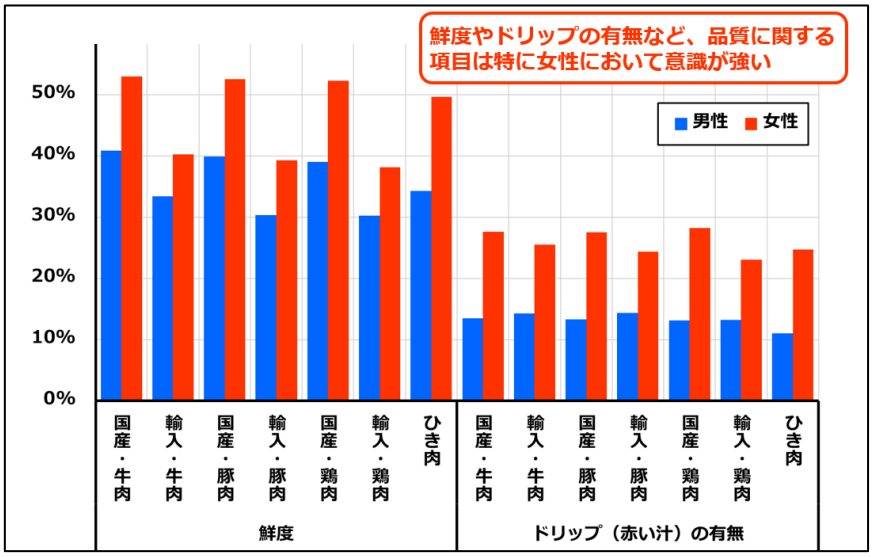
また、食肉により選択割合に差が見られるのが「産地・ブランド」である。選択割合は牛肉＞豚肉＞鶏肉＞ひき肉となっており、国産牛肉とひき肉では 10 ポイント以上の差となっている。「霜降りの度合い・脂身の割合」についても国産牛肉が突出して高くなっている。

図 1-6-1：食肉を購入する際に重視する点（複数回答）



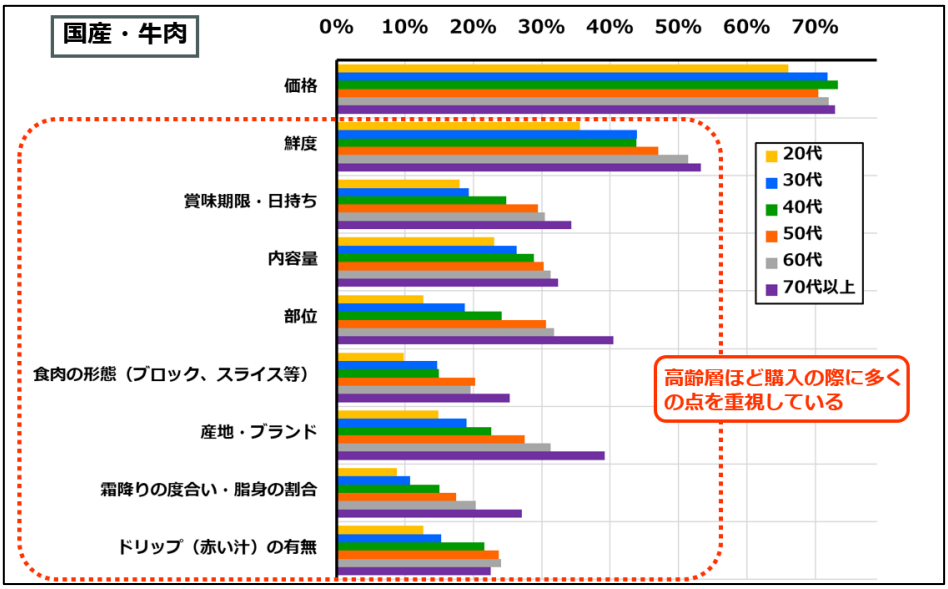
Q6 の選択肢の中にあった「鮮度」、「ドリップ（赤い汁）の有無」は性別により選択割合に大きな差が見られた（図 1-6-2）。どちらの項目も女性の選択割合が高くなっており、「鮮度」では国産食肉について 10 ポイント以上の差があり、「ドリップの有無」では国産食肉、輸入食肉を問わず約 2 倍の差となっているものが多い。買い物の機会や家庭内で実際に調理を行う機会が多い女性ほど、価格だけではなく品質を意識する結果になっているのだろう。

図 1-6-2:【男女別】食肉を購入する際に「鮮度」、「ドリップ」を重視する割合（複数回答）



年代別の結果では、国産牛肉において特に年代による違いが見られた（図 1-6-3）。全年代で「価格」が最も重視されている点に変わりはないが、価格以外の選択肢では軒並み高齢層の選択割合が高くなっており、国産牛肉を購入する際には、高齢層ほど様々な点を意識して購入を決めていることを示している。

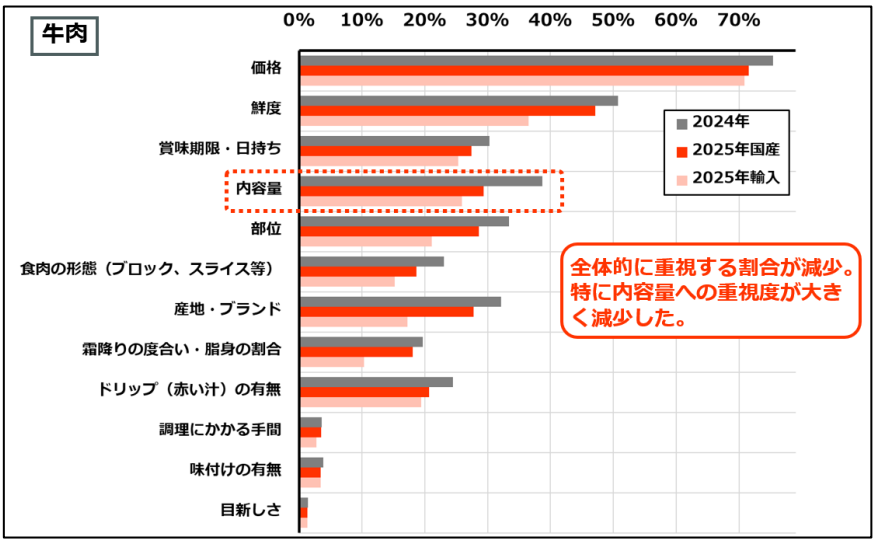
図 1-6-3:【年代別】国産牛肉を購入する際に重視する点（複数回答）



次に、各食肉について前年との比較を行った。なお、前年は国産と輸入が分かれていなかったため、本年のみ国産、輸入の 2 種類の結果を載せている。

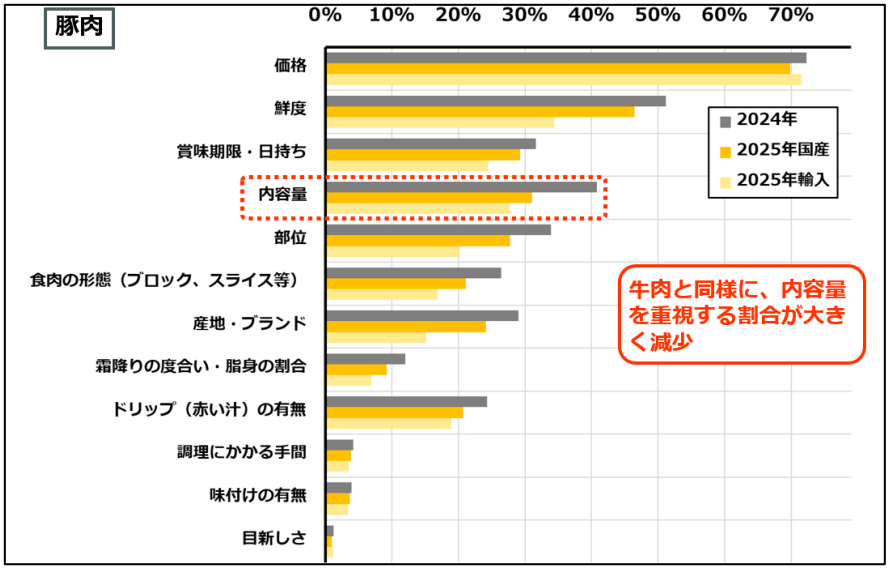
まず、図 1-6-4 は牛肉を購入する際に重視する点についての結果である。全体的に選択割合の減少が見られるが、特に変化が見られた選択肢が「内容量」である。前年と今回（国産）を比較すると、▲9.3 ポイントの減少が見られた。現在では、食肉とストックバッグを関連販売している小売店も見られるが、すぐに使用しないものや余ったものは冷凍保存することもあるからか、内容量はさほど重要視されなくなっている。

図 1-6-4:【前年比較】牛肉を購入する際に重視する点（複数回答）



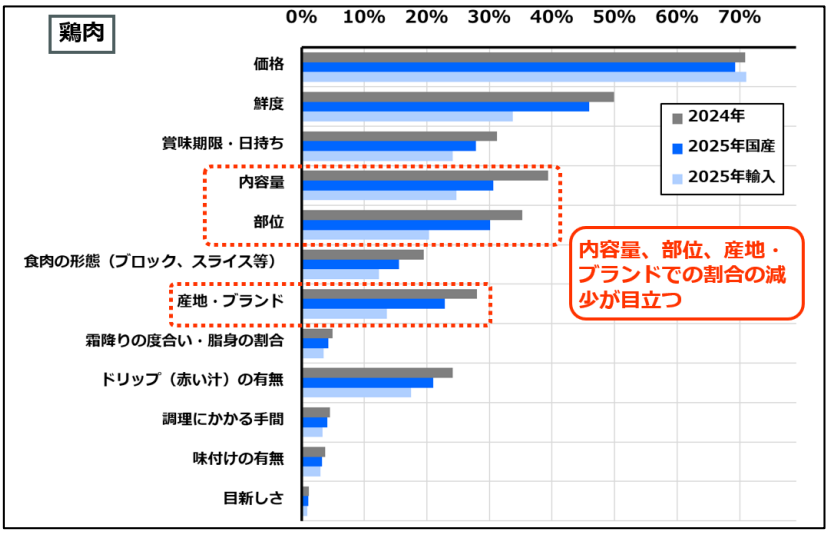
豚肉を購入する際に重視する点について見たものが図 1-6-5 である。前年と比べると、牛肉と同様に全体的に選択割合が減少しているが、特に減少しているのは「内容量」で、今回（国産）を前年と比較すると▲9.8 ポイントと牛肉以上の減少が見られた。

図 1-6-5:【前年比較】豚肉を購入する際に重視する点（複数回答）



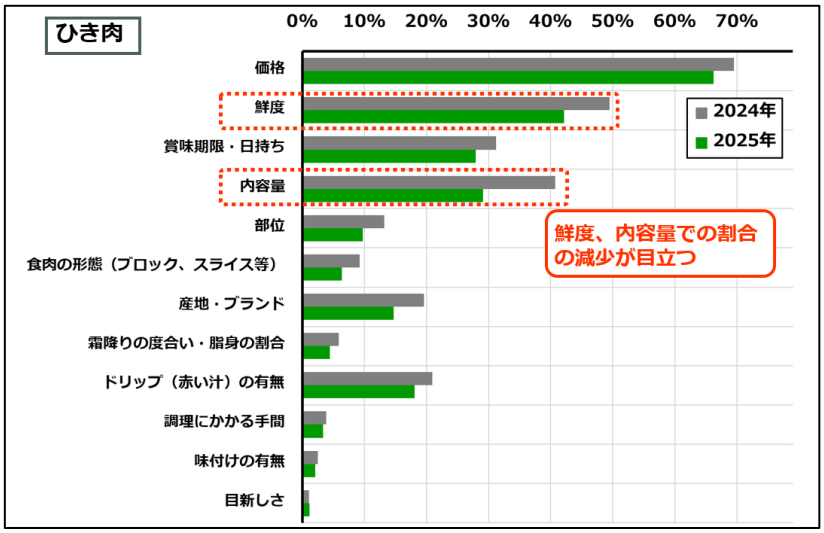
鶏肉を購入する際に重視する点について見たものが図 1-6-6 である。前年と比べると、「価格」はほぼ同じ選択割合であるが、特に「内容量」、「部位」、「産地・ブランド」の選択割合の減少が見られる。鶏肉は他の食肉に比べて価格が手頃で、日常的に使われる食材でもあるためか、購入する際のこだわりは弱くなっているようである。

図 1-6-6:【前年比較】鶏肉を購入する際に重視する点(複数回答)



ひき肉を購入する際に重視する点について見たものが図 1-6-7 である。前年と比べ、特に「鮮度」と「内容量」で選択割合の減少が見られる一方、「価格」の選択割合はそこまで大きく減少していないことから、「品質」や「内容量」よりも、「価格」を重視する傾向が強くなっていることがうかがえる。

図 1-6-7:【前年比較】ひき肉を購入する際に重視する点(複数回答)



2. 牛肉に対する意識

(1) 牛肉の購入状況

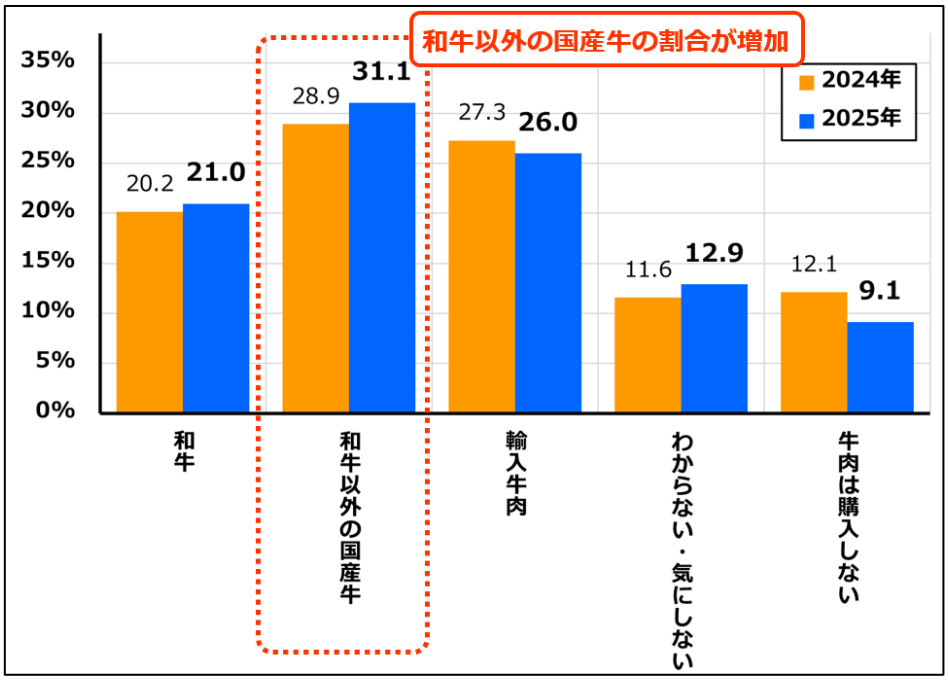
牛肉の中で「和牛以外の国産牛」を購入する割合が最も多い

- 最も購入する牛肉は「和牛以外の国産牛」が増加し、輸入牛肉は減少
- 高齢層ほど、和牛を含む国産の牛肉を購入
- 牛肉を購入しない最大理由は「価格」だが割合は減少。「牛肉料理が苦手」が増加

(ア) Q9 普段、牛肉の中で購入する量が最も多いものをたずねた設問の結果が図 2-1-1 である。「和牛以外の国産牛」が 31.1%と前年と同様に最も選択されており、以下「輸入牛肉」(26.0%)、「和牛」(12.9%)と続いている。

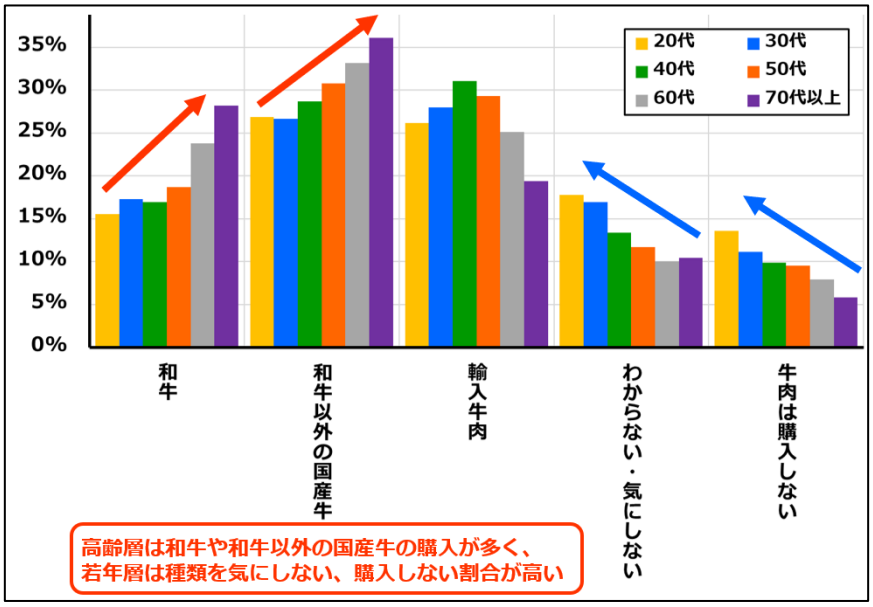
前年と比較してみると、特に「和牛以外の国産牛」の選択割合が増加し、「輸入牛肉」の選択割合が減少している。この主な要因として、輸入牛肉の小売価格の上昇が考えられる。総務省の「消費者物価指数(2020 年基準)」の最近の値を確認すると、2020 年を 100 とした場合、牛肉(国産)が 113.6、牛肉(輸入)が 141.8 となっており(2025 年 10 月時点)、国産牛肉も値上がりしているが、それ以上に輸入牛肉が値上がりしている。物価上昇の中で、品質と価格のバランスが取れた「和牛以外の国産牛」の需要が高まっているようだ。

図 2-1-1:購入する量が最も多い牛肉



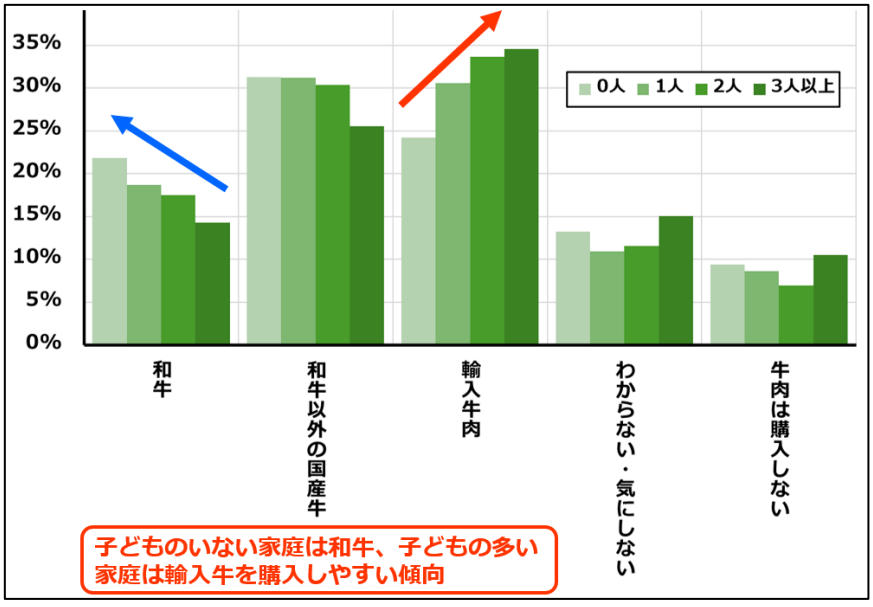
年代別に見ると、高齢層ほど「和牛」や「和牛以外の国産牛」を購入する傾向が強く、国産牛肉に対するこだわりが強いと言える（図 2-1-2）。一方、若年層は国産・輸入に対するこだわりや関心が薄いのか、「わからない・気にしない」の選択割合が高く、さらに、そもそも「牛肉は購入しない」の選択割合も高い傾向となっている。

図 2-1-2:【年代別】購入する量が最も多い牛肉



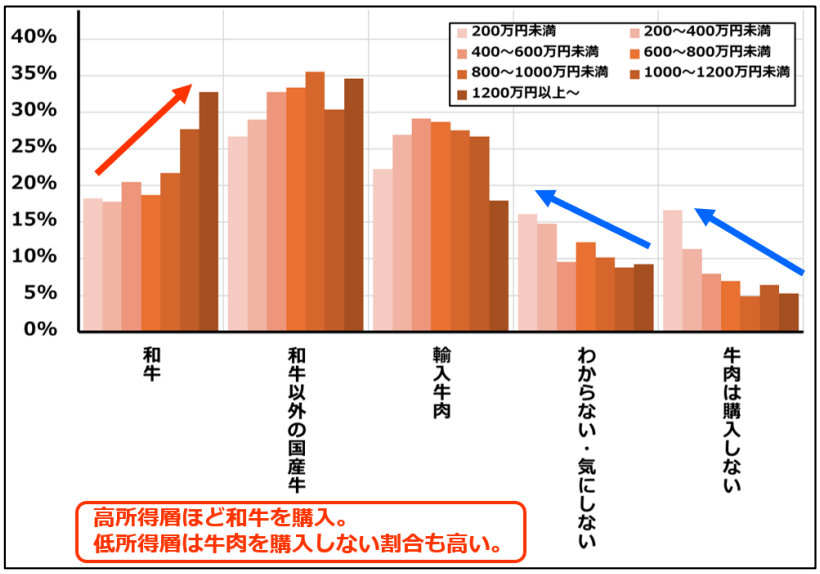
また、図 2-1-2 において「輸入牛肉」の選択割合が最も高いのは 40 代であったが、これは 40 代が子育て世代であることが関係していると考えられる。購入する量が最も多い牛肉を子どもの数別に見てみると、子どもがいない家庭では価格の高い「和牛」を選択する割合が高いのに対し、子どもの数が多い家庭ほど「輸入牛肉」を選択している（図 2-1-3）。これは、子どもの数が多く、家庭の食費負担が大きくなるほど、量を確保しやすい輸入牛肉を優先的に選択することを示している。

図 2-1-3:【子どもの数別】購入する量が最も多い牛肉



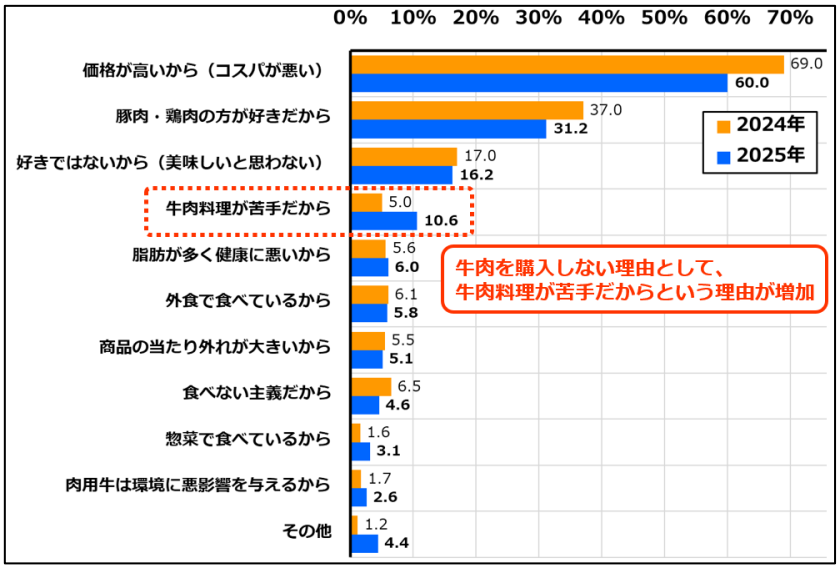
年収の違いによっても、牛肉の購買行動に差がみられる（図 2-1-4）。特に差が見られるのが「和牛」であり、特に年収が 1000 万円以上の高所得層で選択割合が特に高くなっている。そして、中間所得層（年収 400～1000 万円未満）は「輸入牛肉」の選択割合が高く、低所得層（年収 400 万円未満）は「牛肉は購入しない」が特に高くなっている。この結果は、所得が牛肉の消費に大きく影響していることを示している。

図 2-1-4:【年収別】購入する量が最も多い牛肉



（イ） Q9 で牛肉を購入しないと回答した人について Q10　牛肉を購入しない理由についてたずねた結果が図 2-1-5 である。最も多い理由は「価格が高いから（コスパが悪い）」の 60.0%だが、前年と比べると▲9.0 ポイント減少している。一方で、「牛肉料理が苦手だから」という理由が前年の 5.0%から 10.6%へと 2 倍以上に増加している。牛肉については、価格が高いため「買いたくても買えない」だけではなく、調理のハードルにより「購入しない」という傾向が強くなってきているようだ。

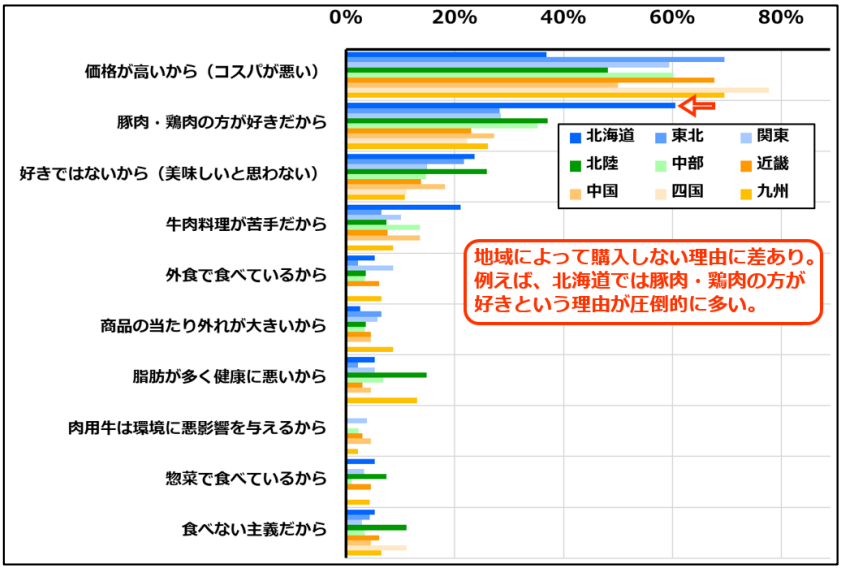
図 2-1-5:牛肉を購入しない理由（複数回答）



地域別に見ると、牛肉を購入しない理由は地域により大きく違いがあることが分かる（図 2-1-6）。他の地域と最も違いが見られるのは「北海道」である。北海道で最も多い理由は「豚肉・鶏肉の方が好きだから」となっており、地域特有の食文化が牛肉の購入に強く影響を与えていることがうかがえる。

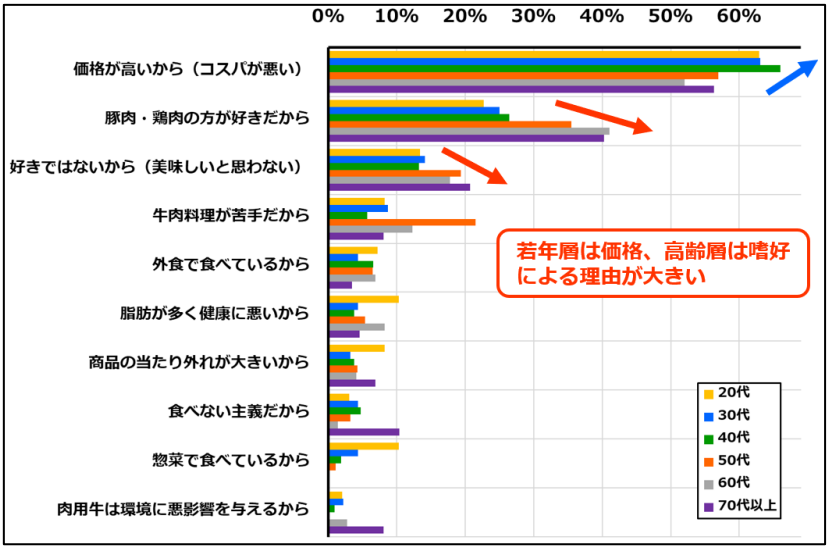
また、この「豚肉・鶏肉の方が好きだから」や「好きではないから（美味しいと思わない）」という理由は東日本で強い傾向が見られる。もともと牛肉文化が根付いている西日本に比べ、東日本では嗜好性が理由で牛肉の購入を避けている傾向が強いようである。

図 2-1-6:【地域別】牛肉を購入しない理由（複数回答）



年代別に見ても、牛肉を購入しない理由に差がみられる（図 2-1-7）。若年層では価格を理由に牛肉を購入しない傾向が強く、一方、高齢層は価格だけでなく、嗜好性も大きな理由となっている。また、50代では「牛肉料理が苦手だから」が突出していることも特徴の一つで、家庭で調理しやすい牛肉料理の提案も、牛肉購入を促す方策の一つになり得ることを示している。

図 2-1-7:【年代別】牛肉を購入しない理由（複数回答）



補足データ

牛肉の中で購入する量が最も多いものをたずねた Q9 の調査結果は「和牛以外の国産牛」＞「輸入牛」＞「和牛」となっていたが、実際のスーパーの売上はどうなっているのだろうか。

図 2-1-8:スーパーの牛肉の国産・輸入別の売上点数構成比

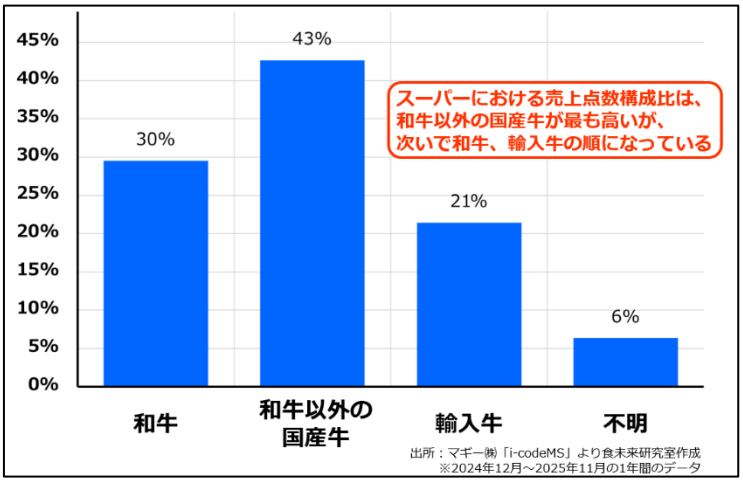
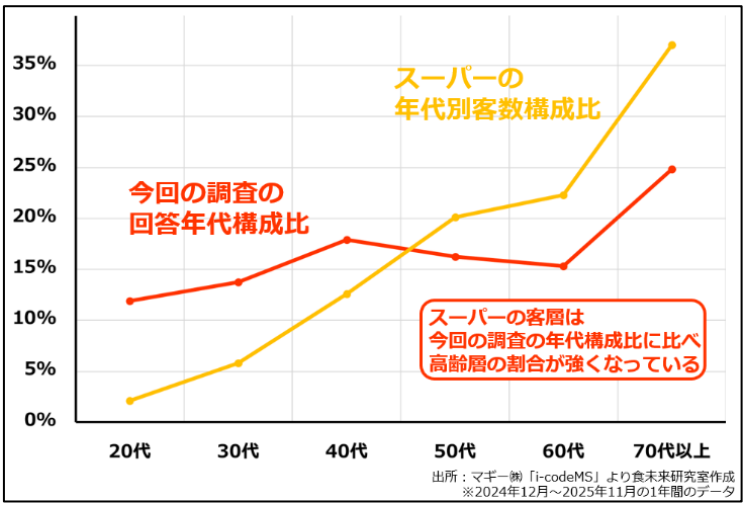


図 2-1-8 はスーパーの ID-POS データで、牛肉の国産・輸入別の売上点数の構成比を表したものである。実際のスーパーの売場におけるデータを見ると、「和牛以外の国産牛」に次いで割合が高いのは「和牛」となっている。特売日や特別な日、品質への期待といった要因により、結果として和牛が選ばれる場面が一定数存在していると考えられる。

図 2-1-9:消費者意識調査の回答者とスーパーの客数の年代別構成比



なお、ID-POS の購買層は消費者調査と比較してやや高齢層寄りである（図 2-1-9）。この点は、和牛の選択割合を押し上げる一因となっている可能性があることも補足しておきたい。

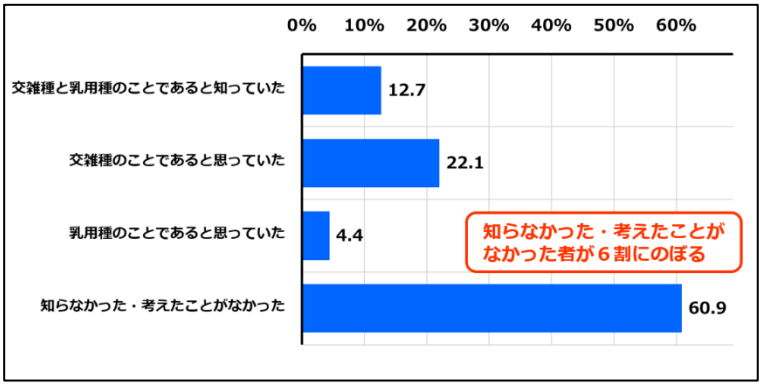
Q9 の調査結果と合わせて見ると、消費者は意識の上では価格志向が強い反面、実際の購入場面では用途や品質なども考慮し、和牛を含めた選択を行っていることが分かる。

(2) 交雑種に対する理解

「和牛以外の国産牛」・「交雑種」の認知度は低い

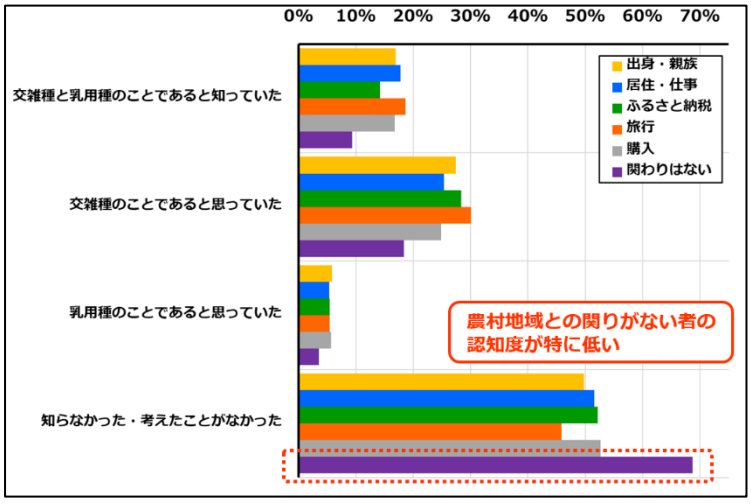
- 和牛以外の国産牛、交雑種を正確に理解している人は 1 割程度
- 食肉小売店での交雑種の表示認識率は低い
- 消費者の 4 割は交雑種を購入する意向あり

図 2-2-1:「和牛以外の国産牛」についての理解



（ア） Q11「和牛以外の国産牛」についての理解をたずねた設問では、「交雑種と乳用種のことであると知っていた」と正確に理解している割合は 12.7%と約1割にとどまり、「交雑種（もしくは乳用種）のことであると思っていた」という回答が 26.5%で、「知らなかった・考えたことがなかった」が最多の 60.9%となっている（図 2-2-1）。

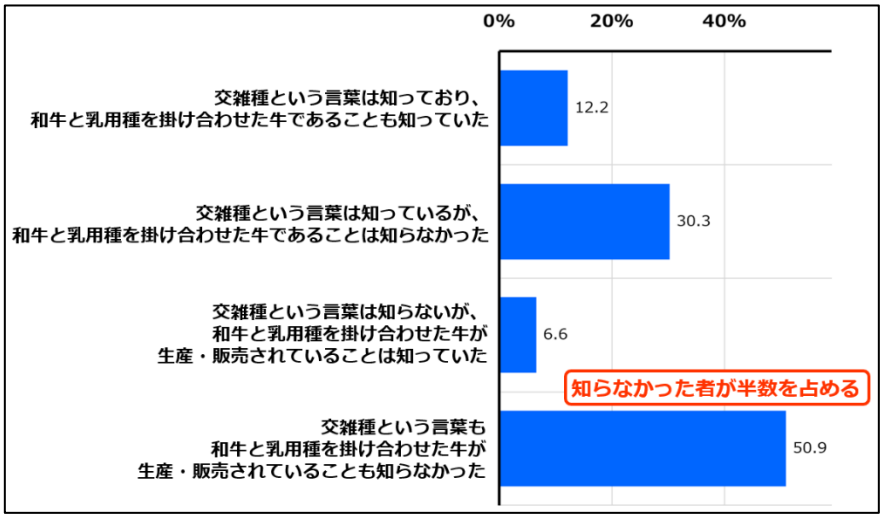
図 2-2-2:【農村地域との関わり別】「和牛以外の国産牛」についての理解



「知らなかった・考えたことがなかった」という回答の割合は、農村地域との関わりにより異なっている。農村地域との関わりがない者は「知らなかった・考えたことがなかった」との回答が約7割で、多くが和牛以外の国産牛について理解していない。一方、農村地域と何らかの関わりがある者は、「知らなかった・考えたことがなかった」の回答割合が関わりがない者よりも約 20 ポイント低く、また、正しく理解している者も多い傾向が見てとれる。

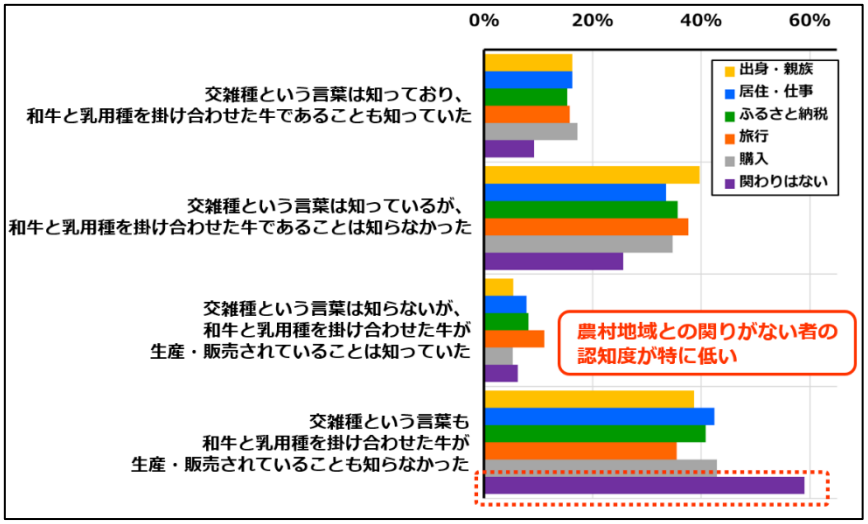
（イ） Q12「交雑種」についての理解度をたずねた設問の結果が図 2-2-3 である。「交雑種」という言葉も、その内容も正しく理解している割合は 12.2%と、Q11 と同様に約1割にとどまっている。しかし、「交雑種」という言葉を聞いたことがある割合は 42.5%となっており、「交雑種」という言葉自体はある程度認知されていると考えられる。その一方で、交雑種に関して全く知らない者が 50.9%いることも見逃せない。これらの者の中には、「交雑種＝よく分からない肉」というマイナスのイメージを持つ者がいることも考えられるため、購入を促すためにも交雑種の認知度の向上を図ることが必要と考えられる。

図 2-2-3:「交雑種」についての理解



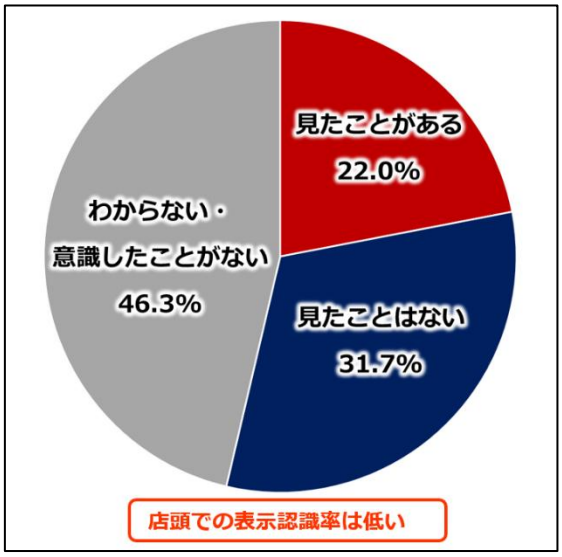
農村地域との関わり別に見ると、Q11 と類似した結果となっており、農村地域と何らかの関わりがある者は「交雑種」というワードにある程度馴染みがある（図 2-2-4）。一方、関わりがない者は、約 6 割が「交雑種」について理解していない。この理解不足が交雑種購入のハードルとなっている可能性もある。

図 2-2-4:【農村地域との関わり別】「交雑種」についての理解



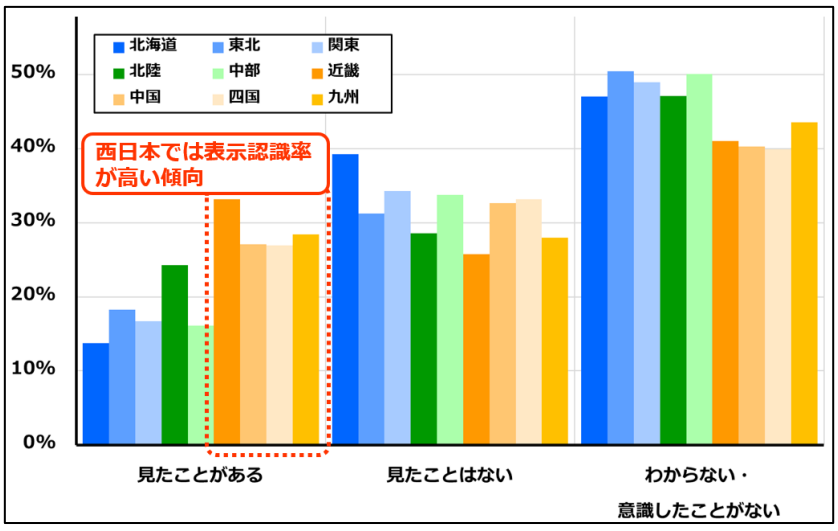
（ウ） Q13 小売店で「交雑種」を見かけたことがあるかとたずねた設問では、「見たことがある」は 22%にとどまる一方、「見たことはない」、「わからない・意識したことがない」を合わせると 78.0%にのぼっており、食肉小売店における「交雑種」の認識率は非常に低いものとなっている（図 2-2-5）。これは、店頭での表示がなかったり、あっても目立たなかったり、また、そもそも消費者が牛肉の種類を意識して買っていなかったりする結果だと考えられる。

図 2-2-5：小売店での「交雑種」表示の認識



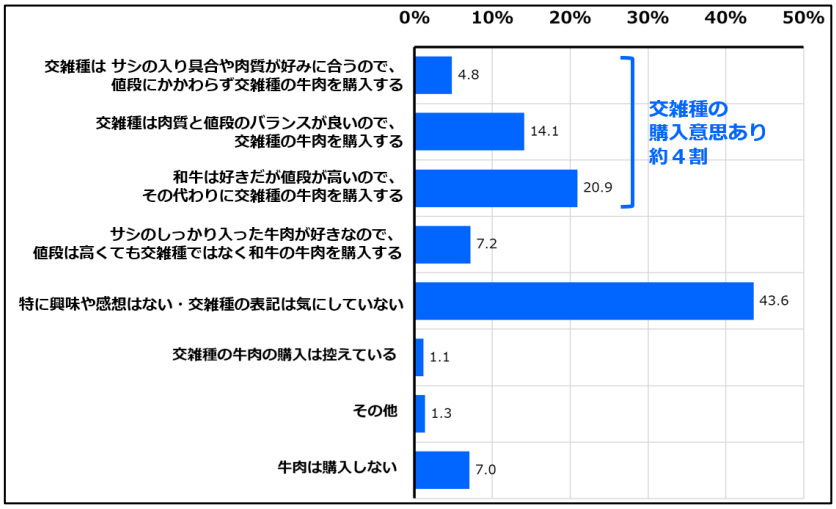
地域別に見ると、西日本で表示認識率が高い傾向であった（図 2-2-6）。この結果は、単に西日本でより交雑種の表示がされているというわけではないだろう。Q3 の普段、最も購入量が多い食肉に対する回答で見られたように、西日本は東日本に比べて最も購入する食肉が牛肉である割合が高い傾向にある。総務省の家計調査において牛肉の支出金額を比べてみても、同様に西高東低の傾向が見られる。これらのことから、西日本の方が牛肉に対する関心が高く、その結果として「見たことがある」との回答につながっていると考えられる。

図 2-2-6：【地域別】小売店での「交雑種」表示の認識



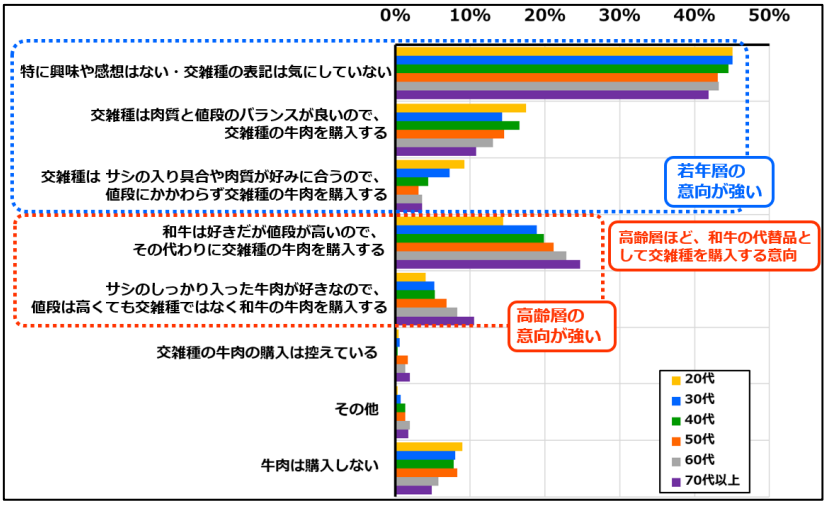
（エ） Q14「交雑種」(「交雑牛」を含む)と表示・説明されている牛肉が売られていた際の購入意思についてたずねた設問では、明確な理由をもって交雑種を購入するという回答をした割合は約 4 割となっていた(図 2-2-7)。その中でも、交雑種自体を好んで購入する割合は、その約半数の 18.9%であり、もう半数の 20.9%は価格が高い和牛の代替として交雑種を購入するという回答であった。代替として購入する消費者も、交雑種の品質を和牛の代替となりうるものと評価しているからこそ購入すると回答していると考えられる。そして、最も多かったのは「特に興味や感想はない・交雑種の表記は気にしていない」の 43.3%で、この回答をした者は交雑種の表記以外の部分で牛肉の購入を判断していると言える。これらの結果からは、交雑種の表記により購入が控えられることはほとんどないと言える。

図 2-2-7:「交雑種」の購入意思



年代別に見ると、若年層と高齢層で傾向が異なっていた(図 2-2-8)。若年層は、表記を気にしていなかったり、交雑種自体が好きで購入している者が高齢者より多い傾向が見られる。一方、高齢層は、表記を気にしていない者が最多ではあるものの、和牛の代替として交雑種を購入していたり、値段が高くても和牛を購入したりと、和牛に対する信頼・こだわりが若年層より強い傾向が見られる。

図 2-2-8:【年代別】「交雑種」の購入意思



回答の割合は少ないが、「交雑種の購入は控えている」という者はどのような理由を挙げているのかをまとめたものが図 2-2-9 である。最も多かったのが「味・品質・食感への不満」である。具体的には、「何度か購入したが、好みの牛肉ではなかった（味・硬さ等）」、「以前に何度か買ったが、美味しかったことがない」といった回答が挙げられ、過去の体験から購入を控えている様子がうかがえる。

また、次に多かったのは「和牛志向・ブランドへのこだわり」と「漠然とした不安・イメージ・情報不足」であった。このような理由で交雑種の購入を控えている消費者に対しては、まずは交雑種の美味しさを体験してもらえるような企画をしたり、交雑種についての正しい情報を発信していくことが必要になってくるであろう。

図 2-2-9:「交雑種」の購入を控える理由（自由回答）

	理由	割合
1	味・品質・食感への不満	38.2%
2	和牛志向・ブランドへのこだわり	17.6%
2	漠然とした不安・イメージ・情報不足	17.6%
4	安全・信用への不安	7.4%
5	価格・コストパフォーマンス	5.9%

実体験やイメージから、味や品質への不満がある

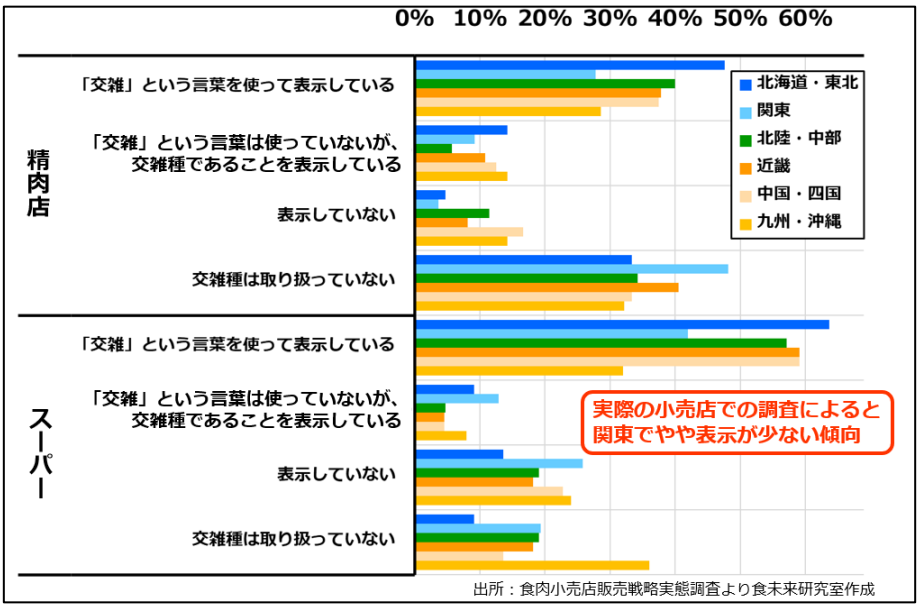
補足データ

図 2-2-6 において、「交雑種」の表示を見たことがある割合は西日本で高いという結果が見られたが、実際の小売現場での表示はどうなっているのだろうか。

食肉小売店販売戦略実態調査にて、店頭における「交雑種」の表示をたずねた結果が図 2-2-10 である。精肉店、スーパーのどちらの業態においても、地域差こそはあるものの西日本において「交雑種」の表示が特に多いという結果は見られなかった。すなわち、図 2-2-6 における考察でも記載したが、西日本で「交雑種」を見かけたことがある割合が高いという結果は、必ずしも実際の表示状況をそのまま反映しているとは言えない可能性が高い。

「交雑種」に関する消費者の認識度は、売場での表示の割合だけではなく、地域ごとの食文化のほか、売場文化や説明方法、商品構成の違いにも強く影響されている可能性が高い。「交雑種」の理解を広げるためには、単に表示を増やすだけでなく、地域特性に合わせた工夫が必要である。例えば、牛肉文化が根強い西日本では食べ方の提案で価値を訴求し、西日本に比べ認知度の低い東日本では図解を用いて正しく特徴を伝えるなど、各地の食文化や認識に沿った訴求が重要となる。

図 2-2-10:【食肉小売店販売戦略実態調査】店頭における「交雑種」の表示



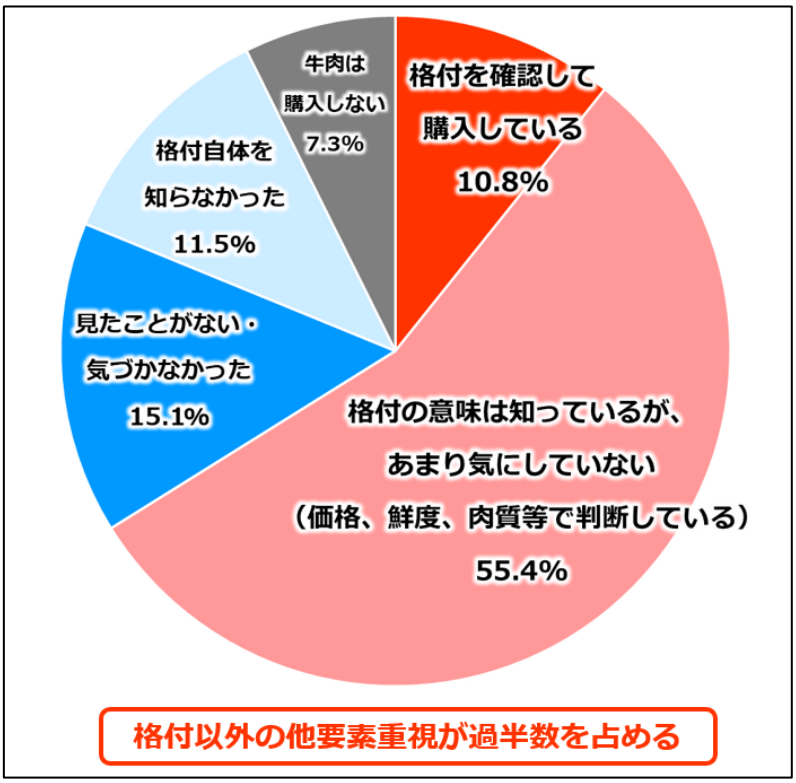
(3) 牛肉の格付に対する意識

牛肉の格付は「知っているが気にしていない」が過半数

- 消費者の 55.4%は格付を知っていても重視せず、購入判断は価格・品質が中心
- 若年層は格付の認知度が低く、高齢層は格付を知っているが価格や品質を重視
- 高所得層は格付を確認して購入する割合が高い

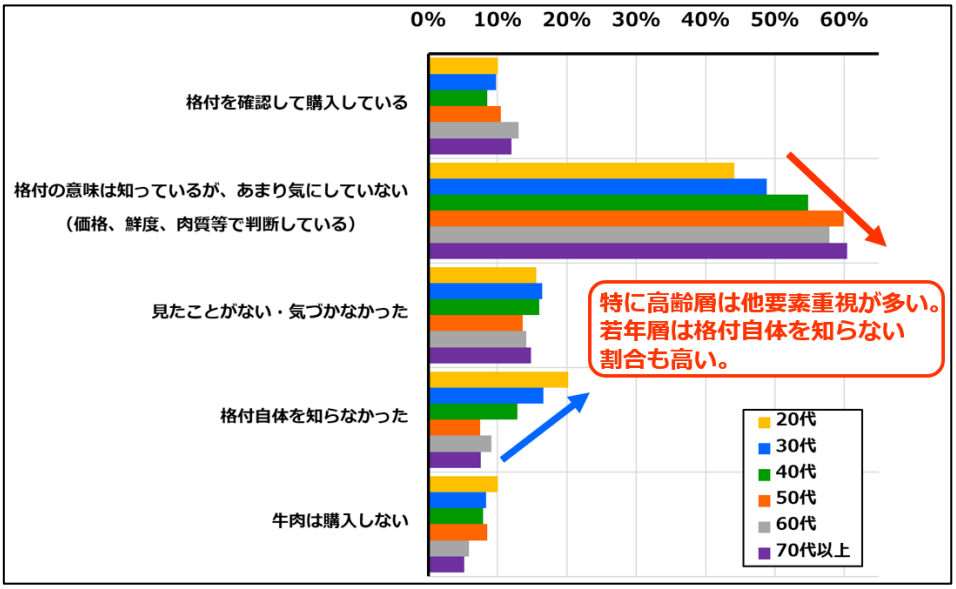
（ア） Q15 牛肉を購入する際の格付に対する意識をたずねた設問では、「格付の意味は知っているが、あまり気にしていない（価格、鮮度、肉質等で判断している）」が 55.4%で過半数を占めている（図 2-3-1）。一方で、「格付を確認して購入している」は 10.8%と約 1 割にとどまっている。このことから、格付という情報自体はある程度認知されているものの、購入行動にあまり影響を及ぼしていない情報であると言える。加えて、格付を「見たことがない・気づかなかった」、「格付自体を知らなかった」が合わせて 26.6%となっており、全体的に牛肉の購入において格付という要素はそれほど重要視されていないということが分かる。

図 2-3-1：牛肉購入時の格付に対する意識



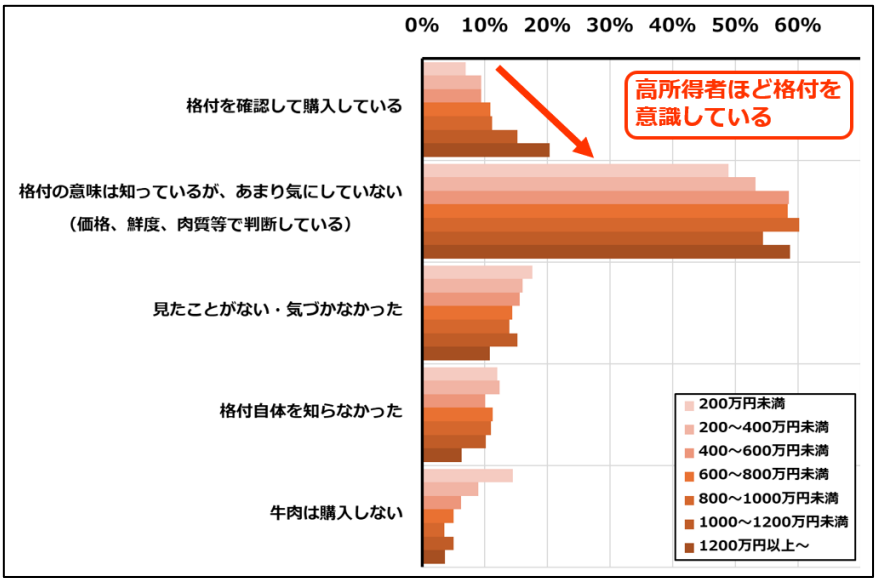
年代別に見ると、高齢層ほど「格付の意味は知っているが、あまり気にしていない」という、格付以外の要素を重視する傾向が強いことが分かる（図 2-3-2）。一方、若年層ほど「格付自体を知らなかった」傾向が強くなっており、特に 20 代では 2 割を超えている。

図 2-3-2:【年代別】牛肉購入時の格付に対する意識



年収別の回答においても特徴が見られた（図 2-3-3）。「格付を確認して購入している」は年収が高い層ほど回答割合が高くなっており、全体平均が 10.8%なのに対し、1200 万円以上の層では 20%を超えている。すなわち、高収入層には牛肉を購入する際の判断基準として格付を意識している消費者が一定数いる。図 2-3-1 の考察において、格付という要素は牛肉の購入に際してあまり重視されていないと述べたが、客層によっては表示することが効率的な販売促進方策となることが分かる。

図 2-3-3:【年収別】牛肉購入時の格付に対する意識



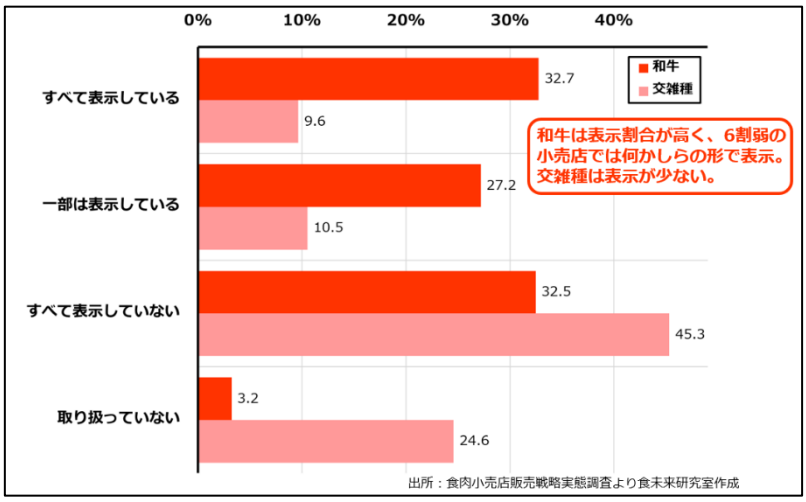
補足データ

Q15 で消費者の格付に対する意識を調査したが、食肉小売店側での格付の表示の現状はどうなっているのだろうか。

食肉小売店販売戦略実態調査において、食肉小売店での牛肉の格付表示についてたずねた設問の結果が図 2-3-4 である。この結果を見ると、和牛と交雑種では格付の表示状況に大きな差があることが分かる。和牛については、「すべて表示している」、「一部は表示している」を合わせると約 6 割に達しており、多くの食肉小売店が何らかの形で格付情報を表示している。一方、交雑種については格付表示が行われている割合は約 2 割にとどまり、「表示していない」あるいは「取り扱っていない」とする割合が高い。和牛ではある程度格付表示が行われているが、交雑種では表示が少ないため、消費者が格付を判断材料として認識・活用しにくい売場環境になっているとも言えるであろう。

つまり、本調査で見られた「格付をあまり気にしていない」という結果は必ずしも格付への関心の低さを表したものではなく、牛肉の種類によって売場で提供される情報が異なることが消費者の意識に影響している可能性があることを示している。

図 2-3-4:【食肉小売店販売戦略実態調査】店頭における牛肉の格付の表示



(4) 食肉間の購買行動の変化に対する意識

豚肉・鶏肉へのシフトは「安さ」、「美味しさ」が主因

- 鶏肉は「安さ」、「美味しさ」だけではなく、「健康志向」もシフトの一因
- 高齢女性は、「調理性」や「健康志向」が要因でシフトしている傾向
- 牛肉と豚肉の価格差縮小時には、約 4 割が牛肉購入増加の意向

(ア) Q16 牛肉から豚肉・鶏肉へのシフト要因をたずねた設問の結果が図 2-4-1 である。豚肉、鶏肉ともに「安いから」、「美味しいから」、「コストパフォーマンスが良いから」の選択割合が高くなっている。どちらも最も選択割合が高いのは「安いから」であるが、数値を見ると両者で少し違いが見られる。「安いから」は特に鶏肉で割合が高くなっており、鶏肉がより価格で選択されていることが分かる。加えて、鶏肉では「健康に良いから」の選択割合も高く、シフト要因の特徴の一つとなっている。一方、豚肉は「美味しいから」の選択割合が鶏肉に比べて 7.2 ポイント高く、豚肉は嗜好性が牛肉からのシフトの大きな要因になっている。

図 2-4-1:牛肉から豚肉・鶏肉へのシフト要因(複数回答)

順位	豚肉へシフトした理由	割合
1	安いから	47.0%
2	美味しいから	36.7%
3	コストパフォーマンスが良いから	30.9%
4	特にシフトしていない	20.2%
5	調理しやすいから	18.6%
6	メニューのバリエーションが多いから	16.7%
7	健康に良いから	15.2%
8	家族が好きだから	12.3%
9	食べ応えがあるから	7.3%

順位	鶏肉へシフトした理由	割合
1	安いから	51.3%
2	コストパフォーマンスが良いから	32.8%
3	美味しいから	29.5%
4	健康に良いから	21.9%
5	特にシフトしていない	21.2%
6	調理しやすいから	13.8%
7	メニューのバリエーションが多いから	11.8%
8	家族が好きだから	11.6%
9	食べ応えがあるから	6.5%

豚肉は価格と美味しさのバランスが大きな要因に。
鶏肉は価格や美味しさの他に、健康要因も強い。

性・年代別での傾向を示したのが、図 2-4-2（豚肉へのシフト）と図 2-4-3（鶏肉へのシフト）である。豚肉、鶏肉のどちらへのシフトにおいても類似した傾向が見られ、特に高齢女性では、「調理しやすいから」、「メニューのバリエーションが多いから」、「健康に良いから」といった、調理面や健康に関する理由を選択する割合が高くなっている。これらの回答をした者に牛肉を購入してもらうためには、牛肉の調理方法やレシピに関する情報、牛肉の健康効果に関する情報の提供が必要かつ有効な販売促進方策になると考えられる。

図 2-4-2:【性・年代別】牛肉から豚肉へのシフト要因（複数回答）

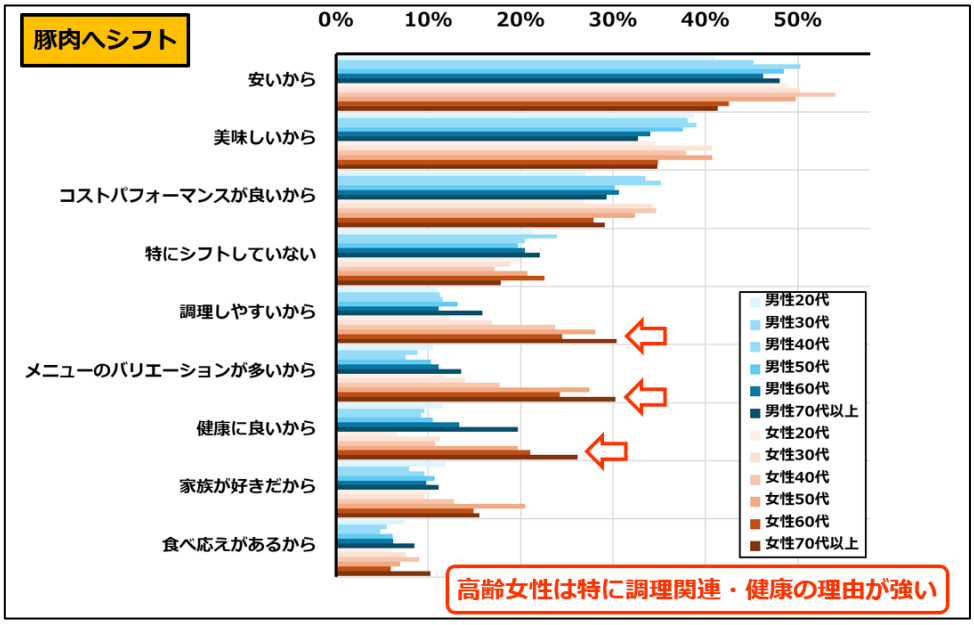
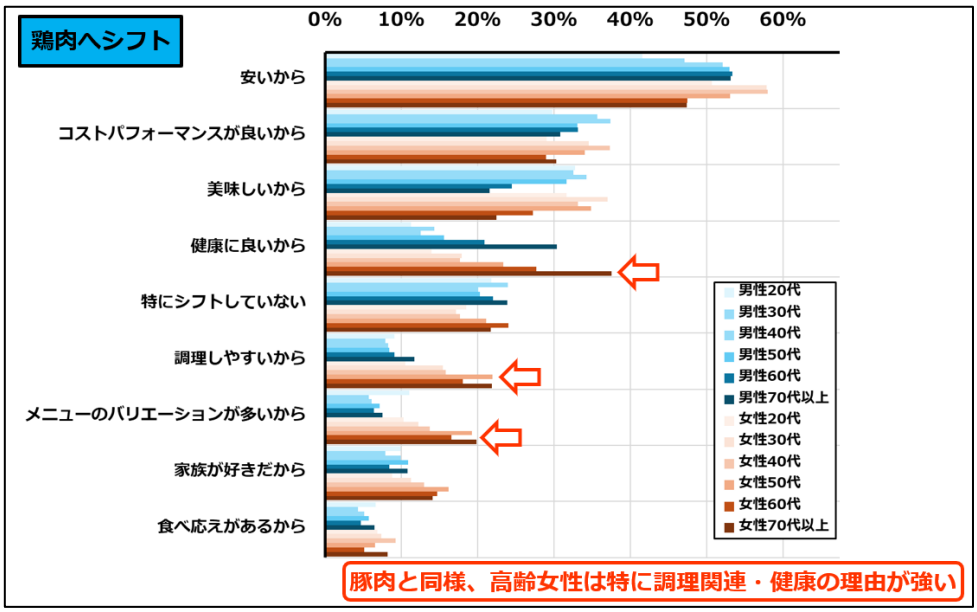


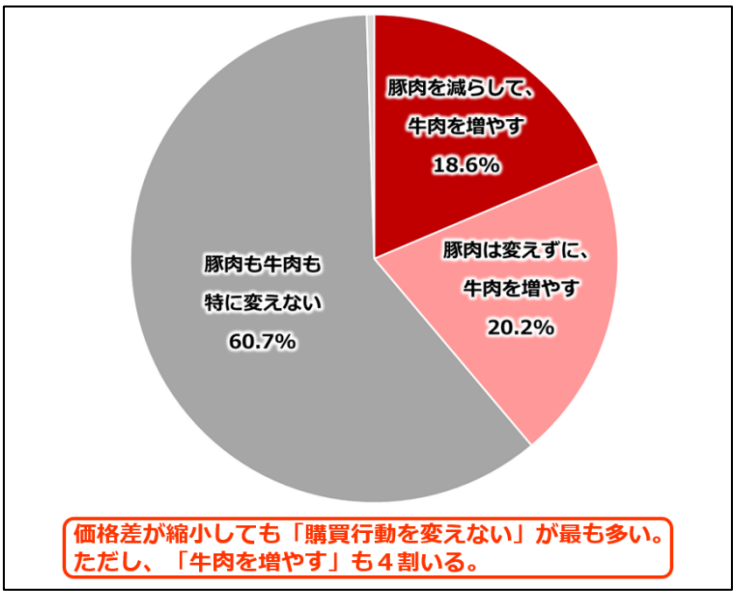
図 2-4-3:【性・年代別】牛肉から鶏肉へのシフト要因（複数回答）



(イ)Q17 牛肉と豚肉の価格差が縮小した際の牛肉の購入意思についてたずねた設問では、約 4 割が牛肉の購入を増やす意向であることが確認できる(図 2-4-4)。さらに、増やす意向のある者のうち、「豚肉は変えずに、牛肉を増やす」の選択割合が約 2 割となっており、価格差が縮小した場合は食肉全体の消費が増加する可能性も示唆されている。

しかし、「豚肉も牛肉も特に変えない」の選択割合が 60.7%と最多であることも見逃せない。多くの消費者は美味しさ、調理のしやすさ、用途の幅等の価格以外の面も考慮して食肉を選択しており、価格差が縮小しても現在の購入行動を維持する意向を示している。

図 2-4-4:牛肉と豚肉の価格差が減少した際の牛肉の購入意思



補足データ

Q17 で牛肉と豚肉の価格差が縮小した際の牛肉の購入意思についてたずねたが、現在の牛肉と豚肉、鶏肉の価格差はどのくらいあるのだろうか。

図 2-4-5:2025 年 11 月の小売店における各食肉の小売価格(100g あたり)

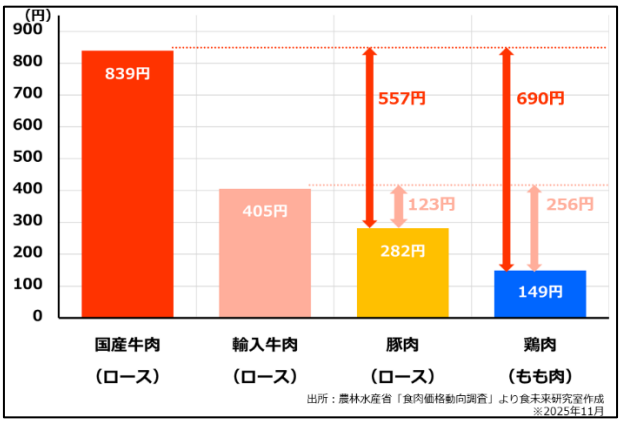
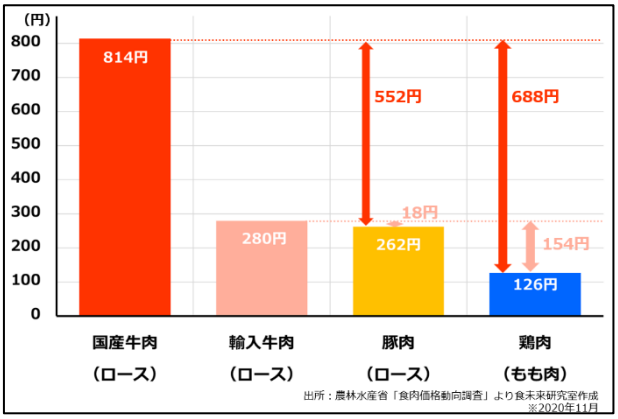


図 2-4-5 は、農林水産省の食肉価格動向調査(2025 年 11 月)の結果である。この調査によると、100g 当たりの価格では、国産牛肉は 839 円であるのに対し、豚肉は 282 円、鶏肉は 149 円となっており、牛肉と豚肉・鶏肉との間には大きな差がある。輸入牛肉を見ても、国産牛肉ほどではないものの、豚肉や鶏肉との価格差は歴然としている。

図 2-4-6:2020 年 11 月の小売店における畜種別の小売価格(100g あたり)



さらに、5 年前(2020 年 11 月)と比較してみると、国産牛肉と豚肉、鶏肉の価格差は大きく変化していない一方で、輸入牛肉は豚肉や鶏肉との価格差が拡大したことが分かる(図 2-4-6)。5 年前には輸入牛肉と豚肉の価格差は 18 円、鶏肉との価格差は 154 円であったが、現在では円安等もあって、豚肉は 123 円、鶏肉は 256 円と、その差が大きく広がっている。このことは、輸入牛肉が手頃な牛肉として購入されにくくなってきている現状を示している。

以上から、消費者の意識として「価格差が縮まれば牛肉を増やしたい」という牛肉志向の者は一定数存在しているものの、実際の小売価格では牛肉と豚肉、鶏肉との価格差が依然として大きく、その意向がそのまま購入行動に結びつかない状況にあるといえる。しかし、今回の調査結果は、牛肉が購入の選択肢から外れている食材ではないことも示している。価格差が縮小する、あるいは価格に見合う価値が実感できる場面が提示されれば、牛肉の購入量を増やす意向を持つ層は存在している。今後は、価格に加え、メニューを提案したり、品質などの価値を分かりやすく伝えることにより、牛肉の購入機会を広げていく余地があると考えられる。

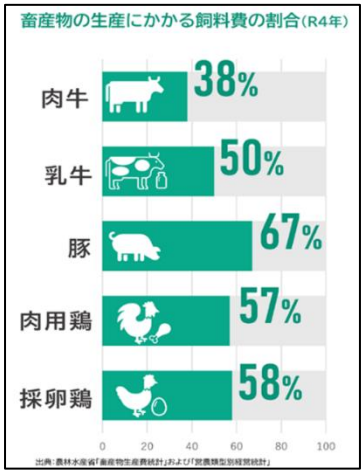
3. 畜産業の現状と価格転嫁に対する意識

(1)飼料費の割合に対する意識

畜産物の生産にかかる飼料費の割合を、「高い」と感じる割合は約 6 割

- 飼料費の割合を「高いと感じる」が減少
- 高齢層ほど飼料費の割合を高いと実感
- 飼料費の割合を「妥当・低い」と考える理由は「当然」が最多だが、前年より減少

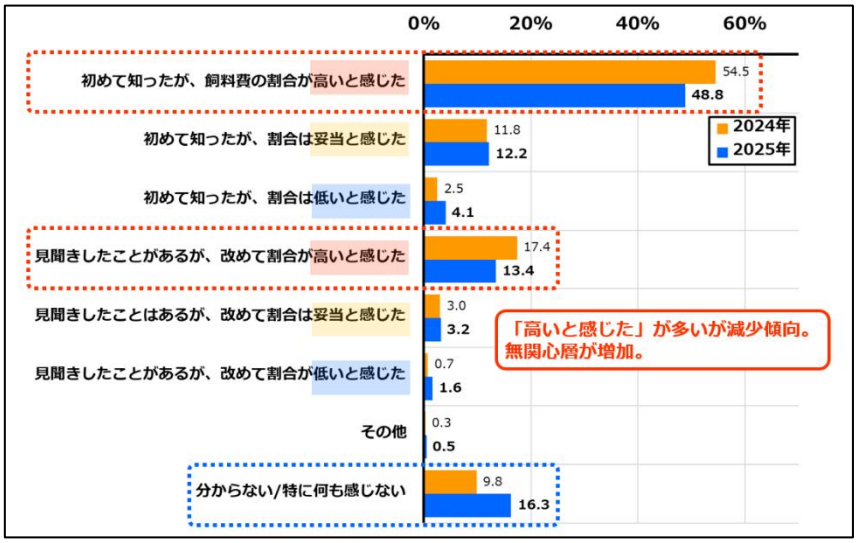
図 3-1-1:飼料費の割合



(ア) Q18 図 3-1-1 を見たうえで、畜産物の生産にかかる飼料費(エサ代)の割合に対してどう感じるかをたずねた設問の結果が図 3-1-2 である。畜産物の生産にかかる飼料費の割合について「高いと感じる」が 62.2%と多く、その中でも「初めて知ったが、飼料費の割合が高いと感じた」が 48.8%で最も高い選択割合となっている。一方で、「わからない/特に何も感じない」は 16.3%であった。

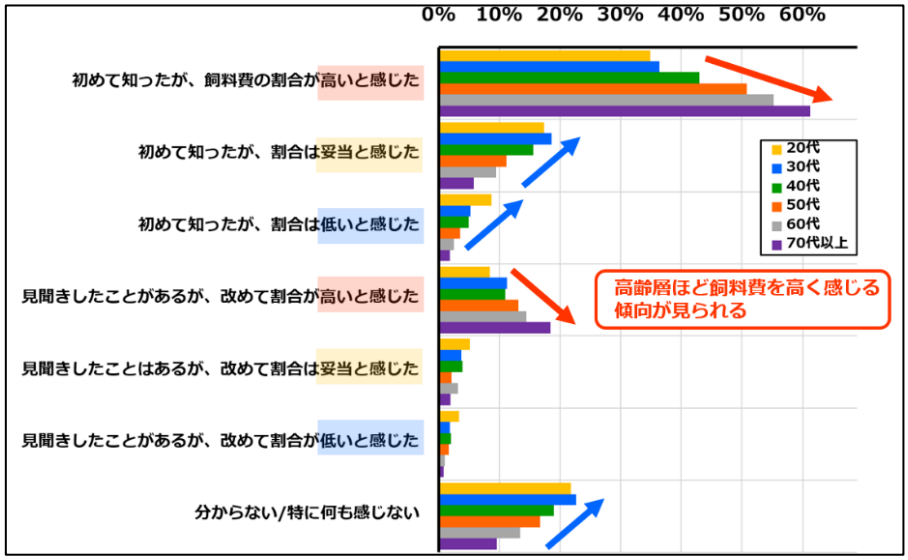
前年と比較すると、飼料費の割合を「高いと感じる」は▲9.7 ポイント減少し、逆に「わからない/特に何も感じない」が 6.5 ポイント増加しており、飼料費に対する問題意識や関心が低下している可能性がある。

図 3-1-2:畜産物の生産にかかる飼料費の割合に対する感想



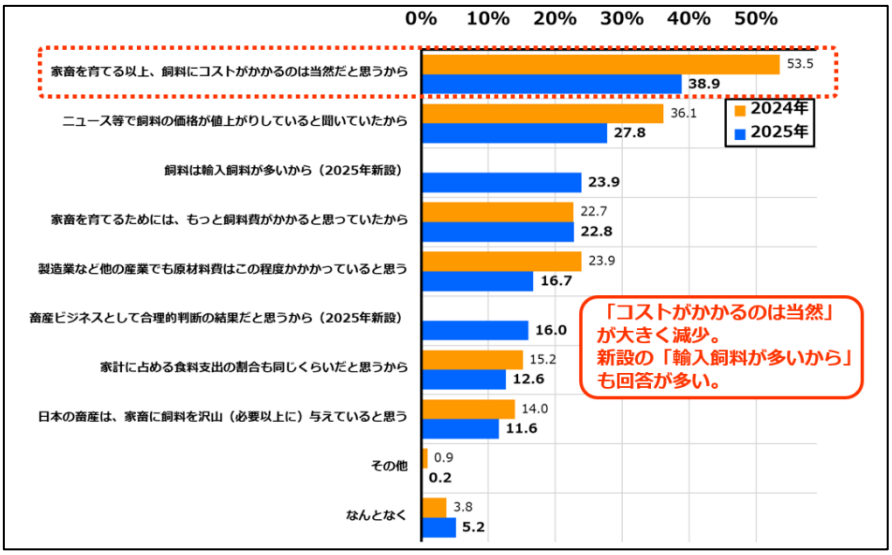
年代別に見ると、高齢層ほど飼料費の割合を「高い」と感じており、危機意識が強いことが分かる（図3-1-3）。一方で、若年層ほど飼料費の割合が、「妥当」、「低い」、さらに「分からない/特に何も感じない」と感じる割合が高くなっている。若年層は経験や情報が乏しく、飼料費の割合についての基準を持たないため、実感がわきにくいことが要因と考えられる。

図 3-1-3:【年代別】畜産物の生産にかかる飼料費の割合に対する感想



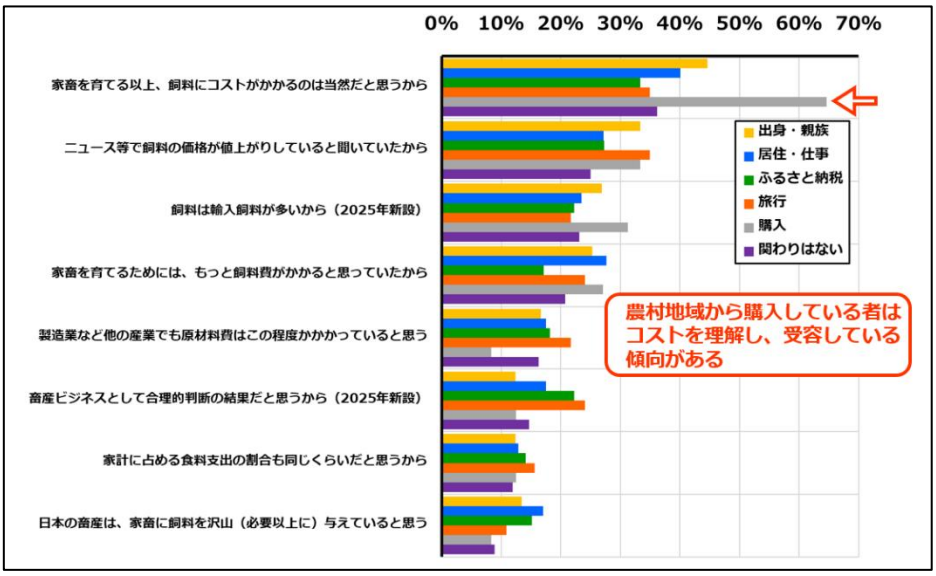
（イ）Q18 において畜産物の生産にかかる飼料費の割合が「妥当」、「低い」と感じると回答した消費者に対して、Q19　畜産物の生産にかかる飼料費の割合が妥当・低いと考える理由をたずねた設問の結果が図 3-1-4 である。理由としては、「家畜を育てる以上、飼料にコストがかかるのは当然だと思うから」が 38.9%と最多であるが、前年に比べ▲14.6 ポイント減少している。次いで、「ニュース等で飼料の価格が値上がりしていると聞いていたから」が 27.8%で、新設の選択肢である「飼料は輸入飼料が多いから」が 23.9%と続いている。

図 3-1-4:畜産物の生産にかかる飼料費の割合が妥当・低いと考える理由（複数回答）



農村地域との関わり別に見ると、農村地域から購入経験のある者は「コストがかかるのは当然」の選択割合が 64.4%と突出している（図 3-1-5）。「購入」という経験から、購入決定の際に畜産物生産の現状を知る機会もあり得ることから、そのことが影響しているのではないかと考えられる。

図 3-1-5:【農村地域との関わり別】畜産物の生産にかかる飼料費の割合が妥当・低いと考える理由（複数回答）



Q18、Q19 の「その他」の自由回答を見ると、「肉牛の飼料費の割合が低く、豚の割合が高いことに驚いた」という、畜種による飼料費の割合の違いに対する意見が最も多く見られた。次いで、「飼料費の他にかかっている費用が気になった」という意見が多く、畜産物の生産にかかる費用について、飼料費以外の部分への関心も高いことが分かった。

(2)飼料の輸入割合に対する意識

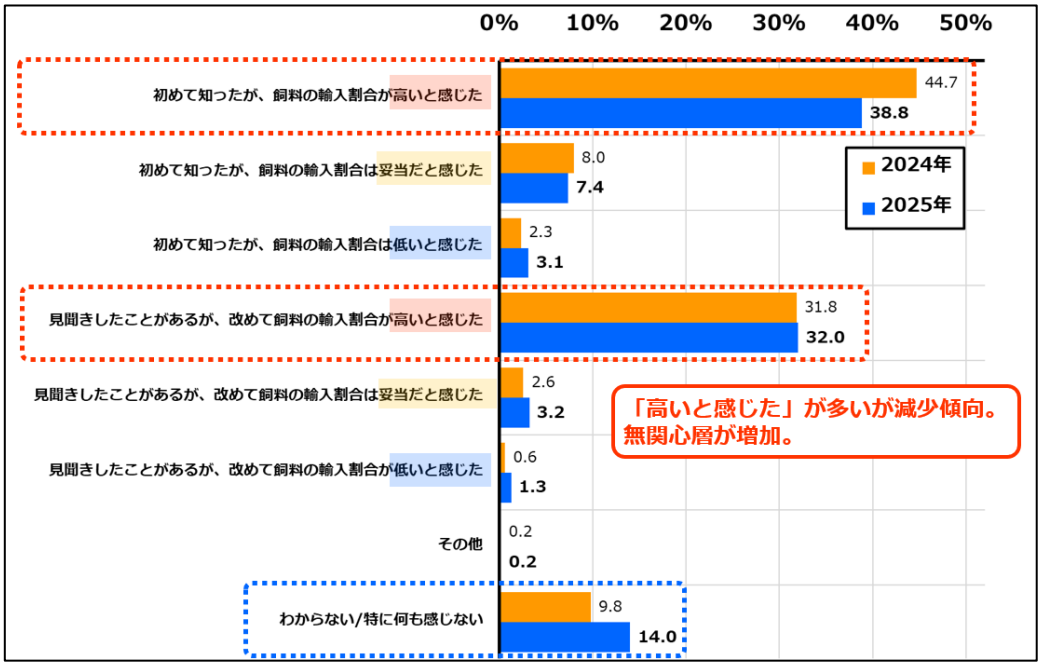
飼料の輸入依存度の高さへの問題意識が弱まっている

- 飼料の輸入割合を「高いと感じる」が減少
- 若年層で飼料輸入問題への関心が低下
- 輸入割合が「妥当・低い」と考える最多の理由は「輸入飼料が安価だと思うから」

(ア)Q20 日本は飼料の約 73%を海外から輸入しており、この割合についてどう感じるかをたずねた設問の結果が図 3-2-1 である。飼料の輸入割合について「高いと感じる」が 70.8%と多く、その中でも「初めて知ったが、飼料の輸入割合が高いと感じた」が 33.8%で最も高い選択割合となっている。一方で、「わからない/特に何も感じない」は 14.0%であった。

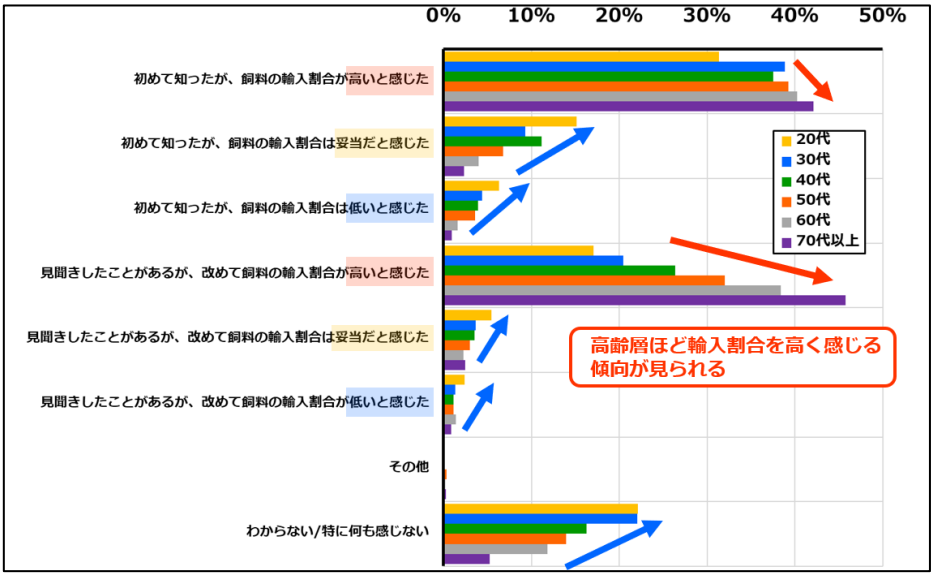
前年と比較すると、飼料の輸入割合を「高いと感じる」は▲5.7 ポイント減少し、逆に「分からない/特に何も感じない」が 4.2 ポイント増加しており、飼料の輸入割合に対する問題意識・関心は低下しつつあることが分かる。

図 3-2-1:飼料の輸入割合に対する感想



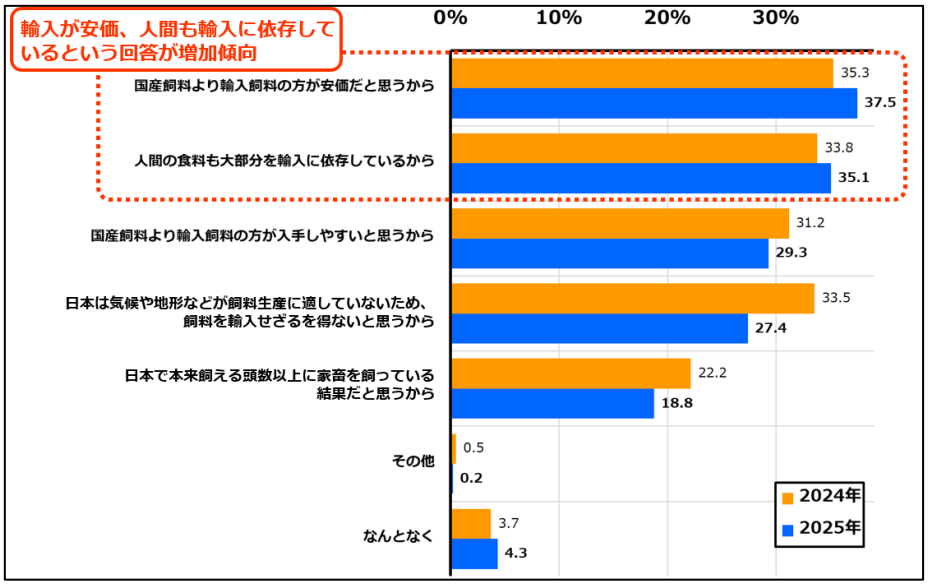
年代別に見ると、Q18 の畜産物の生産にかかる飼料の割合と同様に、高齢層ほど飼料の輸入割合を「高い」と感じる割合が高くなっており、特に、「見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合は高いと感じた」の選択割合の年代差が大きくなっている（図 3-2-2）。若年層には現在の輸入依存の状況を当たり前と考えている傾向がみられるのに対し、高齢層は過去の穀物の禁輸措置などの経験等から飼料の輸入割合の高さを課題として認識していると考えられる。

図 3-2-2:【年代別】飼料の輸入割合に対する感想



（イ）Q20 において、飼料の輸入割合が「妥当」、「低い」と回答した消費者に対して、Q21 現在の飼料の輸入割合が妥当・低いと考える理由についてたずねた設問の結果が図 3-2-3 である。「国産飼料より輸入飼料の方が安価だと思うから」が 37.5%、次いで「人間の食料も大部分を輸入に依存しているから」が 35.1%と高くなっており、どちらも前年に比べて増加している。価格メリットを考えると、輸入飼料に頼ることは仕方ないと考える傾向が強まっているようだ。

図 3-2-3:現在の飼料の輸入割合が妥当・低いと考える理由（複数回答）



Q20、Q21 の「その他」の自由回答を見ると、Q20 で飼料の輸入割合が高いとの感想を持った者が多く、「海外に依存しないで日本国内で何とかならないのか。努力するべきだと感じる」、「国産飼料の価格競争力をあげなければいけない」と飼料の国産化や自給率の向上に取り組むべきとの意見も見られた。

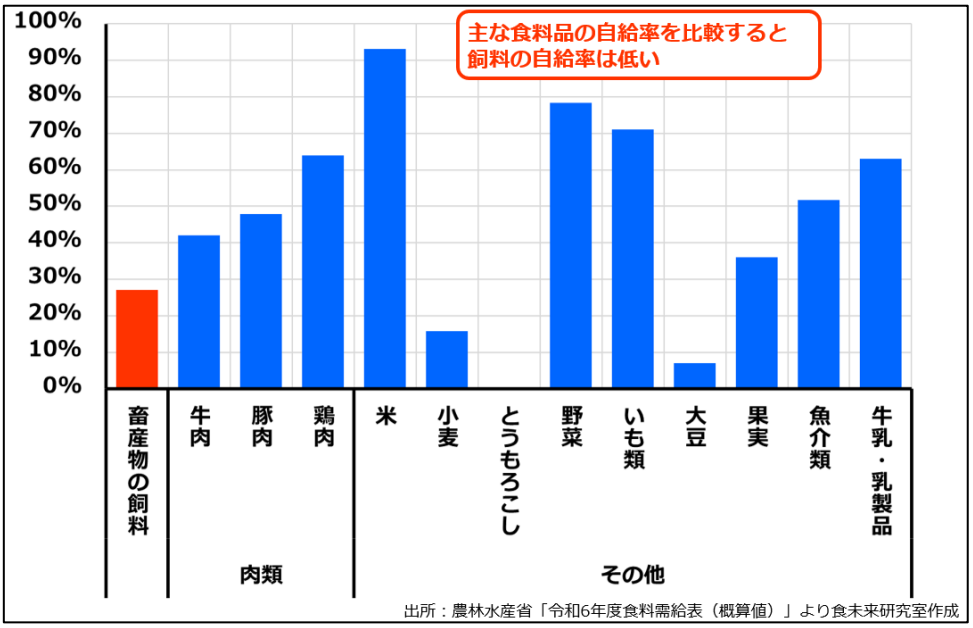
補足データ

Q21 の現在の飼料の輸入割合が「妥当」「低い」と考える理由として、「人間の食料も大部分を輸入に依存しているから」という回答が上位に入っており、飼料の輸入を特別視しない認識も一定数存在していた。

農林水産省の「令和 6 年度食料需給表（概算値）」より飼料を含めた食料品の自給率を比較すると、米や野菜など一部の食料品は高い自給率を維持している一方で、小麦や大豆、飼料の自給率は極めて低い水準にとどまっていることが分かる（図 3-2-4）。また、肉類や牛乳・乳製品といった畜産物の自給率は飼料より高い水準となっているが、使用している飼料も国産のものに限定すると、各食肉は 10%前後、牛乳・乳製品は約 30%の自給率となり、実質的には海外依存度が高い状況となっている。

このように、輸入依存の高さは飼料に限った問題ではなく、食料全体に共通する課題として捉えられるため、消費者の中では飼料の輸入割合の高さに対する問題意識が相対的に薄れ、他の食料品と同様に当たり前のこととして受け止められつつあることが考えられる。

図 3-2-4：主な食料品（飼料を含む）の自給率



出所：農林水産省「令和6年度食料需給表（概算値）」より食未来研究室作成

(3)飼料価格の動向に対する意識

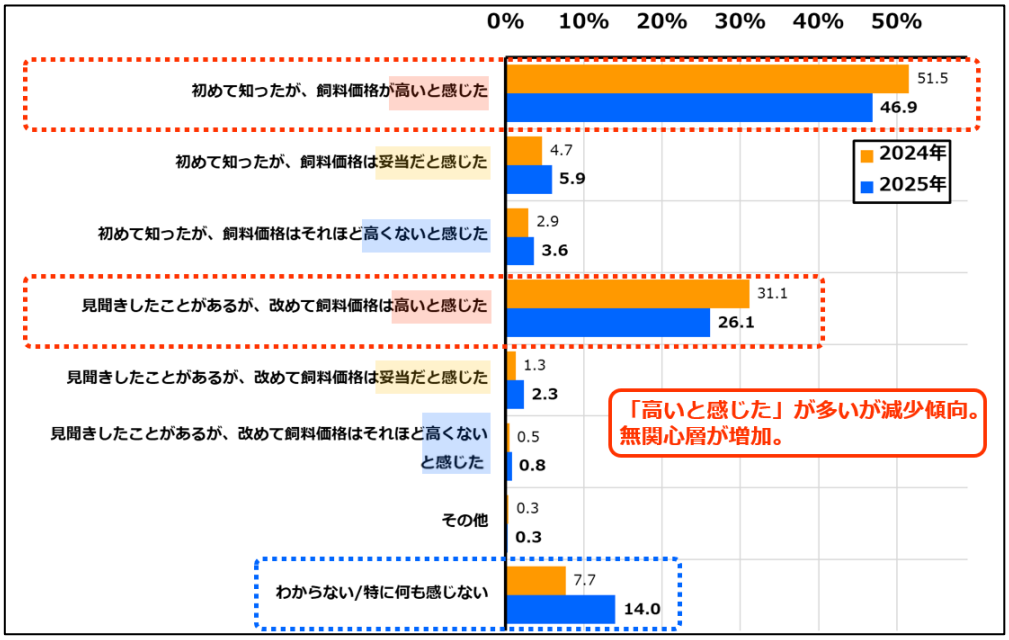
飼料価格を「高い」と感じる割合が減少

- 価格高騰への問題意識が薄れ、無関心層が増加
- 高齢層ほど飼料価格を「高い」と感じる割合が高い
- 飼料価格が「妥当・高くない」と考える最多の理由は、消費全体の物価高

(ア)Q22 飼料の価格はトン当たり 6～7 万円で推移しており、最近は 10 万円前後で高止まりしている。このような飼料価格の動向についてどう感じるかをたずねた設問の結果が図 3-3-1 である。飼料価格について「高いと感じる」が 73%と多く、その中でも「初めて知ったが、飼料価格が高いと感じた」が 46.9%と最も高い選択割合となっている。一方で、「わからない/特に何も感じない」は 14.0%であった。

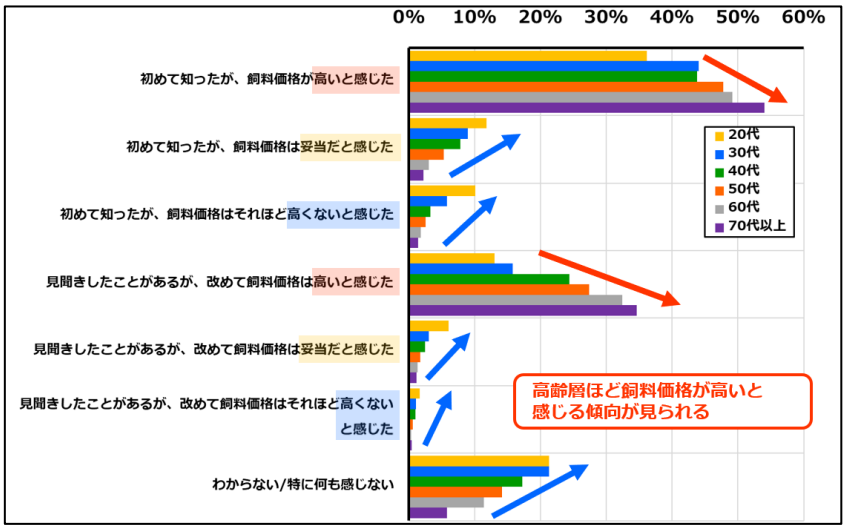
前年と比較すると、飼料価格を「高いと感じる」は▲9.6 ポイントも減少し、逆に「わからない/特に感じない」が 6.3 ポイント増加している。これは、様々なものの値上げが長期化していることで消費者側に慣れが生じ、問題意識が低下した可能性があることを示している。

図 3-3-1:飼料価格の動向に対する感想



年代別に見ると、Q18、Q20 と同様の傾向が見られた（図 3-3-2）。どの年代も「初めて知ったが、飼料価格が高いと感じた」の選択割合が最多だが、高齢層ほど「高い」と感じる傾向が強く、若年層ほど「妥当」、「高くない」、「わからない/特に何も感じない」を選択する傾向となっている。この課題についても、若年層の問題意識・関心を高める必要がある。

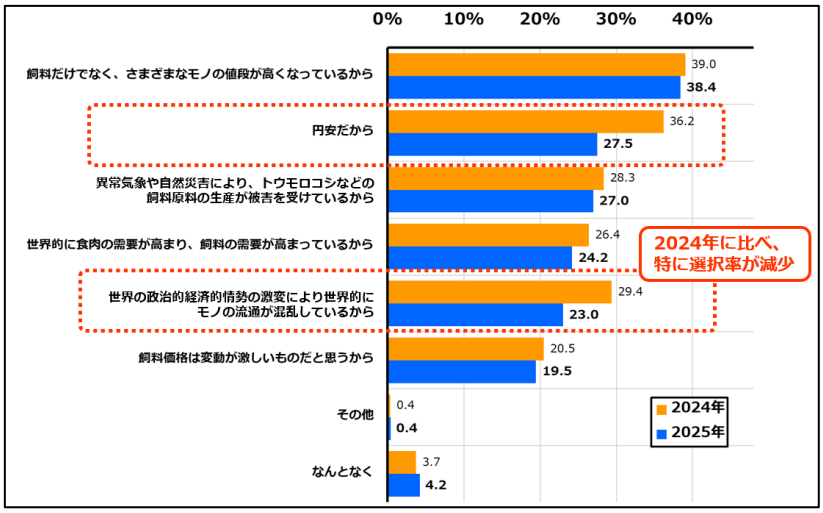
図 3-3-2:【年代別】飼料価格の動向に対する感想



（イ）Q22 において、現在の飼料価格が「妥当」、「それほど高くない」を選択した消費者に対して、Q23 現在の飼料価格が妥当・それほど高くないと考える理由についてたずねた設問の結果が図 3-3-3 である。最も多かったのは、「さまざまなモノの値段が高くなっているから」の 38.4%で、インフレの一部として飼料価格を捉えている者が多いことが分かる。続いて、「円安」が 27.5%、「異常気象・自然災害」が 27.0% となっており、外部要因が主な理由として選択されている。

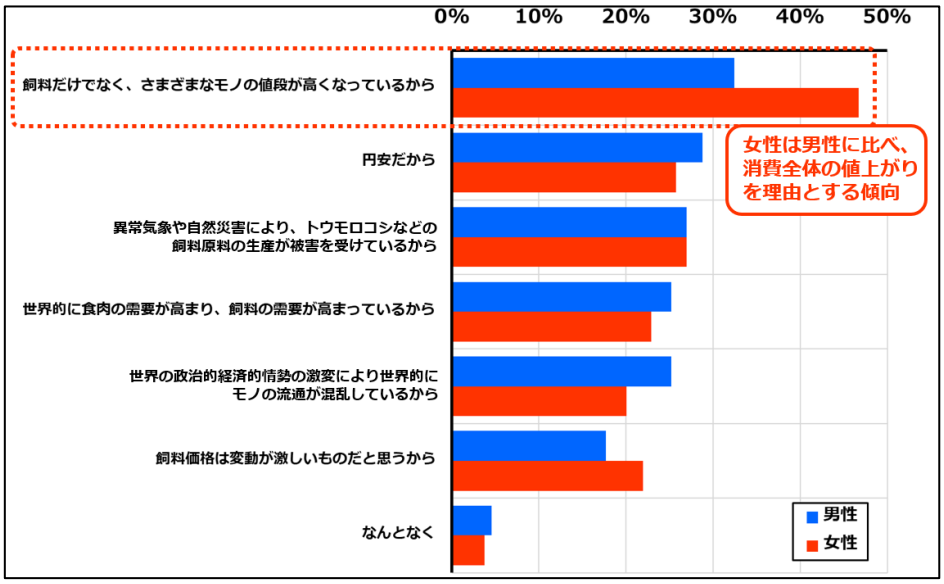
前年と比較すると、「円安」や「世界の政治的経済的情勢の激変により世界的にモノの流通が混乱しているから」などの、外部要因の選択割合の減少が目立っている。消費全体としての値上がりが続いているからか、消費者は飼料価格の高騰も物価上昇の一つと考える傾向が強まりつつある。

図 3-3-3:現在の飼料価格が妥当・それほど高くないと考える理由



性別に見ると、「飼料だけでなく、さまざまなモノの値段が高くなっているから」の選択割合に大きく違いが見られる（図 3-3-4）。この選択肢については、男性の選択割合が 32.4%であるのに対し、女性は 46.7%と 14.3 ポイントも差が開いている。女性は男性に比べて日常的に買い物をすることが多く、価格の上昇を感じる機会が多いことから、このような結果となったと思われる。

図 3-3-4:【性別】現在の飼料価格が妥当・それほど高くないと考える理由



Q22、Q23 の「その他」の自由回答では、飼料価格に対し「円安が大きく影響している」や「ここ数年は安定している。インフレ基調もあるので価格上昇は仕方がない。」という冷静な意見が見られる一方で、「海外に依存するのを止めるべき」と国内自給率の向上を求める意見も見られる。また、「国産の廃棄されている食料を飼料に回すべき」や「国内の使っていない農地を活用すべき」といった、飼料の国内自給率を高めるための具体的な対策案も挙がっており、輸入飼料に頼っている現状が飼料価格が高い要因だと考える者もいることが分かる。

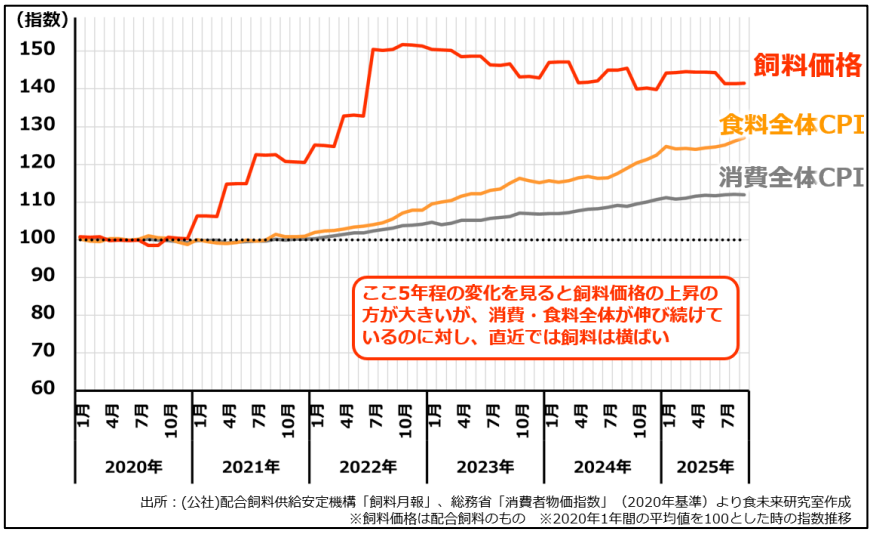
補足データ

Q22・Q23 では、飼料価格を「高い」と感じる消費者が依然として多い一方で、飼料価格を「妥当」、「それほど高くない」と感じている消費者は飼料価格を物価全体の上昇の中で捉えている傾向が強いことが分かった。では、物価全体と飼料価格の動向はどのような関係となっているのだろうか。

図 3-3-5 は配合飼料供給安定機構の「飼料月報」と総務省の「消費者物価指数」より、飼料価格の推移と食料全体・消費全体の物価の推移を見たものである。過去 5 年程の動きを見ると、飼料価格は 2021 年から 2022 年にかけて急上昇し、その後も高水準で推移している。一方で、消費全体や食料全体の物価は飼料価格ほど大幅かつ急激な上昇は見られないものの、着実に上昇し続けており、消費者にとっては日常的に値上げを実感する環境が続いている。

特に注目したいのは、直近では飼料価格が高止まりしているのに対し、消費全体や食料全体の物価は上昇を続けている点である。こうした状況下では、飼料価格の高さは相対的に目立ちにくくなり、飼料だけが特別に高いという認識は弱まりやすくなっていると思われる。消費者は、飼料価格を単独で評価するのではなく、あらゆるモノが値上がりしている現状の一部として受け止めるようになっており、その結果、飼料価格に対する強い問題意識は薄れ、物価上昇が続く中で仕方のないこととして感じる傾向が強まっていると考えられる。このような認識の変化が、飼料価格を「妥当」あるいは「それほど高くない」と考える回答の増加につながっているとみられる。

図 3-3-5:飼料価格と消費全体、食料全体の物価の推移



出所：(公社)配合飼料供給安定機構「飼料月報」、総務省「消費者物価指数」（2020年基準）より食未来研究室作成
※飼料価格は配合飼料のもの　※2020年1年間の平均値を100とした時の指数推移

(4) 肉用牛農家の減少に対する意識

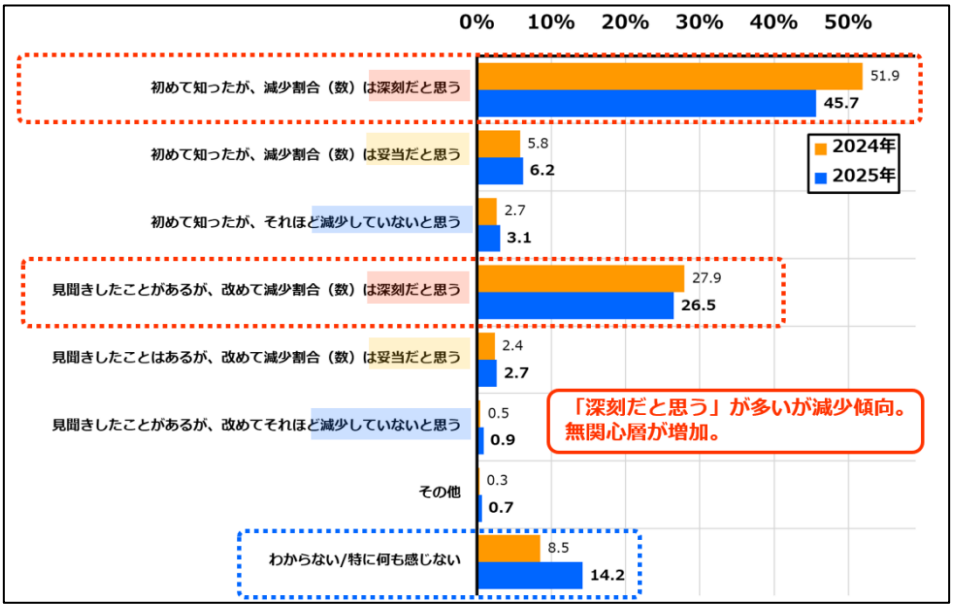
肉用牛農家の減少を深刻視する割合は 7 割超だが、問題意識は低下傾向

- 無関心層が急増し、問題の浸透は鈍化
- 若年層では深刻視が高齢層の半数程度にとどまる
- 「妥当・それほど減少していない」と考える最多の理由は「農家全体の傾向だから」

(ア) Q24 国内の肉用牛農家は、この 10 年間で 57,500 戸から 36,500 戸へと約 40%減少している。この減少具合についてどう感じるかをたずねた設問の結果が図 3-4-1 である。肉用牛農家の減少について「深刻だと思う」が 72.2%と多く、その中でも「初めて知ったが、減少割合(数)は深刻だと思う」が 45.7%で最も高い選択割合となっている。一方で、「わからない/特に何も感じない」は 14.2%であった。

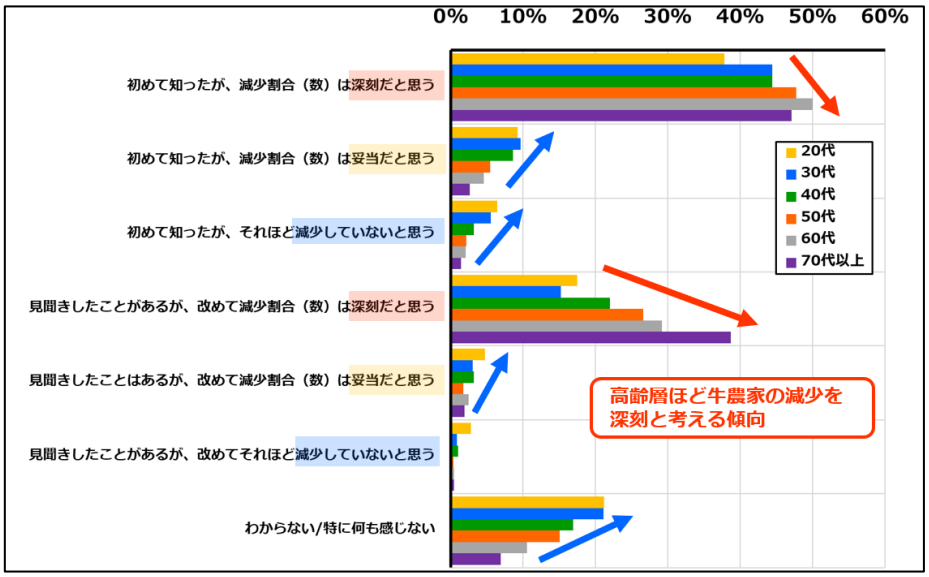
前年と比較すると、肉用牛農家の減少を「深刻だと思う」は▲7.6 ポイント減少し、逆に Q18、Q20 及び Q22 と同様に、「わからない/特に何も感じない」が 5.7 ポイント増加している。問題の長期化などにより慣れが生じてしまった可能性が考えられる。

図 3-4-1:肉用牛農家が減少していることに対する感想



年代別に見ると、Q18、Q20 及び Q22 の結果と同様、高齢層ほど深刻だと強く感じている一方、若年層ほど問題意識が低く、関心も薄い結果となっている(図 3-4-2)。

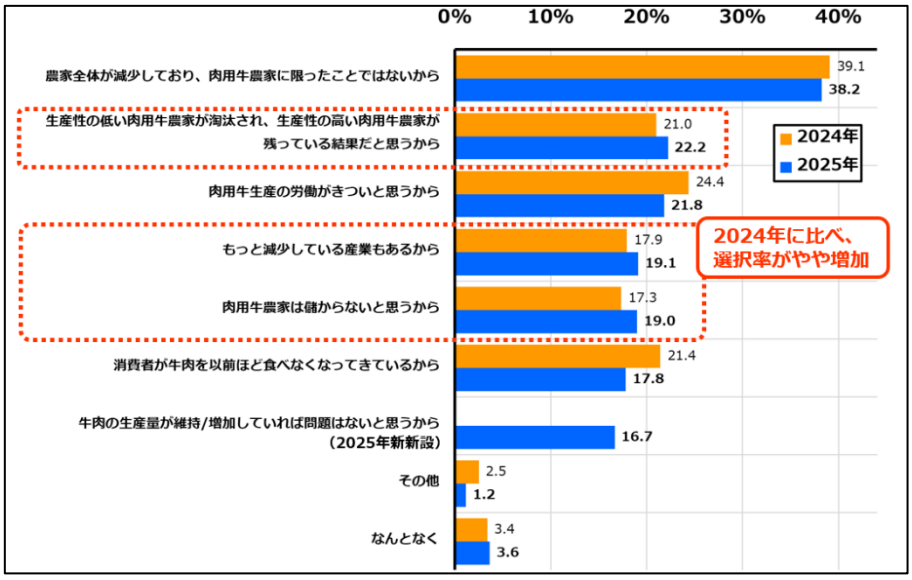
図 3-4-2:【年代別】肉用牛農家が減少していることに対する感想



(イ)Q24 で肉用牛農家の減少が「妥当」、「それほど減少していない」と回答した消費者に対して、Q25 肉用牛農家の減少が妥当・それほど減少していないと考える理由をたずねた設問の結果が図 3-4-3 である。理由としては「農家全体が減少しており、肉用牛農家に限らないから」が 38.2%で最多となっており、肉用牛農家の減少を農業全体の問題としてとらえていることが分かる。

また、前年と比較すると、「生産性の低い農家が淘汰されている結果」、「もっと減少している産業もある」、「肉用牛は儲からない」という理由が微増傾向となっており、肉用牛農家の減少は肉用牛生産に特有の問題ではなく、産業全体の流れの中で起きているものと捉える意識が強まっていることがうかがえる。

図 3-4-3:肉用牛農家の減少が妥当・それほど減少していないと考える理由



Q24、Q25 の「その他」の自由回答では、「農家数ではなく総飼育数が重要」という肉用牛農家数ではなく肉用牛の頭数を見るべきであるという意見や、「集約化されているなら OK」や「小規模事業者が減り大規模事業者が増えたのではないだろうか」といった一農家あたりの飼育数の変化を考える意見が多かった。

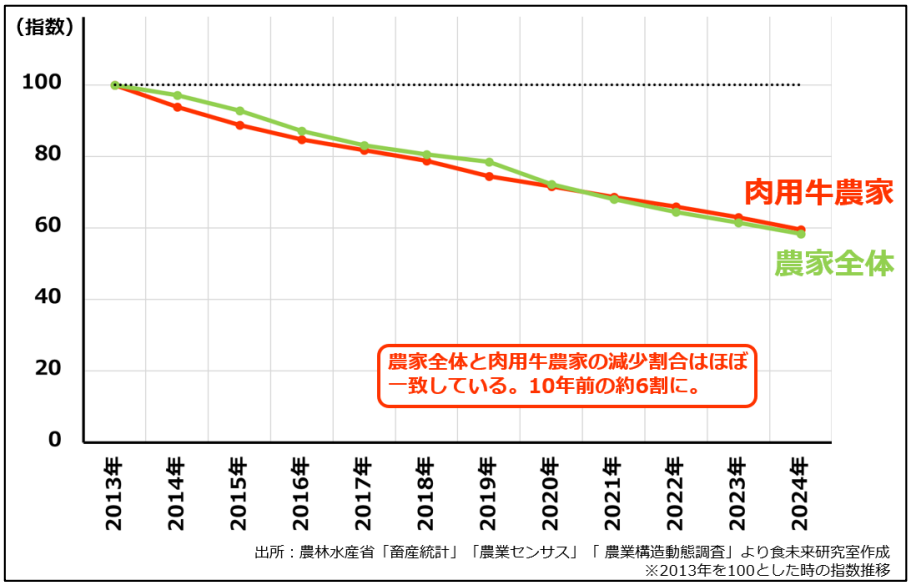
また、肉用牛農家の減少が「妥当・それほど減少していない」とした理由としては、「生産者の高齢化が進むのは避けられないから」や「国内の人口減少に伴い生産量が減ることは当然のことだと思うから」といった、現在の国内の人口構造上仕方がないという意見が見られた。

補足データ

Q25 では、肉用牛農家の減少を「妥当」、「それほど減少していない」と考える理由を「農家全体が減少しており、肉用牛農家に限らないから」と回答する割合が最も多く、肉用牛農家だけの問題とは見なされていないことが示された。では、農家全体の変化はどうなっているのだろうか？

図 3-4-4 は農林水産省の「畜産統計」、「農業センサス」、「農業構造実態調査」より、農家全体と肉用牛農家の推移を比較したデータである。これを見ると、肉用牛農家の減少率は農家全体の減少率とほぼ同じ水準で推移しており、過去 10 年間にわたって一貫した縮小傾向が続いていることが分かる。肉用牛農家だけが特別に急減しているわけではないことから、「農家全体が減少しており、肉用牛農家に限らない」という考えは妥当と言える。消費者は肉用牛農家の減少を単独の問題ではなく、農業全体の長期的な変化の一部として受け止めていると考えられる。

図 3-4-4：農家全体と肉用牛農家の 10 年間の変化



(5) 畜産業の現状に対する意識

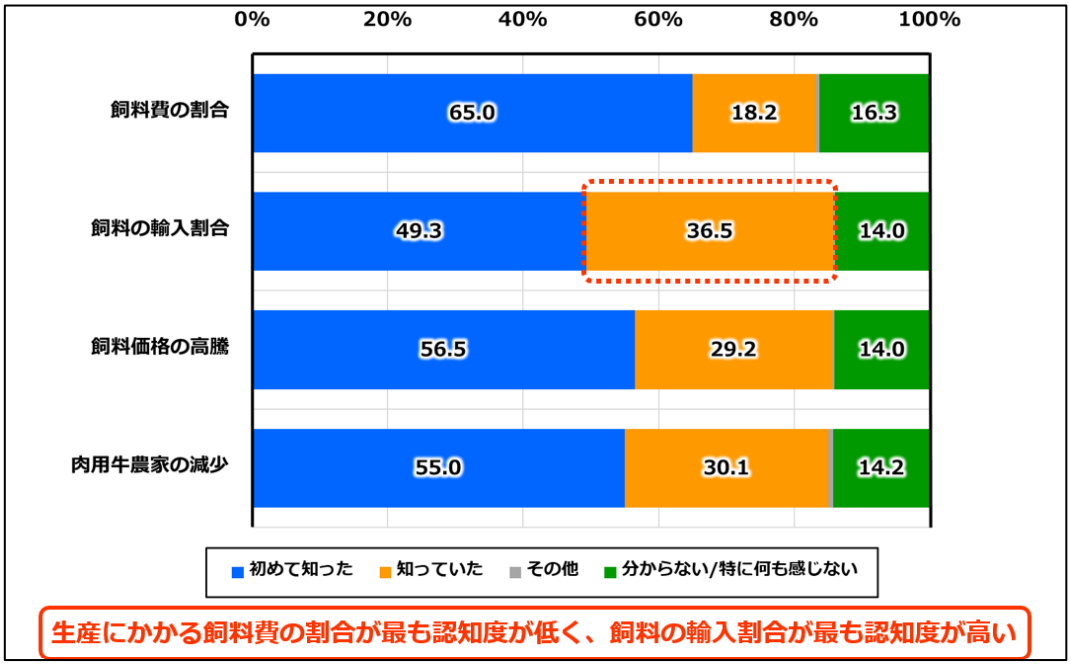
畜産業の現状・課題は、約半数が知らない状況

- 「生産にかかる飼料費の割合」に対する認知度が特に低い
- 最も深刻と理解された現状・課題は「飼料価格の高騰」
- 現状に問題意識を持つ割合は減少。「分からない/特に何も感じない」が増加

畜産業の現状に関する設問(「Q18　生産にかかる飼料費の割合」、「Q20　飼料の輸入割合」、「Q22　飼料価格の高騰」、「Q24　肉用牛農家の減少」)に対する回答について、”認知”に関する部分を比較した結果が図 3-5-1 である。飼料の輸入割合については約半数が、それ以外の項目については過半数が「初めて知った」と回答しており、また、すべての設問において「分からない/特に何も感じない」との回答が約 15%を占めていることから、畜産業の現状についての認知不足が浮き彫りになった。

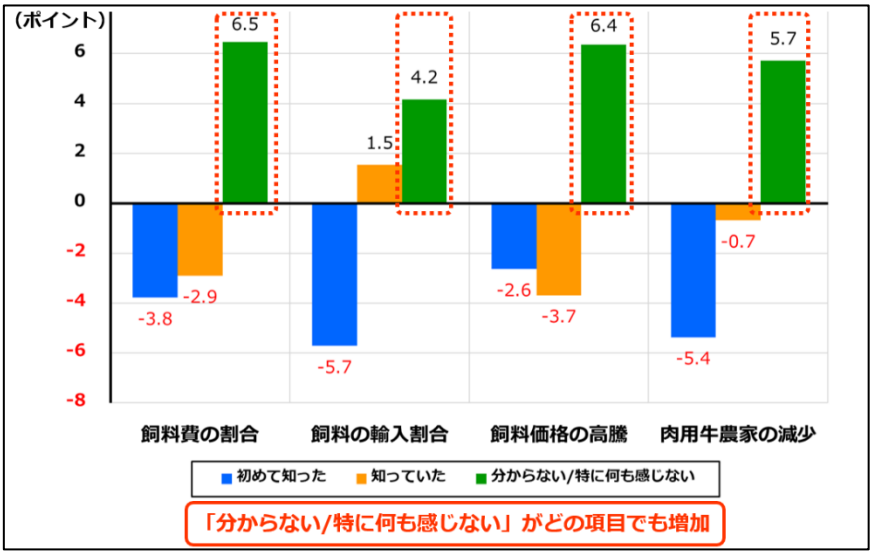
ただし、項目ごとに認知度に違いが見られ、特に「生産にかかる飼料費の割合」についての認知度は 18.2%と最も低い。これに対して、「飼料の輸入割合」は 36.5%と「生産にかかる飼料費の割合」の約 2 倍の消費者がすでに知っており、今回の項目の中では最も認知度が高いという結果となっている。

図 3-5-1:畜産業の現状に対する認知



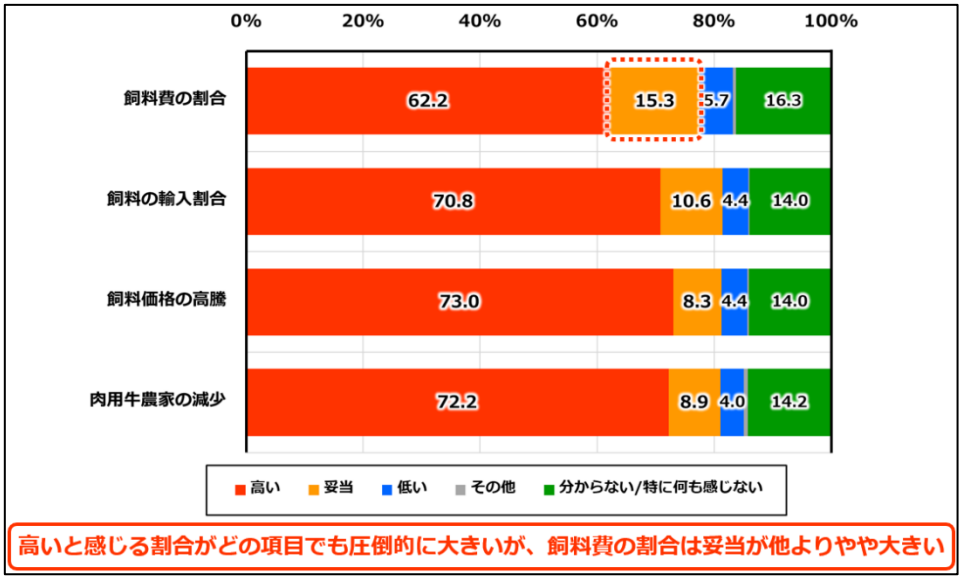
前年との差を見ると、「初めて知った」、「知っていた」はほとんどの項目で減少している一方で、「分からない/特に何も感じない」は全ての項目で増加している(図 3-5-2)。畜産業の現状や問題について明確な理解や関心を持つ者が減少する一方で、関心を持たないまま現状を受け止める傾向が強まっている。

図 3-5-2:【前年差】畜産業の現状に対する認知



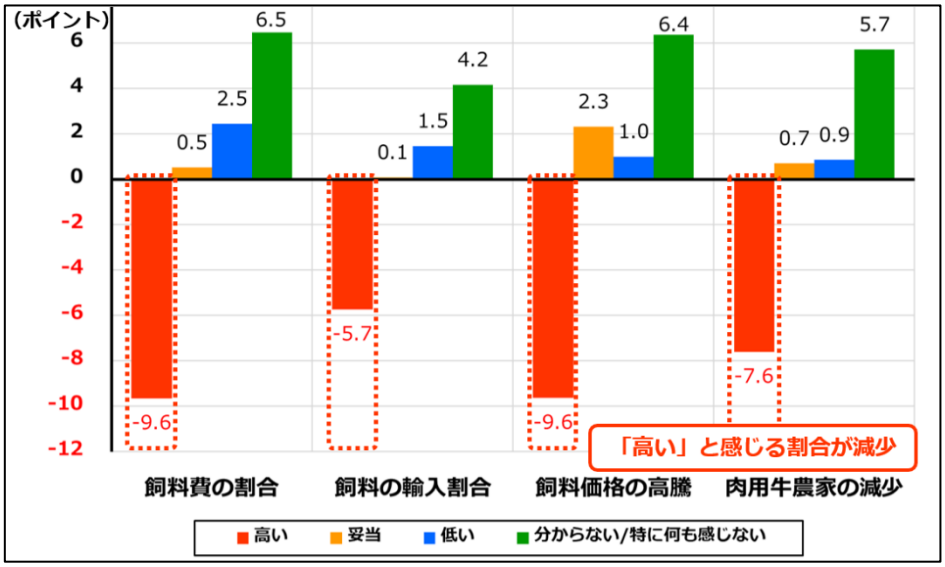
畜産業の現状に関する設問(「Q18　生産にかかる飼料費の割合」、「Q20　飼料の輸入割合」、「Q22 飼料価格の高騰」、「Q24　肉用牛農家の減少」)に対する回答について、”感想”に関する部分を比較した結果が図 3-5-3 である。全項目で「高い(深刻)」と考える者が大多数を占めており、最も深刻視されたのは認知度が必ずしも高くなかった「飼料価格の高騰」で、73.0%であった。これは、認知は乏しくても、現状を示されれば多くの消費者が状況を正確に捉える傾向が強いことを示している。また、この項目の中では、「飼料費の割合」が他の項目に比べて「妥当」だと考える割合が最も高くなっている。

図 3-5-3:畜産業の現状に対する感想



前年と比較すると、全ての設問項目で「高い（深刻）」と考える割合が減少しており、特に、「生産にかかる飼料費の割合」と「飼料の高騰」は▲9.6 ポイントも減少している（図 3-5-4）。一方、「分からない/特に何も感じない」はどの項目でも増加しており、畜産業の現状と課題に対する問題意識の低下を示している。

図 3-5-4:【前年差】畜産業の現状に対する感想



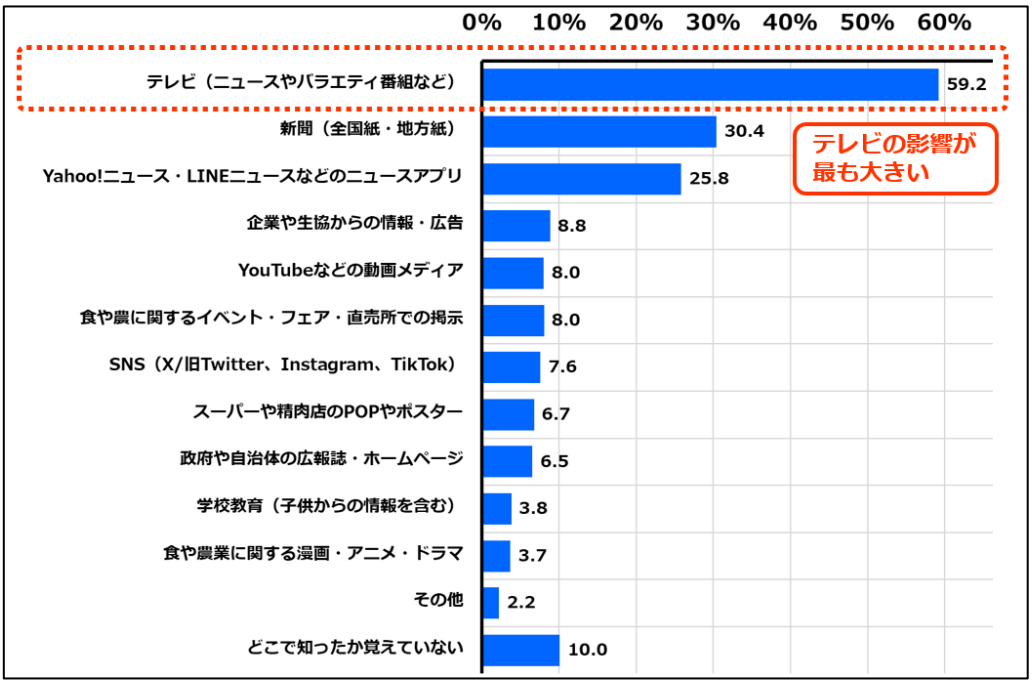
(6) 畜産に関する情報源

情報源は「テレビ」中心だが、年代差が極めて大きい

- 高齢層の情報源は「テレビ」と「新聞」が突出
- 若年層は「ニュースアプリ」や「SNS」がテレビに迫る勢い
- 若年層は高齢層に比べ、幅広い情報源から情報を取得

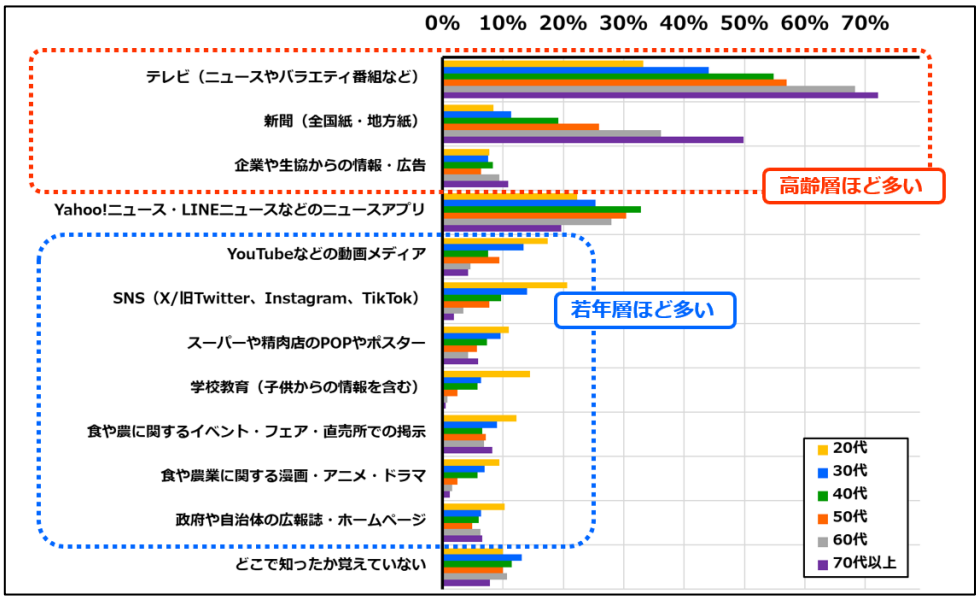
Q26 畜産に関する前問までの情報をどこで知ったかをたずねた設問の結果が図 3-6-1 である。現在では様々な情報媒体があるものの、依然として「テレビ」の影響が最も大きく、回答割合は 59.2%と圧倒的であった。次いで、「新聞」が 30.4%、「ニュースアプリ」が 25.8%と、ここまでが主要な畜産の情報源となっている。「SNS」や「動画メディア」なども普及していると考えられるが、畜産に関する情報源としてはまだ限定的であり、一桁台にとどまっている。

図 3-6-1：畜産に関する前問までの情報源（複数回答・3 つまで）



年代による情報源の違いは非常に大きく、多くの媒体で年代による利用度に違いが見られた（図 3-6-2）。「テレビ」、「新聞」、「企業や生協からの情報・広告」は高齢層ほど情報源として利用している一方、それらと「ニュースアプリ」以外の媒体は若年層ほど利用している傾向が見られる。高齢層ほど昔からある従来型の媒体を、若年層は様々な媒体を幅広く活用しているという結果となっている。

図 3-6-2:【年代別】畜産に関する前問までの情報源（複数回答・3 つまで）



年代による情報源の違いは、20 代と 70 代以上の回答結果を比較することで、より明らかになる（図 3-6-3）。どちらも情報源の 1 位は「テレビ」であるものの、その利用率は 70 代以上が 72%であるのに対し、20 代は半分以下の 33%にとどまっている。また、各媒体の利用割合を比較してみると、70 代は情報源が偏っているのに対し、20 代は「ニュースアプリ」や「SNS」などスマートフォンやインターネットで利用できるものを中心に情報源が幅広くなっていることが分かる。畜産情報の発信においては、こうした年代ごとのメディア利用の違いを踏まえた発信が必要である。

図 3-6-3:【20 代と 70 代以上の比較】畜産に関する前問までの情報源（複数回答・3 つまで）

20代		70代以上	
情報源	割合	情報源	割合
テレビ（ニュースやバラエティ番組など）	33%	テレビ（ニュースやバラエティ番組など）	72%
Yahoo!ニュース・LINEニュースなどのニュースアプリ	22%	新聞（全国紙・地方紙）	50%
SNS（X/旧Twitter、Instagram、TikTok）	21%	Yahoo!ニュース・LINEニュースなどのニュースアプリ	20%
YouTubeなどの動画メディア	17%	企業や生協からの情報・広告	11%
学校教育（子供からの情報を含む）	15%	食や農に関するイベント・フェア・直売所での掲示	8%
食や農に関するイベント・フェア・直売所での掲示	12%	政府や自治体の広報誌・ホームページ	7%
スーパーや精肉店のPOPやポスター	11%	スーパーや精肉店のPOPやポスター	6%
政府や自治体の広報誌・ホームページ	10%	YouTubeなどの動画メディア	4%
食や農業に関する漫画・アニメ・ドラマ	9%	SNS（X/旧Twitter、Instagram、TikTok）	2%
新聞（全国紙・地方紙）	8%	食や農業に関する漫画・アニメ・ドラマ	1%
企業や生協からの情報・広告	8%	学校教育（子供からの情報を含む）	1%

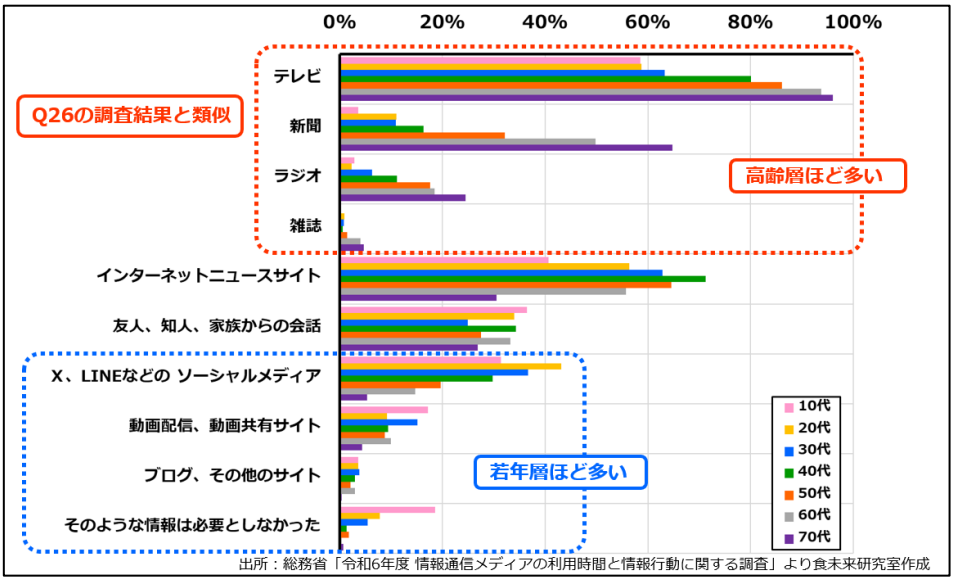
20代は新聞や広告よりも動画やSNSが、70代以上はテレビや新聞が主要な情報源

補足データ

Q26 では、畜産に関する情報源としてテレビの影響力が依然として大きい一方で、年代によって情報源に大きな差があることが確認された。ここでは、畜産も含めた、ニュース全体に関する情報源の違いについても見ておきたい。

図 3-6-4 は総務省の「令和 6 年度　情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」において、年代別に時事ニュースに関する情報を得た情報源をまとめた結果である。全体的に Q26 の結果と類似しており、高齢層ほどテレビや新聞といったマスメディアから情報を得る割合が高く、若年層ほどインターネットニュースサイトや SNS、動画配信、動画共有サイトなど、デジタル媒体への依存が強い傾向となっている。この違いにより、同じ話題であっても、世代によって接触する情報の量や内容、印象が大きく異なりやすくなっていると思われる。すなわち、テレビ中心の高齢層では、報道や特集を通じて比較的まとまった形で情報に触れる一方、若年層では SNS やネットニュースを通じて断片的に接触する傾向が強く、その結果、畜産をめぐる現状や課題に対する理解の深さや問題意識にも世代差が生じやすい状態にあると考えられる。今後の情報発信では、年代によって情報源が異なる点を意識することが重要であり、世代に合った伝え方を行うことで、畜産に関する理解を醸成する可能性が広がると思われる。

図 3-6-4:【年代別】時事ニュースに関する情報を得た情報源



出所：総務省「令和6年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より食未来研究室作成

(7) 生産コストの食肉価格への転嫁に関する意識

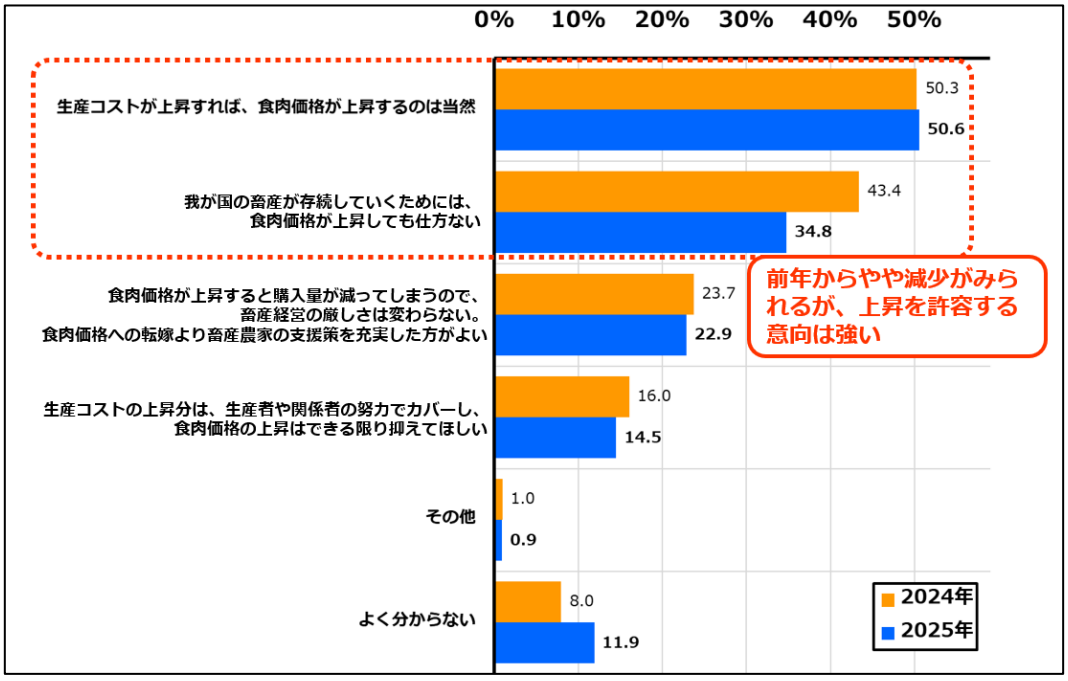
食肉価格の転嫁を許容する割合は 8 割を超える

- 食肉価格転嫁への許容は多数だが、「よく分からない」が拡大
- 約半数は生産コストの上昇分は既に価格転嫁されていると認識
- 生産コスト上昇分と食肉価格への転嫁状況の妥当性は、「よく分からない」が増加

(ア) Q27 生産コスト上昇分を食肉価格に転嫁することに対する考えをたずねた設問の結果が図 3-7-1 である。「生産コストが上昇すれば、食肉価格が上昇するのは当然」が 50.6%と過半数を占め、次いで「我が国の畜産が存続していくためには、食肉価格が上昇しても仕方ない」が 34.8%となっており、多くの消費者は、価格上昇は「当然」または「やむを得ない」と考えていることが分かる。

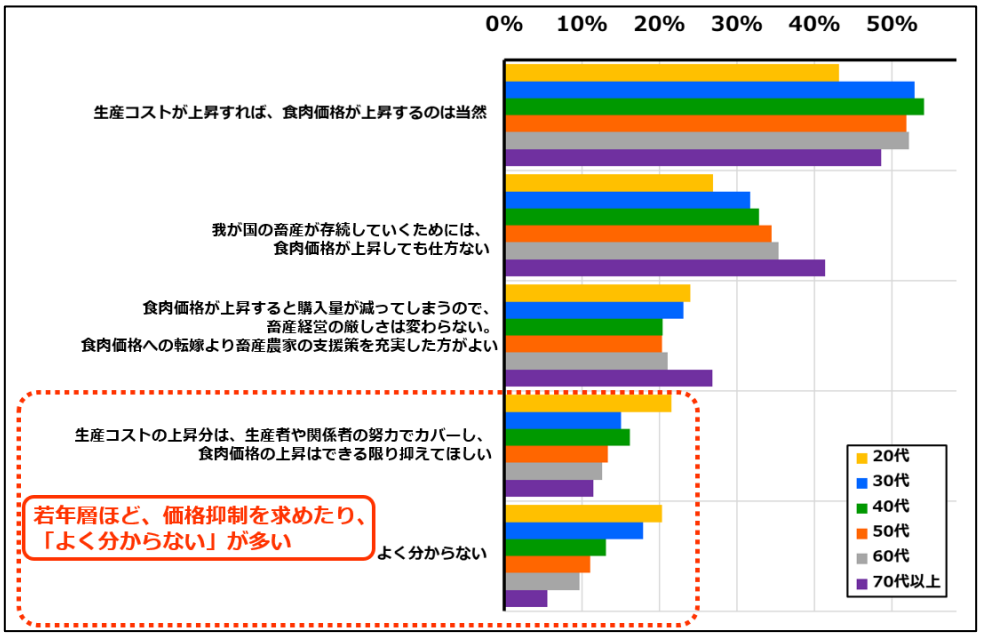
しかし、「仕方ない」は前年と比べて▲8.6 ポイント減少する一方、「よく分からない」が 3.7 ポイント増加しており、価格転嫁への許容について判断に迷う消費者が増加していることもうかがえる。

図 3-7-1:生産コスト上昇分を食肉価格に転嫁することに対する考え(複数回答)



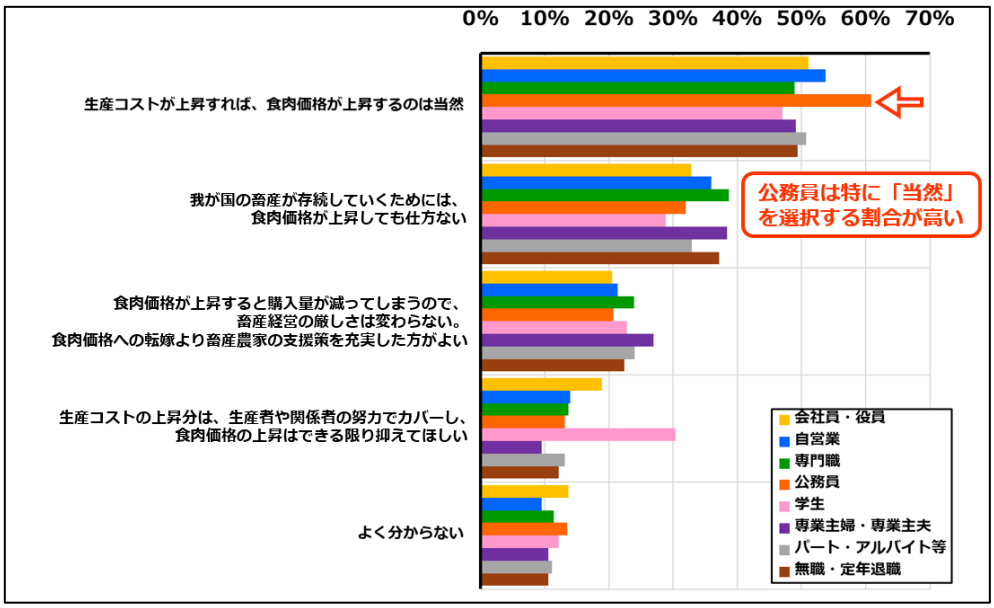
年代別に見ると、若年層ほど価格転嫁に慎重な傾向が見られる（図 3-7-2）。「当然」や「仕方ない」の選択割合が高齢層より低い傾向にあり、逆に「価格上昇を出来る限り抑えてほしい」の選択割合は高齢層より高くなっている。さらに、「よく分からない」の選択割合も高く、若年層ほど生産コストや食肉価格の実情が十分に理解できていない状況であることが確認できる。

図 3-7-2:【年代別】生産コスト上昇分を食肉価格に転嫁することに対する考え（複数回答）



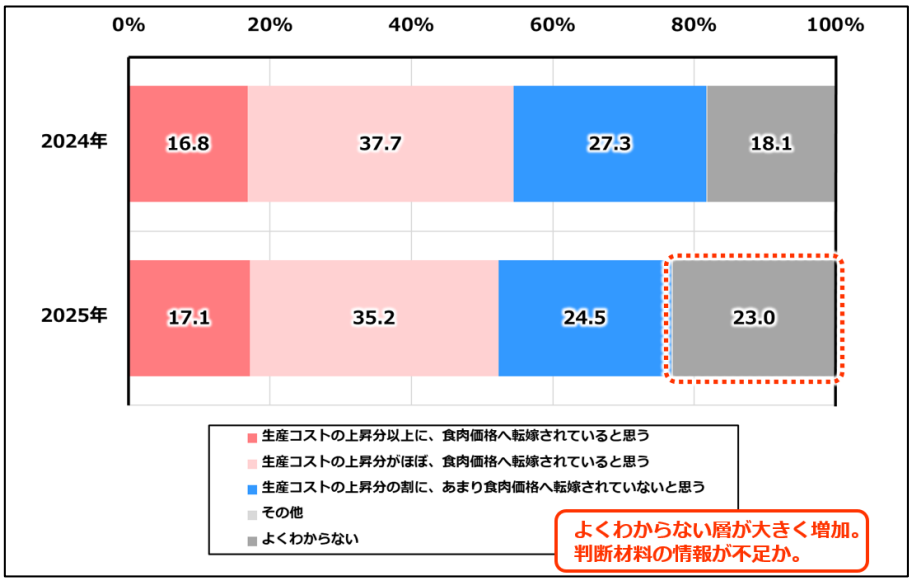
職業別に見ると、いずれも「当然」が最多で、特に公務員では選択割合が 60.8%と一段と高い選択割合になっており、情報に接する機会の多さや収入の安定性からか、値上げを許容しやすい傾向が見て取れる（図 3-7-3）。

図 3-7-3:【職業別】生産コスト上昇分を食肉価格に転嫁することに対する考え（複数回答）



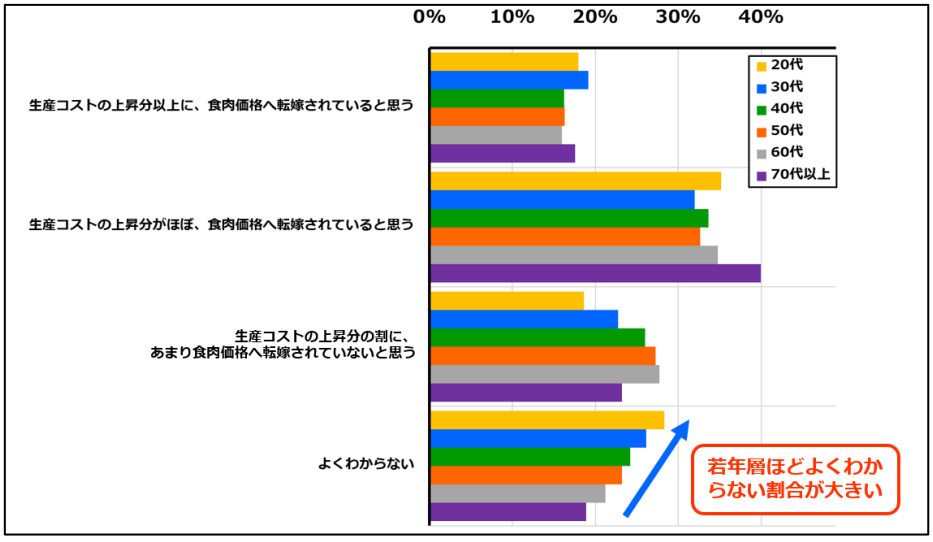
(イ)Q28　生産コスト上昇分と食肉価格上昇の両者の関係に対する感想をたずねた設問の結果が図3-7-4である。「生産コストの上昇分がほぼ、食肉価格に転嫁されていると思う」が35.2%で最多であり、約3人に1人がおおむね適正に転嫁されていると見ている。一方で、「上昇分以上に、転嫁されていると思う」(17.1%)と「上昇分の割に、あまり転嫁されていないと思う」(24.5%)が共存しており、過剰転嫁を疑う者と転嫁不足を感じる者に分かれている。また、「よく分からない」が23.0%と約4分の1を占めており、前年よりも大きく増加している点も見逃せない。判断材料の情報が不足しているためか、価格転嫁の実態が見えにくい中で、明確な判断を下せない消費者が増えている。

図 3-7-4:生産コスト上昇と食肉価格上昇の関係に対する感想



年代別に見ると、若年層ほど「よく分からない」の選択割合が高くなっている(図3-7-5)。高齢層は、生産コストの上昇と食肉価格の上昇との関連性をある程度理解し、受け止めているのに対し、若年層ほど判断材料となる情報に接する機会が少ないのか、その関連性を判断できずにいる状況と考えられる。

図 3-7-5:【年代別】生産コスト上昇と食肉価格上昇の関係に対する感想



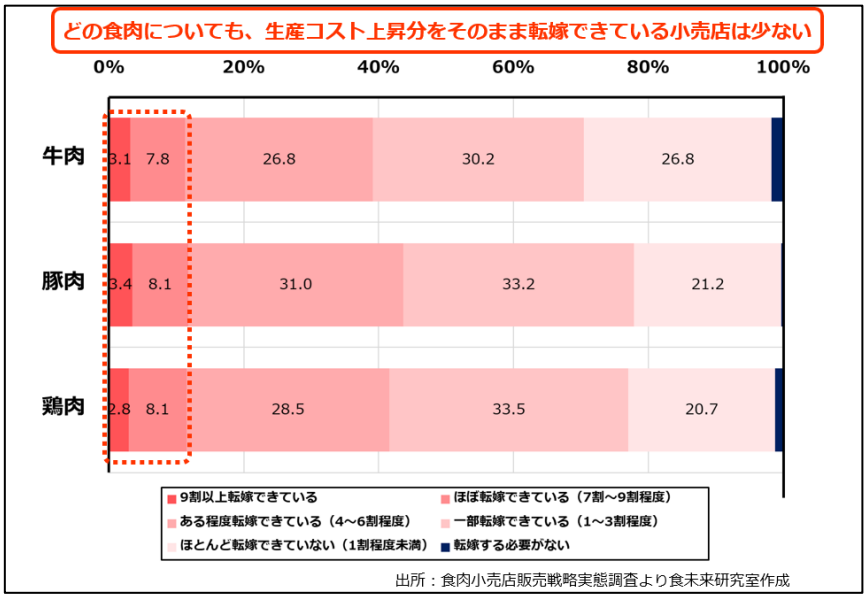
補足データ

Q28 において、生産コスト上昇分と食肉価格上昇の関係に対する感想をたずねたが、実際の現場での転嫁状況はどうなっているのだろうか。

「食肉小売店販売戦略実態調査」にて、小売店に価格転嫁の状況をたずねた結果が図 3-7-6 である。同調査では、牛肉・豚肉・鶏肉のいずれについても、生産コストの上昇分が小売価格に「ほぼ転嫁できている」と回答した食肉小売店は約 1 割にとどまっており、完全には転嫁できていないとする回答が多くを占めている。多くの食肉小売店で生産コスト上昇分を一部吸収しながら食肉が販売されているが、Q28 において「あまり転嫁されていない」と回答した消費者は 25%程度にとどまっている。

消費者から見ると、食肉小売店側の工夫や努力が見えにくいため、生産コスト上昇分のどこまでが価格に反映されているのかが分からない状態になりやすい。食肉小売店が価格上昇をできるだけ抑えようとする努力は続いているものの、その過程が伝わらないことで、結果として食肉小売店の努力や価格転嫁の状況そのものが消費者に理解されにくくなっていると考えられる。

図 3-7-6:【食肉小売店販売戦略実態調査】
食肉小売店でのコスト上昇分の小売価格への転嫁状況



出所：食肉小売店販売戦略実態調査より食未来研究室作成

4. 食料・食肉の供給リスクに対する意識

(1) 今後の食料・食肉の供給に対する意識

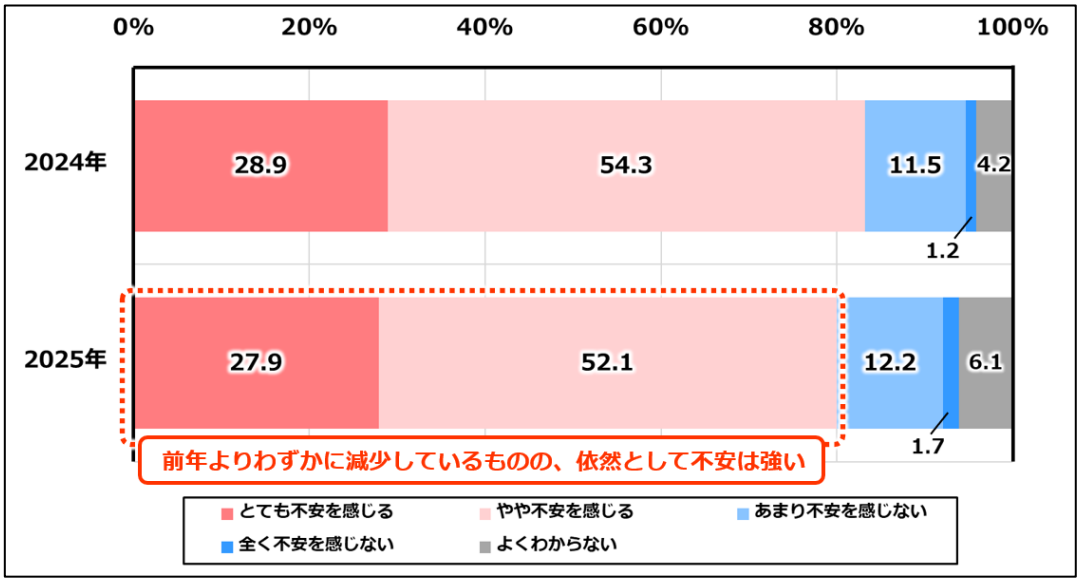
食料・食肉の供給への不安は依然として高く、特に 50 代や女性で不安感が強い

- 食料・食肉の供給への不安を感じる割合は 8 割
- 不安を感じる者は、さらなる価格上昇を最も不安に感じている
- 不安を感じない者は、代替品へ移行すればよいという意見が最多

(ア) Q29 今後の食料・食肉の供給についての不安をたずねたところ、「とても不安を感じる」(27.9%)と「やや不安を感じる」(52.1%)を合わせると 80.0%となり、将来の供給に対する不安は高水準だと言える(図 4-1-1)。一方で、「あまり不安を感じない」(12.2%)、「全く不安を感じない」(1.7%)は合計 13.9%にとどまり、安心感を持つ者はごく少数である。

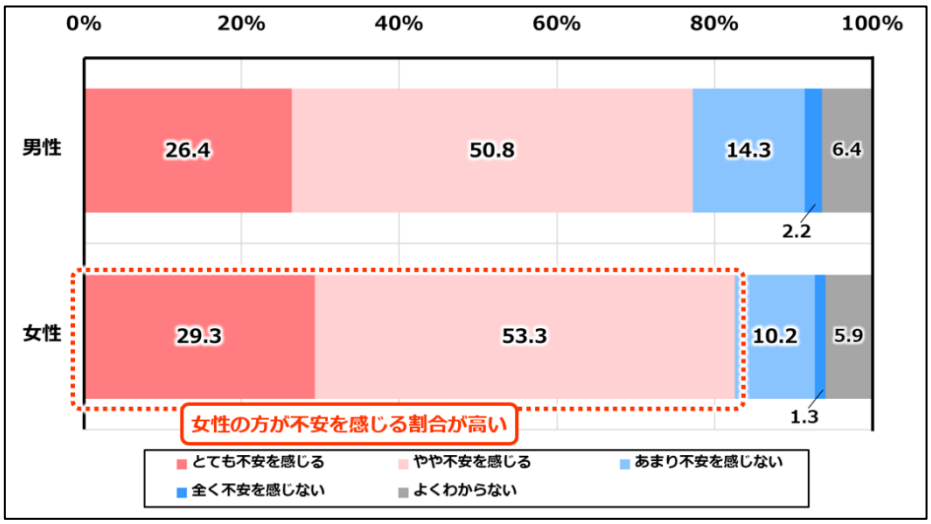
前年と比較すると、「とても不安」、「やや不安」の選択割合はいずれもわずかに低下してはいるが、依然として食料・食肉の供給についての不安感が強い状況が続いている。

図 4-1-1:今後の食料・食肉の供給についての不安



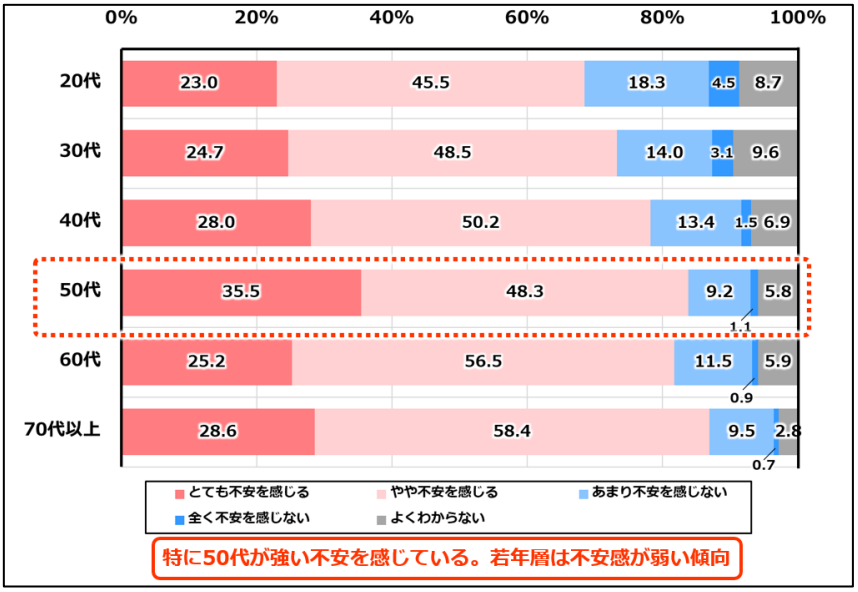
性別に見ると、女性の方が不安を感じる傾向が強いことが分かる(図 4-1-2)。女性では「とても不安」29.3%、「やや不安」53.3%で、合計は 82.6%となっているのに対し、男性は「とても不安」26.4%、「やや不安」50.8%で、合計は 77.2%と、約 5 ポイントの差が見られる。家計管理や食材購入を担うことが多い女性ほど値上がりや品薄といったリスクを身近な問題として受け止めやすく、将来の供給にも不安を感じていると考えられる。

図 4-1-2:【性別】今後の食料・食肉の供給についての不安



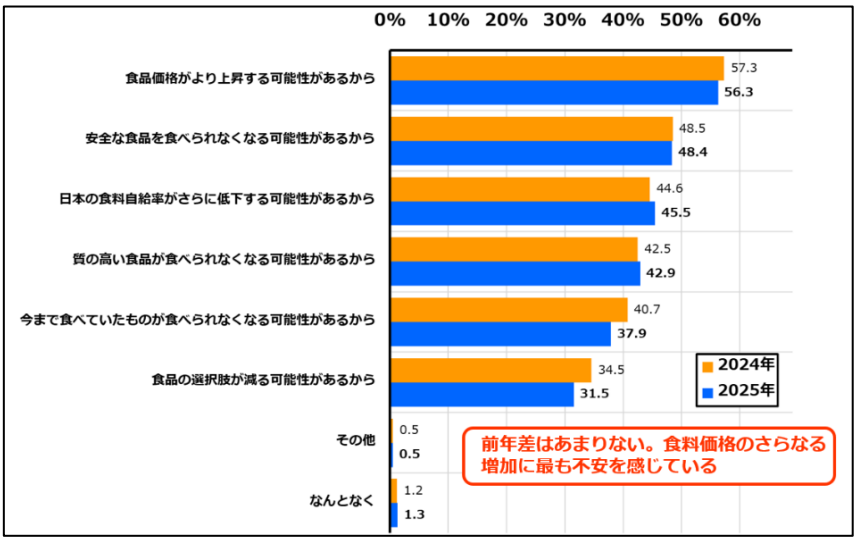
年代別に見ると、若年層ほど不安が弱く、中高年ほど不安を感じていることが分かる(図 4-1-3)。特に不安を感じているのが 50 代であり、「とても不安」が 35.5%と全年代の中で最も高くなっている。50 代は子どもの将来や自身の老後や年金への不安等も重なる家庭も多いため、食肉・食料の供給に不安を感じやすいのかもしれない。

図 4-1-3:【年代別】今後の食料・食肉の供給についての不安



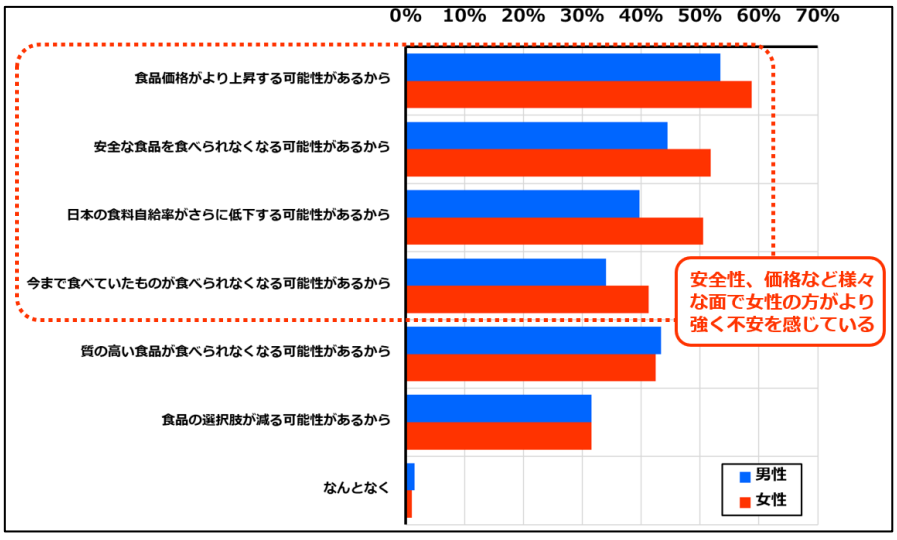
(イ)Q29 において、今後の食料・食肉供給に「とても不安を感じる」、「やや不安を感じる」を選択した消費者に対して、Q30 今後の食料・食肉の供給について不安を感じる理由をたずねた設問の結果が図 4-1-4 である。不安の理由を見ると、「食品価格がより上昇する可能性があるから」が 56.3%と最も多く、価格への不安が最大の要因となっている。次いで、「安全な食品を食べられなくなる可能性があるから」が 48.4%、「日本の食料自給率がさらに低下する可能性があるから」が 45.5%と続き、価格・安全・自給率という視点が大きな不安材料となっている。なお、不安を感じる理由の選択割合に前年との大きな差はなく、食料・食肉の供給についての不安要因はほぼ固定化していると考えられる。

図 4-1-4:今後の食料・食肉の供給について不安を感じる理由(複数回答)



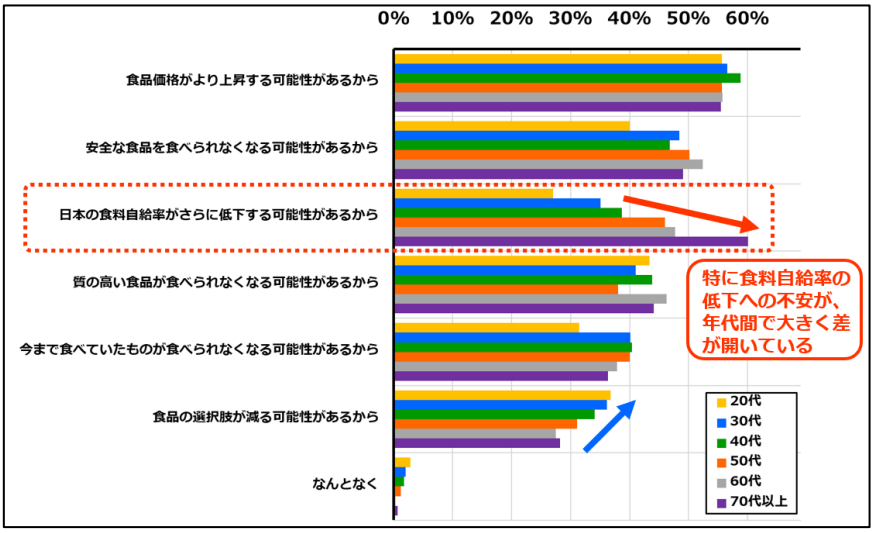
性別に見ると、多くの選択肢で女性の選択割合が高くなっていることが分かる(図 4-1-5)。特に「日本の食料自給率がさらに低下する可能性があるから」は約 10 ポイントの差があり、日常的に食料の購入や調理に関わる機会が多い女性ほど、食料品の価格や品不足の影響を生活の中で実感しやすいため、食料自給率の低下を将来の不安としてより身近に捉えていると考えられる。

図 4-1-5:【性別】今後の食料・食肉の供給について不安を感じる理由(複数回答)



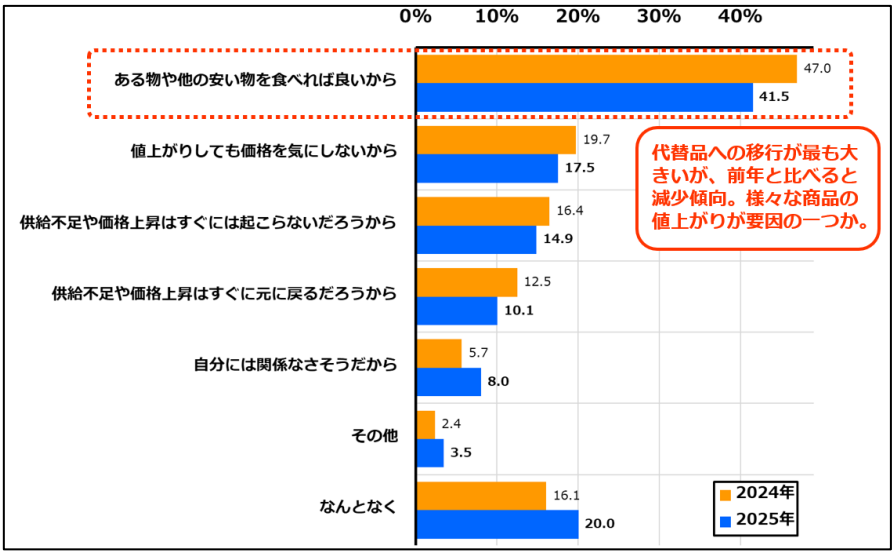
年代別に見ると、高齢層ほど食料自給率の低下を深刻に捉えている（図 4-1-6）。「自給率がさらに低下する可能性があるから」の選択割合は、20 代が 27.0%であるのに対し、70 代以上は 60.1%と突出して高い。高齢層は過去にオイルショックや大幅な物価上昇を経験してきたこともあり、食料自給率の問題を日本全体の将来に関わる心配事として、より身近に感じていると考えられる。一方、若年層は「食品の選択肢が減る」など、身近な暮らしの影響について不安視する傾向が強くなっている。

図 4-1-6:【年代別】今後の食料・食肉の供給について不安を感じる理由（複数回答）



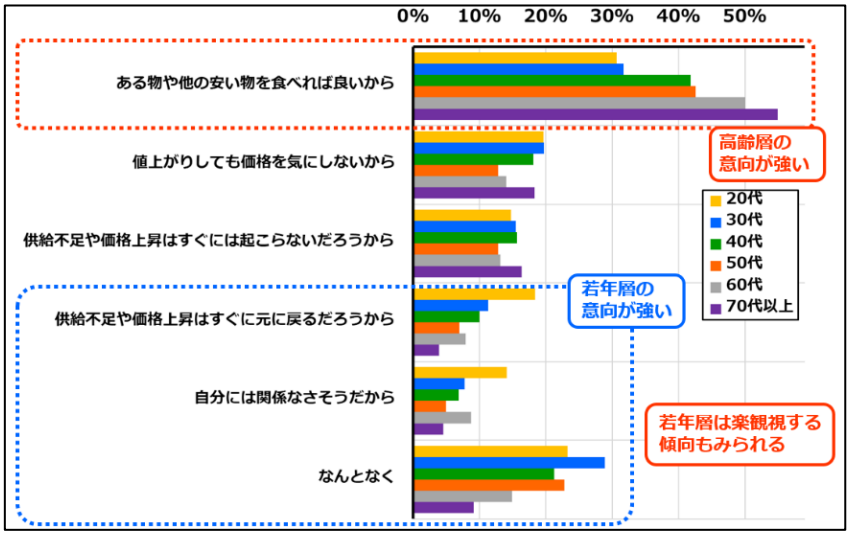
（ウ）Q29 において、今後の食料・食肉供給に「あまり不安を感じない」「全く不安を感じない」を選択した消費者に対して、Q31　今後の食料・食肉の供給について不安を感じない理由をたずねた設問の結果が図 4-1-7 である。最多の理由は「ある物や他の安い物を食べれば良いから」の 41.5%であり、代替品を選ぶことで何とかなるという意識が見て取れる。2 位は「なんとなく」の 20.0%で、具体的な根拠もなく大丈夫だろうと考える者も多い。前年と比べると「代替品を食べれば良い」が▲5.5 ポイント減少しているが、これは様々な食料品が値上がりしているため、代替品の選択肢も少なくなってきていることが要因の一つだと考えられる。

図 4-1-7:今後の食料・食肉の供給について不安を感じない理由（複数回答）



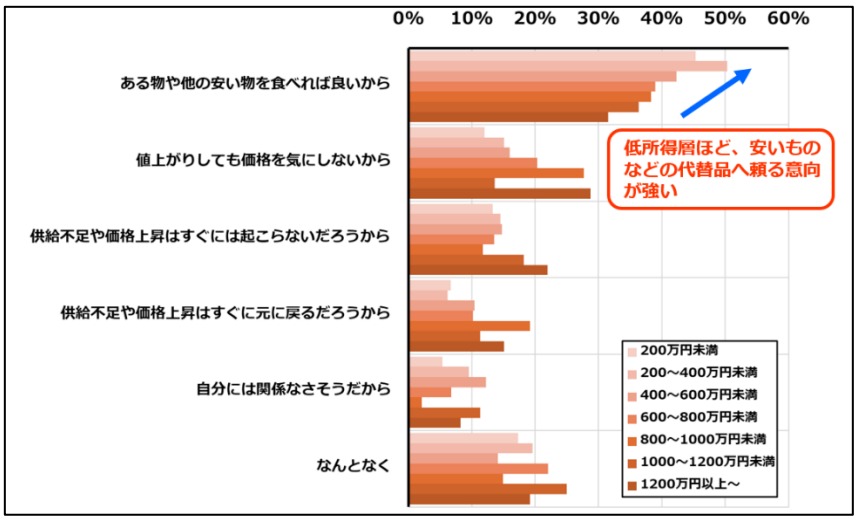
年代別に見ると、若年層ほど今後の食料・食肉の供給に対して楽観視する傾向が見られる（図 4-1-8）。高齢層が「代替品を食べれば良い」という意識が強い一方で、若年層は「供給不足や価格はすぐに元に戻る」、「自分には関係ない」、「なんとなく」の選択割合が多くなっている。若年層ほど、「代替品を選ぶ」という現実的な行動よりも、「どうにかなる」という感覚が強く、問題を自分のこととして認識できていない様子がうかがえる。

図 4-1-8:【年代別】今後の食料・食肉の供給について不安を感じない理由（複数回答）



年収別では、低所得層ほど「代替品を食べれば良い」という理由が多く、高所得層ほど「価格を気にしない」という理由を選択しやすい傾向が見られた（図 4-1-9）。高所得層は金銭的余裕があるため、価格上昇に対して代替品を使う必要も少なく、供給不安を感じにくい層であると言える。逆に価格上昇が家計に直結する低所得層は、代替品の存在が最大の安心材料になっていると考えられる。

図 4-1-9:【年収別】今後の食料・食肉の供給について不安を感じない理由（複数回答）

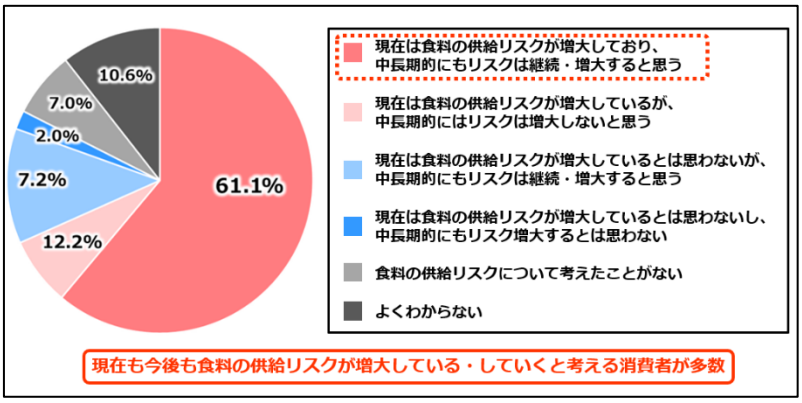


(2) 世界的な食料供給リスクに対する意識

世界的な食料供給リスクへの不安感が依然強い

- 約 7 割の者が現在も中長期的にも食料供給リスクが増大すると考えている
- 気候変動・異常気象が最大の不安要因
- 食料供給リスクが増大しないと考えている者は、特に技術進歩への期待が大

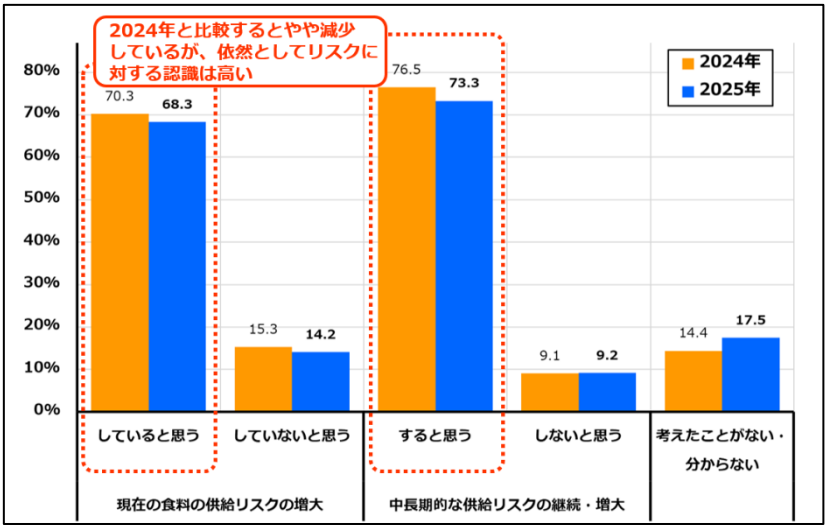
図 4-2-1:世界的な食料供給リスクに対する考え



(ア) Q32　世界的な食料供給リスクに対する考えをたずねた設問では、世界的な食料供給リスクについて 73.3%が現在のリスク増大を、また 68.2%が中長期的なリスク継続・増大を意識しており、強い不安感を抱いていることを示している(図 4-2-1)。そのうち、61.1%は現在も、また中長期的にも食料供給リスクが継続・増大する不安を明確に感じており、供給リスクは現在だけの問題でもなければ将来的な問題でもなく、既に始まっていて将来も継続する問題であるという認識が強いことがうかがえる。

前年と比較すると、依然として大多数が世界的な食料供給リスクについて不安感を抱いている点は変わらないが、食料供給リスクへの不安感はわずかに低下している(図 4-2-2)。一方、「考えたことがない・分からない」が微かながら増加しており、情報不足などで判断しきれず、判断を保留する消費者が増えていることも見て取れる。

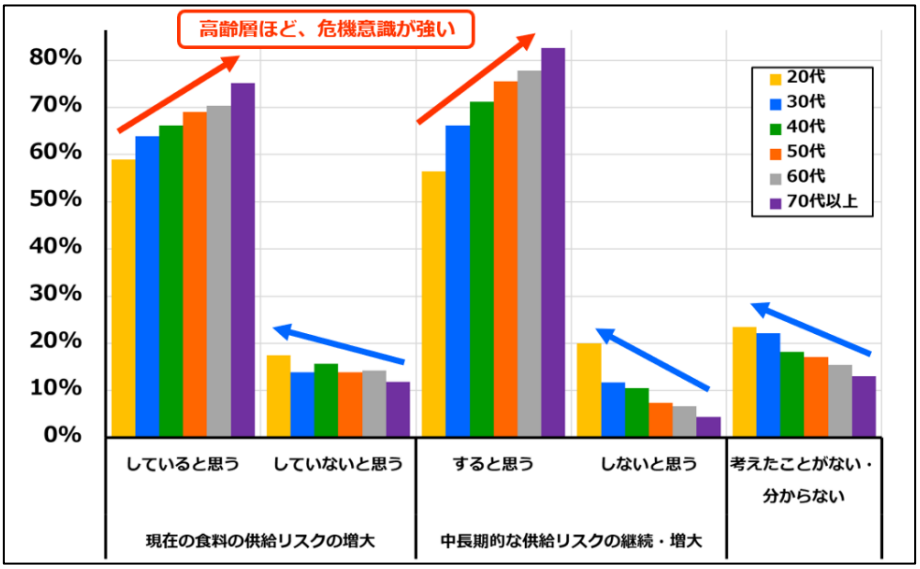
図 4-2-2:【前年比較】世界的な食料供給リスクに対する考え



年代別に見ると、高齢層ほど世界的な食料供給リスクに対する不安感が強いことが分かる(図 4-2-

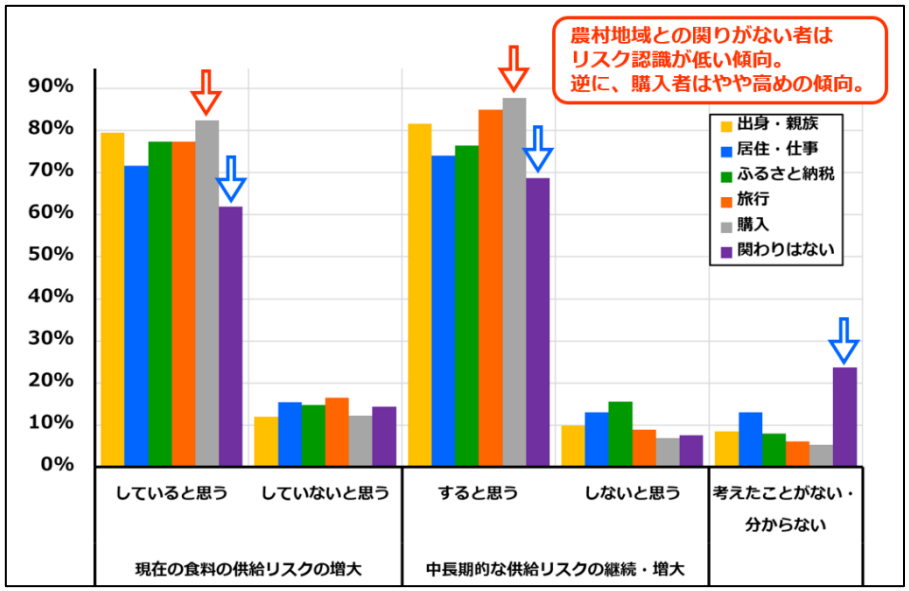
3)。現在のリスク増大を認識している割合は 20 代で 59.0%、70 代以上で 75.1%と大きな差が見られ、また、中長期的なリスク継続・増大についても 20 代は 56.4%にとどまる一方で、70 代以上は 82.6%と圧倒的に高い。加えて、「考えたことがない・分からない」の選択割合が 20 代では 23.5%と若年層ほど高く、体験・知識・情報の不足や具体的な関心の低さがその背景にあると考えられる。

図 4-2-3:【年代別】世界的な食料供給リスクに対する考え



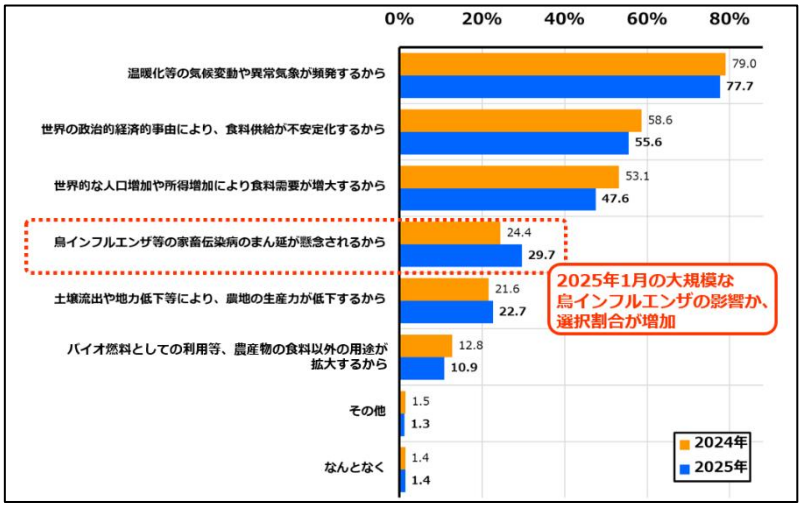
農村地域との関わり別に見ると、農村地域と関わりがある者ほど供給リスクの継続・増大を選択しており、関わりがない者は供給リスクに対して判断を保留している傾向が見られる(図 4-2-4)。また、関わりがある者の中でも、特に農村地域から商品を購入している者が強い不安感を抱いている。

図 4-2-4:【農村地域との関わり別】世界的な食料供給リスクに対する考え



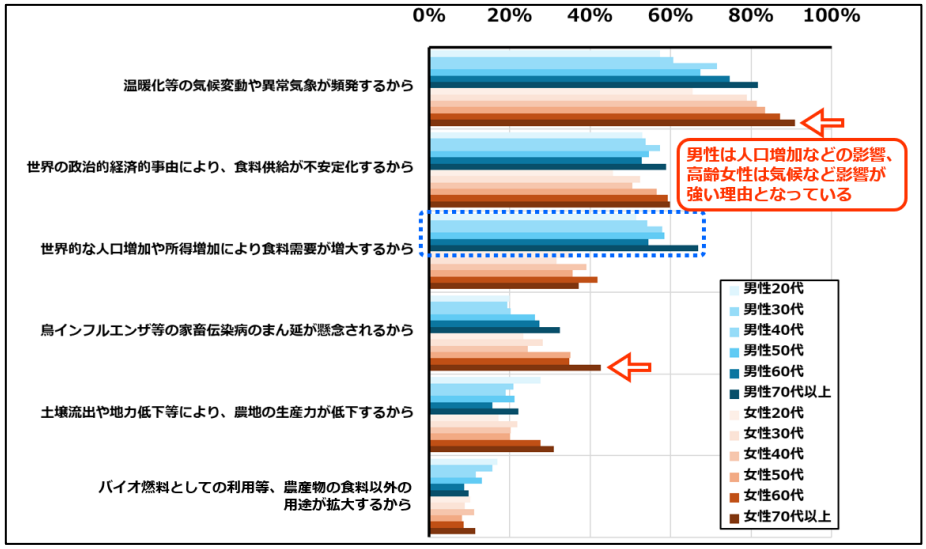
(イ)Q32 において、世界的な食料の供給リスクが「継続・増大すると思う」を選択した消費者に対して、Q33　世界的な食料の供給リスクが継続・増大すると考える理由についてたずねた設問の結果が図 4-2-5 である。最も選択された理由は「温暖化などの気候変動や異常気象が頻発するから」であり、77.7%がこの理由を選択している。次いで「政治的経済的事由により供給が不安定化するから」が 55.6%、「人口増加や所得増加により需要が増大するから」が 47.6%と続き、供給側だけでなく需要側の要因も重要な懸念であると考えられている。前年と比較すると、「家畜伝染病のまん延」が増加しており、2025 年 1 月の大規模な鳥インフルエンザの拡大が回答に影響した可能性が考えられる。

図 4-2-5:世界的な食料の供給リスクが継続・増大すると考える理由(複数回答)



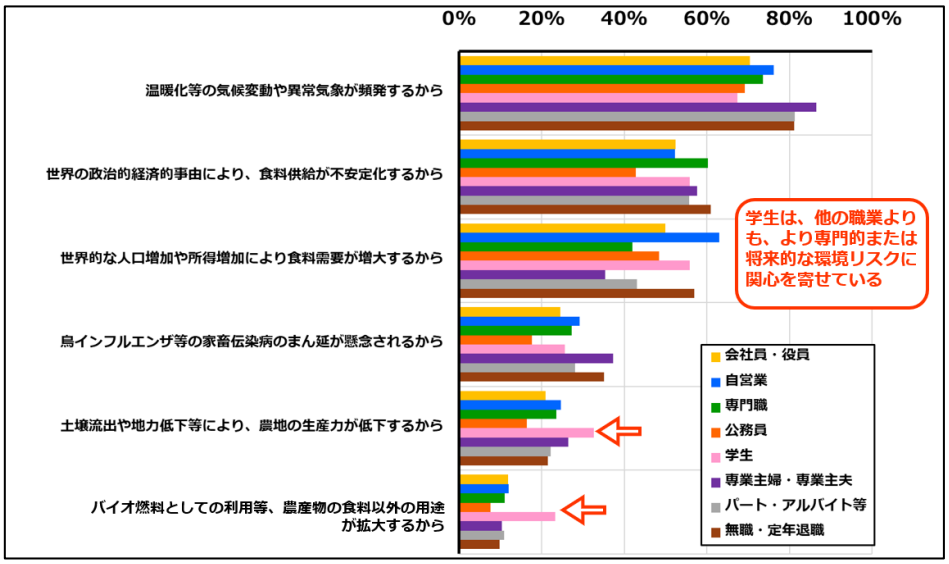
性・年代別に見ると、特に高齢女性では「気候変動や異常気象が発生するから」、「家畜伝染病のまん延が懸念されるから」、男性では「世界的な人口増加や所得増加により需要が増大するから」の選択割合が高くなっている(図 4-2-6)。高齢女性は、異常気象や家畜伝染病といった生活に直結するリスクを身近に捉えやすい一方で、男性は日常生活よりも、世界的な人口増加や需要増大といったグローバルな動きを通じて、食料供給リスク増大の不安を感じているようである。

図 4-2-6:【性・年代別】世界的な食料の供給リスクが継続・増大すると考える理由(複数回答)



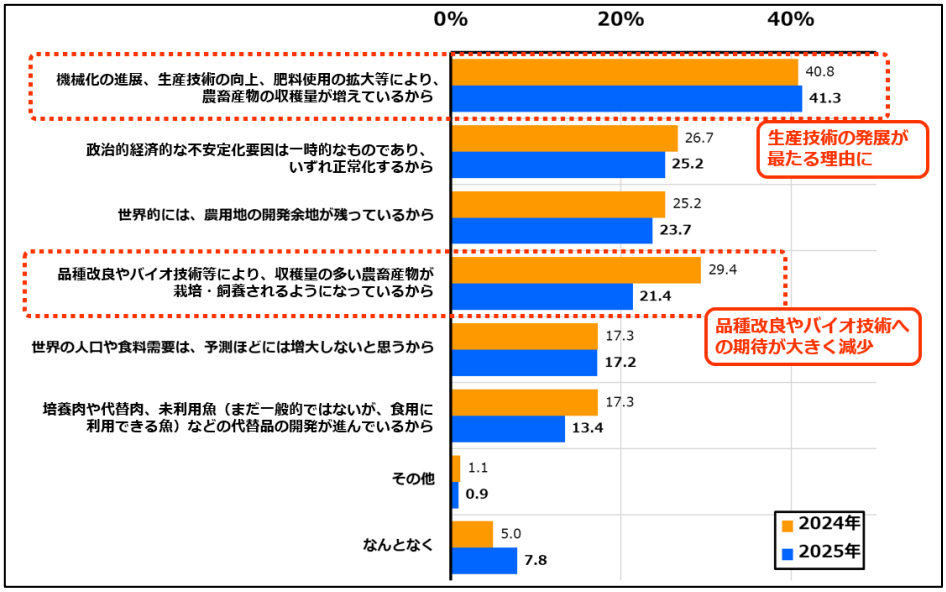
職業別でも回答に違いが見られた(図 4-2-7)。特に、学生では「土壌流出や地力低下による農地の生産力の低下」、「バイオ燃料など食料以外の用途の拡大」など、より専門的で将来的なテーマに関心が向けられている傾向が見られた。

図 4-2-7:【職業別】世界的な食料の供給リスクが継続・増大すると考える理由(複数回答)



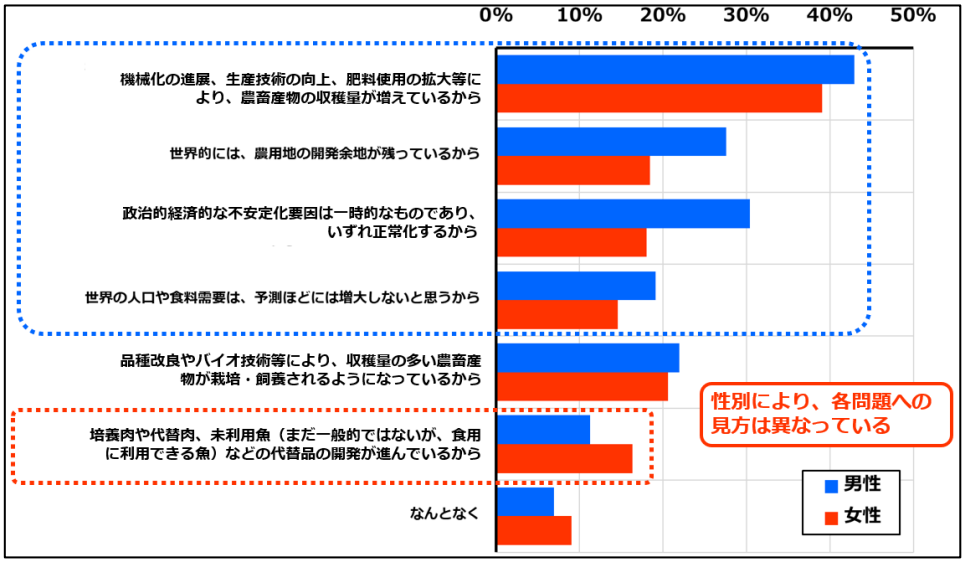
(ウ)Q32 において、世界的な食料の供給リスクが「継続・増大しないと思う」を選択した消費者に対して、Q34　世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないと考える理由についてたずねた設問の結果が図 4-2-8 である。「機械化の進展や生産技術の向上により収穫量が増えるから」が 41.3%で最も多く、生産技術の発展への期待が供給リスクに対する不安を抑制する主要な理由となっている。前年と比べて最も変化が見られたのは「品種改良やバイオ技術による収穫量の改善」である。実際の品種改良や技術開発に関する現場の情報が行き届いていないからか、前年に比べ▲8.0 ポイントの減少が見られた。

図 4-2-8:世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないと考える理由(複数回答)



性別に見ると、男性は多くの選択肢で選択割合が女性を上回っている（図 4-2-9）。特に「政治的経済的な不安定化要因はいずれ正常化する」は女性より 10 ポイント以上高く、世界情勢に対する見通しが女性に比べ楽観的である傾向が見て取れる。一方、女性は代替肉や未利用魚の開発など、食品の選択肢拡大に男性以上に期待を寄せる傾向が見られる。

図 4-2-9:【性別】世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないと考える理由（複数回答）



補足データ

Q33 では、温暖化等の気候変動や異常気象の増加を理由に、世界的な食料供給リスクが今後も継続・増大すると考える消費者が多く見られた。この気候変動や異常気象の増加を実際のデータでも確認しておこうと思う。

図 4-2-10、図 4-2-11 は、気象庁のデータで世界の年平均気温の変化と日本の大雨の発生回数の変化を見たものである。図 4-2-10 において、世界の平均気温は長期的に上昇を続けており、気候変動が着実に進行していることが分かる。特に 1990 年代半ば以降は上昇が激しくなっている。また、異常気象の一例として日本での大雨の発生回数を見てみると、発生回数は年々増加する傾向となっており、大雨が以前より起こりやすくなっていることも確認できる（図 4-2-11）。

図 4-2-10：世界の年平均気温偏差推移

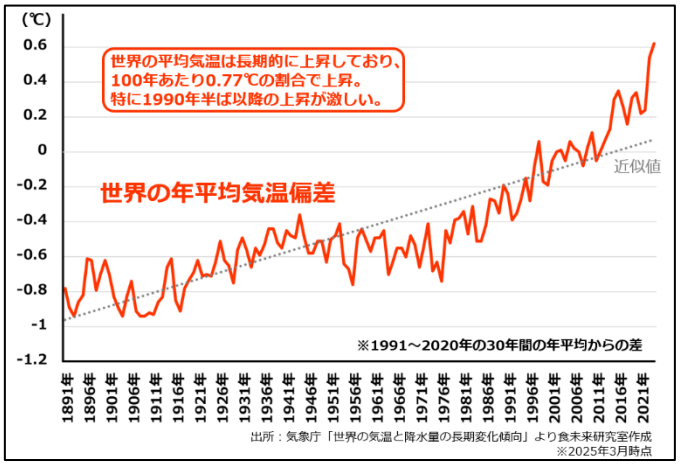
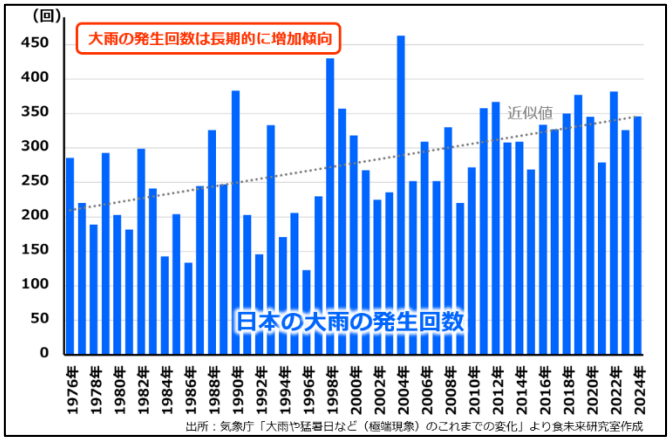


図 4-2-11：日本の 1 時間降水量 50mm 以上の大雨の発生回数



こうした気候変動や異常気象は畜産物の生産環境にも少なからず影響し、将来的な食料供給への不安につながる要因であるが、日常生活への影響が断続的であるため、不安感が強く意識化されるまでには至っていない可能性もある。結果として、世界的な食料供給リスクについても、「何となく心配」という漠然とした不安として受け止められている状況であるとも言えよう。

(3) 現状を知ったことによる価格許容度の変化

食肉価格の値上げの許容度は、現状を知る前に比べ、全体的に上昇

- 「許容できない」が大幅に減少し、「10%まで許容」、「15%まで許容」が増加
- 50 代と低所得層で値上げの許容割合が特に増加
- 転嫁の現状について理解度の高い者ほど、値上げの許容割合が増加傾向

(ア) Q7 でおこなった質問であるが、Q18～Q34 で畜産業の現状や食料の供給リスクを知ったことで「食肉価格の値上げについての許容度」がどのように変化したのかを確認するため、Q35　ここまでの回答を進めた上で、改めて食肉価格の値上げについてどれくらいまで許容できるかをたずねた設問と 1 回目の Q7 の調査結果を比較した結果が図 4-3-1 である。

図 4-3-1：食肉価格の値上げの許容度（1 回目と 2 回目の比較）

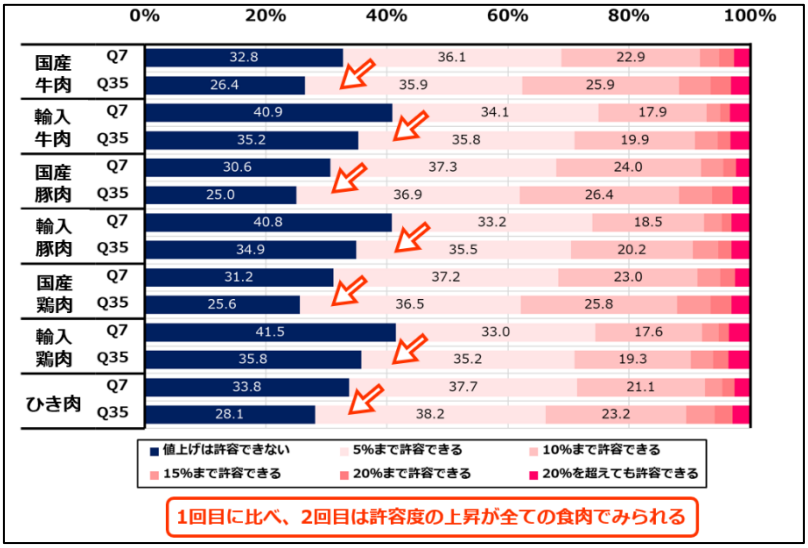
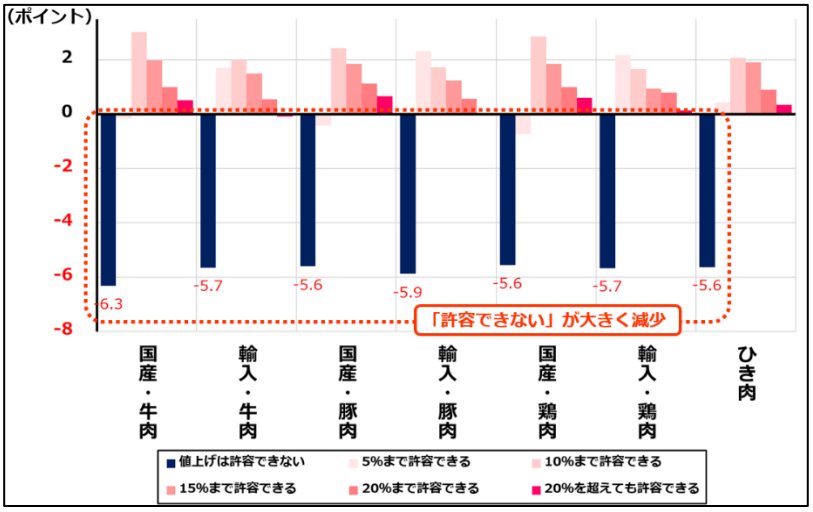


図 4-3-2：食肉価格の値上げの許容度（1 回目と 2 回目の差）

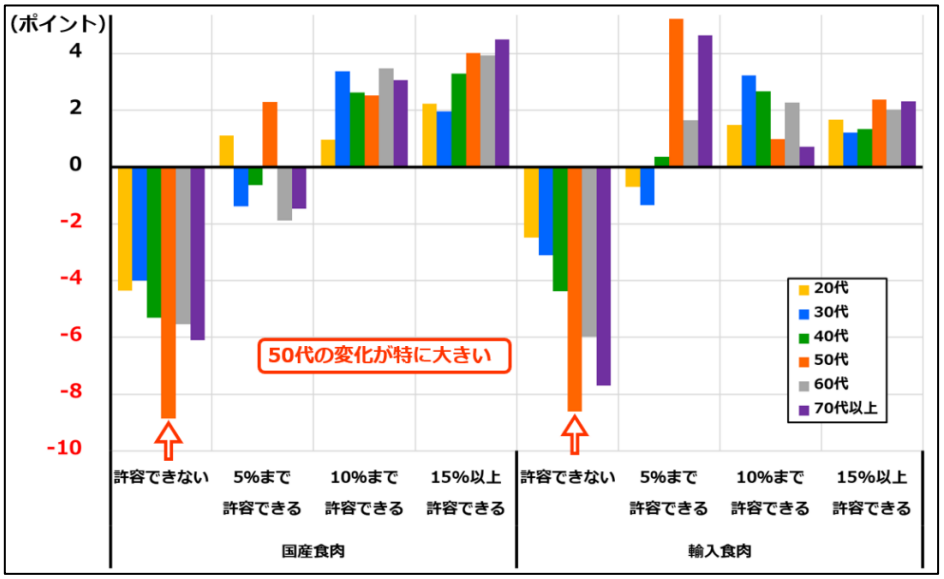


すべての食肉において、1 回目（Q7）と比べて 2 回目（Q35）では「許容できない」と回答した消費者の割合が大きく減少しており、食肉の値上げに対する許容度が高くなっていることが分かる。

また、1 回目と 2 回目の変化をもう少し分かりやすくするために、選択割合を比較したものが図 4-3-2 である。国産食肉・輸入食肉のいずれも「値上げは許容できない」は▲5 ポイント以上の大きな減少が見られる。その分、「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」といった中程度の値上げを許容する者が増加しており、畜産業の現状や食料の供給リスクを理解したことで、ある程度の値上げを現実的な負担として受け止める姿勢に変化したと考えられる。

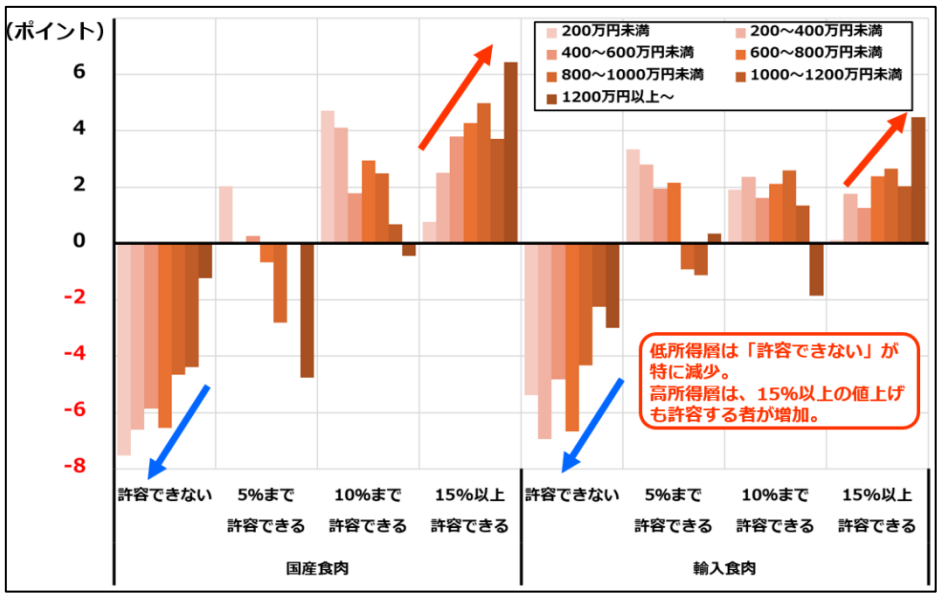
年代別に見ると、「値上げは許容できない」との回答について最も大きな変化を示したのは 50 代であり、その選択割合は国産食肉で▲8.9 ポイント、輸入食肉で▲8.6 ポイント減少している（図 4-3-3）。また、高齢層ほど 15%以上の大幅な値上げも許容する意向を示している。こうした変化は、畜産業の現状や食料の供給リスクを理解したことにより、食肉価格の値上げに対する納得度が高まった結果であると考えられる。

図 4-3-3:【年代別】食肉価格の値上げの許容度（1 回目と 2 回目の差）



年収別に見ると、「値上げは許容できない」は低所得層で特に減少している（図 4-3-4）。また、高所得層は「15%以上許容できる」の増加が大きく、1200 万円以上の層は国産食肉において 6.4 ポイント増加している。このように、所得階層によって変化の程度に差はあるものの、低所得層では値上げ拒否の緩和、高所得層ではより高い値上げ水準の許容へと、いずれも値上げを許容する方向に移行している。

図 4-3-4:【年収別】食肉価格の値上げについての許容度（1 回目と 2 回目の差）



(イ)前年の調査でも行った、Q28 生産コスト分の価格転嫁の程度についての認識の違いによって、Q7・Q35 の値上げの許容度がどう変わるのかの分析を今回も行った(図 4-3-5)。なお、1 回目と 2 回目の変化が分かりやすいよう、割合の差をまとめたグラフが図 4-3-6 である。食肉小売店販売戦略実態調査の結果を見ても、多くの食肉小売店で生産コスト上昇分を価格転嫁しきれていない状況にあるが、そうした状況を理解している「あまり食肉価格へ転嫁されていないと思う」者は元々値上げの許容度が高かったが、畜産業の現状や食料の供給リスクについての理解が深まったことで、許容度が更に高まっている。

図 4-3-5:価格転嫁の程度についての認識の違いによる、
食肉価格の値上げについての許容度(1 回目と 2 回目の比較)

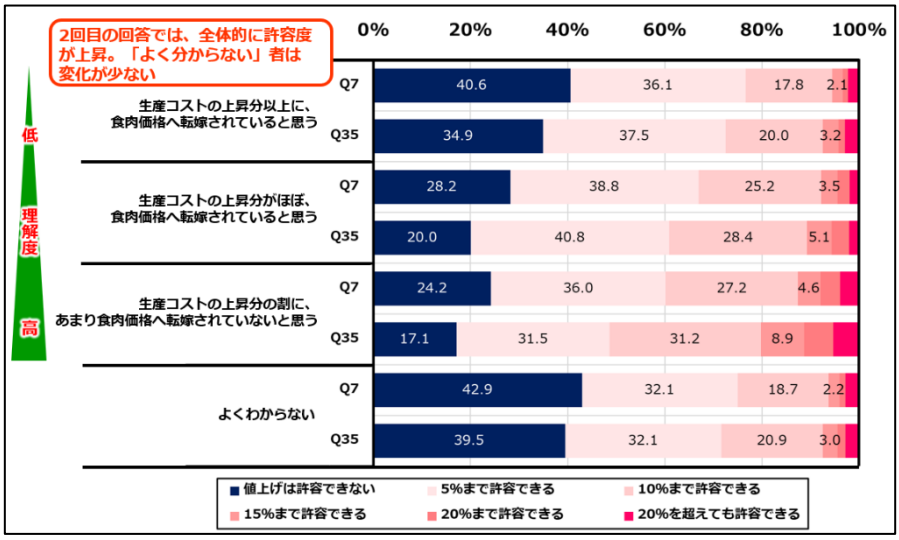
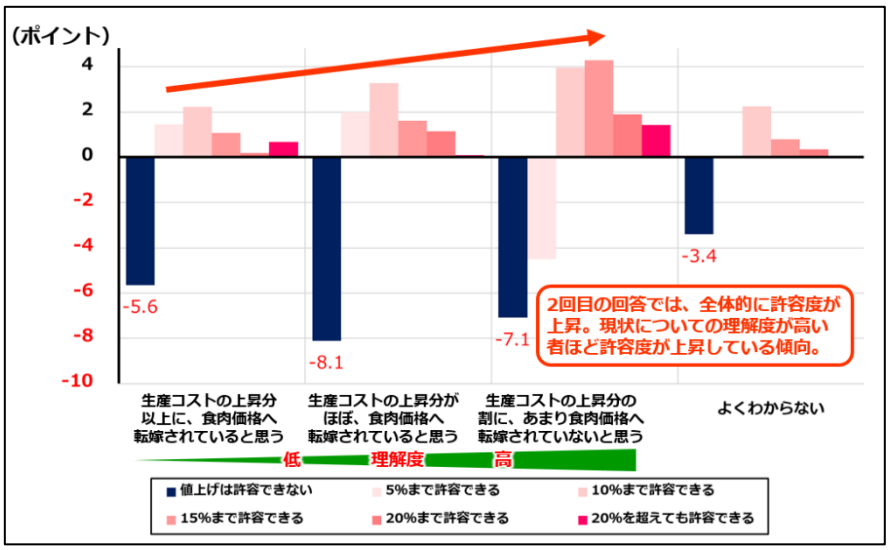


図 4-3-6:価格転嫁の程度についての認識の違いによる、
食肉価格の値上げについての許容度(1 回目と 2 回目の差)



(4) 今後取り組むべきことは

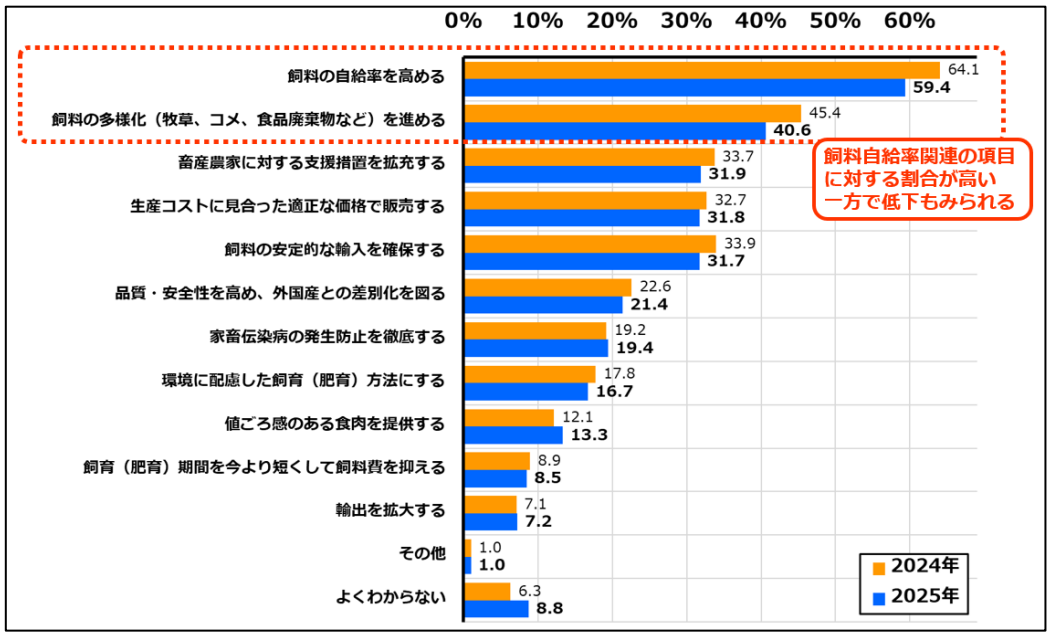
「飼料自給率の向上」と「生産者支援」が必要と考える割合が多い

- 日本の畜産業には、飼料の多様化など飼料自給率の向上が必要と考える人が最多
- 消費者の取り組むべき行動は、「食品ロスの削減」と「やむを得ない値上がりの許容」
- 食肉の安定供給のために必要なこととしては、生産者支援を求める声が最多

(ア) Q36　食肉の安定供給のために、日本の畜産業にとって必要だと考えることについてたずねた設問の結果が図 4-4-1 である。「飼料の自給率を高める」が 59.4%と唯一 5 割を超え、食肉の安定供給に向けた最重要課題と考えられている。続いて「飼料の多様化を進める」が 40.6%となっており、飼料関連の現状改善が必要だと考える消費者が多いことが分かる。

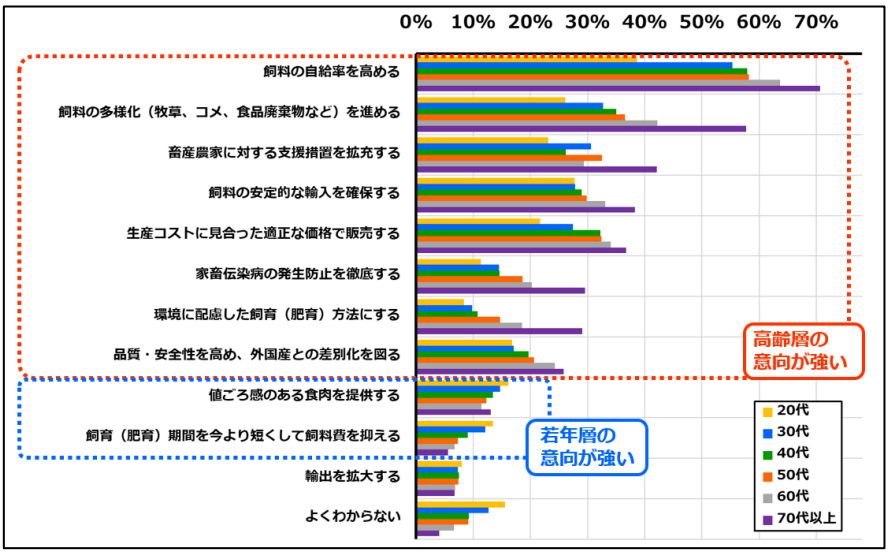
前年と比較すると、これらの飼料関連項目は▲4～5 ポイントの減少が見られ、関心がやや落ち着きつつある傾向も見られる。また、「よくわからない」は 2.5 ポイント増加し、課題への関心が薄い消費者の増加も読み取ることができる。

図 4-4-1：食肉の安定供給のために必要だと考えること（複数回答）



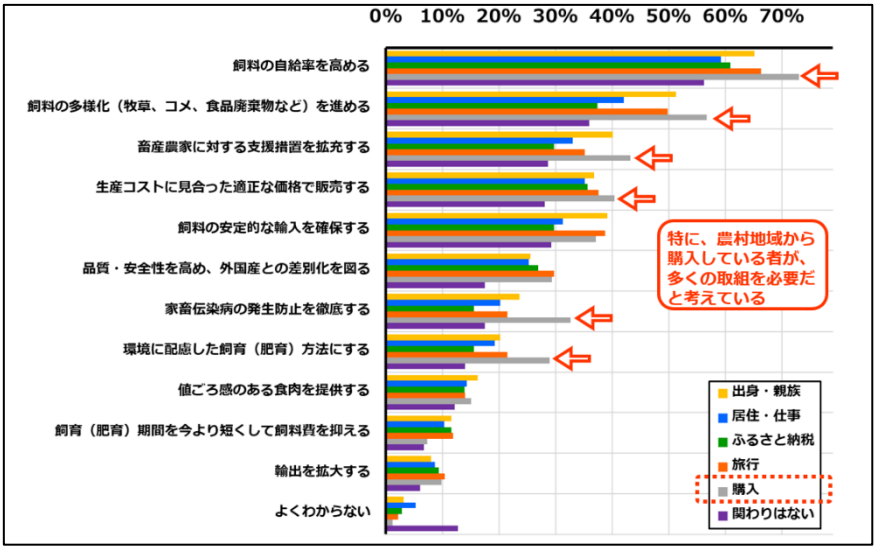
年代別に見ると、食肉の安定供給のために重視されているポイントには違いが見られる（図 4-4-2）。高齢層では、「飼料の自給率向上や多様化」、「畜産農家への支援」、「家畜伝染病への対策」など、畜産業を長く支えるための取組を重要と考える割合が高い。一方、若年層では、「値ごろ感のある食肉の提供」や「飼料費を抑える」など、価格の抑制につながりそうな取組への関心が比較的高い傾向が見られ、畜産業の強化そのものよりも、取組の結果として価格にどう影響するかを重視していることがうかがえる。

図 4-4-2:【年代別】食肉の安定供給のために必要だと考えること（複数回答）



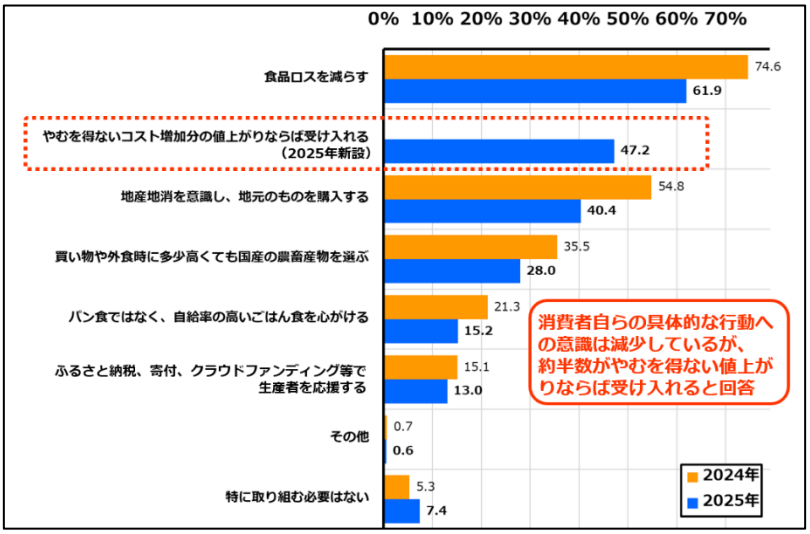
農村地域との関わり別に見ると、ほぼ全ての取組について農村地域から特産品を購入している者の選択割合が全体を上回っている（図 4-4-3）。特産品を継続して購入していきたい意向があるためか、様々な取組による積極的な改善を畜産業に求める傾向が見られる。反対に、農村地域との関わりがない者は「よくわからない」の選択割合が突出して高くなっており、農村地域との接点の有無が食肉の安定供給上の課題への理解や当事者意識を大きく左右している結果だと言えよう。

図 4-4-3:【農村地域との関わり別】食肉の安定供給のために必要だと考えること（複数回答）



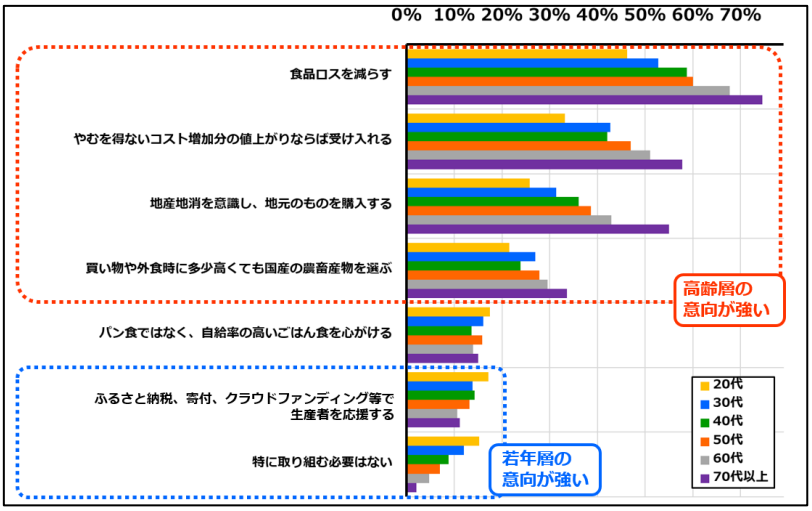
(イ) Q37　食料・食肉の安定供給のために消費者が取り組むべきだと考えることについてたずねた設問の結果が図 4-4-4 である。「食品ロスを減らす」が 61.9%と最も選択割合が高く、生活者が最も実行しやすく、受け入れられやすい行動であることがわかる。次いで、新設の選択肢である「やむを得ないコスト増加分の値上がりならば受け入れる」が 47.2%と高く、食料・食肉の安定供給のための価格負担に理解を示す消費者が半数程度いることが確認できる。しかし、前年と比較すると、選択肢が増えたこともあってか、消費者が取り組む具体的な行動への意識は全体的に低下していることも浮き彫りとなっている。

図 4-4-4:食肉の安定供給のために消費者が取り組むべきこと(複数回答)



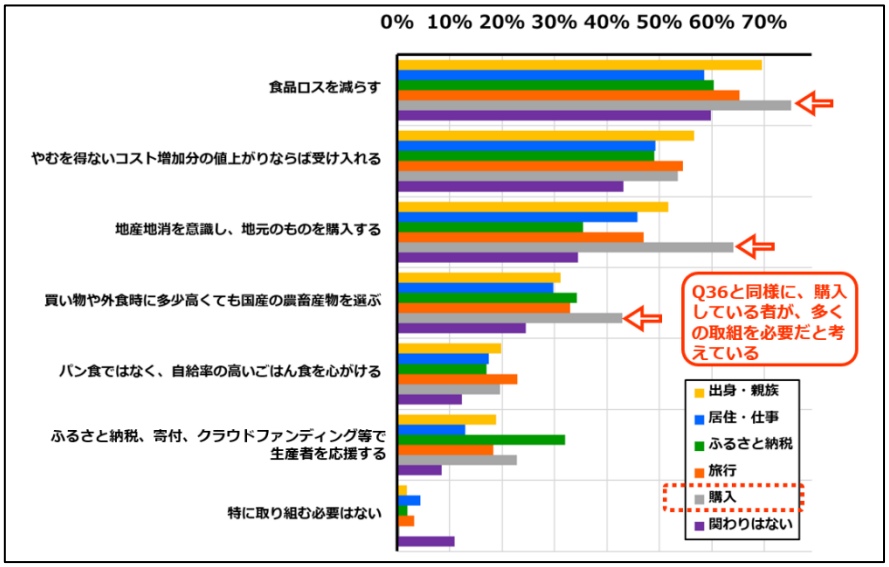
消費者が取り組むべき行動を年代別に見たものが図 4-4-5 である。高齢層ほど「食品ロスを減らす」、「やむを得ない値上げは受け入れる」、「地元産や国産の畜産物を選ぶ」といった、日々の買い物の中でできることを選択する割合が高いことが分かる。一方、若年層では「ふるさと納税やクラウドファンディングで応援する」といった、自身にも利のある行動を選択しやすい傾向が見られる。また、若年層ほど「特に取り組む必要はない」の選択割合が高く、当事者意識が低いことも見て取れる。

図 4-4-5:【年代別】食肉の安定供給のために消費者が取り組むべきこと(複数回答)



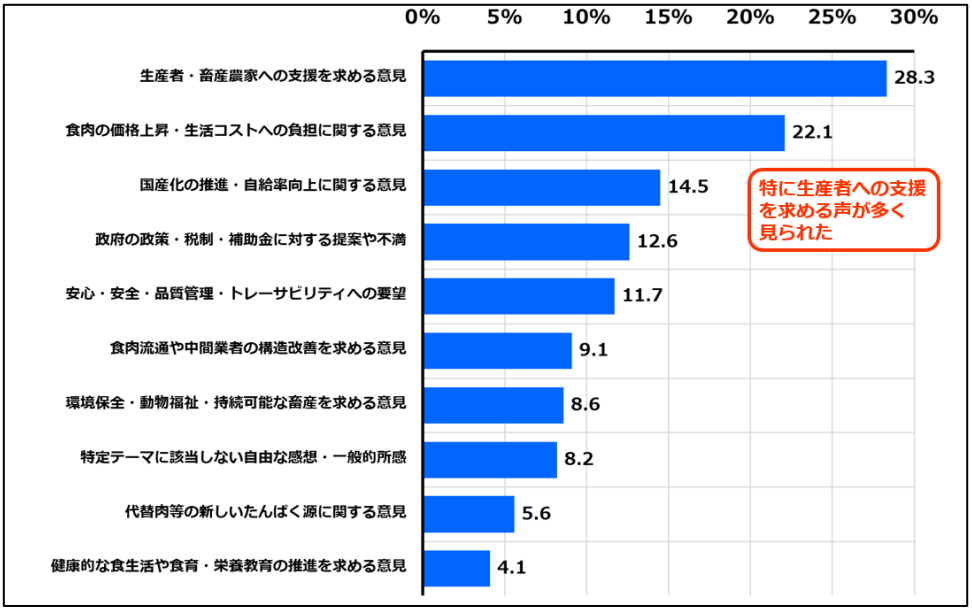
農村地域との関わり別に見ると、Q36 と類似した結果が見られた（図 4-4-6）。農村地域から特産品を購入している者では、特に「食品ロスを減らす」、「地元のものを購入する」、「国産を選ぶ」が全体を大きく上回る選択割合となっており、特産品の購入を通じて価格変動や畜産業の厳しい現状などを実感している者ほど、安定供給に向けた消費者の行動の必要性を強く感じていることが読み取れる。

図 4-4-6：【農村地域との関わり別】食肉の安定供給のために消費者が取り組むべきこと（複数回答）



（ウ）最後に、Q38　食肉の安定的な供給について期待／希望することを自由記述で回答してもらった。約 4,400 件の自由回答を 10 のテーマにその回答割合をまとめたものが図 4-4-7 である（様々なテーマに分類される回答も多いため、合計値は 100 を超える）。

図 4-4-7：食肉の安定的な供給について期待／希望すること（自由回答）



特に意見の多い上位 3 つのテーマについて具体的に見ていきたいと思う。

まず、最も多く見られたのは「生産者・畜産農家への支援を求める意見」で、28.3%であった。代表的な声としては、

・畜産農家が安心して経営できるような仕組みを整えてほしい。
・生産者の若返りを国が中心になって進め、継続的な生産の増加を支援する。
・生産者にしっかり利益が届く仕組みを作るべき。
・生産者が意欲的に生産に取り組むことができる施策を実行すること。所得補償や新規技術への補助金など。

といったコメントが挙げられる。ここには、食肉価格の上昇の背景として生産コストの上昇や畜産農家の経営難があることを理解した上で、食肉の安定供給の前提として、生産者・畜産農家が経営を継続できる仕組みが不可欠という認識が強く表れている。

次に多い意見は「食肉の価格上昇・生産コストへの負担に関する意見」で、22.1%であった。代表的な声としては、

・価格の上昇が家計を圧迫しているため、もっと買いやすくしてほしい。
・生活コストが上がり続けているので改善してほしい。
・適正価格について、生産者、有識者などが十分に検討する。
・コストが上がった分は価格に転嫁してくれていいので、安心・安全な食肉を供給してほしい。

など、日々の買い物からの率直な不満が並ぶ。これは、値上げの必要性を理解しつつも、消費者側の負担が限界に近づいていることを示すシグナルでもあり、生産者が利益を確保しつつ、消費者も納得して購入できる「適正価格」を、消費者も含めた関係者全体で模索していかなければいけないことを物語っている。

3 番目に多いのは「国産化の推進・自給率向上に関する意見」で、14.5%であった。代表的な声としては、

・国産を増やしてほしい。輸入に頼りすぎるのは不安。
・自給率を上げるための取組が必要だと思う。
・より地産地消を意識していきたいので、地元の小売店にも協力してもらいたい。

といった意見である。Q36 で見られた「飼料自給率の向上が必要だ」という意見と同様に、自由回答においても輸入依存への漠然とした不安や国産強化への期待が多く記載されていた。国産化の推進といった取組そのものが消費者の安心感に直結する安定供給策として強く求められていることがうかがえる。

全体として、自由回答に表れた期待・希望は「生産者が報われる仕組み」と「消費者が無理なく買える価格」の両立を求める声が多い。その上で、「国産や自給率の向上」、「実効性ある政策と補助」、「安全・品質への信頼」といった要素が、食肉の安定供給の将来像を形づくるキーワードとして浮かび上がっていると言える。今後は、こうした消費者の実際の声を真摯に受け止め、単にコストが上がったから値上げすると説明するだけでなく、生産者を支えることが結果として私たち自身の食卓の安全・安心や安定供給につながるのだという点をしっかりと消費者に伝え、その理解と協力を得ていくことが、今後の食肉安定供給のために不可欠であると言えよう。

総括

1. 価格上昇による食肉購入行動の変化

本調査では、価格上昇下における食肉購入行動の変化を分析した。食品全体の買い物は週 2～3 回が最多だが、食肉は週 1 回が中心となっていた。購入頻度は若年層ほど多く、高齢層ほど計画的に購入する傾向が見られた。

値上がり実感では「米」の選択割合が 80%超と、他の食品に比して突出して高く、「米」は購入量が最も減少した食品でもあった。食肉では、豚肉と鶏肉は一定の値上がりを感じているものの、購入量を減らした割合は低く、日常食として位置づけられていると考えられる。一方、単価の高い牛肉は節約対象となりやすい傾向が見られた。また、「価格上昇で購入量を減らした食品はない」が最も選択割合が高いものの、継続する物価高の影響か、前年より▲3.2 ポイントの減少となっていた。

購入量が最も多い食肉は「豚肉」で、次いで「鶏肉」、「牛肉」、「ひき肉」の順となっていた。性・年代別に見ると、豚肉は 60 代以上女性、鶏肉は若年層、牛肉は若年男性の支持が強いことが分かった。

各食肉を購入する理由は、国産食肉は「美味いから」、輸入食肉は「安いから」が最も選択割合の高い理由となっていた。また、国産食肉の方が値上げについての許容度は高いものの、物価高の長期化により前年比では全体的に許容度が低下していた。

各食肉の購入時に重視する点は、すべての食肉で「価格」が 70%前後と最も高く、次いで「鮮度」が重視されていた。前年と比べると「内容量」を重視する割合が大きく低下しており、冷凍保存の普及等により購買行動が変化していることがうかがえる。また、収入増加時には、和牛や銘柄食肉の購入を増やしたい意識が強く、品質志向の潜在需要も明らかになった。

2. 牛肉に対する意識

購入される量が最も多い牛肉は「和牛以外の国産牛」で 31.1%となっており、前年より選択割合が増加した一方、輸入牛肉は選択割合の減少が見られた。これは、輸入牛肉の価格上昇が主因と考えられる。年代別で見ると、高齢層ほど国産牛肉を選択しており、若年層ほど国産・輸入に対するこだわりが薄い傾向があった。子どもの数が多い家庭では輸入牛肉の選択割合が高く、家計の食費負担が購買行動に影響していた。牛肉を購入しない理由は「価格が高いから」が 60.0%と最多だが、前年と比べて減少する一方、「牛肉料理が苦手」が増加しており、調理のハードルも理由として挙げられた。

「和牛以外の国産牛」、「交雑種」を正確に理解している消費者は約 1 割にとどまり、認知度は極めて低い結果となっていた。食肉小売店での交雑種表示に対する認識率は 22%と低いものの、交雑種の購入意向を持つ者は約 4 割存在し、さらに「特に興味や感想はない・交雑種の表記は気にしていない」も 43.3%と、表記による交雑種の購入控えはほとんどないことが明らかになった。

牛肉の格付については 55.4%が「あまり気にしていない」を選択し、購入判断は価格や品質が中心となっていた。ただし、高所得層では格付を意識している割合が高く、客層による違いが見られた。

牛肉から豚肉・鶏肉へのシフト要因は「安さ」と「美味しさ」が主因で、鶏肉は健康志向も影響していた。牛肉と豚肉の価格差縮小時には約 4 割が牛肉購入増加に前向きだが、「特に変えない」が 60.7%と最多であり、調理のしやすさや用途の幅等の価格以外の面も重視していることが明らかになった。

3. 畜産の現状と価格転嫁に対する意識

畜産業の現状(生産費に占める飼料費の割合、飼料の輸入割合、近年の飼料価格の高騰、肉用牛農家減少)について、いずれも 6～7 割が「高い(深刻)」と感じているが、前年と比べると問題意識は全体的に低下していた。特に飼料費の割合と飼料価格の高騰については前年比で▲約 10 ポイント減少しており、「わからない/特に何も感じない」がすべての項目で増加した。これは、様々なモノの値上げが長期化したことで慣れが生じ、畜産業の課題を単独ではなくあらゆるモノの値上がりの一部として受け止めるようになったことが要因と考えられる。年代別に見ると、高齢層ほど「高い(深刻)」と強く感じている一方、若年層ほど問題意識・関心が薄く、これは経験・知識・情報不足が背景にあると考えられる。

畜産に関する情報源はテレビが 59.2%と圧倒的だが、年代差が極めて大きくなっていた。高齢層はテレビと新聞が突出している一方、若年層はニュースアプリや SNS などスマートフォンやインターネットで利用できるものを中心に情報源が幅広くなっていることが分かった。

生産コスト上昇分の食肉価格への転嫁については、「生産コストが上昇すれば、食肉価格が上昇するのは当然」が 50.6%と過半数を占め、次いで、「我が国の畜産が存続していくためには、食肉価格が上昇しても仕方ない」が 34.8%となっており、多くの消費者は、価格上昇は「当然」または「やむを得ない」と考えていることが分かった。しかし、「仕方ない」は前年と比べて減少している一方、「よく分からない」が増加しており、価格転嫁への許容について判断に迷う消費者が増加していることがうかがえる。

4. 食料・食肉の供給リスクに対する意識

今後の食料・食肉の供給については、80.0%が不安を感じているが、前年比でわずかに低下していた。不安を感じる理由は「食品価格がより上昇する可能性があるから」が 56.3%と最多で、次いで「安全な食品を食べられなくなる可能性があるから」が 48.4%、「日本の食料自給率がさらに低下する可能性があるから」が 45.5%と続いた。性別では女性の方が不安を感じる傾向が強く、年代別では 50 代が最も不安を感じていた。不安を感じない理由は「代替品を食べれば良い」が 41.5%で最多だが、前年と比べるとその割合は減少していた。

世界的な食料供給リスクについては、約 6 割が現在も、また中長期的にも食料供給リスクが継続・増大する不安を感じていた。食料供給リスクが継続・増大すると考える理由は「気候変動や異常気象の頻発」が最多で、次いで「政治的経済的事由による供給不安定化」となっていた。また、高齢層ほど不安感が強く、若年層では「考えたことがない・分からない」の割合が多くなっていた。

畜産業の現状や食料供給リスクの情報を知った後、食肉価格の値上げの許容度は、「許容できない」が大幅に減少し、「10%まで許容」、「15%まで許容」が増加する等、全体的に上昇した。特に 50 代と低所得層で許容度の上昇が顕著であった。

食肉の安定供給のために日本の畜産業に必要なこととしては、「飼料自給率の向上」、「飼料の多様化」と飼料関連項目の選択割合が高かった。消費者が取り組むべきこととしては、「食品ロスの削減」が最も多く、「やむを得ない値上げの受け入れ」が続いた。さらに、自由回答では、「生産者・畜産農家への支援を求める意見」が多く見られた。

まとめ

本調査を通じて、消費者の食肉消費行動の現状を把握するとともに、価格上昇下における購買行動の変化、需要が低迷している牛肉に対する意識、畜産業の現状への理解度、食料供給リスクへの意識などを明らかにした。また、継続調査項目からは、前年からの消費者意識の変化も確認された。

食品価格の上昇は前年からさらに進行しており、特に米の値上がりを実感する消費者は 80%を超えた。食肉については、豚肉・鶏肉は日常食として購入量をある程度維持する一方、単価の高い牛肉は節約対象となりやすいことが分かった。食肉価格の値上げに対する許容度は高いものの、物価高の長期化により前年比では全体的に許容度が低下していた。

牛肉については、「和牛以外の国産牛」や「交雑種」の正確な理解度は約 1 割にとどまるが、表記による購入控えはほとんど見られない結果となった。牛肉を購入しない理由は「価格」が最多だが、選択割合は前年より減少した一方、「牛肉料理が苦手」が倍増しており、調理面での情報提供も牛肉をさらに買ってもらうために有効な方策となり得ると考えられる。

畜産業の現状については、過半数が「初めて知った」と回答しており、認知不足が継続している。さらに、前年と比べて問題意識が全体的に低下し、「わからない/特に何も感じない」を選択した消費者が全項目で増加した。これは様々なものの値上げが長期化したことで慣れが生じ、畜産業の課題があらゆるモノの値上がりの一部として受け止められるようになったことが要因の一つと考えられる。

一方で、畜産業の現状や食料供給リスクを知った後、食肉価格の値上げ許容度は全体的に上昇し、「許容できない」が大幅に減少した。このことは、適切な情報提供により消費者の理解が得られる可能性を示している。

その情報提供には、世代別のアプローチが必要になってくる。高齢層には、テレビや新聞を通じた継続的な報道や記事で、畜産業の現状を丁寧に説明する一方、若年層には、SNS や動画など日常的に接する媒体を活用し、視覚的で分かりやすく、短時間で要点が伝わるコンテンツを提供することが有効であると考えられる。

今後の食料・食肉の供給リスクについては約 8 割が不安を感じており、さらなる価格の上昇や安全な食品の供給を不安視する声が多い。食肉の安定供給には「飼料の自給率の向上」が、消費者の取組としては「食品ロスの削減」が最も必要だと考えられている。自由回答では生産者支援を求める声が最も多く、生産者・畜産農家が継続可能な仕組みが不可欠だと強く認識されていた。

度重なる食肉の値上げへの理解を得るためにも畜産業の現状や課題を世代に合わせた方法で丁寧に伝えていくことが重要である。本調査では、情報提供により消費者の価格許容度が上昇することが明らかになっており、こうした消費者の理解促進の取組を継続することが、食肉の安定供給への一歩となると考えられる。

単純集計表

F4．あなたは結婚していますか。

	回答数	%
結婚していない（離死別を含む）	2120	35.3
結婚している（事実婚を含む）	3880	64.7
合計	6000	100.0

F5．あなたの職業をお知らせください。

	回答数	%
会社員・役員	2057	34.3
自営業	337	5.6
専門職（医師、弁護士、美容師、デザイナー等）	176	2.9
公務員	222	3.7
学生	66	1.1
専業主婦・専業主夫	1178	19.6
パート・アルバイト・フリーター	888	14.8
無職・定年退職	1007	16.8
その他	69	1.2
合計	6000	100.0

F6．同居のご家族の人数を教えてください。またそのうち、
あなたの子どもの人数と、65歳以上の人数もそれぞれお知らせください。

【何人でお住まいですか。あなたも含めた人数をお答えください。
※普段、最も過ごす時間が多い場所（ご自宅）での同居人数をお答えください。】

	回答数	%
1人	1055	17.6
2人	2274	37.9
3人	1389	23.2
4人	916	15.3
5人	256	4.3
6人	77	1.3
7人	15	0.3
8人	18	0.3
合計	6000	100.0

【同居されている方のうち、未成年（20歳未満）のお子様は何人ですか。】

	回答数	%
0人	4699	78.3
1人	648	10.8
2人	520	8.7
3人	112	1.9
4人	20	0.3
5人	1	0.0
合計	6000	100.0

【同居されている方のうち、65歳以上の方は何人ですか。
※あなたご自身が65歳以上の場合は、あなたも含めた人数をお答えください。】

	回答数	%
0人	3122	52.0
1人	1124	18.7
2人	1684	28.1
3人	66	1.1
4人	4	0.1
合計	6000	100.0

F7．あなたの世帯年収をお知らせください。

	回答数	%
200万円未満	558	9.3
200～400万円未満	1336	22.3
400～600万円未満	1216	20.3
600～800万円未満	850	14.2
800～1000万円未満	616	10.3
1000～1200万円未満	296	4.9
1200～1500万円未満	204	3.4
1500～2000万円未満	106	1.8
2000万円以上	68	1.1
わからない	750	12.5
合計	6000	100.0

SQ1．あなたは、どれくらいの頻度で食品の買い物をしますか。

	回答数	%
毎日	577	9.6
週に4～6回	1386	23.1
週に2～3回	2944	49.1
週に1回	1093	18.2
月に2～3回	-	-
月に1回	-	-
それ以下	-	-
合計	6000	100.0

SQ2．あなたは、どれくらいの頻度で食肉を購入しますか。

	回答数	%
毎日	100	1.7
週に4～6回	466	7.8
週に2～3回	2653	44.2
週に1回	2781	46.4
月に2～3回	-	-
月に1回	-	-
それ以下	-	-
食肉は購入しない	-	-
合計	6000	100.0

Q1．1年前と比べて、あなたが特に価格が上昇していると感じている食品は何ですか。3つまでお答えください。

	回答数	%
米	5142	85.7
パン	968	16.1
麺類	360	6.0
野菜	2215	36.9
果物	1027	17.1
牛肉	585	9.8
豚肉	705	11.8
鶏肉	384	6.4
鶏卵	1836	30.6
牛乳	609	10.2
乳製品（チーズ/バター/ヨーグルト等）	883	14.7
魚介類	530	8.8
食用油	625	10.4
惣菜・冷凍食品	360	6.0
その他	79	1.3
価格が上昇していると感じている食品はない	96	1.6
合計	6000	100.0

Q2．最近の価格上昇により、あなたが購入量を減らした食品は何ですか。3つまでお答えください。

	回答数	%
米	1735	28.9
パン	476	7.9
麺類	198	3.3
野菜	500	8.3
果物	855	14.3
牛肉	728	12.1
豚肉	316	5.3
鶏肉	136	2.3
鶏卵	466	7.8
牛乳	180	3.0
乳製品（チーズ/バター/ヨーグルト等）	558	9.3
魚介類	394	6.6
食用油	262	4.4
惣菜・冷凍食品	409	6.8
その他	36	0.6
価格上昇で購入量を減らした食品はない	2521	42.0
合計	6000	100.0

Q3．普段、購入する量が最も多い食肉は何ですか。

	回答数	%
牛肉	612	10.2
豚肉	3267	54.5
鶏肉	1972	32.9
ひき肉	149	2.5
合計	6000	100.0

Q4. 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

	合計	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特別な食事だから	この食肉は購入しない	その他
【牛肉：国産】	6000	4320	187	169	966	531	270	458	614	1128	763	67
	100.0	72.0	3.1	2.8	16.1	8.9	4.5	7.6	10.2	18.8	12.7	1.1
【牛肉：輸入】	6000	1131	2098	1103	264	135	177	306	395	232	2049	36
	100.0	18.9	35.0	18.4	4.4	2.3	3.0	5.1	6.6	3.9	34.2	0.6
【豚肉：国産】	6000	4023	790	866	914	980	993	1149	402	135	279	45
	100.0	67.1	13.2	14.4	15.2	16.3	16.6	19.2	6.7	2.3	4.7	0.8
【豚肉：輸入】	6000	991	2264	1279	294	229	402	548	237	52	2066	21
	100.0	16.5	37.7	21.3	4.9	3.8	6.7	9.1	4.0	0.9	34.4	0.4
【鶏肉：国産】	6000	3762	1219	1133	826	1334	611	878	343	106	307	48
	100.0	62.7	20.3	18.9	13.8	22.2	10.2	14.6	5.7	1.8	5.1	0.8
【鶏肉：輸入】	6000	822	2098	1176	212	300	267	408	214	38	2475	16
	100.0	13.7	35.0	19.6	3.5	5.0	4.5	6.8	3.6	0.6	41.3	0.3

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

	合計	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない
【牛肉：国産】	6000	2076	2473	653	29	6	763
	100.0	34.6	41.2	10.9	0.5	0.1	12.7
【牛肉：輸入】	6000	1160	2255	864	41	19	1661
	100.0	19.3	37.6	14.4	0.7	0.3	27.7
【豚肉：国産】	6000	1797	2982	708	19	18	476
	100.0	30.0	49.7	11.8	0.3	0.3	7.9
【豚肉：輸入】	6000	1011	2286	987	50	17	1649
	100.0	16.9	38.1	16.5	0.8	0.3	27.5
【鶏肉：国産】	6000	1593	2951	854	30	31	541
	100.0	26.6	49.2	14.2	0.5	0.5	9.0
【鶏肉：輸入】	6000	952	2092	1068	35	42	1811
	100.0	15.9	34.9	17.8	0.6	0.7	30.2
【ひき肉】	6000	1077	2702	1135	40	22	1024
	100.0	18.0	45.0	18.9	0.7	0.4	17.1

Q6．あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

	合計	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ（赤い汁）の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ	その他
【牛肉：国産】	5237	3745	2466	1436	1540	1500	977	1454	949	1086	183	181	71	15
	100.0	71.5	47.1	27.4	29.4	28.6	18.7	27.8	18.1	20.7	3.5	3.5	1.4	0.3
【牛肉：輸入】	3951	2801	1444	999	1023	834	603	682	407	768	109	135	54	6
	100.0	70.9	36.5	25.3	25.9	21.1	15.3	17.3	10.3	19.4	2.8	3.4	1.4	0.2
【豚肉：国産】	5721	3996	2659	1676	1776	1587	1208	1383	528	1185	222	210	58	11
	100.0	69.8	46.5	29.3	31.0	27.7	21.1	24.2	9.2	20.7	3.9	3.7	1.0	0.2
【豚肉：輸入】	3934	2813	1355	964	1089	794	664	594	272	746	140	135	47	5
	100.0	71.5	34.4	24.5	27.7	20.2	16.9	15.1	6.9	19.0	3.6	3.4	1.2	0.1
【鶏肉：国産】	5693	3943	2616	1585	1742	1714	884	1301	245	1196	232	185	60	11
	100.0	69.3	46.0	27.8	30.6	30.1	15.5	22.9	4.3	21.0	4.1	3.2	1.1	0.2
【鶏肉：輸入】	3525	2505	1189	851	872	718	437	481	123	618	117	106	33	5
	100.0	71.1	33.7	24.1	24.7	20.4	12.4	13.6	3.5	17.5	3.3	3.0	0.9	0.1
【ひき肉】	6000	3976	2532	1676	1745	585	383	881	268	1087	200	127	69	19
	100.0	66.3	42.2	27.9	29.1	9.8	6.4	14.7	4.5	18.1	3.3	2.1	1.2	0.3

Q7．あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

	合計	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる
【牛肉：国産】	6000	1965	2166	1372	194	142	161
	100.0	32.8	36.1	22.9	3.2	2.4	2.7
【牛肉：輸入】	6000	2453	2046	1071	137	95	198
	100.0	40.9	34.1	17.9	2.3	1.6	3.3
【豚肉：国産】	6000	1838	2239	1438	218	130	137
	100.0	30.6	37.3	24.0	3.6	2.2	2.3
【豚肉：輸入】	6000	2449	1989	1108	175	96	183
	100.0	40.8	33.2	18.5	2.9	1.6	3.1
【鶏肉：国産】	6000	1869	2233	1379	222	148	149
	100.0	31.2	37.2	23.0	3.7	2.5	2.5
【鶏肉：輸入】	6000	2487	1982	1057	164	102	208
	100.0	41.5	33.0	17.6	2.7	1.7	3.5
【ひき肉】	6000	2025	2263	1268	167	121	156
	100.0	33.8	37.7	21.1	2.8	2.0	2.6

Q8．もしも収入が増えたとしたら、購入量を増やす食肉としてあてはまるものを、3つまでお答えください。

	回答数	%
国産牛肉（和牛）	2624	43.7
国産牛肉（和牛以外の国産牛）	1673	27.9
輸入牛肉	643	10.7
国産豚肉（銘柄豚）	1909	31.8
国産豚肉（それ以外）	875	14.6
輸入豚肉	267	4.5
国産鶏肉（銘柄鶏・地鶏）	1493	24.9
国産鶏肉（それ以外）	602	10.0
輸入鶏肉	167	2.8
その他	7	0.1
食肉の購入量を増やすことはない	1563	26.1
合計	6000	100.0

Q9．普段、牛肉の中で購入する量が最も多いものは何ですか。

	回答数	%
和牛	1258	21.0
和牛以外の国産牛	1863	31.1
輸入牛肉	1558	26.0
わからない（牛肉の種類は気にしない）	773	12.9
牛肉は購入しない	548	9.1
合計	6000	100.0

Q10．牛肉を購入しない理由について、あてはまるものをすべてお答えください。

	回答数	%
価格が高いから（コストパフォーマンスが悪いから）	329	60.0
肉用牛は環境に悪影響を与えるから	14	2.6
脂肪が多く健康に悪いから	33	6.0
商品の当たり外れが大きいから	28	5.1
牛肉料理が苦手だから	58	10.6
牛肉より豚肉・鶏肉の方が好きだから	171	31.2
牛肉が好きではないから（美味しいと思わないから）	89	16.2
牛肉は食べない主義だから	25	4.6
牛肉は外食で食べているから	32	5.8
牛肉は惣菜で食べているから	17	3.1
その他	24	4.4
合計	548	100.0

国産牛肉には、主に和牛の牛肉、交雑種の牛肉、乳用種の牛肉があり（図1）、
交雑種や乳用種は「和牛以外の国産牛」と呼ばれています。

交雑種は和牛と乳用種を掛け合わせた牛で（図2）、
サシ(霜降り)は「和牛」が最も多く、次いで「交雑種」、「乳用種」の順に少なくなっています。
また、価格も一般的に「和牛」が最も高く、次いで「交雑種」、「乳用種」の順に安い傾向です。

図1.牛の種類別の飼養頭数構成比

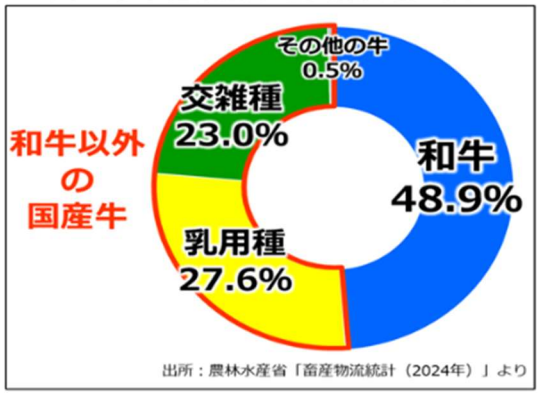


図2.交雑種とは？



Q11. あなたは「和牛以外の国産牛」についてご存じでしたか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
交雑種と乳用種のことであると知っていた	760	12.7
交雑種のことであると思っていた	1323	22.1
乳用種のことであると思っていた	265	4.4
どのような牛なのか知らなかった／考えたことがなかった	3652	60.9
合計	6000	100.0

Q12. あなたは「交雑種」についてご存じでしたか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
交雑種という言葉は知っており、 和牛と乳用種を掛け合わせた牛であることも知っていた	732	12.2
交雑種という言葉は知っているが、 和牛と乳用種を掛け合わせた牛であることは知らなかった	1817	30.3
交雑種という言葉は知らないが、 和牛と乳用種を掛け合わせた牛が生産・販売されていることは知っていた	396	6.6
交雑種という言葉も 和牛と乳用種を掛け合わせた牛が生産・販売されていることも知らなかった	3055	50.9
合計	6000	100.0

Q13. あなたはスーパーマーケットや肉屋などの食肉売り場で、
「交雑種」（「交雑牛」を含む）と表示・説明されている牛肉を見たことがありますか。

	回答数	%
見たことがある	1318	22.0
見たことはない	1902	31.7
わからない/意識したことがない	2780	46.3
合計	6000	100.0

Q14.「交雑種」（「交雑牛」を含む）と表示・説明されている牛肉が売られていたら、あなたは購入したいと思いますか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
交雑種は サシの入り具合や肉質が好みに合うので、値段にかかわらず交雑種の牛肉を購入する	289	4.8
交雑種は肉質と値段のバランスが良いので、交雑種の牛肉を購入する	844	14.1
和牛は好きだが値段が高いので、その代わりに交雑種の牛肉を購入する	1256	20.9
サシのしっかり入った牛肉が好きなので、値段は高くても交雑種ではなく和牛の牛肉を購入する	429	7.2
特に興味や感想はない/牛肉の状態を見て購入するので交雑種の表記は気にしていない	2614	43.6
交雑種の牛肉の購入は控えている	68	1.1
その他	79	1.3
牛肉は購入しない	421	7.0
合計	6000	100.0

Q15. あなたは牛肉を購入する際に格付（A5、A4、5等級、4等級など）を意識していますか。

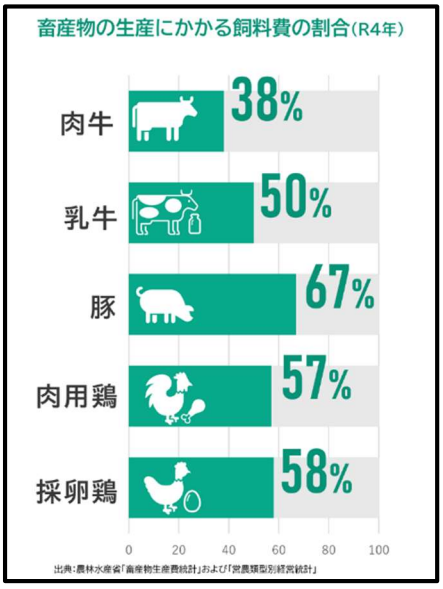
	回答数	%
格付を確認して購入している	645	10.8
格付の意味は知っているが、あまり気にしていない（価格、鮮度、肉質等で判断している）	3323	55.4
格付が表示されている食肉を見たことがない／気づかなかった	903	15.1
格付の意味を知らなかった／格付けがあることを知らなかった	689	11.5
牛肉は購入しない	440	7.3
合計	6000	100.0

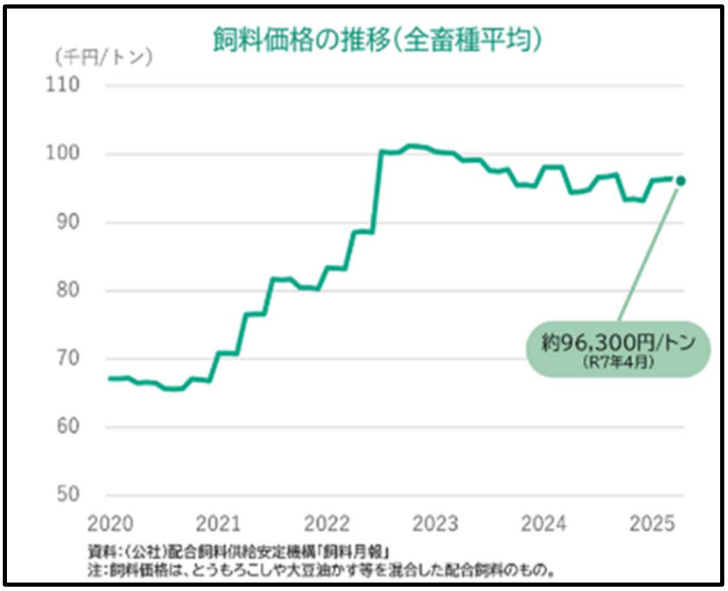
Q16. 現在、牛肉の購入を減らして、豚肉や鶏肉を購入することが多くなっていると言われています。次の中から、牛肉・豚肉・鶏肉について、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

	合計	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	その他	特にシフトしていない
【豚肉へのシフト】	6000	2204	2822	1856	740	912	999	1113	437	6	1214
	100.0	36.7	47.0	30.9	12.3	15.2	16.7	18.6	7.3	0.1	20.2
【鶏肉へのシフト】	6000	1770	3077	1968	697	1312	708	829	389	8	1269
	100.0	29.5	51.3	32.8	11.6	21.9	11.8	13.8	6.5	0.1	21.2

Q17. もしも、牛肉と豚肉の価格差が現状より小さくなった（価格が近くなった）としたら、牛肉と豚肉の購入量・頻度はどのように変化しますか。

	回答数	%
豚肉を減らして、牛肉を増やす	1117	18.6
豚肉は変えずに、牛肉を増やす	1214	20.2
豚肉も牛肉も特に変えない	3639	60.7
その他	30	0.5
合計	6000	100.0





Q18 の図　　**Q22 の図**

Q18．畜産物を生産するためには様々な費用がかかっていますが、上記の図をご覧になって、畜産物の生産にかかる飼料費（エサ代）の割合について、あなたはどのように感じましたか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
初めて知ったが飼料費の割合が高いと感じた	2928	48.8
初めて知ったが、割合は妥当と感じた	729	12.2
初めて知ったが割合は低いと感じた	244	4.1
見聞きしたことがあるが、改めて割合が高いと感じた	806	13.4
見聞きしたことはあるが、改めて割合は妥当と感じた	189	3.2
見聞きしたことがあるが、改めて割合が低いと感じた	98	1.6
その他	29	0.5
分からない/特に何も感じない	977	16.3
合計	6000	100.0

Q19．畜産物の生産にかかる飼料費の割合が妥当または低いと考える理由について、あてはまるものを全てお答えください。

	回答数	%
家畜を育てる以上、飼料にコストがかかるのは当然だと思うから	490	38.9
ニュース等で飼料の価格が値上がりしていると聞いていたから	350	27.8
日本の畜産は、家畜に飼料を沢山（必要以上に）与えていると思うから	146	11.6
家畜を育てるためには、もっと飼料費がかかると思っていたから	287	22.8
家計に占める食料支出の割合も同じくらいだと思うから	159	12.6
製造業など他の産業でも原材料費はこの程度かかっていると思うから	211	16.7
畜産ビジネスとして合理的判断の結果だと思うから	201	16.0
飼料は輸入飼料が多いから	301	23.9
その他	2	0.2
なんとなく	65	5.2
合計	1260	100.0

Q20．日本は飼料の約73%を海外から輸入しています。この輸入割合について、
あなたはどのように感じますか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
初めて知ったが、飼料の輸入割合が高いと感じた	2329	38.8
初めて知ったが、飼料の輸入割合は妥当だと感じた	443	7.4
初めて知ったが、飼料の輸入割合は低いと感じた	187	3.1
見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合が高いと感じた	1921	32.0
見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合は妥当だと感じた	194	3.2
見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合が低いと感じた	77	1.3
その他	11	0.2
わからない/特に何も感じない	838	14.0
合計	6000	100.0

Q21．現在の飼料の輸入割合が妥当または低いと考える理由について、
あてはまるものをすべてお答えください。

	回答数	%
国産飼料より輸入飼料の方が安価だと思うから	338	37.5
国産飼料より輸入飼料の方が入手しやすいと思うから	264	29.3
日本は気候や地形などが飼料生産に適していないため、飼料を輸入せざるを得ないと思うから	247	27.4
日本で本来飼える頭数以上に家畜を飼っている結果だと思うから	169	18.8
人間の食料も大部分を輸入に依存しているから	316	35.1
その他	2	0.2
なんとなく	39	4.3
合計	901	100.0

Q22．飼料の価格はトン当たり6～7万円で推移していましたが、最近は10万円前後と
高止まりしています。こうした飼料価格の動向について、あなたはどのように感じますか。
次の中から最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
初めて知ったが、飼料価格が高いと感じた	2815	46.9
初めて知ったが、飼料価格は妥当だと感じた	355	5.9
初めて知ったが、飼料価格はそれほど高くないと感じた	218	3.6
見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格は高いと感じた	1566	26.1
見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格は妥当だと感じた	140	2.3
見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格はそれほど高くないと感じた	47	0.8
その他	17	0.3
わからない/特に何も感じない	842	14.0
合計	6000	100.0

Q23．現在の飼料価格が妥当、またはそれほど高くないと考える理由について、
あてはまるものをすべてお答えください。

	回答数	%
飼料だけでなく、さまざまなモノの値段が高くなっているから。	292	38.4
異常気象や自然災害により、トウモロコシなどの飼料原料の生産が被害を受けている	205	27.0
世界の政治的経済的情勢の激変により世界的にモノの流通が混乱しているから	175	23.0
円安だから	209	27.5
飼料価格は変動が激しいものだと思うから	148	19.5
世界的に食肉の需要が高まり、飼料の需要が高まっているから	184	24.2
その他	3	0.4
なんとなく	32	4.2
合計	760	100.0

Q24．国内の肉用牛農家は、この10年間で57,500戸（2014年）から36,500戸（2024年）へと約40%減少しています。このように肉用牛農家が減少していることをあなたはどのように感じますか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
初めて知ったが、減少割合（数）は深刻だと思う	2741	45.7
初めて知ったが、減少割合（数）は妥当だと思う	372	6.2
初めて知ったが、それほど減少していないと思う	187	3.1
見聞きしたことがあるが、改めて減少割合（数）は深刻だと思う	1591	26.5
見聞きしたことはあるが、改めて減少割合（数）は妥当だと思う	162	2.7
見聞きしたことがあるが、改めてそれほど減少していないと思う	53	0.9
その他	40	0.7
わからない/特に何も感じない	854	14.2
合計	6000	100.0

Q25．肉用牛農家の減少が妥当、またはそれほど減少していないと考える理由について、あてはまるものをすべてお答えください。

	回答数	%
農家全体が減少しており、肉用牛農家に限ったことではないから	296	38.2
生産性の低い肉用牛農家が淘汰され、生産性の高い肉用牛農家が残っている結果だと思うから	172	22.2
肉用牛農家は儲からないと思うから	147	19.0
肉用牛生産の労働がきついと思うから	169	21.8
消費者が牛肉を以前ほど食べなくなってきているから	138	17.8
牛肉の生産量が維持/増加していれば問題はないと思うから	129	16.7
もっと減少している産業もあるから	148	19.1
その他	9	1.2
なんとなく	28	3.6
合計	774	100.0

Q26．畜産に関する前問までの情報をどこで知りましたか？印象深いものを3つまでお答えください。

	回答数	%
テレビ（ニュースやバラエティ番組など）	1827	59.2
新聞（全国紙・地方紙）	937	30.4
Yahoo!ニュース・LINEニュースなどのニュースアプリ	795	25.8
YouTubeなどの動画メディア	247	8.0
SNS（X/旧Twitter、Instagram、TikTokなど）	234	7.6
スーパーや精肉店のPOPやポスター	208	6.7
学校教育（子供からの情報を含む）	117	3.8
政府や自治体の広報誌・ホームページ	201	6.5
企業や生協からの情報・広告	272	8.8
食や農に関するイベント・フェア・直売所での掲示	248	8.0
食や農業に関する漫画・アニメ・ドラマ	113	3.7
その他	68	2.2
どこで知ったか覚えていない	310	10.0
合計	3085	100.0

Q27：飼料価格の高騰等により、食肉の生産コストが上昇していますが、生産コスト上昇分を食肉価格（小売価格）に転嫁することについて、あなたのお考えにあてはまるものをすべてお答えください。

P 付 16 に掲載

Q28．食肉の生産コストの上昇により食肉価格（小売価格）も上昇していますが、両者の関係について、あなたはどう感じていますか。最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
生産コストの上昇分以上に、食肉価格へ転嫁されていると思う	1028	17.1
生産コストの上昇分がほぼ、食肉価格へ転嫁されていると思う	2110	35.2
生産コストの上昇分の割に、あまり食肉価格へ転嫁されていないと思う	1467	24.5
その他	14	0.2
よくわからない	1381	23.0
合計	6000	100.0

Q29．今後の食料・食肉の供給についてあなたは不安を感じますか。

	回答数	%
とても不安を感じる	1673	27.9
やや不安を感じる	3126	52.1
あまり不安を感じない	729	12.2
全く不安を感じない	104	1.7
よくわからない	368	6.1
合計	6000	100.0

Q30．今後の食料・食肉の供給に不安を感じる理由を、すべてお答えください。

	回答数	%
安全な食品を食べられなくなる可能性があるから	2322	48.4
質の高い食品が食べられなくなる可能性があるから	2059	42.9
食品の選択肢が減る可能性があるから	1512	31.5
食品価格がより上昇する可能性があるから	2701	56.3
今まで食べていたものが食べられなくなる可能性があるから	1819	37.9
日本の食料自給率がさらに低下する可能性があるから	2183	45.5
その他	24	0.5
なんとなく	61	1.3
合計	4799	100.0

Q31．今後の食料・食肉の供給に不安を感じない理由を、すべてお答えください。

	回答数	%
供給不足や価格上昇はすぐには起こらないだろうから	124	14.9
ある物や他の安い物を食べれば良いから	346	41.5
値上がりしても価格を気にしないから	146	17.5
供給不足や価格上昇はすぐに元に戻るだろうから	84	10.1
自分には関係なさそうだから	67	8.0
その他	29	3.5
なんとなく	167	20.0
合計	833	100.0

Q32．世界的な食料供給リスクについて、あなたのお考えに最も近いものを1つお答えください。

	回答数	%
現在は食料の供給リスクが増大しており、 中長期的にもリスクは継続・増大すると思う	3666	61.1
現在は食料の供給リスクが増大しているが、 中長期的にはリスクは増大しないと思う	433	7.2
現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないが、 中長期的にはリスクは増大すると思う	731	12.2
現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないし、 中長期的にもリスクは増大するとは思わない	119	2.0
食料の供給リスクについて考えたことがない	417	7.0
よくわからない	634	10.6
合計	6000	100.0

Q33．中長期的に、世界的な食料の供給リスクが継続・増大するとあなたがお考えになる理由を、全てお答えください。

	回答数	%
世界的な人口増加や所得増加により食料需要が増大するから	2093	47.6
温暖化等の気候変動や異常気象が頻発するから	3417	77.7
世界の政治的経済的事由により、食料供給が不安定化するから	2444	55.6
土壌流出や地力低下等により、農地の生産力が低下するから	998	22.7
バイオ燃料としての利用等、農産物の食料以外の用途が拡大するから	480	10.9
鳥インフルエンザ等の家畜伝染病のまん延が懸念されるから	1307	29.7
その他	55	1.3
なんとなく	62	1.4
合計	4397	100.0

Q34．中長期的に、世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないとあなたがお考えになる理由を全てお答えください。

	回答数	%
品種改良やバイオ技術等により、収穫量の多い農畜産物が栽培・飼養されるようになっているから	118	21.4
機械化の進展、生産技術の向上、肥料使用の拡大等により、 農畜産物の収穫量が増えているから	228	41.3
世界的には、農用地の開発余地が残っているから	131	23.7
政治的経済的な不安定化要因は一時的なものであり、 いずれ正常化するから	139	25.2
世界の人口や食料需要は、予測ほどには増大しないと思うから	95	17.2
培養肉や代替肉、未利用魚（まだ一般的ではないが、食用に利用できる魚）などの代替品の開発が進んでいるから	74	13.4
その他	5	0.9
なんとなく	43	7.8
合計	552	100.0

Q35．ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

	合計	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる
【牛肉：国産】	6000	1586	2156	1553	313	201	191
	100.0	26.4	35.9	25.9	5.2	3.4	3.2
【牛肉：輸入】	6000	2114	2148	1191	226	128	193
	100.0	35.2	35.8	19.9	3.8	2.1	3.2
【豚肉：国産】	6000	1502	2213	1583	329	197	176
	100.0	25.0	36.9	26.4	5.5	3.3	2.9
【豚肉：輸入】	6000	2096	2128	1211	249	130	186
	100.0	34.9	35.5	20.2	4.2	2.2	3.1
【鶏肉：国産】	6000	1536	2189	1550	333	207	185
	100.0	25.6	36.5	25.8	5.6	3.5	3.1
【鶏肉：輸入】	6000	2147	2112	1156	220	149	216
	100.0	35.8	35.2	19.3	3.7	2.5	3.6
【ひき肉】	6000	1687	2289	1392	281	175	176
	100.0	28.1	38.2	23.2	4.7	2.9	2.9

Q36．食肉の安定供給のために、日本の畜産業にとって必要だとあなたが考えることを、全てお答えください。

	回答数	%
飼料の自給率を高める	3561	59.4
飼料の安定的な輸入を確保する	1904	31.7
飼育（肥育）期間を今より短くして飼料費を抑える	510	8.5
飼料の多様化（牧草、コメ、食品廃棄物など）を進める	2436	40.6
品質・安全性を高め、外国産との差別化を図る	1281	21.4
生産コストに見合った適正な価格で販売する	1905	31.8
値ごろ感のある食肉を提供する	800	13.3
畜産農家に対する支援措置を拡充する	1913	31.9
輸出を拡大する	433	7.2
家畜伝染病の発生防止を徹底する	1166	19.4
環境に配慮した飼育（肥育）方法にする	1003	16.7
その他	60	1.0
よくわからない	526	8.8
合計	6000	100.0

Q37．食料・食肉の安定供給のために、消費者が取り組むべきとあなたが考えることを、全てお答えください。

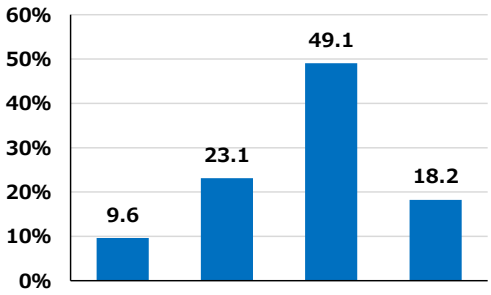
	回答数	%
買い物や外食時に多少高くても国産の農畜産物を選ぶ	1677	28.0
やむを得ないコスト増加分の値上がりならば受け入れる。	2831	47.2
地産地消を意識し、地元のものを購入する	2422	40.4
食品ロスを減らす	3716	61.9
パン食ではなく、自給率の高いごはん食を心がける	911	15.2
ふるさと納税、寄付、クラウドファンディング等で生産者を応援する	782	13.0
その他	33	0.6
特に取り組む必要はない	444	7.4
合計	6000	100.0

Q27．飼料価格の高騰等により、食肉の生産コストが上昇していますが、生産コスト上昇分を食肉価格（小売価格）に転嫁することについて、あなたのお考えにあてはまるものをすべてお答えください。

	回答数	%
生産コストが上昇すれば、食肉価格が上昇するのは当然	3035	50.6
我が国の畜産が存続していくためには、食肉価格が上昇しても仕方ない	2085	34.8
生産コストの上昇分は、生産者や関係者の努力でカバーし、食肉価格の上昇はできる限り抑えてほしい	869	14.5
食肉価格が上昇すると購入量が減ってしまうので、畜産経営の厳しさは変わらない。食肉価格への転嫁より畜産農家の支援策を充実した方がよい	1373	22.9
その他	54	0.9
よく分からない	714	11.9
合計	6000	100.0

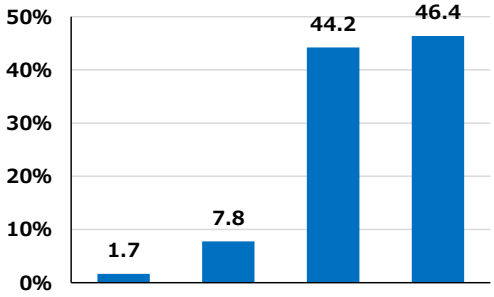
クロス集計表

SQ1.　どれくらいの頻度で食品の買い物をしますか。



【比率の差】 全体+10ポイント / 全体+5ポイント / 全体−5ポイント / 全体−10ポイント		n =	毎日	週に4～6回	週に2～3回	週に1回
全体		6,000	9.6	23.1	49.1	18.2
性別	男性	2,910	10.3	21.3	46.7	21.7
	女性	3,090	9.0	24.8	51.3	15.0
年代	20代	714	11.2	21.1	44.3	23.4
	30代	826	9.6	20.2	49.5	20.7
	40代	1,074	9.5	21.2	50.7	18.5
	50代	975	8.7	20.7	50.6	20.0
	60代	920	9.6	25.7	48.3	16.5
	70代以上	1,491	9.6	27.0	49.4	14.0
性年代	男性20代	363	14.9	23.1	42.7	19.3
	男性30代	418	11.5	20.8	43.8	23.9
	男性40代	543	9.6	19.2	48.1	23.2
	男性50代	487	7.8	16.8	49.7	25.7
	男性60代	450	9.6	23.6	45.1	21.8
	男性70代以上	649	10.0	24.3	48.4	17.3
	女性20代	351	7.4	19.1	45.9	27.6
	女性30代	408	7.6	19.6	55.4	17.4
	女性40代	531	9.4	23.4	53.5	13.7
	女性50代	488	9.6	24.6	51.4	14.3
	女性60代	470	9.6	27.7	51.3	11.5
	女性70代以上	842	9.3	29.0	50.2	11.5
地域	北海道	255	5.1	15.7	56.5	22.7
	東北	416	8.7	17.8	51.7	21.9
	関東	2,092	11.3	25.3	48.1	15.3
	北陸	210	11.9	25.2	45.2	17.6
	中部	793	7.2	18.3	48.8	25.7
	近畿	1,055	9.3	26.6	48.6	15.5
	中国	340	9.7	19.4	47.4	23.5
	四国	178	11.8	28.7	44.9	14.6
	九州	661	8.8	22.2	51.9	17.1
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	9.0	21.8	50.5	18.7
	既婚×子なし	2,678	9.1	24.7	48.4	17.8
	未婚×子あり	99	10.1	23.2	50.5	16.2
	未婚×子なし	2,021	10.6	21.7	49.1	18.6
農村との関係	居住・仕事	856	11.7	24.9	50.5	13.0
	出身・親族	856	10.2	22.4	44.6	22.8
	旅行	353	7.9	24.4	53.0	14.7
	購入	279	11.8	27.2	49.1	11.8
	ふるさと納税	245	6.9	29.4	51.4	12.2
	関わりない	3,411	9.1	21.9	49.3	19.7

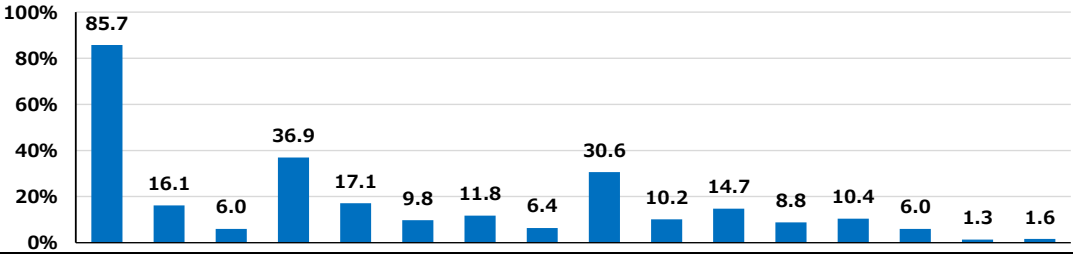
SQ2.　どれくらいの頻度で食肉を購入しますか。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n =	毎日	週に4～6回	週に2～3回	週に1回
全体		6,000	1.7	7.8	44.2	46.4
性別	男性	2,910	2.0	6.7	41.1	50.2
	女性	3,090	1.3	8.7	47.2	42.8
年代	20代	714	4.6	11.5	38.0	45.9
	30代	826	3.1	7.7	40.3	48.8
	40代	1,074	1.3	8.5	42.3	48.0
	50代	975	1.0	6.4	45.1	47.5
	60代	920	1.1	7.1	44.9	47.0
	70代以上	1,491	0.5	6.8	49.8	42.9
性年代	男性20代	363	5.8	14.3	39.9	39.9
	男性30代	418	3.8	7.9	36.8	51.4
	男性40代	543	1.3	6.1	40.0	52.7
	男性50代	487	0.6	4.1	40.0	55.2
	男性60代	450	1.6	5.3	40.9	52.2
	男性70代以上	649	0.8	5.2	46.2	47.8
	女性20代	351	3.4	8.5	35.9	52.1
	女性30代	408	2.5	7.6	43.9	46.1
	女性40代	531	1.3	10.9	44.6	43.1
	女性50代	488	1.4	8.6	50.2	39.8
	女性60代	470	0.6	8.7	48.7	41.9
	女性70代以上	842	0.2	8.1	52.5	39.2
地域	北海道	255	1.2	1.6	41.6	55.7
	東北	416	0.5	7.7	46.9	45.0
	関東	2,092	1.8	8.7	43.5	46.0
	北陸	210	4.3	8.1	47.6	40.0
	中部	793	0.6	6.6	41.4	51.5
	近畿	1,055	1.8	8.5	45.1	44.5
	中国	340	2.1	7.4	43.8	46.8
	四国	178	2.2	6.7	46.1	44.9
	九州	661	2.0	8.0	46.3	43.7
子供の有無 未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	2.3	10.8	44.8	42.0
	既婚×子なし	2,678	0.7	7.5	47.0	44.7
	未婚×子あり	99	4.0	9.1	45.5	41.4
	未婚×子なし	2,021	2.4	6.2	40.1	51.3
農村との関係	居住・仕事	856	1.1	10.4	47.9	40.7
	出身・親族	856	4.0	10.5	39.1	46.4
	旅行	353	2.5	7.1	45.6	44.8
	購入	279	3.9	10.8	46.6	38.7
	ふるさと納税	245	0.0	6.1	50.2	43.7
	関わりない	3,411	1.1	6.4	43.8	48.8

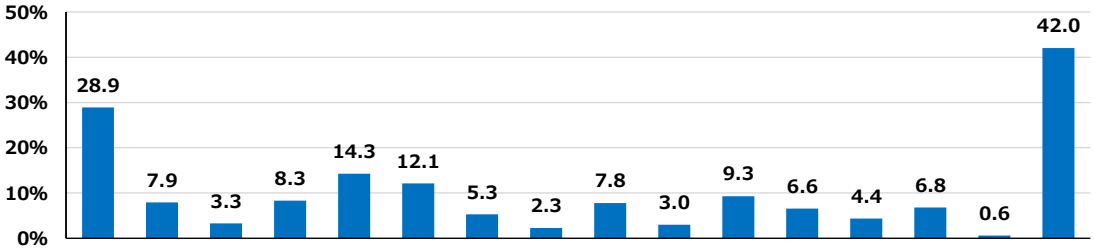
Q1. 1年前と比べて、あなたが特に価格が上昇していると感じている食品は何ですか。3つまでお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+5ポイント
全体−5ポイント
全体−10ポイント

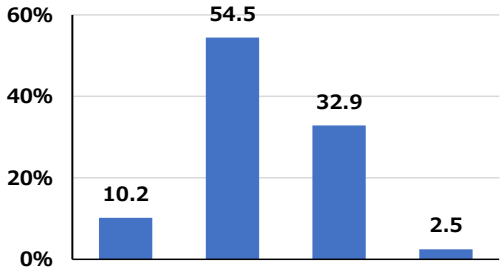
		n =	米	パン	麺類	野菜	果物	牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵	牛乳	乳製品（チーズ/バター/ヨーグルト等）	魚介類	食用油	惣菜・冷凍食品	その他	価格が上昇していると感じている食品はない
全体		6,000	85.7	16.1	6.0	36.9	17.1	9.8	11.8	6.4	30.6	10.2	14.7	8.8	10.4	6.0	1.3	1.6
性別	男性	2,910	86.7	15.8	9.0	34.5	12.5	12.3	11.2	5.9	28.5	9.7	12.3	8.7	9.1	6.5	1.0	2.2
	女性	3,090	84.8	16.4	3.2	39.2	21.4	7.3	12.2	6.9	32.6	10.6	17.0	8.9	11.6	5.5	1.6	1.0
年代	20代	714	82.2	15.1	7.8	37.7	12.5	11.9	10.4	8.8	21.0	10.5	11.1	4.1	6.9	7.1	0.8	4.5
	30代	826	84.0	16.3	6.7	36.2	12.2	10.7	11.1	6.7	24.7	10.7	14.6	6.1	8.6	8.5	1.1	3.1
	40代	1,074	86.1	17.8	6.4	32.1	15.5	11.0	11.6	7.9	29.9	11.7	14.8	8.3	9.7	7.3	1.7	0.8
	50代	975	87.9	17.1	7.9	34.2	16.0	6.2	12.5	7.5	32.6	9.2	14.6	9.5	12.4	6.1	1.7	0.7
	60代	920	86.8	17.2	5.2	35.2	14.8	9.5	12.4	5.5	34.3	8.5	17.8	10.0	12.8	6.0	1.6	1.3
	70代以上	1,491	85.8	14.0	3.7	43.3	25.4	9.9	11.9	3.8	35.3	10.2	14.6	11.9	10.9	3.2	0.9	0.7
性年代	男性20代	363	84.0	15.2	10.5	31.7	11.0	13.8	11.8	10.7	17.1	9.9	8.8	3.3	6.3	7.4	0.6	5.0
	男性30代	418	85.4	16.3	10.0	33.0	7.7	15.3	12.7	7.4	19.9	8.6	11.5	6.0	7.7	8.1	0.7	4.3
	男性40代	543	89.3	17.5	9.2	29.7	12.0	13.4	10.7	6.6	26.3	11.0	9.6	9.6	9.0	7.2	0.9	1.5
	男性50代	487	87.1	17.9	11.7	32.0	12.3	7.8	12.3	5.7	31.0	9.2	13.8	10.7	11.5	5.1	1.2	0.6
	男性60代	450	86.9	15.6	8.4	35.1	9.1	12.7	11.8	4.0	33.6	7.8	15.1	9.6	10.4	7.6	1.1	2.2
	男性70代以上	649	86.4	13.1	5.5	42.7	19.6	11.9	9.2	2.9	36.7	10.8	13.9	10.8	9.1	4.8	1.4	1.2
	女性20代	351	80.3	15.1	5.1	43.9	14.0	10.0	8.8	6.8	25.1	11.1	13.4	4.8	7.4	6.8	1.1	4.0
	女性30代	408	82.6	16.4	3.2	39.5	16.9	5.9	9.6	5.9	29.7	12.7	17.9	6.1	9.6	8.8	1.5	2.0
	女性40代	531	82.9	18.1	3.6	34.7	19.2	8.5	12.6	9.2	33.5	12.4	20.2	7.0	10.4	7.3	2.4	0.2
	女性50代	488	88.7	16.4	4.1	36.3	19.7	4.5	12.7	9.2	34.2	9.2	15.4	8.4	13.3	7.0	2.3	0.8
	女性60代	470	86.8	18.7	2.1	35.3	20.2	6.4	13.0	7.0	35.1	9.1	20.4	10.4	15.1	4.5	2.1	0.4
	女性70代以上	842	85.4	14.7	2.3	43.7	29.8	8.3	14.0	4.5	34.3	9.7	15.2	12.7	12.2	1.9	0.6	0.2
地域	北海道	255	89.4	14.5	4.3	29.4	16.5	3.9	22.0	9.0	20.8	12.9	22.0	6.3	12.5	6.3	2.7	0.8
	東北	416	79.8	12.5	8.9	36.3	15.9	7.7	14.2	7.0	30.8	16.3	17.5	13.2	10.6	6.5	1.4	1.0
	関東	2,092	85.9	16.4	5.9	36.4	17.8	8.4	11.1	6.1	31.2	8.7	13.9	7.9	11.5	6.0	1.2	2.0
	北陸	210	83.3	15.2	5.7	39.0	20.5	13.3	12.9	7.1	34.3	6.2	11.9	9.5	8.1	5.7	1.0	1.9
	中部	793	87.8	16.3	5.9	37.6	15.6	8.2	10.0	6.6	35.8	10.8	14.0	10.5	9.6	3.9	0.9	1.1
	近畿	1,055	86.7	16.7	5.9	39.5	19.6	11.5	9.6	5.4	28.6	10.3	15.1	8.3	8.4	6.9	1.4	1.8
	中国	340	84.1	19.1	4.7	36.8	14.7	14.4	13.2	6.5	28.2	11.5	13.5	9.7	9.7	7.4	1.5	1.5
	四国	178	81.5	16.9	7.9	39.3	14.0	15.7	11.2	7.9	29.8	8.4	13.5	9.0	9.6	5.6	1.7	1.1
	九州・沖縄	661	85.9	15.6	5.7	35.7	14.8	11.6	13.0	6.8	29.7	9.8	15.0	8.2	11.5	6.1	1.4	1.4
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	86.9	19.1	6.5	32.7	14.6	10.8	10.7	7.4	29.9	13.1	15.6	6.2	9.7	6.2	1.1	0.8
	既婚×子なし	2,678	86.5	14.4	4.7	38.5	19.8	8.6	12.4	5.4	34.1	9.2	15.7	10.6	12.3	4.8	1.5	1.2
	未婚×子あり	99	80.8	12.1	4.0	38.4	23.2	15.2	6.1	5.1	33.3	11.1	16.2	11.1	9.1	4.0	0.0	4.0
	未婚×子なし	2,021	84.2	16.9	7.5	37.3	14.8	10.3	11.8	7.2	26.2	9.6	12.8	8.0	8.4	7.5	1.3	2.5
農村との関係	居住・仕事	856	85.5	16.1	6.1	39.1	16.9	10.5	12.1	7.7	35.0	10.5	13.0	9.7	11.8	6.2	1.9	0.7
	出身・親族	856	80.4	17.5	8.8	34.9	15.0	16.9	13.8	7.1	28.2	11.0	14.7	11.2	9.9	6.1	1.5	0.8
	旅行	353	89.2	17.8	5.1	34.8	15.6	11.0	9.9	4.5	30.0	11.6	17.6	8.2	10.5	5.4	1.7	0.3
	購入	279	89.2	16.8	5.4	33.7	16.1	11.5	12.9	6.8	30.5	10.4	15.8	8.2	12.5	3.9	0.7	0.4
	ふるさと納税	245	86.9	15.5	4.5	32.7	22.4	6.5	14.3	4.5	33.1	10.6	20.0	12.7	13.5	2.4	2.0	0.4
	関わりない	3,411	86.3	15.6	5.5	37.6	17.6	7.7	11.1	6.2	30.0	9.6	14.4	7.9	9.8	6.4	1.1	2.3

Q2. 最近の価格上昇により、あなたが購入量を減らした食品は何ですか。3つまでお答えください。



		n=	米	パン	麺類	野菜	果物	牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵	牛乳	乳製品（チーズ/バター/ヨーグルト等）	魚介類	食用油	惣菜・冷凍食品	その他	価格上昇で購入量を減らした食品はない
【比率の差】全体+10ポイント / 全体+5ポイント / 全体−5ポイント / 全体−10ポイント																		
全体		6,000	28.9	7.9	3.3	8.3	14.3	12.1	5.3	2.3	7.8	3.0	9.3	6.6	4.4	6.8	0.6	42.0
性別	男性	2,910	33.4	6.5	4.0	7.5	9.5	12.4	5.7	1.9	7.8	3.3	6.7	5.9	3.4	5.1	0.3	44.3
性別	女性	3,090	24.7	9.3	2.7	9.1	18.7	11.8	4.9	2.6	7.8	2.8	11.7	7.2	5.2	8.4	0.9	39.8
年代	20代	714	38.7	9.7	5.9	11.2	10.5	12.7	6.3	2.8	7.0	3.8	6.7	4.5	3.4	5.7	0.1	35.3
年代	30代	826	34.4	8.5	3.9	10.0	10.3	8.7	6.3	2.2	7.6	3.1	9.2	5.2	3.0	7.1	0.4	40.2
年代	40代	1,074	32.8	11.2	4.0	7.0	12.1	10.4	4.7	1.6	8.2	3.6	10.2	5.9	4.1	6.9	1.2	38.5
年代	50代	975	28.6	8.1	3.2	7.6	14.2	9.8	4.5	2.8	9.7	3.8	8.8	7.0	5.1	6.6	0.9	40.7
年代	60代	920	24.2	6.4	2.2	7.1	12.6	11.7	4.7	2.6	6.7	2.7	9.8	6.1	5.5	6.2	0.5	47.5
年代	70代以上	1,491	21.5	5.3	2.0	8.2	20.9	16.7	5.5	2.0	7.2	1.7	9.9	8.9	4.6	7.6	0.3	46.2
性年代	男性20代	363	43.8	10.5	6.9	9.4	10.2	11.3	6.1	2.8	6.6	3.9	4.4	3.6	1.4	5.0	0.0	36.1
性年代	男性30代	418	38.0	8.1	5.5	10.3	6.2	10.0	8.6	2.2	6.7	2.6	6.0	4.1	2.6	3.8	0.2	43.5
性年代	男性40代	543	37.2	9.6	4.8	5.5	7.0	11.0	5.0	1.8	8.1	4.1	7.6	4.6	3.5	4.8	0.6	41.3
性年代	男性50代	487	32.2	5.3	4.5	5.1	8.6	10.3	4.1	2.5	8.8	3.7	6.2	6.4	3.3	4.3	0.4	45.0
性年代	男性60代	450	27.3	4.0	2.4	6.2	8.4	13.1	6.0	1.6	6.9	3.6	8.2	6.2	5.3	5.8	0.4	50.0
性年代	男性70代以上	649	26.3	3.1	1.4	9.1	14.8	16.9	5.2	1.2	8.6	2.2	7.2	8.8	3.9	6.3	0.2	47.6
性年代	女性20代	351	33.3	8.8	4.8	13.1	10.8	14.2	6.6	2.8	7.4	3.7	9.1	5.4	5.4	6.6	0.3	34.5
性年代	女性30代	408	30.6	8.8	2.2	9.8	14.5	7.4	3.9	2.2	8.6	3.7	12.5	6.4	3.4	10.5	0.5	36.8
性年代	女性40代	531	28.2	12.8	3.2	8.5	17.3	9.8	4.3	1.3	8.3	3.2	13.0	7.2	4.7	9.0	1.9	35.8
性年代	女性50代	488	25.0	10.9	1.8	10.0	19.7	9.4	4.9	3.1	10.7	3.9	11.5	7.6	7.0	8.8	1.4	36.5
性年代	女性60代	470	21.3	8.7	1.9	7.9	16.6	10.4	3.4	3.6	6.6	1.9	11.3	6.0	5.7	6.6	0.6	45.1
性年代	女性70代以上	842	17.8	7.0	2.5	7.6	25.5	16.5	5.7	2.6	6.2	1.4	12.0	8.9	5.1	8.7	0.5	45.1
地域	北海道	255	23.9	9.4	2.0	8.2	17.3	7.5	11.4	2.4	4.3	3.5	11.4	8.2	3.1	7.8	0.4	44.3
地域	東北	416	25.0	6.3	4.3	10.3	15.1	7.9	6.3	3.4	10.6	7.5	13.0	8.9	5.8	7.0	0.7	41.8
地域	関東	2,092	29.8	8.4	2.9	7.8	13.7	11.5	4.9	2.3	8.3	3.0	8.2	5.7	4.6	5.9	0.5	42.4
地域	北陸	210	27.6	8.1	3.3	8.6	15.2	14.8	4.3	3.3	9.5	1.4	8.6	10.5	1.9	8.1	0.5	40.0
地域	中部	793	29.5	7.7	2.9	8.4	13.5	11.6	4.8	1.3	7.9	1.9	8.3	7.6	4.2	7.2	0.9	42.4
地域	近畿	1,055	30.2	7.4	3.9	8.6	16.7	13.8	4.5	2.4	6.7	2.7	8.7	6.0	4.0	7.6	0.7	40.7
地域	中国	340	27.6	8.2	4.7	7.9	11.5	15.9	4.4	1.8	5.0	3.5	8.5	4.7	3.2	7.1	0.9	43.8
地域	四国	178	27.5	3.9	3.4	6.7	14.0	12.9	5.6	1.7	7.3	1.1	10.7	7.9	5.1	6.2	1.1	45.5
地域	九州・沖縄	661	29.0	9.1	3.3	8.8	12.6	13.6	6.1	2.6	8.0	2.7	12.1	6.4	5.1	7.3	0.3	40.7
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	30.9	9.6	4.3	7.7	13.6	11.0	4.9	2.1	7.4	2.7	9.7	5.2	3.6	7.9	0.7	39.6
子供の有無×未既婚	既婚×子なし	2,678	23.4	6.6	2.1	7.5	16.1	12.9	4.8	2.1	7.6	2.6	9.4	7.2	5.2	6.8	0.6	46.1
子供の有無×未既婚	未婚×子あり	99	29.3	8.1	4.0	12.1	19.2	18.2	4.0	1.0	11.1	3.0	10.1	12.1	3.0	2.0	0.0	37.4
子供の有無×未既婚	未婚×子なし	2,021	35.0	8.8	4.3	9.6	12.0	11.5	6.2	2.6	8.1	3.7	9.0	6.3	3.9	6.4	0.5	38.2
農村との関係	居住・仕事	856	31.8	10.2	3.3	10.2	17.8	16.7	6.0	2.5	9.9	3.2	10.9	9.2	6.1	8.3	1.6	33.1
農村との関係	出身・親族	856	31.2	11.0	6.2	10.7	12.9	16.4	7.5	2.5	8.8	4.0	12.4	8.1	3.9	8.2	0.7	35.0
農村との関係	旅行	353	33.7	7.4	2.8	6.2	12.7	11.9	4.8	2.8	6.2	5.1	8.5	4.8	2.3	7.4	0.0	36.8
農村との関係	購入	279	41.9	7.5	3.6	9.0	15.1	12.2	5.7	4.3	10.4	2.9	11.1	4.3	7.2	6.8	1.1	32.3
農村との関係	ふるさと納税	245	26.1	8.6	2.9	6.1	21.2	12.7	8.2	2.9	8.6	2.4	13.5	9.4	7.8	6.9	1.2	38.8
農村との関係	関わりない	3,411	26.3	6.7	2.6	7.6	13.3	9.9	4.3	1.9	6.9	2.6	7.8	5.7	3.8	6.0	0.3	47.6

Q3.　普段、購入する量が最も多い食肉は何ですか。

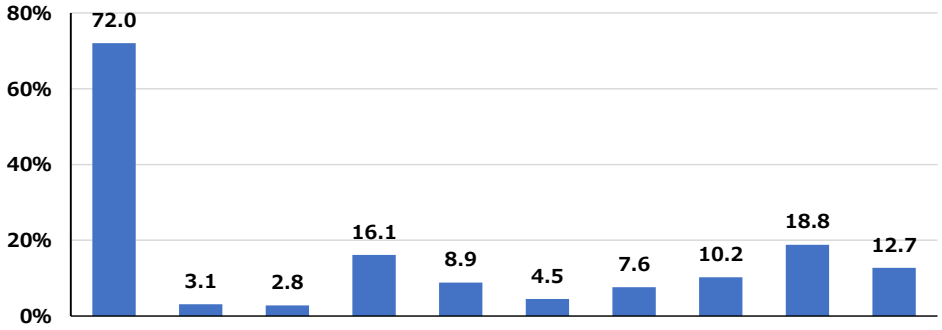


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	牛肉	豚肉	鶏肉	ひき肉
全体		6,000	10.2	54.5	32.9	2.5
性別	男性	2,910	13.6	51.3	33.0	2.1
	女性	3,090	7.0	57.4	32.8	2.8
年代	20代	714	14.4	45.7	36.8	3.1
	30代	826	11.3	47.6	38.7	2.4
	40代	1,074	8.2	53.6	35.1	3.1
	50代	975	6.4	58.7	32.3	2.7
	60代	920	9.1	58.4	30.8	1.7
	70代以上	1,491	12.2	57.9	27.8	2.1
性年代	男性20代	363	19.8	46.3	31.1	2.8
	男性30代	418	16.3	42.6	39.5	1.7
	男性40代	543	11.8	49.7	36.5	2.0
	男性50代	487	8.2	60.2	29.6	2.1
	男性60代	450	10.9	56.0	31.3	1.8
	男性70代以上	649	15.9	51.2	30.5	2.5
	女性20代	351	8.8	45.0	42.7	3.4
	女性30代	408	6.1	52.7	38.0	3.2
	女性40代	531	4.5	57.6	33.7	4.1
	女性50代	488	4.5	57.2	35.0	3.3
	女性60代	470	7.4	60.6	30.2	1.7
	女性70代以上	842	9.4	63.1	25.7	1.9
地域	北海道	255	3.9	57.3	36.9	2.0
	東北	416	6.3	61.1	29.6	3.1
	関東	2,092	9.6	56.4	31.2	2.9
	北陸	210	11.0	54.8	31.4	2.9
	中部	793	6.4	59.4	31.7	2.5
	近畿	1,055	14.4	49.5	33.7	2.4
	中国	340	12.6	49.7	35.9	1.8
	四国	178	14.0	48.3	36.0	1.7
	九州・沖縄	661	12.4	49.0	36.9	1.7
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	7.7	53.4	36.2	2.7
	既婚×子なし	2,678	10.5	58.8	29.3	1.5
	未婚×子あり	99	10.1	58.6	27.3	4.0
	未婚×子なし	2,021	11.4	49.1	35.9	3.6
農村との関係	居住・仕事	856	10.7	53.7	34.0	1.5
	出身・親族	856	13.9	52.3	31.1	2.7
	旅行	353	11.3	55.5	31.2	2.0
	購入	279	11.5	50.2	36.9	1.4
	ふるさと納税	245	9.4	55.5	31.8	3.3
	関わりない	3,411	9.0	55.3	33.0	2.8

Q4. 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

国産・牛肉

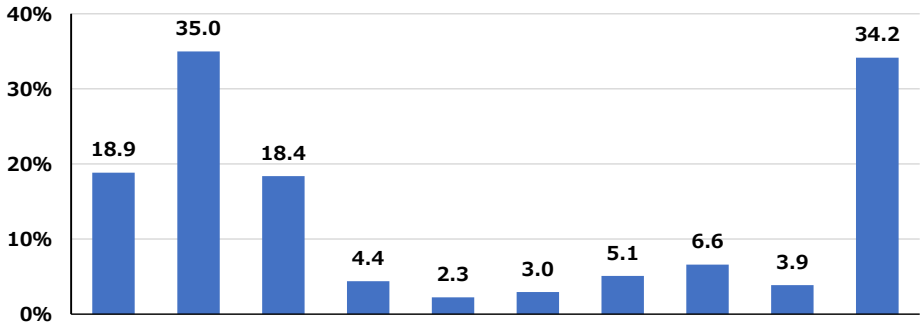


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特別な食事だから	この食肉は購入しない
全体		6,000	72.0	3.1	2.8	16.1	8.9	4.5	7.6	10.2	18.8	12.7
性別	男性	2,910	74.4	4.1	4.2	14.9	8.4	4.5	7.1	10.0	14.9	12.0
	女性	3,090	69.7	2.2	1.6	17.2	9.3	4.5	8.2	10.4	22.4	13.4
年代	20代	714	64.3	6.0	5.5	7.4	8.5	5.7	7.4	9.2	12.7	17.4
	30代	826	66.2	5.6	3.4	10.9	6.9	2.4	5.1	9.4	14.6	15.4
	40代	1,074	69.8	3.8	3.2	13.8	5.8	2.8	6.2	8.9	19.2	14.2
	50代	975	70.7	2.6	1.9	14.2	5.4	4.7	7.4	8.6	17.9	13.6
	60代	920	74.3	1.4	2.2	18.2	9.1	5.1	8.6	9.9	19.6	10.9
	70代以上	1,491	79.9	1.3	1.9	24.8	14.4	5.8	9.7	13.3	23.8	8.5
性年代	男性20代	363	63.4	6.6	7.2	7.7	11.6	7.4	8.3	8.3	9.9	17.9
	男性30代	418	70.3	6.9	5.3	10.3	7.2	2.2	5.3	11.0	11.0	12.2
	男性40代	543	72.2	5.3	4.4	13.6	5.3	3.7	6.8	8.8	15.3	12.9
	男性50代	487	75.2	2.7	2.7	12.3	3.9	3.5	7.8	8.4	13.1	12.5
	男性60代	450	76.4	2.0	3.3	16.4	8.0	4.4	6.7	7.6	17.8	11.1
	男性70代以上	649	83.1	2.2	3.2	24.0	13.4	6.0	7.6	14.3	19.4	7.9
	女性20代	351	65.2	5.4	3.7	7.1	5.4	4.0	6.6	10.3	15.7	16.8
	女性30代	408	62.0	4.2	1.5	11.5	6.6	2.7	4.9	7.8	18.4	18.6
	女性40代	531	67.4	2.3	1.9	13.9	6.2	1.9	5.6	9.0	23.2	15.4
	女性50代	488	66.2	2.5	1.2	16.0	7.0	5.9	7.0	8.8	22.7	14.8
	女性60代	470	72.3	0.9	1.1	19.8	10.2	5.7	10.4	12.1	21.3	10.6
	女性70代以上	842	77.4	0.6	1.0	25.4	15.1	5.6	11.4	12.6	27.2	9.0
地域	北海道	255	62.7	2.0	3.5	14.1	8.6	3.1	7.5	8.2	19.6	20.4
	東北	416	65.6	2.6	1.9	13.9	8.4	3.6	6.5	8.4	19.2	15.4
	関東	2,092	71.9	3.4	3.1	15.6	8.6	3.7	6.4	9.9	19.7	14.1
	北陸	210	64.3	3.8	1.9	15.2	8.1	4.8	11.0	9.0	20.0	17.1
	中部	793	69.1	2.5	3.7	14.8	7.8	4.0	7.6	10.5	22.1	14.1
	近畿	1,055	74.3	3.1	2.4	19.3	10.6	6.8	10.1	12.1	17.3	9.9
	中国	340	77.6	3.2	2.4	16.8	10.0	3.8	6.5	10.0	15.9	7.9
	四国	178	79.2	4.5	2.8	20.8	8.4	3.9	6.7	10.7	16.9	7.9
	九州	661	77.2	2.9	2.4	14.8	8.3	5.3	8.3	10.3	15.6	9.1
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	70.9	3.7	3.1	17.1	6.7	3.5	6.2	8.1	18.9	11.9
	既婚×子なし	2,678	75.6	2.1	2.1	21.7	10.3	5.3	8.6	11.2	21.2	9.8
	未婚×子あり	99	63.6	6.1	4.0	5.1	9.1	8.1	8.1	6.1	15.2	17.2
	未婚×子なし	2,021	68.3	4.0	3.5	8.7	8.2	3.9	7.2	10.5	15.7	16.8
農村との関係	出身・親族	856	74.4	2.3	3.3	20.4	10.6	5.4	8.8	12.9	25.0	10.5
	居住・仕事	856	72.5	3.2	4.1	18.6	10.9	5.6	8.6	9.6	20.4	9.7
	ふるさと納税	353	78.2	4.2	2.8	13.6	7.1	2.0	6.2	9.9	18.4	7.9
	旅行	279	77.4	3.6	2.5	18.6	9.7	5.4	6.8	14.3	26.5	8.2
	購入	245	82.4	0.4	1.6	23.7	9.0	5.7	10.2	13.9	25.7	7.8
	関わりはない	3,411	69.4	3.3	2.5	13.9	8.0	4.1	7.1	9.2	15.7	15.2

Q4. 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

輸入・牛肉

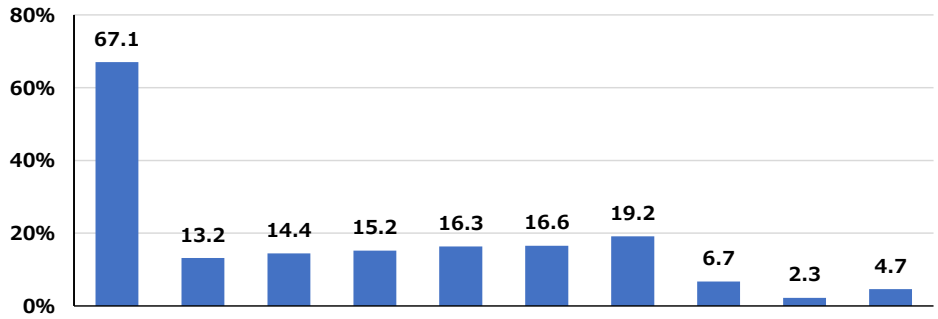


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特別な食事だから	この食肉は購入しない
全体		6,000	18.9	35.0	18.4	4.4	2.3	3.0	5.1	6.6	3.9	34.2
性別	男性	2,910	23.6	38.5	20.9	4.7	2.9	3.4	5.5	7.8	4.2	26.5
	女性	3,090	14.4	31.7	16.1	4.1	1.7	2.5	4.7	5.4	3.6	41.4
年代	20代	714	30.0	31.4	15.8	4.8	3.8	3.9	6.2	6.3	6.2	27.7
	30代	826	25.9	33.1	16.1	4.2	3.1	3.3	3.9	6.2	4.7	28.6
	40代	1,074	21.6	35.2	19.6	5.4	1.5	2.2	5.7	7.8	5.3	30.0
	50代	975	16.0	36.5	18.4	4.3	2.2	3.0	5.3	5.5	3.4	33.8
	60代	920	15.1	37.6	18.9	2.9	1.5	2.3	4.2	5.4	2.5	37.5
	70代以上	1,491	11.8	34.9	19.7	4.6	2.1	3.2	5.2	7.4	2.4	41.4
性年代	男性20代	363	34.4	31.4	16.0	6.9	5.2	5.0	7.2	6.6	7.2	24.0
	男性30代	418	29.9	33.7	18.2	4.8	4.3	3.3	4.1	7.4	5.3	21.3
	男性40代	543	27.6	39.2	22.7	5.2	1.8	2.9	6.8	9.4	5.3	21.9
	男性50代	487	21.1	37.8	18.3	4.5	1.8	3.5	6.2	5.7	3.1	29.0
	男性60代	450	20.0	45.1	23.1	2.9	1.8	2.9	4.7	6.9	2.4	26.7
	男性70代以上	649	14.3	40.8	24.2	4.6	3.1	3.4	4.6	9.7	2.9	33.1
	女性20代	351	25.4	31.3	15.7	2.6	2.3	2.8	5.1	6.0	5.1	31.6
	女性30代	408	21.8	32.4	14.0	3.7	2.0	3.2	3.7	4.9	4.2	36.0
	女性40代	531	15.4	31.1	16.4	5.6	1.1	1.5	4.5	6.2	5.3	38.2
	女性50代	488	10.9	35.2	18.4	4.1	2.5	2.5	4.5	5.3	3.7	38.7
	女性60代	470	10.4	30.4	14.9	3.0	1.3	1.7	3.8	4.0	2.6	47.9
	女性70代以上	842	9.9	30.4	16.3	4.5	1.3	3.1	5.7	5.7	2.0	47.9
地域	北海道	255	21.6	36.9	13.7	5.1	1.6	2.4	5.5	3.9	5.5	35.3
	東北	416	21.9	34.4	17.1	3.6	2.4	2.9	4.3	6.7	7.0	31.7
	関東	2,092	21.8	35.2	20.1	4.6	2.3	2.4	5.8	7.8	3.8	30.5
	北陸	210	15.2	32.4	18.6	5.2	1.9	5.7	6.2	4.8	5.2	36.7
	中部	793	13.9	34.7	18.7	4.2	2.5	3.3	4.9	7.1	3.7	37.8
	近畿	1,055	16.1	36.2	17.4	4.5	2.4	3.6	5.0	5.3	2.7	35.8
	中国	340	19.1	36.2	17.9	3.8	1.8	1.5	4.7	5.9	3.5	35.3
	四国	178	15.7	34.8	14.0	6.7	1.1	3.9	4.5	6.7	0.6	39.3
	九州	661	18.8	32.5	18.2	3.5	2.4	3.0	3.6	6.1	4.2	36.8
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	19.5	39.0	18.1	7.2	1.9	2.7	4.8	6.7	4.6	27.5
	既婚×子なし	2,678	14.0	35.1	19.2	4.3	2.0	3.1	4.8	6.6	3.1	38.9
	未婚×子あり	99	18.2	31.3	17.2	4.0	3.0	4.0	5.1	4.0	6.1	34.3
	未婚×子なし	2,021	24.9	32.6	17.6	2.9	2.8	2.8	5.7	6.6	4.3	31.8
農村との関係	出身・親族	856	18.2	39.7	23.8	5.4	2.1	1.6	7.0	8.9	4.0	32.2
	居住・仕事	856	20.8	36.1	17.8	5.7	2.7	4.9	4.9	7.2	5.3	31.8
	ふるさと納税	353	21.2	34.6	16.7	4.8	2.8	2.8	4.0	5.9	4.0	30.6
	旅行	279	16.1	39.1	24.7	4.7	1.8	2.9	6.5	9.7	3.9	26.9
	購入	245	21.2	37.1	24.9	5.3	2.4	5.3	9.0	9.4	3.3	31.4
	関わりはない	3,411	18.3	33.0	16.4	3.7	2.1	2.6	4.4	5.5	3.5	36.4

Q4. 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

国産・豚肉

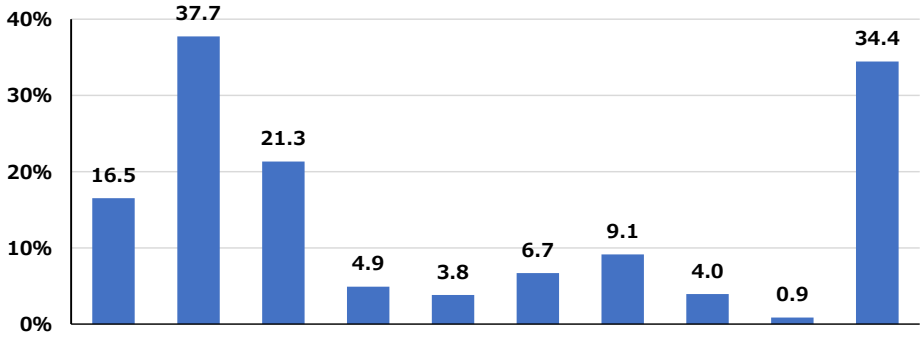


【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特別な食事だから	この食肉は購入しない
全体		6,000	67.1	13.2	14.4	15.2	16.3	16.6	19.2	6.7	2.3	4.7
性別	男性	2,910	66.9	15.0	16.3	14.4	14.3	11.2	14.7	7.9	3.0	5.6
	女性	3,090	67.2	11.5	12.7	16.0	18.3	21.6	23.3	5.5	1.6	3.8
年代	20代	714	57.0	16.9	16.7	10.9	10.8	11.2	12.9	7.7	3.6	9.1
	30代	826	63.1	17.6	16.5	9.7	8.4	10.5	14.9	6.8	2.1	6.5
	40代	1,074	66.3	14.9	15.7	14.3	10.1	14.2	19.8	4.9	2.0	4.3
	50代	975	71.3	10.6	12.6	17.2	13.1	18.3	20.5	5.7	1.6	4.6
	60代	920	69.8	10.1	12.2	16.7	19.1	18.2	22.1	6.6	2.0	3.2
	70代以上	1,491	70.2	11.3	13.9	18.8	28.2	22.0	21.3	8.1	2.4	2.7
性年代	男性20代	363	54.3	18.2	17.6	12.4	12.9	10.7	12.7	9.6	4.1	9.6
	男性30代	418	63.9	15.3	19.1	9.1	7.7	6.5	11.5	8.4	2.6	7.2
	男性40代	543	65.9	18.0	16.6	12.5	7.9	11.2	14.5	6.3	2.9	5.3
	男性50代	487	72.3	10.7	14.0	16.4	10.9	11.3	16.6	6.0	2.1	5.7
	男性60代	450	71.3	12.9	14.4	14.0	16.4	12.0	16.9	8.2	3.3	3.8
	男性70代以上	649	69.6	15.1	16.5	19.3	25.7	13.9	15.3	9.4	3.1	3.7
	女性20代	351	59.8	15.7	15.7	9.4	8.5	11.7	13.1	5.7	3.1	8.5
	女性30代	408	62.3	19.9	13.7	10.3	9.1	14.7	18.4	5.1	1.5	5.9
	女性40代	531	66.7	11.7	14.9	16.2	12.4	17.3	25.2	3.6	1.1	3.2
	女性50代	488	70.3	10.5	11.3	18.0	15.4	25.2	24.4	5.5	1.2	3.5
	女性60代	470	68.3	7.4	10.0	19.4	21.7	24.0	27.0	5.1	0.6	2.6
	女性70代以上	842	70.5	8.3	11.9	18.4	30.2	28.3	26.0	7.1	1.9	1.9
地域	北海道	255	72.5	9.0	10.2	17.6	19.2	17.6	22.4	7.8	2.0	3.9
	東北	416	63.9	9.6	11.5	17.1	17.1	18.3	22.1	6.7	1.9	5.8
	関東	2,092	67.8	12.5	15.3	15.2	15.9	16.5	19.4	7.0	2.3	4.6
	北陸	210	66.2	13.8	13.3	14.8	14.3	20.0	23.8	7.6	0.5	4.8
	中部	793	67.1	13.6	14.0	16.9	16.3	16.5	19.7	5.8	2.8	4.3
	近畿	1,055	64.5	14.0	15.5	14.5	17.5	16.9	16.8	7.2	2.6	5.4
	中国	340	65.0	16.2	12.1	12.9	18.2	14.1	17.1	5.9	2.4	4.4
	四国	178	65.7	16.9	17.4	20.2	12.4	14.6	12.9	5.6	1.1	6.2
	九州	661	70.0	14.5	14.5	12.3	15.0	15.3	19.7	6.1	2.1	3.2
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	63.9	14.6	16.4	19.1	10.5	14.5	18.6	4.7	2.1	4.4
	既婚×子なし	2,678	70.5	11.3	12.7	18.9	21.1	20.6	20.9	6.8	2.0	2.9
	未婚×子あり	99	57.6	15.2	21.2	7.1	13.1	17.2	17.2	4.0	5.1	5.1
	未婚×子なし	2,021	64.9	14.7	15.3	8.5	13.7	12.3	17.2	7.9	2.6	7.0
農村との関係	出身・親族	856	67.3	14.6	15.7	17.3	20.9	20.1	24.3	8.3	3.7	3.2
	居住・仕事	856	65.3	10.5	16.5	19.3	18.5	17.6	18.6	7.8	4.0	4.3
	ふるさと納税	353	71.7	13.9	15.0	15.6	14.4	11.6	15.0	5.9	2.0	2.5
	旅行	279	71.3	12.5	13.3	15.8	16.8	21.9	16.5	10.8	3.2	3.6
	購入	245	73.1	7.3	16.3	20.4	20.8	25.7	25.7	6.5	2.0	2.0
	関わりはない	3,411	66.2	13.9	13.5	13.3	14.5	14.8	18.2	5.8	1.4	5.6

Q4. 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

輸入・豚肉

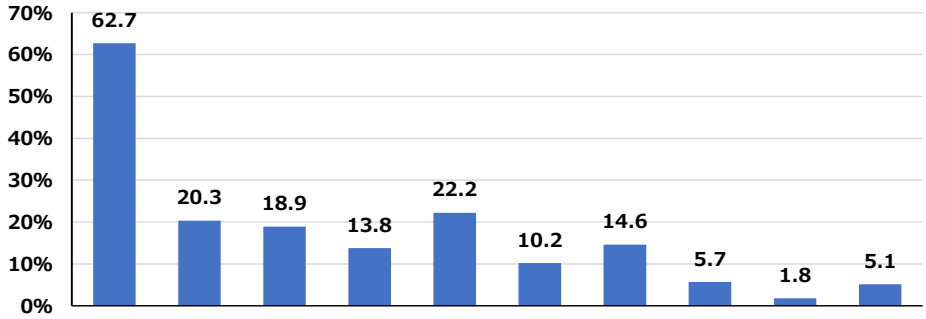


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特別な食事だから	この食肉は購入しない
全体		6,000	16.5	37.7	21.3	4.9	3.8	6.7	9.1	4.0	0.9	34.4
性別	男性	2,910	21.2	42.1	24.2	5.7	4.6	6.1	8.3	4.9	1.3	26.6
	女性	3,090	12.1	33.6	18.6	4.2	3.0	7.2	9.9	3.0	0.5	41.8
年代	20代	714	26.2	38.8	22.8	6.7	4.2	6.9	9.1	5.2	2.9	21.6
	30代	826	24.1	39.3	21.5	5.8	4.5	6.7	8.1	2.9	1.1	26.0
	40代	1,074	19.4	41.2	23.3	6.5	3.3	7.4	11.2	4.2	0.5	28.5
	50代	975	15.0	40.5	20.6	5.0	3.0	7.3	10.5	3.0	0.5	34.8
	60代	920	13.2	36.0	19.0	3.6	3.9	5.7	7.8	3.5	0.7	41.4
	70代以上	1,491	8.7	33.1	20.9	3.1	4.2	6.4	8.2	4.7	0.4	45.0
性年代	男性20代	363	30.6	38.3	24.2	7.2	4.7	8.3	8.0	6.1	3.6	19.6
	男性30代	418	29.2	40.7	26.1	6.9	6.5	5.3	6.7	2.9	1.7	18.9
	男性40代	543	24.3	46.2	25.0	6.8	3.9	7.4	10.5	5.2	0.6	21.4
	男性50代	487	20.3	43.7	22.0	6.0	2.7	5.1	9.7	3.9	0.8	28.5
	男性60代	450	19.1	44.7	23.8	4.4	4.7	5.3	8.0	5.8	1.1	28.0
	男性70代以上	649	10.2	38.8	24.0	3.7	5.5	5.7	6.9	5.7	0.8	37.4
	女性20代	351	21.7	39.3	21.4	6.3	3.7	5.4	10.3	4.3	2.3	23.6
	女性30代	408	18.9	38.0	16.9	4.7	2.5	8.1	9.6	2.9	0.5	33.3
	女性40代	531	14.3	36.2	21.5	6.2	2.6	7.5	11.9	3.2	0.4	35.8
	女性50代	488	9.6	37.3	19.3	4.1	3.3	9.4	11.3	2.0	0.2	41.0
	女性60代	470	7.4	27.7	14.5	2.8	3.2	6.0	7.7	1.3	0.2	54.3
	女性70代以上	842	7.6	28.6	18.5	2.6	3.1	6.9	9.1	3.9	0.1	50.8
地域	北海道	255	18.0	35.3	22.0	3.1	5.5	6.7	10.6	3.5	0.8	37.3
	東北	416	18.5	39.2	20.0	5.5	4.1	9.4	9.6	4.3	1.2	30.8
	関東	2,092	18.9	38.8	23.2	4.9	3.9	7.6	10.3	3.9	0.6	30.4
	北陸	210	16.2	37.1	23.3	4.3	2.4	10.0	11.4	6.2	1.9	33.8
	中部	793	13.7	38.8	20.6	5.5	5.0	5.7	8.7	3.9	0.9	35.3
	近畿	1,055	14.2	36.2	21.0	5.1	2.7	5.7	8.8	3.4	0.7	37.7
	中国	340	15.9	39.4	17.1	4.1	4.1	5.3	7.9	3.5	1.8	34.4
	四国	178	15.2	37.1	21.3	7.3	3.4	6.7	6.2	5.6	0.6	38.8
	九州	661	14.8	35.1	18.8	3.9	3.5	4.7	6.4	3.9	1.1	41.1
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	17.0	42.3	22.3	8.8	3.1	7.3	10.1	3.9	0.6	27.3
	既婚×子なし	2,678	11.9	35.3	20.4	3.8	3.8	6.7	8.5	3.8	0.6	41.3
	未婚×子あり	99	19.2	40.4	24.2	2.0	2.0	5.1	7.1	5.1	4.0	28.3
	未婚×子なし	2,021	22.2	38.1	21.8	4.1	4.4	6.4	9.5	4.1	1.2	29.9
農村との関係	出身・親族	856	14.5	42.1	26.2	4.8	3.4	8.8	11.4	5.6	0.8	33.9
	居住・仕事	856	18.1	36.0	22.2	7.5	5.5	8.1	9.2	4.6	1.6	32.7
	ふるさと納税	353	17.6	38.2	17.8	4.5	2.5	5.1	7.9	3.1	0.3	34.3
	旅行	279	14.3	38.0	30.1	4.7	4.3	8.6	10.4	5.0	1.1	29.4
	購入	245	15.1	33.9	22.0	6.1	5.3	8.2	10.6	3.7	1.2	39.2
	関わりはない	3,411	16.8	37.3	19.5	4.3	3.5	5.7	8.4	3.4	0.7	35.1

Q4. 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

国産・鶏肉

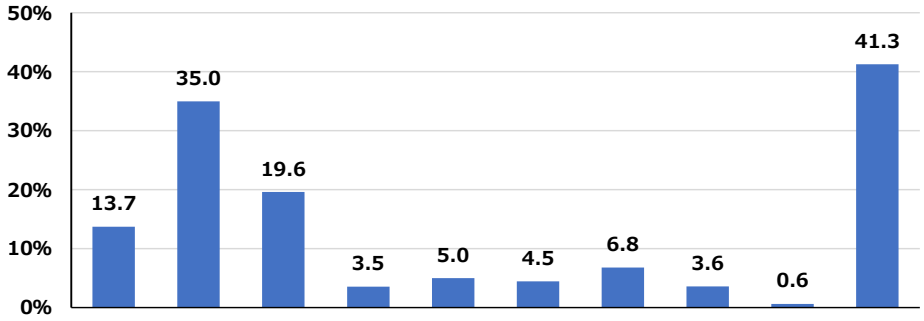


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特別な食事だから	この食肉は購入しない
全体		6,000	62.7	20.3	18.9	13.8	22.2	10.2	14.6	5.7	1.8	5.1
性別	男性	2,910	62.7	21.1	19.8	13.4	19.9	8.1	11.8	5.6	2.4	6.1
	女性	3,090	62.7	19.5	18.0	14.1	24.4	12.1	17.3	5.8	1.1	4.2
年代	20代	714	53.2	24.2	20.0	8.4	18.2	9.2	9.4	5.9	3.5	8.1
	30代	826	62.3	24.5	18.4	10.7	13.8	8.1	11.3	5.3	1.0	5.6
	40代	1,074	64.1	21.8	21.4	12.4	15.6	8.4	14.2	5.3	1.1	4.5
	50代	975	68.0	17.0	15.8	17.0	15.7	11.2	15.6	5.6	1.5	5.0
	60代	920	63.7	16.8	16.5	16.1	24.3	12.0	15.5	6.1	1.6	4.3
	70代以上	1,491	62.4	19.4	20.3	15.5	36.6	11.3	18.2	6.0	2.1	4.4
性年代	男性20代	363	50.1	23.1	21.2	9.4	19.8	9.6	8.8	5.2	5.0	8.3
	男性30代	418	61.7	23.2	17.7	10.8	12.9	7.4	9.6	5.0	1.7	6.5
	男性40代	543	64.3	24.1	22.7	11.8	13.8	7.4	10.7	5.2	1.7	5.2
	男性50代	487	68.4	17.2	15.8	15.4	13.8	7.0	13.1	5.7	1.6	7.2
	男性60代	450	64.4	17.8	17.3	13.8	22.0	9.1	12.4	6.2	2.4	5.6
	男性70代以上	649	63.8	21.4	22.7	16.8	32.8	8.6	14.5	6.2	2.8	4.9
	女性20代	351	56.4	25.4	18.8	7.4	16.5	8.8	10.0	6.6	2.0	8.0
	女性30代	408	63.0	25.7	19.1	10.5	14.7	8.8	13.0	5.6	0.2	4.7
	女性40代	531	63.8	19.4	20.2	13.0	17.5	9.4	17.7	5.5	0.6	3.8
	女性50代	488	67.6	16.8	15.8	18.6	17.6	15.4	18.0	5.5	1.4	2.9
	女性60代	470	63.0	16.0	15.7	18.3	26.6	14.7	18.5	6.0	0.9	3.2
	女性70代以上	842	61.3	17.8	18.4	14.5	39.4	13.4	21.0	5.8	1.5	4.0
地域	北海道	255	67.5	17.6	15.7	12.5	22.4	12.5	20.0	6.3	1.6	4.3
	東北	416	59.4	17.5	15.4	16.1	24.3	10.3	15.9	3.8	1.4	5.5
	関東	2,092	62.4	19.8	20.6	13.3	22.7	10.3	14.2	5.8	1.4	5.4
	北陸	210	59.5	21.9	15.7	13.3	18.6	10.5	20.0	7.1	1.4	8.1
	中部	793	62.2	20.7	18.8	11.9	24.2	9.2	15.6	4.5	1.9	5.9
	近畿	1,055	63.1	19.8	19.1	14.1	22.6	10.2	14.3	6.4	2.1	5.0
	中国	340	59.7	25.3	19.4	12.6	20.9	8.5	10.9	7.4	2.4	3.8
	四国	178	64.6	25.3	18.0	20.2	18.5	11.2	10.1	7.3	1.1	4.5
	九州	661	65.8	20.7	17.5	14.8	19.5	10.3	13.9	5.0	2.4	3.5
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	61.6	21.2	21.2	17.8	14.9	9.0	13.9	3.9	1.2	4.1
	既婚×子なし	2,678	64.5	18.7	18.0	16.7	27.1	11.9	16.1	5.9	1.8	4.0
	未婚×子あり	99	53.5	21.2	16.2	9.1	19.2	13.1	12.1	9.1	0.0	7.1
	未婚×子なし	2,021	61.4	21.9	18.8	7.7	20.3	8.4	13.2	6.4	2.2	7.1
農村との関係	出身・親族	856	63.6	21.6	20.8	16.8	28.6	12.5	16.9	6.7	2.3	3.6
	居住・仕事	856	62.5	19.0	19.9	15.7	26.1	11.4	14.3	5.4	2.8	3.7
	ふるさと納税	353	64.6	22.9	21.2	13.0	16.7	8.8	10.8	4.2	1.4	4.0
	旅行	279	64.5	15.8	18.3	15.8	26.2	12.2	12.5	9.0	2.5	5.0
	購入	245	66.1	15.5	19.2	18.8	27.8	17.6	18.8	8.2	1.2	3.3
	関わりはない	3,411	61.9	20.8	17.9	12.1	19.5	8.7	14.4	5.3	1.4	6.1

Q4. 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

輸入・鶏肉

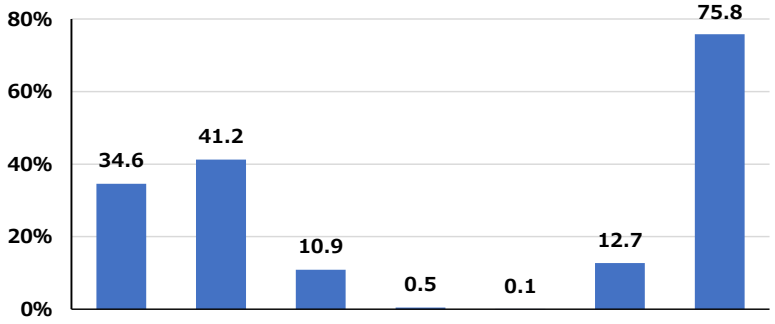


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特別な食事だから	この食肉は購入しない
全体		6,000	13.7	35.0	19.6	3.5	5.0	4.5	6.8	3.6	0.6	41.3
性別	男性	2,910	17.8	39.0	22.7	4.3	6.3	4.8	6.8	4.4	1.0	32.1
	女性	3,090	9.8	31.1	16.6	2.8	3.8	4.1	6.8	2.8	0.3	49.9
年代	20代	714	22.5	38.0	22.3	4.1	7.3	6.0	7.8	5.2	2.1	24.4
	30代	826	21.7	39.3	20.0	4.5	5.7	5.2	5.9	2.7	1.2	31.1
	40代	1,074	16.3	37.2	23.0	3.6	4.6	4.7	6.9	3.9	0.5	36.0
	50代	975	12.3	36.5	18.2	4.8	4.3	4.2	7.9	2.9	0.3	43.0
	60代	920	11.2	32.2	17.9	2.3	4.8	3.0	5.9	3.3	0.2	48.8
	70代以上	1,491	5.6	30.2	17.6	2.6	4.4	4.2	6.6	3.7	0.2	52.9
性年代	男性20代	363	24.2	35.8	24.2	4.7	8.5	7.4	7.7	5.0	2.5	21.8
	男性30代	418	25.8	39.7	22.5	6.0	6.9	6.0	6.7	2.9	2.4	23.7
	男性40代	543	21.4	42.5	26.2	4.2	5.7	5.3	5.7	4.8	0.6	26.7
	男性50代	487	16.8	40.9	20.3	5.1	4.7	3.1	7.8	3.5	0.4	34.9
	男性60代	450	15.8	40.7	23.6	2.7	7.3	3.3	6.2	6.0	0.2	34.2
	男性70代以上	649	8.2	35.0	20.5	3.4	5.5	4.5	6.8	4.3	0.5	44.2
	女性20代	351	20.8	40.2	20.2	3.4	6.0	4.6	8.0	5.4	1.7	27.1
	女性30代	408	17.4	39.0	17.4	2.9	4.4	4.4	5.1	2.5	0.0	38.7
	女性40代	531	11.1	31.6	19.8	3.0	3.4	4.0	8.1	3.0	0.4	45.6
	女性50代	488	7.8	32.2	16.0	4.5	3.9	5.3	8.0	2.3	0.2	51.0
	女性60代	470	6.8	24.0	12.6	1.9	2.3	2.8	5.5	0.6	0.2	62.8
	女性70代以上	842	3.7	26.6	15.4	2.0	3.6	3.9	6.4	3.2	0.0	59.6
地域	北海道	255	15.7	34.9	19.6	2.4	4.7	5.5	9.8	3.9	2.0	41.2
	東北	416	14.7	38.7	19.7	4.6	5.5	7.0	6.5	4.6	0.7	36.3
	関東	2,092	16.2	35.8	21.1	3.1	5.4	4.7	7.2	4.0	0.6	37.5
	北陸	210	11.0	32.9	22.4	2.9	3.8	7.1	8.6	5.7	0.5	43.8
	中部	793	11.1	35.7	19.7	3.7	5.9	4.2	6.6	3.2	0.4	42.5
	近畿	1,055	11.6	32.2	17.3	3.8	4.6	3.9	6.6	3.0	0.3	45.7
	中国	340	13.2	38.8	19.7	2.4	5.3	1.8	6.5	2.9	0.9	40.6
	四国	178	12.9	36.5	18.0	4.5	1.7	3.4	6.2	2.2	0.6	44.4
	九州	661	12.4	31.8	17.9	4.7	4.1	3.6	4.8	2.9	1.1	46.3
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	15.6	38.9	20.1	6.3	3.3	5.2	6.2	3.6	0.8	34.5
	既婚×子なし	2,678	9.1	32.1	18.0	3.1	4.9	3.7	6.5	3.3	0.4	49.0
	未婚×子あり	99	8.1	41.4	15.2	4.0	3.0	5.1	3.0	6.1	0.0	40.4
	未婚×子なし	2,021	18.9	36.1	21.6	2.4	6.3	4.9	7.8	3.8	0.9	35.0
農村との関係	出身・親族	856	12.1	39.8	24.6	3.0	5.0	4.9	7.6	4.7	0.5	40.9
	居住・仕事	856	16.6	33.9	20.8	5.3	7.0	7.0	7.2	3.5	1.2	37.6
	ふるさと納税	353	13.3	36.3	16.7	4.0	4.2	2.5	4.2	3.4	0.3	41.4
	旅行	279	12.5	35.8	26.5	3.9	6.1	6.1	6.8	5.0	0.7	34.4
	購入	245	11.4	33.5	20.4	4.5	4.9	7.3	7.8	2.4	0.4	48.2
	関わりはない	3,411	13.7	33.9	17.7	3.1	4.5	3.5	6.7	3.3	0.6	42.3

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

国産・牛肉

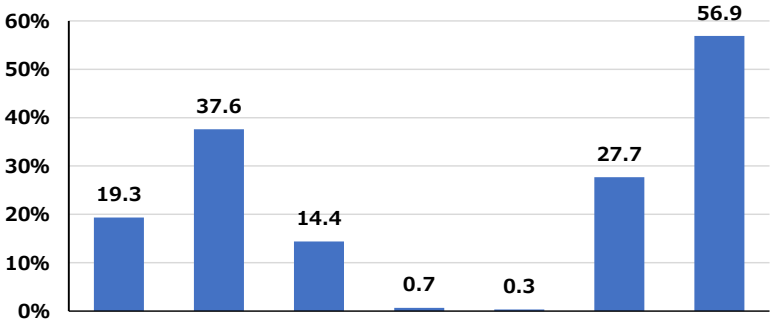


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない	高くなった合計
全体		6,000	34.6	41.2	10.9	0.5	0.1	12.7	75.8
性別	男性	2,910	35.8	41.0	11.1	0.5	0.1	11.5	76.8
	女性	3,090	33.5	41.4	10.7	0.5	0.1	13.9	74.9
年代	20代	714	36.6	31.5	13.3	1.1	0.4	17.1	68.1
	30代	826	31.5	42.3	11.3	0.8	0.2	13.9	73.7
	40代	1,074	33.6	40.6	13.2	0.2	0.1	12.3	74.2
	50代	975	34.8	41.4	10.3	0.3	0.0	13.2	76.2
	60代	920	31.4	44.6	10.8	0.7	0.0	12.6	76.0
	70代以上	1,491	38.0	43.5	8.3	0.2	0.0	10.0	81.5
性年代	男性20代	363	35.3	30.6	15.7	1.1	0.6	16.8	65.8
	男性30代	418	31.3	42.6	14.1	0.2	0.0	11.7	73.9
	男性40代	543	34.3	41.6	12.2	0.4	0.2	11.4	75.9
	男性50代	487	38.2	40.9	9.4	0.4	0.0	11.1	79.1
	男性60代	450	34.7	43.6	9.3	0.7	0.0	11.8	78.2
	男性70代以上	649	39.3	43.8	8.2	0.3	0.0	8.5	83.1
	女性20代	351	37.9	32.5	10.8	1.1	0.3	17.4	70.4
	女性30代	408	31.6	41.9	8.3	1.5	0.5	16.2	73.5
	女性40代	531	33.0	39.5	14.3	0.0	0.0	13.2	72.5
	女性50代	488	31.4	42.0	11.1	0.2	0.0	15.4	73.4
	女性60代	470	28.3	45.5	12.1	0.6	0.0	13.4	73.8
	女性70代以上	842	36.9	43.3	8.4	0.1	0.0	11.2	80.3
地域	北海道	255	28.2	38.0	11.4	0.8	0.4	21.2	66.3
	東北	416	36.1	40.9	9.1	0.7	0.0	13.2	76.9
	関東	2,092	32.3	41.9	12.2	0.6	0.2	12.8	74.2
	北陸	210	31.0	42.4	11.0	0.0	0.0	15.7	73.3
	中部	793	35.6	40.6	10.3	0.3	0.0	13.2	76.2
	近畿	1,055	36.5	40.9	11.6	0.5	0.0	10.6	77.3
	中国	340	41.8	38.8	9.1	0.3	0.3	9.7	80.6
	四国	178	33.1	43.8	10.7	0.6	0.0	11.8	77.0
	九州	661	37.1	41.9	8.2	0.3	0.0	12.6	79.0
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	36.4	40.5	11.9	0.4	0.1	10.7	76.9
	既婚×子なし	2,678	33.4	44.5	10.4	0.5	0.0	11.2	77.9
	未婚×子あり	99	33.3	37.4	15.2	2.0	0.0	12.1	70.7
	未婚×子なし	2,021	35.2	37.5	10.7	0.4	0.2	15.9	72.7
農村との関係	出身・親族	856	34.9	43.1	10.2	0.4	0.0	11.4	78.0
	居住・仕事	856	42.4	38.1	9.7	0.7	0.2	8.9	80.5
	ふるさと納税	353	33.1	46.7	11.9	0.8	0.0	7.4	79.9
	旅行	279	38.0	40.5	11.1	0.4	0.4	9.7	78.5
	購入	245	31.4	46.5	11.8	0.0	0.0	10.2	78.0
	関わりはない	3,411	32.7	40.6	11.2	0.5	0.1	15.0	73.3

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

輸入・牛肉

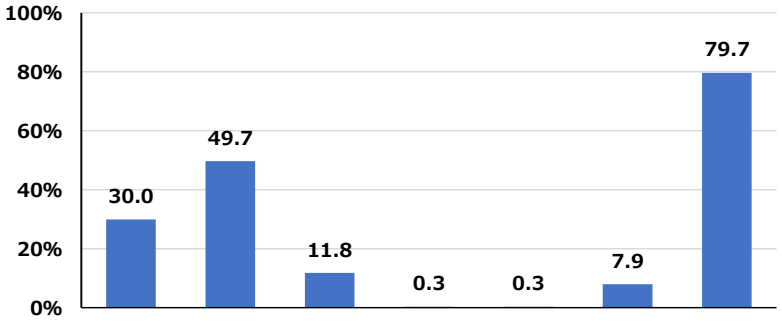


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない	高くなった合計
全体		6,000	19.3	37.6	14.4	0.7	0.3	27.7	56.9
性別	男性	2,910	22.5	40.3	15.5	0.9	0.5	20.3	62.8
	女性	3,090	16.3	35.0	13.4	0.5	0.1	34.6	51.4
年代	20代	714	23.0	35.9	16.8	1.1	1.3	22.0	58.8
	30代	826	20.7	43.6	13.0	0.7	0.4	21.7	64.3
	40代	1,074	20.9	39.7	16.2	0.6	0.5	22.3	60.5
	50代	975	22.5	37.3	14.3	0.6	0.0	25.3	59.8
	60代	920	18.5	34.5	15.3	0.4	0.0	31.3	52.9
	70代以上	1,491	14.2	35.7	12.3	0.7	0.1	37.0	49.9
性年代	男性20代	363	23.4	35.0	19.3	1.4	2.2	18.7	58.4
	男性30代	418	22.0	46.9	13.2	1.4	0.5	16.0	68.9
	男性40代	543	23.2	42.0	16.8	0.6	0.9	16.6	65.2
	男性50代	487	26.1	40.5	15.0	0.8	0.0	17.7	66.5
	男性60代	450	22.7	38.9	15.3	0.7	0.0	22.4	61.6
	男性70代以上	649	19.1	38.4	14.2	0.8	0.0	27.6	57.5
	女性20代	351	22.5	36.8	14.2	0.9	0.3	25.4	59.3
	女性30代	408	19.4	40.2	12.7	0.0	0.2	27.5	59.6
	女性40代	531	18.5	37.3	15.6	0.6	0.0	28.1	55.7
	女性50代	488	18.9	34.2	13.5	0.4	0.0	33.0	53.1
	女性60代	470	14.5	30.2	15.3	0.2	0.0	39.8	44.7
	女性70代以上	842	10.5	33.6	10.8	0.7	0.2	44.2	44.1
地域	北海道	255	16.5	37.3	12.9	0.4	0.4	32.5	53.7
	東北	416	20.7	38.5	14.7	1.0	0.7	24.5	59.1
	関東	2,092	20.2	38.9	15.8	0.9	0.2	24.1	59.0
	北陸	210	15.2	38.6	15.2	1.4	0.5	29.0	53.8
	中部	793	18.9	35.9	12.7	0.8	0.3	31.4	54.9
	近畿	1,055	18.7	35.8	15.9	0.3	0.4	28.9	54.5
	中国	340	20.0	38.5	12.4	0.9	0.0	28.2	58.5
	四国	178	18.5	36.0	12.9	0.0	0.0	32.6	54.5
	九州	661	19.7	37.5	11.2	0.5	0.5	30.7	57.2
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	22.9	41.5	15.0	0.7	0.2	19.6	64.4
	既婚×子なし	2,678	16.8	35.9	14.3	0.6	0.1	32.2	52.7
	未婚×子あり	99	20.2	34.3	20.2	0.0	0.0	25.3	54.5
	未婚×子なし	2,021	20.5	37.6	13.9	0.7	0.6	26.6	58.1
農村との関係	出身・親族	856	17.5	41.4	13.7	0.6	0.2	26.6	58.9
	居住・仕事	856	23.2	38.3	12.0	1.3	0.5	24.6	61.6
	ふるさと納税	353	20.4	39.9	16.7	0.6	0.6	21.8	60.3
	旅行	279	22.6	40.9	14.0	1.1	0.0	21.5	63.4
	購入	245	14.7	38.8	15.5	0.8	0.0	30.2	53.5
	関わりはない	3,411	18.8	35.9	14.9	0.5	0.3	29.6	54.6

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

国産・豚肉

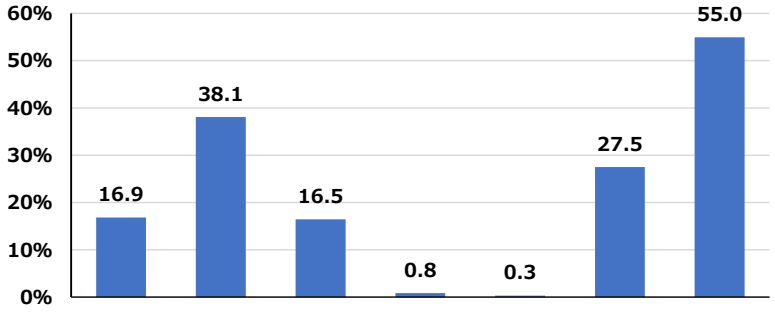


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない	高くなった合計
全体		6,000	30.0	49.7	11.8	0.3	0.3	7.9	79.7
性別	男性	2,910	30.7	46.7	13.0	0.4	0.5	8.6	77.5
	女性	3,090	29.2	52.5	10.7	0.2	0.1	7.3	81.7
年代	20代	714	28.0	39.1	17.4	0.7	1.7	13.2	67.1
	30代	826	28.0	48.8	13.4	0.5	0.2	9.1	76.8
	40代	1,074	28.8	49.3	13.9	0.3	0.3	7.5	78.0
	50代	975	32.3	49.9	10.6	0.1	0.1	7.0	82.3
	60代	920	30.2	53.0	10.1	0.1	0.0	6.5	83.3
	70代以上	1,491	31.1	53.4	8.6	0.3	0.0	6.6	84.5
性年代	男性20代	363	28.4	37.5	17.9	1.1	2.5	12.7	65.8
	男性30代	418	29.4	46.4	14.6	0.7	0.2	8.6	75.8
	男性40代	543	28.7	46.4	14.4	0.4	0.6	9.6	75.1
	男性50代	487	34.7	46.4	11.5	0.0	0.2	7.2	81.1
	男性60代	450	33.1	48.2	11.3	0.2	0.0	7.1	81.3
	男性70代以上	649	29.9	51.6	10.3	0.5	0.0	7.7	81.5
	女性20代	351	27.6	40.7	16.8	0.3	0.9	13.7	68.4
	女性30代	408	26.5	51.2	12.3	0.2	0.2	9.6	77.7
	女性40代	531	28.8	52.2	13.4	0.2	0.0	5.5	81.0
	女性50代	488	29.9	53.5	9.6	0.2	0.0	6.8	83.4
	女性60代	470	27.4	57.7	8.9	0.0	0.0	6.0	85.1
	女性70代以上	842	32.1	54.8	7.2	0.2	0.0	5.7	86.8
地域	北海道	255	33.7	51.0	9.0	0.0	0.4	5.9	84.7
	東北	416	33.7	49.3	8.4	0.0	0.7	7.9	82.9
	関東	2,092	28.3	49.5	13.3	0.5	0.3	8.0	77.8
	北陸	210	25.7	51.4	12.9	0.0	0.0	10.0	77.1
	中部	793	30.5	50.9	11.3	0.1	0.1	6.9	81.5
	近畿	1,055	29.3	50.5	12.4	0.6	0.3	6.9	79.8
	中国	340	34.4	46.8	9.1	0.3	0.6	8.8	81.2
	四国	178	29.2	48.9	12.9	0.6	0.0	8.4	78.1
	九州	661	31.0	48.4	10.4	0.0	0.2	10.0	79.4
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	30.7	48.2	14.1	0.2	0.5	6.2	78.9
	既婚×子なし	2,678	29.7	53.3	9.9	0.3	0.1	6.7	83.0
	未婚×子あり	99	30.3	45.5	14.1	0.0	1.0	9.1	75.8
	未婚×子なし	2,021	29.8	46.0	12.8	0.4	0.4	10.5	75.9
農村との関係	出身・親族	856	32.4	50.1	10.2	0.2	0.0	7.1	82.5
	居住・仕事	856	33.8	47.9	11.2	0.8	0.6	5.7	81.7
	ふるさと納税	353	29.2	51.6	14.2	0.3	0.0	4.8	80.7
	旅行	279	30.1	53.0	11.5	0.4	0.4	4.7	83.2
	購入	245	27.8	55.9	10.6	0.0	0.8	4.9	83.7
	関わりはない	3,411	28.6	49.1	12.2	0.2	0.3	9.5	77.7

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

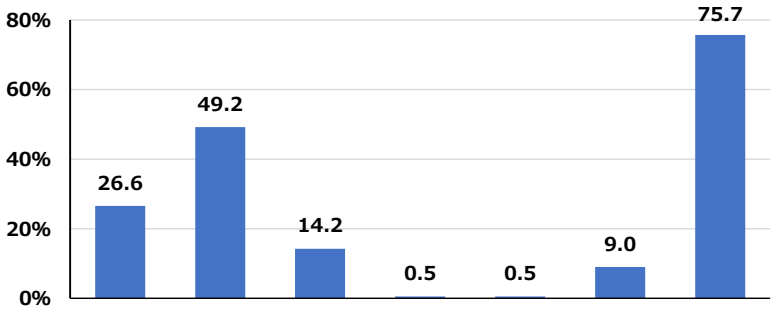
輸入・豚肉



【比率の差】 全体+10ポイント / 全体+5ポイント / 全体−5ポイント / 全体−10ポイント		n=	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない	高くなった合計
全体		6,000	16.9	38.1	16.5	0.8	0.3	27.5	55.0
性別	男性	2,910	19.6	40.4	18.3	1.2	0.3	20.2	60.0
	女性	3,090	14.2	36.0	14.7	0.5	0.2	34.4	50.2
年代	20代	714	19.9	35.7	21.0	2.5	0.8	20.0	55.6
	30代	826	19.1	44.4	15.0	1.3	0.4	19.7	63.6
	40代	1,074	18.4	41.2	17.3	0.6	0.4	22.1	59.7
	50代	975	20.3	39.3	15.8	0.4	0.2	24.0	59.6
	60代	920	16.0	35.5	16.4	0.4	0.0	31.6	51.5
	70代以上	1,491	11.3	34.3	14.9	0.5	0.1	39.0	45.5
性年代	男性20代	363	20.4	34.7	23.4	2.8	0.8	17.9	55.1
	男性30代	418	20.1	45.7	16.5	2.2	0.5	15.1	65.8
	男性40代	543	20.3	42.7	18.2	0.9	0.7	17.1	63.0
	男性50代	487	24.2	40.9	17.2	0.8	0.0	16.8	65.1
	男性60代	450	20.0	40.7	17.8	0.7	0.0	20.9	60.7
	男性70代以上	649	14.6	37.6	17.7	0.6	0.2	29.3	52.2
	女性20代	351	19.4	36.8	18.5	2.3	0.9	22.2	56.1
	女性30代	408	18.1	43.1	13.5	0.5	0.2	24.5	61.3
	女性40代	531	16.6	39.7	16.4	0.2	0.0	27.1	56.3
	女性50代	488	16.4	37.7	14.3	0.0	0.4	31.1	54.1
	女性60代	470	12.1	30.6	15.1	0.2	0.0	41.9	42.8
	女性70代以上	842	8.7	31.7	12.7	0.4	0.1	46.4	40.4
地域	北海道	255	16.5	41.6	12.2	0.0	0.8	29.0	58.0
	東北	416	19.2	41.1	14.9	1.2	0.7	22.8	60.3
	関東	2,092	16.7	38.7	18.6	0.9	0.3	24.8	55.4
	北陸	210	10.5	38.6	21.0	0.5	0.5	29.0	49.0
	中部	793	17.4	37.3	15.0	0.9	0.0	29.4	54.7
	近畿	1,055	16.2	36.8	17.3	0.9	0.2	28.6	53.0
	中国	340	18.8	37.9	13.2	0.0	0.6	29.4	56.8
	四国	178	15.2	36.5	14.6	1.7	0.0	32.0	51.7
	九州	661	17.9	36.5	13.3	0.9	0.0	31.5	54.3
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	19.7	43.3	17.2	0.7	0.4	18.6	63.1
	既婚×子なし	2,678	14.3	36.4	15.8	0.4	0.2	32.9	50.7
	未婚×子あり	99	17.2	34.3	20.2	2.0	0.0	26.3	51.5
	未婚×子なし	2,021	18.5	37.4	16.7	1.4	0.3	25.7	55.9
農村との関係	出身・親族	856	15.9	39.6	16.2	0.8	0.0	27.5	55.5
	居住・仕事	856	19.6	39.1	13.9	1.9	0.7	24.8	58.8
	ふるさと納税	353	18.1	38.2	19.0	1.1	1.1	22.4	56.4
	旅行	279	17.2	41.9	15.4	1.8	0.7	22.9	59.1
	購入	245	11.8	38.8	15.5	0.8	0.0	33.1	50.6
	関わりはない	3,411	16.6	37.1	17.0	0.5	0.1	28.7	53.7

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

国産・鶏肉

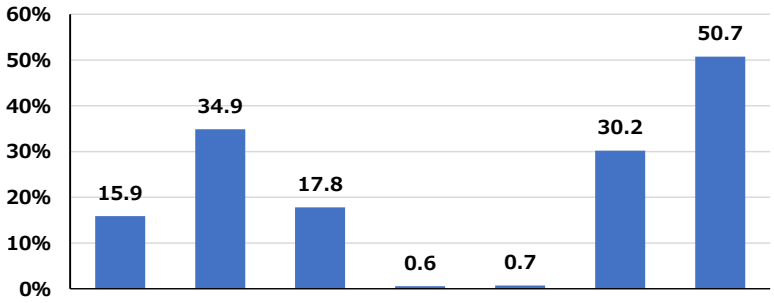


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない	高くなった合計
全体		6,000	26.6	49.2	14.2	0.5	0.5	9.0	75.7
性別	男性	2,910	27.8	46.3	15.1	0.6	0.7	9.5	74.1
	女性	3,090	25.4	51.9	13.4	0.4	0.4	8.6	77.2
年代	20代	714	27.5	37.0	18.5	2.1	1.5	13.4	64.4
	30代	826	26.3	49.0	14.6	0.2	1.0	8.8	75.3
	40代	1,074	27.0	48.9	15.2	0.4	0.6	8.0	75.9
	50代	975	30.3	49.6	12.4	0.2	0.1	7.4	79.9
	60代	920	24.6	53.8	12.6	0.2	0.1	8.7	78.4
	70代以上	1,491	24.7	52.2	13.5	0.3	0.3	9.0	76.9
性年代	男性20代	363	28.1	35.0	19.6	2.8	1.9	12.7	63.1
	男性30代	418	26.8	47.4	15.8	0.5	1.2	8.4	74.2
	男性40代	543	27.1	46.8	15.3	0.6	0.9	9.4	73.8
	男性50代	487	33.5	45.4	12.3	0.2	0.2	8.4	78.9
	男性60代	450	26.7	50.2	13.8	0.2	0.2	8.9	76.9
	男性70代以上	649	25.4	49.6	14.9	0.2	0.2	9.7	75.0
	女性20代	351	26.8	39.0	17.4	1.4	1.1	14.2	65.8
	女性30代	408	25.7	50.7	13.5	0.0	0.7	9.3	76.5
	女性40代	531	26.9	51.0	15.1	0.2	0.2	6.6	78.0
	女性50代	488	27.0	53.9	12.5	0.2	0.0	6.4	80.9
	女性60代	470	22.6	57.2	11.5	0.2	0.0	8.5	79.8
	女性70代以上	842	24.2	54.2	12.4	0.5	0.4	8.4	78.4
地域	北海道	255	26.3	49.4	15.7	0.4	0.4	7.8	75.7
	東北	416	29.6	49.5	10.3	0.5	1.0	9.1	79.1
	関東	2,092	24.6	49.9	15.8	0.4	0.5	8.8	74.5
	北陸	210	20.5	48.6	17.6	1.0	0.5	11.9	69.0
	中部	793	26.9	48.7	14.6	0.5	0.4	9.0	75.5
	近畿	1,055	26.9	48.8	14.7	0.8	0.4	8.4	75.7
	中国	340	32.4	47.1	10.6	0.3	0.6	9.1	79.4
	四国	178	23.0	56.7	11.8	1.1	0.6	6.7	79.8
	九州	661	30.0	47.0	11.3	0.3	0.6	10.7	77.0
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	29.7	47.5	15.4	0.4	0.5	6.5	77.2
	既婚×子なし	2,678	24.5	53.4	13.2	0.2	0.3	8.4	77.8
	未婚×子あり	99	27.3	44.4	19.2	0.0	1.0	8.1	71.7
	未婚×子なし	2,021	27.4	44.9	14.6	1.0	0.7	11.3	72.3
農村との関係	出身・親族	856	25.8	51.5	13.9	0.5	0.7	7.6	77.3
	居住・仕事	856	31.4	46.7	13.2	1.1	1.1	6.5	78.2
	ふるさと納税	353	25.2	53.5	15.0	0.3	0.6	5.4	78.8
	旅行	279	26.5	49.1	14.7	1.4	1.1	7.2	75.6
	購入	245	22.4	55.9	13.9	0.8	0.0	6.9	78.4
	関わりはない	3,411	25.9	48.3	14.5	0.3	0.3	10.7	74.2

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

輸入・鶏肉

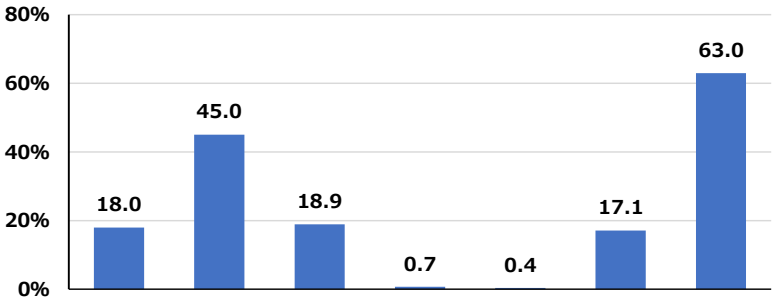


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない	高くなった合計
全体		6,000	15.9	34.9	17.8	0.6	0.7	30.2	50.7
性別	男性	2,910	19.0	38.2	19.3	0.7	0.9	21.9	57.2
	女性	3,090	12.9	31.7	16.4	0.5	0.5	38.0	44.7
年代	20代	714	19.5	33.3	22.3	1.5	2.4	21.0	52.8
	30代	826	18.9	42.5	15.9	0.6	1.0	21.2	61.4
	40代	1,074	17.7	39.3	18.4	0.4	0.6	23.6	57.0
	50代	975	19.5	35.6	17.9	0.2	0.1	26.7	55.1
	60代	920	14.2	31.5	18.0	0.5	0.1	35.5	45.8
	70代以上	1,491	9.8	29.8	16.0	0.5	0.6	43.3	39.6
性年代	男性20代	363	20.1	31.7	25.6	1.9	2.2	18.5	51.8
	男性30代	418	20.3	45.5	16.3	0.5	1.4	16.0	65.8
	男性40代	543	19.3	42.7	18.8	0.7	0.7	17.7	62.1
	男性50代	487	24.0	39.6	17.7	0.2	0.2	18.3	63.7
	男性60代	450	18.4	37.6	19.6	0.7	0.2	23.6	56.0
	男性70代以上	649	13.7	32.8	19.3	0.5	0.9	32.8	46.5
	女性20代	351	18.8	35.0	18.8	1.1	2.6	23.6	53.8
	女性30代	408	17.4	39.5	15.4	0.7	0.5	26.5	56.9
	女性40代	531	16.0	35.8	18.1	0.0	0.4	29.8	51.8
	女性50代	488	15.0	31.6	18.2	0.2	0.0	35.0	46.5
	女性60代	470	10.2	25.7	16.6	0.4	0.0	47.0	36.0
	女性70代以上	842	6.8	27.4	13.5	0.6	0.4	51.3	34.2
地域	北海道	255	14.5	38.0	16.9	0.4	0.4	29.8	52.5
	東北	416	16.1	40.1	16.1	0.5	0.7	26.4	56.3
	関東	2,092	16.2	34.7	20.9	0.4	0.6	27.2	50.9
	北陸	210	10.0	34.3	22.9	0.5	1.0	31.4	44.3
	中部	793	16.6	32.8	17.3	1.0	0.6	31.7	49.4
	近畿	1,055	15.6	32.8	17.1	0.8	0.7	33.1	48.4
	中国	340	17.4	37.4	12.6	0.3	0.6	31.8	54.7
	四国	178	13.5	37.6	12.9	0.0	1.1	34.8	51.1
	九州	661	16.3	34.9	13.6	0.8	1.2	33.1	51.3
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	20.1	38.8	18.9	0.3	0.5	21.4	58.9
	既婚×子なし	2,678	12.9	32.3	17.7	0.5	0.4	36.2	45.2
	未婚×子あり	99	18.2	33.3	20.2	0.0	2.0	26.3	51.5
	未婚×子なし	2,021	17.1	36.1	17.2	0.9	1.1	27.6	53.2
農村との関係	出身・親族	856	13.9	35.5	18.7	0.6	0.9	30.4	49.4
	居住・仕事	856	19.6	35.6	14.8	1.1	1.5	27.3	55.3
	ふるさと納税	353	17.3	36.5	21.0	0.0	0.6	24.6	53.8
	旅行	279	16.1	35.8	18.6	1.8	0.7	26.9	52.0
	購入	245	12.7	33.5	18.4	0.0	0.4	35.1	46.1
	関わりはない	3,411	15.5	34.4	17.9	0.5	0.5	31.3	49.8

Q5. 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。それぞれの食肉についてお答えください。

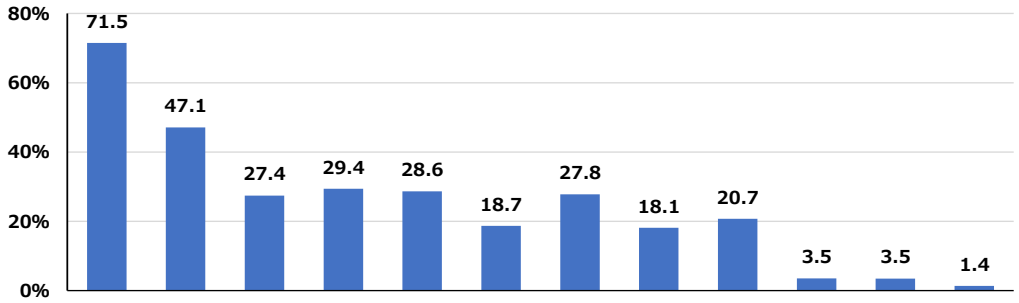
ひき肉



【比率の差】 全体+10ポイント / 全体+5ポイント / 全体−5ポイント / 全体−10ポイント		n=	とても高くなった	やや高くなった	ほとんど変わらない	やや安くなった	とても安くなった	わからない/意識していない	高くなった合計
全体		6,000	18.0	45.0	18.9	0.7	0.4	17.1	63.0
性別	男性	2,910	19.3	41.9	19.7	1.0	0.5	17.7	61.2
	女性	3,090	16.7	48.0	18.2	0.4	0.3	16.5	64.7
年代	20代	714	21.3	34.0	22.3	1.8	1.7	18.9	55.3
	30代	826	20.1	46.2	18.3	0.6	0.5	14.3	66.3
	40代	1,074	20.2	46.6	17.8	0.9	0.3	14.2	66.9
	50代	975	20.0	48.1	17.0	0.0	0.0	14.9	68.1
	60代	920	16.8	46.4	19.5	0.3	0.0	17.0	63.3
	70代以上	1,491	12.9	45.6	19.4	0.6	0.2	21.3	58.5
性年代	男性20代	363	21.8	32.0	23.4	2.8	1.7	18.5	53.7
	男性30代	418	19.6	44.5	18.4	1.2	1.0	15.3	64.1
	男性40代	543	20.3	43.3	17.5	1.5	0.6	16.9	63.5
	男性50代	487	21.4	45.0	18.7	0.0	0.0	15.0	66.3
	男性60代	450	19.3	42.2	19.3	0.2	0.0	18.9	61.6
	男性70代以上	649	15.4	41.9	21.1	0.8	0.2	20.6	57.3
	女性20代	351	20.8	36.2	21.1	0.9	1.7	19.4	57.0
	女性30代	408	20.6	48.0	18.1	0.0	0.0	13.2	68.6
	女性40代	531	20.2	50.1	18.1	0.4	0.0	11.3	70.2
	女性50代	488	18.6	51.2	15.4	0.0	0.0	14.8	69.9
	女性60代	470	14.5	50.4	19.6	0.4	0.0	15.1	64.9
	女性70代以上	842	10.9	48.5	18.1	0.5	0.2	21.9	59.4
地域	北海道	255	17.3	49.8	16.1	0.8	0.4	15.7	67.1
	東北	416	18.5	49.0	16.6	0.2	0.0	15.6	67.5
	関東	2,092	16.5	45.3	20.8	0.7	0.5	16.2	61.8
	北陸	210	12.9	45.7	19.5	1.0	0.5	20.5	58.6
	中部	793	16.9	44.9	19.5	0.3	0.3	18.2	61.8
	近畿	1,055	19.8	43.7	20.0	0.9	0.4	15.3	63.5
	中国	340	22.1	42.6	15.0	1.2	0.3	18.8	64.7
	四国	178	16.3	49.4	16.3	0.6	0.6	16.9	65.7
	九州	661	20.6	42.1	15.4	0.8	0.3	20.9	62.6
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	22.5	46.9	19.5	0.7	0.2	10.2	69.4
	既婚×子なし	2,678	15.5	47.3	19.0	0.4	0.2	17.5	62.8
	未婚×子あり	99	27.3	34.3	22.2	1.0	0.0	15.2	61.6
	未婚×子なし	2,021	18.0	41.4	18.3	0.9	0.6	20.7	59.4
農村との関係	出身・親族	856	16.2	48.7	18.6	0.5	0.6	15.4	65.0
	居住・仕事	856	23.2	44.3	16.2	1.3	0.5	14.5	67.5
	ふるさと納税	353	18.7	47.6	21.8	1.1	0.8	9.9	66.3
	旅行	279	20.1	44.8	20.8	0.4	1.4	12.5	64.9
	購入	245	13.9	53.9	20.4	0.8	0.4	10.6	67.8
	関わりはない	3,411	17.1	43.4	19.1	0.5	0.1	19.7	60.5

Q6. あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

国産・牛肉

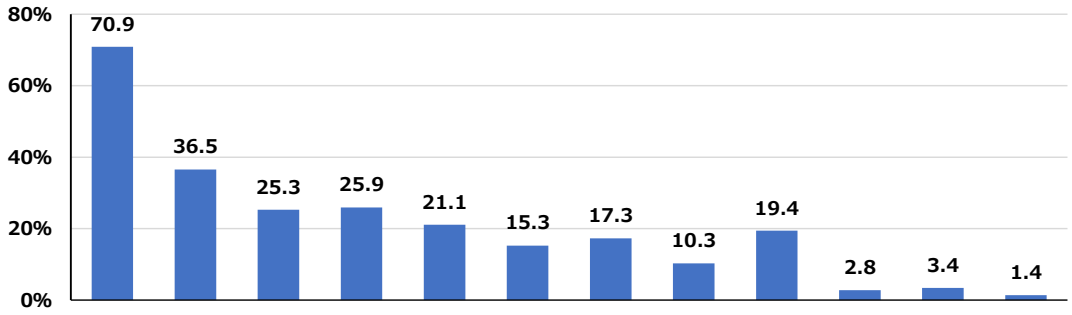


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+5ポイント
全体−5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ(赤い汁)の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ
全体		5,237	71.5	47.1	27.4	29.4	28.6	18.7	27.8	18.1	20.7	3.5	3.5	1.4
性別	男性	2,562	72.1	40.9	25.7	24.3	23.6	13.6	24.6	13.1	13.5	3.0	3.0	1.8
	女性	2,675	70.9	53.0	29.1	34.3	33.5	23.5	30.8	22.9	27.6	3.9	3.9	0.9
年代	20代	590	66.1	35.6	18.0	23.1	12.7	9.8	14.9	8.8	12.7	3.7	2.7	2.0
	30代	699	71.8	43.9	19.3	26.3	18.7	14.7	19.0	10.7	15.3	4.4	3.1	0.7
	40代	922	73.3	43.8	24.8	28.9	24.2	15.0	22.7	15.1	21.6	3.7	3.6	1.3
	50代	842	70.4	47.0	29.5	30.3	30.6	20.3	27.6	17.5	23.8	3.3	3.0	1.3
	60代	820	72.0	51.5	30.5	31.3	31.8	19.6	31.3	20.4	24.0	2.4	3.2	1.2
	70代以上	1,364	72.9	53.3	34.3	32.4	40.5	25.4	39.2	27.1	22.6	3.5	4.3	1.5
性年代	男性20代	298	66.1	31.5	20.8	23.8	11.7	9.7	15.8	8.7	10.1	3.4	2.3	2.3
	男性30代	367	71.4	38.7	18.0	22.1	15.3	12.3	16.9	7.1	8.4	4.1	1.9	0.8
	男性40代	473	72.7	36.8	23.3	25.8	22.8	11.6	20.5	10.8	16.1	3.6	4.0	2.3
	男性50代	426	72.1	40.1	28.6	25.1	22.1	14.8	26.1	12.7	16.9	2.6	1.9	1.2
	男性60代	400	72.8	44.8	25.3	22.8	23.0	10.8	25.3	11.0	11.8	1.5	3.0	2.0
	男性70代以上	598	74.7	48.2	32.9	25.1	36.8	18.9	35.3	22.6	15.2	3.2	3.8	2.0
	女性20代	292	66.1	39.7	15.1	22.3	13.7	9.9	14.0	8.9	15.4	4.1	3.1	1.7
	女性30代	332	72.3	49.7	20.8	31.0	22.6	17.5	21.4	14.8	22.9	4.8	4.5	0.6
	女性40代	449	73.9	51.2	26.5	32.1	25.6	18.5	24.9	19.6	27.4	3.8	3.1	0.2
	女性50代	416	68.8	54.1	30.3	35.6	39.4	26.0	29.1	22.4	30.8	4.1	4.1	1.4
	女性60代	420	71.2	57.9	35.5	39.5	40.2	28.1	37.1	29.3	35.7	3.3	3.3	0.5
	女性70代以上	766	71.4	57.3	35.4	38.1	43.3	30.4	42.3	30.5	28.3	3.8	4.7	1.2
地域	北海道	203	73.9	47.8	28.1	31.5	23.6	19.7	30.0	16.7	20.7	1.0	3.0	1.5
	東北	352	75.6	43.5	29.5	27.8	25.9	19.3	28.4	16.5	21.3	3.1	5.1	1.4
	関東	1,798	69.2	48.5	25.9	30.8	29.4	19.4	27.7	19.5	22.2	3.9	3.7	1.2
	北陸	174	77.6	48.9	33.3	27.6	28.2	15.5	27.0	16.1	18.4	4.6	1.7	3.4
	中部	681	70.2	45.4	30.0	30.7	28.5	18.6	28.6	19.1	20.6	3.5	2.5	0.6
	近畿	951	70.9	46.5	26.6	30.0	32.0	18.2	26.6	18.0	19.5	3.8	3.3	1.6
	中国	313	74.1	45.0	24.3	28.4	24.3	16.3	23.3	17.3	18.5	2.6	3.5	1.0
	四国	164	68.9	47.0	25.6	25.0	29.9	16.5	29.3	18.9	17.1	3.0	0.6	1.8
	九州	601	75.4	48.3	29.3	25.5	26.8	19.3	29.8	15.3	21.0	3.0	4.5	1.8
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,059	71.9	45.6	22.5	28.0	19.8	13.5	21.0	12.7	19.2	3.6	3.5	0.7
	既婚×子なし	2,415	71.1	51.1	31.6	30.8	35.7	23.0	34.7	23.4	23.2	3.1	3.3	1.4
	未婚×子あり	82	65.9	35.4	15.9	26.8	19.5	12.2	17.1	12.2	19.5	4.9	2.4	2.4
	未婚×子なし	1,681	72.2	42.9	25.2	28.5	24.6	15.9	22.5	14.3	18.2	3.9	3.7	1.7
農村との関係	出身・親族	766	74.3	51.4	33.9	35.2	34.2	22.7	33.2	24.0	26.4	4.2	4.0	1.6
	居住・仕事	773	73.6	42.6	26.6	25.5	27.4	20.2	26.6	17.3	19.0	4.7	4.4	1.9
	ふるさと納税	325	68.9	46.8	28.0	29.8	24.3	14.2	22.8	18.5	20.0	2.8	1.8	0.9
	旅行	256	66.4	55.5	22.7	32.4	30.9	19.1	37.9	21.9	24.6	6.3	7.0	2.0
	購入	226	67.3	59.7	33.2	35.8	43.4	32.3	45.6	35.0	31.9	4.4	4.4	1.8
	関わりはない	2,891	71.3	45.5	25.8	28.1	26.6	16.6	24.9	15.1	18.6	2.8	2.8	1.1

Q6. あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

輸入・牛肉

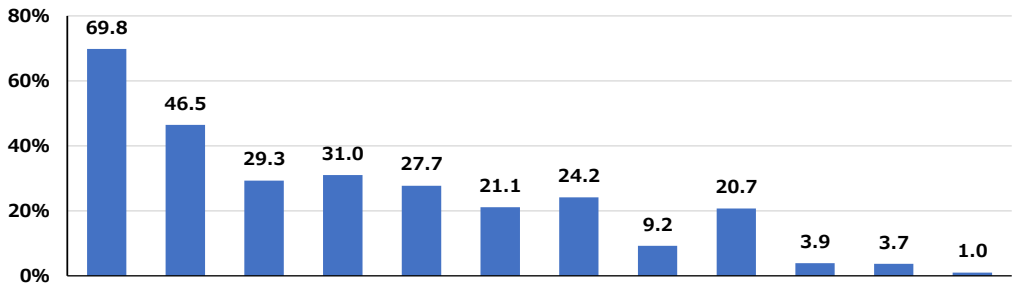


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+5ポイント
全体−5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ（赤い汁）の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ
全体		3,951	70.9	36.5	25.3	25.9	21.1	15.3	17.3	10.3	19.4	2.8	3.4	1.4
性別	男性	2,139	70.9	33.4	24.8	23.1	18.7	12.9	15.3	6.9	14.3	2.3	3.0	1.6
	女性	1,812	70.9	40.2	25.9	29.1	24.0	18.1	19.5	14.3	25.6	3.3	3.9	1.0
年代	20代	516	60.3	32.8	18.6	22.7	13.6	9.5	11.0	5.8	12.2	1.9	2.9	1.6
	30代	590	73.1	34.9	18.6	24.9	17.8	13.7	12.0	7.6	14.2	3.9	3.6	1.5
	40代	752	72.3	38.4	23.5	25.8	20.2	14.9	14.4	11.2	19.9	3.6	3.5	1.1
	50代	645	77.1	38.4	28.5	28.8	22.0	15.3	18.1	12.1	23.4	3.4	3.3	1.1
	60代	575	73.7	39.0	27.3	25.7	21.4	15.7	19.7	10.3	22.4	1.7	2.4	0.9
	70代以上	873	68.0	35.3	31.5	26.5	27.7	19.7	24.7	12.7	21.9	1.9	4.4	1.9
性年代	男性20代	276	60.1	30.8	22.1	22.1	14.9	12.3	10.1	6.5	12.3	1.8	3.6	1.8
	男性30代	329	69.6	32.5	17.0	19.8	15.8	11.9	11.9	4.3	9.4	3.3	2.7	1.5
	男性40代	424	70.0	36.6	23.1	24.8	18.4	12.3	12.3	8.0	15.8	3.8	4.0	1.9
	男性50代	346	78.0	32.9	28.3	24.3	17.3	11.3	15.3	6.9	17.6	2.0	2.9	1.2
	男性60代	330	73.0	34.8	22.7	20.3	14.8	10.3	15.8	4.5	13.9	1.5	1.5	1.2
	男性70代以上	434	72.1	32.0	32.7	26.0	27.6	17.7	24.0	9.7	15.2	1.2	3.0	2.1
	女性20代	240	60.4	35.0	14.6	23.3	12.1	6.3	12.1	5.0	12.1	2.1	2.1	1.3
	女性30代	261	77.4	37.9	20.7	31.4	20.3	16.1	12.3	11.9	20.3	4.6	4.6	1.5
	女性40代	328	75.3	40.9	24.1	27.1	22.6	18.3	17.1	15.2	25.3	3.4	2.7	0.0
	女性50代	299	75.9	44.8	28.8	34.1	27.4	20.1	21.4	18.1	30.1	5.0	3.7	1.0
	女性60代	245	74.7	44.5	33.5	33.1	30.2	22.9	24.9	18.0	33.9	2.0	3.7	0.4
	女性70代以上	439	64.0	38.5	30.3	26.9	27.8	21.6	25.5	15.7	28.5	2.7	5.7	1.8
地域	北海道	165	78.2	37.0	26.7	27.3	18.2	17.6	17.0	12.7	18.8	0.6	3.6	1.2
	東北	284	76.8	33.1	25.0	24.6	21.8	16.5	17.3	9.2	19.4	2.1	3.5	1.4
	関東	1,453	69.1	38.9	24.0	26.7	22.6	15.8	17.4	11.6	20.9	3.2	4.5	0.9
	北陸	133	74.4	39.8	32.3	30.8	18.8	10.5	16.5	7.5	22.6	2.3	1.5	3.8
	中部	493	69.0	35.9	27.2	24.3	21.1	16.8	16.0	9.5	21.5	3.4	3.7	1.6
	近畿	677	69.9	34.9	24.1	27.2	21.7	14.5	17.1	8.9	16.2	2.5	2.4	1.3
	中国	220	70.9	31.4	23.6	24.1	17.7	12.3	16.8	9.5	16.4	1.8	1.8	1.4
	四国	108	66.7	38.0	27.8	20.4	18.5	11.1	11.1	13.0	16.7	2.8	0.9	2.8
	九州	418	74.2	35.4	27.3	23.9	18.9	15.3	20.6	9.6	18.9	2.6	2.9	1.7
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	871	72.1	38.0	22.4	25.5	17.1	13.5	13.3	7.8	16.9	2.9	3.0	0.9
	既婚×子なし	1,636	71.5	37.2	29.0	26.3	25.0	17.8	20.5	12.6	22.0	2.2	3.2	1.3
	未婚×子あり	65	66.2	24.6	13.8	27.7	15.4	9.2	12.3	9.2	16.9	1.5	1.5	1.5
	未婚×子なし	1,379	69.7	35.4	23.2	25.5	19.3	13.6	16.1	9.2	18.1	3.4	4.0	1.7
農村との関係	出身・親族	580	70.0	40.3	33.4	29.8	23.6	19.1	21.2	12.4	24.5	3.6	4.8	1.2
	居住・仕事	584	68.7	36.3	25.7	22.4	21.6	17.1	18.0	9.9	18.0	4.1	5.1	2.9
	ふるさと納税	245	66.5	34.7	21.6	27.8	20.4	10.6	11.8	9.4	17.1	1.6	2.4	0.4
	旅行	204	58.8	40.2	19.6	28.9	22.1	14.2	21.1	11.3	27.5	4.9	4.9	1.0
	購入	168	69.0	45.2	32.1	32.1	33.3	22.6	26.2	20.8	31.5	2.4	3.0	0.6
	関わりはない	2,170	73.5	34.8	23.4	24.8	19.4	13.8	15.6	9.0	17.1	2.1	2.6	1.2

Q6. あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

国産・豚肉

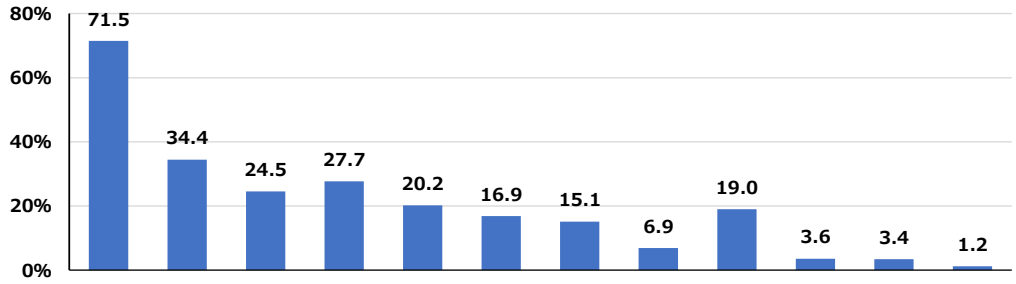


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ(赤い汁)の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ
全体		5,721	69.8	46.5	29.3	31.0	27.7	21.1	24.2	9.2	20.7	3.9	3.7	1.0
性別	男性	2,747	69.2	39.9	28.0	26.2	21.8	14.9	22.0	6.1	13.3	3.2	3.2	1.3
	女性	2,974	70.4	52.6	30.5	35.5	33.2	26.9	26.2	12.1	27.5	4.5	4.1	0.7
年代	20代	649	61.6	36.7	22.3	25.3	14.2	11.1	13.6	5.5	14.9	3.9	3.9	1.8
	30代	772	70.2	40.3	22.5	28.2	19.4	15.4	16.8	7.4	15.7	4.9	4.7	0.6
	40代	1,028	72.3	43.9	26.8	30.3	24.8	18.6	19.3	9.2	21.0	4.4	3.6	1.2
	50代	930	72.5	46.9	31.1	32.6	29.5	22.3	25.2	9.9	24.8	3.7	2.3	0.8
	60代	891	70.3	50.8	31.0	32.4	31.2	23.5	28.6	9.7	23.1	3.0	3.1	0.8
	70代以上	1,451	69.7	53.1	35.6	33.8	37.1	28.3	32.9	11.2	21.6	3.7	4.3	1.0
性年代	男性20代	328	59.8	32.9	25.9	26.8	13.7	11.3	15.9	5.2	13.7	4.3	3.7	2.4
	男性30代	388	65.2	36.3	22.2	22.7	17.8	11.9	16.2	4.6	8.2	3.9	3.6	0.8
	男性40代	514	69.8	37.2	26.5	26.8	20.0	13.2	16.9	7.0	14.4	4.1	4.1	1.9
	男性50代	459	73.0	39.2	29.4	27.9	21.8	15.9	24.4	6.3	17.4	2.2	2.4	0.9
	男性60代	433	70.7	43.4	25.9	24.5	20.1	12.9	22.6	3.5	11.3	2.1	2.8	0.9
	男性70代以上	625	72.5	46.1	34.4	27.4	31.2	20.5	30.7	8.5	13.8	2.9	3.0	1.3
	女性20代	321	63.6	40.5	18.7	23.7	14.6	10.9	11.2	5.9	16.2	3.4	4.0	1.2
	女性30代	384	75.3	44.3	22.9	33.9	21.1	19.0	17.4	10.2	23.2	6.0	5.7	0.5
	女性40代	514	74.7	50.6	27.2	33.7	29.6	23.9	21.6	11.5	27.6	4.7	3.1	0.4
	女性50代	471	72.0	54.4	32.7	37.2	36.9	28.5	25.9	13.4	32.1	5.1	2.1	0.6
	女性60代	458	69.9	57.9	35.8	40.0	41.7	33.4	34.3	15.5	34.3	3.9	3.5	0.7
	女性70代以上	826	67.6	58.4	36.4	38.7	41.5	34.1	34.6	13.2	27.6	4.2	5.3	0.8
地域	北海道	245	75.5	51.8	30.6	34.3	31.8	29.0	32.7	11.0	20.8	2.0	4.9	0.8
	東北	392	75.3	42.9	31.1	32.9	26.3	23.0	27.6	8.4	23.7	4.1	5.4	0.5
	関東	1,995	67.9	47.2	28.3	32.4	28.8	21.0	23.3	9.3	22.4	4.4	3.8	1.0
	北陸	200	74.0	47.5	35.0	32.5	31.5	19.5	21.0	7.5	19.5	2.0	4.0	2.0
	中部	759	69.7	45.1	31.2	31.6	26.9	22.3	24.6	10.3	21.5	4.3	2.5	0.7
	近畿	998	68.8	45.6	28.1	31.3	28.7	19.9	22.4	9.9	18.9	4.0	3.0	1.4
	中国	325	71.1	43.7	24.3	27.1	24.3	20.0	21.2	5.8	16.9	3.4	3.7	0.3
	四国	167	66.5	45.5	29.3	26.3	25.7	17.4	26.9	6.6	17.4	3.6	1.8	1.8
	九州	640	71.3	48.8	31.1	26.3	24.5	19.8	25.6	9.4	18.8	3.1	4.7	1.1
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,149	69.5	44.3	24.8	29.9	20.3	16.1	18.3	7.7	19.6	4.0	3.6	0.4
	既婚×子なし	2,599	69.8	50.7	32.9	31.9	33.0	26.1	29.7	10.9	22.5	3.3	3.4	1.0
	未婚×子あり	94	66.0	30.9	18.1	26.6	23.4	12.8	19.1	7.4	21.3	4.3	3.2	3.2
	未婚×子なし	1,879	70.4	42.7	27.6	30.8	25.2	17.7	20.3	7.9	18.9	4.6	4.2	1.3
農村との関係	出身・親族	829	71.0	49.9	37.3	37.0	34.7	27.7	29.8	14.2	26.4	5.7	4.1	1.0
	居住・仕事	819	69.2	43.8	30.2	28.0	26.7	22.8	24.2	8.1	19.0	4.0	5.3	1.2
	ふるさと納税	344	66.3	44.5	30.2	29.9	21.8	16.9	21.8	9.6	20.6	3.5	2.3	1.2
	旅行	269	64.3	54.3	28.3	34.9	32.7	26.4	31.6	10.4	23.0	6.7	5.9	1.9
	購入	240	63.3	56.7	35.4	36.3	44.6	31.7	41.7	18.8	32.1	4.6	4.6	1.3
	関わりはない	3,220	71.0	45.1	26.6	29.7	25.2	18.2	21.1	7.4	18.6	3.1	3.0	0.9

Q6. あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

輸入・豚肉

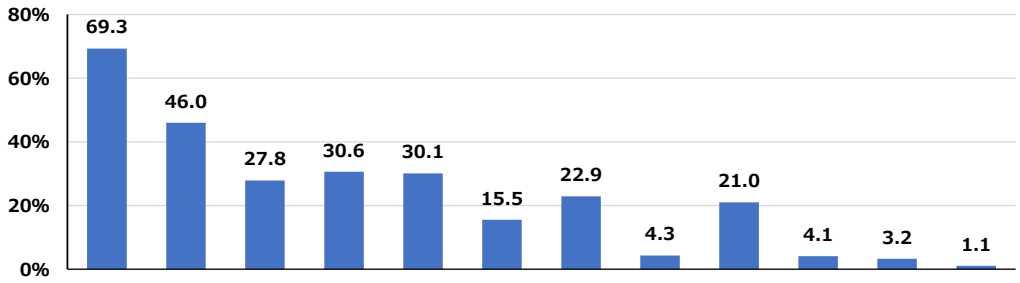


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ(赤い汁)の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ
全体		3,934	71.5	34.4	24.5	27.7	20.2	16.9	15.1	6.9	19.0	3.6	3.4	1.2
性別	男性	2,136	71.1	30.4	23.8	25.6	17.5	13.8	14.2	5.2	14.4	2.9	2.9	1.6
	女性	1,798	72.0	39.3	25.3	30.2	23.4	20.6	16.2	8.9	24.4	4.3	4.0	0.7
年代	20代	560	63.2	27.0	18.2	25.4	13.8	11.1	10.9	6.4	13.8	3.9	2.7	1.8
	30代	611	74.8	31.1	20.8	27.8	18.8	14.6	10.8	5.6	14.9	4.1	3.4	0.3
	40代	768	73.4	35.2	22.4	28.5	20.4	16.7	12.2	7.8	18.2	4.2	3.4	1.0
	50代	636	77.5	38.2	27.5	31.3	22.8	18.6	15.3	7.9	23.9	3.9	2.7	0.6
	60代	539	74.0	37.5	23.7	26.9	19.1	16.9	17.6	5.2	21.5	2.8	3.0	0.9
	70代以上	820	66.6	36.5	31.7	26.1	24.0	21.5	22.1	7.8	20.7	2.6	4.9	2.2
性年代	男性20代	292	62.0	23.6	20.9	28.1	14.0	12.3	11.0	7.5	13.4	4.1	3.1	2.4
	男性30代	339	71.1	28.3	19.2	24.2	18.0	11.2	11.8	3.2	10.9	3.5	2.4	0.3
	男性40代	427	70.5	31.4	21.8	27.9	17.1	13.8	11.5	7.7	15.5	4.0	3.5	1.9
	男性50代	348	78.7	30.5	26.4	26.1	17.5	13.8	14.4	4.3	17.2	2.6	2.9	0.9
	男性60代	324	72.8	34.0	19.8	21.3	13.3	10.5	14.5	2.8	14.2	1.9	2.2	1.2
	男性70代以上	406	70.4	33.0	33.0	25.4	23.2	19.5	20.9	5.4	14.5	1.5	3.4	2.7
	女性20代	268	64.6	30.6	15.3	22.4	13.4	9.7	10.8	5.2	14.2	3.7	2.2	1.1
	女性30代	272	79.4	34.6	22.8	32.4	19.9	18.8	9.6	8.5	19.9	4.8	4.8	0.4
	女性40代	341	77.1	39.9	23.2	29.3	24.6	20.2	13.2	7.9	21.7	4.4	3.2	0.0
	女性50代	288	76.0	47.6	28.8	37.5	29.2	24.3	16.3	12.2	31.9	5.6	2.4	0.3
	女性60代	215	75.8	42.8	29.8	35.3	27.9	26.5	22.3	8.8	32.6	4.2	4.2	0.5
	女性70代以上	414	62.8	39.9	30.4	26.8	24.9	23.4	23.2	10.1	26.8	3.6	6.3	1.7
地域	北海道	160	78.1	36.3	21.9	25.0	17.5	19.4	17.5	8.1	18.8	3.1	4.4	1.3
	東北	288	78.1	34.0	22.6	28.5	21.9	18.1	15.6	6.9	20.8	3.8	4.5	1.7
	関東	1,456	70.0	36.5	24.6	29.3	20.7	17.1	14.6	7.6	20.7	3.8	4.2	1.0
	北陸	139	71.9	37.4	31.7	33.8	24.5	16.5	15.1	8.6	23.0	4.3	2.9	2.9
	中部	513	70.8	33.9	24.6	25.0	20.1	18.3	14.4	6.6	20.5	3.3	2.7	1.0
	近畿	657	69.3	32.1	23.6	28.8	21.0	17.0	15.8	5.6	15.2	2.7	2.1	1.4
	中国	223	72.6	29.1	21.5	26.9	19.3	13.9	14.3	4.9	17.9	3.6	2.7	0.9
	四国	109	66.1	37.6	27.5	21.1	17.4	12.8	10.1	6.4	12.8	4.6	2.8	1.8
	九州	389	75.1	31.9	26.5	24.2	16.7	14.9	17.2	7.2	16.5	3.6	3.3	0.8
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	874	71.6	34.7	21.1	29.1	16.9	15.7	11.8	6.4	16.1	3.2	2.7	0.9
	既婚×子なし	1,573	70.9	37.6	28.0	26.6	22.0	19.4	18.1	7.3	21.4	3.1	3.5	1.3
	未婚×子あり	71	70.4	23.9	14.1	25.4	19.7	12.7	14.1	9.9	19.7	4.2	2.8	2.8
	未婚×子なし	1,416	72.1	31.3	23.2	28.1	20.2	15.0	13.9	6.6	17.9	4.3	3.8	1.2
農村との関係	出身・親族	566	70.1	37.8	33.0	32.5	25.4	20.5	19.8	10.6	25.1	4.6	4.2	1.2
	居住・仕事	576	68.9	31.4	23.3	24.5	20.7	17.4	16.1	6.6	17.2	4.2	4.9	1.2
	ふるさと納税	232	66.8	31.5	23.3	29.3	15.9	14.2	8.6	5.6	15.9	3.9	3.0	0.9
	旅行	197	59.4	38.1	20.3	28.4	20.8	20.3	20.3	7.6	21.8	7.6	4.1	1.0
	購入	149	65.8	48.3	31.5	30.9	35.6	24.8	21.5	14.1	29.5	5.4	4.0	2.0
	関わりはない	2,214	74.5	33.4	22.7	26.8	18.1	15.3	13.4	5.6	17.2	2.6	2.8	1.2

Q6. あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

国産・鶏肉

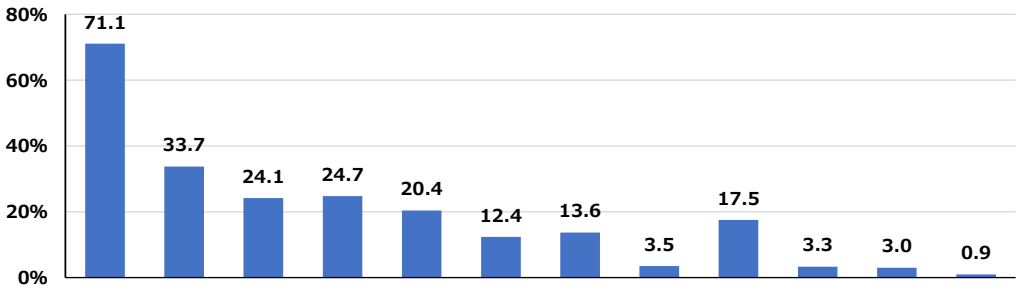


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ(赤い汁)の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ
全体		5,693	69.3	46.0	27.8	30.6	30.1	15.5	22.9	4.3	21.0	4.1	3.2	1.1
性別	男性	2,733	69.1	39.1	25.8	26.0	24.4	11.6	20.4	3.9	13.1	3.3	2.7	1.4
	女性	2,960	69.4	52.3	29.8	34.9	35.4	19.2	25.1	4.7	28.3	4.8	3.7	0.8
年代	20代	656	62.2	36.1	19.4	25.3	17.2	9.8	13.9	4.9	15.5	4.7	2.7	1.8
	30代	780	70.9	40.4	20.0	29.1	23.2	12.2	16.5	5.5	18.1	4.7	4.0	0.8
	40代	1,026	71.6	43.6	25.6	31.1	26.9	15.2	19.1	4.4	22.4	4.6	3.2	1.2
	50代	926	72.0	46.5	30.6	31.4	32.5	16.7	24.5	3.8	25.4	3.6	1.9	0.8
	60代	880	69.1	50.1	30.1	32.3	33.6	16.0	27.5	2.7	23.5	3.1	3.0	0.8
	70代以上	1,425	68.2	52.3	34.5	31.9	38.4	19.2	29.2	4.6	19.7	4.0	4.1	1.1
性年代	男性20代	333	60.7	32.4	20.1	25.2	18.3	10.2	15.0	6.3	13.8	5.1	2.4	2.1
	男性30代	391	66.0	35.5	18.2	25.6	20.7	11.8	15.1	4.9	10.2	3.6	3.3	1.0
	男性40代	515	69.5	36.5	24.5	28.2	23.9	10.9	16.3	4.1	16.1	3.5	2.9	1.9
	男性50代	452	72.3	38.9	29.0	25.7	22.1	11.5	22.8	2.9	16.4	2.4	1.5	0.7
	男性60代	425	69.4	42.1	25.2	24.7	22.6	8.7	21.2	1.9	10.6	1.9	2.8	1.2
	男性70代以上	617	72.8	45.1	32.7	25.9	33.4	14.9	27.7	3.9	11.5	3.7	3.2	1.3
	女性20代	323	63.8	39.9	18.6	25.4	16.1	9.3	12.7	3.4	17.3	4.3	3.1	1.5
	女性30代	389	75.8	45.2	21.9	32.6	25.7	12.6	18.0	6.2	26.0	5.9	4.6	0.5
	女性40代	511	73.8	50.7	26.8	34.1	29.9	19.6	21.9	4.7	28.8	5.7	3.5	0.4
	女性50代	474	71.7	53.8	32.1	36.9	42.4	21.7	26.2	4.6	34.0	4.6	2.3	0.8
	女性60代	455	68.8	57.6	34.7	39.3	44.0	22.9	33.4	3.5	35.6	4.2	3.1	0.4
	女性70代以上	808	64.7	57.8	35.8	36.5	42.2	22.4	30.3	5.2	26.0	4.2	4.8	1.0
地域	北海道	244	74.6	53.3	29.5	34.0	36.1	18.4	30.7	7.0	21.3	2.9	3.7	1.2
	東北	393	74.6	42.7	30.0	30.5	26.0	17.3	25.2	3.3	22.9	4.1	4.1	1.0
	関東	1,980	67.4	46.7	26.5	31.8	30.4	15.2	22.3	4.6	22.9	4.4	3.3	0.8
	北陸	193	73.6	49.2	33.2	30.6	32.6	15.0	21.8	2.6	22.3	3.1	3.6	1.6
	中部	746	68.8	44.6	29.8	31.6	30.0	15.7	22.5	4.4	21.8	4.3	2.4	0.8
	近畿	1,002	68.7	44.8	27.0	31.1	32.6	15.7	21.4	4.6	19.4	3.9	3.0	1.2
	中国	327	70.3	42.5	23.9	25.1	26.3	13.1	19.0	3.1	15.9	2.4	3.7	1.2
	四国	170	64.1	42.9	27.1	27.1	24.1	12.4	24.7	4.1	17.6	5.3	1.2	1.8
	九州	638	70.8	47.8	29.6	27.4	28.4	16.3	24.6	3.6	18.7	4.4	3.9	1.4
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,153	69.7	42.9	23.6	29.4	23.0	12.7	18.7	4.9	21.2	4.2	3.0	0.5
	既婚×子なし	2,571	68.8	50.7	31.9	31.4	35.2	17.8	27.1	3.9	22.6	3.5	3.0	1.0
	未婚×子あり	92	66.3	35.9	15.2	27.2	19.6	16.3	19.6	2.2	19.6	4.3	3.3	3.3
	未婚×子なし	1,877	69.8	41.8	25.6	30.4	28.0	14.1	19.8	4.6	18.8	4.7	3.8	1.4
農村との関係	出身・親族	825	70.1	50.7	36.4	36.5	37.6	19.6	28.8	6.2	26.8	5.9	3.9	0.5
	居住・仕事	824	68.6	42.6	27.5	26.1	29.4	17.7	23.3	4.1	19.2	5.2	5.0	1.7
	ふるさと納税	339	66.1	45.4	26.5	31.3	26.8	12.1	21.8	6.8	23.0	3.2	2.7	0.3
	旅行	265	64.2	53.6	25.7	32.5	34.7	17.7	29.1	7.2	25.7	7.2	4.5	2.3
	購入	237	63.7	57.8	35.0	35.0	45.6	23.6	35.9	6.8	30.4	3.4	4.2	1.3
	関わりはない	3,203	70.4	44.1	25.5	29.7	27.2	13.5	19.8	3.2	18.7	3.2	2.5	1.0

Q6. あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

輸入・鶏肉

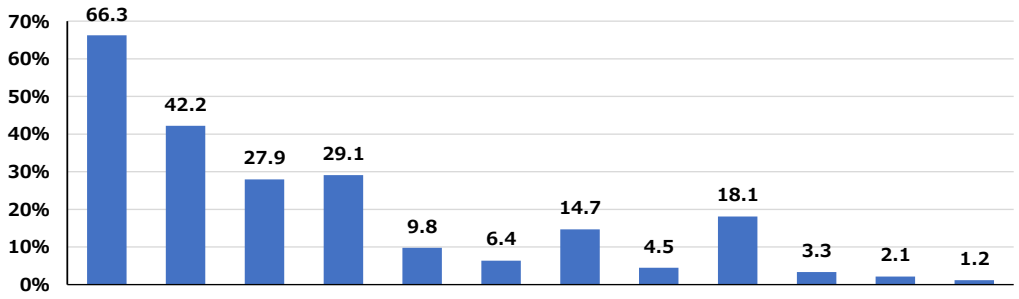


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ(赤い汁)の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ
全体		3,525	71.1	33.7	24.1	24.7	20.4	12.4	13.6	3.5	17.5	3.3	3.0	0.9
性別	男性	1,976	70.3	30.3	23.6	22.9	18.0	11.8	13.9	3.4	13.2	2.9	2.8	1.3
	女性	1,549	72.0	38.2	24.9	27.0	23.4	13.1	13.3	3.6	23.0	3.9	3.3	0.5
年代	20代	540	62.8	26.7	20.0	21.7	12.0	9.6	11.7	3.7	11.9	3.3	2.4	1.5
	30代	569	72.4	30.4	18.8	26.5	19.5	13.2	9.1	6.3	13.9	4.2	3.0	0.2
	40代	687	72.9	34.5	22.4	26.6	20.1	13.1	11.6	3.2	18.8	3.5	3.9	0.7
	50代	556	77.3	35.3	26.8	27.3	23.7	13.5	14.0	3.1	22.3	3.2	2.2	0.5
	60代	471	73.7	36.3	21.7	24.0	20.4	11.7	14.0	1.1	18.0	2.8	2.3	0.8
	70代以上	702	67.8	38.2	32.9	22.2	25.1	12.8	20.2	3.3	19.5	2.8	3.7	1.7
性年代	男性20代	284	60.2	23.9	23.6	22.5	13.0	12.7	13.0	3.9	10.9	3.5	2.5	1.4
	男性30代	319	68.7	27.6	18.5	23.2	17.2	14.4	11.3	5.3	10.7	3.4	2.5	0.3
	男性40代	398	70.4	30.2	21.4	27.1	17.3	12.1	10.8	4.5	15.8	3.3	4.3	1.3
	男性50代	317	79.5	29.0	24.6	22.7	18.9	10.7	13.6	2.5	15.5	1.9	2.2	0.9
	男性60代	296	71.3	33.4	18.2	19.9	14.2	8.8	12.2	0.7	12.5	2.7	2.0	1.4
	男性70代以上	362	71.0	36.2	34.0	21.0	25.4	12.2	22.1	3.0	13.0	2.5	2.8	2.2
	女性20代	256	65.6	29.7	16.0	20.7	10.9	6.3	10.2	3.5	12.9	3.1	2.3	1.6
	女性30代	250	77.2	34.0	19.2	30.8	22.4	11.6	6.4	7.6	18.0	5.2	3.6	0.0
	女性40代	289	76.5	40.5	23.9	26.0	23.9	14.5	12.8	1.4	22.8	3.8	3.5	0.0
	女性50代	239	74.5	43.5	29.7	33.5	30.1	17.2	14.6	3.8	31.4	5.0	2.1	0.0
	女性60代	175	77.7	41.1	27.4	30.9	30.9	16.6	17.1	1.7	27.4	2.9	2.9	0.0
	女性70代以上	340	64.4	40.3	31.8	23.5	24.7	13.5	18.2	3.5	26.5	3.2	4.7	1.2
地域	北海道	150	82.0	35.3	23.3	25.3	20.0	14.7	13.3	5.3	17.3	0.7	3.3	2.0
	東北	265	78.1	32.5	24.9	25.3	22.3	13.6	15.8	3.4	19.2	3.4	3.4	0.8
	関東	1,307	69.0	36.3	23.9	26.2	20.9	13.2	13.1	3.7	18.2	4.4	3.2	0.6
	北陸	118	73.7	33.9	29.7	29.7	20.3	15.3	11.9	5.1	20.3	1.7	0.8	1.7
	中部	456	68.4	34.9	24.6	21.7	20.8	11.4	13.6	3.1	21.7	3.3	2.6	0.9
	近畿	573	68.8	30.7	24.1	25.3	20.6	11.9	13.6	3.1	13.8	1.7	2.4	1.4
	中国	202	73.8	29.7	22.3	23.3	18.8	7.4	12.4	2.5	18.8	3.5	3.5	1.0
	四国	99	67.7	34.3	26.3	19.2	17.2	9.1	14.1	2.0	11.1	5.1	4.0	2.0
	九州	355	74.4	29.9	23.1	22.3	18.0	12.4	15.5	3.4	14.6	3.1	3.4	0.6
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	787	70.9	33.7	20.7	25.2	17.4	12.2	10.9	4.4	16.8	3.0	3.0	0.3
	既婚×子なし	1,366	70.6	37.4	27.9	23.2	23.0	12.3	15.7	2.5	18.9	2.6	2.7	1.2
	未婚×子あり	59	71.2	23.7	20.3	23.7	15.3	10.2	13.6	1.7	20.3	1.7	3.4	0.0
	未婚×子なし	1,313	71.7	30.4	22.5	26.1	19.6	12.7	13.1	4.0	16.5	4.3	3.3	1.1
農村との関係	出身・親族	506	69.2	36.0	33.4	27.7	23.7	15.4	20.4	3.6	22.5	4.7	3.2	0.6
	居住・仕事	534	68.9	31.5	23.8	21.5	21.5	17.0	16.5	4.1	16.9	3.4	6.0	1.9
	ふるさと納税	207	66.7	30.0	22.7	26.1	16.9	8.7	7.7	3.9	14.0	2.9	2.4	0.5
	旅行	183	57.9	38.8	20.8	26.2	21.9	14.2	18.6	6.0	19.7	7.1	3.3	1.1
	購入	127	70.1	44.1	31.5	29.1	35.4	18.9	18.9	7.1	24.4	3.1	2.4	0.8
	関わりはない	1,968	73.9	33.0	21.8	24.3	18.4	10.2	11.0	2.8	16.2	2.6	2.2	0.8

Q6. あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

ひき肉

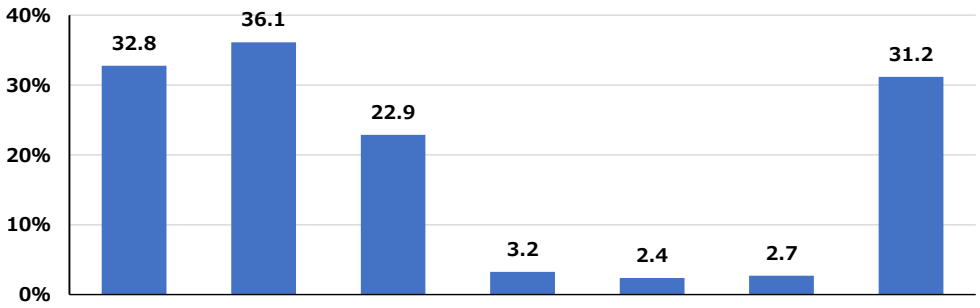


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格	鮮度	賞味期限・日持ち	内容量	部位	食肉の形態（ブロック、スライス等）	産地・ブランド	霜降りの度合い・脂身の割合	ドリップ(赤い汁)の有無	調理にかかる手間	味付けの有無	目新しさ
全体		6,000	66.3	42.2	27.9	29.1	9.8	6.4	14.7	4.5	18.1	3.3	2.1	1.2
性別	男性	2,910	66.8	34.3	25.8	24.5	8.3	5.9	13.1	3.2	11.1	2.9	1.9	1.5
	女性	3,090	65.7	49.6	29.9	33.4	11.1	6.8	16.2	5.7	24.8	3.7	2.3	0.8
年代	20代	714	62.2	30.8	19.5	23.5	8.5	7.8	11.3	5.6	11.5	3.4	2.0	2.2
	30代	826	69.9	36.2	19.1	27.6	9.3	7.3	13.2	5.0	15.7	4.8	2.3	1.1
	40代	1,074	70.5	40.6	25.1	30.0	9.5	7.4	15.0	4.6	18.5	3.5	2.0	0.8
	50代	975	69.6	44.0	30.7	30.9	11.2	7.1	16.3	4.8	20.8	2.8	1.2	0.7
	60代	920	65.8	46.7	30.7	29.5	7.6	4.2	14.0	2.9	21.4	2.0	1.4	0.8
	70代以上	1,491	61.3	48.2	35.4	30.5	11.1	5.4	16.2	4.3	18.5	3.6	3.2	1.4
性年代	男性20代	363	59.5	26.4	21.5	22.9	9.6	10.5	11.6	6.9	9.6	4.4	1.7	3.0
	男性30代	418	66.3	31.6	17.5	23.0	7.4	7.2	12.9	4.3	8.6	3.8	1.2	1.7
	男性40代	543	68.3	33.5	21.7	25.6	9.2	6.1	13.1	3.9	12.5	3.3	2.2	1.7
	男性50代	487	71.9	33.9	28.5	27.3	8.2	5.3	14.6	2.1	14.2	1.8	1.0	0.8
	男性60代	450	66.9	37.6	26.0	21.8	4.9	2.9	10.4	1.6	10.4	2.0	0.9	1.6
	男性70代以上	649	66.3	39.1	34.8	25.4	9.7	5.1	14.6	1.8	10.3	2.6	3.7	1.1
	女性20代	351	65.0	35.3	17.4	24.2	7.4	5.1	11.1	4.3	13.4	2.3	2.3	1.4
	女性30代	408	73.5	40.9	20.8	32.4	11.3	7.4	13.5	5.6	23.0	5.9	3.4	0.5
	女性40代	531	72.7	47.8	28.6	34.5	9.8	8.7	16.9	5.3	24.7	3.8	1.7	0.0
	女性50代	488	67.4	54.1	32.8	34.4	14.1	8.8	18.0	7.6	27.5	3.7	1.4	0.6
	女性60代	470	64.7	55.5	35.1	36.8	10.2	5.5	17.4	4.3	31.9	1.9	1.9	0.0
	女性70代以上	842	57.5	55.1	35.9	34.4	12.2	5.6	17.5	6.2	24.8	4.3	2.9	1.7
地域	北海道	255	71.0	44.3	31.4	30.6	11.4	6.7	18.0	4.7	17.6	2.0	3.1	1.6
	東北	416	75.7	40.4	29.6	28.8	7.2	5.0	14.2	3.1	20.4	3.6	2.4	0.2
	関東	2,092	63.9	42.6	28.2	30.1	11.0	6.7	13.9	5.2	20.0	3.4	2.2	1.1
	北陸	210	67.6	42.9	33.3	30.0	11.4	9.5	13.8	2.9	16.7	3.8	1.9	3.3
	中部	793	66.3	41.5	27.5	29.0	10.5	6.7	15.6	4.5	18.3	3.2	1.8	0.6
	近畿	1,055	65.7	41.3	25.5	30.2	9.4	6.7	14.1	4.5	16.2	3.3	1.8	1.1
	中国	340	64.7	40.6	25.3	25.9	7.1	3.8	12.9	2.9	14.7	5.0	2.4	2.1
	四国	178	65.2	41.0	27.5	28.7	12.4	3.9	15.7	3.4	16.3	2.2	1.1	2.2
	九州	661	67.6	44.3	28.9	25.3	6.7	6.2	16.9	4.4	16.5	3.0	2.6	1.1
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	68.8	40.7	22.7	28.7	8.7	6.9	14.2	5.1	18.6	3.3	1.5	0.4
	既婚×子なし	2,678	64.3	46.9	32.7	30.0	10.3	5.9	15.7	4.2	20.2	2.5	2.0	1.0
	未婚×子あり	99	66.7	32.3	15.2	21.2	8.1	6.1	13.1	5.1	19.2	5.1	3.0	1.0
	未婚×子なし	2,021	67.3	37.4	25.4	28.5	9.7	6.7	13.7	4.5	15.0	4.3	2.6	1.8
農村との関係	出身・親族	856	66.7	46.8	36.1	34.7	12.5	8.8	16.7	6.5	22.2	3.7	2.3	1.1
	居住・仕事	856	66.2	39.8	26.9	25.5	9.1	8.5	15.9	4.7	16.2	4.6	2.8	1.9
	ふるさと納税	353	62.6	42.5	28.3	30.3	9.1	4.5	13.0	4.2	18.1	2.3	1.4	0.6
	旅行	279	57.0	46.2	28.0	31.2	14.0	6.8	19.7	7.2	24.4	6.8	3.2	1.1
	購入	245	60.0	58.0	35.5	37.1	12.2	6.9	21.6	7.8	28.6	5.7	2.4	0.4
	関わりはない	3,411	67.8	40.1	25.6	27.7	8.8	5.4	13.1	3.5	16.3	2.6	1.8	1.1

Q7. あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

国産・牛肉



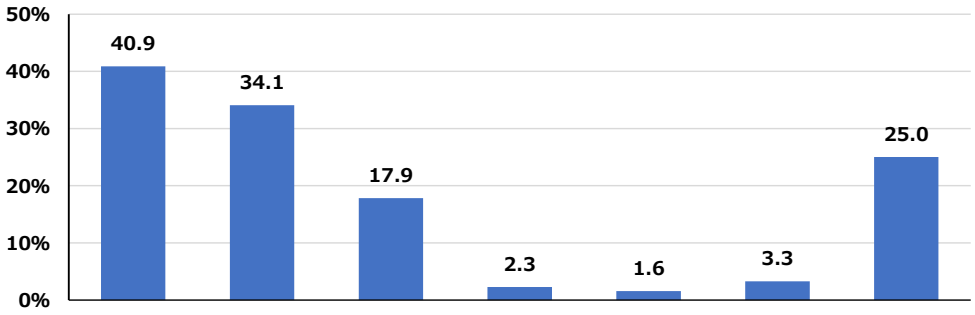
		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	32.8	36.1	22.9	3.2	2.4	2.7	31.2
性別	男性	2,910	34.4	31.8	23.8	3.8	2.8	3.4	33.7
	女性	3,090	31.2	40.1	22.0	2.7	2.0	2.0	28.7
年代	20代	714	47.3	32.1	14.3	2.7	1.8	1.8	20.6
	30代	826	38.4	38.9	17.2	2.3	1.7	1.6	22.8
	40代	1,074	36.2	36.6	20.0	3.1	1.7	2.4	27.2
	50代	975	37.2	36.8	19.3	2.2	1.2	3.3	25.9
	60代	920	26.6	35.2	27.3	4.3	2.6	3.9	38.2
	70代以上	1,491	21.0	36.2	31.8	4.2	4.1	2.7	42.8
性年代	男性20代	363	46.6	28.4	16.8	2.8	2.8	2.8	25.1
	男性30代	418	38.3	34.9	19.4	2.9	2.6	1.9	26.8
	男性40代	543	38.3	30.0	22.8	3.5	2.0	3.3	31.7
	男性50代	487	38.0	34.5	18.7	2.1	2.1	4.7	27.5
	男性60代	450	30.9	28.7	27.6	5.3	3.1	4.4	40.4
	男性70代以上	649	21.7	33.4	32.7	5.4	3.9	2.9	44.8
	女性20代	351	48.1	35.9	11.7	2.6	0.9	0.9	16.0
	女性30代	408	38.5	42.9	15.0	1.7	0.7	1.2	18.6
	女性40代	531	34.1	43.3	17.1	2.6	1.3	1.5	22.6
	女性50代	488	36.5	39.1	19.9	2.3	0.4	1.8	24.4
	女性60代	470	22.6	41.5	27.0	3.4	2.1	3.4	36.0
	女性70代以上	842	20.4	38.4	31.1	3.2	4.3	2.6	41.2
地域	北海道	255	31.4	33.7	26.3	2.0	2.7	3.9	34.9
	東北	416	34.6	39.2	20.0	2.6	2.2	1.4	26.2
	関東	2,092	30.6	36.0	24.5	3.8	2.3	2.7	33.3
	北陸	210	31.9	41.4	22.9	0.5	1.0	2.4	26.7
	中部	793	32.8	36.7	20.9	4.0	2.4	3.2	30.5
	近畿	1,055	34.9	35.0	21.3	3.1	2.5	3.2	30.1
	中国	340	31.5	37.9	22.1	3.5	3.2	1.8	30.6
	四国	178	34.3	34.3	21.3	3.4	3.4	3.4	31.5
	九州	661	35.9	34.2	23.9	2.1	2.0	2.0	30.0
子供の有無 未既婚×子	既婚×子あり	1,202	36.0	38.5	19.2	3.0	1.8	1.4	25.5
	既婚×子なし	2,678	26.8	36.8	26.4	3.7	2.8	3.4	36.4
	未婚×子あり	99	46.5	25.3	25.3	0.0	3.0	0.0	28.3
	未婚×子なし	2,021	38.0	34.3	20.2	2.9	2.1	2.6	27.7
農村との関係	出身・親族	856	27.5	36.0	28.0	4.6	2.1	1.9	36.6
	居住・仕事	856	33.3	34.9	23.0	2.7	3.5	2.6	31.8
	ふるさと納税	353	34.0	35.7	24.4	1.4	1.7	2.8	30.3
	旅行	279	28.3	36.6	23.3	3.6	3.9	4.3	35.1
	購入	245	20.0	35.5	31.0	4.1	5.7	3.7	44.5
	関わりはない	3,411	35.1	36.5	20.8	3.1	1.8	2.7	28.4

【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q7. あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

輸入・牛肉



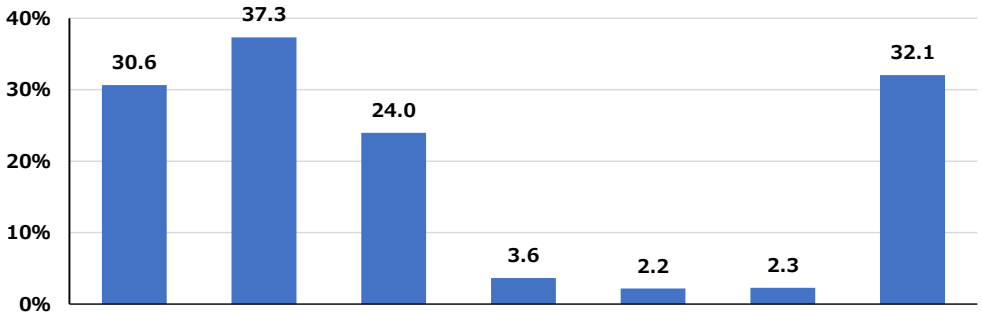
【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	40.9	34.1	17.9	2.3	1.6	3.3	25.0
性別	男性	2,910	39.4	32.3	20.2	2.7	2.2	3.3	28.3
	女性	3,090	42.3	35.8	15.6	1.9	1.0	3.3	21.9
年代	20代	714	46.2	34.5	12.7	2.4	1.4	2.8	19.3
	30代	826	42.9	39.0	12.7	2.2	1.5	1.8	18.2
	40代	1,074	42.1	35.3	16.4	1.9	1.1	3.3	22.6
	50代	975	44.8	32.5	16.5	1.6	1.0	3.5	22.7
	60代	920	38.3	32.5	21.0	2.3	1.7	4.2	29.2
	70代以上	1,491	35.4	32.4	23.1	3.0	2.3	3.7	32.2
性年代	男性20代	363	44.4	30.6	15.7	3.3	2.5	3.6	25.1
	男性30代	418	40.9	36.8	15.8	2.4	2.2	1.9	22.2
	男性40代	543	42.0	31.3	19.3	2.2	1.8	3.3	26.7
	男性50代	487	43.7	31.6	18.1	1.4	1.2	3.9	24.6
	男性60代	450	37.6	29.6	23.3	2.9	2.2	4.4	32.9
	男性70代以上	649	31.6	33.4	25.7	3.7	2.9	2.6	35.0
	女性20代	351	48.1	38.5	9.7	1.4	0.3	2.0	13.4
	女性30代	408	44.9	41.2	9.6	2.0	0.7	1.7	14.0
	女性40代	531	42.2	39.4	13.4	1.5	0.4	3.2	18.5
	女性50代	488	45.9	33.4	15.0	1.8	0.8	3.1	20.7
	女性60代	470	38.9	35.3	18.7	1.7	1.3	4.0	25.7
	女性70代以上	842	38.4	31.6	21.1	2.5	1.9	4.5	30.0
地域	北海道	255	39.2	33.3	18.4	2.4	1.2	5.5	27.5
	東北	416	41.6	36.8	15.9	1.7	1.7	2.4	21.6
	関東	2,092	39.0	33.7	19.6	2.9	1.8	3.1	27.4
	北陸	210	43.3	36.7	15.2	0.0	1.9	2.9	20.0
	中部	793	39.5	35.3	17.8	1.8	1.8	3.9	25.2
	近畿	1,055	43.7	31.7	17.3	2.6	1.2	3.6	24.6
	中国	340	40.6	37.4	16.5	2.4	1.2	2.1	22.1
	四国	178	40.4	35.4	15.7	2.8	2.8	2.8	24.2
	九州	661	43.9	33.7	16.3	1.5	1.2	3.3	22.4
子供の有無 未既婚×子	既婚×子あり	1,202	40.8	37.3	16.1	2.2	1.2	2.3	21.9
	既婚×子なし	2,678	38.4	33.5	20.1	2.4	1.8	3.8	28.2
	未婚×子あり	99	51.5	26.3	17.2	1.0	1.0	3.0	22.2
	未婚×子なし	2,021	43.7	33.4	15.9	2.2	1.5	3.2	22.9
農村との関係	出身・親族	856	36.0	37.0	20.6	2.5	1.2	2.8	27.0
	居住・仕事	856	37.4	35.0	19.4	2.1	2.0	4.1	27.6
	ふるさと納税	353	42.8	33.4	17.6	2.3	0.8	3.1	23.8
	旅行	279	34.8	36.9	17.2	3.6	3.6	3.9	28.3
	購入	245	35.1	32.7	22.4	2.4	2.4	4.9	32.2
	関わりはない	3,411	43.7	33.1	16.5	2.2	1.4	3.1	23.2

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q7. あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

国産・豚肉



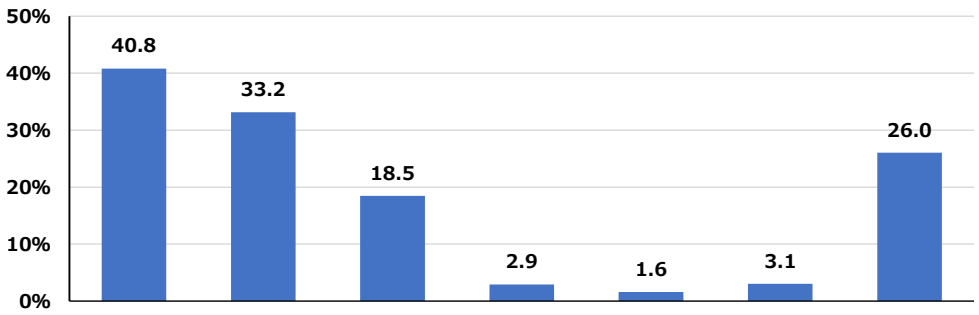
		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	30.6	37.3	24.0	3.6	2.2	2.3	32.1
性別	男性	2,910	32.1	32.9	25.3	4.2	2.6	3.1	35.1
	女性	3,090	29.3	41.5	22.8	3.1	1.8	1.6	29.2
年代	20代	714	41.7	33.6	17.4	4.6	1.3	1.4	24.6
	30代	826	35.5	39.5	18.9	3.1	1.6	1.5	25.1
	40代	1,074	34.6	37.0	21.5	3.2	1.7	2.0	28.4
	50代	975	35.7	37.2	20.4	2.3	1.5	2.9	27.1
	60代	920	25.8	36.2	28.3	3.9	2.5	3.4	38.0
	70代以上	1,491	19.5	38.9	31.4	4.5	3.5	2.3	41.6
性年代	男性20代	363	40.2	30.0	20.7	5.5	1.4	2.2	29.8
	男性30代	418	35.4	34.7	21.8	4.1	2.4	1.7	29.9
	男性40代	543	36.3	30.4	24.7	3.3	2.2	3.1	33.3
	男性50代	487	36.1	35.1	19.9	2.3	2.3	4.3	28.7
	男性60代	450	29.8	29.6	28.4	5.3	2.9	4.0	40.7
	男性70代以上	649	20.5	35.9	32.4	4.8	3.7	2.8	43.6
	女性20代	351	43.3	37.3	14.0	3.7	1.1	0.6	19.4
	女性30代	408	35.5	44.4	15.9	2.2	0.7	1.2	20.1
	女性40代	531	33.0	43.7	18.3	3.0	1.1	0.9	23.4
	女性50代	488	35.2	39.3	20.9	2.3	0.8	1.4	25.4
	女性60代	470	21.9	42.6	28.1	2.6	2.1	2.8	35.5
	女性70代以上	842	18.6	41.2	30.6	4.3	3.3	1.9	40.1
地域	北海道	255	31.0	33.3	26.7	3.1	2.4	3.5	35.7
	東北	416	33.7	38.9	21.4	3.1	1.9	1.0	27.4
	関東	2,092	28.7	37.0	25.8	4.4	2.0	2.2	34.4
	北陸	210	29.0	43.8	23.3	0.5	1.4	1.9	27.1
	中部	793	29.8	38.6	21.9	4.3	2.4	3.0	31.7
	近畿	1,055	32.1	36.2	23.3	3.3	2.1	2.9	31.7
	中国	340	30.9	36.8	23.5	4.7	2.9	1.2	32.4
	四国	178	33.1	38.2	19.7	3.4	3.4	2.2	28.7
	九州	661	33.1	37.2	23.9	1.8	2.1	1.8	29.7
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	34.2	38.9	20.4	3.9	1.4	1.2	27.0
	既婚×子なし	2,678	25.5	38.1	27.1	3.8	2.6	2.9	36.4
	未婚×子あり	99	44.4	28.3	22.2	3.0	2.0	0.0	27.3
	未婚×子なし	2,021	34.6	35.9	22.0	3.3	2.0	2.2	29.5
農村との関係	出身・親族	856	25.1	38.4	28.9	3.7	2.2	1.6	36.4
	居住・仕事	856	29.2	37.5	23.1	4.6	3.2	2.5	33.3
	ふるさと納税	353	32.6	35.4	25.5	2.8	1.4	2.3	32.0
	旅行	279	25.8	35.1	28.7	3.9	3.9	2.5	39.1
	購入	245	20.0	37.1	31.4	3.7	4.5	3.3	42.9
	関わりはない	3,411	33.3	37.4	21.9	3.4	1.7	2.3	29.3

【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q7. あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

輸入・豚肉



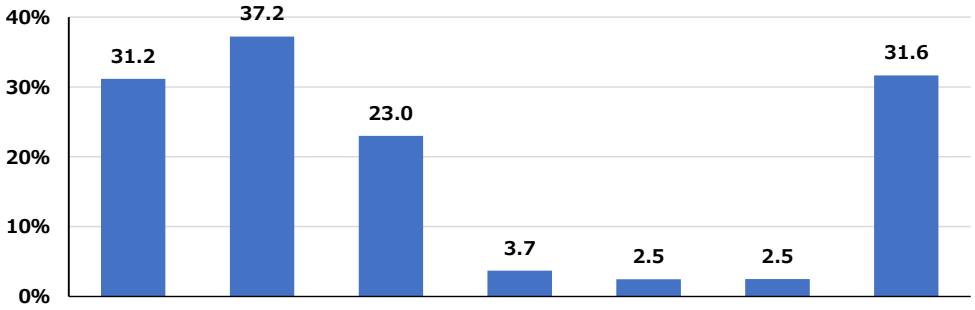
		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	40.8	33.2	18.5	2.9	1.6	3.1	26.0
性別	男性	2,910	38.9	31.2	21.2	3.6	2.1	3.0	29.9
	女性	3,090	42.6	35.0	15.9	2.2	1.1	3.1	22.4
年代	20代	714	45.1	32.4	14.4	4.9	0.8	2.4	22.5
	30代	826	42.6	36.7	14.8	3.0	1.3	1.6	20.7
	40代	1,074	41.9	34.2	16.8	2.6	1.6	3.0	23.9
	50代	975	44.6	32.8	16.1	1.6	1.3	3.5	22.6
	60代	920	38.5	31.8	21.5	2.3	1.8	4.0	29.7
	70代以上	1,491	35.9	31.9	23.3	3.4	2.1	3.4	32.2
性年代	男性20代	363	42.7	29.5	17.9	5.5	1.7	2.8	27.8
	男性30代	418	40.2	34.4	17.5	3.8	2.2	1.9	25.4
	男性40代	543	41.1	29.7	20.3	3.9	2.2	2.9	29.3
	男性50代	487	43.3	31.8	17.7	1.6	1.6	3.9	24.8
	男性60代	450	37.6	28.9	24.0	3.1	2.4	4.0	33.6
	男性70代以上	649	31.9	32.4	26.8	4.2	2.3	2.5	35.7
	女性20代	351	47.6	35.3	10.8	4.3	0.0	2.0	17.1
	女性30代	408	45.1	39.0	12.0	2.2	0.5	1.2	15.9
	女性40代	531	42.7	38.8	13.2	1.3	0.9	3.0	18.5
	女性50代	488	45.9	33.8	14.5	1.6	1.0	3.1	20.3
	女性60代	470	39.4	34.7	19.1	1.5	1.3	4.0	26.0
	女性70代以上	842	39.1	31.5	20.7	2.7	2.0	4.0	29.5
地域	北海道	255	42.0	30.6	17.6	2.7	2.0	5.1	27.5
	東北	416	41.3	37.0	16.6	2.2	1.2	1.7	21.6
	関東	2,092	38.7	32.4	21.0	3.2	1.9	2.8	28.9
	北陸	210	44.3	32.9	15.7	2.4	1.9	2.9	22.9
	中部	793	38.7	34.8	18.8	2.6	1.6	3.4	26.5
	近畿	1,055	43.5	31.6	17.0	3.4	1.0	3.5	24.9
	中国	340	41.8	32.9	18.5	3.2	1.5	2.1	25.3
	四国	178	40.4	36.0	15.7	2.8	2.8	2.2	23.6
	九州	661	43.6	34.0	15.6	2.1	1.2	3.5	22.4
子供の有無	既婚×子あり	1,202	40.8	35.9	16.4	3.2	1.5	2.2	23.3
	既婚×子なし	2,678	38.7	32.6	20.8	2.7	1.8	3.4	28.7
	未婚×子あり	99	49.5	28.3	14.1	3.0	1.0	4.0	22.2
	未婚×子なし	2,021	43.2	32.5	16.8	3.1	1.4	3.0	24.3
農村との関係	出身・親族	856	36.3	36.2	20.8	2.9	1.2	2.6	27.5
	居住・仕事	856	37.1	33.3	18.8	4.7	2.5	3.6	29.6
	ふるさと納税	353	44.5	30.9	18.1	2.8	0.8	2.8	24.6
	旅行	279	34.4	33.3	20.8	4.7	3.6	3.2	32.3
	購入	245	36.3	31.4	22.0	2.4	2.9	4.9	32.2
	関わりはない	3,411	43.3	32.7	17.4	2.4	1.3	2.9	24.0

【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q7. あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

国産・鶏肉



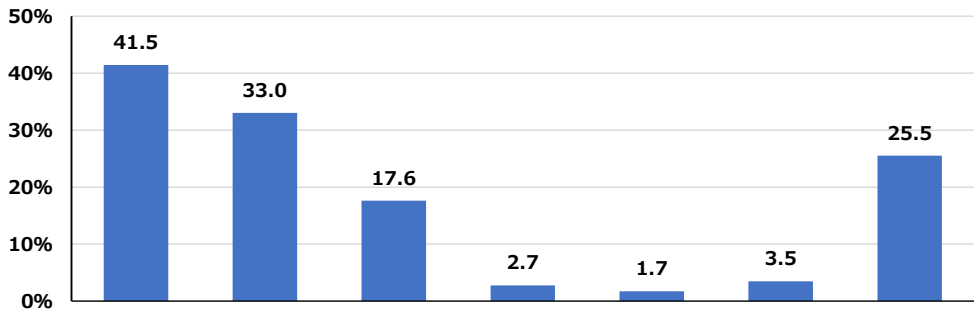
【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	31.2	37.2	23.0	3.7	2.5	2.5	31.6
性別	男性	2,910	32.3	32.9	23.9	4.4	3.2	3.3	34.8
	女性	3,090	30.1	41.3	22.1	3.0	1.8	1.7	28.6
年代	20代	714	43.0	32.6	15.1	4.8	2.5	2.0	24.4
	30代	826	35.6	39.2	17.1	3.8	2.7	1.7	25.2
	40代	1,074	35.0	36.9	20.5	3.4	2.1	2.1	28.1
	50代	975	36.0	36.8	20.3	2.3	1.5	3.1	27.2
	60代	920	26.1	36.3	28.2	3.6	2.3	3.6	37.6
	70代以上	1,491	20.2	39.4	30.4	4.4	3.3	2.3	40.4
性年代	男性20代	363	40.2	30.3	16.8	6.3	3.3	3.0	29.5
	男性30代	418	36.1	33.7	18.9	5.0	4.3	1.9	30.1
	男性40代	543	36.1	30.4	23.0	4.1	3.5	2.9	33.5
	男性50代	487	36.3	34.5	19.7	2.5	2.3	4.7	29.2
	男性60代	450	30.0	30.2	28.7	4.4	2.4	4.2	39.8
	男性70代以上	649	20.6	36.7	31.7	4.6	3.4	2.9	42.7
	女性20代	351	45.9	35.0	13.4	3.1	1.7	0.9	19.1
	女性30代	408	35.0	44.9	15.2	2.5	1.0	1.5	20.1
	女性40代	531	33.9	43.5	17.9	2.6	0.8	1.3	22.6
	女性50代	488	35.7	39.1	20.9	2.0	0.8	1.4	25.2
	女性60代	470	22.3	42.1	27.7	2.8	2.1	3.0	35.5
	女性70代以上	842	19.8	41.4	29.3	4.3	3.2	1.9	38.7
地域	北海道	255	31.0	33.7	25.1	3.5	2.4	4.3	35.3
	東北	416	34.9	38.2	20.4	2.9	2.4	1.2	26.9
	関東	2,092	28.9	37.3	25.0	4.3	2.2	2.3	33.8
	北陸	210	30.0	42.4	22.4	1.0	1.9	2.4	27.6
	中部	793	30.5	37.6	20.9	5.0	2.8	3.2	31.9
	近畿	1,055	33.0	36.2	21.9	3.4	2.4	3.1	30.8
	中国	340	32.1	37.6	22.1	3.8	2.9	1.5	30.3
	四国	178	33.1	38.8	19.1	3.4	3.9	1.7	28.1
	九州	661	33.3	36.6	23.3	2.3	2.6	2.0	30.1
子供の有無	既婚×子あり	1,202	34.4	38.3	20.0	3.7	2.2	1.5	27.4
	既婚×子なし	2,678	25.9	38.1	26.7	3.7	2.6	3.1	36.1
	未婚×子あり	99	46.5	29.3	20.2	1.0	3.0	0.0	24.2
	未婚×子なし	2,021	35.5	35.9	19.9	3.8	2.5	2.4	28.6
農村との関係	出身・親族	856	25.2	40.0	26.6	4.1	2.5	1.6	34.8
	居住・仕事	856	30.0	35.5	22.3	5.1	4.0	3.0	34.5
	ふるさと納税	353	33.7	35.4	24.1	2.8	1.4	2.5	30.9
	旅行	279	25.8	37.3	26.2	3.6	4.7	2.5	36.9
	購入	245	22.0	37.1	29.4	3.3	4.9	3.3	40.8
	関わりはない	3,411	33.7	37.1	21.4	3.4	1.8	2.5	29.1

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q7. あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

輸入・鶏肉



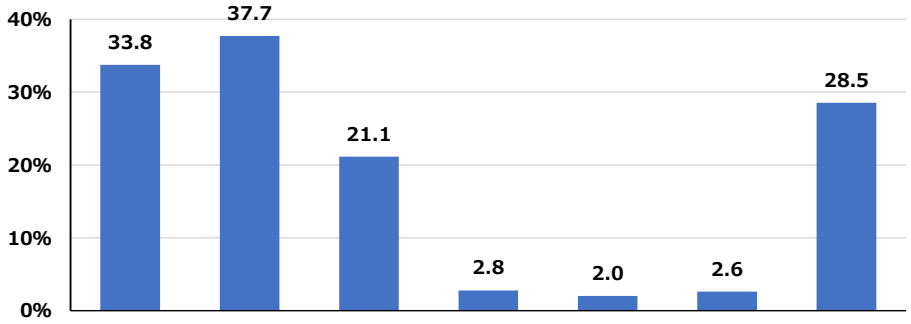
【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	41.5	33.0	17.6	2.7	1.7	3.5	25.5
性別	男性	2,910	39.5	31.2	20.1	3.3	2.2	3.7	29.3
	女性	3,090	43.3	34.8	15.3	2.2	1.2	3.2	21.9
年代	20代	714	45.4	32.6	13.0	4.3	1.4	3.2	22.0
	30代	826	42.6	36.7	13.2	3.1	1.9	2.4	20.7
	40代	1,074	42.7	33.9	16.1	2.0	1.6	3.6	23.4
	50代	975	45.0	32.6	15.6	1.7	1.4	3.6	22.4
	60代	920	39.3	31.5	21.3	2.0	1.6	4.2	29.1
	70代以上	1,491	37.0	31.8	22.4	3.4	2.0	3.5	31.3
性年代	男性20代	363	41.9	29.5	16.8	5.2	2.2	4.4	28.7
	男性30代	418	41.4	33.0	14.8	4.3	3.1	3.3	25.6
	男性40代	543	41.8	29.8	19.5	2.6	2.2	4.1	28.4
	男性50代	487	43.5	31.4	17.2	1.8	1.8	4.1	25.1
	男性60代	450	38.2	29.3	23.6	2.4	2.0	4.4	32.4
	男性70代以上	649	32.7	33.3	25.4	3.9	2.2	2.6	34.1
	女性20代	351	49.0	35.9	9.1	3.4	0.6	2.0	15.1
	女性30代	408	43.9	40.4	11.5	2.0	0.7	1.5	15.7
	女性40代	531	43.7	38.0	12.6	1.5	0.9	3.2	18.3
	女性50代	488	46.5	33.8	13.9	1.6	1.0	3.1	19.7
	女性60代	470	40.4	33.6	19.1	1.5	1.3	4.0	26.0
	女性70代以上	842	40.3	30.6	20.1	3.0	1.9	4.2	29.1
地域	北海道	255	42.4	29.8	18.4	2.4	2.0	5.1	27.8
	東北	416	41.8	36.8	15.1	1.9	2.2	2.2	21.4
	関東	2,092	39.4	32.4	19.9	3.1	2.0	3.2	28.2
	北陸	210	44.8	33.3	15.7	1.0	1.9	3.3	21.9
	中部	793	38.5	35.1	18.0	2.8	1.6	4.0	26.5
	近畿	1,055	44.7	31.0	16.0	3.2	0.9	4.1	24.3
	中国	340	43.2	32.6	16.8	2.9	1.2	3.2	24.1
	四国	178	40.4	36.5	14.6	3.4	2.8	2.2	23.0
	九州	661	44.0	33.9	15.6	1.7	1.5	3.3	22.1
子供の有無 未既婚×子	既婚×子あり	1,202	41.3	35.6	15.9	2.7	1.4	3.1	23.1
	既婚×子なし	2,678	39.2	32.7	19.9	2.7	1.9	3.6	28.1
	未婚×子あり	99	52.5	29.3	13.1	1.0	1.0	3.0	18.2
	未婚×子なし	2,021	44.0	32.2	15.8	2.9	1.7	3.5	23.8
農村との関係	出身・親族	856	37.6	36.2	18.7	3.3	1.3	2.9	26.2
	居住・仕事	856	37.5	32.7	19.4	2.9	2.6	4.9	29.8
	ふるさと納税	353	45.9	30.6	16.7	2.8	1.1	2.8	23.5
	旅行	279	36.6	32.6	19.0	4.3	3.2	4.3	30.8
	購入	245	36.7	32.7	20.4	2.0	3.3	4.9	30.6
	関わりはない	3,411	43.7	32.6	16.7	2.5	1.4	3.1	23.7

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q7. あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

ひき肉

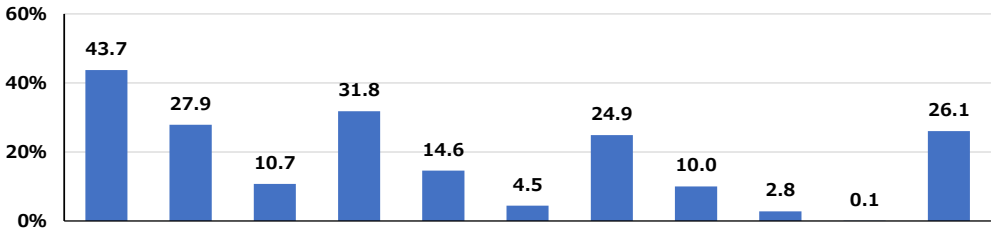


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	33.8	37.7	21.1	2.8	2.0	2.6	28.5
性別	男性	2,910	35.0	34.0	21.6	3.3	2.5	3.5	31.0
	女性	3,090	32.6	41.2	20.7	2.3	1.5	1.7	26.2
年代	20代	714	45.0	33.8	13.2	3.6	1.7	2.8	21.3
	30代	826	37.5	40.1	15.5	2.8	1.8	2.3	22.4
	40代	1,074	37.0	37.1	19.2	2.7	1.6	2.5	26.0
	50代	975	39.3	36.4	18.6	1.6	1.0	3.1	24.3
	60代	920	28.5	37.1	26.6	2.6	2.1	3.2	34.5
	70代以上	1,491	23.6	40.0	27.8	3.3	3.2	2.1	36.4
性年代	男性20代	363	43.0	29.5	16.8	4.1	2.5	4.1	27.5
	男性30代	418	36.4	36.6	17.7	3.3	2.9	3.1	27.0
	男性40代	543	38.9	30.8	21.0	3.3	2.4	3.7	30.4
	男性50代	487	39.6	35.3	17.5	1.4	1.4	4.7	25.1
	男性60代	450	32.2	32.0	26.7	3.3	2.2	3.6	35.8
	男性70代以上	649	25.0	37.9	27.0	4.3	3.5	2.3	37.1
	女性20代	351	47.0	38.2	9.4	3.1	0.9	1.4	14.8
	女性30代	408	38.7	43.6	13.2	2.2	0.7	1.5	17.6
	女性40代	531	35.0	43.5	17.3	2.1	0.8	1.3	21.5
	女性50代	488	38.9	37.5	19.7	1.8	0.6	1.4	23.6
	女性60代	470	24.9	41.9	26.6	1.9	1.9	2.8	33.2
	女性70代以上	842	22.6	41.7	28.4	2.5	3.0	1.9	35.7
地域	北海道	255	32.9	36.1	23.9	2.7	1.2	3.1	31.0
	東北	416	36.8	40.1	16.6	3.4	2.2	1.0	23.1
	関東	2,092	31.8	37.6	22.9	3.1	2.0	2.6	30.6
	北陸	210	35.2	41.4	19.0	1.0	1.4	1.9	23.3
	中部	793	32.5	38.7	19.9	3.4	2.1	3.3	28.8
	近畿	1,055	35.0	36.9	20.1	2.8	1.9	3.3	28.2
	中国	340	35.0	36.2	22.6	1.5	2.4	2.4	28.8
	四国	178	34.8	37.6	18.5	3.4	2.8	2.8	27.5
	九州	661	36.5	36.9	21.0	1.7	2.1	1.8	26.6
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	36.6	38.4	18.4	2.7	1.7	2.2	25.0
	既婚×子なし	2,678	29.0	38.7	24.1	2.9	2.3	2.9	32.3
	未婚×子あり	99	46.5	32.3	18.2	1.0	2.0	0.0	21.2
	未婚×子なし	2,021	37.7	36.2	19.0	2.7	1.8	2.6	26.1
農村との関係	出身・親族	856	29.8	39.4	24.5	2.6	1.9	1.9	30.8
	居住・仕事	856	32.2	36.3	20.8	3.9	3.4	3.4	31.4
	ふるさと納税	353	36.5	34.6	23.2	2.0	0.6	3.1	28.9
	旅行	279	29.0	38.0	23.3	2.5	3.9	3.2	33.0
	購入	245	24.9	40.8	24.5	2.0	4.5	3.3	34.3
	関わりはない	3,411	35.9	37.7	19.7	2.7	1.5	2.4	26.4

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

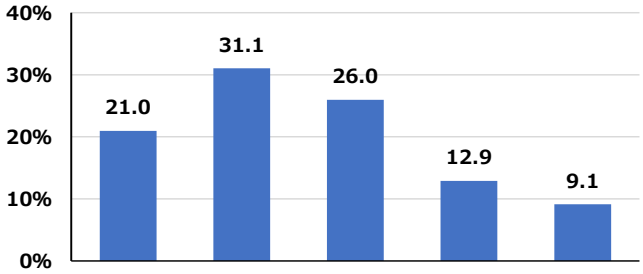
Q8. もしも収入が増えたとしたら、購入量を増やす食肉としてあてはまるものを、3つまでお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	国産牛肉(和牛)	国産牛肉(和牛以外の国産牛)	輸入牛肉	国産豚肉(銘柄豚)	国産豚肉(それ以外)	輸入豚肉	国産鶏肉(銘柄鶏・地鶏)	国産鶏肉(それ以外)	輸入鶏肉	その他	食肉の購入量を増やすことはない
全体		6,000	43.7	27.9	10.7	31.8	14.6	4.5	24.9	10.0	2.8	0.1	26.1
性別	男性	2,910	43.8	27.5	12.7	29.3	14.2	5.9	22.6	10.0	3.7	0.1	26.4
	女性	3,090	43.6	28.2	8.8	34.2	15.0	3.1	27.0	10.0	1.9	0.2	25.7
年代	20代	714	34.3	27.7	16.9	23.8	16.4	8.0	21.6	12.2	5.2	0.0	25.8
	30代	826	38.5	31.5	14.5	26.6	15.0	5.7	20.8	9.3	4.4	0.0	28.8
	40代	1,074	39.0	29.9	13.1	29.0	14.0	5.2	23.6	10.6	3.4	0.2	26.3
	50代	975	42.6	25.5	8.3	30.4	16.3	4.1	24.8	10.5	2.1	0.4	26.9
	60代	920	48.6	24.8	8.7	33.5	12.4	3.7	24.9	7.8	1.8	0.0	26.5
	70代以上	1,491	52.3	28.0	6.7	40.5	14.2	2.2	29.7	10.1	1.4	0.1	23.7
性年代	男性20代	363	38.8	25.6	16.3	23.4	16.5	9.6	20.9	10.5	5.2	0.0	25.1
	男性30代	418	42.1	29.4	15.8	26.8	13.6	6.9	20.1	8.6	6.7	0.0	27.5
	男性40代	543	36.5	30.2	15.8	24.7	14.0	7.2	21.0	10.9	4.6	0.0	28.5
	男性50代	487	41.1	26.1	11.3	29.0	14.4	5.1	21.6	9.2	3.1	0.2	27.5
	男性60代	450	48.7	25.8	11.3	30.2	13.3	5.1	22.4	9.3	2.0	0.0	25.8
	男性70代以上	649	52.7	27.4	8.2	37.8	13.9	3.1	27.4	11.1	2.0	0.2	24.3
	女性20代	351	29.6	29.9	17.7	24.2	16.2	6.3	22.2	14.0	5.1	0.0	26.5
	女性30代	408	34.8	33.6	13.2	26.5	16.4	4.4	21.6	10.0	2.0	0.0	30.1
	女性40代	531	41.6	29.6	10.4	33.3	13.9	3.2	26.2	10.4	2.1	0.4	23.9
	女性50代	488	44.1	25.0	5.3	31.8	18.2	3.1	28.1	11.7	1.0	0.6	26.2
	女性60代	470	48.5	23.8	6.2	36.6	11.5	2.3	27.2	6.4	1.7	0.0	27.2
	女性70代以上	842	52.0	28.4	5.6	42.6	14.4	1.5	31.5	9.3	1.0	0.0	23.2
地域	北海道	255	34.5	25.9	9.0	32.9	24.7	5.1	29.0	17.3	4.7	0.8	25.9
	東北	416	31.5	25.2	11.5	28.8	20.0	7.0	21.9	14.2	4.8	0.0	27.6
	関東	2,092	44.2	28.9	12.0	32.6	13.0	4.5	25.5	8.2	2.3	0.2	26.0
	北陸	210	36.7	30.0	13.8	28.6	21.0	6.2	21.4	15.2	2.4	0.0	25.7
	中部	793	42.2	25.7	8.7	32.7	15.3	2.9	24.1	10.1	1.9	0.0	29.1
	近畿	1,055	48.4	27.7	9.2	31.7	13.2	3.6	25.0	9.7	2.9	0.1	25.3
	中国	340	46.8	28.2	12.4	30.3	12.6	5.0	22.9	10.6	3.2	0.0	22.9
	四国	178	49.4	29.8	5.6	32.0	10.1	2.8	28.7	8.4	1.1	0.0	25.8
	九州	661	46.9	28.6	11.0	31.8	13.9	5.1	25.1	9.5	3.5	0.0	24.7
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	44.4	30.6	14.4	29.0	14.1	4.7	21.9	9.1	3.7	0.1	23.8
	既婚×子なし	2,678	48.8	27.1	7.8	35.9	14.2	3.1	27.9	9.5	1.5	0.2	24.5
	未婚×子あり	99	31.3	32.3	20.2	30.3	16.2	7.1	15.2	12.1	4.0	0.0	28.3
	未婚×子なし	2,021	37.2	27.1	11.9	28.2	15.4	5.9	23.2	11.2	3.9	0.0	29.3
農村との関係	出身・親族	856	47.0	33.1	10.7	40.1	17.1	4.6	31.5	13.1	2.3	0.0	17.8
	居住・仕事	856	47.5	28.6	15.5	34.5	16.9	4.9	27.0	10.5	4.3	0.2	18.1
	ふるさと納税	353	50.7	32.3	11.9	32.6	13.6	4.8	23.2	6.8	2.8	0.3	19.3
	旅行	279	55.2	33.0	13.3	39.1	14.7	3.2	29.7	11.1	2.2	0.4	17.2
	購入	245	52.7	34.7	11.0	42.9	17.6	3.3	35.5	12.7	2.4	0.0	16.3
	関わりはない	3,411	39.7	25.0	9.1	27.6	13.3	4.5	21.7	9.2	2.6	0.1	32.2

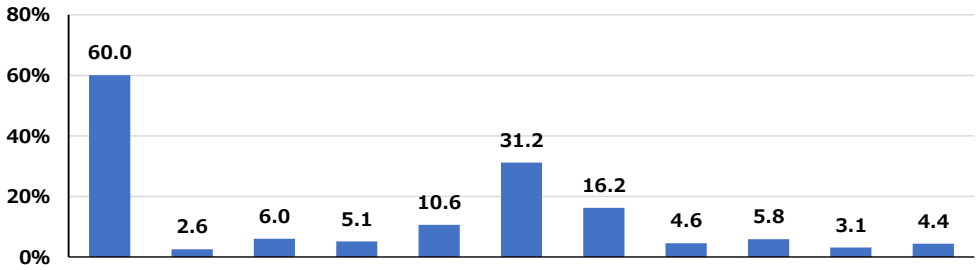
Q9. 普段、牛肉の中で購入する量が最も多いものは何ですか。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	和牛	和牛以外の国産牛	輸入牛肉	わからない（牛肉の種類は気にしない）	牛肉は購入しない
全体		6,000	21.0	31.1	26.0	12.9	9.1
性別	男性	2,910	20.1	29.7	28.6	13.6	8.0
	女性	3,090	21.8	32.4	23.5	12.2	10.2
年代	20代	714	15.5	26.9	26.2	17.8	13.6
	30代	826	17.3	26.6	28.0	16.9	11.1
	40代	1,074	16.9	28.7	31.1	13.4	9.9
	50代	975	18.7	30.8	29.3	11.7	9.5
	60代	920	23.8	33.2	25.1	10.0	7.9
	70代以上	1,491	28.2	36.1	19.4	10.5	5.8
性年代	男性20代	363	17.4	27.0	26.7	15.4	13.5
	男性30代	418	19.4	27.8	28.7	15.6	8.6
	男性40代	543	15.3	27.4	34.1	15.5	7.7
	男性50代	487	17.7	30.2	32.0	11.7	8.4
	男性60代	450	20.9	28.7	31.3	11.3	7.8
	男性70代以上	649	27.4	34.5	20.6	12.8	4.6
	女性20代	351	13.7	26.8	25.6	20.2	13.7
	女性30代	408	15.2	25.5	27.2	18.4	13.7
	女性40代	531	18.6	29.9	28.1	11.3	12.1
	女性50代	488	19.7	31.4	26.6	11.7	10.7
	女性60代	470	26.6	37.4	19.1	8.7	8.1
	女性70代以上	842	28.9	37.3	18.4	8.7	6.8
地域	北海道	255	12.9	23.5	34.5	14.1	14.9
	東北	416	13.9	22.1	37.7	15.1	11.1
	関東	2,092	20.0	28.4	29.3	12.4	9.9
	北陸	210	16.7	31.9	27.1	11.4	12.9
	中部	793	22.3	31.4	22.3	12.9	11.1
	近畿	1,055	26.6	34.8	19.9	12.5	6.2
	中国	340	22.4	32.4	25.6	13.2	6.5
	四国	178	20.2	42.1	15.7	16.9	5.1
	九州	661	21.8	37.7	21.3	12.3	7.0
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	17.8	30.5	32.5	11.5	7.7
	既婚×子なし	2,678	24.8	34.3	23.2	10.6	7.1
	未婚×子あり	99	17.2	27.3	28.3	13.1	14.1
	未婚×子なし	2,021	18.0	27.2	25.7	16.7	12.4
農村との関係	出身・親族	856	19.5	34.7	28.7	9.7	7.4
	居住・仕事	856	25.4	31.1	25.6	11.0	7.0
	ふるさと納税	353	20.7	37.7	28.3	8.2	5.1
	旅行	279	27.6	34.8	25.4	6.5	5.7
	購入	245	24.5	35.5	31.0	3.7	5.3
	関わりはない	3,411	19.5	28.8	24.8	15.8	11.1

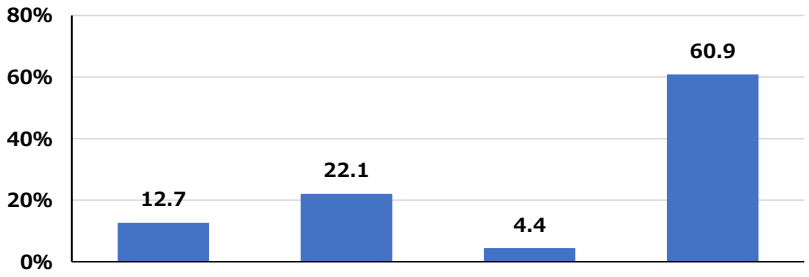
Q10. 牛肉を購入しない理由について、あてはまるものをすべてお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	価格が高いから〔コストパフォーマンスが悪いから〕	肉用牛は環境に悪影響を与えるから	脂肪が多く健康に悪いから	商品の当たり外れが大きいから	牛肉料理が苦手だから	牛肉より豚肉・鶏肉の方が好きだから	牛肉が好きではないから〔美味しいと思わないから〕	牛肉は食べない主義だから	牛肉は外食で食べているから	牛肉は惣菜で食べているから	その他
全体		548	60.0	2.6	6.0	5.1	10.6	31.2	16.2	4.6	5.8	3.1	4.4
性別	男性	233	58.8	2.6	7.3	6.0	9.0	25.3	14.6	4.7	7.3	6.0	5.2
	女性	315	61.0	2.5	5.1	4.4	11.7	35.6	17.5	4.4	4.8	1.0	3.8
年代	20代	97	62.9	2.1	10.3	8.2	8.2	22.7	13.4	3.1	7.2	10.3	3.1
	30代	92	63.0	2.2	4.3	3.3	8.7	25.0	14.1	4.3	4.3	4.3	4.3
	40代	106	66.0	0.9	3.8	3.8	5.7	26.4	13.2	4.7	6.6	1.9	2.8
	50代	93	57.0	0.0	5.4	4.3	21.5	35.5	19.4	3.2	6.5	1.1	3.2
	60代	73	52.1	2.7	8.2	4.1	12.3	41.1	17.8	1.4	6.8	0.0	8.2
	70代以上	87	56.3	8.0	4.6	6.9	8.0	40.2	20.7	10.3	3.4	0.0	5.7
性年代	男性20代	49	59.2	2.0	14.3	12.2	6.1	20.4	12.2	4.1	10.2	18.4	4.1
	男性30代	36	61.1	2.8	2.8	2.8	5.6	11.1	16.7	2.8	8.3	5.6	0.0
	男性40代	42	61.9	0.0	2.4	0.0	2.4	23.8	11.9	7.1	4.8	4.8	0.0
	男性50代	41	53.7	0.0	4.9	9.8	24.4	29.3	17.1	2.4	7.3	2.4	2.4
	男性60代	35	48.6	5.7	11.4	2.9	8.6	34.3	17.1	2.9	8.6	0.0	14.3
	男性70代以上	30	70.0	6.7	6.7	6.7	6.7	36.7	13.3	10.0	3.3	0.0	13.3
	女性20代	48	66.7	2.1	6.3	4.2	10.4	25.0	14.6	2.1	4.2	2.1	2.1
	女性30代	56	64.3	1.8	5.4	3.6	10.7	33.9	12.5	5.4	1.8	3.6	7.1
	女性40代	64	68.8	1.6	4.7	6.3	7.8	28.1	14.1	3.1	7.8	0.0	4.7
	女性50代	52	59.6	0.0	5.8	0.0	19.2	40.4	21.2	3.8	5.8	0.0	3.8
	女性60代	38	55.3	0.0	5.3	5.3	15.8	47.4	18.4	0.0	5.3	0.0	2.6
	女性70代以上	57	49.1	8.8	3.5	7.0	8.8	42.1	24.6	10.5	3.5	0.0	1.8
地域	北海道	38	36.8	0.0	5.3	2.6	21.1	60.5	23.7	5.3	5.3	5.3	2.6
	東北	46	69.6	0.0	2.2	6.5	6.5	28.3	21.7	4.3	2.2	0.0	10.9
	関東	207	59.4	3.9	5.3	5.8	10.1	28.5	15.0	2.9	8.7	3.4	3.9
	北陸	27	48.1	0.0	14.8	3.7	7.4	37.0	25.9	11.1	3.7	7.4	0.0
	中部	88	60.2	2.3	6.8	3.4	13.6	35.2	14.8	3.4	3.4	1.1	8.0
	近畿	65	67.7	3.1	3.1	4.6	7.7	23.1	13.8	6.2	6.2	4.6	1.5
	中国	22	50.0	4.5	4.5	4.5	13.6	27.3	18.2	4.5	0.0	0.0	9.1
	四国	9	77.8	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0
	九州	46	69.6	2.2	13.0	8.7	8.7	26.1	10.9	6.5	6.5	4.3	0.0
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	92	70.7	1.1	4.3	2.2	8.7	27.2	15.2	5.4	1.1	1.1	0.0
	既婚×子なし	191	54.5	4.2	4.2	3.1	11.5	33.5	18.8	3.7	7.3	0.5	5.8
	未婚×子あり	14	64.3	0.0	14.3	7.1	14.3	35.7	14.3	0.0	7.1	7.1	14.3
	未婚×子なし	251	60.2	2.0	7.6	7.6	10.4	30.7	14.7	5.2	6.4	5.6	4.4
農村との関係	出身・親族	63	60.3	4.8	4.8	4.8	19.0	46.0	12.7	4.8	9.5	0.0	6.3
	居住・仕事	60	63.3	3.3	11.7	10.0	8.3	28.3	18.3	5.0	5.0	5.0	5.0
	ふるさと納税	18	66.7	0.0	11.1	0.0	11.1	33.3	11.1	5.6	5.6	0.0	0.0
	旅行	16	62.5	6.3	12.5	0.0	6.3	18.8	25.0	6.3	0.0	0.0	0.0
	購入	13	76.9	7.7	23.1	23.1	30.8	46.2	46.2	7.7	7.7	0.0	7.7
	関わりはない	378	58.5	1.9	4.2	4.2	9.0	29.1	15.3	4.2	5.6	3.7	4.2

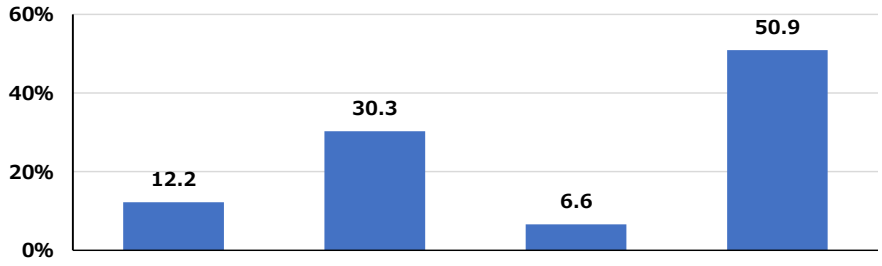
Q11. あなたは「和牛以外の国産牛」についてご存じでしたか。次の中から最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	交雑種と乳用種のことであると知っていた	交雑種のことであると思っていた	乳用種のことであると思っていた	どのような牛なのか知らなかった／考えたことがなかった
全体		6,000	12.7	22.1	4.4	60.9
性別	男性	2,910	16.1	22.7	5.7	55.6
	女性	3,090	9.4	21.5	3.2	65.9
年代	20代	714	12.0	19.6	7.3	61.1
	30代	826	10.8	18.8	5.2	65.3
	40代	1,074	10.8	22.8	3.7	62.7
	50代	975	13.7	22.1	3.0	61.2
	60代	920	12.9	22.4	3.7	61.0
	70代以上	1,491	14.5	24.3	4.5	56.7
性年代	男性20代	363	16.8	24.8	9.1	49.3
	男性30代	418	13.2	20.8	6.5	59.6
	男性40代	543	12.7	27.3	5.0	55.1
	男性50代	487	17.0	21.6	3.7	57.7
	男性60代	450	15.3	20.9	4.2	59.6
	男性70代以上	649	20.2	21.0	6.3	52.5
	女性20代	351	7.1	14.2	5.4	73.2
	女性30代	408	8.3	16.7	3.9	71.1
	女性40代	531	8.9	18.3	2.4	70.4
	女性50代	488	10.5	22.5	2.3	64.8
	女性60代	470	10.6	23.8	3.2	62.3
	女性70代以上	842	10.1	26.8	3.1	60.0
地域	北海道	255	16.9	15.7	7.1	60.4
	東北	416	10.6	20.2	5.3	63.9
	関東	2,092	11.8	21.1	4.4	62.6
	北陸	210	11.0	22.4	2.9	63.8
	中部	793	10.6	20.6	5.3	63.6
	近畿	1,055	13.4	27.1	2.9	56.6
	中国	340	15.0	22.4	5.0	57.6
	四国	178	15.2	20.2	4.5	60.1
	九州	661	15.1	22.5	4.2	58.1
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	12.8	21.5	3.7	62.0
	既婚×子なし	2,678	13.9	22.9	4.0	59.2
	未婚×子あり	99	16.2	12.1	7.1	64.6
	未婚×子なし	2,021	10.8	21.7	5.2	62.2
農村との関係	出身・親族	856	16.9	27.5	5.8	49.8
	居住・仕事	856	17.8	25.4	5.4	51.5
	ふるさと納税	353	14.2	28.3	5.4	52.1
	旅行	279	18.6	30.1	5.4	45.9
	購入	245	16.7	24.9	5.7	52.7
	関わりはない	3,411	9.4	18.4	3.5	68.7

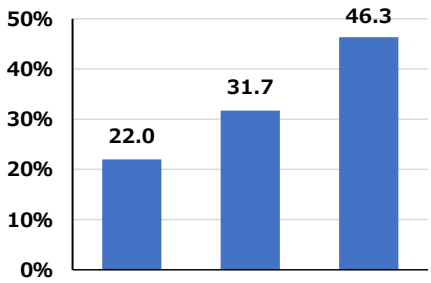
Q12. あなたは「交雑種」についてご存じでしたか。次の中から最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

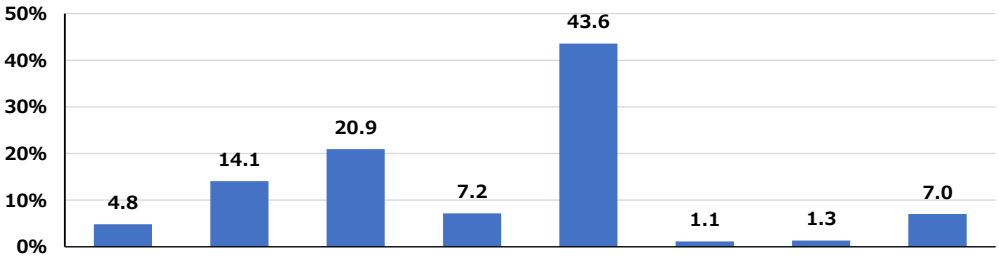
		n=	交雑種という言葉は知っており、和牛と乳用種を掛け合わせた牛であることも知っていた	交雑種という言葉は知っているが、和牛と乳用種を掛け合わせた牛であることは知らなかった	交雑種という言葉は知らないが、和牛と乳用種を掛け合わせた牛が生産・販売されていることは知っていた	交雑種という言葉も和牛と乳用種を掛け合わせた牛が生産・販売されていることも知らなかった
全体		6,000	12.2	30.3	6.6	50.9
性別	男性	2,910	15.9	29.6	7.4	47.2
	女性	3,090	8.7	31.0	5.9	54.4
年代	20代	714	11.2	23.4	10.8	54.6
	30代	826	11.0	27.6	7.5	53.9
	40代	1,074	10.2	30.3	6.7	52.8
	50代	975	12.5	29.3	6.9	51.3
	60代	920	12.9	33.3	5.2	48.6
	70代以上	1,491	14.1	33.9	4.7	47.4
性年代	男性20代	363	15.4	29.8	10.5	44.4
	男性30代	418	13.2	31.1	8.4	47.4
	男性40代	543	13.6	32.6	6.6	47.1
	男性50代	487	16.4	26.7	8.4	48.5
	男性60代	450	15.8	28.4	6.7	49.1
	男性70代以上	649	19.4	28.8	5.2	46.5
	女性20代	351	6.8	16.8	11.1	65.2
	女性30代	408	8.8	24.0	6.6	60.5
	女性40代	531	6.8	27.9	6.8	58.6
	女性50代	488	8.6	32.0	5.3	54.1
	女性60代	470	10.2	37.9	3.8	48.1
	女性70代以上	842	10.0	37.8	4.3	48.0
地域	北海道	255	16.1	23.9	7.5	52.5
	東北	416	12.0	23.8	8.7	55.5
	関東	2,092	10.3	28.9	6.5	54.3
	北陸	210	10.0	29.0	7.1	53.8
	中部	793	10.3	28.8	5.9	55.0
	近畿	1,055	15.4	34.8	6.5	43.3
	中国	340	14.4	34.1	6.8	44.7
	四国	178	14.0	30.9	9.0	46.1
	九州	661	13.2	34.2	5.1	47.5
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	13.3	28.6	6.6	51.5
	既婚×子なし	2,678	12.6	32.3	5.6	49.4
	未婚×子あり	99	12.1	29.3	8.1	50.5
	未婚×子なし	2,021	11.0	28.6	7.9	52.5
農村との関係	出身・親族	856	16.2	39.7	5.4	38.7
	居住・仕事	856	16.2	33.5	7.8	42.4
	ふるさと納税	353	15.3	35.7	8.2	40.8
	旅行	279	15.8	37.6	11.1	35.5
	購入	245	17.1	34.7	5.3	42.9
	関わりはない	3,411	9.2	25.6	6.2	59.0

Q13. あなたはスーパーマーケットや肉屋などの食肉売り場で、「交雑種」（「交雑牛」を含む）と表示・説明されている牛肉を見たことがありますか。



【比率の差】 全体+10ポイント / 全体+5ポイント / 全体−5ポイント / 全体−10ポイント		n=	見たことがある	見たことはない	わからない/意識したことがない
全体		6,000	22.0	31.7	46.3
性別	男性	2,910	22.7	31.1	46.2
	女性	3,090	21.3	32.2	46.5
年代	20代	714	18.1	33.1	48.9
	30代	826	21.3	30.6	48.1
	40代	1,074	22.7	30.8	46.5
	50代	975	24.4	29.8	45.7
	60代	920	23.7	31.5	44.8
	70代以上	1,491	21.0	33.6	45.4
性年代	男性20代	363	23.7	32.2	44.1
	男性30代	418	24.4	30.4	45.2
	男性40代	543	23.6	31.3	45.1
	男性50代	487	24.6	28.7	46.6
	男性60代	450	21.8	31.1	47.1
	男性70代以上	649	19.6	32.7	47.8
	女性20代	351	12.3	33.9	53.8
	女性30代	408	18.1	30.9	51.0
	女性40代	531	21.8	30.3	47.8
	女性50代	488	24.2	30.9	44.9
	女性60代	470	25.5	31.9	42.6
	女性70代以上	842	22.1	34.3	43.6
地域	北海道	255	13.7	39.2	47.1
	東北	416	18.3	31.3	50.5
	関東	2,092	16.7	34.3	49.0
	北陸	210	24.3	28.6	47.1
	中部	793	16.1	33.8	50.1
	近畿	1,055	33.2	25.8	41.0
	中国	340	27.1	32.6	40.3
	四国	178	27.0	33.1	39.9
	九州	661	28.4	28.0	43.6
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	26.9	29.8	43.3
	既婚×子なし	2,678	23.0	32.4	44.5
	未婚×子あり	99	17.2	25.3	57.6
	未婚×子なし	2,021	17.9	32.2	50.0
農村との関係	出身・親族	856	28.7	30.5	40.8
	居住・仕事	856	29.7	30.1	40.2
	ふるさと納税	353	27.2	30.9	41.9
	旅行	279	27.6	33.3	39.1
	購入	245	27.8	32.7	39.6
	関わりはない	3,411	16.9	32.3	50.8

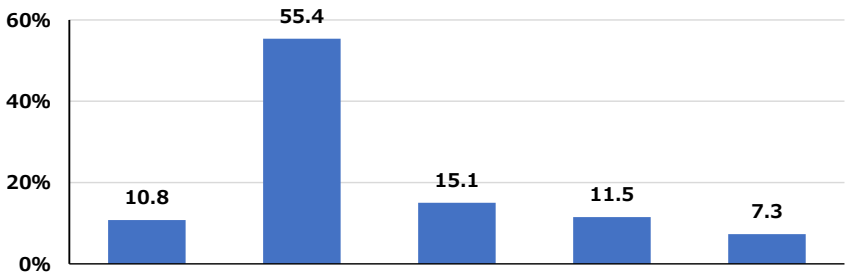
Q14.「交雑種」（「交雑牛」を含む）と表示・説明されている牛肉が売られていたら、あなたは購入したいと思いますか。次の中から最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	交雑種はサシの入り具合や肉質が好みに合うので、値段にかかわらず交雑種の牛肉を購入する	交雑種は肉質と値段のバランスが良いので、交雑種の牛肉を購入する	和牛は好きだが値段が高いので、その代わりに交雑種の牛肉を購入する	サシのしっかり入った牛肉が好きなので、値段は高くても交雑種ではなく和牛の牛肉を購入する	特に興味や感想はない/牛肉の状態を見て購入するので交雑種の表記は気にしていない	交雑種の牛肉の購入は控えている	その他	牛肉は購入しない
全体		6,000	4.8	14.1	20.9	7.2	43.6	1.1	1.3	7.0
性別	男性	2,910	6.0	16.8	19.5	6.8	42.8	0.8	1.3	6.0
	女性	3,090	3.7	11.5	22.3	7.5	44.3	1.4	1.3	7.9
年代	20代	714	9.2	17.5	14.4	4.1	45.1	0.4	0.3	9.0
	30代	826	7.3	14.3	18.9	5.2	45.0	0.6	0.7	8.0
	40代	1,074	4.4	16.6	19.8	5.3	44.5	0.3	1.3	7.8
	50代	975	3.1	14.6	21.1	6.9	43.1	1.6	1.3	8.3
	60代	920	3.6	13.0	22.8	8.3	43.3	1.3	2.0	5.8
	70代以上	1,491	3.6	10.8	24.7	10.5	41.9	1.9	1.7	4.9
性年代	男性20代	363	12.4	20.7	12.9	5.5	38.0	0.8	0.6	9.1
	男性30代	418	7.9	16.7	20.1	4.8	43.5	0.5	0.2	6.2
	男性40代	543	4.8	20.6	18.2	5.2	44.9	0.2	0.6	5.5
	男性50代	487	3.1	15.6	20.9	7.2	43.1	1.0	1.4	7.6
	男性60代	450	4.7	14.7	22.2	8.2	41.8	0.9	2.0	5.6
	男性70代以上	649	5.2	13.9	20.6	8.8	43.8	1.4	2.5	3.9
	女性20代	351	6.0	14.2	16.0	2.6	52.4	0.0	0.0	8.8
	女性30代	408	6.6	11.8	17.6	5.6	46.6	0.7	1.2	9.8
	女性40代	531	4.0	12.4	21.5	5.5	44.1	0.4	2.1	10.2
	女性50代	488	3.1	13.5	21.3	6.6	43.0	2.3	1.2	9.0
	女性60代	470	2.6	11.5	23.4	8.3	44.7	1.7	1.9	6.0
	女性70代以上	842	2.3	8.4	27.8	11.9	40.4	2.4	1.2	5.7
地域	北海道	255	3.5	12.5	19.2	4.7	47.5	0.4	0.8	11.4
	東北	416	4.8	15.1	20.0	4.6	44.5	0.7	1.9	8.4
	関東	2,092	4.9	13.5	19.6	8.2	44.2	0.9	1.3	7.4
	北陸	210	3.8	11.4	21.0	6.2	44.3	1.0	1.0	11.4
	中部	793	3.2	12.2	21.1	7.6	45.0	1.1	1.5	8.3
	近畿	1,055	5.0	15.0	23.2	7.2	41.7	1.8	1.1	4.9
	中国	340	6.2	17.4	20.6	8.5	40.0	0.3	1.2	5.9
	四国	178	5.6	15.2	27.0	5.6	40.4	0.6	1.1	4.5
	九州	661	6.2	15.3	21.0	5.7	43.3	2.1	1.4	5.0
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	6.8	16.4	21.0	5.7	43.3	0.6	0.7	5.6
	既婚×子なし	2,678	4.0	12.5	23.6	8.3	42.9	1.5	1.5	5.8
	未婚×子あり	99	8.1	11.1	18.2	5.1	43.4	1.0	3.0	10.1
	未婚×子なし	2,021	4.6	14.8	17.5	6.6	44.6	1.0	1.4	9.4
農村との関係	出身・親族	856	4.3	18.1	28.2	6.4	35.4	0.6	1.5	5.5
	居住・仕事	856	9.5	18.5	20.0	6.7	38.4	1.3	1.4	4.3
	ふるさと納税	353	5.9	17.6	25.5	9.6	36.8	0.6	0.6	3.4
	旅行	279	7.9	20.8	25.1	6.5	31.5	3.2	1.1	3.9
	購入	245	5.3	11.4	30.6	7.8	35.5	2.9	2.4	4.1
	関わりはない	3,411	3.4	11.2	17.9	7.2	49.2	1.0	1.3	8.9

Q15. あなたは牛肉を購入する際に格付（A5、A4、5等級、4等級など）を意識していますか。

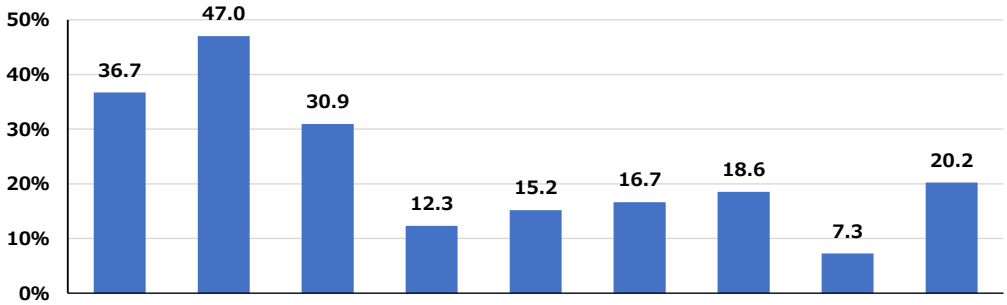


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	格付を確認して購入している	格付の意味は知っているが、あまり気にしていない（価格、鮮度、肉質等で判断している）	格付が表示されている食肉を見たことがない／気づかなかった	格付の意味を知らなかった／格付けがあることを知らなかった	牛肉は購入しない
全体		6,000	10.8	55.4	15.1	11.5	7.3
性別	男性	2,910	10.8	57.5	14.2	11.1	6.3
	女性	3,090	10.7	53.4	15.8	11.8	8.3
年代	20代	714	10.1	44.1	15.5	20.2	10.1
	30代	826	9.8	48.8	16.5	16.6	8.4
	40代	1,074	8.5	54.7	16.0	12.8	7.9
	50代	975	10.5	59.9	13.6	7.5	8.5
	60代	920	13.0	57.8	14.1	9.1	5.9
	70代以上	1,491	12.0	60.4	14.8	7.6	5.2
性年代	男性20代	363	12.9	44.1	16.5	16.5	9.9
	男性30代	418	12.0	49.8	16.0	16.5	5.7
	男性40代	543	9.2	56.5	14.4	13.8	6.1
	男性50代	487	9.9	61.8	13.3	7.0	8.0
	男性60代	450	9.3	60.9	13.8	10.0	6.0
	男性70代以上	649	12.0	65.3	12.6	6.2	3.9
	女性20代	351	7.1	44.2	14.5	23.9	10.3
	女性30代	408	7.6	47.8	16.9	16.7	11.0
	女性40代	531	7.7	52.9	17.7	11.9	9.8
	女性50代	488	11.1	58.0	13.9	8.0	9.0
	女性60代	470	16.6	54.9	14.5	8.3	5.7
	女性70代以上	842	12.0	56.7	16.5	8.7	6.2
地域	北海道	255	7.1	49.8	20.8	10.2	12.2
	東北	416	6.0	51.2	19.0	14.2	9.6
	関東	2,092	13.0	55.5	13.3	10.5	7.6
	北陸	210	11.0	51.4	15.7	11.9	10.0
	中部	793	8.2	56.6	16.3	10.3	8.6
	近畿	1,055	10.9	56.3	14.7	12.5	5.6
	中国	340	12.1	50.9	17.9	13.5	5.6
	四国	178	9.0	55.1	19.1	12.4	4.5
	九州	661	10.4	60.4	12.1	11.6	5.4
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	9.5	54.6	17.3	13.1	5.6
	既婚×子なし	2,678	12.7	58.5	13.6	9.3	5.9
	未婚×子あり	99	8.1	51.5	17.2	13.1	10.1
	未婚×子なし	2,021	9.1	51.9	15.5	13.4	10.1
農村との関係	出身・親族	856	11.6	62.0	14.4	6.5	5.5
	居住・仕事	856	14.8	55.3	14.6	10.4	4.9
	ふるさと納税	353	12.2	62.0	15.3	6.8	3.7
	旅行	279	15.1	66.7	10.0	4.3	3.9
	購入	245	11.4	71.0	10.2	2.9	4.5
	関わりはない	3,411	9.0	51.0	16.1	14.7	9.3

Q16. 現在、牛肉の購入を減らして、豚肉や鶏肉を購入することが多くなっていると言われています。
次の中から、牛肉・豚肉・鶏肉について、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

豚肉へのシフト

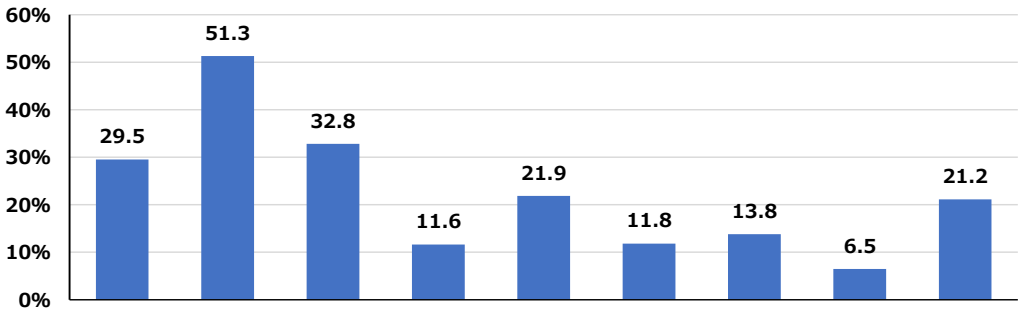


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特にシフトしていない
全体		6,000	36.7	47.0	30.9	12.3	15.2	16.7	18.6	7.3	20.2
性別	男性	2,910	36.4	47.0	31.1	10.2	12.7	10.4	12.6	6.5	21.3
	女性	3,090	37.0	47.1	30.8	14.4	17.5	22.5	24.1	8.0	19.3
年代	20代	714	36.7	45.0	26.9	11.1	9.1	11.1	11.6	6.7	20.6
	30代	826	39.3	47.7	33.9	8.7	10.4	11.4	14.0	6.5	21.4
	40代	1,074	38.5	52.1	34.9	11.2	10.0	12.6	17.6	6.9	18.8
	50代	975	39.2	49.1	31.3	15.6	15.1	18.9	20.6	6.6	20.2
	60代	920	34.5	44.3	29.2	12.4	17.3	17.8	17.9	6.1	21.5
	70代以上	1,491	33.9	44.3	29.2	13.6	23.3	23.0	24.1	9.5	19.7
性年代	男性20代	363	38.8	41.0	27.0	11.8	11.6	10.5	11.0	7.4	21.2
	男性30代	418	38.0	45.2	33.5	7.9	9.6	8.9	11.2	5.5	23.9
	男性40代	543	39.0	50.3	35.2	9.6	9.2	7.6	11.6	4.8	20.4
	男性50代	487	37.6	48.5	30.2	10.7	10.5	10.3	13.1	6.2	19.7
	男性60代	450	34.0	46.2	30.7	9.8	13.3	11.1	11.1	6.2	20.4
	男性70代以上	649	32.7	48.1	29.3	11.1	19.7	13.6	15.9	8.5	22.0
	女性20代	351	34.5	49.0	26.8	10.3	6.6	11.7	12.3	6.0	19.9
	女性30代	408	40.7	50.2	34.3	9.6	11.3	14.0	16.9	7.6	18.9
	女性40代	531	37.9	54.0	34.7	12.8	10.7	17.7	23.7	9.0	17.1
	女性50代	488	40.8	49.8	32.4	20.5	19.7	27.5	28.1	7.0	20.7
	女性60代	470	34.9	42.6	27.9	14.9	21.1	24.3	24.5	6.0	22.6
	女性70代以上	842	34.8	41.3	29.1	15.6	26.1	30.3	30.4	10.2	17.8
地域	北海道	255	42.4	46.7	27.1	14.1	12.5	18.8	21.6	9.0	21.6
	東北	416	35.6	45.9	25.5	13.7	11.8	15.6	20.4	7.2	21.6
	関東	2,092	36.3	44.4	31.9	12.0	14.7	17.0	18.9	7.5	21.3
	北陸	210	33.8	51.4	34.3	11.4	14.8	17.6	16.7	7.6	21.4
	中部	793	35.8	47.2	30.9	12.1	14.0	17.5	19.2	7.2	18.9
	近畿	1,055	36.6	49.7	32.0	14.0	17.0	16.9	17.4	7.2	19.8
	中国	340	35.3	50.0	26.8	12.1	17.1	15.9	19.7	6.2	20.0
	四国	178	42.7	51.1	29.2	12.4	19.7	14.0	15.2	4.5	17.4
	九州	661	38.0	48.0	32.7	10.0	16.5	14.7	17.1	7.4	18.3
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	38.2	52.7	34.2	17.1	9.6	14.9	17.2	6.5	15.7
	既婚×子なし	2,678	35.7	45.4	30.2	14.5	19.2	19.6	21.2	7.6	20.2
	未婚×子あり	99	33.3	48.5	25.3	14.1	12.1	13.1	11.1	5.1	18.2
	未婚×子なし	2,021	37.5	45.8	30.3	6.6	13.4	13.9	16.1	7.5	23.1
農村との関係	出身・親族	856	42.6	52.7	39.6	16.4	19.5	20.0	23.8	10.4	13.2
	居住・仕事	856	43.6	48.2	31.7	17.6	17.4	19.4	20.7	8.6	13.8
	ふるさと納税	353	34.8	52.7	36.8	11.3	16.4	14.7	16.7	5.4	13.0
	旅行	279	39.8	50.9	36.9	11.5	17.6	19.7	21.5	11.8	11.5
	購入	245	38.4	48.2	38.0	21.6	18.0	30.6	23.3	10.2	15.9
	関わりはない	3,411	33.4	44.3	27.0	9.5	13.0	14.1	16.3	5.8	25.4

Q16. 現在、牛肉の購入を減らして、豚肉や鶏肉を購入することが多くなっていると言われています。
次の中から、牛肉・豚肉・鶏肉について、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

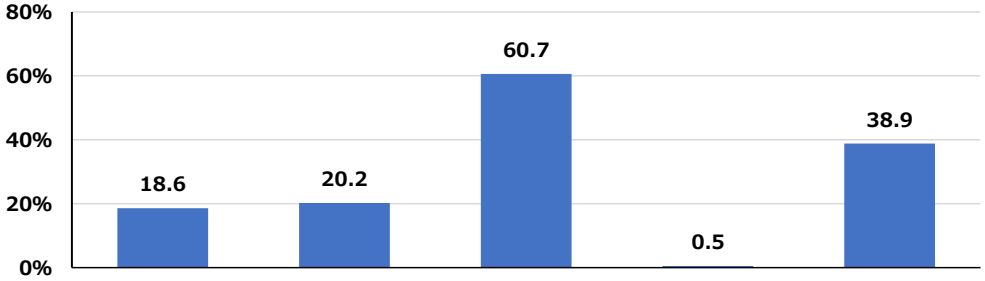
鶏肉へのシフト



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+5ポイント
全体−5ポイント
全体−10ポイント

		n=	美味しいから	安いから	コストパフォーマンスが良いから	家族が好きだから	健康に良いから	メニューのバリエーションが多いから	調理しやすいから	食べ応えがあるから	特にシフトしていない
全体		6,000	29.5	51.3	32.8	11.6	21.9	11.8	13.8	6.5	21.2
性別	男性	2,910	29.0	50.7	33.3	9.8	18.4	7.2	9.2	5.5	22.0
	女性	3,090	29.9	51.9	32.3	13.4	25.1	16.1	18.1	7.4	20.3
年代	20代	714	32.2	46.1	29.4	9.4	12.6	10.6	9.8	6.7	20.2
	30代	826	34.7	52.4	35.1	9.6	16.1	9.0	11.6	5.8	20.6
	40代	1,074	33.7	55.0	37.3	11.5	15.1	9.9	12.0	7.2	18.9
	50代	975	33.2	53.0	33.5	13.5	19.5	13.2	15.2	6.2	20.7
	60代	920	25.9	50.3	31.0	11.6	24.3	11.6	13.7	4.9	23.0
	70代以上	1,491	22.1	49.9	30.5	12.7	34.4	14.5	17.4	7.4	22.7
性年代	男性20代	363	32.8	41.6	29.8	9.9	11.3	11.0	9.1	6.6	21.8
	男性30代	418	32.5	47.1	35.6	7.9	14.4	5.7	7.9	4.3	23.9
	男性40代	543	34.3	52.1	37.4	9.9	12.5	6.1	8.3	5.2	20.1
	男性50代	487	31.6	53.0	33.1	10.9	15.6	7.2	8.4	5.7	20.3
	男性60代	450	24.4	53.3	33.1	8.4	20.9	6.4	9.1	4.7	22.0
	男性70代以上	649	21.6	53.2	30.8	10.8	30.4	7.6	11.7	6.5	23.9
	女性20代	351	31.6	50.7	29.1	8.8	14.0	10.3	10.5	6.8	18.5
	女性30代	408	37.0	57.8	34.6	11.3	17.9	12.3	15.4	7.4	17.2
	女性40代	531	33.1	58.0	37.3	13.0	17.7	13.7	15.8	9.2	17.7
	女性50代	488	34.8	53.1	34.0	16.2	23.4	19.3	21.9	6.6	21.1
	女性60代	470	27.2	47.4	28.9	14.7	27.7	16.6	18.1	5.1	24.0
	女性70代以上	842	22.4	47.4	30.3	14.1	37.5	19.8	21.9	8.2	21.7
地域	北海道	255	36.5	53.7	29.8	13.3	20.4	16.5	21.2	7.1	22.0
	東北	416	29.1	51.2	27.2	12.5	19.2	12.0	15.1	5.8	22.8
	関東	2,092	29.4	49.2	35.1	11.0	22.2	11.5	12.9	6.4	21.7
	北陸	210	27.6	56.2	35.2	9.5	19.5	13.3	15.7	8.6	21.4
	中部	793	27.2	51.7	29.3	11.0	21.3	12.9	14.4	5.9	20.9
	近畿	1,055	30.0	52.3	32.8	12.9	21.4	12.0	13.7	6.9	21.2
	中国	340	25.9	50.3	28.5	12.6	24.1	10.3	13.2	6.5	21.8
	四国	178	36.0	57.9	34.8	15.7	23.0	12.4	10.1	5.6	16.3
	九州	661	29.8	52.0	35.4	10.1	23.8	9.2	13.3	6.7	19.2
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	31.8	57.2	36.9	16.6	13.8	10.9	12.1	7.0	15.8
	既婚×子なし	2,678	25.8	50.7	31.4	13.3	27.1	13.2	15.2	5.8	21.9
	未婚×子あり	99	29.3	50.5	23.2	13.1	19.2	9.1	10.1	6.1	17.2
	未婚×子なし	2,021	33.1	48.5	32.6	6.3	19.8	10.6	13.2	7.1	23.5
農村との関係	出身・親族	856	32.2	59.2	41.6	15.1	30.8	13.7	17.5	8.6	14.1
	居住・仕事	856	32.4	53.2	33.6	16.4	23.7	14.0	14.7	8.8	14.8
	ふるさと納税	353	30.9	54.4	37.1	10.2	20.7	11.0	11.3	6.5	13.9
	旅行	279	32.6	55.2	40.1	12.5	26.5	14.3	16.5	8.2	12.5
	購入	245	33.1	55.9	40.0	17.6	33.9	22.4	20.4	8.2	16.7
	関わりはない	3,411	27.4	47.8	28.8	9.2	18.0	9.9	12.2	5.1	26.3

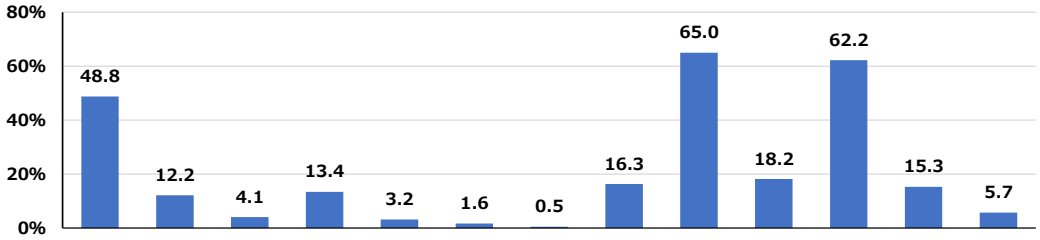
Q17. もしも、牛肉と豚肉の価格差が現状より小さくなった（価格が近くなった）としたら、牛肉と豚肉の購入量・頻度はどのように変化しますか。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	豚肉を減らして、牛肉を増やす	豚肉は変えずに、牛肉を増やす	豚肉も牛肉も特に変えない	その他	牛肉を増やす合計
全体		6,000	18.6	20.2	60.7	0.5	38.9
性別	男性	2,910	20.2	18.9	60.4	0.5	39.1
	女性	3,090	17.1	21.5	60.9	0.5	38.6
年代	20代	714	21.7	23.7	54.5	0.1	45.4
	30代	826	21.7	20.5	57.5	0.4	42.1
	40代	1,074	21.7	19.3	58.5	0.6	41.0
	50代	975	14.8	20.9	63.8	0.5	35.7
	60代	920	17.6	17.5	64.7	0.2	35.1
	70代以上	1,491	16.4	20.4	62.4	0.9	36.8
性年代	男性20代	363	23.4	23.7	52.6	0.3	47.1
	男性30代	418	23.2	21.1	55.7	0.0	44.3
	男性40代	543	22.1	17.5	60.0	0.4	39.6
	男性50代	487	16.0	19.1	64.5	0.4	35.1
	男性60代	450	20.0	16.9	62.7	0.4	36.9
	男性70代以上	649	18.2	17.4	63.3	1.1	35.6
	女性20代	351	19.9	23.6	56.4	0.0	43.6
	女性30代	408	20.1	19.9	59.3	0.7	40.0
	女性40代	531	21.3	21.1	56.9	0.8	42.4
	女性50代	488	13.5	22.7	63.1	0.6	36.3
	女性60代	470	15.3	18.1	66.6	0.0	33.4
	女性70代以上	842	15.0	22.7	61.6	0.7	37.6
地域	北海道	255	11.8	15.7	72.5	0.0	27.5
	東北	416	14.9	16.8	67.3	1.0	31.7
	関東	2,092	19.6	22.1	57.7	0.5	41.8
	北陸	210	15.7	21.0	63.3	0.0	36.7
	中部	793	16.5	20.4	62.4	0.6	36.9
	近畿	1,055	20.1	19.0	60.7	0.3	39.1
	中国	340	21.5	20.9	56.2	1.5	42.4
	四国	178	24.7	16.9	58.4	0.0	41.6
	九州	661	18.3	20.3	61.1	0.3	38.6
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	23.5	23.0	53.3	0.2	46.5
	既婚×子なし	2,678	16.8	19.8	63.0	0.4	36.6
	未婚×子あり	99	19.2	23.2	55.6	2.0	42.4
	未婚×子なし	2,021	18.1	19.0	62.1	0.7	37.1
農村との関係	出身・親族	856	21.7	23.6	54.4	0.2	45.3
	居住・仕事	856	23.8	21.3	54.3	0.6	45.1
	ふるさと納税	353	22.4	25.8	51.8	0.0	48.2
	旅行	279	26.5	25.1	47.7	0.7	51.6
	購入	245	20.8	22.0	56.3	0.8	42.9
	関わりはない	3,411	15.3	18.0	66.1	0.6	33.4

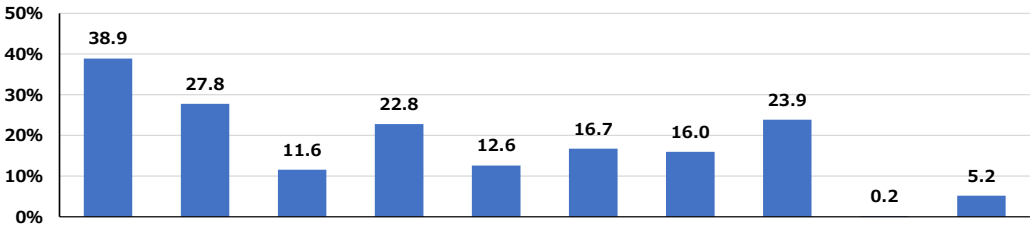
Q18. 畜産物を生産するためには様々な費用がかかっていますが、上記の図（P.付10）をご覧になって、畜産物の生産にかかる飼料費（エサ代）の割合について、あなたはどのように感じましたか。次の中から最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	初めて知ったが、飼料費の割合が高いと感じた	初めて知ったが、割合は妥当と感じた	初めて知ったが、割合は低いと感じた	見聞きしたことがあるが、改めて割合が高いと感じた	見聞きしたことはあるが、改めて割合は妥当と感じた	見聞きしたことがあるが、改めて割合が低いと感じた	その他	分からない/特に何も感じない	初めて合計	見聞きしたことあり合計	高い合計	妥当合計	低い合計
全体		6,000	48.8	12.2	4.1	13.4	3.2	1.6	0.5	16.3	65.0	18.2	62.2	15.3	5.7
性別	男性	2,910	44.3	13.0	5.2	14.3	3.8	1.6	0.5	17.3	62.4	19.7	58.6	16.8	6.8
	女性	3,090	53.1	11.4	3.0	12.6	2.5	1.7	0.4	15.3	67.5	16.8	65.7	13.9	4.7
年代	20代	714	34.9	17.4	8.7	8.4	5.2	3.4	0.3	21.8	60.9	16.9	43.3	22.5	12.0
	30代	826	36.4	18.6	5.2	11.3	3.8	1.8	0.2	22.6	60.3	16.8	47.7	22.4	7.0
	40代	1,074	43.0	15.6	4.9	11.0	3.9	2.0	0.5	19.0	63.6	16.9	54.0	19.6	7.0
	50代	975	50.8	11.2	3.6	13.1	2.2	1.6	0.8	16.7	65.5	16.9	63.9	13.3	5.2
	60代	920	55.2	9.5	2.5	14.5	3.2	1.0	0.8	13.5	67.2	18.6	69.7	12.6	3.5
	70代以上	1,491	61.2	5.8	1.9	18.4	1.9	0.8	0.3	9.6	68.9	21.1	79.6	7.8	2.7
性年代	男性20代	363	33.6	17.1	8.5	9.1	6.1	2.5	0.3	22.9	59.2	17.6	42.7	23.1	11.0
	男性30代	418	30.1	18.9	6.9	14.1	3.6	1.9	0.2	24.2	56.0	19.6	44.3	22.5	8.9
	男性40代	543	38.1	16.9	6.8	12.7	5.2	2.2	0.4	17.7	61.9	20.1	50.8	22.1	9.0
	男性50代	487	46.8	12.3	4.5	14.8	2.5	2.1	0.6	16.4	63.7	19.3	61.6	14.8	6.6
	男性60代	450	48.7	10.4	3.1	14.2	4.2	1.3	1.3	16.7	62.2	19.8	62.9	14.7	4.4
	男性70代以上	649	59.5	5.7	2.8	18.3	2.3	0.3	0.5	10.6	68.0	21.0	77.8	8.0	3.1
	女性20代	351	36.2	17.7	8.8	7.7	4.3	4.3	0.3	20.8	62.7	16.2	43.9	21.9	13.1
	女性30代	408	42.9	18.4	3.4	8.3	3.9	1.7	0.2	21.1	64.7	14.0	51.2	22.3	5.1
	女性40代	531	48.0	14.3	3.0	9.2	2.6	1.9	0.6	20.3	65.3	13.7	57.3	16.9	4.9
	女性50代	488	54.7	10.0	2.7	11.5	1.8	1.2	1.0	17.0	67.4	14.5	66.2	11.9	3.9
	女性60代	470	61.5	8.5	1.9	14.7	2.1	0.6	0.2	10.4	71.9	17.4	76.2	10.6	2.6
	女性70代以上	842	62.6	5.9	1.2	18.4	1.7	1.2	0.2	8.8	69.7	21.3	81.0	7.6	2.4
地域	北海道	255	52.2	11.0	3.5	13.7	4.7	1.2	0.4	13.3	66.7	19.6	65.9	15.7	4.7
	東北	416	47.6	11.1	2.6	16.1	2.2	2.2	0.7	17.5	61.3	20.4	63.7	13.2	4.8
	関東	2,092	47.8	13.5	4.3	13.0	3.2	1.8	0.4	16.2	65.5	17.9	60.7	16.6	6.0
	北陸	210	44.8	12.9	4.3	12.9	4.8	1.0	0.5	19.0	61.9	18.6	57.6	17.6	5.2
	中部	793	49.3	11.9	4.2	14.2	3.0	1.4	0.8	15.3	65.3	18.7	63.6	14.9	5.5
	近畿	1,055	48.1	11.7	4.4	13.8	3.2	1.9	0.3	16.7	64.1	19.0	61.9	14.9	6.3
	中国	340	52.4	10.6	5.0	10.6	2.4	1.5	0.3	17.4	67.9	14.4	62.9	12.9	6.5
	四国	178	47.8	13.5	4.5	13.5	3.9	1.7	0.6	14.6	65.7	19.1	61.2	17.4	6.2
	九州	661	51.9	10.4	3.3	13.2	2.9	1.2	0.6	16.5	65.7	17.2	65.1	13.3	4.5
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	45.3	16.6	6.4	10.4	3.3	2.1	0.4	15.6	68.2	15.8	55.7	19.9	8.5
	既婚×子なし	2,678	55.7	9.4	2.6	15.0	3.0	0.9	0.5	12.9	67.8	18.8	70.7	12.4	3.5
	未婚×子あり	99	38.4	17.2	8.1	11.1	1.0	3.0	1.0	20.2	63.6	15.2	49.5	18.2	11.1
	未婚×子なし	2,021	42.3	12.9	4.4	13.3	3.4	2.3	0.4	21.0	59.5	19.0	55.6	16.2	6.7
農村との関係	出身・親族	856	52.3	13.2	3.5	19.0	4.1	0.9	0.2	6.7	69.0	24.1	71.4	17.3	4.4
	居住・仕事	856	45.8	13.2	6.4	16.4	4.1	1.6	0.4	12.1	65.4	22.1	62.1	17.3	8.1
	ふるさと納税	353	53.0	17.6	4.5	11.3	2.8	3.1	1.4	6.2	75.1	17.3	64.3	20.4	7.6
	旅行	279	49.1	16.5	6.8	14.7	5.4	1.1	1.1	5.4	72.4	21.1	63.8	21.9	7.9
	購入	245	60.0	13.1	2.9	17.1	2.9	0.8	0.4	2.9	75.9	20.8	77.1	15.9	3.7
	関わりはない	3,411	47.4	10.6	3.4	11.1	2.6	1.8	0.4	22.6	61.5	15.5	58.5	13.2	5.2

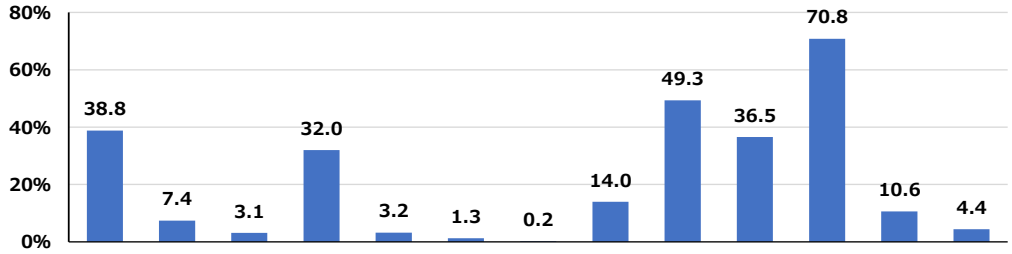
Q19. 畜産物の生産にかかる飼料費の割合が妥当または低いと考える理由について、あてはまるものを全てお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	家畜を育てる以上、飼料にコストがかかるのは当然だと思うから	ニュース等で飼料の価格が値上がりしていると聞いていたから	日本の畜産は、家畜に飼料を沢山(必要以上に)与えていると思うから	家畜を育てるためには、もっと飼料費がかかると思っていたから	家計に占める食料支出の割合も同じくらいだと思うから	製造業など他の産業でも原材料費はこの程度かかかっていると思うから	畜産ビジネスとして合理的判断の結果だと思うから	飼料は輸入飼料が多いから	その他	なんとなく
全体		1,260	38.9	27.8	11.6	22.8	12.6	16.7	16.0	23.9	0.2	5.2
性別	男性	686	36.3	25.1	13.7	24.2	11.8	17.6	18.2	25.4	0.1	4.5
	女性	574	42.0	31.0	9.1	21.1	13.6	15.7	13.2	22.1	0.2	5.9
年代	20代	247	32.8	21.1	17.0	25.5	16.2	17.4	19.0	23.1	0.0	4.5
	30代	243	39.9	25.9	10.7	29.2	15.2	18.1	11.9	22.2	0.8	6.2
	40代	285	43.2	30.2	10.9	18.2	11.6	15.8	17.2	18.2	0.0	4.6
	50代	181	36.5	35.9	9.4	22.7	8.3	19.9	18.2	22.1	0.0	5.0
	60代	148	41.9	27.0	9.5	19.6	10.8	14.9	15.5	29.7	0.0	6.1
	70代以上	156	39.1	28.2	10.3	19.9	11.5	13.5	12.8	34.6	0.0	5.1
性年代	男性20代	124	33.9	21.0	21.0	25.8	16.1	18.5	19.4	27.4	0.0	4.8
	男性30代	131	35.9	22.1	9.2	35.9	15.3	17.6	13.7	24.4	0.8	4.6
	男性40代	169	41.4	29.6	13.0	18.3	10.1	16.0	20.7	18.9	0.0	5.3
	男性50代	104	26.9	29.8	10.6	21.2	7.7	22.1	21.2	22.1	0.0	4.8
	男性60代	86	36.0	25.6	14.0	19.8	9.3	16.3	19.8	32.6	0.0	3.5
	男性70代以上	72	43.1	19.4	15.3	23.6	11.1	15.3	12.5	34.7	0.0	2.8
	女性20代	123	31.7	21.1	13.0	25.2	16.3	16.3	18.7	18.7	0.0	4.1
	女性30代	112	44.6	30.4	12.5	21.4	15.2	18.8	9.8	19.6	0.9	8.0
	女性40代	116	45.7	31.0	7.8	18.1	13.8	15.5	12.1	17.2	0.0	3.4
	女性50代	77	49.4	44.2	7.8	24.7	9.1	16.9	14.3	22.1	0.0	5.2
	女性60代	62	50.0	29.0	3.2	19.4	12.9	12.9	9.7	25.8	0.0	9.7
	女性70代以上	84	35.7	35.7	6.0	16.7	11.9	11.9	13.1	34.5	0.0	7.1
地域	北海道	52	36.5	36.5	9.6	25.0	15.4	19.2	21.2	25.0	0.0	5.8
	東北	75	38.7	33.3	5.3	28.0	16.0	12.0	12.0	22.7	0.0	2.7
	関東	474	40.7	28.3	12.7	23.2	10.3	16.2	18.6	21.7	0.4	5.1
	北陸	48	45.8	27.1	12.5	18.8	18.8	12.5	18.8	20.8	0.0	6.3
	中部	162	37.7	25.9	14.2	20.4	14.2	16.0	12.3	25.9	0.0	4.3
	近畿	223	37.7	25.6	10.8	23.3	14.3	21.1	14.3	28.3	0.0	4.9
	中国	66	33.3	30.3	9.1	24.2	15.2	19.7	18.2	21.2	0.0	6.1
	四国	42	40.5	16.7	11.9	14.3	9.5	14.3	9.5	21.4	0.0	7.1
	九州	118	36.4	28.0	11.0	22.9	10.2	14.4	13.6	25.4	0.0	6.8
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	341	36.4	25.5	12.6	22.3	14.1	14.4	17.6	23.5	0.0	4.7
	既婚×子なし	426	40.6	32.9	10.1	20.0	11.3	16.7	12.9	26.1	0.2	5.2
	未婚×子あり	29	31.0	27.6	10.3	27.6	20.7	13.8	17.2	10.3	0.0	0.0
	未婚×子なし	464	39.7	24.8	12.3	25.4	12.3	18.8	17.5	23.1	0.2	5.8
農村との関係	出身・親族	186	44.6	33.3	13.4	25.3	12.4	16.7	12.4	26.9	0.5	3.8
	居住・仕事	217	40.1	27.2	17.1	27.6	12.9	17.5	17.5	23.5	0.0	3.7
	ふるさと納税	99	33.3	27.3	15.2	17.2	14.1	18.2	22.2	22.2	0.0	2.0
	旅行	83	34.9	34.9	10.8	24.1	15.7	21.7	24.1	21.7	0.0	0.0
	購入	48	64.6	33.3	8.3	27.1	12.5	8.3	12.5	31.3	0.0	4.2
	関わりはない	627	36.2	25.0	8.9	20.7	12.0	16.3	14.7	23.1	0.2	7.3

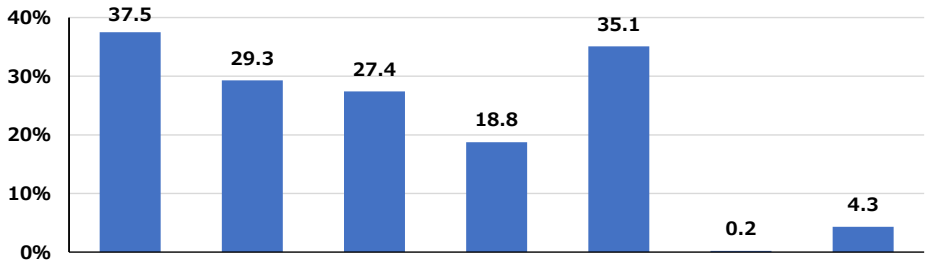
Q20. 日本は飼料の約73%を海外から輸入しています。この輸入割合について、あなたはどのように感じますか。
次の中から最も近いものを1つお答えください。



		n=	初めて知ったが、飼料の輸入割合が高いと感じた	初めて知ったが、飼料の輸入割合は妥当だと感じた	初めて知ったが、飼料の輸入割合は低いと感じた	見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合が高いと感じた	見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合は妥当だと感じた	見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合が低いと感じた	その他	分からない/特に何も感じない	初めて合計	見聞きしたことあり合計	高い合計	妥当合計	低い合計
全体		6,000	38.8	7.4	3.1	32.0	3.2	1.3	0.2	14.0	49.3	36.5	70.8	10.6	4.4
性別	男性	2,910	34.7	9.0	4.4	32.0	3.8	1.4	0.2	14.5	48.1	37.2	66.7	12.8	5.8
	女性	3,090	42.7	5.9	1.9	32.0	2.7	1.2	0.2	13.5	50.5	35.9	74.7	8.5	3.1
年代	20代	714	31.4	15.1	6.3	17.1	5.5	2.4	0.1	22.1	52.8	24.9	48.5	20.6	8.7
	30代	826	38.9	9.3	4.4	20.5	3.6	1.3	0.0	22.0	52.5	25.4	59.3	13.0	5.7
	40代	1,074	37.5	11.2	3.9	26.4	3.5	1.1	0.1	16.3	52.6	31.0	63.9	14.7	5.0
	50代	975	39.3	6.8	3.6	32.0	3.0	1.1	0.3	13.9	49.6	36.1	71.3	9.7	4.7
	60代	920	40.2	4.0	1.6	38.4	2.3	1.4	0.2	11.8	45.9	42.1	78.6	6.3	3.0
	70代以上	1,491	42.1	2.3	0.9	45.7	2.5	0.9	0.3	5.2	45.4	49.1	87.9	4.8	1.8
性年代	男性20代	363	30.0	15.7	7.7	19.6	5.8	1.7	0.3	19.3	53.4	27.0	49.6	21.5	9.4
	男性30代	418	35.2	11.0	6.5	19.9	3.3	1.4	0.0	22.7	52.6	24.6	55.0	14.4	7.9
	男性40代	543	31.9	14.0	5.5	27.3	3.9	1.3	0.0	16.2	51.4	32.4	59.1	17.9	6.8
	男性50代	487	37.0	8.0	4.7	31.6	3.5	1.4	0.0	13.8	49.7	36.6	68.6	11.5	6.2
	男性60代	450	34.2	6.2	2.7	37.8	2.7	1.3	0.4	14.7	43.1	41.8	72.0	8.9	4.0
	男性70代以上	649	38.1	2.5	1.2	47.1	4.0	1.2	0.5	5.4	41.8	52.4	85.2	6.5	2.5
	女性20代	351	32.8	14.5	4.8	14.5	5.1	3.1	0.0	25.1	52.1	22.8	47.3	19.7	8.0
	女性30代	408	42.6	7.6	2.2	21.1	3.9	1.2	0.0	21.3	52.5	26.2	63.7	11.5	3.4
	女性40代	531	43.3	8.3	2.3	25.4	3.2	0.9	0.2	16.4	53.9	29.6	68.7	11.5	3.2
	女性50代	488	41.6	5.5	2.5	32.4	2.5	0.8	0.6	14.1	49.6	35.7	74.0	8.0	3.3
	女性60代	470	46.0	1.9	0.6	38.9	1.9	1.5	0.0	9.1	48.5	42.3	84.9	3.8	2.1
	女性70代以上	842	45.2	2.3	0.7	44.7	1.3	0.6	0.1	5.1	48.2	46.6	89.9	3.6	1.3
地域	北海道	255	40.8	5.1	3.9	35.7	4.3	0.0	0.4	9.8	49.8	40.0	76.5	9.4	3.9
	東北	416	40.9	5.0	2.9	31.7	3.6	0.7	0.2	14.9	48.8	36.1	72.6	8.7	3.6
	関東	2,092	37.8	7.8	3.5	31.6	3.7	1.7	0.1	13.7	49.2	37.0	69.4	11.5	5.2
	北陸	210	44.3	7.1	3.3	28.6	3.3	0.5	0.0	12.9	54.8	32.4	72.9	10.5	3.8
	中部	793	38.6	8.8	2.1	34.0	1.8	0.8	0.4	13.5	49.6	36.6	72.6	10.6	2.9
	近畿	1,055	37.4	7.7	3.2	32.1	3.3	1.3	0.0	14.9	48.3	36.8	69.6	11.0	4.5
	中国	340	42.1	7.1	2.6	27.4	3.8	1.5	0.0	15.6	51.8	32.6	69.4	10.9	4.1
	四国	178	42.1	5.1	5.1	30.9	2.2	0.0	0.0	14.6	52.2	33.1	73.0	7.3	5.1
	九州	661	38.1	7.0	2.3	33.3	2.7	2.0	0.5	14.2	47.4	38.0	71.4	9.7	4.2
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	40.1	10.9	4.7	24.1	3.8	0.8	0.0	15.5	55.7	28.8	64.2	14.7	5.6
	既婚×子なし	2,678	40.0	4.8	2.2	38.3	3.0	1.3	0.2	10.3	46.9	42.6	78.3	7.8	3.5
	未婚×子あり	99	32.3	14.1	2.0	27.3	3.0	3.0	1.0	17.2	48.5	33.3	59.6	17.2	5.1
	未婚×子なし	2,021	36.8	8.4	3.5	28.6	3.2	1.4	0.2	17.8	48.7	33.3	65.5	11.6	4.9
農村との関係	出身・親族	856	37.3	6.9	2.6	42.4	4.2	1.3	0.1	5.3	46.7	47.9	79.7	11.1	3.9
	居住・仕事	856	38.9	10.4	4.8	30.0	4.6	1.1	0.1	10.2	54.1	35.6	68.9	15.0	5.8
	ふるさと納税	353	41.1	11.9	5.9	27.8	4.8	2.3	0.6	5.7	58.9	34.8	68.8	16.7	8.2
	旅行	279	33.7	9.7	5.0	40.5	4.3	1.4	0.0	5.4	48.4	46.2	74.2	14.0	6.5
	購入	245	39.6	5.3	3.3	48.2	0.8	1.6	0.0	1.2	48.2	50.6	87.8	6.1	4.9
	関わりはない	3,411	39.3	6.2	2.4	28.5	2.6	1.2	0.2	19.6	47.9	32.3	67.8	8.8	3.6

【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

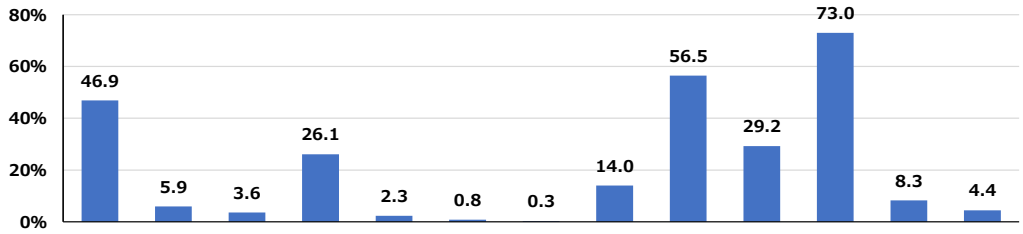
Q21. 現在の飼料の輸入割合が妥当または低いと考える理由について、あてはまるものをすべてお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	国産飼料より輸入飼料の方が安価だと思うから	国産飼料より輸入飼料の方が入手しやすいと思うから	日本は気候や地形などが飼料生産に適していないため、飼料を輸入せざるを得ないと思うから	日本で本来飼える頭数以上に家畜を飼っている結果だと思うから	人間の食料も大部分を輸入に依存しているから	その他	なんとなく
全体		901	37.5	29.3	27.4	18.8	35.1	0.2	4.3
性別	男性	541	37.3	32.0	25.3	18.9	35.5	0.4	3.9
	女性	360	37.8	25.3	30.6	18.6	34.4	0.0	5.0
年代	20代	209	35.9	30.6	30.6	21.1	32.1	0.0	4.3
	30代	154	31.8	24.0	27.3	24.7	40.9	0.0	5.2
	40代	212	38.7	30.2	26.9	18.4	36.3	0.0	5.7
	50代	141	36.9	35.5	29.8	11.3	30.5	0.7	3.5
	60代	86	45.3	27.9	16.3	20.9	39.5	0.0	1.2
	70代以上	99	41.4	25.3	28.3	14.1	32.3	1.0	4.0
性年代	男性20代	112	35.7	34.8	28.6	25.0	35.7	0.0	2.7
	男性30代	93	30.1	24.7	28.0	23.7	37.6	0.0	5.4
	男性40代	134	40.3	33.6	24.6	17.9	35.1	0.0	5.2
	男性50代	86	32.6	33.7	30.2	11.6	31.4	1.2	4.7
	男性60代	58	43.1	34.5	12.1	17.2	44.8	0.0	0.0
	男性70代以上	58	46.6	29.3	22.4	13.8	29.3	1.7	3.4
	女性20代	97	36.1	25.8	33.0	16.5	27.8	0.0	6.2
	女性30代	61	34.4	23.0	26.2	26.2	45.9	0.0	4.9
	女性40代	78	35.9	24.4	30.8	19.2	38.5	0.0	6.4
	女性50代	55	43.6	38.2	29.1	10.9	29.1	0.0	1.8
	女性60代	28	50.0	14.3	25.0	28.6	28.6	0.0	3.6
	女性70代以上	41	34.1	19.5	36.6	14.6	36.6	0.0	4.9
地域	北海道	34	44.1	23.5	38.2	11.8	26.5	0.0	5.9
	東北	51	52.9	37.3	37.3	25.5	31.4	0.0	0.0
	関東	350	37.7	31.7	25.4	17.1	38.0	0.0	5.4
	北陸	30	30.0	30.0	23.3	13.3	30.0	0.0	20.0
	中部	107	34.6	29.0	21.5	15.0	36.4	0.0	0.9
	近畿	164	37.8	28.0	27.4	19.5	35.4	0.0	3.0
	中国	51	39.2	21.6	33.3	21.6	33.3	0.0	3.9
	四国	22	45.5	9.1	36.4	18.2	27.3	0.0	0.0
	九州	92	28.3	29.3	28.3	27.2	31.5	2.2	4.3
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	244	36.1	30.3	26.6	22.5	34.8	0.0	3.3
	既婚×子なし	301	43.5	30.2	24.3	15.6	32.9	0.7	3.3
	未婚×子あり	22	27.3	36.4	40.9	4.5	40.9	0.0	4.5
	未婚×子なし	334	33.8	27.2	29.9	19.8	36.8	0.0	6.0
農村との関係	出身・親族	128	34.4	33.6	31.3	22.7	46.9	0.8	3.9
	居住・仕事	178	38.8	29.8	32.0	21.9	32.6	0.0	1.1
	ふるさと納税	88	34.1	27.3	35.2	21.6	37.5	0.0	1.1
	旅行	57	42.1	28.1	28.1	12.3	36.8	0.0	1.8
	購入	27	25.9	40.7	25.9	18.5	29.6	0.0	7.4
	関わりはない	423	38.8	27.7	22.7	16.5	32.2	0.2	6.6

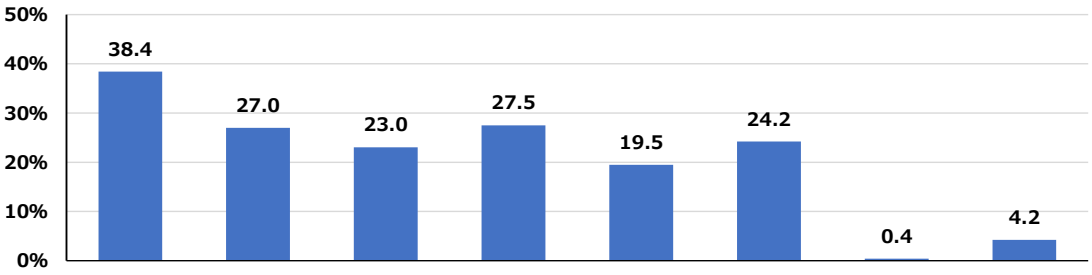
Q22. 飼料の価格はトン当たり6～7万円で推移していましたが、最近は10万円前後と高止まりしています。こうした飼料価格の動向について、あなたはどのように感じますか。次の中から最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	初めて知ったが、飼料価格が高いと感じた	初めて知ったが、飼料価格は妥当だと感じた	初めて知ったが、飼料価格はそれほど高くないと感じた	見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格は高いと感じた	見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格は妥当だと感じた	見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格はそれほど高くないと感じた	その他	分からない/特に何も感じない	初めて合計	見聞きしたことあり合計	高い合計	妥当合計	それほど高くない合計
全体		6,000	46.9	5.9	3.6	26.1	2.3	0.8	0.3	14.0	56.5	29.2	73.0	8.3	4.4
性別	男性	2,910	42.5	6.4	4.9	27.1	3.0	0.9	0.3	14.9	53.8	31.0	69.7	9.4	5.8
	女性	3,090	51.0	5.4	2.5	25.1	1.7	0.7	0.3	13.2	58.9	27.5	76.1	7.2	3.1
年代	20代	714	36.1	11.8	10.1	13.0	6.0	1.7	0.0	21.3	58.0	20.7	49.2	17.8	11.8
	30代	826	44.1	9.0	5.8	15.7	3.0	1.1	0.0	21.3	58.8	19.9	59.8	12.0	6.9
	40代	1,074	43.8	7.8	3.3	24.4	2.4	1.0	0.1	17.2	54.8	27.8	68.2	10.2	4.3
	50代	975	47.8	5.3	2.6	27.4	1.7	0.6	0.4	14.2	55.7	29.7	75.2	7.1	3.2
	60代	920	49.1	3.0	1.8	32.4	1.3	0.3	0.5	11.4	54.0	34.0	81.5	4.3	2.2
	70代以上	1,491	54.0	2.2	1.4	34.6	1.1	0.4	0.5	5.8	57.6	36.2	88.6	3.4	1.8
性年代	男性20代	363	33.9	11.8	11.8	14.6	6.6	1.7	0.0	19.6	57.6	22.9	48.5	18.5	13.5
	男性30代	418	40.9	8.6	7.2	16.5	3.6	1.2	0.0	22.0	56.7	21.3	57.4	12.2	8.4
	男性40代	543	38.9	9.8	4.1	26.9	3.1	1.3	0.0	16.0	52.7	31.3	65.7	12.9	5.3
	男性50代	487	43.7	5.3	3.9	28.7	1.8	1.0	0.2	15.2	53.0	31.6	72.5	7.2	4.9
	男性60代	450	43.8	2.7	3.1	32.4	2.0	0.4	0.4	15.1	49.6	34.9	76.2	4.7	3.6
	男性70代以上	649	49.8	2.6	2.2	36.4	1.8	0.2	0.8	6.3	54.5	38.4	86.1	4.5	2.3
	女性20代	351	38.5	11.7	8.3	11.4	5.4	1.7	0.0	23.1	58.4	18.5	49.9	17.1	10.0
	女性30代	408	47.3	9.3	4.4	15.0	2.5	1.0	0.0	20.6	61.0	18.4	62.3	11.8	5.4
	女性40代	531	48.8	5.8	2.4	21.8	1.7	0.8	0.2	18.5	57.1	24.3	70.6	7.5	3.2
	女性50代	488	51.8	5.3	1.2	26.0	1.6	0.2	0.6	13.1	58.4	27.9	77.9	7.0	1.4
	女性60代	470	54.3	3.4	0.6	32.3	0.6	0.2	0.6	7.9	58.3	33.2	86.6	4.0	0.9
	女性70代以上	842	57.2	1.9	0.8	33.3	0.6	0.6	0.2	5.3	60.0	34.4	90.5	2.5	1.4
地域	北海道	255	49.4	6.3	2.7	30.2	2.7	0.4	0.0	8.2	58.4	33.3	79.6	9.0	3.1
	東北	416	48.8	4.6	2.2	28.1	1.2	1.0	0.0	14.2	55.5	30.3	76.9	5.8	3.1
	関東	2,092	45.5	6.8	4.4	26.1	2.5	0.9	0.2	13.6	56.7	29.5	71.6	9.3	5.3
	北陸	210	49.0	7.1	3.3	21.9	2.4	1.4	0.0	14.8	59.5	25.7	71.0	9.5	4.8
	中部	793	46.3	6.6	4.0	28.0	1.5	0.3	0.4	13.0	56.9	29.8	74.3	8.1	4.3
	近畿	1,055	47.0	5.4	3.5	24.8	2.6	0.9	0.3	15.5	55.9	28.2	71.8	8.0	4.4
	中国	340	47.6	3.8	3.5	25.0	2.4	1.2	0.3	16.2	55.0	28.5	72.6	6.2	4.7
	四国	178	51.7	2.2	3.4	24.7	2.2	0.0	0.0	15.7	57.3	27.0	76.4	4.5	3.4
	九州	661	47.5	5.6	2.4	25.4	2.9	0.8	0.9	14.5	55.5	29.0	72.9	8.5	3.2
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	44.4	9.2	5.3	22.2	2.7	0.8	0.0	15.2	59.0	25.8	66.6	12.0	6.2
	既婚×子なし	2,678	49.9	3.5	2.4	31.8	1.6	0.3	0.5	9.9	55.8	33.8	81.7	5.2	2.7
	未婚×子あり	99	40.4	10.1	7.1	18.2	3.0	0.0	1.0	20.2	57.6	21.2	58.6	13.1	7.1
	未婚×子なし	2,021	44.7	6.9	4.1	21.3	3.0	1.4	0.1	18.5	55.8	25.6	66.0	9.9	5.5
農村との関係	出身・親族	856	47.0	5.4	3.4	33.2	3.2	0.6	0.7	6.7	55.7	36.9	80.1	8.5	4.0
	居住・仕事	856	43.6	7.7	7.1	28.3	3.2	1.3	0.0	8.9	58.4	32.7	71.8	10.9	8.4
	ふるさと納税	353	47.6	7.4	5.4	30.0	2.5	0.6	0.8	5.7	60.3	33.1	77.6	9.9	5.9
	旅行	279	45.9	10.4	5.7	27.2	3.6	2.2	0.4	4.7	62.0	33.0	73.1	14.0	7.9
	購入	245	53.1	4.1	2.0	35.5	2.4	0.0	0.4	2.4	59.2	38.0	88.6	6.5	2.0
	関わりはない	3,411	47.3	5.2	2.6	22.6	1.8	0.7	0.2	19.6	55.1	25.1	69.9	7.0	3.3

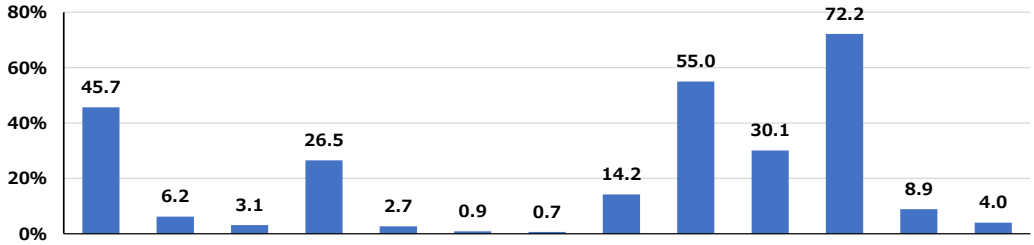
Q23. 現在の飼料価格が妥当、またはそれほど高くないと考える理由について、あてはまるものをすべてお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	飼料だけでなく、さまざまなモノの値段が高くなっているから	異常気象や自然災害により、トウモロコシなどの飼料原料の生産が被害を受けているから	世界の政治的経済的情勢の激変により世界的にモノの流通が混乱しているから	円安だから	飼料価格は変動が激しいものだと思うから	世界的に食肉の需要が高まり、飼料の需要が高まっているから	その他	なんとなく
全体		760	38.4	27.0	23.0	27.5	19.5	24.2	0.4	4.2
性別	男性	441	32.4	27.0	25.2	28.8	17.7	25.2	0.5	4.5
	女性	319	46.7	27.0	20.1	25.7	21.9	22.9	0.3	3.8
年代	20代	211	33.6	28.0	28.0	24.2	22.7	21.8	0.0	3.8
	30代	156	40.4	23.1	22.4	25.6	19.9	28.8	0.6	3.8
	40代	156	37.2	31.4	17.3	28.8	19.2	25.6	0.0	2.6
	50代	100	39.0	23.0	19.0	30.0	16.0	23.0	1.0	8.0
	60代	60	53.3	35.0	30.0	30.0	13.3	18.3	0.0	6.7
	70代以上	77	37.7	22.1	22.1	32.5	19.5	24.7	1.3	2.6
性年代	男性20代	116	25.9	30.2	36.2	25.0	21.6	23.3	0.0	4.3
	男性30代	86	33.7	16.3	27.9	23.3	18.6	31.4	1.2	3.5
	男性40代	99	30.3	35.4	14.1	34.3	18.2	27.3	0.0	3.0
	男性50代	59	28.8	25.4	20.3	35.6	10.2	25.4	1.7	10.2
	男性60代	37	56.8	29.7	27.0	29.7	8.1	18.9	0.0	5.4
	男性70代以上	44	36.4	20.5	20.5	27.3	22.7	18.2	0.0	2.3
	女性20代	95	43.2	25.3	17.9	23.2	24.2	20.0	0.0	3.2
	女性30代	70	48.6	31.4	15.7	28.6	21.4	25.7	0.0	4.3
	女性40代	57	49.1	24.6	22.8	19.3	21.1	22.8	0.0	1.8
	女性50代	41	53.7	19.5	17.1	22.0	24.4	19.5	0.0	4.9
	女性60代	23	47.8	43.5	34.8	30.4	21.7	17.4	0.0	8.7
	女性70代以上	33	39.4	24.2	24.2	39.4	15.2	33.3	3.0	3.0
地域	北海道	31	25.8	12.9	25.8	32.3	22.6	29.0	0.0	0.0
	東北	37	32.4	13.5	24.3	27.0	16.2	13.5	0.0	2.7
	関東	306	41.5	29.7	24.5	27.5	17.6	28.8	0.7	3.6
	北陸	30	50.0	26.7	20.0	36.7	13.3	10.0	0.0	3.3
	中部	98	41.8	23.5	20.4	18.4	15.3	17.3	0.0	6.1
	近畿	130	36.2	27.7	20.0	32.3	21.5	20.8	0.0	5.4
	中国	37	27.0	40.5	18.9	24.3	24.3	24.3	0.0	5.4
	四国	14	21.4	28.6	28.6	7.1	28.6	21.4	0.0	0.0
	九州	77	37.7	24.7	26.0	31.2	27.3	29.9	1.3	5.2
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	218	39.4	27.1	20.6	24.8	20.2	25.7	0.5	3.2
	既婚×子なし	211	39.3	25.1	20.9	29.4	17.1	21.8	0.0	6.2
	未婚×子あり	20	25.0	35.0	30.0	20.0	30.0	30.0	0.0	5.0
	未婚×子なし	311	37.9	27.7	25.7	28.6	19.9	24.4	0.6	3.5
農村との関係	出身・親族	107	45.8	29.9	33.6	30.8	18.7	27.1	2.8	1.9
	居住・仕事	165	36.4	29.1	29.7	30.9	17.6	23.0	0.0	3.0
	ふるさと納税	56	32.1	23.2	25.0	21.4	17.9	28.6	0.0	3.6
	旅行	61	37.7	36.1	8.2	26.2	23.0	34.4	0.0	1.6
	購入	21	42.9	23.8	28.6	19.0	19.0	28.6	0.0	4.8
	関わりはない	350	38.0	24.3	18.6	26.6	20.3	21.1	0.0	6.0

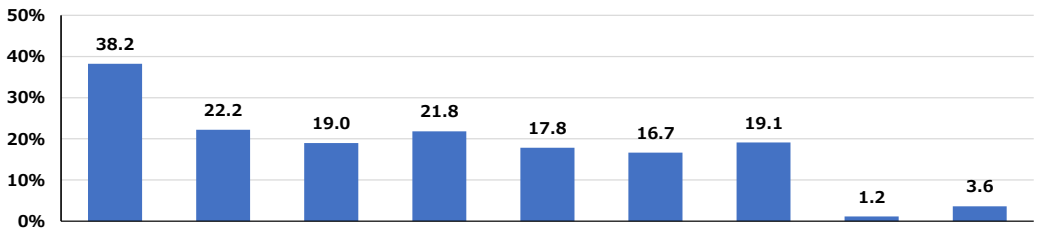
Q24. 国内の肉用牛農家は、この10年間で57,500戸（2014年）から36,500戸（2024年）へと約40%減少しています。このように肉用牛農家が減少していることをあなたはどのように感じますか。次の中から最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	初めて知ったが、減少割合(数)は深刻だと思う	初めて知ったが、減少割合(数)は妥当だと思う	初めて知ったが、それほど減少していないと思う	見聞きしたことがあるが、改めて減少割合(数)は深刻だと思う	見聞きしたことはあるが、改めて減少割合(数)は妥当だと思う	見聞きしたことがあるが、改めてそれほど減少していないと思う	その他	分からない/特に何も感じない	初めて合計	見聞きしたことあり合計	深刻合計	妥当合計	それほど減少していない合計
全体		6,000	45.7	6.2	3.1	26.5	2.7	0.9	0.7	14.2	55.0	30.1	72.2	8.9	4.0
性別	男性	2,910	41.2	7.6	4.1	26.7	3.6	0.8	0.8	15.2	52.9	31.2	68.0	11.2	4.9
	女性	3,090	49.9	4.9	2.2	26.3	1.8	0.9	0.6	13.4	57.0	29.1	76.2	6.7	3.2
年代	20代	714	37.8	9.2	6.4	17.5	4.8	2.8	0.3	21.1	53.5	25.1	55.3	14.0	9.2
	30代	826	44.4	9.7	5.6	15.3	3.0	0.8	0.1	21.1	59.7	19.1	59.7	12.7	6.4
	40代	1,074	44.4	8.6	3.2	22.0	3.2	1.0	0.7	16.9	56.1	26.2	66.4	11.7	4.2
	50代	975	47.7	5.4	2.2	26.6	1.7	0.4	0.9	15.1	55.3	28.7	74.3	7.2	2.6
	60代	920	50.0	4.6	2.1	29.1	2.5	0.4	0.8	10.5	56.6	32.1	79.1	7.1	2.5
	70代以上	1,491	47.1	2.6	1.4	38.7	1.9	0.5	0.9	6.9	51.1	41.1	85.8	4.6	1.9
性年代	男性20代	363	33.3	11.6	7.4	20.4	5.0	2.5	0.6	19.3	52.3	27.8	53.7	16.5	9.9
	男性30代	418	37.6	12.0	6.0	17.7	2.9	0.7	0.2	23.0	55.5	21.3	55.3	14.8	6.7
	男性40代	543	40.0	9.8	4.4	22.7	5.0	1.1	0.7	16.4	54.1	28.7	62.6	14.7	5.5
	男性50代	487	44.1	6.4	3.5	27.3	2.3	0.6	0.4	15.4	54.0	30.2	71.5	8.6	4.1
	男性60代	450	44.0	5.3	2.9	27.8	3.8	0.4	0.9	14.9	52.2	32.0	71.8	9.1	3.3
	男性70代以上	649	45.0	3.1	1.8	38.4	3.2	0.2	1.5	6.8	49.9	41.8	83.4	6.3	2.0
	女性20代	351	42.5	6.8	5.4	14.5	4.6	3.1	0.0	23.1	54.7	22.2	57.0	11.4	8.5
	女性30代	408	51.5	7.4	5.1	12.7	3.2	1.0	0.0	19.1	64.0	16.9	64.2	10.5	6.1
	女性40代	531	49.0	7.3	1.9	21.3	1.3	0.9	0.8	17.5	58.2	23.5	70.2	8.7	2.8
	女性50代	488	51.2	4.5	0.8	25.8	1.2	0.2	1.4	14.8	56.6	27.3	77.0	5.7	1.0
	女性60代	470	55.7	3.8	1.3	30.4	1.3	0.4	0.6	6.4	60.9	32.1	86.2	5.1	1.7
	女性70代以上	842	48.7	2.3	1.1	39.0	1.0	0.7	0.4	7.0	52.0	40.6	87.6	3.2	1.8
地域	北海道	255	45.5	5.9	3.1	29.8	3.1	0.8	0.4	11.4	54.5	33.7	75.3	9.0	3.9
	東北	416	46.9	3.1	2.4	27.9	3.1	0.7	0.5	15.4	52.4	31.7	74.8	6.3	3.1
	関東	2,092	45.5	6.9	3.1	25.4	2.9	1.1	0.8	14.4	55.5	29.3	70.9	9.8	4.2
	北陸	210	48.1	5.7	3.8	27.6	2.4	0.0	0.5	11.9	57.6	30.0	75.7	8.1	3.8
	中部	793	44.5	6.6	3.4	29.0	1.9	1.0	0.5	13.1	54.5	31.9	73.5	8.4	4.4
	近畿	1,055	47.3	6.3	2.9	24.7	2.3	0.9	0.7	14.9	56.5	28.0	72.0	8.5	3.9
	中国	340	44.1	4.7	3.8	28.2	2.1	0.6	0.3	16.2	52.6	30.9	72.4	6.8	4.4
	四国	178	46.1	6.7	2.2	25.8	2.8	1.7	1.1	13.5	55.1	30.3	71.9	9.6	3.9
	九州	661	44.3	6.4	3.2	26.8	3.8	0.3	0.9	14.4	53.9	30.9	71.1	10.1	3.5
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	47.7	9.2	4.9	19.2	2.9	0.7	0.4	15.0	61.7	22.9	66.9	12.1	5.7
	既婚×子なし	2,678	47.5	4.4	1.9	31.9	2.3	0.5	0.8	10.7	53.8	34.7	79.4	6.7	2.4
	未婚×子あり	99	39.4	11.1	5.1	18.2	3.0	4.0	0.0	19.2	55.6	25.3	57.6	14.1	9.1
	未婚×子なし	2,021	42.4	6.5	3.6	24.1	3.1	1.3	0.6	18.3	52.5	28.6	66.5	9.6	4.9
農村との関係	出身・親族	856	45.6	4.8	3.0	36.2	3.5	0.8	1.5	4.6	53.4	40.5	81.8	8.3	3.9
	居住・仕事	856	40.0	9.3	5.6	30.3	3.6	0.6	0.7	9.9	54.9	34.5	70.2	13.0	6.2
	ふるさと納税	353	49.9	8.8	4.8	24.6	2.8	1.1	0.8	7.1	63.5	28.6	74.5	11.6	5.9
	旅行	279	43.4	8.2	3.6	34.8	3.6	1.4	0.0	5.0	55.2	39.8	78.1	11.8	5.0
	購入	245	51.8	3.3	2.0	35.9	2.9	0.4	1.2	2.4	57.1	39.2	87.8	6.1	2.4
	関わりはない	3,411	46.5	5.5	2.4	22.0	2.2	0.9	0.4	20.1	54.4	25.1	68.5	7.7	3.3

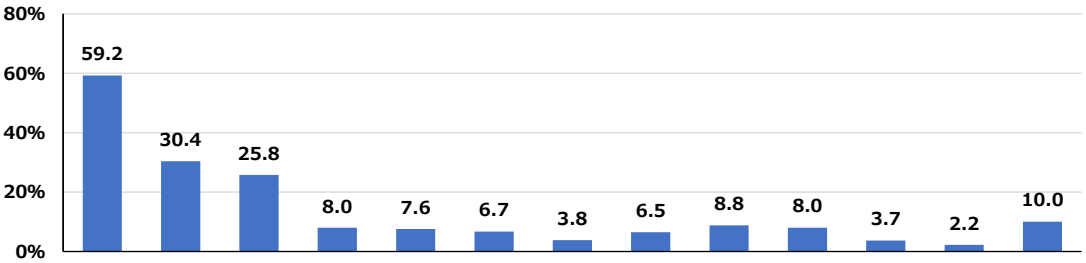
Q25. 肉用牛農家の減少が妥当、またはそれほど減少していないと考える理由について、あてはまるものをすべてお答えください。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	農家全体が減少しており、肉用牛農家に限ったことではないから	生産性の低い肉用牛農家が淘汰され、生産性の高い肉用牛農家が残っている結果だと思うから	肉用牛農家は儲からないと思うから	肉用牛生産の労働がきついと思うから	消費者が牛肉を以前ほど食べなくなってきているから	牛肉の生産量が維持/増加していれば問題はないと思うから	もっと減少している産業もあるから	その他	なんとなく
全体		774	38.2	22.2	19.0	21.8	17.8	16.7	19.1	1.2	3.6
性別	男性	468	36.1	25.9	20.5	20.7	17.7	18.6	19.9	0.4	4.1
	女性	306	41.5	16.7	16.7	23.5	18.0	13.7	18.0	2.3	2.9
年代	20代	166	25.9	17.5	14.5	25.3	18.1	21.7	27.1	0.6	4.2
	30代	158	36.1	25.9	25.3	22.2	22.8	17.1	19.6	1.9	4.4
	40代	171	43.9	22.8	18.1	20.5	17.0	14.0	14.0	1.8	2.3
	50代	95	37.9	23.2	17.9	22.1	22.1	15.8	18.9	0.0	6.3
	60代	88	40.9	20.5	17.0	17.0	11.4	17.0	18.2	1.1	3.4
	70代以上	96	51.0	24.0	20.8	21.9	12.5	12.5	14.6	1.0	1.0
性年代	男性20代	96	27.1	18.8	12.5	26.0	22.9	19.8	32.3	0.0	5.2
	男性30代	90	36.7	31.1	28.9	23.3	20.0	20.0	22.2	1.1	3.3
	男性40代	110	44.5	27.3	19.1	20.0	19.1	14.5	11.8	0.9	1.8
	男性50代	62	29.0	25.8	21.0	22.6	17.7	19.4	14.5	0.0	8.1
	男性60代	56	32.1	23.2	19.6	10.7	12.5	23.2	21.4	0.0	5.4
	男性70代以上	54	46.3	29.6	24.1	16.7	7.4	16.7	14.8	0.0	1.9
	女性20代	70	24.3	15.7	17.1	24.3	11.4	24.3	20.0	1.4	2.9
	女性30代	68	35.3	19.1	20.6	20.6	26.5	13.2	16.2	2.9	5.9
	女性40代	61	42.6	14.8	16.4	21.3	13.1	13.1	18.0	3.3	3.3
	女性50代	33	54.5	18.2	12.1	21.2	30.3	9.1	27.3	0.0	3.0
	女性60代	32	56.3	15.6	12.5	28.1	9.4	6.3	12.5	3.1	0.0
	女性70代以上	42	57.1	16.7	16.7	28.6	19.0	7.1	14.3	2.4	0.0
地域	北海道	33	39.4	12.1	6.1	18.2	18.2	24.2	24.2	0.0	6.1
	東北	39	33.3	30.8	12.8	25.6	23.1	20.5	20.5	2.6	2.6
	関東	292	40.4	17.5	21.6	19.2	16.8	14.4	17.5	2.1	4.5
	北陸	25	48.0	20.0	16.0	20.0	24.0	16.0	28.0	0.0	0.0
	中部	102	37.3	22.5	18.6	20.6	12.7	14.7	21.6	1.0	3.9
	近畿	131	31.3	32.8	19.8	23.7	21.4	21.4	19.1	0.8	3.1
	中国	38	26.3	28.9	34.2	23.7	13.2	18.4	10.5	0.0	2.6
	四国	24	41.7	25.0	8.3	25.0	12.5	12.5	25.0	0.0	0.0
	九州	90	45.6	18.9	14.4	27.8	21.1	15.6	18.9	0.0	3.3
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	213	35.7	23.0	21.1	20.7	19.7	14.6	17.4	1.4	2.8
	既婚×子なし	243	41.6	23.5	17.7	23.5	16.5	17.7	18.9	1.6	3.7
	未婚×子あり	23	26.1	17.4	13.0	13.0	13.0	30.4	26.1	0.0	0.0
	未婚×子なし	295	38.3	21.0	19.0	22.0	18.0	16.3	20.0	0.7	4.4
農村との関係	出身・親族	104	40.4	23.1	21.2	19.2	20.2	24.0	26.9	1.0	3.8
	居住・仕事	164	41.5	29.3	20.1	25.0	20.1	21.3	23.2	0.0	0.6
	ふるさと納税	62	33.9	24.2	19.4	33.9	14.5	16.1	14.5	1.6	1.6
	旅行	47	34.0	23.4	19.1	14.9	12.8	14.9	12.8	4.3	6.4
	購入	21	28.6	19.0	9.5	38.1	23.8	9.5	28.6	4.8	4.8
	関わりはない	376	38.0	18.6	18.4	19.1	17.0	13.3	16.2	1.1	4.8

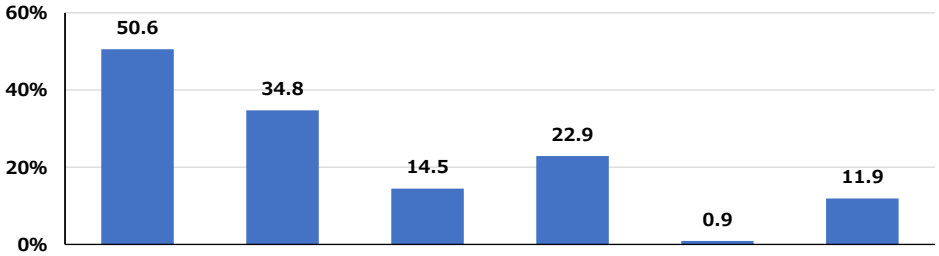
Q26. 畜産に関する前問までの情報をどこで知りましたか？印象深いものを3つまでお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+5ポイント
全体−5ポイント
全体−10ポイント

		n=	テレビ（ニュースやバラエティ番組など）	新聞（全国紙・地方紙）	Yahoo!ニュース・LINEニュースなどのニュースアプリ	YouTubeなどの動画メディア	SNS（X/旧Twitter、Instagram、TikTokなど）	スーパーや精肉店のPOPやポスター	学校教育（子供からの情報を含む）	政府や自治体の広報誌・ホームページ	企業や生協からの情報・広告	食や農に関するイベント・フェア・直売所での掲示	食や農業に関する漫画・アニメ・ドラマ	その他	どこで知ったか覚えていない
全体		3,085	59.2	30.4	25.8	8.0	7.6	6.7	3.8	6.5	8.8	8.0	3.7	2.2	10.0
性別	男性	1,528	54.8	32.9	30.4	10.2	8.0	7.3	4.1	8.2	8.0	8.0	3.9	2.6	9.6
	女性	1,557	63.5	27.9	21.2	5.8	7.1	6.2	3.5	4.8	9.6	8.1	3.5	1.8	10.5
年代	20代	310	33.2	8.4	22.3	17.4	20.6	11.0	14.5	10.3	7.7	12.3	9.4	1.3	10.0
	30代	343	44.0	11.4	25.4	13.4	14.0	9.6	6.4	6.4	7.6	9.0	7.0	1.7	13.1
	40代	505	54.9	19.2	32.9	7.5	9.7	7.3	5.7	5.9	8.3	6.5	5.7	2.6	11.5
	50代	490	56.9	25.9	30.4	9.4	7.8	5.7	2.4	4.9	6.3	7.1	2.4	3.5	10.0
	60代	498	68.3	36.1	27.9	4.6	3.4	4.2	0.8	6.2	9.4	6.8	1.6	0.8	10.6
	70代以上	939	72.1	49.8	19.7	4.3	1.9	5.9	0.5	6.6	10.9	8.2	1.2	2.6	7.9
性年代	男性20代	169	34.3	10.7	26.6	25.4	19.5	11.2	16.0	13.0	9.5	13.6	9.5	1.8	7.1
	男性30代	177	40.1	13.6	29.4	19.2	13.6	11.9	5.1	6.8	9.0	10.7	6.8	0.0	14.1
	男性40代	276	47.1	20.3	37.7	8.7	8.0	8.3	5.8	7.2	10.9	7.6	5.8	2.9	12.0
	男性50代	247	53.0	27.1	38.1	11.3	8.1	4.9	1.6	6.9	5.7	4.5	2.0	4.9	7.3
	男性60代	241	63.5	40.2	32.8	4.6	4.6	4.6	1.7	8.3	6.2	7.9	2.1	1.2	11.2
	男性70代以上	418	70.6	57.7	21.8	3.8	3.1	6.2	0.7	8.4	7.7	6.9	1.2	3.3	7.4
	女性20代	141	31.9	5.7	17.0	7.8	22.0	10.6	12.8	7.1	5.7	10.6	9.2	0.7	13.5
	女性30代	166	48.2	9.0	21.1	7.2	14.5	7.2	7.8	6.0	6.0	7.2	7.2	3.6	12.0
	女性40代	229	64.2	17.9	27.1	6.1	11.8	6.1	5.7	4.4	5.2	5.2	5.7	2.2	10.9
	女性50代	243	60.9	24.7	22.6	7.4	7.4	6.6	3.3	2.9	7.0	9.9	2.9	2.1	12.8
	女性60代	257	72.8	32.3	23.3	4.7	2.3	3.9	0.0	4.3	12.5	5.8	1.2	0.4	10.1
	女性70代以上	521	73.3	43.6	18.0	4.6	1.0	5.6	0.4	5.2	13.4	9.2	1.2	1.9	8.3
地域	北海道	151	51.7	38.4	22.5	6.0	6.6	6.6	2.0	5.3	11.9	9.3	3.3	6.0	11.3
	東北	211	64.0	35.1	24.2	5.2	9.0	7.1	1.9	6.2	6.2	8.1	3.8	2.8	9.0
	関東	1,085	58.0	28.9	26.4	8.2	8.3	5.7	4.6	6.5	8.4	6.5	3.2	2.2	11.0
	北陸	101	65.3	26.7	24.8	11.9	5.0	12.9	5.0	5.9	5.9	7.9	5.0	3.0	4.0
	中部	412	66.5	31.8	25.2	6.1	6.1	7.3	2.2	6.1	10.4	8.0	2.7	1.2	8.5
	近畿	531	56.3	28.6	26.4	10.4	7.7	8.7	3.6	6.4	9.4	9.2	4.9	1.3	10.0
	中国	165	57.6	34.5	23.0	7.9	6.7	6.1	4.8	9.1	7.3	8.5	4.2	3.0	9.7
	四国	90	56.7	25.6	21.1	11.1	8.9	3.3	4.4	3.3	4.4	11.1	5.6	1.1	12.2
	九州	339	59.0	29.8	28.9	6.8	7.4	5.6	4.4	7.7	10.3	9.7	3.2	2.4	10.6
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	541	49.2	19.6	27.9	7.2	10.9	8.1	7.4	6.3	10.4	8.3	6.7	2.2	9.2
	既婚×子なし	1,513	66.4	40.4	24.1	5.8	4.2	5.6	1.6	6.0	9.1	8.0	2.1	2.4	9.2
	未婚×子あり	45	33.3	17.8	20.0	11.1	4.4	6.7	17.8	8.9	13.3	2.2	4.4	4.4	4.4
	未婚×子なし	986	54.9	21.4	27.5	11.7	11.2	7.8	4.6	7.3	7.4	8.2	4.4	1.8	12.1
農村との関係	出身・親族	539	59.6	37.5	31.7	8.2	8.2	6.1	5.0	7.8	8.7	9.5	4.1	2.8	8.5
	居住・仕事	481	56.1	31.4	25.2	9.4	8.5	9.1	4.4	8.5	12.1	12.1	5.6	3.5	7.7
	ふるさと納税	190	57.9	24.2	30.5	10.0	8.9	9.5	5.8	6.8	8.4	11.1	4.7	1.6	5.8
	旅行	168	56.0	34.5	29.8	10.7	11.3	7.7	8.3	7.1	8.9	10.1	4.8	3.0	7.1
	購入	155	61.3	45.2	22.6	3.2	8.4	7.7	1.3	10.3	17.4	12.3	2.6	3.2	5.2
	関わりはない	1,552	60.4	26.4	23.2	7.5	6.4	5.7	2.7	5.0	7.0	5.3	2.8	1.5	12.6

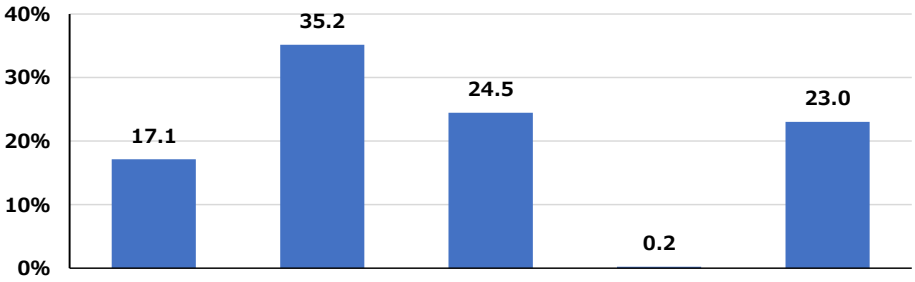
Q27. 飼料価格の高騰等により、食肉の生産コストが上昇していますが、生産コスト上昇分を食肉価格（小売価格）に転嫁することについて、あなたのお考えにあてはまるものをすべてお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	生産コストが上昇すれば、食肉価格が上昇するのは当然	我が国の畜産が存続していくためには、食肉価格が上昇しても仕方ない	生産コストの上昇分は、生産者や関係者の努力でカバーし、食肉価格の上昇はできる限り抑えてほしい	食肉価格が上昇すると購入量が減ってしまうので、畜産経営の厳しさは変わらない。食肉価格への転嫁より畜産農家の支援策を充実した方がよい	その他	よく分からない
全体		6,000	50.6	34.8	14.5	22.9	0.9	11.9
性別	男性	2,910	50.8	34.2	17.5	19.6	1.1	11.8
	女性	3,090	50.4	35.3	11.7	26.0	0.7	12.0
年代	20代	714	43.1	26.9	21.6	23.9	0.0	20.3
	30代	826	52.9	31.7	15.0	23.1	0.1	17.9
	40代	1,074	54.1	32.9	16.2	20.4	0.7	13.1
	50代	975	51.8	34.5	13.3	20.3	1.5	11.1
	60代	920	52.2	35.3	12.6	21.1	0.8	9.7
	70代以上	1,491	48.6	41.4	11.5	26.8	1.6	5.6
性年代	男性20代	363	43.0	30.3	25.3	22.0	0.0	18.2
	男性30代	418	50.5	34.0	17.0	19.9	0.2	17.9
	男性40代	543	55.2	33.1	20.3	17.3	0.6	12.0
	男性50代	487	51.3	31.4	18.1	18.3	1.6	10.7
	男性60代	450	54.4	31.1	15.8	17.1	0.7	11.3
	男性70代以上	649	48.8	41.4	11.9	22.8	2.6	5.1
	女性20代	351	43.3	23.4	17.7	25.9	0.0	22.5
	女性30代	408	55.4	29.4	13.0	26.5	0.0	17.9
	女性40代	531	52.9	32.6	12.1	23.5	0.8	14.3
	女性50代	488	52.3	37.5	8.6	22.3	1.4	11.5
	女性60代	470	50.0	39.4	9.6	24.9	0.9	8.1
	女性70代以上	842	48.3	41.3	11.2	29.9	0.8	5.9
地域	北海道	255	50.2	32.2	18.8	26.3	1.2	9.4
	東北	416	52.4	32.2	10.3	20.9	0.7	12.7
	関東	2,092	51.8	36.0	14.1	23.2	0.9	11.9
	北陸	210	53.3	36.2	17.6	19.0	1.9	11.4
	中部	793	49.8	36.6	14.2	23.3	1.4	11.3
	近畿	1,055	46.9	35.5	15.4	24.5	0.2	12.1
	中国	340	51.5	25.0	14.4	21.5	0.9	13.8
	四国	178	52.8	36.0	12.9	16.9	1.1	10.1
	九州	661	50.5	34.2	15.0	22.2	1.2	12.4
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	53.5	32.5	15.6	20.1	0.3	12.7
	既婚×子なし	2,678	50.3	38.4	12.7	23.6	1.2	8.7
	未婚×子あり	99	54.5	21.2	16.2	29.3	3.0	14.1
	未婚×子なし	2,021	49.0	31.9	16.1	23.2	0.7	15.6
農村との関係	出身・親族	856	56.4	41.9	15.2	27.9	1.4	3.9
	居住・仕事	856	53.4	37.6	18.2	26.1	1.4	8.2
	ふるさと納税	353	53.5	41.1	19.0	20.4	1.4	4.0
	旅行	279	54.8	37.6	17.9	29.7	1.4	3.9
	購入	245	55.5	46.5	14.7	29.8	1.2	2.0
	関わりはない	3,411	47.4	30.5	12.6	20.0	0.5	17.0

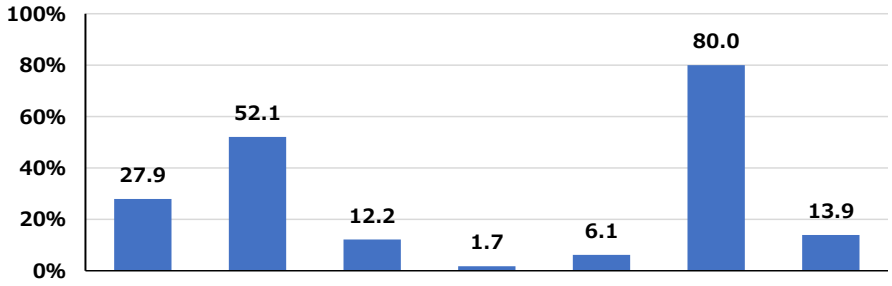
Q28. 食肉の生産コストの上昇により食肉価格（小売価格）も上昇していますが、両者の関係について、あなたはどう感じていますか。最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	生産コストの上昇分以上に、食肉価格へ転嫁されていると思う	生産コストの上昇分がほぼ、食肉価格へ転嫁されていると思う	生産コストの上昇分の割に、あまり食肉価格へ転嫁されていないと思う	その他	よく分からない
全体		6,000	17.1	35.2	24.5	0.2	23.0
性別	男性	2,910	18.6	34.8	26.5	0.3	19.9
	女性	3,090	15.8	35.5	22.6	0.2	26.0
年代	20代	714	17.9	35.2	18.6	0.0	28.3
	30代	826	19.1	32.0	22.8	0.0	26.2
	40代	1,074	16.2	33.6	26.0	0.0	24.2
	50代	975	16.3	32.6	27.3	0.6	23.2
	60代	920	16.0	34.8	27.7	0.3	21.2
	70代以上	1,491	17.6	40.0	23.2	0.3	18.9
性年代	男性20代	363	20.1	37.2	18.7	0.0	24.0
	男性30代	418	20.8	34.2	20.6	0.0	24.4
	男性40代	543	16.0	33.9	28.9	0.0	21.2
	男性50代	487	19.5	33.1	28.7	0.8	17.9
	男性60代	450	16.7	32.2	30.9	0.2	20.0
	男性70代以上	649	19.0	37.8	27.7	0.5	15.1
	女性20代	351	15.7	33.0	18.5	0.0	32.8
	女性30代	408	17.4	29.7	25.0	0.0	27.9
	女性40代	531	16.4	33.3	23.0	0.0	27.3
	女性50代	488	13.1	32.2	25.8	0.4	28.5
	女性60代	470	15.3	37.2	24.7	0.4	22.3
	女性70代以上	842	16.5	41.7	19.7	0.2	21.9
地域	北海道	255	22.4	36.9	22.4	0.0	18.4
	東北	416	14.9	32.7	27.6	0.0	24.8
	関東	2,092	16.1	35.3	24.9	0.2	23.6
	北陸	210	17.6	42.4	21.0	0.5	18.6
	中部	793	17.3	33.7	26.6	0.4	22.1
	近畿	1,055	17.5	35.2	22.3	0.2	24.8
	中国	340	19.4	36.2	21.2	0.3	22.9
	四国	178	20.8	34.8	21.9	1.1	21.3
	九州	661	16.8	34.6	26.3	0.2	22.1
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	18.7	34.0	25.4	0.1	21.8
	既婚×子なし	2,678	16.2	37.3	25.3	0.3	20.9
	未婚×子あり	99	18.2	38.4	18.2	0.0	25.3
	未婚×子なし	2,021	17.4	32.9	23.1	0.2	26.4
農村との関係	出身・親族	856	18.5	35.0	30.1	0.5	15.9
	居住・仕事	856	17.3	38.2	27.5	0.5	16.6
	ふるさと納税	353	20.7	38.0	28.0	0.0	13.3
	旅行	279	16.1	40.1	29.7	0.4	13.6
	購入	245	12.7	44.9	31.0	0.0	11.4
	関わりはない	3,411	16.8	33.0	21.0	0.1	29.0

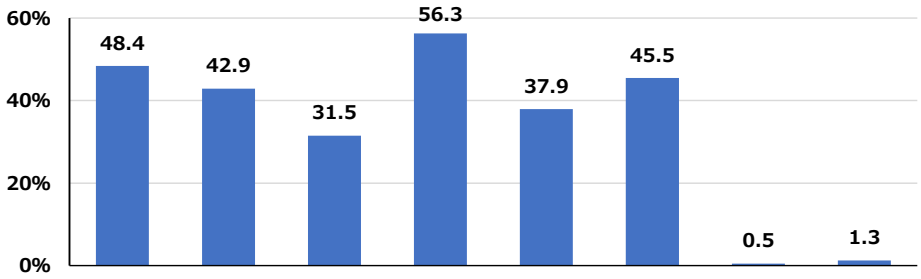
Q29. 今後の食料・食肉の供給についてあなたは不安を感じますか。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	とても不安を感じる	やや不安を感じる	あまり不安を感じない	全く不安を感じない	よくわからない	不安を感じる合計	不安を感じない合計
全体		6,000	27.9	52.1	12.2	1.7	6.1	80.0	13.9
性別	男性	2,910	26.4	50.8	14.3	2.2	6.4	77.2	16.4
	女性	3,090	29.3	53.3	10.2	1.3	5.9	82.6	11.5
年代	20代	714	23.0	45.5	18.3	4.5	8.7	68.5	22.8
	30代	826	24.7	48.5	14.0	3.1	9.6	73.2	17.2
	40代	1,074	28.0	50.2	13.4	1.5	6.9	78.2	14.9
	50代	975	35.5	48.3	9.2	1.1	5.8	83.8	10.4
	60代	920	25.2	56.5	11.5	0.9	5.9	81.7	12.4
	70代以上	1,491	28.6	58.4	9.5	0.7	2.8	86.9	10.3
性年代	男性20代	363	22.6	44.6	20.4	4.4	8.0	67.2	24.8
	男性30代	418	22.2	49.0	15.1	4.1	9.6	71.3	19.1
	男性40代	543	28.9	45.3	17.1	1.5	7.2	74.2	18.6
	男性50代	487	33.5	47.0	11.9	1.4	6.2	80.5	13.3
	男性60代	450	22.7	56.4	12.9	1.1	6.9	79.1	14.0
	男性70代以上	649	26.3	59.0	10.6	1.5	2.5	85.4	12.2
	女性20代	351	23.4	46.4	16.2	4.6	9.4	69.8	20.8
	女性30代	408	27.2	48.0	13.0	2.2	9.6	75.2	15.2
	女性40代	531	27.1	55.2	9.6	1.5	6.6	82.3	11.1
	女性50代	488	37.5	49.6	6.6	0.8	5.5	87.1	7.4
	女性60代	470	27.7	56.6	10.2	0.6	4.9	84.3	10.9
	女性70代以上	842	30.3	57.8	8.7	0.1	3.1	88.1	8.8
地域	北海道	255	27.5	55.3	12.9	2.0	2.4	82.7	14.9
	東北	416	30.5	49.3	12.3	0.7	7.2	79.8	13.0
	関東	2,092	28.9	50.4	12.8	2.1	5.8	79.3	14.9
	北陸	210	23.3	54.8	15.2	0.5	6.2	78.1	15.7
	中部	793	25.6	55.2	10.8	2.0	6.3	80.8	12.9
	近畿	1,055	29.2	51.1	11.6	1.5	6.6	80.3	13.1
	中国	340	26.8	52.4	12.6	1.5	6.8	79.1	14.1
	四国	178	23.6	53.9	11.8	3.4	7.3	77.5	15.2
	九州	661	26.9	54.5	11.0	1.4	6.2	81.4	12.4
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	26.3	53.7	11.8	1.7	6.5	80.0	13.5
	既婚×子なし	2,678	28.3	55.0	11.0	1.3	4.4	83.3	12.3
	未婚×子あり	99	45.5	38.4	11.1	0.0	5.1	83.8	11.1
	未婚×子なし	2,021	27.4	47.9	13.9	2.4	8.3	75.4	16.3
農村との関係	出身・親族	856	32.1	55.4	9.3	1.3	1.9	87.5	10.6
	居住・仕事	856	29.4	51.6	12.1	2.2	4.6	81.1	14.4
	ふるさと納税	353	34.8	49.6	10.2	2.5	2.8	84.4	12.7
	旅行	279	36.2	50.9	9.3	2.2	1.4	87.1	11.5
	購入	245	36.3	55.5	5.7	0.8	1.6	91.8	6.5
	関わりはない	3,411	24.4	51.5	13.7	1.7	8.6	75.9	15.4

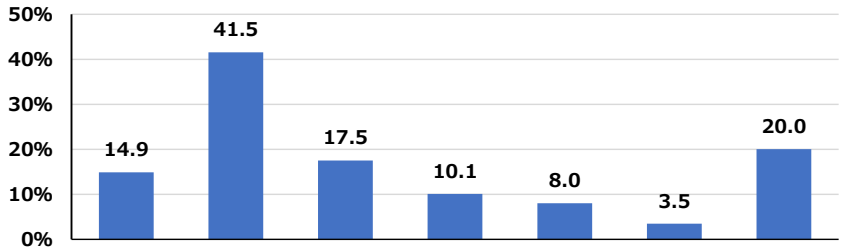
Q30. 今後の食料・食肉の供給に不安を感じる理由を、すべてお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	安全な食品を食べられなくなる可能性があるから	質の高い食品が食べられなくなる可能性があるから	食品の選択肢が減る可能性があるから	食品価格がより上昇する可能性があるから	今まで食べていたものが食べられなくなる可能性があるから	日本の食料自給率がさらに低下する可能性があるから	その他	なんとなく
全体		4,799	48.4	42.9	31.5	56.3	37.9	45.5	0.5	1.3
性別	男性	2,247	44.5	43.4	31.5	53.5	34.0	39.7	0.6	1.5
	女性	2,552	51.8	42.5	31.5	58.7	41.3	50.5	0.4	1.1
年代	20代	489	40.1	43.4	36.8	55.6	31.5	27.0	0.0	2.9
	30代	605	48.4	41.0	36.2	56.5	40.2	35.0	0.0	2.0
	40代	840	46.8	43.8	34.0	58.8	40.4	38.7	0.5	1.8
	50代	817	50.2	38.1	31.1	55.7	40.0	46.0	1.3	1.2
	60代	752	52.4	46.3	27.5	55.7	37.9	47.7	0.1	0.3
	70代以上	1,296	49.1	44.1	28.2	55.5	36.3	60.1	0.6	0.6
性年代	男性20代	244	37.7	42.2	32.4	53.3	25.0	21.7	0.0	3.3
	男性30代	298	47.0	44.6	35.9	52.0	33.6	27.5	0.0	2.7
	男性40代	403	44.2	46.7	34.2	56.3	39.0	32.5	0.2	1.7
	男性50代	392	46.2	36.0	32.4	56.4	35.2	42.1	2.0	1.8
	男性60代	356	43.8	44.1	28.4	51.4	34.0	41.0	0.0	0.6
	男性70代以上	554	45.5	45.7	28.2	51.6	33.9	57.0	0.9	0.4
	女性20代	245	42.4	44.5	41.2	58.0	38.0	32.2	0.0	2.4
	女性30代	307	49.8	37.5	36.5	60.9	46.6	42.3	0.0	1.3
	女性40代	437	49.2	41.2	33.9	61.1	41.6	44.4	0.7	1.8
	女性50代	425	53.9	40.0	29.9	55.1	44.5	49.6	0.7	0.7
	女性60代	396	60.1	48.2	26.8	59.6	41.4	53.8	0.3	0.0
	女性70代以上	742	51.8	43.0	28.3	58.4	38.1	62.4	0.4	0.8
地域	北海道	211	53.1	37.0	29.4	65.9	41.2	46.0	0.5	1.4
	東北	332	46.7	37.7	26.2	61.4	41.3	47.0	0.6	1.5
	関東	1,659	47.8	44.1	33.2	56.5	39.2	48.6	0.5	1.3
	北陸	164	50.6	34.8	32.9	61.6	32.9	45.1	0.6	3.0
	中部	641	47.6	45.6	31.7	56.8	38.5	44.0	0.5	1.1
	近畿	847	49.0	44.4	32.7	53.6	33.9	41.7	0.6	0.7
	中国	269	47.2	40.9	29.4	49.4	34.6	39.8	0.4	1.9
	四国	138	47.8	42.0	26.1	50.7	38.4	42.0	0.0	2.2
	九州	538	49.4	43.1	30.5	55.4	39.0	46.5	0.4	0.9
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	962	46.7	41.7	35.0	55.6	37.8	36.0	0.4	1.7
	既婚×子なし	2,231	50.4	43.9	29.4	55.4	38.1	52.8	0.6	0.7
	未婚×子あり	83	54.2	38.6	26.5	54.2	38.6	42.2	0.0	1.2
	未婚×子なし	1,523	46.2	42.4	32.6	58.0	37.7	41.0	0.4	1.9
農村との関係	出身・親族	749	51.5	47.7	33.6	62.3	43.3	53.0	0.8	0.4
	居住・仕事	694	49.4	44.5	31.4	54.6	37.3	43.8	0.1	1.2
	ふるさと納税	298	50.0	48.7	34.9	49.7	35.6	41.3	0.3	0.7
	旅行	243	53.9	44.4	35.0	56.0	43.6	48.1	1.6	0.4
	購入	225	55.1	48.4	32.4	61.8	43.1	65.3	1.8	0.4
	関わりはない	2,590	45.9	39.8	30.1	55.3	35.8	42.3	0.3	1.8

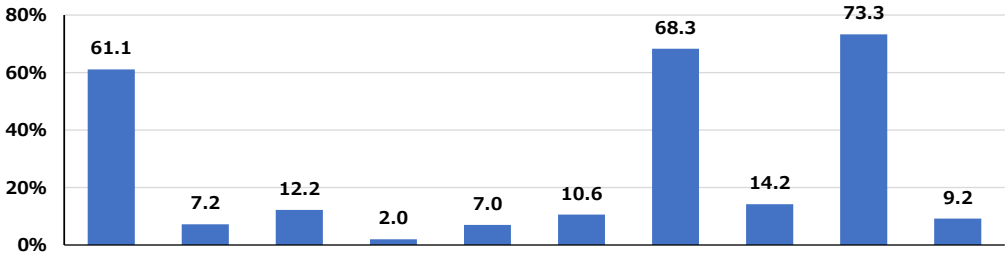
Q31. 今後の食料・食肉の供給に不安を感じない理由を、すべてお答えください。



【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	供給不足や価格上昇はすぐには起こらないだろうから	ある物や他の安い物を食べれば良いから	値上がりしても価格を気にしないから	供給不足や価格上昇はすぐに元に戻るだろうから	自分には関係なさそうだから	その他	なんとなく
全体		833	14.9	41.5	17.5	10.1	8.0	3.5	20.0
性別	男性	478	13.8	42.1	18.8	11.5	8.4	3.1	19.7
	女性	355	16.3	40.8	15.8	8.2	7.6	3.9	20.6
年代	20代	163	14.7	30.7	19.6	18.4	14.1	0.6	23.3
	30代	142	15.5	31.7	19.7	11.3	7.7	1.4	28.9
	40代	160	15.6	41.9	18.1	10.0	6.9	3.1	21.3
	50代	101	12.9	42.6	12.9	6.9	5.0	5.0	22.8
	60代	114	13.2	50.0	14.0	7.9	8.8	7.9	14.9
	70代以上	153	16.3	54.9	18.3	3.9	4.6	4.6	9.2
性年代	男性20代	90	15.6	32.2	26.7	20.0	11.1	1.1	22.2
	男性30代	80	15.0	32.5	21.3	11.3	12.5	1.3	27.5
	男性40代	101	15.8	43.6	19.8	11.9	7.9	1.0	17.8
	男性50代	65	13.8	35.4	12.3	4.6	4.6	7.7	27.7
	男性60代	63	7.9	55.6	15.9	12.7	9.5	1.6	11.1
	男性70代以上	79	12.7	55.7	13.9	6.3	3.8	7.6	11.4
	女性20代	73	13.7	28.8	11.0	16.4	17.8	0.0	24.7
	女性30代	62	16.1	30.6	17.7	11.3	1.6	1.6	30.6
	女性40代	59	15.3	39.0	15.3	6.8	5.1	6.8	27.1
	女性50代	36	11.1	55.6	13.9	11.1	5.6	0.0	13.9
	女性60代	51	19.6	43.1	11.8	2.0	7.8	15.7	19.6
	女性70代以上	74	20.3	54.1	23.0	1.4	5.4	1.4	6.8
地域	北海道	38	10.5	52.6	15.8	2.6	15.8	5.3	10.5
	東北	54	11.1	50.0	14.8	7.4	5.6	5.6	18.5
	関東	311	14.5	38.9	18.0	11.9	7.7	1.9	23.5
	北陸	33	18.2	42.4	12.1	9.1	6.1	3.0	18.2
	中部	102	11.8	44.1	15.7	9.8	7.8	3.9	19.6
	近畿	138	16.7	37.7	20.3	8.0	8.7	5.1	20.3
	中国	48	16.7	45.8	16.7	6.3	6.3	0.0	22.9
	四国	27	11.1	37.0	29.6	14.8	3.7	7.4	14.8
	九州	82	20.7	42.7	14.6	13.4	9.8	4.9	13.4
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	162	14.8	39.5	17.3	9.3	8.6	1.9	22.8
	既婚×子なし	330	15.2	44.5	16.1	8.8	7.0	4.5	17.6
	未婚×子あり	11	9.1	27.3	0.0	18.2	9.1	9.1	27.3
	未婚×子なし	330	14.8	40.0	19.7	11.5	8.8	3.0	20.9
農村との関係	出身・親族	91	17.6	53.8	25.3	7.7	7.7	2.2	7.7
	居住・仕事	123	19.5	42.3	16.3	15.4	8.1	6.5	14.6
	ふるさと納税	45	15.6	33.3	24.4	17.8	8.9	2.2	15.6
	旅行	32	15.6	40.6	28.1	18.8	6.3	3.1	9.4
	購入	16	12.5	50.0	18.8	12.5	0.0	0.0	12.5
	関わりはない	526	13.3	39.7	15.2	8.0	8.4	3.2	24.7

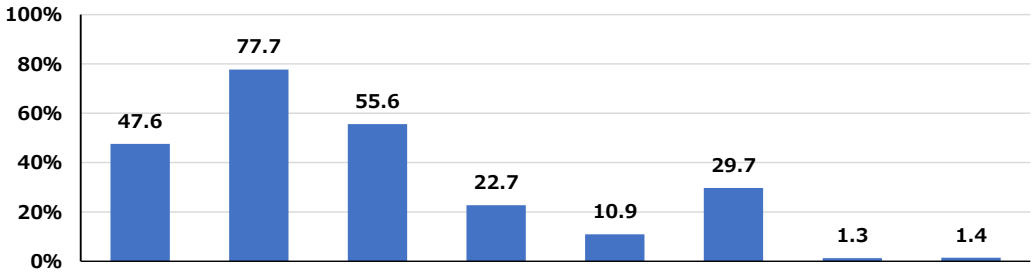
Q32. 世界的な食料供給リスクについて、あなたのお考えに最も近いものを1つお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	現在は食料の供給リスクが増大しており、中長期的にもリスクは継続・増大すると思う	現在は食料の供給リスクが増大しているが、中長期的にはリスクは増大しないと思う	現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないが、中長期的にはリスクは増大すると思う	現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないし、中長期的にもリスクは増大するとは思わない	食料の供給リスクについて考えたことがない	よくわからない	現在、増大している合計	現在、増大していない合計	今後、増大する合計	今後、増大しない合計
全体		6,000	61.1	7.2	12.2	2.0	7.0	10.6	68.3	14.2	73.3	9.2
性別	男性	2,910	60.4	8.5	12.7	2.5	6.4	9.5	68.9	15.2	73.2	11.0
	女性	3,090	61.7	6.0	11.7	1.5	7.5	11.6	67.7	13.2	73.4	7.5
年代	20代	714	43.8	15.1	12.6	4.9	9.2	14.3	59.0	17.5	56.4	20.0
	30代	826	54.8	9.1	11.3	2.7	8.2	13.9	63.9	13.9	66.1	11.7
	40代	1,074	57.7	8.4	13.5	2.1	7.3	11.0	66.1	15.6	71.2	10.5
	50代	975	63.5	5.5	12.0	1.8	7.3	9.8	69.0	13.8	75.5	7.4
	60代	920	64.9	5.4	12.9	1.3	5.9	9.6	70.3	14.2	77.8	6.7
	70代以上	1,491	71.4	3.8	11.2	0.6	5.4	7.7	75.1	11.8	82.6	4.4
性年代	男性20代	363	43.0	17.1	13.8	5.5	6.3	14.3	60.1	19.3	56.7	22.6
	男性30代	418	50.2	11.7	12.4	3.6	8.1	13.9	62.0	16.0	62.7	15.3
	男性40代	543	56.9	9.8	14.7	2.8	6.8	9.0	66.7	17.5	71.6	12.5
	男性50代	487	62.0	6.2	13.6	2.3	7.0	9.0	68.2	15.8	75.6	8.4
	男性60代	450	64.2	6.4	12.0	1.6	7.1	8.7	70.7	13.6	76.2	8.0
	男性70代以上	649	76.0	3.7	10.5	0.6	3.9	5.4	79.7	11.1	86.4	4.3
	女性20代	351	44.7	13.1	11.4	4.3	12.3	14.2	57.8	15.7	56.1	17.4
	女性30代	408	59.6	6.4	10.0	1.7	8.3	14.0	65.9	11.8	69.6	8.1
	女性40代	531	58.6	7.0	12.2	1.5	7.7	13.0	65.5	13.7	70.8	8.5
	女性50代	488	65.0	4.9	10.5	1.4	7.6	10.7	69.9	11.9	75.4	6.4
	女性60代	470	65.5	4.5	13.8	1.1	4.7	10.4	70.0	14.9	79.4	5.5
	女性70代以上	842	67.8	3.8	11.8	0.6	6.5	9.5	71.6	12.4	79.6	4.4
地域	北海道	255	65.1	5.1	12.2	2.7	7.5	7.5	70.2	14.9	77.3	7.8
	東北	416	57.0	7.7	13.9	0.7	8.4	12.3	64.7	14.7	70.9	8.4
	関東	2,092	62.4	7.3	11.2	2.3	6.6	10.2	69.6	13.5	73.6	9.6
	北陸	210	60.5	6.2	11.9	2.9	7.6	11.0	66.7	14.8	72.4	9.0
	中部	793	61.8	6.2	12.5	2.0	7.6	10.0	68.0	14.5	74.3	8.2
	近畿	1,055	60.9	7.6	12.8	1.2	6.3	11.2	68.5	14.0	73.7	8.8
	中国	340	57.1	9.4	11.5	1.8	8.8	11.5	66.5	13.2	68.5	11.2
	四国	178	58.4	9.0	15.2	1.7	5.6	10.1	67.4	16.9	73.6	10.7
	九州	661	60.5	7.0	12.6	2.6	6.4	11.0	67.5	15.1	73.1	9.5
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	1,202	56.4	9.7	13.1	3.5	7.1	10.3	66.1	16.6	69.5	13.1
	既婚×子なし	2,678	66.2	4.9	12.3	1.3	6.0	9.2	71.1	13.6	78.5	6.2
	未婚×子あり	99	67.7	9.1	9.1	1.0	7.1	6.1	76.8	10.1	76.8	10.1
	未婚×子なし	2,021	56.8	8.8	11.7	2.0	8.1	12.7	65.5	13.7	68.4	10.8
農村との関係	出身・親族	856	70.6	9.0	11.1	0.8	3.9	4.7	79.6	11.9	81.7	9.8
	居住・仕事	856	61.9	9.7	12.1	3.3	5.7	7.2	71.6	15.4	74.1	13.0
	ふるさと納税	353	64.9	12.5	11.6	3.1	3.1	4.8	77.3	14.7	76.5	15.6
	旅行	279	70.3	7.2	14.7	1.8	2.2	3.9	77.4	16.5	84.9	9.0
	購入	245	76.7	5.7	11.0	1.2	2.9	2.4	82.4	12.2	87.8	6.9
	関わりはない	3,411	56.3	5.7	12.4	1.9	9.1	14.6	62.0	14.3	68.7	7.6

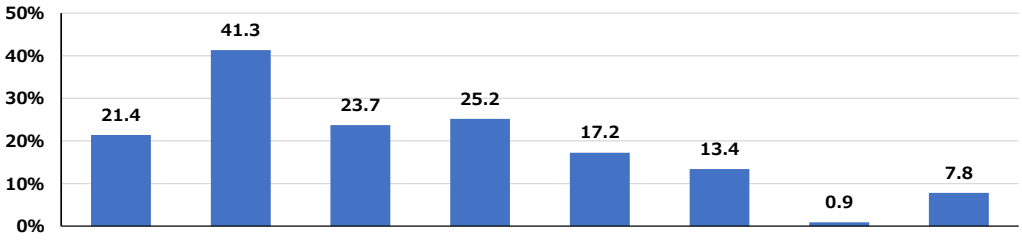
Q33. 中長期的に、世界的な食料の供給リスクが継続・増大するとあなたがお考えになる理由を、全てお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	世界的な人口増加や所得増加により食料需要が増大するから	温暖化等の気候変動や異常気象が頻発するから	世界の政治的経済的事由により、食料供給が不安定化するから	土壌流出や地力低下等により、農地の生産力が低下するから	バイオ燃料としての利用等、農産物の食料以外の用途が拡大するから	鳥インフルエンザ等の家畜伝染病のまん延が懸念されるから	その他	なんとなく
全体		4,397	47.6	77.7	55.6	22.7	10.9	29.7	1.3	1.4
性別	男性	2,129	58.7	71.3	55.7	20.8	11.9	25.6	1.6	1.3
	女性	2,268	37.2	83.8	55.5	24.5	10.0	33.6	0.9	1.5
年代	20代	403	43.7	61.3	49.4	22.6	13.6	21.6	0.2	3.5
	30代	546	42.5	70.1	53.1	21.4	12.1	24.0	0.5	2.6
	40代	765	48.6	76.3	54.0	19.6	11.4	22.4	0.7	1.3
	50代	736	47.0	75.4	55.6	20.7	10.6	30.7	2.7	1.5
	60代	716	47.9	81.1	56.1	21.9	8.7	31.3	1.1	1.1
	70代以上	1,231	50.7	86.7	59.4	26.9	10.7	38.0	1.5	0.4
性年代	男性20代	206	51.5	57.3	52.9	27.7	17.0	19.9	0.0	2.9
	男性30代	262	54.2	60.7	53.8	21.0	15.6	19.5	0.4	3.1
	男性40代	389	57.8	71.5	57.3	19.0	11.6	20.3	0.3	0.8
	男性50代	368	58.4	67.4	54.6	21.2	13.0	26.4	3.8	1.6
	男性60代	343	54.5	74.6	52.8	15.7	8.7	27.4	1.5	0.9
	男性70代以上	561	66.8	81.6	58.8	22.1	9.8	32.4	2.3	0.4
	女性20代	197	35.5	65.5	45.7	17.3	10.2	23.4	0.5	4.1
	女性30代	284	31.7	78.9	52.5	21.8	8.8	28.2	0.7	2.1
	女性40代	376	39.1	81.4	50.5	20.2	11.2	24.5	1.1	1.9
	女性50代	368	35.6	83.4	56.5	20.1	8.2	35.1	1.6	1.4
	女性60代	373	41.8	87.1	59.2	27.6	8.6	34.9	0.8	1.3
	女性70代以上	670	37.2	90.9	59.9	30.9	11.5	42.7	0.7	0.4
地域	北海道	197	46.7	76.1	58.4	27.4	9.6	35.0	1.5	0.0
	東北	295	42.7	76.3	56.3	19.0	9.5	31.2	1.4	3.1
	関東	1,539	48.3	79.7	56.5	23.2	12.2	29.6	1.2	1.1
	北陸	152	48.7	82.2	51.3	23.0	7.2	28.9	0.7	1.3
	中部	589	49.4	78.4	56.7	22.1	11.9	33.4	1.7	1.5
	近畿	778	47.2	74.2	54.9	21.7	9.4	26.2	0.8	1.9
	中国	233	45.1	74.2	51.5	26.2	10.3	27.0	0.9	1.7
	四国	131	47.3	78.6	45.8	20.6	11.5	26.0	2.3	0.8
	九州	483	48.0	77.6	56.9	22.6	11.0	30.6	1.4	1.0
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	835	45.7	73.9	49.9	18.8	10.9	22.3	0.4	1.0
	既婚×子なし	2,103	46.9	82.0	57.2	24.0	10.2	33.2	1.5	1.0
	未婚×子あり	76	43.4	71.1	44.7	23.7	7.9	26.3	3.9	1.3
	未婚×子なし	1,383	50.0	73.9	57.2	23.0	12.1	29.1	1.3	2.2
農村との関係	出身・親族	699	51.1	82.8	60.5	26.8	13.6	34.0	1.1	0.4
	居住・仕事	634	47.8	76.0	54.9	23.5	14.7	29.3	1.1	1.3
	ふるさと納税	270	51.1	76.3	50.0	20.7	11.1	24.8	0.7	0.4
	旅行	237	49.8	77.6	61.6	30.0	12.2	36.3	3.4	0.4
	購入	215	49.8	87.4	65.1	31.6	15.3	37.7	2.3	0.9
	関わりはない	2,342	45.7	75.9	53.5	19.9	8.5	27.7	1.1	2.0

Q34. 中長期的に、世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないとあなたがお考えになる理由を、全てお答えください。

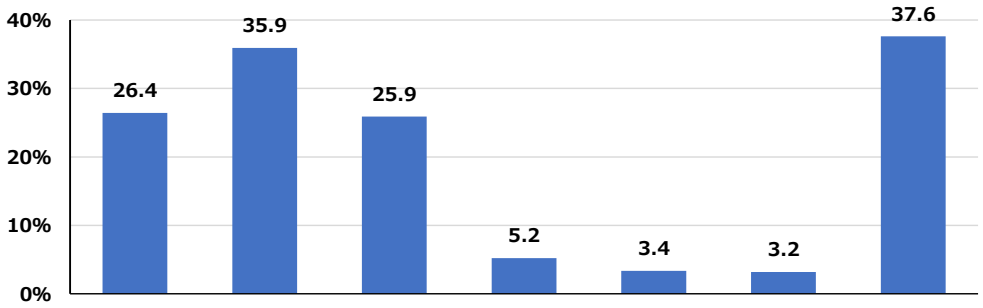


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	品種改良やバイオ技術等により、収穫量の多い農畜産物が栽培・飼養されるようになっているから	機械化の進展、生産技術の向上、肥料使用の拡大等により、農畜産物の収穫量が増えているから	世界的には、農用地の開発余地が残っているから	政治的経済的な不安定化要因は一時的なものであり、いずれ正常化するから	世界の人口や食料需要は、予測ほどには増大しないと思うから	培養肉や代替肉、未利用魚(まだ一般的ではないが、食用に利用できる魚)などの代替品の開発が進んでいるから	その他	なんとなく
全体		552	21.4	41.3	23.7	25.2	17.2	13.4	0.9	7.8
性別	男性	319	21.9	42.9	27.6	30.4	19.1	11.3	0.9	6.9
	女性	233	20.6	39.1	18.5	18.0	14.6	16.3	0.9	9.0
年代	20代	143	18.9	42.0	28.0	31.5	17.5	14.0	0.7	5.6
	30代	97	22.7	42.3	29.9	30.9	22.7	12.4	0.0	9.3
	40代	113	23.0	42.5	29.2	19.5	12.4	14.2	0.9	6.2
	50代	72	23.6	43.1	19.4	23.6	15.3	6.9	2.8	6.9
	60代	62	21.0	43.5	14.5	21.0	19.4	14.5	0.0	8.1
	70代以上	65	20.0	32.3	9.2	18.5	16.9	18.5	1.5	13.8
性年代	男性20代	82	22.0	43.9	31.7	36.6	18.3	12.2	1.2	3.7
	男性30代	64	20.3	46.9	32.8	39.1	26.6	10.9	0.0	4.7
	男性40代	68	23.5	45.6	30.9	22.1	16.2	13.2	1.5	4.4
	男性50代	41	19.5	46.3	24.4	29.3	12.2	4.9	0.0	9.8
	男性60代	36	19.4	41.7	16.7	25.0	25.0	11.1	0.0	11.1
	男性70代以上	28	28.6	21.4	14.3	21.4	14.3	14.3	3.6	17.9
	女性20代	61	14.8	39.3	23.0	24.6	16.4	16.4	0.0	8.2
	女性30代	33	27.3	33.3	24.2	15.2	15.2	15.2	0.0	18.2
	女性40代	45	22.2	37.8	26.7	15.6	6.7	15.6	0.0	8.9
	女性50代	31	29.0	38.7	12.9	16.1	19.4	9.7	6.5	3.2
	女性60代	26	23.1	46.2	11.5	15.4	11.5	19.2	0.0	3.8
	女性70代以上	37	13.5	40.5	5.4	16.2	18.9	21.6	0.0	10.8
地域	北海道	20	25.0	25.0	25.0	45.0	15.0	5.0	0.0	0.0
	東北	35	25.7	34.3	28.6	11.4	2.9	14.3	0.0	8.6
	関東	200	24.0	44.5	23.5	30.0	16.0	15.5	1.5	10.5
	北陸	19	26.3	42.1	26.3	21.1	26.3	5.3	5.3	5.3
	中部	65	12.3	43.1	27.7	20.0	18.5	15.4	0.0	6.2
	近畿	93	23.7	44.1	21.5	21.5	19.4	12.9	0.0	5.4
	中国	38	10.5	42.1	23.7	21.1	15.8	15.8	0.0	5.3
	四国	19	15.8	31.6	15.8	36.8	21.1	10.5	0.0	5.3
	九州	63	22.2	36.5	22.2	22.2	22.2	9.5	1.6	9.5
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	158	20.3	43.0	29.1	28.5	15.8	12.0	0.6	6.3
	既婚×子なし	166	21.7	41.0	18.1	21.7	18.7	16.3	0.6	7.2
	未婚×子あり	10	10.0	60.0	0.0	10.0	20.0	30.0	0.0	20.0
	未婚×子なし	218	22.5	39.4	25.2	26.1	17.0	11.5	1.4	8.7
農村との関係	出身・親族	84	26.2	45.2	21.4	21.4	21.4	20.2	0.0	6.0
	居住・仕事	111	23.4	45.0	31.5	33.3	21.6	16.2	0.9	1.8
	ふるさと納税	55	27.3	41.8	29.1	21.8	20.0	3.6	0.0	1.8
	旅行	25	24.0	40.0	28.0	16.0	12.0	20.0	0.0	4.0
	購入	17	41.2	35.3	23.5	11.8	23.5	17.6	0.0	0.0
	関わりはない	260	16.2	38.8	19.6	25.4	13.5	11.2	1.5	13.1

Q35. ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

国産・牛肉



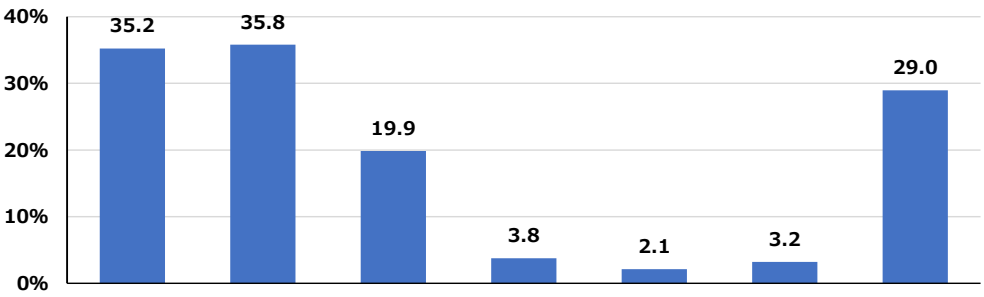
【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	26.4	35.9	25.9	5.2	3.4	3.2	37.6
性別	男性	2,910	29.5	32.1	25.6	5.4	3.5	4.0	38.4
	女性	3,090	23.5	39.5	26.2	5.1	3.2	2.5	37.0
年代	20代	714	42.2	32.8	16.5	4.8	1.3	2.5	25.1
	30代	826	33.8	37.8	20.5	3.9	2.5	1.6	28.5
	40代	1,074	30.5	36.3	22.8	5.1	2.8	2.4	33.1
	50代	975	28.0	38.5	22.5	4.1	3.0	4.0	33.5
	60代	920	21.1	33.6	30.9	6.3	3.3	4.9	45.3
	70代以上	1,491	14.2	35.9	34.7	6.3	5.5	3.4	49.9
性年代	男性20代	363	44.4	27.3	17.9	5.2	1.9	3.3	28.4
	男性30代	418	35.2	34.4	20.8	3.3	3.8	2.4	30.4
	男性40代	543	33.1	30.4	24.1	5.3	3.3	3.7	36.5
	男性50代	487	31.8	37.4	19.5	3.3	2.3	5.7	30.8
	男性60代	450	25.6	28.9	30.4	6.2	3.6	5.3	45.6
	男性70代以上	649	15.6	33.1	35.3	7.7	5.1	3.2	51.3
	女性20代	351	39.9	38.5	15.1	4.3	0.6	1.7	21.7
	女性30代	408	32.4	41.2	20.1	4.4	1.2	0.7	26.5
	女性40代	531	27.9	42.4	21.5	4.9	2.3	1.1	29.8
	女性50代	488	24.2	39.5	25.4	4.9	3.7	2.3	36.3
	女性60代	470	16.8	38.1	31.3	6.4	3.0	4.5	45.1
	女性70代以上	842	13.1	38.1	34.3	5.2	5.8	3.4	48.8
地域	北海道	255	26.3	35.7	24.3	5.1	3.1	5.5	38.0
	東北	416	27.6	36.3	26.2	5.8	3.1	1.0	36.1
	関東	2,092	24.7	36.2	26.3	6.2	3.4	3.2	39.1
	北陸	210	29.5	38.1	25.2	2.9	2.4	1.9	32.4
	中部	793	24.7	38.1	24.6	4.9	3.9	3.8	37.2
	近畿	1,055	29.4	34.3	24.4	5.1	3.1	3.7	36.3
	中国	340	25.9	35.0	28.5	4.4	3.5	2.6	39.1
	四国	178	30.3	31.5	23.6	5.1	5.1	4.5	38.2
	九州	661	26.9	35.9	28.4	3.5	2.7	2.6	37.2
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	29.6	38.6	21.6	5.7	2.8	1.7	31.8
	既婚×子なし	2,678	20.2	36.2	29.9	5.9	3.8	3.9	43.6
	未婚×子あり	99	39.4	25.3	30.3	0.0	2.0	3.0	35.4
	未婚×子なし	2,021	32.2	34.5	22.8	4.3	3.1	3.2	33.3
農村との関係	出身・親族	856	19.4	34.7	32.9	7.2	3.3	2.5	45.9
	居住・仕事	856	27.7	33.6	26.1	5.7	3.9	3.0	38.7
	ふるさと納税	353	26.1	37.4	26.6	3.4	3.4	3.1	36.5
	旅行	279	25.4	31.5	25.4	6.8	6.8	3.9	43.0
	購入	245	14.7	37.1	25.7	9.8	7.8	4.9	48.2
	関わりはない	3,411	28.8	36.9	24.0	4.3	2.6	3.2	34.2

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q35. ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

輸入・牛肉



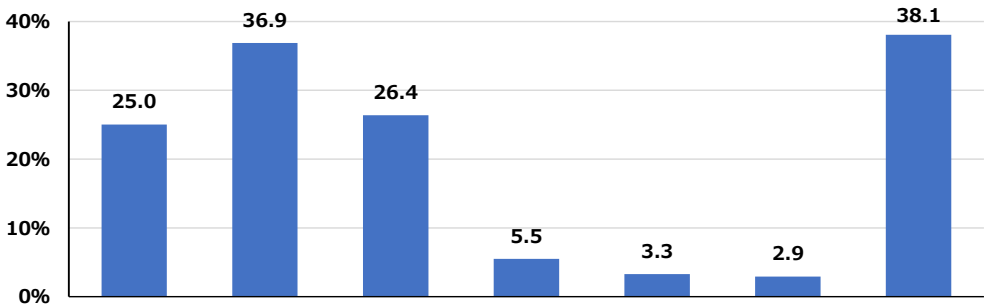
【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	35.2	35.8	19.9	3.8	2.1	3.2	29.0
性別	男性	2,910	35.6	33.1	21.6	4.0	2.4	3.4	31.3
	女性	3,090	34.9	38.4	18.2	3.6	1.9	3.0	26.7
年代	20代	714	42.6	34.0	14.7	3.9	2.1	2.7	23.4
	30代	826	40.2	36.4	16.9	2.5	1.7	2.2	23.4
	40代	1,074	37.6	35.2	19.6	3.2	1.6	2.8	27.2
	50代	975	36.0	37.7	17.2	3.3	2.4	3.4	26.3
	60代	920	32.6	34.1	23.3	3.8	2.0	4.2	33.3
	70代以上	1,491	28.4	36.5	23.7	5.1	2.7	3.6	35.1
性年代	男性20代	363	43.3	30.6	15.2	5.2	2.8	3.0	26.2
	男性30代	418	39.0	34.9	18.7	2.4	2.4	2.6	26.1
	男性40代	543	37.9	31.1	22.8	2.9	1.8	3.3	30.9
	男性50代	487	39.2	35.1	17.5	2.9	1.6	3.7	25.7
	男性60代	450	34.0	30.2	24.4	4.2	2.7	4.4	35.8
	男性70代以上	649	25.6	35.3	27.1	5.7	2.9	3.4	39.1
	女性20代	351	41.9	37.6	14.2	2.6	1.4	2.3	20.5
	女性30代	408	41.4	38.0	15.2	2.7	1.0	1.7	20.6
	女性40代	531	37.3	39.4	16.4	3.4	1.3	2.3	23.4
	女性50代	488	32.8	40.4	17.0	3.7	3.1	3.1	26.8
	女性60代	470	31.3	37.9	22.1	3.4	1.3	4.0	30.9
	女性70代以上	842	30.5	37.4	21.0	4.6	2.6	3.8	32.1
地域	北海道	255	34.1	34.5	20.0	3.1	2.7	5.5	31.4
	東北	416	37.5	34.6	19.7	4.3	2.2	1.7	27.9
	関東	2,092	32.4	36.8	21.0	4.6	2.2	3.1	30.8
	北陸	210	39.5	38.6	16.7	2.4	1.0	1.9	21.9
	中部	793	34.3	35.9	21.4	3.0	1.9	3.4	29.8
	近畿	1,055	38.9	33.6	17.4	3.9	2.4	3.9	27.6
	中国	340	35.6	37.4	18.5	3.2	2.6	2.6	27.1
	四国	178	37.1	33.7	19.1	3.4	3.4	3.4	29.2
	九州	661	36.5	36.3	20.1	2.6	1.5	3.0	27.2
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	35.4	38.7	18.3	3.7	1.4	2.4	25.9
	既婚×子なし	2,678	32.0	35.9	21.8	4.1	2.5	3.6	32.1
	未婚×子あり	99	49.5	26.3	19.2	1.0	2.0	2.0	24.2
	未婚×子なし	2,021	38.7	34.4	18.2	3.4	2.1	3.2	26.9
農村との関係	出身・親族	856	29.2	38.0	24.2	4.4	1.3	2.9	32.8
	居住・仕事	856	33.2	35.2	21.3	3.7	3.3	3.4	31.7
	ふるさと納税	353	35.1	36.3	19.0	4.0	2.3	3.4	28.6
	旅行	279	31.9	35.5	20.1	5.4	4.7	2.5	32.6
	購入	245	26.5	38.0	21.6	4.1	4.1	5.7	35.5
	関わりはない	3,411	38.2	35.2	18.4	3.4	1.7	3.1	26.6

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q35. ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

国産・豚肉



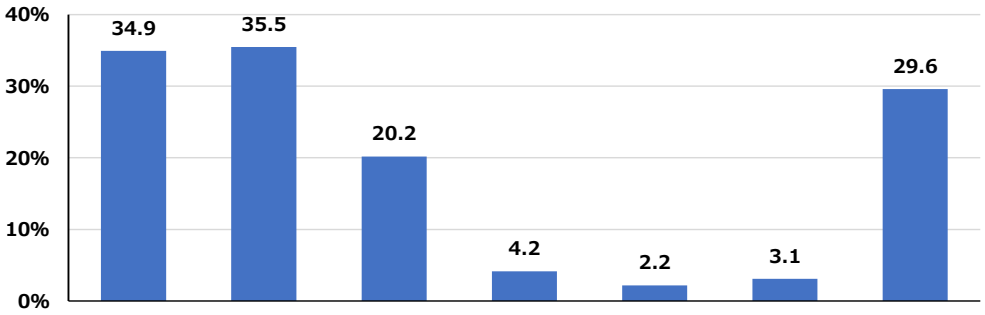
【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	25.0	36.9	26.4	5.5	3.3	2.9	38.1
性別	男性	2,910	27.7	33.5	26.2	5.5	3.4	3.6	38.8
	女性	3,090	22.5	40.1	26.6	5.4	3.2	2.3	37.4
年代	20代	714	37.8	35.9	17.4	4.5	2.0	2.5	26.3
	30代	826	31.5	37.4	22.8	4.7	2.3	1.3	31.1
	40代	1,074	29.4	36.5	23.4	5.4	3.0	2.3	34.1
	50代	975	27.1	39.8	22.5	4.1	3.1	3.5	33.1
	60代	920	20.5	34.0	31.6	6.1	3.4	4.3	45.4
	70代以上	1,491	13.6	37.2	34.2	7.0	4.8	3.2	49.2
性年代	男性20代	363	38.6	32.8	17.1	6.1	2.5	3.0	28.7
	男性30代	418	32.5	34.0	23.4	4.8	3.3	1.9	33.5
	男性40代	543	32.0	31.1	24.3	5.3	3.7	3.5	36.8
	男性50代	487	30.4	38.8	20.5	3.1	2.3	4.9	30.8
	男性60代	450	24.7	28.9	32.0	5.6	3.8	5.1	46.4
	男性70代以上	649	15.1	34.8	34.8	7.7	4.3	3.2	50.1
	女性20代	351	37.0	39.0	17.7	2.8	1.4	2.0	23.9
	女性30代	408	30.4	40.9	22.1	4.7	1.2	0.7	28.7
	女性40代	531	26.7	42.0	22.4	5.5	2.3	1.1	31.3
	女性50代	488	23.8	40.8	24.4	5.1	3.9	2.0	35.5
	女性60代	470	16.6	38.9	31.3	6.6	3.0	3.6	44.5
	女性70代以上	842	12.5	39.1	33.7	6.4	5.1	3.2	48.5
地域	北海道	255	27.5	34.1	24.3	5.5	3.1	5.5	38.4
	東北	416	27.9	36.1	27.4	5.0	2.4	1.2	36.1
	関東	2,092	23.0	37.7	26.6	6.7	3.2	2.8	39.3
	北陸	210	29.0	40.5	24.3	2.4	1.9	1.9	30.5
	中部	793	23.3	38.5	26.1	4.8	3.8	3.5	38.2
	近畿	1,055	27.3	35.4	25.9	4.7	3.5	3.2	37.3
	中国	340	24.7	35.0	27.6	5.3	4.4	2.9	40.3
	四国	178	29.2	33.7	23.6	5.1	5.6	2.8	37.1
	九州	661	24.8	37.2	27.8	5.0	2.6	2.6	38.0
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	28.5	38.9	22.4	6.1	2.7	1.6	32.7
	既婚×子なし	2,678	19.2	36.9	30.2	6.5	3.6	3.7	43.9
	未婚×子あり	99	37.4	31.3	26.3	1.0	3.0	1.0	31.3
	未婚×子なし	2,021	30.1	36.0	23.7	4.1	3.3	2.9	33.9
農村との関係	出身・親族	856	17.6	37.4	32.1	7.1	3.3	2.5	45.0
	居住・仕事	856	24.8	34.3	27.3	6.2	4.2	3.2	40.9
	ふるさと納税	353	26.1	34.3	28.6	4.2	3.4	3.4	39.7
	旅行	279	22.9	34.8	26.2	7.2	5.7	3.2	42.3
	購入	245	15.1	38.4	26.1	8.6	7.3	4.5	46.5
	関わりはない	3,411	27.7	37.7	24.5	4.7	2.6	2.8	34.5

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q35. ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

輸入・豚肉



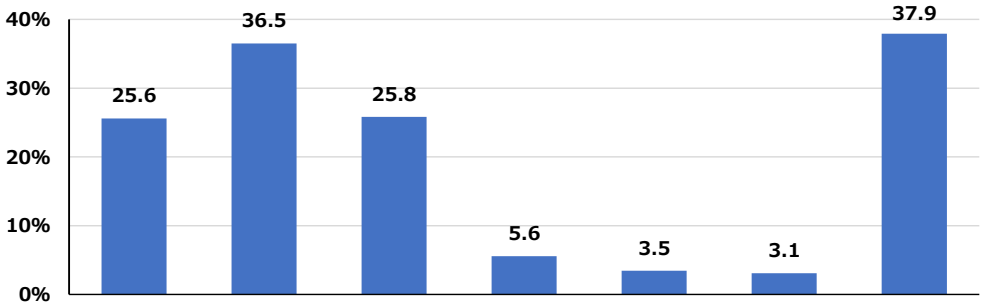
【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	34.9	35.5	20.2	4.2	2.2	3.1	29.6
性別	男性	2,910	35.1	32.2	22.5	4.5	2.4	3.2	32.7
	女性	3,090	34.8	38.5	18.0	3.8	1.9	3.0	26.7
年代	20代	714	42.2	32.2	16.4	5.6	1.4	2.2	25.6
	30代	826	39.1	35.4	17.7	3.8	2.2	1.9	25.5
	40代	1,074	37.5	34.8	19.2	3.7	1.9	2.9	27.7
	50代	975	35.9	38.4	17.1	3.0	2.4	3.3	25.7
	60代	920	32.5	33.7	23.6	3.8	2.2	4.2	33.8
	70代以上	1,491	28.2	36.8	24.0	5.0	2.6	3.5	35.1
性年代	男性20代	363	41.6	28.4	18.7	7.2	1.9	2.2	30.0
	男性30代	418	38.5	32.5	19.4	4.1	3.1	2.4	28.9
	男性40代	543	37.8	29.5	23.6	3.5	2.2	3.5	32.8
	男性50代	487	38.4	35.7	18.1	2.9	1.6	3.3	25.9
	男性60代	450	33.3	30.4	24.9	4.0	2.9	4.4	36.2
	男性70代以上	649	25.6	35.1	27.6	5.9	2.8	3.1	39.3
	女性20代	351	42.7	36.2	14.0	4.0	0.9	2.3	21.1
	女性30代	408	39.7	38.2	15.9	3.4	1.2	1.5	22.1
	女性40代	531	37.3	40.3	14.7	4.0	1.5	2.3	22.4
	女性50代	488	33.4	41.0	16.2	3.1	3.1	3.3	25.6
	女性60代	470	31.7	36.8	22.3	3.6	1.5	4.0	31.5
	女性70代以上	842	30.2	38.0	21.3	4.3	2.5	3.8	31.8
地域	北海道	255	36.1	34.5	18.8	3.1	2.4	5.1	29.4
	東北	416	36.8	35.6	19.5	4.6	1.9	1.7	27.6
	関東	2,092	31.9	36.4	21.3	5.0	2.4	3.0	31.7
	北陸	210	41.0	34.8	17.1	4.3	1.0	1.9	24.3
	中部	793	33.9	35.1	22.6	3.3	2.1	3.0	31.0
	近畿	1,055	38.1	33.8	18.5	4.0	1.8	3.8	28.1
	中国	340	35.3	35.6	19.7	4.1	2.4	2.9	29.1
	四国	178	36.5	34.3	19.1	3.4	3.9	2.8	29.2
	九州	661	36.6	36.3	19.1	3.2	1.8	3.0	27.1
未既婚×子供の有無	既婚×子あり	1,202	35.0	38.2	18.4	4.4	1.7	2.3	26.8
	既婚×子なし	2,678	31.6	36.0	22.1	4.1	2.6	3.5	32.4
	未婚×子あり	99	48.5	26.3	19.2	3.0	1.0	2.0	25.3
	未婚×子なし	2,021	38.6	33.6	18.7	4.1	1.9	3.1	27.8
農村との関係	出身・親族	856	28.5	38.8	24.3	4.3	1.3	2.8	32.7
	居住・仕事	856	33.5	32.9	21.5	5.7	3.2	3.2	33.5
	ふるさと納税	353	34.8	34.6	21.0	4.0	2.8	2.8	30.6
	旅行	279	31.2	36.2	19.0	6.1	5.0	2.5	32.6
	購入	245	26.1	37.6	21.2	4.5	4.5	6.1	36.3
	関わりはない	3,411	37.8	35.2	18.8	3.5	1.7	3.0	27.0

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q35. ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

国産・鶏肉



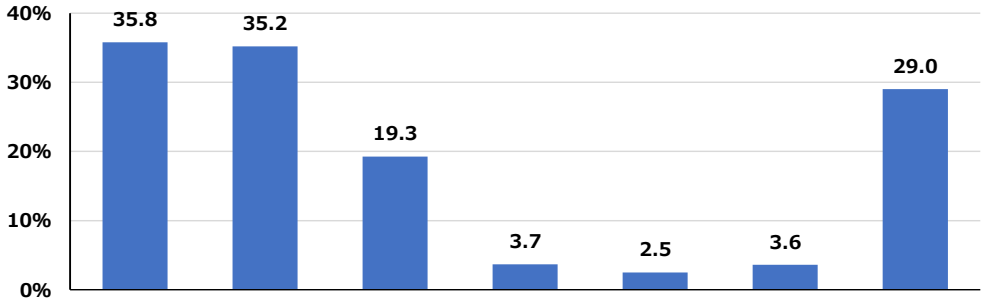
【比率の差】
全体＋10ポイント
全体＋ 5ポイント
全体－ 5ポイント
全体－10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	25.6	36.5	25.8	5.6	3.5	3.1	37.9
性別	男性	2,910	28.3	33.1	25.6	5.7	3.6	3.8	38.7
	女性	3,090	23.1	39.7	26.1	5.4	3.3	2.4	37.2
年代	20代	714	39.1	33.1	15.8	6.2	3.1	2.8	27.9
	30代	826	32.2	38.3	20.1	5.1	3.1	1.2	29.5
	40代	1,074	30.0	35.8	23.7	5.1	3.0	2.4	34.3
	50代	975	27.3	39.5	22.7	4.2	2.7	3.7	33.2
	60代	920	20.2	34.5	31.6	5.9	3.2	4.7	45.3
	70代以上	1,491	14.6	37.0	33.8	6.5	4.8	3.4	48.5
性年代	男性20代	363	40.2	28.7	16.5	6.9	4.1	3.6	31.1
	男性30代	418	33.5	35.9	18.7	6.0	4.3	1.7	30.6
	男性40代	543	32.4	29.8	25.2	5.2	3.7	3.7	37.8
	男性50代	487	30.6	37.8	20.7	3.9	1.8	5.1	31.6
	男性60代	450	24.7	29.6	31.8	5.3	3.3	5.3	45.8
	男性70代以上	649	15.6	35.3	34.7	6.8	4.3	3.4	49.2
	女性20代	351	37.9	37.6	15.1	5.4	2.0	2.0	24.5
	女性30代	408	30.9	40.7	21.6	4.2	2.0	0.7	28.4
	女性40代	531	27.5	41.8	22.2	5.1	2.3	1.1	30.7
	女性50代	488	24.0	41.2	24.6	4.5	3.5	2.3	34.8
	女性60代	470	16.0	39.1	31.5	6.4	3.0	4.0	44.9
	女性70代以上	842	13.8	38.2	33.1	6.3	5.2	3.3	48.0
地域	北海道	255	28.2	34.5	22.0	6.7	3.5	5.1	37.3
	東北	416	28.4	35.3	26.7	4.3	3.4	1.9	36.3
	関東	2,092	23.1	38.0	26.0	6.7	3.4	2.9	38.9
	北陸	210	31.0	37.6	24.3	2.9	2.4	1.9	31.4
	中部	793	24.0	36.7	26.6	4.9	4.0	3.8	39.3
	近畿	1,055	28.4	34.8	25.2	4.6	3.2	3.7	36.8
	中国	340	26.2	35.6	25.6	5.9	3.8	2.9	38.2
	四国	178	29.2	33.1	24.7	5.6	5.6	1.7	37.6
	九州	661	25.3	36.6	27.4	5.1	2.9	2.7	38.1
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	28.2	38.5	22.3	6.4	3.0	1.6	33.3
	既婚×子なし	2,678	19.8	36.6	29.9	6.0	3.7	3.8	43.5
	未婚×子あり	99	36.4	30.3	28.3	2.0	1.0	2.0	33.3
	未婚×子なし	2,021	31.2	35.4	22.4	4.6	3.5	3.0	33.4
農村との関係	出身・親族	856	18.7	37.5	30.7	7.1	3.6	2.3	43.8
	居住・仕事	856	25.6	33.8	26.4	6.2	4.7	3.4	40.7
	ふるさと納税	353	25.5	35.7	27.8	5.1	3.1	2.8	38.8
	旅行	279	23.3	33.3	26.5	7.2	6.1	3.6	43.4
	購入	245	15.1	37.1	29.0	5.7	7.3	5.7	47.8
	関わりはない	3,411	28.3	37.2	24.0	4.9	2.6	3.0	34.5

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q35. ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

輸入・鶏肉



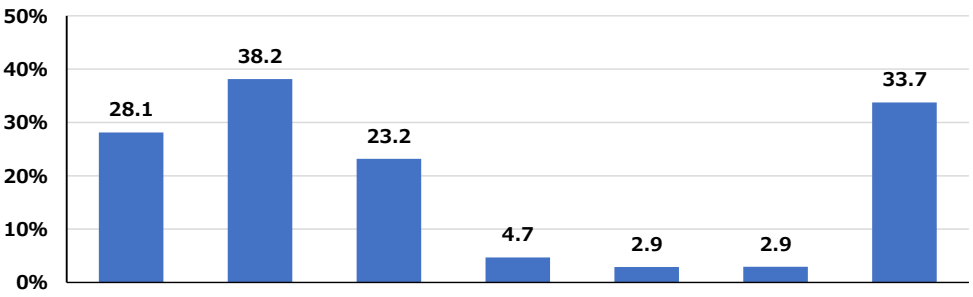
【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	35.8	35.2	19.3	3.7	2.5	3.6	29.0
性別	男性	2,910	35.8	32.5	21.1	4.0	2.9	3.7	31.7
	女性	3,090	35.8	37.7	17.6	3.3	2.1	3.5	26.5
年代	20代	714	44.5	31.1	13.6	3.9	3.2	3.6	24.4
	30代	826	39.5	36.6	15.7	2.8	2.5	2.9	24.0
	40代	1,074	38.5	34.5	18.4	3.4	2.0	3.4	27.1
	50代	975	36.7	37.5	16.8	3.0	2.6	3.4	25.7
	60代	920	33.0	33.0	23.8	3.5	2.2	4.5	33.9
	70代以上	1,491	28.7	36.8	23.3	4.8	2.6	3.8	34.5
性年代	男性20代	363	43.8	28.7	15.2	4.4	4.1	3.9	27.5
	男性30代	418	39.2	34.2	16.5	2.9	3.6	3.6	26.6
	男性40代	543	38.1	29.8	22.1	3.5	2.4	4.1	32.0
	男性50代	487	39.4	34.7	17.0	3.3	2.3	3.3	25.9
	男性60代	450	33.6	30.2	25.3	3.6	2.7	4.7	36.2
	男性70代以上	649	25.9	35.9	26.5	5.9	2.6	3.2	38.2
	女性20代	351	45.3	33.6	12.0	3.4	2.3	3.4	21.1
	女性30代	408	39.7	39.0	15.0	2.7	1.5	2.2	21.3
	女性40代	531	38.8	39.2	14.7	3.2	1.5	2.6	22.0
	女性50代	488	34.0	40.4	16.6	2.7	2.9	3.5	25.6
	女性60代	470	32.6	35.7	22.3	3.4	1.7	4.3	31.7
	女性70代以上	842	30.9	37.4	20.9	4.0	2.6	4.2	31.7
地域	北海道	255	36.9	32.5	18.8	3.9	2.7	5.1	30.6
	東北	416	37.3	35.1	18.3	4.1	3.1	2.2	27.6
	関東	2,092	33.0	36.3	20.5	4.3	2.5	3.5	30.7
	北陸	210	42.9	33.8	16.7	2.9	1.0	2.9	23.3
	中部	793	33.4	35.6	22.1	2.9	2.6	3.4	31.0
	近畿	1,055	39.7	33.6	16.4	3.7	2.2	4.4	26.6
	中国	340	36.5	35.3	17.9	3.2	3.2	3.8	28.2
	四国	178	37.6	34.3	18.0	4.5	3.4	2.2	28.1
	九州	661	36.8	35.6	19.4	2.6	2.1	3.6	27.7
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	35.8	37.8	17.7	3.6	2.2	3.0	26.5
	既婚×子なし	2,678	32.3	35.7	21.7	3.9	2.6	3.8	32.0
	未婚×子あり	99	48.5	25.3	19.2	1.0	3.0	3.0	26.3
	未婚×子なし	2,021	39.8	33.5	17.0	3.6	2.5	3.7	26.7
農村との関係	出身・親族	856	30.4	38.7	21.7	3.6	2.2	3.4	31.0
	居住・仕事	856	33.4	33.6	20.2	4.7	3.9	4.2	32.9
	ふるさと納税	353	36.0	34.6	19.0	3.7	3.1	3.7	29.5
	旅行	279	31.5	35.1	20.8	3.9	5.0	3.6	33.3
	購入	245	26.5	38.8	19.6	4.1	4.1	6.9	34.7
	関わりはない	3,411	38.7	34.5	18.3	3.4	1.8	3.3	26.7

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

Q35. ここで改めてお聞きしますが、あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

ひき肉

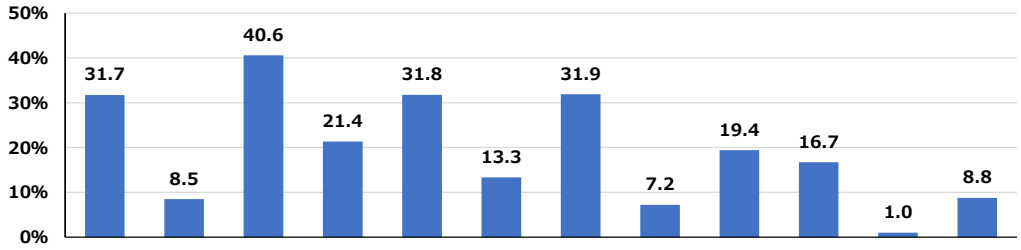


【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	値上げは許容できない	5%まで許容できる	10%まで許容できる	15%まで許容できる	20%まで許容できる	20%を超えても許容できる	10%を許容(※)
全体		6,000	28.1	38.2	23.2	4.7	2.9	2.9	33.7
性別	男性	2,910	30.4	34.9	23.1	4.8	3.1	3.6	34.6
	女性	3,090	26.0	41.2	23.3	4.5	2.8	2.3	32.9
年代	20代	714	41.9	32.2	15.3	5.5	2.4	2.8	25.9
	30代	826	34.7	37.0	19.1	4.0	2.9	2.2	28.2
	40代	1,074	32.0	37.6	21.1	4.4	2.7	2.1	30.4
	50代	975	30.5	41.0	19.9	2.9	2.4	3.4	28.5
	60代	920	22.0	37.0	28.9	5.2	2.9	4.0	41.1
	70代以上	1,491	17.3	40.8	29.4	5.8	3.7	3.0	41.9
性年代	男性20代	363	42.4	27.3	16.8	7.2	2.8	3.6	30.3
	男性30代	418	34.7	36.1	19.1	3.1	3.8	3.1	29.2
	男性40代	543	34.1	31.3	22.7	5.3	3.5	3.1	34.6
	男性50代	487	33.7	39.6	18.3	2.3	1.4	4.7	26.7
	男性60代	450	26.2	32.4	29.1	4.7	3.3	4.2	41.3
	男性70代以上	649	18.3	39.8	29.1	6.3	3.4	3.1	41.9
	女性20代	351	41.3	37.3	13.7	3.7	2.0	2.0	21.4
	女性30代	408	34.8	38.0	19.1	4.9	2.0	1.2	27.2
	女性40代	531	29.9	44.1	19.6	3.4	1.9	1.1	26.0
	女性50代	488	27.3	42.4	21.5	3.5	3.3	2.0	30.3
	女性60代	470	17.9	41.3	28.7	5.7	2.6	3.8	40.9
	女性70代以上	842	16.5	41.7	29.6	5.3	3.9	3.0	41.8
地域	北海道	255	29.8	35.3	23.1	5.9	2.0	3.9	34.9
	東北	416	32.5	37.7	20.9	4.3	2.9	1.7	29.8
	関東	2,092	25.5	40.2	23.3	5.4	2.7	2.9	34.3
	北陸	210	34.3	39.5	20.0	2.4	1.9	1.9	26.2
	中部	793	26.7	38.5	24.1	4.2	3.3	3.3	34.8
	近畿	1,055	30.9	35.6	22.8	4.2	3.2	3.2	33.5
	中国	340	28.5	35.9	23.5	5.3	3.8	2.9	35.6
	四国	178	28.1	37.1	21.3	5.6	4.5	3.4	34.8
	九州	661	28.0	37.7	25.3	3.9	2.4	2.7	34.3
子供の有無 未既婚×	既婚×子あり	1,202	31.4	38.0	21.0	4.7	2.8	2.0	30.5
	既婚×子なし	2,678	22.4	39.5	26.4	5.2	3.1	3.4	38.1
	未婚×子あり	99	39.4	33.3	24.2	2.0	0.0	1.0	27.3
	未婚×子なし	2,021	33.2	36.7	20.2	4.2	2.9	2.9	30.1
農村との関係	出身・親族	856	22.1	40.3	27.5	5.1	2.6	2.5	37.6
	居住・仕事	856	27.5	35.9	22.9	5.5	4.9	3.4	36.7
	ふるさと納税	353	30.0	37.4	22.7	4.8	2.3	2.8	32.6
	旅行	279	23.7	36.2	26.5	5.7	5.0	2.9	40.1
	購入	245	16.7	42.9	23.3	7.8	4.9	4.5	40.4
	関わりはない	3,411	30.8	38.1	22.0	4.0	2.3	2.8	31.1

（※）10%を許容：「10%まで許容できる」、「15%まで許容できる」、「20%まで許容できる」、「20%を超えても許容できる」の合計値

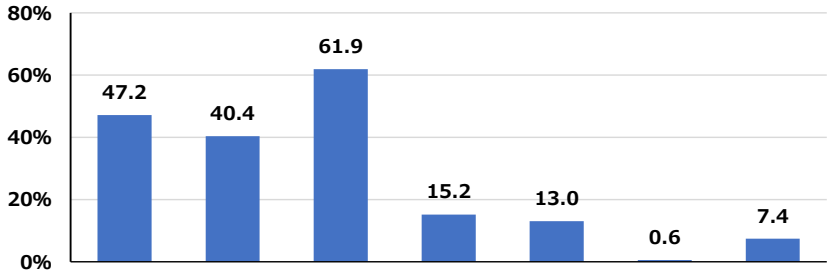
Q36. 食肉の安定供給のために、日本の畜産業にとって必要だとあなたが考えることを、すべてお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	飼料の安定的な輸入を確保する	飼育(肥育)期間を今より短くして飼料費を抑える	飼料の多様化(牧草、コメ、食品廃棄物など)を進める	品質・安全性を高め、外国産との差別化を図る	生産コストに見合った適正な価格で販売する	値ごろ感のある食肉を提供する	畜産農家に対する支援措置を拡充する	輸出を拡大する	家畜伝染病の発生防止を徹底する	環境に配慮した飼育(肥育)方法にする	その他	よくわからない
全体		59	31.7	8.5	40.6	21.4	31.8	13.3	31.9	7.2	19.4	16.7	1.0	8.8
性別	男性	55	35.1	10.1	39.1	19.9	29.8	15.2	25.9	8.8	14.4	11.8	1.8	9.1
	女性	63	28.6	7.0	42.0	22.7	33.6	11.6	37.5	5.7	24.1	21.4	0.3	8.4
年代	20代	39	27.7	13.4	26.1	16.8	21.7	16.1	23.1	8.0	11.3	8.4	0.8	15.5
	30代	55	27.8	12.1	32.7	17.1	27.5	14.6	30.6	7.3	14.5	9.8	0.6	12.7
	40代	58	29.0	9.0	35.0	19.6	32.2	13.4	26.2	7.5	14.6	10.8	0.7	9.2
	50代	58	29.8	7.3	36.5	20.6	32.4	12.3	32.5	7.4	18.7	14.7	1.6	9.1
	60代	64	33.0	6.7	42.2	24.2	34.0	11.4	29.3	6.8	20.2	18.5	1.0	6.6
	70代以上	71	38.2	5.6	57.7	25.8	36.8	13.1	42.1	6.7	29.5	29.0	1.1	4.1
性年代	男性20代	35	29.8	16.5	28.4	18.5	22.0	17.6	20.9	8.8	10.2	7.2	1.7	15.4
	男性30代	52	29.9	14.4	29.4	17.5	23.9	16.7	24.4	7.4	11.7	6.2	0.7	13.9
	男性40代	53	33.3	12.0	35.9	19.5	31.3	15.1	21.7	9.8	10.5	7.2	1.1	7.9
	男性50代	54	32.2	8.4	36.1	17.2	30.4	15.6	26.1	9.4	14.6	10.3	2.9	8.8
	男性60代	59	36.0	6.4	38.2	20.9	30.2	13.3	22.0	8.4	14.2	11.6	1.8	8.7
	男性70代以上	69	44.2	6.2	56.9	23.9	36.1	13.9	35.6	8.6	21.9	23.1	2.3	4.2
	女性20代	43	25.6	10.3	23.6	15.1	21.4	14.5	25.4	7.1	12.5	9.7	0.0	15.7
	女性30代	59	25.7	9.8	36.0	16.7	31.1	12.5	37.0	7.1	17.4	13.5	0.5	11.5
	女性40代	63	24.5	6.0	34.1	19.8	33.1	11.7	30.7	5.3	18.8	14.5	0.4	10.5
	女性50代	63	27.5	6.1	36.9	24.0	34.4	9.0	38.9	5.3	22.7	19.1	0.4	9.4
	女性60代	69	30.2	7.0	46.0	27.4	37.7	9.6	36.4	5.3	26.0	25.1	0.2	4.7
	女性70代以上	72	33.6	5.2	58.3	27.3	37.3	12.5	47.0	5.2	35.4	33.6	0.1	4.0
地域	北海道	70	29.4	6.3	44.3	21.6	36.9	13.7	33.3	8.6	20.4	16.9	0.8	5.5
	東北	57	31.0	8.7	38.5	20.4	27.9	14.7	31.3	6.5	17.1	16.8	0.7	9.4
	関東	58	31.2	9.7	42.3	21.3	31.7	13.1	33.2	8.1	20.8	17.8	1.1	8.7
	北陸	55	30.0	11.4	42.9	21.9	32.9	14.3	32.4	4.8	18.6	14.3	1.4	8.1
	中部	59	30.1	6.2	42.9	23.0	32.8	13.1	32.2	6.9	20.2	16.6	1.1	8.2
	近畿	58	32.5	8.5	37.4	21.1	30.6	14.1	30.0	6.7	18.3	15.3	0.7	9.9
	中国	61	31.5	6.8	34.4	19.4	32.1	13.8	32.6	7.1	16.8	14.7	0.3	10.3
	四国	68	36.5	6.7	34.8	20.8	30.3	15.2	28.7	5.1	17.4	15.7	2.2	8.4
	九州	62	34.8	8.6	41.6	21.3	32.7	11.0	30.6	7.0	19.2	17.5	1.1	8.2
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	55	29.8	10.8	33.5	19.6	32.2	12.1	26.2	6.8	12.7	11.0	0.6	8.9
	既婚×子なし	65	33.5	6.5	47.1	23.5	34.5	12.2	35.0	6.8	23.5	20.9	1.2	6.8
	未婚×子あり	56	18.2	12.1	32.3	18.2	25.3	12.1	30.3	13.1	11.1	14.1	1.0	10.1
	未婚×子なし	55	31.2	9.5	36.6	19.6	28.2	15.6	31.2	7.7	18.4	14.6	1.0	11.3
農村との関係	出身・親族	65	39.1	11.6	51.3	25.6	36.8	16.2	40.1	7.9	23.6	20.2	1.5	3.2
	居住・仕事	59	31.3	10.3	42.1	25.2	35.2	14.3	33.1	8.6	20.2	19.3	1.5	5.3
	ふるさと納税	61	29.7	11.6	37.4	26.9	35.7	13.9	29.7	9.3	15.6	15.6	0.8	2.8
	旅行	66	38.7	11.8	49.8	29.7	37.6	14.0	35.1	10.4	21.5	21.5	0.7	2.2
	購入	73	37.1	7.3	56.7	29.4	40.4	15.1	43.3	9.8	32.7	29.0	1.6	1.2
	関わりはない	56	29.2	6.8	36.0	17.5	28.1	12.1	28.7	6.0	17.5	14.0	0.7	12.8

Q37. 食料・食肉の安定供給のために、消費者が取り組むべきとあなたが考えることを、全てお答えください。



【比率の差】
全体+10ポイント
全体+ 5ポイント
全体− 5ポイント
全体−10ポイント

		n=	やむを得ないコスト増加分の値上がりならば受け入れる	地産地消を意識し、地元のものを購入する	食品ロスを減らす	パン食ではなく、自給率の高いごはん食を心がける	ふるさと納税、寄付、クラウドファンディング等で生産者を応援する	その他	特に取り組む必要はない
全体		28	47.2	40.4	61.9	15.2	13.0	0.6	7.4
性別	男性	24	46.6	32.3	55.8	13.9	10.6	1.0	9.5
	女性	32	47.7	48.0	67.7	16.4	15.3	0.1	5.4
年代	20代	22	33.2	25.8	46.2	17.5	17.1	0.4	15.3
	30代	27	42.7	31.4	52.8	16.1	13.8	0.5	12.0
	40代	24	42.1	36.0	58.8	13.6	14.2	0.4	8.8
	50代	28	47.0	38.7	60.0	15.9	13.2	1.0	7.0
	60代	30	51.0	42.9	67.7	13.9	10.7	0.7	4.8
	70代以上	34	57.8	55.0	74.5	15.0	11.1	0.4	2.0
性年代	男性20代	21	35.8	23.1	43.8	17.9	15.4	0.8	15.4
	男性30代	23	41.1	27.8	45.7	14.6	11.0	1.0	14.8
	男性40代	21	39.6	30.6	56.5	14.0	12.5	0.7	10.9
	男性50代	24	45.0	31.8	53.0	14.4	10.3	1.6	8.2
	男性60代	24	48.9	32.0	59.3	11.3	7.1	1.1	8.4
	男性70代以上	29	61.6	42.4	68.3	12.5	8.6	0.8	3.2
	女性20代	22	30.5	28.5	48.7	17.1	18.8	0.0	15.1
	女性30代	31	44.4	35.0	60.0	17.6	16.7	0.0	9.1
	女性40代	27	44.6	41.6	61.0	13.2	16.0	0.0	6.6
	女性50代	32	49.0	45.5	67.0	17.4	16.2	0.4	5.7
	女性60代	35	53.0	53.4	75.7	16.4	14.0	0.2	1.3
	女性70代以上	37	54.9	64.7	79.3	17.0	13.1	0.1	1.1
地域	北海道	34	46.3	51.0	63.1	18.4	11.4	0.4	5.1
	東北	25	46.9	45.4	56.5	13.2	10.1	0.5	8.2
	関東	28	48.3	35.9	62.5	15.8	15.1	0.5	8.2
	北陸	25	49.0	45.2	61.4	11.9	14.3	1.0	8.6
	中部	27	50.4	44.5	66.0	13.7	12.0	0.3	5.8
	近畿	28	45.7	37.4	60.5	15.5	13.4	0.7	7.7
	中国	31	41.5	40.3	60.6	13.8	11.2	0.6	8.2
	四国	31	43.8	44.9	58.4	12.4	10.7	1.1	6.7
	九州	27	45.8	44.3	62.5	17.1	10.9	0.6	6.2
子供の有無×未既婚	既婚×子あり	28	44.8	34.4	55.4	16.0	14.7	0.3	7.5
	既婚×子なし	31	52.4	46.6	68.0	14.0	13.0	0.4	4.9
	未婚×子あり	18	36.4	38.4	57.6	15.2	20.2	1.0	10.1
	未婚×子なし	25	42.3	35.7	58.0	16.2	11.7	0.8	10.5
農村との関係	出身・親族	31	56.5	51.6	69.5	19.9	18.8	1.1	1.9
	居住・仕事	30	49.2	45.8	58.5	17.4	13.0	0.7	4.4
	ふるさと納税	34	49.0	35.4	60.3	17.0	32.0	0.0	2.0
	旅行	33	54.5	47.0	65.2	22.9	18.3	0.7	3.2
	購入	43	53.5	64.1	75.1	19.6	22.9	0.8	0.4
	関わりはない	25	43.1	34.4	59.8	12.3	8.5	0.4	10.9

調査票

F1 あなたの性別をお知らせください。

ひとつだけ　必須

- ○ 男性
- ○ 女性

F2 あなたの年齢をお知らせください。

必須

＿＿ 歳

F3 あなたのお住まいをお知らせください。

ひとつだけ　必須

選択してください

F4 あなたは結婚していますか。

ひとつだけ　必須

- ○ 結婚していない（離死別を含む）
- ○ 結婚している（事実婚を含む）

F5 あなたの職業をお知らせください。

ひとつだけ　必須

- ○ 会社員・役員
- ○ 自営業
- ○ 専門職（医師、弁護士、美容師、デザイナー等）
- ○ 公務員
- ○ 学生
- ○ 専業主婦・専業主夫
- ○ パート・アルバイト・フリーター
- ○ 無職・定年退職
- ○ その他

F6 同居のご家族の人数を教えてください。
またそのうち、あなたの子どもの人数と、65歳以上の人数もそれぞれお知らせください。

必須

何人でお住まいですか。あなたも含めた人数をお答えください。
※普段、最も過ごす時間が多い場所（ご自宅）での同居人数をお答えください。 [ ] 人

同居されている方のうち、未成年（20歳未満）のお子様は何人ですか。 [ ] 人

同居されている方のうち、65歳以上の方は何人ですか。
※あなたご自身が65歳以上の場合は、あなたも含めた人数をお答えください。 [ ] 人

F7 あなたの世帯年収をお知らせください。

ひとつだけ　必須

- ○ 200万円未満
- ○ 200～400万円未満
- ○ 400～600万円未満
- ○ 600～800万円未満
- ○ 800～1000万円未満
- ○ 1000～1200万円未満
- ○ 1200～1500万円未満
- ○ 1500～2000万円未満
- ○ 2000万円以上
- ○ わからない

F8 あなたは、現在、農村地域とどのような関わりを持っていますか。あてはまるものをすべてお答えください。

いくつでも　必須

- □ 農村地域に住んでいる
- □ 農村地域で仕事をしている
- □ 仕事上、農村地域と関わりがある
- □ 農村地域の出身である
- □ 農村地域に親族が住んでいる
- □ 旅行などで農村地域を訪れている
- □ 農村地域の特産品を購入している（直接、ECなどで）
- □ ふるさと納税で農村地域を応援している
- □ その他　入力してください
- □ 農村地域と特段の関わりを持っていない

SQ1 あなたは、どれくらいの頻度で食品の買い物をしますか。

ひとつだけ 必須

- ○ 毎日
- ○ 週に4～6回
- ○ 週に2～3回
- ○ 週に1回
- ○ 月に2～3回
- ○ 月に1回
- ○ それ以下

SQ2 あなたは、どれくらいの頻度で食肉を購入しますか。

※食肉・・牛肉、豚肉、鶏肉を言い、ひき肉を含みます。

ひとつだけ 必須

- ○ 毎日
- ○ 週に4～6回
- ○ 週に2～3回
- ○ 週に1回
- ○ 月に2～3回
- ○ 月に1回
- ○ それ以下
- ○ 食肉は購入しない

Q1 1年前と比べて、あなたが特に価格が上昇していると感じている食品は何ですか。
3つまでお答えください。

3つまで　必須

- [ ] 米
- [ ] パン
- [ ] 麺類
- [ ] 野菜
- [ ] 果物
- [ ] 牛肉
- [ ] 豚肉
- [ ] 鶏肉
- [ ] 鶏卵
- [ ] 牛乳
- [ ] 乳製品（チーズ/バター/ヨーグルト等）
- [ ] 魚介類
- [ ] 食用油
- [ ] 惣菜・冷凍食品
- [ ] その他　入力してください
- [ ] 価格が上昇していると感じている食品はない

Q2 最近の価格上昇により、あなたが購入量を減らした食品は何ですか。
3つまでお答えください。

3つまで　必須

- [ ] 米
- [ ] パン
- [ ] 麺類
- [ ] 野菜
- [ ] 果物
- [ ] 牛肉
- [ ] 豚肉
- [ ] 鶏肉
- [ ] 鶏卵
- [ ] 牛乳
- [ ] 乳製品（チーズ/バター/ヨーグルト等）
- [ ] 魚介類
- [ ] 食用油
- [ ] 惣菜・冷凍食品
- [ ] その他　入力してください
- [ ] 価格上昇で購入量を減らした食品はない

Q3 普段、購入する量が最も多い食肉は何ですか。

ひとつだけ　必須

- ○ 牛肉
- ○ 豚肉
- ○ 鶏肉
- ○ ひき肉

Q4 各食肉を購入する理由としてあてはまるものを、それぞれ3つまでお答えください。

3つまで　必須

	牛肉		豚肉		鶏肉	
	国産↓	輸入↓	国産↓	輸入↓	国産↓	輸入↓
美味しいから	□	□	□	□	□	□
安いから	□	□	□	□	□	□
コストパフォーマンスが良いから	□	□	□	□	□	□
家族が好きだから	□	□	□	□	□	□
健康に良いから	□	□	□	□	□	□
メニューのバリエーションが多いから	□	□	□	□	□	□
調理しやすいから	□	□	□	□	□	□
食べ応えがあるから	□	□	□	□	□	□
特別な食事だから	□	□	□	□	□	□
その他1 入力してください	□					
その他2 入力してください		□				
その他3 入力してください			□			
その他4 入力してください				□		
その他5 入力してください					□	
その他6 入力してください						□
この食肉は購入しない	□	□	□	□	□	□

Q5 1年前と比べて、あなたは最近の食肉価格をどのように感じていますか。
それぞれの食肉についてお答えください。

それぞれひとつだけ　必須

	牛肉		豚肉		鶏肉		ひき肉
	国産	輸入	国産	輸入	国産	輸入	
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
とても高くなった	○	○	○	○	○	○	○
やや高くなった	○	○	○	○	○	○	○
ほとんど変わらない	○	○	○	○	○	○	○
やや安くなった	○	○	○	○	○	○	○
とても安くなった	○	○	○	○	○	○	○
わからない/意識していない	○	○	○	○	○	○	○

Q6 あなたが食肉を購入する際に重視する点を、それぞれの食肉について、あてはまるものを全てお答えください。

それぞれいくつでも　必須

	牛肉		豚肉		鶏肉		ひき肉
	国産	輸入	国産	輸入	国産	輸入	
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
価格	□	□	□	□	□	□	□
鮮度	□	□	□	□	□	□	□
賞味期限・日持ち	□	□	□	□	□	□	□
内容量	□	□	□	□	□	□	□
部位	□	□	□	□	□	□	□
食肉の形態（ブロック、スライス等）	□	□	□	□	□	□	□
産地・ブランド	□	□	□	□	□	□	□
霜降りの度合い・脂身の割合	□	□	□	□	□	□	□
ドリップ（赤い汁）の有無	□	□	□	□	□	□	□
調理にかかる手間	□	□	□	□	□	□	□
味付けの有無	□	□	□	□	□	□	□
目新しさ	□	□	□	□	□	□	□
その他 1 入力してください	□						
その他 2 入力してください		□					
その他 3 入力してください			□				
その他 4 入力してください				□			
その他 5 入力してください					□		
その他 6 入力してください						□	
その他 7 入力してください							□

Q7　あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

※「許容」は、「特に変わらず今まで通り購入する」という意味でお考えください。

それぞれひとつだけ　必須

	牛肉		豚肉		鶏肉		ひき肉
	国産	輸入	国産	輸入	国産	輸入	
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
値上げは許容できない	○	○	○	○	○	○	○
5%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
10%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
15%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
20%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
20%を超えても許容できる	○	○	○	○	○	○	○

Q8　もしも収入が増えたとしたら、購入量を増やす食肉としてあてはまるものを、3つまでお答えください。

3つまで　必須

- [ ] 国産牛肉（和牛）
- [ ] 国産牛肉（和牛以外の国産牛）
- [ ] 輸入牛肉
- [ ] 国産豚肉（銘柄豚）
- [ ] 国産豚肉（それ以外）
- [ ] 輸入豚肉
- [ ] 国産鶏肉（銘柄鶏・地鶏）
- [ ] 国産鶏肉（それ以外）
- [ ] 輸入鶏肉
- [ ] その他　入力してください
- [ ] 食肉の購入量を増やすことはない

Q9　普段、牛肉の中で購入する量が最も多いものは何ですか。

ひとつだけ　必須

- ○ 和牛
- ○ 和牛以外の国産牛
- ○ 輸入牛肉
- ○ わからない（牛肉の種類は気にしない）
- ○ 牛肉は購入しない

◆Q10は、Q9で「牛肉は購入しない」とお答えの方にお伺いします。

Q10　牛肉を購入しない理由について、あてはまるものをすべてお答えください。

いくつでも　必須

- □ 価格が高いから（コストパフォーマンスが悪いから）
- □ 肉用牛は環境に悪影響を与えるから
- □ 脂肪が多く健康に悪いから
- □ 商品の当たり外れが大きいから
- □ 牛肉料理が苦手だから
- □ 牛肉より豚肉・鶏肉の方が好きだから
- □ 牛肉が好きではないから（美味しいと思わないから）
- □ 牛肉は食べない主義だから
- □ 牛肉は外食で食べているから
- □ 牛肉は惣菜で食べているから
- □ その他　入力してください

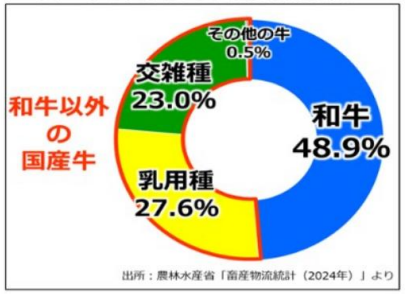
◆全員にお伺いします。

以下の説明を読んでから、設問にお答えください。

国産牛肉には、主に和牛の牛肉、交雑種の牛肉、乳用種の牛肉があり（図1）、
交雑種や乳用種は「和牛以外の国産牛」と呼ばれています。

交雑種は和牛と乳用種を掛け合わせた牛で（図2）、
サシ(霜降り)は「和牛」が最も多く、次いで「交雑種」、「乳用種」の順に少なくなっています。
また、価格も一般的に「和牛」が最も高く、次いで「交雑種」、「乳用種」の順に安い傾向です。

図1.牛の種類別の飼養頭数構成比



出所：農林水産省「畜産物流統計（2024年）」より

図2.交雑種とは？



Q11 あなたは「和牛以外の国産牛」についてご存じでしたか。
次の中から最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 交雑種と乳用種のことであると知っていた
- ○ 交雑種のことであると思っていた
- ○ 乳用種のことであると思っていた
- ○ どのような牛なのか知らなかった／考えたことがなかった

Q12 あなたは「交雑種」についてご存じでしたか。
次の中から最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 交雑種という言葉は知っており、和牛と乳用種を掛け合わせた牛であることも知っていた
- ○ 交雑種という言葉は知っているが、和牛と乳用種を掛け合わせた牛であることは知らなかった
- ○ 交雑種という言葉は知らないが、和牛と乳用種を掛け合わせた牛が生産・販売されていることは知っていた
- ○ 交雑種という言葉も和牛と乳用種を掛け合わせた牛が生産・販売されていることも知らなかった

Q13 あなたはスーパーマーケットや肉屋などの食肉売り場で、「交雑種」（「交雑牛」を含む）と表示・説明されている牛肉を見たことがありますか。

ひとつだけ 必須

- ○ 見たことがある
- ○ 見たことはない
- ○ わからない/意識したことがない

Q14 「交雑種」（「交雑牛」を含む）と表示・説明されている牛肉が売られていたら、あなたは購入したいと思いますか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ 必須

- ○ 交雑種は サシの入り具合や肉質が好みに合うので、値段にかかわらず交雑種の牛肉を購入する
- ○ 交雑種は肉質と値段のバランスが良いので、交雑種の牛肉を購入する
- ○ 和牛は好きだが値段が高いので、その代わりに交雑種の牛肉を購入する
- ○ サシのしっかり入った牛肉が好きなので、値段は高くても交雑種ではなく和牛の牛肉を購入する
- ○ 特に興味や感想はない/牛肉の状態を見て購入するので交雑種の表記は気にしていない
- ○ 交雑種の牛肉の購入は控えている →理由 入力してください
- ○ その他 入力してください
- ○ 牛肉は購入しない

Q15 あなたは牛肉を購入する際に格付（A5、A4、5等級、4等級など）を意識していますか。

※「格付」は牛肉のランクを示すもので、歩留まり等級（A～C）と肉質等級（1～5）の組み合わせで評価され、A5が最高ランクです。

ひとつだけ 必須

- ○ 格付を確認して購入している
- ○ 格付の意味は知っているが、あまり気にしていない（価格、鮮度、肉質等で判断している）
- ○ 格付が表示されている食肉を見たことがない／気づかなかった
- ○ 格付の意味を知らなかった／格付けがあることを知らなかった
- ○ 牛肉は購入しない

Q16 現在、牛肉の購入を減らして、豚肉や鶏肉を購入することが多くなっていると言われています。
次の中から、牛肉・豚肉・鶏肉について、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

それぞれいくつでも　必須

	豚肉へのシフト ↓	鶏肉へのシフト ↓
美味しいから	☐	☐
安いから	☐	☐
コストパフォーマンスが良いから	☐	☐
家族が好きだから	☐	☐
健康に良いから	☐	☐
メニューのバリエーションが多いから	☐	☐
調理しやすいから	☐	☐
食べ応えがあるから	☐	☐
その他 入力してください	☐	☐
特にシフトしていない	☐	☐
	豚肉へのシフト	鶏肉へのシフト

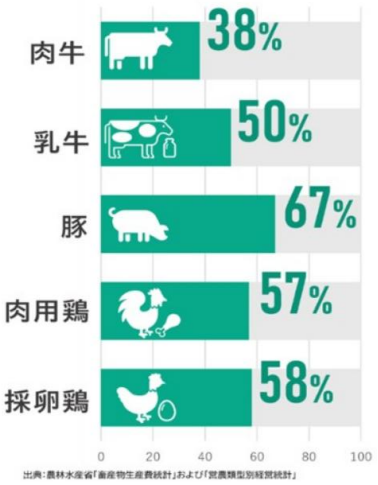
Q17 もしも、牛肉と豚肉の価格差が現状より小さくなった（価格が近くなった）としたら、牛肉と豚肉の購入量・頻度はどのように変化しますか。

ひとつだけ　必須

- ○ 豚肉を減らして、牛肉を増やす
- ○ 豚肉は変えずに、牛肉を増やす
- ○ 豚肉も牛肉も特に変えない
- ○ その他　入力してください

以下の図をご覧になってから、設問にお答えください。

畜産物の生産にかかる飼料費の割合（R4年）



出典：農林水産省「畜産物生産費統計」および「営農類型別経営統計」

Q18 畜産物を生産するためには様々な費用がかかっていますが、上記の図をご覧になって、畜産物の生産にかかる飼料費（エサ代）の割合について、あなたはどのように感じましたか。次の中から最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 初めて知ったが飼料費の割合が高いと感じた
- ○ 初めて知ったが、割合は妥当と感じた
- ○ 初めて知ったが割合は低いと感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて割合が高いと感じた
- ○ 見聞きしたことはあるが、改めて割合は妥当と感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて割合が低いと感じた
- ○ その他　入力してください
- ○ 分からない/特に何も感じない

◆Q19は、Q18で畜産物の生産にかかる飼料費の割合について
「飼料費の割合は妥当だと感じた」「飼料費の割合が低いと感じた」とお答えの方にお伺いします。

Q19 畜産物の生産にかかる飼料費の割合が妥当または低いと考える理由について、あてはまるものを全てお答えください。

いくつでも　必須

- [ ] 家畜を育てる以上、飼料にコストがかかるのは当然だと思うから
- [ ] ニュース等で飼料の価格が値上がりしていると聞いていたから
- [ ] 日本の畜産は、家畜に飼料を沢山（必要以上に）与えていると思うから
- [ ] 家畜を育てるためには、もっと飼料費がかかると思っていたから
- [ ] 家計に占める食料支出の割合も同じくらいだと思うから
- [ ] 製造業など他の産業でも原材料費はこの程度かかかっていると思うから
- [ ] 畜産ビジネスとして合理的判断の結果だと思うから
- [ ] 飼料は輸入飼料が多いから
- [ ] その他　入力してください
- [ ] なんとなく

Q20 日本は飼料の約73%を海外から輸入しています。この輸入割合について、あなたはどのように感じますか。
次の中から最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 初めて知ったが、飼料の輸入割合が高いと感じた
- ○ 初めて知ったが、飼料の輸入割合は妥当だと感じた
- ○ 初めて知ったが、飼料の輸入割合は低いと感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合が高いと感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合は妥当だと感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて飼料の輸入割合が低いと感じた
- ○ その他　入力してください
- ○ わからない/特に何も感じない

◆Q21は、Q20で日本の飼料の輸入割合について
「飼料の輸入割合は妥当だと感じた」「飼料の輸入割合は低いと感じた」とお答えの方にお伺いします。

Q21 現在の飼料の輸入割合が妥当または低いと考える理由について、あてはまるものをすべてお答えください。

いくつでも　必須

- [ ] 国産飼料より輸入飼料の方が安価だと思うから。
- [ ] 国産飼料より輸入飼料の方が入手しやすいと思うから
- [ ] 日本は気候や地形などが飼料生産に適していないため、飼料を輸入せざるを得ないと思うから。
- [ ] 日本で本来飼える頭数以上に家畜を飼っている結果だと思うから
- [ ] 人間の食料も大部分を輸入に依存しているから
- [ ] その他　入力してください
- [ ] なんとなく

以下の図をご覧になってから、設問にお答えください。



Q22　飼料の価格はトン当たり6～7万円で推移していましたが、最近は10万円前後と高止まりしています。こうした飼料価格の動向について、あなたはどのように感じますか。
次の中から最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 初めて知ったが、飼料価格が高いと感じた
- ○ 初めて知ったが、飼料価格は妥当だと感じた
- ○ 初めて知ったが、飼料価格はそれほど高くないと感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格は高いと感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格は妥当だと感じた
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて飼料価格はそれほど高くないと感じた
- ○ その他　入力してください
- ○ わからない/特に何も感じない

◆Q23は、Q22で最近の飼料価格の動向について
「飼料価格が妥当だと感じた」「飼料価格はそれほど高くないと感じた」とお答えの方にお伺いします。

Q23　現在の飼料価格が妥当、またはそれほど高くないと考える理由について、あてはまるものをすべてお答えください。

いくつでも　必須

- □ 飼料だけでなく、さまざまなモノの値段が高くなっているから。
- □ 異常気象や自然災害により、トウモロコシなどの飼料原料の生産が被害を受けているから
- □ 世界の政治的経済的情勢の激変により世界的にモノの流通が混乱しているから
- □ 円安だから
- □ 飼料価格は変動が激しいものだと思うから
- □ 世界的に食肉の需要が高まり、飼料の需要が高まっているから
- □ その他　入力してください
- □ なんとなく

Q24 国内の肉用牛農家は、この10年間で57,500戸（2014年）から36,500戸（2024年）へと約40%減少しています。このように肉用牛農家が減少していることをあなたはどのように感じますか。
次の中から最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 初めて知ったが、減少割合（数）は深刻だと思う
- ○ 初めて知ったが、減少割合（数）は妥当だと思う
- ○ 初めて知ったが、それほど減少していないと思う
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めて減少割合（数）は深刻だと思う
- ○ 見聞きしたことはあるが、改めて減少割合（数）は妥当だと思う
- ○ 見聞きしたことがあるが、改めてそれほど減少していないと思う
- ○ その他　入力してください
- ○ わからない/特に何も感じない

◆Q25は、Q24でこの10年間で肉用牛農家が減少していることについて「減少割合（数）は妥当だと思う」「それほど減少していないと思う」とお答えの方にお伺いします。

Q25 肉用牛農家の減少が妥当、またはそれほど減少していないと考える理由について、あてはまるものをすべてお答えください。

いくつでも　必須

- ☐ 農家全体が減少しており、肉用牛農家に限ったことではないから
- ☐ 生産性の低い肉用牛農家が淘汰され、生産性の高い肉用牛農家が残っている結果だと思うから
- ☐ 肉用牛農家は儲からないと思うから
- ☐ 肉用牛生産の労働がきついと思うから
- ☐ 消費者が牛肉を以前ほど食べなくなってきているから
- ☐ 牛肉の生産量が維持/増加していれば問題はないと思うから
- ☐ もっと減少している産業もあるから
- ☐ その他　入力してください
- ☐ なんとなく

◆Q26は、Q18、Q20、Q22、Q24の質問のいずれかで、畜産に関する情報をご存じだったとお答えの方にお伺いします。

Q26 畜産に関する前問までの情報をどこで知りましたか？印象深いものを3つまでお答えください。

3つまで　必須

- [ ] テレビ（ニュースやバラエティ番組など）
- [ ] 新聞（全国紙・地方紙）
- [ ] Yahoo!ニュース・LINEニュースなどのニュースアプリ
- [ ] YouTubeなどの動画メディア
- [ ] SNS（X/旧Twitter、Instagram、TikTokなど）
- [ ] スーパーや精肉店のPOPやポスター
- [ ] 学校教育（子供からの情報を含む）
- [ ] 政府や自治体の広報誌・ホームページ
- [ ] 企業や生協からの情報・広告
- [ ] 食や農に関するイベント・フェア・直売所での掲示
- [ ] 食や農業に関する漫画・アニメ・ドラマ
- [ ] その他　入力してください
- [ ] どこで知ったか覚えていない

◆全員にお伺いします。

Q27 飼料価格の高騰等により、食肉の生産コストが上昇していますが、生産コスト上昇分を食肉価格（小売価格）に転嫁することについて、あなたのお考えにあてはまるものをすべてお答えください。

いくつでも　必須

- [ ] 生産コストが上昇すれば、食肉価格が上昇するのは当然
- [ ] 我が国の畜産が存続していくためには、食肉価格が上昇しても仕方ない
- [ ] 生産コストの上昇分は、生産者や関係者の努力でカバーし、食肉価格の上昇はできる限り抑えてほしい
- [ ] 食肉価格が上昇すると購入量が減ってしまうので、畜産経営の厳しさは変わらない。食肉価格への転嫁より畜産農家の支援策を充実した方がよい
- [ ] その他　入力してください
- [ ] よく分からない

Q28 食肉の生産コストの上昇により食肉価格（小売価格）も上昇していますが、両者の関係について、あなたはどう感じていますか。最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 生産コストの上昇分以上に、食肉価格へ転嫁されていると思う
- ○ 生産コストの上昇分がほぼ、食肉価格へ転嫁されていると思う
- ○ 生産コストの上昇分の割に、あまり食肉価格へ転嫁されていないと思う
- ○ その他　入力してください
- ○ よくわからない

Q29 今後の食料・食肉の供給についてあなたは不安を感じますか。

ひとつだけ　必須

- ◯ とても不安を感じる
- ◯ やや不安を感じる
- ◯ あまり不安を感じない
- ◯ 全く不安を感じない
- ◯ よくわからない

◆Q30は、Q29で今後の食料・食肉の供給について
「とても不安を感じる」「やや不安を感じる」とお答えの方にお伺いします。

Q30 今後の食料・食肉の供給に不安を感じる理由を、すべてお答えください。

いくつでも　必須

- ☐ 安全な食品を食べられなくなる可能性があるから
- ☐ 質の高い食品が食べられなくなる可能性があるから
- ☐ 食品の選択肢が減る可能性があるから
- ☐ 食品価格がより上昇する可能性があるから
- ☐ 今まで食べていたものが食べられなくなる可能性があるから
- ☐ 日本の食料自給率がさらに低下する可能性があるから
- ☐ その他　入力してください
- ☐ なんとなく

◆Q31は、Q29で今後の食料・食肉の供給について
「あまり不安を感じない」「全く不安を感じない」とお答えの方にお伺いします。

Q31 今後の食料・食肉の供給に不安を感じない理由を、すべてお答えください。

いくつでも　必須

- [ ] 供給不足や価格上昇はすぐには起こらないだろうから
- [ ] ある物や他の安い物を食べれば良いから
- [ ] 値上がりしても価格を気にしないから
- [ ] 供給不足や価格上昇はすぐに元に戻るだろうから
- [ ] 自分には関係なさそうだから
- [ ] その他　入力してください
- [ ] なんとなく

以下の文章をご覧になってから、設問にお答えください。

食料需要の増加、気候変動、世界情勢の混迷等は、食肉をはじめとする食料の世界的な安定供給に影響を及ぼしています。
このような食料供給に影響を及ぼす可能性のある要因が供給リスクです。

◆全員にお伺いします。

Q32 世界的な食料供給リスクについて、あなたのお考えに最も近いものを1つお答えください。

ひとつだけ　必須

- ○ 現在は食料の供給リスクが増大しており、中長期的にもリスクは継続・増大すると思う
- ○ 現在は食料の供給リスクが増大しているが、中長期的にはリスクは増大しないと思う
- ○ 現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないが、中長期的にはリスクは増大すると思う
- ○ 現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないし、中長期的にもリスクは増大するとは思わない
- ○ 食料の供給リスクについて考えたことがない
- ○ よくわからない

◆Q33は、Q32で「現在は食料の供給リスクが増大しており、中長期的にもリスクは継続・増大すると思う」「現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないが、中長期的にはリスクは増大すると思う」とお答えの方にお伺いします。

Q33 中長期的に、世界的な食料の供給リスクが継続・増大するとあなたがお考えになる理由を、全てお答えください。

いくつでも　必須

- [ ] 世界的な人口増加や所得増加により食料需要が増大するから
- [ ] 温暖化等の気候変動や異常気象が頻発するから
- [ ] 世界の政治的経済的事由により、食料供給が不安定化するから
- [ ] 土壌流出や地力低下等により、農地の生産力が低下するから
- [ ] バイオ燃料としての利用等、農産物の食料以外の用途が拡大するから
- [ ] 鳥インフルエンザ等の家畜伝染病のまん延が懸念されるから
- [ ] その他　入力してください
- [ ] なんとなく

◆Q34は、Q32で「現在は食料の供給リスクが増大しているが、中長期的にはリスクは増大しないと思う」「現在は食料の供給リスクが増大しているとは思わないし、中長期的にもリスクは増大するとは思わない」とお答えの方にお伺いします。

Q34 中長期的に、世界的な食料の供給リスクが継続・増大しないとあなたがお考えになる理由を、全てお答えください。

いくつでも　必須

- [ ] 品種改良やバイオ技術等により、収穫量の多い農畜産物が栽培・飼養されるようになっているから
- [ ] 機械化の進展、生産技術の向上、肥料使用の拡大等により、農畜産物の収穫量が増えているから
- [ ] 世界的には、農用地の開発余地が残っているから
- [ ] 政治的経済的な不安定化要因は一時的なものであり、いずれ正常化するから
- [ ] 世界の人口や食料需要は、予測ほどには増大しないと思うから
- [ ] 培養肉や代替肉、未利用魚（まだ一般的ではないが、食用に利用できる魚）などの代替品の開発が進んでいるから
- [ ] その他　入力してください
- [ ] なんとなく

◆全員にお伺いします。

Q35 ここで改めてお聞きしますが、
あなたは、食肉価格の値上げについて、どれくらいであれば許容できますか。

※「許容」は、「特に変わらず今まで通り購入する」という意味でお考えください。

それぞれひとつだけ　必須

	牛肉		豚肉		鶏肉		ひき肉
	国産	輸入	国産	輸入	国産	輸入	
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
値上げは許容できない	○	○	○	○	○	○	○
5%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
10%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
15%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
20%まで許容できる	○	○	○	○	○	○	○
20%を超えても許容できる	○	○	○	○	○	○	○

Q36 食肉の安定供給のために、日本の畜産業にとって必要だとあなたが考えることを、すべてお答えください。

いくつでも　必須

- □ 飼料の自給率を高める
- □ 飼料の安定的な輸入を確保する
- □ 飼育（肥育）期間を今より短くして飼料費を抑える
- □ 飼料の多様化（牧草、コメ、食品廃棄物など）を進める
- □ 品質・安全性を高め、外国産との差別化を図る
- □ 生産コストに見合った適正な価格で販売する
- □ 値ごろ感のある食肉を提供する
- □ 畜産農家に対する支援措置を拡充する
- □ 輸出を拡大する
- □ 家畜伝染病の発生防止を徹底する
- □ 環境に配慮した飼育（肥育）方法にする
- □ その他　入力してください
- □ よくわからない

Q37　食料・食肉の安定供給のために、消費者が取り組むべきとあなたが考えることを、全てお答えください。

いくつでも　必須

- [ ] 買い物や外食時に多少高くても国産の農畜産物を選ぶ
- [ ] やむを得ないコスト増加分の値上がりならば受け入れる。
- [ ] 地産地消を意識し、地元のものを購入する
- [ ] 食品ロスを減らす
- [ ] パン食ではなく、自給率の高いごはん食を心がける
- [ ] ふるさと納税、寄付、クラウドファンディング等で生産者を応援する
- [ ] その他　入力してください
- [ ] 特に取り組む必要はない

Q38　食肉の安定的な供給について、あなたが期待／希望することを、どんなことでも結構ですのでご自由にお答えください。

必須