

「牛肉に関する意識調査」

2025年2月

日本ハム株式会社 お客様志向推進部 ライフスタイル
研究チーム



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030

I 調査概要

II 牛肉総論

- ①牛肉に対する好意度 …P7
- ②自宅で食べる部位・形態 …P8
- ③自宅で作る牛肉メニュー/中食利用する牛肉メニュー …P9

III 牛肉の購入や調理等に関する実態調査

(牛肉の購入について)

- ①購入実態 1年以内に購入した牛肉の種類(産地)/種類(産地)別詳細 …P13~14
- ②種類別の利用シーン (国産派・使い分け派・輸入派) …P15~18
- ③牛肉の購入頻度 …P19
- ④1回の買い物で購入する量 …P20
- ⑤牛肉を買う時に重視すること …P21
- ⑥和牛・国産牛・輸入牛の購入者属性・購入した牛肉を食べる人 …P22~24
- ⑦輸入牛 部位別の購入者属性 …P25~27
- ⑧値上げを実感する牛肉 …P28~29
- ⑨値上げを実感する各種牛肉の代替品 …P30~31
- ⑩牛肉の代替品として「輸入牛」を購入する時の気持ち …P32
- ⑪牛肉の代替品として「輸入牛」を購入する時の不満 …P33

(牛肉の調理について)

- ⑫牛肉の調理頻度 …P35
- ⑬自宅で調理する頻度が高い牛肉の部位・形態 …P36
- ⑭自宅で牛肉を調理する際の不満点 …P37

I) 調査概要

- 調査名 : 牛肉に関する消費者意識調査
- 目的 : 牛肉の好意度、種類別の購入実態や調理実態等を調査し、消費者の気持ちや行動を知ったうえで、今後も牛肉の安定供給・需要喚起に貢献していきます。
- 調査年月 : 2024年10月
- 手法 : webアンケート
- 対象者 : **Ⅱ牛肉総論**

(牛肉の好意度)

全国20歳以上の男女 計4,737人 (Ⅱ①)

(3カ月以内に自宅で食べた部位・形態/内食・中食メニュー)

全国20歳以上の男女のうち、好意度調査で「牛肉は食べない」以外を選んだ人 計4,486人 (Ⅱ②③)

Ⅲ牛肉の購入や調理等に関する実態調査

(牛肉の購入頻度・調理頻度について)

全国20歳以上の男女のうち、ご家庭において食事準備を主に担う人 計1,369人 (Ⅲ③⑫)

(牛肉の購入について)

全国20歳以上の男女のうち、
ご家庭において食事準備を主に担う人で牛肉を購入すると答えた人 計1,287人 (Ⅲ①-(1)②④⑤)

(値上げの実感、代替品購入について)

全国20歳以上の男女のうち、
ご家庭において食事準備を主に担う人で、1年以内にいずれかの牛肉を購入した人 計1,140人 (Ⅲ⑧⑨⑩⑪)

(牛肉の調理について)

全国20歳以上の男女のうち、
ご家庭において食事準備を主に担う人で牛肉を調理すると答えた人 計1,282人 (Ⅲ⑬⑭)

I) 調査概要

調査対象者 人数別内訳 詳細：性別・年齢・世帯構成・地域

単位：人

II 牛肉総論
全国20歳以上の
男女
※WBあり

好意度調査で
牛肉は食べないと
答えた人以外

全体		4486
性別	男性	2240
	女性	2246
年齢	20歳～29歳	857
	30歳～39歳	930
	40歳～49歳	1141
	50歳～59歳	473
	60歳～69歳	403
	70歳以上	682
地域	北海道	205
	東北地方	226
	関東地方	1781
	中部地方	690
	近畿地方	854
	中国地方	221
	四国地方	110
	九州地方	399
世帯構成	単身	794
	夫婦	985
	ファミリー	1727

III 牛肉の購入や調理等に関する実態調査
全国20歳以上の男女のうち、ご家庭において食事準備を主に担う人

牛肉を購入する人

全体	1236
男性	366
女性	870
20歳～29歳	187
30歳～39歳	192
40歳～49歳	195
50歳～59歳	196
60歳～69歳	202
70歳以上	264
北海道	65
東北地方	50
関東地方	513
中部地方	166
近畿地方	254
中国地方	47
四国地方	33
九州地方	108
単身	333
夫婦	332
ファミリー	571

全体	1287
男性	389
女性	898
20歳～29歳	203
30歳～39歳	208
40歳～49歳	203
50歳～59歳	204
60歳～69歳	209
70歳以上	260
北海道	63
東北地方	51
関東地方	526
中部地方	168
近畿地方	272
中国地方	54
四国地方	35
九州地方	118
単身	291
夫婦	313
ファミリー	552

1年以内に
いずれかの
牛肉を
購入した人

全体	1140
男性	348
女性	792
20歳～29歳	183
30歳～39歳	179
40歳～49歳	179
50歳～59歳	172
60歳～69歳	187
70歳以上	240
北海道	49
東北地方	43
関東地方	466
中部地方	150
近畿地方	247
中国地方	49
四国地方	32
九州地方	104
単身	230
夫婦	285
ファミリー	508

牛肉を調理する人

全体	1282
男性	384
女性	898
20歳～29歳	201
30歳～39歳	206
40歳～49歳	204
50歳～59歳	204
60歳～69歳	207
70歳以上	260
北海道	63
東北地方	51
関東地方	523
中部地方	167
近畿地方	272
中国地方	54
四国地方	34
九州地方	118
単身	288
夫婦	312
ファミリー	550

※WB：日本の性別・年代別人口に合わせた割り戻し計算を行っています

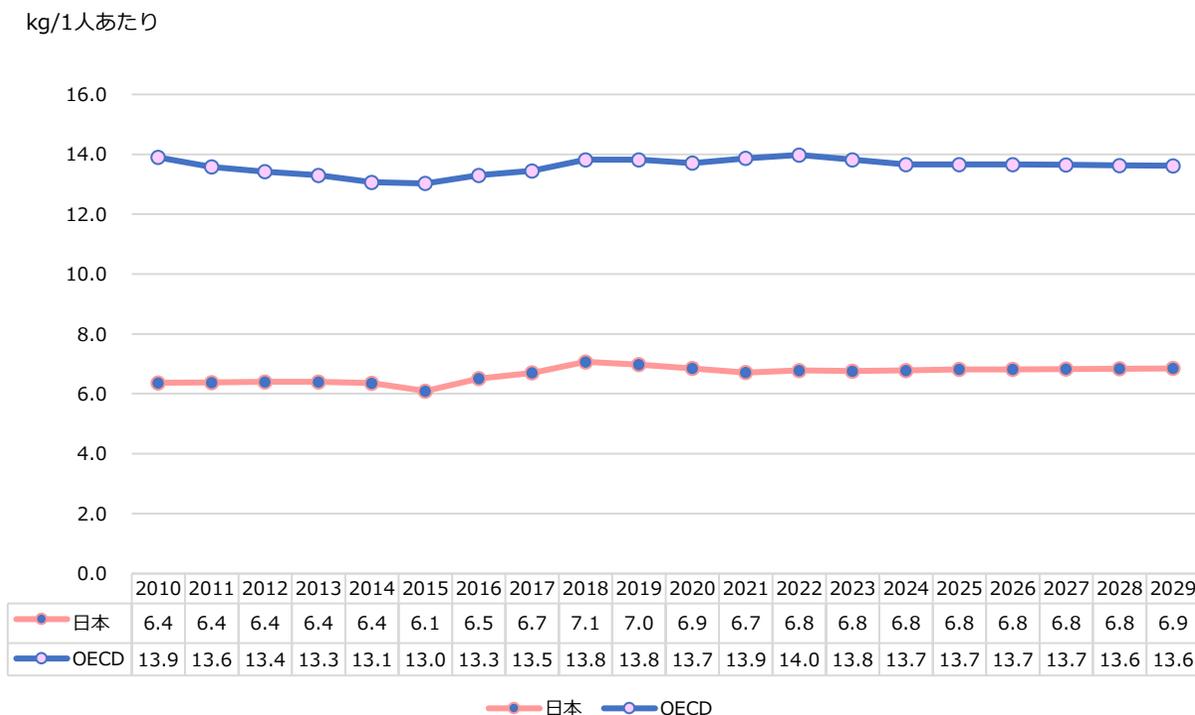
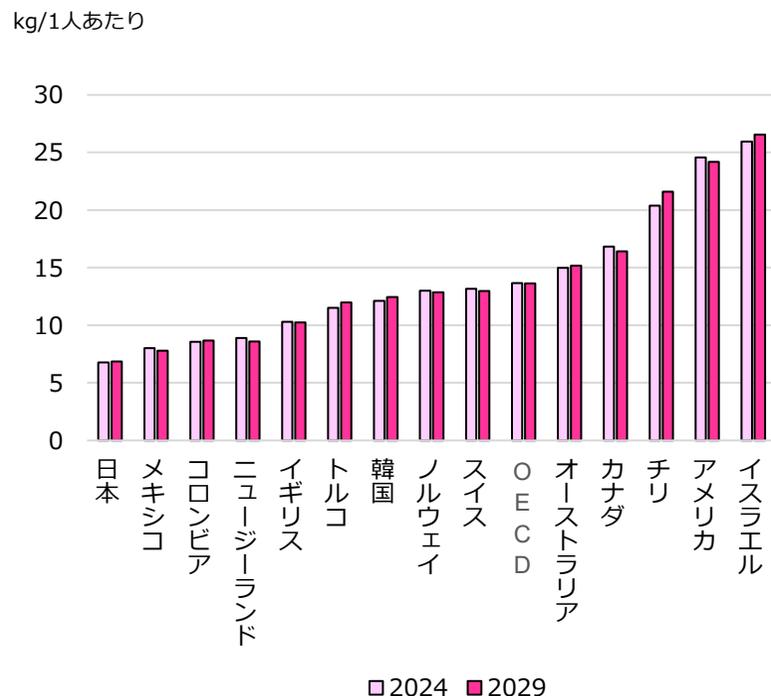
II. 牛肉総論

- 2024年時点の日本人の年間牛肉消費量は6.8kg。2010年から2024年にかけて0.4kg増加。
- OECD加盟国平均と比較すると、日本人の年間牛肉消費量は6.9kg少ない。
- 牛肉の好意度について、「好き・やや好き」と答えた人は全体の8割程度。
- 「牛肉が好き」と答えた人の年代別属性では50歳以上、地方別では近畿地方・九州地方が高い。
- 自宅で食べる牛肉の部位・形態は、「モモ小間切れ・切り落とし」「モモ焼肉用」「牛ひき肉」が多い。料理の用途別に形態が選択されていることが伺える。
- 「焼肉」「牛肉と野菜の炒め物」「カレー・ハヤシライス」「すき焼き」等多くのメニューは中食よりも自宅での喫食機会の方が多い。
- 「コロッケ・メンチカツ」「ハンバーガー」は中食が多く、「牛丼」は内食と中食でほぼ同じ喫食率。

II)はじめに

- 2024年時点の日本人の年間牛肉消費量は6.8kgで、OECD加盟国平均より6.9kg少ない。
2029年の消費量は6.9kgと横ばいの予測。
- 日本の年間牛肉消費量は、2010年から2024年にかけて0.4kg増加している。

【1人あたり 年間食肉消費量 推移】



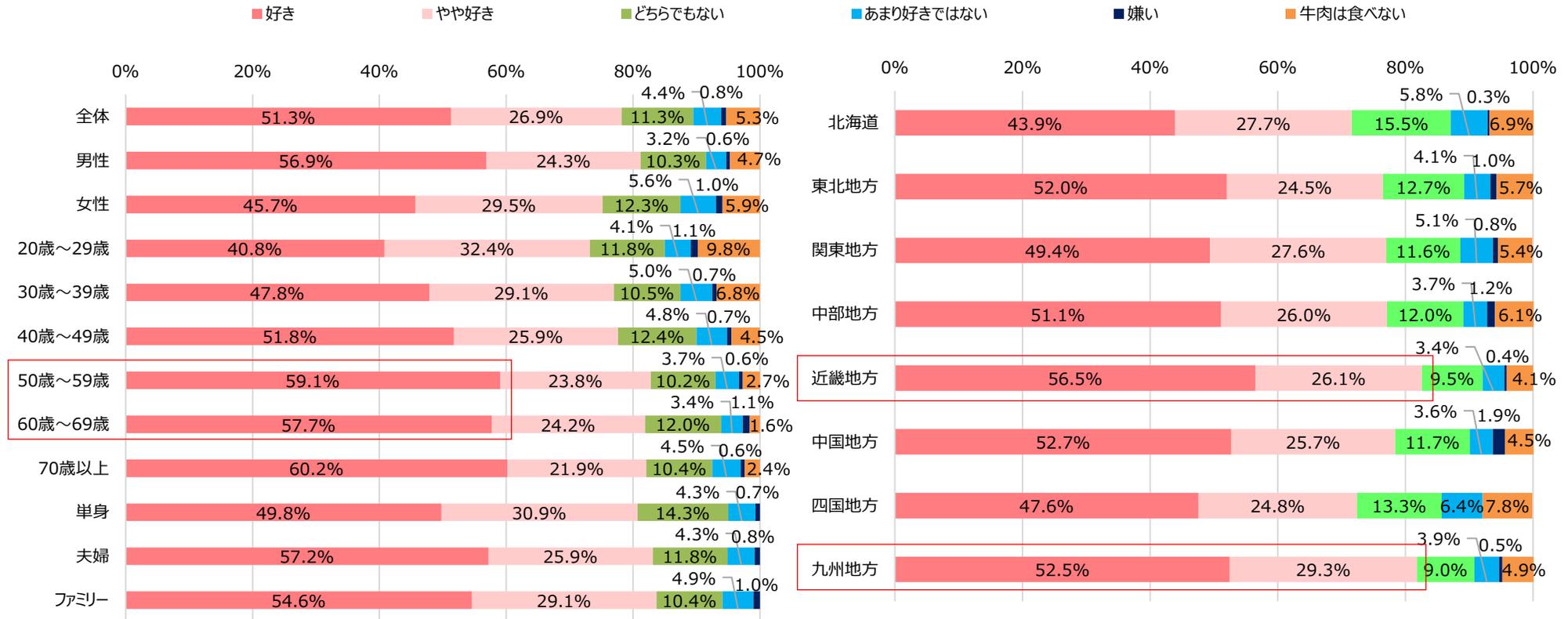
出典 : OECD (2024), Meat consumption (indicator). doi: 10.1787/fa290fd0-en (Accessed on 28 January 2025)
(<https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>)

II) ①牛肉に対する好意度

- 「牛肉が好き・やや好き」と答えた人は全体の8割程度と高い割合。
- 「牛肉が好き」と答えた人の年代別属性は、50歳以上の割合が高い。
- 「牛肉が好き」と答えた人の地方別属性では、近畿・九州の好意度がやや高い。

Q あなたは牛肉が好きですか。あなたのお気持ちに最も近いものを選んでください。

n=4,737



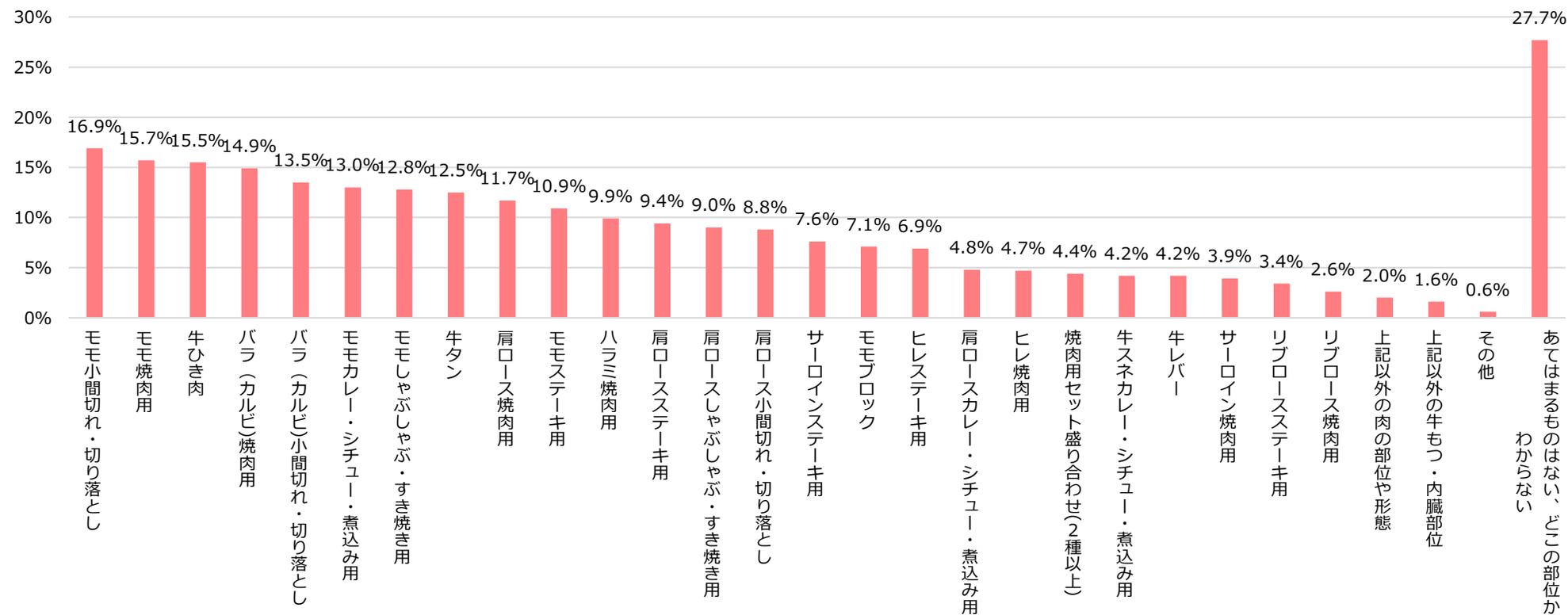
Ⅱ)②自宅食べる部位・形態

■ 自宅で食べる牛肉の部位・形態は多い順に「モモ小間切れ・切り落とし」「モモ焼肉用」「牛ひき肉」。

■ 「モモ」や「バラ」は選択率が高く、料理の用途別に形態が選択されている様子が伺える。

n=4,486

Q 自宅で3カ月以内に食べた牛肉の部位やその形態を教えてください。

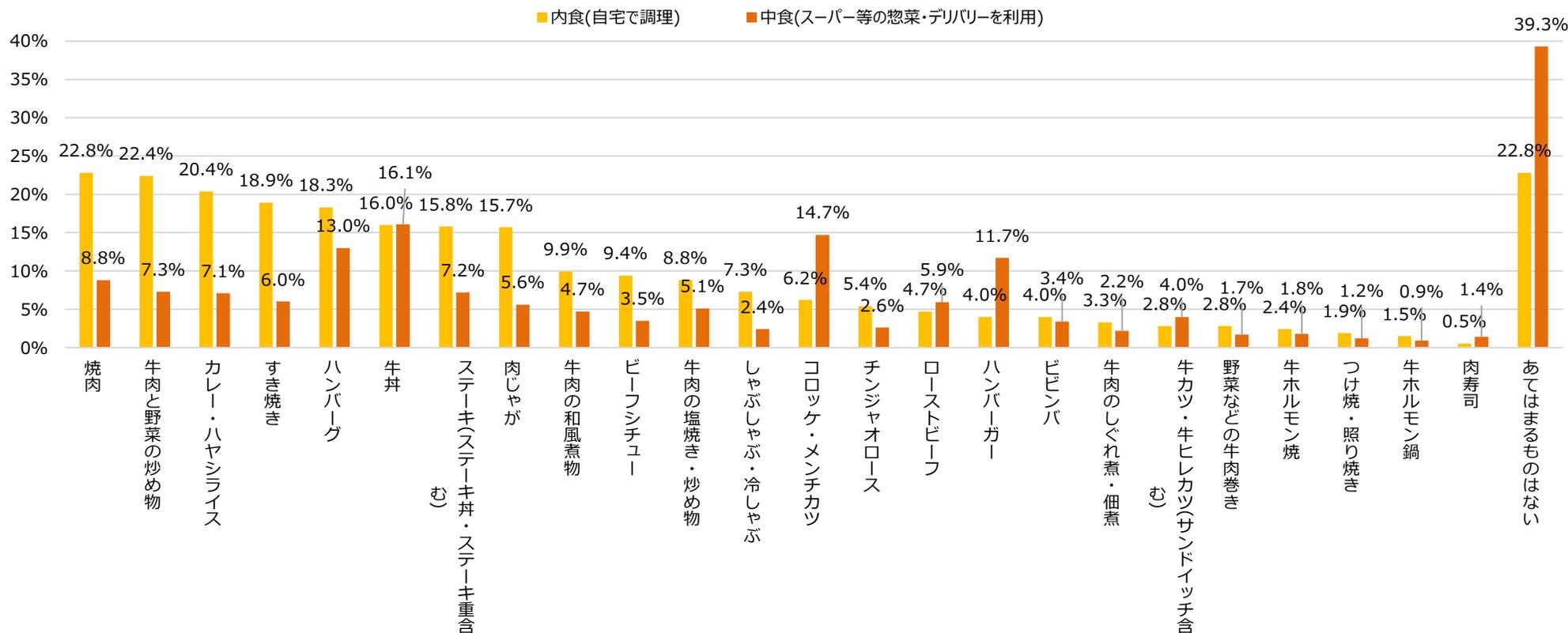


Ⅱ)③自宅で作る牛肉メニュー/中食利用する牛肉メニュー

- 「焼肉」「牛肉と野菜の炒め物」「カレー・ハヤシライス」「すき焼き」等多くのメニューは中食よりも自宅での喫食機会が多い。
- 「コロッケ・メンチカツ」「ハンバーガー」は中食利用の方が高い。
- 「牛丼」は内食と中食でほぼ同じ喫食率。

Q あなたが3カ月以内に食べた、牛肉を使ったメニューや食品について、それぞれの状況(内食/中食)別に教えてください。

n=4,486



Ⅲ.牛肉の購入や調理等に関する実態調査

Ⅲ)Point-(1) 牛肉の購入について

- 1年以内に最も購入された牛肉は国産牛で、2022年以降6割程度で安定して購入されている。
日本産と輸入牛の「使い分け派」が5割程度と最も多い。「使い分け派」の9割が国産牛を購入し、次いでオーストラリアやアメリカなどの輸入牛を6～7割が購入。
- 購入した牛肉はどの種類も、自身やパートナー・配偶者による消費が主体。
- 利用シーンは、和牛は「少し贅沢をしたい日」「牛肉を味わいたい日」、
国産牛は日常使いや、特売・値引き時に利用される傾向。
輸入牛は国産牛と同じく日常使いや、「牛肉をたくさん食べたい日」に利用される。
- 牛肉の購入頻度は、週1回以上購入する人が全体では4割弱。
「輸入派」は従来よりも高頻度に購入するようになった可能性がある。
1回の買い物の購入量は200g～300g以下が多いが、「輸入派」は600g～800g前後の中～大容量の割合がやや高め。
- 牛肉の購入時に重視することは、全体では価格・内容量・特売日など。
「国産派」は国産志向が強く、「輸入派」は価格の安さを最も重視する。
「使い分け派」は価格のほか、「見た目の色が良い」「ドロップが出ていない」など商品自体のビジュアルを重視。

➤ 国産派

国産のみ(和牛もしくは国産牛のどちらか、もしくは両方)を購入した人

➤ 使い分け派

国産(和牛+国産牛)に加えて、
輸入牛のいずれかを1つ以上購入した人

➤ 輸入派

輸入牛のうちいずれか1つ以上を購入した人

Ⅲ)Point-(2) 牛肉の購入について

- 和牛・国産牛の購買者属性は、50~70代がボリュームゾーンで、特に60代以上が購入しやすい。自身やパートナー・配偶者の消費が主体で、40代前後が子供に食べさせる目的で利用する傾向。
- 輸入牛全体の購買者属性は、40代~70代まで幅広く、特に30~50代が購入しやすい世代。最も購入者の多いオーストラリア産を「子供（小学生以下）」が食べると回答した人は、30~40代に加えて、20代も子供向けに購入する傾向。
- 輸入牛の部位別の購入者属性は、リブロース・サーロイン、肩ロースは40~70代と幅広い層が購入しやすく、ヒレは50~70代と高年齢層が主体。ばら、牛タン・内臓肉、牛ホルモンは30~50代と若い層が購入しやすい傾向。
- 1年以内の値上げを実感する牛肉は、国産牛が最も高く、全体の半数程度が値上げを実感。「国産派」「使い分け派」は、和牛よりも国産牛に対して値上げを実感している人が多い。
- 値上げを実感する各種牛肉の代替品として「国産豚肉」や「国産鶏肉」を3割前後の人が選ぶ。「国産派」は代替せずに継続購入の意向が高く、輸入派は代替品を購入する傾向がある。
- 値上げを実感している牛肉の代替品として「輸入牛」を購入する人の7割が輸入牛に「満足・やや満足している」。
- 牛肉の代替品としての輸入牛への不満は「肉質が固い」が最も高く、特に「使い分け派」は4割が肉質に不満を感じている。

Ⅲ)①-(1)購入実態 1年以内に購入した牛肉の種類(産地)



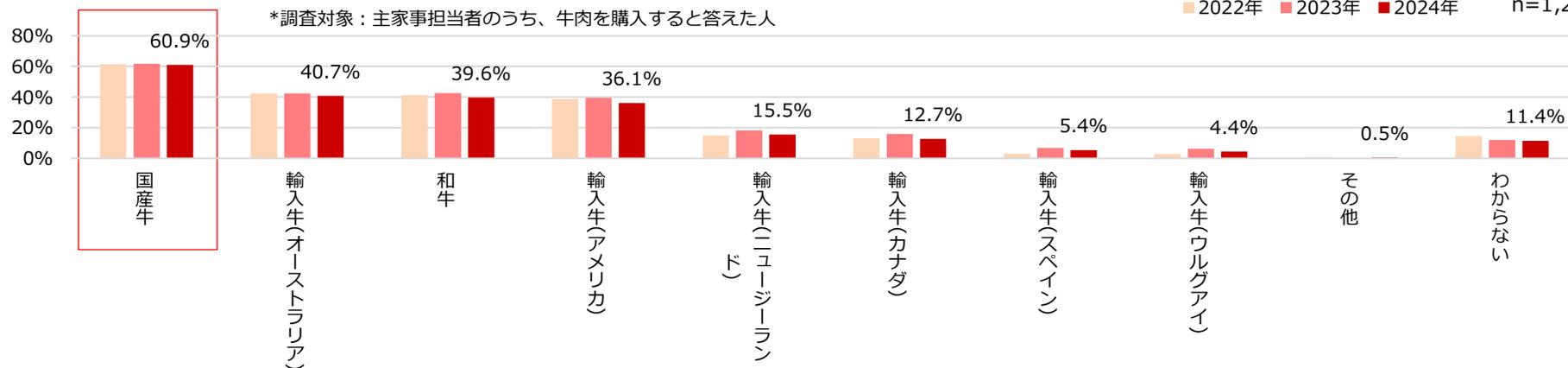
たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030

- 1年以内に最も購入された牛肉は国産牛で、2022年以降6割程度で安定して購入されている。
- 輸入牛の中でもオーストラリアやアメリカも4割前後が購入しており、和牛と同等。
- 購入した牛肉はどの種類も、自身やパートナー・配偶者による消費が主体。

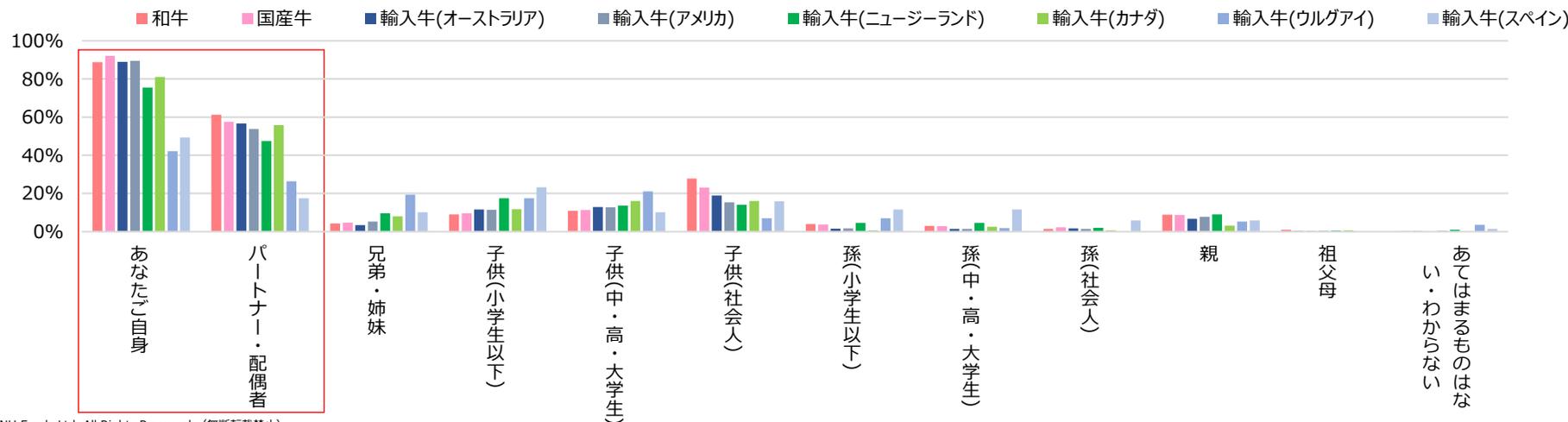
Q あなたがここ1年以内に購入した牛肉について、あてはまるものを全て選んでください。

n=1,282(2022)
n=1,297(2023)
n=1,287(2024)



Q 1年以内に購入したことがある牛肉について、どなたが召し上がりましたか。

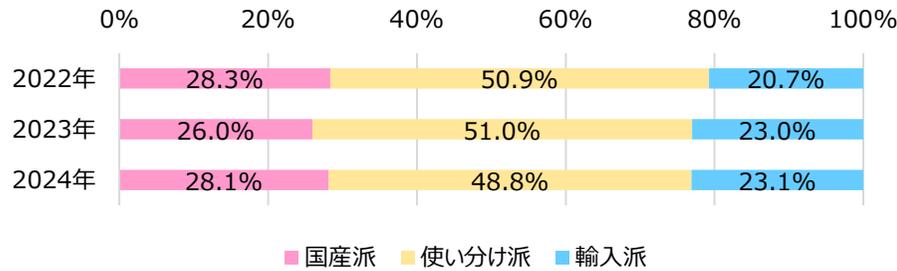
n=1,140



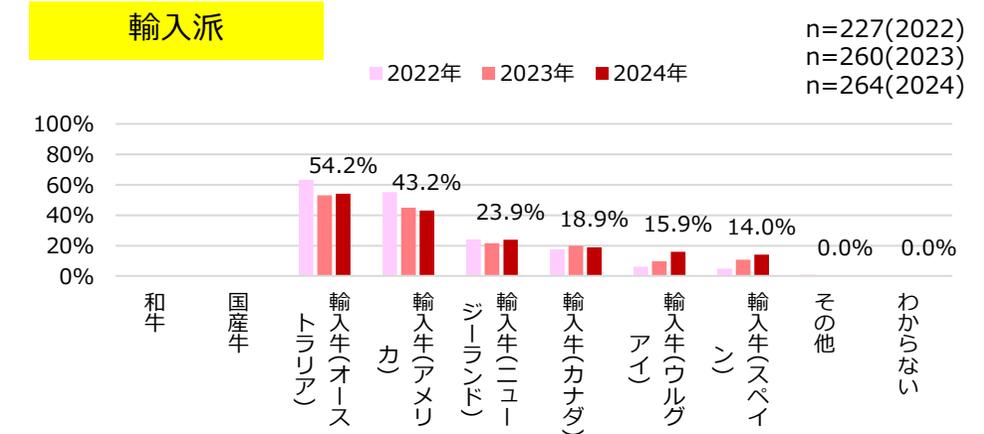
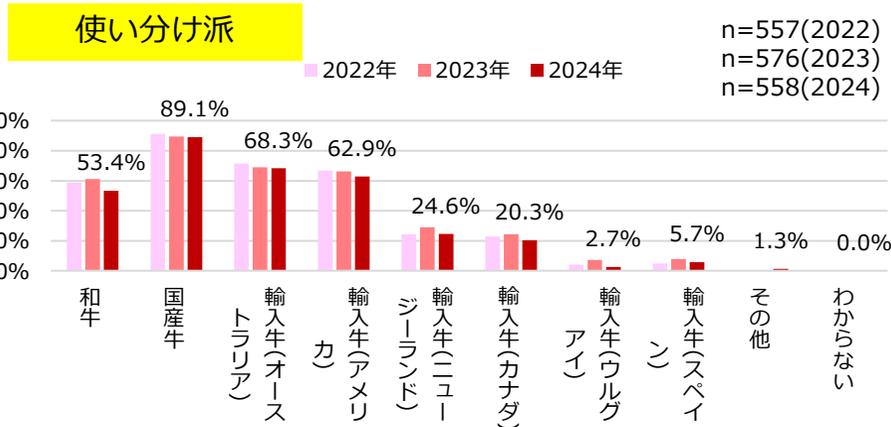
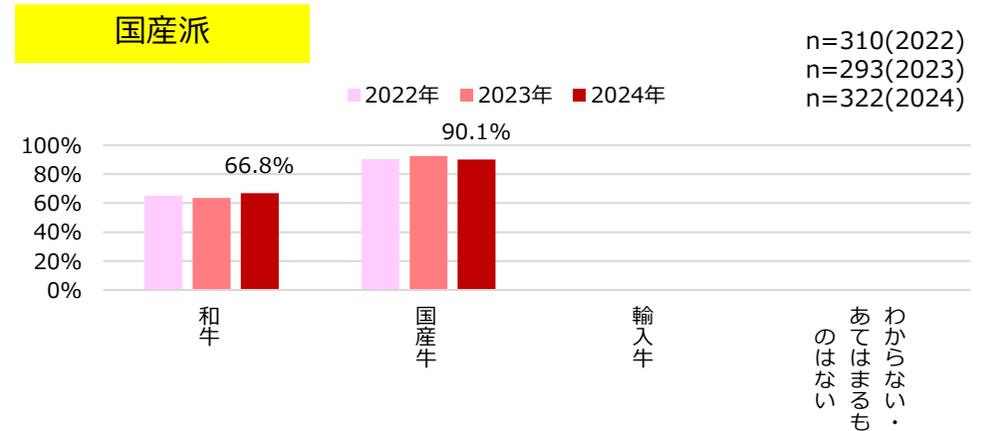
Ⅲ)①-(2)購入実態 種類(産地)別詳細

- 国産派・使い分け派・輸入派の比率は大きく変わらず、使い分け派が最も高く 5 割程度。
- 国産派は和牛より国産牛を選ぶ人が 2 割程度多い。使い分け派は 9 割が国産牛を購入し、6~7割がオーストラリアやアメリカ等の輸入牛を購入している。輸入派もオーストラリアやアメリカ産を購入している。オーストラリア産の利用が多い背景には、価格が影響している可能性がある。

Q ここ 1 年以内に購入した牛肉について、あてはまるものを全て選んでください。



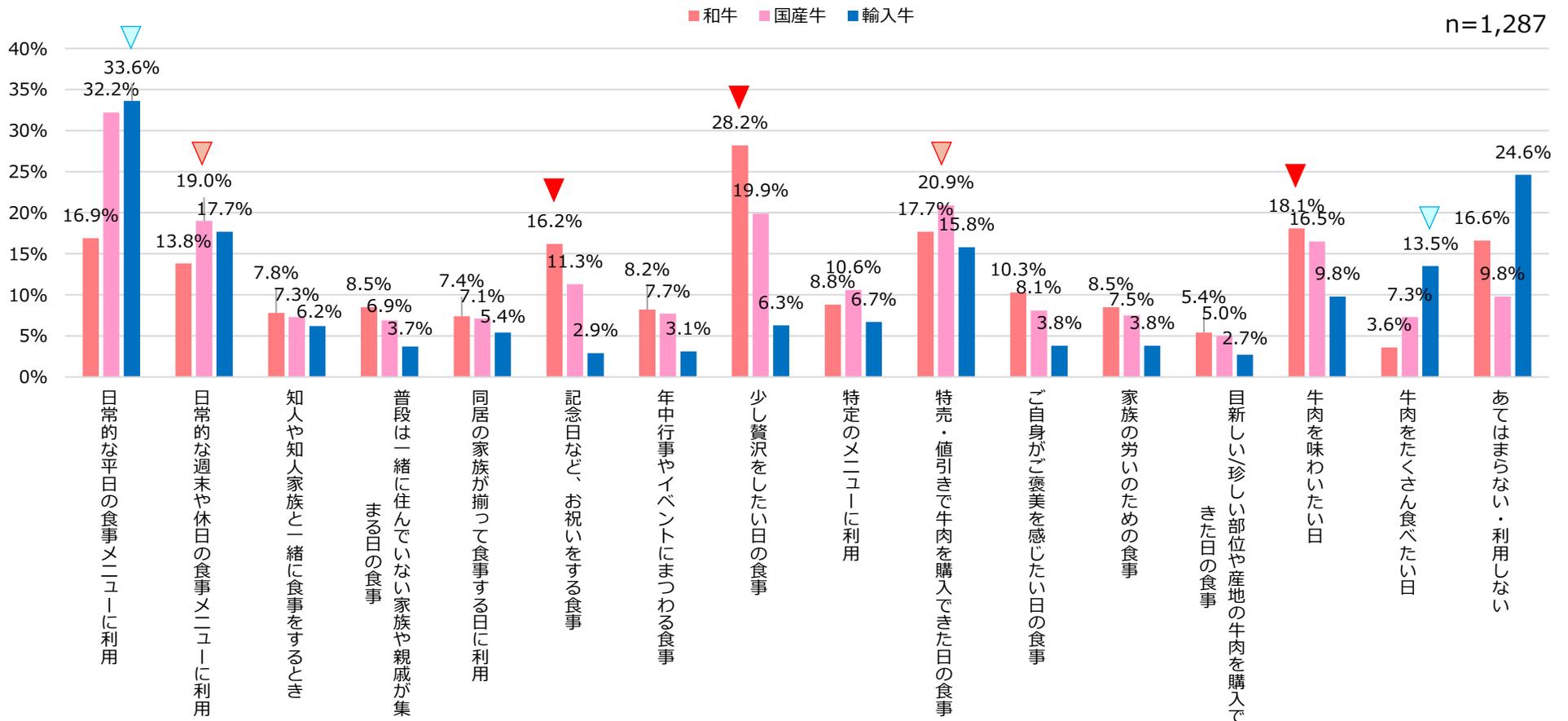
- ・ 国産派 : 国産のみ(和牛もしくは国産牛のどちらか、もしくは両方)を購入した人
- ・ 使い分け派 : 国産(和牛+国産牛)に加えて、輸入牛のいずれかを 1 つ以上購入した人
- ・ 輸入派 : 輸入牛のうちいずれか 1 つ以上を購入した人



Ⅲ)②種類別の利用シーン

- 和牛は「少し贅沢をしたい日」「牛肉を味わいたい日」などに利用されている。
- 国産牛は日常使いのほか、特売・値引き時に利用される傾向。
- 輸入牛は国産牛と同じく日常使いや、「牛肉をたくさん食べたい日」に利用される。

Q あなたの自宅での食事について、それぞれの牛肉を利用するシーンとして当てはまるものを全て教えてください。 *調査対象：牛肉を購入すると答えた人



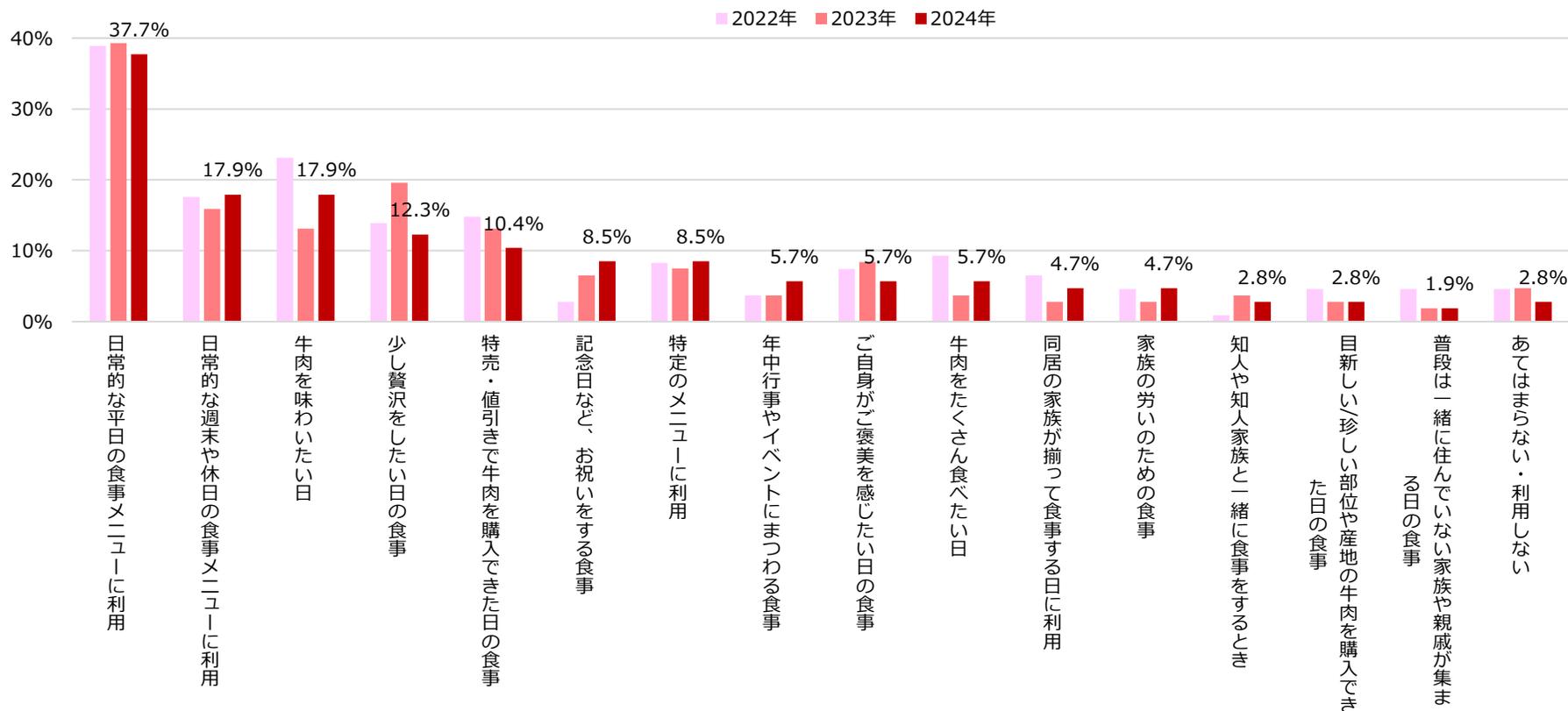
Ⅲ)②種類別の利用シーン

- 1年以内に国産牛のみを購入した人は、日常的な平日に利用する人が多い。
- 昨年に伸長した「少し贅沢をしたい日」に使う人がやや減少する一方で、「牛肉を味わいたい日」が微増。

Q あなたの自宅での食事について、それぞれの牛肉を利用するシーンとして当てはまるものを全て教えてください。

国産牛の利用シーン ※1年以内に国産牛のみ購入した人の場合

n=108(2022)
n=107(2023)
n=106(2024)

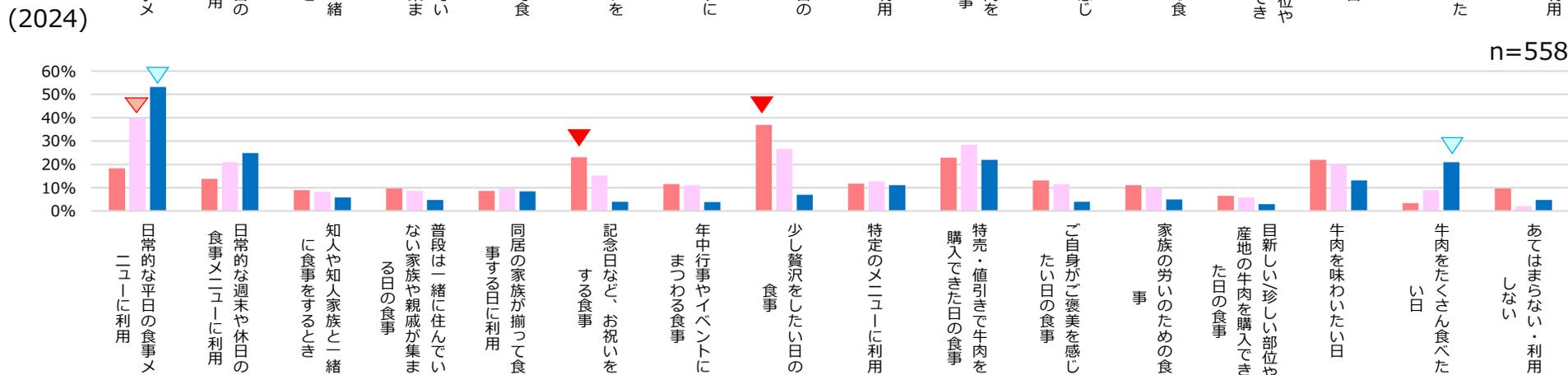
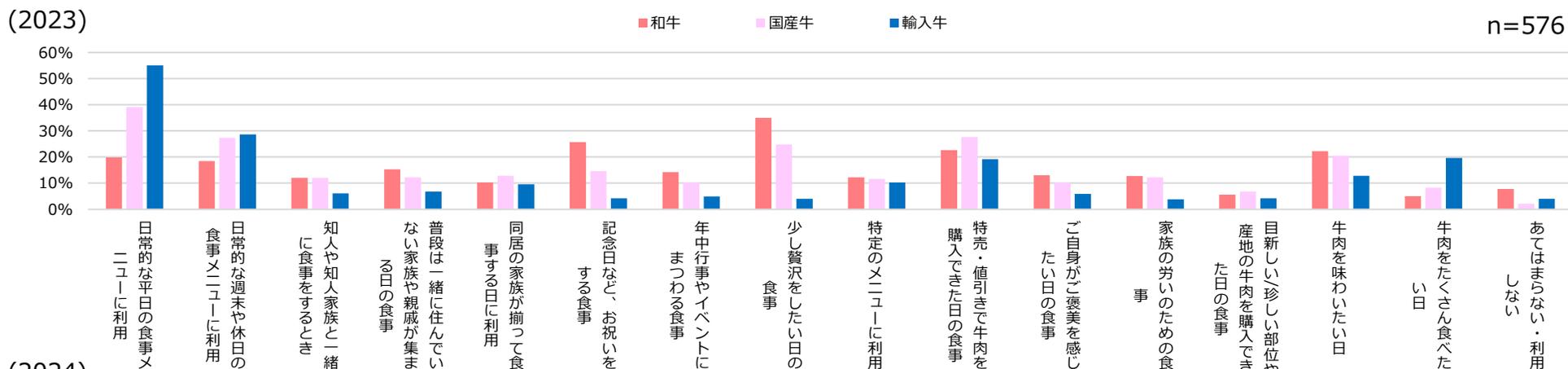


Ⅲ)②種類別の利用シーン

- 使い分け派の利用シーンは昨年調査と同傾向。
- 和牛は「少し贅沢をしたい日」や「記念日などのお祝い行事」の利用率が高い。
- 輸入牛は国産牛と同様に日常使いのほか、「牛肉をたくさん食べたい日」で選ばれている。

Q あなたの自宅での食事について、それぞれの牛肉を利用するシーンとして当てはまるものを全て教えてください。

使い分け派：各種牛肉の利用シーン 1年以内に国産牛肉(和牛もしくは国産牛)と輸入牛の両方について購入経験がある人



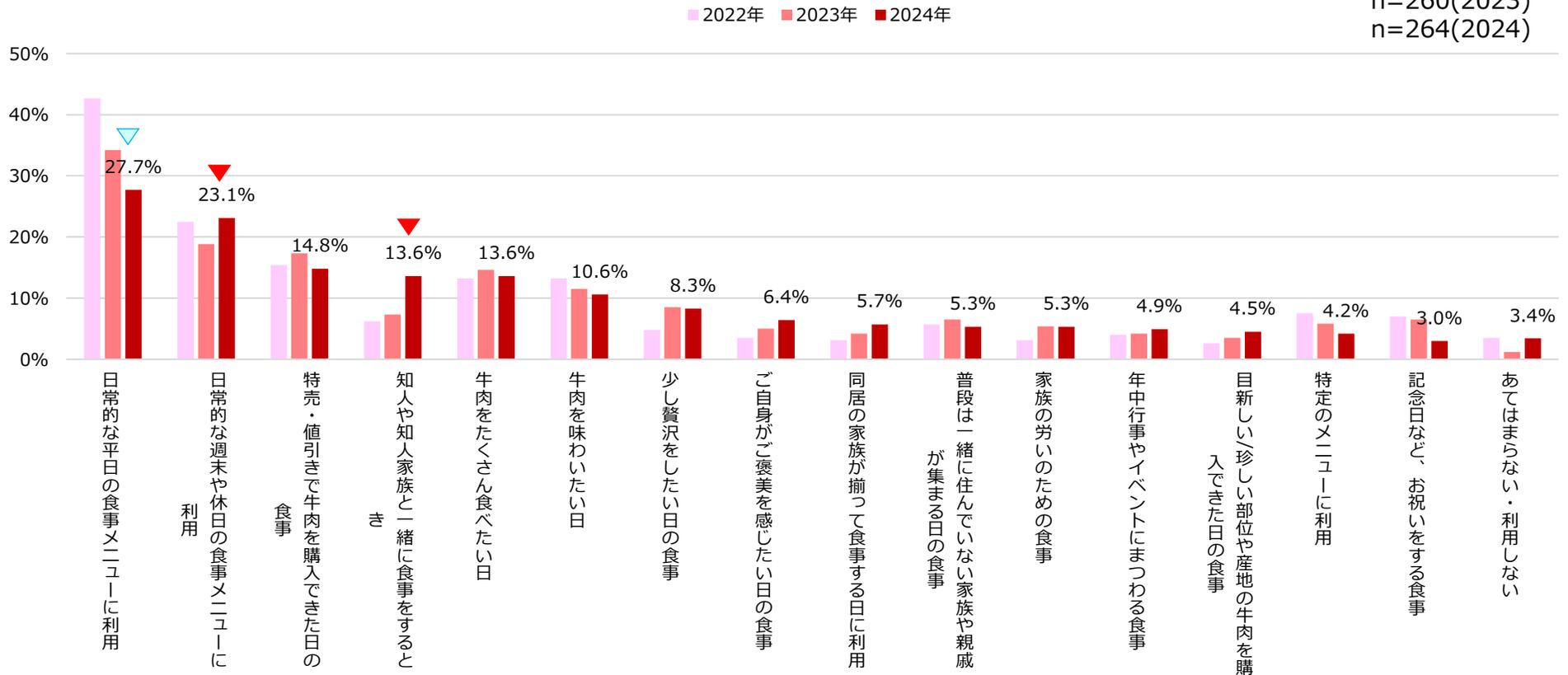
Ⅲ)②種類別の利用シーン

- 2022年以降、最も利用率の高い平日の食事メニューとしての選択率は減少傾向にある。
- 一方で、休日の食事メニューや「知人や知人家族と一緒に食事をするとき」は増加。

Q あなたの自宅での食事について、それぞれの牛肉を利用するシーンとして当てはまるものを全て教えてください。

輸入派：1年以内にいずれかの輸入肉だけを購入した人

n=227(2022)
n=260(2023)
n=264(2024)



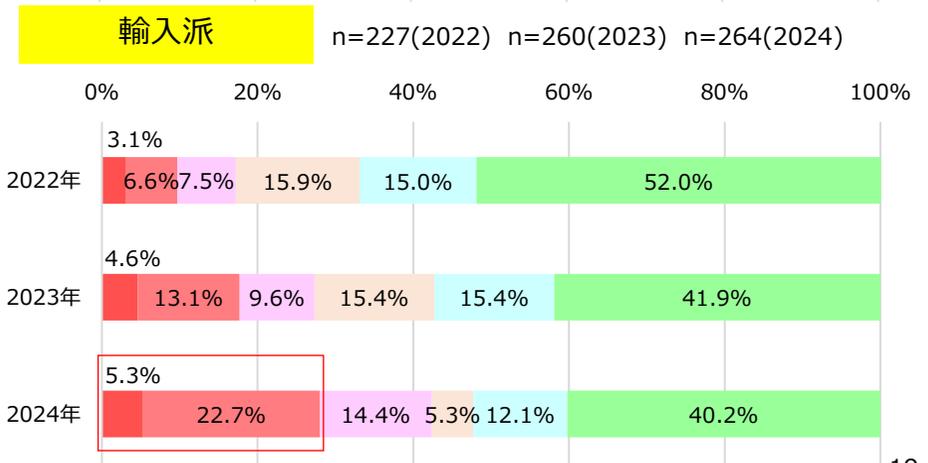
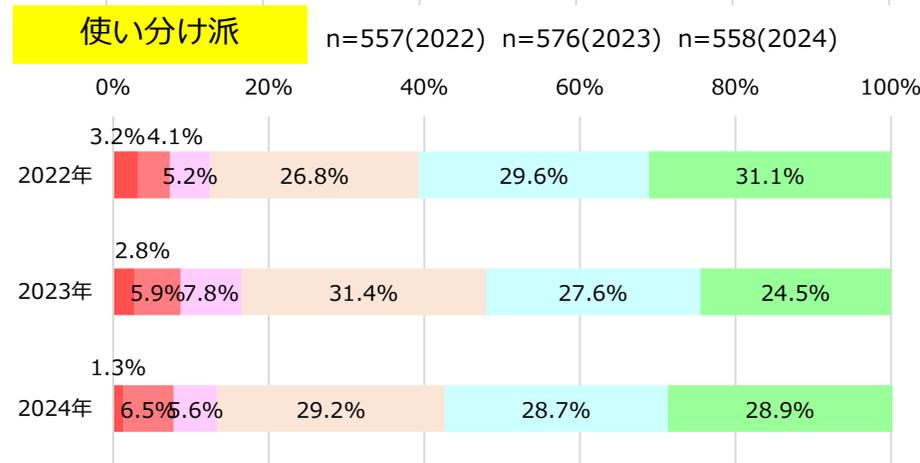
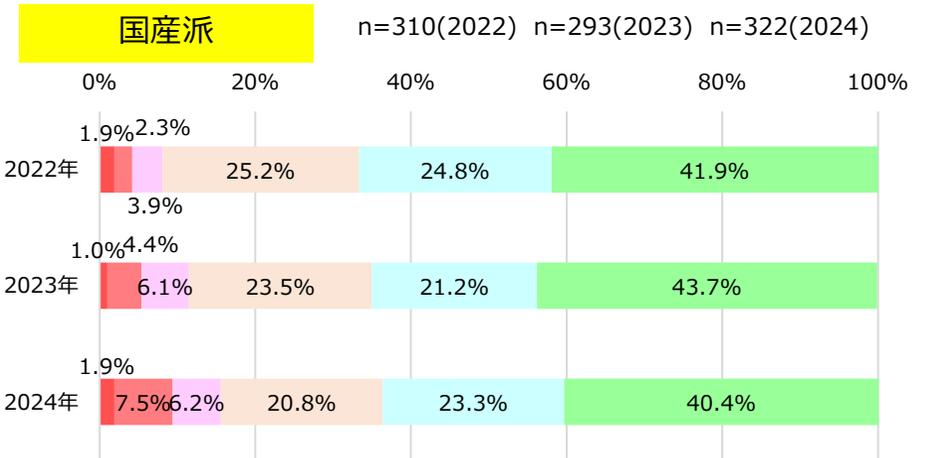
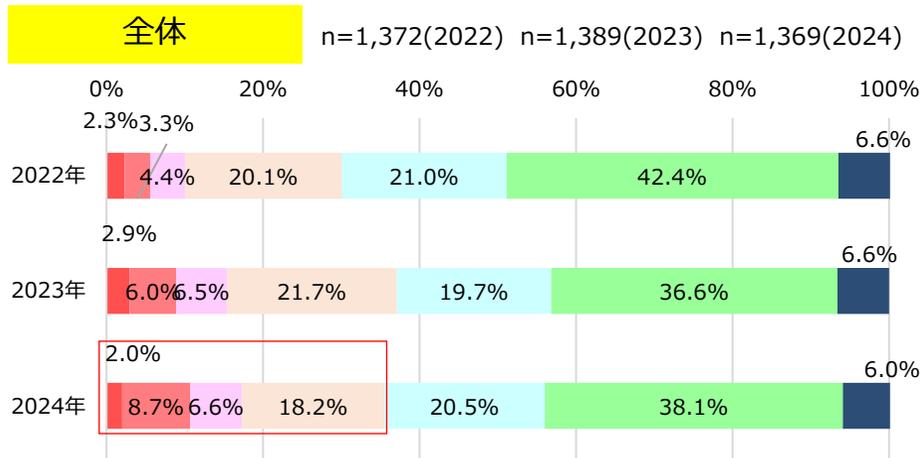
Ⅲ) ③牛肉の購入頻度

■ 週1日以上牛肉を購入すると答えた人は、全体では35.5%。

■ 輸入派は週1~2日が昨年から10ポイント減少した一方で、週5~6日が10ポイント増加しており、輸入牛のロイヤルユーザーが増えている可能性がある。

Q あなたが牛肉を購入する頻度を教えてください *調査対象：主家事担当者

■ 1週間で7日 ■ 1週間のうち5~6日 ■ 1週間のうち3~4日 ■ 1週間のうち1~2日 ■ 2週間のうち1~2日 ■ それよりも少ない頻度 ■ 該当しない

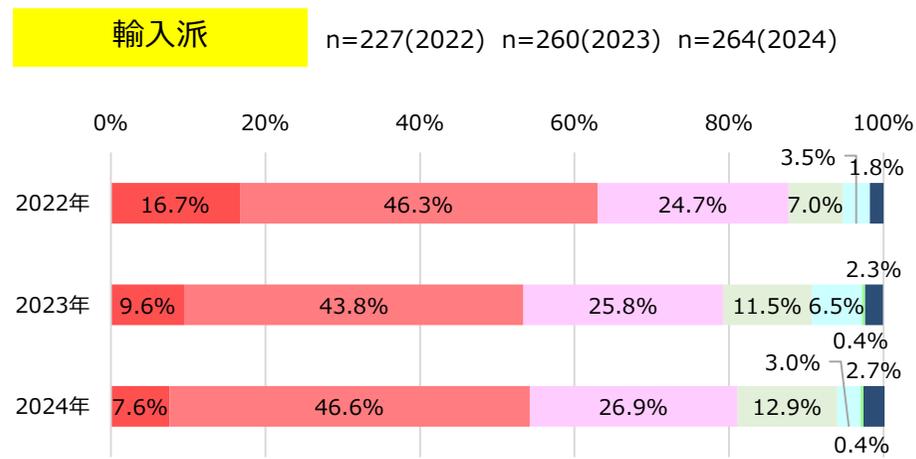
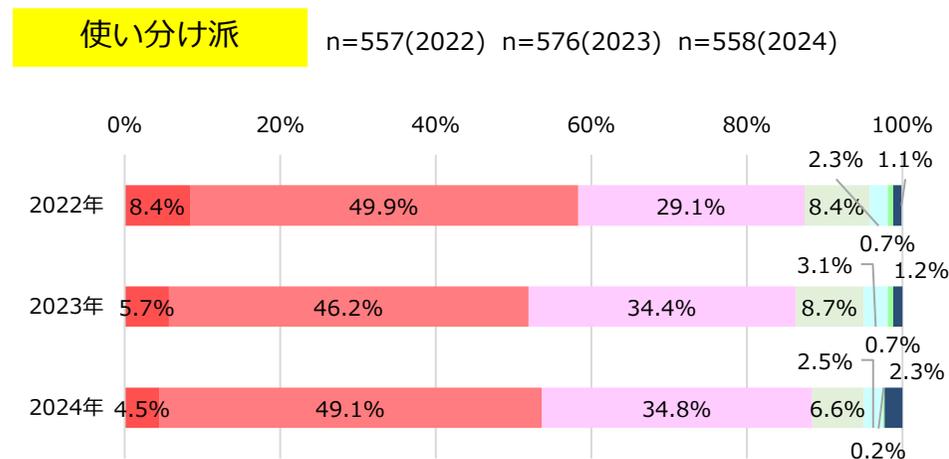
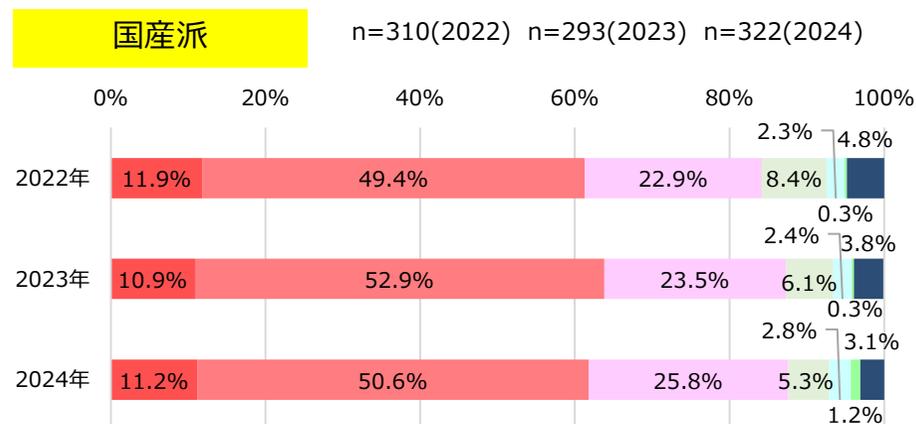
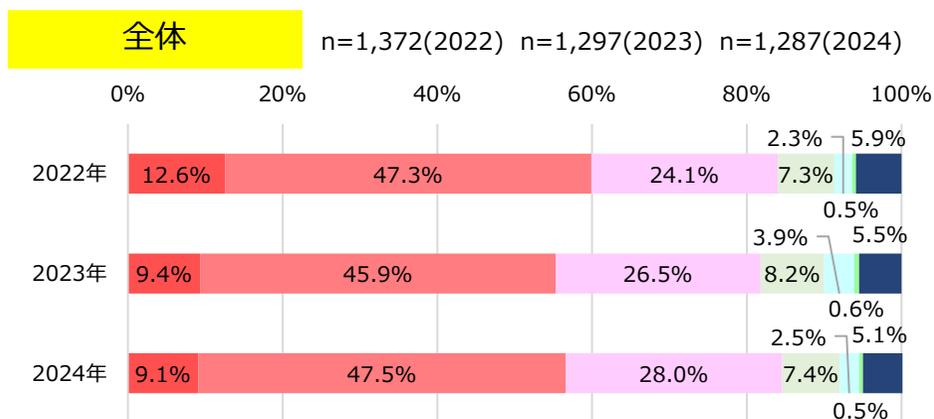


Ⅲ)④ 1回の買い物で購入する量

- 1回の買い物の購入量は、200g～300g前後が最も多い。
- 国産派・使い分け派・輸入派ともに200～500g前後が7～8割を占めている。

Q あなたが1回の買い物で購入する、牛肉の量に最も近いものを教えてください。 *調査対象：牛肉を購入すると答えた人

■ 小容量パック(150g以下) ■ 200g～300g前後 ■ 400g～500g前後 ■ 600g～800g前後 ■ 1kg前後 ■ それ以上 ■ わからない

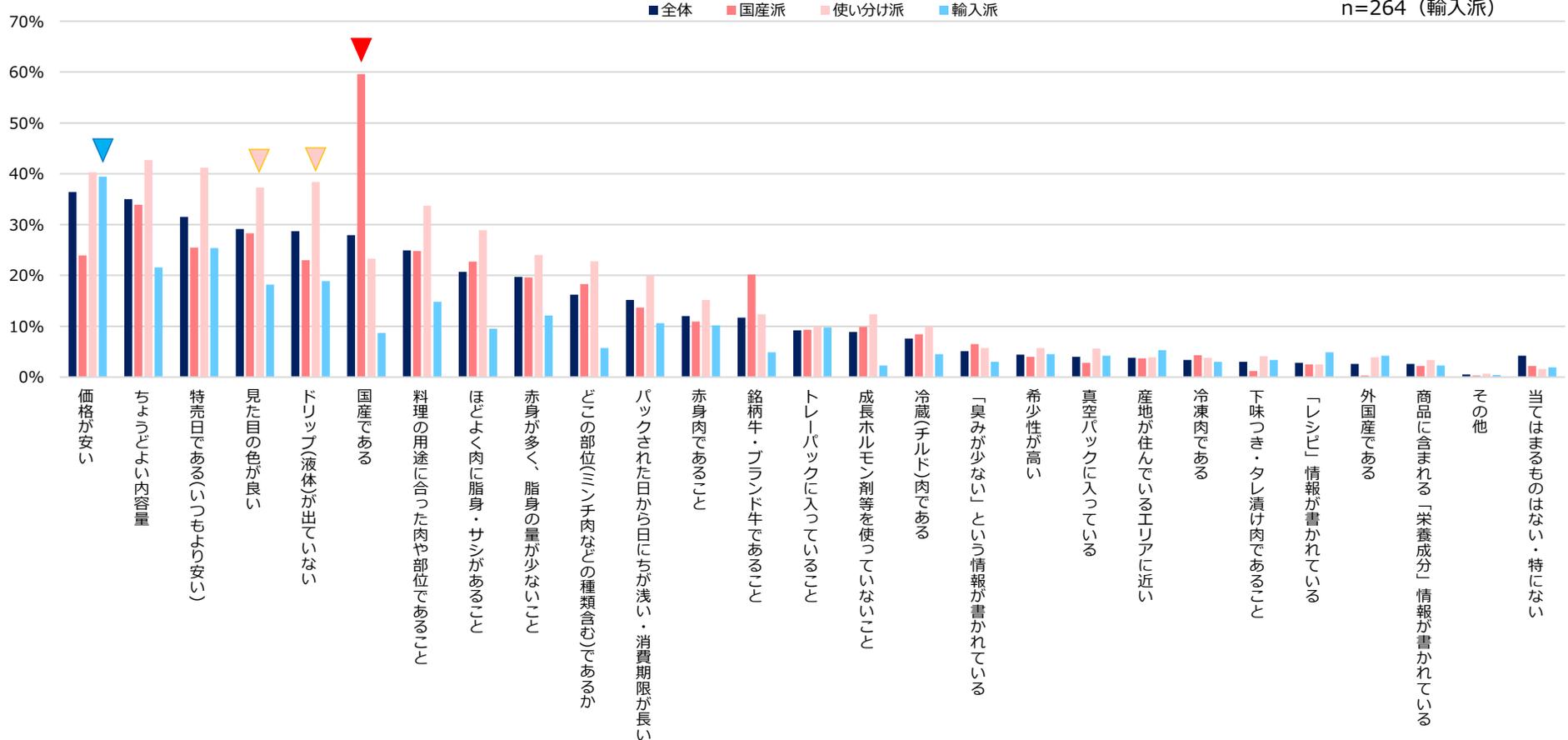


Ⅲ)⑤牛肉を買う時に重視すること

- 牛肉の購入時は、全体では価格・内容量・特売日などが重視されている。
- 和牛や国産牛を好む国産派は「国産である」こと、輸入派は価格の安さを最も重視する。
- 使い分け派は価格のほか、「見た目の色が良い」「ドロップが出ていない」など商品自体のビジュアルを重視する人の割合が多い。

Q あなたが牛肉を購入する際に重視することを教えてください。 *調査対象：牛肉を購入すると答えた人

n=1,287 (全体)
n=322 (国産派)
n=558 (使い分け派)
n=264 (輸入派)



Ⅲ)⑥-(1)和牛の購入者属性・購入した商品を食べる人

■ ID-POSデータによる和牛購入者の年代別構成比は、50~70代がボリュームゾーン。

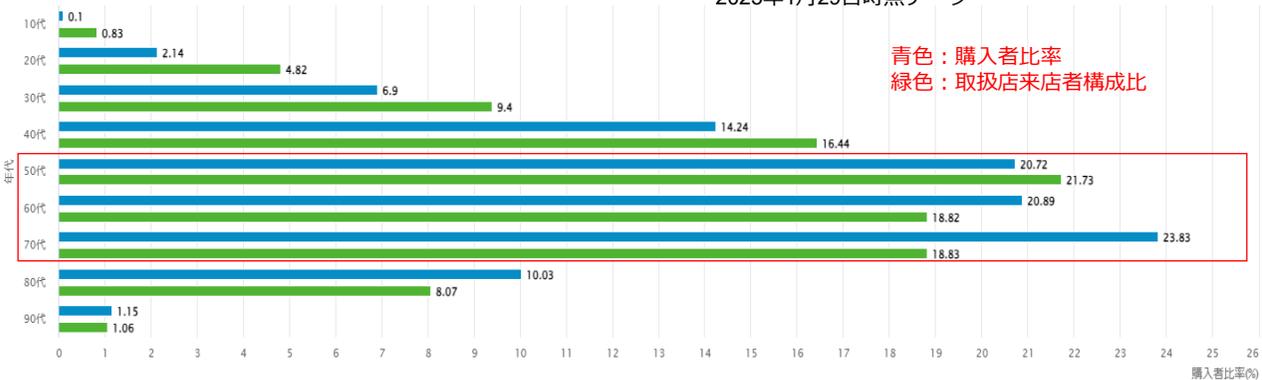
和牛を購入しやすい世代は60代以上で、特に70代が購入しやすい。

■ 購入した和牛を「子供(社会人)」が食べると回答した人は60代以上で4~5割程度で高め。

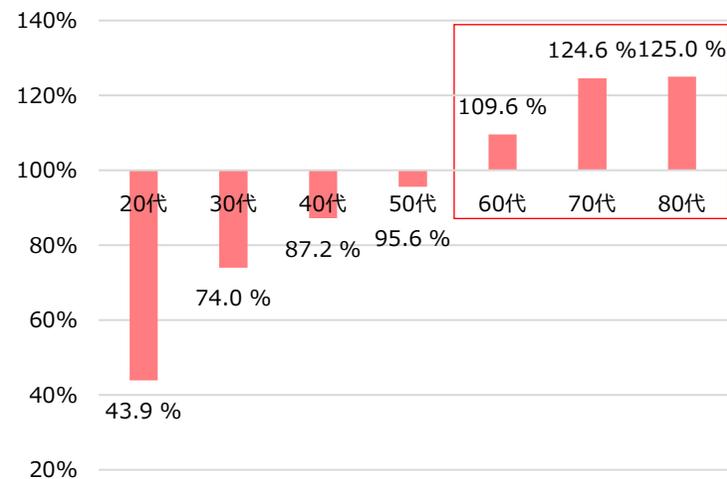
「子供(小学生以下、中・高・大学生)」が食べると回答した人は40代で3割前後。

【和牛全体】 年代別購入者 構成比

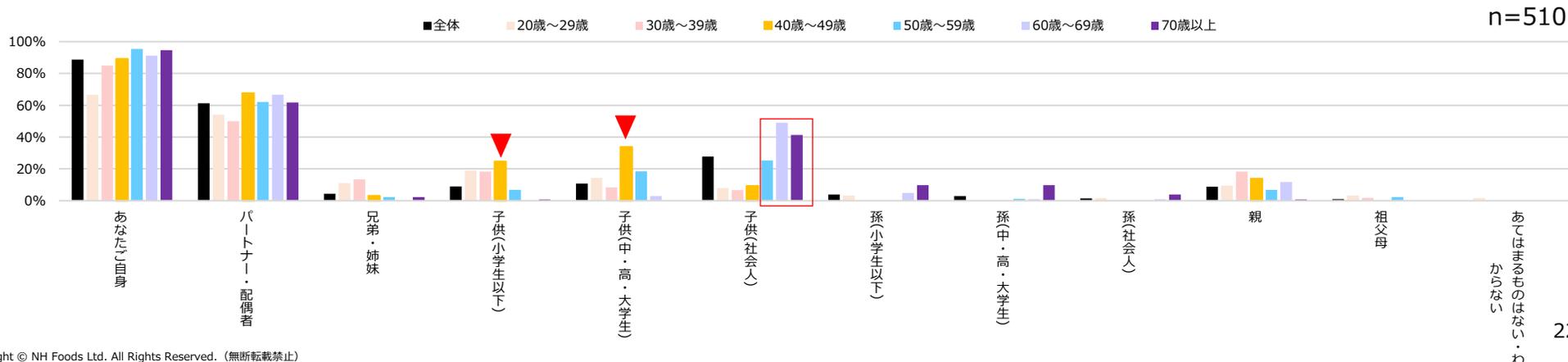
出典：True Dataスーパーマーケットパネル（全国）
分析商品：牛肉(和牛)
集計期間：2024年1月1日~2024年12月31日
2025年1月29日時点データ



<購入者比率/取扱店来店者比率>



Q1年以内に購入した和牛について、どなたが召し上がりましたか。



n=510

Ⅲ)⑥-(2)国産牛の購入者属性・購入した商品を食べる人

■ ID-POSデータによる国産牛購入者の年代別比較では、50~70代がボリュームゾーン。

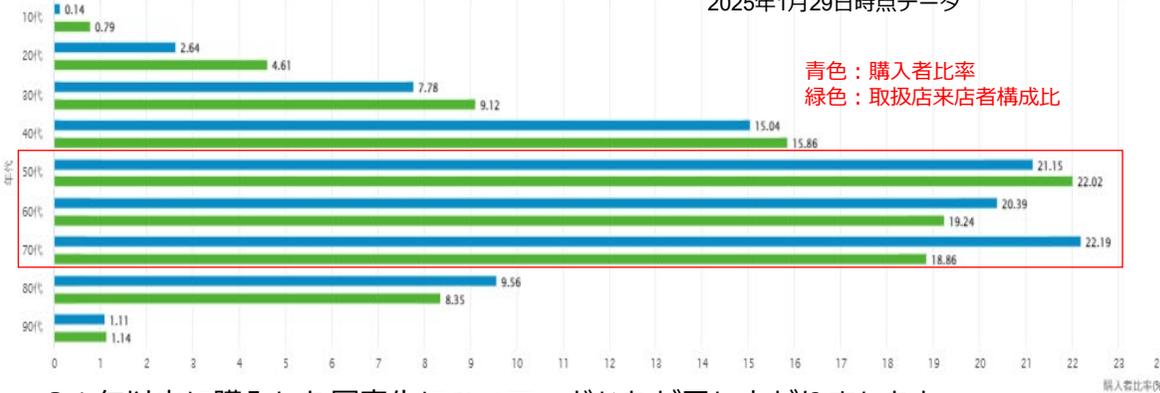
国産牛を購入しやすい世代は60代以上で、特に70代が高く、和牛と同傾向。

■ 購入した国産牛を「子供(社会人)」が食べると回答した人は60代以上で4割と高い。

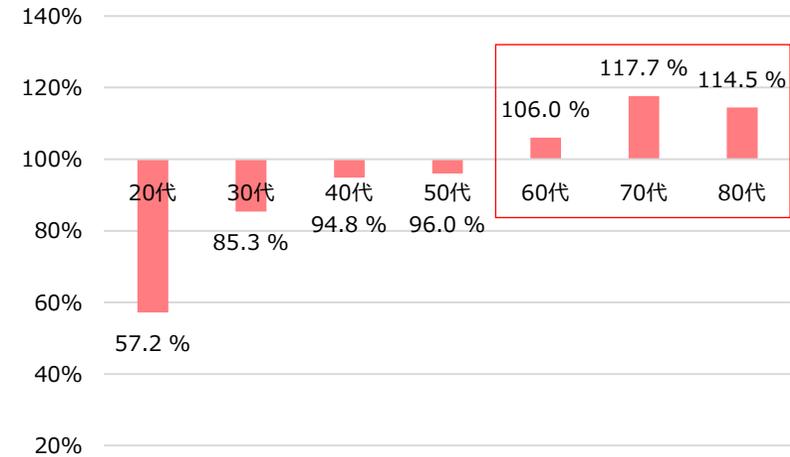
和牛と同様に、子供に食べさせる目的で利用している40代が3割前後。

【国産牛全体】 年代別購入者 構成比

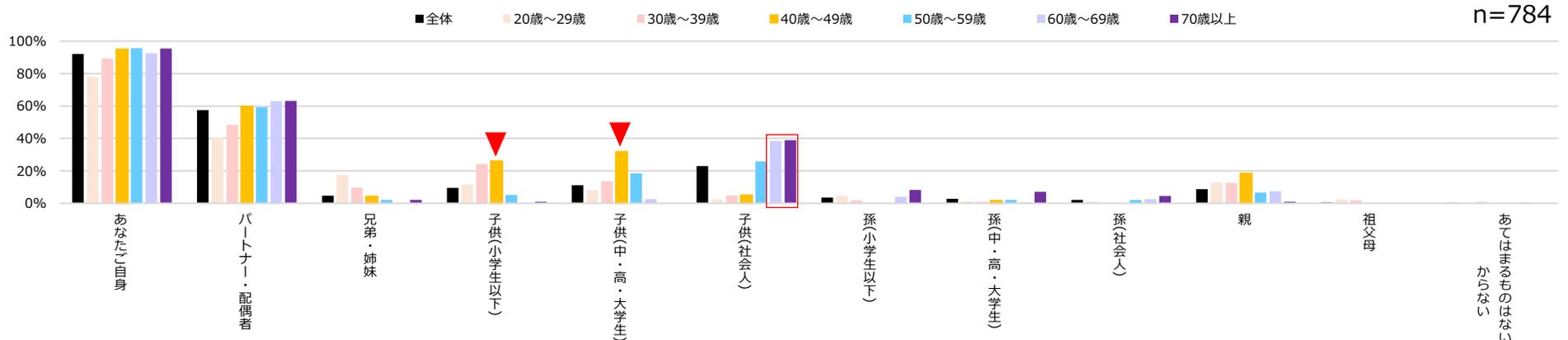
出典：True Dataスーパーマーケットパネル（全国）
分析商品：牛肉(国産牛)
集計期間：2024年1月1日~2024年12月31日
2025年1月29日時点データ



<購入者比率/取扱店来店者比率>



Q 1年以内に購入した国産牛について、どなたが召し上がりましたか。

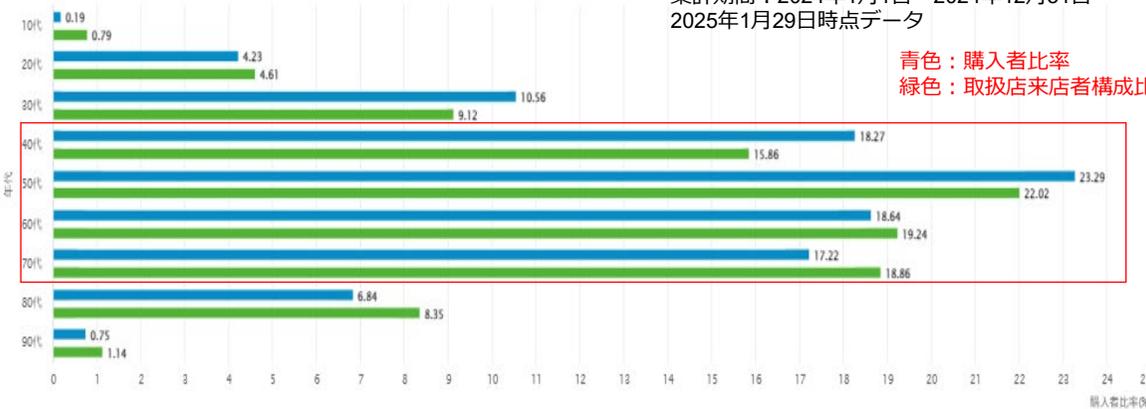


Ⅲ)⑥-(3)輸入牛の購入者属性・購入した商品を食べる人

- 輸入牛の購入者のボリュームゾーンは、40~70代まで幅広く、特に購入しやすい世代は30~50代。
- 購入した輸入牛(オーストラリア産)を「子供(小学生以下)」が食べると回答した人は、30~40代に加えて、20代も子供向けに購入していることがわかる。

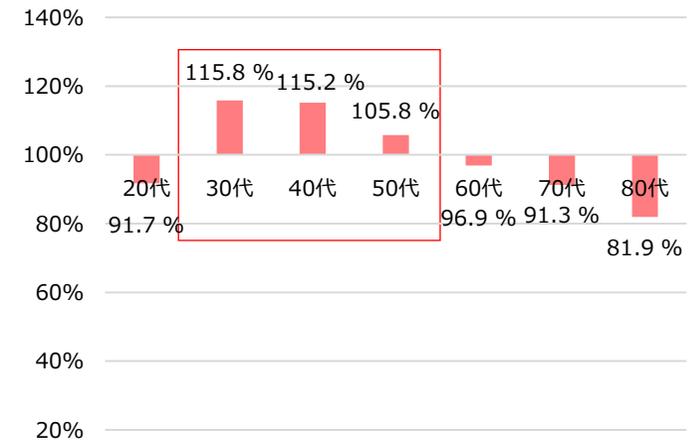
【輸入牛全体】 年代別購入者 構成比

出典：True Dataスーパーマーケットパネル（全国）
分析商品：牛肉(輸入牛)
集計期間：2024年1月1日~2024年12月31日
2025年1月29日時点データ

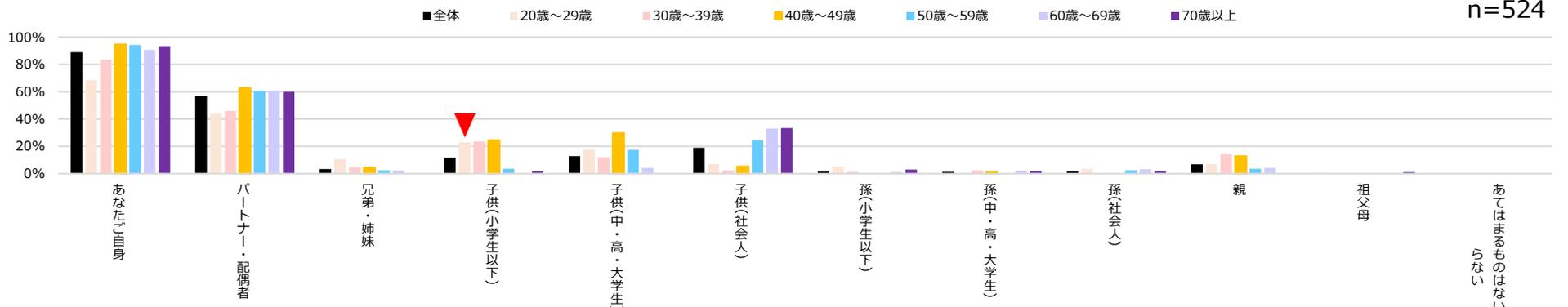


青色：購入者比率
緑色：取扱店来店者構成比

<購入者比率/取扱店来店者比率>



Q1年以内に購入した輸入牛(オーストラリア産)について、どなたが召し上がりましたか。



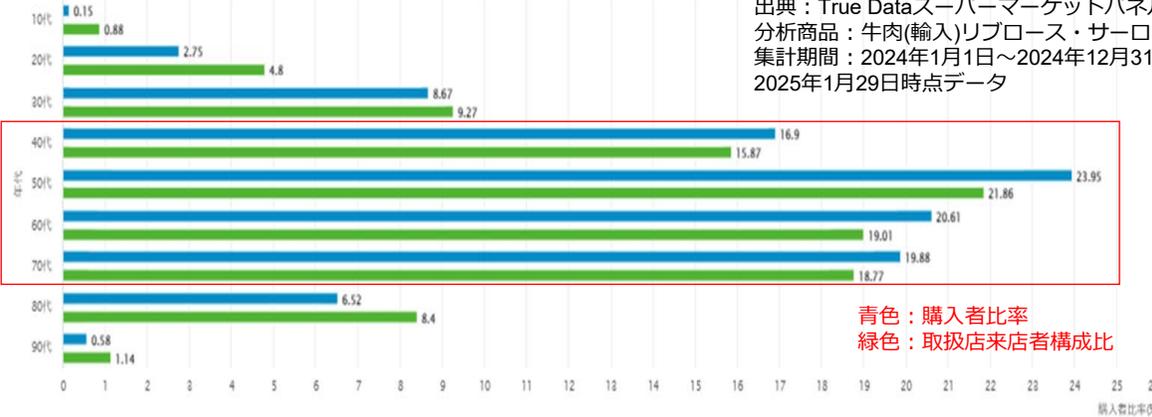
あてはまるものはない・わからない

Ⅲ)⑦-(1)輸入牛 部位別の購入者属性

- 輸入牛のリブローズ・サーロイン、ヒレ購入者のボリュームゾーンはともに40~70代。
- リブローズ・サーロインは40~70代まで幅広い年齢層が購入しやすい。
- ヒレは50~70代が購入しやすく、特に60代が購入していることが分かる。

【輸入牛 リブローズ・サーロイン】年代別購入者 構成比

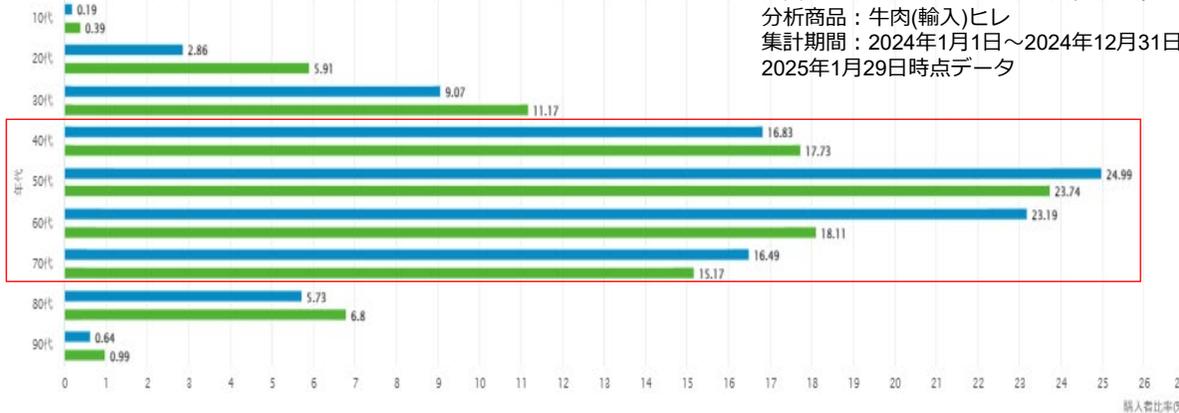
出典：True Dataスーパーマーケットパネル（全国）
分析商品：牛肉(輸入)リブローズ・サーロイン
集計期間：2024年1月1日~2024年12月31日
2025年1月29日時点データ



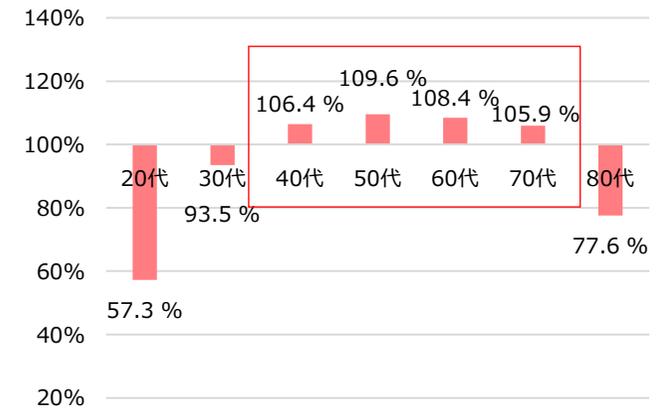
青色：購入者比率
緑色：取扱店来店者構成比

【輸入牛 ヒレ】年代別購入者 構成比

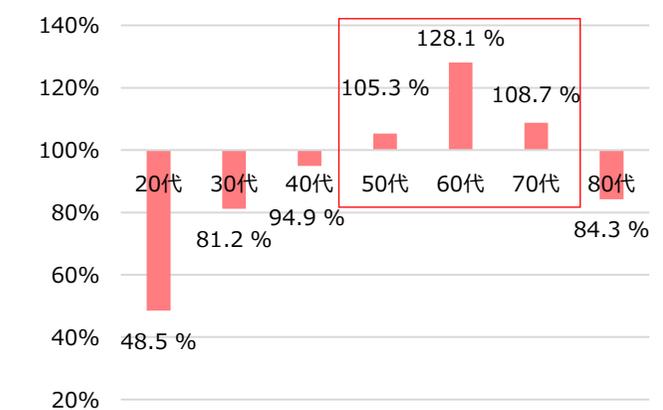
出典：True Dataスーパーマーケットパネル（全国）
分析商品：牛肉(輸入)ヒレ
集計期間：2024年1月1日~2024年12月31日
2025年1月29日時点データ



<購入者比率/取扱店来店者比率>



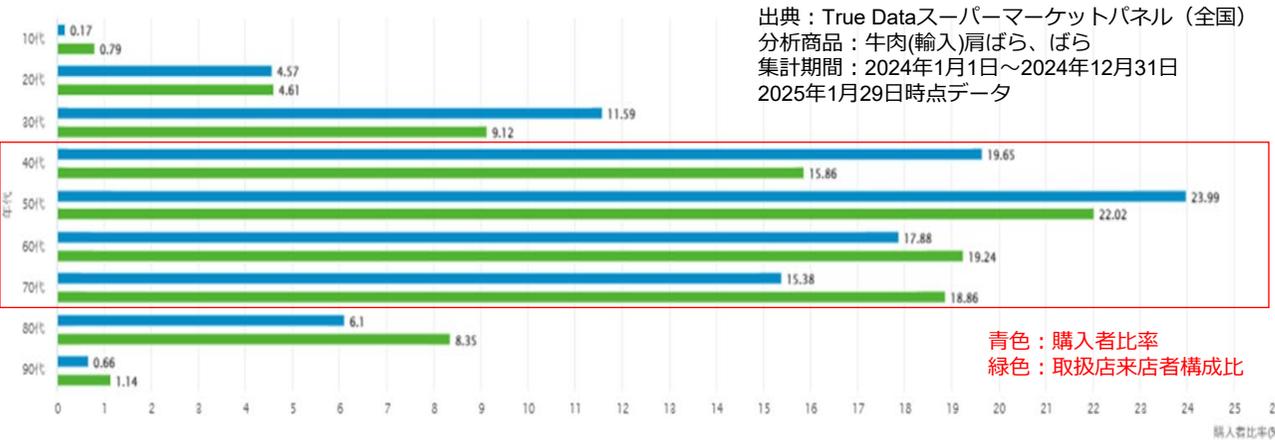
<購入者比率/取扱店来店者比率>



Ⅲ)⑦-(2)輸入牛 部位別の購入者属性

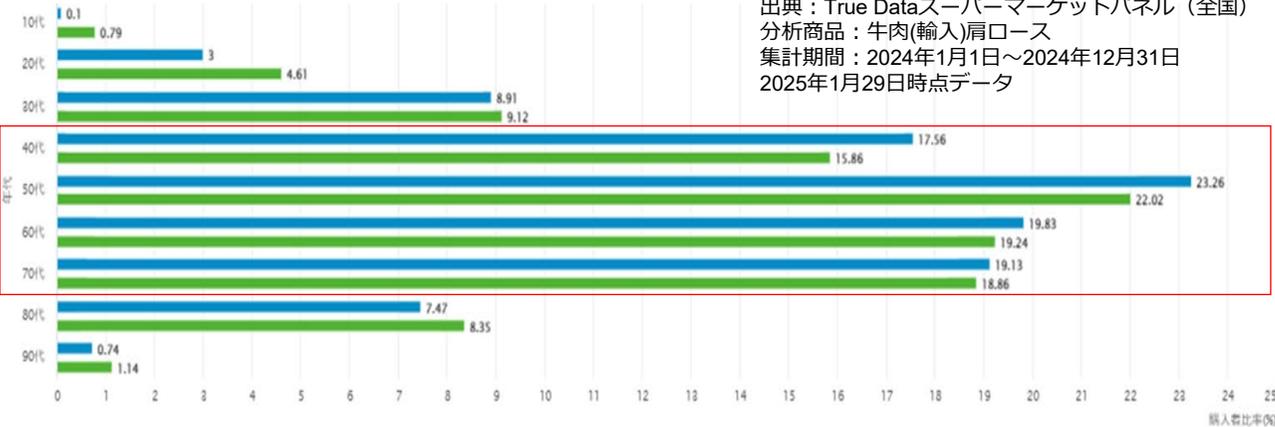
- 輸入牛ばらの購入者の年代のボリュームゾーンは40~70代で、30~50代が購入しやすい。
- 輸入牛肩ロース購入者のボリュームゾーンは40~70代。購入しやすい年代は40~70代までの幅広い層。

【輸入牛 肩ばら、ばら】年代別購入者 構成比

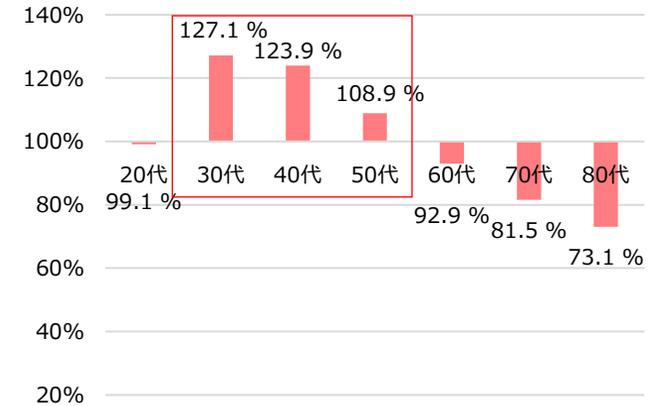


青色：購入者比率
緑色：取扱店来店者構成比

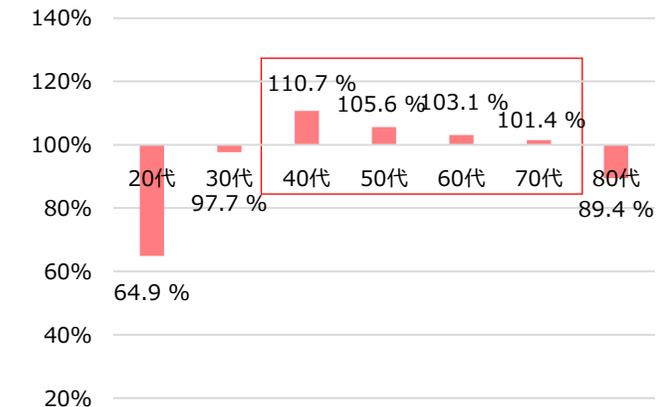
【輸入牛 肩ロース】年代別購入者 構成比



<購入者比率/取扱店来店者比率>



<購入者比率/取扱店来店者比率>

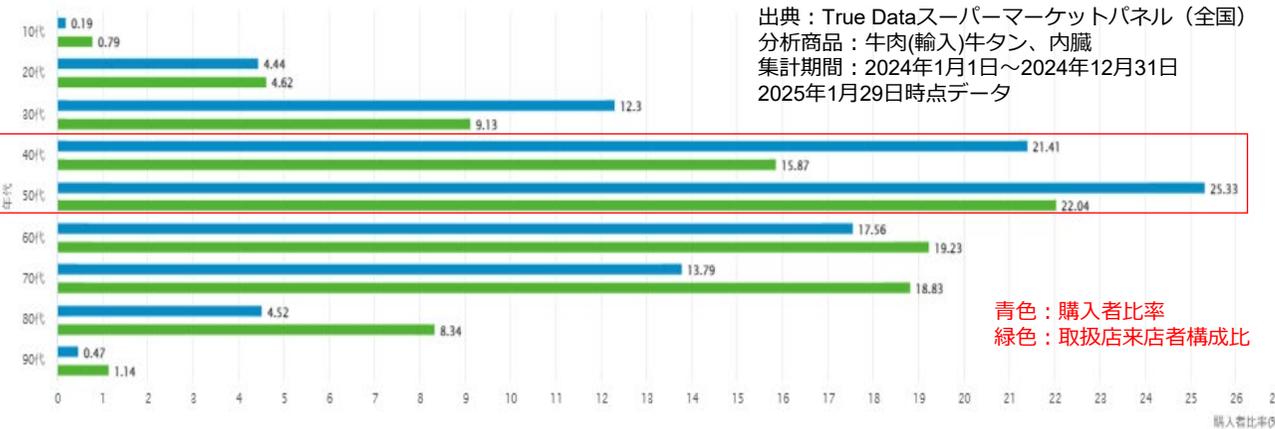


Ⅲ)⑦-(3)輸入牛 部位別の購入者属性

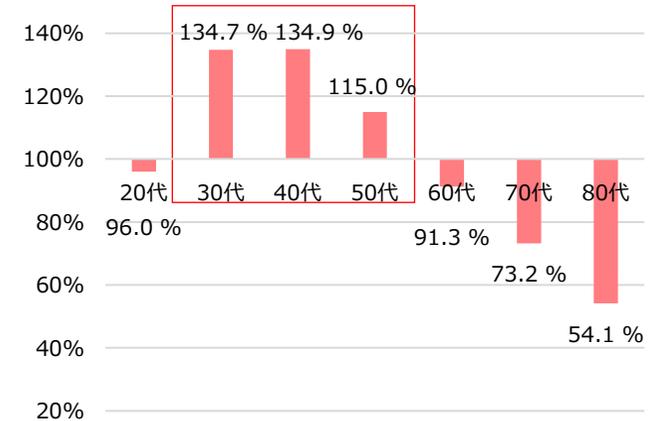
■ 輸入牛タン・内臓肉の購入者のボリュームゾーンは40~50代で、購入しやすいのは30~50代。

■ 輸入牛ホルモンの購入者のボリュームゾーンは40~70代と幅広く、特に30~50代が購入しやすい。

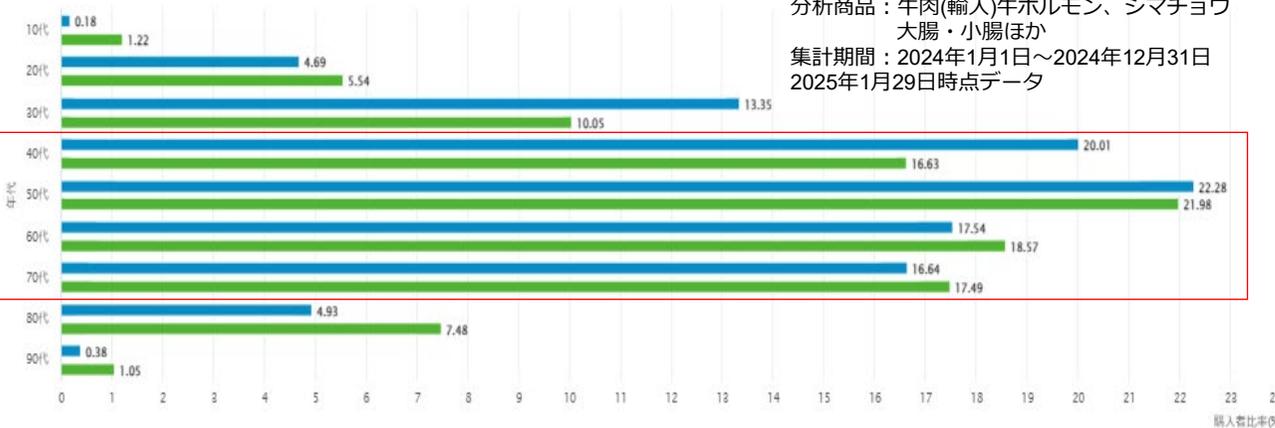
【輸入牛 牛タン・内臓肉】年代別購入者 構成比



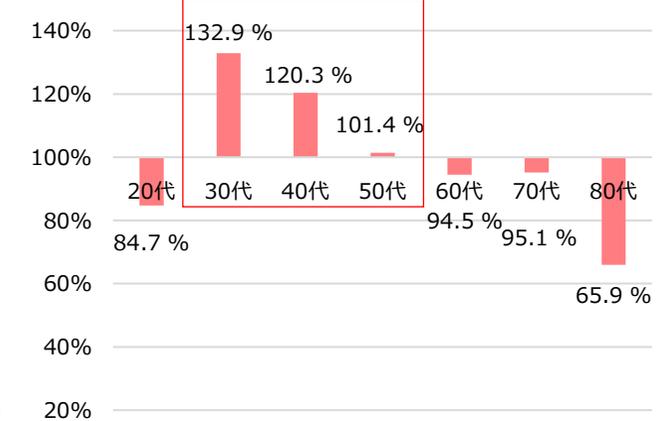
<購入者比率/取扱店来店者比率>



【輸入牛 牛ホルモン】年代別購入者 構成比



<購入者比率/取扱店来店者比率>



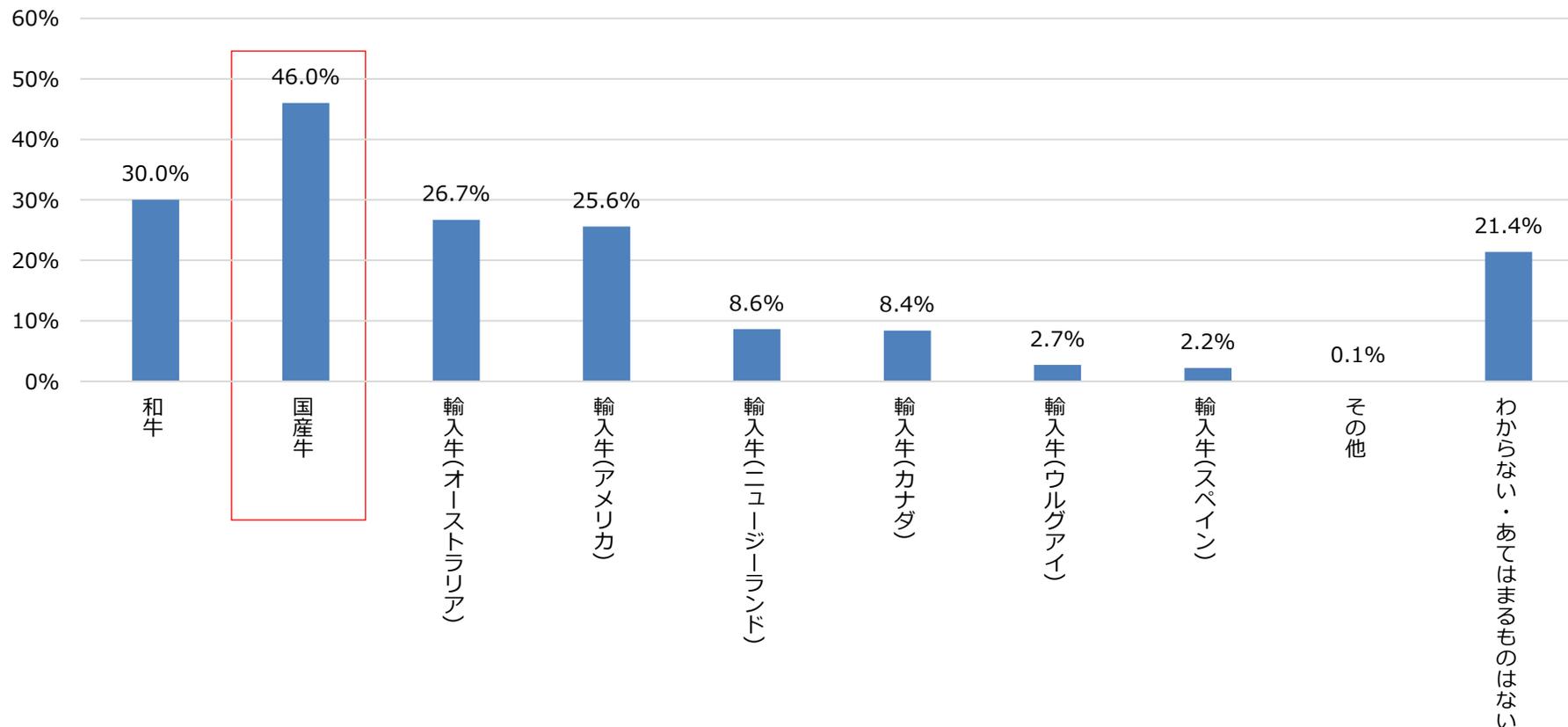
Ⅲ)⑧値上げを実感する牛肉

- 国産牛の値上げを実感する人は約半数おり、最も高い。
- 輸入牛ではオーストラリアやアメリカ産の輸入牛に値上げを感じる人も3割弱。
- 値上げを実感しない等と回答した人も2割程度いる。

Q あなたがここ1年以内で購入したもののうち、「値上げを実感するもの」について、以下の中からあてはまるものを全て選んでください。

*調査対象：1年以内に、いずれかの牛肉を購入した人

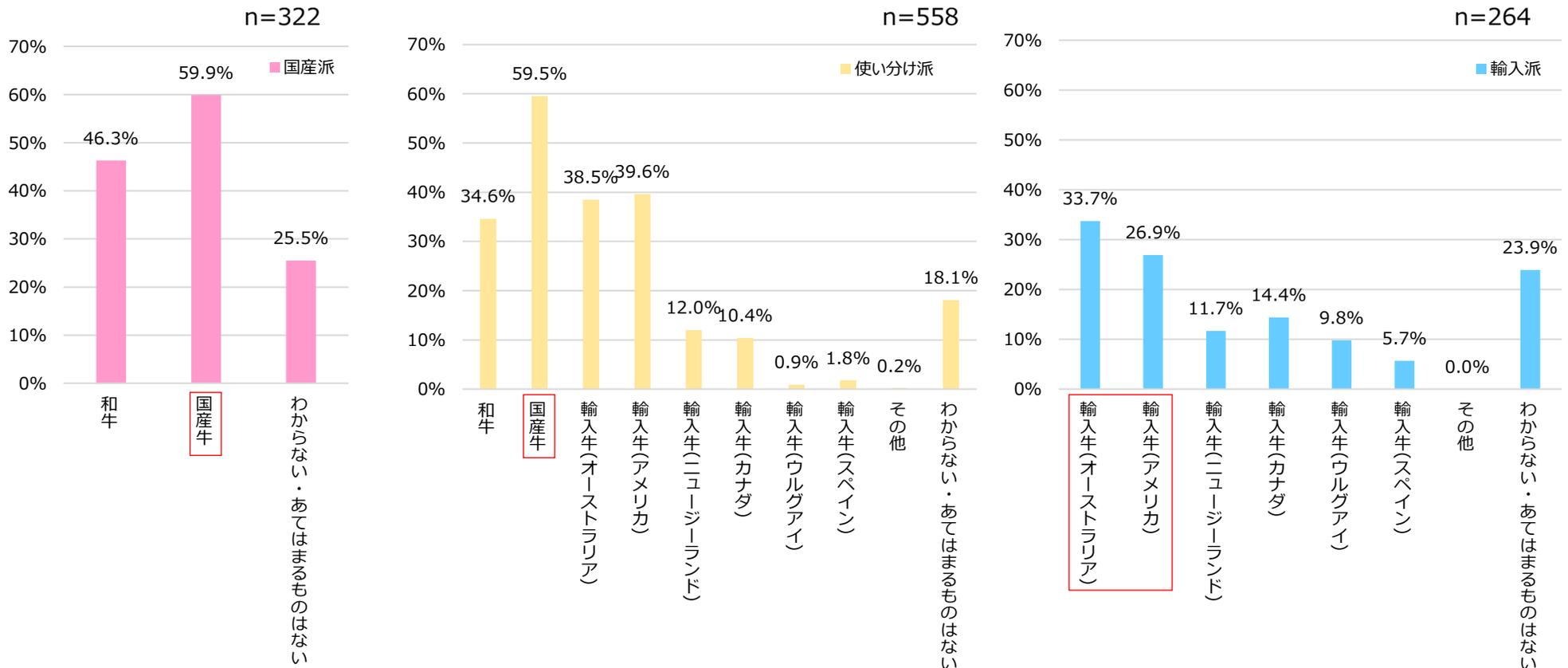
n=1,140



Ⅲ)⑧値上げを実感する牛肉

- 国産派・使い分け派は、和牛よりも国産牛に対して値上げを実感している人が多い。
- 輸入派は、オーストラリア産やアメリカ産の値上げを実感する人が3割前後で、値上げを実感しない等と回答した人も2割程度みられる。

Q あなたがここ1年以内で購入したもののうち、「値上げを実感するもの」について、以下の中からあてはまるものを全て選んでください。



Ⅲ)⑨値上げを実感している各種牛肉の「代替品」

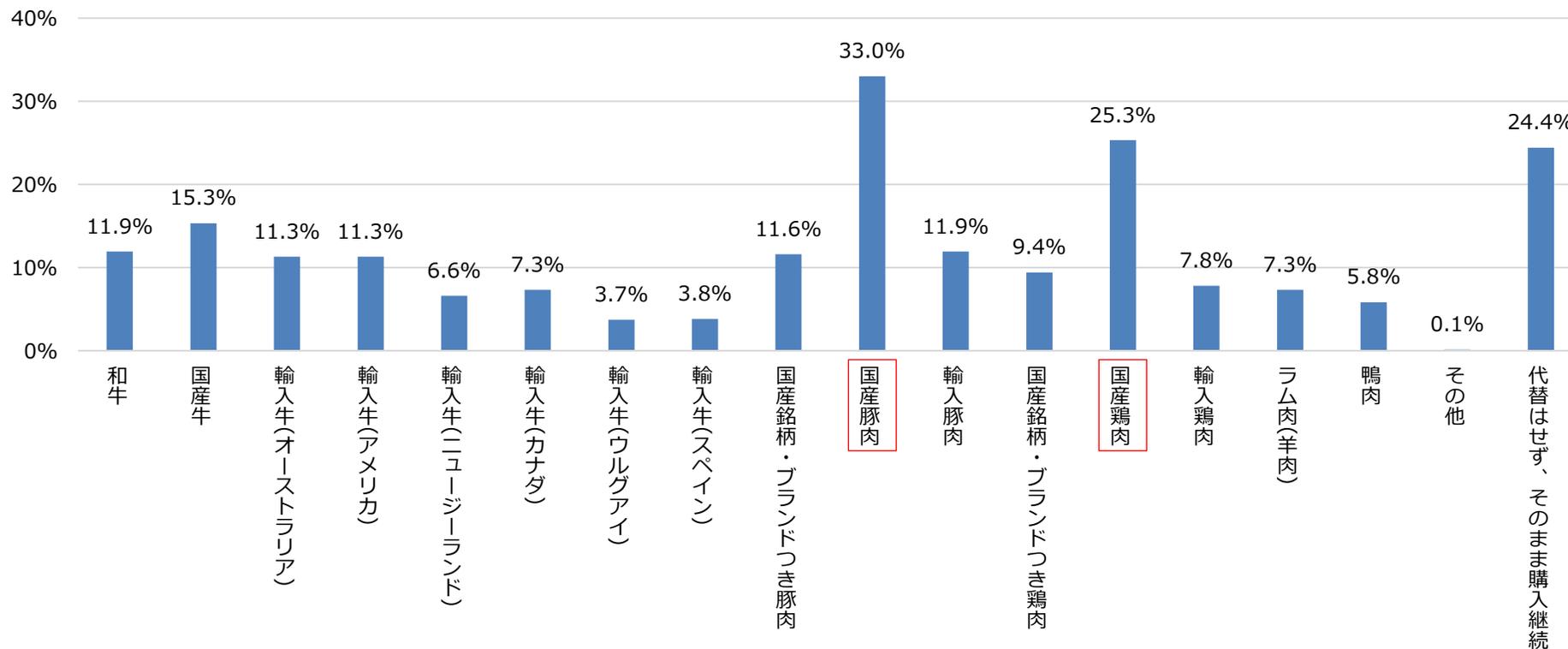
■ 値上げを実感する牛肉の代替品は「国産豚肉」や「国産鶏肉」を購入する人が多く3割前後。

■ 一方で、「代替はせず、そのまま継続購入」すると答えた人も2割強存在する。

Q あなたが、値上げを実感している各種牛肉の「代替品として」購入することがあるものを教えてください。

n=896

*調査対象：1年以内に、いずれかの牛肉を購入した人のうち、値上げを実感する牛肉について回答した人

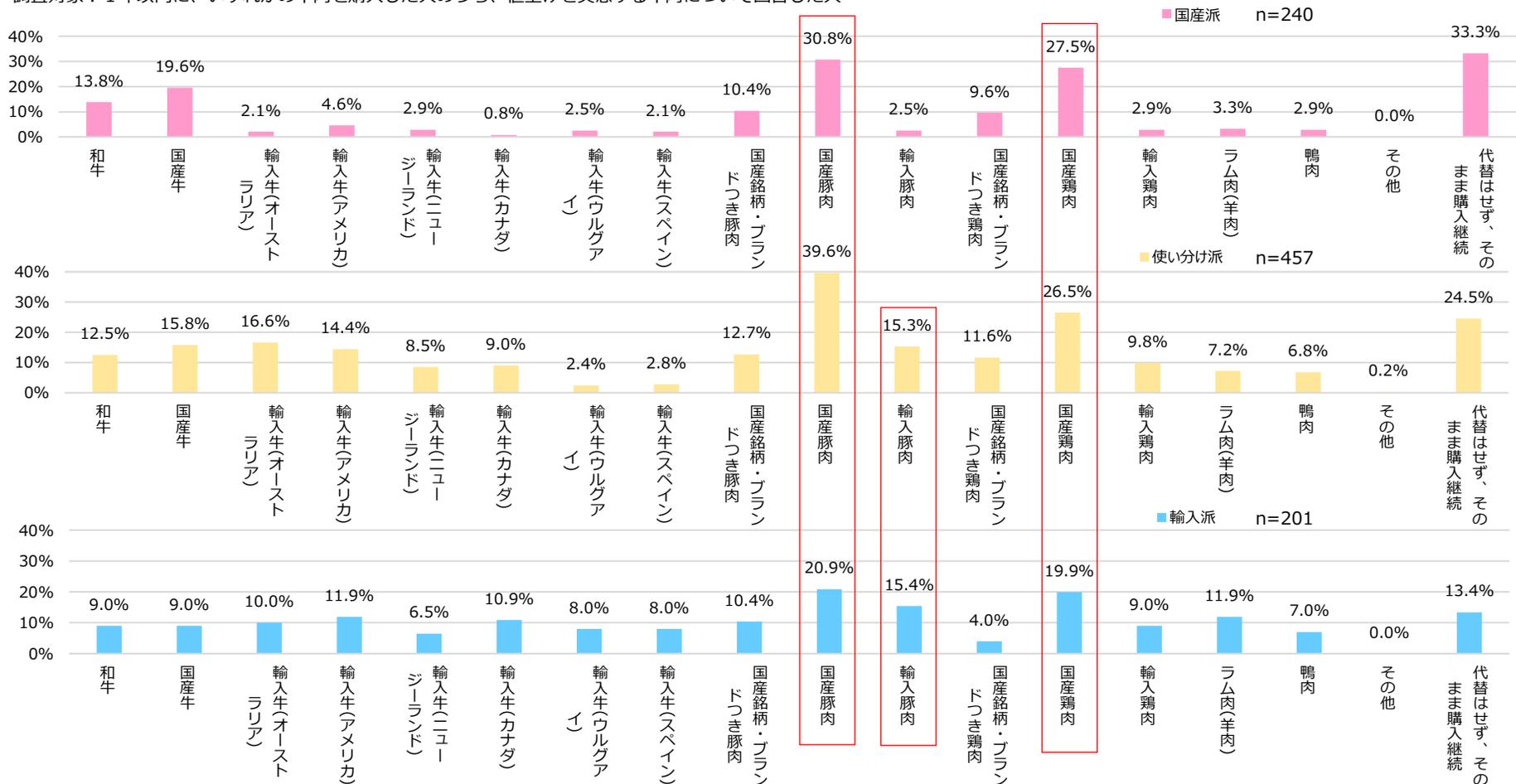


Ⅲ)⑨値上げを実感している各種牛肉の「代替品」

- 国産派・使い分け派・輸入派の代替品は、それぞれ「国産豚肉」「国産鶏肉」が高い。
- 使い分け派・輸入派は「輸入豚肉」も15%程度選ばれている。
- 国産派は継続購入の意向が高く、輸入派は代替品を購入する傾向が高い。

Q あなたが、値上げを実感している各種牛肉の「代替品として」購入することがあるものを教えてください。

*調査対象：1年以内に、いずれかの牛肉を購入した人のうち、値上げを実感する牛肉について回答した人



Ⅲ)⑩牛肉の代替品として「輸入牛」を購入する時の気持ち



たんぱく質を、もっと自由に。

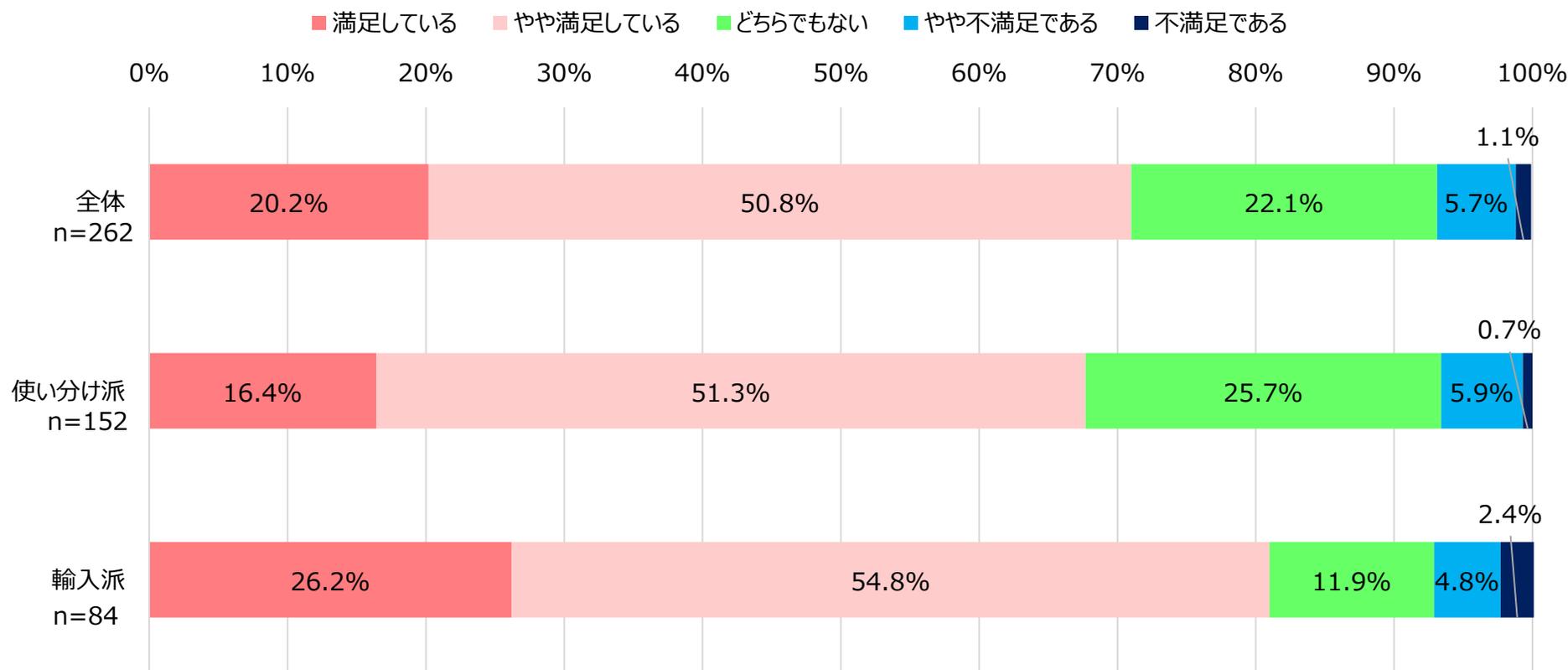
Nipponham Group Vision 2030

■全体では7割が牛肉の代替品として輸入牛に「満足・やや満足している」と回答。

■使い分け派・輸入派ともに「不満足・やや不満足である」の割合は全体と変わらず。

Q 値上げを実感している牛肉の代替品として、「輸入牛」を購入する時のあなたの気持ちとして当てはまるものを以下の中から選んでください。

*調査対象：値上げを実感している牛肉の代替品として、いずれかの「輸入牛」を購入すると答えた人

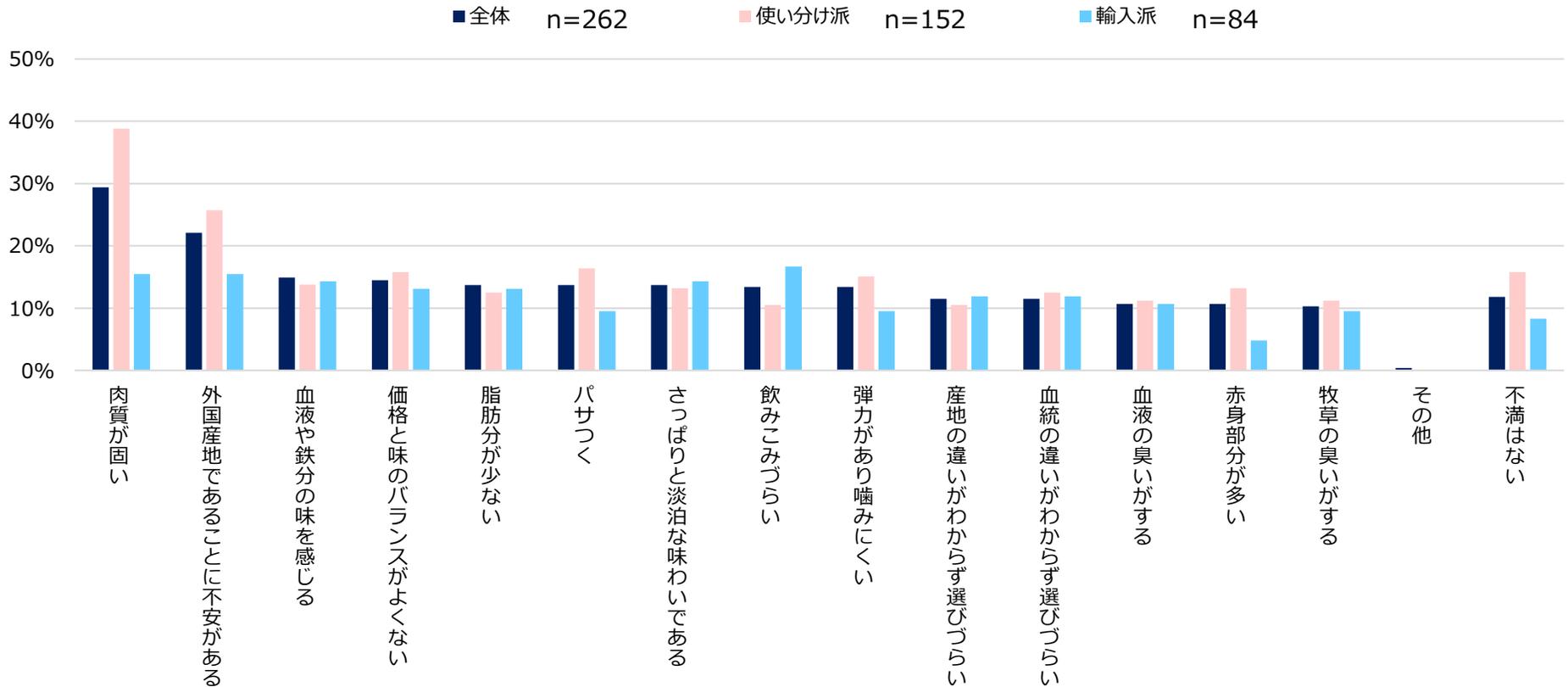


Ⅲ)⑪牛肉の代替品として「輸入牛」を購入する時の不満

- 牛肉の代替品として輸入牛を購入するときの不満は「肉質が固い」が最も高く、特に使い分け派は4割が不満を感じている。
- 輸入派は際立って高い不満はみられないが、「飲みこみづらい」は全体や使い分け派よりも高い。

Q 値上げを感じる牛肉の代替品として「輸入牛」を買う際に、不満を感じることがあれば教えてください。

*調査対象：値上げを実感している牛肉の代替品として、いずれかの「輸入牛」を購入すると答えた人



Ⅲ)Point-(3) 牛肉の調理について

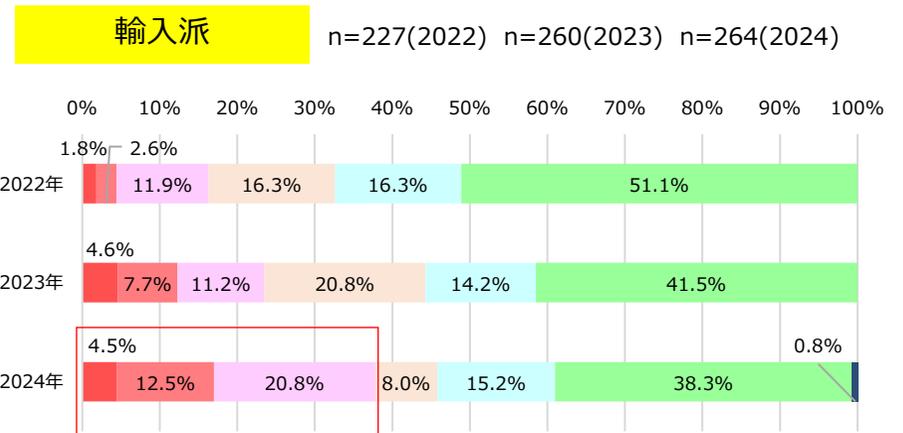
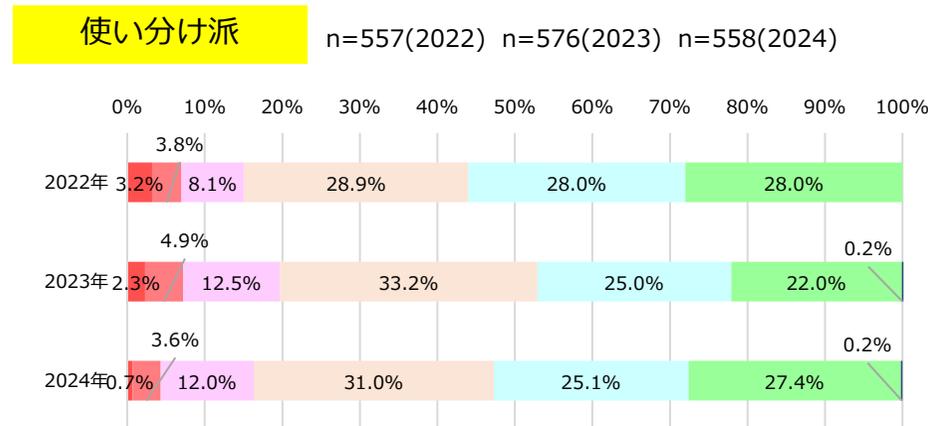
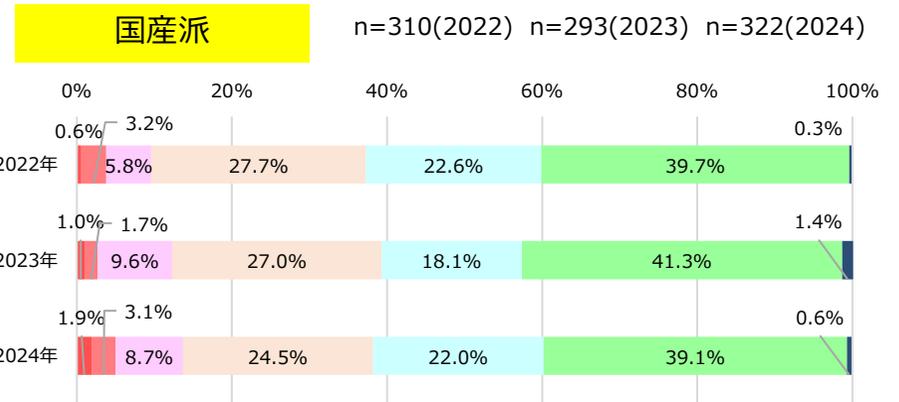
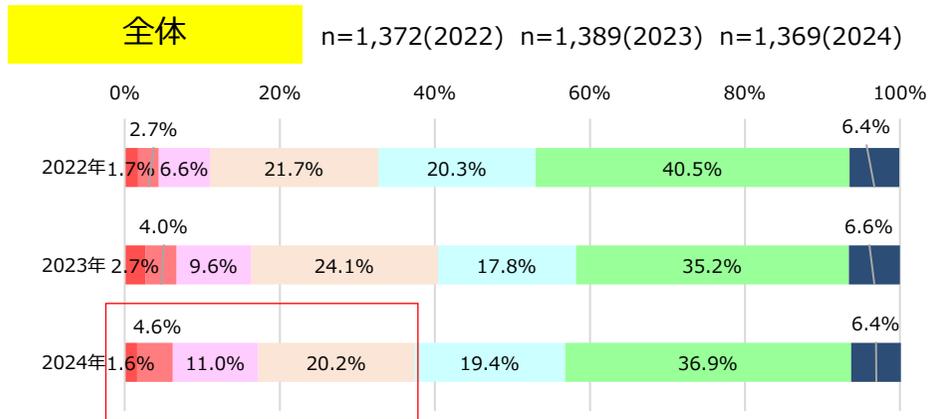
- 牛肉の調理頻度は、週1日以上と答える人が4割弱。
「輸入派」は週3日以上調理をする人が4割弱で、年々増加傾向。
- 調理頻度が高い部位・種類は「バラ(カルビ)小間切れ・切り落とし」「モモ細切れ・切り落とし」などの汎用性の高いもの選ばれている。
- 調理時の不満は、「特に不満はない」と答えた人が全体の約3割で、特に国産派で不満を持つ人が少ない。
使い分け派で「火を通すと肉が固くなる・縮みやすい」「調理後、時間が経つと、肉が固くなりやすい」が多い。
輸入派は「牛肉独特の臭いが残る」「肉どうしがくっついて剥がしづらい」などが使い分け派と同じく不満と感じる割合が高い。

Ⅲ) ⑫牛肉の調理頻度

- 週1日以上牛肉を調理する人は全体の4割弱。
- 輸入派は、週3日以上調理をする人が4割弱で、年々増加傾向。

Q あなたが牛肉を購入する頻度、調理する頻度をそれぞれ教えてください。 *調査対象：主家事担当者

■ 1週間で7日 ■ 1週間のうち5～6日 ■ 1週間のうち3～4日 ■ 1週間のうち1～2日 ■ 2週間のうち1～2日 ■ それよりも少ない頻度 ■ 該当しない



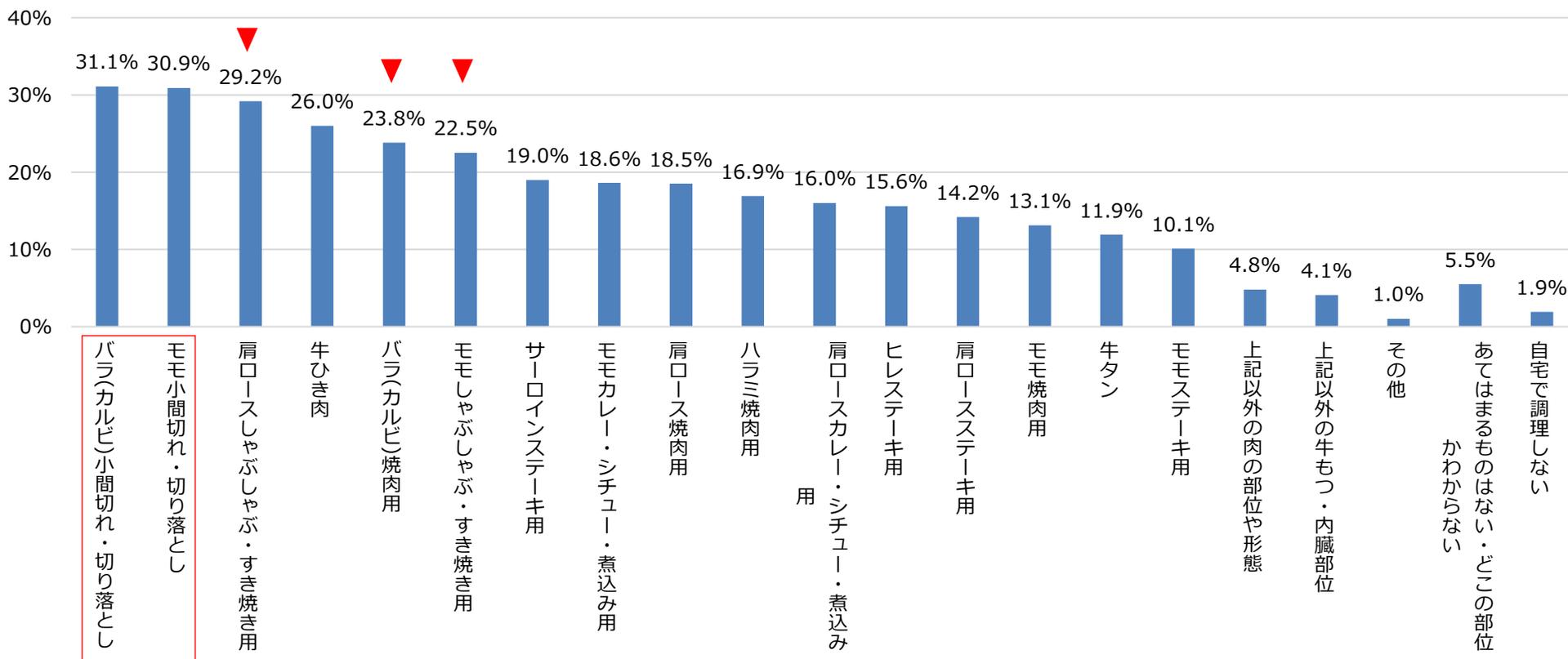
Ⅲ)⑬ 自宅で調理する頻度が高い牛肉の部位・形態

- 調理頻度が高い部位・形態は「バラ(カルビ)小間切れ・切り落とし」「モモ細切れ・切り落とし」などの汎用性の高い部位が3割超え。
- 特定メニュー用の部位・種類では「しゃぶしゃぶ・すき焼き用」や「バラ焼肉用」が高く2割以上。

Q あなたが自宅等で調理する牛肉の部位や種類について、調理する頻度が高いものを全て選んでください。

*調査対象：牛肉を調理すると答えた人

n=1,282



Ⅲ)⑭ 自宅で牛肉を調理する際の不満点

- 調理時の不満点は、使い分け派で「火を通すと肉が固くなる・縮みやすい」「調理後、時間が経つと、肉が固くなりやすい」の回答が多い。
- 輸入派は「牛肉独特の臭いが残る」「肉どうしがくっついて剥がしづらい」などが使い分け派と同じく、不満と感じる割合が高い。

Q 牛肉を調理する際の、不満点があれば教えてください。 *調査対象：牛肉を調理すると答えた人

