

「牛肉に関する意識調査」

2024年3月

日本ハム株式会社 ライフスタイル研究室



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 …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 …P12・13
- ②種類別の利用シーン (国産派・使い分け派・輸入派) …P14~17
- ③牛肉の購入頻度 …P18
- ④1回の買い物で購入する量 …P19
- ⑤牛肉を買う時に重視すること …P20
- 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 …P21~23
- ⑦輸入牛 部位別の購入者属性 …P24~26
- ⑧値上げを実感する牛肉 …P27~28
- ⑨値上げを実感する各種牛肉の代替品 …P29~31

(牛肉の調理について)

- ⑩牛肉の調理頻度 …P33
- ⑪自宅で調理する頻度が高い部位 …P34
- ⑫自宅で牛肉を調理する際の不満点 …P35

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 : 2023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4,341人 (Ⅱ①)

(3カ月以内に自宅で食べた部位・形態/肉食・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4,168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1,389人 (Ⅲ③⑩)

(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1,297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1,142人 (Ⅲ⑧⑨)

(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1,284人 (Ⅲ⑩⑪⑫)

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 好意度調査で
全国20歳以上の男女 牛肉は食べないと
答えた人以外

※WBあり

全体		4168
性別	男性	2024
	女性	2143
	年齢	
年齢	20歳～29歳	476
	30歳～39歳	549
	40歳～49歳	730
	50歳～59歳	658
	60歳～69歳	633
	70歳以上	1122
	地域	北海道
東北地方		214
関東地方		1642
中部地方		623
近畿地方		846
中国地方		182
四国地方		102
九州地方		341
世帯構成		単身
	夫婦	1207
	ファミリー	1489

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		1248
性別		
男性	339	
女性	909	
年齢		
20歳～29歳	190	
30歳～39歳	194	
40歳～49歳	200	
50歳～59歳	193	
60歳～69歳	204	
70歳以上	267	
地域		
北海道	73	
東北地方	51	
関東地方	494	
中部地方	181	
近畿地方	263	
中国地方	53	
四国地方	36	
九州地方	97	
世帯構成		
単身	350	
夫婦	354	
ファミリー	544	

全体		1297
性別		
男性	365	
女性	932	
年齢		
20歳～29歳	205	
30歳～39歳	210	
40歳～49歳	212	
50歳～59歳	203	
60歳～69歳	206	
70歳以上	261	
地域		
北海道	70	
東北地方	62	
関東地方	524	
中部地方	179	
近畿地方	270	
中国地方	53	
四国地方	36	
九州地方	103	
世帯構成		
単身	299	
夫婦	338	
ファミリー	523	

全体		1142
性別		
男性	320	
女性	822	
年齢		
20歳～29歳	168	
30歳～39歳	189	
40歳～49歳	183	
50歳～59歳	166	
60歳～69歳	189	
70歳以上	247	
地域		
北海道	55	
東北地方	53	
関東地方	468	
中部地方	146	
近畿地方	244	
中国地方	49	
四国地方	34	
九州地方	93	
世帯構成		
単身	238	
夫婦	305	
ファミリー	473	

1年以内に
いずれかの
牛肉を購入した人

牛肉を調理する人

全体		1297
性別		
男性	361	
女性	936	
年齢		
20歳～29歳	206	
30歳～39歳	211	
40歳～49歳	212	
50歳～59歳	200	
60歳～69歳	206	
70歳以上	262	
地域		
北海道	69	
東北地方	62	
関東地方	526	
中部地方	176	
近畿地方	270	
中国地方	55	
四国地方	35	
九州地方	104	
世帯構成		
単身	298	
夫婦	339	
ファミリー	523	

※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

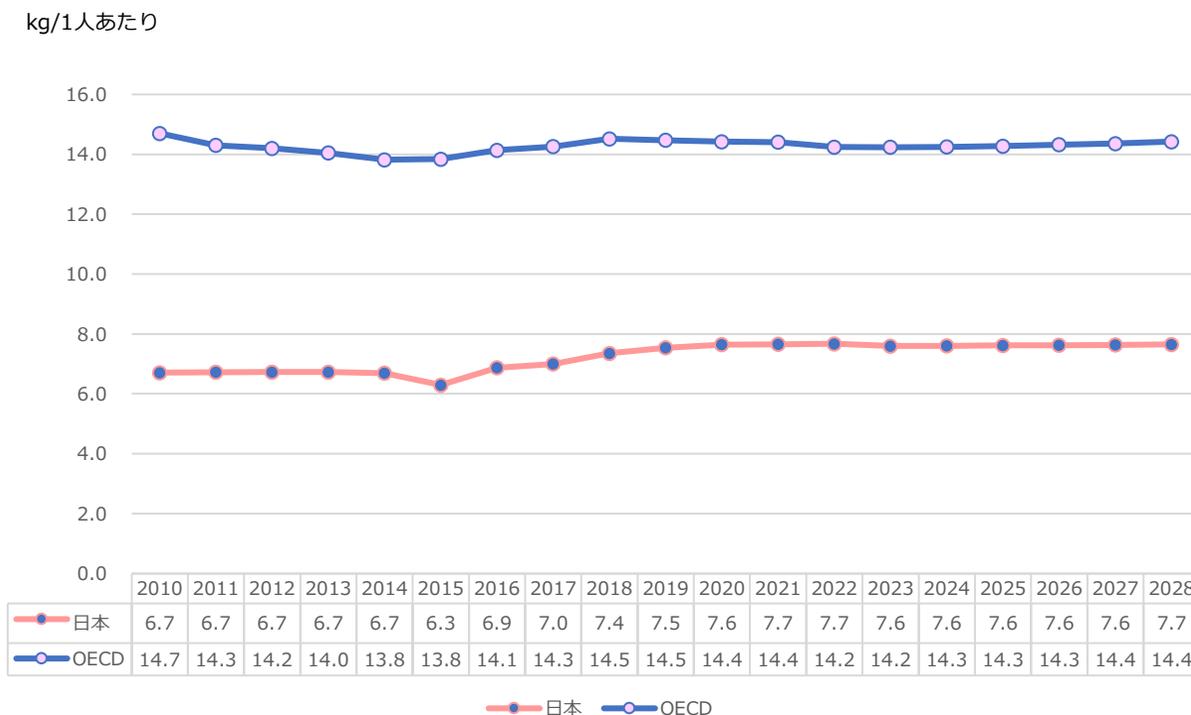
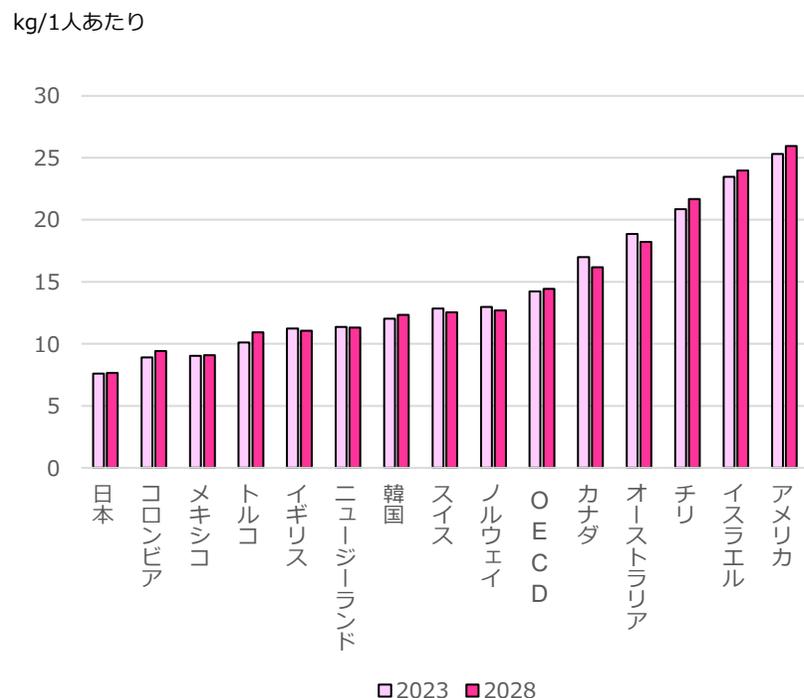
II. 牛肉総論

- 2023年 日本人の年間平均牛肉消費量は7.6kg。過去10年間では約1kg増加した。
- OECD加盟国平均と比較すると、日本人の年間牛肉消費量は6.5kg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割以上。
- 「牛肉が好き」と答えた人の年代別属性では50歳以上で高く、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・用途は、「モモ小間切れ・切り落とし」「牛ひき肉」「バラ(カルビ)焼肉用」が多い一方、料理の用途に合わせて各部位が使用されている様子。
- 自宅で調理して食べることの多い牛肉メニューは、「焼肉」「牛肉と野菜の炒め物」「カレー・ハヤシライス」等。一方、「コロッセ・メンチカツ」「ハンバーガー」は中食利用が多く、「牛丼」や「ハンバーグ」は内食と中食の両方で見られるメニュー。

Ⅱ)はじめに

- 牛肉について、2023年では、日本人の年間あたり消費量は7.6kg。OECD加盟国平均より6.6kg少ない。2028年では、横ばいの7.7kgとの予測。
- 日本における年間消費量の推移を見てみると、2010年から現在の2023年までは約1kg増加。

【1人あたり 年間食肉消費量 推移】



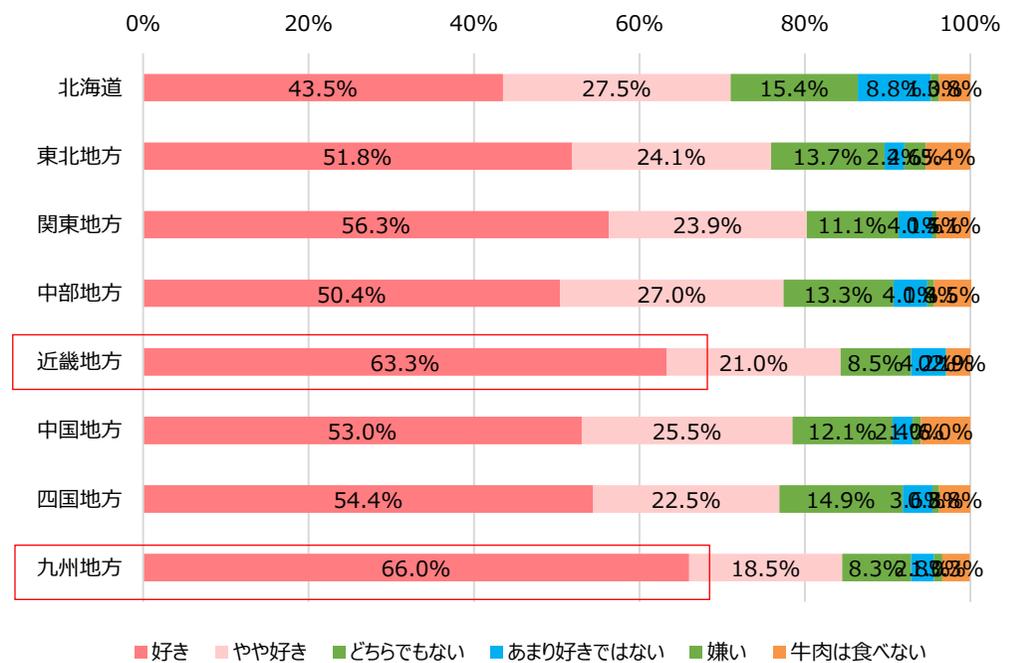
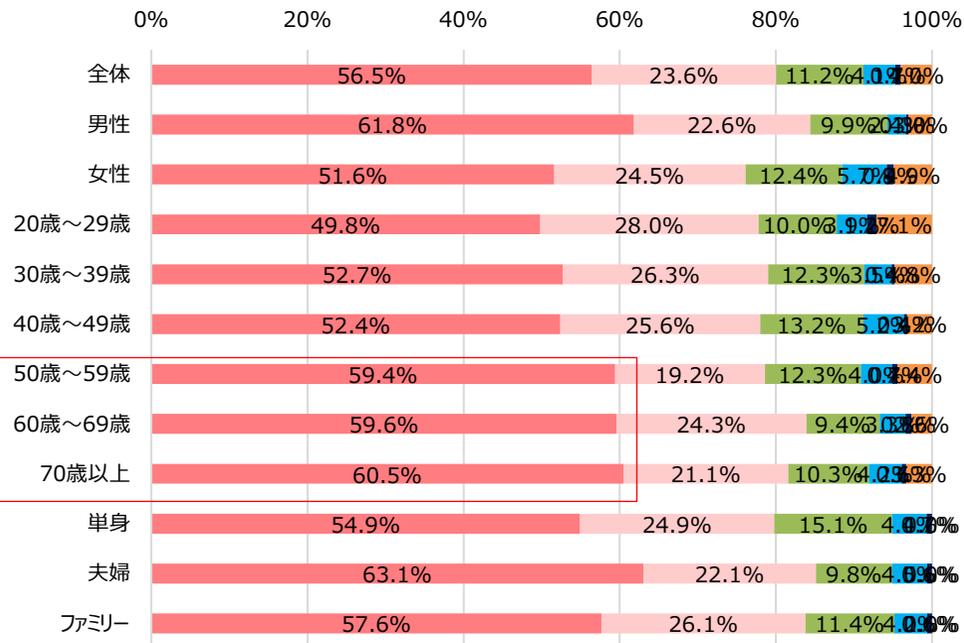
II) ①牛肉に対する好意度

- 「牛肉が好き・やや好き」と答えた人は80.1%で、全体の8割以上と高い割合。
- 「牛肉が好き」と答えた人の年代別属性では、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、九州が最も高く、次いで近畿の好意度が高い。

n=4,341

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。

■好き ■やや好き ■どちらでもない ■あまり好きではない ■嫌い ■牛肉は食べない

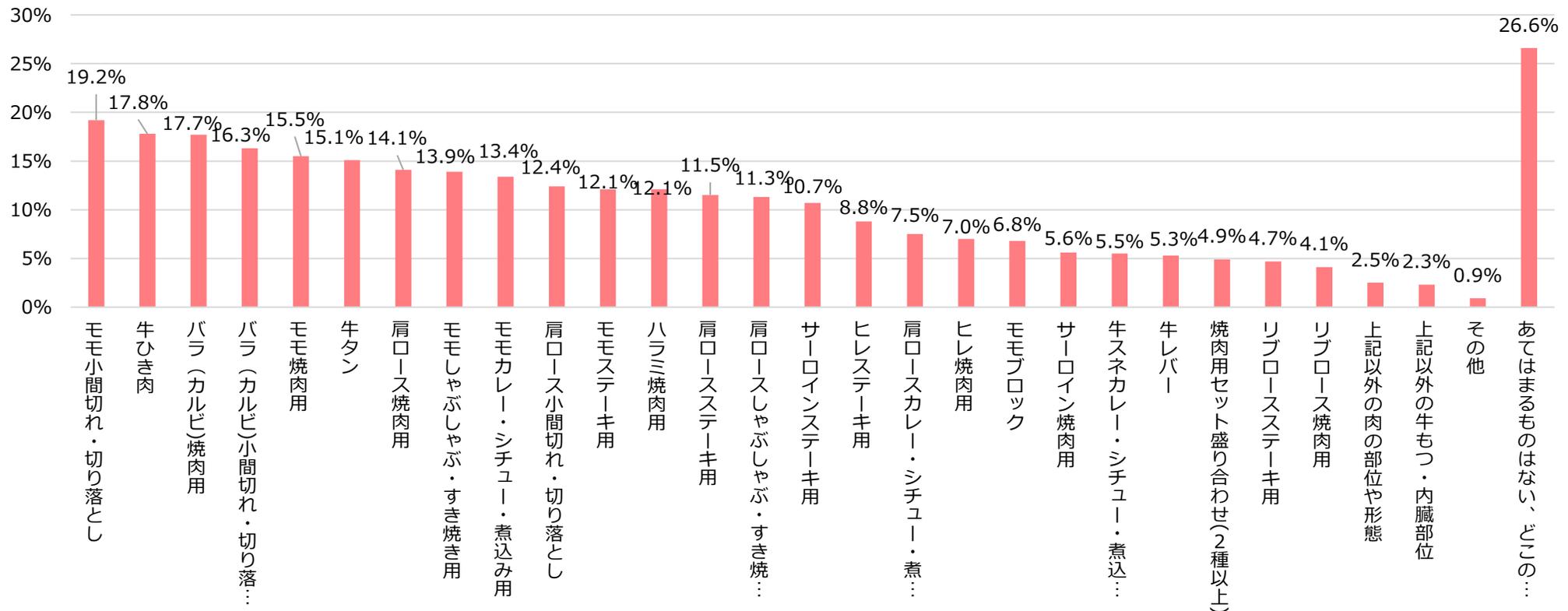


Ⅱ)②自宅で食べる部位

- 自宅で食べる牛肉の部位・用途は、多い順に、「モモ小間切れ・切り落とし」、「牛ひき肉」、「バラ(カルビ)焼肉用」。
- 「モモ」や「バラ」の利用が多く、料理の用途別に形態が選択されている様子が伺える。

n=4,168

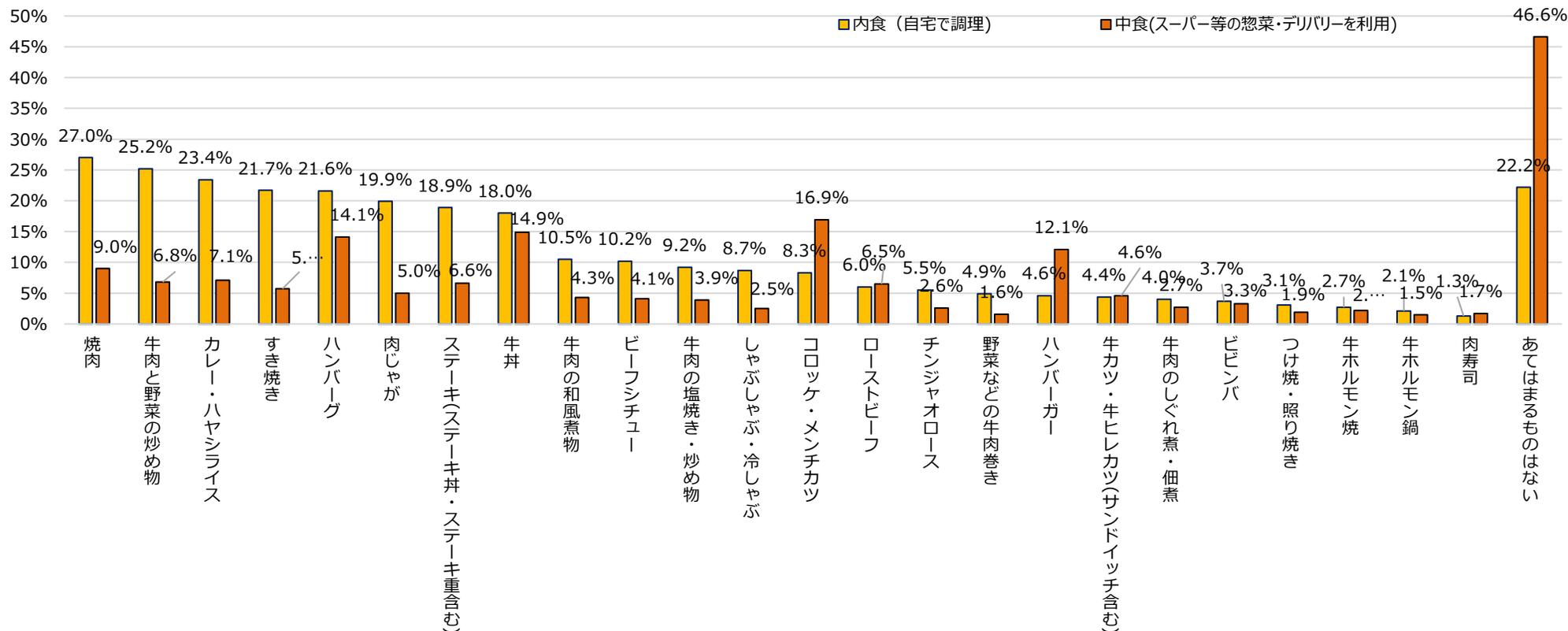
Q 自宅で3カ月以内に食べた牛肉の部位やその形態を教えてください。



Ⅱ)③自宅で作るメニュー / 中食利用するメニュー

- 自宅で調理して食べる牛肉メニューは多い順に「焼肉」、「牛肉と野菜の炒め物」、「カレー・ハヤシライス」等で、これらは中食よりも自宅での調理が好まれる様子。
- 「コロッケ・メンチカツ」、「ハンバーガー」は中食利用の方が多く、「牛丼」や「ハンバーグ」では内食と中食両方の利用が見られる。

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=4,168



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昨年調査に引き続き国産牛で6割。日本産と輸入牛肉を使い分ける人が5割程度と最も多く、使い分け派がよく購入したものは国産牛と豪州牛。
- 購入した牛肉は、基本的には自分自身や配偶者・パートナーと消費している。
- 利用シーンは、和牛が「少し贅沢をしたい日」がトップで、国産牛や輸入牛は「日常的な平日メニュー」という回答が最も多い。また「牛肉をたくさん食べたい」日に、輸入牛を選ぶ人も多い。
- 牛肉の購入頻度は、全体では1週間に1回以上購入する人が約4割。日本産牛肉と輸入牛の「使い分け派」は1週間に1回以上買う頻度が最も多く、約5割。1回あたりの購入量は全体では200g~300g以下が半数であるが、使い分け派では400g~500g前後を購入する人が3割強と多め。
- 牛肉の購入で重視するポイントは、全体では「ちょうどよい内容量」が4割で最も多い。「国産派」は「国産志向」が強く、「使い分け派」では「見た目の色が良い」ことや、「価格の安さ」「特売日である」ことを重視する等価格への反応が高い様子。

Ⅲ)Point-(2) 牛肉の購入について

- 和牛の購買者データを見ると、50～70代がボリュームゾーンであり、特に60代が購入しやすい年代と言える。国産牛についても同様。自分自身やパートナー・配偶者と消費する機会が多いものの、社会人の子どもが食べると回答した人は和牛で約5割、国産牛で約3割と高い。
- 輸入牛全体の購買者データを見ると、40代～70代まで幅広いが、特に30～50代が購入しやすい世代といえる。
- 輸入牛の部位別の購入者属性を見てみると、肩ロースは30代から60代まで幅広い層に購入されやすい特徴がある。リブロース・サーロインを購入しやすい世代は40～60代、ヒレ肉ではやや年齢層が上がって50～70代の購買が特徴的。牛タンやホルモンは20・30代にも購入されやすい。
- 1年以内の牛肉の購入について、値上げを実感する牛肉について尋ねたところ、国産牛が最も多い回答を得た。和牛よりも、国産牛の値上げを実感する人が多い様子。
- 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」など畜種を変更する様子も見られた。一方、国産派では代替せず継続購入すると答えた人が約4割。

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

■ 2022年に引き続き、全体では1年以内に最も購入された牛肉は国産牛。

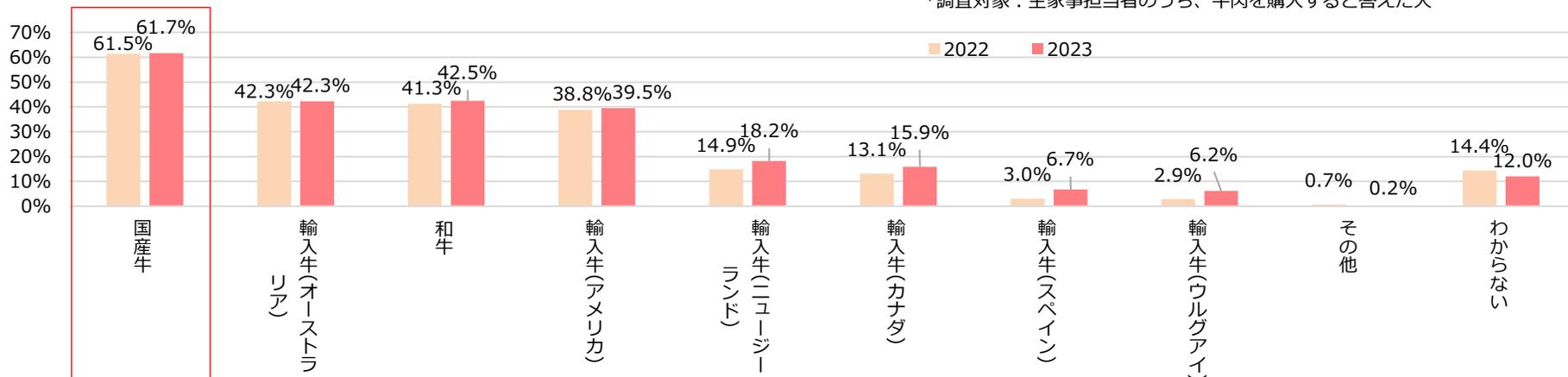
■ オーストラリア牛やアメリカ牛も4割前後の人が購入しており、身近な食材と言える。

■ 購入した牛肉は、基本的に自分自身やパートナー・配偶者による消費がメイン。

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

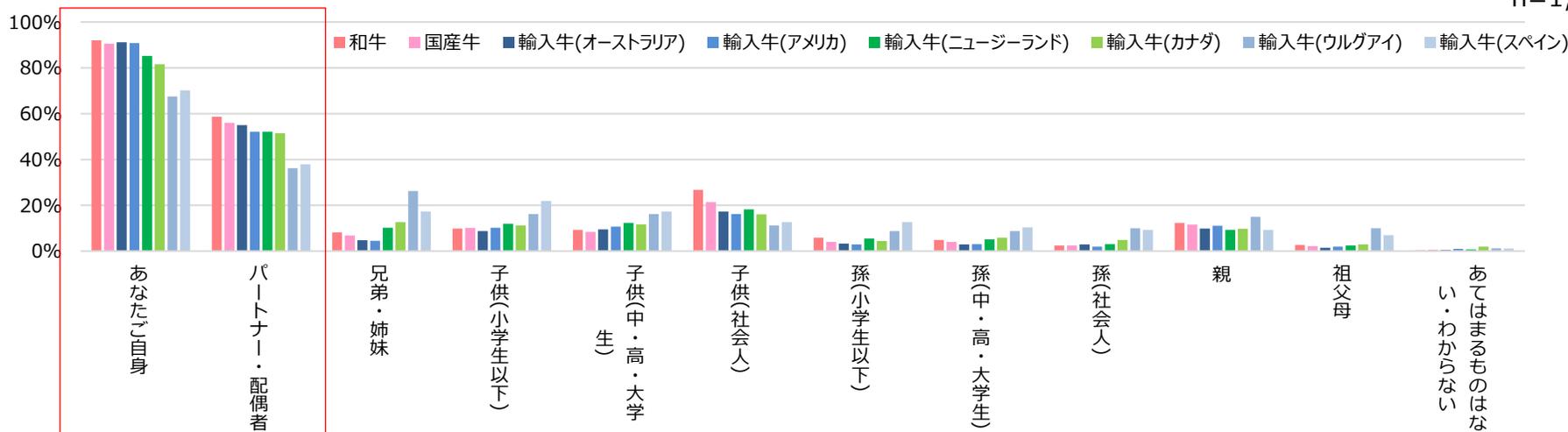
Qあなたがここ1年以内に購入した牛肉について、あてはまるものを全て選んでください。

*調査対象：主家事担当者のうち、牛肉を購入すると答えた人



Q1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。

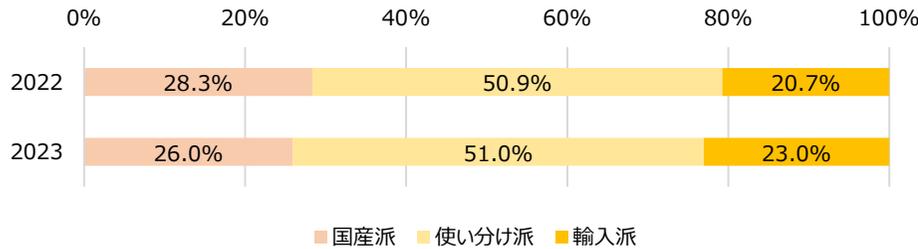
n=1,142



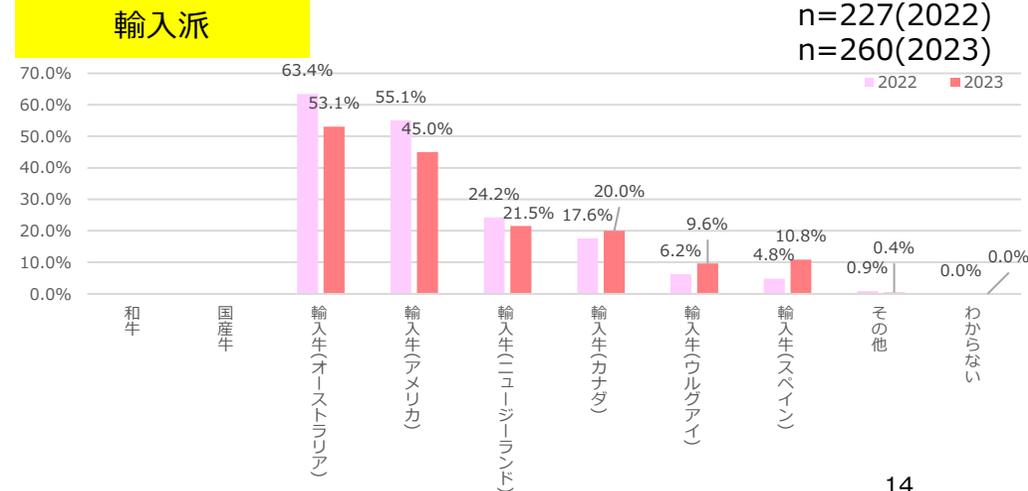
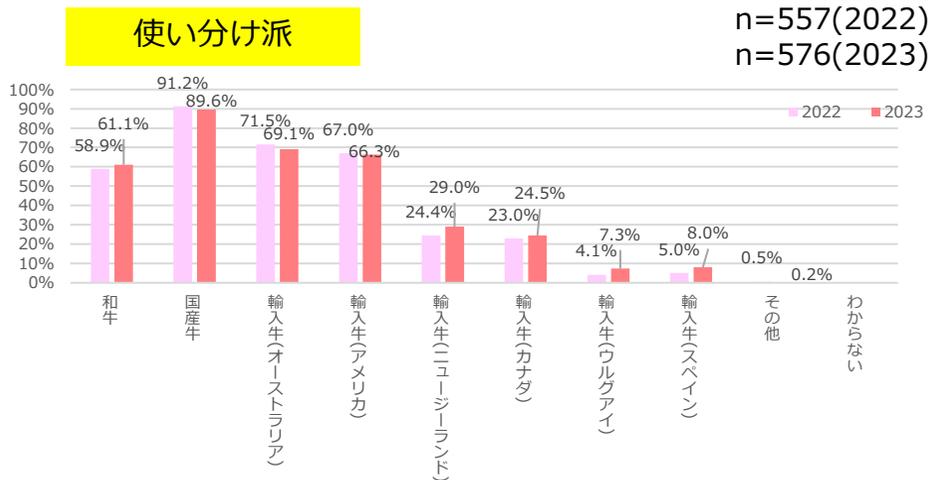
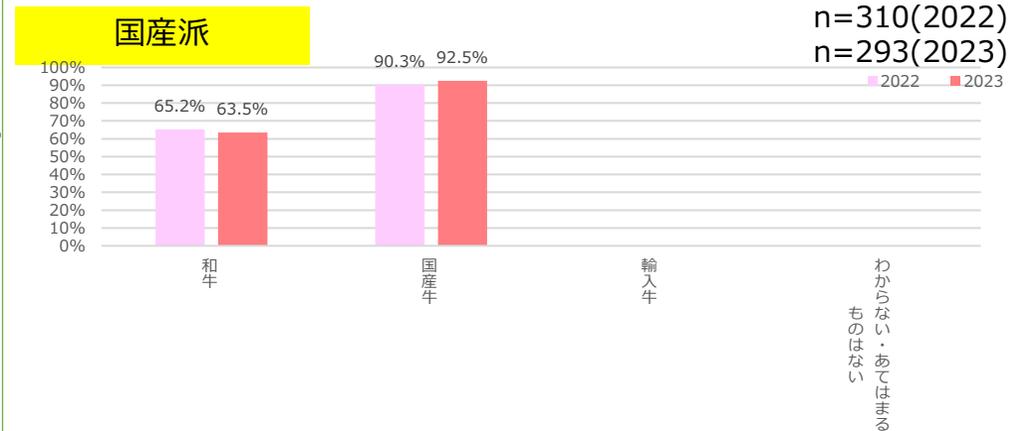
Ⅲ)①-(2)購入実態 種類(産地)別詳細

- 国産の牛肉と輸入牛肉の使い分け派は、5割に上る。
- 国産派の中では、和牛より国産牛を選ぶ人が2割程度多い。使い分け派では、9割が国産牛を購入すると同時に、7割前後の人がオーストラリア産やアメリカ産の購入経験がある。輸入牛ではオーストラリア産に最も馴染みがある様子。

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



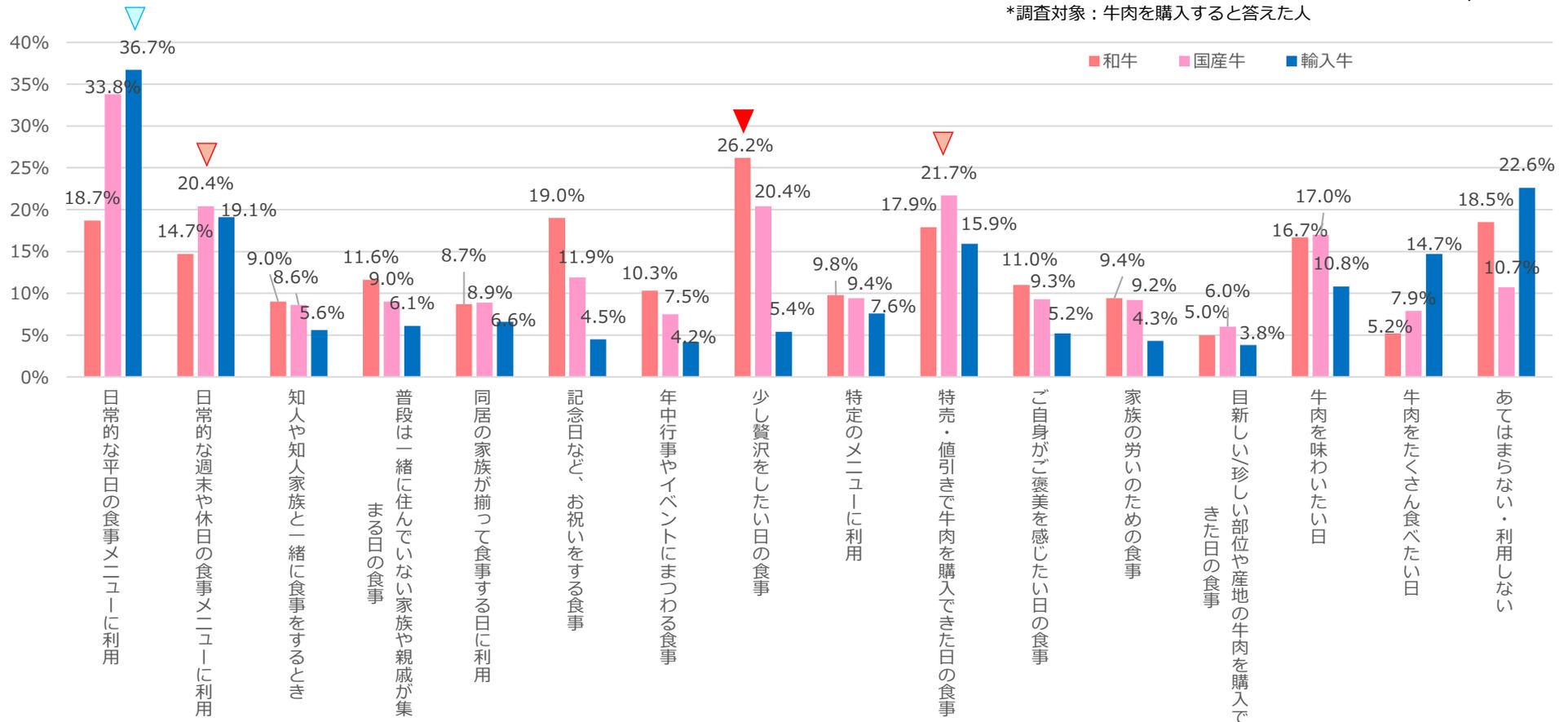
Ⅲ)②種類別の利用シーン

- 和牛は「少し贅沢をしたい日」の利用シーンがトップ。
- 国産牛は日常使いの人が最も多く、特売などが購入動機になることも。
- 輸入牛も日常使いの人が最も多いほか、牛肉をたくさん食べたい日に選ぶ人も。

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。

n=1,297

*調査対象：牛肉を購入すると答えた人



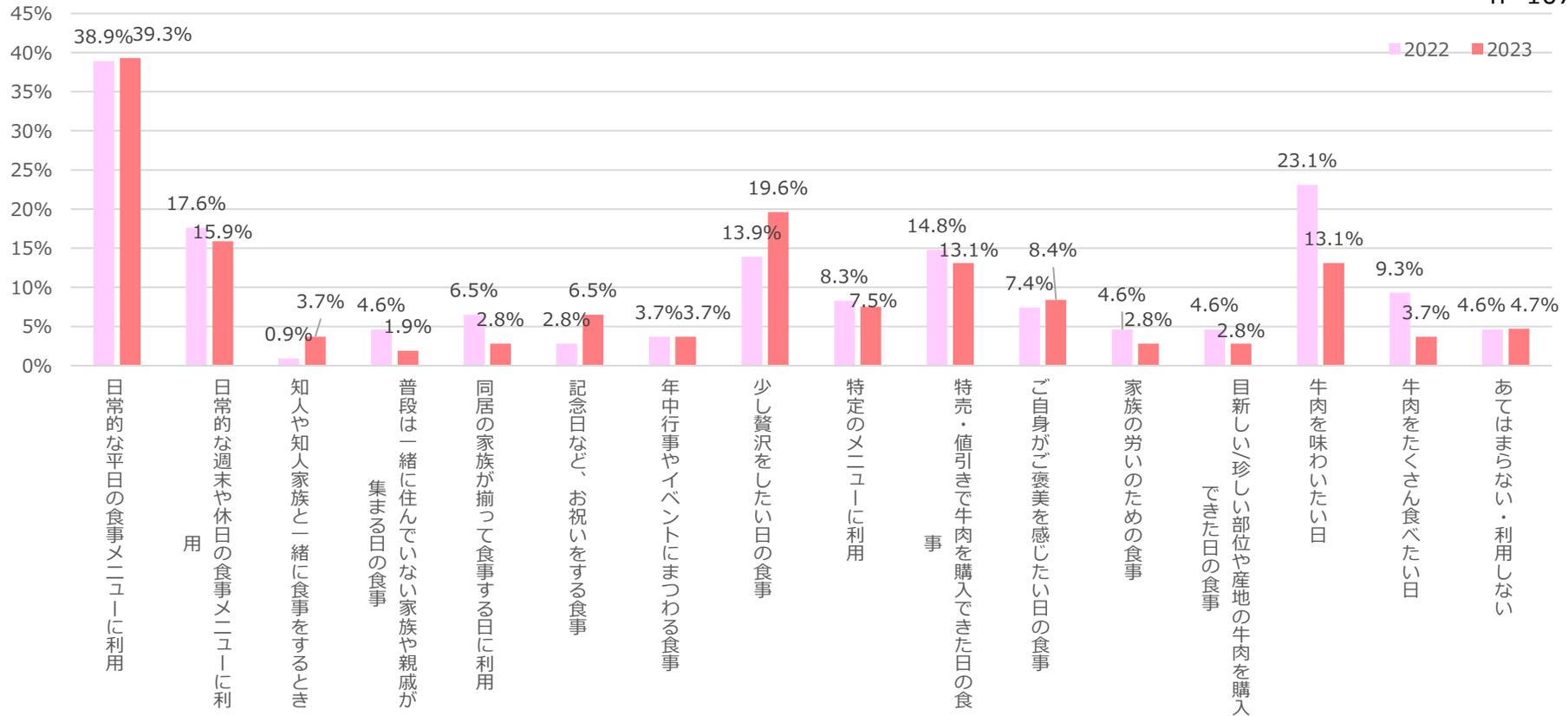
Ⅲ)②種類別の利用シーン

■ 1年以内に国産牛のみを購入した人の利用シーンとしては、昨年に引き続き、日常的な平日の食事メニューが多い一方、少し贅沢をしたい日に使うという人が微増。

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)

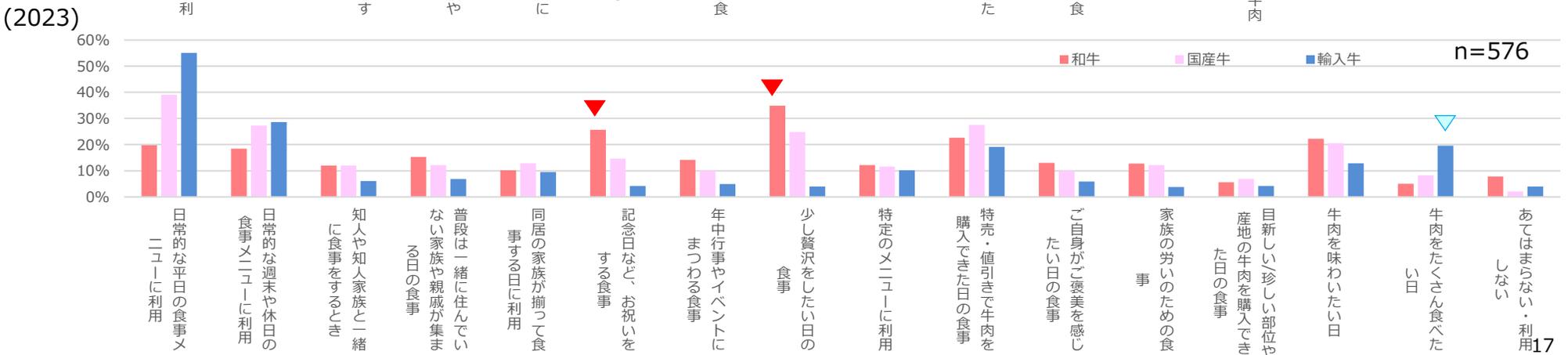
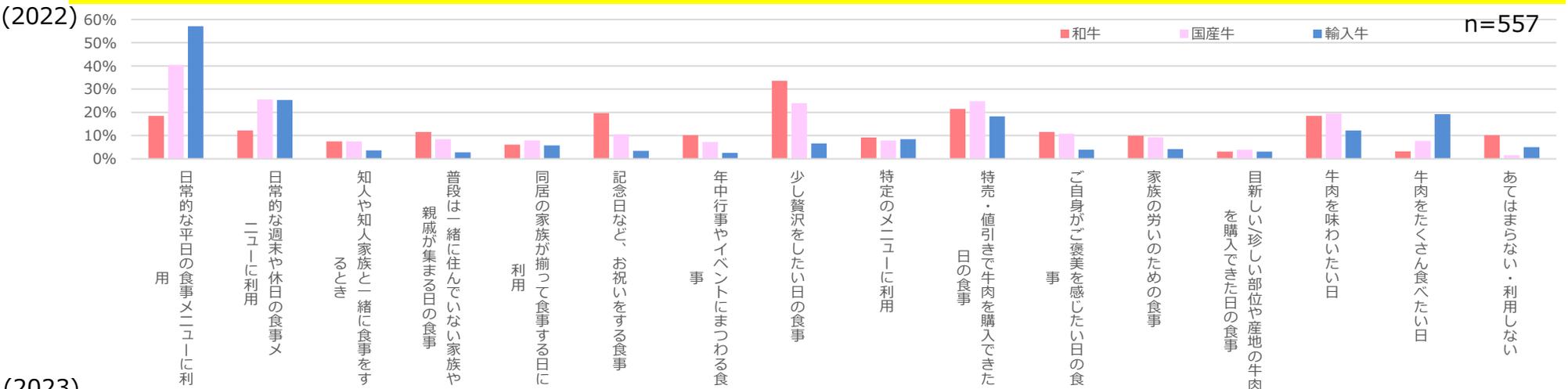


Ⅲ)②種類別の利用シーン

■使い分け派の「各種牛肉の利用シーン」を見てみると、昨年調査と傾向は変わらず、和牛は「少し贅沢をしたい日」や「記念日などのお祝い行事」に利用する人が多く、国産牛は平日メニューにも利用。輸入牛は「たくさん食べたい日」に食べるという人も。

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

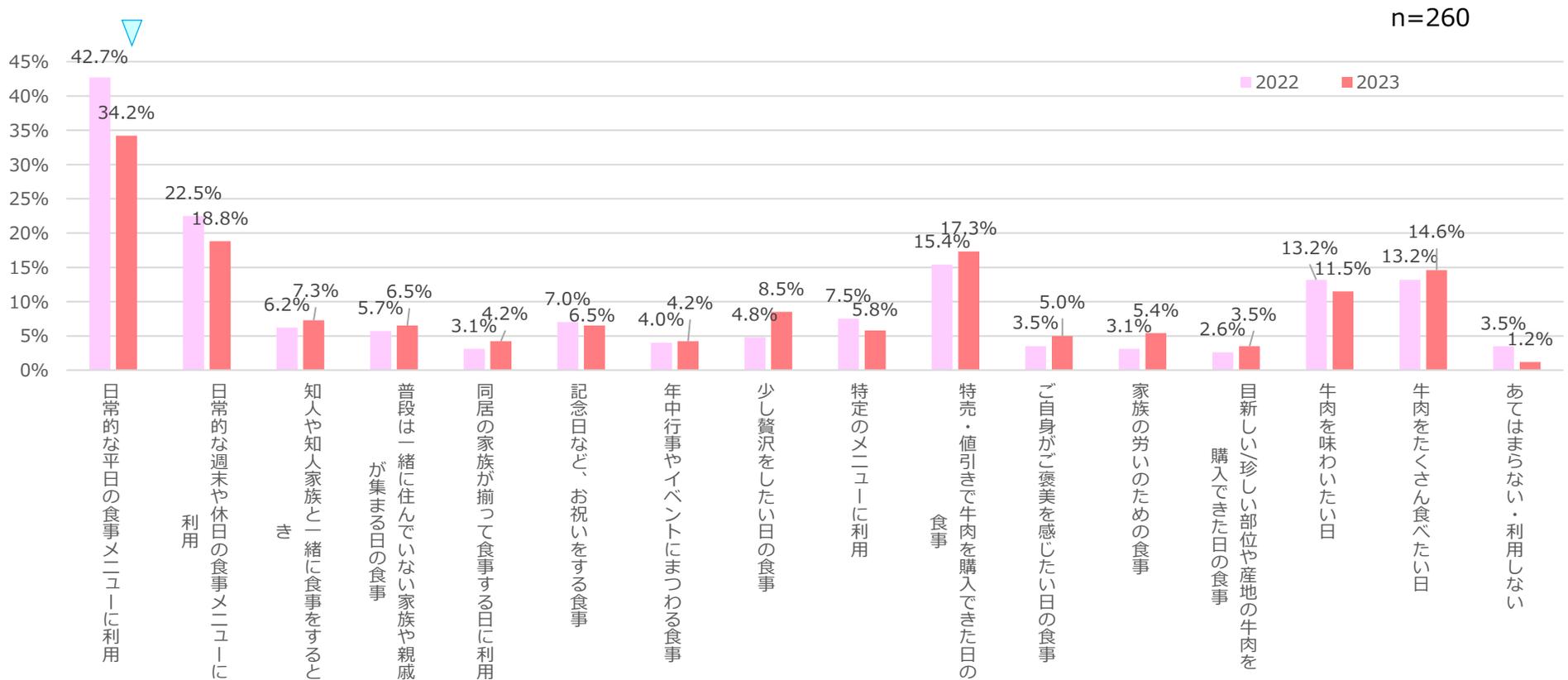


Ⅲ)②種類別の利用シーン

■ 昨年と比較してやや減少したものの、日常的な食事メニューに利用すると回答した人が多い。特売での購入、牛肉をたくさん食べたい日の利用が多い様子。

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



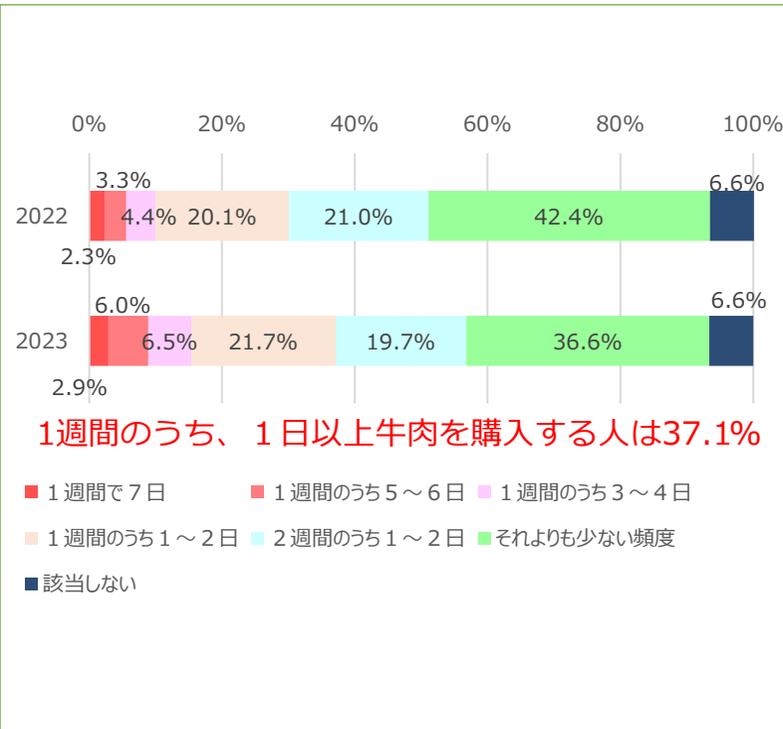
Ⅲ)③牛肉の購入頻度

- 1週間のうち1～2日以上牛肉を購入すると答えた人は、全体では37.1%。
- 使い分け派の購入頻度が多く、1週間に1～2日以上牛肉を購入する人が47.9%。

Q あなたが牛肉を購入する頻度を教えてください

全体

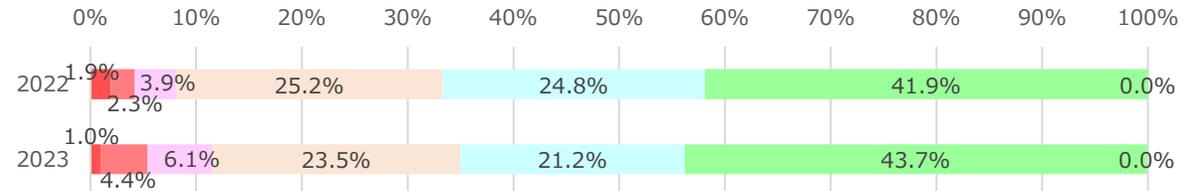
n=1,389



*調査対象：主家事担当者

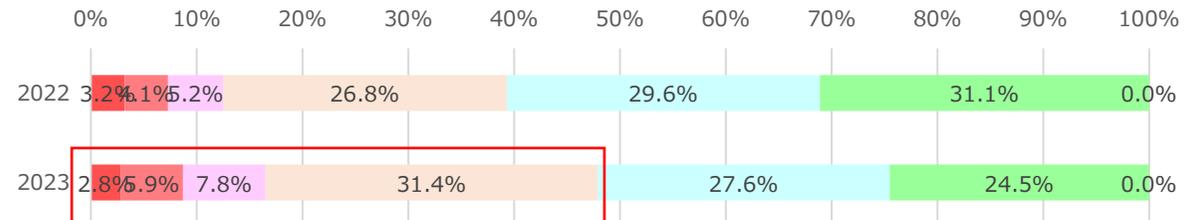
国産派

n=293



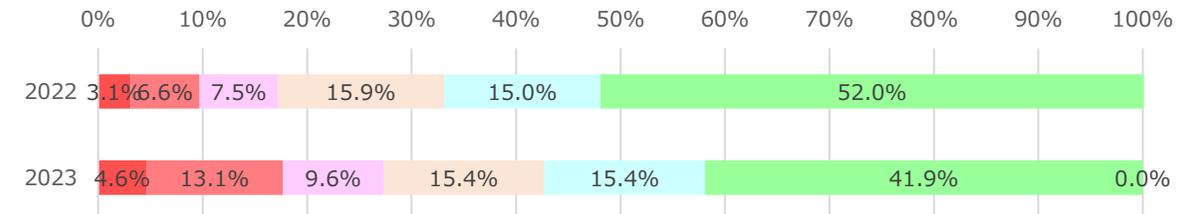
使い分け派

n=576



輸入派

n=260

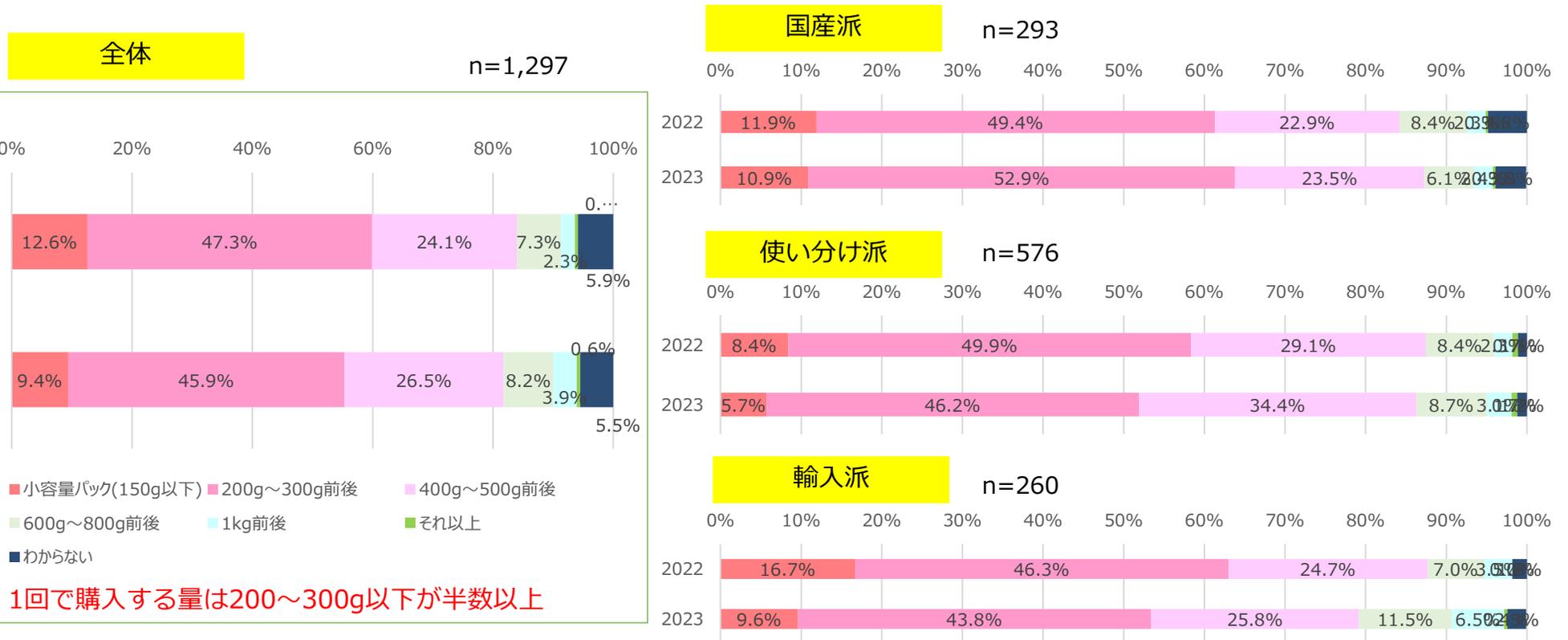


Ⅲ)④ 1回の買い物で購入する量

- 1回あたりの牛肉の購入量は、200g～300g前後が最も多く、200～300g以下を購入する人が55.3%。特に、国産派では200～300g以下の購入者が63.8%であり、1度の調理で使い切れる量を買う傾向があると考えられる。

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



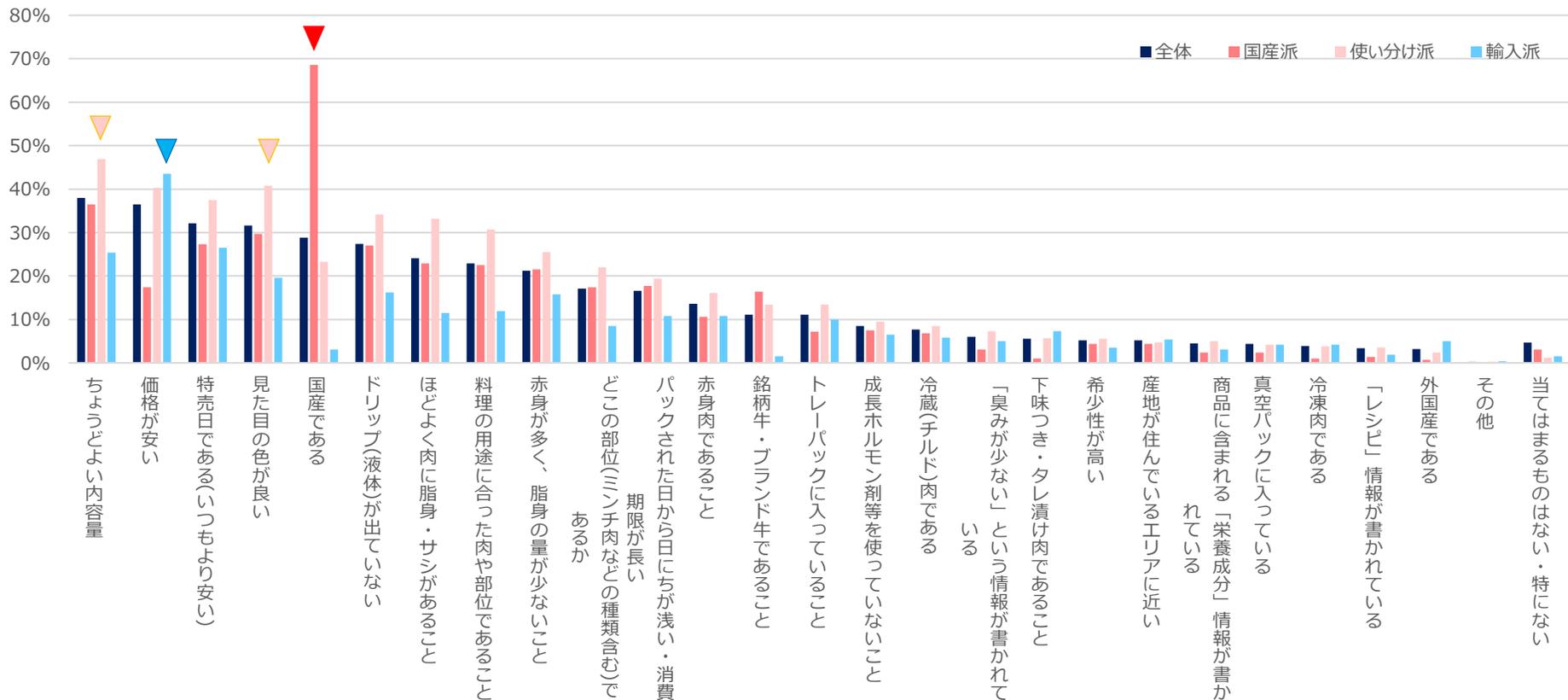
Ⅲ)⑤牛肉を買う時に重視すること

- 牛肉の購入について、全体では「ちょうどよい内容量」が最も重視される。
- 和牛や国産牛を好む人は「国産である」ことを重視する人が多く、輸入派は安さを重視。
- 使い分け派では、「ちょうどよい内容量」や「見た目の色」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。

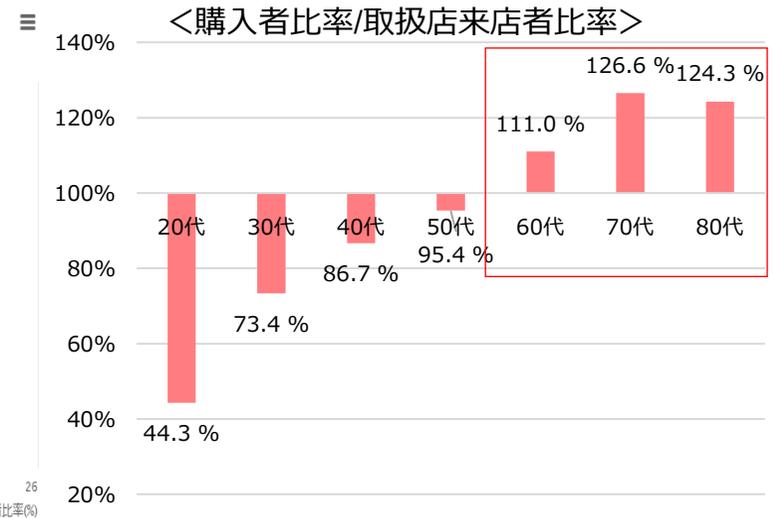
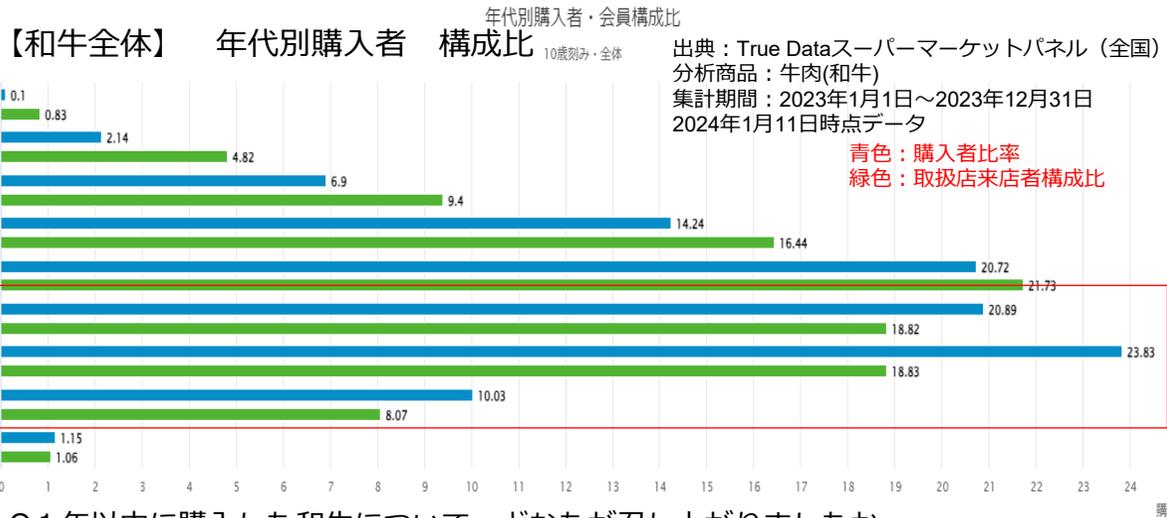
n=1,297

*調査対象：牛肉を購入すると答えた人

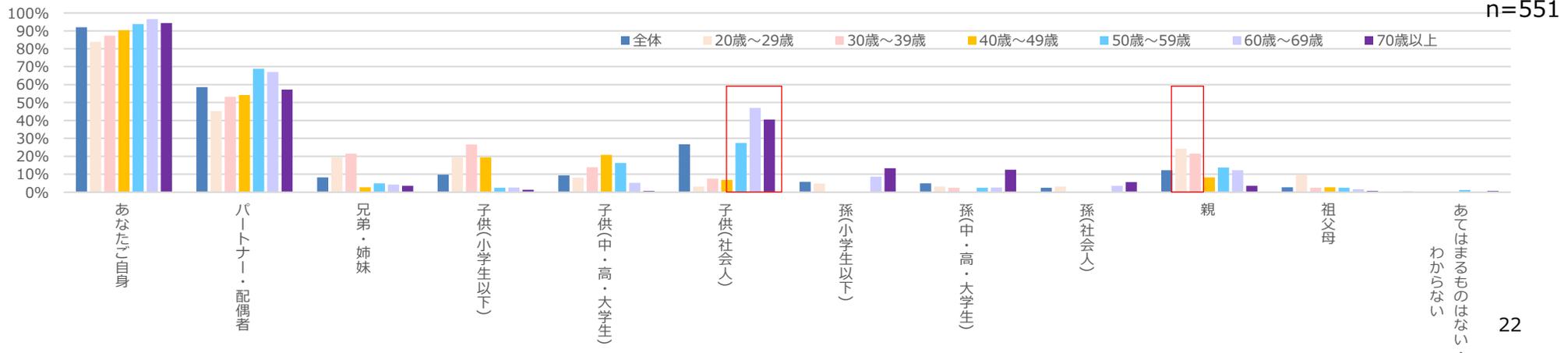


Ⅲ)⑥-(1)和牛の購入者属性・購入した商品を食べる人

- ID-POSデータによる和牛購入者の年代別比較では、50~70代がボリュームゾーンである。そのうち、特に和牛を購入しやすい世代は、60代以上。
- 購入した和牛を、「子ども(社会人)」が食べると回答した人は60代で47%、70代で41%と多いほか、20~30代では2割以上が親や小学生以下の子供が食べるためと回答。



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。



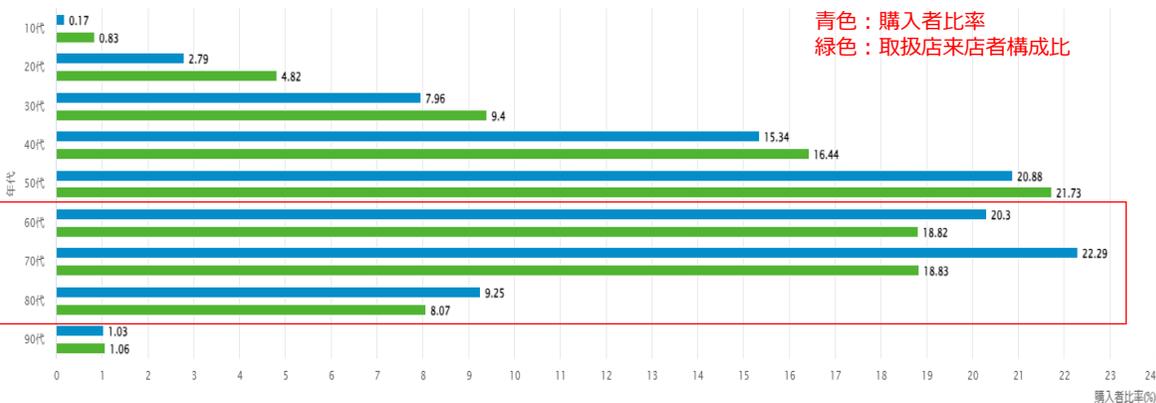
Ⅲ)⑥-(2)国産牛の購入者属性・購入した商品を食べる人

- 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である。そのうち、特に国産牛を購入しやすい世代は、60代以上。
- 60・70代が購入した牛肉を、「子ども(社会人)」が食べると回答した人は30%以上。自分自身やパートナーと食べる他、子どもに食べさせる目的で購入する人も一定数存在する。

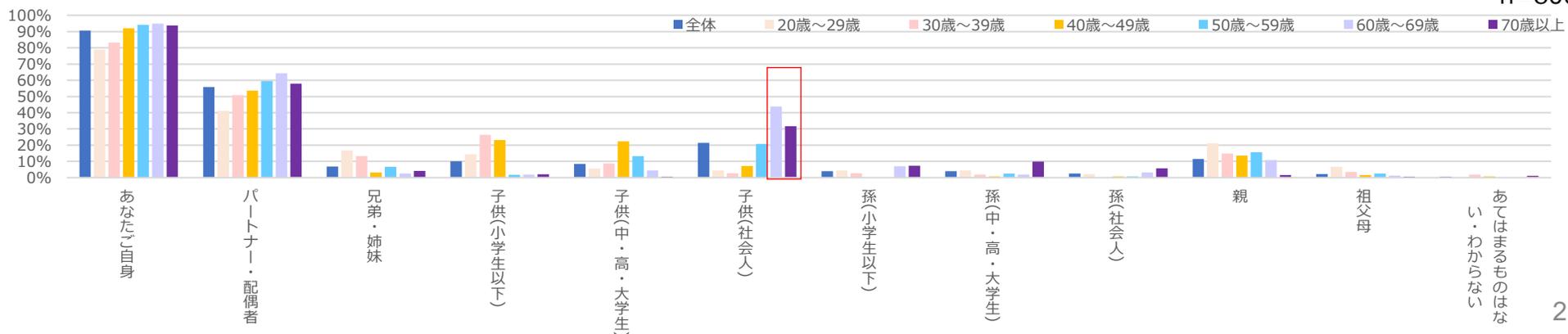
【国産牛全体】 年代別購入者 構成比

年代別購入者・会員構成比
10歳刻み・全体

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：2023年1月1日～2023年12月31日
2024年1月11日時点データ



<購入者比率/取扱店来店者比率>



n=800

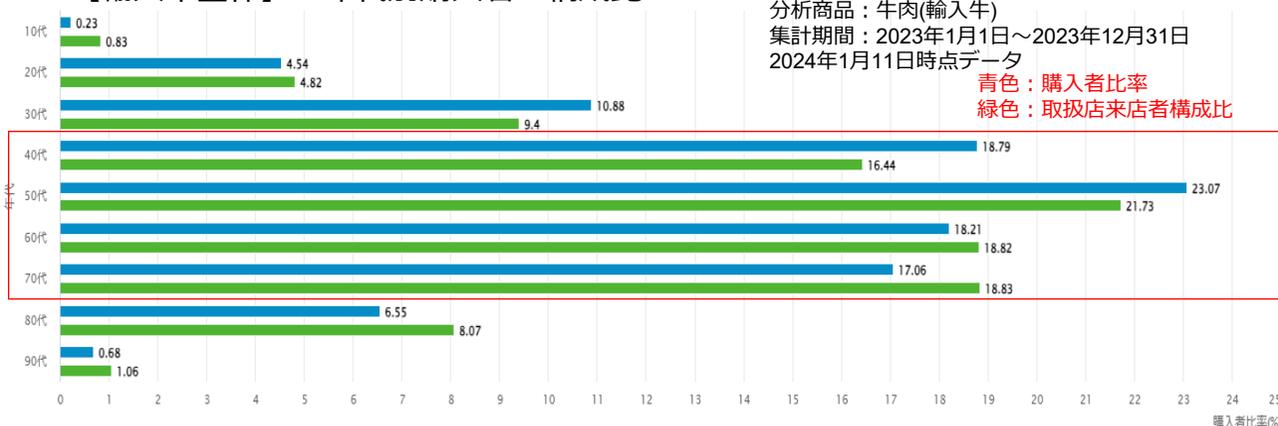
Ⅲ)⑥-(3)輸入牛の購入者属性・購入した商品を食べる人

- 輸入牛購入者のボリュームゾーンは、40～70代と幅広い。一方、輸入牛肉を購入しやすい世代は、30～50代である。
- 購入した輸入牛(オーストラリア産)を食べる人を各年代別にみると、50～60代では全体平均と比較して「パートナー・配偶者」が食べると答えた人が多い。

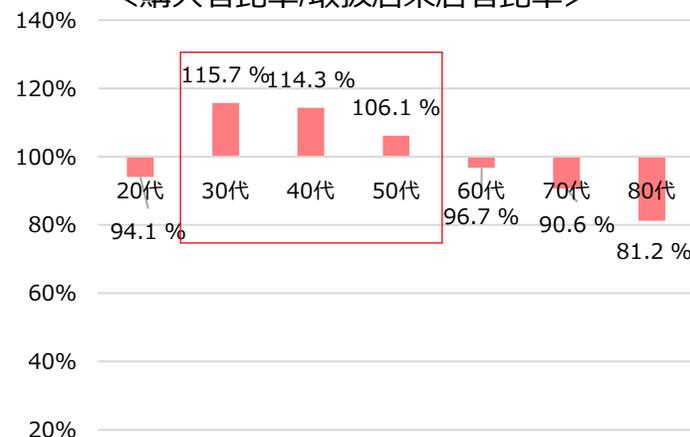
【輸入牛全体】 年代別購入者 構成比

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：2023年1月1日～2023年12月31日
2024年1月11日時点データ

青色：購入者比率
緑色：取扱店来店者構成比

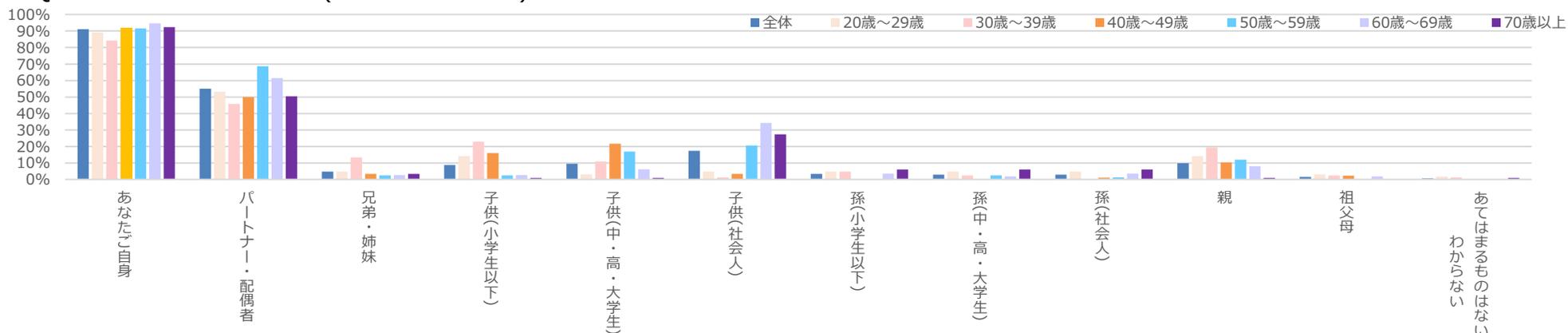


<購入者比率/取扱店来店者比率>



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。

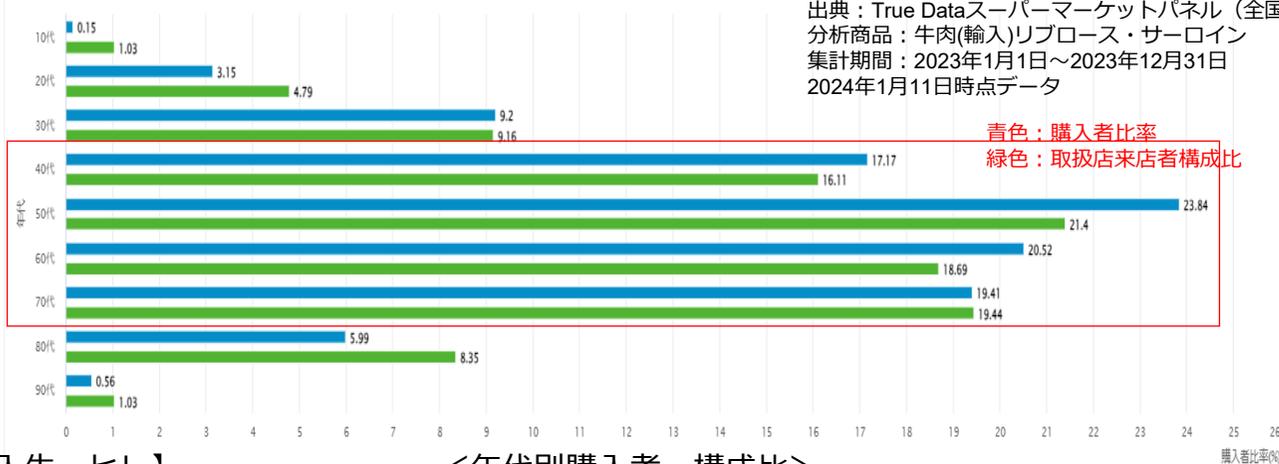
n=549



Ⅲ)⑦-(1)輸入牛 部位別の購入者属性

- ID-POSデータを見ると、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年齢はともに40~70代。
- リブローズ・サーロインは40~60代が購入しやすいのに対し、ヒレは少し年齢層が上がって50~70代が購入しやすい。

【輸入牛 リブローズ・サーロイン】 <年代別購入者 構成比>

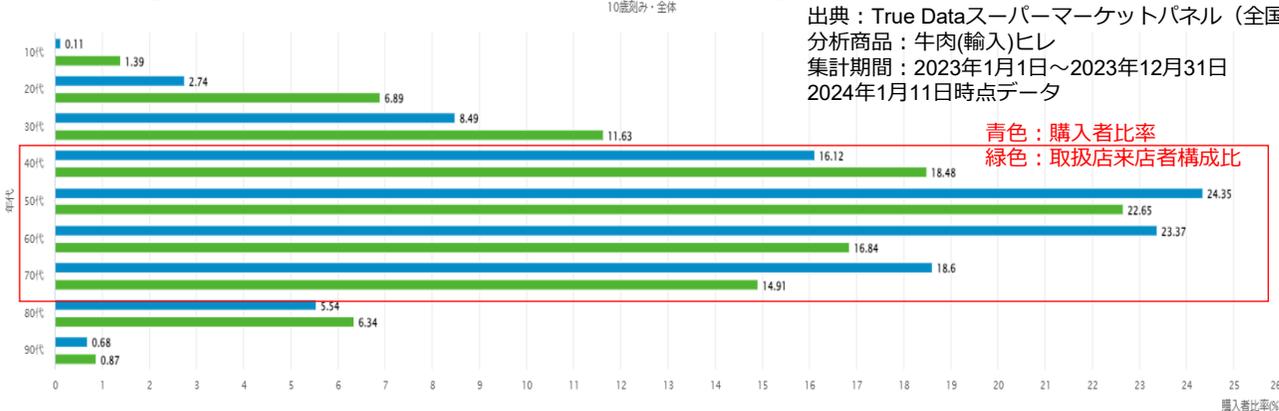


<購入者比率/取扱店来店者比率>

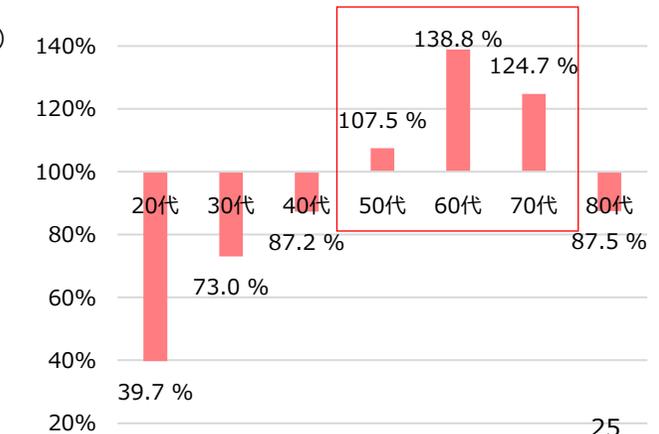


【輸入牛 ヒレ】

<年代別購入者 構成比>



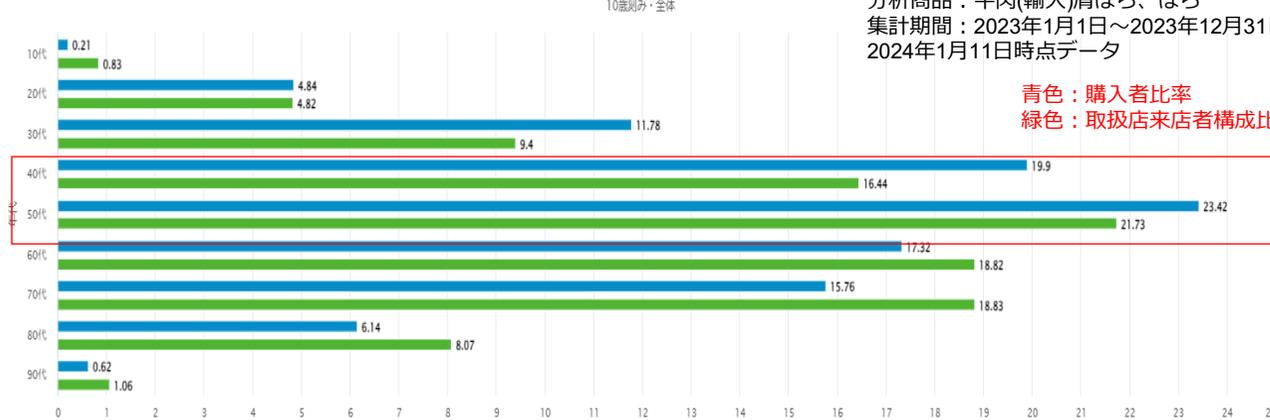
<購入者比率/取扱店来店者比率>



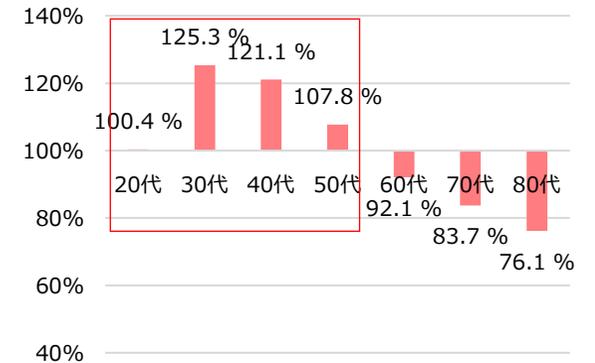
Ⅲ)⑦ -(2)輸入牛 部位別の購入者属性

- 輸入牛ばら購入者のボリュームゾーン年齢は40・50代。購入者比率によると、30代から50代が購入しやすい世代である。
- 肩ロース購入者のボリュームゾーン年齢は40~70代。購入者比率を見ると、30代から60代までの幅広い層が購入しやすい世代と言える。

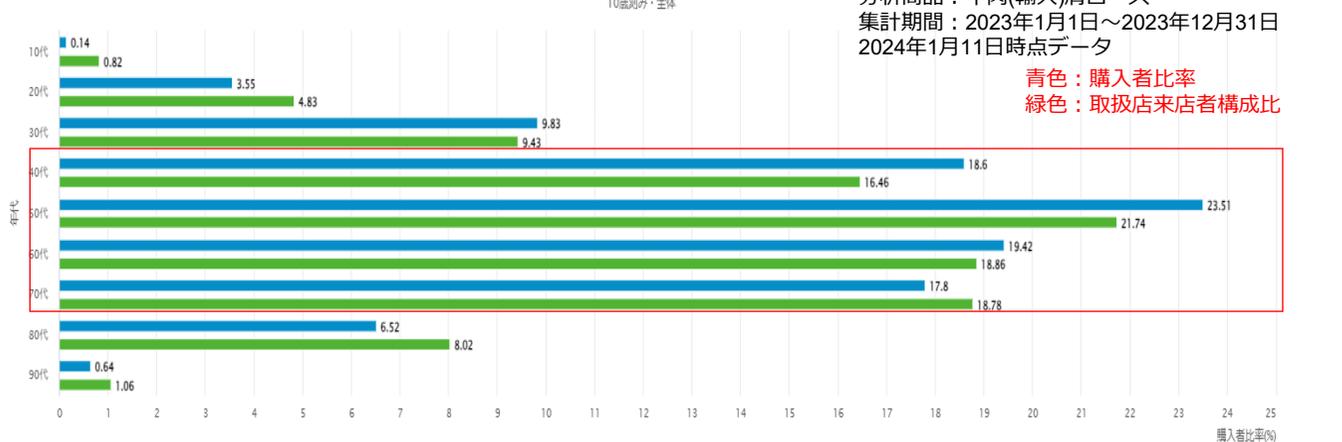
【輸入牛 肩ばら、ばら】 <年代別購入者 構成比>



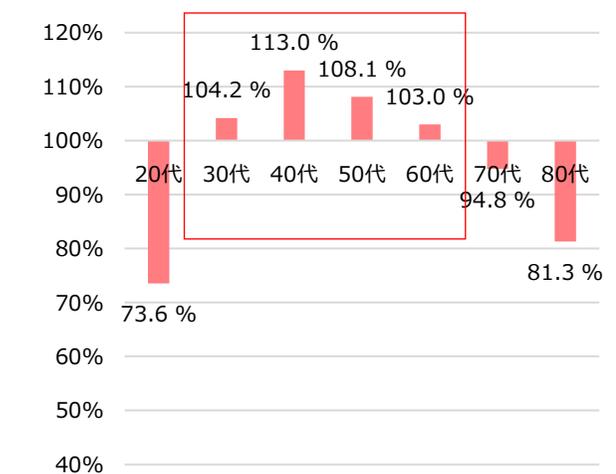
<購入者比率/取扱店来店者比率>



【輸入牛 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>

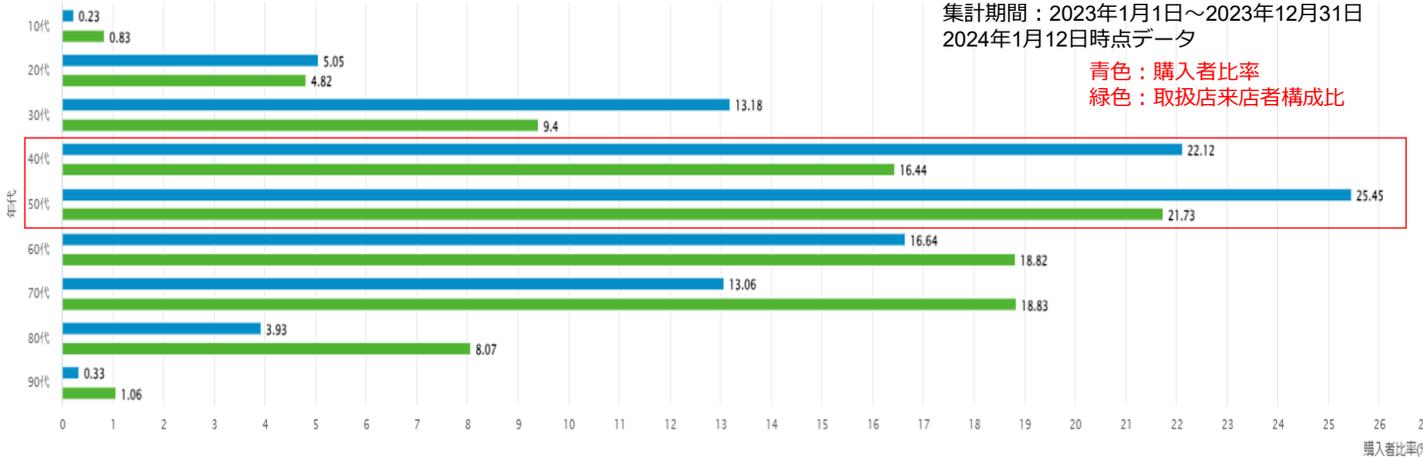


Ⅲ)⑦ -(2)輸入牛 部位別の購入者属性

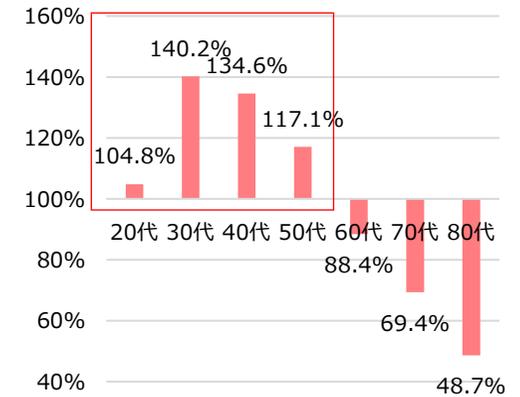
- 輸入牛タン購入者のボリュームゾーンは40・50代。一方、取扱い店来店者から見た購入者比率では、20～50代が購入しやすいことがわかる。
- 輸入牛ホルモン購入者のボリュームゾーンは40～70代と幅広く、特に30～50代が購入しやすい。

【輸入牛 牛タン・内臓肉】 <年代別購入者 構成比>

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)牛タン、内臓
集計期間：2023年1月1日～2023年12月31日
2024年1月12日時点データ

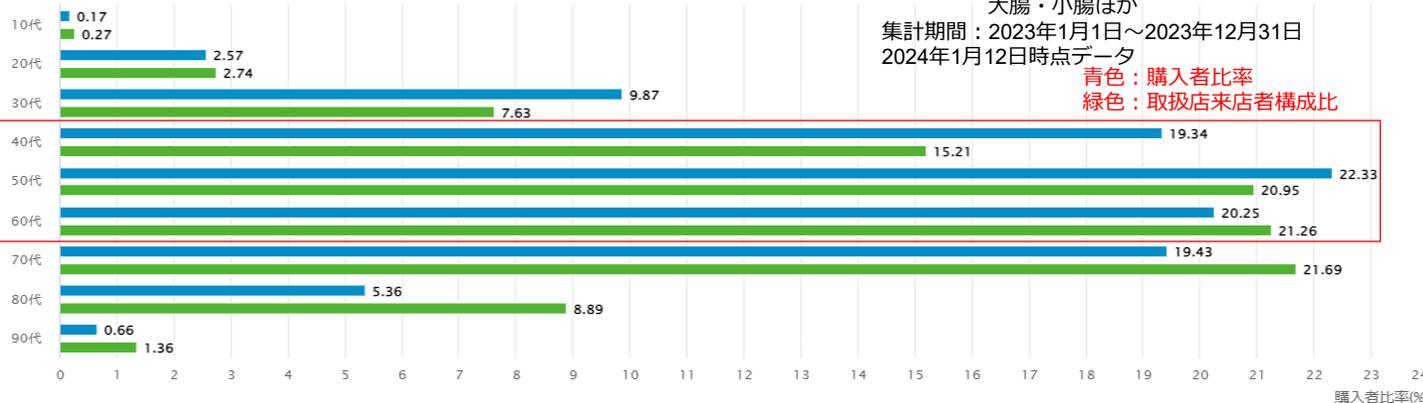


<購入者比率/取扱い店来店者比率>

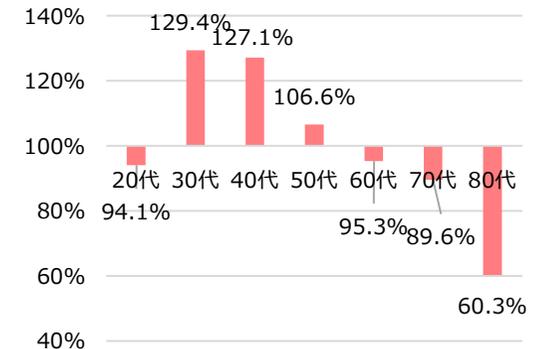


【輸入牛 牛ホルモン】 <年代別購入者 構成比>

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)牛ホルモン、シマチョウ
大腸・小腸ほか
集計期間：2023年1月1日～2023年12月31日
2024年1月12日時点データ



<購入者比率/取扱い店来店者比率>



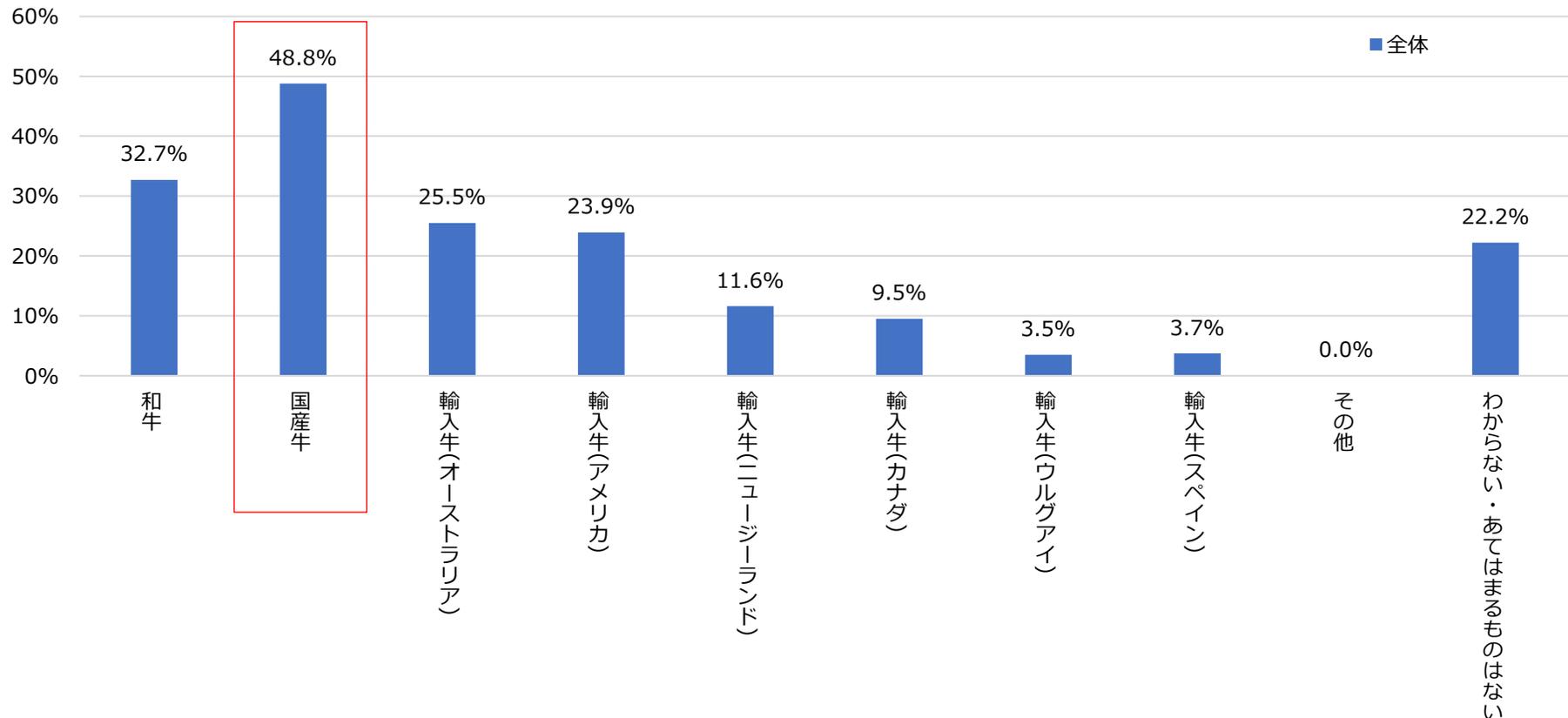
Ⅲ)⑧値上げを実感する牛肉

- 国産牛の値上げを実感する人が最も多く、半数程度。
- 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2割強。その他、値上げを実感しない等と回答した人も2割存在する。

n=1,142

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。

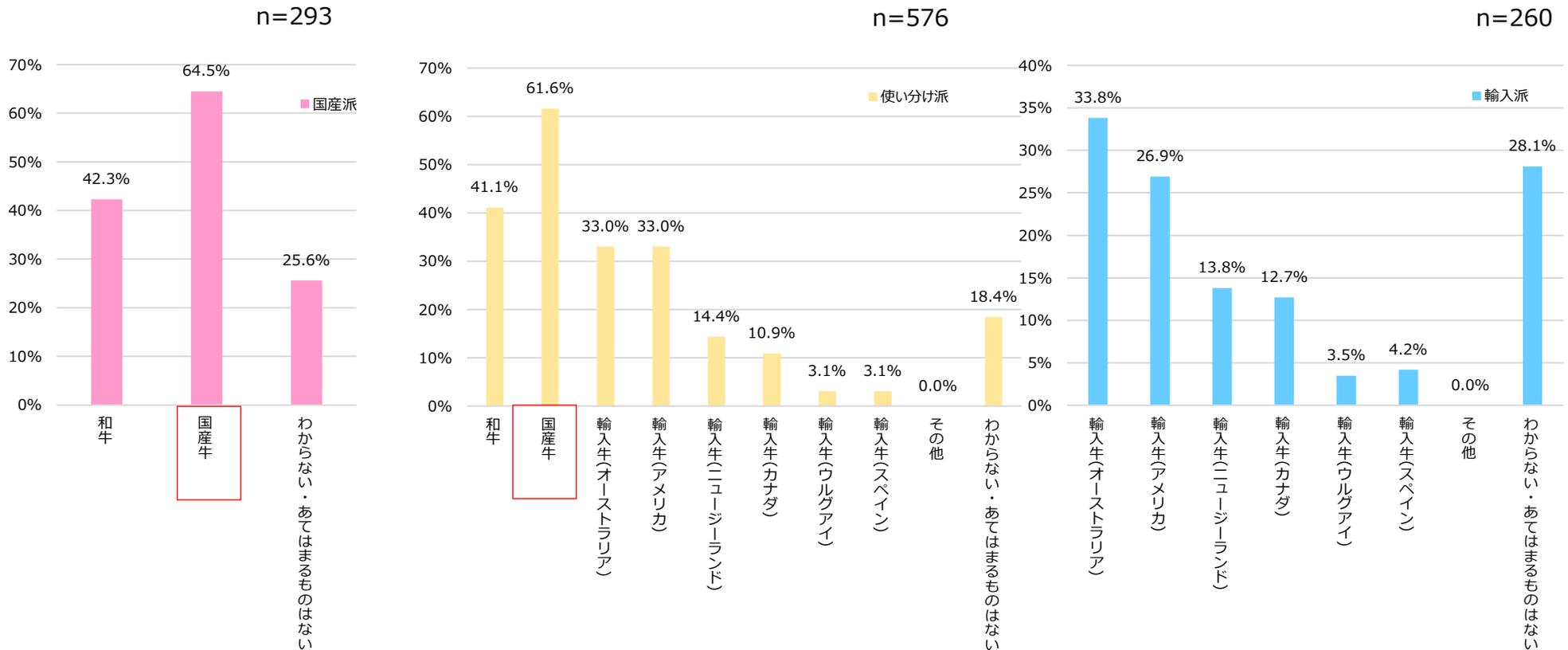
*調査対象：1年以内に、いずれかの牛肉を購入した人



Ⅲ)⑧値上げを実感する牛肉

- 国産派、使い分け派をしてみると、和牛よりも国産牛の値上げを実感している人が多い。
- 輸入派については、流通量の多い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いる一方で、値上げを実感しない等と回答した人が3割弱。

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。



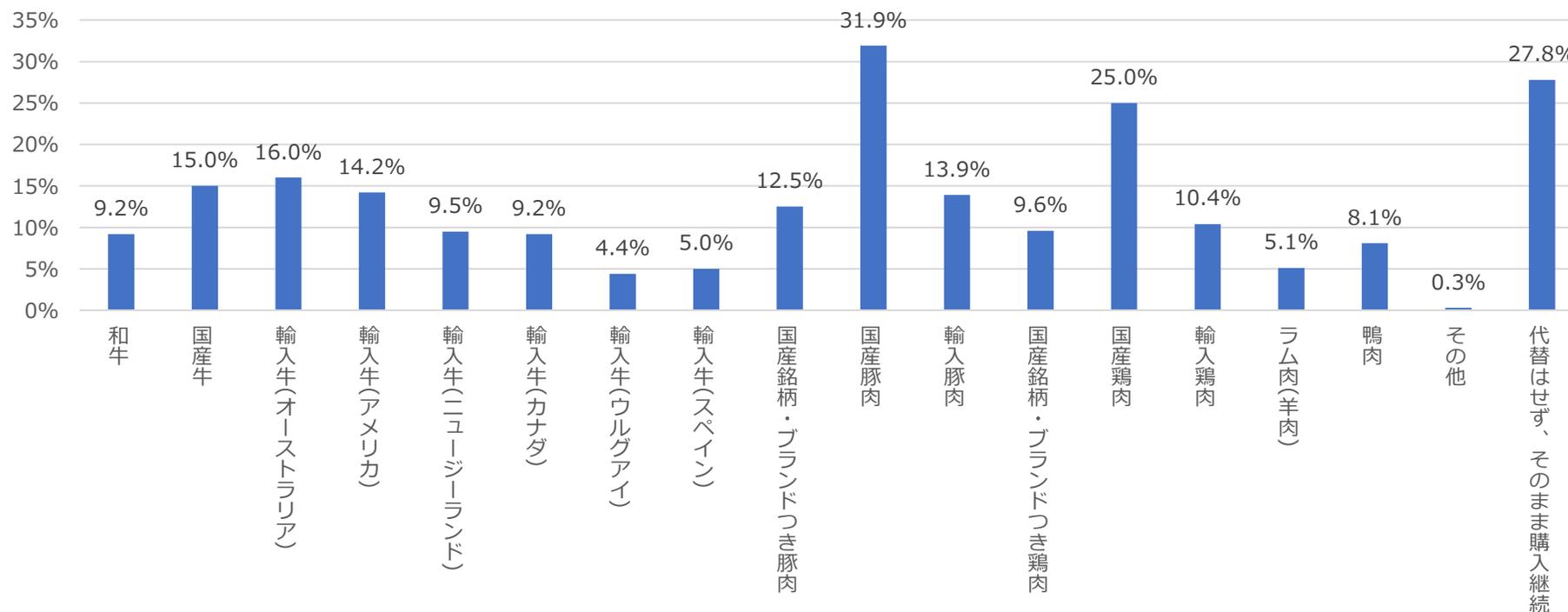
Ⅲ)⑨値上げを実感する各種牛肉の「代替品」

- 値上げを実感している各種牛肉の代替品として、「国産豚肉」や「国産鶏肉」を購入すると答えた人が3割前後いる一方で、継続購入すると答えた人も約3割存在する。

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。

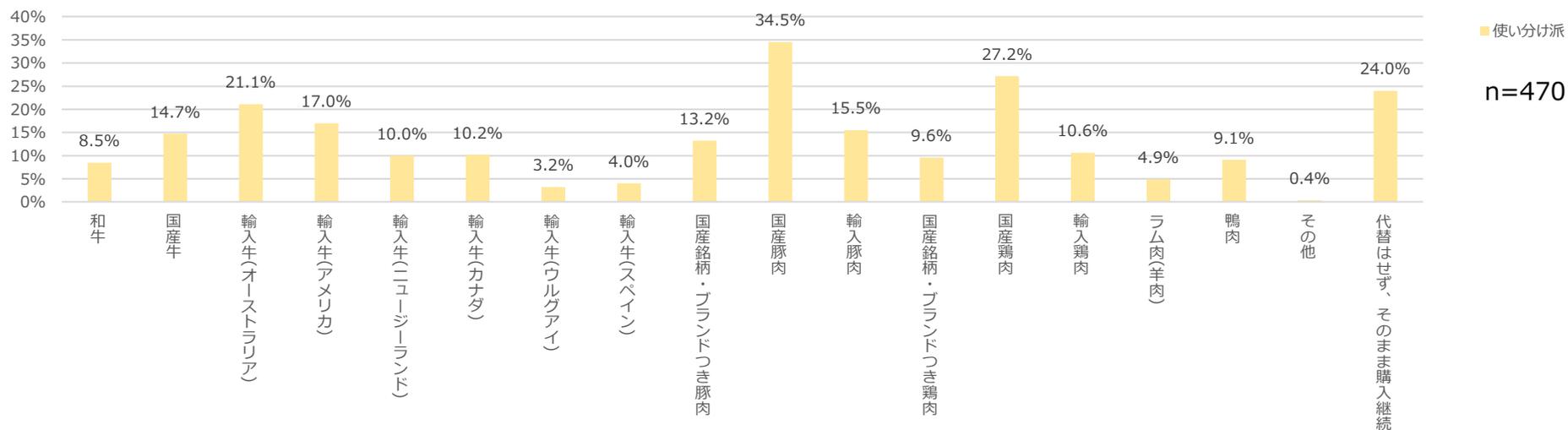
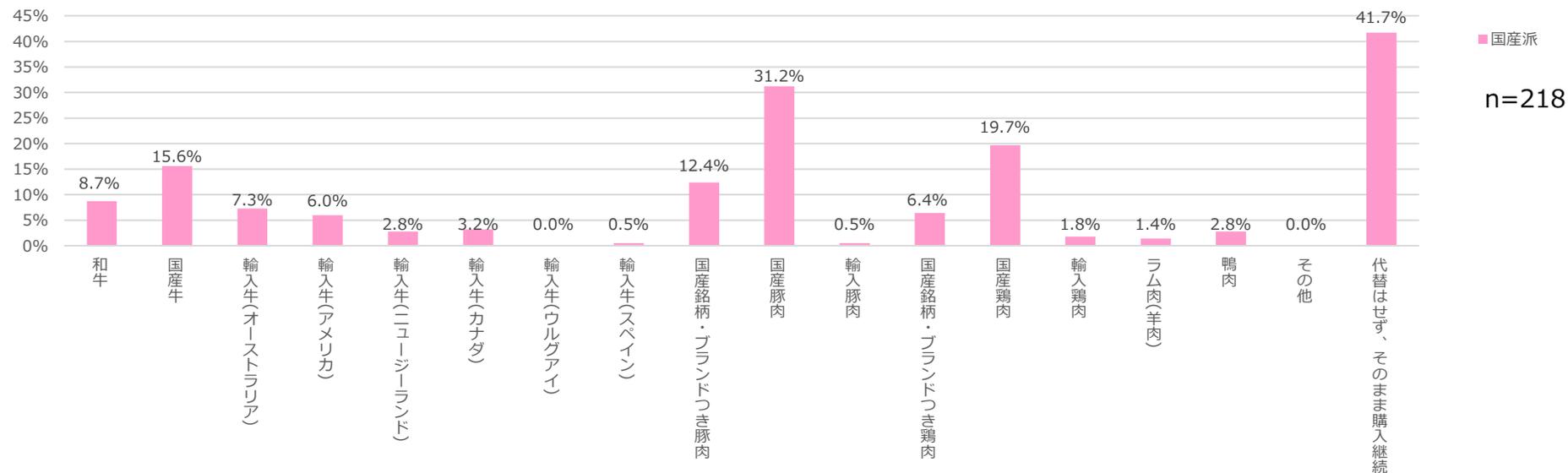
n=888

*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」

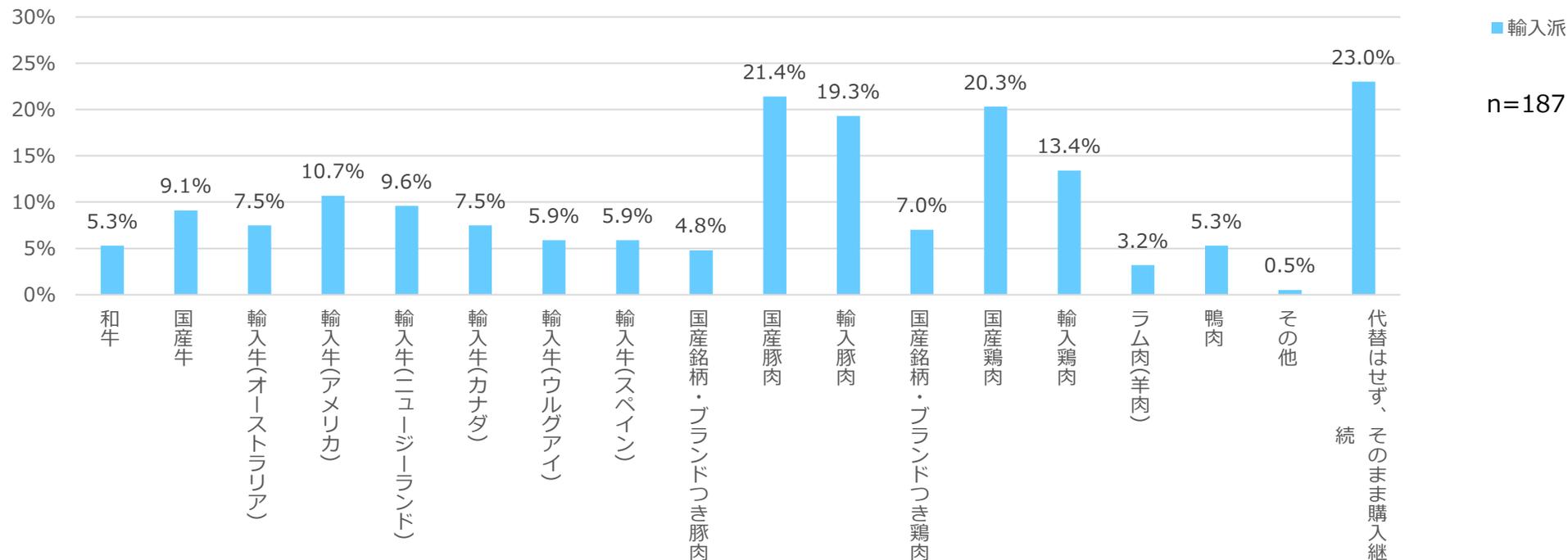
- 国産派は、値上げを実感しても継続購入する人が4割と多く、代替品としては国産豚肉が多い。
- 使い分け派では、国産豚肉や国産鶏肉に畜種変更する人が3割前後存在する。



Ⅲ)⑨値上げを実感している各種牛肉の「代替品」

■ 輸入派では、継続購入する人と畜種変更をする人が同程度。

また豚肉については、国産だけでなく、輸入豚肉も代替品として利用されている様子。



Ⅲ)Point-(2) 牛肉の調理について

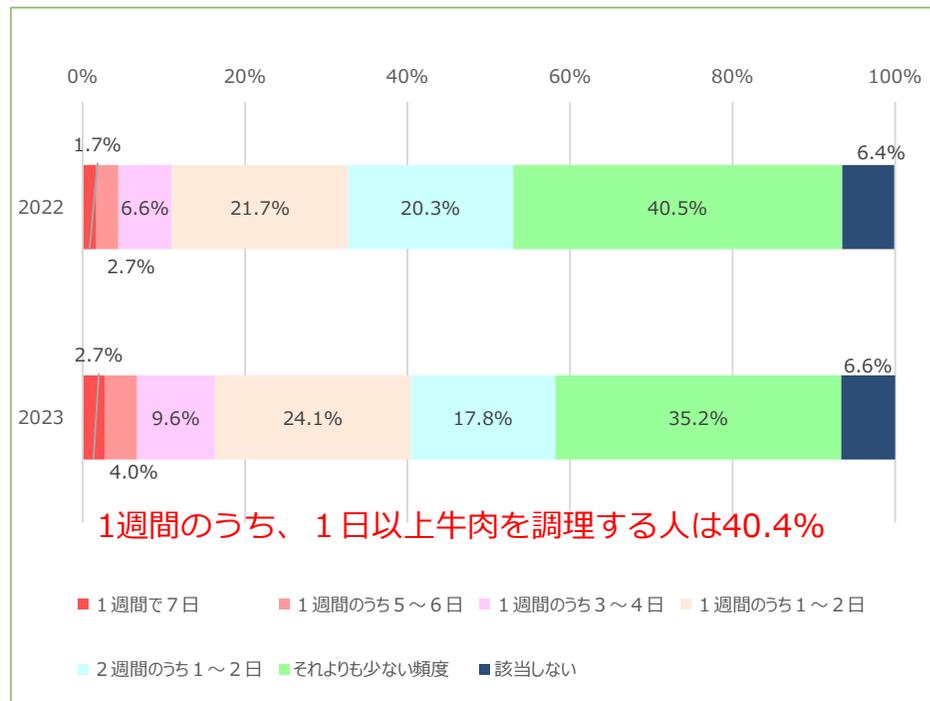
- 牛肉の調理頻度は、1週間に1～2日以上と答える人が4割で、鶏肉や豚肉と比較すると日常的な牛肉の使用頻度は高くないと言える。使い分け派の利用頻度がやや高い。
- 調理頻度の高い部位+形態は、「モモ」と「バラ（カルビ）」の「小間切れ・切り落とし」。調理メニューの汎用性が広い部位が選ばれている。
- 牛肉調理時の不満点として、特に不満はないと答えた人が全体の約3割。国産派に不満を持つ人は少なく、使い分け派では「火を通すと肉が固くなる」や「調理後、時間が経つと、肉が固くなりやすい」という回答が多い。
- 使い分け派や輸入派では、1割超の人が「牛肉独特の臭い」や「肉の脂の多さ」の不満を挙げる。

Ⅲ)⑩牛肉の調理頻度

- 牛肉の調理頻度については、1週間のうち1~2日以上と答えた人が全体で4割。
- 使い分け派では、1週間のうち1~2日以上牛肉を調理する人が5割を超えており、国産派や輸入派と比較すると牛肉料理を日常的に取り入れている様子が伺える。

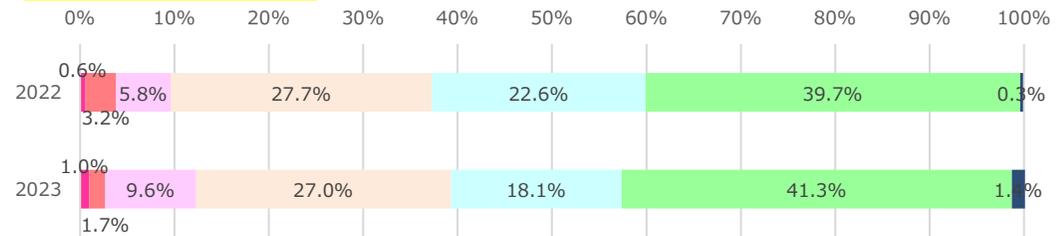
全体

n=1,389



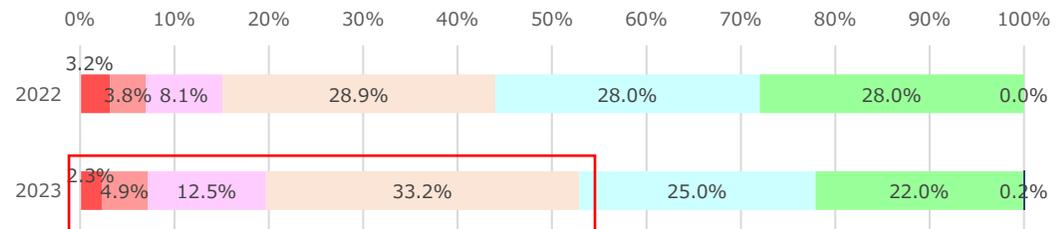
国産派

n=293



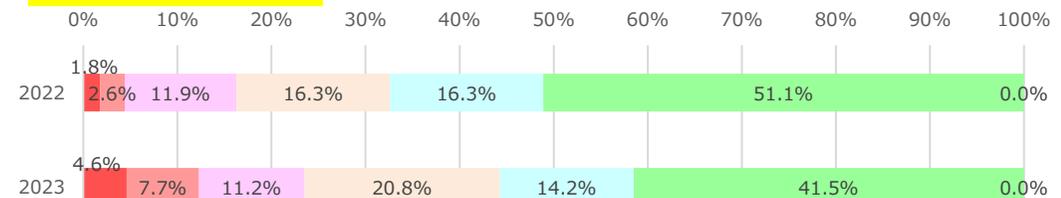
使い分け派

n=576



輸入派

n=260



*調査対象：主家事担当者

Ⅲ)⑪ 自宅で調理する頻度が高い 牛肉の部位 ランキング たんぱく質を、もっと自由に。 Nipponham Group Vision 2030

- 調理頻度が最も高い部位+形態は「モモ小間切れ・切り落とし」、次いで「バラ(カルビ)小間切れ・切り落とし」。汎用性のある部位が選ばれている。
- 一方、「しゃぶしゃぶ・すき焼き用」や「バラ(カルビ)焼肉用」などメニューに合わせて部位を選ぶ様子も見られる。

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順に、選んでください。

n=1,297

*調査対象：牛肉を調理すると答えた人

最も調理頻度が高い部位	
モモ小間切れ・切り落とし	16.0%
バラ(カルビ)小間切れ・切り落とし	12.1%
肩ロースしゃぶしゃぶ・すき焼き用	8.2%
牛ひき肉	6.6%
バラ(カルビ)焼肉用	6.4%

2番目に調理頻度が高い部位	
モモ小間切れ・切り落とし	8.5%
バラ(カルビ)小間切れ・切り落とし	7.2%
肩ロースしゃぶしゃぶ・すき焼き用	7.2%
バラ(カルビ)焼肉用	6.3%
牛ひき肉	6.3%

注1)調理する頻度の高い順番に「部位+形態」を選ぶアンケート形式。

調理頻度が最も高い部位、2番目に調理頻度が高い部位、は二度同じ選択肢は選べない。

例…調理頻度が最も多い部位で「モモ小間切れ・切り落とし」を選んだ人は、2番目以下では「モモ小間切れ・切り落とし以外」の部位から選択。

注2)選択肢は以下のとおり：モモ小間切れ・切り落とし、バラ(カルビ)小間切れ・切り落とし、肩ロースしゃぶしゃぶ・すき焼き用、バラ(カルビ)焼肉用、牛ひき肉、ももしゃぶしゃぶ・すき焼き用、肩ロース焼肉用、サーロインステーキ用、肩ロース焼肉用、サーロインステーキ用、肩ロースカレー・シチュー・煮込み用、モモカレー・シチュー・煮込み用、ヒレスステーキ用、ハラミ焼肉用、モモステーキ用、モモ焼肉用、肩ロースステーキ用、牛タン、その他の肉の部位や形態、その他の牛もつ・内臓部位。
いずれかの中から選択。

Ⅲ)⑫ 自宅で牛肉を調理する際の不満点

- 調理時の不満点では、使い分け派で「火を通すと肉が固くなる」や「調理後、時間が経つと、肉が固くなりやすい」などの回答が多い。国産派では、特に不満はないと回答した人が多い。
- 使い分け派や輸入派では、1割超の人が「牛肉独特の臭い」や「肉の脂の多さ」を不満に挙げる。

n=1,297

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

