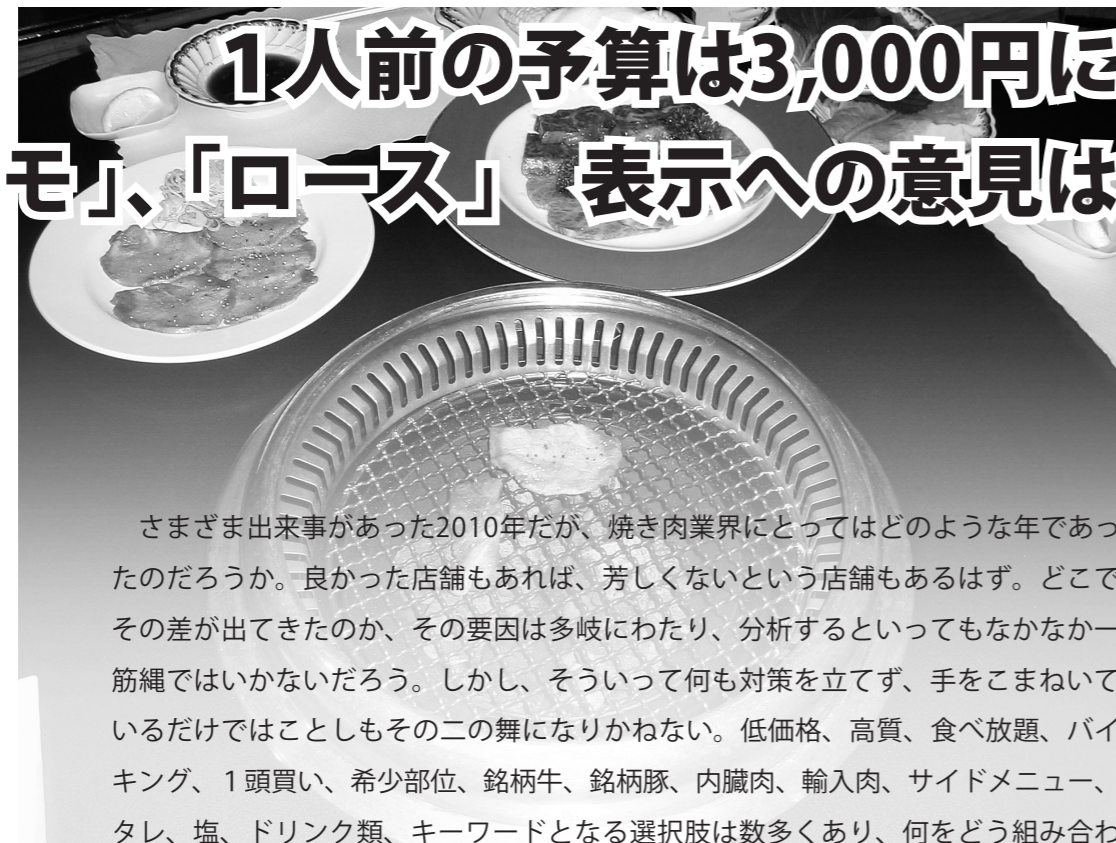


## ネット de アンケート

### ● 焼き肉の消費動向についてきく

**1人前の予算は3,000円に  
「モモ」、「ロース」表示への意見は**



さまざま出来事があった2010年だが、焼き肉業界にとってはどのような年であったのだろうか。良かった店舗もあれば、芳しくないという店舗もあるはず。どこでその差が出てきたのか、その要因は多岐にわたり、分析するといってもなかなか一筋縄ではいかないだろう。しかし、そういつて何も対策を立てず、手をこまねいているだけではことしもその二の舞になりかねない。低価格、高質、食べ放題、バイキング、1頭買い、希少部位、銘柄牛、銘柄豚、内臓肉、輸入肉、サイドメニュー、タレ、塩、ドリンク類、キーワードとなる選択肢は数多くあり、何をどう組み合わせさせてチョイスするかで、店の内容は一変する。だからこそ明確に店舗のイメージをもたなければ中途半端なつくりとなり、人気店にはなり得ない。そこでそのイメージづくりの一助となるよう、今回のネットでアンケートでは焼き肉店の消費動向を調査した。また合わせて、昨年、話題となったロースとモモの表示に関するアンケート調査を行った。

アンケート実施期間は11月中旬。有効回答数は1,302件。男性と女性の比率は女性が52.9%、男性が47.1%。年代別では30代が一番多く30.0%で、次いで40代の25.7%、50代の17.2%の順。都道府県別では東京(12.0%)、神奈川(8.6%)、大阪(7.1%)、愛知(6.7%)、兵庫(6.3%)がベスト5。地方別の割合は北海道4.0%、東北7.1%、関東37.7%、甲信越3.4%、北陸1.6%、東海11.0%、近畿20.3%、中国4.9%、四国2.0%、九州8.1%となっている。

### Q1 焼き肉を一緒に食べに行く頻度が高い人は

#### 「家族」が7割以上でトップに

「家族」の回答割合が1番高く73.5%と70%以上の大多数を占めた。次いで「友人」の15.7%、「会社の仲間」が5.4%で続いた。低価格がより一層進み、家族でも食べやすい価格帯になってきたことがこのアンケートにも反映されているかもしない。

年代別にこのアンケートをみると、20代の1位は「家族」だが、その割合は53.8%と全体の平均値よりも20ポイント弱、低くなっている。2位は「友人」が入り28.6%と全体の平均値よりも高くなり、3位には「恋人」が11.4%の1割超えで入った。ちなみに

「会社の仲間」の回答割合は4.3%となり全体の平均値を下回っている。20代ならではの割合であろう。30代の「家族」の回答割合は73.3%とほぼ全体の平均値と同じ割合。2位には15.3%で「30代」が入り、3位には「会社の仲間」が7.0%で続いている。

40代は「家族」が78.2%となり、30代のそれを少し上回る割合に。2位には「友人」が9.7%で入っている。40代は20代や30代より「家

族」の割合が突出している結果となった。

50代の「家族」は80.3%と8割オーバー。しかし、「友人」という回答も13.3%あり、子供が手を離れた人たちが友人と焼き肉を食べに行くというパターンが想像できる。

### Q1 焼き肉を一緒に食べに行く頻度が高い人は

家族	73.5%
友人	15.7%
会社の仲間	5.4%
恋人	4.0%
その他	1.4%

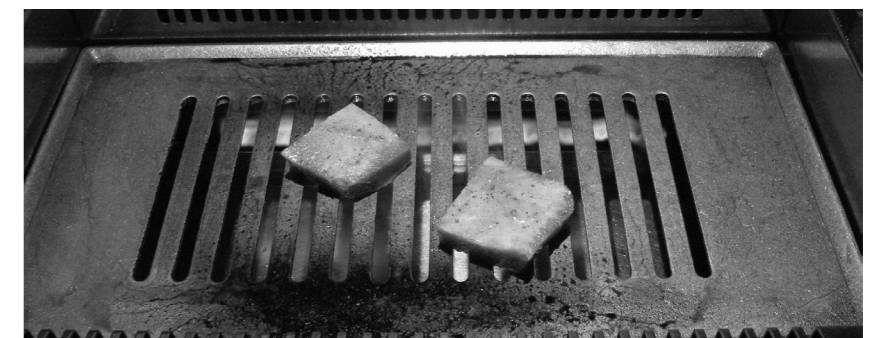
### Q2 焼き肉を食べに行く場合、何人で行くことが多いですか。

#### 30%以上の回答を集めた「4人」が1位

気心の知れた人たちと食事を囲むと楽しいものである。鍋料理がその代表的なものだが、鍋奉行がいるように焼き肉奉行も存在し、鍋に負けず劣らず焼き肉は仲間がいると楽しい食事会になる。今アンケートで1位となったのが「4人」の34.4%で、唯一3割以上の回答を集めた。次いで「2人」の26.8%、「3人」の23.2%の順とな

っている。都道府県別、地方別にこのアンケートをみてみよう。

東京の1位は32.0%の回答を集めた、「2人」で、2位は30.0%の「4人」。全体の平均値と1位と2位が逆転している。3位には24.7%で「3人」が入っている。



大阪は「4人」が37.1%の回答を集め1位となった。2位には32.6%の「2人」。3位は「3人」の20.2%。1位と2位が30%を超

## Q2 焼き肉を食べに行く場合、何人で行くことが多いですか。

1人	1.0%
2人	26.8%
3人	23.2%
4人	34.4%
5人	8.6%
6人	3.7%
7人	0.9%
9人	0.5%
10人以上	0.9%

えており、この両回答で70%近くを占めている。愛知は「4人」が31.7%で1位。次いで「2人」(26.8%)、「3人」(18.3%)の順。関東地方の1位は「4人」でその回答割合は

## Q3 焼き肉を食べに行く場合、1人あたりの出費はいくらですか。

### 東京の「3,000円」は回答率43%

高単価から低価格まで幅広い価格帯で焼き肉店が立ち並んでいるが、実際、1人いくらかの予算で焼き肉を食べにいつているのだろうか。1位となったのは38.3%の回答を集めた「3,000円」で、次いで「2,000円」の23.2%、「4,000円」の15.9%の順。Q2の質問と合わせて考えてみると、4人で12,000円くらいの金額を払っていることなる。

00年に同じような内容でアンケートを行っているのだが、その時の1位も「3,000円」となっており、アンケートみる限りではここ10年で焼き肉店の目安単価に変

## Q3 焼き肉を食べに行く場合、1人あたりの出費はいくらですか。

千円未満	0.9%
1,000円	3.0%
2,000円	23.2%
3,000円	38.3%
4,000円	15.9%
5,000円	11.1%
6,000円	1.9%
7,000円	1.7%
8,000円	1.6%
9,000円	0.4%
1万円以上	1.8%

や突出している結果になっている。

大阪は「3,000円」が33.7%で1位となったが、2位には29.2%と

3割近い回答を得た「4,000円」が入った。全体の平均値と比較しても10%以上、大阪の方が高くなっている。

北海道の1位は、東京と同じように4割以上の回答を得た「3,000

円」(44.0%)で2位には28.0%で「2,000円」がランクイン。近畿の回答をみると1位は39.9%とほぼ4割という数値の「3,000

円」。2位が19.8%の「4,000円」だが、大阪のそれと比較すると10

%近く低くなっており、近畿の中でも大阪がいかに「4,000円」の回答割合が高いのかが分かる。

ちなみに「1万円以上」の回答割合が高かった地方は関東と九州で、ともに2.1%の割合であった。

## Q4 焼き肉を食べに行く頻度は？

### 「1カ月に1回」が23.5%でトップ

焼き肉好きの人の中には週に何日も焼き肉店に足を運ぶ人もいるときくが、一般的な意見はどうなのだろうか。今回のアンケートで1番回答割合の高かったのが「1カ月に1回」で、25.3%と唯一20%を超える回答を集めた。2位に入ったのが「3カ月に1回」の17.7%。3位には「1年に複数回」

が13.0%で続く。この質問も00年のアンケートと比較してみると、00年で1番多かった回答は「2～3カ月に1回」で、31.2%の回答を集めた。2位には「1カ月に1回」が28.7%で入っている。両アンケートを比較する限りでは、10年の方が回答は分散しているようだ。

「1カ月に1回」が24.0%で入り、2位には16.7%で「3カ月に1回」、3位には16.0%で「1カ月に複数回」が続いている。4位には「3カ月に複数回」が15.3%で入っており、全体の平均値で3位となった「1年に複数回」は9.3%で4位にランクインしている。

大阪も1位は「1カ月に1回」で25.8%と全体の平均値よりも少し高くなっている。2位にはやはり「3カ月に1回」が入り21.3%とこちらも全体の平均値よりも高くなっている。

北海道の1位は22.0%の回答を集めた「1年に複数回」だが、「1

## Q4 焼き肉を食べに行く頻度は。

1週間に複数回	0.2%
1週間に1回	1.4%
1カ月に複数回	11.0%
1カ月に1回	23.5%
3カ月に複数回	11.7%
3カ月に1回	17.7%
半月に複数回	2.9%
半月に1回	5.1%
1年に複数回	13.0%
1年に1回	6.4%
ほとんど行かない	5.9%
行かない	1.2%

都道府県別・地方別にこのアンケートをみてみよう。

東京の1位は



カ月に1回」「3カ月に1回」がともに僅差の20%で続いている。福岡は1位に31.0%で「3カ月に1回」がランクイン。3割を超える回答を集めており、2位に

は「1カ月に1回」が入ったが、19.0%と2割を切っている。関東は「1カ月に1回」が22.2%でトップとなったが、2位には18.6%で「3カ月に1回」が入り、

その差は全体の平均値のそれよりも縮まっている。3位には「1カ月に複数回」が13.6%で続いている。

## Q5 焼き肉を食べに行く回数は昨年と比べて?

### 「変わらない」が半数を超えるが...

「変わらない」という回答割合が1番高く、54.3%と半数以上を占めた。この数字をどうとらえるべきか。多いと考えるべきか、少ないと考えるべきか。

う二つの回答をみるとその割合は合わせて30%を超えており、この質問をトータルでみた場合、かなり厳しい状況であるといっているのではないだろうか。

「減った」「かなり減った」とい

### Q5 焼き肉を食べに行く回数は昨年と比べて?

かなり増えた.....	1.2%
増えた.....	7.6%
変わらない.....	54.3%
減った.....	28.1%
かなり減った.....	8.7%

ではこの「減った」「かなり減った」という項目の注目して、都道府県別・地方別でみてみよう。

東京の「減った」は28.7%、「かなり減った」は10.7%となり、合



わせて39.4%と4割近い数値になった。一方で「かなり増えた」という回答はゼロだったが、「増え

た」という回答は8.7%と全体の平均値より少し高くなっている。

大阪は「減った」の回答が30.3%と3割オーバー。「かなり減った」は5.6%と東京と比べて少し低い割合となった。

愛知の「減った」は25.6%で「かなり減った」は14.6%となり、その合計の数値は40.2%と4割を超

えた。

福岡は「減った」が28.6%と全体の平均値とほぼ同じくらいの割合であったが、「かなり減った」という回答が16.7%と高く、こちらも合わせて45.3% 4割オーバーの5割に迫る数値となった。

関東の数値はほぼ、全体の平均値と同じくらいの割合。近畿に関

しても若干、「変わらない」の割合が全体の平均値と比べて高いが、それほど大差のない割合となった。ちなみに「かなり増えた」「増えた」の合算の割合が1番高かったのが九州の11%、逆に「減った」「かなり減った」の割合が高かったのは甲信越の44.2%であった。

## Q6 あなたがよく行く焼き肉店の1番のお気に入りの点は?

### 「味」と「価格」が店を選ぶポイントに

1位となったのは48.3%と半数近くの回答を集めた「肉がおいしい」で、次いで「価格が安い」(25.6%)、「店の雰囲気が良い」(9.6%)の順。やはりというべき、味が支持の1番の理由となったのだが、価格も1番のポイントにあげてい

る人も25%以上おり、この二つの回答で70%以上を占めている。味と価格というのが店選別の大きなポイントで、人気店となるためには、このバランスがやはり重要な課題となってきそうだ。

都道府県別・地方別にこの質問をみてみよう。

### Q6 あなたがよく行く焼き肉店の1番のお気に入りの点は?

肉がおいしい.....	48.3%
価格が安い.....	25.6%
店の雰囲気が良い.....	9.6%
のんびりできる.....	2.8%
お店の人と仲が良い.....	1.0%
いつも連れていってもらってるから.....	1.6%
場所が近い.....	6.2%
酒の種類が豊富.....	0.4%
冷麺やご飯物がおいしい.....	1.2%
何となく.....	2.0%
その他.....	1.2%

らしいの割合だったが、3位の「店の雰囲気が良い」が7.9%と若干低くなっており、その代わり4位に入った「場所が近い」が7.3%と高くなっている。

大阪の1位は「肉がおいしい」だったが、その割合は38.2%と全体の平均値よりも10%近く低い。2位には32.6%で「価格が安い」が入り、3位には12.4%で「店の雰囲気が良い」がランクイン。大阪は全体回答の上位三つに票が集中している。



# ネット de アンケート

北海道は50.0%という半数の回答を集め、「肉がおいしい」がトップ。2位には26.0%で「価格が安い」が入り、これ以外の回答はすべて10%に満たない数値となった。

関東の1位は「肉がおいしい」だが、44.6%と全体の平均値よりも割合は低め。代わりに「価格がやすい」が28.5%で若干高くなっている。

近畿は50.8%で半数以上の回答

を集め「肉がおいしい」がトップ。次いで24.4%の「価格が安い」、10.4%の「店の雰囲気が良い」が続いている。

**Q7 消費者庁から「モモ肉」を「ロース肉」と表示している焼き肉店へ「モモ肉」と表示するようにとの指導がありました。あなたの意見は。**

## 年代を追うごとに顕著になる

昨年、消費者庁から指導のあったモモとロースの表示だが、12月7日に開催されたメディアとの情報交換会でカッコ書きでの注釈入りも可という指針が示された。では一般消費者はどのように考えているのだろうか。「モモと表示してほしい」が1位となり33.6%と3割以上の回答を集めた。次いで「どちらかに全国で統一をしてもいい」が27.1%で2位に。3位には20.2%で「どちらの表示でも気にはならない」が入った。消費者庁が示した注釈入りは「ロー

スのままでもいいが、但し書きがほしい」は14.5%という割合になった。

年代別にこのアンケートをみよう。

20代の1位は「どちらかに全国で統一してもらいたい」で29.3%の回答を集めた。2位には27.4%で「モモと表示してほしい」が入り、次いで「どちらの表示でも気にはならない」が23.3%で3位となった。

30代は29.0%の回答を集めた「モモと表示してほしい」がトッ

プ。2位には「どちらかに全国で統一してもらいたい」が26.4%で続き、3位には20.1%で「どちらの表示でも気にはならない」が続いた。

このアンケートみる限りでは年代別では「モモと表示してほしい」という考えは、年代を重ねるごとに強まっているのが分かる(50代は41.7%、60代は44.0%)



**Q7** 消費者庁から「モモ肉」を「ロース肉」と表示している焼き肉店へ「モモ肉」と表示するようにとの指導がありました。あなたの意見は。

モモと表示してほしい..... 33.6%

どちらの表示でも気にはならない..... 20.2%

どちらかに全国で統一してもらいたい..... 27.1%

ロースのままでもいいが、但し書きがほしい..... 14.5%

ロースのままでもよい..... 4.3%

その他..... 0.5%

プ。2位には「どちらかに全国で統一してもらいたい」が26.4%で続き、3位には「どちらの表示でも気にはならない」が21.8%で入った。

40代の1位は