

日ハ協調査資料No.45

ハンバーグ・ハンバーガーに関する消費者意識調査

平成21年3月

社団法人 日本ハンバーグ・ハンバーガー協会

はじめに

ハンバーグ・ハンバーガー業界は、消費者のニーズの変化に対応し、製品の品質向上、新製品の開発に努め、消費の拡大を図っていますが、近年、食品の表示に関する不祥事、原材料の高騰等もあり、その消費は横ばい傾向にあります。このような情勢の中、消費者のハンバーグ・ハンバーガー等の食肉製品に対する認識、今後の消費動向を調査、分析し、新たな商品開発及び販売促進への活用等に資するため、社団法人日本食肉協議会の助成を受けこの調査を実施しました。本報告書を多方面でご活用頂ければ幸いに存じます。

平成21年3月

社団法人 日本ハンバーグ・ハンバーガー協会
会長 原田 永幸

調査の設計

1 調査の目的：

ハンバーグ・ハンバーガーについての消費者の利用実態と意識を明らかにし、今後の製品開発及び販売促進の基礎資料に資する。

2 調査の対象：

食材宅配を利用している家庭の方で普段料理をしている20歳以上の方

3 調査地域及びサンプル数：

年代別回収枚数	回収数	割合(%)	前年回収数	前年割合(%)
有効回収合計	832	100.0	1,500	100.0
20歳代	51	6.1	104	6.9
30歳代	271	32.6	492	32.8
40歳代	208	25.0	419	27.9
50歳代	137	16.5	261	17.5
60歳代以上	165	19.8	224	14.9

調査地域は埼玉県及び東京都、大阪府、性別は94.7%女性。

4 調査方法

本協会広報委員会で質問を策定し、ミールソリューションへ委託（質問票の配布・回収はヨシケイ(株)へ再委託）して実施した。

5 調査の時期： 平成20年12月～平成21年2月

調査結果の概要

【食材宅配について】

◎ 最近1年間の利用状況

食材宅配の利用は、「増えた」12.4%、「やや増えた」13.1%、「減った」2.6%、「やや減った」8.7%、「変わらない」62.6%である。若年層、中でも20代の利用増加が著しい。

◎ 増加している理由

増えた理由は、「メニューが豊富になった」29.2%、「仕事がいそがしくなった」22.6%、「栄養バランスがよくなった」22.1%、「調理が簡単になった」20.1%が主なもの。

20代に多い「その他」の内容の大半は、「仕事や育児で買い物に行けない」。

◎ 食材宅配メニューの選択基準

選択基準は、「好きな料理」が62.4%、「価格」が46.3%、「栄養バランス」37.6%である。

若年層は「価格」を第一に挙げている。

【食肉の関心度について】

食肉の関心度は、牛肉、豚肉、鶏肉共に「国産か輸入か」が高率を占め、前年調査に比べ、「価格」が上昇している。

◎ 牛 肉

「国産か輸入品か」が高率を占め、前年にくらべて「価格」も上昇している。

若年層は「国産か輸入品か」に加え、「価格」も高率で、とくに20代は関心のトップに挙げる。

◎ 豚 肉

牛肉と同様の傾向。「国産か輸入品か」が高率で、中年層は「安全性」にも気を配る。

◎ 鶏 肉

牛肉・豚肉同様、「国産か輸入品か」、「価格」が上位、「肉の部位」が全体で高いのが鶏肉ならではの。若年層は「国産か輸入品か」、「価格」が拮抗する。

【即席ハンバーグ・ミートボールについて】

◎ 利用状況

利用状況は、前年同様「ほとんど利用しない」が半数、「月1回程利用する」18.1%、「月2～3回」14.3%である。

若年層の利用頻度が高く、全体的には加齢と共に敬遠傾向。

◎ 1年間の購入回数

6割強の人が回答した。購入回数は、「変わらない」55.8%、「減った」23.7%、「やや減った」13.7%。

「やや増えた」では40代が唯一、10%台と突出している。

◎ 購入回数の増減の理由

<増加>

増加の主な理由は、「保存性」45.7%、「料理時間の短縮」40.0%、「価格」20.0%、「家族構成の変化」17.1%、「その他」25.7%は弁当づくりが大半。

これは若年層、とくに20代の人に著しい。

<減少>

減少の主な理由は、「安全性」34.2%、「味」18.1%、「健康面」11.1%、「家族構成の変化」10.6%が上位。

中年・若年層が安全性をトップに挙げるが、若年とくに20代の「価格」重視が目につく。

◎ 購入時の注意事項

注意事項は、「製造業者名」38.9%、「原産国・原産地」37.1%、「添加物の有無・種類」33.4%、「賞味期限」31.0%が上位5項目で30%台。

◎ 食事への利用状況

食事への利用状況は、「弁当」が52.2%、「夕食」28.4%、「決まっていない」20.9%、「昼食」、「朝食」はそれぞれ6.1%、5.9%である。

20代、30代、40代は「弁当」が中心になっている。

◎ 利用の感想－味、種類、価格

<味について>

味の感想は、「満足している」と「ほぼ満足している」は58.4%、「やや不満」と「不満」は19.9%。

若年層は62%が満足。一方、「味が濃い」など注文も目につく。

<種類について>

種類の感想は、「満足している」と「ほぼ満足している」合わせて55.3%、「やや不満」と「不満」は23.0%である。

若年層の満足度が比較的高いが、中高年層は無回答の比率も高い。

<価格について>

価格の感想は、「満足している」と「ほぼ満足している」で合わせては56.6%に達し、「やや不満」と「不満」は18.4%である。

【ハンバーガーについて】

◎ ハンバーガーショップの利用頻度

利用頻度は、「月1回程度」が26.8%、「月2～3回」18.1%、「それ以下」48.8%である。前年に比べ、「月1回」が若干下げ、「週1回」が1ポイント上げている。利用頻度は、加齢と共に減少傾向にあるのは変わらない。

◎ ここ1年間の食べる回数

「変わらない」48.6%、「増えた」と「やや増えた」が合わせて65.0%、「やや減った」と「減った」が合わせて32.0%である。

若年層と中・高年層の対比が著しく、増加、減少とも倍位の開きがある。

◎ ハンバーガーを食べる回数の増減の理由

<増加>

回数の増加の理由は、「価格」37.0%、「味」、「家族構成の変化」がともに29.6%、「年齢的理由」は14.8%。

「その他」では手軽さ、立地上の変化が挙げられている。

<減少>

減少の理由は、「健康面」36.0%、「年齢的理由」34.1%が突出している。

「その他」には、全体的に外食機会の減少が挙げられている。

ここでも若年層の価格志向は強い。

◎ ハンバーガーの種類に望むもの

要望は、「野菜の量の多いもの」50.7%、「バンズ(丸パン)のおいしいもの」44.1%、「カロリーの少なめなもの」33.8%が上位。「パティの種類を多く」23.2%、「塩分の少なめなもの」21.5%、「脂質の少なめなもの」は16.6%。

◎ ハンバーガーについて知りたい情報

知りたい情報は、「原料の原産地」62.1%、「栄養成分」28.5%、「アレルギー物質」13.7%。「どれも関心がない」11.5%である。

中年層の原料の原産地への高い関心がうかがわれる。

【JASマークについて】

◎ J A Sマークの認知度

JASマークの認知度は、「知っている」79.3%、「見たことがある」11.5%、「知らない」が5.5%である。

加齢と共に「知っている」割合は高くなる。

◎ 購買時のJ A Sマークの注意度

JASマークの注意度は、「注意している」21.6%、「ときどき注意している」39.7%、「注意していない」33.4%である。

高年層の注意度が高い。

【食の安全、安心について】

◎ 食肉、食肉加工についての不安点

半数以上が挙げるのは「表示の偽装」64.5%を筆頭に「農薬、動物薬」61.8%、「食品添加物」60.2%、「家畜の病気」50.5%。

若年層に比べ高年齢層の関心がいずれの項目でも高い。

◎ 情報源

テレビが圧倒的で90.1%、以下「新聞」58.4%、「インターネット」15.3%が上位。ネットは若年層だけでなく中年層にも活用されている。

◎ 食肉加工品の安全、安心の判断

「原材料の原産国」67.4%、「製品の製造国」63.8%が判断の大きな要素になっている。以下「製造販売メーカー名」46.4%、「賞味期限」42.8%も重要な基準。中年層の「原産地」への関心がとくに高い。

調査結果の詳細

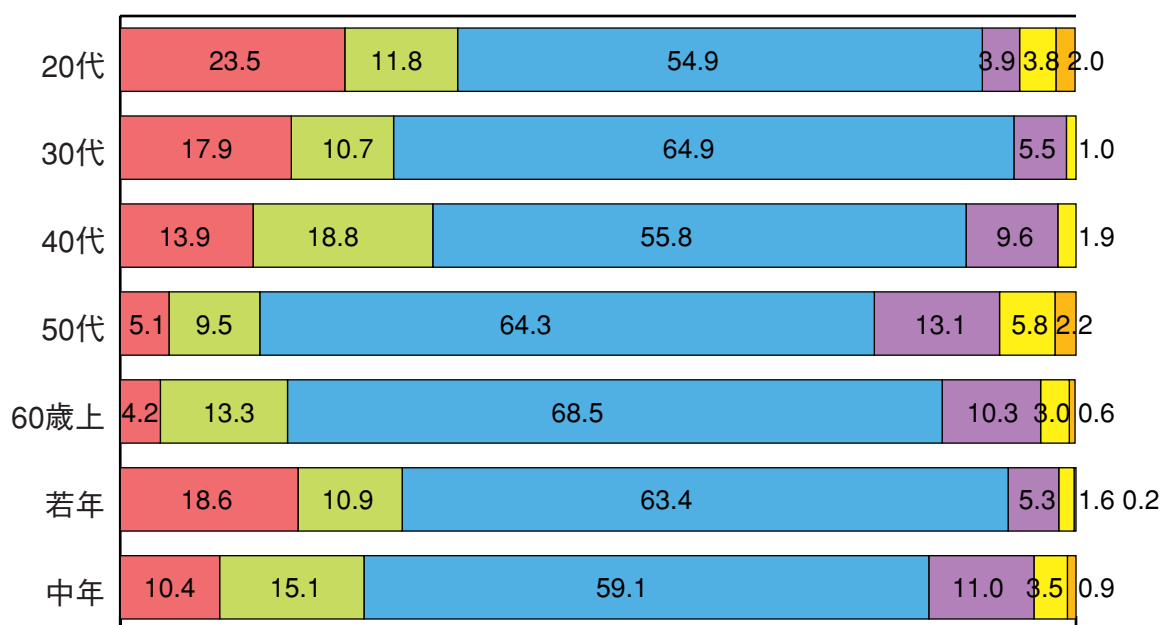
Q1. お宅では、この1年間に食材宅配の利用はかわりましたか？

①増えた ②やや増えた ③変わらない ④やや減った ⑤減った ⑥無回答

食材宅配の利用は、「増えた」12.4%、「やや増えた」13.1%、「減った」2.6%、「やや減った」8.7%、「変わらない」62.6%である。若年層、中でも20代の利用増加が著しい。

Q1. 食材宅配の利用の増減

■ 増えた
 ■ やや増えた
 ■ 変わらない
 ■ やや減った
 ■ 減った
■ 無回答



年代別・年齢層別 (%)

Q1. 食材宅配の利用の増減

(%)

		全 体	増 え た	や や 増 え た	変 わ ら な い	や や 減 っ た	減 っ た	無 回 答
全 体		832	12.4 (10.4)	13.1 (15.6)	62.6 (62.1)	8.7 (9.8)	2.6 (1.9)	0.6 (—)
年代別	20 代	51	23.5	11.8	54.9	3.9	3.8	2.0
	30 代	271	17.9	10.7	64.9	5.5	1.1	—
	40 代	208	13.9	18.8	55.8	9.6	1.9	—
	50 代	137	5.1	9.5	64.3	13.1	5.8	2.2
	60歳上	165	4.2	13.3	68.5	10.3	3.0	0.6
年齢層別	若 年	322	18.6	10.9	63.4	5.3	1.6	0.3
	中 年	345	10.4	15.1	59.1	11.0	3.5	0.9

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q 2. Q1で増えた又はやや増えたとお答えした方、その理由はなんですか？

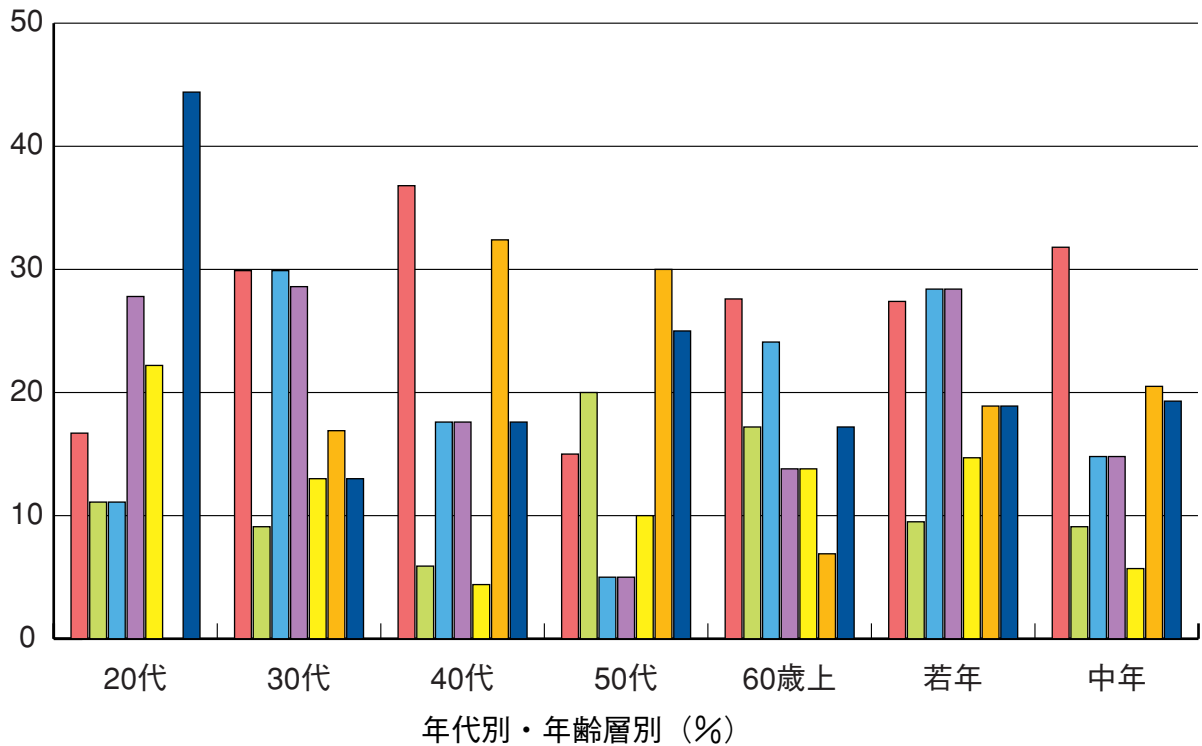
(複数回答可)

- ①メニューが豊富になった ②価格が手頃になった ③栄養バランスがよくなった
 ④調理が簡単になった ⑤配送サービスがよくなった ⑥仕事が多忙になった
 ⑦その他 ()

増えた理由は、「メニューが豊富になった」29.2%、「仕事がいそがしくなった」22.6%、「栄養バランスがよくなった」22.1%、「調理が簡単になった」20.1%が主なもの。20代に多い「その他」の内容の大半は、「仕事や育児で買い物に行けない」。

Q2. 食材宅配の利用の増えた理由

- メニューが豊富になった ■価格が手頃になった
 ■栄養バランスがよくなった ■調理が簡単になった
 ■配送サービスがよくなった ■仕事が多忙になった ■その他



Q2. 食材宅配の利用の増えた理由

(%)

		全 体	メ ニ ュ ー が 豊 富 に な っ た	価 格 が 手 頃 に な っ た	栄 養 バ ラ ン ス が 良 く な っ た	調 理 が 簡 単 に な っ た	配 送 サ ー ビ ス が 良 く な っ た	仕 事 が 忙 し く な っ た	そ の 他
全 体		212	29.2 (21.2)	10.4 (6.4)	22.1 (13.7)	20.1 (14.1)	10.8 (5.6)	22.6 (20.0)	18.9 (19.0)
年代別	20 代	18	16.7	11.1	11.1	27.8	22.2	—	44.4
	30 代	77	29.9	9.1	29.9	28.6	13.0	16.9	13.0
	40 代	68	36.8	5.9	17.6	17.6	4.4	32.4	17.6
	50 代	20	15.0	20.0	5.0	5.0	10.0	30.0	25.0
	60歳上	29	27.6	17.2	24.1	13.8	13.8	6.9	17.2
年齢層別	若 年	95	27.4	9.5	28.4	28.4	14.7	18.9	18.9
	中 年	88	31.8	9.1	14.8	14.8	5.7	20.5	19.3

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

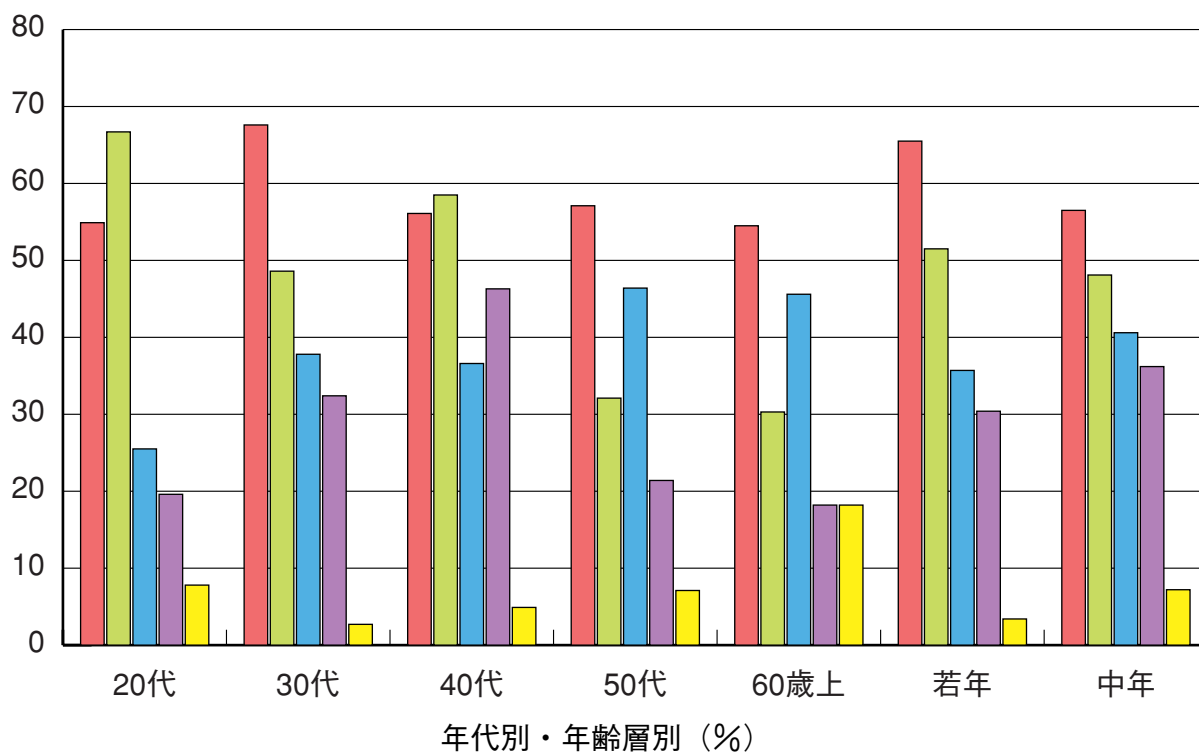
Q 3. お宅では、食材宅配メニューを選ぶときの基準はなんですか？（複数回答可）

- ①好きな料理 ②価格 ④栄養バランス ⑤調理時間 ⑥特になし

選択基準は、「好きな料理」が62.4%、「価格」が46.3%、「栄養バランス」37.6%である。若年層は「価格」を第一に挙げている。

Q3. 食材宅配メニューの選択基準

■好きな料理 ■価格 ■栄養バランス ■調理時間 ■特になし



Q3. 食材宅配メニューの選択基準

(%)

		全 体	好 き な 料 理	価 格	栄 養 バ ラ ン ス	調 理 時 間	特 に な し
全 体		832	62.4 (32.0)	46.3 (28.5)	37.6 (23.2)	18.6 (14.8)	5.6 (1.5)
年代別	20 代	51	54.9	66.7	25.5	19.6	7.8
	30 代	271	67.6	48.6	37.8	32.4	2.7
	40 代	208	56.1	58.5	36.6	46.3	4.9
	50 代	137	57.1	32.1	46.4	21.4	7.1
	60歳上	165	54.5	30.3	45.6	18.2	18.2
年齢層別	若 年	322	65.5	51.5	35.7	30.4	3.4
	中 年	345	56.5	48.1	40.6	36.2	7.2

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

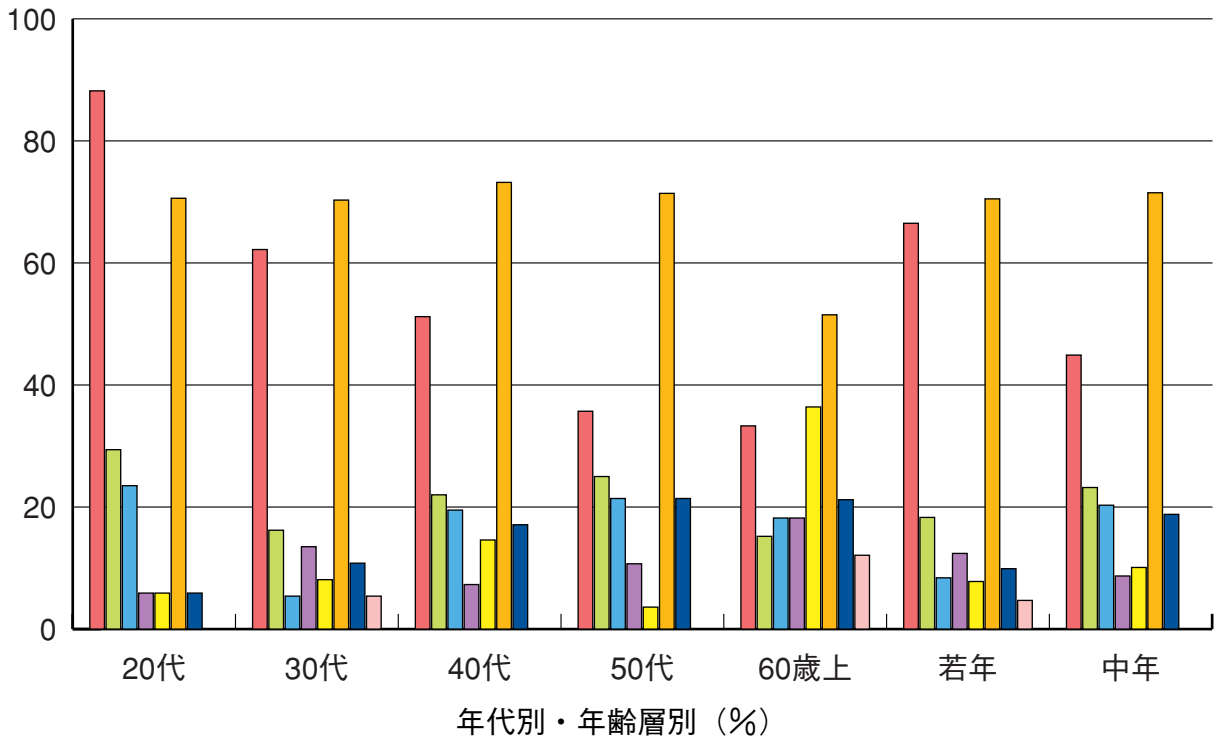
Q 4-1. 食材のうち食肉に対して関心の高いものはなんですか？(複数回答可)
 <牛 肉>

- ①価格 ②肉の部位 ③脂身の多少 ④赤身の多少 ⑤銘柄 ⑥国産か輸入品か
 ⑦安全性 ⑧その他 ()

「国産か輸入品か」が高率を占め、前年にくらべて「価格」も上昇している。
 若年層は「国産か輸入品か」に加え、「価格」も高率で、とくに20代は関心の
 トップに挙げる。

Q4-1. 牛肉の関心が高いもの

■価格 ■肉の部位 ■脂身の多少 ■赤身の多少 ■銘柄
 ■国産か輸入品か ■安全性 ■その他



Q4-1. 牛肉の関心が高いもの

(%)

		全 体	価 格	肉 の 部 位	脂 身 の 多 少	赤 身 の 多 少	銘 柄	国 産 か 輸 入 品 か	安 全 性	そ の 他
全 体		832	40.1 (17.5)	24.6 (7.7)	19.4 (8.2)	11.6 (3.5)	13.4 (3.0)	75.2 (26.5)	19.7 (32.8)	2.4 (0.8)
年代別	20 代	51	88.2	29.4	23.5	5.9	5.9	70.6	5.9	—
	30 代	271	62.2	16.2	5.4	13.5	8.1	70.3	10.8	5.4
	40 代	208	51.2	22.0	19.5	7.3	14.6	73.2	17.1	—
	50 代	137	35.7	25.0	21.4	10.7	3.6	71.4	21.4	—
	60歳上	165	33.3	15.2	18.2	18.2	36.4	51.5	21.2	12.1
年齢層別	若 年	322	66.5	18.3	8.4	12.4	7.8	70.5	9.9	4.7
	中 年	345	44.9	23.2	20.3	8.7	10.1	71.5	18.8	—

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。() 内は前年値。

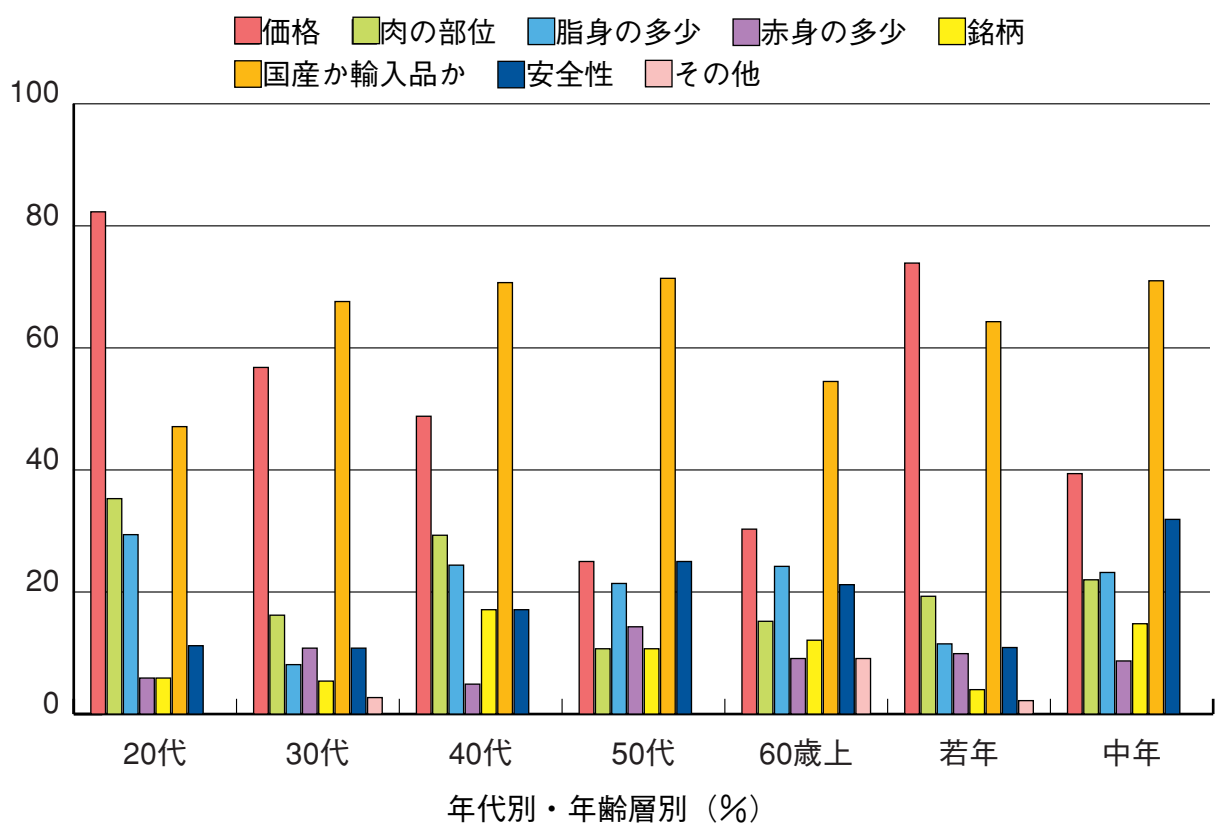
Q 4-2. 食材のうち食肉に対して関心の高いものはなんですか？(複数回答可)

〈豚 肉〉

- ①価格 ②肉の部位 ③脂身の多少 ④赤身の多少 ⑤銘柄 ⑥国産か輸入品か
⑦安全性 ⑧その他 ()

牛肉と同様の傾向。「国産か輸入品か」が高率で、中年層は「安全性」にも気を配る。

Q4-2. 豚肉の関心が高いもの



Q4-2. 豚肉の関心が高いもの

(%)

		全 体	価 格	肉 の 部 位	脂 身 の 多 少	赤 身 の 多 少	銘 柄	国 産 か 輸 入 品 か	安 全 性	そ の 他
全 体		832	43.1 (15.7)	28.6 (10.4)	25.1 (10.3)	10.4 (4.0)	20.1 (3.1)	81.4 (26.5)	18.3 (29.4)	1.6 (0.6)
年代別	20 代	51	82.3	35.3	29.4	5.9	5.9	47.1	11.2	—
	30 代	271	56.8	16.2	8.1	10.8	5.4	67.6	10.8	2.7
	40 代	208	48.8	29.3	24.4	4.9	17.1	70.7	17.1	—
	50 代	137	25.0	10.7	21.4	14.3	10.7	71.4	25.0	—
	60歳上	165	30.3	15.2	24.2	9.1	12.1	54.5	21.2	9.1
年齢層別	若 年	322	73.9	19.3	11.5	9.9	4.0	64.3	10.9	2.2
	中 年	345	39.4	22.0	23.2	8.7	14.8	71.0	31.9	—

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q 4-3. 食材のうち食肉に対して関心の高いものはなんですか？(複数回答可)

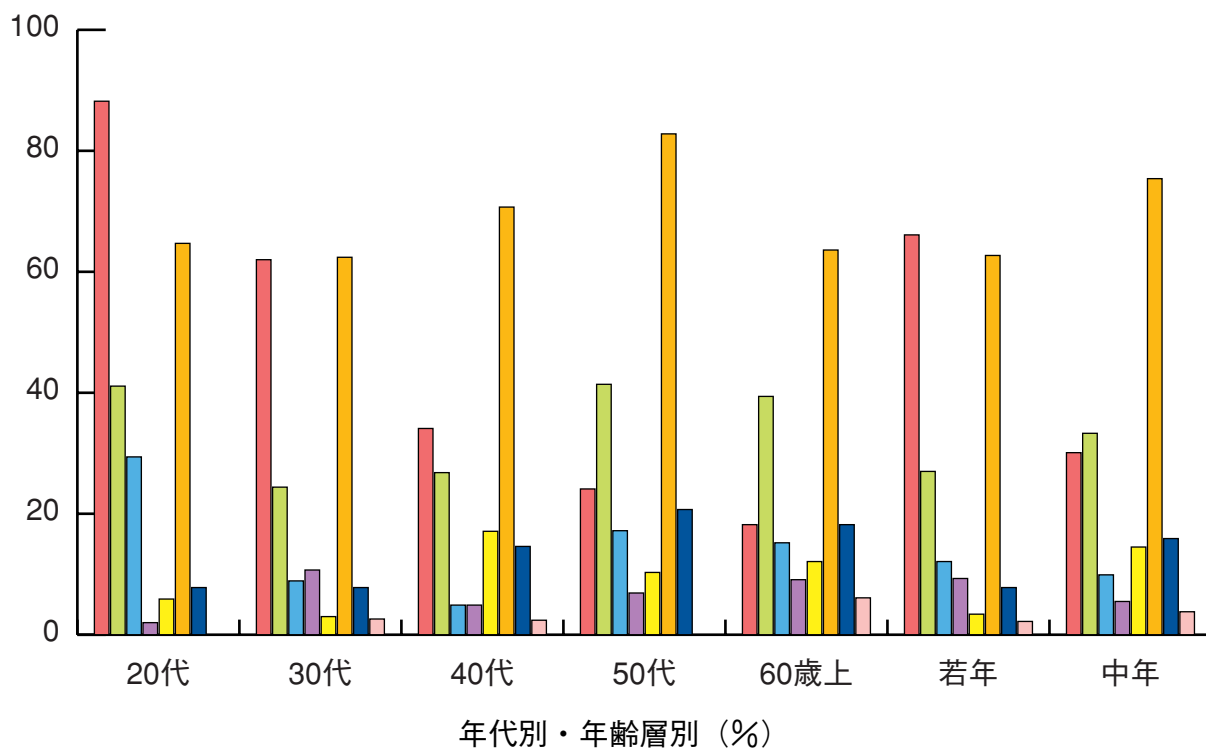
〈鶏 肉〉

- ①価格 ②肉の部位 ③脂身の多少 ④赤身の多少 ⑤銘柄 ⑥国産か輸入品か
⑦安全性 ⑧その他 ()

牛肉・豚肉同様、「国産か輸入品か」、「価格」が上位、「肉の部位」が全体で高いのが鶏肉ならでは。若年層は「国産か輸入品か」、「価格」が拮抗する。

Q4-3. 鶏肉の関心が高いもの

- 価格 ■肉の部位 ■脂身の多少 ■赤身の多少 ■銘柄
■国産か輸入品か ■安全性 ■その他



Q4-3. 鶏肉の関心が高いもの

(%)

		全 体	価 格	肉 の 部 位	脂 身 の 多 少	赤 身 の 多 少	銘 柄	国 産 か 輸 入 品 か	安 全 性	そ の 他
全 体		832	41.7 (14.7)	32.1 (13.9)	11.8 (6.0)	7.7 (1.8)	9.7 (3.7)	68.1 (27.2)	13.2 (32.2)	3.6 (0.5)
年代別	20 代	51	88.2	41.1	29.4	2.0	5.9	64.7	7.8	—
	30 代	271	62.0	24.4	8.9	10.7	3.0	62.4	7.8	2.6
	40 代	208	34.1	26.8	4.9	4.9	17.1	70.7	14.6	2.4
	50 代	137	24.1	41.4	17.2	6.9	10.3	82.8	20.7	—
	60歳上	165	18.2	39.4	15.2	9.1	12.1	63.6	18.2	6.1
年齢層別	若 年	322	66.1	27.0	12.1	9.3	3.4	62.7	7.8	2.2
	中 年	345	30.1	33.3	9.9	5.5	14.5	75.4	15.9	3.8

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

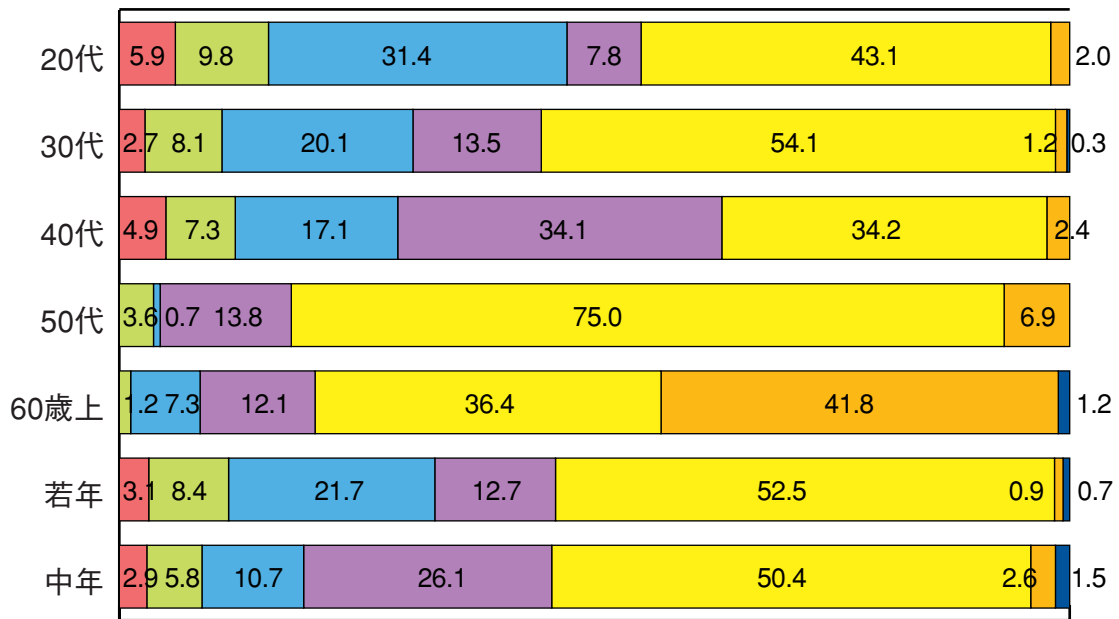
Q 5. あなたはスーパー等で販売されているパッケージされた即席ハンバーグ、ミートボールを利用することがありますか？

- ①週 2～3回以上利用する ②週に1回程度利用する ③月2～3回利用する
 ④月1回程度利用する ⑤ほとんど利用しない ⑥利用したことがない

利用状況は、前年同様「ほとんど利用しない」が半数、「月1回程利用する」18.1%、「月2～3回」14.3%である。若年層の利用頻度が高く、全体的には加齢と共に敬遠傾向。

Q5. 即席ハンバーグ、ミートボールの利用状況

■週2～3回以上利用する ■週に1回程度利用する ■月2～3回利用する
 ■月1回程度利用する ■ほとんど利用しない ■利用したことがない
 ■無回答



年代別・年齢層別 (%)

Q5. 即席ハンバーグ、ミートボールの利用状況

(%)

		全 体	週 2 ― 3 以上 利用 する	週 に 1 回 程 度 利 用 す る	月 2 ― 3 回 利 用 す る	月 1 回 程 度 利 用 す る	ほ と ん ど 利 用 し な い	利 用 し た こ と が な い	無 回 答
全 体		832	2.4 (1.3)	5.9 (8.1)	14.3 (12.9)	18.1 (20.5)	48.4 (50.0)	9.7 (7.2)	1.2 (—)
年代別	20 代	51	5.9	9.8	31.4	7.8	43.1	—	2.0
	30 代	271	2.7	8.1	20.1	13.5	54.1	1.2	0.3
	40 代	208	4.9	7.3	17.1	34.1	34.2	—	2.4
	50 代	137	—	3.6	0.7	13.8	75.0	6.9	—
	60歳上	165	—	1.2	7.3	12.1	36.4	41.8	1.2
年齢層別	若 年	322	3.1	8.4	21.7	12.7	52.5	0.9	0.7
	中 年	345	2.9	5.8	10.7	26.1	50.4	2.6	1.5

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

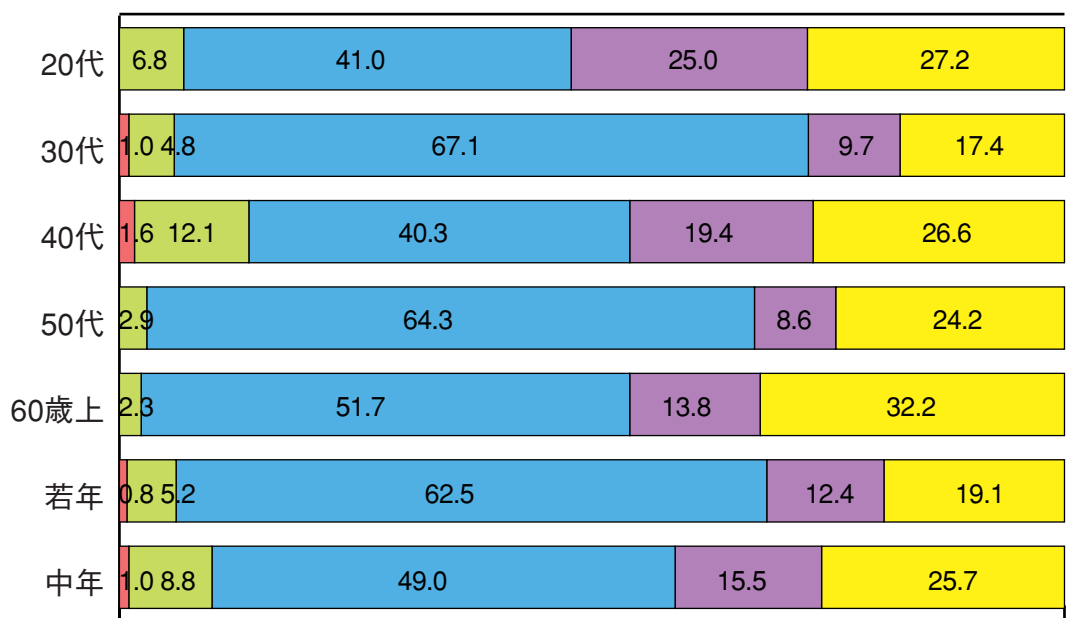
Q 6. ご利用されている方は、ここ1年ぐらい、市販のハンバーグやミートボールを
購入する回数は変わりましたか？

- ①増えた ②やや増えた ③変わらない ④やや減った ⑤減った

6割強の人が回答した。購入回数は、「変わらない」55.8%、「減った」23.7%、「やや減った」13.7%。「やや増えた」では40代が唯一、10%台と突出している。

Q 6. 即席ハンバーグ、ミートボールの購入回数

■増えた ■やや増えた ■変わらない ■やや減った ■減った



年代別・年齢層別 (%)

Q 6. 即席ハンバーグ、ミートボールの購入回数

(%)

		全 体	増 え た	や や 増 え た	変 わ ら な い	や や 減 っ た	減 っ た
全 体		532	0.8 (1.1)	6.0 (5.0)	55.8 (64.7)	13.7 (11.6)	23.7 (17.6)
年代別	20 代	44	—	6.8	41.0	25.0	27.2
	30 代	207	1.0	4.8	67.1	9.7	17.4
	40 代	124	1.6	12.1	40.3	19.4	26.6
	50 代	70	—	2.9	64.3	8.6	24.2
	60歳上	87	—	2.3	51.7	13.8	32.2
年齢層別	若 年	251	0.8	5.2	62.5	12.4	19.1
	中 年	194	1.0	8.8	49.0	15.5	25.7

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

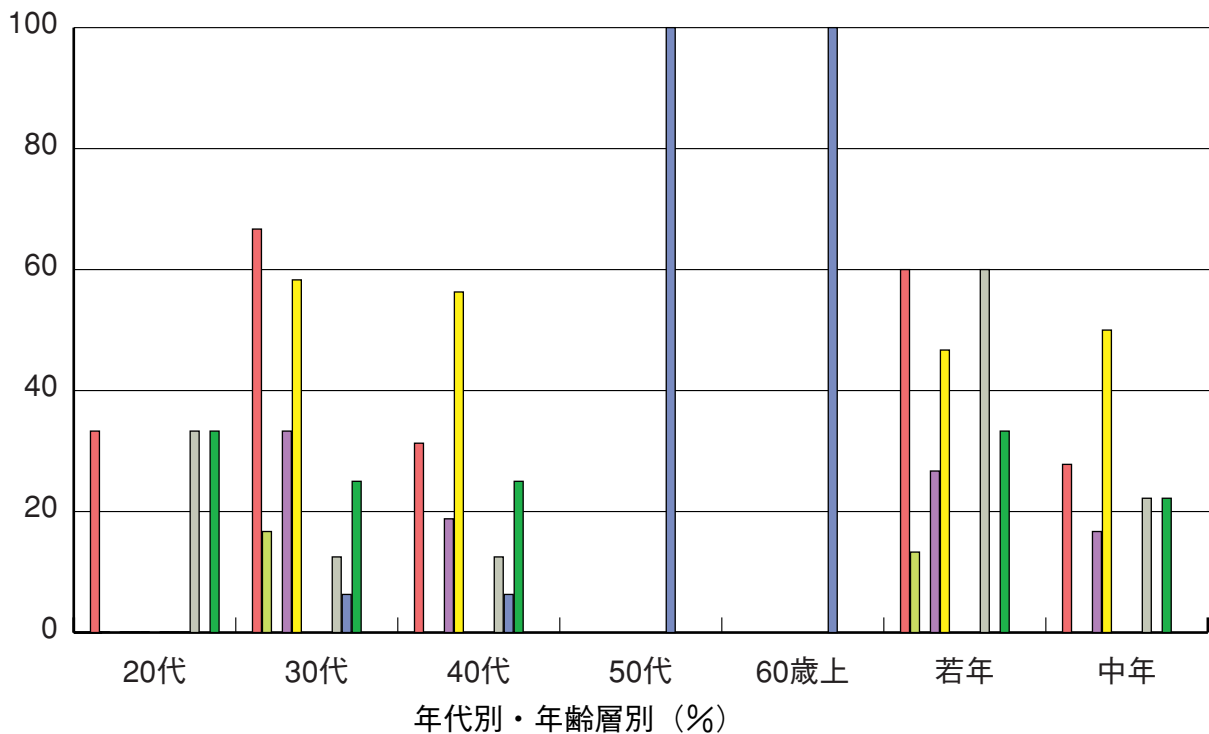
Q7-1. 増減の理由は何でしょうか？(複数回答可)

- ①料理時間の短縮 ②味 ③栄養成分 ④価格 ⑤保存性 ⑥量 ⑦安全性
 ⑧健康面 ⑨家族構成の変化 ⑩年齢的理由 ⑪その他 ()

増加の主な理由は、「保存性」45.7%、「料理時間の短縮」40.0%、「価格」20.0%、「家族構成の変化」17.1%、「その他」25.7%は弁当づくりが大半。これは若年層、とくに20代の人に著しい。

Q7-1. 増加の理由

- 料理時間の短縮 ■味 ■栄養成分 ■価格 ■保存性 ■量 ■安全性
 ■健康面 ■家族構成の変化 ■年齢的理由 ■その他



Q7-1. 増加の理由

(%)

		全体	料理時間の短縮	味	栄養分	価格	保存性	量	安全面	健康面	家族構成の変化	年齢的理由	その他
全体		35	40.0 (54.6)	7.0 (21.9)	— (3.1)	20.0 (12.5)	45.7 (25.0)	— (3.1)	— (9.4)	— (3.6)	17.1 (18.7)	2.9 (14.1)	25.7 (15.6)
年代別	20代	3	33.3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	66.7
	30代	12	66.7	16.7	—	33.3	58.3	—	—	—	12.5	6.3	25.0
	40代	16	31.3	—	—	18.8	56.3	—	—	—	12.5	6.3	25.0
	50代	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0	—
	60歳上	2	—	—	—	—	—	—	—	—	—	100.0	—
年齢層別	若年	15	60.0	13.3	—	26.7	46.7	—	—	—	60.0	—	33.3
	中年	18	27.8	—	—	16.7	50.0	—	—	—	22.2	—	22.2

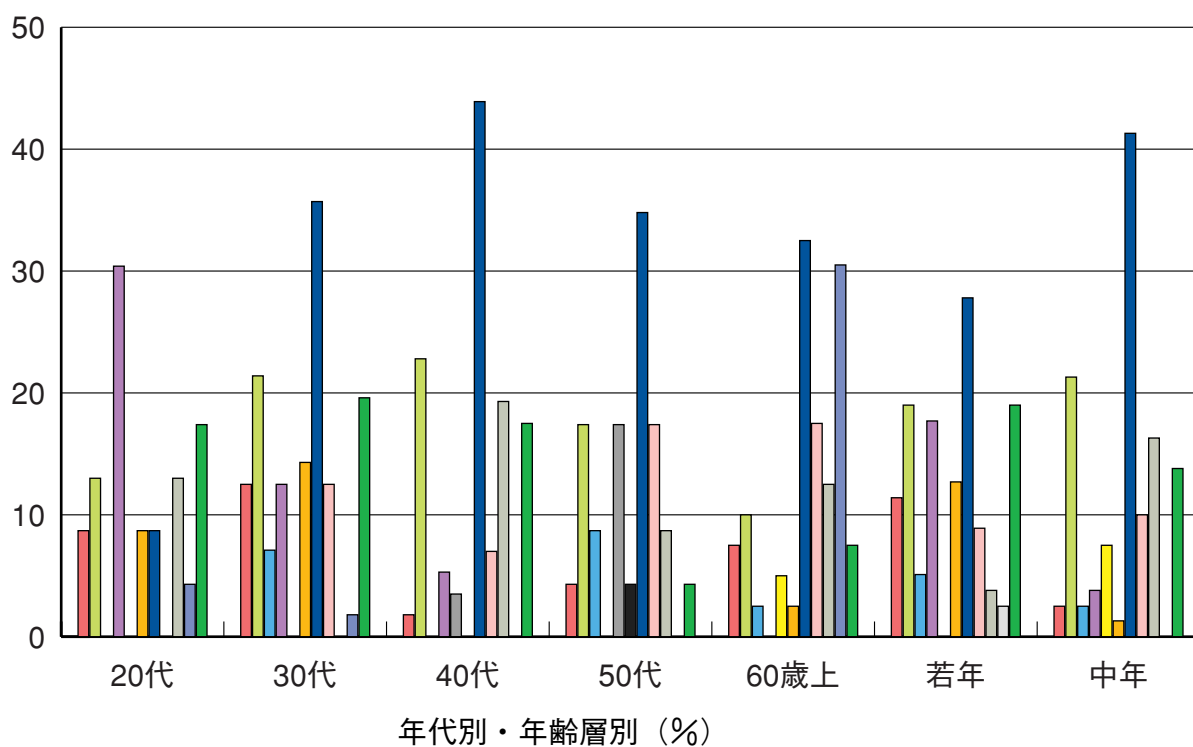
注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

減少の主な理由は、「安全性」34.2%、「味」18.1%、「健康面」11.1%、「家族構成の変化」10.6%が上位。

中年・若年層が安全性をトップに挙げるが、若年とくに20代の「価格」重視が目につく。

Q7-2. 減少の理由

■料理時間の短縮 ■味 ■栄養成分 ■価格 ■保存性 ■量 ■安全性
■健康面 ■家族構成の変化 ■年齢的理由 ■その他



Q7-2. 減少の理由

(%)

		全体	料理時間の短縮	味	栄養分	価格	保存性	量	安全面	健康面	家族構成の変化	年齢的理由	その他
全体		199	7.0 (9.7)	18.1 (21.7)	3.5 (5.3)	8.5 (6.3)	4.0 (7.7)	6.0 (2.0)	34.2 (40.3)	11.1 (20.3)	10.6 (15.7)	7.1 (20.0)	14.6 (13.0)
年代別	20代	23	8.7	13.0	—	30.4	—	8.7	8.7	—	13.0	4.3	17.4
	30代	56	12.5	21.4	7.1	12.5	—	14.3	35.7	12.5	—	1.8	19.6
	40代	57	1.8	22.8	—	5.3	3.5	—	43.9	7.0	19.3	—	17.5
	50代	23	4.3	17.4	8.7	—	17.4	4.3	34.8	17.4	8.7	—	4.3
	60歳上	40	7.5	10.0	2.5	—	5.0	2.5	32.5	17.5	12.5	30.5	7.5
年齢層別	若年	79	11.4	19.0	5.1	17.7	—	12.7	27.8	8.9	3.8	2.5	19.0
	中年	80	2.5	21.3	2.5	3.8	7.5	1.3	41.3	10.0	16.3	—	13.8

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

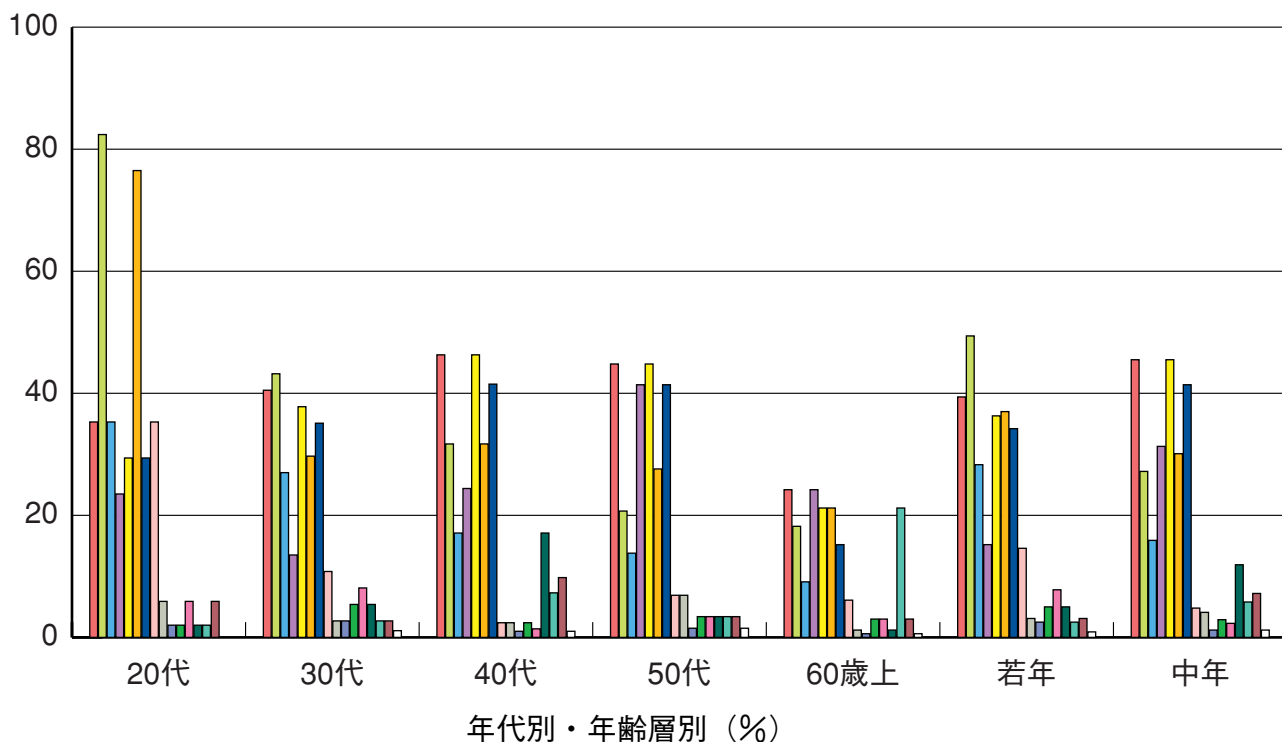
Q8. 市販のハンバーグ、ミートボールを購入する場合に注意するのはなんでしょう
か？（複数回答可）

- ①製造者名（ブランド名、ネーミングなど）
- ②価格
- ③内容量(何人分)
- ④原材料
- ⑤原産国、産地
- ⑥賞味期限
- ⑦添加物の有無・種類
- ⑧調理方法
- ⑨エネルギー表示
- ⑩たんぱく質表示
- ⑪脂質表示
- ⑫塩分表示
- ⑬アレルギー表示
- ⑭JAS マークの有無
- ⑮パッケージ（デザイン、包装形態など）
- ⑯その他（ ）

注意事項は、「製造業者名」38.9%、「原産国・原産地」37.1%、「添加物の有無・種類」33.4%、「賞味期限」31.0%が上位5項目で30%台。

Q8. 即席ハンバーグ、ミートボールの購入時における注意事項

- 製造者名
- 価格
- 内容量
- 原材料
- 原産国、産地
- 賞味期限
- 添加物の有無・種類
- 調理方法
- エネルギー表示
- たんぱく質表示
- 脂質表示
- 塩分表示
- アレルギー表示
- JAS マークの有無
- パッケージ
- その他



Q8. 即席ハンバーグ、ミートボールの購入時における注意事項

(%)

		全体	製造者名	価格	内容量	原材料	原産国・産地	賞味期限	添加物の有無・種類	調理方法	エネルギー表示	たんぱく質表示	脂質表示	塩分表示	アレルギー表示	JASマークの有無	パッケージ	その他
全体		832	38.9 (12.8)	34.0 (11.4)	19.4 (6.9)	23.7 (12.1)	37.1 (13.5)	31.0 (14.3)	33.4 (12.9)	8.5 (3.9)	3.1 (1.2)	1.6 (0.4)	3.7 (1.1)	4.6 (1.6)	7.1 (1.1)	7.6 (5.3)	4.8 (0.8)	1.0 (0.7)
年代別	20代	51	35.3	82.4	35.3	23.5	29.4	76.5	29.4	35.3	5.9	2.0	2.0	5.9	2.0	2.0	5.9	—
	30代	271	40.5	43.2	27.0	13.5	37.8	29.7	35.1	10.8	2.7	2.7	5.4	8.1	5.4	2.7	2.7	1.1
	40代	208	46.3	31.7	17.1	24.4	46.3	31.7	41.5	2.4	2.4	1.0	2.4	1.4	17.1	7.3	9.8	1.0
	50代	137	44.8	20.7	13.8	41.4	44.8	27.6	41.4	6.9	6.9	1.5	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	1.5
	60歳上	165	24.2	18.2	9.1	24.2	21.2	21.2	15.2	6.1	1.2	0.6	3.0	3.0	1.2	21.2	3.0	0.6
年齢層別	若年	322	39.4	49.4	28.3	15.2	36.3	37.0	34.2	14.6	3.1	2.5	5.0	7.8	5.0	2.5	3.1	0.9
	中年	345	45.5	27.2	15.9	31.3	45.5	30.1	41.4	4.8	4.1	1.2	2.9	2.3	11.9	5.8	7.2	1.2

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

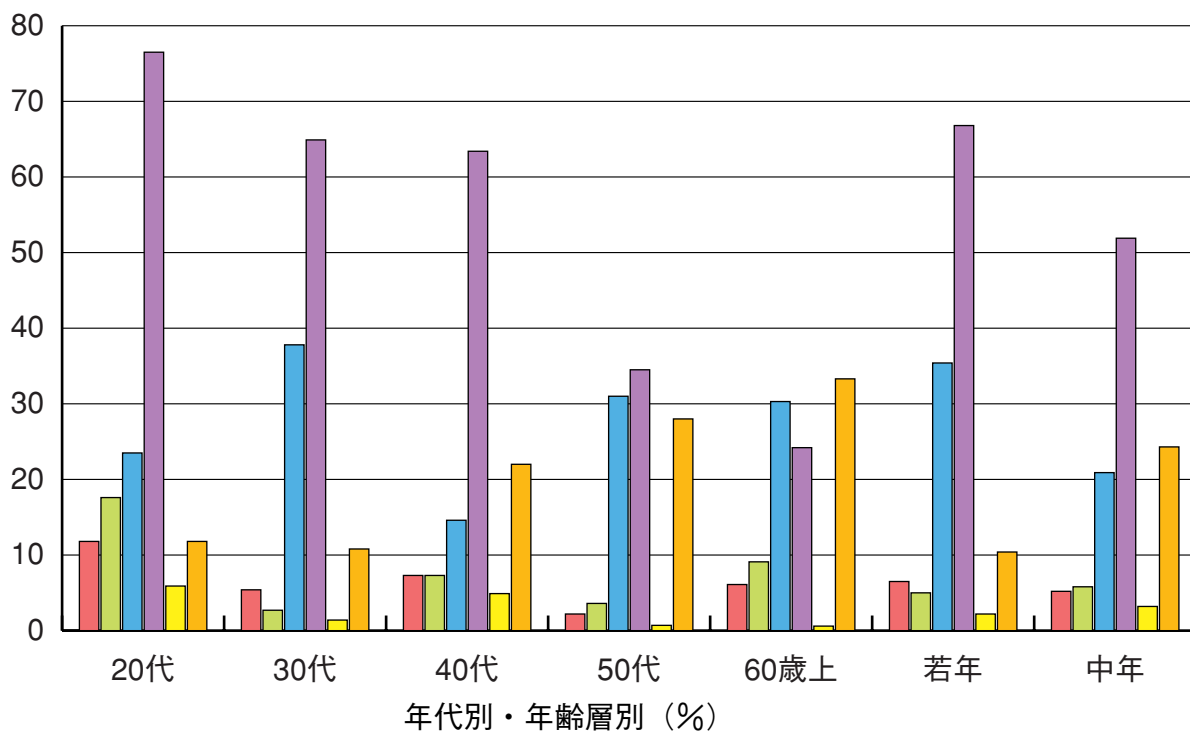
Q9. 市販のハンバーグ、ミートボールを利用する場合、主にどの食事に利用しますか？

- ①朝食 ②昼食 ③夕食 ④弁当 ⑤間食、夜食 ⑥決まっていない

食事への利用状況は、「弁当」が52.2%、「夕食」28.4%、「決まっていない」20.9%、「昼食」、「朝食」はそれぞれ6.1%、5.9%である。20代、30代、40代は「弁当」が中心になっている。

Q9. 市販ハンバーグ、ミートボール食事の利用状況

■朝食 ■昼食 ■夕食 ■弁当 ■間食、夜食 ■決まっていない



Q9. 市販ハンバーグ、ミートボールの食事への利用状況

(%)

		全 体	朝 食	昼 食	夕 食	弁 当	間 食・ 夜食	決 ま っ て い な い
全 体		832	5.9 (8.9)	6.1 (8.4)	28.4 (18.3)	52.2 (50.9)	2.3 (0.8)	20.9 (12.7)
年代別	20 代	51	11.8	17.6	23.5	76.5	5.9	11.8
	30 代	271	5.4	2.7	37.8	64.9	1.4	10.8
	40 代	208	7.3	7.3	14.6	63.4	4.9	22.0
	50 代	137	2.2	3.6	31.0	34.5	0.7	28.0
	60歳上	165	6.1	9.1	30.3	24.2	0.6	33.3
年齢層別	若 年	322	6.5	5.0	35.4	66.8	2.2	10.4
	中 年	345	5.2	5.8	20.9	51.9	3.2	24.3

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q10-1. 即席ハンバーグ、ミートボールについての感想をお聞かせください。

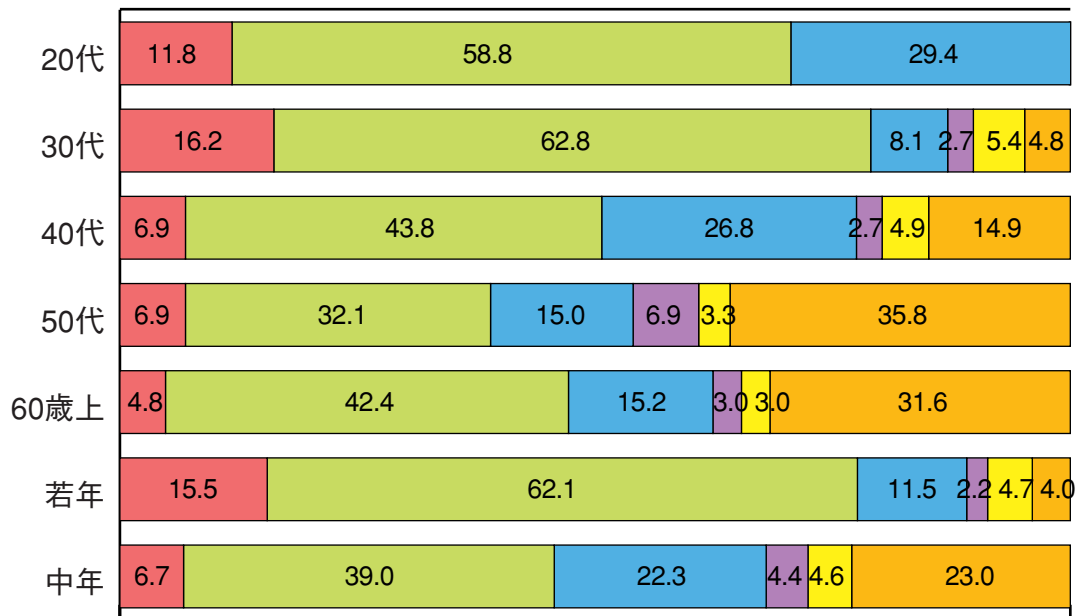
<味について>

- ①満足している ②ほぼ満足している ③やや不満である ④不満である
⑤注文することは ()

味の感想は、「満足している」と「ほぼ満足している」は58.4%、「やや不満」と「不満」は19.9%。若年層は62%が満足。一方、「味が濃い」など注文も目に付く。

Q10-1. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想<味>について

- 満足している ■ほぼ満足している ■やや不満である
■不満である ■注文することは ■無回答



年代別・年齢層別 (%)

Q10-1. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想<味>について

(%)

		全 体	満 足 し て い る	ほ ぼ 満 足 し て い る	や や 不 満 で あ る	不 満 で あ る	注 文 す る こ と は	無 回 答
全 体		832	9.7 (11.1)	48.7 (57.8)	16.7 (17.9)	3.2 (6.7)	4.3 (6.7)	17.4 (—)
年代別	20 代	51	11.8	58.8	29.4	—	—	—
	30 代	271	16.2	62.8	8.1	2.7	5.4	4.8
	40 代	208	6.9	43.8	26.8	2.7	4.9	14.9
	50 代	137	6.9	32.1	15.0	6.9	3.3	35.8
	60歳上	165	4.8	42.4	15.2	3.0	3.0	31.6
年齢層別	若年	322	15.5	62.1	11.5	2.2	4.7	4.0
	中年	345	6.7	39.0	22.3	4.4	4.6	23.0

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q10-2. 即席ハンバーグ、ミートボールについての感想をお聞かせください。

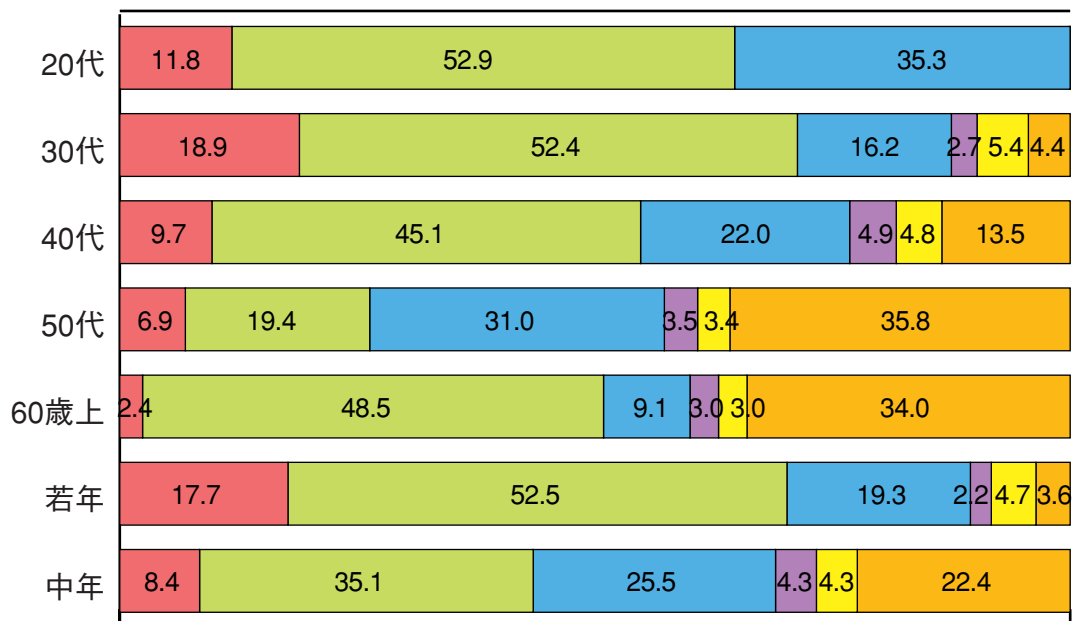
<種類について>

- ①満足している ②ほぼ満足している ③やや不満である ④不満である
⑤注文することは（ ）

種類の感想は、「満足している」と「ほぼ満足している」合わせて55.3%、「やや不満」と「不満」は23.0%である。若年層の満足度が比較的高いが、中高年層は無回答の比率も高い。

Q10-2. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想<種類>について

■満足している ■ほぼ満足している ■やや不満である
■不満である ■注文することは ■無回答



年代別・年齢層別 (%)

Q10-2. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想<種類>について

(%)

		全 体	満 足 し て い る	ほ ぼ 満 足 し て い る	や や 不 満 で あ る	不 満 で あ る	注 文 す る こ と は	無 回 答
全 体		832	10.8 (12.6)	44.5 (64.1)	19.8 (16.9)	3.2 (3.2)	4.2 (3.2)	17.5 (—)
年代別	20 代	51	11.8	52.9	35.3	—	—	—
	30 代	271	18.9	52.4	16.2	2.7	5.4	4.4
	40 代	208	9.7	45.1	22.0	4.9	4.8	13.5
	50 代	137	6.9	19.4	31.0	3.5	3.4	35.8
	60歳上	165	2.4	48.5	9.1	3.0	3.0	34.0
年齢層別	若 年	322	17.7	52.5	19.3	2.2	4.7	3.6
	中 年	345	8.4	35.1	25.5	4.3	4.3	22.4

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q10-3. 即席ハンバーグ、ミートボールについての感想をお聞かせください。

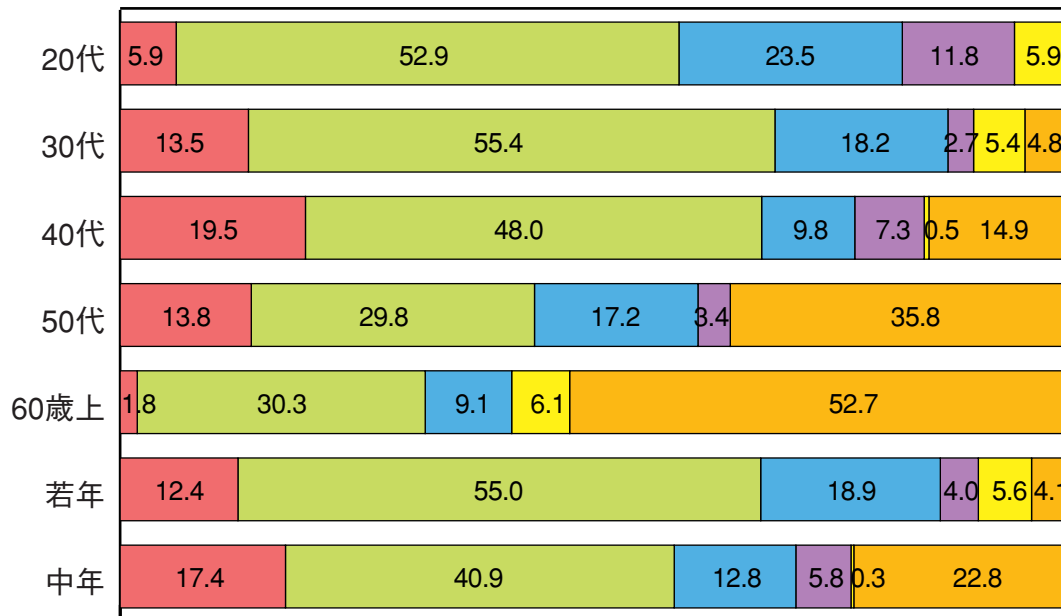
<価格について>

- ①満足している ②ほぼ満足している ③やや不満である ④不満である
 ⑤注文することは（ ）

価格の感想は、「満足している」と「ほぼ満足している」で合わせては56.6%に達し、「やや不満」と「不満」は18.4%である。

Q10-3. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想<価格>について

■満足している ■ほぼ満足している ■やや不満である
 ■不満である ■注文することは ■無回答



年代別・年齢層別 (%)

Q10-3. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想<価格>について

(%)

		全 体	満 足 し て い る	ほ ぼ 満 足 し て い る	や や 不 満 で あ る	不 満 で あ る	注 文 す る こ と は	無 回 答
全 体		832	12.4 (12.7)	44.2 (69.9)	14.4 (13.5)	4.0 (2.3)	3.5 (1.6)	21.5 (—)
年代別	20 代	51	5.9	52.9	23.5	11.8	5.9	—
	30 代	271	13.5	55.4	18.2	2.7	5.4	4.8
	40 代	208	19.5	48.0	9.8	7.3	0.5	14.9
	50 代	137	13.8	29.8	17.2	3.4	—	35.8
	60歳上	165	1.8	30.3	9.1	—	6.1	52.7
年齢層別	若 年	322	12.4	55.0	18.9	4.0	5.6	4.1
	中 年	345	17.4	40.9	12.8	5.8	0.3	22.8

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

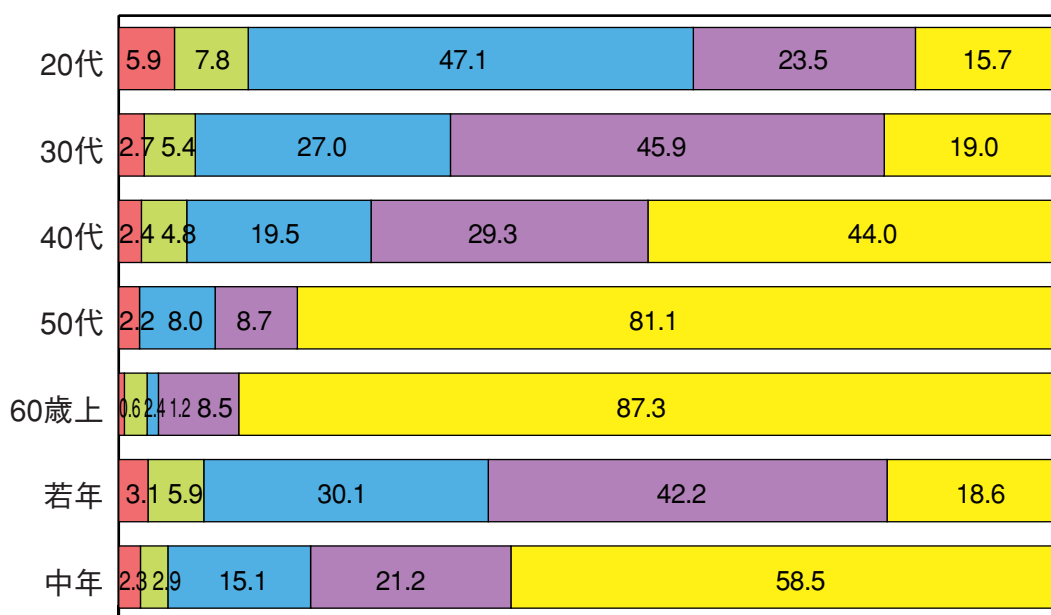
Q11. つぎにハンバーガーショップのハンバーガーについてお聞きします。
 あなたはここ1年間に、ハンバーガーを食べにハンバーガーショップに、どの位
 きましたか？

- ①週1回以上 ②週1回程度 ③月2～3回 ④月1回程度 ⑤それ以下

利用頻度は、「月1回程度」が26.8%、「月2～3回」18.1%、「それ以下」
 48.8%である。前年に比べ、「月1回」が若干下げ、「週1回」が1ポイント上げ
 ている。利用頻度は、加齢と共に減少傾向にあるのは変わらない。

Q11. ハンバーガーショップの利用頻度

■週1回以上 ■週1回程度 ■月2～3回 ■月1回程度 ■それ以下



年代別・年齢層別 (%)

Q11. ハンバーガーショップの利用頻度

(%)

		全 体	週 1 回 以 上	週 1 回 程 度	月 2 3 回	月 1 回 程 度	そ れ 以 下
全 体		832	2.3 (0.7)	4.0 (3.0)	18.1 (17.9)	26.8 (30.6)	48.8 (47.8)
年代別	20 代	51	5.9	7.8	47.1	23.5	15.7
	30 代	271	2.7	5.4	27.0	45.9	19.0
	40 代	208	2.4	4.8	19.5	29.3	44.0
	50 代	137	2.2	—	8.0	8.7	81.1
	60歳上	165	0.6	2.4	1.2	8.5	87.3
年齢層別	若 年	322	3.1	5.9	30.1	42.2	18.6
	中 年	345	2.3	2.9	15.1	21.2	58.6

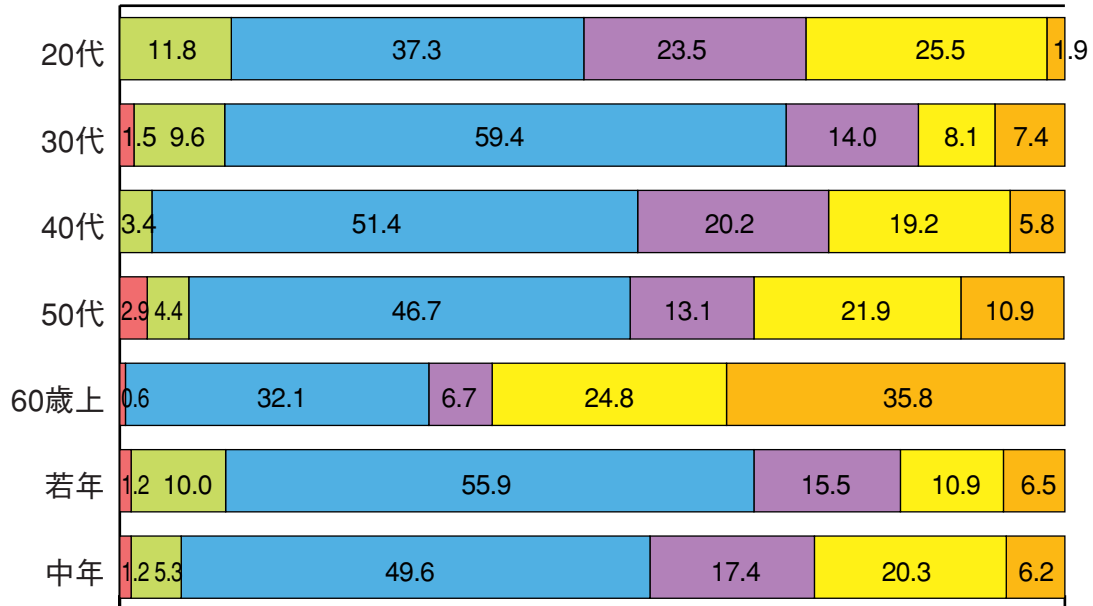
注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q12. ここ1年間に、あなたのハンバーガーを食べる回数は変わりましたか？
 ①増えた ②やや増えた ③変わらない ④やや減った ⑤減った

「変わらない」48.6%、「増えた」と「やや増えた」が合わせて65.0%、「やや減った」と「減った」が合わせて32.0%である。若年層と中・高年層の対比が著しく、増加、減少とも倍位の開きがある。

Q12. ハンバーガーを食べる回数

■増えた ■やや増えた ■変わらない ■やや減った ■減った
 ■無回答



年代別・年齢層別 (%)

Q12. ハンバーガーを食べる回数

(%)

		全 体	増 え た	や や 増 え た	変 わ ら な い	や や 減 つ た	減 つ た	無 回 答
全 体		832	1.1	5.4	48.6	14.5	17.5	12.9
			(1.1)	(8.7)	(58.6)	(12.5)	(19.1)	(—)
年代別	20 代	51	—	11.8	37.3	23.5	25.5	1.9
	30 代	271	1.5	9.6	59.4	14.0	8.1	7.4
	40 代	208	—	3.4	51.4	20.2	19.2	5.8
	50 代	137	2.9	4.4	46.7	13.1	21.9	10.9
	60歳上	165	0.6	—	32.1	6.7	24.8	35.8
年齢層別	若 年	322	1.2	10.0	55.9	15.5	10.9	6.5
	中 年	345	1.2	5.3	49.6	17.4	20.3	6.2

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

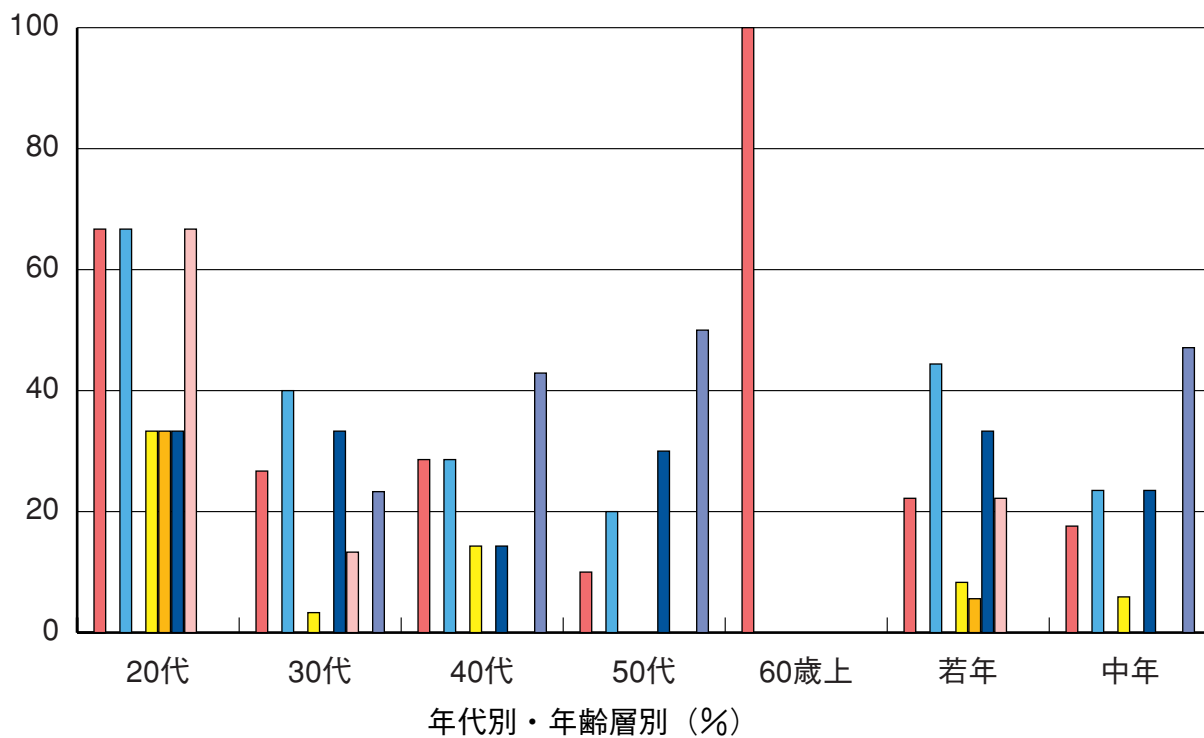
Q13-1. 増減の理由は何でしょうか？（複数回答可）

- ①味 ②栄養成分 ③価格 ④品質 ⑤安全性 ⑥健康面 ⑦家族構成の変化
 ⑧年齢的理由 ⑨肉食の減少 ⑩その他（ ）

回数の増加の理由は、「価格」37.0%、「味」、「家族構成の変化」がともに29.6%、「年齢的理由」は14.8%。「その他」では手軽さ、立地上の変化が挙げられている。

Q13-1. 増加の理由

- 味 ■栄養成分 ■価格 ■品質 ■安全性 ■健康面
 ■家族構成の変化 ■年齢的理由 ■肉食の減少 ■その他



Q13-1. 増加の理由

(%)

		全 体	味	栄 養 分	価 格	品 質	安 全 性	健 康 面	家 族 構 成 の 変 化	年 齢 的 理 由	肉 食 の 減 少	そ の 他
全 体		54	29.6 (10.9)	— (5.7)	37.0 (27.9)	— (4.9)	0.7 (7.4)	0.4 (12.3)	29.6 (27.6)	14.8 (7.4)	— —	27.8 (16.4)
年代別	20 代	6	66.7	—	66.7	—	33.3	33.3	33.3	66.7	—	—
	30 代	30	26.7	—	40.0	—	3.3	—	33.3	13.3	—	23.3
	40 代	7	28.6	—	28.6	—	14.3	—	14.3	—	—	42.9
	50 代	10	10.0	—	20.0	—	—	—	30.0	—	—	50.0
	60歳上	1	100.0			—						
年齢層別	若 年	36	22.2	—	44.4	—	8.3	5.6	33.3	22.2	—	—
	中 年	17	17.6	—	23.5	—	5.9	—	23.5	—	—	47.1

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

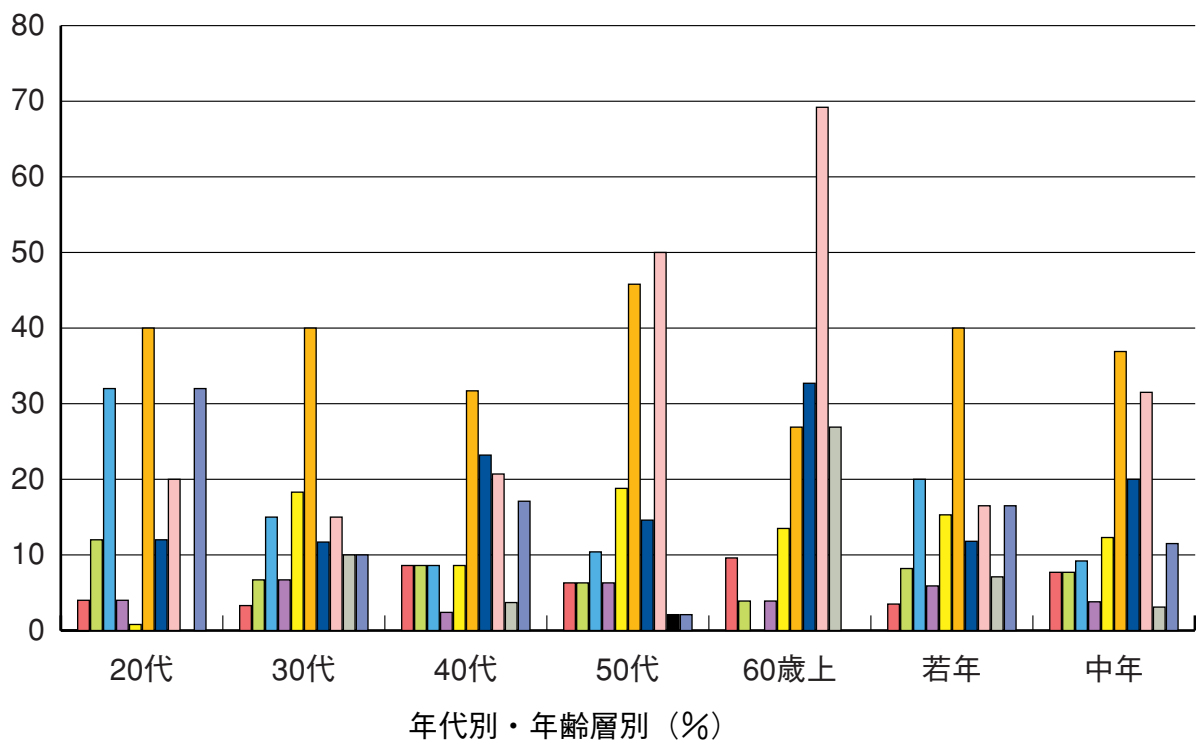
Q13-2. 増減の理由は何でしょうか？（複数回答可）

- ①味 ②栄養成分 ③価格 ④品質 ⑤安全性 ⑥健康面 ⑦家族構成の変化
 ⑧年齢的理由 ⑨肉食の減少 ⑩その他（ ）

減少の理由は、「健康面」36.0%、「年齢的理由」34.1%が突出している。
 「その他」には、全体的に外食機会の減少が挙げられている。ここでも若年層の価格志向は強い。

Q13-2. 減少の理由

- 味 ■栄養成分 ■価格 ■品質 ■安全性 ■健康面
 ■家族構成の変化 ■年齢的理由 ■肉食の減少 ■その他



Q13-2. 減少の理由

(%)

		全 体	味	栄 養 分	価 格	品 質	安 全 性	健 康 面	家 族 構 成 の 変 化	年 齢 的 理 由	肉 食 の 減 少	そ の 他
全 体		267	6.7 (10.0)	6.7 (9.8)	10.9 (6.4)	4.1 (11.8)	13.5 (25.1)	36.0 (39.5)	19.9 (18.1)	34.1 (38.8)	9.0 (13.7)	10.9 (11.0)
年代別	20 代	25	4.0	12.0	32.0	4.0	0.8	40.0	12.0	20.0	—	32.0
	30 代	60	3.3	6.7	15.0	6.7	18.3	40.0	11.7	15.0	10.0	10.0
	40 代	82	8.6	8.6	8.6	2.4	8.6	31.7	23.2	20.7	3.7	17.1
	50 代	48	6.3	6.3	10.4	6.3	18.8	45.8	14.6	50.0	2.1	2.1
	60歳上	52	9.6	3.9	—	3.9	13.5	26.9	32.7	69.2	26.9	—
年齢層別	若 年	85	3.5	8.2	20.0	5.9	15.3	40.0	11.8	16.5	7.1	16.5
	中 年	130	7.7	7.7	9.2	3.8	12.3	36.9	20.0	31.5	3.1	11.5

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。（ ）内は前年値。

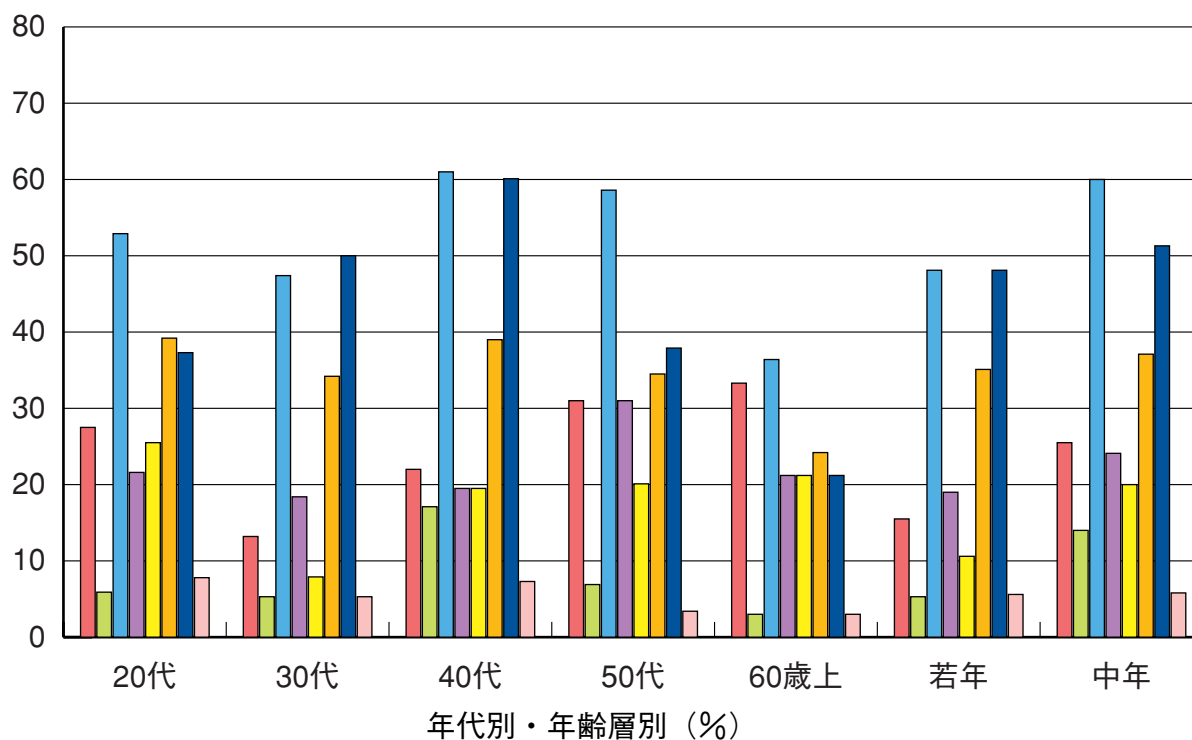
Q14. ハンバーガーの種類に関して望むものをお聞かせください。(複数回答可)

- ①ハンバーガーには含まれているパティの種類を多く(牛肉100%、牛と豚の合びき、豚肉100%、鶏肉100%、魚介類100%など)
- ②パティの量の種類を多く(多量から少量まで)
- ③野菜の量の多いもの
- ④塩分の少なめなもの
- ⑤脂質の少なめなもの
- ⑥カロリーの少なめなもの
- ⑦バンズ(丸パン)のおいしいもの
- ⑧その他()

要望は、「野菜の量の多いもの」50.7%、「バンズ(丸パン)のおいしいもの」44.1%、「カロリーの少なめなもの」33.8%が上位。「パティの種類を多く」23.2%、「塩分の少なめなもの」21.5%、「脂質の少なめなもの」は16.6%。

Q14. ハンバーガーの種類

- パティの種類を多く
- パティの量の種類を多く
- 野菜の量の多いもの
- 塩分の少なめなもの
- 脂質の少なめなもの
- カロリーの少なめなもの
- バンズのおいしいもの
- その他



Q14. 牛肉の関心が高いもの

(%)

		全 体	パ テ イ の 種 類 を 多 く	パ テ イ の 量 の 種 類 を 多 く	野 菜 の 量 の 多 い も の	塩 分 の 少 な め の も の	脂 質 の 少 な め の も の	カ ロ リ ー の 少 な め の も の	バ ン ズ の お い し い も の	そ の 他
全 体		832	23.2 (11.9)	8.1 (2.8)	50.7 (23.3)	21.5 (11.2)	16.6 (11.0)	33.8 (19.3)	44.1 (19.1)	5.2 (1.4)
年代別	20 代	51	27.5	5.9	52.9	21.6	25.5	39.2	37.3	7.8
	30 代	271	13.2	5.3	47.4	18.4	7.9	34.2	50.0	5.3
	40 代	208	22.0	17.1	61.0	19.5	19.5	39.0	60.1	7.3
	50 代	137	31.0	6.9	58.6	31.0	20.1	34.5	37.9	3.4
	60歳上	165	33.3	3.0	36.4	21.2	21.2	24.2	21.2	3.0
年齢層別	若 年	322	15.5	5.3	48.1	19.0	10.6	35.1	48.1	5.6
	中 年	345	25.5	14.0	60.0	24.1	20.0	37.1	51.3	5.8

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

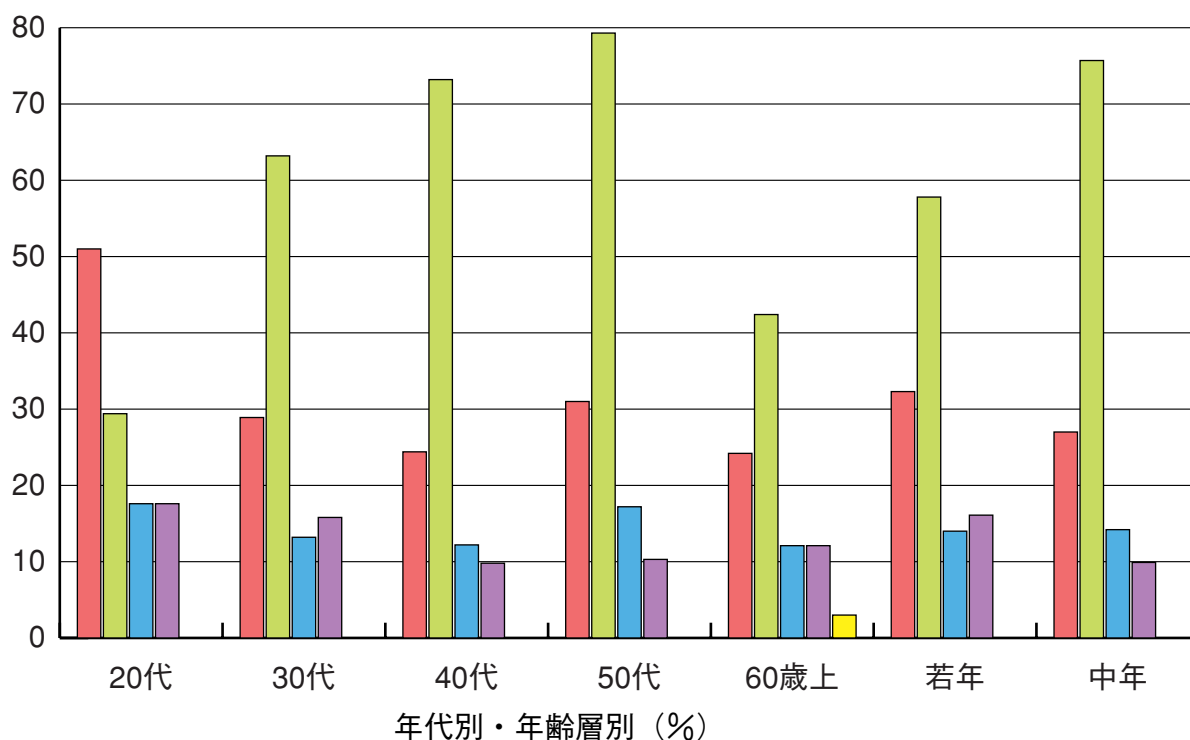
Q15. ハンバーガーショップでは、栄養成分やアレルギー物質、原料の原産地情報などをお知らせしています。どの情報に関心がありますか？（複数回答可）

- ①栄養成分 ②原料の原産地 ③アレルギー物質 ④どれも関心がない
⑤その他（ ）

知りたい情報は、「原料の原産地」62.1%、「栄養成分」28.5%、「アレルギー物質」13.7%。「どれも関心がない」11.5%である。中年層の原料の原産地への高い関心がうかがわれる。

Q15. ハンバーガーの知りたい情報

■栄養成分 ■原料の原産地 ■アレルギー物質
■どれも関心がない ■その他



Q15. ハンバーガーの知りたい情報

(%)

		全 体	栄 養 成 分	原 料 の 原 産 地	ア レ ル ギ ー 物 質	ど れ も 関 心 が な い	そ の 他
全 体		832	28.5 (28.6)	62.1 (47.1)	13.7 (10.7)	11.5 (0.2)	0.6 (3.4)
年代別	20 代	51	51.0	29.4	17.6	17.6	—
	30 代	271	28.9	63.2	13.2	15.8	—
	40 代	208	24.4	73.2	12.2	9.8	—
	50 代	137	31.0	79.3	17.2	10.3	—
	60歳上	165	24.2	42.4	12.1	12.1	3.0
年齢層別	若 年	322	32.3	57.8	14.0	16.1	—
	中 年	345	27.0	75.7	14.2	9.9	—

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q16. 国から認定された検査機関の検査で、決められた規格(原材料や成分など)に合格していることが確認された製品(ハンバーグ、ミートボール)には、品質保証JASマークがパッケージなどにつけられます。

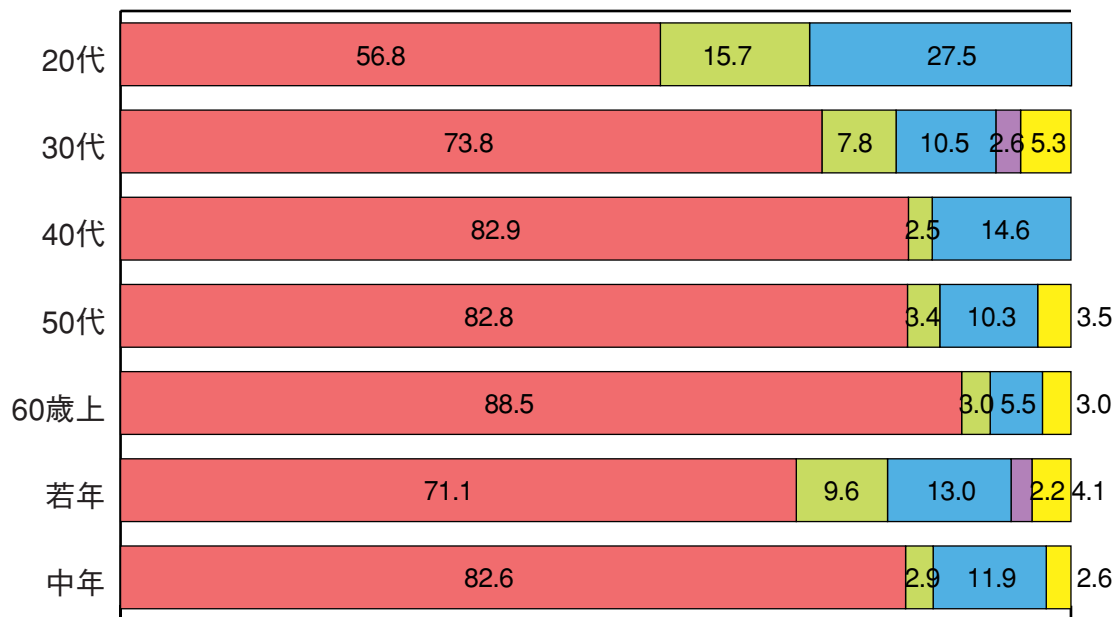
あなたは、JAS マークを知っていますか？

- ①知っている ②知らない ③見たことがある ④見たことがない ⑤関心がない
⑥その他 ()

JASマークの認知度は、「知っている」79.3%、「見たことがある」11.5%、「知らない」が5.5%である。加齢と共に「知っている」割合は高くなる。

Q16. JASマークの認知度

■知っている
 ■知らない
 ■見たことがある
 ■見たことがない
■関心がない
 ■その他



年代別・年齢層別 (%)

Q16. JASマークの認知度

(%)

		全 体	知 つ て る	知 ら な い	見 た こ と が あ る	見 た こ と が な い	関 心 が な い	そ の 他
全 体		832	79.3 (76.9)	5.5 (3.8)	11.5 (11.8)	0.8 (0.2)	2.9 (1.1)	— (1.0)
年代別	20 代	51	56.9	15.7	27.5	—	—	—
	30 代	271	73.7	7.8	10.5	2.6	5.3	—
	40 代	208	82.9	2.5	14.6	—	—	—
	50 代	137	82.8	3.4	10.3	—	3.5	—
	60歳上	165	88.5	3.0	5.5	—	3.0	—
年齢層別	若年	322	71.1	9.6	13.0	2.2	4.3	—
	中年	345	82.6	2.9	12.8	—	2.6	—

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

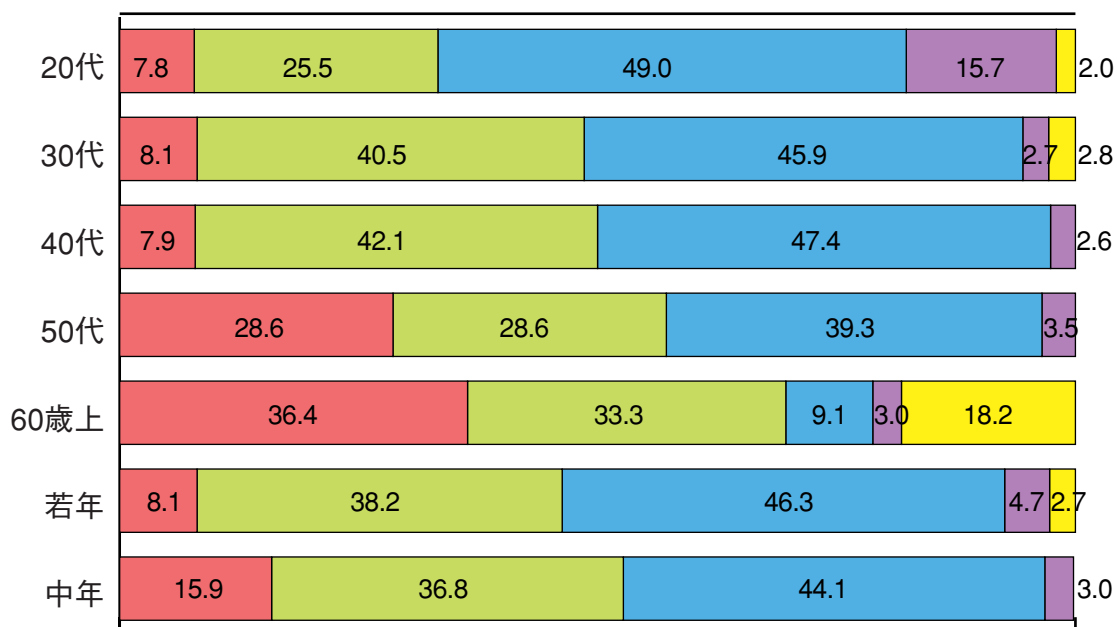
Q17. 買うときにJASマークがついているかどうか注意していますか？

- ①注意している ②ときどき注意している ③注意していない ④関心がない
⑤その他（ ）

JASマークの注意度は、「注意している」21.6%、「ときどき注意している」39.7%、「注意していない」33.4%である。高年層の注意度が高い。

Q17. JASマークの注意度

■注意している ■ときどき注意している ■注意していない
■関心がない ■その他



年代別・年齢層別 (%)

Q17. JASマークの注意度

(%)

		全 体	注 意 し て い る	と き ど き 注 意 し て い る	注 意 し て い な い	関 心 が な い	そ の 他
全 体		832	21.6 (19.7)	39.7 (42.0)	33.4 (34.7)	2.6 (2.4)	2.7 (1.2)
年代別	20 代	51	7.8	25.5	49.0	15.7	2.0
	30 代	271	8.1	40.5	45.9	2.7	2.8
	40 代	208	7.9	42.1	47.4	2.6	—
	50 代	137	28.6	28.6	39.3	3.5	—
	60歳上	165	36.4	33.3	9.1	3.0	18.2
年齢層別	若年	322	8.1	38.2	46.3	4.7	2.7
	中年	345	15.9	36.8	44.1	3.0	—

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。()内は前年値。

Q18. 食の安全、安心とよく言われていますが、食の安全のため、国は残留基準、使用基準を厳格にし、衛生検査を行い、関係業者も法令遵守、衛生管理の徹底に努めています。

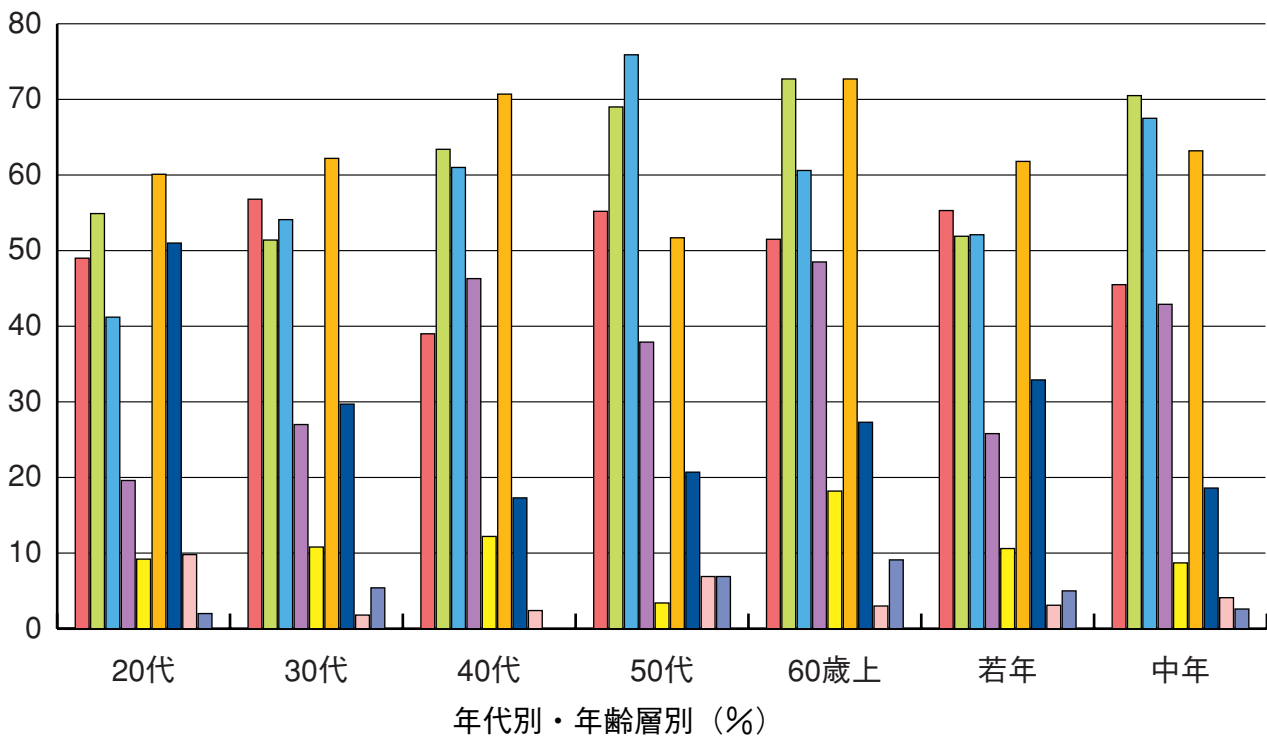
あなたは、食肉、食肉加工品について、なにか不安なことがありますか？

- ①家畜の病気の発生 ②農薬、動物薬の残留 ③食品添加物の毒性
- ④遺伝子組替え農産物の使用の有無 ⑤アレルギー物質の原材料の使用の有無
- ⑥表示の偽装 ⑦食中毒の発生 ⑧不安を感じたことはない
- ⑨その他 ()

半数以上が挙げるのは「表示の偽装」64.5%を筆頭に「農薬、動物薬」61.8%、「食品添加物」60.2%、「家畜の病気」50.5%。若年層に比べ高年齢層の関心がいずれの項目でも高い。

Q18. 食肉、食肉加工品についての不安点

- 家畜の病気
- 農薬、動物薬
- 食品添加物
- 遺伝子組み換え農産物
- アレルギー物質
- 表示の偽装
- 食中毒
- 不安は感じない
- その他



Q18. 食肉、食肉加工品についての不安点

(%)

		全 体	家 畜 の 病 気	農 薬 、 動 物 薬	食 品 添 加 物	遺 伝 子 組 み 換 え 農 産 物	ア レ ル ギ ー 物 質	表 示 の 偽 装	食 中 毒	不 安 は 感 じ な い	そ の 他
	全 体	832	50.5	61.8	60.2	37.4	11.3	64.5	25.8	3.5	4.8
年代別	20 代	51	49.0	54.9	41.2	19.6	9.2	60.1	51.0	9.8	2.0
	30 代	271	56.8	51.4	54.1	27.0	10.8	62.2	29.7	1.8	5.4
	40 代	208	39.0	63.4	61.0	46.3	12.2	70.7	17.3	2.4	—
	50 代	137	55.2	69.0	75.9	37.9	3.4	51.7	20.7	6.9	6.9
	60歳上	165	51.5	72.7	60.6	48.5	18.2	72.7	27.3	3.0	9.1
年齢層別	若 年	322	55.3	51.9	52.1	25.8	10.6	61.8	32.9	3.1	5.0
	中 年	345	45.5	70.5	67.5	42.9	8.7	63.2	18.6	4.1	2.6

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。

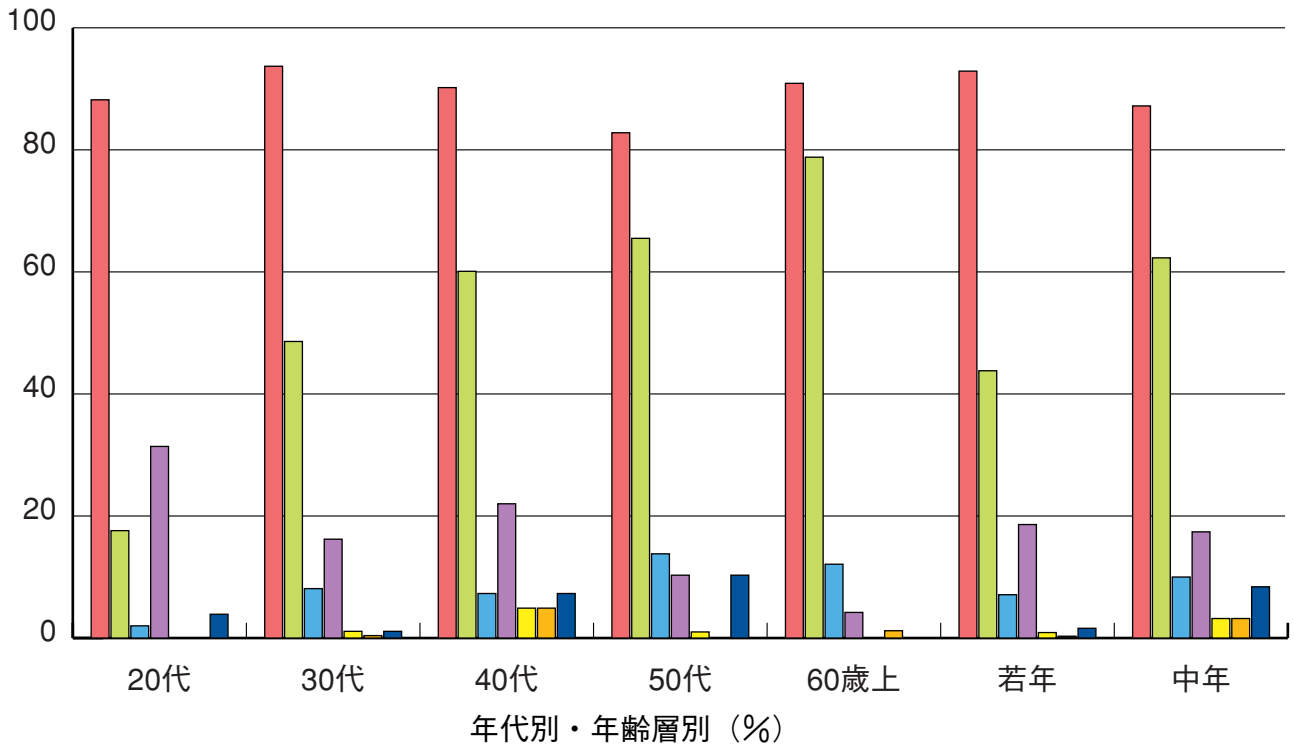
Q19. 不安を感じたことについての具体的な情報は、何から知りましたか？

- ①テレビ ②新聞 ③雑誌 ④インターネット ⑤役所の広報
⑥学校から ⑦その他 ()

テレビが圧倒的で90.1%、以下「新聞」58.4%、「インターネット」15.3%が上位。ネットは若年層だけでなく中年層にも活用されている。

Q19. 情報源

■テレビ ■新聞 ■雑誌 ■インターネット ■役所の広報
■学校 ■その他



Q19. 情報源

(%)

		全 体	テ レ ビ	新 聞	雑 誌	イ ン タ ー ネ ッ ト	役 所 の 広 報	学 校	そ の 他
全 体		832	90.1	58.4	9.3	15.3	1.7	1.3	4.3
年代別	20 代	51	88.2	17.6	2.0	31.4	—	—	3.9
	30 代	271	93.7	48.6	8.1	16.2	1.1	0.4	1.1
	40 代	208	90.2	60.1	7.3	22.0	4.9	4.9	7.3
	50 代	137	82.8	65.5	13.8	10.3	1.0	—	10.3
	60歳上	165	90.9	78.8	12.1	4.2	—	—	1.2
年齢層別	若 年	322	92.9	43.8	7.1	18.6	0.9	0.3	1.6
	中 年	345	87.2	62.3	10.0	17.4	3.2	3.2	8.4

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。

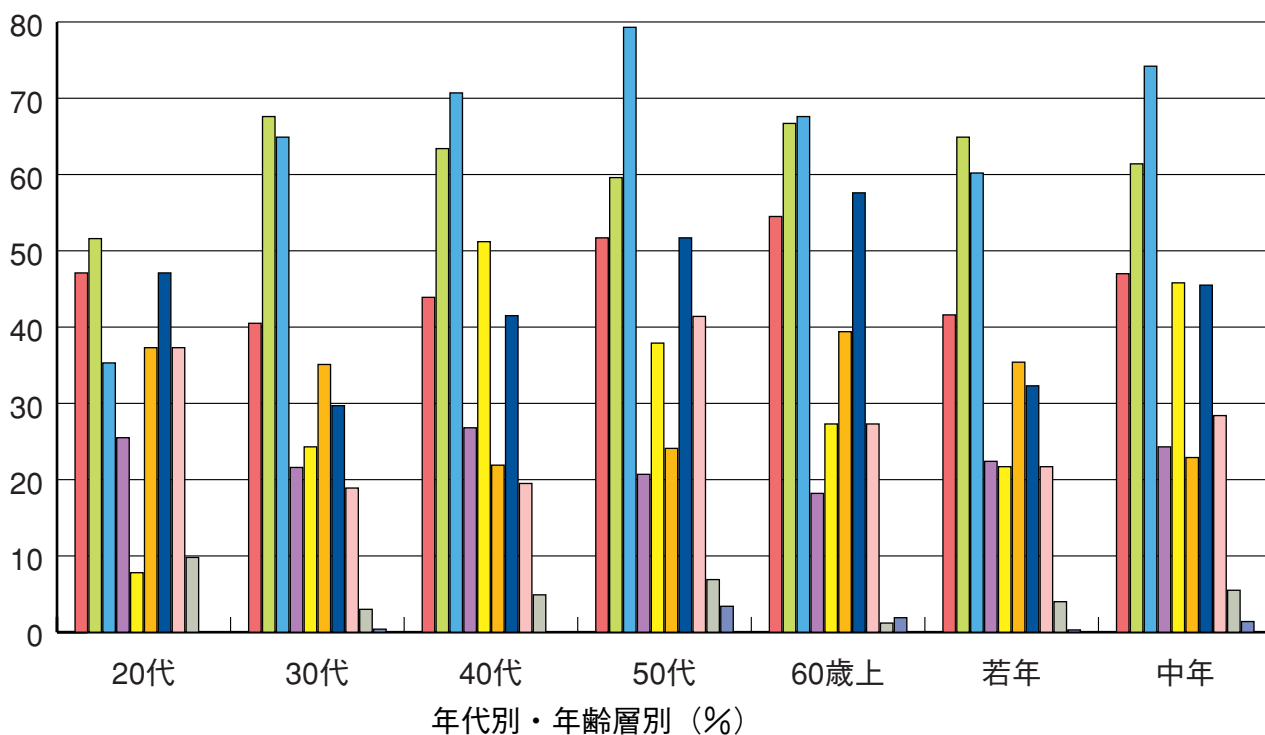
Q20. あなたは、食肉加工品の場合、何に注意して、安全、安心の判断をしていますか？

- ①製造(販売)メーカー名 ②製品の製造国 ③原材料の原産地(国) ④原材料名
- ⑤添加物名 ⑥消費期限 ⑦賞味期限 ⑧購入時、利用時に色の変化や臭いや手触りなどでチェックする ⑨特に注意していない(不安を感じたことはない)
- ⑩その他 ()

「原材料の原産国」67.4%、「製品の製造国」63.8%が判断の大きな要素になっている。以下「製造販売メーカー名」46.4%、「賞味期限」42.8%も重要な基準。中年層の「原産地」への関心がとくに高い。

Q20. 食肉加工品の安全、安心の判断

- メーカー名
- 製造国
- 原産地
- 原材料名
- 添加物名
- 消費期限
- 賞味期限
- 自分でチェック
- 不安を感じない
- その他



Q20. 食肉加工品の安全、安心の判断

(%)

		全 体	メ ー カ ー 名	製 造 国	原 産 地	原 材 料 名	添 加 物 名	消 費 期 限	賞 味 期 限	自 分 で チ ェ ッ ク	不 安 を 感 じ な い	そ の 他
全 体		832	46.4	63.8	67.4	22.4	32.8	31.0	42.8	25.6	4.1	1.1
年代別	20 代	51	47.1	51.6	35.3	25.5	7.8	37.3	47.1	37.3	9.8	—
	30 代	271	40.5	67.6	64.9	21.6	24.3	35.1	29.7	18.9	3.0	0.4
	40 代	208	43.9	63.4	70.7	26.8	51.2	21.9	41.5	19.5	4.9	—
	50 代	137	51.7	59.6	79.3	20.7	37.9	24.1	51.7	41.4	6.9	3.4
	60歳上	165	54.5	66.7	67.6	18.2	27.3	39.4	57.6	27.3	1.2	1.9
年齢層別	若 年	322	41.6	64.9	60.2	22.4	21.7	35.4	32.3	21.7	4.0	0.3
	中 年	345	47.0	61.4	74.2	24.3	45.8	22.9	45.5	28.4	5.5	1.4

注：年齢層別の若年は20～30代、中年は40～50代。

- ⑥国産品か輸入品か ⑦安全性（具体的には： ）
⑧その他（ ）

Q 5. あなたはスーパー等で販売されているパッケージされた即席ハンバーグ、ミートボールを利用することがありますか？

- ①週2～3回以上利用する ②週に1回程度利用する ③月2～3回利用する
④月1回程度利用する ⑤ほとんど利用しない ⑥利用したことがない

Q 6. ご利用されている方は、ここ1年間に、市販のハンバーグやミートボールを購入する回数は変わりましたか？

- ①増えた ②やや増えた ③変わらない ④やや減った ⑤減った

Q 7. 増減の理由は何でしょうか？

- ①料理時間の短縮 ②味 ③栄養成分 ④価格 ⑤保存性 ⑥量
⑦安全性 ⑧健康面 ⑨家族構成の変化 ⑩年齢的理由
⑪その他（ ）

Q 8. 市販のハンバーグ、ミートボールを購入する場合に注意するのはなんですか？

- ①製造者名(ブランド名など) ②価格 ③内容量(何人分) ④原材料
⑤原産国、産地 ⑥賞味期限 ⑦添加物の有無・種類 ⑧調理方法
⑨エネルギー表示 ⑩たんぱく質表示 ⑪脂質表示 ⑫塩分表示
⑬アレルギー表示 ⑭JAS(ジャス)マークの有無 ⑮パッケージ(包装形態など)
⑯その他（ ）

Q 9. 市販のハンバーグ、ミートボールを利用する場合、主にどの食事に利用しますか？

- ①朝食 ②昼食 ③夕食 ④弁当 ⑤間食、夜食 ⑥決まっていない

Q10. 即席ハンバーグ、ミートボールについての感想をお聞かせください。

< 味について >

- ①満足している ②ほぼ満足している ③やや不満である ④不満である
⑤注文することは（ ）

< 種類について >

- ①満足している ②ほぼ満足している ③やや不満である ④不満である
⑤注文することは（ ）

< 価格について >

- ①満足している ②ほぼ満足している ③やや不満である ④不満である

⑤注文することは ()

Q11. つぎにハンバーガーショップのハンバーガーについてお聞きします。

あなたはここ1年間に、ハンバーガーを食べにハンバーガーショップに、どの位
いきましたか？

- ①週1回以上 ②週1回程度 ③月2~3回 ④月1回程度
%それ以下

Q12. ここ1年間に、あなたのハンバーガーを食べる回数は変わりましたか？

- ①増えた ②やや増えた ③変わらない ④やや減った ⑤減った

Q13. 増減の理由は何でしょうか？

- ①味 ②栄養成分 ③価格 ④品質 ⑤安全性 ⑥健康面
⑦家族構成の変化 ⑧年齢的理由 ⑨肉食の減少
⑩その他
()

Q14. ハンバーガーの種類に関して望むものをお聞かせください。

- ①ハンバーガーには含まれているパティの種類を多く(牛肉100%、牛と豚の合びき、
豚肉100%、鶏肉100%、魚介類100%など)
②ハンバーガーには含まれているパティの量の種類を多く(多量から少量まで)
③野菜の量の多いもの ④塩分の少なめなもの ⑤脂質の少なめなもの
⑥カロリーの少なめなもの ⑦バンズ(丸パン)のおいしいもの
⑧その他 ()

Q15. ハンバーガーショップでは、栄養成分やアレルギー物質、原料の原産地情報
などをお知らせしています。どの情報に関心がありますか？

- ①栄養成分 ②原料の原産地 ③アレルギー物質 ④どれも関心がない
⑤その他 ()

Q16. 国から認定された検査機関の検査で、決められた規格(原材料や成分など)
に合格していることが確認された製品(ハンバーグ、ミートボール)には、品質保証
のJAS(ジャス)マークがパッケージなどにつけられます。

あなたは、JASマークを知っていますか？

- ①知っている ②知らない ③見たことがある ④見たことがない
⑤関心がない ⑥その他 ()

Q17. 買うときにJASマークがついているかどうか注意していますか？

- ①注意している ②ときどき注意している ③注意していない

- ④関心がない ⑤その他 ()

Q18. 食の安全、安心とよく言われていますが、食の安全のため、国は残留基準、使用基準を厳格にし、衛生検査を行い、関係業者も法令遵守、衛生管理の徹底に努めています。

あなたは、食肉、食肉加工品について、なにか不安なことがありますか？

- ①家畜の病気の発生 ②農薬、動物薬の残留 ③食品添加物の毒性
④遺伝子組替え農産物の使用の有無 ⑤アレルギー物質の原材料の使用の有無
⑥表示の偽装 ⑦食中毒の発生 ⑧不安を感じたことはない
⑨その他 ()

Q19. 不安を感じたことについての具体的な情報は、何から知りましたか？

- ①テレビ ②新聞 ③雑誌 ④インターネット ⑤役所の広報
⑥学校から ⑦その他 ()

Q20. あなたは、食肉加工品の場合、何に注意して、安全、安心の判断をしていますか？

- ①製造(販売)メーカー名 ②製品の製造国 ③原材料の原産地(国) ④原材料名
⑤添加物名 ⑥消費期限 ⑦賞味期限 ⑧購入時、利用時に色の変化や臭いや手触りなどでチェックする ⑨特に注意していない(不安を感じたことはない)
⑩その他 ()

最後にあなた自身についてお聞かせください。

- 性別 ①. 女性 ②. 男性
年齢 ①. 20代 ②. 30代 ③. 40代 ④. 50代
⑤. 60歳以上
職業 ①. フルタイムで勤務 ②. パートタイムで勤務 ③. 自営業
④. 主婦専業 ⑤. その他 ()
家族構成(同居して家計をともにしている人数)
①. 1人 ②. 2人 ③. 3人 ④. 4人 ⑤. 5人以上

調査にご協力ありがとうございました。