
ハンバーグ・ハンバーガーに関する消費者意識調査

平成20年2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。会員各位におかれましては、本報告書を今後の業界発展の資料として活用頂ければ幸いに存じます。

平成20年2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	首都圏		関西圏		合計	
	回収数	割合(%)	回収数	割合(%)	回収数	割合(%)
有効回収合計	988	100.0	502	100.0	1,500	100.0
20歳代	61	6.1	43	8.6	104	6.9
30歳代	308	30.9	184	36.6	492	32.8
40歳代	281	28.2	138	27.5	419	27.9
50歳代	181	18.1	80	15.9	261	17.5
60歳代以上	167	16.7	57	11.4	224	14.9

注) 首都圏は埼玉県及び東京都、関西圏は三重県、性別は99.7%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19年12月～平成20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」10.4%、「やや増えた」15.8%、「変わらない」62.1%、「やや減った」11.7%である。20代、30代の人々の食材宅配の利用は増加。

◎ 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」21.2%、「仕事が忙しい」20.0%、「その他(時間がない等)」19.0%、次に「調理が簡単」、「栄養バランスの良さ」となっている。

20代、30代は、「仕事や育児で買い物に行けない」、30～40代は「子供が大きくなり食べる量が増えた」が増えた大きな理由。

◎ 食材宅配メニューの選択基準

選択基準は、「好きな料理」が32.0%、「価格」が28.5%、「栄養バランス」23.2%である。首都圏は「栄養バランス」、関西圏は「好きな料理」と「調理時間」が主な選択基準。

【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「安全性」と「国産か輸入か」の2つで6割を占め、首都圏が「安全性」、関西圏が「国産か輸入か」の関心が高い。

◎ 牛肉

「安全性」、「国産か輸入品か」の2つで約6割を占める。次に「価格」で、首都圏の20～30代の半数は「価格」に関心。40代以上は「赤身の多少」、「銘柄」等に関心。

◎ 豚肉

牛肉同様「安全性」、「国産か輸入品か」に関心が高く、次に「価格」、「肉の部位」や「脂身の多少」に関心。

◎ 鶏肉

牛肉や豚肉と同様「安全性」、「国産か輸入品か」に関心が高い。20～30代は「価格」への関心も高い。

【即席ハンバーグ・ミートボールについて】

◎ 利用頻度

最近1年間の利用状況は、「利用する」が42.8%、「ほとんど利用しない」が50.0%、「利用したことがない」7.2%である。利用頻度では、「月1回程度利用する」が最も多く20.4%、次いで「月2~3回」が12.9%である。関西圏の30代は利用率が高く「週2~3回利用する」も7.7%ある。利用頻度は全体的に加齢と共に減少する。

◎ 1年間の購入回数

利用している人の最近1年間の購入回数は、「変わらない」64.7%、「やや減った」11.6%、「減った」17.6%、「増えた」と「やや増えた」は合わせて6.1%である。首都圏の20代の約8割は「変わらない」が高い。50代以上及び関西の20代は「減った」が増加している。

◎ 今後の購入回数

今後の購入回数は、「変わらない」71.7%、次いで「減る」16.3%、「増える」と「やや増える」は合わせて4.9%である。首都圏は増加傾向、関西圏は減少傾向。

◎ 購入回数の増減の理由

増加の主な理由は、「料理時間の短縮」、減少の理由は、「安全性」、「健康面」、「家族構成の変化」、「年齢的理由」等。

◎ 購入時の注意事項

注意事項は、「賞味期限」14.3%、「製造業者名」12.8%、「添加物の有無・種類」12.9%、「原産国・原産地」13.5%、「原材料」12.1%、「価格」11.4%等である。

40代以降は「製造業者名」は減少し、「JASマークの有無」が増加。

◎ 食事の利用状況

利用状況は、「弁当」が最も多く50.9%、「夕食」18.3%、「決まっていない」12.7%、「朝食」、「昼食」はそれぞれ8.9%、8.4%である。年代別では20~50代は「弁当」が中心で高齢者では「夕食」の割合が高い。

◎ 利用の感想—味、種類、価格

「味」は、「満足」と「ほぼ満足」は合わせて68.9%、「やや不満」と「不満」は24.6%で、首都圏の20~30代は80%が満足している。注文としては、「味が濃い」など。

「種類」は、「満足」と「ほぼ満足」は合わせて76.7%、「やや不満」と「不満」は20.1%で、首都圏、関西圏の20~30代は80%近く満足である。注文としては、種類を多く等。

「価格」は、「満足」と「ほぼ満足」は合わせて82.6%、「やや不満」と「不満」は15.8%で、加齢と共に満足度が高くなる。

【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 30.6%、「月 2~3 回」17.9%、「それ以下」47.8%である。利用頻度は、加齢と共に大幅に減少していく。

◎ ここ 1 年間の食べる回数

ここ 1 年ぐらいの食べる回数は、「変わらない」58.6%、「増えた」と「やや増えた」は合わせて 9.8%、「やや減った」と「減った」は合わせて 31.6%である。食べる回数は、加齢と共に大幅に減少。

◎ 今後のハンバーガーを食べる回数

今後の回数は、「変わらない」68.4%、「増える」と「やや増える」が 4.9%、「やや減る」10.8%、「減る」が 15.9%である。

◎ ハンバーガーを食べる回数の増減の理由

回数の増減の理由は、「健康面」18.5%、「年齢的理由」15.7%、「安全性」14.0%、「家族構成の変化」10.0%等である。増える理由は 30 代、40 代は「子供と一緒に」と「仕事で外食」、「食べるのが簡単」等。減る理由は「カロリーが高い」、「子供と行かない」、「外食の機会がなくなった」等。

◎ ハンバーガーの種類に望むもの

希望は、「野菜の量の多いもの」23.3%、「カロリーの少なめなもの」19.3%、「バンズ(丸パン)の美味しいもの」19.1%、「パティの種類を多く」11.9%、「塩分の少なめなもの」、「脂質の少ないもの」がそれぞれ 11%である。

◎ 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」47.2%、「栄養成分」28.6%、「アレルギー物質」10.7%である。その他は「添加物」、「原材料」、「カロリー」などの情報を求めている。

【JAS マークについて】

◎ JAS マークの認知度

JAS マークの認知度は、「知っている」76.9%、「見たことがある」17.8%、「知らない」が 3.8%である。年代が高まると共に「知っている」割合は高くなる傾向にある。

◎ 購買時の JAS マークの注意度

購買時に JAS マークがついているかどうかの注意度は、「注意している」19.7%、「ときどき注意している」42.0%、「注意していない」34.7%である。年代が高まると共に JAS マークの有無を注意する割合は高くなる傾向にある。

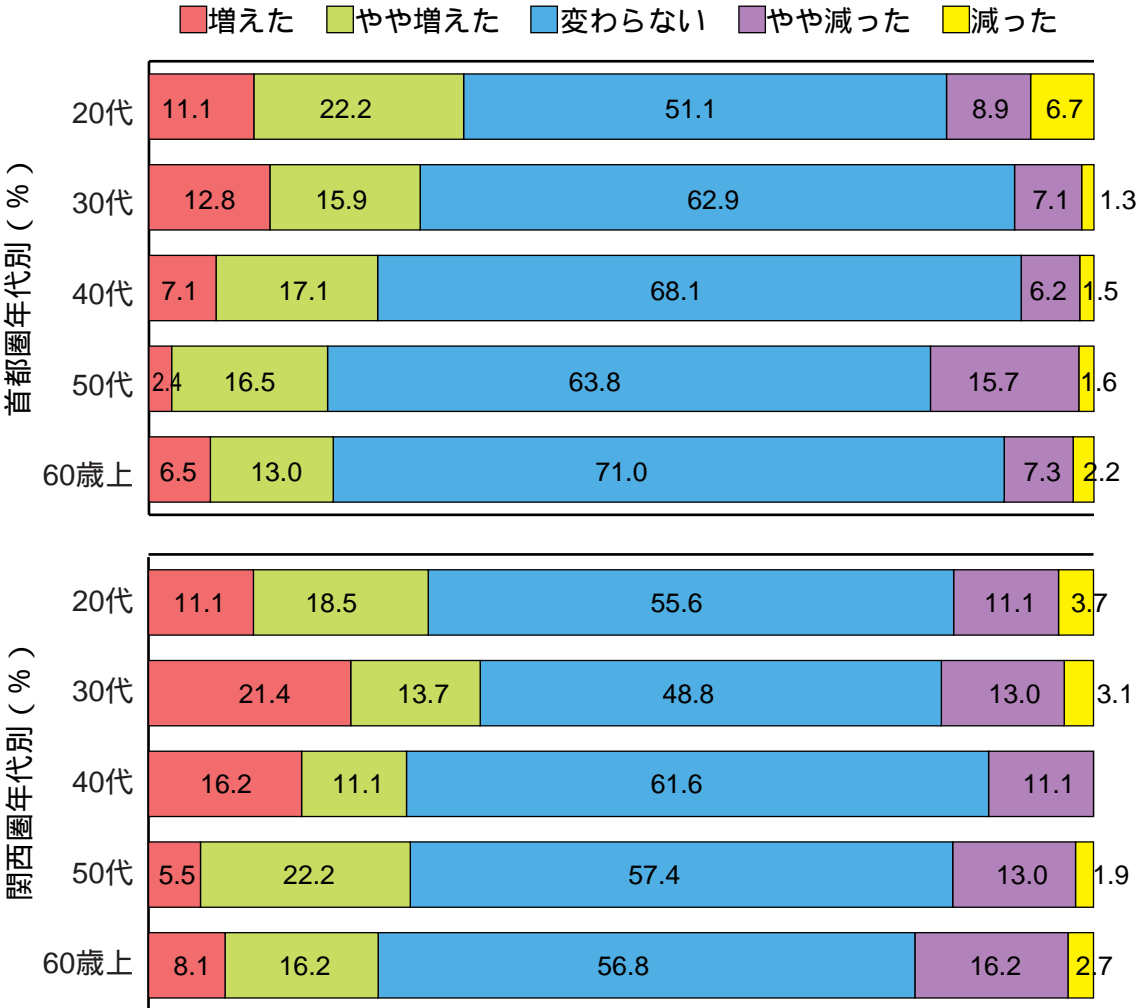
調査結果の詳細

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

食材宅配の利用は、「増えた」10.4%、「やや増えた」26.2%、「やや減った」11.7%、「変わらない」62.1%である。約4割の人が食材宅配の利用は増加傾向。

Q1. 食材宅配の利用の増減



Q1. 食材宅配の利用の増減

(%)

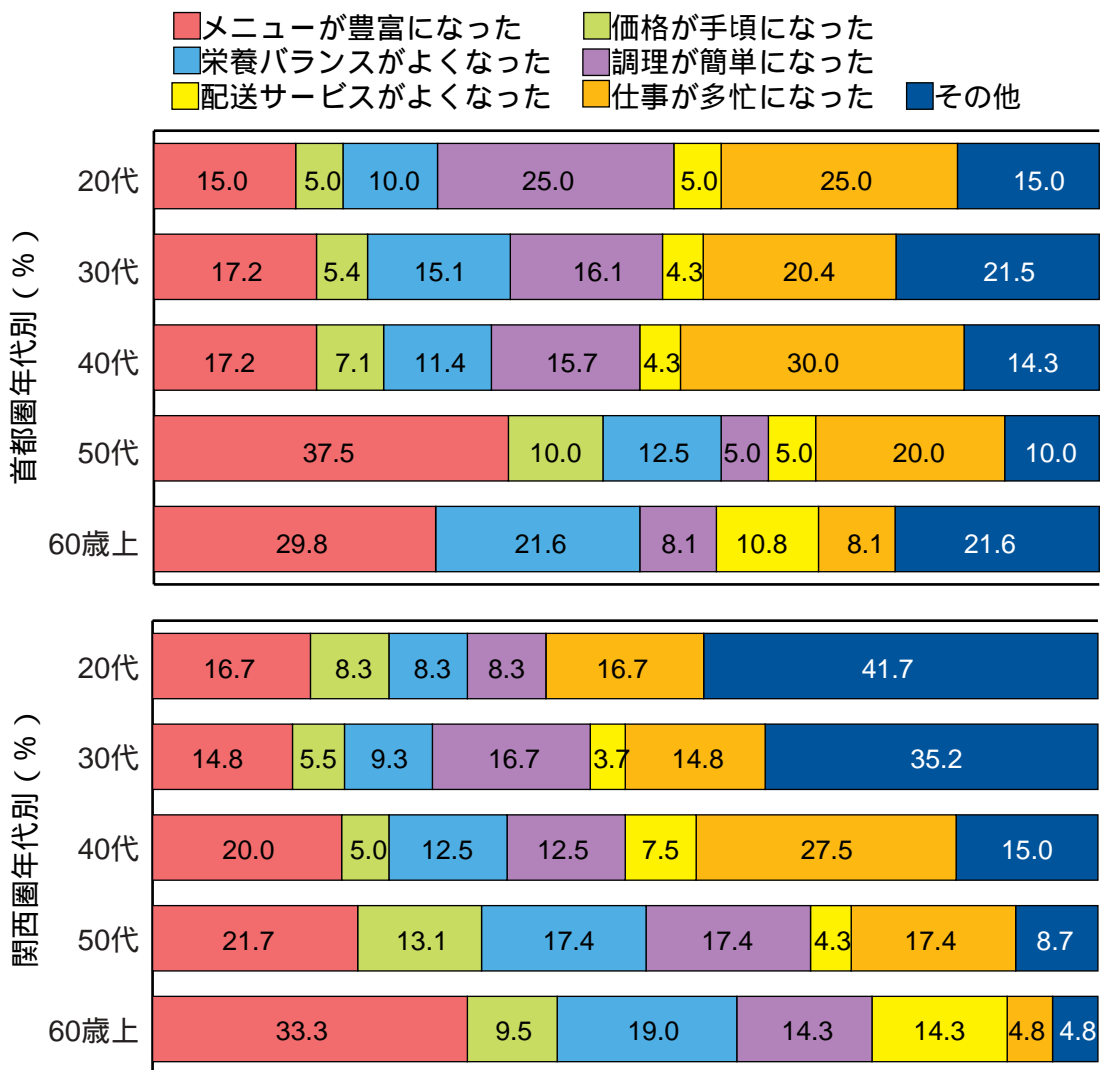
		全 体	増 え た	や や 増 え た	変 わ ら な い	や や 減 っ た	減 っ た
全体		1,500	10.4	15.8	62.1	9.8	1.9
地域	首都圏	998	8.2	16.2	65.3	8.4	1.9
	関西圏	502	15.2	14.9	55.2	12.7	2.0
全体 年代別	20代	104	11.1	20.8	52.8	9.7	5.6
	30代	492	16.0	15.1	57.7	9.2	2.0
	40代	419	10.0	15.2	66.0	7.8	1.0
	50代	261	3.3	18.2	61.9	14.9	1.7
	60歳上	224	6.9	13.7	68.0	9.1	2.3
首都圏 年代別	20代	61	11.1	22.2	51.1	8.9	6.7
	30代	308	12.8	15.9	62.9	7.1	1.3
	40代	281	7.1	17.1	68.1	6.2	1.5
	50代	181	2.4	16.5	63.8	15.7	1.6
	60歳上	167	6.5	13.0	71.0	7.3	2.2
関西圏 年代別	20代	43	11.1	18.5	55.6	11.1	3.7
	30代	184	21.4	13.7	48.8	13.0	3.1
	40代	138	16.2	11.1	61.6	11.1	—
	50代	80	5.5	22.2	57.4	13.0	1.9
	60歳上	57	8.1	16.2	56.8	16.2	2.7

Q2. 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？

- 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」21.2%、「仕事がいそがしい」20.0%、「その他」19.0%で、この3項目で全体の60%を占める。
 20代、30代は、「仕事や育児で買い物に行けない」、30～40代は「子供が大きくなり食べる量が増えた」が増えた大きな理由。

Q2. 食材宅配の利用が増えた理由



Q 2. 食材宅配の利用が増えた理由

(%)

		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	仕事が増えた	その他
全体		392	21.2	6.4	13.7	14.1	5.6	20.0	19.0
地域	首都圏	182	21.9	5.8	14.3	13.8	5.4	21.5	17.3
	関西圏	210	20.0	7.3	12.7	14.7	6.0	17.3	22.0
全体 年代別	20代	31	15.6	6.3	9.4	18.8	3.1	21.8	25.0
	30代	157	16.3	5.4	12.9	16.3	4.1	18.5	26.5
	40代	105	18.2	6.4	11.8	14.5	5.5	29.1	14.5
	50代	54	31.7	11.1	14.3	9.6	4.8	19.0	9.5
	60歳上	45	31.0	3.5	20.7	10.3	12.1	6.9	15.5
首都圏 年代別	20代	15	15.0	5.0	10.0	25.0	5.0	25.0	15.0
	30代	65	17.2	5.4	15.1	16.1	4.3	20.4	21.5
	40代	51	17.2	7.1	11.4	15.7	4.3	30.0	14.3
	50代	24	37.5	10.0	12.5	5.0	5.0	20.0	10.0
	60歳上	27	29.8	—	21.6	8.1	10.8	8.1	21.6
関西圏 年代別	20代	16	16.7	8.3	8.3	8.3	—	16.7	41.7
	30代	92	14.8	5.5	9.3	16.7	3.7	14.8	35.2
	40代	54	20.0	5.0	12.5	12.5	7.5	27.5	15.0
	50代	30	21.7	13.1	17.4	17.4	4.3	17.4	8.7
	60歳上	18	33.3	9.5	19.0	14.3	14.3	4.8	4.8

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

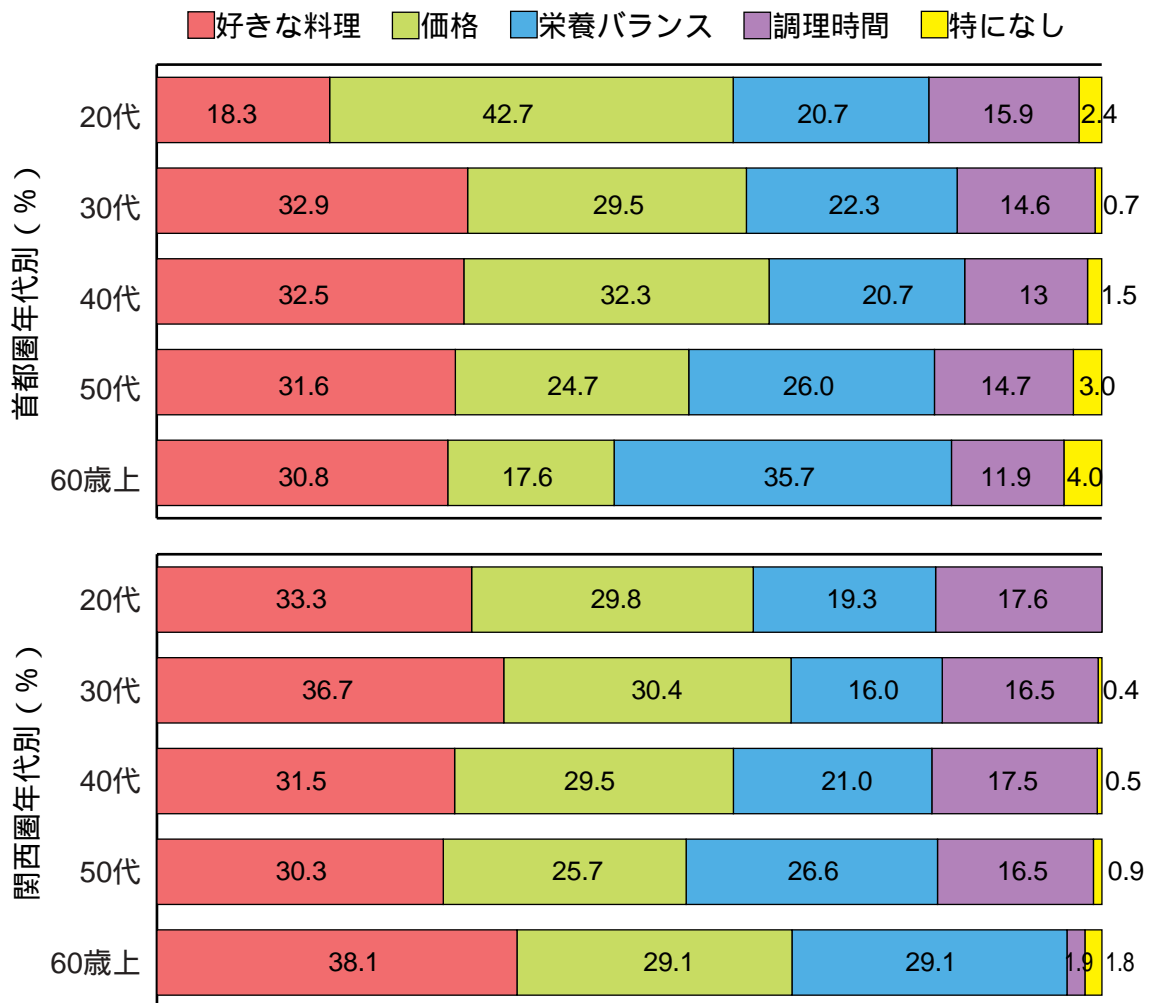
20代	・仕事や育児で買い物に行く時間がない(7)・メニューが増えた(1)・夫でもレシピで作れるようになった(1)
30代	・育児で買い物に行く時間がない(14)・家族の食べる量が増えた(5)・毎日献立を考えなくてすむ(4)・今年から購入し始めた(1)・夫が自宅で食べるようになった(1) ・最近食材宅配地域になった(1)
40代	・家族の食べる量が増えた(2)・国産が多くなった(1)・食材の質が良くなった(1)・仕事が忙しくなった(1)・食材が無駄にならなくなった(1)・メニューが増えた(1)・今年から購入し始めた(1)
50代	・夫や息子が自宅で食べるようになった(1)・家族の食べる量が増えた(1) ・息子や娘の弁当を作り始めた(1)・今年から購入し始めた(1)
60歳上	・家族の人数が増えた(1)・国産が多くなった(1)・利用回数が増えた(1)・他の社の宅配食材を購入し始めた(1)

Q3. 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 きな料理 ② 価格 ③ 栄養バランス ④ 調理時間 ⑤ 特になし

選択基準は、「好きな料理」が32.0%、「価格」が28.5%、「栄養バランス」23.2%である。
首都圏は「栄養バランス」、関西圏は「好きな料理」と「調理時間」が選択基準。

Q3. 食材宅配メニューの選択基準



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		1,500	32.0	28.5	23.2	14.8	1.5
地域	首都圏	998	31.3	28.3	24.6	13.8	2.0
	関西圏	502	33.4	28.7	20.4	16.9	0.6
全体 年代別	20代	104	24.5	37.4	20.1	16.5	1.5
	30代	492	34.3	29.8	20.0	15.3	0.6
	40代	419	32.2	31.3	20.8	14.5	1.2
	50代	261	31.2	25.0	26.2	15.3	2.3
	60歳上	224	30.7	20.2	32.7	13.4	3.0
首都圏 年代別	20代	61	18.3	42.7	20.7	15.9	2.4
	30代	308	32.9	29.5	22.3	14.6	0.7
	40代	281	32.5	32.3	20.7	13.0	1.5
	50代	181	31.6	24.7	26.0	14.7	3.0
	60歳上	167	30.8	17.6	35.7	11.9	4.0
関西圏 年代別	20代	43	33.3	29.8	19.3	17.6	—
	30代	184	36.7	30.4	16.0	16.5	0.4
	40代	138	31.5	29.5	21.0	17.5	0.5
	50代	80	30.3	25.7	26.6	16.5	0.9
	60歳上	57	38.1	29.1	29.1	1.9	1.8

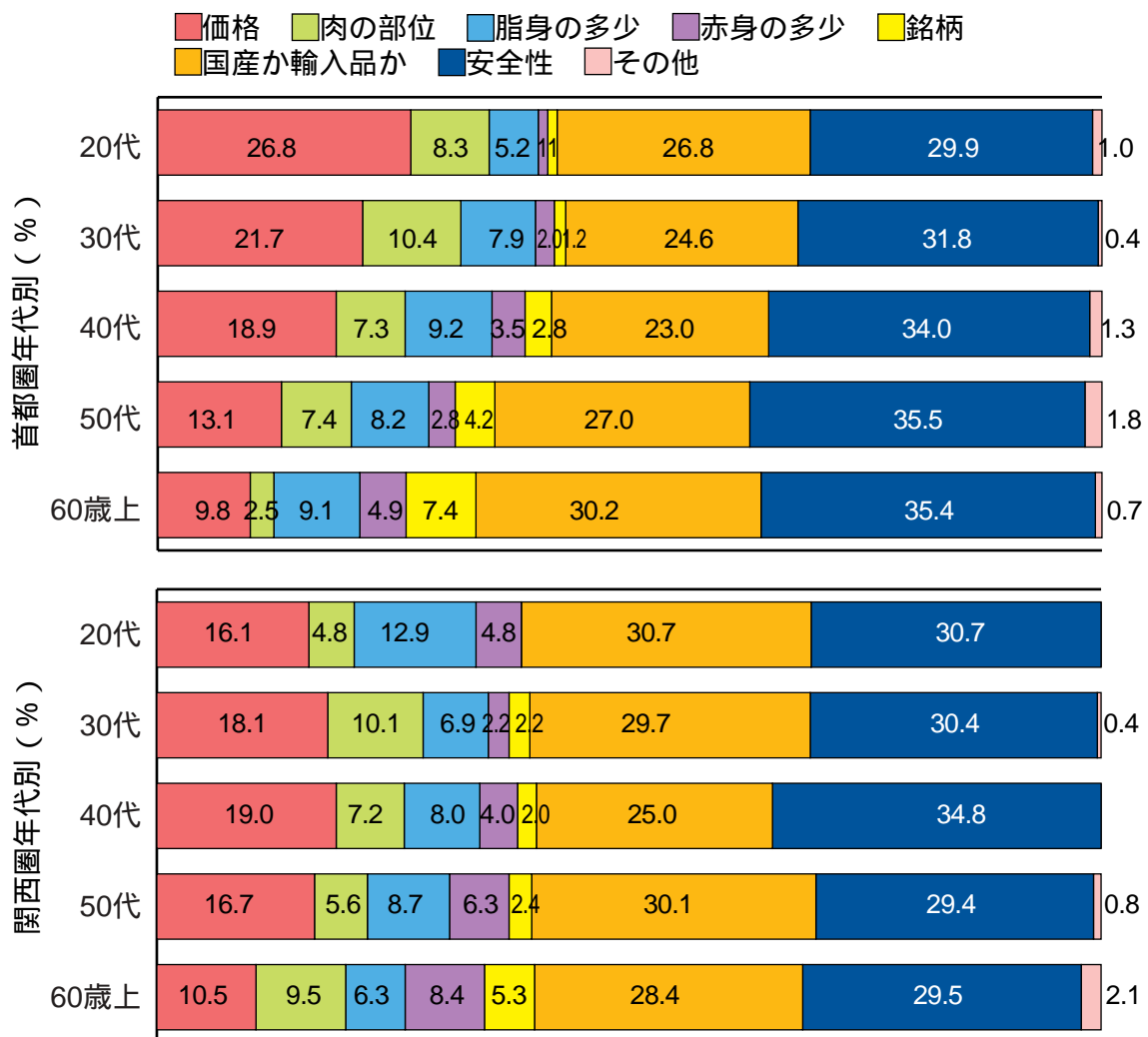
Q 4-1. 食材のうち食肉に対して関心の高いものはなんですか？ (複数回答可)

〈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()

「安全性」と「国産か輸入品か」が多く、この2つで約6割を占める。次に「価格」。
20～30代は「価格」「肉の部位」、「脂身の多少」で、首都圏では半数が「価格」に関心。40代以上は「赤身の多少」、「銘柄」等に関心。

Q4-1 . 牛肉の関心が高いもの



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		1,500	17.5	7.7	8.2	3.5	3.0	26.5	32.8	0.8
地域	首都圏	998	17.6	7.5	8.4	3.0	3.3	25.7	33.5	1.0
	関西圏	502	17.1	8.1	7.9	4.3	2.4	28.4	31.3	0.5
全体 年代別	20代	104	22.7	6.9	8.2	2.5	0.6	28.3	30.2	0.6
	30代	492	20.4	10.3	7.5	2.1	1.6	26.4	31.3	0.4
	40代	419	19.0	7.3	8.9	3.6	2.6	23.6	34.1	0.9
	50代	261	14.2	6.8	8.3	3.9	3.8	27.9	33.6	1.5
	60歳上	224	10.0	4.2	8.4	5.8	6.8	29.7	33.9	1.2
首都圏 年代別	20代	61	26.8	8.3	5.2	1.0	1.0	26.8	29.9	1.0
	30代	308	21.7	10.4	7.9	2.0	1.2	24.6	31.8	0.4
	40代	281	18.9	7.3	9.2	3.5	2.8	23.0	34.0	1.3
	50代	181	13.1	7.4	8.2	2.8	4.2	27.0	35.5	1.8
	60歳上	167	9.8	2.5	9.1	4.9	7.4	30.2	35.4	0.7
関西圏 年代別	20代	43	16.1	4.8	12.9	4.8	—	30.7	30.7	—
	30代	184	18.1	10.1	6.9	2.2	2.2	29.7	30.4	0.4
	40代	138	19.2	7.2	8.0	4.0	2.2	25.0	34.8	—
	50代	80	16.7	5.6	8.7	6.3	2.4	30.1	29.4	0.8
	60歳上	57	10.5	9.5	6.3	8.4	5.3	28.4	29.5	2.1

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

20代	・気にしたことが無かった(1)
30代	・原産地の表示(2)・鮮度(1)・成形肉かどうか(1)
40代	・柔らかさや美味しさ(3)・脂身の少ないもの(1)・原産地の表示(1)
50代	・柔らかさや美味しさ(2)
60歳上	・柔らかさや美味しさ(1)・鮮度(1)

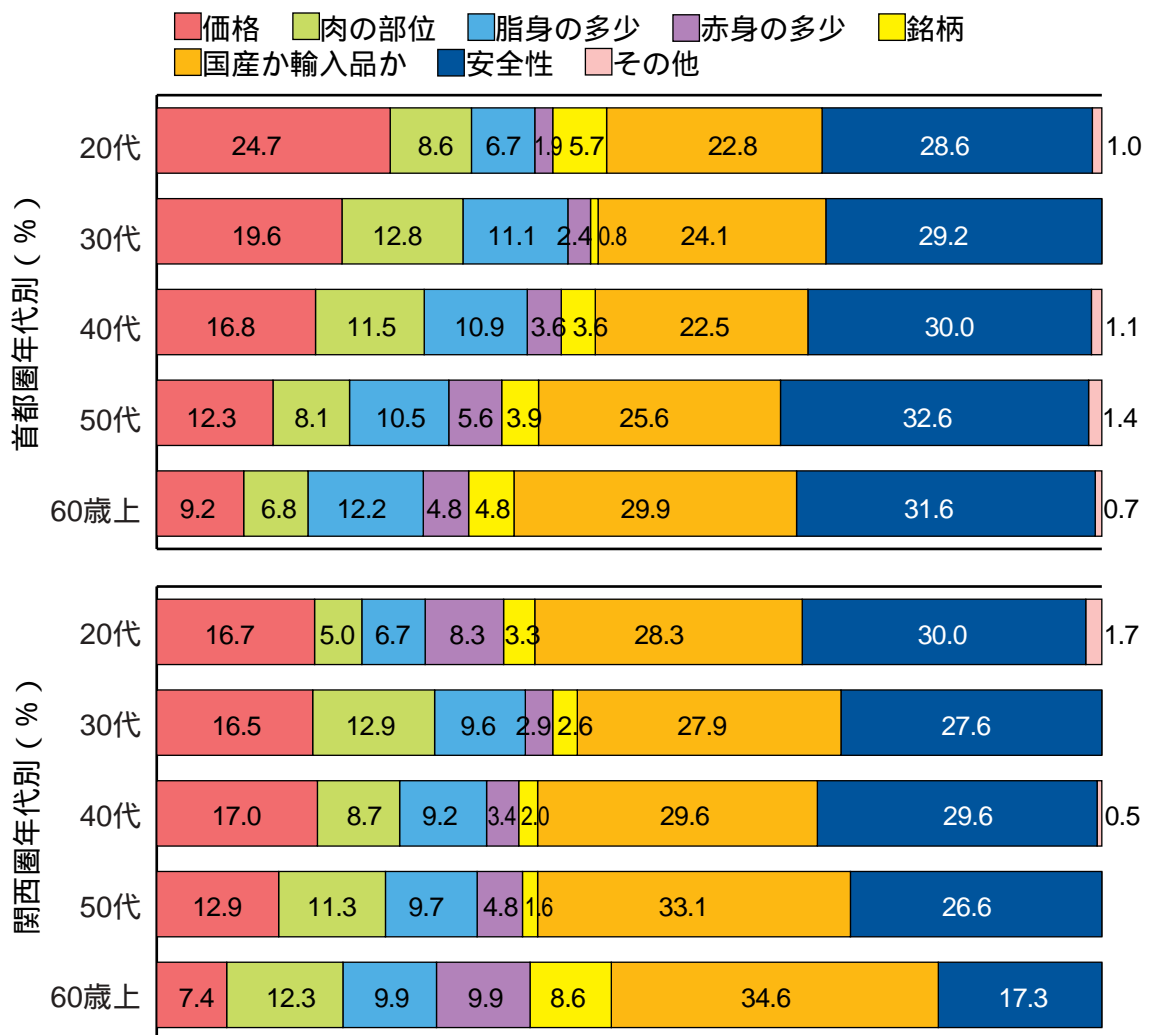
Q 4-2. 食材のうち食肉に対して関心の高いものはなんですか？ (複数回答可)

〈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()

牛肉同様「安全性」「国産か輸入品か」「価格」で、「肉の部位」や「脂身の多少」等に関心。

Q4-2 . 豚肉の関心が高いもの



Q 4-2. 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		1,500	15.7	10.4	10.3	4.0	3.1	26.5	29.4	0.6
地域	首都圏	998	16.0	10.3	10.9	3.7	3.1	24.9	30.4	0.7
	関西圏	502	15.1	10.7	9.3	4.6	3.0	30.0	27.0	0.3
全体 年代別	20代	104	21.8	7.3	6.8	4.2	4.8	24.8	29.1	1.2
	30代	492	18.5	12.8	10.6	2.6	1.4	25.4	28.7	-
	40代	419	16.9	10.6	10.4	3.6	3.1	24.7	29.8	0.9
	50代	261	12.4	9.0	10.3	5.4	3.2	27.9	30.8	1.0
	60歳上	224	8.8	8.0	11.7	6.0	5.6	30.9	28.5	0.5
首都圏 年代別	20代	61	24.7	8.6	6.7	1.9	5.7	22.8	28.6	1.0
	30代	308	19.6	12.8	11.1	2.4	0.8	24.1	29.2	-
	40代	281	16.8	11.5	10.9	3.6	3.6	22.5	30.0	1.1
	50代	181	12.3	8.1	10.5	5.6	3.9	25.6	32.6	1.4
	60歳上	167	9.2	6.8	12.2	4.8	4.8	29.9	31.6	0.7
関西圏 年代別	20代	43	16.7	5.0	6.7	8.3	3.3	28.3	30.0	1.7
	30代	184	16.5	12.9	9.6	2.9	2.6	27.9	27.6	-
	40代	138	17.0	8.7	9.2	3.4	2.0	29.6	29.6	0.5
	50代	80	12.9	11.3	9.7	4.8	1.6	33.1	26.6	-
	60歳上	57	7.4	12.3	9.9	9.9	8.6	34.6	17.3	-

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

20代	・調理後の肉の柔らかさ(1)
30代	・脂身が少ないもの(1)
40代	・味の良し悪し(1)・鮮度(1)・原産地の表示(1)
50代	・柔らかさや美味しさ(2)・脂身が少ないもの(1)
60歳上	なし

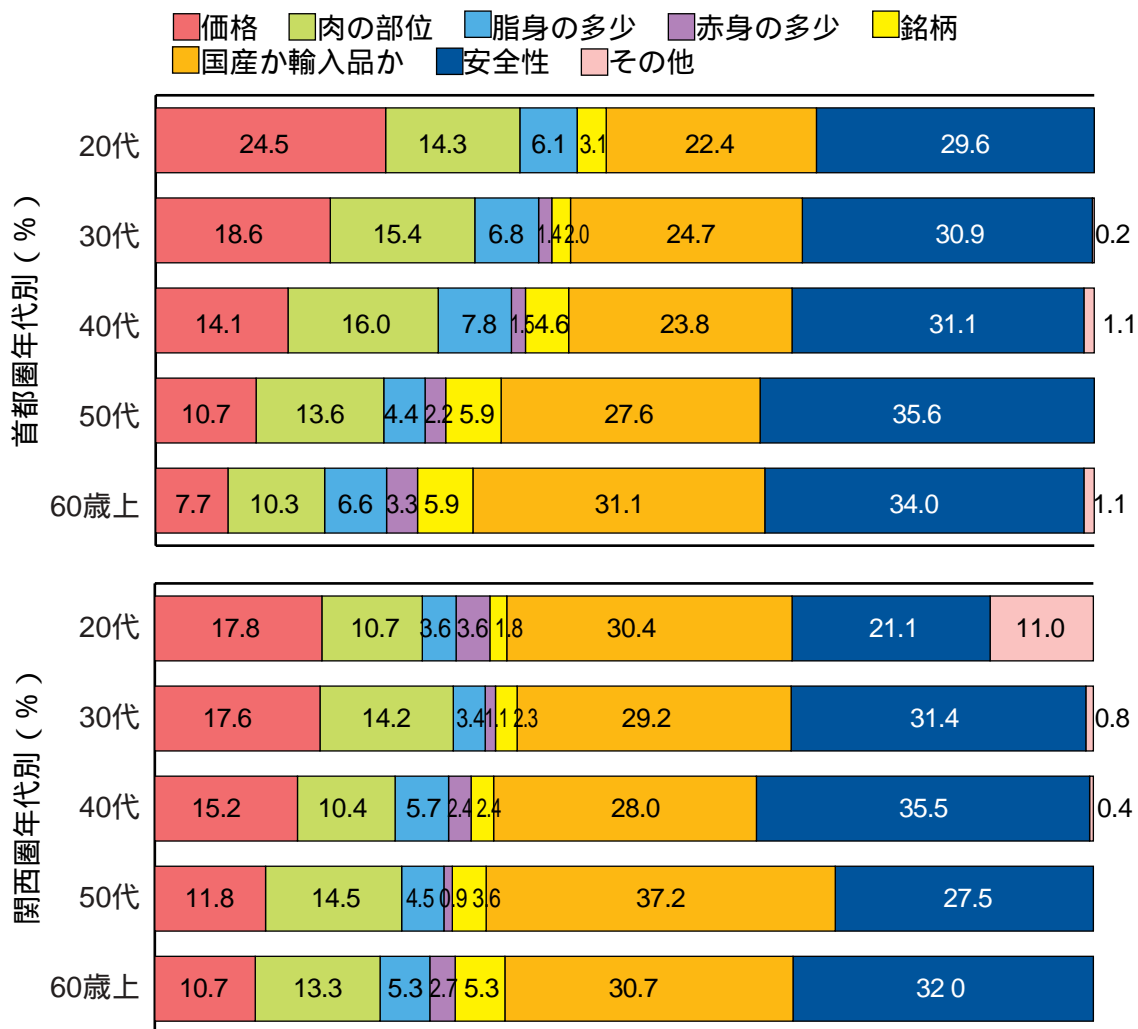
Q 4-3. 食材のうち食肉に対して関心の高いものはなんですか？ (複数回答可)

(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「安全性」、国産か輸入品か、「価格」で、「肉の部位」などに関心。
20～30代は「価格」、「銘柄」や「赤身の多少」加齢と共に上昇。

Q4-3. 鶏肉の関心が高いもの



Q 4-3. 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		1,500	14.7	13.9	6.0	1.8	3.7	27.2	32.2	0.5
地域	首都圏	998	14.5	14.3	6.6	1.8	4.1	25.9	32.2	0.6
	関西圏	502	15.3	12.8	4.5	1.8	2.8	30.3	32.1	0.4
全体 年代別	20代	104	22.1	13.0	5.2	1.3	2.6	25.3	30.5	—
	30代	492	18.2	14.9	5.8	1.3	2.1	26.2	31.1	0.4
	40代	419	14.4	14.3	7.1	1.8	3.9	25.1	32.5	0.9
	50代	261	11.0	13.9	4.5	1.8	5.2	30.4	33.2	—
	60歳上	224	8.3	10.9	6.3	3.2	5.8	31.0	33.6	0.9
首都圏 年代別	20代	61	24.5	14.3	6.1	—	3.1	22.4	29.6	—
	30代	308	18.6	15.4	6.8	1.4	2.0	24.7	30.9	0.2
	40代	281	14.1	16.0	7.8	1.5	4.6	23.8	31.1	1.1
	50代	181	10.7	13.6	4.4	2.2	5.9	27.6	35.6	—
	60歳上	167	7.7	10.3	6.6	3.3	5.9	31.1	34.0	1.1
関西圏 年代別	20代	43	17.8	10.7	3.6	3.6	1.8	30.4	21.1	—
	30代	184	17.6	14.2	3.4	1.1	2.3	29.2	31.4	0.8
	40代	138	15.2	10.4	5.7	2.4	2.4	28.0	35.5	0.4
	50代	80	11.8	14.5	4.5	0.9	3.6	37.2	27.5	—
	60歳上	57	10.7	13.3	5.3	2.7	5.3	30.7	32.0	—

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

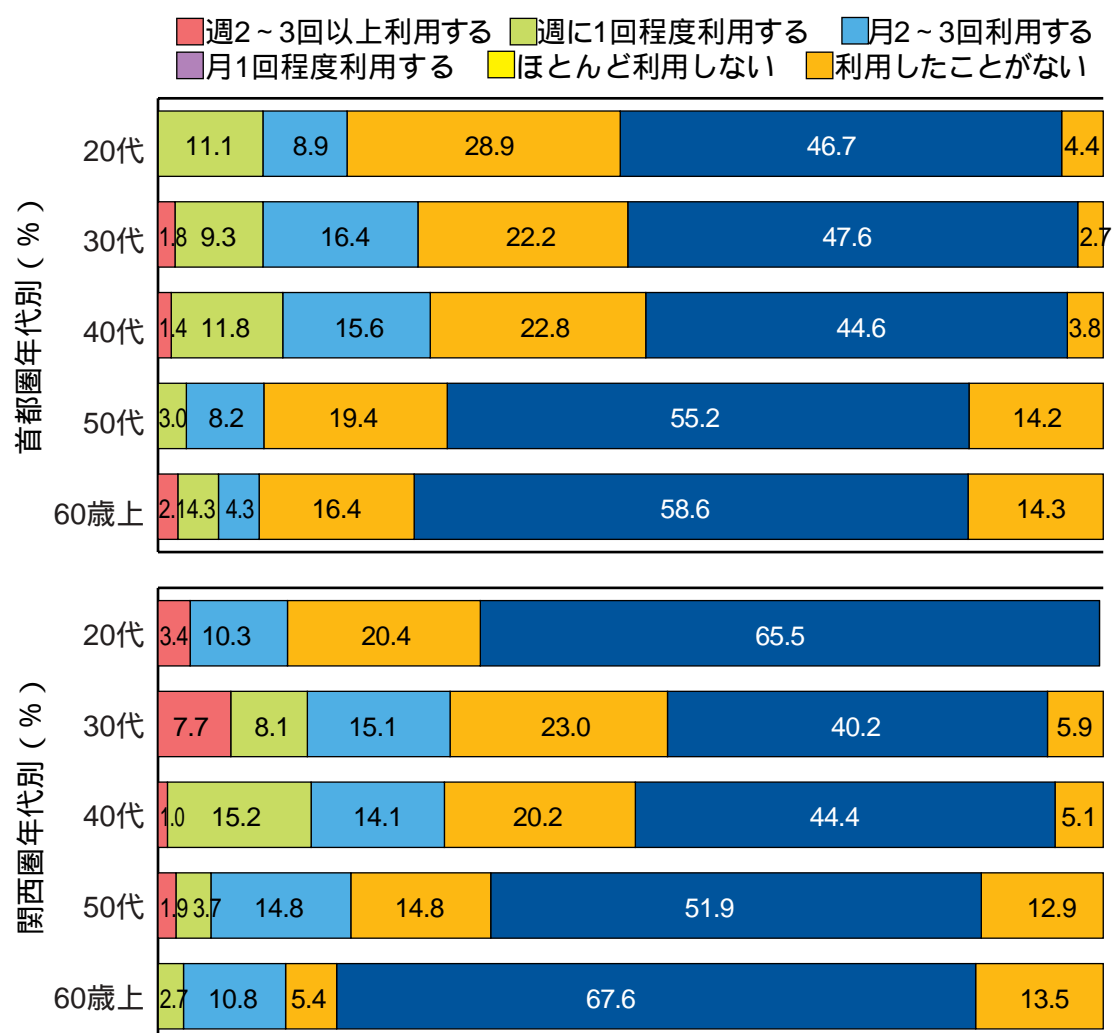
20代	なし
30代	・鶏臭(1)
40代	・鶏臭(1)・やわらかさ(1)・鮮度(1)・原産地の表示(1)
50代	なし
60歳上	なし

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ますか？(複数回答可)

- 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、「ほとんど利用しない」が 50.0%、「月 1 回程度利用する」20.4%、「利用したことがない」7.2%である。
 関西圏の 30 代は「週 2～3 回利用する」が 7.7%と高い。しかし、全体的に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



Q 5. 即席ハンバーグ、ミートボールを利用状況

(%)

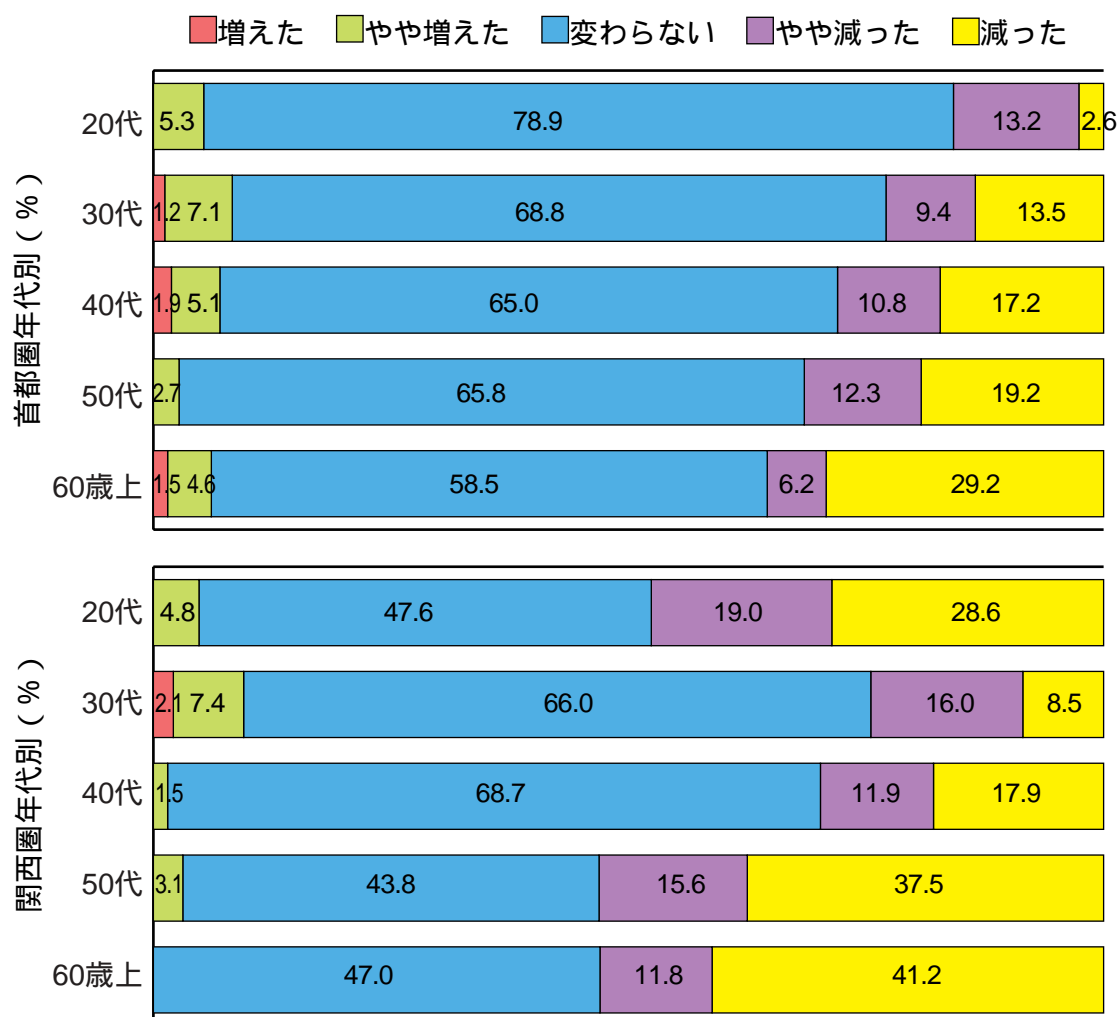
		全 体	週 2 3 回 以 上 利 用 す る	週 に 1 回 程 度 利 用 す る	月 2 3 回 利 用 す る	月 1 回 程 度 利 用 す る	ほ と ん ど 利 用 し な い	利 用 し た こ と が な い
全体		1,500	1.3	8.1	12.9	20.5	50.0	7.2
地域	首都圏	998	1.3	8.1	12.0	21.2	50.1	7.3
	関西圏	502	1.1	8.2	14.7	18.9	50.0	7.1
年代別	20代	104	1.4	6.8	9.4	25.6	54.1	2.7
	30代	492	1.4	8.9	16.7	22.5	46.6	3.9
	40代	419	1.3	12.9	15.2	21.9	44.5	4.2
	50代	261	0.5	3.2	10.1	18.1	54.3	13.8
	60歳上	224	1.7	4.0	5.6	14.1	60.5	14.1
年代別	20代	61	—	11.1	8.9	28.9	46.7	4.4
	30代	308	1.8	9.3	16.4	22.2	47.6	2.7
	40代	281	1.4	11.8	15.6	22.8	44.6	3.8
	50代	181	—	3.0	8.2	19.4	55.2	14.2
	60歳上	167	2.1	4.3	4.3	16.4	58.6	14.3
年代別	20代	43	3.4	—	10.3	20.4	65.5	—
	30代	184	7.7	8.1	17.1	23.0	45.2	5.9
	40代	138	1.0	15.2	14.1	20.2	44.4	5.1
	50代	80	1.9	3.7	14.8	14.8	51.9	12.9
	60歳上	57	—	2.7	10.8	5.4	67.6	13.5

Q6. 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？(複数回答可)

- 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

購入回数は、「変わらない」64.7%、「減った」17.6%、「減った」11.6%、「やや増える」5.0%である。特に首都圏の20代の約8割は「変わらない」が他の年代より割合が高い。
 なお、50代以上および関西の20代は「減った」が大幅に増加。

Q6. 即席ハンバーグ、ミートボールを購入回数



Q6. 即席ハンバーグ、ミートボールの購入回数 (％)

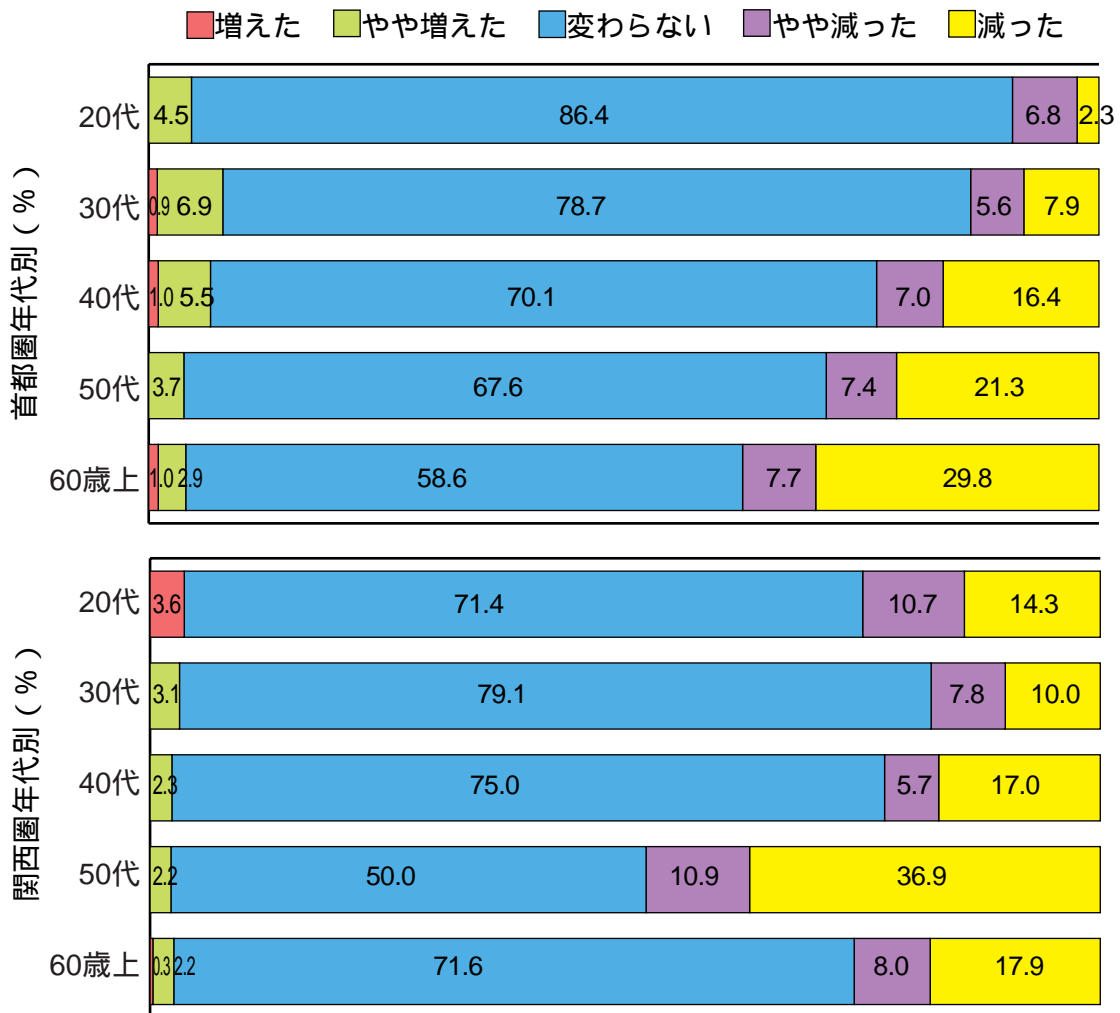
		全 体	増 え た	や や 増 え た	変 わ ら な い	や や 減 っ た	減 っ た
全体		1,500	1.1	5.0	64.7	11.6	17.6
地域	首都圏	998	1.1	5.4	66.6	10.2	16.7
	関西圏	502	0.9	4.3	60.6	14.7	19.5
全体 年代別	20代	104	—	5.1	67.8	15.2	11.9
	30代	492	1.5	7.3	67.8	11.7	11.7
	40代	419	1.3	4.0	66.1	11.2	17.4
	50代	261	—	2.9	59.0	13.3	24.8
	60歳上	224	1.2	3.7	56.1	7.3	31.7
首都圏 年代別	20代	61	—	5.3	78.9	13.2	2.6
	30代	308	1.2	7.1	68.8	9.4	13.5
	40代	281	1.9	5.1	65.0	10.8	17.2
	50代	181	—	2.7	65.8	12.3	19.2
	60歳上	167	1.5	4.6	58.5	6.2	29.2
関西圏 年代別	20代	43	—	4.8	47.6	19.0	28.6
	30代	184	2.1	7.4	66.0	16.0	8.5
	40代	138	—	1.5	68.7	11.9	17.9
	50代	80	—	3.1	43.8	15.6	37.5
	60歳上	57	—	—	47.0	11.8	41.2

Q7. 今後、市販のハンバーグやミートボールを購入する回数はどうですか？

- ①増える ②やや増える ③変わらない ④やや減る ⑤減る

購入回数は、「変わらない」71.7%、次いで「減る」16.3%、「増える」と「やや増える」を合わせると4.9%である。
首都圏は増加傾向、関西圏は減少傾向。

Q7. 即席ハンバーグ、ミートボールの今後の購入回数



Q7. 即席ハンバーグ、ミートボールの今後の購入回数 (%)

		全 体	増 え る	や や 増 え る	変 わ ら な い	や や 減 る	減 る
全体		1,500	0.6	4.3	71.7	7.1	16.3
地域	首都圏	998	0.7	5.2	71.8	6.7	15.6
	関西圏	502	0.3	2.2	71.6	8.0	17.9
全体 年代別	20代	104	1.4	2.8	80.6	8.3	6.9
	30代	492	0.6	5.5	78.8	6.4	8.7
	40代	419	0.7	4.5	71.6	6.6	16.6
	50代	261	—	3.2	62.3	8.5	26.0
	60歳上	224	0.8	2.4	58.7	7.9	30.2
首都圏 年代別	20代	61	—	4.5	86.4	6.8	2.3
	30代	308	0.9	6.9	78.7	5.6	7.9
	40代	281	1.0	5.5	70.1	7.0	16.4
	50代	181	—	3.7	67.6	7.4	21.3
	60歳上	167	1.0	2.9	58.6	7.7	29.8
関西圏 年代別	20代	43	3.6	—	71.4	10.7	14.3
	30代	184	—	3.1	79.1	7.8	10.0
	40代	138	—	2.3	75.0	5.7	17.0
	50代	80	—	2.2	50.0	10.9	36.9
	60歳上	57	0.3	2.2	71.6	8.0	17.9

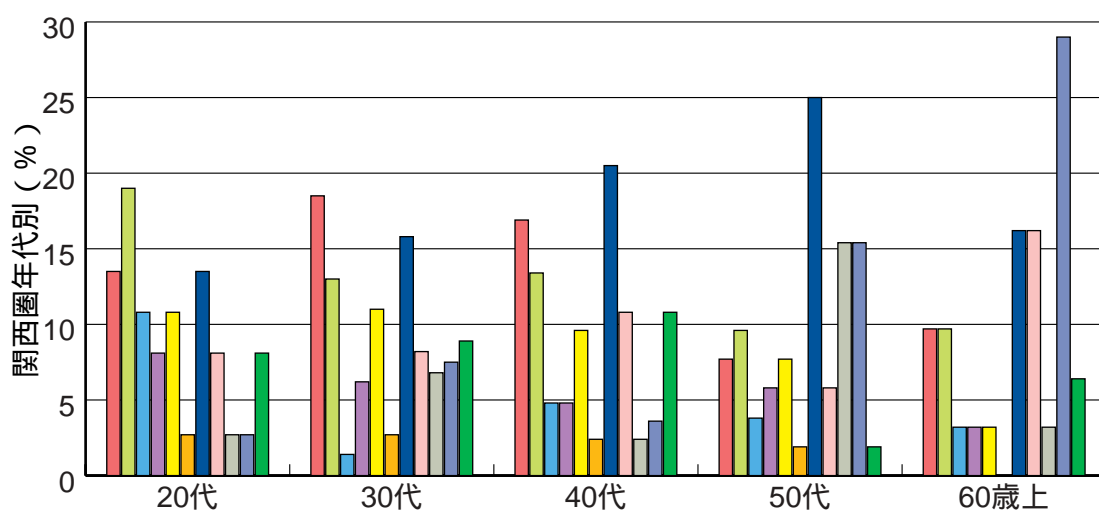
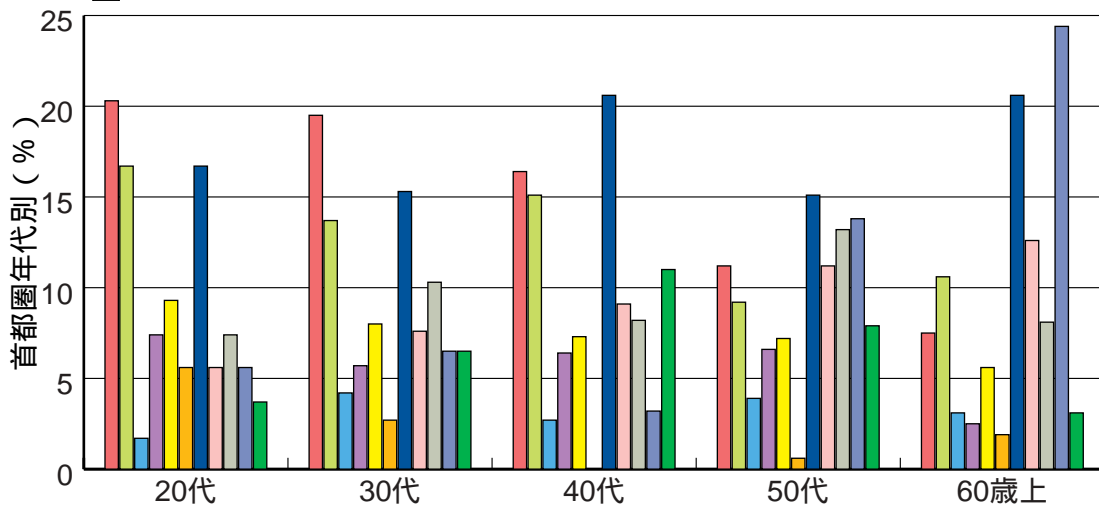
Q 8. 増減の理由は何でしょうか？(複数回答可)

- 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 ()

増減の主な理由は、「安全性」17.8%、「料理時間の短縮」15.1%、「味」12.9%、「健康面」9.4%、「年齢的理由」9.9%、「家族構成の変化」8.7%である。
 20～40代は「料理時間の短縮」と「味」、50代以上は「安全性」、「健康面」、「年齢的理由」。

Q8. 即席ハンバーグ、ミートボールの今後の購入階数増減の理由

- 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



Q8. 即席ハンバーグ、ミートボールの今後の購入回数増減の理由

(%)

		全 体	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
全体		368	15.1	12.9	3.5	5.6	7.9	1.8	17.8	9.4	8.7	9.9	7.4
地域	首都圏	190	15.0	12.9	3.4	5.5	7.3	1.7	17.7	9.4	9.7	10.3	7.1
	関西圏	178	15.2	12.9	3.7	5.7	9.5	2.3	18.0	9.2	6.3	9.2	8.0
全体 年代別	20代	22	17.6	17.6	5.5	7.7	9.8	4.4	15.4	6.6	5.5	4.4	5.5
	30代	100	19.0	14.4	3.2	5.9	8.9	2.7	15.3	7.7	8.9	6.8	7.2
	40代	104	16.6	14.6	3.3	6.0	7.9	0.7	20.5	9.6	6.6	3.3	10.9
	50代	81	10.3	9.3	3.9	6.5	7.3	1.0	17.6	9.8	13.7	14.2	6.4
	60歳上	61	7.8	10.5	3.1	2.6	5.2	1.6	19.9	13.1	7.3	25.1	3.7
首都圏 年代別	20代	6	20.3	16.7	1.7	7.4	9.3	5.6	16.7	5.6	7.4	5.6	3.7
	30代	46	19.5	13.7	4.2	5.7	8.0	2.7	15.3	7.6	10.3	6.5	6.5
	40代	60	16.4	15.1	2.7	6.4	7.3	—	20.6	9.1	8.2	3.2	11.0
	50代	35	11.2	9.2	3.9	6.6	7.2	0.6	15.1	11.2	13.2	13.8	7.9
	60歳上	43	7.5	10.6	3.1	2.5	5.6	1.9	20.6	12.6	8.1	24.4	3.1
関西圏 年代別	20代	16	13.5	19.0	10.8	8.1	10.8	2.7	13.5	8.1	2.7	2.7	8.1
	30代	54	18.5	13.0	1.4	6.2	11.0	2.7	15.8	8.2	6.8	7.5	8.9
	40代	44	16.9	13.4	4.8	4.8	9.6	2.4	20.5	10.8	2.4	3.6	10.8
	50代	46	7.7	9.6	3.8	5.8	7.7	1.9	25.0	5.8	15.4	15.4	1.9
	60歳上	18	9.7	9.7	3.2	3.2	3.2	—	16.2	16.2	3.2	29.0	6.4

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

20代	・お弁当を作るようになれば(1)・お弁当のみ使用(1)・好きなメニューでない(1)・食べる機会が少なくなった(1)・夫が好きでない(1)
30代	・お弁当を作るようになった(9)・子供が好きでなく食べなくなった(4)・弁当を作らなくなった(2)・添加物が多い(2)・家族が少なくなった(2)・お弁当を作るようになれば(1)・仕事に戻るから(1)・調理が簡単なため(1)・宅配に切り替えたため(1)・味に不満(1)・生活クラブの雑誌で市販品の恐ろしさを知ったため(1)
40代	・お弁当を作るようになった(9)・弁当を作らなくなった(5)・手作りするようになった(4)・食材宅配を取るようになった(2)・多忙のときは買う(1)・濃い味がない(1)・添加物が多い(1)
50代	・お弁当の回数が増えた(4)・お弁当を作らなくなった(3)・食材宅配が増えた(3)・家族が少なくなった(1)
60歳上	・手作りするようになった(2)・お弁当を作るようになった(1)・弁当を作らなくなった(1)

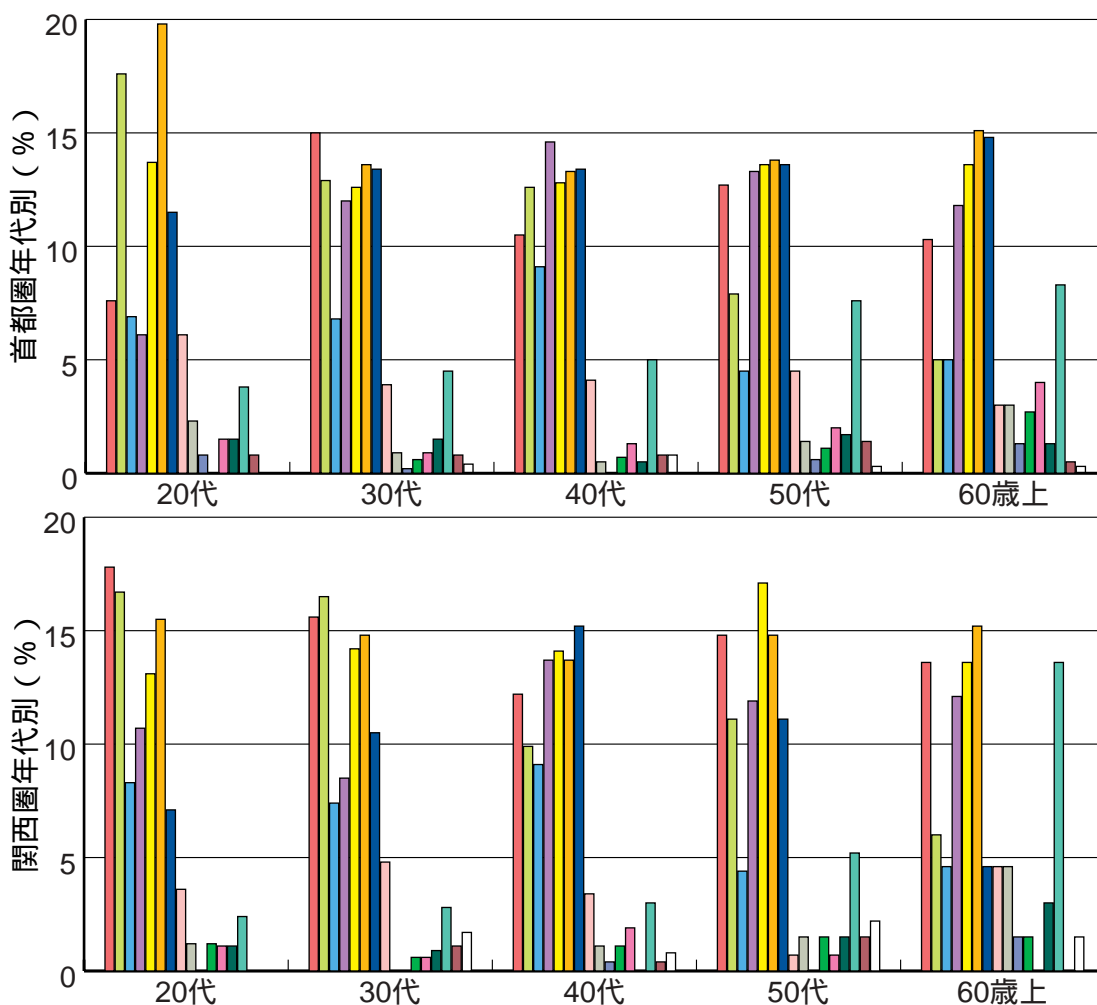
Q 9. 市販のハンバーグ、ミートボールを購入する場合に注意するのはなんですか？
(複数回答可)

- 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、「賞味期限」14.3%、「製造業者名」12.8%、「添加物の有無・種類」12.9%、「原産国・原産地」13.5%、「原材料」12.1%、「価格」11.4%等である。
40代以降は「製造業者名」は減少、「JASマークの有無」が増加。

Q 9 . 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



Q 9 . 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	1,500	12.8	11.4	6.9	12.1	13.5	14.3	12.9	3.9	1.2	0.4	1.1	1.6	1.1	5.3	0.8	0.7	
地域	首	998	12.0	10.8	6.8	12.5	13.0	14.2	13.6	4.1	1.3	0.4	1.1	1.8	1.2	5.8	0.8	0.6
	関	502	14.6	13.0	7.4	11.0	14.4	14.4	11.2	3.7	1.0	0.2	1.0	1.0	0.9	4.1	0.8	1.3
全体 年別	20	104	11.6	17.2	7.4	7.9	13.5	18.2	9.8	5.1	1.9	0.4	0.4	1.4	1.4	3.3	0.5	—
	30	492	15.2	14.1	7.0	10.8	13.1	14.0	12.4	4.3	0.6	0.1	0.6	0.8	1.3	3.9	0.9	0.9
	40	419	10.8	11.8	9.1	14.5	13.2	13.4	14.0	3.9	0.7	0.1	0.8	1.5	0.3	4.4	0.7	0.8
	50	261	13.3	8.8	4.5	13.0	14.5	14.1	13.0	3.5	1.4	0.4	1.2	1.6	1.6	6.9	1.4	0.8
	60	224	10.8	5.2	5.0	11.8	13.6	15.1	13.4	3.2	3.2	1.3	2.6	3.4	1.5	9.1	0.4	0.4
首都 年別	20	61	7.6	17.6	6.9	6.1	13.7	19.8	11.5	6.1	2.3	0.8	—	1.5	1.5	3.8	0.8	—
	30	308	15.0	12.9	6.8	12.0	12.6	13.6	13.4	3.9	0.9	0.2	0.6	0.9	1.5	4.5	0.8	0.4
	40	281	10.5	12.6	9.1	14.6	12.8	13.3	13.4	4.1	0.5	—	0.7	1.3	0.5	5.0	0.8	0.8
	50	181	12.7	7.9	4.5	13.3	13.6	13.8	13.6	4.5	1.4	0.6	1.1	2.0	1.7	7.6	1.4	0.3
	60	167	10.3	5.0	5.0	11.8	13.6	15.1	14.8	3.0	3.0	1.3	2.7	4.0	1.3	8.3	0.5	0.3
関西 年別	20	43	17.8	16.7	8.3	10.7	13.1	15.5	7.1	3.6	1.2	—	1.2	1.1	1.1	2.4	—	—
	30	184	15.6	16.5	7.4	8.5	14.2	14.8	10.5	4.8	—	—	0.6	0.6	0.9	2.8	1.1	1.7
	40	138	12.2	9.9	9.1	13.7	14.1	13.7	15.2	3.4	1.1	0.4	1.1	1.9	—	3.0	0.4	0.8
	50	80	14.8	11.1	4.4	11.9	17.1	14.8	11.1	0.7	1.5	—	1.5	0.7	1.5	5.2	1.5	2.2
	60	57	13.6	6.0	4.6	12.1	13.6	15.2	4.6	4.6	4.6	1.5	1.5	—	3.0	13.6	—	1.5

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

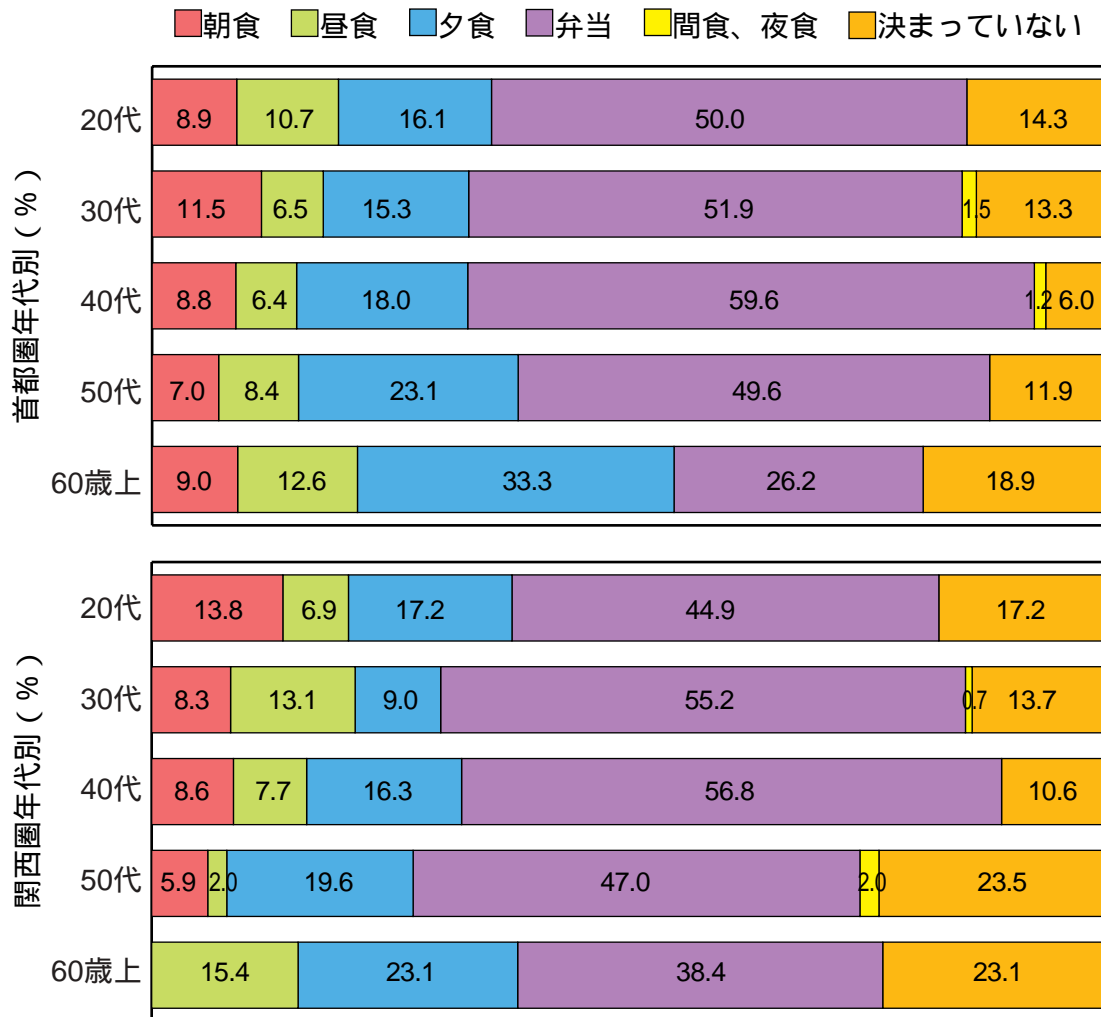
20代	なし
30代	・美味しさや味のつけ方(2)・安全性(1)・製品にバルマーク貼付有無(1)
40代	・美味しさ(2)・味のつけ方(1)・安全性(1)
50代	・美味しさ(1)
60歳上	なし

Q10. 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？
(複数回答可)

- 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

食事の利用状況は、「弁当」が 50.9%、「夕食」18.3%、「決まっていない」12.7%、「朝食」、「昼食」はそれぞれ 8.9%、8.4%である。
利用は、30代、40代は「弁当」が中心、50代以上では「決まっていない」が高い。

Q10. 市販ハンバーグ、ミートボールの食事の利用状況



Q10. 市販ハンバーグ、ミートボールの食事の利用状況 (%)

		全 体	朝 食	昼 食	夕 食	弁 当	間 食 ・ 夜 食	決 ま っ て い な い
全体		1,500	8.9	8.4	18.3	50.9	0.8	12.7
地域	首都圏	998	9.4	7.9	20.0	50.2	0.8	11.7
	関西圏	502	7.9	9.6	14.3	52.4	0.6	15.2
首都圏 年代別	20代	104	10.6	9.4	16.5	48.2	—	15.3
	30代	492	10.3	8.8	13.0	53.2	1.2	13.5
	40代	419	8.8	6.8	17.5	58.8	0.8	7.3
	50代	261	6.7	6.7	22.2	49.0	0.5	14.9
	60歳上	224	7.3	13.1	31.4	28.4	—	19.7
首都圏 年代別	20代	61	8.9	10.7	16.1	50.0	—	14.3
	30代	308	11.5	6.5	15.3	51.9	1.5	13.3
	40代	281	8.8	6.4	18.0	59.6	1.2	6.0
	50代	181	7.0	8.4	23.1	49.6	—	11.9
	60歳上	167	9.0	12.6	33.3	26.2	—	18.9
関西圏 年代別	20代	43	13.8	6.9	17.2	44.9	—	17.2
	30代	184	8.3	13.1	9.0	55.2	0.7	13.7
	40代	138	8.6	7.7	16.3	56.8	—	10.6
	50代	80	5.9	2.0	19.6	47.0	2.0	23.5
	60歳上	57	—	15.4	23.1	38.4	—	23.1

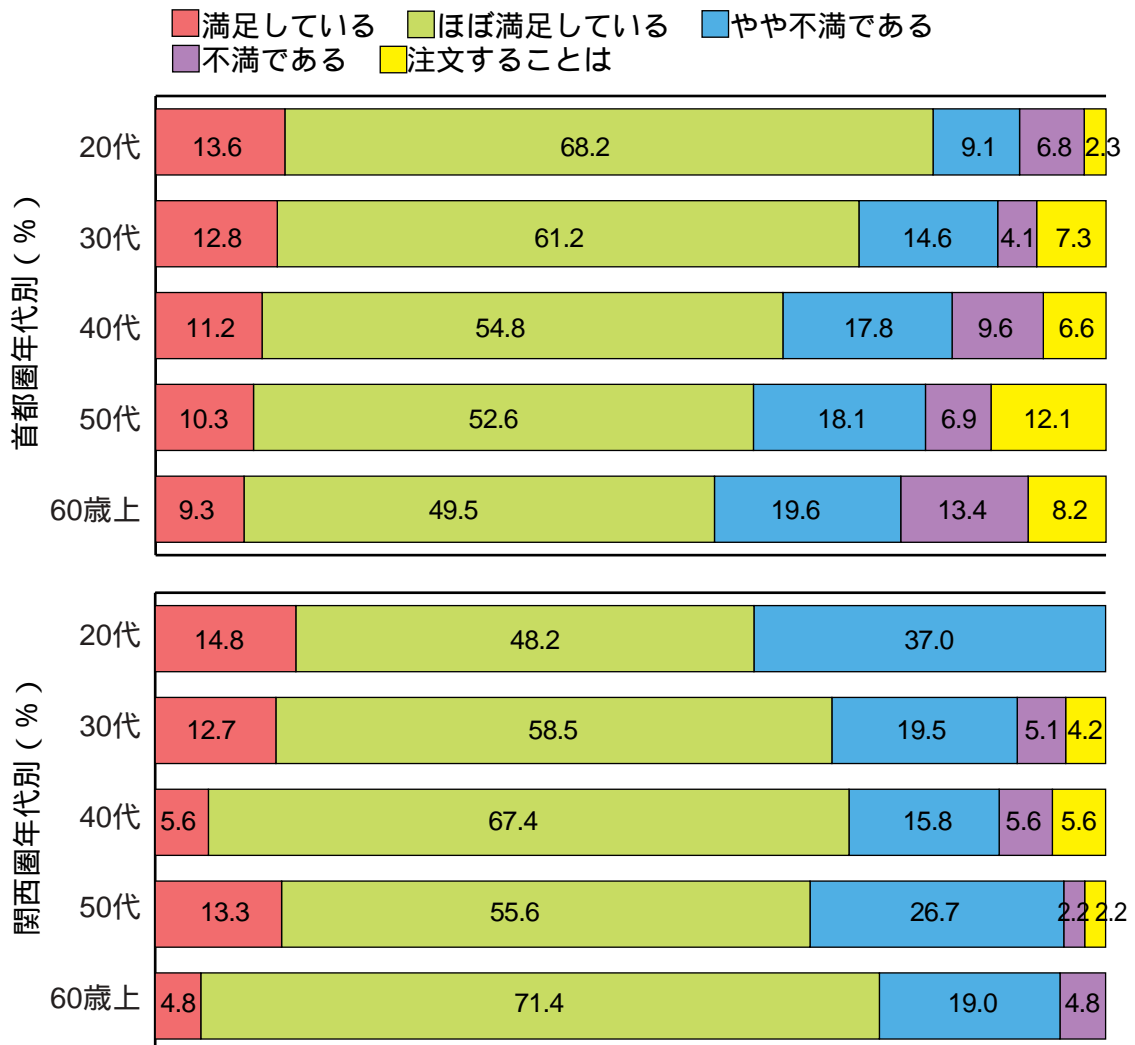
Q11-1. 即席ハンバーグ、ミートボールについての感想をお聞かせください。(複数回答可)

<味について>(複数回答可)

- 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68.9%、「やや不満」と「不満」は24.6%。
首都圏の20~30代は80%満足。一方、「味が濃い」など注文。

Q11-1. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想 味について



Q11-1. 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
全体		1,500	11.1	57.8	17.9	6.7	6.5
地域	首都圏	998	11.5	56.6	16.5	7.7	7.7
	関西圏	502	10.3	60.7	21.0	4.3	3.7
全体 年代別	20代	104	14.1	60.6	19.7	4.2	1.4
	30代	492	12.8	60.2	16.3	4.5	6.2
	40代	419	9.4	58.7	17.1	8.4	6.4
	50代	261	11.2	53.4	20.5	5.6	9.3
	60歳上	224	8.5	53.4	19.5	11.8	6.8
首都圏 年代別	20代	61	13.6	68.2	9.1	6.8	2.3
	30代	308	12.8	61.2	14.6	4.1	7.3
	40代	281	11.2	54.8	17.8	9.6	6.6
	50代	181	10.3	52.6	18.1	6.9	12.1
	60歳上	167	9.3	49.5	19.6	13.4	8.2
関西圏 年代別	20代	43	14.8	48.2	37.0	—	—
	30代	184	12.7	58.5	19.5	5.1	4.2
	40代	138	5.6	67.4	15.8	5.6	5.6
	50代	80	13.3	55.6	26.7	2.2	2.2
	60歳上	57	4.8	71.4	19.0	4.8	—

味についての注文の内容

20代	・味が濃い(1)・子供が大好き(1)・匂いが好きでない(1)
30代	・味が濃い(7)・味が甘すぎる(1)・人工的なものに頼りすぎ(1)・添加物に入っている味(1)・添加物なしの製品がほしい(1)・味の種類を多下してほしい(1)・ミートボールの味の変化(1)
40代	・味が濃い(3)・いやな味や匂いが残る(2)・和食に合う味付けのもの(2)・レトルト食品の味がする(2)・粉っぽい(1)・自然の味合いのもの(1)・肉の味がない(1)
50代	味が濃い(3)・肉の味がない(3)・和食に合う味付けのもの(2)・レトルト食品の味がする(2)・脂身の減少(1)・弾力がない(1)・自然の味合いのもの(1)・どれも味は同じ(1)・味のレパートリーを増やしてほしい(1)・デミグラスソースの味(1)・多く食べると飽きる(1)
60歳上	・脂身が多い(1)・味が濃い(1)

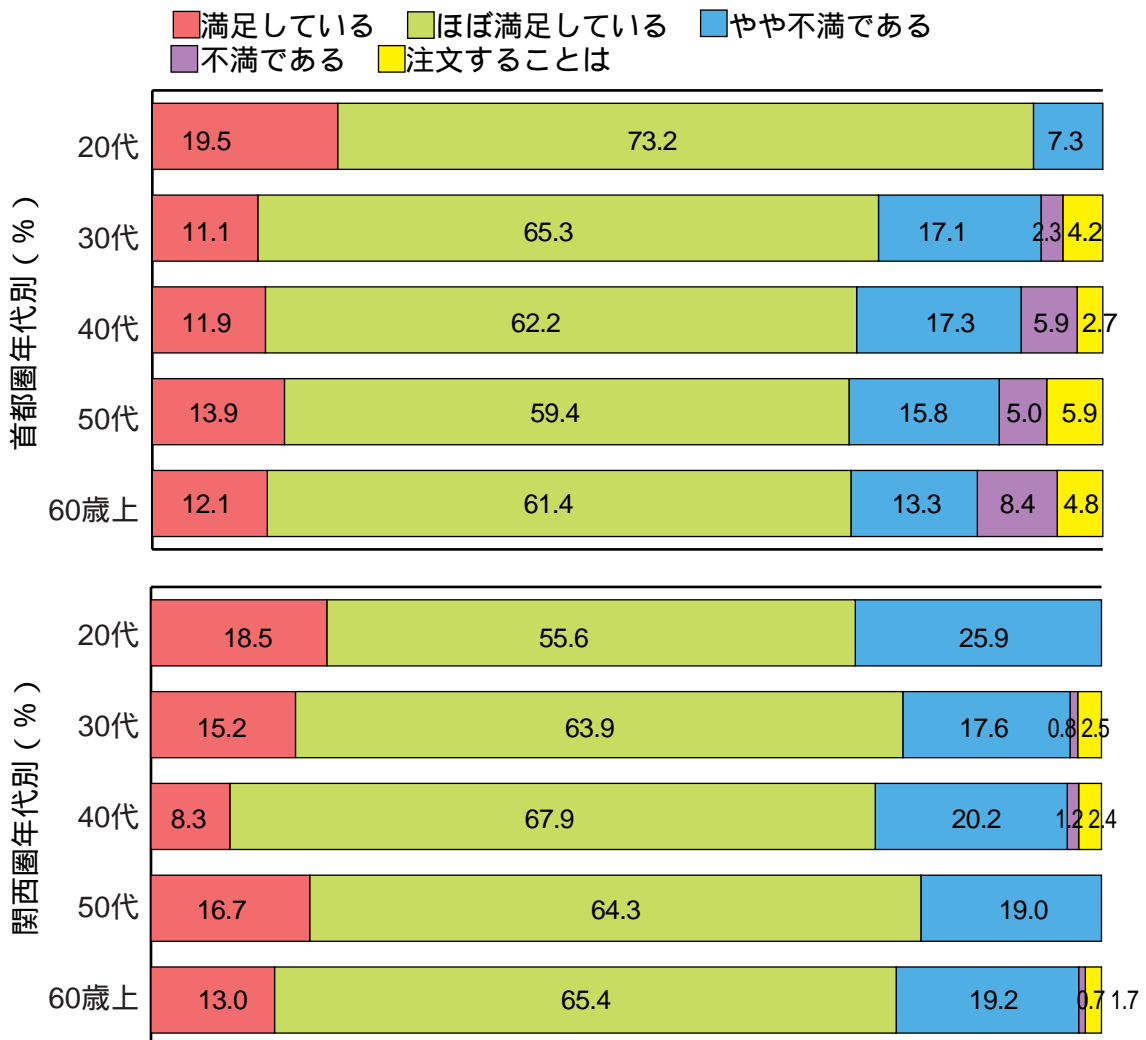
Q11-2. 即席ハンバーグ、ミートボールについての感想をお聞かせください。(複数回答可)

<種類について>(複数回答可)

- 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 76.7%、「やや不満」と「不満」は 20.1%である。
首都圏、関西圏の 20～30 代は 80%近くが満足。また、「子供向けの種類」や「きのこやチーズ入りなどの種類を作してほしい」等の注文あり。

Q11-2 . 市販ハンバーグ、ミートボールの感想 種類について



Q11-2. 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
全体		1,500	12.6	64.1	16.9	3.2	3.2
地域	首都圏	998	12.5	63.4	15.8	4.5	3.8
	関西圏	502	13.0	65.4	19.2	0.7	1.7
全体 年代別	20代	104	19.1	66.2	14.7	—	—
	30代	492	12.5	64.8	17.3	1.8	3.6
	40代	419	10.8	63.9	18.2	4.5	2.6
	50代	261	14.7	60.8	16.8	3.5	4.2
	60歳上	224	10.7	65.1	13.6	6.8	3.8
首都圏 年代別	20代	61	19.5	73.2	7.3	—	—
	30代	308	11.1	65.3	17.1	2.3	4.2
	40代	281	11.9	62.2	17.3	5.9	2.7
	50代	181	13.9	59.4	15.8	5.0	5.9
	60歳上	167	12.1	61.4	13.3	8.4	4.8
関西圏 年代別	20代	43	18.5	55.6	25.9	—	—
	30代	184	15.2	63.9	17.6	0.8	2.5
	40代	138	8.3	67.9	20.2	1.2	2.4
	50代	80	16.7	64.3	19.0	—	—
	60歳上	57	13.0	65.4	19.2	0.7	1.7

種類についての注文の内容

20代	なし
30代	・子供向けの種類を増やしてほしい(1)・脂質の少ない物がほしい(1) ・ハンバーグの種類を増やしてほしい(1)・形の大小がほしい(1)・種々の味付け製品がほしい(3)・きのこを入れてほしい(1)
40代	・どれも画一的(2)・無添加のもの(1)
50代	・きのこやチーズの入った種類を多く(2)・種類が多すぎる(1)・ミートボールは種類がない(1)
60歳上	・どれも画一的(1)

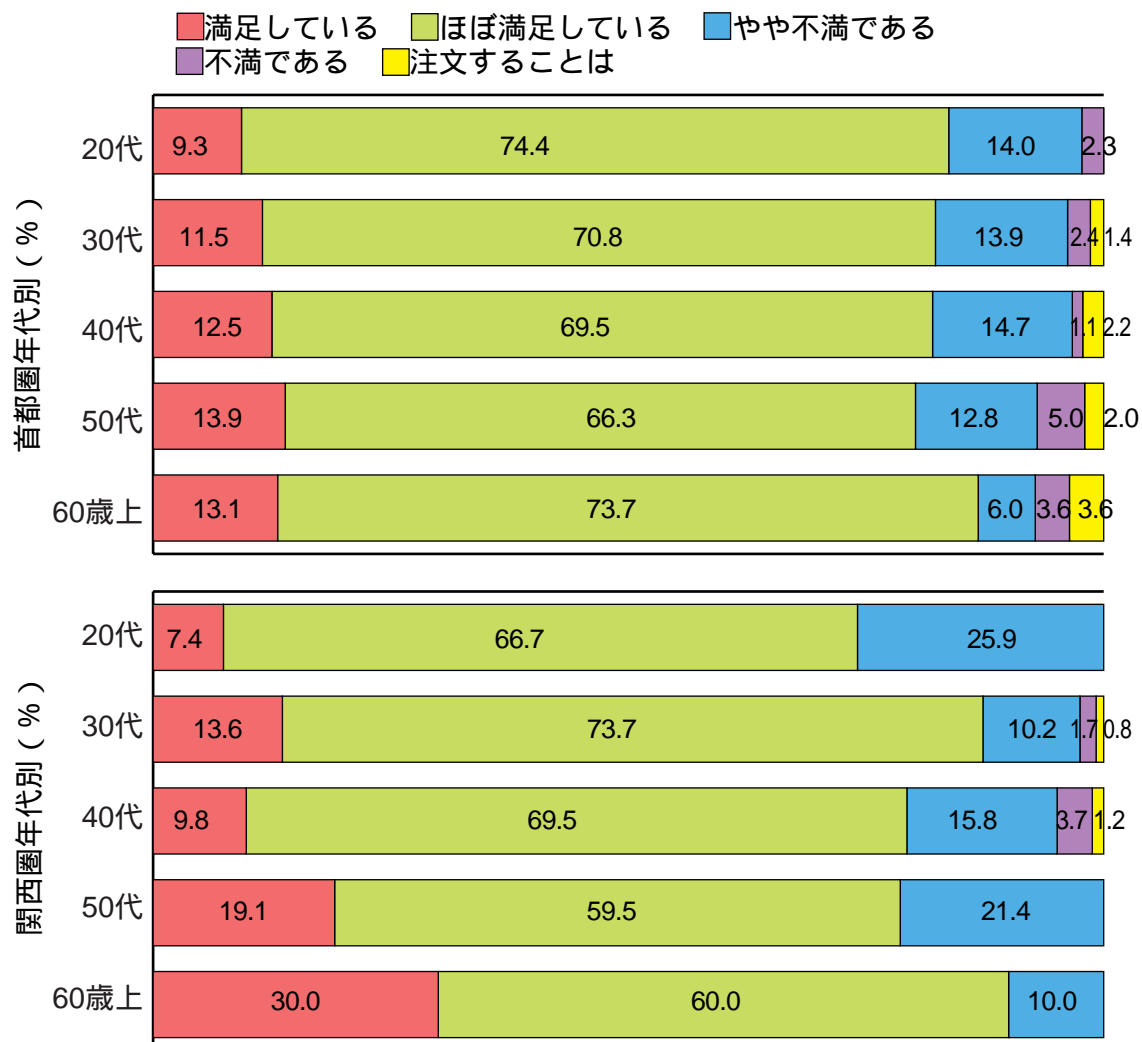
Q11-3. 即席ハンバーグ、ミートボールについての感想をお聞かせください。(複数回答可)

<価格について>(複数回答可)

- 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82.6%に達し、「やや不満」と「不満」は15.8%である。加齢と共に満足度が高くなる傾向。

Q11-3. 市販ハンバーグ、ミートボールの感想 価格について



Q11-3. 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
全体		1,500	12.7	69.9	13.5	2.3	1.6
地域	首都圏	998	12.2	70.4	12.9	2.6	1.9
	関西圏	502	13.9	68.8	14.9	1.7	0.7
全体 年代別	20代	104	8.6	71.4	18.6	1.4	—
	30代	492	12.2	71.9	12.6	2.1	1.2
	40代	419	11.6	69.6	15.0	1.9	1.9
	50代	261	15.3	64.4	15.4	3.5	1.4
	60歳上	224	16.3	71.2	6.7	2.9	2.9
首都圏 年代別	20代	61	9.3	74.4	14.0	2.3	—
	30代	308	11.5	70.8	13.9	2.4	1.4
	40代	281	12.5	69.5	14.7	1.1	2.2
	50代	181	13.9	66.3	12.8	5.0	2.0
	60歳上	167	13.1	73.7	6.0	3.6	3.6
関西圏 年代別	20代	43	7.4	66.7	25.9	—	—
	30代	184	13.6	73.7	10.2	1.7	0.8
	40代	138	9.8	69.5	15.8	3.7	1.2
	50代	80	19.1	59.5	21.4	—	—
	60歳上	57	30.0	60.0	10.0	—	—

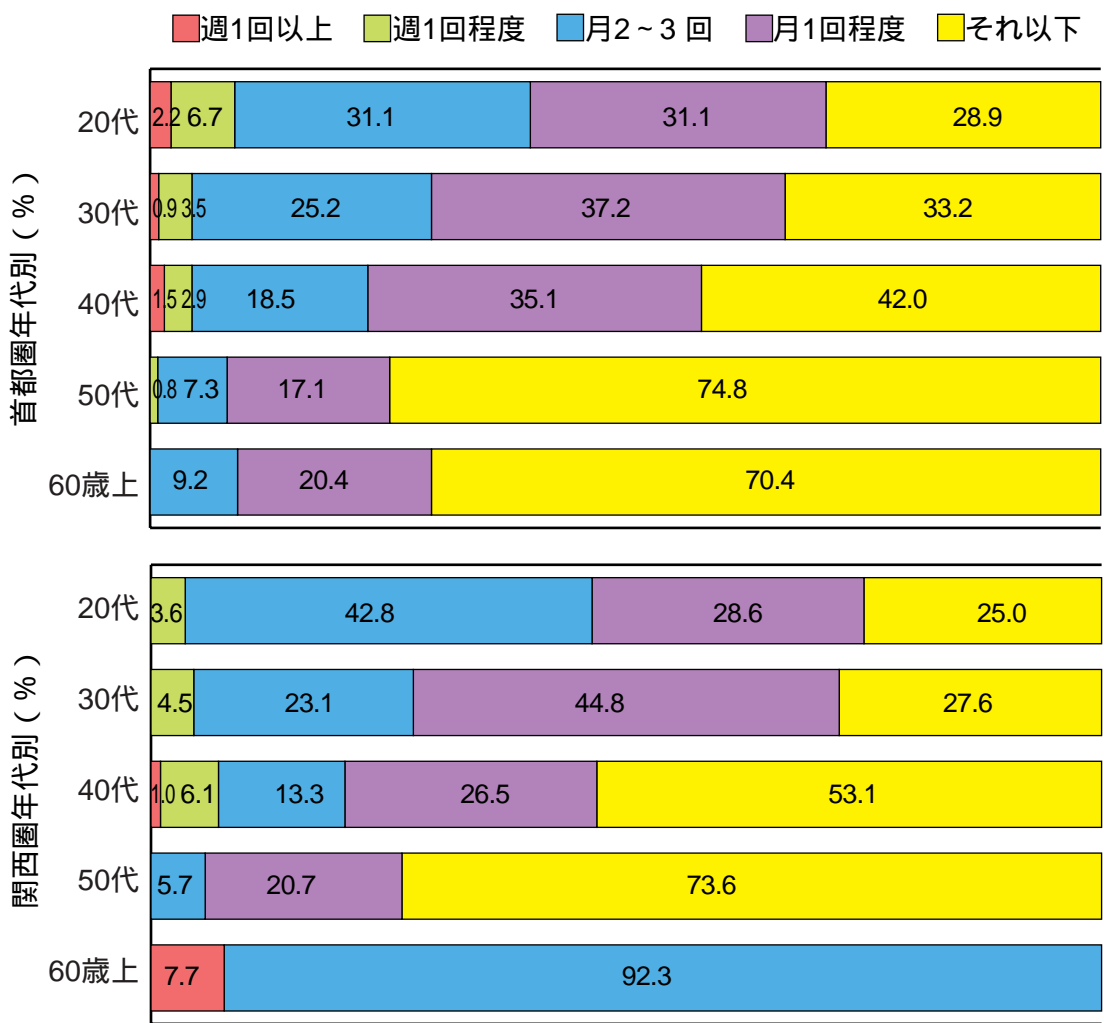
価格について注文すること

20代	なし
30代	・安すぎる(1)・もう少し安いものを(1)・値上げしないでほしい(1)
40代	・高いものもある(2)・もう少し安いものを(1)
50代	・もう少し安いものを(1)
60歳上	なし

- Q12. 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、どの位いきます？
 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30.6%、「月2～3回」17.9%、「それ以下」47.8%である。
 利用頻度は、加齢と共に減少傾向。

Q12 . ハンバーガーショップの利用頻度



Q12. ハンバーガーショップの利用頻度 (%)

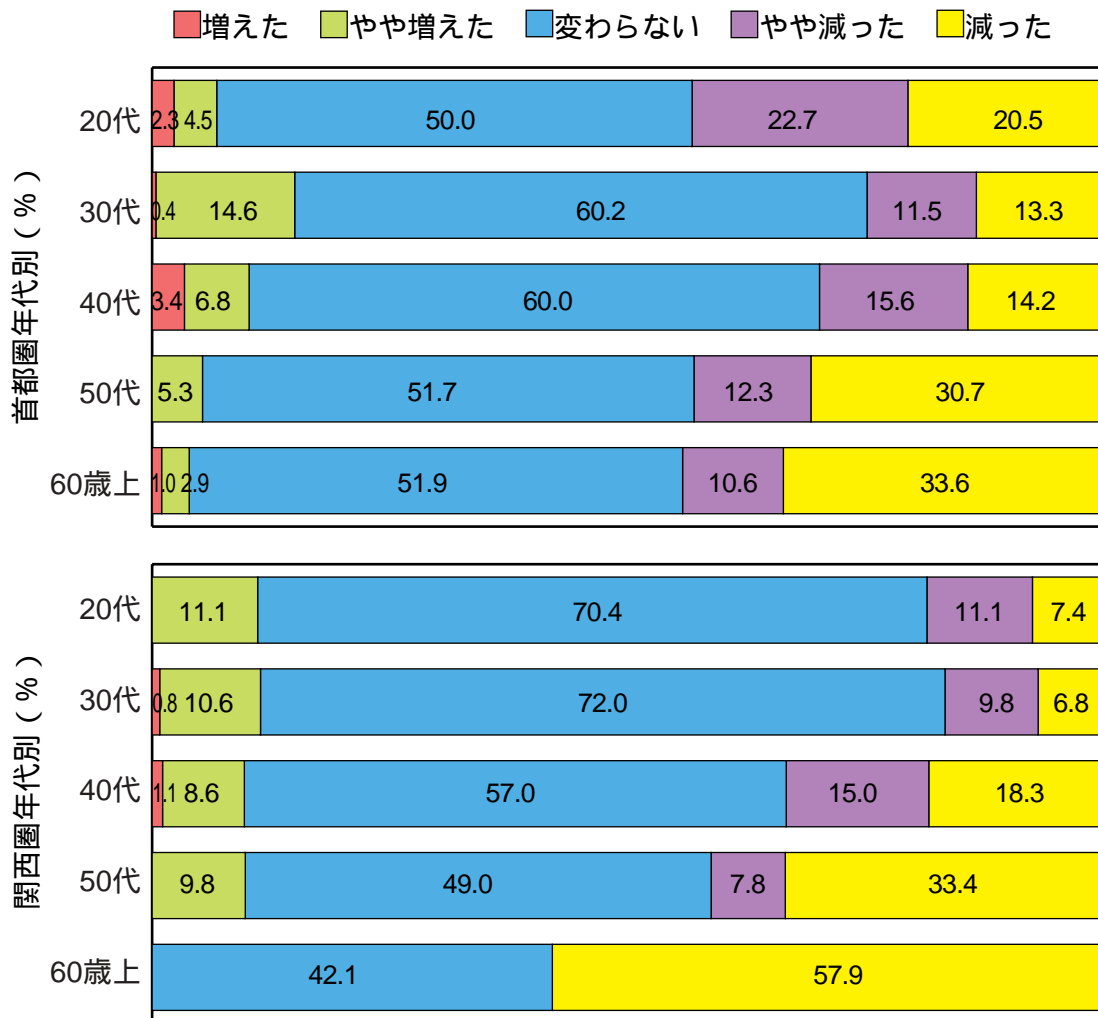
		全 体	週 1 回 以 上	週 1 回 程 度	月 2 3 回	月 1 回 程 度	そ れ 以 下
全体		1,500	0.7	3.0	17.9	30.6	47.8
地域	首都圏	998	0.8	2.6	18.1	30.1	48.4
	関西圏	502	0.3	3.8	17.4	31.6	46.9
全体 年代別	20代	104	1.4	5.5	35.6	30.1	27.4
	30代	492	0.6	3.9	24.4	40.0	31.1
	40代	419	1.3	4.0	16.8	32.3	45.6
	50代	261	—	0.6	6.8	18.2	74.4
	60歳上	224	—	—	7.5	17.9	74.6
首都圏 年代別	20代	61	2.2	6.7	31.1	31.1	28.9
	30代	308	0.9	3.5	25.2	37.2	33.2
	40代	281	1.5	2.9	18.5	35.1	42.0
	50代	181	—	0.8	7.3	17.1	74.8
	60歳上	167	—	—	9.2	20.4	70.4
関西圏 年代別	20代	43	—	3.6	42.8	28.6	25.0
	30代	184	—	4.5	23.1	44.8	27.6
	40代	138	1.0	6.1	13.3	26.5	53.1
	50代	80	—	—	5.7	20.7	73.6
	60歳上	57	—	—	—	7.7	92.3

Q13. ここ1年ぐらい、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

ここ1年食べる回数は、「変わらない」58.6%、「増えた」と「やや増えた」が合わせて9.8%、「やや減った」と「減った」が合わせて31.6%である。
首都圏は、「増えた」、関西圏は「やや増えた」が高いが、加齢と共に減少傾向が増大。

Q13. ハンバーガーを食べる回数



Q13. ハンバーガーを食べる回数

(%)

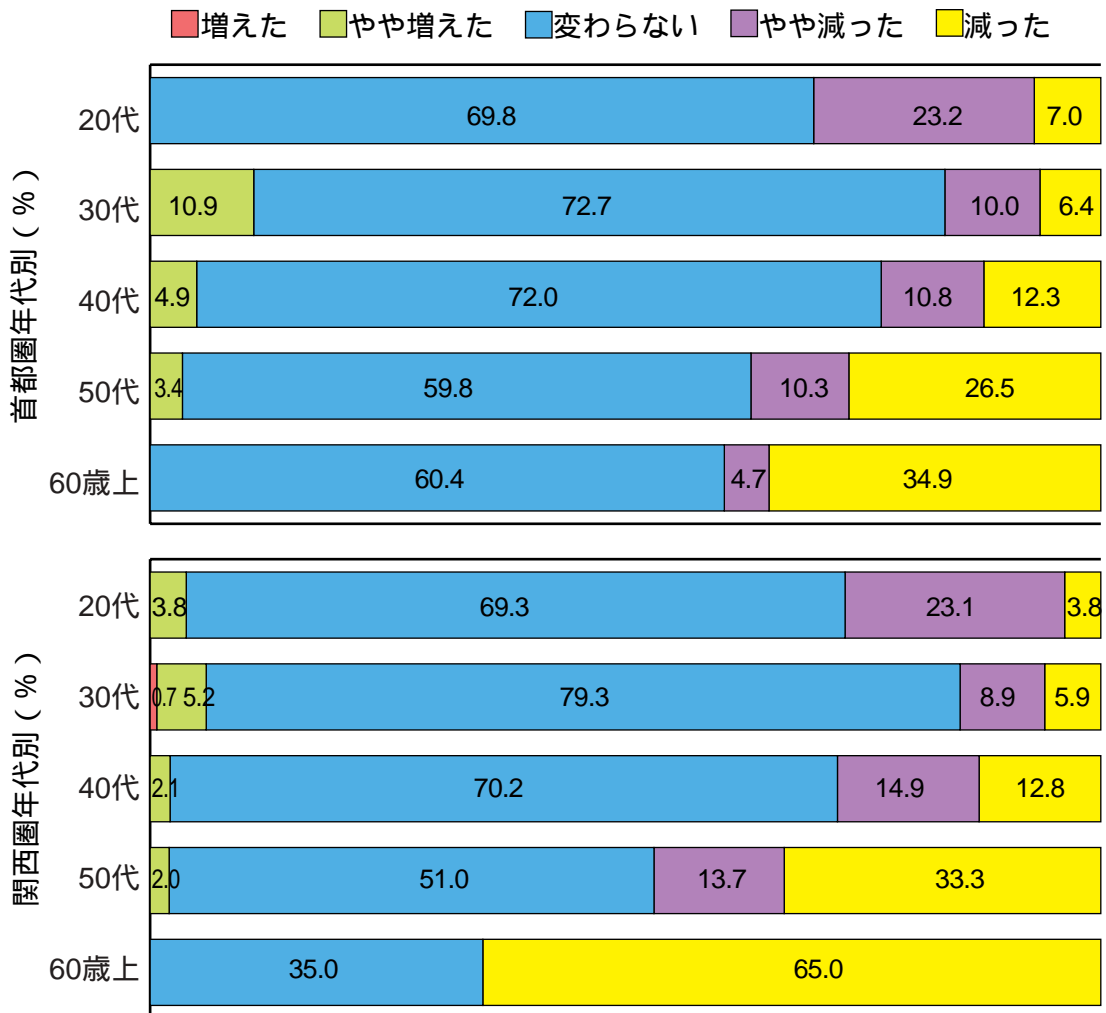
		全 体	増 え た	や や 増 え た	変 わ ら な い	や や 減 っ た	減 っ た
全体		1,500	1.1	8.7	58.6	12.5	19.1
地域	首都圏	998	1.4	8.4	56.9	13.4	19.9
	関西圏	502	0.6	9.3	62.1	10.6	17.4
年代別	20代	104	1.4	7.0	57.8	18.3	15.5
	30代	492	0.6	13.1	64.5	10.9	10.9
	40代	419	2.6	9.8	57.6	15.0	15.0
	50代	261	—	6.7	50.9	10.9	31.5
	60歳上	224	0.8	2.4	50.4	8.9	37.5
年代別	20代	61	2.3	4.5	50.0	22.7	20.5
	30代	308	0.4	14.6	60.2	11.5	13.3
	40代	281	3.4	6.8	60.0	15.6	14.2
	50代	181	—	5.3	51.7	12.3	30.7
	60歳上	167	1.0	2.9	51.9	10.6	33.6
年代別	20代	43	—	11.1	70.4	11.1	7.4
	30代	184	0.8	10.6	72.0	9.8	6.8
	40代	138	1.1	8.6	57.0	15.0	18.3
	50代	80	—	9.8	49.0	7.8	33.4
	60歳上	57	—	—	42.1	—	57.9

Q14. 今後のハンバーガーを食べる回数の予想とその理由はなんですか？

- ①増える ②やや増える ③変わらない ④やや減る ⑤減る

今後の回数は、「変わらない」68.4%、「増える」と「やや増える」が合わせて4.9%、「やや減る」10.8%、「減る」が15.9%である。
 首都圏は「やや増える」、関西圏は「増える」と「やや減る」の割合がそれぞれ高い。

Q14. 今後ハンバーガーを食べる回数



Q14. 今後ハンバーガーを食べる回数 (％)

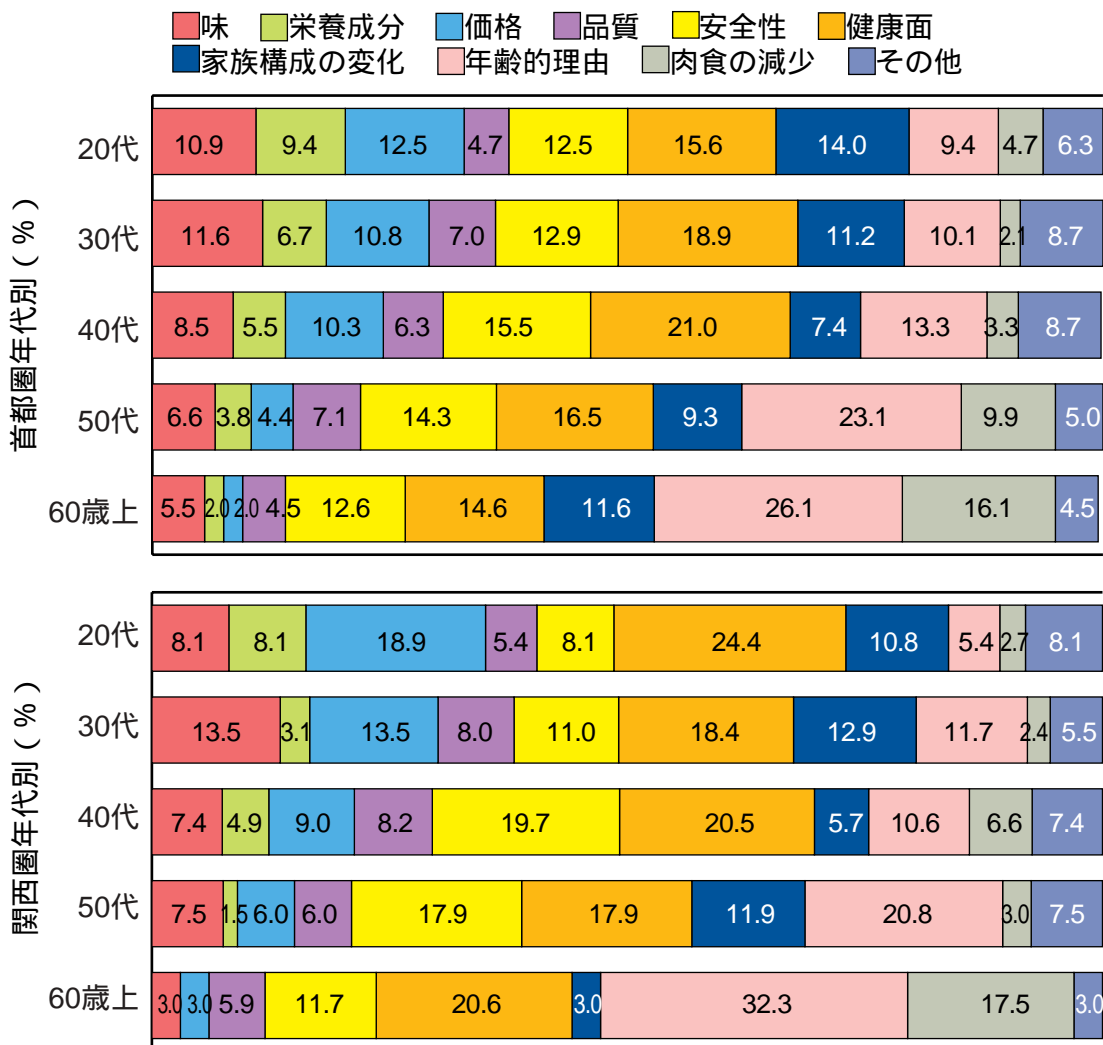
		全 体	増 え る	や や 増 え る	変 わ ら な い	や や 減 る	減 る
全体		1,500	0.1	4.8	68.4	10.8	15.9
地域	首都圏	998	—	5.5	68.3	10.3	15.9
	関西圏	502	0.3	3.4	68.7	12.0	15.6
全体 年代別	20代	104	—	1.4	69.6	23.2	5.8
	30代	492	0.3	8.7	75.2	9.6	6.2
	40代	419	—	4.0	71.5	12.1	12.4
	50代	261	—	3.0	57.1	11.3	28.6
	60歳上	224	—	—	56.3	4.0	39.7
首都圏 年代別	20代	61	—	—	69.8	23.2	7.0
	30代	308	—	10.9	72.7	10.0	6.4
	40代	281	—	4.9	72.0	10.8	12.3
	50代	181	—	3.4	59.8	10.3	26.5
	60歳上	167	—	—	60.4	4.7	34.9
関西圏 年代別	20代	43	—	3.8	69.3	23.1	3.8
	30代	184	0.7	5.2	79.3	8.9	5.9
	40代	138	—	2.1	70.2	14.9	12.8
	50代	80	—	2.0	51.0	13.7	33.3
	60歳上	57	—	—	35.0	—	65.0

Q15. 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 ()

回数の増減の理由は、「健康面」18.5%、「年齢的理由」15.7%、「安全性」14.0%、「家族構成の変化」10.0%などである。
 30代、40代は「子供と一緒に」と「仕事で外食」、「食べるのが簡単」等。

Q15 . ハンバーガーを食べる回数の増減の理由



Q15. ハンバーガーを食べる回数の増減の理由

(%)

		全体	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
全体		1,500	8.8	4.6	8.7	6.5	14.0	18.5	10.0	15.7	6.3	6.9
地域	首都圏	998	8.6	5.1	7.9	6.2	13.8	18.0	10.1	16.4	6.9	7.0
	関西圏	502	9.5	3.5	10.7	7.3	14.4	19.6	9.7	13.9	5.0	6.4
全体 年代別	20代	104	9.9	8.9	14.9	4.9	10.9	18.8	12.9	7.9	4.0	6.9
	30代	492	12.2	5.3	11.8	7.4	12.3	18.7	11.8	10.7	2.2	7.6
	40代	419	8.1	5.3	9.9	6.9	16.8	20.9	6.9	12.5	4.3	8.4
	50代	261	6.8	3.2	4.8	6.9	15.3	16.9	10.0	22.5	8.0	5.6
	60歳上	224	5.2	1.7	2.2	4.7	12.4	15.5	10.3	27.0	16.7	4.3
首都圏 年代別	20代	61	10.9	9.4	12.5	4.7	12.5	15.6	14.0	9.4	4.7	6.3
	30代	308	11.6	6.7	10.8	7.0	12.9	18.9	11.2	10.1	2.1	8.7
	40代	281	8.5	5.5	10.3	6.3	15.5	21.0	7.4	13.3	3.3	8.7
	50代	181	6.6	3.8	4.4	7.1	14.3	16.5	9.3	23.1	9.9	5.0
	60歳上	167	5.5	2.0	2.0	4.5	12.6	14.6	11.6	26.1	16.1	4.5
関西圏 年代別	20代	43	8.1	8.1	18.9	5.4	8.1	24.4	10.8	5.4	2.7	8.1
	30代	184	13.5	3.1	13.5	8.0	11.0	18.4	12.9	11.7	2.4	5.5
	40代	138	7.4	4.9	9.0	8.2	19.7	20.5	5.7	10.6	6.6	7.4
	50代	80	7.5	1.5	6.0	6.0	17.9	17.9	11.9	20.8	3.0	7.5
	60歳上	57	3.0	—	3.0	5.9	11.7	20.6	3.0	32.3	17.5	3.0

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

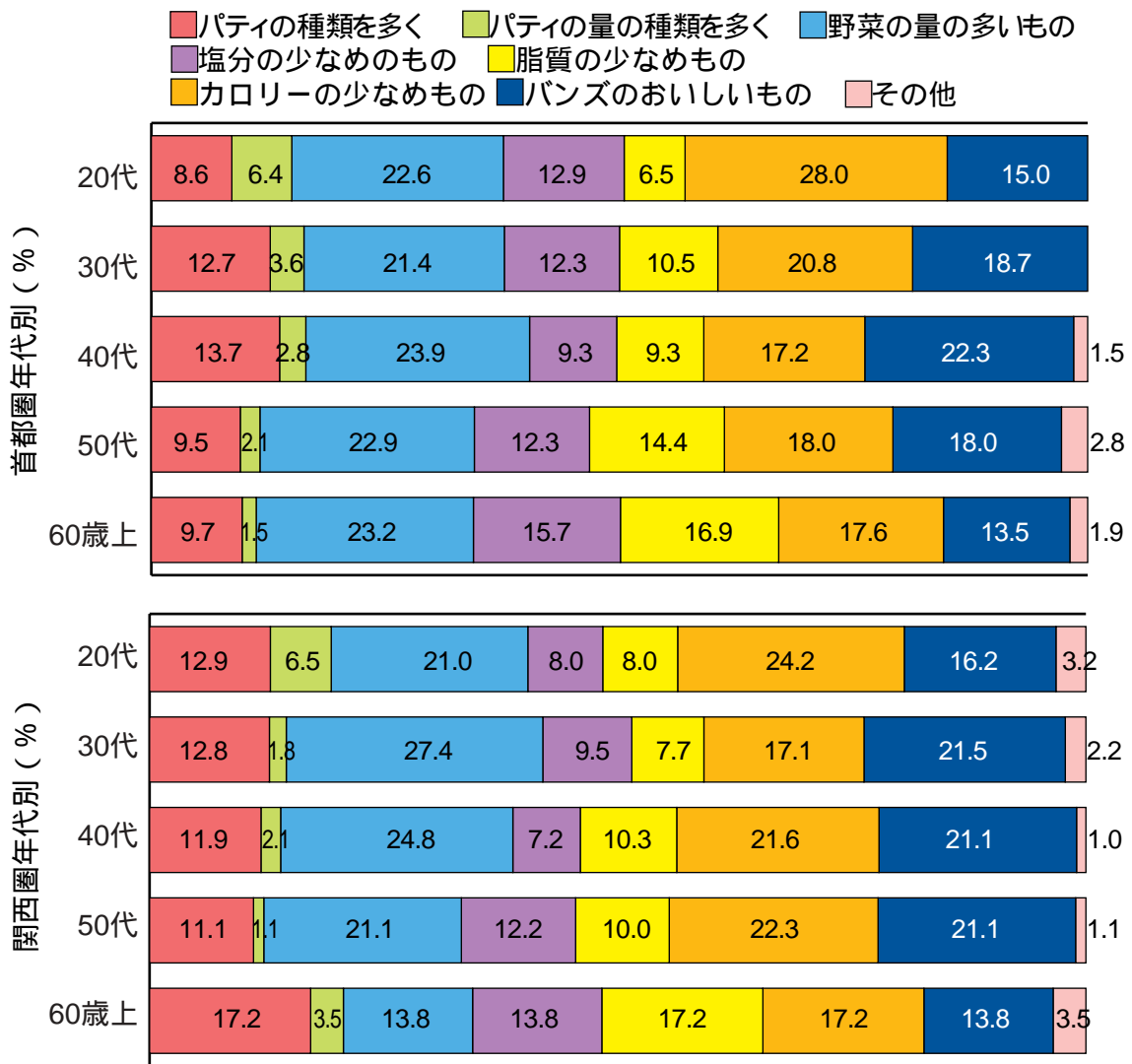
20代	・良い店が近くにない(1)・保健師が子供の肥満に成ると指導したため(1)・太るから(1)・ダイエットのため(1)
30代	・子供がおもちゃにつられて行く(9)・仕事で外食が増えた(4)・食べるのが簡単でらく(3)・子供が行くようになるから(2)・近くに店があると行く(2)・ドリンクバーがあると行く(1)・良い店やお気に入りの店が近くにない(1)・カロリーが高すぎる(2)・育児のため(1)・仕事が忙しくなるから(1)・子供が食べない(1)
40代	・子供が食べる(4)・外食の機会が減った(4)・仕事で外食が増えた(3)・食べるのが簡単でらく(2)・子供と一緒にいなくなった(2)・美味しい(1)・身体に良いイメージがない(1)・昔に比べ味が落ちた(1)・カロリーが高すぎる(1)・買う店がない(1)
50代	・子供と一緒にいく(2)・昼食作りが面倒で簡単(1)・季節限定などがあると買う(1)・外出回数が多くなると増える(1)・外食の機会が減った(1)・食べたいが近くに店がない(1)・糖尿病のため(1)・カロリーが高すぎる(1)
60歳上	(増える理由) なし (減る理由) なし

Q16. 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()

種類は、「野菜の量の多いもの」23.3%、「カロリーの少なめなもの」19.3%、「バンズ(丸パン)のおいしいもの」19.1%、「パティの種類を多く」11.9%、「塩分の少なめなもの」、「脂質の少なめなもの」それぞれ11%である。

Q16. ハンバーガーの種類



Q16. ハンバーガーの種類

(%)

		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 な も の	脂 質 の 少 な め も の	カ ロ リ ー の 少 な め も の	バ ン ズ の お い し い も の	そ の 他
全体		1,500	11.9	2.8	23.3	11.2	11.0	19.3	19.1	1.4
地域	首都圏	998	11.7	2.9	22.7	12.1	11.7	19.1	18.6	1.2
	関西圏	502	12.5	2.3	24.6	9.2	9.2	19.9	20.5	1.8
全体 年代別	20代	104	10.3	6.5	21.9	11.0	7.1	26.4	15.5	1.3
	30代	492	12.7	3.0	23.5	11.3	9.5	19.5	19.7	0.8
	40代	419	13.1	2.6	24.1	8.7	9.6	18.5	22.0	1.4
	50代	261	9.9	1.9	22.4	12.3	13.4	19.0	18.7	2.4
	60歳上	224	10.5	1.7	22.3	15.5	16.9	17.6	13.5	2.0
首都圏 年代別	20代	61	8.6	6.4	22.6	12.9	6.5	28.0	15.0	—
	30代	308	12.7	3.6	21.4	12.3	10.5	20.8	18.7	—
	40代	281	13.7	2.8	23.9	9.3	9.3	17.2	22.3	1.5
	50代	181	9.5	2.1	22.9	12.3	14.4	18.0	18.0	2.8
	60歳上	167	9.7	1.5	23.2	15.7	16.9	17.6	13.5	1.9
関西圏 年代別	20代	43	12.9	6.5	21.0	8.0	8.0	24.2	16.2	3.2
	30代	184	12.8	1.8	27.4	9.5	7.7	17.1	21.5	2.2
	40代	138	11.9	2.1	24.8	7.2	10.3	21.6	21.1	1.0
	50代	80	11.1	1.1	21.1	12.2	10.0	22.3	21.1	1.1
	60歳上	57	17.2	3.5	13.8	13.8	17.2	17.2	13.8	3.5

問①のパティの種類回答数

年代別	牛肉 100%	牛豚合びき	豚肉 100%	鶏肉 100%	魚介類 100%
20代	—	—	—	—	—
30代	7	4	1	—	3
40代	7	5	—	1	—
50代	4	7	—	—	1
60歳上	4	7	1	1	3

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

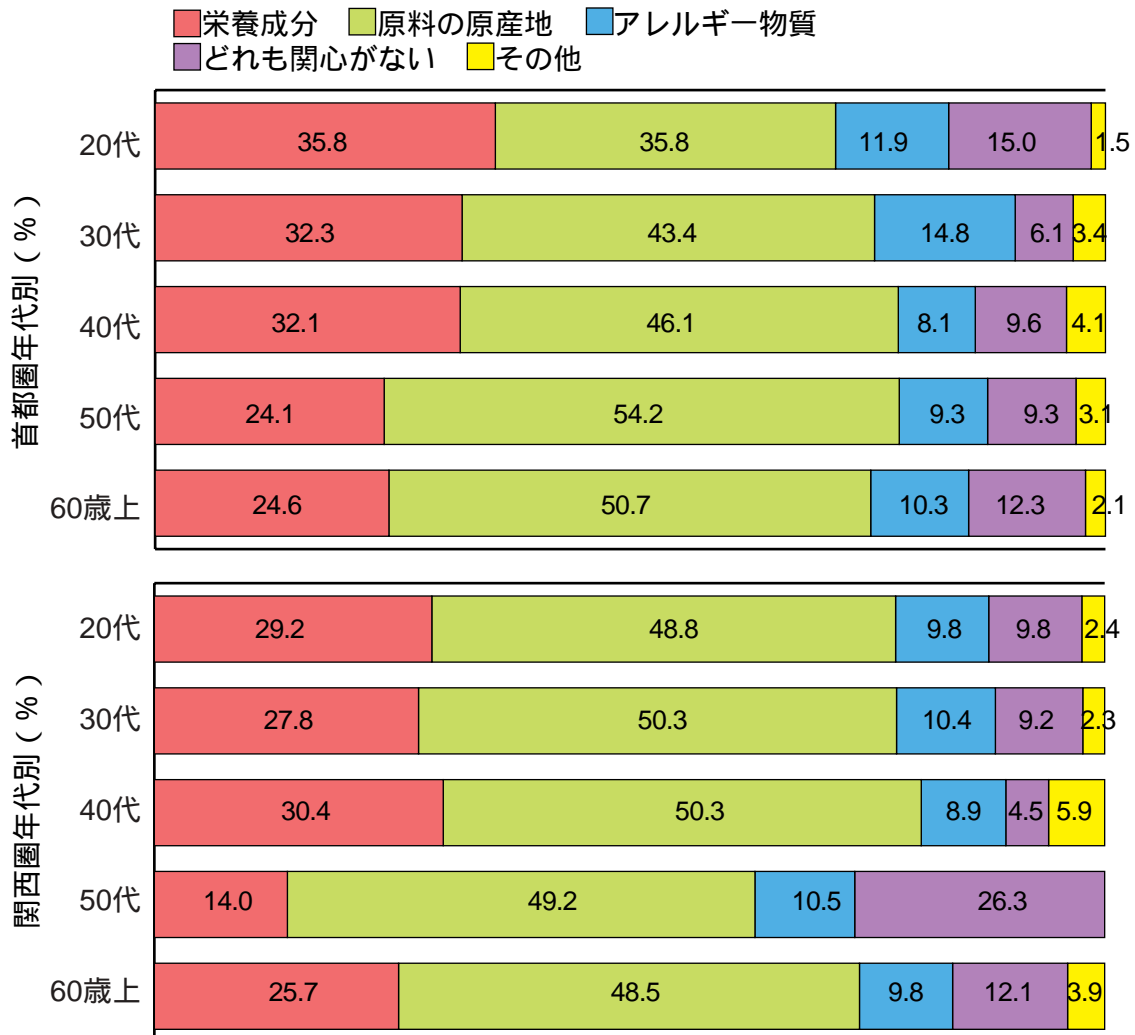
20代	・新鮮さ(1)・コロッケややきそばなどがあつたら良い(1)
30代	・子供用の大きさや栄養バランスが良いもの(2)・味や野菜のオーダーが出来れば良い(2)・産地や農薬の表示(1)・無添加のハンバーグがほしい(1)・もっと美味しいものを(1)・丸パンに全粒粉や胚芽入りがほしい(1)
40代	・美味しさ(ソースを含め)(3)・ジューシーさ(2)・肉質(1)
50代	・美味しさ(ソースを含め)(2)・無添加のハンバーグがほしい(1)・丸パンに全粒粉や胚芽入りがほしい(1)・和風味がほしい(1)・丸パンの安全性(1)
60歳上	・丸パンが柔らかすぎ(1)

Q17. ハンバーガーについて、どのような情報を知りたいですか？

- 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 ()

知りたい情報は、「原料の原産地」47.2%、「栄養成分」28.6%、「アレルギー物質」10.7%、「どれも関心がない」10.2%である。
その他では、「添加物」、「原材料」、「カロリー」等。

Q17. ハンバーガーの知りたい情報



Q17. 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		1,500	28.6	47.1	10.7	10.2	3.4
地域	首都圏	998	29.9	46.6	11.1	9.2	3.2
	関西圏	502	25.6	48.5	9.8	12.2	3.9
全体 年代別	20代	104	33.3	40.7	11.1	13.0	1.9
	30代	492	30.7	45.8	13.3	7.2	3.0
	40代	419	31.5	47.5	8.4	7.9	4.7
	50代	261	21.5	53.0	9.5	13.7	2.3
	60歳上	224	22.0	46.9	10.2	16.9	4.0
首都圏 年代別	20代	61	35.8	35.8	11.9	15.0	1.5
	30代	308	32.3	43.4	14.8	6.1	3.4
	40代	281	32.1	46.1	8.1	9.6	4.1
	50代	181	24.1	54.2	9.3	9.3	3.1
	60歳上	167	24.6	50.7	10.3	12.3	2.1
関西圏 年代別	20代	43	29.2	48.8	9.8	9.8	2.4
	30代	184	27.8	50.3	10.4	9.2	2.3
	40代	138	30.4	50.3	8.9	4.5	5.9
	50代	80	14.0	49.2	10.5	26.3	—
	60歳上	57	25.7	48.5	9.8	12.1	3.9

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

20代	・カロリー(1)
30代	・添加物(5)・カロリー(3)・適正表示(1)・遺伝子組替え(1)・農薬(1)・美味しい食べ方(1)・品質(1)・安全性(1)・野菜の情報(1)
40代	・原材料(5)・カロリー(4)・添加物(2)・安全性(2)・塩分含量(1)・農薬(1) ・売上や人気ランキング等(1)
50代	・原産地表示(特に中国産)(2)・全ての表示(1)・添加物(1)
60歳上	・カロリー(2)

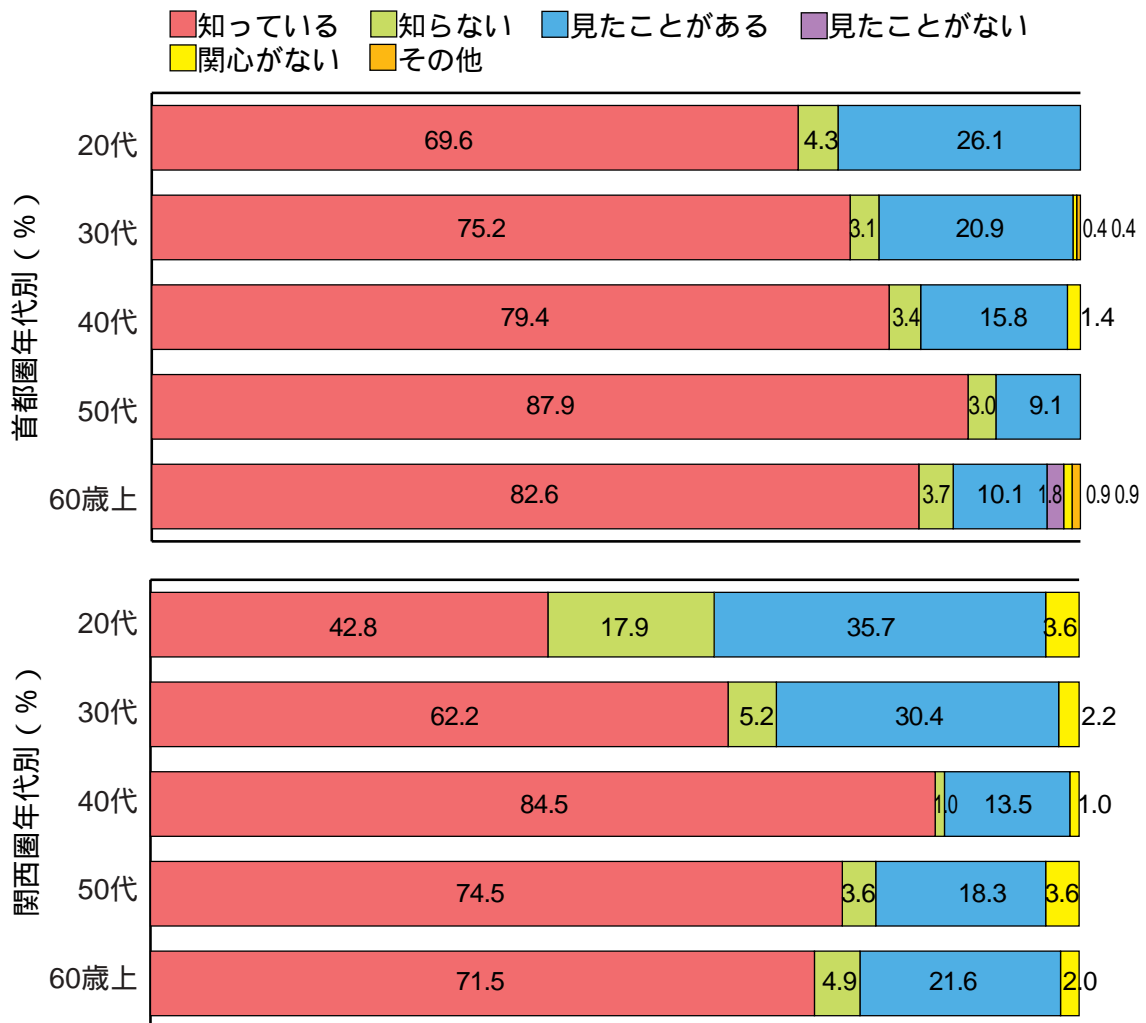
Q18. 国から認定された検査機関の検査で、決められた規格(原材料や成分など)に合格していることが確認された製品(ハンバーグ、ミートボール)には、品質保証 JA マークがパッケージなどにつけられます。

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」76.9%、「見たことがある」17.8%、「知らない」が3.8%である。
加齢と共に「知っている」割合は高くなり、50代以上は特に首都圏が高い。

Q18 . JASマークを知っていますか



Q18. JAS マークの認知度

(%)

		全 体	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
全体		1,500	76.9	3.8	17.8	0.2	1.1	0.2
地域	首都圏	998	79.5	3.3	15.9	0.3	0.7	0.3
	関西圏	502	71.5	4.9	21.6	—	2.0	—
年代別	20代	104	59.5	9.4	29.7	—	1.4	—
	30代	492	70.3	3.9	24.4	—	1.1	0.3
	40代	419	81.1	2.6	15.0	—	1.3	—
	50代	261	84.0	3.2	11.7	—	1.1	—
	60歳上	224	84.4	4.3	8.5	1.4	0.7	0.7
年代別	20代	61	69.6	4.3	26.1	—	—	—
	30代	308	75.2	3.1	20.9	—	0.4	0.4
	40代	281	79.4	3.4	15.8	—	1.4	—
	50代	181	87.9	3.0	9.1	—	—	—
	60歳上	167	82.6	3.7	10.1	1.8	0.9	0.9
年代別	20代	43	42.8	17.9	35.7	—	3.6	—
	30代	184	62.2	5.2	30.4	—	2.2	—
	40代	138	84.5	1.0	13.5	—	1.0	—
	50代	80	74.5	3.6	18.3	—	3.6	—
	60歳上	57	71.5	4.9	21.6	—	2.0	—

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

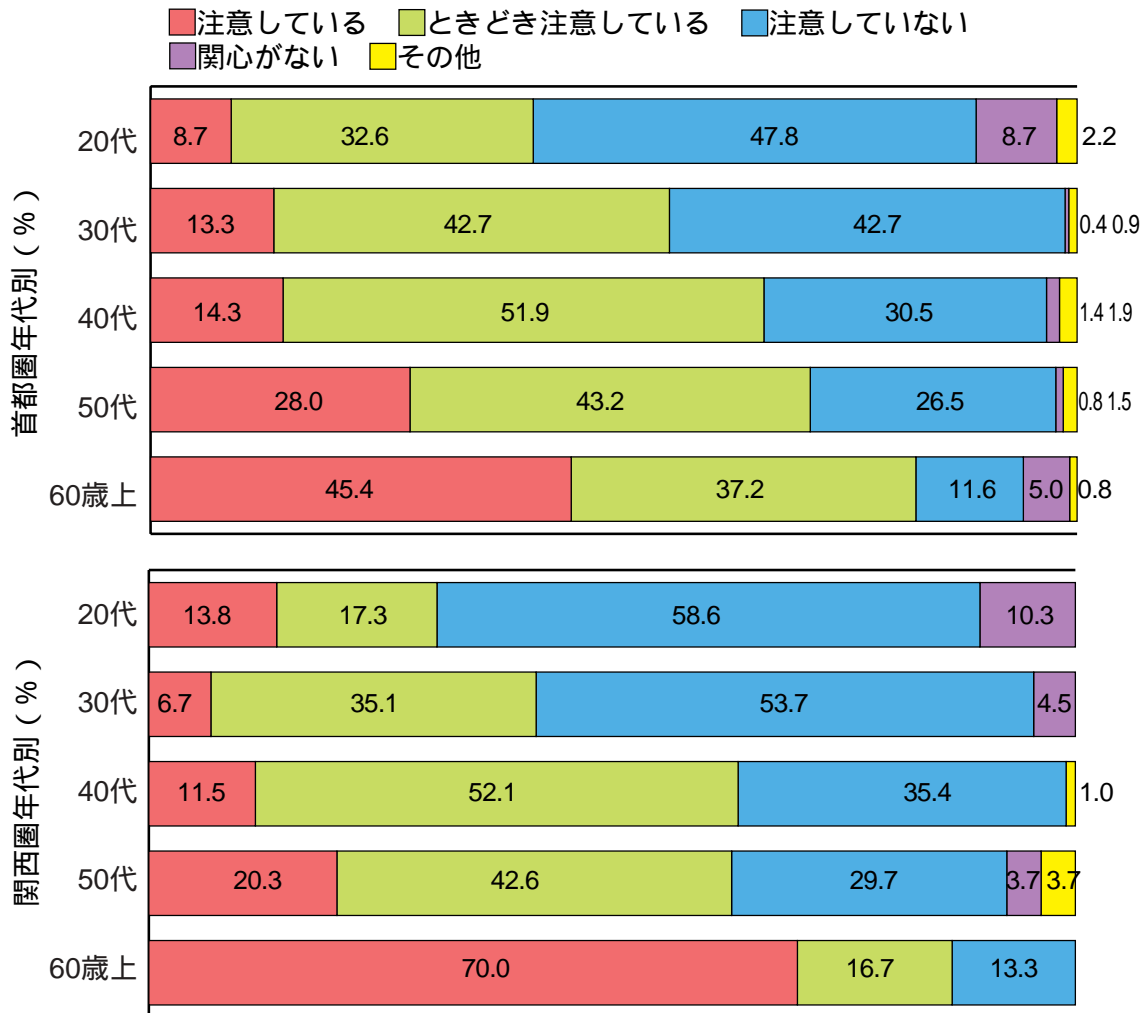
20代	なし
30代	・JAS マークを信用していない(2)・JAS マークを全製品に貼付すべき(1)
40代	・JAS マークを信用していない(4)
50代	なし
60歳上	なし

Q19. 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 ()

マークの注意度は、「注意している」19.7%、「ときどき注意している」42.0%、「注意していない」34.7%である。
首都圏は「注意している」、関西圏は「注意していない」の割合が高い。

Q19 . JASマークをどう注意していますか



Q19. 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		1,500	19.7	42.0	34.7	2.4	1.2
地域	首都圏	998	21.2	43.9	31.5	2.0	1.4
	関西圏	502	16.3	37.9	41.7	3.2	0.9
全体 年代別	20代	104	10.7	26.7	52.0	9.3	1.3
	30代	492	10.9	39.8	46.8	1.9	0.6
	40代	419	13.4	52.0	32.0	1.0	1.6
	50代	261	25.8	43.0	27.4	1.6	2.2
	60歳上	224	50.3	33.1	11.9	4.0	0.7
首都圏 年代別	20代	61	8.7	32.6	47.8	8.7	2.2
	30代	308	13.3	42.7	42.7	0.4	0.9
	40代	281	14.3	51.9	30.5	1.4	1.9
	50代	181	28.0	43.2	26.5	0.8	1.5
	60歳上	167	45.4	37.2	11.6	5.0	0.8
関西圏 年代別	20代	43	13.8	17.3	58.6	10.3	—
	30代	184	6.7	35.1	53.7	4.5	—
	40代	138	11.5	52.1	35.4	—	1.0
	50代	80	20.3	42.6	29.7	3.7	3.7
	60歳上	57	70.0	16.7	13.3	—	-

「その他」(首都圏および関西圏含めて)

20代	・これから JAS マークを注意する(1)
30代	なし
40代	・これから JAS マークを注意する(1)・メーカーを信用している(1)
50代	・ほとんど判らない(1)・これから JAS マークを注意する(1)
60歳上	なし

(回答者の職業及び家族構成)

1) 職業構成割合

単位：割合%

圏別	職業別		人 数	フル タイム	パート タイム	自由業	専業主婦	その他
	年齢別							
全体			1,500	26.5	21.7	4.8	46.0	1.0
地域	首都圏		998	28.0	19.4	5.1	46.7	0.8
	関西圏		502	23.4	26.6	4.3	44.3	1.4
首都 圏	①20歳代		61	52.2	6.5	2.2	39.1	—
	②30歳代		308	33.3	20.5	1.3	44.0	0.9
	③40歳代		281	33.6	25.5	5.8	34.6	0.5
	④50歳代		181	28.8	19.9	12.1	38.6	0.6
	⑤60歳上		167	2.2	12.3	4.4	79.7	1.4
関 西 圏	①20歳代		43	50.0	19.2	—	26.9	3.9
	②30歳代		184	12.1	25.7	6.1	55.3	0.8
	③40歳代		138	35.6	31.7	2.0	29.7	1.0
	④50歳代		80	27.9	33.3	5.6	31.5	7.9
	⑤60歳上		57	5.4	10.8	5.4	75.7	2.7

2) 家族構成割合

単位：割合%

圏別	家族別		人 数	1 人	2 人	3 人	4 人	5 人 以上
	年齢別							
全体			1,500	2.9	19.7	27.6	31.6	18.2
地域	首都圏		998	3.6	20.3	27.7	29.3	19.1
	関西圏		502	1.4	18.5	27.3	36.3	16.5
首都 圏	①20歳代		61	4.4	26.7	33.4	24.4	11.1
	②30歳代		308	2.2	11.1	32.0	36.9	17.8
	③40歳代		281	0.5	7.8	24.4	37.5	29.8
	④50歳代		181	3.0	21.2	36.4	23.5	15.9
	⑤60歳上		167	10.9	51.1	15.3	11.7	11.0
関 西 圏	①20歳代		43	3.6	32.1	21.4	32.1	10.8
	②30歳代		184	0.8	6.8	30.3	45.5	16.6
	③40歳代		138	1.0	10.1	22.2	42.4	24.3
	④50歳代		80	—	40.0	30.9	18.2	10.9
	⑤60歳上		57	5.3	39.5	28.9	18.4	7.9

調査票

この調査は、食材宅配をご利用の皆様に、食肉、食肉調理品についてのご意見をお伺いすることで、今後の食肉調理品の開発、サービス向上に役立てるために実施するものです。無記名で実施いたしますので、よろしくご協力をお願い申し上げます。

- ・ご記入は、ふだん料理を作っている方をお願いします。
- ・お答えは、あてはまる番号に○印をつけてください。複数の回答がある場合は、それぞれいくつでも○印をつけてください。
- ・答えの中の「その他」の()内には、具体的な回答をお書きください。
- ・ご記入が済みましたら、返送用封筒に入れ、封をして販売員の方にお渡しください。

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

Q2.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？

- 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()

Q3.お宅では、食材宅配メニューを選ぶときの基準はなんでしょうか？

- ①好きな料理 ②価格 ③栄養バランス ④調理時間 ⑤特になし

Q4.食材のうち食肉に対して関心の高いものはなんでしょうか？

〈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()

〈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()

〈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()

Q5.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郎席ハンバーグ、ミートボールを利用することがあますか？

- 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

Q6. 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み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

Q7. 今後、市販のハンバーグやミートボールを購入する回数はどうですか？

- ①増える ②やや増える ③変わらない ④やや減る ⑤減る

Q8. 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 ()

Q9. 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？

- 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 ()

Q10. 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

Q11. 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 ()

Q12. 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、どの位いきます？

- 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

Q13. ここ 1 年ぐらい、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

Q14. 今後のハンバーガーを食べる回数の予想とその理由はなんですか？

- ①増える ②やや増える ③変わらない ④やや減る ⑤減る

Q15. 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()

Q16. 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脂質の少なめもの
⑥カロリーの少なめもの ⑦バンズ(丸パン)の美味しいもの
⑧その他()

Q17. ハンバーガーについて、どのような情報を知りたいですか？

- 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()

Q18. 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 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()

Q19. 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()

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。