

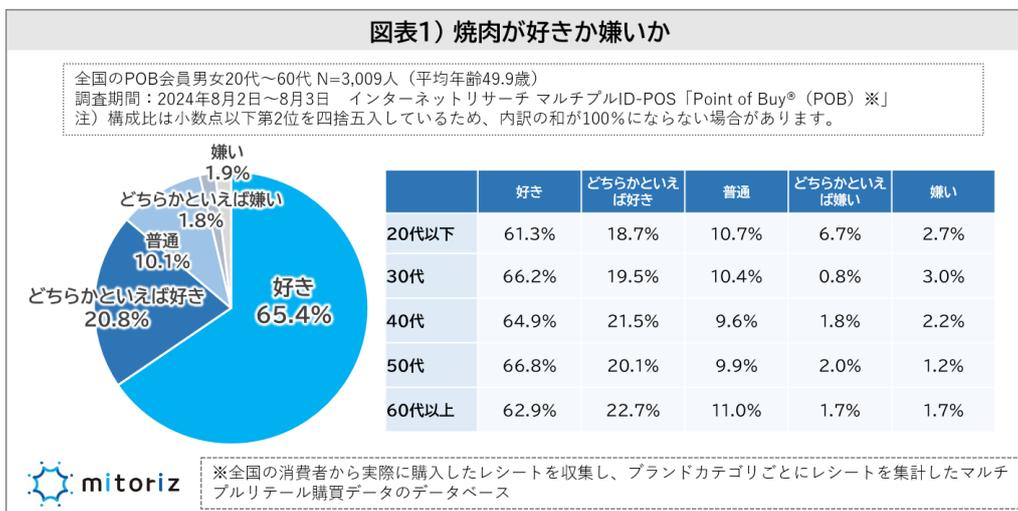
## 「焼肉が好き」は9割に迫る！近畿は9割がよく食べる肉を“牛肉”と回答！ 焼肉と一緒に男性はキムチと酒、女性はサラダと巻き野菜を楽しむ

株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,009人（20代～60代）に「焼肉に関するアンケート」を実施致しました。8月29日の「焼肉の日」を前に、消費者に対して焼肉に関する調査を実施し、焼肉を食べる頻度や、好きな肉の部位、好きな前菜メニューなどを調べています。

### 《調査サマリー》

- ・「好き」「どちらかといえば好き」を合わせて焼肉が好きな人は9割に迫る
- ・焼肉を食べる頻度は「年に数回」が最多も、3割に迫る人は「月に一回以上」焼肉を食べている
- ・最もよく食べる肉は「牛肉」がTOPも、東日本は平均25%で「豚肉」の選択率が西日本の2.5倍も高い
- ・好きな肉系メニューは「牛カルビ」「牛タン」「牛ハラミ」が人気。ソーセージも6位に入る健闘
- ・男性は「キムチ」「お酒」と、女性は「サラダ」「巻き野菜」と一緒に焼肉を楽しむ
- ・焼肉を自宅でする人はギリギリで過半数超え、若い年代ほど自宅では焼肉をしない

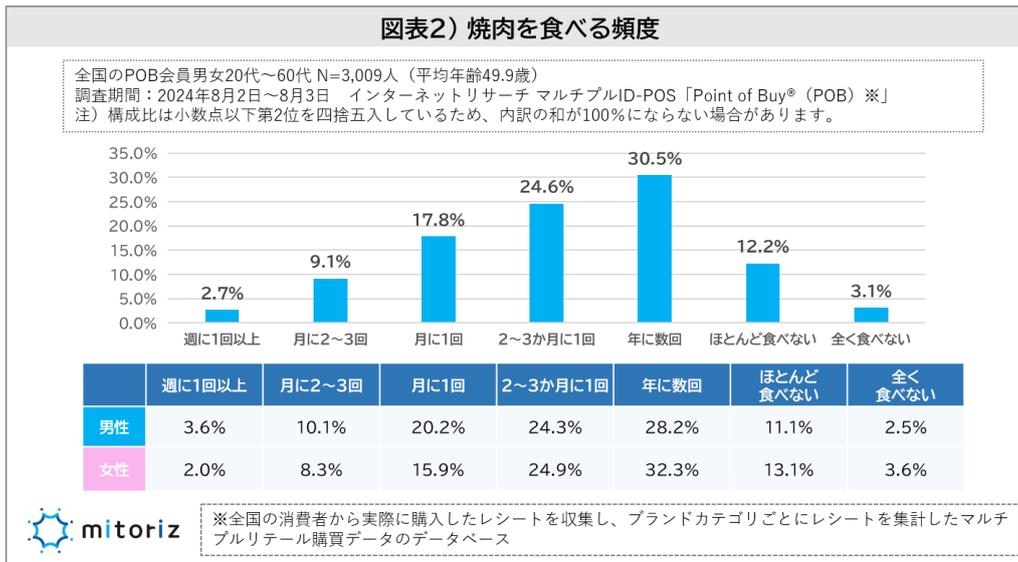
### 「好き」「どちらかといえば好き」を合わせて焼肉が好きな人は9割に迫る



まず「焼肉が好きか嫌いか」を調査したところ「好き（65.4%）」「どちらかといえば好き（20.8%）」を合わせて86.2%となりました。年代別で比較すると20代は他の年代と比較して「嫌い（2.7%）」「どち

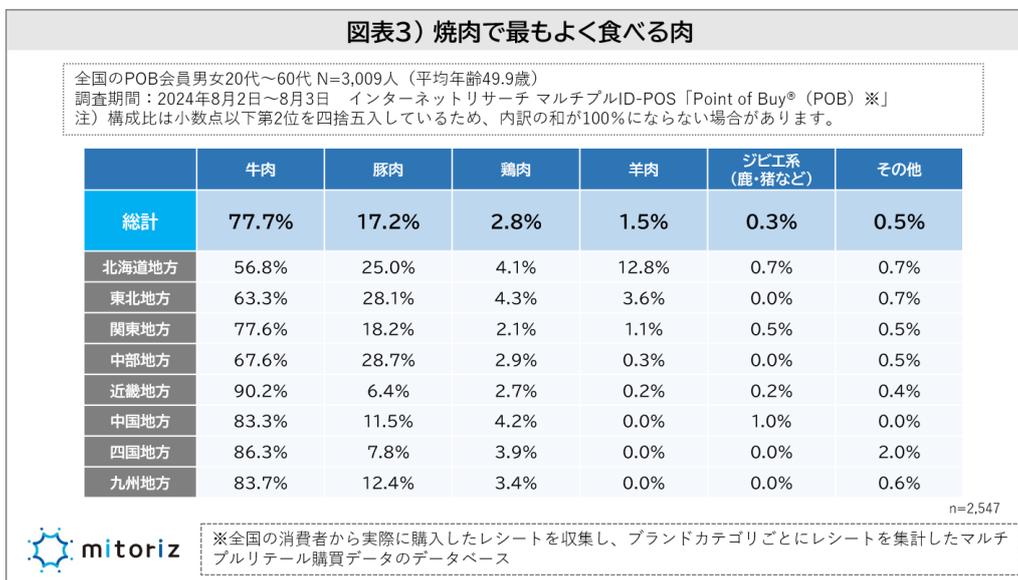
らかといえば嫌い（6.7%）」が合わせて9.4%で30代以上の倍以上の数値となっています（図表1）。

### 焼肉を食べる頻度は「年に数回」が最多も、3割に迫る人は「月に一回以上」焼肉を食べている



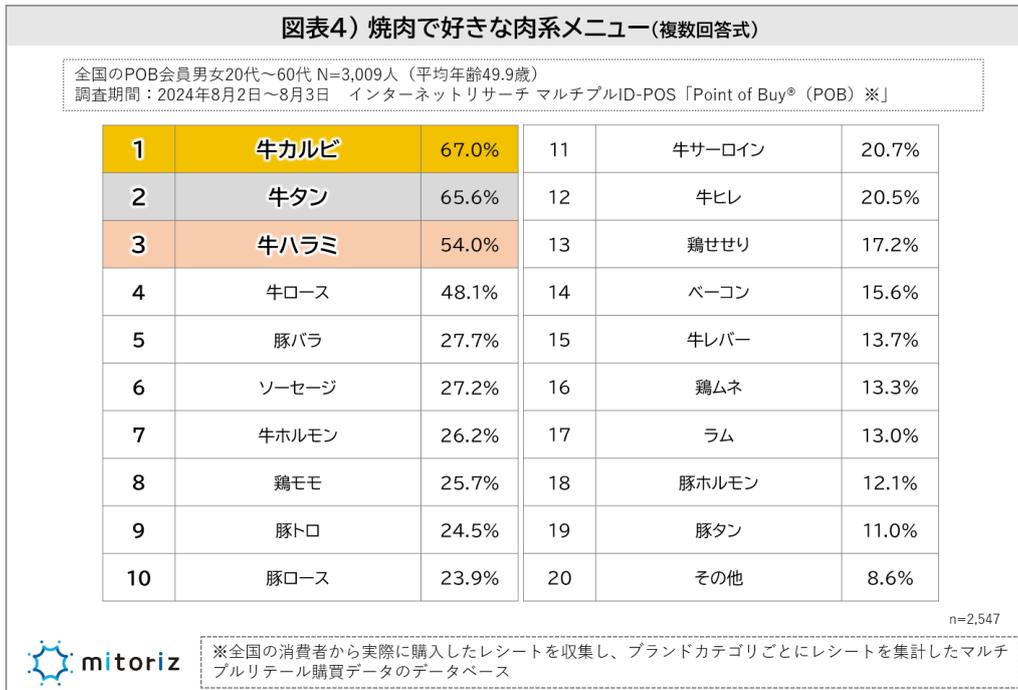
「焼肉を食べる頻度」を調査したところ「年に数回（30.5%）」が最も多く、次いで「2～3か月に1回（24.6%）」が続きました。月に1回以上、焼肉を食べると回答した人は合わせて29.6%という結果でした。男女で比較をすると、月1回以上と回答している比率は男性が33.9%に対して、女性が26.2%と男性の方が高い頻度で焼肉を食べていることがわかります（図表2）。

### 最もよく食べる肉は「牛肉」がTOPも、東日本は平均25%で「豚肉」の選択率が西日本の2.5倍も高い



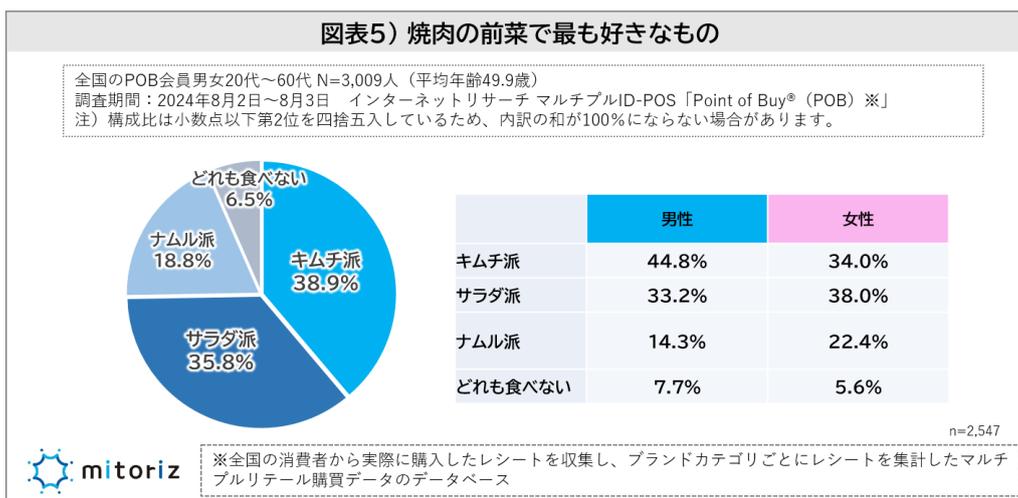
「焼肉を食べる頻度」の調査に於ける「ほとんど食べない」「全く食べない」の回答者を除いた2,547人を対象に「焼肉で最もよく食べる肉」を調査しました。その結果「牛肉（77.7%）」が最も多く、次いで「豚肉（17.2%）」「鶏肉（2.8%）」と続く結果となりました。地域別で見た場合も全ての地域で牛肉が最も選ばれていますが、豚肉は「中部地方（28.7%）」「東北地方（28.1%）」を中心に東日本が西日本よりも全体的に高い数値となっています。また、羊肉に関してはジンギスカンなどで馴染みが深い北海道のみ、他の地方と比較して突出して数値が高くなっています（図表3）。

好きな肉系メニューの上位3選は「牛カルビ」「牛タン」「牛ハラミ」で5割以上の人に選ばれている



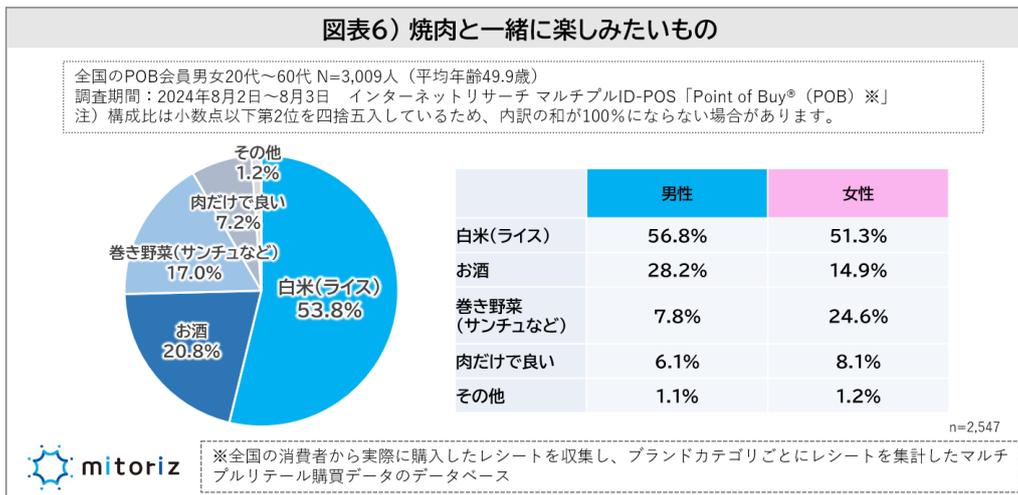
前項と同様の2,547人を対象に「焼肉の好きな肉系メニュー」を調査しました。その結果「牛カルビ (67.0%)」が最も多く、次いで「牛タン (65.6%)」「牛ハラミ (54.0%)」が続き、いずれも50%以上の人を選んでいいます。豚肉の中では「豚バラ (27.7%)」が最も人気で5位に入っています。鶏肉の中では「鶏モモ (25.7%)」が最も人気で8位に入る結果となっています。肉加工食品である「ソーセージ (27.2%)」も「牛ホルモン (26.2%)」や「豚トロ (24.5%)」を押さえ、6位に入っており人気ぶりがわかります (図表4)。

焼肉の時に食べる好きな前菜、男性は「キムチ派」女性は「サラダ派」



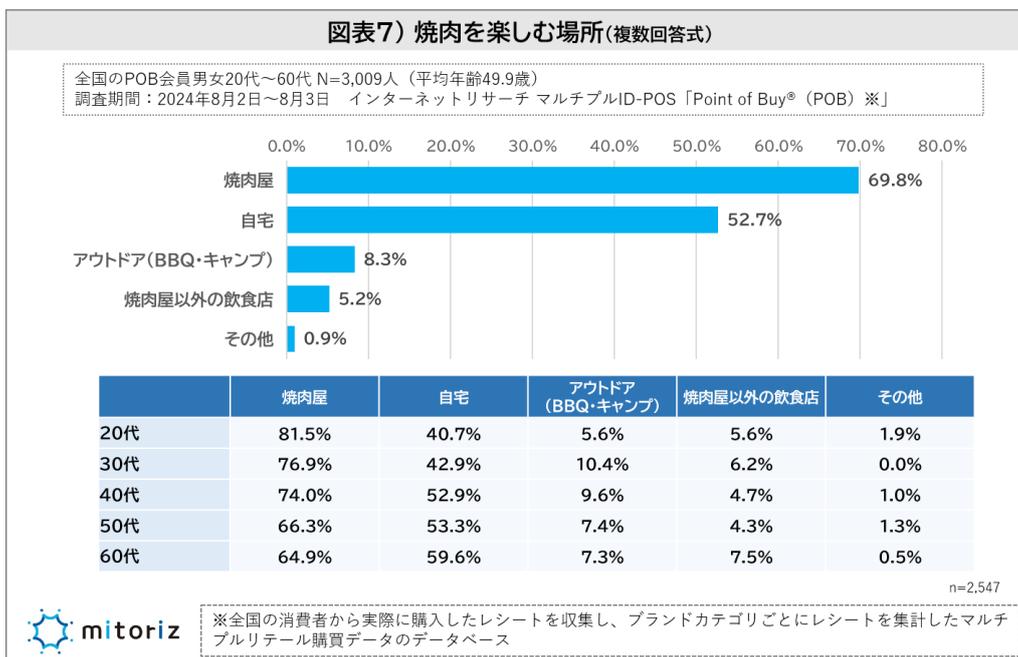
前項と同様の2,547人を対象に「焼肉の最も好きな前菜」を調査しました。「キムチ派 (38.9%)」がやや優勢とはなったものの「サラダ派 (35.8%)」と人気を二分する結果となっています。男女別でみると男性はキムチ派、女性はサラダ派が多いと言えます。ナムルについては男女で約1.5倍の差が出ており、男性よりも女性に支持されていることがわかります (図表5)。

## 焼肉と一緒に楽しむ〇〇は「白米」に次いで、男性は「お酒」で女性は「巻き野菜」



前項と同様の2,547人を対象に「焼肉と一緒に楽しみたいもの」を調査しました。最も人気だったのは「白米（ライス）」で過半数を超える53.8%でした。次いで「お酒（20.8%）」「巻き野菜（17.0%）」が続いています。男女で比較すると男女ともに白米が50%を超え最も選ばれていますが、次いで、男性は「お酒（28.2）」が女性の2倍選ばれている一方、女性は「巻き野菜（24.6%）」が男性の3倍選ばれており、白米以外の選択肢として男性はお酒、女性は巻き野菜を好んでいることがわかります（図表6）。

## 焼肉を自宅でする人はギリギリで過半数超え、若い年代ほど自宅では焼肉をしない



前項と同様の2,547人を対象に「焼肉を楽しむ場所」を調査しました。最も多かったのは「焼肉屋（69.8%）」で次いで「自宅（52.7%）」となりました。年代別では若い世代ほど焼肉屋の選択率が高くなっており、20代と60代では1.25倍の差が出ています。一方で自宅での焼肉は高い年代ほど選択率が高く、20代と60代で1.5倍の差が出ており、若い世代ほど焼肉は外食（焼肉屋）で食べるものと考えられていることがわかります。アウトドア（BBQ・キャンプ）での焼肉については30代と40代の数値が10%前後で他年代よりも高くなっているのも特徴的です（図表7）。

## 【アンケート調査概要】

調査期間：2024年8月2日～3日

調査対象：mitorizの消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）

20代～60代のPOB会員（平均年齢49.9歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,009件）

## 消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy®：<https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ：<https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

### 【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

## 【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 広報：田中（たなか）

TEL：03-6328-0052 FAX：03-6328-3631 MAIL：[press@mitoriz.co.jp](mailto:press@mitoriz.co.jp)

## 【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：1億円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。