

神戸ビーフの外出食頻度に影響する要因

消費者に対してアンケート調査を行い、神戸ビーフの外出食頻度に影響する要因について検討したところ、外出食頻度には年収よりも年齢が影響し、年齢が高い人ほど外出食頻度が高いことが分かった。

内容

神戸ビーフは厳密な生産管理と認定基準により「高級牛肉」の代名詞となっている。しかし、国内には多数の産地銘柄牛肉が存在し競争が激化しているため、更なるブランド力強化が求められている。そこで、県内の食肉イベント来場者387人に対しアンケートを行い、神戸ビーフのイメージ及び外出食実態について調査し、外出食頻度に影響する要因について検討した。

その結果、消費者は神戸ビーフに対して「好き」「ジューシー」「高級」「安心」「人気がある」のイメージを強く持つことが分かった(図)。また、年齢による比較を行ったところ、30歳未満は他の年代より神戸ビーフに対する「安心」のイメージが低いことが分かった。

神戸ビーフの外出食頻度に影響する要因について

は、「親しみやすさ」が最も強く、次いで「安心」「年齢」「全国的」「世帯年収」が関係することが分かった(表)。神戸ビーフの外出食頻度が高い人ほど、「親しみやすさ」と「安心」を感じていることから、今後もこれらのイメージを維持することがブランド力強化にとって重要と考えられた。また、外出食頻度には「世帯年収」よりも「年齢」が影響し、年齢が高い人ほど外出食頻度が高かったことから、今後、30歳未満でニーズを発掘することが重要と考えられた。

今後の方針

消費者の意識は時代背景により変化するため、継続的な調査が必要である。

小浜 菜美子 (北部 畜産部)

(問い合わせ先 電話：079-674-1230)

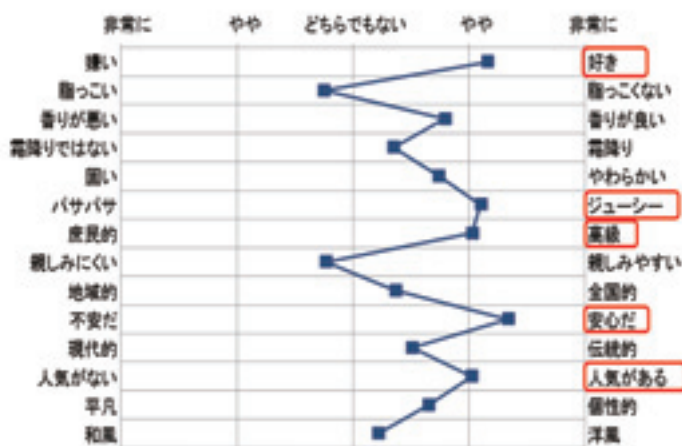


図 神戸ビーフのイメージ

表 神戸ビーフの外出食頻度を目的変数とした重回帰分析結果

形質	標準偏回帰係数(1)
親しみやすさ	0.26 **
安心	0.24 **
年齢	0.20 **
全国的	-0.16 *
世帯年収	0.16 *
人気・伝統	-0.03
霜降り	-0.10
脂っこさ	0.09
性別	-0.02
居住地	-0.02

決定係数:0.25 * : P<0.05 ** : P<0.01

(1) 数字の絶対値が1に近いほど相対的影響度が高い