



海外における一般消費者を対象とした農林水産物・食品の品目に関する 態度意識（Usage & Attitude）調査

- 和牛 米国（ニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコ） -

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）
2026年3月

【本報告書の利用についての注意および免責事項】

本調査は、日本貿易振興機構（JETRO）日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の業務の一環として、調査会社であるイブソス株式会社に委託し、2025年度に実施したものです。本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているため、販売データをはじめとした既存データや2次データと必ずしも一致しない可能性があります。

本レポートはあくまでも参考情報提供を目的としており、提供情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。JETROおよびJFOODOでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、JETROおよびJFOODO、イブソス株式会社は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

調査手法	インターネット調査																																																					
調査対象品目および調査内呈示 現地語	日本産和牛：呈示現地語「Japanese Wagyu」																																																					
対象者条件	<p>18-59歳の男女</p> <ul style="list-style-type: none"> 除外条件 <ul style="list-style-type: none"> - 市場調査、PR&広告、新聞/テレビ/ラジオ、コンサルティング、牛を含む食品の製造/卸売/小売、牛を提供する飲食業 - ベジタリアン（毎食完全菜食）、ビーガン、ベスカタリアン（植物性食品、卵、乳製品、魚介類を食べ、肉を食べない食生活を送る） <p>・ ニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコ在住</p> <p>・ 世帯年収100,000米ドル以上</p>																																																					
サンプル数	n=600（SCRの本調査対象者出現率を用いてウェイト値を算出し、本調査データをターゲット構成比になるようウェイトバック）																																																					
割付	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>18-29歳</th> <th>30-39歳</th> <th>40-49歳</th> <th>50-59歳</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">NY</td> <td>男性</td> <td>27</td> <td>26</td> <td>23</td> <td>24</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>27</td> <td>25</td> <td>23</td> <td>25</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">LA</td> <td>男性</td> <td>29</td> <td>27</td> <td>23</td> <td>22</td> <td>101</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>28</td> <td>25</td> <td>23</td> <td>22</td> <td>98</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">SF</td> <td>男性</td> <td>26</td> <td>29</td> <td>25</td> <td>24</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>24</td> <td>26</td> <td>24</td> <td>23</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td colspan="2">合計</td> <td>161</td> <td>158</td> <td>141</td> <td>140</td> <td>600</td> </tr> </tbody> </table>			18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	合計	NY	男性	27	26	23	24	100	女性	27	25	23	25	100	LA	男性	29	27	23	22	101	女性	28	25	23	22	98	SF	男性	26	29	25	24	104	女性	24	26	24	23	97	合計		161	158	141	140	600
		18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	合計																																																
NY	男性	27	26	23	24	100																																																
	女性	27	25	23	25	100																																																
LA	男性	29	27	23	22	101																																																
	女性	28	25	23	22	98																																																
SF	男性	26	29	25	24	104																																																
	女性	24	26	24	23	97																																																
合計		161	158	141	140	600																																																
ウェイトバック後N	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>18-29歳</th> <th>30-39歳</th> <th>40-49歳</th> <th>50-59歳</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">NY</td> <td>男性</td> <td>34</td> <td>34</td> <td>25</td> <td>33</td> <td>126</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>30</td> <td>45</td> <td>39</td> <td>34</td> <td>148</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">LA</td> <td>男性</td> <td>30</td> <td>38</td> <td>24</td> <td>29</td> <td>121</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>27</td> <td>37</td> <td>30</td> <td>29</td> <td>123</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">SF</td> <td>男性</td> <td>10</td> <td>9</td> <td>8</td> <td>10</td> <td>37</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>8</td> <td>13</td> <td>12</td> <td>12</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td colspan="2">合計</td> <td>139</td> <td>176</td> <td>138</td> <td>147</td> <td>600</td> </tr> </tbody> </table>			18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	合計	NY	男性	34	34	25	33	126	女性	30	45	39	34	148	LA	男性	30	38	24	29	121	女性	27	37	30	29	123	SF	男性	10	9	8	10	37	女性	8	13	12	12	45	合計		139	176	138	147	600
		18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	合計																																																
NY	男性	34	34	25	33	126																																																
	女性	30	45	39	34	148																																																
LA	男性	30	38	24	29	121																																																
	女性	27	37	30	29	123																																																
SF	男性	10	9	8	10	37																																																
	女性	8	13	12	12	45																																																
合計		139	176	138	147	600																																																
実査期間	2024年11月8日(金)~11月22日(金)																																																					

プレミアム牛認知（純粹想起/助成想起）

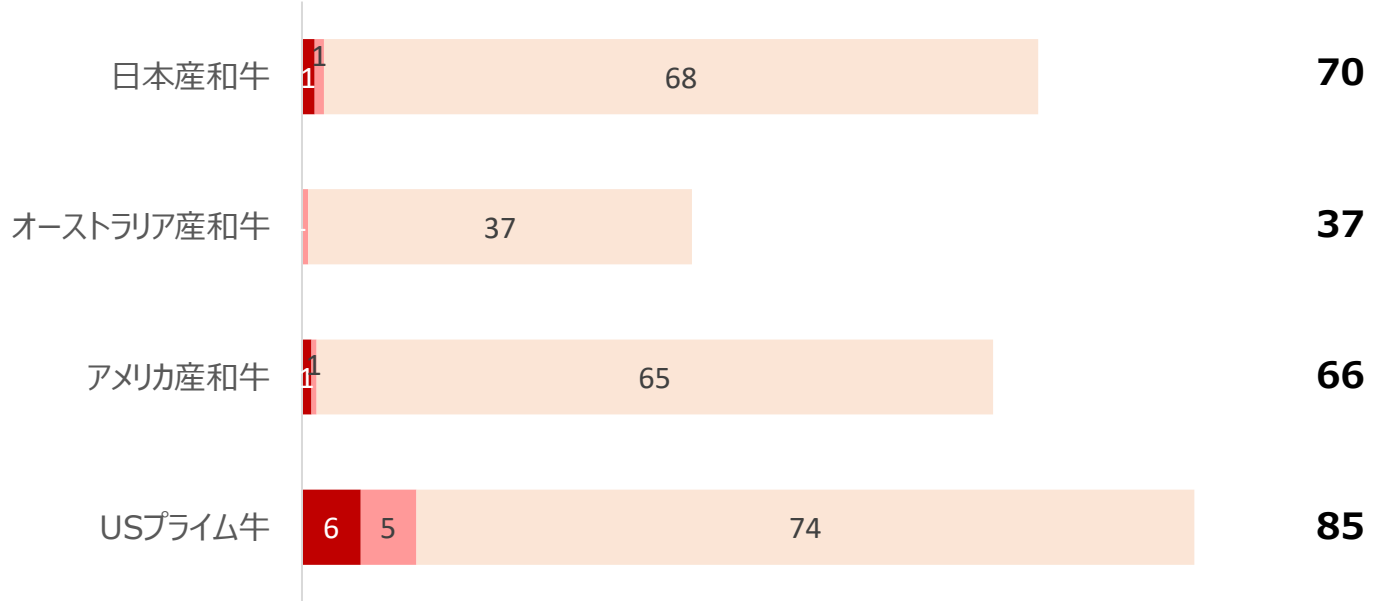
Base : 全体 (n=600)

(%)

■ 純粹想起(第一想起) ■ 純粹想起(第一想起以外) ■ 助成想起

認知(計)

US国内での経験、意向を聴取



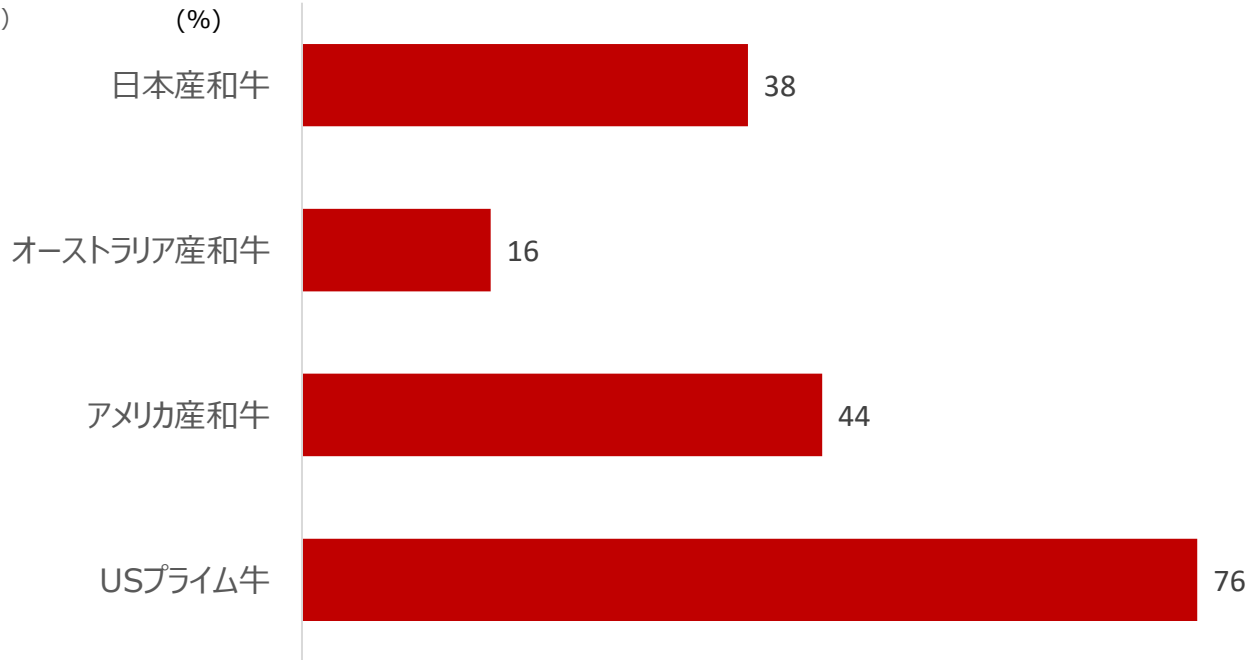
Q1. プレミアム牛製品やそのグレードについて考えたとき、何が思い浮かびますか?あなたが知っているプレミアム牛製品を出来るだけ多く書いてください。(OA)

Q3. 次のプレミアム牛製品のうち、見たことがある、または聞いたことがあるものはどれですか?あなたが見たり聞いたりしたことのあるものをすべて選んでください。(MA)

各プレミアム牛の購入経験（過去12か月）

Base : 全体 (n=600)

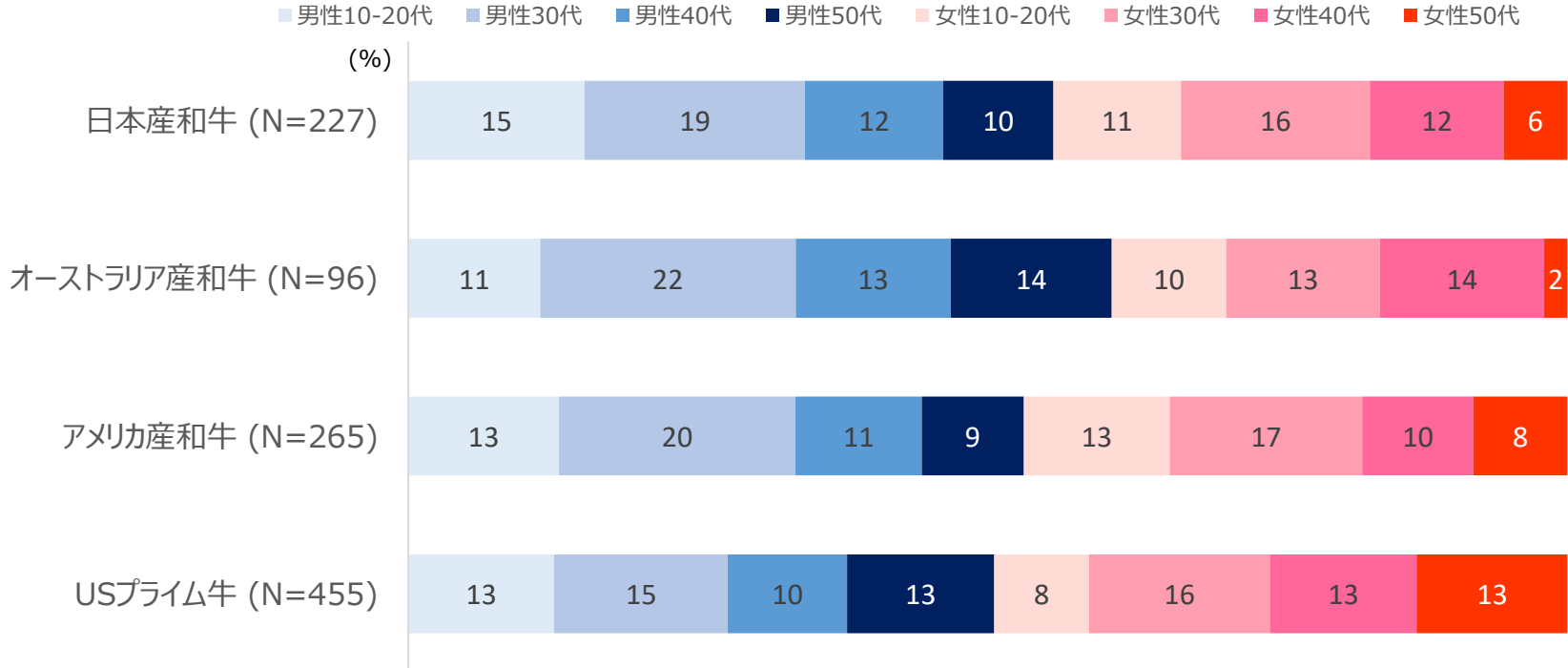
(%)



Q5. あなたがこれまでに店舗（スーパーマーケット/市場など）で購入したり、レストランで食べたりしたことがあるプレミアム牛製品のうち、米国で過去12か月以内に購入または食べたものはどれですか？
過去12か月間にご購入またはご食べいただいたものをすべて選択してください。(MA)

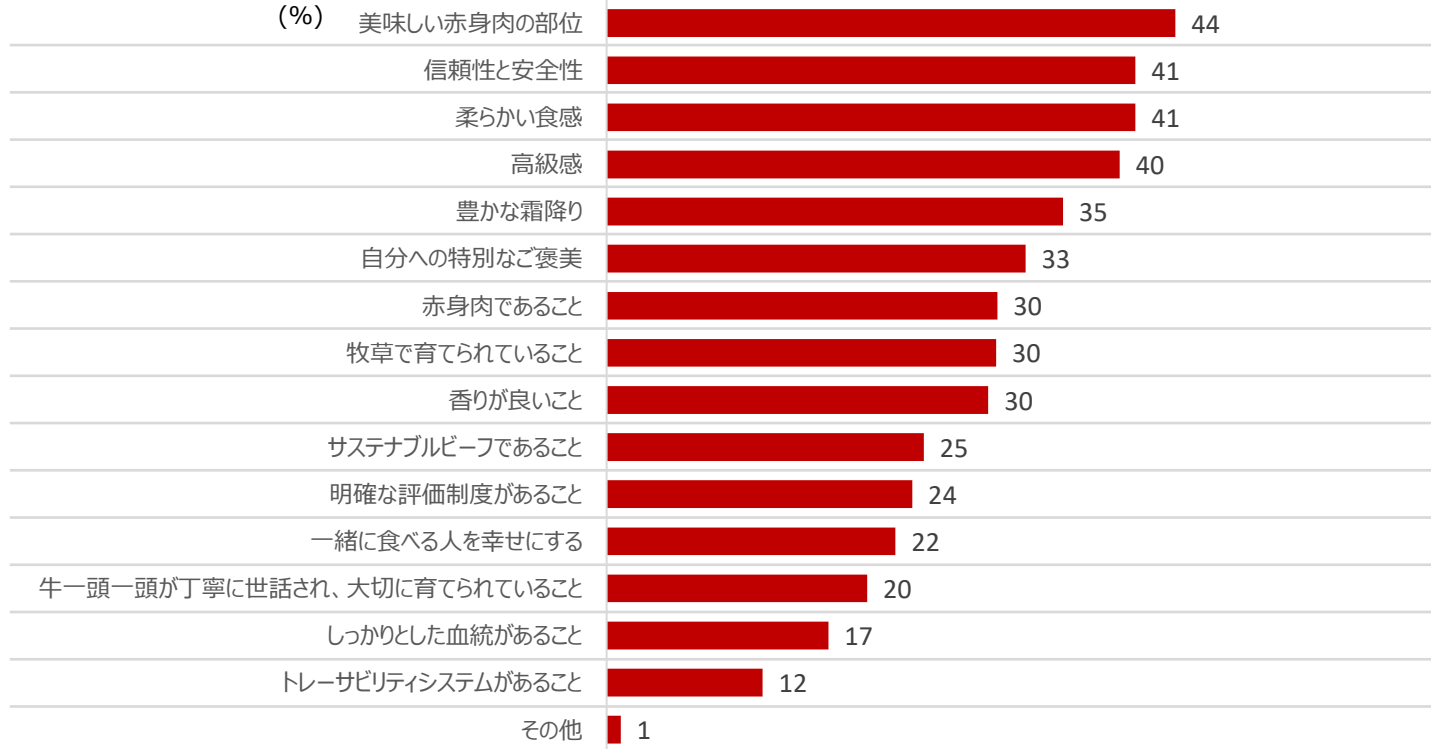
各プレミアム牛の購入者

Base : 過去12か月購入者



プレミアム牛重視点

Base : 全体 (n=600)



Q7. プレミアム牛製品を食べる時や買う時、あなたは何を重視しますか？ 当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

プレミアム牛イメージ

Base: 各牛種認知者

	日本産和牛 N=421	オーストラリア産和牛 N=223	アメリカ産和牛 N=395	USプライム牛 N=511
豊かな霜降り	47	42	40	36
高級感	47	43	40	45
柔らかい食感	41	39	41	42
自分への特別なご褒美	41	35	41	28
美味しい赤身肉の部位	37	36	37	45
信頼性と安全性	33	31	32	36
香りが良い	27	31	30	27
牧草で育てられている	26	32	24	27
牛一頭一頭が丁寧に世話され、大切に育てられている	25	23	21	17
明確な評価制度がある	24	22	19	24
しっかりとした血統がある	24	22	18	18
赤身肉である	22	27	25	29
サステナブルビーフ	22	29	26	23
一緒に食べる人を幸せにする	21	15	20	20
トレーサビリティシステムがある	16	14	14	13

Q19. 次のプレミアム牛製品についてどのようなイメージをお持ちですか？ 当てはまるものをすべて選択してください。(MA)

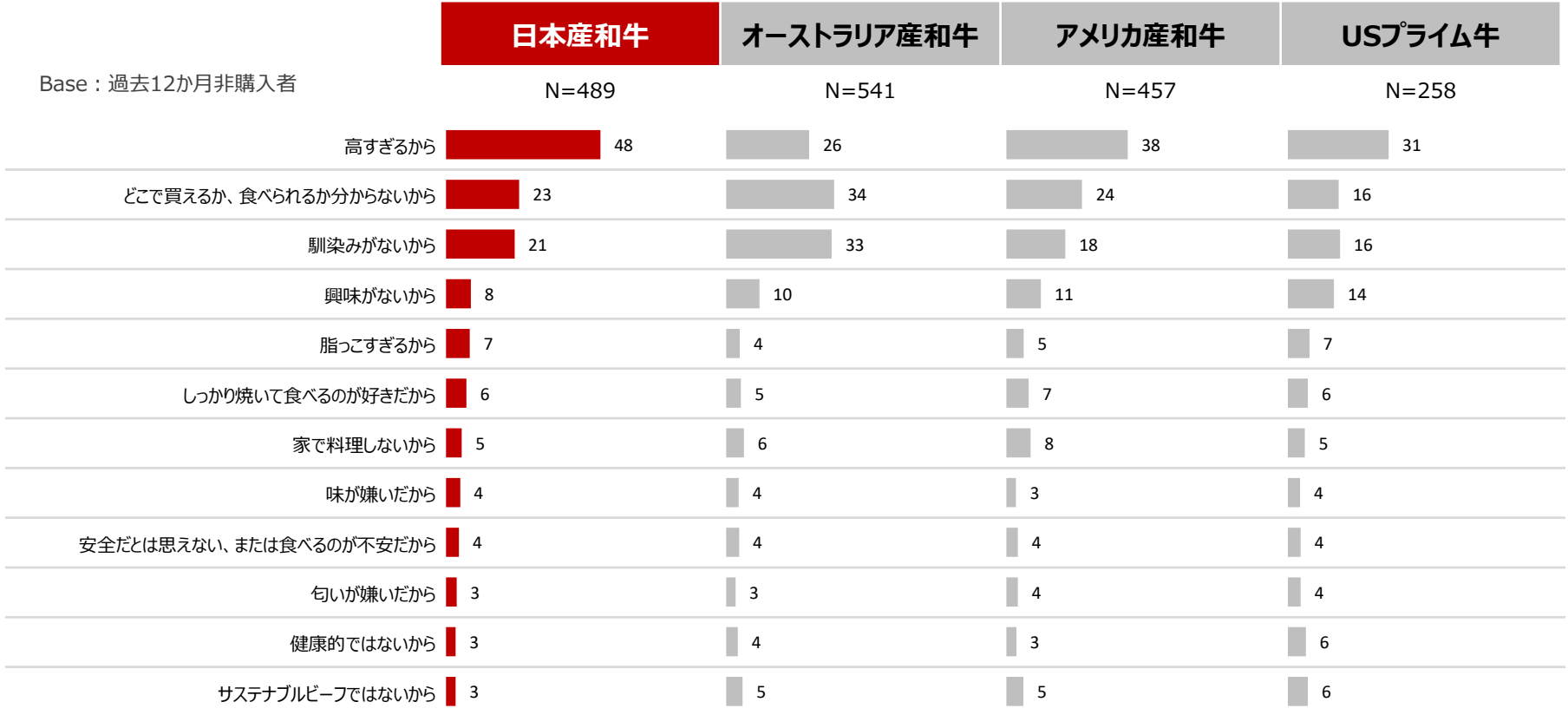
各プレミアム牛の直近12か月以内の購入理由

Base : 過去12か月購入者

	日本産和牛 N=227	オーストラリア産和牛 N=96	アメリカ産和牛 N=265	USプライム牛 N=455
プレミアムな外観	48	39	40	43
豊かな霜降り	47	36	37	32
柔らかい食感	45	38	43	39
自分への特別なご褒美として	43	33	43	31
美味しい赤身肉の部位	42	34	42	45
信頼性と安全性	38	36	38	33
香りが良いから	33	36	30	27
牛一頭一頭が丁寧に世話され、大切に育てられているから	28	34	31	14
しっかりとした血統があるから	25	15	20	14
赤身肉だから	25	31	27	32
サステナブルビーフだから	24	36	29	19
一緒に食べる人を幸せにする	23	23	25	20
明確な評価制度があるから	23	28	25	22
牧草で育てられているから	22	38	33	26
トレーサビリティシステムがあるから	18	26	17	11

Q24.過去12か月に下記のプレミアム牛製品を食べたり購入した理由は何ですか?当てはまるものをすべて選択してください。(MA)

各プレミアム牛の直近12か月以内の非購入理由



Q18.過去12か月間に、以下の プレミアム牛製品を食べたり購入したりしなかった理由は何ですか? 該当するものをすべて選択してください。(MA)

