

# 『国産黒毛和牛神話、崩壊まであと10年？！ブランド和牛頼みの精肉店経営に迫るリスク』

リライズコンサルティング(株) 食肉業界支援チームが、全国の20代～60代男女4,000人を対象に、「町の精肉店の利用状況」に関するアンケート調査を実施しました。その中から直近精肉店を利用している800人を選定し、詳細な利用状況や消費者のニーズを調査しました。

これまで圧倒的な人気と信頼を得ていた『国産黒毛和牛』ブランドへの消費者の意識に大きな変化が生じていることが明らかになりました。特に若年層を中心に、これまで築き上げられてきた国産黒毛和牛神話が崩れる可能性があることを示唆するデータが浮き彫りになっています。

## 【意外と知られていない銘柄和牛と低い実食率】

今回の調査では、多くの銘柄和牛が存在する中で、Google年間検索ボリューム上位の銘柄を対象に、認知状況と実食経験について調査を行いました。

認知度が非常に高いのは松阪牛や神戸牛など一部の有名銘柄に集中しています。それ以外の地方銘柄については認知度が著しく低く、実食経験となるとさらに低下してしまうことが判明しました。

この結果から、現状の「国産黒毛和牛＝高級品」というイメージ戦略に頼っただけのブランディングには限界があり、消費者に実際に食べてもらうまでのハードルが非常に高いことが分かります。

銘柄名	認知度 (%)	実食経験度 (%)	実食率 (%)
松阪牛	85.38%	68.49%	80.22%
神戸牛	82.75%	59.11%	71.44%
近江牛	80.25%	51.95%	64.74%
米沢牛	75.25%	42.71%	56.76%
飛驒牛	74.63%	42.84%	57.41%
宮崎牛	59.88%	28.78%	48.06%
但馬牛	59.75%	22.14%	37.05%
佐賀牛	56.25%	23.70%	42.13%
前沢牛	55.88%	21.88%	39.15%
山形牛	52.00%	23.44%	45.07%
仙台牛	41.38%	17.58%	42.48%
常陸牛	30.38%	10.55%	34.72%
くまもと黒毛和牛	21.25%	8.72%	41.05%
三田牛	19.38%	8.20%	42.34%
十勝和牛	19.13%	7.68%	40.17%
上州牛	18.63%	5.60%	30.06%
神戸ワインビーフ	17.25%	4.56%	26.42%
オリーブ牛	16.00%	4.30%	26.86%
見島牛	5.88%	1.30%	22.16%
みかわ牛	5.50%	1.56%	28.41%
みえ黒毛和牛	5.38%	1.95%	36.34%
あてはまるものはない	4.00%	6.38%	

© 2025 RERISE Consulting Inc. All rights reserved.

## 【同じ値段なら「輸入牛」を選ぶ人が増加中！】

もしも同じ価格であっても、輸入牛肉を選ぶと回答した消費者が多く存在することが今回の調査で明確になりました。これは単に価格だけが理由ではなく、消費者の肉選びの基準が『健康志向』『赤身の旨み』に変化していることが背景にあります。

特に若年層では、国産黒毛和牛と同じ価格であってもヘルシーで赤身肉中心の輸入牛を選択する割合が非常に高く、この傾向は今後さらに強まることが予測されます。

もしも同じ値段ならどちらを選びますか？		
年代別	サシのたっぷり入った国産黒毛和牛の焼肉用スライス	ヘルシーで赤身の旨味が強い輸入牛の焼肉用スライス
20代	44.70%	55.30%
30代	52.30%	47.70%
40代	59.90%	40.10%
50代	63.50%	36.50%
60代	68.30%	31.70%

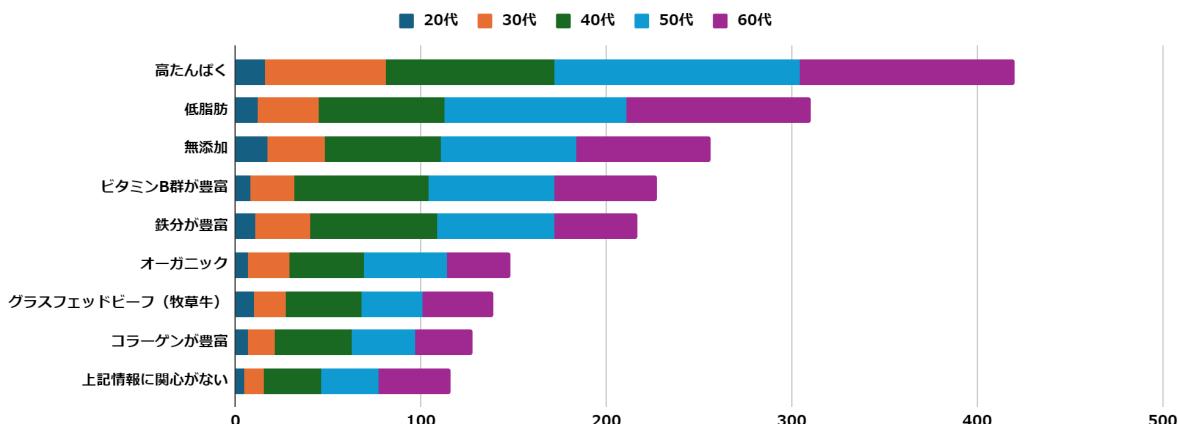
© 2025 RERISE Consulting Inc. All rights reserved.

## 【和牛ブランド化戦略の限界と必要な次の一歩】

以上のことから、ブランド和牛を認知させ、実際に食べてもらうまでのプロセスが非常に長くなってしまっています。このプロセスの途中で消費者の興味が途切れ、いわゆる『和牛神話』が崩れてしまう恐れがあります。

和牛ブランド化のみを経営戦略の中心に据えるのではなく、消費者ニーズの多様化や新しい価値観(健康志向・エコ志向など)を踏まえた『新たな価値提供型の販売戦略』が必要です。

年代別食生活に意識しているポイント



© 2025 RERISE Consulting Inc. All rights reserved.

## 【精肉店経営者の皆様へ】

今回の調査から、今後10年以内に『国産黒毛和牛神話』が大きな転換点を迎えることが予測されます。従来型のブランド和牛頼みの経営戦略にこだわり続けると、経営リスクを抱えることになります。

では、具体的にどのような戦略を取るべきか？

本調査では、ブランドに頼らずに具体的な売上を作るための新たな手法や消費者を惹きつけるポイントについても数多くの示唆が得られています。

また今回の調査では、

- ・来店頻度別客単価アップ戦略
  - ・世帯別、年齢別マーケティングのポイント
  - ・銘柄和牛ブランドの効果的な販売方法
  - ・顧客が精肉店に求めているサービス
- など、他にも精肉店経営に役立つ実践的なノウハウやデータが多く得られています。

これらの詳しい調査結果や、ブランド依存から脱却した具体的な販売施策については、近日開催される特別セミナーで詳細に解説いたします。

精肉店経営者の皆様には、ぜひこの機会にご参加いただき、これから競争激化する精肉市場を勝ち抜くための戦略的ヒントをお持ち帰りください。

当日は参加者限定の特典や質疑応答の時間も設けております。皆様のご参加を心よりお待ち申し上げております。

【▼セミナーのお申込みはこちら▼】

[http://rerise-consulting.com/lp/meat001/?utm\\_source=prone&utm\\_medium=wagyu](http://rerise-consulting.com/lp/meat001/?utm_source=prone&utm_medium=wagyu)



## 【会社概要】

リライズコンサルティング株式会社

代表者: 中山 裕介

所在地: 〒541-0052 大阪府大阪市中央区安土町2丁目3-13 大阪国際ビルディング10F

事業内容:

経営コンサルティング業

事業再生・事業承継コンサルティング

人材開発、教育及び育成事業

広告代理業並びに広告、宣伝に関する企画および制作

WEBサイトの企画、制作、構築、運営

各種商品パッケージおよびツールの企画、制作並びにデザイン

飲食店、セレクトショップの運営及び各種通信販売事業

前各号に附隨関連する一切の事業

企業ホームページ: <https://rerise-consulting.com/>

## 【本件に関するお問い合わせ先】

リライズコンサルティング株式会社

担当: 片山、前川

Tel: 0800-100-0515

Email: [info@rerise-consulting.com](mailto:info@rerise-consulting.com)

## 【本記事の調査データについて】

調査会社:株式会社アスマーク

調査方法:インターネットによるアンケート調査

調査期間:2月26日(水)~3月3日(月)

調査母集団:4,107人

集計母集団:800人

## 【データの引用・転載について】

データの引用は申請無しでご利用いただけます。ご使用の際に下記の事項を厳守ください。

- ・データの加工は禁止です。
- ・出典元を明記してください