



報道関係者各位

【調査リリース】

家庭用包丁 国内シェアトップ※1の貝印が徹底調査！ 包丁購入はデジタルネイティブの若年層ほど店頭購入 60代以上はネット購入が目立つ結果に！？ 意外な”リアル店舗回帰”の傾向が明らかに

グローバル刃物メーカーの貝印株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長兼CEO:遠藤 浩彰)は、全国の20代～60代の男女13,205人を対象として包丁に関する意識調査を行いました。

食欲の秋から年末年始にかけて、家庭で料理をする機会や、キッチン用品を見直すタイミングが増えます。包丁は毎日の調理に欠かせないキッチンツールでありながら、切れ味や握りやすさ、サイズ感など、実際に使ってみないとわかりづらい要素も多いアイテムです。

日用品や食品などを中心にEC利用が広がり、若年層ほどオンラインで買い物をするイメージも強くありますが、今回の調査を通じて20代のネット購入は5.8%と店頭で包丁を購入する傾向が目立ち、ホームセンターやバラエティショップ・専門店など、実物を見て選べる店頭での購入が目立つ結果となりました。

また、20代では包丁を前向きに購入する動きや、切れ味だけでなくキッチンの見栄えを重視する傾向も見られ、包丁選びに世代ごとの違いが表れています。

※1:KSP-POS 2025年1月～12月より自社集計

調査サマリー

- 包丁の購入場所に意外な世代差。
20代のネット購入率は5.8%、60代は28.6%と約5倍に。
- ”若年層ほどEC、シニアほど店頭”という一般的なイメージとは異なり、包丁購入では60代のEC活用が目立つ結果に。
- 20代は「ホームセンター」22.6%、「バラエティショップ・専門店」21.9%など、実物を見て選べる店頭での購入傾向も。
- 購入理由にも世代差。60代は「劣化による買い替え」が62.3%を占めるのに対し、20代は「前向きな購入動機」が57.4%に。
- 包丁に求める価値も異なり、60歳以上は「切れ味のよさ」64.3%、20代は「キッチンの見栄え」23.9%を重視する声が上位に。
- 所有・購入する包丁の種類では、60代は「三徳包丁」67.5%を占め、定番志向。20代は「三徳包丁」30.3%、「ペティナイフ」29.0%と選択肢が分散。

調査概要

調査名:包丁に関する意識・購入実態調査

調査時期:2026年5月

調査方法:インターネット調査

調査対象:全国の男女13,205人

※本リリース内の数値は、小数点第2位以下を四捨五入しています。

※調査結果をご紹介いただく際は【貝印「包丁に関する調査」より引用】と注釈をご記載ください。



調査結果

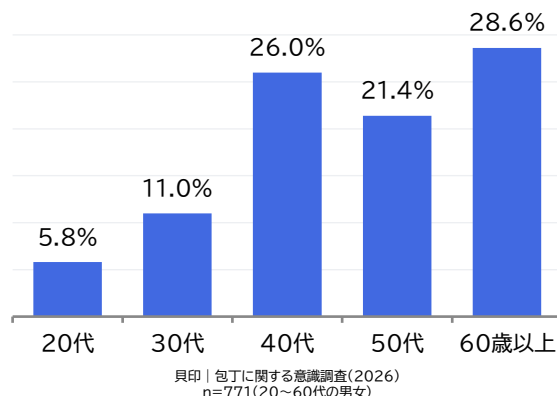
【調査結果①】包丁の購入場所に意外な世代差。20代のネット購入率は5.8%、60代は28.6%と約5倍に。

直近2年以内に包丁を購入した人に購入場所を聞いたところ、**20代では「ネット購入」が5.8%にとどまった一方、60代では28.6%となり、20代の約5倍となりました。**

若年層ほどECでの購買に慣れており、シニア層ほど店頭で購入するイメージがありますが今回の調査では、包丁購入において60代のEC活用が目立つ結果となり、一般的なイメージとは異なる傾向が見られました。一方、**20代では「ホームセンター」が22.6%、「バラエティショップ・専門店」が21.9%となり、ネット購入を大きく上回りました。**

包丁は、切れ味や握りやすさ、重さ、サイズ感など、実際に手に取って確かめたい要素が多いアイテムです。若年層においても、包丁選びでは実物を見ながら納得して購入する傾向がうかがえます。

包丁をインターネットで買う人の割合

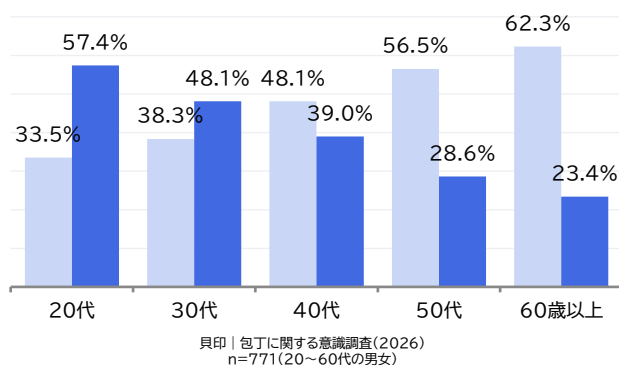


【調査結果②】60代は「劣化による買い替え」が62.3%、20代は「前向きな購入動機」が57.4%

包丁を購入した理由を見ると、**60代では「劣化による買い替え」が62.3%と高く、長く使ってきた包丁の切れ味の低下や破損をきっかけに購入する傾向が見られました。**一方、20代では「違う形状・機能の包丁が欲しくなった」「料理への興味が増えた」などの前向きな購入動機が57.4%となりました。単なる買い替えだけでなく、自分の料理スタイルや暮らし方に合わせて包丁を選ぶ意識が広がっていることがうかがえます。

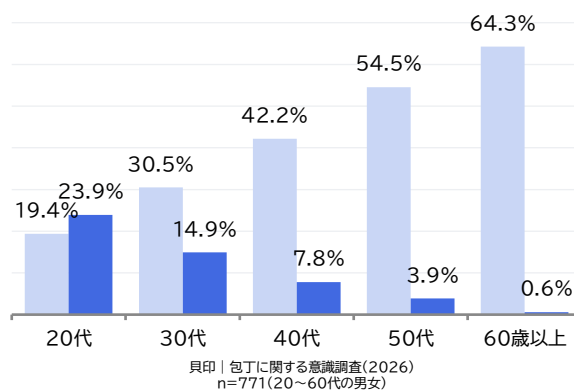
包丁を購入する強い動機について

■劣化による買い替え(計) ■積極的な動機(計)



包丁に期待することはなんですか？

■刃の切れ味のよさ ■キッチンが見栄え



【調査結果③】包丁に求める価値・選ばれる種類にも世代差。60歳以上は「切れ味」「三徳包丁」、20代は「見栄え」や「ペティナイフ」にも関心

包丁に期待することを聞いたところ、60歳以上では「切れ味のよさ」が64.3%と高く、道具としての基本性能を重視する傾向が見られました。一方、20代では「キッチンの見栄え」が23.9%となり、「切れ味のよさ」19.4%を上回りました。包丁を単なる調理道具としてだけでなく、キッチン空間や暮らしの雰囲気合うアイテムとして捉える意識がうかがえます。また、所有・購入している包丁の種類についても世代差が表れています。60歳以上は「三徳包丁」が67.5%を占め、定番を中心に選んでいるのに対し、20代は「三徳包丁」が30.3%、「ペティナイフ」が29.0%と支持が二分しました。

若年層においては特定の定番にとらわれず、自身のスタイルに合わせて包丁の形やサイズを選択している様子が見受けられます。



関係六 匠創シリーズ

■関係六 匠創 ラインナップ

価格:3,850円(税込)～

匠創 三徳 165mm/三徳ディンプル 165mm/シェフナイフ 180mm 210mm 240mm/
ペティ 120mm 150mm/小三徳 145mm/ST 中華 165mm/シェフナイフ 150mm/パン切包丁
210mm/菜切 165mm/セーフティナイフ 130mm

清潔に扱えて爽快な鋭い切れ味。
継ぎ目のないオールステンレス製のシリーズ。
グリップ感の高い流線型のハンドルデザインを採用。



継ぎ目がないから衛生的。鋭い切れ味が続くオールステンレス包丁

刃体からハンドルまで継ぎ目のない一体成型を採用した、関係六「匠創」の三徳包丁です。洗いやすく常に清潔に保てる仕様に加え、独自の「三工程刃付け」により食材への切り込みが良く、鋭い切れ味を実現。熱湯消毒や食器洗浄機・食器乾燥器にも対応した、堅牢性に優れた包丁です。右利き・左利き兼用の包丁ですので、左利きの方でもご使用いただけます。

関係六とは

関係六の銘は27代目兼元、刀匠金子孫六氏によるもので、関市の刃物作りの伝統から生まれたこだわりの包丁です。美濃国の関(現在の岐阜県関市)では、鎌倉時代に刀剣作りが伝わってから数多くの名刀が生まれ、なかでも「関の孫六」は、美しく切れ味のよい最上の刀として世に送り出されました。貝印の関係六は、関の刀剣作りの信念を受け継ぎ、その切れ味を現代に伝えています。

関孫六
SEKIMAGOROKU

貝印株式会社

1908年、刃物の町として有名な岐阜県関市に創業。カミソリやツメキリなどの身だしなみを整えるツールやビューティーツール、包丁をはじめとする調理器具や製菓用品、医療用刃物など、生活に密着した刃物を中心に1万アイテムにもおよぶ商品を展開。商品の企画、開発から生産、販売、物流までの一連を行っているグローバル刃物メーカー。

本社:東京都千代田区岩本町3-9-5
代表取締役社長兼CEO 遠藤 浩彰
<https://www.kai-group.com>

本件に関する読者の皆様からのお問い合わせ先

貝印株式会社 お客様相談室
〒101-8586 東京都千代田区岩本町3-9-5
TEL:0120-016-410(フリーアクセス・ひかりワイド)
<https://www.kai-group.com>