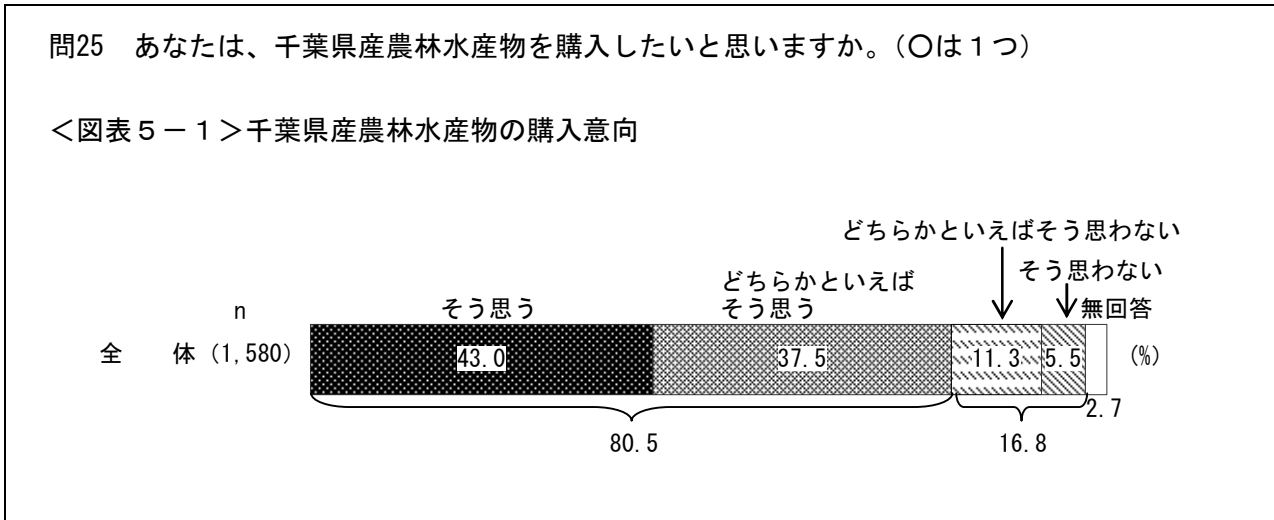


5 千葉県の農林水産物について

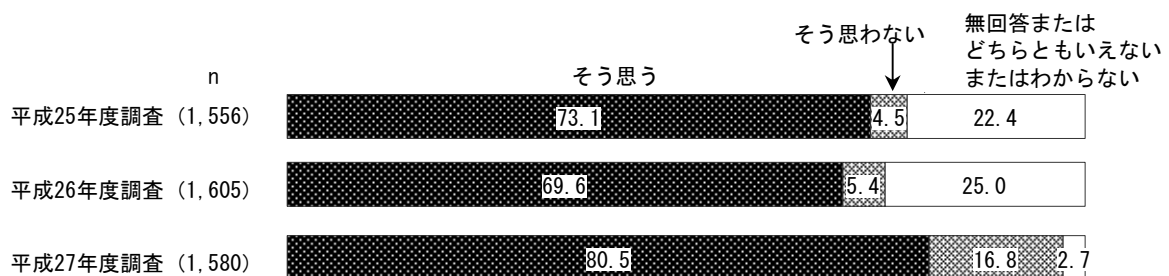
(1) 千葉県産農林水産物の購入意向

◇『そう思う』は8割



千葉県産農林水産物を購入したいと思うか聞いたところ、「そう思う」(43.0%)が4割台半ば、「どちらかといえばそう思う」(37.5%)は約4割であり、これらを合わせた『そう思う』(80.5%)は8割となっている。一方、「どちらかといえばそう思わない」(11.3%)と「そう思わない」(5.5%)を合わせた『そう思わない』(16.8%)は1割台半ばとなっている。(図表5-1)

【参考】平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



※平成25年度・平成26年度は「どちらともいえない」の選択肢があるため、参考値

【地域別】

地域別にみると、『そう思う』は“山武地域”(91.7%)で9割を超え、“君津地域”(89.2%)で約9割と他の地域に比べて高くなっている。(図表5-2)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『そう思う』は男性の60~64歳(89.2%)は約9割、男性の65歳以上(85.9%)は8割台半ばと高くなっている。(図表5-2)

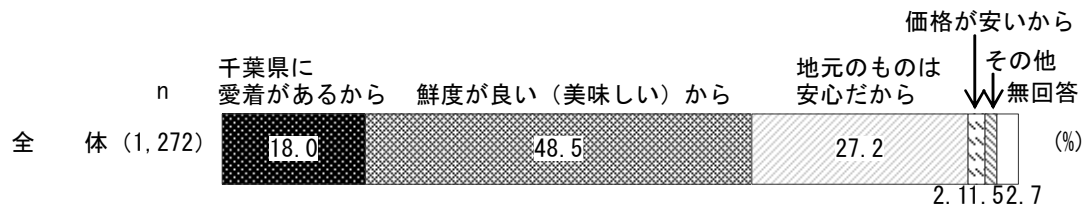
(1-1) 千葉県産農林水産物を購入したいと思う理由

◇「鮮度が良い（美味しい）から」が約5割

(問25で「そう思う」「どちらかといえばそう思う」のいずれかをお答えの方に)

問25-1 その主な理由は何ですか。(○は1つ)

<図表5-3>千葉県産農林水産物を購入したいと思う理由



千葉県産の農林水産物を購入したいと思う人の主な理由としては、「鮮度が良い（美味しい）から」（48.5%）が約5割と最も高い。以下、「地元のもの安心だから」（27.2%）、「千葉県に愛着があるから」（18.0%）となっている。（図表5-3）

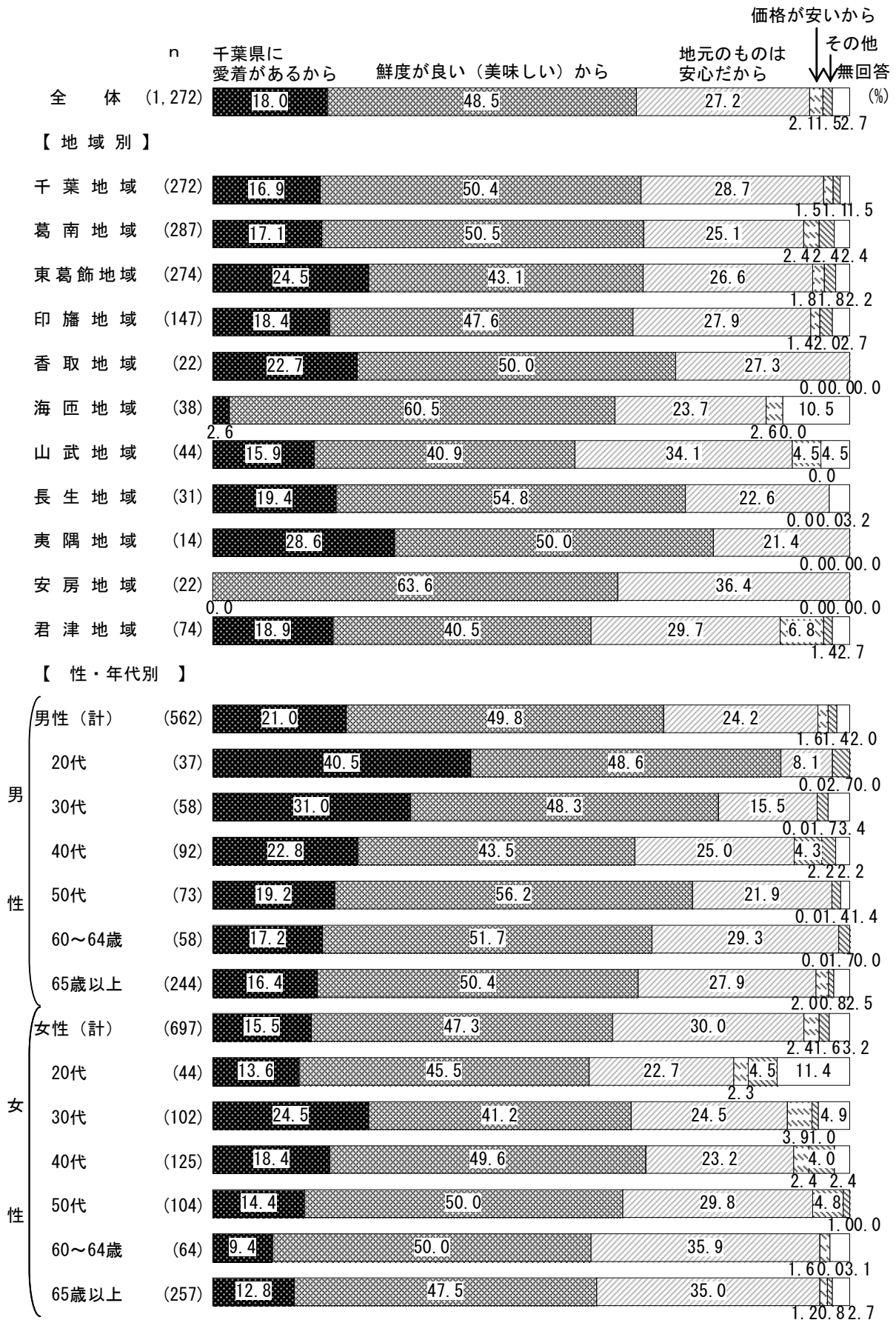
【地域別】

地域別にみると、「千葉県に愛着があるから」は“東葛飾地域”（24.5%）で2割台半ばと他の地域に比べて高くなっている。（図表5-4）

【性・年代別】

性・年代別にみると、「地元のもの安心だから」は女性60～64歳（35.9%）、女性65歳以上（35.0%）で3割台半ばと他の年代に比べて高くなっている。「千葉県に愛着があるから」は男性の20代（40.5%）で4割と高くなっている（図表5-4）

<図表5-4>千葉県産農林水産物を購入したいと思う理由／地域別、性・年代別



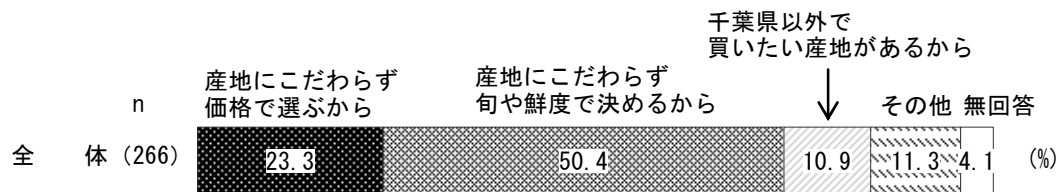
(1-2) 千葉県産農林水産物を購入したいと思わない理由

◇「産地にこだわらず旬や鮮度で決めるから」が5割

(問25で「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」のいずれかをお答えの方に)

問25-2 その主な理由は何ですか。(〇は1つ)

〈図表5-5〉千葉県産農林水産物を購入したいと思わない理由

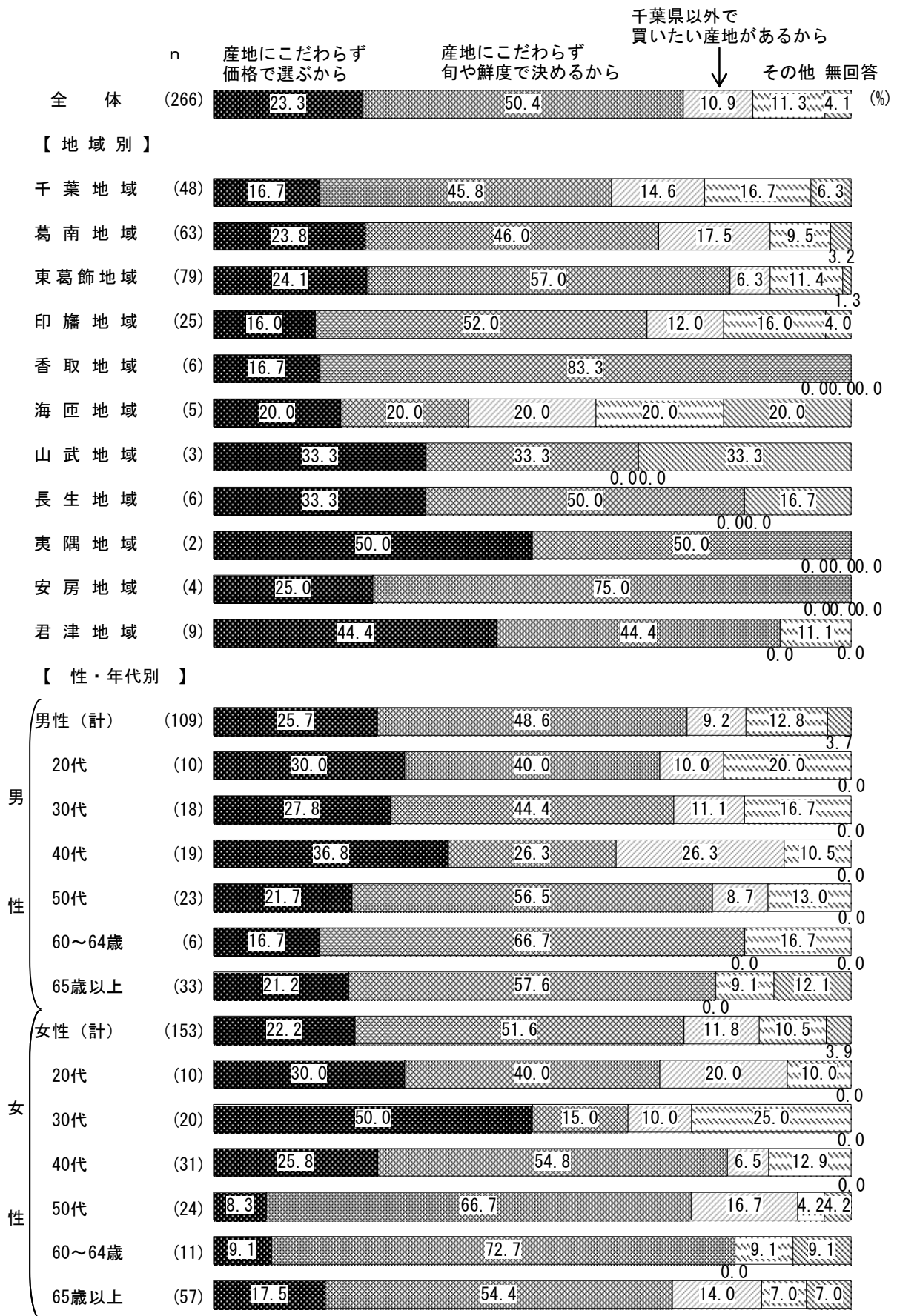


千葉県産の農林水産物を購入したいと思わない人の主な理由としては、「産地にこだわらず旬や鮮度で決めるから」(50.4%)が5割と最も高い。以下、「産地にこだわらず価格で選ぶから」(23.3%)、「千葉県以外で買いたい産地があるから」(10.9%)となっている。(図表5-5)

【性・年代別】

人数が少ないが、性・年代別にみると、「産地にこだわらず価格で選ぶから」は女性の30代(50.0%)で5割と他の年代に比べて高くなっている。(図表5-6)

<図表5-6>千葉県産農林水産物を購入したいと思わない理由/地域別、性・年代別



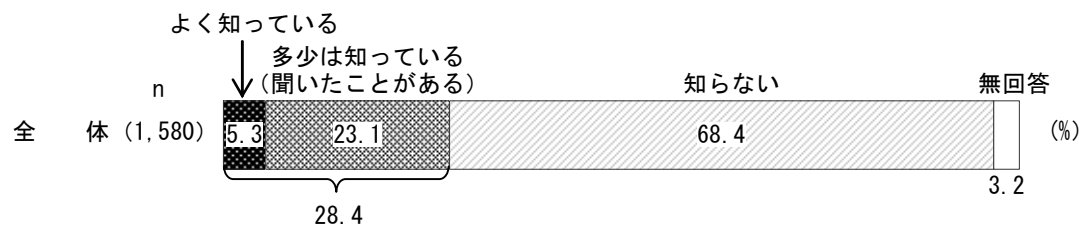
(2) 「ちばエコ農産物」の認知度

◇『知っている』は約3割

問26 千葉県では、生産者が努力し、農薬と化学肥料の使用を通常の半分以上に減らして栽培した農産物を「ちばエコ農産物」として認証しています。

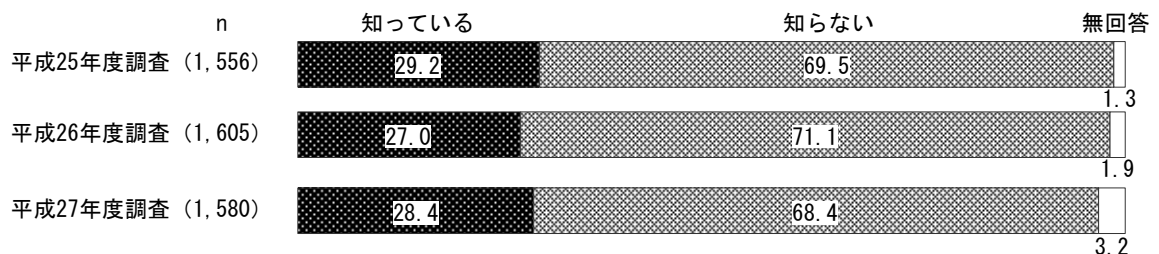
あなたは、「ちばエコ農産物」を知っていますか。(〇は1つ)

<図表5-7> 「ちばエコ農産物」の認知度



「ちばエコ農産物」を知っているか聞いたところ、「よく知っている」(5.3%)と「多少は知っている(聞いたことがある)」(23.1%)を合わせた『知っている』(28.4%)は約3割となっている。一方、「知らない」(68.4%)は約7割となっている。(図表5-7)

〔参考〕平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位:%)



【地域別】

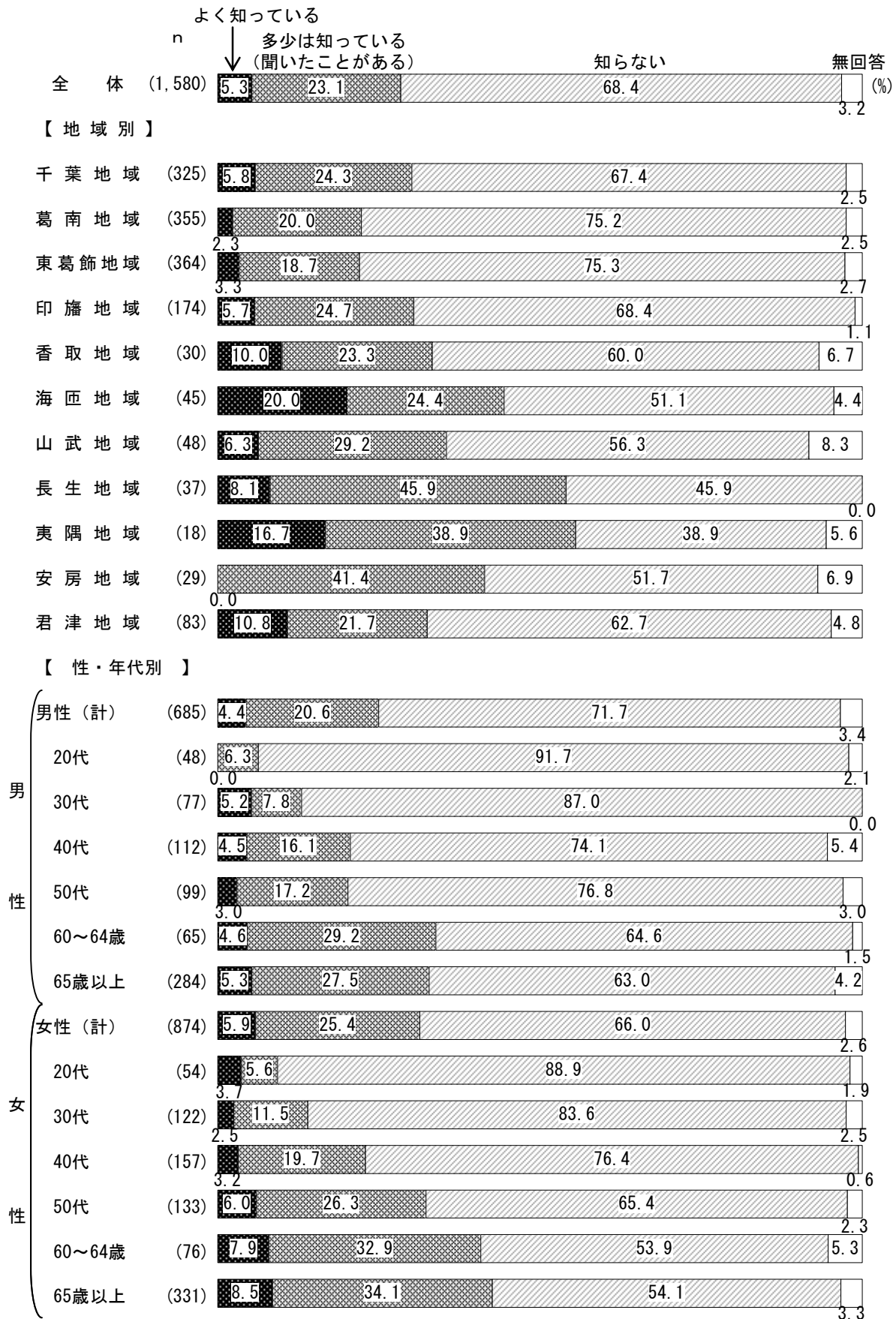
地域別にみると、『知っている』は“夷隅地域”(55.6%)、“長生地域”(54.1%)で5割台半ば、“海匠地域”(44.4%)で4割台半ばと他の地域に比べて高くなっている。一方、『知らない』は“東葛飾地域”(75.3%)、“葛南地域”(75.2%)で7割台半ばと他の地域に比べて高くなっている。

(図表5-8)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『知っている』は女性の65歳以上(42.6%)で4割を超え、女性の60~64歳(40.8%)で4割と他の年代に比べて高くなっている。一方『知らない』は男性の20代(91.7%)と9割を超え、女性の20代(88.9%)、男性の30代(87.0%)で約9割と高くなっている。(図表5-8)

<図表5-8> 「ちばエコ農産物」の認知度/地域別、性・年代別

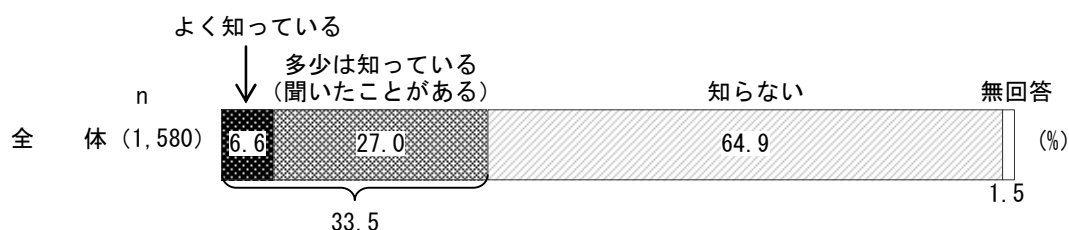


(3) 「千葉ブランド水産物」の認知度

◇『知っている』は3割台半ば

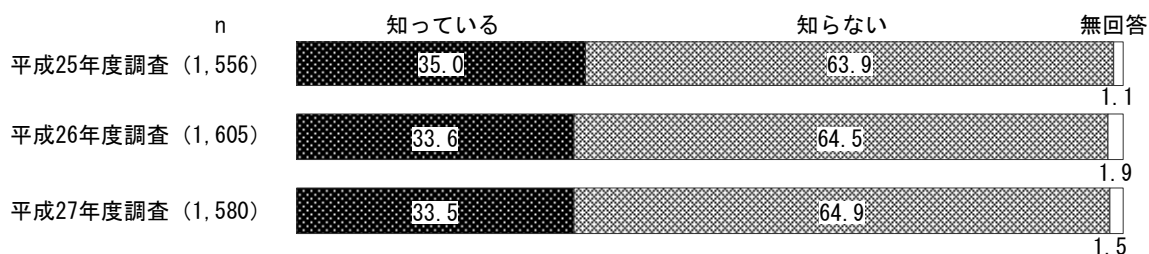
問27 千葉県では、千葉のさかなの認知度を高め、広く県内外にアピールするため、「銚子つりきんめ」、「外房イセエビ」、「九十九里地はまぐり」などの優良な県産水産物を「千葉ブランド水産物」として認定しています。
あなたは、「千葉ブランド水産物」を知っていますか。(○は1つ)

<図表5-9> 「千葉ブランド水産物」の認知度



「千葉ブランド水産物」を知っているか聞いたところ、「よく知っている」(6.6%)と「多少は知っている(聞いたことがある)」(27.0%)を合わせた『知っている』(33.5%)は3割台半ばとなっている。一方、「知らない」(64.9%)は6割台半ばとなっている。(図表5-9)

【参考】平成25年度・平成26年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



【地域別】

地域別にみると、『知っている』は“夷隅地域”(72.2%)で7割を超え、“海匝地域”(64.4%)で6割台半ばと他の地域に比べて高くなっている。一方、『知らない』は、“東葛飾地域”(78.0%)で約8割と高くなっている。(図表5-10)

【性・年代別】

性・年代別にみると、『知らない』は男性の20代(81.3%)で8割を超え、女性の40代(80.3%)で8割、女性の30代(79.5%)、男性の30代(79.2%)、女性の20代(77.8%)で約8割と他の年代に比べて高くなっている。(図表5-10)

<図表5-10>「千葉ブランド水産物」の認知度／地域別、性・年代別

