

平成18年度 農林水産情報交流ネットワーク事業 全国アンケート調査
地産地消に関する意識・意向調査結果（九州）

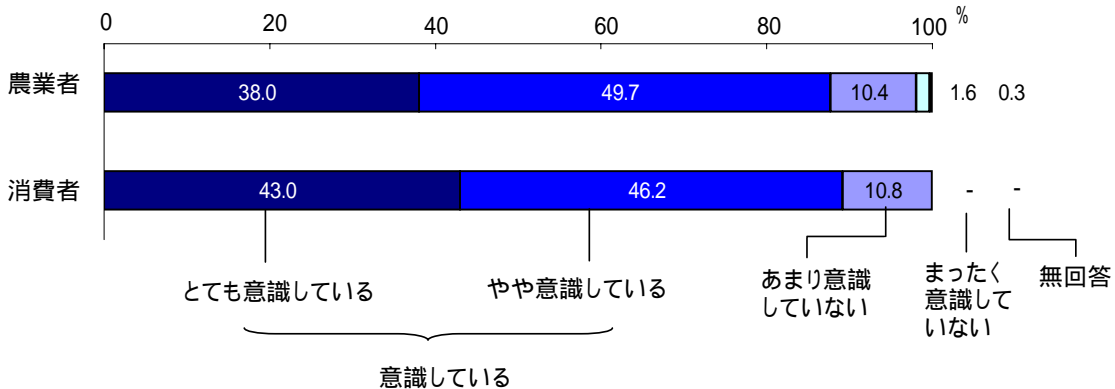
この調査は、平成18年12月中旬から下旬にかけて、農林水産情報交流ネットワーク事業の農業者モニター 2,500名及び消費情報提供協力者 1,500名に対し実施し、回答を得た農業者モニター 2,061名、消費情報提供協力者 1,165名のうち、九州の結果（農業者モニター 316名、消費情報提供協力者 158名）を集計・取りまとめたものです。
以下、農業者モニターは「農業者」、消費情報提供協力者は「消費者」といいます。

【調査結果の概要】

1 地産地消に関する農業者及び消費者の意識

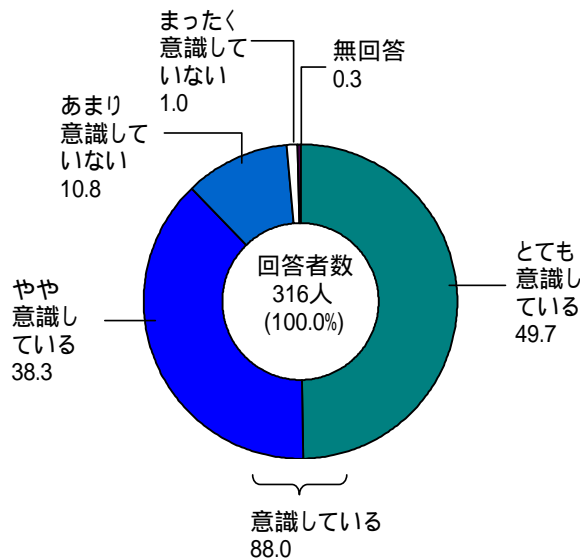
- 日常生活での食材の買い物や食事等において、地産地消をどの程度意識しているかについては、農業者及び消費者ともに9割が「意識している」を選択 -

図1-1 日常生活(食材の買い物や食事等)における地産地消に対する農業者及び消費者の意識



- 農産物の生産や販売の営農活動において、地産地消をどの程度意識しているかについては、農業者の9割が「意識している」を選択 -

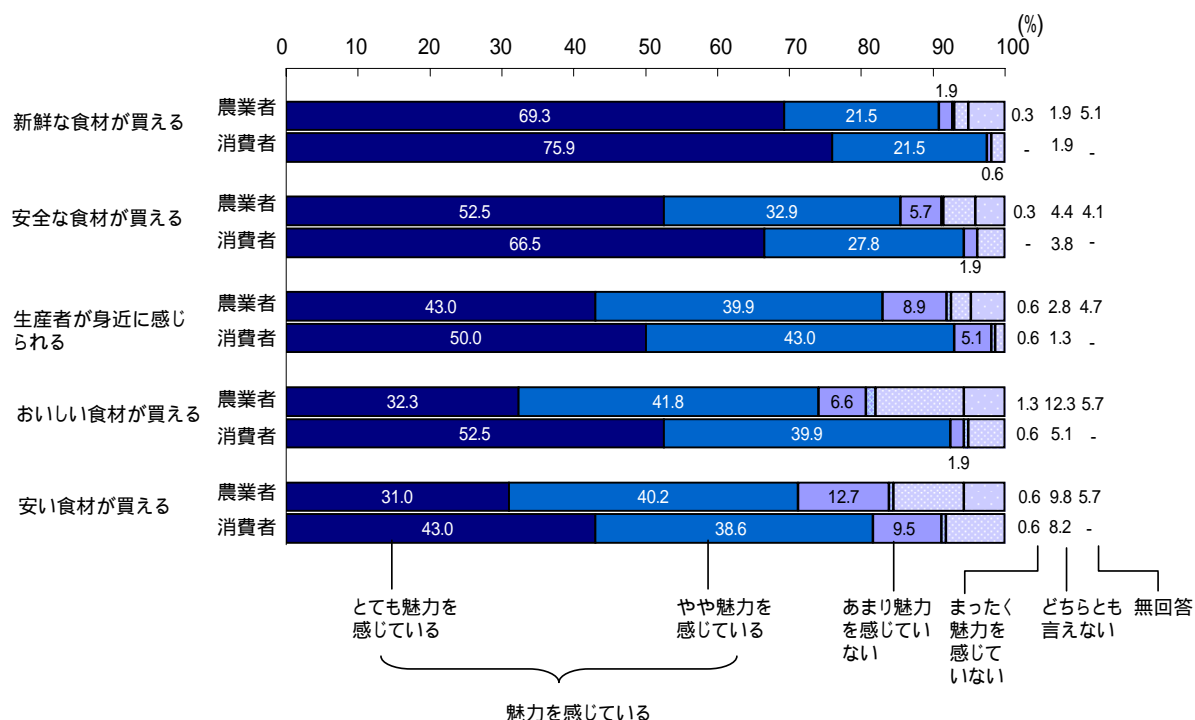
図1-2 営農活動における地産地消に対する農業者の意識



2 地産地消の取組による消費者への利点に関する農業者及び消費者の意識

- 地産地消の取組による消費者への利点に関して、農業者が「消費者はどのように感じていると考えるか」と、消費者が「どのように感じているか」については、「新鮮な食材を買う」において、農業者及び消費者ともに9割以上が「魅力を感じている」を選択 -

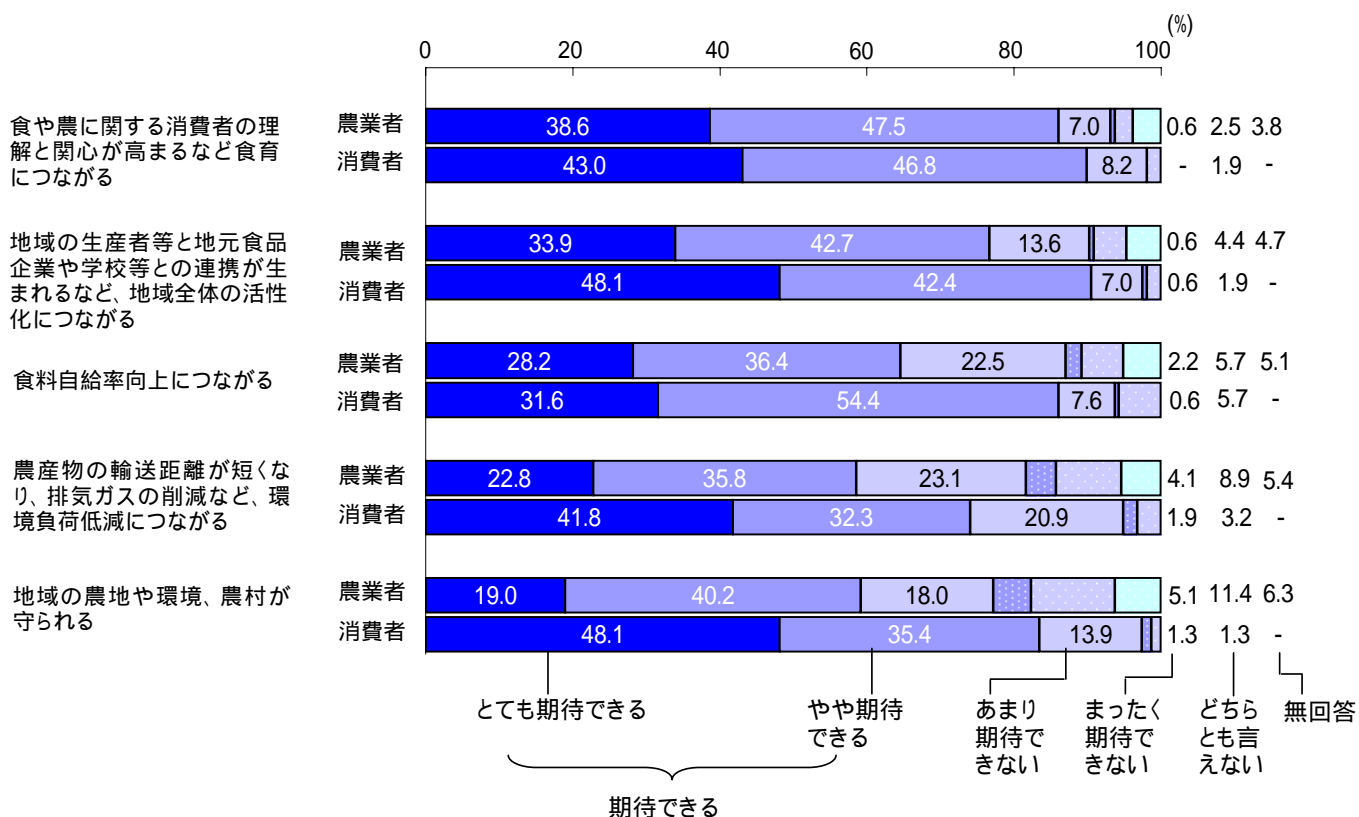
図2 地産地消の取組による消費者への利点に関する農業者及び消費者の意識



3 地産地消の取組による効果に関する農業者及び消費者の意識

- 地産地消の取組によって期待できる効果については、「食や農に関する消費者の理解と関心が高まるなど食育につながる」及び「地域の生産者等と地元食品企業や学校等との連携が生まれるなど、地域全体の活性化につながる」において、農業者の8割、消費者の9割が「期待できる」を選択 -

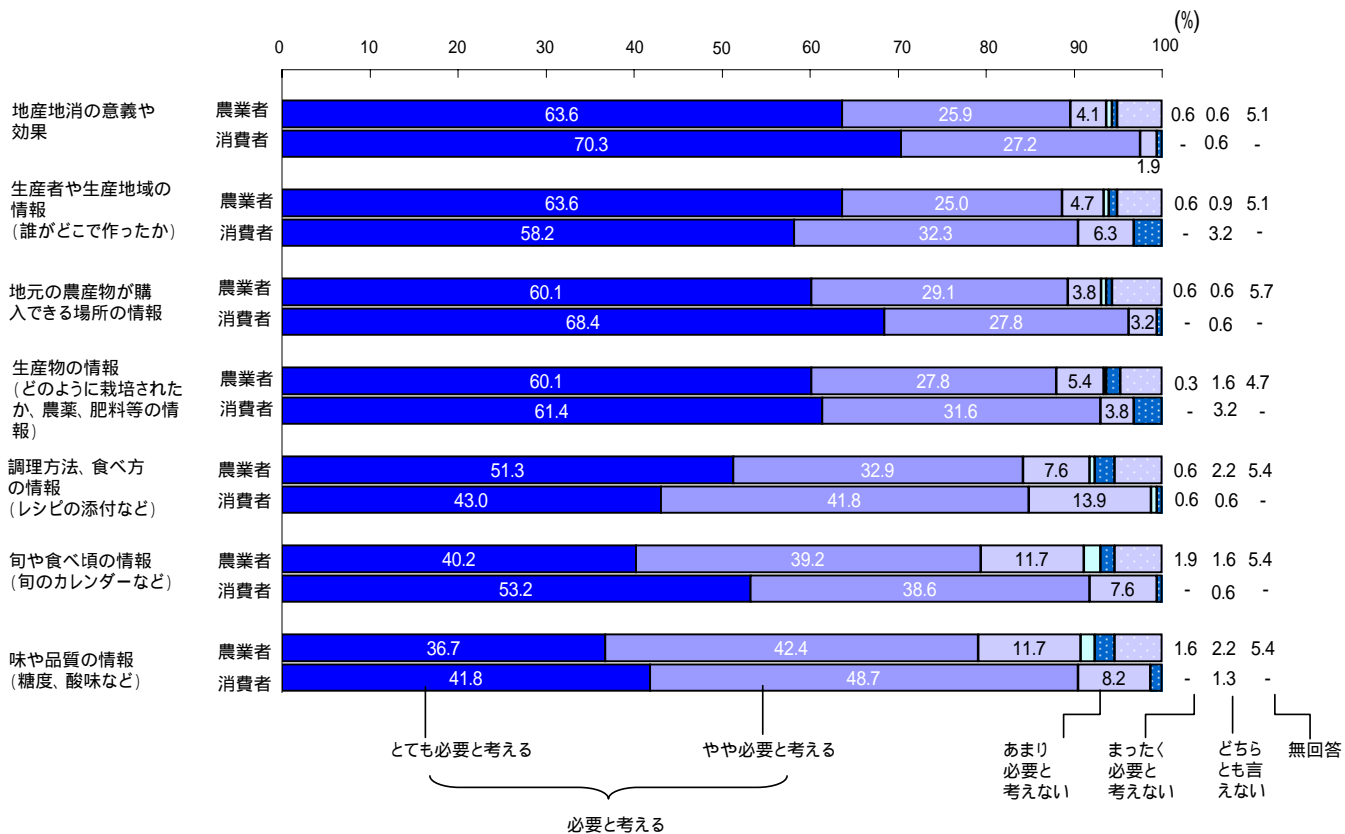
図3 地産地消の取組による効果に関する農業者及び消費者の意識



4 地産地消を促進するための情報に関する農業者及び消費者の意識

- 今後、地産地消をより一層促進するために、どのような情報を必要とするかについては、「地産地消の意義や効果」「生産者や生産地域の情報」「地元の農産物が購入できる場所の情報」及び「生産物の情報」において、農業者の8割以上、消費者の9割以上が「必要と考える」を選択 -

図4 地産地消を促進するための情報に関する農業者及び消費者の意識



1 地産地消に関する農業者及び消費者の意識

(1) 日常生活(食材の買い物や食事等)における地産地消に対する農業者の意識

単位：%

区 分	回答者数	計	とても意識している	やや意識している	あまり意識していない	まったく意識していない	無回答	区分
計	316	100.0	38.0	49.7	10.4	1.6	0.3	1
経営部門別								
稲 作	52	100.0	53.8	36.5	9.6	-	-	2
露地野菜	25	100.0	36.0	52.0	12.0	-	-	3
施設野菜	53	100.0	35.8	56.6	3.8	1.9	1.9	4
果 樹	36	100.0	30.6	50.0	19.4	-	-	5
花 き	22	100.0	36.4	40.9	13.6	9.1	-	6
その他の作物	78	100.0	38.5	50.0	10.3	1.3	-	7
畜産酪農	19	100.0	21.1	68.4	10.5	-	-	8
畜産肉用牛	20	100.0	35.0	55.0	10.0	-	-	9
その他の畜産	11	100.0	36.4	45.5	9.1	9.1	-	10

1 地産地消に関する農業者及び消費者の意識(つづき)

(2) 日常生活(食材の買い物や食事等)における地産地消に対する消費者の意識

単位：%

区 分	回答者数	計	とても意識している	やや意識している	あまり意識していない	まったく意識していない	無回答	区分
計	158	100.0	43.0	46.2	10.8	-	-	1
性 別								
男 性	56	100.0	35.7	46.4	17.9	-	-	2
女 性	102	100.0	47.1	46.1	6.9	-	-	3
年 齢 階 層 別								
20 ~ 29 歳	19	100.0	15.8	73.7	10.5	-	-	4
30 ~ 39 歳	40	100.0	30.0	52.5	17.5	-	-	5
40 ~ 49 歳	43	100.0	39.5	48.8	11.6	-	-	6
50 ~ 64 歳	46	100.0	58.7	34.8	6.5	-	-	7
65 歳 以上	10	100.0	90.0	10.0	-	-	-	8

1 地産地消に関する農業者及び消費者の意識（つづき）
 (3) 営農活動における地産地消に対する農業者の意識

単位：%

区 分	回答者数	計	とても意識している	やや意識している	あまり意識していない	まったく意識していない	無回答	区分
計	316	100.0	49.7	38.3	10.8	1.0	0.3	1
人								
経 営 部 門 別								
稲 作	52	100.0	57.7	32.7	9.6	-	-	2
露 地 野 菜	25	100.0	52.0	36.0	12.0	-	-	3
施 設 野 菜	53	100.0	52.8	37.7	5.7	1.9	1.9	4
果 樹	36	100.0	44.4	36.1	19.4	-	-	5
花 き	22	100.0	45.5	27.3	22.7	4.5	-	6
その他の作物	78	100.0	48.7	41.0	9.0	1.3	-	7
畜産 酪 農	19	100.0	36.8	52.6	10.5	-	-	8
畜産 肉用牛	20	100.0	50.0	40.0	10.0	-	-	9
その他の畜産	11	100.0	45.5	54.5	-	-	-	10

2 地産地消の取組による消費者への利点に関する農業者及び消費者の意識

(1) 農業者の意識

単位：%

項目	回答者数	計	とても魅力を感じている	やや魅力を感じている	あまり魅力を感じていない	まったく魅力を感じていない	どちらとも言えない	無回答	項目	
	人									
生産者が身近に感じられる	A	316	100.0	43.0	39.9	8.9	0.6	2.8	4.7	A
新鮮な食材を買える	B	316	100.0	69.3	21.5	1.9	0.3	1.9	5.1	B
安い食材を買える	C	316	100.0	31.0	40.2	12.7	0.6	9.8	5.7	C
安全な食材を買える	D	316	100.0	52.5	32.9	5.7	0.3	4.4	4.1	D
おいしい食材を買える	E	316	100.0	32.3	41.8	6.6	1.3	12.3	5.7	E

(2) 消費者の意識

単位：%

項目	回答者数	計	とても魅力を感じている	やや魅力を感じている	あまり魅力を感じていない	まったく魅力を感じていない	どちらとも言えない	無回答	項目	
	人									
生産者が身近に感じられる	A	158	100.0	50.0	43.0	5.1	0.6	1.3	-	A
新鮮な食材を買える	B	158	100.0	75.9	21.5	0.6	-	1.9	-	B
安い食材を買える	C	158	100.0	43.0	38.6	9.5	0.6	8.2	-	C
安全な食材を買える	D	158	100.0	66.5	27.8	1.9	-	3.8	-	D
おいしい食材を買える	E	158	100.0	52.5	39.9	1.9	0.6	5.1	-	E

3 地産地消の取組による効果に関する農業者及び消費者の意識

(1) 農業者の意識

単位：%

項目	回答者数	計	とても期待できる	やや期待できる	あまり期待できない	まったく期待できない	どちらとも言えない	無回答	項目	
	人									
食料自給率向上につながる	A	316	100.0	28.2	36.4	22.5	2.2	5.7	5.1	A
食や農に関する消費者の理解と関心が高まるなど食育につながる	B	316	100.0	38.6	47.5	7.0	0.6	2.5	3.8	B
地域の生産者等と地元食品企業や学校等との連携が生まれるなど、地域全体の活性化につながる	C	316	100.0	33.9	42.7	13.6	0.6	4.4	4.7	C
農産物の輸送距離が短くなり、排気ガスの削減など、環境負荷低減につながる	D	316	100.0	22.8	35.8	23.1	4.1	8.9	5.4	D
地域の農地や環境、農村が守られる	E	316	100.0	19.0	40.2	18.0	5.1	11.4	6.3	E

(2) 消費者の意識

単位：%

項目	回答者数	計	とても期待できる	やや期待できる	あまり期待できない	まったく期待できない	どちらとも言えない	無回答	項目	
	人									
食料自給率向上につながる	A	158	100.0	31.6	54.4	7.6	0.6	5.7	-	A
食や農に関する消費者の理解と関心が高まるなど食育につながる	B	158	100.0	43.0	46.8	8.2	-	1.9	-	B
地域の生産者等と地元食品企業や学校等との連携が生まれるなど、地域全体の活性化につながる	C	158	100.0	48.1	42.4	7.0	0.6	1.9	-	C
農産物の輸送距離が短くなり、排気ガスの削減など、環境負荷低減につながる	D	158	100.0	41.8	32.3	20.9	1.9	3.2	-	D
地域の農地や環境、農村が守られる	E	158	100.0	48.1	35.4	13.9	1.3	1.3	-	E

4 地産地消を促進するための情報に関する農業者及び消費者の意識

(1) 農業者の意識

単位：％

項目	回答者数	計	とても必要と考える	やや必要と考える	あまり必要と考えない	まったく必要と考えない	どちらとも言えない	無回答	項目	
	人									
地産地消の意義や効果	A	316	100.0	63.6	25.9	4.1	0.6	0.6	5.1	A
地元の農産物が購入できる場所の情報	B	316	100.0	60.1	29.1	3.8	0.6	0.6	5.7	B
生産者や生産地域の情報 (誰がどこで作ったか)	C	316	100.0	63.6	25.0	4.7	0.6	0.9	5.1	C
生産物の情報 (どのように栽培されたか、農薬、肥料等の情報)	D	316	100.0	60.1	27.8	5.4	0.3	1.6	4.7	D
味や品質の情報 (糖度、酸味など)	E	316	100.0	36.7	42.4	11.7	1.6	2.2	5.4	E
旬や食べ頃の情報 (旬のカレンダーなど)	F	316	100.0	40.2	39.2	11.7	1.9	1.6	5.4	F
調理方法、食べ方の情報 (レシピの添付など)	G	316	100.0	51.3	32.9	7.6	0.6	2.2	5.4	G

(2) 消費者の意識

単位：％

項目	回答者数	計	とても必要と考える	やや必要と考える	あまり必要と考えない	まったく必要と考えない	どちらとも言えない	無回答	項目	
	人									
地産地消の意義や効果	A	158	100.0	70.3	27.2	1.9	-	0.6	-	A
地元の農産物が購入できる場所の情報	B	158	100.0	68.4	27.8	3.2	-	0.6	-	B
生産者や生産地域の情報 (誰がどこで作ったか)	C	158	100.0	58.2	32.3	6.3	-	3.2	-	C
生産物の情報 (どのように栽培されたか、農薬、肥料等の情報)	D	158	100.0	61.4	31.6	3.8	-	3.2	-	D
味や品質の情報 (糖度、酸味など)	E	158	100.0	41.8	48.7	8.2	-	1.3	-	E
旬や食べ頃の情報 (旬のカレンダーなど)	F	158	100.0	53.2	38.6	7.6	-	0.6	-	F
調理方法、食べ方の情報 (レシピの添付など)	G	158	100.0	43.0	41.8	13.9	0.6	0.6	-	G

【利用上の注意】

1 調査の内容

本調査は、地産地消の今後の展開のあり方等について、農業者及び消費者が、どのような意識を持たれているかを把握したものです。

2 調査対象

生産者（農業者、林業者、漁業者）、流通加工業者及び消費者の意見・意向等を迅速に把握して農林水産行政に反映させることなどを目的とした「農林水産情報交流ネットワーク事業」において、全国に配置している情報交流モニター等の中から、農業者モニター及び消費情報提供協力者を対象としました。

3 実施時期

平成18年12月中旬～下旬

4 調査方法

農林水産省大臣官房情報課からのオンライン調査（主に消費情報提供協力者）と、地方農政局、地方農政事務所、北海道農政事務所及び沖縄総合事務局からの郵送調査（主に農業者モニター）により実施しました。

なお、オンライン調査とは、調査対象の情報交流モニター等が、本調査用ホームページに接続して、回答することにより行うものです。

5 回収率等

	対象者数 (人)	回答者数 (人)	回収率 (%)
農業者モニター	2,500	2,061	82.4
九州	360	316	87.8
消費情報提供協力者	1,500	1,165	77.7
九州	199	158	88.2

6 用語の説明等

- (1) 本調査の地産地消とは、地域の消費者ニーズに即応した農業生産と、生産された農産物を地域で消費しようとする活動を通じて、農業者と消費者を結びつける取組です。
- (2) 統計表の農業者モニターにおける経営区分は、原則として農産物の販売金額が第1位の以下の経営部門で分類しました。

稲作	畜産 酪農
露地野菜	畜産 肉用牛
施設野菜	その他の畜産
果樹	養豚
花き	採卵鶏
その他作物	ブロイラー
麦類作	養蚕
雑穀・いも類・豆類	
工芸農作物	
その他作物	

- (3) 統計表の各回答率は、各設問（各区分）の有効回答者数計を 100.0とする割合です。
 なお、標本誤差は回答者数と回答率によって異なっており、回答者数別の標本誤差の範囲（95%は信頼できる誤差の範囲）は、おおむね次のとおりであり、利用に当たっては注意してください。
 標本誤差の範囲とは、例えば、ある選択肢の回答率が50%の場合、2,100戸を取りまとめた結果では、同調査を100回行ううちの95回は、47.5%～52.5%（50%の上下2.5%）の範囲の中に収まるというものです。

回答率 回答者数	10% (又は90%)	20% (又は80%)	30% (又は70%)	40% (又は60%)	50%
2,100	± 1.3	± 1.7	± 2.0	± 2.1	± 2.1
1,200	± 1.7	± 2.3	± 2.6	± 2.8	± 2.8
900	± 2.0	± 2.6	± 3.0	± 3.2	± 3.3
500	± 2.6	± 3.5	± 4.0	± 4.3	± 4.4
400	± 2.9	± 3.9	± 4.5	± 4.8	± 4.9
300	± 3.4	± 4.5	± 5.2	± 5.5	± 5.7
200	± 4.2	± 5.5	± 6.4	± 6.8	± 6.9
100	± 5.9	± 7.8	± 9.0	± 9.6	± 9.8
90	± 6.2	± 8.3	± 9.5	±10.1	±10.3
80	± 6.6	± 8.8	±10.0	±10.7	±11.0
70	± 7.0	± 9.4	±10.7	±11.5	±11.7
60	± 7.6	±10.1	±11.6	±12.4	±12.7
50	± 8.3	±11.1	±12.7	±13.6	±13.9
40	± 9.3	±12.4	±14.2	±15.2	±15.5
20	±13.1	±17.5	±20.1	±21.5	±21.9

注：標本誤差の範囲は、 $\pm 1.96 \times \sqrt{\frac{\text{回答率} \times (1 - \text{回答率})}{\text{回答者数}}}$ により求めました。

- (4) 表示単位未満を四捨五入したため、計と内訳の積み上げ値は必ずしも一致しません。
 (5) 統計表に使用した記号「-」は、事実のないことを表します。
 (6) 統計表の数値の中には、回答者数の少ないものもあるので、利用に当たっては、十分注意してください。

掲載内容に関するお問い合わせ先
 九州農政局総務部 情報推進課 地域業務推進第2係
 電話（代表）096-353-3561 内線4034
 （直通）096-353-7503

この資料は、九州農政局ホームページ【<http://www.kyushu.maff.go.jp/>】の「農林水産情報」-「意識・意向に関する情報」に掲載しています。