

平成17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  
国産の強みを活かした農業生産の展開等に関する  
意識・意向調査結果

この調査は、平成17年11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 3,224名及び消費情報提供協力者 1,480名に対して実施し、農業者モニター 2,454名、消費情報提供協力者 1,324名から回答を得た結果である。  
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」という。

I 調査結果の概要

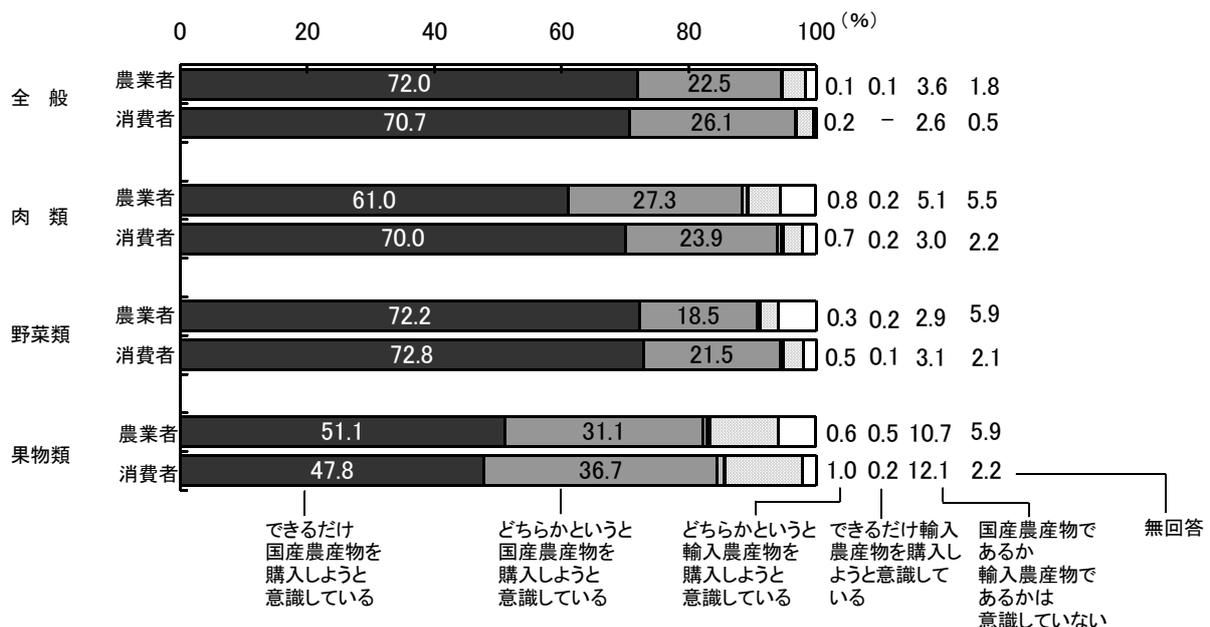
1 農産物の購入に関する農業者及び消費者の意識

- 一 農産物を購入する際、国産品と輸入品をどの程度意識しているかについては、「農産物全般」において農業者及び消費者の約7割が「できるだけ国産農産物を購入しよう」と意識している」を選択

小売店やスーパーなどで農産物を購入する際、国産品と輸入品をどの程度意識しているかについては、全ての項目において農業者及び消費者ともに「できるだけ国産農産物を購入しよう」と意識している」と回答した割合が最も高くなっている。

一方で「全般」、「肉類」、「野菜類」と比較すると、「果物類」は農業者及び消費者ともに約5割に留まっている。

図1 農産物の購入に関する農業者及び消費者の意識



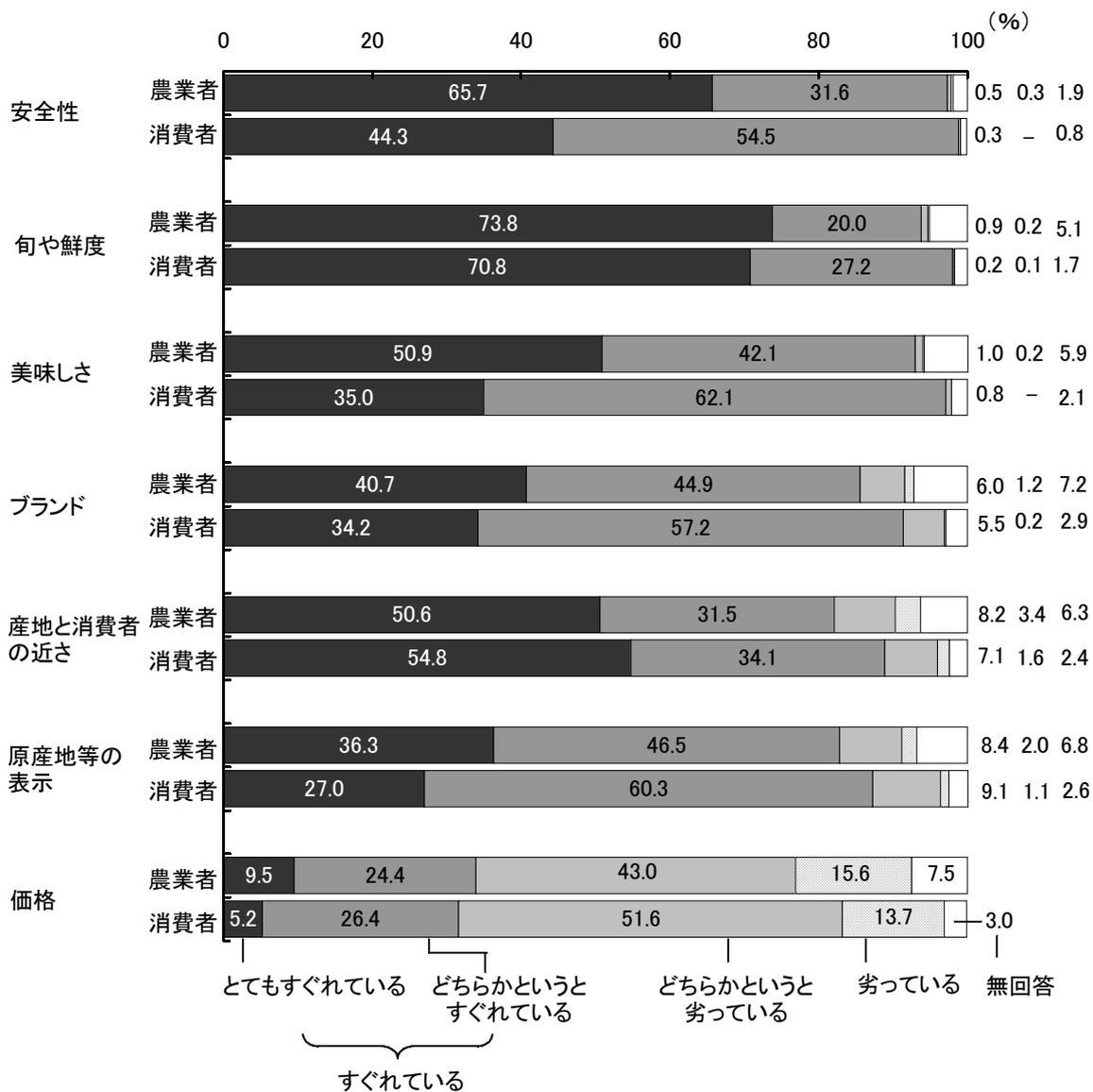
## 2 国産農産物に関する農業者及び消費者の意識

－ 輸入農産物と比較した国産農産物の「安全性」、「旬や鮮度」、「美味しさ」については、農業者及び消費者ともに9割以上が「すぐれている」を選択 －

輸入農産物と比較して国産農産物がどの程度すぐれている（劣っている）と思うかについては、農業者及び消費者ともに「安全性」において、「とてもすぐれている」と「どちらかというとすぐれている」を合わせた「すぐれている」がほぼ10割となっているほか、「旬や鮮度」、「美味しさ」などでも「すぐれている」が9割を超えた。

一方、「価格」においては、農業者及び消費者ともに「すぐれている」が約3割に留まっている。

図2 国産農産物に関する農業者及び消費者の意識

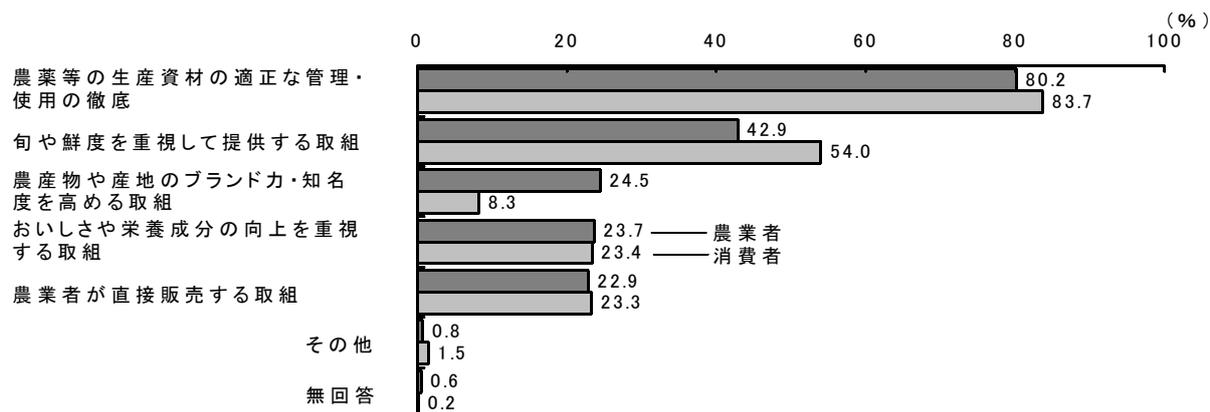


3 農産物の生産段階における取組に関する農業者及び消費者の意識・意向  
 一 農産物の生産段階において重視する取組については、農業者及び消費者ともに約8割が「農薬等の生産資材の適正な管理・使用の徹底」を選択 一

農産物の生産段階において、どのような取組を重視するかについては、農業者及び消費者ともに約8割が「農薬等の生産資材の適正な管理・使用の徹底」を選択した。

また、消費者が「旬や鮮度を重視して提供する取組」を重視する一方で、農業者は「農産物や産地のブランド力・知名度を高める取組」を重視している。

図3 生産段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向（複数回答）

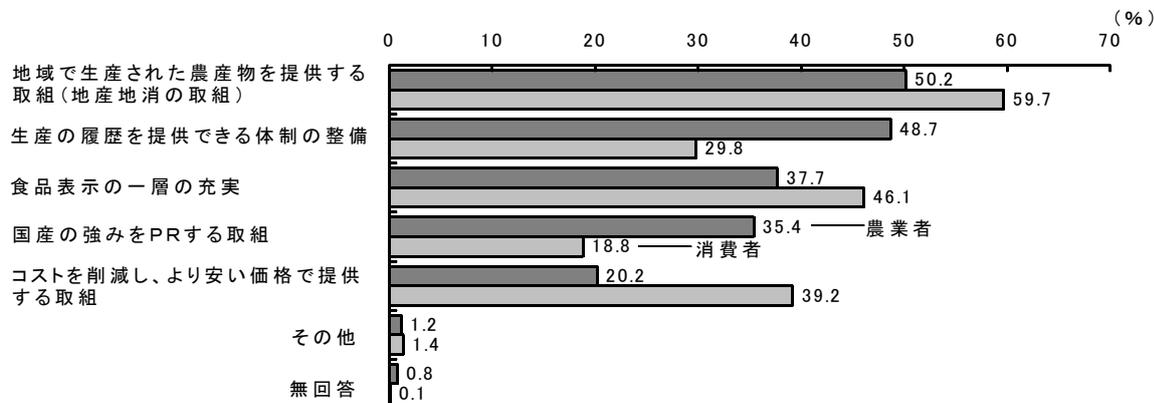


4 農産物の提供段階における取組に関する農業者及び消費者の意識・意向  
 一 農産物の提供段階において重視する取組については、「生産の履歴を提供できる体制の整備」及び「コストを削減し、より安い価格で提供する取組」などにおいて農業者と消費者に差 一

農産物の提供段階において、どのような取組を重視するかについては、農業者の約5割、消費者の約6割が「地域で生産された農産物を提供する取組（地産地消の取組）」を選択した。

また、農業者が「生産の履歴を提供できる体制の整備」及び「国産の強みをPRする取組」を重視している一方で、消費者は「コストを削減し、より安い価格で提供する取組」を重視している。

図4 提供段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向（複数回答）



## Ⅱ 解 説

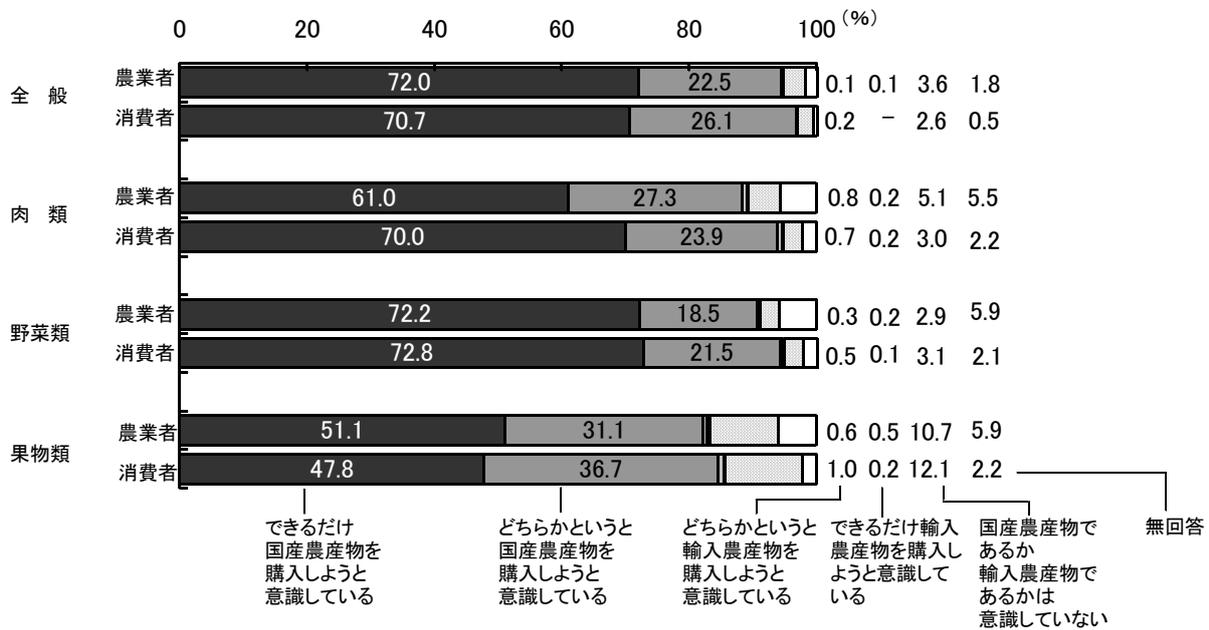
### 1 農産物の購入に関する農業者及び消費者の意識

- － 農産物を購入する際、国産品と輸入品をどの程度意識しているかについては、「農産物全般」において農業者及び消費者の約7割が「できるだけ国産農産物を購入しよう」と意識している」を選択 －

小売店やスーパーなどで農産物を購入する際、国産品と輸入品をどの程度意識しているかについては、全ての項目において農業者及び消費者ともに「できるだけ国産農産物を購入しよう」と意識している」と回答した割合が最も高くなっている。

一方で「全般」、「肉類」、「野菜類」と比較すると、「果物類」は農業者及び消費者ともに低くなっている。

図5 農産物の購入に関する農業者及び消費者の意識

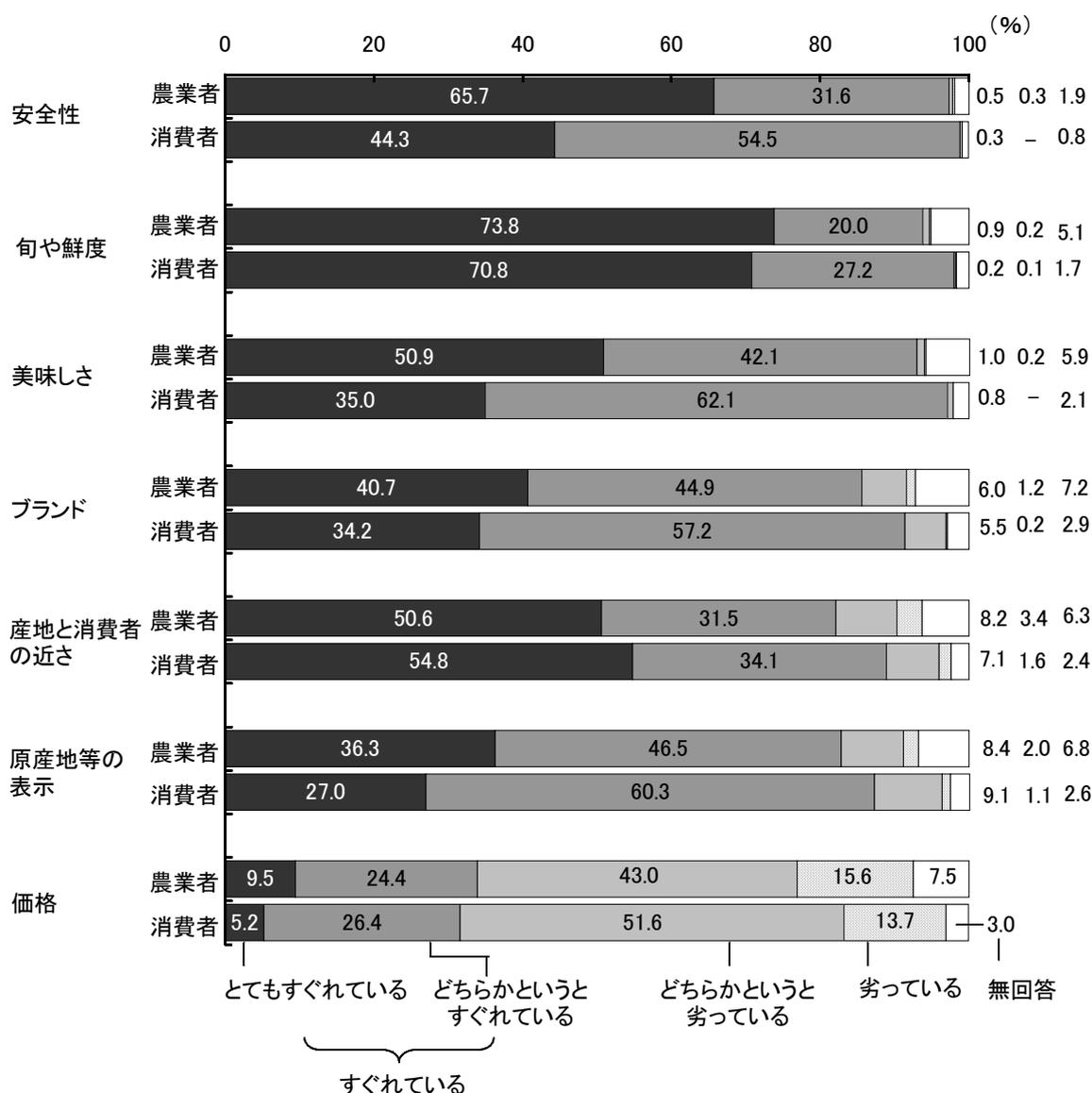


## 2 国産農産物に関する農業者及び消費者の意識

－ 輸入農産物と比較した国産農産物の「安全性」、「旬や鮮度」、「美味しさ」については、農業者及び消費者ともに9割以上が「すぐれている」を選択 －

- (1) 輸入農産物と比較して国産農産物がどの程度すぐれている（劣っている）と思うかについては、農業者及び消費者ともに「安全性」、「旬や鮮度」、「美味しさ」において、「とてもすぐれている」と「どちらかというとすぐれている」を合わせた「すぐれている」と回答した割合がいずれも90%以上と特に高くなっている。一方、「価格」においては、農業者及び消費者ともに「すぐれている」がそれぞれ33.9%、31.6%と低くなっている。

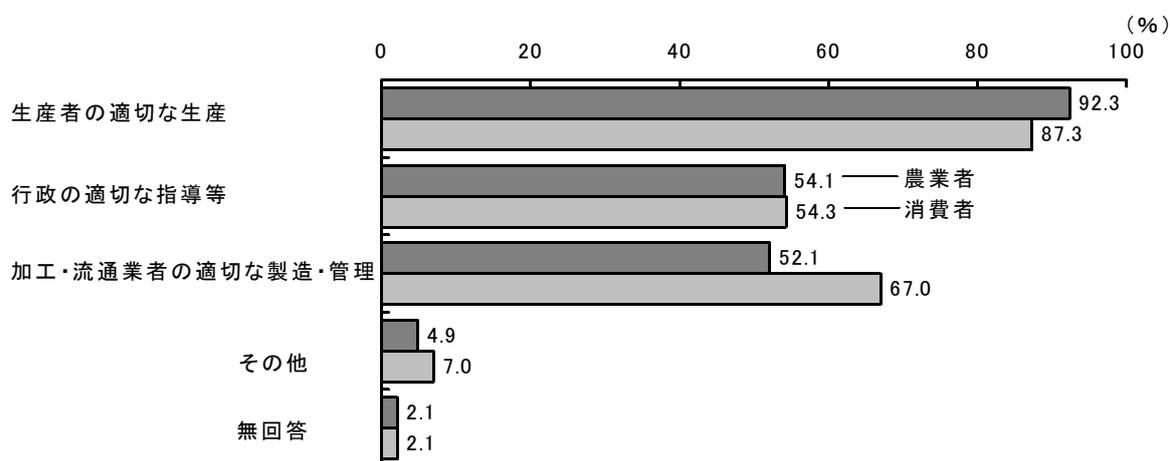
図6-1 国産農産物に関する農業者及び消費者の意識



(2) (1)で「安全性」について「とてもすぐれている」又は「どちらかというとすぐれている」の「すぐれている」と回答した者が、国産農産物のすぐれた安全性を支えている取組は何と思うかについては、農業者及び消費者ともに「生産者の適切な生産」がそれぞれ92.3%、87.3%と最も高くなっている。

また、「加工・流通業者の適切な製造・管理」においては、農業者の52.1%に対し、消費者が67.0%とより高くなっている。

図6-2 国産農産物の安全性に関する農業者及び消費者の意識（複数回答）



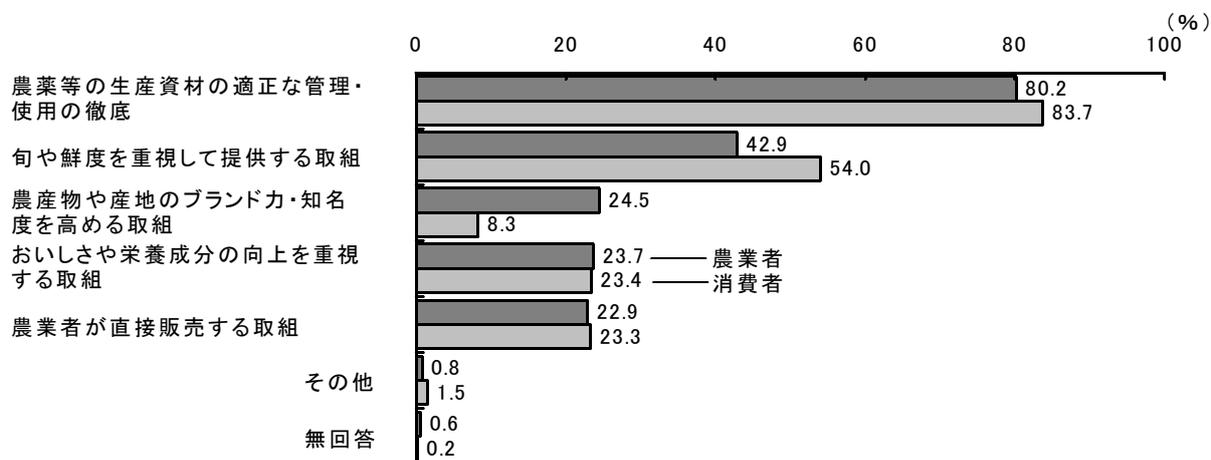
### 3 農産物の生産段階における取組に関する農業者及び消費者の意識・意向

一 農産物の生産段階において重視する取組については、農業者及び消費者ともに約8割が「農薬等の生産資材の適正な管理・使用の徹底」を選択 一

農産物の生産段階において、どのような取組を重視するかについては、農業者及び消費者ともに「農薬等の生産資材の適正な管理・使用の徹底」がそれぞれ80.2%、83.7%と最も高くなっている。

また、消費者が「旬や鮮度を重視して提供する取組」を重視する一方で、農業者は「農産物や産地のブランド力・知名度を高める取組」を重視している。

図7 生産段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向（複数回答）

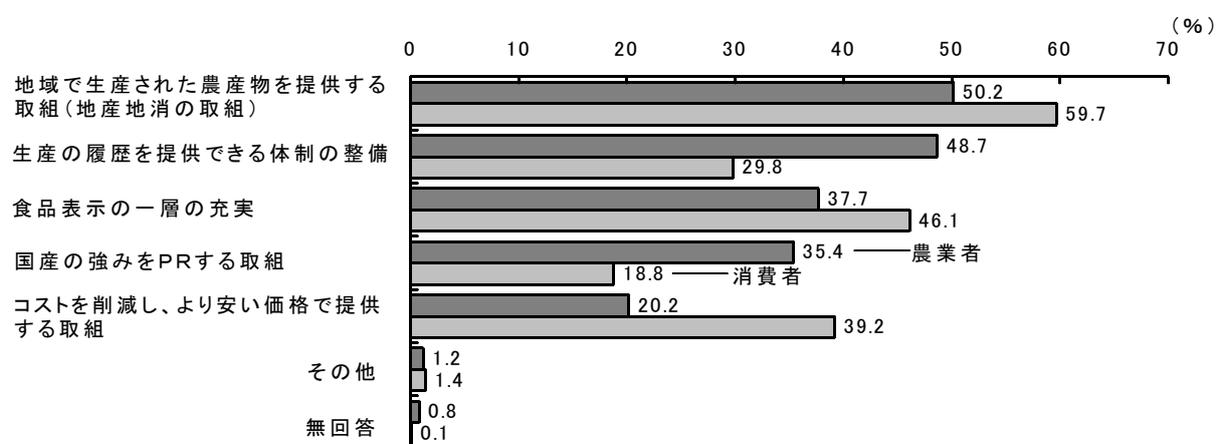


4 農産物の提供段階における取組に関する農業者及び消費者の意識・意向  
 ー 農産物の提供段階において重視する取組については、「生産の履歴を提供できる体制の整備」及び「コストを削減し、より安い価格で提供する取組」などにおいて農業者と消費者に差 ー

農産物の提供段階において、どのような取組を重視するかについては、農業者及び消費者ともに「地域で生産された農産物を提供する取組（地産地消の取組）」がそれぞれ50.2%、59.7%と最も高くなっている。

また、農業者が「生産の履歴を提供できる体制の整備」及び「国産の強みをPRする取組」を重視している一方で、消費者は「コストを削減し、より安い価格で提供する取組」を重視している。

図8 提供段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向（複数回答）



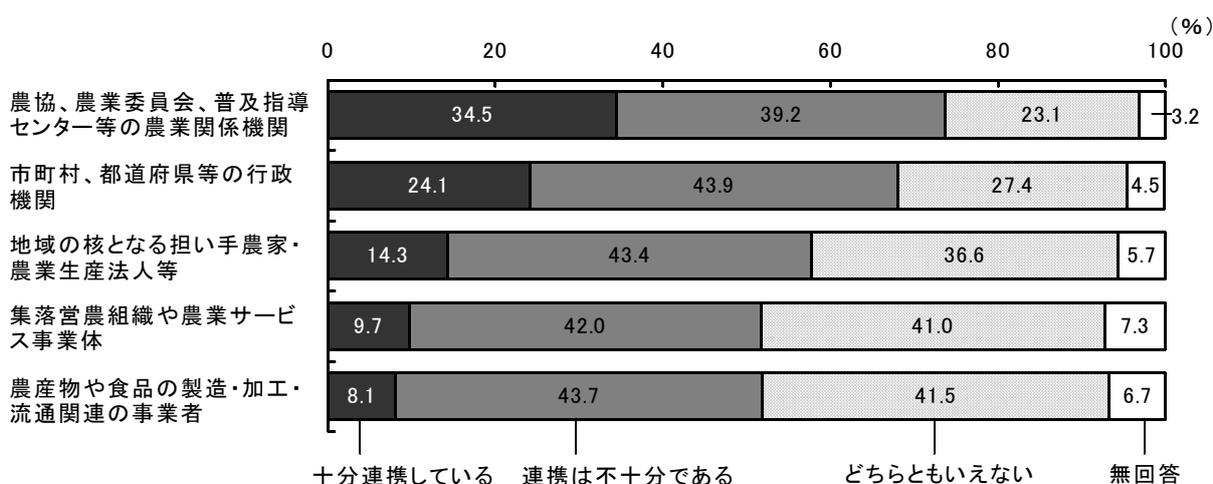
## 5 地域農業の振興のための推進体制等に関する農業者の意識・意向

- 一 地域農業の振興を図るためには、どのような人材の育成、確保及び活用が必要と思うかについては、約8割が「リーダーになりうる農業者の育成・確保」を選択 一

(1) 市町村や農協などの農業関係機関等が、地域農業を振興していく上で、他の機関等と十分連携を図っていると思うかについては、全ての項目において「連携は不十分である」と回答した割合が最も高くなっている。

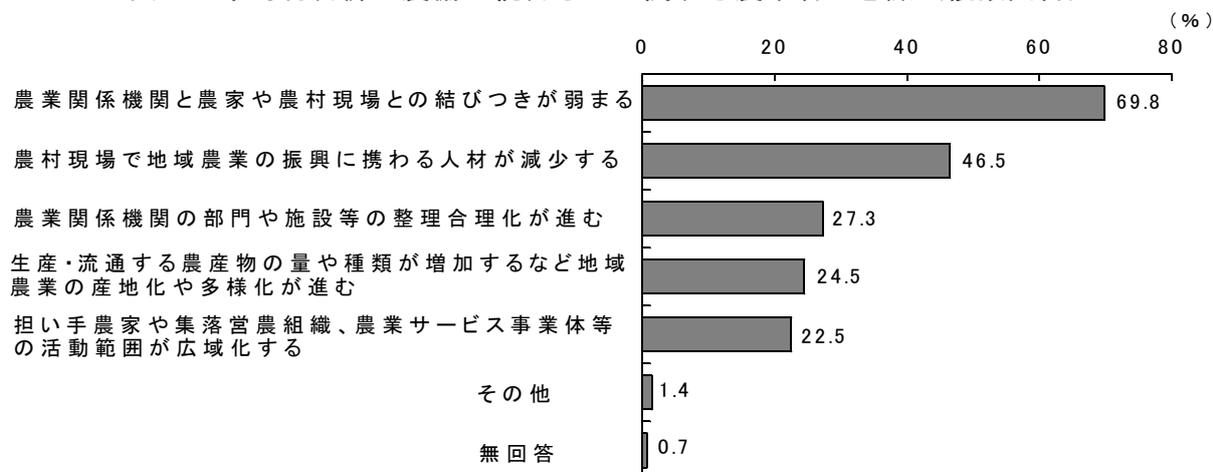
一方で「十分連携している」と回答した中では、「農協、農業委員会、普及指導センター等の農業関係機関」が最も高くなっている。

図9 農業関係機関等と他の機関等との連携に関する農業者の意識



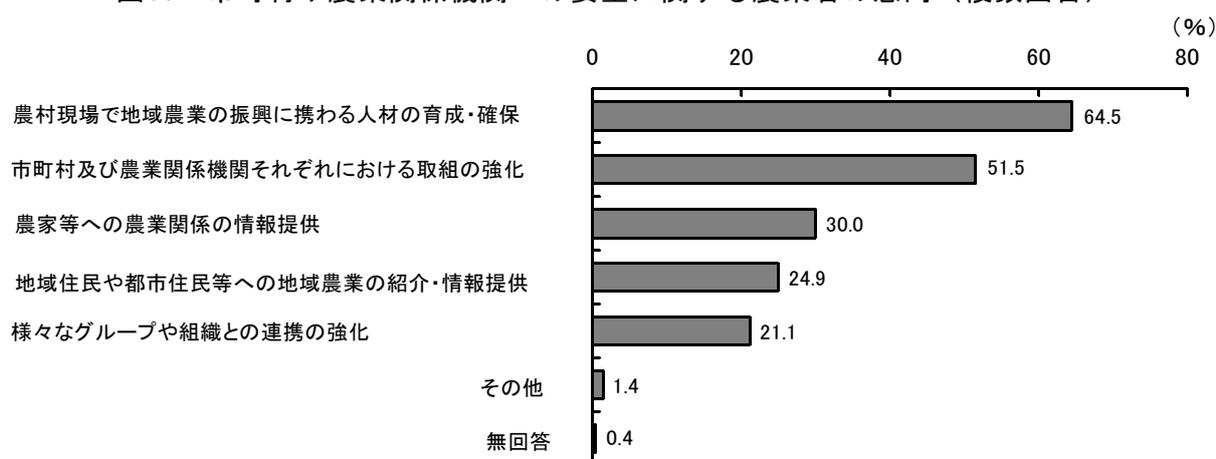
(2) 市町村合併や農協の統合などが、地域農業にどのような変化を与えると思うかについては、「農業関係機関と農家や農村現場との結びつきが弱まる」が69.8%と最も高く、次いで「農村現場で地域農業の振興に携わる人材が減少する」が46.5%となっている。

図10 市町村合併や農協の統合などに関する農業者の意識（複数回答）



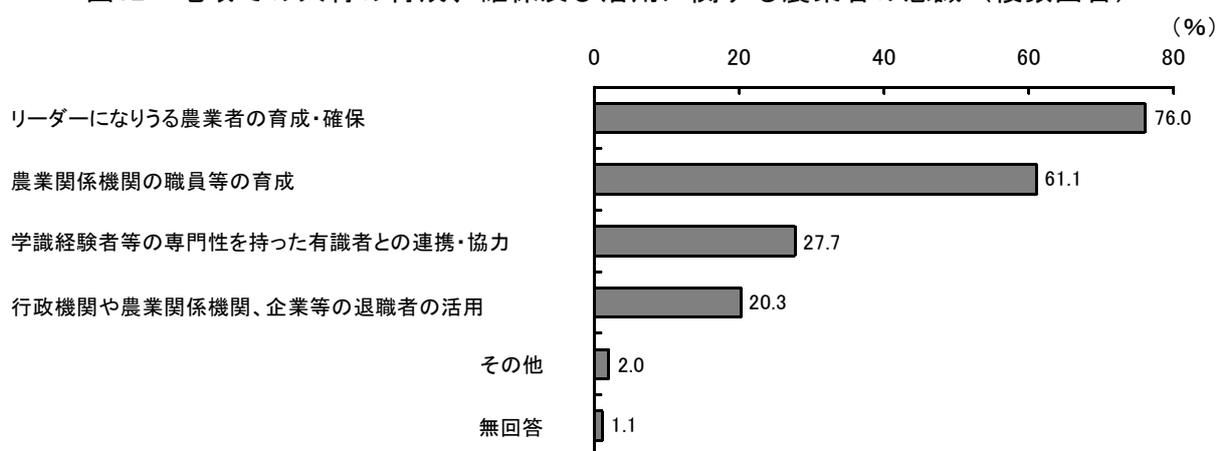
(3) 地域農業を振興していく上で、市町村、農協、農業委員会、普及指導センター等の農業関係機関に対して、特にどのようなことを望むかについては、「農村現場で地域農業の振興に携わる人材の育成・確保」が64.5%と最も高く、次いで「市町村及び農業関係機関それぞれにおける取組の強化」が51.5%となっている。

図11 市町村や農業関係機関への要望に関する農業者の意向（複数回答）



(4) 地域農業の振興を図るためには、地域でどのような人材を育成、確保及び活用することが必要だと思うかについては、「リーダーになりうる農業者の育成・確保」が76.0%と最も高く、次いで「農業関係機関の職員等の育成」が61.1%となっている。

図12 地域での人材の育成、確保及び活用に関する農業者の意識（複数回答）

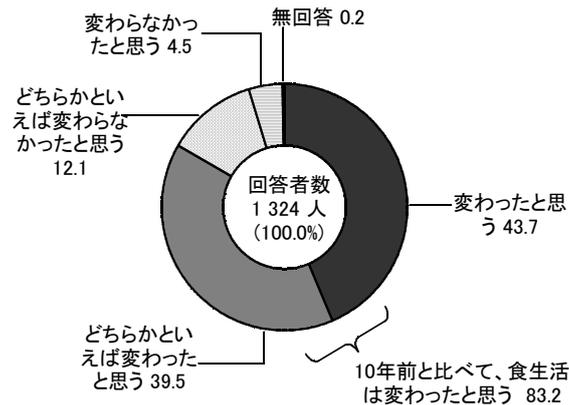


## 6 食生活の変化に関する消費者の意識

－ 10年前と比べて、食生活は変化したと思うかについては、約8割が「食生活は変わったと思う」を選択 －

(1) 10年前と比べて、食生活は変化したと思うかについては、「変わったと思う」が43.7%、「どちらかといえば変わったと思う」が39.5%で、この2つを合わせた「10年前と比べて、食生活は変わったと思う」が83.2%となっている。

図13 食生活の変化に関する消費者の意識



(2) (1)で「変わったと思う」又は「どちらかといえば変わったと思う」の「10年前と比べて、食生活は変わったと思う」と回答した消費者で、その理由については、「健康のために、食事の量や質に注意するようになったから」が76.5%と最も高く、次いで「年齢とともに嗜好が変化したから」が54.4%となっている。

また、日常的に摂取する食事の量に占める割合で、増加したと思う品目は「野菜類」が69.1%と最も高く、次いで「魚介類」が60.3%となっている。

同様に減少したと思う品目は、「肉類」が68.4%と最も高く、次いで「油脂・調味料」が66.8%となっている。

図14-1 消費者が「10年前と比べて、食生活は変わったと思う」理由（複数回答）

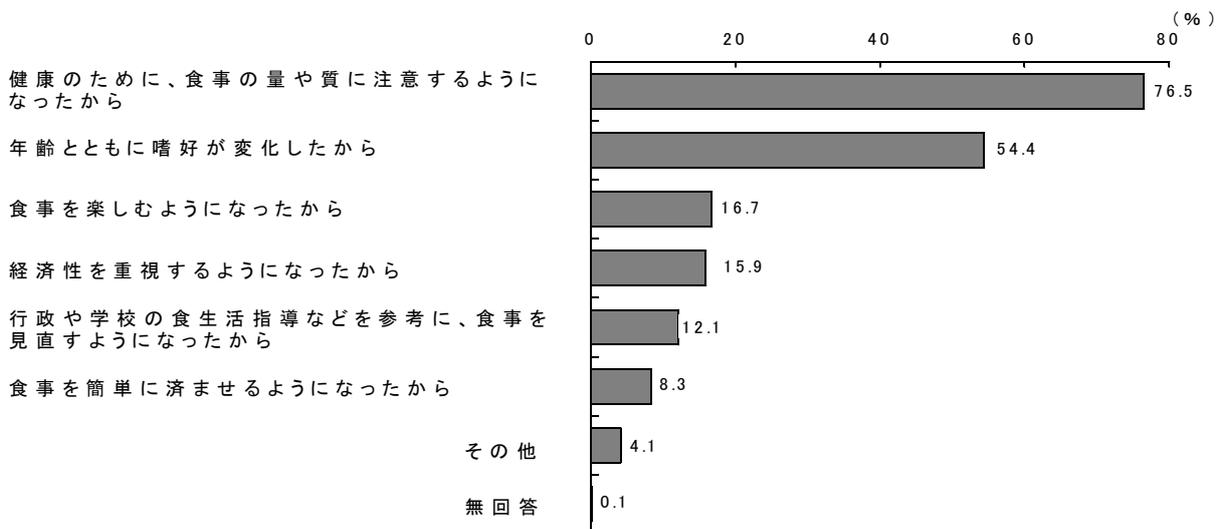
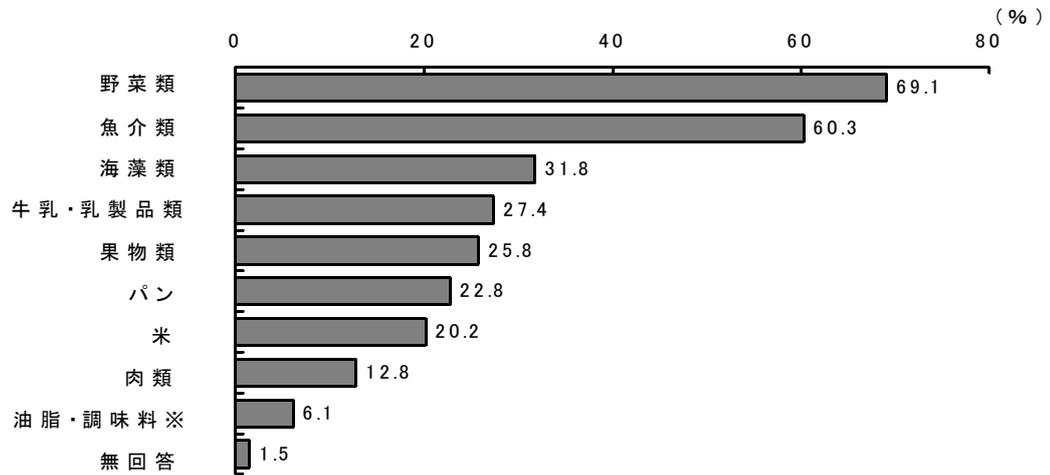
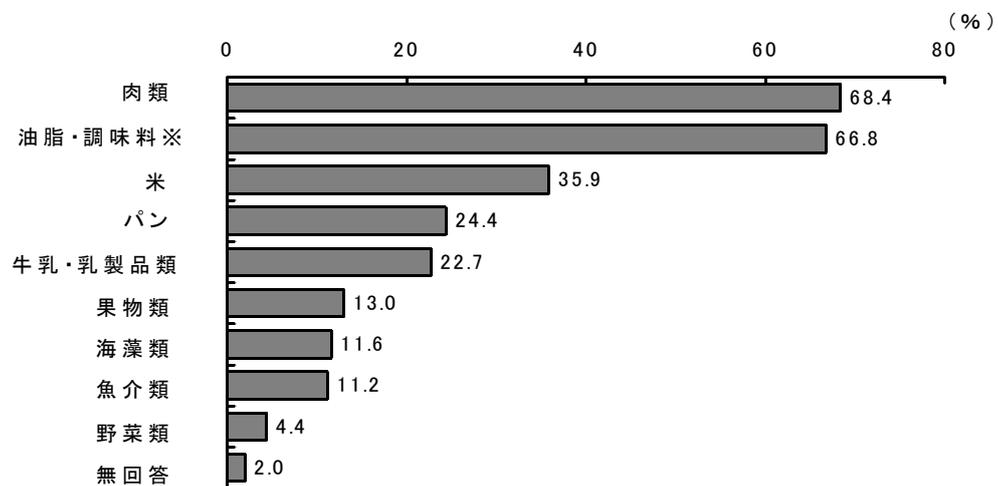


図14-2 消費者が日常的に摂取する食事の量に占める割合で増加したと思う品目（複数回答）



※油、バター、マヨネーズ、ドレッシング等

図14-3 消費者が日常的に摂取する食事の量に占める割合で減少したと思う品目（複数回答）



※油、バター、マヨネーズ、ドレッシング等

### Ⅲ 統計表

#### 1 農産物の購入に関する農業者及び消費者の意識

##### (1) 農業者の意識

単位：%

区分	回答者数	計	できるだけ 国産農産物 を購入しよ うと意識し ている	どちらか というと 国産農産 物購入し ようとい 意識して いる	どちらか というと 輸入農産 物購入し ようとい 意識して いる	できるだけ 輸入農産 物購入し ようとい 意識し ている	国産農産物 であるか 輸入農産 物である かは意 識してい ない	無回答	区分	
	人									
全般	1	2 454	100.0	72.0	22.5	0.1	0.1	3.6	1.8	1
肉類	2	2 454	100.0	61.0	27.3	0.8	0.2	5.1	5.5	2
野菜類	3	2 454	100.0	72.2	18.5	0.3	0.2	2.9	5.9	3
果物類	4	2 454	100.0	51.1	31.1	0.6	0.5	10.7	5.9	4

##### (2) 消費者の意識

単位：%

区分	回答者数	計	できるだけ 国産農産物 を購入しよ うと意識し ている	どちらか というと 国産農産 物購入し ようとい 意識して いる	どちらか というと 輸入農産 物購入し ようとい 意識して いる	できるだけ 輸入農産 物購入し ようとい 意識し ている	国産農産物 であるか 輸入農産 物である かは意 識してい ない	無回答	区分	
	人									
全般	1	1 324	100.0	70.7	26.1	0.2	-	2.6	0.5	1
肉類	2	1 324	100.0	70.0	23.9	0.7	0.2	3.0	2.2	2
野菜類	3	1 324	100.0	72.8	21.5	0.5	0.1	3.1	2.1	3
果物類	4	1 324	100.0	47.8	36.7	1.0	0.2	12.1	2.2	4

## 2 国産農産物に関する農業者及び消費者の意識

### (1) 農業者の意識

単位：%

区 分	回 答 者 数	計	とてもすぐ れている	どちらかと いうとすぐ れている	どちらかと いうと劣っ ている	劣っている	無 回 答	区 分	
	人								
安 全 性	1	2 454	100.0	65.7	31.6	0.5	0.3	1.9	1
美 味 し さ	2	2 454	100.0	50.9	42.1	1.0	0.2	5.9	2
旬 や 鮮 度	3	2 454	100.0	73.8	20.0	0.9	0.2	5.1	3
価 格	4	2 454	100.0	9.5	24.4	43.0	15.6	7.5	4
原 産 地 等 の 表 示	5	2 454	100.0	36.3	46.5	8.4	2.0	6.8	5
ブ ラ ン ド	6	2 454	100.0	40.7	44.9	6.0	1.2	7.2	6
産地と消費者の近さ	7	2 454	100.0	50.6	31.5	8.2	3.4	6.3	7

### (2) 消費者の意識

単位：%

区 分	回 答 者 数	計	とてもすぐ れている	どちらかと いうとすぐ れている	どちらかと いうと劣っ ている	劣っている	無 回 答	区 分	
	人								
安 全 性	1	1 324	100.0	44.3	54.5	0.3	-	0.8	1
美 味 し さ	2	1 324	100.0	35.0	62.1	0.8	-	2.1	2
旬 や 鮮 度	3	1 324	100.0	70.8	27.2	0.2	0.1	1.7	3
価 格	4	1 324	100.0	5.2	26.4	51.6	13.7	3.0	4
原 産 地 等 の 表 示	5	1 324	100.0	27.0	60.3	9.1	1.1	2.6	5
ブ ラ ン ド	6	1 324	100.0	34.2	57.2	5.5	0.2	2.9	6
産地と消費者の近さ	7	1 324	100.0	54.8	34.1	7.1	1.6	2.4	7

## 2 国産農産物に関する農業者及び消費者の意識（つづき）

### （3） 安全性に関する農業者の意識（複数回答）

単位：%

区 分	回答者数	計	生産者の適切な生産	加工・流通業者の適切な製造・管理	行政の適切な指導等	その他	無回答	区分	
計	1	2 388	100.0	92.3	52.1	54.1	4.9	2.1	1
人									
経 営 部 門 別									
稲 作	2	483	100.0	90.9	50.9	54.0	6.2	3.3	2
露 地 野 菜	3	292	100.0	93.8	48.3	54.1	4.8	2.1	3
施 設 野 菜	4	374	100.0	92.8	48.1	58.6	4.5	2.1	4
果 樹	5	314	100.0	93.3	46.2	55.4	3.8	1.3	5
花 き	6	162	100.0	92.6	48.1	54.3	3.7	1.2	6
そ の 他 の 作 物	7	269	100.0	91.8	58.4	51.3	5.9	0.7	7
畜 産 酪 農	8	199	100.0	89.9	60.3	44.2	7.0	4.0	8
畜 産 肉 用 牛	9	153	100.0	96.1	57.5	62.1	3.3	1.3	9
そ の 他 の 畜 産	10	142	100.0	90.1	62.7	49.3	2.1	2.1	10
農 政 局 等 別									
北 海 道	11	169	100.0	94.1	56.2	43.2	7.1	1.2	11
東 北	12	307	100.0	94.8	52.8	56.0	6.8	2.0	12
関 東	13	508	100.0	93.1	48.4	55.5	3.1	1.8	13
北 陸	14	162	100.0	90.7	51.9	47.5	4.3	2.5	14
東 海	15	186	100.0	90.3	57.5	53.8	9.1	1.6	15
近 畿	16	247	100.0	89.5	55.1	58.3	5.3	3.6	16
中 国 四 国	17	364	100.0	92.3	48.6	54.7	3.3	1.4	17
九 州	18	423	100.0	91.5	52.0	54.4	4.3	3.1	18
沖 縄	19	22	100.0	100.0	77.3	63.6	4.5	-	19

## 2 国産農産物に関する農業者及び消費者の意識（つづき）

### （４） 安全性に関する消費者の意識（複数回答）

単位：％

区 分	回答者数	計	生産者の適切な生産	加工・流通業者の適切な製造・管理	行政の適切な指導等	その他	無回答	区分	
計	1	1 309	100.0	87.3	67.0	54.3	7.0	2.1	1
性 別									
男 性	2	403	100.0	87.1	67.2	58.8	6.9	2.0	2
女 性	3	906	100.0	87.4	66.9	52.3	7.0	2.1	3
年 齢 階 層 別									
20 ～ 29 歳	4	80	100.0	83.8	63.8	46.3	-	2.5	4
30 ～ 39 歳	5	260	100.0	86.2	66.2	42.3	3.8	1.2	5
40 ～ 49 歳	6	276	100.0	92.0	68.1	47.1	6.9	1.4	6
50 ～ 64 歳	7	442	100.0	86.4	65.4	58.1	9.0	2.7	7
65 歳 以上	8	251	100.0	86.1	70.5	70.5	8.8	2.4	8
性 別 ・ 年 齢 階 層 別									
男 性 20 ～ 29 歳	9	33	100.0	87.9	63.6	51.5	-	-	9
男 性 30 ～ 39 歳	10	76	100.0	81.6	63.2	52.6	1.3	2.6	10
男 性 40 ～ 49 歳	11	81	100.0	92.6	70.4	46.9	9.9	2.5	11
男 性 50 ～ 64 歳	12	113	100.0	85.8	68.1	58.4	8.0	0.9	12
男 性 65 歳 以上	13	100	100.0	88.0	68.0	76.0	10.0	3.0	13
女 性 20 ～ 29 歳	14	47	100.0	80.9	63.8	42.6	-	4.3	14
女 性 30 ～ 39 歳	15	184	100.0	88.0	67.4	38.0	4.9	0.5	15
女 性 40 ～ 49 歳	16	195	100.0	91.8	67.2	47.2	5.6	1.0	16
女 性 50 ～ 64 歳	17	329	100.0	86.6	64.4	58.1	9.4	3.3	17
女 性 65 歳 以上	18	151	100.0	84.8	72.2	66.9	7.9	2.0	18
農 政 局 等 別									
北 海 道	19	86	100.0	93.0	75.6	48.8	8.1	-	19
東 北	20	118	100.0	86.4	61.0	52.5	5.9	3.4	20
関 東	21	408	100.0	89.2	66.7	57.1	7.4	1.7	21
北 陸	22	80	100.0	77.5	60.0	52.5	5.0	3.8	22
東 海	23	100	100.0	91.0	71.0	47.0	15.0	1.0	23
近 畿	24	197	100.0	84.3	70.6	55.3	6.6	1.5	24
中 国 四 国	25	159	100.0	84.9	63.5	58.5	3.1	3.8	25
九 州	26	145	100.0	89.7	66.9	49.7	6.9	2.1	26
沖 縄	27	16	100.0	81.3	75.0	68.8	-	-	27

### 3 生産段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向

#### (1) 農業者の意識（複数回答）

単位：%

区分	回答者数	計	農薬等の生産資材の適正な管理・使用の徹底	おいしさや栄養成分の向上を重視する取組	旬や鮮度を重視して提供する取組	農産物や産地のブランド力・知名度を高める取組	農業者が直接販売する取組	その他	無回答	区分	
計	1	2 454	100.0	80.2	23.7	42.9	24.5	22.9	0.8	0.6	1
人											
経営部門別											
稲作	2	494	100.0	80.8	27.9	38.9	18.8	26.7	0.8	0.4	2
露地野菜	3	300	100.0	84.3	24.0	48.0	25.7	15.3	-	0.7	3
施設野菜	4	383	100.0	81.5	21.7	44.1	25.3	21.4	1.3	0.5	4
果樹	5	330	100.0	76.7	22.4	47.6	23.6	24.8	0.3	0.6	5
花き	6	163	100.0	82.8	19.6	47.2	20.2	24.5	1.2	-	6
その他の作物	7	281	100.0	84.0	21.4	36.7	30.6	21.0	1.1	0.7	7
畜産酪農	8	201	100.0	74.6	29.4	48.3	20.9	19.4	2.0	1.0	8
畜産肉用牛	9	157	100.0	79.6	19.1	36.3	35.7	24.8	-	0.6	9
その他の畜産	10	145	100.0	71.7	22.8	39.3	26.9	30.3	0.7	1.4	10
農政局等別											
北海道	11	170	100.0	81.2	28.2	38.2	33.5	14.7	0.6	0.6	11
東北	12	316	100.0	83.2	26.6	41.1	21.5	22.2	0.6	0.3	12
関東	13	518	100.0	78.4	23.0	45.8	21.2	26.8	0.8	0.2	13
北陸	14	164	100.0	79.3	20.7	48.8	23.2	25.0	1.2	-	14
東海	15	190	100.0	78.4	24.7	40.0	28.9	18.9	1.6	0.5	15
近畿	16	253	100.0	75.9	27.7	43.5	22.1	23.3	0.4	1.6	16
中国四国	17	384	100.0	82.6	22.9	40.9	24.2	22.7	1.0	1.3	17
九州	18	437	100.0	81.0	20.4	43.0	25.9	23.6	0.7	0.5	18
沖縄	19	22	100.0	81.8	9.1	45.5	50.0	13.6	-	-	19

### 3 生産段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向（つづき）

#### （2） 消費者の意向（複数回答）

単位：％

区 分	回答者数	計	農薬等の 生産資材 の適正な 管理・使 用の徹底	おいしさ や栄養成 分の向上 を重視す る取組	旬や鮮度 を重視し て提供す る取組	農産物や 産地のブ ランド 力・知名 度を高め る取組	農業者が 直接販売 する取組	そ の 他	無 回 答	区 分	
計	1	1 324	100.0	83.7	23.4	54.0	8.3	23.3	1.5	0.2	1
性 別											
男 性	2	407	100.0	79.6	26.3	52.1	11.3	22.4	1.2	0.2	2
女 性	3	917	100.0	85.5	22.1	54.9	7.0	23.8	1.6	0.2	3
年 齢 階 層 別											
20 ～ 29 歳	4	80	100.0	77.5	28.8	51.3	10.0	17.5	1.3	1.3	4
30 ～ 39 歳	5	261	100.0	86.2	28.0	46.7	8.8	22.6	0.8	-	5
40 ～ 49 歳	6	279	100.0	86.4	21.1	55.2	7.2	24.0	1.8	-	6
50 ～ 64 歳	7	449	100.0	85.3	21.8	54.8	6.7	24.5	2.0	0.2	7
65 歳 以 上	8	255	100.0	77.3	22.4	59.6	11.4	23.1	1.2	0.4	8
性 別 ・ 年 齢 階 層 別											
男 性 20 ～ 29 歳	9	33	100.0	78.8	27.3	42.4	12.1	15.2	3.0	3.0	9
男 性 30 ～ 39 歳	10	76	100.0	88.2	28.9	48.7	10.5	18.4	-	-	10
男 性 40 ～ 49 歳	11	81	100.0	82.7	19.8	59.3	9.9	23.5	1.2	-	11
男 性 50 ～ 64 歳	12	116	100.0	79.3	25.9	48.3	11.2	25.0	1.7	-	12
男 性 65 歳 以 上	13	101	100.0	71.3	29.7	56.4	12.9	23.8	1.0	-	13
女 性 20 ～ 29 歳	14	47	100.0	76.6	29.8	57.4	8.5	19.1	-	-	14
女 性 30 ～ 39 歳	15	185	100.0	85.4	27.6	45.9	8.1	24.3	1.1	-	15
女 性 40 ～ 49 歳	16	198	100.0	87.9	21.7	53.5	6.1	24.2	2.0	-	16
女 性 50 ～ 64 歳	17	333	100.0	87.4	20.4	57.1	5.1	24.3	2.1	0.3	17
女 性 65 歳 以 上	18	154	100.0	81.2	17.5	61.7	10.4	22.7	1.3	0.6	18
農 政 局 等 別											
北 海 道	19	87	100.0	85.1	35.6	48.3	6.9	17.2	1.1	1.1	19
東 北	20	119	100.0	88.2	18.5	58.0	9.2	19.3	-	-	20
関 東	21	412	100.0	84.0	23.1	53.6	7.8	23.5	1.9	0.2	21
北 陸	22	81	100.0	77.8	27.2	50.6	9.9	27.2	1.2	1.2	22
東 海	23	101	100.0	85.1	14.9	59.4	10.9	24.8	1.0	-	23
近 畿	24	200	100.0	84.0	23.0	55.0	11.0	19.5	2.0	-	24
中 国 四 国	25	161	100.0	83.2	21.1	57.1	8.1	23.0	1.2	-	25
九 州	26	147	100.0	80.3	27.2	47.6	4.8	33.3	2.0	-	26
沖 縄	27	16	100.0	87.5	31.3	62.5	-	12.5	-	-	27

#### 4 提供段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向

##### (1) 農業者の意識（複数回答）

単位：%

区分	回答者数	計	食品表示 の一層の 充実	生産の履 歴を提供 できる体 制の整備	地域で生 産された 農産物を 提供する 取組（地 産地消の 取組）	コストを 削減し、 より安い 価格で提 供する取 組	国産の強 みをPR する取組	その他	無回答	区分	
計	2 454	100.0	37.7	48.7	50.2	20.2	35.4	1.2	0.8	1	
人											
経営部門別											
稲作	2	494	100.0	34.4	45.7	54.5	25.7	29.4	1.6	0.8	2
露地野菜	3	300	100.0	33.0	54.3	50.3	16.0	41.0	1.0	0.3	3
施設野菜	4	383	100.0	33.4	52.0	45.7	18.5	40.2	1.8	1.6	4
果樹	5	330	100.0	34.2	50.6	46.7	17.3	41.5	0.9	1.2	5
花き	6	163	100.0	39.9	39.9	56.4	23.3	35.0	0.6	0.6	6
その他の作物	7	281	100.0	44.1	44.8	49.5	20.3	36.3	0.4	-	7
畜産酪農	8	201	100.0	39.3	48.3	50.7	20.9	32.3	2.0	1.0	8
畜産肉用牛	9	157	100.0	52.9	53.5	43.3	15.9	31.8	-	-	9
その他の畜産	10	145	100.0	43.4	47.6	55.9	21.4	24.1	1.4	1.4	10
農政局等別											
北海道	11	170	100.0	36.5	54.1	42.9	22.4	38.2	1.2	1.2	11
東北	12	316	100.0	35.8	51.9	46.5	23.1	37.3	0.9	-	12
関東	13	518	100.0	37.3	47.3	54.1	19.3	34.7	0.8	0.6	13
北陸	14	164	100.0	28.7	42.1	57.9	28.7	31.1	3.7	-	14
東海	15	190	100.0	34.7	44.2	52.1	20.5	37.4	1.1	1.6	15
近畿	16	253	100.0	38.7	48.6	47.4	19.4	36.8	0.4	2.4	16
中国四国	17	384	100.0	41.1	48.2	50.8	17.4	33.1	1.6	1.0	17
九州	18	437	100.0	40.7	50.8	49.4	17.2	35.2	1.1	0.5	18
沖縄	19	22	100.0	40.9	54.5	27.3	36.4	40.9	-	-	19

#### 4 提供段階の取組に関する農業者及び消費者の意識・意向（つづき）

##### （２） 消費者の意向（複数回答）

単位：％

区 分	回答者数	計	食品表示 の一層の 充実	生産の履 歴を提供 できる体 制の整備	地域で生 産された 農産物を 提供する 取組（地 産地消の 取組）	コストを 削減し、 より安い 価格で提 供する取 組	国産の強 みをPR する取組	そ の 他	無 回 答	区 分	
計	1	1 324	100.0	46.1	29.8	59.7	39.2	18.8	1.4	0.1	1
人											
性 別											
男 性	2	407	100.0	51.1	29.0	56.0	40.3	17.7	1.0	-	2
女 性	3	917	100.0	43.8	30.2	61.3	38.7	19.3	1.6	0.1	3
年 齢 階 層 別											
20 ～ 29 歳	4	80	100.0	37.5	20.0	60.0	51.3	20.0	2.5	-	4
30 ～ 39 歳	5	261	100.0	47.1	32.2	52.9	42.5	14.6	0.8	-	5
40 ～ 49 歳	6	279	100.0	45.5	33.3	56.6	44.1	15.8	1.1	-	6
50 ～ 64 歳	7	449	100.0	42.8	31.8	64.1	34.3	20.9	2.0	0.2	7
65 歳 以 上	8	255	100.0	54.1	23.1	62.0	35.3	22.4	1.2	-	8
性 別 ・ 年 齢 階 層 別											
男 性 20 ～ 29 歳	9	33	100.0	36.4	24.2	57.6	48.5	21.2	3.0	-	9
男 性 30 ～ 39 歳	10	76	100.0	50.0	38.2	59.2	35.5	10.5	1.3	-	10
男 性 40 ～ 49 歳	11	81	100.0	50.6	34.6	49.4	43.2	14.8	1.2	-	11
男 性 50 ～ 64 歳	12	116	100.0	50.9	26.7	56.9	41.4	18.1	0.9	-	12
男 性 65 歳 以 上	13	101	100.0	57.4	21.8	57.4	37.6	23.8	-	-	13
女 性 20 ～ 29 歳	14	47	100.0	38.3	17.0	61.7	53.2	19.1	2.1	-	14
女 性 30 ～ 39 歳	15	185	100.0	45.9	29.7	50.3	45.4	16.2	0.5	-	15
女 性 40 ～ 49 歳	16	198	100.0	43.4	32.8	59.6	44.4	16.2	1.0	-	16
女 性 50 ～ 64 歳	17	333	100.0	39.9	33.6	66.7	31.8	21.9	2.4	0.3	17
女 性 65 歳 以 上	18	154	100.0	51.9	24.0	64.9	33.8	21.4	1.9	-	18
農 政 局 等 別											
北 海 道	19	87	100.0	49.4	28.7	62.1	36.8	17.2	-	1.1	19
東 北	20	119	100.0	36.1	23.5	63.0	42.9	27.7	3.4	-	20
関 東	21	412	100.0	50.0	33.5	58.3	35.4	17.0	1.7	-	21
北 陸	22	81	100.0	43.2	29.6	56.8	45.7	17.3	-	-	22
東 海	23	101	100.0	37.6	30.7	64.4	37.6	23.8	3.0	-	23
近 畿	24	200	100.0	54.0	29.0	52.5	42.5	17.5	-	-	24
中 国 四 国	25	161	100.0	38.5	26.7	68.9	38.5	18.0	1.9	-	25
九 州	26	147	100.0	43.5	31.3	58.5	40.8	19.0	0.7	-	26
沖 縄	27	16	100.0	68.8	12.5	50.0	50.0	6.3	6.3	-	27

## 5 地域農業の振興のための推進体制等に関する農業者の意識・意向

### (1) 農業関係機関等と他の機関等との連携に関する農業者の意識

単位：％

区分	回答者数	計	十分連携している	連携は不十分である	どちらともいえない	無回答	区分	
市町村、都道府県等の行政機関	1	2 454	100.0	24.1	43.9	27.4	4.5	1
農協、農業委員会、普及指導センター等の農業関係機関	2	2 454	100.0	34.5	39.2	23.1	3.2	2
地域の核となる担い手農家・農業生産法人等	3	2 454	100.0	14.3	43.4	36.6	5.7	3
集落営農組織や農業サービス事業者	4	2 454	100.0	9.7	42.0	41.0	7.3	4
農産物や食品の製造・加工・流通関連の事業者	5	2 454	100.0	8.1	43.7	41.5	6.7	5

### (2) 市町村合併や農協の統合などに関する農業者の意識（複数回答）

単位：％

区分	回答者数	計	生産・流通する農産物の量や種類が増加するなど地域農業の産地化や多様化が進む	担い手農家や集落営農組織、農業サービス事業者等の活動範囲が広域化する	農業関係機関の部門や施設等の整理合理化が進む	農業関係機関と農家や農村現場との結びつきが弱まる	農村現場で地域農業の振興に携わる人材が減少する	その他	無回答	区分	
計	1	2 454	100.0	24.5	22.5	27.3	69.8	46.5	1.4	0.7	1
経営部門別											
稲作	2	494	100.0	25.7	26.3	26.5	68.2	43.7	1.2	0.8	2
露地野菜	3	300	100.0	25.0	21.7	31.3	70.3	41.3	1.7	0.3	3
施設野菜	4	383	100.0	25.3	21.4	26.4	68.1	48.8	1.6	1.0	4
果樹	5	330	100.0	21.8	16.7	26.1	73.9	53.0	2.1	0.3	5
花き	6	163	100.0	19.0	21.5	23.9	76.7	48.5	1.8	1.2	6
その他の作物	7	281	100.0	27.8	25.6	31.7	65.5	43.8	-	0.4	7
畜産酪農	8	201	100.0	24.4	21.4	27.9	69.7	48.8	2.5	-	8
畜産肉用牛	9	157	100.0	27.4	19.7	22.3	72.6	47.8	-	1.3	9
その他の畜産	10	145	100.0	20.7	26.2	26.2	66.9	44.1	2.1	1.4	10
農政局等別											
北海道	11	170	100.0	38.8	25.3	27.6	69.4	34.7	0.6	0.6	11
東北	12	316	100.0	25.6	23.7	32.0	69.6	43.0	1.6	-	12
関東	13	518	100.0	27.6	23.0	28.0	66.2	45.0	1.2	1.0	13
北陸	14	164	100.0	18.3	18.9	29.9	70.7	50.6	1.8	0.6	14
東海	15	190	100.0	20.0	23.7	28.4	65.3	48.9	1.6	1.6	15
近畿	16	253	100.0	23.3	22.5	27.3	70.8	44.7	1.2	0.8	16
中国	17	384	100.0	17.4	17.4	24.7	75.3	55.5	1.0	0.5	17
九州	18	437	100.0	26.1	25.4	24.3	69.6	45.1	2.3	0.7	18
沖縄	19	22	100.0	18.2	13.6	13.6	90.9	63.6	-	-	19

5 地域農業の振興のための推進体制等に関する農業者の意識・意向（つづき）

（3） 市町村や農業関係機関への要望に関する農業者の意向（複数回答）

単位：%

区 分	回答者数	計	市町村及び農業関係機関それぞれにおける取組の強化	様々なグループや組織との連携の強化	農村現場で地域農業の振興に携わる人材の育成・確保	農家等への農業関係の情報提供	地域住民や都市住民等への地域農業の紹介・情報提供	その他	無回答	区分	
計	1	2 454	100.0	51.5	21.1	64.5	30.0	24.9	1.4	0.4	1
人											
経 営 部 門 別											
稲 作	2	494	100.0	55.3	21.7	67.8	23.9	22.9	1.0	0.2	2
露 地 野 菜	3	300	100.0	51.7	18.3	58.7	35.3	30.0	1.3	0.7	3
施 設 野 菜	4	383	100.0	49.1	20.4	66.6	31.3	25.6	1.3	-	4
果 樹	5	330	100.0	49.7	20.0	64.8	34.2	21.8	2.1	0.9	5
花 き	6	163	100.0	47.2	26.4	58.9	29.4	28.8	0.6	0.6	6
そ の 他 の 作 物	7	281	100.0	54.4	20.3	68.0	28.1	23.8	1.1	-	7
畜 産 酪 農	8	201	100.0	47.3	25.9	64.2	34.3	20.9	2.5	-	8
畜 産 肉 用 牛	9	157	100.0	56.1	17.2	66.2	29.3	22.3	0.6	1.3	9
そ の 他 の 畜 産	10	145	100.0	49.7	23.4	56.6	25.5	31.7	2.8	-	10
農 政 局 等 別											
北 海 道	11	170	100.0	47.6	28.2	66.5	27.1	25.9	0.6	0.6	11
東 北	12	316	100.0	51.6	20.3	66.8	28.8	26.6	1.9	0.3	12
関 東	13	518	100.0	51.5	21.4	56.8	32.6	29.5	1.5	0.2	13
北 陸	14	164	100.0	56.1	23.2	67.7	28.7	12.8	1.8	-	14
東 海	15	190	100.0	52.6	19.5	70.5	25.8	21.1	3.7	-	15
近 畿	16	253	100.0	49.4	22.9	58.9	35.6	23.7	1.2	0.4	16
中 国 四 国	17	384	100.0	52.3	19.0	68.0	29.4	22.9	0.5	0.8	17
九 州	18	437	100.0	51.3	20.4	67.3	28.8	25.2	1.1	0.5	18
沖 縄	19	22	100.0	54.5	4.5	68.2	22.7	45.5	-	-	19

5 地域農業の振興のための推進体制等に関する農業者の意識・意向（つづき）

（4） 地域での人材の育成、確保及び活用に関する農業者の意識（複数回答）

単位：%

区分	回答者数	計	農業関係機関の職員等の育成	行政機関や農業関係機関、企業等の退職者の活用	リーダーになりうる農業者の育成・確保	学識経験者等の専門性を持った有識者との連携・協力	その他	無回答	区分	
計	1	2 454	100.0	61.1	20.3	76.0	27.7	2.0	1.1	1
人										
経営部門別										
稲作	2	494	100.0	58.7	19.2	78.1	26.3	2.2	1.6	2
露地野菜	3	300	100.0	65.3	16.7	76.3	25.7	1.7	1.3	3
施設野菜	4	383	100.0	64.8	17.5	77.3	26.1	2.6	1.3	4
果樹	5	330	100.0	62.4	23.3	70.6	27.3	3.0	1.5	5
花き	6	163	100.0	60.7	20.9	74.8	28.2	3.1	-	6
その他の作物	7	281	100.0	55.5	23.1	80.4	32.0	0.7	-	7
畜産酪農	8	201	100.0	61.2	20.4	76.6	32.8	1.5	-	8
畜産肉用牛	9	157	100.0	61.8	23.6	77.7	22.3	1.3	1.3	9
その他の畜産	10	145	100.0	58.6	22.8	66.9	31.0	0.7	1.4	10
農政局等別										
北海道	11	170	100.0	61.8	21.2	74.7	29.4	1.2	1.8	11
東北	12	316	100.0	68.0	17.4	77.5	25.3	3.2	0.6	12
関東	13	518	100.0	58.9	20.5	71.0	32.6	2.3	0.8	13
北陸	14	164	100.0	54.3	20.1	77.4	32.3	0.6	1.8	14
東海	15	190	100.0	58.4	24.7	74.7	24.2	3.2	0.5	15
近畿	16	253	100.0	57.7	19.8	73.5	33.6	0.8	1.6	16
中国四国	17	384	100.0	60.9	21.1	77.9	24.7	1.6	1.8	17
九州	18	437	100.0	64.5	19.7	82.6	19.9	2.3	0.5	18
沖縄	19	22	100.0	59.1	22.7	45.5	63.6	-	-	19

## 6 食生活の変化に関する消費者の意識

### (1) 食生活の変化に関する消費者の意識

単位：%

区 分	回答者数	計	変わったと 思う	どちらかと いえば変 わったと思 う	どちらかと いえば変わ らなかつた と思う	変わらな かつたと思 う	無 回 答	区 分	
計	1	1 324	100.0	43.7	39.5	12.1	4.5	0.2	1
人									
性 別									
男 性	2	407	100.0	42.0	39.8	14.3	3.7	0.2	2
女 性	3	917	100.0	44.5	39.4	11.1	4.8	0.2	3
年 齢 階 層 別									
20 ～ 29 歳	4	80	100.0	40.0	43.8	12.5	2.5	1.3	4
30 ～ 39 歳	5	261	100.0	44.4	38.7	12.6	3.8	0.4	5
40 ～ 49 歳	6	279	100.0	48.4	33.7	14.0	3.9	-	6
50 ～ 64 歳	7	449	100.0	41.4	42.5	11.8	4.2	-	7
65 歳 以 上	8	255	100.0	43.1	40.0	9.8	6.7	0.4	8
性 別 ・ 年 齢 階 層 別									
男 性 20 ～ 29 歳	9	33	100.0	39.4	45.5	9.1	3.0	3.0	9
男 性 30 ～ 39 歳	10	76	100.0	36.8	39.5	21.1	2.6	-	10
男 性 40 ～ 49 歳	11	81	100.0	50.6	27.2	16.0	6.2	-	11
男 性 50 ～ 64 歳	12	116	100.0	39.7	46.6	10.3	3.4	-	12
男 性 65 歳 以 上	13	101	100.0	42.6	40.6	13.9	3.0	-	13
女 性 20 ～ 29 歳	14	47	100.0	40.4	42.6	14.9	2.1	-	14
女 性 30 ～ 39 歳	15	185	100.0	47.6	38.4	9.2	4.3	0.5	15
女 性 40 ～ 49 歳	16	198	100.0	47.5	36.4	13.1	3.0	-	16
女 性 50 ～ 64 歳	17	333	100.0	42.0	41.1	12.3	4.5	-	17
女 性 65 歳 以 上	18	154	100.0	43.5	39.6	7.1	9.1	0.6	18
農 政 局 等 別									
北 海 道	19	87	100.0	52.9	29.9	13.8	3.4	-	19
東 北	20	119	100.0	45.4	40.3	10.9	3.4	-	20
関 東	21	412	100.0	39.8	40.8	12.9	6.3	0.2	21
北 陸	22	81	100.0	53.1	33.3	11.1	1.2	1.2	22
東 海	23	101	100.0	46.5	40.6	6.9	5.9	-	23
近 畿	24	200	100.0	39.0	42.0	14.5	4.5	-	24
中 国 四 国	25	161	100.0	43.5	38.5	14.3	3.1	0.6	25
九 州	26	147	100.0	45.6	42.9	8.8	2.7	-	26
沖 縄	27	16	100.0	62.5	25.0	6.3	6.3	-	27

## 6 食生活の変化に関する消費者の意識（つづき）

### （2） 消費者が「10年前と比べて、食生活は変わったと思う」理由（複数回答）

区 分	回 答 者 数	計	年齢とともに嗜好が変化したから	健康のために、食事の量や質に注意するようになったから	経済性を重視するようになったから	食事を楽しむようになったから	
計	1	1 102	100.0	54.4	76.5	15.9	16.7
人							
性 別							
男 性	2	333	100.0	55.9	72.4	18.0	20.4
女 性	3	769	100.0	53.7	78.3	15.0	15.1
年 齢 階 層 別							
20 ～ 29 歳	4	67	100.0	49.3	50.7	26.9	19.4
30 ～ 39 歳	5	217	100.0	47.0	67.7	27.6	14.3
40 ～ 49 歳	6	229	100.0	50.7	72.9	19.7	11.8
50 ～ 64 歳	7	377	100.0	61.8	81.2	7.4	19.9
65 歳 以 上	8	212	100.0	54.2	89.2	11.3	17.9
性 別 ・ 年 齢 階 層 別							
男 性 20 ～ 29 歳	9	28	100.0	50.0	46.4	17.9	21.4
男 性 30 ～ 39 歳	10	58	100.0	62.1	62.1	24.1	17.2
男 性 40 ～ 49 歳	11	63	100.0	54.0	68.3	23.8	14.3
男 性 50 ～ 64 歳	12	100	100.0	55.0	79.0	11.0	29.0
男 性 65 歳 以 上	13	84	100.0	56.0	83.3	17.9	16.7
女 性 20 ～ 29 歳	14	39	100.0	48.7	53.8	33.3	17.9
女 性 30 ～ 39 歳	15	159	100.0	41.5	69.8	28.9	13.2
女 性 40 ～ 49 歳	16	166	100.0	49.4	74.7	18.1	10.8
女 性 50 ～ 64 歳	17	277	100.0	64.3	81.9	6.1	16.6
女 性 65 歳 以 上	18	128	100.0	53.1	93.0	7.0	18.8
農 政 局 等 別							
北 海 道	19	72	100.0	51.4	73.6	26.4	13.9
東 北	20	102	100.0	45.1	80.4	17.6	19.6
関 東	21	332	100.0	55.7	78.3	14.2	16.6
北 陸	22	70	100.0	61.4	77.1	14.3	18.6
東 海	23	88	100.0	59.1	75.0	10.2	11.4
近 畿	24	162	100.0	57.4	75.9	13.6	16.0
中 国 四 国	25	132	100.0	62.9	72.0	13.6	14.4
九 州	26	130	100.0	43.8	74.6	21.5	21.5
沖 縄	27	14	100.0	21.4	92.9	28.6	21.4

### （3） 消費者が日常的に摂取する食事の量に占める割合で、増加又は減少したと思う品目

区 分	回 答 者 数	計	米	パ ン	肉 類	魚 介 類	
増加したと思う品目	1	1 102	100.0	20.2	22.8	12.8	60.3
減少したと思う品目	2	1 102	100.0	35.9	24.4	68.4	11.2

単位：％

食事を簡単に済ませるようになったから	行政や学校の食生活指導などを参考に、食事を見直すようになったから	その他	無回答	区分
8.3	12.1	4.1	0.1	1
9.9	8.1	3.6	0.3	2
7.7	13.8	4.3	-	3
19.4	10.4	6.0	-	4
8.3	15.7	4.6	-	5
11.8	9.2	4.4	-	6
5.8	9.8	5.0	0.3	7
5.7	16.0	0.9	-	8
21.4	10.7	10.7	-	9
10.3	6.9	3.4	-	10
15.9	3.2	1.6	-	11
3.0	8.0	5.0	1.0	12
9.5	11.9	1.2	-	13
17.9	10.3	2.6	-	14
7.5	18.9	5.0	-	15
10.2	11.4	5.4	-	16
6.9	10.5	5.1	-	17
3.1	18.8	0.8	-	18
9.7	8.3	2.8	-	19
7.8	16.7	4.9	-	20
8.4	10.5	4.2	-	21
10.0	11.4	1.4	-	22
4.5	12.5	10.2	-	23
7.4	13.0	4.9	-	24
9.1	12.1	3.0	0.8	25
10.0	12.3	0.8	-	26
7.1	21.4	7.1	-	27

(複数回答)

単位：％

野菜類	海藻類	果物類	牛乳・乳製品類	油脂・調味料※	無回答	区分
69.1	31.8	25.8	27.4	6.1	1.5	1
4.4	11.6	13.0	22.7	66.8	2.0	2

※油、バター、マヨネーズ、ドレッシング等

## 【利用上の注意】

### 1 調査の内容

本調査は、国内農業の競争力の強化を図るために、農業者及び消費者が、国産の強みを活かした農業生産の展開等について、どのような意識・意向を持たれているかを把握したものである。

### 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た。

### 3 実施時期

平成17年11月中旬～下旬

### 4 調査方法

地方農政局、地方農政局取りまとめ統計・情報センター、北海道統計・情報事務所、北海道取りまとめ統計・情報センター及び沖縄総合事務局からの郵送調査により行った。

### 5 調査票の回収率等

	配付者数 (人)	回答者数 (人)	回収率 (%)
農業者モニター	3,224	2,454	76.1
消費情報提供協力者	1,480	1,324	89.5

### 6 用語の説明等

- (1) 本調査のブランドとは、消費者にとって一定の品質や付加価値が保証されているものとして、その商品を信用し、他の商品と識別して購入する際の重要な判断材料となるものをいう（例：〇〇産コシヒカリ、〇〇ビーフ）。
- (2) 集落営農組織とは、集落を単位として、農作業の一部又は全部を共同化・統一化するという合意のもとに農業を行う組織をいう。
- (3) 農業サービス事業体とは、農家等から委託を受けて農作業を行う組織、会社等のことで、農協、地方公共団体、農家自身を除いたものをいう。

(4) 農政局等の区分は次のとおりである。

北海道：北海道

東北：青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島

関東：茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野、静岡

北陸：新潟、富山、石川、福井

東海：岐阜、愛知、三重

近畿：滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

中国四国：鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知

九州：福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島

沖縄：沖縄

(5) 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とする割合である。

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願いたい。

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、1,300戸を取りまとめた結果では、同調査（1,300戸を取りまとめ）を100回行ううちの95回は、47.3%～52.7%（50%の上下2.7%）の範囲の中に収まるというものである。

回答率 回答者数	10% (又は90%)	20% (又は80%)	30% (又は70%)	40% (又は60%)	50%
2,500	± 1.2	± 1.6	± 1.8	± 1.9	± 2.0
2,400	± 1.2	± 1.6	± 1.8	± 2.0	± 2.0
1,300	± 1.6	± 2.2	± 2.5	± 2.7	± 2.7
1,100	± 1.8	± 2.4	± 2.7	± 2.9	± 3.0
900	± 2.0	± 2.6	± 3.0	± 3.2	± 3.3
800	± 2.1	± 2.8	± 3.2	± 3.4	± 3.5
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
30	±10.7	±14.3	±16.4	±17.5	±17.9
20	±13.1	±17.5	±20.1	±21.5	±21.9
10	±18.6	±24.8	±28.4	±30.4	±31.0

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

- (6) 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ない。
- (7) 統計表に使用した記号「－」は、事実のないことを表す。
- (8) 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、十分注意されたい。

連絡先

農林水産省 大臣官房 情報課 業務第2班  
電話（代表） 03(3502)8111 内線2577  
（直通） 03(3502)8449

この資料は、農林水産省ホームページ【<http://www.maff.go.jp/>】の「施策の動き・情報」≫「農林水産業の意識・意向調査」で御覧いただけます。