■調査結果　-米-

(1)普段の購入意識　①購入時に重視する要素

Q1.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どのような点を重視して購入・非購入を決定しますか。あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **購入時の重視要素は、「価格」64.7%が最も高い。**
- ✓ **次いで、「日本国内での産地」45.9%、「ブランド・商品名」37.9%、「国産か海外産か」37.3%が上位。**
- ✓ 性年代別では、女性50代は「ブランド・商品名」、「加工日・消費期限、賞味期限」、「鮮度」が、女性60代は「日本国内での産地」、「表示マーク」が全体に比べて高い。特に、**女性60代の「日本での産地」の重視率は、全体を20pt以上上回る。**男性20・30代以下は「ブランド・商品名」、「商品の容量・サイズ」、さらに男性20代では「価格」、「日本国内での産地」、「加工日・消費期限、賞味期限」が全体に比べて低い。
- ✓ 居住エリア別では、**北海道は「ブランド・商品名」が全体に比べて高い。**関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「ブランド・商品名」、「国産か海外産か」、「加工日・消費期限、賞味期限」が全体に比べて低く、関東・近畿居住者と比べても低い。

【産地・安全性に関する項目の結果】

- ✓ **購入時に重視する要素として、「安全性に関する情報」は19.9%で、提示15項目中8位。**
- ✓ 女性60代では、「日本国内での産地」の重視率が67.8%で、「価格」の65.1%と同程度である。男性20代は「日本国内での産地」が24.6%で、全体に比べて低い。

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	価格	日本国内での産地	ブランド・商品名	国産か海外産か	商品の容量・サイズ	加工日・消費期限、賞味期限	鮮度	安全性に関する情報	商品の見た目（色、つや、形）	表示マーク（有機ＪＡＳ、産地証明等）	生産者に関する情報	栽培（育成）方法	容器・包装	ＰＯＰなどの広告	その他	重視する点はない
【１.米】 全体		997	64.7	45.9	37.9	37.3	29.2	27.8	24.7	19.9	15.1	12.8	10.6	7.2	6.1	5.4	0.2	4.8
性年代	男性	428	60.7	40.7	33.9	33.4	20.8	21.5	19.6	17.3	12.1	9.8	8.9	5.8	4.9	4.9	0.5	8.2
	２０代	57	**49.1**	**24.6**	**22.8**	33.3	**14.0**	**10.5**	15.8	15.8	5.3	3.5	12.3	7.0	7.0	7.0	1.8	10.5
	３０代	84	60.7	36.9	**27.4**	33.3	**15.5**	20.2	17.9	17.9	11.9	6.0	8.3	4.8	3.6	2.4	-	10.7
	４０代	100	65.0	38.0	30.0	34.0	27.0	22.0	25.0	19.0	16.0	14.0	10.0	8.0	6.0	7.0	1.0	10.0
	５０代	79	70.9	45.6	35.4	32.9	**19.0**	27.8	15.2	17.7	11.4	8.9	3.8	-	3.8	7.6	-	6.3
	６０代	108	55.6	50.9	47.2	33.3	24.1	23.1	21.3	15.7	13.0	13.0	10.2	8.3	4.6	1.9	-	4.6
	女性	569	67.7	49.9	40.9	40.2	35.5	32.5	28.5	21.8	17.4	15.1	12.0	8.3	7.0	5.8	-	2.3
	２０代	65	61.5	36.9	33.8	30.8	36.9	23.1	18.5	23.1	12.3	9.2	4.6	6.2	7.7	3.1	-	3.1
	３０代	95	66.3	42.1	30.5	41.1	32.6	28.4	**13.7**	17.9	13.7	9.5	11.6	3.2	8.4	2.1	-	5.3
	４０代	132	68.9	42.4	34.1	37.9	34.1	28.8	28.0	18.2	16.7	10.6	9.1	7.6	7.6	9.1	-	3.0
	５０代	125	73.6	48.8	**52.0**	44.8	38.4	**39.2**	**40.0**	18.4	19.2	12.8	12.0	9.6	5.6	8.0	-	1.6
	６０代	152	65.1	**67.8**	47.4	42.1	35.5	36.8	32.9	29.6	21.1	**27.0**	17.8	11.8	6.6	4.6	-	-
居住エリア	北海道	48	62.5	52.1	**56.3**	41.7	25.0	25.0	**14.6**	16.7	8.3	18.8	10.4	8.3	6.3	8.3	-	6.3
	東北	64	68.8	50.0	43.8	31.3	34.4	34.4	25.0	20.3	18.8	12.5	12.5	6.3	7.8	4.7	-	6.3
	関東	359	63.5	43.5	38.2	37.9	30.9	26.7	25.9	22.6	14.8	12.5	11.7	8.6	6.7	6.7	0.3	4.2
	中部	158	63.9	46.2	38.0	39.9	27.8	32.9	28.5	20.3	12.0	15.8	12.7	7.0	7.0	6.3	-	5.1
	近畿	169	65.1	45.6	39.6	38.5	29.0	29.0	24.9	18.9	21.3	11.2	11.8	6.5	4.7	4.1	0.6	5.3
	中国・四国	77	67.5	40.3	29.9	31.2	27.3	27.3	19.5	14.3	13.0	15.6	2.6	6.5	3.9	1.3	-	1.3
	九州・沖縄	122	65.6	52.5	29.5	36.1	26.2	20.5	23.0	17.2	13.9	8.2	7.4	4.9	5.7	4.1	-	6.6
同居家族構成	小学生以下居住	194	59.8	43.3	28.9	37.6	23.2	20.6	18.0	18.0	10.8	7.7	9.8	5.2	4.1	3.6	-	6.7
	その他	803	65.9	46.6	40.1	37.2	30.6	29.5	26.3	20.3	16.2	14.1	10.8	7.7	6.6	5.9	0.2	4.4
【１.米】 福島県 ※		54	59.3	40.7	**27.8**	**16.7**	27.8	**16.7**	22.2	16.7	7.4	5.6	5.6	5.6	5.6	-	-	**14.8**

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(1)普段の購入意識　②産地に対する意識

Q4.あなたは普段、商品を購入するときに以下の品目の産地をどの程度意識していますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 普段の産地意識（5段階で聴取）は、**「意識している」が46.3%、意識している計（「意識している」+「やや意識している」）が78.9%**である。
- ✓ 意識していない計（「意識していない」+「あまり意識していない」）は10.6%にとどまる。
- ✓ 属性別では、**女性60代、北海道居住者で、「意識している」が60%を超え、全体に比べて高い。**
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者において差はみられない。

＊意識している計=「やや意識している」+「意識している」
＊意識していない計=「あまり意識していない」+「意識していない」

		n	意識している	やや意識している	どちらともいえない	あまり意識していない	意識していない	意識している計	意識していない計
【1.米】全体		997	46.3	32.6	10.4	5.9	4.7	78.9	10.6
性年代別	男性	428	40.9	33.2	12.6	6.8	6.5	74.1	13.3
	２０代	57	38.6	29.8	19.3	5.3	7.0	68.4	12.3
	３０代	84	40.5	33.3	11.9	7.1	7.1	73.8	14.3
	４０代	100	33.0	35.0	19.0	5.0	8.0	68.0	13.0
	５０代	79	48.1	29.1	6.3	7.6	8.9	77.2	16.5
	６０代	108	44.4	36.1	8.3	8.3	2.8	80.6	11.1
	女性	569	50.4	32.2	8.8	5.3	3.3	82.6	8.6
	２０代	65	38.5	36.9	12.3	4.6	7.7	75.4	12.3
	３０代	95	37.9	38.9	11.6	4.2	7.4	76.8	11.6
	４０代	132	45.5	31.1	14.4	4.5	4.5	76.5	9.1
	５０代	125	56.0	27.2	6.4	10.4		83.2	10.4
	６０代	152	63.2	30.9	2.6	2.6	0.7	94.1	3.3
居住エリア	北海道	48	62.5	18.8	10.4	8.3		81.3	8.3
	東北	64	51.6	23.4	9.4	6.3	9.4	75.0	15.6
	関東	359	46.2	33.7	9.5	5.3	5.3	79.9	10.6
	中部	158	44.3	30.4	13.3	7.6	4.4	74.7	12.0
	近畿	169	46.2	33.7	12.4	4.7	3.0	79.9	7.7
	中国・四国	77	39.0	36.4	9.1	10.4	5.2	75.3	15.6
	九州・沖縄	122	45.1	38.5	8.2	3.3	4.9	83.6	8.2
同居家族構成	小学生以下居住	194	42.8	34.5	12.9	4.1	5.7	77.3	9.8
	その他	803	47.2	32.1	9.8	6.4	4.5	79.3	10.8
【1.米】福島県 ※		54	38.9	35.2	5.6	11.1	9.3	74.1	20.4

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

=全体比+10pt以上
=全体比-10pt以上

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q4.選択肢1,2「産地を意識している、やや意識している」選択者対象】Q7.あなたが普段、以下の品目の「産地」を意識しているのは、具体的にどのような理由からですか。
あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **産地を意識する理由は、「安全性が気になるから」27.4%、「味が産地によって異なるから」25.2%、「品質が産地によって異なるから」23.3%、「地産地消」21.3%が20%を超え上位。**
- ✓ 居住エリア別にみると、**北海道と東北は「地産地消」「応援・支援したい地域があるから」が、全体に比べて高い。**
  関東・近畿・福島県居住者についてみると、関東・近畿居住者は「地産地消」が、福島県居住者は「地産地消」がそれぞれに比べ高い。
  また、福島県居住者は「品質が産地によって異なるから」が関東・近畿居住者と比べて低い。

【安全性に関する項目の結果】

- ✓ **「安全性が気になるから」**を、性年代別でみると、**女性30～40代が全体に比べて高い。**
- ✓ **同居家族構成別にみても、差はみられない。**
- ✓ **居住エリア別でみると、北海道居住者は38.5%、中国・四国居住者は37.9%で全体に比べて高い。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

		n	安全性が気になるから	味が産地によって異なるから	品質が産地によって異なるから	地元の物を消費するよう心がけているから（地産地消）	有名な産地のものがよいから	価格が産地によって異なるから	ブランド品がよいから	店頭でよく見かけるものがよいから	応援・支援したい地域があるから	栽培（育成）方法等の特徴・こだわりが産地によって異なるから	広告宣伝・PRをよく見かけるものがよいから	鮮度がお店からの距離で異なるから	希少価値が高いものがよいから	その他
【1.米】全体		787	27.4	25.2	23.3	21.3	17.7	17.2	16.5	11.6	9.8	7.4	3.6	3.4	3.2	0.3
性年代	男性	317	23.7	25.9	22.7	19.9	16.4	14.5	18.9	8.8	11.4	6.9	3.5	4.4	3.2	0.3
	２０代	39	30.8	20.5	28.2	**10.3**	12.8	17.9	17.9	15.4	12.8	2.6	7.7	-	2.6	-
	３０代	62	30.6	27.4	25.8	17.7	17.7	8.1	19.4	8.1	12.9	9.7	1.6	6.5	4.8	-
	４０代	68	27.9	25.0	19.1	17.6	14.7	23.5	13.2	7.4	10.3	7.4	5.9	4.4	-	1.5
	５０代	61	**13.1**	27.9	26.2	16.4	16.4	11.5	23.0	8.2	14.8	6.6	-	8.2	4.9	-
	６０代	87	19.5	26.4	18.4	29.9	18.4	12.6	20.7	8.0	8.0	6.9	3.4	2.3	3.4	-
	女性	470	30.0	24.7	23.6	22.3	18.5	18.9	14.9	13.4	8.7	7.7	3.6	2.8	3.2	0.2
	２０代	49	28.6	20.4	16.3	18.4	20.4	22.4	18.4	14.3	12.2	12.2	4.1	-	4.1	-
	３０代	73	**43.8**	19.2	15.1	19.2	19.2	17.8	15.1	11.0	5.5	4.1	5.5	5.5	5.5	-
	４０代	101	**38.6**	18.8	17.8	18.8	17.8	20.8	12.9	13.9	5.0	5.0	2.0	1.0	3.0	-
	５０代	104	24.0	28.8	27.9	25.0	16.3	21.2	11.5	12.5	11.5	7.7	4.8	3.8	1.0	1.0
	６０代	143	21.7	30.1	31.5	25.9	19.6	15.4	17.5	14.7	9.8	9.8	2.8	2.8	3.5	-
居住エリア	北海道	39	**38.5**	20.5	**7.7**	**56.4**	**5.1**	17.9	15.4	12.8	**20.5**	10.3	5.1	2.6	-	-
	東北	48	27.1	29.2	**33.3**	**45.8**	18.8	14.6	25.0	12.5	**20.8**	12.5	4.2	8.3	2.1	-
	関東	287	22.0	25.8	26.8	**8.7**	20.6	19.2	17.4	11.1	8.0	7.3	3.1	1.7	3.1	0.3
	中部	118	33.1	19.5	17.8	**36.4**	21.2	18.6	17.8	13.6	6.8	6.8	3.4	2.5	2.5	-
	近畿	135	31.9	30.4	25.9	**11.1**	14.8	14.8	18.5	11.1	7.4	5.9	3.7	2.2	3.0	0.7
	中国・四国	58	**37.9**	15.5	17.2	29.3	12.1	15.5	8.6	10.3	6.9	5.2	-	5.2	3.4	-
	九州・沖縄	102	20.6	28.4	20.6	23.5	16.7	14.7	10.8	10.8	13.7	7.8	5.9	7.8	5.9	-
同居家族構成	小学生以下居住	150	31.3	18.7	19.3	16.0	15.3	18.7	14.0	9.3	7.3	6.7	6.0	4.0	4.0	0.7
	その他	637	26.5	26.7	24.2	22.6	18.2	16.8	17.1	12.1	10.4	7.5	3.0	3.3	3.0	0.2
【1.米】福島県 ※		40	17.5	32.5	**12.5**	**37.5**	15.0	12.5	17.5	17.5	7.5	7.5	5.0	2.5	5.0	-

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(2)国内の購入産地　①普段最も購入する国内産地

Q5.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どの産地のものを購入することが多いですか。最も購入することの多い産地をそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ **最も購入する国内の産地を、47都道府県のいずれかに決めている人は79.1%**、特に決まっていない・わからない人は20.9%。
- ✓ **最も購入する産地の上位は、「新潟県」14.4%、「北海道」「秋田県」11.0%**で、それ以降の「宮城県」4.0%と差が開く。
- ✓ **「福島県」は、全体では2.1%で８位、東北居住者では15.6%で２位、福島県居住者では64.8%で１位。**
- ✓ 性年代別では、**男性60代と女性60代では、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が90%を超え**て、全体よりも高い。
- ✓ 居住エリア別では、**北海道・東北居住者で、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が90%を超え**て、全体よりも高い。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「福島県」が64.8%だが、**関東・近畿ではどちらも1%程度**にとどまる。

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	最も購入する国内の産地を、４７都道府県のいずれかに決めている	特に決まっていない・わからない	1位		2位		3位		4位		5位		福島県	
					都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	４７項目中の順位	割合(%)
【1.米】全体		997	79.1	20.9	新潟県	14.4			北海道/秋田県	11.0	宮城県	4.0	福岡県	3.3	8位	2.1
性年代	男性	428	77.3	22.7	新潟県	14.0	北海道	12.1	秋田県	9.1	宮城県	4.2	山形県	3.7	7位	2.6
	２０代	57	**66.7**	**33.3**			北海道/新潟県	15.8	秋田県	10.5	宮城県/山形県/群馬県/神奈川県/福岡県			3.5	購入者の出現なし	-
	３０代	84	77.4	22.6	新潟県	19.0	秋田県	13.1	北海道	10.7	山形県	6.0	宮城県/茨城県/福岡県	3.6	11位	1.2
	４０代	100	**68.0**	**32.0**	秋田県	12.0	北海道	9.0	新潟県	6.0	宮城県/福島県/石川県			4.0	4位	4.0
	５０代	79	78.5	21.5	新潟県	13.9	北海道	12.7	秋田県	7.6	熊本県	5.1	宮城県/山形県/福島県/富山県	3.8	5位	3.8
	６０代	108	**90.7**	**9.3**	新潟県	16.7	北海道	13.9	宮城県	5.6	秋田県/富山県/石川県/福岡県			3.7	8位	2.8
	女性	569	80.5	19.5	新潟県	14.8	秋田県	12.5	北海道	10.2	宮城県	3.9	福岡県	3.3	11位	1.8
	２０代	65	**66.2**	**33.8**	秋田県	21.5	新潟県	10.8	北海道	9.2	福島県/茨城県/熊本県			3.1	4位	3.1
	３０代	95	74.7	25.3	新潟県	14.7	秋田県	12.6	北海道	5.3	宮城県/福岡県			4.2	7位	2.1
	４０代	132	75.8	24.2	北海道	12.9	新潟県	12.1	秋田県	9.8	愛知県	4.5	山形県/福岡県	3.0	10位	1.5
	５０代	125	85.6	14.4	新潟県	14.4	秋田県	12.8	北海道	8.8	宮城県	4.8	山形県	4.0	19位	0.8
	６０代	152	**90.1**	**9.9**	新潟県	19.1	北海道	12.5	秋田県	10.5	宮城県	4.6	福岡県	3.9	12位	2.0
居住エリア	北海道	48	**91.7**	**8.3**	北海道	87.5			茨城県/新潟県	2.1					購入者の出現なし	-
	東北	64	**90.6**	**9.4**	宮城県	32.8	福島県	15.6	青森県	10.9	秋田県	9.4	岩手県/山形県	7.8	2位	**15.6**
	関東	359	80.2	19.8	新潟県	23.7	秋田県	15.6	北海道	10.6	茨城県	5.6	千葉県	5.3	8位	1.7
	中部	158	80.4	19.6	新潟県	15.2	愛知県	13.9	秋田県	8.9	石川県	7.0	富山県	6.3	15位	0.6
	近畿	169	71.6	28.4	秋田県	13.6	新潟県	11.2	北海道	8.9	滋賀県	7.1	兵庫県	5.9	14位	1.2
	中国・四国	77	70.1	29.9	広島県	13.0	愛媛県	10.4	新潟県	9.1	山口県	6.5	秋田県/鳥取県/島根県/岡山県	3.9	13位	1.3
	九州・沖縄	122	79.5	20.5	福岡県	26.2	熊本県	9.8	秋田県/鹿児島県			6.6	北海道/新潟県/宮崎県	5.7	13位	0.8
同居家族構成	小学生以下居住	194	72.7	27.3			秋田県/新潟県	13.9	北海道	7.2	愛知県	4.1	福岡県	3.1	7位	2.1
	その他	803	80.7	19.3	新潟県	14.6	北海道	12.0	秋田県	10.3	宮城県	4.5	福岡県	3.4	8位	2.1
産地意識	産地を意識している 計	787	85.8	14.2	新潟県	15.8	秋田県	12.3	北海道	12.1	宮城県	4.4	福岡県	3.9	12位	1.8
	意識している	462	**89.4**	**10.6**	新潟県	17.3	北海道	14.5	秋田県	13.4	宮城県	4.3	福岡県	3.7	13位	1.5
	やや意識している	325	80.6	19.4	新潟県	13.5	秋田県	10.8	北海道	8.6	宮城県	4.6	福岡県	4.3	9位	2.2
	意識していない(どちらともいえない含む)	210	**54.3**	**45.7**	新潟県	9.5	北海道	7.1	秋田県	6.2	福島県	3.3	宮城県/愛知県/広島県	2.4	4位	3.3
【1.米】福島県 ※		54	88.9	11.1	福島県	64.8	秋田県	9.3	新潟県	5.6	北海道	5.6	山形県	1.9	1位	**64.8**

(%)

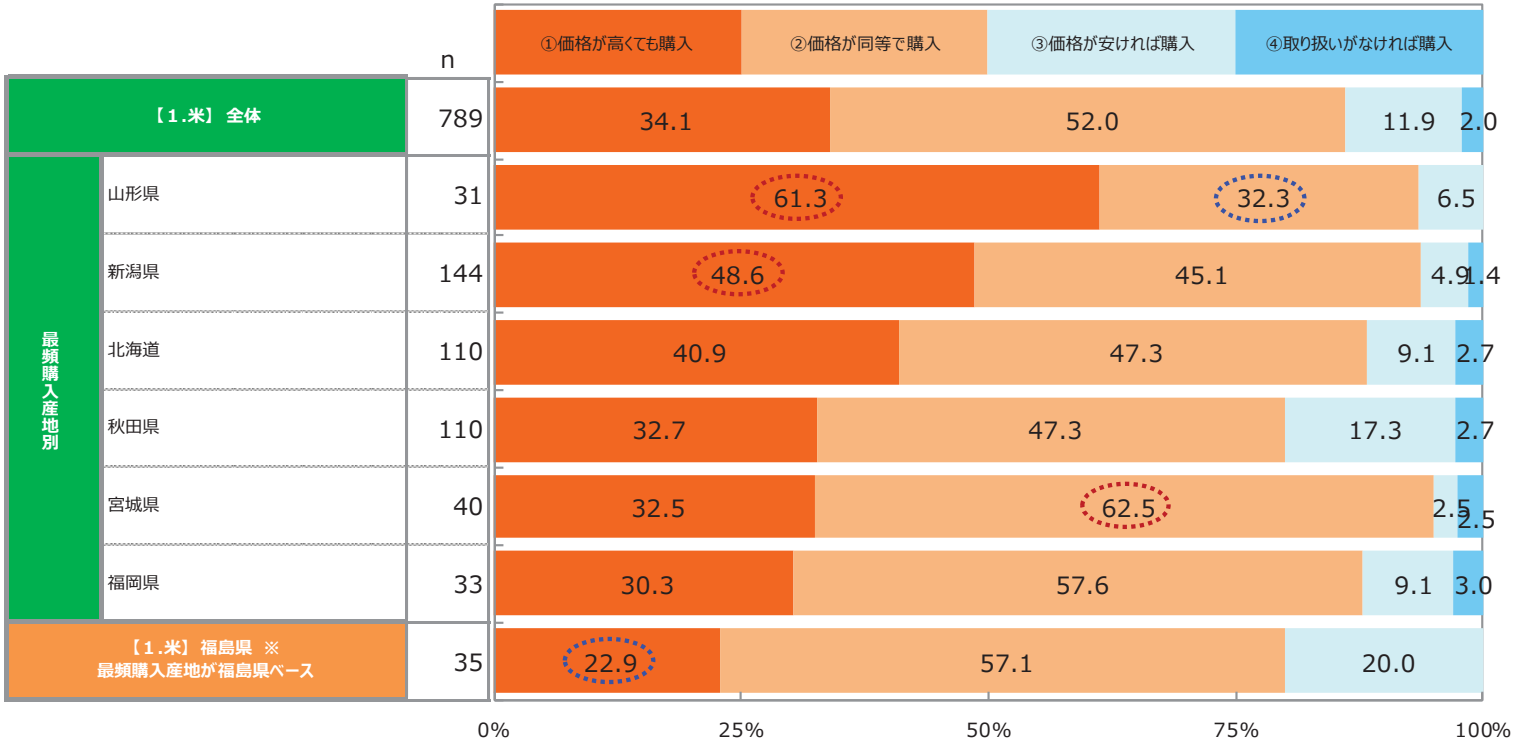
＊上位５都道府県を抜粋し記載した。　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q5.選択肢1~47「最も購入する産地が、47都道府県いずれか」選択者対象】Q8.あなたが普段、以下の県産の品目を購入する際、
各県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

✓ 最頻購入産地別では、「山形県産」「新潟県産」購入者で「他産地より価格が高くても購入」の比率が全体よりも高く、福島県居住者の「福島県」購入者では、「他産地より価格が高くても購入」の比率が22.9%と全体よりも低い。

①他地域産より価格が高くても購入する　②他地域産も価格が同等であれば購入する　③他地域産より価格が安ければ購入する　④この県産のみしか取り扱いがなければ購入する

=全体比+10pt以上
=全体比-10pt以上



※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(3)福島県産品に対する意識　①福島県産品のイメージ

Q12.あなたは福島県産の以下の品目について、それぞれどのようなイメージをお感じになっていますか。福島県産の以下の品目のイメージとして、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **福島県居住者では、「品質がよい」33.3%、「味がよい」29.6%、「安全である」27.8%、「手に入りやすい」25.9%、「価格が手ごろである」22.2%が上位のイメージ**で、他項目の比率と差が開く。また、「品質がよい」、「味がよい」、「安全である」、「手に入りやすい」、「価格が手ごろである」は関東・近畿居住者と比べて高く、「安全性に不安がある」は関東・近畿に比べて低い。

【安全性に関する項目の結果】

- ✓ 福島県産品に対するイメージとして、「安全性に不安がある」は、福島県居住者と、普段の購入時に産地を意識していない人（「意識していない」「あまり意識していない」「どちらともいえない」それぞれ）で、7%台と低いことを除いて、属性間での差はみられない。
- ✓ **福島県居住者では、「安全性に不安がある」は7.4%で全体に比べ低いが、ネガティブイメージの中では最も高い比率**となっている。

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	価格が手ごろである	品質がよい	味がよい	有名な産地である	安全である	手に入りやすい	ブランド品である	商品の詳しい情報が提供されている	特徴・こだわりがある	よく広告宣伝・PRされている	鮮度が高い	希少価値が高い	安全性に不安がある	手に入りにくい	産地として無名である	商品の詳しい情報が提供されていない	特徴・こだわりがない	広告宣伝・PRを見かけない	ブランド品ではない	品質が悪い	希少価値が低い	価格が高い	味がよくない	鮮度が低い	その他のイメージ	特にイメージはない
【1.米】全体		997	8.7	8.0	7.9	7.2	6.8	3.7	3.6	3.4	3.3	3.3	1.7	0.7	18.3	6.0	5.4	4.1	3.7	3.4	2.1	1.4	1.4	1.0	0.9	0.4	0.2	34.1
性年代	男性	428	9.8	10.7	8.6	7.7	8.6	4.4	4.7	3.0	3.7	2.6	2.3	0.9	16.6	3.7	5.6	3.3	4.4	3.3	2.1	1.6	2.3	1.9	0.9	0.5	0.5	33.6
	２０代	57	5.3	10.5	10.5	7.0	7.0	3.5	8.8	3.5	-	3.5	3.5	-	21.1	1.8	3.5	1.8	1.8	3.5	1.8	3.5	3.5	-	1.8	1.8	-	29.8
	３０代	84	4.8	11.9	9.5	10.7	8.3	6.0	3.6	-	7.1	2.4	3.6	1.2	19.0	3.6	8.3	4.8	6.0	4.8	1.2	3.6	2.4	2.4	3.6	1.2	-	35.7
	４０代	100	11.0	13.0	9.0	7.0	12.0	5.0	6.0	3.0	3.0	2.0	2.0	1.0	12.0	4.0	5.0	2.0	3.0	3.0	1.0	1.0	2.0	3.0	-	-	2.0	39.0
	５０代	79	15.2	8.9	10.1	6.3	3.8	2.5	5.1	1.3	2.5	3.8	-	1.3	17.7	1.3	2.5	5.1	7.6	3.8	2.5	-	1.3	1.3	-	-	-	36.7
	６０代	108	11.1	9.3	5.6	7.4	10.2	4.6	1.9	6.5	4.6	1.9	2.8	0.9	15.7	6.5	7.4	2.8	3.7	1.9	3.7	0.9	2.8	1.9	-	-	-	26.9
	女性	569	7.9	6.0	7.4	6.9	5.4	3.2	2.8	3.7	3.0	3.9	1.2	0.5	19.5	7.7	5.3	4.7	3.2	3.5	2.1	1.2	0.7	0.4	0.9	0.4	-	34.4
	２０代	65	7.7	3.1	4.6	6.2	7.7	3.1	-	1.5	7.7	1.5	-	-	20.0	3.1	6.2	3.1	1.5	6.2	7.7	1.5	1.5	-	4.6	1.5	-	35.4
	３０代	95	8.4	9.5	7.4	7.4	4.2	2.1	3.2	4.2	2.1	6.3	3.2	1.1	27.4	3.2	7.4	5.3	3.2	4.2	-	1.1	1.1	-	1.1	-	-	38.9
	４０代	132	7.6	3.8	6.1	5.3	3.8	2.3	4.5	4.5	3.8	5.3	1.5	0.8	14.4	9.1	3.8	2.3	4.5	2.3	0.8	1.5	0.8	1.5	-	-	-	39.4
	５０代	125	7.2	4.8	8.8	6.4	4.0	4.0	1.6	2.4	2.4	2.4	0.8	-	20.8	10.4	4.0	3.2	3.2	1.6	0.8	0.8	-	-	-	0.8	-	33.6
	６０代	152	8.6	7.9	8.6	8.6	7.9	3.9	3.3	4.6	1.3	3.3	0.7	0.7	17.8	9.2	5.9	8.6	2.6	4.6	3.3	1.3	0.7	-	0.7	-	-	27.6
居住エリア	北海道	48	10.4	4.2	4.2	2.1	6.3	-	2.1	6.3	4.2	-	-	-	18.8	4.2	-	2.1	2.1	4.2	-	-	2.1	2.1	-	-	-	**45.8**
	東北	64	9.4	6.3	7.8	7.8	12.5	1.6	4.7	6.3	6.3	3.1	3.1	-	15.6	-	4.7	3.1	6.3	1.6	3.1	-	3.1	-	1.6	-	-	32.8
	関東	359	10.9	8.9	10.9	7.5	7.8	5.3	3.3	3.9	3.6	3.9	1.9	1.1	17.8	2.2	7.5	2.8	2.8	1.9	2.2	0.6	0.8	1.4	1.1	0.3	0.3	29.2
	中部	158	7.6	7.0	5.1	8.9	5.7	4.4	3.8	3.2	1.9	3.8	1.3	0.6	17.1	8.9	5.1	2.5	3.2	1.9	1.9	1.9	1.3	-	0.6	0.6	0.6	37.3
	近畿	169	7.1	8.9	6.5	8.3	4.7	3.0	3.0	1.2	3.6	3.6	-	0.6	18.3	9.5	4.1	5.3	3.0	4.7	3.6	2.4	1.8	0.6	0.6	0.6	-	34.9
	中国・四国	77	5.2	3.9	7.8	5.2	3.9	1.3	3.9	2.6	-	2.6	2.6	-	20.8	15.6	3.9	9.1	6.5	9.1	1.3	3.9	1.3	1.3	1.3	-	-	40.3
	九州・沖縄	122	7.4	10.7	6.6	5.7	7.4	3.3	4.9	3.3	4.1	2.5	3.3	0.8	20.5	6.6	4.9	6.6	5.7	4.9	0.8	1.6	1.6	1.6	0.8	0.8	-	35.2
同居家族構成	小学生以下居住	194	3.6	6.2	6.2	4.1	1.5	5.2	4.6	2.1	4.6	5.2	1.0	0.5	21.1	4.6	4.6	4.6	4.1	3.6	1.5	2.6	1.5	1.0	1.0	0.5	-	37.6
	その他	803	10.0	8.5	8.3	8.0	8.1	3.4	3.4	3.7	3.0	2.9	1.9	0.7	17.6	6.4	5.6	4.0	3.6	3.4	2.2	1.1	1.4	1.0	0.9	0.4	0.2	33.3
産地意識	産地を意識している 計	787	9.4	8.5	9.0	7.8	6.9	4.3	4.1	4.1	3.8	3.9	1.9	0.8	21.1	6.7	6.1	4.6	3.4	3.6	2.4	1.5	1.4	0.9	1.0	0.4	0.3	27.8
	意識している	462	7.1	8.4	8.4	7.6	7.1	4.5	3.5	4.1	3.9	3.9	2.6	0.6	25.1	6.5	6.5	5.4	3.7	3.0	2.6	1.5	1.1	0.9	1.3	0.6	0.4	25.3
	やや意識している	325	12.6	8.6	9.8	8.0	6.5	4.0	4.9	4.0	3.7	4.0	0.9	0.9	15.4	7.1	5.5	3.4	3.1	4.3	2.2	1.5	1.8	0.9	0.6	-	-	31.4
	意識していない(どちらともいえない含む)	210	6.2	6.2	3.8	5.2	6.7	1.4	1.9	1.0	1.4	1.0	1.0	0.5	**7.6**	3.3	2.9	2.4	4.8	2.9	1.0	1.0	1.4	1.4	0.5	0.5	-	**57.6**
【1.米】福島県 ※		54	**22.2**	**33.3**	**29.6**	9.3	**27.8**	**25.9**	9.3	7.4	9.3	5.6	7.4	-	**7.4**	-	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	-	-	3.7	-	**13.0**

(%)

※ポジティブ・ネガティブそれぞれの項目で、全体基準の降順ソート　　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q5.選択肢1~6,8~47「最頻購入産地が、福島県以外の国内産地」選択者対象】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 回答者ベース（普段の最頻購入産地が決まっている人）の**福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」29.8%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」35.8%、「福島県産品のみしか取扱いがなければ購入する」17.3%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」21.0%。**
- ✓ 属性別では、**男女とも20代で「他産地品と同価格以上で購入する」が40%を超え**、全体よりも高い。
- ✓ また、北海道居住者は「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」27.3%が全体よりも高い。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者はサンプル数が僅少の為、比較はできない。

①他産地品より価格が高くても購入する　②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する　④福島県産のみしか取り扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない

		n	①+②	③	④	⑤	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
【1.米】全体		768	29.8	35.8	17.3	17.1	3.8	26.0	70.2
性年代	男性	320	33.4	36.3	13.1	17.2	6.3	27.2	66.6
	20代	38	44.7	34.2	5.3	15.8	**18.4**	26.3	**55.3**
	30代	64	32.8	35.9	10.9	20.3	6.3	26.6	67.2
	40代	64	39.1	32.8	15.6	12.5	6.3	32.8	60.9
	50代	59	32.2	39.0	8.5	20.3	1.7	30.5	67.8
	60代	95	26.3	37.9	18.9	16.8	4.2	22.1	73.7
	女性	448	27.2	35.5	20.3	17.0	2.0	25.2	72.8
	20代	41	41.5	31.7	17.1	9.8	4.9	**36.6**	**58.5**
	30代	69	27.5	33.3	18.8	20.3	1.4	26.1	72.5
	40代	98	19.4	42.9	24.5	13.3	3.1	16.3	**80.6**
	50代	106	25.5	38.7	17.0	18.9	0.9	24.5	74.5
	60代	134	29.9	29.9	21.6	18.7	1.5	28.4	70.1
居住エリア	北海道	44	13.6	38.6	20.5	27.3	2.3	**11.4**	**86.4**
	東北	48	33.3	39.6	10.4	16.7	8.3	25.0	66.7
	関東	282	30.9	39.0	14.2	16.0	4.3	26.6	69.1
	中部	126	29.4	34.1	16.7	19.8	0.8	28.6	70.6
	近畿	119	32.8	34.5	21.0	11.8	3.4	29.4	67.2
	中国・四国	53	20.8	41.5	17.0	20.8	-	20.8	79.2
	九州・沖縄	96	34.4	24.0	25.0	16.7	7.3	27.1	65.6
同居家族構成	小学生以下居住	137	29.9	35.0	19.7	15.3	6.6	23.4	70.1
	その他	631	29.8	36.0	16.8	17.4	3.2	26.6	70.2
【1.米】福島県 ※		13	30.8	30.8	30.8	7.7	7.7	23.1	69.2

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

※全体比±で下記の通りで網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
一全体比+10pt以上
一全体比-10pt以上

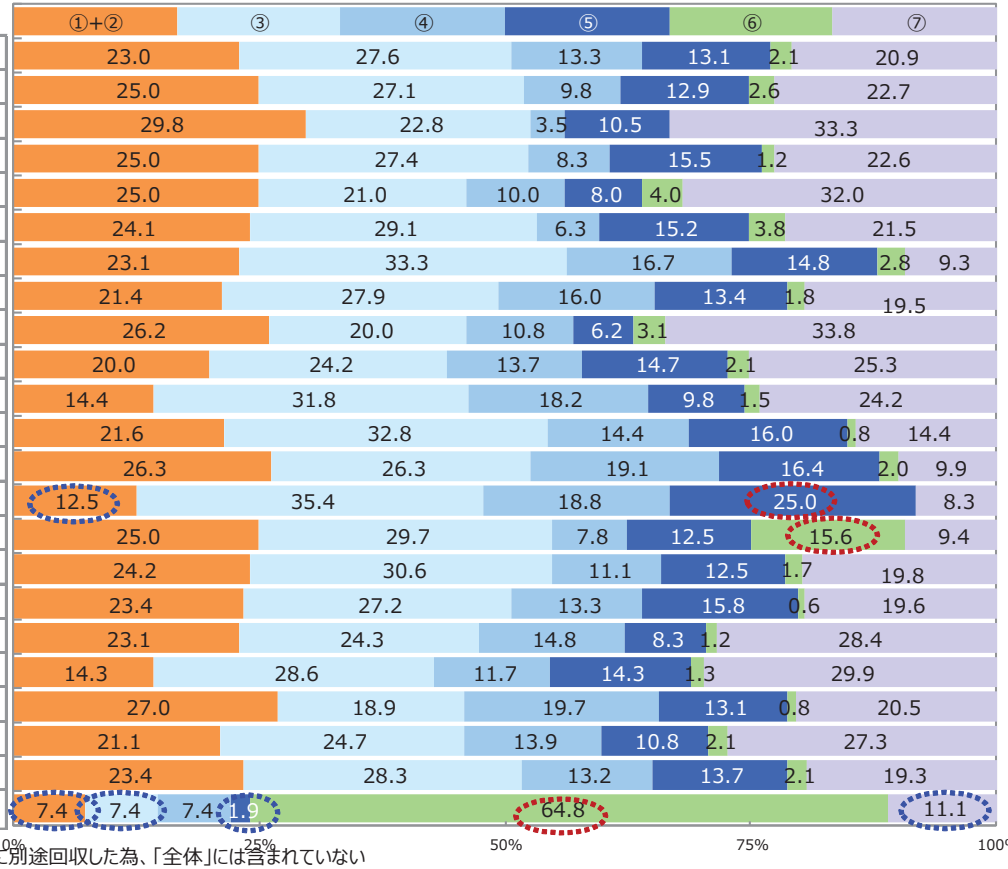
※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない　※n数が30未満はサンプル数僅少の為、参考値

(3)福島県産品に対する意識　②福島県産品購入意向（全数ベース）

【全数ベース】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。
あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 全数ベース（普段の最頻購入産地が決まっていない、当該質問に非回答の人も加えた比率）では、福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」23.0%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」27.6%、「福島県産品のみしか取り扱いがなければ購入する」13.3%、「福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない」13.1%。（残りは、「最頻購入産地が福島県」2.1%、「国内での最頻購入産地が決まっていない」20.9%）
- ✓ 属性別では、北海道居住者が「他産地品と同価格以上で購入する」12.5%で全体よりも低く、「福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない」が25.0%で全体よりも高い他に、大きな差はみられない。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「最頻購入産地が福島県である」が関東・近畿居住者に比べて高いため、その他の項目は全体より低い。

①他産地品より価格が高くても購入する
②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する
④福島県産のみしか取り扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない
⑥最頻購入産地が福島県である
⑦国内での最頻購入産地が決まっていない



		n	①+②	③	④	⑤	⑥	⑦	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
【1.米】全体		997	23.0	27.6	13.3	13.1	2.1	20.9	2.9	20.1	54.1
性年代	男性	428	25.0	27.1	9.8	12.9	2.6	22.7	4.7	20.3	49.8
	２０代	57	29.8	22.8	3.5	10.5		33.3	12.3	17.5	**36.8**
	３０代	84	25.0	27.4	8.3	15.5	1.2	22.6	4.8	20.2	51.2
	４０代	100	25.0	21.0	10.0	8.0	4.0	32.0	4.0	21.0	**39.0**
	５０代	79	24.1	29.1	6.3	15.2	3.8	21.5	1.3	22.8	50.6
	６０代	108	23.1	33.3	16.7	14.8	2.8	9.3	3.7	19.4	**64.8**
	女性	569	21.4	27.9	16.0	13.4	1.8	19.5	1.6	19.9	57.3
	２０代	65	26.2	20.0	10.8	6.2	3.1	33.8	3.1	23.1	**36.9**
	３０代	95	20.0	24.2	13.7	14.7	2.1	25.3	1.1	18.9	52.6
	４０代	132	14.4	31.8	18.2	9.8	1.5	24.2	2.3	12.1	59.8
	５０代	125	21.6	32.8	14.4	16.0	0.8	14.4	0.8	20.8	63.2
	６０代	152	26.3	26.3	19.1	16.4	2.0	9.9	1.3	25.0	61.8
居住エリア	北海道	48	12.5	35.4	18.8	25.0		8.3	2.1	10.4	**79.2**
	東北	64	25.0	29.7	7.8	12.5	15.6	9.4	6.3	18.8	50.0
	関東	359	24.2	30.6	11.1	12.5	1.7	19.8	3.3	20.9	54.3
	中部	158	23.4	27.2	13.3	15.8	0.6	19.6	0.6	22.8	56.3
	近畿	169	23.1	24.3	14.8	8.3	1.2	28.4	2.4	20.7	47.3
	中国・四国	77	14.3	28.6	11.7	14.3	1.3	29.9	-	14.3	54.5
	九州・沖縄	122	27.0	18.9	19.7	13.1	0.8	20.5	5.7	21.3	51.6
同居家族構成	小学生以下居住	194	21.1	24.7	13.9	10.8	2.1	27.3	4.6	16.5	49.5
	その他	803	23.4	28.3	13.2	13.7	2.1	19.3	2.5	20.9	55.2
【1.米】福島県 ※		54	7.4	7.4	7.4	1.9	64.8	11.1	1.9	**5.6**	**16.7**

(%)

＊全体比±で下記の通りに網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
全体比+10pt以上
全体比-10pt以上

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

■調査結果　-牛肉-

(1)普段の購入意識　①購入時に重視する要素

Q1.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どのような点を重視して購入・非購入を決定しますか。あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **購入時の重視要素は、「価格」62.9%が最も高い。次いで、「鮮度」50.5%、「国産か海外産か」49.2%が上位。**
- ✓ 性年代別では、男性は、全体に比べて「鮮度」、「商品の見た目」が低く、特に男性20代で低い。ただし、上位項目は全体と同様である。
  女性50代は「鮮度」、「国産か海外産か」、「加工日・消費期限、賞味期限」、「商品の容量・サイズ」が、女性60代は「国産か海外産か」、「商品の見た目」、「日本国内での産地」が全体に比べて高い。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「国産か海外産か」、「日本国内での産地」が関東・近畿と比べて低い。

産地・安全性に関する項目の結果

- ✓ **購入時に重視する要素として、「安全性に関する情報」は23.2%で、提示15項目中８位。**
- ✓ 属性別にみると、**東北居住者は「安全性に関する情報」33.3%が全体に比べて高い。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上　+10pt 以上　−10pt 以上　−20pt 以上

		n	価格	鮮度	国産か海外産か	加工日・消費期限、賞味期限	商品の見た目（色、つや、形）	商品の容量・サイズ	日本国内での産地	安全性に関する情報	ブランド・商品名	表示マーク（有機ＪＡＳ、産地証明等）	生産者に関する情報	容器・包装	栽培（育成）方法	ＰＯＰなどの広告	その他	重視する点はない
【２.牛肉】全体		1,019	62.9	50.5	49.2	41.2	40.6	32.9	28.1	23.2	16.2	10.9	8.9	6.7	5.6	5.4	0.1	4.1
性年代	男性	445	59.1	**40.2**	40.4	34.2	**28.8**	24.7	23.8	20.7	15.7	8.3	7.6	5.4	4.9	5.6	-	6.5
	２０代	65	55.4	**33.8**	**35.4**	**27.7**	**23.1**	26.2	20.0	13.8	20.0	4.6	6.2	9.2	3.1	4.6	-	7.7
	３０代	94	59.6	44.7	**37.2**	33.0	**28.7**	23.4	21.3	20.2	8.5	8.5	5.3	6.4	5.3	7.4	-	9.6
	４０代	93	61.3	**39.8**	**37.6**	35.5	31.2	29.0	24.7	14.0	15.1	9.7	8.6	5.4	5.4	7.5	-	9.7
	５０代	80	62.5	**40.0**	45.0	40.0	36.3	27.5	25.0	31.3	21.3	6.3	6.3	1.3	2.5	6.3	-	2.5
	６０代	113	56.6	40.7	45.1	33.6	**24.8**	**19.5**	26.5	23.0	15.9	10.6	10.6	5.3	7.1	2.7	-	3.5
	女性	574	65.9	58.5	55.9	46.7	49.8	39.2	31.4	25.1	16.6	12.9	9.9	7.7	6.1	5.2	0.2	2.3
	２０代	72	63.9	59.7	**36.1**	43.1	41.7	40.3	23.6	16.7	13.9	9.7	5.6	9.7	4.2	4.2	-	6.9
	３０代	107	67.3	54.2	56.1	46.7	**56.1**	40.2	28.0	25.2	13.1	8.4	13.1	6.5	2.8	0.9	-	1.9
	４０代	123	65.9	56.9	52.0	42.3	49.6	32.5	26.0	24.4	12.2	9.8	4.9	6.5	6.5	4.9	-	4.1
	５０代	116	69.0	**64.7**	**60.3**	**54.3**	48.3	**44.8**	31.9	21.6	19.8	15.5	7.8	7.8	6.9	5.2	0.9	0.9
	６０代	156	63.5	57.7	**64.7**	46.2	**50.6**	39.1	**41.0**	32.1	21.2	17.9	15.4	8.3	8.3	9.0	-	-
居住エリア	北海道	38	68.4	44.7	50.0	**28.9**	34.2	28.9	23.7	18.4	21.1	10.5	13.2	5.3	7.9	13.2	-	7.9
	東北	60	65.0	51.7	53.3	41.7	36.7	25.0	23.3	**33.3**	8.3	6.7	6.7	6.7	3.3	5.0	-	3.3
	関東	351	61.3	49.6	44.7	42.2	41.9	32.2	27.1	22.8	16.5	10.3	8.5	6.0	6.8	4.3	-	4.8
	中部	163	60.7	51.5	46.6	43.6	41.7	35.0	27.0	23.9	17.8	14.7	9.2	11.7	4.9	6.7	0.6	4.3
	近畿	185	63.2	48.1	54.6	43.8	44.9	35.7	33.0	25.9	17.8	10.8	11.4	4.9	3.8	6.5	-	3.2
	中国・四国	96	66.7	46.9	46.9	40.6	34.4	33.3	28.1	19.8	9.4	11.5	6.3	3.1	6.3	3.1	-	1.0
	九州・沖縄	126	64.3	59.5	56.3	35.7	38.1	32.5	28.6	18.3	18.3	9.5	7.9	7.9	5.6	4.8	-	4.8
同居家族構成	小学生以下居住	203	61.6	47.3	49.3	40.9	37.9	31.5	23.2	21.2	13.3	7.4	7.9	5.4	4.9	4.9	-	4.9
	その他	816	63.2	51.3	49.1	41.3	41.3	33.2	29.3	23.7	16.9	11.8	9.2	7.0	5.8	5.5	0.1	3.9
【２.牛肉】福島県 ※		59	61.0	49.2	**33.9**	33.9	35.6	23.7	**16.9**	16.9	10.2	8.5	3.4	6.8	1.7	1.7	-	10.2

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(1)普段の購入意識　②産地に対する意識

Q4.あなたは普段、商品を購入するときに以下の品目の産地をどの程度意識していますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 普段の産地意識（5段階で聴取）は、**「意識している」が37.7%、意識している計（「意識している」+「やや意識している」）が77.4%。**
- ✓ 意識していない計（「意識していない」+「あまり意識していない」）は11.2%にとどまる。
- ✓ 属性別では、**女性50代で、「意識している」が49.1%と、全体に比べて高い。**
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者において差はみられない。

＊意識している計=「やや意識している」+「意識している」
＊意識していない計=「あまり意識していない」+「意識していない」

		n	意識している	やや意識している	どちらともいえない	あまり意識していない	意識していない	意識している計	意識していない計
【2.牛肉】全体		1,019	37.7	39.7	11.4	7.6	3.6	77.4	11.2
性年代	男性	445	31.7	37.8	13.5	10.3	6.7	69.4	17.1
	２０代	65	32.3	32.3	21.5	7.7	6.2	**64.6**	13.8
	３０代	94	28.7	37.2	13.8	11.7	8.5	**66.0**	20.2
	４０代	93	30.1	39.8	14.0	12.9	3.2	69.9	16.1
	５０代	80	30.0	37.5	13.8	6.3	12.5	67.5	18.8
	６０代	113	36.3	39.8	8.0	11.5	4.4	76.1	15.9
	女性	574	42.3	41.3	9.8	5.4	1.2	83.6	6.6
	２０代	72	34.7	29.2	18.1	12.5	5.6	**63.9**	18.1
	３０代	107	41.1	44.9	9.3	4.7		86.0	4.7
	４０代	123	37.4	43.9	11.4	4.9	2.4	81.3	7.3
	５０代	116	49.1	38.8	6.0	6.0		**87.9**	6.0
	６０代	156	45.5	44.2	7.7	2.6		**89.7**	2.6
居住エリア	北海道	38	44.7	28.9	21.1	5.3		73.7	5.3
	東北	60	36.7	46.7	10.0	1.7	5.0	83.3	6.7
	関東	351	35.9	38.2	12.3	8.0	5.7	74.1	13.7
	中部	163	36.2	39.3	11.0	10.4	3.1	75.5	13.5
	近畿	185	37.8	43.2	9.7	8.6	0.5	81.1	9.2
	中国・四国	96	42.7	36.5	9.4	8.3	3.1	79.2	11.5
	九州・沖縄	126	38.9	42.1	11.1	4.0	4.0	81.0	7.9
同居家族構成	小学生以下居住	203	35.5	40.9	12.8	6.9	3.9	76.4	10.8
	その他	816	38.2	39.5	11.0	7.7	3.6	77.7	11.3
【2.牛肉】福島県 ※		59	28.8	40.7	15.3	8.5	6.8	69.5	15.3

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

=全体比+10pt以上
=全体比-10pt以上

【Q4.選択肢1,2「産地を意識している、やや意識している」選択者対象】Q7.あなたが普段、以下の品目の「産地」を意識しているのは、具体的にどのような理由からですか。
あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **産地を意識する理由は、「安全性が気になるから」37.9%が、他の理由に比べて特に高い。**
- ✓ **福島県居住者は、「安全性が気になるから」19.5%が全体に比べて低く、「地産地消」24.4%が全体に比べて高い。**
  また、関東・近畿と比べても、「安全性が気になるから」が低く、「地産地消」が高い。

【安全性に関する項目の結果】

- ✓ 属性別にみると、**女性30代、中国・四国居住者では、「安全性が気になるから」が50%を超え、全体に比べて高い。**
- ✓ 尚、関東から中国・四国までの間において、西に向かうほど「安全性が気になるから」が高くなる傾向。
- ✓ **同居家族（小学生以下との同居の有無）別で、「安全性が気になるから」のスコアに、大きな違いは見られない。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

		n	安全性が気になるから	価格が産地によって異なるから	品質が産地によって異なるから	有名な産地のものがよいから	味が産地によって異なるから	地元の物を消費するよう心がけているから（地産地消）	店頭でよく見かけるものがよいから	ブランド品がよいから	栽培（育成）方法等の特徴・こだわりが産地によって異なるから	鮮度がお店からの距離で異なるから	応援・支援したい地域があるから	広告宣伝・PRをよく見かけるものがよいから	希少価値が高いものがよいから	その他
【2.牛肉】 全体		789	37.9	18.0	16.7	13.8	13.6	12.7	9.8	8.5	6.2	5.6	5.6	3.8	3.0	0.8
性年代	男性	309	32.4	20.1	17.5	13.9	15.5	10.7	7.4	11.3	8.1	5.5	5.5	6.1	4.5	0.3
	２０代	42	40.5	23.8	21.4	11.9	9.5	7.1	11.9	9.5	14.3	2.4	9.5	9.5	2.4	-
	３０代	62	38.7	21.0	17.7	14.5	17.7	4.8	4.8	9.7	8.1	9.7	6.5	4.8	8.1	-
	４０代	65	32.3	27.7	15.4	**3.1**	23.1	6.2	6.2	9.2	4.6	4.6	3.1	9.2	6.2	-
	５０代	54	**25.9**	13.0	20.4	18.5	18.5	16.7	3.7	13.0	11.1	7.4	9.3	3.7	3.7	1.9
	６０代	86	**27.9**	16.3	15.1	19.8	9.3	16.3	10.5	14.0	5.8	3.5	2.3	4.7	2.3	-
	女性	480	41.5	16.7	16.3	13.8	12.3	14.0	11.3	6.7	5.0	5.6	5.6	2.3	2.1	1.0
	２０代	46	45.7	15.2	10.9	13.0	17.4	15.2	2.2	2.2	6.5	10.9	8.7	4.3	6.5	4.3
	３０代	92	**57.6**	14.1	10.9	18.5	6.5	7.6	14.1	3.3	4.3	4.3	5.4	-	2.2	1.1
	４０代	100	41.0	16.0	15.0	8.0	12.0	13.0	9.0	7.0	4.0	7.0	6.0	2.0	1.0	-
	５０代	102	40.2	23.5	13.7	15.7	11.8	14.7	11.8	3.9	3.9	2.0	2.0	3.9	1.0	1.0
	６０代	140	30.7	14.3	24.3	13.6	15.0	17.9	13.6	12.1	6.4	6.4	7.1	2.1	2.1	0.7
居住エリア	北海道	28	46.4	17.9	3.6	10.7	14.3	39.3	10.7	3.6	3.6	7.1	17.9	3.6	3.6	-
	東北	50	32.0	18.0	16.0	12.0	10.0	18.0	12.0	10.0	4.0	8.0	10.0	6.0	-	2.0
	関東	260	30.8	18.8	21.5	13.5	15.8	5.4	9.6	10.4	8.1	3.5	4.6	3.1	3.5	0.8
	中部	123	42.3	24.4	13.8	15.4	10.6	14.6	7.3	8.9	4.9	5.7	4.9	2.4	1.6	0.8
	近畿	150	43.3	14.0	14.7	15.3	13.3	8.7	12.0	7.3	6.0	3.3	4.0	4.0	3.3	1.3
	中国・四国	76	**52.6**	10.5	13.2	11.8	11.8	17.1	6.6	9.2	6.6	7.9	2.6	6.6	3.9	-
	九州・沖縄	102	32.4	19.6	17.6	13.7	14.7	21.6	10.8	4.9	4.9	10.8	7.8	3.9	3.9	-
同居家族構成	小学生以下居住	155	45.8	17.4	15.5	12.9	11.0	7.7	8.4	4.5	3.2	5.8	6.5	3.2	6.5	-
	その他	634	36.0	18.1	17.0	14.0	14.2	13.9	10.1	9.5	6.9	5.5	5.4	3.9	2.2	0.9
【2.牛肉】 福島県 ※		41	**19.5**	19.5	12.2	9.8	17.1	**24.4**	12.2	4.9	9.8	4.9	12.2	4.9	-	2.4

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(2)国内の購入産地　①普段最も購入する国内産地

Q5.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どの産地のものを購入することが多いですか。最も購入することの多い産地をそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ **最も購入する国内の産地を、47都道府県のいずれかに決めている人は38.3%**、特に決まっていない・わからない人は61.7%。
- ✓ 最も購入する産地の上位は、「北海道」6.3%、次いで「鹿児島県」、「宮崎県」、「兵庫県」、「山形県/三重県」が挙がるが、いずれも３%以下である。
- ✓ **「福島県」は、全体では0.4%で28位、東北居住者では3.3%で６位、福島県居住者では15.3%で１位。**
- ✓ 性年代別では、**男性50～60代では、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が50%程度で、全体よりも高い**。
- ✓ 居住エリア別では、**北海道・東北居住者で、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が50%で、全体よりも高い。**
  また、関東・近畿居住者では、購入産地が「福島県」である比率が1%に満たない。
- ✓ 同居家族構成別では、**小学生以下と同居している人は、特に決まっていない・わからないが72.9%と、全体よりも高い。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	最も購入する国内の産地を、４７都道府県のいずれかに決めている	特に決まっていない・わからない	1位		2位		3位		4位		5位		福島県	
					都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	４７項目中の順位	割合(%)
【2.牛肉】全体		1,019	38.3	61.7	北海道	6.3	鹿児島県	2.9	宮崎県	2.8	兵庫県	2.7	山形県/三重県	2.0	28位	0.4
性年代	男性	445	42.0	58.0	北海道	7.0	兵庫県	3.1	山形県/鹿児島県	2.7			三重県	2.5	12位	0.9
	２０代	65	38.5	61.5	北海道	9.2	山形県	4.6	岩手県/三重県/兵庫県/福岡県	3.1					7位	1.5
	３０代	94	29.8	70.2	北海道	10.6	山形県/鹿児島県	3.2	栃木県/岐阜県/兵庫県	2.1					購入者の出現なし	-
	４０代	93	37.6	62.4	北海道	5.4	山形県/三重県	3.2	宮城県/岐阜県/佐賀県/大分県	2.2					購入者の出現なし	-
	５０代	80	**48.7**	**51.3**	兵庫県	8.8	北海道/宮城県/滋賀県/鹿児島県	3.8							6位	2.5
	６０代	113	**53.1**	**46.9**	北海道	6.2	宮崎県	5.3	三重県/鹿児島県	4.4			山形県/神奈川県/岐阜県	2.7	17位	0.9
	女性	574	35.4	64.6	北海道	5.7	宮崎県	3.5	鹿児島県	3.1	兵庫県	2.4	三重県	1.6	購入者の出現なし	-
	２０代	72	**27.8**	**72.2**	北海道	5.6	長野県/宮崎県/鹿児島県/沖縄県	2.8							購入者の出現なし	-
	３０代	107	**21.5**	**78.5**	北海道	5.6	鹿児島県	4.7	熊本県	1.9	山形県/栃木県/群馬県/岐阜県/滋賀県/京都府/兵庫県/広島県/福岡県/佐賀県	0.9			購入者の出現なし	-
	４０代	123	34.1	65.9	北海道	7.3	兵庫県	3.3	山形県/愛知県/広島県/鹿児島県	2.4					購入者の出現なし	-
	５０代	116	42.2	57.8	宮崎県	5.2	北海道/三重県/鹿児島県	3.4					山形県/岐阜県/兵庫県/岡山県	2.6	購入者の出現なし	-
	６０代	156	44.2	55.8	北海道/宮崎県	6.4	兵庫県	3.8	熊本県/鹿児島県	2.6					購入者の出現なし	-
居住エリア	北海道	38	**50.0**	**50.0**	北海道	44.7	青森県/宮城県	2.6							購入者の出現なし	-
	東北	60	**50.0**	**50.0**	宮城県	13.3	北海道	10.0	秋田県	6.7			岩手県/山形県	5.0	6位	3.3
	関東	351	31.3	68.7	北海道	5.1	山形県	4.3	兵庫県	3.1	三重県	2.0	栃木県/群馬県	1.7	19位	0.3
	中部	163	36.2	63.8	岐阜県	7.4	愛知県	5.5	北海道	4.3	鹿児島県	3.7	長野県	3.1	購入者の出現なし	-
	近畿	185	42.7	57.3	兵庫県	8.1	宮崎県	6.5	北海道	5.9	三重県	4.9	鹿児島県	4.3	10位	0.5
	中国・四国	96	38.5	61.5	広島県	9.4	岡山県	5.2	愛媛県	4.2			島根県/山口県	3.1	購入者の出現なし	-
	九州・沖縄	126	44.4	55.6	鹿児島県	8.7	宮崎県	7.9	福岡県	7.1			佐賀県/熊本県	4.8	購入者の出現なし	-
同居家族構成	小学生以下居住	203	**27.1**	**72.9**	北海道	7.4	鹿児島県	3.4	兵庫県	2.0	山形県/三重県/熊本県	1.5			購入者の出現なし	-
	その他	816	41.1	58.9	北海道	6.0	宮崎県	3.4	兵庫県	2.9	鹿児島県	2.8	山形県/三重県	2.1	26位	0.5
産地意識	産地を意識している 計	789	42.7	57.3	北海道	6.3	宮崎県/鹿児島県	3.4	兵庫県	3.2	三重県	2.3			36位	0.3
	意識している	384	**52.9**	**47.1**	北海道	7.8	鹿児島県	5.5	兵庫県	4.7	三重県	3.1	宮崎県	2.9	購入者の出現なし	-
	やや意識している	405	33.1	66.9	北海道	4.9	宮崎県	4.0	愛知県	2.0	山形県/兵庫県	1.7			18位	0.5
	意識していない(どちらともいえない含む)	230	**23.0**	**77.0**	北海道	6.1	山形県/岐阜県	1.7	宮城県/兵庫県/鹿児島県	1.3					7位	0.9
【2.牛肉】福島県 ※		59	42.4	57.6	福島県	15.3	北海道	11.9	山形県	6.8	宮城県	5.1	茨城県/沖縄県	1.7	1位	**15.3**

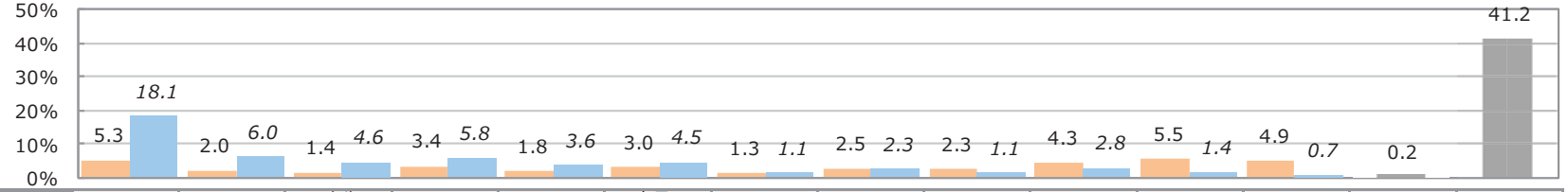
(%)

＊上位５都道府県を抜粋し記載した。　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

Q12.あなたは福島県産の以下の品目について、それぞれどのようなイメージをお感じになっていますか。福島県産の以下の品目のイメージとして、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **福島県産品に対するイメージは、「特にイメージはない」が41.2%で、提示項目の中で最も高い。**
- ✓ ポジティブなイメージで5%を超えるのは、「品質がよい」5.5%、「安全である」5.3%。
- ✓ **ネガティブなイメージでは、「安全性に不安がある」18.1%が最も高く**、他に5%を超えるのは、「産地として無名である」6.0%、「手に入りにくい」5.8%。

【2.牛肉】全体（n=1,019）



イメージ項目	安全性	産地	広告宣伝・PR	手に入りやすさ	特徴・こだわり	商品の詳しい情報	希少価値	ブランド品	鮮度	価格	品質	味	その他イメージ	特にイメージはない
差分（ポジティブ-ネガティブ）	-12.8pt	-4.0pt	-3.2pt	-2.4pt	-1.8pt	-1.5pt	0.2pt	0.2pt	1.2pt	1.5pt	4.1pt	4.2pt		
イメージ項目詳細	安全 / 不安	有名 / 無名	よくされている / 見かけない	手に入りやすい / 手に入りにくい	あり / なし	提供されている / 提供されていない	高い / 低い	ブランド品である / ブランド品ではない	高い / 低い	手ごろである / 高い	よい / 悪い	よい / よくない		

※各項目ごとに、差分（ポジティブ-ネガティブ）で昇順ソート

(3)福島県産品に対する意識　①福島県産品のイメージ

Q12.あなたは福島県産の以下の品目について、それぞれどのようなイメージをお感じになっていますか。福島県産の以下の品目のイメージとして、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

✓ **福島県居住者では、「品質がよい」、「安全である」、「手に入りやすい」がいずれも20.3%、「味がよい」18.6%、「鮮度が高い」15.3%が上位のイメージ**で、それ以降の項目のスコアとの差が開く。また、上位イメージの項目については、関東・近畿居住者と比べても高く、「安全性に不安がある」については関東・近畿居住者と比べて低い。

【安全性に関する項目の結果】

✓ **福島県産品に対するイメージとして「安全性に不安がある」は、福島県居住者で3.4%と低いことを除いて、属性間での差はみられない。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	品質がよい	安全である	味がよい	価格が手ごろである	手に入りやすい	商品の詳しい情報が提供されている	ブランド品である	鮮度が高い	有名な産地である	特徴・こだわりがある	よく広告宣伝・PRされている	希少価値が高い	安全性に不安がある	産地として無名である	手に入りにくい	広告宣伝・PRを見かけない	商品の詳しい情報が提供されていない	特徴・こだわりがない	価格が高い	ブランド品ではない	品質が悪い	希少価値が低い	鮮度が低い	味がよくない	その他のイメージ	特にイメージはない
【2.牛肉】全体		1,019	5.5	5.3	4.9	4.3	3.4	3.0	2.5	2.3	2.0	1.8	1.4	1.3	18.1	6.0	5.8	4.6	4.5	3.6	2.8	2.3	1.4	1.1	1.1	0.7	0.2	41.2
性年代	男性	445	7.6	7.2	6.5	5.8	3.8	3.8	2.5	3.1	2.5	2.5	1.1	1.3	16.6	5.4	4.9	4.0	4.3	4.0	3.6	2.0	2.2	1.6	1.8	1.1	0.2	40.0
	２０代	65	7.7	9.2	9.2	6.2	3.1	1.5	1.5	1.5	1.5	-	1.5	1.5	21.5	3.1	7.7	3.1	3.1	6.2	1.5	-	6.2	3.1	3.1	1.5	-	38.5
	３０代	94	7.4	4.3	6.4	3.2	3.2	2.1	-	2.1	3.2	4.3	1.1	-	17.0	5.3	4.3	6.4	7.4	2.1	5.3	1.1	2.1	1.1	1.1	3.2	-	46.8
	４０代	93	9.7	8.6	6.5	9.7	6.5	5.4	4.3	4.3	3.2	3.2	1.1	2.2	9.7	5.4	6.5	5.4	1.1	1.1	2.2	2.2	1.1	1.1	3.2	1.1	1.1	41.9
	５０代	80	5.0	3.8	5.0	6.3	3.8	2.5	2.5	5.0	1.3	-	-	2.5	18.8	3.8	2.5	3.8	6.3	8.8	5.0	3.8	1.3	2.5	1.3	-	-	37.5
	６０代	113	8.0	9.7	6.2	4.4	2.7	6.2	3.5	2.7	2.7	3.5	1.8	0.9	17.7	8.0	4.4	1.8	3.5	3.5	3.5	2.7	1.8	0.9	0.9	-	-	35.4
	女性	574	3.8	3.8	3.7	3.1	3.1	2.4	2.4	1.6	1.6	1.2	1.6	1.2	19.2	6.4	6.4	5.1	4.7	3.3	2.3	2.4	0.7	0.7	0.5	0.3	0.2	42.2
	２０代	72	-	5.6	2.8	4.2	4.2	1.4	1.4	1.4	-	1.4	2.8	1.4	20.8	6.9	2.8	4.2	4.2	1.4	1.4	5.6	-	2.8	1.4	1.4	-	43.1
	３０代	107	6.5	3.7	4.7	3.7	2.8	1.9	1.9	3.7	1.9	0.9	3.7	2.8	28.0	4.7	1.9	4.7	4.7	2.8	3.7	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	-	43.0
	４０代	123	1.6	-	2.4	3.3	1.6	1.6	4.9	0.8	0.8	2.4	-	0.8	12.2	5.7	8.1	2.4	2.4	4.1	2.4	0.8	-	-	-	-	0.8	**54.5**
	５０代	116	6.0	3.4	2.6	2.6	4.3	1.7	0.9	-	2.6	-	-	-	19.8	6.9	9.5	1.7	3.4	5.2	1.7	2.6	-	-	0.9	-	-	35.3
	６０代	156	3.8	6.4	5.1	2.6	3.2	4.5	2.6	1.9	1.9	1.3	1.9	1.3	17.3	7.7	7.7	10.3	7.7	2.6	1.9	3.2	1.9	0.6	-	-	-	36.5
居住エリア	北海道	38	2.6	-	2.6	5.3	-	5.3	2.6	-	-	2.6	-	2.6	15.8	-	2.6	2.6	2.6	2.6	5.3	2.6	-	2.6	-	-	-	**52.6**
	東北	60	5.0	10.0	5.0	3.3	3.3	1.7	1.7	3.3	-	5.0	-	-	21.7	1.7	-	1.7	5.0	5.0	-	3.3	1.7	1.7	-	-	-	35.0
	関東	351	6.0	6.0	5.4	5.7	3.4	3.7	2.6	2.0	1.7	0.9	0.3	0.9	17.1	7.4	3.7	4.3	4.6	4.3	3.4	2.0	1.7	0.6	2.0	0.9	-	38.7
	中部	163	4.3	4.3	5.5	4.9	4.3	1.8	0.6	2.5	1.8	2.5	1.2	1.2	17.8	8.6	8.0	4.9	2.5	4.3	3.7	3.1	1.2	0.6	0.6	0.6	1.2	41.1
	近畿	185	5.4	3.8	4.9	2.7	2.7	3.2	3.2	2.2	3.2	1.6	1.6	1.6	19.5	5.9	5.9	5.4	5.4	2.7	1.1	2.7	-	-	0.5	0.5	-	41.1
	中国・四国	96	4.2	5.2	4.2	3.1	4.2	4.2	4.2	4.2	2.1	2.1	2.1	2.1	16.7	4.2	10.4	5.2	1.0	4.2	6.3	1.0	3.1	1.0	1.0	1.0	-	47.9
	九州・沖縄	126	7.9	6.3	4.0	3.2	4.0	1.6	2.4	1.6	2.4	1.6	4.8	1.6	19.0	4.0	8.7	5.6	8.7	1.6	0.8	1.6	1.6	4.0	0.8	0.8	-	42.9
同居家族構成	小学生以下居住	203	4.4	3.0	3.4	2.5	3.9	3.0	3.0	2.5	1.0	3.0	3.0	1.5	20.7	4.4	3.4	3.4	4.4	2.5	5.9	2.5	1.5	2.0	2.5	1.5	-	42.4
	その他	816	5.8	5.9	5.3	4.8	3.3	3.1	2.3	2.2	2.2	1.5	1.0	1.2	17.4	6.4	6.4	4.9	4.5	3.9	2.1	2.2	1.3	0.9	0.7	0.5	0.2	40.9
産地意識	産地を意識している　計	789	6.1	5.6	4.7	4.4	3.3	3.5	2.5	2.2	2.4	2.3	1.3	1.4	20.5	6.6	6.5	4.3	4.8	3.8	2.9	2.7	1.5	1.3	1.3	0.8	0.1	36.6
	意識している	384	7.3	6.0	5.7	3.9	3.6	4.2	3.4	2.9	3.4	1.8	0.8	1.0	25.0	6.8	6.8	4.2	6.3	3.1	1.8	2.3	2.3	0.5	1.8	0.5	-	31.8
	やや意識している	405	4.9	5.2	3.7	4.9	3.0	3.0	1.7	1.5	1.5	2.7	1.7	1.7	16.3	6.4	6.2	4.4	3.5	4.4	4.0	3.0	0.7	2.0	0.7	1.0	0.2	41.2
	意識していない(どちらともいえない含む)	230	3.5	4.3	5.7	3.9	3.9	1.3	2.2	2.6	0.4	-	1.7	0.9	9.6	3.9	3.5	5.7	3.5	3.0	2.6	0.9	0.9	0.4	0.4	0.4	0.4	**57.0**
【2.牛肉】福島県 ※		59	**20.3**	**20.3**	**18.6**	8.5	**20.3**	3.4	1.7	**15.3**	1.7	-	5.1	-	**3.4**	3.4	3.4	1.7	1.7	5.1	6.8	6.8	1.7	1.7	1.7	1.7	-	**23.7**

(%)

※ポジティブ・ネガティブそれぞれの項目で、全体基準の降順ソート　　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q5.選択肢1~6,8~47「最頻購入産地が、福島県以外の国内産地」選択者対象】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 回答者ベース（普段の最頻購入産地が決まっている人）の**福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」31.1%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」31.1%、「福島県産品のみしか取扱いがなければ購入する」16.8%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」21.0%。**
- ✓ 属性別では、**男性50代で「他産地品よりも価格が安ければ購入する」が51.4%と、全体よりも高い。**
- ✓ 尚、関東から中国・四国までの間において、西に向かうほど「同価格では購入しない計」が高くなる傾向。
- ✓ 福島県居住者はサンプル数僅少の為、比較できない。

①他産地品より価格が高くても購入する　②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する　④福島県産のみしか取り扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない

		n	①+②	③	④	⑤	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
【2.牛肉】全体		386	31.1	31.1	16.8	21.0	5.4	25.6	68.9
性年代	男性	183	33.3	35.0	15.3	16.4	7.7	25.7	66.7
	20代	24	50.0	20.8	20.8	8.3	4.2	45.8	50.0
	30代	28	32.1	39.3	7.1	21.4	7.1	25.0	67.9
	40代	35	40.0	22.9	20.0	17.1	14.3	25.7	60.0
	50代	37	24.3	51.4	8.1	16.2	5.4	18.9	75.7
	60代	59	28.8	35.6	18.6	16.9	6.8	22.0	71.2
	女性	203	29.1	27.6	18.2	25.1	3.4	25.6	70.9
	20代	20	40.0	25.0	15.0	20.0	-	40.0	60.0
	30代	23	34.8	21.7	21.7	21.7	4.3	30.4	65.2
	40代	42	33.3	28.6	16.7	21.4	7.1	26.2	66.7
	50代	49	22.4	32.7	14.3	30.6	2.0	20.4	77.6
	60代	69	26.1	26.1	21.7	26.1	2.9	23.2	73.9
居住エリア	北海道	19	21.1	31.6	5.3	42.1	-	21.1	78.9
	東北	28	35.7	28.6	10.7	25.0	10.7	25.0	64.3
	関東	109	36.7	31.2	15.6	16.5	5.5	31.2	63.3
	中部	59	32.2	30.5	16.9	20.3	5.1	27.1	67.8
	近畿	78	29.5	32.1	20.5	17.9	9.0	20.5	70.5
	中国・四国	37	16.2	40.5	13.5	29.7	-	16.2	83.8
	九州・沖縄	56	32.1	25.0	23.2	19.6	3.6	28.6	67.9
同居家族構成	小学生以下居住	55	36.4	25.5	14.5	23.6	9.1	27.3	63.6
	その他	331	30.2	32.0	17.2	20.5	4.8	25.4	69.8
【2.牛肉】福島県 ※		16	37.5	43.8	6.3	12.5	12.5	25.0	62.5

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

※全体比±で下記の通りに網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
全体比+10pt以上
全体比-10pt以上

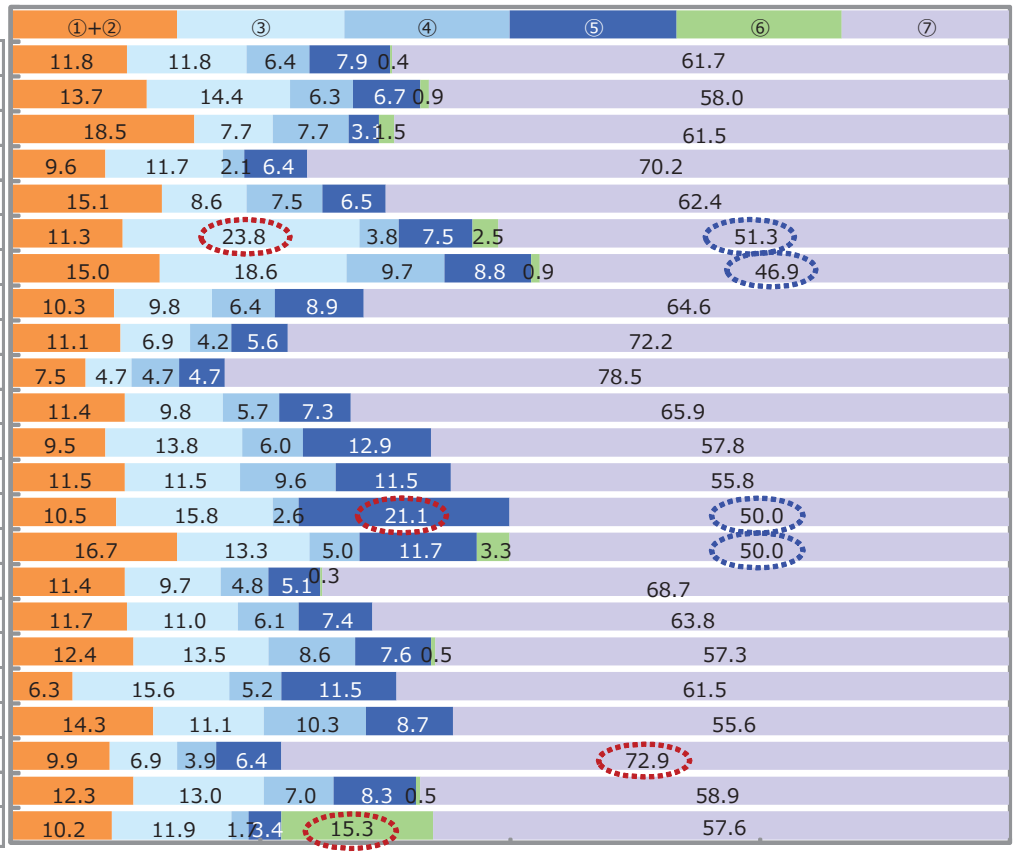
※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(3)福島県産品に対する意識　②福島県産品購入意向（全数ベース）

【全数ベース】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。
あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 全数ベース（普段の最頻購入産地が決まっていない、当該質問に非回答の人も加えたスコア）では、福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」11.8%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」11.8%、「福島県産品のみしか取り扱いがなければ購入する」6.4%、「福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない」7.9%。（残りは、「最頻購入産地が福島県」0.4%、「国内での最頻購入産地が決まっていない」61.7%）
- ✓ 属性別では、男性50代が、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」23.8%、北海道居住者が、「福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない」21.1%と全体よりも高い。
- ✓ 近畿居住者は関東・福島県居住者と比べて、「他産地品と同価格以上で購入する」は同程度だが、「同価格以上では購入しない計」が関東・福島県居住者を上回る。
- ✓ 尚、関東から中国・四国までの間において、西に向かうほど「同価格では購入しない計」が高くなる傾向。

①他産地品より価格が高くても購入する
②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する
④福島県産のみしか取り扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない
⑥最頻購入産地が福島県である
⑦国内での最頻購入産地が決まっていない



	n	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
	1,019	2.1	9.7	26.1
男性	445	3.1	10.6	27.4
２０代	65	1.5	16.9	18.5
３０代	94	2.1	7.4	20.2
４０代	93	5.4	9.7	22.6
５０代	80	2.5	8.8	35.0
６０代	113	3.5	11.5	**37.2**
女性	574	1.2	9.1	25.1
２０代	72	-	11.1	16.7
３０代	107	0.9	6.5	**14.0**
４０代	123	2.4	8.9	22.8
５０代	116	0.9	8.6	32.8
６０代	156	1.3	10.3	32.7
北海道	38	-	10.5	**39.5**
東北	60	5.0	11.7	30.0
関東	351	1.7	9.7	19.7
中部	163	1.8	9.8	24.5
近畿	185	3.8	8.6	29.7
中国・四国	96	-	6.3	32.3
九州・沖縄	126	1.6	12.7	30.2
小学生以下居住	203	2.5	7.4	17.2
その他	816	2.0	10.3	28.3
	59	3.4	6.8	16.9

(%)

＊全体比±で下記の通りに網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
全体比+10pt以上
全体比-10pt以上

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

■調査結果　-桃-

(1)普段の購入意識　①購入時に重視する要素

Q1.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どのような点を重視して購入・非購入を決定しますか。あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **購入時の重視要素は、「価格」57.0%が最も高く、「鮮度」55.6%、「商品の見た目」51.8%、「日本国内での産地」36.1%が上位。**
- ✓ 性年代別にみると、男性は「鮮度」と「商品の見た目」が女性に比べて低く、全体と比べても低い。
  「価格」は、女性50代で全体より高く、男女20代で低い。「鮮度」は、女性40～60代で全体より高く、男性20代・40代と女性30代で全体より低い。「商品の見た目」は、女性50代で全体に比べ高く、男性20代・30代・50代で低い。「日本国内での産地」は、女性60代で全体に比べ高く、男性20代・30代で全体に比べ低い。
- ✓ 居住エリア別では、**北海道で「日本国内での産地」が全体に比べて高い**ほかは、大きな差はみられない。関東・近畿・福島県居住者についてみると、全体では27.2%の「国産か海外産か」で、近畿居住者が福島県居住者を上回っている。
- ✓ 同居家族構成別で小学生以下との同居者は、「鮮度」が全体に比べて低い。

【産地・安全性に関する項目の結果】

- ✓ **購入時に重視する要素として、「安全性に関する情報」は13.2%で、提示15項目中8位。**
- ✓ 女性60代で「日本国内での産地」が全体に比べ高く、逆に、男性20代・30代で低い。

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	価格	鮮度	商品の見た目（色、つや、形）	日本国内での産地	国産か海外産か	商品の容量・サイズ	加工日・消費期限、賞味期限	安全性に関する情報	ブランド・商品名	生産者に関する情報	表示マーク（有機JAS、産地証明等）	栽培（育成）方法	容器・包装	POPなどの広告	その他	重視する点はない
【11.桃】 全体		1,006	57.0	55.6	51.8	36.1	27.2	23.4	13.9	13.2	12.1	9.8	7.4	6.5	4.5	4.5	-	5.6
性年代	男性	420	54.5	**44.5**	**41.7**	31.2	24.3	19.0	18.1	11.7	12.9	7.6	6.9	5.2	3.6	4.0	-	8.3
	２０代	57	**38.6**	**38.6**	**35.1**	**21.1**	24.6	17.5	14.0	7.0	17.5	8.8	7.0	5.3	1.8	7.0	-	14.0
	３０代	75	57.3	48.0	**37.3**	**24.0**	22.7	14.7	17.3	12.0	5.3	5.3	4.0	1.3	2.7	1.3	-	9.3
	４０代	90	56.7	**37.8**	42.2	27.8	30.0	26.7	21.1	11.1	21.1	6.7	7.8	6.7	6.7	5.6	-	10.0
	５０代	84	59.5	48.8	**41.7**	34.5	19.0	15.5	22.6	16.7	8.3	7.1	6.0	4.8	4.8	6.0	-	8.3
	６０代	114	55.3	47.4	47.4	41.2	24.6	19.3	14.9	10.5	12.3	9.6	8.8	7.0	1.8	1.8	-	3.5
	女性	586	58.7	63.5	59.0	39.6	29.4	26.5	10.9	14.3	11.6	11.4	7.7	7.3	5.1	4.8	-	3.6
	２０代	70	**45.7**	54.3	57.1	27.1	22.9	21.4	8.6	14.3	8.6	11.4	11.4	2.9	5.7	5.7	-	8.6
	３０代	97	57.7	**44.3**	53.6	28.9	28.9	30.9	12.4	12.4	9.3	10.3	4.1	5.2	4.1	-	-	5.2
	４０代	125	58.4	**67.2**	59.2	41.6	28.8	27.2	12.0	14.4	11.2	8.0	7.2	4.0	4.0	4.8	-	4.0
	５０代	122	**68.9**	**72.1**	**63.9**	41.8	36.1	32.0	11.5	10.7	13.9	12.3	7.4	9.8	4.9	6.6	-	3.3
	６０代	172	57.6	**69.2**	59.3	**47.7**	27.9	21.5	9.9	18.0	12.8	14.0	8.7	11.0	6.4	5.8	-	0.6
居住エリア	北海道	46	60.9	47.8	52.2	**54.3**	30.4	30.4	13.0	8.7	15.2	8.7	4.3	6.5	4.3	10.9	-	8.7
	東北	75	49.3	57.3	48.0	40.0	25.3	21.3	17.3	17.3	17.3	12.0	6.7	5.3	6.7	8.0	-	6.7
	関東	375	56.0	59.5	52.0	32.0	24.0	25.1	12.3	13.9	11.2	10.4	8.0	6.1	3.5	2.9	-	5.3
	中部	158	60.1	53.8	52.5	35.4	26.6	23.4	15.2	12.7	10.8	9.5	5.7	6.3	6.3	5.1	-	6.3
	近畿	174	59.8	56.3	55.7	36.2	33.9	21.8	17.2	14.4	11.5	8.6	8.0	6.9	4.6	5.2	-	5.2
	中国・四国	74	58.1	47.3	51.4	37.8	24.3	20.3	10.8	9.5	6.8	8.1	9.5	6.8	2.7	-	-	2.7
	九州・沖縄	104	53.8	51.0	46.2	39.4	30.8	20.2	12.5	11.5	17.3	10.6	6.7	7.7	4.8	5.8	-	5.8
同居家族構成	小学生以下居住	182	52.2	**45.1**	44.5	26.4	29.7	16.5	15.4	13.2	9.9	11.0	3.8	2.2	2.2	3.8	-	7.1
	その他	824	58.0	57.9	53.4	38.2	26.7	24.9	13.6	13.2	12.6	9.6	8.1	7.4	5.0	4.6	-	5.2
【11.桃】 福島県 ※		76	55.3	53.9	48.7	31.6	18.4	27.6	21.1	14.5	10.5	5.3	5.3	5.3	6.6	-	-	10.5

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(1)普段の購入意識　②産地に対する意識

Q4.あなたは普段、商品を購入するときに以下の品目の産地をどの程度意識していますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 普段の産地意識（5段階で聴取）は、**「意識している」が27.1%、意識している計（「意識している」+「やや意識している」）が63.4%**である。
- ✓ 意識していない計（「意識していない」+「あまり意識していない」）は17.1%にとどまる。
- ✓ 属性別では、女性60代で意識している計が全体に比べ高く、男性40代・50代で、全体に比べ低い。また、女性30代で、「あまり意識していない」が全体より高い。
- ✓ 居住エリア別では、中国・四国居住者で「やや意識している」が、全体より低い。関東・近畿・福島県居住者において差はみられない。

		n	意識している	やや意識している	どちらともいえない	あまり意識していない	意識していない	意識している計	意識していない計
【11.桃】全体		1,006	27.1	36.3	19.5	11.5	5.6	63.4	17.1
性年代	男性	420	24.8	32.4	22.1	11.4	9.3	57.1	20.7
	２０代	57	22.8	36.8	15.8	12.3	12.3	59.6	24.6
	３０代	75	26.7	30.7	21.3	13.3	8.0	57.3	21.3
	４０代	90	24.4	28.9	28.9	7.8	10.0	**53.3**	17.8
	５０代	84	22.6	27.4	27.4	10.7	11.9	**50.0**	22.6
	６０代	114	26.3	37.7	16.7	13.2	6.1	64.0	19.3
	女性	586	28.8	39.1	17.6	11.6	2.9	67.9	14.5
	２０代	70	24.3	32.9	18.6	17.1	7.1	57.1	24.3
	３０代	97	23.7	38.1	11.3	22.7	4.1	61.9	26.8
	４０代	125	28.8	40.0	20.8	7.2	3.2	68.8	10.4
	５０代	122	29.5	37.7	19.7	10.7	2.5	67.2	13.1
	６０代	172	33.1	42.4	16.9	7.0	0.6	**75.6**	7.6
居住エリア	北海道	46	30.4	32.6	28.3	8.7		63.0	8.7
	東北	75	25.3	40.0	18.7	8.0	8.0	65.3	16.0
	関東	375	24.3	38.9	18.7	9.9	8.3	63.2	18.1
	中部	158	27.2	34.2	15.2	18.4	5.1	61.4	23.4
	近畿	174	28.2	37.4	20.7	10.9	2.9	65.5	13.8
	中国・四国	74	35.1	20.3	25.7	14.9	4.1	55.4	18.9
	九州・沖縄	104	29.8	38.5	19.2	9.6	2.9	68.3	12.5
同居家族構成	小学生以下居住	182	26.4	36.3	18.1	13.7	5.5	62.6	19.2
	その他	824	27.3	36.3	19.8	11.0	5.6	63.6	16.6
【11.桃】福島県 ※		76	32.9	28.9	19.7	13.2	5.3	61.8	18.4

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

＊意識している計＝「やや意識している」+「意識している」
＊意識していない計＝「あまり意識していない」+「意識していない」

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

=全体比+10pt以上
=全体比-10pt以上

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q4.選択肢1,2「産地を意識している、やや意識している」選択者対象】Q7.あなたが普段、以下の品目の「産地」を意識しているのは、具体的にどのような理由からですか。
あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **産地を意識する理由は、「安全性が気になるから」28.2%、「味が産地によって異なるから」20.5%、「有名な産地のものがよいから」19.1%、「品質が産地によって異なるから」15.2%、「地産地消」14.3%が上位5位。**
- ✓ 性年代別にみると、男性20代で「価格が産地によって異なるから」が全体に比べ高く、「有名な産地のものがよいから」が低い。男性50代では、「応援・支援したい地域があるから」が全体に比べ高く、「安全性が気になるから」が低い。男性60代では、「有名な産地のものがよいから」が全体に比べ高い。女性30代では、「安全性が気になるから」が全体に比べ高い。
- ✓ 居住地別では、東北居住者で「応援・支援したい地域があるから」26.5%と、全体に比べ高い。中部、中国・四国、九州・沖縄居住者で「地産地消」が、全体に比べ高い。関東・近畿・福島県居住者では、福島県居住者は、「地産地消」44.7%が全体より30pt以上高く、関東・近畿居住者との差はさらに大きい。「味が産地によって異なるから」と「応援・支援したい地域があるから」でも、福島県居住者が全体に比べ高く、また関東・近畿居住者よりも高い。
- ✓ 【安全性に関する項目の結果】
- ✓ **「安全性が気になるから」**を、性年代別でみると、**女性30代が全体に比べて高く、男性50代で全体より低い。**
同居家族構成別にみても、差はみられない。**居住エリア別でみると、福島県居住者が全体に比べ低く、また関東・近畿居住者に比べても低い。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

		n	安全性が気になるから	味が産地によって異なるから	有名な産地のものがよいから	品質が産地によって異なるから	地元の物を消費するよう心がけているから（地産地消）	店頭でよく見かけるものがよいから	価格が産地によって異なるから	応援・支援したい地域があるから	ブランド品がよいから	栽培（育成）方法等の特徴・こだわりが産地によって異なるから	鮮度がお店からの距離で異なるから	希少価値が高いものがよいから	広告宣伝・PRをよく見かけるものがよいから	その他
【11.桃】 全体		638	28.2	20.5	19.1	15.2	14.3	11.3	10.0	8.6	7.7	7.2	7.2	4.2	3.8	0.2
性年代	男性	240	26.7	20.4	20.0	15.8	11.3	8.3	11.7	10.4	9.6	7.9	6.7	5.4	5.0	0.4
	２０代	34	32.4	26.5	**2.9**	23.5	5.9	14.7	**23.5**	8.8	11.8	5.9	2.9	2.9	5.9	-
	３０代	43	34.9	25.6	14.0	9.3	11.6	7.0	9.3	9.3	9.3	7.0	4.7	7.0	7.0	-
	４０代	48	33.3	22.9	20.8	12.5	12.5	8.3	12.5	12.5	6.3	12.5	6.3	6.3	6.3	-
	５０代	42	**14.3**	21.4	21.4	16.7	11.9	11.9	9.5	**19.0**	11.9	4.8	14.3	7.1	2.4	2.4
	６０代	73	21.9	12.3	**30.1**	17.8	12.3	4.1	8.2	5.5	9.6	8.2	5.5	4.1	4.1	-
	女性	398	29.1	20.6	18.6	14.8	16.1	13.1	9.0	7.5	6.5	6.8	7.5	3.5	3.0	-
	２０代	40	32.5	20.0	22.5	10.0	15.0	12.5	15.0	12.5	7.5	7.5	7.5	-	5.0	-
	３０代	60	**45.0**	15.0	16.7	8.3	15.0	13.3	10.0	3.3	5.0	6.7	5.0	10.0	1.7	-
	４０代	86	37.2	14.0	14.0	16.3	12.8	14.0	9.3	4.7	3.5	5.8	8.1	3.5	2.3	-
	５０代	82	19.5	23.2	18.3	13.4	13.4	13.4	7.3	14.6	8.5	4.9	11.0	2.4	4.9	-
	６０代	130	21.5	26.2	21.5	19.2	20.8	12.3	7.7	5.4	7.7	8.5	6.2	2.3	2.3	-
居住エリア	北海道	29	51.7	13.8	20.7	10.3	20.7	17.2	-	13.8	6.9	6.9	6.9	-	6.9	-
	東北	49	28.6	16.3	14.3	20.4	18.4	10.2	2.0	**26.5**	8.2	8.2	6.1	2.0	6.1	2.0
	関東	237	26.2	20.7	15.6	18.1	6.3	12.2	13.1	7.2	8.0	8.9	4.2	3.0	3.4	-
	中部	97	26.8	22.7	27.8	10.3	**25.8**	11.3	9.3	5.2	4.1	4.1	13.4	5.2	3.1	-
	近畿	114	27.2	23.7	21.9	19.3	7.0	12.3	8.8	6.1	7.9	6.1	6.1	4.4	2.6	-
	中国・四国	41	36.6	22.0	22.0	12.2	**24.4**	4.9	7.3	4.9	7.3	9.8	12.2	12.2	4.9	-
	九州・沖縄	71	23.9	16.9	15.5	5.6	**25.4**	8.5	14.1	9.9	11.3	5.6	8.5	5.6	4.2	-
同居家族構成	小学生以下居住	114	37.7	14.0	14.0	11.4	14.9	11.4	10.5	4.4	7.0	3.5	6.1	6.1	3.5	-
	その他	524	26.1	21.9	20.2	16.0	14.1	11.3	9.9	9.5	7.8	8.0	7.4	3.8	3.8	0.2
【11.桃】 福島県 ※		47	**8.5**	**36.2**	12.8	12.8	**44.7**	10.6	2.1	**19.1**	10.6	4.3	10.6	4.3	2.1	-

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(2)国内の購入産地　①普段最も購入する国内産地

Q5.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どの産地のものを購入することが多いですか。最も購入することの多い産地をそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ **最も購入する国内の産地を、47都道府県のいずれかに決めている人は51.6%**、特に決まっていない・わからない人は48.4%。
- ✓ **最も購入する産地の上位は、「山梨県」12.3%、「岡山県」9.5%に続き、「福島県」は8.3%と3位。**4位以降は3.0%以下。
- ✓ **「福島県」は、東北居住者では36.0%で1位、福島県居住者でも73.7%で１位。**
- ✓ 性年代別では、**男性60代と女性60代では、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が60%を超え**て、全体よりも高い。逆に、男性30代、女性20代・30代は低い。
- ✓ 居住エリア別では、**東北居住者で、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が60%を超え**て全体よりも高く、九州・沖縄居住者では低い。
- ✓ 購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人は、産地を「意識している」人で全体より高く、「意識していない（どちらともいえない含む）」計で低い。小学生以下との同居者でも、この比率は低い。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、**「福島県」が福島県居住者では73.7%である。関東居住者では10.7%だが、近畿居住者では2.9%にとどまる**。

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	最も購入する国内の産地を、４７都道府県のいずれかに決めている	特に決まっていない・わからない	1位		2位		3位		4位		5位		福島県	
					都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	都道府県名	割合(%)	４７項目中の順位	割合(%)
【11.桃】 全体		1,006	51.6	48.4	山梨県	12.3	岡山県	9.5	福島県	8.3			山形県/長野県	3.0	3位	8.3
性年代	男性	420	52.1	47.9	岡山県	10.2	山梨県	9.8	福島県	6.9	山形県	3.8	長野県	2.9	3位	6.9
	２０代	57	47.4	52.6	北海道	8.8			山梨県/岡山県	7.0	福島県/神奈川県/愛知県			3.5	4位	3.5
	３０代	75	37.3	62.7	山形県/福島県/山梨県/岡山県							5.3	北海道	4.0	1位	5.3
	４０代	90	44.4	55.6			山梨県/岡山県	8.9	福島県	7.8	長野県	4.4	山形県	3.3	3位	7.8
	５０代	84	54.8	45.2			山梨県/岡山県	10.7	福島県	8.3	長野県	3.6	青森県/山形県	2.4	3位	8.3
	６０代	114	68.4	31.6	岡山県	15.8	山梨県	14.0	福島県	7.9	和歌山県	6.1	山形県	5.3	3位	7.9
	女性	586	51.2	48.8	山梨県	14.2	福島県	9.2	岡山県	9.0	長野県	3.1	山形県	2.4	2位	9.2
	２０代	70	31.4	68.6			福島県/山梨県	7.1	岡山県	4.3	北海道/青森県/秋田県/山形県/長野県/岐阜県/和歌山県/香川県/福岡県			1.4	1位	7.1
	３０代	97	35.1	64.9	山梨県	13.4	福島県	8.2	長野県	2.1	北海道/山形県/茨城県/神奈川県/新潟県/愛知県/三重県/奈良県/岡山県/福岡県/沖縄県			1.0	2位	8.2
	４０代	125	46.4	53.6	山梨県	13.6	岡山県	6.4			福島県/長野県	4.8	愛知県	3.2	3位	4.8
	５０代	122	57.4	42.6	山梨県	18.0			福島県/岡山県	10.7	山形県	4.1	和歌山県	3.3	2位	10.7
	６０代	172	67.4	32.6	岡山県	16.3	山梨県	15.1	福島県	12.8	長野県	4.1	愛知県	3.5	3位	12.8
居住エリア	北海道	46	47.8	52.2	福島県	17.4	北海道	8.7			山梨県/長野県	6.5	青森県/山形県	4.3	1位	17.4
	東北	75	65.3	34.7	福島県	36.0	山形県	12.0	秋田県	4.0	青森県/宮城県/山梨県			2.7	1位	36.0
	関東	375	50.9	49.1	山梨県	21.1	福島県	10.7			山形県/岡山県	4.0	北海道	1.6	2位	10.7
	中部	158	55.1	44.9	山梨県	17.1	愛知県	10.8	長野県	9.5	新潟県	4.4	山形県/岐阜県/岡山県	2.5	9位	0.6
	近畿	174	50.0	50.0	岡山県	21.3	和歌山県	9.8	山梨県	4.6			福島県/長野県	2.9	4位	2.9
	中国・四国	74	56.8	43.2	岡山県	32.4	広島県	6.8	山梨県	5.4	愛媛県	4.1	茨城県/神奈川県/岐阜県/三重県/香川県/沖縄県	1.4	購入者の出現なし	-
	九州・沖縄	104	39.4	60.6	岡山県	14.4	福岡県	12.5					北海道/福島県/熊本県	1.9	3位	1.9
同居家族構成	小学生以下居住	182	37.4	62.6	山梨県	11.0	福島県	6.0	岡山県	3.3	山形県	2.7	愛知県	2.2	2位	6.0
	その他	824	54.7	45.3	山梨県	12.6	岡山県	10.9	福島県	8.7	長野県	3.4	山形県	3.0	3位	8.7
産地意識	産地を意識している 計	638	61.3	38.7	山梨県	15.4	岡山県	11.8	福島県	9.4	長野県	3.8	山形県	3.3	3位	9.4
	意識している	273	67.8	32.2	山梨県	17.2	岡山県	15.4	福島県	7.3	長野県	4.8	山形県/愛知県	3.3	3位	7.3
	やや意識している	365	56.4	43.6	山梨県	14.0	福島県	11.0	岡山県	9.0	山形県	3.3	長野県	3.0	2位	11.0
	意識していない(どちらともいえない含む)	368	34.8	65.2	山梨県	7.1	福島県	6.3	岡山県	5.7	山形県	2.4	長野県	1.6	2位	6.3
【11.桃】 福島県 ※		76	80.3	19.7	福島県	73.7	山梨県	2.6					茨城県/千葉県/長野県	1.3	1位	73.7

(%)

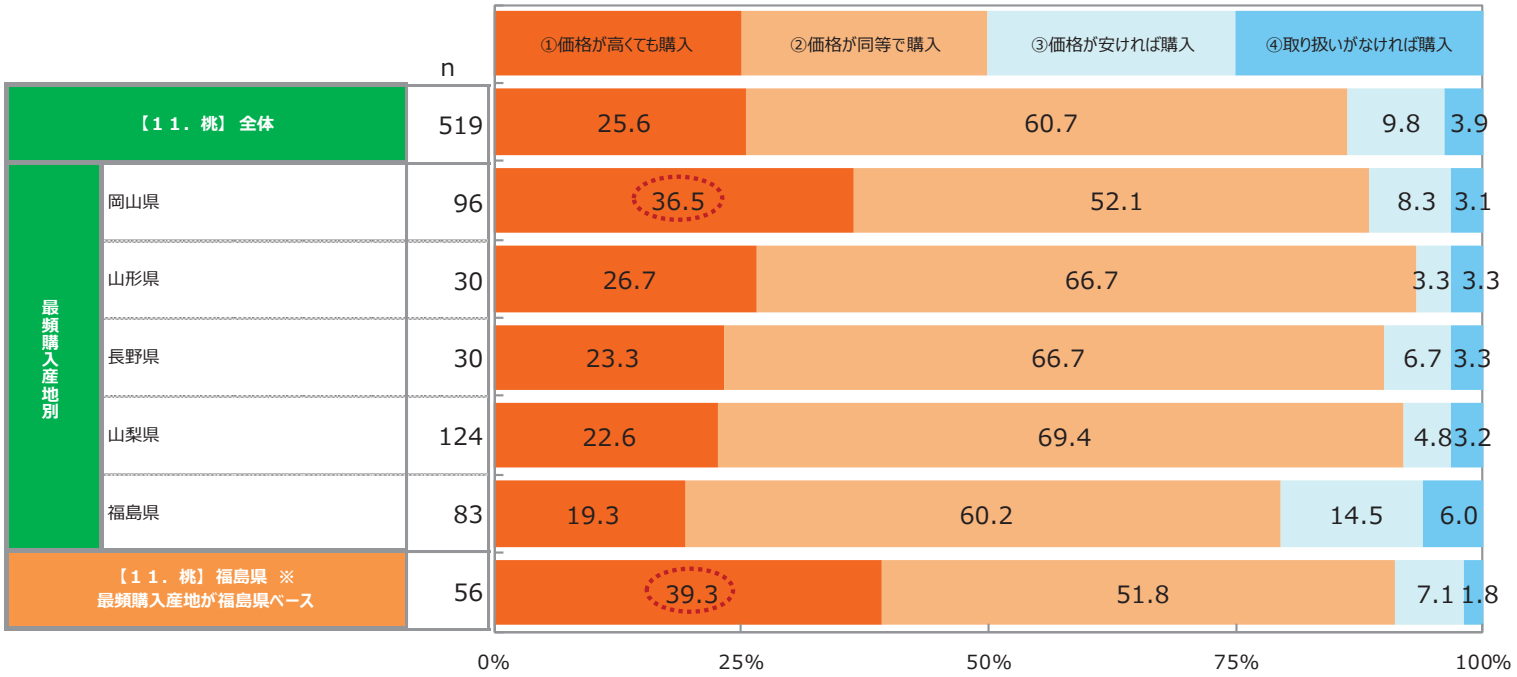
＊上位５都道府県を抜粋し記載した。　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q5.選択肢1~47「最も購入する産地が、47都道府県いずれか」選択者対象】Q8.あなたが普段、以下の県産の品目を購入する際、
各県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

✓ 最頻購入産地別では、「岡山県産」購入者で「他産地より価格が高くても購入」が36.5%と、全体の25.6%よりも高いが、これらの比率に比べ、福島県居住者の「福島県」購入者が「他産地より価格が高くても購入」は39.3%と、さらに高くなっている。

①他地域産より価格が高くても購入する　②他地域産も価格が同等であれば購入する　③他地域産より価格が安ければ購入する　④この県産のみしか取り扱いがなければ購入する

=全体比+10pt以上
=全体比-10pt以上

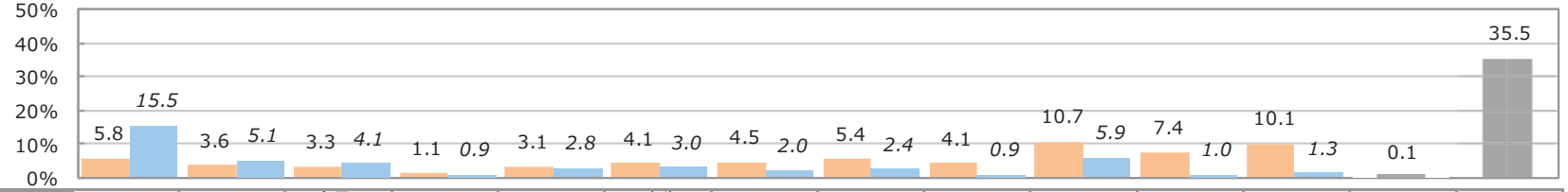


※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

Q12.あなたは福島県産の以下の品目について、それぞれどのようなイメージをお感じになっていますか。福島県産の以下の品目のイメージとして、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **福島県産品に対するイメージは、「特にイメージはない」が35.5%で、提示項目の中で最も高く、他の項目と20pt以上差が開く。**
- ✓ ポジティブなイメージで5%を超えるのは、「有名な産地である」10.7%、「味がよい」10.1%、「品質がよい」7.4%、「安全である」5.8%、「価格が手頃である」5.4%。
- ✓ **ネガティブなイメージでは、「安全性に不安がある」15.5%が最も高く**、他に5%を超えるのは、「産地として無名である」5.9%、「手に入りにくい」5.1%。

【11.桃】全体（n=1,006）



イメージ項目	安全性	手に入りやすさ	商品の詳しい情報	希少価値	特徴・こだわり	広告宣伝・PR	ブランド品	価格	鮮度	産地	品質	味	その他イメージ	特にイメージはない
差分（ポジティブ-ネガティブ）	-9.7pt	-1.5pt	-0.8pt	0.2pt	0.3pt	1.1pt	2.5pt	3.0pt	3.2pt	4.8pt	6.4pt	8.8pt		
イメージ項目詳細	安全 / 不安	手に入りやすい / 手に入りにくい	提供されている / 提供されていない	高い / 低い	あり / なし	よくされている / 見かけない	ブランド品である / ブランド品ではない	手ごろである / 高い	高い / 低い	有名 / 無名	よい / 悪い	よい / よくない		

※各項目ごとに、差分（ポジティブ-ネガティブ）で昇順ソート

(3)福島県産品に対する意識　①福島県産品のイメージ

Q12.あなたは福島県産の以下の品目について、それぞれどのようなイメージをお感じになっていますか。福島県産の以下の品目のイメージとして、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **福島県居住者では、「味がよい」32.9%、「品質がよい」30.3%、「鮮度が高い」26.3%、「手に入りやすい」25.0%が上位のイメージ**で、いずれのイメージも、全体より20pt以上高くなっている。また、以上の上位のイメージのほか、「安全である」23.7%は関東・近畿居住者と比べて高い。「安全性に不安がある」1.3%は関東・近畿に比べて低い。
- ✓ 東北居住者では、「有名な産地である」が全体に比べ高い。

【安全性に関する項目の結果】

- ✓ 福島県産品に対するイメージとして、「安全性に不安がある」は、女性30代と、普段の購入時に産地を「意識している」人で全体より高い。
- ✓ **福島県居住者では、「安全性に不安がある」は1.3%にとどまり、全体に比べ低い**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

		n	有名な産地である	味がよい	品質がよい	安全である	価格が手ごろである	ブランド品である	鮮度が高い	よく広告宣伝・PRされている	手に入りやすい	商品の詳しい情報が提供されている	特徴・こだわりがある	希少価値が高い	安全性に不安がある	産地として無名である	手に入りにくい	商品の詳しい情報が提供されていない	広告宣伝・PRを見かけない	特徴・こだわりがない	価格が高い	ブランド品ではない	味がよくない	品質が悪い	鮮度が低い	希少価値が低い	その他のイメージ	特にイメージはない
【11.桃】 全体		1,006	10.7	10.1	7.4	5.8	5.4	4.5	4.1	4.1	3.6	3.3	3.1	1.1	15.5	5.9	5.1	4.1	3.0	2.8	2.4	2.0	1.3	1.0	0.9	0.9	0.1	35.5
性年代	男性	420	8.8	7.9	8.1	7.6	6.7	3.3	5.2	2.1	3.6	4.3	3.3	0.7	14.0	7.1	3.3	4.5	3.8	3.1	3.1	2.6	1.7	1.4	1.0	1.7	0.2	36.9
	２０代	57	5.3	8.8	5.3	8.8	7.0	-	8.8	5.3	1.8	7.0	1.8	-	15.8	3.5	3.5	5.3	3.5	3.5	5.3	3.5	1.8	5.3	3.5	1.8	-	31.6
	３０代	75	12.0	9.3	9.3	6.7	1.3	2.7	4.0	1.3	2.7	1.3	4.0	-	13.3	10.7	2.7	4.0	8.0	2.7	1.3	2.7	1.3	1.3	1.3	1.3	-	38.7
	４０代	90	7.8	7.8	7.8	7.8	10.0	2.2	2.2	1.1	5.6	6.7	3.3	1.1	12.2	3.3	4.4	2.2	4.4	1.1	3.3	2.2	1.1	1.1	1.1	2.2	1.1	41.1
	５０代	84	6.0	3.6	8.3	4.8	8.3	4.8	8.3	1.2	3.6	4.8	2.4	-	16.7	6.0	2.4	6.0	2.4	3.6	3.6	4.8	1.2	1.2	-	2.4	-	38.1
	６０代	114	11.4	9.6	8.8	9.6	6.1	5.3	4.4	2.6	3.5	2.6	4.4	1.8	13.2	10.5	3.5	5.3	1.8	4.4	2.6	0.9	2.6	-	-	0.9	-	34.2
	女性	586	12.1	11.8	6.8	4.4	4.4	5.3	3.2	5.5	3.6	2.6	2.9	1.4	16.6	4.9	6.3	3.8	2.4	2.6	1.9	1.5	1.0	0.7	0.9	0.3	-	34.5
	２０代	70	7.1	11.4	2.9	4.3	2.9	2.9	1.4	-	2.9	2.9	-	-	17.1	4.3	7.1	2.9	-	4.3	2.9	4.3	4.3	2.9	-	1.4	-	34.3
	３０代	97	6.2	11.3	5.2	4.1	-	2.1	4.1	6.2	2.1	2.1	3.1	2.1	**25.8**	6.2	4.1	4.1	5.2	3.1	4.1	1.0	1.0	-	4.1	-	-	39.2
	４０代	125	10.4	9.6	4.8	1.6	4.0	7.2	6.4	8.8	4.8	1.6	3.2	-	15.2	4.0	5.6	1.6	1.6	1.6	2.4	-	-	-	-	-	-	41.6
	５０代	122	15.6	9.0	8.2	4.9	5.7	2.5	-	2.5	3.3	1.6	3.3	0.8	13.9	8.2	7.4	4.1	1.6	0.8	0.8	1.6	-	-	-	-	-	31.1
	６０代	172	16.3	15.7	9.9	6.4	7.0	8.7	3.5	7.0	4.1	4.1	3.5	2.9	14.0	2.9	7.0	5.2	2.9	3.5	0.6	1.7	1.2	1.2	0.6	0.6	-	29.1
居住エリア	北海道	46	13.0	6.5	4.3	6.5	13.0	-	-	8.7	2.2	2.2	6.5	-	17.4	2.2	4.3	-	-	4.3	4.3	-	-	2.2	-	2.2	-	39.1
	東北	75	**22.7**	18.7	13.3	12.0	4.0	5.3	8.0	6.7	4.0	2.7	6.7	-	18.7	4.0	1.3	2.7	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	2.7	-	-	-	**25.3**
	関東	375	13.3	12.5	8.8	5.6	6.9	6.1	3.5	5.1	4.3	3.5	2.7	1.9	14.1	6.9	2.1	3.7	1.1	2.7	2.4	2.9	1.3	0.5	0.8	0.3	0.3	29.1
	中部	158	8.2	5.7	5.7	3.2	4.4	5.1	5.7	1.3	2.5	3.2	1.9	0.6	14.6	7.0	7.6	2.5	5.1	1.9	0.6	2.5	-	0.6	-	0.6	-	41.1
	近畿	174	5.2	9.8	4.6	3.4	4.6	3.4	1.7	2.9	3.4	2.9	1.7	1.1	19.5	4.6	7.5	6.3	5.2	1.7	2.9	1.7	2.3	0.6	0.6	0.6	-	37.4
	中国・四国	74	2.7	4.1	2.7	9.5	2.7	4.1	4.1	2.7	4.1	5.4	4.1	-	13.5	8.1	8.1	2.7	4.1	5.4	1.4	1.4	2.7	2.7	2.7	4.1	-	**47.3**
	九州・沖縄	104	10.6	8.7	9.6	6.7	1.9	1.0	6.7	3.8	2.9	2.9	3.8	1.0	13.5	3.8	8.7	7.7	4.8	4.8	4.8	-	1.0	1.0	2.9	1.9	-	44.2
同居家族構成	小学生以下居住	182	7.7	8.8	3.8	2.7	0.5	3.3	3.8	4.4	4.4	2.7	3.8	0.5	17.0	3.3	6.0	3.8	3.3	3.8	3.8	2.7	1.1	1.1	1.6	1.6	-	37.4
	その他	824	11.4	10.4	8.1	6.4	6.4	4.7	4.1	4.0	3.4	3.4	2.9	1.2	15.2	6.4	4.9	4.1	2.9	2.5	2.1	1.8	1.3	1.0	0.7	0.7	0.1	35.1
産地意識	産地を意識している 計	638	11.4	11.9	7.7	6.7	5.6	5.0	3.6	4.1	4.1	4.4	3.8	1.7	18.2	6.4	5.5	5.2	3.0	2.5	2.2	2.4	1.7	1.4	0.9	0.9	0.2	28.4
	意識している	273	11.4	8.1	8.1	7.0	5.9	4.0	2.9	5.1	5.9	3.3	2.6	1.8	**26.0**	6.2	5.9	7.0	2.6	2.2	2.9	1.8	1.8	1.1	0.7	1.1	0.4	27.8
	やや意識している	365	11.5	14.8	7.4	6.6	5.5	5.8	4.1	3.3	2.7	5.2	4.7	1.6	12.3	6.6	5.2	3.8	3.3	2.7	1.6	2.7	1.6	1.6	1.1	0.8	-	28.8
	意識していない(どちらともいえない含む)	368	9.5	7.1	6.8	4.1	4.9	3.5	4.9	4.1	2.7	1.4	1.9	-	10.9	4.9	4.3	2.2	3.0	3.3	2.7	1.4	0.5	0.3	0.8	0.8	-	**47.8**
【11.桃】 福島県 ※		76	**22.4**	**32.9**	**30.3**	**23.7**	13.2	11.8	**26.3**	9.2	**25.0**	7.9	9.2	2.6	**1.3**	3.9	1.3	-	1.3	3.9	2.6	-	-	-	2.6	1.3	-	**14.5**

(%)

※ポジティブ・ネガティブそれぞれの項目で、全体基準の降順ソート　　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(3)福島県産品に対する意識　②福島県産品購入意向（回答者ベース）

【Q5.選択肢1~6,8~47「最頻購入産地が、福島県以外の国内産地」選択者対象】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 回答者ベース（普段の最頻購入産地が決まっている人）の**福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」33.5%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」30.5%、「福島県産品のみしか取扱いがなければ購入する」16.1%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」20.0%。**
- ✓ 性年代別では、属性間の差はみられない。
- ✓ 居住エリア別では、中国・四国居住者で「他産地品と同価格以上で購入する」が全体に比べ低く、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」が全体よりも高い。九州・沖縄居住者では、「他産地品と同価格以上で購入する」が全体より高く、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」が全体に比べ低い。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者はサンプル数が僅少の為、比較はできない。

①他産地品より価格が高くても購入する　②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する　④福島県産のみしか取り扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない

		n	①+②	③	④	⑤	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
【11.桃】全体		436	33.5	30.5	16.1	20.0	3.2	30.3	66.5
性年代	男性	190	32.6	31.1	15.8	20.5	4.2	28.4	67.4
	２０代	25	44.0	36.0	8.0	12.0	12.0	32.0	56.0
	３０代	24	37.5	29.2	12.5	20.8	-	37.5	62.5
	４０代	33	39.4	21.2	15.2	24.2	3.0	36.4	60.6
	５０代	39	28.2	38.5	10.3	23.1	5.1	23.1	71.8
	６０代	69	26.1	30.4	23.2	20.3	2.9	23.2	73.9
	女性	246	34.1	30.1	16.3	19.5	2.4	31.7	65.9
	２０代	17	41.2	35.3	5.9	17.6	5.9	35.3	58.8
	３０代	26	38.5	26.9	15.4	19.2	3.8	34.6	61.5
	４０代	52	34.6	25.0	23.1	17.3	1.9	32.7	65.4
	５０代	57	26.3	35.1	15.8	22.8	3.5	22.8	73.7
	６０代	94	36.2	29.8	14.9	19.1	1.1	35.1	63.8
居住エリア	北海道	14	28.6	35.7	7.1	28.6	-	28.6	71.4
	東北	22	22.7	36.4	18.2	22.7	-	22.7	77.3
	関東	151	35.8	28.5	17.9	17.9	5.3	30.5	64.2
	中部	86	33.7	34.9	11.6	19.8	1.2	32.6	66.3
	近畿	82	34.1	30.5	18.3	17.1	2.4	31.7	65.9
	中国・四国	42	21.4	33.3	14.3	31.0	-	21.4	**78.6**
	九州・沖縄	39	43.6	20.5	17.9	17.9	7.7	35.9	**56.4**
同居家族構成	小学生以下居住	57	38.6	22.8	15.8	22.8	3.5	35.1	61.4
	その他	379	32.7	31.7	16.1	19.5	3.2	29.6	67.3
【11.桃】福島県 ※		5	60.0			40.0	-	-	100.0

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

＊全体比±で下記の通りに網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
全体比+10pt以上
全体比-10pt以上

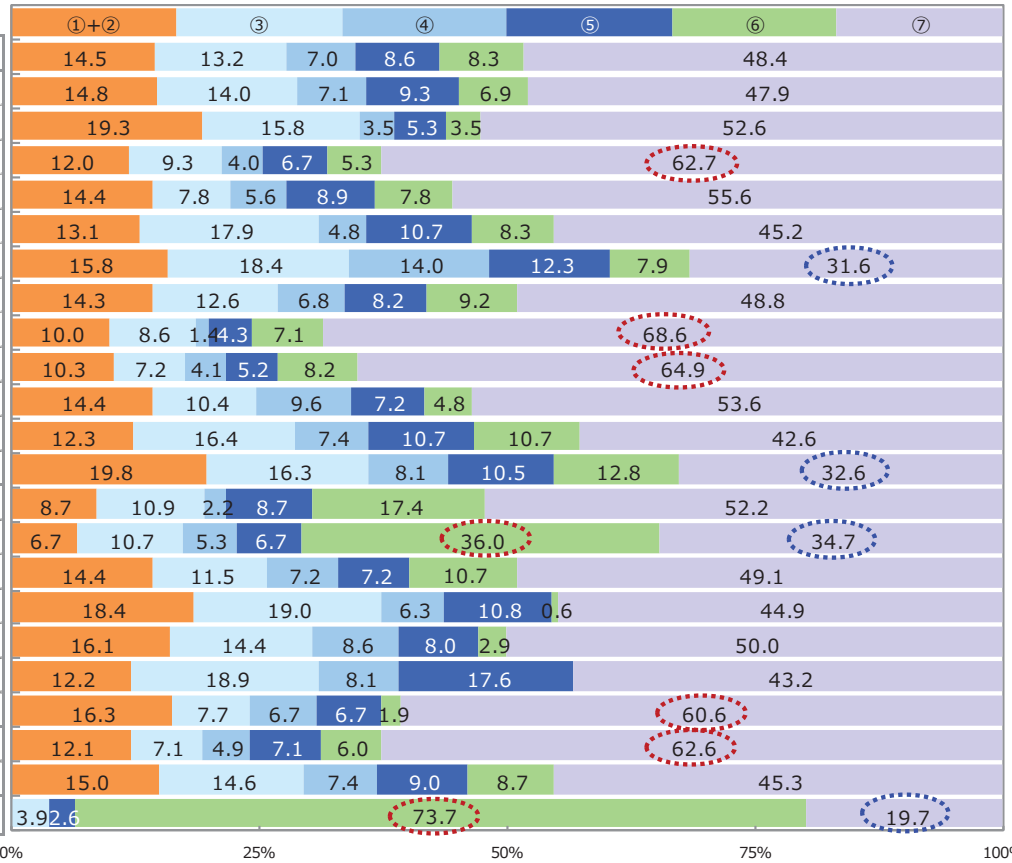
※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない　※n数が30未満はサンプル数僅少の為、参考値

(3)福島県産品に対する意識　②福島県産品購入意向（全数ベース）

【全数ベース】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。
あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 全数ベース（普段の最頻購入産地が決まっていない、当該質問に非回答の人も加えた比率）では、福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」14.5%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」13.2%、「福島県産品のみしか取扱いがなければ購入する」7.0%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」8.6%。（残りは、「最頻購入産地が福島県」8.3%、「国内での最頻購入産地が決まっていない」48.4%）
- ✓ 属性別では、「同価格では購入しない」（「他産地品よりも価格が安ければ購入する」+「福島県産品のみしか取扱いがなければ購入する」+「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」）の比率が、男性60代と中国・四国居住者で全体に比べ高く、女性20代・30代では全体より低い。他には、属性間の大きな差はみられない。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「最頻購入産地が福島県である」が関東・近畿居住者に比べて高いため、その他の項目は全体より低い。

①他産地品より価格が高くても購入する
②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する
④福島県産のみしか取り扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない
⑥最頻購入産地が福島県である
⑦国内での最頻購入産地が決まっていない



		n	①+②	③	④	⑤	⑥	⑦	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
【11.桃】全体		1,006	14.5	13.2	7.0	8.6	8.3	48.4	1.4	13.1	28.8
性年代	男性	420	14.8	14.0	7.1	9.3	6.9	47.9	1.9	12.9	30.5
	20代	57	19.3	15.8	3.5	5.3	3.5	52.6	5.3	14.0	24.6
	30代	75	12.0	9.3	4.0	6.7	5.3	62.7	-	12.0	20.0
	40代	90	14.4	7.8	5.6	8.9	7.8	55.6	1.1	13.3	22.2
	50代	84	13.1	17.9	4.8	10.7	8.3	45.2	2.4	10.7	33.3
	60代	114	15.8	18.4	14.0	12.3	7.9	31.6	1.8	14.0	**44.7**
	女性	586	14.3	12.6	6.8	8.2	9.2	48.8	1.0	13.3	27.6
	20代	70	10.0	8.6	1.4	4.3	7.1	68.6	1.4	8.6	**14.3**
	30代	97	10.3	7.2	4.1	5.2	8.2	64.9	1.0	9.3	**16.5**
	40代	125	14.4	10.4	9.6	7.2	4.8	53.6	0.8	13.6	27.2
	50代	122	12.3	16.4	7.4	10.7	10.7	42.6	1.6	10.7	34.4
	60代	172	19.8	16.3	8.1	10.5	12.8	32.6	0.6	19.2	34.9
居住エリア	北海道	46	8.7	10.9	2.2	8.7	17.4	52.2	-	8.7	21.7
	東北	75	6.7	10.7	5.3	6.7	36.0	34.7	-	6.7	22.7
	関東	375	14.4	11.5	7.2	7.2	10.7	49.1	2.1	12.3	25.9
	中部	158	18.4	19.0	6.3	10.8	0.6	44.9	0.6	17.7	36.1
	近畿	174	16.1	14.4	8.6	8.0	2.9	50.0	1.1	14.9	31.0
	中国・四国	74	12.2	18.9	8.1	17.6		43.2	-	12.2	**44.6**
	九州・沖縄	104	16.3	7.7	6.7	6.7	1.9	60.6	2.9	13.5	21.2
同居家族構成	小学生以下居住	182	12.1	7.1	4.9	7.1	6.0	62.6	1.1	11.0	19.2
	その他	824	15.0	14.6	7.4	9.0	8.7	45.3	1.5	13.6	30.9
【11.桃】福島県 ※		76	3.9	2.6			73.7	19.7	-	-	**6.6**

(%)

＊全体比±で下記の通りで網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
全体比+10pt以上
全体比-10pt以上

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

■ 調査結果　-きゅうり-

(1)普段の購入意識　①購入時に重視する要素

Q1.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どのような点を重視して購入・非購入を決定しますか。あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **購入時の重視要素は、「価格」57.5%が最も高い。**
- ✓ **次いで、「鮮度」54.7%、「商品の見た目」47.9%が上位。**
- ✓ 性年代別では、男性は、女性に比べて「鮮度」、「商品の見た目」が低い。また、女性30代は「商品の見た目」、女性50代は「鮮度」、女性60代は「鮮度」、「日本国内での産地」が全体に比べて高い。一方男性20代は「価格」、「鮮度」、「日本国内での産地」、男性30代は「鮮度」、「商品の見た目」、男性40代は「商品の見た目」、男性50代は「鮮度」、「商品の見た目」、「国産か海外産か」が全体より低い。
- ✓ 居住エリア別では、**北海道・東北居住者は「商品の見た目」が全体より低い。**
  関東・近畿・福島県居住者についてみると、近畿・福島県居住者は関東居住者に比べ「価格」が低い。

【産地・安全性に関する項目の結果】

- ✓ **購入時に重視する要素として、「安全性に関する情報」は12.1%で、提示15項目中7位。属性別にみても差はみられない。**
- ✓ **「日本国内での産地」は女性60代で全体と比べて高く、男女ともに20代で低い。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上　+10pt以上　−10pt以上　−20pt以上

		n	価格	鮮度	商品の見た目（色、つや、形）	日本国内での産地	国産か海外産か	商品の容量・サイズ	安全性に関する情報	加工日・消費期限、賞味期限	生産者に関する情報	表示マーク（有機JAS、産地証明等）	栽培（育成）方法	POPなどの広告	ブランド・商品名	容器・包装	その他	重視する点はない
【6.きゅうり】 全体		1,088	57.5	54.7	47.9	33.2	24.5	23.1	12.1	11.1	8.9	6.3	6.0	3.0	2.8	2.8	-	4.5
性年代	男性	434	55.8	46.3	40.6	28.1	19.6	20.7	10.8	12.4	6.9	6.5	5.1	3.0	3.7	3.9	-	7.6
	２０代	62	**38.7**	**37.1**	43.5	**17.7**	17.7	16.1	11.3	9.7	8.1	8.1	3.2	4.8	6.5	8.1	-	12.9
	３０代	88	53.4	**42.0**	**34.1**	25.0	22.7	26.1	12.5	18.2	4.5	5.7	1.1	8.0	5.7	3.4	-	8.0
	４０代	87	62.1	48.3	**35.6**	29.9	16.1	23.0	10.3	13.8	5.7	3.4	5.7	2.3	3.4	1.1	-	8.0
	５０代	75	64.0	**38.7**	**37.3**	26.7	**12.0**	16.0	5.3	9.3	5.3	5.3	2.7	1.3	-	2.7	-	6.7
	６０代	122	56.6	57.4	49.2	35.2	25.4	20.5	13.1	10.7	9.8	9.0	9.8	-	3.3	4.9	-	4.9
	女性	654	58.7	60.2	52.8	36.5	27.8	24.6	13.0	10.2	10.2	6.1	6.6	3.1	2.1	2.1	-	2.4
	２０代	70	65.7	50.0	55.7	**20.0**	15.7	22.9	5.7	17.1	4.3	5.7	2.9	2.9	2.9	4.3	-	1.4
	３０代	112	60.7	50.9	**60.7**	29.5	30.4	23.2	12.5	8.9	11.6	7.1	6.3	4.5	2.7	4.5	-	3.6
	４０代	148	58.8	52.7	41.2	28.4	26.4	18.9	8.8	9.5	5.4	0.7	4.1	2.0	2.0	1.4	-	3.4
	５０代	141	61.0	**66.0**	56.7	41.1	26.2	27.0	14.2	8.5	12.1	5.7	8.5	3.5	-	1.4	-	2.8
	６０代	183	53.0	**71.6**	53.0	**50.3**	33.3	29.0	18.6	10.4	14.2	10.4	8.7	2.7	3.3	1.1	-	1.1
居住エリア	北海道	48	54.2	50.0	**33.3**	27.1	25.0	16.7	12.5	10.4	8.3	4.2	6.3	2.1	8.3	-	-	4.2
	東北	78	51.3	51.3	**37.2**	39.7	30.8	24.4	11.5	17.9	15.4	3.8	10.3	1.3	2.6	1.3	-	6.4
	関東	393	61.1	57.3	46.3	31.8	24.4	23.7	10.9	9.9	8.4	5.6	2.8	2.5	2.3	4.1	-	4.8
	中部	178	65.2	53.9	47.8	33.7	21.3	25.3	11.2	12.9	7.9	7.3	8.4	1.7	2.8	2.2	-	5.6
	近畿	181	48.6	49.7	54.1	32.0	22.7	19.9	11.6	5.0	6.1	5.0	8.3	3.9	1.7	1.7	-	4.4
	中国・四国	88	60.2	62.5	50.0	40.9	26.1	18.2	13.6	12.5	10.2	13.6	6.8	4.5	2.3	3.4	-	4.5
	九州・沖縄	122	51.6	53.3	54.9	31.1	27.0	27.9	17.2	16.4	11.5	5.7	5.7	5.7	4.1	3.3	-	0.8
同居家族構成	小学生以下居住	232	61.6	45.7	47.8	28.0	24.6	21.6	11.2	11.2	6.0	4.3	4.3	4.7	4.7	2.6	-	4.7
	その他	856	56.4	57.1	47.9	34.6	24.5	23.5	12.4	11.1	9.7	6.8	6.4	2.6	2.2	2.9	-	4.4
【6.きゅうり】 福島県 ※		73	54.8	52.1	46.6	37.0	21.9	16.4	9.6	16.4	11.0	1.4	4.1	5.5	1.4	2.7	-	4.1

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(1)普段の購入意識　②産地に対する意識

Q4.あなたは普段、商品を購入するときに以下の品目の産地をどの程度意識していますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 普段の産地意識（5段階で聴取）は、**「意識している」が23.8%、意識している計（「意識している」+「やや意識している」）が58.1%**である。
- ✓ 意識していない計（「意識していない」+「あまり意識していない」）は23.6%である。
- ✓ 属性別では、**女性60代、中国・四国居住者で、「意識している」が全体に比べて高い。**
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「意識していない」が、関東・近畿居住者と比べてやや高い。

		n	意識している	やや意識している	どちらともいえない	あまり意識していない	意識していない	意識している計	意識していない計
【6.きゅうり】全体		1,088	23.8	34.3	18.3	16.5	7.1	58.1	23.6
性年代	男性	434	19.6	31.1	24.2	16.8	8.3	50.7	25.1
	２０代	62	17.7	35.5	17.7	17.7	11.3	53.2	29.0
	３０代	88	20.5	27.3	25.0	20.5	6.8	**47.7**	27.3
	４０代	87	16.1	33.3	20.7	16.1	13.8	49.4	29.9
	５０代	75	17.3	30.7	29.3	17.3	5.3	**48.0**	22.7
	６０代	122	23.8	30.3	26.2	13.9	5.7	54.1	19.7
	女性	654	26.6	36.4	14.4	16.4	6.3	63.0	22.6
	２０代	70	15.7	32.9	12.9	21.4	17.1	48.6	**38.6**
	３０代	112	25.0	40.2	11.6	18.8	4.5	65.2	23.2
	４０代	148	19.6	39.2	16.2	18.9	6.1	58.8	25.0
	５０代	141	28.4	35.5	17.0	16.3	2.8	63.8	19.1
	６０代	183	36.1	33.9	13.1	10.9	6.0	**69.9**	16.9
居住エリア	北海道	48	22.9	50.0	18.8	2.1	6.3	**72.9**	**8.3**
	東北	78	32.1	26.9	25.6	10.3	5.1	59.0	15.4
	関東	393	19.3	36.1	17.0	19.1	8.4	55.5	27.5
	中部	178	23.0	29.8	18.5	21.3	7.3	52.8	28.7
	近畿	181	22.7	36.5	18.8	16.6	5.5	59.1	22.1
	中国・四国	88	34.1	28.4	12.5	15.9	9.1	62.5	25.0
	九州・沖縄	122	28.7	34.4	20.5	11.5	4.9	63.1	16.4
同居家族構成	小学生以下居住	232	20.7	34.1	15.5	21.1	8.6	54.7	29.7
	その他	856	24.6	34.3	19.0	15.3	6.7	59.0	22.0
【6.きゅうり】福島県 ※		73	17.8	35.6	12.3	17.8	16.4	53.4	**34.2**

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

＊意識している計＝「やや意識している」+「意識している」
＊意識していない計＝「あまり意識していない」+「意識していない」

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

=全体比+10pt以上
=全体比-10pt以上

【Q4.選択肢1,2「産地を意識している、やや意識している」選択者対象】Q7.あなたが普段、以下の品目の「産地」を意識しているのは、具体的にどのような理由からですか。
あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **産地を意識する理由は、「安全性が気になるから」33.5%、「地産地消」33.2%が上位で、それ以降の項目と10pt以上差が開く。**
- ✓ 性年代別では、**男女60代で「地産地消」が高く、男性40代は「店頭でよく見かけるものがよいから」が高い。**男性20代・50代は「地産地消」は全体に比べて低い。
- ✓ 居住エリア別にみると、**北海道、九州・沖縄県居住者は「地産地消」が全体に比べて高い。**
関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「地産地消」、「応援・支援したい地域があるから」が関東・近畿居住者に比べて高い。

【安全性に関する項目の結果】

- ✓ **「安全性が気になるから」**を、性年代別でみると、**男性30代、女性20代が全体に比べて高い。**
- ✓ **居住エリア別でみると、北海道居住者は20.0%、福島県居住者は23.1%で全体に比べて低い。尚、関東・近畿・福島県居住者では、関東が41.3%で、近畿・福島県よりも高い。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt以上	+10pt以上	−10pt以上	−20pt以上

		n	安全性が気になるから	地元の物を消費するよう心がけているから（地産地消）	店頭でよく見かけるものがよいから	鮮度がお店からの距離で異なるから	品質が産地によって異なるから	価格が産地によって異なるから	有名な産地のものがよいから	味が産地によって異なるから	応援・支援したい地域があるから	栽培（育成）方法等の特徴・こだわりが産地によって異なるから	広告宣伝・PRをよく見かけるものがよいから	ブランド品がよいから	希少価値が高いものがよいから	その他
【6.きゅうり】 全体		632	33.5	33.2	16.6	10.9	10.8	9.5	8.5	5.5	5.4	5.2	3.8	2.8	1.3	-
性年代	男性	220	35.0	28.6	15.9	11.8	11.8	13.2	10.5	7.3	3.6	5.9	4.5	4.5	2.3	-
	２０代	33	**21.2**	**15.2**	21.2	12.1	9.1	9.1	18.2	6.1	3.0	**15.2**	9.1	6.1	3.0	-
	３０代	42	**54.8**	28.6	11.9	16.7	19.0	19.0	11.9	4.8	2.4	7.1	4.8	4.8	2.4	-
	４０代	43	37.2	23.3	**27.9**	7.0	2.3	11.6	7.0	9.3	-	2.3	2.3	2.3	2.3	-
	５０代	36	36.1	**19.4**	13.9	11.1	13.9	8.3	8.3	13.9	5.6	5.6	2.8	8.3	-	-
	６０代	66	27.3	**43.9**	9.1	12.1	13.6	15.2	9.1	4.5	6.1	3.0	4.5	3.0	3.0	-
	女性	412	32.8	35.7	17.0	10.4	10.2	7.5	7.5	4.6	6.3	4.9	3.4	1.9	0.7	-
	２０代	34	**50.0**	26.5	14.7	8.8	8.8	5.9	11.8	8.8	2.9	2.9	2.9	11.8	2.9	-
	３０代	73	28.8	26.0	23.3	13.7	11.0	12.3	12.3	5.5	5.5	1.4	6.8	-	1.4	-
	４０代	87	34.5	25.3	16.1	8.0	11.5	10.3	6.9	5.7	8.0	2.3	6.9	2.3	1.1	-
	５０代	90	34.4	32.2	14.4	13.3	6.7	5.6	4.4	4.4	1.1	6.7	1.1	1.1	-	-
	６０代	128	28.1	**53.1**	16.4	8.6	11.7	4.7	6.3	2.3	10.2	7.8	0.8	0.8	-	-
居住エリア	北海道	35	**20.0**	**48.6**	**2.9**	14.3	20.0	**25.7**	8.6	2.9	2.9	-	2.9	-	2.9	-
	東北	46	26.1	41.3	26.1	10.9	10.9	13.0	2.2	2.2	8.7	4.3	2.2	-	8.7	-
	関東	218	41.3	23.9	18.8	7.8	8.7	9.6	9.2	6.0	4.6	5.5	2.8	3.7	0.9	-
	中部	94	29.8	42.6	12.8	11.7	8.5	9.6	7.4	3.2	8.5	4.3	2.1	1.1	-	-
	近畿	107	30.8	23.4	17.8	8.4	13.1	8.4	10.3	6.5	5.6	6.5	10.3	2.8	0.9	-
	中国・四国	55	40.0	41.8	10.9	16.4	5.5	1.8	5.5	9.1	1.8	5.5	1.8	3.6	-	-
	九州・沖縄	77	26.0	**44.2**	18.2	16.9	15.6	6.5	11.7	6.5	5.2	6.5	2.6	5.2	-	-
同居家族構成	小学生以下居住	127	37.8	30.7	18.9	7.1	11.0	9.4	10.2	4.7	3.1	4.7	6.3	3.1	1.6	-
	その他	505	32.5	33.9	16.0	11.9	10.7	9.5	8.1	5.7	5.9	5.3	3.2	2.8	1.2	-
【6.きゅうり】 福島県 ※		39	**23.1**	35.9	20.5	20.5	15.4	15.4	10.3	10.3	**15.4**	5.1	-	2.6	-	-

(%)

※項目は全体基準で降順ソート　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

(2)国内の購入産地　①普段最も購入する国内産地

Q5.あなたが普段、以下の品目を購入する際、どの産地のものを購入することが多いですか。最も購入することの多い産地をそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ **最も購入する国内の産地を、47都道府県のいずれかに決めている人は49.0%**、特に決まっていない・わからない人は51.0%で**ほぼ同程度。**
- ✓ **最も購入する産地の上位は、「千葉県」3.9%、「北海道」3.8%、「愛知県」3.2%と、他の項目と差は開かない**。
- ✓ **「福島県」は、全体では1.6%で10位、東北居住者では12.8%で２位、福島県居住者では56.2%で１位。**
- ✓ 性年代別では、**男女ともに60代では、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が60%を超え**て、全体よりも高い。
- ✓ 居住エリア別では、**北海道・東北居住者で、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が70%程度**で、全体よりも高い。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、**福島県居住者は、購入産地を47都道府県のいずれかに決めている人が、関東・近畿居住者より多い。**また福島県居住者は「福島県」が56.2%だが、**関東・近畿ではどちらも1%程度**にとどまる。

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	最も購入する国内の産地を、４７都道府県のいずれかに決めている	特に決まっていない・わからない	1位 都道府県名	1位 割合(%)	2位 都道府県名	2位 割合(%)	3位 都道府県名	3位 割合(%)	4位 都道府県名	4位 割合(%)	5位 都道府県名	5位 割合(%)	福島県 ４７項目中の順位	福島県 割合(%)
【６.きゅうり】 全体		1,088	49.0	51.0	千葉県	3.9	北海道	3.8	愛知県	3.2			茨城県/群馬県	2.6	10位	1.6
性年代	男性	434	49.3	50.7	北海道	4.6	千葉県	4.4	群馬県	4.1	茨城県	3.0	愛知県	2.8	6位	2.1
性年代	２０代	62	45.2	54.8	北海道	6.5			茨城県/群馬県	4.8	千葉県/神奈川県/愛知県			3.2	購入者の出現なし	-
性年代	３０代	88	43.2	56.8	群馬県	6.8	北海道	5.7			千葉県/宮崎県	4.5	福島県	3.4	5位	3.4
性年代	４０代	87	44.8	55.2	千葉県	5.7					北海道/群馬県/神奈川県/宮崎県			3.4	6位	2.3
性年代	５０代	75	46.7	53.3							群馬県/千葉県/愛知県/高知県	4.0	北海道/岩手県/三重県	2.7	8位	1.3
性年代	６０代	122	**60.7**	**39.3**	北海道	4.9					茨城県/埼玉県/千葉県/愛知県/熊本県			4.1	7位	2.5
性年代	女性	654	48.8	51.2			千葉県/愛知県	3.5	北海道	3.2	福岡県	3.1	埼玉県	2.4	12位	1.2
性年代	２０代	70	**34.3**	**65.7**	福岡県	5.7					北海道/栃木県/群馬県/埼玉県			2.9	6位	1.4
性年代	３０代	112	46.4	53.6			北海道/千葉県	6.3			神奈川県/長野県/愛知県/愛媛県/宮崎県			2.7	8位	1.8
性年代	４０代	148	39.2	60.8	愛知県	4.1			神奈川県/鹿児島県	2.7	北海道/秋田県/茨城県/埼玉県/千葉県/宮崎県			2.0	10位	1.4
性年代	５０代	141	48.9	51.1			千葉県/福岡県	5.0			北海道/埼玉県/愛知県			3.5	8位	1.4
性年代	６０代	183	**63.4**	**36.6**	愛知県	4.4			茨城県/神奈川県	3.8	大阪府/宮崎県			3.3	26位	0.5
居住エリア	北海道	48	**72.9**	**27.1**	北海道	66.7					茨城県/埼玉県/千葉県	2.1			購入者の出現なし	-
居住エリア	東北	78	**69.2**	**30.8**	宮城県	14.1	福島県	12.8	秋田県	9.0			岩手県/山形県	7.7	2位	**12.8**
居住エリア	関東	393	41.5	58.5	千葉県	9.7	茨城県	6.4	神奈川県	5.6	群馬県	5.3	埼玉県	4.8	7位	1.0
居住エリア	中部	178	51.1	48.9	愛知県	17.4	新潟県	6.2	長野県	4.5	静岡県	3.9	岐阜県	3.4	10位	1.1
居住エリア	近畿	181	39.2	60.8	兵庫県	7.2	大阪府	5.5	宮崎県	5.0	三重県	4.4	京都府	3.9	12位	0.6
居住エリア	中国・四国	88	55.7	44.3	広島県	14.8	愛媛県	11.4	岡山県	8.0	山口県	5.7	高知県	4.5	購入者の出現なし	-
居住エリア	九州・沖縄	122	57.4	42.6	福岡県	19.7	熊本県	10.7	鹿児島県	9.0	宮崎県	5.7	長崎県/大分県	4.1	購入者の出現なし	-
同居家族構成	小学生以下居住	232	43.5	56.5			千葉県/宮崎県	3.9			北海道/福島県/群馬県/福岡県			2.6	3位	2.6
同居家族構成	その他	856	50.5	49.5	北海道	4.1	千葉県	3.9	愛知県	3.5	茨城県	3.0	群馬県/埼玉県	2.6	11位	1.3
産地意識	産地を意識している 計	632	**63.4**	**36.6**	北海道	5.4	千葉県	5.1	愛知県	4.0			茨城県/群馬県	3.6	12位	1.6
産地意識	意識している	259	**71.4**	**28.6**	北海道	5.4			千葉県/愛知県	5.0			群馬県/福岡県	4.2	11位	1.9
産地意識	やや意識している	373	57.9	42.1	北海道	5.4	千葉県	5.1	茨城県	4.0			群馬県/愛知県	3.2	16位	1.3
産地意識	意識していない(どちらともいえない含む)	456	**28.9**	**71.1**			千葉県/愛知県	2.2	神奈川県	2.0	埼玉県	1.8	北海道/福島県/福岡県	1.5	5位	1.5
【６.きゅうり】 福島県 ※		73	**64.4**	**35.6**	福島県	56.2					山形県/茨城県/栃木県/群馬県/高知県/宮崎県			1.4	1位	**56.2**

(%)

＊上位５都道府県を抜粋し記載した。　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q5.選択肢1~47「最も購入する産地が、47都道府県いずれか」選択者対象】Q8.あなたが普段、以下の県産の品目を購入する際、
各県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ **普段最も購入する国内産地の購入意向は、「他産地より価格が高くても購入」17.6%、「他産地と価格が同等で購入」61.9%。**
- ✓ 性年代別では、**男性50代では「価格が高くても購入」は28.6%で、全体よりも高い。**
- ✓ 居住エリア別では、**北海道居住者は「価格が高くても購入」は42.9%で全体よりも20pt以上高い。**
- ✓ 産地意識の有無別では、**「意識している」層では「価格が高くても購入」が33.0%で全体よりも高い。**
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「価格が高くても購入」が関東・近畿居住者に比べて高く、「価格が安ければ購入」が低い。

①他地域産より価格が高くても購入する　②他地域産も価格が同等であれば購入する　③他地域産より価格が安ければ購入する　④この県産のみしか取り扱いがなければ購入する

=全体比+10pt以上
=全体比-10pt以上

		n	①価格が高くても購入	②価格が同等で購入	③価格が安ければ購入	④取り扱いがなければ購入
【6.きゅうり】全体		533	17.6	61.9	18.0	2.4
性年代	男性	214	21.5	57.5	17.8	3.3
	２０代	28	14.3	64.3	14.3	7.1
	３０代	38	23.7	57.9	15.8	2.6
	４０代	39	20.5	56.4	17.9	5.1
	５０代	35	28.6	45.7	22.9	2.9
	６０代	74	20.3	60.8	17.6	1.4
	女性	319	15.0	64.9	18.2	1.9
	２０代	24	16.7	45.8	37.5	
	３０代	52	5.8	71.2	19.2	3.8
	４０代	58	17.2	62.1	19.0	1.7
	５０代	69	13.0	68.1	17.4	1.4
	６０代	116	19.0	65.5	13.8	1.7
居住エリア	北海道	35	42.9	42.9	14.3	
	東北	54	13.0	59.3	24.1	3.7
	関東	163	10.4	66.9	20.2	2.5
	中部	91	24.2	61.5	13.2	1.1
	近畿	71	15.5	63.4	18.3	2.8
	中国・四国	49	18.4	59.2	18.4	4.1
	九州・沖縄	70	18.6	62.9	15.7	2.9
同居家族構成	小学生以下居住	101	18.8	57.4	21.8	2.0
	その他	432	17.4	63.0	17.1	2.5
産地意識	産地を意識している 計	401	20.4	62.6	14.2	2.7
	意識している	185	33.0	54.1	10.3	2.7
	やや意識している	216	9.7	69.9	17.6	2.8
	意識していない(どちらともいえない含む)	132	9.1	59.8	29.5	1.5
【6.きゅうり】福島県 ※		47	23.4	66.0	10.6	

0%　25%　50%　75%　100%

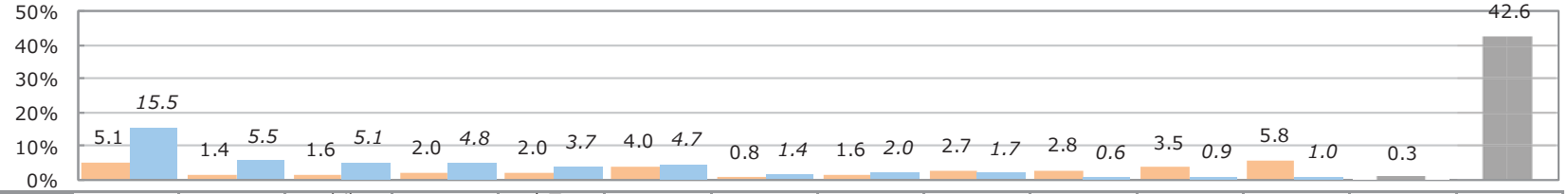
※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

※n数が30未満はサンプル数僅少の為、参考値

Q12.あなたは福島県産の以下の品目について、それぞれどのようなイメージをお感じになっていますか。福島県産の以下の品目のイメージとして、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **福島県産品に対するイメージは、「特にイメージはない」が42.6%で、提示項目の中で最も高く、他の項目と20pt以上差が開く。**
- ✓ ポジティブなイメージで5%を超えるのは、「価格が手頃である」5.8%、「安全である」5.1%。
- ✓ **ネガティブなイメージでは、「安全性に不安がある」15.5%が最も高く**、他に5%を超えるのは、「特徴・こだわりがない」5.5%、「広告宣伝・PRを見かけない」5.1%。

【6.きゅうり】全体（n=1,088）



イメージ項目	安全性	特徴・こだわり	広告宣伝・PR	産地	商品の詳しい情報	手に入りやすさ	希少価値	ブランド品	鮮度	味	品質	価格	その他イメージ	特にイメージはない
差分（ポジティブ-ネガティブ）	-10.4pt	-4.1pt	-3.5pt	-2.8pt	-1.7pt	-0.7pt	-0.6pt	-0.4pt	1.0pt	2.2pt	2.6pt	4.8pt		
イメージ項目詳細	安全 / 不安	あり / なし	よくされている / 見かけない	有名 / 無名	提供されている / 提供されていない	手に入りやすい / 手に入りにくい	高い / 低い	ブランド品である / ブランド品ではない	高い / 低い	よい / よくない	よい / 悪い	手ごろである / 高い		

※各項目ごとに、差分（ポジティブ-ネガティブ）で昇順ソート

(3)福島県産品に対する意識　①福島県産品のイメージ

Q12.あなたは福島県産の以下の品目について、それぞれどのようなイメージをお感じになっていますか。福島県産の以下の品目のイメージとして、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも選択)

- ✓ **福島県居住者では、「鮮度が高い」30.1%、「手に入りやすい」19.2%、「味がよい」17.8%、「価格が手ごろである」・「有名な産地である」15.1%が上位のイメージ**で、他項目の比率と差が開く。また上記項目は関東・近畿居住者と比べても高い。
- ✓ 産地意識別では、「意識している」層では、「安全性に不安がある」が27.4%と全体に比べて高く、「やや意識している」層と比べても高い。

【安全性に関する項目の結果】

- ✓ 福島県産品に対するイメージとして、「安全性に不安がある」は関東居住者が18.1%で近畿・福島県居住者に比べて若干高い。
- ✓ **福島県居住者では、「安全性に不安がある」は11.0%で、ネガティブイメージの中では最も高く、全体と比べても差はない。**

＊全体比±で
下記の通りに網掛け

+20pt 以上	+10pt 以上	−10pt 以上	−20pt 以上

		n	価格が手ごろである	安全である	手に入りやすい	品質がよい	味がよい	鮮度が高い	有名な産地である	商品の詳しい情報が提供されている	ブランド品である	よく広告宣伝・PRされている	特徴・こだわりがある	希少価値が高い	安全性に不安がある	特徴・こだわりがない	広告宣伝・PRを見かけない	産地として無名である	手に入りにくい	商品の詳しい情報が提供されていない	ブランド品ではない	鮮度が低い	希少価値が低い	価格が高い	品質が悪い	味がよくない	その他のイメージ	特にイメージはない
【６.きゅうり】 全体		1,088	5.8	5.1	4.0	3.5	2.8	2.7	2.0	2.0	1.6	1.6	1.4	0.8	15.5	5.5	5.1	4.8	4.7	3.7	2.0	1.7	1.4	1.0	0.9	0.6	0.3	42.6
性年代	男性	434	5.1	3.7	3.9	2.5	4.1	3.2	1.6	2.3	3.2	1.6	1.6	1.2	15.2	7.1	4.8	4.6	4.8	3.9	2.1	2.3	1.2	0.7	0.7	0.5	0.7	42.9
	２０代	62	3.2	3.2	4.8	1.6	4.8	1.6	4.8	3.2	3.2	1.6	3.2	1.6	11.3	8.1	3.2	4.8	8.1	4.8	-	4.8	-	1.6	-	1.6	1.6	43.5
	３０代	88	4.5	2.3	4.5	3.4	2.3	4.5	1.1	2.3	6.8	3.4	2.3	2.3	15.9	3.4	5.7	5.7	2.3	4.5	3.4	2.3	2.3	1.1	-	1.1	1.1	44.3
	４０代	87	9.2	2.3	2.3	3.4	8.0	3.4	2.3	2.3	2.3	1.1	2.3	-	11.5	6.9	4.6	8.0	1.1	4.6	2.3	-	1.1	1.1	1.1	-	-	46.0
	５０代	75	4.0	2.7	5.3	1.3	4.0	5.3	1.3	2.7	2.7	-	1.3	2.7	21.3	5.3	4.0	1.3	4.0	5.3	2.7	1.3	-	-	1.3	-	-	48.0
	６０代	122	4.1	6.6	3.3	2.5	2.5	1.6	-	1.6	1.6	1.6	-	-	15.6	10.7	5.7	3.3	8.2	1.6	1.6	3.3	1.6	-	0.8	-	0.8	36.1
	女性	654	6.3	6.0	4.1	4.1	1.8	2.3	2.3	1.8	0.5	1.5	1.2	0.6	15.7	4.4	5.4	4.9	4.6	3.5	2.0	1.4	1.5	1.2	1.1	0.6	-	42.5
	２０代	70	1.4	10.0	7.1	5.7	2.9	1.4	2.9	1.4	-	2.9	1.4	-	17.1	4.3	4.3	8.6	1.4	1.4	1.4	2.9	-	1.4	1.4	-	-	44.3
	３０代	112	7.1	4.5	5.4	6.3	2.7	4.5	2.7	0.9	0.9	1.8	1.8	1.8	18.8	2.7	5.4	1.8	3.6	3.6	0.9	2.7	3.6	0.9	1.8	0.9	-	42.9
	４０代	148	7.4	4.1	1.4	2.7	0.7	0.7	2.7	-	0.7	0.7	-	1.4	16.9	4.1	4.7	4.1	4.7	0.7	2.7	2.0	3.4	2.0	0.7	1.4	-	43.9
	５０代	141	2.8	4.3	1.4	5.0	1.4	2.1	2.1	1.4	-	-	2.1	-	12.1	4.3	7.1	7.1	3.5	6.4	3.5	0.7	-	-	1.4	-	-	48.9
	６０代	183	9.3	8.2	6.6	2.7	2.2	2.7	1.6	4.4	0.5	2.7	1.1	-	15.3	6.0	4.9	4.4	7.1	4.4	1.1	-	0.5	1.6	0.5	0.5	-	35.5
居住エリア	北海道	48	4.2	4.2	2.1	6.3	2.1	4.2	2.1	-	-	6.3	-	2.1	12.5	2.1	6.3	4.2	8.3	2.1	-	-	4.2	-	2.1	-	-	41.7
	東北	78	9.0	7.7	9.0	3.8	1.3	3.8	1.3	6.4	-	1.3	2.6	-	16.7	10.3	6.4	3.8	1.3	1.3	2.6	3.8	-	1.3	-	-	-	38.5
	関東	393	8.9	5.6	5.6	3.8	4.3	2.0	3.6	1.8	2.3	1.3	1.3	0.5	18.1	5.6	3.3	5.3	2.3	3.1	2.5	1.5	2.5	1.5	1.3	1.0	-	39.2
	中部	178	5.1	4.5	2.2	-	2.2	2.8	1.1	1.7	1.1	0.6	-	1.1	14.0	7.3	9.0	3.9	6.7	3.4	2.8	0.6	-	0.6	0.6	1.1	-	45.5
	近畿	181	2.8	4.4	2.2	5.5	2.8	2.2	1.7	2.8	1.7	2.8	2.2	1.7	11.6	3.9	3.3	6.6	5.5	6.1	1.7	2.8	1.1	0.6	-	-	0.6	44.8
	中国・四国	88	2.3	3.4	3.4	2.3	1.1	5.7	1.1	-	1.1	1.1	-	-	14.8	5.7	2.3	3.4	6.8	4.5	-	3.4	-	1.1	1.1	-	1.1	51.1
	九州・沖縄	122	2.5	4.9	2.5	4.1	0.8	1.6	-	1.6	1.6	0.8	3.3	0.8	16.4	3.3	9.0	3.3	7.4	4.1	1.6	0.8	0.8	0.8	1.6	-	0.8	43.4
同居家族構成	小学生以下居住	232	3.4	3.4	3.9	3.0	1.3	3.0	2.6	1.3	2.6	1.7	1.3	1.3	16.8	4.3	3.4	3.0	3.4	3.0	1.7	1.3	2.6	2.2	0.9	0.9	0.9	47.0
	その他	856	6.4	5.5	4.1	3.6	3.2	2.6	1.9	2.2	1.3	1.5	1.4	0.7	15.2	5.8	5.6	5.3	5.0	3.9	2.1	1.9	1.1	0.7	0.9	0.5	0.1	41.5
産地意識	産地を意識している 計	632	6.3	4.6	4.1	4.7	2.8	3.3	2.7	2.8	1.6	1.7	1.7	1.4	21.2	5.2	6.2	4.7	5.7	4.9	1.4	2.4	1.7	1.4	1.3	0.3	0.3	34.7
	意識している	259	5.0	3.5	2.7	4.6	3.5	3.1	3.9	4.6	1.5	1.2	2.3	1.9	**27.4**	5.8	6.9	5.4	6.6	5.4	1.2	2.7	1.5	1.5	1.2	0.4	-	**28.6**
	やや意識している	373	7.2	5.4	5.1	4.8	2.4	3.5	1.9	1.6	1.6	2.1	1.3	1.1	16.9	4.8	5.6	4.3	5.1	4.6	1.6	2.1	1.9	1.3	1.3	0.3	0.5	38.9
	意識していない(どちらともいえない含む)	456	5.0	5.7	3.9	1.8	2.6	1.8	1.1	0.9	1.5	1.3	0.9	-	7.7	5.9	3.7	4.8	3.3	2.0	2.9	0.9	0.9	0.4	0.4	0.9	0.2	**53.7**
【６.きゅうり】 福島県 ※		73	15.1	13.7	**19.2**	9.6	**17.8**	**30.1**	**15.1**	2.7	5.5	2.7	2.7	1.4	11.0	8.2	1.4	1.4	-	2.7	-	-	4.1	-	1.4	-	-	**20.5**

(%)

※ポジティブ・ネガティブそれぞれの項目で、全体基準の降順ソート　　※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない

【Q5.選択肢1~6,8~47「最頻購入産地が、福島県以外の国内産地」選択者対象】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 回答者ベース（普段の最頻購入産地が決まっている人）の**福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」30.6%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」33.7%、「福島県産品のみしか取扱いがなければ購入する」15.9%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」19.8%。**
- ✓ 性年代別では、**男性30代で「他産地品と同価格以上で購入する」が全体よりも低い。**
- ✓ 居住エリア別では、「他産地品と同価格以上で購入する」について、関東→中部→近畿→中国・四国と西に向かうほど、低くなる傾向で、関東は35.8%、中国・四国は20.4%である。

①他産地品より価格が高くても購入する　②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する　④福島県産のみしか取り扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取り扱いがなければ購入しない

		n	①+②	③	④	⑤	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
【6.きゅうり】全体		516	30.6	33.7	15.9	19.8	3.3	27.3	69.4
性年代	男性	205	31.2	37.6	13.2	18.0	4.4	26.8	68.8
	２０代	28	46.4	28.6	7.1	17.9	17.9	28.6	53.6
	３０代	35	37.1	34.3	8.6	20.0	2.9	34.3	62.9
	４０代	37	24.3	40.5	13.5	21.6	-	24.3	75.7
	５０代	34	26.5	32.4	20.6	20.6	5.9	20.6	73.5
	６０代	71	28.2	43.7	14.1	14.1	1.4	26.8	71.8
	女性	311	30.2	31.2	17.7	20.9	2.6	27.7	69.8
	２０代	23	39.1	26.1	13.0	21.7	8.7	30.4	60.9
	３０代	50	20.0	42.0	18.0	20.0	-	20.0	**80.0**
	４０代	56	30.4	26.8	21.4	21.4	5.4	25.0	69.6
	５０代	67	20.9	44.8	19.4	14.9	-	20.9	79.1
	６０代	115	38.3	21.7	15.7	24.3	2.6	35.7	61.7
居住エリア	北海道	35	22.9	40.0	22.9	14.3	-	22.9	77.1
	東北	44	25.0	34.1	20.5	20.5	4.5	20.5	75.0
	関東	159	35.8	28.3	13.2	22.6	2.5	33.3	64.2
	中部	89	32.6	27.0	18.0	22.5	3.4	29.2	67.4
	近畿	70	30.0	37.1	14.3	18.6	4.3	25.7	70.0
	中国・四国	49	20.4	44.9	16.3	18.4	6.1	**14.3**	**79.6**
	九州・沖縄	70	31.4	40.0	14.3	14.3	2.9	28.6	68.6
同居家族構成	小学生以下居住	95	29.5	34.7	15.8	20.0	3.2	26.3	70.5
	その他	421	30.9	33.5	15.9	19.7	3.3	27.6	69.1
【6.きゅうり】福島県 ※		6	33.3	33.3		33.3	-	33.3	66.7

0%　25%　50%　75%　100%　(%)

＊全体比±で下記の通りで網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
全体比+10pt以上
全体比-10pt以上

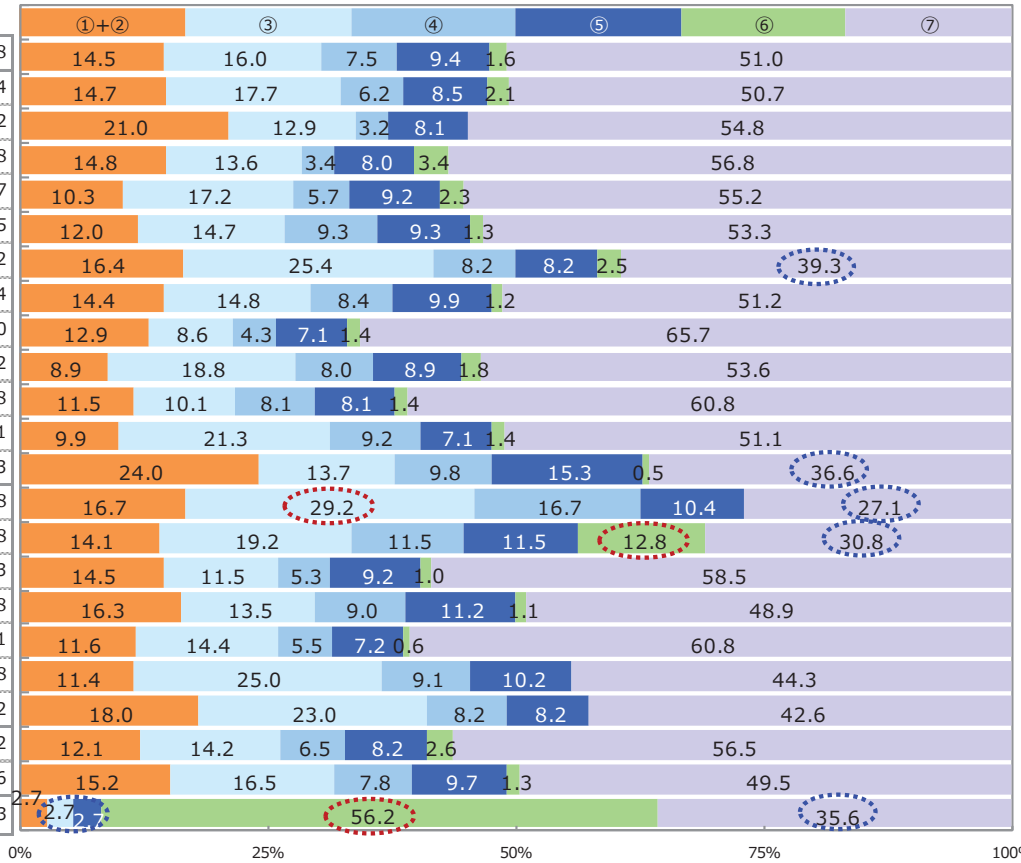
※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない　※n数が30未満はサンプル数僅少の為、参考値

(3)福島県産品に対する意識　②福島県産品購入意向（全数ベース）

【全数ベース】Q10.あなたが普段、以下の品目を購入する際、福島県産が以下のような条件で販売されていた場合、どの場合の時に購入しても良いと思われますか。
あてはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(ひとつだけ選択)

- ✓ 全数ベース（普段の最頻購入産地が決まっていない、当該質問に非回答の人も加えた比率）では、福島県産品の購入意向は、「他産地品と同価格以上で購入する」14.5%、「他産地品よりも価格が安ければ購入する」16.0%、「福島県産品のみしか取扱いがなければ購入する」7.5%、「福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない」9.4%。（残りは、「最頻購入産地が福島県」1.6%、「国内での最頻購入産地が決まっていない」13.0%）
- ✓ 居住エリア別では、北海道居住者が「他産地品よりも価格が安ければ購入する」29.2%で全体よりも高い。
- ✓ 関東・近畿・福島県居住者についてみると、福島県居住者は「最頻購入産地が福島県である」が関東・近畿居住者に比べて高いため、その他の項目は低い。

①他産地品より価格が高くても購入する
②他産地品も価格が同等であれば購入する
③他産地品より価格が安ければ購入する
④福島県産のみしか取扱いがなければ購入する
⑤福島県産のみしか取扱いがなければ購入しない
⑥最頻購入産地が福島県である
⑦国内での最頻購入産地が決まっていない



		n	①+②	③	④	⑤	⑥	⑦	①	②	同価格では購入しない計（③+④+⑤）
【6.きゅうり】全体		1,088	14.5	16.0	7.5	9.4	1.6	51.0	1.6	13.0	32.9
性年代	男性	434	14.7	17.7	6.2	8.5	2.1	50.7	2.1	12.7	32.5
	２０代	62	21.0	12.9	3.2	8.1		54.8	8.1	12.9	24.2
	３０代	88	14.8	13.6	3.4	8.0	3.4	56.8	1.1	13.6	25.0
	４０代	87	10.3	17.2	5.7	9.2	2.3	55.2	-	10.3	32.2
	５０代	75	12.0	14.7	9.3	9.3	1.3	53.3	2.7	9.3	33.3
	６０代	122	16.4	25.4	8.2	8.2	2.5	39.3	0.8	15.6	41.8
	女性	654	14.4	14.8	8.4	9.9	1.2	51.2	1.2	13.1	33.2
	２０代	70	12.9	8.6	4.3	7.1	1.4	65.7	2.9	10.0	**20.0**
	３０代	112	8.9	18.8	8.0	8.9	1.8	53.6	-	8.9	35.7
	４０代	148	11.5	10.1	8.1	8.1	1.4	60.8	2.0	9.5	26.4
	５０代	141	9.9	21.3	9.2	7.1	1.4	51.1	-	9.9	37.6
	６０代	183	24.0	13.7	9.8	15.3	0.5	36.6	1.6	22.4	38.8
居住エリア	北海道	48	16.7	29.2	16.7	10.4		27.1	-	16.7	**56.3**
	東北	78	14.1	19.2	11.5	11.5	12.8	30.8	2.6	11.5	42.3
	関東	393	14.5	11.5	5.3	9.2	1.0	58.5	1.0	13.5	26.0
	中部	178	16.3	13.5	9.0	11.2	1.1	48.9	1.7	14.6	33.7
	近畿	181	11.6	14.4	5.5	7.2	0.6	60.8	1.7	9.9	27.1
	中国・四国	88	11.4	25.0	9.1	10.2		44.3	3.4	8.0	**44.3**
	九州・沖縄	122	18.0	23.0	8.2	8.2		42.6	1.6	16.4	39.3
同居家族構成	小学生以下居住	232	12.1	14.2	6.5	8.2	2.6	56.5	1.3	10.8	28.9
	その他	856	15.2	16.5	7.8	9.7	1.3	49.5	1.6	13.6	34.0
【6.きゅうり】福島県 ※		73	2.7	2.7		56.2		35.6	-	**2.7**	**5.5**

(%)

＊全体比±で下記の通りに網掛け
+20pt以上　+10pt以上　-10pt以上　-20pt以上
全体比+10pt以上
全体比-10pt以上

※分析軸の「福島県」は、比較用に別途回収した為、「全体」には含まれていない