
3 消費者へのアンケート調査

69

概要

70

調査概要

消費者の態度を明らかにし、販売不振払拭に向けた示唆を抽出することを目的に、全国の消費者にアンケート調査を実施し、4,000人から回答を得た。今年度は福島県産品の購入理由、非購入理由をそれぞれ確認した。

概要・目的	- 取引段階の最も下流に位置する消費者の態度を明らかにすることで、流通実態を明らかにすると共に、販売不振払拭に向けた示唆を抽出する。 - 福島県のマーケティングに有効な方策を検討するための情報を得る。
対象品目	- 調査対象25品目（米、牛肉、豚肉、鶏肉、牛乳、きゅうり、トマト、アスパラガス、ピーマン、さやいんげん、ねぎ、ブロッコリー、グリーンピース、桃、なし、りんご、あんぼ柿、ぶどう、しいたけ、なめこ、カツオ、シラス、ヒラメ、カレイ類、トラフグ） - 質問によって、品目を絞りこんで調査
調査手法 実施期間	- インターネットによるWEBアンケート調査 - 令和6年10月25日～10月30日
対象者 実施人数	- 日本全国の20歳以上の男女で、かつ、対象品目を一定以上の頻度で購入する者。 - 回収数4,000人。 - 全国の消費者を母集団とし、居住都道府県別に人口に合わせて割付。福島県のみ+100人追加。 - 全体として、性年代の構成が日本全国における構成に近づくように配慮。

71

調査概要：回答者

回答者の属性別の構成比は以下のとおりである。

性年代	該当者数	構成比(%)	職業	該当者数	構成比(%)	同居家族	該当者数	構成比(%)
男性20代	237	5.9	学生	55	1.4	一人暮らし	809	20.2
男性30代	272	6.8	会社員・公務員・団体職員	1432	35.8	夫婦のみ	1251	31.3
男性40代	354	8.9	会社役員・団体役員	81	2.0	親と子供（末子が小学生未満）	297	7.4
男性50代	318	8.0	派遣社員	80	2.0	親と子供（末子が小学校低学年）	121	3.0
男性60代	291	7.3	パート・アルバイト	524	13.1	親と子供（末子が小学校高学年）	100	2.5
男性70代以上	446	11.2	自由業・自営業	234	5.9	親と子供（末子が中学生）	95	2.4
女性20代	231	5.8	農林漁業	21	0.5	親と子供（末子が高校生以上）	760	19.0
女性30代	265	6.6	専業主婦・専業主夫	844	21.1	夫婦と親（2世代同居）	185	4.6
女性40代	347	8.7	定年退職・年金生活	629	15.7	3世代同居（一番下の世代の末子が小学生未満）	39	1.0
女性50代	319	8.0	その他	100	2.5	3世代同居（一番下の世代の末子が小学校低学年）	19	0.5
女性60代	307	7.7				3世代同居（一番下の世代の末子が小学校高学年）	17	0.4
女性70代以上	613	15.3				3世代同居（一番下の世代の末子が中学生）	21	0.5
						3世代同居（一番下の世代の末子が高校生以上）	78	2.0
						その他	208	5.2

72

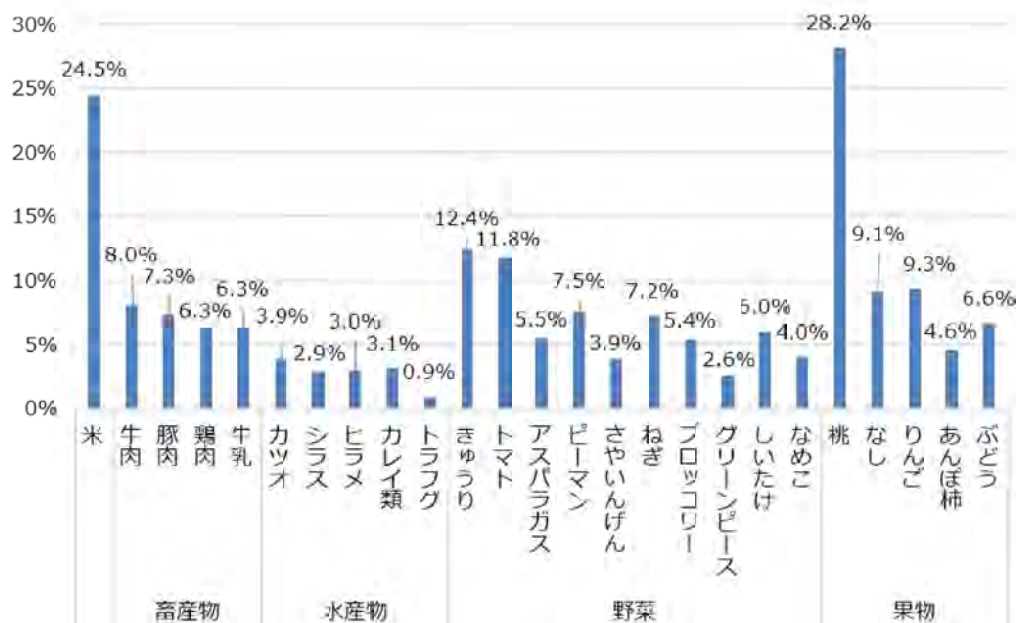
調査結果

73

福島県産品の購入経験

福島県産品の購入経験について尋ねたところ、購入したことがある消費者の割合は、桃が28.2%と最も高く、次いで米が24.5%であった。水産物は割合が比較的低く、各品目で0.9%～3.9%に留まった。

福島県産品を買ったことがある者の割合

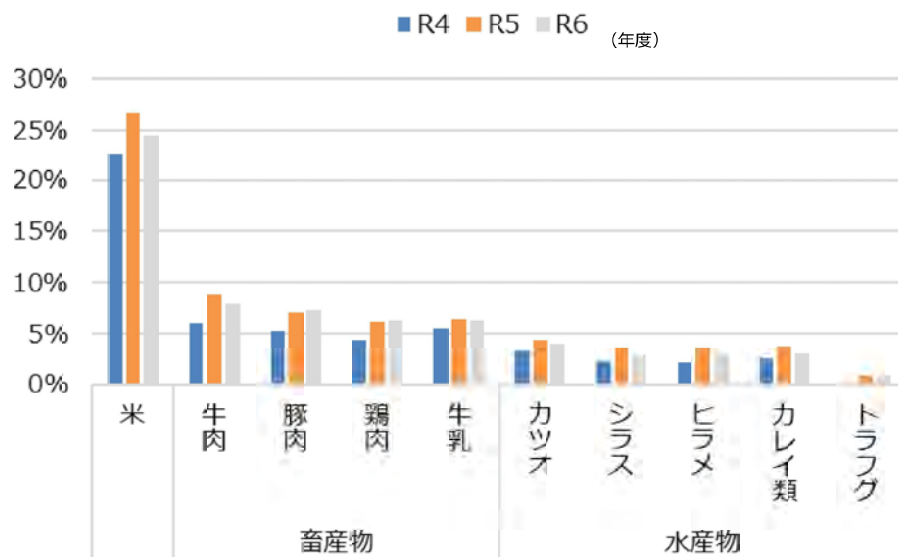


74

経年比較：福島県産品の購入経験（米・畜産物・水産物）

過去3年間の福島県産品の購入経験を比較したところ、令和6年度は令和5年度と比較すると購入経験が減少している品目が多かったが、令和4年度と比較するとトラフグを除いた全ての品目で購入経験が増加していた。

福島県産品を買ったことがある者の割合の推移（米・畜産物・水産物）



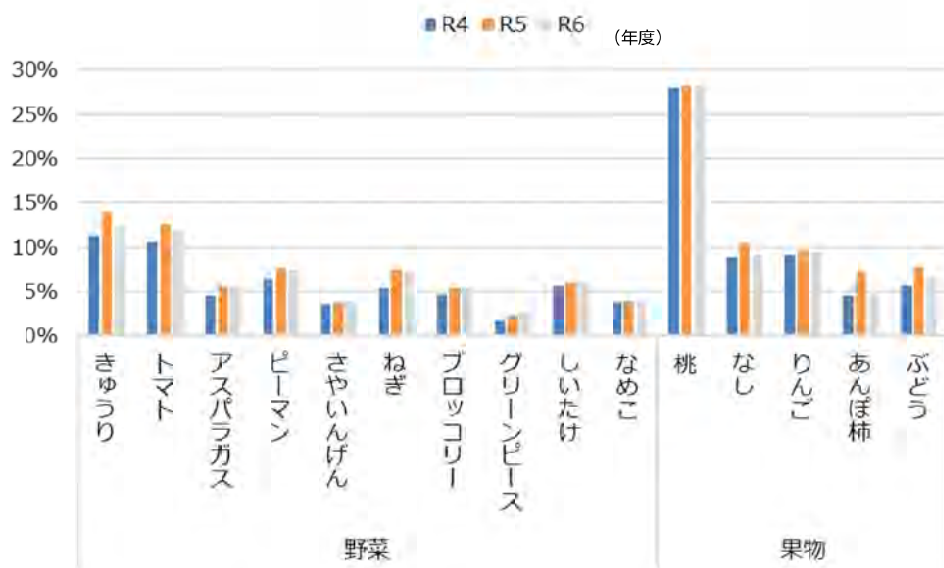
※トラフグはR5年度からの調査対象。

75

経年比較：福島県産品の購入経験（野菜・果物）

過去3年間の福島県産品の購入経験を比較したところ、令和6年度は令和5年度と比較すると購入経験が減少している品目もあるが、令和4年度と比較すると全ての品目で購入経験が増加していた。

福島県産品を買ったことがある者の割合の推移（野菜・果物）



76

商品選定時の重視点

品目ごとに商品購買時の選定ポイントを尋ねたところ、全体的に「価格」「鮮度」「国産であること」が重視されていた。米では、他の品目と比べて「ブランド・商品名」が重視されていた。

品目	米	牛肉	豚肉	鶏肉	牛乳	きゅうり	トマト	アスパラガス	ピーマン	さやいんげん	ねぎ	ブロッコリー	グリーンピース
回答者数	1,922	3,087	3,771	3,664	3,307	3,280	3,320	2,056	3,158	1,714	3,315	2,973	1,206
商品の見た目（色、つや、形）	11.7%	29.3%	29.9%	28.2%	8.0%	30.3%	31.3%	26.8%	29.9%	27.0%	29.5%	29.6%	18.9%
鮮度	19.4%	41.4%	41.5%	40.4%	26.2%	45.3%	45.4%	40.9%	43.1%	37.2%	43.5%	43.0%	29.4%
価格	54.8%	57.9%	59.8%	58.3%	53.7%	53.0%	53.2%	44.9%	52.7%	42.4%	52.9%	51.6%	38.1%
商品の容量・サイズ	27.5%	29.0%	30.5%	29.9%	22.6%	18.3%	18.7%	15.3%	17.7%	15.1%	17.7%	16.2%	12.7%
ブランド・商品名	31.6%	12.8%	10.5%	9.6%	20.2%	3.7%	4.8%	4.1%	3.9%	5.3%	4.0%	3.4%	5.7%
国産であること	42.1%	34.2%	36.5%	37.2%	31.8%	31.5%	31.2%	27.1%	31.2%	29.6%	30.4%	30.4%	23.7%
産地（都道府県等）	33.3%	24.6%	22.1%	21.0%	15.6%	20.1%	21.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.2%	20.1%	16.2%
安全性に関する情報	14.3%	14.6%	12.8%	12.3%	11.1%	8.8%	8.9%	10.3%	8.6%	10.8%	8.5%	8.3%	11.7%
生産者に関する情報	8.3%	5.5%	4.9%	4.6%	4.7%	5.7%	5.9%	6.5%	5.5%	7.5%	5.4%	5.0%	7.5%
加工日・消費期限・賞味期限	21.0%	30.9%	31.5%	30.7%	37.4%	9.5%	9.9%	10.7%	9.4%	10.4%	9.6%	9.3%	10.9%
容器・包装	4.1%	4.5%	4.5%	4.1%	6.2%	2.8%	3.1%	3.0%	2.9%	4.3%	2.7%	2.6%	4.3%
栽培（育成）方法	5.7%	4.0%	3.6%	3.8%	2.6%	4.5%	3.9%	4.5%	4.1%	5.2%	3.7%	4.0%	6.7%
売場の告知物などの広告	5.6%	6.3%	5.6%	5.5%	4.1%	4.4%	4.1%	4.6%	3.6%	4.1%	3.6%	4.0%	4.9%
その他	0.6%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%
重視する点はない	3.6%	3.4%	3.0%	3.2%	3.2%	3.8%	3.6%	5.2%	4.1%	4.6%	4.0%	4.0%	7.9%

品目	桃	なし	りんご	あんほ柿	ぶどう	しいたけ	なめこ	カツオ	シラス	ヒラメ	カレイ類	トラフグ
回答者数	1,983	2,441	3,132	907	2,368	2,714	2,094	2,210	1,926	990	1,145	427
商品の見た目（色、つや、形）	31.0%	31.5%	31.6%	21.7%	31.6%	27.6%	23.9%	29.6%	23.9%	19.8%	22.7%	14.8%
鮮度	42.4%	41.9%	42.7%	30.1%	43.5%	39.2%	36.0%	48.5%	42.7%	37.4%	41.4%	26.9%
価格	50.1%	51.2%	53.3%	36.8%	50.7%	51.3%	47.9%	53.2%	46.4%	34.3%	38.2%	26.5%
商品の容量・サイズ	17.6%	17.4%	17.8%	14.2%	18.2%	17.9%	16.0%	19.5%	19.2%	13.0%	14.2%	9.8%
ブランド・商品名	9.1%	9.2%	9.0%	7.9%	10.0%	4.8%	5.3%	5.1%	5.6%	7.0%	6.3%	8.4%
国産であること	32.0%	31.7%	31.4%	28.4%	30.2%	32.5%	30.9%	27.9%	30.2%	26.6%	25.2%	20.8%
産地（都道府県等）	26.5%	25.2%	25.1%	20.7%	24.5%	20.8%	18.5%	21.9%	22.1%	18.7%	19.4%	17.1%
安全性に関する情報	9.4%	8.1%	8.9%	11.6%	8.2%	9.3%	10.0%	10.6%	11.8%	13.8%	12.8%	17.8%
生産者に関する情報	7.1%	6.4%	5.8%	8.8%	6.3%	6.1%	6.2%	4.8%	5.7%	6.8%	6.1%	8.7%
加工日・消費期限・賞味期限	10.8%	10.3%	9.2%	12.5%	9.8%	10.7%	12.0%	22.9%	22.5%	15.2%	15.2%	17.8%
容器・包装	3.5%	3.4%	2.9%	4.3%	2.8%	3.6%	3.9%	4.1%	5.9%	4.5%	4.5%	7.3%
栽培（育成）方法	4.2%	4.0%	4.0%	6.5%	4.1%	5.4%	5.2%	3.5%	3.6%	4.5%	4.3%	6.1%
売場の告知物などの広告	4.4%	4.3%	4.6%	5.5%	4.6%	4.3%	4.6%	4.5%	5.0%	6.1%	5.9%	6.6%
その他	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
重視する点はない	3.5%	3.4%	3.1%	6.4%	3.2%	3.8%	4.7%	3.8%	4.4%	6.2%	5.1%	9.6%

77

産地に対する意識

産地を重視しない理由を尋ねたところ、全品目において「売場にある商品の中で品質の良いものを購入したいから」が選択された割合が最も高く、次いで「売場にある商品の中で価格の安いものを購入したいから」が選択された割合が高かった。

産地を重視しない理由（品目ごとに複数選択）

品目	米	牛肉	豚肉	鶏肉	牛乳	カツオ	シラス	ヒラメ	カレイ類	トラフグ
回答者数	1,282	2,329	2,937	2,893	2,790	1,727	1,501	805	923	354
売場にある商品の中で品質の良いものを購入したいから	34.9%	43.8%	40.8%	40.6%	36.5%	41.1%	40.7%	41.0%	39.5%	32.5%
売場にある商品の中で価格の安いものを購入したいから	35.8%	32.7%	35.1%	35.0%	34.5%	31.4%	29.1%	23.0%	25.5%	20.6%
産地による品質の違いを感じないから	17.2%	18.7%	20.1%	20.4%	21.9%	19.5%	20.3%	20.2%	20.8%	22.9%
産地に関心がないから	13.0%	14.0%	14.4%	14.5%	15.5%	16.2%	13.3%	12.8%	12.9%	11.3%
色々な産地の商品を購入したいから	14.8%	10.7%	9.5%	9.2%	9.5%	10.4%	10.9%	12.8%	14.0%	18.1%
その他	4.7%	3.3%	3.3%	3.1%	4.2%	3.4%	4.3%	4.6%	4.3%	7.1%

品目	きゅうり	トマト	アスパラガス	ピーマン	さやいんげん	ねぎ	ブロッコリー	グリーンピース	しいたけ	なめこ
回答者数	2,622	2,624	1,644	2,527	1,372	2,645	2,374	1,011	2,150	1,707
売場にある商品の中で品質の良いものを購入したいから	40.4%	40.9%	41.1%	39.4%	41.5%	39.8%	40.8%	38.5%	40.0%	40.0%
売場にある商品の中で価格の安いものを購入したいから	33.6%	33.2%	30.1%	33.9%	28.2%	33.8%	32.9%	27.1%	32.1%	30.9%
産地による品質の違いを感じないから	22.3%	21.9%	20.3%	21.8%	20.8%	21.4%	21.5%	19.2%	20.9%	23.4%
産地に関心がないから	14.5%	14.4%	13.7%	15.1%	13.5%	14.5%	13.9%	14.1%	13.8%	13.6%
色々な産地の商品を購入したいから	9.0%	9.6%	10.7%	9.4%	12.5%	10.2%	10.2%	13.1%	10.4%	10.3%
その他	3.3%	3.2%	3.8%	3.3%	4.4%	3.4%	3.7%	4.7%	4.0%	3.9%

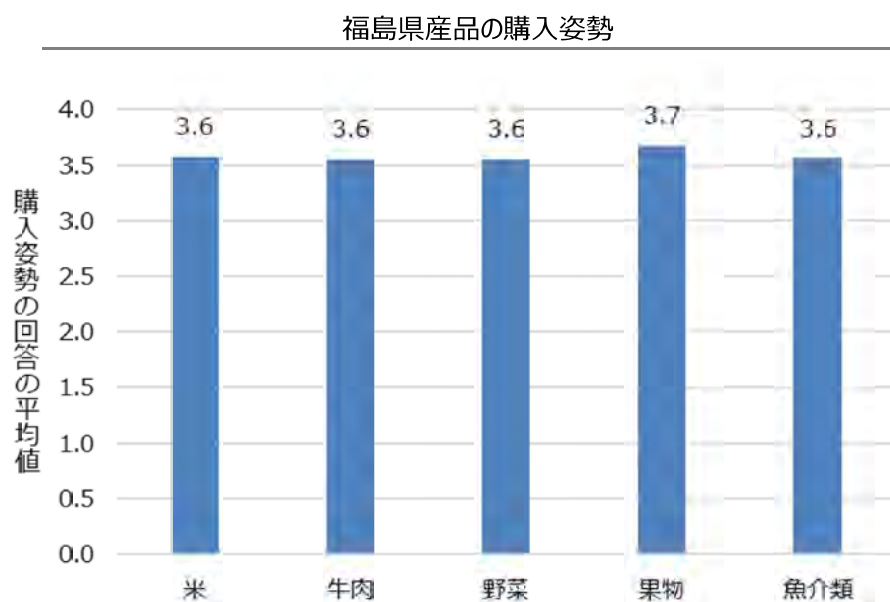
品目	桃	なし	りんご	あんほ柿	ぶどう
回答者数	1,457	1,826	2,345	719	1,788
売場にある商品の中で品質の良いものを購入したいから	45.2%	42.2%	41.7%	41.9%	43.2%
売場にある商品の中で価格の安いものを購入したいから	28.8%	31.1%	32.6%	22.4%	28.7%
産地による品質の違いを感じないから	19.2%	19.6%	19.5%	18.5%	19.6%
色々な産地の商品を購入したいから	13.9%	12.7%	12.3%	16.4%	12.9%
産地に関心がないから	12.8%	13.3%	13.5%	11.4%	12.6%
その他	3.8%	3.7%	3.8%	6.1%	3.8%

※前ページの商品選定時の重視点において「産地（都道府県等）」を選択しなかった者に尋ねた設問。

78

福島県産品の購入姿勢

福島県産品の購入姿勢を5段階評価で尋ねたところ、いずれの品目でも「どちらともいえない」にあたる3点よりも高い結果となった。

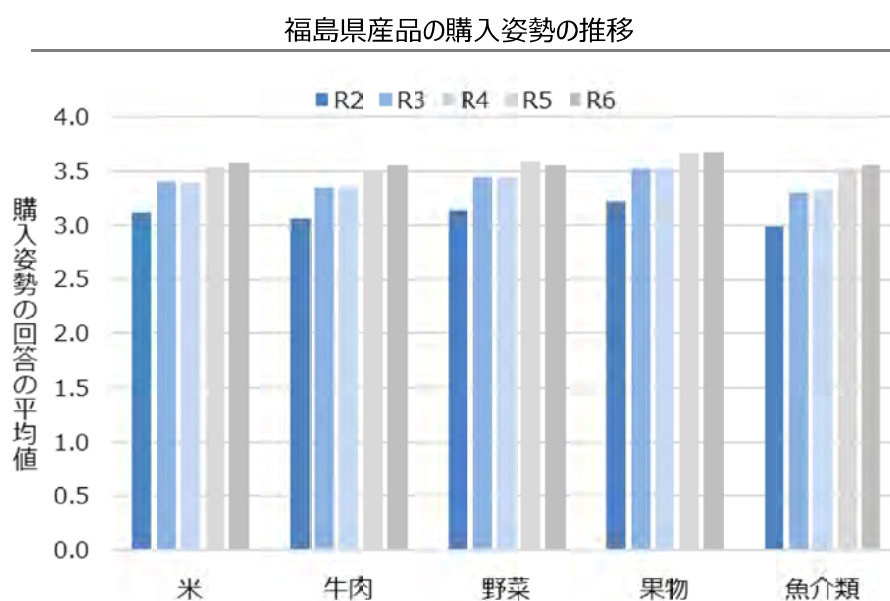


※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。

79

経年比較：福島県産品の購入姿勢

過去5年間の福島県産品の購入姿勢を比較したところ、いずれの品目でも令和6年度は令和2年度に比べて購入姿勢が向上していた。



※「5：前向き」「4：やや前向き」「3：どちらともいえない」「2：やや後向き」「1：後向き」の5段階評価の平均値。

80

福島県産品の購入理由

福島県産品を購入したことがある理由を尋ねたところ、全品目で「味が良いから」が選択された割合が最も高く、次いで「品質が安定しているから」が選択された割合が高かった。魚介類は他品目と比べ「安全性が担保されているから」が選択された割合が高かった。

福島県産品を購入したことがある理由（品目ごとに複数選択）

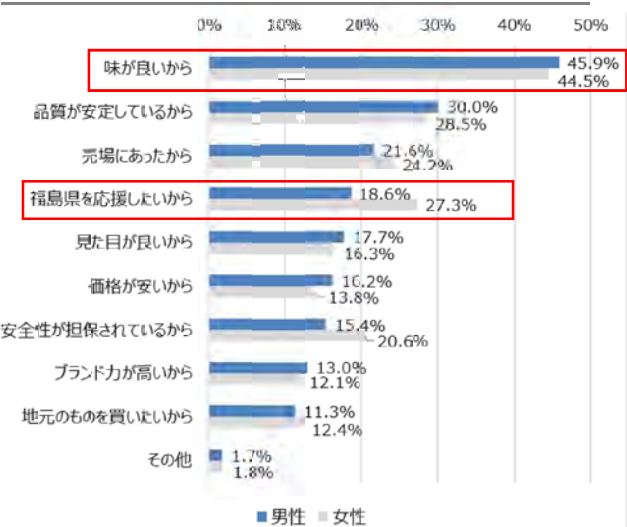
品目	米	牛肉	野菜	果物	魚介類
回答者数	979	321	830	1,274	257
味が良いから	43.2%	50.2%	33.9%	53.5%	46.3%
品質が安定しているから	26.9%	35.2%	27.2%	25.6%	31.5%
福島県を応援したいから	24.7%	21.2%	18.3%	21.3%	24.5%
売場にあったから	23.1%	20.2%	25.3%	22.1%	23.7%
安全性が担保されているから	17.3%	19.3%	14.3%	13.7%	21.8%
見た目が良いから	11.0%	17.8%	20.0%	17.3%	18.7%
地元のものを買いいたいから	8.5%	14.6%	10.2%	6.9%	17.1%
価格が安いから	19.2%	12.1%	17.8%	12.6%	14.4%
ブランド力が高いから	10.4%	13.7%	11.0%	13.7%	13.6%
その他	1.7%	1.6%	1.7%	1.1%	2.3%

※福島県産品の購入に関して「福島県産品を購入したことがある」と回答した者に尋ねた設問。

福島県産品の購入理由（属性別）

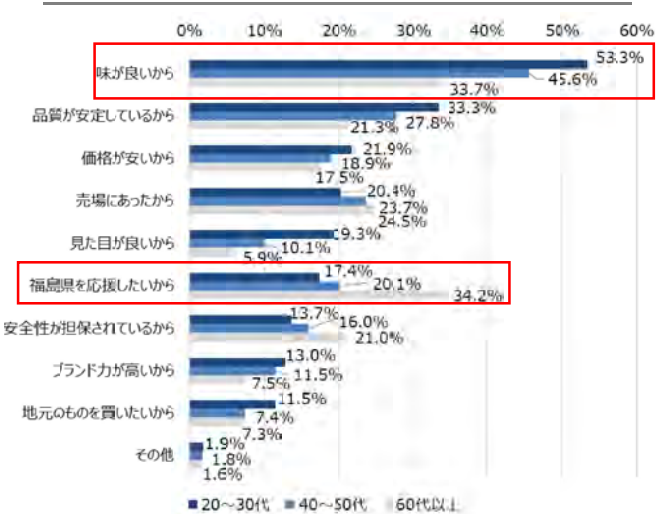
福島県産品を購入したことがある理由を属性別に確認すると、いずれの性年代も「味が良いから」を選択した割合が最も高かった。「福島県産を応援したいから」は男性よりも女性、60代未満よりも60代以上が選択した割合が高かった。

福島県産品を購入したことがある理由（男女別）



※福島県産米、牛肉、野菜、果物、魚介類の結果を平均したもの。
※福島県産品を購入したことがある理由（性別別）のnは米:979（うち男性:533、女性:446）、牛肉:321（うち男性:236、女性:85）、野菜:830（うち男性:446、女性:384）、果物:1,274（うち男性:592、女性:682）、魚介類:257（うち男性:180、女性:77）

福島県産品を購入したことがある理由（年代別）



※福島県産米、牛肉、野菜、果物、魚介類の結果を平均したもの。
※福島県産品を購入したことがある理由（年代別）のnは米:979（うち20～30代:270、40～50代:338、60代以上:371）、牛肉:321（うち20～30代:116、40～50代:122、60代以上:83）、野菜:830（うち20～30代:246、40～50代:293、60代以上:291）、果物:1,274（うち20～30代:280、40～50代:435、60代以上:559）、魚介類:257（うち20～30代:79、40～50代:97、60代以上:81）

福島県産品の非購入理由

福島県産品を購入したことがない理由を尋ねたところ、すべての品目において「福島県産が身近で販売されていないから」が選択された割合が最も高かった。他品目と比べて、米では「他に推している産地があるから」の割合が高かった。

福島県産品を購入したことがない理由（品目ごとに複数選択）

品目	米	牛肉	野菜	果物	魚介類
回答者数	3,021	3,679	3,170	2,726	3,743
福島県産が身近で販売されていないから	38.2%	42.7%	42.8%	39.9%	42.1%
他に推している産地があるから	21.0%	14.2%	14.6%	13.9%	13.9%
価格が高いから	4.6%	6.0%	4.6%	5.6%	5.5%
安全性が担保されていないから	3.8%	3.3%	3.6%	4.4%	3.7%
ブランド力が低いから	3.7%	3.6%	3.0%	3.4%	3.1%
品質が安定していないから	2.4%	2.5%	2.0%	3.1%	3.4%
見た目が良くないと思うから	2.1%	1.8%	1.3%	2.7%	1.8%
味が良くないと思うから	1.6%	1.5%	0.9%	1.6%	1.4%
その他	28.9%	29.6%	31.5%	31.2%	30.4%

※福島県産品の購入に関して「福島県産品を購入したことがない」と回答した者に尋ねた設問。

83

福島県産品の非購入理由

福島県産品を購入したことがない理由としては、福島県産の購入に前向きな消費者は「福島県産が身近で販売されていないから」「他に推している産地があるから」が選択された割合が高く、購入に後ろ向きな消費者は、「安全性が担保されていないから」を選択した割合が高かった。

福島県産品を購入したことがない理由（福島県産の購入姿勢別）

	福島県産米	福島県産牛肉	福島県産野菜	福島県産果物	福島県産魚介類
購入に前向き	n=303	n=239	n=240	n=266	n=262
品質が安定していないから	5.9%	10.0%	5.4%	11.3%	16.0%
ブランド力が低いから	7.3%	7.9%	8.3%	6.0%	9.9%
価格が高いから	7.3%	11.3%	8.8%	9.8%	13.0%
安全性が担保されていないから	1.0%	1.7%	1.7%	1.9%	1.1%
福島県産が身近で販売されていないから	31.7%	25.5%	32.1%	28.2%	20.2%
他に推している産地があるから	19.5%	13.0%	15.8%	15.0%	12.6%
どちらともいえない	n=220	n=98	n=144	n=170	n=103
品質が安定していないから	3.6%	16.3%	16.0%	12.4%	24.3%
ブランド力が低いから	6.8%	11.2%	6.3%	6.5%	4.9%
価格が高いから	8.2%	10.2%	8.3%	12.9%	12.6%
安全性が担保されていないから	1.8%	3.1%	2.8%	4.7%	4.9%
福島県産が身近で販売されていないから	21.8%	17.3%	14.6%	15.9%	16.5%
他に推している産地があるから	32.3%	14.3%	19.4%	18.8%	11.7%
購入に後ろ向き	n=78	n=26	n=49	n=78	n=34
品質が安定していないから	2.6%	0.0%	2.0%	2.6%	8.8%
ブランド力が低いから	12.8%	11.5%	6.1%	3.8%	17.6%
価格が高いから	2.6%	7.7%	4.1%	5.1%	5.9%
安全性が担保されていないから	29.5%	30.8%	53.1%	46.2%	38.2%
福島県産が身近で販売されていないから	10.3%	23.1%	8.2%	15.4%	17.6%
他に推している産地があるから	44.9%	19.2%	20.4%	25.6%	11.8%

※「福島県産品を購入したことがない」と回答した者のうち「福島県産品を見かけたことがある」者の回答のみを集計した。

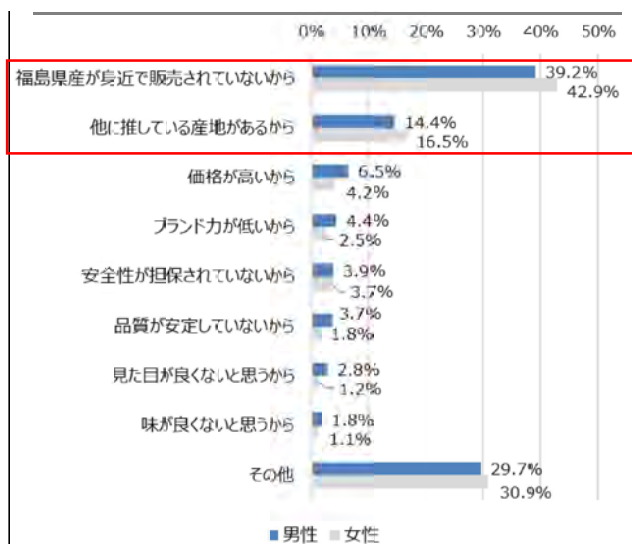
※「購入に前向き」「購入にやや前向き」「どちらともいえない」「購入にやや後ろ向き」「購入に後ろ向き」の5段階評価で尋ね、上表の「購入に前向き」には「購入にやや前向き」を、「購入に後ろ向き」には「購入にやや後ろ向き」を含む。

84

福島県産品の非購入理由（属性別）

福島県産品を購入したことがない理由を属性別に確認すると、いずれの性年代も「福島県産が身近で販売されていないから」を選択した割合が最も高く、「他に推している産地があるから」は男性よりも女性、60代未満よりも60代以上が選択した割合が高かった。

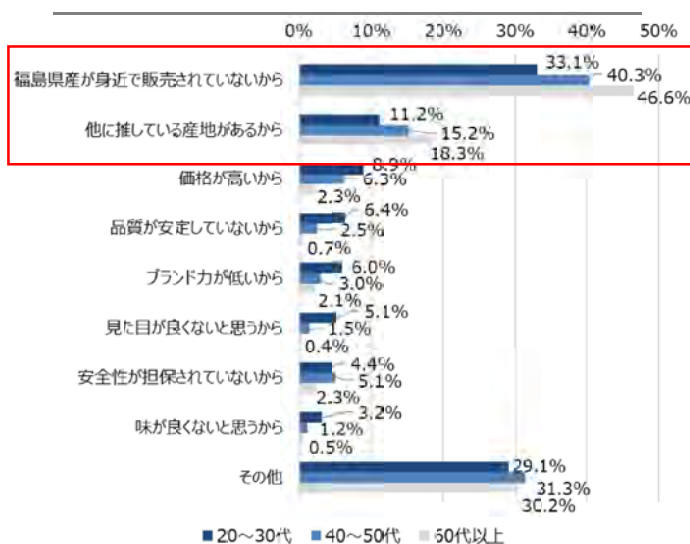
福島県産品を購入したことがない理由（男女別）



※福島県産米、牛肉、野菜、果物、魚介類の結果を平均したもの。

※福島県産品を購入したことがない理由（男性別）のnは米:3,021（うち男性:1,385、女性:1,636）、牛肉:3,679（うち男性:1,682、女性:1,997）、野菜:3,170（うち男性:1,472、女性:1,698）、果物:2,726（うち男性:1,326、女性:1,400）、魚介類:3,743（うち男性:1,738、女性:2,005）

福島県産品を購入したことがない理由（年代別）



※福島県産米、牛肉、野菜、果物、魚介類の結果を平均したもの。

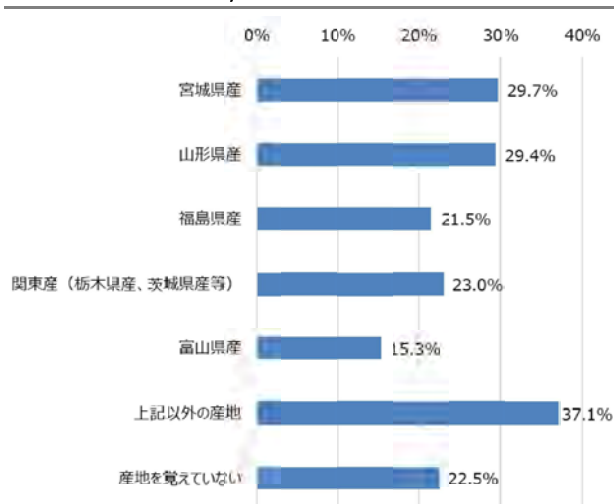
※福島県産品を購入したことがない理由（年代別）のnは米:3,021（うち20～30代:735、40～50代:1,000、60代以上:1,286）、牛肉:3,679（うち20～30代:889、40～50代:1,216、60代以上:1,574）、野菜:3,170（うち20～30代:759、40～50代:1,045、60代以上:1,366）、果物:2,726（うち20～30代:725、40～50代:903、60代以上:1,098）、魚介類:3,743（うち20～30代:926、40～50代:1,241、60代以上:1,576）

85

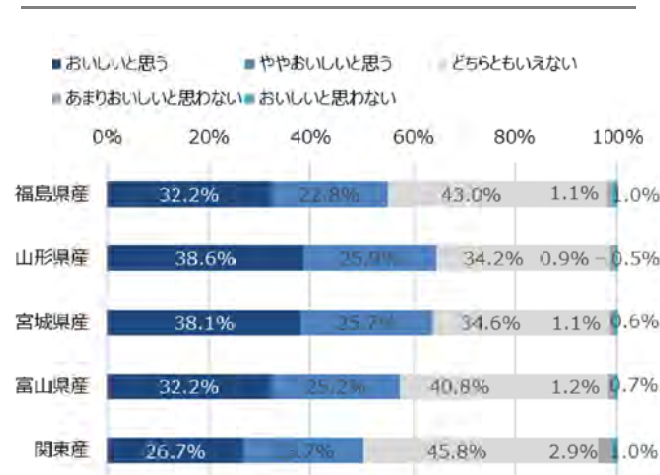
食べたことのある米の産地、食味に対する評価

食べたことのある米の産地を尋ねたところ、宮城県産や山形県産に比べ福島県産が選択された割合は小さかった。米の食味に対する評価は「おいしいと思う」「ややおいしいと思う」と答えた割合は山形県産が最も大きく、次いで宮城県産であった。

食べたことのある米の産地
(n=3,923、複数回答)



産地別の米の食味に対する評価



※産地別の米の評価は全ての産地においてn=4,000。

※食べたことがない場合はイメージで回答。

86

調査のまとめと今後の方向性の提案

消費者に対し、これまで継続的に実施してきたアンケートに加え、福島県産品のマーケティング活動に活かすためのアンケート調査を実施し、これまでの経過とマーケティングに関する情報を整理した。

本調査の概要と、得られた情報・成果

- 福島県産品の購入経験を経年比較すると、総じて令和6年度は令和4年度に比べて上昇していた。また、福島県産品の購入姿勢を経年比較すると、いずれの調査対象品目においても、令和6年度は令和2年度に比べて購入姿勢が向上していた。
- 福島県産品を購入したことがある理由を尋ねたところ、全品目で「味が良いから」が選択された割合が最も高く、次いで「品質が安定しているから」が選択された割合が高かった。
- 福島県産品を購入したことがない理由としては、福島県産の購入に前向きな消費者は「福島県産が身近で販売されていないから」「他に推している産地があるから」が選択された割合が高く、購入に後ろ向きな消費者は、「安全性が担保されていないから」を選択した割合が高かった。



本調査からの示唆

- 過年度調査と比べて福島県産品の購入経験や購入姿勢が向上していることから、今後も継続して福島県産品の販売促進活動を実施することが重要である。
- 福島県産の購入に前向きな消費者の購入機会を逃さないように、十分な流通量を確保するための生産力強化や首都圏をはじめとした需要地での販路拡大を検討する必要がある。