

6 千産千消について

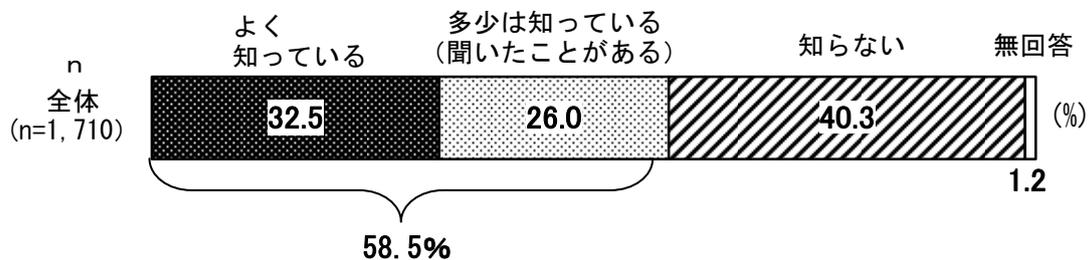
(1) 「千産千消」の認知度

◇『知っている』が約6割。

千葉県では「千産千消・千産全消」（地元でとれたものを地元で消費する。地産地消を千葉県の千に掛けて千葉県では「千産千消」とよんでいます。「千産全消」も同様に、千葉県でとれたものを全国で消費していただく意味です。）による県産農林水産物の消費拡大・販売促進を図っているところです。

問21 あなたは、「千産千消」という言葉を知っていますか。(○は1つ)

<図表6-1> 「千産千消」の認知度



「千産千消」の認知度を聞いたところ、「よく知っている」(32.5%)と「多少は知っている(聞いたことがある)」(26.0%)を合わせた『知っている』(58.5%)は約6割となっている。一方、「知らない」(40.3%)は4割である。(図表6-1)

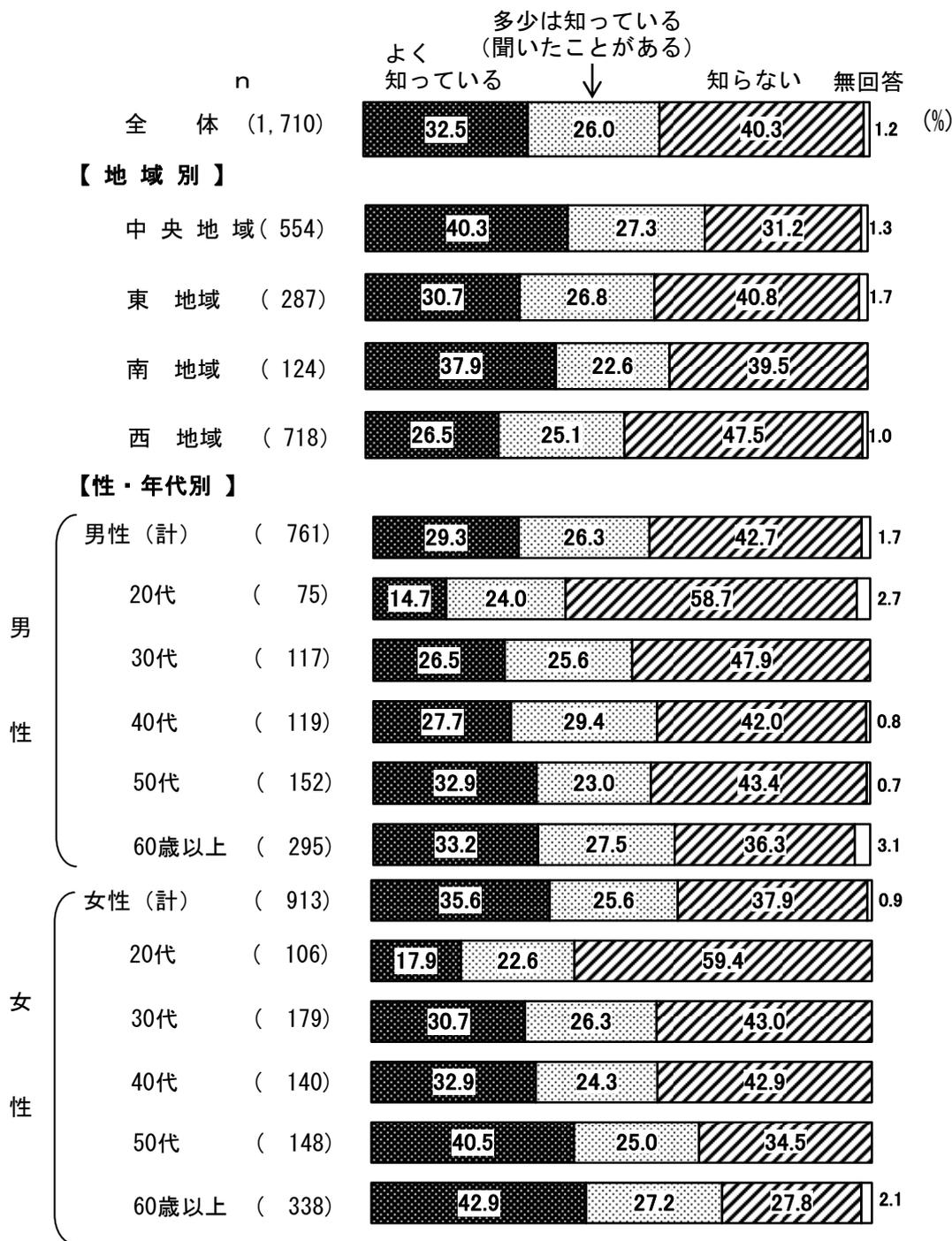
【地域別】

『知っている』は“中央地域”(67.5%)が他の地域に比べて約7割と高くなっている。最も低いのは“西地域”(51.5%)である。(図表6-2)

【性・年代別】

『知っている』の割合は、男性の60歳以上(60.7%)が6割で、女性の60歳以上(70.1%)が7割で他の年代に比べて高くなっている。「知らない」は、男性の20代(58.7%)、女性の20代(59.4%)ともに6割である。(図表6-2)

<図表6-2> 「千産千消」の認知度／地域別、性・年代別

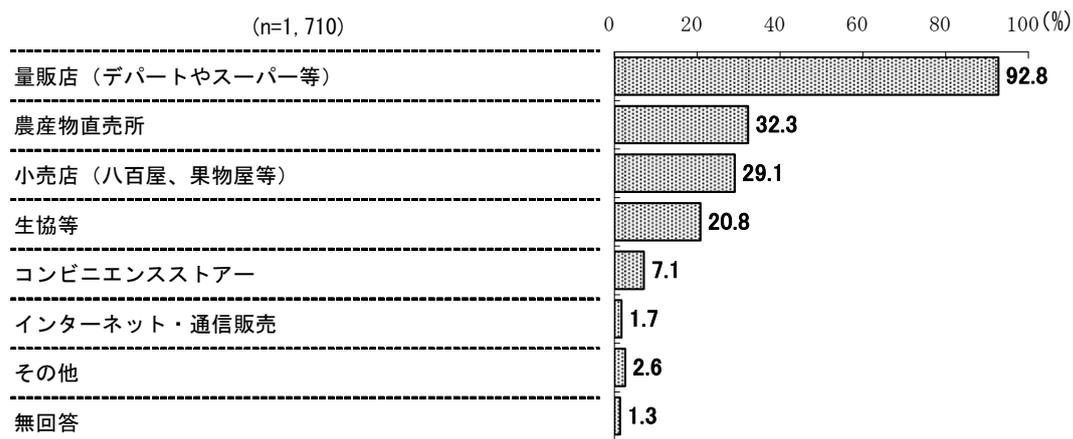


(2) 農林水産物の購入場所

◇「量販店（デパートやスーパー等）」が最も高く9割を超える。

問22 あなたは、野菜・肉・魚などの農林水産物をどこで購入しますか。
(〇はいくつでも)

<図表6-3> 農林水産物購入場所



農林水産物の購入場所を聞いたところ、「量販店（デパートやスーパー等）」（92.8%）が最も高く9割を超える。ついで、「農産物直売所」（32.3%）で3割を超え、「小売店（八百屋、果物屋等）」（29.1%）が約3割である。（図表6-3）

【地域別】

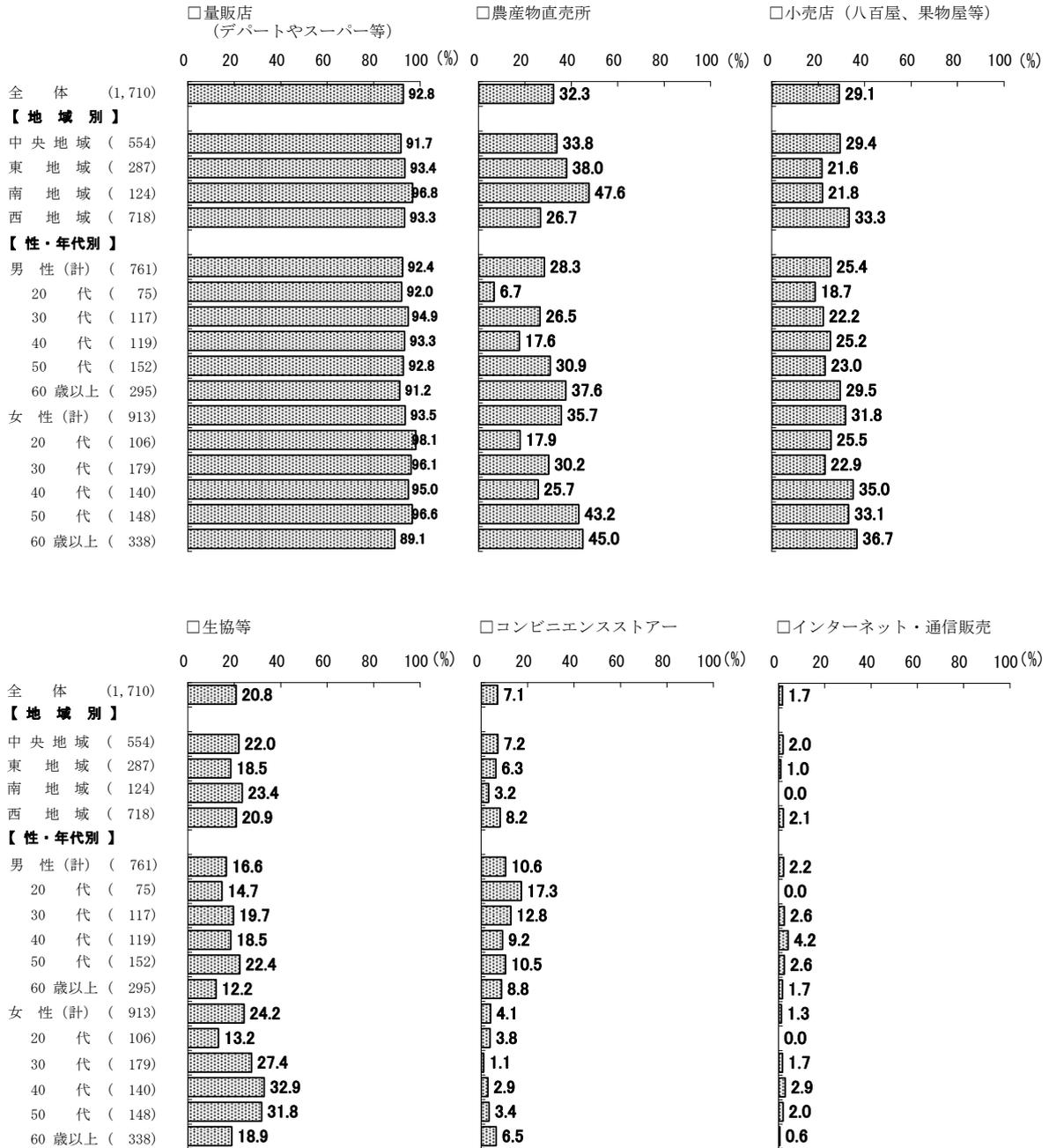
「量販店（デパートやスーパー等）」は地域別に大きな差はみられない。「農産物直売所」は、“南地域”（47.6%）が約5割で最も高くなっており、“西地域”（26.7%）が2割台半ばで最も低い。「小売店（八百屋、果物屋等）」は、“東地域”（21.6%）、“南地域”（21.8%）が他の地域に比べて低くなっている。（図表6-4）

【性・年代別】

「量販店（デパートやスーパー等）」は女性の60歳以上（89.1%）で他の年代に比べて低い。

「農産物直売所」は、男性の60歳以上（37.6%）で約4割となっている。また、女性の50代（43.2%）、60歳以上（45.0%）は4割台半ばとなっている。「小売店（八百屋、果物屋等）」は、男性の60歳以上（29.5%）、女性の60歳以上（36.7%）とも最も高い。（図表6-4）

＜図表6-4＞農林水産物購入場所／地域別、性・年代別

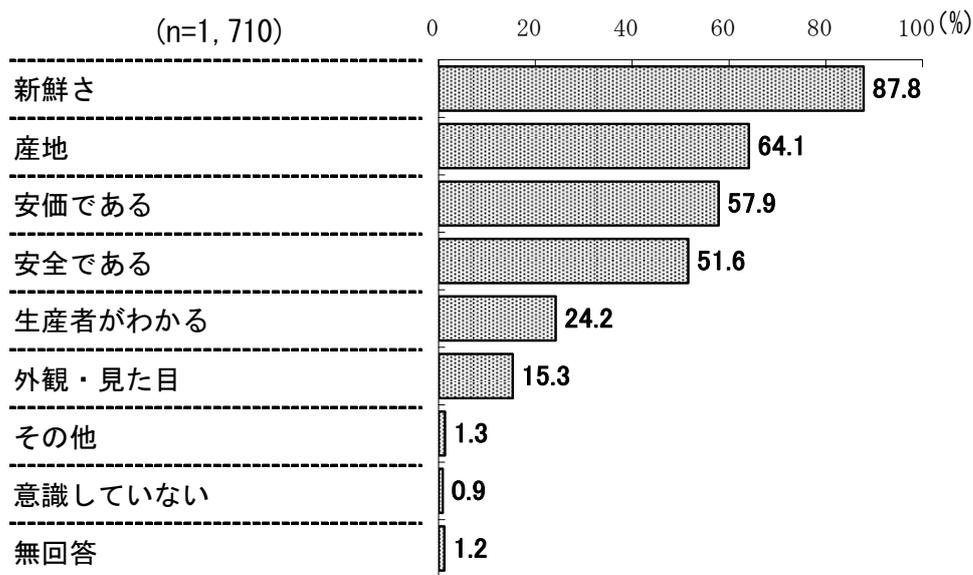


(3) 農林水産物を購入する際に意識すること

◇「新鮮さ」が最も高く、約9割。

問23 あなたは、野菜・肉・魚などの農林水産物を購入する際、主にどこに意識して購入していますか。(〇はいくつでも)

<図表6-5> 農林水産物を購入する際に意識すること



農林水産物を購入する際、主にどこに意識して購入するかを聞いたところ、「新鮮さ」(87.8%)が最も高く約9割であった。ついで、「産地」(64.1%)が6割台半ばで、「安価である」(57.9%)が約6割と続く。(図表6-5)

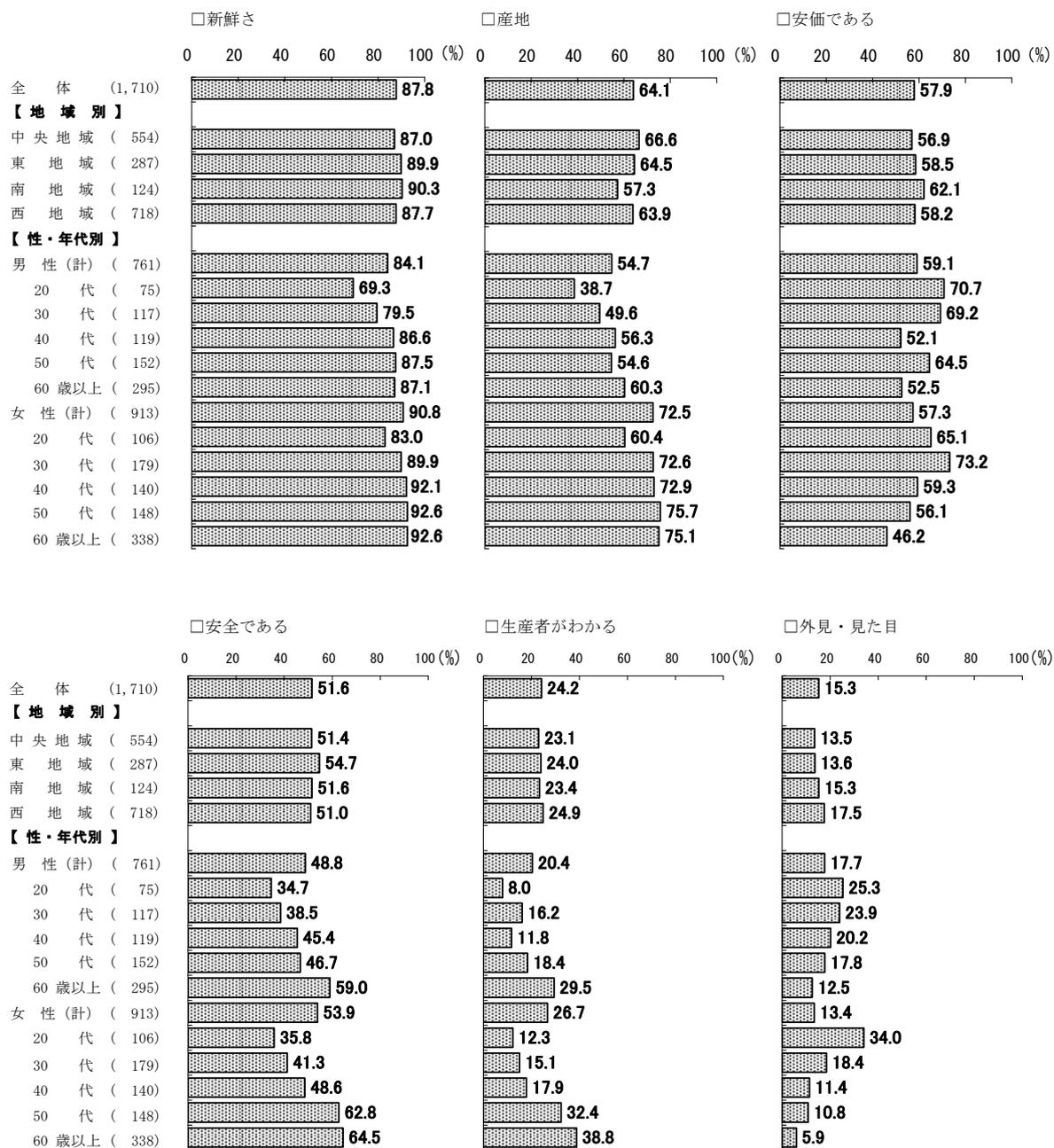
【地域別】

「新鮮さ」は、地域別では大きな差は見られない。「産地」は、“南地域”(57.3%)で他の地域に比べて低い。「安価である」は、“南地域”(62.2%)が6割を超えている。(図表6-6)

【性・年代別】

「新鮮さ」は、男性、女性とも年代が上がるにつれて上昇している。「産地」は、男性の60歳以上(60.3%)で6割で他の年代に比べて最も高い。また、女性の50代(75.7%)、60歳以上(75.1%)で7割台半ばとなっており他の年代に比較して高くなっている。「安価である」は、女性の30代(73.2%)で7割台半ばとなっている。「安全である」の割合は、男女共に年代があがるごとに上昇している。(図表6-6)

<図表6-6> 農林水産物の購入する際に意識すること／地域別、性・年代別

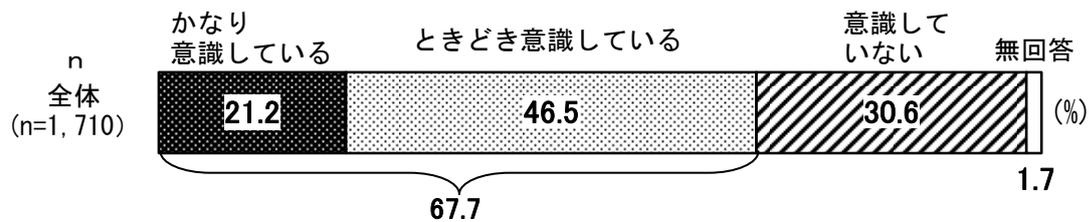


(4) 農林水産物を購入する際に千葉県産であることを意識するか

◇『意識している』が約7割。

問24 あなたは、農林水産物を購入する際、千葉県産を意識していますか。(○は1つ)

＜図表6-7＞農林水産物を購入する際に千葉県産であることを意識するか



農林水産物を購入する際、千葉県産であることを意識するかどうかを聞いたところ、「かなり意識している」(21.2%)と「ときどき意識している」(46.5%)を合わせた『意識している』(67.7%)は約7割である。一方、「意識していない」(30.6%)は3割である。(図表6-7)

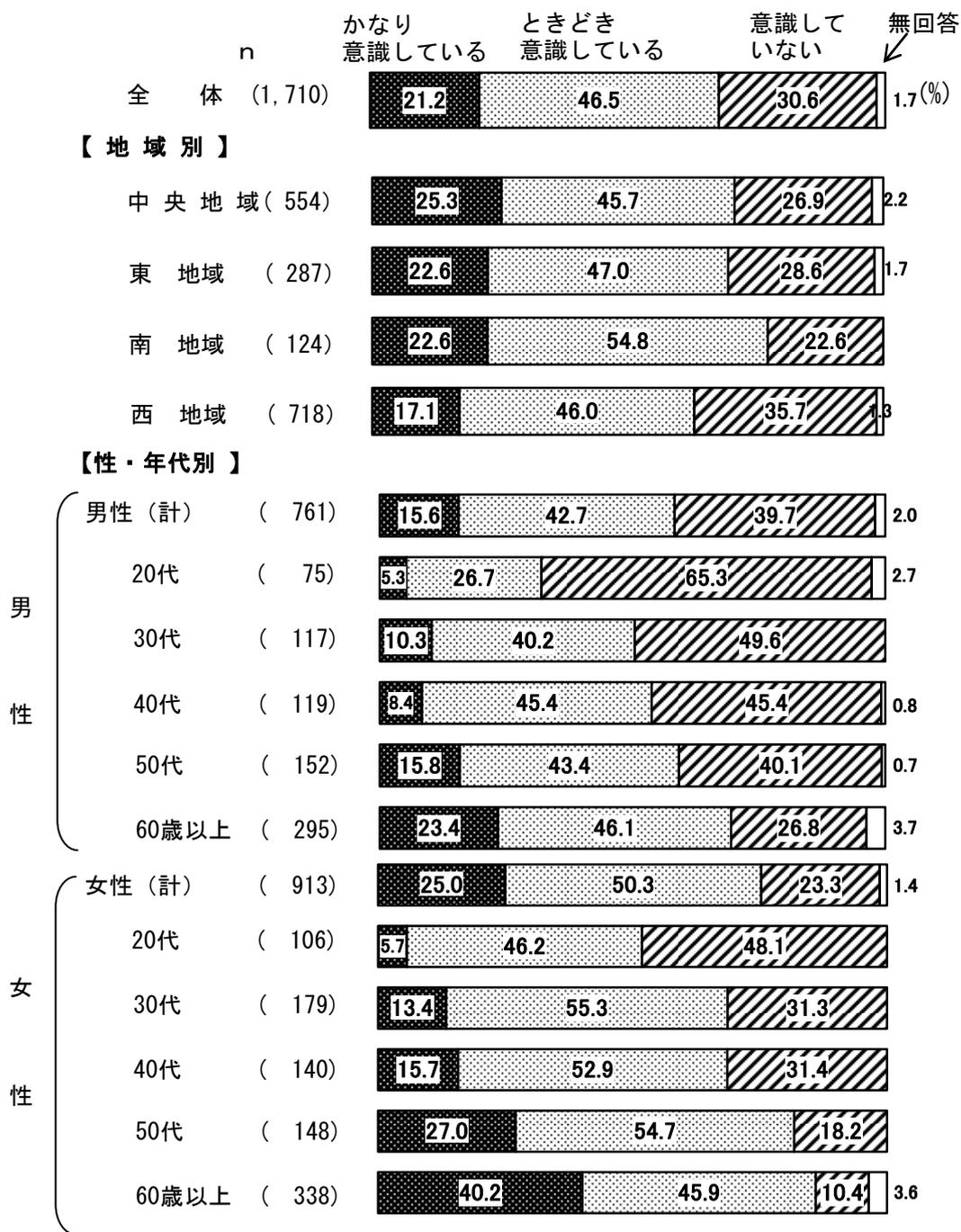
【地域別】

『意識している』は、“南地域”(77.4%)が約8割と高く、“西地域”(63.1%)が6割台半ばで最も低い。(図表6-8)

【性・年代別】

男女共に、年代があがるほど、『意識している』割合が上昇している。特に男性60歳以上(69.5%)で約7割、女性の60歳以上(86.1%)で8割台半ばで最も高い。(図表6-8)

＜図表6－8＞農林水産物を購入する際に千葉県産であることを意識するか／
地域別、性・年代別

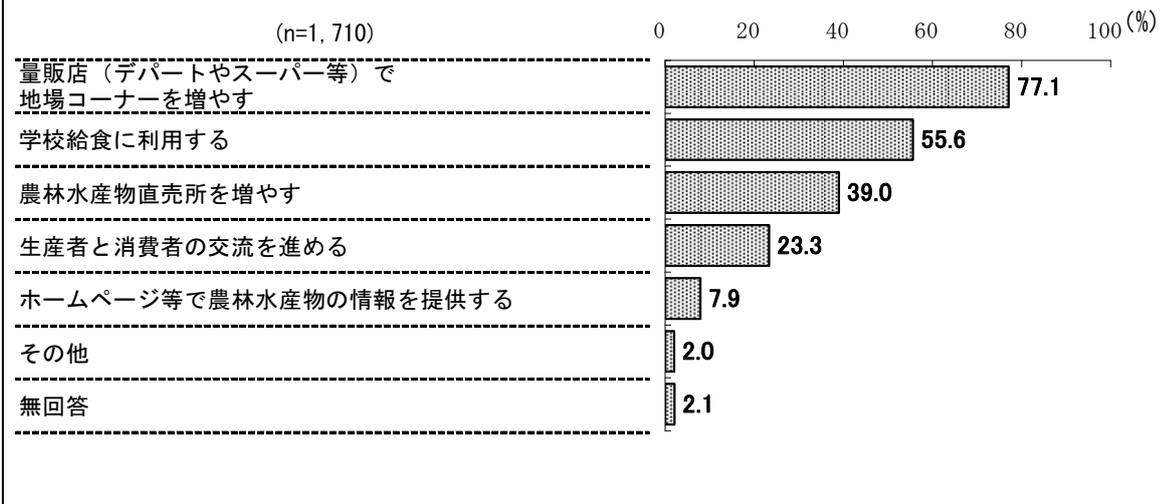


(5) 千産千消で県が力を入れるべき取り組み

◇量販店（デパートやスーパー等）で地場コーナーを増やすが最も高く約8割。

問25 あなたは、千産千消（地産地消）で県がどのような取り組みに力をいれたら良いと思いますか。（〇はいくつでも）

＜図表6-9＞千産千消で県が力を入れるべき取り組み



千産千消で県が力を入れるべき取り組みを聞いたところ、「量販店（デパートやスーパー等）で地場コーナーを増やす」（77.1%）が約8割と最も高く、ついで、「学校給食に利用する」（55.6%）が5割台半ば、「農林水産物直売所を増やす」（39.0%）が約4割である。（図表6-9）

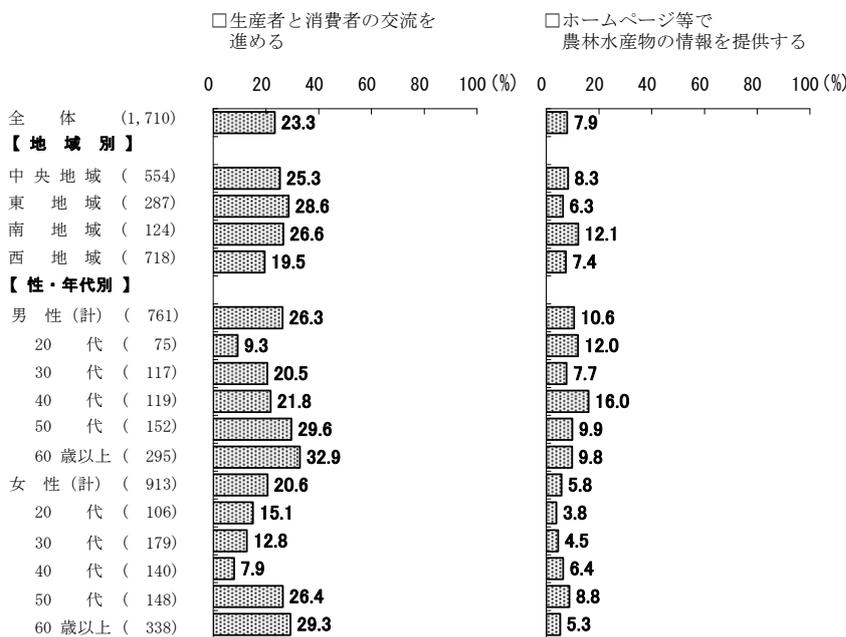
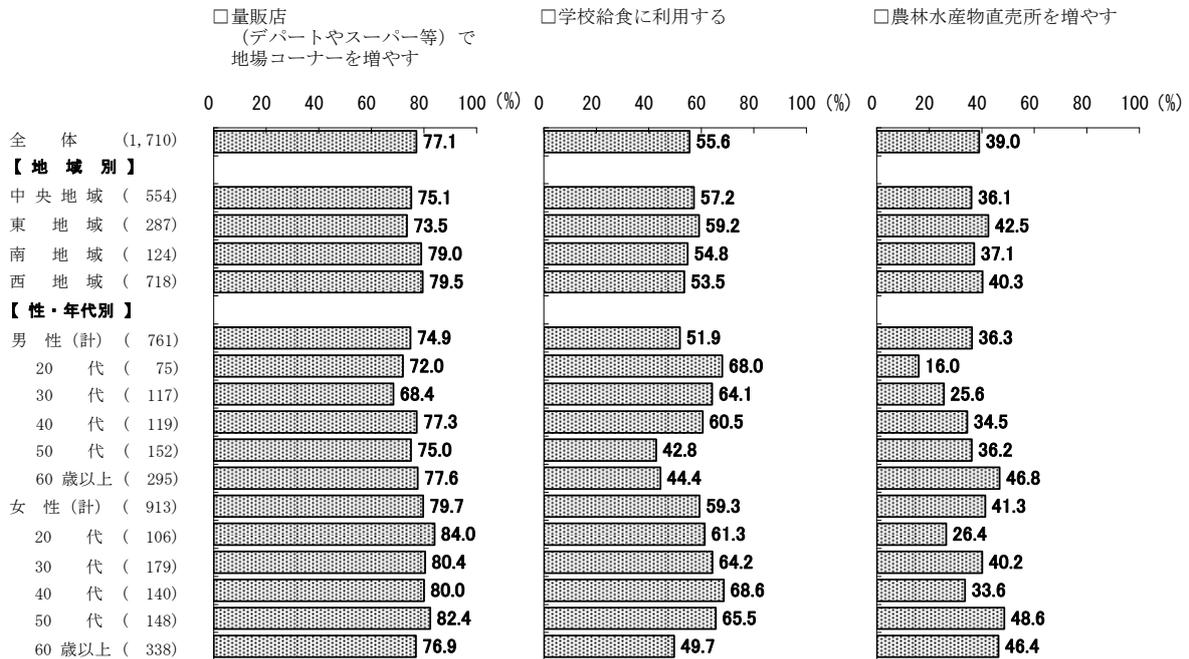
【地域別】

「量販店（デパートやスーパー等）で地場コーナーを増やす」は、“南地域”（79.0%）、“西地域”（79.5%）が高く約8割である。「学校給食に利用する」は、“東地域”（59.2%）で最も高くなっている。（図表6-10）

【性・年代別】

「量販店（デパートやスーパー等）で地場コーナーを増やす」は、女性の20代（84.0%）で8割台半ばとなっており他の年代と比較して高くなっている。「学校給食に利用する」は、男性の20代（68.0%）と女性の40代（68.6%）で約7割となっており他の年代と比較して高くなっている。（図表6-10）

<図表6-10> 千産千消で県が力を入れるべき取り組み／地域別、性・年代別



問 「千産千消について」やここまでの質問（問21～問25）について、ご意見やご提案があればご自由にお書きください。

ご意見やご提案を自由に記述していただいたところ、171人から回答が寄せられた。一部抜粋してご意見を記載した。

■「千産千消について」の自由回答（抜粋）

- もっと県の行政で「千産千消」の宣伝やアピールをして欲しい。(男性・50代・東地域)
- 各市の特産品をもっとアピールしていったらいいのでは？ 県民千葉の紙面でも取り上げて、おいしい食べ方の紹介をもっと充実させていったら。食べ方の分からない野菜もあるので…。(女性・50代・南地域)
- 学校給食で使用し、それを子供たちにきちんと伝えと、子供たちも地元（千葉県）に、より誇りが持てるだろう。(女性・20代・中央地域)
- スーパー等で千葉県産の食品を購入するとメリットになる事（ポイント等）を行った方がよいと思う。(男性・30代・西地域)
- 千産千消は農業にも活性化を与え良いと思う。農業が産業として多くの人に関心を持ち、関われる様になれば良いと思う。(女性・50代・中央地域)
- 近くのを売るのであるから、新鮮なうちに売ることが可能なわけですから、その利点を活かす取り組みをしたら良いのではないのでしょうか。(男性・50代・東地域)
- 幼稚園の給食で、習志野市でとれた野菜などがあると、子供も意識して食べているようです。県でとれたものもたくさんあると良いと思います。(女性・30代・中央地域)
- 「千産千消」の大型店（本格的な店）があればいい。野菜、魚、肉と、品揃えできる店。(男性・60歳以上・西地域)
- 古民家などで、おばあちゃんの手料理教室みたいな、若い人やお料理本に載っていない野菜の使い方を教えてくれる所。そこで販売もしたら買いたくなる。(女性・30代・中央地域)
- 千産千消に協力した事がどの様になっているのかなど、生産者の方の事など、言葉など見やすく、分かりやすくスーパー等のポスター等で見れたら、また千葉の物を買いたくなる気分になる様な気がします。(女性・40代・中央地域)