

## 平成 20 年度県民モニター第 3 回アンケート調査結果の活用状況等について

### テーマ：地産地消について

#### 農林水産物の購入について

農林水産物の購入について、購入場所は、「自宅近くのスーパー」(87.8%)が9割近くで群を抜いており、「都市近郊にある大型スーパー」(26.8%)がこれに次いでいる。そこで購入する理由は、「家から近いなど利用しやすい」(50.3%)、「販売品が信頼できる」(39.6%)、「品揃えが豊富」(35.2%)、「価格が安い」(34.9%)などが多く、利便性や販売品の信頼度・品揃え・価格が重視されていることがうかがえる。

食品の購入場所としては、特に利便性が重視されています。このため、スーパーなどの量販店内への地元産品取扱コーナーの設置を進めるとともに、都市地域にお住まいの方々にも新鮮でおいしい県産農産物等を届けるよう、都市地域での直売所の設置を支援しています。

農林水産物を選ぶ際に注意することでは、「鮮度」(71.0%)が最も多く、次いで「価格」(47.5%)、「産地や生産者」(38.6%)となっている。購入するものの産地について、「かなり気にしている」と「ある程度気にしている」とを合わせると、『居住市町又は近隣市町産であること』(62.2%)や『有名な産地であること』(52.8%)、『県内産であること』(52.7%)を気にしているのは5～6割台であるのに対し、『国内産であること』を気にしているのは9割(95.4%)を超え、このうち「かなり気にしている」が7割強(71.4%)あり、国内産であるかどうかへの関心が非常に高く、消費者の購入判断の大きな基準になっていることがうかがえる。

昨今の「食」を取り巻く環境から、消費者の「食」に対する意識や、安全・安心な食品へのニーズが高まってきています。

県民の皆さんの「食」に対する不安感や不信感を解消するため、食品表示適正化のための量販店等流通関係者への各種指導と併せて、安全・安心でかつ個性・特長のある県産食品を県が確認して兵庫県認証食品として認証し、安定供給を進めています。

#### 地産地消について

「地産地消」の認知度については、「言葉も意味も知っていた」(83.6%)が8割を超えており、その考え方が広く認知されていることがうかがえる。

また、「地産地消」を実践しようと思うかについては、「そう思い、既に実践している」(26.5%)や「そう思う」(57.5%)の取組に前向きな人を合わせると8割(84.0%)を超える。一方、「あまり思わない」(12.9%)と「全く思わない」(0.5%)という人は1割強に止まるものの、その理由として「品質等が同じなら地元産にこだわる必要性を感じない」(49.5%)、「どこで地元産品を購入できるか分からない」(32.3%)などをあげている。

「地産地消」については、既に広く認知されているようですが、消費者がより主体的に実践していただけるよう、今後とも効果的な普及啓発を進めます。

「地産地消」のメリットについては、「新鮮なものが手に入る」(52.9%)と「生産者が身近で、安全・安心である」(51.6%)が半数を超えている。また、「地元産を購入したいもの」では、「野菜」(91.9%)が9割を超えるほか、「魚」(59.0%)、「米」(56.6%)、「卵」(49.7%)が5割前後あるなど、生産者が身近で安心感があり新鮮な地元産品への購入希望の高さがうかがえる。

「地産地消」のメリットについて、「地域の活性化」「環境負荷の軽減」「食料自給率向上」という観点からは十分な認識がなされていないことから、今後はこれらの意義を含め、効果的な啓発を進めます。

また、スーパーなどの量販店内への地元産品取扱コーナーの設置を進めるとともに、都市地域での直売所の設置を支援するなど、新鮮で安全・安心な農産物等を入手しやすい環境づくりに努めます。

地元産品を販売する各種直売所やインショップ( )の利用頻度については、いずれも「近くに行った場合に利用する」(39.9%~61.7%)が最も多く、「どこにあるか知らず、利用していない」(12.9%~28.8%)も1~3割近くある。また、直売所等への印象や利用実感では、「旬の新鮮なものがある」(78.9%)、「価格が安い」(48.8%)など評価する回答がある一方で、「品揃えが少ない」(28.8%)などの評価も見受けられ、直売所運営方法等に改善の余地がうかがえる。

( )インショップ：スーパーなどの量販店内に設けた地元産品の取扱コーナー

多彩なひょうごの県産食品を取り扱う、農産物等直売所・朝市・特産館について、場所や季節ごとの取扱品目等の情報を提供していきます。

また、地場野菜の生産体制の整備や、県内への供給体制づくりの推進等により、品揃えの充実を図ります。