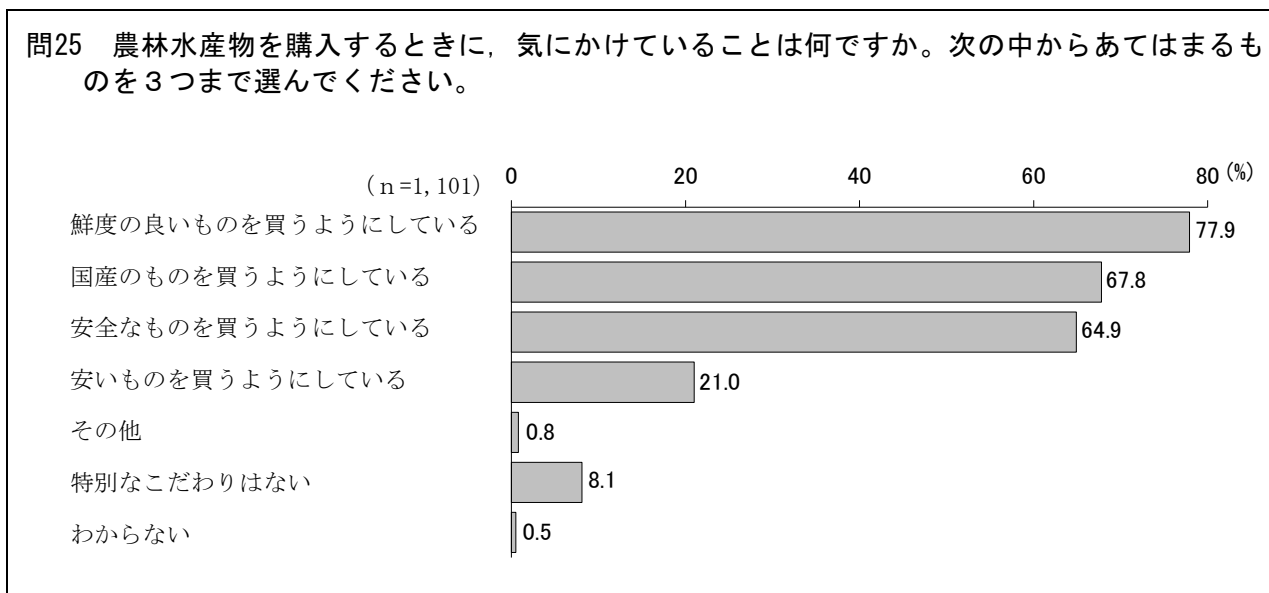


## Ⅸ 農林水産物の購入に関する意識

### 1. 農林水産物の購入時に気にかけていること

—「鮮度の良いものを買うようにしている」が約8割—



農林水産物の購入時に気にかけていることとしては、「鮮度の良いものを買うようにしている」(77.9%)が約8割と最も高く、次いで、「国産のものを買うようにしている」(67.8%)、「安全なものを買うようにしている」(64.9%)が6割台、「安いものを買うようにしている」(21.0%)が2割台で続いている。

—県北で「鮮度の良いものを買うようにしている」が8割台半ば—

地域別でみると、「鮮度の良いものを買うようにしている」は、県北(85.4%)で8割台半ばと最も高くなっている。

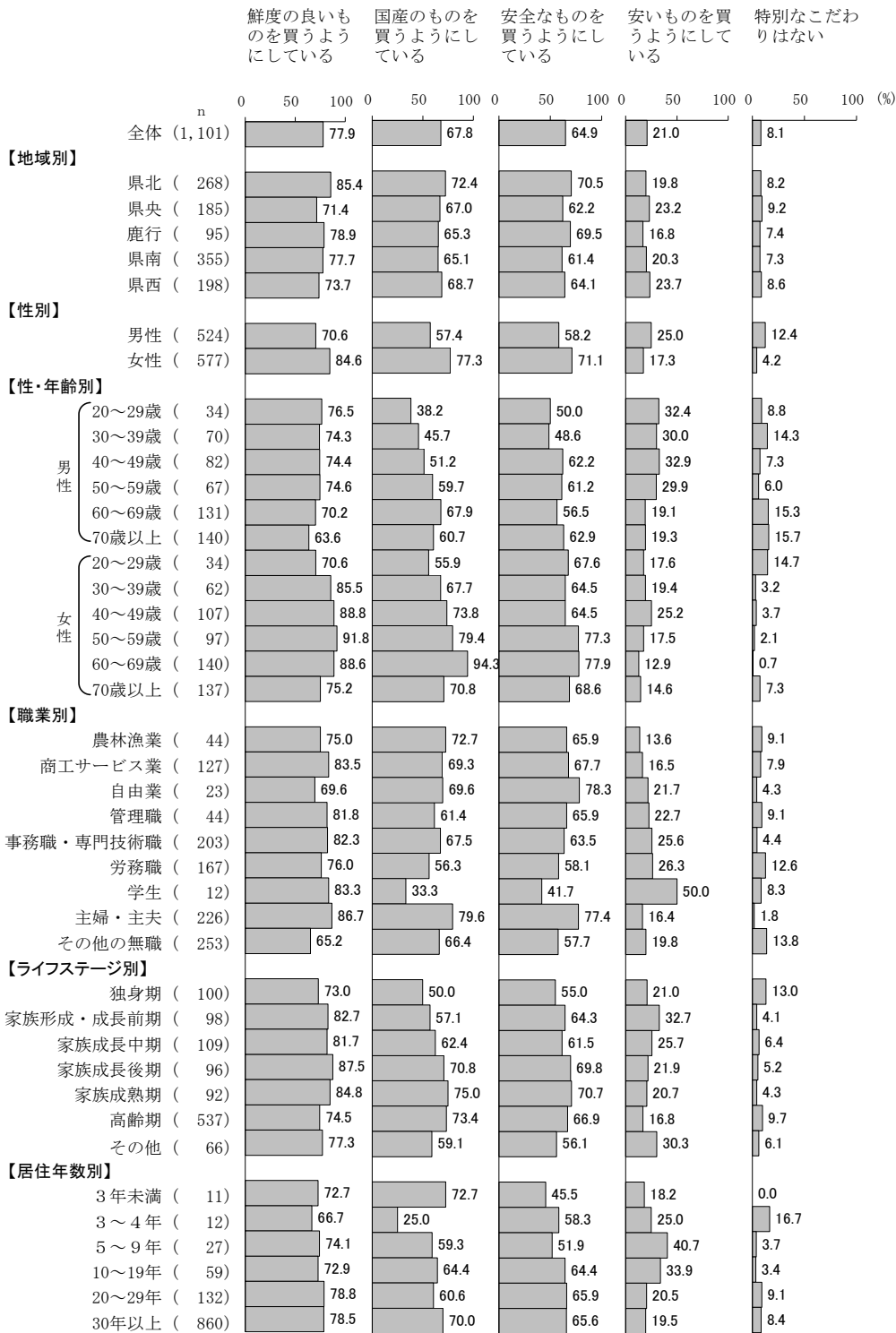
—女性で「国産のものを買うようにしている」が男性よりも約20ポイント高い—

性別でみると、「国産のものを買うようにしている」は、女性(77.3%)が男性(57.4%)よりも約20ポイント高くなっている。一方、「安いものを買うようにしている」は、男性(25.0%)が女性(17.3%)よりも約8ポイント高くなっている。

—家族形成・成長前期で「安いものを買うようにしている」が3割超—

ライフステージ別でみると、「安いものを買うようにしている」は、家族形成・成長前期(32.7%)で3割を超えて最も高くなっている。

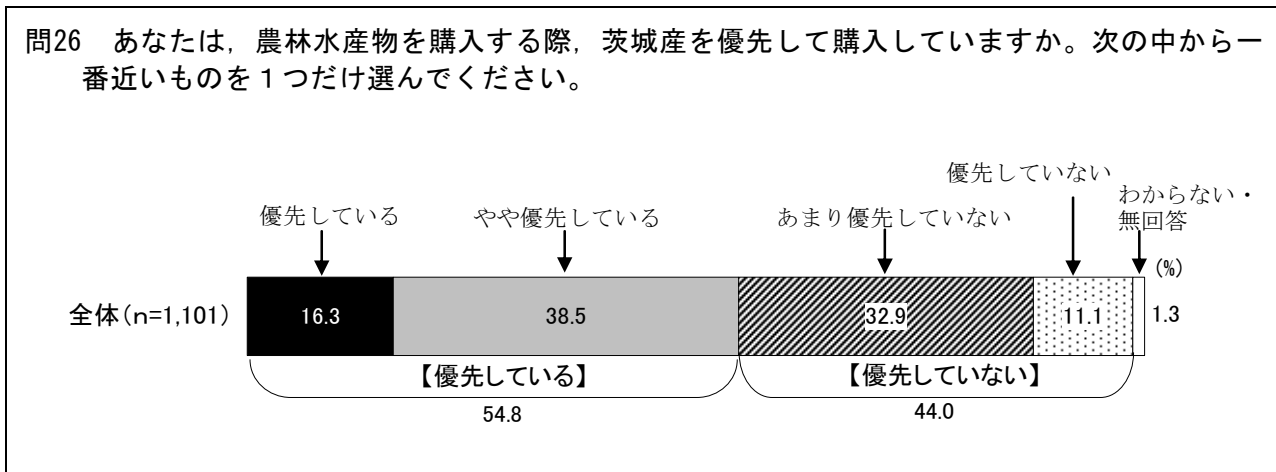
図IX 25-1 農林水産物の購入時に気にかけていること  
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。

## 2. 農林水産物の購入時における茨城産の優先度

—【優先している】が5割台半ば—



農林水産物の購入時における茨城産の優先度としては、「優先している」(16.3%)と「やや優先している」(38.5%)を合わせた【優先している】(54.8%)が5割台半ばとなっている。一方、「あまり優先していない」(32.9%)と「優先していない」(11.1%)を合わせた【優先していない】(44.0%)は4割台半ばとなっている。

—県北と県央で【優先している】が6割台前半—

地域別でみると、【優先している】は、県北(64.6%)と県央(60.0%)で6割台前半と高くなっている。

—女性で【優先している】が男性よりも約15ポイント高い—

性別でみると、【優先している】は、女性(62.0%)が男性(46.7%)よりも約15ポイント高くなっている。

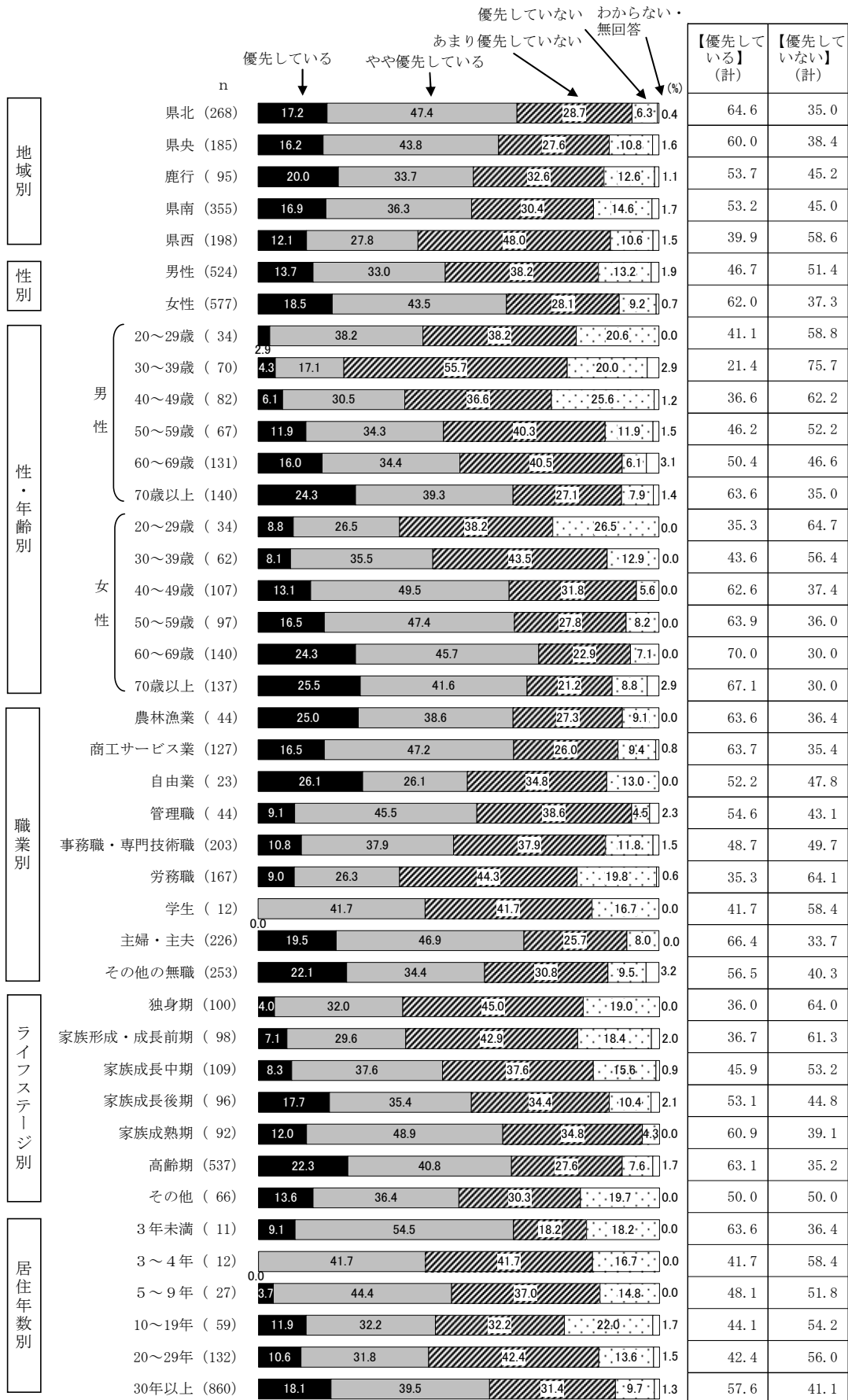
—女性の60代と70歳以上で【優先している】が高い—

性・年齢別でみると、【優先している】は、女性の60代(70.0%)で7割と最も高く、70歳以上(67.1%)で約7割となっている。

—主婦・主夫で【優先している】が6割台半ば—

職業別でみると、【優先している】は、主婦・主夫(66.4%)で6割台半ばと最も高くなっている。

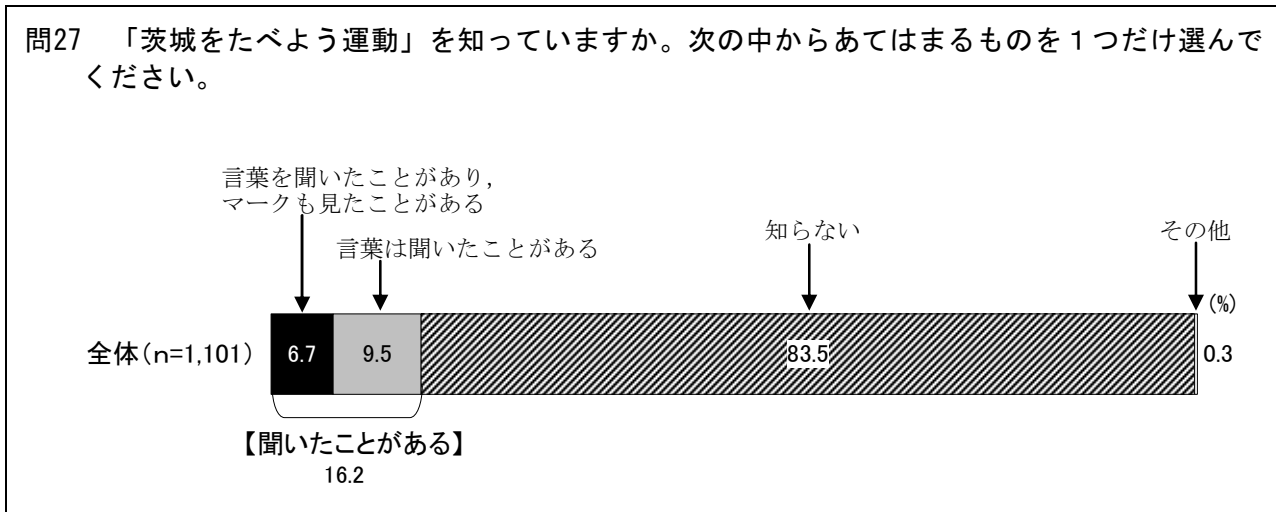
図IX 26-1 農林水産物の購入時における茨城産の優先度  
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, ライフステージ別, 居住年数別)



(注) 回答数が30未満の層は分析ではふれていない。

### 3. 「茨城をたべよう運動」の認知度

—「知らない」が8割台半ば—



「茨城をたべよう運動」の認知度としては、「知らない」(83.5%)が8割台半ばとなっている。一方、「言葉を聞いたことがあり、マークも見たことがある」(6.7%)と「言葉は聞いたことがある」(9.5%)を合わせた【聞いたことがある】(16.2%)は1割台半ばとなっている。

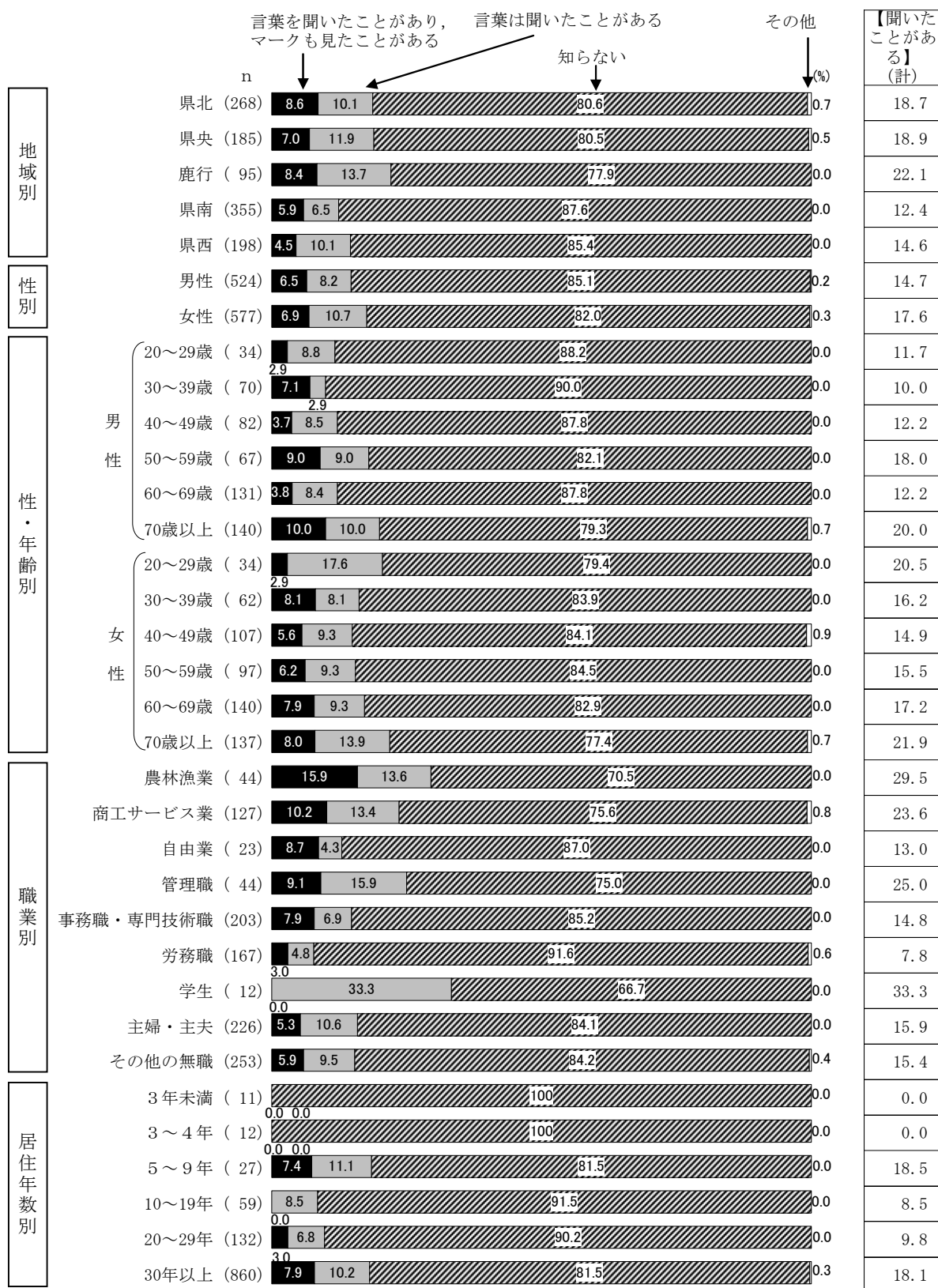
—鹿行で【聞いたことがある】が2割超—

地域別でみると、【聞いたことがある】は、鹿行(22.1%)で2割を超えて最も高くなっている。

—女性の20代、70歳以上、男性の70歳以上で【聞いたことがある】が2割台前半—

性・年齢別でみると、【聞いたことがある】は、男性の70歳以上(20.0%)、女性の20代(20.5%)と70歳以上(21.9%)で2割台前半と高くなっている。一方、「知らない」は、男性の30代(90.0%)で9割と最も高く、男性の20代(88.2%)と40代(87.8%)と60代(87.8%)で約9割となっている。

図区 27-1 「茨城をたべよう運動」の認知度  
(地域別, 性別, 性・年齢別, 職業別, 居住年数別)



(注) 回答者数が30未満の層は分析ではふれていない。