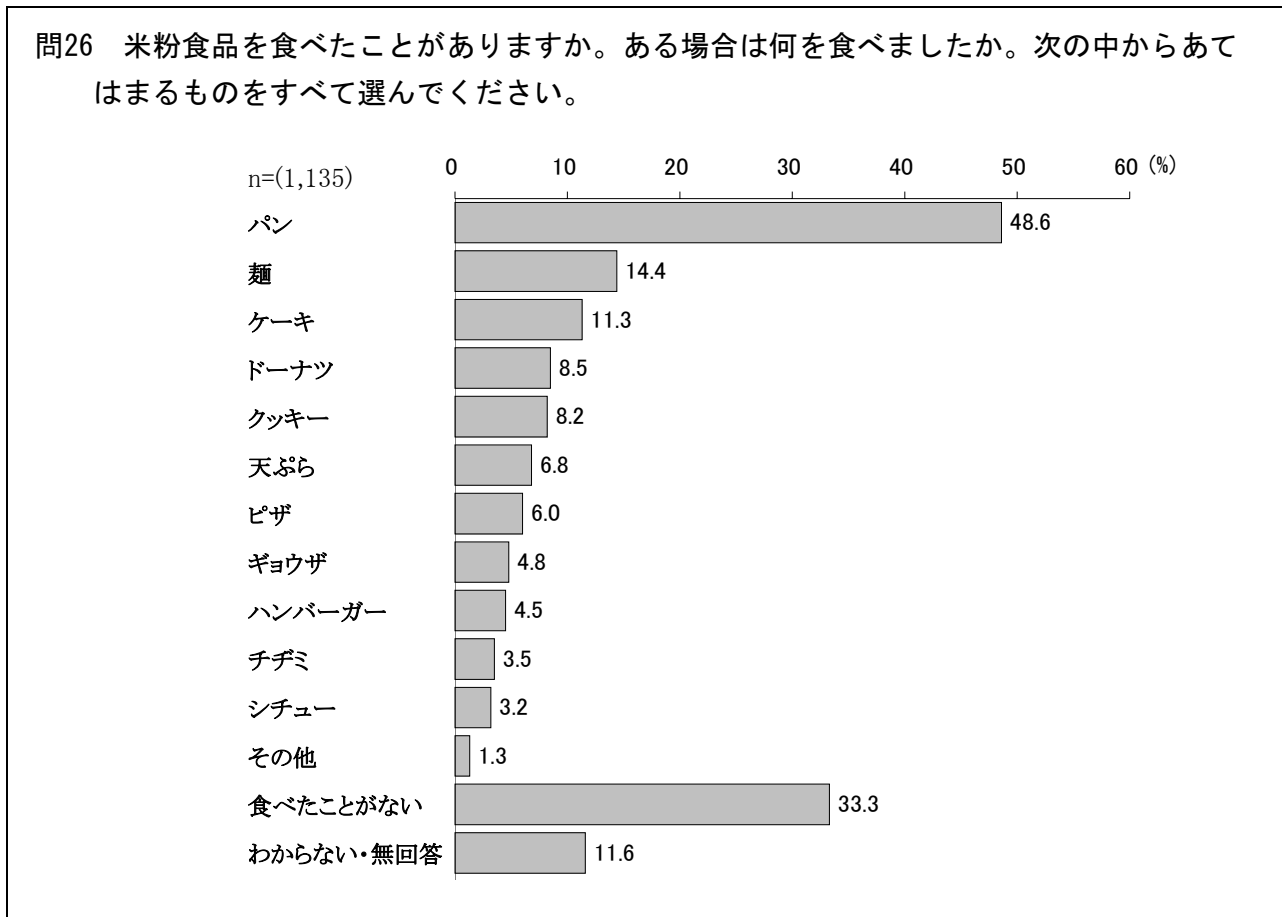


## Ⅶ 新規需要米（米粉，飼料用米）の需要

### 1. 米粉食品を食べた経験

#### (1) 米粉食品を食べた経験

—「パン」が約5割で最も多い—



米粉食品を食べた経験としては、「パン」(48.6%)が5割近くと最も高く、次いで「麺」(14.4%)、「ケーキ」(11.3%)が1割台で続いている。

#### —「パン」は、女性の30代、40代、60代で6割前後—

地域別でみると、「パン」は、県北(48.3%)、鹿行(52.4%)、県西(50.9%)で5割前後と高くなっている。また、「麺」は、県北(13.8%)、県央(14.9%)、県南(14.8%)、県西(16.1%)では1割台半ば前後となっている。「ケーキ」については、すべての地域で1割前後となっている。

市郡別でみると、「パン」は、郡部(54.5%)で5割台半ばと最も高く、他の層も4割台半ばを超えている。また、「麺」は、郡部(22.2%)で、「ケーキ」についても郡部(21.2%)で2割を超え最も高くなっている。

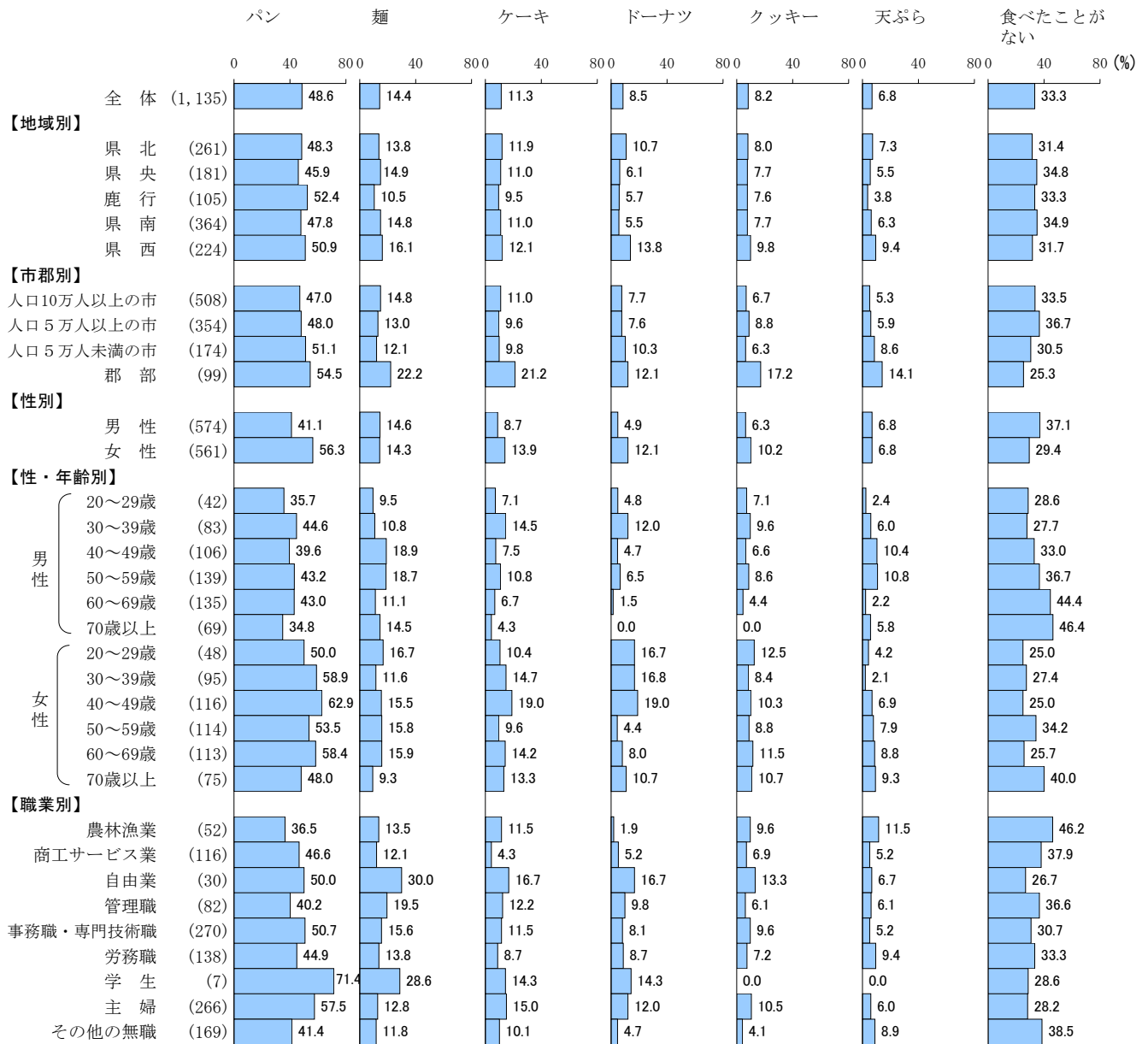
性別でみると、「パン」は、女性(56.3%)が男性(41.1%)より約15ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「パン」は、女性の30代(58.9%)、40代(62.9%)、60代(58.4%)で6割前後と高く、女性の他の年代も5割前後となっている。また、「麺」については、男性の40代(18.9%)と50代(18.7%)で2割近くと高くなっている。「ケーキ」については、女性の40代(19.0%)が約2割で最も高くなっている。

職業別でみると、「パン」は、主婦(57.5%)で5割台半ばと最も高く、自由業(50.0%)、事務職・専門技術職(50.7%)でも約5割となっている。また、「麺」については、自由業(30.0%)で3割と最も高くなっている。

図Ⅶ 26-1 米粉食品を食べた経験

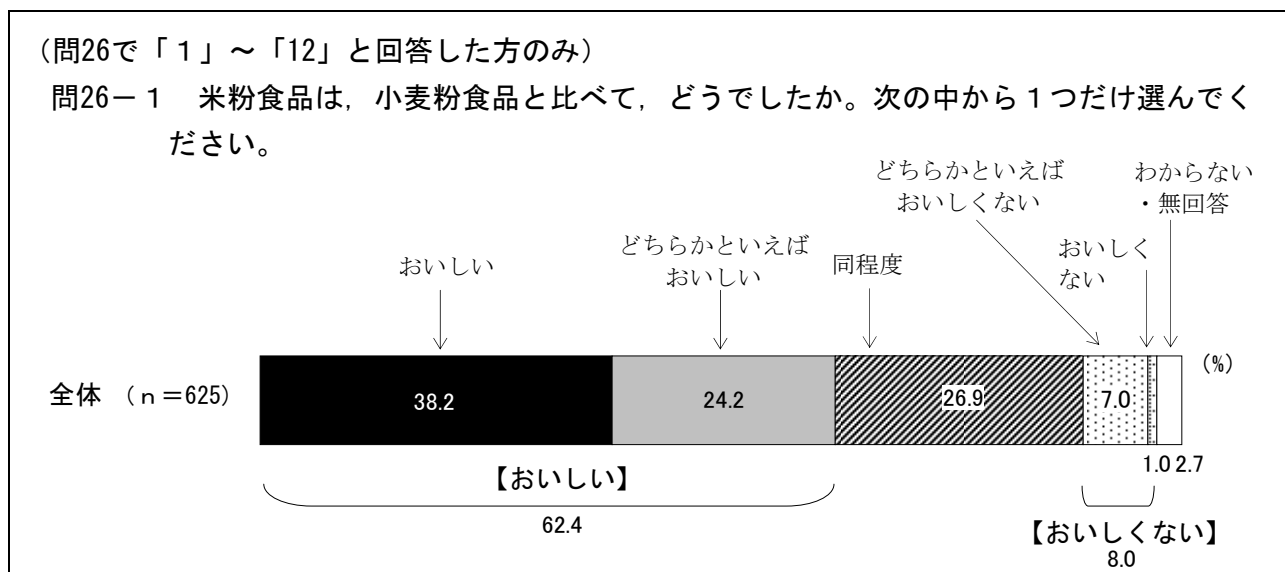
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別—上位6項目+「食べたことがない」)



(注) 学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

## (2) 米粉食品の感想

### —【おいしい】が6割強—



米粉食品を食べたことがある人に、その評価をきくと、「おいしい」(38.2%)と「どちらかといえばおいしい」(24.2%)を合わせた【おいしい】(62.4%)は6割を超えている。また、「同程度」(26.9%)は2割台半ばとなっている。

一方、「どちらかといえばおいしくない」(7.0%)、「おいしくない」(1.0%)を合わせた【おいしくない】(8.0%)は1割未満で極めて低くなっている。

### —【おいしい】は、県央で7割強—

地域別でみると、【おいしい】は、県央(72.9%)で7割を超えて最も高く、県北(65.5%)、鹿行(65.6%)でも6割台半ばと高くなっている。

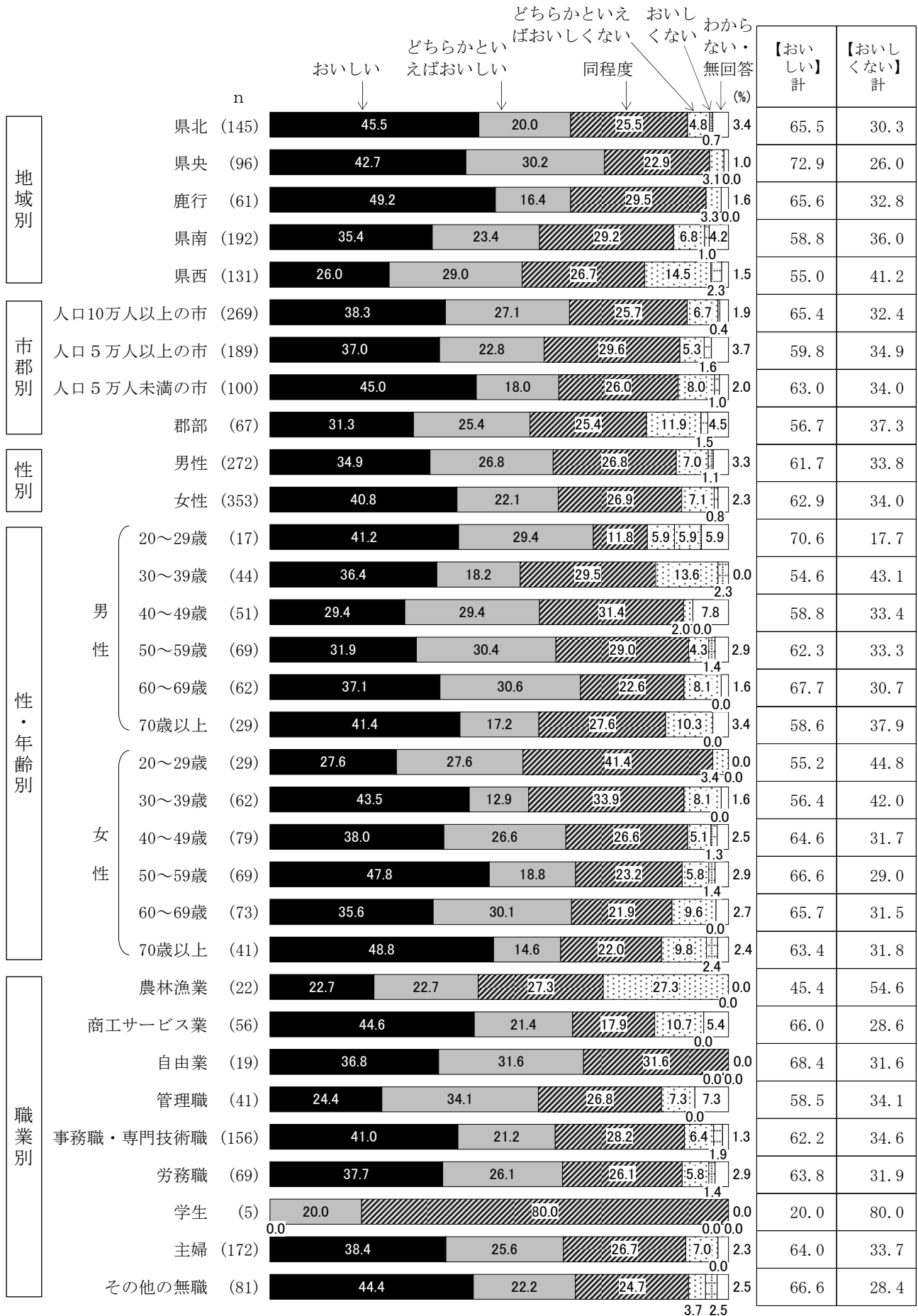
市郡別でみると、【おいしい】は、人口10万人以上の市(65.4%)、人口5万人未満の市(63.0%)が6割台半ば前後で高くなっている。

性別でみると、【おいしい】は、男性(61.7%)、女性(62.9%)と女性が約1ポイント上回り、ほとんど男女差はない。

性・年齢別でみると、【おいしい】は、男性の50代(62.3%)、60代(67.7%)で6割台となっている。また、女性の40代以上でも6割台半ば前後となっている。

職業別でみると、【おいしい】は、商工サービス業(66.0%)、事務職・専門技術職(62.2%)、労務職(63.8%)、主婦(64.0%)、その他の無職(66.6%)で6割を超えている。

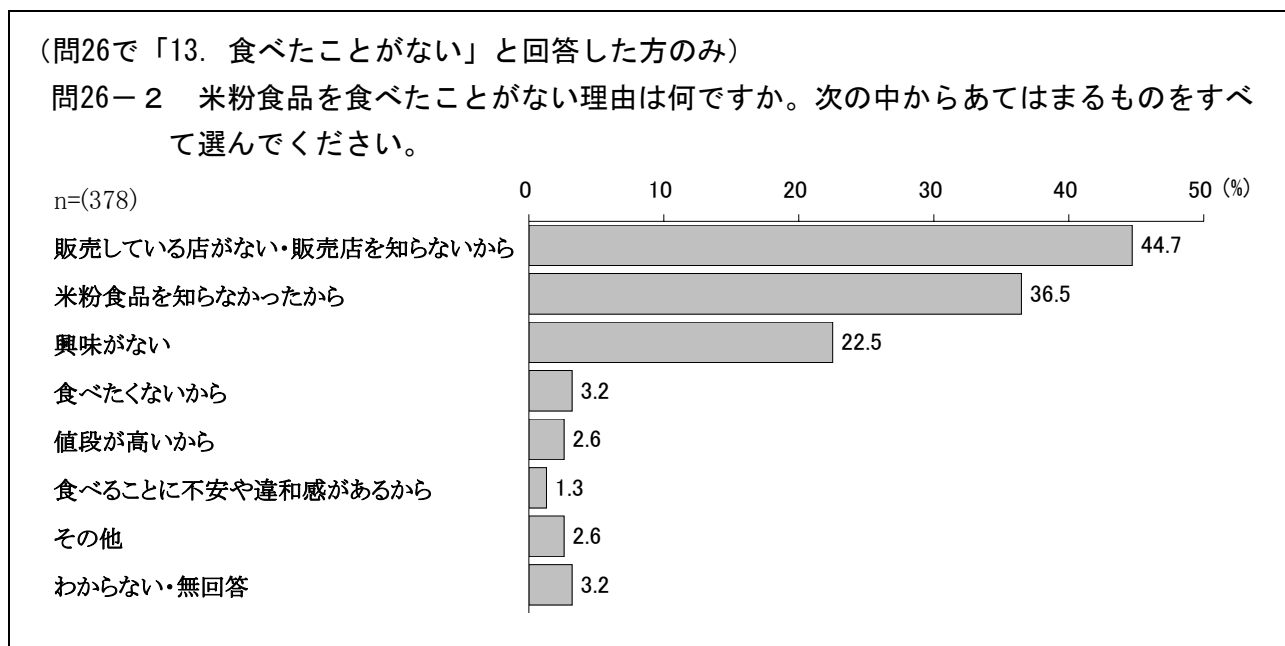
図Ⅶ 26-1-1 米粉食品の感想（地域別，市郡別，性別，性・年齢別，職業別）



(注) 男性の20～29歳，自由業，学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

(3) 米粉食品を食べたことがない理由

—「販売している店がない・販売店を知らないから」が4割台半ば—



米粉食品を食べたことがない人に、その理由をきくと、「販売している店がない・販売店を知らないから」(44.7%)が4割台半ばで最も高く、次いで「米粉食品を知らなかったから」(36.5%)が3割台半ばを超え、「興味がない」(22.5%)が2割台で続いている。

—「米粉食品を知らなかったから」は、鹿行で6割近く—

地域別でみると、「販売している店がない・販売店を知らないから」は、県南(52.0%)で5割を超えて最も高く、県北(46.3%)も4割台半ばとなっている。また、「米粉食品を知らなかったから」は、鹿行(57.1%)で5割台半ばを超え最も高く、県西(45.1%)も4割台半ばとなっている。

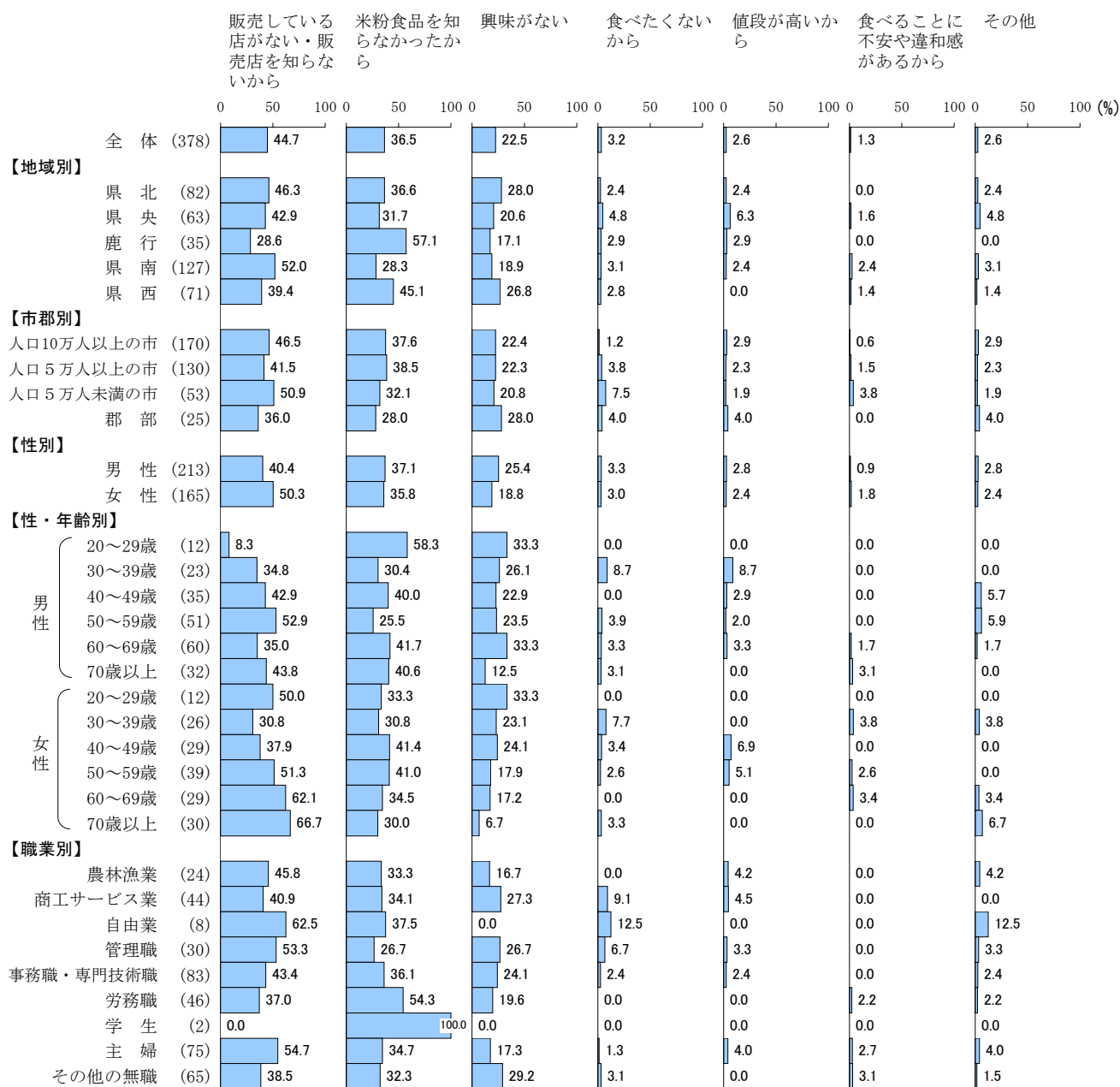
市郡別でみると、「販売している店がない・販売店を知らないから」は、人口5万人未満の市(50.9%)で5割を超えて最も高く、人口10万人以上の市(46.5%)も4割台半ばと高くなっている。また、「米粉食品を知らなかったから」は、人口10万人以上の市(37.6%)、人口5万人以上の市(38.5%)では3割台半ばを超え、他の層よりやや高くなっている。

性別でみると、「販売している店がない・販売店を知らないから」は、女性(50.3%)が男性(40.4%)より約10ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「販売している店がない・販売店を知らないから」は、女性の70歳以上(66.7%)で6割台半ばを超え最も高く、女性の60代(62.1%)も6割を超えている。また、男性の50代(52.9%)、女性の50代(51.3%)も5割を超えている。「米粉食品を知らなかったから」については、男性の40代(40.0%)、60代(41.7%)、70歳以上(40.6%)、女性の40代(41.4%)、50代(41.0%)で4割を超えている。

職業別でみると、「販売している店がない・販売店を知らないから」は、管理職(53.3%)で5割を超えて、また、「米粉食品を知らなかったから」については、労務職(54.3%)で5割台半ば近くと、それぞれ高くなっている。

図Ⅶ 26-2-1 米粉食品を食べたことがない理由  
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)

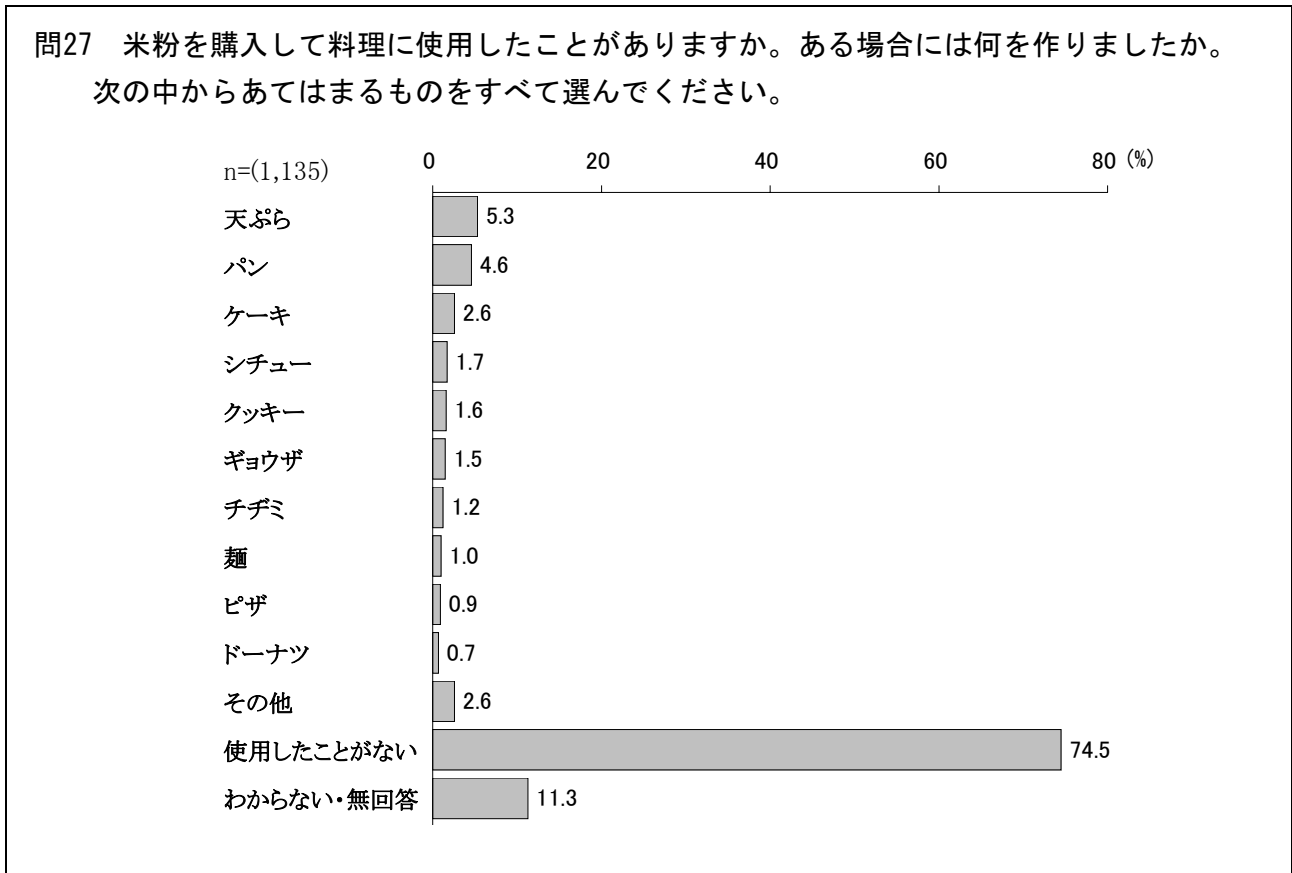


(注) 郡部, 男性の20~29歳, 女性の20~29歳, 自由業, 学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

## 2. 米粉を料理に使用した経験

### (1) 米粉を料理に使用した経験

—「使用したことがない」が7割台半ば—



米粉を購入して料理に使用した経験としては、「天ぷら」(5.3%)が最も高く、次いで「パン」(4.6%)、「ケーキ」(2.6%)の順で続いている。一方、「使用したことがない」(74.5%)は7割台半ばとなっている。

—「天ぷら」は、女性の50代以上で1割前後—

地域別でみると、「天ぷら」は県南(6.0%)、県西(7.1%)では、他の地域よりやや高くなっている。また、「パン」についても、県南(5.5%)、県西(5.8%)では、他の地域よりやや高くなっている。

市郡別でみると、「天ぷら」は、郡部(13.1%)で1割を超えて、最も高くなっている。また、「パン」は、人口10万人以上の市(5.3%)と人口5万人未満の市(5.2%)で、他の層よりやや高くなっている。

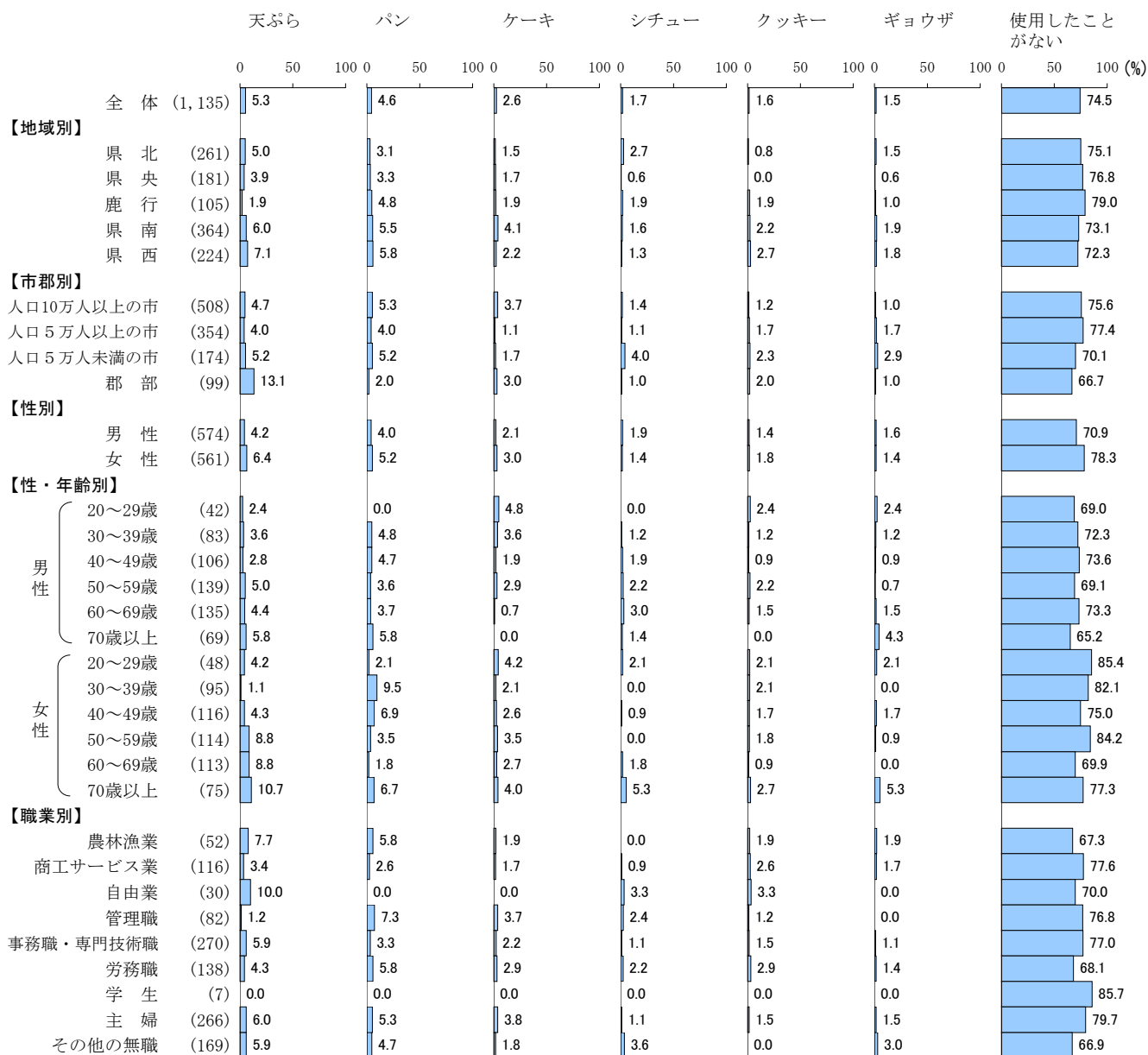
性別でみると、「天ぷら」「パン」について、男女差はほとんどない。

性・年齢別でみると、「天ぷら」は、女性の50代以上で1割前後と高くなっている。また、「パン」については、女性の30代(9.5%)で最も高くなっている。

職業別でみると、「天ぷら」は、自由業（10.0%）で、また、「パン」は、管理職（7.3%）で、やや高くなっている。

図Ⅶ 27-1 米粉を料理に使用した経験

（地域別，市郡別，性別，性・年齢別，職業別－上位6項目＋「使用したことがない」）



（注）学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

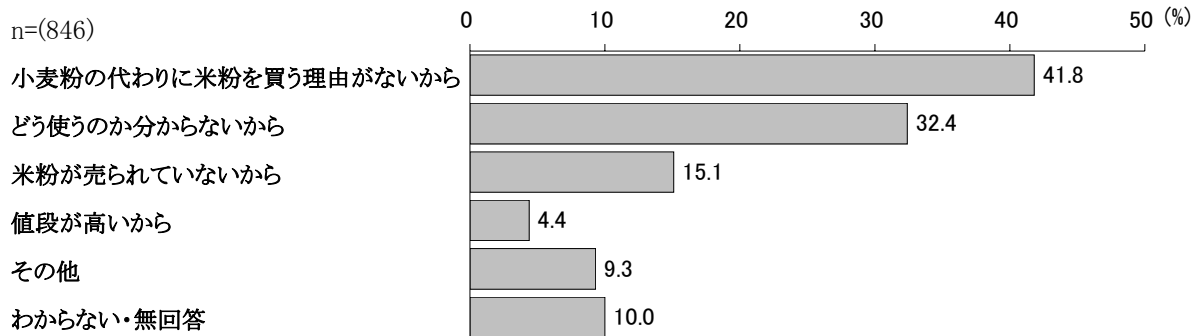


(2) 米粉を料理に使用したことがない理由

—「小麦粉の代わりに米粉を買う理由がないから」が4割強で最も多い—

(問27で「12. 使用したことがない」と回答した方のみ)

問27-1 米粉を購入して料理に使用したことがない理由は何ですか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。



米粉を購入して料理に使用したことがないという人に、その理由をきいたところ、「小麦粉の代わりに米粉を買う理由がないから」(41.8%)が4割を超えて最も高く、次いで「どう使うのか分からないから」(32.4%)が3割台で、「米粉が売られていないから」(15.1%)が1割台で続いている。

—「小麦粉の代わりに米粉を買う理由がないから」は、女性の60代、男性の50代で約5割—

地域別でみると、「小麦粉の代わりに米粉を買う理由がないから」は、県北(44.4%)、鹿行(44.6%)、県西(45.7%)で4割台半ばと高くなっている。また、「どう使うのか分からないから」は、県北(33.7%)、県央(35.3%)、県南(34.6%)で3割台半ば前後となっている。

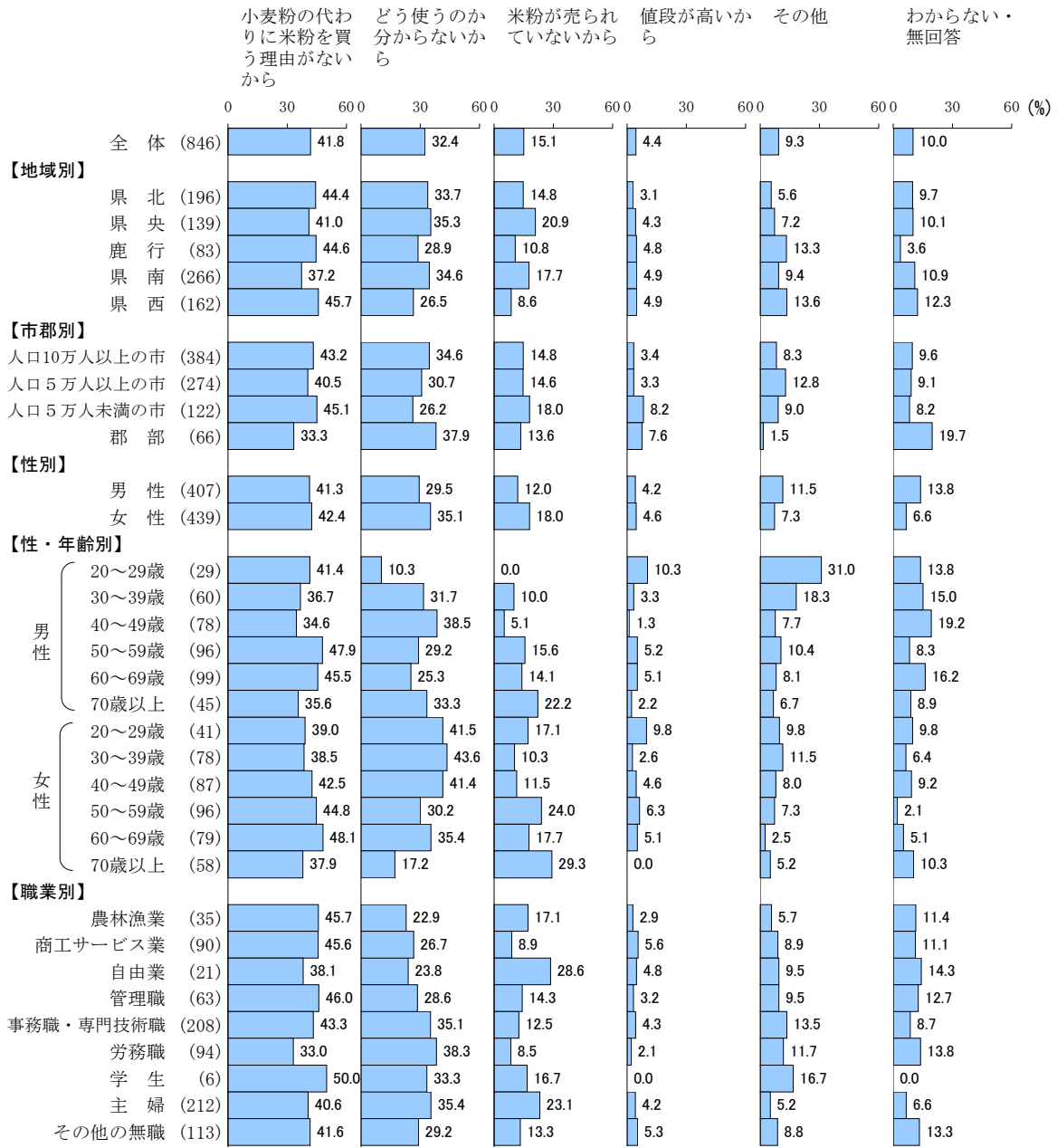
市郡別でみると、「小麦粉の代わりに米粉を買う理由がないから」は、人口10万人以上の市(43.2%)、人口5万人以上の市(40.5%)、人口5万人未満の市(45.1%)では4割を超えているが、郡部(33.3%)では、4割以下となっている。また、「どう使うのか分からないから」は、郡部(37.9%)で最も高く、人口10万人以上の市(34.6%)でも3割台半ばと高くなっている。

性別でみると、「どう使うのか分からないから」は、女性(35.1%)が男性(29.5%)より約6ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「小麦粉の代わりに米粉を買う理由がないから」は、女性の60代(48.1%)、男性の50代(47.9%)で4割台半ばを超え高く、男性の60代(45.5%)、女性の50代(44.8%)でも4割台半ば前後となっている。また、「どう使うのか分からないから」は、女性の20代~40代で4割を超えて高くなっている。

職業別でみると、「小麦粉の代わりに米粉を買う理由がないから」は、農林漁業(45.7%)、商工サービス業(45.6%)、管理職(46.0%)、事務職・専門技術職(43.3%)で4割台半ば前後となっている。

図Ⅶ 27-1-1 米粉を料理に使用したことがない理由  
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



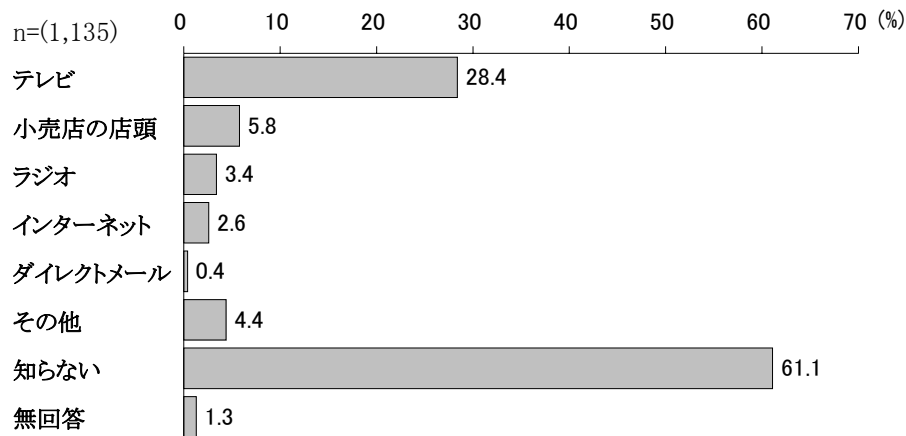
(注) 学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

### 3. 飼料用米で育てられた畜産物について

(1) 飼料用米で育てられた畜産物の認知度，認知方法

—「テレビ」が約3割で最も多い—

問28 専用のお米（飼料用米）を家畜（牛，豚，鶏など）に給与して，育てられた畜産物（牛肉，豚肉，鶏肉，鶏卵等）があることを知っていますか。知っている場合は，どこで知りましたか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。



飼料用米を家畜に給与して育てられた畜産物の認知媒体をみると，「テレビ」（28.4%）が3割近くで最も高くなっている。一方，「知らない」（61.1%）は6割を超えている。

—「テレビ」が男性の40代以上，女性の60代以上で3割を超える—

地域別でみると，「テレビ」は，県央（34.3%）で3割台半ばと高く，次いで県南（29.4%），県西（29.0%）の約3割となっている。

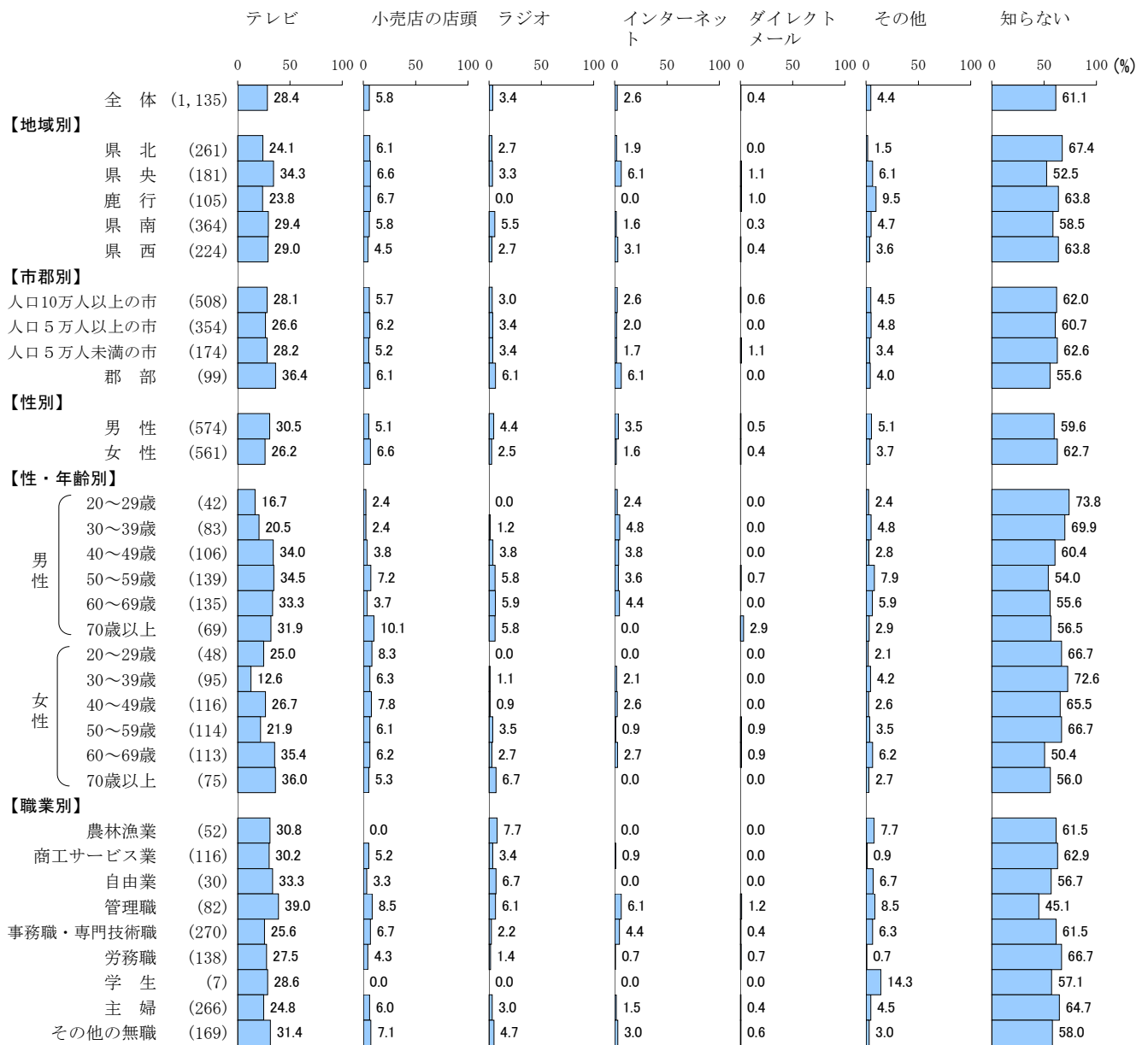
市郡別でみると，「テレビ」は，郡部（36.4%）で3割台半ばを超え最も高く，他の層は2割台となっている。

性別でみると，「テレビ」は，男性（30.5%）と女性（26.2%）より約4ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると，「テレビ」は，男性の40代以上，女性の60代以上で3割を超えて，高くなっている。一方，「知らない」は，男性の20代（73.8%），30代（69.9%），女性の30代（72.6%）で7割前後となっている。

職業別でみると，「テレビ」は，管理職（39.0%）で約4割と最も高く，農林漁業（30.8%），商工サービス業（30.2%），自由業（33.3%）でも3割を超えている。

図Ⅶ 28-1 飼料用米で育てられた畜産物の認知度，認知方法  
(地域別，市郡別，性別，性・年齢別，職業別)



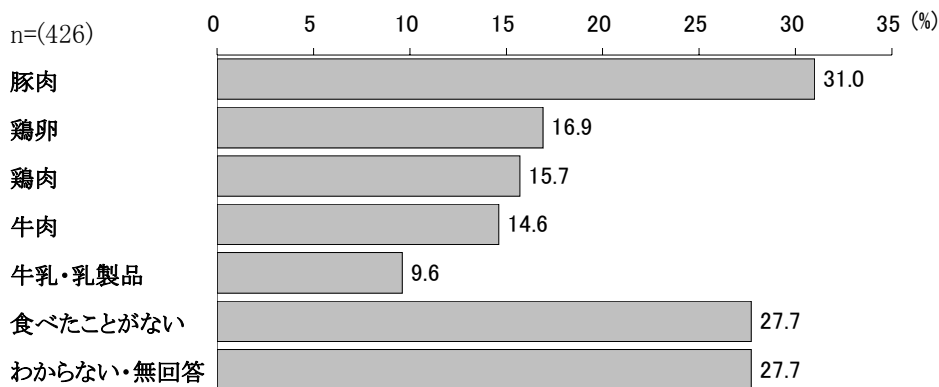
(注) 学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

## (2) 飼料用米で育てられた畜産物を食べた経験

### —「豚肉」が3割強で最も多い—

(問28で「1」～「6」と回答した方のみ)

問28-1 飼料用米を給与した畜産物を食べたことがありますか。ある場合は何を食べましたか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。



飼料用米を給付した畜産物のうち食べた経験のあるものとしては、「豚肉」(31.0%)が3割を超えて最も高く、次いで「鶏卵」(16.9%)、「鶏肉」(15.7%)、「牛肉」(14.6%)が1割台で続いている。

### —「豚肉」は、県央と鹿行で4割前後—

地域別でみると、「豚肉」は、県央(41.7%)と鹿行(39.5%)で4割前後と高くなっているが、県北(21.5%)、県南(26.2%)は3割を下回っている。また、「鶏卵」は県央(25.0%)で2割台半ばで最も高く、また、「鶏肉」についても県央(26.2%)で2割台半ばを超え最も高くなっている。「牛肉」については、鹿行(28.9%)で3割近くと最も高くなっている。

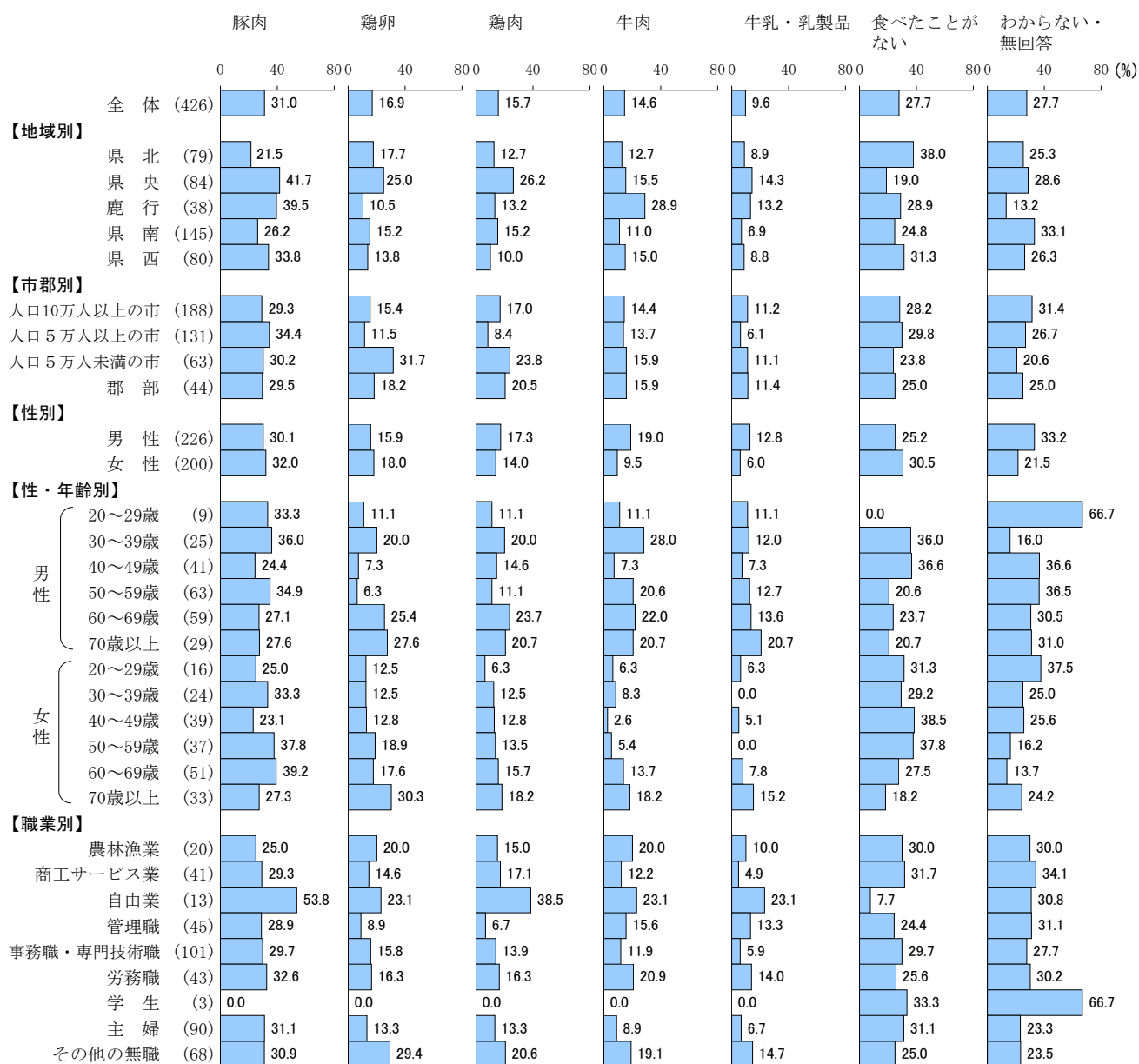
市郡別でみると、「豚肉」は、人口5万人以上の市(34.4%)で3割台半ばと最も高く、他の層でも3割前後となっている。また、「鶏卵」については、人口5万人未満の市(31.7%)で3割を超えて最も高くなっている。

性別でみると、「牛肉」は、男性(19.0%)が女性(9.5%)より約10ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「豚肉」は、女性の60代(39.2%)で約4割と最も高く、男性の30代(36.0%)と50代(34.9%)、女性の50代(37.8%)でも3割台半ばとなっている。また、「鶏卵」は、女性の70歳以上(30.3%)で3割を超えて最も高く、男性の60代(25.4%)、70歳以上(27.6%)でも2割台半ばとなっている。「牛肉」については、男性の30代(28.0%)で3割近くと最も高く、50代以上でも2割を超えている。

職業別でみると、「豚肉」は、労務職(32.6%)、主婦(31.1%)、その他の無職(30.9%)で3割を超え、他の職業でも3割近くとなっている。また、「鶏卵」については、その他の無職(29.4%)で3割近くと最も高くなっている。

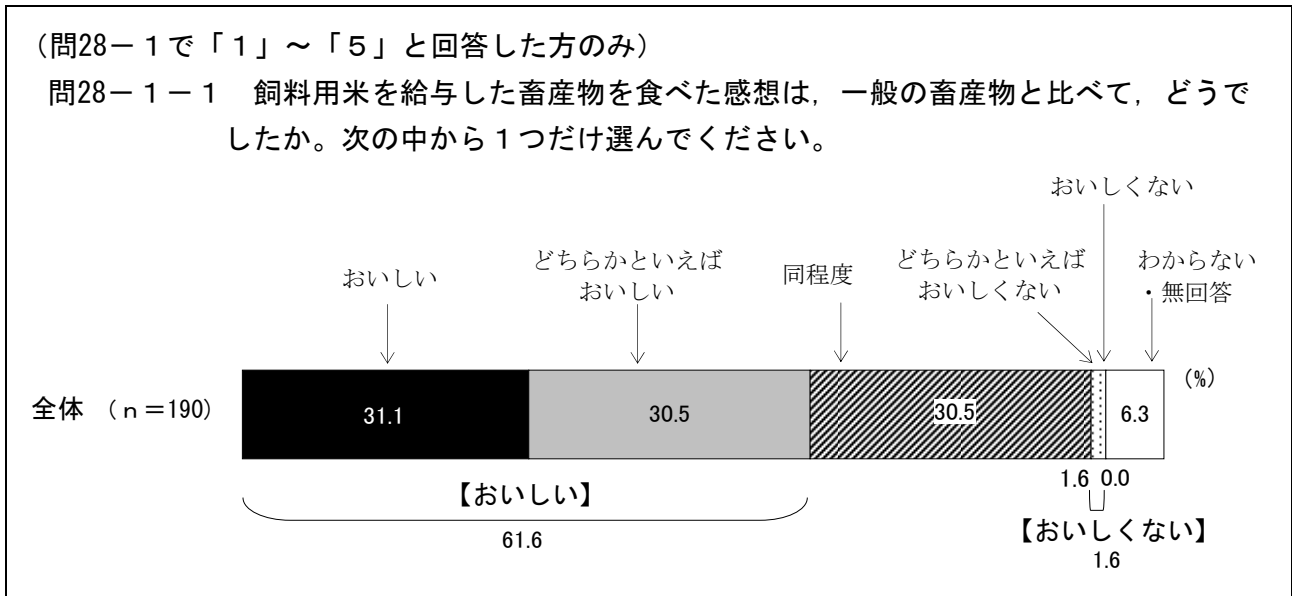
図Ⅶ 28-1-1 飼料用米で育てられた畜産物を食べた経験  
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



(注) 男性の20～29歳, 女性の20～29歳, 農林漁業, 自由業, 学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

(3) 飼料用米で育てられた畜産物を食べた感想

—【おいしい】が6割強—



飼料用米を給与されている家畜を食べたことのある人に、評価をきいたところ、「おいしい」(31.1%)と「どちらかといえばおいしい」(30.5%)を合わせた【おいしい】(61.6%)が6割を超えている。また、「同程度」(30.5%)は3割程度で、「どちらかといえばおいしくない」(1.6%)は極めて低くなっている。

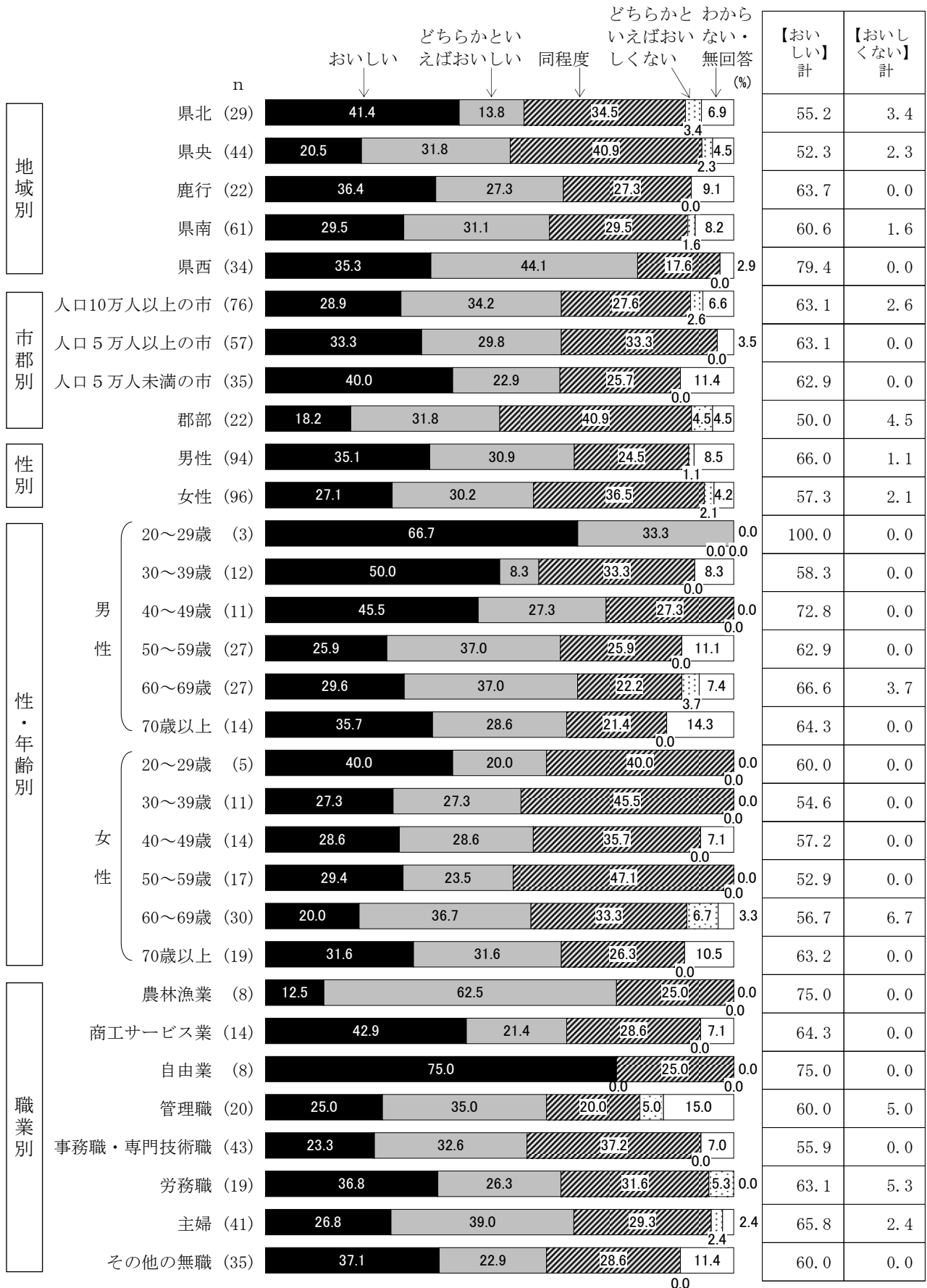
—【おいしい】は、県西で約8割—

地域別でみると、【おいしい】は、県西(79.4%)で約8割と最も高く、鹿行、県南でも6割を超えている。一方、「同程度」は、県央(40.9%)で4割を超えて、高くなっている。

市郡別でみると、【おいしい】は、人口10万人以上の市、人口5万人以上の市、人口5万人未満の市で6割を超えている。一方、「同程度」は郡部(40.9%)で最も高くなっている。

性別でみると、【おいしい】は、男性(66.0%)が女性(57.3%)より約9ポイント高くなっている。一方、「同程度」は、女性(36.5%)が男性(24.5%)を12ポイント上回っている。

図Ⅶ 28-1-1-1 飼料用米で育てられた畜産物を食べた感想  
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)

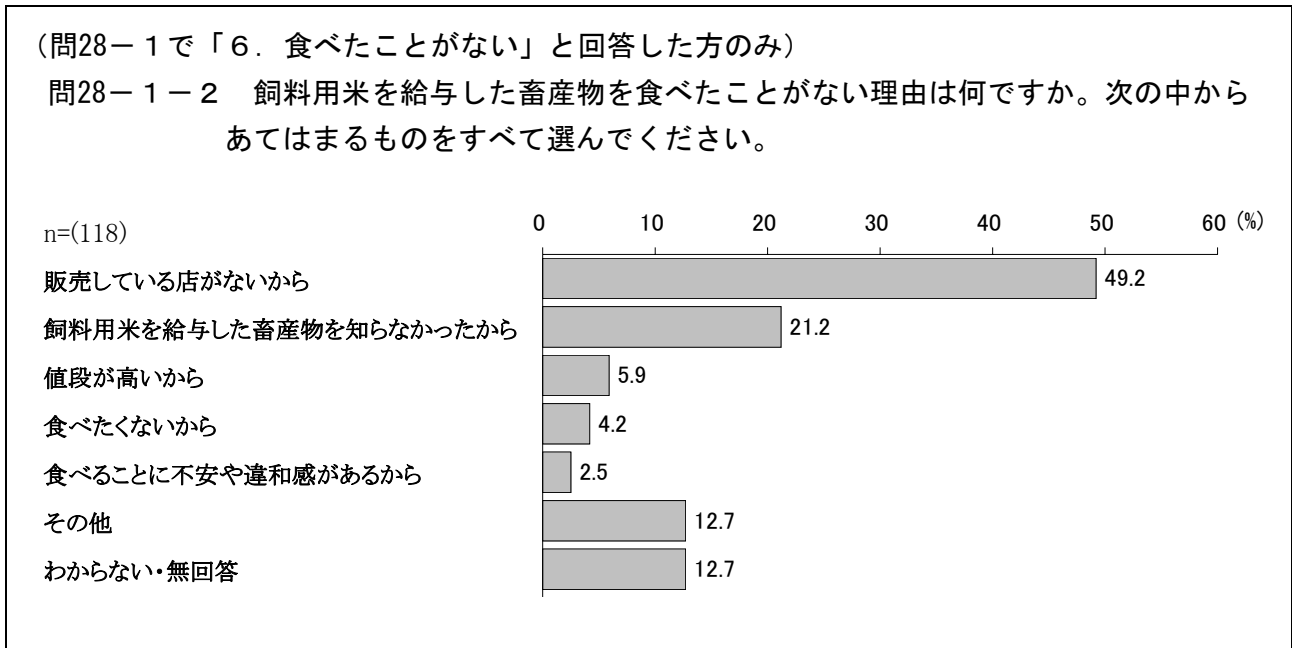


(注) 「おいしくない」はすべて回答なしのため省略。  
性・年齢別, 職業別は回答人数が少ないので分析ではふれていない。また, 学生は回答者なしのため省略。



(4) 飼料用米で育てられた畜産物を食べたことがない理由

—「販売している店がないから」が約5割で最も多い—



飼料用米を給与されている家畜を食べたことがない人にその理由をきくと、「販売している店がないから」(49.2%)が約5割で最も高く、次いで「飼料用米を給与した畜産物を知らなかったから」(21.2%)が2割台で続いている。

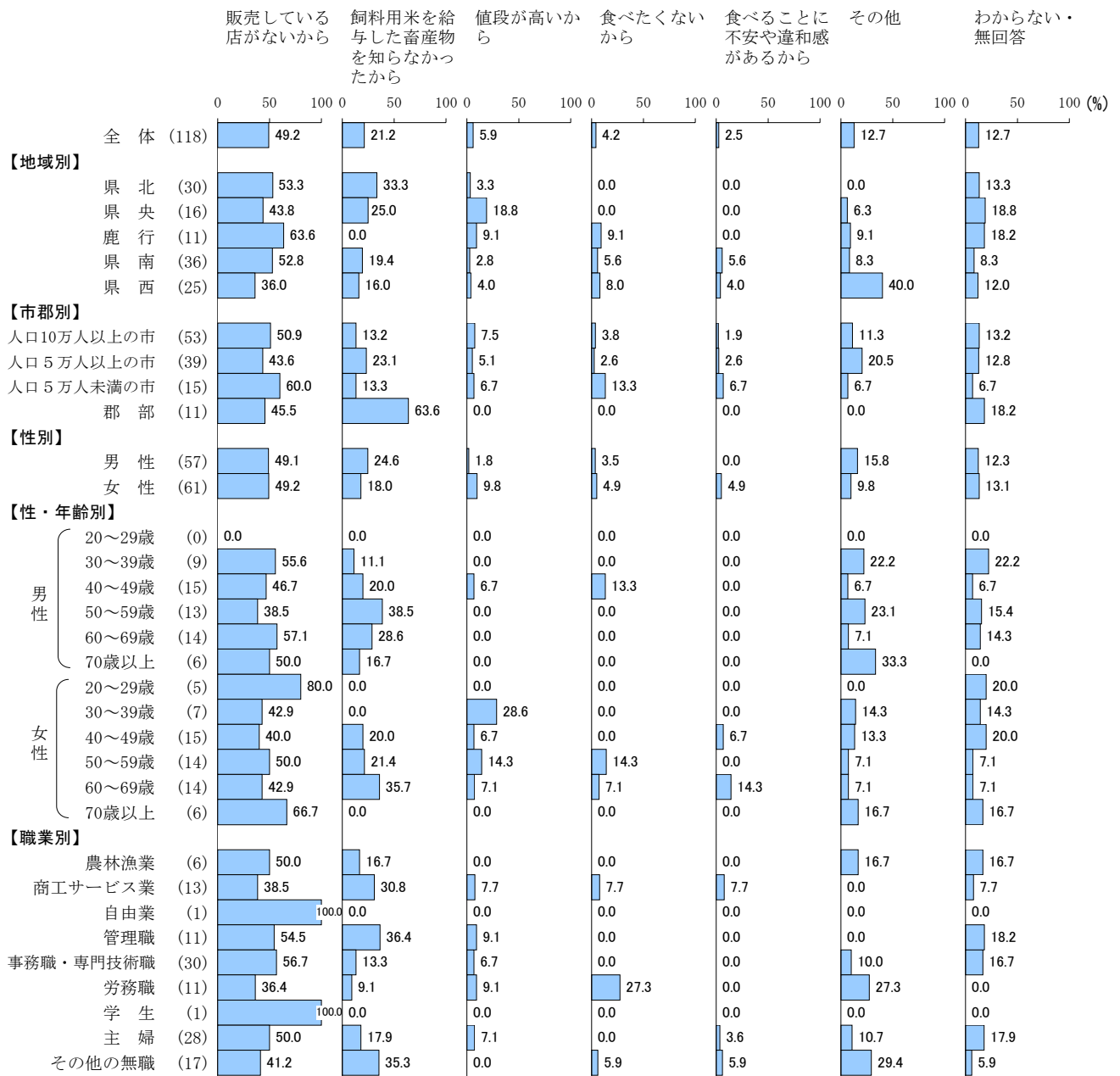
—「飼料用米を給与した畜産物を知らなかったから」は男性が2割台半ば—

地域別でみると、「販売している店がないから」は、県北(53.3%)、県南(52.8%)で5割を超えている。また、「飼料用米を給与した畜産物を知らなかったから」は、県北(33.3%)で高くなっている。

市郡別でみると、「販売している店がないから」は、人口10万人以上の市(50.9%)で5割を超えている。また、「飼料用米を給与した畜産物を知らなかったから」は、人口5万人以上の市(23.1%)で2割を超えている。

性別でみると、「飼料用米を給与した畜産物を知らなかったから」は、男性(24.6%)が女性(18.0%)より約7ポイント高くなっている。

図Ⅶ 28-1-2-1 飼料用米で育てられた畜産物を食べたことがない理由  
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



(注) 県央, 鹿行, 人口5万人未満の市, 郡部, 性・年齢別, 職業別は回答人数が少ないので分析ではふれていない。