

かんしょの消費拡大に向けたアンケート結果について

令和7年12月8日

茨城県農産物販売推進東京本部

首都圏の卸売会社を対象に、本県の主要品目であるかんしょの消費拡大に向け、消費者ニーズを把握するためにアンケートを実施しました。（令和7年11月実施、回答：7社）

【結果の概要】

かんしょの仕向け先は量販店が63%と最も多く、次いで業務加工18%、外食産業10%、学校給食8%となりました。

個人消費向け販売量は「変わらない（横ばい）」という意見が多く、一部「増加している」という回答もありました。消費者が購入時に重視することは品種、価格、見た目、サイズ、産地の順に多くなりました。個人消費の拡大に向けた課題としては、品質の安定性や認知度の低さが挙げられ、消費拡大には試食販売やSNSを活用した情報発信が効果的とされています。

業務加工向けの用途は冷凍・加工食品が中心で次いで外食産業、輸出と続き、販売量は概ね横ばいです。業務加工向けの取引では安定供給や品質、品種が重視されています。

今後の本県産かんしょの取扱量については「増やしたい」という意見が多く、理由として本県産の品質向上や販路拡大の可能性が挙げられています。一方で現状維持が良いという意見も挙げられています。

産地に対する要望としては、食味へのこだわりが挙げられています。

問1 かんしょの仕向け先について

量販店	63%
業務加工	18%
外食産業	10%
学校給食	8%
その他（小売店）	1%

表1 かんしょの仕向け先（%）



問2 かんしょの個人消費向けの販売について

（1）個人消費向けの販売量について

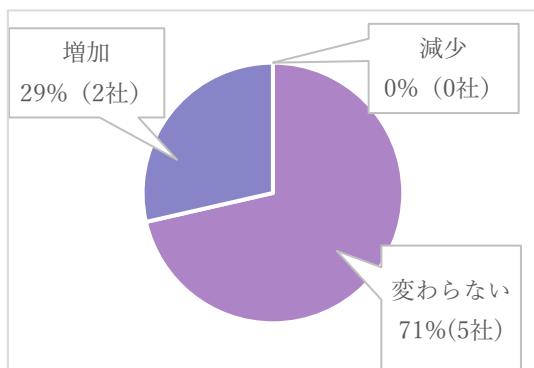


図1 個人消費向け販売量の動向（%）

（2）個人消費者が意識すること（複数回答）

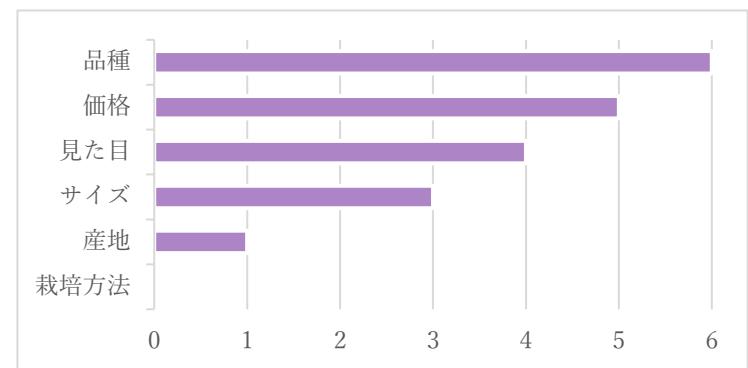


図2 個人消費者が購入する際に意識すること（社）

（3）個人消費向けの販売において課題と感じること（複数回答）

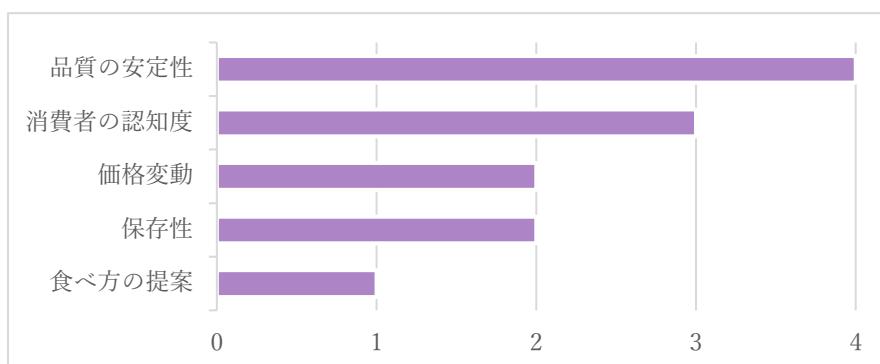


図3 個人向けの販売において課題と感じること（社）

(4) 個人消費量の拡大に向けて効果的だと思う取組（複数回答）

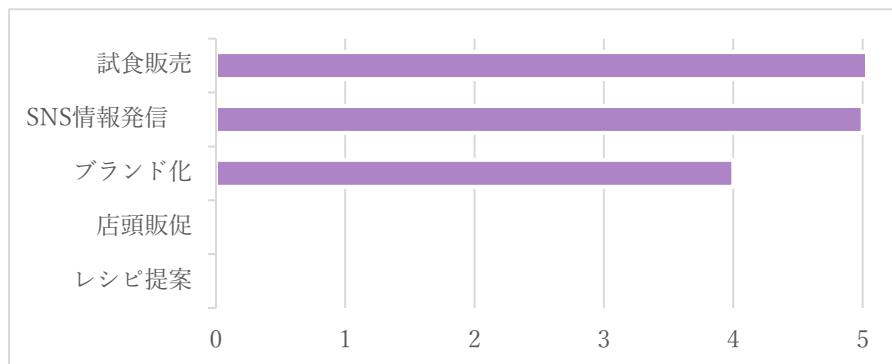


図4 個人消費量の拡大に向けて効果的だと思う取組（社）

(5) 業務加工向けの販売量について

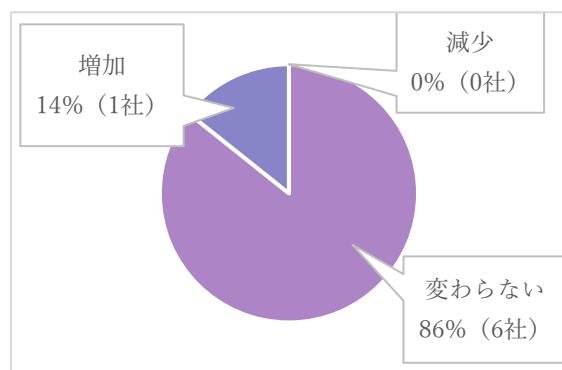


図5 業務加工向けの販売量の動向（%）

(6) 主な業務加工の用途（複数回答）

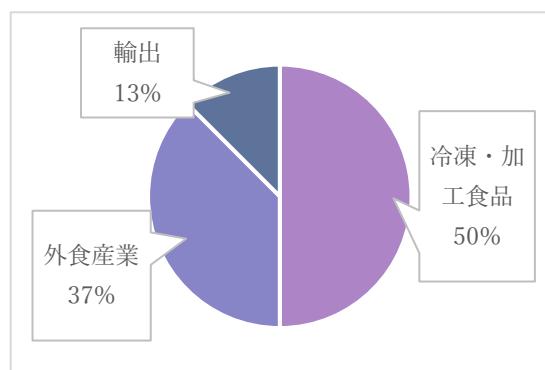


図6 主な業務加工の用途（%）

(6) 実需者が意識すること（複数回答）

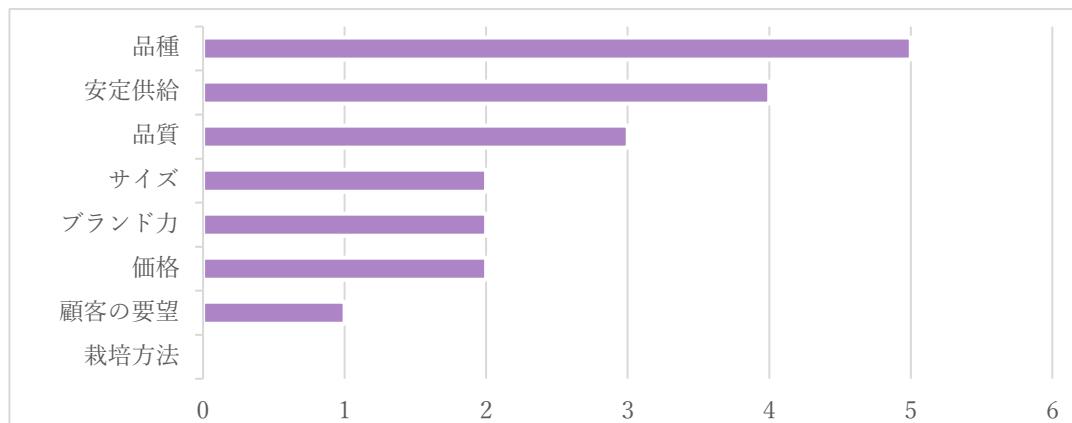


図7 実需者が取引の際に意識すること（社）

(7) 今後の本県産かんしょの取扱量を増やしたいか

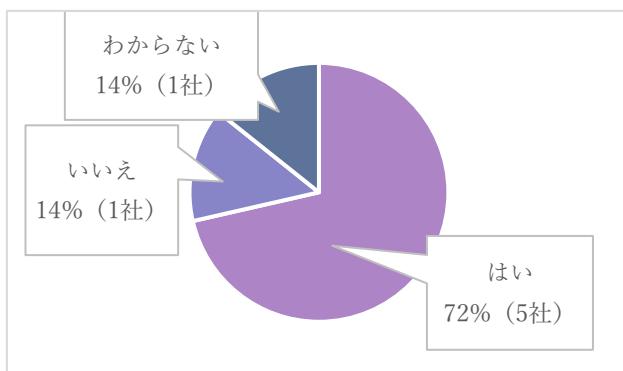


図8 今後の本県産かんしょの取扱に関する意向（%）

〈「はい」と回答した理由〉

- ・まだ販路があるため。
- ・茨城県産の品質・味のレベルが向上しており需要が高まっている。
- ・系統出荷が少ないので増やして欲しい。

〈「いいえ」と回答した理由〉

- ・現状維持でよい。

〈「わからない」と回答した理由〉

- ・茨城県産に限らず取扱量を増やしたい。