

# 令和6年度ネットリサーチ「茨城県産農産物の認知度」に関する調査結果報告書

## ■結果のポイント

- 県オリジナル品種の認知度については、「イバラキング（メロン）」が67.6%で最も高い。また、銘柄畜産物の認知度については、「常陸牛（牛肉）」が82.0%で最も高い。
- 県オリジナル品種と銘柄畜産物の認知経路については、すべてにおいて「直売所やスーパーマーケット」が最も高い。
- 「茨城をたべよう」の認知度については、「キャッチフレーズを聞いたことがあり、マークも見たことがある」（22.7%）、「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」（11.5%）、「マークだけ見たことがある」（10.3%）を合わせた【キャッチフレーズ又はマークを知っている】は、44.5%となっている。

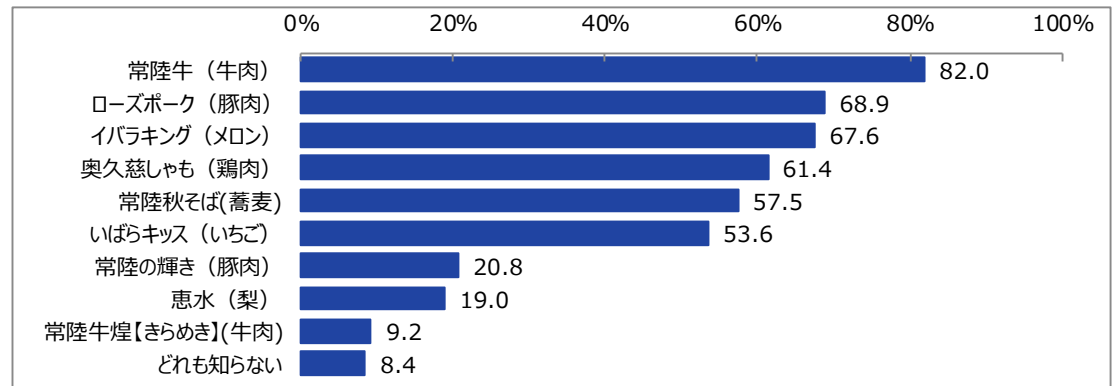
## ■調査結果の概要

### 1 県オリジナル品種や銘柄畜産物の認知度

- ◇ 県オリジナル品種の認知度については、「イバラキング（メロン）」が67.6%で最も高く、「常陸秋そば（蕎麦）」が57.5%と続く。
- ◇ 銘柄畜産物の認知度については、「常陸牛（牛肉）」が82.0%で最も高く、「ローズポーク（豚肉）」が68.9%と続く。

Q1.あなたは、茨城県が開発した県オリジナル品種や銘柄畜産物である以下の9品目を知っていますか。ご存知のものをすべて選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
常陸牛（牛肉）	82.0	820
ローズポーク（豚肉）	68.9	689
イバラキング（メロン）	67.6	676
奥久慈しゃも（鶏肉）	61.4	614
常陸秋そば（蕎麦）	57.5	575
いばらキッス（いちご）	53.6	536
常陸の輝き（豚肉）	20.8	208
恵水（梨）	19.0	190
常陸牛煌【きらめき】（牛肉）	9.2	92
どれも知らない	8.4	84



※常陸牛 煌【きらめき】は、牛肉の風味の良さや口どけに関与する「オレイン酸」や、口当たりの良さに関与する「小ザシ（きめ細かい霜降り）」など、全国初の基準に基づき、とことん美味しさを追求して厳選した常陸牛の新たなブランドです。（2023年8月誕生）

「常陸牛 煌」について、詳しくはこちらをご覧ください。

<https://www.ibaraki-shokusai.net/season/hitachigyu-kirameki/>

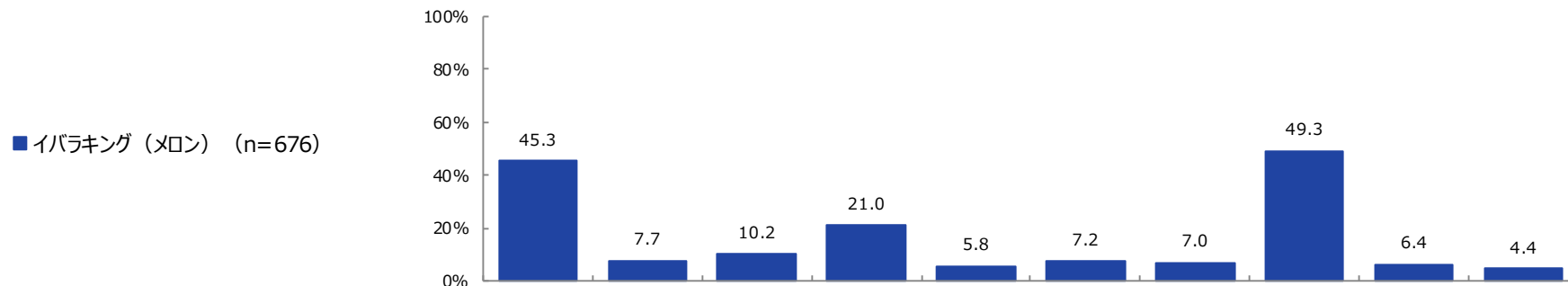


## 2 県オリジナル品種の認知経路

◇ 「直売所やスーパーマーケット」がすべての品種において最も高い。

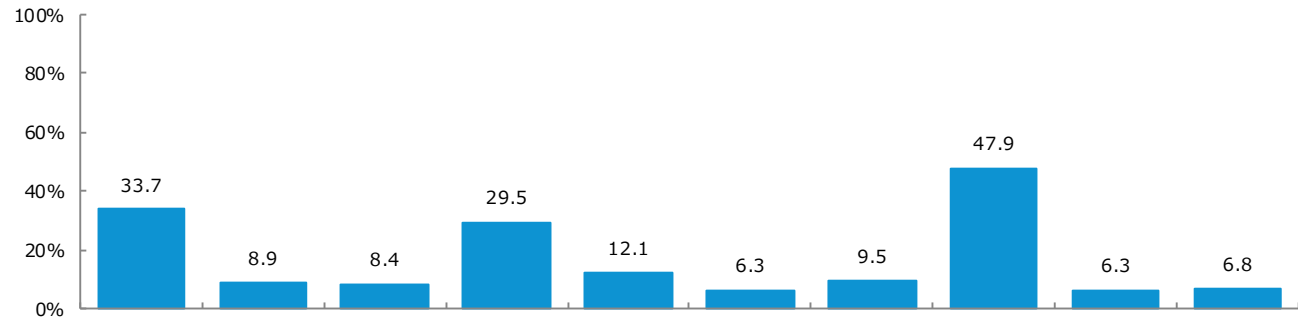
（Q1で「イバラキング（メロン）」「恵水（梨）」「いばらキッス（いちご）」「常陸秋そば（蕎麦）」のいずれかを「知っている」と回答された方へ）

Q2.あなたは、「イバラキング（メロン）」「恵水（梨）」「いばらキッス（いちご）」「常陸秋そば（蕎麦）」を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。



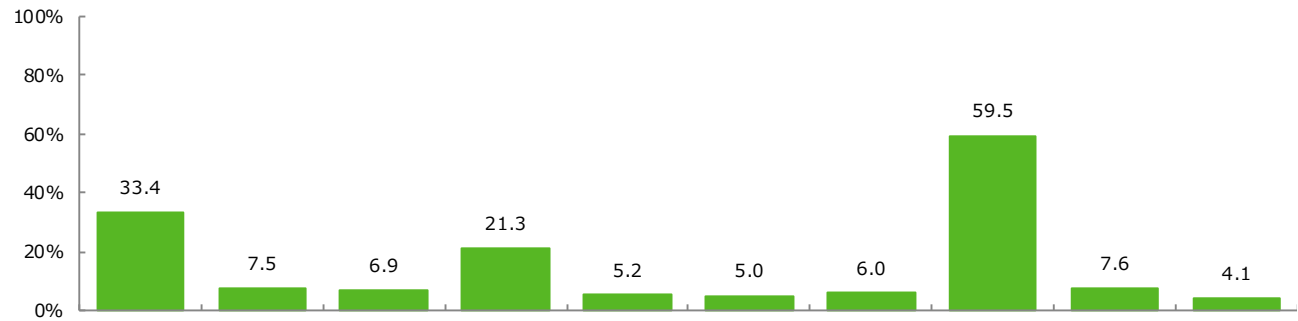
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PRイベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
イバラキング（メロン）	100.0 676	45.3 306	7.7 52	10.2 69	21.0 142	5.8 39	7.2 49	7.0 47	49.3 333	6.4 43	4.4 30

■ 恵水（梨）（n=190）



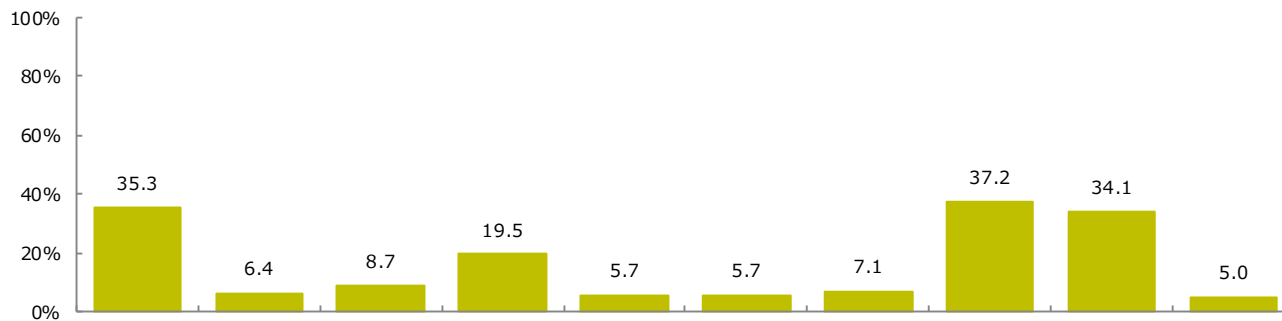
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PRイベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
恵水（梨）	100.0 190	33.7 64	8.9 17	8.4 16	29.5 56	12.1 23	6.3 12	9.5 18	47.9 91	6.3 12	6.8 13

■ いばらキッス（いちご）（n=536）



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PRイベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
いばらキッス（いちご）	100.0 536	33.4 179	7.5 40	6.9 37	21.3 114	5.2 28	5.0 27	6.0 32	59.5 319	7.6 41	4.1 22

■ 常陸秋そば（蕎麦）（n=575）



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
常陸秋そば(蕎麦)	100.0 575	35.3 203	6.4 37	8.7 50	19.5 112	5.7 33	5.7 33	7.1 41	37.2 214	34.1 196	5.0 29

### 3 銘柄畜産物の認知経路

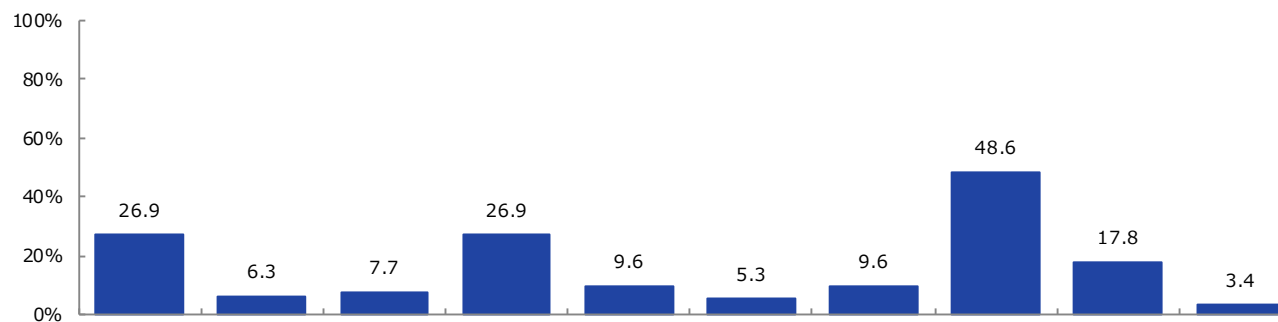
☆ 「直売所やスーパーマーケット」がすべての畜産物において最も高い。

(Q1で「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛（牛肉）」「常陸牛煌【きらめき】（牛肉）」のいずれかを「知っている」と回答された方へ）

Q3.あなたは、「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛（牛肉）」「常陸牛煌【きらめき】（牛肉）」をどこで知りましたか。

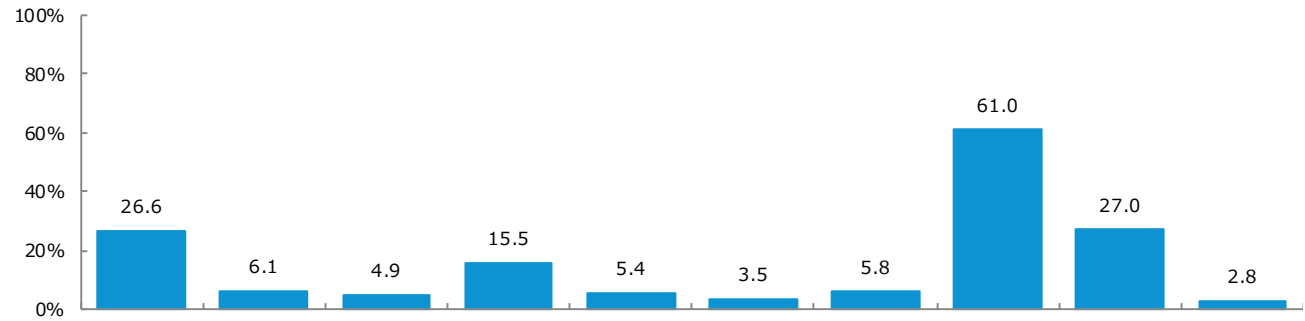
次の中からあてはまるものをすべて選んでください。

■ 常陸の輝き（豚肉）（n=208）



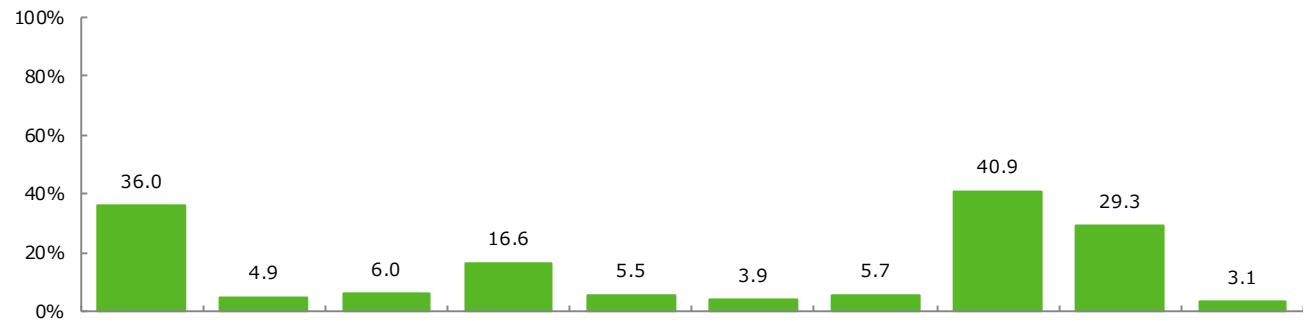
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
常陸の輝き（豚肉）	100.0 208	26.9 56	6.3 13	7.7 16	26.9 56	9.6 20	5.3 11	9.6 20	48.6 101	17.8 37	3.4 7

■ローズポーク（豚肉）（n=689）



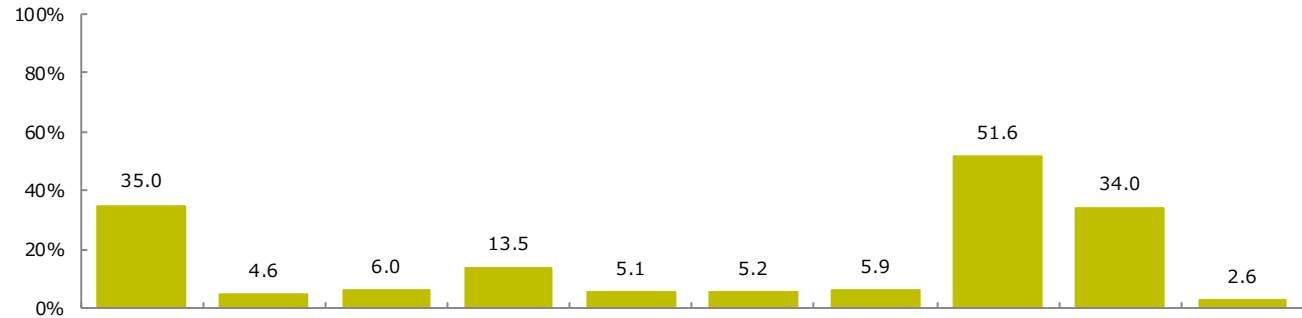
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
ローズポーク（豚肉）	100.0 689	26.6 183	6.1 42	4.9 34	15.5 107	5.4 37	3.5 24	5.8 40	61.0 420	27.0 186	2.8 19

■奥久慈しゃも（鶏肉）（n=614）



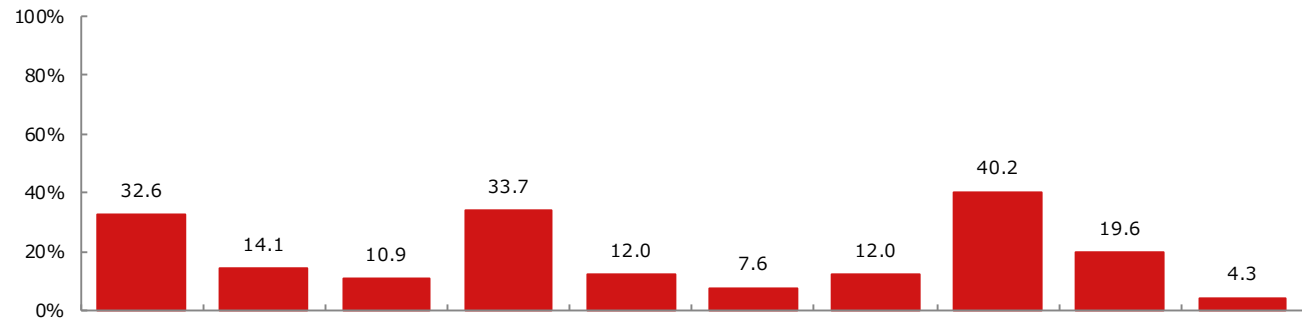
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
奥久慈しゃも（鶏肉）	100.0 614	36.0 221	4.9 30	6.0 37	16.6 102	5.5 34	3.9 24	5.7 35	40.9 251	29.3 180	3.1 19

■ 常陸牛（牛肉）（n=820）



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
常陸牛（牛肉）	100.0 820	35.0 287	4.6 38	6.0 49	13.5 111	5.1 42	5.2 43	5.9 48	51.6 423	34.0 279	2.6 21

■ 常陸牛煌【きらめき】（牛肉）（n=92）



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
常陸牛煌【きらめき】(牛肉)	100.0 92	32.6 30	14.1 13	10.9 10	33.7 31	12.0 11	7.6 7	12.0 11	40.2 37	19.6 18	4.3 4

#### 4 銘柄畜産物の購入または食事の経験の有無

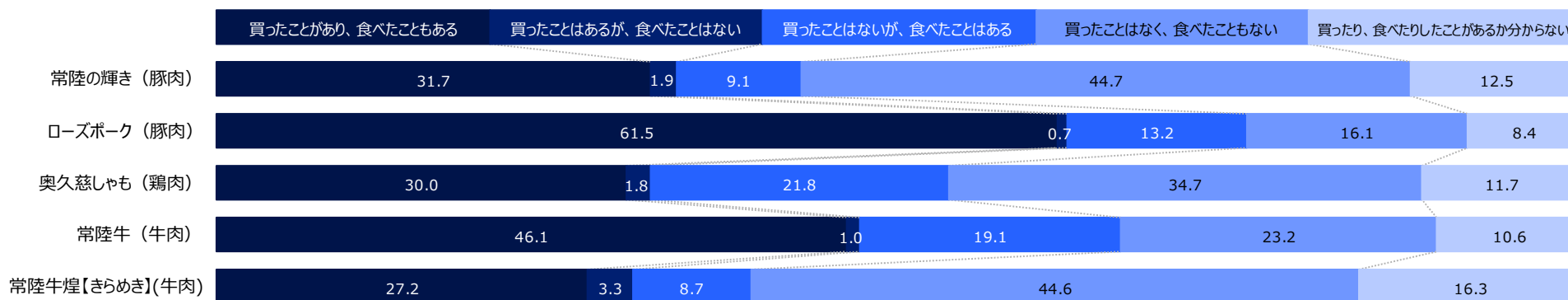
◇ 「ローズポーク（豚肉）」「常陸牛（牛肉）」は、「買ったことがあり、食べたこともある」が最も高い。

◇ 一方で、「常陸の輝き（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛燻【きらめき】（牛肉）」は、「買ったことはなく、食べたこともない」が最も高くなっている。

（Q1で「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛（牛肉）」「常陸牛燻【きらめき】（牛肉）」のいずれかを“知っている”と回答された方へ）

Q4.あなたは、銘柄畜産物「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛（牛肉）」「常陸牛燻【きらめき】（牛肉）」を買ったり、食べたりしたことがありますか。

次の中からあてはまるものを1つ選んでください。



	n	買ったことがあり、 食べたこともある	買ったことはあるが、 食べたことはない	買ったことはないが、 食べたことはある	買ったことはなく、 食べたこともない	買ったり、食べたりした ことがあるか分からない
常陸の輝き（豚肉）	100.0 208	31.7 66	1.9 4	9.1 19	44.7 93	12.5 26
ローズポーク（豚肉）	100.0 689	61.5 424	0.7 5	13.2 91	16.1 111	8.4 58
奥久慈しゃも（鶏肉）	100.0 614	30.0 184	1.8 11	21.8 134	34.7 213	11.7 72
常陸牛（牛肉）	100.0 820	46.1 378	1.0 8	19.1 157	23.2 190	10.6 87
常陸牛燻【きらめき】（牛肉）	100.0 92	27.2 25	3.3 3	8.7 8	44.6 41	16.3 15

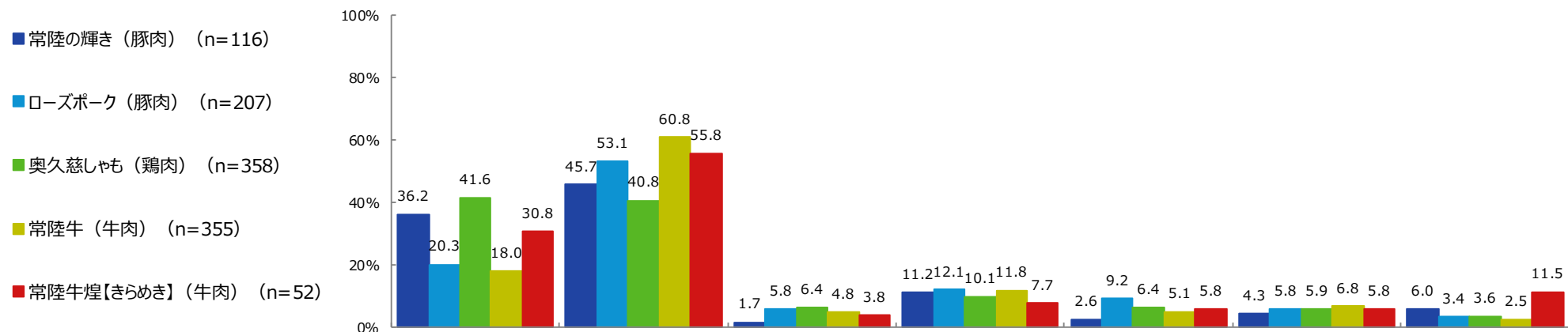
## 5 銘柄畜産物を購入したことまたは食べたことが無い理由

◇ 「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「常陸牛（牛肉）」「常陸牛煌【きらめき】（牛肉）」は、「一般の食肉に比べると値段が高いから」が最も高く、「奥久慈しゃも（鶏肉）」は「買ったり食べたり出来る場所が少ない又はわからないから」が最も高い。

（Q4の「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛（牛肉）」「常陸牛煌【きらめき】（牛肉）」を「買ったことはあるが、食べたことはない」「買ったことはないが、食べたことはある」「買ったことはなく、食べたこともない」と回答された方へ）

Q5.あなたが、銘柄畜産物「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛（牛肉）」「常陸牛煌【きらめき】（牛肉）」を買ったり、食べたり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。



	n	買ったり食べたり出来る場所が少ない又はわからないから	一般の食肉に比べると値段が高いから	品質の良さがわからないから	よく知らないから	他のブランド肉を買うから	もともと肉を食べないから	その他
常陸の輝き（豚肉）	100.0 116	36.2 42	45.7 53	1.7 2	11.2 13	2.6 3	4.3 5	6.0 7
ローズポーク（豚肉）	100.0 207	20.3 42	53.1 110	5.8 12	12.1 25	9.2 19	5.8 12	3.4 7
奥久慈しゃも（鶏肉）	100.0 358	41.6 149	40.8 146	6.4 23	10.1 36	6.4 23	5.9 21	3.6 13
常陸牛（牛肉）	100.0 355	18.0 64	60.8 216	4.8 17	11.8 42	5.1 18	6.8 24	2.5 9
常陸牛煌【きらめき】（牛肉）	100.0 52	30.8 16	55.8 29	3.8 2	7.7 4	5.8 3	5.8 3	11.5 6

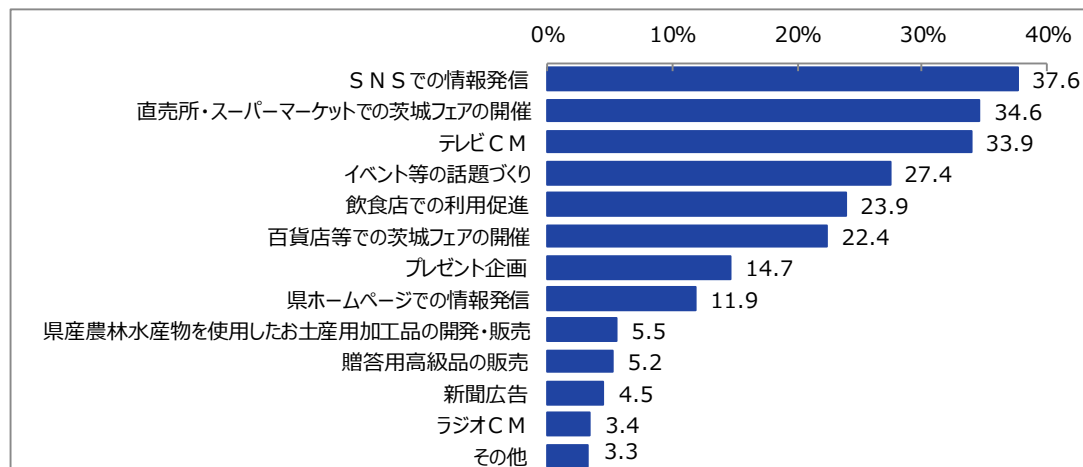


## 6 県産農産物の効果的なPR手法

◇ 「SNSでの情報発信」が37.6%で最も高く、「直売所・スーパーマーケットでの茨城フェアの開催」が34.6%と続く。

Q6.茨城県の農産物や畜産物をもっと多くの方に知ってもらうためには、どのようなPR手法が効果的だと思いますか。次の中からあてはまるものを3つまで選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
SNSでの情報発信	37.6	376
直売所・スーパーマーケットでの茨城フェアの開催	34.6	346
テレビCM	33.9	339
イベント等の話題づくり	27.4	274
飲食店での利用促進	23.9	239
百貨店等での茨城フェアの開催	22.4	224
プレゼント企画	14.7	147
県ホームページでの情報発信	11.9	119
県産農林水産物を使用したお土産用加工品の開発・販売	5.5	55
贈答用高級品の販売	5.2	52
新聞広告	4.5	45
ラジオCM	3.4	34
その他	3.3	33



## 7 「茨城をたべよう」の認知度

◇ 「キャッチフレーズを聞いたことがある」、「マークも見たことがある」(22.7%)、「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」(11.5%)、「マークだけ見たことがある」(10.3%)を合わせた【キャッチフレーズ又はマークを知っている】は、44.5%となっている。

「茨城をたべよう」は、本県産食材の魅力を広め、認知度向上や消費拡大につながるキャッチフレーズです。

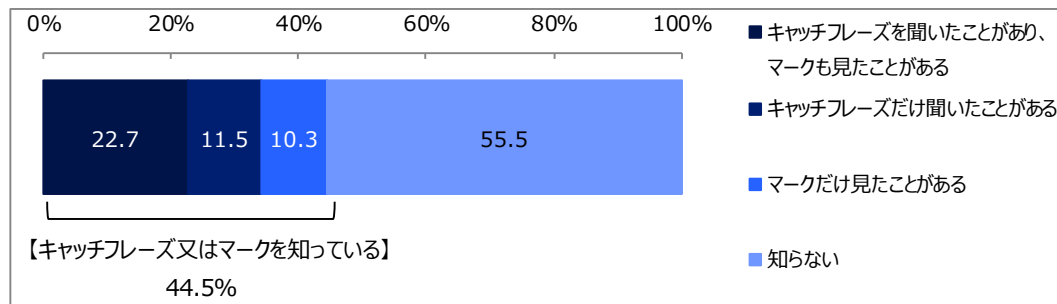
※「茨城をたべよう」について、詳しくはこちらをご覧ください。

ホームページ：<https://www.ibaraki-shokusai.net/>



Q7.あなたは、「茨城をたべよう」を知っていますか。次の中からあてはまるものを1つだけ選んでください。

	%	n
全体	100.0	1000
キャッチフレーズを聞いたことがあり、マークも見たことがある	22.7	227
キャッチフレーズだけ聞いたことがある	11.5	115
マークだけ見たことがある	10.3	103
知らない	55.5	555



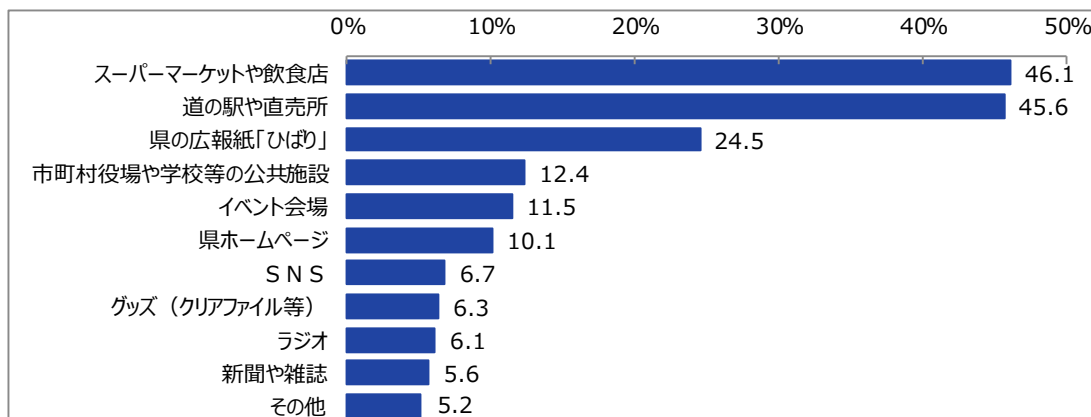
## 8 「茨城をたべよう」の認知経路

☆ 「スーパーマーケットや飲食店」が46.1%で最も高く、「道の駅や直売所」が45.6%と続く。

(Q7で「キャッチフレーズを聞いたことがあり、マークも見たことがある」「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」「マークだけ見たことがある」と回答された方へ)

Q8.あなたは、「茨城をたべよう」をどこで見たり聞いたりしましたか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。

	%	n
全体	100.0	445
スーパーマーケットや飲食店	46.1	205
道の駅や直売所	45.6	203
県の広報紙「ひばり」	24.5	109
市町村役場や学校等の公共施設	12.4	55
イベント会場	11.5	51
県ホームページ	10.1	45
SNS	6.7	30
グッズ(クリアファイル等)	6.3	28
ラジオ	6.1	27
新聞や雑誌	5.6	25
その他	5.2	23



## ■調査の目的

県では、差別化できる農産物である重点5品目（メロン「イバラキング」、梨「恵水」、栗、豚肉「常陸の輝き」、「常陸牛」）を中心に、県産農産物の認知度向上と販路拡大に取り組むとともに、県産農産物の魅力を県内外に分かりやすくPRするため、「茨城をたべよう」のキャッチフレーズ及びマークを活用しているところ。

これらの取組に対する効果検証のため、重点5品目を中心とした県産農産物及び「茨城をたべよう」について認知度等を把握する。

## ■実施概要

・実施期間：令和6年6月21日～6月30日

・サンプル数：茨城県常住人口調査（令和6年4月1日現在）に基づく性別・年代・居住地（5地域）の割合で割り付けた18歳以上の県民1,000サンプル  
回答者数（人）

		県北	県央	鹿行	県南	県西	計
全体		110	246	93	362	189	1,000
性別	男性	57	126	50	187	99	518
	女性	53	120	43	175	90	482
年代別	18～29歳	17	41	16	70	33	177
	30歳代	16	42	16	61	30	165
	40歳代	21	54	20	81	41	217
	50歳代	28	59	21	83	44	235
	60歳代	28	50	20	67	41	206

県北：日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、常陸大宮市、久慈郡

県央：水戸市、笠間市、ひたちなか市、那珂市、小美玉市、東茨城郡、那珂郡

鹿行：鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、鉾田市

県南：土浦市、石岡市、龍ヶ崎市、取手市、牛久市、つくば市、守谷市、稲敷市、かすみがうら市、つくばみらい市、稲敷郡、北相馬郡

県西：古河市、結城市、下妻市、常総市、筑西市、坂東市、桜川市、結城郡、猿島郡

(注)

1. 「ネットリサーチ」の回答者は、民間調査会社のインターネットリサーチモニターであり、無作為抽出された調査対象者ではない。
2. 割合を百分率で表示する場合は、小数点第2位を四捨五入した。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値とが一致しないことがある。
3. 図表中の表記の語句は、短縮・簡略化している場合がある。
4. 男性18～29歳の回収件数は、「県西」の地域で目標値（上記の件数）を下回ったため、男性30歳代で3サンプルを超過回収し、地域×性年代の人口分布に極力近づくように調整した。