

令和7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68.5%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81.5%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」（23.9%）、「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」（10.3%）、「マークだけ見たことがある」（10.4%）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、44.6%となっている。

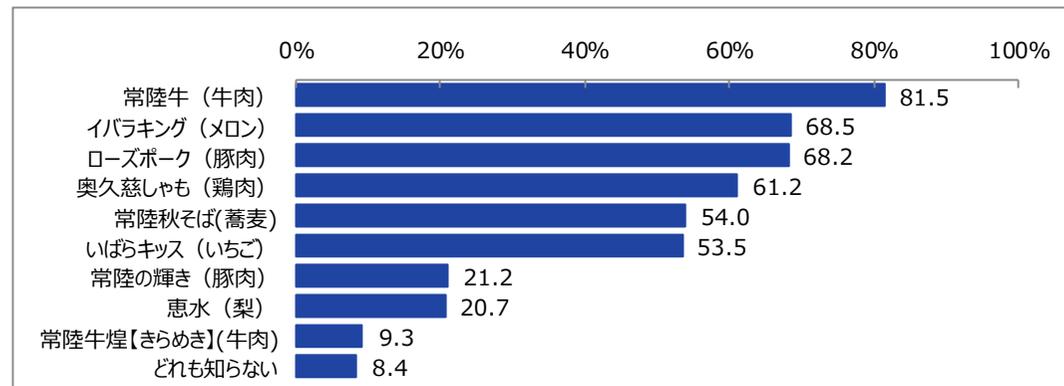
■調査結果の概要

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68.5%で最も高く、「常陸秋そば（蕎麦）」が54.0%と続く。
- ◇ 銘柄畜産物の認知度については、「常陸牛（牛肉）」が81.5%で最も高く、「ローズポーク（豚肉）」が68.2%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）	81.5	815
イバラキング（メロン）	68.5	685
ローズポーク（豚肉）	68.2	682
奥久慈しゃも（鶏肉）	61.2	612
常陸秋そば（蕎麦）	54.0	540
いばらキッス（いちご）	53.5	535
常陸の輝き（豚肉）	21.2	212
恵水（梨）	20.7	207
常陸牛煌【きらめき】（牛肉）	9.3	93
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關与する「オレイン酸」や、口当たりの良さに關与する「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/>

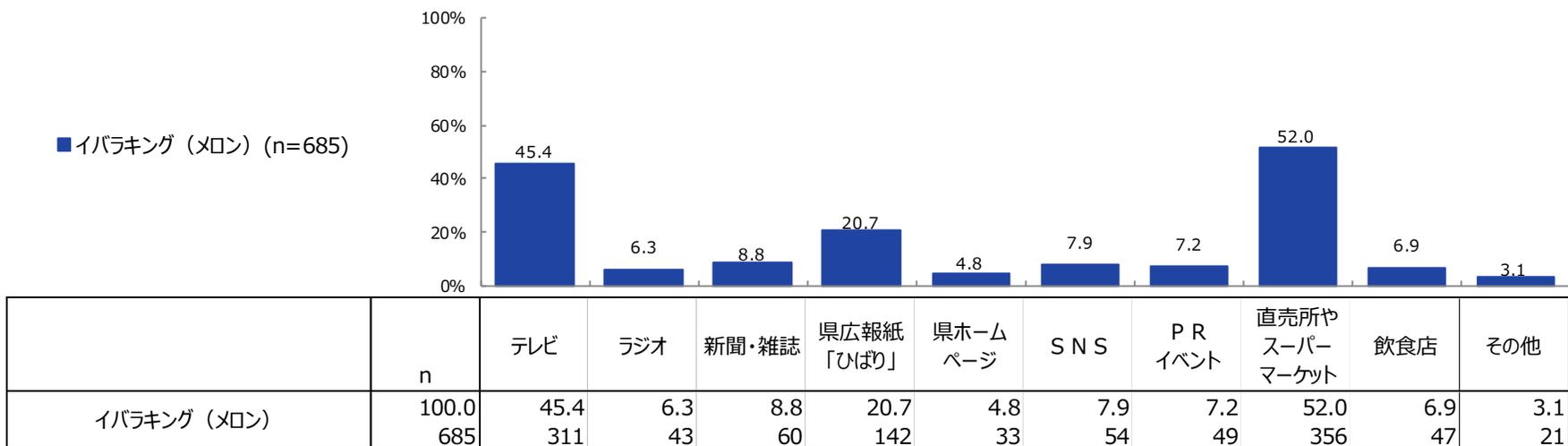


2 県オリジナル品種の認知経路

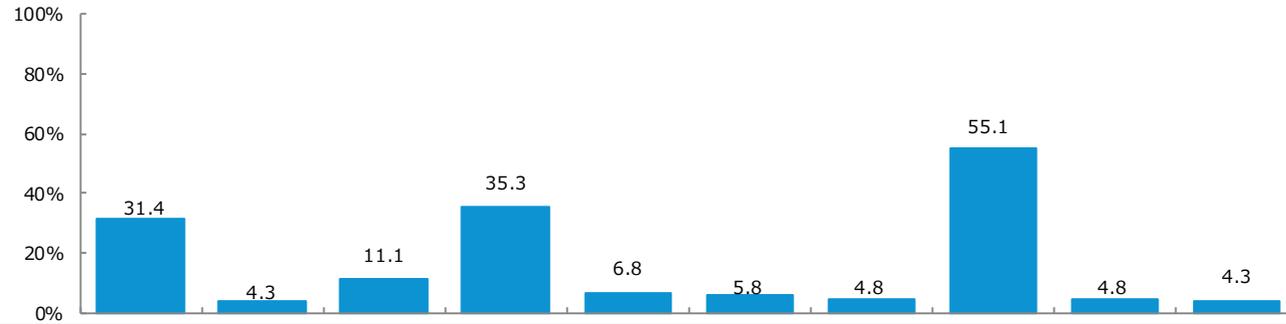
☆ 「直売所やスーパーマーケット」がすべての品種において最も高い。

（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。

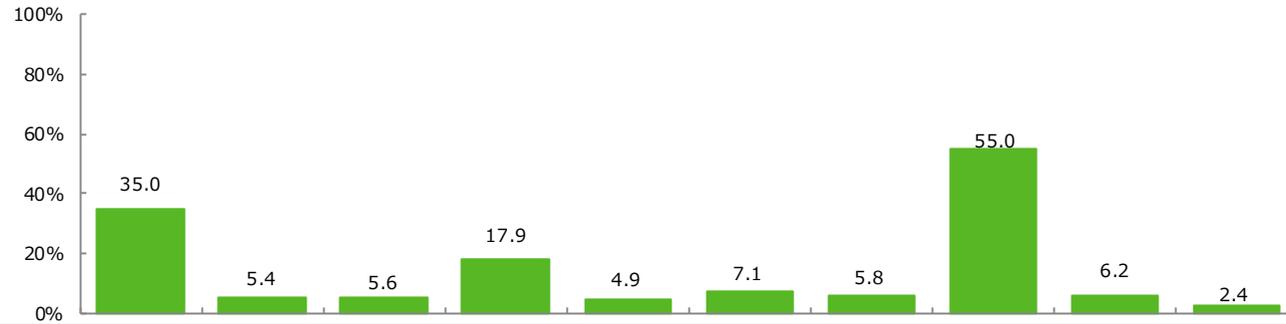


■ 恵水 (梨) (n=207)

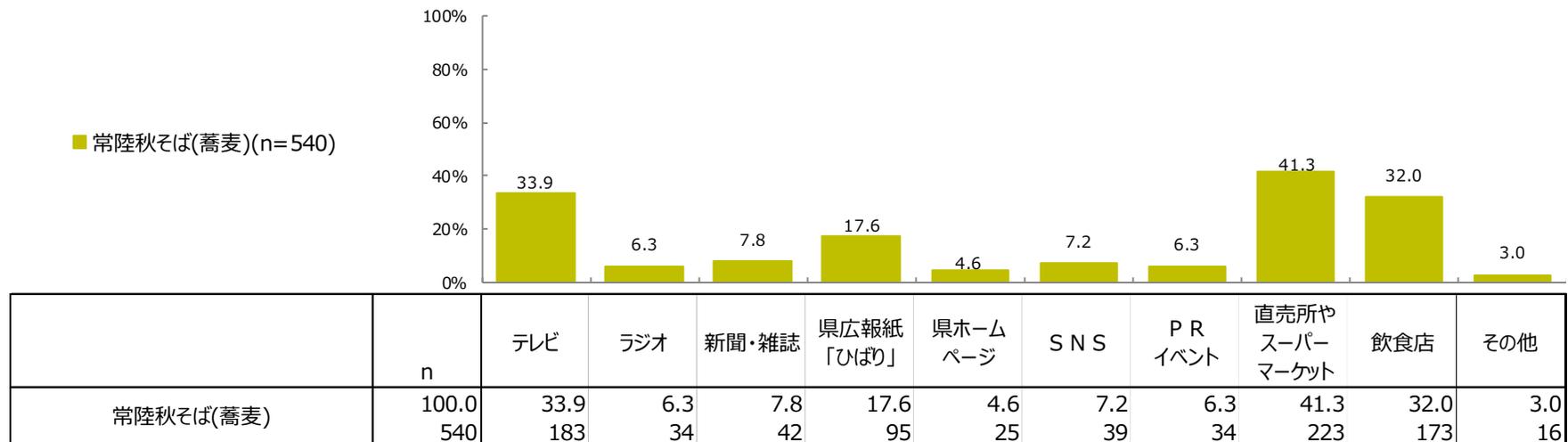


	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
恵水 (梨)	100.0 207	31.4 65	4.3 9	11.1 23	35.3 73	6.8 14	5.8 12	4.8 10	55.1 114	4.8 10	4.3 9

■ いばらキッス (いちご) (n=535)



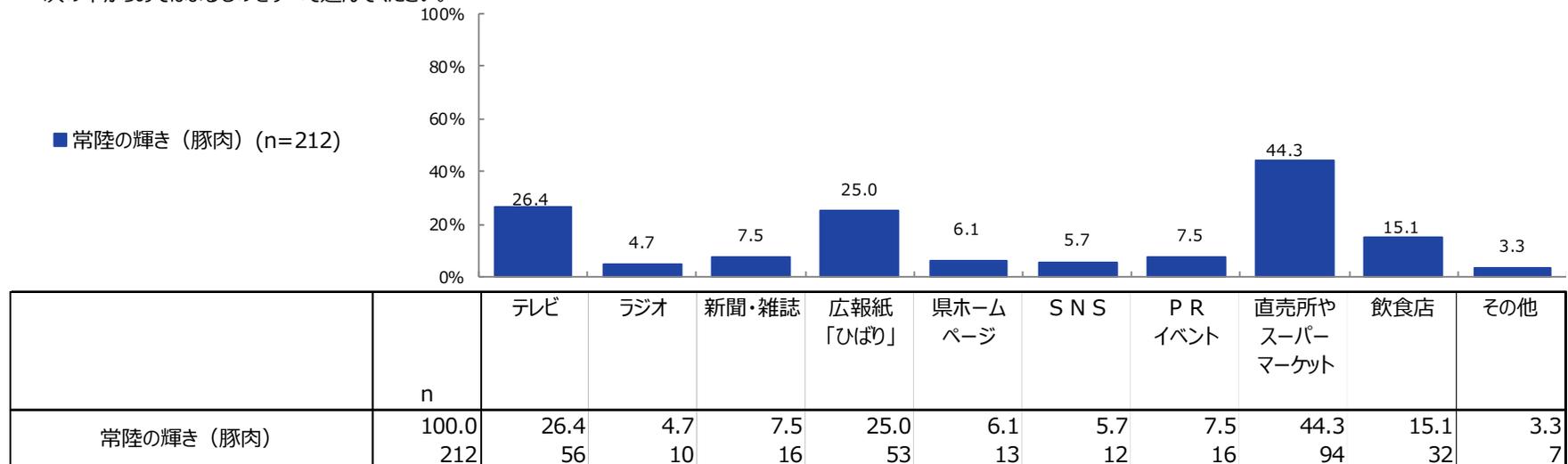
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
いばらキッス (いちご)	100.0 535	35.0 187	5.4 29	5.6 30	17.9 96	4.9 26	7.1 38	5.8 31	55.0 294	6.2 33	2.4 13



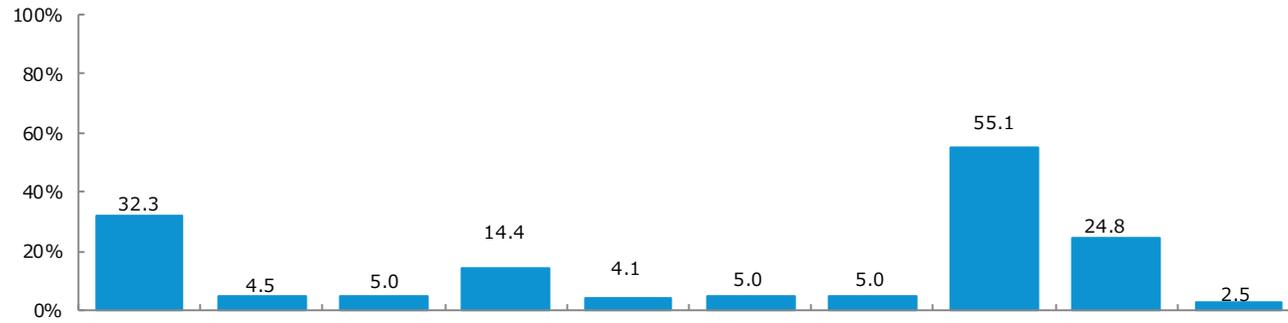
3 銘柄畜産物の認知経路

☆ 「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。

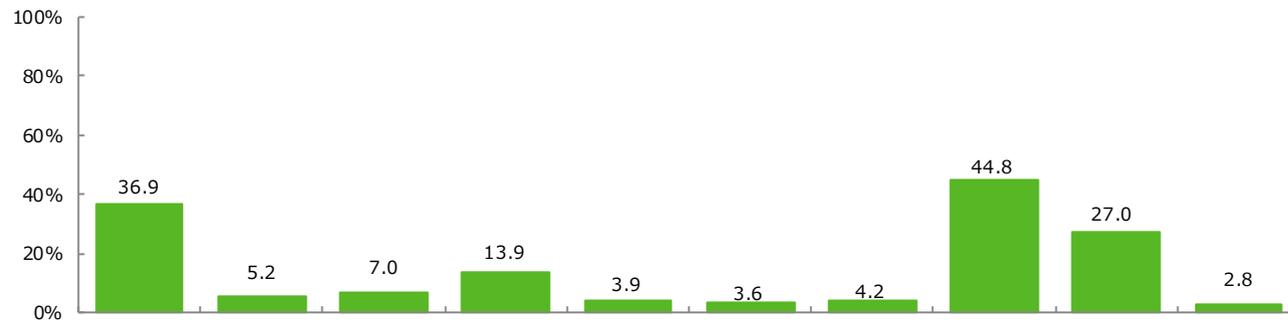


■ ローズポーク（豚肉）（n=682）



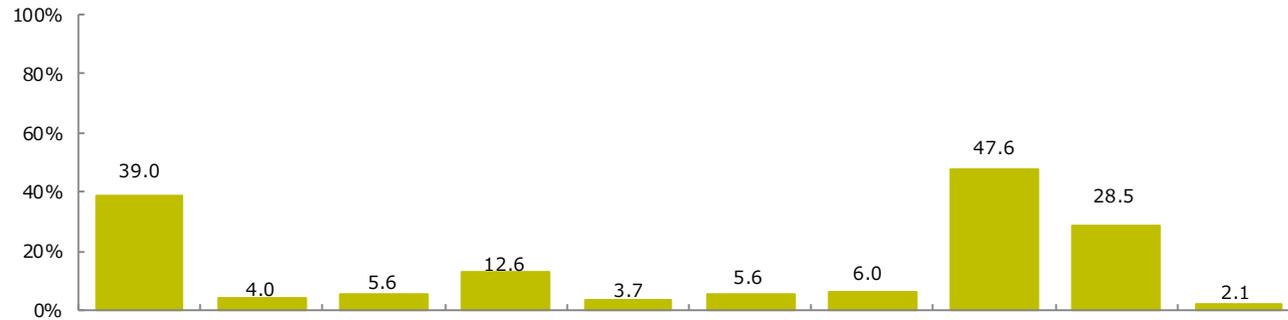
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
ローズポーク（豚肉）	100.0 682	32.3 220	4.5 31	5.0 34	14.4 98	4.1 28	5.0 34	5.0 34	55.1 376	24.8 169	2.5 17

■ 奥久慈しゃも（鶏肉）（n=612）



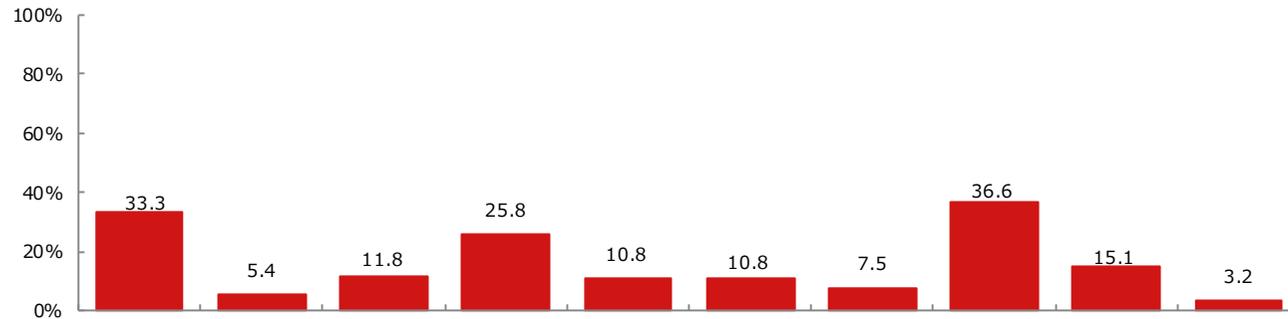
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
奥久慈しゃも（鶏肉）	100.0 612	36.9 226	5.2 32	7.0 43	13.9 85	3.9 24	3.6 22	4.2 26	44.8 274	27.0 165	2.8 17

■ 常陸牛（牛肉）(n=815)



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	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）	100.0 815	39.0 318	4.0 33	5.6 46	12.6 103	3.7 30	5.6 46	6.0 49	47.6 388	28.5 232	2.1 17

■ 常陸牛煌【きらめき】(牛肉)(n=93)



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	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 93	33.3 31	5.4 5	11.8 11	25.8 24	10.8 10	10.8 10	7.5 7	36.6 34	15.1 14	3.2 3

4 銘柄畜産物の購入または食事の経験の有無

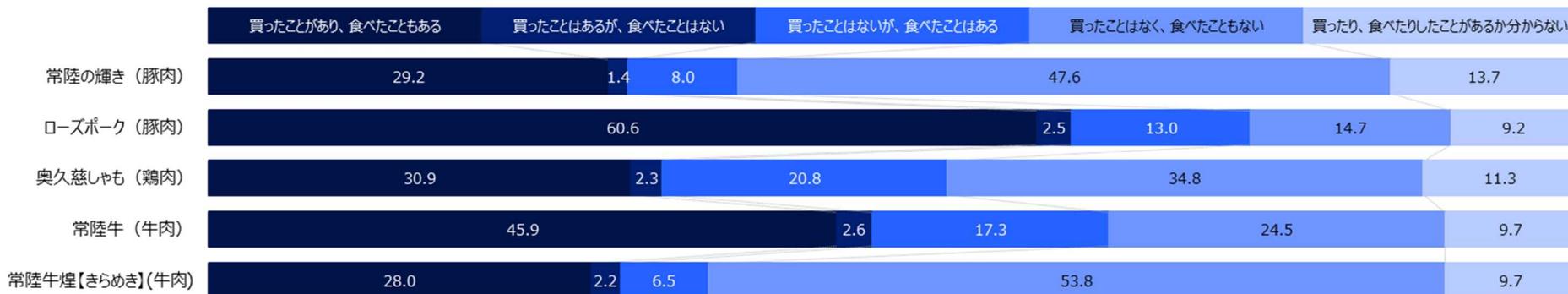
◇ 「ローズポーク（豚肉）」「常陸牛（牛肉）」は、「買ったことがあり、食べたこともある」が最も高い。

◇ 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。



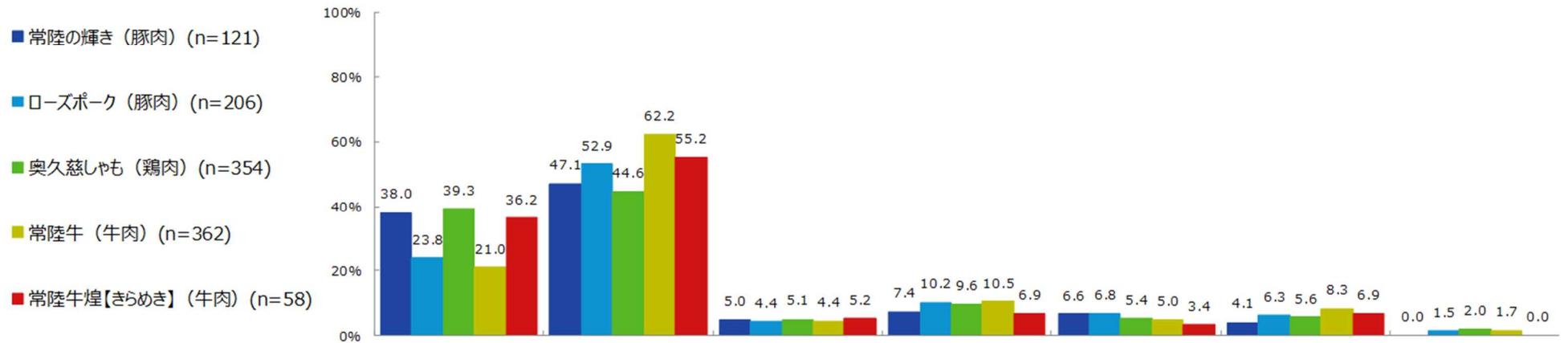
	n	買ったことがあり、 食べたこともある	買ったことはあるが、 食べたことはない	買ったことはないが、 食べたことはある	買ったことはなく、 食べたこともない	買ったり、食べたりした ことがあるか分からない
常陸の輝き（豚肉）	100.0 212	29.2 62	1.4 3	8.0 17	47.6 101	13.7 29
ローズポーク（豚肉）	100.0 682	60.6 413	2.5 17	13.0 89	14.7 100	9.2 63
奥久慈しゃも（鶏肉）	100.0 612	30.9 189	2.3 14	20.8 127	34.8 213	11.3 69
常陸牛（牛肉）	100.0 815	45.9 374	2.6 21	17.3 141	24.5 200	9.7 79
常陸牛燻【きらめき】（牛肉）	100.0 93	28.0 26	2.2 2	6.5 6	53.8 50	9.7 9

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

◇ 「一般の食肉に比べると値段が高いから」がすべての畜産物において最も高い。

(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。



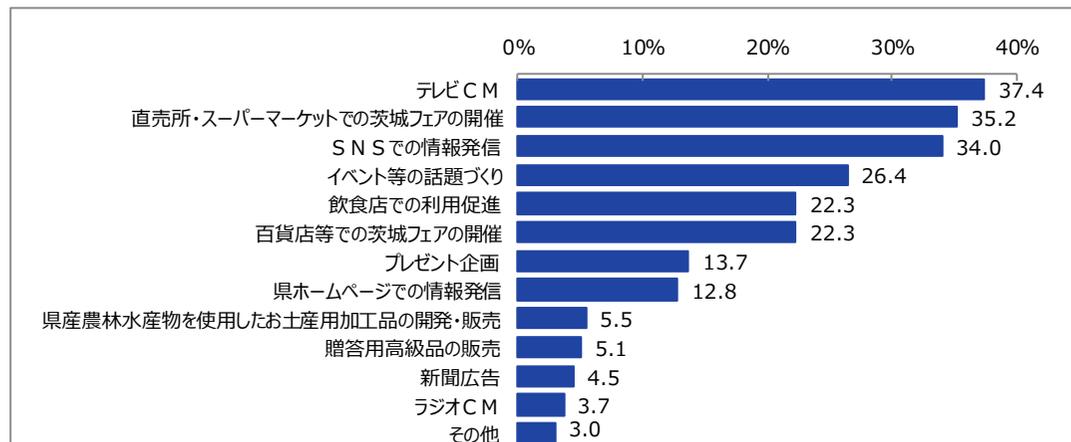
	n	買ったことあるが、食べたことはない 買ったことはないが、食べたことはある	買ったこともない、食べたこともない	品質の良さがわからないから	よく知らないから	他のブランド肉を買うから	もともと肉を食べないから	その他
常陸の輝き (豚肉)	100.0 121	38.0 46	47.1 57	5.0 6	7.4 9	6.6 8	4.1 5	0.0 0
ローズポーク (豚肉)	100.0 206	23.8 49	52.9 109	4.4 9	10.2 21	6.8 14	6.3 13	1.5 3
奥久慈しゃも (鶏肉)	100.0 354	39.3 139	44.6 158	5.1 18	9.6 34	5.4 19	5.6 20	2.0 7
常陸牛 (牛肉)	100.0 362	21.0 76	62.2 225	4.4 16	10.5 38	5.0 18	8.3 30	1.7 6
常陸牛煌【きらめき】 (牛肉)	100.0 58	36.2 21	55.2 32	5.2 3	6.9 4	3.4 2	6.9 4	0.0 0

6 県産農産物の効果的なPR手法

◇ 「テレビCM」が37.4%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35.2%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
テレビCM	37.4	374
直売所・スーパーマーケットでの茨城フェアの開催	35.2	352
SNSでの情報発信	34.0	340
イベント等の話題づくり	26.4	264
飲食店での利用促進	22.3	223
百貨店等での茨城フェアの開催	22.3	223
プレゼント企画	13.7	137
県ホームページでの情報発信	12.8	128
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	5.1	51
新聞広告	4.5	45
ラジオCM	3.7	37
その他	3.0	30



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」(23.9%)、「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」(10.3%)、「マークだけ見たことがある」(10.4%)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、44.6%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。

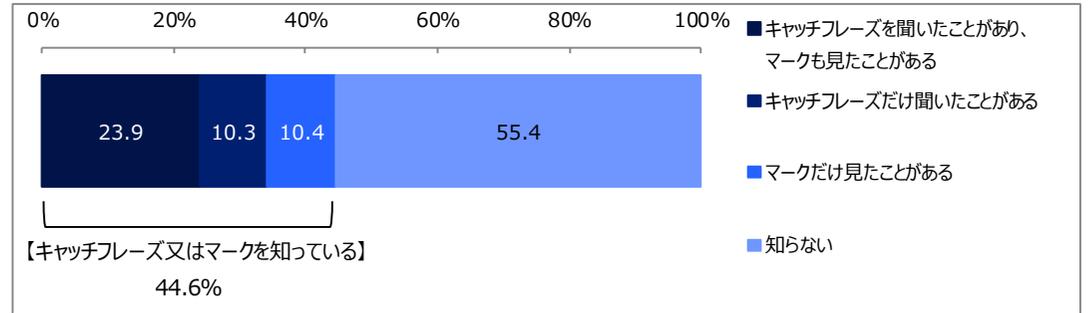
※「茨城をたべよう」について、詳しくはこちらをご覧ください。

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	23.9	239
キャッチフレーズだけ聞いたことがある	10.3	103
マークだけ見たことがある	10.4	104
知らない	55.4	554



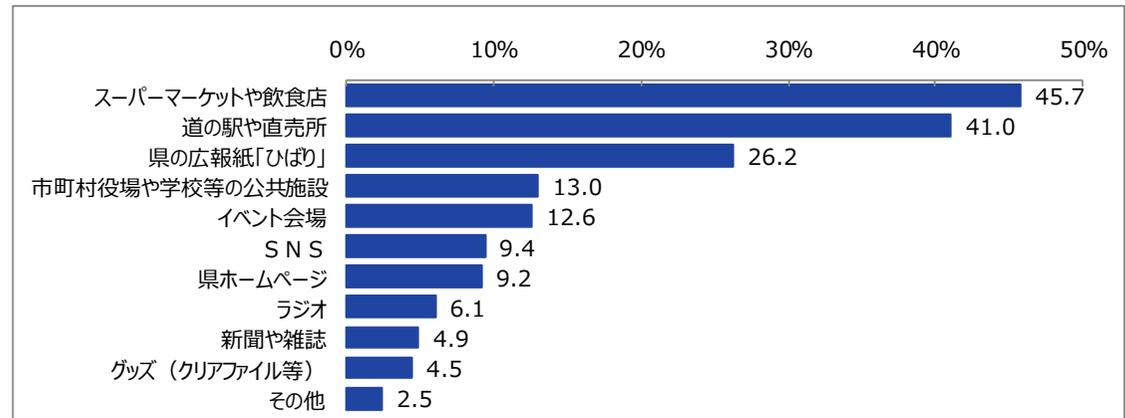
8 「茨城をたべよう」の認知経路

☆ 「スーパーマーケットや飲食店」が45.7%で最も高く、「道の駅や直売所」が41.0%と続く。

(Q7で「1.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」「2.キャッチフレーズだけ聞いたことがある」「3.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	446
スーパーマーケットや飲食店	45.7	204
道の駅や直売所	41.0	183
県の広報紙「ひばり」	26.2	117
市町村役場や学校等の公共施設	13.0	58
イベント会場	12.6	56
SNS	9.4	42
県ホームページ	9.2	41
ラジオ	6.1	27
新聞や雑誌	4.9	22
グッズ(クリアファイル等)	4.5	20
その他	2.5	11



■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、毎年度、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7年6月20日～6月29日

・サンプル数：茨城県常住人口調査（令和7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		108	248	92	365	187	1,000
性別	男性	56	127	49	189	99	520
	女性	52	121	43	176	88	480
年代別	18～29歳	16	42	16	71	34	179
	30歳代	15	42	16	61	29	163
	40歳代	21	53	19	80	40	213
	50歳代	28	61	21	86	44	240
	60歳代	28	50	20	67	40	205

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、「県北」「県央」「県南」「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「県北」3サンプル、「県央」9サンプル、「県南」15サンプル及び「県西」12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。