

## 「福島県産食品」に対する首都圏及び福島県内消費者の意識調査を実施

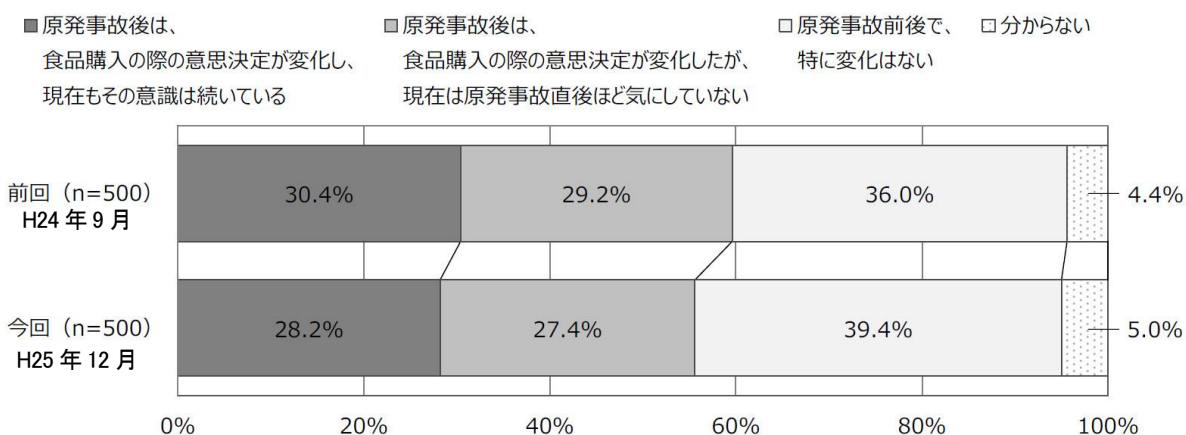
福島県商工会連合会、県内89商工会は、風評被害払拭のため各種事業を展開しておりますが、この度、首都圏及び福島県内在住の一般消費者を対象として、「福島県産の食品」に対する意識調査を実施し、速報値が確定しましたのでご案内いたします。（下記及び別紙）

当会及び県内89商工会は、これらの調査結果を踏まえ、今後も継続して風評払拭に向けた取り組みをする計画を企画・検討しております。

### ①首都圏消費者の買い物する際の意識変化

→若干改善も1年3ヶ月前と概ね変わらず。約3割は依然として意思決定の変化継続。

《意識変化の有無》（前回：n=500、今回：n=500）



### ②福島県等に対するイメージ(東京)

→「安心」と回答した割合は、福島県に対して50.9%、県産農林水産物56.2%、県産加工食品60.7%。加工を加えることで安心度が向上。安心の理由は「食品の検査体制への安心感」が上位となる一方で、否定的な理由の上位は「原発事故が収束していない事への不安」が。

### ③福島県産品に対する安心度(県内)

→同一県内でも地域により異なる結果。会津は55.1%、郡山は41.9%が「安心」と回答。「やや安心」まで含めると、会津は71.5%、郡山は58.6%となり差が拡大。理由を比較すると「居住している事による安心感」に差異あり。

【本件に関するお問い合わせ】

福島県商工会連合会 担当:佐藤敏文・太田 修

〒960-8053 福島県福島市三河南町1-20 コラッセふくしま 9F

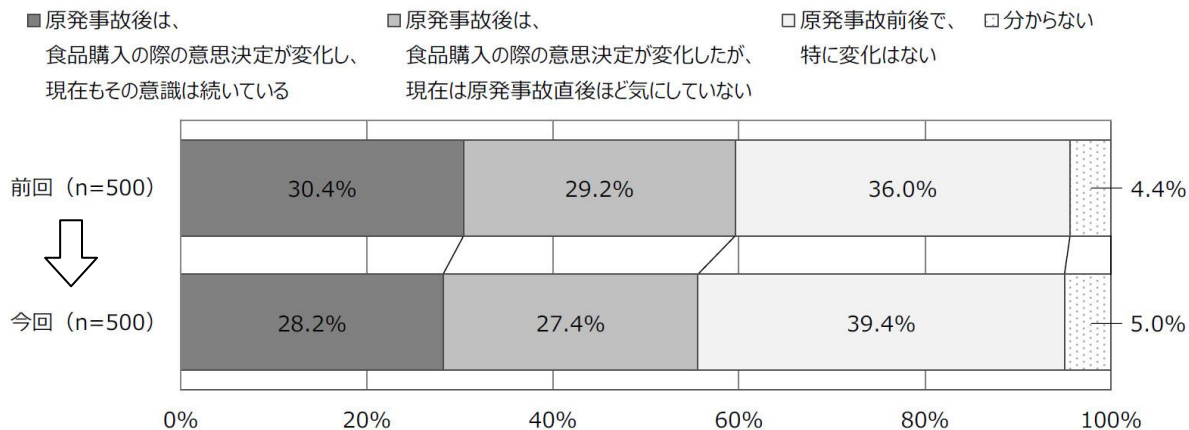
Tel:024-525-3411 Fax:024-525-3413 (受付時間 平日9:00~17:00)

## ①首都圏消費者の買い物する際の意識変化

→若干改善も1年3ヶ月前と概ね変わらず。約3割は依然として意思決定の変化継続。

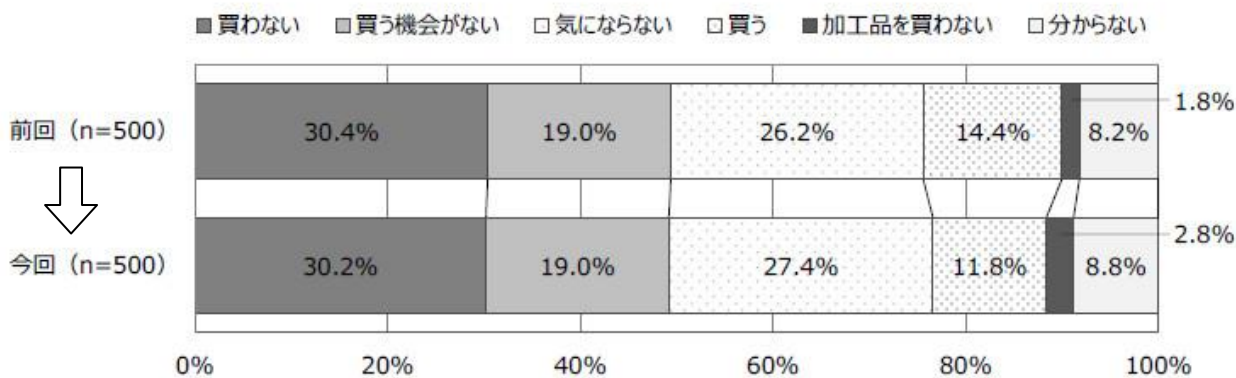
### (1)原発事故以降の買い物に対する意識変化

《意識変化の有無》(前回：n=500、今回：n=500)



### (2)原発事故以降の福島県産加工品の買い物に対する意識変化

《福島県産品に対する意識》(前回：n=500、今回：n=500)



・インターネット調査

・前回調査が平成24年9月(事故後1年6ヶ月経過)、今回調査が平成25年12月(事故後2年9ヶ月経過)

・対象者数:500人(20歳~80歳の男女各250人)

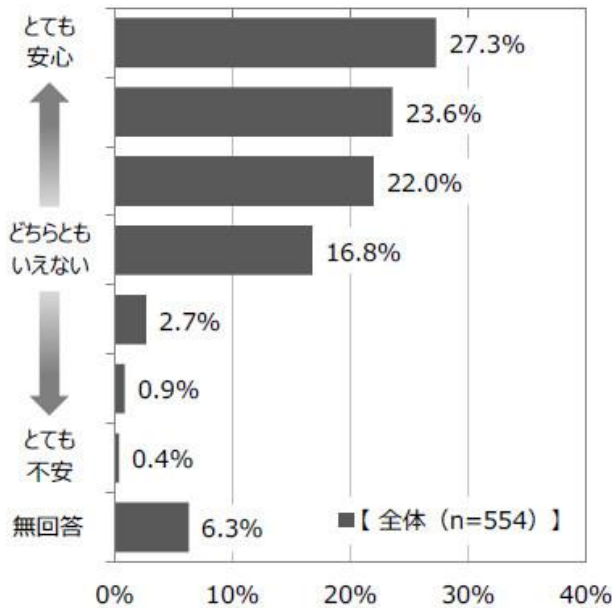
・対象者条件:①首都圏在住者(東京・神奈川・千葉・埼玉)②週2~3回以上料理をする人

## ②福島県等に対するイメージ(東京)

→「安心」と回答した割合は、福島県に対して50.9%、県産農林水産物56.2%、県産加工食品60.7%。加工を加えることで安心度が向上。安心の理由は「食品の検査体制への安心感」が上位となる一方で、否定的な理由の上位は「原発事故が収束していない事への不安」が。

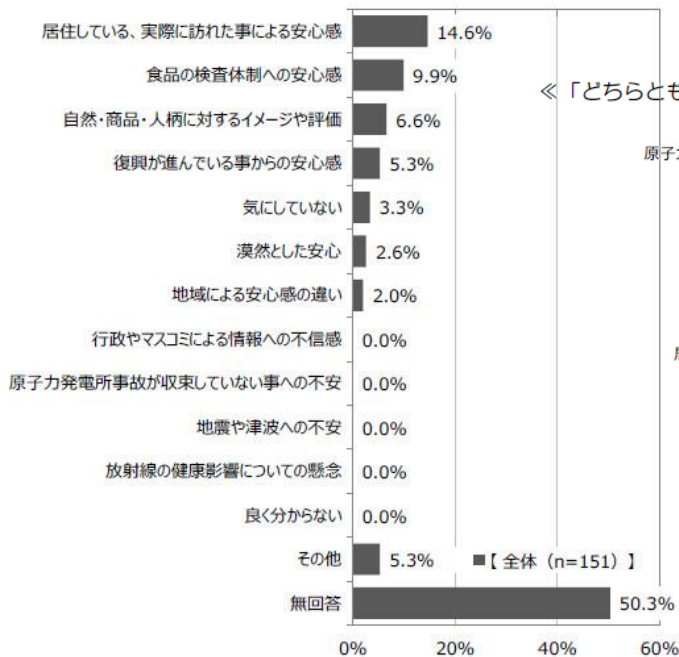
### (1)福島県に対するイメージ

≪「福島県」へのイメージ≫ (n=554)

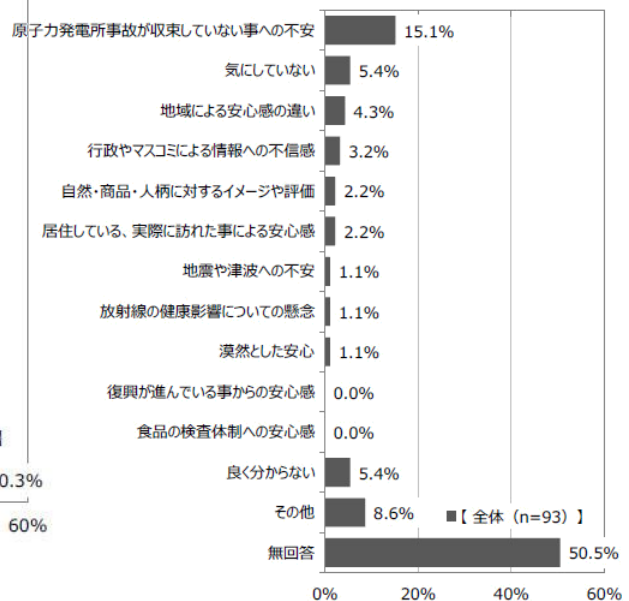


福島県へのイメージ	全体 (n=554)	
	回答数	割合
7: とても安心	151	27.3%
6: 安心	131	23.6%
5: やや安心	122	22.0%
4: どちらともいえない	93	16.8%
3: やや不安	15	2.7%
2: 不安	5	0.9%
1: とても不安	2	0.4%
無回答	35	6.3%
合計	554	100.0%

≪「とても安心」とする理由≫ (「とても安心」とした回答者: n=151)

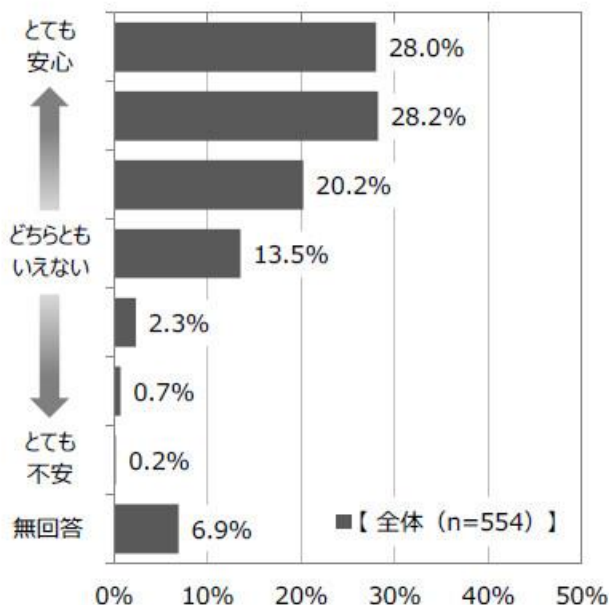


≪「どちらともいえない」とする理由≫ (「どちらともいえない」とした回答者: n=93)



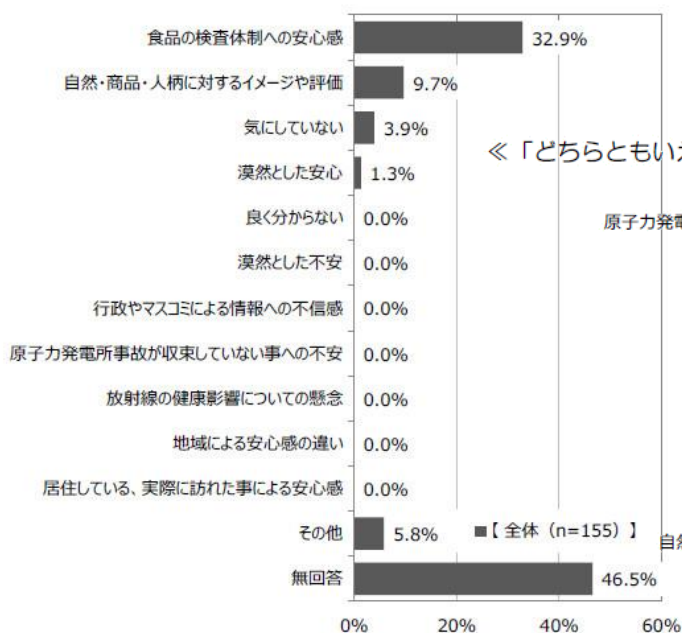
## (2) 福島県産の農林水産物に対するイメージ

《「福島県産の農林水産物」へのイメージ》(n=554)

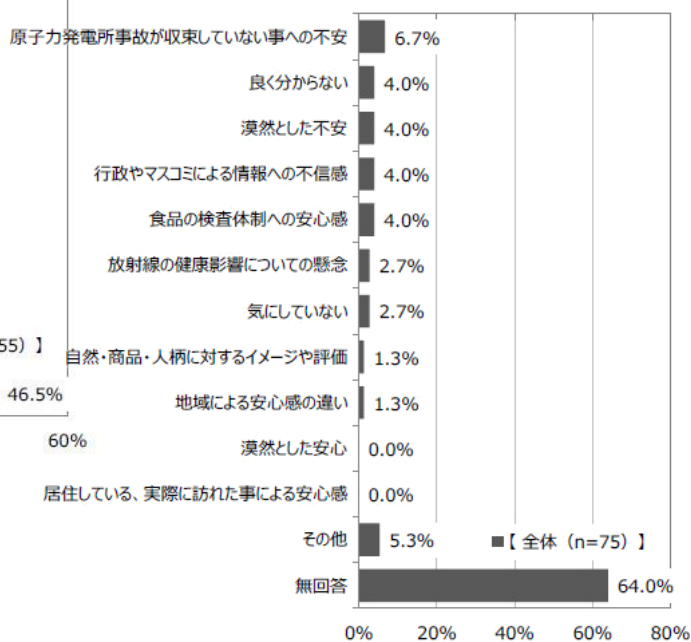


福島県産の農林水産物へのイメージ	全体 (n=554)	
	回答数	割合
7 : とても安心	155	28.0%
6 : 安心	156	28.2%
5 : やや安心	112	20.2%
4 : どちらともいえない	75	13.5%
3 : やや不安	13	2.3%
2 : 不安	4	0.7%
1 : とても不安	1	0.2%
無回答	38	6.9%
合計	554	100.0%

《「とても安心」とする理由》(「とても安心」とした回答者: n=155)

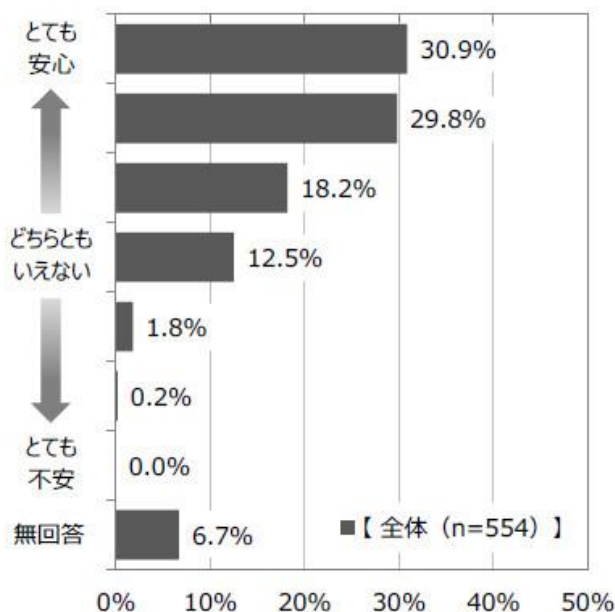


《「どちらともいえない」とする理由》(「どちらともいえない」とした回答者: n=75)



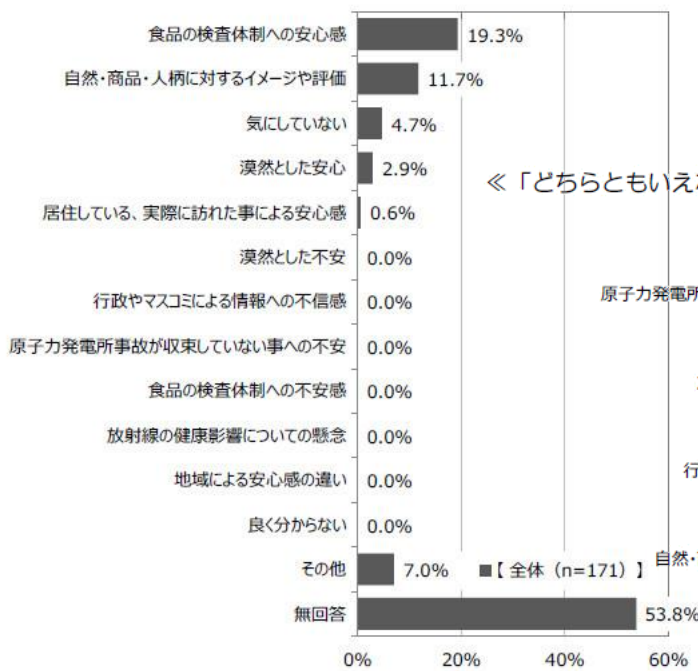
### (3)福島県産の加工食品に対するイメージ

《「福島県産の加工食品」へのイメージ》(n=554)

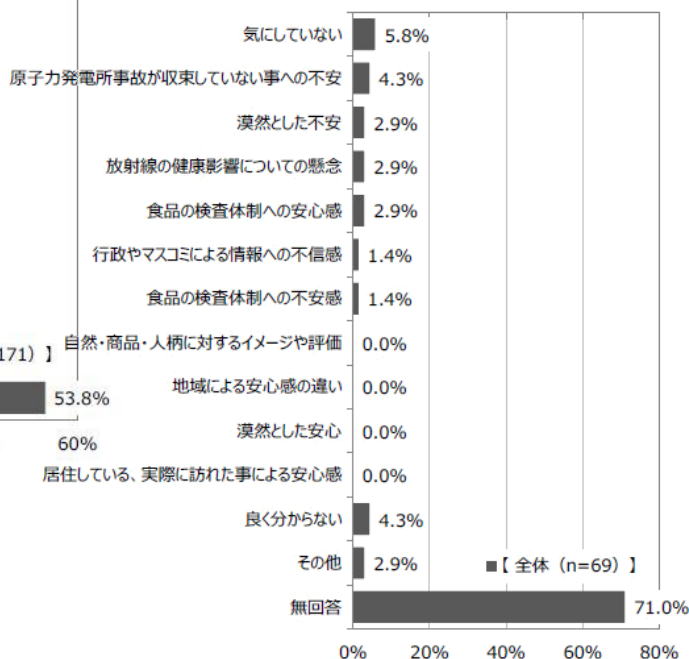


福島県産の加工食品へのイメージ	全体 (n=554)	
	回答数	割合
7：とても安心	171	30.9%
6：安心	165	29.8%
5：やや安心	101	18.2%
4：どちらともいえない	69	12.5%
3：やや不安	10	1.8%
2：不安	1	0.2%
1：とても不安	0	0.0%
無回答	37	6.7%
合計	554	100.1%

《「とても安心」とする理由》(「とても安心」とした回答者：n=171)



《「どちらともいえない」とする理由》(「どちらともいえない」とした回答者：n=69)



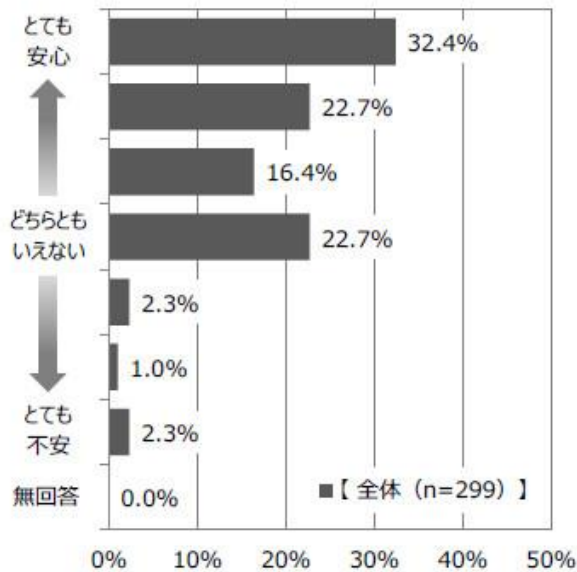
- ・対象者：[福島美味ストリート]来場者
- ・ハガキ配布数：6,000 枚
- ・ハガキ回収数：554 枚(回収率：9.2%)
- ・調査期間：【ハガキ配布期間】平成 25 年 12 月 20 日～12 月 22 日  
【ハガキ回収期間】平成 25 年 12 月 20 日～平成 26 年 1 月 11 日
- ・調査方法：会場にてアンケートハガキを配布、記入後郵送にて返送回収

### ③福島県産品に対する安心度(県内)

→同一県内でも地域により異なる結果。会津は55.1%、郡山は41.9%が「安心」と回答。「やや安心」まで含めると、会津は71.5%、郡山は58.6%となり差が拡大。理由を比較すると「居住している事による安心感」に差異あり。

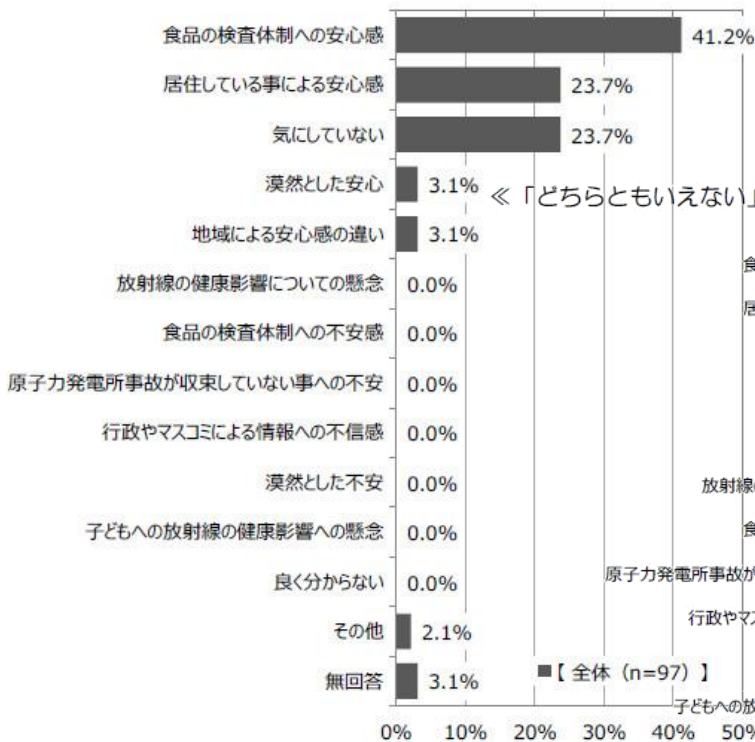
#### (1)福島県産食品に対するイメージ(会津若松)

《福島県産へのイメージ》(n=299)

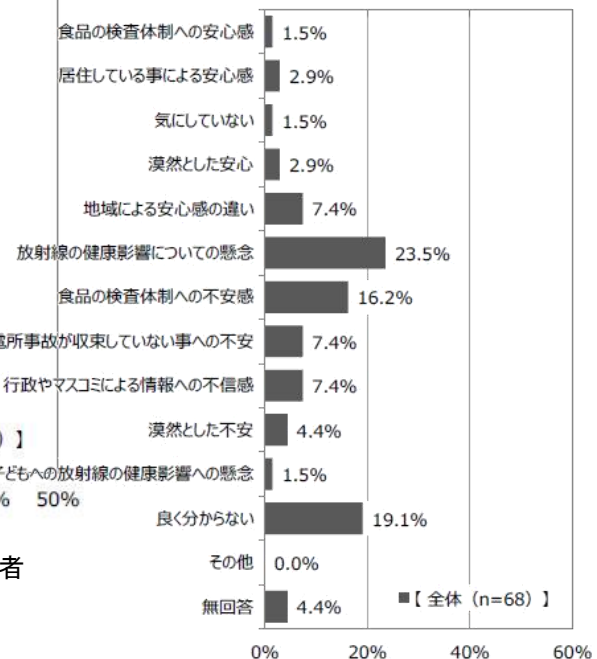


福島県産品へのイメージ	全体 (n=299)	
	回答数	割合
7:とても安心	97	32.4%
6:安心	68	22.7%
5:やや安心	49	16.4%
4:どちらともいえない	68	22.7%
3:やや不安	7	2.3%
2:不安	3	1.0%
1:とても不安	7	2.3%
無回答	0	0.0%
合計	299	99.8%

《「とても安心」とする理由》(「とても安心」とした回答者:n=97)



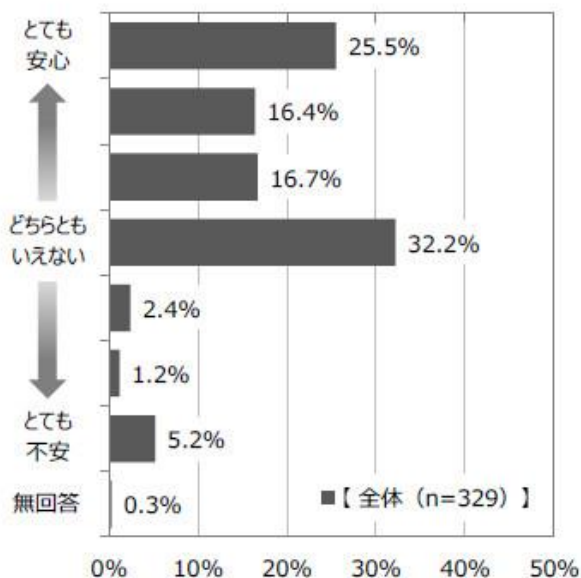
《「どちらともいえない」とする理由》(「どちらともいえない」とした回答者:n=68)



- ・対象者条件: 福島の美味しいもの食のフェア会津会場来場者
- ・対象者数: 299人(20歳~70歳以上の男女計299人)
- ・調査期間: 平成25年10月5日~10月6日
- ・調査方法: 会場ヒアリング調査

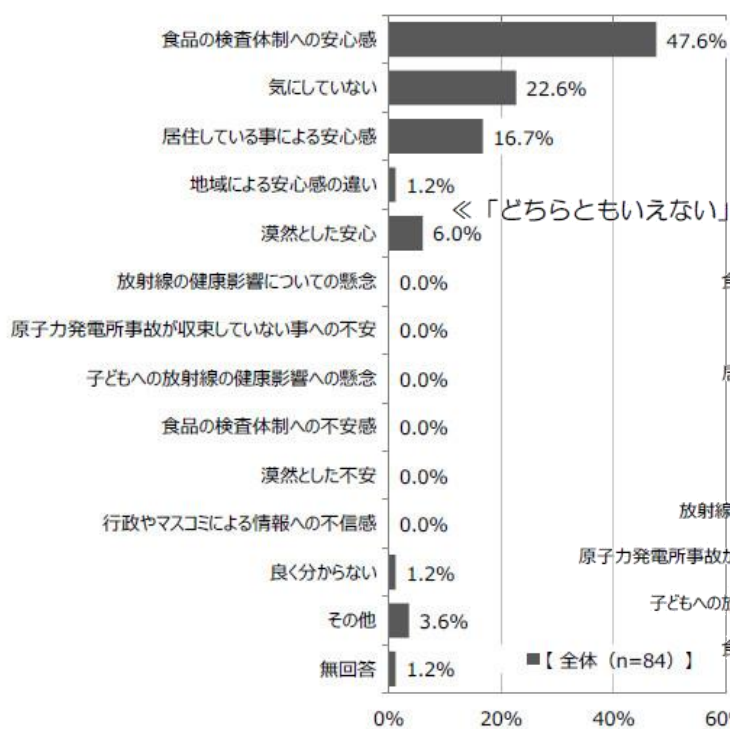
## (2) 福島県産食品に対するイメージ(郡山)

《福島県産へのイメージ》(n=329)

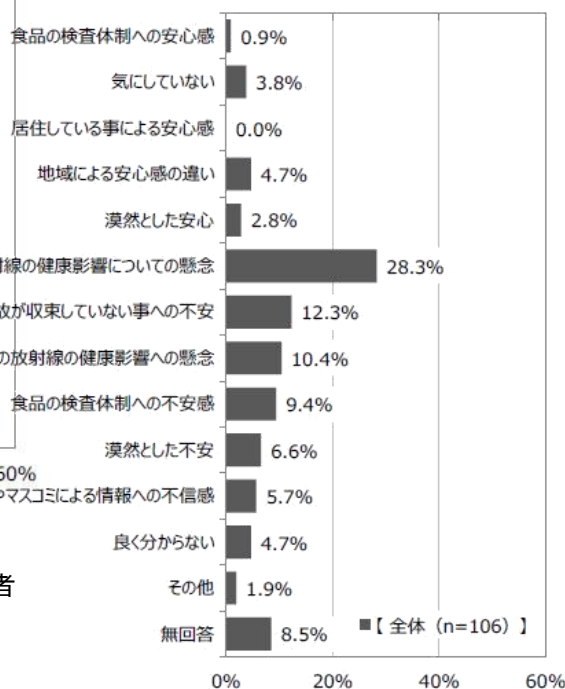


福島県産品へのイメージ	全体 (n=329)	
	回答数	割合
7:とても安心	84	25.5%
6:安心	54	16.4%
5:やや安心	55	16.7%
4:どちらともいえない	106	32.2%
3:やや不安	8	2.4%
2:不安	4	1.2%
1:とても不安	17	5.2%
無回答	1	0.3%
合計	329	99.9%

《「とても安心」とする理由》(「とても安心」とした回答者:n=84)



《「どちらともいえない」とする理由》(「どちらともいえない」とした回答者:n=106)



- ・対象者条件: 福島の美味しいもの食のフェア郡山会場来場者
- ・対象者数: 329人(20歳~70歳以上の男女計329人)
- ・調査期間: 平成25年11月15日~11月16日
- ・調査方法: 会場ヒアリング調査