

「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）

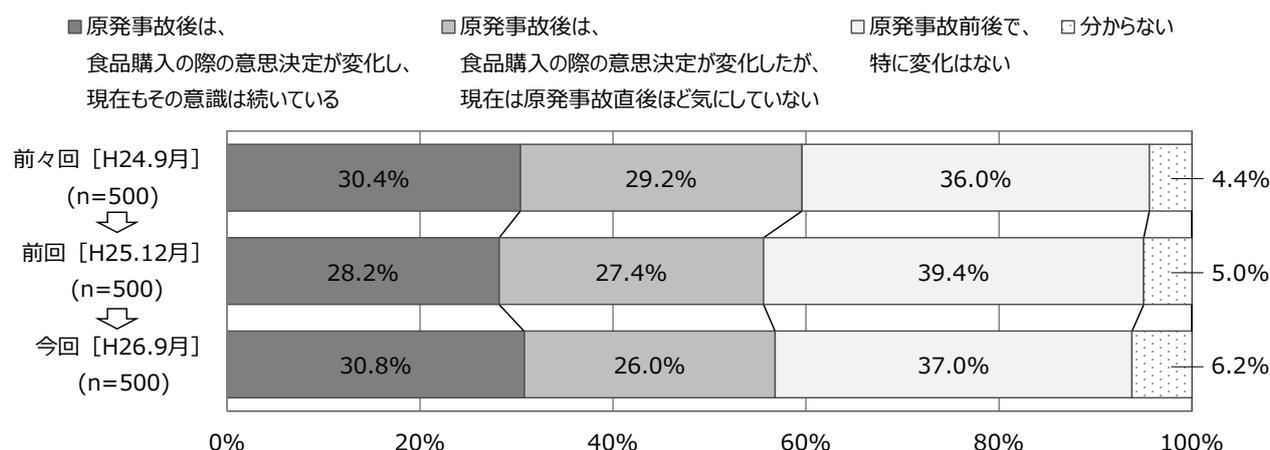
当会及び県内 89 商工会は、これらの調査結果を踏まえ、今後も継続して風評払拭に向けた各種事業に取り組んでまいります。

①首都圏消費者の買い物をする際の意識変化

→ 2 年前の調査から概ね変わらず。約 3 割は依然として意思決定の変化継続。

《食品購入の意思決定の変化》

（前々回 [H24. 9 月] : n=500、前回 [H25. 12 月] : n=500、今回 [H26. 9 月] : n=500）



②首都圏消費者が福島県産加工品に期待すること

→ 65.4%が「放射線検査結果の開示」を求める結果となった。一方、加工品自体の本質に関するニーズ「味そのものの向上」「厳選した食材の使用」や、「都内で購入できる販売店舗の拡大」については年々求める声が高まっている。

③福島県産品に対する安心度（県内）

→ 安心度は地域により大きな差はない。白河は 54.4%、福島は 59.5%が「安心」と回答。「やや安心」までを含めると、白河は 69.6%、福島は 76.2%となる。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)

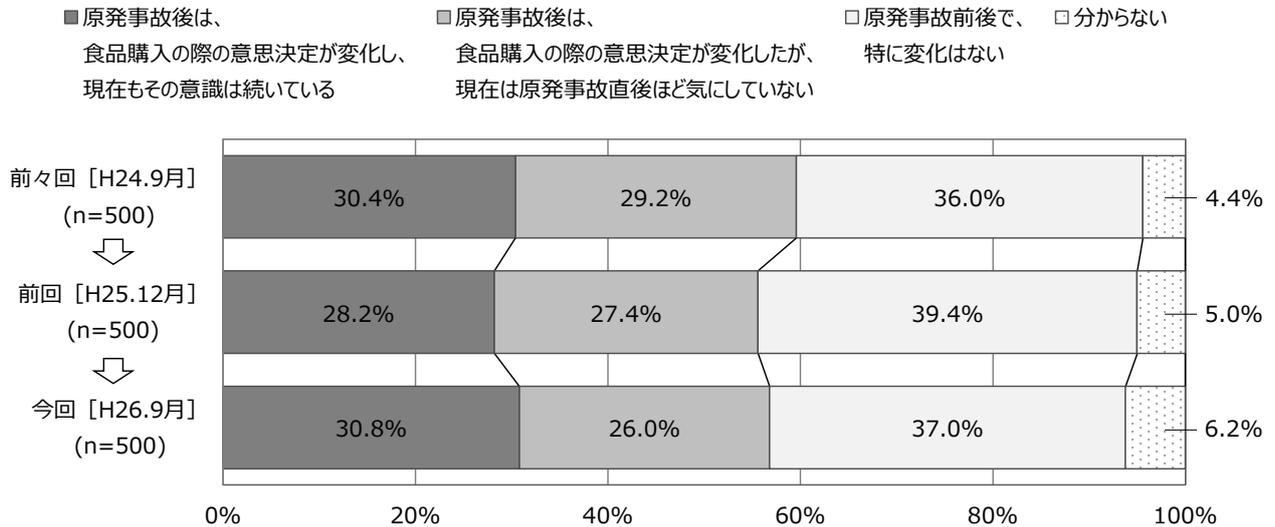
①首都圏消費者の買い物をする際の意識変化

→ 2年前の調査から概ね変わらず。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

《食品購入の意思決定の変化》

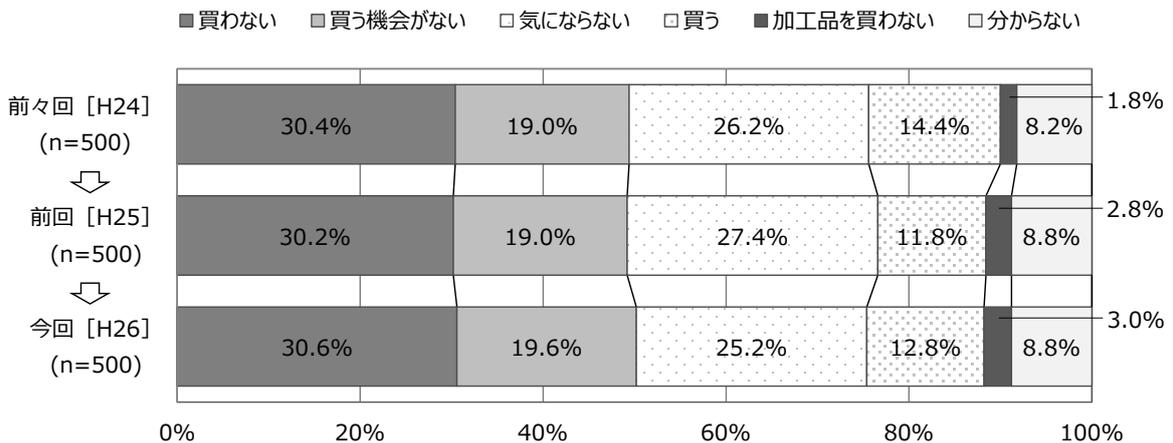
(前々回[H24.9月]:n=500、前回[H25.12月]:n=500、今回[H26.9月]:n=500)



(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

《福島県産の加工品購入の意思決定の変化》

(前々回[H24.9月]:n=500、前回[H25.12月]:n=500、今回[H26.9月]:n=500)



【調査概要】

- ・前々回調査：平成24年9月（事故後1年6ヶ月経過）
- ・前回調査：平成25年12月（事故後2年9ヶ月経過）
- ・今回調査：平成26年9月（事故後3年6ヶ月経過）
- ・対象者数：500人（20～80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
- ・調査方法：インターネット調査

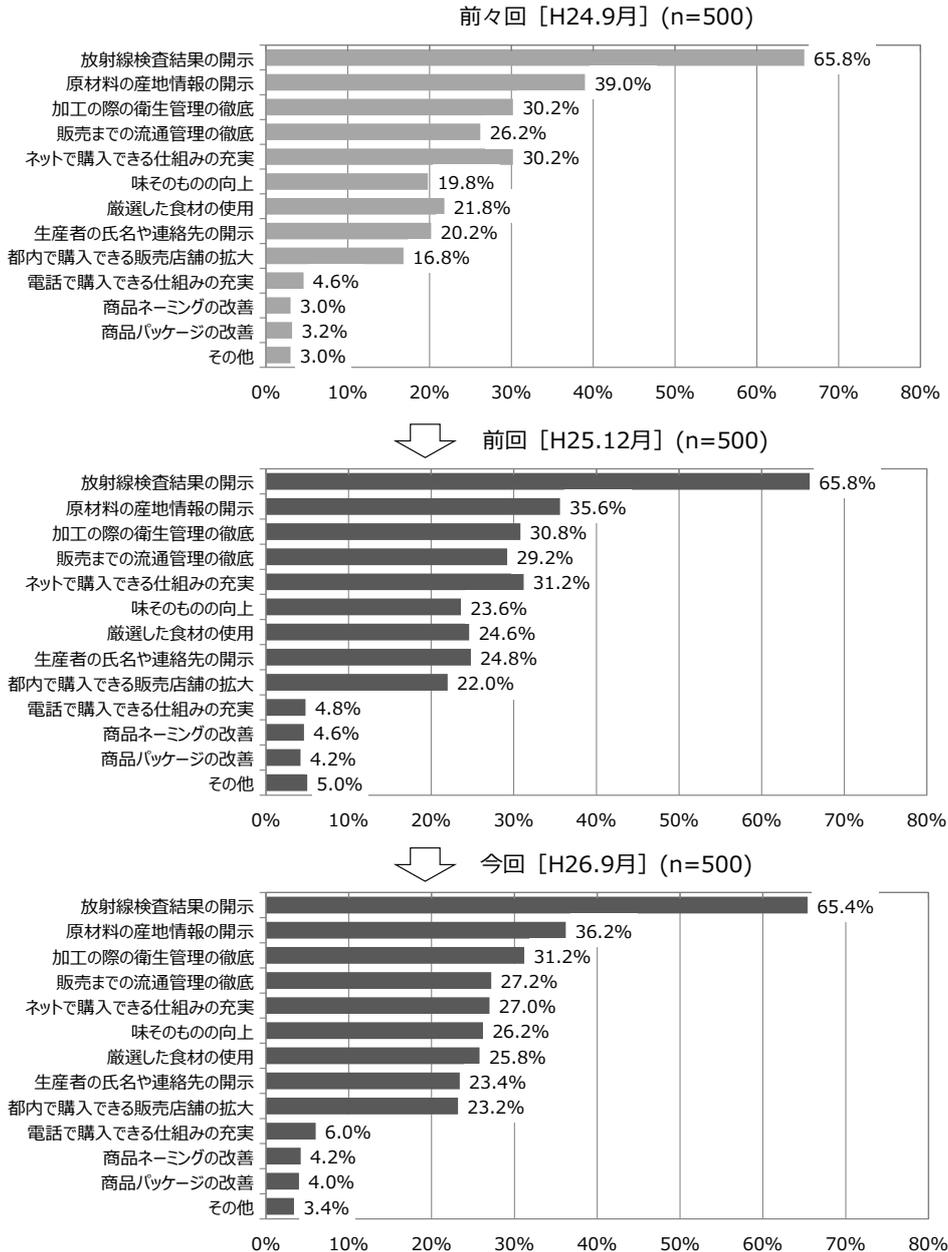
②首都圏消費者が福島県産加工品に期待すること

→ **65.4%が「放射線検査結果の開示」を求める結果となった。一方、加工品自体の本質に関するニーズ「味そのものの向上」「厳選した食材の使用」や、「都内で購入できる販売店舗の拡大」については年々求める声が高まっている。**

(1) 福島県産加工品に期待すること

《福島県産加工品について期待する項目》

(前々回[H24.9月]:n=500、前回[H25.12月]:n=500、今回[H26.9月]:n=500)



【調査概要】

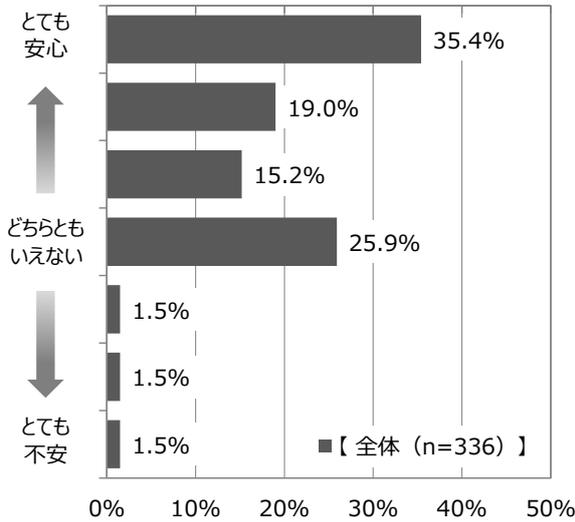
- ・前々回調査：平成24年9月（事故後1年6ヶ月経過）
- ・前回調査：平成25年12月（事故後2年9ヶ月経過）
- ・今回調査：平成26年9月（事故後3年6ヶ月経過）
- ・対象者数：500人（20～80歳の男女各250人）
- ・対象者条件：①首都圏在住者（東京・神奈川・千葉・埼玉）、②週2～3回以上料理をする人
- ・調査方法：インターネット調査

③福島県産品に対する安心度（県内）

→ 安心度は地域により大きな差はない。白河は54.4%、福島は59.5%が「安心」と回答。「やや安心」までを含めると、白河は69.6%、福島は76.2%となる。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。

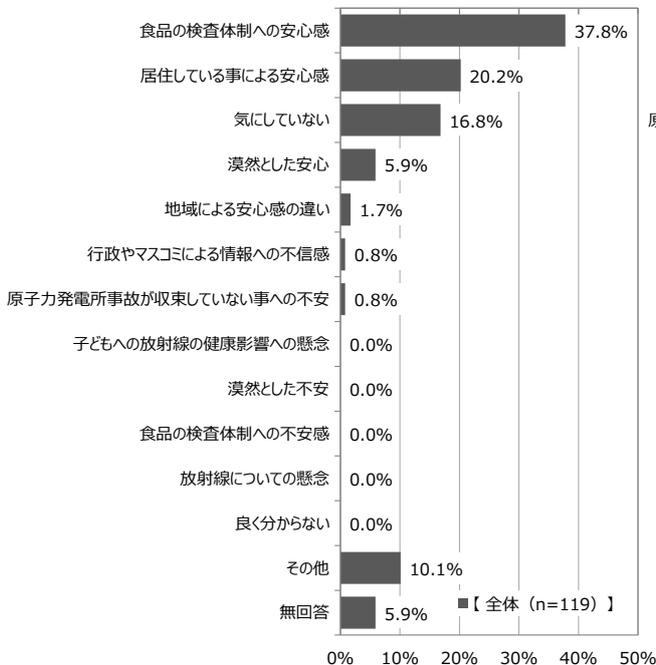
(1) 福島県産食品に対するイメージ（白河）

《福島県産の食品へのイメージ》（n=336）

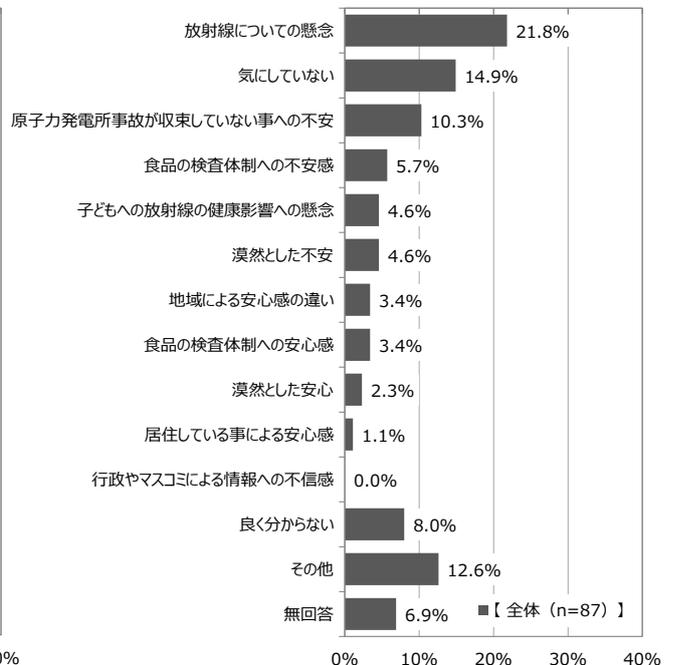


| 福島県産品へのイメージ | 全体 (n=336) | |
|-------------|------------|--------|
| | 回答数 | 割合 |
| 7:とても安心 | 119 | 35.4% |
| 6:安心 | 64 | 19.0% |
| 5:やや安心 | 51 | 15.2% |
| 4:どちらともいえない | 87 | 25.9% |
| 3:やや不安 | 5 | 1.5% |
| 2:不安 | 5 | 1.5% |
| 1:とても不安 | 5 | 1.5% |
| 合計 | 336 | 100.0% |

《「とても安心」とする理由》
（「とても安心」とした回答者：n=119）



《「どちらともいえない」理由》
（「どちらともいえない」とした回答者：n=87）

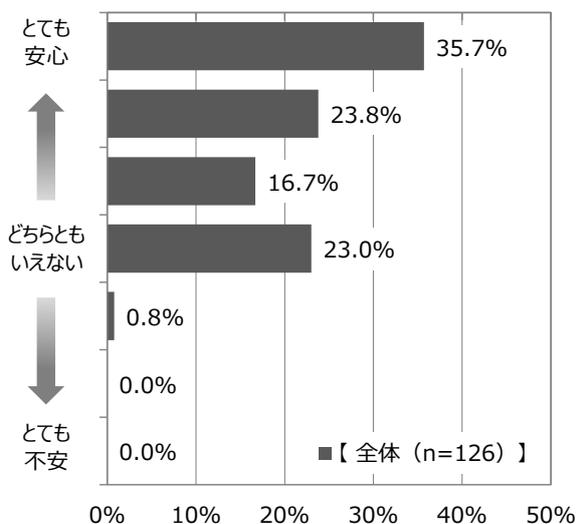


【調査概要】

- ・対象者条件：福島の美味しいもの食のフェア白河来場者
- ・対象者数：336人（20歳～70歳以上の男女計336人）
- ・調査期間：平成26年9月13日～14日
- ・調査方法：会場ヒアリング調査

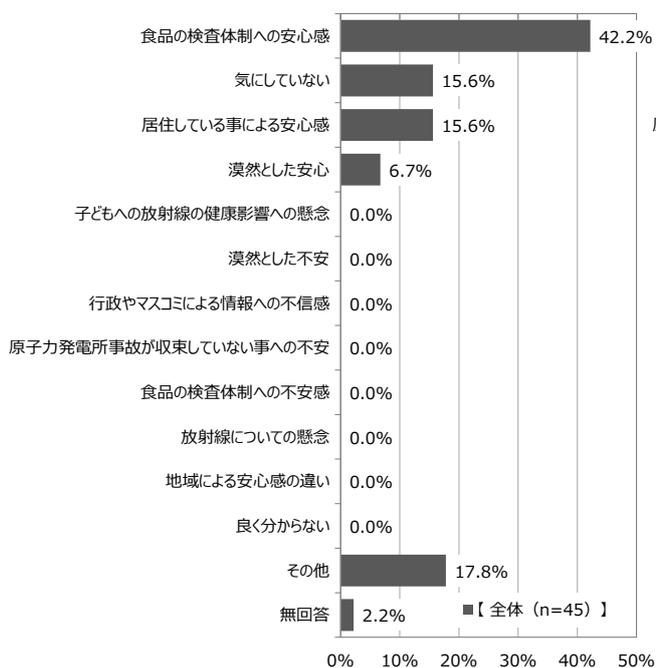
(2) 福島県産食品に対するイメージ（福島）

《福島県産の食品へのイメージ》（n=126）

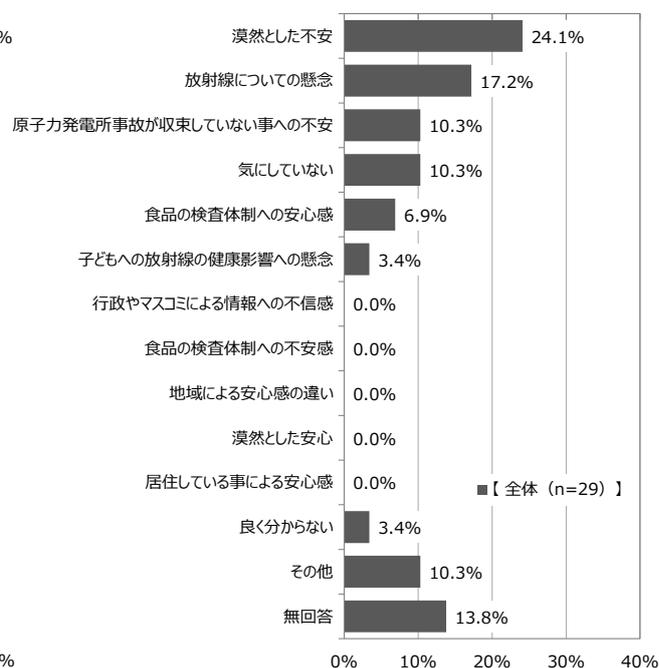


| 福島県産品へのイメージ | 全体（n=126） | |
|-------------|-----------|--------|
| | 回答数 | 割合 |
| 7：とても安心 | 45 | 35.7% |
| 6：安心 | 30 | 23.8% |
| 5：やや安心 | 21 | 16.7% |
| 4：どちらともいえない | 29 | 23.0% |
| 3：やや不安 | 1 | 0.8% |
| 2：不安 | 0 | 0.0% |
| 1：とても不安 | 0 | 0.0% |
| 合計 | 126 | 100.0% |

《「とても安心」とする理由》
（「とても安心」とした回答者：n=45）



《「どちらともいえない」理由》
（「どちらともいえない」とした回答者：n=29）



【調査概要】

- ・対象者条件：福島の美味しいもの食のフェア福島来場者
- ・対象者数：126人（20歳～70歳以上の男女計126人）
- ・調査期間：平成26年10月11日～12日
- ・調査方法：会場ヒアリング調査