

令和6年9月30日
北九州市産業経済局
総務市民局

報道機関各位

「北九州市のブランド農林水産物について」の調査を行いました
～令和6年度第3回市政モニターアンケート～

- 1 調査案件
第3回「北九州市のブランド農林水産物について」
(産業経済局農林課)

- 2 公表資料
第3回「北九州市のブランド農林水産物について」
(産業経済局農林課)
⇒ 結果概要及び調査報告書(別添のとおり)

- 3 参考資料
「市政モニター制度」について(別添のとおり)

【問い合わせ先】

- 調査案件の内容について
《第3回》「北九州市のブランド農林水産物について」
産業経済局農林課
093-582-2078 宮元・増谷

- 市政モニター制度について
総務市民局広聴課
093-582-2527 中野・相良

市政モニターに関すること 総務市民局広聴課 担当：中野、相良 TEL：582-2527	アンケート内容に関すること 産業経済局農林課 担当：宮元、増谷 TEL：582-2078
--	---

令和6年9月30日

令和6年度 第3回市政モニターアンケート
 「北九州市のブランド農林水産物について」
 結果概要

本市では、市内産農林水産物のブランド化の推進に関する取り組みをしています。そこで、今後の取り組みの参考とするため、市内産農林水産物の認知度や購入機会、農林水産物に関する情報収集方法などについてのアンケート調査を実施しました。

I 調査概要

調査対象者 市政モニター96人（うち、回答者83人 回収率86.5%）
 調査実施日 令和6年7月1日～令和6年7月12日
 実施方法 インターネット調査

II 調査結果概要

(1) 北九州市のブランド農林水産物の認知度について

北九州市のブランド農林水産物の認知度は、「合馬たけのこ」97.6%、「小倉牛」85.5%、「豊前海一粒かき」79.5%の順に高くなっています。11品目中上位6品目は、60%以上の方が知っているという回答しています。

男女で認知度に違いがあったものは、「若松水切りトマト」が男性53%に対し女性72%、「大葉しゅんぎく」は男性25%に対し女性40%と、女性の方がやや認知度が高くなっているようです。

- 市内産ブランド食材の認知度の順位と、新聞やテレビ等で目にする機会の順位は同じような順位になっていますが、報道・PRは目にしているが、認知度には反映されていない品目もありました。

(2) 市内産ブランド食材の購入及び消費について

食べたことがあるものは、「合馬たけのこ」84.3%、「豊前海一粒かき」55.4%、「若松潮風キャベツ」53.0%の順に多くなっています。全体としては認知度と同じような順位ですが、この問いでは、「若松潮風キャベツ」が上位3品目に入っており、知名度の6位に比べて食べたことのある人が多いことが分かります。

食べる機会としては、「食材購入し自宅で（日常の食事）」が73.5%と圧倒的に多く、次いで「飲食店（市内）」49.4%となっています。約2割の方が「食のイベントなど」、「贈答品やおすそ分けなどで」食べたことがあるとなっています。

また、お惣菜や学校給食で食べたことがあると答えた方はあまりいませんでした。

- 食べたことがある市内産ブランド食材は、ほとんどの食材で認知度と同じ傾向であることがうかがえます。その食材を食べる機会としては、自宅での日常の食事がと市内の飲食店で食べることが主なものになっています。（飲食店や惣菜、学校給食については、市内産ブランド食材の使用が消費者に知らされていないことも考えられますが、今回のアンケートでは不明です。）

自宅用に購入する場合でも、認知度が一番の「合馬たけのこ」が48.2%と一番多く、2番目が「若松潮風キャベツ」と「若松水切りトマト」が33.7%、4番目が「豊前海一粒かき」28.9%、5番目が「大葉しゅんぎく」27.7%です。認知度で上位であった「豊前海一粒かき」が4番目、「小倉牛」が6番目、「関門海峡たこ」が7番目となりました。

再度購入したいと答えた方は、89.2%でした。

- 自宅用の購入でも「合馬たけのこ」と回答された方が一番多いですが、問1～3ではほとんど上位に入っていなかった「若松潮風キャベツ」や「若松水切りトマト」、「大葉しゅんぎく」が上位5品目の中に入っています。自宅用の購入が少ない食材は、そもそも販売量が少ないことや飲食店など自宅以外で使用されている、高価であるなどの理由が推測されます。
- 市内産ブランド食材を購入した方で、「再度購入したいと思わない」と回答した方の理由としては、「価格が高い」や「スーパーでは市内産が非常に少ない」、「味など差別化できていない気がする」などの意見がありました。

購入することが難しい（入手しにくい）食材としては、認知度が低かった「一本槍」44.6%、「豊前本ガニ」43.4%、「若松潮風プレミアム」33.7%の順となっており、次に続くのは逆に認知度が高かった「小倉牛」32.5%、「合馬たけのこ」と「関門海峡たこ」、「豊前海一粒かき」が22.9%となっています。

- 購入することが難しいと思う市内産ブランド食材については、認知度が下位だった食材が上位に、続いて認知度が上位だった食材が中位になっていることがうかがえます。これには、販売量や販売機会、価格などが関係していると考えられます。

(3) 農林水産物の購入について

農林水産物の購入は、「スーパー、量販店」が94.0%と圧倒的に多く、次いで「直売所（市内）」34.9%、「八百屋、魚屋などの小売店」31.3%となっています。逆に「通信（ネット）販売」の利用は1.2%です。

食材を選ぶ基準としては、一番が「鮮度」で90.4%、次いで「価格」81.9%、「食味（おいしさ）」63.9%の順で大半を占めています。逆に、「安全性」20.5%、「産地」16.9%、「見た目」7.2%と比較的優先順位が低いことが分かります。ただし、産地をどの程度考慮するかとの問いに対しては、「かなり考慮する」が25.3%、「まあまあ考慮する」が57.8%でした。

- 家庭用の農林水産物は、圧倒的に「スーパー、量販店」多く、逆に「通信（ネット）販売」の利用はまだわずかです。
購入するときの基準は、「鮮度」、「価格」、「食味（おいしさ）」が大半を占めており、「安全性」や「産地」、「見た目」は、それほど重視されていませんが、問14の「産地をどの程度考慮するか」との問いに対しては、考慮する方が大半でした。

(4) インターネットやSNS等の利用について

農林水産物の情報収集については、「webサイト」71.1%、「Instagram（インスタグラム）」45.8%、「YouTube（ユーチューブ）」33.7%の順に利用されています。

また、農林水産物の購入を決定する際、インターネットやSNS等の情報に、「かなり影響を受ける」27.3%、「まあまあ影響を受ける」57.1%との回答でした。

- 多くの方が、農林水産物の情報収集にインターネットやSNS等を利用されており、8割以上の方がその情報に影響を受けると回答しています。

(5) 市内のブランド農林水産物に期待することについて

- 流通や販売面では、お手ごろな価格で安定して購入できることが求められています。

- 販売施設の増設など購入できる場所を増やしてほしいという要望のほか、施設の内容や現金以外の決済方法の導入などの意見もありました。
- 認知度向上のため、メディアやSNSのほかイベントの開催、保育園や小学校の給食などを利用したPRを望む意見も多くありました。

令和6年度
第3回市政モニターアンケート

「北九州市のブランド農林水産物について」

北九州市総務市民局広聴課

目 次

I	調査の概要	1
II	市政モニターの構成	1
III	調査結果	2
(1)	北九州市のブランド農林水産物について	2
(2)	市内産ブランド食材を食べる機会について	8
(3)	市内産ブランド食材の購入について	10
(4)	市内産の農林水産物の購入について	18
(5)	ご家庭での農林水産物の購入について	20
(6)	農林水産物を購入するときの基準について	21
(7)	市内産農林水産物がもっと認知されるためには	23
(8)	インターネットやSNS等の利用について	25
(9)	ご意見等自由記入	27
IV	全体考察	29

I 調査の概要

調査対象者	市政モニター96人	
回答者数	83人（回収率86.5%）	
調査実施日	令和6年7月1日～令和6年7月12日	
実施方法	インターネット調査	
調査実施課	総務市民局広聴課	TEL582-2527
調査依頼課	産業経済局農林課	TEL582-2078

II 市政モニターの構成

	合計	男性	女性		合計	男性	女性
全体	96 (100.0%)	41 (42.7%)	55 (57.3%)	区別			
10歳代	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	門司区	8 (8.3%)	5 (5.2%)	3 (3.1%)
20歳代	6 (6.3%)	0 (0.0%)	6 (6.3%)	小倉北区	25 (26.0%)	13 (13.5%)	12 (12.5%)
30歳代	15 (15.6%)	6 (6.3%)	9 (9.4%)	小倉南区	22 (22.9%)	8 (8.3%)	14 (14.6%)
40歳代	24 (25.0%)	8 (8.3%)	16 (16.7%)	若松区	5 (5.2%)	3 (3.1%)	2 (2.1%)
50歳代	14 (14.6%)	5 (5.2%)	9 (9.4%)	八幡東区	13 (13.5%)	7 (7.3%)	6 (6.3%)
60歳代	24 (25.0%)	13 (13.5%)	11 (11.5%)	八幡西区	16 (16.7%)	3 (3.1%)	13 (13.5%)
70歳以上	13 (13.5%)	9 (9.4%)	4 (4.2%)	戸畑区	7 (7.3%)	2 (2.1%)	5 (5.2%)

※ 数値の単位未満は四捨五入を原則としており、総数と内容の合計は一致しない場合があります。

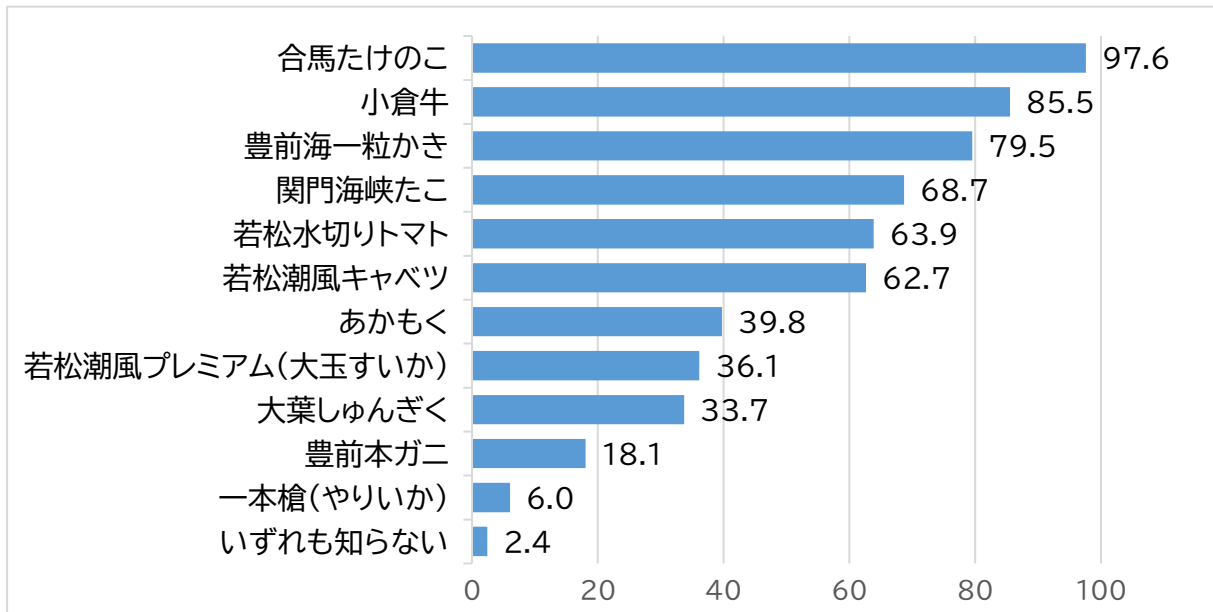
※ 年代は令和6年4月1日時点でのものです。

Ⅲ 調査結果

(1) 北九州市のブランド農林水産物について

問1 北九州市では、多くのブランド食材が生産されていますが、以下の中からご存じの食材を全て選んでください。

(単位：%)



問1 クロス集計

(単位：%)

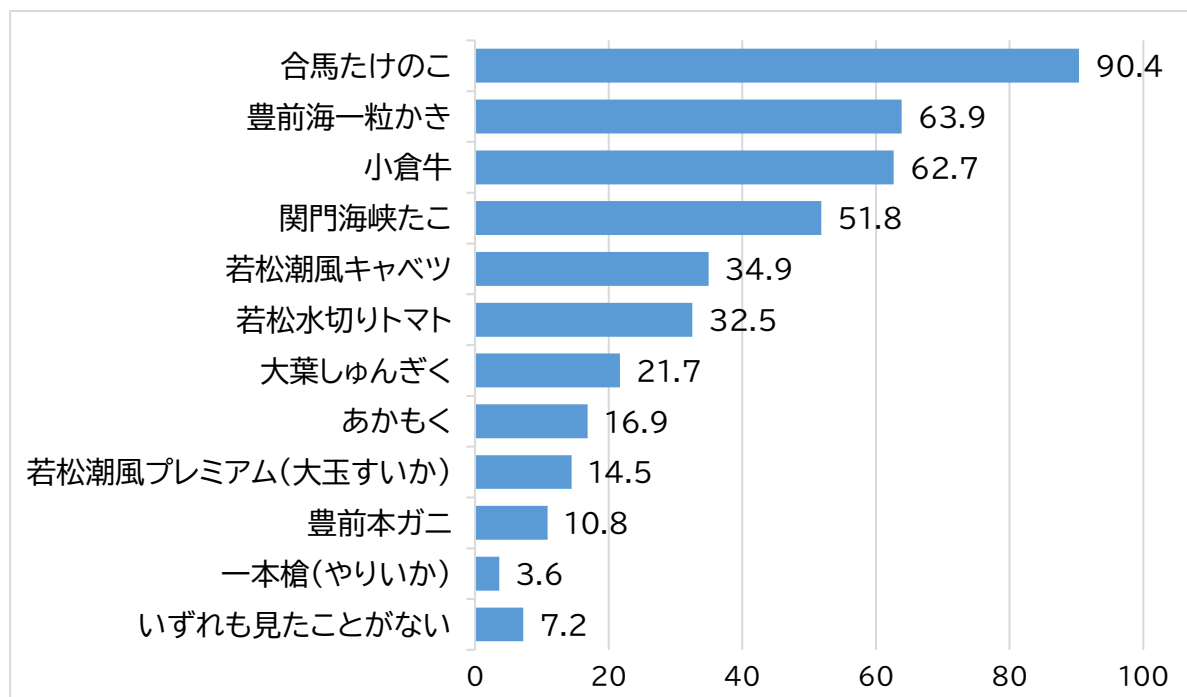
	合馬 たけのこ	小倉牛	関門海峡 たこ	豊前海 一粒かき	若松潮風 キャベツ	一本槍	豊前 本ガニ	あかもく	若松水切り トマト	大葉 しゅんぎく	若松潮風 プレミアム	いずれも 知らない
男性	94%	83%	72%	81%	58%	6%	17%	33%	53%	25%	39%	6%
30代	100%	100%	100%	100%	67%	0%	17%	33%	50%	17%	50%	0%
40代	86%	57%	71%	71%	43%	0%	0%	43%	29%	29%	29%	14%
50代	100%	100%	60%	60%	60%	0%	20%	0%	60%	0%	20%	0%
60代	90%	90%	80%	90%	60%	0%	10%	40%	50%	20%	20%	10%
70代	100%	71%	43%	71%	57%	14%	29%	29%	71%	43%	71%	0%
80代	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%
女性	100%	87%	66%	79%	66%	6%	19%	45%	72%	40%	34%	0%
20代	100%	100%	75%	100%	50%	25%	75%	50%	100%	75%	25%	0%
30代	100%	88%	63%	38%	50%	0%	0%	13%	88%	13%	13%	0%
40代	100%	79%	64%	93%	64%	7%	7%	36%	64%	21%	36%	0%
50代	100%	78%	67%	78%	78%	0%	22%	67%	67%	56%	56%	0%
60代	100%	100%	67%	78%	67%	11%	33%	56%	56%	56%	22%	0%
70代	100%	100%	67%	100%	100%	0%	0%	67%	100%	67%	67%	0%
総計	98%	86%	69%	80%	63%	6%	18%	40%	64%	34%	36%	2%
門司区	100%	71%	71%	71%	57%	14%	29%	14%	29%	29%	57%	0%
小倉北区	90%	80%	70%	75%	35%	0%	10%	35%	55%	20%	20%	10%
小倉南区	100%	85%	70%	90%	55%	10%	30%	45%	65%	50%	25%	0%
若松区	100%	100%	75%	75%	100%	0%	25%	50%	100%	75%	75%	0%
八幡東区	100%	100%	75%	92%	83%	8%	17%	67%	83%	50%	58%	0%
八幡西区	100%	86%	50%	64%	79%	7%	7%	21%	71%	14%	36%	0%
戸畑区	100%	83%	83%	83%	83%	0%	17%	50%	50%	17%	33%	0%
総計	98%	86%	69%	80%	63%	6%	18%	40%	64%	34%	36%	2%

北九州市のブランド農林水産物の認知度は、「合馬たけのこ」、「小倉牛」、「豊前海一粒かき」の順に高くなっています。11品目中上位6品目は、60%以上の方が知っていると回答しています。

「若松水切りトマト」と「大葉しゅんぎく」は男性より女性のほうが認知度がやや高くなっているようです。

問2 市内産ブランド食材のうち、新聞やテレビの報道、PR広告などを目にしたことのあるものを全て選んでください。

(単位：%)



問2 クロス集計

(単位：%)

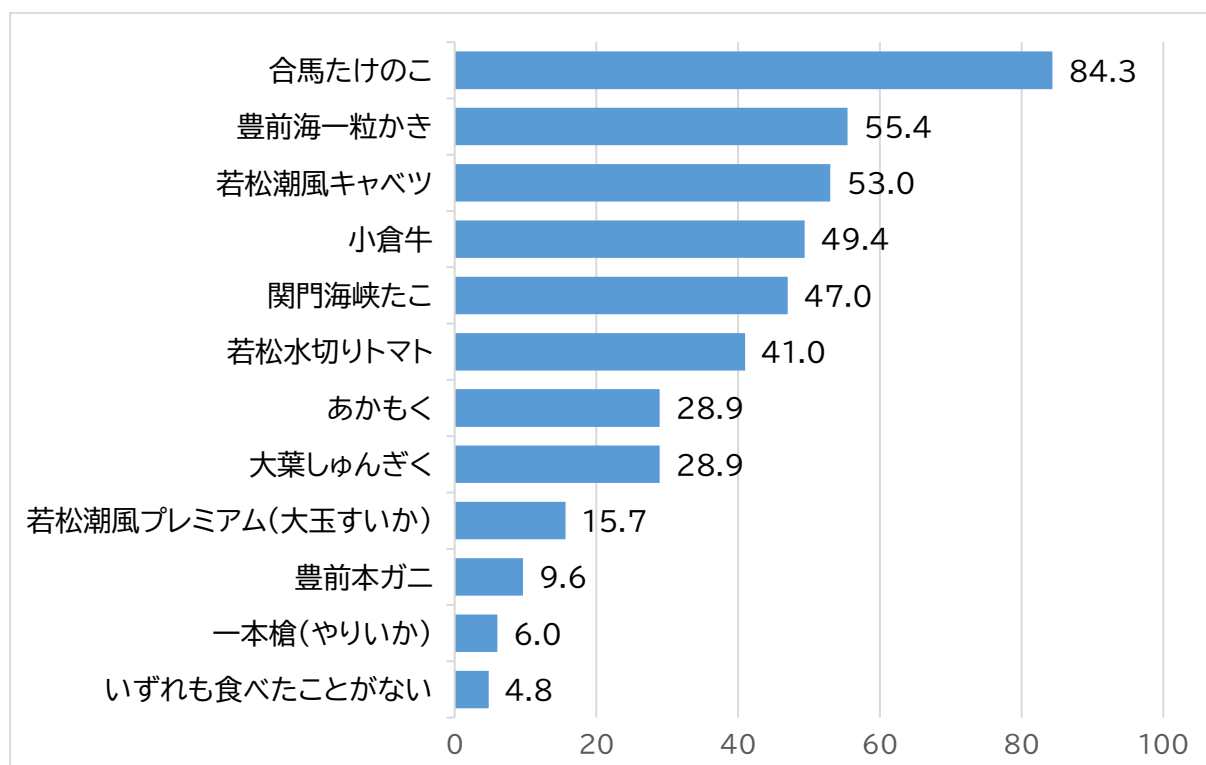
	合馬 たけのこ	小倉牛	関門海峡 たこ	豊前海 一粒かき	若松潮風 キャベツ	一本槍	豊前 本ガニ	あかもく	若松水切り トマト	大葉 しゅんぎく	若松潮風 プレミアム	いずれも 見たこと がない
男性	89%	64%	61%	64%	28%	0%	11%	11%	31%	17%	17%	11%
30代	100%	100%	100%	100%	50%	0%	33%	0%	33%	33%	17%	0%
40代	86%	29%	57%	71%	29%	0%	0%	29%	29%	29%	43%	14%
50代	100%	100%	60%	60%	40%	0%	20%	0%	40%	0%	0%	0%
60代	90%	70%	60%	60%	20%	0%	10%	10%	20%	20%	10%	10%
70代	86%	43%	43%	43%	14%	0%	0%	14%	43%	0%	14%	14%
80代	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
女性	91%	62%	45%	64%	40%	6%	11%	21%	34%	26%	13%	4%
20代	75%	75%	75%	100%	75%	25%	75%	25%	50%	50%	0%	0%
30代	88%	75%	0%	13%	25%	0%	0%	0%	38%	13%	13%	13%
40代	100%	50%	50%	86%	43%	7%	0%	29%	14%	7%	7%	0%
50代	89%	67%	56%	56%	33%	0%	0%	22%	33%	44%	22%	0%
60代	89%	56%	44%	56%	33%	11%	22%	11%	44%	33%	11%	11%
70代	100%	67%	67%	100%	67%	0%	0%	67%	67%	33%	33%	0%
総計	90%	63%	52%	64%	35%	4%	11%	17%	33%	22%	14%	7%
門司区	100%	43%	57%	57%	14%	0%	14%	0%	29%	14%	43%	0%
小倉北区	80%	60%	55%	75%	20%	0%	15%	5%	35%	20%	10%	15%
小倉南区	95%	65%	65%	75%	25%	5%	5%	25%	20%	30%	5%	5%
若松区	100%	75%	75%	50%	50%	0%	25%	50%	50%	25%	25%	0%
八幡東区	100%	67%	50%	75%	58%	8%	8%	25%	50%	42%	33%	0%
八幡西区	93%	64%	29%	36%	57%	7%	7%	14%	36%	7%	7%	7%
戸畑区	67%	67%	33%	50%	33%	0%	17%	17%	17%	0%	0%	17%
総計	90%	63%	52%	64%	35%	4%	11%	17%	33%	22%	14%	7%

新聞やテレビ等で目にしたものは、「合馬たけのこ」、「豊前海一粒かき」、「小倉牛」の順に多くなっています。全体としても、問1の認知度と同じような順位となっていますが、「大葉しゅんぎく」については、認知度では9番目なのに対し、新聞やテレビ等で目にする機会では7番目になっています。

モニターの男女構成を考慮すると、男女間で新聞やテレビ等で目にする頻度や品目の差異はあまりありません。

問3 市内産ブランド食材のうち、食べたことがあるものを全て選んでください。

(単位：%)



問3クロス集計

(単位：%)

	合馬 たけのこ	小倉牛	関門海峡 たこ	豊前海 一粒かき	若松潮風 キャベツ	一本槍	豊前 本ガニ	あかもく	若松水切り トマト	大葉 しゅんぎく	若松潮風 プレミアム	いずれも 食べたこ とがない
男性	89%	58%	56%	67%	47%	8%	11%	17%	28%	22%	19%	6%
30代	100%	67%	67%	100%	50%	17%	33%	17%	33%	17%	50%	0%
40代	71%	29%	57%	43%	14%	0%	0%	14%	14%	14%	14%	14%
50代	100%	80%	60%	40%	40%	0%	0%	20%	20%	0%	0%	0%
60代	80%	60%	60%	80%	50%	0%	0%	0%	30%	20%	10%	10%
70代	100%	57%	29%	57%	71%	29%	14%	29%	43%	43%	29%	0%
80代	100%	100%	100%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%	0%	0%
女性	81%	43%	40%	47%	57%	4%	9%	38%	51%	34%	13%	6%
20代	75%	25%	75%	75%	50%	25%	25%	25%	50%	25%	0%	0%
30代	75%	38%	13%	38%	38%	0%	0%	25%	63%	13%	0%	0%
40代	79%	36%	36%	43%	64%	0%	7%	43%	36%	21%	14%	14%
50代	89%	44%	33%	33%	56%	0%	0%	44%	56%	67%	11%	0%
60代	89%	67%	67%	56%	56%	11%	22%	44%	67%	44%	22%	0%
70代	67%	33%	33%	67%	100%	0%	0%	33%	33%	33%	33%	0%
総計	84%	49%	47%	55%	53%	6%	10%	29%	41%	29%	16%	5%
門司区	86%	57%	71%	29%	43%	14%	14%	14%	29%	29%	14%	0%
小倉北区	80%	30%	45%	50%	25%	0%	5%	10%	35%	10%	10%	15%
小倉南区	100%	60%	55%	85%	40%	5%	15%	45%	35%	50%	10%	0%
若松区	100%	75%	50%	50%	75%	0%	25%	75%	50%	50%	75%	0%
八幡東区	83%	58%	50%	67%	75%	8%	8%	42%	42%	50%	33%	0%
八幡西区	71%	43%	21%	29%	79%	7%	7%	21%	57%	14%	0%	7%
戸畑区	67%	50%	50%	50%	83%	17%	0%	17%	50%	0%	17%	0%
総計	84%	49%	47%	55%	53%	6%	10%	29%	41%	29%	16%	5%

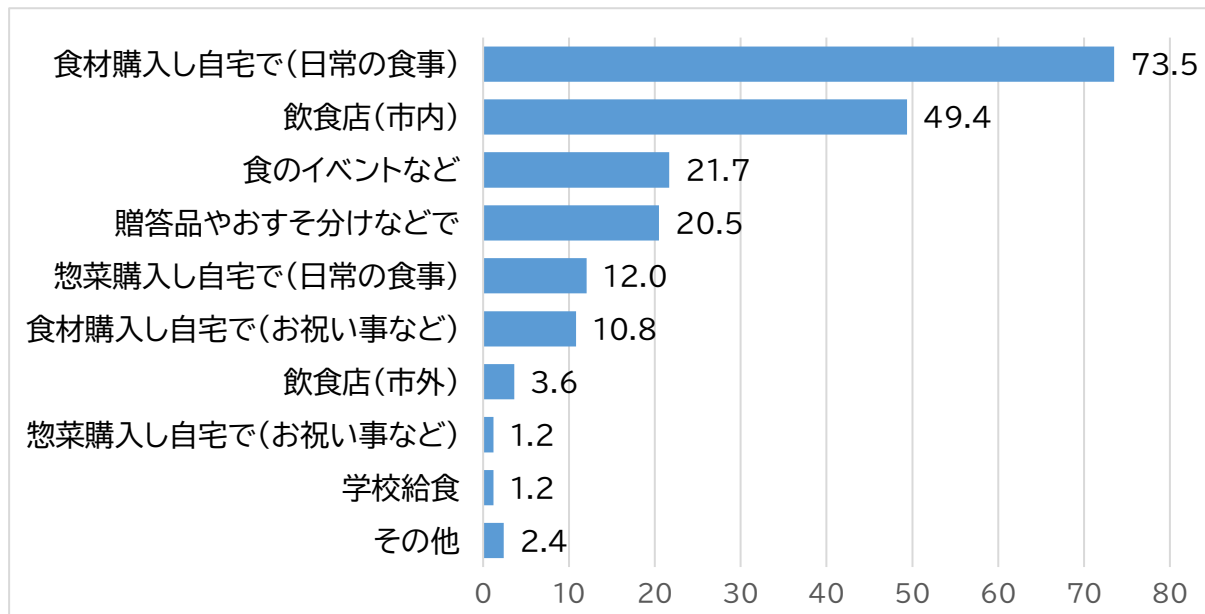
食べたことがあるものは、「合馬たけのこ」、「豊前海一粒かき」、「若松潮風キャベツ」の順に多くなっています。全体としては、問1や問2の同じような順位ですが、この問いでは、「若松潮風キャベツ」が上位3品目に入っており、知名度に比べて食べたことのある人が多いことがわかります。

「若松潮風キャベツ」や「若松潮風プレミアム」、「あかもく」は若松区民の回答割合が高くなっています。

(2) 市内産ブランド食材を食べる機会について

問4 問3で市内産ブランド食材を「食べたことがある」と選んだ方は、どういう機会に召し上がりましたか。該当するものを全て選んでください。

(単位：%)



その他：「食べたことがない」

問4 クロス集計

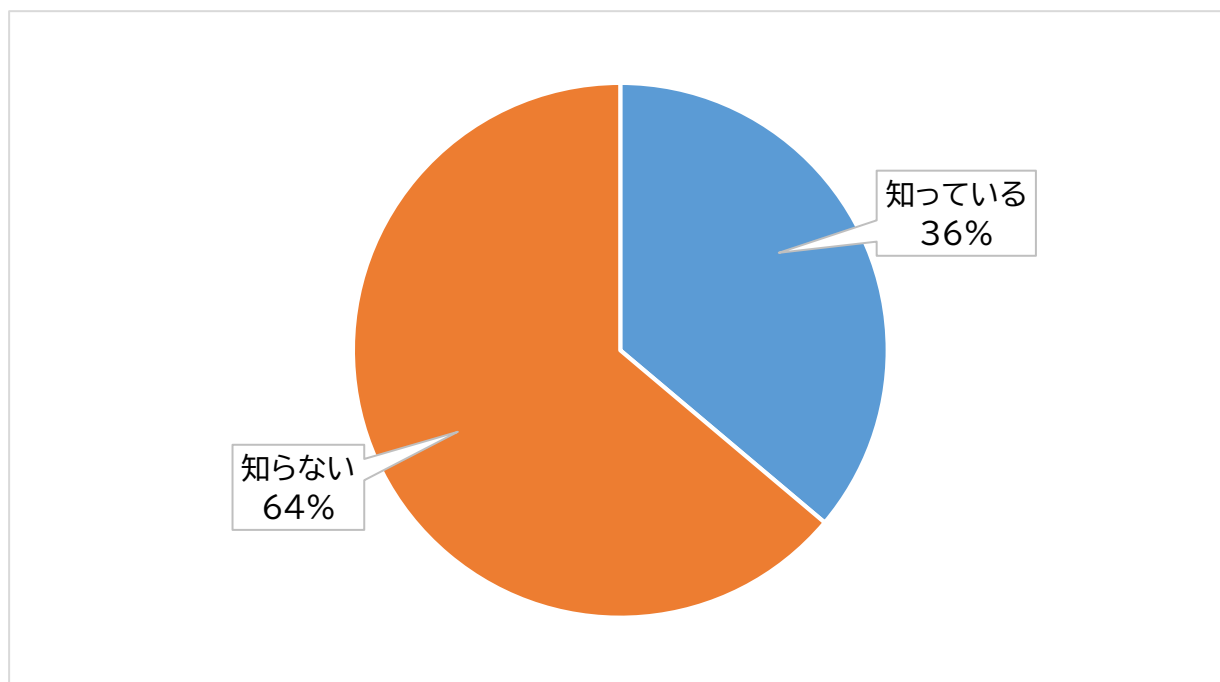
(単位：%)

	食材購入し 自宅で (日常の食事)	食材購入し 自宅で (お祝い事など)	惣菜購入し 自宅で (日常の食事)	惣菜購入し 自宅で (お祝い事など)	飲食店 (市内)	飲食店 (市外)	学校給食	食のイベント など	贈答品や おすそ分け などで	その他
男性	75%	6%	11%	0%	50%	3%	3%	22%	19%	3%
30代	67%	0%	17%	0%	50%	0%	17%	67%	33%	0%
40代	71%	0%	0%	0%	71%	0%	0%	14%	29%	0%
50代	80%	20%	40%	0%	20%	0%	0%	0%	20%	0%
60代	60%	10%	0%	0%	60%	10%	0%	20%	10%	10%
70代	100%	0%	14%	0%	43%	0%	0%	14%	14%	0%
80代	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
女性	72%	15%	13%	2%	49%	4%	0%	21%	21%	2%
20代	75%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	25%	0%
30代	38%	0%	0%	0%	75%	0%	0%	13%	38%	0%
40代	79%	29%	0%	0%	50%	14%	0%	29%	21%	7%
50代	78%	11%	33%	11%	33%	0%	0%	22%	0%	0%
60代	78%	22%	22%	0%	56%	0%	0%	33%	33%	0%
70代	100%	0%	33%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%
総計	73%	11%	12%	1%	49%	4%	1%	22%	20%	2%

「食材購入し自宅で(日常の食事)」が圧倒的に多く、次いで「飲食店(市内)」となっています。約2割の方が「食のイベントなど」、「贈答品やおすそ分けなどで」食べたことがあるとなっています。

男女間では、目立った差異は見られません。

問5 市内産ブランド食材を使った料理を提供する飲食店を知っていますか。



問5 クロス集計

(単位：%)

	知っている	知らない
男性	36%	64%
30代	67%	33%
40代	43%	57%
50代	20%	80%
60代	30%	70%
70代	29%	71%
80代	0%	100%
女性	36%	64%
20代	50%	50%
30代	13%	88%
40代	50%	50%
50代	22%	78%
60代	33%	67%
70代	67%	33%
総計	36%	64%

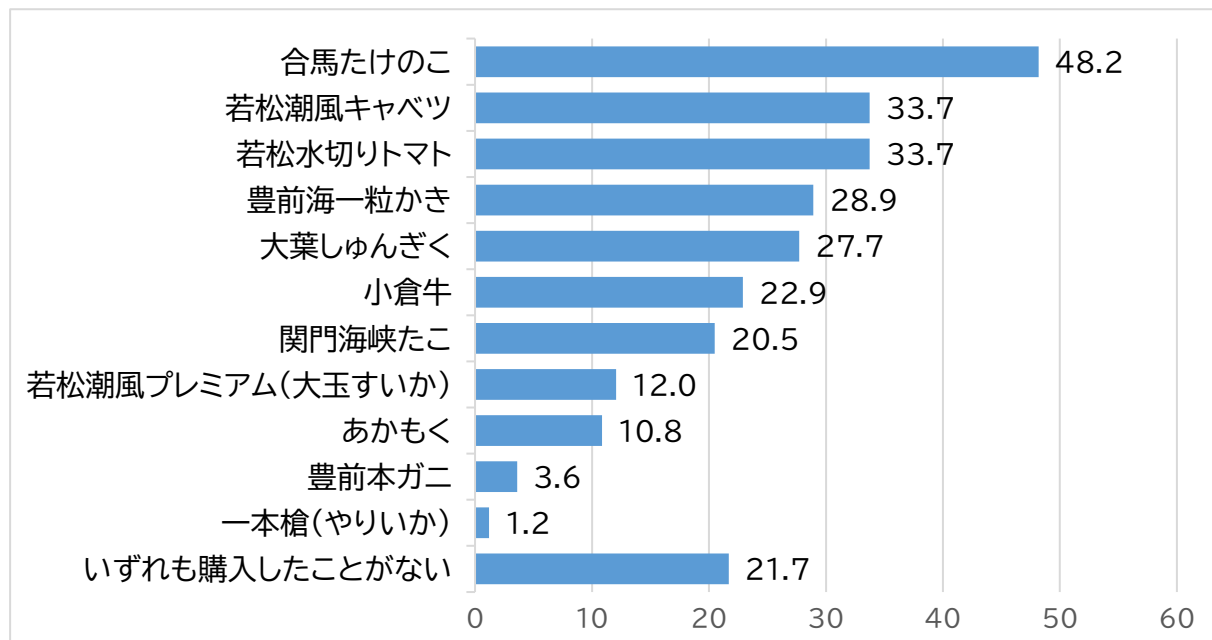
市内産ブランド食材を使った料理を提供する飲食店を知っている方は、36%となっております。

男性の30代、女性の70代が「知っている」と答えた人の割合が高くなっています。

(3) 市内産ブランド食材の購入について

問6 市内産ブランド食材のうち、自宅で食べるために購入している食材を全て選んでください。

(単位：%)



問6 クロス集計

(単位：%)

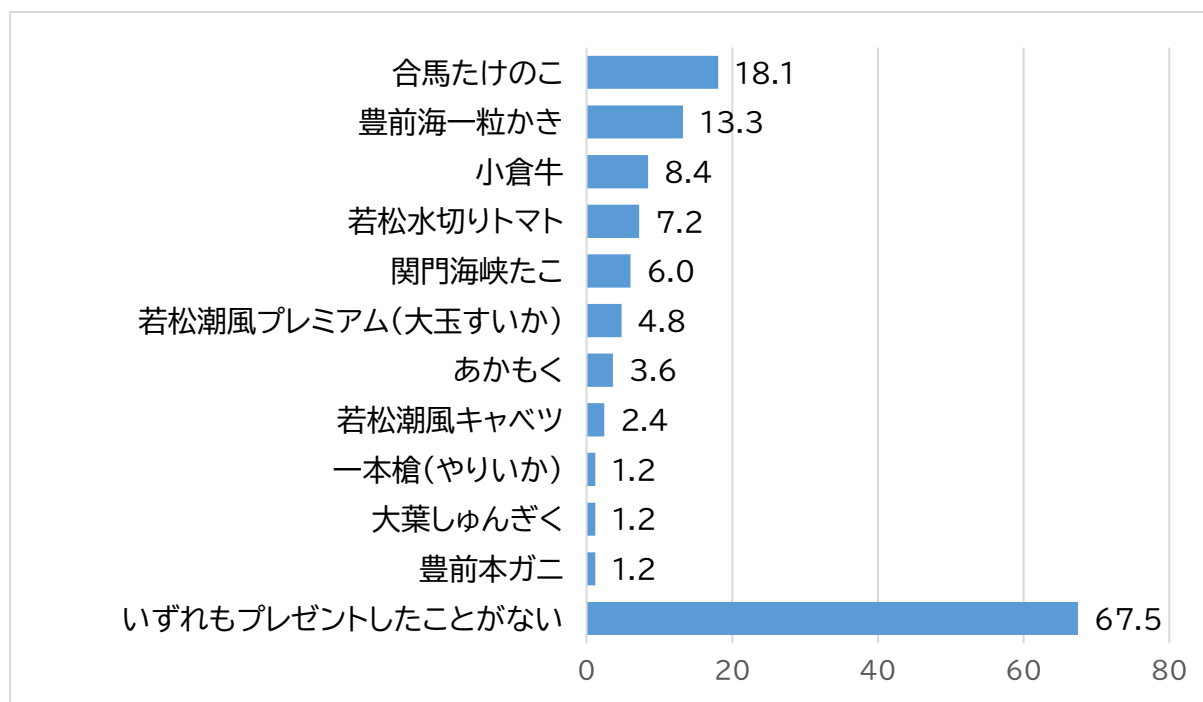
	合馬 たけのこ	小倉牛	関門海峡 たこ	豊前海 一粒かき	若松潮風 キャベツ	一本槍	豊前 本ガニ	あかもく	若松水切り トマト	大葉 しゅんぎく	若松潮風 プレミアム	いずれも 購入した ことがない
男性	56%	22%	31%	33%	22%	0%	3%	8%	31%	19%	11%	22%
30代	33%	17%	33%	33%	33%	0%	17%	0%	33%	17%	17%	33%
40代	57%	14%	43%	43%	14%	0%	0%	14%	14%	29%	14%	29%
50代	60%	60%	40%	40%	0%	0%	0%	20%	40%	0%	0%	0%
60代	40%	10%	20%	20%	20%	0%	0%	0%	20%	20%	10%	40%
70代	86%	29%	29%	29%	43%	0%	0%	14%	57%	14%	14%	0%
80代	100%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
女性	43%	23%	13%	26%	43%	2%	4%	13%	36%	34%	13%	21%
20代	50%	25%	0%	50%	25%	0%	0%	0%	50%	25%	0%	25%
30代	38%	13%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	50%	25%	0%	13%
40代	43%	21%	7%	29%	43%	0%	0%	7%	29%	14%	14%	29%
50代	44%	22%	11%	11%	44%	0%	0%	22%	33%	67%	11%	11%
60代	44%	33%	33%	33%	56%	11%	22%	22%	33%	33%	22%	22%
70代	33%	33%	33%	67%	67%	0%	0%	33%	33%	67%	33%	33%
総計	48%	23%	20%	29%	34%	1%	4%	11%	34%	28%	12%	22%
門司区	71%	43%	57%	29%	29%	0%	14%	0%	29%	14%	14%	14%
小倉北区	55%	10%	20%	20%	25%	0%	0%	10%	15%	15%	5%	40%
小倉南区	50%	30%	25%	60%	20%	5%	10%	15%	25%	40%	10%	10%
若松区	50%	50%	25%	50%	75%	0%	0%	75%	75%	75%	75%	0%
八幡東区	58%	17%	25%	17%	42%	0%	0%	8%	58%	42%	17%	25%
八幡西区	21%	21%	0%	0%	43%	0%	0%	0%	36%	21%	0%	29%
戸畑区	33%	17%	0%	33%	50%	0%	0%	0%	50%	0%	17%	0%
総計	48%	23%	20%	29%	34%	1%	4%	11%	34%	28%	12%	22%

自宅用の購入でも「合馬たけのこ」と回答された方が一番多いですが、問1～3でほとんど上位に入っていなかった「若松潮風キャベツ」や「若松水切りトマト」、「大葉しゅんぎく」が上位5品目の中に入っています。

「若松潮風キャベツ」、「若松潮風プレミアム」、「若松水切りトマト」、「大葉しゅんぎく」、「あかもく」は若松区民の購入経験が高くなっています。

問7 市内産ブランド食材のうち、その加工品も含めて知人にプレゼント(贈答品、おすそ分け)したことがある食材を全て選んでください。

(単位：%)



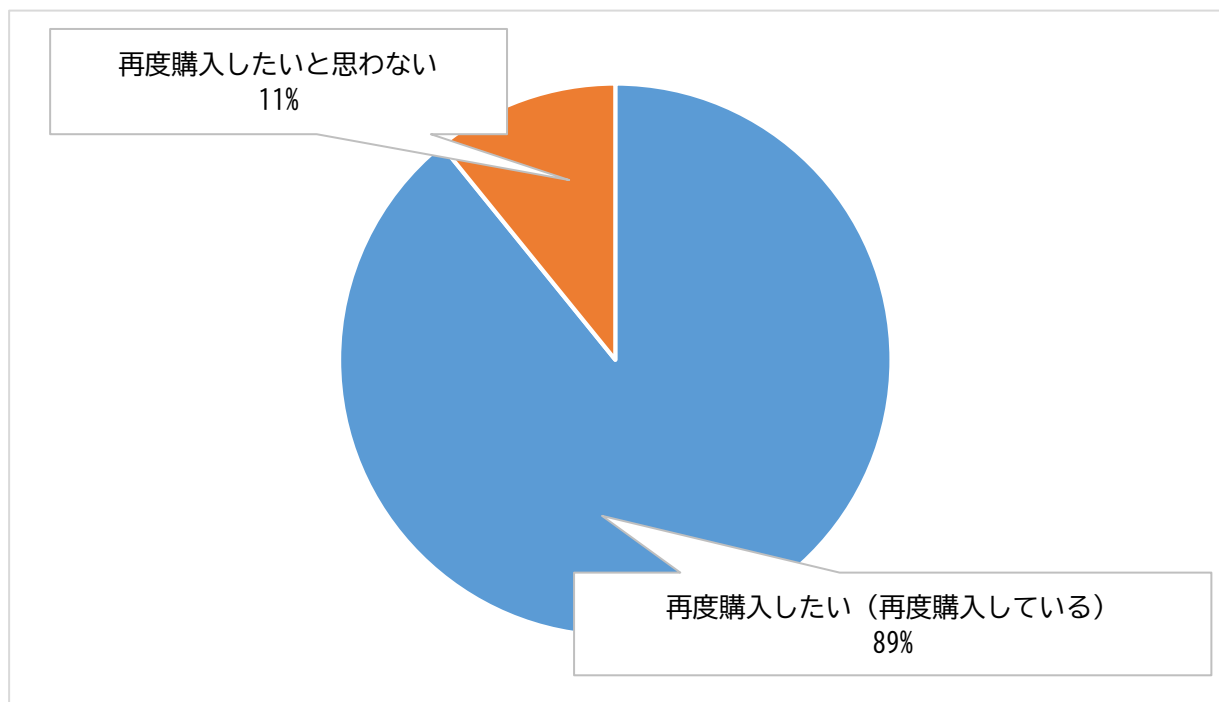
問7クロス集計

(単位：%)

	合馬 たけのこ	小倉牛	関門海峡 たこ	豊前海 一粒かき	若松潮風 キャベツ	一本槍	豊前 本ガニ	あかもく	若松水切り トマト	大葉 しゅんぎく	若松潮風 プレミアム	いずれも プレゼントした ことがない
男性	17%	11%	11%	11%	3%	3%	3%	0%	6%	0%	3%	72%
30代	17%	0%	0%	17%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	17%	67%
40代	43%	29%	14%	14%	14%	14%	0%	0%	14%	0%	0%	57%
50代	20%	20%	20%	20%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	60%
60代	10%	10%	20%	10%	0%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	70%
70代	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
80代	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
女性	19%	6%	2%	15%	2%	0%	0%	6%	9%	2%	6%	64%
20代	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	75%
30代	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%	13%	0%	0%	75%
40代	29%	14%	0%	21%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	7%	57%
50代	11%	0%	0%	11%	0%	0%	0%	11%	0%	11%	0%	67%
60代	44%	11%	11%	22%	11%	0%	0%	11%	22%	0%	22%	44%
70代	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
総計	18%	8%	6%	13%	2%	1%	1%	4%	7%	1%	5%	67%
門司区	14%	14%	0%	29%	0%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	71%
小倉北区	25%	15%	5%	10%	5%	5%	0%	0%	15%	0%	0%	70%
小倉南区	30%	10%	10%	30%	5%	0%	0%	10%	5%	5%	10%	45%
若松区	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
八幡東区	17%	8%	17%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	67%
八幡西区	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	0%	0%	93%
戸畑区	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	50%
総計	18%	8%	6%	13%	2%	1%	1%	4%	7%	1%	5%	67%

「合馬たけのこ」、「豊前海一粒かき」、「小倉牛」の順ですが、「合馬たけのこ」でも18.1%と少なく、「いずれもプレゼントしたことがない」と回答された方は67.5%となっています。

<問6、問7で、市内産ブランド食材を購入したことのある方はお答えください>
 問8 市内産ブランド食材を再度購入（プレゼント）したいと思いましたが。



問8 クロス集計

（単位：％）

	再度購入したい （再度購入している）	再度購入したいと思わない
男性	86%	14%
30代	100%	0%
40代	86%	14%
50代	100%	0%
60代	70%	30%
70代	100%	0%
80代	0%	100%
女性	91%	9%
20代	75%	25%
30代	100%	0%
40代	93%	7%
50代	89%	11%
60代	89%	11%
70代	100%	0%
総計	89%	11%

89%の方が「再度購入したい」と回答されています。11%の「再度購入したいと思わない」と回答された方は、次の問9のとおり、4名が「価格が高い」ことを理由に挙げています。

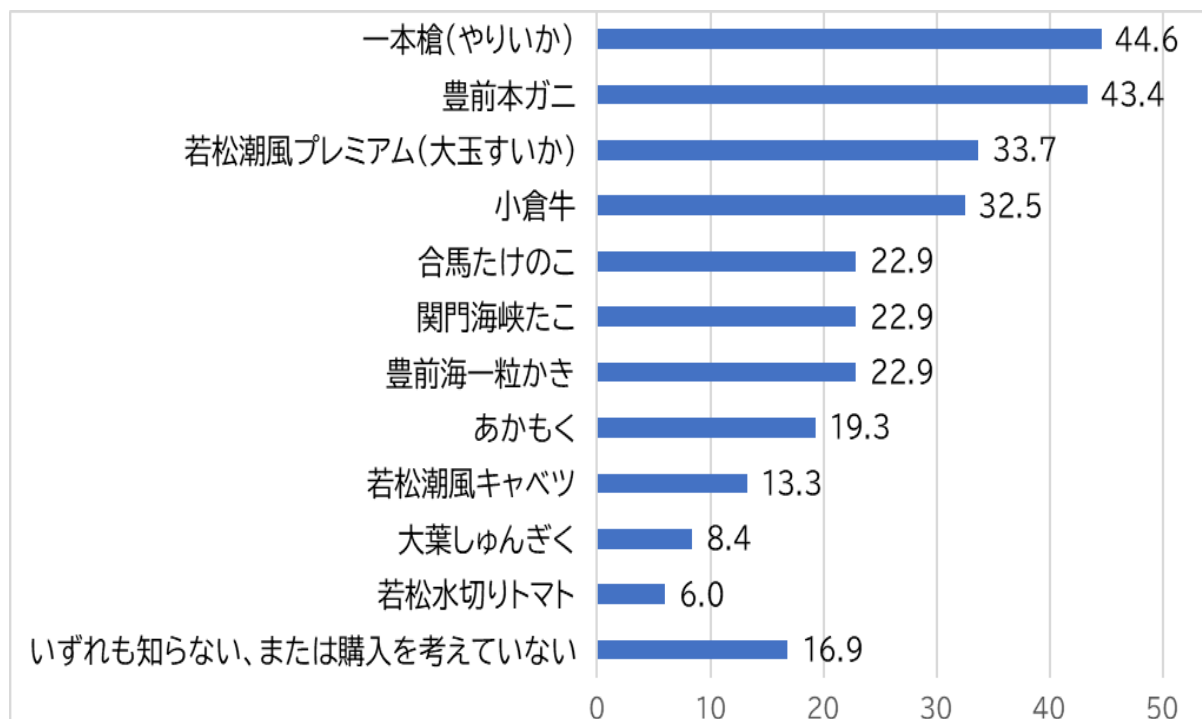
<問8で「②再度購入したいと思わない」と回答した方はお答えください>

問9 購入したくないと思われた理由として、当てはまるものを全て選んでください。

選択肢	人数	備 考
価格が高い	4人	
鮮度が悪い	0人	
美味しくない	0人	
安全性が心配	0人	
その他	5人	スーパーでは市内産が非常に少ない、 味など差別化できていない気がする など
合 計	9人	

問10 購入することが難しい（入手しにくい）と思う市内産ブランド食材があれば、全て選んでください。

（単位：％）



問10クロス集計

（単位：％）

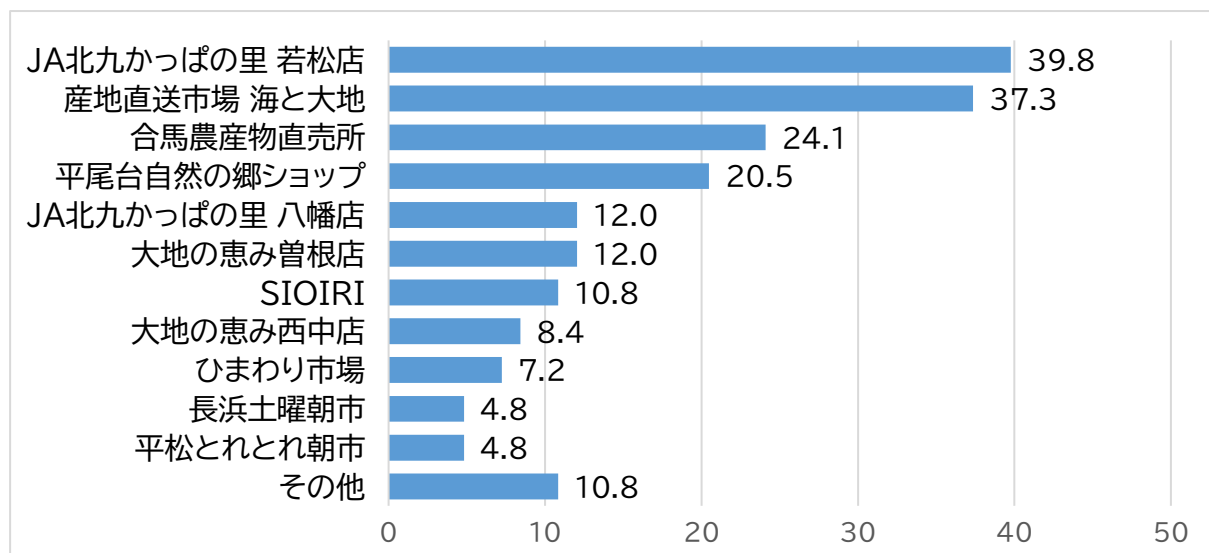
	合馬 たけのこ	小倉牛	関門海峡 たこ	豊前海 一粒かき	若松潮風 キャベツ	一本槍	豊前 本ガニ	あかもく	若松水切り トマト	大葉 しゅんぎく	若松潮風 プレミアム	どれも 知らない…
男性	17%	19%	8%	8%	8%	36%	28%	14%	3%	8%	28%	28%
30代	0%	17%	0%	0%	17%	33%	33%	17%	0%	0%	33%	50%
40代	14%	14%	0%	0%	29%	29%	29%	14%	14%	29%	29%	57%
50代	20%	0%	20%	0%	0%	20%	20%	0%	0%	0%	0%	40%
60代	20%	20%	0%	0%	0%	40%	40%	10%	0%	10%	40%	10%
70代	29%	43%	29%	43%	0%	43%	0%	14%	0%	0%	14%	0%
80代	0%	0%	0%	0%	0%	100%	100%	100%	0%	0%	100%	0%
女性	28%	43%	34%	34%	17%	51%	55%	23%	9%	9%	38%	9%
20代	50%	25%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	25%	25%
30代	38%	38%	38%	50%	25%	38%	50%	25%	25%	13%	63%	13%
40代	36%	43%	43%	43%	14%	50%	50%	21%	7%	14%	29%	14%
50代	11%	44%	33%	33%	33%	67%	67%	44%	11%	0%	56%	0%
60代	11%	44%	33%	33%	11%	67%	67%	22%	0%	0%	33%	0%
70代	33%	67%	33%	0%	0%	67%	67%	0%	0%	33%	0%	0%
総計	23%	33%	23%	23%	13%	45%	43%	19%	6%	8%	34%	17%
門司区	14%	57%	14%	29%	29%	43%	29%	29%	29%	14%	57%	29%
小倉北区	15%	35%	25%	25%	20%	45%	45%	20%	5%	10%	35%	30%
小倉南区	30%	25%	30%	10%	10%	35%	35%	30%	0%	0%	25%	10%
若松区	0%	25%	50%	0%	0%	50%	50%	0%	0%	25%	25%	0%
八幡東区	17%	42%	25%	42%	25%	58%	58%	25%	8%	17%	42%	0%
八幡西区	29%	21%	7%	29%	0%	43%	43%	7%	7%	0%	29%	29%
戸畑区	50%	33%	17%	17%	0%	50%	50%	0%	0%	17%	33%	0%
総計	23%	33%	23%	23%	13%	45%	43%	19%	6%	8%	34%	17%

問1で認知度が低かった「一本槍」、「豊前本ガニ」、「若松プレミアム」の順に「購入することが難しい」となっており、次に続くのは逆に認知度が高かった「小倉牛」、「合馬たけのこ f」、「関門海峡たこ」、「豊前海一粒かき」となっています。

(4) 市内産の農林水産物の購入について

問11 市内産の農林水産物を購入できる場所として、市内には朝市や直売所がありますが、この中で利用したことがある施設をすべて選んでください。

(単位：%)



その他：「スーパーの産直コーナー」、「いずれも利用したことがない」

問11 クロス集計

(単位：%)

	平松 とれとれ 朝市	長浜 土曜 朝市	ひまわり 市場	大地の 恵み 曾根店	大地の 恵み 西中店	合馬 農産物 直売所	平尾台 自然の郷 ショップ	SIO IRI	かつぱの里 若松店	産地直送 市場 海と大地	かつぱの里 八幡店	その他
男性	8%	0%	11%	11%	6%	25%	22%	8%	33%	39%	11%	14%
30代	17%	0%	33%	17%	0%	17%	33%	0%	50%	33%	17%	17%
40代	14%	0%	14%	14%	29%	14%	43%	14%	14%	29%	0%	14%
50代	0%	0%	20%	40%	0%	0%	20%	20%	20%	40%	0%	20%
60代	10%	0%	0%	0%	0%	40%	10%	10%	40%	50%	10%	10%
70代	0%	0%	0%	0%	0%	29%	14%	0%	43%	43%	29%	14%
80代	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
女性	2%	9%	4%	13%	11%	23%	19%	13%	45%	36%	13%	9%
20代	0%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	25%	0%	50%	25%	25%
30代	0%	0%	0%	0%	13%	0%	25%	0%	25%	25%	13%	13%
40代	0%	14%	7%	7%	0%	29%	21%	7%	57%	43%	21%	7%
50代	0%	0%	11%	11%	22%	22%	11%	0%	56%	22%	0%	11%
60代	11%	22%	0%	44%	11%	33%	33%	44%	44%	44%	11%	0%
70代	0%	0%	0%	0%	33%	33%	0%	0%	67%	33%	0%	0%
総計	5%	5%	7%	12%	8%	24%	20%	11%	40%	37%	12%	11%
門司区	0%	0%	14%	14%	0%	57%	14%	0%	29%	29%	0%	29%
小倉北区	10%	10%	5%	10%	0%	15%	20%	5%	50%	35%	5%	10%
小倉南区	5%	10%	15%	35%	30%	45%	30%	10%	25%	20%	0%	5%
若松区	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	25%	75%	75%	0%	0%
八幡東区	8%	0%	8%	0%	8%	25%	25%	17%	42%	58%	33%	8%
八幡西区	0%	0%	0%	0%	0%	7%	14%	7%	43%	36%	36%	14%
戸畑区	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	33%	33%	50%	0%	17%
総計	5%	5%	7%	12%	8%	24%	20%	11%	40%	37%	12%	11%

「JA北九かっぱの里 若松店」、「産地直送市場 海と大地」、「合馬農産物直売所」、「平尾台自然の郷ショップ」の順に利用されています。

施設の所在は、小倉北区に2施設、小倉南区に5施設、若松区に3施設、八幡西区に1施設あります。モニターがお住いの区別に、どの区の施設を利用しているかを見ると、次のようになります。

門司区の方 ……小倉南区と若松区の施設を利用しています。

小倉北区の方……若松区、小倉南区の順に多く利用しています。

小倉南区の方……小倉南区が中心で、次に若松区を利用しています。

若松区の方 ……全ての方が若松区の施設を利用しています。

八幡東区の方……若松区、八幡西区、小倉南区の順に多く利用しています。

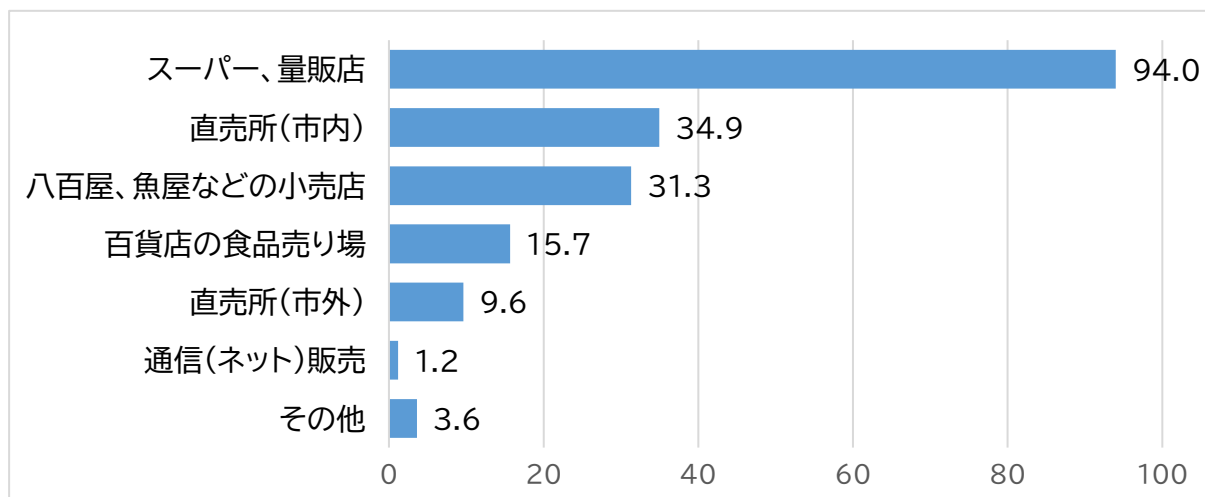
八幡西区の方……若松区、八幡西区、小倉南区の順に多く利用しています。

戸畑区の方 ……若松区、小倉南区の順に多く利用しています。

(5) ご家庭での農林水産物の購入について

問12 ご家庭で食べる農林水産物は、主にどこで購入をしていますか。よく買い物に行く場所を3つまで選んでください。

(単位：%)



その他：「コンビニ」、「道の駅」、「エフコープ」

問12クロス集計

(単位：%)

	スーパー、 量販店	八百屋、 魚屋など の小売店	百貨店の 食品売り場	直売所 (市内)	直売所 (市外)	通信 (ネット) 販売	その他
男性	97%	31%	11%	33%	8%	3%	0%
30代	100%	50%	17%	17%	17%	17%	0%
40代	100%	14%	14%	29%	14%	0%	0%
50代	100%	20%	0%	40%	0%	0%	0%
60代	100%	30%	0%	50%	10%	0%	0%
70代	86%	29%	29%	29%	0%	0%	0%
80代	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%
女性	91%	32%	19%	36%	11%	0%	6%
20代	100%	25%	25%	25%	0%	0%	0%
30代	100%	13%	13%	13%	0%	0%	0%
40代	93%	29%	7%	29%	14%	0%	14%
50代	100%	44%	44%	22%	0%	0%	0%
60代	78%	44%	11%	67%	33%	0%	11%
70代	67%	33%	33%	100%	0%	0%	0%
総計	94%	31%	16%	35%	10%	1%	4%

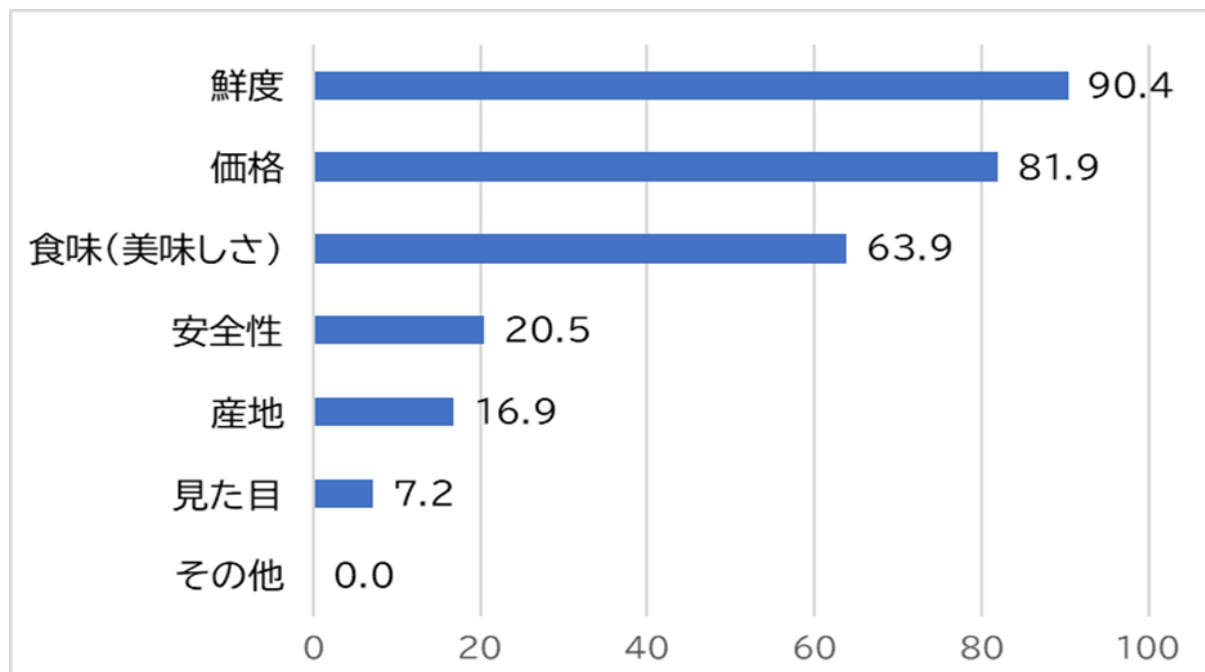
農林水産物の購入は、圧倒的に「スーパー、量販店」が多く、次いで「直売所(市内)」、「八百屋、魚屋などの小売店」となっています。

「直売所(市内)」の利用は、60歳代以上が比較的多く利用しています。

(6) 農林水産物を購入するときの基準について

問13 農林水産物を購入するとき、どのようなことを基準に選びますか。重視する順番に3つまで選んでください。

(単位：%)



問13クロス集計

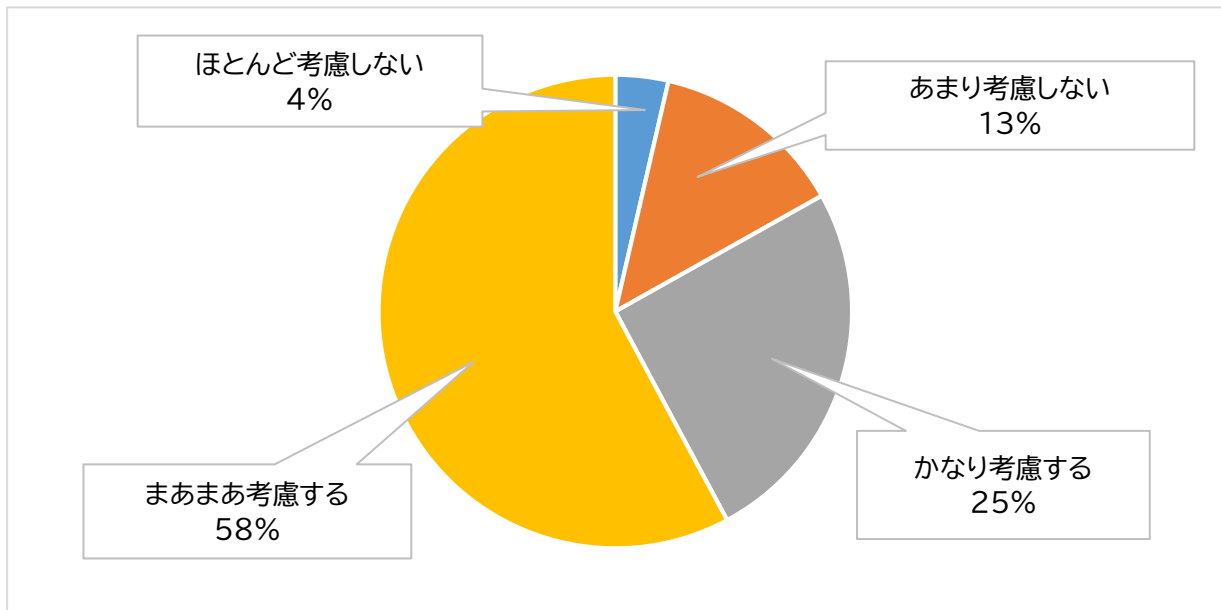
(単位：%)

	価格	鮮度	食味 (美味しさ)	安全性	見た目	産地
男性	78%	100%	72%	19%	6%	3%
30代	83%	100%	67%	17%	0%	0%
40代	86%	100%	57%	29%	29%	0%
50代	60%	100%	60%	20%	0%	0%
60代	80%	100%	80%	10%	0%	10%
70代	71%	100%	86%	29%	0%	0%
80代	100%	100%	100%	0%	0%	0%
女性	85%	83%	57%	21%	9%	28%
20代	50%	75%	50%	0%	50%	50%
30代	88%	75%	63%	13%	0%	25%
40代	93%	93%	64%	14%	7%	14%
50代	89%	78%	44%	22%	0%	44%
60代	78%	78%	56%	56%	11%	22%
70代	100%	100%	67%	0%	0%	33%
総計	82%	90%	64%	20%	7%	17%

一番が「鮮度」で90.4%、次いで「価格」81.9%、「食味(おいしさ)」63.9%の順で大半を占めています。「安全性」や「産地」、「見た目」は、それほど重視されていません。

男性は「鮮度」を、女性は「価格」「鮮度」を重視しているようです。

問14 農林水産物を購入するとき、産地（生産された場所）をどの程度考慮しますか。いずれか1つを選んでください。



問14クロス集計

(単位：%)

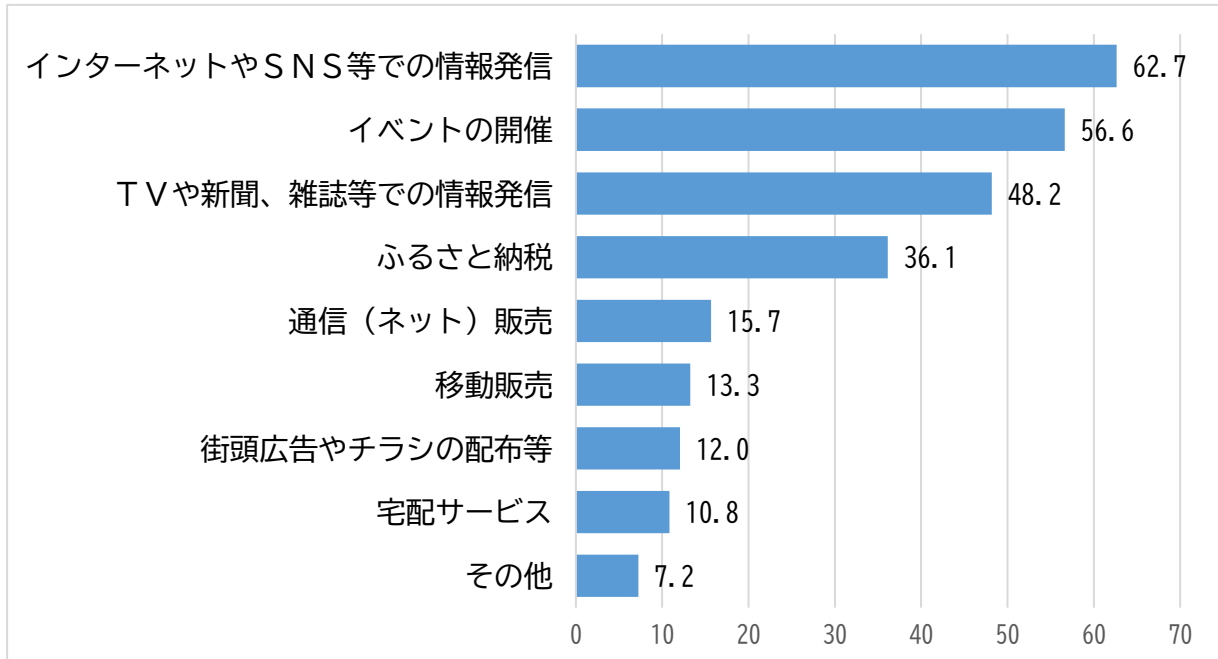
	ほとんど考慮しない	あまり考慮しない	まあまあ考慮する	かなり考慮する
男性	6%	14%	58%	22%
30代	0%	33%	67%	0%
40代	0%	0%	71%	29%
50代	20%	0%	20%	60%
60代	10%	10%	50%	30%
70代	0%	14%	86%	0%
80代	0%	100%	0%	0%
女性	2%	13%	57%	28%
20代	0%	25%	50%	25%
30代	13%	25%	38%	25%
40代	0%	7%	86%	7%
50代	0%	11%	33%	56%
60代	0%	11%	56%	33%
70代	0%	0%	67%	33%
総計	4%	13%	58%	25%

「まあまあ考慮する」が58%で、「かなり考慮する」と合わせると83%の方が産地を考慮して農林水産物を購入しています。

(7) 市内産農林水産物がもっと認知されるためには

問15 市内産の農林水産物がもっと認知され、購入されるにはどのようなことが必要だと考えますか。選択肢の中から重要だと思うものを3つまで選んでください。

(単位：%)



その他：「確固たる特徴を押し出したブランディング」、「直売所や物産館等におけるカード決済等、キャッシュレス決済の導入」、「他地域産と比べた差別化、特長を明確化したうえでのPR」、「スーパーにコーナーをつくる」

問15クロス集計

(単位：%)

	イベントの開催	インターネットやSNS等での情報発信	TVや新聞雑誌等での情報発信	街頭広告やチラシの配布等	移動販売	宅配サービス	通信(ネット)販売	ふるさと納税	その他
男性	50%	69%	56%	8%	11%	8%	17%	36%	8%
30代	33%	67%	33%	17%	17%	0%	17%	50%	33%
40代	43%	86%	43%	29%	14%	14%	14%	29%	0%
50代	40%	80%	40%	0%	0%	20%	20%	40%	20%
60代	50%	70%	80%	0%	10%	10%	10%	50%	0%
70代	86%	43%	57%	0%	14%	0%	29%	14%	0%
80代	0%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
女性	62%	57%	43%	15%	15%	13%	15%	36%	6%
20代	50%	50%	50%	25%	0%	0%	0%	25%	0%
30代	88%	38%	50%	13%	13%	25%	0%	63%	0%
40代	64%	64%	29%	14%	36%	7%	21%	36%	7%
50代	56%	56%	33%	0%	0%	0%	11%	22%	22%
60代	56%	78%	56%	22%	11%	11%	22%	44%	0%
70代	33%	33%	67%	33%	0%	67%	33%	0%	0%
総計	57%	63%	48%	12%	13%	11%	16%	36%	7%

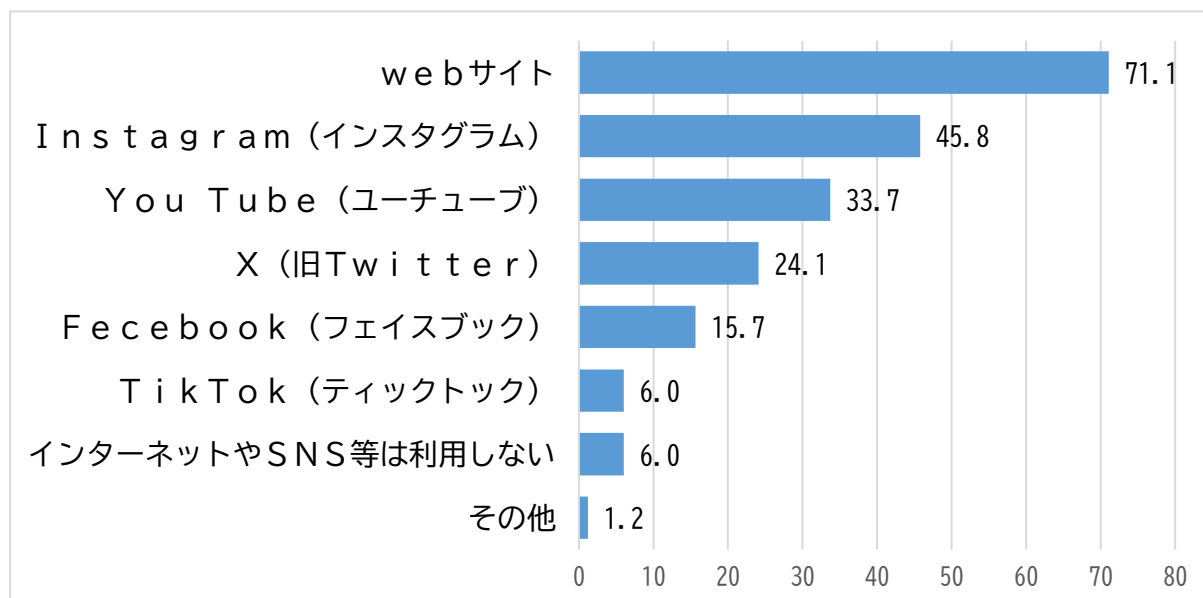
「インターネットやSNS等での情報発信」、「イベントの開催」、「TVや新聞、雑誌等での情報発信」の順で多く、大半を占めています。「ふるさと納税」という方も36.1%おります。

男女間では、目立った差異は見られません

(8) インターネットやSNS等の利用について

問16 あなたは、インターネットやSNS等を利用して農林水産物の情報を収集しようとする際に、どのようなサイトやツールを利用しますか。利用頻度の高いものを3つまで選んでください。

(単位：%)



問16クロス集計

(単位：%)

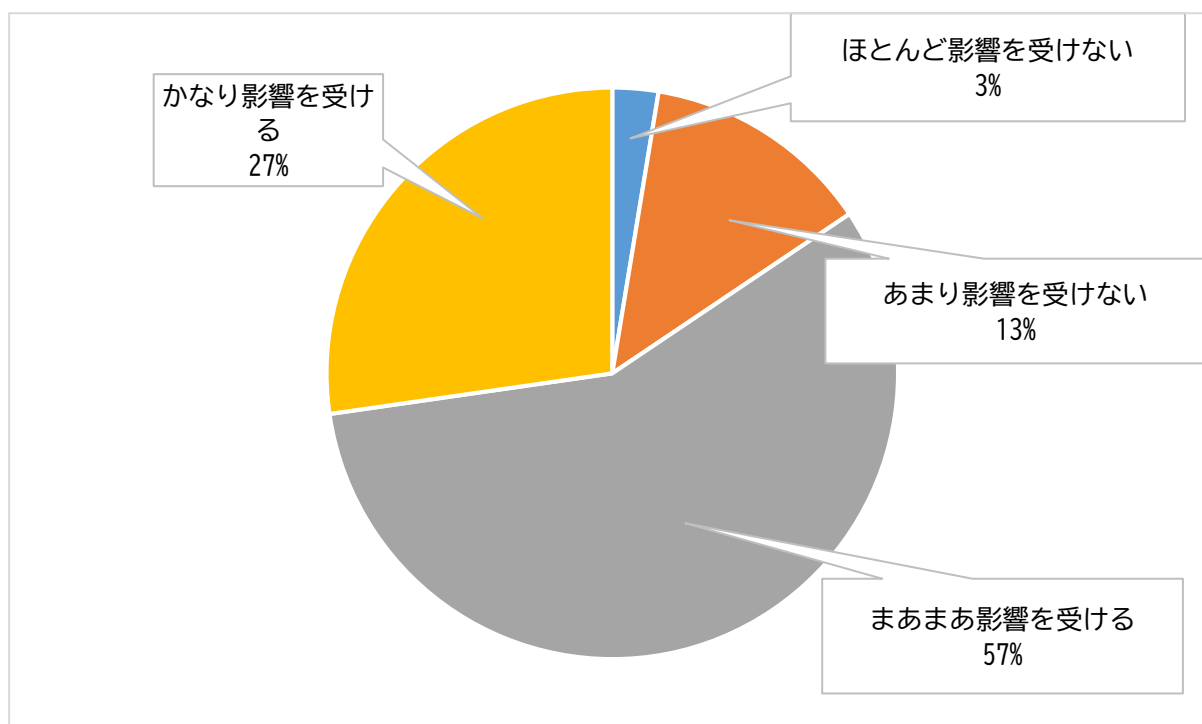
	web サイト	Facebook	X (旧Twitter)	Instagram	You Tube	TikTok	その他	インター ネットや SNS等は 利用しない
男性	75%	11%	28%	33%	39%	3%	0%	11%
30代	83%	0%	50%	50%	33%	0%	0%	0%
40代	57%	14%	43%	57%	57%	14%	0%	14%
50代	100%	20%	20%	40%	40%	0%	0%	0%
60代	80%	10%	30%	20%	40%	0%	0%	0%
70代	57%	0%	0%	0%	29%	0%	0%	43%
80代	100%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	0%
女性	68%	19%	21%	55%	30%	9%	2%	2%
20代	50%	0%	50%	50%	25%	0%	0%	0%
30代	50%	0%	38%	100%	38%	13%	0%	0%
40代	79%	21%	29%	64%	29%	7%	0%	0%
50代	56%	33%	0%	33%	33%	11%	11%	0%
60代	89%	33%	11%	44%	33%	11%	0%	0%
70代	67%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%
総計	71%	16%	24%	46%	34%	6%	1%	6%

「webサイト」、「Instagram (インスタグラム)」、You Tube (ユーチューブ)」が情報収集に利用される割合が高くなっています。

「webサイト」は男女問わず全年齢的に利用されているようです。

<問16でインターネットやSNS等を利用すると答えた方>

問17 あなたが農林水産物の購入を決定する際、インターネットやSNS等の情報にどのくらい影響を受けますか。いずれか1つを選んでください。



問17クロス集計

(単位：%)

	かなり影響を受ける	まあまあ影響を受ける	あまり影響を受けない	ほとんど影響を受けない
男性	28%	50%	16%	6%
30代	17%	67%	17%	0%
40代	17%	67%	17%	0%
50代	60%	20%	20%	0%
60代	20%	50%	20%	10%
70代	25%	50%	0%	25%
80代	100%	0%	0%	0%
女性	27%	62%	11%	0%
20代	25%	50%	25%	0%
30代	50%	50%	0%	0%
40代	21%	64%	14%	0%
50代	11%	89%	0%	0%
60代	38%	50%	13%	0%
70代	0%	50%	50%	0%
総計	27%	57%	13%	3%

「まあまあ影響を受ける」が57%で、「かなり影響を受ける」と合わせると84%の方がインターネットやSNS等の情報に影響を受けると答えています。

問18 最後に、市内のブランド農林水産物に期待することがあれば、ご自由にご記入ください。(抜粋、整理)

【生産や流通、販売の改善について】

- 若松クイーン(すいか)も少々お値段が高いと思いましたが、初めて購入させていただき、すごく甘くて美味しかったです。しかし、ブランドなだけあり、まだ値段が高いのが少しネックかと思います。(自分は高くても地産地消をすることで、少しでも地域の農家さんに貢献できるように努めて行きたいと思います。)
- 安全安心で美味しいものが、安定した価格で、安定して購入できるとありがたい。
- 高価格帯が多いので購入出来ない。スイカ、キャベツ等は一人暮らしには1玉は消費もできないので購入に躊躇する。お手頃サイズの販売も検討していただきたい。
- 地元の野菜が、もっと市場に並ぶといいと思います。
- 野菜も高くなっているので、個人的に形には全くこだわらないので、廃棄するなら『形悪し』とかで安値で売っていただきたいと思います。
- もっと北九州市産のものを使った食べ物や加工品も増えるといいなと思います。

【販売施設の新設や内容の充実について】

- 認知度向上には売上拡大が絶対条件であり、売上拡大の為には決済方法の多様化が絶対条件です。このご時世、直売所や物産館等の類が現金主義に固執している限り、発展は見込めないでしょう。
- 直売所などが遠くてなかなか手に入れないので、もっと一般的なスーパーにも地元のものをおいてほしい。
- 直売所だと少しは安く買えますが、市街地から離れていたり、イヤイヤ期の小さな子どもを連れて行くのには躊躇するお店の広さだったりして、なかなか足を運ぶ機会がありません。ただ、やはり母親としては、子どもに栄養価の高い、美味しい物を食べさせてあげたい気持ちは常にあります。宗像の道の駅のように、買い物もでき、広場もあり、フードコートもあり、テイクアウトコーナーもあるような、そんな場所があれば良いのには思います。もしくはイオンモールの中にもっと広い直売所が欲しいです。いつも売り切れていて、購入できません。
- 市内ブランドのものを、身近で入手できて、食卓に並べる機会が増えるといいなと思っています。産地や限定の売り場へ買いに行くのも楽しいですが、市民であれば、もっと市内の様々な場所で購入したり、例えば、小倉駅周辺で購入したり、食べることができるとありがたいです。

【PRの強化やイベントの開催などによる認知度向上について】

- 小倉駅の広場などで、農林水産物を使用したマルシェなどをしてほしい。若松のスイカなどが有名とは知らなかったのが、子どもがメインとなるスイカ割りなどすごく楽しそう！
- 美味しい農林水産物があるのに、告知できていない気がします。保育園では北九州市内は統一献立になっていますが、月に1食材でもあれば知るきっかけになると思います。
- ずっと北九州市に住んでいるが、知らない市内ブランド農産物があった。PRが足りていないと思う。若松スイカなどは、つい最近人からの紹介でたまたま美味しいと知ったので、もっとテレビなどでもPRしていいのではないかなと思う。
- 市内ブランドを市民がより親しくなれるイベントや、いまやっているような学校給食での普及などを、北九州市内の全学校で学ぶ機会を増やし、未来ある子どもたちにどんどん知ってもらいたい。
- わが街のブランド農林水産物、まだまだ認知度が低いように感じます。メディアやSNSを利用して、どんどん情報発信をしていただくと幸いです。
- 子どもがふるさとかるたをしていて、そこで初めて小倉牛のことを知りました。給食では地産地消を推進されているので、かるたや給食を通じて子ども達に北九州ブランドの商品をアピールしてもらえると、その親やおじいちゃん、おばあちゃん達にも広がるのでいいかなと思います。親や祖父母は、子どもや孫のためならって気持ちが強いので。
- 小倉駅等県外からの旅行者でも入手しやすい場所でも売ってほしいです。各々のブランド品が、どこへ行けば入手できるのかをもっとPRしてほしいです。
- 北九州市のブランドと思わなかったものがありました。例えば「豊前」とついていてものは、北九州市のブランドとは知りませんでした。豊前市のものだと思っていました。ブランド名の近くに「北九州市」と分かるように表記していればいいのにと思いました。
- 知らないブランド農林水産物が多いことに驚きました。知らずに食べているものも多いと思うので、特徴や良さなど、まず市民に向けてもっと情宣していく必要があると思います。
- 合馬のタケノコ等ブランド品があるが、もっと市及び民間のPRが足りない。飲食店でももっとPRした方がよい。小倉駅、北九州空港でもPRすべきである。豊前海一粒かきはかき小屋をもっと整備して入りやすい店にすべきである。

IV 全体考察

1 調査の目的

このアンケートは、北九州市内のブランド農林水産物について、新たな販売戦略を検討する基礎資料とするため、市民の食材についての認知度や購入先、情報収集の方法等を把握することを目的に実施しました。

2 調査結果

(1) 北九州市のブランド農林水産物の認知度について

新聞やテレビ等などの報道・PRはブランド農林水産物の認知度向上に効果があることがうかがえます。効果的なPRを実施し、認知度を高め、購入に結び付けていくブランド戦略が必要です。

(2) 市内産ブランド食材の購入及び消費について

食べたことがある市内産ブランド食材は、ほとんどの食材で認知度と同じ傾向であることがうかがえます。その食べる機会については、自宅での日常の食事が約7割、市内の飲食店で食べるのが約5割と主な機会になっています。

自宅用に購入する市内産ブランド食材は、認知度で5番目以下であった「若松潮風キャベツ」、「若松水切りトマト」、「大葉しゅんぎく」が上位5つの中に入っています。

また、市内産ブランド食材を購入した方で、「再度購入したい」と回答した方が約9割でしたが、「再度購入したいと思わない」と回答した理由としては、「価格が高い」や「スーパーでは市内産が非常に少ない」、「味など差別化できていない気がする」などの意見があります。

購入することが難しい（入手しにくい）と思う市内産ブランド食材については、認知度が下位だった食材が上位に、上位だった食材が中位に、中位だった食材が下位になっていることがうかがえます。これには、販売量や販売機会の多さや、価格などが関係していると考えられます。

このことから、市民の日々の暮らしの中で、もっとブランド農林水産物を手に取ってもらうためにどのような戦略がとれるのかを生産者団体と検討していく必要があると考えます。

(3) 農林水産物の購入について

家庭用の農林水産物の購入の主な場所は、「スーパー、量販店」が9割以上になっています。逆に「通信（ネット）販売」の利用は、まだわずかです。

購入するときの基準は、「鮮度」、「価格」、「食味（おいしさ）」が大半を占めており、「安全性」や「産地」、「見た目」は、それほど重視されていません

が、産地を考慮すると答えた方は約8割です。

これまで進めてきた「地産地消」の取組を引き続き実施していき、地元産農林水産物の消費につなげていくことが必要です。

(4) インターネットやSNS等の利用について

農林水産物の情報収集に、約7割の方がWebサイトを利用しています。次いで「Instagram (インスタグラム)」やYouTube (ユーチューブ)」が利用されており、8割以上の方がその情報に影響を受けると回答しています。

また、市内産の農林水産物がもっと認知されるためには、「インターネットやSNS等での情報発信」が大切だと答えた方が約6割で一番多いです。

効果的な情報発信として、時代に合った手段を活用していくことが重要です。

(5) 市内のブランド農林水産物に期待することについて

価格や供給の安定などの「生産・流通」、身近な場所で購入したいなどの「販売施設の充実」、イベントや情報発信の機会充実などの「認知度の向上」などの意見がありました。

【市政モニターに関すること】

総務市民局広聴課 (Tel: 582-2527)

【アンケートに関すること】

産業経済局農林課 (Tel: 582-2078)

令和6年9月30日

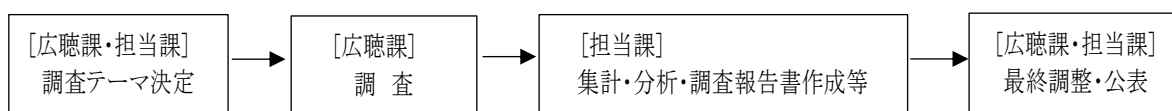
総務市民局広聴課

市政モニター制度について

1 市政モニター制度の概要

市の施策を進めるうえで、満足度や実感などの市民の声を参考とするため、18歳以上の市民の方（定数150人以内）を対象に公募し、市政モニターとして様々な分野のアンケートにご協力いただいています。

2 市政モニター調査の作業工程について



3 令和6年度 市政モニターアンケート調査 実施予定及び公表予定

回	実施時期	件名	担当課	回収率	公表予定
1	6月3日～6月14日	北九州市の観光振興について	都市ブランド創造局 観光課	89.6%	8月
2	6月17日～6月28日	終活に関する調査について	保健福祉局 長寿社会対策課	84.4%	9月
3	7月1日～7月12日	北九州市のブランド農林水産物について	産業経済局 農林課・水産課	86.5%	9月
4	8月13日～8月23日	生涯学習に関する意識調査	総務市民局 生涯学習課	—	11月
5	8月26日～9月6日	北九州市の食の魅力について	産業経済局 サービス産業政策課	—	11月
6	10月11日～10月21日	暴力団排除について	総務市民局 安全・安心推進課	—	1月
7	12月6日～12月16日	認知症支援・介護予防に関する意識調査	保健福祉局 認知症支援 ・介護予防課	—	3月

※上記については、変更の可能性があります。