

### 3. 「福岡市の農林水産業」に関する調査結果の総括

福岡市は、大都市でありながら豊かな緑や海に囲まれ、そこで育まれる資源をいかした農業、林業、水産業が営まれている。大消費地と生産地としての性格をあわせ持つ都市だが、多くの市民は、農産物や水産物に触れる機会は売場のみで、地元の生産物であることを知る機会は限られる。

こうした中、市民が普段農産物や水産物等を購入する際に、どのような点を重視し、地元の生産物をどの程度意識しているか、福岡市の農林水産業をどのように見ているかを把握し、今後の福岡市の農林水産業の振興策を検討する参考として、調査結果を確認したい。

#### (1) 農産物の購入について (問6～8)

農産物や農産加工品を購入するときに重視していること(問6)は、何よりも「新鮮さ」(87.9%)であり、「価格の安さ」(66.1%)がこれに続く。「新鮮さ」を重視する傾向は、性別や年代で大きな相違はなく、鮮度の高い流通が可能な福岡市内産の農産物や農産加工品は、大きな優位性がある。

国産の農産物や農産加工品を購入するときの市内産優先意向(問7)は、優先派(「優先している」+「どちらかといえば優先している」の計)が6割以上(62.1%)で多いものの、非優先派(「優先していない」+「どちらかといえば優先していない」の計)も約3割(30.6%)と一定数いる。年代が高いほど、また、福岡市内居住年数が長いほど、優先派が増える傾向があることから、市内産農産物や農産加工品を購入できる店を知らず、購入する機会がない人が、優先派になり切れていない可能性がある。年代が低い人などが、市内産農産物や農産加工品を購入する機会が増えることで、さらに市内産の購入優先度は高くなると考えられる。

市内産農産物や農産加工品の販売を促進するために必要な取り組み(問8)は、「販売する場所を増やす」(57.4%)、「市内産であることがわかるような表示をする」(56.9%)が多いことから、売場の拡大や、市内産表示の充実が効果的とみられる。特に、市内産農産物や農産加工品の購入優先度が高い年代が高い人は、「市内産であることがわかるような表示をする」がより多くなっており、新たに購入できる場所が増えることより、買い慣れた店で、市内産と表示された生産物が並ぶことを求めている。

一方、市内産農産物や農産加工品の購入優先度が低い男性は、購入する際に「味」を重視する傾向もみられ、美味しさを知ってもらうきっかけとして、市内産農産物や農産加工品を使用している飲食店で産地情報を提供することなども、需要の拡大に効果的と考えられる。

#### (2) 農業への理解 (問9～12)

市民が農業に接する経験は、農産物や農産加工品だけでなく、福岡市の農業そのものの役割について理解を深める契機となる。

過去3年間に農業と身近に接した経験(問9)は、「自宅のベランダや庭などで、野菜・花などを栽培した」が4割を超え(43.6%)、特に女性は年代が高いほど割合は高くなる。また、住まいが一戸建の人は、持ち家、賃貸ともにいわゆる家庭菜園の経験率が過半数を占める。次いで、「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの収穫体験をした」(23.9%)が多い。一方で、経験が「特

にない」は約4割(38.7%)となっており、男性全般や女性の18～29歳などで、普段農業に接する機会が少なくなっている。

農業に接する場として参加しやすいと思う場(問10)は、「市民が生産者から直接、農産物を購入できる場」(54.1%)、「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどができる観光農園」(48.9%)が多く、「家庭菜園」(39.5%)も多い。また、未就学児同居世帯の経験率が7割(70.0%)と、子どもと一緒に楽しむ体験として人気が高く、子どもと一緒に参加したいと考える人が多いものとみられる。

一方、食料の安定供給以外の農業の重要な役割(問11)として認識するのは、「自然環境の保全」が7割近く(66.6%)と特に多く、生産基盤が自然環境保全に役立っていることへの理解は浸透している。このほか「教育の場の提供(農業体験、食育など)」(43.6%)、「地域の雇用創出や産業振興」(41.4%)、「洪水の防止などの国土保全」(36.9%)なども一定の理解がなされており、中学生以下の子ども同居世帯では「教育の場の提供(農業体験、食育など)」が特に多い。役割が「特になし」は少数派で、ほとんどの市民は、農業の持つ多様な役割を認識している。

今後重点的に取り組むべき農業施策(問12)は、「安全で安心な農産物供給」(66.9%)、「食の安定供給」(56.8%)が多く、農業本来の役割である食料の安定供給に関わる施策の重要性が認識されている。女性の30代以下では、「農家への経営支援や技術的支援」「洪水などの災害を防ぐ施設の整備(ため池など)」「子どもを対象にした農業体験や食育の推進」などが多い。

福岡市は、マンション居住者が多いことから、身近な家庭菜園には限界があるが、フルーツ狩りや産直販売での購入など、農産物に触れる体験は、福岡市の農業を理解することにつながる。さらに農業の理解を深めるには、親子で参加できるレジャーや教育活動など、農産物だけでなく生産過程を知る体験も重要といえる。

今後重点的に取り組むべき農業施策については、安全・安心であることが、より重要とみられており、農業施策を考える上で、外せない視点となる。このほか、災害防止や教育活用など、農業に多様な役割を期待しており、大都市福岡市ならではの幅広い視点での施策が求められる。

農業が持つ自然環境の維持や災害防止の役割が、福岡市全体の防災強化につながり、安全・安心な農畜産物の生産は、学校などでの食育にもつながる。農業は、食料の安定供給のためだけでなく、さまざまな効果をもたらされていることを、広く市民に知ってもらうことで、福岡市の農業を応援する気持ちが高まり、市内産農産物や農産加工品を優先して購入する人が増えることが期待される。

### (3) 農畜産物の直売所の利用(問13～14)

福岡市の農業を理解するための入口として、産直農産物の購入が大きなきっかけになるが、福岡市内の各所にある農畜産物の直売所の認知度(問13)は、各市場とも立地する区及び周辺での認知、利用率が高くなっており、地域密着型となっている。

農畜産物の直売所に期待すること(問14)は、「新鮮さ」(80.2%)、「価格の安さ」(73.7%)で、農産物や農産加工品を購入するときに重視していること(問6)と大きくは変わらない。このほか、「安全・安心」(47.6%)、「旬のものが楽しめる」(44.7%)、「商品の種類の豊富さ」(44.4%)などは、農畜産物の直売所ならではの期待の大きさといえる。また、年代が低い層では、「味」も

多い傾向にある。

一方、「イベント、祭りなどの実施」(7.5%)、「ポイントサービスの充実」(1.3%)など、農産物販売に直接関わらない項目への期待は少数で、販売される農畜産物の充実が最も重要であり、近くに住む人にとって、他では得られない満足度として期待されている。

各所に農畜産物の直売所が立地していることが、地産地消の推進につながっている。しかし、認知していても行ったことのある人が、必ずしも多くないことから、農畜産物の充実とともに、さらに利用しやすい環境づくりや、スーパー等で売られる農畜産物と比較して鮮度や品質の優位性をアピールしていくことも重要といえる。

図表 農畜産物の直売所の認知度【行政区別】

単位：%

	愛菜市場 (東区和白)		博多じょうもんさん 日佐市場 (南区的場)		博多じょうもんさん 花畑市場 (南区柏原)		ワッキー主基 (すき)の里 (早良区脇山)		博多じょうもんさん 入部市場 (早良区東入部)		博多じょうもんさん 福重市場 (西区福重)		博多じょうもんさん 周船寺市場 (西区周船寺)	
	認知	行ったことがある	認知	行ったことがある	認知	行ったことがある	認知	行ったことがある	認知	行ったことがある	認知	行ったことがある	認知	行ったことがある
全体	13.8	4.3	17.1	5.2	20.7	6.9	11.5	5.1	20.5	9.3	23.9	11.4	18.4	7.3
東区	37.4	16.3	7.1	0.6	9.5	1.3	4.3	0.9	7.1	1.7	7.3	1.1	7.6	2.4
博多区	10.7	1.8	12.7	3.8	13.4	3.3	5.1	1.5	9.2	3.3	10.1	3.0	9.2	3.3
中央区	7.6	1.4	10.0	2.4	14.8	4.8	6.2	2.4	12.0	5.5	13.8	5.2	10.0	4.5
南区	9.6	2.1	40.7	20.0	42.6	22.6	8.2	2.5	14.1	3.6	13.5	2.1	13.2	2.7
城南区	9.0	1.6	14.9	1.6	26.1	10.1	15.4	6.9	32.4	13.8	20.2	6.4	17.5	3.7
早良区	7.0	1.5	13.3	1.8	20.6	3.3	31.5	17.6	50.9	32.7	47.9	27.9	27.0	8.2
西区	5.2	-	15.6	1.2	17.7	1.2	15.6	7.6	30.9	11.6	62.9	39.4	50.8	29.1

※1   は全体よりも5ポイント以上高い

※2 「認知」=「行ったことがある」+「知っているが、行ったことがない」

#### (4) 林業について (問 15~18)

地域の森林から生産された木材である地域産材の製品使用意向 (問 15) は、「家具 (机, テーブルなど)」が6割以上 (61.3%) と、最も使用意向は高い。「食器」(36.8%)、「住宅材, 内装 (床材・壁材・天井材など)」(36.2%)なども使用意向はやや高いほか、女性の18~29歳では「アクセサリ, 雑貨」, 男女30代, 未就学児同居世帯などでは、「おもちゃ・遊具」などのニーズも高い。「特になし」(16.6%)は多くないことから、市民の多くは、地域産材を使用する意向を持っている。

森林が持つ重要な役割 (問 16) は、「二酸化炭素吸収による地球温暖化の緩和」(72.7%)、「土砂崩れなどの災害防止」(63.3%)、「多様な動植物が生息できる自然環境の保全」(50.8%)などが多く、多様な役割を認識する人は多い。このほか、男女とも年代が低い人ほど「美しい景観の提供」「森林浴・ハイキング・キャンプなどのレクリエーションの場」などが多い。

福岡市にある森林を守っていくためにしたいと思うこと (問 17) は、「間伐材を使った製品 (割り箸, コピー用紙など) の使用」(53.6%)が多く、そのほかの項目はほぼ同程度で、植林や清掃などの保全活動のほか、パトロールなど、森林保護にはさまざまな活動が必要と感じ、市民自らできることとして、間伐材の再利用など、身近なことから貢献したいと考える人が多いとみられる。40代以下では「森林の清掃活動への参加」「植林活動への参加」などが多い。

今後重点的に取り組むべき森林・林業施策 (問 18) は、「土砂崩れなどの災害を防ぐ施設の整

備」(69.8%)、「間伐などによる森林の整備」(58.0%)、「多様な動植物の保護」(42.7%)などが多く、役割の重要性同様、災害防止につながる施策へのニーズが高い。40代以下では「森林づくりに参加しやすいイベントの充実」「森林・林業・木材利用に関する教育の充実」などが多い。

#### (5) 魚介類の購入について(問19~21)

魚介類を使った料理を食べる頻度(問19)は、「週に2~3日程度」が約5割(49.0%)で最も多く、頻度の差はあるものの『週1日以上』(=「ほぼ毎日」+「週に4~5日程度」+「週に2~3日程度」+「週1日程度」の計)食べる人は約9割(88.9%)を占める。年代が高くなるとともに頻度は高くなり、60代を境に『週4~5日以上』(=「ほぼ毎日」+「週に4~5日程度」の計)食べる人の割合が3割前後と多くなるが、18~29歳では『週1日未満』(=「2週間に1日程度」+「ほとんど食べない」+「まったく食べない」の計)の人が2割前後を占めるなど、年代による差が大きい。

普段食べている魚介料理(問19-1)は、「刺身」(69.0%)、「和風の焼き物(塩焼き、干物、みそ漬けなど)」(59.4%)などが多いが、そのほかの種類は年代による差が大きく、概ね、「煮物」は年代が高いほど多く、「寿司」は年代が低いほど多い。

3年前と比べた魚介類の購入量の変化(問20)は、「変わらない」(56.0%)が主流となっており、『増えている』(=「増えている」+「やや増えている」の計)(21.1%)が『減っている』(=「減っている」+「やや減っている」の計)(18.6%)を上回り、全体としては微増傾向となっている。男性は全ての年代で『増えている』が『減っている』を上回っているが、女性は30代と60代以外は『減っている』が上回り、男女で傾向が異なる。

購入量が増えている理由(問20-1)は、「健康にいいと思うから」(71.2%)、「食事のバランスを意識するようになったから」(69.2%)が主な理由であり、魚介類=健康という認識が浸透し、肉などに偏らない摂取を心がけている人は多い。男性は「健康にいいと思うから」、女性は「食事のバランスを意識するようになったから」が最も多く、同じ健康志向ではあるものの、若干の意識の差がみられる。また、30代や40代で「家で食事をする回数が増えたから」が多く、コロナ禍で働く世代が家にいる機会が増えたことが影響している可能性もある。

一方、購入量が減っている理由(問20-2)は、「価格が高くなったから」(42.2%)が最も多い。女性の50代以上は「家族が減ったから」が多く、子どもの独立など家族構成の変化が推測されるが、「買い物の回数が減ったから」「旬のものが手に入りにくくなったから」なども多い傾向にあり、コロナ禍での行動自粛の影響から魚介類の購入機会が減少した可能性もある。また、「家族が好まなくなったから」は、同居する家族が高校生以下で多くなっており、これらの世代で嗜好の変化が起きていることも考えられる。

水産物を買ったときの状態(問21)は、「切り身」(70.7%)、「刺身」(62.8%)が主流で、「寿司」は年代が低いほど多く、「干物」などは年代が高いほど多い。

魚介類の購入量やその内容は、年代で異なる傾向を見せており、特に、普段比較的魚介類を食べる機会が少ない低い年代の人の食べる機会を増やす取り組みが求められる。寿司や洋風の料理など、低い年代の人の嗜好に合った多様な料理法や食べ方が、食べる頻度を高めることにつながる。新型コロナウイルス感染拡大を防ぐために、外出を自粛し、外食機会が減った人も多いと考

えられるが、家庭での魚介類の調理だけでなく、飲食店や持ち帰り惣菜など、日常的に魚介類を食べる機会を増やすことも、低い年代の人には効果的と考えられる。

#### (6) 福岡市と水産業について (問 22~28)

福岡市は「魚がおいしいまち」だと思うか (問 23) は、「そう思う」が 79.7%となっており約 8 割の人に認められている。18~29 歳は、「わからない」がやや多いが、年代が高いほど肯定割合は高くなる傾向があり、多くの魚介類を食べる経験とともに、「魚がおいしいまち」という認識が浸透していくものとみられる。

「魚がおいしいまち」だと思う理由 (問 23-1) は、「新鮮な魚が多いから」(84.6%)が多く、40 代以下では「魚がおいしい飲食店が多いから」も 6~7 割と、飲食店で体験を通して知る人も多い。「販売されている魚がおいしいから」も 5 割近く (49.0%) と多く、飲食店でも家でも、福岡市の魚が新鮮でおいしいという認識は根付いている。

何より、魚のおいしさを知ることで、福岡市の水産物や水産業への関心は高まるが、子どもを対象にした魚食の普及の取り組みをどう思うか (問 25) については、推進派(「推進すべき」+「どちらかといえば推進すべき」の計)が 9 割 (92.0%) を超え、食育としての魚食の効果が広く認識され、低い年代の関心は、今後さらに高まることが期待される。一方、福岡市の水産加工品の認知度 (問 22) は、「知っているものはない」が半数近く (48.5%) で、加工品の認知度は高くない。「志賀島金印汐わかめ」(21.7%) は、市内全域で平均的に認知されているが、そのほかは、加工品が生産されている区以外の居住者の認知度は高くなく、地域内での認知にとどまる。福岡市の魚のおいしさで連想するものは、加工品は少なく、多くの人にとっては鮮魚や飲食店で食べる魚介類を指すものとなっている。

一方、食料の安定供給以外の水産業の重要な役割 (問 24) は、「生態系の保全 (魚の産卵・生育の場である藻場づくりなど)」(71.8%)、「海洋環境の保全 (海底ごみ、海洋プラスチックの回収など)」(66.7%) が 7 割前後で多く、農業同様、環境の保全に関する役割が広く認識されており、産業としての側面だけでなく、自然を守り、活かす重要な役割を担っているとみられている。

こうした認識から、今後重点的に取り組むべき水産業施策 (問 26) も、「博多湾の環境保護 (海底ごみ、海洋プラスチックの回収など)」が 61.5%で特に多く、生産基盤整備や消費拡大といった従来の水産業施策より、環境面での水産業の持つ役割を高める施策が求められている。これに次いで、「地元水産物の消費拡大の促進」(48.8%)、「販路の拡大 (直売所、朝市夕市の増設など)」(38.8%) など、消費拡大につながる施策の重要性も高いが、「漁業者の収入増の支援」(29.1%)、「漁業者の生活環境の改善」(20.6%) など、生産者支援の施策が、全体では 2~3 割程度であるものの、30 代以下は他の年代に比べて多い傾向となっており、福岡市における水産業の安定的な経営を望む低い年代の人が多いことがうかがえる。

福岡市内の各所にある水産物の直売所の認知度 (問 27) は、各施設とも立地する区での認知、利用率が高くなっているが、西区の 2 施設は早良区住民にも広く知られている。各区に立地するそれぞれの施設を近隣住民が利用する地産地消が、市内全域に広がり、海岸線の長い福岡市ならではの利用のされ方といえる。その中で、「志賀島の朝市」「市民感謝デー」「唐泊恵比須カキ小屋」「姪浜の朝市」などは、市内全域での認知度が高くなっている。

一方で、水産物の直売所を知っているが、行ったことがない理由（問 27-1）は、「開いている時間（朝市など）に行くことが難しいから」（61.8%）、「場所が遠いから」（49.7%）など、早朝に開かれるところもあり、休日以外に行きにくいことが主な要因となっている。男性の30代以下では「近所のスーパーなどで満足しているから」もやや多い。

水産物の直売所に期待すること（問 28）は、農畜産物の直売所同様「新鮮さ」（78.3%）、「価格の安さ」（72.9%）が多い。このほか、「商品の種類の豊富さ」（40.7%）、「安全・安心」（39.6%）、「味」（39.0%）、「旬のものが楽しめる」（37.4%）、「地場産」（35.6%）なども多い。農畜産物の直売所同様、30代以下などの年代が低い人は「味」を期待する傾向があり、水産物はより顕著である。

水産物の直売所は、場所や営業時間の特性上、近隣住民の利用が中心となっており、鮮度や価格での期待は大きいものの、多くの人は気軽には行けない状況で、仕方なくスーパー等を利用する人も多いとみられる。「魚がおいしいまち」だと思えるか（問 23）で「わからない」が多い18～29歳では、直売所の認知度も低く、飲食店やスーパーでは味わえないおいしさや鮮度を知らない人が多いとみられる。低い年代の人は、魚の「味」を期待しており、まずは飲食店でのおいしい魚介類の体験を通して福岡市の水産物のおいしさを知り、食べる頻度を高めることで、よりおいしさや鮮度を求めて、直売所への関心も高まることが期待される。

図表 水産物の直売所の認知度【年代別・行政区別】

単位：%

	弘の夕市 (東区弘)		志賀島の朝市 (東区志賀島)		市民感謝デー (中央区長浜: 鮮魚市場)		福岡海鮮酒場 博多家(ハカハウス) (中央区港)		伊崎のおさかな 夕市 (中央区福浜)		唐泊恵比須かき カキ小屋 (西区小田: 海づり公園緑地)		姪浜の朝市 (西区愛宕浜)		
	認知		認知		認知		認知		認知		認知		認知		
	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	行った ことがある	
全体	12.7	2.0	30.5	3.8	42.1	10.5	13.0	2.4	16.4	3.7	49.5	21.7	38.5	7.2	
年代別	18～29歳	4.3	0.8	12.8	2.3	19.8	4.3	7.4	1.2	7.4	1.6	31.4	14.0	20.1	5.8
	30代	6.3	0.3	16.4	2.7	35.7	6.7	8.0	1.0	7.4	3.7	40.7	19.0	24.3	3.3
	40代	10.0	2.1	27.3	3.5	46.3	11.0	10.7	2.1	13.3	4.0	50.2	23.1	42.0	7.7
	50代	12.0	1.7	36.9	4.1	48.6	11.0	15.3	3.1	18.4	3.3	62.2	23.2	48.1	7.2
	60代	16.7	1.8	39.5	1.8	47.9	13.7	14.9	2.5	21.8	4.8	56.2	22.0	46.3	9.1
	70歳以上	19.9	3.9	38.3	7.0	44.9	12.9	17.3	3.9	23.0	3.9	48.5	24.8	40.1	8.3
行政区別	東区	31.2	5.8	44.7	8.8	36.8	8.8	10.6	2.2	10.1	1.3	41.0	16.3	24.8	0.9
	博多区	11.6	1.8	31.9	5.6	39.1	10.1	11.0	2.1	13.4	3.3	48.2	18.9	29.0	6.8
	中央区	8.6	2.1	30.2	3.4	57.7	17.5	15.4	4.1	28.8	9.6	42.3	20.3	32.7	5.2
	南区	7.9	1.1	28.0	2.5	39.2	7.3	14.6	2.3	11.2	2.1	46.0	17.5	27.3	1.8
	城南区	7.4	-	26.6	1.6	43.1	10.1	13.9	2.7	17.6	2.7	50.5	20.7	40.9	3.7
	早良区	7.0	0.6	23.9	1.5	45.1	12.1	15.4	3.3	20.7	5.5	56.7	25.2	53.9	11.8
	西区	6.4	0.6	21.7	0.6	40.4	10.4	11.9	1.2	19.9	3.1	68.2	37.0	71.5	22.9

※1   は全体よりも5ポイント以上高い

※2 「認知」=「行ったことがある」+「知っているが、行ったことがない」

#### 4. 「福岡市の農林水産業」に関する調査結果

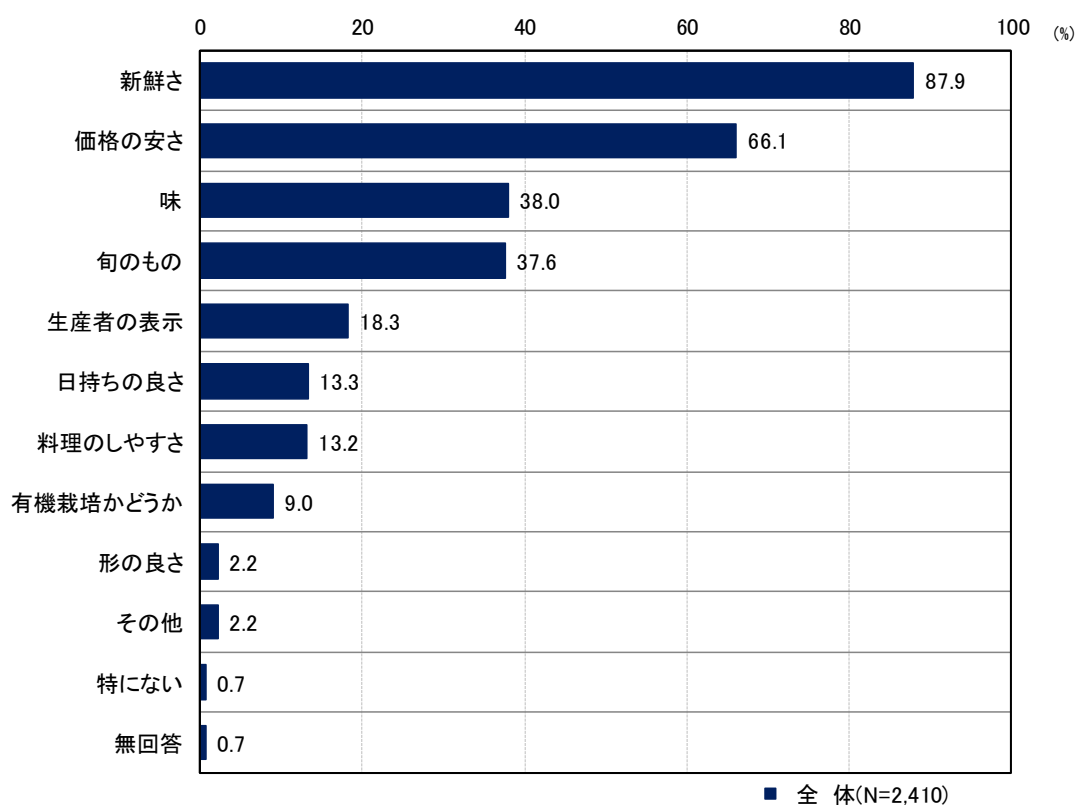
##### (1) 農産物や農産加工品を購入するときに重視していること

**問6** あなたのご家庭では、農産物や農産加工品を購入するとき、どのようなことを重視していますか。特にあてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

家庭で農産物や農産加工品を購入するとき、どのようなことを重視しているかを聞いたところ、「新鮮さ」が87.9%と最も多く、次いで「価格の安さ」(66.1%)、「味」(38.0%)、「旬のもの」(37.6%)となっている。

図表 農産物や農産加工品を購入するときに重視していること

【全体】※複数回答(3つまで)



性別にみると、男性では「味」(42.5%)の割合が女性(35.3%)に比べて7.2ポイント高くなっている。また、女性では「新鮮さ」(91.3%)の割合が男性(83.7%)に比べて7.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男女とも18～29歳では「料理のしやすさ」の割合が2割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男女とも70歳以上では「生産者の表示」の割合が約3割となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 農産物や農産加工品を購入するときに重視していること

【性・年代別】※複数回答(3つまで)

		単位:%												
		調査数	新鮮さ	価格の安さ	味	旬のもの	生産者の表示	日持ちの良さ	料理のしやすさ	有機栽培かどうか	形の良さ	その他	特にない	無回答
全体		2,410	87.9	66.1	38.0	37.6	18.3	13.3	13.2	9.0	2.2	2.2	0.7	0.7
性・年代別	男性計	988	83.7	68.6	42.5	33.8	17.0	14.0	10.6	8.4	2.3	2.1	1.3	0.6
	18～29歳	108	69.4	70.4	48.1	23.1	11.1	17.6	25.0	7.4	3.7	1.9	1.9	-
	30代	125	73.6	72.8	50.4	34.4	8.0	14.4	18.4	5.6	0.8	4.0	1.6	-
	40代	176	82.4	75.6	50.6	27.3	15.3	11.4	8.0	5.7	2.8	1.1	1.7	0.6
	50代	170	84.7	68.8	50.6	35.9	12.9	12.4	8.8	7.6	2.4	2.4	1.8	0.6
	60代	171	91.8	67.8	35.1	38.0	18.7	15.8	3.5	10.5	2.3	2.3	0.6	0.6
	70歳以上	216	89.8	59.3	29.6	40.3	28.2	14.4	7.9	12.0	1.9	1.9	0.9	1.4
	女性計	1,395	91.3	64.8	35.3	40.1	19.3	12.8	14.8	9.5	2.0	2.3	0.4	0.6
	18～29歳	149	82.6	87.9	33.6	21.5	6.7	24.8	20.1	-	6.7	-	1.3	-
	30代	175	86.3	74.9	38.9	37.7	12.6	13.1	16.6	5.7	4.0	3.4	-	0.6
	40代	252	91.3	69.0	36.5	39.3	19.0	11.9	19.0	7.5	-	3.6	0.4	-
	50代	248	95.6	63.7	42.7	42.7	14.9	10.1	13.7	9.3	1.2	2.8	-	0.4
60代	223	94.6	63.2	37.2	47.1	19.3	7.6	12.1	10.8	1.8	2.2	0.4	-	
70歳以上	327	93.0	47.4	26.6	43.4	33.3	13.1	11.0	16.5	1.2	1.5	0.3	1.5	



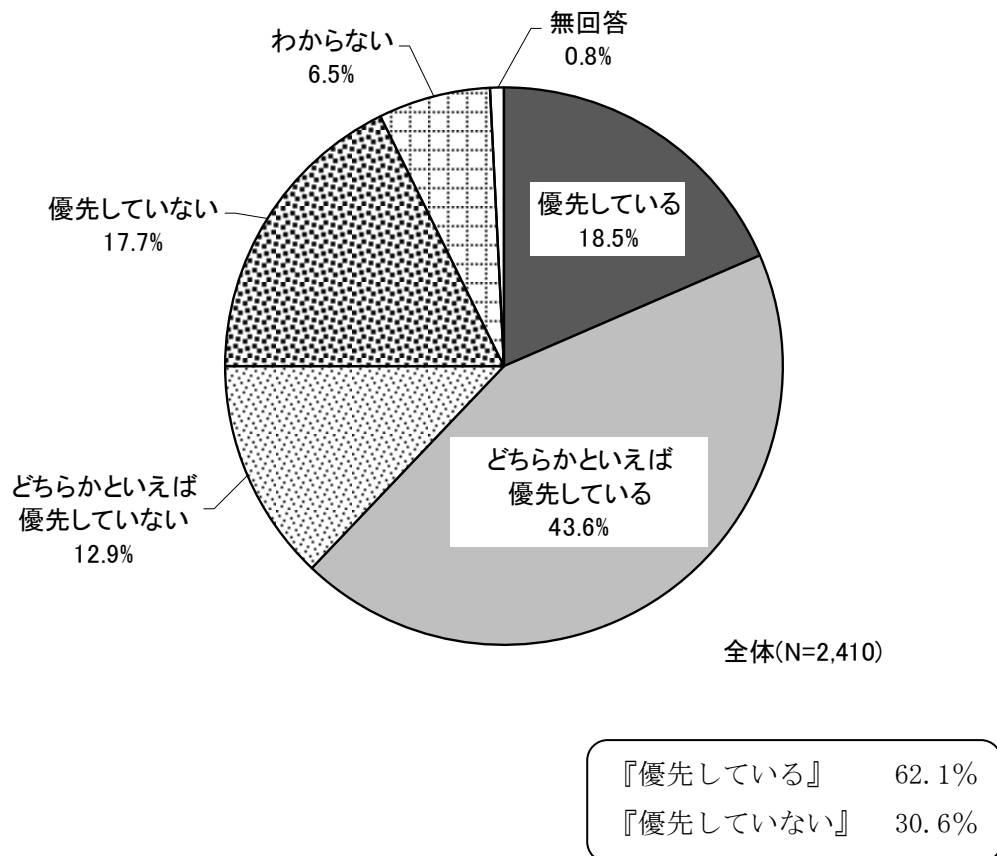
## (2) 国産の農産物や農産加工品を購入するときの市内産優先意向

**問7** あなたのご家庭では、国産の農産物や農産加工品を購入するとき、市内産を優先して購入していますか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

家庭で国産の農産物や農産加工品を購入するとき、市内産を優先して購入しているかどうかを聞いたところ、「どちらかといえば優先している」が43.6%と最も多く、次いで「優先している」(18.5%)となっている。

また、『優先している』(=「優先している」+「どちらかといえば優先している」)の割合は62.1%となっている。一方、『優先していない』(=「優先していない」+「どちらかといえば優先していない」)の割合は30.6%となっている。

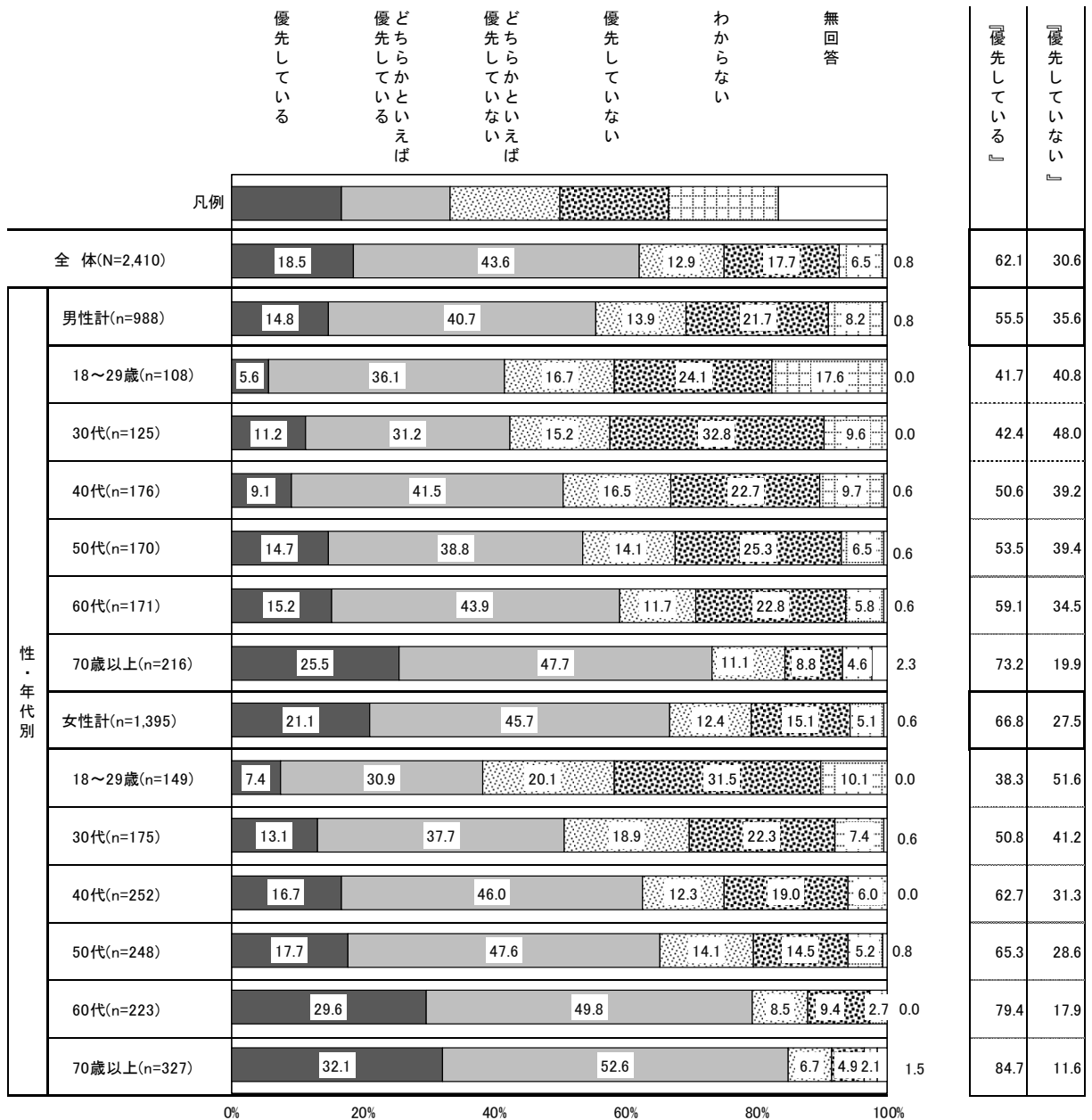
図表 国産の農産物や農産加工品を購入するときの市内産優先意向【全体】



性別にみると、女性では『優先している』(66.8%)の割合が男性(55.5%)に比べて11.3ポイント高くなっている。

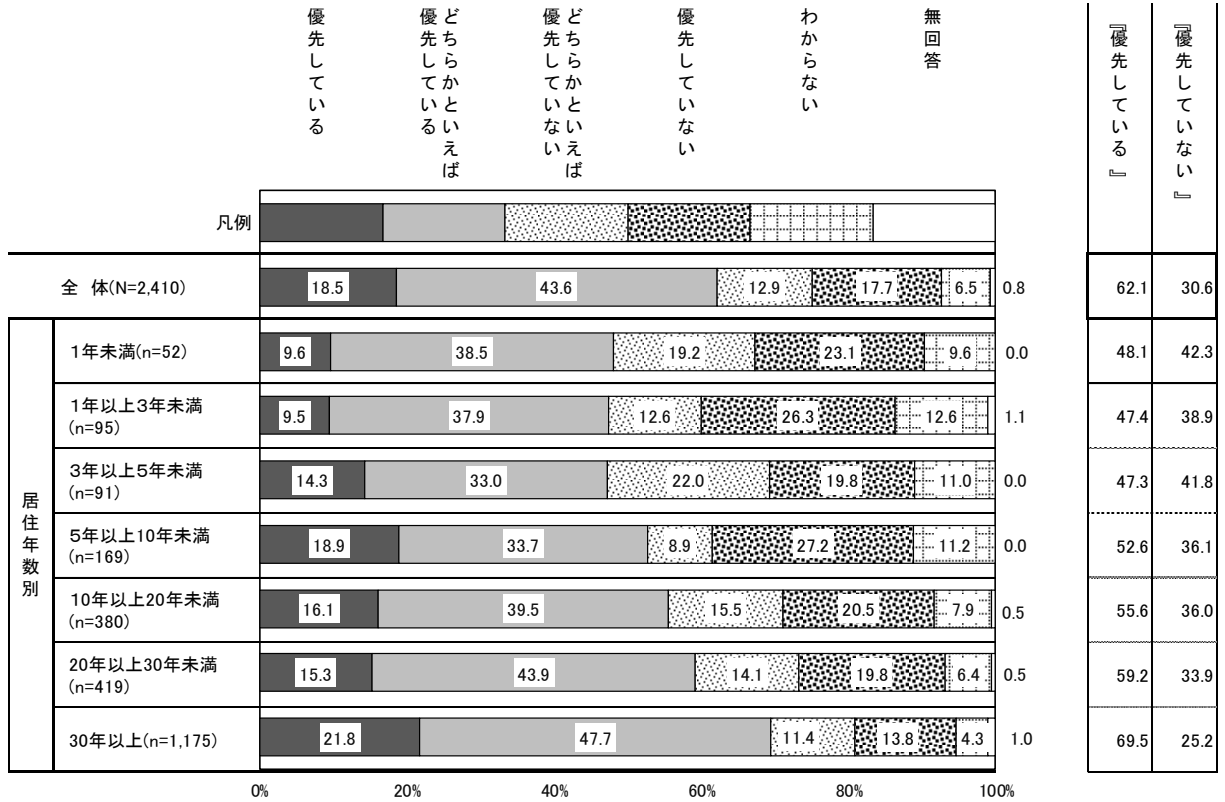
性・年代別にみると、男女とも年代が上がるほど『優先している』の割合が高くなっている。

図表 国産の農産物や農産加工品を購入するときの市内産優先意向【性・年代別】



居住年数別にみると、居住年数が長いほど、『優先している』の割合が高くなる傾向がある。

図表 国産の農産物や農産加工品を購入するときの市内産優先意向【居住年数別】



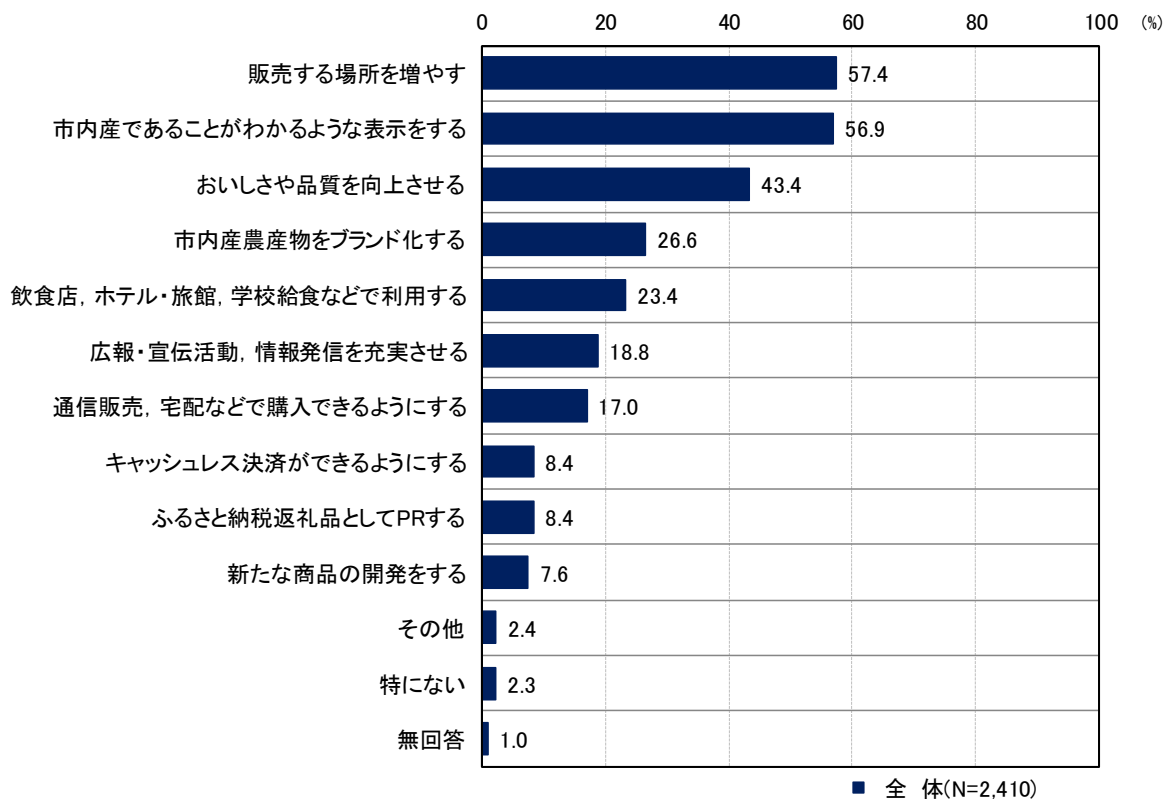
(3) 市内産農産物や農産加工品の販売を促進するために必要な取り組み

**問8** あなたは、市内産農産物や農産加工品の販売を促進するために、どのような取り組みが必要だと思いますか。特にあてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

市内産農産物や農産加工品の販売を促進するために、必要な取り組みを聞いたところ、「販売する場所を増やす」が57.4%と最も多く、次いで「市内産であることがわかるような表示をする」(56.9%)、「おいしさや品質を向上させる」(43.4%)となっている。

図表 市内産農産物や農産加工品の販売を促進するために必要な取り組み

【全体】※複数回答(3つまで)



性別にみると、男性では「市内産農産物をブランド化する」(30.7%)の割合が女性(23.9%)に比べて6.8ポイント高くなっている。また、女性では「販売する場所を増やす」(61.9%)の割合が男性(51.4%)に比べて10.5ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性30代では「市内産農産物をブランド化する」の割合が40.0%となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男女とも18～29歳では「ふるさと納税返礼品としてPRする」の割合が約2割となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 市内産農産物や農産加工品の販売を促進するために必要な取り組み

【性・年代別】※複数回答(3つまで)

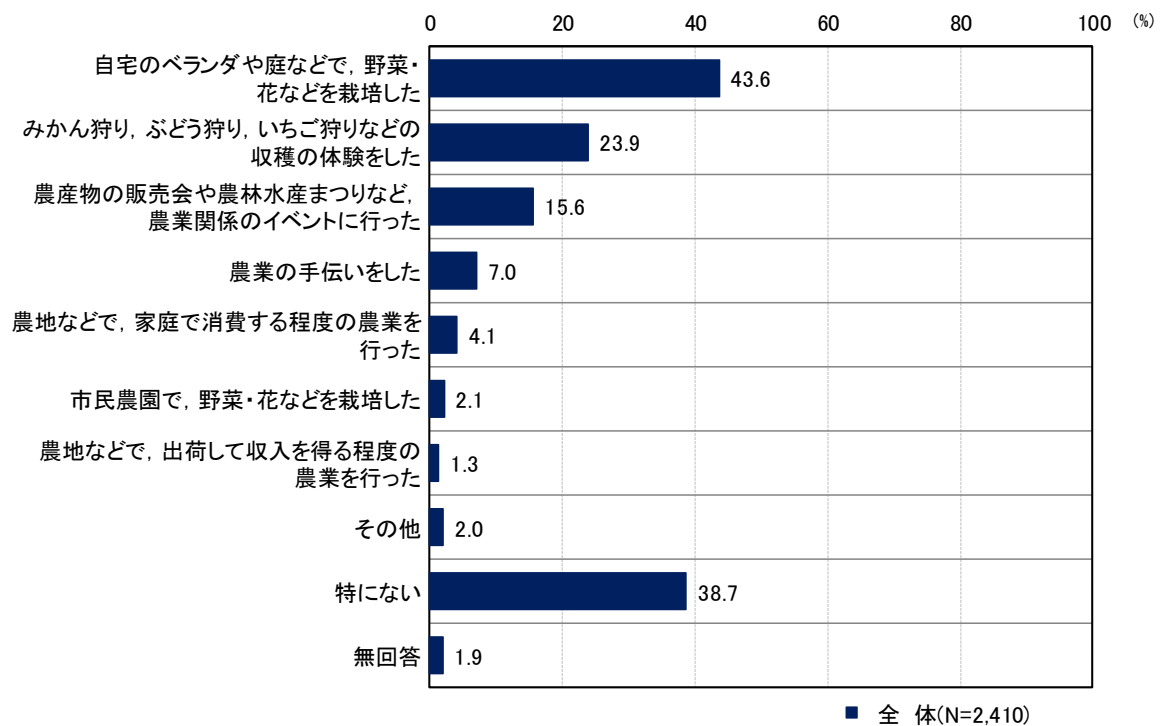
		単位: %													
		調査数	販売する場所を増やす	市内産であることがわかるような表示をする	おいしさや品質を向上させる	市内産農産物をブランド化する	飲食店、ホテル・旅館、学校給食などで利用する	広報・宣伝活動、情報発信を充実させる	通信販売、宅配などで購入できるようにする	キャッシュレス決済ができるようにする	ふるさと納税返礼品としてPRする	新たな商品の開発をする	その他	特にない	無回答
全体		2,410	57.4	56.9	43.4	26.6	23.4	18.8	17.0	8.4	8.4	7.6	2.4	2.3	1.0
性・年代別	男性計	988	51.4	53.5	44.3	30.7	22.3	21.9	14.9	7.5	7.9	11.2	3.4	2.6	0.8
	18～29歳	108	44.4	52.8	37.0	29.6	26.9	19.4	13.0	17.6	19.4	10.2	4.6	1.9	0.9
	30代	125	47.2	46.4	37.6	40.0	25.6	26.4	15.2	13.6	8.8	8.8	6.4	1.6	-
	40代	176	52.8	51.7	44.9	30.7	27.3	17.6	15.3	8.0	8.5	9.7	2.8	3.4	0.6
	50代	170	49.4	53.5	36.5	36.5	24.1	24.1	13.5	5.9	6.5	11.2	4.1	3.5	-
	60代	171	53.8	55.6	53.8	24.6	20.5	23.4	14.0	1.8	7.6	11.1	3.5	1.8	0.6
	70歳以上	216	56.9	58.3	49.5	26.4	13.0	21.8	16.7	4.2	2.3	15.7	1.4	2.3	2.3
	女性計	1,395	61.9	59.6	42.7	23.9	24.4	16.8	18.6	9.2	8.7	4.9	1.6	1.9	1.0
	18～29歳	149	53.7	49.7	26.8	27.5	31.5	17.4	20.1	23.5	17.4	3.4	2.0	1.3	-
	30代	175	59.4	57.7	33.1	28.0	28.6	20.6	13.7	17.1	9.7	2.3	4.0	1.1	0.6
	40代	252	66.7	59.1	36.5	27.4	27.4	13.1	22.2	9.9	8.7	6.3	0.8	1.6	0.4
	50代	248	66.1	51.6	48.8	27.0	26.6	15.7	16.9	7.7	8.5	4.8	2.0	1.2	1.2
	60代	223	62.3	66.4	47.1	23.3	26.5	18.8	17.9	5.4	7.6	5.8	1.8	1.8	-
70歳以上	327	60.6	68.2	50.8	15.3	14.4	16.5	19.9	1.5	5.2	5.2	0.6	3.4	2.4	

#### (4) 農業と身近に接した経験

**問9** あなたは、**過去3年間に**、農業と身近に接した経験がありますか。あてはまるものを**すべて**選び、番号に○をつけてください。

過去3年間に、農業と身近に接した経験について聞いたところ、「自宅のベランダや庭などで、野菜・花などを栽培した」が43.6%と最も多く、次いで「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの収穫の体験をした」(23.9%)、「農産物の販売会や農林水産まつりなど、農業関係のイベントに行った」(15.6%)となっている。

図表 農業と身近に接した経験【全体】※複数回答(すべて)



性別にみると、男性では「特にない」(44.5%)の割合が女性(34.5%)に比べて10.0ポイント高くなっている。また、女性では「自宅のベランダや庭などで、野菜・花などを栽培した」(47.5%)の割合が男性(38.3%)に比べて9.2ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性60代以上では「農産物の販売会や農林水産まつりなど、農業関係のイベントに行った」の割合が2割を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 農業と身近に接した経験【性・年代別】※複数回答(すべて)

		単位:%										
調査数		自宅のベランダや庭などで、野菜・花などを栽培した	みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの収穫の体験をした	農産物の販売会や農林水産まつりなど、農業関係のイベントに行った	農業の手伝いをした	農地などで、家庭で消費する程度の農業を行った	市民農園で、野菜・花などを栽培した	農地などで、出荷して収入を得る程度の農業を行った	その他	特にない	無回答	
全体	2,410	43.6	23.9	15.6	7.0	4.1	2.1	1.3	2.0	38.7	1.9	
性・年代別	男性計	988	38.3	21.5	12.1	8.2	4.9	2.3	1.3	2.4	44.5	1.9
	18~29歳	108	24.1	19.4	8.3	13.9	1.9	1.9	0.9	56.5	2.8	
	30代	125	29.6	20.8	8.0	10.4	3.2	2.4	0.8	2.4	49.6	0.8
	40代	176	39.8	28.4	12.5	8.0	1.7	1.7	0.6	1.1	42.0	1.1
	50代	170	29.4	16.5	9.4	6.5	1.8	1.2	1.2	2.9	52.9	1.8
	60代	171	42.7	18.7	14.0	4.7	2.9	2.3	0.6	2.9	43.9	1.8
	70歳以上	216	51.4	22.7	15.7	8.3	13.9	4.2	2.8	3.7	32.9	3.2
	女性計	1,395	47.5	25.8	18.2	6.2	3.4	1.9	1.1	1.6	34.5	1.6
	18~29歳	149	30.2	24.8	4.0	8.1	2.0	-	1.3	1.3	51.7	-
	30代	175	39.4	36.6	12.6	13.7	5.1	0.6	0.6	1.7	32.6	0.6
	40代	252	40.9	25.0	17.5	7.5	1.2	-	1.2	2.4	41.3	1.2
	50代	248	43.5	20.6	19.4	3.2	2.4	2.0	1.2	1.6	39.5	1.2
60代	223	58.7	23.3	23.3	4.0	4.5	3.6	0.9	-	27.4	0.9	
70歳以上	327	60.2	27.2	23.9	3.7	5.2	4.0	1.2	2.4	23.9	4.0	

住居形態別にみると、住まいが一戸建の人は、持ち家、賃貸ともに「自宅のベランダや庭などで、野菜・花などを栽培した」の割合が5割を超えており、他の項目に比べて高くなっている。

図表 農業と身近に接した経験【住居形態別】※複数回答（すべて）

		単位：%										
		調査数	自宅のベランダや庭などで、野菜・花などを栽培した	みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの収穫の体験をした	農産物の販売会や農林水産まつりなど、農業関係のイベントに行った	農業の手伝いをした	農地などで、家庭で消費する程度の農業を行った	市民農園で、野菜・花などを栽培した	農地などで、出荷して収入を得る程度の農業を行った	その他	特になし	無回答
全体		2,410	43.6	23.9	15.6	7.0	4.1	2.1	1.3	2.0	38.7	1.9
住居形態別	持ち家（一戸建て）	766	58.9	23.6	17.0	7.6	6.7	2.5	1.6	2.6	27.4	2.1
	持ち家（マンションなどの集合住宅）	594	41.2	26.1	17.7	4.2	3.9	2.7	0.5	0.5	39.9	1.5
	賃貸住宅（一戸建て）	63	54.0	25.4	17.5	12.7	1.6	4.8	-	3.2	23.8	1.6
	賃貸住宅（アパート、マンションなどの集合住宅）	764	31.3	23.0	13.0	7.5	1.8	0.8	1.6	2.0	49.6	1.6
	市営住宅や県営住宅などの公営住宅	130	40.0	25.4	15.4	6.2	1.5	3.8	0.8	2.3	40.8	2.3
	社宅・寮	44	25.0	15.9	9.1	22.7	11.4	2.3	2.3	6.8	45.5	-
	その他	18	33.3	27.8	16.7	-	-	-	-	5.6	44.4	-

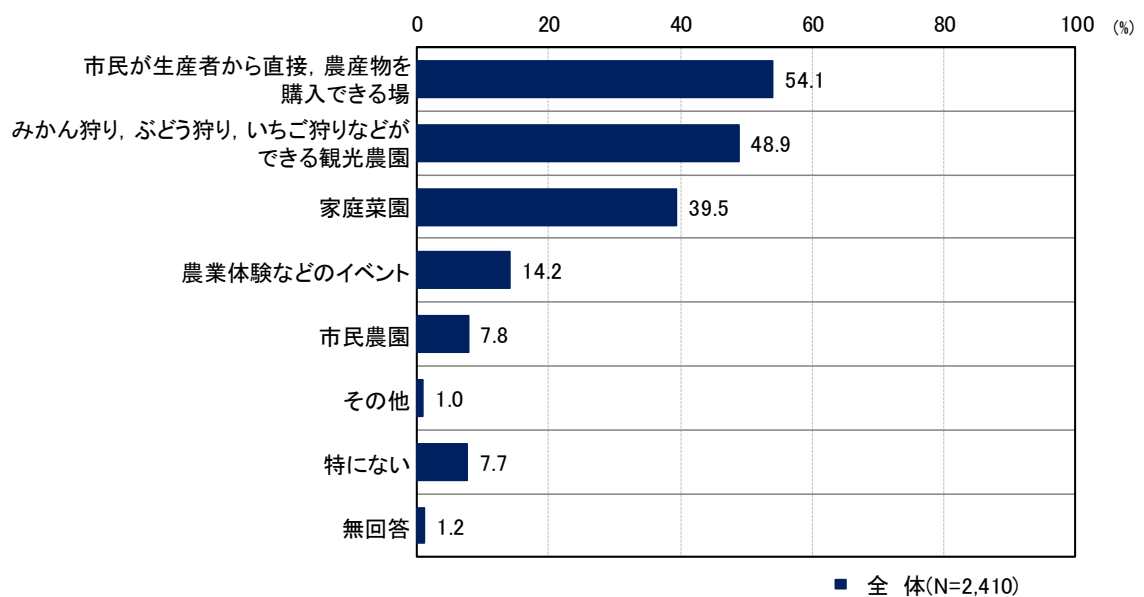


(5) 農業に接する場として参加しやすいと思う場

問 10 あなたが、農業に接する場として、参加しやすいと思うものはどのような場ですか。  
特にあてはまるものを**2つまで**選び、番号に○をつけてください。

農業に接する場として、参加しやすいと思う場を聞いたところ、「市民が生産者から直接、農産物を購入できる場」が54.1%と最も多く、次いで「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどができる観光農園」(48.9%)、「家庭菜園」(39.5%)となっている。

図表 農業に接する場として参加しやすいと思う場【全体】※複数回答（2つまで）



性別にみると、男性では「市民農園」(10.6%)の割合が女性(5.5%)に比べて5.1ポイント高くっている。また、女性では「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどができる観光農園」(52.7%)の割合が男性(44.1%)に比べて8.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性30代では「農業体験などのイベント」の割合が21.7%となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 農業に接する場として参加しやすいと思う場【性・年代別】※複数回答(2つまで)

		単位: %								
		調査数	市民が生産者から直接、農産物を購入できる場	みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどができる観光農園	家庭菜園	農業体験などのイベント	市民農園	その他	特になし	無回答
全体		2,410	54.1	48.9	39.5	14.2	7.8	1.0	7.7	1.2
性・年代別	男性計	988	49.8	44.1	37.4	14.5	10.6	1.3	10.5	1.4
	18~29歳	108	38.9	66.7	40.7	15.7	3.7	2.8	6.5	1.9
	30代	125	40.0	56.8	36.8	16.0	9.6	-	8.8	0.8
	40代	176	44.9	52.3	39.8	16.5	11.9	0.6	7.4	1.1
	50代	170	55.3	38.8	34.7	18.8	11.8	1.2	8.2	1.2
	60代	171	55.6	32.2	36.8	12.9	12.3	2.3	14.0	-
	70歳以上	216	56.5	32.4	36.1	10.2	12.0	1.4	13.9	3.2
	女性計	1,395	57.6	52.7	41.2	14.1	5.5	0.9	5.5	0.9
	18~29歳	149	35.6	77.2	46.3	14.8	3.4	-	4.0	-
	30代	175	48.0	73.1	37.1	21.7	1.7	1.1	2.3	-
	40代	252	57.1	60.3	42.5	13.9	4.8	1.2	3.6	0.4
	50代	248	67.7	46.0	41.1	15.3	5.2	-	4.0	0.8
	60代	223	71.3	44.4	41.7	15.2	6.3	1.3	2.7	-
70歳以上	327	56.9	34.6	40.4	8.0	8.9	1.2	12.2	2.8	

同居家族別にみると、未就学児同居世帯では、「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどができる観光農園」の割合が70.0%となっており、他の項目に比べて高くなっている。

図表 農業に接する場として参加しやすいと思う場【同居家族別】※複数回答（2つまで）

		調査数	市民が生産者から直接、農産物を購入できる場	みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどができる観光農園	家庭菜園	農業体験などのイベント	市民農園	その他	特にない	無回答
全体		2,410	54.1	48.9	39.5	14.2	7.8	1.0	7.7	1.2
同居家族別	未就学児	237	40.9	70.0	43.0	21.1	8.0	0.8	1.3	0.8
	小学生	225	42.7	64.4	42.7	21.3	9.8	1.3	2.7	0.9
	中学生	138	52.2	60.9	42.8	17.4	5.1	0.7	2.2	0.7
	高校生	145	57.9	51.0	45.5	15.2	9.7	-	3.4	0.7
	専門学校生・短大・高専生	41	51.2	63.4	34.1	9.8	9.8	-	4.9	-
	大学・大学院生	179	53.1	59.2	43.6	16.2	5.6	0.6	2.8	1.1
	65歳以上75歳未満の人	550	62.5	41.8	41.8	9.8	9.3	0.5	7.8	0.4
	75歳以上の人	405	55.1	36.8	44.0	10.6	9.1	1.2	9.6	2.0
上記以外の人	1,501	53.2	54.4	40.0	15.0	6.7	1.1	6.1	0.7	

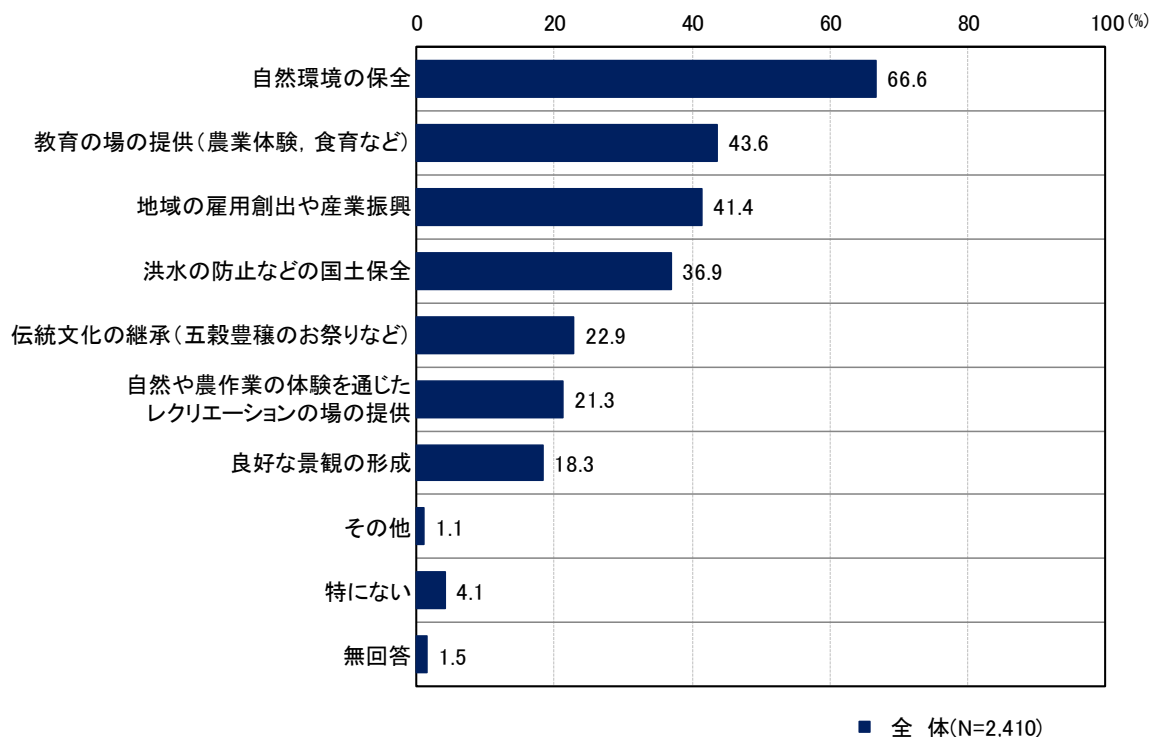
単位：%

(6) 食料の安定供給以外の農業の重要な役割

**問 11** あなたは、農業の本来の役割である食料の安定供給のほかに、農業がもつ重要な役割はどのようなことだと思いますか。特にあてはまるものを3つまで選び、番号に○をつけてください。

農業の本来の役割である食料の安定供給のほかに、農業がもつ重要な役割を聞いたところ、「自然環境の保全」が66.6%と最も多く、次いで「教育の場の提供（農業体験，食育など）」（43.6%），「地域の雇用創出や産業振興」（41.4%），「洪水の防止などの国土保全」（36.9%）となっている。

図表 食料の安定供給以外の農業の重要な役割【全体】※複数回答（3つまで）



性別にみると、男性では「良好な景観の形成」(23.8%)の割合が女性(14.6%)に比べて9.2ポイント高くっている。また、女性では「教育の場の提供(農業体験、食育など)」(48.3%)の割合が男性(37.4%)に比べて10.9ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性18歳～40代では「教育の場の提供(農業体験、食育など)」の割合が約6割となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 食料の安定供給以外の農業の重要な役割【性・年代別】※複数回答(3つまで)

		単位: %										
調査数		自然環境の保全	食育などの提供(農業体験、食育など)	地域の雇用創出や産業振興	洪水の防止などの国土保全	伝統文化の継承(五穀豊穡のお祭りなど)	自然や農作業の体験を通じたレクリエーションの場の提供	良好な景観の形成	その他	特にない	無回答	
全体	2,410	66.6	43.6	41.4	36.9	22.9	21.3	18.3	1.1	4.1	1.5	
性・年代別	男性計	988	64.8	37.4	42.4	36.6	25.8	21.3	23.8	1.7	4.0	1.4
	18～29歳	108	57.4	44.4	40.7	27.8	26.9	24.1	27.8	1.9	5.6	1.9
	30代	125	51.2	46.4	39.2	30.4	33.6	20.8	24.8	0.8	3.2	0.8
	40代	176	54.5	46.6	44.9	26.7	27.3	23.3	25.0	1.7	4.5	1.1
	50代	170	66.5	34.1	50.6	38.8	28.8	19.4	17.6	2.4	2.4	1.2
	60代	171	76.6	32.7	41.5	44.4	28.7	15.8	23.4	2.9	3.5	-
	70歳以上	216	74.1	28.7	36.1	45.8	15.7	24.1	25.9	0.9	4.6	3.2
	女性計	1,395	68.1	48.3	40.7	36.9	20.9	21.1	14.6	0.7	4.0	1.4
	18～29歳	149	62.4	57.0	28.9	25.5	25.5	22.8	24.2	0.7	5.4	-
	30代	175	68.6	60.0	37.7	23.4	32.0	20.6	14.9	-	3.4	-
	40代	252	63.1	61.5	46.0	32.9	19.8	23.8	9.5	0.4	2.4	0.8
	50代	248	73.4	46.4	46.8	36.3	22.2	17.7	14.5	0.4	1.6	1.2
60代	223	72.2	41.3	44.8	46.6	15.7	24.7	12.6	2.7	2.7	0.4	
70歳以上	327	68.8	34.3	35.5	47.7	15.6	19.0	16.2	-	7.6	4.0	

同居家族別にみると、未就学児，小学生，中学生，専門学校生・短大・高専生同居世帯では，「教育の場の提供（農業体験，食育など）」の割合が6割を超えており，他の項目に比べて高くなっている。

図表 食料の安定供給以外の農業の重要な役割【同居家族別】※複数回答（3つまで）

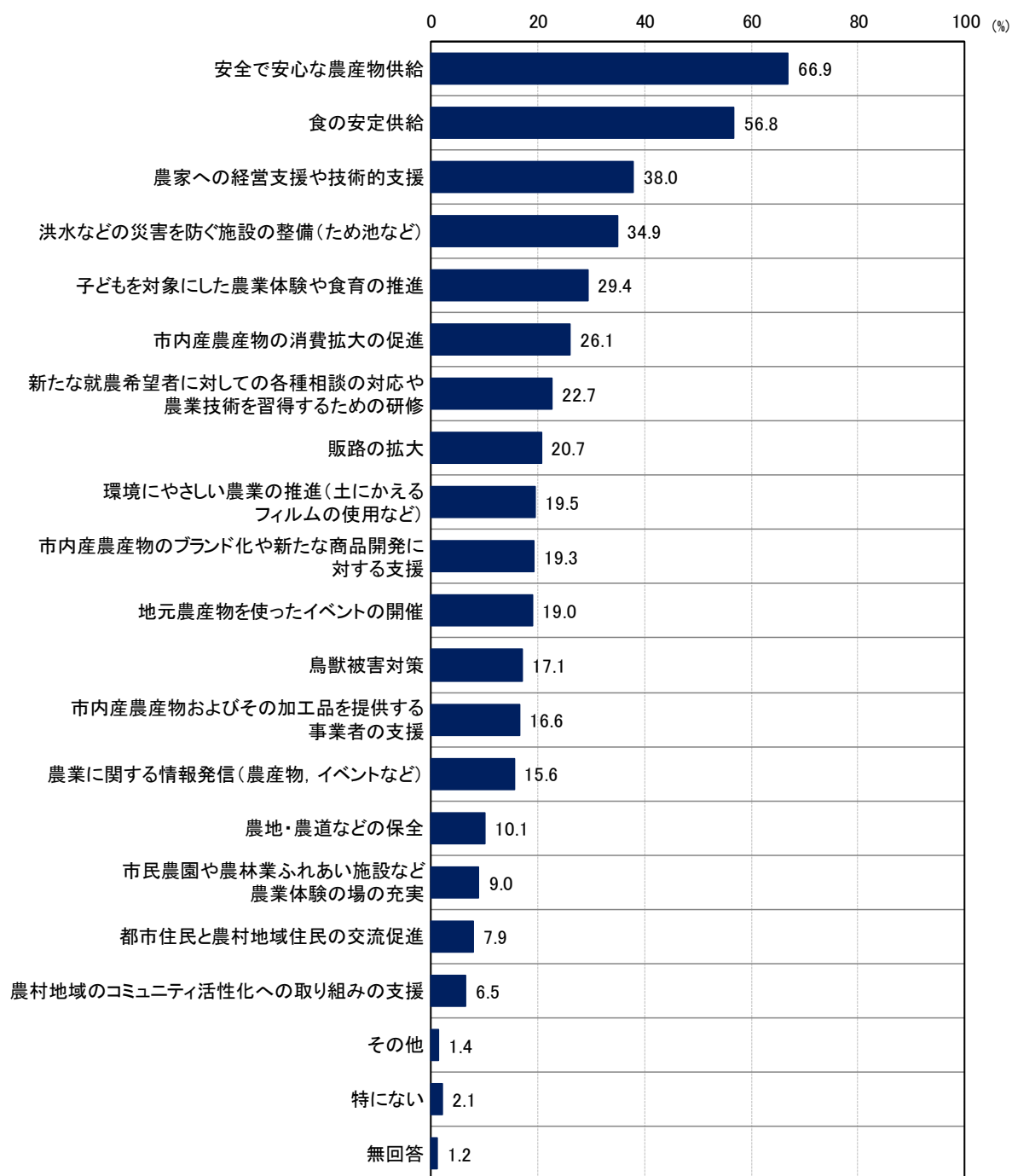
		調査数	自然環境の保全	教育の場の提供（農業体験、食育など）	地域の雇用創出や産業振興	洪水の防止などの国土保全	伝統文化の継承（五穀豊穡のお祭りなど）	自然や農作業の体験を通じたレクリエーションの場の提供	良好な景観の形成	その他	特にない	無回答
全体		2,410	66.6	43.6	41.4	36.9	22.9	21.3	18.3	1.1	4.1	1.5
同居家族別	未就学児	237	61.2	63.3	36.3	21.9	30.4	28.7	17.3	-	1.7	0.8
	小学生	225	61.3	61.8	38.7	21.8	27.6	31.1	14.2	0.9	4.0	0.9
	中学生	138	60.1	61.6	35.5	25.4	21.0	29.0	10.9	2.2	3.6	2.2
	高校生	145	66.2	52.4	44.8	29.7	24.8	23.4	15.9	0.7	4.1	0.7
	専門学校生・短大・高専生	41	73.2	65.9	12.2	46.3	26.8	26.8	12.2	-	-	-
	大学・大学院生	179	65.4	49.7	46.9	26.3	24.0	22.3	22.9	0.6	0.6	1.1
	65歳以上75歳未満の人	550	71.3	40.5	40.0	43.3	19.3	23.3	20.2	1.1	3.5	1.3
	75歳以上の人	405	71.6	33.6	42.5	46.9	18.5	17.5	20.5	0.5	4.0	2.2
	上記以外の人	1,501	65.3	47.4	43.6	34.4	25.4	21.3	17.2	1.3	3.2	1.1

(7) 今後重点的に取り組むべき農業施策

問 12 福岡市が、今後重点的に取り組むべき農業施策はどのようなことだと思いますか。  
 特にあてはまるものを**5つまで**選び、番号に○をつけてください。

福岡市が、今後重点的に取り組むべき農業施策を聞いたところ、「安全で安心な農産物供給」が66.9%と最も多く、次いで「食の安定供給」(56.8%)、「農家への経営支援や技術的支援」(38.0%)、「洪水などの災害を防ぐ施設の整備(ため池など)」(34.9%)となっている。

図表 今後重点的に取り組むべき農業施策【全体】※複数回答(5つまで)



■ 全体(N=2,410)

性別にみると、男性では「市内産農産物のブランド化や新たな商品開発に対する支援」(22.3%)の割合が女性(17.1%)に比べて5.2ポイント高くなっている。また、女性では「安全で安心な農産物供給」(70.2%)の割合が男性(62.2%)に比べて8.0ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18～29歳・30代、女性18～29歳では「安全で安心な農産物供給」の割合が4割台となっており、他の性・年代に比べて低くなっている。

図表 今後重点的に取り組むべき農業施策【性・年代別】※複数回答(5つまで)

		単位: %												
		調査数	安全で安心な農産物供給	食の安定供給	農家への経営支援や技術的支援	洪水などの災害を防ぐ施設の整備(ため池など)	子どもを対象にした農業体験や食育の推進	市内産農産物の消費拡大の促進	新たな就農希望者に対しての各種相談の対応や農業技術の研修	販路の拡大	環境にやさしい農業の推進(土にかえるフィルムの使用など)	市内産農産物のブランド化や新たな商品開発に対する支援	地元農産物を使ったイベントの開催	鳥獣被害対策
全体		2,410	66.9	56.8	38.0	34.9	29.4	26.1	22.7	20.7	19.5	19.3	19.0	17.1
性・年代別	男性計	988	62.2	58.5	38.4	32.2	27.5	28.2	22.2	21.8	15.7	22.3	16.7	18.9
	18～29歳	108	49.1	47.2	39.8	36.1	27.8	25.9	14.8	23.1	13.0	18.5	20.4	13.9
	30代	125	47.2	49.6	44.8	27.2	35.2	33.6	20.0	25.6	11.2	33.6	16.8	13.6
	40代	176	60.8	54.0	39.2	27.8	27.8	29.5	28.4	26.1	13.1	18.8	14.8	15.9
	50代	170	62.9	54.7	38.8	29.4	27.1	26.5	22.9	22.9	12.9	26.5	20.0	24.1
	60代	171	71.3	70.8	38.6	38.6	29.2	27.5	22.8	19.3	20.5	21.6	12.9	20.5
	70歳以上	216	70.8	67.6	31.5	33.8	22.2	26.9	21.8	16.7	18.1	18.1	15.7	22.7
	女性計	1,395	70.2	55.7	37.6	36.9	30.9	24.8	23.2	19.9	22.4	17.1	20.8	15.5
	18～29歳	149	47.0	37.6	43.6	41.6	44.3	24.2	12.1	15.4	19.5	19.5	25.5	17.4
	30代	175	65.7	50.3	44.0	39.4	44.6	22.3	20.0	20.0	24.0	16.6	21.7	15.4
	40代	252	71.8	54.0	37.3	34.1	33.7	25.4	24.2	19.0	22.6	19.8	21.8	10.3
	50代	248	73.0	49.6	42.7	34.3	27.0	26.2	25.0	21.4	25.4	20.6	17.3	13.3
	60代	223	76.2	59.6	41.3	37.7	24.7	25.6	30.0	22.4	27.4	17.0	22.0	14.3
70歳以上	327	76.5	70.6	26.9	36.7	23.2	25.7	22.9	20.5	17.7	11.6	19.3	21.1	
		調査数	市内産農産物およびその加工品を提供する事業者の支援	農業に関する情報発信(農産物、イベントなど)	農地・農道などの保全	市民農園や農業体験の場の充実	都市住民と農村地域住民の交流促進	農村地域のコミュニティ活動への取り組みの支援	その他	特にな	無回答			
全体		2,410	16.6	15.6	10.1	9.0	7.9	6.5	1.4	2.1	1.2			
性・年代別	男性計	988	14.8	14.9	10.9	9.2	9.5	7.4	1.9	2.4	1.6			
	18～29歳	108	10.2	15.7	16.7	12.0	2.8	13.9	1.9	3.7	2.8			
	30代	125	14.4	6.4	11.2	7.2	12.0	5.6	3.2	3.2	1.6			
	40代	176	14.8	13.1	10.8	10.2	11.4	6.8	2.3	2.3	1.7			
	50代	170	15.9	18.8	8.8	8.2	10.0	9.4	2.9	1.8	1.2			
	60代	171	14.0	12.3	8.8	7.0	8.8	4.1	1.8	2.3	-			
	70歳以上	216	18.1	19.0	11.6	11.1	11.1	7.4	0.5	1.9	2.8			
	女性計	1,395	17.8	16.2	9.3	8.9	6.9	6.0	1.1	1.9	0.8			
	18～29歳	149	17.4	9.4	11.4	13.4	6.0	7.4	1.3	4.0	-			
	30代	175	20.6	12.6	9.7	9.7	5.1	4.0	1.1	0.6	-			
40代	252	17.5	18.3	8.7	10.3	6.3	7.9	1.6	1.2	0.4				
50代	248	19.4	19.0	10.5	5.2	4.0	4.4	1.6	1.2	1.2				
60代	223	17.0	17.9	9.4	5.8	5.8	5.4	0.4	2.2	-				
70歳以上	327	15.0	16.2	7.3	10.1	11.9	6.7	0.3	2.4	1.8				



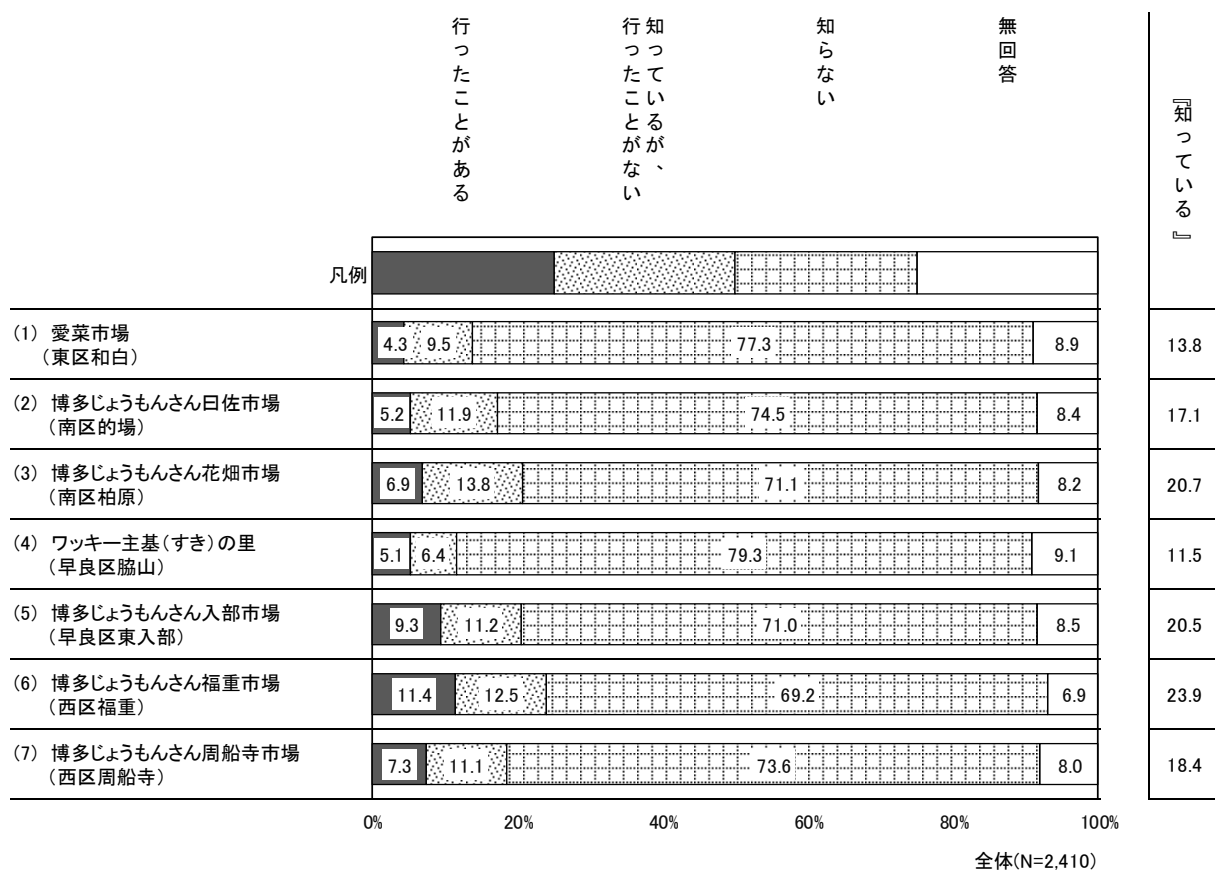
(8) 農畜産物の直売所の認知度

**問 13** あなたは、福岡市内で、地産地消や農畜産物の消費拡大などのため運営されている次の(1)～(7)のそれぞれについて、知っていますか。また、行ったことがありますか。あてはまるものを1つだけ選び、番号に○をつけてください。

福岡市内で、地産地消や農畜産物の消費拡大などのため運営されている7つの直売所について聞いたところ、「行ったことがある」では「博多じょうもんさん福重市場（西区福重）」(11.4%)、「知っているが、行ったことがない」では「博多じょうもんさん花畑市場（南区柏原）」(13.8%)が最も多くなっている。

『知っている』（＝「行ったことがある」＋「知っているが、行ったことがない」）の割合は、「博多じょうもんさん福重市場（西区福重）」が23.9%と最も多く、次いで「博多じょうもんさん花畑市場（南区柏原）」(20.7%)、「博多じょうもんさん入部市場（早良区東入部）」(20.5%)となっている。

図表 農畜産物の直売所の認知度【全体】



① 愛菜市場（東区和白）

地元の東区で『知っている』の割合が 37.4%と最も高く、「行ったことがある」は 16.3%となっている。

図表 愛菜市場（東区和白）の認知度【行政区別】

		単位：%					『知っている』
	調査数	行ったことがある	行知 つ つ た て い る が 、 が な い	知らない	無 回 答		
全	体	2,410	4.3	9.5	77.3	8.9	13.8
行政 区 別	東区	465	16.3	21.1	59.8	2.8	37.4
	博多区	338	1.8	8.9	83.4	5.9	10.7
	中央区	291	1.4	6.2	85.9	6.5	7.6
	南区	439	2.1	7.5	78.6	11.8	9.6
	城南区	188	1.6	7.4	84.6	6.4	9.0
	早良区	330	1.5	5.5	83.3	9.7	7.0
	西区	327	-	5.2	78.3	16.5	5.2

② 博多じょうもんさん日佐市場（南区的場）

地元の南区で『知っている』の割合が 40.7%と最も高く、「行ったことがある」は 20.0%となっている。

図表 博多じょうもんさん日佐市場（南区的場）の認知度【行政区別】

		単位：%					『知っている』
	調査数	行ったことがある	行知 つ つ た て い る が 、 が な い	知らない	無 回 答		
全	体	2,410	5.2	11.9	74.5	8.4	17.1
行政 区 別	東区	465	0.6	6.5	86.5	6.5	7.1
	博多区	338	3.8	8.9	82.0	5.3	12.7
	中央区	291	2.4	7.6	83.5	6.5	10.0
	南区	439	20.0	20.7	52.6	6.6	40.7
	城南区	188	1.6	13.3	79.3	5.9	14.9
	早良区	330	1.8	11.5	77.3	9.4	13.3
	西区	327	1.2	14.4	68.2	16.2	15.6

③ 博多じょうもんさん花畑市場（南区柏原）

地元の南区で『知っている』の割合が 42.6%と最も高く、「行ったことがある」は 22.6%となっている。

図表 博多じょうもんさん花畑市場（南区柏原）の認知度【行政区別】

		単位：%					『知っている』
	調査数	行ったことがある	行知 つ つ た て い る が 、 が な い	知らない	無 回 答		
全	体	2,410	6.9	13.8	71.1	8.2	20.7
行政 区 別	東区	465	1.3	8.2	84.3	6.2	9.5
	博多区	338	3.3	10.1	80.5	6.2	13.4
	中央区	291	4.8	10.0	79.0	6.2	14.8
	南区	439	22.6	20.0	51.0	6.4	42.6
	城南区	188	10.1	16.0	69.7	4.3	26.1
	早良区	330	3.3	17.3	71.2	8.2	20.6
	西区	327	1.2	16.5	65.7	16.5	17.7

④ ワッキー主基（すき）の里（早良区脇山）

地元の早良区で『知っている』の割合が 31.5%と最も高く、「行ったことがある」は 17.6%となっている。

図表 ワッキー主基（すき）の里（早良区脇山）の認知度【行政区別】

		単位：%					『知っている』
	調査数	行ったことがある	行知ったこといるが、がない	知らない	無回答		
全 体	2,410	5.1	6.4	79.3	9.1	11.5	
行政区別	東区	465	0.9	3.4	89.2	6.5	4.3
	博多区	338	1.5	3.6	88.8	6.2	5.1
	中央区	291	2.4	3.8	86.9	6.9	6.2
	南区	439	2.5	5.7	81.5	10.3	8.2
	城南区	188	6.9	8.5	78.2	6.4	15.4
	早良区	330	17.6	13.9	61.2	7.3	31.5
	西区	327	7.6	8.0	67.9	16.5	15.6

⑤ 博多じょうもんさん入部市場（早良区東入部）

地元の早良区で『知っている』の割合が 50.9%と最も高く、「行ったことがある」は 32.7%となっている。

図表 博多じょうもんさん入部市場（早良区東入部）の認知度【行政区別】

		単位：%					『知っている』
	調査数	行ったことがある	行知ったこといるが、がない	知らない	無回答		
全 体	2,410	9.3	11.2	71.0	8.5	20.5	
行政区別	東区	465	1.7	5.4	86.2	6.7	7.1
	博多区	338	3.3	5.9	85.2	5.6	9.2
	中央区	291	5.5	6.5	81.8	6.2	12.0
	南区	439	3.6	10.5	75.9	10.0	14.1
	城南区	188	13.8	18.6	63.3	4.3	32.4
	早良区	330	32.7	18.2	43.9	5.2	50.9
	西区	327	11.6	19.3	52.6	16.5	30.9

⑥ 博多じょうもんさん福重市場（西区福重）

地元の西区で『知っている』の割合が 62.9%と最も高く、「行ったことがある」は 39.4%となっている。

図表 博多じょうもんさん福重市場（西区福重）の認知度【行政区別】

		単位：%					『知っている』
	調査数	行ったことがある	行知ったこといるが、がない	知らない	無回答		
全 体	2,410	11.4	12.5	69.2	6.9	23.9	
行政区別	東区	465	1.1	6.2	86.0	6.7	7.3
	博多区	338	3.0	7.1	83.4	6.5	10.1
	中央区	291	5.2	8.6	80.4	5.8	13.8
	南区	439	2.1	11.4	77.0	9.6	13.5
	城南区	188	6.4	13.8	73.4	6.4	20.2
	早良区	330	27.9	20.0	47.0	5.2	47.9
	西区	327	39.4	23.5	32.4	4.6	62.9

⑦ 博多じょうもんさん周船寺市場（西区周船寺）

地元の西区で『知っている』の割合が 50.8%と最も高く、「行ったことがある」は 29.1%となっている。

図表 博多じょうもんさん周船寺市場（西区周船寺）の認知度【行政区別】

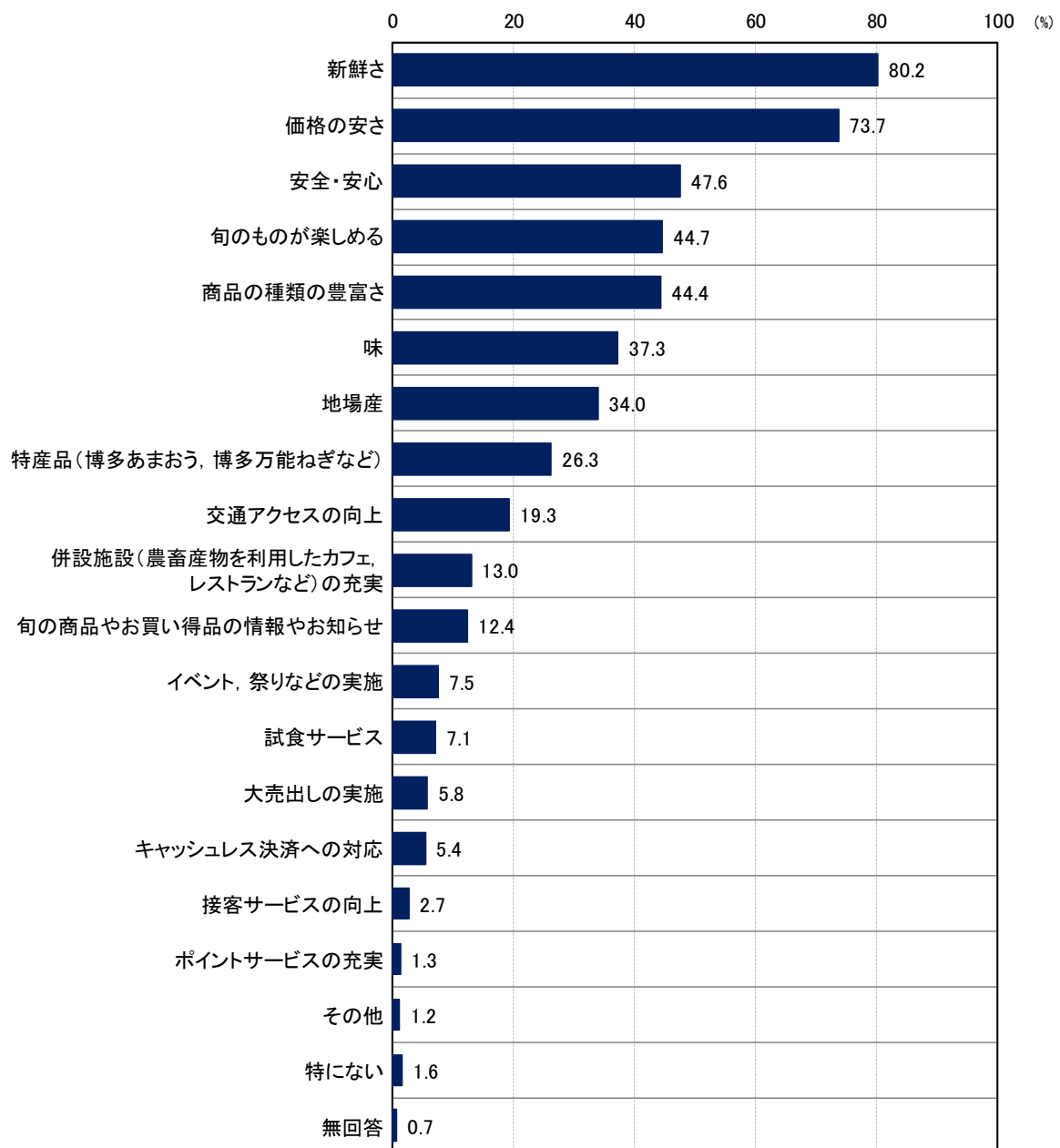
		単位：%					
	調査数	行ったことがある	知ったことがあるが、ない	知らない	無回答	『知っている』	
全体	2,410	7.3	11.1	73.6	8.0	18.4	
行政区別	東区	465	2.4	5.2	86.2	6.2	7.6
	博多区	338	3.3	5.9	84.6	6.2	9.2
	中央区	291	4.5	5.5	84.5	5.5	10.0
	南区	439	2.7	10.5	77.9	8.9	13.2
	城南区	188	3.7	13.8	76.1	6.4	17.5
	早良区	330	8.2	18.8	65.2	7.9	27.0
	西区	327	29.1	21.7	38.2	11.0	50.8

(9) 農畜産物の直売所に期待すること

**問 14** あなたが、農畜産物の直売所に期待することは何ですか。特にあてはまるものを**5つまで**選び、番号に○をつけてください。

農畜産物の直売所に期待することを聞いたところ、「新鮮さ」が80.2%と最も多く、次いで「価格の安さ」(73.7%)、「安全・安心」(47.6%)、「旬のものが楽しめる」(44.7%)、「商品の種類の豊富さ」(44.4%)となっている。

図表 農畜産物の直売所に期待すること【全体】※複数回答(5つまで)



■ 全体(N=2,410)

性別にみると、女性では「旬のものが楽しめる」（49.6％）の割合が男性（38.1％）に比べて11.5ポイント高くなっている。さらに、女性では「新鮮さ」（82.5％）の割合が男性（77.0％）に比べて5.5ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性30代・50代以上、女性70歳以上では「地場産」の割合が約4割となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。また、男女ともに18歳～29歳・30代では「特産品（博多あまおう、博多万能ねぎなど）」の割合が3割を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 農畜産物の直売所に期待すること【性・年代別】※複数回答（5つまで）

		調査数	新鮮さ	価格の安さ	安全・安心	旬のものが楽しめる	商品の種類の豊富さ	味	地場産	特産品（博多あまおう、博多万能ねぎなど）	交通アクセスの向上	併設施設（農畜産物を利したカフェ、レストランなど）の充実	旬の商品やお買い得品の情報やお知らせ	イベント、祭りなどの実施
全体		2,410	80.2	73.7	47.6	44.7	44.4	37.3	34.0	26.3	19.3	13.0	12.4	7.5
性・年代別	男性計	988	77.0	75.9	44.8	38.1	46.1	39.6	35.8	26.4	17.2	12.7	11.4	8.6
	18～29歳	108	71.3	72.2	45.4	31.5	50.0	45.4	21.3	32.4	21.3	13.9	5.6	8.3
	30代	125	71.2	74.4	36.8	43.2	42.4	43.2	38.4	32.8	19.2	14.4	3.2	8.0
	40代	176	79.0	79.0	44.9	35.8	38.1	46.0	29.0	27.3	15.3	18.8	7.4	10.8
	50代	170	77.6	74.1	42.4	38.2	49.4	40.6	41.2	24.1	17.1	10.6	9.4	12.9
	60代	171	82.5	78.4	52.6	42.1	42.1	37.4	39.2	24.0	15.2	8.2	15.8	7.6
	70歳以上	216	76.9	75.0	44.9	38.0	52.3	30.6	40.7	23.6	17.6	11.6	19.4	4.6
	女性計	1,395	82.5	72.4	49.5	49.6	43.6	35.9	32.8	26.3	20.8	13.3	13.0	6.5
	18～29歳	149	73.2	79.2	43.0	41.6	34.9	41.6	14.1	33.6	19.5	14.8	4.7	11.4
	30代	175	83.4	76.0	48.6	52.6	42.9	38.9	25.7	37.1	17.1	10.3	10.3	8.0
	40代	252	85.7	73.4	51.6	50.0	46.0	40.9	31.7	23.0	16.3	17.5	8.3	6.7
	50代	248	89.1	74.6	52.8	50.4	45.6	40.3	35.1	25.0	17.7	14.5	8.5	6.0
	60代	223	81.2	68.2	48.4	51.1	44.4	36.8	36.3	20.2	25.1	13.0	19.3	4.9
	70歳以上	327	80.1	67.6	49.8	49.2	44.3	25.4	42.5	25.1	26.9	10.4	21.4	4.9

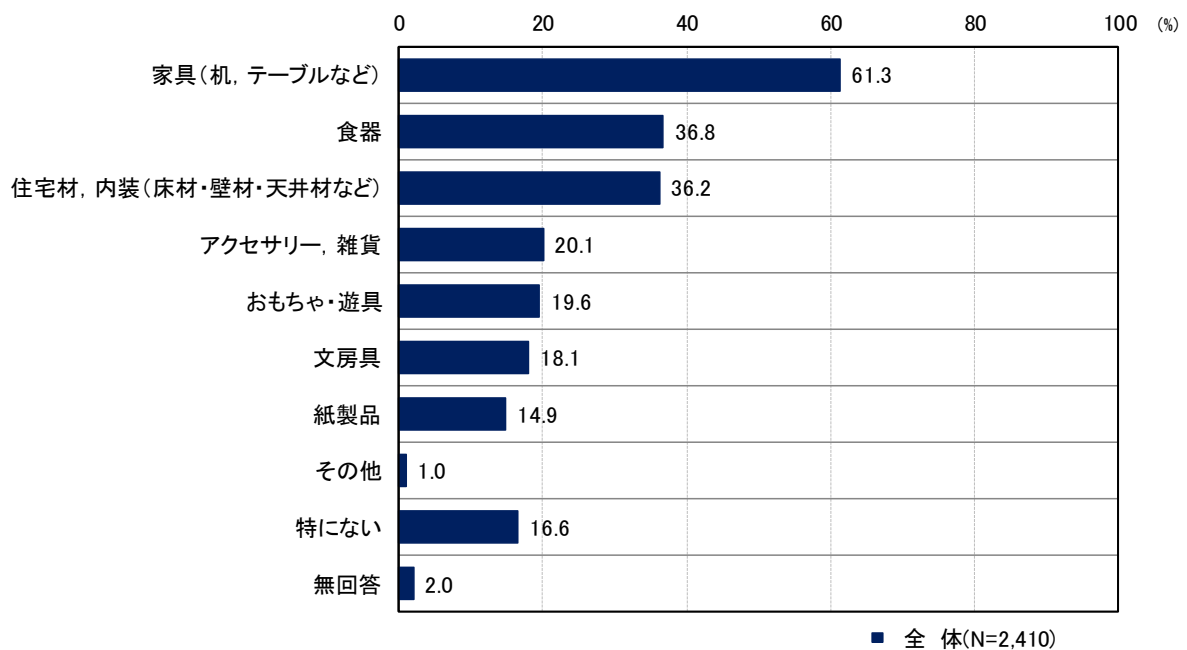
		調査数	試食サービス	大売出しの実施	キャッシュレス決済への対応	接客サービスの向上	ポイントサービスの充実	その他	特にない	無回答
全体		2,410	7.1	5.8	5.4	2.7	1.3	1.2	1.6	0.7
性・年代別	男性計	988	9.0	6.6	5.1	3.4	1.4	1.4	2.3	0.5
	18～29歳	108	11.1	8.3	9.3	3.7	3.7	0.9	4.6	-
	30代	125	10.4	6.4	7.2	1.6	0.8	-	2.4	-
	40代	176	8.5	8.0	8.0	3.4	1.7	2.3	2.3	-
	50代	170	12.9	7.1	5.3	1.2	0.6	1.8	1.2	1.8
	60代	171	6.4	5.8	1.8	6.4	1.2	1.8	1.8	-
	70歳以上	216	6.0	5.6	1.9	4.2	1.4	0.9	2.8	0.9
	女性計	1,395	5.8	5.2	5.7	2.0	1.1	1.1	1.1	0.6
	18～29歳	149	10.7	6.0	14.8	2.0	1.3	0.7	2.0	0.7
	30代	175	5.7	4.0	9.7	1.7	1.1	1.1	0.6	0.6
	40代	252	6.7	3.2	5.6	2.0	-	1.6	0.4	0.4
	50代	248	3.2	3.6	5.2	1.6	0.8	0.4	0.8	-
	60代	223	5.8	7.2	4.0	0.9	2.7	2.2	0.9	1.3
	70歳以上	327	4.9	6.4	1.5	3.1	1.2	0.6	1.8	0.9

(10) 地域産材の製品使用意向

**問 15** あなたは、地域産材（地域の森林から生産された木材）製品について、次のうちどのようなものを使用してみたいと思いますか。特にあてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

地域産材（地域の森林から生産された木材）製品について、どのようなものを使用してみたいかを聞いたところ、「家具（机，テーブルなど）」が61.3%と最も多く、次いで「食器」（36.8%）、「住宅材，内装（床材・壁材・天井材など）」（36.2%）となっている。

図表 地域産材の製品使用意向【全体】※複数回答（3つまで）



性別にみると、男性では「住宅材、内装（床材・壁材・天井材など）」（39.8％）の割合が女性（33.8％）に比べて6.0ポイント高くなっている。また、女性では「食器」（40.2％）の割合が男性（32.2％）に比べて8.0ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性18～29歳では「アクセサリ、雑貨」の割合が32.9％となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 地域産材の製品使用意向【性・年代別】※複数回答（3つまで）

		単位：%										
調査数		家具（机、テーブルなど）	食器	住宅材、内装（床材・壁材・天井材など）	アクセサリ、雑貨	おもちゃ・遊具	文房具	紙製品	その他	特にない	無回答	
全体	2,410	61.3	36.8	36.2	20.1	19.6	18.1	14.9	1.0	16.6	2.0	
性・年代別	男性計	988	60.8	32.2	39.8	18.6	18.0	16.7	11.1	1.4	20.4	1.7
	18～29歳	108	66.7	31.5	41.7	22.2	13.9	18.5	10.2	1.9	17.6	0.9
	30代	125	64.8	36.0	35.2	16.8	28.0	20.0	11.2	1.6	14.4	0.8
	40代	176	63.1	40.3	37.5	17.0	21.6	21.6	9.7	0.6	14.8	0.6
	50代	170	65.9	35.3	38.8	20.6	11.2	15.9	12.9	1.8	19.4	1.2
	60代	171	52.6	28.7	39.8	19.9	18.1	16.4	12.9	2.3	22.8	1.8
	70歳以上	216	56.5	25.9	44.0	17.1	13.9	10.2	10.6	0.9	28.7	4.2
	女性計	1,395	61.8	40.2	33.8	21.5	20.8	19.1	17.4	0.7	14.1	1.8
	18～29歳	149	63.1	49.0	24.2	32.9	19.5	22.8	10.1	-	10.1	-
	30代	175	62.3	47.4	26.9	16.6	36.0	21.1	14.3	0.6	9.1	0.6
	40代	252	68.7	43.3	32.9	20.6	19.0	21.0	17.9	2.0	9.9	0.8
	50代	248	66.5	41.1	35.5	28.2	16.5	21.0	13.7	0.4	13.3	-
	60代	223	63.2	35.4	41.3	18.4	21.5	18.8	20.6	0.4	17.0	0.4
70歳以上	327	51.7	33.0	35.8	16.5	16.2	14.7	22.9	0.6	20.8	6.4	



同居家族別にみると、未就学児同居世帯では「おもちゃ・遊具」の割合が52.7%となっており、他の項目と比べて高くなっている。

図表 地域産材の製品使用意向【同居家族別】※複数回答（3つまで）

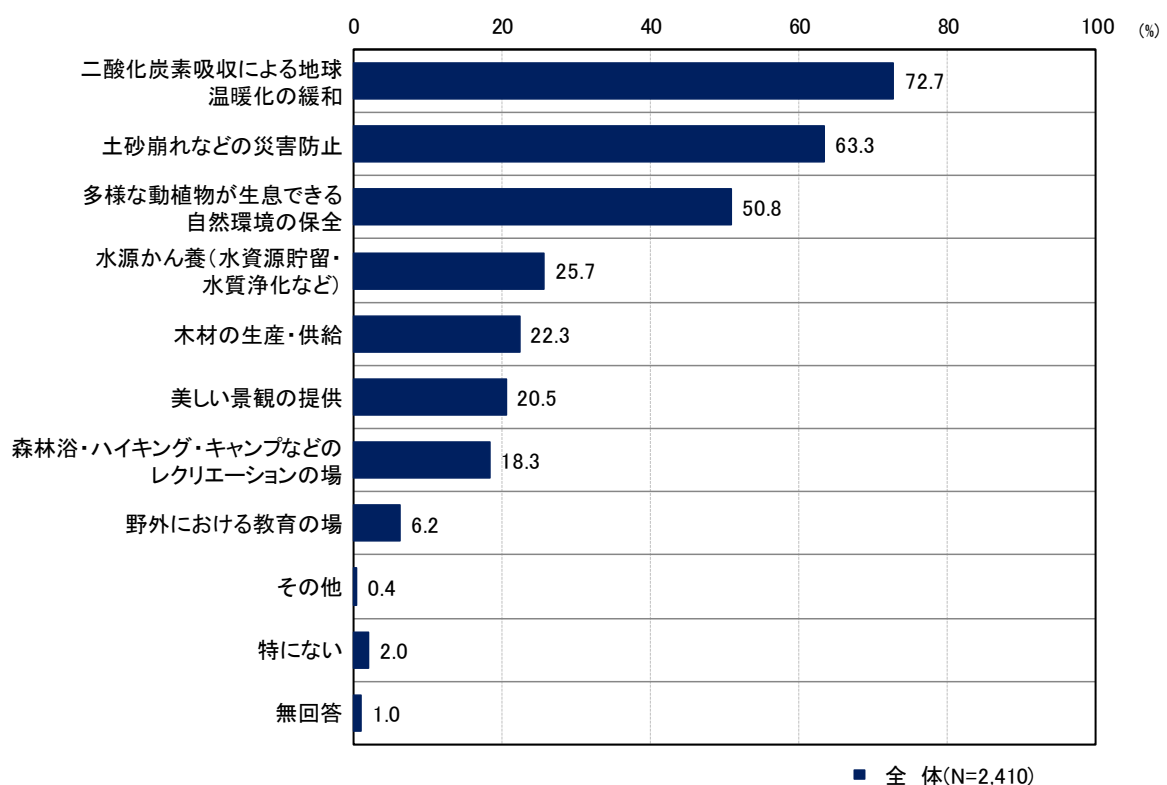
		単位：%										
		調査数	家具（机、テーブルなど）	食器	住宅材、内装（床材・壁材・天井材など）	アクセサリー、雑貨	おもちゃ・遊具	文房具	紙製品	その他	特になし	無回答
全 体		2,410	61.3	36.8	36.2	20.1	19.6	18.1	14.9	1.0	16.6	2.0
同居家族別	未就学児	237	64.6	40.1	33.8	11.4	52.7	16.9	11.4	0.8	8.4	0.8
	小学生	225	62.7	41.8	38.7	16.4	31.1	22.2	12.9	1.3	10.7	1.3
	中学生	138	68.8	38.4	34.8	19.6	20.3	17.4	11.6	-	13.8	0.7
	高校生	145	67.6	44.8	37.9	22.1	17.2	17.2	9.0	2.1	14.5	-
	専門学校生・短大・高専生	41	70.7	41.5	39.0	29.3	12.2	7.3	26.8	4.9	4.9	-
	大学・大学院生	179	71.5	38.5	34.1	24.0	15.1	22.9	12.8	0.6	11.7	-
	65歳以上75歳未満の人	550	56.9	33.8	37.3	19.5	19.1	15.8	17.3	0.7	20.9	1.6
	75歳以上の人	405	57.0	30.9	43.7	18.8	14.8	16.8	19.5	0.7	17.5	4.7
	上記以外の人	1,501	64.2	39.3	35.1	20.7	20.9	20.1	13.1	0.9	14.8	0.9

(11) 森林が持つ重要な役割

**問 16** あなたは、森林が持つ重要な役割はどのようなことだと思いますか。特にあてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

森林が持つ重要な役割を聞いたところ、「二酸化炭素吸収による地球温暖化の緩和」が 72.7%と最も多く、次いで「土砂崩れなどの災害防止」(63.3%)、「多様な動植物が生息できる自然環境の保全」(50.8%)となっている。

図表 森林が持つ重要な役割【全体】※複数回答(3つまで)



性別にみると、男性では「水源かん養（水資源貯留・水質浄化など）」（30.9％）の割合が女性（22.2％）に比べて8.7ポイント高くなっている。また、女性では「多様な動植物が生息できる自然環境の保全」（53.8％）の割合が男性（47.4％）に比べて6.4ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18～29歳・30代、女性18～29歳では「美しい景観の提供」が約3割となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 森林が持つ重要な役割【性・年代別】※複数回答（3つまで）

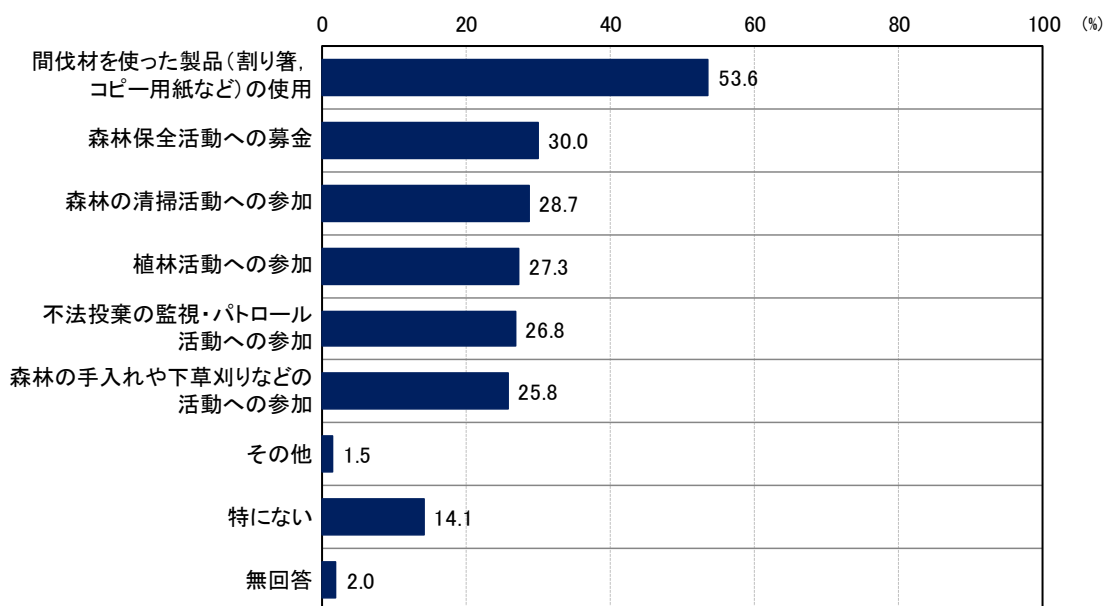
		単位：％											
		調査数	二酸化炭素吸収による地球温暖化の緩和	土砂崩れなどの災害防止	多様な動植物が生息できる自然環境の保全	水源かん養（水資源貯留・水質浄化など）	木材の生産・供給	美しい景観の提供	森林浴・ハイキング・キャンプなどのレクリエーションの場	野外における教育の場	その他	特にない	無回答
全体		2,410	72.7	63.3	50.8	25.7	22.3	20.5	18.3	6.2	0.4	2.0	1.0
性・年代別	男性計	988	68.3	61.9	47.4	30.9	25.5	23.4	19.9	6.0	0.8	1.7	0.6
	18～29歳	108	63.9	54.6	44.4	20.4	36.1	32.4	20.4	6.5	1.9	4.6	-
	30代	125	60.0	55.2	51.2	21.6	26.4	32.0	26.4	9.6	-	1.6	-
	40代	176	68.2	64.8	48.3	25.0	26.7	24.4	20.5	6.3	0.6	-	0.6
	50代	170	71.8	70.6	44.7	32.9	19.4	22.4	17.6	7.6	-	2.4	-
	60代	171	70.8	59.6	52.0	33.3	24.0	18.7	19.3	3.5	1.8	1.2	1.8
	70歳以上	216	71.8	62.5	45.4	43.5	24.5	17.1	16.7	4.2	0.9	1.4	0.9
	女性計	1,395	75.9	64.2	53.8	22.2	19.9	18.6	17.3	6.3	0.1	2.3	1.1
	18～29歳	149	76.5	47.7	55.7	12.1	21.5	29.5	20.1	6.7	0.7	2.0	0.7
	30代	175	69.1	58.9	60.6	20.0	16.6	22.9	19.4	12.6	-	0.6	-
	40代	252	78.6	68.3	57.5	16.3	23.0	17.1	15.1	8.3	-	0.8	0.4
50代	248	80.6	68.1	49.2	27.0	20.6	16.9	19.0	2.4	-	0.8	0.4	
60代	223	78.5	66.8	57.4	22.4	18.8	14.8	16.6	5.8	-	3.6	0.4	
70歳以上	327	73.1	66.7	45.9	28.1	19.0	16.2	15.9	4.3	-	4.9	3.4	

(12) 森林を守っていくためにしたいと思うこと

**問17** あなたは、福岡市にある森林を守っていくために、どのようなことをしたいと思いますか。特にあてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

福岡市にある森林を守っていくためにしたいと思うことを聞いたところ、「間伐材を使った製品(割り箸, コピー用紙など)の使用」が53.6%と最も多く、次いで「森林保全活動への募金」(30.0%)となっている。

図表 森林を守っていくためにしたいと思うこと【全体】※複数回答(3つまで)



■ 全体(N=2,410)

性別にみると、男性では「不法投棄の監視・パトロール活動への参加」(33.1%)の割合が女性(22.2%)よりも10.9ポイント高くなっている。また、女性では「間伐材を使った製品(割り箸、コピー用紙など)の使用」(57.2%)の割合が男性(48.9%)よりも8.3ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性30代では「森林保全活動への募金」の割合が40.6%となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 森林を守っていくためにしたいと思うこと【性・年代別】※複数回答(3つまで)

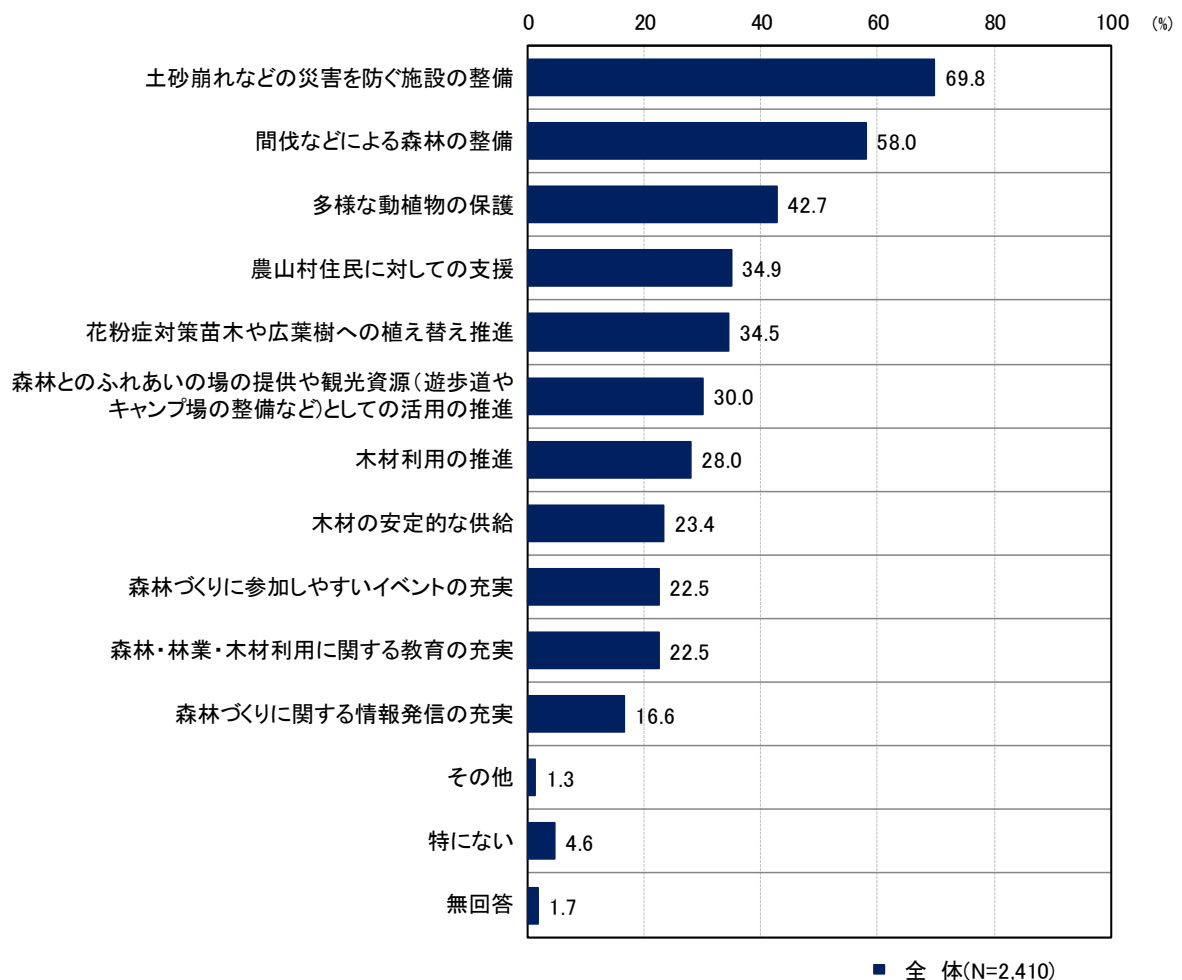
		調査数	間伐材を使った製品(割り箸、コピー用紙など)の使用	森林保全活動への募金	森林の清掃活動への参加	植林活動への参加	不法投棄の監視・パトロール活動への参加	森林の手入れや下草刈りなどの活動への参加	その他	特にない	無回答
		単位:%									
全体		2,410	53.6	30.0	28.7	27.3	26.8	25.8	1.5	14.1	2.0
性・年代別	男性計	988	48.9	26.1	28.9	28.9	33.1	28.9	1.7	16.2	1.2
	18~29歳	108	38.0	31.5	30.6	33.3	33.3	30.6	0.9	18.5	0.9
	30代	125	45.6	30.4	29.6	37.6	29.6	24.0	1.6	15.2	-
	40代	176	58.5	29.5	34.7	33.5	25.0	22.2	-	11.4	-
	50代	170	48.8	25.9	34.1	24.7	28.2	30.6	2.4	15.3	1.2
	60代	171	52.0	23.4	21.6	24.6	33.9	29.8	2.3	17.0	2.3
	70歳以上	216	45.4	21.8	24.5	25.5	44.0	33.8	2.8	19.9	1.9
	女性計	1,395	57.2	32.9	28.4	26.5	22.2	23.4	1.4	12.8	2.2
	18~29歳	149	49.7	27.5	31.5	28.2	21.5	25.5	0.7	14.8	0.7
	30代	175	57.1	40.6	30.9	33.7	15.4	15.4	1.1	10.9	0.6
	40代	252	58.7	29.8	31.0	30.2	16.3	21.0	2.0	11.9	0.8
	50代	248	60.5	35.5	33.5	26.6	18.1	23.4	0.8	11.3	0.4
60代	223	62.8	31.4	27.8	24.7	24.7	30.9	-	13.0	1.8	
70歳以上	327	53.2	33.0	20.8	19.9	32.7	23.2	2.8	13.8	6.4	

(13) 今後重点的に取り組むべき森林・林業施策

**問 18** 福岡市が、今後重点的に取り組むべき森林・林業施策はどのようなことだと思いますか。特にあてはまるものを**5つまで**選び、番号に○をつけてください。

福岡市が、今後重点的に取り組むべき森林・林業施策を聞いたところ、「土砂崩れなどの災害を防ぐ施設の整備」が 69.8%と最も多く、次いで「間伐などによる森林の整備」(58.0%)、「多様な動植物の保護」(42.7%)となっている。

図表 今後重点的に取り組むべき森林・林業施策【全体】※複数回答(5つまで)



性別にみると、男性では「木材利用の推進」（32.5%）の割合が女性（24.9%）に比べて7.6ポイント高くなっている。さらに、男性では「間伐などによる森林の整備」（62.1%）の割合が女性（55.3%）に比べて6.8ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性60代・70歳以上では「間伐などによる森林の整備」の割合が7割を超え、女性60代・70歳以上では6割を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 今後重点的に取り組むべき森林・林業施策【性・年代別】※複数回答（5つまで）

		単位：%														
		調査数	土砂崩れなどの災害を防ぐ施設の整備	間伐などによる森林の整備	多様な動植物の保護	農山村住民に対するの支援	花粉症対策苗木や広葉樹への植え替え推進	森林とのふれあいの場の提供や観光資源（遊歩道やキャンプ場の整備など）としての活用	木材利用の推進	木材の安定的な供給	森林づくりに参加しやすいイベントの充実	森林・林業・木材利用に関する教育の充実	森林づくりに関する情報発信の充実	その他	特にない	無回答
全体		2,410	69.8	58.0	42.7	34.9	34.5	30.0	28.0	23.4	22.5	22.5	16.6	1.3	4.6	1.7
性・年代別	男性計	988	68.1	62.1	43.1	35.2	31.9	32.3	32.5	25.7	23.3	21.2	17.8	2.0	4.5	1.0
	18～29歳	108	52.8	51.9	44.4	38.9	28.7	32.4	17.6	31.5	35.2	24.1	16.7	2.8	5.6	1.9
	30代	125	56.0	50.4	49.6	36.8	38.4	33.6	26.4	20.0	24.0	30.4	17.6	1.6	4.0	0.8
	40代	176	69.9	56.3	40.9	33.5	31.3	36.9	30.1	29.5	30.7	24.4	18.8	1.7	2.3	-
	50代	170	73.5	61.2	34.1	38.2	28.2	27.6	33.5	24.7	22.9	14.7	17.6	4.7	4.7	0.6
	60代	171	74.3	70.2	43.9	38.0	32.2	30.4	34.5	21.1	17.0	15.8	20.5	1.8	3.5	1.8
	70歳以上	216	74.1	73.1	47.2	31.0	32.4	32.4	40.3	28.2	16.2	21.3	16.7	0.5	6.0	1.4
	女性計	1,395	71.1	55.3	42.4	34.8	36.6	28.7	24.9	21.4	21.9	23.6	15.9	0.8	4.7	1.9
	18～29歳	149	56.4	32.2	45.6	27.5	30.9	30.9	15.4	22.8	25.5	28.9	17.4	-	8.1	0.7
	30代	175	69.1	45.1	45.7	43.4	26.9	28.6	16.0	19.4	29.1	32.6	15.4	1.1	3.4	2.3
	40代	252	70.6	50.0	42.1	36.9	37.7	26.2	23.0	20.2	27.4	29.0	18.7	1.6	2.0	0.4
	50代	248	78.6	58.9	43.1	34.3	35.9	29.0	25.8	22.2	19.8	22.2	15.3	1.2	3.6	0.8
	60代	223	71.7	65.5	45.7	35.0	40.4	31.4	31.8	20.2	17.0	19.7	20.6	0.4	5.8	0.9
70歳以上	327	73.1	64.5	37.0	32.1	42.5	27.5	30.3	22.0	16.5	16.5	11.0	0.3	6.4	5.2	

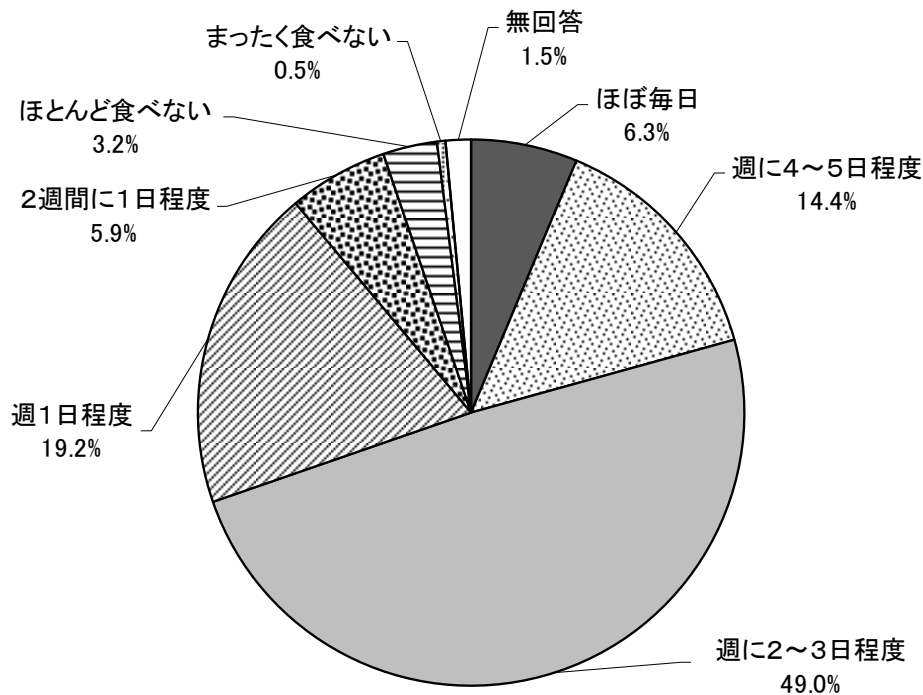
(14) 魚介類を使った料理を食べる頻度

**問 19** あなたが、魚介類\*を使った料理を食べる頻度はどれくらいですか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

魚介類を使った料理を食べる頻度を聞いたところ、「週に2～3日程度」が49.0%と最も多く、次いで「週1日程度」(19.2%)、「週に4～5日程度」(14.4%)となっている。

また、『週4日以上』(=「ほぼ毎日」+「週に4～5日程度」)の割合は20.7%、『2週間に1日以上～週4日未満』(=「週に2～3日程度」+「週1日程度」+「2週間に1日程度」)は74.1%、『食べない』(=「ほとんど食べない」+「まったく食べない」)は3.7%となっている。

図表 魚介類を使った料理を食べる頻度【全体】



全体(N=2,410)

『週4日以上』	20.7%
『2週間に1日以上～週4日未満』	74.1%
『食べない』	3.7%

※ ここでいう魚介類とは、魚類、貝類、タコ・イカ類、エビ・カニ類などのことで、干物、ねり製品などの加工品を含みます。



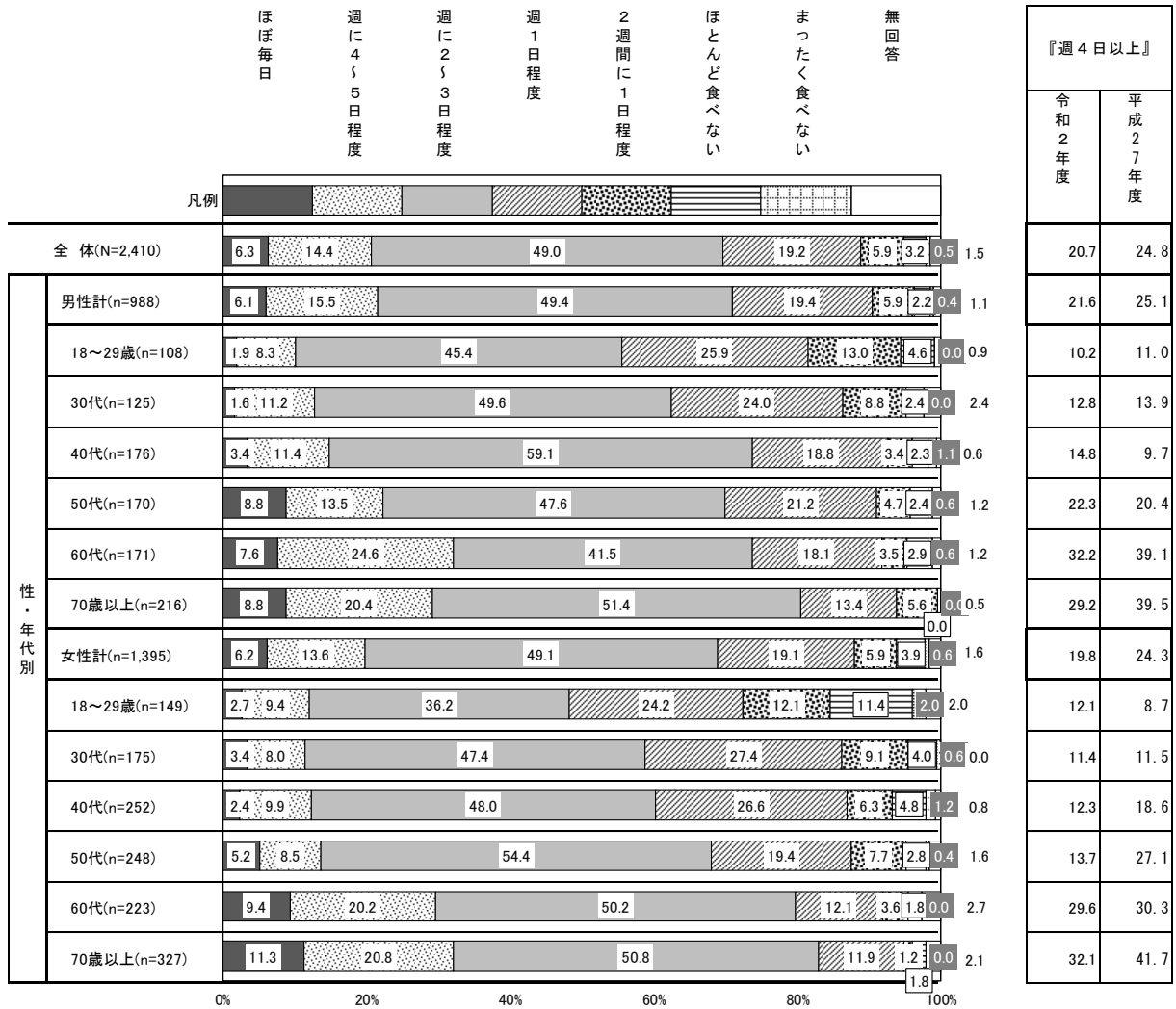
性別にみると、大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、男女とも概ね年代が上がるほど『週4日以上』の割合が高くなっている。

平成27年度と比較すると、男性70歳以上、女性50代・70歳以上で『週4日以上』が約10ポイント低下している。

図表 魚介類を使った料理を食べる頻度

【性・年代別、参考：過去の調査結果との一部比較】



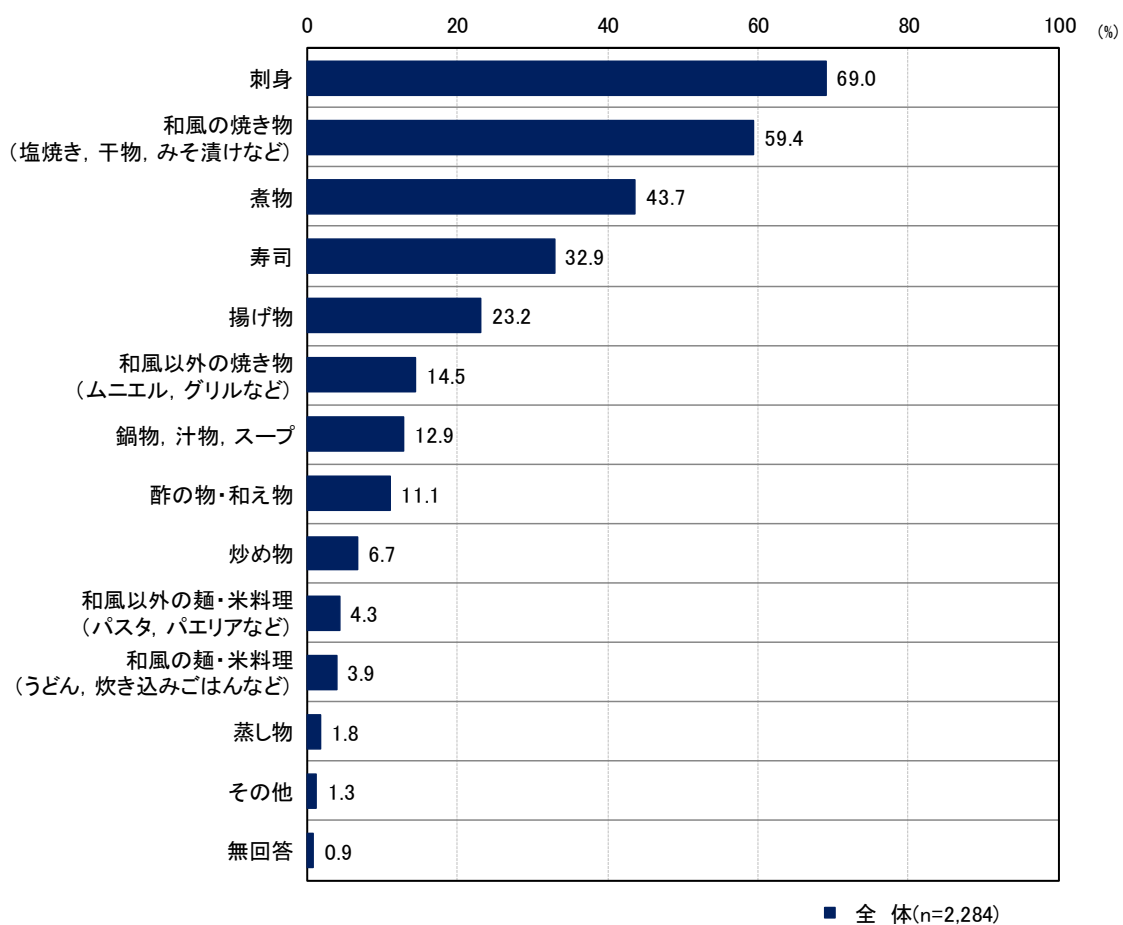
(15) 普段食べている魚介料理

問 19-1 《 問 19 で「1」～「5」と回答した方におたずねします。》

普段、どのような魚介料理を食べることが多いですか。特にあてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

普段、どのような魚介料理を食べるかを聞いたところ、「刺身」が 69.0%と最も多く、次いで「和風の焼き物（塩焼き、干物、みそ漬けなど）」(59.4%)、「煮物」(43.7%)、「寿司」(32.9%)となっている。

図表 普段食べている魚介料理【全体】※複数回答（3つまで）



性別にみると、女性では「和風以外の焼き物（ムニエル、グリルなど）」（18.8%）の割合が男性（9.0%）に比べて9.8ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18～29歳・40代、女性18歳～29歳・30代では「寿司」の割合が4割を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 普段食べている魚介料理【性・年代別】※複数回答（3つまで）

		単位：%														
調査数		刺身	和風の焼き物（塩焼き、干物、みそ漬けなど）	煮物	寿司	揚げ物	和風以外の焼き物（ムニエル、グリルなど）	鍋物、汁物、スープ	酢の物・和え物	炒め物	和風以外の麺・米料理（パスタ、パエリアなど）	和風の麺・米料理（うどん、炊き込みごはんなど）	蒸し物	その他	無回答	
全体	2,284	69.0	59.4	43.7	32.9	23.2	14.5	12.9	11.1	6.7	4.3	3.9	1.8	1.3	0.9	
性・年代別	男性計	951	71.8	55.5	46.1	33.9	23.8	9.0	14.4	9.3	6.9	2.9	5.8	1.4	1.1	0.9
	18～29歳	102	68.6	50.0	36.3	41.2	17.6	12.7	16.7	6.9	6.9	3.9	2.9	2.0	-	1.0
	30代	119	72.3	59.7	29.4	37.8	21.8	14.3	16.0	4.2	9.2	5.9	2.5	2.5	0.8	-
	40代	169	74.0	60.4	30.2	43.8	22.5	11.8	13.0	5.9	7.7	2.4	4.7	1.2	1.2	0.6
	50代	163	71.8	56.4	41.7	33.1	27.0	7.4	10.4	9.2	11.0	3.7	5.5	-	2.5	1.2
	60代	163	81.0	56.4	52.8	35.6	20.9	4.9	11.7	12.9	4.9	3.1	10.4	0.6	0.6	-
	70歳以上	215	66.0	48.8	70.7	21.4	28.4	6.5	18.6	12.6	3.3	0.5	6.0	2.3	0.9	2.3
	女性計	1,311	67.0	62.3	41.6	32.3	22.8	18.8	11.5	12.6	6.3	5.3	2.4	2.1	1.4	0.8
	18～29歳	126	65.9	47.6	27.0	42.9	19.0	25.4	10.3	6.3	9.5	7.9	0.8	0.8	-	2.4
	30代	167	67.7	64.1	32.9	41.9	22.8	18.6	8.4	7.8	6.0	6.0	1.8	4.2	0.6	-
	40代	235	66.4	66.4	26.8	37.9	20.9	25.1	10.6	11.1	8.1	8.9	2.1	2.1	2.1	0.4
	50代	236	70.8	66.5	36.9	33.1	22.0	21.2	9.3	8.1	7.2	4.7	1.7	1.3	3.0	0.4
60代	213	71.4	58.7	51.6	28.2	24.4	20.7	9.4	13.6	5.6	3.3	2.3	2.3	2.3	0.9	
70歳以上	314	61.8	61.8	60.5	21.0	25.8	8.6	18.2	21.7	3.8	2.5	4.5	1.3	0.3	1.3	

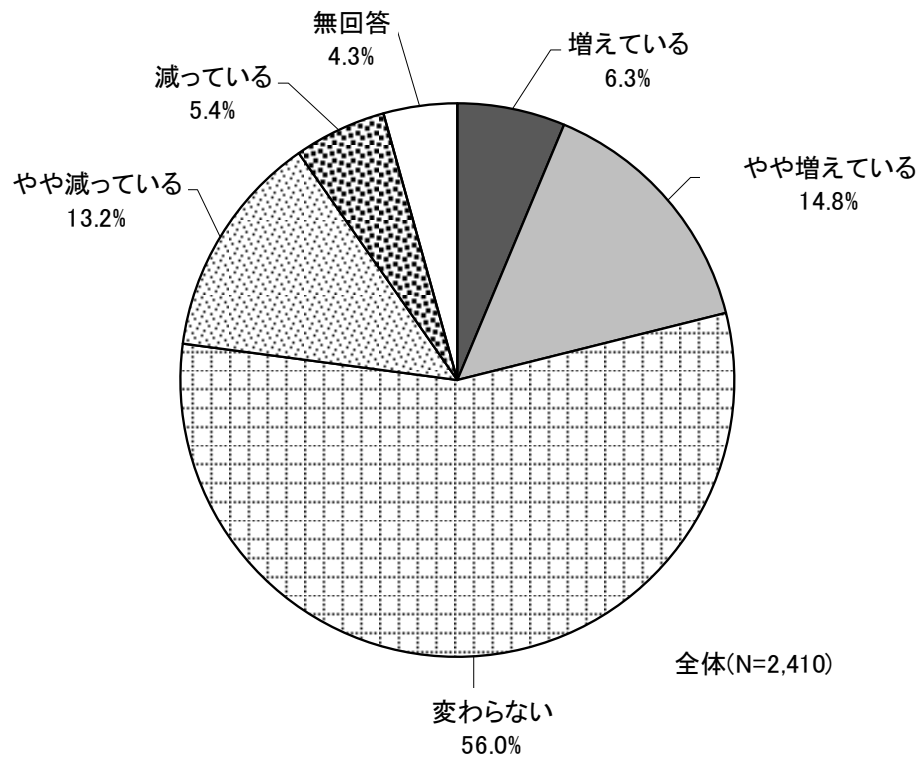
(16) 3年前と比べた魚介類の購入量の変化

問 20 あなたのご家庭では、**3年前と比べて**、魚介類の購入量に変化はありますか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

3年前と比べた魚介類の購入量の変化を聞いたところ、「変わらない」が 56.0%と最も多く、次いで「やや増えている」(14.8%)となっている。

また、『増えている』(=「増えている」+「やや増えている」)の割合は21.1%となっている。一方、『減っている』(=「減っている」+「やや減っている」)の割合は18.6%となっている。

図表 3年前と比べた魚介類の購入量の変化【全体】

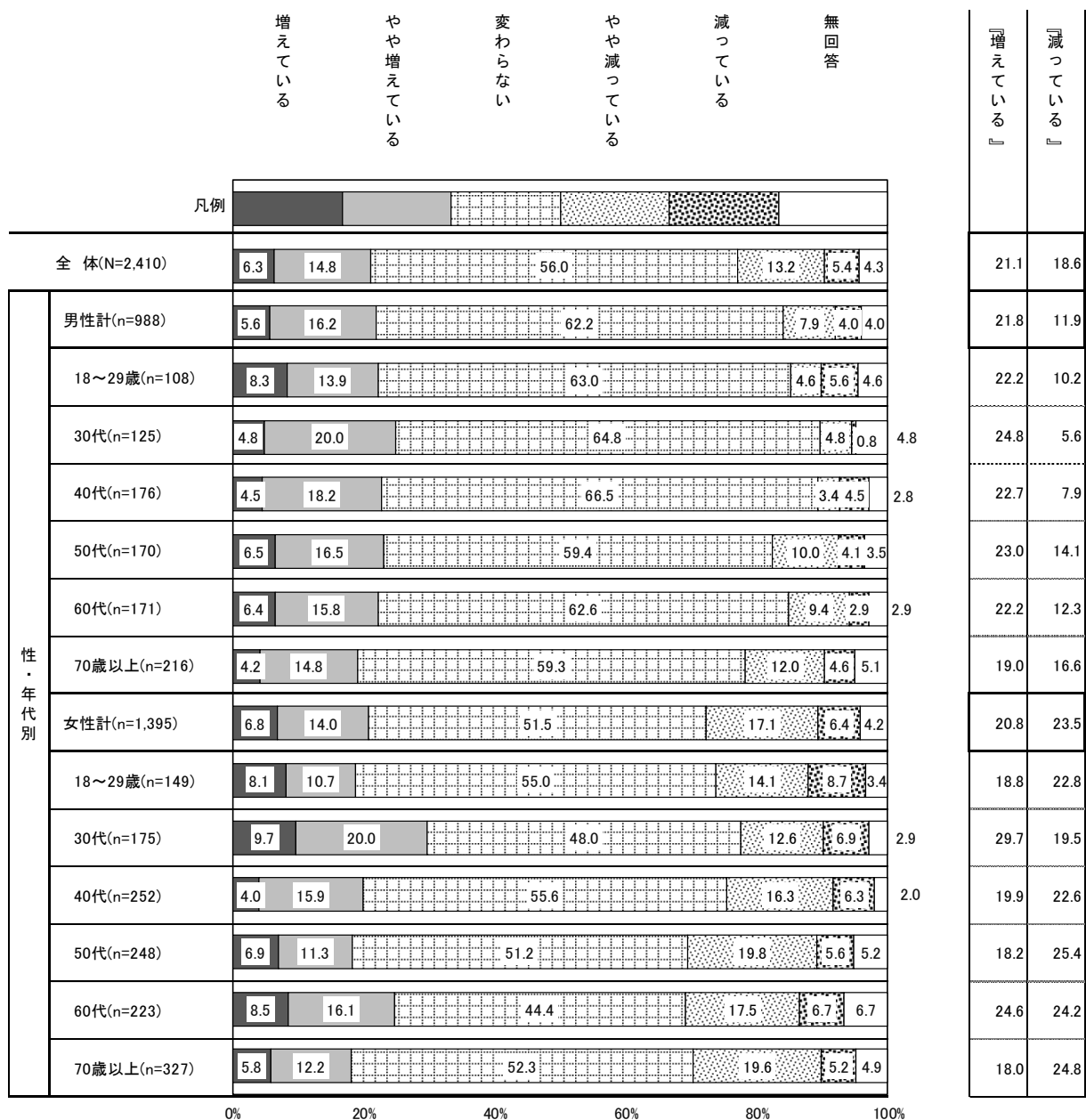


『増えている』	21.1%
『減っている』	18.6%

性別にみると、女性では『減っている』(23.5%)の割合が男性(11.9%)よりも11.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性ではすべての年代で『増えている』の割合が『減っている』の割合を上回っているが、女性では30代・60代に限られている。

図表 3年前と比べた魚介類の購入量の変化【性・年代別】



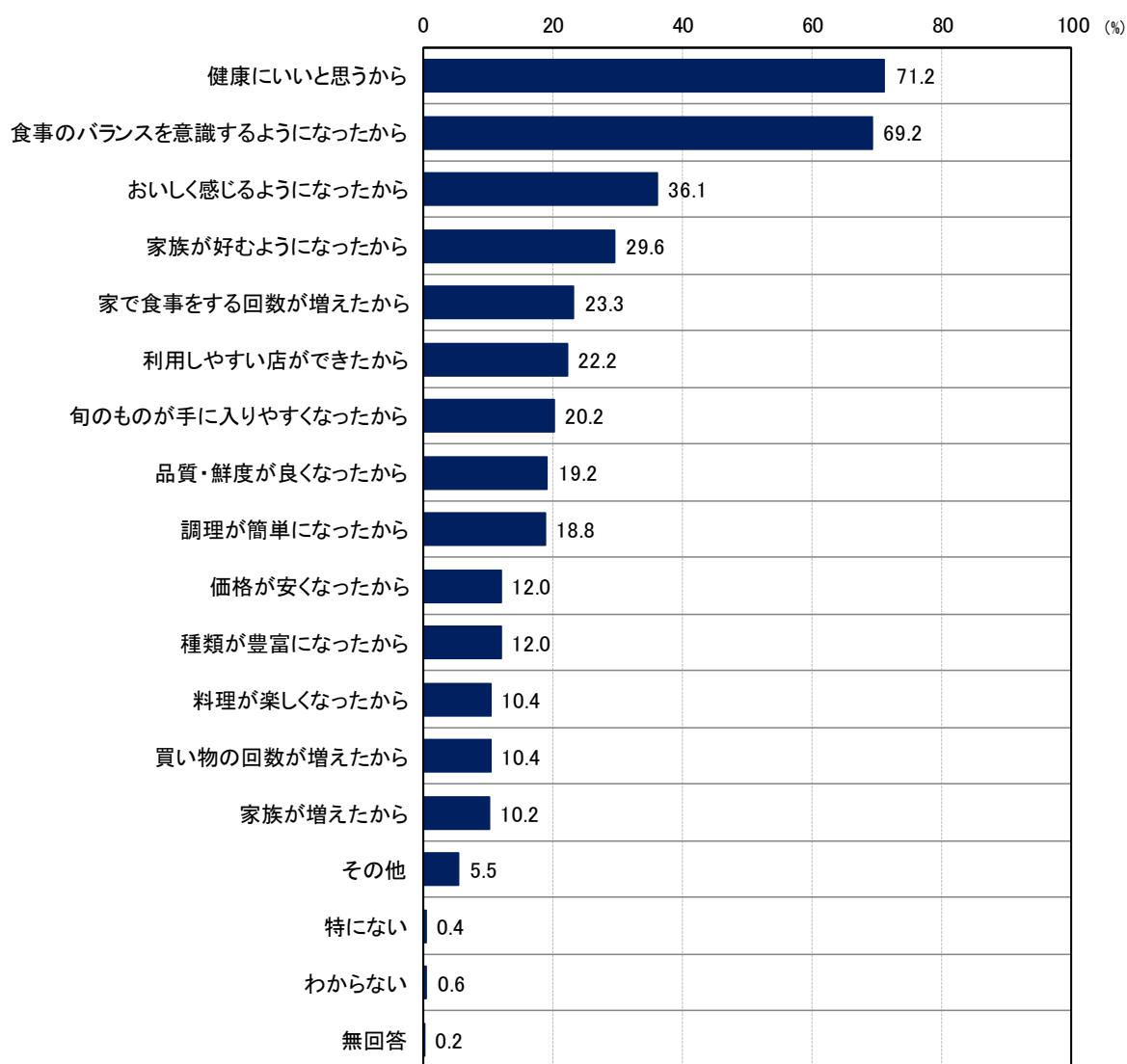
(17) 購入量が増えている理由

問 20-1 《 問 20 で「1」「2」と回答した方におたずねします。》

購入量が増えている理由は何ですか。あてはまるものを**すべて**選び、番号に○をつけてください。

魚介類の購入量が増えている理由を聞いたところ、「健康にいいと思うから」(71.2%)と最も多く、次いで「食事のバランスを意識するようになったから」(69.2%)となっている。

図表 購入量が増えている理由【全体】※複数回答(すべて)



■ 全体(n=510)

性別にみると、男性では「価格が安くなったから」(15.8%)の割合が女性(9.0%)よりも6.8ポイント高くなっている。また、女性では「食事のバランスを意識するようになったから」(77.2%)の割合が男性(58.6%)よりも18.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性18～29歳では「おいしく感じるようになったから」の割合が53.6%となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 購入量が増えている理由【性・年代別】※複数回答(すべて)

		調査数	健康にいいと思うから	食事のバランスを考えたから	おいしく感じるようになったから	家族が好むようになったから	家で食事をする回数が増えたから	利用しやすい店ができ	旬のものが手に入りやすくなったから	品質・鮮度が良くなったから	調理が簡単になったから	価格が安くなったから	種類が豊富になったから	料理が楽しくなったから
全体		510	71.2	69.2	36.1	29.6	23.3	22.2	20.2	19.2	18.8	12.0	12.0	10.4
性・年代別	男性計	215	72.1	58.6	36.3	25.1	25.6	21.9	22.8	16.7	14.4	15.8	12.6	9.3
	18～29歳	24	58.3	41.7	41.7	25.0	8.3	20.8	8.3	16.7	12.5	25.0	16.7	20.8
	30代	31	58.1	51.6	32.3	32.3	48.4	19.4	19.4	9.7	9.7	9.7	6.5	12.9
	40代	40	62.5	45.0	40.0	22.5	30.0	30.0	15.0	10.0	10.0	10.0	2.5	10.0
	50代	39	76.9	61.5	33.3	30.8	15.4	15.4	25.6	10.3	12.8	12.8	10.3	7.7
	60代	38	76.3	65.8	42.1	31.6	18.4	26.3	18.4	23.7	21.1	18.4	10.5	5.3
	70歳以上	41	92.7	75.6	26.8	9.8	29.3	19.5	43.9	26.8	19.5	19.5	26.8	4.9
	女性計	290	70.7	77.2	36.2	33.4	22.1	22.4	17.9	21.0	22.1	9.0	11.7	11.0
	18～29歳	28	57.1	71.4	53.6	10.7	28.6	10.7	10.7	7.1	17.9	7.1	3.6	28.6
	30代	52	67.3	82.7	28.8	28.8	30.8	15.4	15.4	11.5	23.1	7.7	5.8	9.6
	40代	50	58.0	68.0	30.0	54.0	24.0	32.0	16.0	16.0	24.0	8.0	8.0	20.0
	50代	45	64.4	71.1	37.8	46.7	15.6	26.7	17.8	24.4	15.6	13.3	13.3	2.2
	60代	55	83.6	80.0	40.0	32.7	16.4	27.3	23.6	29.1	23.6	12.7	12.7	1.8
70歳以上	59	83.1	84.7	33.9	22.0	20.3	18.6	20.3	28.8	25.4	5.1	22.0	11.9	

		調査数	か 買 い 物 の 回 数 が 増 え た	家 族 が 増 え た か ら	そ の 他	特 に な い	わ か ら な い	無 回 答
全体		510	10.4	10.2	5.5	0.4	0.6	0.2
性・年代別	男性計	215	10.2	7.4	6.5	0.5	1.4	0.5
	18～29歳	24	12.5	8.3	8.3	-	8.3	-
	30代	31	12.9	32.3	3.2	-	3.2	-
	40代	40	5.0	5.0	20.0	2.5	-	-
	50代	39	10.3	-	5.1	-	-	-
	60代	38	15.8	2.6	2.6	-	-	2.6
	70歳以上	41	7.3	-	-	-	-	-
	女性計	290	10.3	12.4	4.8	-	-	-
	18～29歳	28	21.4	10.7	7.1	-	-	-
	30代	52	1.9	40.4	9.6	-	-	-
	40代	50	12.0	12.0	4.0	-	-	-
	50代	45	15.6	6.7	4.4	-	-	-
	60代	55	5.5	1.8	5.5	-	-	-
70歳以上	59	11.9	1.7	-	-	-	-	

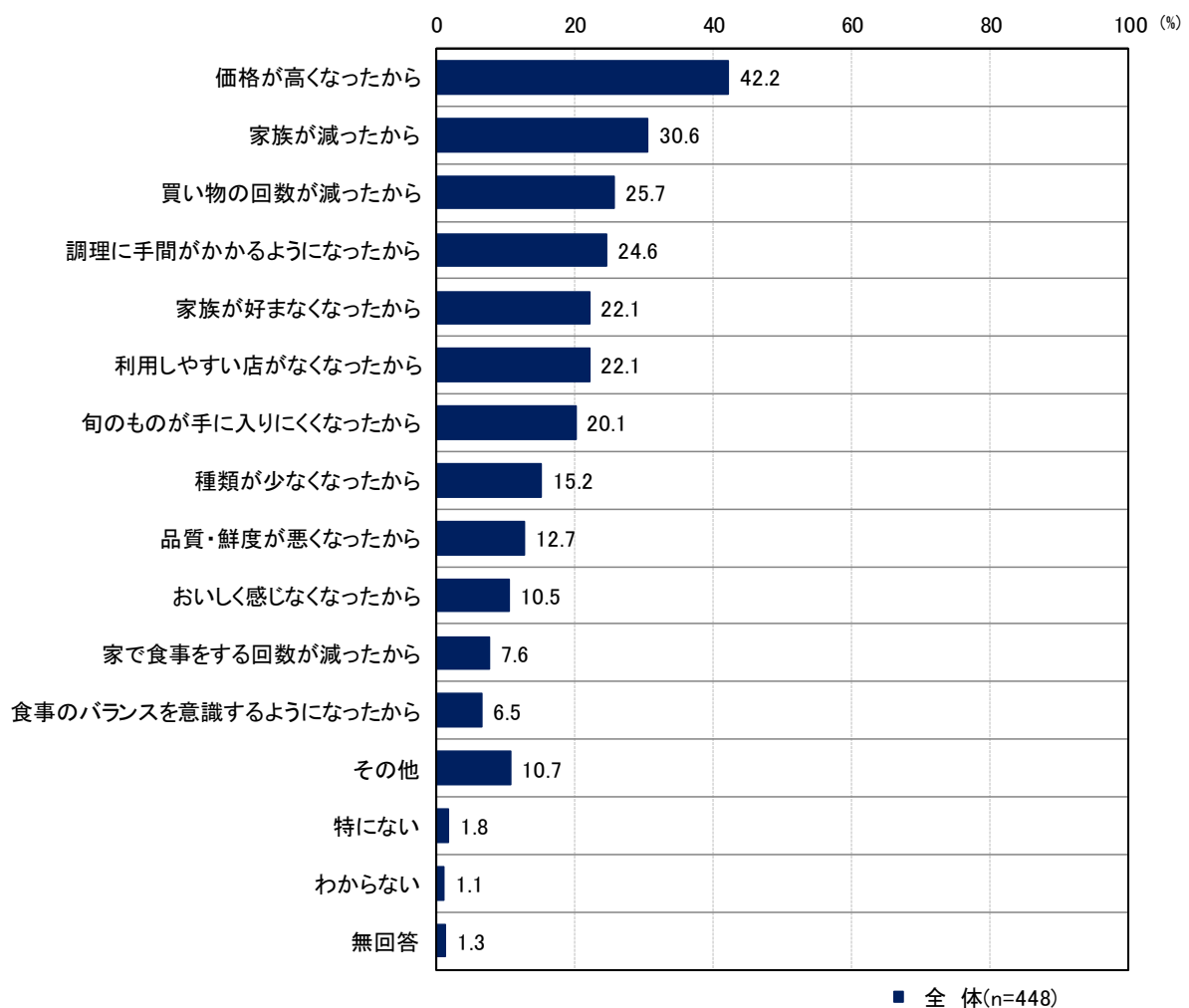
(18) 購入量が減っている理由

問 20-2 《 問 20 で「4」「5」と回答した方におたずねします。》

購入量が減っている理由は何ですか。あてはまるものを**すべて**選び、番号に○をつけてください。

魚介類の購入量が減っている理由を聞いたところ、「価格が高くなったから」が 42.2%と最も多く、次いで「家族が減ったから」(30.6%)、「買い物の回数が減ったから」(25.7%)、「調理に手間がかかるようになったから」(24.6%) となっている。

図表 購入量が減っている理由【全体】※複数回答(すべて)





性別にみると、男性では「食事のバランスを意識するようになったから」(11.0%)の割合が女性(4.9%)よりも6.1ポイント高くなっている。また、女性では「家族が減ったから」(34.3%)の割合が男性(21.2%)よりも13.1ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性40代では「家族が好まなくなった」の割合が35.1%となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 購入量が減っている理由【性・年代別】※複数回答(すべて)

		単位:%														
		調査数	価格が高くなったから	家族が減ったから	か買物の回数が減った	う理に手間がかかるよ	から家族が好まなくなった	な利用しやすい店がなく	くのものが入りに	旬のものが手に入りに	ら種類が少なくなったか	た品質・鮮度が悪くなった	たおいしく感じなくなつ	減ったから	家で食事をする回数	す食事のバランスを意
全体		448	42.2	30.6	25.7	24.6	22.1	22.1	20.1	15.2	12.7	10.5	7.6	6.5		
性・年代別	男性計	118	44.9	21.2	20.3	21.2	24.6	17.8	21.2	7.6	9.3	11.0	8.5	11.0		
	18~29歳	11	45.5	9.1	-	9.1	27.3	-	18.2	9.1	-	9.1	-	9.1		
	30代	7	85.7	-	14.3	14.3	28.6	14.3	28.6	28.6	-	14.3	-	-		
	40代	14	35.7	21.4	-	7.1	28.6	14.3	14.3	-	14.3	-	-	7.1		
	50代	24	50.0	25.0	16.7	37.5	25.0	16.7	8.3	8.3	4.2	4.2	16.7	-		
	60代	21	42.9	23.8	23.8	19.0	19.0	23.8	23.8	9.5	19.0	19.0	9.5	14.3		
	70歳以上	36	38.9	27.8	33.3	22.2	22.2	22.2	27.8	5.6	11.1	16.7	11.1	19.4		
	女性計	327	41.3	34.3	27.8	26.0	20.8	23.5	19.9	18.0	13.8	10.4	7.3	4.9		
	18~29歳	34	35.3	23.5	14.7	17.6	14.7	20.6	2.9	11.8	17.6	8.8	11.8	8.8		
	30代	34	47.1	11.8	11.8	41.2	20.6	17.6	2.9	8.8	20.6	5.9	8.8	-		
	40代	57	40.4	5.3	22.8	22.8	35.1	14.0	21.1	17.5	17.5	8.8	3.5	1.8		
	50代	63	42.9	55.6	34.9	31.7	12.7	15.9	28.6	27.0	9.5	4.8	12.7	1.6		
	60代	54	40.7	48.1	29.6	27.8	25.9	31.5	27.8	24.1	11.1	14.8	7.4	3.7		
70歳以上	81	42.0	43.2	37.0	21.0	16.0	33.3	22.2	14.8	12.3	16.0	3.7	11.1			
		調査数	その他	特にな	わから	無回										
全体		448	10.7	1.8	1.1	1.3										
性・年代別	男性計	118	11.0	2.5	0.8	1.7										
	18~29歳	11	18.2	18.2	-	-										
	30代	7	14.3	-	-	-										
	40代	14	21.4	-	7.1	-										
	50代	24	4.2	-	-	-										
	60代	21	9.5	4.8	-	-										
	70歳以上	36	11.1	-	-	5.6										
	女性計	327	10.7	1.5	1.2	0.9										
	18~29歳	34	23.5	2.9	-	-										
	30代	34	26.5	-	-	-										
	40代	57	14.0	1.8	1.8	-										
	50代	63	3.2	1.6	3.2	-										
	60代	54	7.4	3.7	1.9	1.9										
70歳以上	81	4.9	-	-	2.5											

同居家族別にみると、同居する家族が高校生以下では、「家族が好まなくなったから」の割合が3割を超えており、他の項目と比べて高くなっている。

図表 購入量が減っている理由【同居家族別】※複数回答（すべて）

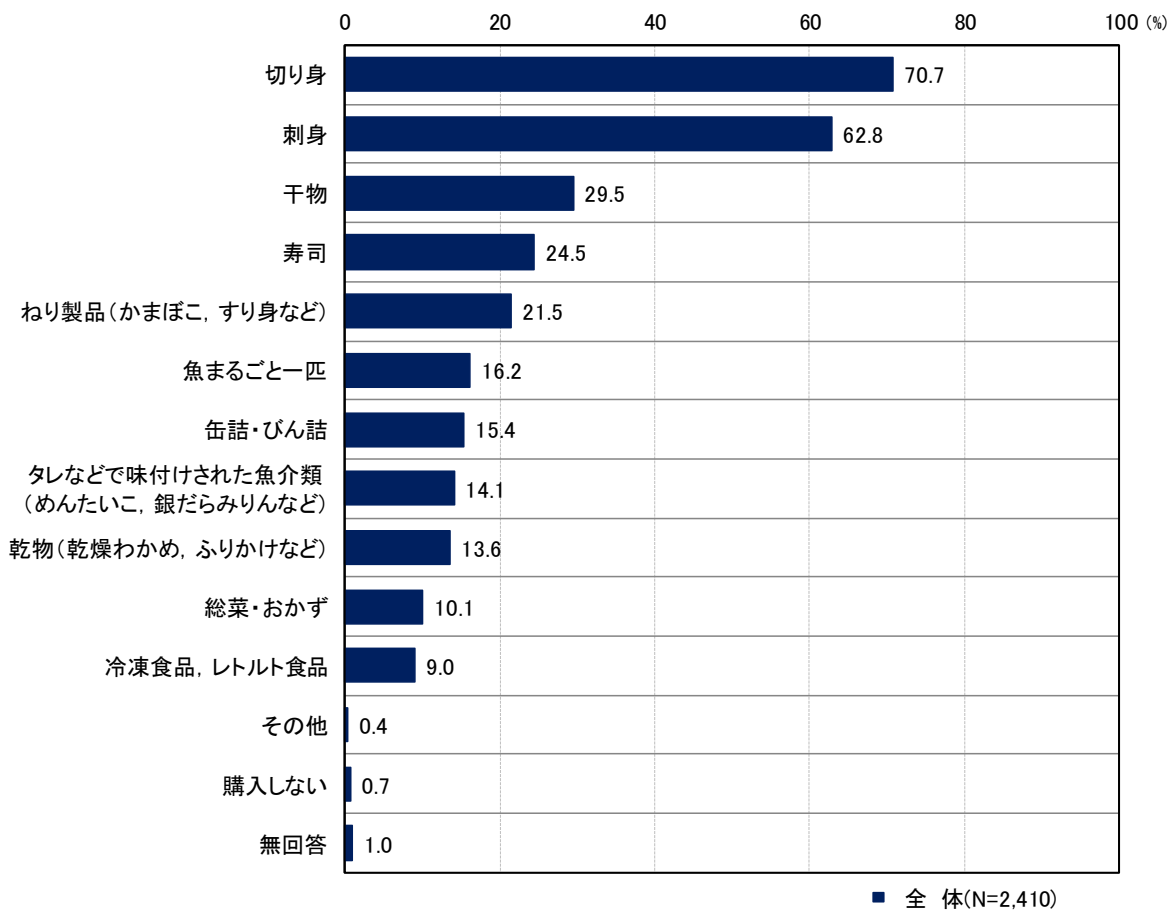
		単位：%												
		調査数	価格が高くなったから	家族が減ったから	買い物の回数が減った	調理に手間がかかるようになった	家族が好まなくなった	利用しやすい店がなくなった	旬のものが手に入りにくくなった	種類が少なくなった	品質・鮮度が悪くなった	おいしく感じなくなった	家で食事をする回数が減った	食事のバランスを意図するようになった
全体		448	42.2	30.6	25.7	24.6	22.1	22.1	20.1	15.2	12.7	10.5	7.6	6.5
同居家族別	未就学児	35	48.6	-	14.3	34.3	37.1	17.1	11.4	14.3	31.4	2.9	-	-
	小学生	43	51.2	-	16.3	27.9	37.2	23.3	18.6	18.6	7.0	4.7	-	2.3
	中学生	28	28.6	7.1	17.9	7.1	46.4	21.4	14.3	10.7	14.3	3.6	-	-
	高校生	29	34.5	20.7	10.3	10.3	55.2	27.6	24.1	13.8	17.2	6.9	3.4	3.4
	専門学校生・短大・高専生	8	50.0	12.5	25.0	25.0	25.0	-	-	12.5	25.0	12.5	12.5	-
	大学・大学院生	26	34.6	34.6	15.4	19.2	19.2	19.2	26.9	23.1	11.5	7.7	3.8	-
	65歳以上75歳未満の人	100	47.0	35.0	28.0	24.0	20.0	24.0	26.0	20.0	15.0	12.0	5.0	7.0
	75歳以上の人	77	40.3	32.5	26.0	22.1	27.3	24.7	24.7	15.6	7.8	14.3	7.8	11.7
上記以外の人	257	47.5	28.0	23.3	28.0	23.7	19.8	21.8	16.0	12.1	8.9	6.6	3.9	
		調査数	その他	特にない	わからない	無回答								
全体		448	10.7	1.8	1.1	1.3								
同居家族別	未就学児	35	31.4	-	-	-								
	小学生	43	16.3	-	-	-								
	中学生	28	14.3	3.6	-	-								
	高校生	29	3.4	-	-	-								
	専門学校生・短大・高専生	8	12.5	-	-	-								
	大学・大学院生	26	15.4	-	-	-								
	65歳以上75歳未満の人	100	8.0	-	-	-								
	75歳以上の人	77	6.5	-	-	5.2								
上記以外の人	257	10.5	2.7	1.2	0.4									

(19) 水産物を買ったときの状態

**問 21** あなたのご家庭では、普段食べる水産物<sup>\*</sup>は、どのような状態で購入することが多いですか。あてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

家庭で普段食べる水産物は、どのような状態で購入することが多いかについて聞いたところ、「切り身」が70.7%と最も多く、次いで「刺身」(62.8%)となっている。

図表 水産物を買ったときの状態【全体】※複数回答(3つまで)



※ ここでいう水産物とは、魚介類に加え、海藻類やその加工品を含みます。

性別にみると、男性では「刺身」(66.5%)の割合が女性(60.3%)よりも6.2ポイント高くなっている。また、女性では「乾物(乾燥わかめ、ふりかけなど)」(16.8%)の割合が男性(9.3%)よりも7.5ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18～29歳では「缶詰・びん詰」の割合が26.9%となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 水産物を買ったときの状態【性・年代別】※複数回答(3つまで)

		単位:%														
調査数		切り身	刺身	干物	寿司	ねり製品(かまぼこ、すり身など)	魚まるごと一匹	缶詰・びん詰	タレなどで味付けされた魚介類(めんたいこ、銀だらみりんなど)	乾物(乾燥わかめ、ふりかけなど)	総菜・おかず	冷凍食品、レトルト食品	その他	購入しない	無回答	
全体	2,410	70.7	62.8	29.5	24.5	21.5	16.2	15.4	14.1	13.6	10.1	9.0	0.4	0.7	1.0	
性・年代別	男性計	988	67.4	66.5	27.1	27.8	18.7	16.8	16.7	12.3	9.3	12.9	8.7	0.5	0.8	0.6
	18～29歳	108	63.9	59.3	12.0	30.6	12.0	26.9	14.8	14.8	15.7	5.6	-	2.8	0.9	
	30代	125	70.4	66.4	18.4	34.4	18.4	12.0	18.4	11.2	8.0	12.0	9.6	0.8	1.6	-
	40代	176	70.5	67.0	22.7	33.0	17.0	10.2	18.2	17.0	12.5	10.8	9.1	-	1.1	-
	50代	170	65.9	71.8	24.1	30.0	16.5	12.4	18.8	11.8	8.8	17.6	7.1	0.6	0.6	-
	60代	171	70.2	71.9	33.9	27.5	24.0	17.0	12.9	8.8	6.4	9.9	11.1	1.2	-	0.6
	70歳以上	216	64.4	62.0	41.2	18.1	21.8	30.1	11.1	11.1	7.9	12.0	8.8	0.5	-	1.9
	女性計	1,395	73.5	60.3	31.0	22.2	23.4	15.9	14.5	15.2	16.8	8.2	9.2	0.4	0.6	1.0
	18～29歳	149	67.1	62.4	10.7	29.5	15.4	9.4	16.1	22.8	20.8	6.7	7.4	-	2.0	2.0
	30代	175	78.3	60.6	18.3	25.1	18.9	8.0	19.4	13.7	20.0	7.4	14.3	-	0.6	0.6
	40代	252	76.6	61.9	25.0	24.2	21.4	9.5	15.5	20.2	19.0	9.1	10.7	0.4	0.4	-
	50代	248	75.0	64.9	31.0	23.0	25.0	12.9	13.7	14.9	11.7	8.1	8.5	0.8	0.4	0.8
60代	223	75.8	61.9	41.7	19.3	26.5	21.5	12.6	13.0	11.2	5.8	8.1	0.4	-	1.3	
70歳以上	327	68.2	53.8	45.0	17.1	27.5	26.0	12.2	10.7	19.6	9.8	7.6	-	0.6	1.5	

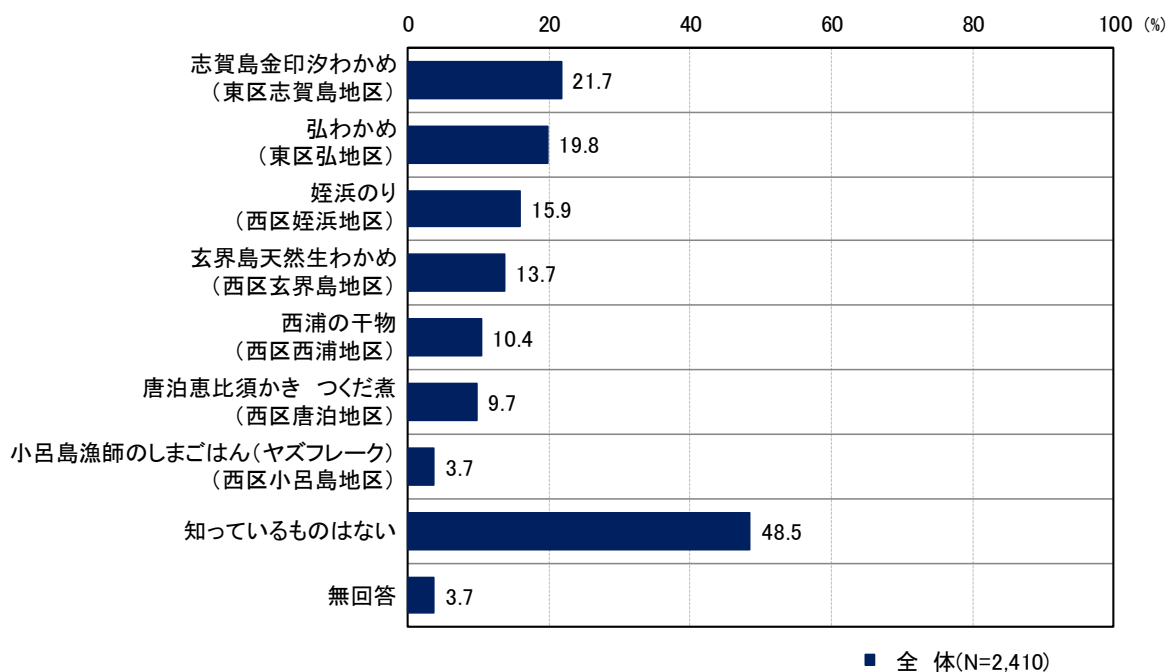
(20) 水産加工品の認知度

**問 22** 福岡市の漁業者が生産している水産加工品の中で、あなたが知っているものはどれですか。あてはまるものを**すべて**選び、番号に○をつけてください。

福岡市の漁業者が生産している水産加工品の中で、知っているものを聞いたところ、「知っているものはない」が48.5%と最も多くなっている。

知っている水産加工品としては、「志賀島金印汐わかめ（東区志賀島地区）」が21.7%と最も多く、次いで「弘わかめ（東区弘地区）」(19.8%), 「姪浜のり（西区姪浜地区）」(15.9%)となっている。

図表 水産加工品の認知度【全体】※複数回答（すべて）



性別にみると、男性では「知っているものはない」(52.8%)の割合が女性(45.7%)よりも7.1ポイント高くなっている。また、女性では「志賀島金印汐わかめ(東区志賀島地区)」(24.5%)の割合が男性(17.8%)よりも6.7ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性60代以上では「志賀島金印汐わかめ(東区志賀島地区)」の割合が3割台となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 水産加工品の認知度【性・年代別】※複数回答(すべて)

		単位: %									
調査数		(東区志賀島地区) 志賀島金印汐わかめ	(東区弘地区) 弘わかめ	(西区姪浜地区) 姪浜のり	(西区玄界島地区) 玄界島天然生わかめ	(西区西浦地区) 西浦の干物	(西区唐泊地区) 唐泊恵比須かき つくだ煮	(西区小呂島地区) 小呂島漁師のしまごはん (ヤズフレーク)	知っているものはない	無回答	
全体	2,410	21.7	19.8	15.9	13.7	10.4	9.7	3.7	48.5	3.7	
性・年代別	男性計	988	17.8	17.8	15.2	11.0	11.2	10.7	3.5	52.8	3.6
	18~29歳	108	7.4	13.0	13.0	11.1	5.6	5.6	7.4	63.0	2.8
	30代	125	10.4	5.6	12.0	8.0	4.8	5.6	3.2	68.8	3.2
	40代	176	14.8	14.8	13.6	5.7	5.1	6.3	2.3	60.8	1.1
	50代	170	21.2	17.1	14.7	10.0	11.2	9.4	4.7	51.8	4.1
	60代	171	24.0	22.2	12.9	12.3	15.8	14.0	4.7	44.4	4.1
	70歳以上	216	22.2	26.9	20.8	16.7	18.5	17.6	0.9	39.8	5.1
	女性計	1,395	24.5	21.3	16.5	15.6	9.7	9.0	3.8	45.7	3.4
	18~29歳	149	6.7	4.7	9.4	5.4	3.4	3.4	4.0	74.5	2.7
	30代	175	10.3	14.9	14.9	9.1	3.4	4.0	6.3	62.9	2.9
	40代	252	20.2	22.6	18.3	10.3	8.7	9.5	5.2	51.2	1.6
	50代	248	27.0	20.6	18.1	12.9	7.7	9.7	4.8	43.1	2.8
	60代	223	32.3	27.8	17.0	19.3	11.2	11.2	2.7	36.3	3.6
70歳以上	327	37.3	27.8	17.7	27.5	18.0	11.9	1.5	26.9	5.5	

行政区別にみると、水産加工品の生産地である東区、西区で認知度が高くなっている。

図表 水産加工品の認知度【行政区別】※複数回答（すべて）

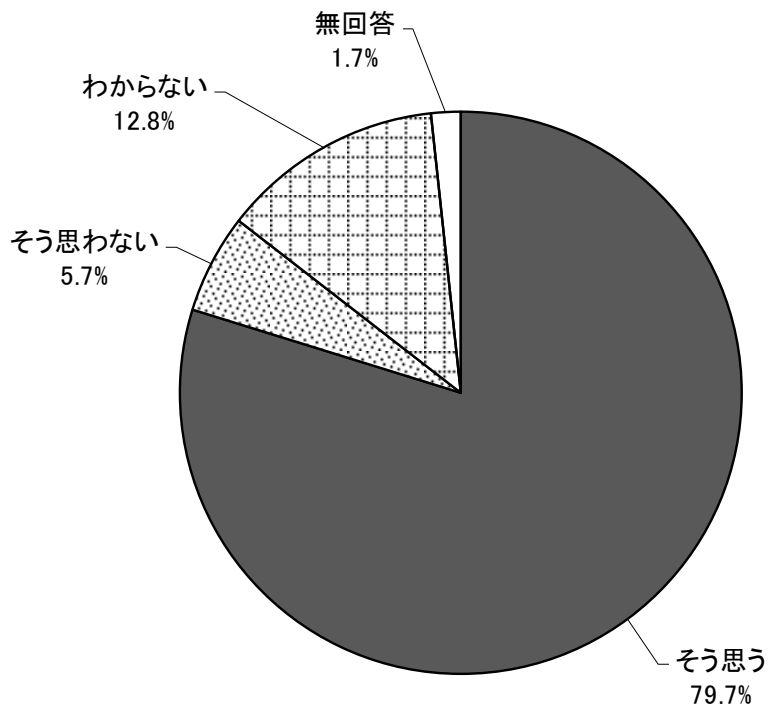
		単位：%									
	調査数	志賀島金印 （東区志賀島地区）	弘わかめ （東区弘地区）	姪浜のり （西区姪浜地区）	玄界島天然生わかめ （西区玄界島地区）	西浦の干物 （西区西浦地区）	唐泊恵比須かき （西区唐泊地区）	つくだ煮 （西区唐泊地区）	小呂島漁師のしまごはん （西区小呂島地区）	知っているものはない	無回答
全 体	2,410	21.7	19.8	15.9	13.7	10.4	9.7	3.7	48.5	3.7	
行政区別	東区	465	34.0	39.4	10.8	12.0	5.4	6.7	2.6	37.4	3.2
	博多区	338	21.3	15.1	9.2	11.2	7.1	5.6	2.4	57.4	5.0
	中央区	291	18.9	16.5	10.7	13.7	7.2	9.6	2.7	57.4	3.1
	南区	439	15.9	13.2	10.3	15.5	7.7	8.2	3.2	55.6	4.6
	城南区	188	18.6	13.3	12.2	11.7	10.6	6.4	3.7	53.7	3.2
	早良区	330	21.5	16.1	21.2	14.5	10.6	11.2	5.2	50.9	2.4
	西区	327	17.1	15.6	38.8	17.1	26.6	20.8	6.7	33.9	2.1

(21)「魚がおいしいまち」だと思いか

問 23 福岡市は、「魚がおいしいまち」だと思えますか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

福岡市は、「魚がおいしいまち」だと思いかについて聞いたところ、「そう思う」が79.7%と最も多く、次いで「わからない」(12.8%)、「そう思わない」(5.7%)となっている。

図表 「魚がおいしいまち」だと思いか【全体】



全体(N=2,410)

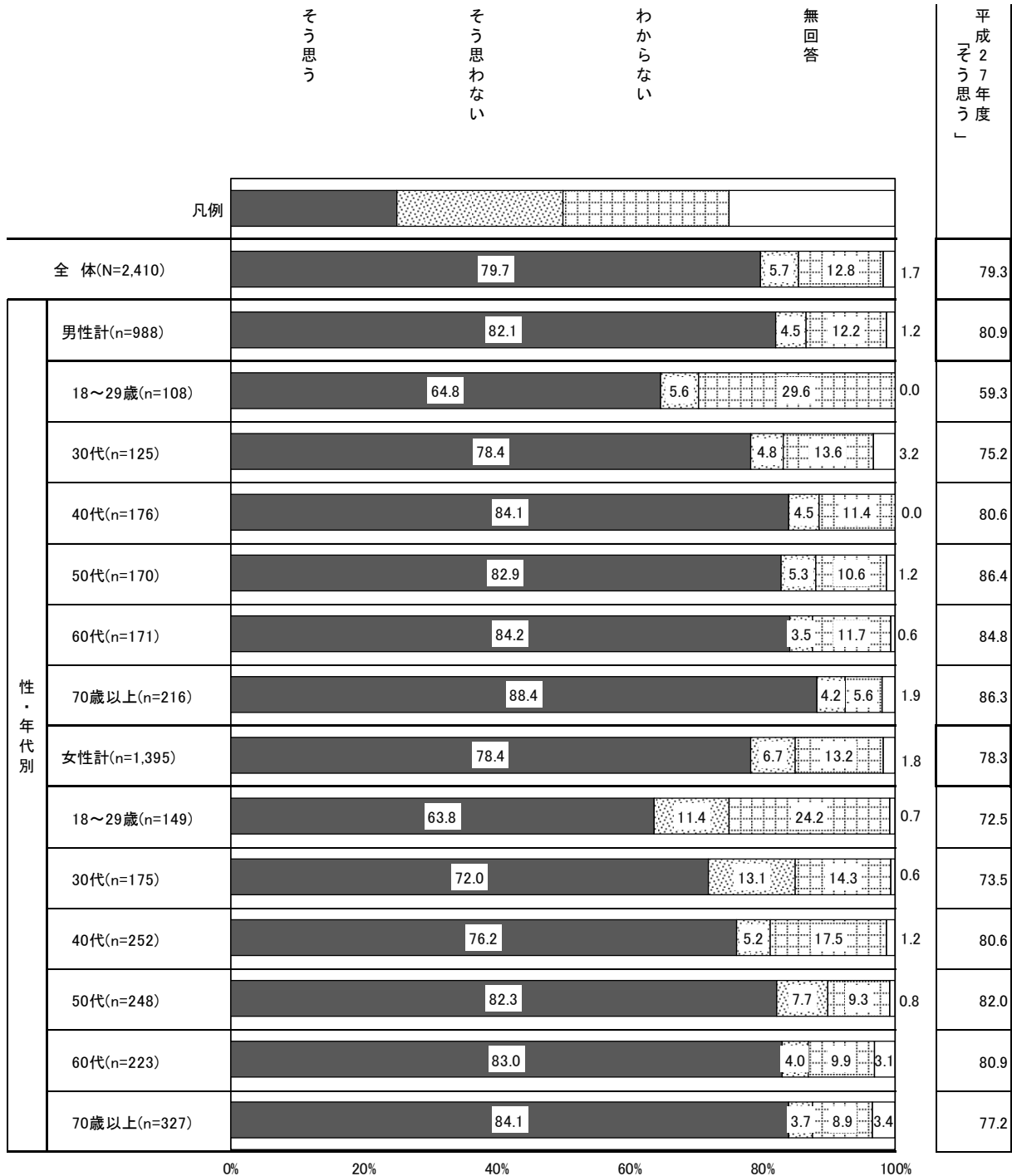


性別にみると、大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、男性では概ね年代が上がるほど、女性でも年代が上がるほど「そう思う」の割合が高くなっている。

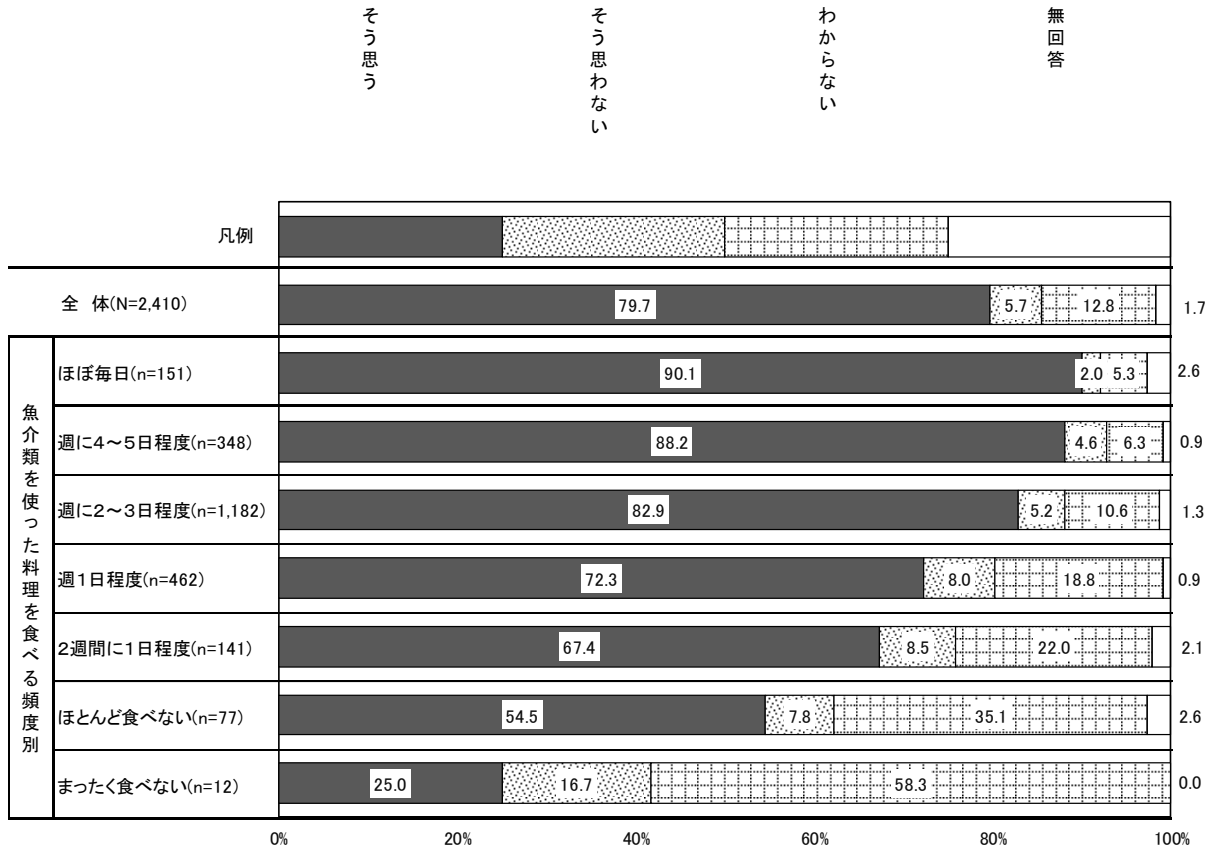
図表 「魚がおいしいまち」だと思うか

【性・年代別，参考：過去の調査結果との一部比較】



魚介類を使った料理を食べる頻度別（問 19, 79 ページ参照）にみると、食べる頻度が多いほど、「そう思う」の割合が高くなっている。

図表 「魚がおいしいまち」だと思うか【魚介類を使った料理を食べる頻度別】



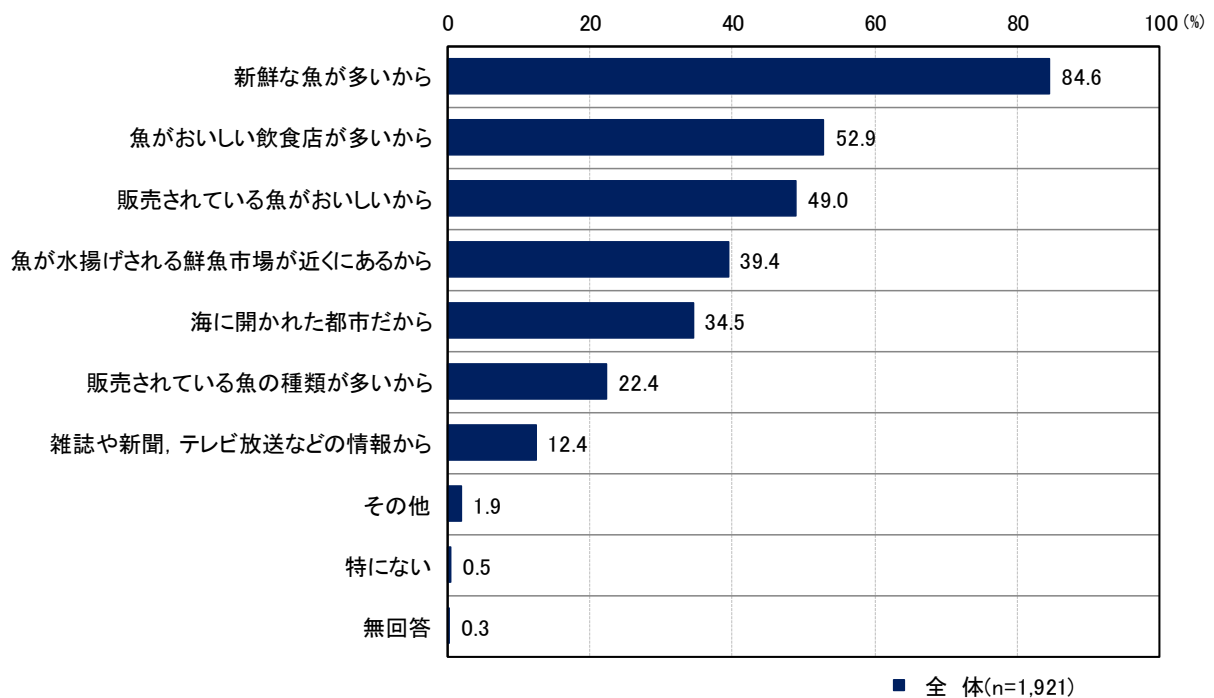
## (22)「魚がおいしいまち」だと思ふ理由

問 23-1 《 問 23 で「1」と回答した方におたずねします。》

そう思ふ理由は何ですか。あてはまるものを**すべて**選び、番号に○をつけてください。

「魚がおいしいまち」だと思ふ理由を聞いたところ、「新鮮な魚が多いから」が 84.6%と最も多く、次いで「魚がおいしい飲食店が多いから」(52.9%)、「販売されている魚がおいしいから」(49.0%)となっている。

図表 「魚がおいしいまち」だと思ふ理由【全体】※複数回答(すべて)



性別にみると、大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、男女とも18歳～40代では「魚がおいしい飲食店が多いから」の割合が6割を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 「魚がおいしいまち」だと思う理由【性・年代別】※複数回答(すべて)

		調査数	新鮮な魚が多いから	魚がおいしい飲食店が多いから	販売されている魚がおいしいから	魚が水揚げされる鮮魚市場が近くにあるから	海に開かれた都市だから	販売されている魚の種類が多いから	雑誌や新聞、テレビ放送などの情報から	その他	特にない	無回答
全体		1,921	84.6	52.9	49.0	39.4	34.5	22.4	12.4	1.9	0.5	0.3
性・年代別	男性計	811	85.3	55.6	47.1	39.8	35.9	22.2	13.2	1.1	0.5	0.2
	18～29歳	70	72.9	70.0	42.9	28.6	27.1	14.3	22.9	-	2.9	-
	30代	98	82.7	71.4	44.9	39.8	41.8	9.2	16.3	1.0	-	-
	40代	148	83.1	63.5	45.3	29.7	30.4	12.2	14.2	1.4	-	-
	50代	141	86.5	59.6	51.8	56.0	41.8	19.1	18.4	0.7	0.7	-
	60代	144	86.8	53.5	44.4	40.3	34.0	25.0	9.7	0.7	-	-
	70歳以上	191	92.1	33.5	50.8	40.8	36.1	40.3	5.8	2.1	0.5	1.0
	女性計	1,093	84.1	51.1	50.6	39.1	33.6	22.2	12.1	2.5	0.5	0.3
	18～29歳	95	72.6	65.3	45.3	23.2	26.3	6.3	14.7	5.3	2.1	-
	30代	126	72.2	68.3	52.4	34.9	27.0	15.1	14.3	-	0.8	0.8
	40代	192	79.7	63.0	47.4	46.4	32.3	14.1	14.6	3.6	0.5	0.5
	50代	204	83.8	54.9	50.0	38.7	35.8	19.1	15.7	3.9	0.5	-
60代	185	91.9	45.4	50.8	41.6	35.7	26.5	10.3	2.2	-	-	
70歳以上	275	92.0	30.9	54.9	40.0	36.4	36.4	7.6	1.1	-	-	

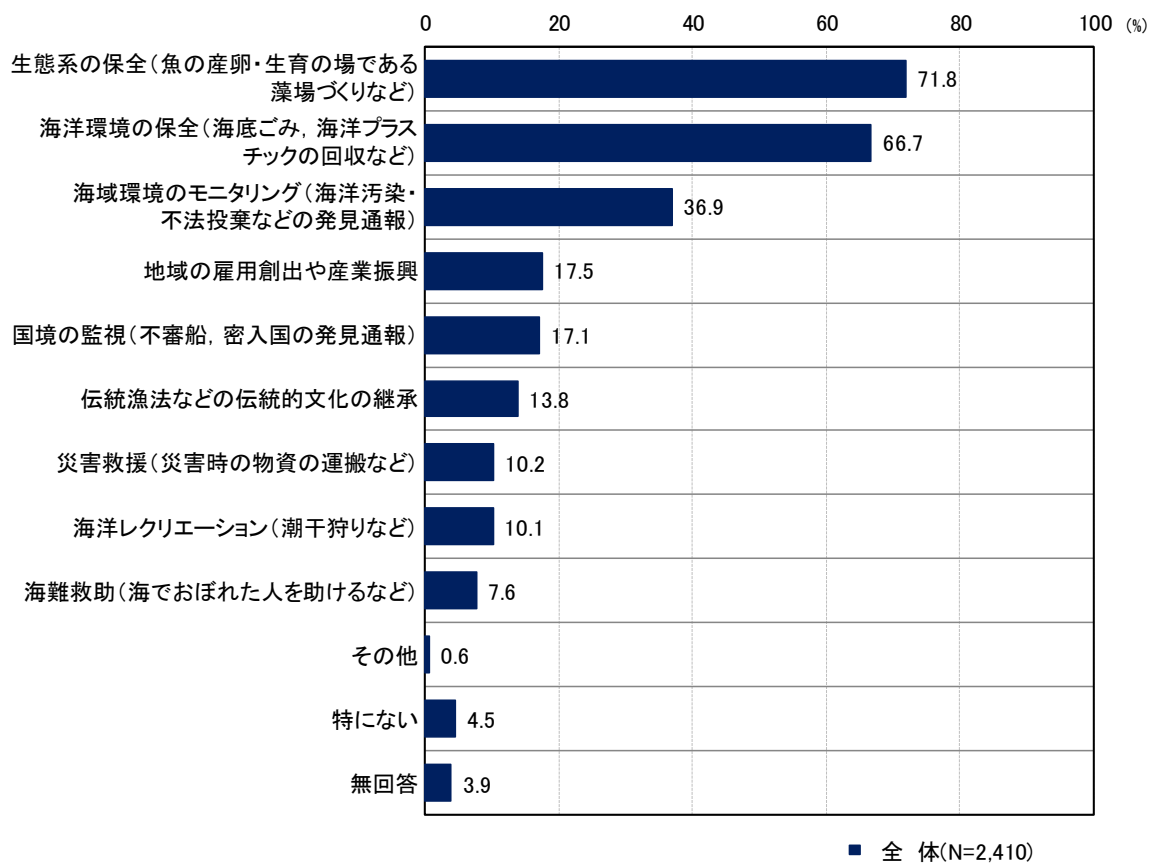
単位: %

(23) 食料の安定供給以外の水産業の重要な役割

**問 24** 水産業の本来の役割である食料の安定供給のほかに、水産業がもつ重要な役割はどのようなことだと思いますか。特にあてはまるものを**3つまで**選び、番号に○をつけてください。

水産業の本来の役割である食料の安定供給のほかに、水産業がもつ重要な役割を聞いたところ、「生態系の保全（魚の産卵・生育の場である藻場づくりなど）」が71.8%と最も多く、次いで「海洋環境の保全（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）」（66.7%）となっている。

図表 食料の安定供給以外の水産業の重要な役割【全体】※複数回答（3つまで）



性別にみると、大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、女性70歳以上では「生態系の保全（魚の魚卵・生育の場である藻場づくりなど）」の割合が59.3%となっており、他の性・年代と比べて低くなっている。

図表 食料の安定供給以外の水産業の重要な役割【性・年代別】※複数回答（3つまで）

		単位：%												
調査数		藻場づくりなど（魚の産卵・生育の場である生態系の保全）	海洋環境の保全（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）	海域環境のモニタリング（海洋汚染・不法投棄などの発見通報）	地域の雇用創出や産業振興	国境の監視（不審船、密入国の発見通報）	伝統漁法などの伝統的文化の継承	災害救援（災害時の物資の運搬など）	海洋レクリエーション（潮干狩りなど）	海難救助（海でおぼれた人を助けるなど）	その他	特になし	無回答	
全体	2,410	71.8	66.7	36.9	17.5	17.1	13.8	10.2	10.1	7.6	0.6	4.5	3.9	
性・年代別	男性計	988	73.3	65.3	38.9	18.3	18.9	14.6	8.4	10.0	7.8	0.9	4.4	3.4
	18～29歳	108	67.6	65.7	40.7	14.8	16.7	16.7	13.0	9.3	6.5	0.9	7.4	0.9
	30代	125	76.8	60.0	31.2	21.6	20.0	19.2	9.6	10.4	5.6	0.8	2.4	4.0
	40代	176	71.0	60.8	31.8	22.2	18.2	20.5	8.5	15.3	9.7	0.6	3.4	2.3
	50代	170	74.7	68.8	41.8	22.4	18.8	11.2	4.1	4.7	8.2	1.2	4.1	4.7
	60代	171	73.1	62.0	46.2	15.8	19.9	14.0	7.0	8.8	6.4	1.2	4.7	2.9
	70歳以上	216	74.1	71.8	40.3	13.4	19.0	8.3	10.2	10.6	9.3	0.9	4.6	5.1
	女性計	1,395	71.3	67.9	35.8	17.0	15.7	13.3	11.5	10.0	7.5	0.4	4.6	3.9
	18～29歳	149	71.1	69.8	25.5	16.8	11.4	14.1	10.1	10.7	8.1	-	8.7	1.3
	30代	175	73.1	70.3	33.7	17.1	13.1	15.4	10.3	14.3	8.6	-	3.4	2.3
	40代	252	77.0	68.7	42.1	19.4	10.3	14.3	9.5	7.5	8.7	0.4	1.6	2.0
	50代	248	79.8	67.7	34.3	20.2	12.9	16.1	11.7	11.3	6.5	0.4	2.4	2.4
60代	223	72.2	71.3	39.5	17.0	18.8	8.5	9.9	9.9	5.8	-	5.4	3.6	
70歳以上	327	59.3	64.5	35.2	12.5	23.5	11.6	14.7	8.9	7.6	0.9	7.0	8.3	

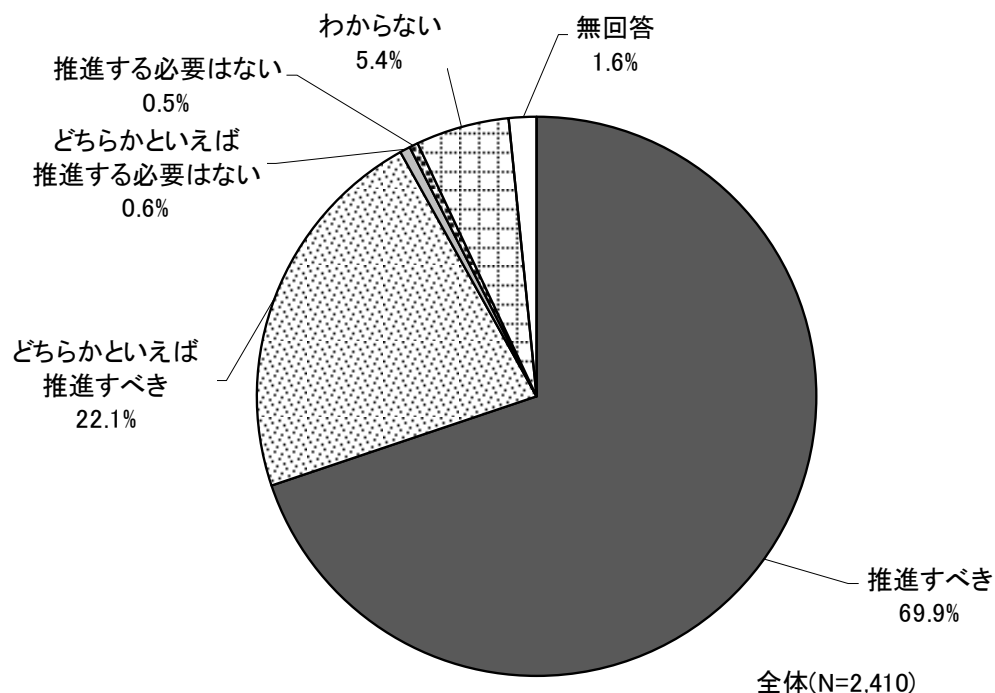
(24) 子どもを対象にした魚食の普及の取り組みをどう思うか

**問 25** 福岡市では、中学校での魚料理教室開催や、学校給食に地元水産物を取り入れるなどの子どもを対象にした魚食の普及の取り組みを行っています。これらの事業の推進についてあなたはどのように思いますか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

中学校での魚料理教室開催や、学校給食に地元水産物を取り入れるなどの子どもを対象にした魚食の普及の取り組みを推進すべきかどうかを聞いたところ、「推進すべき」が 69.9%と最も多く、次いで「どちらかといえば推進すべき」(22.1%)となっている。

また、『推進すべき』(=「推進すべき」+「どちらかといえば推進すべき」)の割合は 92.0%となっている。一方、『推進する必要はない』(=「推進する必要はない」+「どちらかといえば推進する必要はない」)の割合は 1.1%となっている。

図表 子どもを対象にした魚食の普及の取り組みをどう思うか【全体】

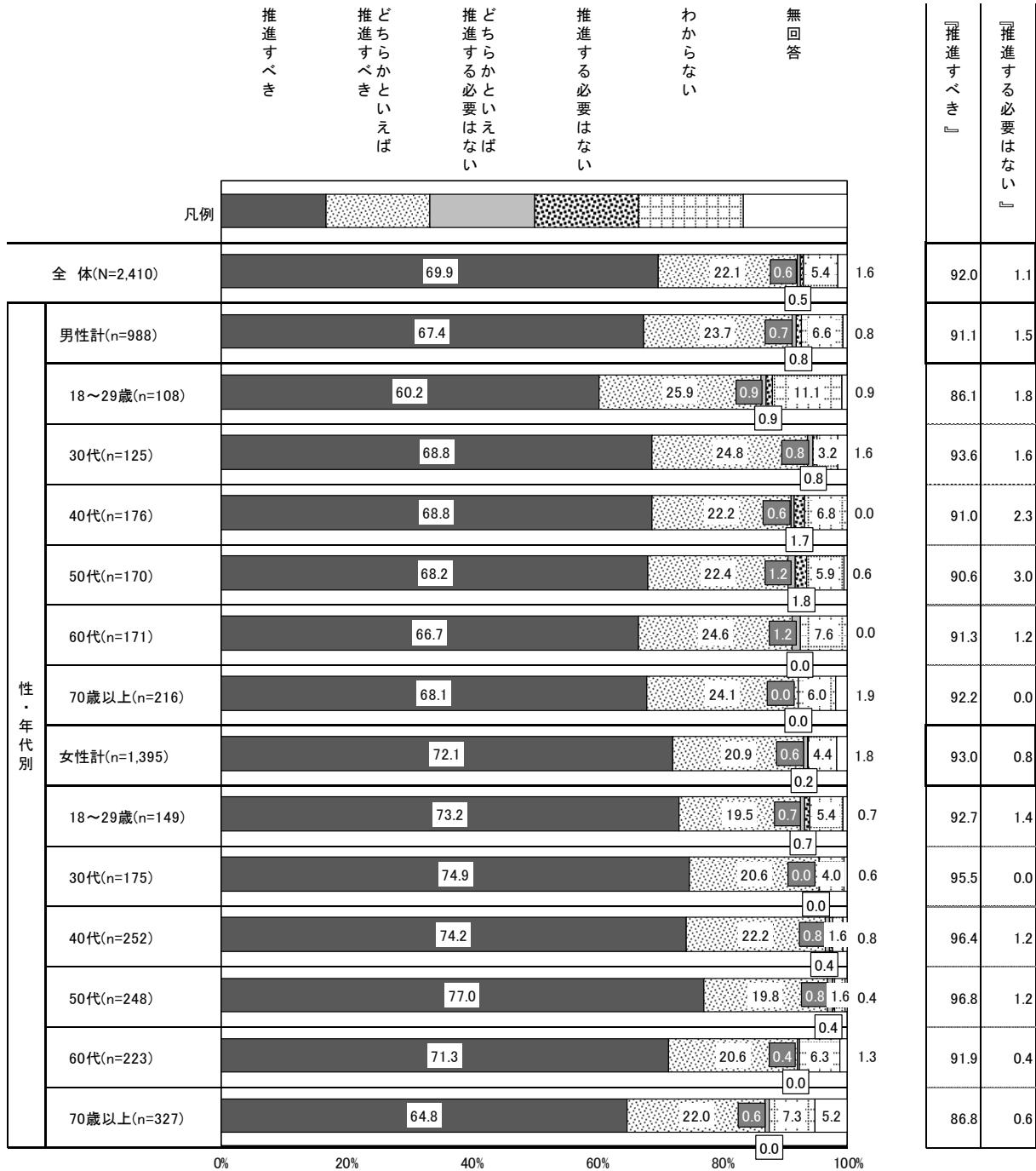


『推進すべき』	92.0%
『推進する必要はない』	1.1%

性別にみると、大きな違いはみられない。

性・年代別にみると、男性 18～29 歳，女性 70 歳以上では『推進すべき』の割合が 8 割台となっており，他の性・年代と比べて低くなっている。

図表 子どもを対象にした魚食の普及の取り組みをどう思うか【性・年代別】



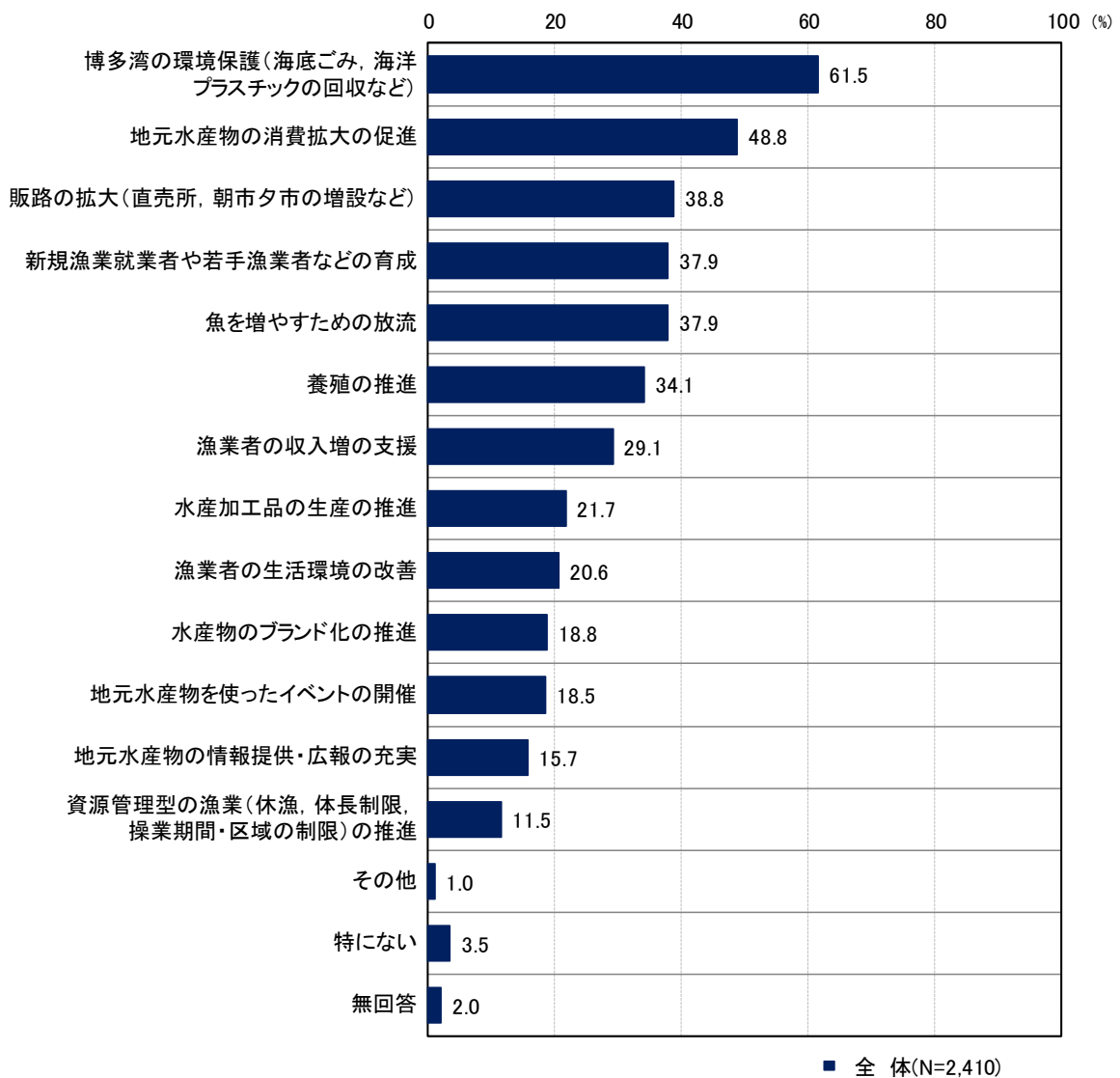


(25) 今後重点的に取り組むべき水産業施策

**問 26** 福岡市が、今後重点的に取り組むべき水産業施策はどのようなことだと思いますか。特にあてはまるものを**5つまで**選び、番号に○をつけてください。

福岡市が、今後重点的に取り組むべき水産業施策を聞いたところ、「博多湾の環境保護（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）」が 61.5%と最も多く、次いで「地元水産物の消費拡大の促進」(48.8%)、「販路の拡大（直売所、朝市夕市の増設など）」(38.8%)、「新規漁業就業者や若手漁業者などの育成」(37.9%)、「魚を増やすための放流」(37.9%)となっている。

図表 今後重点的に取り組むべき水産業施策【全体】※複数回答（5つまで）



性別にみると、男性では「養殖の推進」(42.4%)の割合が女性(28.4%)よりも14.0ポイント高くなっている。また、女性では「地元水産物の消費拡大の促進」(51.8%)の割合が男性(44.9%)よりも6.9ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18歳～29歳・30代では「漁業者の収入増の支援」の割合が4割を超えており、他の性・年代と比べて高くなっている。また、男性30代では「水産物のブランド化の推進」の割合が32.8%となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 今後重点的に取り組むべき水産業施策【性・年代別】※複数回答(5つまで)

		単位:%												
調査数		ご博多の環境保護へ海底の回収など)	地元水産物の消費拡大の促進	販路の拡大(直売所、朝市)	新規漁業者や若手漁業者などの育成	魚を増やすための放流	養殖の推進	漁業者の収入増の支援	水産加工品の生産の推進	漁業者の生活環境の改善	水産物のブランド化の推進	地元水産物を使ったイベントの開催	地元水産物の情報提供・広報の充実	
全体	2,410	61.5	48.8	38.8	37.9	37.9	34.1	29.1	21.7	20.6	18.8	18.5	15.7	
性・年代別	男性計	988	59.6	44.9	35.4	39.4	42.9	42.4	33.1	18.7	24.3	23.2	17.1	12.8
	18～29歳	108	45.4	42.6	34.3	37.0	43.5	37.0	42.6	17.6	34.3	22.2	17.6	10.2
	30代	125	60.8	33.6	30.4	36.8	40.0	33.6	41.6	15.2	34.4	32.8	14.4	10.4
	40代	176	59.7	42.0	31.3	35.8	42.6	38.1	36.4	19.9	22.2	26.1	23.3	13.1
	50代	170	67.1	44.1	35.3	35.9	45.9	42.9	31.8	16.5	22.9	26.5	14.1	9.4
	60代	171	60.8	51.5	35.1	43.9	42.7	42.7	29.2	18.1	18.7	22.2	17.0	15.8
	70歳以上	216	59.3	50.9	41.7	43.5	42.6	55.6	24.5	23.6	19.9	15.3	14.8	16.2
	女性計	1,395	62.8	51.8	41.4	37.1	34.0	28.4	26.4	23.5	17.8	15.8	19.4	18.1
	18～29歳	149	57.7	42.3	27.5	28.2	37.6	32.2	28.2	16.1	20.1	19.5	18.8	12.1
	30代	175	57.1	52.0	41.1	33.7	37.1	26.3	36.0	21.7	20.0	18.3	26.3	13.1
	40代	252	61.9	51.2	44.0	39.3	30.6	18.3	27.0	22.2	18.7	16.7	25.8	16.3
	50代	248	67.3	54.0	45.6	35.9	32.7	26.6	27.4	23.8	16.1	24.2	14.1	16.9
	60代	223	70.0	54.7	43.9	41.3	32.3	28.7	21.5	27.8	19.7	13.0	21.1	28.7
	70歳以上	327	60.9	53.2	42.2	38.5	35.8	37.3	22.6	25.7	15.3	7.6	13.8	18.0

調査数		資源・地域管理の制限(漁業操業へ休業の制限)	その他	特にな	無回答	
全体	2,410	11.5	1.0	3.5	2.0	
性・年代別	男性計	988	14.7	1.2	3.1	1.2
	18～29歳	108	10.2	-	6.5	-
	30代	125	8.8	3.2	1.6	1.6
	40代	176	13.6	1.1	2.8	0.6
	50代	170	12.9	2.4	2.4	1.2
	60代	171	19.3	0.6	5.3	0.6
	70歳以上	216	18.1	0.5	1.4	2.8
	女性計	1,395	9.2	0.9	3.8	2.3
	18～29歳	149	4.7	0.7	4.7	0.7
	30代	175	11.4	1.1	2.9	0.6
	40代	252	9.1	1.6	2.4	0.8
	50代	248	8.5	1.2	3.2	0.8
	60代	223	10.8	0.4	3.6	1.8
	70歳以上	327	9.2	0.3	5.8	6.7

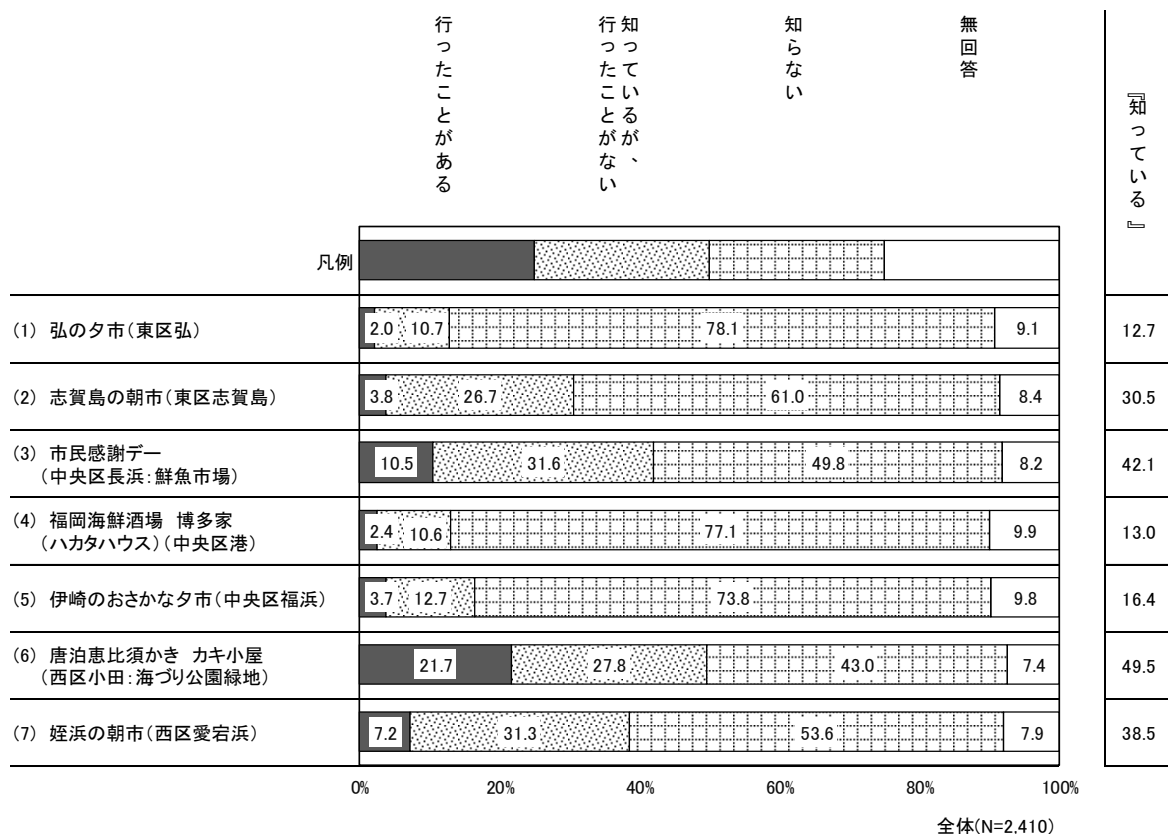
(26) 水産物の直売所の認知度

**問 27** あなたは、福岡市内で、地産地消や水産物の消費拡大などのため開催されている次の(1)～(7)のそれぞれについて、知っていますか。また、行ったことはありますか。あてはまるものを**1つだけ**選び、番号に○をつけてください。

福岡市内で、地産地消や水産物の消費拡大などのため開催されているイベント等について聞いたところ、「行ったことがある」では「唐泊恵比須かき カキ小屋 (西区小田：海づり公園緑地)」(21.7%)、「知っているが、行ったことがない」では「市民感謝デー (中央区長浜：鮮魚市場)」(31.6%) が最も多くなっている。

『知っている』(=「行ったことがある」+「知っているが、行ったことがない」)の割合は、「唐泊恵比須かき カキ小屋 (西区小田：海づり公園緑地)」が 49.5%と最も多く、次いで「市民感謝デー (中央区長浜：鮮魚市場)」(42.1%)、「姪浜の朝市 (西区愛宕浜)」(38.5%)、「志賀島の朝市 (東区志賀島)」(30.5%) となっている。

図表 水産物の直売所の認知度【全体】



① 弘の夕市（東区弘）

地元の東区で『知っている』の割合が31.2%と最も高く、「行ったことがある」は5.8%となっている。

図表 弘の夕市（東区弘）の認知度【行政区別】

		調査数	行ったことがある	行知ったことがない	知らない	無回答	『知っている』
全体		2,410	2.0	10.7	78.1	9.1	12.7
行政区別	東区	465	5.8	25.4	62.6	6.2	31.2
	博多区	338	1.8	9.8	80.2	8.3	11.6
	中央区	291	2.1	6.5	82.8	8.6	8.6
	南区	439	1.1	6.8	84.5	7.5	7.9
	城南区	188	-	7.4	85.1	7.4	7.4
	早良区	330	0.6	6.4	83.6	9.4	7.0
	西区	327	0.6	5.8	79.5	14.1	6.4

② 志賀島の朝市（東区志賀島）

地元の東区で『知っている』の割合が44.7%と最も高く、「行ったことがある」は8.8%となっている。

図表 志賀島の朝市（東区志賀島）の認知度【行政区別】

		調査数	行ったことがある	行知ったことがない	知らない	無回答	『知っている』
全体		2,410	3.8	26.7	61.0	8.4	30.5
行政区別	東区	465	8.8	35.9	48.6	6.7	44.7
	博多区	338	5.6	26.3	60.4	7.7	31.9
	中央区	291	3.4	26.8	62.5	7.2	30.2
	南区	439	2.5	25.5	65.6	6.4	28.0
	城南区	188	1.6	25.0	67.0	6.4	26.6
	早良区	330	1.5	22.4	67.3	8.8	23.9
	西区	327	0.6	21.1	65.4	12.8	21.7

③ 市民感謝デー（中央区長浜：鮮魚市場）

地元の中央区で『知っている』の割合が57.7%と最も高く、「行ったことがある」は17.5%となっている。

図表 市民感謝デー（中央区長浜：鮮魚市場）の認知度【行政区別】

		調査数	行ったことがある	行知ったことがない	知らない	無回答	『知っている』
全体		2,410	10.5	31.6	49.8	8.2	42.1
行政区別	東区	465	8.8	28.0	54.6	8.6	36.8
	博多区	338	10.1	29.0	54.4	6.5	39.1
	中央区	291	17.5	40.2	36.4	5.8	57.7
	南区	439	7.3	31.9	53.8	7.1	39.2
	城南区	188	10.1	33.0	49.5	7.4	43.1
	早良区	330	12.1	33.0	48.8	6.1	45.1
	西区	327	10.4	30.0	47.1	12.5	40.4

④ 福岡海鮮酒場 博多家（ハカタハウス）（中央区港）

地元の中央区と早良区で『知っている』の割合が15.4%と最も高く、中央区で「行ったことがある」は4.1%となっている。

図表 福岡海鮮酒場 博多家（ハカタハウス）（中央区港）の認知度【行政区別】

		調査数	行ったことがある	行っていたことがない	知らない	無回答	『知っている』
全体		2,410	2.4	10.6	77.1	9.9	13.0
行政区別	東区	465	2.2	8.4	80.4	9.0	10.6
	博多区	338	2.1	8.9	80.5	8.6	11.0
	中央区	291	4.1	11.3	77.0	7.6	15.4
	南区	439	2.3	12.3	77.2	8.2	14.6
	城南区	188	2.7	11.2	78.7	7.4	13.9
	早良区	330	3.3	12.1	74.2	10.3	15.4
	西区	327	1.2	10.7	74.0	14.1	11.9

⑤ 伊崎のおさかな夕市（中央区福浜）

地元の中央区で『知っている』の割合が28.8%と最も高く、「行ったことがある」は9.6%となっている。

図表 伊崎のおさかな夕市（中央区福浜）の認知度【行政区別】

		調査数	行ったことがある	行っていたことがない	知らない	無回答	『知っている』
全体		2,410	3.7	12.7	73.8	9.8	16.4
行政区別	東区	465	1.3	8.8	80.9	9.0	10.1
	博多区	338	3.3	10.1	78.4	8.3	13.4
	中央区	291	9.6	19.2	63.2	7.9	28.8
	南区	439	2.1	9.1	80.6	8.2	11.2
	城南区	188	2.7	14.9	74.5	8.0	17.6
	早良区	330	5.5	15.2	69.7	9.7	20.7
	西区	327	3.1	16.8	65.7	14.4	19.9

⑥ 唐泊恵比須かき カキ小屋（西区小田：海づり公園緑地）

地元の西区で『知っている』の割合が68.2%と最も高く、「行ったことがある」は37.0%となっている。

図表 唐泊恵比須かき カキ小屋（西区小田：海づり公園緑地）の認知度【行政区別】

		調査数	行ったことがある	行っていたことがない	知らない	無回答	『知っている』
全体		2,410	21.7	27.8	43.0	7.4	49.5
行政区別	東区	465	16.3	24.7	50.5	8.4	41.0
	博多区	338	18.9	29.3	44.1	7.7	48.2
	中央区	291	20.3	22.0	50.2	7.6	42.3
	南区	439	17.5	28.5	48.3	5.7	46.0
	城南区	188	20.7	29.8	43.6	5.9	50.5
	早良区	330	25.2	31.5	36.1	7.3	56.7
	西区	327	37.0	31.2	25.1	6.7	68.2

⑦ 姪浜の朝市（西区愛宕浜）

地元の西区で『知っている』の割合が71.5%と最も高く、「行ったことがある」は22.9%となっている。

図表 姪浜の朝市（西区愛宕浜）の認知度【行政区別】

		単位：%					『知っている』
	調査数	行ったことがある	行知ったことがない	知らない	無回答		
全	体	2,410	7.2	31.3	53.6	7.9	38.5
行政区別	東区	465	0.9	23.9	66.5	8.8	24.8
	博多区	338	6.8	22.2	62.7	8.3	29.0
	中央区	291	5.2	27.5	60.5	6.9	32.7
	南区	439	1.8	25.5	64.9	7.7	27.3
	城南区	188	3.7	37.2	52.1	6.9	40.9
	早良区	330	11.8	42.1	39.4	6.7	53.9
	西区	327	22.9	48.6	22.6	5.8	71.5

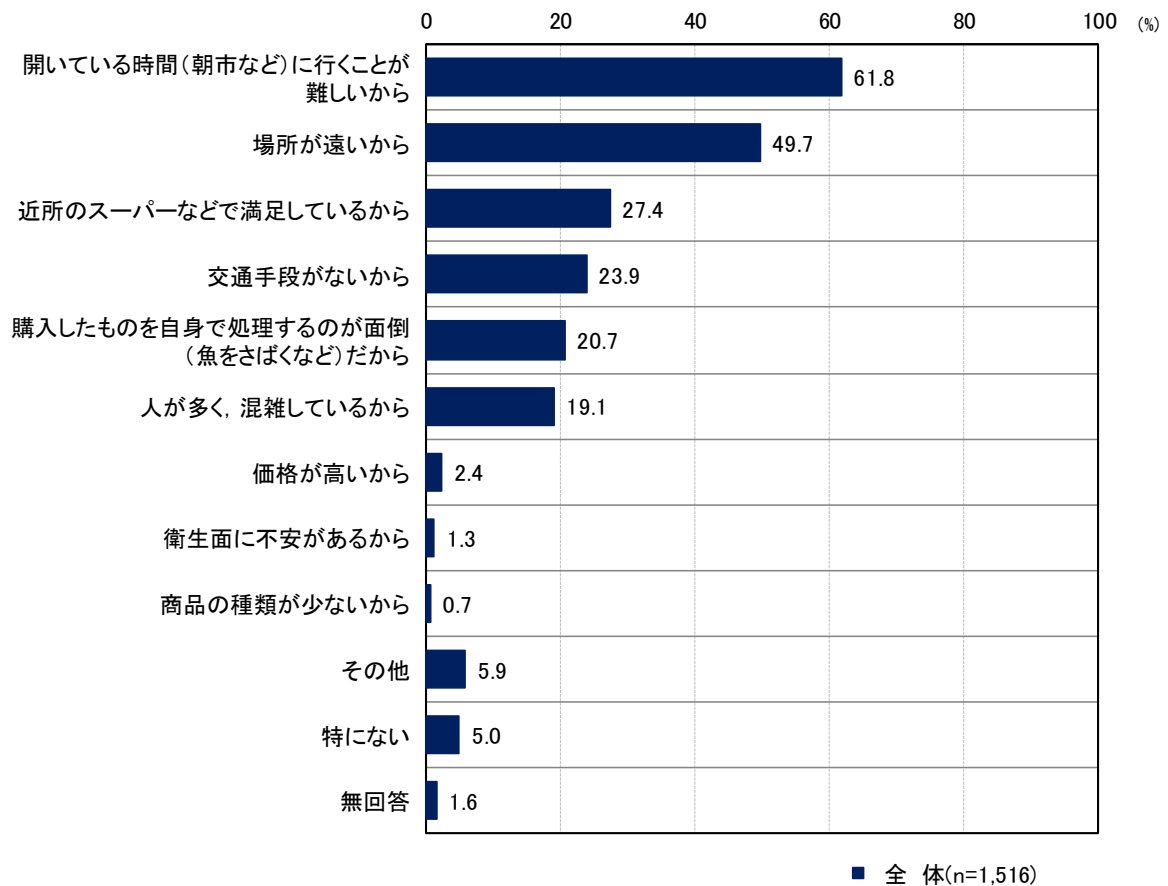
(27) 水産物の直売所を知っているが、行ったことがない理由

問 27-1 《問 27 で1つでも「2」と回答した方におたずねします。》

水産物の直売所へ行ったことがない理由は何ですか。特にあてはまるものを**3つ**まで選び、番号に○をつけてください。

水産物の直売所を知っているが、行ったことがない理由を聞いたところ、「開いている時間（朝市など）に行くことが難しいから」が 61.8%と最も多く、次いで「場所が遠いから」（49.7%）となっている。

図表 水産物の直売所を知っているが、行ったことがない理由【全体】※複数回答（3つまで）



性別にみると、男性では「近所のスーパーなどで満足しているから」(31.1%)の割合が女性(24.8%)よりも6.3ポイント高くなっている。また、女性では「交通手段がないから」(30.2%)の割合が男性(14.1%)よりも16.1ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性70歳以上では「交通手段がないから」の割合が43.5%となっており、他の性・年代と比べて高くなっている。

図表 水産物の直売所を知っているが、行ったことがない理由

【性・年代別】※複数回答(3つまで)

		調査数	開いている時間(朝市など)に行くことが難しいから	場所が遠いから	近所のスーパーなどで満足しているから	交通手段がないから	購入したものを自身で処理するの面倒(魚をさばくなど)だから	人が多く、混雑しているから	価格が高いから	衛生面に不安があるから	商品の種類が少ないから	その他	特にない	無回答
全体		1,516	61.8	49.7	27.4	23.9	20.7	19.1	2.4	1.3	0.7	5.9	5.0	1.6
性・年代別	男性計	611	60.6	47.1	31.1	14.1	20.1	20.6	3.4	2.0	1.3	6.7	6.7	1.5
	18~29歳	46	47.8	52.2	34.8	19.6	13.0	6.5	-	4.3	2.2	10.9	10.9	-
	30代	62	61.3	45.2	35.5	9.7	14.5	11.3	4.8	-	-	1.6	11.3	-
	40代	104	58.7	27.9	27.9	12.5	17.3	22.1	5.8	4.8	1.0	7.7	8.7	1.0
	50代	124	60.5	42.7	24.2	8.1	25.0	26.6	2.4	-	0.8	11.3	4.8	-
	60代	125	65.6	49.6	28.0	11.2	26.4	21.6	3.2	4.0	2.4	5.6	5.6	3.2
	70歳以上	138	63.0	63.8	39.9	24.6	16.7	21.7	1.4	-	0.7	4.3	4.3	2.2
	女性計	892	62.8	51.5	24.8	30.2	21.3	18.0	1.8	0.8	0.2	5.5	3.8	1.6
	18~29歳	54	38.9	48.1	24.1	31.5	14.8	14.8	-	-	-	7.4	5.6	-
	30代	103	63.1	48.5	22.3	29.1	23.3	18.4	1.0	1.0	-	7.8	3.9	1.9
	40代	176	59.7	37.5	22.2	18.8	27.3	19.3	4.5	1.7	-	8.0	4.0	1.7
50代	181	64.1	42.0	21.5	23.8	20.4	18.8	0.6	0.6	-	6.1	6.6	2.2	
60代	156	67.9	61.5	26.3	32.1	21.2	20.5	3.2	0.6	0.6	3.8	1.9	1.9	
70歳以上	209	67.5	66.0	30.1	43.5	18.7	15.8	0.5	0.5	0.5	1.4	2.4	1.0	

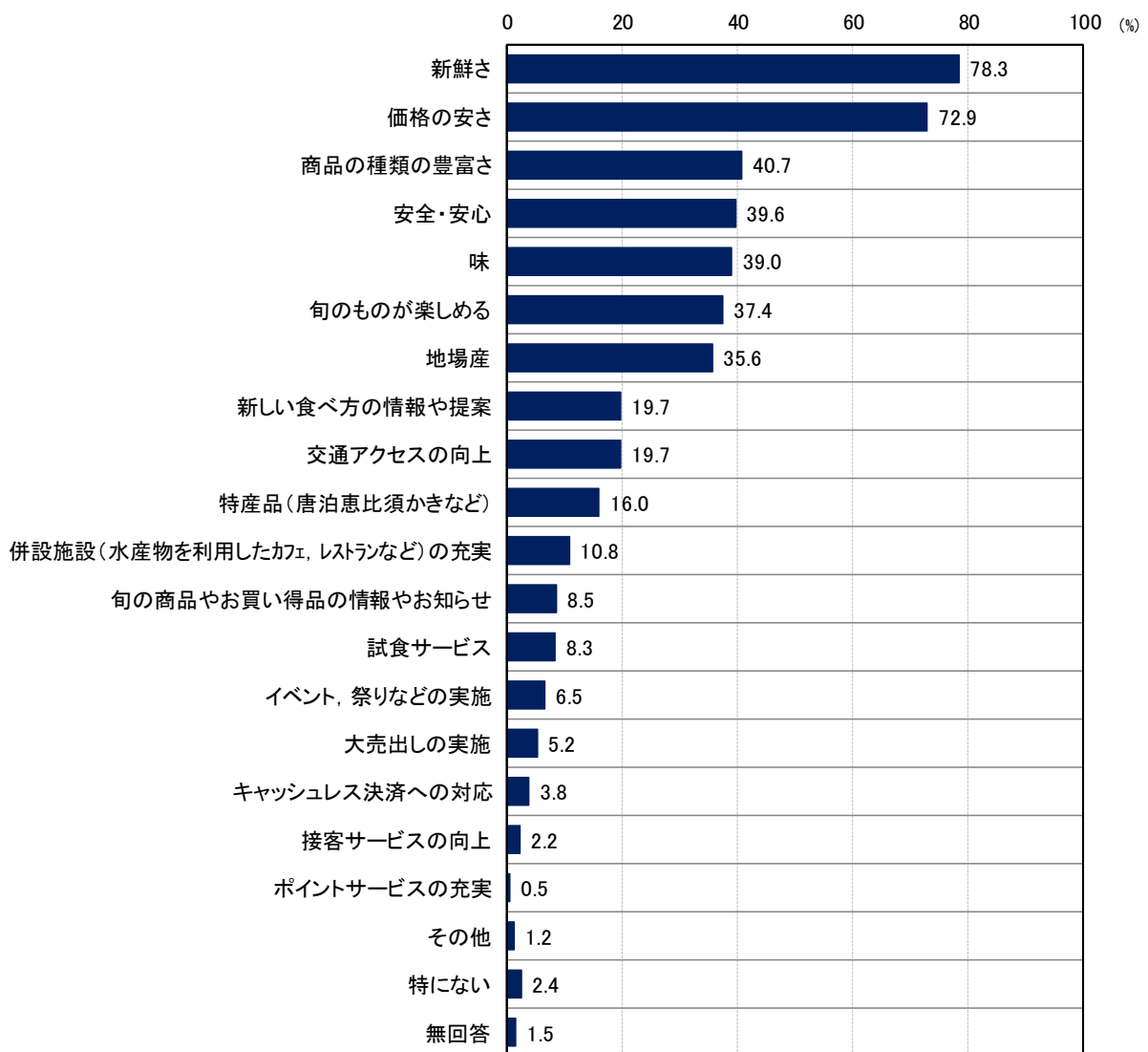


(28) 水産物の直売所に期待すること

**問 28** あなたが、水産物の直売所に期待することは何ですか。特にあてはまるものを**5つ**まで選び、番号に○をつけてください。

水産物の直売所に期待することを聞いたところ、「新鮮さ」が 78.3%と最も多く、次いで「価格の安さ」(72.9%) となっている。

図表 水産物の直売所に期待すること【全体】※複数回答(5つまで)



■ 全体(N=2,410)

性別にみると、男性では「味」(42.7%)の割合が女性(36.4%)よりも6.3ポイント高くなっている。また、女性では「新しい食べ方の情報や提案」(22.9%)の割合が男性(15.4%)よりも7.5ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性18歳～40代、女性18～29歳・30代では「味」の割合が約5割となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男性50代以上、女性60代以上では「地場産」の割合が4割を超えており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 水産物の直売所に期待すること【性・年代別】※複数回答(5つまで)

		単位:%												
調査数		新鮮さ	価格の安さ	商品の種類の豊富さ	安全・安心	味	旬のものが楽しめる	地場産	新しい食べ方の情報や提案	交通アクセスの向上	特産品(唐泊恵比須かきなど)	併設施設(水産物を利用したカフェ、レストラン)の充実	旬の商品やお買い得品の情報やお知らせ	
全体	2,410	78.3	72.9	40.7	39.6	39.0	37.4	35.6	19.7	19.7	16.0	10.8	8.5	
性・年代別	男性計	988	77.3	75.2	42.0	39.1	42.7	34.2	15.4	16.8	17.1	10.3	7.7	
	18～29歳	108	69.4	70.4	38.9	40.7	55.6	26.9	18.5	22.2	17.6	18.5	11.1	
	30代	125	73.6	70.4	43.2	44.8	57.6	37.6	28.0	19.2	10.4	22.4	12.0	
	40代	176	81.8	79.0	34.1	39.2	50.6	36.4	13.6	14.8	17.6	13.1	7.4	
	50代	170	77.1	80.0	43.5	46.5	38.2	33.5	15.3	12.4	14.7	7.6	5.3	
	60代	171	79.5	75.4	45.0	36.3	38.0	35.7	41.5	9.9	22.2	13.5	7.0	
	70歳以上	216	78.7	72.2	45.8	31.0	27.8	34.7	42.1	14.8	20.8	18.5	11.6	
	女性計	1,395	79.4	71.6	39.9	40.1	36.4	40.1	35.8	22.9	21.8	15.3	11.2	9.2
	18～29歳	149	78.5	77.2	36.2	42.3	50.3	36.9	14.8	20.1	16.8	16.8	12.1	2.7
	30代	175	81.7	74.3	39.4	37.7	49.1	40.0	26.9	28.0	15.4	20.0	10.3	3.4
	40代	252	78.2	73.8	38.5	44.4	39.3	44.8	32.9	29.4	14.7	11.9	12.3	8.7
	50代	248	83.1	74.2	43.1	44.4	37.5	40.7	36.3	24.2	21.0	16.1	11.3	6.9
	60代	223	80.3	73.5	39.9	35.9	30.5	35.4	45.3	21.1	29.6	16.1	10.3	15.7
70歳以上	327	75.5	62.1	41.3	36.1	23.5	40.4	45.0	17.1	29.1	13.8	10.4	12.8	

調査数		試食サービス	イベント、祭りなどの実施	大売出しの実施	キャッシュレス決済への対応	接客サービスの向上	ポイントサービスの充実	その他	特にない	無回答
全体	2,410	8.3	6.5	5.2	3.8	2.2	0.5	1.2	2.4	1.5
性・年代別	男性計	988	9.4	7.7	4.9	4.1	2.6	0.7	1.6	1.2
	18～29歳	108	7.4	8.3	6.5	7.4	1.9	2.8	0.9	6.5
	30代	125	9.6	8.0	6.4	6.4	4.0	-	3.2	0.8
	40代	176	11.4	8.0	5.7	5.1	2.3	1.7	0.6	2.3
	50代	170	11.8	12.4	3.5	5.3	1.8	0.6	1.8	2.4
	60代	171	8.2	7.0	5.3	0.6	3.5	-	1.8	2.3
	70歳以上	216	8.3	4.2	3.2	2.3	2.8	-	1.4	3.2
	女性計	1,395	7.5	5.6	5.4	3.6	1.8	0.4	1.0	2.2
	18～29歳	149	16.1	10.1	7.4	8.7	1.3	0.7	0.7	2.0
	30代	175	6.9	12.0	8.0	6.9	1.1	1.1	2.3	-
	40代	252	6.7	7.5	5.6	5.2	2.8	-	0.8	1.2
	50代	248	7.3	4.0	2.8	2.0	1.2	-	1.2	1.6
	60代	223	6.3	1.8	4.9	2.7	-	0.4	-	3.1
70歳以上	327	5.5	2.4	4.9	0.3	3.4	0.3	0.9	4.3	