

5. 「福岡市の農林水産業」に関する調査結果の総括

福岡市の農林水産業は、大都市でありながら身近にある豊かな自然の恵みをいかし、安全で安心な食料の安定供給や、都市と自然が共生する社会づくりに貢献している。

福岡市では、「福岡市農林業総合計画」、「福岡市水産業総合計画」をもとにさまざまな関連施策を推進しているが、次期計画を策定するにあたり、市民の「福岡市の農林水産業」に対するニーズ等を把握し、今後の施策を検討するための参考として、調査結果を確認したい。

5-1. 農業について

(1) 福岡市内産農産物の購入状況（問 15～18）

米や野菜などの農産物を買うときに重視していること（問 15）は、「新鮮さ」（81.2%）、「価格の安さ」（71.1%）が特に多く、「旬のもの」（35.5%）、「味」（34.5%）などもやや多い。性・年代別には、男女とも 60 代以上など年代が高いほど「新鮮さ」を重視する傾向にあるのに対し、男女とも 18～29 歳では「価格の安さ」が最重視され、30 代、40 代も重視する人が多いなど、年代が低い層は価格志向が強い。このほか、男女とも 18～29 歳では「味」、「料理のしやすさ」が相対的に多く、若い人は「旬のもの」より安さや味を求め、自身で料理する人は「料理のしやすさ」が重視ポイントとなっている。また、女性 30 代の「料理のしやすさ」が相対的に多く、子育て世代などが野菜等の料理しやすさを重視している状況がうかがえる。

米や野菜などの農産物や、ジャムなどの加工品を購入する際の福岡市内産の積極的な購入状況（問 16）は、「積極的に購入している（購入できる場所も知っている）」（17.4%）が 2 割弱となっている。「積極的に購入したいが、他に魅力的な産地の商品があればそちらを選ぶ」（42.4%）となっており、市内産の購入意向を持ちながら他の産地の商品の魅力を優先する人が多く、「積極的に購入していない」（27.5%）とあわせて、約 7 割（69.9%）の人は、福岡市内産農産物を積極的には購入していない。性・年代別には、男女とも 50 代以上の年代が高いほど積極派の割合が高くなるが、最も高い女性 70 歳以上でも 3 割未満（28.3%）で、どの性・年代も、福岡市内産であることが購入の決め手にはなっていない状況だが、後述するように、福岡市内産の具体的な農産物を知っている人が少ないことから、売場で市内産農産物が販売されていることを十分に認識しないまま他の産地の農産物を購入している人が少なくないと考えられる。

福岡市内で様々な農産物が作られていることについての認知状況（問 17）は、「具体的な産地情報とあわせて知っているものもある」（17.0%）、「何となく知っている」（59.9%）を合わせた『知っている』は 76.9%となっている。農産物を作っていること自体の認知度は高いが、多くの市民は「何となく知っている」程度で、前述の市内産購入意向を持ちながら他の産地の商品を購入する人が多い一因と考えられる。性・年代別には、男女とも 70 歳以上で「具体的な産地情報とあわせて知っているものもある」の割合が高いが、割合としては 2 割超にとどまり、どの年代も「何となく知っている」が主流である。これに対し、男女とも 18～29 歳の低い年代では「知らない」が約 4 割を占め、『知っている』も 6 割程度にとどまる。市内産農産物が売場であまり認識されていないことが背景にあると考えられるが、福岡市内産の農産物や加工品の積極的な購入状況（問 16）で、購入に積極派の人は、市内産農産物の認知度が特に高いことから、購買行動と認知度は、密接に関わっており、地産地消を促進するためには、認知度の向上は重要な要件であるといえる。

市内産の農産物や加工品がもっと購入されるようになるための取組み（問 18）は、「近所のスーパーや直売所などで、市内産であることを分かりやすく販売する」（84.3%）が最も多く、前述の通り市内産の農産物の具体的認知度が低いことから、まずは身近なスーパー等でのわかりやすい産地表示を求める声が多い。「市内産農産物のブランドイメージを向上させる」（47.4%）、「イベントやお祭りにおける市内産農産物のPR、販売会の実施」（35.8%）など、上位3項目は、福岡市内産農産物をもっと知るための取組みであり、市民も市内産のアピール度を高める取組みの重要性を認識している。さらに市内産農産物の魅力について認知度が高まることで、「積極的に購入したいが、他に魅力的な産地の商品があればそちらを選ぶ」（問 16）と回答した多くの人の購買行動も変化することが期待される。性・年代別には、40代以下の年代が低い層で「ふるさと納税返礼品としてPRする」が2割前後と相対的に多く、市外の人にもPRすることで、産地やブランドイメージの向上につながることを期待されている。

（2）農業体験について（問 19～20）

過去3年間に農業と身近に接した経験（問 19）は、「特にない」が過半数（53.5%）を占めるものの、「家庭菜園（自宅の庭やベランダ等）で、野菜・花などを栽培した」（27.5%）、「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」（19.9%）などは、一部の人には親しまれている。性・年代別には、「家庭菜園（自宅の庭やベランダ等）で、野菜・花などを栽培した」は、男女とも70歳以上で多くなっているほか、「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」は男性40代、女性30～40代で相対的に多く、子育て世代で子どもと一緒に楽しむ人が多いことがうかがえる。

参加したいと思う農業に接する場（問 20）は、「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの農業体験ができる場」（44.4%）、「家庭菜園（自宅の庭やベランダ等）で野菜・花などを栽培する」（42.4%）が多く、過去3年間で経験したこと（問 19）の上位項目でもあるが、過去の経験では過半数が「特にない」であったが、参加したい場としての「特にない」は24.6%にとどまり、何らかの形で農業に接する場を求めている人は少なくない。フルーツ狩りのような外に出かけて楽しむ体験と、家庭菜園の自宅内での体験それぞれに、一定の関心は持たれており、きっかけ等があれば経験者はさらに増えると考えられる。性・年代別には、男性40代以下、女性50代以下で「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの農業体験ができる場」が相対的に多く、女性18～29歳では7割を超える。このほか、女性30代以上では「家庭菜園（自宅の庭やベランダ等）で野菜・花などを栽培する」が相対的に多く、園芸に関心がある人は多い。また、男女とも18～29歳では「ボランティアやアルバイト等で農業の手伝いを行う」が3割を超え相対的に多く、若い人の農業体験は、ボランティア活動も選択肢の一つとして関心を持たれており、きっかけがあれば、農業に接する人は増えると考えられる。

（3）農産物直売所について（問 21～22）

福岡市内の農畜産物に関する直売所の認知状況（問 21）は、『知っている』（＝「利用したことがある」＋「知っているが、利用したことがない」）は「博多じょうもんさん市場（南区柏原、早良区東入部など）」（40.5%）が最も多く、「博多じょうもんさん市場（スーパー等に設置している

販売ブース)」(29.0%)とともに、「博多じょうもんさん市場」は一定の認知がなされている。市内に複数立地しており、身近に見る機会も多いと考えられる。行政区別には、「博多じょうもんさん市場（南区柏原、早良区東入部など）」は、店舗が立地する南区、早良区、西区の『知っている』の割合が6割前後と高いほか、早良区に近い城南区でも高い。これらの区では、「博多じょうもんさん市場（スーパー等に設置している販売ブース）」の割合も高い。このほか、「愛菜市場（東区和白）」は店舗のある東区の『知っている』の割合が3割を超えて相対的に高い。それぞれの直売所が立地する区の認知度が高くなっており、特に「博多じょうもんさん市場」は、地域で高い認知度を有しており、スーパー等の販売ブースでも存在感を示していると考えられる。

農畜産物の直売所に期待すること（問22）は、「鮮度がよい」(80.9%)、「価格が安い」(68.7%)が多く、米や野菜などの農産物を買うときに重視していること（問15）の上位項目と一致しており、鮮度や安さは、直売所の魅力、優位性として特に期待されている。このほか、「旬や季節感が感じられる」(31.7%)、「地元産の食材の品ぞろえが豊富」(24.3%)などもやや多い。性・年代別には、男女とも20代以下では「価格が安い」を最重視するのは農産物を買うときに重視していること（問15）と同様だが、男性50代以下、女性30代以下では、「美味しい食材が手に入る」が相対的に多く、直売所の農産物には美味しさも期待している。

（４）福岡市の農業に関する重点施策について（問23）

福岡市が今後重点的に取り組むべき農業施策（問23）は、「市内産農産物を近所のスーパーやインターネットなどで購入できる機会の充実（消費拡大に向けた取組み）」(41.1%)、「農家に対する経営支援（機械・施設の整備、資金など）」(40.5%)、「食料の安定供給の確保（消費者が適正な価格で購入できる仕組みづくり）」(37.2%)が上位3項目である。消費拡大、農家の経営支援、食料の安定供給という異なる3つの施策分野が、それぞれ高い必要性を認識されており、何かに特化した施策というより、幅広い視野で農業に関する施策を進めることが重要と考えられている。性・年代別には、男女とも40代以下では「農家に対する経営支援（機械・施設の整備、資金など）」が多いほか、「新規就農者の確保」、「情報発信や農業体験などのイベントを通じた市内産農産物のPR」など、年代が低い層では多様な分野の農業施策の必要性を認識する傾向にある。また、男性18歳～40代では「ロボット技術やICTを活用したスマート農業の推進」の割合が相対的に高く、次世代を見据えた農業施策が期待されている。

５－２．林業について（問24～28）

福岡市の林業は、花粉症対策にも力を入れている中で、市民の花粉症の状況（問24）は、「花粉症ではない」(51.9%)、「花粉症である」(39.1%)、「わからない」(7.8%)となっている。性・年代別には、女性は年代が低いほど「花粉症である」の割合が高い傾向にあり、18～29歳では「花粉症である」が過半数(53.1%)を占める。

福岡市の花粉発生源対策として、スギ・ヒノキ人工林を10年間で2割減少させることを目指していることの認知状況（問25）は、「知らない」が91.3%で、ほとんど知られていない。「知っている人」の認知媒体（問26）は、「テレビ・ラジオ」(54.1%)、「市政だより」(52.4%)で、それ以外は少ない。

福岡市が実施している花粉発生源対策に関する取組みで大切に思うもの（問 28）は、「スギ・ヒノキ林の伐採及び広葉樹（モミジやサクラなど）など花粉が少ない樹種への植替え」（57.0%）、「スギ・ヒノキ林の間伐により、新たな植生を促し、多様な樹種が混ざりあう森づくり」（51.1%）、「伐採したスギ・ヒノキを活用した公共施設（公民館・学校等）の木造・木質化」（49.8%）がそれぞれ多い。女性 18～29 歳では回答者の過半数が花粉症の現状において、花粉症対策はどれも大切とみられており、それだけ対策の効果が切望されているといえる。同時に、発生源のスギ・ヒノキを伐採で減らし、樹種を植え替えにより多様な森づくりを進めながら、伐採したスギ・ヒノキを活用するまで、森林資源の循環につながる一貫した取組みが期待されている。

福岡市内産材を含む地域産材の利用促進のために使用されていたらよいと思う場所（問 27）は、「学校や公民館などの公共施設」（67.8%）、「駅などの駐輪場（フェンスの外構）やバス停のベンチ」（54.5%）、「商業施設など民間施設」（49.1%）など、公共空間での幅広い利活用が期待されている。

5-3. 水産業について

（1）魚介類の消費状況（問 29～34）

魚介類を使った料理を食べる頻度（問 29）は、「ほぼ毎日」（4.8%）、「週に 4～5 日程度」（11.5%）、「週に 2～3 日程度」（45.5%）で、これを合計した『週 2 日以上』が 61.8%であるのに対し、食べない』（＝「ほとんど食べない」＋「まったく食べない」）の割合は 5.2%となっている。多くの人は日常的に魚介類を取り入れた食生活にはなっているが、令和 2 年度調査と比較すると、『週 4 日以上』の割合は 4.4 ポイント減少している。性・年代別には、男女とも年代が高いほど頻度も高い傾向にあるのに対し、30 代以下は『週 4 日以上』の割合は特に低く、令和 2 年調査時よりもさらに低下している。

普段食べることが多い魚介料理（問 30）は、「刺身」（62.1%）が最も多く、「和風の焼き物（塩焼き、干物、みそ漬けなど）」（53.7%）、「煮物」（37.7%）、「寿司」（37.5%）なども多い。性・年代別には、女性 40～60 代では「和風の焼き物（塩焼き、干物、みそ漬けなど）」が相対的に多い。男女とも 18～29 歳では「寿司」が相対的に多く、「刺身」に次いで多い。魚介類を食べる頻度が低い 18～29 歳にとって、「寿司」は魚介類に親しむきっかけになっている。

魚介類を購入するときに重視すること（問 31）は、「新鮮さ」（84.9%）が最も多く、このほかに「価格の安さ」（52.5%）、「味」（32.1%）なども多い。鮮度と安さを重視するのは農産物と同様だが、魚介類は特に「新鮮さ」の重視度が高い。性・年代別には、男女とも 18～29 歳では「価格の安さ」、「味」、70 歳以上では「健康にいいもの」が相対的に多い。このほか、女性 30 代、40 代では「料理のしやすさ」の重視度が高く、同居家族別にみた未就学児同居世帯でも相対的に多いことから、子育て世代にとって重要なポイントとなっている。農産物の購入時重視点（問 15）でも、女性のこの年代で「料理のしやすさ」を重視するのは共通しているが、魚介類の方がその傾向は強い。若年層、子育て世代、高齢者など、世代によって魚介類に求める要素はさまざまである。

普段買うことが多い水産物の状態（問 32）は、「切り身」（72.6%）、「刺身」（56.8%）が多いほか、「寿司」（27.2%）、「干物」（25.9%）もやや多い。魚介類の購入時に「新鮮さ」が最も重視さ

れることから（問 31）、売場で鮮度を確かめながら切り身や刺身、寿司などを購入する人が多いとみられる。性・年代別には、男女とも年代が低いと「寿司」が相対的に多いのに対し、年代が高いほど「干物」が多い傾向にある。また、男女とも 18～29 歳の「干物」は極端に少なく、若い人は「干物」を買って食べる習慣はほとんどないとみられる。

福岡市の漁業者が生産している水産加工品の認知度（問 33）は、「知っているものはない」（50.3%）が多いが、「姪浜のり（西区姪浜地区）」（19.3%）、「弘わかめ（東区弘地区）」（17.4%）「志賀島金印汐わかめ（東区志賀島地区）」（17.1%）は、居住区別に見た地元区を中心に知っている人がやや多い。性・年代別には、男女とも年代が低いほど「知っているものはない」が多く、認知度上位 3 商品も 70 歳以上の年代が高い人中心である。18～29 歳は「知っているものはない」が特に多く、若い人は、干物をほとんど買わない（問 32）など、特に水産加工品に対する馴染みが薄い人が多いといえる。

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催しの認知状況（問 34）は、全体的に「知らない」の割合が高いものの、『知っている』（＝「利用したことがある」＋「知っているが、利用したことがない」）ものでは、「市民感謝デー（中央区長浜：鮮魚市場）」（41.2%）、「唐泊恵比須かき カキ小屋（西区小田：海づり公園緑地）」（40.0%）が多い。「市民感謝デー（中央区長浜：鮮魚市場）」は「知っているが、利用したことがない」（33.2%）の割合が高く、行ったことはなくても情報として耳にする人は多い模様である。

（２）水産物直売所について（問 35）

水産物の直売所に期待すること（問 35）は、「新鮮さ」（79.1%）、「価格の安さ」（74.5%）が多いほか、「安全・安心」（44.1%）、「旬のものが楽しめる」（42.6%）、「商品の種類の豊富さ」（40.8%）などもやや多い。農畜産物直売所に期待すること（問 22）同様、鮮度と価格の期待度が高い。性・年代別には、女性 40 代以上は「新鮮さ」が相対的に多いほか、男女とも年代が低いほど「味」を期待する傾向がある。

（３）福岡市の水産業の評価と役割（問 36～38）

福岡市は「魚がおいしいまち」だと思うか（問 36）は、「そう思う」（79.6%）の割合が高く、多くの市民に福岡市の魚のおいしさは浸透している。性・年代別には、18～29 歳では「わからない」の割合が 2 割から 3 割台でやや高いが、居住年数別にみて年数が長いほど「そう思う」の割合が高い傾向にあることから、若い人の「わからない」は、福岡市への居住歴の短さが背景にあると考えられる。

福岡市は「魚がおいしいまち」だと思う人のその理由（問 37）は、「新鮮な魚が多いから」（81.6%）、「魚がおいしい飲食店が多いから」（63.2%）などが多く、魚介類購入時の重視点（問 31）でも最も重視される新鮮さにおいて、福岡市の優位性を実感している人が多いことがわかる。性・年代別には、女性の 40 代以下などでは「魚がおいしい飲食店が多いから」が相対的に多く、外食時の経験から福岡市の魚の美味しさを知る人も多い。また、居住年数別に年数が長いほどおいしいと思う人が多いことから、家庭や外食での魚介類を食べる機会が増えるほど、改めておいしさを実感する人が多いとみられる。

食料の安定供給のほかに水産業がもつ重要な役割と思うもの（問 38）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）」（73.6%と）、「海洋環境の保全（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）」（64.8%）、「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）」（38.1%）などが多く、漁獲だけではなく環境保全にも貢献する水産業の多様な役割が認識されている。性・年代別には、18～29 歳は、「海洋環境の保全（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）」は女性の 62.5%に対し男性は 46.8%で、若い男女の認識の差が大きい。

（４）福岡市の水産業に対する取組みについて（問 39～40）

子どもを対象にした魚食普及の取組みについての考え（問 39）は、『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 89.1%で、多くの市民に必要性が認識されている。

福岡市が今後重点的に取り組むべき水産業施策（問 40）は、「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）」（55.3%）、「地元水産物の消費拡大の促進（直売所、朝市夕市の増設など）」（45.8%）が多く、特に海洋の環境保全と消費拡大の重要性が重要視されている。このほか、「新規漁業就業者や若手漁業者などの育成」（38.4%）、「養殖の推進」（37.0%）など、持続可能な水産業の経営支援も重要視されている。性・年代別には、「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）」、「地元水産物の消費拡大の促進（直売所、朝市夕市の増設など）」は、男女とも 60 代以上など高い年代で多い傾向にあるが、「漁業者の収入増の支援」は、男女とも 40 代で多い傾向にある。

５－４．福岡市の持続可能な農林水産業について

今後も福岡市の農林水産業を守り育てていくべきだと思うか（問 41）は、「守り育てていくべき」（80.3%）、「どちらかといえば守り育てていくべき」（14.5%）を合わせた『守り育てていくべき』は 94.8%で、性・年代問わず、ほとんどの市民は、福岡市の農林水産業の重要性を認識している。

５－５．「福岡市の農林水産業」に関する調査結果のまとめ

福岡市の農林水産業の重要性は多くの市民に理解されているが、水産業は魚のおいしさなどが広く認識されているものの、農業は、生産地であることを何となく知っている程度で、具体的に認知するものは少なく、林業についても花粉症対策はほとんど知られていない。

具体的な市内産農産物を知る人が少ないため、スーパー等の売場で日常的に意識することが少なく、市内産購入の意思はあっても他産地の商品を選ぶ人が多い結果になっていると考えられる。購買行動と市内産の認知度は密接に関係していることから、直売所だけでなく、スーパー等で福岡市内産であることがさらに意識されるようになれば、消費の拡大にもつながることが期待される。

一方、水産物は、多くの市民は、福岡市は魚がおいしいまちと感じており、魚介類の購入や外食時の経験から、福岡市の水産物の優位性が自然と認識されている。水産物は福岡市内産に限らず、周辺地域の魚介類も豊富に店頭に並ぶが、福岡市は、海や港、市場が近く、産地としてのイ

メージが浸透し、福岡市＝魚がおいしいというイメージに直結していると考えられる。これに対し、農産物は、市街地に田畑が少なく、スーパー等の売場には他の産地の農産物が多く流通し、福岡市産の具体的な農産物のイメージが乏しいこともあり、産地としてのイメージが十分でないことから、市内産の優位性があまり認識されていない可能性もある。また、農産物も水産物も、購入時に重視することは鮮度が第一だが、魚介類の方が、鮮度がよりわかりやすく、おいしく感じられる人が多いと考えられる。

一方、市民は、魚介類は週の半分未満程度は食べる習慣を持っており、日常的に食べない人は少ないが、令和2年度調査より頻度は低下し、もともと頻度の低い18～29歳の若い人はさらに低下している。今後の魚食の普及拡大には、特に若い人の頻度を高めることが重要となるが、現状では、若い人の魚介類の食べ方は刺身や寿司に偏りがちで、このままでは頻度自体が大きく上昇することは期待できない。特に、若い人は、食習慣として干物など水産加工品にほとんど縁のない状態で、市内産の加工品認知度も低い。鮮魚だけでなく、さまざまな加工品や調理法を含め、魚介類の生食以外の食べ方をもっと知ってもらい、若い人の魚食習慣の多様化を図っていくことが重要といえる。

福岡市の農林水産業に関する重点施策は、農業は、消費拡大、農家の経営支援、食料の安定供給という異なる3つの施策分野それぞれが重要で、幅広い視野で施策を進めることが求められ、水産業は、消費拡大のほかに海洋の環境保全を担う役割が重要視されている。安定的な食料供給や環境保全など、農林水産業の持つ多様な役割は市民にも認知されており、持続可能な生産を維持するためのさまざまな施策が求められている。

6. 「農林水産業」に関する調査結果

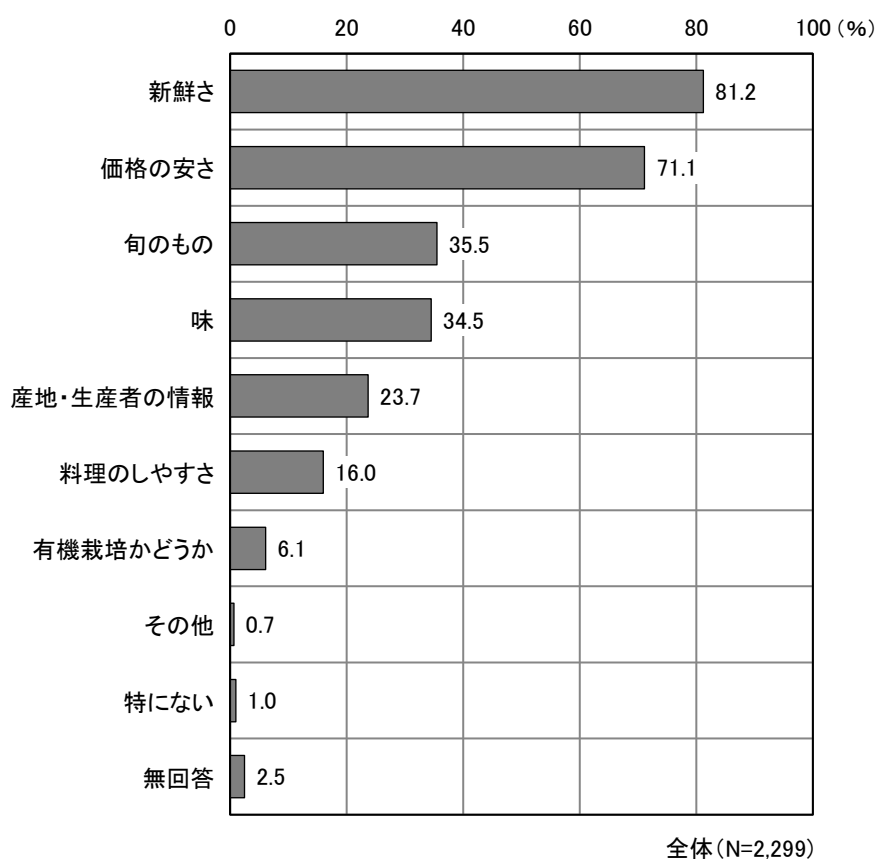
6-1. 農業について

(1) 農産物を買うときに重視していること

問 15 あなたのご家庭では、米や野菜などの農産物を買うときに、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** 選んでください。

農産物を買うときに重視していることを聞いたところ、「新鮮さ」が81.2%と最も多く、次いで「価格の安さ」(71.1%)、「旬のもの」(35.5%)となっている。

図表 農産物を買う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」(40.4%)の割合が女性(30.3%)に比べて10.1ポイント高く、女性では「旬のもの」(38.7%)の割合が男性(30.9%)に比べて7.8ポイント、「新鮮さ」(83.4%)の割合が男性(78.4%)に比べて5.0ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性では概ね年代が高いほど「新鮮さ」の割合が高くなっている。また、女性では年代が高いほど「旬のもの」の割合が高くなる傾向がある。

図表 農産物を買う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: %

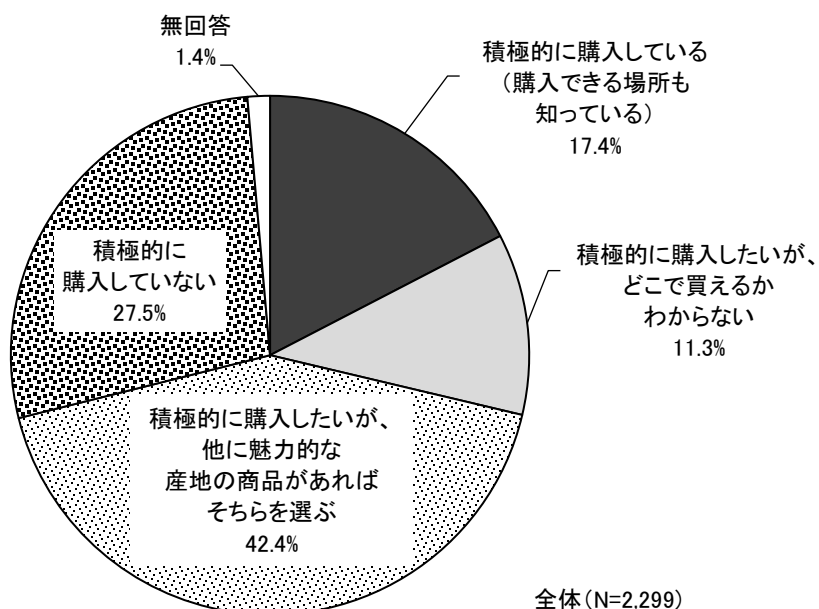
		調査数	新鮮さ	価格の安さ	旬のもの	味	産地・生産者の情報	料理のしやすさ	有機栽培かどうか	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	81.2	71.1	35.5	34.5	23.7	16.0	6.1	0.7	1.0	2.5
性・年代別	男性計	965	78.4	72.3	30.9	40.4	21.8	14.3	5.2	0.7	1.1	1.7
	18～29歳	79	62.0	75.9	17.7	48.1	16.5	25.3	2.5	1.3	2.5	—
	30代	113	73.5	78.8	38.1	47.8	9.7	21.2	3.5	—	1.8	—
	40代	164	72.0	68.3	27.4	50.6	30.5	9.8	6.1	—	1.2	1.8
	50代	177	77.4	70.1	33.9	40.1	20.3	18.1	3.4	1.1	0.6	1.7
	60代	156	84.6	79.5	26.9	38.5	25.6	8.3	5.1	0.6	0.6	0.6
	70歳以上	258	86.0	67.8	35.7	28.3	22.1	12.0	7.4	1.2	1.2	3.5
	女性計	1,318	83.4	70.6	38.7	30.3	24.9	17.4	6.8	0.8	0.8	3.0
	18～29歳	128	71.1	83.6	18.0	42.2	24.2	25.0	2.3	1.6	0.8	1.6
	30代	154	79.2	77.9	39.0	33.8	15.6	26.6	3.9	0.6	—	1.9
	40代	192	77.6	79.2	32.8	28.6	26.6	17.2	8.3	0.5	—	4.2
	50代	259	86.5	66.4	40.2	33.6	30.9	13.1	5.4	0.4	0.4	3.9
	60代	212	88.7	65.1	46.2	30.7	27.4	14.2	5.7	—	1.4	2.4
	70歳以上	360	86.7	65.0	42.8	22.8	22.8	16.4	10.3	1.4	1.4	3.3

（２）農産物や農産加工品を購入する際の市内産優先意向

問 16 あなたのご家庭では、米や野菜などの農産物や、ジャムなどの加工品を購入する際、市内産を積極的に購入していますか。あてはまるものを **1つだけ** 選んでください。

農産物や農産加工品を購入する際の市内産優先意向を聞いたところ、「積極的に購入したいが、他に魅力的な産地の商品があればそちらを選ぶ」が 42.4%と最も多く、次いで「積極的に購入していない」(27.5%)、「積極的に購入している（購入できる場所も知っている）」(17.4%) となっている。

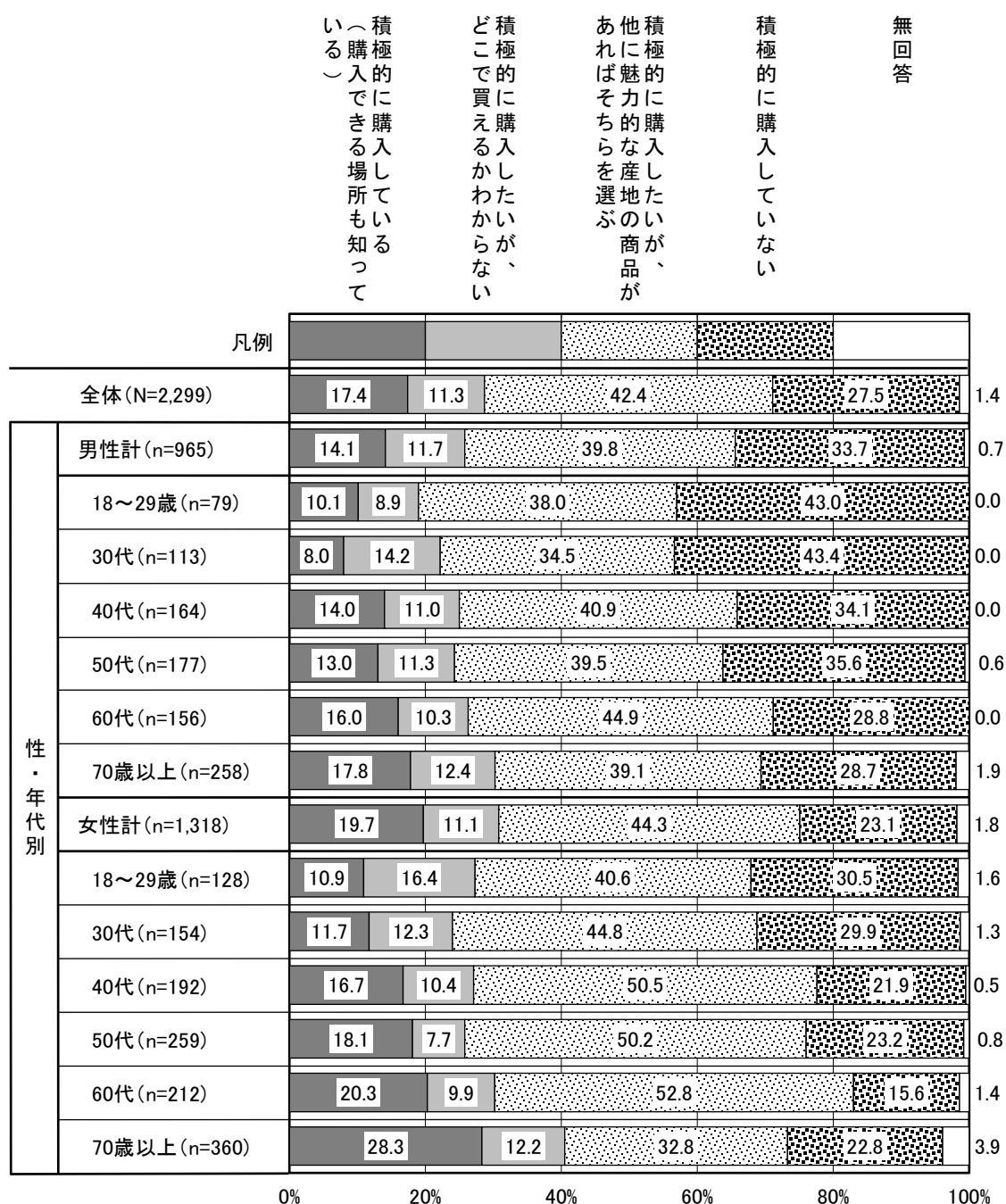
図表 農産物や農産加工品を購入する際の市内産優先意向【全体】



性別にみると、男性では「積極的に購入していない」(33.7%)の割合が女性(23.1%)に比べて10.6ポイント高く、女性では「積極的に購入している(購入できる場所も知っている)」(19.7%)の割合が男性(14.1%)に比べて5.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性では年代が高いほど「積極的に購入している(購入できる場所も知っている)」の割合が高くなっている。

図表 農産物や農産加工品を購入する際の市内産優先意向【性・年代別】



(3) 市内産農産物の認知状況

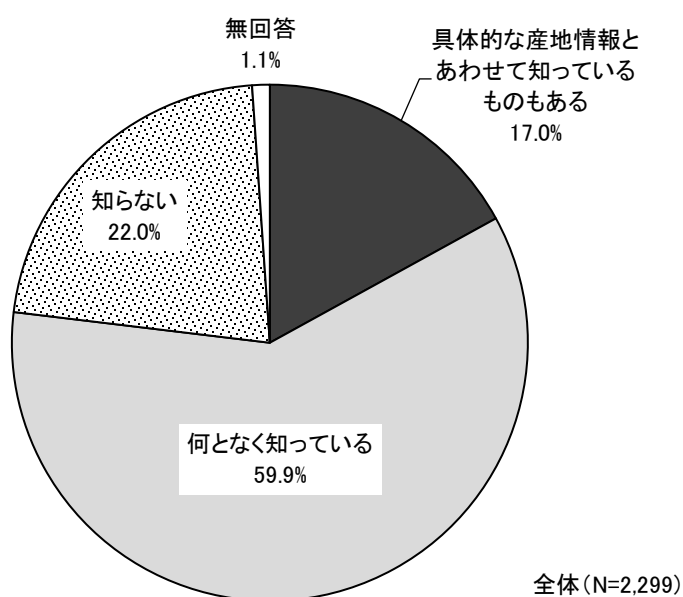
問 17 あなたは、福岡市内で米や野菜、花き ※などの様々な農産物が作られていることを知っていますか。あてはまるものを **1つだけ** 選んでください。

※花き…切り花、鉢もの、花木類、球根類、花壇用、苗もの、芝類、地被植物類

市内産農産物の認知状況を聞いたところ、「何となく知っている」が 59.9%と最も多く、次いで「知らない」(22.0%)、「具体的な産地情報とあわせて知っているものもある」(17.0%) となっている。

『知っている』(=「具体的な産地情報とあわせて知っているものもある」+「何となく知っている」)は 76.9%となっている。

図表 市内産農産物の認知状況【全体】

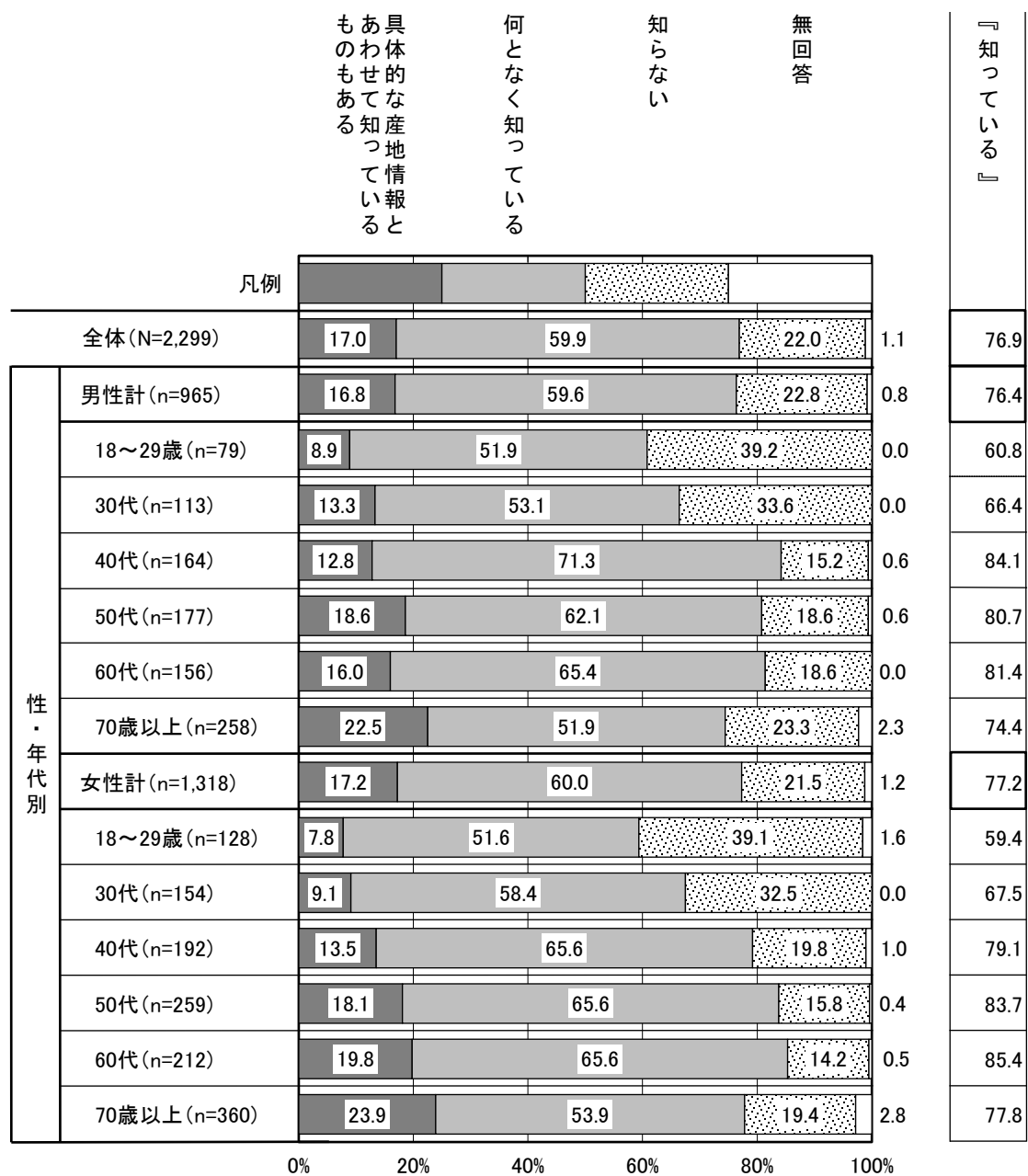


『知っている』 76.9%

性別にみると、大きな違いはみられない。

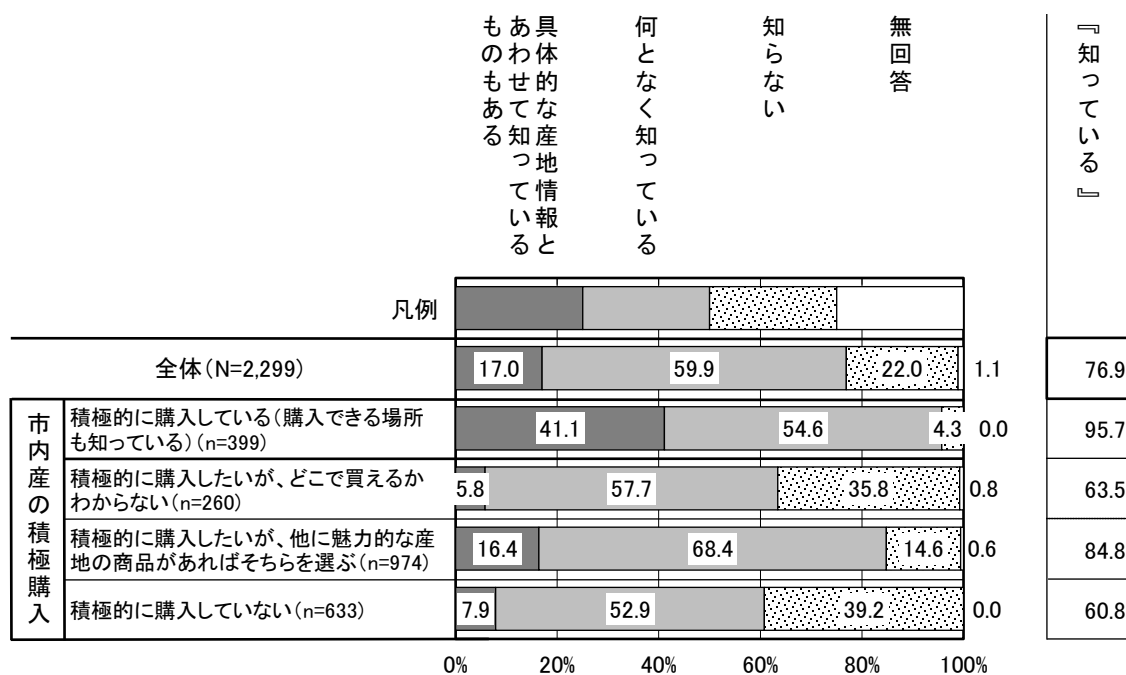
性・年代別にみると、女性では概ね年代が高いほど『知っている』の割合が高くなっている。

図表 市内産農産物の認知状況【性・年代別】



市内産の積極購入別にみると、「積極的に購入している（購入できる場所も知っている）」と「積極的に購入したいが、他に魅力的な産地の商品があればそちらを選ぶ」で『知っている』の割合が8割を超えている。

図表 市内産農産物の認知状況【市内産の積極購入別】

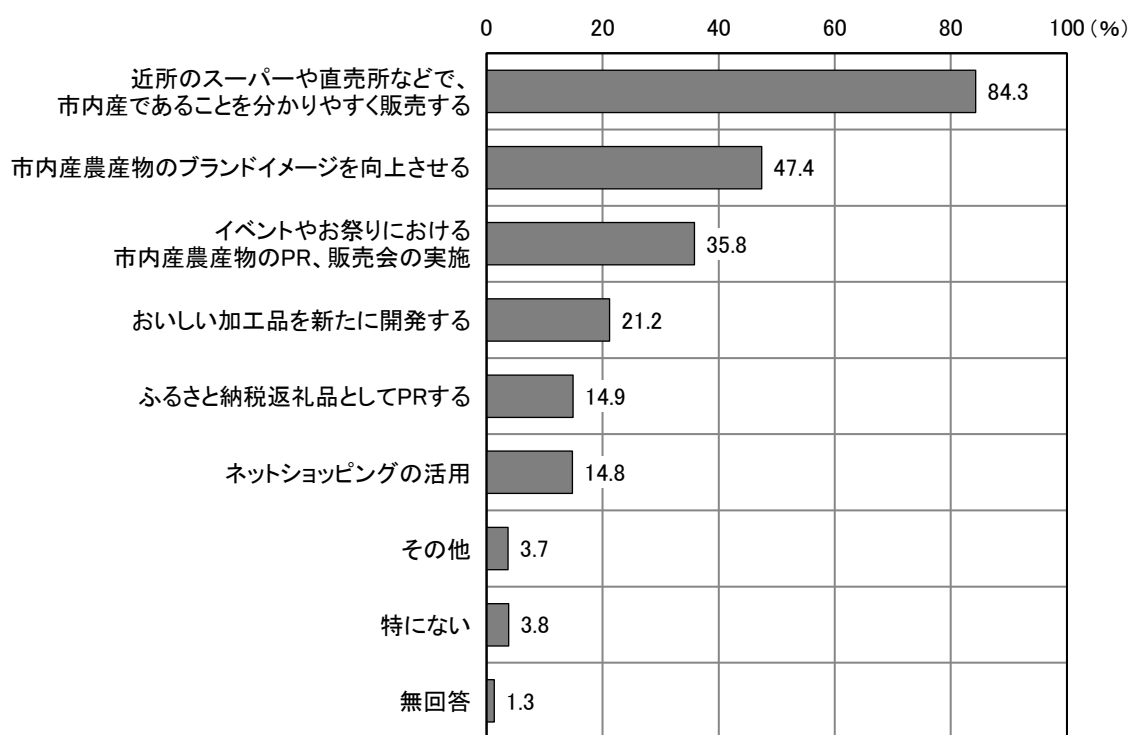


（４）市内産農産物や加工品の購入促進のための必要な取組み

問 18 あなたは、どのような取組みが広まれば、もっと市内産の農産物や加工品が購入されるようになると思いますか。特にあてはまるものを **3つまで** 選んでください。

市内産農産物や加工品の購入促進のための必要な取組みを聞いたところ、「近所のスーパーや直売所などで、市内産であることを分かりやすく販売する」が84.3%と最も多く、次いで「市内産農産物のブランドイメージを向上させる」(47.4%)、「イベントやお祭りにおける市内産農産物のPR、販売会の実施」(35.8%)となっている。

図表 市内産農産物や加工品の購入促進のための必要な取組み【全体】※複数回答（3つまで）



全体 (N=2,299)

性別にみると、男性では「市内産農産物のブランドイメージを向上させる」(51.7%)の割合が女性(44.5%)に比べて7.2ポイント高く、女性では「近所のスーパーや直売所などで、市内産であることを分かりやすく販売する」(87.0%)の割合が男性(80.7%)に比べて6.3ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性50代では「市内産農産物のブランドイメージを向上させる」の割合が61.6%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18歳～40代、女性18～29歳では「近所のスーパーや直売所などで、市内産であることを分かりやすく販売する」の割合が6割台から7割台となっており、他の性・年代に比べて低くなっている。さらに、男女とも年代が低いほど「ふるさと納税返礼品としてPRする」の割合が高くなっている。

図表 市内産農産物や加工品の購入促進のための必要な取組み【性・年代別】

※複数回答(3つまで)

単位: %

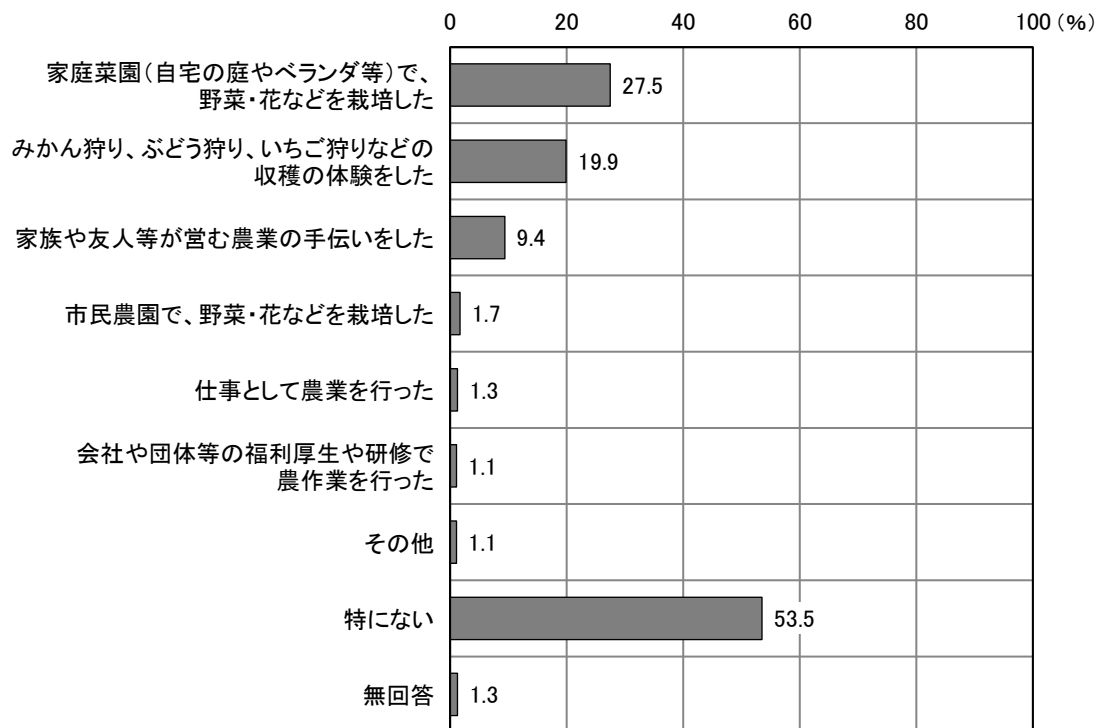
		調査数	近所のスーパーや直売所など りやすく販売する	市内産農産物のブランドイ メージを向上させる	市内産農産物やお祭りにお 客のPR、販売会の市 実施	おいしい加工品を新たに開 発する	ふるさと納税返礼品として PRする	ネットショッピングの活用	その他	特 に な い	無 回 答
全 体		2,299	84.3	47.4	35.8	21.2	14.9	14.8	3.7	3.8	1.3
性・年代別	男性計	965	80.7	51.7	33.3	23.8	14.7	16.1	4.8	4.9	0.5
	18～29歳	79	67.1	41.8	24.1	19.0	27.8	21.5	5.1	8.9	—
	30代	113	70.8	49.6	33.6	15.0	22.1	19.5	7.1	7.1	—
	40代	164	79.3	53.0	31.1	19.5	18.3	22.0	4.9	3.7	—
	50代	177	82.5	61.6	30.5	23.7	14.7	15.3	4.5	2.3	0.6
	60代	156	87.8	53.2	37.8	29.5	9.6	15.4	5.1	3.2	—
	70歳以上	258	84.1	48.8	37.2	28.7	8.1	10.1	3.1	6.2	1.6
	女性計	1,318	87.0	44.5	37.8	19.3	15.1	14.0	3.0	2.9	1.7
	18～29歳	128	77.3	43.8	26.6	18.0	28.1	18.8	6.3	2.3	1.6
	30代	154	87.7	45.5	39.0	19.5	21.4	17.5	3.9	3.9	—
	40代	192	85.9	45.3	39.1	13.5	20.8	17.7	1.6	0.5	1.0
	50代	259	89.6	48.3	40.5	18.5	11.6	17.0	3.5	1.2	0.4
	60代	212	90.1	49.5	44.8	20.3	10.8	12.7	3.8	1.4	0.9
	70歳以上	360	87.2	38.9	35.3	22.5	10.0	8.1	1.4	5.8	4.4

(5) 農業と身近に接した経験

問 19 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 選んでください。

農業と身近に接した経験を聞いたところ、「特にない」が 53.5%と最も多く、次いで「家庭菜園（自宅の庭やベランダ等）で、野菜・花などを栽培した」（27.5%）、「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」（19.9%）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）



全体 (N=2,299)

性別にみると、男性では「特にない」(58.0%)の割合が女性(50.3%)に比べて7.7ポイント高く、女性では「家庭菜園(自宅の庭やベランダ等)で、野菜・花などを栽培した」(30.7%)の割合が男性(23.1%)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、男性70歳以上、女性40代・70歳以上では「家庭菜園(自宅の庭やベランダ等)で、野菜・花などを栽培した」、男性40代、女性18歳～40代では「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」の割合が、他の性・年代に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: %

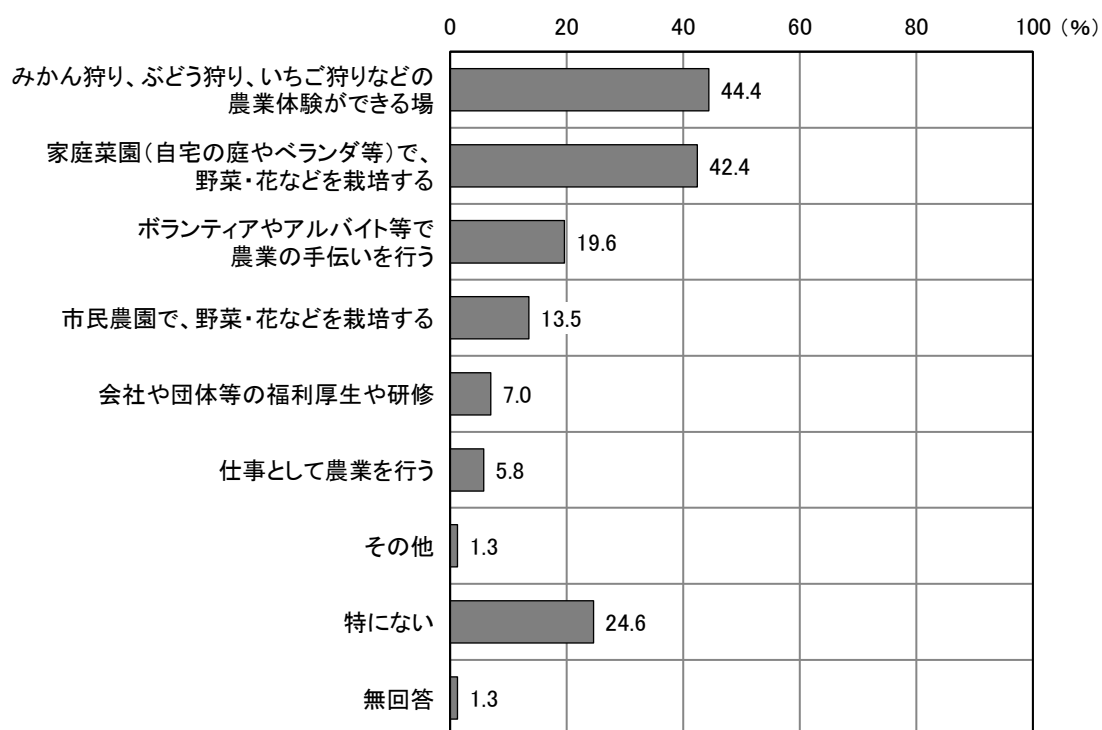
		調査数	家庭菜園(自宅の庭やベランダ等)で野菜・花などを栽培した	みかん狩りなどの収穫の体験をした	家族や友人等が営む農業の手伝いをした	市民農園で、野菜・花などを栽培した	仕事として農業を行った	会社や団体等の福利厚生や研修で農作業を行った	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	27.5	19.9	9.4	1.7	1.3	1.1	1.1	53.5	1.3
性・年代別	男性計	965	23.1	17.2	9.3	2.1	1.8	1.6	1.1	58.0	0.5
	18～29歳	79	17.7	17.7	16.5	1.3	1.3	—	—	64.6	—
	30代	113	15.9	19.5	13.3	1.8	1.8	5.3	1.8	57.5	—
	40代	164	19.5	25.6	15.9	2.4	2.4	1.8	1.8	48.2	—
	50代	177	19.2	13.0	6.8	2.3	1.7	2.3	1.1	64.4	0.6
	60代	156	20.5	10.9	6.4	2.6	1.3	1.3	1.3	64.7	—
	70歳以上	258	34.9	17.4	5.0	1.9	1.9	—	0.8	53.5	1.6
	女性計	1,318	30.7	21.9	9.3	1.5	1.1	0.8	1.1	50.3	1.7
	18～29歳	128	20.3	28.9	12.5	1.6	0.8	2.3	2.3	50.0	0.8
	30代	154	29.9	29.9	14.9	0.6	1.3	1.3	1.9	44.8	0.6
	40代	192	33.9	27.1	10.9	2.6	1.0	1.0	1.6	44.8	0.5
	50代	259	29.0	17.4	7.3	0.8	1.2	0.8	0.4	56.4	0.4
	60代	212	28.8	17.0	9.0	0.9	—	0.5	0.9	56.1	1.4
	70歳以上	360	35.8	18.9	6.7	1.9	1.7	—	0.6	47.5	4.2

(6) 参加したい農業に接する場

問 20 あなたが、農業に接する場として、参加したいと思うものはどのような場ですか。
あてはまるものを **すべて** 選んでください。

参加したい農業に接する場を聞いたところ、「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの農業体験ができる場」が44.4%と最も多く、次いで「家庭菜園（自宅の庭やベランダ等）で、野菜・花などを栽培する」（42.4%）、「特にない」（24.6%）となっている。

図表 参加したい農業に接する場【全体】※複数回答（すべて）



全体 (N=2,299)

性別にみると、女性では「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの農業体験ができる場」(51.7%)の割合が男性(34.6%)に比べて17.1ポイント、「家庭菜園(自宅の庭やベランダ等)で、野菜・花などを栽培する」(46.4%)の割合が男性(36.9%)に比べて9.5ポイント、男性では「特にない」(29.5%)の割合が女性(20.9%)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18歳～40代では「みかん狩り、ぶどう狩り、いちご狩りなどの農業体験ができる場」、女性30代・40代では「家庭菜園(自宅の庭やベランダ等)で、野菜・花などを栽培する」、男女とも18～29歳では「ボランティアやアルバイト等で農業の手伝いを行う」の割合が、他の性・年代に比べて高くなっている。また、女性では概ね年代が高いほど「特にない」の割合が高くなっており、男性では年代が高いほど「特にない」の割合が高くなる傾向がある。

図表 参加したい農業に接する場【性・年代別】※複数回答(すべて)

単位: %

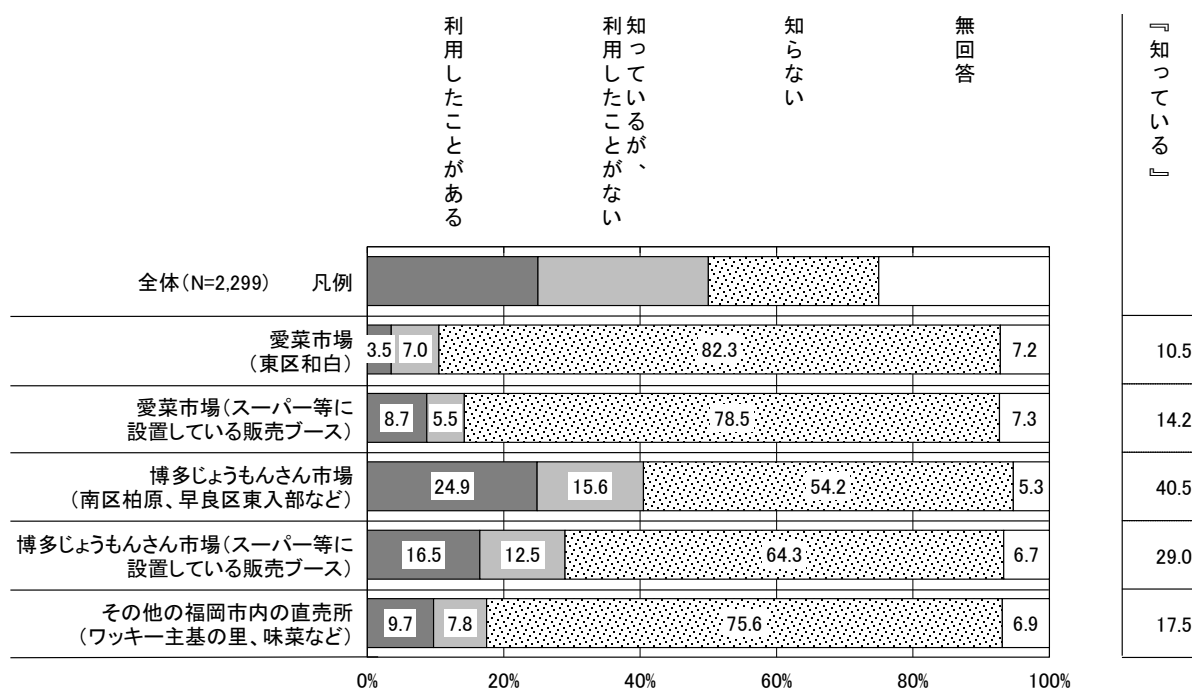
		調査数	がいみ でちかん 狩り狩り などのぶ どうど う農 業体 験	家庭 菜園 (自宅 の庭 やベ ラン ダ等 で、 野菜 ・花 など を 栽 培 す る)	ボラ ンテ ィア やア ルバ イト 等 で農 業の 手伝 い を行 う	市民 農園 で、 野菜 ・花 など を 栽 培 す る	研 修 会 社 や 団 体 等 の 福 利 厚 生 や	仕 事 と し て 農 業 を 行 う	そ の 他	特 に な い	無 回 答
全 体		2,299	44.4	42.4	19.6	13.5	7.0	5.8	1.3	24.6	1.3
性・年代別	男性計	965	34.6	36.9	17.2	14.7	6.9	8.0	2.1	29.5	0.8
	18～29歳	79	43.0	32.9	31.6	15.2	12.7	12.7	1.3	25.3	－
	30代	113	46.0	39.8	17.7	18.6	15.9	8.0	2.7	20.4	－
	40代	164	46.3	36.6	18.9	12.2	7.9	17.1	1.8	18.9	－
	50代	177	35.0	35.6	23.2	14.7	9.0	9.6	3.4	25.4	0.6
	60代	156	30.1	38.5	17.9	17.9	5.1	4.5	1.9	29.5	－
	70歳以上	258	22.1	38.4	7.4	12.4	0.4	1.2	1.2	43.0	2.7
	女性計	1,318	51.7	46.4	21.2	12.7	7.1	4.2	0.7	20.9	1.4
	18～29歳	128	71.1	39.1	32.0	9.4	14.1	3.1	－	10.9	0.8
	30代	154	76.6	53.9	24.0	11.7	14.9	7.1	1.3	9.1	－
	40代	192	65.1	51.0	25.0	15.6	10.4	7.8	0.5	9.9	0.5
	50代	259	56.0	44.0	27.8	14.7	6.6	5.4	0.8	18.1	0.4
	60代	212	44.8	47.2	22.6	18.4	3.3	1.9	1.4	24.5	0.9
	70歳以上	360	27.5	44.7	8.6	8.1	2.2	1.7	0.3	35.3	3.9

(7) 農畜産物の直売所の認知度

問 21 あなたは、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直売所などについて、知っていますか。また、利用したことがありますか。(1)～(5)のそれぞれについて、あてはまるものを **1つずつ** 選んでください。

農畜産物の直売所の認知度を聞いたところ、『知っている』(=「利用したことがある」+「知っているが、利用したことがない」)は「博多じょうもんさん市場(南区柏原、早良区東入部など)」が40.5%と最も多く、次いで「博多じょうもんさん市場(スーパー等に設置している販売ブース)」(29.0%)、「その他の福岡市内の直売所(ワッキー主基の里、味菜など)」(17.5%)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）

居住区別でみると、地元の東区で『知っている』の割合が 30.2%と最も高く、「利用したことがある」は 14.0%となっている。

図表 愛菜市場（東区和白）の認知度【居住区別】

単位：%

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
	全 体	2,299	3.5	7.0	82.3	7.2	10.5
居住区別	東区	464	14.0	16.2	64.9	5.0	30.2
	博多区	304	1.3	5.9	88.2	4.6	7.2
	中央区	302	2.6	3.6	89.1	4.6	6.2
	南区	393	-	5.6	85.2	9.2	5.6
	城南区	174	0.6	3.4	90.8	5.2	4.0
	早良区	339	0.3	3.5	87.0	9.1	3.8
	西区	308	0.6	5.5	82.5	11.4	6.1

② 愛菜市場（スーパー等に設置している販売ブース）

居住区別でみると、東区で『知っている』の割合が23.9%と最も高く、「利用したことがある」も東区が14.2%と最も高い。

図表 愛菜市場（スーパー等に設置している販売ブース）の認知度【居住区別】

単位：％

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	8.7	5.5	78.5	7.3	14.2
居住区別	東区	464	14.2	9.7	70.5	5.6	23.9
	博多区	304	4.6	6.6	84.2	4.6	11.2
	中央区	302	6.6	4.0	84.1	5.3	10.6
	南区	393	7.6	4.1	79.4	8.9	11.7
	城南区	174	6.3	3.4	83.9	6.3	9.7
	早良区	339	10.3	2.9	78.5	8.3	13.2
	西区	308	7.8	5.8	76.0	10.4	13.6

③ 博多じょうもんさん市場（南区柏原、早良区東入部など）

居住区別でみると、早良区で『知っている』の割合が63.8%と最も高く、「利用したことがある」も早良区が44.0%と最も高い。

図表 博多じょうもんさん市場（南区柏原、早良区東入部など）の認知度【居住区別】

単位：％

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	24.9	15.6	54.2	5.3	40.5
居住区別	東区	464	3.7	9.3	80.8	6.3	13.0
	博多区	304	7.9	11.8	75.0	5.3	19.7
	中央区	302	17.5	14.2	63.9	4.3	31.7
	南区	393	41.7	15.3	38.4	4.6	57.0
	城南区	174	33.9	20.7	41.4	4.0	54.6
	早良区	339	44.0	19.8	31.9	4.4	63.8
	西区	308	34.1	23.1	36.4	6.5	57.2

④ 博多じょうもんさん市場（スーパー等に設置している販売ブース）

居住区別でみると、西区で『知っている』の割合が47.7%と最も高く、「利用したことがある」も西区が30.2%と最も高い。

図表 博多じょうもんさん市場（スーパー等に設置している販売ブース）の認知度【居住区別】

単位：％

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	16.5	12.5	64.3	6.7	29.0
居住区別	東区	464	5.8	7.8	80.4	6.0	13.6
	博多区	304	7.9	9.9	77.3	4.9	17.8
	中央区	302	12.6	10.9	72.2	4.3	23.5
	南区	393	21.1	12.7	57.8	8.4	33.8
	城南区	174	19.5	13.2	62.1	5.2	32.7
	早良区	339	23.3	17.7	50.7	8.3	41.0
	西区	308	30.2	17.5	44.5	7.8	47.7

⑤ その他の福岡市内の直売所（ワッキー主基の里、味菜など）

居住区別でみると、早良区で『知っている』の割合が28.3%と最も高く、「利用したことがある」も早良区が17.7%と最も高い。

図表 その他の福岡市内の直売所（ワッキー主基の里、味菜など）の認知度【居住区別】

単位：％

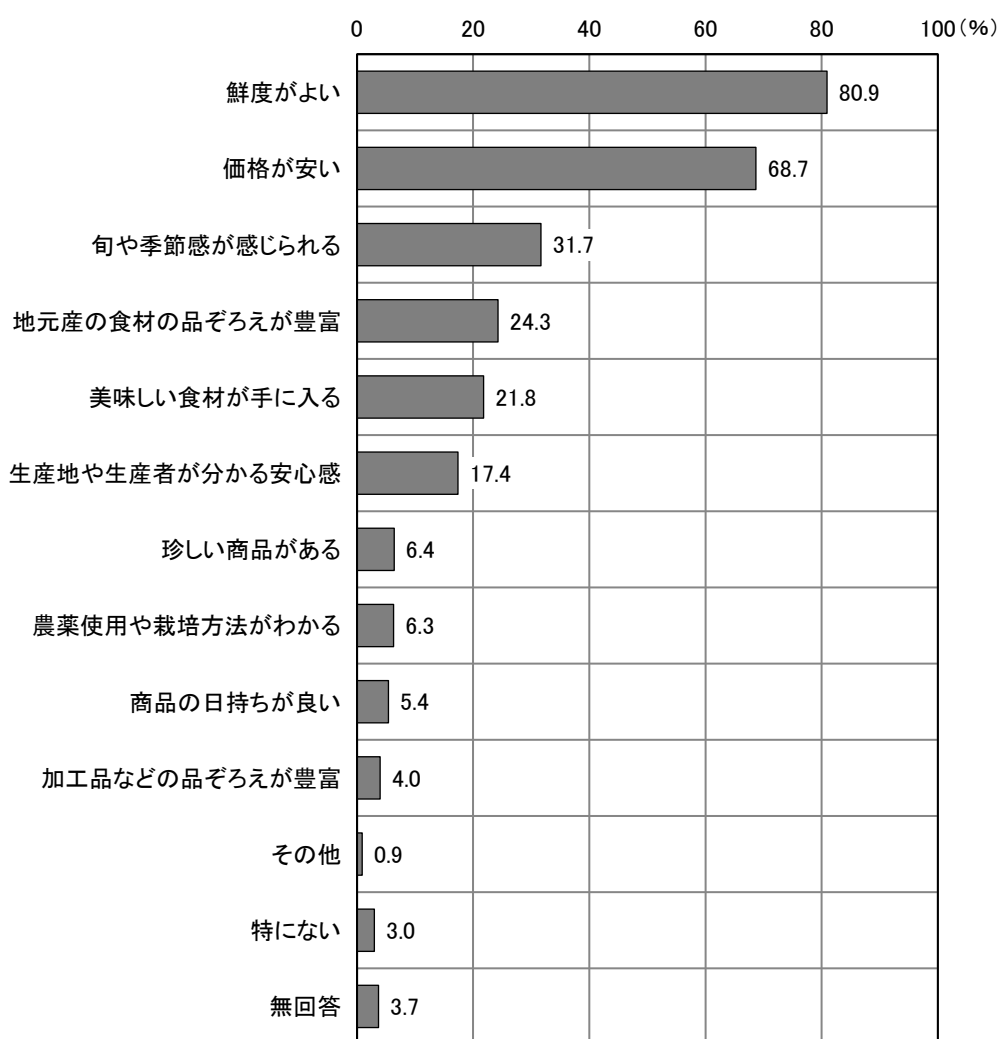
		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	9.7	7.8	75.6	6.9	17.5
居住区別	東区	464	5.8	4.1	84.9	5.2	9.9
	博多区	304	5.3	5.3	84.2	5.3	10.6
	中央区	302	7.0	7.9	80.8	4.3	14.9
	南区	393	8.7	8.7	74.0	8.7	17.4
	城南区	174	12.1	8.0	75.3	4.6	20.1
	早良区	339	17.7	10.6	64.0	7.7	28.3
	西区	308	14.0	11.4	64.0	10.7	25.4

(8) 農畜産物の直売所に期待すること

問 22 あなたは、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 **3つまで** 選んでください。

農畜産物の直売所に期待することを聞いたところ、「鮮度がよい」が80.9%と最も多く、次いで「価格が安い」(68.7%)、「旬や季節感が感じられる」(31.7%)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(3つまで)



全体(N=2,299)

性別にみると、女性では「旬や季節感が感じられる」(34.6%)の割合が男性(28.0%)に比べて6.6ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性60代では「旬や季節感が感じられる」、男性40代では「珍しい商品がある」の割合が、他の性・年代に比べて高くなっている。また、女性では年代が低いほど「美味しい食材が手に入る」の割合が高く、概ね年代が低いほど「価格が安い」の割合が高くなっている。

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(3つまで)

単位: %

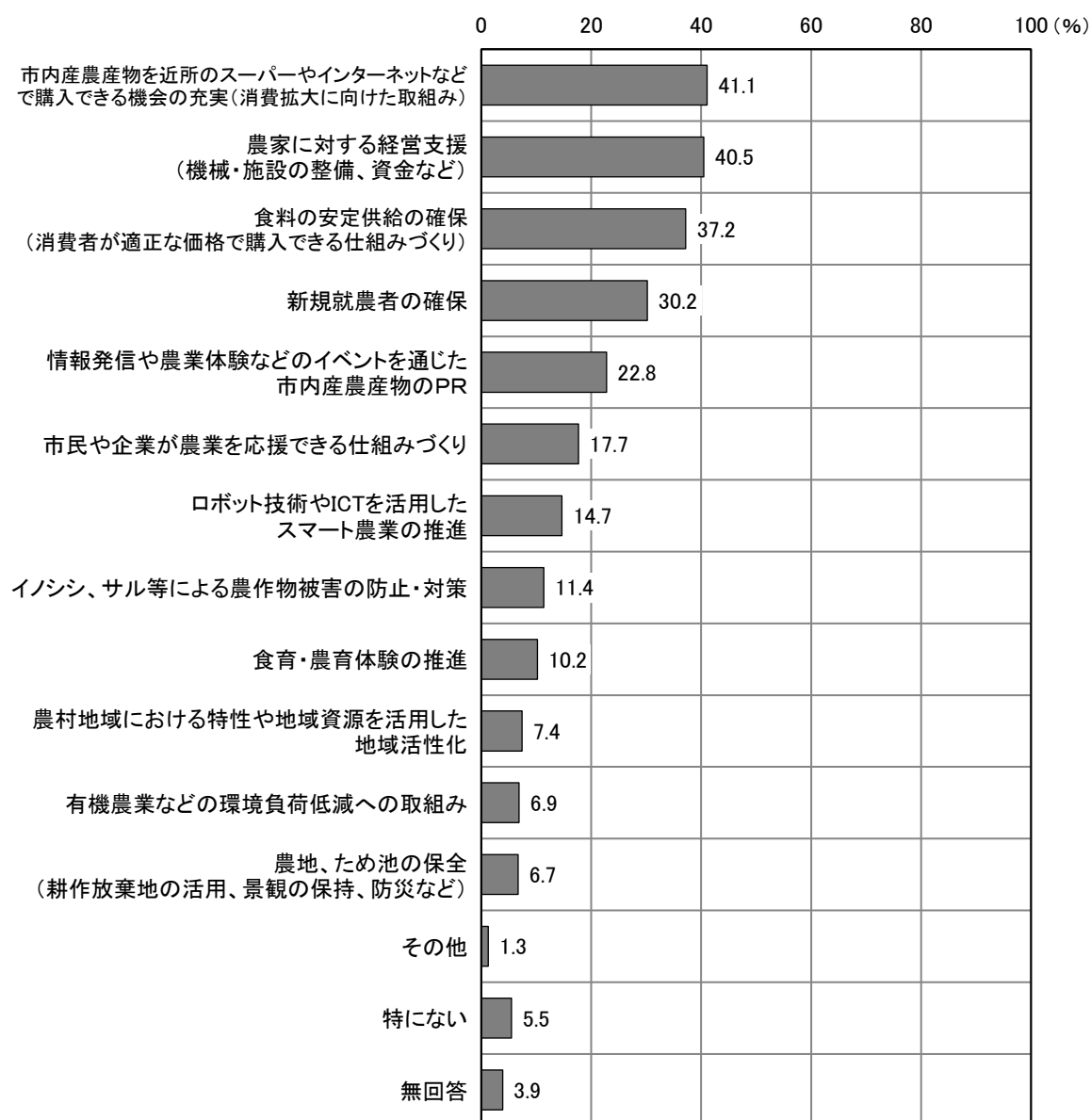
		調査数	鮮度がよい	価格が安い	旬や季節感が感じられる	地元産の食材の品ぞろえが豊富	美味しい食材が手に入る	生産地や生産者が分かる安心感	珍しい商品がある	農薬使用や栽培方法がわかる	商品の持ちちがよい	加工品などの品ぞろえが豊富	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	80.9	68.7	31.7	24.3	21.8	17.4	6.4	6.3	5.4	4.0	0.9	3.0	3.7
性・年代別	男性計	965	78.8	69.1	28.0	24.7	22.7	15.2	8.0	5.6	4.2	5.0	0.8	4.9	3.4
	18～29歳	79	73.4	78.5	16.5	20.3	24.1	11.4	11.4	1.3	5.1	1.3	—	8.9	2.5
	30代	113	79.6	71.7	31.9	31.9	28.3	8.0	9.7	2.7	2.7	4.4	0.9	5.3	0.9
	40代	164	75.0	75.6	24.4	30.5	26.8	11.6	16.5	7.9	4.3	3.7	2.4	1.8	1.2
	50代	177	80.2	68.9	27.1	26.6	27.1	11.3	10.2	4.5	1.1	4.0	1.1	4.0	4.0
	60代	156	85.3	75.6	28.2	23.7	21.2	16.7	4.5	3.8	5.8	9.0	—	1.3	4.5
	70歳以上	258	76.7	57.4	31.4	18.6	16.3	24.8	0.8	8.9	5.4	5.4	—	8.5	5.0
	女性計	1,318	82.8	68.7	34.6	24.1	21.3	18.8	5.3	6.8	6.3	3.3	1.0	1.7	3.7
	18～29歳	128	75.8	79.7	24.2	22.7	35.9	14.1	7.8	2.3	5.5	1.6	1.6	2.3	—
	30代	154	85.7	79.9	31.8	22.7	28.6	11.7	9.1	3.9	3.2	3.9	—	1.3	1.9
	40代	192	82.8	75.5	30.7	26.6	21.4	17.2	2.6	9.9	5.7	5.7	0.5	—	3.1
	50代	259	84.6	72.2	32.4	32.0	20.5	17.8	6.2	5.8	4.6	1.9	0.4	0.8	4.2
	60代	212	83.0	68.9	44.3	18.9	18.9	22.6	6.1	6.1	9.0	2.8	2.8	1.4	2.4
	70歳以上	360	82.2	53.9	37.2	21.1	15.8	23.1	3.3	8.6	7.8	3.9	0.8	3.1	6.7

(9) 今後重点的に取り組むべき農業施策

問 23 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 **3つまで** 選んでください。

今後重点的に取り組むべき農業施策を聞いたところ、「市内産農産物を近所のスーパーやインターネットなどで購入できる機会の充実（消費拡大に向けた取組み）」が41.1%と最も多く、次いで「農家に対する経営支援（機械・施設の整備、資金など）」（40.5%）、「食料の安定供給の確保（消費者が適正な価格で購入できる仕組みづくり）」（37.2%）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（3つまで）



全体 (N=2,299)

性別にみると、女性では「市内産農産物を近所のスーパーやインターネットなどで購入できる機会の充実（消費拡大に向けた取組み）」（44.2％）の割合が男性（37.3％）に比べて6.9ポイント、「市民や企業が農業を応援できる仕組みづくり」（19.8％）の割合が男性（14.7％）に比べて5.1ポイント、男性では「新規就農者の確保」（33.5％）の割合が女性（27.8％）に比べて5.7ポイント、「ロボット技術やICTを活用したスマート農業の推進」（17.9％）の割合が女性（12.4％）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18歳～40代では「ロボット技術やICTを活用したスマート農業の推進」の割合が2割台となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男女とも70歳以上では「農家に対する経営支援（機械・施設の整備、資金など）」、「新規就農者の確保」、男性18歳～30代、女性18～29歳では「食料の安定供給の確保（消費者が適正な価格で購入できる仕組みづくり）」の割合が、他の性・年代に比べて低くなっている。さらに、男性では概ね年代が高いほど「市内産農産物を近所のスーパーやインターネットなどで購入できる機会の充実（消費拡大に向けた取組み）」の割合が高く、女性では概ね年代が高いほど「食料の安定供給の確保（消費者が適正な価格で購入できる仕組みづくり）」の割合が高くなっている。

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（3つまで）

単位：％

		調査数	市内産農産物を近所のスーパーやインターネットなどで購入できる機会の充実（消費拡大に向けた取組み）	農家に対する経営支援（機械・施設の整備、資金など）	食料の安定供給の確保（消費者が適正な価格で購入できる仕組みづくり）	新規就農者の確保	情報発信や農業体験などのイベントを通じた市内産農産物のPR	市民や企業が農業を応援できる仕組みづくり	ロボット技術やICTを活用したスマート農業の推進	イノシシ、サル等による農作物被害の防止・対策	食育・農身体験の推進	農村地域における特性や地域資源を活用した地域活性化	有機農業などの環境負荷低減への取組み	農地、ため池の保全（耕作放棄地の活用、景観の保持、防災など）	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	41.1	40.5	37.2	30.2	22.8	17.7	14.7	11.4	10.2	7.4	6.9	6.7	1.3	5.5	3.9
性・年代別	男性計	965	37.3	40.5	36.1	33.5	23.6	14.7	17.9	10.8	8.4	8.5	5.5	7.4	2.1	6.8	3.6
	18～29歳	79	25.3	45.6	26.6	35.4	25.3	7.6	21.5	8.9	8.9	3.8	2.5	3.8	2.5	15.2	3.8
	30代	113	33.6	52.2	26.5	43.4	25.7	22.1	28.3	5.3	12.4	8.8	4.4	3.5	2.7	2.7	0.9
	40代	164	34.1	45.7	34.8	42.1	22.6	20.1	26.8	9.1	9.1	4.9	3.7	8.5	3.7	2.4	1.2
	50代	177	38.4	48.0	34.5	37.3	23.7	11.3	16.9	10.7	8.5	6.8	5.6	6.8	1.7	5.6	3.4
	60代	156	41.7	40.4	39.1	36.5	22.4	19.2	13.5	12.2	10.3	10.9	3.2	5.8	1.3	4.5	3.8
	70歳以上	258	40.3	24.4	42.2	19.8	23.3	10.5	9.7	14.7	5.0	12.4	8.9	10.9	1.6	11.6	5.8
	女性計	1,318	44.2	40.4	38.0	27.8	22.3	19.8	12.4	11.6	11.6	6.6	8.0	6.4	0.7	4.5	3.9
	18～29歳	128	35.9	42.2	28.1	33.6	22.7	19.5	13.3	8.6	14.1	5.5	3.1	5.5	－	7.8	0.8
	30代	154	46.1	50.0	31.8	35.1	24.7	18.2	14.3	2.6	15.6	4.5	8.4	3.2	－	4.5	3.2
	40代	192	44.3	50.0	35.9	31.3	18.8	17.7	15.1	11.5	19.8	6.3	7.8	4.7	1.0	2.1	2.1
	50代	259	49.0	44.8	35.1	30.5	25.9	22.4	16.2	8.5	11.6	6.6	8.1	5.0	1.2	2.3	2.3
60代	212	41.5	42.0	42.0	30.7	23.1	24.5	13.2	12.3	7.1	8.5	7.1	8.0	－	3.3	2.4	
70歳以上	360	44.7	27.2	45.3	17.8	20.0	17.2	5.6	18.6	6.9	7.2	9.4	8.9	1.1	6.7	8.3	

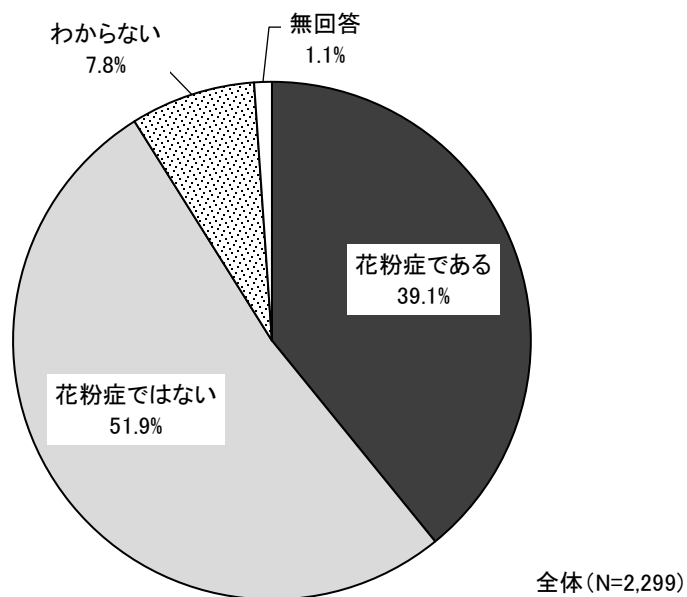
6-2. 林業について

(1) 花粉症の有無

問 24 花粉症について、あなたがあてはまるものを **1つだけ** 選んでください。

花粉症の有無について聞いたところ、「花粉症ではない」が51.9%と最も多く、次いで「花粉症である」(39.1%)、「わからない」(7.8%)となっている。

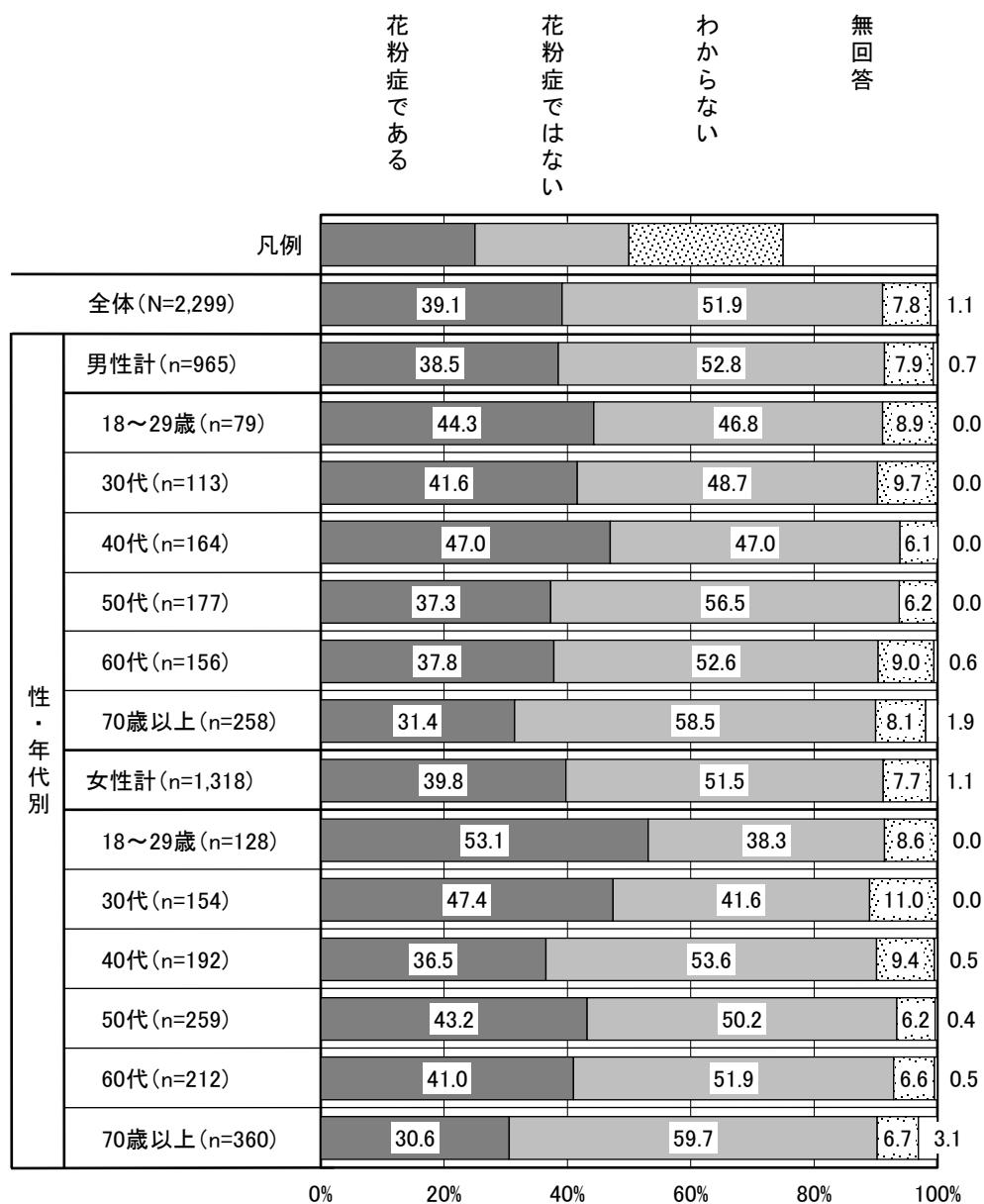
図表 花粉症の有無【全体】



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、女性では概ね年代が低いほど「花粉症である」の割合が高くなっており、18～29歳では53.1%となっている。

図表 花粉症の有無【性・年代別】

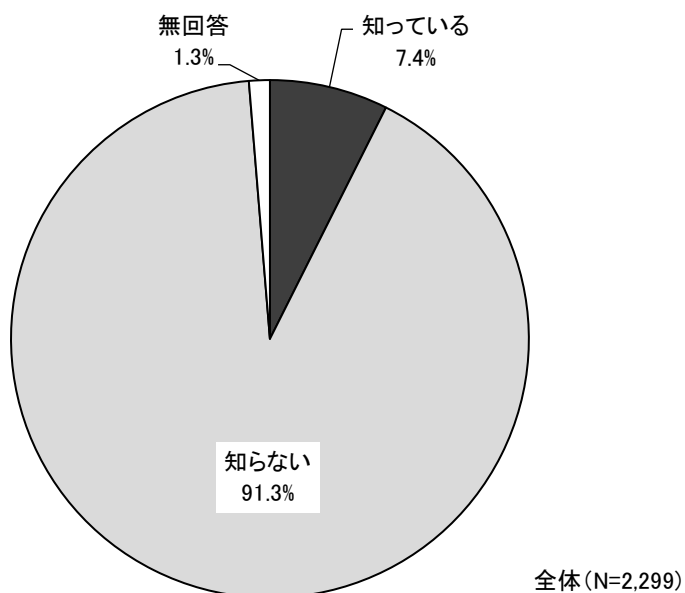


（２）花粉発生源対策の認知状況

問 25 あなたは、福岡市が花粉発生源対策として、スギ・ヒノキ人工林を 10 年間で 2 割減少させることを目指していることを知っていますか。あてはまるものを 1つだけ 選んでください。

花粉発生源対策の認知状況を聞いたところ、「知っている」が 7.4%、「知らない」が 91.3%となっており、「知らない」が 9 割以上を占めている。

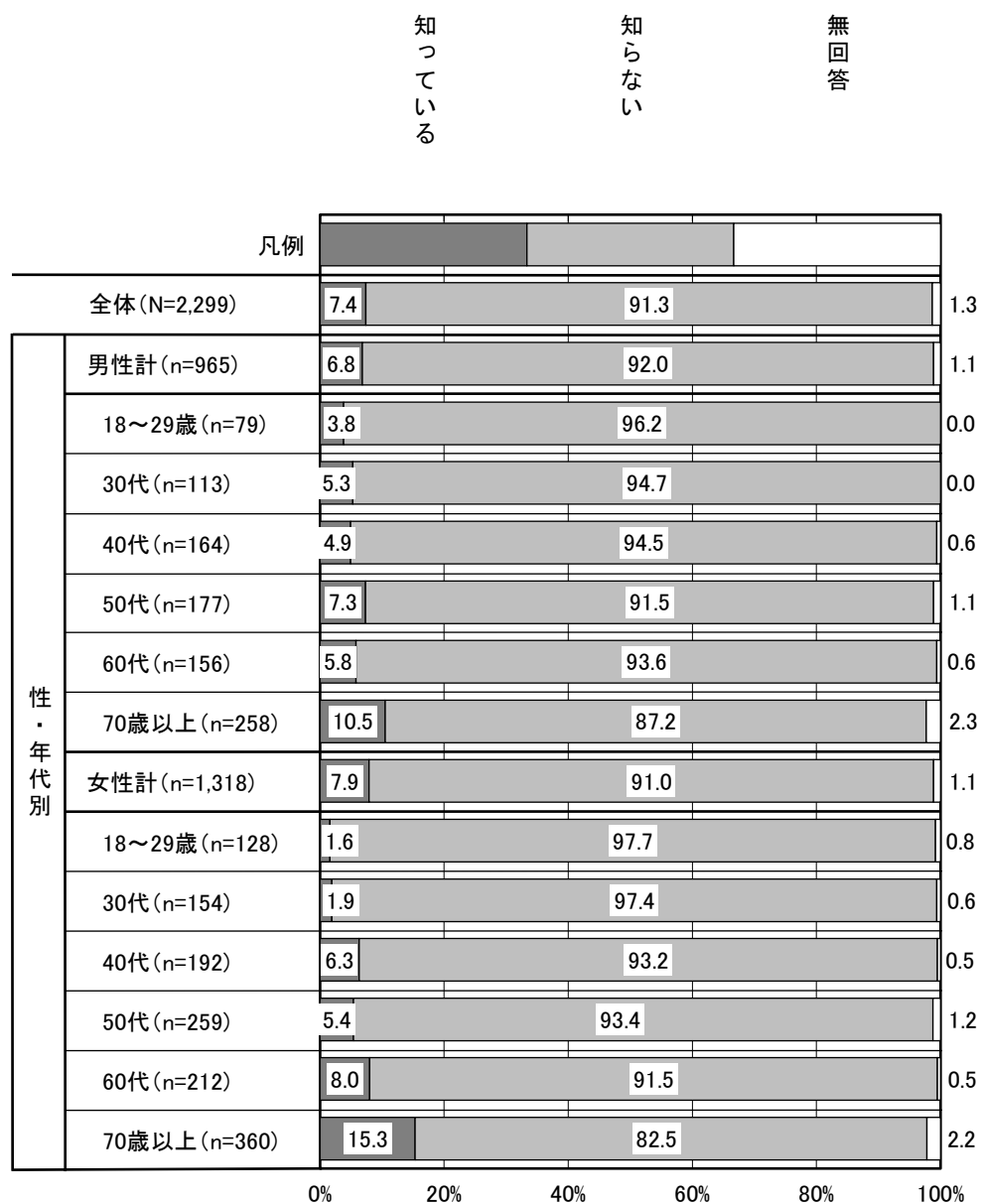
図表 花粉発生源対策の認知状況【全体】



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 70 歳以上では「知っている」の割合が 1 割台となっている。

図表 花粉発生源対策の認知状況【性・年代別】



(3) 花粉発生源対策についての認知媒体

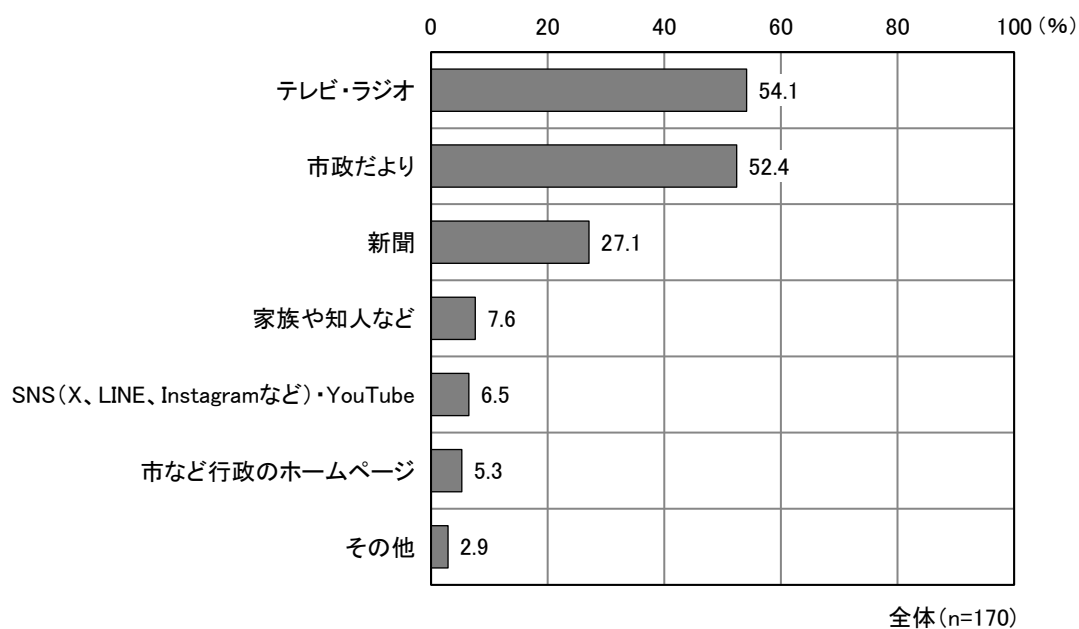
問 26 <<問 25 で「1」と回答した方におたずねします>>

福岡市の花粉発生源対策について、どこで知りましたか。あてはまるものを すべて 選んでください。

花粉発生源対策についての認知媒体を聞いたところ、「テレビ・ラジオ」が 54.1%と最も多く、次いで「市政だより」(52.4%)、「新聞」(27.1%) となっている。

図表 花粉発生源対策についての認知媒体【全体】

※複数回答（すべて）



性別にみると、女性では「テレビ・ラジオ」(60.6%)の割合が男性(43.9%)に比べて16.7ポイント、「家族や知人など」(10.6%)の割合が男性(3.0%)に比べて7.6ポイント、「市政だより」(54.8%)の割合が男性(48.5%)に比べて6.3ポイント高く、男性では「SNS(X、LINE、Instagramなど)・YouTube」(12.1%)の割合が女性(2.9%)に比べて9.2ポイント、「新聞」(30.3%)の割合が女性(25.0%)に比べて5.3ポイント高くなっている。

図表 花粉発生源対策についての認知媒体【性・年代別】

※複数回答(すべて)

単位: %

		調査数	テレビ・ラジオ	市政だより	新聞	家族や知人など	Y I S N S o n s (X、L I N E、 u t a g r a m 等) t u b e ・	市など行政のホームページ	その他
全 体		170	54.1	52.4	27.1	7.6	6.5	5.3	2.9
性・年代別	男性計	66	43.9	48.5	30.3	3.0	12.1	6.1	3.0
	18～29歳	3	—	66.7	33.3	—	—	—	—
	30代	6	50.0	33.3	—	16.7	16.7	—	—
	40代	8	87.5	37.5	—	—	25.0	—	—
	50代	13	53.8	23.1	46.2	—	15.4	7.7	—
	60代	9	11.1	44.4	11.1	—	33.3	11.1	—
	70歳以上	27	40.7	66.7	44.4	3.7	—	7.4	7.4
	女性計	104	60.6	54.8	25.0	10.6	2.9	4.8	2.9
	18～29歳	2	—	—	—	50.0	—	—	50.0
	30代	3	66.7	—	—	33.3	33.3	—	—
	40代	12	41.7	25.0	—	16.7	8.3	8.3	—
	50代	14	64.3	42.9	14.3	14.3	—	14.3	14.3
	60代	17	82.4	41.2	17.6	—	5.9	—	—
	70歳以上	55	60.0	72.7	36.4	9.1	—	3.6	—

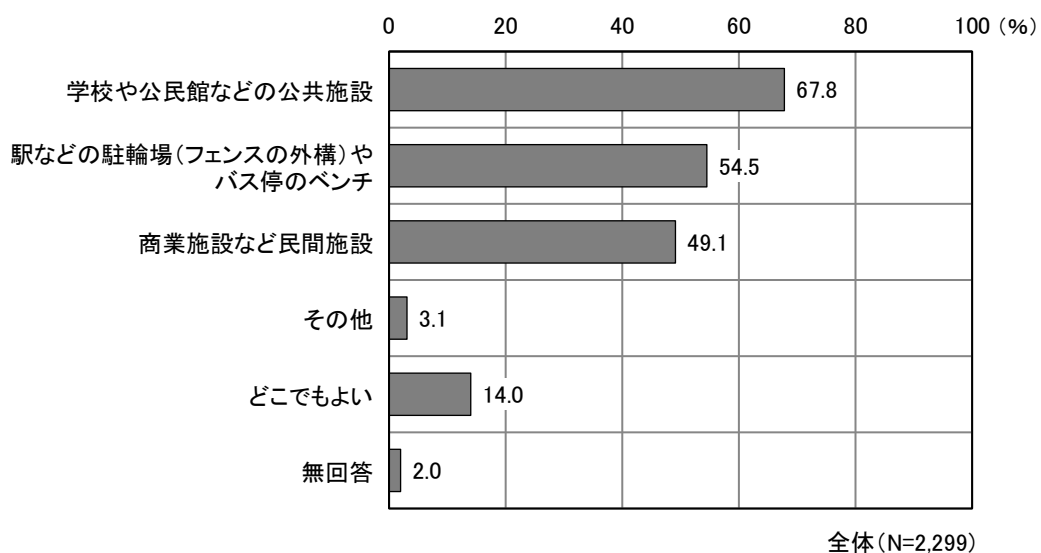
（４）地域産材を利用してほしい場所

《すべての方におたずねします》

問 27 福岡市では市内産材を含む地域産材の利用を促進しています。福岡市内で地域産材がどのような場所に使用されていたらよいと思いますか。あてはまるものを すべて 選んでください。

地域産材を利用してほしい場所を聞いたところ、「学校や公民館などの公共施設」が 67.8%と最も多く、次いで「駅などの駐輪場（フェンスの外構）やバス停のベンチ」（54.5%）、「商業施設など民間施設」（49.1%）となっている。

図表 地域産材を利用してほしい場所【全体】※複数回答（すべて）



性別にみると、女性では「駅などの駐輪場（フェンスの外構）やバス停のベンチ」（58.1％）の割合が男性（49.7％）に比べて8.4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代では「どこでもよい」の割合が2割台から3割台となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男性18～29歳では「商業施設など民間施設」の割合が32.9％となっており、他の性・年代に比べて低くなっている。

図表 地域産材を利用してほしい場所【性・年代別】※複数回答（すべて）

単位：％

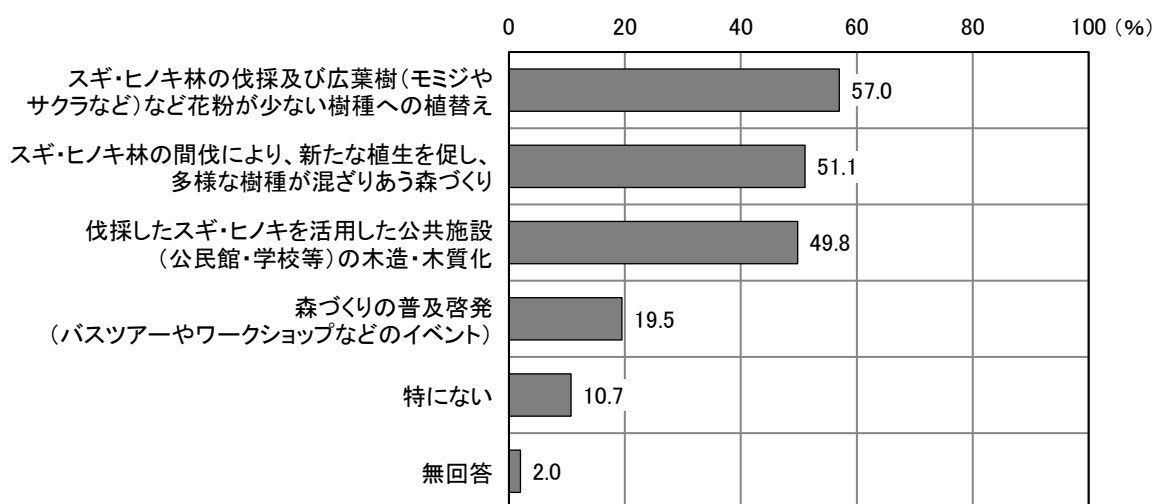
		調査数	学校や公民館などの公共施設	駅などの駐輪場（フェンスの外構）やバス停のベンチ	商業施設など民間施設	その他	どこでもよい	無回答
全 体		2,299	67.8	54.5	49.1	3.1	14.0	2.0
性・年代別	男性計	965	65.5	49.7	46.4	3.0	16.3	1.8
	18～29歳	79	59.5	45.6	32.9	2.5	30.4	－
	30代	113	54.9	35.4	41.6	2.7	23.0	0.9
	40代	164	67.7	56.7	51.2	3.7	11.0	－
	50代	177	72.3	53.1	52.5	2.3	15.3	0.6
	60代	156	71.2	51.3	46.8	4.5	16.7	0.6
	70歳以上	258	63.6	50.4	45.7	1.9	12.8	5.0
	女性計	1,318	69.9	58.1	51.3	3.2	12.2	1.8
	18～29歳	128	65.6	51.6	53.1	3.1	13.3	1.6
	30代	154	70.8	58.4	55.2	3.9	14.9	－
	40代	192	72.4	54.2	55.7	3.1	12.5	0.5
	50代	259	72.6	61.0	54.4	4.6	10.4	1.2
	60代	212	73.1	60.4	50.0	2.8	11.3	0.5
	70歳以上	360	65.6	58.6	44.4	2.2	12.2	4.7

(5) 花粉発生源対策として大切だと思う取組み

問 28 福岡市が「花粉発生源対策に関する取組み」として現在実施している以下の内容のうち、あなたが大切だと思う取組みについて、あてはまるものを **すべて** 選んでください。

花粉発生源対策として大切だと思う取組みを聞いたところ、「スギ・ヒノキ林の伐採及び広葉樹（モミジやサクラなど）など花粉が少ない樹種への植替え」が 57.0%と最も多く、次いで「スギ・ヒノキ林の間伐により、新たな植生を促し、多様な樹種が混ざりあう森づくり」（51.1%）、「伐採したスギ・ヒノキを活用した公共施設（公民館・学校等）の木造・木質化」（49.8%）となっている。

図表 花粉発生源対策として大切だと思う取組み【全体】※複数回答（すべて）



全体 (N=2,299)

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 歳では「特にない」の割合が 20.3%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「スギ・ヒノキ林の間伐により、新たな植生を促し、多様な樹種が混ざりあう森づくり」、男性 18～29 歳では「伐採したスギ・ヒノキを活用した公共施設（公民館・学校等）の木造・木質化」の割合が、他の性・年代に比べて低くなっている。

図表 花粉発生源対策として大切だと思う取組み【性・年代別】※複数回答（すべて）

単位：％

		調査数	少ない樹種への植替え	スギ・ヒノキ林の伐採及び広葉樹が混ざりあう森づくり	スギ・ヒノキ林の間伐により、新たな植生を促し、多様な樹種が混ざりあう森づくり	公共施設（公民館・学校等）の木造・木質化	伐採したスギ・ヒノキを活用した公共施設	ワックシの普及啓発（イベントやワークショップなど）	特にない	無回答
全 体		2,299	57.0	51.1	49.8	19.5	10.7	2.0		
性・年代別	男性計	965	54.6	52.1	47.6	18.1	11.6	1.3		
	18～29歳	79	55.7	32.9	32.9	20.3	20.3	－		
	30代	113	54.0	44.2	42.5	23.0	13.3	1.8		
	40代	164	56.1	53.7	49.4	13.4	9.1	－		
	50代	177	61.6	54.8	48.0	18.1	8.5	0.6		
	60代	156	53.8	55.1	55.1	15.4	12.2	0.6		
	70歳以上	258	50.0	56.6	48.4	20.2	11.6	2.7		
	女性計	1,318	59.0	50.7	51.6	20.6	10.2	2.1		
	18～29歳	128	60.2	32.8	42.2	18.0	13.3	－		
	30代	154	59.1	47.4	46.8	19.5	13.0	－		
	40代	192	58.9	53.1	50.0	21.9	9.9	1.0		
	50代	259	64.9	51.7	57.5	22.4	8.9	1.2		
	60代	212	56.1	55.7	54.2	20.8	9.0	2.4		
	70歳以上	360	55.8	54.2	52.2	20.3	9.7	5.0		

6-3. 水産業について

(1) 魚介類を使った料理を食べる頻度

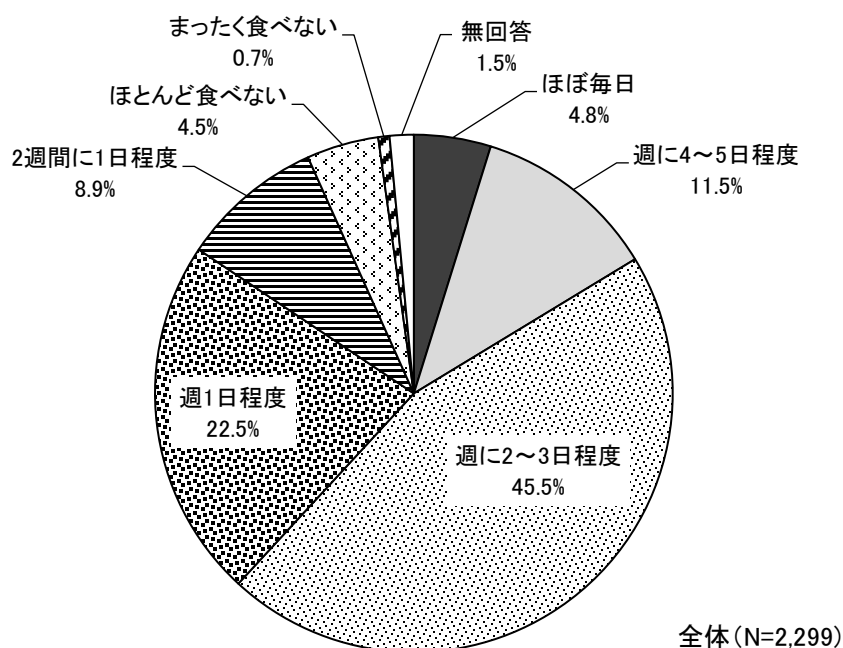
問 29 あなたが、魚介類 ※を使った料理を食べる頻度はどれくらいですか（ご家庭だけでなく外食も含みます）。あてはまるものを **1つだけ** 選んでください。

※魚介類…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む

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45.5%と最も多く、次いで「週1日程度」(22.5%)、「週に4～5日程度」(11.5%) となっている。

また、『食べる』(=「ほぼ毎日」+「週に4～5日程度」+「週に2～3日程度」+「週1日程度」+「2週間に1日程度」)の割合は93.2%となっている。一方、『食べない』(=「ほとんど食べない」+「まったく食べない」)の割合は5.2%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】

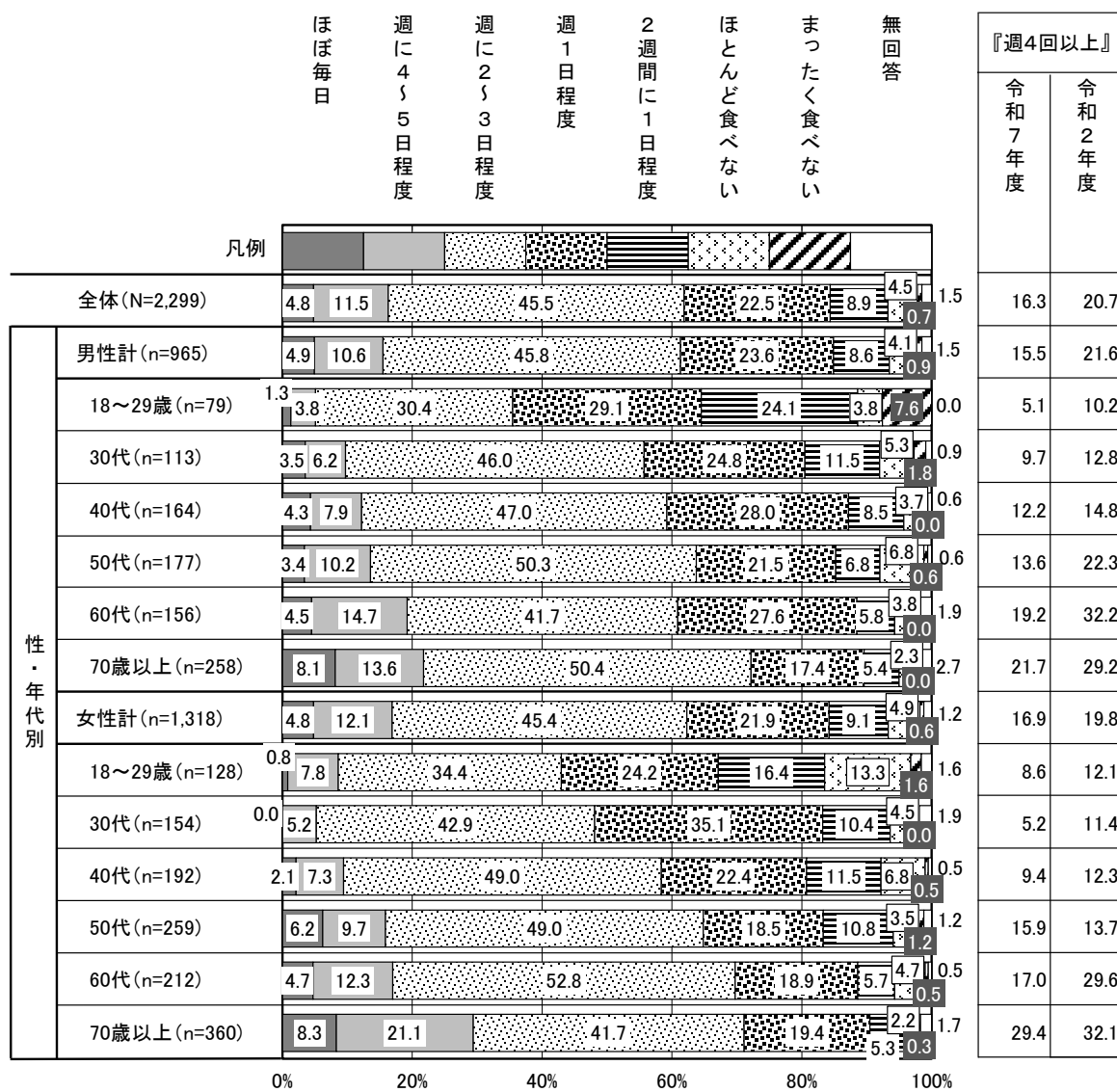


『週4回以上』	16.3%
『2週間に1回以上～週4回未満』	76.9%
『食べない』	5.2%

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、男女ともおおむね年代が下がるほど、『週4回以上』の割合が低くなっている。

図表 魚介類を使った料理を食べる頻度【性・年代別】



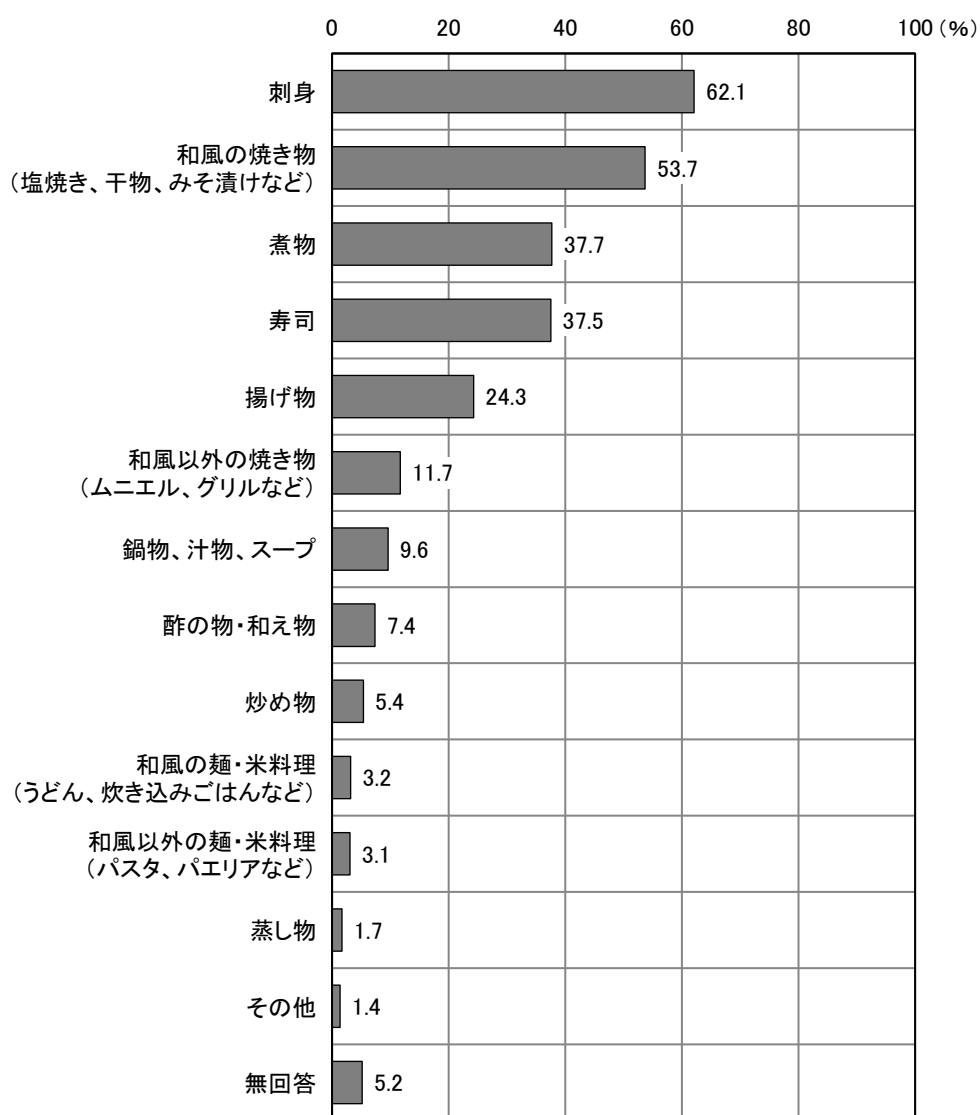
(2) 普段食べている魚介料理

問 30 <<問 29 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** 選んでください。

普段食べている魚介料理を聞いたところ、「刺身」が 62.1%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）」（53.7%）、「煮物」（37.7%）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）



全体 (n=2,144)

性別にみると、女性では「和風の焼き物（塩焼き、干物、みそ漬けなど）」（57.0％）の割合が男性（49.0％）に比べて8.0ポイント、「和風以外の焼き物（ムニエル、グリルなど）」（15.0％）の割合が男性（7.2％）に比べて7.8ポイント高く、男性では「刺身」（66.0％）の割合が女性（59.3％）に比べて6.7ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性50代・60代では「刺身」の割合が7割台となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男性18～29歳では「和風の焼き物（塩焼き、干物、みそ漬けなど）」、女性18～29歳では「揚げ物」の割合が、他の性・年代に比べて低くなっている。さらに、男性では年代が高いほど「煮物」の割合が高く、概ね年代が低いほど「寿司」の割合が高くなっている。

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	和風の麺・米料理（うどん、炊き込みごはんなど）	和風以外の麺・米料理（パスタ、パエリアなど）	蒸し物	その他	無回答
全 体		2,144	62.1	53.7	37.7	37.5	24.3	11.7	9.6	7.4	5.4	3.2	3.1	1.7	1.4	5.2
性・年代別	男性計	902	66.0	49.0	37.5	36.9	25.8	7.2	10.5	7.0	6.5	3.5	2.2	2.0	0.7	5.0
	18～29歳	70	61.4	31.4	20.0	54.3	32.9	5.7	10.0	2.9	11.4	5.7	4.3	－	－	2.9
	30代	104	64.4	46.2	26.9	40.4	22.1	7.7	11.5	3.8	5.8	－	1.9	1.9	－	8.7
	40代	157	65.0	51.0	28.0	42.0	22.3	9.6	12.1	3.2	7.6	2.5	3.8	3.2	0.6	3.8
	50代	163	71.2	48.5	28.2	39.9	27.0	6.7	11.0	9.2	6.1	2.5	1.8	1.2	0.6	5.5
	60代	147	70.1	54.4	42.2	32.0	21.1	8.2	9.5	5.4	6.8	6.1	2.7	2.0	2.0	3.4
	70歳以上	245	62.4	49.8	56.3	29.0	30.2	4.9	10.2	11.8	4.9	4.1	0.8	2.4	0.4	4.9
	女性計	1,230	59.3	57.0	38.0	37.8	23.2	15.0	8.9	7.6	4.6	3.0	3.7	1.4	1.9	5.4
	18～29歳	107	57.0	45.8	27.1	49.5	16.8	11.2	9.3	1.9	8.4	1.9	8.4	4.7	0.9	3.7
	30代	144	57.6	55.6	27.8	51.4	23.6	11.8	7.6	2.8	4.9	2.1	6.3	1.4	0.7	4.9
	40代	177	60.5	61.0	26.0	39.5	22.6	16.9	6.8	6.8	5.1	2.3	3.4	0.6	2.8	4.5
	50代	244	66.0	60.7	26.6	42.2	23.0	22.5	7.0	7.0	2.9	2.0	3.3	0.4	4.5	4.1
	60代	200	64.0	65.5	49.5	32.5	23.5	19.5	8.5	9.5	4.0	3.0	3.5	－	1.0	2.0
	70歳以上	345	53.9	51.6	53.0	27.8	25.2	8.7	11.6	11.0	4.3	4.6	1.7	2.3	0.9	9.0

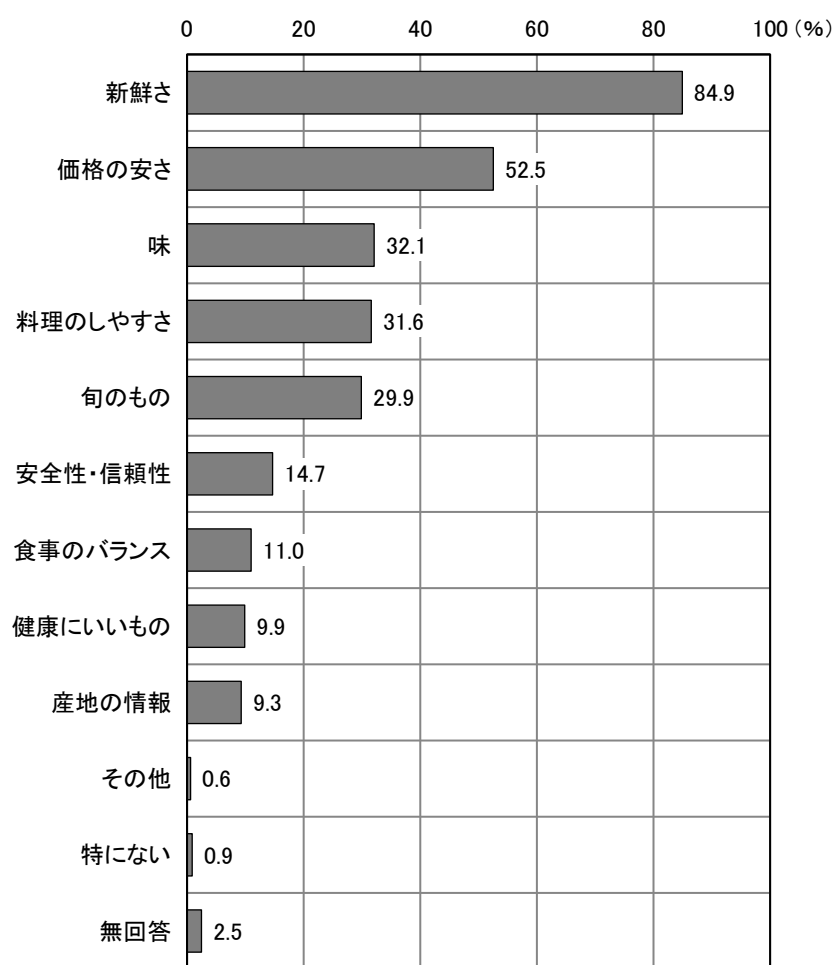
(3) 魚介類を購入するときに重視すること

《すべての方におたずねします》

問 31 あなたのご家庭では、魚介類を購入するとき、どのようなことを重視しますか。
特にあてはまるものを **3つまで** 選んでください。

魚介類を購入するときに重視することを聞いたところ、「新鮮さ」が84.9%と最も多く、次いで「価格の安さ」(52.5%)、「味」(32.1%)となっている。

図表 魚介類を購入するときに重視すること【全体】※複数回答(3つまで)



全体 (N=2,299)

性別にみると、女性では「料理のしやすさ」(39.4%)の割合が男性(21.3%)に比べて18.1ポイント高く、男性では「味」(39.3%)の割合が女性(27.0%)に比べて12.3ポイント、「価格の安さ」(58.1%)の割合が女性(48.6%)に比べて9.5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「価格の安さ」、男性18歳～40代では「味」、女性30代では「料理のしやすさ」、男女とも70歳以上では「健康にいいもの」の割合が、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男性18～29歳では「新鮮さ」の割合が74.7%となっており、他の性・年代に比べて低くなっている

図表 魚介類を購入するときに重視すること【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	料理のしやすさ	旬のもの	安全性・信頼性	食事のバランス	健康にいいもの	産地の情報	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	84.9	52.5	32.1	31.6	29.9	14.7	11.0	9.9	9.3	0.6	0.9	2.5
性・年代別	男性計	965	84.2	58.1	39.3	21.3	29.6	13.1	10.1	9.9	9.0	0.8	1.2	2.4
	18～29歳	79	74.7	69.6	49.4	19.0	20.3	8.9	－	3.8	7.6	2.5	6.3	1.3
	30代	113	82.3	64.6	49.6	28.3	30.1	4.4	12.4	6.2	6.2	－	1.8	0.9
	40代	164	81.1	55.5	49.4	26.2	29.3	17.7	5.5	6.7	9.1	0.6	－	1.2
	50代	177	84.7	58.8	40.7	19.2	29.9	9.6	7.9	7.3	12.4	0.6	1.1	2.3
	60代	156	90.4	61.5	35.9	18.6	24.4	17.3	10.3	8.3	9.6	1.9	－	1.9
	70歳以上	258	85.7	50.4	25.6	19.4	35.7	15.5	16.3	18.6	8.1	－	1.2	4.7
	女性計	1,318	85.7	48.6	27.0	39.4	30.2	15.9	11.7	9.7	9.6	0.4	0.6	2.3
	18～29歳	128	79.7	62.5	39.1	32.0	21.1	10.2	7.0	9.4	8.6	－	1.6	0.8
	30代	154	81.2	60.4	31.8	55.8	22.7	13.0	8.4	1.9	5.2	－	－	1.3
	40代	192	82.3	49.5	31.8	46.9	24.5	14.6	6.8	6.8	13.5	0.5	0.5	2.6
	50代	259	86.9	52.9	27.0	37.1	31.7	17.4	9.7	5.8	15.4	－	0.4	1.2
	60代	212	89.6	44.8	24.5	41.5	36.8	16.5	13.7	9.0	9.4	1.9	0.5	0.5
	70歳以上	360	88.1	37.8	19.7	31.4	34.4	18.1	18.1	18.1	5.6	－	0.8	5.0

同居家族別にみると、同居する家族が大学・大学院生及び高校生以下では、「味」の割合が約4割と他の項目に比べ高くなっている。同居する家族が75歳以上では、「食事のバランス」「健康にいいもの」の割合が他の項目と比べ高くなっている。

図表 魚介類を購入するときに重視すること【同居家族別】※複数回答（3つまで）

単位：％

		調査数	新鮮さ	価格の安さ	味	料理のしやすさ	旬のもの	安全性・信頼性	食事のバランス	健康にいいもの	産地の情報	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	84.9	52.5	32.1	31.6	29.9	14.7	11.0	9.9	9.3	0.6	0.9	2.5
同居家族別	未就学児	190	84.2	55.8	40.0	45.8	24.7	11.6	10.0	4.7	8.9	－	－	1.6
	小学生	206	86.4	57.8	38.3	38.8	25.2	12.6	5.3	6.3	12.1	0.5	－	1.5
	中学生	144	86.1	59.0	37.5	36.8	18.1	19.4	4.2	6.9	15.3	1.4	－	1.4
	高校生	151	86.8	60.9	38.4	27.8	26.5	11.3	6.6	7.3	10.6	0.7	0.7	2.6
	専門学校生・短大・高専生	40	75.0	52.5	32.5	30.0	22.5	12.5	5.0	12.5	12.5	－	－	10.0
	大学・大学院生	159	83.0	64.8	40.3	32.7	23.3	10.1	7.5	4.4	10.1	－	1.3	0.6
	65歳以上75歳未満の人	561	87.5	52.9	27.8	29.2	32.1	16.9	12.3	11.8	9.3	1.1	0.7	2.3
	75歳以上の人	578	85.6	42.9	22.0	27.7	34.9	16.1	17.1	16.4	5.9	0.7	1.4	4.8
	上記以外の人	1,422	85.0	55.6	35.4	34.2	28.1	14.0	9.1	7.2	10.5	0.4	0.8	1.7

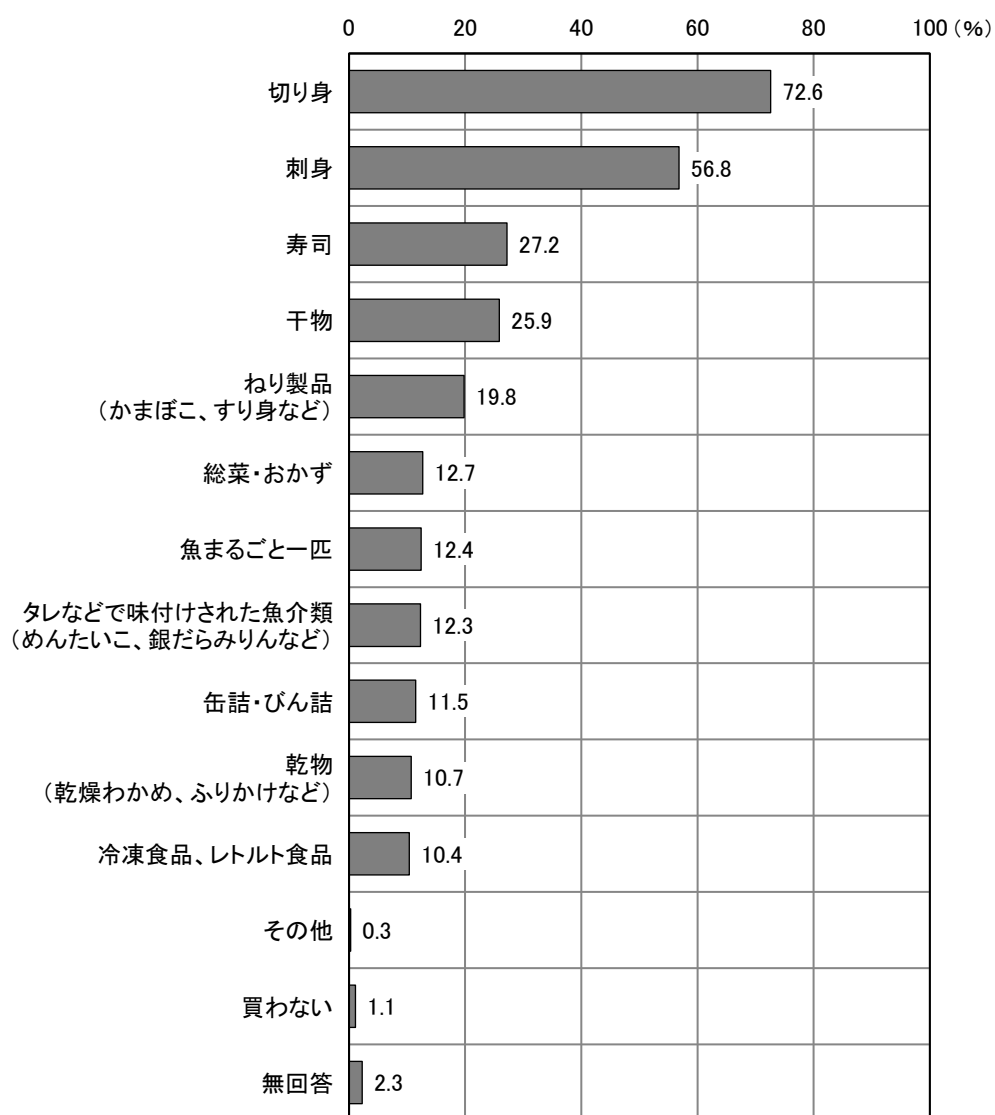
(4) 水産物を買った時の状態

問 32 あなたのご家庭では、普段食べる水産物 ※は、どのような状態で買うことが多いですか。特にあてはまるものを **3つまで** 選んでください。

※水産物…魚介類に加え、海藻類やその加工品を含む

水産物を買った時の状態を聞いたところ、「切り身」が 72.6%と最も多く、次いで「刺身」(56.8%)、「寿司」(27.2%) となっている。

図表 水産物を買った時の状態【全体】※複数回答（3つまで）



全体 (N=2,299)

性別にみると、男性では「刺身」(62.5%)の割合が女性(52.8%)に比べて9.7ポイント、「総菜・おかず」(16.0%)の割合が女性(10.4%)に比べて5.6ポイント高く、女性では「干物」(28.1%)の割合が男性(23.1%)に比べて5.0ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、男性30代、女性60代では「切り身」の割合が8割台となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男性18～29歳・30代、女性30代では「ねり製品(かまぼこ、すり身など)」の割合が1割未満となっており、他の性・年代に比べて低くなっている。さらに、男性では年代が高いほど、女性では概ね年代が高いほど「干物」の割合が高くなっている。

図表 水産物を買った時の状態【性・年代別】※複数回答(3つまで)

単位: %

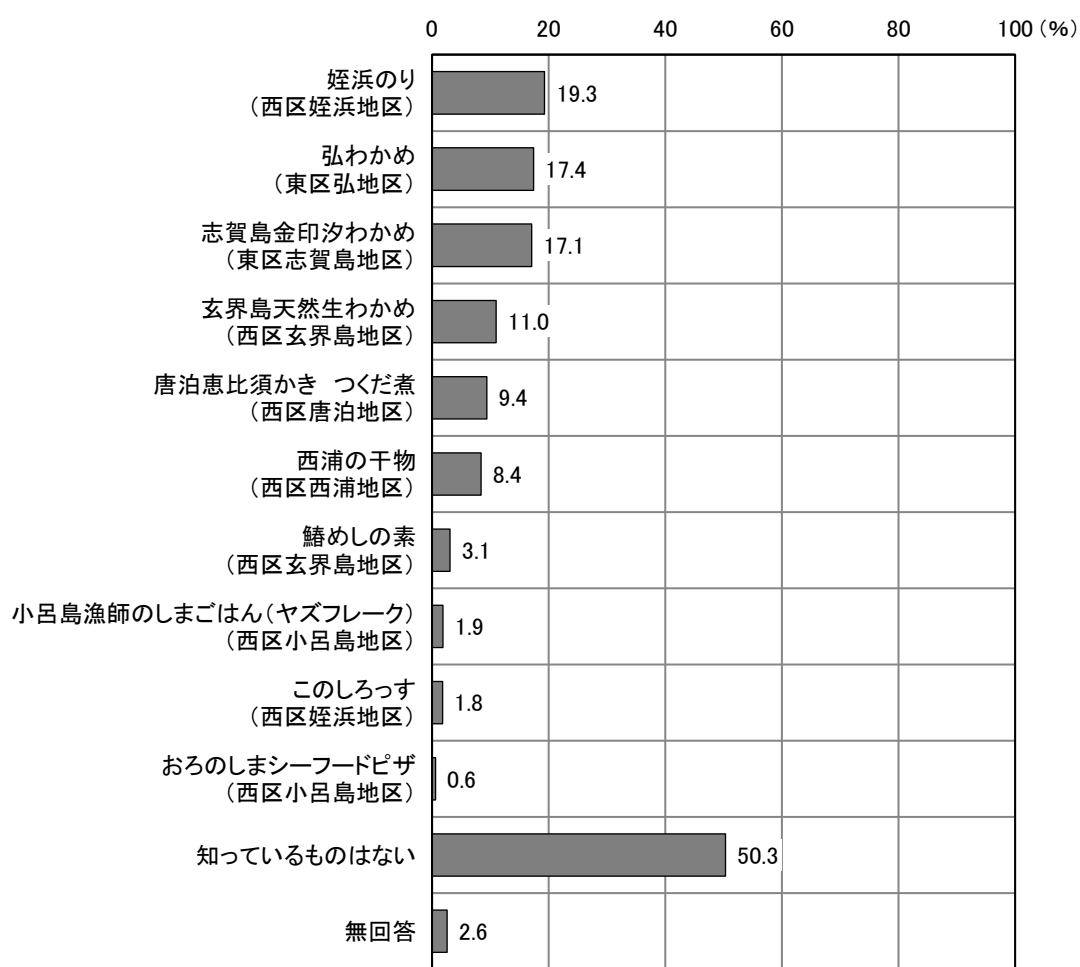
		調査数	切り身	刺身	寿司	干物	ねり製品(かまぼこ、すり身など)	総菜・おかず	魚まるごと一匹	タレなどで味付けされた魚介類など(めんたいこ、銀だらみりんなど)	缶詰・びん詰	乾物(乾燥わかめ、ふりかけなど)	冷凍食品、レトルト食品	その他	買わない	無回答
全 体		2,299	72.6	56.8	27.2	25.9	19.8	12.7	12.4	12.3	11.5	10.7	10.4	0.3	1.1	2.3
性・年代別	男性計	965	69.9	62.5	27.6	23.1	18.9	16.0	12.5	11.8	10.2	7.9	9.9	0.3	1.2	2.0
	18～29歳	79	70.9	57.0	35.4	7.6	7.6	13.9	3.8	8.9	8.9	7.6	11.4	—	7.6	—
	30代	113	82.3	67.3	38.1	14.2	8.8	11.5	13.3	8.0	10.6	5.3	10.6	—	1.8	0.9
	40代	164	75.0	60.4	30.5	17.7	18.3	14.6	9.8	15.2	9.8	9.1	9.8	1.2	—	1.8
	50代	177	67.2	67.2	26.0	23.2	18.1	17.5	11.9	10.7	10.7	8.5	7.9	—	1.1	1.7
	60代	156	68.6	66.7	26.3	25.0	17.9	17.3	11.5	12.8	10.3	6.4	14.1	0.6	—	2.6
	70歳以上	258	64.3	57.4	19.8	34.1	29.1	16.7	17.4	11.2	10.1	8.9	8.1	—	0.8	3.1
	女性計	1,318	74.7	52.8	26.9	28.1	20.6	10.4	12.4	12.7	12.6	12.7	10.7	0.2	0.9	2.4
	18～29歳	128	69.5	46.1	33.6	9.4	14.8	7.8	8.6	10.9	11.7	14.1	12.5	—	3.1	1.6
	30代	154	76.6	51.3	35.7	21.4	9.1	12.3	9.1	16.9	13.0	10.4	16.2	0.6	1.3	1.3
	40代	192	78.6	54.2	31.3	17.7	21.9	10.9	8.3	10.9	16.1	14.6	12.0	—	1.0	2.1
	50代	259	76.8	58.3	29.0	27.4	23.2	8.9	10.4	13.5	12.7	11.6	7.3	—	0.8	1.5
	60代	212	83.5	56.6	18.4	34.4	25.5	10.4	12.7	13.2	9.9	13.2	9.0	0.5	0.5	1.4
	70歳以上	360	67.2	49.2	21.9	39.7	22.2	10.8	18.3	11.7	11.7	12.8	10.6	0.3	0.3	4.4

(5) 水産加工品の認知度

問 33 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** 選んでください。

水産加工品の認知度を聞いたところ、「知っているものはない」が 50.3%と最も多く、次いで「姪浜のり（西区姪浜地区）」(19.3%)、「弘わかめ（東区弘地区）」(17.4%) 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）



全体 (N=2,299)

性別にみると、男性では「知っているものはない」(54.4%)の割合が女性(47.6%)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、女性では年代が低いほど「知っているものはない」の割合が高くなっており、男性では年代が低いほど「知っているものはない」の割合が高くなる傾向がある。

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	姪浜のり（西区姪浜地区）	弘わかめ（東区弘地区）	志賀島金印汐わかめ（東区志賀島地区）	玄界島天然生わかめ（西区玄界島地区）	唐泊恵比須かきつくだ煮（西区唐泊地区）	西浦の干物（西区西浦地区）	鰯めしの素（西区玄界島地区）	小呂島漁師のしまごはん（ヤズフレーク）（西区小呂島地区）	このしろっす（西区姪浜地区）	おろのしまシーフードピザ（西区小呂島地区）	知っているものはない	無回答
全 体		2,299	19.3	17.4	17.1	11.0	9.4	8.4	3.1	1.9	1.8	0.6	50.3	2.6
性・年代別	男性計	965	18.2	14.8	14.5	8.9	12.1	8.5	2.9	2.1	2.4	0.7	54.4	2.4
	18～29歳	79	13.9	6.3	7.6	7.6	5.1	3.8	1.3	3.8	1.3	1.3	72.2	－
	30代	113	13.3	12.4	10.6	8.8	5.3	4.4	5.3	1.8	3.5	1.8	61.9	4.4
	40代	164	21.3	11.6	11.0	7.3	11.0	6.7	3.7	3.0	2.4	0.6	53.7	1.2
	50代	177	16.9	18.1	13.0	5.6	10.7	7.3	4.0	1.7	2.3	－	55.9	1.7
	60代	156	16.0	10.9	14.1	3.8	14.1	7.7	2.6	3.2	0.6	1.3	61.5	1.9
	70歳以上	258	19.8	20.5	22.1	15.9	17.8	14.7	1.6	0.8	3.5	0.4	42.2	3.9
	女性計	1,318	20.1	19.1	18.9	12.5	7.4	8.4	3.3	1.8	1.4	0.5	47.6	2.4
	18～29歳	128	10.9	7.8	4.7	4.7	3.9	3.1	2.3	1.6	－	－	74.2	3.1
	30代	154	22.1	11.0	8.4	7.1	2.6	3.2	1.3	1.9	－	0.6	60.4	2.6
	40代	192	24.0	14.1	14.1	8.9	5.2	4.2	4.2	2.6	3.1	1.0	54.2	－
	50代	259	17.8	20.5	23.2	10.4	8.5	7.7	3.5	1.5	0.4	0.4	47.1	1.5
	60代	212	22.6	27.4	24.1	12.3	8.5	10.8	4.2	2.8	0.9	0.9	41.0	2.4
	70歳以上	360	20.8	23.3	25.0	21.1	10.0	13.6	3.6	1.1	2.5	0.3	33.9	4.2

居住区別にみると、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【居住区別】※複数回答（すべて）

単位：％

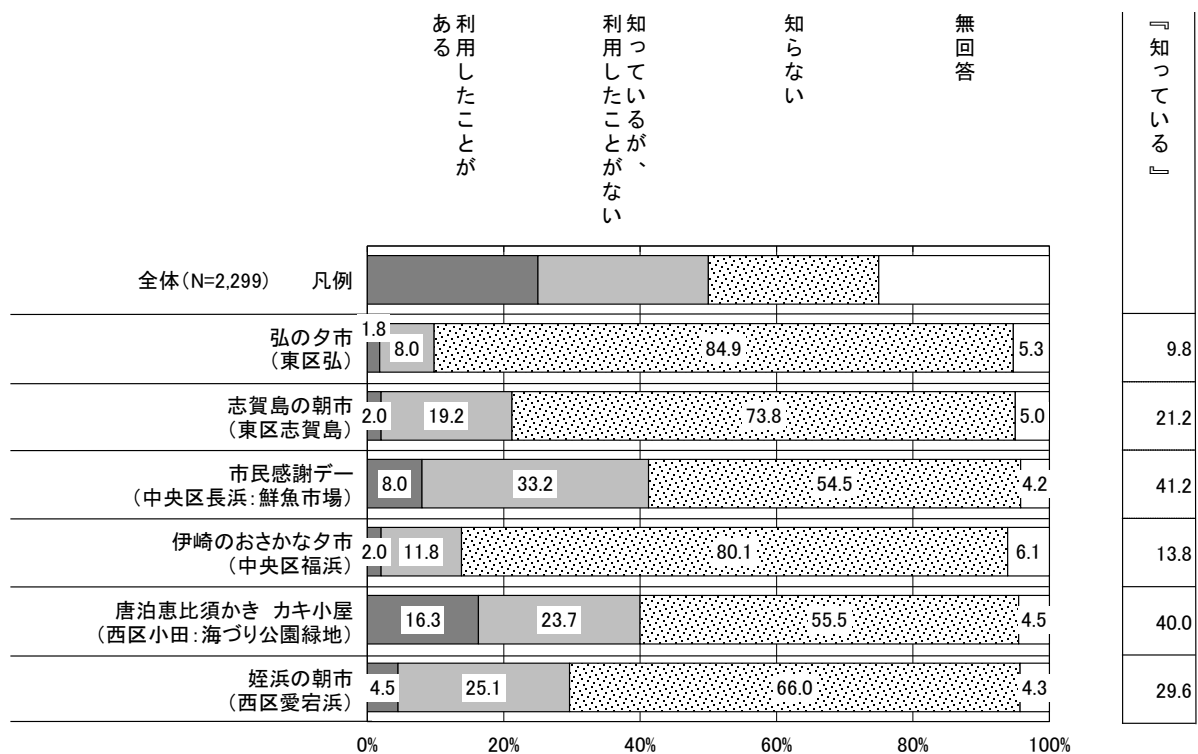
		調査数	姪浜のり （西区姪浜地区）	弘わかめ （東区弘地区）	志賀島金印 （東区志賀島地区）	玄界島天然生わかめ （西区玄界島地区）	唐泊恵比須かき （西区唐泊地区）	西浦の干物 （西区西浦地区）	鰯めしの素 （西区玄界島地区）	小呂島漁師のしまごはん （西区小呂島地区）	このしろっす （西区姪浜地区）	おろのしまシーフードピザ （西区小呂島地区）	知っているものはない	無回答
全 体		2,299	19.3	17.4	17.1	11.0	9.4	8.4	3.1	1.9	1.8	0.6	50.3	2.6
居住区別	東区	464	13.1	39.2	27.8	9.5	4.1	5.2	2.4	1.1	0.9	0.2	42.2	1.7
	博多区	304	12.2	9.5	12.2	7.2	7.2	4.3	3.9	1.6	1.6	1.0	61.5	4.6
	中央区	302	14.6	12.6	16.2	9.6	8.3	7.3	2.3	2.0	1.7	0.7	58.6	3.0
	南区	393	15.3	13.7	18.8	13.0	8.4	8.7	4.1	1.5	1.8	1.0	51.9	2.8
	城南区	174	12.6	10.9	11.5	9.8	8.6	7.5	0.6	2.9	0.6	0.6	60.3	2.9
	早良区	339	23.9	9.1	14.2	10.0	12.4	9.4	2.9	1.5	1.5	0.3	52.2	0.9
	西区	308	43.5	13.3	11.0	17.5	18.8	17.9	4.9	3.9	4.9	0.6	35.1	1.9

(6) 水産物に関する催しの認知度

問 34 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催しについて、知っていますか。また、利用したことはありますか。(1)～(6)のそれぞれについて、あてはまるものを **1つずつ** 選んでください。

水産物に関する催しの認知度を聞いたところ、『知っている』(=「利用したことがある」+「知っているが、利用したことがない」)は「市民感謝デー(中央区長浜:鮮魚市場)」が41.2%と最も多く、次いで「唐泊恵比須かき カキ小屋(西区小田:海づり公園緑地)」(40.0%)、「姪浜の朝市(西区愛宕浜)」(29.6%)となっている。

図表 水産物に関する催しの認知度【全体】



① 弘の夕市（東区弘）

居住区別にみると、地元の東区で『知っている』の割合が24.1%と最も高く、「利用したことがある」は5.6%となっている。

図表 弘の夕市（東区弘）の認知度【居住区別】

単位：%

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	1.8	8.0	84.9	5.3	9.8
居住区別	東区	464	5.6	18.5	71.8	4.1	24.1
	博多区	304	0.3	6.6	88.5	4.6	6.9
	中央区	302	－	4.6	90.7	4.6	4.6
	南区	393	2.0	5.1	87.3	5.6	7.1
	城南区	174	0.6	4.6	90.8	4.0	5.2
	早良区	339	0.6	4.4	89.4	5.6	5.0
	西区	308	1.3	5.8	85.4	7.5	7.1

② 志賀島の朝市（東区志賀島）

居住区別にみると、地元の東区で『知っている』の割合が34.2%と最も高く、「利用したことがある」は4.5%となっている。

図表 志賀島の朝市（東区志賀島）の認知度【居住区別】

単位：%

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	2.0	19.2	73.8	5.0	21.2
居住区別	東区	464	4.5	29.7	62.1	3.7	34.2
	博多区	304	2.0	17.8	76.0	4.3	19.8
	中央区	302	0.3	15.2	79.5	5.0	15.5
	南区	393	2.3	19.1	74.0	4.6	21.4
	城南区	174	1.7	13.2	81.6	3.4	14.9
	早良区	339	0.9	13.6	79.9	5.6	14.5
	西区	308	1.0	17.2	74.4	7.5	18.2

③ 市民感謝デー（中央区長浜：鮮魚市場）

居住区別にみると、地元の中央区で『知っている』の割合が51.7%と最も高く、「利用したことがある」は10.6%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【居住区別】

単位：％

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	8.0	33.2	54.5	4.2	41.2
居住区別	東区	464	5.8	25.4	63.8	5.0	31.2
	博多区	304	7.9	26.0	63.2	3.0	33.9
	中央区	302	10.6	41.1	44.7	3.6	51.7
	南区	393	9.9	34.1	53.4	2.5	44.0
	城南区	174	6.3	39.7	52.3	1.7	46.0
	早良区	339	8.3	38.1	49.3	4.4	46.4
	西区	308	7.1	34.1	51.9	6.8	41.2

④ 伊崎のおさかな夕市（中央区福浜）

居住区別にみると、地元の中央区で『知っている』の割合が21.1%と最も高く、「利用したことがある」は3.6%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【居住区別】

単位：%

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	2.0	11.8	80.1	6.1	13.8
居住区別	東区	464	1.5	7.5	85.1	5.8	9.0
	博多区	304	0.3	7.6	87.2	4.9	7.9
	中央区	302	3.6	17.5	74.2	4.6	21.1
	南区	393	2.0	10.4	81.4	6.1	12.4
	城南区	174	1.7	13.2	81.0	4.0	14.9
	早良区	339	2.4	13.6	78.5	5.6	16.0
	西区	308	2.6	15.9	72.1	9.4	18.5

⑤ 唐泊恵比須かき カキ小屋（西区小田：海づり公園緑地）

居住区別にみると、地元の西区で『知っている』の割合が 62.6%と最も高く、「利用したことがある」は 28.2%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【居住区別】

単位：%

		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	16.3	23.7	55.5	4.5	40.0
居住区別	東区	464	10.6	19.4	65.1	5.0	30.0
	博多区	304	13.5	20.1	61.8	4.6	33.6
	中央区	302	13.2	21.9	60.6	4.3	35.1
	南区	393	14.5	23.2	58.5	3.8	37.7
	城南区	174	17.8	24.7	54.0	3.4	42.5
	早良区	339	19.5	25.1	51.6	3.8	44.6
	西区	308	28.2	34.4	32.5	4.9	62.6

⑥ 姪浜の朝市（西区愛宕浜）

居住区別にみると、地元の西区で『知っている』の割合が68.2%と最も高く、「利用したことがある」は14.0%となっている。

図表 姪浜の朝市（西区愛宕浜）の認知度【居住区別】

単位：％

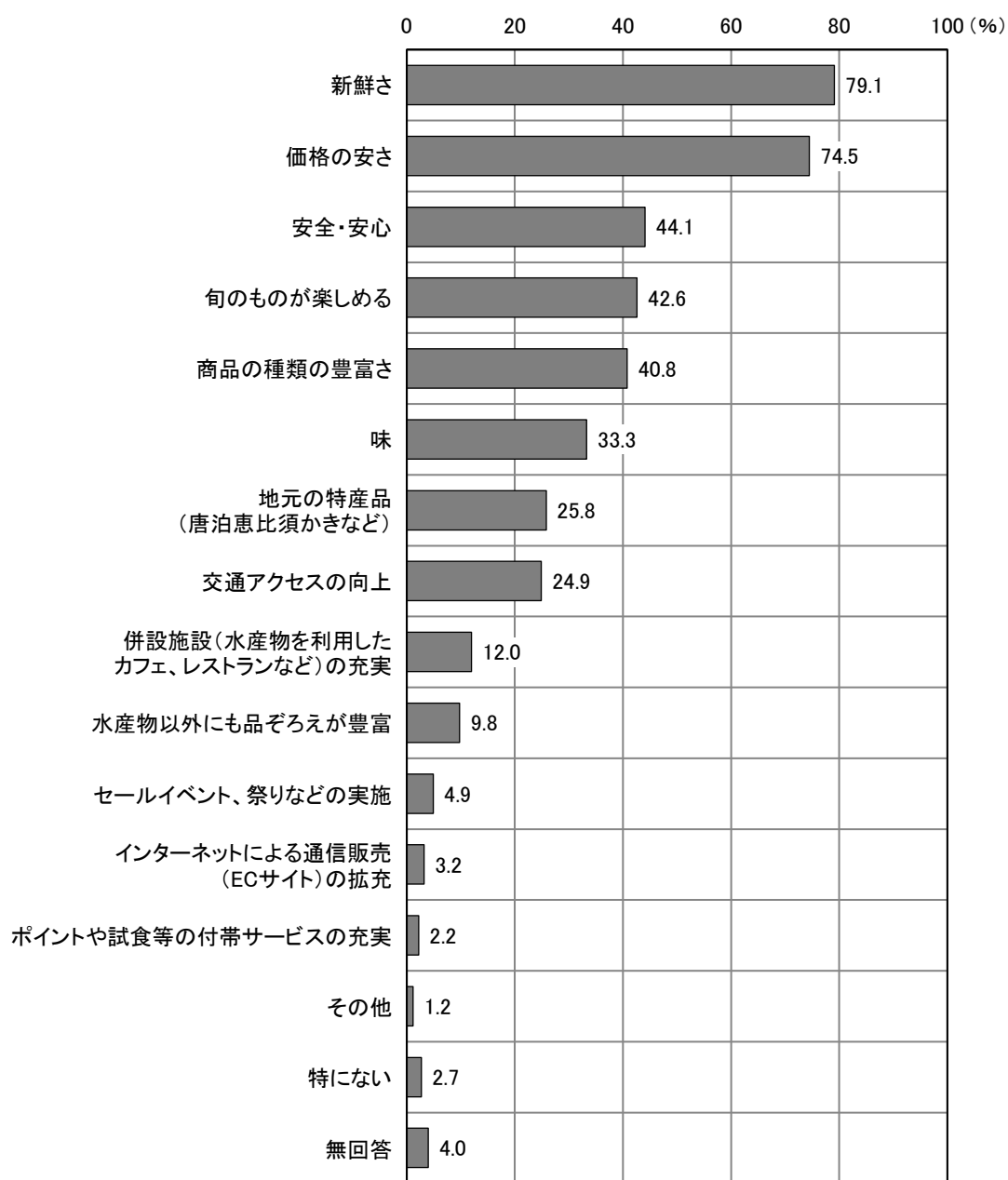
		調査数	利用したことがある	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答	『知っている』
全 体		2,299	4.5	25.1	66.0	4.3	29.6
居住区別	東区	464	1.3	13.1	80.0	5.6	14.4
	博多区	304	1.3	14.5	79.3	4.9	15.8
	中央区	302	5.0	16.2	74.8	4.0	21.2
	南区	393	1.3	20.6	73.3	4.8	21.9
	城南区	174	1.7	23.0	72.4	2.9	24.7
	早良区	339	8.3	39.2	50.7	1.8	47.5
	西区	308	14.0	54.2	27.9	3.9	68.2

(7) 水産物の直売所に期待すること

問 35 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** 選んでください。

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 79.1%と最も多く、次いで「価格の安さ」(74.5%)、「安全・安心」(44.1%) 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=2,299)

性別にみると、女性では「安全・安心」(47.3%)の割合が男性(39.8%)に比べて7.5ポイント高く、男性では「味」(37.3%)の割合が女性(30.6%)に比べて6.7ポイント、「商品の種類の豊富さ」(44.7%)の割合が女性(38.4%)に比べて6.3ポイント、「価格の安さ」(78.0%)の割合が女性(72.3%)に比べて5.7ポイント、「地元の特産品(唐泊恵比須かきなど)」(28.7%)の割合が女性(23.7%)に比べて5.0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「価格の安さ」、男性18～29歳では「特にない」の割合が、他の性・年代に比べて高くなっている。また、男性18～29歳・50代では「安全・安心」の割合が2割台から3割台となっており、他の性・年代に比べて低くなっている。さらに、男女とも概ね年代が高いほど「交通アクセスの向上」の割合が高くなっている。

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: %

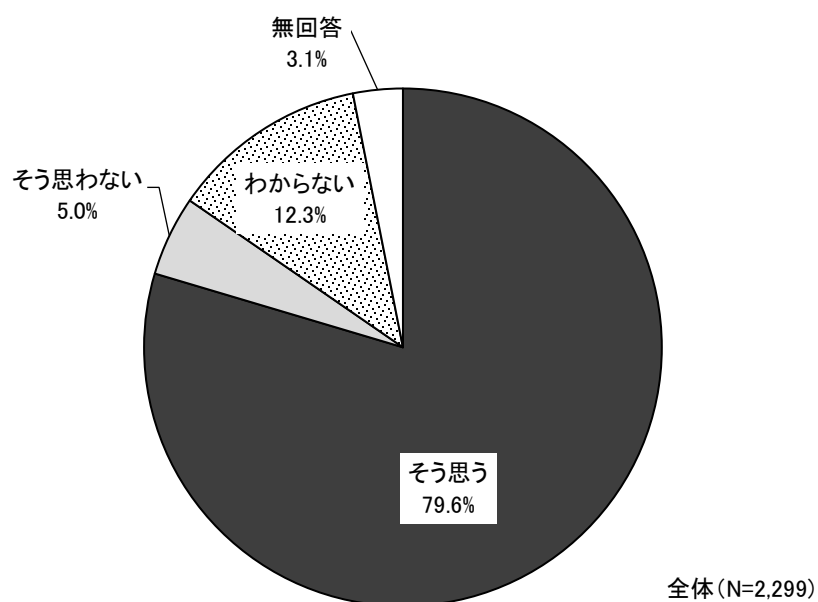
		調査数	新鮮さ	価格の安さ	安全・安心	旬のものが楽しめる	商品の種類の豊富さ	味	地元の特産品 (唐泊恵比須かきなど)	交通アクセスの向上	併設施設(水産物を利用したカフェ、レストランなど)の充実	水産物以外にも品ぞろえが豊富	セールイベント、祭りなどの実施	インターネットによる通信販売(ECサイト)の拡充	ポイントや試食等の付帯サービスの充実	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	79.1	74.5	44.1	42.6	40.8	33.3	25.8	24.9	12.0	9.8	4.9	3.2	2.2	1.2	2.7	4.0
性・年代別	男性計	965	78.4	78.0	39.8	42.4	44.7	37.3	28.7	22.2	9.5	8.7	5.2	3.2	1.9	1.0	3.5	2.7
	18～29歳	79	70.9	73.4	27.8	36.7	38.0	46.8	30.4	11.4	7.6	6.3	5.1	6.3	1.3	1.3	11.4	1.3
	30代	113	75.2	77.9	42.5	46.9	43.4	46.0	28.3	14.2	15.9	6.2	6.2	2.7	2.7	—	3.5	0.9
	40代	164	75.6	77.4	40.9	43.9	42.7	37.8	34.1	16.5	11.6	5.5	7.9	3.0	1.2	—	3.0	3.0
	50代	177	81.9	78.0	31.6	48.0	49.7	37.9	29.9	19.8	9.0	4.5	7.3	2.3	1.7	1.1	2.3	2.3
	60代	156	80.8	81.4	48.1	34.0	42.3	37.8	30.8	30.1	7.1	5.8	5.1	2.6	3.2	1.9	0.6	2.6
	70歳以上	258	79.8	77.5	41.1	42.2	47.7	28.7	23.6	29.5	8.1	16.3	1.9	3.9	1.2	1.2	4.3	3.9
	女性計	1,318	79.9	72.3	47.3	42.8	38.4	30.6	23.7	26.9	13.7	10.6	4.7	3.2	2.5	1.3	2.1	4.6
	18～29歳	128	73.4	71.9	39.1	35.2	36.7	43.8	28.1	19.5	7.0	4.7	6.3	2.3	3.1	—	4.7	2.3
	30代	154	77.9	87.0	47.4	41.6	35.1	35.7	23.4	20.8	14.3	7.1	9.7	0.6	1.3	1.3	—	1.9
	40代	192	80.7	74.5	47.4	44.3	37.5	36.5	24.0	23.4	18.8	6.8	5.2	2.6	1.6	1.0	1.0	2.6
	50代	259	79.9	71.8	45.6	44.0	41.3	25.5	27.8	26.6	17.0	10.0	5.0	2.7	2.7	0.8	1.2	4.6
	60代	212	84.9	74.1	46.7	46.2	37.3	29.7	25.5	36.3	16.0	12.3	3.8	6.1	0.9	2.4	0.9	4.2
	70歳以上	360	80.3	65.6	51.9	42.8	40.3	25.0	18.6	28.6	9.4	15.8	2.2	3.6	4.2	1.4	3.9	7.2

(8)「魚がおいしいまち」だと思うか

問 36 福岡市は、「魚がおいしいまち」だと思いますか。あてはまるものを 1つだけ 選んでください。

「魚がおいしいまち」だと思うかを聞いたところ、「そう思う」が 79.6%と最も多く、次いで「わからない」(12.3%)、「そう思わない」(5.0%) となっている。

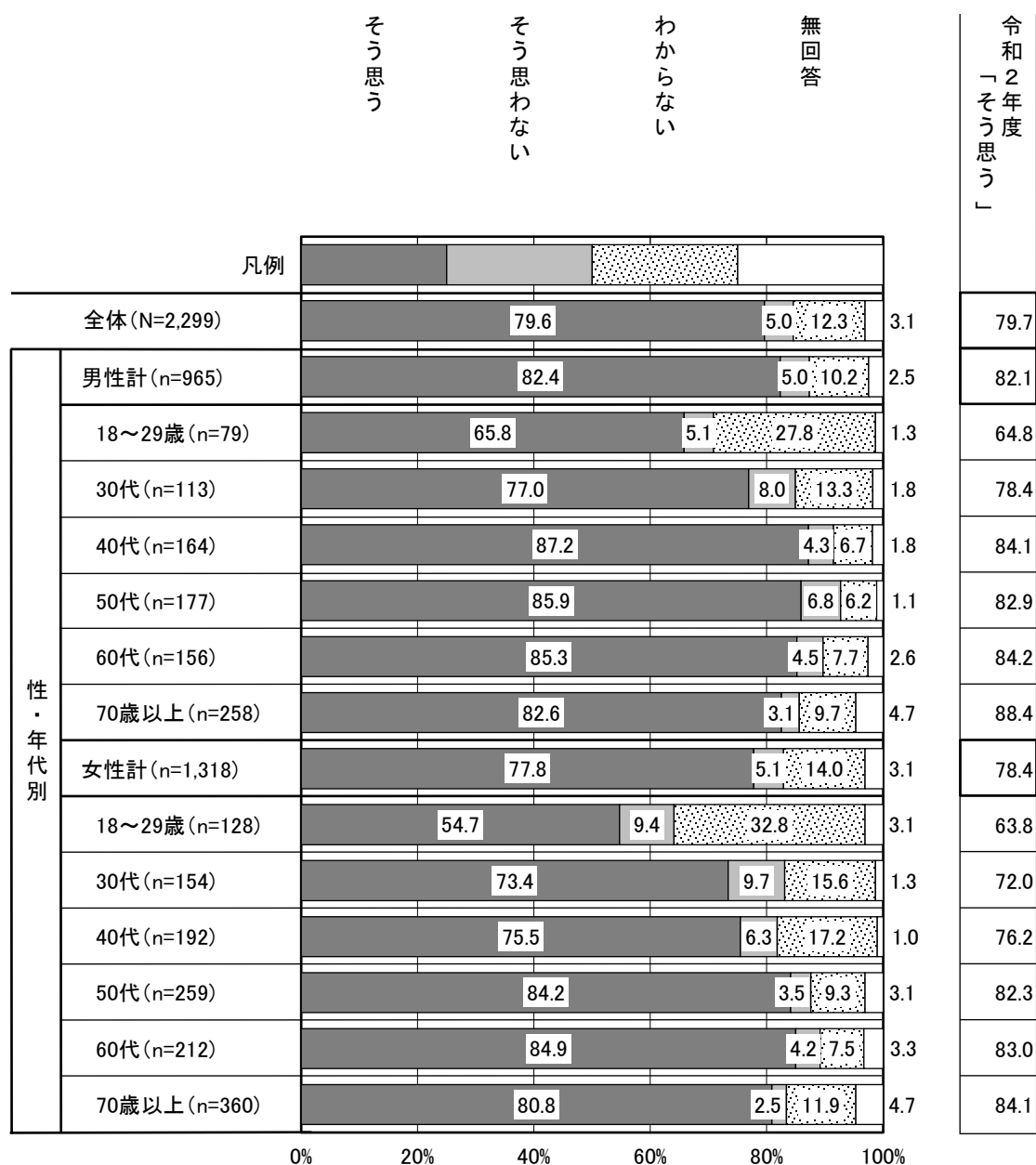
図表 「魚がおいしいまち」だと思うか【全体】



性別にみると、大きな違いはみられない。

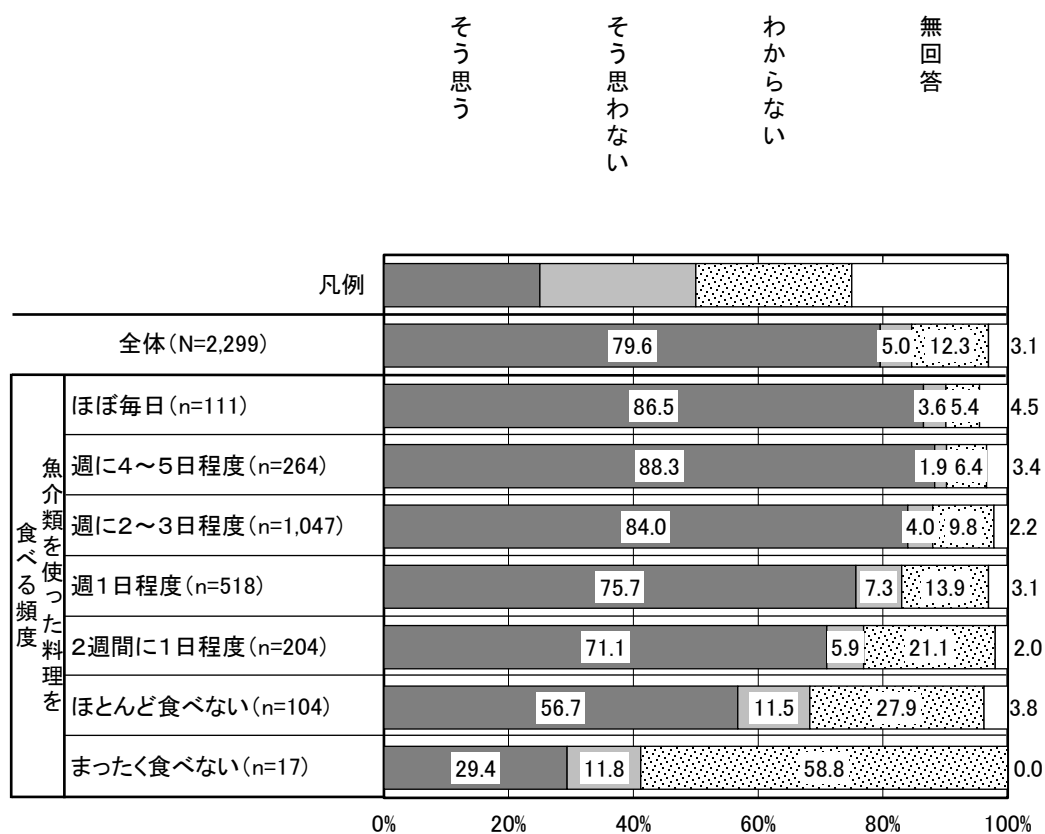
性・年代別にみると、男女とも18～29歳では「わからない」の割合が2割から3割台となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

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】



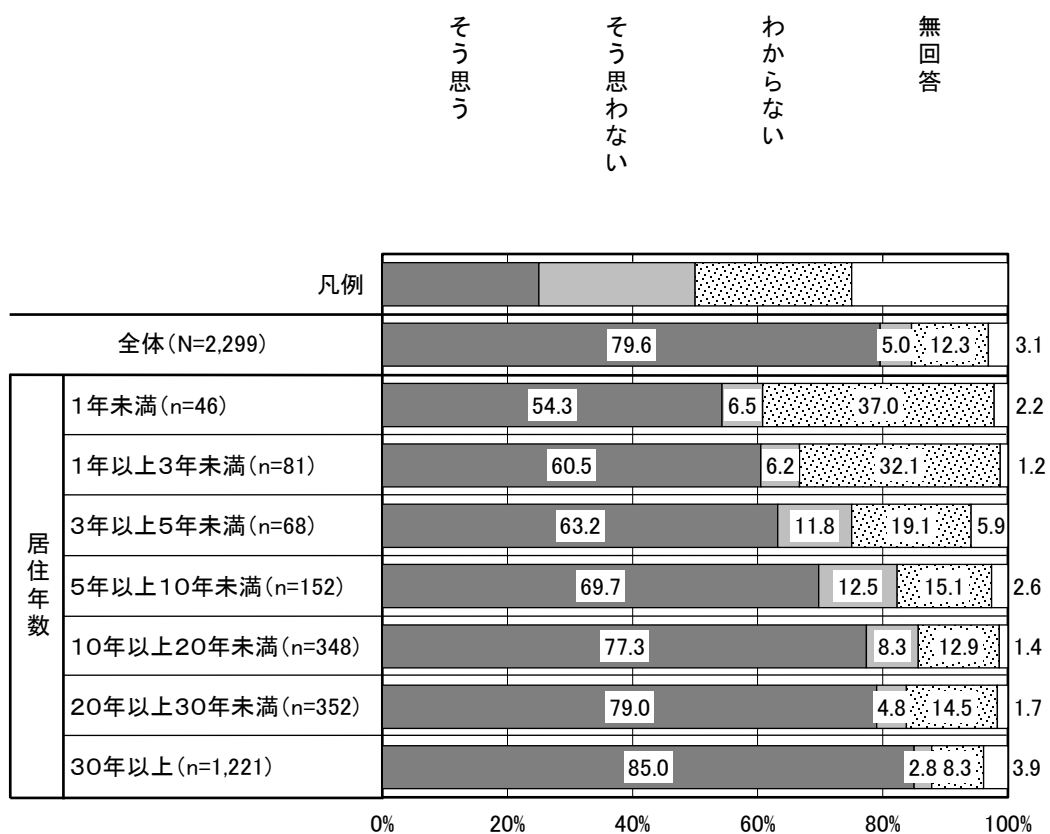
魚介類を使った料理を食べる頻度別にみると、概ね食べる頻度が多いほど、「そう思う」の割合が高くなっている。

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】



居住年数別にみると、居住年数が長いほど「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【居住年数別】



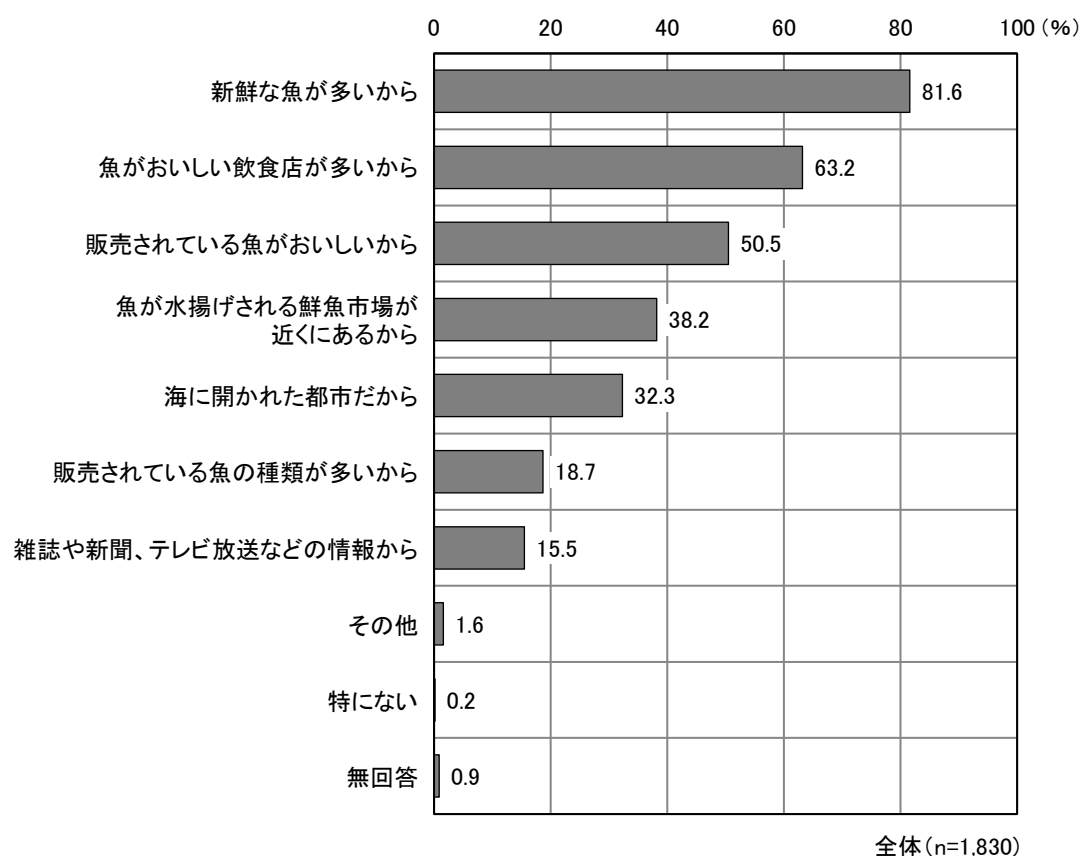
(9) 「魚がおいしいまち」だと思う理由

問 37 <<問 36 で「1」と回答した方におたずねします。>>

そう思う理由は何ですか。あてはまるものを すべて 選んでください。

「魚がおいしいまち」だと思う理由を聞いたところ、「新鮮な魚が多いから」が 81.6%と最も多く、次いで「魚がおいしい飲食店が多いから」(63.2%)、「販売されている魚がおいしいから」(50.5%) となっている。

図表 「魚がおいしいまち」だと思う理由【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70歳以上では「販売されている魚の種類が多いから」の割合が3割台となっており、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「新鮮な魚が多いから」、女性70歳以上では「魚がおいしい飲食店が多いから」、男性18～29歳・30代、女性18～29歳では「魚が水揚げされる鮮魚市場が近くにあるから」、女性18～29歳・30代では「海に開かれた都市だから」の割合が、他の性・年代に比べて低くなっている。

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）

単位：％

		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	その他	特にない	無回答
全 体		1,830	81.6	63.2	50.5	38.2	32.3	18.7	15.5	1.6	0.2	0.9
性・年代別	男性計	795	81.6	63.5	48.4	35.8	32.1	19.2	13.8	2.0	0.1	0.9
	18～29歳	52	65.4	57.7	48.1	21.2	25.0	5.8	17.3	5.8	－	－
	30代	87	75.9	78.2	50.6	28.7	29.9	13.8	17.2	1.1	－	－
	40代	143	75.5	65.0	44.1	37.8	34.3	11.9	11.2	5.6	－	0.7
	50代	152	83.6	67.1	45.4	40.8	23.7	14.5	12.5	－	0.7	1.3
	60代	133	87.2	69.9	45.1	38.3	39.1	17.3	15.0	0.8	－	1.5
	70歳以上	213	87.8	53.1	54.0	35.7	34.7	33.3	14.6	1.4	－	0.9
	女性計	1,026	81.8	63.0	52.4	40.0	32.6	18.3	16.9	1.3	0.2	1.0
	18～29歳	70	68.6	71.4	45.7	17.1	15.7	11.4	11.4	2.9	－	－
	30代	113	76.1	79.6	57.5	38.1	19.5	8.8	21.2	1.8	－	－
	40代	145	75.2	77.2	50.3	37.9	29.7	13.8	15.2	0.7	－	1.4
	50代	218	83.5	64.2	46.8	42.2	35.3	13.8	19.3	1.8	0.5	1.4
	60代	180	81.1	67.8	50.0	41.1	36.7	14.4	21.1	0.6	－	1.1
	70歳以上	291	89.7	44.3	59.1	44.3	39.2	31.3	12.7	1.0	0.3	1.0

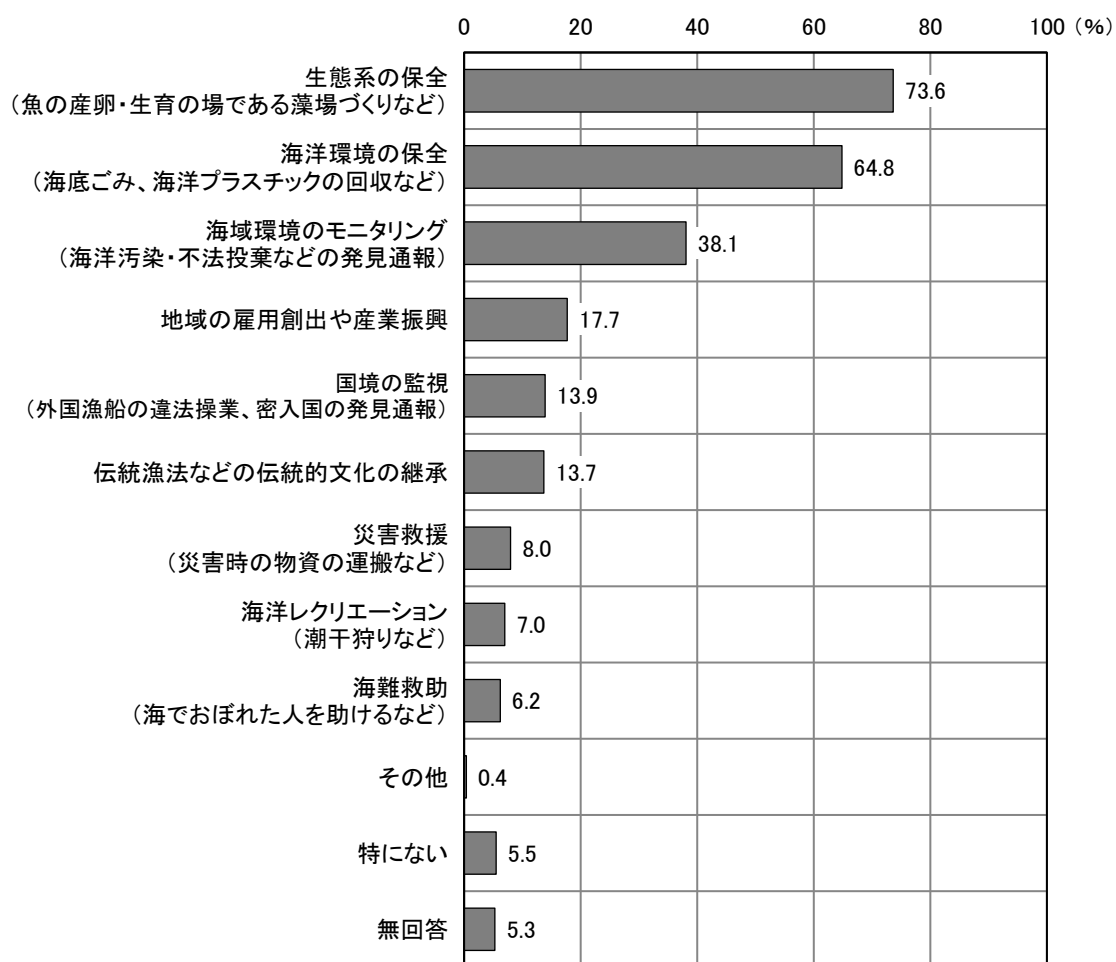
(10) 食料の安定供給以外の水産業の重要な役割

《すべての方におたずねします。》

問 38 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 選んでください。

食料の安定供給以外の水産業の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73.6%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）」（64.8%）、「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）」（38.1%）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）



全体 (N=2,299)

性別にみると、女性では「海洋環境の保全（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）」（68.8%）の割合が男性（59.7%）に比べて9.1ポイント高くなっている。

性・年代別にみると、女性18～29歳・70歳以上では「生態系の保全（魚の産卵・生育の場である藻場づくりなど）」、男性18～29歳では「海洋環境の保全（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）」の割合が、他の性・年代に比べて低くなっている。また、男性では年代が高いほど「地域の雇用創出や産業振興」の割合が高くなる傾向がある。

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	生態系の保全（魚の産卵・生育の場である藻場づくりなど）	海洋環境の保全（海底ごみ、海洋プラスチックの回収など）	海洋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（外国漁船の違法操業、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	特にない	無回答
全 体		2,299	73.6	64.8	38.1	17.7	13.9	13.7	8.0	7.0	6.2	0.4	5.5	5.3
性・年代別	男性計	965	75.9	59.7	38.2	19.5	15.0	14.9	7.3	9.3	6.2	0.6	5.2	4.5
	18～29歳	79	70.9	46.8	32.9	10.1	10.1	19.0	8.9	10.1	13.9	－	13.9	2.5
	30代	113	77.9	61.9	43.4	15.0	15.9	13.3	6.2	11.5	6.2	－	5.3	2.7
	40代	164	79.3	54.9	45.7	21.3	14.0	17.7	7.9	3.0	5.5	1.2	4.3	1.8
	50代	177	76.8	61.0	36.7	20.3	11.9	16.9	7.9	10.7	5.1	－	4.0	4.0
	60代	156	78.8	62.8	30.1	30.1	21.2	12.2	7.7	12.2	3.2	1.3	3.2	3.8
	70歳以上	258	71.3	63.6	36.8	16.3	14.7	12.8	5.8	10.1	6.6	0.4	5.4	8.5
	女性計	1,318	72.2	68.8	38.1	16.5	13.2	13.0	8.5	5.3	6.2	0.2	5.7	5.5
	18～29歳	128	64.8	62.5	31.3	14.1	5.5	15.6	4.7	10.2	7.8	－	12.5	3.9
	30代	154	72.7	70.1	36.4	18.2	9.7	16.9	9.1	7.1	5.8	－	9.7	1.3
	40代	192	77.1	64.1	39.1	16.7	16.7	14.6	9.4	3.6	7.8	－	5.2	2.6
	50代	259	78.0	72.2	43.6	17.8	11.2	15.1	8.9	3.1	3.9	－	3.5	4.6
	60代	212	82.1	73.6	34.4	21.2	14.6	12.7	7.5	5.2	6.6	－	1.9	4.7
	70歳以上	360	63.1	68.3	38.9	13.3	16.4	8.3	9.2	5.6	6.4	0.8	5.6	9.7

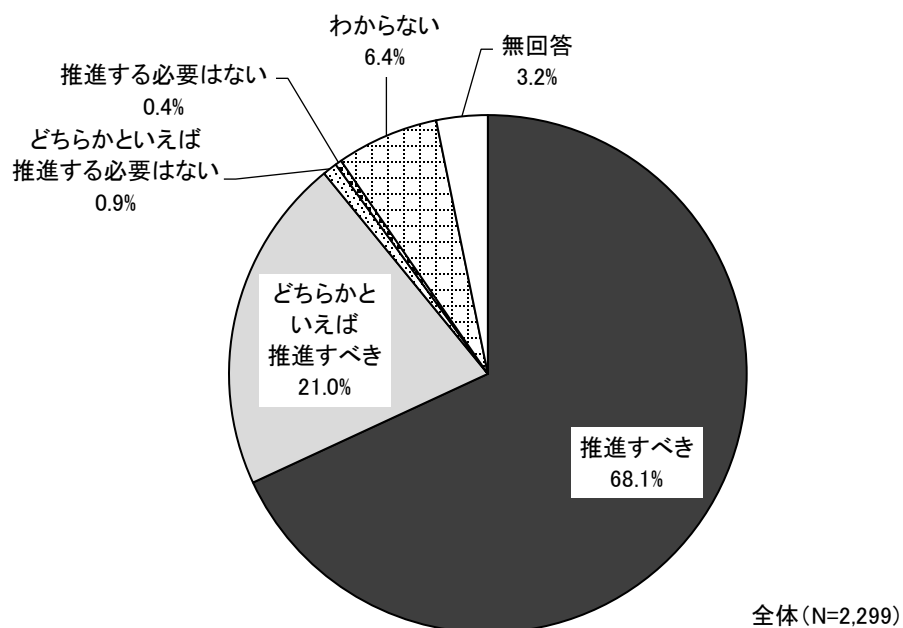
(11) 子どもを対象にした魚食の普及の取組みをどう思うか

問 39 福岡市では、姪浜のりや小呂島産ぶりを学校給食に取り入れるなどの子どもを対象にした魚食普及の取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 選んでください。

子どもを対象にした魚食の普及の取組みをどう思うかを聞いたところ、「推進すべき」が 68.1%と最も多く、次いで「どちらかといえば推進すべき」(21.0%)、「わからない」(6.4%) 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 89.1%となっている。一方、『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」+「推進する必要はない」)の割合は 1.3%となっている。

図表 子どもを対象にした魚食の普及の取組みをどう思うか【全体】

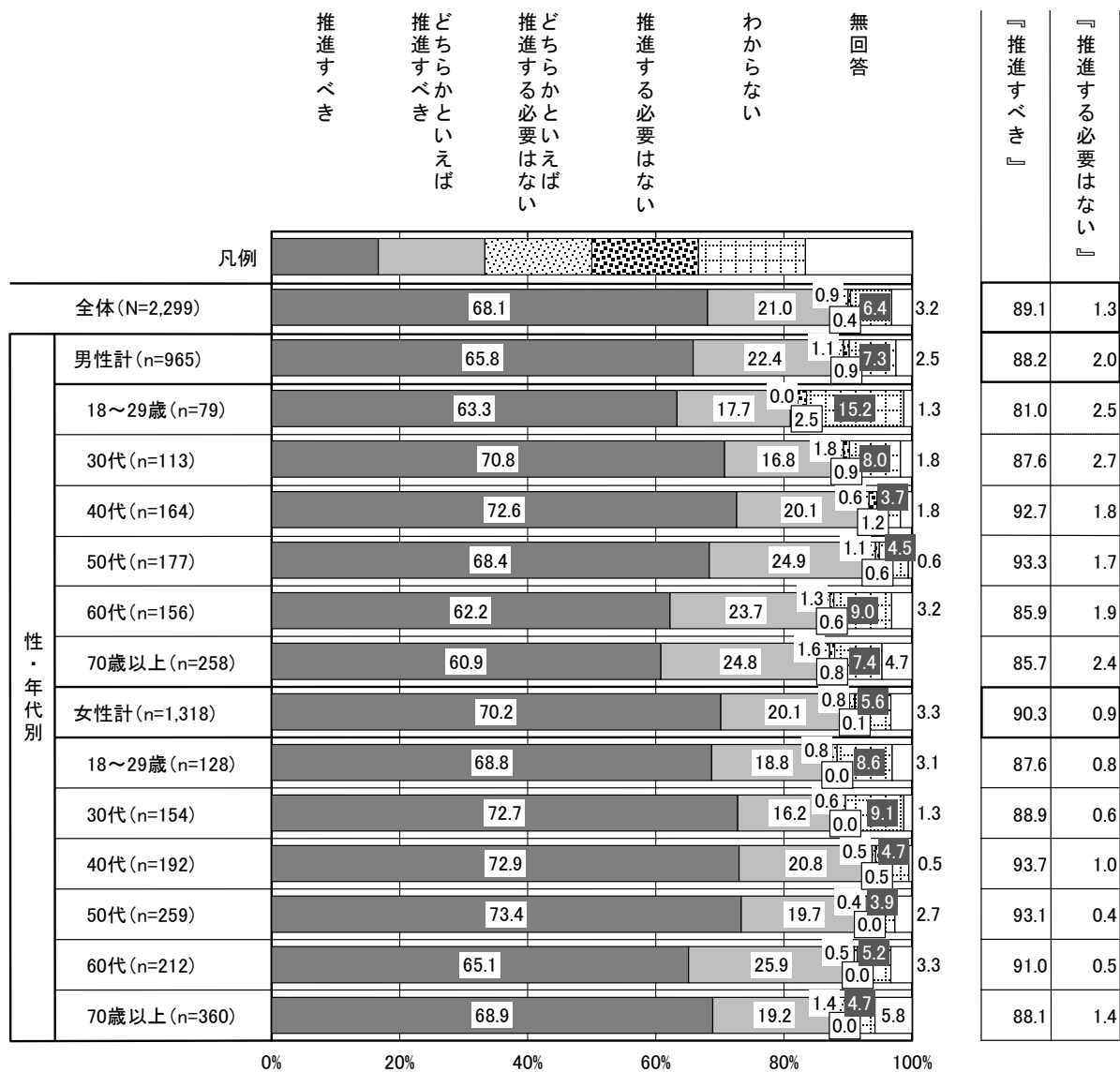


『推進すべき』	89.1%
『推進する必要はない』	1.3%

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 歳では「わからない」の割合が 15.2%となっており、他の性・年代に比べて高くなっている。

図表 子どもを対象にした魚食の普及の取組みをどう思うか【性・年代別】

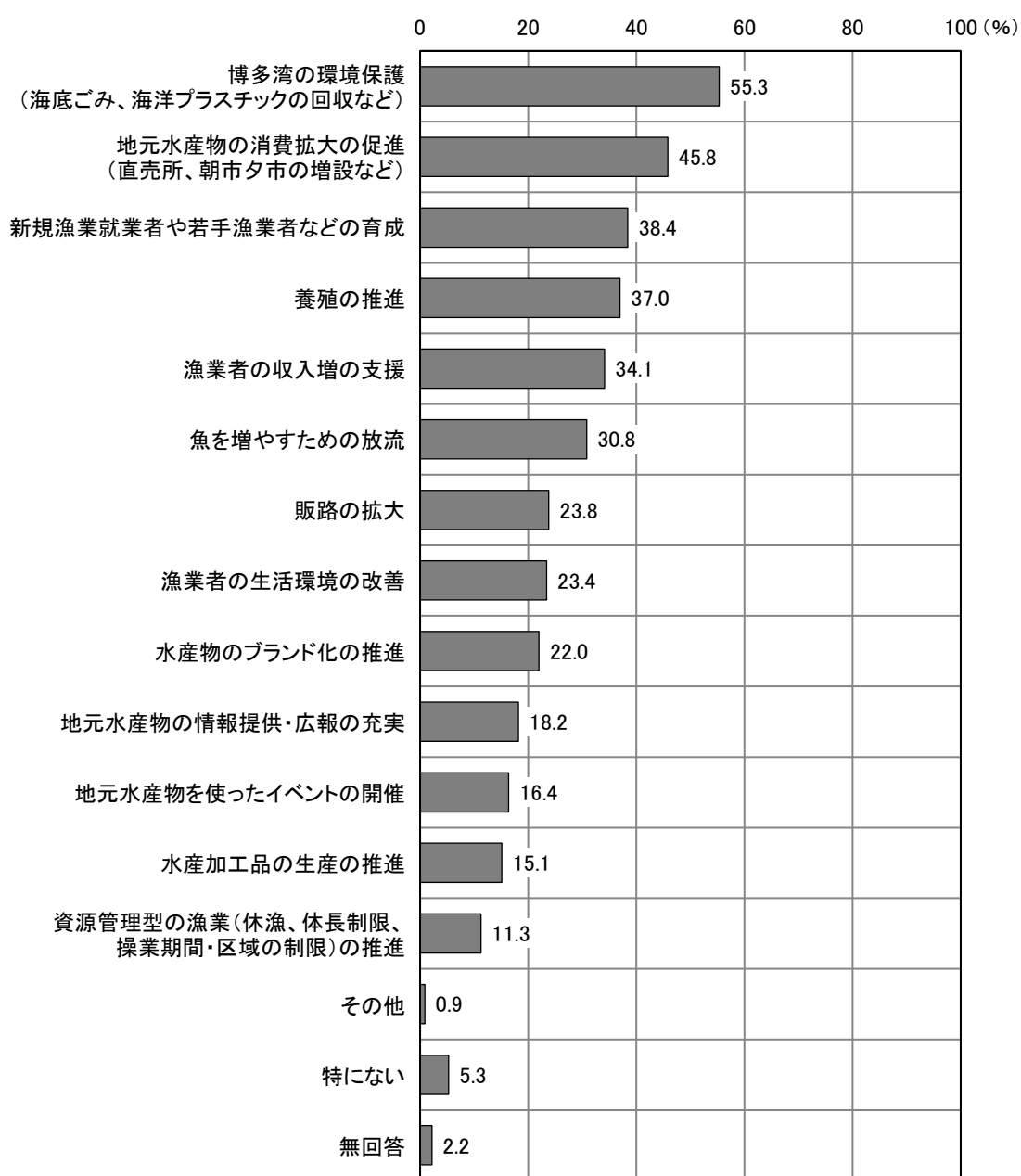


(12) 今後重点的に取り組むべき水産業施策

問 40 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** 選んでください。

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 55.3%と最も多く、次いで「地元水産物の消費拡大の促進（直売所、朝市夕市の増設など）」（45.8%）、「新規漁業就業者や若手漁業者などの育成」（38.4%）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）



全体 (N=2,299)

性別にみると、男性では「養殖の推進」(43.4%)の割合が女性(32.5%)に比べて10.9ポイント、「水産物のブランド化の推進」(25.8%)の割合が女性(19.3%)に比べて6.5ポイント、「魚を増やすための放流」(34.5%)の割合が女性(28.1%)に比べて6.4ポイント高く、女性では「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)」(58.9%)の割合が男性(50.9%)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30代では「魚を増やすための放流」、男性40代では「水産物のブランド化の推進」の割合が、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「地元水産物の消費拡大の促進(直売所、朝市夕市の増設など)」、女性18～29歳・30代では「新規漁業就業者や若手漁業者などの育成」の割合が、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水産業施策【性・年代別】※複数回答(5つまで)

単位: %

		調査数	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）	地元水産物の消費拡大の促進（直売所、朝市夕市の増設など）	新規漁業就業者や若手漁業者などの育成	養殖の推進	漁業者の収入増の支援	魚を増やすための放流	販路の拡大	漁業者の生活環境の改善	水産物のブランド化の推進	地元水産物の情報提供・広報の充実	地元水産物を使ったイベントの開催	水産加工品の生産の推進	資源管理型の漁業（休漁、体長制限）の推進	その他	特にない	無回答
全 体		2,299	55.3	45.8	38.4	37.0	34.1	30.8	23.8	23.4	22.0	18.2	16.4	15.1	11.3	0.9	5.3	2.2
性・年代別	男性計	965	50.9	43.6	39.0	43.4	35.2	34.5	24.8	24.9	25.8	17.6	14.6	15.4	13.3	1.1	4.1	1.7
	18～29歳	79	50.6	27.8	36.7	38.0	39.2	27.8	20.3	31.6	19.0	12.7	12.7	10.1	11.4	－	13.9	－
	30代	113	46.0	39.8	38.1	45.1	41.6	42.5	28.3	30.1	26.5	8.8	14.2	11.5	12.4	1.8	6.2	1.8
	40代	164	45.7	37.2	41.5	40.2	38.4	31.1	26.8	31.1	36.6	14.0	14.6	12.2	11.6	1.8	1.2	1.2
	50代	177	49.2	42.9	34.5	38.4	35.6	36.7	26.6	21.5	27.1	23.2	15.3	16.9	10.2	1.1	2.8	0.6
	60代	156	54.5	50.6	34.0	48.7	35.9	37.8	26.3	25.6	26.3	19.9	16.0	16.7	9.0	1.3	2.6	－
	70歳以上	258	54.7	50.4	43.8	45.7	27.9	31.8	21.7	19.0	19.4	19.8	14.0	18.6	19.8	0.8	4.3	4.3
	女性計	1,318	58.9	47.8	38.2	32.5	33.5	28.1	23.4	22.4	19.3	18.7	17.8	14.7	9.9	0.7	6.1	2.0
	18～29歳	128	47.7	28.1	25.8	32.0	33.6	30.5	10.2	25.8	22.7	13.3	20.3	12.5	3.9	－	16.4	0.8
	30代	154	57.1	42.9	29.2	28.6	38.3	31.8	21.4	30.5	20.8	9.7	20.1	11.7	11.0	0.6	7.8	0.6
	40代	192	59.4	44.3	36.5	28.1	38.5	29.2	24.0	28.1	23.4	15.1	17.2	11.5	9.4	－	4.2	－
	50代	259	63.7	55.2	41.7	25.9	31.3	24.3	30.9	21.6	25.1	18.9	19.3	12.4	8.9	1.2	2.3	0.4
	60代	212	62.7	52.4	42.0	37.7	34.4	25.0	28.3	21.2	17.9	21.2	19.8	17.5	11.8	0.5	4.2	0.5
	70歳以上	360	57.8	51.1	43.3	38.3	30.0	29.7	19.7	16.4	12.8	24.4	14.4	18.9	11.1	0.8	6.4	5.8

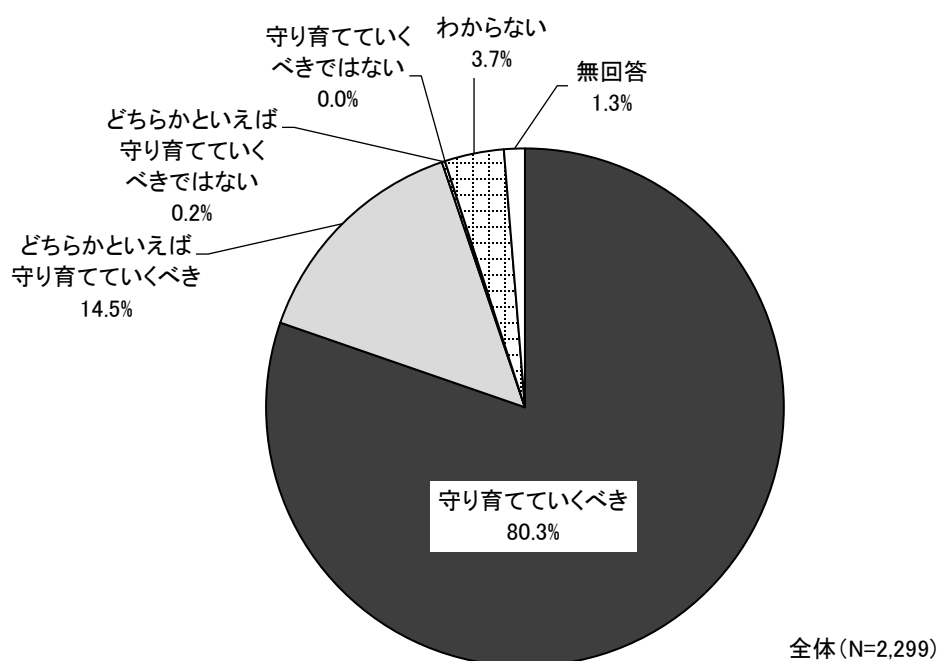
(13) 今後も農林水産業を守り育てていくべきだと思うか

問 41 あなたは、今後も福岡市の農林水産業を守り育てていくべきだと思いますか。あてはまるものを **1つだけ** 選んでください。

今後も農林水産業を守り育てていくべきだと思うかを聞いたところ、「守り育てていくべき」が80.3%と最も多く、次いで「どちらかといえば守り育てていくべき」(14.5%)、「わからない」(3.7%)となっている。

また、『守り育てていくべき』(=「守り育てていくべき」+「どちらかといえば守り育てていくべき」)の割合は94.8%となっている。一方、『守り育てていくべきではない』(=「どちらかといえば守り育てていくべきではない」+「守り育てていくべきではない」)の割合は0.2%となっている。

図表 今後も農林水産業を守り育てていくべきだと思うか【全体】



『守り育てていくべき』 94.8%
『守り育てていくべきではない』 0.2%

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 歳では「わからない」の割合が 10.1%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 18～29 歳では『守り育てていくべき』の割合がやや低く、他の性・年代では9割台となっている。

図表 今後も農林水産業を守り育てていくべきだと思うか【性・年代別】

