

## 2019年度まちづくりネットモニター第7回調査結果 テーマ「郡山の農林水産物について」

郡山市では、農林水産業者の経営向上や、地域活力の向上を目的として、郡山産米「あさか舞」や鯉をはじめとした農林水産物の消費拡大や地産地消(※1)、ブランド化(※2)を推進しています。

消費者である市民の皆様のニーズや市の農林水産物に対する意識を把握し、今後の市の施策の参考とさせていただきます。アンケートを実施しましたので、その結果についてお知らせします。

(園芸畜産振興課)

(※1)地域生産・地域消費の略語で、ある地域で作られた農林水産物をその地域内で消費すること。

(※2)ある農林水産物が、他の産地の同一商品と明確に区別され、高品質であると広く認識されている状態。

### 調査概要

- 調査期間 令和元年7月17日(水)～7月26日(金) (10日間)
- 回答方法 専用ウェブサイトから回答を送信する。
- モニター数 360名 (男性 159名 女性 201名)
- 回答者数 315名 (男性 142名 女性 173名)
- 回答率 87.5%

### 【分析】

#### 《回答者内訳(人)》

年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	合計
男性	3	4	15	31	27	18	37	7	142
女性	2	9	46	65	36	13	2	0	173
合計	5	13	61	96	63	31	39	7	315

#### 《米の入手先、産地について》

・知人、親戚や農家から買う又はもらう人の割合は54.9%、スーパーやネットで購入する人の割合は35.9%、郡山産を含めた福島県産米を食べている人の割合は77.8%であった。

#### 《ASAKAMAI 887について》

・知っている人の割合は71.8%であった。また、購入したい人の割合は38.1%であった。

#### 《郡山市の鯉について》

・市の特産品が鯉であると認知している人は79.7%であった。  
・1年以内に鯉を食べた人の割合は29.5%で、その内92.5%の人がまた食べたいと回答した。

#### 《郡山市の農林水産物のブランド力について》

・「あさか舞」(48.9%)、「阿久津曲がりねぎ」(32.7%)、「鯉」(27.3%)、「うねめ牛」(14.3%)の順に回答が多かった。  
・ブランド力の要素として「味」、「生産者のこだわり」、「産地名」の順に回答が多かった。

### 【考察】

・郡山産米「あさか舞」について、他商品と比べブランド力があると認識している人が48.9%と多かったが、普段食べている人の割合が34.9%だったため、さらに地元消費を増やすため引き続きPRを継続していく必要がある。

・「ASAKAMAI 887」について、認知度はまずまずであったが、その内、購入したいという割合が38.1%と低かったことから、値段の理由、生産の工程などをさらに発信していく必要がある。

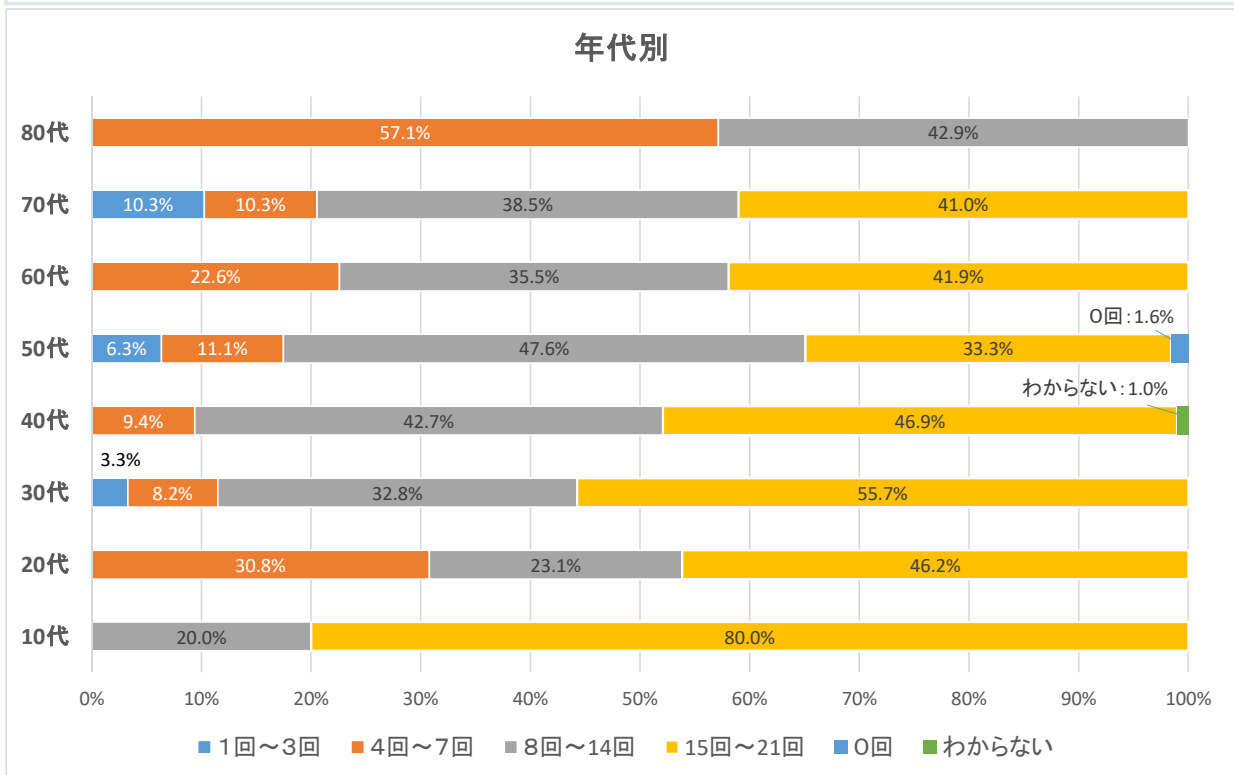
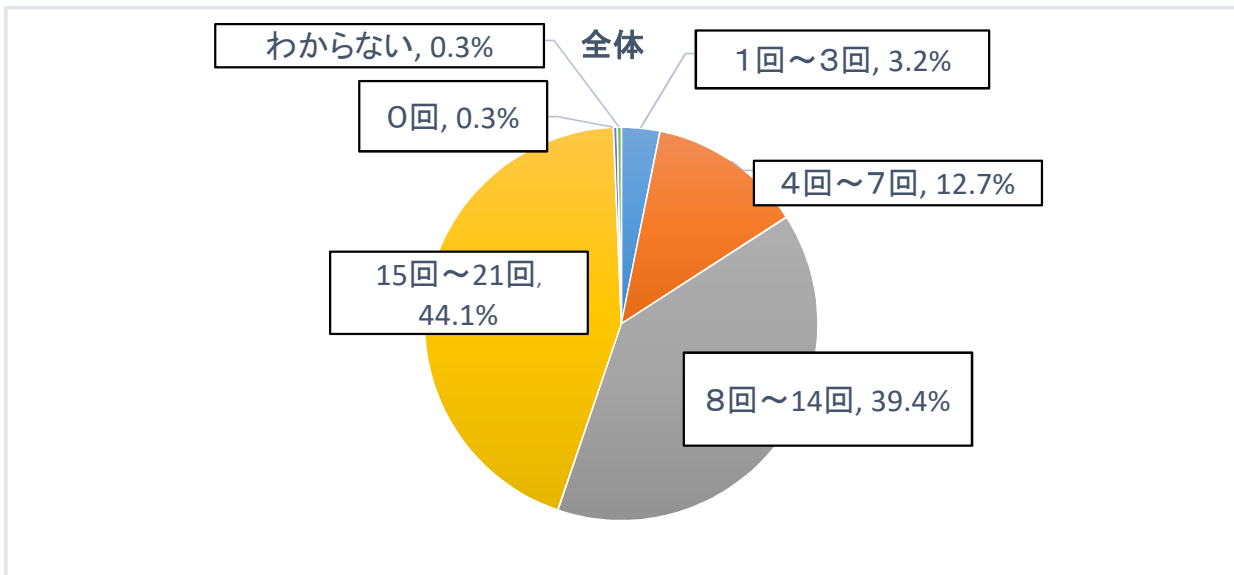
・「鯉」について、「鯉に恋する郡山」プロジェクト等の効果で、特産品としての認知度は高かったが、実際に食べたことのある人の割合は低かったことから、販売店、飲食店や試食できる機会を増やす必要がある。

・郡山の農林水産物について、「あさか舞」、「阿久津曲がりねぎ」、「鯉」の順にブランド力がある商品として認識されているが、いずれも50%以下であり、また、22.2%の人が「特に無し」と回答していたため、今後もPRについては、市外だけでなく市内へも並行して進めていく必要がある。

## 第1章 郡山市のお米について

問1 この1週間(3食×7日=21食)で、主食に米を何回食べましたか？(1つ選択)

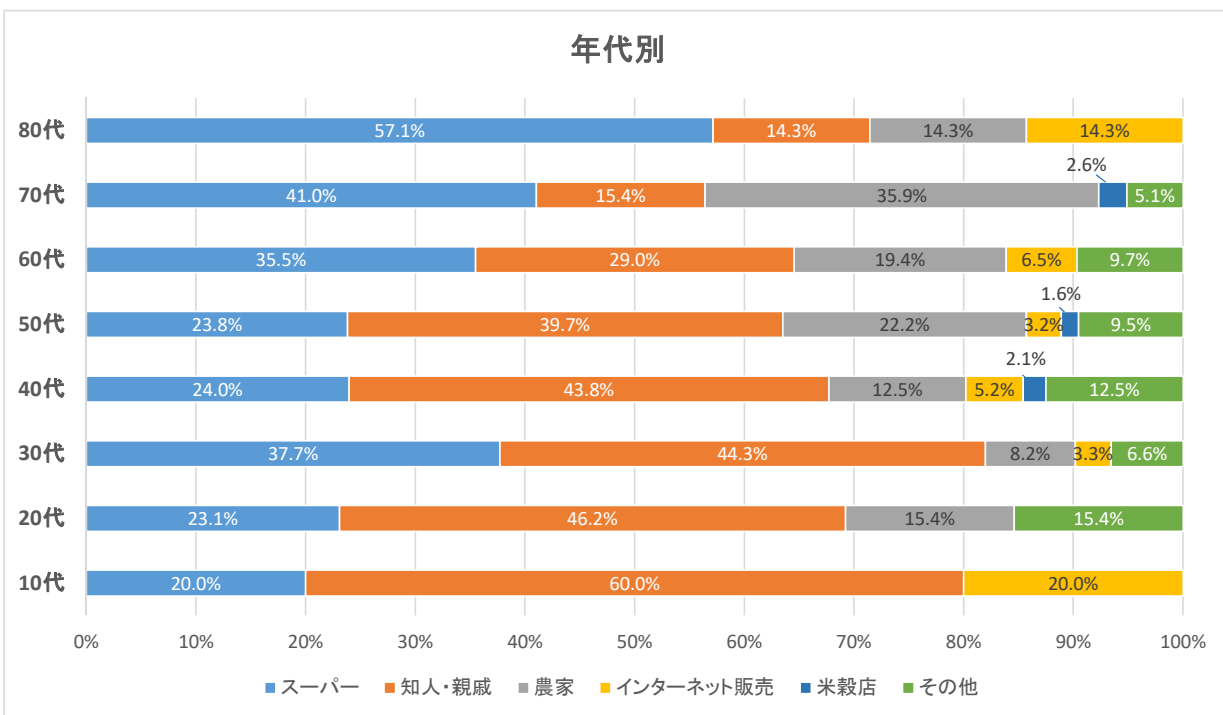
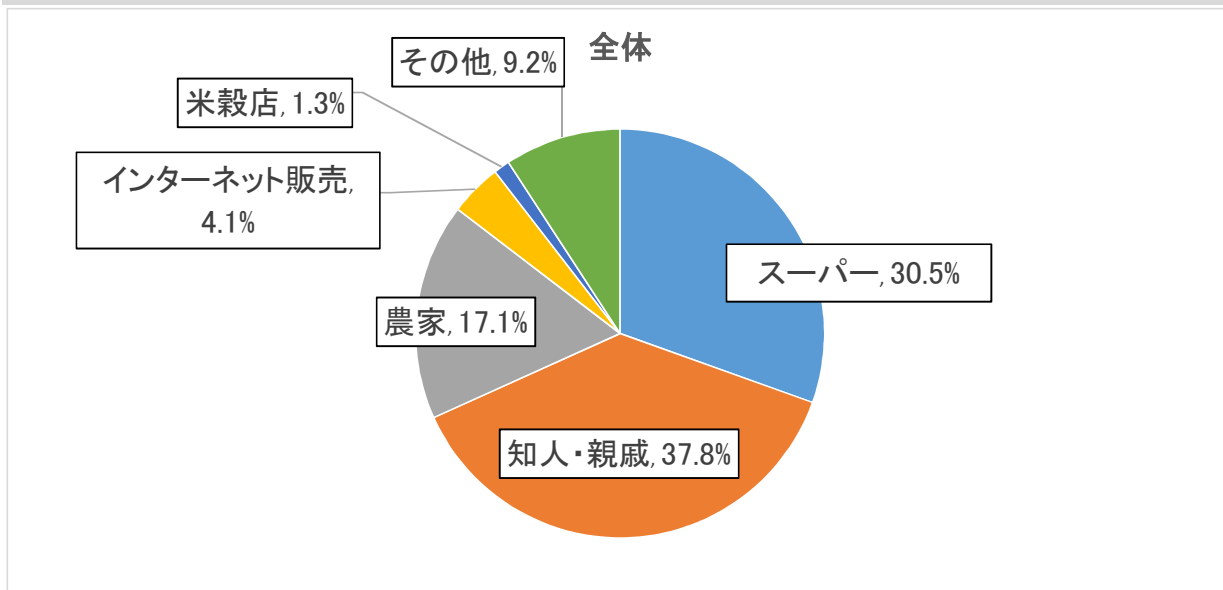
(回答者：315人)



米食の頻度について、全体の44.1%の人が1週間で「15回～21回」、39.4%の人が「8回～14回」と回答。「7回以下」と回答した人は全体の約16%程度であった。  
年代別に見ると、「15回～21回」と回答した人の割合は10代(80%)が最も高く、次いで30代(55.7%)、40代(46.9%)であり、子供及び子育て世代の米食率が高かった。

問2 普段、どこからお米を入手(購入、又はもらう)していますか？(1つ選択)

(回答者：315人)



お米の購入(入手)先として、全体の37.8%の人が「知人・親戚」、17.1%の人が「農家」からと回答しており、いわゆる縁故米の割合は54.9%であった。

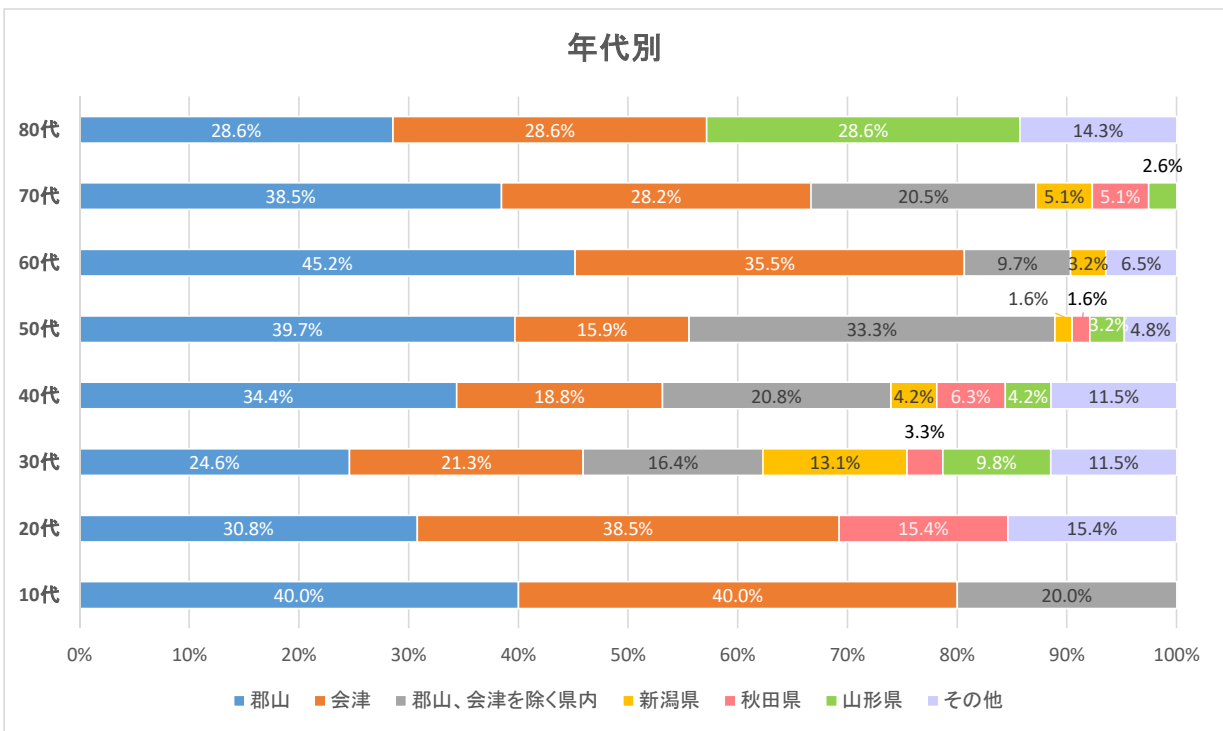
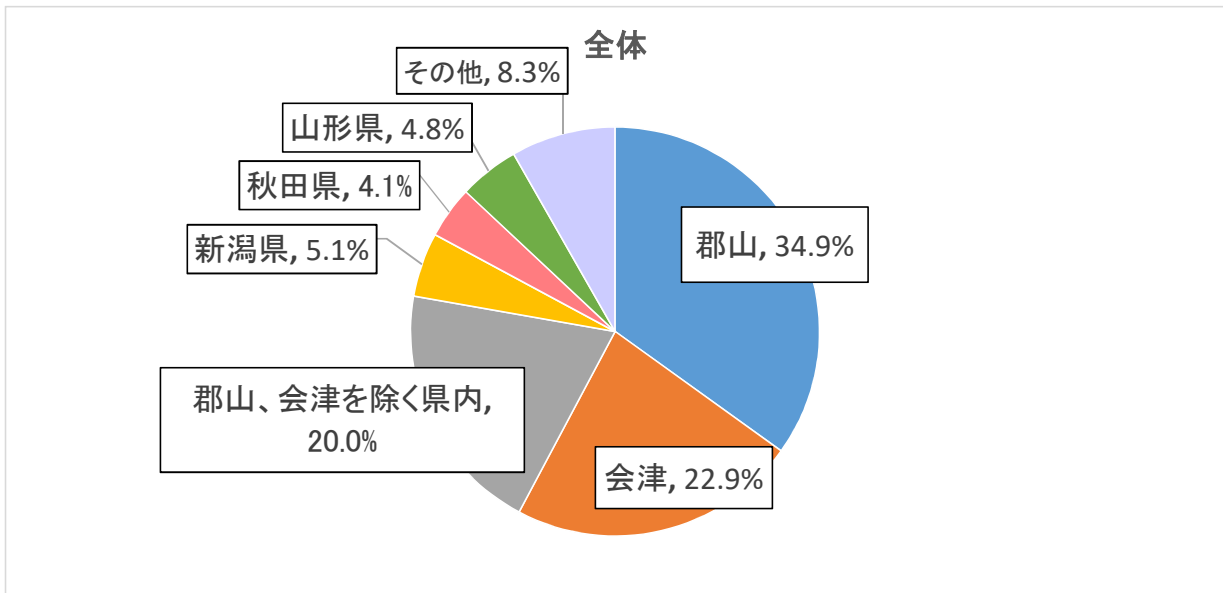
また、30.5%の人が「スーパー」、4.1%の人が「インターネット販売」、1.3%の人が「米穀店」と回答していて、合わせて35.9%と、縁故米の割合を下回っていた。

「その他」の回答の中では、「自分で作っている」、「直売所で購入」という人が多かった。

年代別では、年齢が高くなるにつれてスーパーで購入する人の割合が高くなる傾向が見られた。

問3 普段食べているお米の産地はどこですか？【1つ選択】

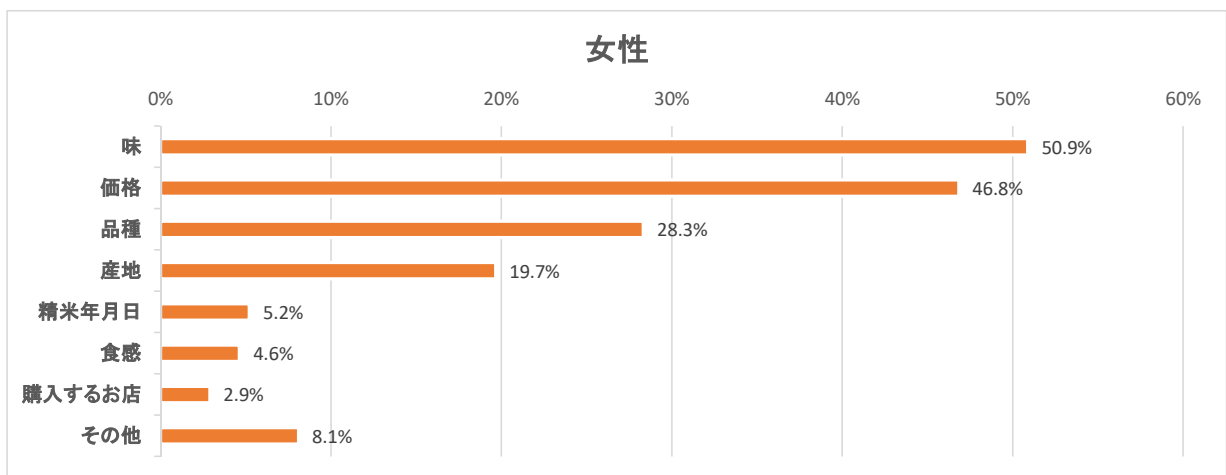
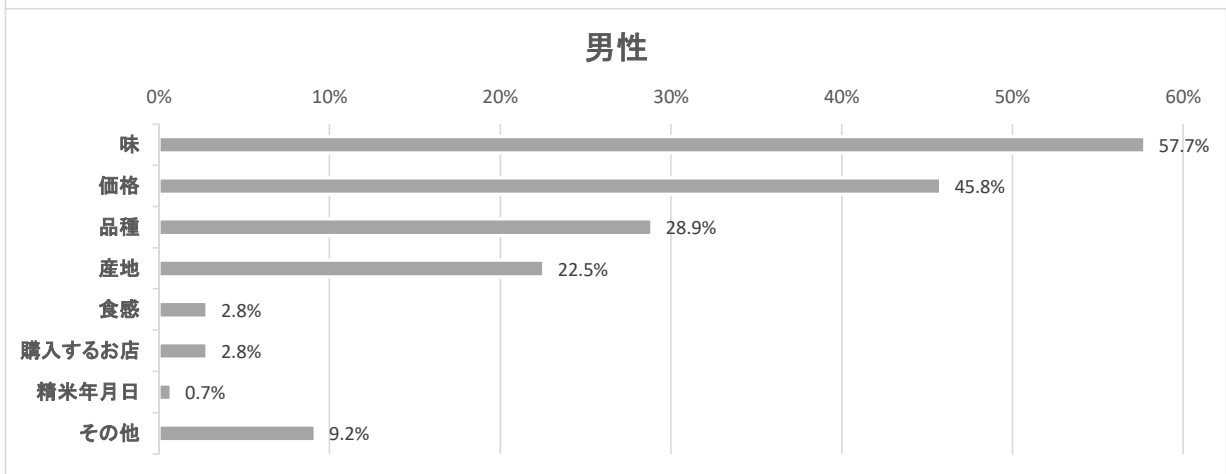
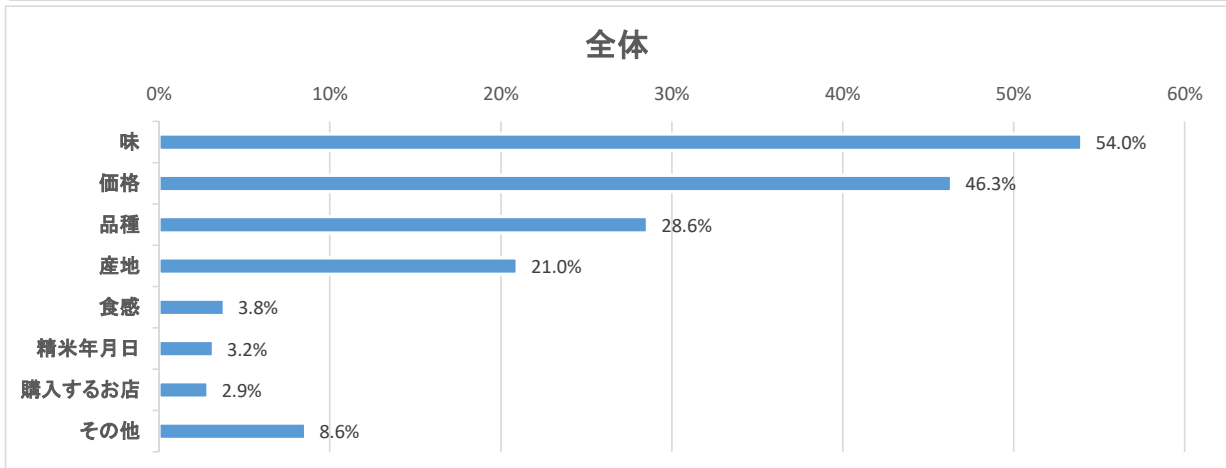
(回答者：315人)



普段食べているお米の産地として、「郡山」が34.9%、「会津」が22.9%、「郡山、会津を除く県内」と回答した人の割合が20.0%となり、地元郡山産の米を食べている人の割合が最も高かった。郡山産米を含めた福島県産米を食べている人の割合は77.8%であった。  
 年代別に見ると、郡山産米を食べている人の割合は60代が45.2%と最も多く、次いで10代、50代、70代であった。また、県外産米を食べている人の割合は30代が最も多かった。

#### 問4 お米は何を基準に選びますか？【2つまで選択可】

(回答者：315人)



お米を選ぶ基準として、「味」が54.0%、次いで「価格」が46.3%、「品種」が28.6%、「産地」が21.0%の順番で回答があった。

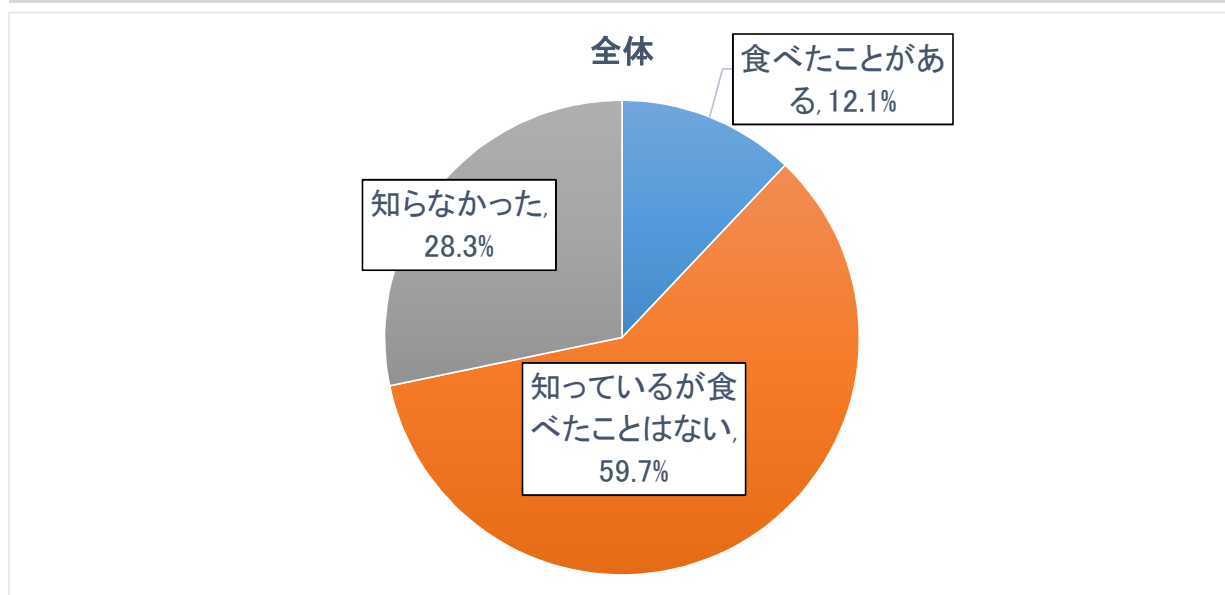
性別にみても大きな違いは無いが、精米年月日については女性のほうが気にする割合が多いという結果が出た。

「その他」の回答として、「無洗米かどうか」という回答が多かった。

問5 郡山産米「あさか舞」の最上級ブランド米「ASAKAMAI 887」をご存知ですか？

【1つ選択】

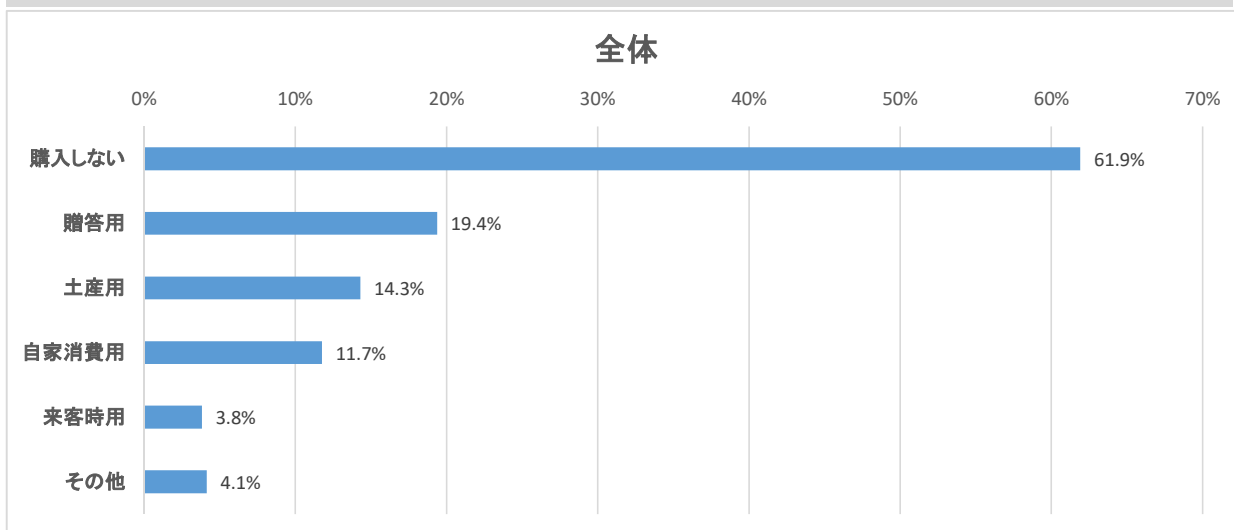
(回答者：315人)

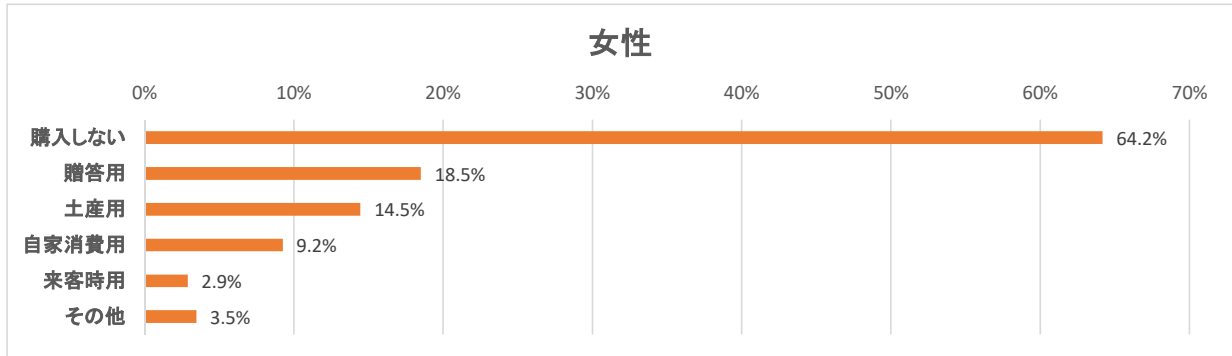
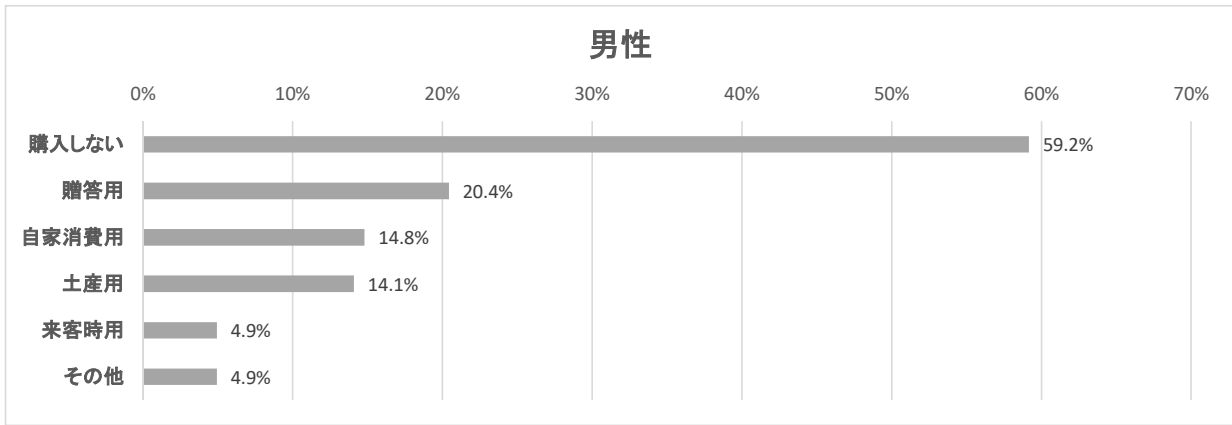


「ASAKAMAI 887」について、「食べたことがある」と回答した人の割合は12.1%、「知っているが食べたことはない」の人の割合は59.7%であり、「知らなかった」の割合は28.3%であった。名前を知っている人の割合は71.8%であり、一定の認知度があることがわかった。

問6 「ASAKAMAI 887」のような高額な(2キロ2,600円程度)のブランド米を購入したいですか？その場合、どのような用途に使用しますか？【2つまで選択可】

(回答者：315人)





「ASAKAMAI 887」のような高額なブランド米について、「購入しない」という回答の割合が最も多く、61.9%であった。

購入する場合の用途として、「贈答用」と回答した人の割合が19.4%と最も多く、次いで「土産用」が14.3%、「自家消費用」が11.7%であった。

その他の意見として、「調理した状態で食べられる飲食店があれば食べてみたい」という意見があった。高額である理由や、高額であっても外部へ贈りたいと思われる商品であることを伝えるPRに、さらに力を入れていく必要がある。

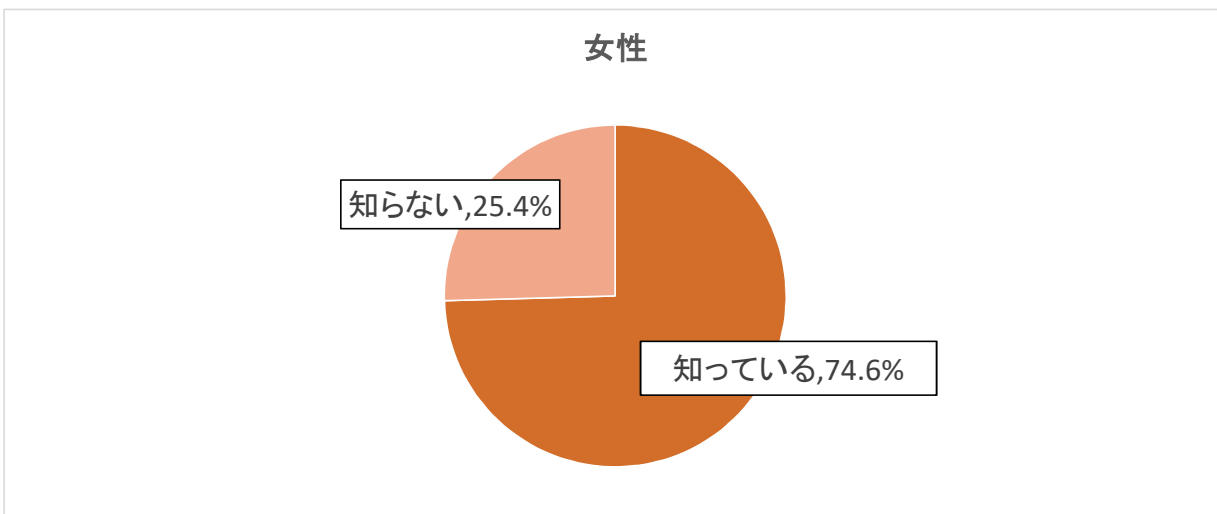
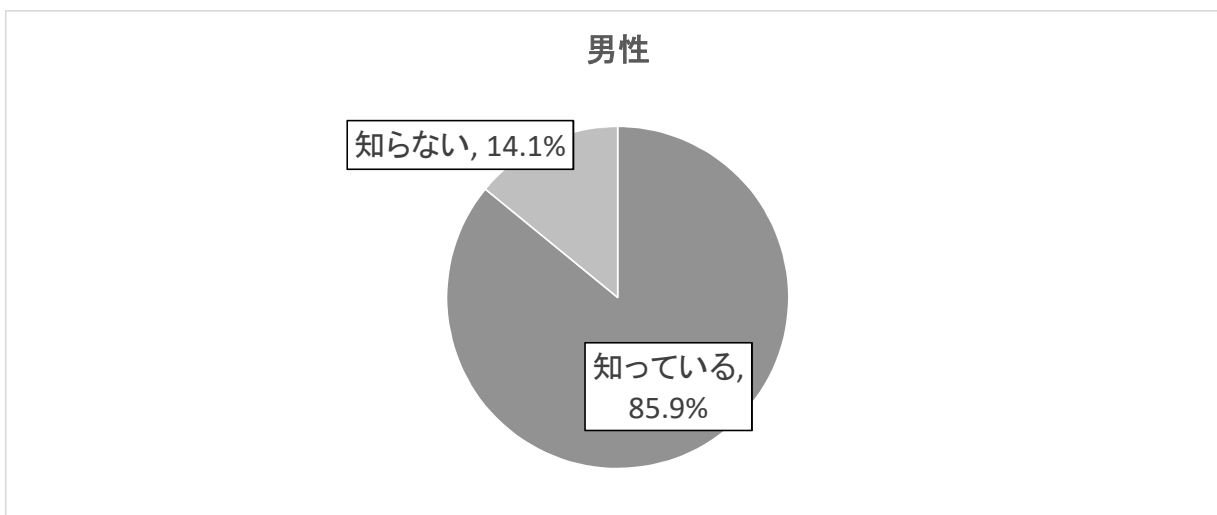
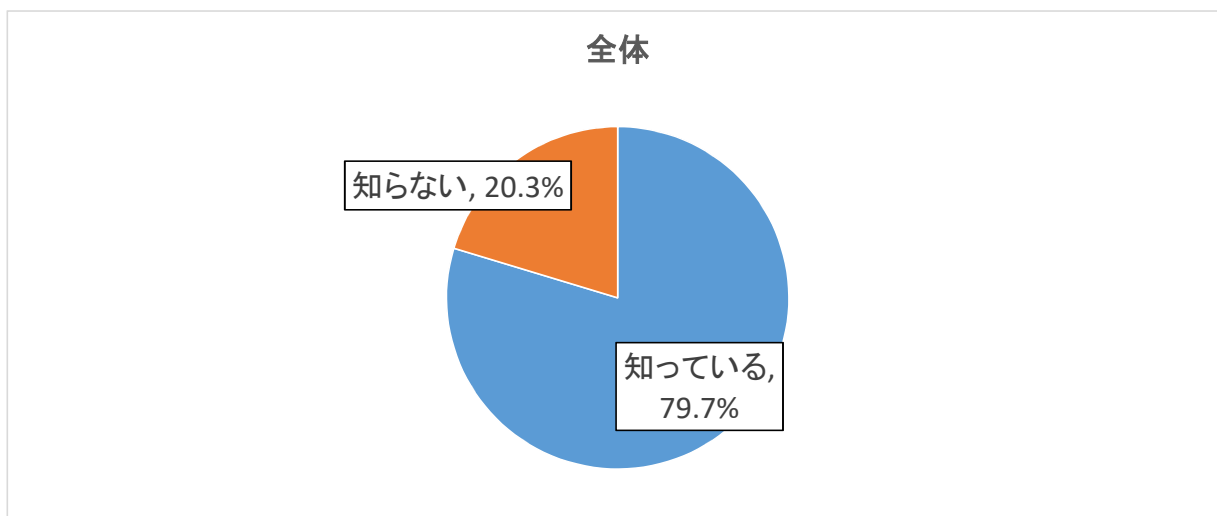
#### 問7 郡山市のお米について、ご意見がございましたら、ご自由にお書きください。 (自由記述)

- ・地元のお米を一般的に食べられるように、多少お安い価格であればいいかなと思います。(60代・女性)
- ・ASAKAMAI887の家庭用にいただける量の販売を待ち望んでおりました！(60代・女性)
- ・「あさか舞」、「ASAKAMAI 887」が完全にブランド米として認知されるように、農家、行政と市民が三位一体となり推進をして行きたい。(70代・男性)
- ・あさか舞は食べたことがあります。美味しかったです。全国的に知名度が低いのが残念です。(40代・男性)
- ・スーパーなどでよく見かけます。美味しいのだろうとは思いますが、自分の好みに合っているのかが分からないので、購入したことはありません。試食などの機会をまめに行って欲しいです。(40代・女性)
- ・県外の知人にも郡山産コシヒカリの評判が良いので送っている。美味しい。(40代・男性)
- ・会津出身なので会津米に親近感があるが、あさか舞も美味しいと思います。(60代・女性)

## 第2章 郡山市の鯉について

問8 郡山市の特産品が鯉であり、市町村別の生産量が日本一であることをご存知ですか？  
(1つ選択)

(回答者：315人)

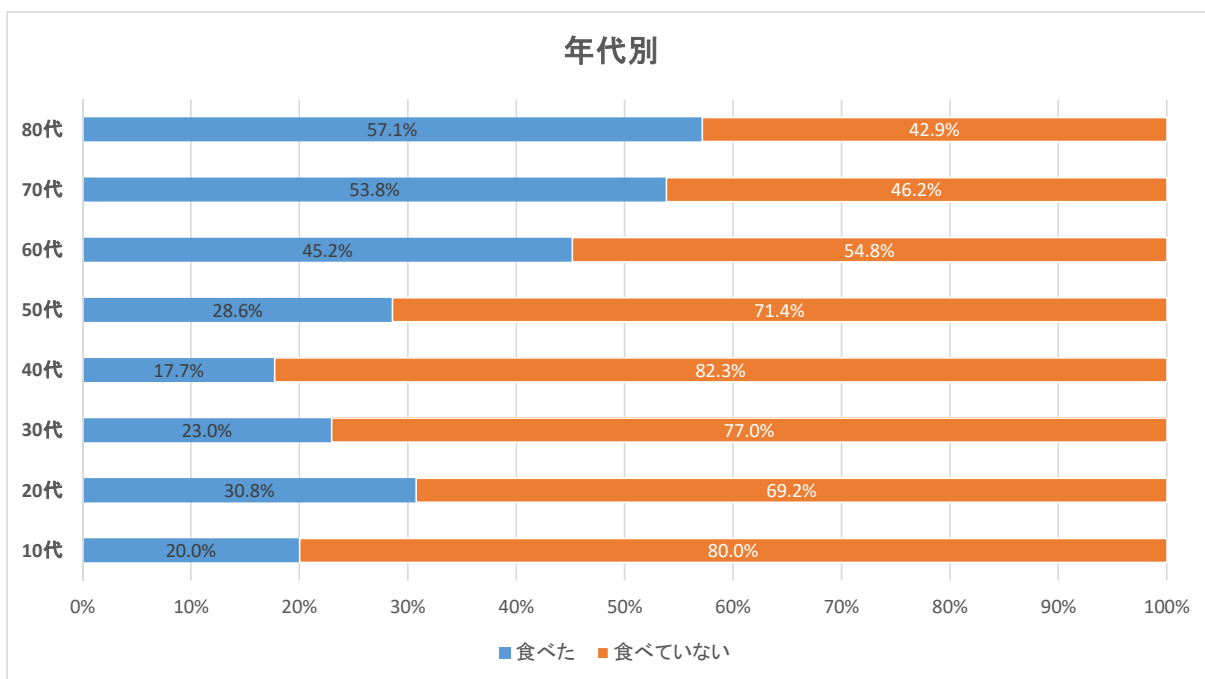
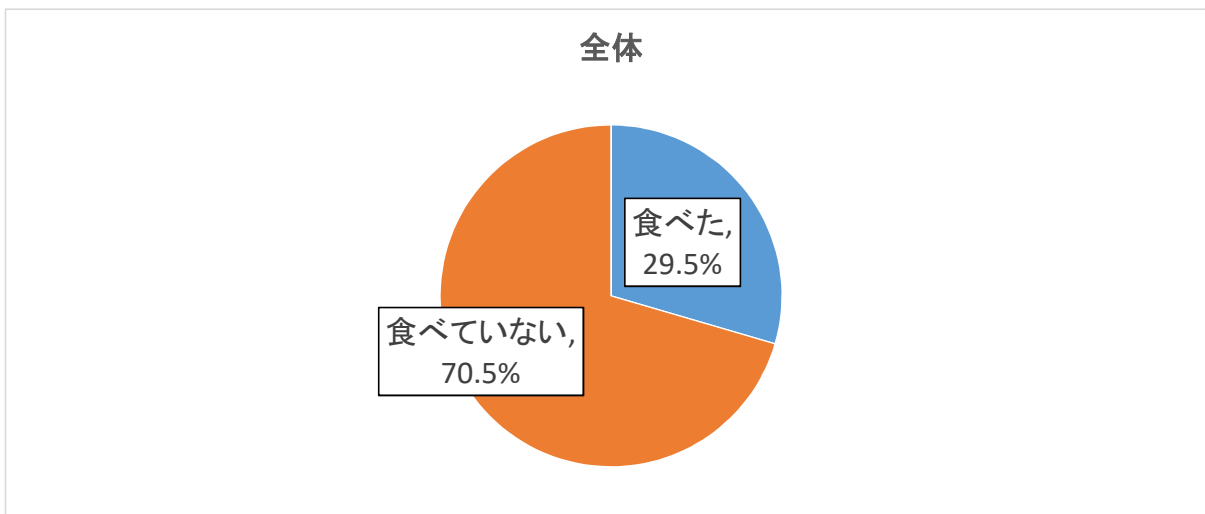


郡山市の鯉の生産量について、「知っている」と回答した人の割合は全体で79.7%であった。男女別に見ると男性が85.9%、女性が74.6%と、認知度に11.3ポイントの差があった。



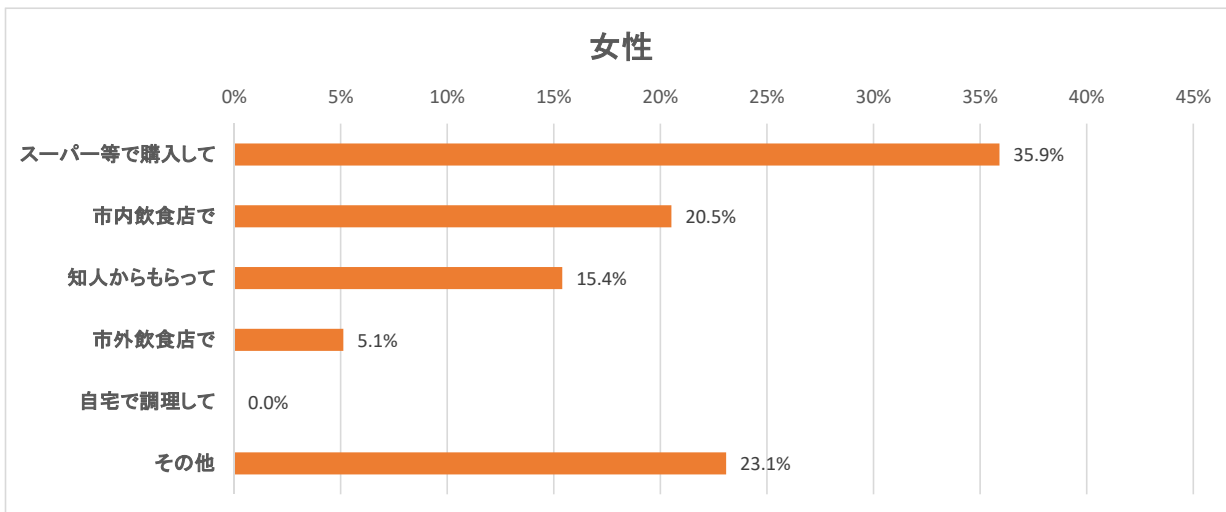
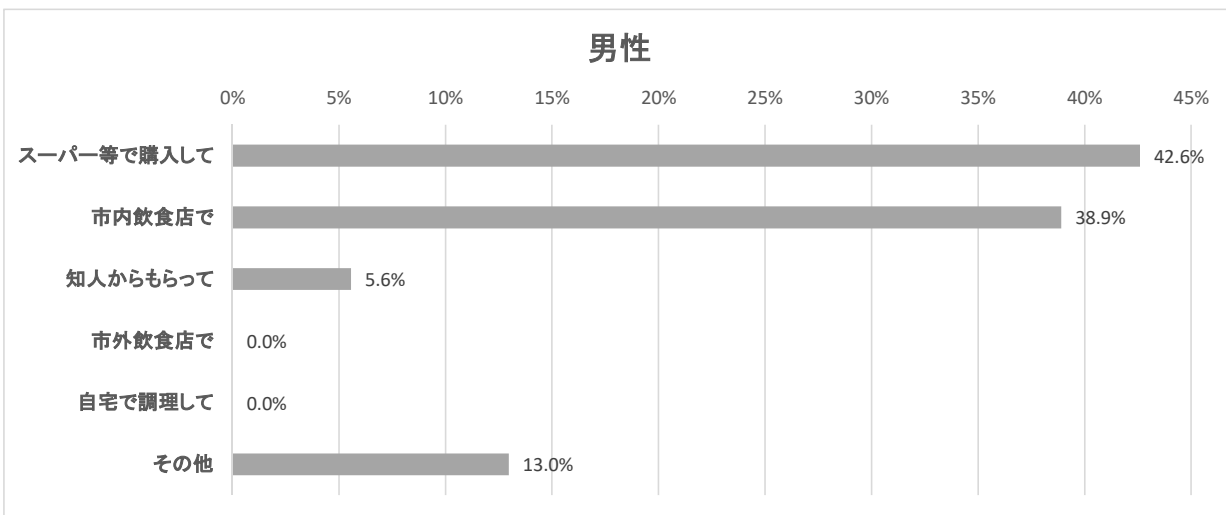
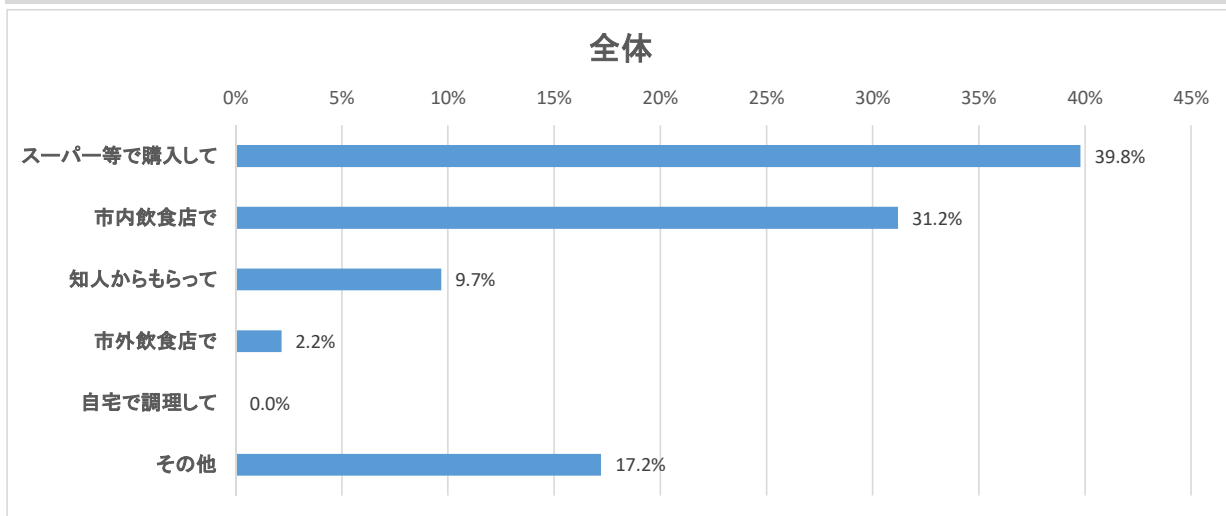
問9 最近1年以内に鯉を食べましたか？ 【1つ選択】

(回答者：315人)



1年以内に鯉を食べた人の割合は全体で29.5%、食べていない人の割合は70.5%であった。  
年代別では、年齢が高いほど食べた人の割合が多くなる傾向があり、70代、80代では50%を超えていた。

問10 問9で鯉を「食べた」とお答えした方に伺います。どちらで食べましたか？ 【1つ選択】  
 (回答者：93人)

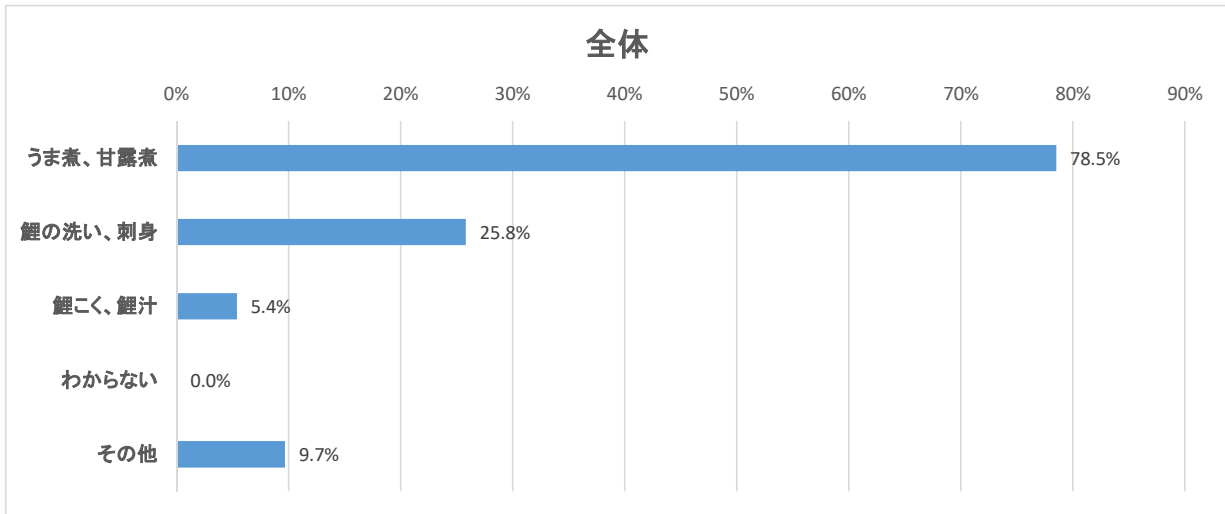


鯉を食べた場所として、39.8%の人が「スーパー等で購入」、31.2%の人が「市内飲食店で」と回答。性別では、「市内飲食店で」と回答した人は、男性が38.9%、女性が20.5%と男性が女性より18.4ポイント高かった。  
 「その他」として、「市内の旅館で」、「法事の引き出物で」、「学校給食で」との回答があった。  
 鯉の消費量を増やすためには、気軽に食べられる飲食店やスーパーをさらに増やす施策を行っていく必要がある。

問11 問9で鯉を「食べた」とお答えした方に伺います。どのようなメニューを食べましたか？

【2つまで選択可】

(回答者：93人)

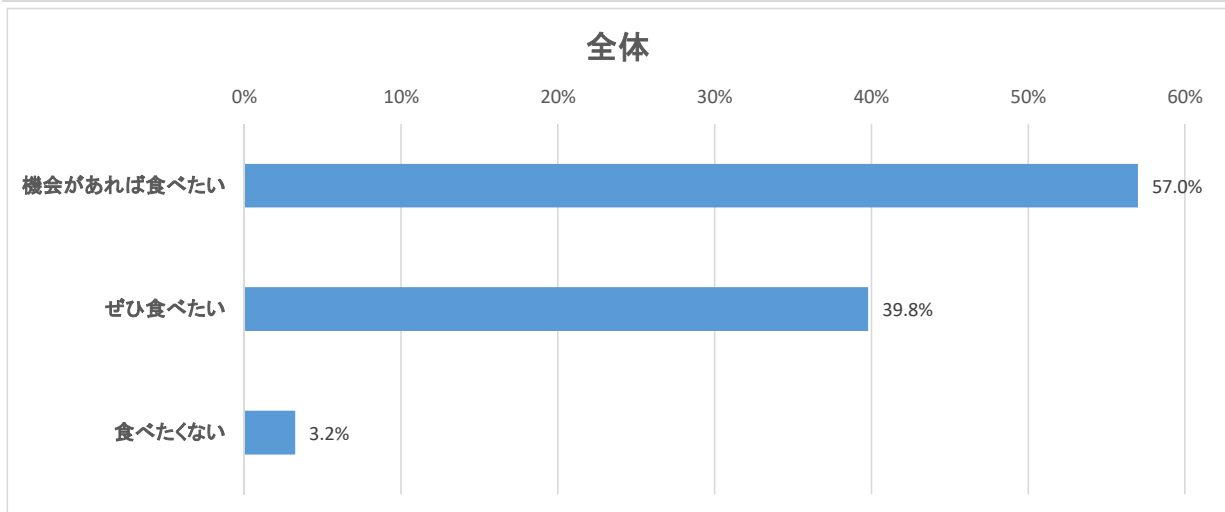


食べた鯉のメニューとして、78.5%の人が「うま煮、甘露煮」、25.8%の人が「鯉の洗い、刺身」と回答した。  
「その他」として、「寿司」、「アヒージョ」、「なめろう」、「揚げ物」などの回答があった。

問12 問9で鯉を「食べた」とお答えした方に伺います。また食べたいと思いますか。

【1つ選択】

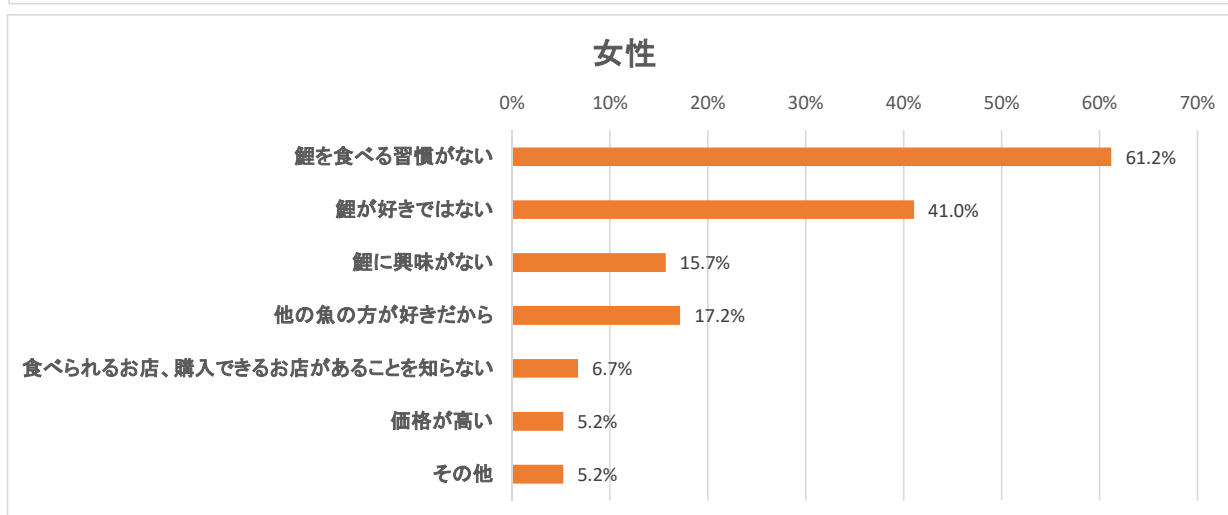
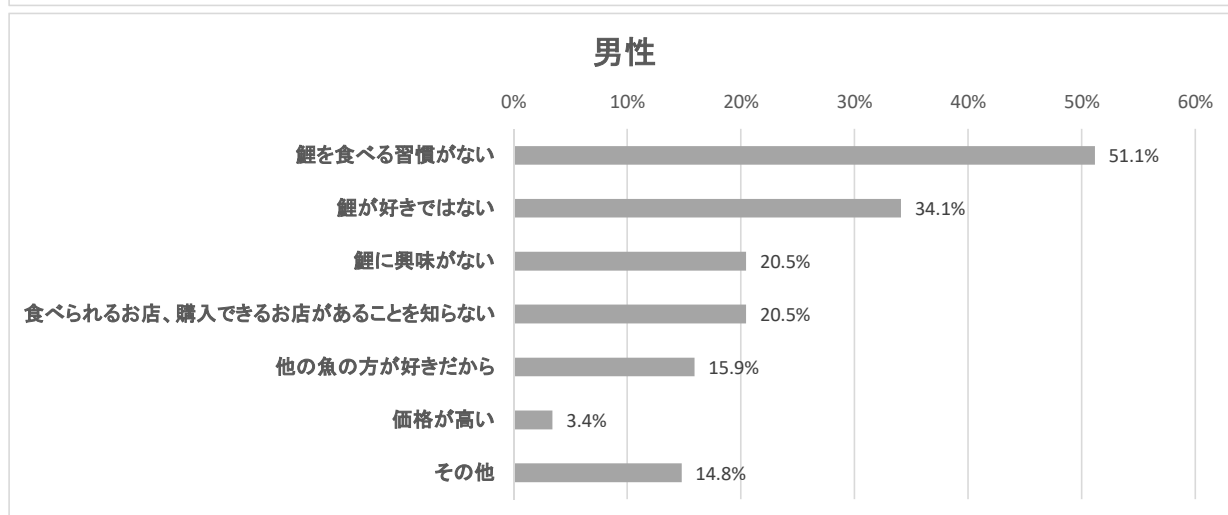
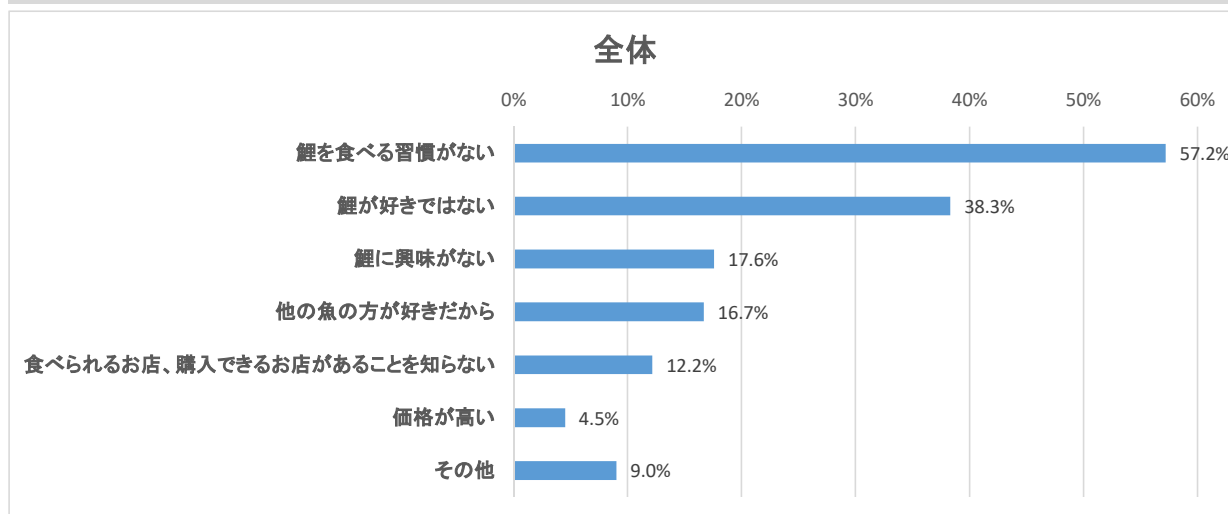
(回答者：93人)



57.0%の人が「機会があれば食べたい」、39.8%の人が鯉をまた「ぜひ食べたい」と回答し、「食べたくない」と回答した人は3.2%であった。

問13 問9で「食べていない」とお答えした方に伺います。それはどのような理由ですか？  
【2つまで選択可】

(回答者：222人)



鯉を食べていない理由として、全体の57.2%の人が「鯉を食べる習慣がない」、と回答し過半数を超えていた。また、38.3%の人が「鯉が好きではない」、17.6%の人が「鯉に興味がない」と回答し、合わせて55.9%の人が鯉そのものにネガティブなイメージを持っていた。

性別では、「鯉を食べる習慣がない」と回答した人は、女性が61.2%、男性が51.1%と女性が男性より10.1ポイント高く、「食べられるお店、購入できるお店があることを知らない」と回答した人は男性が女性より13.8ポイント高かった。

「その他」として、「昔学校給食で食べておいしくなかったため、それ以来食べていない」、「おいしいイメージがない」、「そもそも食べられることを知らなかった」などの回答があった。

鯉のネガティブなイメージや馴染みの薄さを改善するため、気軽に食べられる製品の開発等を進める必要がある。

#### 問14 郡山市の鯉について、ご意見がございましたら、ご自由にお書きください。（自由記述）

- ・他県で初めて鯉を食べた時泥臭くて苦手だったが、郡山の鯉は臭みがなく美味しかった。（30代・女性）
- ・調理法についてももう少し研究した方が良いと思う。うま煮は米沢に、洗いや塩焼きは佐久に及ばないのではと感じる。（70代・男性）
- ・子どもが学校の給食に出て、美味しかったと言っていました。そのおかげで鯉に馴染んでいます。子どもに慣れさせるのはいいと思います。（60代・女性）
- ・地域的には有名な産地として根付いていると思う。全国的にアピールを強調すべき。（50代・女性）
- ・鯉特有の臭みなどがなくなるような、お菓子（煎餅など）なら、お土産にいいかもしれない。（30代・女性）
- ・鯉を食べられる店が増えると良いです。（10代・男性）
- ・「鯉に恋してこおりやま」のキャンペーンはとっていい事だと思います。マンネリ化せず、長続き出来るといいですね。具体的な内容については広報などで募るのも良いかもしれない。（60代・女性）
- ・どうしても鯉を食べることに抵抗があります。イメージで食わず嫌いなので、無料で試食できる機会があって美味しいと思えば自ら食べるようになるかもしれません。（30代・女性）
- ・鯉が特産品だということは知っていたが、生産量日本一だとは知らなかった。スーパーで売っているのは、鯉こくのみなので、日常食べるには習慣にならない。お惣菜などで別の形のものがあれば習慣になると思う。（40代・女性）
- ・昔から郡山市民は鯉の養殖が盛んであることを知っているが、食べる習慣は全く定着していない。学校給食に出す、市内のどこの料理店に行っても、常にメニューにあるなどもっとアピールするような政策をするべきではないか。（40代・男性）

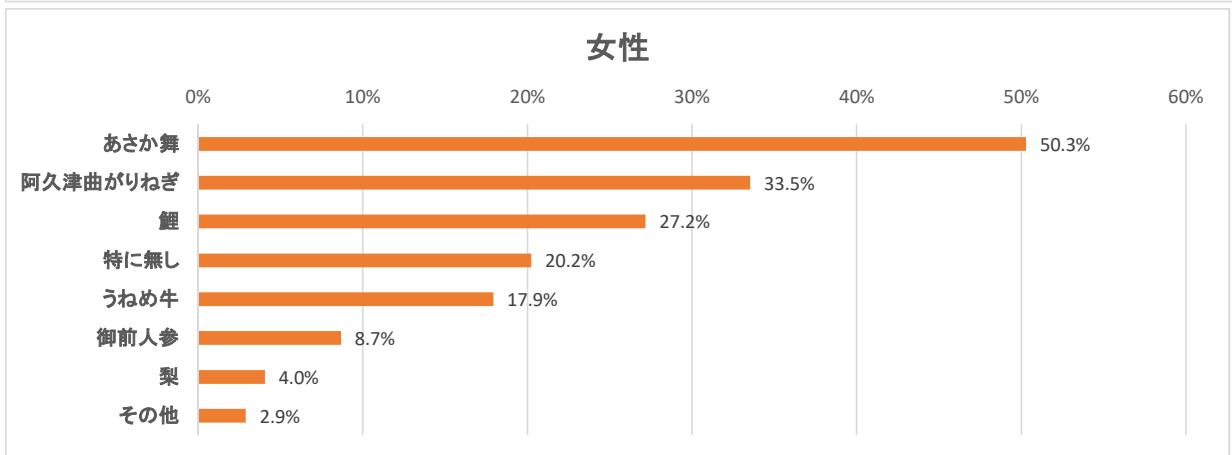
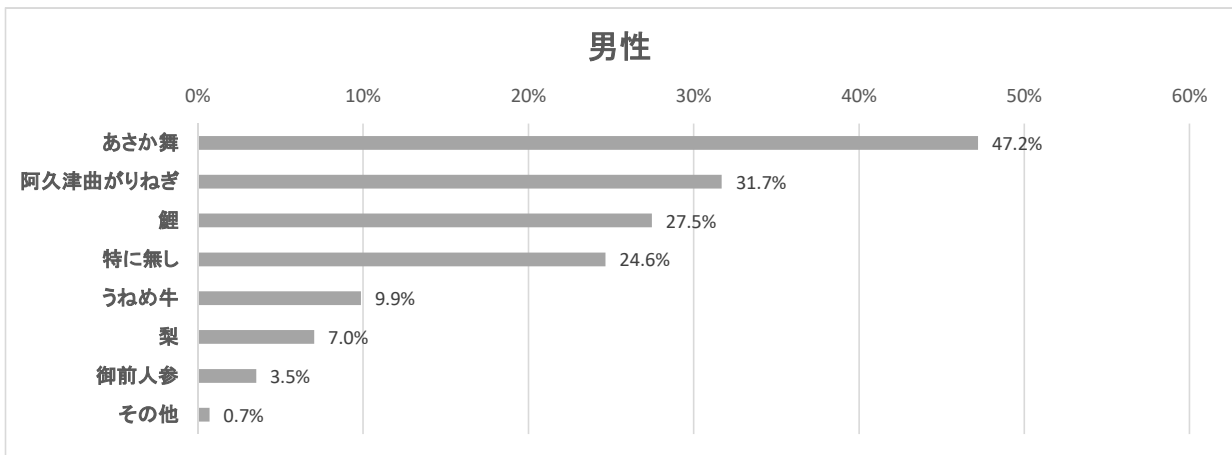
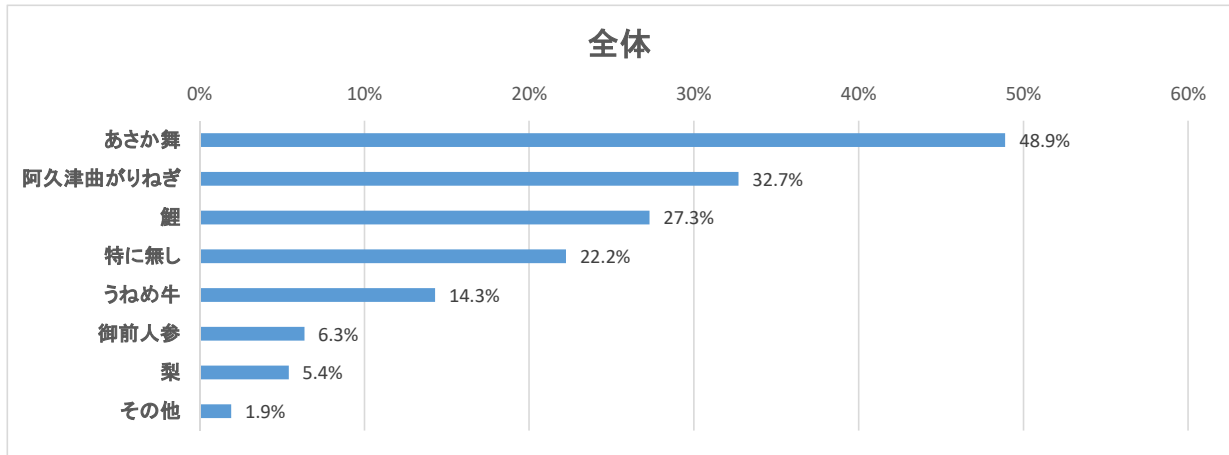
### 第3章 農林水産物のブランド化について

問15 郡山でブランド力(※)がある農林水産物といえば何を思い浮かべますか？

【2つまで選択可】

※この設問で、「ブランド力がある」とは、他の産地の同一産品と明確に区別され、高品質であると広く認識されている状態を指します。

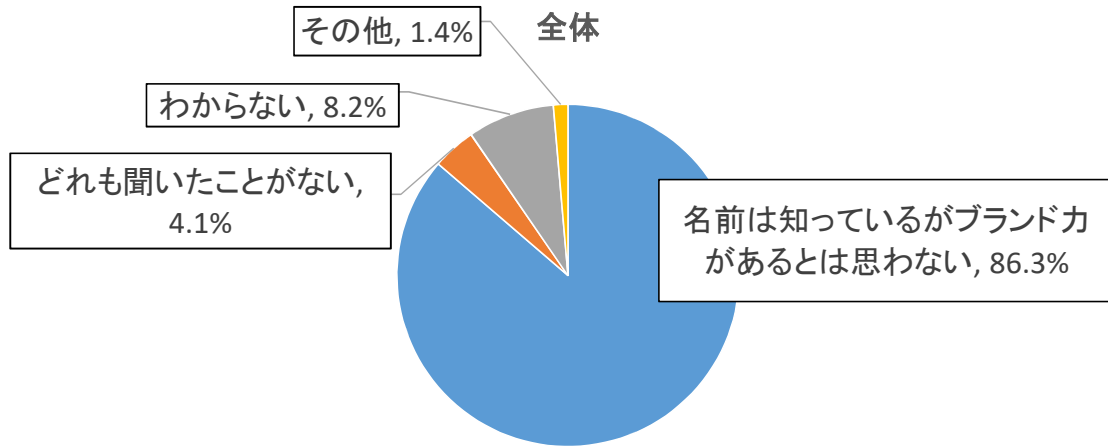
(回答者：315人)



郡山でブランド力のある農林水産物として、全体の48.9%の人が「あさか舞」、32.7%の人が「阿久津曲がりねぎ」、27.3%の人が「鯉」と回答した。また、22.2%の人が「特に無し」と回答した。性別では大きな差は見られなかった。「その他」の回答として、「桃」、「布引大根」、「逢瀬ワイナリーのワイン」などの回答があった。

問16 問15で「特に無し」とお答えした方に伺います。それはどのような理由ですか？  
【1つ選択】

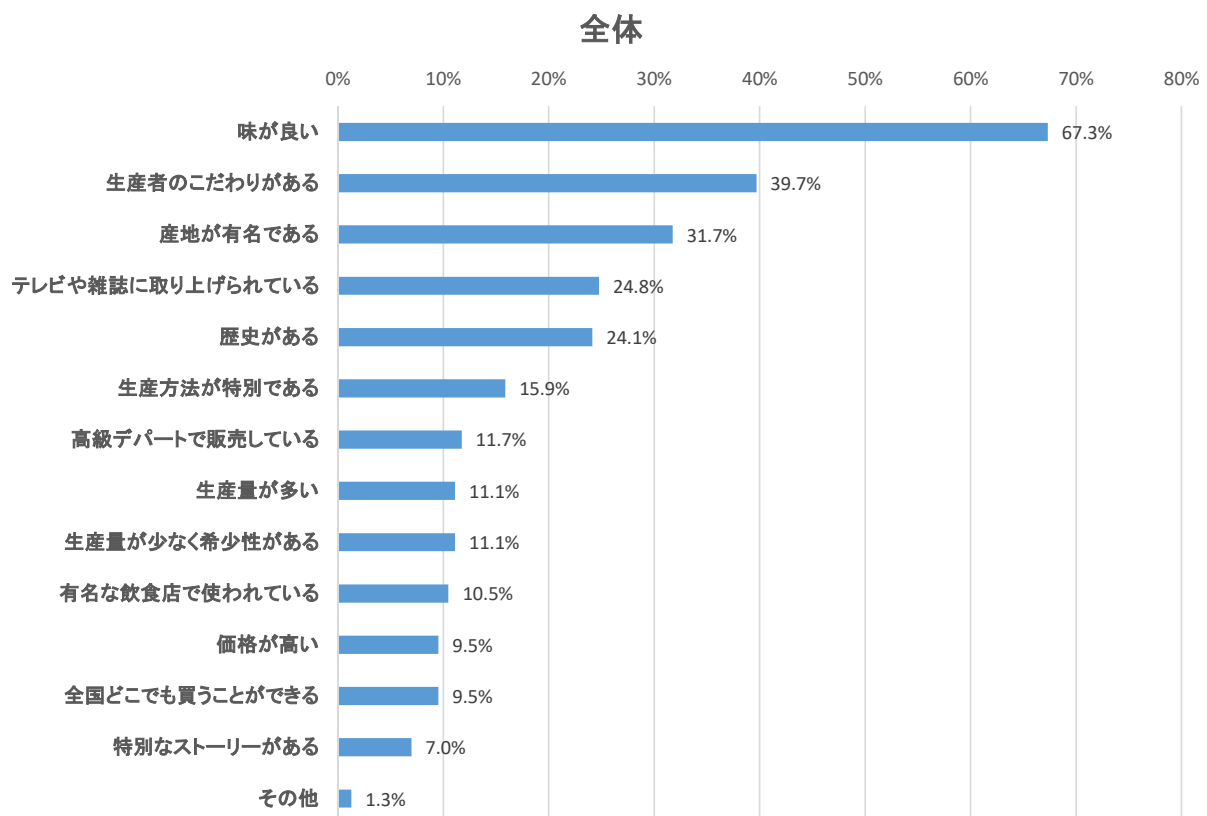
(回答者：73人)

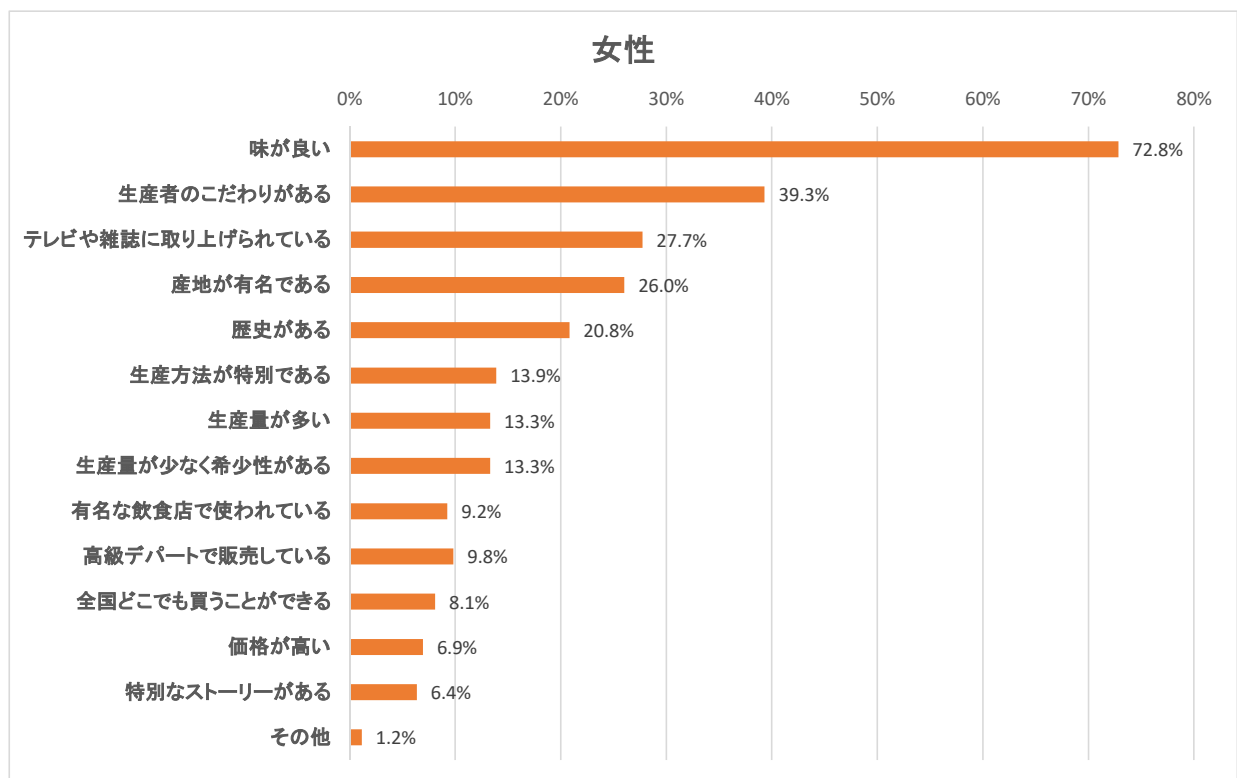
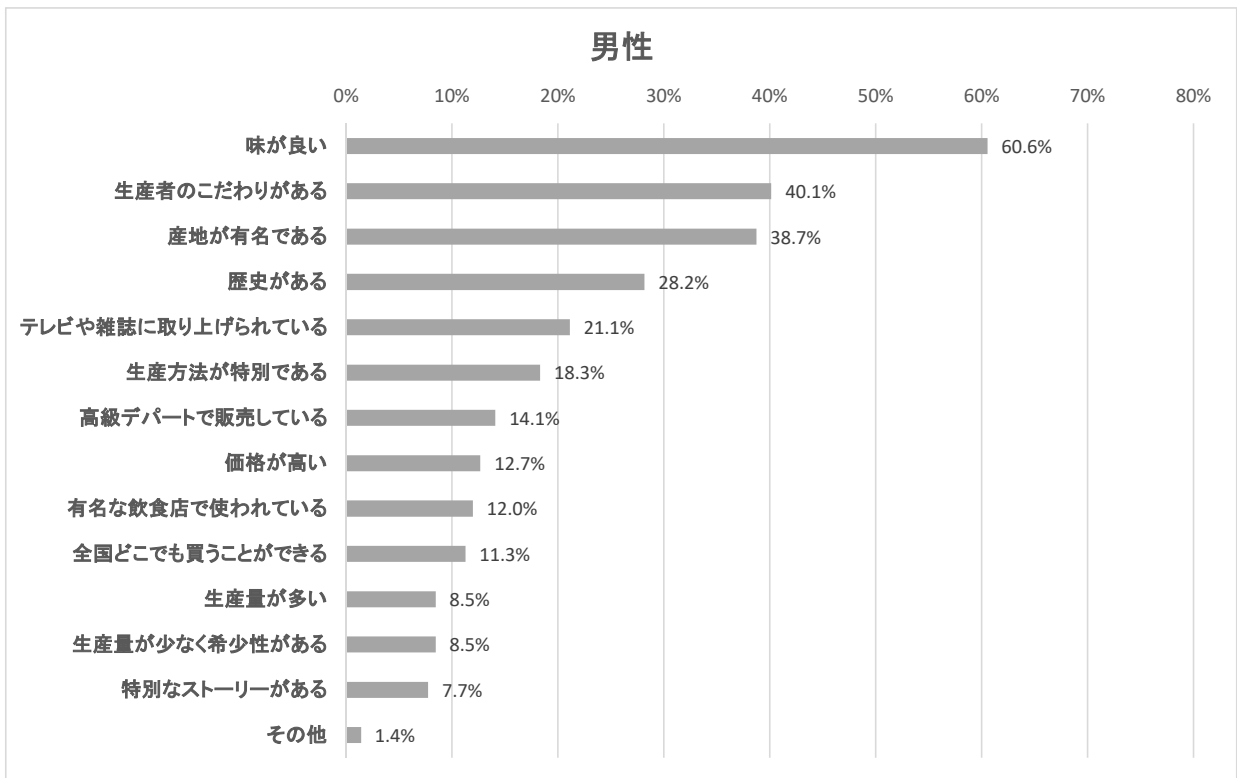


郡山でブランド力のある農林水産物が「特に無し」と回答した理由について、全体の86.9%の人が「名前は知っているがブランド力があるとは思わない」、4.1%の人が「どれも聞いたことがない」と回答した。地元産の農林水産物について、知名度はあるが、ブランド力があると認識していない人が多いことがわかった。知名度を上げることのみを目的としたPRではなく、製品の認知度に応じて、価値を正しく、深く伝えるPR方法を検討していく必要がある。

問17 全国の中で、ブランド力がある農林水産物といえばどのような要素を思い浮かべますか。  
【3つまで選択可】

(回答者：315人)





ブランド力のある農林水産物の要素として、「味が良い」が67.3%、「生産者のこだわりがある」が39.7%、「産地が有名である」が31.7%、「テレビや雑誌に取り上げられている」が24.8%、「歴史がある」が24.1%の順番に回答が多かった。

性別では、「味が良い」と回答した人については、男性より女性が12.2ポイント高く、「産地が有名である」と回答した人は女性より男性が12.7ポイント高かった。

「その他」の意見として、「農薬をできるだけ使わない」、「地元の定番食として定着している。」などがあつた。



問18 農林水産物のブランド化について、ご意見がございましたら、ご自由にお書きください。（自由記

- ・ブランディングは、特異性とマーケティングが必要で、例えば、鯉は全国で食べられる習慣がない中で、ありきたりで宣伝しても、単なる趣向品になり、浸透はしない、逆に、米や牛肉は全国どこでもあるので、全国に浸透させるには、強い特異性を見いださないと埋もれてしまうので、ものよっての個別の戦略が必要と思います。（60代・男性）
- ・なるべく地元の農産物を購入していますが、あまりブランドと意識したことはないくらい、ブランドとして、認識していないし、あまりされていないのではないかと。（50代・女性）
- ・商品のブランド化はその発信力が大切。全国版としてTOKIOを利用するのも決して悪くはないが同時に、隣接市町村、福島県、隣接県、と地道に浸透を拡大していくことも必要。（70代・男性）
- ・地元にも十分に浸透していないものを全国に通用するブランドにしようとしても無理があると思います。うねめ牛や米、鯉など市内でどれぐらいの飲食店で食べられますか。ブランド=高価、希少という考え方は古いかと思えます。（30代・男性）
- ・特別感があるのが、ブランドだと思います。どれもこれもブランドにしてしまうと、特別感が薄れ、せっかくの良いものも意味のないものになってしまうと思います。（40代・女性）
- ・メディアからの発信力は絶大である。食べたことがなくても想像できてしまう。（60代・男性）
- ・生産者の視点でなく 消費者の視点に立ったものでないと相手にされません、消費者が欲しい、食べたい思うものであってほしいです。（60代・男性）
- ・すべてそこそこの知名度のような気がする。（40代・女性）
- ・鯉は他にはない農林水産物である。時間はかかると思うが、味や泥臭さを試食等で払拭できればブランド化できる。（40代・女性）
- ・食料はもっと基本的に考えるべきで、ブランド化などもってのほかである。（80代・男性）
- ・生産者、関係機関等がブランド化を目標に力をいれてきた様に見受けられます。消費の拡大を図り消費量の多さをもとにブランド化へと進めたらと思っています。ブランド化されると価格も上がるので困る部分もあります。（70代・男性）

問19 その他、郡山の農林水産物全般についてご意見がございましたら、ご自由にお書きください。（自由記

- ・地元では知られてはいるが、全国的には生産量があるのに認知度が低いように思う。発信力をもっと高めることによってもっと多くの需要が期待できるのではないかと。（60代・男性）
- ・郡山市として、何に力をいれているのかよくわからない。（50代・男性）
- ・鯉は「鯉に恋して郡山」で知られるようになりましたが、他の商品でもインパクト、ネーミングなどそれに勝るものが他のものにもあれば良いと思います。（40代・女性）
- ・郡山駅のお土産館に農林水産物のアンテナショップを作ってほしい。オール郡山で、気軽に買えるものから贈答品まで。期間限定でもいいので。（40代・男性）
- ・郡山は商工都市のイメージがあまりにも強くそれが誇りでもある。2足のわらじでは中々難しいのではないかと。（80代・男性）
- ・これまで県外で8年ほど単身赴任をしていましたが、郡山のブランドは聞いた事がありません。各箇所のイベントにもっと積極的に出店やマスコミへのアピールが必要かと思えます。（40代・男性）
- ・米は日本人の主食、「ASAKAMAI 887」の成功を願っています。（80代・男性）
- ・何にしても今や他との差別化は非常に難しいと思います。一朝一夕にはブランド化は難しい。生産者、販売者、行政が一体となって不断の努力、知恵が必要であると思います。（70代・男性）
- ・農林水産物フェアのような物を年3回程度、アピールの意味の意味で開催して欲しい。（70代・男性）