

青森県農林水産部総合販売戦略課

平成 24 年度青森県産品ベンチマーク調査

報 告 書

平成 24 年 9 月

【目次】

I. 調査概要	1
I-1. 調査目的	1
I-2. 調査項目	1
I-3. 調査方法	1
I-4. 調査実施内容	2
II. 対象者分析－消費者構造	15
III. 回答者プロフィール	19
III-1. 回答者の年代	19
III-2. 回答者の職業	20
III-3. 回答者の世帯年収	21
III-4. 回答者との同居者	22
IV. 調査結果	23
IV-1. 青森県産品について	23
IV-2. 特定テーマ「あおもりの地域食材」について	73
IV-3. 自由回答結果	182

I. 調査概要

I-1. 調査目的

本調査は、お客様の視点に立ったマーケティングを展開するために、「消費者」からみた青森県のイメージ、県産品の評価、消費者の意識・行動などを明らかにして、県産品販売を推進するための計画立案の参考資料を収集することを目的とした。

I-2. 調査項目

(1) 回答者属性

- ・ 年齢
- ・ 居住地域
- ・ 職業
- ・ 同居家族
- ・ 世帯年収
- ・ 普段食料品を購入する場所、購入する際の重視点
- ・ 青森県への訪問経験

(2) 青森県産品について

- ・ 青森県産品のイメージ、総合的な魅力度
- ・ 青森県産品の認知度、購入意向
- ・ 青森県産品の販売場所の認知度

(3) 特定テーマ「あおもりの地域食材」について

- ・ 「あおもりの地域食材」の認知度、情報源、
- ・ 「あおもりの地域食材」の購入場所
- ・ 「あおもりの地域食材」への興味、関心
- ・ 国内食材の認知度

I-3. 調査方法

WEB 調査を実施

I-4. 調査実施内容

(1) 対象地域

- ・ 東北（岩手県・秋田県・宮城県・山形県・福島県）
- ・ 関東（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）
- ・ 関西（大阪府・京都府・兵庫県）
- ・ 九州（福岡県・長崎県・佐賀県）

(2) 性別・年齢

- ・ 20代～60代の有職主婦および専業主婦

(3) 対象条件

- ・ 小売店で週1回以上買物をする人

(4) 対象者選定方法

- ・ インターネットモニターから適格者を抽出

(5) 実施期間

- ・ 平成24年9月

(6) 回収数

図表 I-1 全体回収数

	合計	東北	関東	関西	九州
全体	1000	250	250	250	250
	100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
20代	17	3	5	3	6
	100.0%	17.6%	29.4%	17.6%	35.3%
30代	195	58	43	39	55
	100.0%	29.7%	22.1%	20.0%	28.2%
40代	370	98	92	88	92
	100.0%	26.5%	24.9%	23.8%	24.9%
50代	293	69	80	75	69
	100.0%	23.5%	27.3%	25.6%	23.5%
60代	125	22	30	45	28
	100.0%	17.6%	24.0%	36.0%	22.4%

(上段:実数,下段:%)

(7) 調査票

平成24年度青森県産品ベンチマーク調査

<スクリーニング調査>

1: (入力必須)

あなたの性別をお知らせください。

1	男性	2	女性
---	----	---	----

2: (入力必須)

あなたの婚姻状況をお知らせください。

1	独身	2	既婚
---	----	---	----

3: (入力必須)

あなたは、小売店で週1回以上買い物をしますか。

※小売店とは、デパート、スーパー、専門店、直売所、アンテナショップなどを指します。通信販売は含まれません。

1	はい	2	いいえ
---	----	---	-----

<本調査>

◎◎◎あなた様についてお伺いします。◎◎◎

Q1: (入力必須)

あなたの年齢をお知らせください。

1	19歳以下	6	45～49歳
2	20～24歳	7	50～54歳
3	25～29歳	8	55～59歳
4	30～34歳	9	60～64歳
5	35～39歳	10	65～69歳
6	40～44歳	11	70歳以上

Q2: (入力必須)

あなたの居住地をお知らせください。

1	北海道	25	滋賀県
2	青森県	26	京都府
3	岩手県	27	大阪府
4	宮城県	28	兵庫県
5	秋田県	29	奈良県
6	山形県	30	和歌山県
7	福島県	31	鳥取県
8	茨城県	32	島根県
9	栃木県	33	岡山県
10	群馬県	34	広島県
11	埼玉県	35	山口県
12	千葉県	36	徳島県
13	東京都	37	香川県
14	神奈川県	38	愛媛県

15	山梨県	39	高知県
16	長野県	40	福岡県
17	新潟県	41	佐賀県
18	富山県	42	長崎県
19	石川県	43	熊本県
20	福井県	44	大分県
21	岐阜県	45	宮崎県
22	静岡県	46	鹿児島県
23	愛知県	47	沖縄県
24	三重県		

Q3：(入力必須)

あなたの職業をお知らせください。

1	会社員	6	農林漁業
2	公務員・団体職員	7	パート・アルバイト
3	派遣・契約社員	8	専業主婦
4	自営業	9	無職
5	自由業	10	その他 ()

Q4：(入力必須)

あなたと同居している方について当てはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

1	配偶者	5	祖父母
2	息子・娘	6	孫
3	親	7	友人
4	兄弟・姉妹	8	一人暮らし

Q5：(入力必須)

あなたの世帯年収について当てはまるものをお選びください。

1	200万円未満	4	800万円以上～1000万円未満
2	200万円以上～500万円未満	5	1000万円以上～1500万円未満
3	500万円以上～800万円未満	6	1500万円以上

Q6：(入力必須)

あなたは普段食料品の買物をする時どちらに行かれますか。

以下の中から当てはまるものをすべてお選び下さい。(いくつでも)

1	デパート
2	総合スーパー(衣料品や家電も売っている店)
3	食品スーパー
4	専門店(魚屋、肉屋、八百屋等)
5	生協、A C O - O P
6	コンビニエンスストア
7	通信販売(インターネット通販・カタログ販売)
8	道の駅等産地直売所
9	都道府県のアンテナショップ(自治体などが地元の生産品・加工品を取り揃えて販売する店舗)
10	その他 ()

Q7：(横入力必須)

あなたの買物をするときの意識について項目ごとに当てはまるものを1つずつお選びください。(それぞれ1つだけ)

	非常に重視する	重視する	どちらとも言えない	重視しない	全く重視しない
添加物、着色料が入っていない	1	2	3	4	5
国産品である（輸入品でない）	1	2	3	4	5
地元産である	1	2	3	4	5
遺伝子組み換え作物ではない	1	2	3	4	5
有機、無農薬、減農薬である	1	2	3	4	5
健康に良い食品である	1	2	3	4	5
商品情報（カロリー・糖度・成分・調理方法等）の説明がある	1	2	3	4	5
信頼できるマーク（認証）が付いている	1	2	3	4	5
産地や生産者情報が付いている	1	2	3	4	5
アレルギー物質の表示がある	1	2	3	4	5
味がよい	1	2	3	4	5
品質がよい	1	2	3	4	5
製造日や賞味期限が新しい（新鮮である）	1	2	3	4	5
見た目（色、形、デザイン等）が良い	1	2	3	4	5
ブランド・有名産地である	1	2	3	4	5
季節感がある（旬のものである）	1	2	3	4	5
値頃感がある	1	2	3	4	5
小分け包装である	1	2	3	4	5
テレビ番組や雑誌等で紹介されていた	1	2	3	4	5
買う店が信頼できる	1	2	3	4	5
食べなれたものである	1	2	3	4	5
調理しやすい	1	2	3	4	5

Q8：(入力必須)

あなたは青森県へ行ったことがありますか。

1	行ったことはない
2	1～2回行ったことがある
3	3～5回行ったことがある
4	6回以上行ったことがある

◎◎◎ここから先は青森県産品についてお伺いします。◎◎◎

Q9：(横入力必須)

「青森県の県産品」について、以下の項目ごとに当てはまると思うものを1つずつお選びください。※あまりご存知でない方はそれぞれイメージでお答えください。(それぞれひとつだけ)

	非常に当てはまる	当てはまる	どちらとも言えない	当てはまらない	全く当てはまらない
味がよい	1	2	3	4	5
新鮮である	1	2	3	4	5
品質が良い	1	2	3	4	5
デザイン・センスが良い	1	2	3	4	5

個性的である（特色がある）	1	2	3	4	5
素朴である	1	2	3	4	5
表示などの商品情報が充分である	1	2	3	4	5
PRされている	1	2	3	4	5
価格が安い	1	2	3	4	5
手に入りやすい（流通している）	1	2	3	4	5
ブランド品がある	1	2	3	4	5
安心して食べられる	1	2	3	4	5

Q10：(入力必須)

Q9の「安心して食べられる」において、そのようにお選びになった理由をお書きください。

--

Q11：(入力必須)

「青森県の県産品」の総合的な魅力度について、当てはまると思うものを1つお選びください。

1	非常に魅力的である
2	魅力的である
3	どちらとも言えない
4	魅力的ではない
5	全く魅力的ではない

Q12：(横入力必須)

青森県の県産品で、項目ごとに当てはまると思うものを1つずつお選びください。（それぞれ1つだけ）

	食べたことがある	知っているが食べたことはない	知らない
米	1	2	3
にんにく	1	2	3
ながいも	1	2	3
ごぼう	1	2	3
にんじん	1	2	3
りんご	1	2	3
ぶどう	1	2	3
さくらんぼ	1	2	3
なし	1	2	3
メロン	1	2	3
山菜	1	2	3
きのこ	1	2	3
牛肉	1	2	3
豚肉	1	2	3
鶏肉	1	2	3
卵	1	2	3
ほたて	1	2	3
まぐろ	1	2	3
たら	1	2	3

しじみ	1	2	3
なまこ	1	2	3
いか	1	2	3
ひらめ	1	2	3
りんごジュース等りんご加工品	1	2	3
果物加工品（りんご以外）	1	2	3
にんにく加工品	1	2	3
ほたて加工品	1	2	3
いか加工品	1	2	3
ねぶた漬け・つがる漬け	1	2	3
いちご煮	1	2	3
漬物	1	2	3
みそ・しょうゆ	1	2	3
南部せんべい	1	2	3
ラーメン	1	2	3
乳製品	1	2	3
清酒	1	2	3

Q13：(入力必須)

以下の青森県の県産品の中で、食べてみたいものはありますか。

以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

1	米	20	しじみ
2	にんにく	21	なまこ
3	ながいも	22	いか
4	ごぼう	23	ひらめ
5	にんじん	24	りんごジュース等りんご加工品
6	りんご	25	果物加工品（りんご以外）
7	ぶどう	26	にんにく加工品
8	さくらんぼ	27	ほたて加工品
9	なし	28	いか加工品
10	メロン	29	ねぶた漬け・つがる漬け
11	山菜	30	いちご煮
12	きのこ	31	漬物
13	牛肉	32	みそ・しょうゆ
14	豚肉	33	南部せんべい
15	鶏肉	34	ラーメン
16	卵	35	乳製品
17	ほたて	36	清酒
18	まぐろ	37	その他（ ）
19	たら	38	特にない

Q14 : (入力必須)

身近で何か青森県の県産品を販売しているところを知っていますか。
 以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

1	デパート
2	総合スーパー(衣料品や家電も売っている店)
3	食品スーパー
4	専門店(魚屋、肉屋、八百屋等)
5	生協、A C O - O P
6	コンビニエンスストア
7	通信販売 (インターネット通販・カタログ通販)
8	道の駅等産地直売所
9	青森県のアンテナショップ (県が地元の生産物・加工品を取り揃えて販売する店舗)
10	生産者から直接購入
11	その他 ()
12	知らない

Q15 : (入力必須)

青森県のアンテナショップであなたをご存知の場所はありますか。
 以下の中から当てはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

1	あおもり北彩館東京店(東京都飯田橋)
2	きた東北発見プラザ j e n g o (大阪市心斎橋)
3	みちのく夢プラザ (福岡市天神)
4	その他 ()
5	知らない

Q16 : (入力必須)

青森県の県産品に対する意見をどのようなことでも結構ですでお知らせください。
 (ご自由にお書きください)

◎◎◎ ここから先は「あおもりの地域食材」についてお伺いします。◎◎◎

Q17：(横入力必須)

あなたは、次に掲げる「あおもりの地域食材」を知っていますか。(それぞれ1つだけ)

	食べたことが知っている	食べたことがないが知っている	知らない
陸奥湾ほたて 陸奥湾で獲れるほたて	1	2	3
大間マグロ 津軽海峡で漁獲され、大間漁協に水揚げされたマグロ	1	2	3
海峡マグロ 津軽半島の先端にある竜飛岬周辺の海域で水揚げされるマグロ	1	2	3
深浦マグロ 春から夏にかけて、日本海で水揚げされるマグロ	1	2	3
海峡サーモン 津軽海峡の外海で、約8か月間育てたニジマス。	1	2	3
八戸前沖鯖 八戸前沖で漁獲された脂ののった鯖	1	2	3
風間浦あんこう 下北半島北部の風間浦村で、風間浦独特の漁法により、「生きた状態で水揚げ」されるあんこう	1	2	3
青森天然ひらめ 漁獲量日本一で、漁獲後にいけすで休ませたり、高鮮度処理を施したりする独自の技術でうま味を引き出したヒラメ	1	2	3
十三湖しじみ 津軽半島十三湖で獲れる大和しじみ	1	2	3
小川原湖しじみ 太平洋側の小川原湖で獲れる大和しじみ	1	2	3
横浜ナマコ 下北半島陸奥湾側の横浜町で、年末の数日間だけ漁獲されるナマコ	1	2	3
十和田湖ひめます 十和田湖で養殖されているヒメマス	1	2	3
鱒ヶ沢町天然鮎（金鮎） 青森県鱒ヶ沢町赤石川で獲れる天然鮎	1	2	3
三沢ほっき貝 三沢市沖合の太平洋で獲れるほっき貝	1	2	3
あおもりカシス 青森市が国内生産量の9割を占め、アントシアニン等を豊富に含む黒房すぐり	1	2	3
名川さくらんぼ 南部町名川で生産されるさくらんぼ。	1	2	3
つがる市産タカミメロン 主につがる市屏風山地域で栽培されているメロン	1	2	3
田子にんにく 田子町で生産されるにんにく	1	2	3
嶽きみ 弘前市の岩木山麓地区で栽培されている甘みの強いトウモロコシ	1	2	3
野辺地葉つきこかぶ 野辺地町を中心に栽培されていて、葉つきで出荷されるこかぶ	1	2	3
ふかうら雪にんじん 秋までに収穫できるように育てたニンジンと、雪の下で糖度や甘みを増加させた後、収穫するにんじん	1	2	3
一球入魂かぼちゃ 下北半島、津軽半島の一部地域で1株に実を1個だけ成らせる独特の方法で栽培されているかぼちゃ	1	2	3
大鱧温泉もやし 青森県大鱧町で温泉熱を利用して栽培された長もやし	1	2	3
倉石牛 青森県五戸町倉石地区の黒毛和牛	1	2	3

青森シャモロック 青森県が20年の歳月をかけて開発した地鶏	1	2	3
奥入瀬ガーリックポーク 県産にんにくを飼料に使用し育てた肉豚	1	2	3

Q18：(入力必須)

■ Q17で「食べたことがあり知っている」を選択した方にお伺いします。■

「あおもりの地域食材」を食べた動機は何ですか。当てはまるものを全てお選びください。(いくつでも)

1	おいしいから
2	品質がいいと思うから
3	安全だと思うから
4	ブランドだと思うから
5	いつも食品を購入する店で売っているから
6	テレビ、マスコミ、インターネット等の情報で知ったから
7	知り合いからの口コミ
8	価格が安いから
9	その他

Q19：(入力必須)

■ Q17で「食べたことがあり知っている」を選択した方にお伺いします。■

「あおもりの地域食材」を食べたのはどちらですか。当てはまるものを全てお選びください。(いくつでも)

1	自宅で食べた
2	地元の庶民的な居酒屋・ファミレス等
3	旅先の庶民的な居酒屋・ファミレス等
4	地元の高級な割烹・料亭・レストラン等
5	旅先の高級な割烹・料亭・レストラン等
6	知り合いの家等で食べた
7	その他 ()

Q20：(入力必須)

■ Q19で「自宅で食べた」「知り合いの家等で食べた」を選択した方にお伺いします。■

「あおもりの地域食材」を購入したのはどちらですか。当てはまるものを全てお選びください。(いくつでも)

1	デパート
2	総合スーパー (衣料品や家電等も売っている店)
3	食品スーパー
4	専門店 (魚屋、肉屋、八百屋等)
5	生協、A-COOP
6	コンビニエンスストア
7	通信販売 (インターネット通販、カタログ通販)
8	道の駅等産地直売所
9	青森県のアンテナショップ (県が地元の生産物・加工品を取り揃えて販売する店舗)
10	生産者から直接購入
11	知らない
12	その他 ()

Q21：(横入力必須)

■ Q17で「食べたことがあり知っている」及び「食べたことはないが知っている」を選択した方にお伺いします。 ■
 どのようなきっかけで知りましたか。(それぞれ1つだけ)

	テレビ・新聞・雑誌	知人からの紹介	店頭で見かけた	インターネット・メルマガ	その他
陸奥湾ほたて 陸奥湾で獲れるほたて	1	2	3	4	5
大間マグロ 津軽海峡で漁獲され、大間漁協に水揚げされたマグロ	1	2	3	4	5
海峡マグロ 津軽半島の先端にある竜飛岬周辺の海域で水揚げされるマグロ	1	2	3	4	5
深浦マグロ 春から夏にかけて、日本海で水揚げされるマグロ	1	2	3	4	5
海峡サーモン 津軽海峡の外海で、約8か月間育てたニジマス。	1	2	3	4	5
八戸前沖鯖 八戸前沖で漁獲された脂ののった鯖	1	2	3	4	5
風間浦あんこう 下北半島北部の風間浦村で、風間浦独特の漁法により、「生きた状態で水揚げ」されるあんこう	1	2	3	4	5
青森天然ひらめ 漁獲量日本一で、漁獲後にいけすで休ませたり、高鮮度処理を施したりする独自の技術でうま味を引き出したヒラメ	1	2	3	4	5
十三湖しじみ 津軽半島十三湖で獲れる大和しじみ	1	2	3	4	5
小川原湖しじみ 太平洋側の小川原湖で獲れる大和しじみ	1	2	3	4	5
横浜ナマコ 下北半島陸奥湾側の横浜町で、年末の数日間だけ漁獲されるナマコ	1	2	3	4	5
十和田湖ひめます 十和田湖で養殖されているヒメマス	1	2	3	4	5
鱒ヶ沢町天然鮎（金鮎） 青森県鱒ヶ沢町赤石川で獲れる天然鮎	1	2	3	4	5
三沢ほっき貝 三沢市沖合の太平洋で獲れるほっき貝	1	2	3	4	5
あおりカシス 青森市が国内生産量の9割を占め、アントシアニン等を豊富に含む黒房すぐり	1	2	3	4	5
名川さくらんぼ 南部町名川で生産されるさくらんぼ	1	2	3	4	5
つがる市産タカミメロン 主につがる市屏風山地域で栽培されているメロン	1	2	3	4	5
田子にんにく 田子町で生産されるにんにく	1	2	3	4	5
嶽きみ 弘前市の岩木山麓地区で栽培されている甘みの強いトウモロコシ	1	2	3	4	5
野辺地葉つきこかぶ 野辺地町を中心に栽培されていて、葉つきで出荷されるこかぶ	1	2	3	4	5
ふかうら雪にんじん 秋までに収穫できるように育てたニンジンで、雪の下で糖度や甘みを増加させた後、収穫するにんじん	1	2	3	4	5
一球入魂かぼちゃ 下北半島、津軽半島の一部地域で1株に実を1個だけ成らせる独特の方法で栽培されているかぼちゃ	1	2	3	4	5

大鰐温泉もやし 青森県大鰐町で温泉熱を利用して栽培された長もやし	1	2	3	4	5
倉石牛 青森県五戸町倉石地区の黒毛和牛	1	2	3	4	5
青森シャモロック 青森県が20年の歳月をかけて開発した地鶏	1	2	3	4	5
奥入瀬ガーリックポーク 県産にんにくを飼料に使用し育てた肉豚	1	2	3	4	5

Q22：(横入力必須)

■ Q17で「食べたことはないが知っている」を選択した方にお伺いします。■

以下の「あおりの地域食材」を食べてみたいと思いますか。(それぞれ1つだけ)

	食べてみたい	食べてみたいとは思わない
陸奥湾ほたて 陸奥湾で獲れるほたて	1	2
大間マグロ 津軽海峡で漁獲され、大間漁協に水揚げされたマグロ	1	2
海峡マグロ 津軽半島の先端にある竜飛岬周辺の海域で水揚げされるマグロ	1	2
深浦マグロ 春から夏にかけて、日本海で水揚げされるマグロ	1	2
海峡サーモン 津軽海峡の外海で、約8か月間育てたニジマス。	1	2
八戸前沖鯖 八戸前沖で漁獲された脂ののった鯖	1	2
風間浦あんこう 下北半島北部の風間浦村で、風間浦独特の漁法により、「生きた状態で水揚げ」されるあんこう	1	2
青森天然ひらめ 漁獲量日本一で、漁獲後にいけすで休ませたり、高鮮度処理を施したりする独自の技術でうま味を引き出したヒラメ	1	2
十三湖しじみ 津軽半島十三湖で獲れる大和しじみ	1	2
小川原湖しじみ 太平洋側の小川原湖で獲れる大和しじみ	1	2
横浜ナマコ 下北半島陸奥湾側の横浜町で、年末の数日間だけ漁獲されるナマコ	1	2
十和田湖ひめます 十和田湖で養殖されているヒメマス	1	2
鱈ヶ沢町天然鮎(金鮎) 青森県鱈ヶ沢町赤石川で獲れる天然鮎	1	2
三沢ほっき貝 三沢市沖合の太平洋で獲れるほっき貝	1	2
あおりカシス 青森市が国内生産量の9割を占め、アントシアニン等を豊富に含む黒房すぐり	1	2
名川さくらんぼ 南部町名川で生産されるさくらんぼ	1	2
つがる市産タカミメロン 主につがる市屏風山地域で栽培されているメロン	1	2
田子にんにく 田子町で生産されるにんにく	1	2
嶽きみ 弘前市の岩木山麓地区で栽培されている甘みの強いトウモロコシ	1	2
野辺地葉つきこかぶ 野辺地町を中心に栽培されていて、葉つきで出荷されるこかぶ	1	2
ふかうら雪にんじん 秋までに収穫できるように育てたニンジン、雪の下で糖度や甘みを増加させた後、収穫するにんじん	1	2

一球入魂かぼちゃ 下北半島、津軽半島の一部地域で1株に実を1個だけ成らせる独特の方法で栽培されているかぼちゃ	1	2
大鰐温泉もやし 青森県大鰐町で温泉熱を利用して栽培された長もやし	1	2
倉石牛 青森県五戸町倉石地区の黒毛和牛	1	2
青森シャモロック 青森県が20年の歳月をかけて開発した地鶏	1	2
奥入瀬ガーリックポーク 県産にんにくを飼料に使用し育てた肉豚	1	2

Q23 : (横入力必須)

■ Q17で「知らない」を選択した方にお伺いします。 ■

以下の「あおもりの地域食材」に興味はありますか。(それぞれ1つだけ)

	興味がある	興味はない
陸奥湾ほたて 陸奥湾で獲れるほたて	1	2
大間マグロ 津軽海峡で漁獲され、大間漁協に水揚げされたマグロ	1	2
海峡マグロ 津軽半島の先端にある竜飛岬周辺の海域で水揚げされるマグロ	1	2
深浦マグロ 春から夏にかけて、日本海で水揚げされるマグロ	1	2
海峡サーモン 津軽海峡の外海で、約8か月間育てたニジマス。	1	2
八戸前沖鯖 八戸前沖で漁獲された脂ののった鯖	1	2
風間浦あんこう 下北半島北部の風間浦村で、風間浦独特の漁法により、「生きた状態で水揚げ」されるあんこう	1	2
青森天然ひらめ 漁獲量日本一で、漁獲後にいけすで休ませたり、高鮮度処理を施したりする独自の技術でうま味を引き出したヒラメ	1	2
十三湖しじみ 津軽半島十三湖で獲れる大和しじみ	1	2
小川原湖しじみ 太平洋側の小川原湖で獲れる大和しじみ	1	2
横浜ナマコ 下北半島陸奥湾側の横浜町で、年末の数日間だけ漁獲されるナマコ	1	2
十和田湖ひめます 十和田湖で養殖されているヒメマス	1	2
鱒ヶ沢町天然鮎(金鮎) 青森県鱒ヶ沢町赤石川で獲れる天然鮎	1	2
三沢ほっき貝 三沢市沖合の太平洋で獲れるほっき貝	1	2
あおもりカシス 青森市が国内生産量の9割を占め、アントシアニン等を豊富に含む黒房すぐり	1	2
名川さくらんぼ 南部町名川で生産されるさくらんぼ	1	2
つがる市産タカミメロン 主につがる市屏風山地域で栽培されているメロン	1	2
田子にんにく 田子町で生産されるにんにく	1	2
嶽きみ 弘前市の岩木山麓地区で栽培されている甘みの強いトウモロコシ	1	2
野辺地葉つきこかぶ 野辺地町を中心に栽培されていて、葉つきで出荷されるこかぶ	1	2

ふかうら雪にんじん 秋までに収穫できるように育てたニンジン、雪の下で糖度や甘みを増加させた後、収穫するにんじん	1	2
一球入魂かぼちゃ 下北半島、津軽半島の一部地域で1株に実を1個だけ成らせる独特の方法で栽培されているかぼちゃ	1	2
大鰐温泉もやし 青森県大鰐町で温泉熱を利用して栽培された長もやし	1	2
倉石牛 青森県五戸町倉石地区の黒毛和牛	1	2
青森シャモロック 青森県が20年の歳月をかけて開発した地鶏	1	2
奥入瀬ガーリックポーク 県産にんにくを飼料に使用し育てた肉豚	1	2

Q24 : (横入力必須)

国内の食材でブランド化が図られ広く知られている、以下のようなものがあります。

あなたは、それぞれの食材についてご存じですか。

	食べたことがあり知っている	食べたことはないが知っている	知らない
北海道産ほたて	1	2	3
北海道戸井産まぐろ	1	2	3
信州サーモン	1	2	3
山口県下関産 関鯖	1	2	3
宮城県金華さば	1	2	3
茨城あんこう	1	2	3
鳥取県穴道湖産しじみ	1	2	3
愛知県三河湾あさり	1	2	3
新潟雪下にんじん	1	2	3
夕張メロン	1	2	3
松阪牛	1	2	3
名古屋コーチン	1	2	3
秋田比内地鶏	1	2	3
鹿児島黒豚	1	2	3
寒河江さくらんぼ	1	2	3

II. 対象者分析－消費者構造

●青森県産品のターゲットとすべき消費者

- ① 食べることが出来れば何でも良いというわけではなく、食品に関しある程度意識の高い消費者
- ② あえて青森の県産品を食べてくれるという、ある程度青森県産品に対し愛着を有する消費者

以上の2点から青森県に対するロイヤリティ（親和度）と、食品に対する意識の高低で回答者を4分類し、ターゲットとすべき消費者としての視点で調査結果を分析する。

●対象者の分類

本調査における対象者の分類方法について以下に示す。

- ① 「Q7：買い物をする時の意識」および「Q9：青森県産品イメージ」の各設問ごとに加重平均を算出する。
- ② Q7の全22設問およびQ9の全12設問それぞれの加重平均値をさらに平均する。

【加重平均の算出方法】

Q7の全22設問およびQ9の全12設問において、各評価項目をポイント化し、各項目ごとの合計ポイントの平均値を算出。

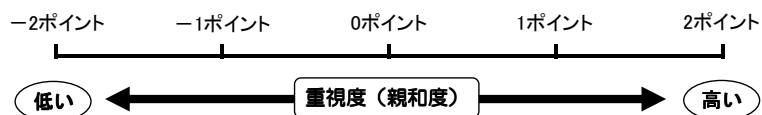
<ポイントの付加方法>

Q2	評価項目	非常に重視する	重視する	どちらとも言えない	重視しない	全く重視しない
	ポイント	2ポイント	1ポイント	0ポイント	-1ポイント	-2ポイント
Q4	評価項目	非常に当てはまる	当てはまる	どちらとも言えない	当てはまらない	全く当てはまらない
	ポイント	2ポイント	1ポイント	0ポイント	-1ポイント	-2ポイント

<加重平均の算出>

各設問の合計ポイント÷回答者総数＝各設問の加重平均

※ 加重平均が最高評価である2ポイントに近いほど重視度（親和度）が高く、マイナス2ポイントに近いほど重視度（親和度）の低さが判定できる。



●各回答者毎の加重平均の算出例

■「Q7：買い物をする時の意識」－全 22 項目

	ポイント					各項目の ポイント ①	
	2	1	0	-1	-2		
	非常に 重視する	重視する	どちらとも 言えない	重視しない	全く 重視しない		
1 添加物，着色料が入っていない	○					2	
2 国産品である（輸入品でない）		○				1	
3 地元産である		○				1	
4 遺伝子組み換え作物ではない			○			0	
}							
21 食べなれたものである		○				1	
22 調理しやすい		○				1	
						各ポイントの 合計	19
						①/22	0.86

■「Q9：青森県の県産品のイメージ」－全 12 項目

	ポイント					各項目の ポイント ①	
	2	1	0	-1	-2		
	非常に 当てはまる	当てはまる	どちらとも 言えない	当て はまらない	全く当て はまらない		
1 味がよい		○				1	
2 新鮮である	○					2	
3 品質が良い	○					2	
4 デザイン・センスが良い		○				1	
}							
11 ブランド品がある	○					2	
12 安心して食べられる	○					2	
						各ポイントの 合計	17
						①/12	1.42

● 全加重平均の平均値の算出方法

■ 「Q7：買い物をする時の意識」－全 22 項目

回答総数(N値)=1,000 上段:回答数 下段:回答数×評価項目のポイント	ポイント					各項目の ポイント ①	①/回答総数 =加重平均
	2 非常に 重視する	1 重視する	0 どちらとも 言えない	-1 重視しない	-2 全く 重視しない		
1 添加物, 着色料が入っていない	130	427	343	82	18	569	0.57
	260	427	0	-82	-36		
2 国産品である(輸入品でない)	232	470	217	68	13	840	0.84
	464	470	0	-68	-26		
22 調理しやすい	195	569	211	21	4	930	0.93
	390	569	0	-21	-8		

全項目の加重平均を合計

<全 22 項目－加重平均の平均値の算出方法>

全加重平均の平均値＝

各設問の加重平均の合計／22 (項目数)

全加重平均の合計	13.46
全加重平均の平均値	0.61159

■ 「Q9：青森県の県産品のイメージ」－全 12 項目

回答総数(N値)=1,000 上段:回答数 下段:回答数×評価項目のポイント	ポイント					各項目の ポイント ①	①/回答総数 =加重平均
	2 非常に 当てはまる	1 当てはまる	0 どちらとも 言えない	-1 当て はまらない	-2 全く当て はまらない		
1 味がよい	65	468	461	2	4	588	0.59
	130	468	0	-2	-8		
2 新鮮である	86	427	472	12	3	581	0.58
	172	427	0	-12	-6		
12 安心して食べられる	74	388	528	5	5	521	0.521
	148	388	0	-5	-10		

全項目の加重平均の合計

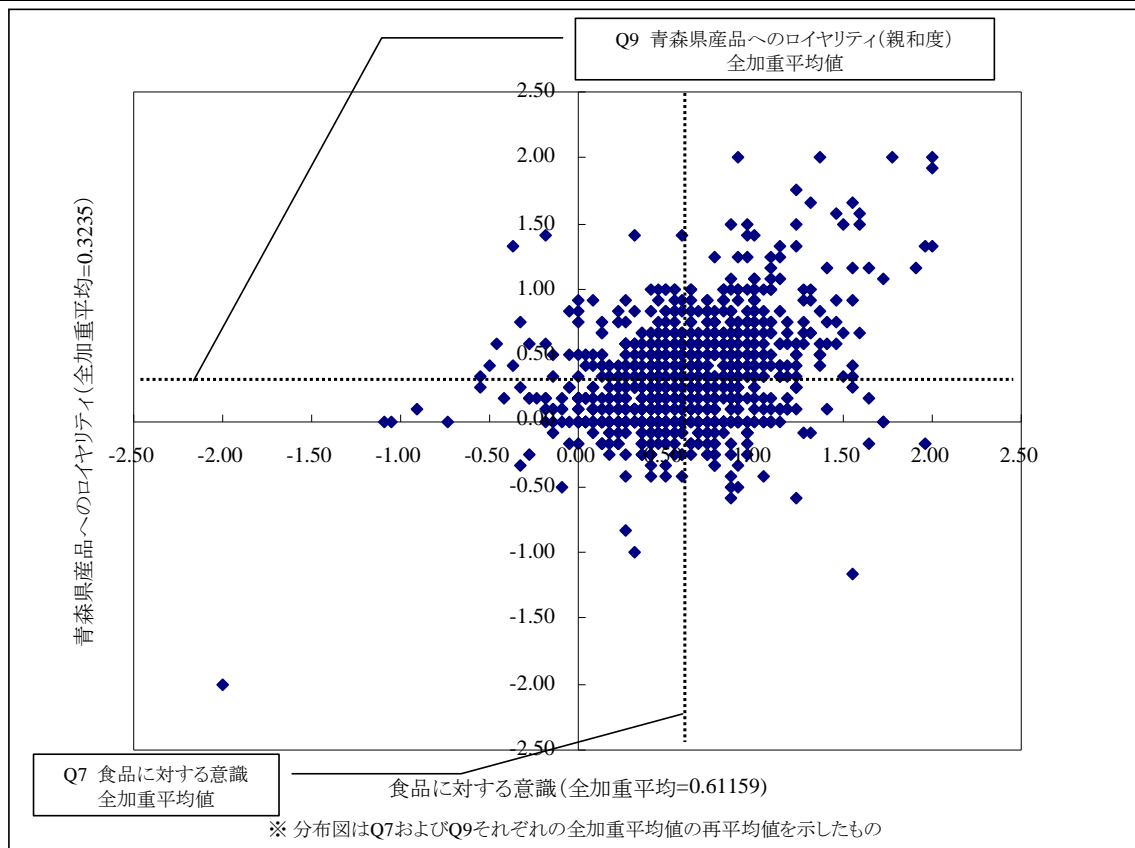
<全 12 項目－加重平均の平均値の算出方法>

全加重平均の平均値＝

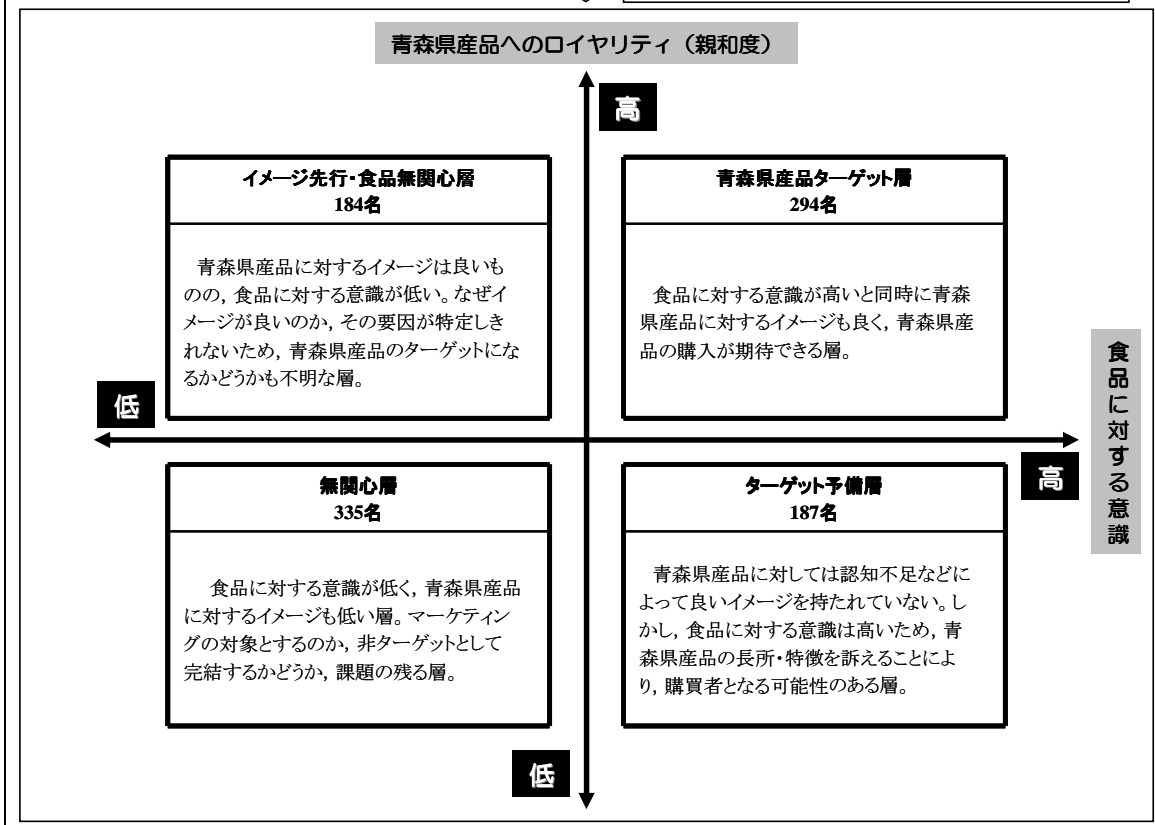
各設問の加重平均の合計／12 (項目数)

全加重平均の合計	3.88
全加重平均の平均値	0.32350

●全加重平均の再平均値を基準にして対象者の分類—消費者構造



上記の分布図の結果より、以下の形に対象者を分類



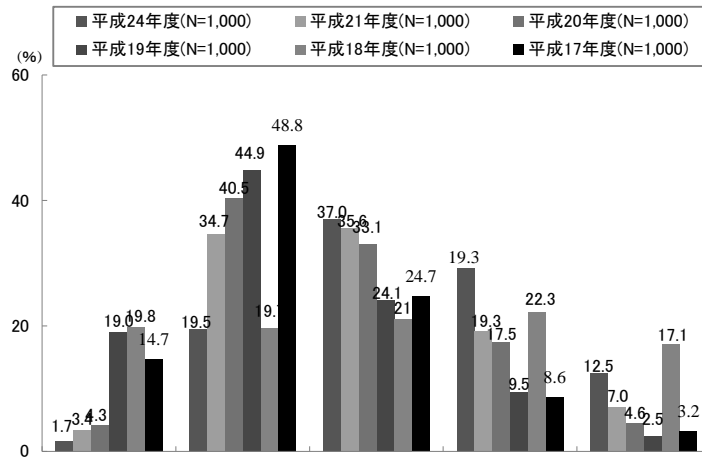
III. 回答者プロフィール

III-1. 回答者の年代

Point

- ・ 全体では、40代が37.0%と最も多く、次いで50代が29.3%、30代が19.5%
- ・ イメージ先行・食品無関心層で30代が、食品無関心層で40代が全体に比べて多い

図表 III-1 回答者の年代



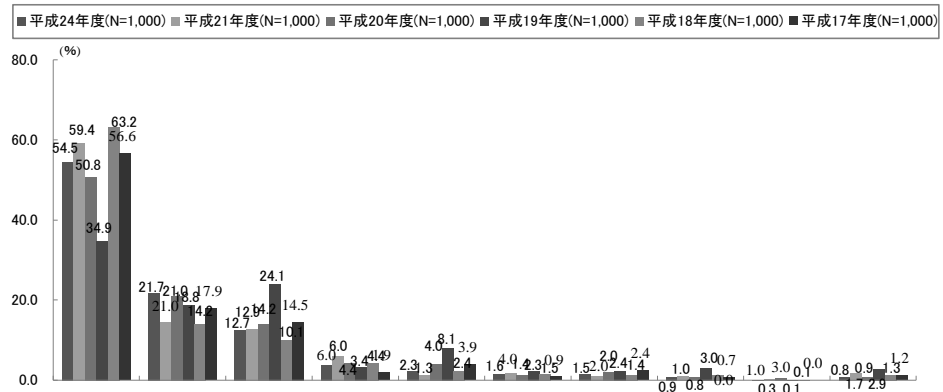
		N	20代	30代	40代	50代	60代	
平成24年度		1,000	1.7	19.5	37.0	29.3	12.5	
平成21年度		1,000	3.4	34.7	35.6	19.3	7.0	
平成20年度		1,000	4.3	40.5	33.1	17.5	4.6	
平成19年度		1,000	19.0	44.9	24.1	9.5	2.5	
平成18年度		1,000	19.8	19.7	21.1	22.3	17.1	
平成17年度		1,000	14.7	48.8	24.7	8.6	3.2	
2012年度 各属性	地域別	東北	250	1.2	23.2	39.2	27.6	8.8
		関東	250	2.0	17.2	36.8	32.0	12.0
		関西	250	1.2	15.6	35.2	30.0	18.0
		九州	250	2.4	22.0	36.8	27.6	11.2
	年代別	20代	17	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		30代	195	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
		40代	370	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
		50代	293	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
		60代	125	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	消費者構造別	ターゲット層	294	2.0	18.7	31.3	34.7	13.3
		ターゲット予備層	187	0.5	13.9	38.5	33.7	13.4
		イメージ先行・食品無関心層	184	1.6	26.1	34.2	26.6	11.4
		無関心層	335	2.1	19.7	42.7	23.6	11.9

III-2. 回答者の職業

Point

- ・ 全体では、「専業主婦」が 54.5%と最も多く、「パート・アルバイト」が 21.7%、「会社員」が 12.7%
- ・ 年代別にみると、60代の7割が「専業主婦」

図表 III-2 回答者の職業



	N	専業主婦	パート・アルバイト	会社員	自営業	派遣・契約社員	自由業	公務員・団体職員	無職	農林漁業	その他	
平成24年度	1,000	54.5	21.7	12.7	3.9	2.3	1.6	1.5	0.9	0.1	0.8	
平成21年度	1,000	59.4	14.6	12.9	6.0	1.3	1.7	1.1	1.0	0.3	1.7	
平成20年度	1,000	50.8	21.0	14.2	4.4	4.0	1.4	2.0	0.8	0.5	0.9	
平成19年度	1,000	34.9	18.8	24.1	3.4	8.1	2.3	2.4	3.0	0.1	2.9	
平成18年度	1,000	63.2	14.2	10.1	4.4	2.4	1.5	1.4	1.4	0.1	1.3	
平成17年度	1,000	56.6	17.9	14.5	1.9	3.9	0.9	2.4	0.7	0.0	1.2	
2012年度各属性	地域別											
	東北	250	50.8	21.2	15.6	4.8	2.8	0.8	2.4	0.8	0.0	0.8
	関東	250	54.8	18.8	15.2	4.0	2.0	2.8	1.2	1.2	0.0	0.0
	関西	250	60.0	22.4	8.4	2.8	1.6	1.6	1.2	0.8	0.0	1.2
	九州	250	52.4	24.4	11.6	4.0	2.8	1.2	1.2	0.8	0.4	1.2
	年代別											
	20代	17	58.8	17.6	23.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30代	195	53.3	23.1	15.9	1.0	2.6	0.0	2.6	0.5	0.0	1.0
	40代	370	52.4	23.5	13.2	3.2	2.7	2.4	1.1	0.8	0.0	0.5
	50代	293	51.5	22.9	11.3	6.1	2.4	2.4	2.0	0.0	0.3	1.0
	60代	125	68.8	12.0	8.0	5.6	0.8	0.0	0.0	4.0	0.0	0.8
	消費者構造別											
ターゲット層	294	52.4	21.4	14.3	4.8	2.0	2.0	1.7	1.0	0.0	0.3	
ターゲット予備層	187	54.5	23.5	10.2	3.7	2.7	2.7	1.1	0.5	0.0	1.1	
イメージ先行・食品無関心層	184	58.2	20.1	12.5	2.7	2.2	0.5	1.6	1.1	0.0	1.1	
無関心層	335	54.3	21.8	12.8	3.9	2.4	1.2	1.5	0.9	0.3	0.9	

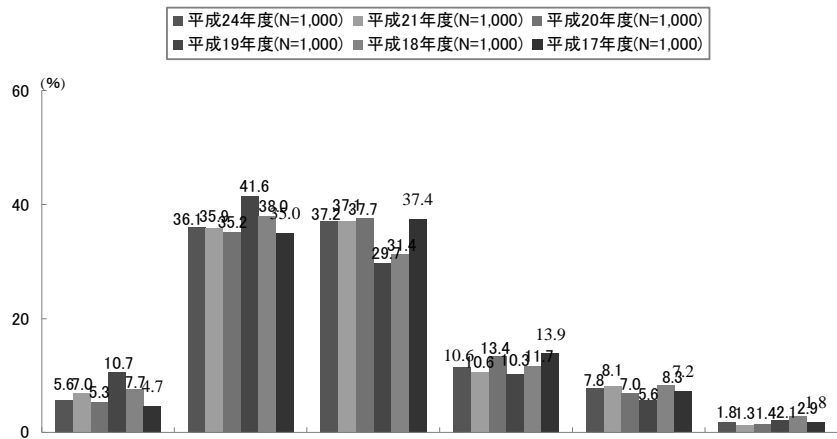
その他の内容 (その他 N=8)	件数
自営手伝い	2
内職	2
兼業主婦	1
役員	1
在宅	1
准看護師	1

III-3. 回答者の世帯年収

Point

- 全体では、「500万円以上～800万円未満」の世帯が37.2%と最も多く、次いで「200万円以上～500万円未満」の世帯が36.1%
- 地域別にみると、関東では800万円以上の世帯が比較的多い
- 年代別にみると、20代と60代では500万円未満の世帯が多い

図表 III-3 回答者の世帯年収



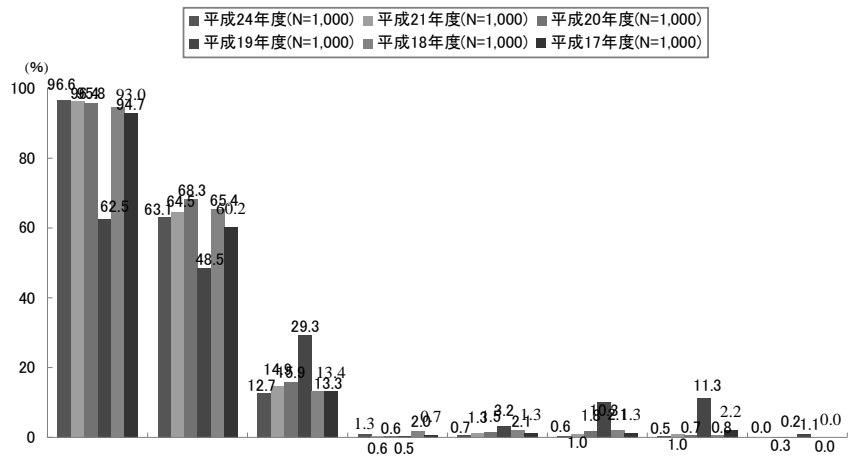
		N	200万円未満	200万円以上～500万円未満	500万円以上～800万円未満	800万円以上～1000万円未満	1000万円以上～1500万円未満	1500万円以上	
平成24年度		1,000	5.6	36.1	37.2	11.5	7.8	1.8	
平成21年度		1,000	7.0	35.9	37.1	10.6	8.1	1.3	
平成20年度		1,000	5.3	35.2	37.7	13.4	7.0	1.4	
平成19年度		1,000	10.7	41.6	29.7	10.3	5.6	2.1	
平成18年度		1,000	7.7	38.0	31.4	11.7	8.3	2.9	
平成17年度		1,000	4.7	35.0	37.4	13.9	7.2	1.8	
2012年度 各属性	地域別	東北	250	4.4	39.2	41.2	10.8	4.0	0.4
		関東	250	4.0	28.4	34.0	16.4	13.6	3.6
		関西	250	8.4	37.2	35.2	8.0	9.6	1.6
		九州	250	5.6	39.6	38.4	10.8	4.0	1.6
	年代別	20代	17	5.9	64.7	17.6	0.0	11.8	0.0
		30代	195	3.1	41.0	43.1	7.7	3.6	1.5
		40代	370	4.3	33.5	41.4	11.9	7.0	1.9
		50代	293	7.2	29.4	32.4	15.0	13.3	2.7
		60代	125	9.6	48.0	29.6	9.6	3.2	0.0
	消費者構造別	ターゲット層	294	5.4	33.0	36.1	12.6	9.2	3.7
		ターゲット予備層	187	6.4	32.1	40.1	11.8	7.5	2.1
		イメージ先行・食品無関心層	184	4.3	40.8	42.9	6.5	5.4	0.0
		無関心層	335	6.0	38.5	33.4	13.1	8.1	0.9

III-4. 回答者との同居者

Point

- 全体では、「配偶者」が96.6%と最も多く、次いで「息子・娘」が63.1%
- 地域別にみると、東北では「親」が24.0%と多い
- 年代別にみると、60代では「息子・娘」が96.0%、「親」が40.0%と全体と比較して多い

図表 III-4 回答者との同居者



		N	配偶者	息子・娘	親	孫	祖父母	兄弟・姉妹	一人暮らし	友人
平成24年度		1,000	96.6	63.1	12.7	1.1	0.7	0.6	0.5	0.0
平成21年度		1,000	96.4	64.5	14.9	0.6	1.3	1.0	1.0	0.3
平成20年度		1,000	95.8	68.3	15.9	0.6	1.5	1.8	0.7	0.2
平成19年度		1,000	62.5	48.5	29.3	0.5	3.2	10.3	11.3	1.1
平成18年度		1,000	94.7	65.4	13.3	2.0	2.1	2.1	0.8	0.0
平成17年度		1,000	93.0	60.2	13.4	0.7	1.3	1.3	2.2	0.0
2012年度 各属性	地域別									
	東北	250	96.0	68.0	24.0	2.4	1.6	1.2	0.0	0.0
	関東	250	98.4	59.6	8.4	0.4	0.0	0.0	0.4	0.0
	関西	250	96.4	63.2	10.0	0.4	0.4	1.2	1.2	0.0
	九州	250	95.6	61.6	8.4	1.2	0.8	0.0	0.4	0.0
	年代別									
	20代	17	100.0	52.9	11.8	0.0	11.8	11.8	0.0	0.0
	30代	195	96.9	67.2	7.7	0.0	2.1	1.0	0.5	0.0
	40代	370	97.0	71.6	12.4	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0
	50代	293	95.9	60.1	17.4	2.4	0.0	0.7	0.7	0.0
	60代	125	100.0	96.0	40.0	10.4	2.4	0.0	0.0	1.6
	消費者構造別									
	ターゲット層	294	95.6	62.6	17.3	1.4	1.0	1.4	0.3	0.0
ターゲット予備層	187	97.9	63.6	9.6	0.5	0.0	0.5	0.5	0.0	
イメージ先行・食品無関心層	184	97.8	65.2	9.2	2.7	0.0	0.0	0.5	0.0	
無関心層	335	96.1	62.1	12.2	0.3	1.2	0.3	0.6	0.0	

IV. 調査結果

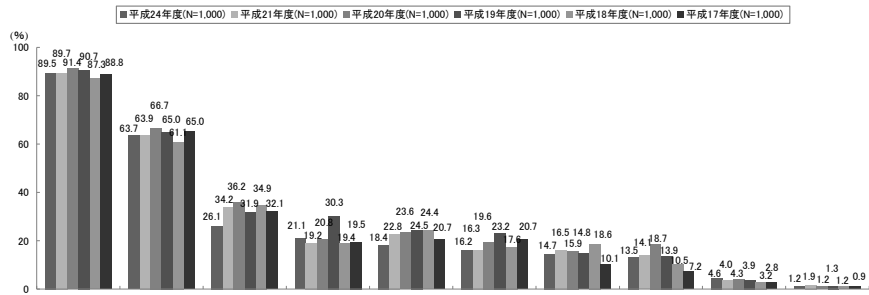
IV-1. 青森県産品について

(1) Q6：普段の食料品の買物先（複数回答）

Point

- ・ 全体では、「食品スーパー」が89.5%と最も多く、次いで「総合スーパー」が63.7%、「生協・ACO-OP」が26.1%と昨年度までと同様の傾向
- ・ 地域別にみると、東北では「生協・ACO-OP」が、関東では「専門店」が、九州では「道の駅等産地直売所」が多いこと等が特徴的
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い「生協・ACO-OP」「デパート」「通信販売」の利用者が多くなること等が特徴的
- ・ ターゲット層では「デパート」の利用者が多いことが特徴的

図表 IV-1 普段の食料品の買物先



	N	食品スーパー	総合スーパー (衣料品や家電も 売っている店)	生協・ACO-OP	コンビニエンスストア	（魚屋・肉屋・八百屋等） 専門店	デパート	（インターネット通販・ 通信販売）	道の駅等産地直売所	都道府県のアンテナショップ (自治体などが地元の 産品などを取り揃えて 販売している店を指す)	その他
平成24年度	1,000	89.5	63.7	26.1	21.1	18.4	16.2	14.7	13.5	4.6	1.2
平成21年度	1,000	89.7	63.9	34.2	19.2	22.8	16.3	16.5	14.1	4.0	1.9
平成20年度	1,000	91.4	66.7	36.2	20.8	23.6	19.6	15.9	18.7	4.3	1.2
平成19年度	1,000	90.7	65.0	31.9	30.3	24.5	23.2	14.8	13.9	3.9	1.3
平成18年度	1,000	87.3	61.1	34.9	19.4	24.4	17.6	18.6	10.5	3.2	1.2
平成17年度	1,000	88.8	65.0	32.1	19.5	20.7	20.7	10.1	7.2	2.8	0.9
地域別											
東北	250	89.2	56.4	34.8	22.4	14.8	9.6	14.0	16.0	6.0	1.2
関東	250	86.8	67.6	22.8	24.8	26.4	21.6	17.6	8.8	4.4	2.8
関西	250	90.4	67.2	30.0	18.0	16.0	20.8	14.4	7.2	2.8	0.4
九州	250	91.6	63.6	16.8	19.2	16.4	12.8	12.8	22.0	5.2	0.4
年代別											
20代	17	76.5	64.7	0.0	29.4	0.0	0.0	5.9	17.6	0.0	0.0
30代	195	93.8	69.7	23.1	22.6	16.4	11.3	10.8	11.3	3.6	0.0
40代	370	89.2	63.8	24.6	21.6	17.0	13.5	13.5	12.7	5.9	1.4
50代	293	87.7	61.4	31.4	21.2	19.5	21.8	17.7	15.4	3.1	2.0
60代	125	100.0	89.6	59.2	26.4	16.0	25.6	20.8	18.4	14.4	6.4
消費者属性別											
ターゲット層	294	87.8	69.7	29.3	25.5	21.1	24.8	17.7	18.7	8.5	1.0
ターゲット未満層	187	90.4	64.7	32.6	23.0	23.0	18.2	15.5	13.9	6.4	1.6
ターゲット外（高齢者層以外）	184	90.8	65.8	22.3	21.2	20.1	14.7	13.6	12.5	2.7	1.1
無関心層	335	89.9	56.7	21.5	16.1	12.5	8.4	12.2	9.3	1.2	1.2

その他の内容 (その他 N=12)	件数
食品を扱う 100 円ショップ	2
ドラッグストア	2
八百屋	1
農協の販売所	1
宅配	1

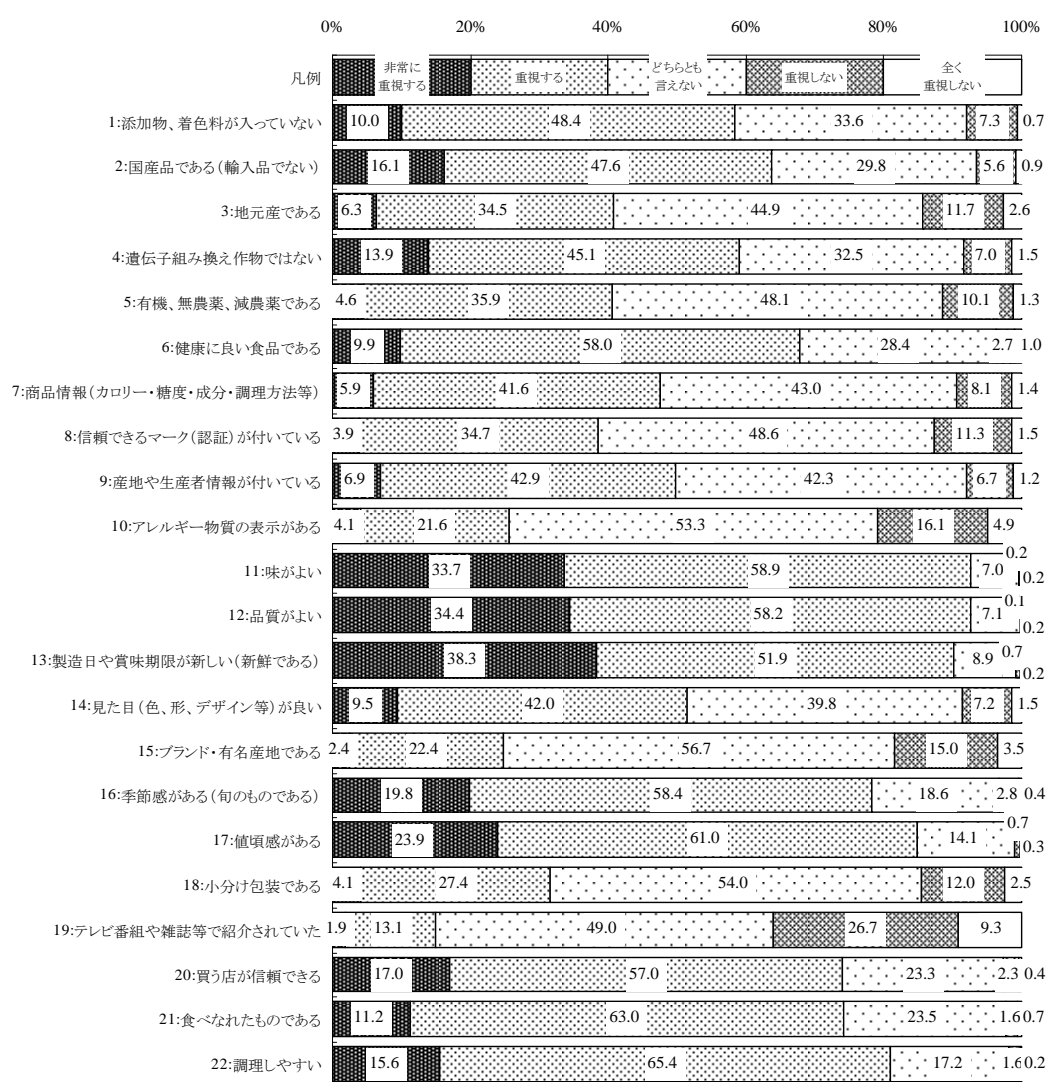
その他の内容	件数
自然食品店	1
ホームスーパー	1
ドンキホーテなど	1
ネットショップ	1

(2) Q7：買物をする際の重視点（単一回答）

Point

- ・ 「味がよい」「品質がよい」「製造日や賞味期限が新しい（新鮮である）」が特に重要視されている
- ・ このほか、「季節感がある」「値頃感がある」「買う店が信頼できる」「食べられたものである」「調理しやすい」等も多くの消費者が重要視
- ・ 過年度と比較すると、「国産品である」の重視度が低下傾向

図表 IV-2 買物をする際の重視点



図表 IV-3 買物をする際の重視点の加重平均の推移

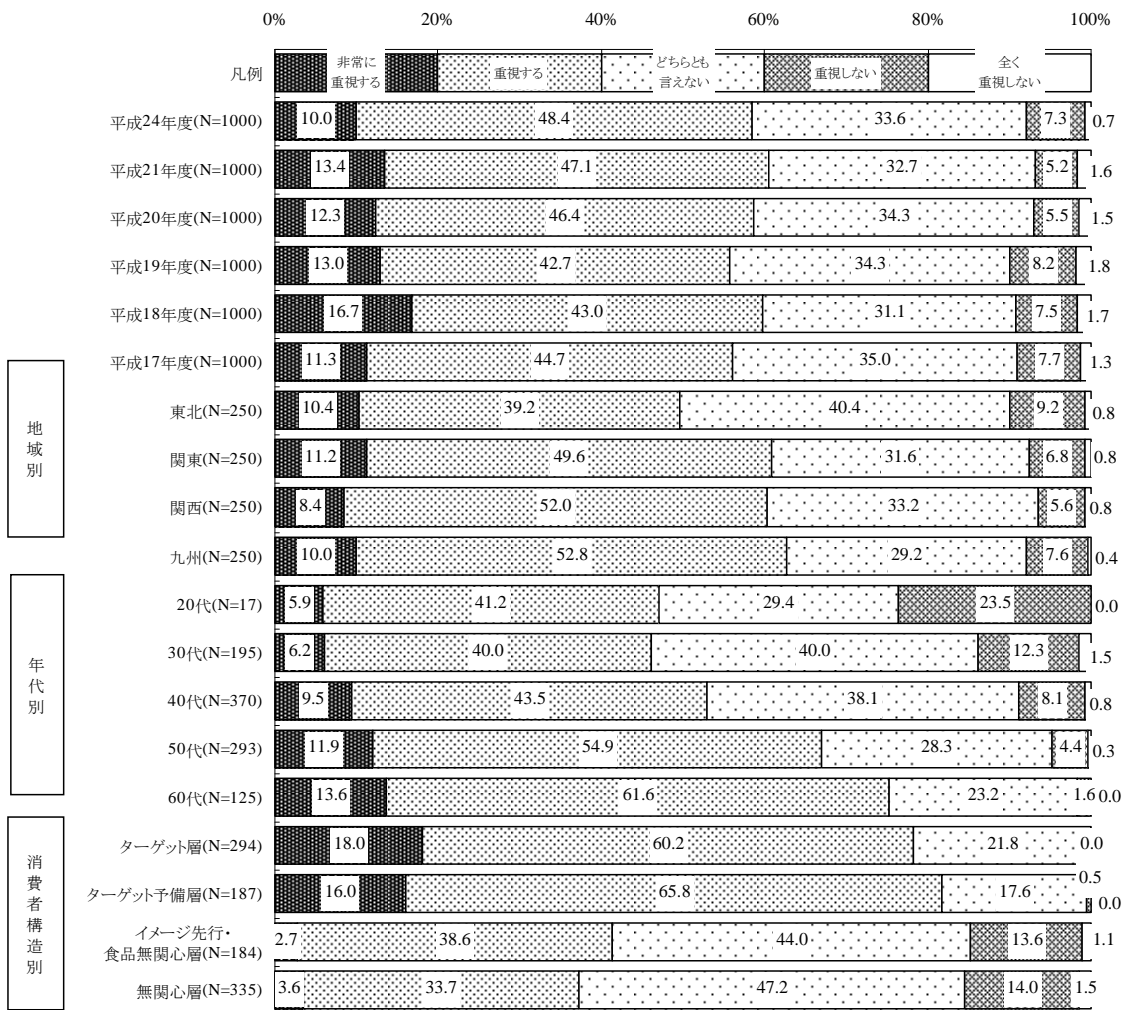
	各項目のポイント差					
	H18年度から H17年度の 加重平均を マイナス	H19年度から H18年度の 加重平均を マイナス	H20年度から H19年度の 加重平均を マイナス	H21年度から H20年度の 加重平均を マイナス	H24年度から H21年度の 加重平均を マイナス	
1:添加物、着色料が入っていない	0.60 0.66 0.63 0.57 0.66 0.57	0.09	▲ 0.09	0.06	0.03	▲ 0.06
2:国産品である(輸入品でない)	0.72 0.86 0.93 0.84 0.79 0.68	0.11	0.05	0.09	▲ 0.08	▲ 0.13
3:地元産である	0.30 0.24 0.28 0.11 0.13 0.00	0.13	▲ 0.02	0.17	▲ 0.03	0.06
4:遺伝子組み換え作物ではない	0.63 0.72 0.75 0.75 0.67	0.10	▲ 0.02	▲ 0.01	▲ 0.03	▲ 0.09
5:有機、無農薬、減農薬である	0.32 0.40 0.43 0.47 0.44 0.35	0.09	0.03	▲ 0.04	▲ 0.03	▲ 0.07
6:健康に良い食品である	0.73 0.73 0.79 0.84 0.75	0.09	▲ 0.05	▲ 0.07	0.02	▲ 0.02
7:商品情報 (カロリー・糖度・成分・調理方法等)	0.43 0.48 0.45 0.50 0.39 0.30	0.09	0.11	▲ 0.07	0.05	▲ 0.05
8:信頼できるマーク(認証)が付いている	0.28 0.33 0.32 0.39 0.26	0.13	▲ 0.07	0.01	▲ 0.06	0.01
9:産地や生産者情報が付いている	0.48 0.41 0.44 0.44 0.45 0.33	0.12	▲ 0.01	▲ 0.01	▲ 0.03	0.06
10:アレルギー物質の表示がある	-0.01 -0.03 -0.02 0.03 -0.09	0.12	▲ 0.05	▲ 0.02	0.02	0.05
11:味がよい	1.26 1.30 1.28 1.28 1.25	0.05	▲ 0.02	▲ 0.05	0.07	▲ 0.04
12:品質がよい	1.27 1.28 1.24 1.29 1.32 1.25	0.07	▲ 0.03	▲ 0.05	0.04	▲ 0.01
13:製造日や賞味期限が新しい (新鮮である)	1.27 1.31 1.31 1.48 1.42	0.06	▲ 0.12	▲ 0.06	0.01	▲ 0.04
14:見た目(色、形、デザイン等)が良い	0.51 0.38 0.33 0.42 0.40 0.43	▲ 0.05	0.04	▲ 0.10	0.06	0.13
15:ブランド・有名産地である	0.05 0.04 0.03 0.07 -0.04	0.11	▲ 0.04	▲ 0.05	0.06	0.01
16:季節感がある(旬のものである)	0.94 0.85 0.87 0.85 0.89 0.78	0.11	▲ 0.04	0.03	▲ 0.02	0.09
17:値頃感がある	1.08 1.11 1.08 1.02 1.11 1.12	▲ 0.01	▲ 0.09	0.06	0.03	▲ 0.03
18:小分け包装である	0.19 0.12 0.09 0.17 0.21 0.17	0.04	▲ 0.04	▲ 0.08	0.03	0.07
19:テレビ番組や雑誌等で 紹介されていた	-0.28 -0.25 -0.30 -0.22 -0.21 -0.18	▲ 0.03	▲ 0.01	▲ 0.08	0.05	▲ 0.04
20:買う店が信頼できる	0.88 0.84 0.85 0.82 0.97 0.87	0.10	▲ 0.15	0.03	▲ 0.01	0.04
21:食べられたものである	0.82 0.83 0.83 0.81 0.87 0.95	▲ 0.08	▲ 0.06	0.02	▲ 0.01	0.00
22:調理しやすい	0.95 0.91 0.92 0.93 0.88 0.98	▲ 0.10	0.05	▲ 0.01	▲ 0.01	0.04

Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 58.4%
- ・ 地域別にみると、東北では若干重視度が低い
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い重視度も高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 78.2%、ターゲット予備層では同じく 81.8%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-4 買物をする際の重視点

Q7_1：添加物，着色料が入っていない

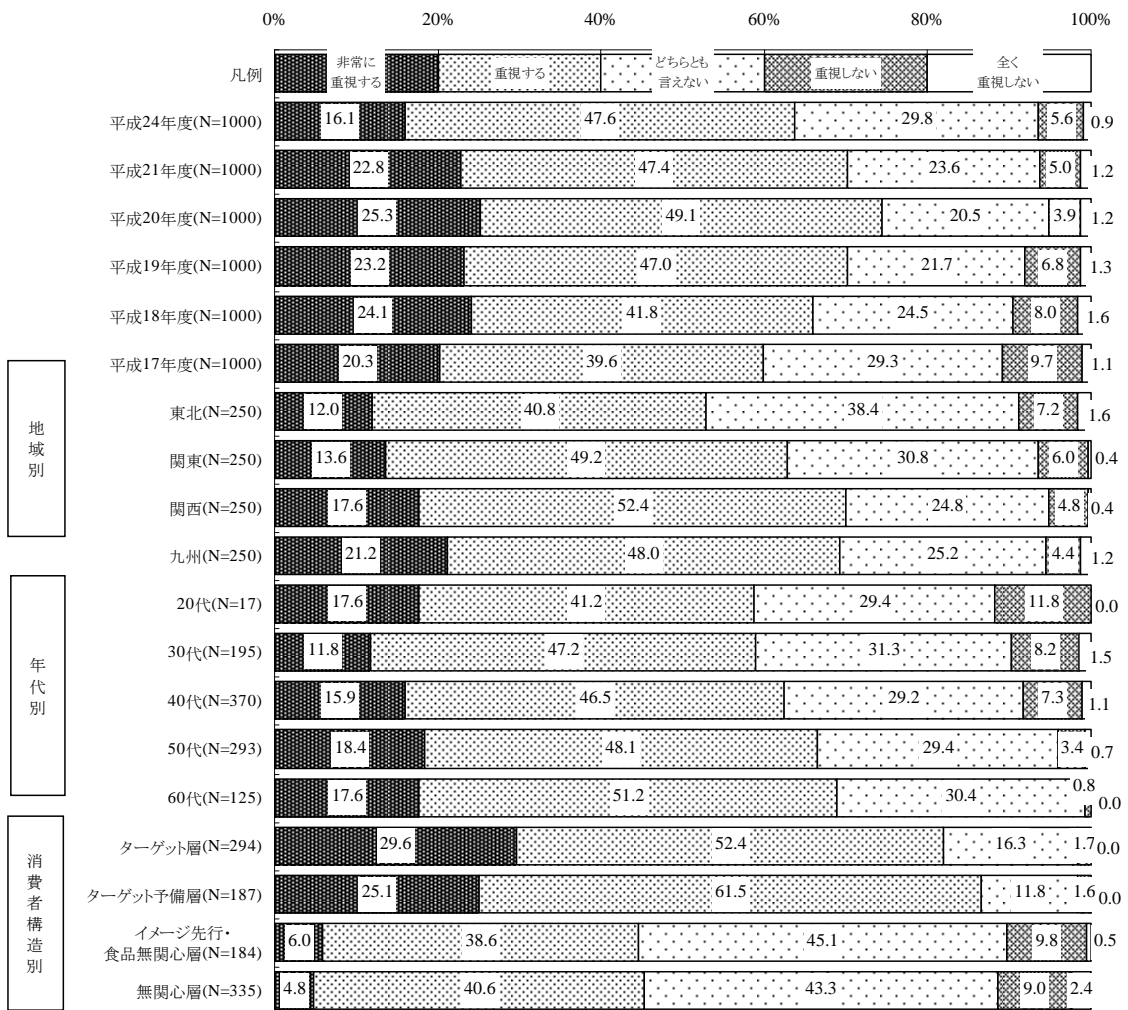


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 63.7%
- ・ 地域別にみると、東北では重視度が若干低い傾向
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い重視度も高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 82.0%、ターゲット予備層では同じく 86.6%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-5 買物をする際の重視点

Q7_2：国産品である（輸入品でない）

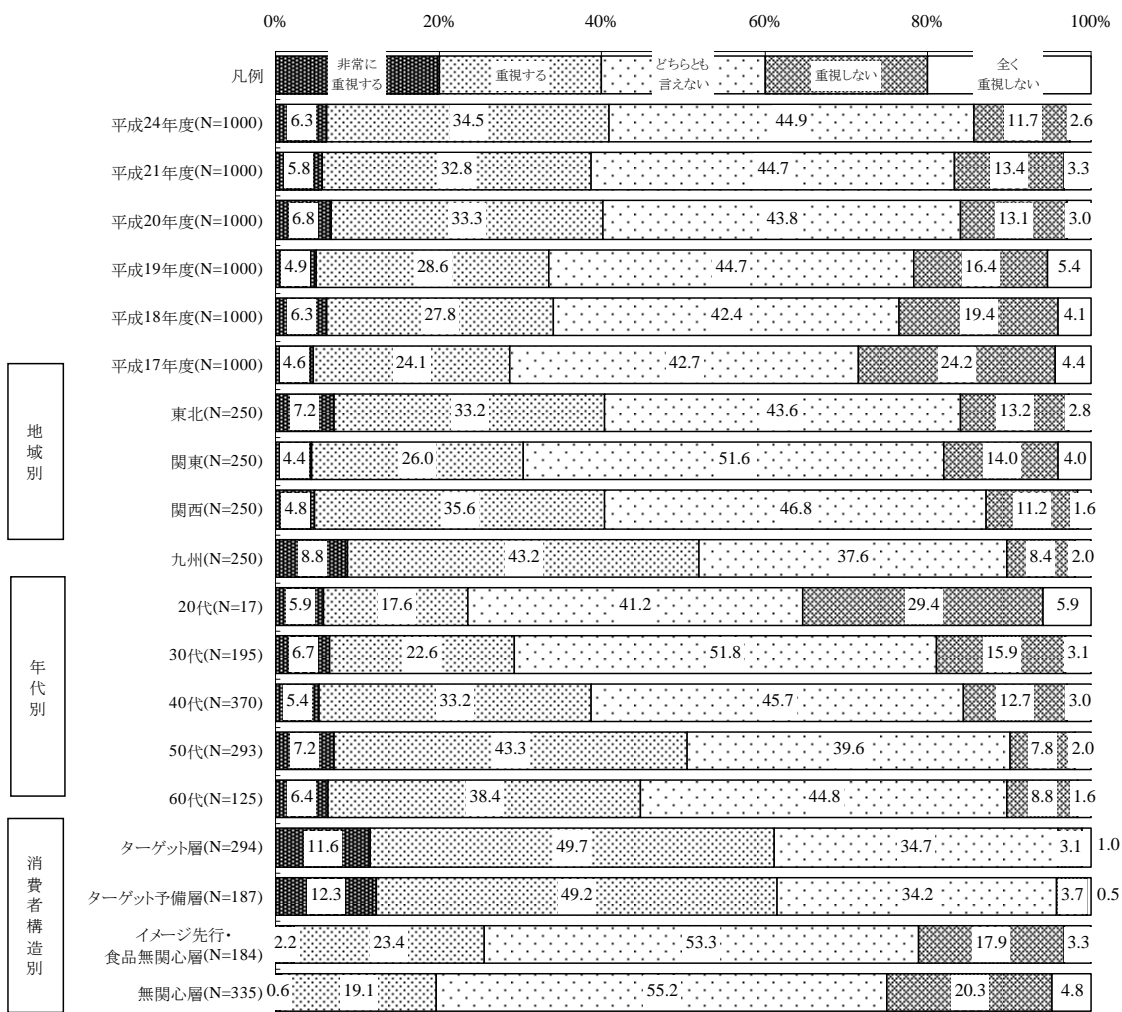


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 40.8%
- ・ 地域別にみると、関東では重視度が低く、九州では重視度が高い
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が高くなるに従い重視度も高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 61.3%、ターゲット予備層では同じく 61.5%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-6 買物をする際の重視点

Q7_3：地元産である

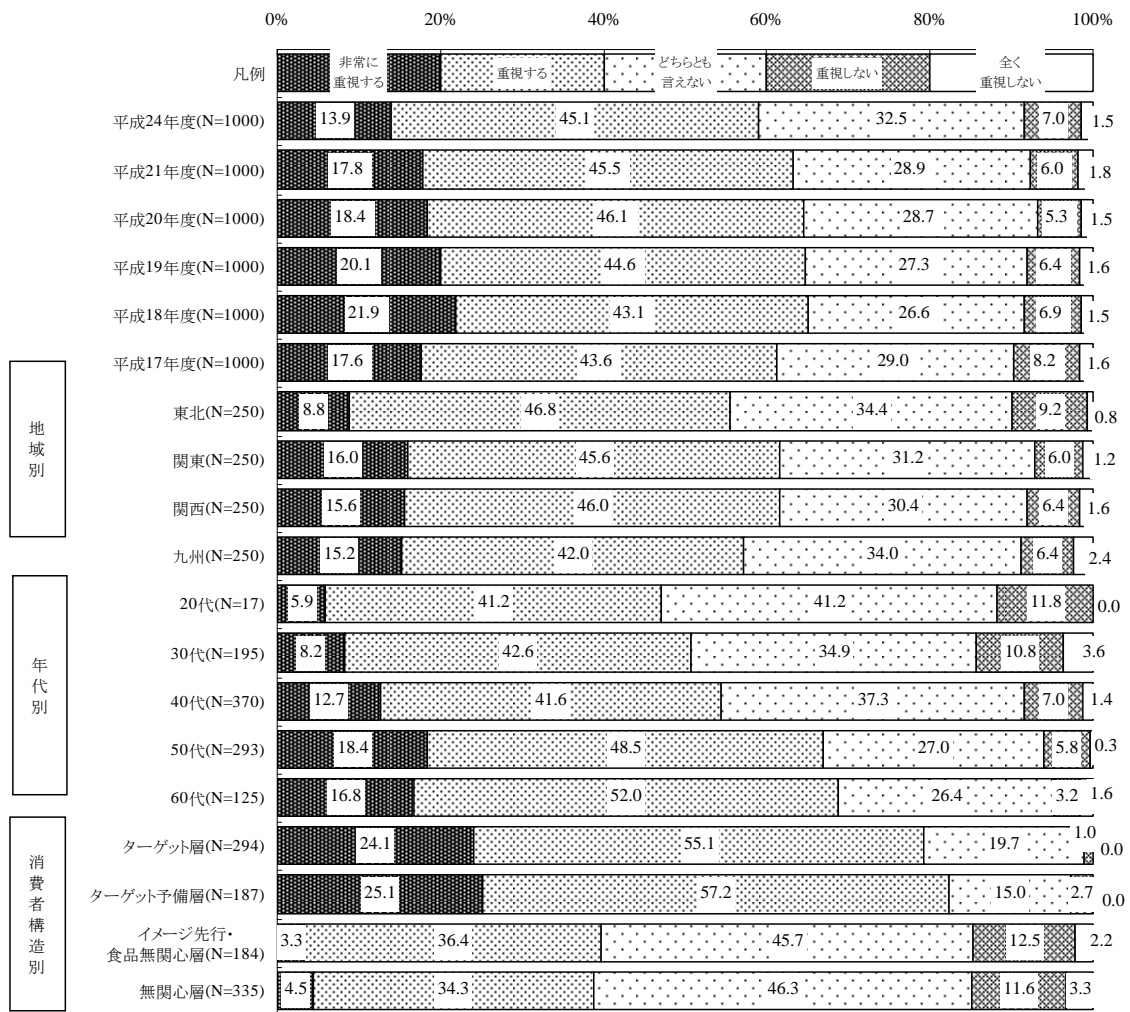


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 59.0%
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が高くなるに従い重視度も高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 79.2%、ターゲット予備層では同じく 82.3%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-7 買物をする際の重視点

Q7_4：遺伝子組み換え作物ではない

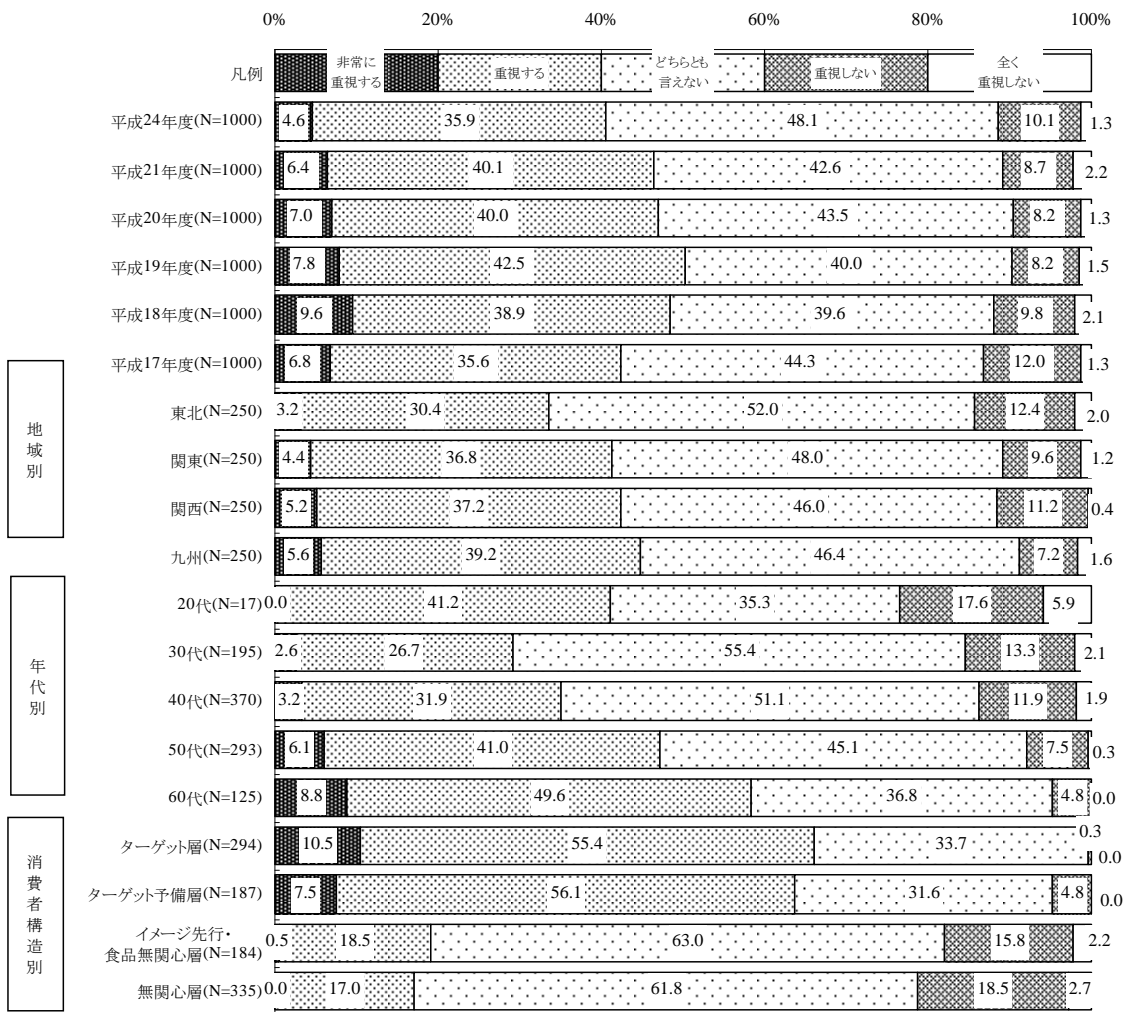


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 40.5%
- ・ 年代別にみると、50代と60代で重視度が高い
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 65.9%、ターゲット予備層では同じく 63.6%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-8 買物をする際の重視点

Q7_5：有機，無農薬，減農薬である

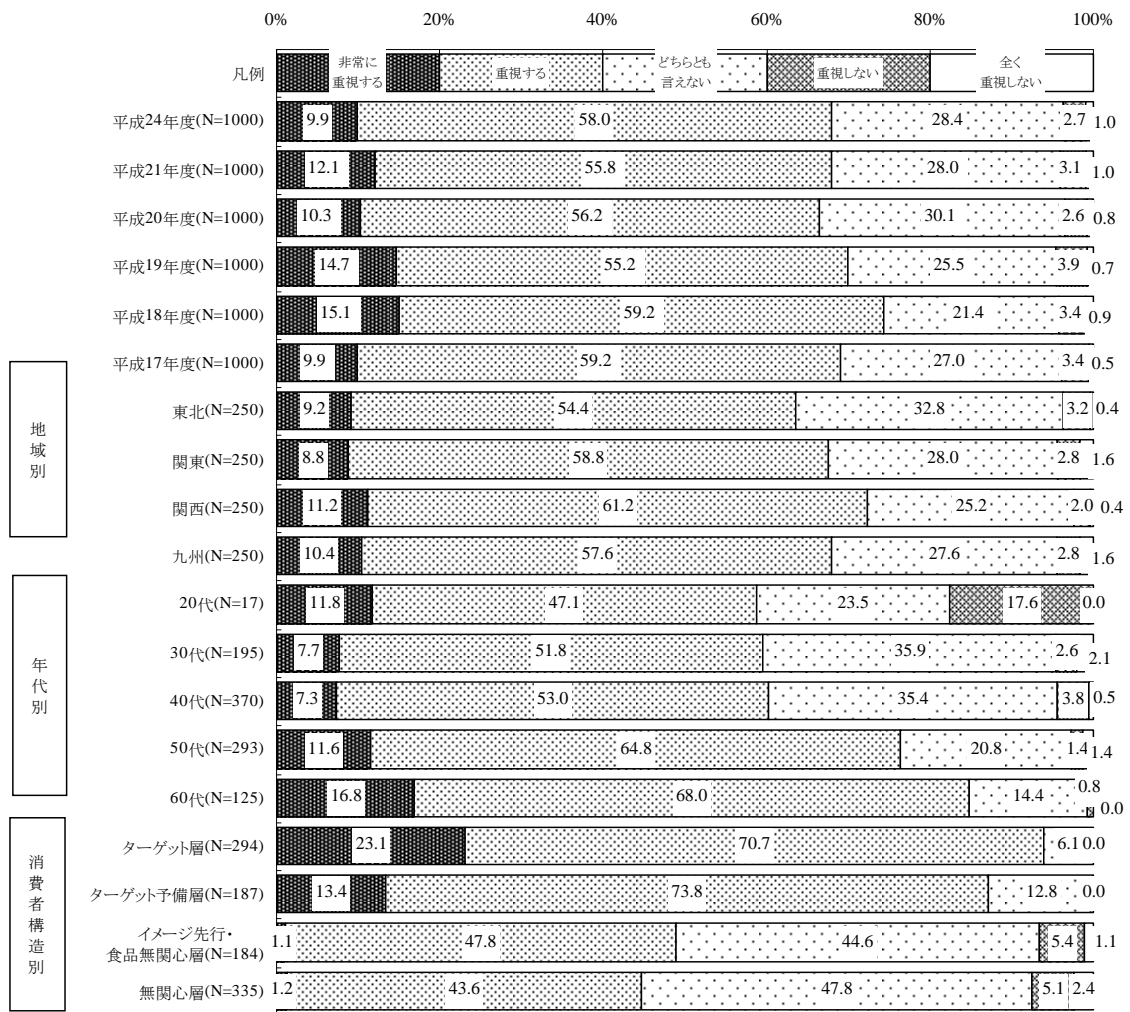


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 67.9%
- ・ 年代別にみると、50代と60代で重視度が高い
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 93.8%、ターゲット予備層では同じく 87.2%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-9 買物をする際の重視点

Q7_6：健康に良い食品である

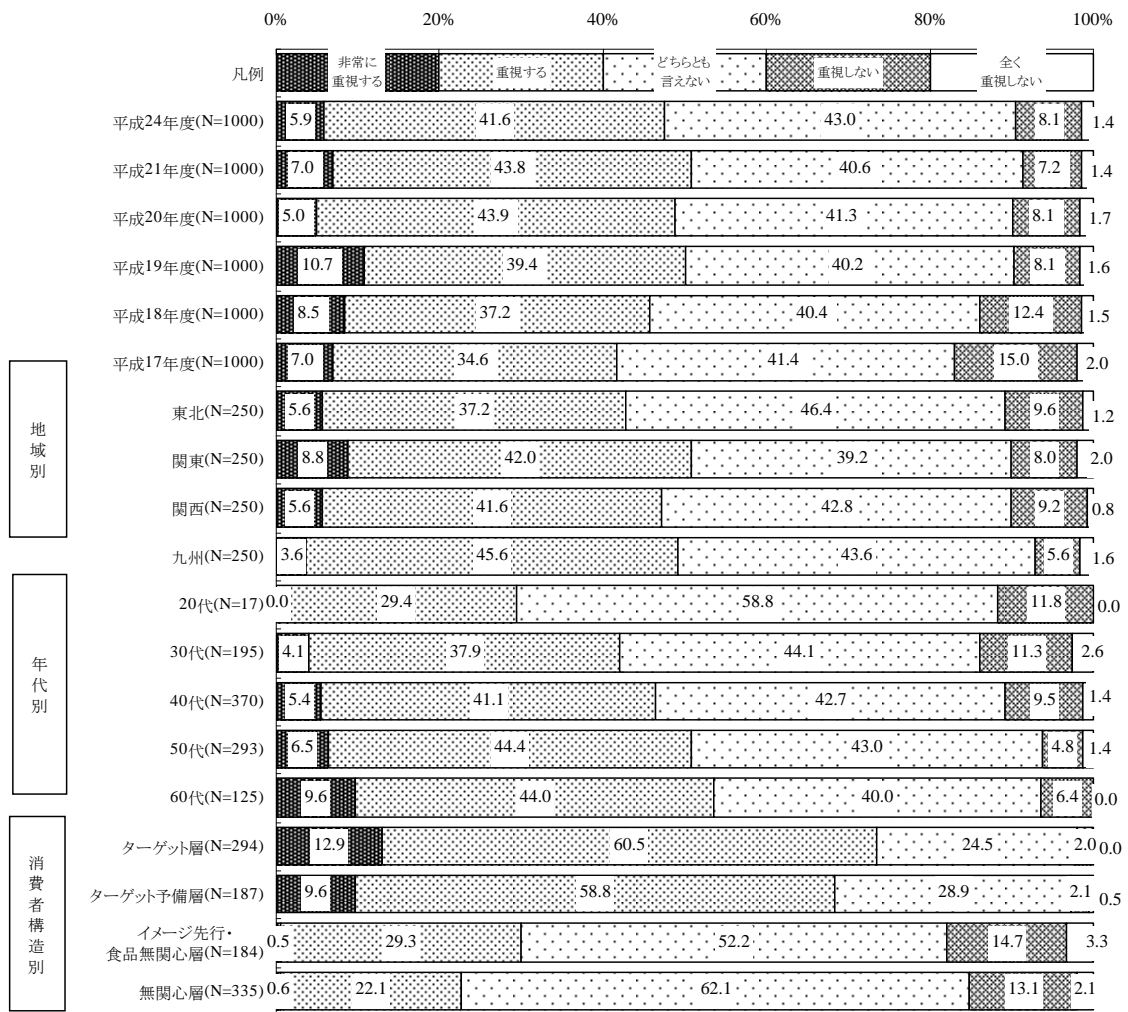


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて47.5%
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が高くなるに従い重視度も高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が73.4%、ターゲット予備層では同じく68.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-10 買物をする際の重視点

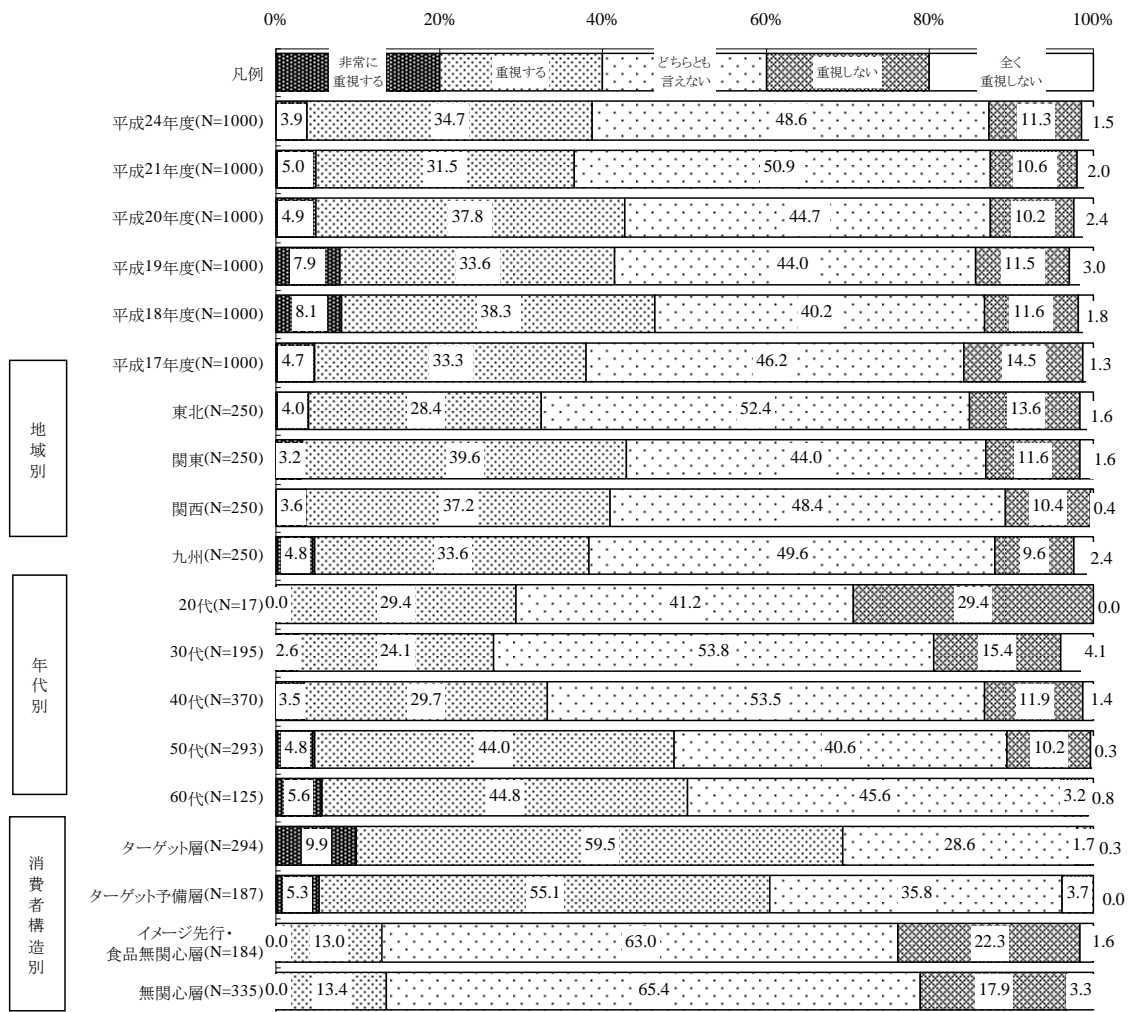
Q7_7：商品情報（カロリー・糖度・成分・調理方法等）の説明がある



Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 38.6%
- ・ 年代別にみると、50代と60代で重視度が高い
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 69.4%、ターゲット予備層では同じく 60.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-11 買物をする際の重視点
Q7_8: 信頼できるマーク（認証）が付いている

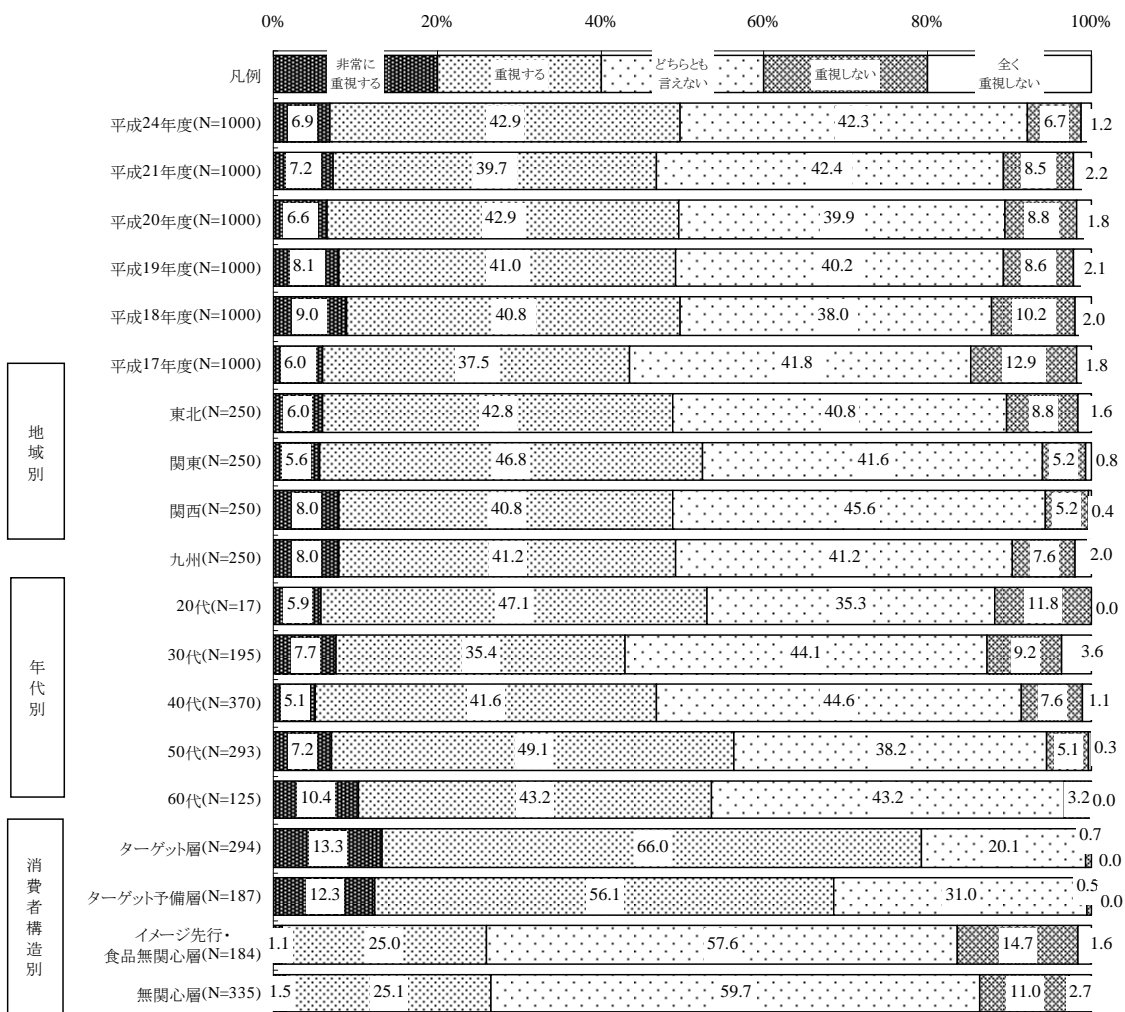


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 49.8%
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 79.3%、ターゲット予備層では同じく 68.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-12 買物をする際の重視点

Q7_9：産地や生産者情報が付いている

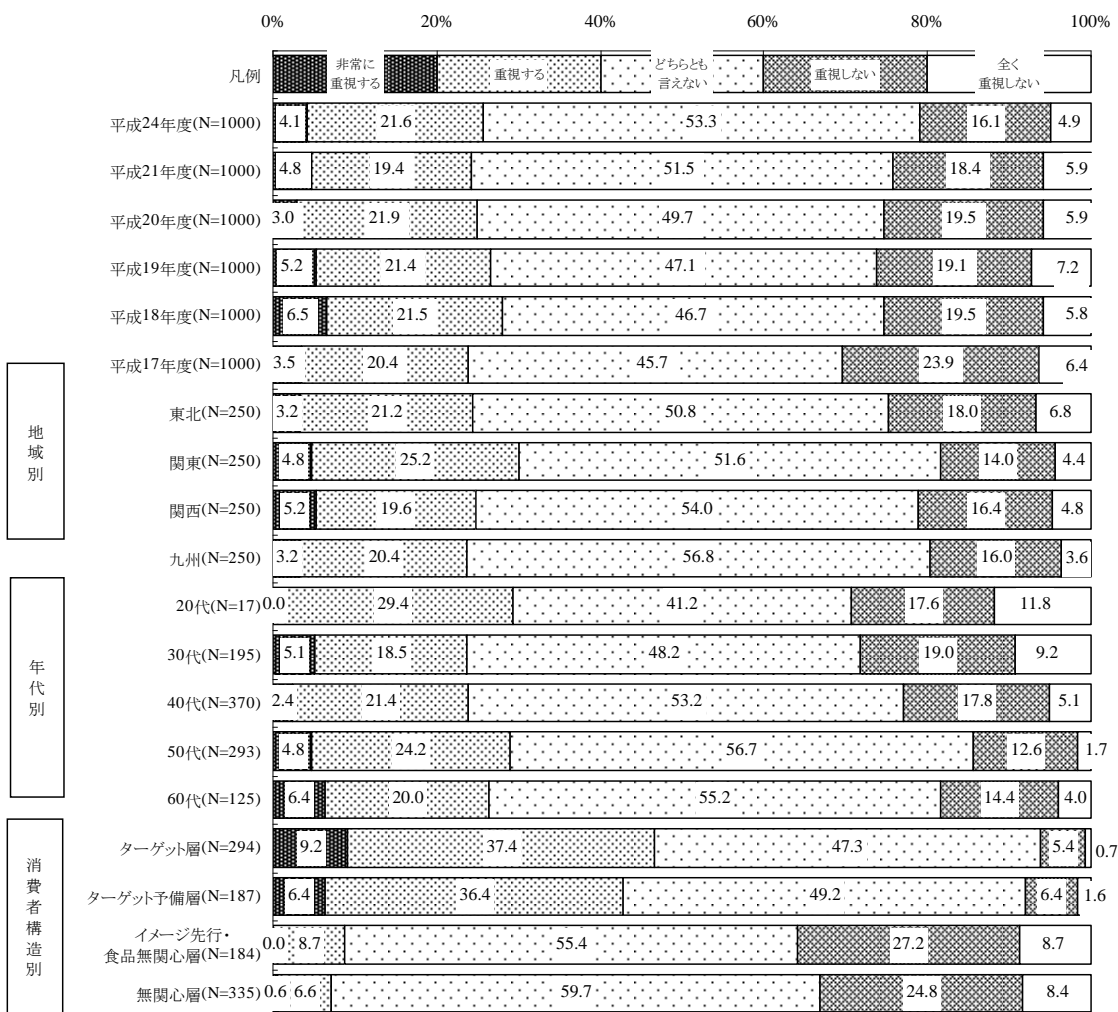


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 25.7%
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 46.6%、ターゲット予備層では同じく 42.8%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-13 買物をする際の重視点

Q7_10 : アレルギー物質の表示がある

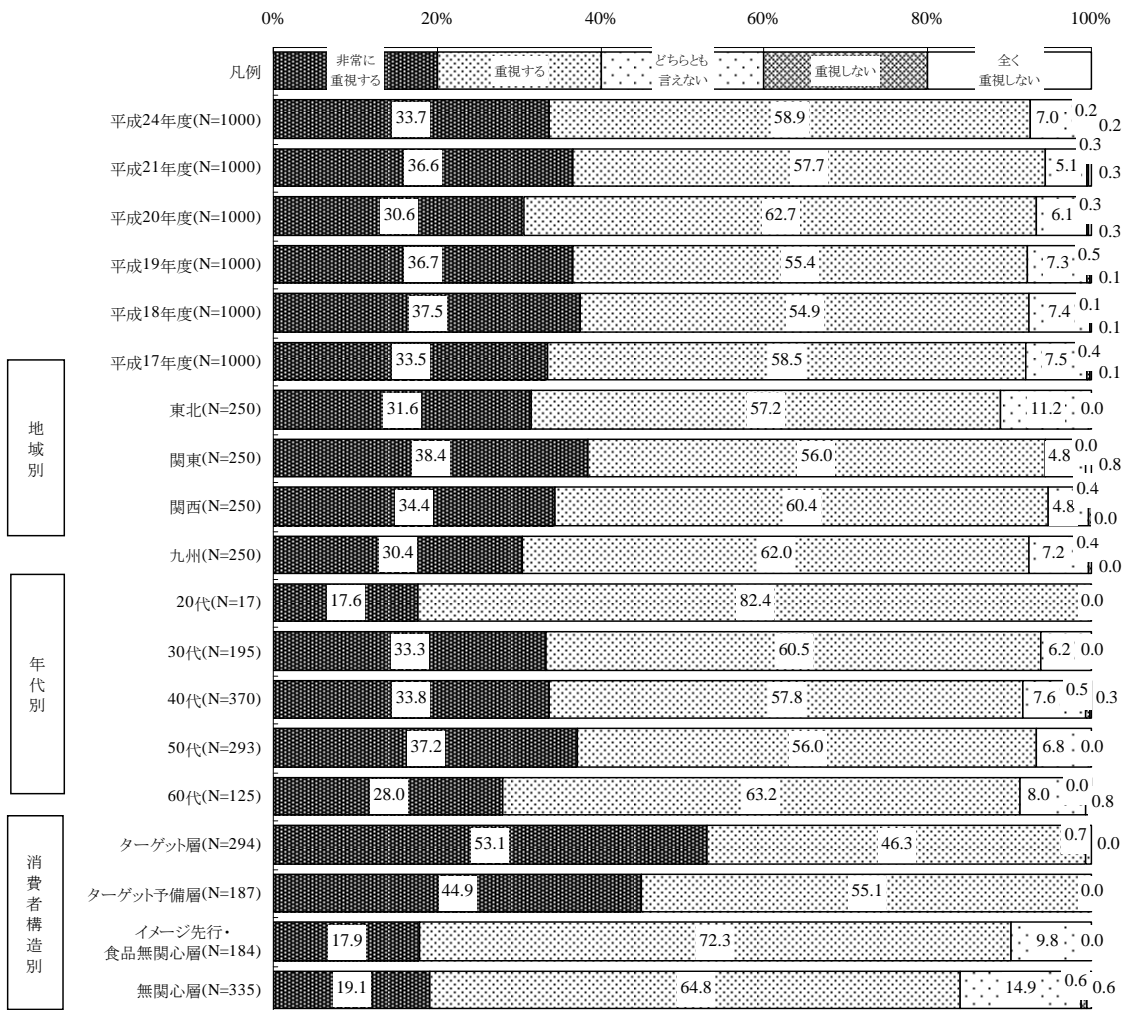


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 92.6%
- ・ ターゲット層およびターゲット予備層では、「非常に重視する」が多い

図表 IV-14 買物をする際の重視点

Q7_11：味がよい

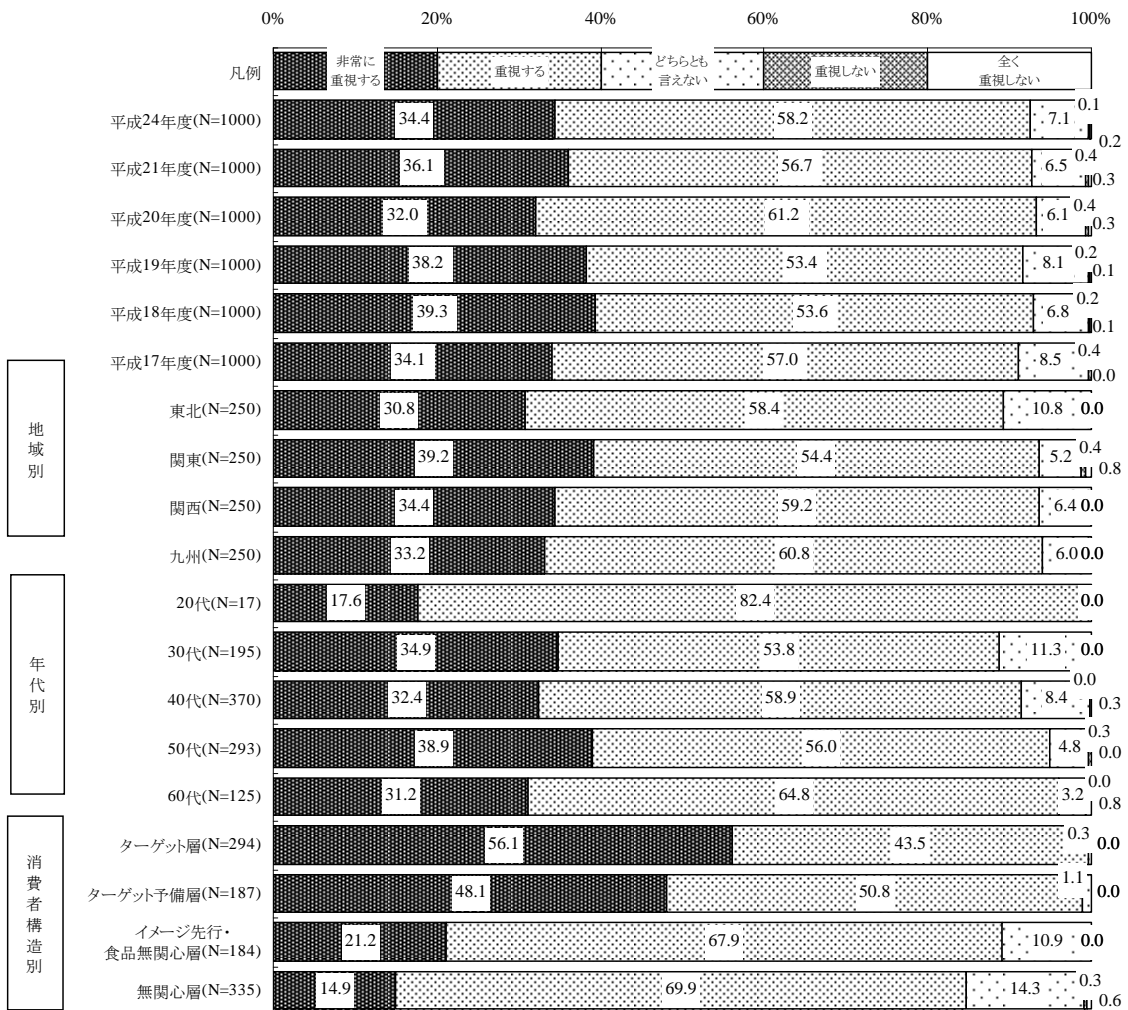


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 92.6%
- ・ ターゲット層およびターゲット予備層では、「非常に重視する」が多い

図表 IV-15 買物をする際の重視点

Q7_12：品質がよい

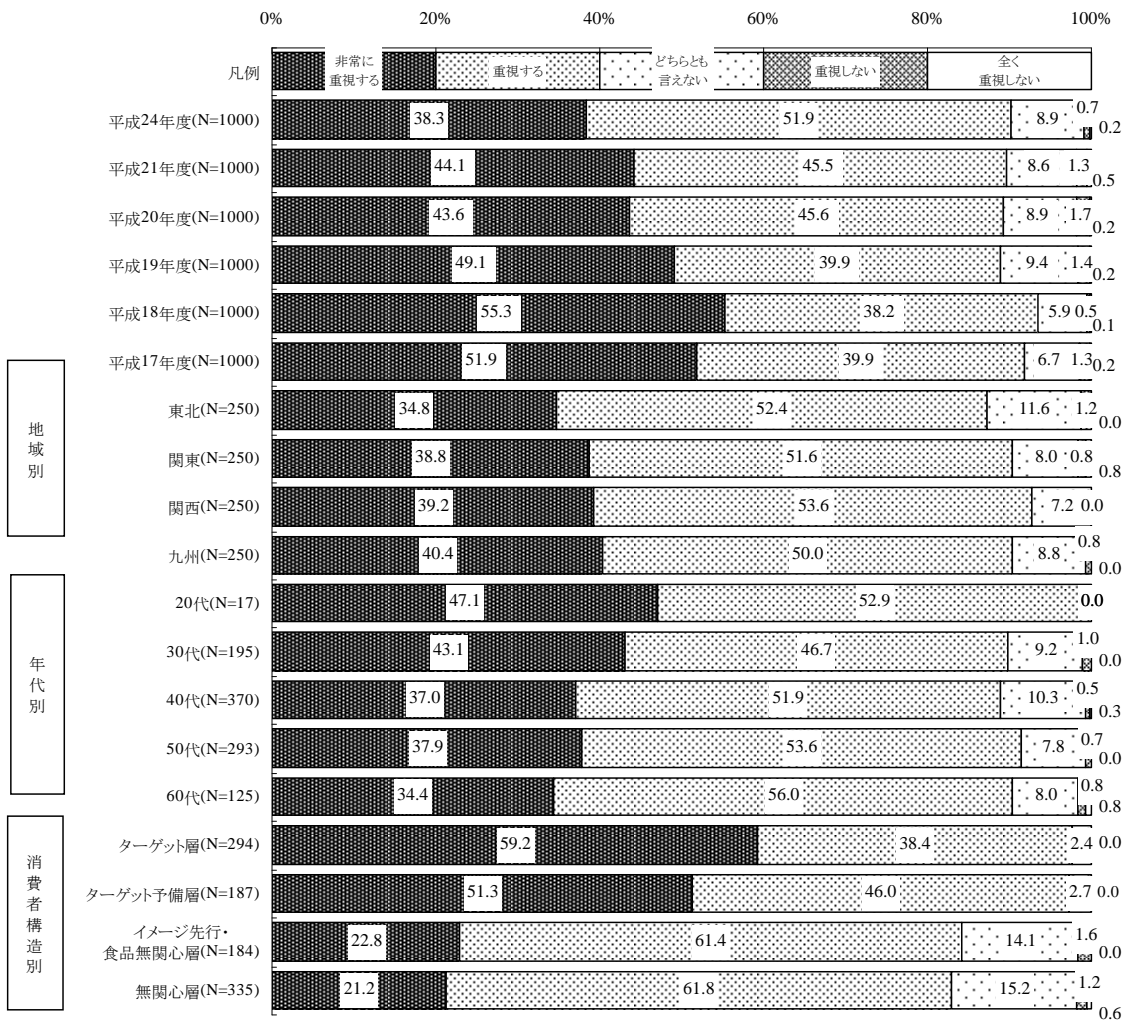


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 90.2%
- ・ 年代別にみると、「非常に重視する」割合は、概ね年齢が若いほど高まる傾向
- ・ ターゲット層およびターゲット予備層では、「非常に重視する」が多い

図表 IV-16 買物をする際の重視点

Q7_13：製造日や賞味期限が新しい（新鮮である）

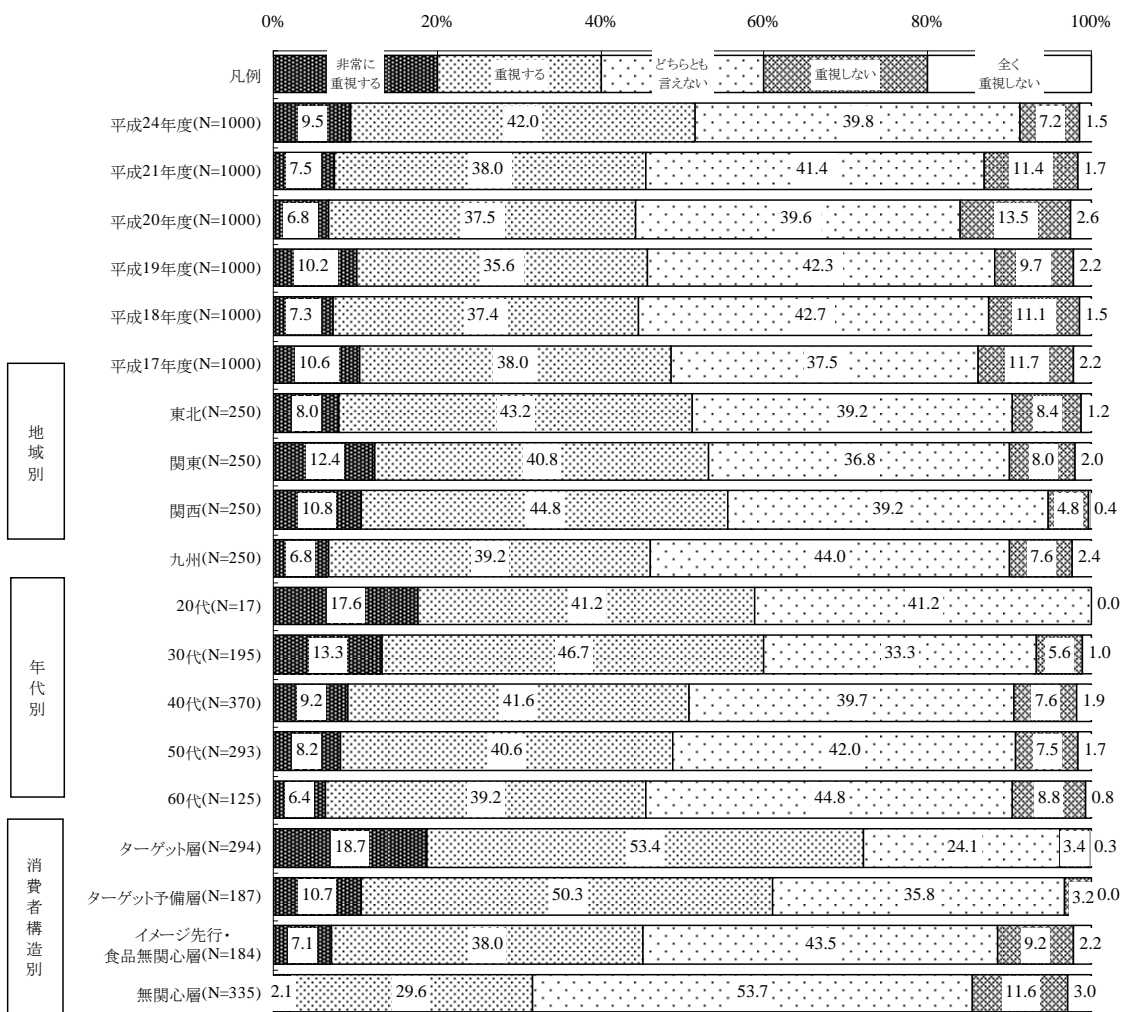


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて51.5%
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が若いほど重視度が高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が72.1%、ターゲット予備層では同じく61.0%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-17 買物をする際の重視点

Q7_14：見た目（色，形，デザイン等）が良い

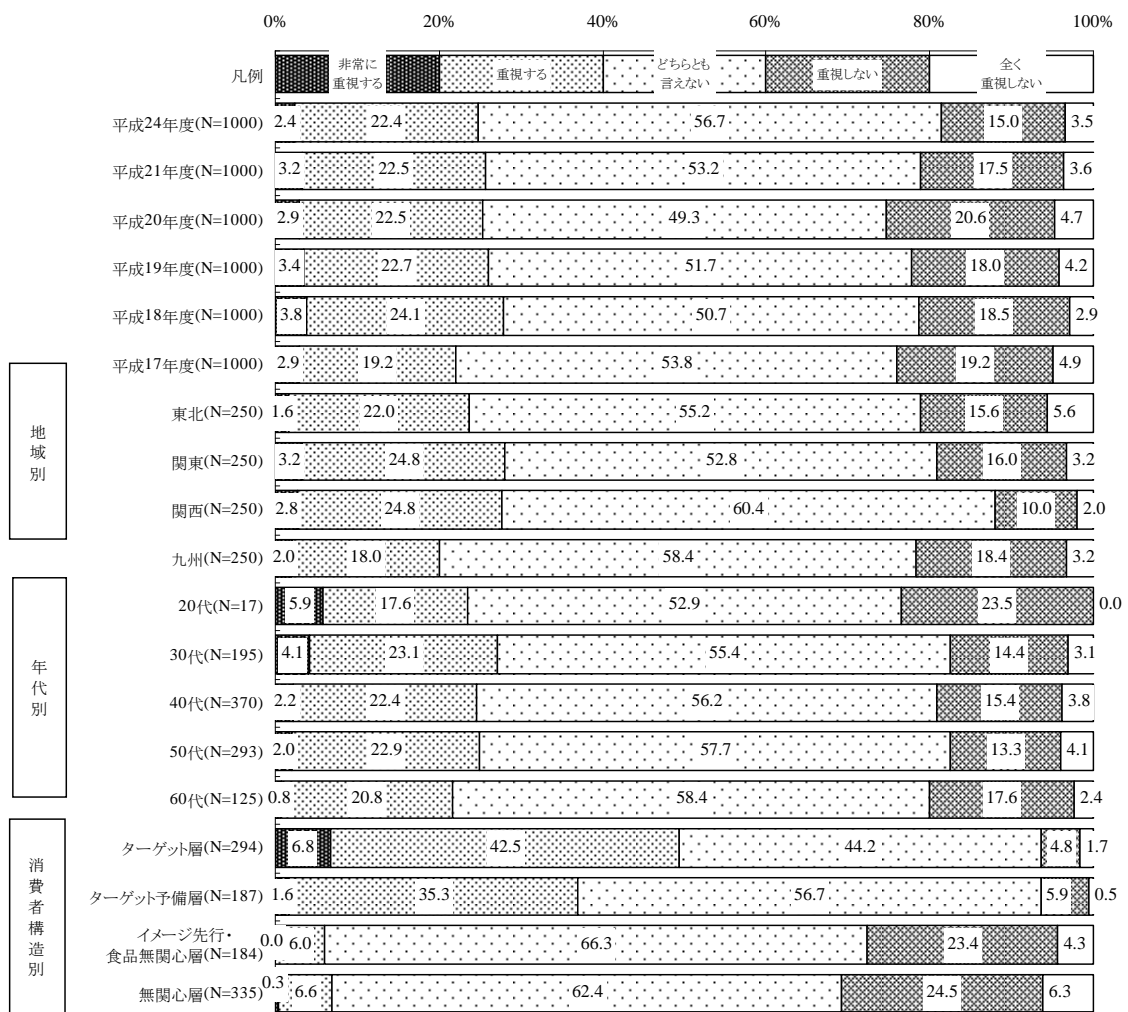


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 24.8%
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 49.3%、ターゲット予備層では同じく 36.9%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-18 買物をする際の重視点

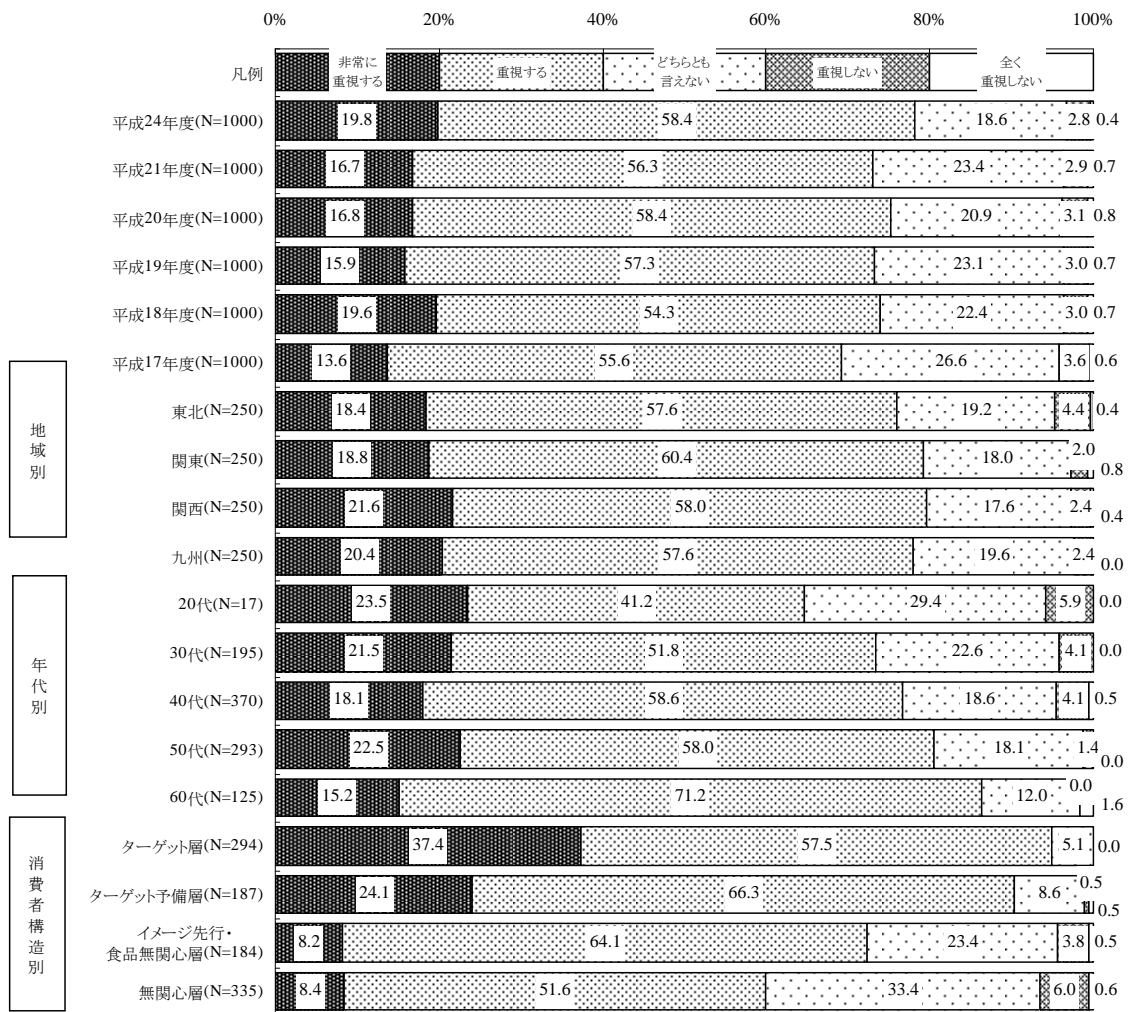
Q7_15 : ブランド・有名産地である



Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 78.2%
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い重視度も高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 94.9%、ターゲット予備層では同じく 90.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-19 買物をする際の重視点
Q7_16：季節感がある（旬のものである）

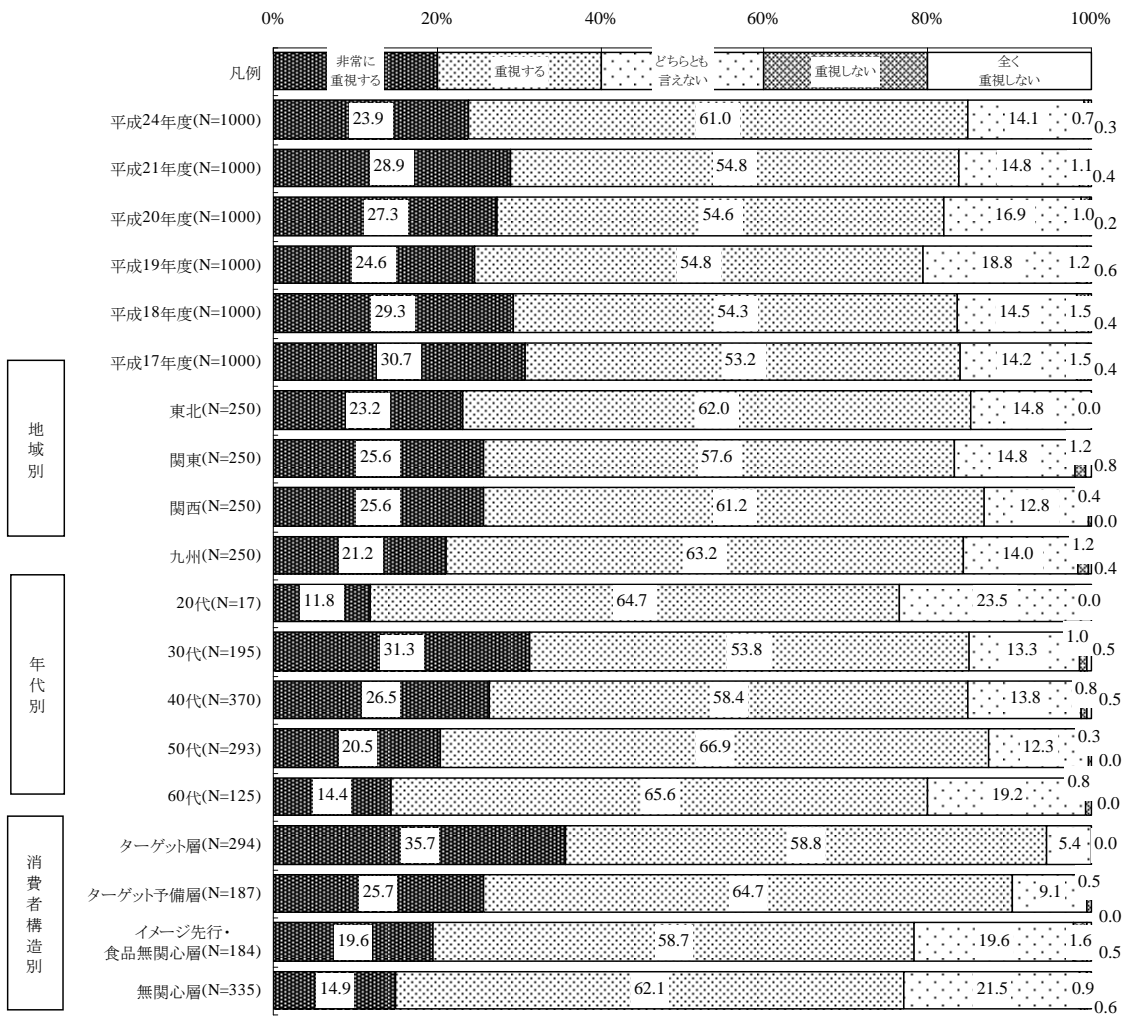


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 84.9%
- ・ 年代別にみると、30代で「非常に重視する」が 31.3%と高い
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」が 35.7%と高い

図表 IV-20 買物をする際の重視点

Q7_17：値頃感がある

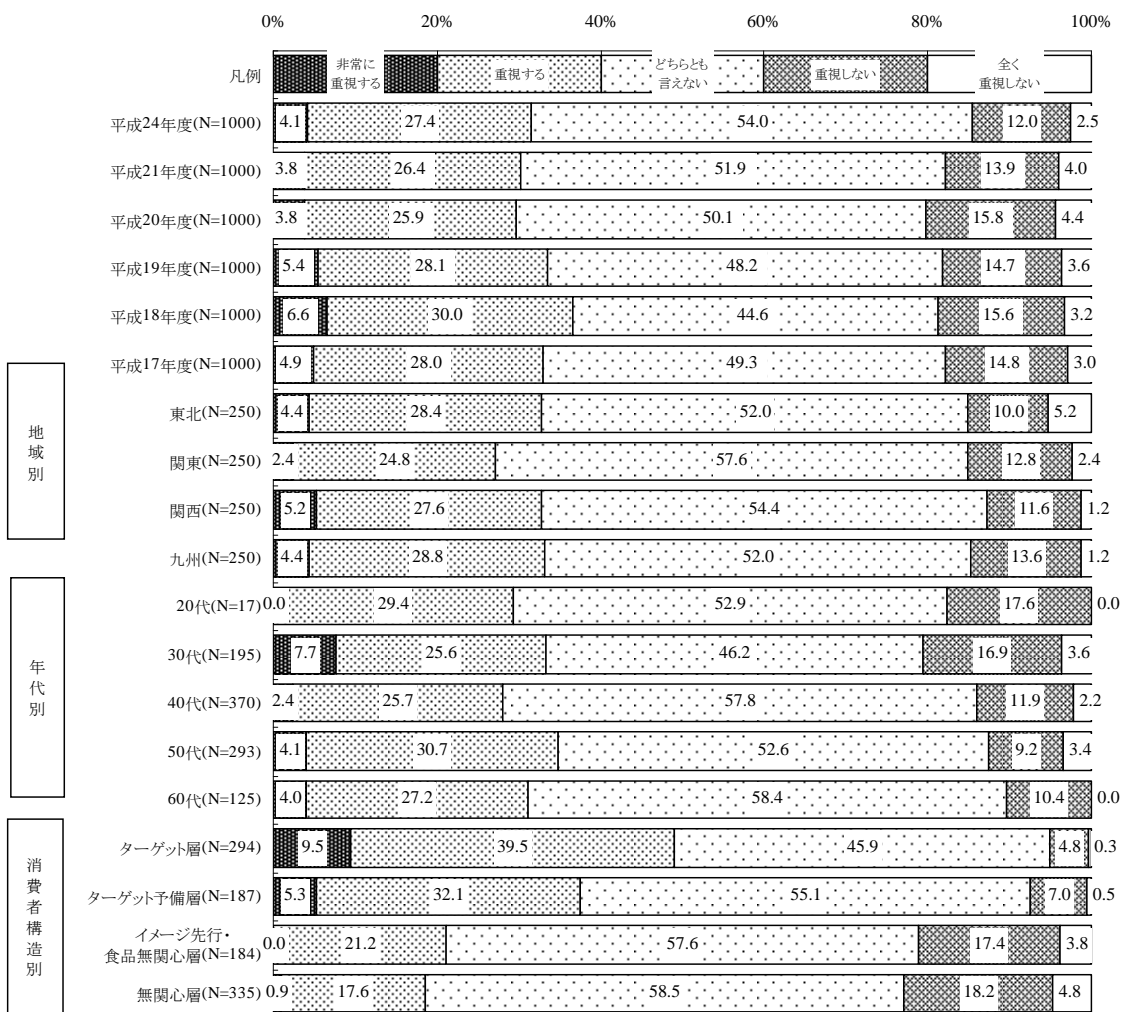


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 31.5%
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 49.0%、ターゲット予備層では同じく 37.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-21 買物をする際の重視点

Q7_18：小分け包装である

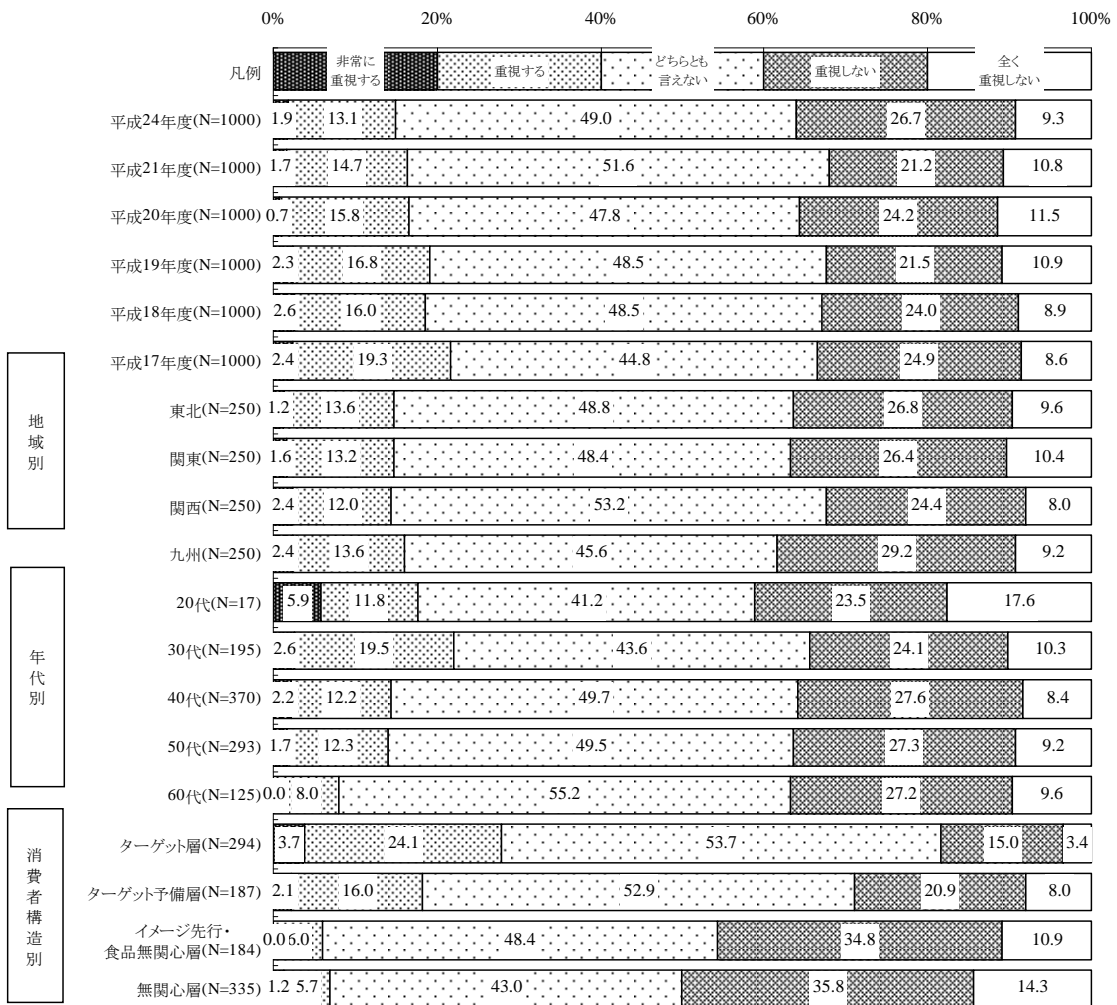


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて15.0%
- ・ 年代別にみると、20代、30代で重視度が若干高い傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が27.8%、ターゲット予備層では同じく18.1%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-22 買物をする際の重視点

Q7_19：テレビ番組や雑誌等で紹介されていた

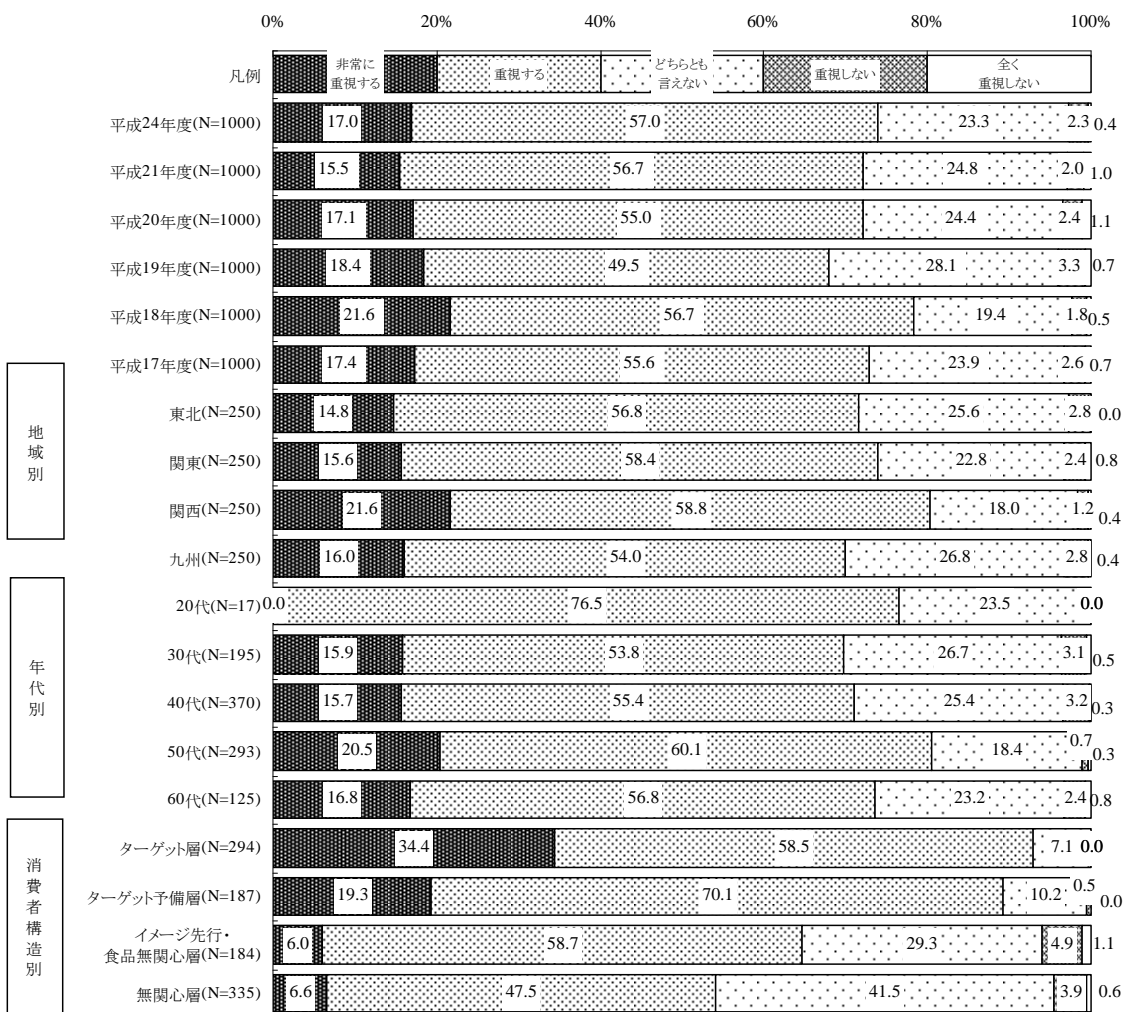


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 74.0%
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 92.9%、ターゲット予備層では同じく 89.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-23 買物をする際の重視点

Q7_20：買う店が信頼できる

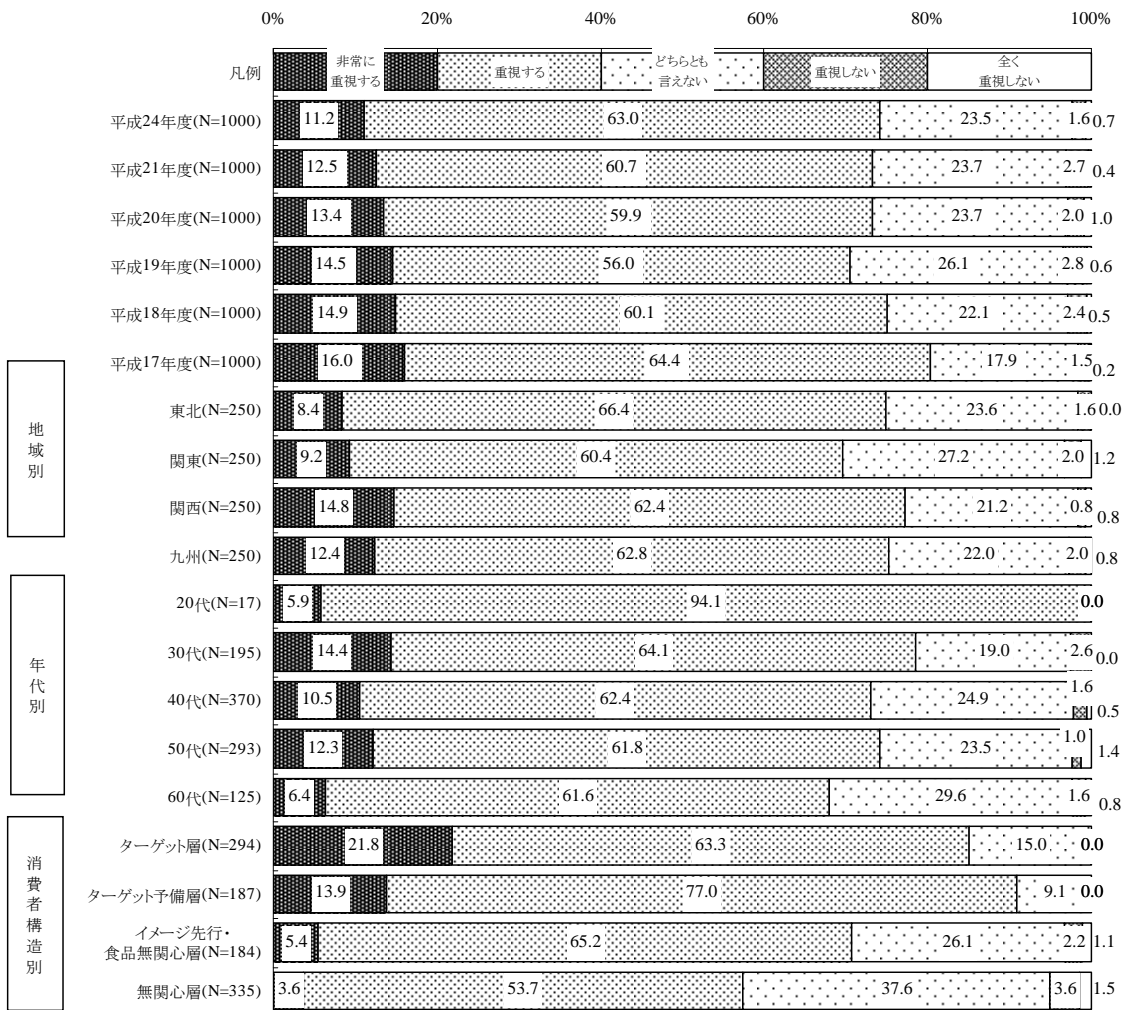


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 74.2%
- ・ 年代別にみると、年齢が若いほど重視度が高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 85.1%、ターゲット予備層では同じく 90.9%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-24 買物をする際の重視点

Q7_21：食べなれたものである

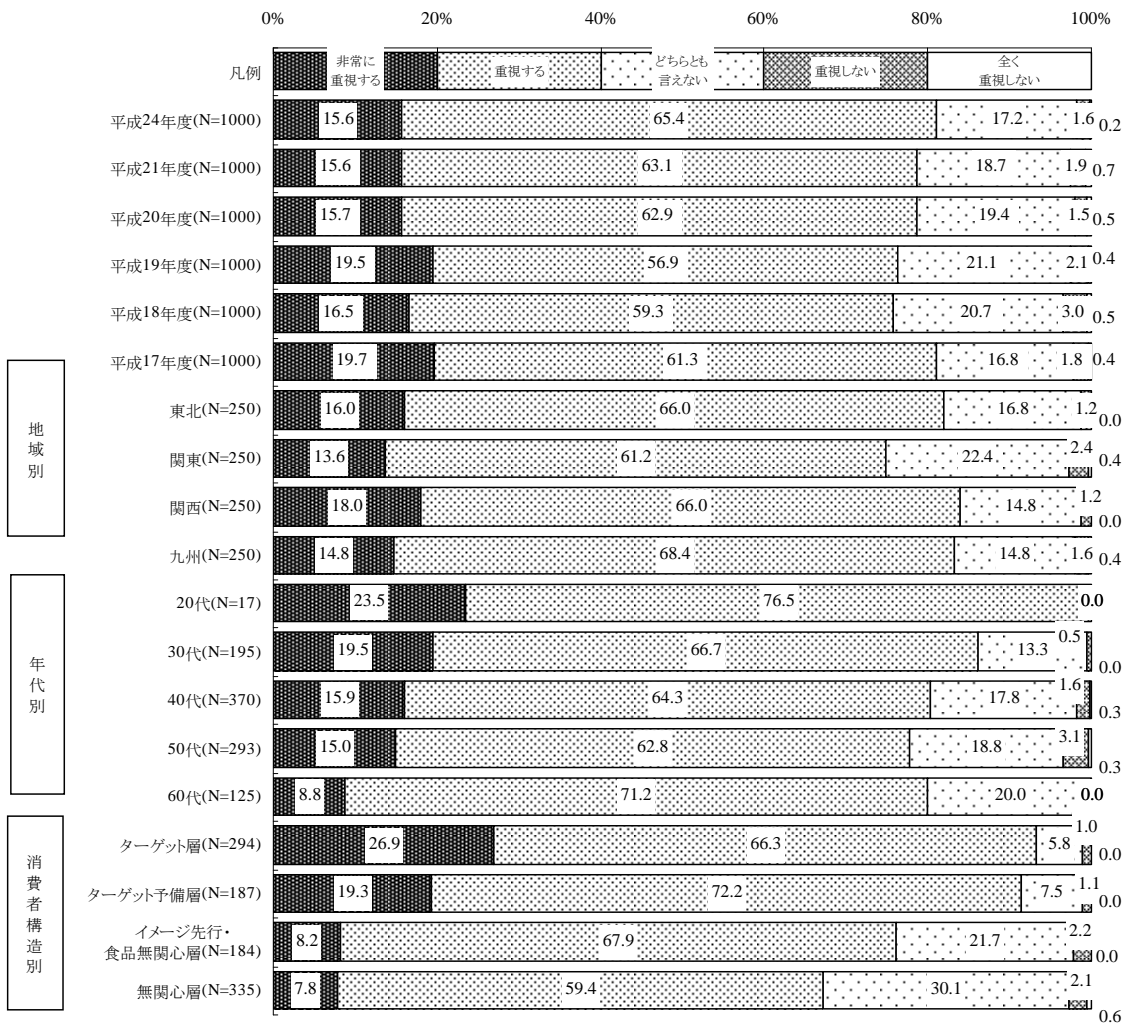


Point

- ・ 全体では、「非常に重視する」「重視する」をあわせて 81.0%
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が若いほど重視度が高まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に重視する」「重視する」の合計が 93.2%、ターゲット予備層では同じく 91.5%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-25 買物をする際の重視点

Q7_22：調理しやすい

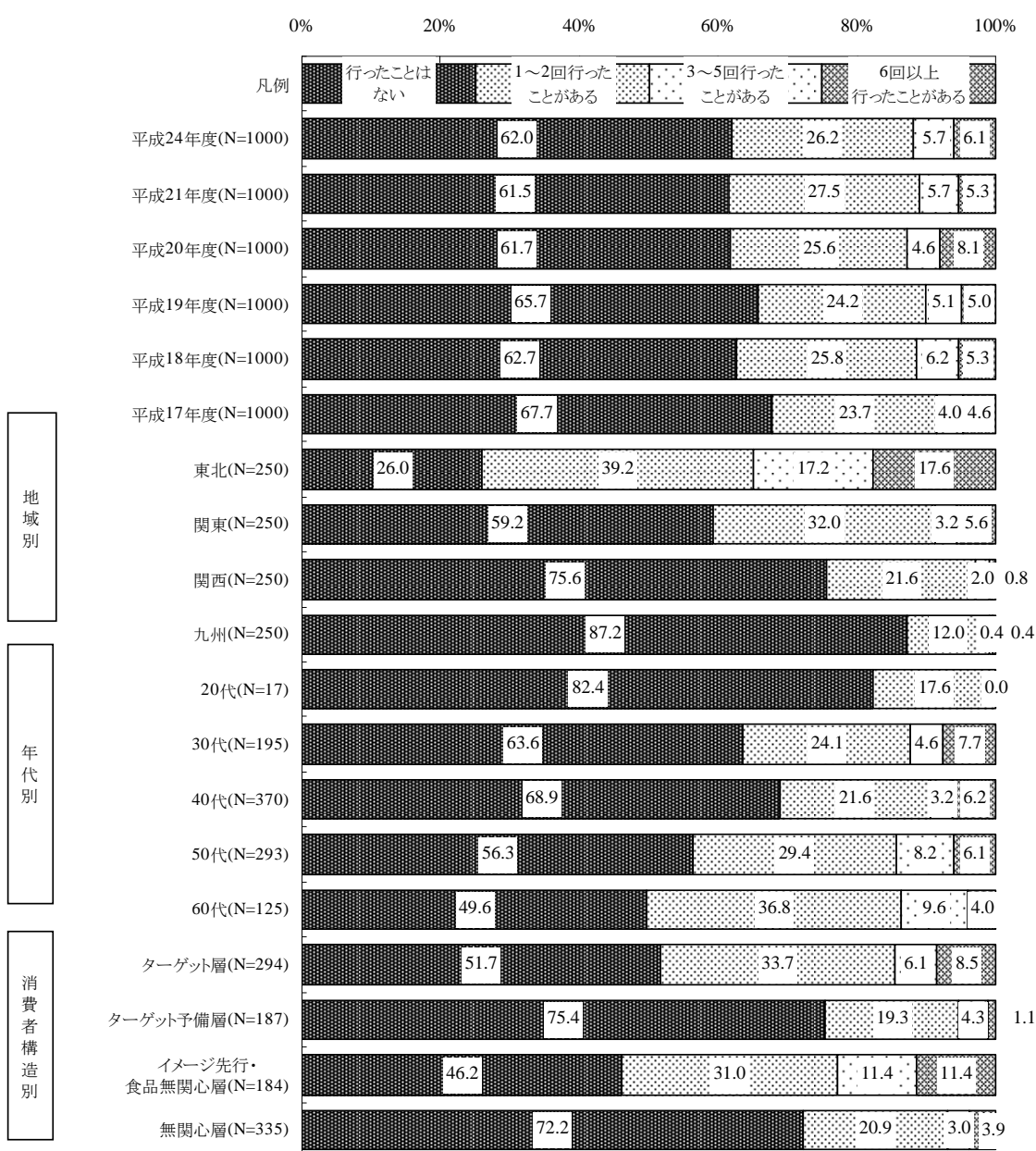


(3) Q8：青森県への訪問経験（単一回答）

Point

- ・ 全体では、「行ったことはない」が62.0%と最も多く、次いで「1～2回行ったことがある」が26.2%
- ・ 地域別にみると、青森から遠い地域ほど訪問経験が無い消費者が多くなる傾向
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が若いほど訪問経験が無い消費者が多い傾向
- ・ ターゲット層とイメージ先行・食品無関心層で訪問経験が多い傾向

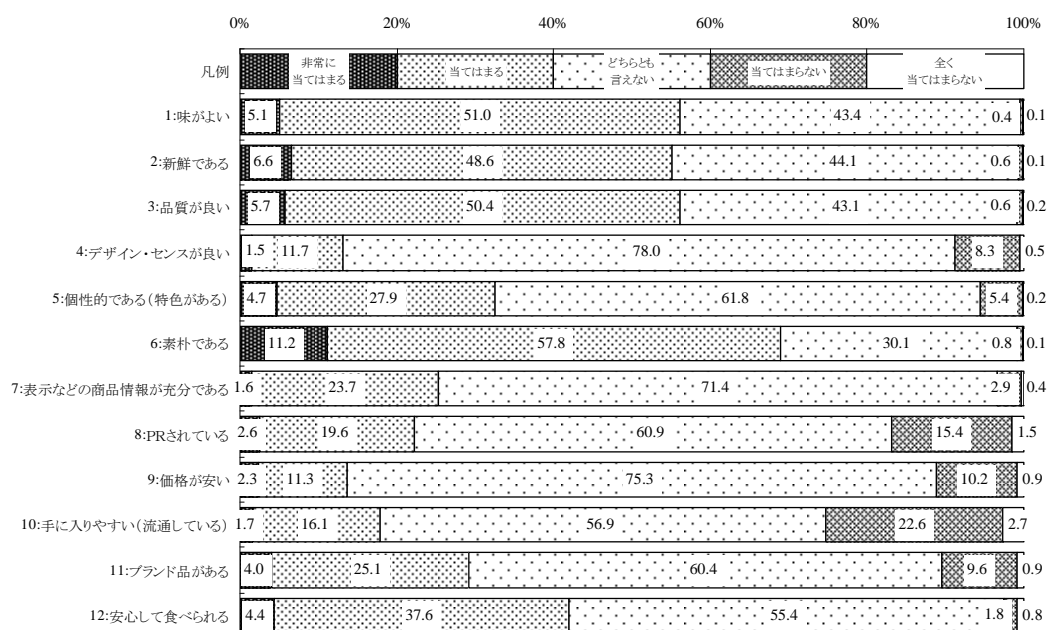
図表 IV-26 青森県への訪問経験



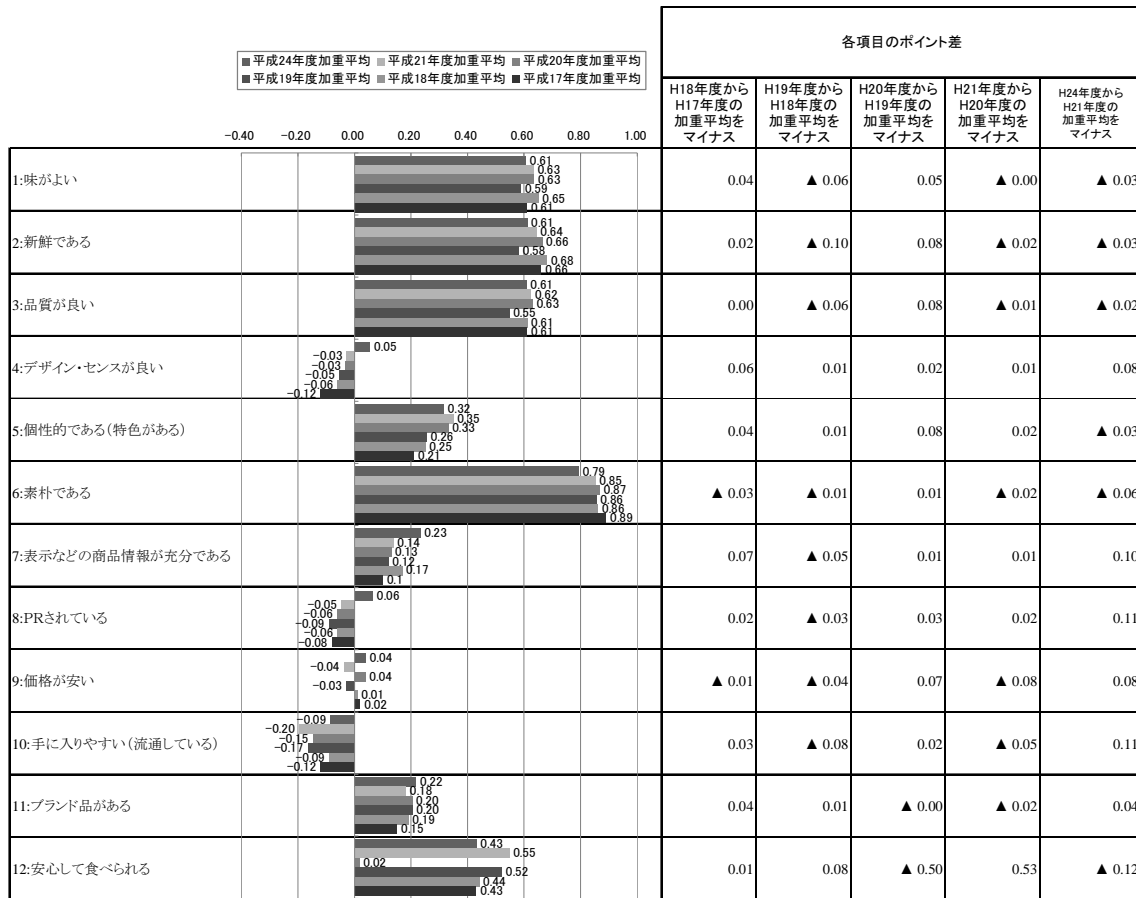
(4) Q9：青森県産品のイメージ（単一回答）

Point	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせると、「素朴である」が 69.0% と最も多く、次いで「味がよい」「品質が良い」が 56.1%、「新鮮である」が 55.2%、「安心して食べられる」が 42.0% ・ 過年度と比較すると、「安心して食べられる」イメージが下降傾向 ・ 「安心して食べられる」で「どちらとも言えない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」回答者の回答理由をみると（IV-3. 参照）、東日本大震災による原子力発電所事故の影響を挙げる回答者が多く見られる
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

図表 IV-27 青森県産品のイメージ



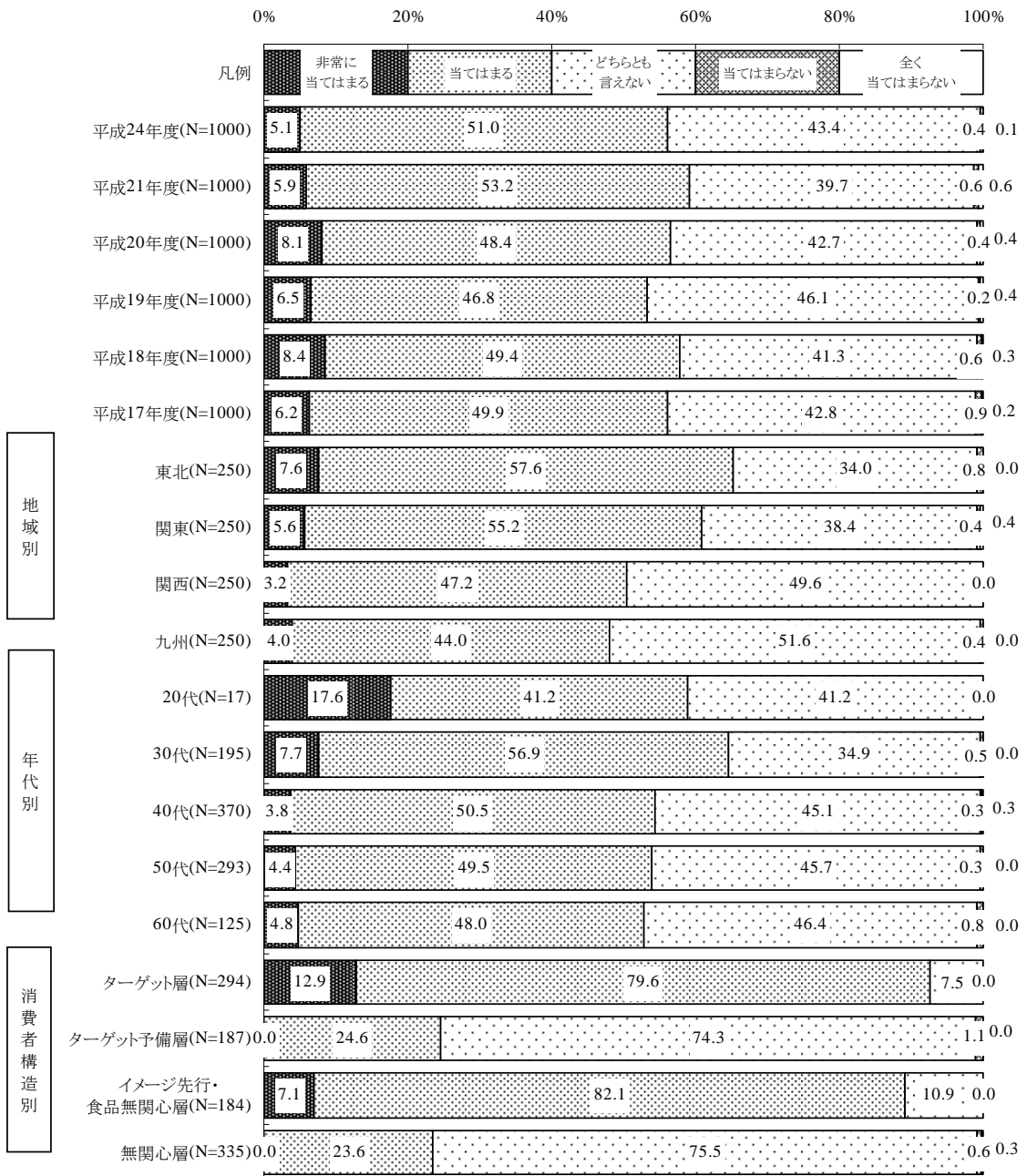
図表 IV-28 青森県産品のイメージの加重平均の推移



Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 56.1%
- ・ 地域別にみると、距離が遠くなるほどイメージは低まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 92.5%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 89.2%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-29 青森県産品のイメージ
Q9_1：味がよい

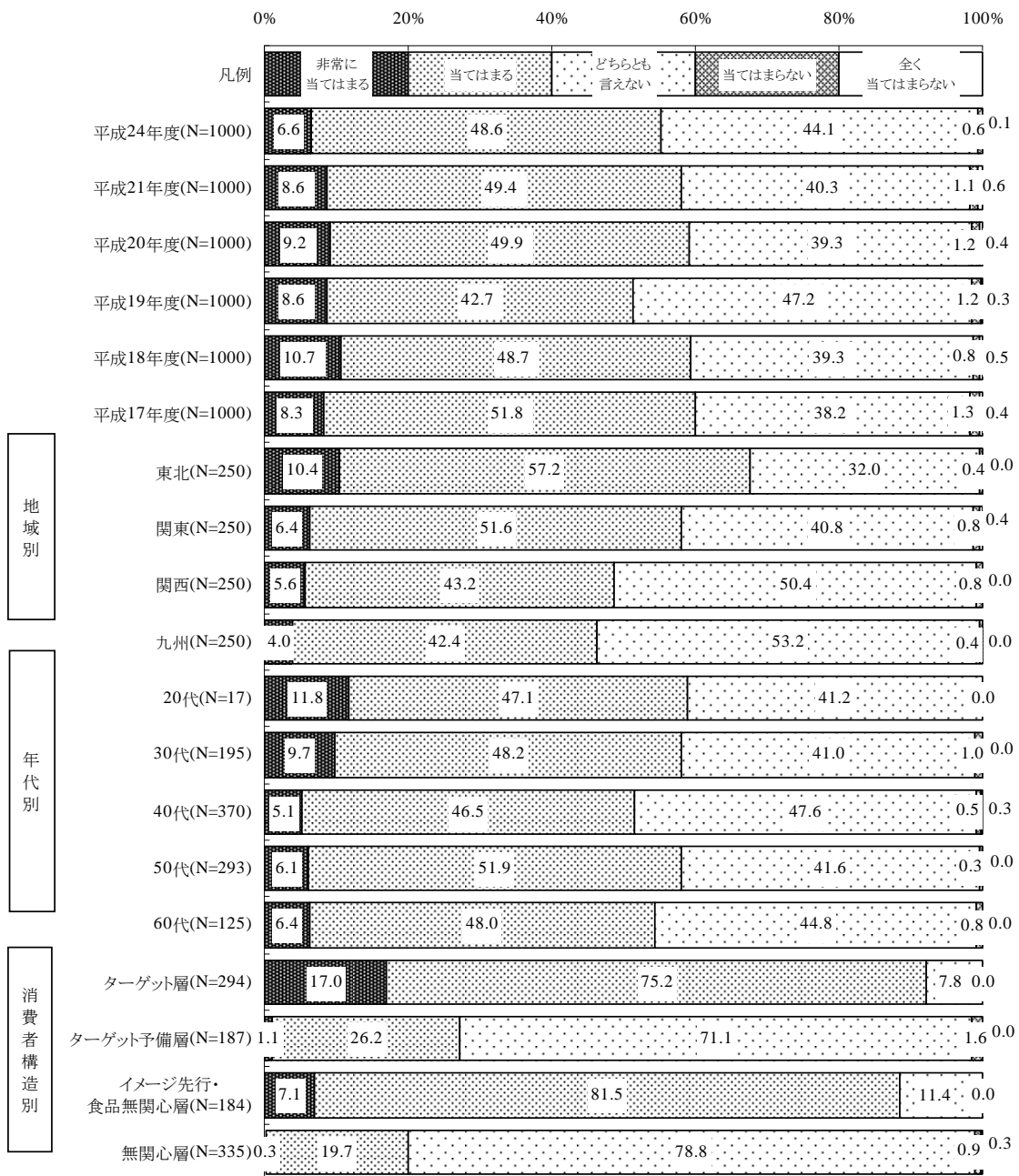


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 55.2%
- ・ 地域別にみると、距離が遠くなるほどイメージは低まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 92.2%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 88.6%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-30 青森県産品のイメージ

Q9_2：新鮮である

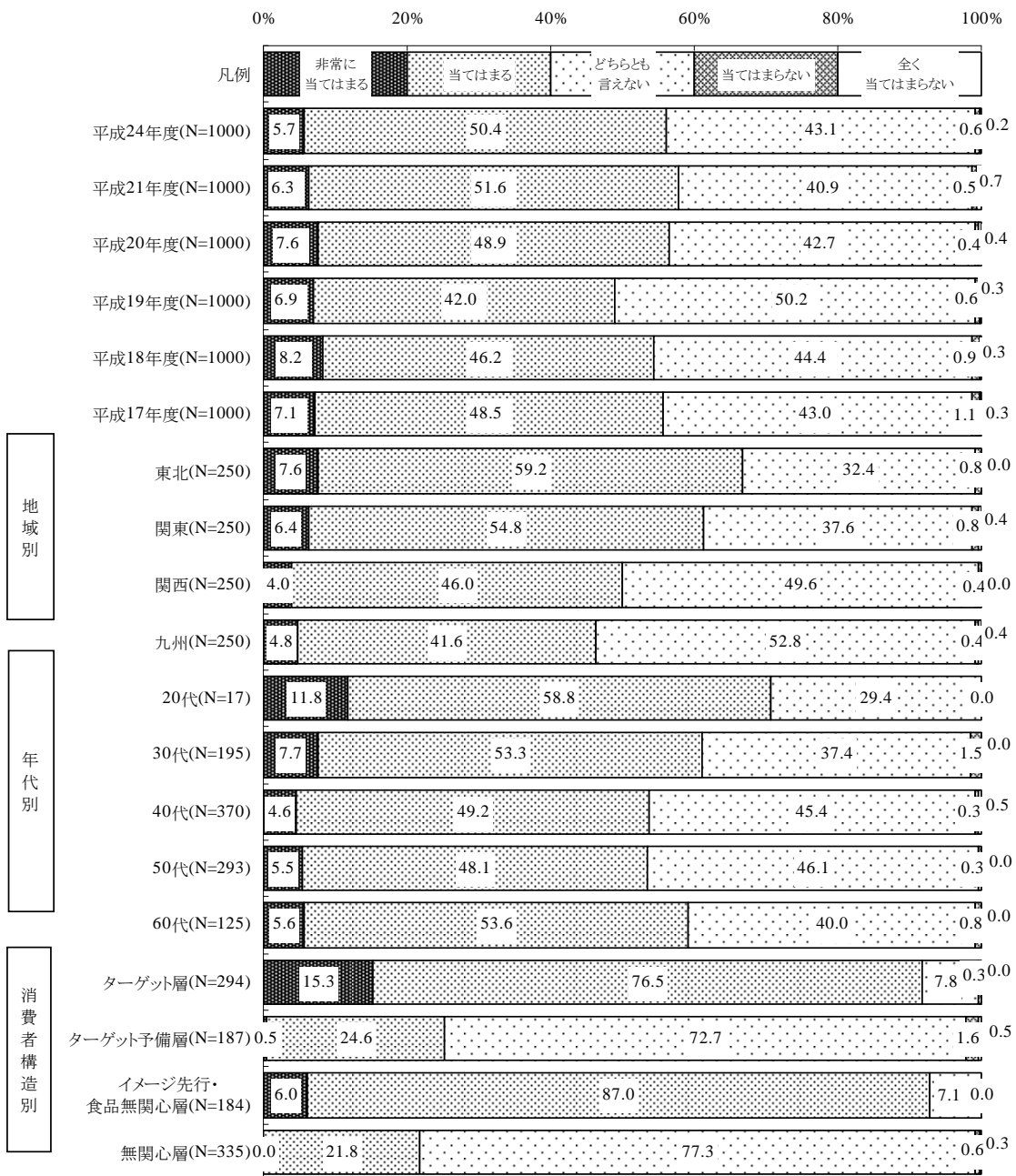


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 56.1%
- ・ 地域別にみると、距離が遠くなるほどイメージは低まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 91.8%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 93.0%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-31 青森県産品のイメージ

Q9_3: 品質が良い

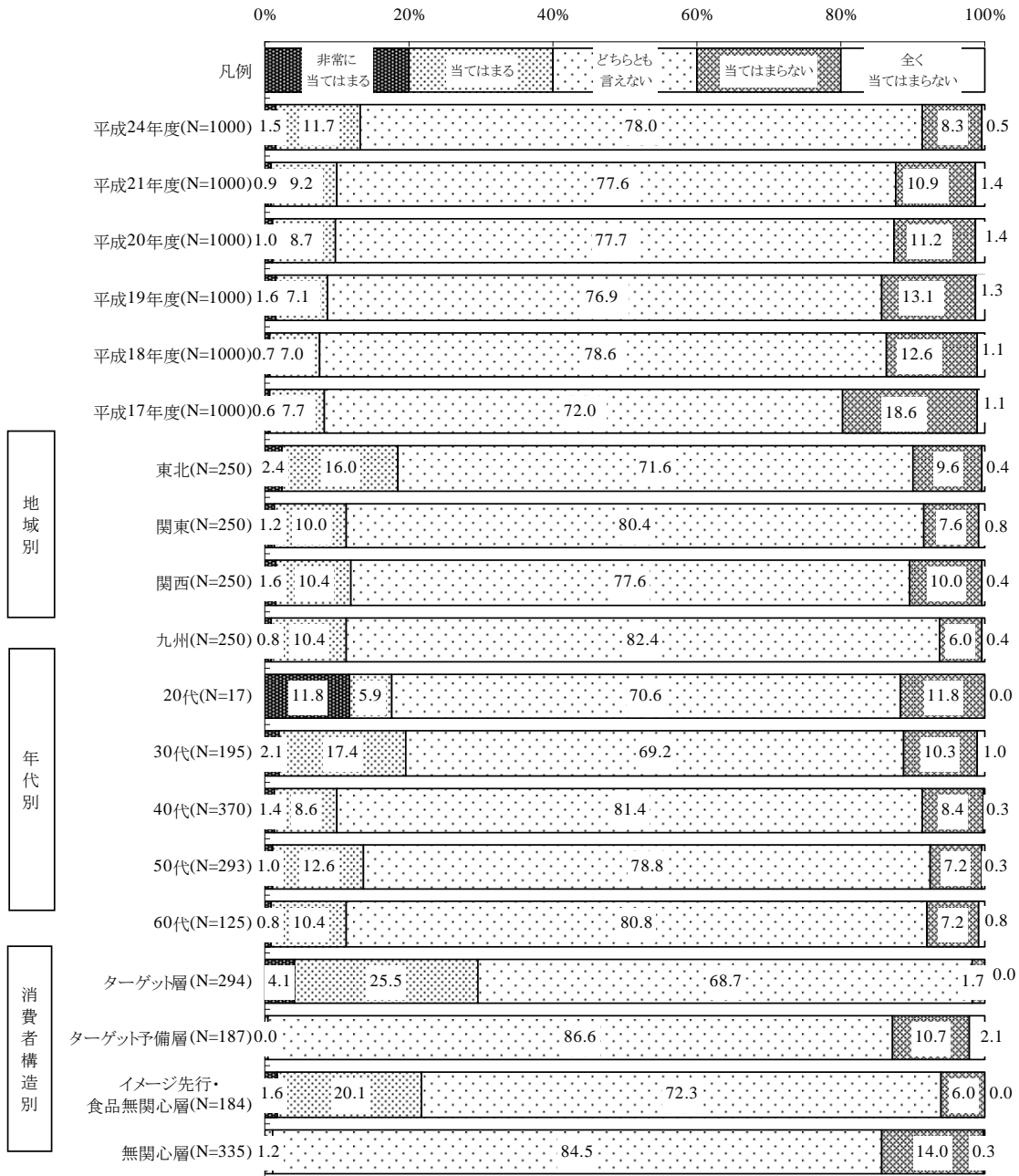


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 13.2%
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 29.6%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 21.7%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-32 青森県産品のイメージ

Q9_4: デザイン・センスが良い

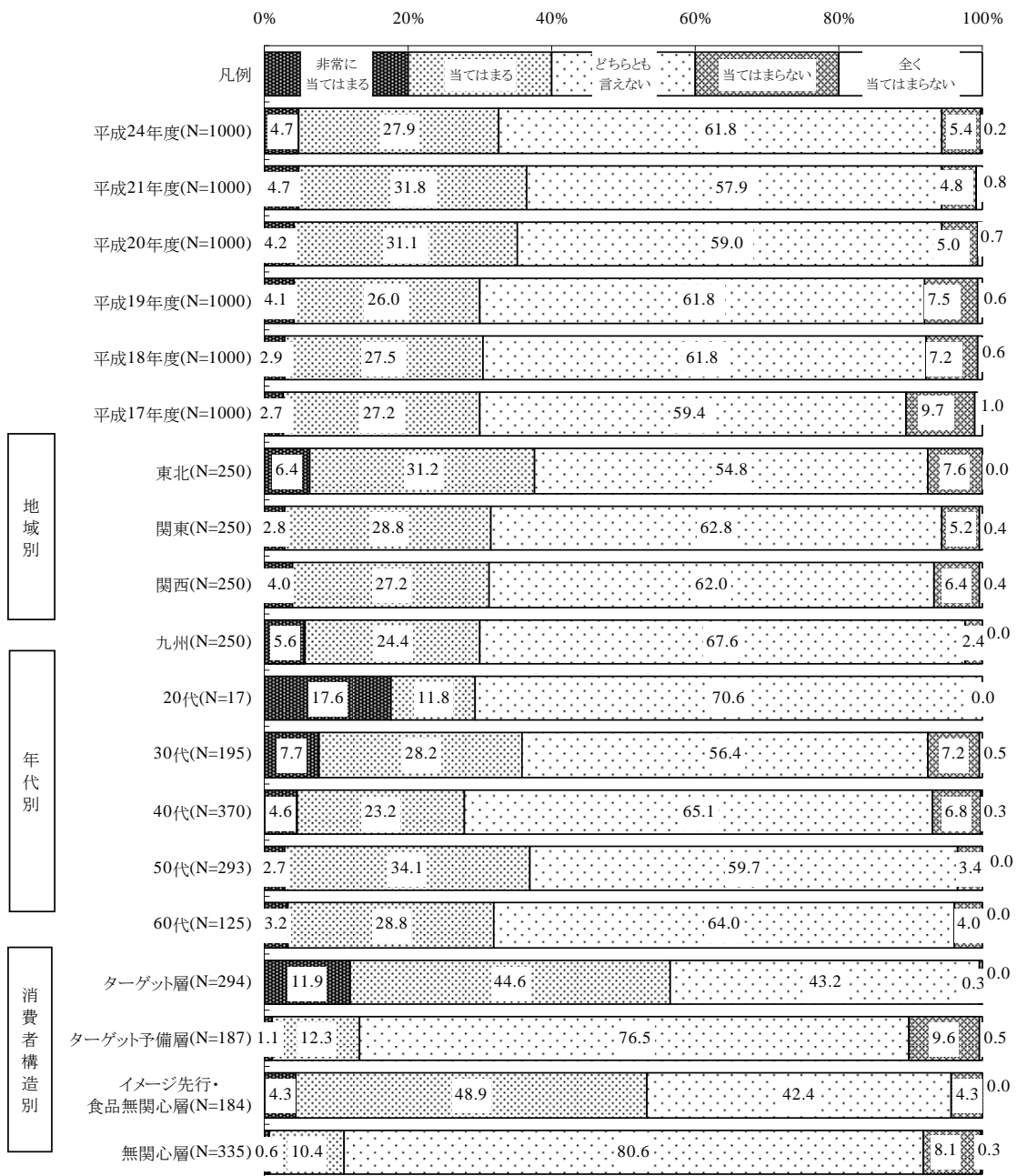


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 32.6%
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 56.5%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 53.2%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-33 青森県産品のイメージ

Q9_5：個性的である（特色がある）

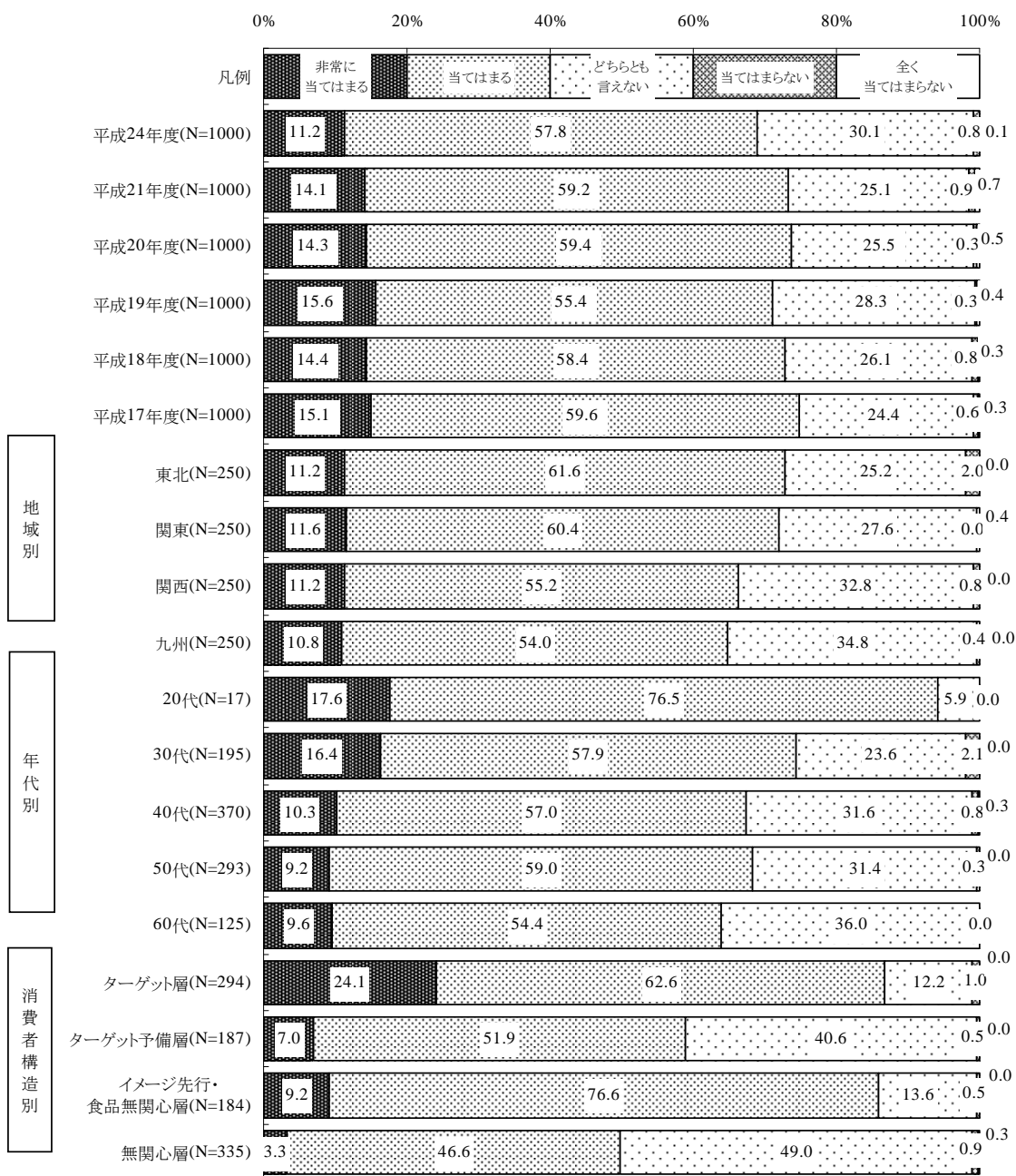


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 69.0%
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従いイメージは低まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 86.7%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 85.8%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-34 青森県産品のイメージ

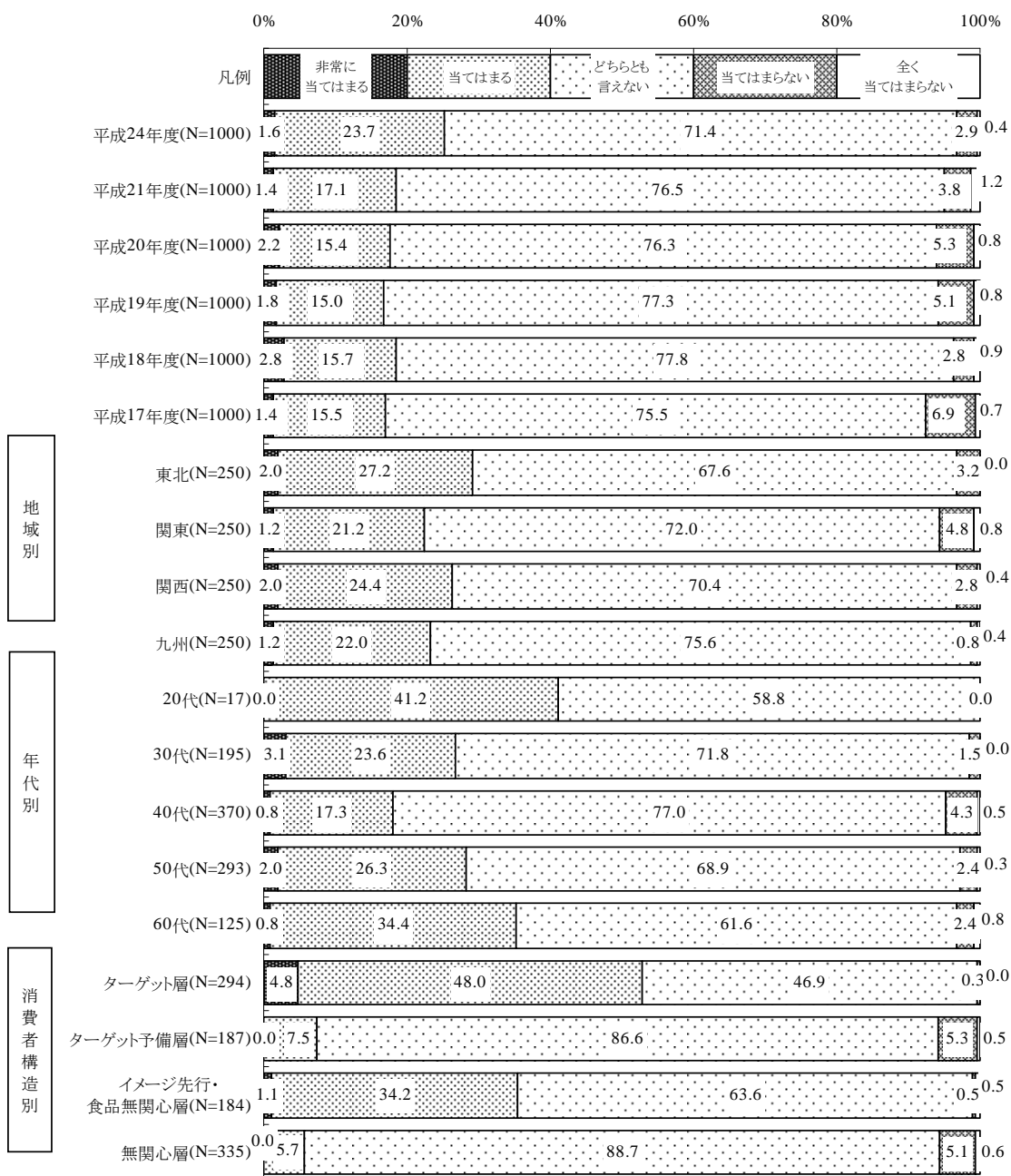
Q9_6: 素朴である



Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 25.3%
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 52.8%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 35.3%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-35 青森県産品のイメージ
Q9_7：表示などの商品情報が充分である

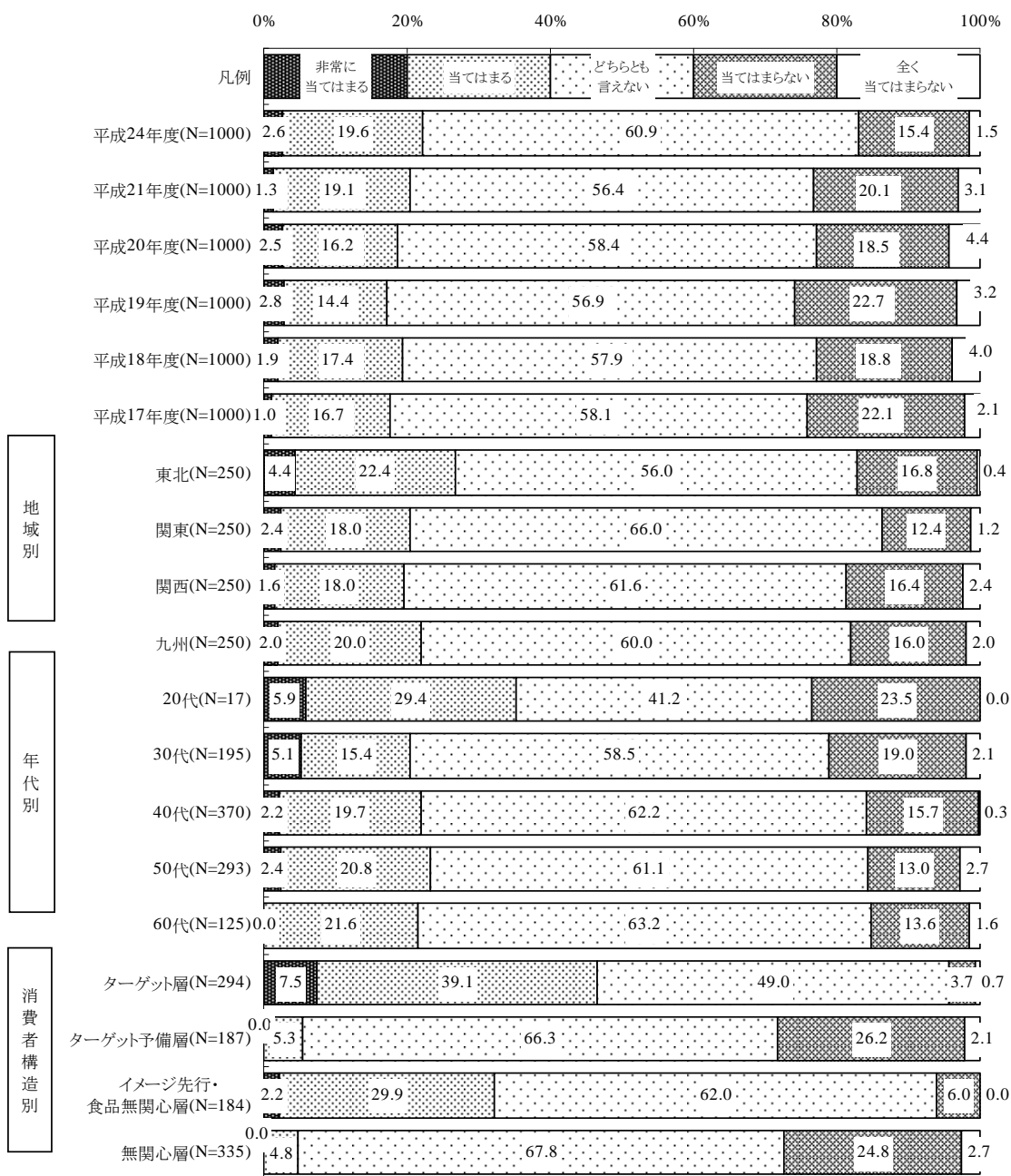


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 22.2%
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 46.6%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 32.1%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-36 青森県産品のイメージ

Q9_8：PR されている

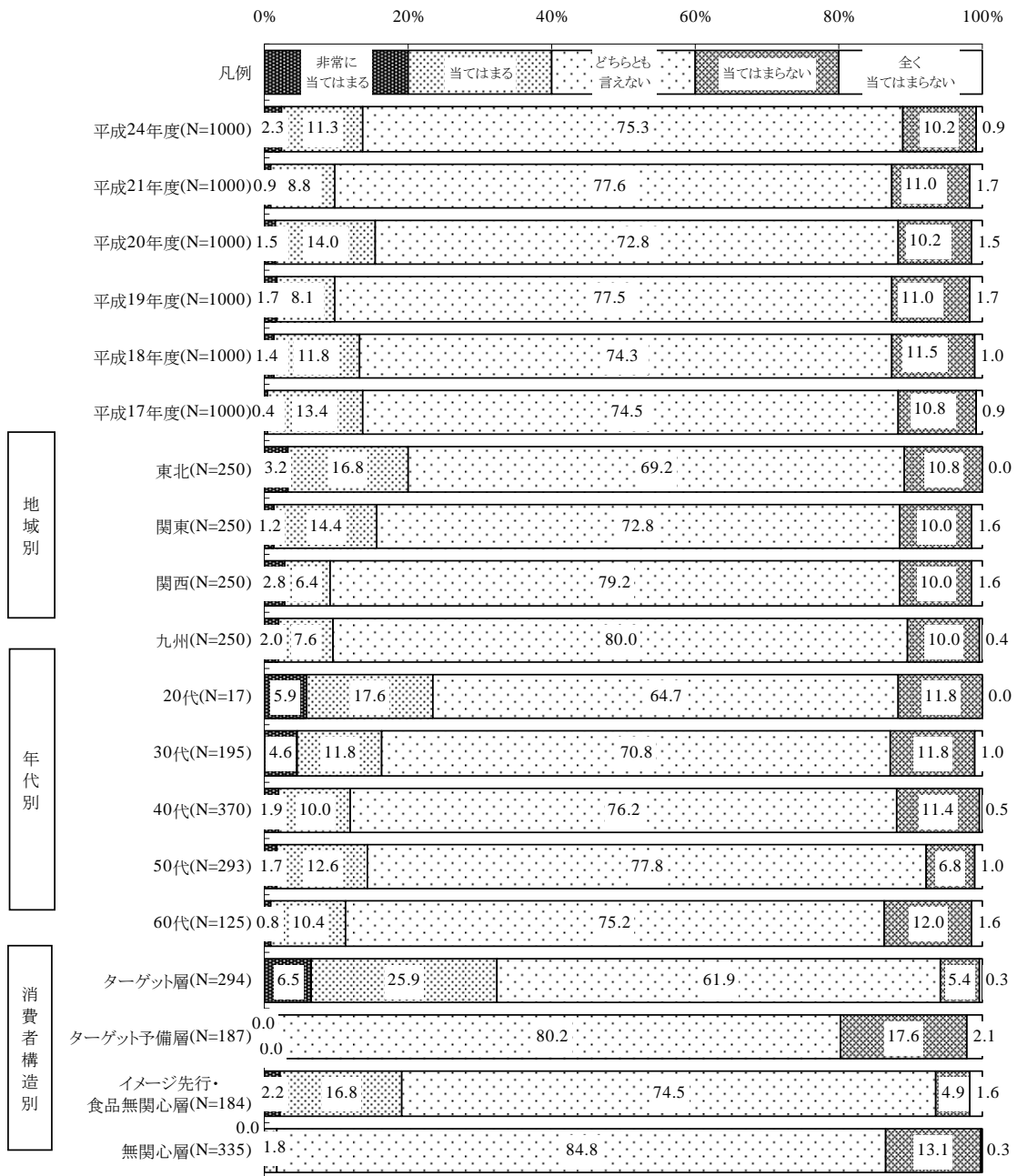


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 13.6%
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 32.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-37 青森県産品のイメージ

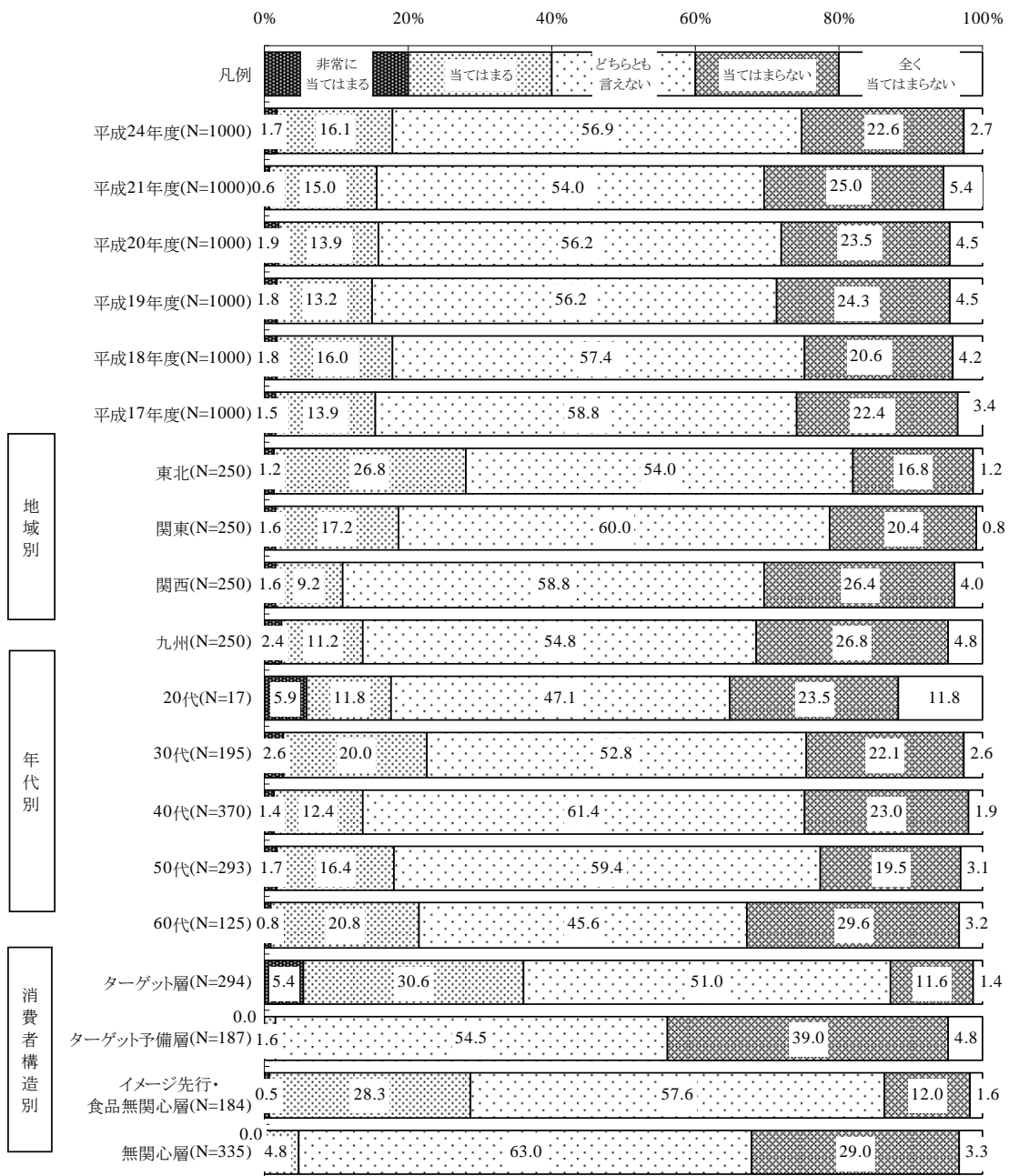
Q9_9：価格が安い



Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 17.8%
- ・ 地域別では、東北で「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 28.0%と高い
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 36.0%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 28.8%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-38 青森県産品のイメージ
Q9_10：手に入りやすい（流通している）

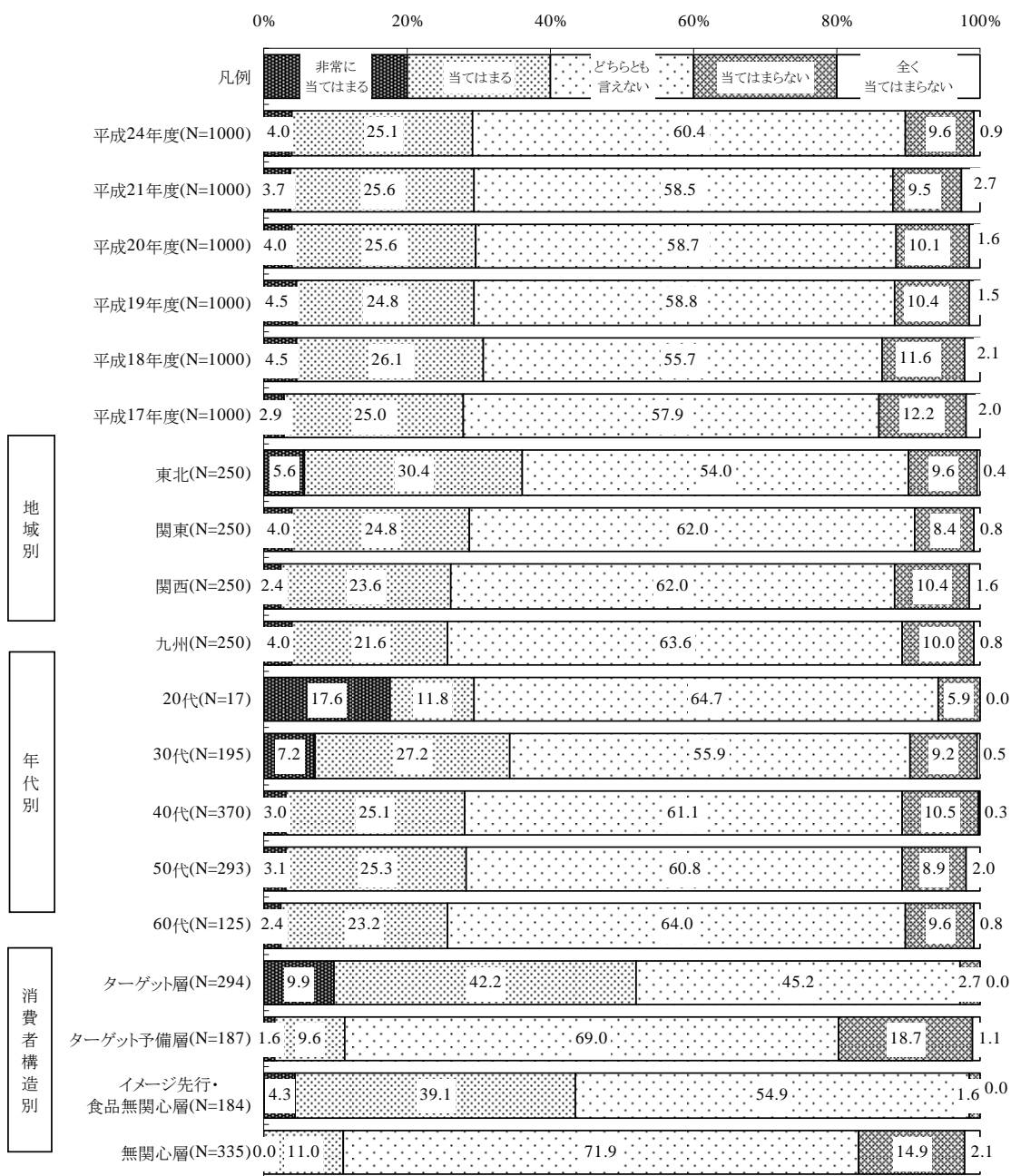


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて 29.1%
- ・ 地域別では、東北で「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 36.0%と高い
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が 52.1%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 43.4%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-39 青森県産品のイメージ

Q9_11：ブランド品がある

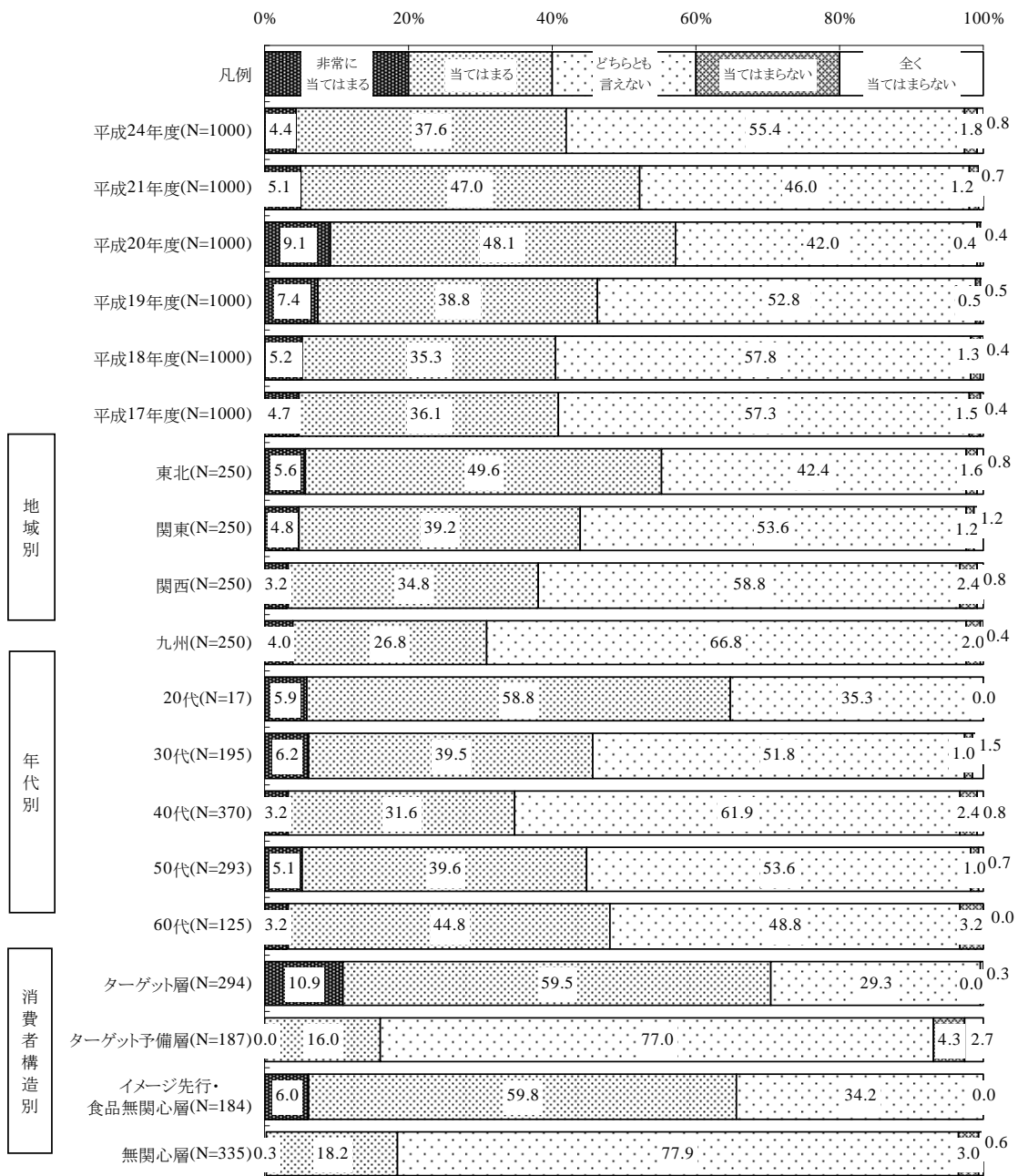


Point

- ・ 全体では、「非常に当てはまる」「当てはまる」をあわせて42.0%
- ・ 地域別にみると、距離が遠くなるほどイメージは低まる傾向
- ・ ターゲット層では「非常に当てはまる」「当てはまる」の合計が70.4%、イメージ先行・食品無関心層では同じく65.8%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-40 青森県産品のイメージ

Q9_12：安心して食べられる

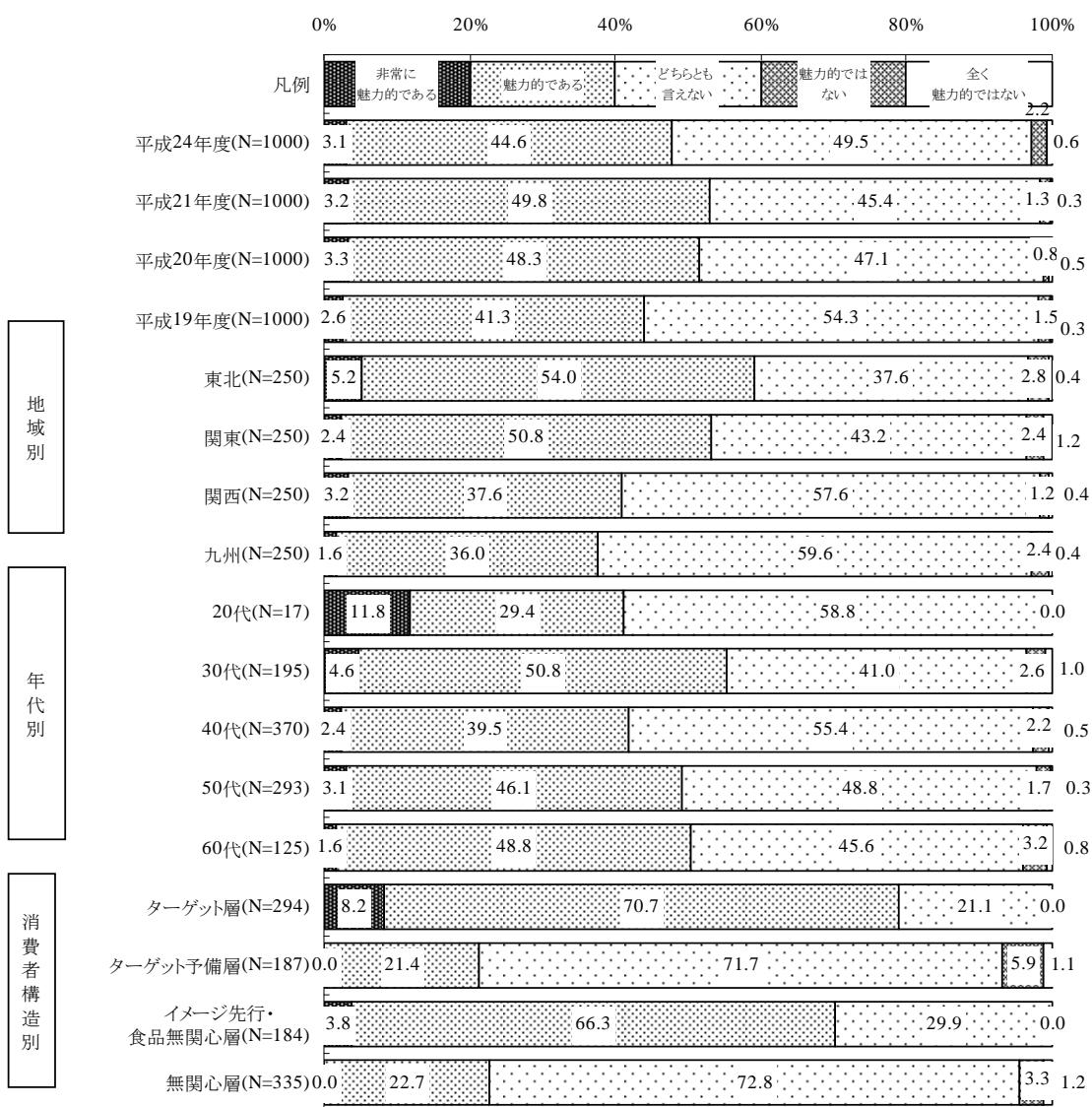


(5) Q11：青森県産品の魅力度（単一回答）

Point

- 青森県産品の総合的な魅力度は、全体では「非常に魅力的である」「魅力的である」をあわせて47.7%で、平成21年度よりも若干下降
- 地域別にみると、距離に近いほど魅力度が高い傾向
- ターゲット層では「非常に魅力的である」「魅力的である」の合計が78.9%、イメージ先行・食品無関心層では同じく70.1%と、その他の層と比べて高い

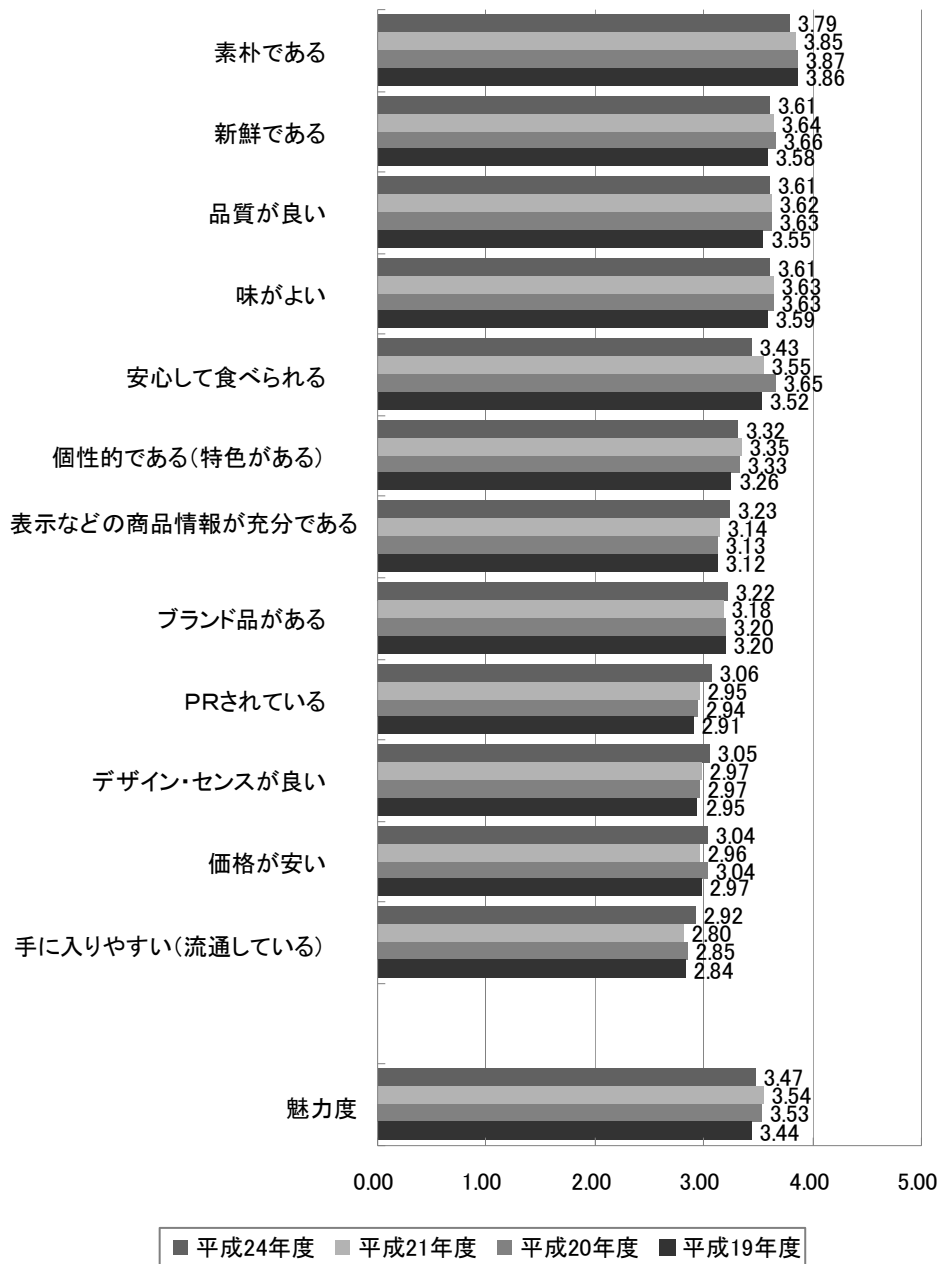
図表 IV-41 青森県産品の魅力度



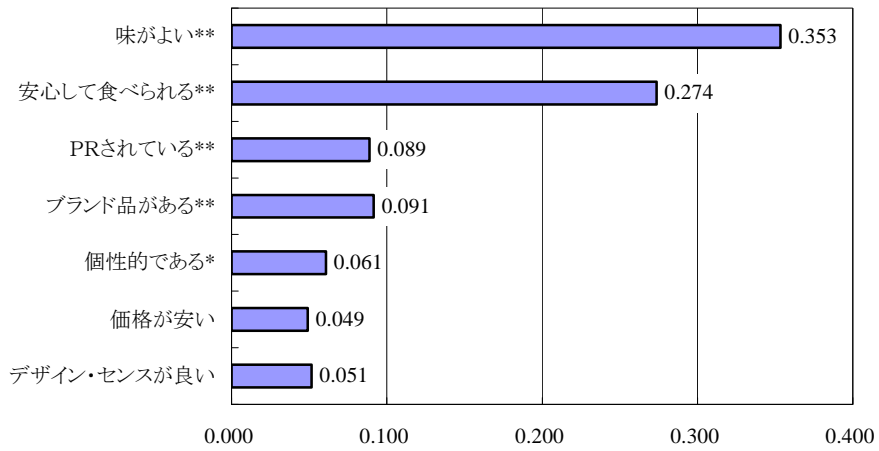
Point

- ・ Q11 の青森県産品の総合的な魅力度を平均得点化すると 3.47
- ・ Q9 の青森県産品のイメージに関する各項目を平均得点化すると、「素朴である」が 3.79 と最も高く、次いで「新鮮である」(3.61)、「品質が良い」(3.61)、「味がよい」(3.61)、「安心して食べられる」(3.43)
- ・ 次に、総合的な魅力度を目的変数、項目別イメージを説明変数として重回帰分析を実施し、総合的な魅力度への影響要因として「味がよい」「安心して食べられる」「PR されている」「ブランド品がある」「個性的である」「価格が安い」「デザイン・センスが良い」の 7 要因を抽出
- ・ 「味がよい」「安心して食べられる」は、イメージの浸透度が高く、魅力度への影響も大きいので、現状のイメージを維持することが重要
- ・ 「PR されている」「ブランド品がある」は、イメージの浸透度は比較的低いが、魅力度への影響は認められるので、今後、充実させることが必要
- ・ 「個性的である」は、イメージの浸透度が比較的高く、魅力度への影響もあるので、現状のイメージを維持することが重要
- ・ 「価格が安い」「デザイン・センスが良い」は、イメージとして浸透していないが、青森県産品としての魅力度を高めるうえでは重要な要因
- ・ 過年度と比較すると、「安心して食べられる」「味がよい」は、平成 19 年度より一貫して影響要因として抽出されており、また、「PR されている」「ブランド品がある」は 4 ヶ年中 3 ヶ年で影響要因として抽出されており、青森県産品の魅力を構成する重要な要因と言える

図表 IV-42 青森県産品のイメージおよび魅力度の平均得点



図表 IV-43 青森県産品の魅力度への影響要因（平成 24 年度）

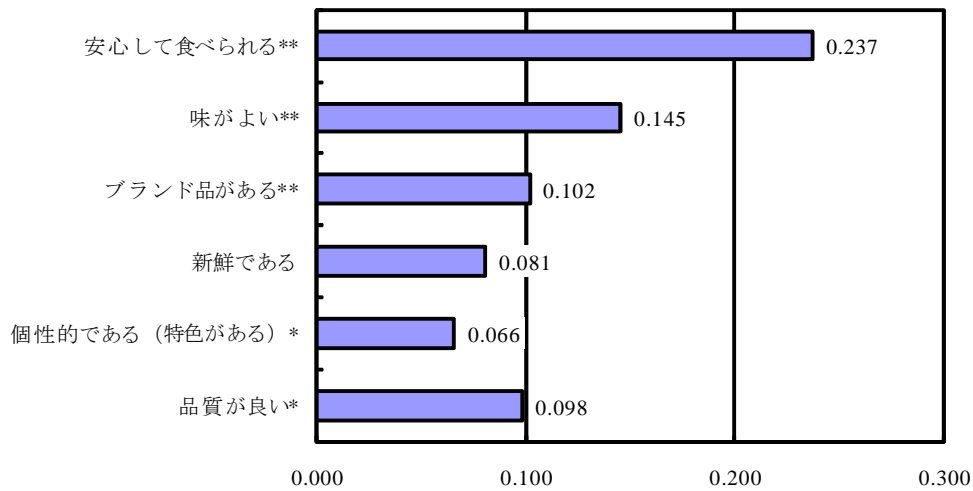


注1) グラフの値は重回帰分析の標準偏回帰係数

注2) 重回帰分析の修正済み決定係数は0.4882

注3) **:1%有意, *:5%有意

図表 IV-44 青森県産品の魅力度への影響要因（平成 21 年度）

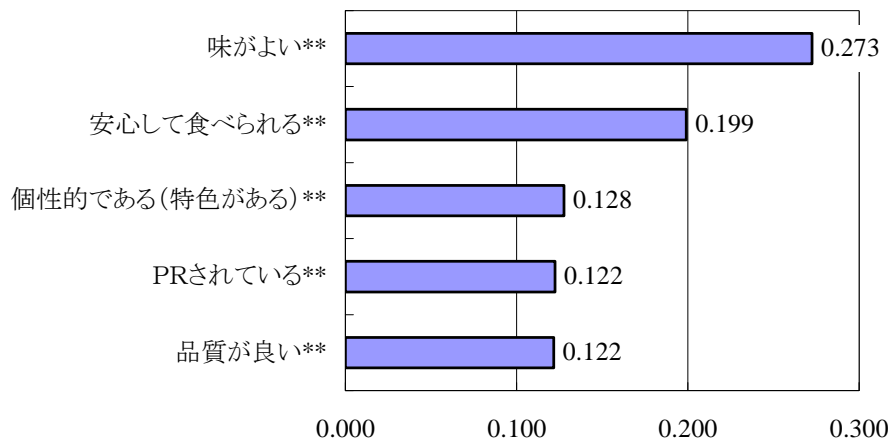


注1) グラフの値は重回帰分析の標準偏回帰係数

注2) 重回帰分析の修正済み決定係数は0.3157

注3) **:1%有意, *:5%有意

図表 IV-45 青森県産品の魅力度への影響要因（平成 20 年度）

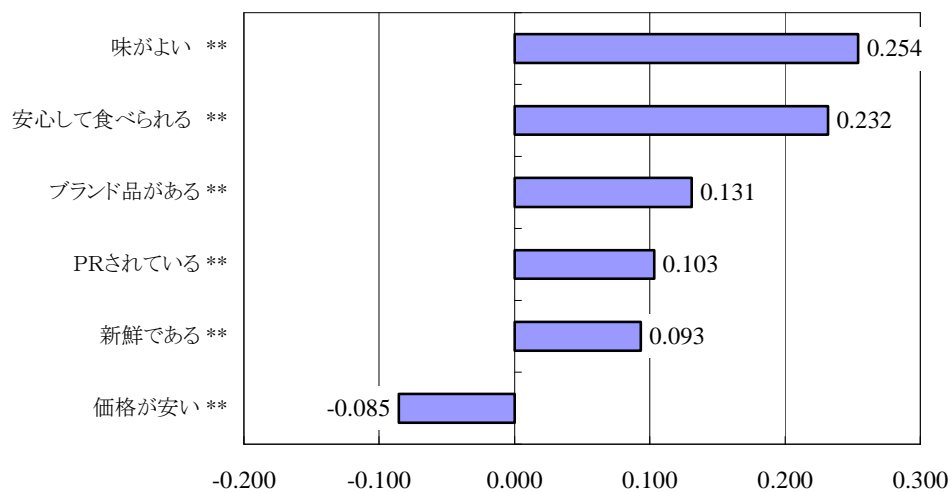


注1) グラフの値は重回帰分析の標準偏回帰係数

注2) 重回帰分析の修正済み決定係数は0.3878

注3) **:1%有意, *:5%有意

図表 IV-46 青森県産品の魅力度への影響要因（平成 19 年度）



注1) グラフの値は重回帰分析の標準偏回帰係数

注2) 重回帰分析の修正済み決定係数は0.3471

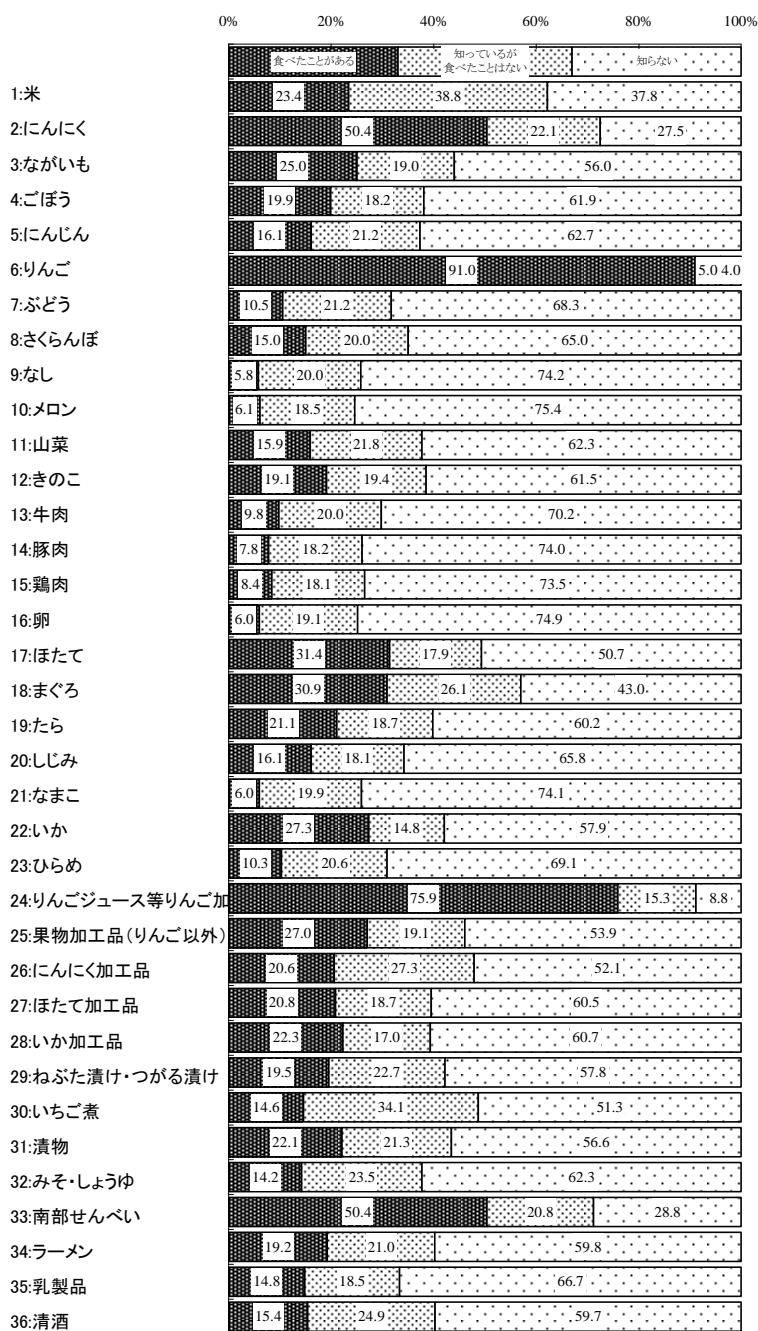
注3) **:1%有意, *:5%有意

(6) Q12：青森県産品の認知度（単一回答）

Point

- ・ 「食べたことがある」県産品としては、「りんご」(91.0%) および「りんご加工品」(75.9%) が圧倒的に多く、次いで「にんにく」(50.4%)、「南部せんべい」(50.4%)、「ほたて」(31.4%)、「まぐろ」(30.9%)、「いか」(27.3%)、「果物加工品（りんご以外）」(27.0%)、「ながいも」(25.0%)
- ・ 一方、「なし」「メロン」「牛肉」「豚肉」「鶏肉」「卵」「なまこ」の認知度は低い

図表 IV-47 青森県産品の認知度

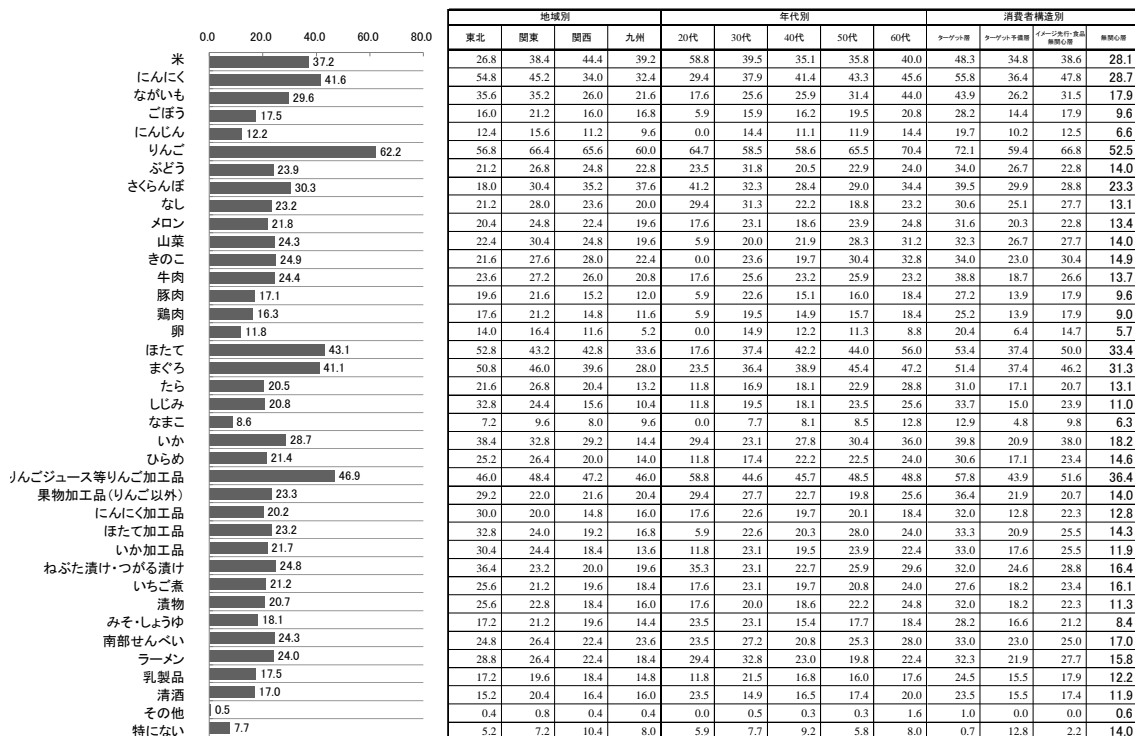


(7) Q13：食してみたい青森県産品（複数回答）

Point

- ・ 「りんご」が62.2%と最も多く、次いで「りんご加工品」（46.9%）、「ほたて」（43.1%）、「まぐろ」（41.1%）、「にんにく」（41.6%）
- ・ 地域別にみると、「りんご」「りんご加工品」はいずれの地域でも高く、「ほたて」「まぐろ」は東北で高く、九州で低くなっている。「にんにく」は東北で高く、関西と九州で低い
- ・ 年代別にみると、「ほたて」「まぐろ」「にんにく」は年齢が高くなるほど、食べてみたいと思う割合が高い傾向

図表 IV-48 食してみたい青森県産品



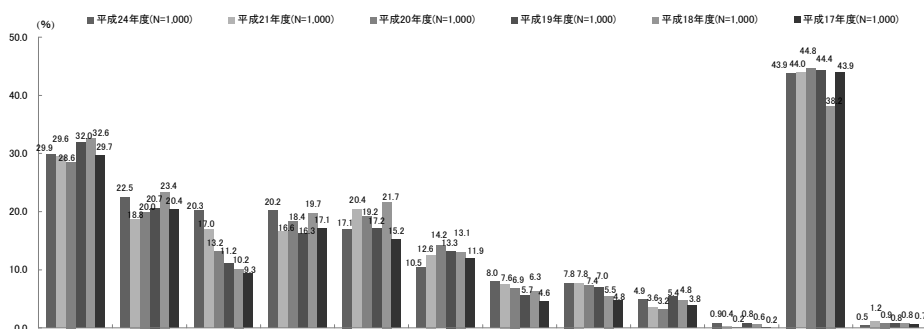
その他の内容（その他 N=5）	件数
合鴨	1
甘い赤飯茶碗蒸し稲荷寿司	1
ほっけ	1
お菓子	1
分からない	1

(8) Q14：青森県産品の販売場所の認知度（複数回答）

Point

- ・ 全体では、「知らない」が43.9%と最も多く、次いで「デパート」(29.9%)、「食品スーパー」(22.5%)、「青森県のアンテナショップ」(20.3%)、「総合スーパー」(20.2%)、「通信販売」(17.1%)
- ・ 昨年度と上位に大きな変化はない
- ・ 地域別にみると、関西や九州では「知らない」が5割を占めること、東北では「食品スーパー」「通信販売」「生協、ACO-OP」「道の駅等産地直売所」の認知度が高いこと、関東では「アンテナショップ」の認知度が高いこと、関西では「アンテナショップ」の認知度が低いこと等が特徴的
- ・ 年代別にみると、「デパート」以外は、年齢が高いほど認知度は高まる傾向にある。中でも「通信販売」ではその傾向が顕著
- ・ 全体的にターゲット層およびイメージ先行・食品無関心層での認知度が高い

図表 IV-49 青森県産品の販売場所の認知度



	N	デパート	食品スーパー	青森県のアンテナショップ (加工品を取り揃えて販売する店舗)	総合スーパー (衣料品や家電も売っている店)	通信販売 (インターネット通販)	生協、ACO-OP	生産者から直接購入	道の駅等産地直売所	八景専門店 (魚屋等)	コンビニエンスストア	知らない	その他
平成24年度	1,000	29.9	22.5	20.3	20.2	17.1	10.5	8.0	7.8	4.9	0.9	43.9	0.5
平成21年度	1,000	29.6	18.8	17.0	16.6	20.4	12.6	7.6	7.8	3.6	0.4	44.0	1.2
平成20年度	1,000	28.6	20.0	13.2	18.4	19.2	14.2	6.9	7.4	3.2	0.2	44.8	0.9
平成19年度	1,000	32.0	20.7	11.2	16.3	17.2	13.3	5.7	7.0	5.4	0.8	44.4	0.8
平成18年度	1,000	32.6	23.4	10.2	19.7	21.7	13.1	6.3	5.5	4.8	0.6	38.2	0.8
平成17年度	1,000	29.7	20.4	9.3	17.1	15.2	11.9	4.6	4.8	3.8	0.2	43.9	0.7
地域別													
東北	250	22.4	30.8	17.2	24.0	23.6	18.0	10.4	15.6	8.0	2.4	38.8	0.8
関東	250	34.8	26.0	32.8	20.4	16.4	7.2	7.6	9.2	4.8	0.4	36.4	0.8
関西	250	36.4	15.6	9.6	19.2	14.0	8.0	6.8	3.2	2.4	0.0	49.6	0.4
九州	250	26.0	17.6	21.6	17.2	14.4	8.8	7.2	3.2	4.4	0.8	50.8	0.0
年代別													
20代	17	41.2	11.8	11.8	17.6	5.9	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	47.1	0.0
30代	195	30.8	23.6	22.1	25.6	14.4	7.2	5.6	9.2	3.6	1.5	43.1	0.0
40代	370	27.0	21.9	19.2	20.0	12.7	10.0	7.3	8.1	4.3	1.1	48.6	0.5
50代	293	29.7	21.8	20.1	17.4	20.8	13.0	10.2	5.1	5.5	0.0	40.6	0.7
60代	125	36.0	25.6	22.4	19.2	27.2	12.8	9.6	11.2	8.0	1.6	38.4	0.8
消費者層別													
ターゲット層	294	42.9	27.6	30.3	27.2	23.5	15.0	14.3	11.2	9.2	1.7	28.9	1.0
ターゲット予備層	187	29.4	14.4	16.0	15.0	15.5	6.4	3.2	4.8	4.3	0.5	54.0	0.0
イメージ先行・食品無関心層	184	29.3	31.0	22.3	24.5	20.1	12.0	9.2	12.0	4.9	0.5	37.5	0.5
無関心層	335	19.1	17.9	12.8	14.6	10.7	8.1	4.5	4.2	1.5	0.6	54.9	0.3

その他の内容 (その他 N=5)	件数
物産展	1
宅配	1
親戚から送ってもらう	1

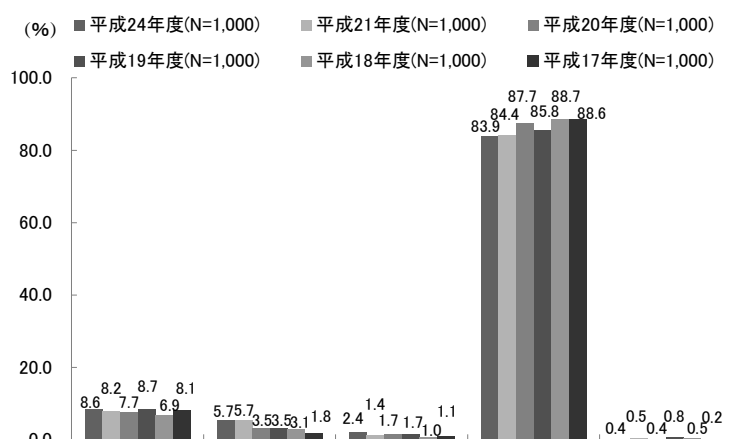
その他の内容	件数
行商	1
デパート	1

(9) Q15：青森県のアンテナショップの認知度（複数回答）

Point

- ・ 全体では、「知らない」が83.9%と最も多く、次いで「みちのく夢プラザ」が8.6%であり、昨年度と大きな傾向の変化はない
- ・ 地域別にみると、九州における「みちのく夢プラザ」の認知度が高いことが特徴的
- ・ 「みちのく夢プラザ」はターゲット層とターゲット予備層の認知度が若干高い

図表 IV-50 青森県のアンテナショップの認知度



		N	みちのく夢プラザ (福岡市天神)	あomorい北彩館 (東京都飯田橋)	きた東北発見 (大阪市心斎橋)	知らない	その他	
平成24年度		1,000	8.6	5.7	2.4	83.9	0.4	
平成21年度		1,000	8.2	5.7	1.4	84.4	0.5	
平成20年度		1,000	7.7	3.5	1.7	87.7	0.4	
平成19年度		1,000	8.7	3.5	1.7	85.8	0.8	
平成18年度		1,000	6.9	3.1	1.0	88.7	0.5	
平成17年度		1,000	8.1	1.8	1.1	88.6	0.2	
2012年度 各属性	地域別	東北	250	0.8	4.0	0.4	95.2	0.4
	関東	250	0.4	15.6	0.8	83.2	0.8	
	関西	250	0.4	1.2	8.0	91.2	0.4	
	九州	250	32.8	2.0	0.4	66.0	0.0	
	年代別	20代	17	5.9	11.8	0.0	82.4	0.0
	30代	195	10.8	5.6	2.1	82.6	0.5	
	40代	370	7.3	4.6	1.4	87.0	0.3	
	50代	293	8.5	6.1	3.4	82.3	0.3	
	60代	125	9.6	7.2	4.0	80.8	0.8	
	消費者 構造別	ターゲット層	294	10.5	9.2	6.1	75.9	0.7
ターゲット予備層	187	10.2	3.7	1.1	84.5	1.1		
イメージ先行・食品無関心層	184	4.9	4.3	1.6	89.1	0.0		
無関心層	335	8.1	4.5	0.3	87.8	0.0		

その他の内容 (その他 N=4)	件数
東京都中央区にある	1
東京都新富町	1
地元産の野菜など販売している中に青森産のニンニクやりんごが販売されている	1
かだるや(宮城県宮城野区原の町)	1

IV-2. 特定テーマ「あおもりの地域食材」について

(1) Q17:「あおもりの地域食材」の認知度（単一回答）

Point	・ 「食べたことがあり知っている」では「田子にんにく」が 28.9%と最も多い
	・ 「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計では、「大間の本マグロ」が 84.8%と最も多く、次いで「田子にんにく」(48.5%)、「陸奥湾ほたて」(36.3%)

図表 IV-51 「あおもりの地域食材」の認知度

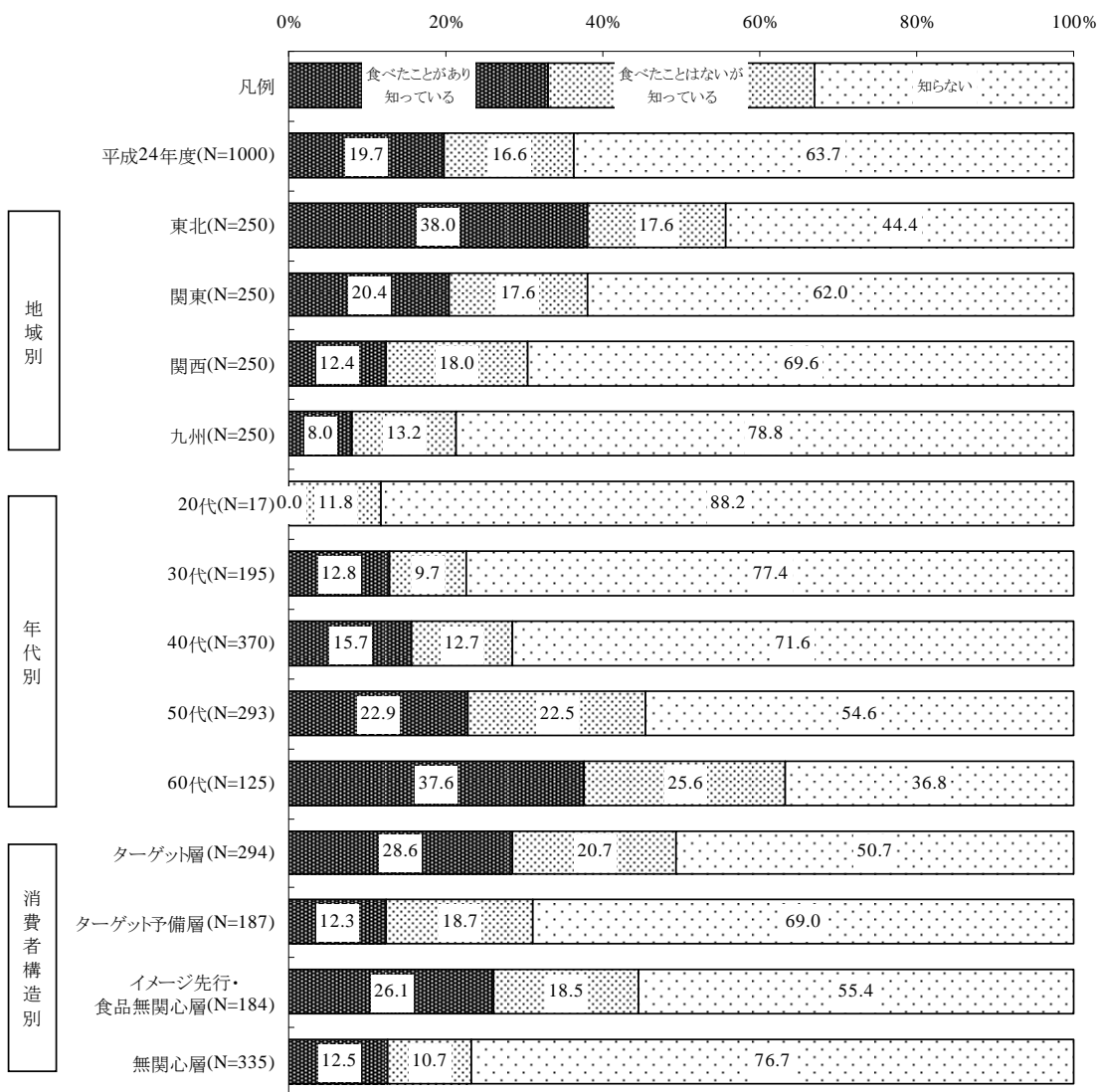


Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 36.3%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 55.6%と高いが、距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 49.3%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 44.6%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-52 「あおもりの地域食材」の認知度

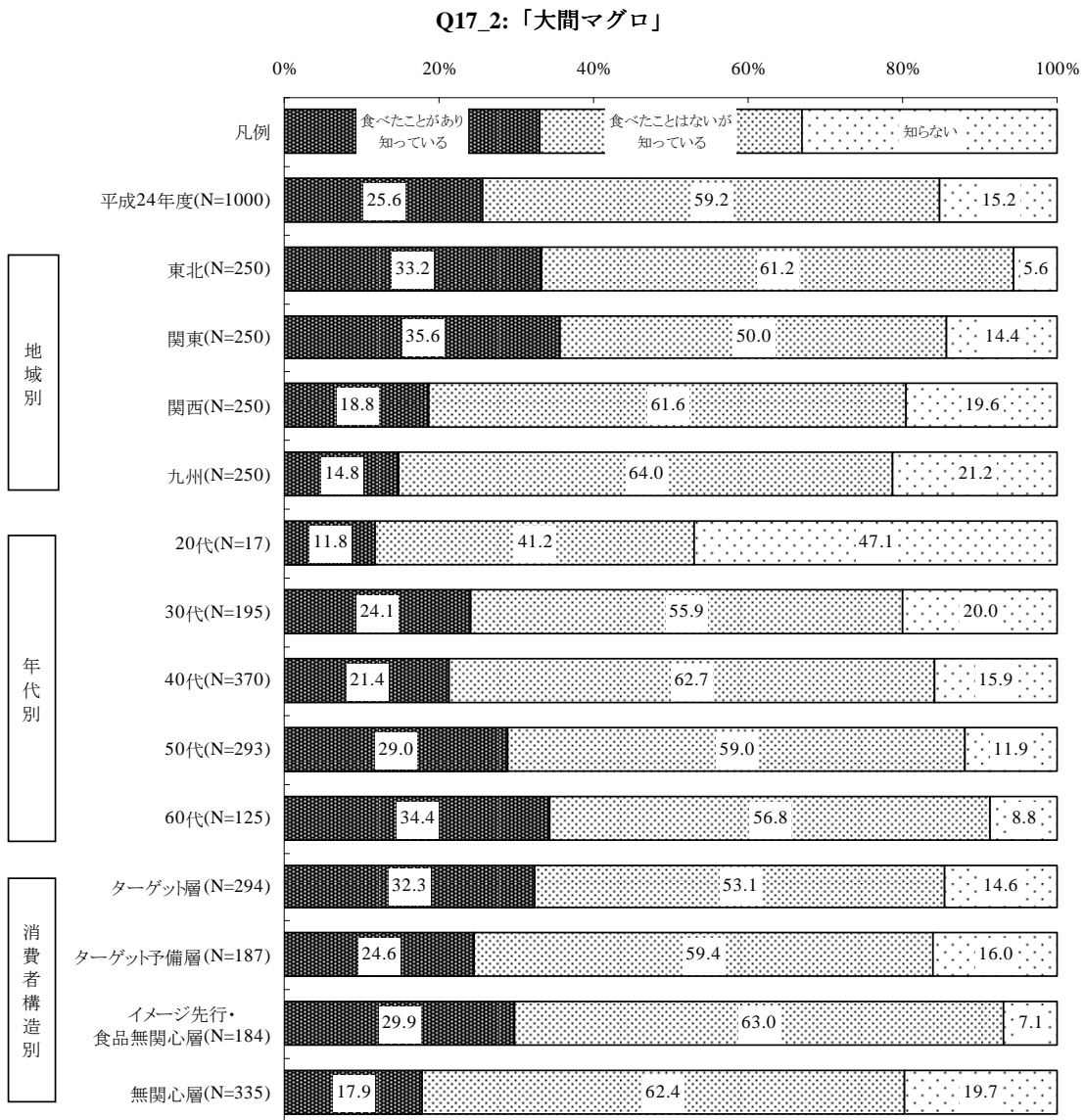
Q17_1: 「陸奥湾ほたて」



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 84.8%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 94.4%と高いが、距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向

図表 IV-53 「あおもりの地域食材」の認知度

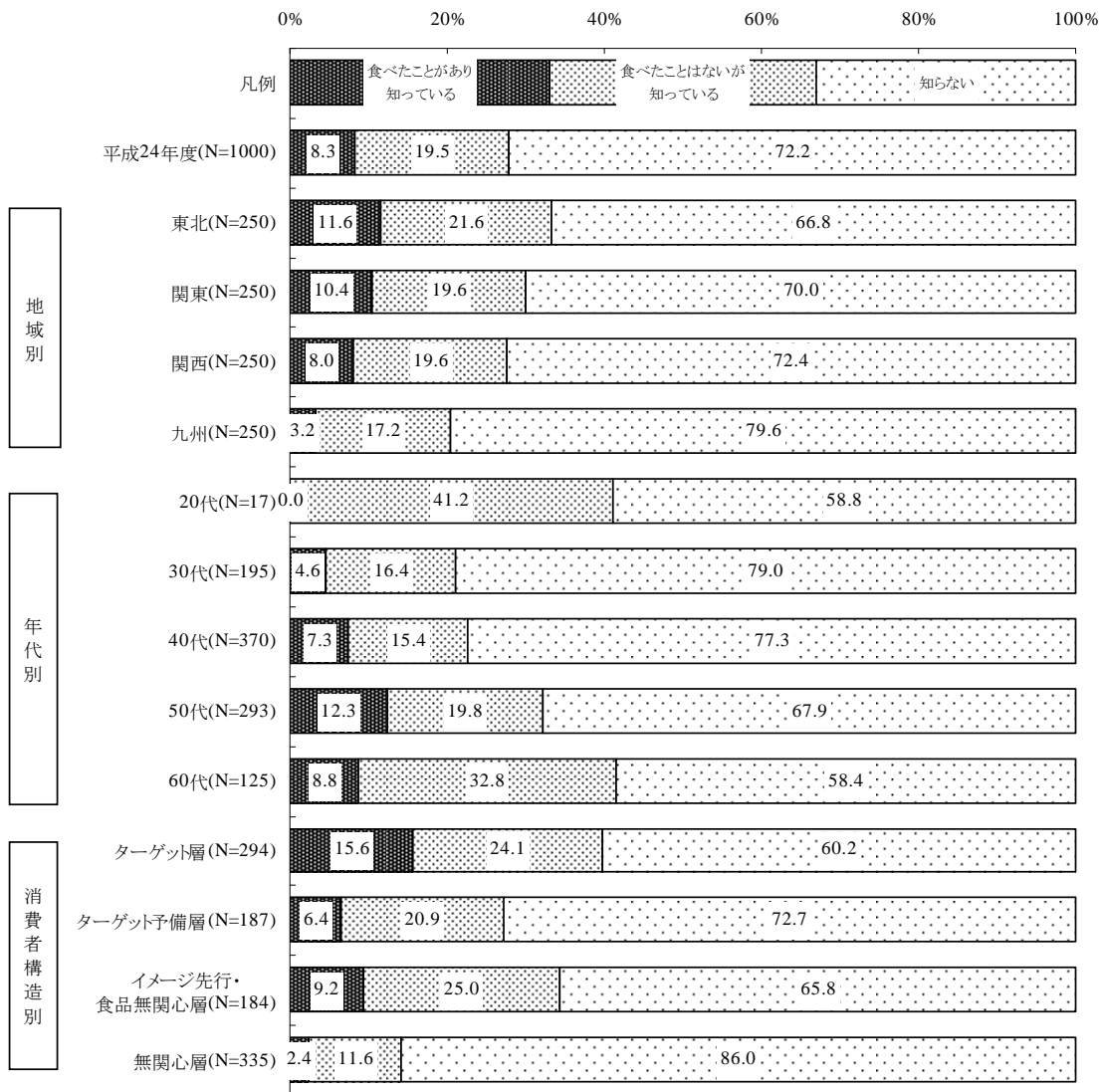


Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 27.8%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 33.2%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、20代（41.2%）と60代（41.6%）で認知度が高い
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 39.7%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 34.2%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-54 「あもりの地域食材」の認知度

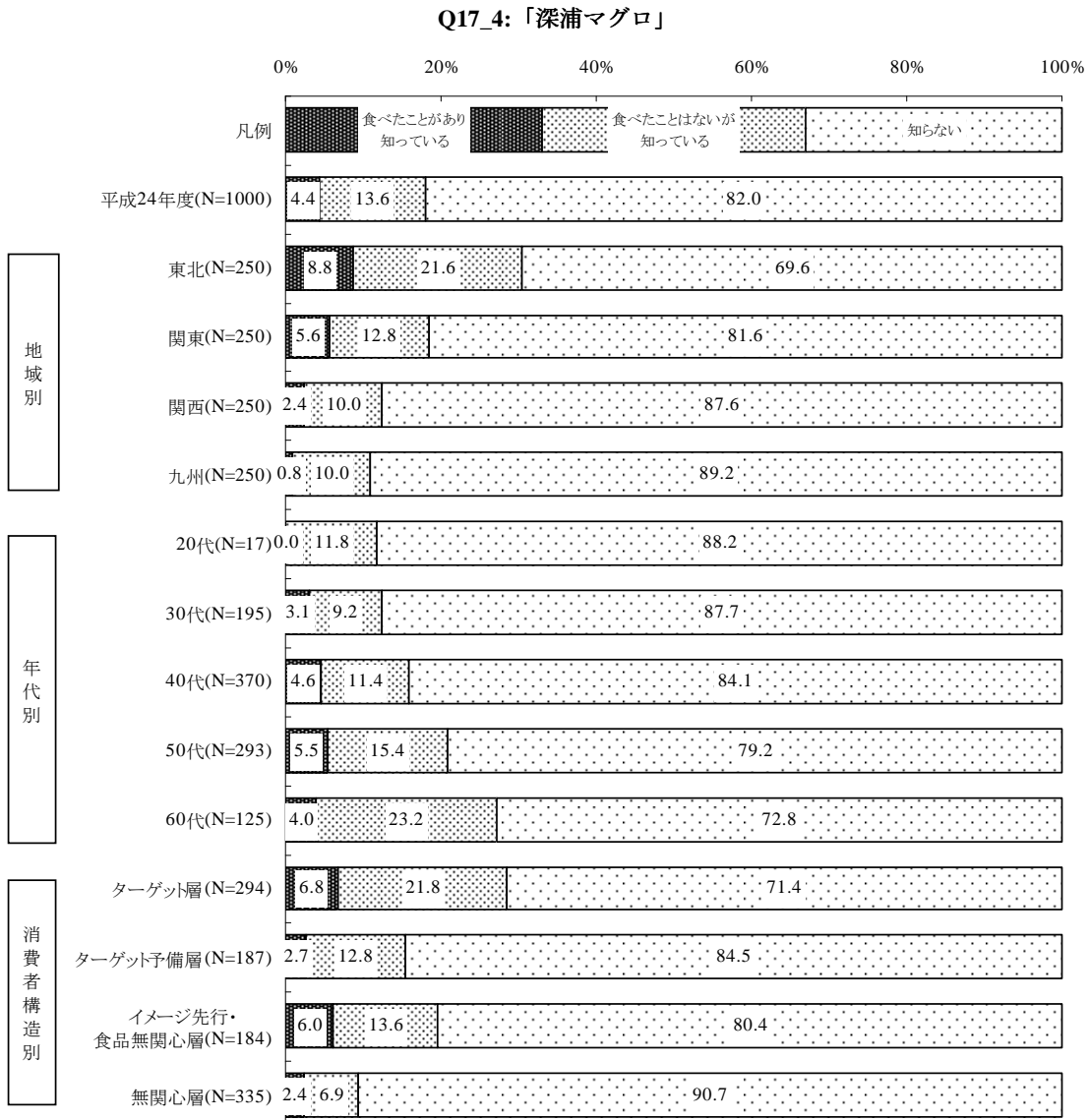
Q17_3:「海峡マグロ」



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 18.0%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 30.4%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が高くなるほど認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 28.6%と、その他の層と比べて高い

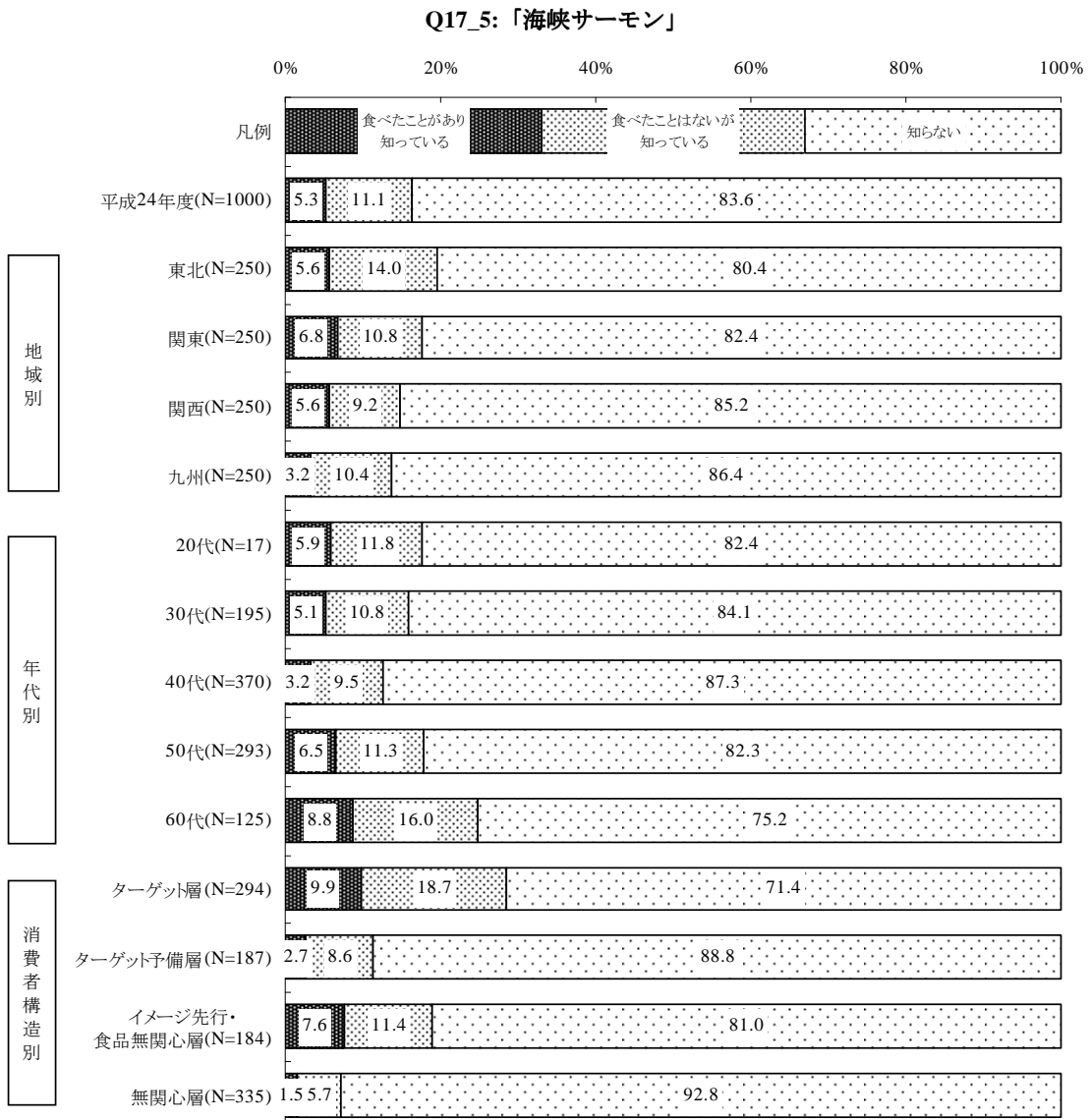
図表 IV-55 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 16.4%
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 28.6%と、その他の層と比べて高い

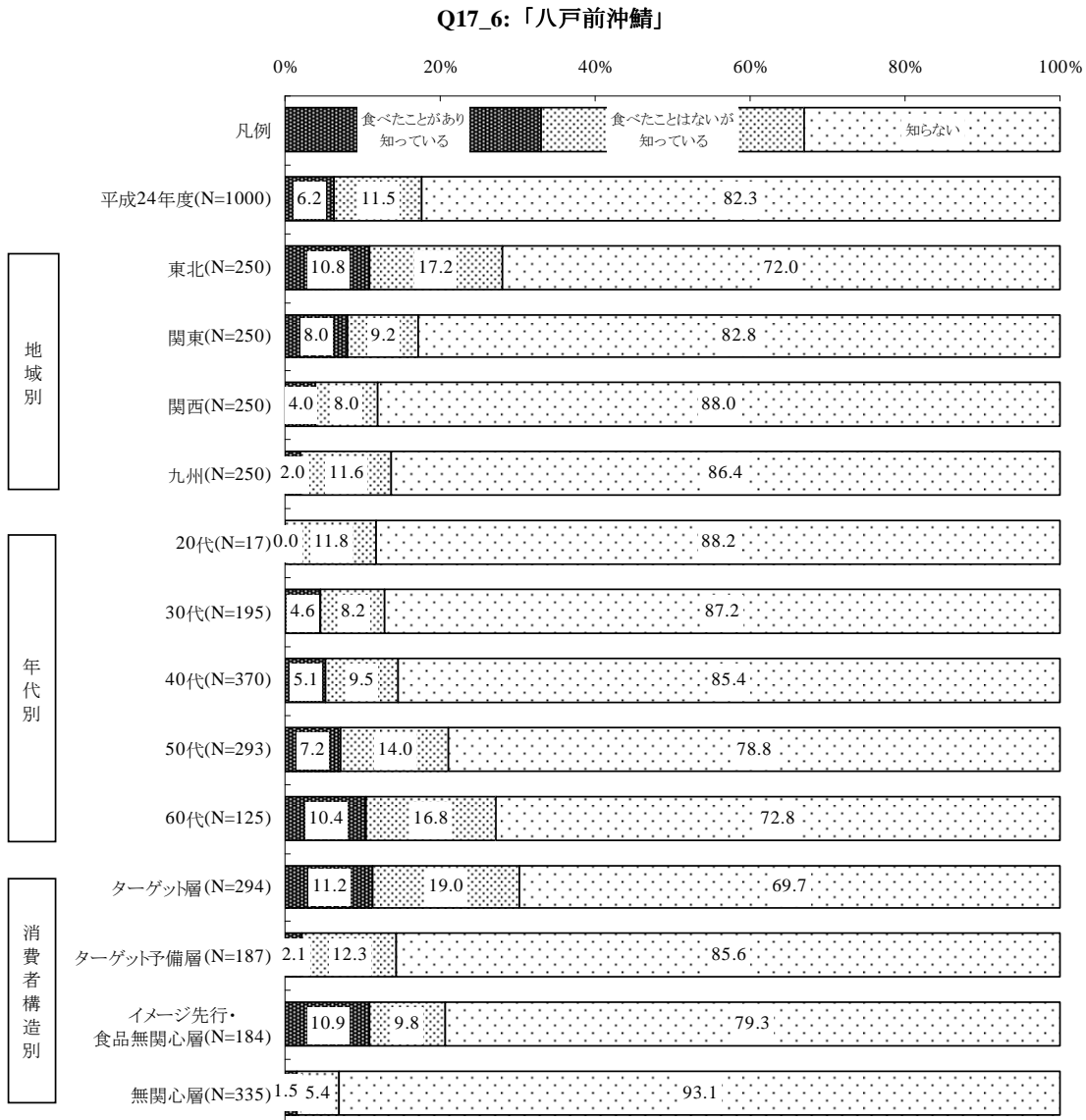
図表 IV-56 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 17.7%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 28.0%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 30.2%と、その他の層に比べて高い

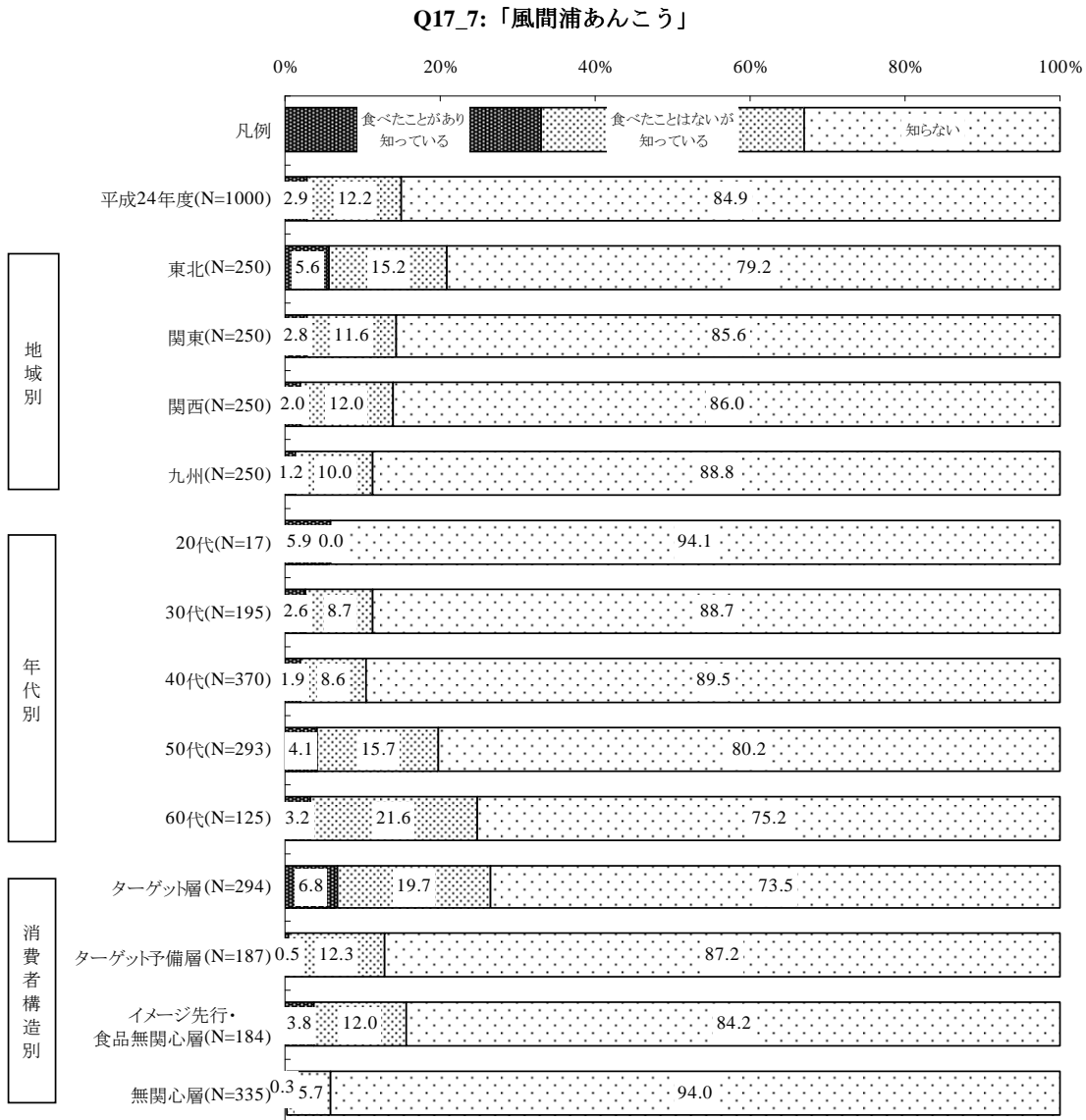
図表 IV-57 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 15.1%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 20.8%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 26.5%と、その他の層に比べて高い

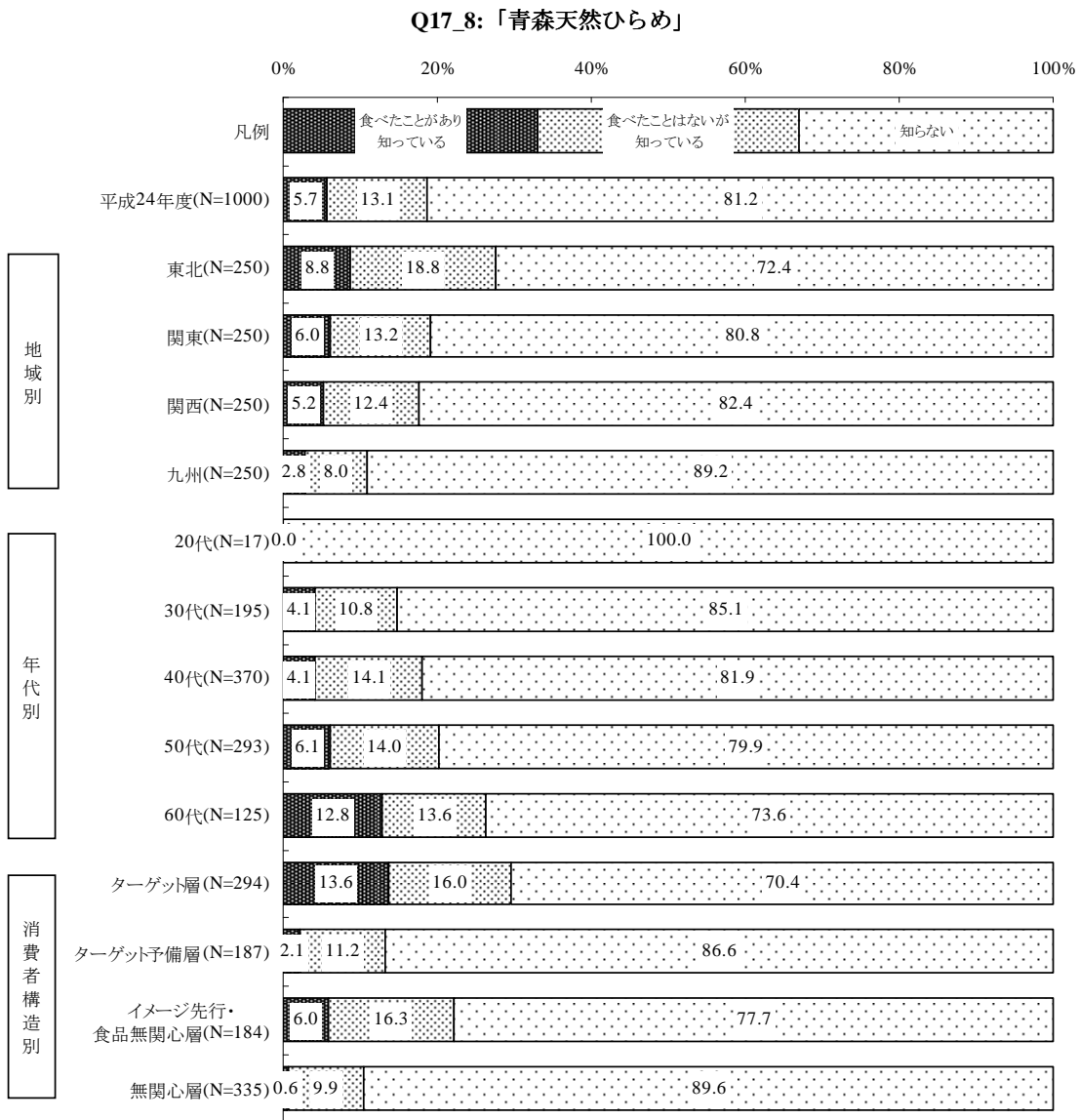
図表 IV-58 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 18.8%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 27.6%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 29.6%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 22.3%と、その他の層に比べて高い

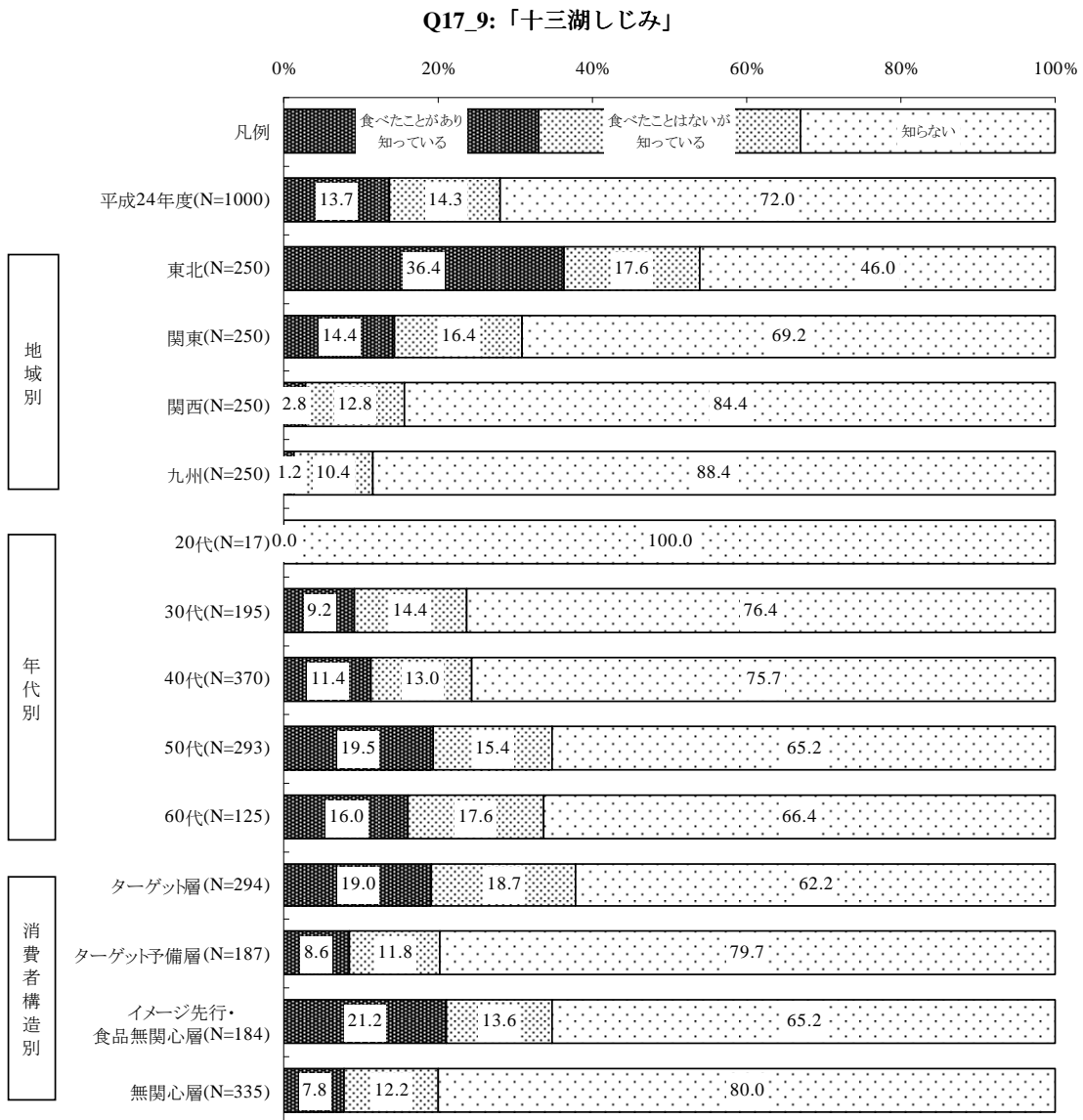
図表 IV-59 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 28.0%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 54.0%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別では、50代（34.9%）と60代（33.6%）で認知度が高い
- ・ ターゲット層では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 37.7%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 34.8%と、その他の層に比べて高い

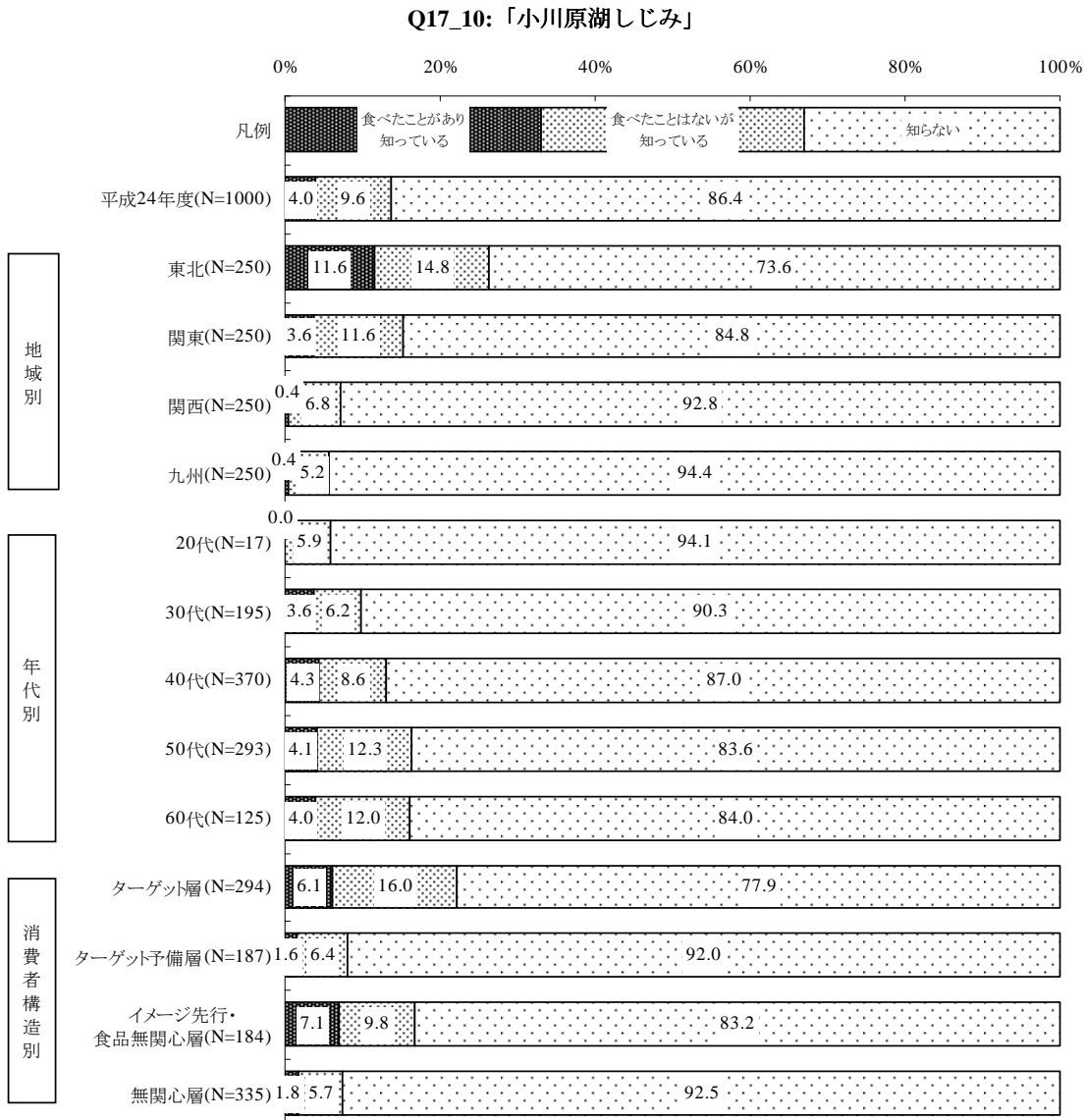
図表 IV-60 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 13.6%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 26.4%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、概ね年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 22.1%と、その他の層と比べて高い

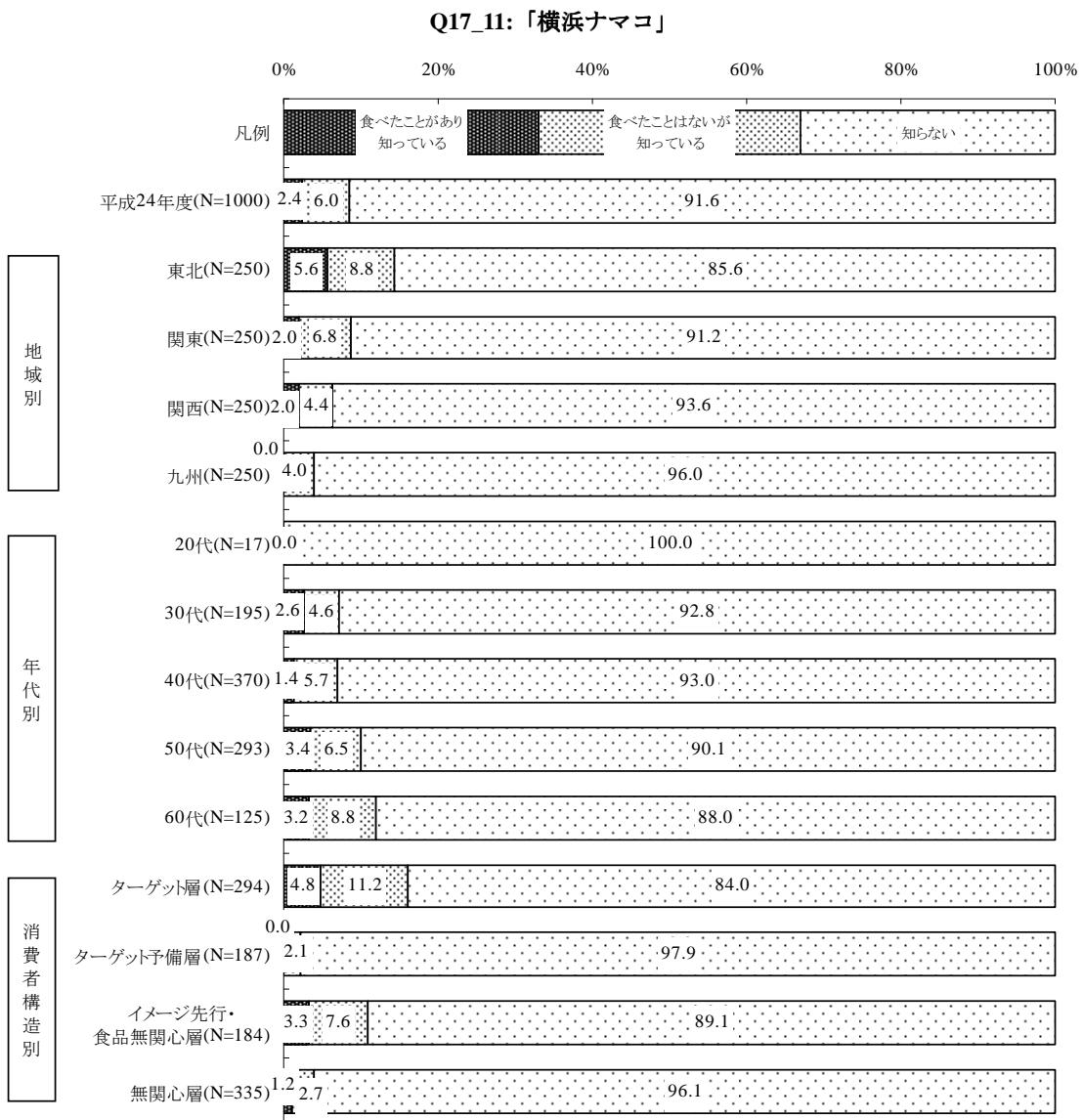
図表 IV-61 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 8.4%

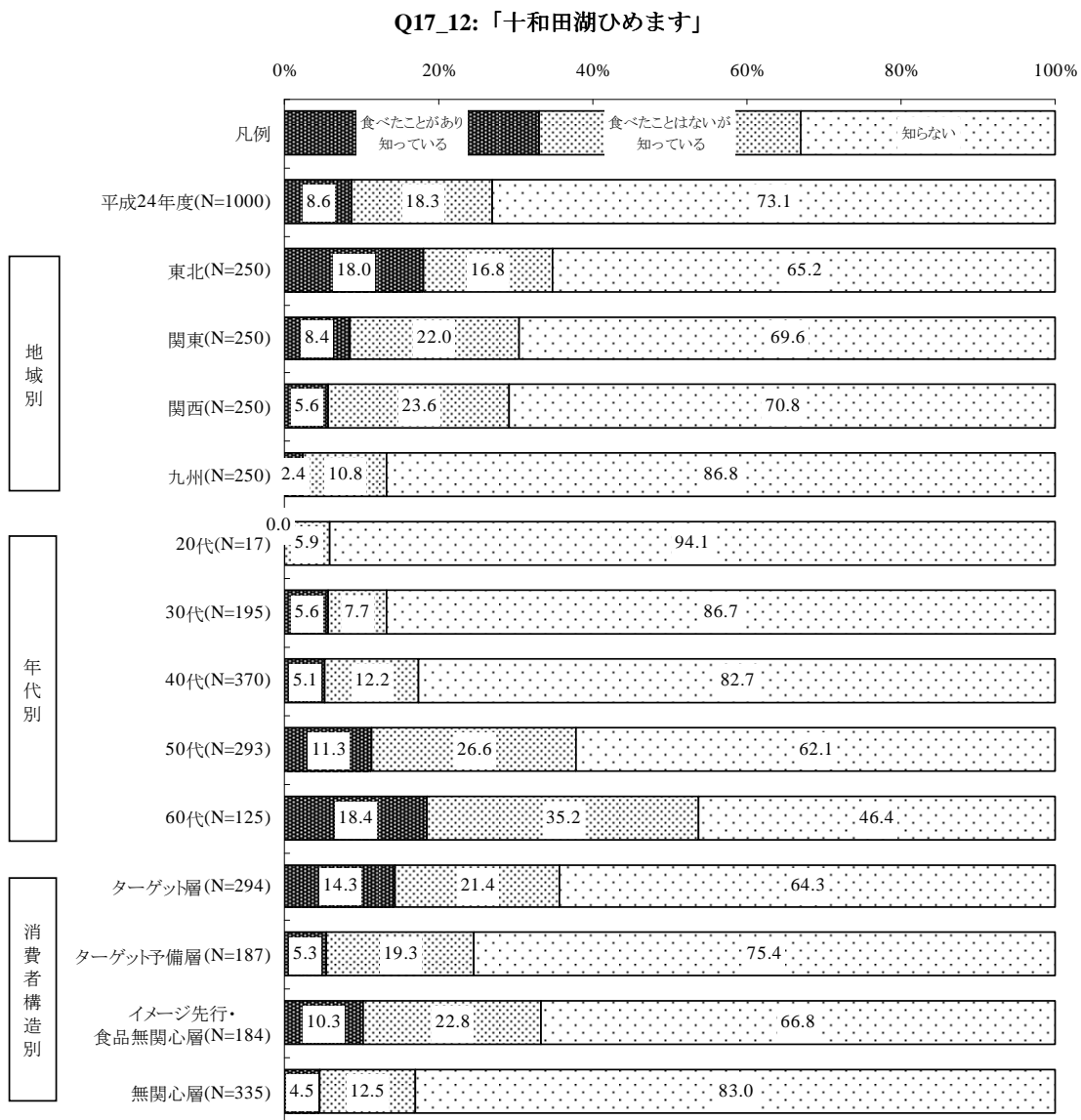
図表 IV-62 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 26.9%
- ・ 地域別にみると、九州で認知度が低い（13.2%）
- ・ 年代別にみると、50代（37.9%）と60代（53.6%）で認知度が高い
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 35.7%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 33.1%と、その他の層と比べて高い

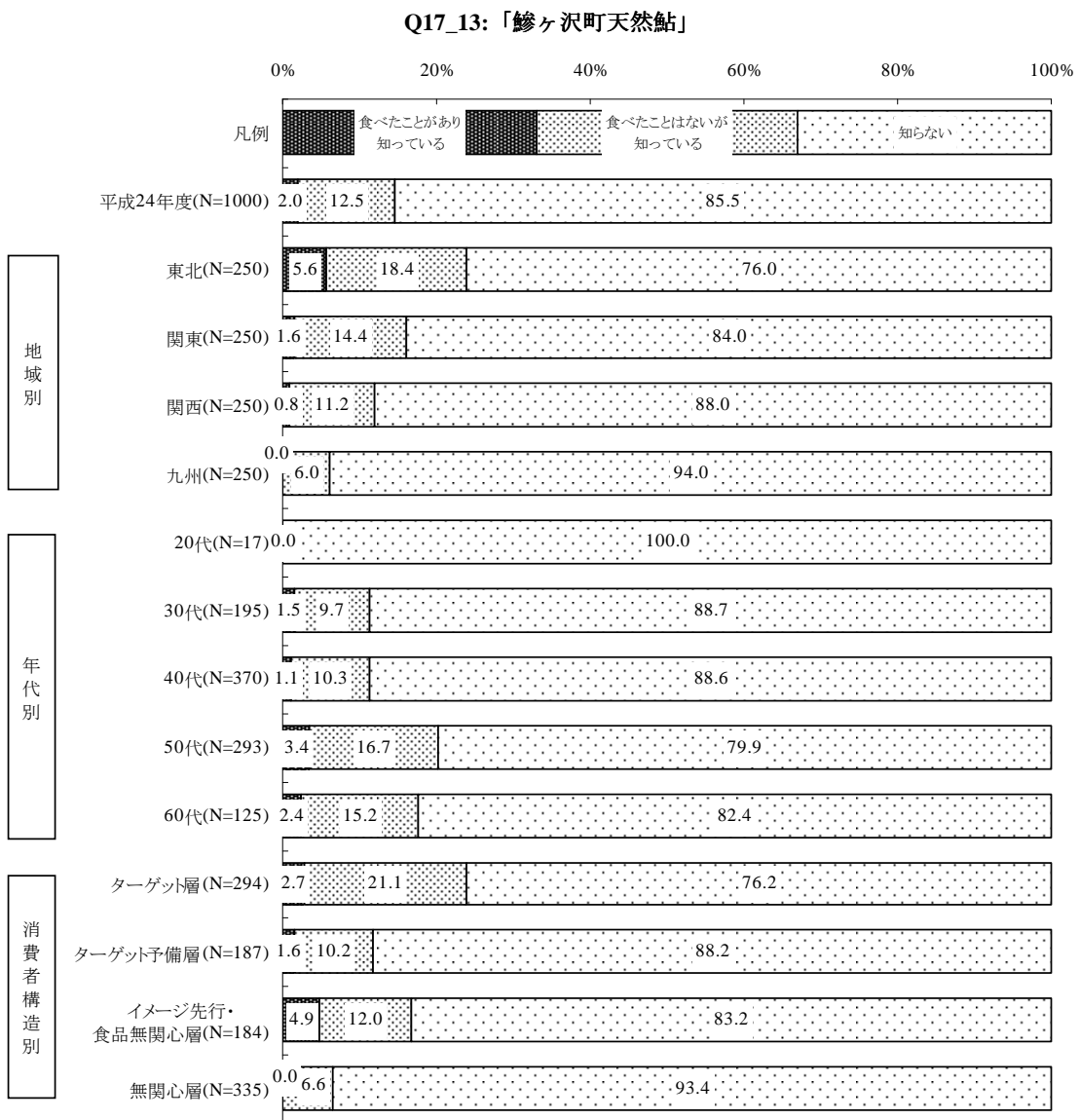
図表 IV-63 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 14.5%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 24.0%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ ターゲット層では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 23.8%と、その他の層と比べて高い

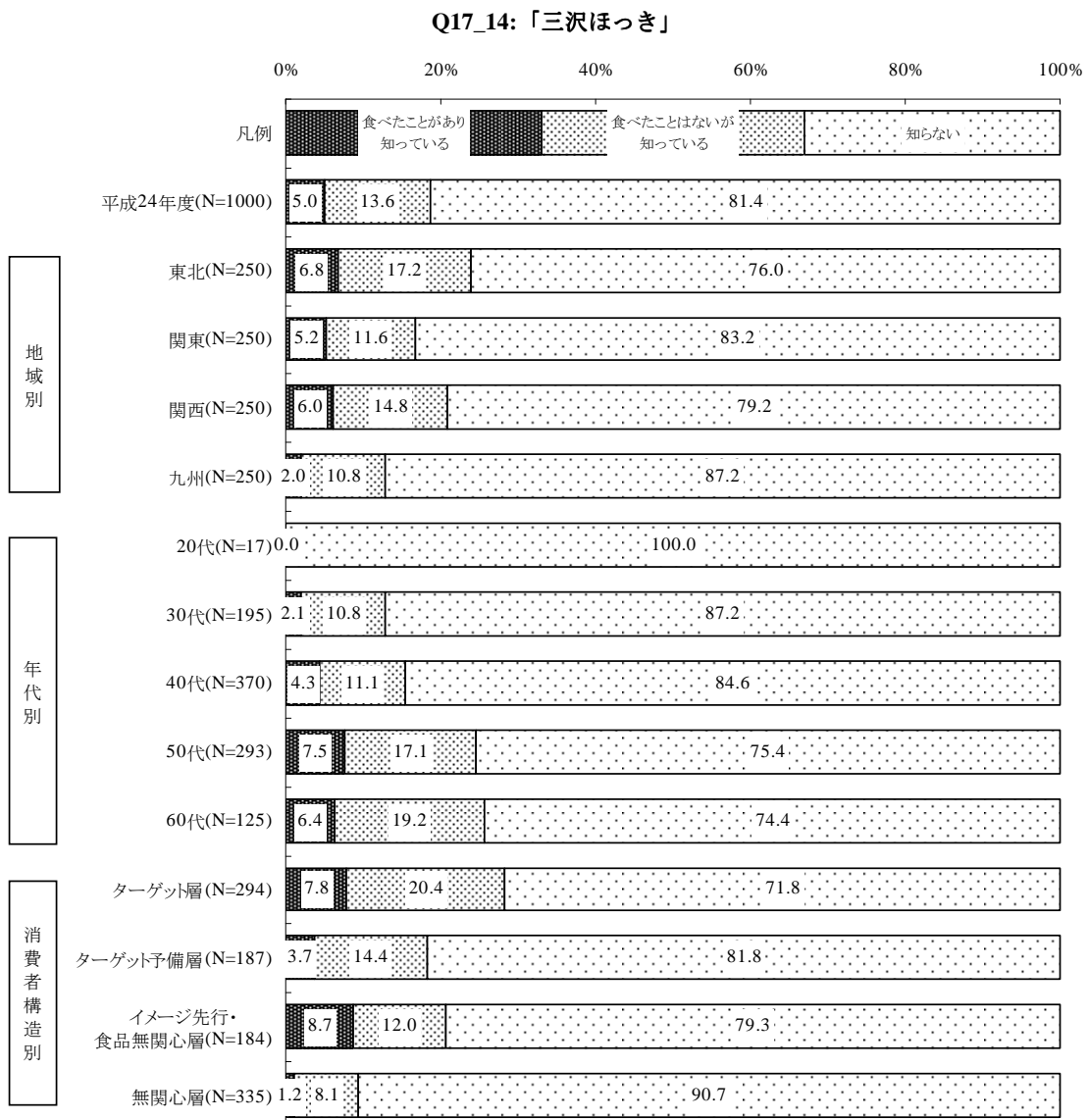
図表 IV-64 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 18.6%
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向

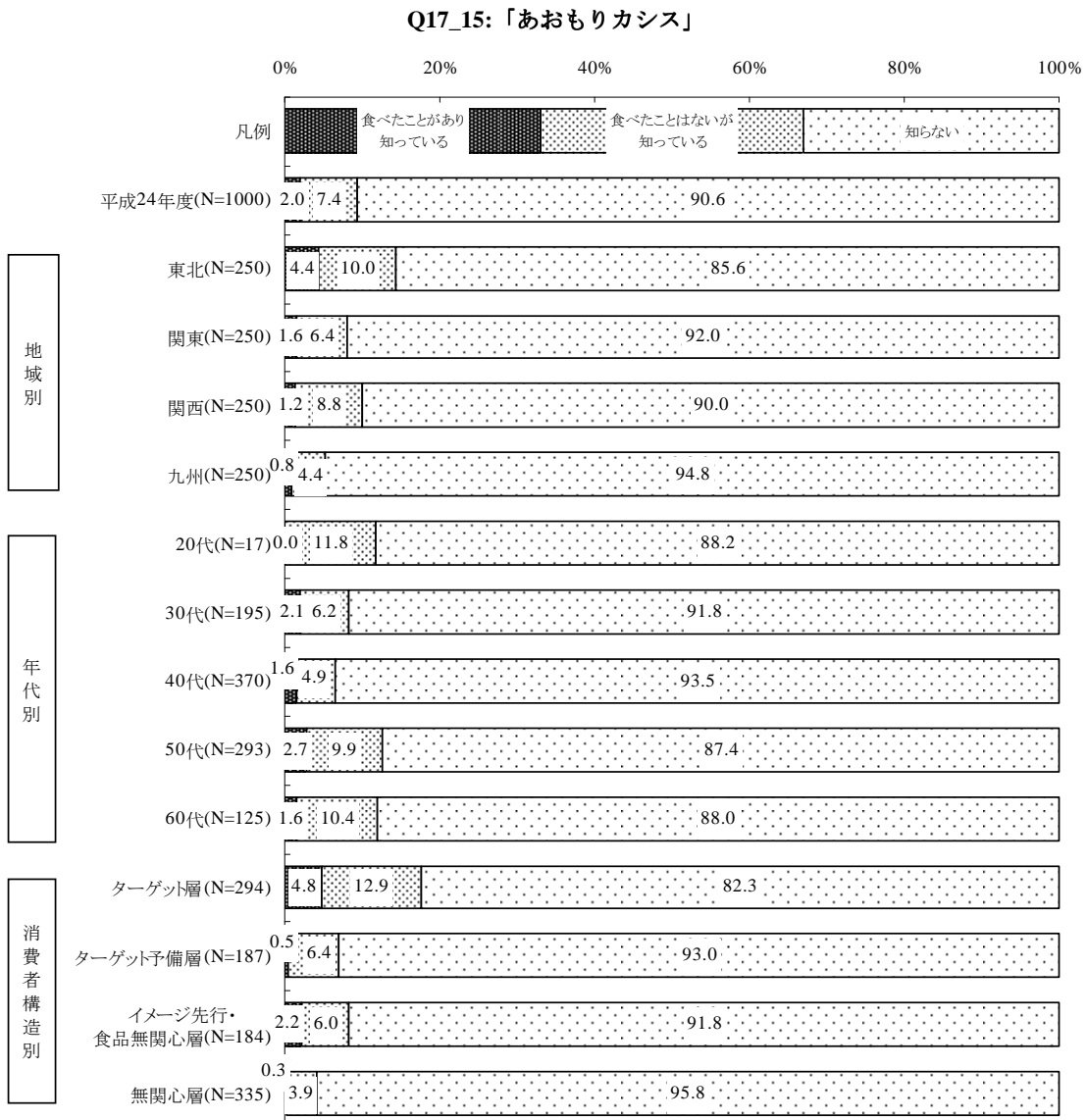
図表 IV-65 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 9.4%

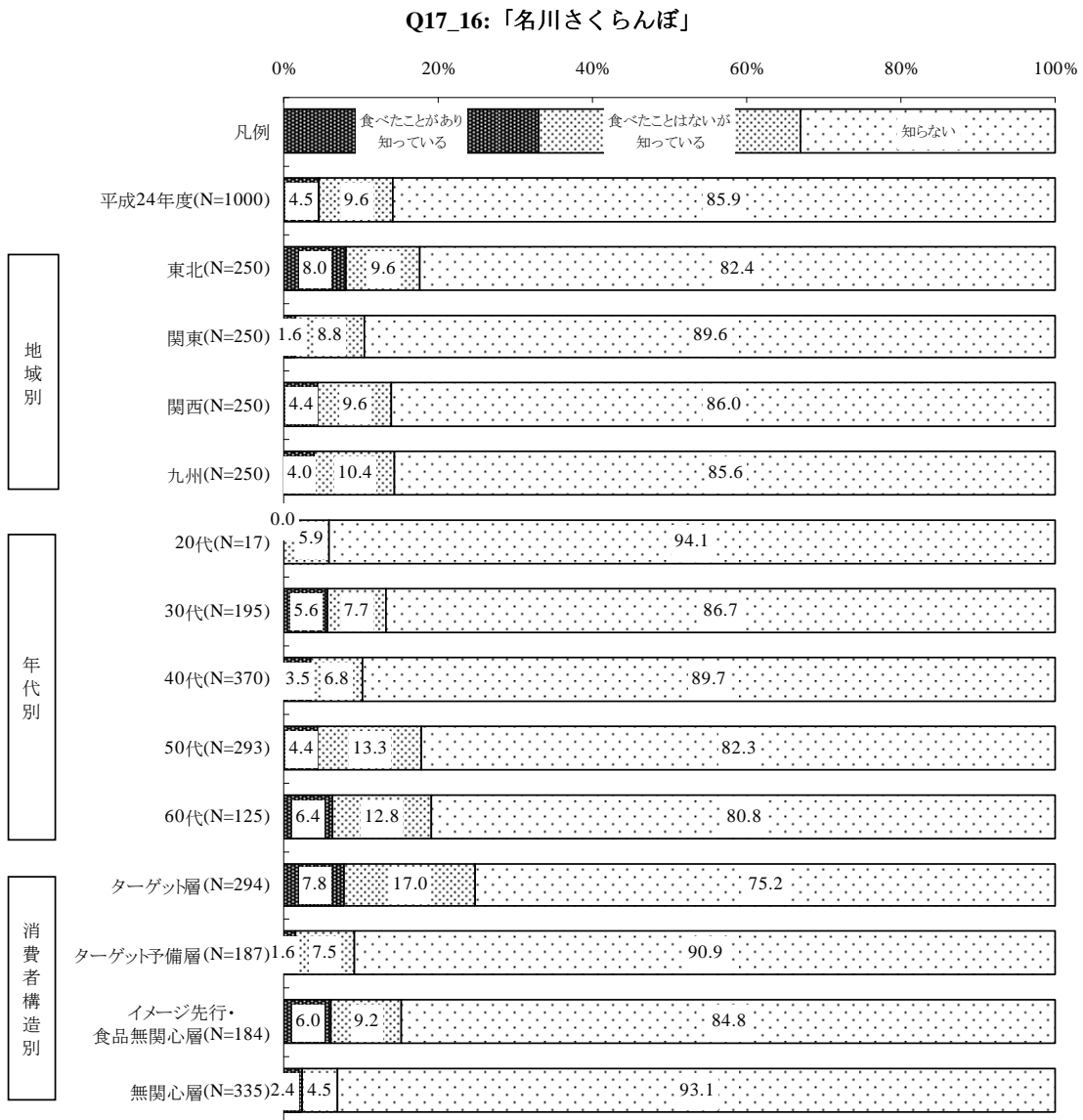
図表 IV-66 「あおりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 14.1%
- ・ 年代別にみると、50代（17.7%）と60代（19.2%）で認知度が高い
- ・ ターゲット層では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 24.8%と、その他の層と比べて高い

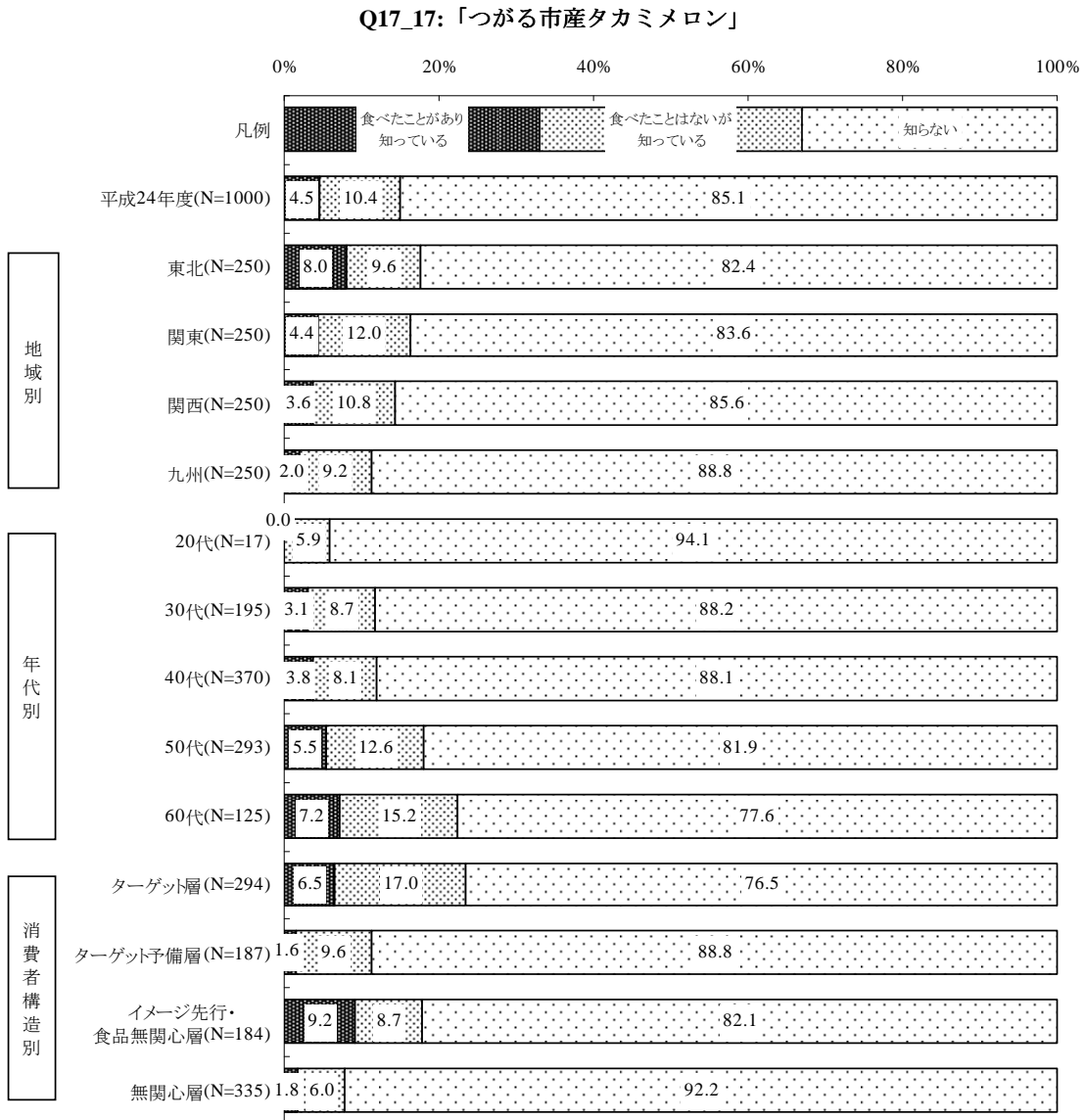
図表 IV-67 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 14.9%
- ・ 年代別にみると、50代（18.1%）と60代（22.4%）で認知度が高い
- ・ ターゲット層では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 25.3%と、その他の層と比べて高い

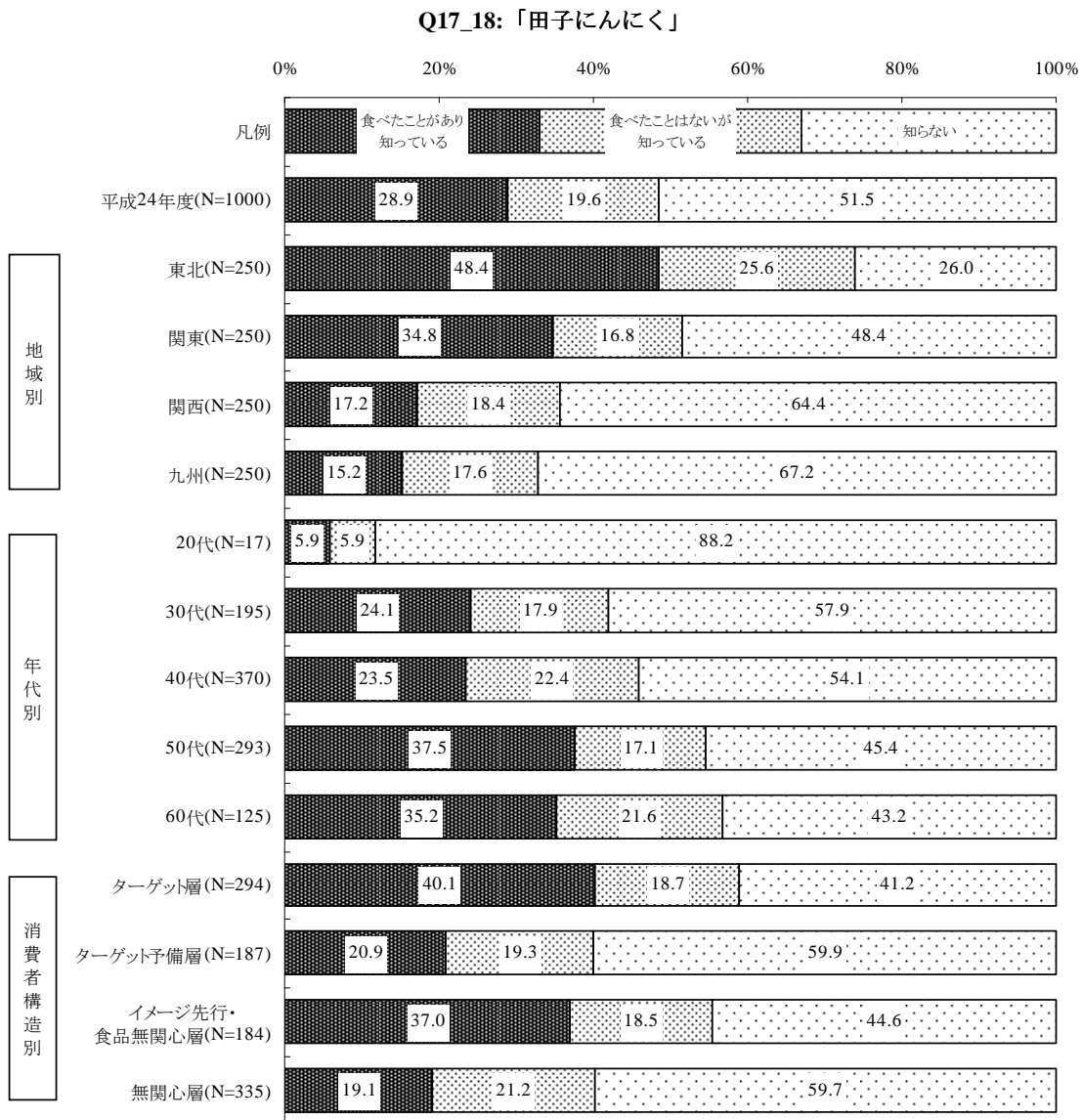
図表 IV-68 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 48.5%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 74.0%と高いが、概ね距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 58.8%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 55.5%と、その他の層と比べて高い

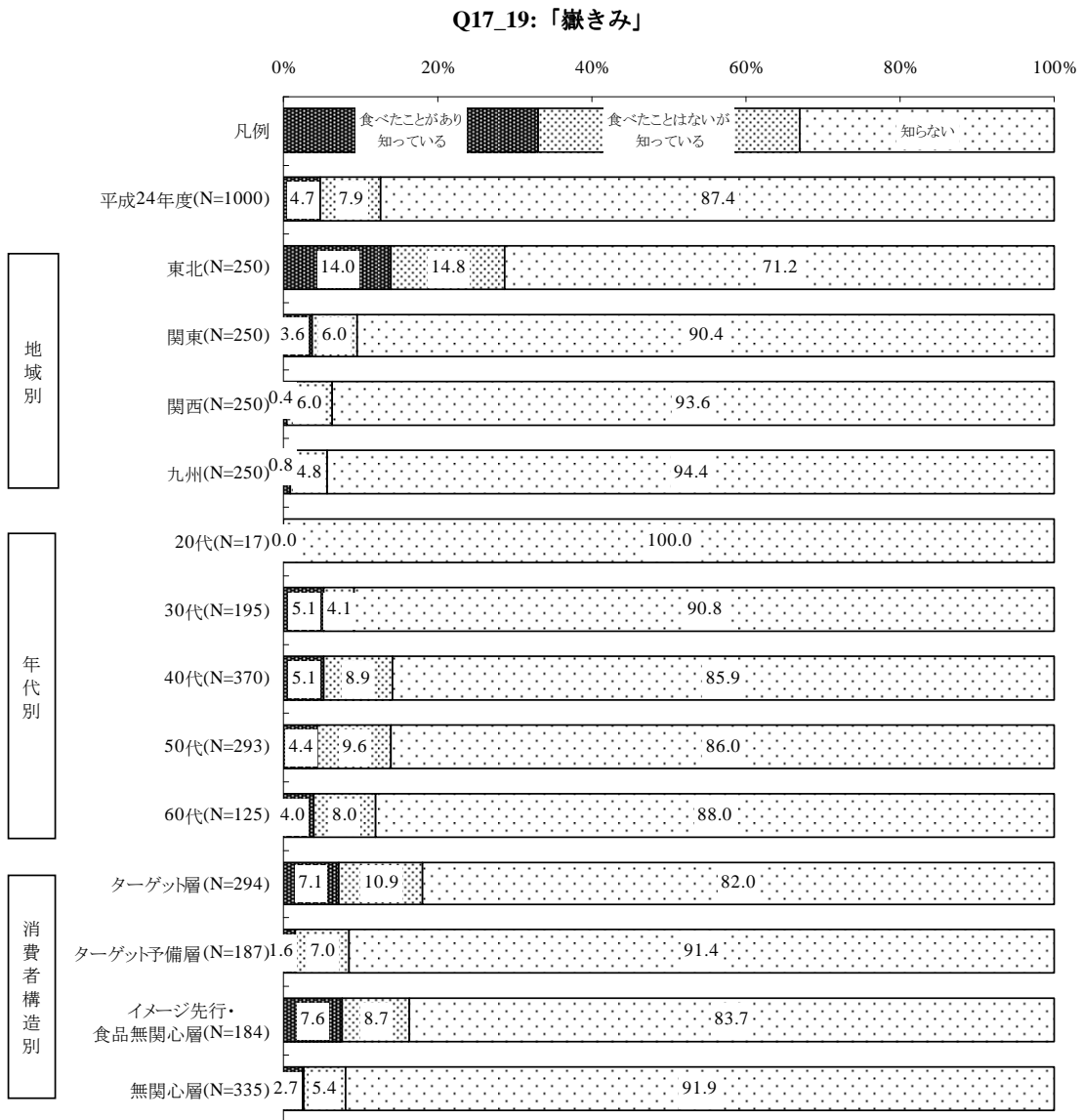
図表 IV-69 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 12.6%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 28.8%と高い

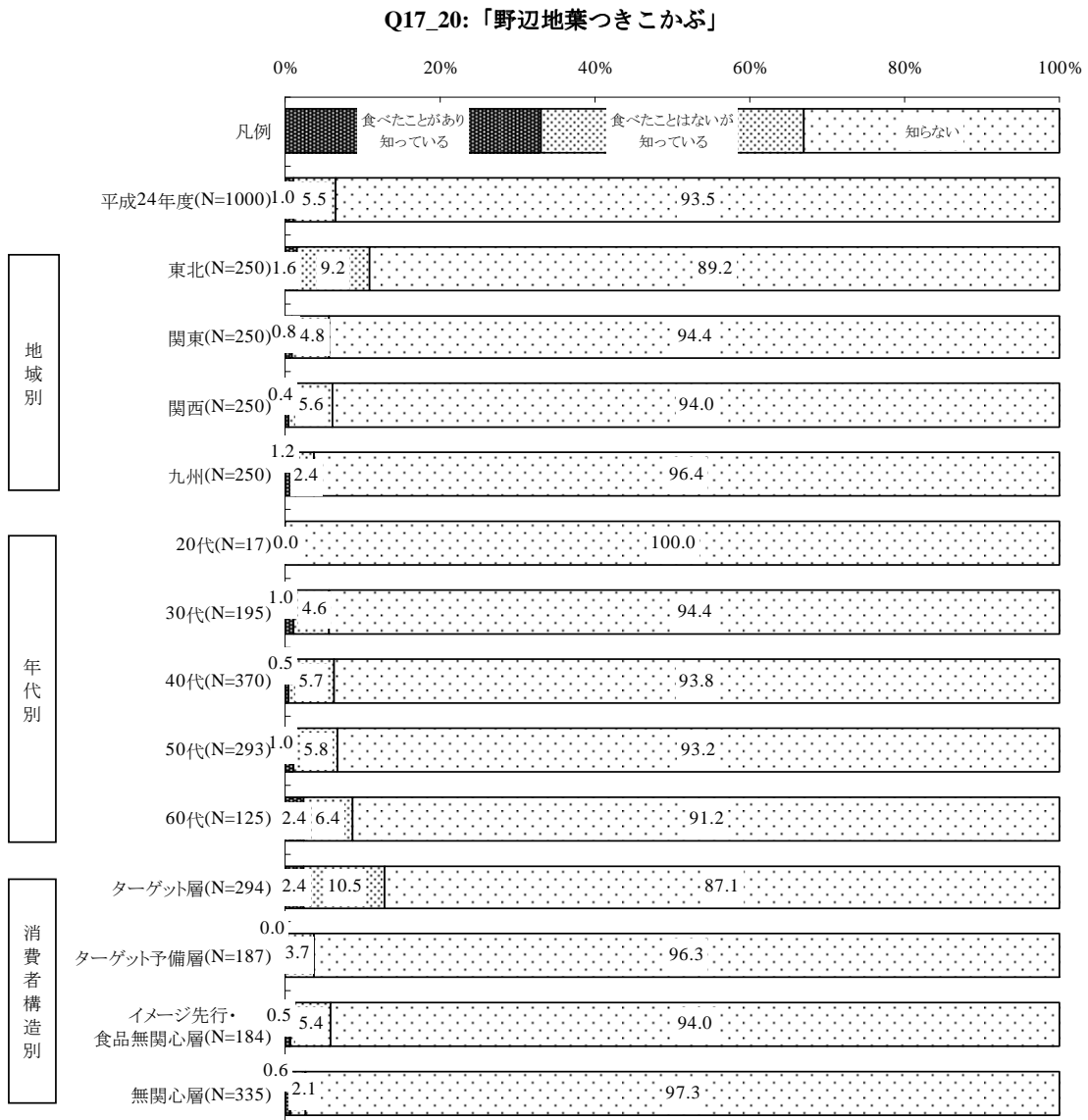
図表 IV-70 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 6.5%

図表 IV-71 「あおもりの地域食材」の認知度

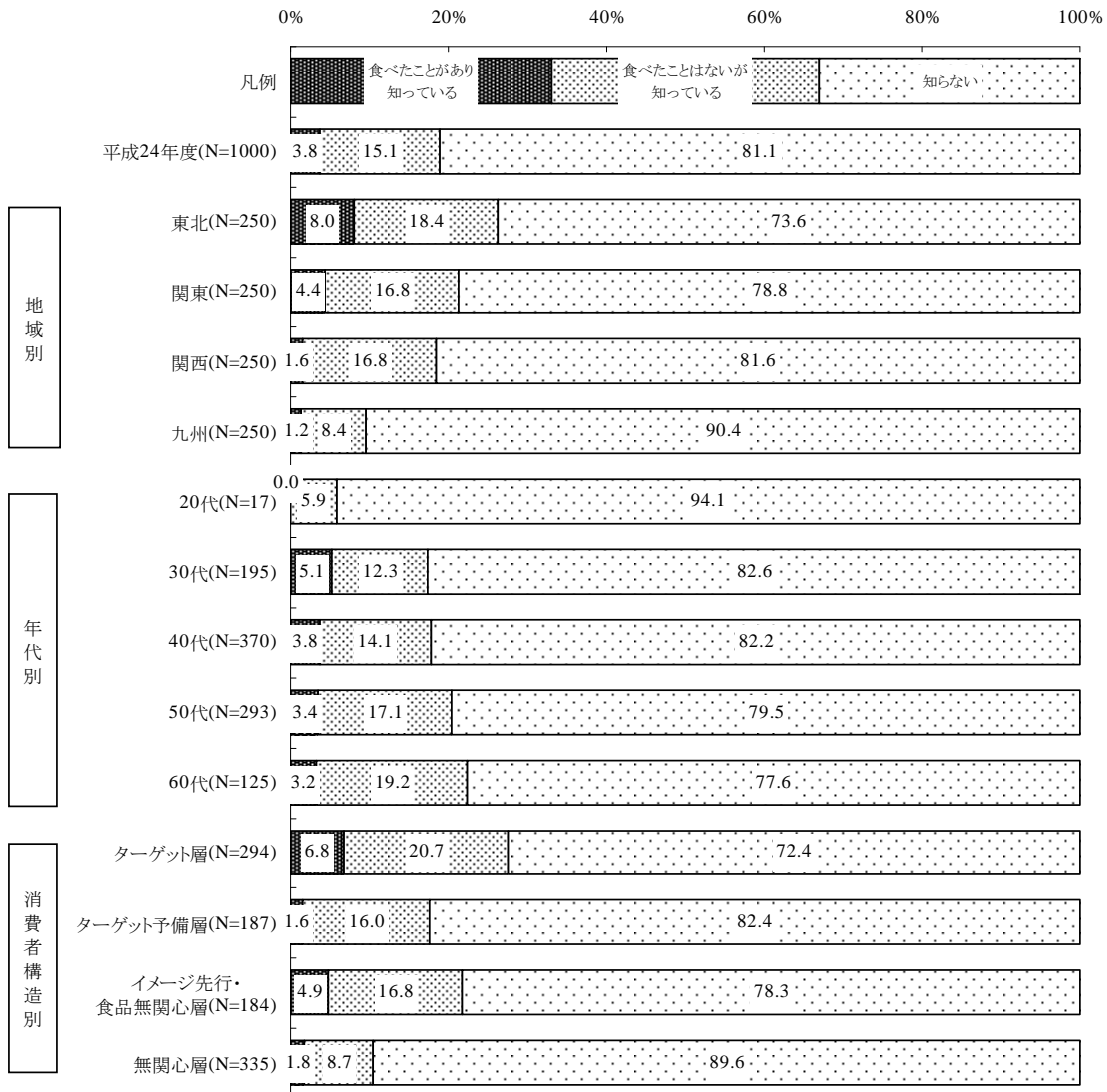


Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 18.9%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 26.4%と高いが、距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 27.5%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-72 「あもりの地域食材」の認知度

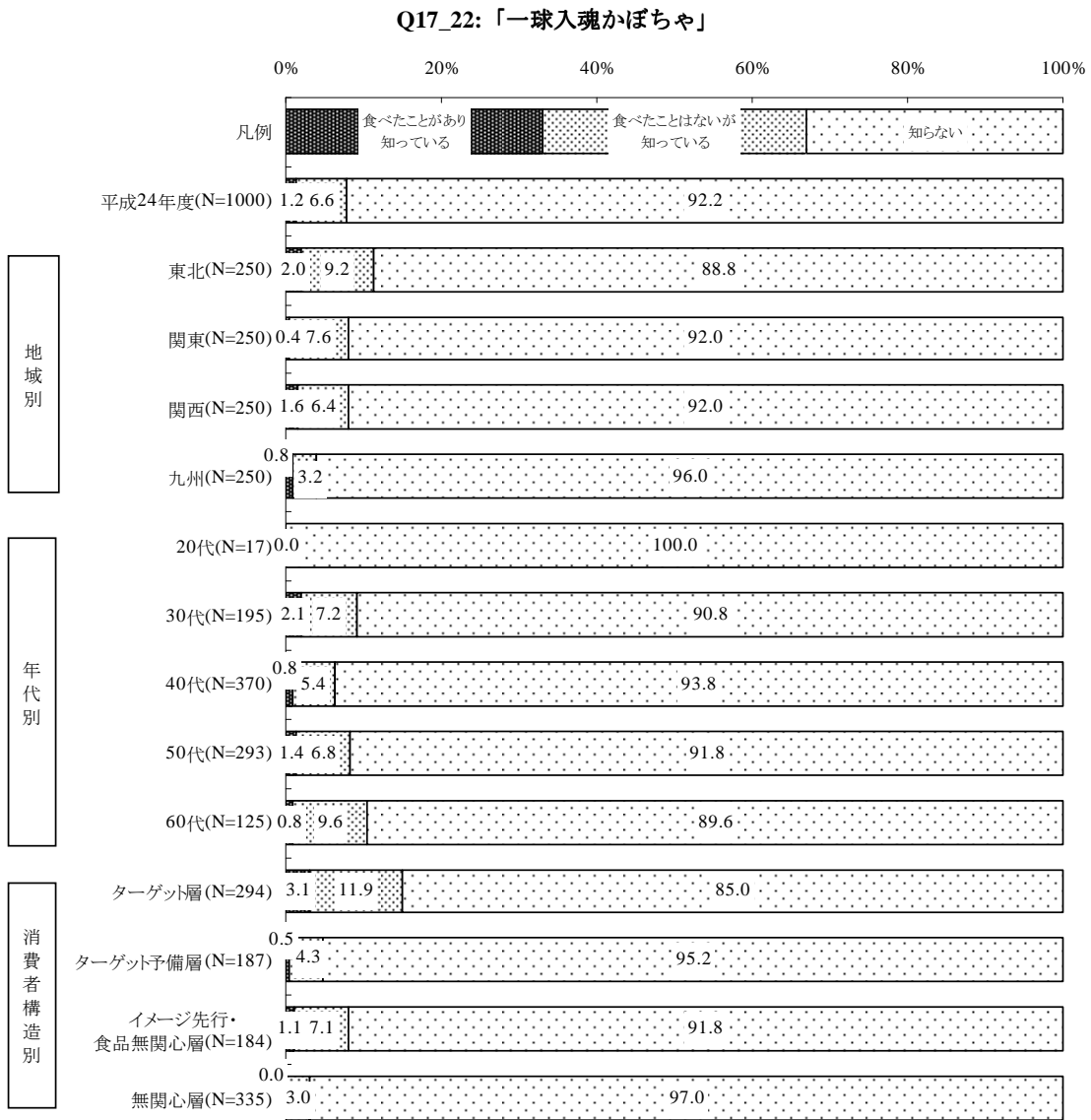
Q17_21: 「ふかうら雪にんじん」



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 7.8%

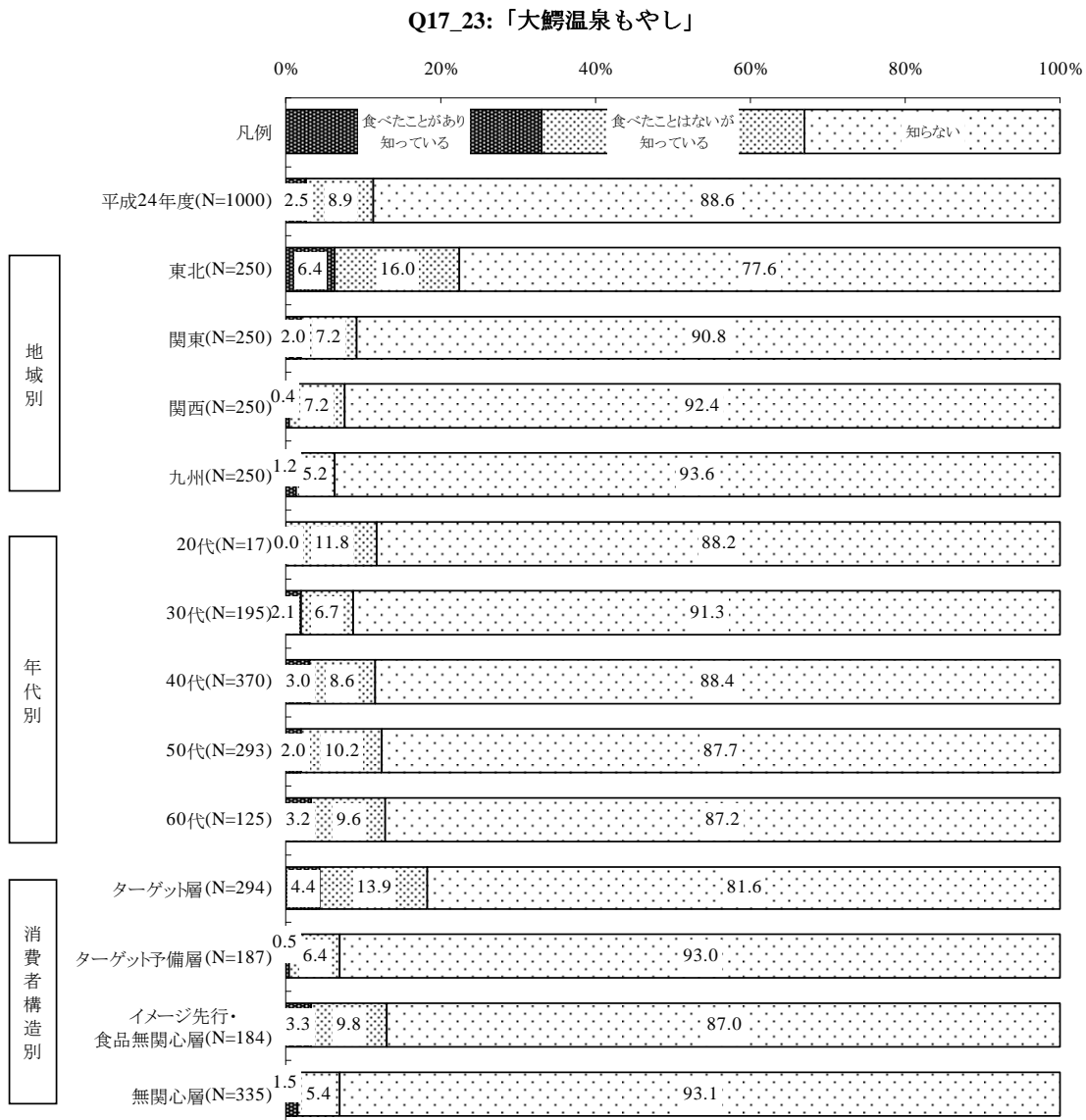
図表 IV-73 「あおもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 11.4%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 22.4%と高い
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 18.3%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-74 「あもりの地域食材」の認知度

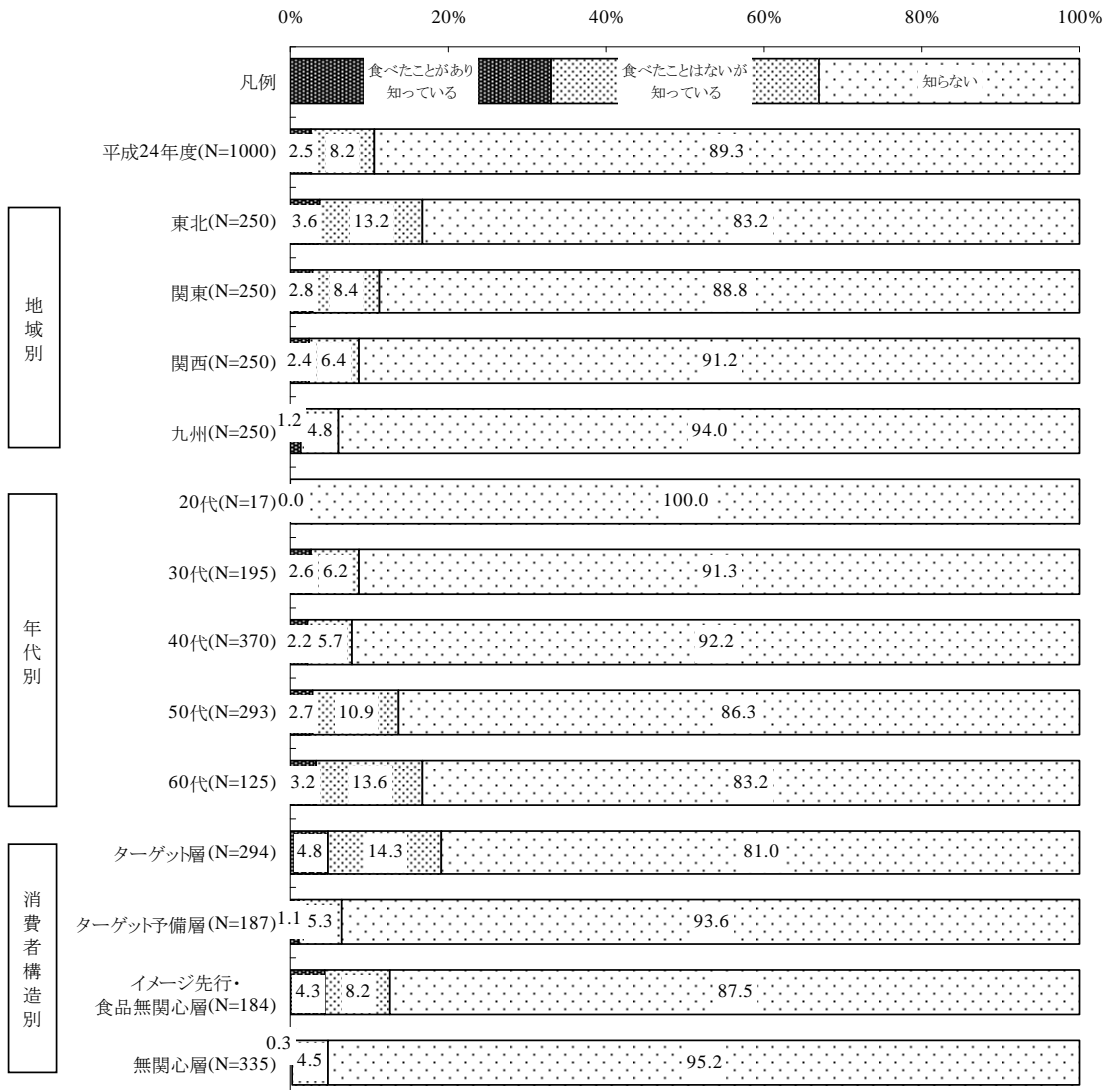


Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 10.7%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 16.8%と高いが、距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、年齢が高くなるに従い認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 19.1%と、その他の層と比べて高い

図表 IV-75 「あおりの地域食材」の認知度

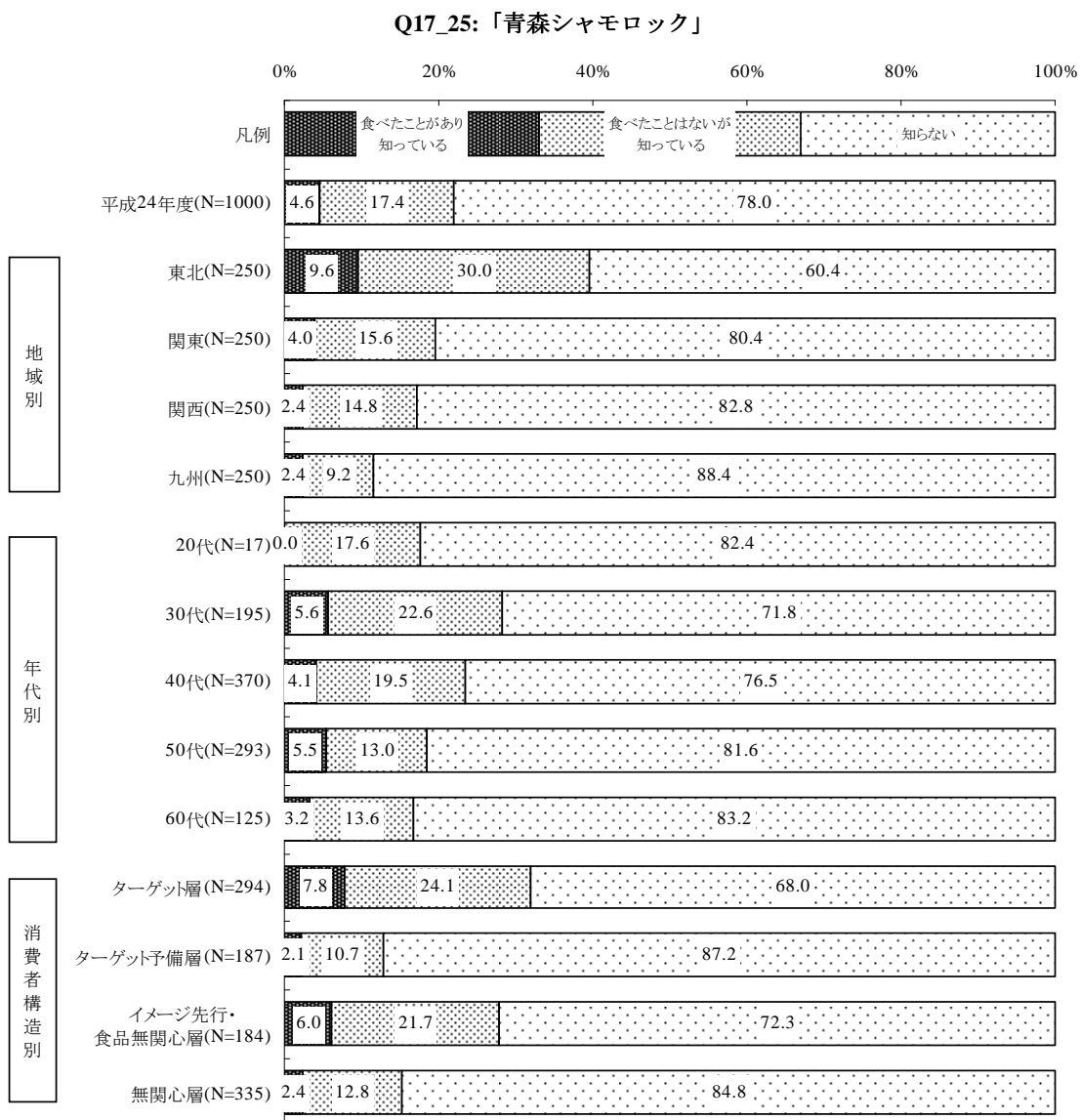
Q17_24:「倉石牛」



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 22.0%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 39.6%と高いが、距離が遠くなるほど認知度は低下する傾向
- ・ 年代別にみると、年齢が低いほど認知度は高まる傾向
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 31.9%、イメージ先行・食品無関心層では同じく 27.7%と、その他の層と比べて高い

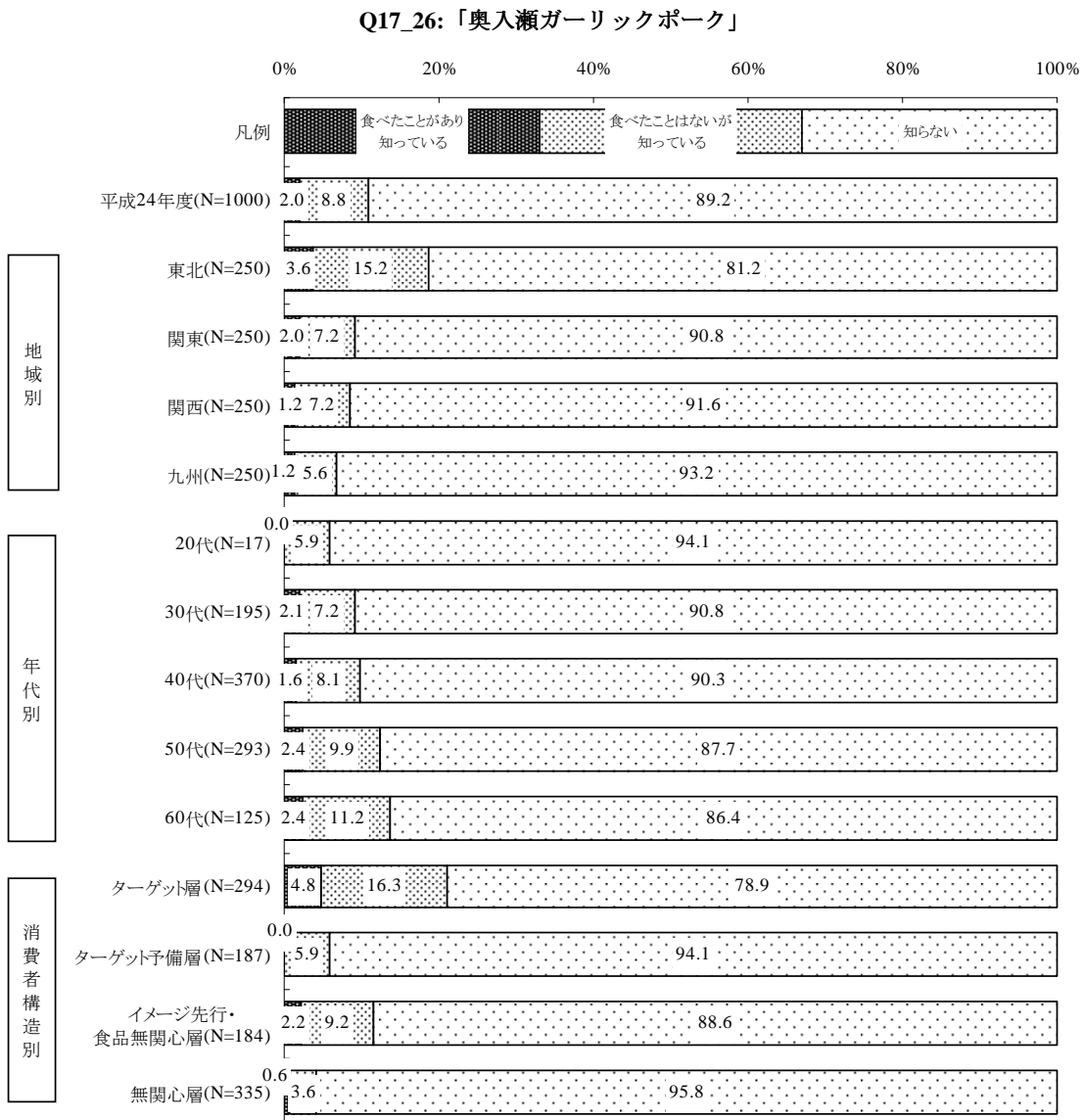
図表 IV-76 「あもりの地域食材」の認知度



Point

- ・ 全体では、「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計は 10.2%
- ・ 地域別にみると、東北では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 18.8%と高い
- ・ ターゲット層では「食べたことがあり知っている」「食べたことはないが知っている」の合計が 21.1%と、その他の層と比べて高い

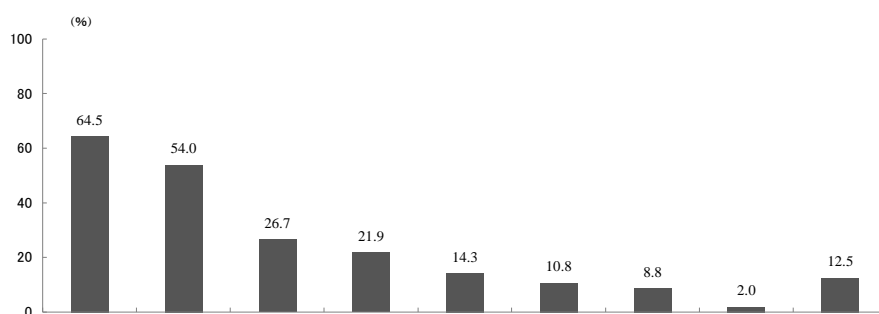
図表 IV-77 「あもりの地域食材」の認知度



(2) Q18:「Q17」で「食べたことがあり知っている」と回答した回答者の食べた動機（複数回答）

Point	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体では、「おいしいから」が最も多く（64.5%）、「品質がいいと思うから」が続く（54.0%） ・ 地域別では、関東で「安全だと思うから」が31.8%と他地域よりも高く、九州で「ブランドだと思うから」が27.8%と他地域よりも高い ・ ターゲット層では、「品質がいいと思うから」（68.5%）、「安全だと思うから」（36.4%）、「ブランドだと思うから」（29.9%）」が、その他の層と比べて高い
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

図表 IV-78 「あおもりの地域食材」を食べた動機



	N	おいしいから	品質がいいと思うから	安全だと思うから	ブランドだと思うから	いつも食品を購入する店で売っているから	テレビ、マスコミ、インターネット等の情報で知ったから	知り合いからの口コミ	価格が安いから	その他
平成24年度	502	64.5	54.0	26.7	21.9	14.3	10.8	8.8	2.0	12.5
地域別										
東北	175	65.1	53.1	25.7	24.0	16.0	12.0	14.3	1.7	13.7
関東	154	63.6	54.5	31.8	21.4	12.3	7.1	5.8	2.6	12.3
関西	94	69.1	60.6	21.3	13.8	14.9	9.6	4.3	1.1	9.6
九州	79	59.5	46.8	25.3	27.8	13.9	16.5	7.6	2.5	13.9
年代別										
20代	5	60.0	20.0	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
30代	81	64.2	53.1	27.2	23.5	13.6	12.3	12.3	4.9	9.9
40代	159	63.5	50.3	22.6	18.9	9.4	9.4	8.8	1.9	14.5
50代	175	66.3	57.1	28.0	25.1	18.9	9.7	8.6	0.0	9.7
60代	82	63.4	57.3	31.7	18.3	15.9	13.4	6.1	3.7	18.3
消費者構造別										
ターゲット層	184	71.7	68.5	36.4	29.9	16.3	14.1	13.0	1.1	10.3
ターゲット予備層	82	61.0	39.0	20.7	17.1	13.4	13.4	7.3	3.7	14.6
イメージ先行・食品無関心層	102	71.6	52.9	26.5	17.6	14.7	2.0	6.9	4.9	9.8
無関心層	134	51.5	44.0	17.2	17.2	11.9	11.2	5.2	0.0	16.4

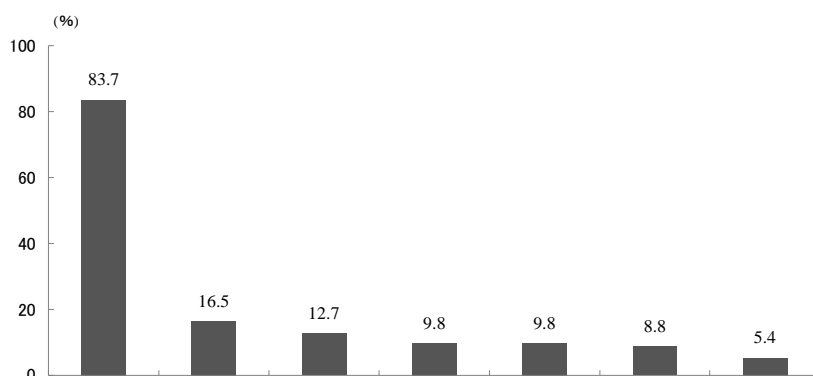
その他の内容 (その他 N=63)	件数
いただきもの・土産	21
旅先で食べた	16
親戚、実家、知人が青森出身	5
たまたま	5
食べたいと思った	3
店頭で並んでいた	2
旅先で食べて美味しかった	2
新し物好きなので	1

その他の内容	件数
味見のため	1
有名なので	1
滅多に食べられないので	1
価格と味が釣り合っているから	1
店に勧められたので	1
青森物産セールをやっていたから	1
中国産とは明らかに違っていたから	1
なし	1

(3) Q19:「Q17」で「食べたことがあり知っている」と回答した回答者の食べた場所（複数回答）

Point	・ 全体では、「自宅で食べた」が突出している（83.7%）
	・ 地域別では、東北では「旅先の庶民的な居酒屋・ファミレス等」が23.4%と高い
	・ ターゲット層は、「地元の庶民的な居酒屋・ファミレス等」が15.8%と、他の層よりも高い

図表 IV-79 「あおもりの地域食材」を食べた場所



	N	自宅で食べた	旅先の庶民的な居酒屋・ファミレス等	知り合いの家等で食べた	地元の高級な割烹・料亭・レストラン等	旅先の高級な割烹・料亭・レストラン等	地元の庶民的な居酒屋・ファミレス等	その他	
平成24年度	502	83.7	16.5	12.7	9.8	9.8	8.8	5.4	
地域別	東北	175	83.4	23.4	17.1	6.9	12.0	10.9	8.0
	関東	154	86.4	11.7	13.0	7.8	6.5	5.8	3.9
	関西	94	80.9	17.0	8.5	16.0	12.8	10.6	3.2
	九州	79	82.3	10.1	7.6	12.7	7.6	7.6	5.1
年代別	20代	5	60.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0
	30代	81	81.5	22.2	17.3	6.2	7.4	14.8	4.9
	40代	159	83.0	12.6	15.1	10.1	6.9	7.5	5.7
	50代	175	85.1	16.6	11.4	11.4	12.6	8.0	4.0
	60代	82	85.4	19.5	7.3	8.5	12.2	6.1	8.5
消費者構造別	ターゲット層	184	84.2	19.6	14.7	10.3	12.5	15.8	7.1
	ターゲット予備層	82	79.3	12.2	11.0	9.8	9.8	4.9	6.1
	イメージ先行・食品無関心層	102	86.3	22.5	15.7	9.8	13.7	7.8	3.9
	無関心層	134	83.6	10.4	9.0	9.0	3.0	2.2	3.7

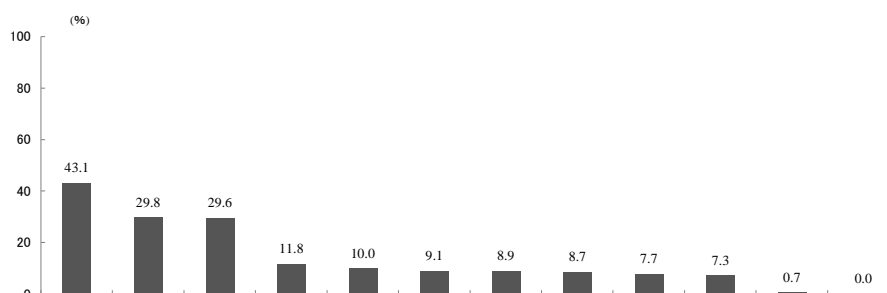
その他の内容 (その他 N=27)	件数
旅先の宿泊施設で	13
物産展で	2
旅先で	2
忘れた	2
旅先の市場で	1
レストランで	1

その他の内容	件数
旅行で買って家で食べた	1
地元のすし屋で	1
実家で	1
青森に住んでいたときに	1
青森駅で	1
なし	1

(4) Q20:「Q19」で「自宅で食べた」および「知り合いの家等で食べた」と回答した回答者の
購入場所（複数回答）

Point	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体では、「食品スーパー」が最も多く（43.1%）、「総合スーパー」（29.8%）、「デパート」（29.6%）と続く ・ 地域別では、東北では「食品スーパー」が 50.0%、関西では「デパート」が 37.7%と他地域より多いことが特徴的 ・ ターゲット層では「デパート」（43.6%）の、イメージ先行・食品無関心層では「食品スーパー」（54.7%）、「道の駅等産地直売所」（16.3%）が他の層よりも高い
-------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

図表 IV-80 「あおもりの地域食材」の購入場所



	N	食品スーパー	総合スーパー (衣料品や家電等も売っている店)	デパート	生協、A-COOP	その他	通信販売 (インターネット通販、カタログ通販)	青森県のアンテナショップ	生産者から直接購入	道の駅等産地直売所	専門店 (魚屋、肉屋、八百屋等)	コンビニエンスストア	知らない/わからない
平成24年度	439	43.1	29.8	29.6	11.8	10.0	9.1	8.9	8.7	7.7	7.3	0.7	0.0
地域別													
東北	144	50.0	23.6	23.6	15.3	16.0	6.9	6.3	12.5	17.4	9.0	1.4	0.0
関東	134	49.3	35.8	35.1	8.2	7.5	9.0	8.2	9.0	2.2	8.2	0.0	0.0
関西	77	31.2	35.1	37.7	15.6	3.9	15.6	9.1	6.5	6.5	7.8	1.3	0.0
九州	65	41.5	33.8	30.8	10.8	12.3	9.2	18.5	4.6	1.5	3.1	0.0	0.0
年代別													
20代	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
30代	66	43.9	37.9	36.4	10.6	6.1	10.6	9.1	10.6	12.1	3.0	0.0	0.0
40代	134	46.3	25.4	28.4	9.0	9.0	8.2	6.0	8.2	7.5	8.2	1.5	0.0
50代	150	46.0	31.3	29.3	14.7	11.3	9.3	9.3	9.3	6.0	7.3	0.7	0.0
60代	68	42.6	36.8	32.4	16.2	16.2	11.8	16.2	8.8	10.3	11.8	0.0	0.0
消費者構造別													
ターゲット層	156	39.7	30.8	43.6	17.9	10.3	15.4	12.8	10.9	7.1	7.7	1.3	0.0
ターゲット予備層	68	45.6	32.4	26.5	7.4	4.4	10.3	10.3	4.4	5.9	10.3	0.0	0.0
イメージ先行・食品無関心層	86	54.7	31.4	23.3	14.0	10.5	3.5	9.3	14.0	16.3	5.8	0.0	0.0
無関心層	110	44.5	30.9	21.8	6.4	14.5	5.5	3.6	5.5	4.5	7.3	0.9	0.0

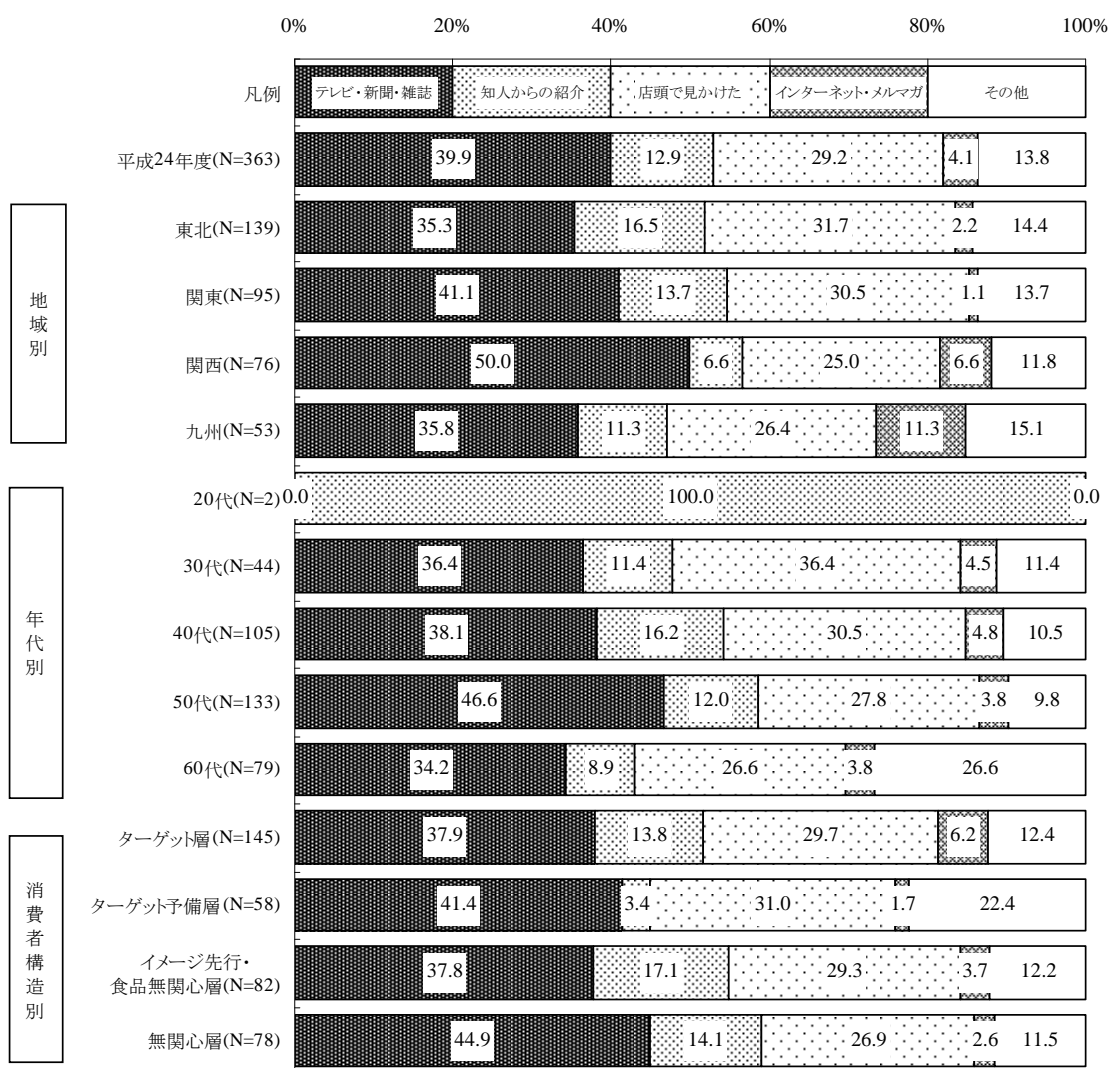
その他の内容 (その他 N=44)	件数
いただきもの・土産	31
市場	3
家族・親戚から	2
生協	2
売りに来た	1

その他の内容	件数
物産展	1
旅先で購入	1
宅配	1
青森まで買いにいった	1
忘れた	1

(5) Q21:「Q17」で「食べたことがあり知っている」および「食べたことがないが知っている」と回答した回答者の知ったきっかけ（単一回答）

Point	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 39.9%と最も多い ・ 地域別では、特に関西で「テレビ、新聞、雑誌」による認知が多い
--------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

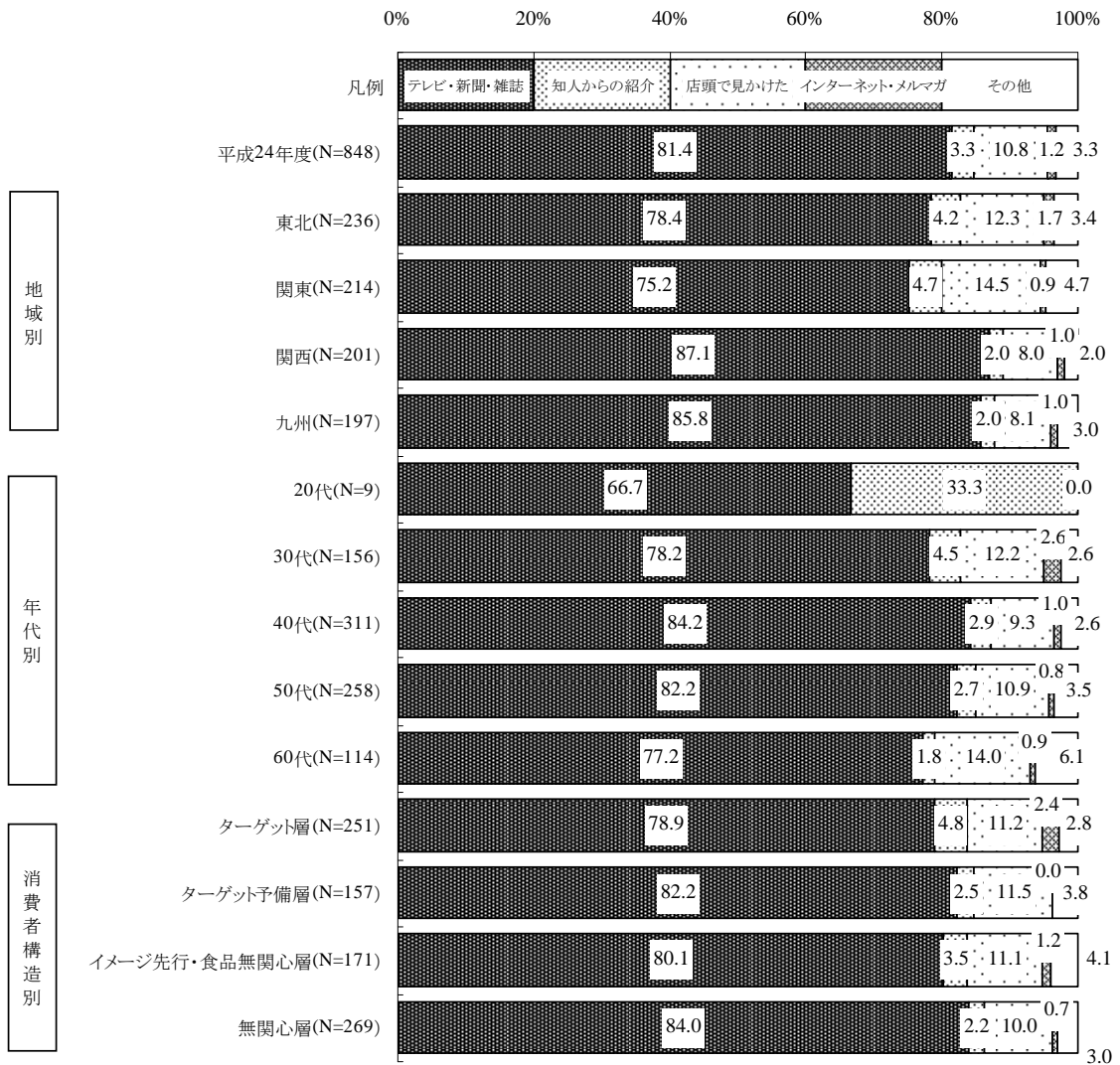
図表 IV-81 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ
Q21_1:「陸奥湾ほたて」



Point

・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 81.4%と最も多い

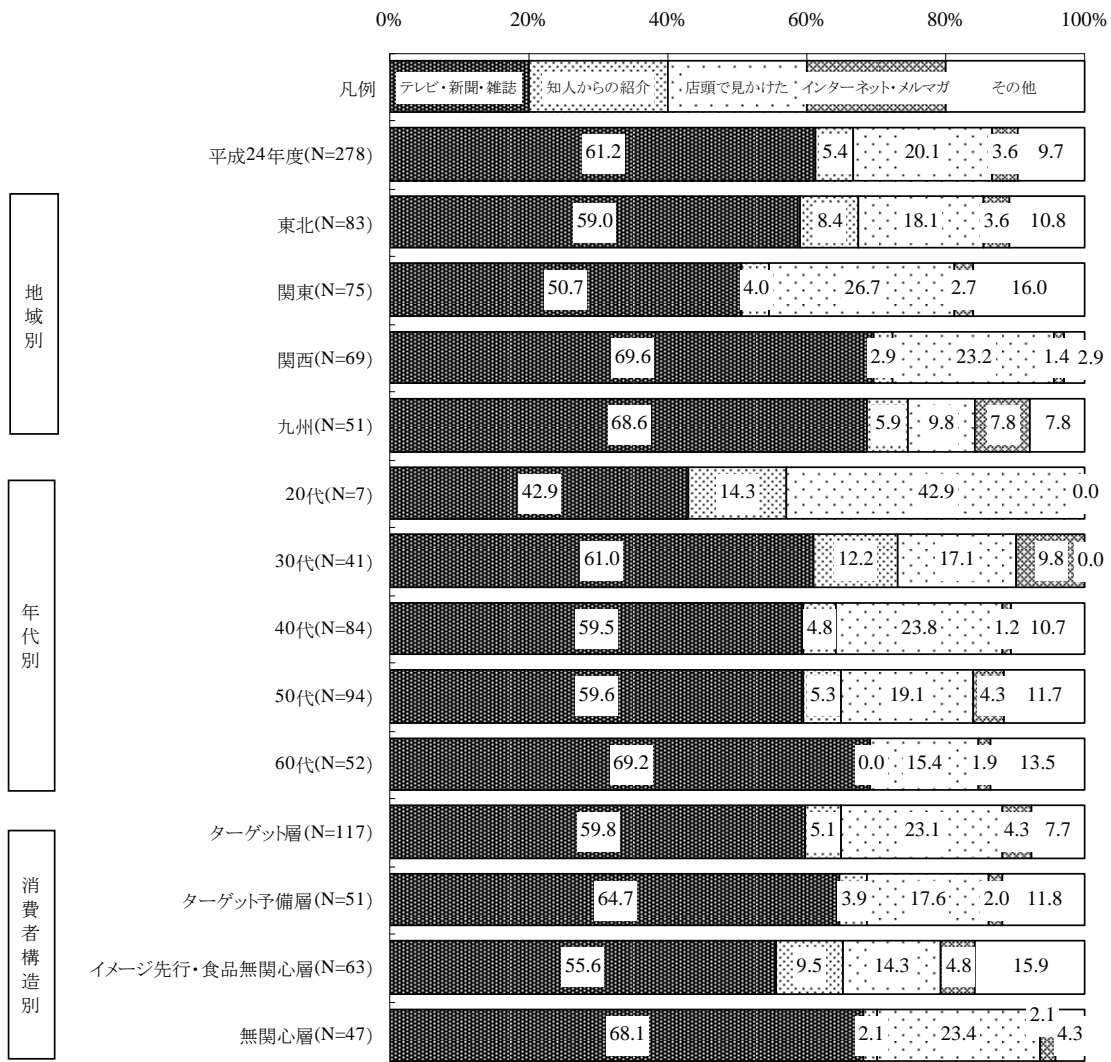
図表 IV-82 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ
Q21_2: 「大間マグロ」



Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 61.2%と最も多い
- ・ 地域別では、関東で「店頭で見かけた」が 26.7%と多い

図表 IV-83 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ
Q21_3:「海峽マグロ」

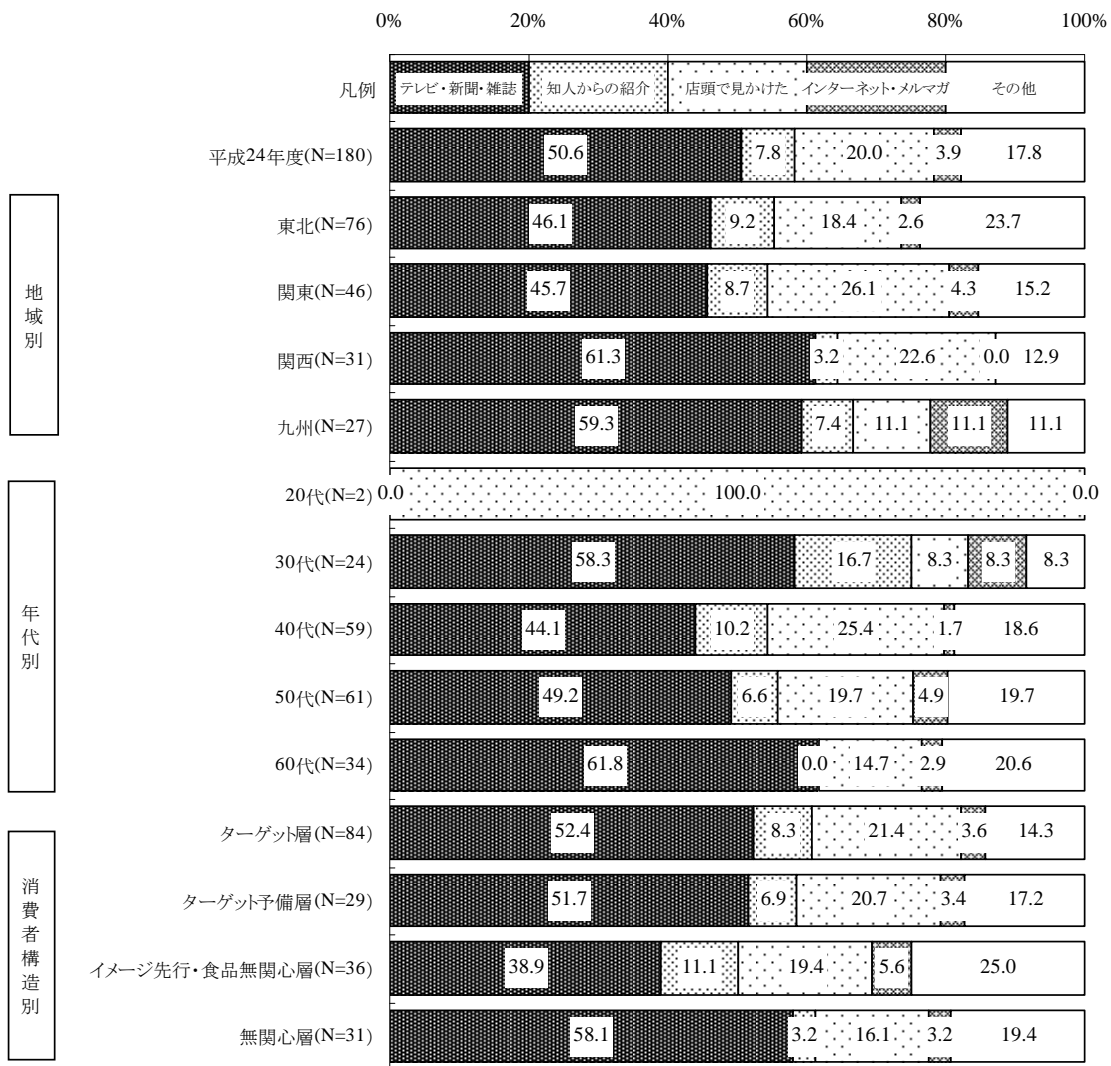


Point

- ・ 全体では、「テレビ・新聞・雑誌」が 50.6%と最も多い
- ・ 地域別では、関東で「店頭で見かけた」が 26.1%と多い

図表 IV-84 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_4:「深浦マグロ」

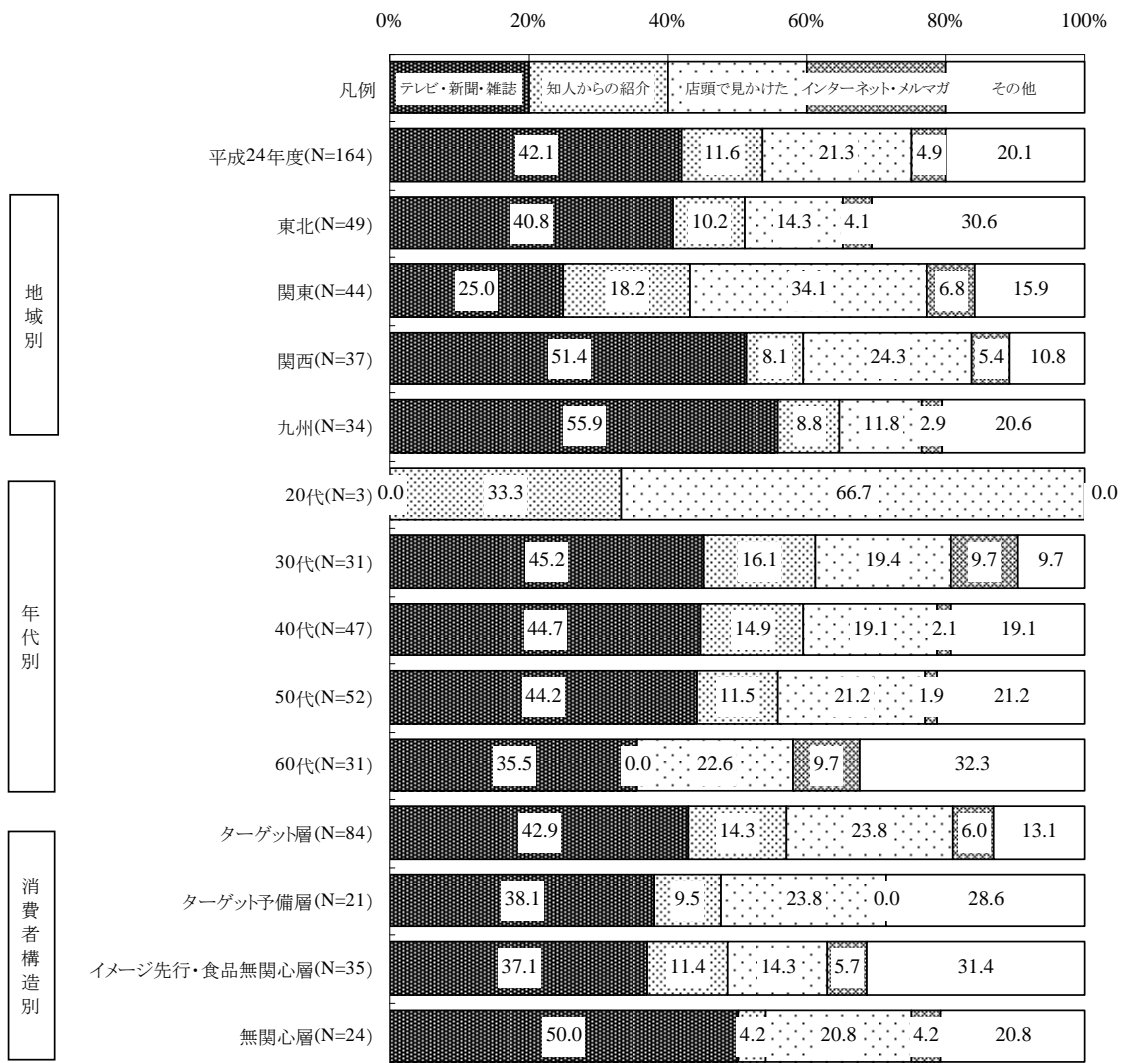


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が42.1%と最も多い
- ・ 地域別では、関東と関西で「店頭で見かけた」が34.1%と多く、「テレビ、新聞、雑誌」を上回っている

図表 IV-85 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_5:「海峡サーモン」

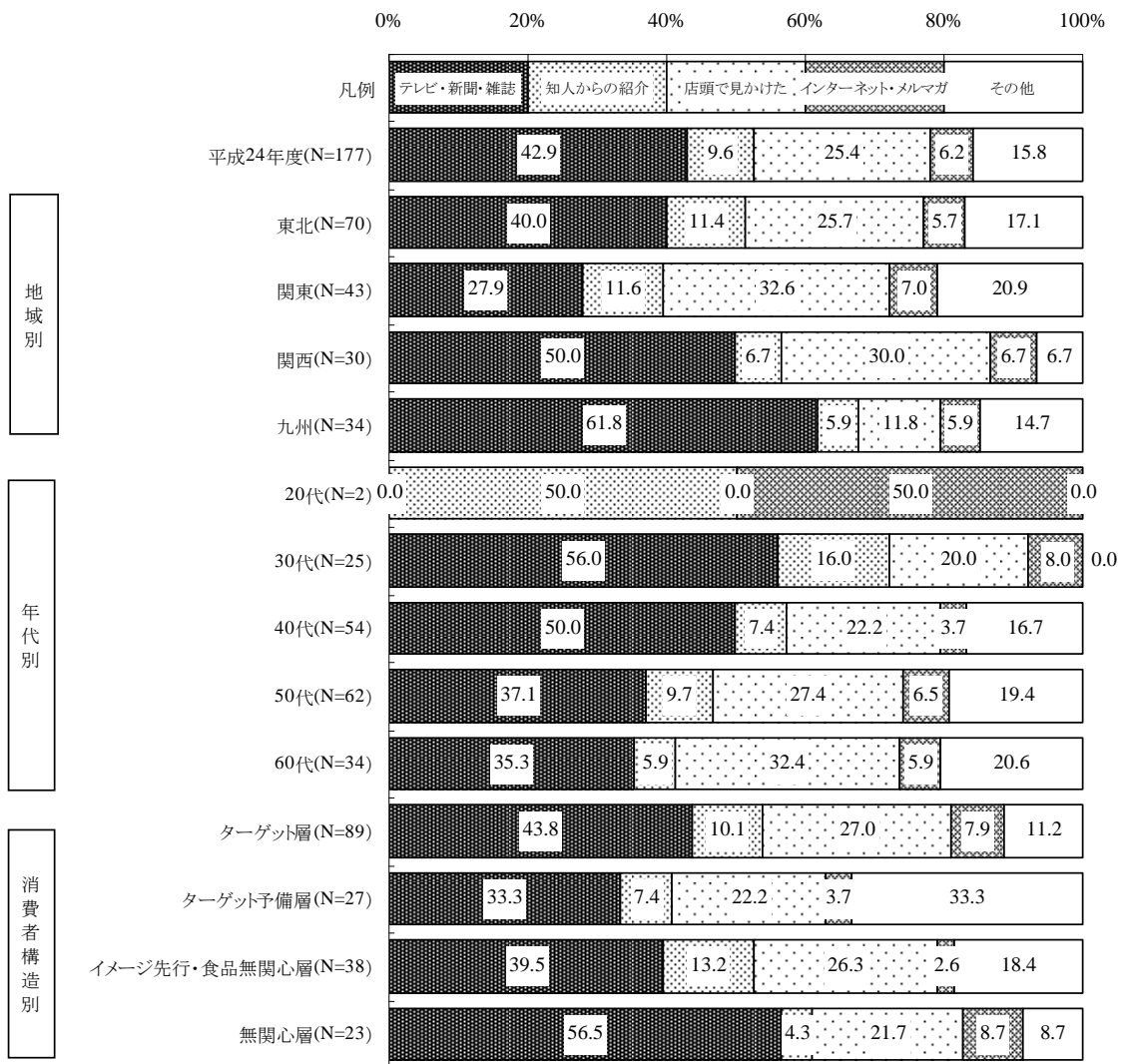


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が42.9%と最も多い
- ・ 地域別では、関東（32.6%）と関西（30.0%）で「店頭で見かけた」が多い

図表 IV-86 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

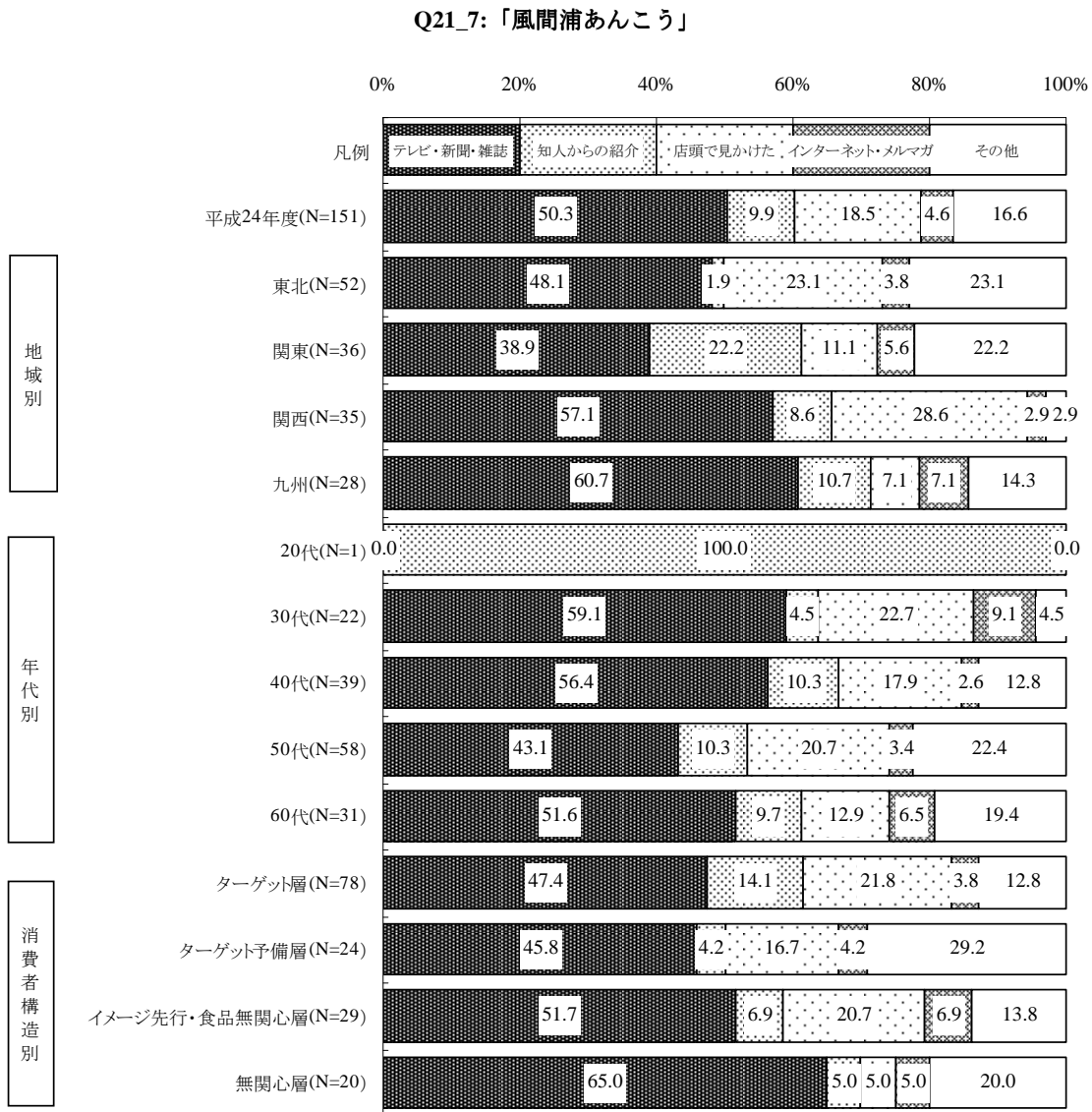
Q21_6: 「八戸前沖鯖」



Point

- ・ 全体では、「テレビ・新聞・雑誌」が 50.3%と最も多い
- ・ 地域別では、関東で「知人からの紹介」が 22.2%と多く、関西で「店頭で見かけた」が 28.0%と多い

図表 IV-87 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

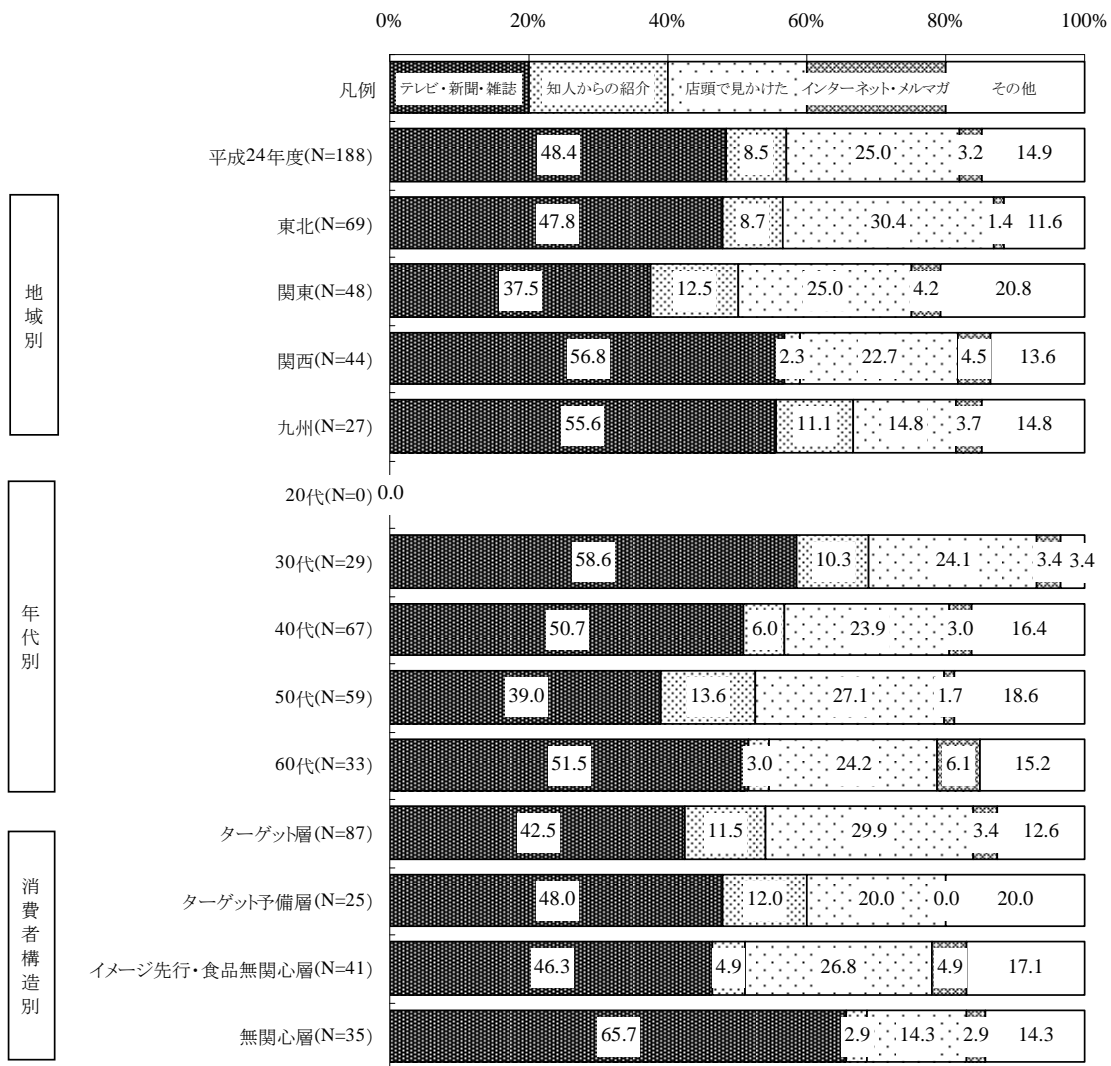


Point

・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 48.4%と最も多い

図表 IV-88 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_8:「青森天然ひらめ」

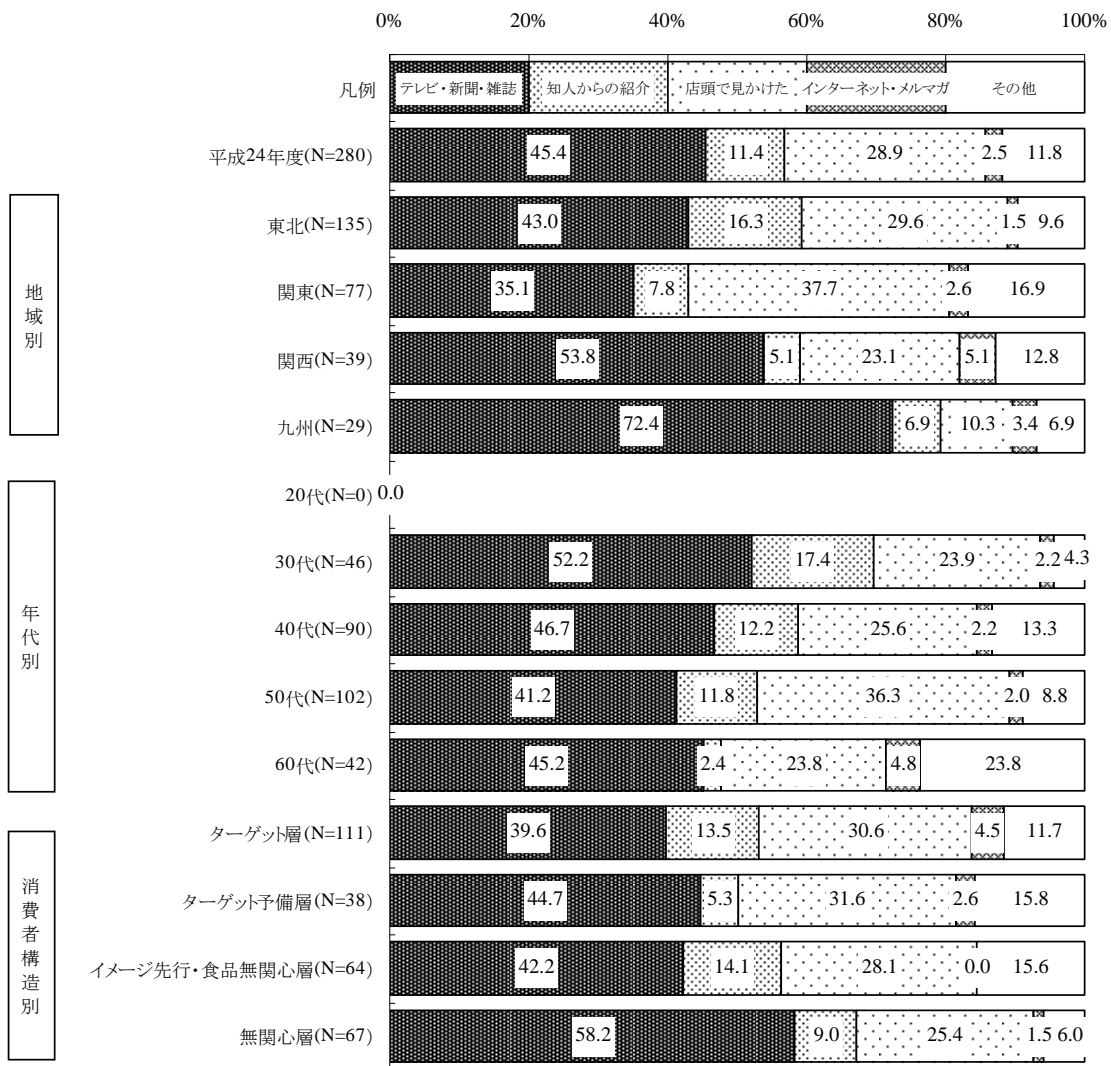


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が45.4%と最も多い
- ・ 地域別では、特に九州で「テレビ、新聞、雑誌」が72.4%と多く、関東では「店頭で見かけた」が37.7%と多く、「テレビ、新聞、雑誌」を上回っている

図表 IV-89 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_9:「十三湖しじみ」

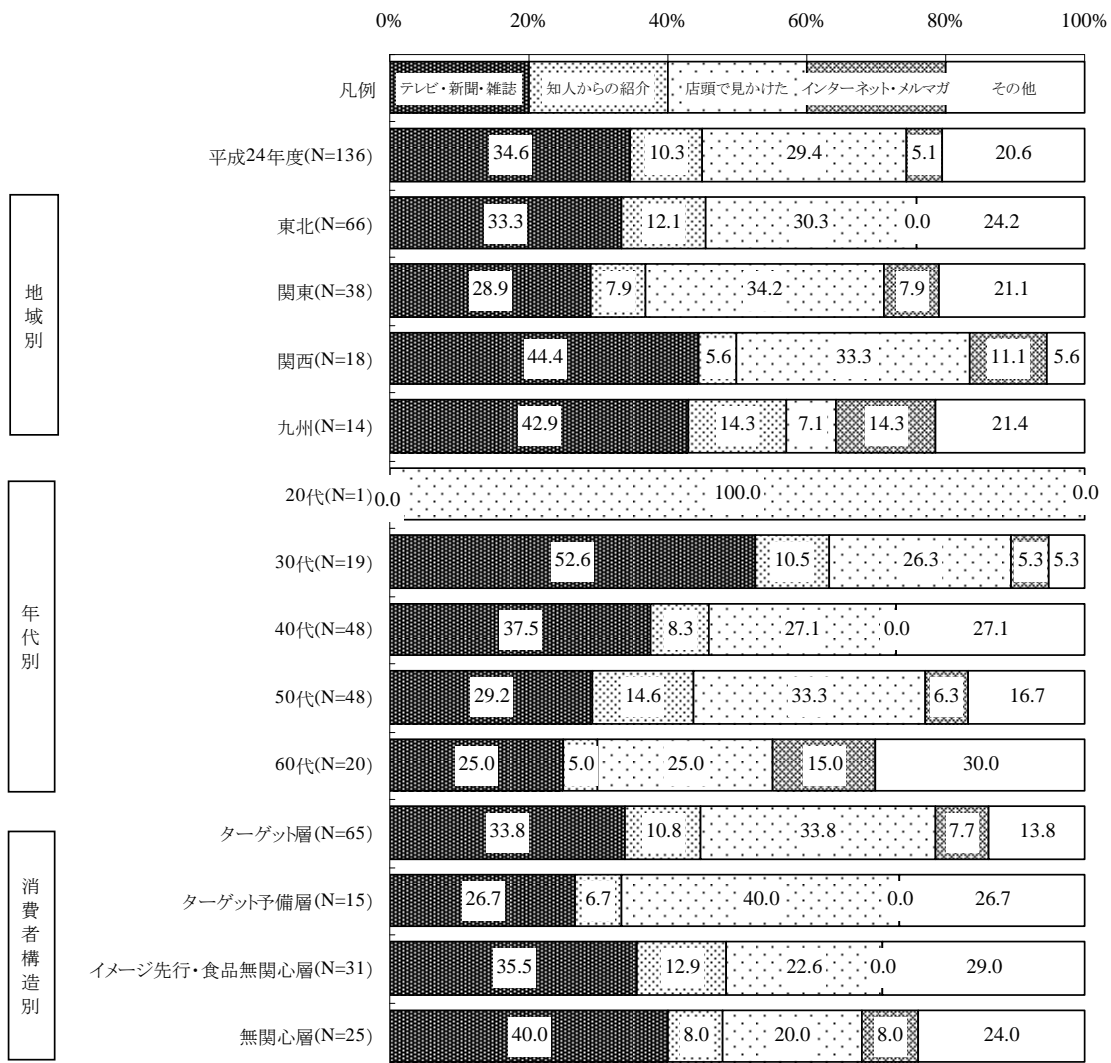


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 34.6%と最も多い
- ・ 地域別では、関東で「店頭で見かけた」が 34.2%と多く、「テレビ、新聞、雑誌」を上回っている

図表 IV-90 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

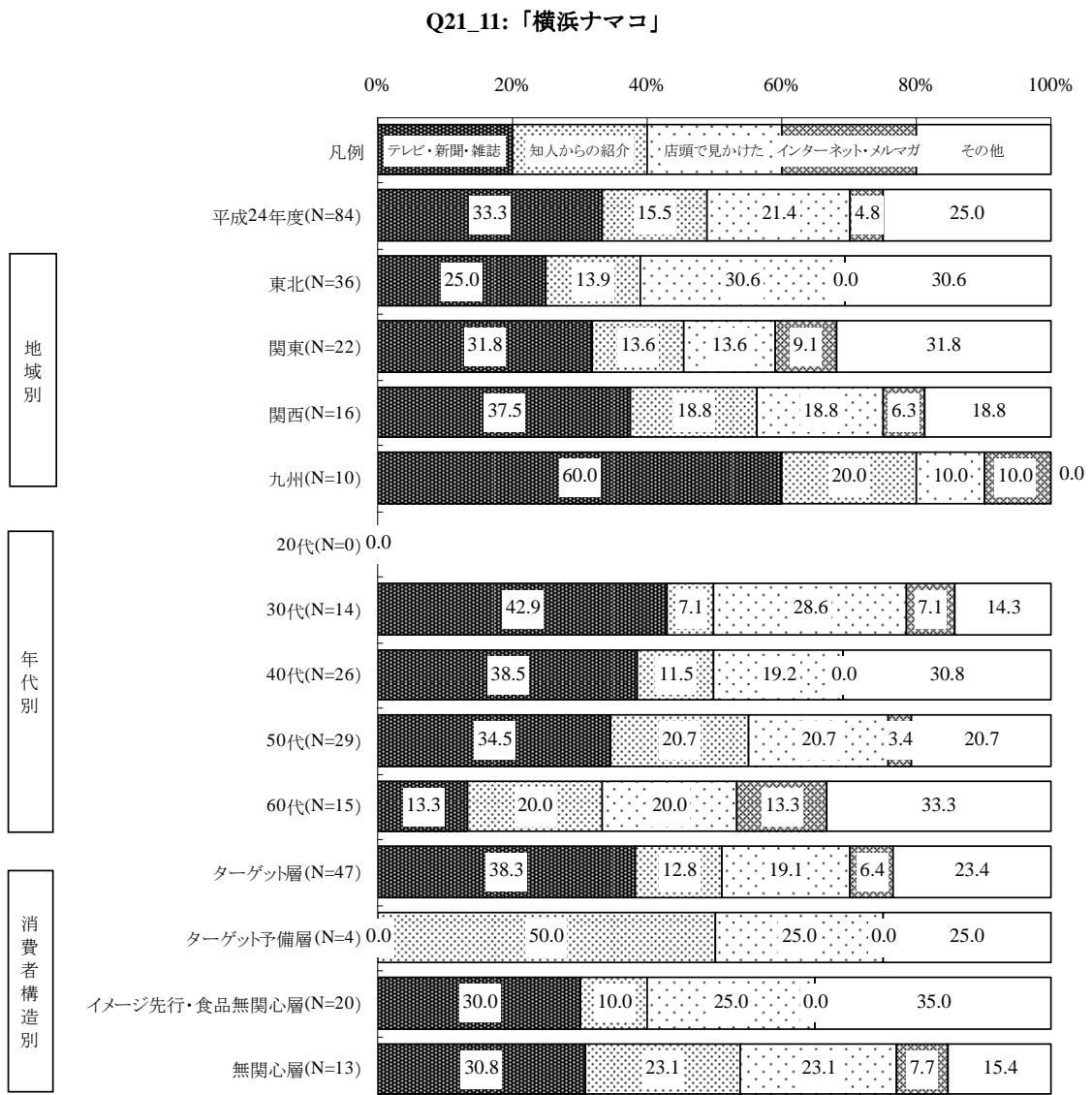
Q21_10: 「小川原湖しじみ」



Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 33.3%と最も多い
- ・ 地域別では、距離が遠くなるに従い「テレビ、新聞、雑誌」による認知が多くなる傾向。また、東北では、「店頭で見かけた」が 30.6%と多い

図表 IV-91 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

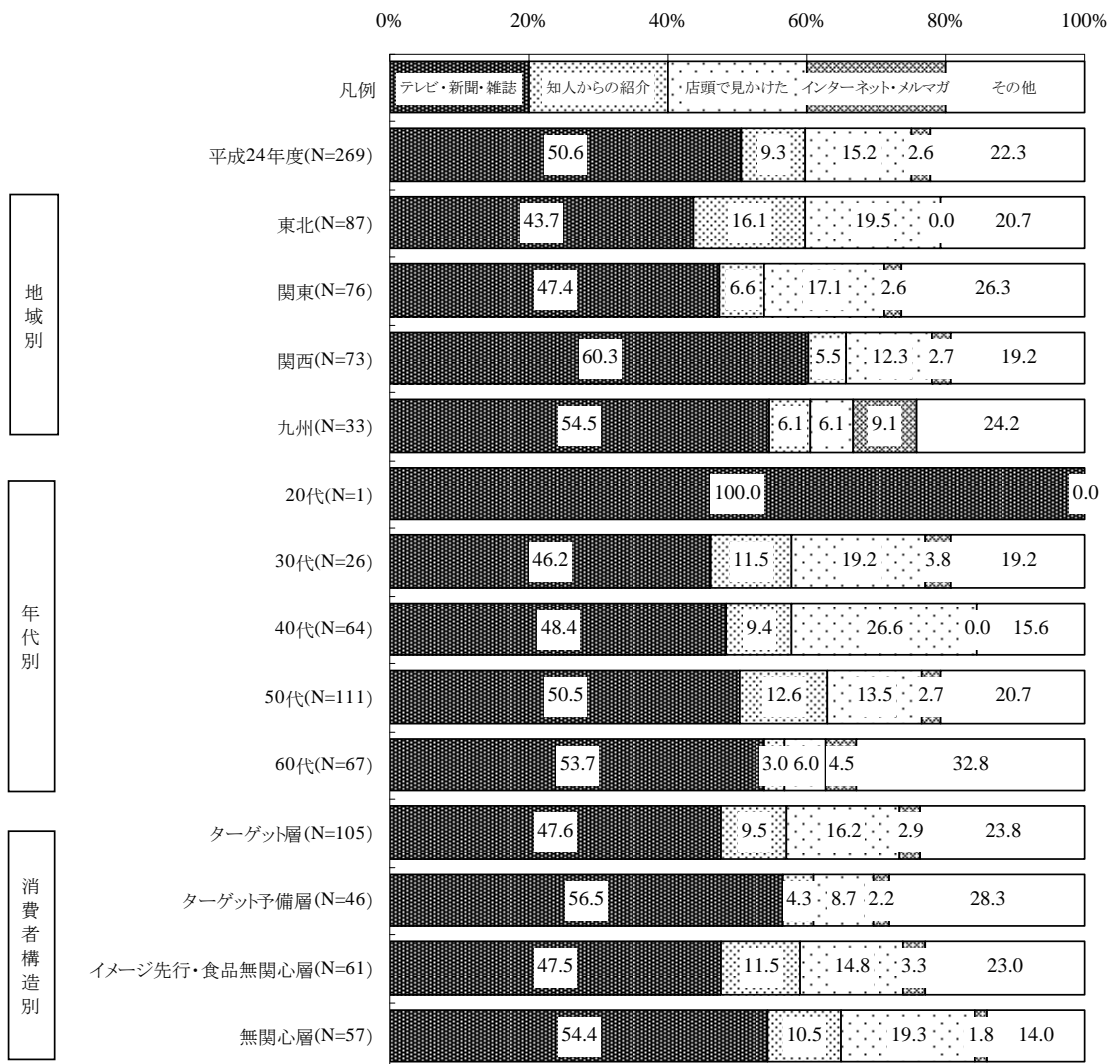


Point

- ・ 全体では、「テレビ・新聞・雑誌」が 50.6%と最も多い
- ・ 地域別では、東北で「知人からの紹介」が 16.1%と多い

図表 IV-92 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_12: 「十和田湖ひめます」

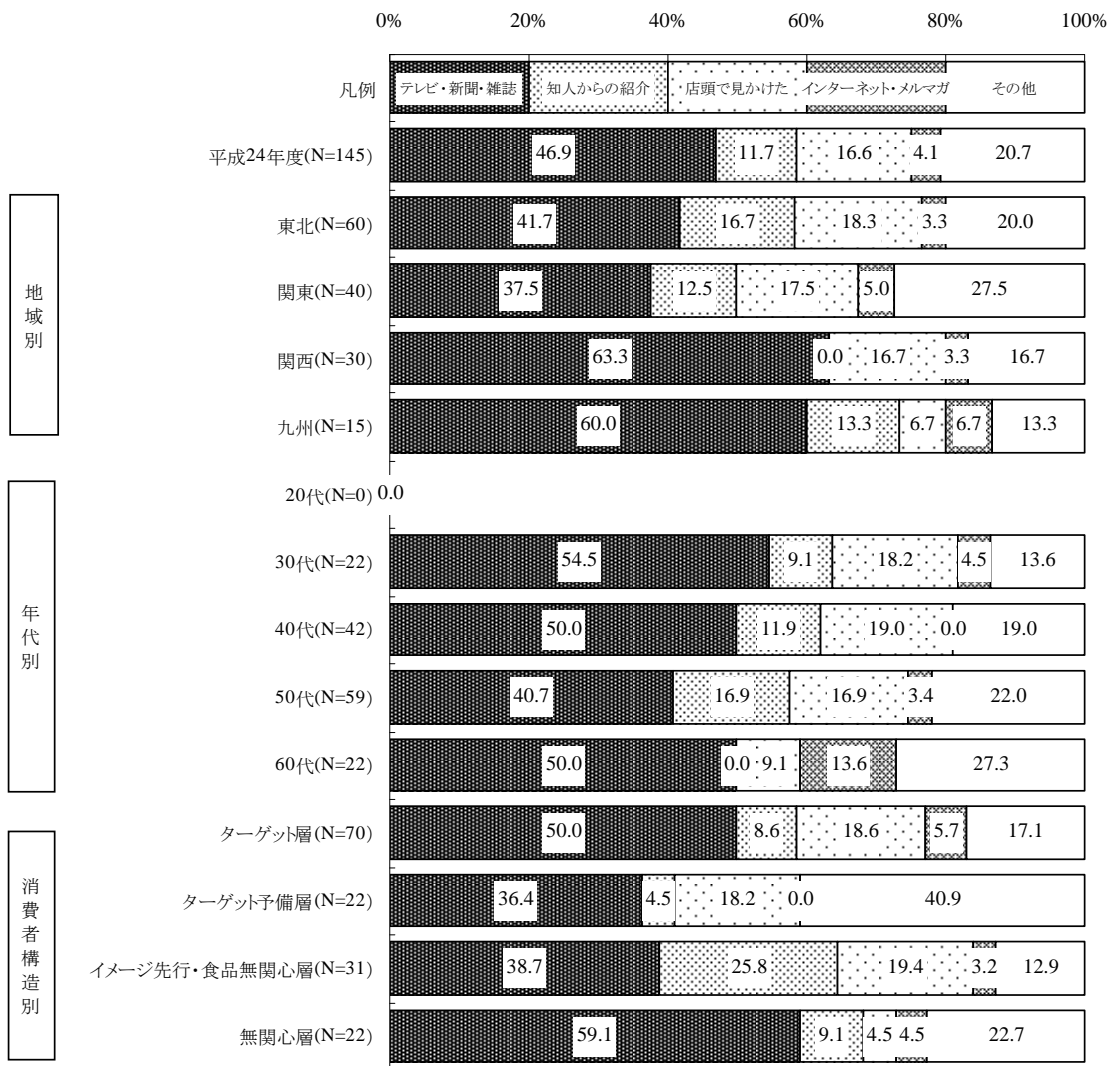


Point

・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 46.9%と最も多い

図表 IV-93 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_13:「鱒ヶ沢町天然鮎」

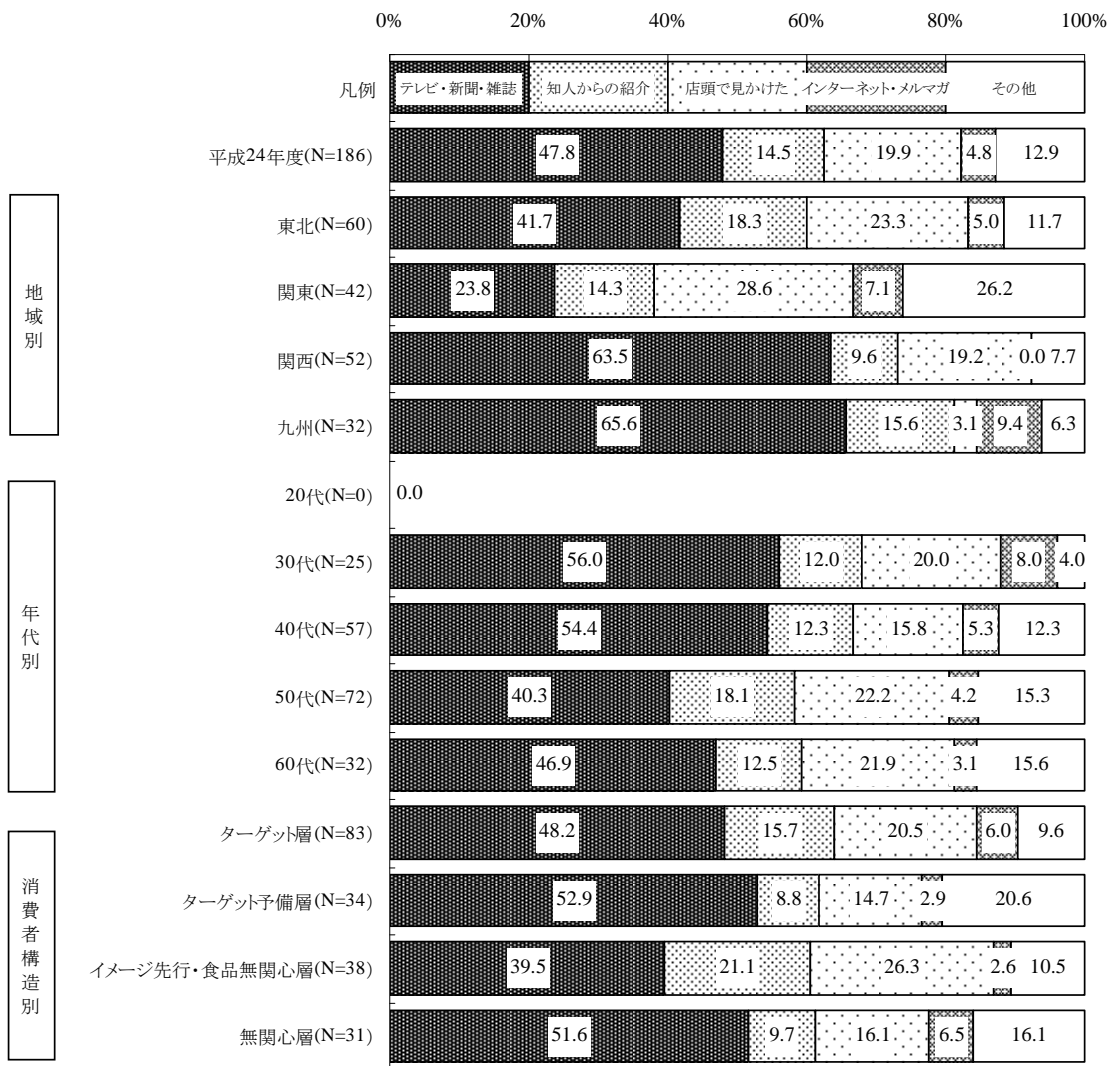


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が47.8%と最も多い
- ・ 地域別では、関東で「店頭で見かけた」28.6%と多く、「テレビ、新聞、雑誌」を上回っている

図表 IV-94 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_14: 「三沢ほっき」

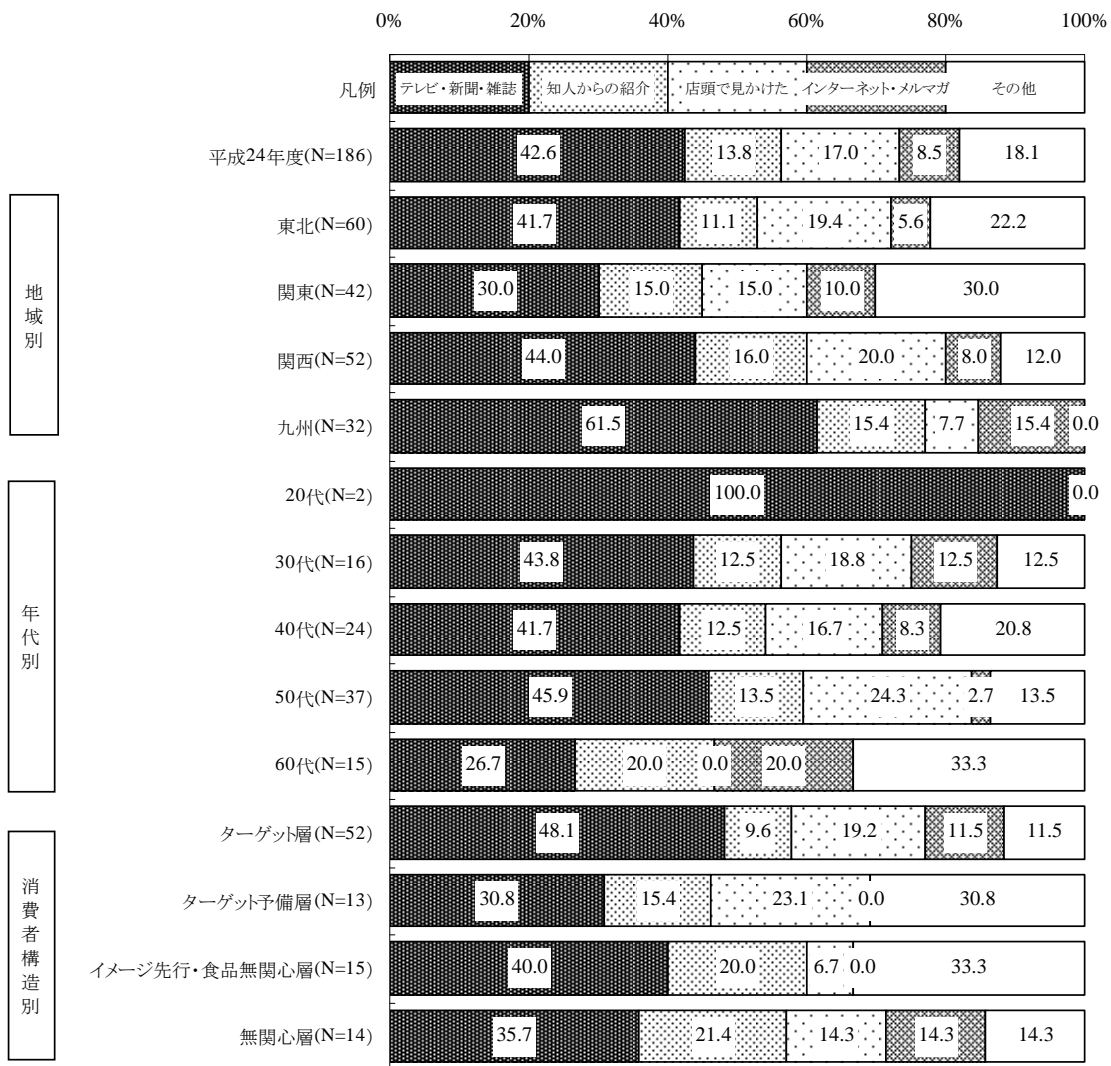


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 42.6%と最も多い
- ・ 地域別では、特に九州で「テレビ、新聞、雑誌」が多い (61.5%)

図表 IV-95 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_15:「あおもりカシス」

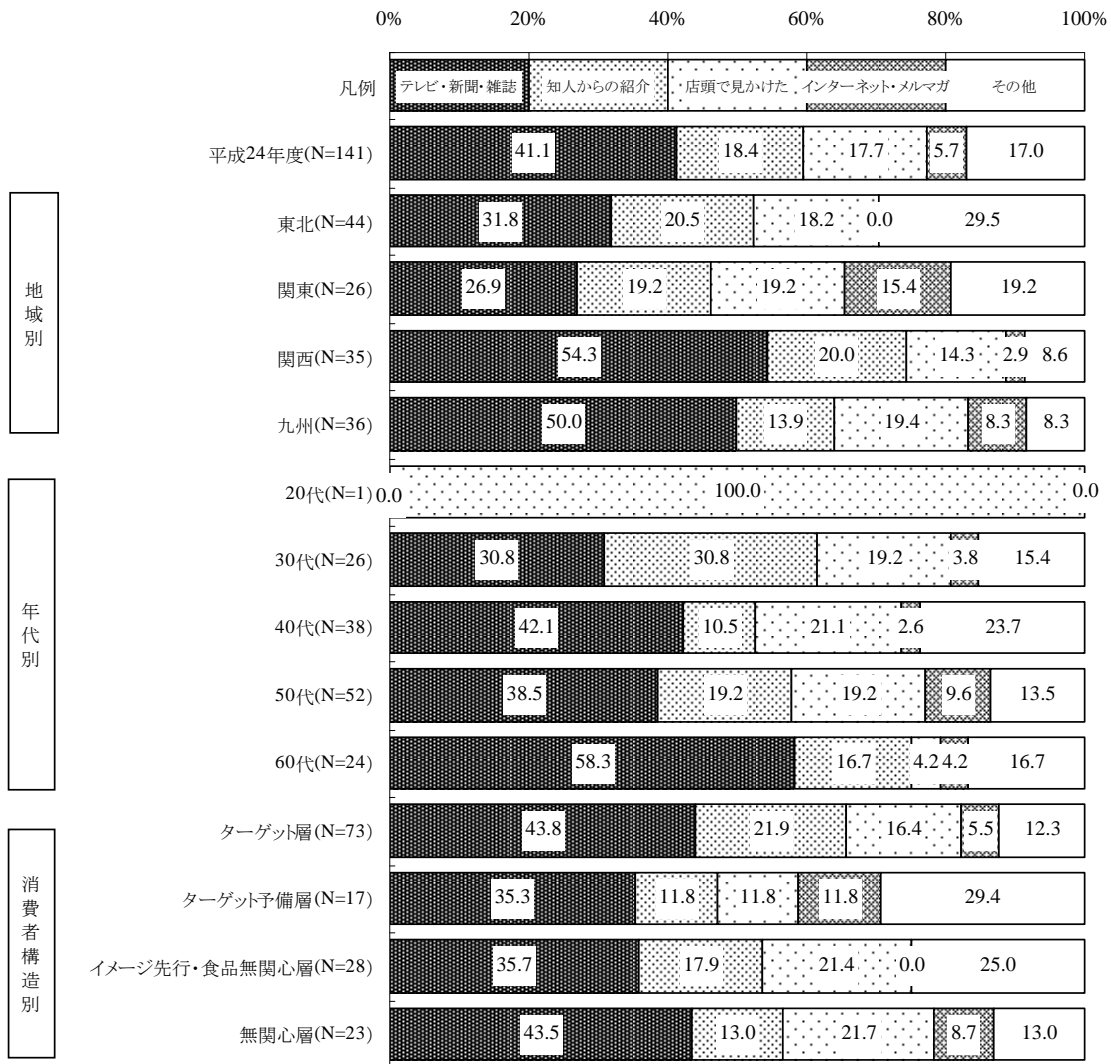


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が41.1%と最も多い
- ・ 地域別では、特に関西（54.3%）と九州（50.0%）で「テレビ、新聞、雑誌」が多い

図表 IV-96 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_16: 「名川さくらんぼ」

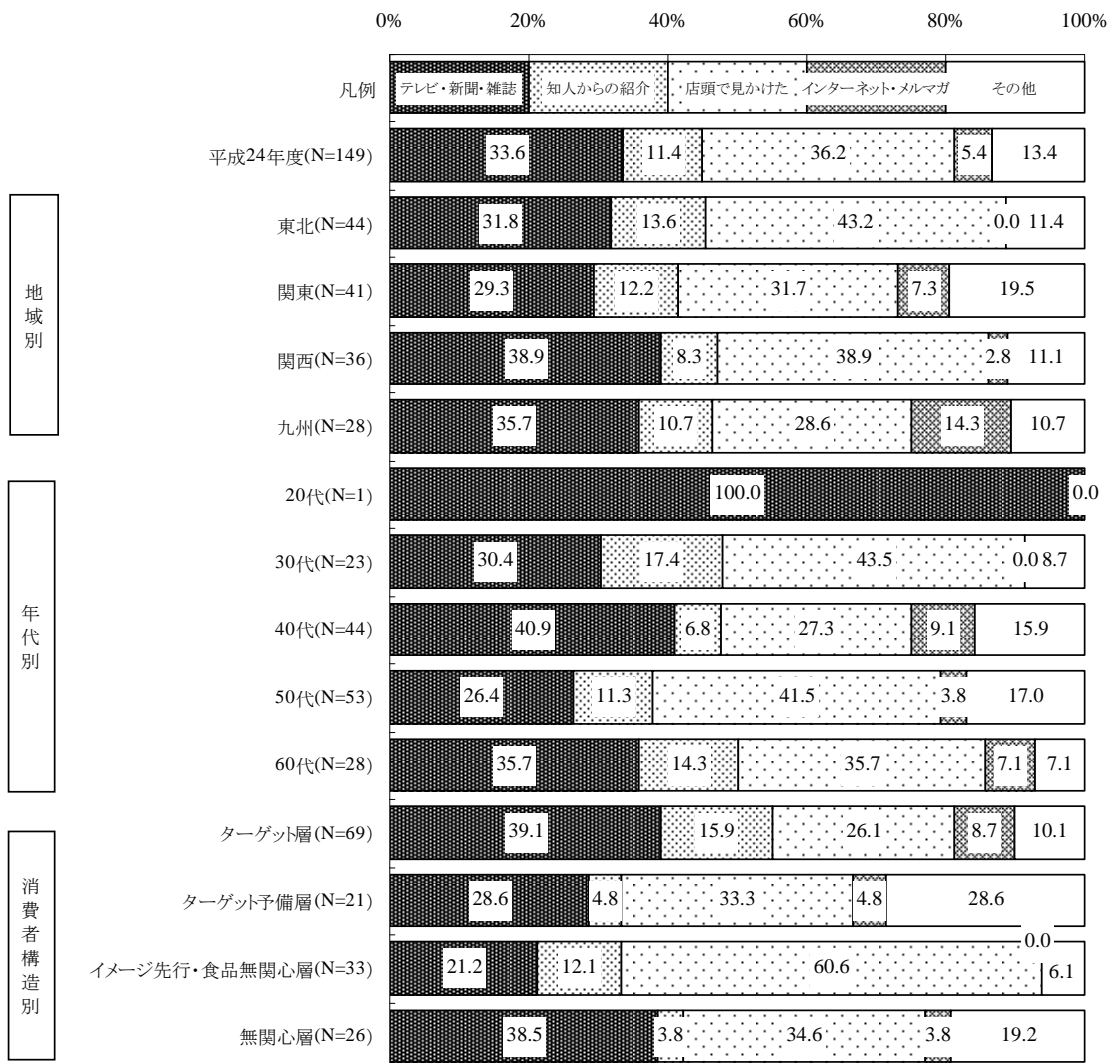


Point

- ・ 全体では、「店頭で見かけた」が36.2%と最も多く、「テレビ、新聞、雑誌」が33.6%で続く
- ・ 地域別では、特に東北で「店頭で見かけた」が多く（43.2%）、「テレビ、新聞、雑誌」を上回っている

図表 IV-97 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_17: 「つがる市産タカミメロン」

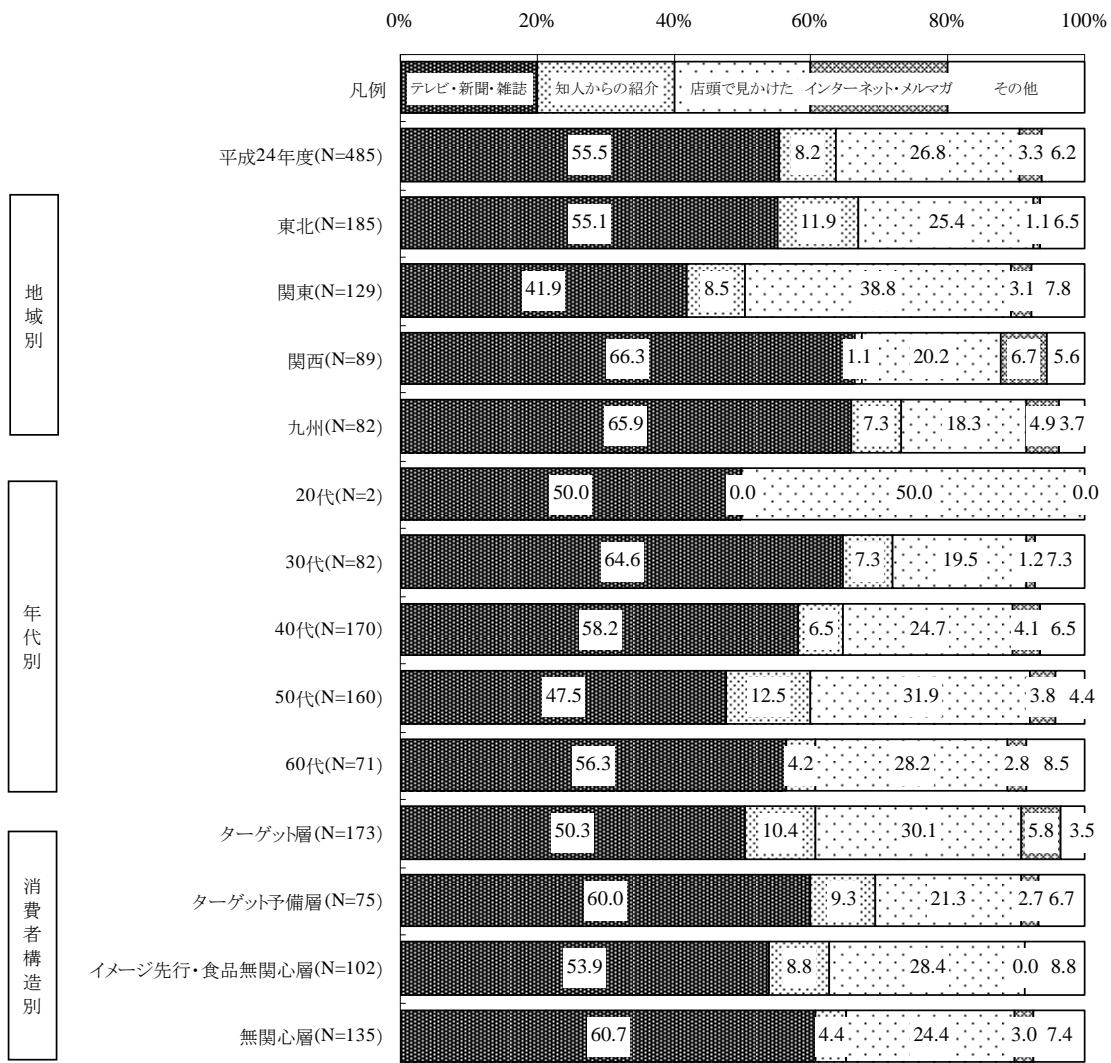


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 55.5%と最も多い
- ・ 地域別では、関東で「店頭で見かけた」が 38.8%と多い

図表 IV-98 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_18: 田子にんにく

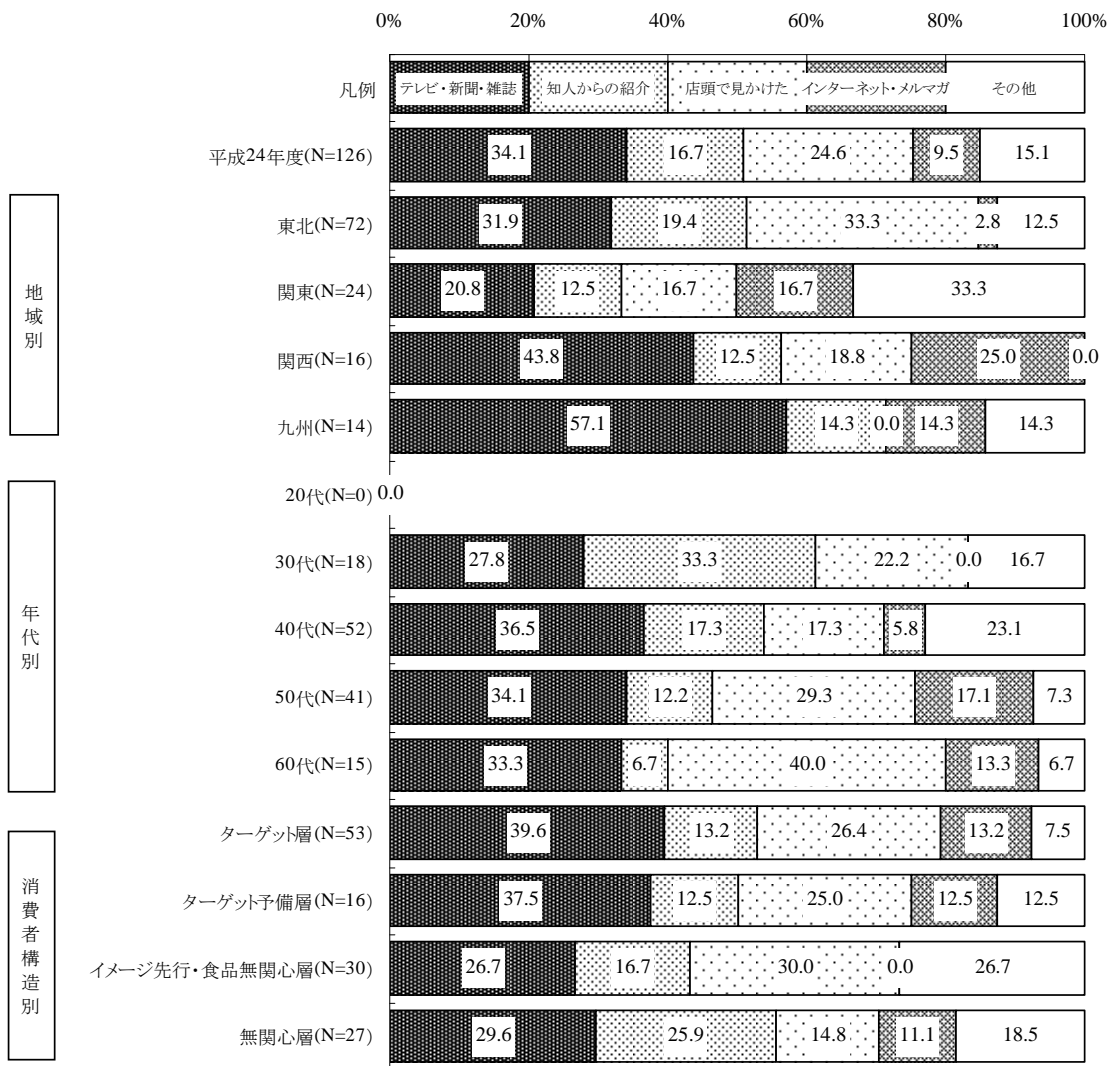


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が34.1%と最も多い
- ・ 地域別では、特に九州で「テレビ、新聞、雑誌」が多い(57.1%)。また、東北で「店頭で見かけた」(33.3%)が多く、関東では「その他」(33.3%)が最も多い

図表 IV-99 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_19:「嶽きみ」

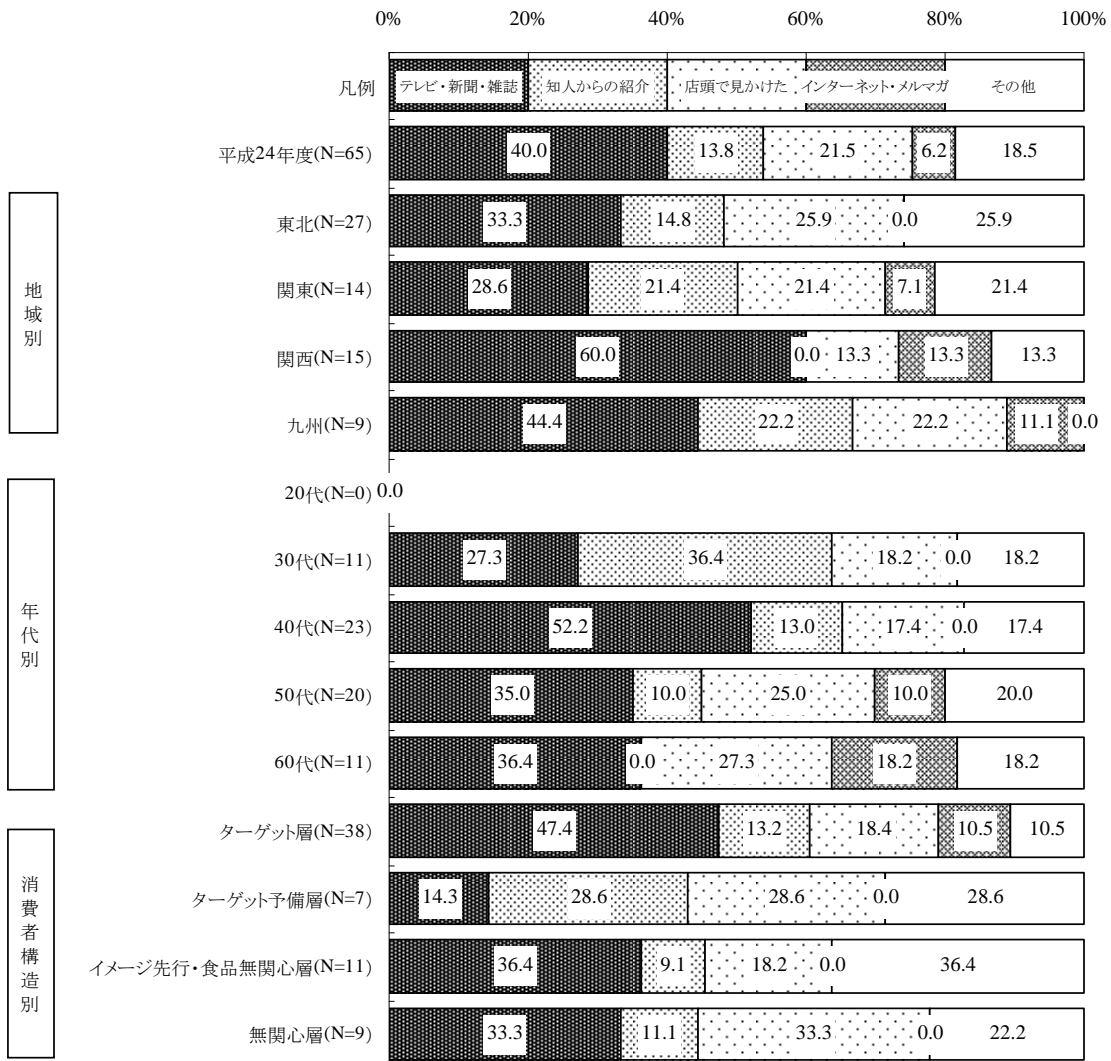


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が40.0%と最も多い
- ・ 地域別では、特に関西で「テレビ、新聞、雑誌」が多い(60.0%)

図表 IV-100 「あおりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_20:「野辺地葉つきこかぶ」

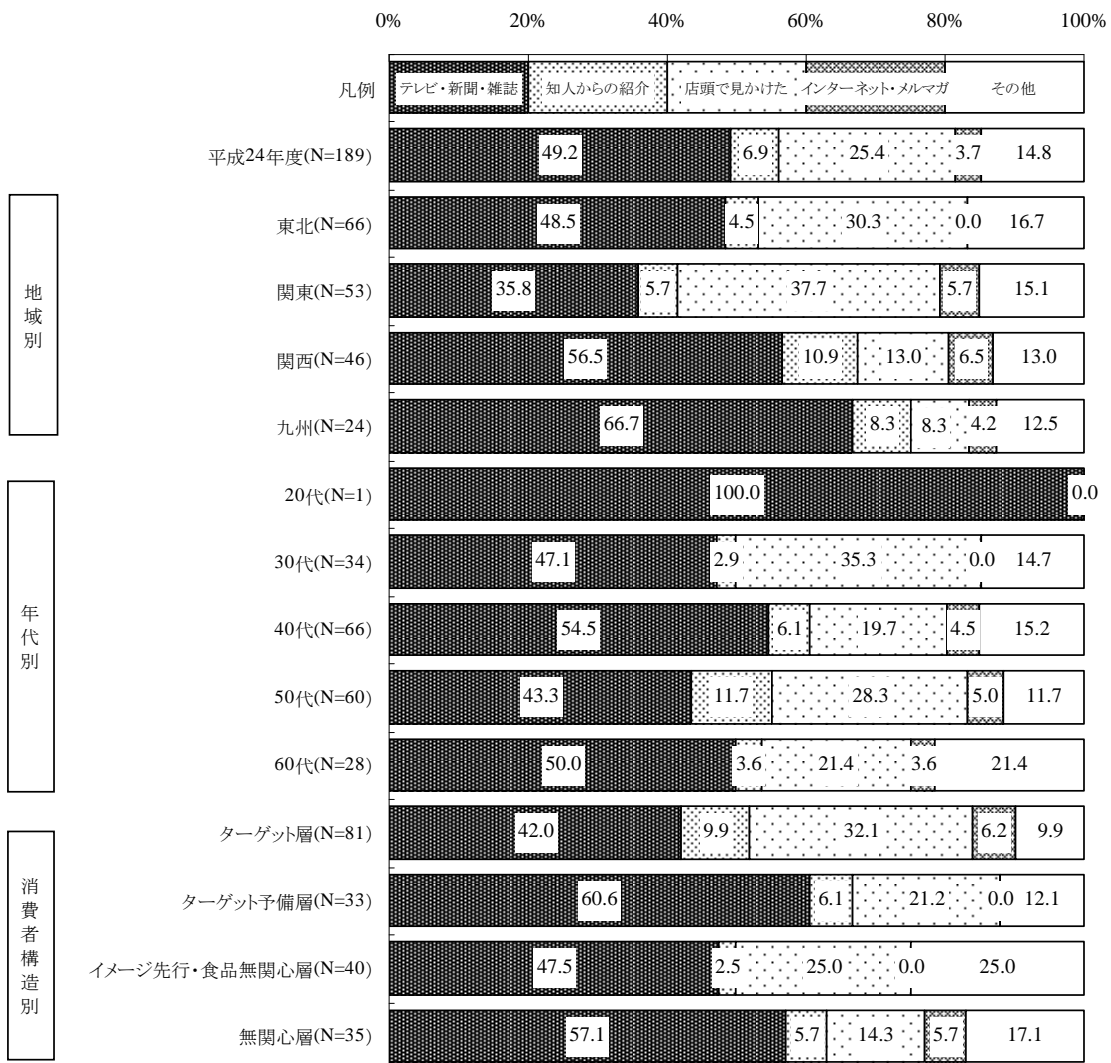


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が49.2%と最も多い
- ・ 地域別では、特に九州で「テレビ、新聞、雑誌」が多い(66.7%)。また、関東では「店頭で見かけた」が37.7%と多く、「テレビ、新聞、雑誌」を上回っている

図表 IV-101 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_21:「ふかうら雪にんじん」

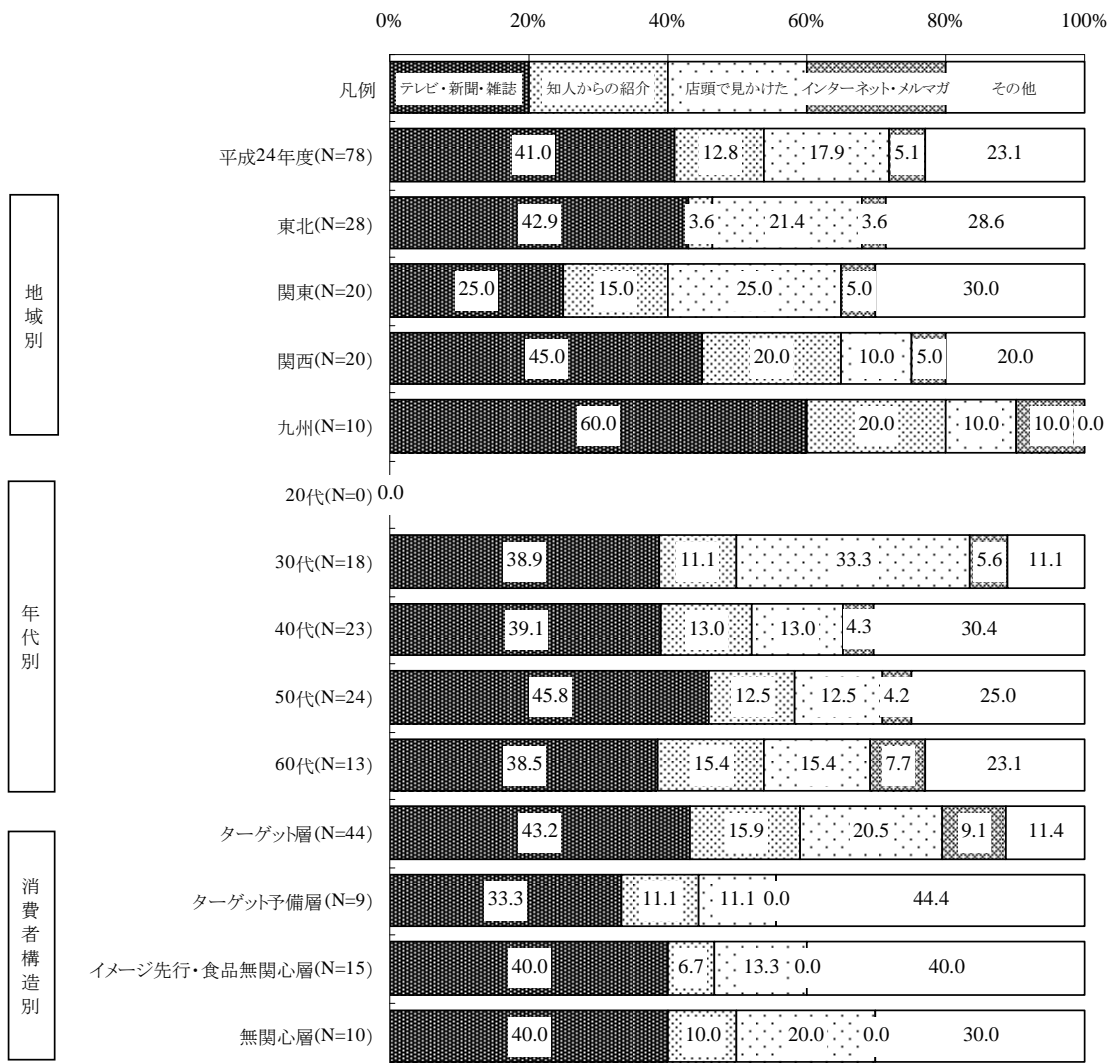


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が41.0%と最も多い
- ・ 地域別では、特に九州で「テレビ、新聞、雑誌」が多い（60.0%）。また、関東では「その他」が30.0%と最も多い

図表 IV-102 「あおもりの地域食材」を知ったきっかけ

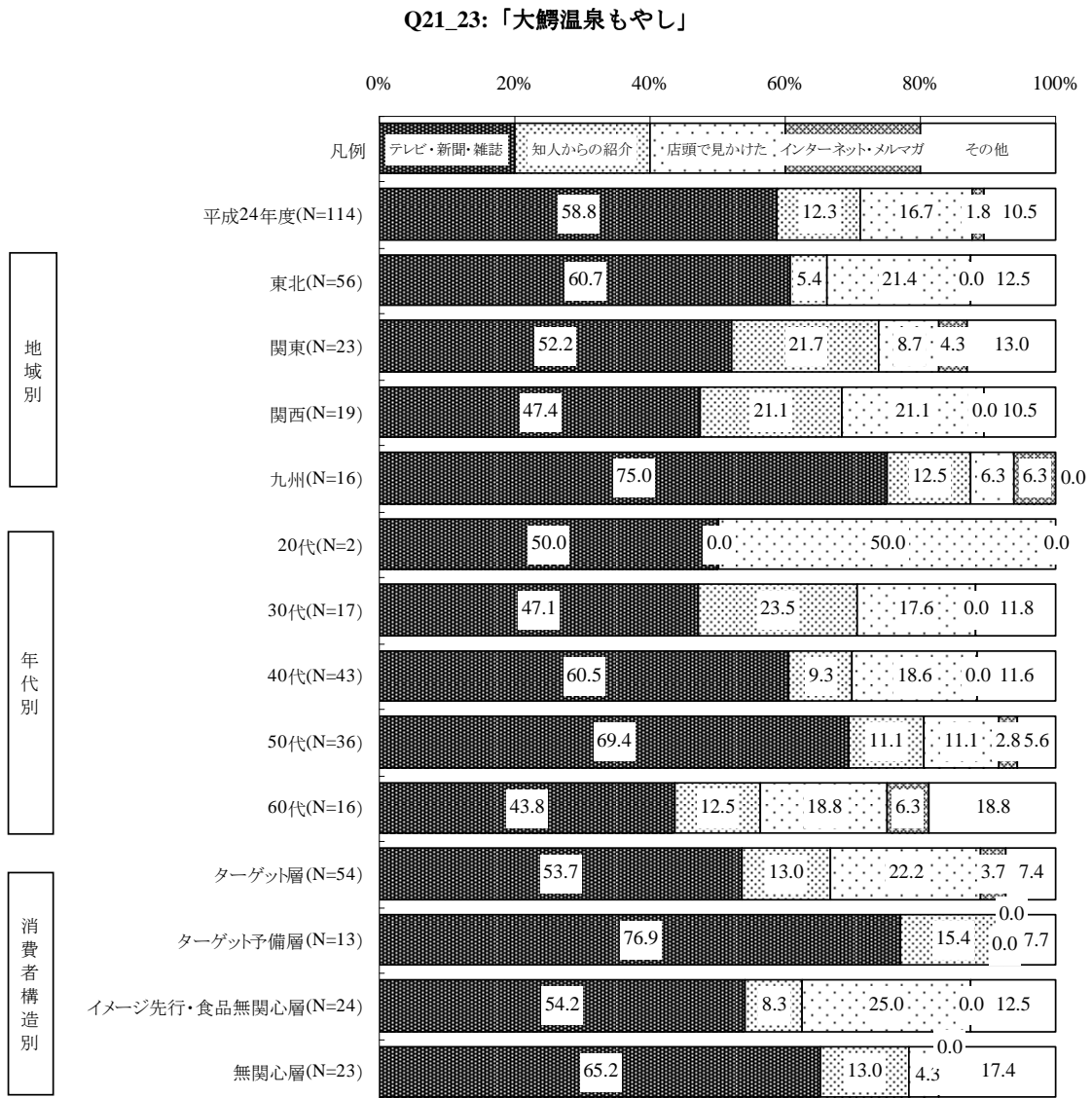
Q21_22: 「一球入魂かぼちゃ」



Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 58.8%と最も多い
- ・ 地域別では、特に九州で「テレビ、新聞、雑誌」が多い（75.0%）。また、関東と関西で「知人からの紹介」が2割と多い

図表 IV-103 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

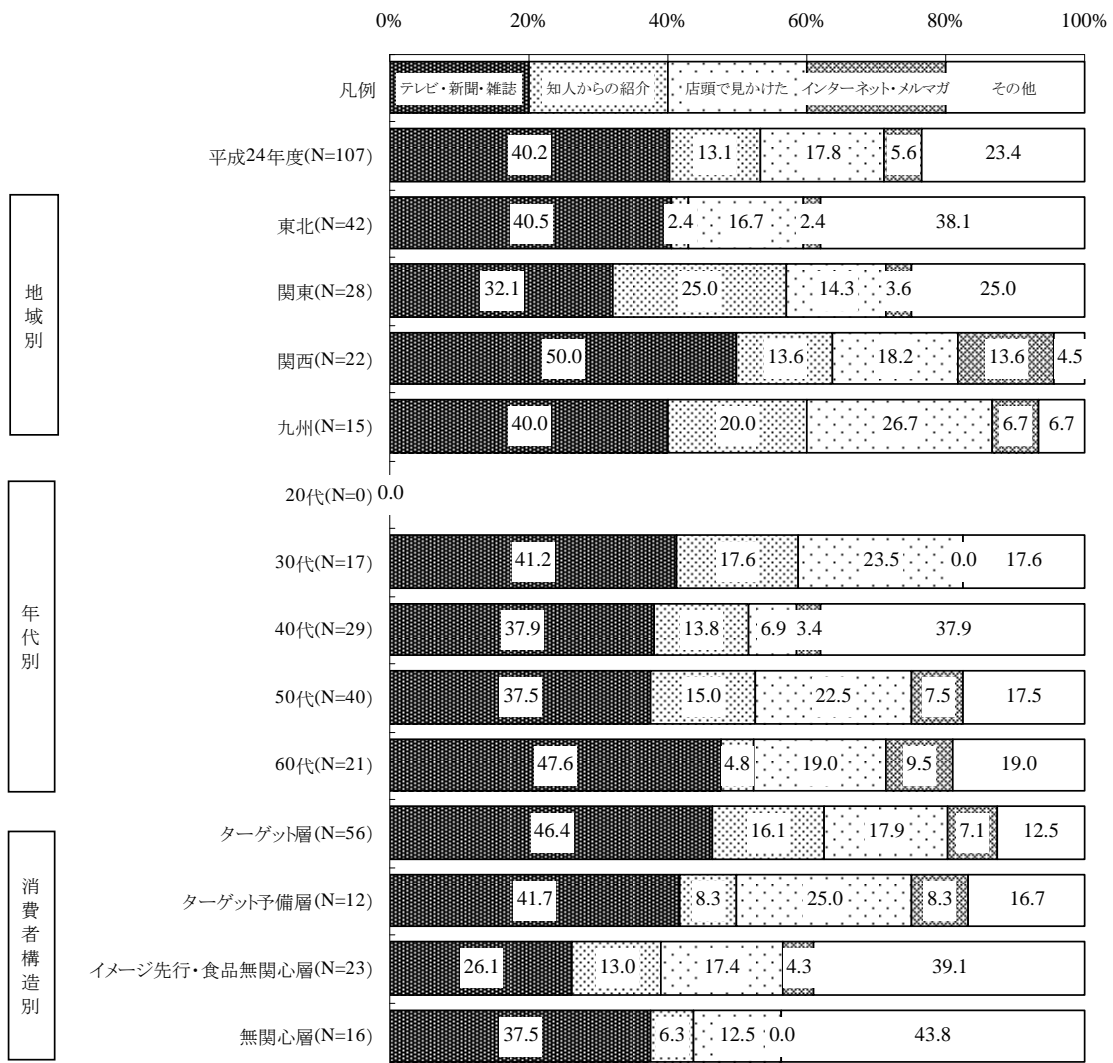


Point

- ・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が40.2%と最も多い
- ・ 地域別では、九州で「店頭で見かけた」(26.7%)が多い

図表 IV-104 「あおりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_24:「倉石牛」

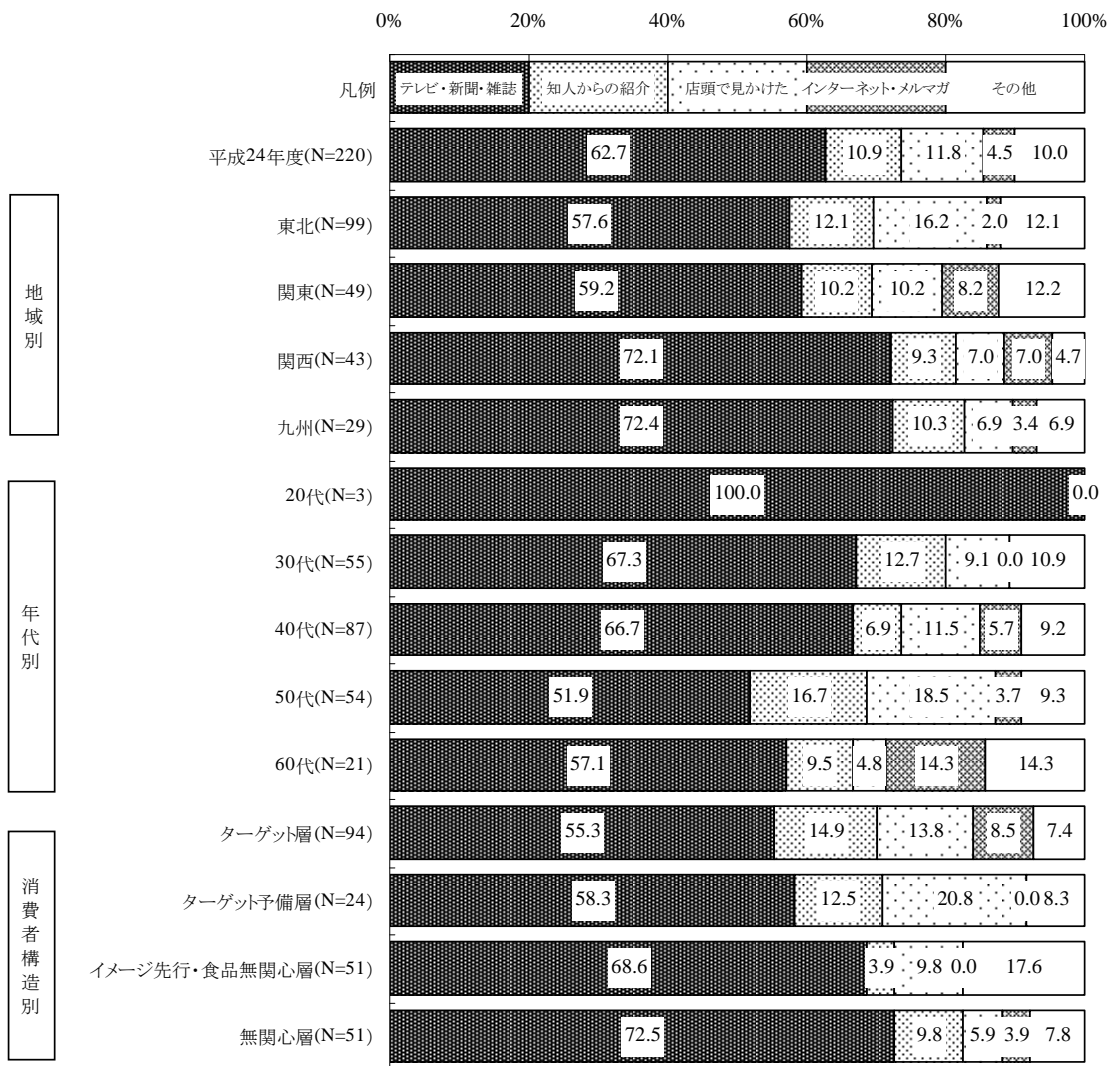


Point

・ 全体では、「テレビ、新聞、雑誌」が 62.7%と最も多い

図表 IV-105 「あもりの地域食材」を知ったきっかけ

Q21_25:「青森シャモロック」

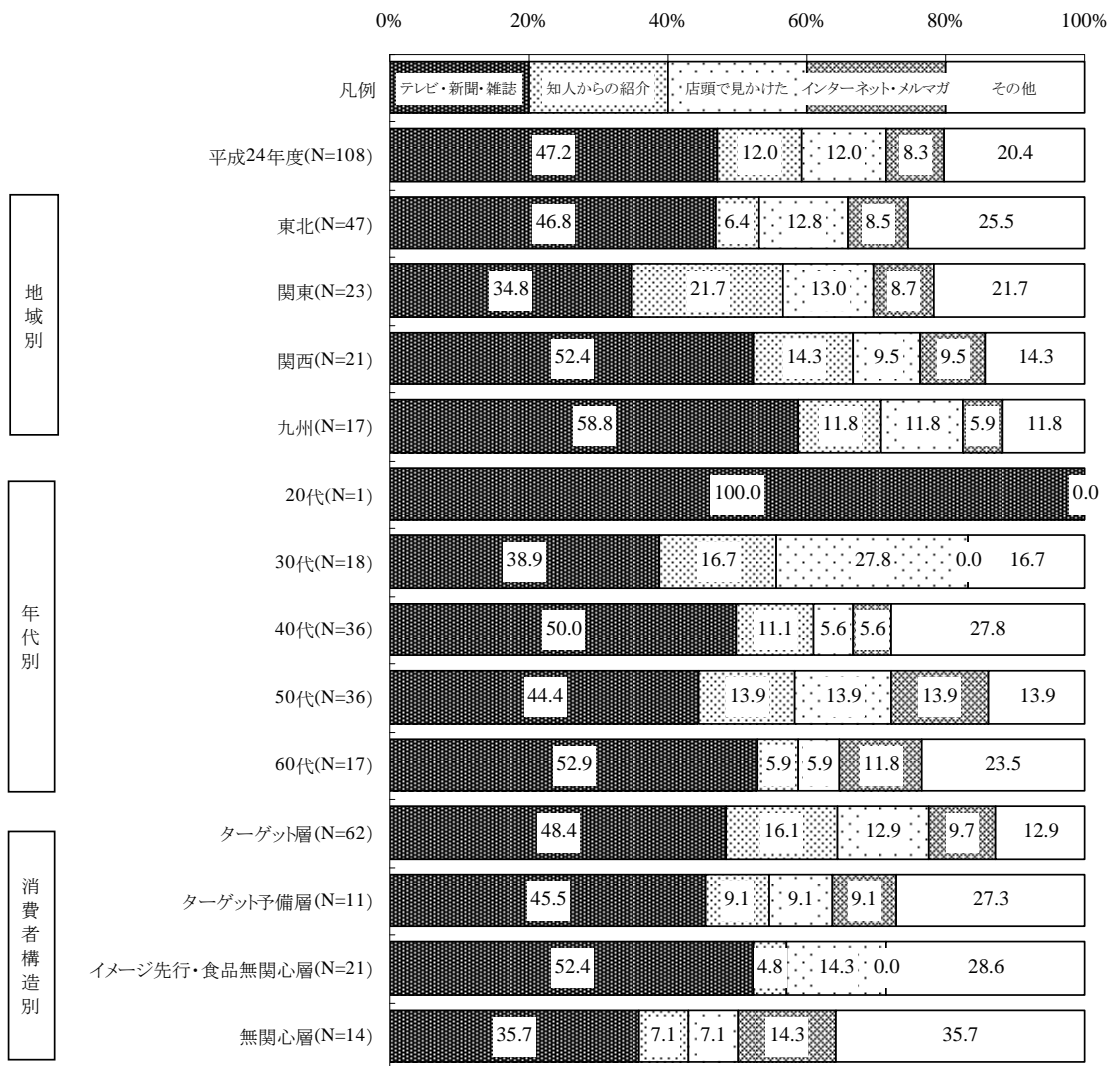


Point

- ・ 全体では、「テレビ・新聞・雑誌」が47.2%と最も多い
- ・ 地域別では、関東で「知人からの紹介」が21.7%と多い

図表 IV-106 「あおりの地域食材」を知ったきっかけ

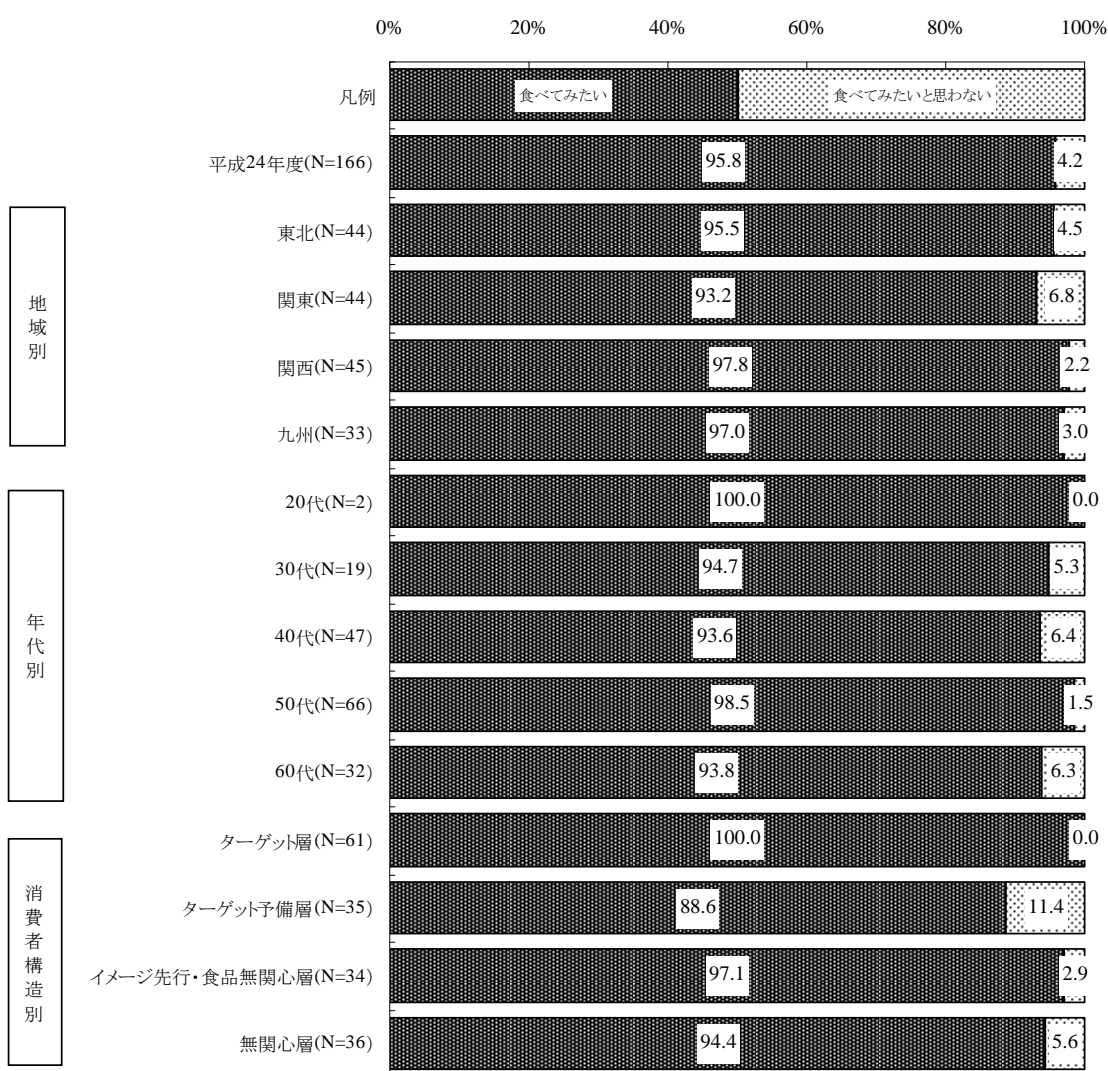
Q21_26:「奥入瀬ガーリックポーク」



(6) Q22 : 「Q17」で「食べたことはないが知っている」と回答した回答者の意向（単一回答）

Point	<ul style="list-style-type: none"> 全体では、「食べてみたい」が95.8%
--------------	-----------------------------------------------------------------------

図表 IV-107 「あもりの地域食材」に対する意向
Q22_1: 「陸奥湾ほたて」

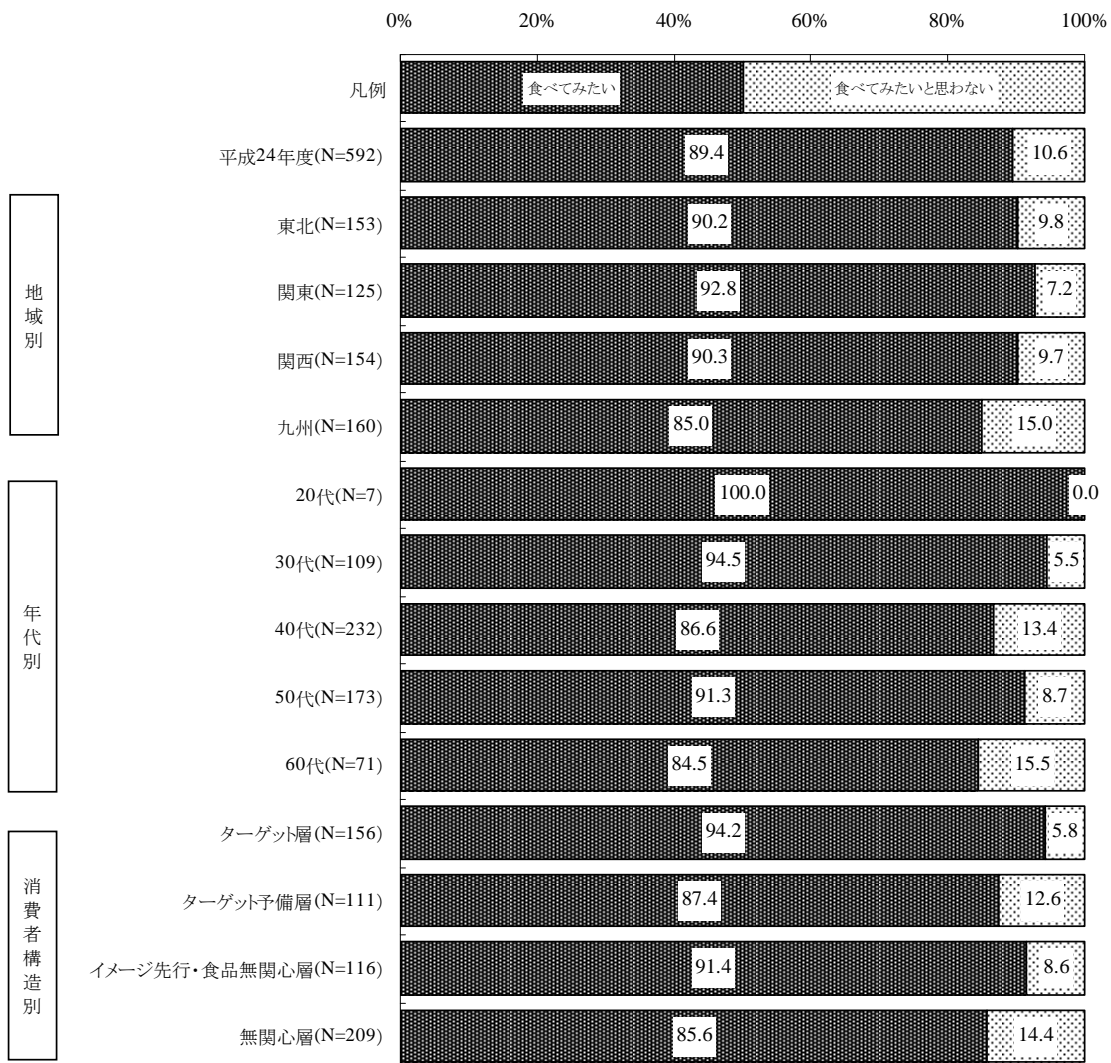


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が 89.4%

図表 IV-108 「あおりの地域食材」に対する意向

Q22_2: 「大間マグロ」

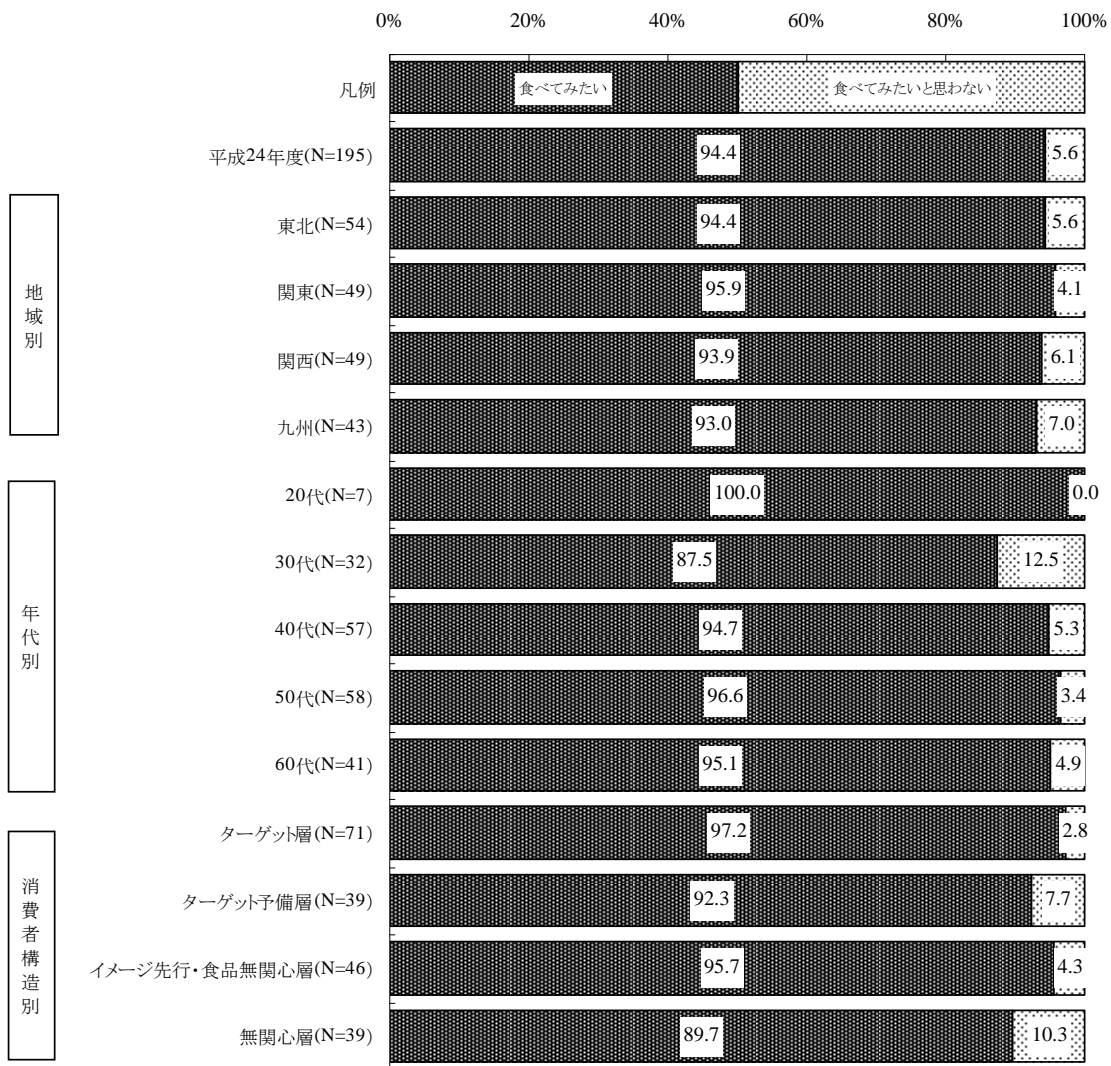


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 94.4%
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が 87.5%と比較的少ない

図表 IV-109 「あおりの地域食材」に対する意向

Q22_3:「海峡マグロ」

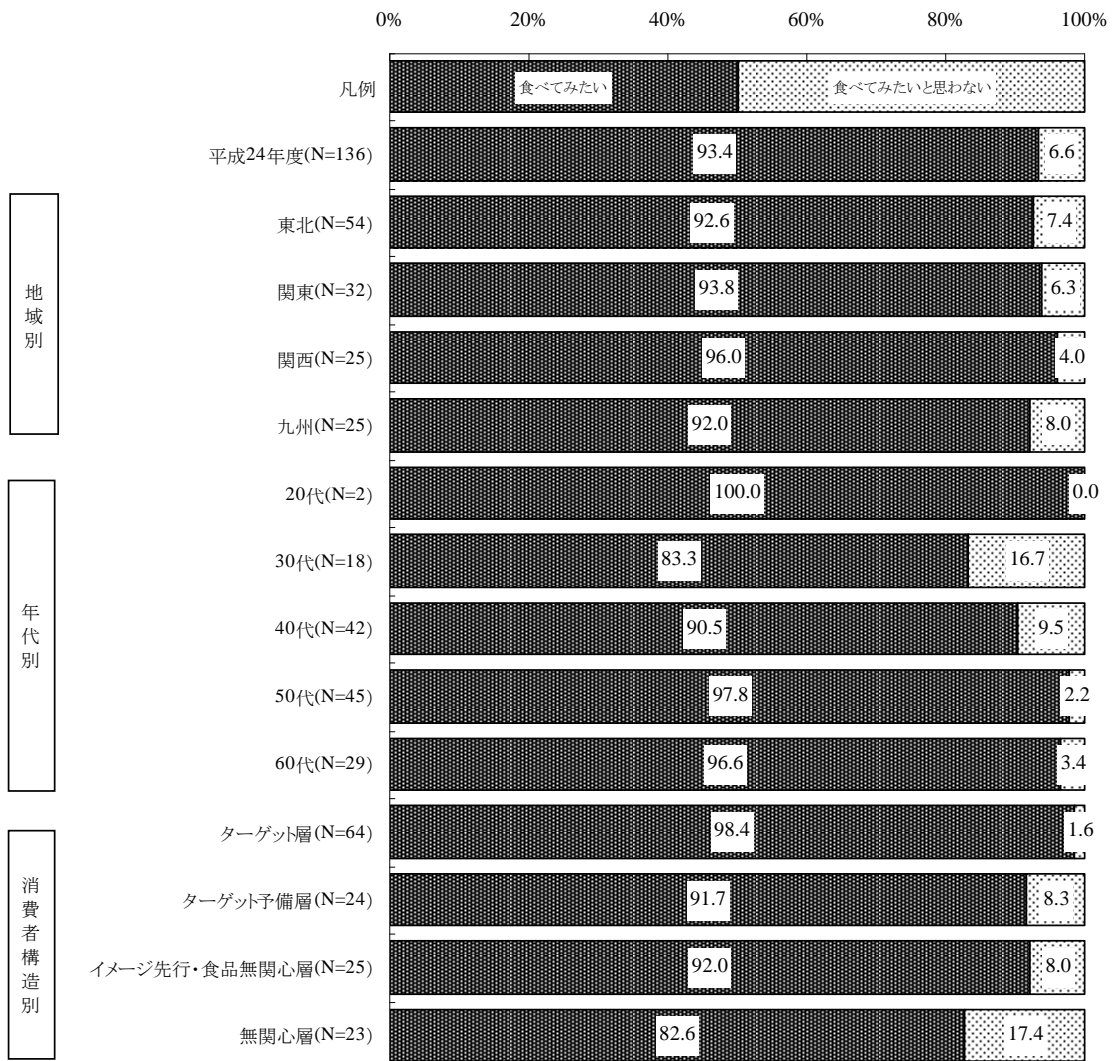


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が93.4%
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が83.3%と比較的少ない

図表 IV-110 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_4:「深浦マグロ」

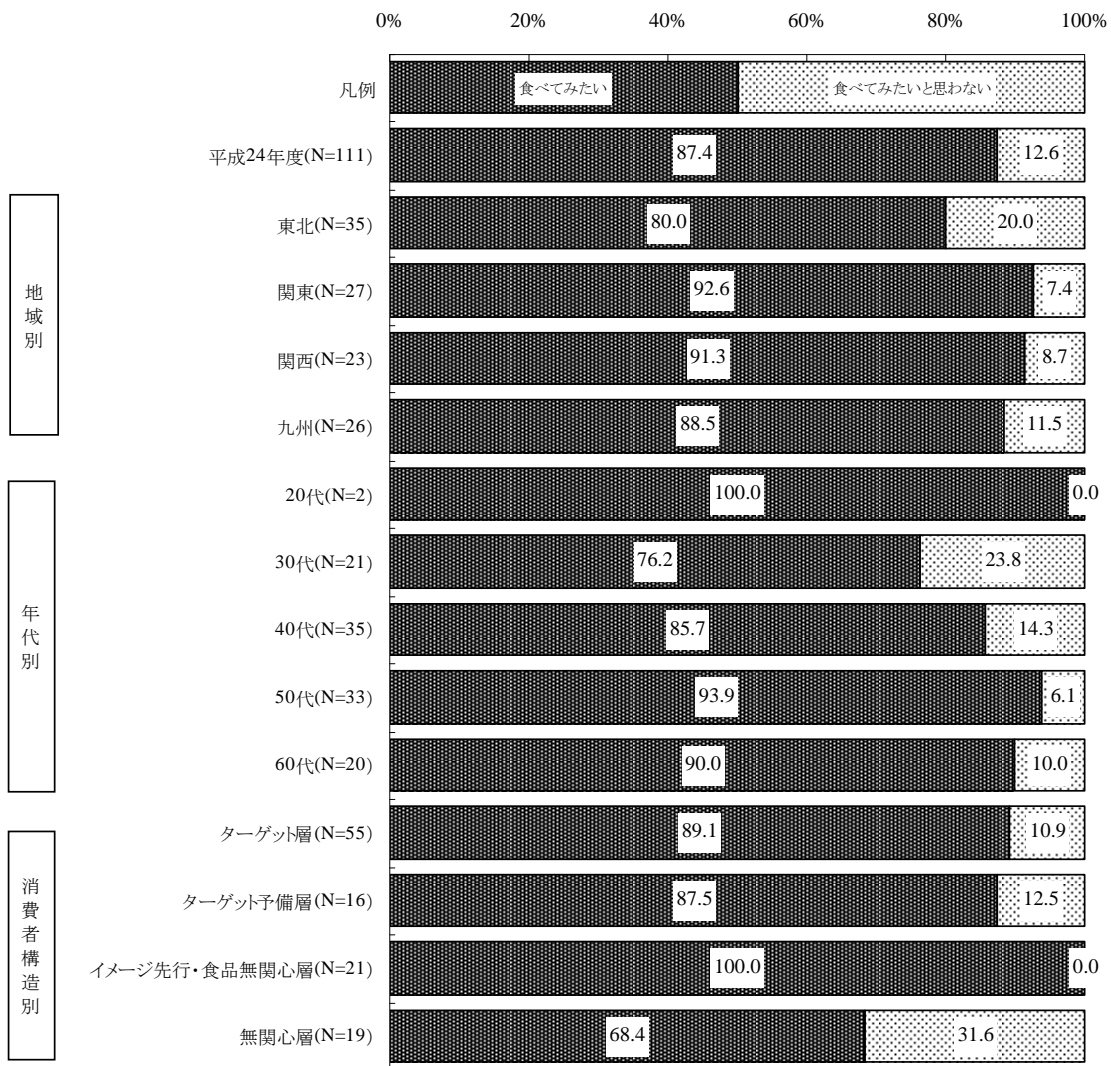


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 87.4%
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が 76.2%と比較的少ない

図表 IV-111 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_5: 「海峡サーモン」

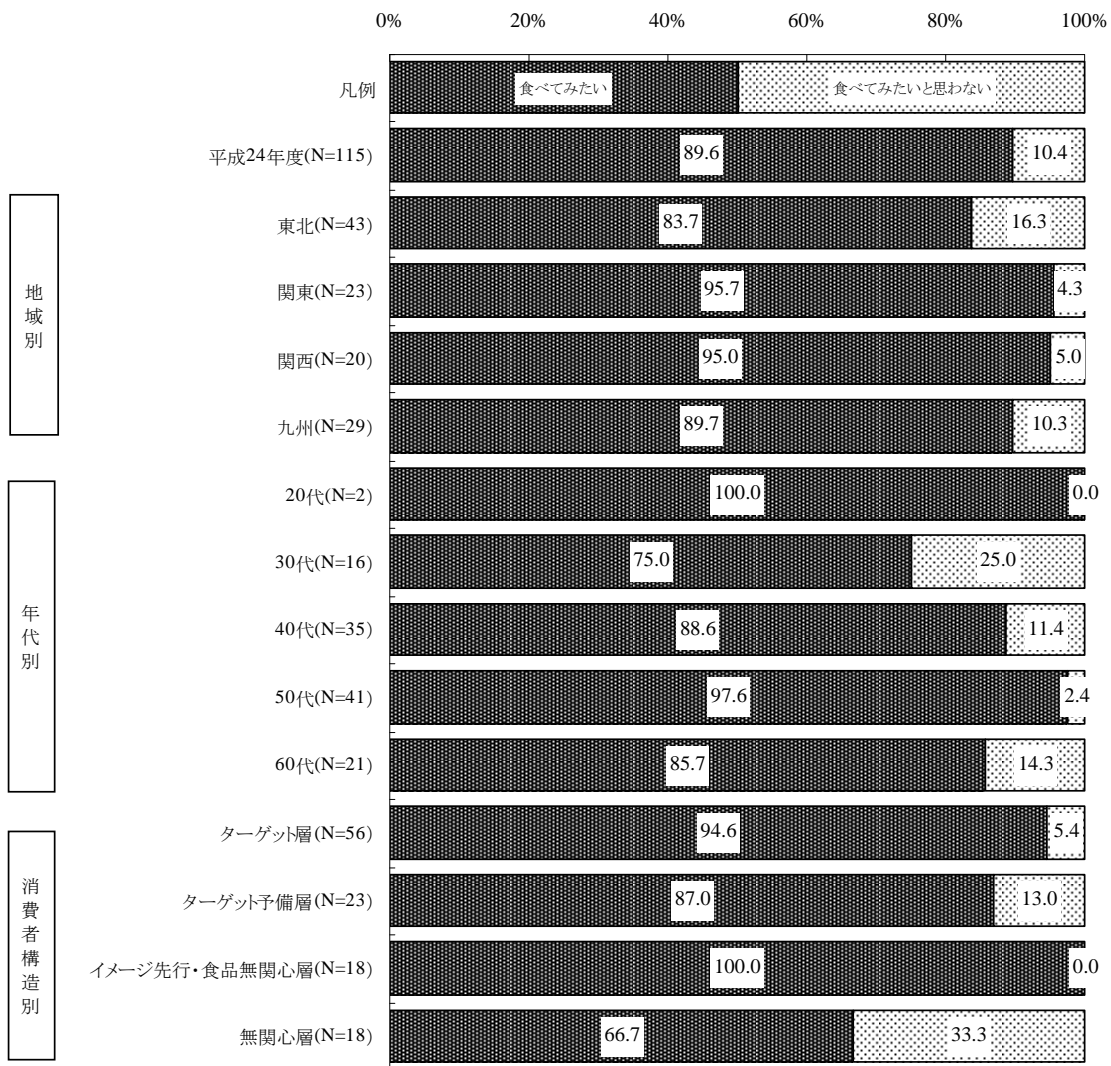


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 89.6%
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が 75.0%と比較的少ない

図表 IV-112 「あおりの地域食材」に対する意向

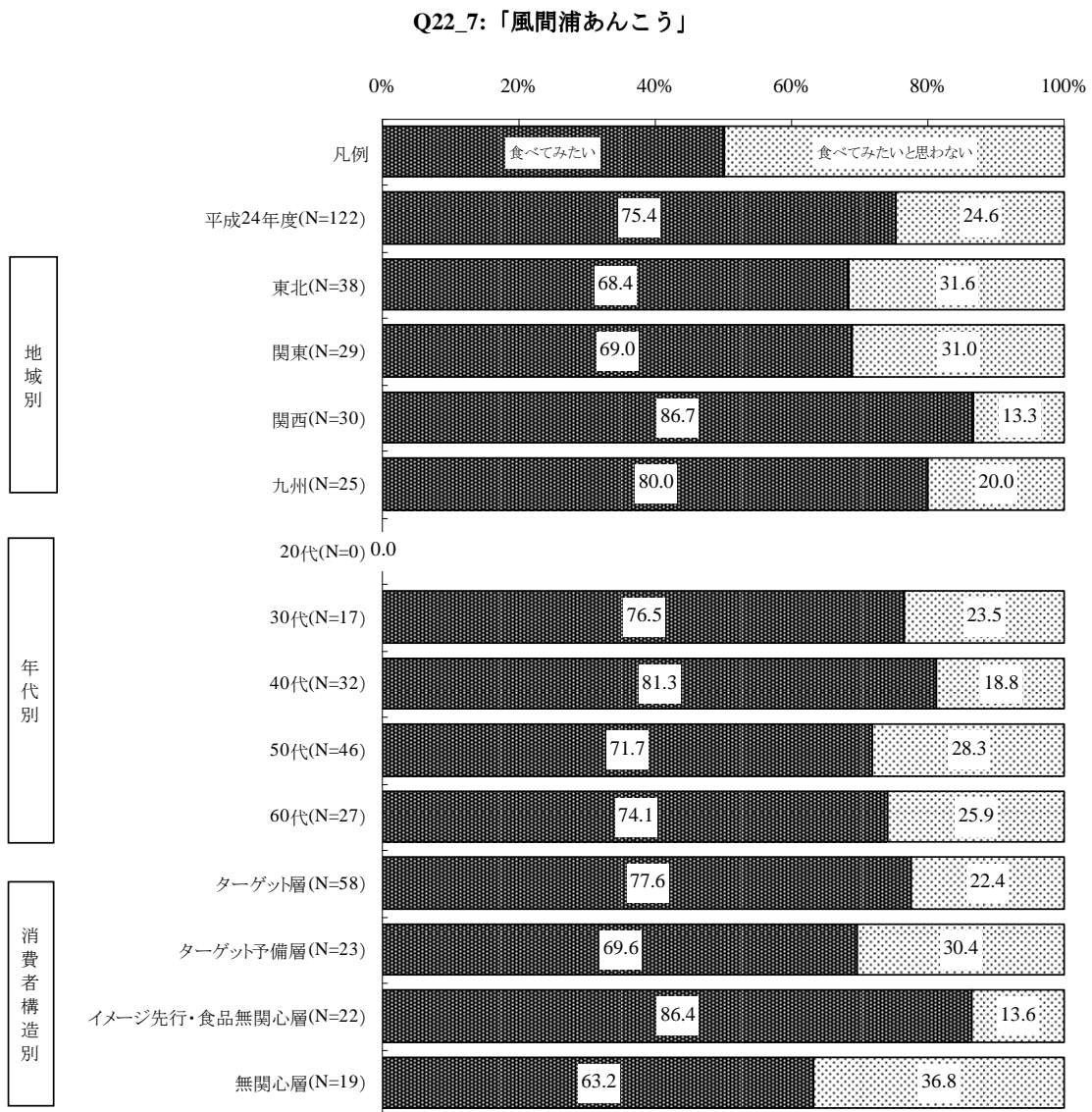
Q22_6: 「八戸前沖鯖」



Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が75.4%
- ・ 地域では、関西で「食べてみたい」が86.7%と高い

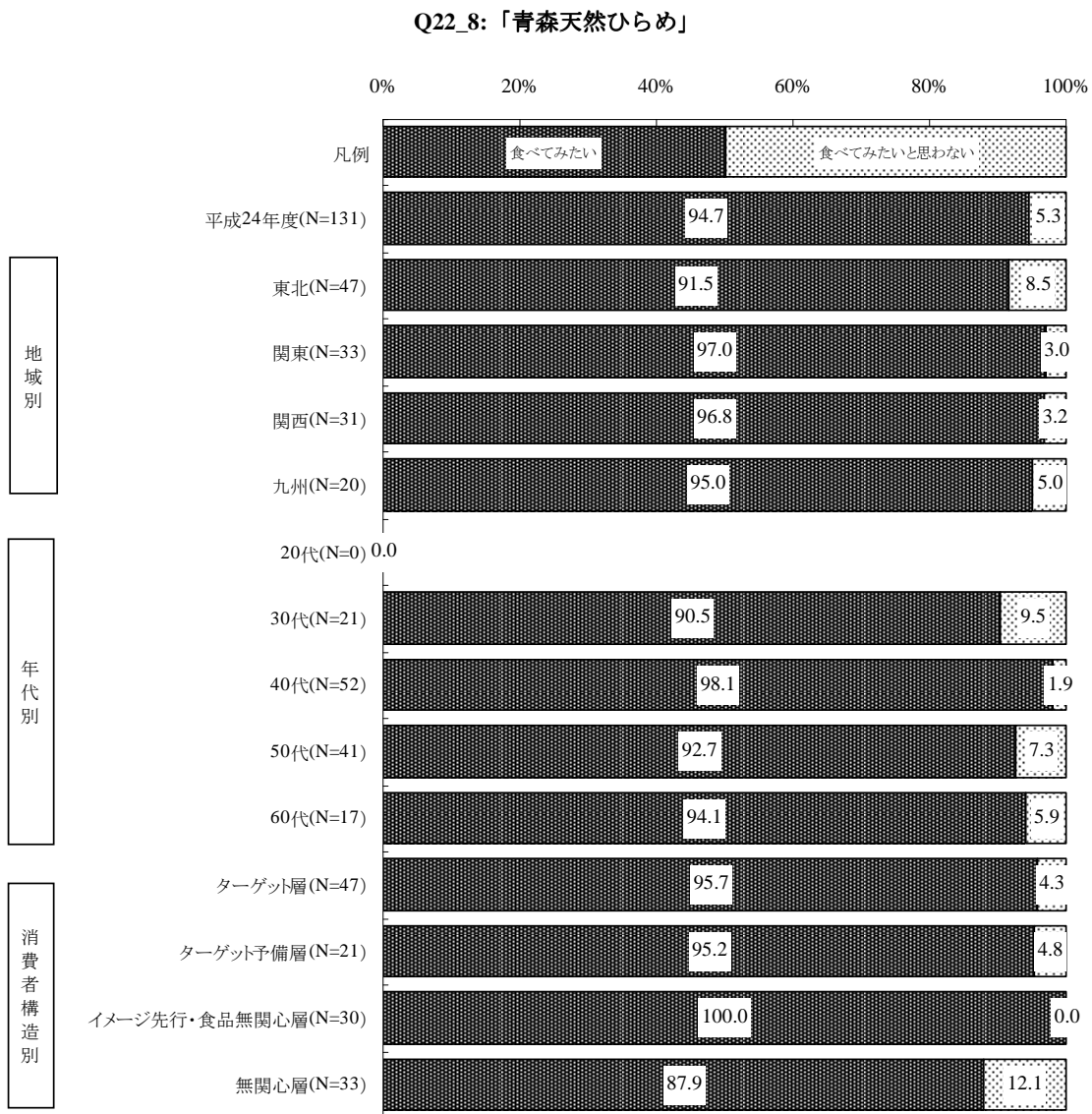
図表 IV-113 「あもりの地域食材」に対する意向



Point

・ 全体では、「食べてみたい」が 94.7%

図表 IV-114 「あもりの地域食材」に対する意向

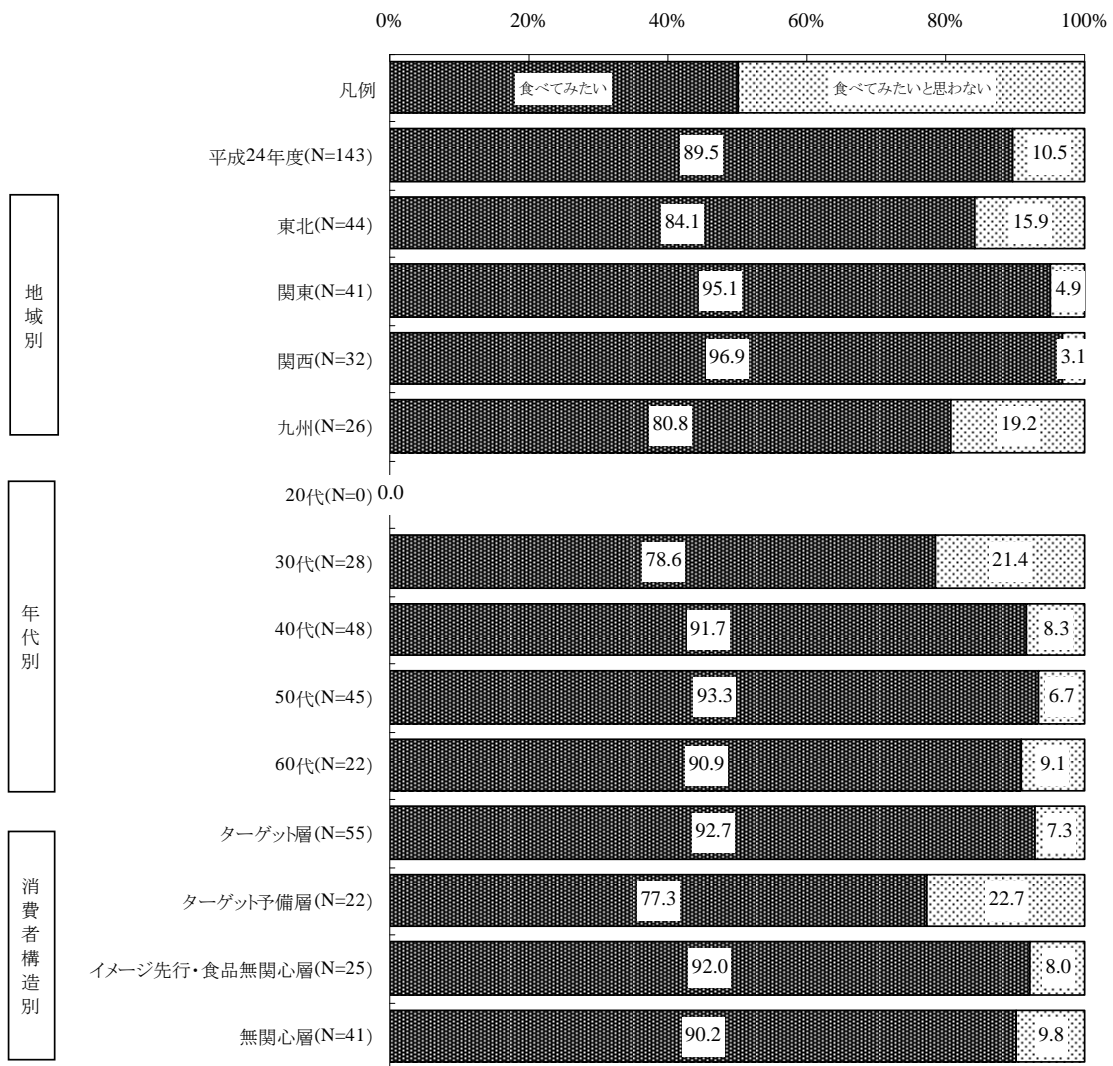


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 89.5%
- ・ 地域別では、関東と関西で「食べてみたい」がそれぞれ 95.1%、96.9%と高い
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が 78.6%と比較的少ない

図表 IV-115 「あもりの地域食材」に対する意向

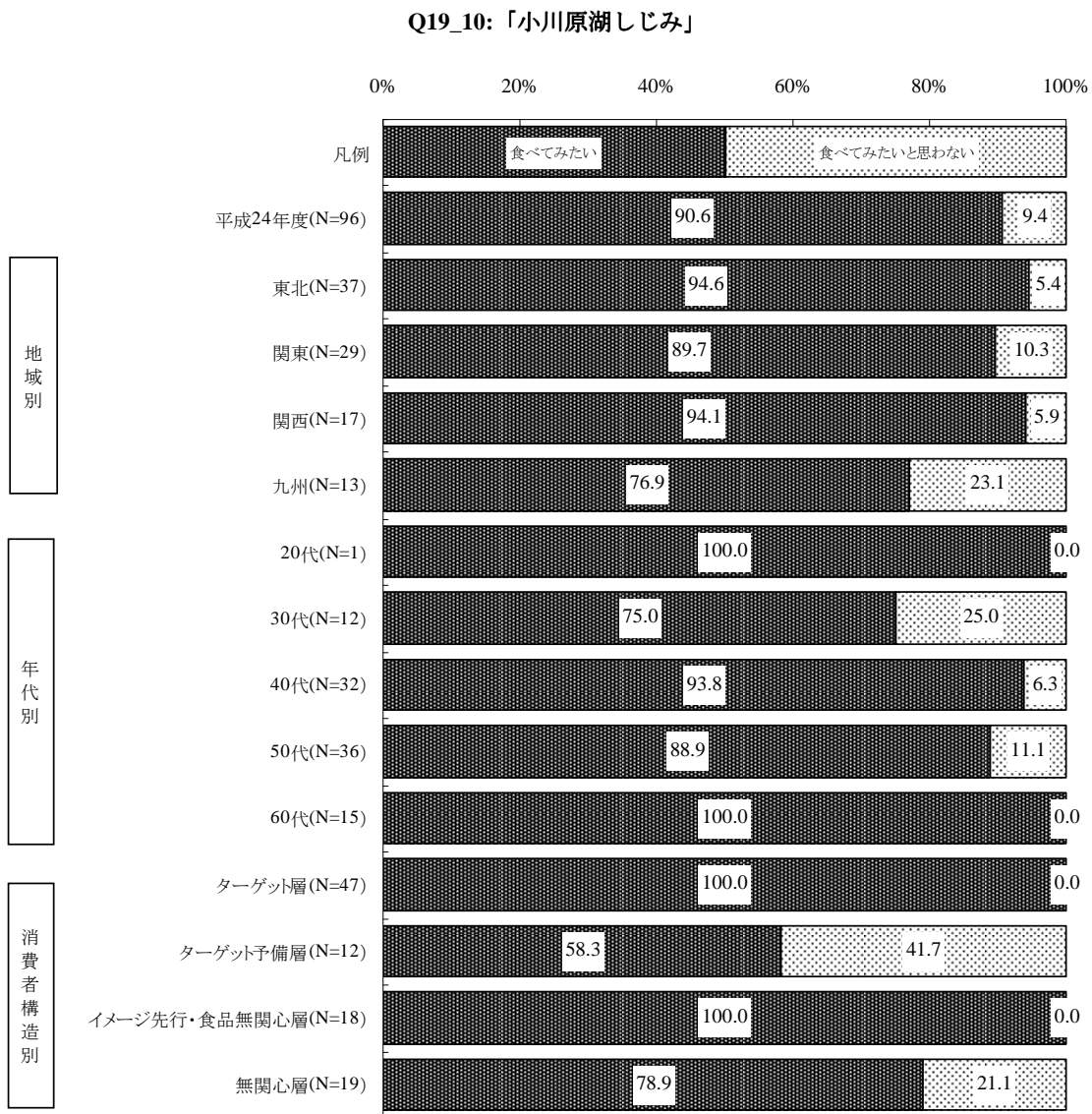
Q22_9:「十三湖しじみ」



Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が90.6%
- ・ 地域別では、九州で「食べてみたい」が76.9%と比較的少ない
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が75.0%と比較的少ない

図表 IV-116 「あもりの地域食材」に対する意向

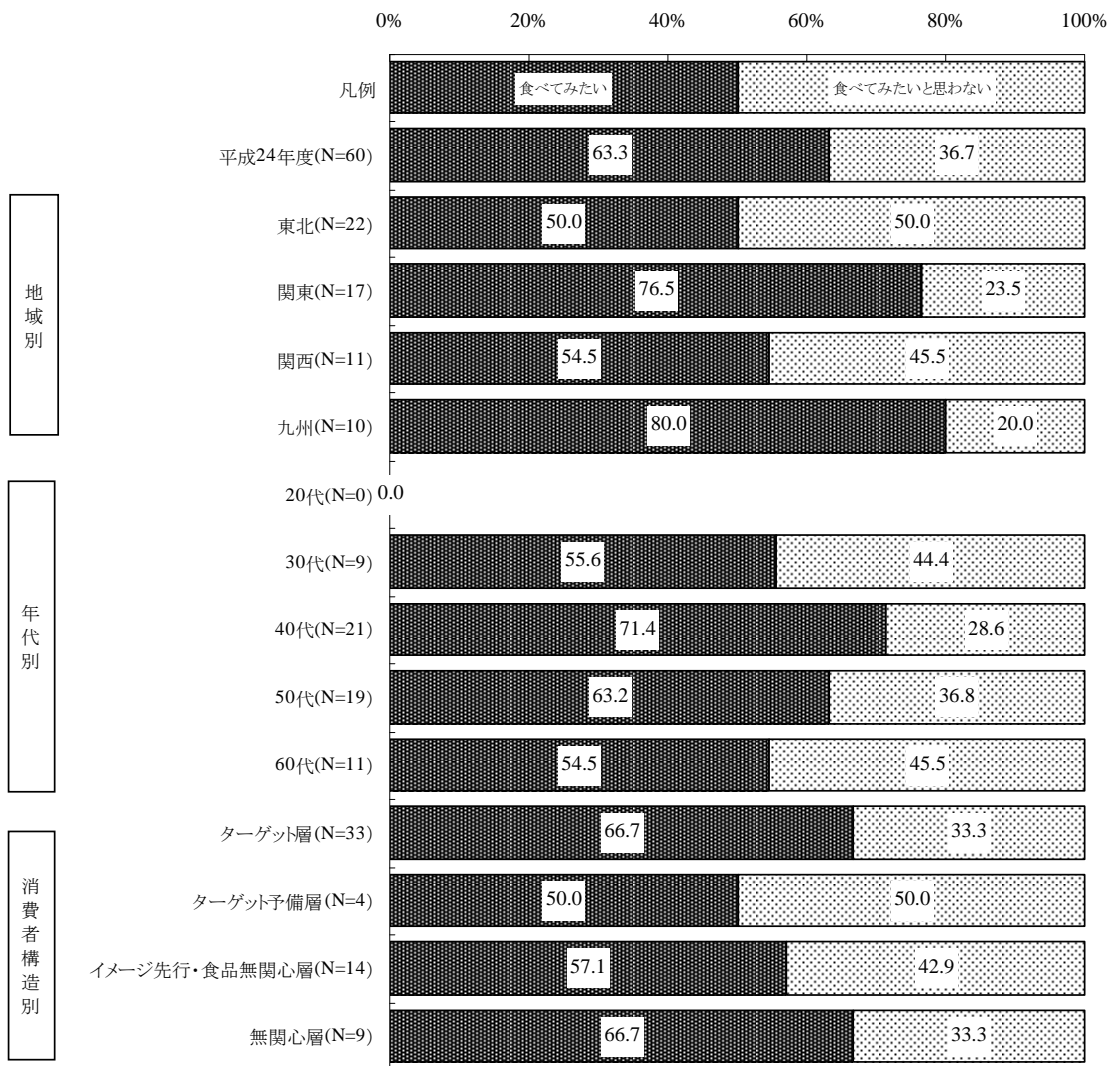


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が 63.3%

図表 IV-117 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_11:「横浜ナマコ」

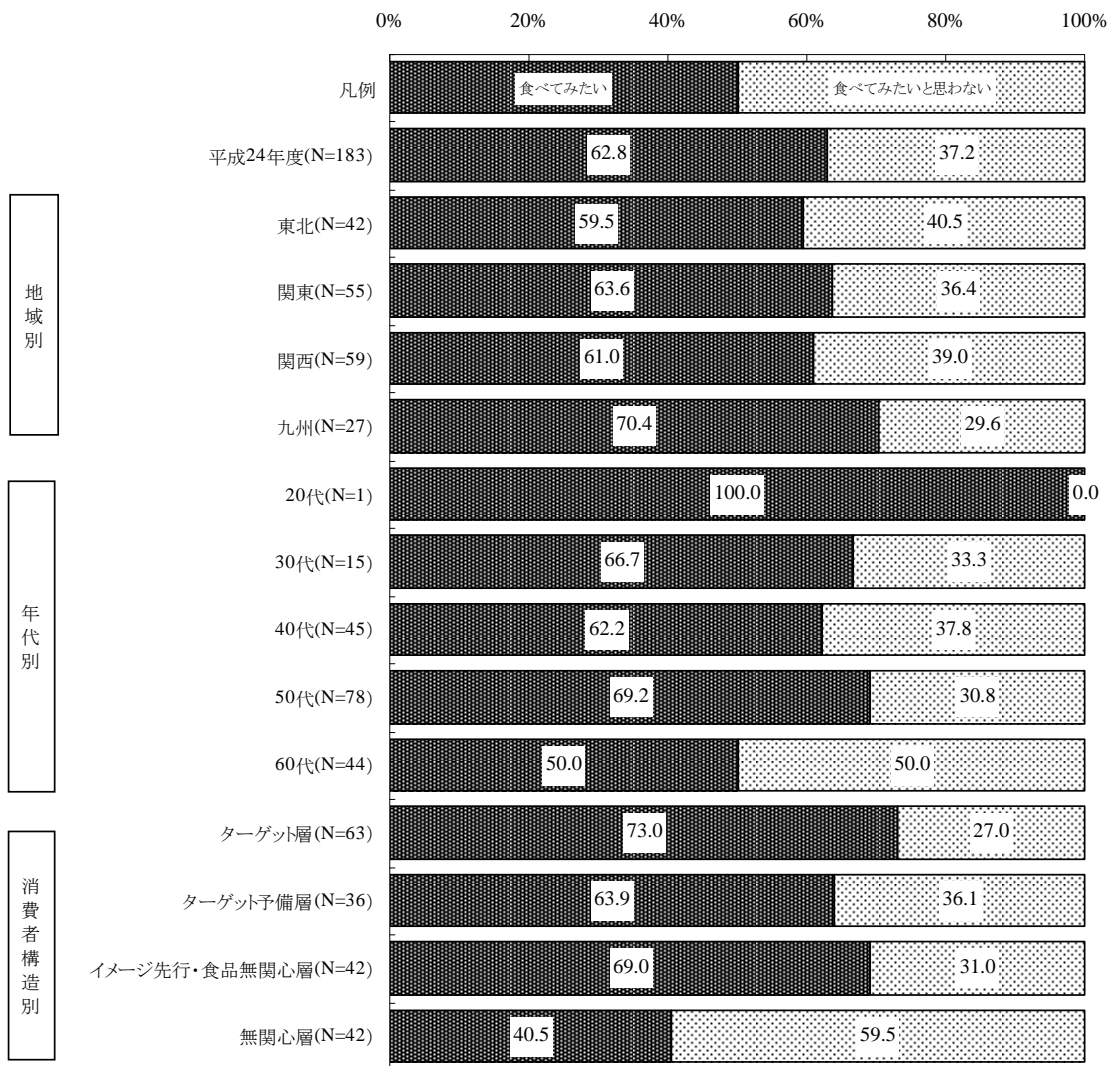


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 62.8%
- ・ 年代別では、60代で「食べてみたい」が 50.0%と比較的少ない

図表 IV-118 「あおもりの地域食材」に対する意向

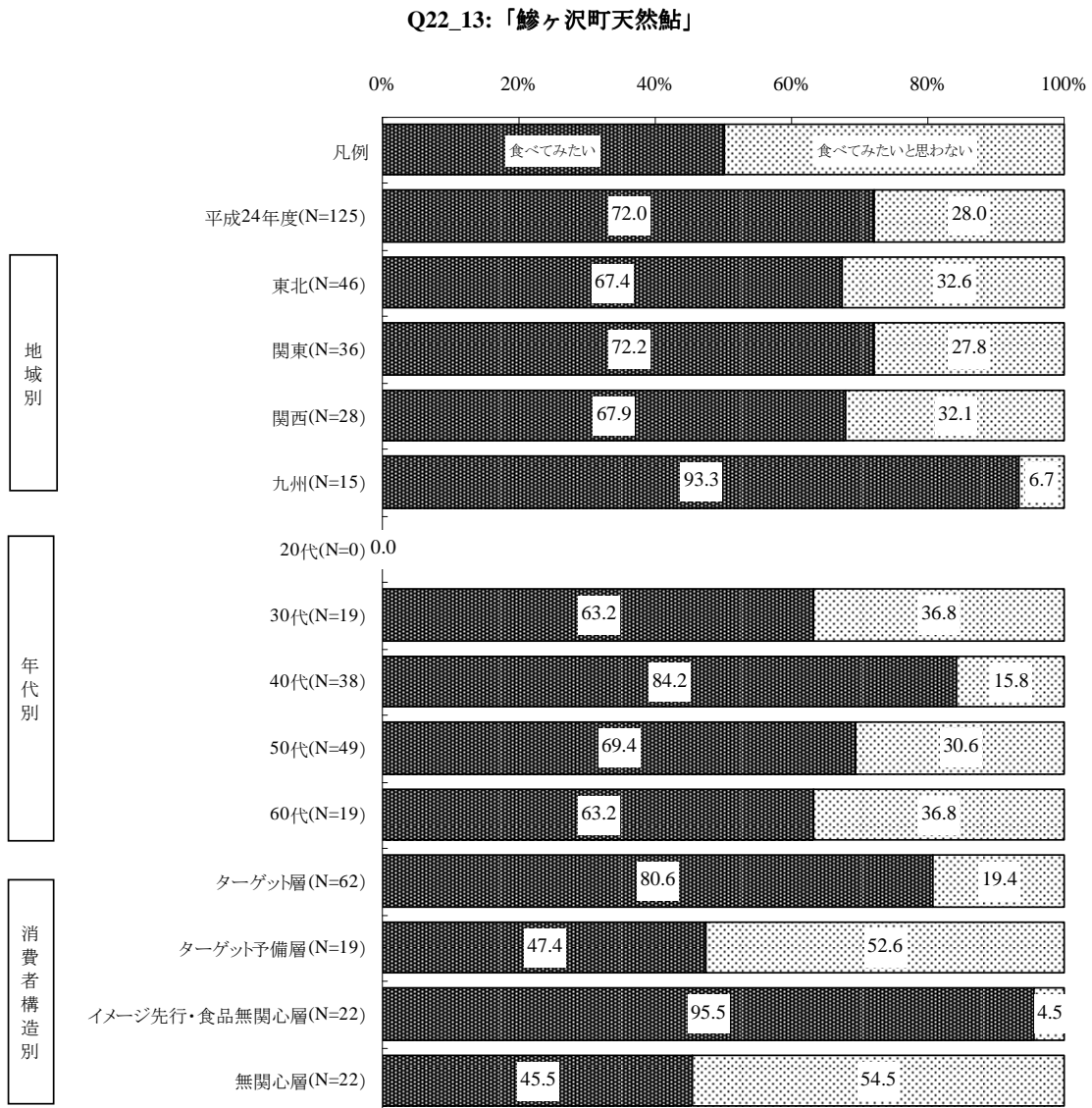
Q22_12: 「十和田湖ひめます」



Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 72.0%
- ・ 年代別では、40代で「食べてみたい」が 84.2%と多い

図表 IV-119 「あもりの地域食材」に対する意向

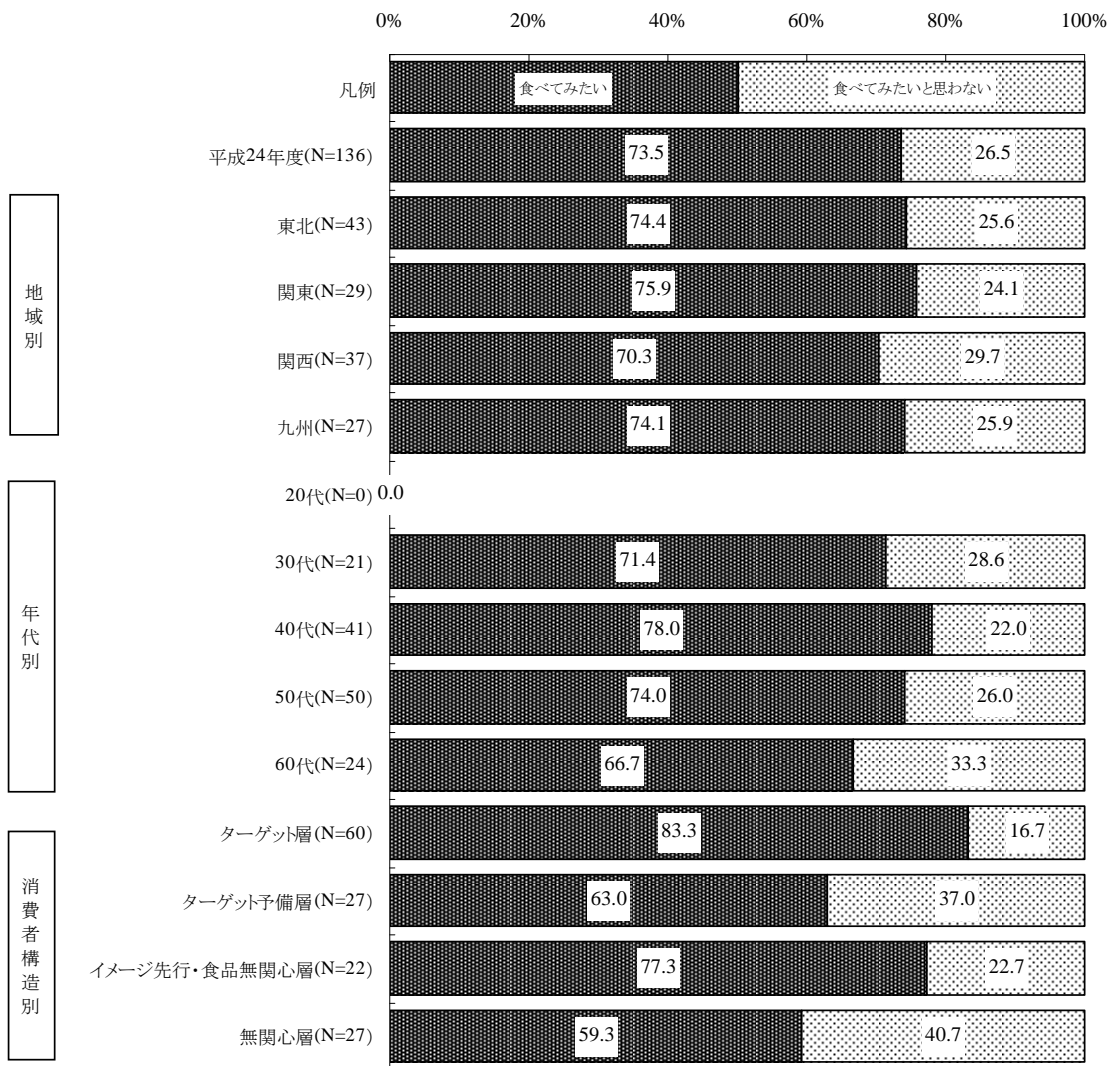


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が 73.5%

図表 IV-120 「あおりの地域食材」に対する意向

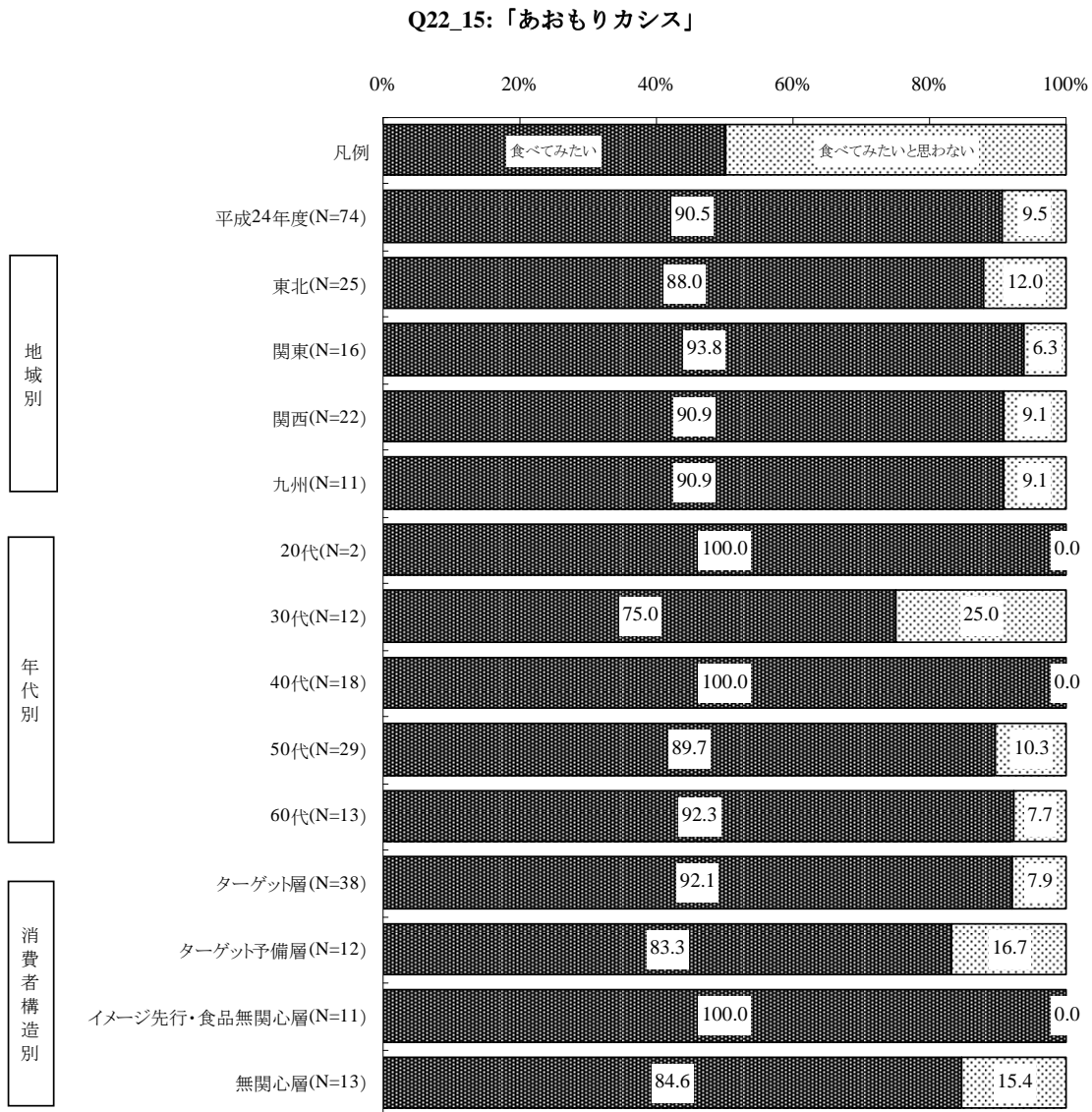
Q22_14: 「三沢ほっき」



Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 90.5%
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が 75.0%と比較的少ない

図表 IV-121 「あおりの地域食材」に対する意向

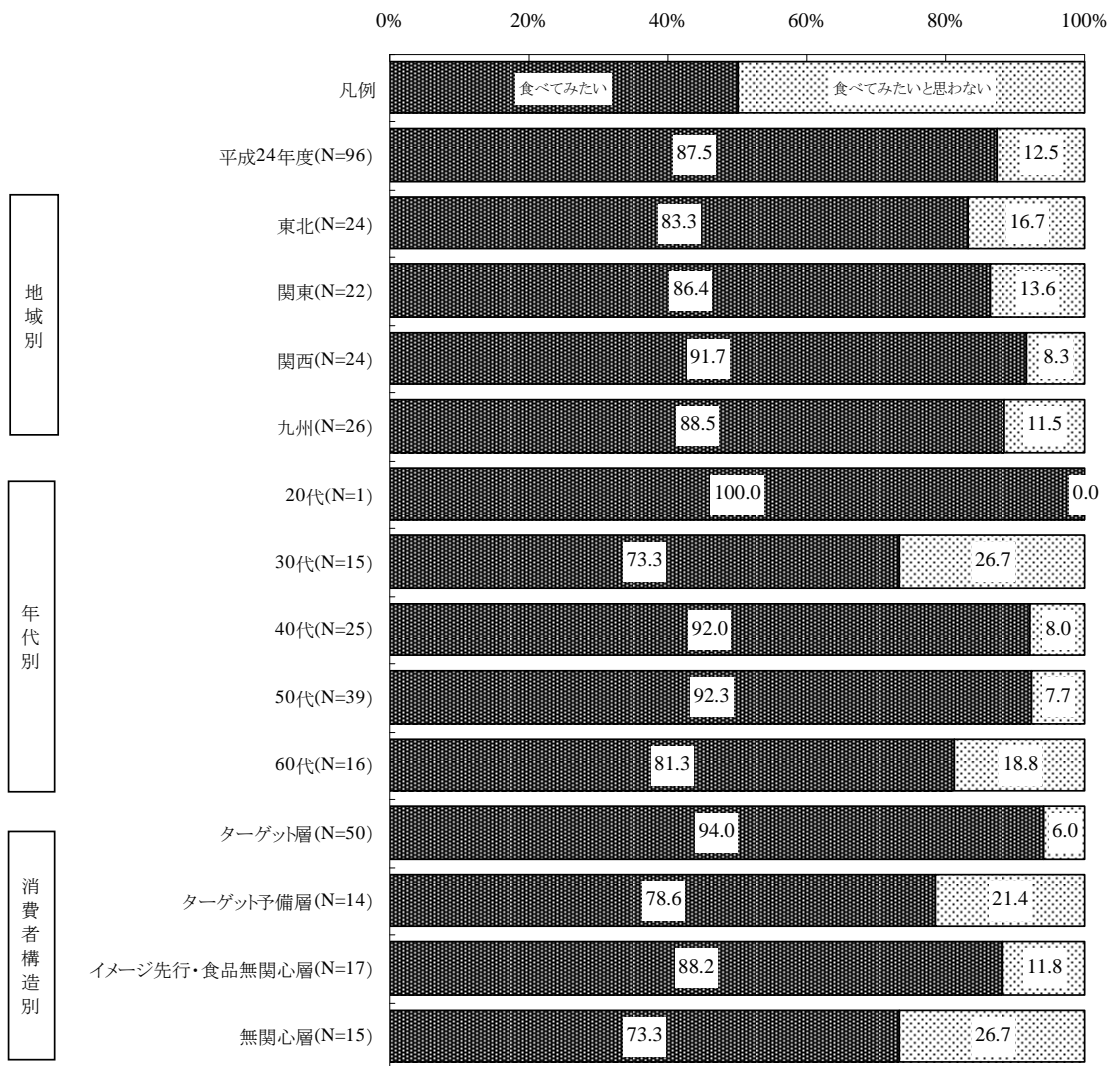


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 87.5%
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が 73.3%と比較的少ない

図表 IV-122 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_16: 「名川さくらんぼ」

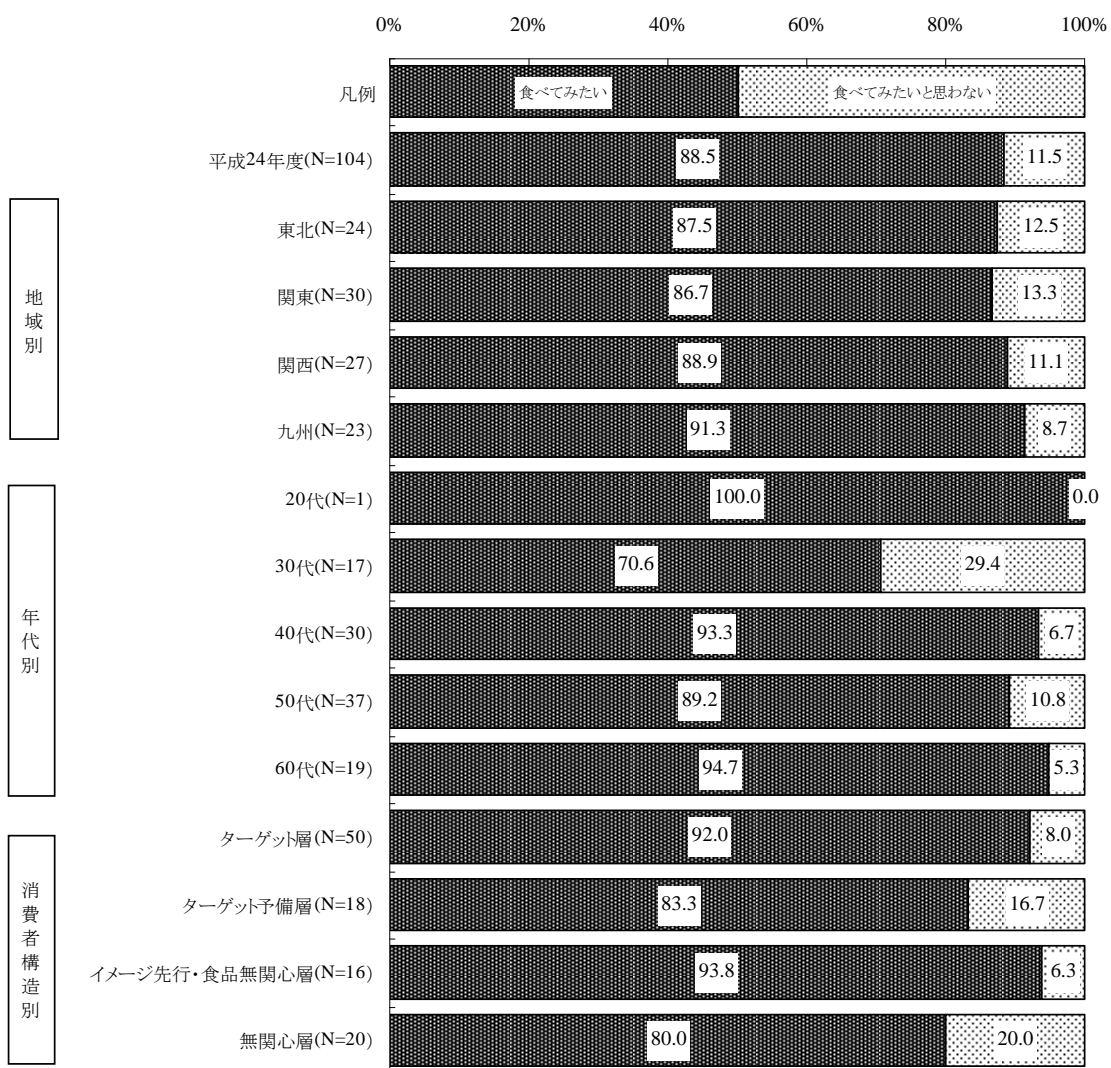


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が88.5%
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が70.6%と比較的少ない

図表 IV-123 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_17: 「つがる市産タカミメロン」

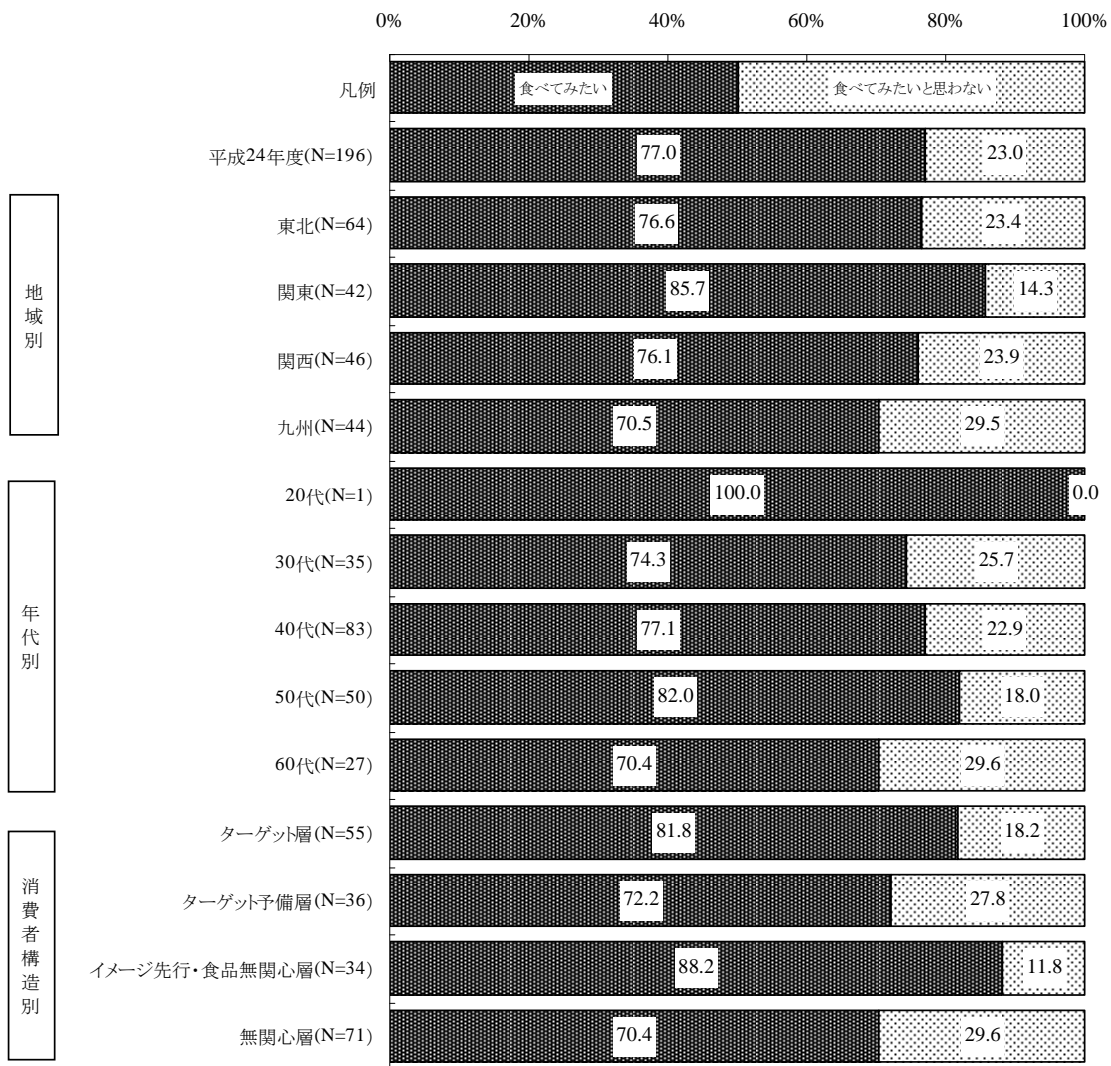


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が 77.0%

図表 IV-124 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_18:「田子にんにく」

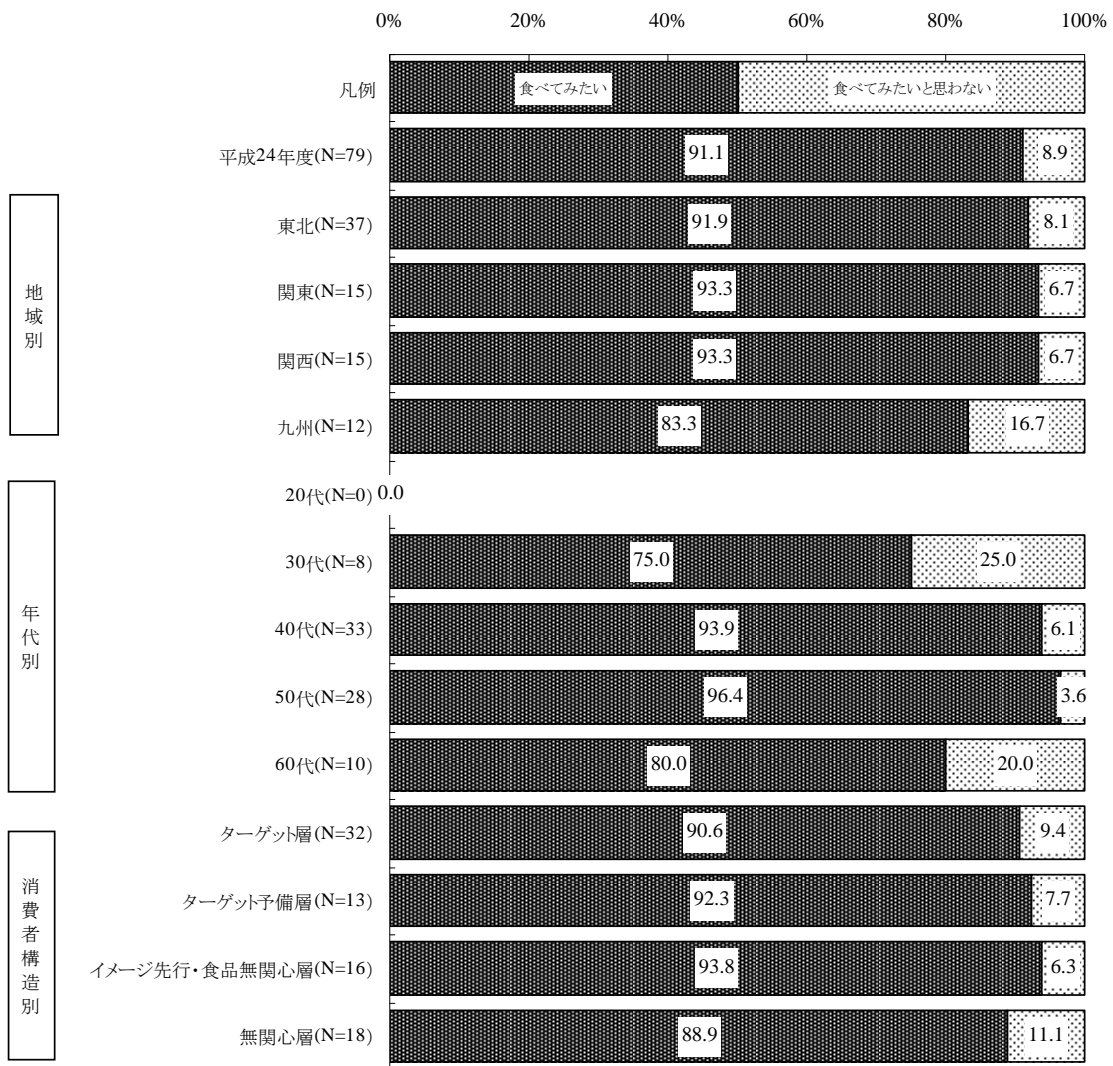


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が91.1%

図表 IV-125 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_19:「嶽きみ」

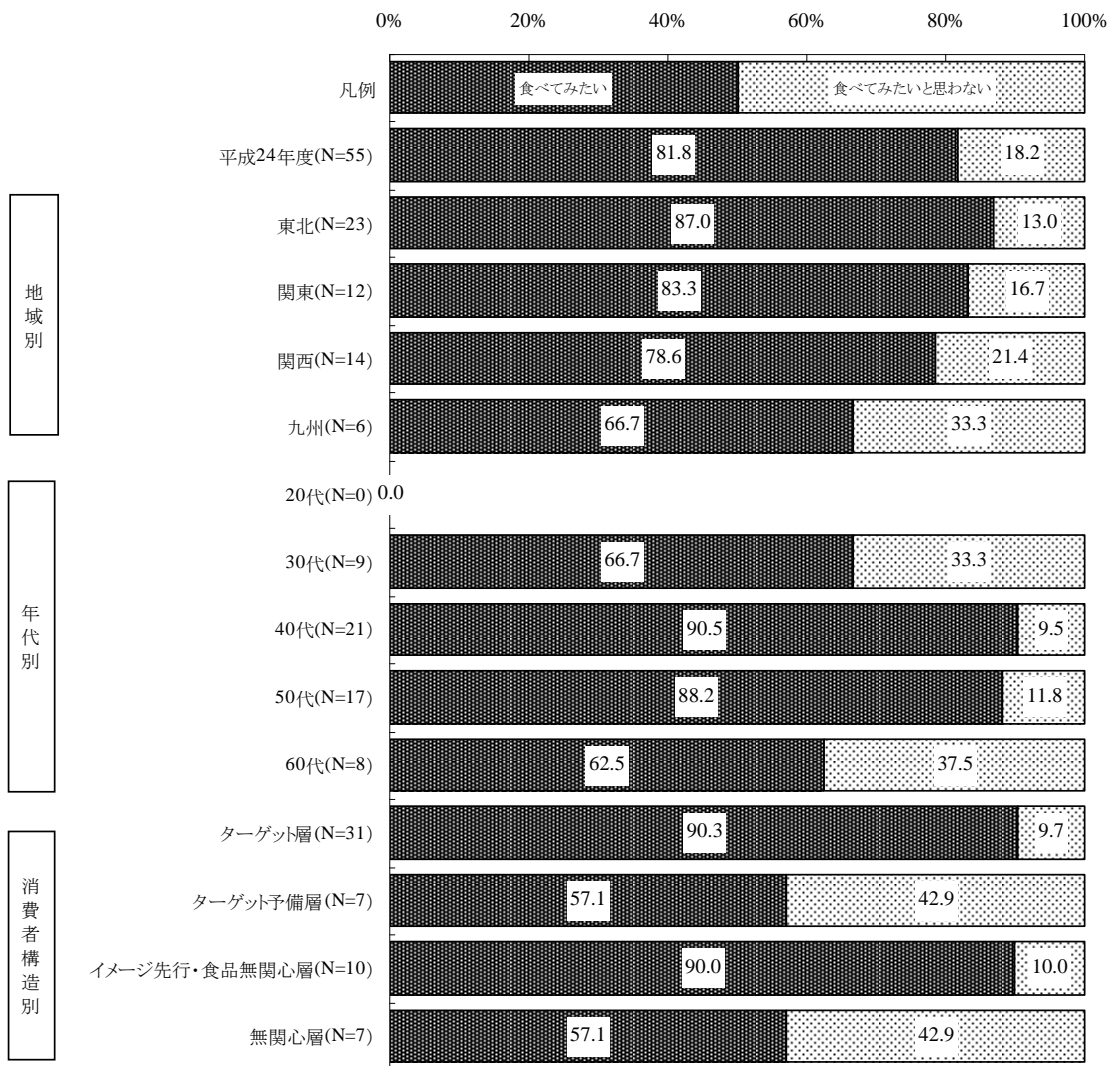


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が81.8%

図表 IV-126 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_20:「野辺地葉つきこかぶ」

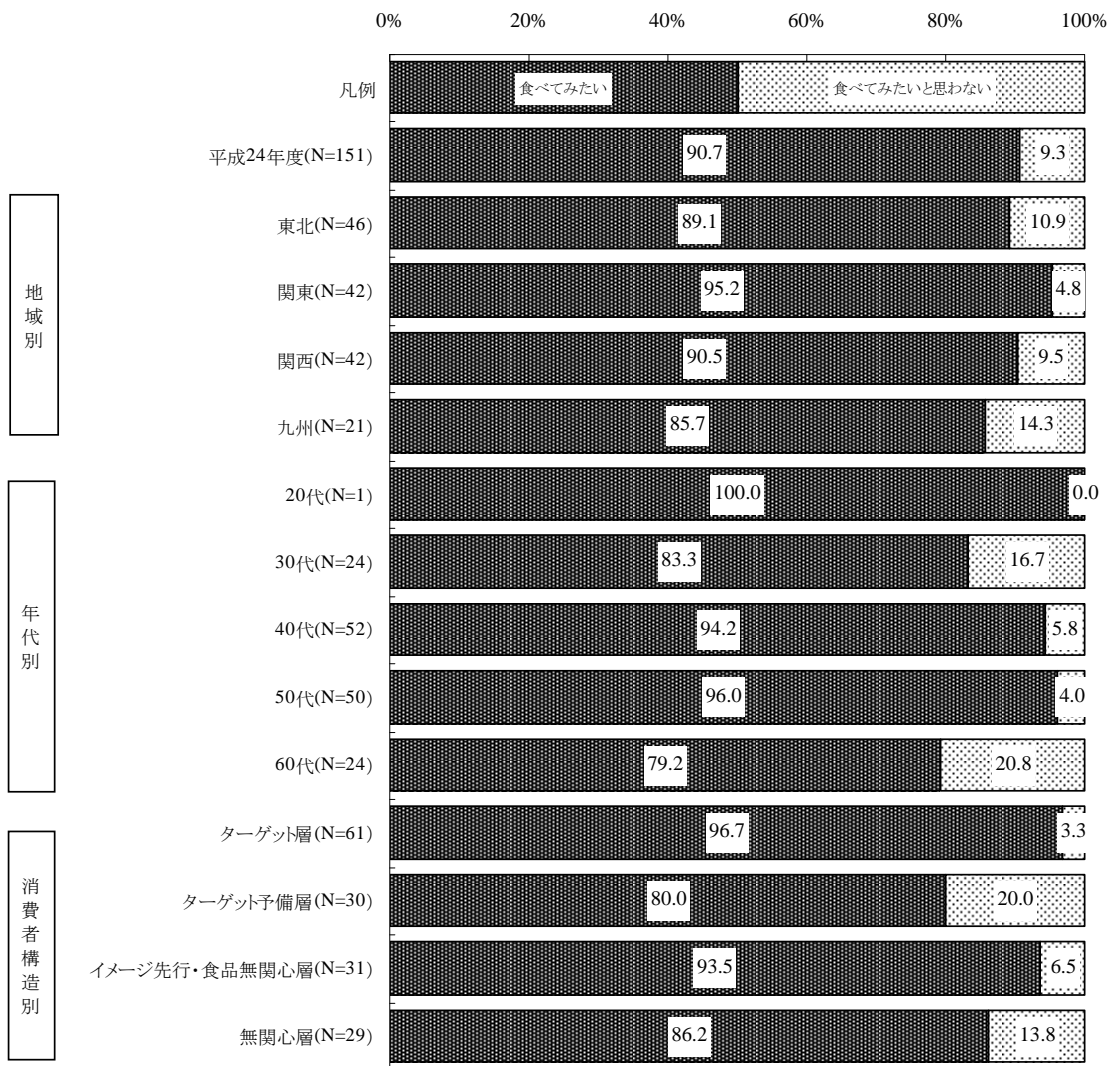


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が90.7%

図表 IV-127 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_21:「ふかうら雪にんじん」

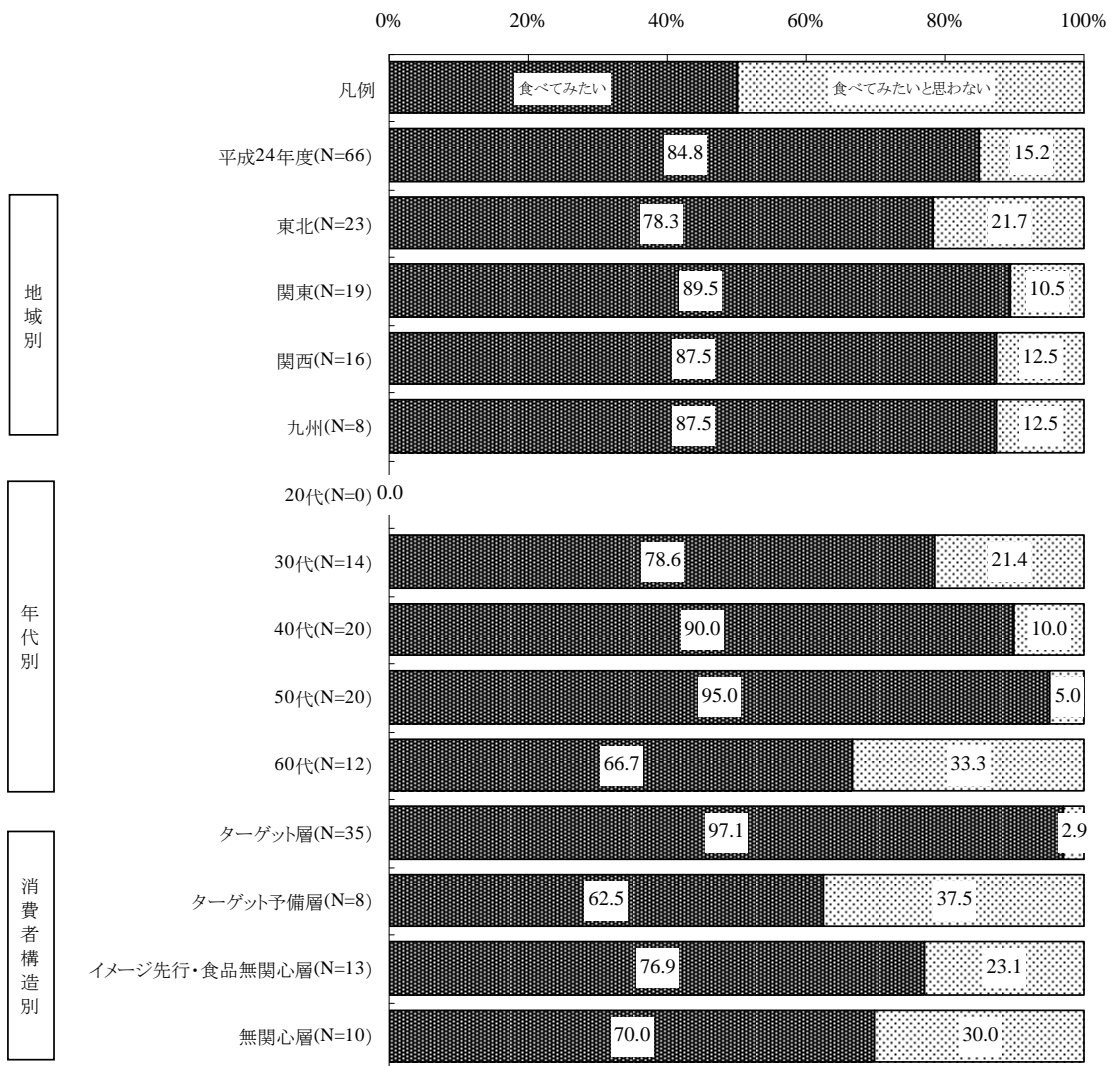


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が84.8%
- ・ 年代別では、40代と50代で「食べてみたい」が多い

図表 IV-128 「あもりの地域食材」に対する意向

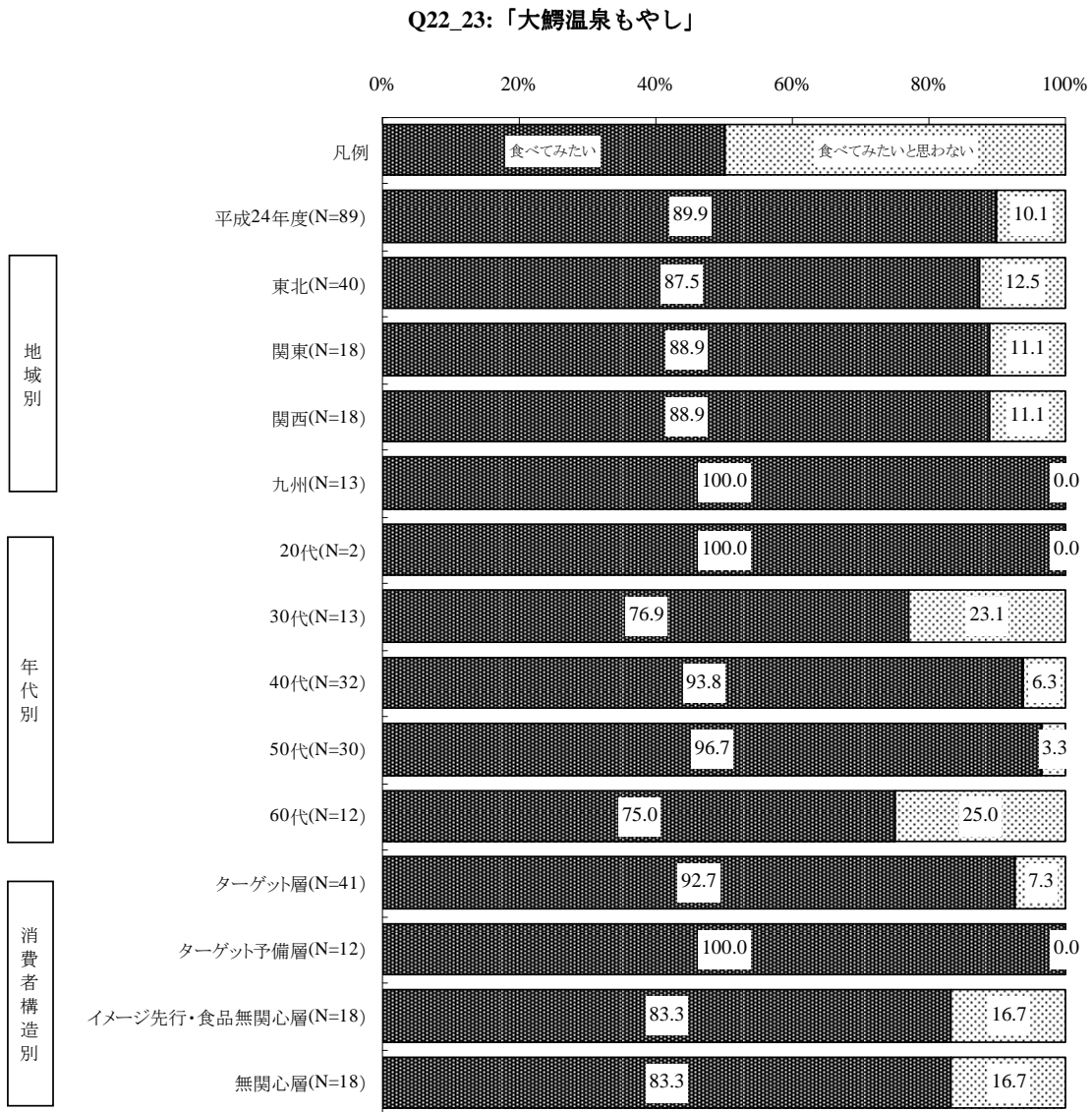
Q22_22: 「一球入魂かぼちゃ」



Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 89.9%
- ・ 年代別では、40代と50代で「食べてみたい」が多い

図表 IV-129 「あもりの地域食材」に対する意向

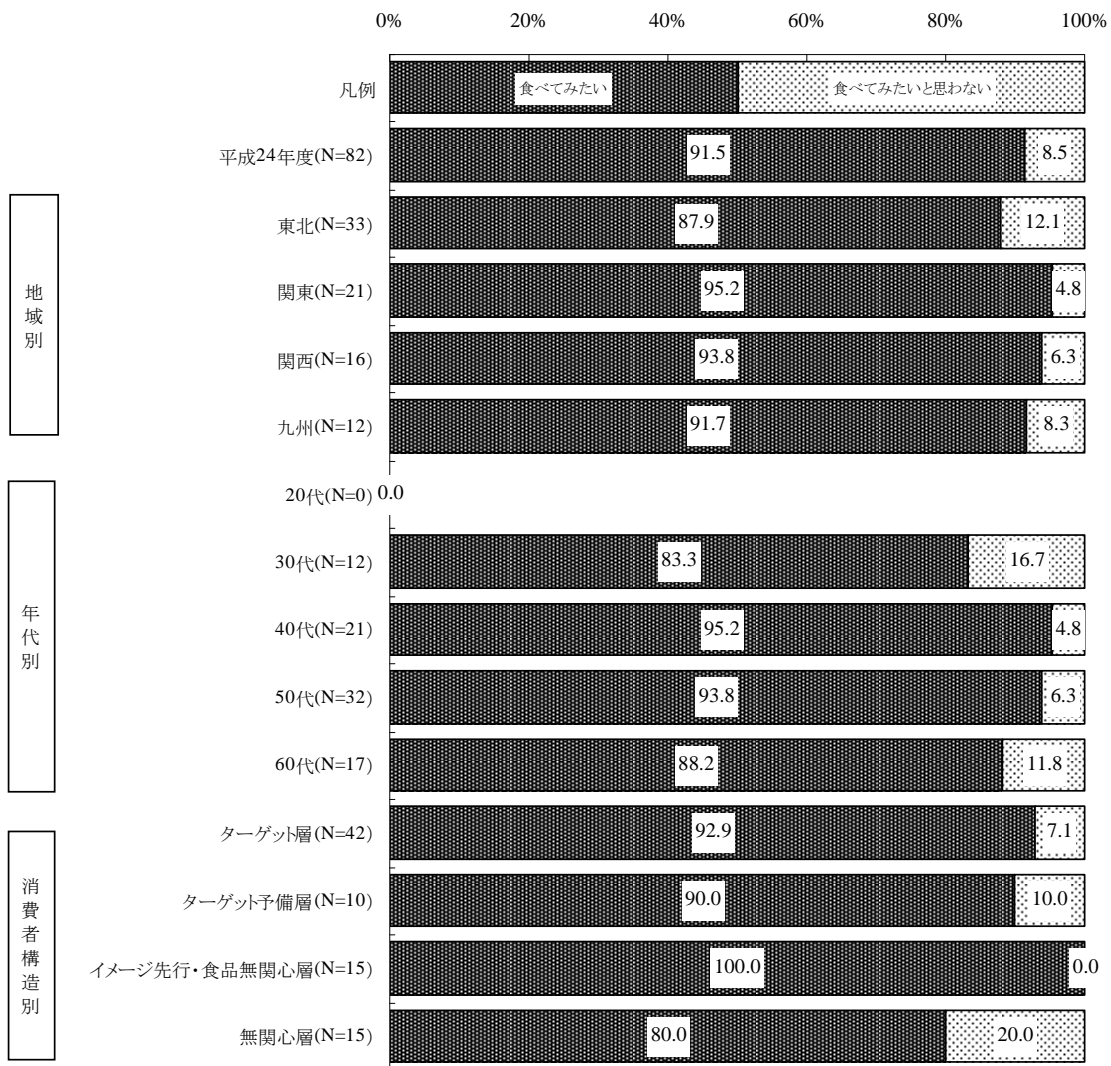


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が91.5%

図表 IV-130 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_24:「倉石牛」

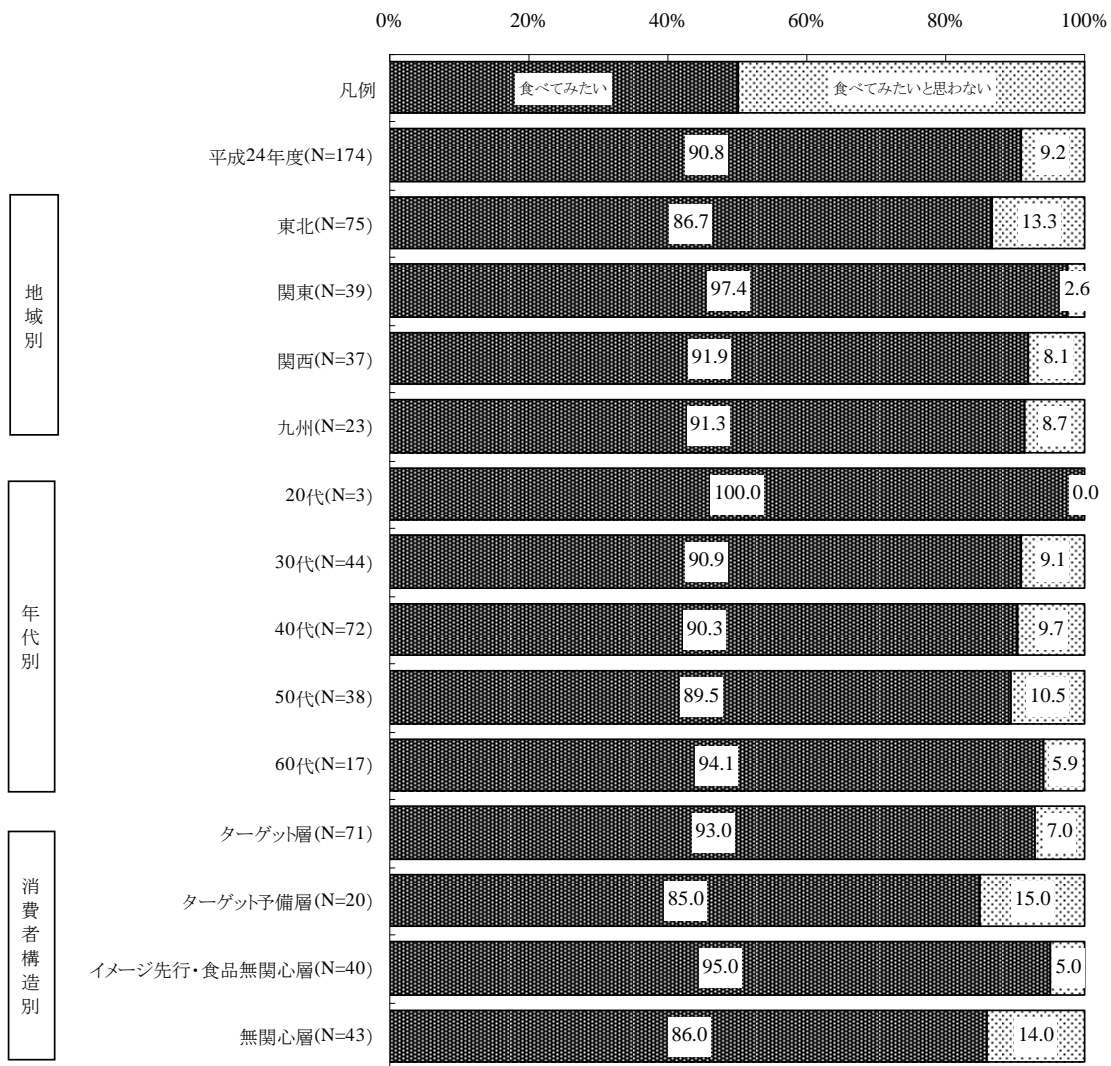


Point

・ 全体では、「食べてみたい」が 90.8%

図表 IV-131 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_25: 「青森シャモロック」

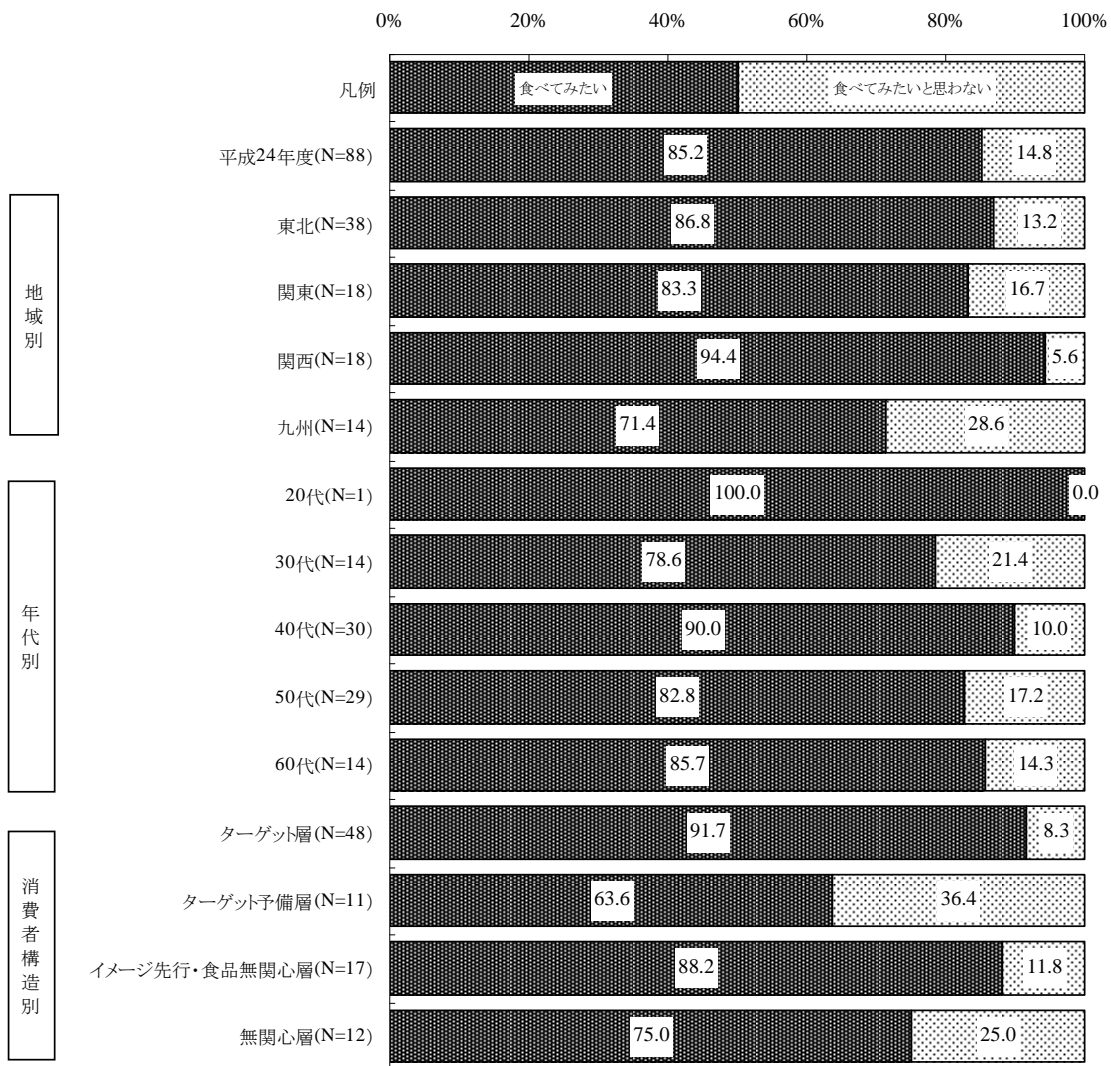


Point

- ・ 全体では、「食べてみたい」が 85.2%
- ・ 地域別では、九州で「食べてみたい」が 71.4%と比較的少ない
- ・ 年代別では、30代で「食べてみたい」が 78.6%と比較的少ない

図表 IV-132 「あもりの地域食材」に対する意向

Q22_26:「奥入瀬ガーリックポーク」



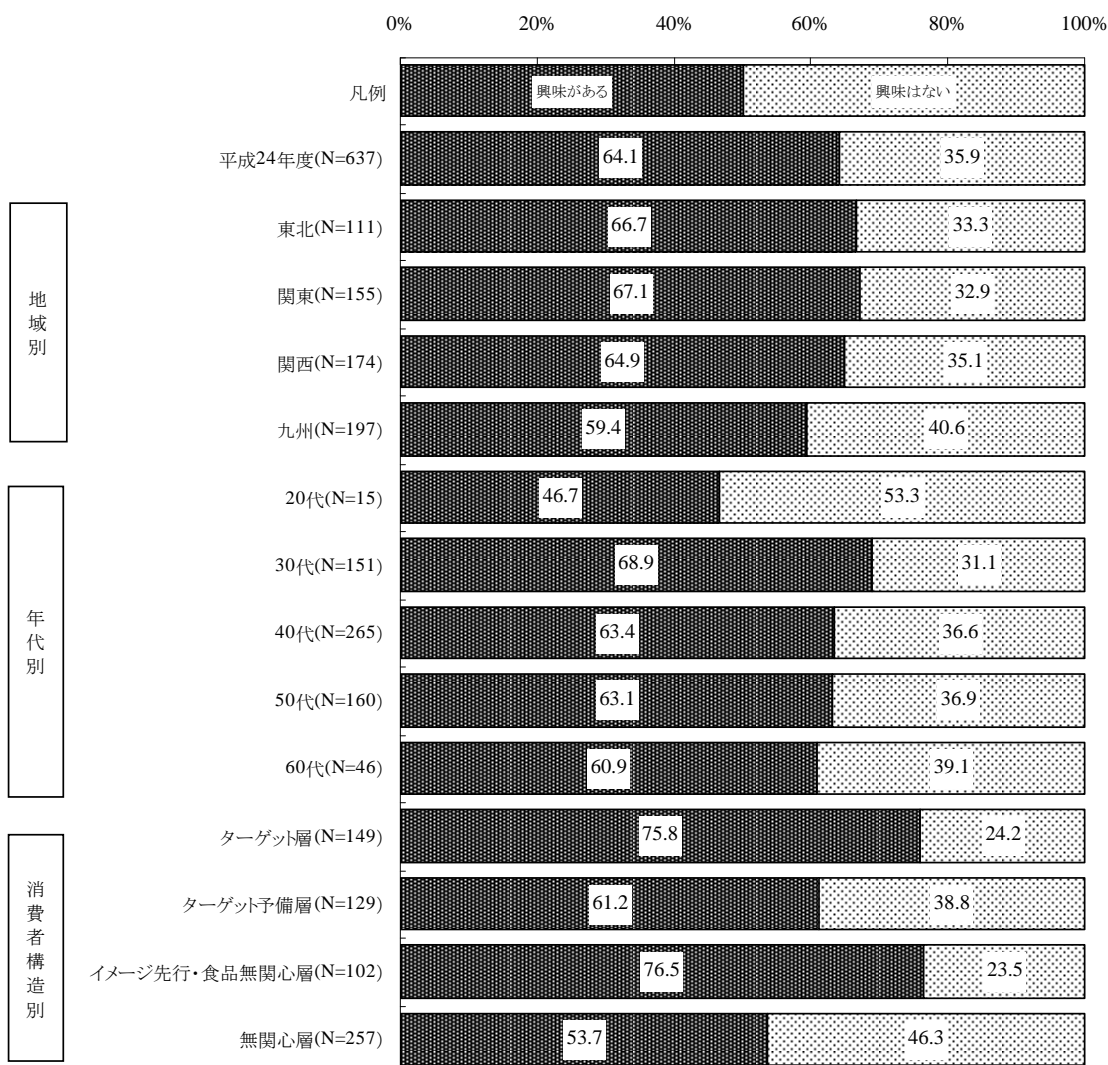
(7) Q23:「Q17」で「知らない」と回答した回答者の「あもりの地域食材」に対する興味(単一回答)

Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 64.1%、「興味はない」が 35.9%
- ・ 年代別では、20代で「興味がある」が 46.7%と低い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 75.8%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 76.5%と、他の層と比べて高い

図表 IV-133 「あもりの地域食材」に対する興味

Q23_1:「陸奥湾ほたて」

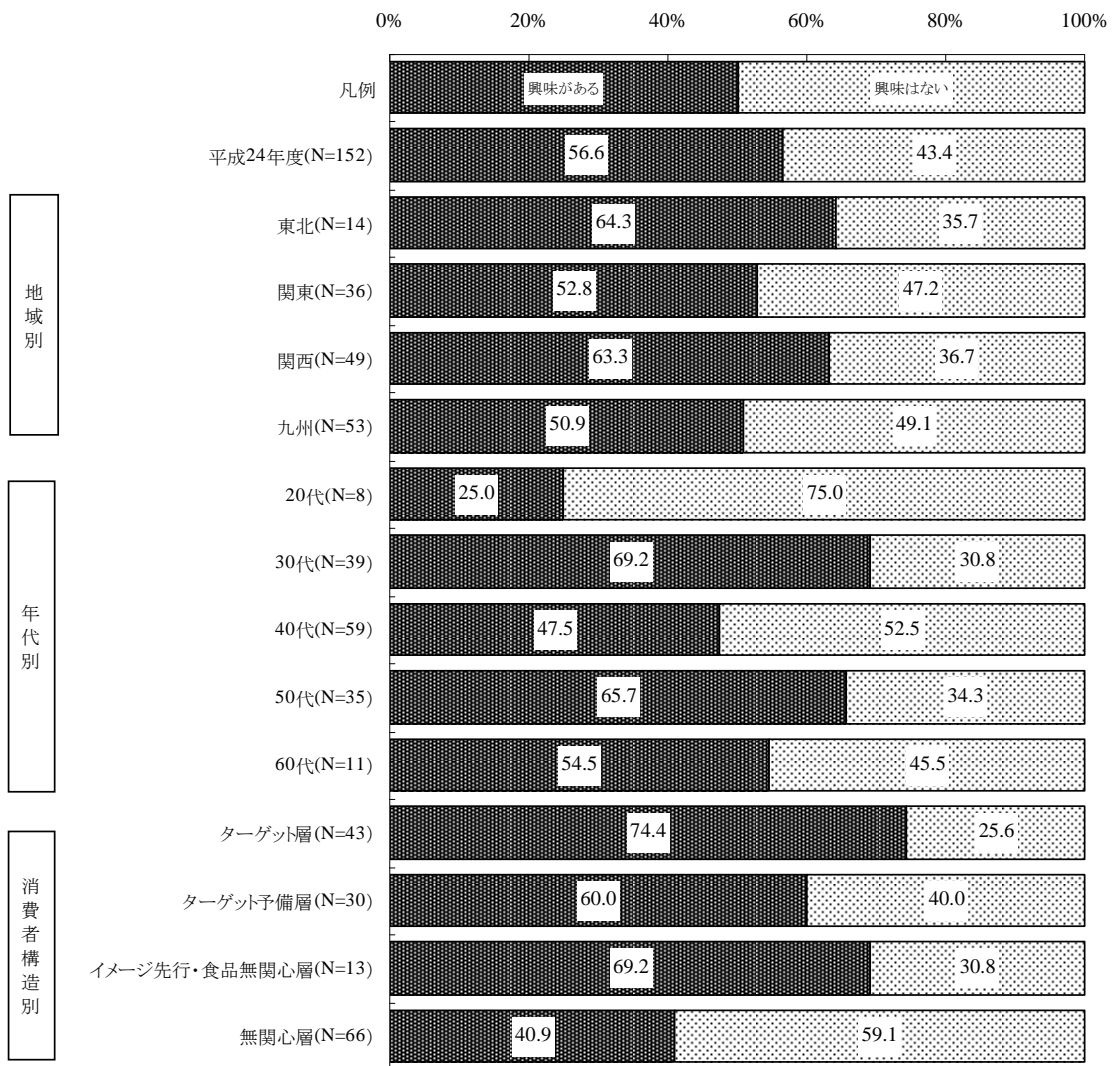


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 56.6%、「興味はない」が 43.4%
- ・ 年代別では、30代と50代で「興味がある」が多い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 74.4%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 69.2%と、他の層と比べて高い

図表 IV-134 「あもりの地域食材」に対する興味

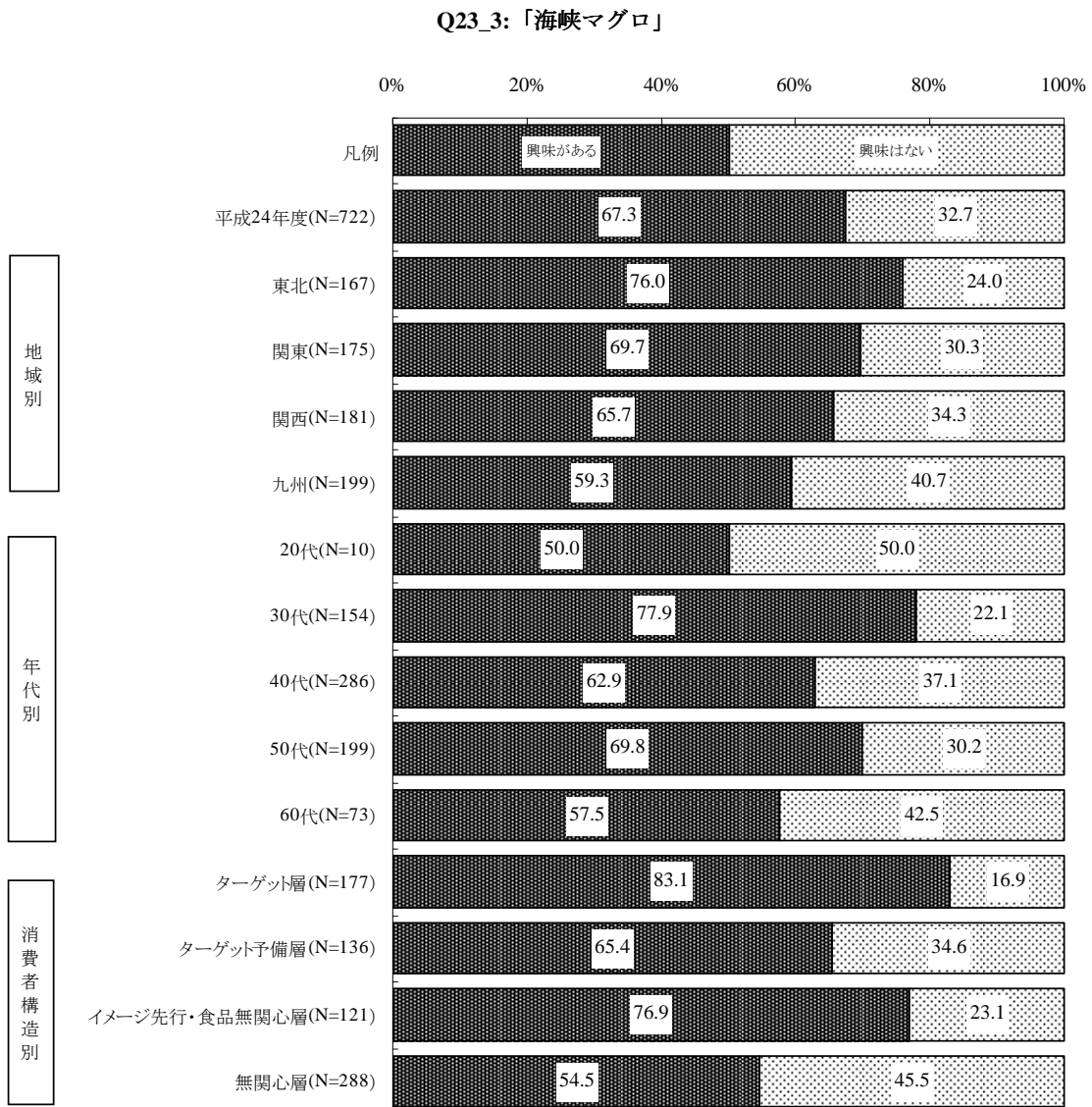
Q23_2: 「大間マグロ」



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 67.3%、「興味はない」が 32.7%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向
- ・ 年代別では、30代で「興味がある」が 77.9%と高い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 83.1%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 76.9%と、他の層と比べて高い

図表 IV-135 「あおもりの地域食材」に対する興味

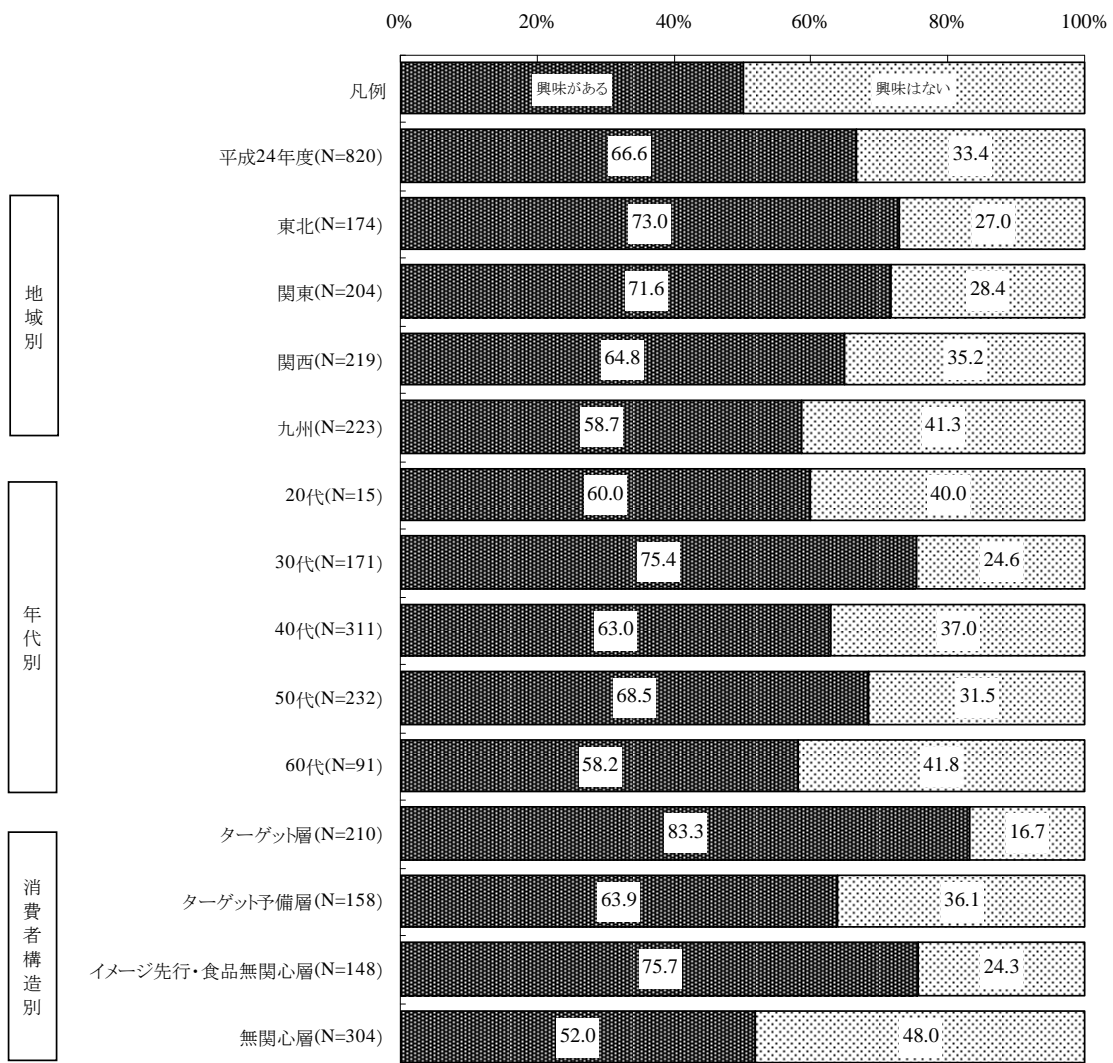


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 66.6%、「興味はない」が 33.4%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向
- ・ 年代別では、30代で「興味が高い」が 75.4%と高い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 83.3%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 75.7%と、他の層と比べて高い

図表 IV-136 「あおもりの地域食材」に対する興味

Q23_4:「深浦マグロ」

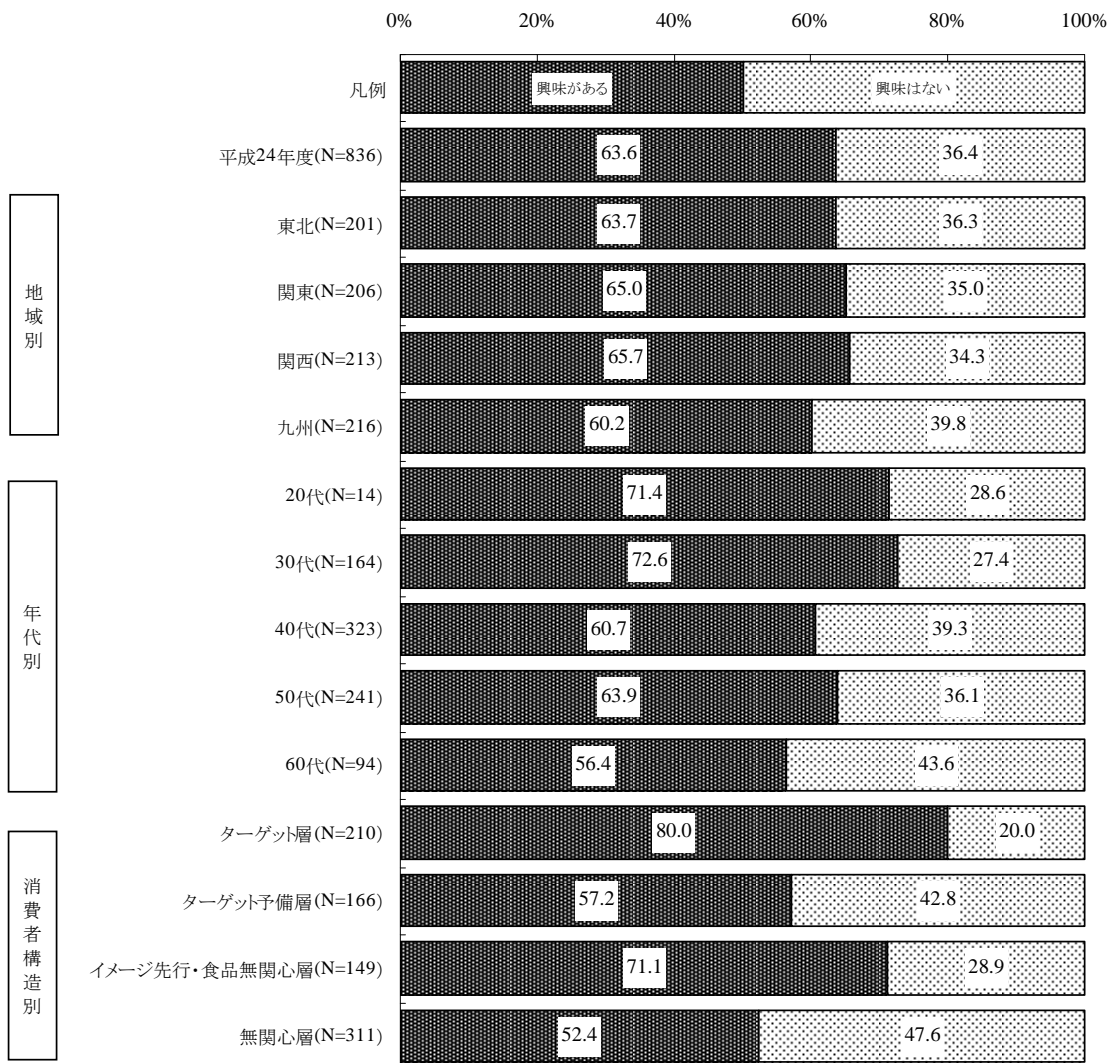


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 63.6%、「興味はない」が 36.4%
- ・ 年代別では、20代（71.4%）と30代（72.6%）で「興味がある」が多い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 80.0%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 71.1%と、他の層と比べて高い

図表 IV-137 「あもりの地域食材」に対する興味

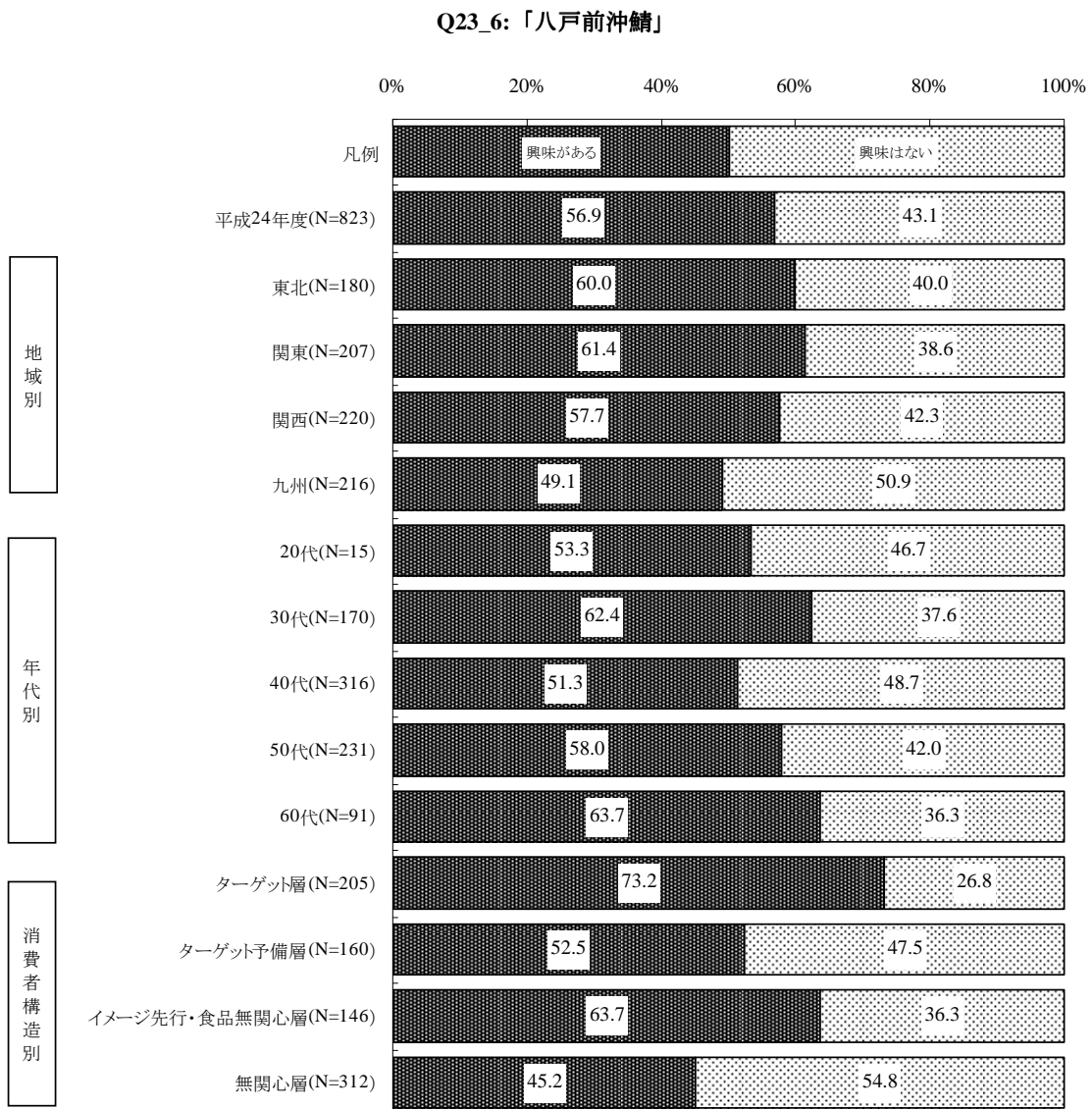
Q23_5:「海峡サーモン」



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 56.9%、「興味はない」が 43.1%
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 73.2%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 63.7%と、他の層と比べて若干高い

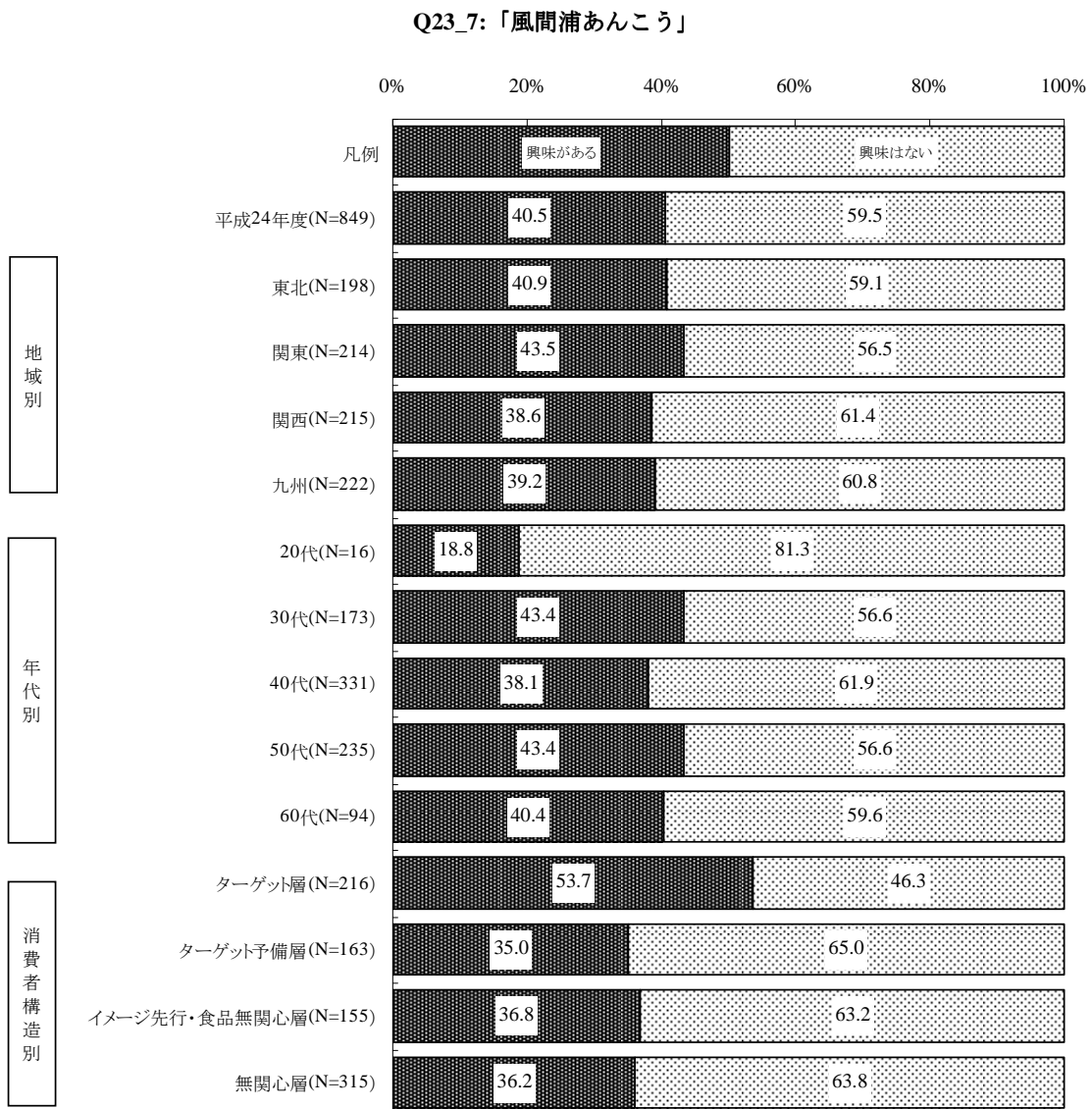
図表 IV-138 「あおもりの地域食材」に対する興味



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 40.5%、「興味はない」が 59.5%
- ・ 年代別では、20代で「興味がある」が 18.8%と低い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 53.7%と、他の層と比べて高い

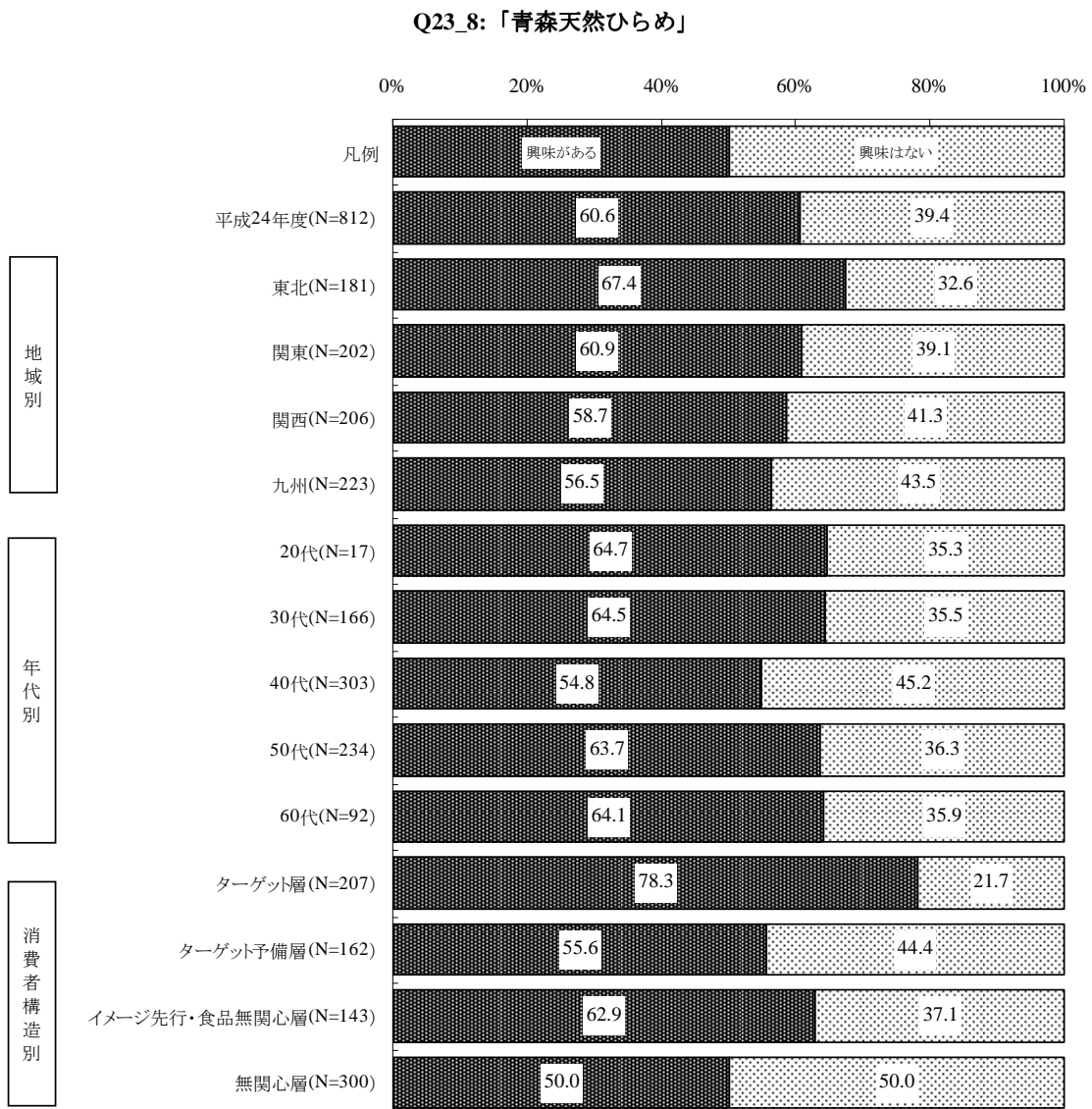
図表 IV-139 「あおもりの地域食材」に対する興味



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 60.6%、「興味はない」が 39.4%
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 78.3%と、他の層と比べて高い

図表 IV-140 「あおもりの地域食材」に対する興味

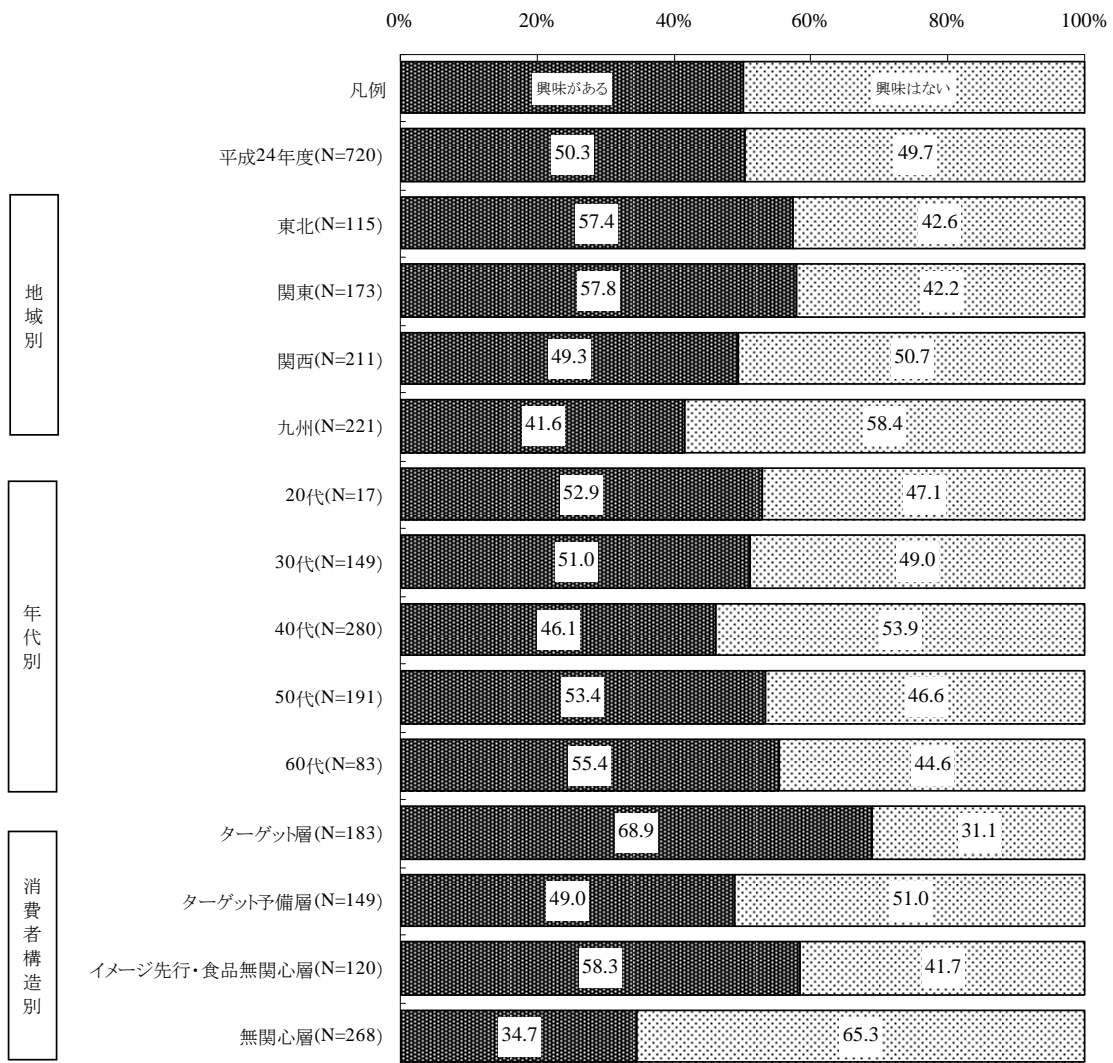


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 50.3%、「興味はない」が 49.7%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 68.9%と、他の層と比べて高い

図表 IV-141 「あもりの地域食材」に対する興味

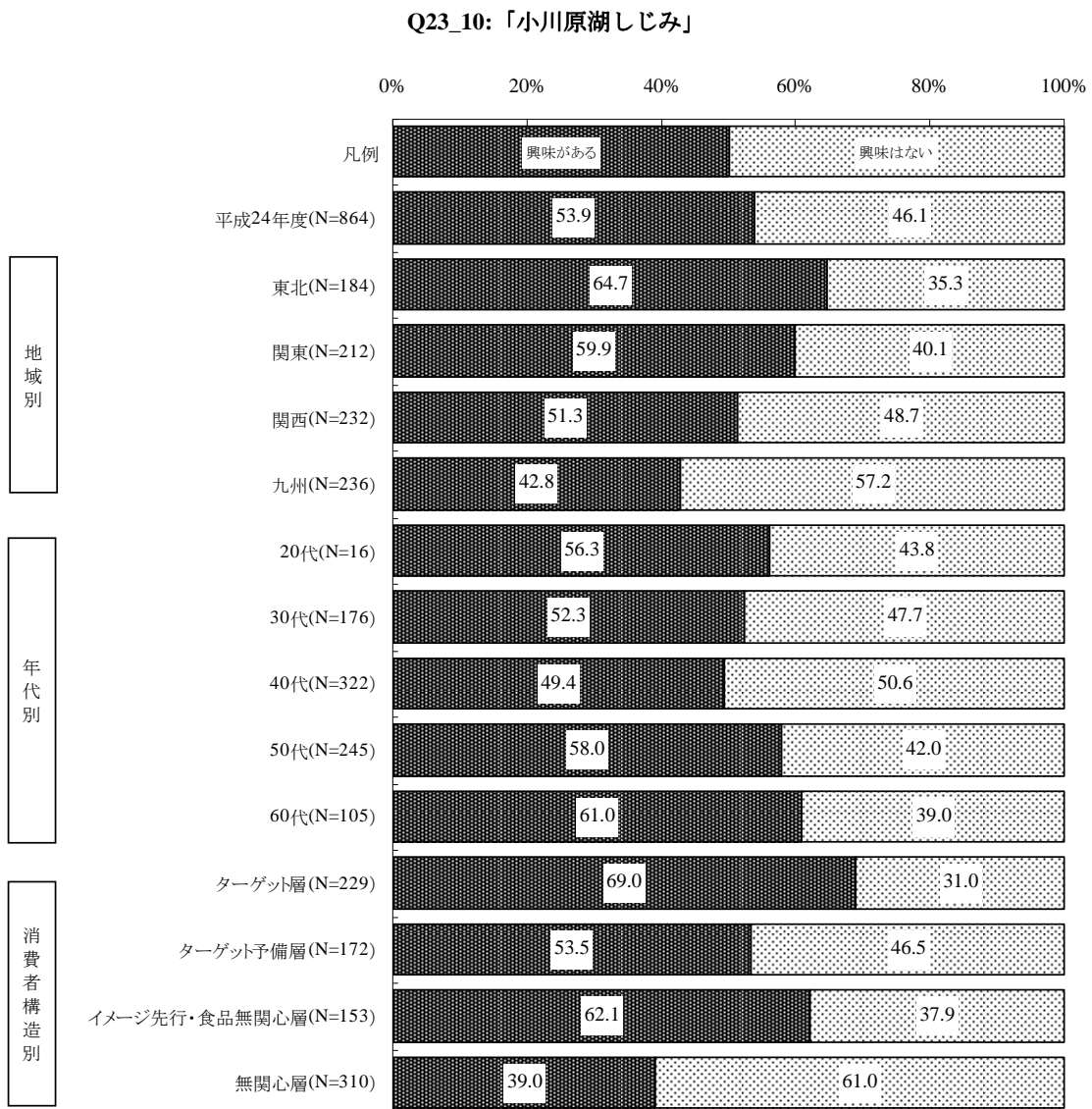
Q23_9:「十三湖しじみ」



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 53.9%、「興味はない」が 46.1%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 69.0%と、他の層と比べて高い

図表 IV-142 「あおもりの地域食材」に対する興味

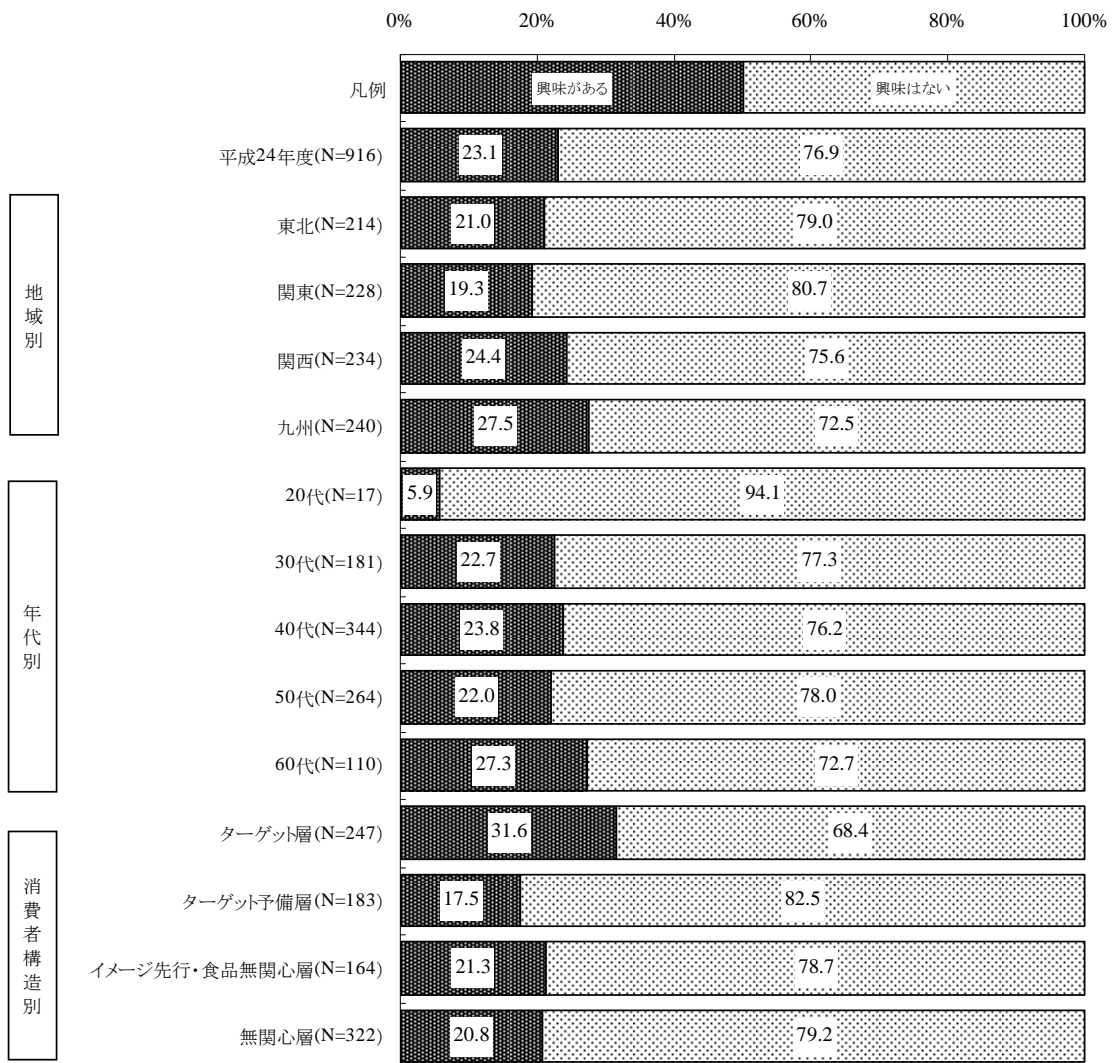


Point

・ 全体では、「興味がある」が 23.1%、「興味はない」が 76.9%

図表 IV-143 「あおもりの地域食材」に対する興味

Q23_11:「横浜ナマコ」

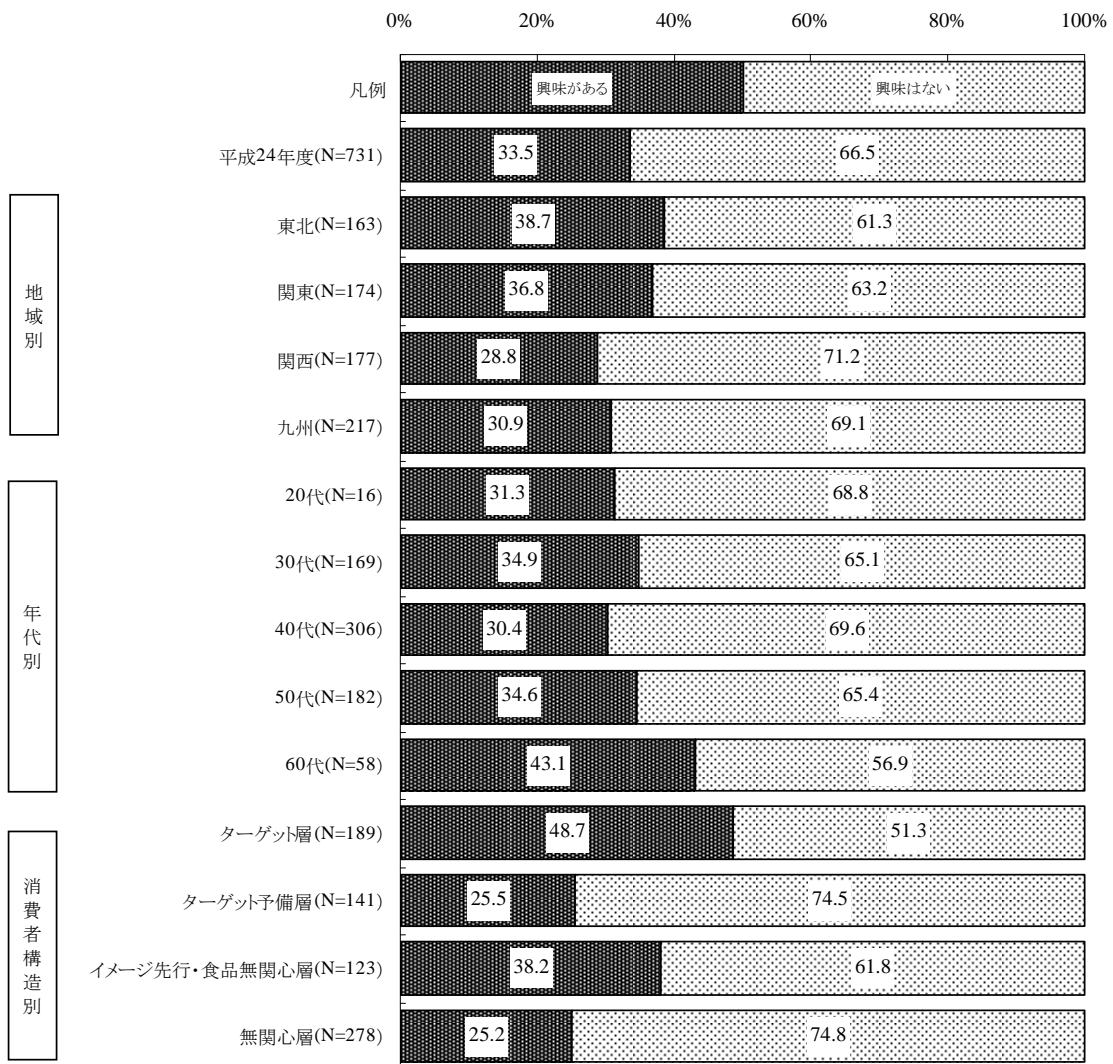


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 33.5%、「興味はない」が 66.5%
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 48.7%と、他の層と比べて高い

図表 IV-144 「あもりの地域食材」に対する興味

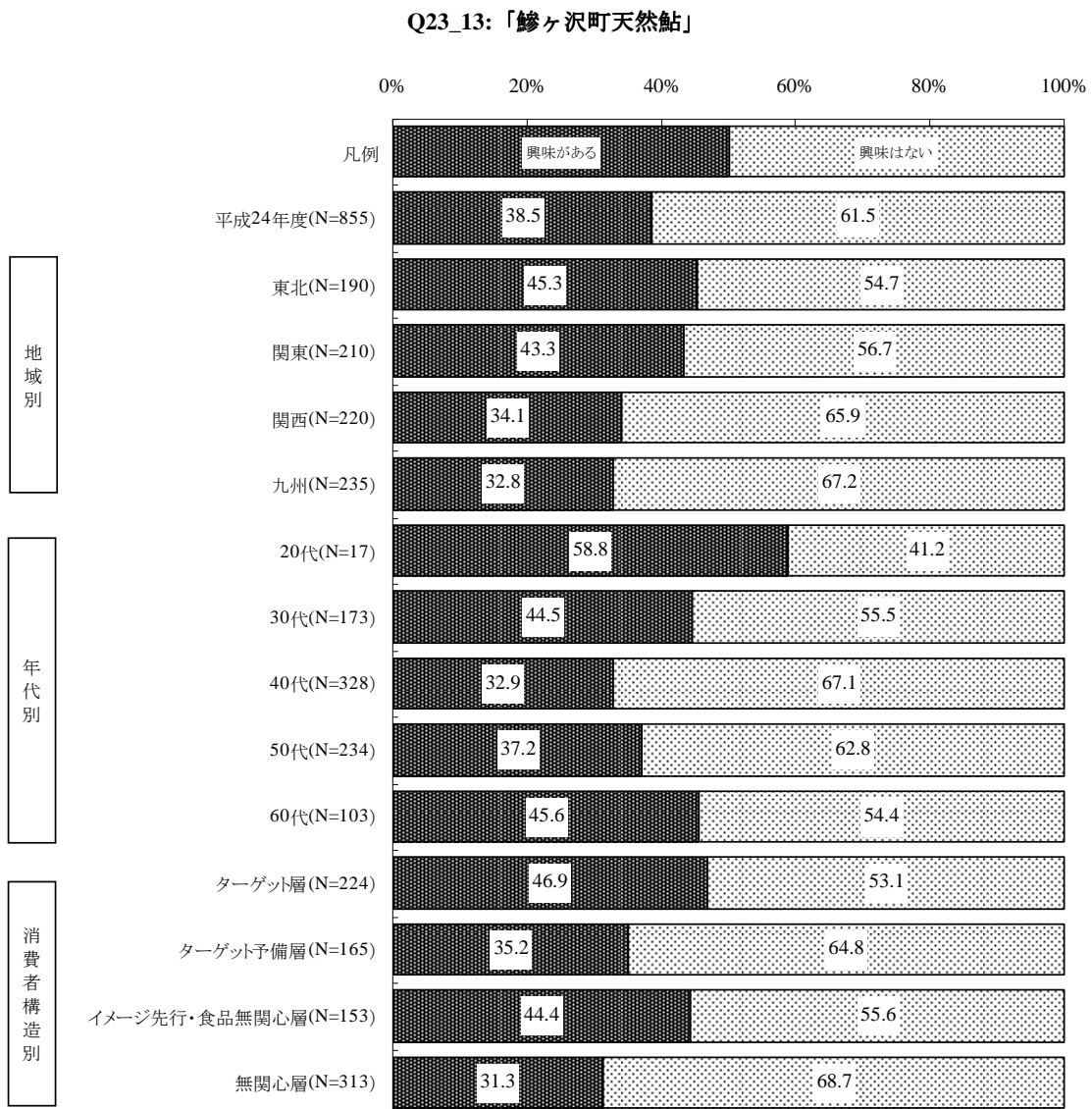
Q23_12: 「十和田湖ひめます」



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 38.5%、「興味はない」が 61.5%
- ・ 年代別では、20代で「興味がある」が 58.8%と多い

図表 IV-145 「あおもりの地域食材」に対する興味

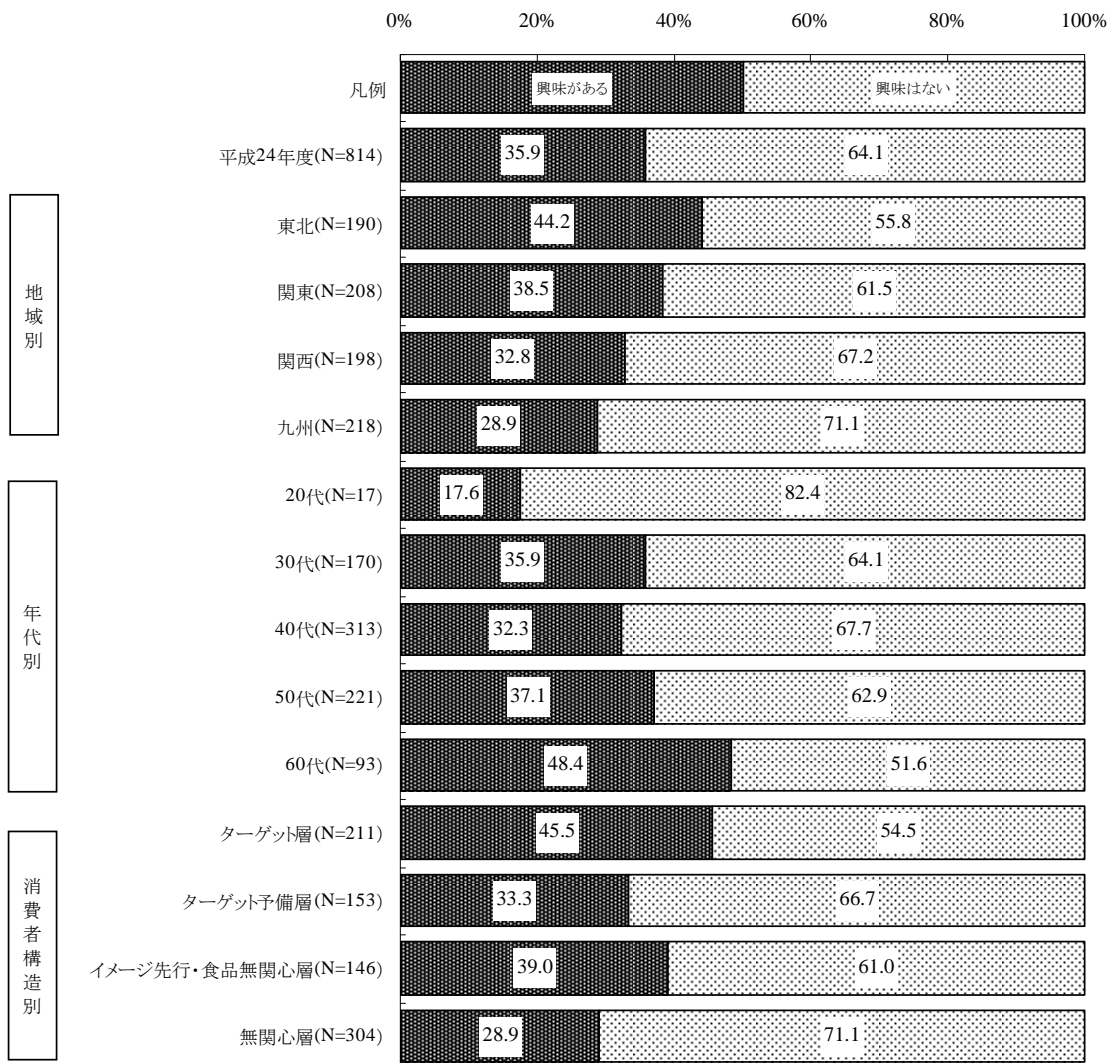


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 35.9%、「興味はない」が 64.1%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向

図表 IV-146 「あおもりの地域食材」に対する興味

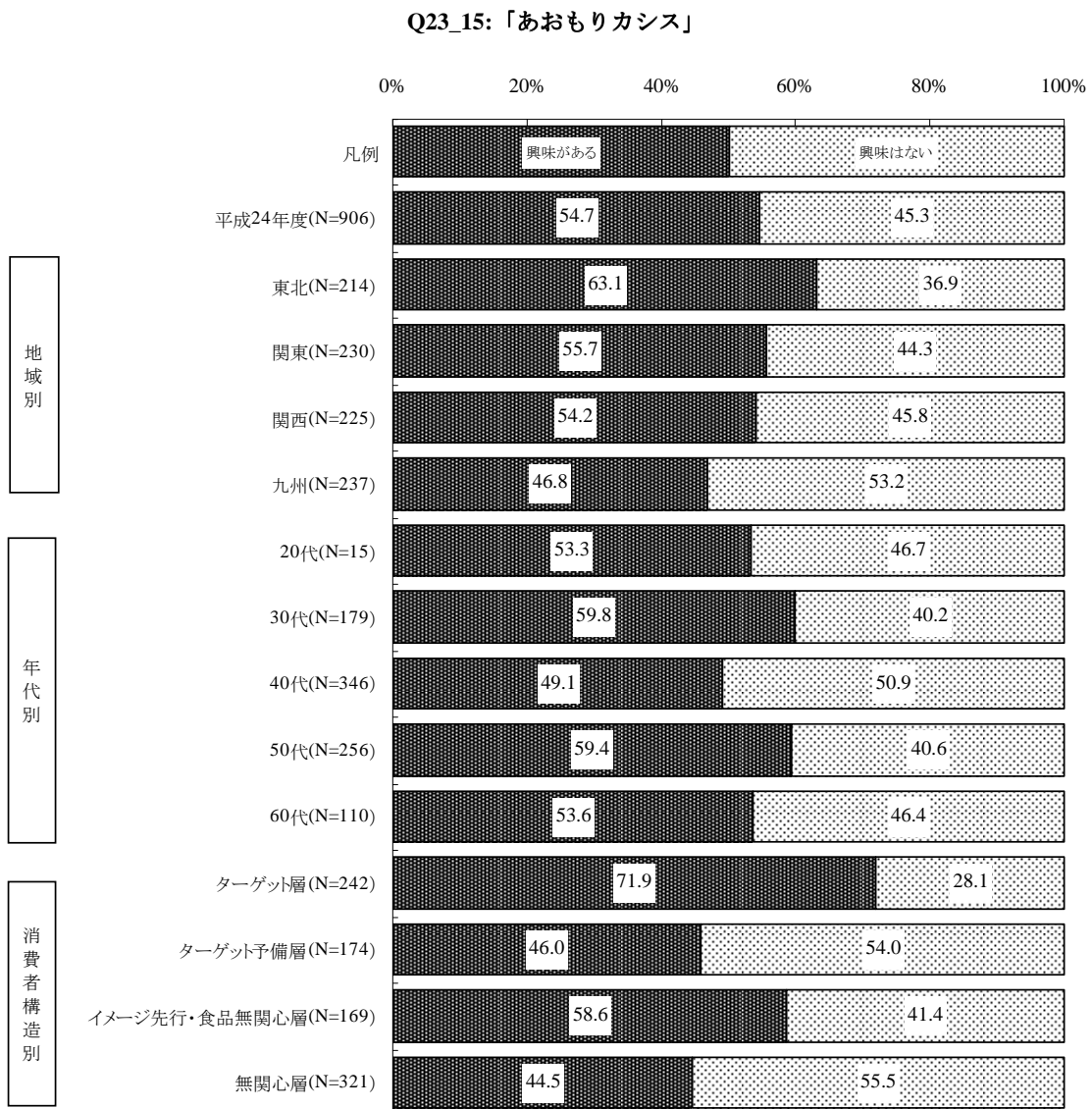
Q23_14: 「三沢ほっき」



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 54.7%、「興味はない」が 45.3%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 71.9%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 58.6%と、他の層と比べて高い

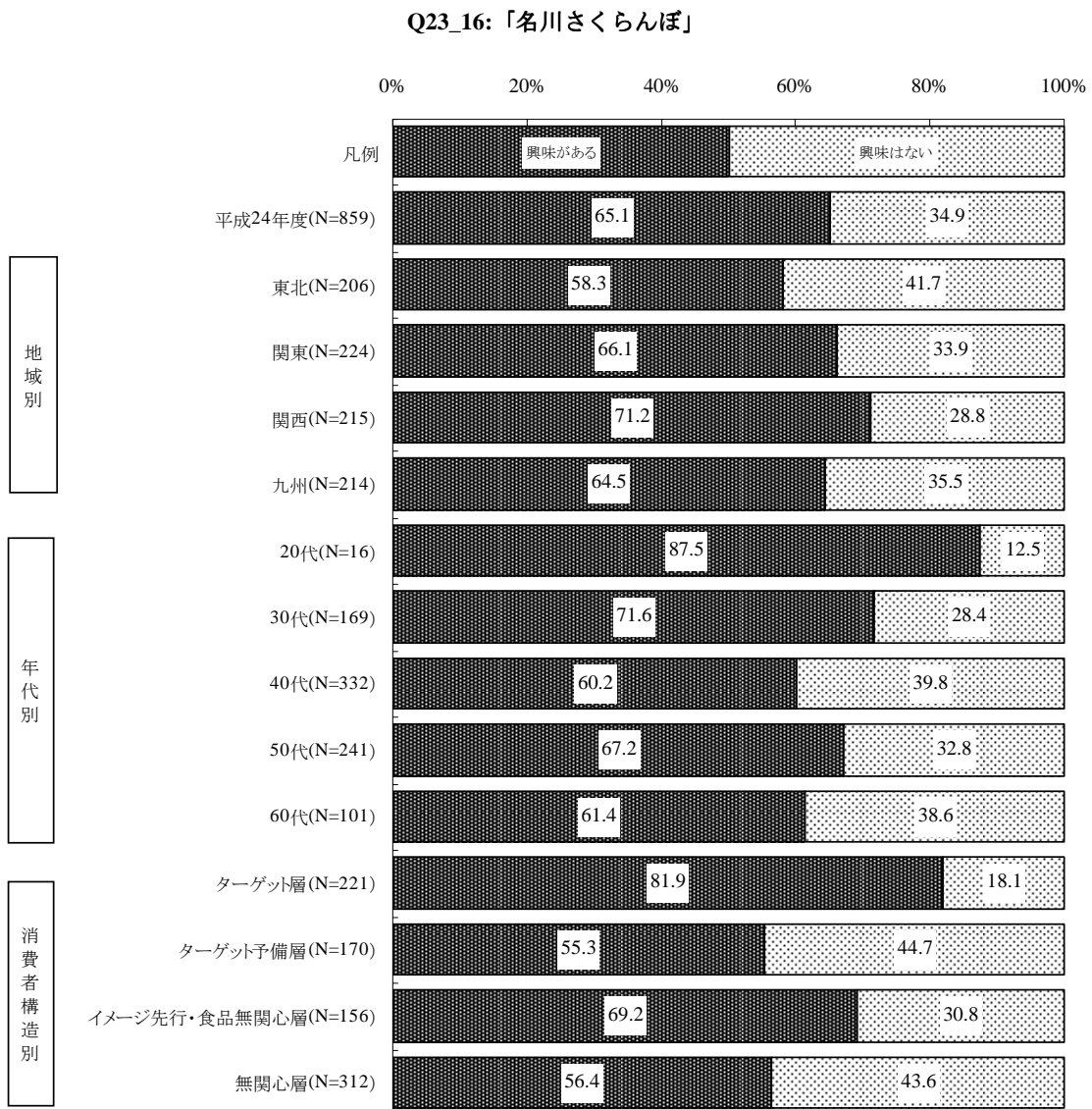
図表 IV-147 「あおりの地域食材」に対する興味



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 65.1%、「興味はない」が 34.9%
- ・ 年代別では、20代で「興味がある」が 87.5%と多い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 81.9%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 69.2%と、他の層と比べて高い

図表 IV-148 「あもりの地域食材」に対する興味

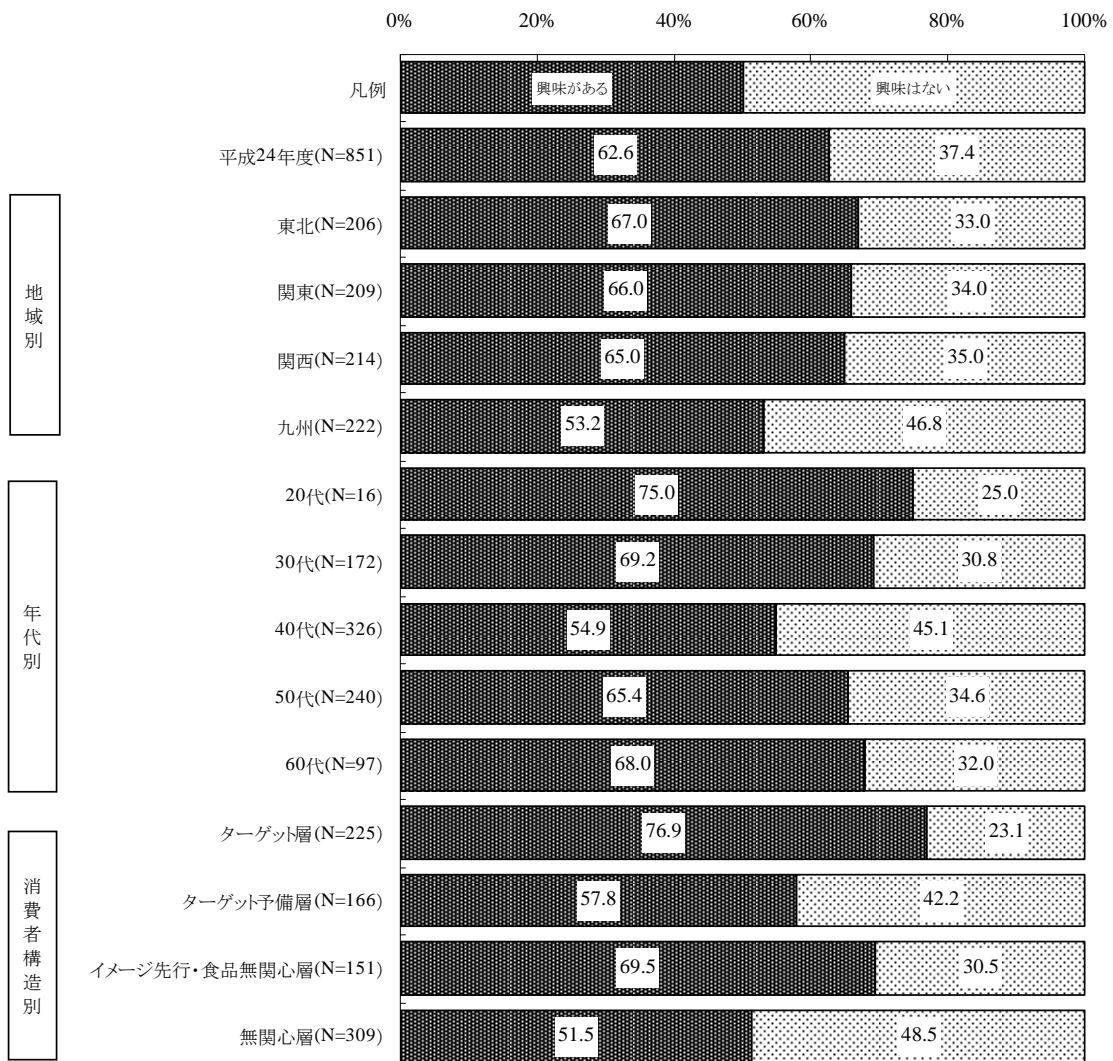


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 62.6%、「興味はない」が 37.4%
- ・ 年代別では、20代で「興味がある」が 75.0%と多い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 76.9%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 69.5%と、他の層と比べて高い

図表 IV-149 「あおもりの地域食材」に対する興味

Q23_17: 「つがる市産タカミメロン」

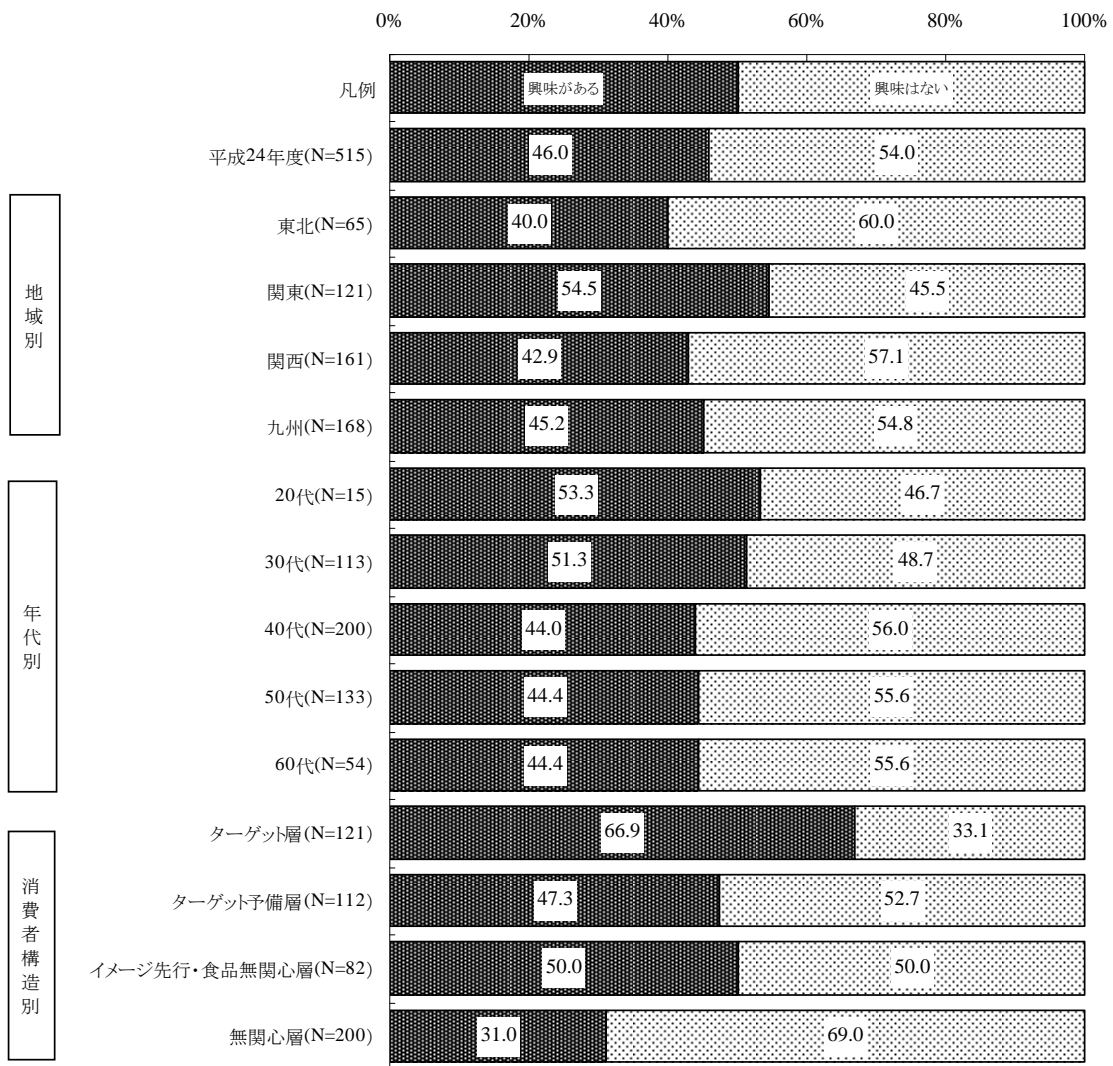


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 46.0%、「興味はない」が 54.0%
- ・ 地域別では、特に関東で「興味がある」が高く 54.5%
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 66.9%と、他の層と比べて高い

図表 IV-150 「あもりの地域食材」に対する興味

Q23_18: 「田子にんにく」

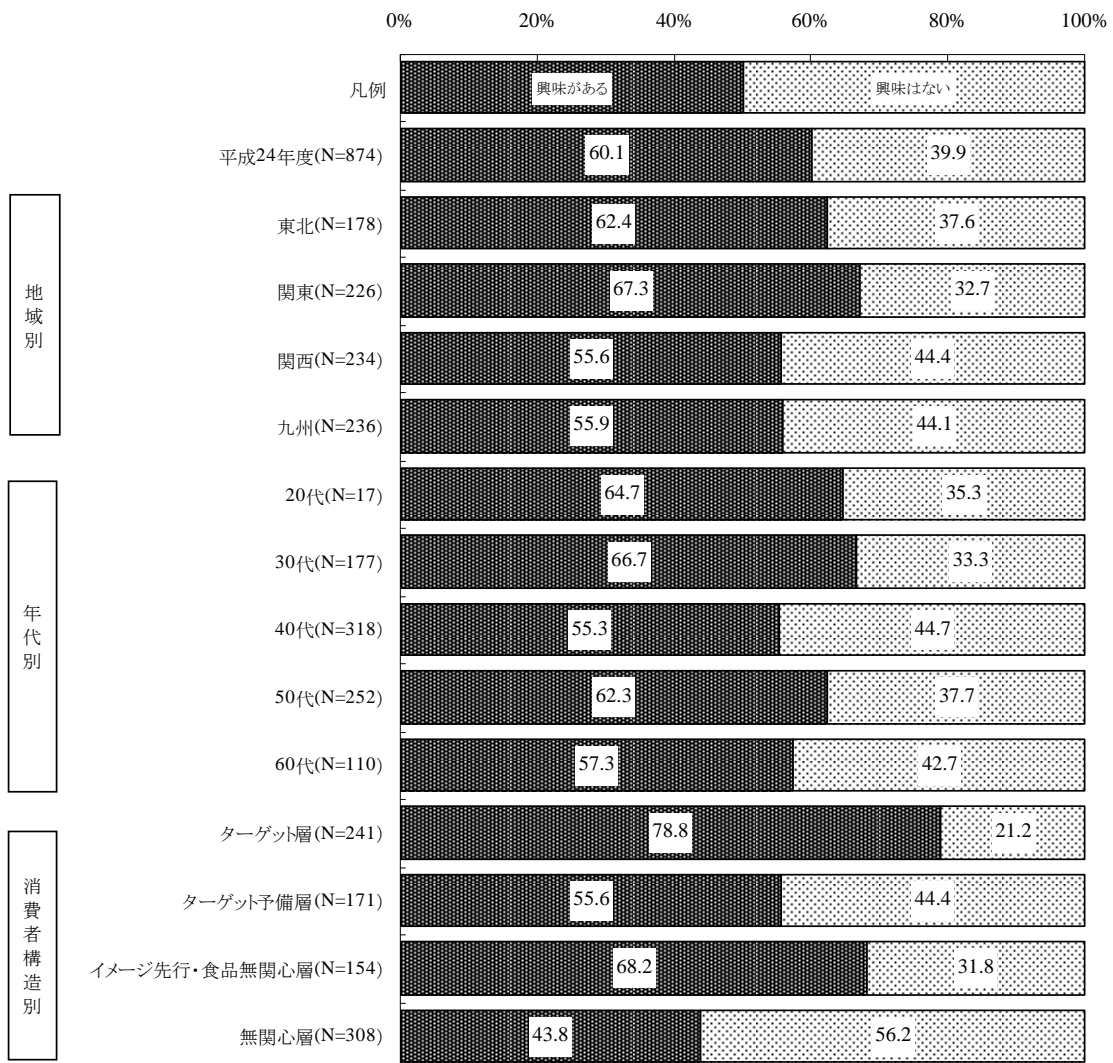


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 60.1%、「興味はない」が 39.9%
- ・ 地域別では、関東で「興味がある」が高く 67.3%
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 78.8%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 68.2%と、他の層と比べて高い

図表 IV-151 「あもりの地域食材」に対する興味

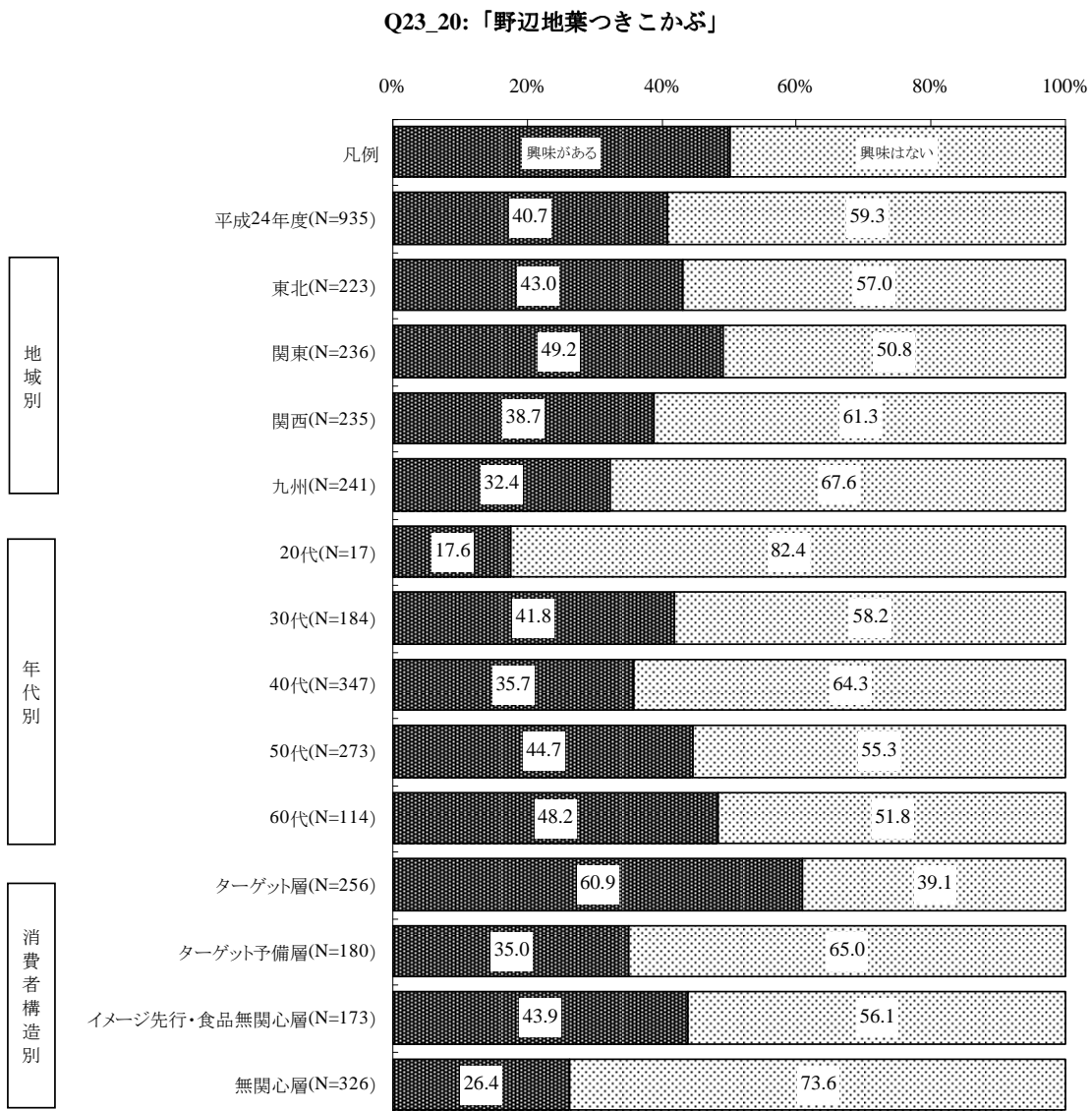
Q23_19:「嶽きみ」



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 40.7%、「興味はない」が 59.3%
- ・ 年代別では、20代で「興味がある」が 17.6%と低い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 60.9%と、他の層と比べて高い

図表 IV-152 「あおもりの地域食材」に対する興味

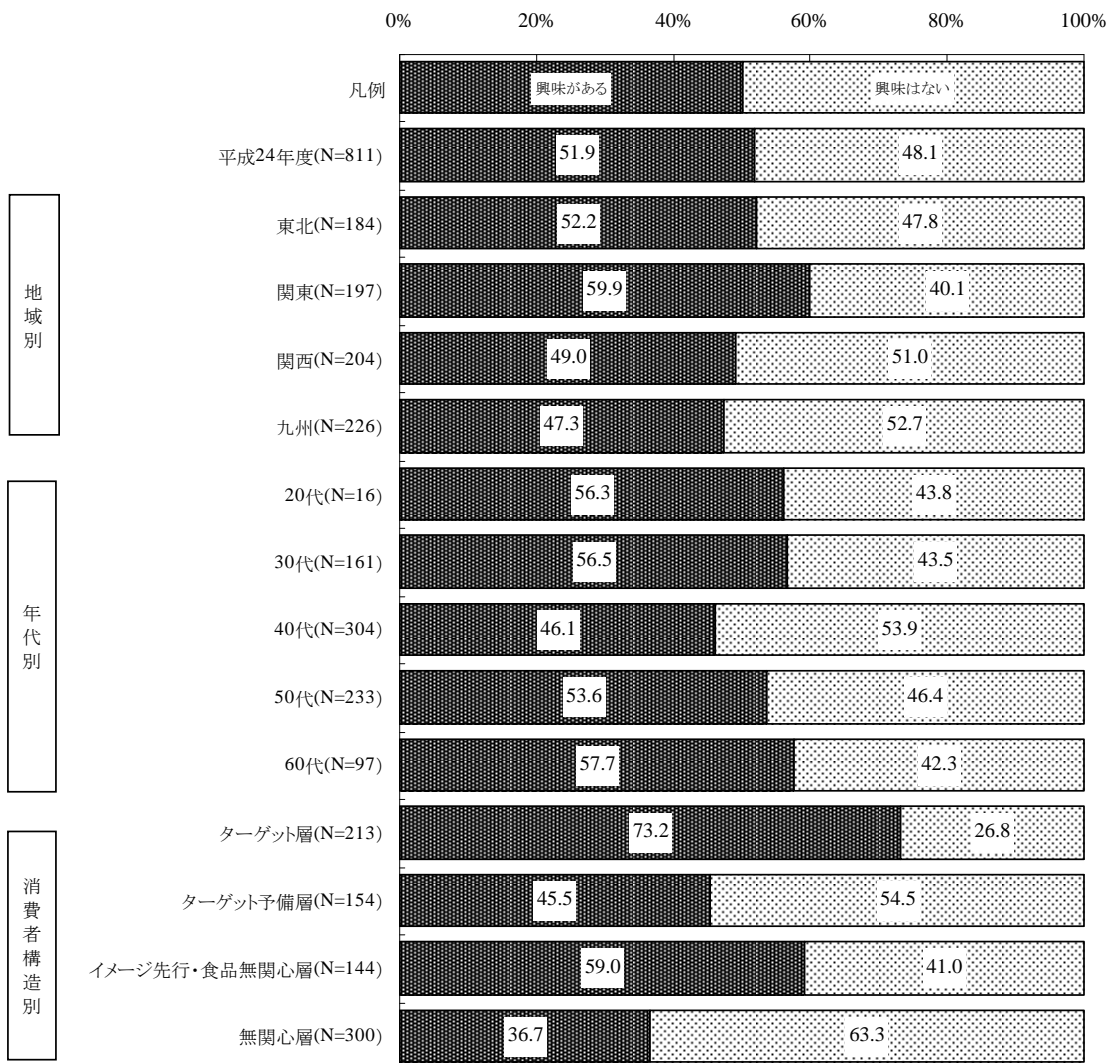


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 51.9%、「興味はない」が 48.1%
- ・ 地域別では、関東で「興味がある」が 59.9%と比較的高い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 73.2%と、他の層と比べて高い

図表 IV-153 「あもりの地域食材」に対する興味

Q23_21: 「ふかうら雪にんじん」

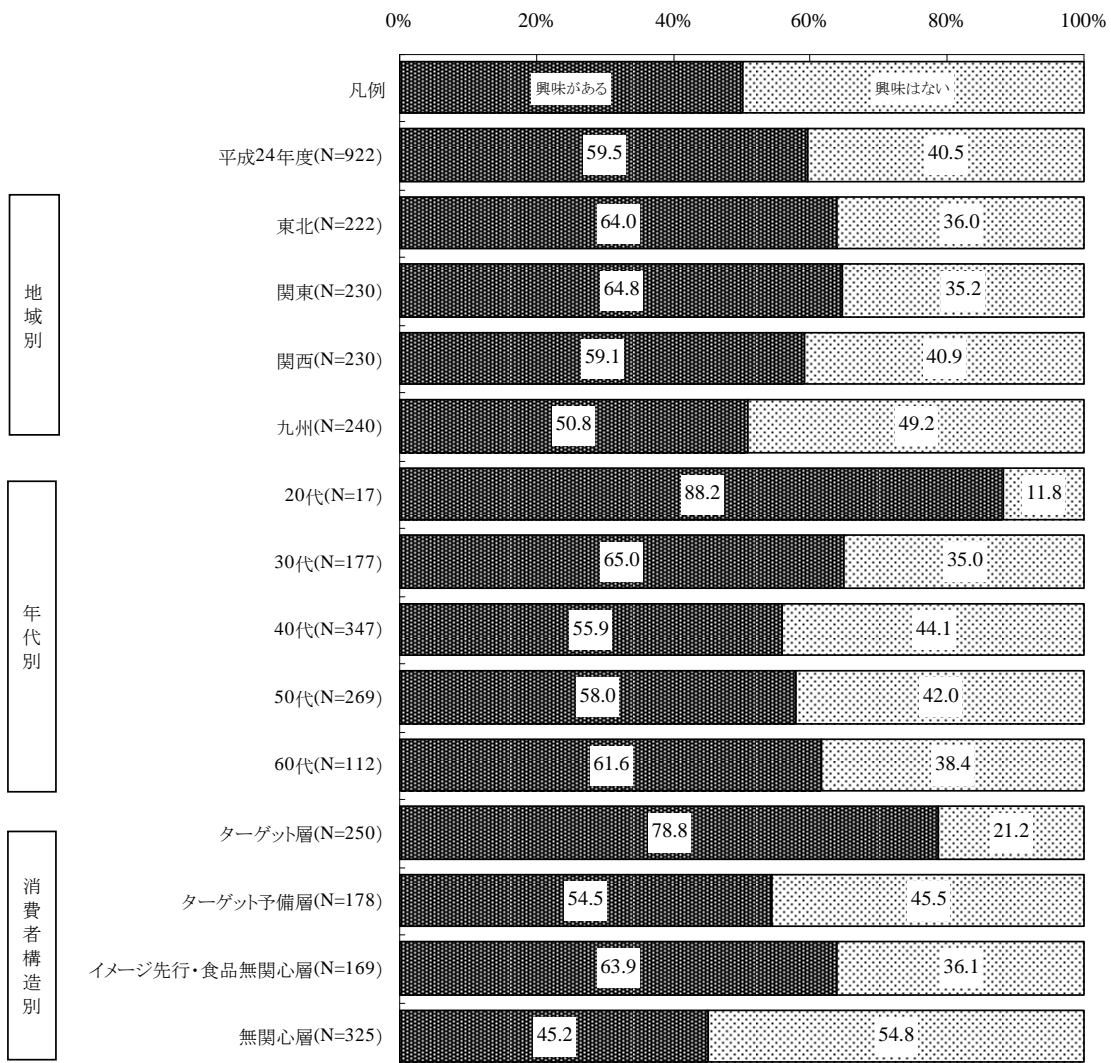


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 59.5%、「興味はない」が 40.5%
- ・ 年代別では、20代で「興味がある」が 88.2%と高い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 78.8%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 63.9%と、他の層と比べて高い

図表 IV-154 「あもりの地域食材」に対する興味

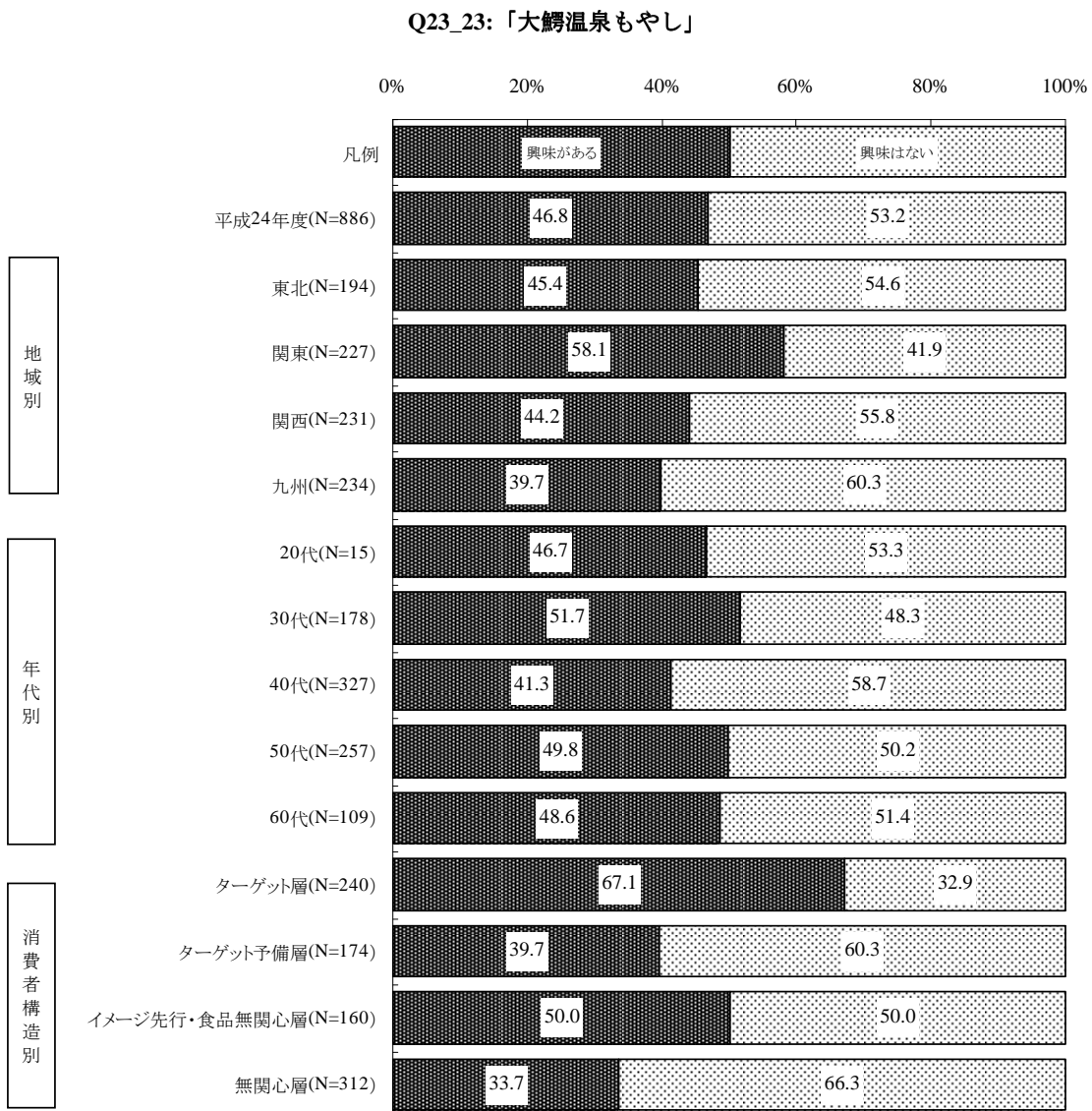
Q23_22: 「一球入魂かぼちゃ」



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 46.8%、「興味はない」が 53.2%
- ・ 地域別では、関東で「興味がある」が 58.1%と比較的高い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 67.1%と、他の層と比べて高い

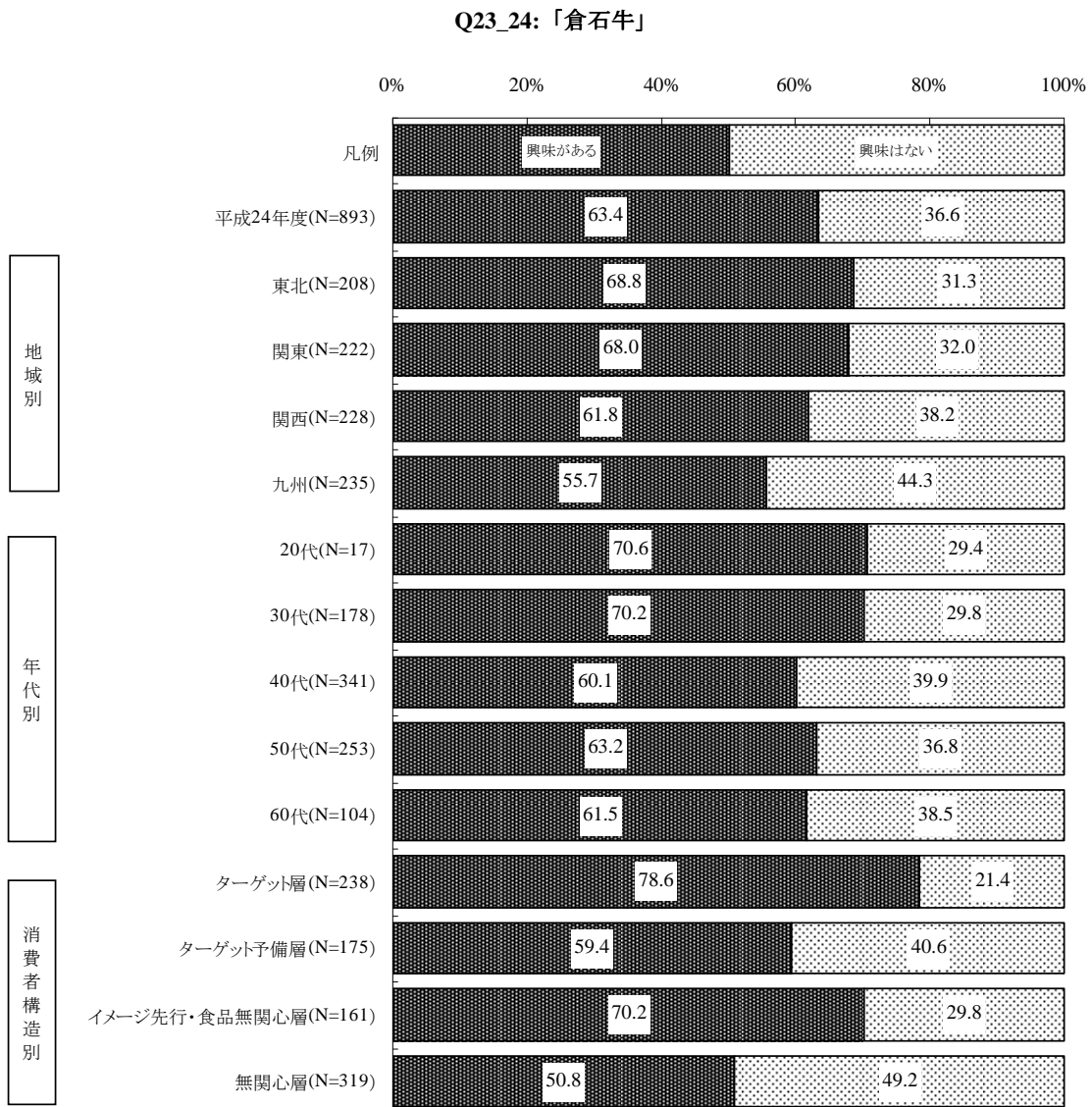
図表 IV-155 「あもりの地域食材」に対する興味



Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 63.4%、「興味はない」が 36.6%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向
- ・ 年代別では、20代と30代で「興味がある」が7割と比較的高い
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 78.6%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 70.2%と、他の層と比べて高い

図表 IV-156 「あおもりの地域食材」に対する興味

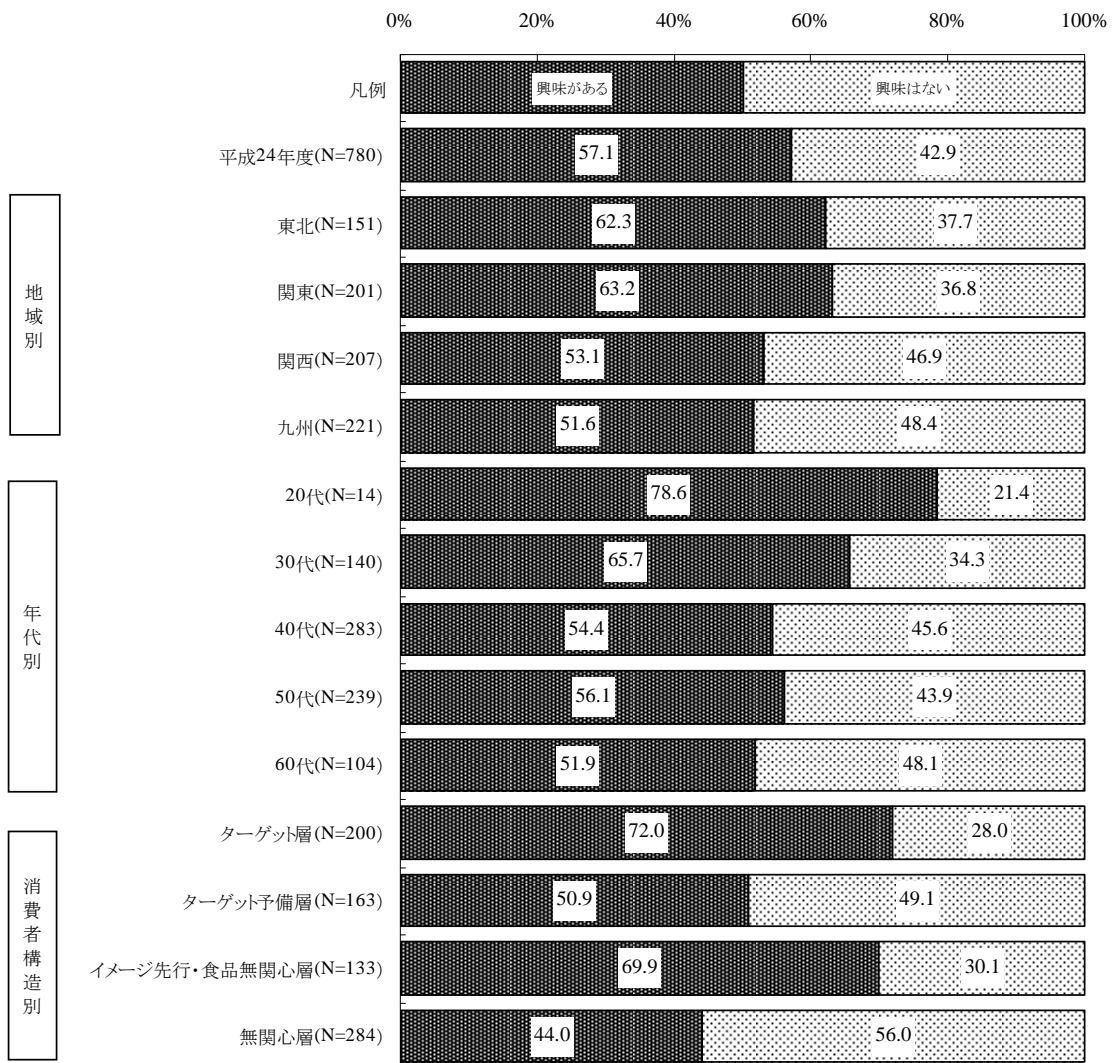


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 57.1%、「興味はない」が 42.9%
- ・ 年代別では、概ね年齢が若いほど興味が高まる傾向
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 72.0%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 69.9%と、他の層と比べて高い

図表 IV-157 「あおもりの地域食材」に対する興味

Q23_25: 「青森シャモロック」

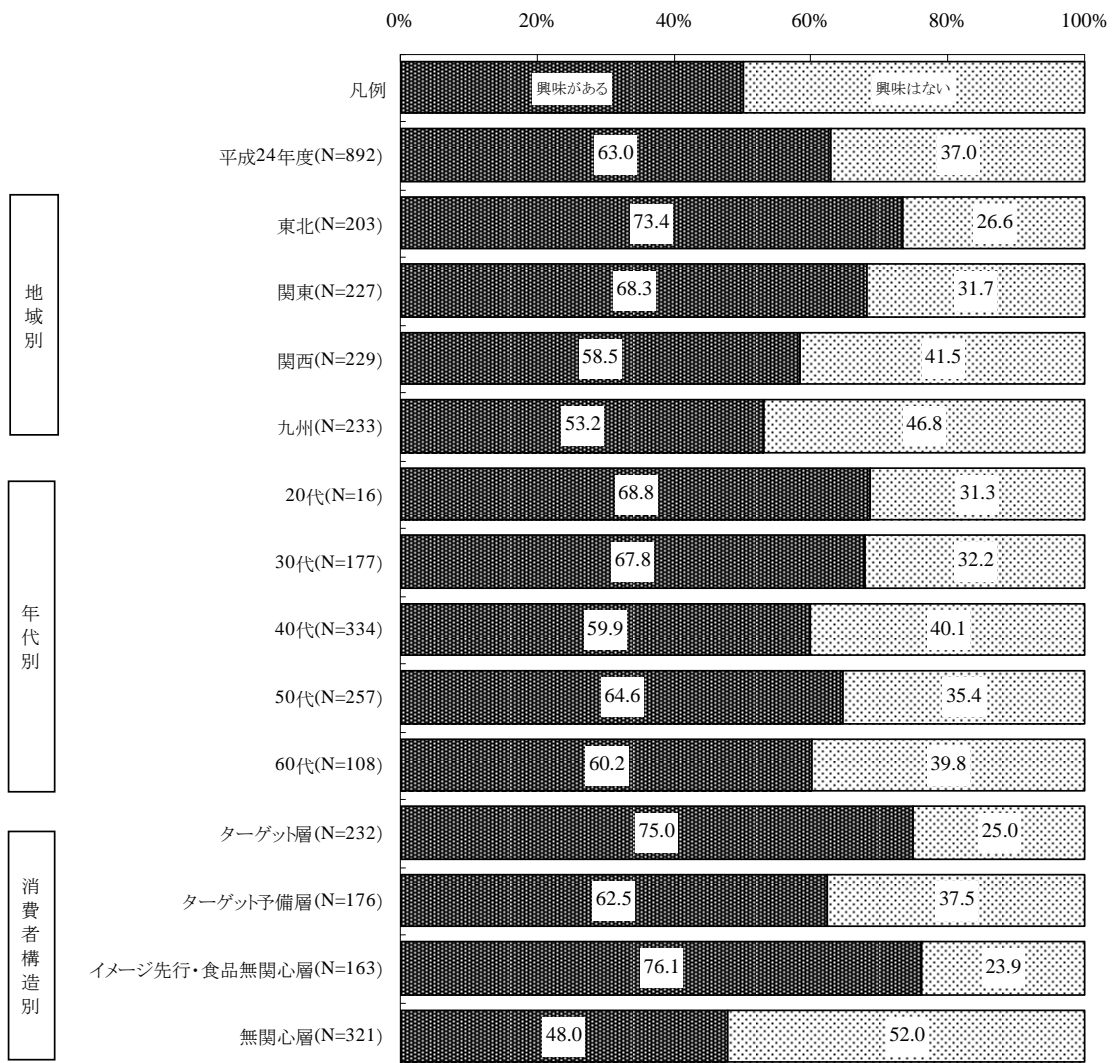


Point

- ・ 全体では、「興味がある」が 63.0%、「興味はない」が 37.0%
- ・ 地域別では、距離が近いほど興味が高まる傾向
- ・ ターゲット層で「興味がある」が 75.0%、イメージ先行・食品無関心層で同じく 76.1%と、他の層と比べて高い

図表 IV-158 「あおもりの地域食材」に対する興味

Q23_26:「奥入瀬ガーリックポーク」

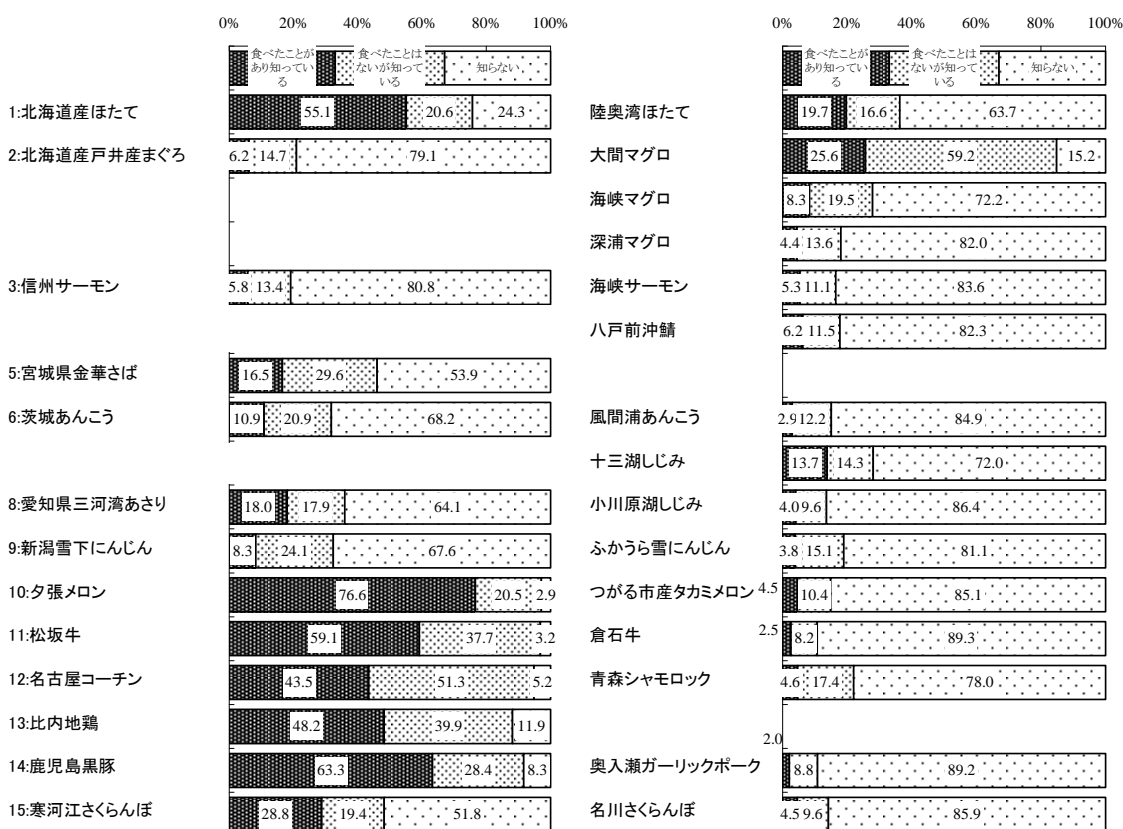


(8) Q24 : 国内食材ブランドの認知度 (単一回答)

Point

- ・ 「食べたことがあり知っている」割合が高い国内食材ブランドは、「夕張メロン」(76.6%)、「鹿児島黒豚」(63.3%)、「松坂牛」(59.1%)、「北海道産ほたて」(55.1%)
- ・ 国内食材ブランドと、同種の「あおもりの地域食材」の認知度を比較すると、まぐろについては、「北海道産戸井産まぐろ」よりも「大間マグロ」のほうが「食べたことがあり知っている」人の割合が高いが、それ以外の「あおもりの地域食材」は、「食べたことがあり知っている」人の割合も、「食べたことがあり知っている」と「食べたことはないが知っている」の合計も国内食材ブランドよりも低い

図表 IV-159 国内食材ブランドの認知度 (「あおもりの地域食材」との比較)



IV-3. 自由回答結果

(1) Q10：青森県産品を「安心して食べられる」理由

1：「安心して食べられる」において「1：非常にあてはまる」を選択した回答者

地域	年代	消費者構造	理由	
東北	30代	ターゲット層	ほのぼのしてる 産地がわかっていると安心感がある 自然がいっぱいなので、汚染されていないような気がする	
		イメージ先行・食品無関心層	生産者がわかるし、表示もしっかりしている。青森県というだけで人間性からか、安心してしまいます。 放射線は大丈夫そう	
	40代	ターゲット層	信頼感がある 福島から離れてるので 放射能汚染がなさそう	
		イメージ先行・食品無関心層	ドライブ中でも、畑や土、作業中の人々をよく見かける。道の駅の農産物も新鮮で安いイメージがある 国産だから	
		無関心層	昔からそう思っていたから	
	50代	ターゲット層	皆新鮮で良い物がありそうだから。 新鮮そうだから 添加物などが入っていないもの	
	関東	20代	ターゲット層	好き
		30代	イメージ先行・食品無関心層	交通量も少なく、大規模工場もあまりないため空気がいい 青森の人はいい人ばかりだから
		40代	ターゲット層	りんごが美味しいです 放射能にあまり関与していない
イメージ先行・食品無関心層			青森の農業は誠実で、信頼できるから	
50代		ターゲット層	なんとなく 心をこめて作られている 品質が良い 旅先で出会った人たちがいい人たちだったし買う店が信用できる	
		イメージ先行・食品無関心層	純粋に製品を作っている感じがするから。	
60代	イメージ先行・食品無関心層	ニンニクは高いが、安心感が旨さを引き出している。鶏肉や豚肉も「青森産」と表示されていると安心。鶏肉はばさばさにならずに美味しい。		
関西	30代	ターゲット層	国産だから	
		イメージ先行・食品無関心層	なんとなく	
	40代	ターゲット層	産地がどこであろうと、当然の要望だと思う。 良いイメージがあるから	
	50代	ターゲット層	今だから、間違いがないので。 自分の中のイメージでそう感じる	
60代	ターゲット層	信頼感がある 地元産のりんごを取り寄せ食べたことがありなんの不安もなく食べた経験からそう思います。		
九州	30代	ターゲット層	なんとなく 国産だし、よく選びます。季節が九州とずれている為、使いやすいです。 生産者の情報が載っていたりするので	
	40代	ターゲット層	青森の人の人柄が良さそうだから。	
	50代	ターゲット層	信用しているので 新鮮な感じがするから。 青森の商品に出会う事は少ないが、良い物が沢山ありそうだから	

地域	年代	消費者構造	理由
			農産県だから
		イメージ先行・食品無関心層	青森りんごの会に入会しているので、商品情報は知っています。
	60代	ターゲット層	身内がいて、送ってくれるから安心して食べられる

2:「安心して食べられる」において「2:あてはまる」を選択した回答者

地域	年代	消費者構造	理由	
東北	20代	ターゲット層	なんとなく	
		イメージ先行・食品無関心層	なんとなく	
	30代	ターゲット層	イメージ	イメージ
			なんとなく	なんとなく
			安心だし有名だから	安心だし有名だから
			魚も果物も品質が良いから	魚も果物も品質が良いから
			検査体制がしっかりしていると思うので	検査体制がしっかりしていると思うので
			原発から遠いから	原発から遠いから
	30代	ターゲット層	国産品だから。	国産品だから。
			信用できるから	信用できるから
			生鮮食品が良く取れるイメージがあるので	生鮮食品が良く取れるイメージがあるので
			青森のものは品質管理もしっかりしていそうなので	青森のものは品質管理もしっかりしていそうなので
大自然の中で大切に育てているイメージがあったので			大自然の中で大切に育てているイメージがあったので	
豊かな自然			豊かな自然	
30代	ターゲット予備層	有名な食べ物が豊富で多いから	有名な食べ物が豊富で多いから	
	イメージ先行・食品無関心層	あまり添加物とか使っていないさうだから	あまり添加物とか使っていないさうだから	
		おいしくたべたいら	おいしくたべたいら	
		以前行った時に安心して食べられたから。	以前行った時に安心して食べられたから。	
		嘘をつかさう	嘘をつかさう	
		疑って食べることはないので、その青森というブランドに信頼してると思う。	疑って食べることはないので、その青森というブランドに信頼してると思う。	
産地がわかることが最近安心に繋がっているから。		産地がわかることが最近安心に繋がっているから。		
30代	イメージ先行・食品無関心層	信頼しているので	信頼しているので	
		特別問題があったわけでもないの。	特別問題があったわけでもないの。	
		農業がさかんだから。	農業がさかんだから。	
		福島から遠い。自然豊か	福島から遠い。自然豊か	
		福島から離れているし、自然が豊富で、空気も水も綺麗さうだから	福島から離れているし、自然が豊富で、空気も水も綺麗さうだから	
		福島県から離れているから	福島県から離れているから	
30代	無関心層	イメージ	イメージ	
		たぶん東北南部よりセシウムの濃度は低いと思うから。	たぶん東北南部よりセシウムの濃度は低いと思うから。	
		なんとなく	なんとなく	
40代	ターゲット層	空気が汚れていない東北の食べ物は美味さうだから	空気が汚れていない東北の食べ物は美味さうだから	
		あまり加工されていないから	あまり加工されていないから	
		しっかり作っていいさうなので	しっかり作っていいさうなので	
		とても新鮮さうだから	とても新鮮さうだから	
		なんとなく	なんとなく	
		ホテルで食べたから	ホテルで食べたから	
40代	ターゲット層	国産だから	国産だから	
		今まで購入した青森産のものは、とても良い物が多かったから。	今まで購入した青森産のものは、とても良い物が多かったから。	
		自分たちが育てたものに自信が無ければ売らないと思うし、品質が悪ければ、次にお客さんは買わないと言うことをよくわかっていると思うから。	自分たちが育てたものに自信が無ければ売らないと思うし、品質が悪ければ、次にお客さんは買わないと言うことをよくわかっていると思うから。	
		生産者が一生懸命作っていると思うから。	生産者が一生懸命作っていると思うから。	

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>青森県産というだけで信頼性があると思うので。外国産よりはもちろん信頼性がかなり高いけれど、同じ東北のためか、青森産はほかの県と比較して信頼性が高いと思う。</p> <p>特になし</p> <p>放射能の影響がない</p> <p>放射能拡散地域の情報では青森はかなり安心だったので・・・。</p> <p>放射能問題をあまり気にしなくてよい地理条件にあると思うから。</p> <p>隣の県だから、不安はないので。</p> <p>隣の県だし、いろいろ食べていますが落ち着けるような感じがあるので、安心して食べられると思います。</p> <p>綺麗な土地だから</p>
		ターゲット予備層	<p>なんとなく。国内だし</p> <p>意識して青森県産を購入した事は無いけど、国内産というだけでも安心感はある</p> <p>国産品だし、イメージで</p> <p>国産品だし、同じ東北の産地なので信頼している。</p> <p>国産品に関しては、そう思っている</p> <p>国内産ならこの物でも安心して食べられる。</p> <p>ただ、地震があつてから以降は、マスコミの影響があり、不安なものも出てきた。青森産なら特に不安はない。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>たぶん、いろいろ気にしながら作っていると信じてるから</p> <p>なんとなくのイメージですが、特になにか問題のあるものがないと思うので。</p> <p>リンゴ、ニンニクなど全国的にも有名で、昔からいつも食べているから。</p> <p>国産だから</p> <p>国産で信用しているから</p> <p>子供たちが食べるものであり、子供たちには丈夫な体で元気に成長して欲しいと思うため。誰もが健康でいたいし、食べ物は健康問題にかかわってくるため。</p> <p>私も東北地方に住んでいますが、同じ東北ということもあり親近感があります。添加物など入ってなさそうな感じがです。</p> <p>自然が豊かなイメージがあるので。</p> <p>生産者がきちんと管理して流通させていると思うから</p> <p>青森県産でなくても、たいていものが安心して食べられるから。</p> <p>地元の方から評判を聞いていたから。</p>
			<p>特に問題もないので、安心以外のイメージがない</p> <p>隣の県に住んでいるので、特段青森県産が安心して食べられるというイメージはありません。地元産と同じレベルで安心して食べられると思っています。</p>
		無関心層	<p>なんとなく</p> <p>基本的に国産は安心</p> <p>原発から離れているから</p> <p>今回の原発事故の放射能の影響がない。</p> <p>自然豊かなため。また、東北人は実直な人が多いため。</p> <p>生産者などの表示がきちんとしている物が多いと思うので</p> <p>生産者の顔が見えるものに関しては安心感がある</p> <p>青森県は比較的身近で県内産との違いはそうないので安心してます。</p> <p>東北の人なので</p> <p>放射能の心配がなさそう</p> <p>放射能汚染から遠いから</p>
	50代	ターゲット層	<p>なんとなく</p> <p>フライものを買うと、上げた手のものをくれた</p> <p>県産品なのだから、それなりに商品が吟味されていると信じたいから。</p>

地域	年代	消費者構造	理由		
			<p>国産だから</p> <p>今では、どのメーカーでも安心安全なものを生産に心掛けているから。</p> <p>自分自身が青森県出身だから</p> <p>消費者にアピールするためには、どこのものであれ安心安全なものを出荷しようとするのは当たり前だ。</p> <p>新鮮である事と、消費者に簡単に手に入る事</p> <p>青森のブランドがあるから。</p> <p>青森県産の食品について、特にリンゴなどの果実に対する信頼感から</p> <p>多分、こだわりをもって、もの造りに携わっている生産者が 多いと思う</p> <p>地元産を使っているから</p> <p>特にはありません</p> <p>放射能の心配がなさそう</p>		
		ターゲット予備層	<p>なんとなく</p> <p>信頼感がある</p> <p>同じ東北だし隣県なので結構安心しています。</p>		
		イメージ先行・食品無関心層	<p>それなりに注意していると思う</p> <p>りんご 青森なんかブランドで安心確実においしい</p> <p>りんご等かなり力を入れている</p> <p>現地でとれた物が多いと感じるので</p> <p>好みのものがある</p> <p>国産だから</p> <p>新鮮そうだから</p> <p>真剣に取り組んでいるイメージがある</p> <p>東北人の性格的な素朴さにプラスして、また生産者の人たちの商品に対する真面目さと熱心さが伝わってくるように感じています。</p>		
		無関心層	<p>品質がよくて美味しいから。</p> <p>そのような感じがしたから。</p> <p>魚介や果物を思いうかべて新鮮でおいしかった</p> <p>国産だし、同じ東北で情報もいくらか入ってくるので、どのように作られているかが分かるから。</p>		
		60代	ターゲット層	<p>いつも購入する製品は生産者の顔がわかるようなものであったりなじみの店から購入するので安心している</p> <p>原材料が国産であれば、一応信頼する</p> <p>国で決められた基準に沿った商品であると思うから。</p> <p>産直品が多いから</p> <p>自然が綺麗</p> <p>流通経路を信頼してるから。</p>	
			イメージ先行・食品無関心層	<p>りんごにしても塩辛にしても、生産地や加工地の表示がきちんとあるので、信頼できるので。</p> <p>国内の物は信用できる。</p> <p>心配をするような情報が無いから</p> <p>新鮮で価格が安い。</p> <p>特産品だから十分注意されていると思うから。</p> <p>隣の県なので親しみがある。</p>	
		関東	20代	ターゲット層	<p>生産者さんの顔写真入りの商品を見たことがあったので、消費者としては自身があるように感じるから安心だと思います。</p>
				イメージ先行・食品無関心層	<p>いい空気、いいお水のもので作られていそうだから。</p>
				無関心層	<p>放射能汚染が届いていないイメージ</p>
			30代	ターゲット層	<p>イメージ</p> <p>なんとなく</p>

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>安心が一番なので</p> <p>経験値で</p> <p>国産のものであれば一応安全だと思うから。</p> <p>青森県の物はおいしい商品が多いので!</p> <p>問題があったことを聞いたことがないので</p> <p>流通しているものならば、ほぼ安全だと思うから</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>りんごのイメージしかない。りんごは安心して食べられる。</p> <p>基本売っているものは安心してます</p> <p>国産だから</p> <p>秋田は放射能の危険性も東北では少ないし、農作物がおいしい</p> <p>中国産など薬を大量に使っているものは怖くて食べられません。最近では放射線も気になります。うちには小さい子供がいるので安全なものを食べさせたいので。</p>
		無関心層	<p>どこのものであれ、生産者を信頼しているから</p> <p>国産であること。放射能汚染の不安が少ないこと</p> <p>国産であるのと、北の国の人にはきっちりしているイメージがあるから。</p> <p>国産のものを信用しているので。</p>
	40代	ターゲット層	<p>なんとなく</p> <p>よくテレビなどに生産風景をみるから</p> <p>国産を重視して購入しているから。</p> <p>産地やいろいろな表示を偽って記載するようなことさえしていなければ、国産品は外国産よりは信頼できると思っている。</p> <p>小さい頃から食べているから</p> <p>人柄が真面目なので、製品に反映されている。</p> <p>青森のりんご。蜜入りのものは、特に美味しいし、安心できるもので、毎年頼んでいるから。</p> <p>青森産のお米や、リンゴジュースなど、おいしくいただけています。</p> <p>東北の人のイメージは誠実な感じがあるので。あと寒いところの野菜は虫が少ないから農薬の使用量が少なくて済むと聞いたことがあるので。</p>
		ターゲット予備層	<p>なんとなく</p> <p>リンゴが好き。美味しい。</p> <p>国産だし原発事故の影響も少ない</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>きちんと管理されていると思うから</p> <p>なんとなく</p> <p>なんとなくだが、特に心配したりすることがない様に思うから。</p> <p>にんじくは実も大きく、手間暇かけて作られているから。</p> <p>安心して食べられないものは、流通していないと思うから</p> <p>安全に作られていると思うから</p> <p>国産だから</p> <p>市場にでているということは、安全だから出ているのだろうと思うから</p> <p>自然のままのものが多そう。原発からも離れている。</p> <p>食べられない物を売っているはずがないと思う</p> <p>信頼感がある</p> <p>素材が新鮮だから。</p> <p>地元生まれが岩手で青森に近いので青森の名産品はよく食べてたので安心して食べられます。おいしいです。</p> <p>田舎の素朴なイメージで。</p> <p>特に「安心ではない」と感じた物が無いから。</p>
		無関心層	<p>国産品だから信用できる</p> <p>自然を感じる</p>

地域	年代	消費者構造	理由		
	50代	ターゲット層	<p>きれいな大地や環境で育った作物が多いイメージがある。また長年携わっている生産者が多そうなので、安心できる。</p> <p>ただなんとなく信用しているから。</p> <p>どこの物であっても、国内産は売られている物は安心して食べられると思っているから</p> <p>なんとなく</p> <p>よくわからないが、多分ということで。</p> <p>何となく安心感があるから。</p> <p>基本的には、安心して食べられるものが流通していると、信じているから。</p> <p>原発からかなり離れていて、被爆の危険は感じられないから。</p> <p>購入することがあるので。</p> <p>国産だから</p> <p>信頼から</p> <p>心配していない</p> <p>生産者が記されている</p> <p>青森に限らず、地方の食品は、一度ネガティブなイメージがつくと、今までの評判を取り戻すのに大変な努力がいるので、安心な食品を提供する努力は常日頃からやっていると。思うので。</p> <p>青森に限らず、東北地方の物は、震災の影響などで苦勞が多いと考えていますが、自然の中で生産者の方々が一生懸命、作られていると思いますので。</p> <p>素朴な人柄のイメージがあるので、商品にたいしてもまじめに取り組んでいると思います。</p> <p>特に、安心できないような問題などが思い当たらない。</p> <p>日本は安全だと思う</p> <p>日本産だから</p>		
		ターゲット予備層	国産だから		
		イメージ先行・食品無関心層	<p>たぶん販売されているのだからそれまでに色々な審査などを通過してきていると思うから、安心と思いたいデス。</p> <p>なんとなく信頼性がある。</p> <p>よく青森のお土産を頂きます どれも安心して食べれます 何故かと聞かれても分かりませんが 繊細で驚く物や素材で美味しい物ばかりです。</p> <p>原発から遠いので</p> <p>原発事故地より離れ北の方なので少し安心かな～?!</p> <p>国産品は安心と言う判断です。</p> <p>信頼</p> <p>新鮮そうだから</p> <p>地元の物を地元で加工している。</p> <p>無農薬のりんごやにんにくは OK</p>		
		無関心層	<p>国産なので、輸入ものに比べて安心できる。</p> <p>青森県の知人に紹介されたから。</p> <p>東京まで出荷されるのなら大丈夫でしょう</p> <p>特に懸念する材料がない。</p>		
		60代	ターゲット層	<p>やはり放射線が気になり青森だと大丈夫と思いました。</p> <p>りんごなど名産品は何となく安心できるような気がする</p> <p>国内産のものは安心だ</p> <p>信頼している</p> <p>新鮮なものが売られている</p> <p>青森産のりんご大好きでよく食べているので</p> <p>地元</p>	
				ターゲット予備層	<p>魚などは新鮮だと思う。</p> <p>生産者が心をこめて作っていることが判った時</p>

地域	年代	消費者構造	理由
		イメージ先行・食品無関心層	生産者の顔がついていた。 天然もの
		無関心層	国内の基準を満たしていると思うので
関西	20代	ターゲット層	青森県に限らず、日本産の物は安心安全のイメージがあるから
		無関心層	国内産であること。 面積が広いので良い品質のものがたくさんできそう。 都会で育ったものより、自然の中で育てた物の方が空気も綺麗だし、安全そう
	30代	ターゲット層	しっかりと安全管理してそうだから。 どれを買ってもおいしいから 管理が徹底していそう 告知や表示ができています。 国産だし表示もしてるだし 青森県の立地からして、科学の力を借りずとも、大地の恵み、自然の力で作られてる感じがするから。
		ターゲット予備層	なんとなくそういうイメージ。 国産だから
		イメージ先行・食品無関心層	にんにくなどで安心でおいしいイメージがあるから 国産だから 自然が多くて、都会より水や空気がきれいなイメージがあるから 良さそうだから。
		無関心層	なんとなく
	40代	ターゲット層	なんとなく 寒冷地なので、防腐剤が少なそう 国産という点で、安心できる。 自然がいっぱいなイメージがあるから。 新鮮で商品がよいものをえらんでいます・ 体にいいので 特になし 表示が詳しく書いてある。
		ターゲット予備層	色々な情報があるけれども、農家のかたなどはよく頑張っているんじゃないかなと思うので、信頼したいと思う。
		イメージ先行・食品無関心層	ほとんどの物が新鮮であるから りんごがおいしい 基本日本のものは安心できるとしています。 新鮮そうだから
		無関心層	国産だから 新鮮そうだから 添加物等がすくなそう 農薬などを基準値以上使用していなさそう。 不安は感じない 放射能の心配がなさそう
50代	ターゲット層	おいしいから なんとなく よっぽど変な所でないとか安心してたべられないようなものはまあないと思うので 悪いうわさを聞いたことがないので。 以前から食べていたから 国産品であるため食の安全は担保されていると信じている 今は商品情報、管理がしっかりしていると思うので大丈夫だと思います	

地域	年代	消費者構造	理由		
			信用しているので 新鮮なイメージがある 生産者の方が自信をもって直接販売され料理の仕方なども教えて頂きました。採りたてで香りも深く味もしっかりしました。 昔からそういうイメージがあります。 体に害を与えない 地元産物なので、新鮮と甘みが抜群です。 特に問題があるとは聞いたことがないから 日本産だから 熱心さを感じる 品質などよい物と思っているから		
		ターゲット予備層	国内の基準に達しているであろうとおもわれるので。 特に問題があるとは聞いたことがないから 福島から距離があるから		
		イメージ先行・食品無関心層	今は流通する前にいろいろ検査されているので安心だと思った。 新鮮そうだから 特に何も心配していないし、他の地域と同じくらい安心している。 風評被害できちんと検査されているから。		
		無関心層	なんとなく 安全基準を満たした製品しか、市場に流通しないと思っているから 気温の低い所だから、品物が傷みにくい。流通が良く、速そうだから。 生産者表示のあるものが多いから 地元の生産者が作ったものであろうから。		
		60代	ターゲット層	あまり農業は使われてないと思う 食の安全・安心に努力しているのが、デパートの物産展などでよく紹介・PRされている。 生産者が丹精込めて作っているから、信頼感がある。 青森のものは生協を通じて購入する機会が多いので、生協の基準に沿った農薬を使い使用回数などもきちんと管理されているから安心できる。 青森県と書いてあるだけで自信がある証拠だと思います。 青森県産だからといって他の地域と何も変わりはなく、特にりんごは特産品として有名だから安心している。 田舎の素朴な良い食品が安心して食べれそう。 冷涼で澄んだ空気と水、広大な土地がありそこで作られる製品は安心して食べられる。	
		ターゲット予備層	国産品として信用できる		
		イメージ先行・食品無関心層	国産だから 産地がわかっている 商品について心配した事はない。常に眼にしているし買っている。 新鮮な地元の食材を郷土色豊かに調理・味付け・漬けたりと工夫している。 青森は空気がきれいなので 青森へ旅行した時、とても野菜が新鮮でした。こんなのが毎日食べたいと思ったから。 特になし 北国で県が素朴そうで安心感があるから。		
		無関心層	なんとなく 国内産で安全と思うので、 青森なら影響がない 青森産はほとんど見かけないのでわからない		
		九州	20代	ターゲット層	食品の安全に気を配っているイメージだから。
			ターゲット予備層	安心して食べられないものは、九州まで流通してこないと思うので。	

地域	年代	消費者構造	理由	
	30代	ターゲット層	いつも購入する店で買う青森産のリンゴやお米にはきちんと商品情報が明示してあるので安心して購入しています。 国産だから 食べれない物売らないと思ってるから 青森のものはおいしいので	
		ターゲット予備層	なんとなく	
		イメージ先行・食品無関心層	きちんと品質管理している なんとなく 安心して食べられないもののほうが少ないと思っているから 管理がしっかりしてそう 特になし 品質がよさそうだから。	
		無関心層	なんとなく なんとなくイメージで。 青森県産はりんごしか購入したことがないが、リンゴは国産しか買わない。 福島から遠いから	
		40代	ターゲット層	こちら九州で流通するのはブランドものが多いので、そういう商品は信頼がおけると思うから。 なんとなく なんとなくイメージで 何となくイメージで。 自然豊かな環境だから 青森県に、誠実なイメージがあるから 店頭と並んでいる商品ならば安心だと思う。 変なものを販売しているとは思えないので
			ターゲット予備層	なんとなく 特に危険を感じないから
			イメージ先行・食品無関心層	ちゃんと検査されてると思うから 都会的なイメージではないので、空気がきれいそう。 普通に売っている
		50代	ターゲット層	スーパーなどで買うとききちんと表示されている ブランド品としての信頼を裏切るような事はしないと思うので。 以前美味しかったので 国産のはある程度何処の産地でも安心出来る。 場所がらなんとなく信用できそうな気が、しました。 新鮮そうだから 親戚に青森の人がいるから・貰った事がある 生産者が信頼できる気がする 日本で作られている限り、そう悪いものはないと思っている。
			ターゲット予備層	造った人の物品に対する愛情。食べる人への思いやり。信頼、素朴、キツ悪い人はいない。だろうと思うから。 日本で作られているものは、だいたい安心して良いと思う。
	イメージ先行・食品無関心層		リンゴしか買った事はないと思う。リンゴは安心して食べられる。唯一国産でリンゴは流通していると思う 高品質だろうと思うから 詳しいことはわからないが、九州に住んでるので1回しか行ってないので、あやふやな記憶でなんとなく。 問題は無いと思っている 良さは知らないが、県産品だから、間違いは無いと思う	

地域	年代	消費者構造	理由
		無関心層	なんとなく 国産だから 新鮮な品物が多そうです。 特に問題があるとは聞いたことがないから 特に理由はないが、国産だから。
	60代	ターゲット層	なんとなく 国産だから 自分でそう思っています。 青森県の県産品だから 全国出荷している 特になし 品質管理キッチンとしてのイメージがある
		無関心層	青森県産はりんごと、大粒のにんにく位しか知らないが、質が良いと思うから。 日本のものは信用している 無農薬栽培が多そう。

3:「安心して食べられる」において「3:どちらとも言えない」を選択した回答者

地域	年代	消費者構造	理由
東北	20代	イメージ先行・食品無関心層	買ったこと、食べたことがないから。
	30代	ターゲット層	いつも食べているので考えた事もない なんでもそうだけれど、生産者によって変わってくると思うから。 安心かと思っていたが、六ヶ所村の放射能が漏れていたことが分かったので、今は何とも言えない。 生ものが多いので、新鮮さを見極めるのが難しいと思ったので。 特に青森を意識して買った商品は少ない気がする。流通しているものは大抵信頼して買っている
		ターゲット予備層	店で売っているものは、大丈夫ではないですか?青森のものは、あまり食べたことがないので、イメージで。 特になし 販売側のモラル次第。釣宿に三年通ったが、一年目は豪華な食事で満足。二年目は、TVに出たという事で、料理は品数減。三年目は、料金増で、料理のランクダウン。オマケに、部屋に蜘蛛の巣。市場や、食事処、地元スーパーに寄ったが、満足できたり、不満だったり、トータルでみて。
		イメージ先行・食品無関心層	よくわからない 安心の程度は他の地域と変わらないかと思う。 国産だから 今の時代に体に悪いものはあまり使っていないと認識しているから… 特になし
		無関心層	あまり意識したことがない そこまではわからない なんとなく よくわからない 安心して食べられるかについての情報を持っていないので、判断できません 青森のイメージと言ったらりんご、ホタテのような気がしていて、どちらも新鮮で安心して食べられる気がするけど、実際よくわからないので。。。 直接青森に行って買ったものなら安心だと思うけど、流通して来たものに関してはよくわからない。
40代	ターゲット層	あまり特産品を買わないためどちらとも言えない すべてが安心というわけではないので、どちらとも言えない。	

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>なんとなく</p> <p>よくわからない</p> <p>特に根拠はないかと思ったので。</p> <p>福島原発の影響が全くないとは言えないので。</p>
		ターゲット予備層	特に感じていないので。
		イメージ先行・食品無関心層	<p>いつも冷凍のものを買うので。</p> <p>よくわからない</p> <p>よくわからないので「どちらでもない」にしました。</p> <p>悪いニュースをあまり聞かないから。</p> <p>食べ物を心配しながら食べるのは嫌だ。</p> <p>生産過程を実際に見ているわけじゃないので、本当に安心かどうか分からないから。</p> <p>青森産の物は近所では売っていない。</p>
		無関心層	<p>あまりなじみがないのでわからない</p> <p>あまり口にする機会がないから。</p> <p>あまり食べたことがない</p> <p>それほど詳しく知らない</p> <p>どこのものであっても、何とも言えないから</p> <p>なんとなく</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>意識したことがない</p> <p>環境がいいと思うから</p> <p>具体的な県産品がイメージできないので。</p> <p>今は流通が発達しているので、産地感があまりない気がします</p> <p>今安心して食べられる食材はないと思う</p> <p>産地偽装や放射性物質などがいやだから</p> <p>商品そのものの安全性について、青森県であることは関係ないと思うから。</p> <p>情報量が少ない。地味。</p> <p>震災の影響</p> <p>青森に詳しくないので。</p> <p>青森産の食品を今まで意識したことがないので</p> <p>特になし</p> <p>特に不安はないが、安心だという確証もないので。</p> <p>日本全国どこも一緒</p> <p>様々な産地・生産者がいるので一概には言えない</p> <p>良く知りません。</p>
	50代	ターゲット層	<p>すべてが安心とは限らない。</p> <p>県産品とひとことで言ってもいろいろあるから</p> <p>鮮度かな?</p> <p>同じ東北のもの</p> <p>特になし</p> <p>問題は無いと思っている</p>
		ターゲット予備層	<p>いい商品</p> <p>どこの県より青森県産を選ぶことはあまりないが、同じ東北に住んでいるとして他地方よりは、東北を選ぶ。</p> <p>よくわからない</p> <p>原発事故があつてから、食品の放射能汚染の心配があるが、青森県ではどのような検査体制をとっているのかが分からないので。</p>

地域	年代	消費者構造	理由	
			行ったことがないので、分からない 国の食品衛生法に基づいて生産されているのであれば当然でしょう。 普段ふれることもないし分からない	
		イメージ先行・食品無関心層	食品をあまり購入していないので。 田舎ってなんとなく新鮮な感じがする 品物によると思うから。 有名な、特産品が多々あり、直売品や産地表記のある商品は、安心出来る。	
		無関心層	どこの産地であっても安心できると思う。 ものによると思うし流通経路がわからない よくわからない よく知らない 基準がわからない 県産品についてそんなに詳しくないので 今は放射能問題で、どれが安心なのかよくわからない。 詳しくはわからない 色々だから 青森県産を意識して買ったことがない、あまり流通していないのでわからない。 特に信頼も不安感もない 良く知りません。	
	60代	ターゲット層	自然な物が多い。	
		ターゲット予備層	青森産の食品を食べることがないように思います	
		イメージ先行・食品無関心層	試食コーナーが多く、販売員の説明が丁寧である。 物によって。	
		無関心層	あまり食べたことがない よくわからない よくわからないがそんな気がしたから 青森県産のものがよくわからないので	
	関東	20代	無関心層	よくしらないから
		30代	ターゲット層	あまり詳しく知らないから。 イメージ 青森県だから、というだけでは、安心の判断にはならない 放射線量が上がっている地域が少ないことや、鮮魚に対しても、やや安心感がある
			ターゲット予備層	なんとなく よくわからない 青森県産の食べものは比較的好いし、はずれもないように思う。やはり放射能の影響が気になり、情報がどこまで正しくされているかわからないから、どちらでもないにしました。 物によって。
			イメージ先行・食品無関心層	イメージ よくわからない 安心か?そんなのわからないじゃん 良く知りません。
			無関心層	やはり安心感がないと食べたくない 原発の影響があるかもしれないから。 国産だから 青森県に限らず、生産物に対して、偽造表示がされているかもしれないし、正しいのかもしれない、判断のしようができないから。 知らないから真ん中を選択 東北地方なので放射能など不安もある為

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>特になし</p> <p>特に意識したことがないから。</p> <p>放射能の影響が少し心配</p>
	40代	ターゲット層	<p>あまり意識をしていないので、分かりません。</p> <p>原発事故の後の情報が不足しているので、安心かどうか分からない。</p> <p>今まではそう思っていたが、放射能に関してはなんともいえない。</p> <p>根拠がない。安心の基準が不明確</p> <p>実際に手にしてみないと分からないと思うから。</p> <p>青森県産にこだわって買ったことがないので、よく分からないから</p> <p>特産品が思いつかない</p>
		ターゲット予備層	<p>どこから流通したもののかによるから</p> <p>どちらともいえない。わからない。</p> <p>ものによって違うから。育った場所や土壌、農薬、水。詳細は分からないから。</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>りんごの名産地でおいしいから。</p> <p>安心かどうかはわからない</p> <p>安心して食べられるか食べられないかは良く解らない</p> <p>安心して食べられる物も安心できない物もどちらもあるので。</p> <p>国産なので信頼性がある</p> <p>情報を持っていないので、どう判断したらいいか不明なため</p> <p>青森県産だから安心して食べられるということは無いと思う。</p> <p>青森県産品はりんごくらいしか食べたことないし、行ったこともないので、イメージでどちらでも無い、としか答えようがなかった。</p> <p>農薬などが気になる。</p> <p>福島原発の問題が発生したから、東日本の産物全般、少々不安がる。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>「信頼していない」ということではなく、日本中、世界中どこでも産地だけで安心が得られるものではないと思うので。国産でも裏切られることはあるし、中国産でも安全なものはあると思うから。</p> <p>いなかだから</p> <p>全国的に、食の安全に関して、不安な部分は多々あるので、青森県産だから特に安心とか不安ということはない。</p> <p>店頭に並んだ商品の安全性は、説明がなくわからない。</p> <p>分からない</p> <p>放射能の影響を受けていないとは思わないがまだまだと思う</p>
		無関心層	<p>あまり目にとまらない</p> <p>イメージ</p> <p>イメージがない</p> <p>イメージがわからないのであまり評価ができません</p> <p>そういうものもあるし、そうじゃないものもあるかもしれないから</p> <p>ものによる</p> <p>よくわからない</p> <p>りんごは昔から食べているがどのような農薬が使われているかなど全く情報が無い。</p> <p>安心して食べられるかどうかは「青森産」だからではないと思う。他の産地でも安心して食べられると思う。</p> <p>何がそうなのかさえ分からないから</p> <p>国産だから</p> <p>国産でも安心して食べられるものなんて・・・偽造とか当たり前にある世の中だしね・・・</p> <p>主人の実家が青森だが、新鮮じゃないものがよく食卓にあがるから</p>

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>青森に限らず、国産品は放射性物質の汚染が心配。</p> <p>青森県産を意識して買い物をしたことがないのでよくわからない。</p> <p>青森産を意識して食していないので、わかりません。</p> <p>特別どうのってもんでもないと思うので</p> <p>良く知らないからこそ、あまり安心できない。</p> <p>良く知りません。</p> <p>六ヶ所村などの問題もあり、安全性が高いのか良くわからない</p>
	50代	ターゲット層	<p>よくわからない</p> <p>リンゴは強いから</p> <p>安全性については、わからないことがあるので。</p> <p>何の品物かわからないから。</p> <p>自然があるから</p> <p>知識がない</p> <p>放射線の影響が少なからずあると思うから。</p> <p>無添加や無農薬などひとつひとつ違うだろうから</p>
		ターゲット予備層	<p>あまり食べたことがないのでわからないというのが現状です</p> <p>イメージ</p> <p>イメージでもわからないので</p> <p>原発事故以来、安心できない。</p> <p>国産品は安心して食べられると思う</p> <p>青森県産品のすべてをイメージだけで判断することは出来ない</p> <p>青森産には縁が無いので 何とも答えられず。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>なんとなく</p> <p>国産品として</p> <p>大体のものは安心できると思いますが、騙そうと嘘の表示をする業者もいるかもしれないので。</p>
		無関心層	<p>にんにくとりんご以外に思い浮かばなかった</p> <p>よくわからない</p> <p>りんごは安心しているし、以前、台風被害で落ちたりんごを寄付のつもりで大量に買った事もある。他の特産品はあまり知らないで、安心かどうかは判らない。</p> <p>安心かどうかわからないから</p> <p>一概に言えない。どこの生産者でも当てはまる表現である。</p> <p>核関連施設があるので放射能の影響が心配される</p> <p>見ないとどうか分かりません</p> <p>産地・生産者など表示が少ないと安心できないので。</p> <p>産地に限らず、安心できるものもあれば、できないものもあると思う</p> <p>情報が少なすぎて判断できない</p> <p>正直 青森のものだと 意識して食べていないのでよくわかりません。</p> <p>青森産と解るのはリンゴとかニンニクとかで他の物は浮かんでこない</p> <p>全くわからない</p> <p>特になし</p> <p>特産物がよくわからない</p> <p>物によると思うので。</p>
	60代	ターゲット層	<p>商品によって違うと思うから</p> <p>青森県というイメージに新鮮な感じがある</p>
		ターゲット予備層	<p>いい意味で企業家されていない。</p> <p>何が根拠で「安心して食べられる」と言えるのか分からない。商品、包装、売っている商店の信頼度を見た感じで長年のオサンドン(古い言葉ですが)の経験で判断する。</p> <p>健康のため</p>

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>国産である、産地が明確である事</p> <p>青森県の県産品をあまり知らないため</p> <p>大地の質が良い 魚は日本海側なので安心</p> <p>知らない</p> <p>同じ青森県産でもいろいろ商品によってどちらとも言えません。</p> <p>旅館で出た食事で、美味しいと思う物がなかったから。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	まあまあ・・・
		無関心層	<p>印象は田舎っぽい感じがして暗いイメージがする</p> <p>解らない。</p> <p>国産の食品だから。</p> <p>青森県産と意識して買い物をしたことがない</p> <p>青森県産品だから「安心・・・」、とは一概には言えないと思うので。</p>
関西	30代	ターゲット層	<p>よくわからない</p> <p>原発の影響がある地域と無い地域があるように思えるから。</p>
		ターゲット予備層	<p>あまりイメージがないのでわからない</p> <p>あまりイメージがわからない。</p> <p>あまり接する機会がないのであるとしたらリンゴくらい???</p> <p>セシウムがないから</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>イメージがわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>特に具体的なものが浮かばない。</p>
		無関心層	<p>あまり考えたことがない</p> <p>あまり分らない</p> <p>イメージがわからない。</p> <p>それぞれの農家さんで違うと思うので。</p> <p>どこの産地でも、国内なら同じだと思うから</p> <p>意識して購入、食したことがないので、わからない。</p> <p>意識して青森県産の物を食べたことがないから、何とも言えない</p> <p>食べたことがないので分らない</p> <p>青森県だから安心か、などは正直関係ないので分らないと思います。</p> <p>他の件のものゝ大差ないから</p> <p>中国産などは信用できないので。</p> <p>特に安心だとか安心してないと思ったことがない</p> <p>特に気にしていないから</p> <p>良く知りません。</p>
	40代	ターゲット層	<p>こちらでは、あまり流通してないように思います</p> <p>とくにない</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>国産だから</p> <p>商品がよくわからないので</p> <p>青森産の商品に余りお目にかかって無い為、食した記憶がないので判断しにくい。</p> <p>東北方面は放射能汚染の話が沢山出ていますが、汚染されている商品が市場にあまり出回っているとは思わないので、安心して購入しています。青森にかかわらず、東北地区の特産商品があれば商産品を購入し食卓に並べるようにしています。</p> <p>特に知識がないから</p> <p>特に理由はないがイメージが悪くないので。</p>
		ターゲット予備層	あまりなじみがないから。

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>あまり情報がない。</p> <p>あまり青森産に出くわさないから</p> <p>イメージできないので、わかりません。</p> <p>イメージで感じただけ</p> <p>いろいろな生産者、お店があるので</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>産地のみで全て安全とは言えないので</p> <p>情報が少なすぎて判断できない</p> <p>青森というと単純に「りんご」と頭に浮かぶのですが農家によって有農薬、無農薬と違ってくると思うので単純な発想ですが、どちらともいえないと思いました。</p> <p>青森県産の物を、特に意識したことがないので。関西では何が売っているのでしょうか?</p> <p>青森産と気にして食べた事が無く、わからない。</p> <p>青森産のものをあまり目にしてない。</p> <p>青森産の食品のブランド意識がない</p> <p>判断しかねる</p> <p>普段手に入らない</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>ほかの産地のものとそう違いは無いと思うから</p> <p>ものによると思ったので。一概には安心とは言えない</p> <p>よくわからない</p>
		無関心層	<p>あまり分からない</p> <p>ニュースで青森産からも放射能が・・・というのを見た。</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>りんご以外のものはあまり買っていない</p> <p>安全に対して特に考えた事がないし、気にしてない。</p> <p>意識してかったことが無いのでわからない</p> <p>行った事がないので、分からない</p> <p>主にゴボウなど買ってますが・・・土物野菜は土の殺菌や消毒をかなりすると聞いているので、残留していないか?少し心配です。味は美味しいと思います。</p> <p>食品に関しては偽装なども多いので、安心かどうか末端の消費者ではわからない</p> <p>青森の物に限らず、表示してあることが全てではないと感じているので、安心とも不安とも言えないので。</p> <p>青森県の知識が無さ過ぎてまったく分からない。</p> <p>青森県産についてあまり知らない。</p> <p>青森県人は誠実そうに感じる</p> <p>青森産だからというのではなく、国産だから。</p> <p>青森産のものが、あまり出回っていないから、分からない。</p> <p>知らない</p> <p>知らないので分かりません</p> <p>知らないものは答えようがない</p> <p>地理的に原発の影響がないか中途半端なので</p> <p>特に選ばない</p> <p>分からない</p> <p>良く知りません。</p>
	50代	ターゲット層	<p>あまり知らないのでどちらともいえません。</p> <p>今は原発で少し不安も残るから。</p> <p>青森の果物とかはよく買いますがいつも良い商品に出会いますので</p>

地域	年代	消費者構造	理由
			素朴でいから 特に悪いイメージが無い。 判らないので、どちらともいえないにしました。
		ターゲット予備層	「青森産」=安心して食べられるとは言えない あまり流通していない きちんと表示してあるものは安全だと思うが、不当表示などがあれば、安全ではないので。 なんとなく よくわからない よく知らない 安心感は流通経路でどこの販売かによるから 原発の影響がある 商品についてよく知らない 青森にいったことがないので、わかりません。 青森県産の物を、重視して何かを購入したと言う事が無い。 地元では青森産の食物の流通がほとんどないので分からない 日頃青森県産のものにあまり お目にかからない。 普段青森産といえりんごくらいしか思い浮かばないので、どう管理状況なのか情報が少なくてわからない。 福島原発からも距離はあるが、放射線被害などがやや気にかかるので 包装、賞味期限、消費期限、が記載され、販売元がわかることが安心できる。家族が健康で元 気出いてられることが一番重視される 放射能が怖いから
		イメージ先行・食品無関心層	その食品によると思うので。 よくわからない 検査されている物が売られている 今の青森の放射能の状態をよく知らない 地産地消が安心。青森産の何かということが分からないと安心かどうかはわからないので、「ど ちらともいえない」にしました。
		無関心層	とくになし よくわからない 具体的な商品、項目で無いので答えにくい 情報量が少なくなんとも言えない。 食べたことがない 青森県の産物についてよく知らないから。 青森県産品を食べたことが無いので分からない。イメージでも分からない。 青森産は、りんごくらいしか、あまり見かけない 品質に責任が持てる 分からない
	60代	ターゲット層	公害がなさそうな地域だから。 商品によるので 青森県の商品をりんご以外具体的にはよく知らないで、どちらともいえないを選んだ。
		ターゲット予備層	45年前に修学旅行で一度行ったきりなので分らない。 イメージ すべての食品をそのようには思わないから どちらともいえない 具体的に思い当たる商品がない 特に理由としてはありませんが、出来るだけ国産品を。
		無関心層	「青森産である」という条件のみで、上の質問のどれに対しても答えようがない。

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>あまり食べたことがない</p> <p>まったく分からない。</p> <p>よくわからない</p> <p>具体的な食品が思い浮かばないので、評価の仕様がなない。</p> <p>行ったことがあっても産地の食品についてはよくわからない</p> <p>今の時代何が安心なのか・・・安心だと思っけていても食あたりもあるので、どちらとも言えません。</p> <p>青森県民性を信頼している</p>
九州	20代	ターゲット層	特にないです
		無関心層	<p>あまり食べたことがないから、でも信頼していないわけではないから</p> <p>よくわからない</p> <p>産地をあまり気にしてないため。そもそもスーパーで青森さんというのは、最近見かけたことがない。</p>
	30代	ターゲット層	<p>原発問題で、どちらともいいがたいです。</p> <p>食してないので分からない。</p> <p>青森県産品全てが安心かどうかは分からないから。</p>
		ターゲット予備層	<p>遠すぎてよくわからないから。</p> <p>国産だから</p> <p>実際見てみないとわからないから。</p> <p>青森県産だから安心ということはありません。</p> <p>東北というところで少し不安もある</p> <p>特に気にしてないから</p> <p>普段あまり見かけることがないのでよくわからない。</p> <p>福岡から遠いのであまりみないから。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>よくわからない</p> <p>実際によく知らないのどちらともいえません。</p> <p>東北地方ということでまだ原発等の不安がある</p>
		無関心層	<p>あまり見たことがないのでわからない</p> <p>あまり食べたことがない</p> <p>あまり分からない</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>産地偽装とかもあるので絶対安全とかないと思っている。特別不安も感じないけど安心もしていない。</p> <p>市場に出ているというだけで大丈夫だと思う</p> <p>青森だから安心ということは特にないから</p> <p>青森にか限ったことではないから。</p> <p>青森について詳しく知らない</p> <p>青森県産品をあまり知らないのど分からない。</p> <p>青森産のものを最近、見かけた事がないので、なんとも言えないです。すみません。</p> <p>大事なことだと思ったから。</p> <p>特にどちらのイメージもないから</p> <p>特に安心とも危険ともイメージが無いので</p> <p>馴染みがないのでよくわからない</p> <p>普段買い物するときに青森産かどうかを確認して買い物することがないので。どうなのかわからないから。</p> <p>福島に近いので。</p> <p>福島周辺以外の産地であれば、特にこだわりがないため。</p>
	40代	ターゲット層	あまり青森産の食べ物を口にすることがないのでわからない。

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>きちんと中身などが表記されている</p> <p>なんとなくイメージ</p> <p>よくわからない</p> <p>原発の影響がないか少し不安</p> <p>国の機関を信用していないので、品質表示も疑わしい。</p> <p>国産だから安心だろうと思うけれど、言い切れないのでどちらともいえません。</p> <p>今は東北地方の商品がどれだけ安心かよくわからないから</p> <p>食の安全が伝わってこないから。</p> <p>青森に行ったことがないし、情報も持っていないので「安心して食べられる」についてはどちらともいえないとなる。</p>
		ターゲット予備層	<p>あまり身近に青森産のものが無い。</p> <p>あまり青森県産は食べないからわからない</p> <p>あまり青森県産品を見かけないので、わからない。</p> <p>くわしく知らないの。</p> <p>なんとなく、安全だと思ったから。</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>りんごのイメージだけしかなかった。</p> <p>情報が少なすぎて判断できない</p> <p>青森の食品と言われても、ピンとこないから。</p> <p>青森県産をよく知らないの。</p> <p>青森県産品を意識して購入したことがないので、特に気にならない。</p> <p>青森県産品に知識がないため、評価しようがなかった</p> <p>青森産の食品を食べることが無いので</p> <p>青森産をほとんど購入した事が無いので</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>よく知らない</p> <p>原発の問題が解決してなくてやはり心配。安心とは言い切れないので。</p> <p>食べたことがなくわからないの。</p> <p>食べた事が無い</p> <p>青森産の商品をほとんど食べたことがないので、安心かどうかわからない。</p> <p>青森産の食品というと、りんごしか思い浮かばなかったので。。。</p> <p>分からない</p> <p>有名だから</p>
		無関心層	<p>あまりなじみがないので良く分からない</p> <p>あまり分からない</p> <p>イメージが何もわからない</p> <p>たぶん安心して食べられると思ったので</p> <p>どこそだから安心という感覚はない。</p> <p>どこで作られてるか等、よく知らないから。</p> <p>なんとなく</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>安心かそうでないかのイメージがわからない。</p> <p>安心して食べられるという内容が理解できない</p> <p>安全なものを食べさせたいので</p> <p>意識して青森産のものを食べたことがない</p> <p>具体的な事を知らないの</p> <p>原発の事故があったが食品に関してどのような影響があったかなど、全く分からないので</p>

地域	年代	消費者構造	理由
			<p>自然がたくさんの中で作られる県産品だから美味しそうだけど、行ったことがないのでイメージだけだから。</p> <p>実感がないから</p> <p>食べたことがないので分からない</p> <p>青森県産の品を実際に手に取って見た事が無いので。</p> <p>青森県産を、意識して、食べた事が無いので、わからない</p> <p>青森産だから安心だ!とは限らないので よく分かりません。</p> <p>青森産といきなり言われてもよくわからないから。</p> <p>青森産のものをあまり買った記憶がない。</p> <p>青森産の商品を手取る事があまりないので正直、よくわからないから。</p> <p>青森産の物を具体的に思いつかないので安心かどうかイメージが浮かばない</p> <p>設問における安心の基準が何かわからない</p>
	50代	ターゲット層	<p>あまり口にすることがない</p> <p>よく知らないからあ</p> <p>何があんしんかわからないから</p> <p>寒くて農産物の生産は大変だと思うので手がかけてられているような気がする。</p> <p>最近はいろいろむずかしい事があるから</p> <p>残念ながら 青森のリンゴしか食べた覚えがないので</p> <p>青森県産の食料品はあまり多くは知らない</p> <p>青森県産の物は、食べたことがない</p> <p>放射能の影響が気になる</p>
		ターゲット予備層	<p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>リンゴ以外、それほど知らない。</p> <p>りんご位しか分かりませんのでどちらともいえないにしました。</p> <p>安心して食べられるかどうかよくわからない</p> <p>原発事故やウイルス、賞味期限偽造など、どこの地方でもいつ問題が発生するかわからないので安心して食べられるとは考えられない。</p> <p>購入のとき、品質表示などを見る</p> <p>商品(食品)によって違うから。また、青森産のものを全て知っているわけでもないから。</p> <p>食べたことがないので分からない</p> <p>青森の県産品といってもりんごぐらいしか思いつかないから。</p> <p>特に青森県産だから「安心」とは思わないので。</p> <p>買ったことがないので</p> <p>品物によって違うと思う</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>イメージで</p> <p>よくわからない</p> <p>国内であることから</p> <p>青森県産品として意識して買った事はないので、よくわからない為</p>
		無関心層	<p>あんまりわからない</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>行ったことがないからわからない</p> <p>市販されてるものは何でも検査を通して売られてると信じてるので</p> <p>十派一絡げではなんとも言えない</p> <p>情報が少なすぎて判断できない</p> <p>食べたことがないのでイメージで</p> <p>食べたことがないので分からない</p>

地域	年代	消費者構造	理由
			青森産品として意識して食したものがリンゴ以外思い当たらないため 田舎というイメージ 特別視していなかったから
	60代	ターゲット層	自分が住んでいるところでは青森産などはデパートの物産展でも行かないと目につくことはないが、おそらくおいしいだろうと思う。
		ターゲット予備層	知らない 地元産の方が安心できる。 当地には青森産はあまり出回っていないので良く分からない。 品名が何か分からない。
		イメージ先行・食品無関心層	美味しい
		無関心層	あまりにも離れているので、また行ったこともないので、何ともいえない あまり食べたことがない りんご以外、食べる機会が少ない。 国産だから 国産である 食生活は毎日のことだから、安心して食べられるものでなくてはならないと私はいつも痛感しております。一番大事なことではないでしょうか。 青森の商品の情報があまりないので。 青森県産品は中々手に入らないし食べたこともあまりないので安心して食べられるかと聞かれてもよく分かりません。 大体、今は、どこの店でも、安心して食べられる物を売っているとおもうから 品によりけりでそういうものもあれば、どうかな、いうものもあるのでは

4: 「安心して食べられる」において「4: 当てはまらない」を選択した回答者

地域	年代	消費者構造	理由
東北	40代	無関心層	よく知らない
	50代	無関心層	青森県人を何人か知っているが皆性格が悪い。
	60代	ターゲット予備層	安心できない 良く知りません。
関東	40代	ターゲット予備層	小さい子供がいるので放射能はきになるから
		無関心層	子供がいるので、心配はある 福島原発の影響で、東北も危ないと思うから。
関西	40代	ターゲット予備層	どのような食べ物があるかわからない よくわからない
	50代	ターゲット予備層	自然環境がよさそう
	60代	無関心層	原発事故以来細かく調べるようになった 製造工程をみていない
九州	30代	ターゲット予備層	原発の影響が怖い
		無関心層	放射能が怖いから
	40代	無関心層	どこのものでも、見てみないとわからない 放射能の影響はどのようなのだろうか、海産物の産地偽装は大丈夫だろうか、と色々考える。でも青森の無農薬りんごは素晴らしいと思う。
	50代	無関心層	遠い地域なので、産地の情報がわからない。

5: 「安心して食べられる」において「5: 全く当てはまらない」を選択した回答者

地域	年代	消費者構造	理由
東北	30代	無関心層	六ヶ所村が近い。

	50代	ターゲット予備層	六ヶ所村が近い。
関東	30代	ターゲット層	申しわけないけど、福島原発の問題が浮上してから信用できません。今になって魚からセシウムとか政府が言ってます。大丈夫と言ったじゃないかと思っている人は多いはず。それを今になって出ちゃったと言って責任も取ってくれない。だから何も信用できません。大変申し訳ありませんが西のものばかり購入してます
	40代	無関心層	安心は県で決まるものではなく個人で決まるもの。
	50代	ターゲット予備層	放射能が心配
関西	30代	ターゲット予備層	原発の関係で不安。
	40代	ターゲット予備層	青森県の県産品を購入した記憶がない
九州	40代	ターゲット予備層	放射線が気になるから

(2) Q16 : 青森県産品に対する意見

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見	
東北	20代	ターゲット層	ロコミなどであれば買いたい	
		イメージ先行・食品無関心層	スーパーで青森産のものはよく見かけてるがお土産品などはない。お土産品は青森に行くからこそ手に入れられるものと思っているのであまり流通してほしいと思った。 食べてみたいと思うが、食べる機会や買う機会もないので実行できない。デパートなどでよくある物産展があったら行きたいと思う。	
	30代	ターゲット層	お土産用のおいしくないアップルパイじゃなくて、青森の美味しいケーキ屋さんのアップルパイが一堂に集めて、新青森駅や青森駅で買えたら便利なのにな。 これからも美味しい果物や野菜など手にとって口に出来るのを楽しみにしています。 たくさん美味しいものがあるのでたくさんの人に食べて欲しい にんにくが特に有名な気がします。同じ東北なのできのこや山菜を食べてみたいです。 ほたて、大好きでよく食べています よくわからない りんごが主流で、青森県産の焼肉のたれはすごく美味しく、都内の友人達に時々送ったりするし、普段の焼肉にも使用していて、メーカー品ではなく、青森県産の焼肉のたれをいつも常備して色々な調理に利用している。 りんごにんにくくらいしかあまり知らないのですがもっと他のものもPRしたらよいと思う りんごのイメージが強すぎる。 りんごのイメージが大きい 安心して食べられるような気がする 安全 一度、観光で行って食べたことがあるがほたては新鮮で身が大きく美味しかった。せんべい汁やいちご煮などなじみがないものも多いのもっとPRしてもいいと思う。 一度青森の知り合いからホタテを頂いたことがあります。その方は実際養殖をされていて、身が大きくとても美味しいホタテでした。青森の食べ物はおいしいものばかりなので、もっと手軽に買い物出来るようになると嬉しいです。 海鮮類がおいしそう。 食べ物がおいしそう 青森イコールりんごのイメージが強いので、女性向けに、りんごスイーツ専門店などを都心部へ出展してみても、いかがでしょうか? 青森の県産品が、ほとんど分からないので答えられないです。 特にない。 美味しい 美味しいものを新鮮なまま食べてみたい	
			ターゲット予備層	あまりよく知らない にんにくは大好きです! リンゴの生産が多く、豊富なイメージがある 山形県民なので、風土も産物も大きく変わるわけでもないのですが、あまり気にしたことがありません。
			イメージ先行・食品無関心層	あまり買う機会が少ない気がします。もっといろんな(あまりマニアックでないものから)商品をPRしてほしいです。 こだわって作られているなど感じます。 たらこ美味しい とてもおいしい食材が豊富である。 とにかく、りんごが美味しい。大間のマグロも食べてみたい。もっとPRしてくれれば、食べる機会も増えると思います。

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>もっとPRしたらいと思う</p> <p>もっと身近に食べれる様になれれば良いなと思います。</p> <p>りんご</p> <p>りんごしか知らない</p> <p>わからない</p> <p>安心感がある</p> <p>海産物が新鮮で安く、おいしい。</p> <p>海鮮物はおいしいと思う。</p> <p>購入するときに生産地を見ないから、もしかしたら食べたことがある商品もあるかもしれない</p> <p>同じ東北に住む者として、互いに頑張ろうという気持ちです。素材が良くてもPRが良くなければモノは売れない。PRのプロを育て上げるのが大事だと思っています。</p> <p>北海道や沖縄のフェアはスーパーやデパートでよく行われますが、私の言っている範囲では青森のイベントはありません。やってたら是非行きたいです。</p> <p>野菜・果物・海産物、なんでも美味しいが日持ちするものの流通を増やして欲しい。</p> <p>旅行の度を買っている。安いのがいいと思いました。</p>
		無関心層	<p>あまり売っていない</p> <p>うちの近くには見かけないのでイメージがわからない。</p> <p>おいしそう</p> <p>どこの県産品でも同じだと思いますが、価格が高いので低所得者はなかなか手が出せません。</p> <p>もうすこしアピールしていてもよいのでは？</p> <p>りんごとにんにくくらいしか知らなかったのもっと宣伝してほしい</p> <p>魚介類は太平洋海域で獲っている場合はいる場合は、正直放射線量が不安で購入したくありません</p> <p>弘前に住んでいた時期があり、岩木山のふもとのきみをよく食べた。とてもおいしかった。</p> <p>正直りんごとホタテ、大間のマグロくらいしか県産品を知らなくて、それで十分なかもしれませんが、もっと色々あるなら知識としてあれば見かけたら買ってみようと思うかもしれません。今のところはきつと見ても気にも留めてなくて、必要な時に買ったとしても、それは別に青森産じゃなくても買ってるときだと思うので。もっと知る機会があればと思います。</p> <p>青森といたらりんごです。100%りんごジュースは美味しいと思います。</p> <p>青森県の果樹などは自分の地元の名産とかぶるので結局食べずに終わる。海産物は、六ヶ所村が出来てから一切食べるのを辞めてる</p> <p>同じ東北なので好感が持てる。</p>
	40代	ターゲット層	<p>おいしそう</p> <p>お土産には、りんごにちなんだ物を購入しています</p> <p>つがる漬けやつるつるわかめなど大好きなものたくさんあります。アレンジができるのはとてもうれしいです!</p> <p>にんにくが高い。</p> <p>にんにくが美味しそうで高級なイメージがある</p> <p>もっとアピールして下さい!</p> <p>もっと購入しやすくしてほしい</p> <p>りんごジュースはすごくおいしい。</p> <p>りんごと大間のマグロは知っています。青森は広いですね。だからいろいろなものを作っているのだと思います。アンテナショップ行ってみたいです。</p> <p>りんごやイカ、にんにくなどかなり有名なものは私もよく知っている。しかし、特に意識しなくても実は青森産だったというものもある気がするが、特別青森産とアピールされていないので、もっとアピールしてもいいと思う。</p> <p>りんごやしじみは知っていたが、そのほかはあまりしなかった</p> <p>りんごや魚介類が美味しいと思います。</p> <p>安心した食材を提供してくれそう</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>遠いイメージがあるけれど、おいしいものが沢山あって行ってみたいと思いました。</p> <p>海鮮物は非常においしいです。コメはおいしくありません。</p> <p>頑張ってください</p> <p>十三湖の蜆や田子町のにんにくなど、美味しい物がいっぱいあり、大好きです。これからも美味しいものをたくさん作ってください。</p> <p>食品が豊富で新鮮。特に海産物がおいしいし、にんにくは有名である。特産品もいろいろあり、土産品などの商品も様々あって面白い。</p> <p>新鮮</p> <p>青森と言うとりんご、にんにく、いか、ほたて、マグロ、くらいは認知しているがもっとおいしい物がある事をアピールして欲しいですね。</p> <p>青森と聞くと、やはりリンゴのイメージが強いのですが、他にもたくさん特産品があることを広めて欲しいです。色んなものがあると思うのですが、名前が出てきません。ごめんなさい。</p> <p>青森は何に対してもセンスが良く、素晴らしいと思っています。県産品もさることながら、青森の「人」が良いのだと思います。お土産で「パティシエのアップルパイ(だったと思います)」というお菓子がありますが、友人にいただいてからはすっかりハマってしまい、売ってれば自分もお土産にも買っています。その他、イカ、ホタテなどの加工品も大好きです。特に私はホタテが好きなので、見つけると購入します。私は、岩手に住んでいながら、日頃の生活も青森産の食品を多く買っている様な気がします。</p> <p>仙台にもアンテナショップがあれば嬉しい</p> <p>大間のまぐろが一番好きです。</p> <p>値ごろ感がないような気がします。これはどこの県産品にもいえませんが、ごくたまに旅行気分を味わうために購入するという感覚です。</p> <p>特にありません</p> <p>有名なものは有名だが(りんごやマグロ、にんにくなど)、さくらんぼやメロンなど、作っていることを知られていないものがまだまだあると思う。東北内だけでも、たくさんアピールして欲しい。</p> <p>隣県なのに、青森といえば「りんご」しか浮かばなかったです。でも、このアンケートに答えてみて「そう言えばコレも名産だったな」と思い出したものが数点ありました。だから、もっともっとPRが必要かなと思います。</p>
		ターゲット予備層	<p>よくわからない。</p> <p>一般的に流通している野菜や果物以外には手に入りにくいと思います</p> <p>一番身近なのは、ながいもとりんご。同じ東北でも行くとなると関東に行くよりも遠いからか、近くのスーパーなどでは見たことがありません。本当に、近くで遠いのであまり青森の商品といってもどういものが有名なのか知らないです。</p> <p>私の知らない県産品が沢山あるようなので、これから買い物をする時に気を付けてみて買いたいと思いました。</p> <p>青森というとりんごしかないイメージなので、他のものをあまり知りません。おなじ東北ということがあって、野菜や果物などは地元のものが多く店先に並ぶので、あまり青森産のものを食べたことがありません。</p> <p>特になしです</p> <p>物産展などでよく購入する、リンゴのジュースなどはとても美味しい</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>おいしいものがたくさんありそうなイメージです。</p> <p>お米がもっと評価されてもいいと思う。</p> <p>にんにくは、日本でも有数の産地だと思います。ただ、ちょっとだけ価格が高いのが難点です。(中国産は購入したくないので、青森産を選んで買っていますが…)もっと、買いやすい工夫をしてほしいと思います。</p> <p>ひばのまな板は丈夫で使いやすい愛用品です。ごぼう、ながいも、にんにく、は買うときは青森産を選んでます。大間のまぐろを流通させてほしい</p> <p>リンゴが好き</p> <p>りんごが美味しい。米は秋田か山形、新潟のイメージしかない。</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			りんごジュースは飲んだ事があり、とても美味しかった。
			リンゴと海産物のイメージ。他のものは思いつかない。宮城からだ、近くて遠い。もっと、イベントなどで身近に感じられると嬉しいかも。
			海産物が美味しいイメージが強いです。以前、浅虫へ旅行したとき地元のお食事処で鮑だといってとこぶしを出されたときはびっくりしました。明らかに大きさが全然違うだろうと思いました・・・。
			新鮮でおいしそう
			青森といたら『りんご』画印象深いです。
			青森まで行くには遠距離のため、手軽に県産品が手に入るなら、食べてみたいと思います。
			青森県に行ったときしか、目にしないのでよくわからない
			前に青森に行ったときりんごジュースなどはリンゴの種類別にいろいろあってとても楽しめた。遠いのでなかなかいけないので、近くの店でフェアなどやってもらえるともっと楽しめると思う。
			素材そのものは、にんにくが有名
			大間のマグロを食べてみたい。
			町おこしで黒ニンニクを生産している
			通信販売を充実して欲しい。
			特にはないですが、宣伝が足りないのかなと思います。いろんなところへの露出が少ないのかなと思います。
			特産品などインターネットで紹介してほしい。美味しいものがたくさんあるのに青森産であることを知らない食材が多いと思う。
			美味しいものがたくさんありそう。
			隣県で昔から八戸に近く、よく行っています。三戸から来る、リンゴや野菜は、よく買って食べています。旅行でもよく行きます。むつ湾のホタテ、大間のマグロ、八戸のいか、せんべい汁、おいしいです。
		無関心層	あまり出回っていないので買う機会がない。
			あまり知られていない
			おいしいものが多い。果物や野菜、根菜、魚介類などなど。
			これからも美味しくて、まじめな物づくり期待してます。
			さむい
			ねぶた漬けは初めて食べたときからファンです普通のスーパーでも(安く)買えればいいなと思います
			ほたてとりんごは毎年親戚からいただいて食べていますが、自分ではあまり購入しません。
			よくわからない。
			よく考えると思い浮かぶけど、りんご、まぐろ位しか直ぐ出てこない。
			よく知らない
			りんごが有名
			りんごしか知らない
			リンゴのイメージしかない
			りんごはおいしい
			りんごやにんにく以外、よく分らない
			りんごや海鮮品ぐらいしかわからないのですが、その他たくさんありそうですね!もっともってメディアを通してPRしてもらいたいです
			リンゴ製品がよさそう
			わからない
			加工されたものはあまり口に合わないが素材そのものものはおいしいと思う
			加工品は塩分が強そうだ
			海で獲れるものは美味しいと思う
			海産物が美味しそう
			宮城県にもっと流通させてほしい。同じ東北なので。

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>興味なし。</p> <p>県産品はよく知らないのもっと広めればいいと思う。</p> <p>青森というところりんご&いかのイメージがあります</p> <p>青森の知人からりんごとりんごジュースを頂いた。とっても美味しかった。そういえば、デパートなどの催事で「青森展」というのは見かけないような気がする。。。</p> <p>青森県自体の情報をよく知らないのも、県産品のこともリンゴ以外まるっきりわからない。</p> <p>素朴</p> <p>素朴な感じがします。</p> <p>東北全般ですが、味が濃い(しょっぱい)イメージがあります。宮城県民ですが薄味が好きなので、買い物をするときにどうしても茶色が濃いものをさけてしまいます。りんごはやっぱおいしいです。</p> <p>同じ東北ですが、なかなか青森県産品を見掛ける機会が少ないです。もっと身近で手に入れやすければ食べる機会が増えると思います。都会だけでなく、近隣県にも販売する場所を増やせばいいのではないのでしょうか。</p> <p>特にないです。他の県の心配をするゆとりはなく県産の商品を少しでも消費したいと思います。</p> <p>特に意見はない</p> <p>農産物・海産物の素材は、品質が良く、おいしいというイメージがある。「青森県」と聞くと、「リンゴ」が思い浮かぶ。</p> <p>福島の人には需要があると思う。福島県産は新鮮でおいしいが、放射能の影響がぬぐいきれない、新鮮さと値段が同じなら、売れると思う。</p> <p>本当に地味でまいち分からない</p> <p>味が濃かった様な気がした。素朴</p> <p>名産はりんごぐらいしか知らない</p> <p>隣の県なので身近にあると思っていたのですが、改めて聞かれるとあまり接していないんだと思いました。</p>
	50代	ターゲット層	<p>「にんにく」については粒が大きく新鮮で国産なのでちょっと金額的には中国産よりは、少しお高いですが安心感も有り進んで購入していますよ。</p> <p>おいしい</p> <p>ニンニク 長いも 米はなじみがある。</p> <p>もっともっと、県外の人にアピールした方がいいと思う。</p> <p>もっと積極的に PR すれば いいと思います。仙台市内のデパート等の物産展でも 青森県は聞いたことが無い気がします</p> <p>ラグノ・りんご・ジュース・大間のまぐろなどなどともおいしいものがある。</p> <p>りんごがもうちょっと安ければ買いたい</p> <p>りんごが有名ですね。海産物はイカの塩辛が大好きです。</p> <p>りんごのイメージが強いのでりんごの加工品しか知らない</p> <p>りんごやにんにくは有名だが、その他の情報が乏しい。もっとアピールする場があれば、していれば購入することもあると思う</p> <p>海の幸・りんごがおいしい</p> <p>寒い季節を乗り越えた美味しさがある。</p> <p>魚は新鮮、海も山も近くにあり、食材は豊富だと思う。新鮮な魚介類、またその加工品は市場の朝市なので安く購入できる。にんにくや長芋など誇れるものがたくさんあるのでうまく PR して全国に広めたいと思う。</p> <p>近くのスーパーで、青森県産品の試食販売があるととてもうれしい!買います。わたしはもっと、青森物産展をしてもいいのではないかと思います。ニンニク、長芋、ホタテ、マグロなまこなど。そして、上北農産加工源たれ!</p> <p>子供の頃転勤で2年だけすんだことがあるので特に興味がある。でも知らなかったものが沢山あるのもっといろいろ知って食べてみたい。</p> <p>私は宮城県に住んでおりますがリンゴなどの果実については、福島産や山形産が多くみられま</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>す。青森産のリンゴは、高級品のイメージがあります。</p> <p>青森に叔母がいるので時折行くことがあるが野菜や果物が豊富だと思う。</p> <p>青森県産品は、たくさんあるとおもいますがあまり宣伝がないのもっと商品名えをアピールしたほうがよいとおもいます。以外に知られていないとおもいます。</p> <p>他県にもアピールしてほしい。</p> <p>知人から頂く、しじみ、長いも、りんご、どれもおいしいです。</p> <p>特にない。</p> <p>飯鮭(いずし?)をもうすこし宣伝してはいかがですか?青森土産として飯鮭を頼まれましたが、わかりませんでした。</p> <p>野菜とか青森県産があるのかもしれませんが、あまり目にしないみたいで気が付かないのかもしれない。今度から気を付けて、買い物してみます。</p> <p>隣の県ですが、良く行くところなので県産品はよく買っています。中には素朴なお菓子もありお土産等を買ったりしています。</p>
		ターゲット予備層	<p>PRと商品販売、政令都市レベルでもしてね。</p> <p>こうした質問事項あるということは 青森県で 名産品販売に力を注ごうとしているのだと思う。</p> <p>なので テレビや チラシ 新聞等で 宣伝したらよいと 思う。私としては 青森の りんご イカ ホタテなど 美味しいものが食べられたら 良いと 思う。難しいかもしれないが この食材の入った弁当などを 食べてみたい。</p> <p>わからない</p> <p>海の幸が新鮮</p> <p>結構おいしいです。にんにくや長いもは安心して食べられます。</p> <p>自然がたくさんあり、住みやすい感じがします。</p> <p>震災後の東北の農産、畜産、海産物にたいしての風評被害は大きいですが、誠心誠意で作ったものが安心安全であることへの理解を深めながら進んでいきましょう。</p> <p>素朴</p> <p>同じ東北に住んでいながら、あまり青森について意識したことがなかったが、特産品が多いことを知り、積極的に購入したいと思うようになった。</p> <p>隣の県だが、あまり親しみが無い。</p> <p>六ヶ所村がある限り、海産物は買わない。(以前から)</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>おいしい</p> <p>きになるりんごとゆうお菓子が好きです</p> <p>ねぶた漬けが大好きなので、見かけたときはいつも購入します。</p> <p>りんごとマグロ、ホタテのイメージが強く、その他のものはあまりよく解らない。</p> <p>リンゴのイメージが強いです。マグロもかな…でも高そう。</p> <p>義姉が住んでいるので比較的県産品を送ってもらうことが多いです。一夜干のいかとか、ホタテ等大好きです。実際旅行に行ったりした際にも地場ものをたくさん食べて帰ってきます。こちらで青森フェアとかもありますが、やはりその土地で食べる方がよりおいしく感じます。方言も魅力の一つですよね。</p> <p>水・海産物、農産物たきにわたり、とてもおいしい物が多いですね。主人が出張の度に、買ってきます。</p> <p>青森りんごは有名だが、他の物があまり知られていないのもっとアピールしてもいいのでは、と思う。</p> <p>東北の最北端冬は寒そう</p> <p>同じ東北地方でも青森産の品はスーパーとかであまり見ない りんごは見ると結構高価だ</p> <p>道の駅に良く寄ります</p> <p>美味しいものが沢山ありますね。新鮮と言うイメージも強いです。加工品も多様で、楽しめます</p> <p>力が湧くような PR が、感じる</p> <p>隣の県ということもありとても好意的に思っています。</p>
		無関心層	<p>アップルパイをお土産にいただいて食べたことがあるけれど、とても美味しかった。シナモン入</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>りのアップルパイが多い中、シナモンが入っていない娘が喜んで食べた。以来、また食べたいとよく言われます。(娘はシナモンが嫌い)</p> <p>ニンニク、まぐろ、りんごぐらいしか思い浮かばない、もっとたくさんおいしい物があると思います が情報がない</p> <p>まじめに作っている</p> <p>よくわかっていないことが、わかった。</p> <p>よくわからない</p> <p>りんごしか知らないです。核燃料処理施設付近の作物は大丈夫なのか気になります。放射能測定値やその影響についての当局発表はまるで信じられませんから。</p> <p>リンゴジュースがおいしい。</p> <p>りんごのイメージが強いです</p> <p>りんごはいつもいただく</p> <p>りんごや海産物などおいしいのですが良いものが手に入りにくい</p> <p>海産物は現地で食べるとやっぱりおいしい。シヤモロックなども好き。</p> <p>魚介類が新鮮でおいしい。</p> <p>新幹線で行って地元の調理で食べてみたい</p> <p>申し訳ありませんが、あまりよく知りません。</p> <p>進んで買うことはない。</p> <p>青森と聞くと、りんご、ほたて、しじみくらいしか知りませんがいろいろあるみたいですね。今度東京に行ってみた時、アンテナショップに行ってみたく思います。</p> <p>地元のものさえ知らないのに青森県産と言われても特にピンとこない。</p> <p>珍しいので食べてみたい。</p> <p>特にない。</p> <p>特に無い</p>
	60代	ターゲット層	<p>ニンニクが有名ですが、価格が高くてあまり食べられません。</p> <p>ねぶた祭りの絵が描かれている「りんごジュース」が大好きです。ほんとうに美味しいですね。</p> <p>リンゴの規格外品をもっと流通させて欲しい</p> <p>以前、頂き物で焼肉のたれや野菜炒めにもおいしい、りんごを使った青森の農協で作ったらしい「ピン入り」のたれがとても美味でした。(ネットで一時話題になった)</p> <p>素材だけのものには魅力を感じるが加工品は大き過ぎたり小さすぎるものがある。ごろんと大きければよいわけではない。見た目彩り食べやすさを御一考願いたい。</p> <p>総じて美味しく品質のよいものが多い。お気に入りには牛蒡、にんにく、白菜、果物、ホタテ、いかなどだがどれも標準以上だと思っている</p> <p>物産展を頻回にやって、消費者にPRして欲しい。</p>
		ターゲット予備層	<p>もっとたくさん商品に触れてみたいです。</p> <p>よく知らない。</p> <p>田舎くさくていや</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>ニンニク、長いも、シジミ、ほたて、まぐろと青森産でないと思う物がたくさんある。</p> <p>リンゴは県産品でしょうが福島のリンゴも負けず劣らず美味しですよ。</p> <p>安くて新鮮</p> <p>海鮮類がおいしく、常に鮮度に気お使っているのが、肌で感じる。</p> <p>食べ物全般味がこくておいしい</p> <p>青森には、おいしい野菜や魚が豊富なのに、東北以外の地では、りんごぐらいしか知られていないように思う。もっとアピールして、生産地から、直送便で個人などに、販売すればいいと思う。</p> <p>直売所が欲しいです</p> <p>美味しいものが多い。</p>
		無関心層	<p>あまり知らない</p> <p>結構高額のものが多いような気がします。大間のマグロ・大きなにんにくなど。</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見	
			知らない 長芋をいただいて食べたことがあるが品質の良さと味に感動した	
関東	20代	ターゲット層	すき 今回のアンケートで代表的なリンゴ以外にもたくさんの食品があることを知りました。私も含め知らない方が多くいると思うので情報発信をしていけば認知度が上がっていくと思います。	
		イメージ先行・食品無関心層	りんごのイメージが強い。りんごジュースを昔よく飲んでいたので、近くでまた売っていたら購入したい。	
		無関心層	とくにしらない。お土産でもらう程度。 もっと売っているところが増えたら情報が届きやすくなっていいなと思いますわたしはまだまだ青森のことを知らないなとアンケートをやりながら思いました	
	30代	ターゲット層	がんばってください! さきほど書いた通りですが、不安で食べることができません。青森のリンゴは大好きでした。格別な味ですよ。本当に放射能が心配ないということを確認に検査していただきたいです。今になってわかってくると、やっぱりという気持ちになり落胆します。青森はおいしいものがたくさんです。青森にはじまった話ではなく福島さんのきゅうりがよく売ってますが不安で買えません。 とてもおいしく信頼できる県です! もっと入手しやすければおいと思う りんご、南部せんべい位しか知らないの、もっとおいしいものがあることをアピールすれば売り上げがアップすると思う。 リンゴというイメージ りんごとにんにく、しか浮かばなかった りんごとマグロ、南部せんべいくらいしか知らなかった。 リンゴなどの果物は、味もよくジューシーでとてもすきです りんごは 昔から食べてました。 りんごやりんごを使った加工品が有名。 りんご以外は知られていないのもっとPRするとよい 素朴だけど、まじめにつくってそう 美味しい物がたくさんありそう	
			ターゲット予備層	どんなものが有名なのかあまり良くわからない ねぶた漬はかかずのこがしょっぱすぎてアルコール臭い場合が多い。そこが改善されたらすぐ売れると思う。 もっとアピールしてほしいです。 りんごしか知らない リンゴのイメージが強く、ほかの品物があまりしられていない感じがする
			イメージ先行・食品無関心層	お土産でもらったらうれしい せんべい汁は好きでデパートの物産展では必ず買います。長芋の漬物が大好きです。いちご煮も好きです。もっと便利な場所にアンテナショップがあると行くと思います。 にんにく、りんごと言えば青森。 もう少し宣伝したほうがよい もっとデパートやお店で青森県の野菜を販売して欲しい。 よくは知らない 海も山もあるので 凄く美味し物がありそう 県名に「青」という字が入っているので、商品のパッケージに青色をたくさん使ってほしいです。 地元が近いので、青森も地元みたいな存在。三戸の野菜や果物はよく食べるし、美味しい。 特に果物が有名。国産だから安心して食べられる。 有名だしおいしそう
			無関心層	あまりなじみがないが物産展でよく見かける おいしいような気はする。

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>これからもおいしいものをたくさん作ってください</p> <p>ねぶたを意識したお土産があると良いと思う</p> <p>リンゴとマグロ以外は知名度が低いと思う。</p> <p>行った事もないし、縁がないので青森産と意識した事がない。</p> <p>青森と言ったらリンゴのイメージが強いです。</p> <p>青森の物産展を、デパートなどでやって欲しい。物産展はやっていると、買う買わない問わず、足を運ぶ人が多いと思う。少々高くても、物産展だとなんか買ってしまう。</p> <p>青森はりんごしか有名なものを知らないのもっと特産品をアピールしたほうがいい。放射能対策がしっかりしているアピールがあれば野菜や果物がもっと売れると思う。そしてそれは求められていると思う</p> <p>特にありません</p> <p>特にない。</p> <p>特に産地は気にしないのであまり印象はない。</p> <p>特に思いつかない</p>
	40代	ターゲット層	<p>これからも美味しいりんごをお願いします。</p> <p>りんごがとてもおいしい!</p> <p>りんごしか思いつきません。</p> <p>りんごの蜜漬けをお土産にいただいて食べましたがとても美味しかったです。</p> <p>リンゴや海産物の他はあまりこれといったイメージが無い。～PR不足のような気がする。</p> <p>リンゴ以外に思いつかない</p> <p>りんご以外生産物がよくわからない</p> <p>甘い赤飯、甘い茶碗蒸し、赤い稲荷寿司、枝豆の漬物、黒蜜の串餅・・・青森のスーパーに行ってもなかなかお目にかかれなくなった。さんねんで仕方がない。青森の豆腐もコンニャクも美味しいのになあ。独特の味を守って欲しい</p> <p>紅玉、ジャムなどが手ごろに買えると嬉しいです。なし は気にしたことが無かったので食べてみたいと思いました。</p> <p>手頃な値段だともっと買いやすいです。ちょっと高いので買うのに躊躇します。</p> <p>色々おいしいものがあると思うが、なかなか知りえないのでどんどん紹介して欲しいです。</p> <p>新鮮で素朴な美味しさがある。</p> <p>青森といえりんごのイメージが強いですが、他の果物も有名なんです。ね。</p> <p>青森県産を強く意識したことがないので、もっとPRした方がよいと思う。</p> <p>素朴な味</p> <p>特にありません</p> <p>美味しいものがたくさんある</p> <p>物産展など開いて新鮮なものをどんどん紹介して欲しいです。</p>
		ターゲット予備層	<p>しょっぱい</p> <p>スーパーなどで青森県産が売っているのですが、あまり気にして購入していない。</p> <p>もう少し手頃な値段だと嬉しいかも。</p> <p>もっとPRしたほうがいい。</p> <p>もっといろいろ食べてみたい。</p> <p>りんご・にんにく以外にはまったく情報を持っていないに等しい状態だと思うので、なんとも意見を述べられる状況では・・・</p> <p>りんごがおいしい。りんごがお手頃な価格で手に入る。りんごしか食べたことないので、これくらいしか意見がありません。九州生まれ九州育ち、現在、神奈川在住で、地元九州の食品を使うことがほとんどです。</p> <p>りんごがおいしとおもう</p> <p>近隣のデパートで東北物産展を開催した時に食べた青森海鮮丼の味とそのお店のおじさんの温かさやサービスが忘れられません。次回青森に出かけた際にはおじさんのお店を探しに行こうと思っています。青森の県産品に対してはとても良いイメージを持っています。(東北全体に</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>対しても同じですが・・・もっと身近にショップなどがあれば、利用したいと思っています。</p> <p>自然が厳しくて豊かな漁場</p> <p>青森=リンゴ</p> <p>青森というと、海の幸まぐろとりんごのイメージが強い。りんごジュースは良くスーパーで売られているので目につくが、他の県産品はあまり見かけないせいか、よくわからない。すみません。</p> <p>青森産で見かけた事の有る米や リンゴは目につくがそれ以外は意識して買わないので解らない</p> <p>鮮度がよさそう</p> <p>多分普段買ったりしているとは思いますが、あまり意識した事がない</p> <p>特にないです</p> <p>特に無い</p> <p>特産物はあるのだから、もう少し工夫して、話題になるようにしたいと思う。</p> <p>物産展などで見かけるがあまり有名な物がない。</p> <p>野菜などは手ごろな値段で購入できる</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>おいしい</p> <p>おいしそう</p> <p>がんばってください。</p> <p>ヒバ油入りの台所用固形石鹸が使い心地が良く、愛用していましたが、震災後メーカーが製造をやめてしまったそうでも残念に思っています。</p> <p>もっとPRして手頃な値段で提供して欲しい</p> <p>もっと宣伝したほうが、商品を知ってもらえそう。</p> <p>やはり海産物が一番に浮かびます。ホタテの甘さが印象に残っています。</p> <p>りんごが美味しい</p> <p>りんごくらいしやすく思いつくものがない。知らずに食べているものもあると思うが、あまり意識していないのでよくわからない。</p> <p>りんごやにんにくなど、ごく一部は有名で、スーパー・デパートなどでも普通に流通しているが、それ以外は、あまり見かけないので、もっとPRに力を入れた方が良いと思う。</p> <p>海産物が魅力</p> <p>空気がよくて良いものがありそう</p> <p>産地のものが食べてみたい。</p> <p>実際青森に行ったらさびしい町並みで若い人が都会に出てしまっていてさびれていました。県産品をもっと盛り立てて後継者を育てて、青森の県産品を日本にアピールして活気を取り戻してほしい。</p> <p>信頼できる</p> <p>生鮮などは地元のものを選んでしまうので、青森ならではの加工品(?)があると目につくかな、と思います。漬物や魚や山菜の加工品とか。今は、しょうが味噌で食べるおでんがとても気に入っています。しょうが味噌のレシピはわかったけれど、本物を知らないので一度食べてみたいです。</p> <p>青森のりんごはとてもおいしかった。青森のりんごを使った、アップルパイとか、食べてみたいです。</p> <p>地域の特産物が、身近で購入できるとよいと思います。</p> <p>地元が青森よりの岩手で、近所のスーパーにも青森のものがたくさん入っているのでよく食べていました。今も実家に帰った時など口にしてます。おいしいですよ。また、今住んでるとこのスーパーに入ってきた時には思わず買うものもありますよ。</p> <p>東京で消費するには、フードマイレージがかかってしまう</p> <p>特ににんにくは美味しいと思うので、こだわって青森産を買っている</p> <p>特徴のある品物がある</p> <p>林檎がおいしい</p>
		無関心層	PR が下手

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>あまり情報がないのでよくわからない</p> <p>おいしいなら食べたい</p> <p>がんばれ!</p> <p>このご時世なので安価な野菜(見た目が悪いとか、曲がっているとか)しか買えないが、青森産の野菜は美味しい。</p> <p>にんにくと、りんごしか知らない。</p> <p>よくわからない</p> <p>よく分らない。</p> <p>りんご・ねぶた祭り</p> <p>りんごが有名ですね</p> <p>りんごくらいしかわかりません。にんにくはブランド扱いされていますよね?</p> <p>りんごしか知りません</p> <p>りんごジュースを飲んだら、とてもおいしかった</p> <p>りんごのイメージしかない</p> <p>りんごは食べてみたい</p> <p>リンゴ以外情報は少ない。原産のことくらいしか注目されていない。奇跡のりんごの人を全面に出すと良いかも。あれはアレルギーの人も食べられるりんごを作っている。アトピーに苦しんでいる人もビタミンが美味しくとれるので注目すべきだ。</p> <p>安心感を与える</p> <p>海産物がおもしろ。りんごやリンゴジュースは好きです</p> <p>興味もないので何もありません</p> <p>今まで食品に関する情報は、りんごと大間のマグロくらいしか知りませんでした。</p> <p>手軽には手に入らない</p> <p>手軽に手にとる機会があれば購入するかもしれない</p> <p>青森産のりんごをいただいたことがありとても美味しかったと記憶している。にんにくや、いちご煮、南部せんべいなどはテレビで取り上げられているのをみたことがあるがあまり食べたことがない。</p> <p>接触機会がない</p> <p>珍しい</p> <p>特に何も無い。</p> <p>日頃、特に意識はしないが、食べてみたい</p> <p>品質は良いはずだが、放射能が心配。</p> <p>味付けが濃そう</p> <p>友人が住んでいるので いろいろ送ってくれます。どれも美味しいです</p> <p>林檎くらいしか食べる機会はないと思える</p>
	50代	ターゲット層	<p>「ほや」はだうであらうか</p> <p>あまり行かないのでよくわからなくてごめんさい。美味しい物をたくさん作ってください</p> <p>あまり食べる事がないので、機会があれば食べてみたい。</p> <p>あまり店頭でみかけないのでよくわからない</p> <p>いつでも総合スーパーで購入出来るようになると便利だと思います。</p> <p>デパートの物産展では、東北のくくりでやってくる人が多いので、もうちょっと細かく、北東北、くらのまとりまでやってもらったらどうでしょうか。そうしたらもうちょっといんな青森を紹介できると思います。あと、私は九州に親戚がいるのでわかるのですが、九州物産展にやってくるいろいろな店舗を見ていると、食品関係ではその県のトップクラスの店ではなく、二番手・三番手が商売上手にやってくることも多いです。がっかりします。なので、青森県からの出店も、コネや商売上手な二流三流をはずして選ぶことが大事だと思います。</p> <p>よくわからない</p> <p>リンゴお米が美味しい</p> <p>りんごが、おいしい</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>りんごが好き。</p> <p>リンゴが一番に思い浮かぶ。つぎはニンニク実が大きくて色白。</p> <p>リンゴくらいしか思い浮かばなかった。</p> <p>りんごくらいしか知らなかった。もっと宣伝しても良いと思う。</p> <p>リンゴとニンニクが有名だと思う。</p> <p>りんごのイメージが強いです、他のものはかげが薄いような気がします。もっとアピールしても。</p> <p>リンゴは有名なので美味しいと思う</p> <p>りんごや、にんにくは有名だが、ほかはあまり知らないし、馴染みが薄い。デパートで物産展をするなら行きたい。</p> <p>家の近くのどこで買えるのか分からない。デパート等の県の名産品の展示販売でもあまり見掛けられないと思う。興味があるので首都圏でもっと出会う機会があればうれしいと思う。</p> <p>魚介、果物がおいしい</p> <p>行きづらい場所なのでもっと便利なお店に欲しいです</p> <p>自然がいっぱい</p> <p>自然が豊かで、人が優しく素朴で辛抱強いイメージなので、食品はとて新鮮でおいしいというイメージがある。しかし、メロンやぶどうなど知らなかった農産品はまったくおいしいというイメージができない。</p> <p>食べてみたい</p> <p>新鮮なものが手に入る店がちかくにあったらいいと思う。</p> <p>青森というと、りんごを一番に思い出す。生のりんごや、濃縮還元でないジュースは大好きです。それから、新鮮な魚介類や漬物も青森を思い起こさせます。その次に、牛肉、鶏肉です。青森のものは、大事に育てられている感じがします。</p> <p>青森といえば「りんご」のイメージが強く、他の名産品は思いつかない。南部せんべいは、岩手だと思っていた。ぶどうやいちご、メロンも名産とは思いませんでした。もっとアピールして、まず観光客を増やすことが大切だと思う。</p> <p>青森の名物を手軽に食べられる店が身近にあったらうれしい。ちなみにホタテのいかやきが一番好き</p> <p>多くの人に知られるといいと思います。</p> <p>豊かな自然の中で、生産者の方々が努力されている様子が想像されます。</p> <p>味がよい</p>
		ターゲット予備層	<p>いちごにがおいしい。</p> <p>しじみは本当に大きく良くだしが出て美味しかった。ただやはりちょっとお高めでしたが。にんにくにも国産としての定着したブランドイメージを持っています。</p> <p>やはりマグロが有名なので、他の食品についても、もっとPRしたほうが良い</p> <p>リンゴと漬物以外にあまりはっきりした印象がありません。</p> <p>埼玉県に住んでいますが、東京が長く、実家は札幌なので ほとんど青森県産品には縁が無く、残念ですが 何ともお答えできません。悪しからず。</p> <p>青森と言ったらりんごしか浮かばないので、もっと県産品を色々な形でアピールして欲しい</p> <p>青森は素朴なイメージ。自然がいっぱいなので商品はシンプルで美味しいのではないかと思います。リンゴは大好きだがなぜか青森のリンゴを送っていただいた時の味と市販の味は違う。なぜなのか。そこどころがたとえ青森産と言って市場で売られていても、商品が残念ながら地元で買うものと違い、味が落ちることがあれば、やはり評価は出来ない。流通経路の問題か。輸送コストがかかるのか。美味しくて新鮮であれば是非買いたい。</p> <p>特産品はりんごやさくらんぼくらいしか知らない。野菜や果物を買う時、国産か輸入品かを見るだけでどこの県かはあまり重要視していない。</p> <p>木村さんの無農薬リンゴと言うのを食べてみたい。</p> <p>友だちが青森出身でたまに頂き物をするのが東京では手に入らない珍しく美味しい物が多い</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>いつか行ってみたい</p> <p>いつも買い物をするスーパーでは、福島や茨城の野菜が多く、青森産のものはなかなか目にし</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>ません。</p> <p>おいそう</p> <p>にんにく→ほくほくして美味しい。ほたて→甘くて美味しい。りんご→自然の味</p> <p>にんにくやしじみなど地名と直結するようなものがふえれば良いと思います。民芸品(津軽塗や刺し子など)のPRももっとした方が良いのではないのでしょうか。おいしいもたくさんあるのに、北海道に比べると宣伝が下手のような気がします。</p> <p>マグロがおいそう</p> <p>もっと宣伝すべきです 沖鯖寿司なんか美味しいじゃないですか 宣伝すべきです。</p> <p>やはり、りんごと海産物ですね、海産物をもっとPRしてもいいのでは。</p> <p>一番身近な青森のイメージは大根。</p> <p>海産物などおいそうなものが多い。</p> <p>海産物などはおいしい。</p> <p>商品は海産物も農産物も品質がよく美味しいが、宣伝力が足りないと思います。あと、パッケージとか盛り付けのセンスをよく勉強してくれればもっと買ってもらえると思います。(なんとなくダサイ、田舎くさい)</p> <p>大間のマグロが有名</p> <p>大間のまぐろを食べたい。</p> <p>良く分からないのでごめんなさい。にんにくは結構有名な産地じゃなかったでしたっけ?そう言えばスーパーで青森産のにんにくが売ってました。</p>
		無関心層	<p>あまり青森県産品を知らない</p> <p>おいそう</p> <p>こんなに沢山あるのを知らなかった。次は購入してみたいと思う</p> <p>スーパーなどにもっと青森産のものが並べば買うこともふえるだろう。</p> <p>やはり、海産物が美味しいイメージがあります。いちご煮の缶詰は高い。南部せんべいは手頃で、鍋物に入れたいと思っても東京では買えるところが少ない。</p> <p>りんごがおいそう</p> <p>りんごが好き</p> <p>りんごは以前、台風被害で落ちたりんごを寄付のつもりで大量に買った事がある。他の特産品はあまり知らないが、考えたらにんにくはいつも青森産のものを買っている。中国産は買わない主義だし、青森産は美味しいだけでなく安心だ。「イチゴ煮」って、ウニですか? 以前東京で食べたことがある。ウニは買う時は主に北海道産だが、寿司屋やレストランで食事する時にどこの産か気にしたことは無いので食べているかもしれない。ウニは好物でよく食べるが、ナマです。</p> <p>りんごは有名ですがあとは特に思いつかない。ねぶたの缶のりんごジュースがおいしかった。</p> <p>りんご系のお菓子をもらったことがあるが それが結構美味しかったのでほかにもどんなものがあるか知りたい。</p> <p>わからない</p> <p>何と言っても林檎かな。品質、味など安心して食べられる。にんにく。苦手なだけで有名です。大間のマグロ、海産物が美味しい。</p> <p>果物以外に知っているものがあまりない。</p> <p>海山の物は空気がおいしいところなのでたぶんおいしい物がいっぱいあると思いますがリンゴとニンニク以外に知らないので何とも申し上げればよいのか解りません大間のまぐろは青森県だったような気がします間違ってますか</p> <p>近所のスーパーで売っている青森産のごぼうは絶品です。</p> <p>情報が少ない。身近では、あまり売られていない気がする</p> <p>食べてみたい</p> <p>素朴な感じ</p> <p>頂き物が多いのですが、好きです。</p> <p>特にない。</p> <p>特色がないと首都圏での指名買いはむずかしい</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見		
	60代		飯田橋にあるアンテナショップで焼き肉のたれを買ったことがある 分からない。 放射能検査をした結果をつけて売って欲しい		
		ターゲット層	たぶん県産品はいろいろあるのでしょうけれどあまりよくわからない にんにくは必ず青森産です。湯豆腐、冷や奴、ラーメン等で毎日食べない日はない位です。安 価なものも出回っていますが、国産の青森産が味も質も良いです 新鮮 青森と聞くと、1番にリンゴを思い浮かべるし、よく食べている 青森県産のりんごがおしくこれからは楽しみです。 特に思い入れは無い 特産品お余りしなかった 美味しいものが沢山あるが、地域差はあまり感じられない 品質が良い		
		ターゲット予備層	4年くらい前にウニを食べたくて青森県に旅行したとき、5日間かけてあちらこちらを車出回って 観光したが、行く先々で食べたものがどれも美味しかったことを覚えています。アンテナショップ 等の出先のショップがたくさんあると買い求めやすいのと思います。 あまり青森物産展はきかないので デパートなどで催しがあればいいと思う。 もっといろいろな産物を、食べてみたい リンゴ以外あまり知らない、あまり宣伝されてないのかもしれない。 海、山普通のスーパーにも美味しいものが多い 地味だがゴボウやニンニクは確かに美味し いねぶたづけも美味しい 普通のスーパーにも卸してほしい 埼玉県でもPRしてください。 住んでいるのが東京なので青森県産品はたとえ新鮮だとしても、そういうイメージがない。それ から「地味」というイメージがある。しかし派手というのは決して良いイメージではないが、例えば 「産地直送!!」などと言って目立つ販売の仕方が必要だと思う。 青森というとりんごぐらいしかすぐには思い浮かびません。 青森に興味がなく、県産品もよくわかりません。 大間のマグロは食べてみたい 北海道に次ぐブランドになると思う		
		イメージ先行・食品無関心層	このまま頑張ってください。 何卒、宜しくお願いします。 世の中健康志向。TV でも医者も「脂もの、甘いもの、果物は中性脂肪の3悪」と唱えているの で、これ以外での「青森県産野菜中心のレシピ」をTVでPRするのいいと思う。 素朴		
		無関心層	いろいろな特産物があると思うがまだまだ知られていないものも多くあると思うので周知を心が けてもらいたい もう少し品揃えを増やして。 よく知らない。 我が家では、にんにくをかなり消費しています。多少値段が高くても、青森のにんにくを購入す るようにしています。「にんにく」や「りんご」、あるいは「大間のまぐろ」などは、青森の県産品とし てのイメージを持っています。しかし、ブランドとして定着しているもの以外は、スーパーなどで 売られていても青森産という認識をあまり持たないかもしれません。 機会があれば食べてみたい 青森の印象はりんご その他色々産物がありますが、印象ぶかくのこらないインパクトがない		
		関西	20代	ターゲット層	魚介類が新鮮で美味しそう。
				無関心層	りんごのブランドイメージや大間のマグロは有名だがそのほかの県産品はあまりアピールしきれ ていないと思う。 身近ではあまり見かけません。物産展があるわけでもなく、りんごのイメージがあるくらいです。
			30代	ターゲット層	PRをもっとして教えて欲しい

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>おいしそう、新鮮。 どこでも手にいれられるようにしてほしい。 とにかくリンゴのイメージしか浸透していない気がします。南部せんべいやいちご煮など、もっとアピールされた方が特産品として認知されていない気がします。牛乳の入ったラーメンとか?があったかと思いますが、そういった物ももっと推したらラーメン好きはそれを目当てに旅する人も居るぐらいなので、良いのではないのでしょうか。 もっとあちこちでやってほしい もっといろんなところで食べられるようにたくさんのお店で売ってほしい リンゴや米などの農産品の他、さけ、いか、まぐろなどの水産品をもっと関西にも配送してください。 新鮮でおいしい 北海道の物産展は良く近畿の方のデパートにくるのですが、青森県もぜひ近畿地方に栄えさせてほしい。</p>
		ターゲット予備層	<p>あまり詳しくないから りんご以外に青森産のもののイメージがない。 リンゴ大好きです。蜜入りだと最高ですね 遠すぎてPRがないのか知らないことばかり。何かあるのかわからない。 青森といえば、りんごのイメージしかない。もう少し色々アピールすべきだと思う。 知らないことが多すぎるので、もっとアピールしたらよいと思います。 売られているところが限られているようなので、もっと多くの場所で気軽に手に入るようにしたら良いのではないかなと思う。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>おいしそうなのがする。りんごはとても美味しい。 お土産でしか口にしない なかなかいくことがないので、名物食べてみたいと思います りんごしか思いつかない リンゴのイメージが強い 以前りんごをいただきましたが、おいしかったです。寒いところで、戦い抜いたつよい作物というイメージです 田舎だが、おいしいものがたくさんありそう 特にどういものかあまり思い浮かばないのでなんともいえない。</p>
		無関心層	<p>あまりイメージがないので、よくわからない あまり流通していないのか、知られていないと思う。 おいしそう とくにない ほとんど知らないので書けない。 もっとアピールをして欲しいと思う。 ゆるキャラなどを駆使してアピールする りんごがおいしそう。後は特に県産品を知らない りんごしかイメージがない りんごは青森のが大好きです わからない 以前にりんごをオークションで購入したことがあります。とても美味しかったです! 特にないです。 放射能の影響が気になる。 良く知らないが・・・質が良く美味しくて高いイメージ。</p>
	40代	ターゲット層	<p>あまりアピールされていない おいしい まだまだ知らない青森県産品がいっぱいあったので、機会があれば購入して食べてみようと思います。</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>むすめが修学旅行でりんごとりんごジャムをおみやげでおいしく・小岩井のバターがおいしかったと。喜んでいました。</p> <p>もっと身近に購入できる場所があれば、行ってみたいと思う。</p> <p>もっと目にする機会が増えたら食せるのにと。北海道物産展は良く目にし利用するので青森や他見の物産展がもっと増えたらイイのに</p> <p>やはりリンゴのイメージが強い。</p> <p>りんご以外しらない</p> <p>気候が厳しいところだから、県特有のものがいろいろありそう。</p> <p>魚介類が美味しいイメージがあるので、こちらでも沢山流通して欲しいと思います</p> <p>懸賞など、あったら嬉しいです</p> <p>時々自宅に訪問販売に来てくれる</p> <p>自然の中で育てられた質のよい商品だと思います。</p> <p>実は、米とりんごしか知らないで、特に意見はありません。</p> <p>身近なところで、物産店を希望します。</p> <p>青森県産のにんにくは新物が出るのを毎年楽しみにしています。ただ大阪では青森県産品はなかなか手に入りにくいと思います。</p> <p>特ににんにく、いちご煮は、キープしてある</p> <p>特に気にはしていないが青森差をよく見かけているのかもしれないとおもった</p> <p>美味しそう</p> <p>美味しそうなので、食べてみたい</p> <p>北の地方の食べ物はおいしそうなので、機会があればぜひ食べてみたい。</p> <p>北海道や沖縄や九州などの物産展はよくやっているが、青森の県産品などは見たこともないのでわからない。</p>
		ターゲット予備層	<p>あまり縁がないので、近くに扱っているお店があれば、利用したいが、心齋橋までわざわざ行かない。</p> <p>あまり知らないで何とも</p> <p>あまり目にしない</p> <p>いちご煮の缶詰とか、いろいろとテレビで見知っていて、食べてみたいと思うものもたくさんあるけど、あまり身近では見かけないし、見かけても、物産展などはわりと高いものが多いので、なかなか買うことがありません。お土産用の高級なものでなくていいので、手ごろな価格で、身近に、いろいろと、もっと出回るようになるとうれいす。</p> <p>いつも行く買い物先で青森産品を目にすることがないので意見なし</p> <p>にんにくは必ず青森産だが、あとはリンゴしかわからない。</p> <p>よく知らない</p> <p>りんごしか、うかばない。</p> <p>りんごの産地だということしか知らない</p> <p>りんごは有名で良く知っています。海産物が食べてみたいです。</p> <p>りんご以外の商品をあまり見かけないのでもっと宣伝があれば買うと思います</p> <p>りんご以外の名産をあまり知らない。</p> <p>リンゴ製品にしか興味はない。後の商品はどこのでも構わないから。</p> <p>遠すぎてよく知らない</p> <p>関西の方にはあまり見かけない気がします。</p> <p>機会があれば購入してみたい</p> <p>興味ない</p> <p>身近でない</p> <p>身近な商品ではないのでわからない。おつけものとかおいしそう。</p> <p>青森県の県産品と言われても、ピンとこなくてこのお菓子がおいしいとか、あんまり聞かないような</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>気がします。もっとPRして、買えるようになれば買ってみたいと思います。</p> <p>地味なイメージ・遠いので興味があまりわかない</p> <p>買える場所があるなら買いたい。産地の情報がほしい。</p> <p>目にすることがないので、何とも言えない。目にしたり、試食したりして気に入ったら購入してみたい。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>あまりよく知らないで、何ともいえない</p> <p>どこで気軽に買えるか思いつかない</p> <p>安ければ買います</p> <p>津軽漬は大好きで、時々買っています。もっと大阪でも直接買えるといいなと思います</p> <p>美味しい物が沢山あって毎回買うのに迷う</p> <p>北の、自然の厳しい土地で出来た産物だから 品質が良いようにおもう</p> <p>林檎しかイメージがないが最近温暖化で林檎も厳しくなっていると、反対に米が収穫できるようになったとテレビでやっていたと思う。</p>
		無関心層	<p>あまり、販促が行われていないように思うの。認知度が低い。</p> <p>あまり接する機会が無いのでコメントしづらいです。</p> <p>おいしそう</p> <p>おいそな感じがする</p> <p>お目にかかる機会がないので何とも言えません。</p> <p>がんばって下さい</p> <p>これからりんごがたくさん出てくる季節。今日のスーパーでは痛みの多いりんご青森産ばかりが並んでいました。</p> <p>とくにない</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らない</p> <p>りんごがおいしい</p> <p>りんごジュースが美味しい</p> <p>りんごとにんにく意外なじみが無いので、スーパーとかにもっと売り込んでほしい。</p> <p>りんごと圧搾絞りのジュースはおいしい</p> <p>りんごのイメージが強い。</p> <p>りんご位しか思いつかないのですが何があるんでしょうか?手軽に手に入り、美味しくいただけるのなら食べて見たいですね。</p> <p>何も無い</p> <p>関西なのであまり目にしない。</p> <p>私は大阪に住んでいます。よく駅前で青森のりんごジュースを若い子が売りに来ていますが、興味あっても結構な値段するし、信用していいか分からなくて買った事はありません。買っても大丈夫なんでしょうか?</p> <p>商品情報提供を多くするのいいと思う</p> <p>食べてみたい</p> <p>青森っていえばりんごのイメージしかない。</p> <p>青森といえば、りんごしか思い浮かばない。</p> <p>青森と言えば林檎?</p> <p>青森県といえばりんごが一番に思う。他はおまり思いつかない。</p> <p>素朴で自然豊かというイメージなので、素材自体が美味しそうな気がします。でも、震災後は「東北だし大丈夫?」と心配した時期もありました。今はゴボウ、りんご、ホタテの3つしか買っていないですが、他の物も沢山流通しているようなので、産地を気にして見てみようと思います。</p> <p>大間のまぐろ、など聞いたことがある。</p> <p>津軽海峡があるので、海産物は特に美味しそうなイメージがあります</p> <p>特に何も無い</p> <p>特産品をあまり知らないのもっとアピールしてほしい</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>美味しいものが多いのだが、大阪では手に入るものが限られている。りんごは良く知っているが、その他は青森産であっても、気がつかない場合が多いのかもしれない。</p> <p>付近にはあまり商品がない</p> <p>兵庫県では、リンゴ以外ふだんあまり目にするものがないのですが、TV 等の情報から美味しそうな特産品がありそうに思うので、もっとアピールしてもらいたいです。特産イベントやデパートに出向かなくても、近くのスーパーで買えると嬉しいですよ。</p> <p>良く知らない。</p>
	50代	ターゲット層	<p>いつも美味しく頂いています。</p> <p>おいしいと思う</p> <p>お米を食べたい</p> <p>ずいぶん遠いので行った事がないが行ってみたい所だ 食べ物も景色も人もとてもよい所だと言う印象を持っている</p> <p>たまにイーヨーカードで青森フェアをしています</p> <p>ちょっと遠くて流通に経費がかかるが、リンゴなど青森の美味しいものを食べたいと思う。</p> <p>とくにない</p> <p>リンゴが特に美味しいし大好き</p> <p>リンゴが有名</p> <p>りんごで有名ですが、ほかのものを知らないのでもっと知りたいと思いました。</p> <p>リンゴはさすがに美味しいと思います。</p> <p>以前にホタテを取り寄せて食べていましたが非常に美味しかったです。肉は嫌いです、海産物にはとても興味があります。新鮮で安全な商品をどんどん作っていただきたいと期待しています。</p> <p>海産物がおいしい</p> <p>近くでフェアがあれば良いと思います</p> <p>私に知らないだけかもしれませんが、「青森」と聞いても、思い浮かぶのはりんごだけです。他のものもメジャーになるとよいですね。</p> <p>自分の中の勝手なイメージで、何もかもが新鮮で美味しいと言うイメージがある</p> <p>新鮮でおいしいと思う</p> <p>新鮮な商品が多いイメージがあります。</p> <p>青森といえばりんごというのが強く他にもたくさん有ることが解かってよかったです。</p> <p>疎祖母、祖母の時代が青森県人でその後大阪に来てるので青森の話しや食べ物のお話をよくした。漬物は祖母がつけてよくおやつ代わりに食べてたが私は漬物あまり好きではなかったので食べなかった。</p> <p>素朴なイメージ</p> <p>大間のマグロが有名ですね。リンゴはよく食べています。他にも食べてみたいと思います。</p> <p>直営店を増加すれば、販売実績がアップできる。</p> <p>北海道フェアのように青森フェアがあればいい</p>
		ターゲット予備層	<p>デパートなどの物産展では見かけるが、関西では余青森産は効かない</p> <p>にんにく卵黄の宣伝でみる程度</p> <p>りんご 大間のマグロしか知らない</p> <p>リンゴくらいしか知らないの・・・</p> <p>りんごくらいしか思い浮かばないほどで、もう少し関西でも食べられるとよい。</p> <p>りんごしか知らなかった。</p> <p>リンゴのイメージが強く、おいしい。</p> <p>リンゴ以外あまり流通してない</p> <p>印象が薄い</p> <p>加工品などでは塩辛いというイメージがあります。</p> <p>寒い地方なので、味が濃く、海産物がおいしいイメージがある</p> <p>関西では、あまり流通してないのが残念</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>近所で見かける事がない。</p> <p>震災以来、ご無沙汰だが、機会があれば行きたい</p> <p>青森=林檎のイメージしか無い。</p> <p>青森の特産品についてはよく知りません。すみません。</p> <p>青森は遠すぎると思う。</p> <p>大阪ではほとんど見かけたことがないので、物産展があれば行ってみたい。</p> <p>知人から頂いたりんごがとてもおいしかった</p> <p>東北なので少し躊躇する</p> <p>東北には行ったことはありませんが 新鮮でおいしいものがたくさんあるような気がします。でも私の住んでいる近畿では あまりお目にかからないのが残念で遠いんだなと感じます。デパートなどでも 北海道や九州の物産展などはよくありますが 青森の物産展は聞いたことがありません。</p> <p>特産品はりんご、という印象。通販で取り寄せています。</p> <p>美味しいものが多いように思いますのでもっと流通すれば購入すると思う</p> <p>北国ならではの農産品や魚介類をもっと関西へもPRしたほうが良いと思う。</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>30年近く前に青森県に行きました。りんごがおいしかったのを覚えており、青森といえば、りんごと思い込んでいましたが、ほかにもいろいろとあるんですね。認識不足でした。でももう少しアピールしたほうがいいのかも…あまり目にする機会が無いように思います。</p> <p>スーパー等でも販売すれば良い</p> <p>ねぶたとりんごのイメージが強すぎて、他は浮かばないが、よく考えると色々あるんだと思う。</p> <p>よくわからない</p> <p>りんごと海産物に魅力があると思う。</p> <p>りんごの加工品に興味があります。また、素朴なイメージがあるので、安心して購入できる感じです。</p> <p>安全性をもっとPRしてくれたら、ぜひ購入したい</p> <p>西日本ではあまりりんご以外の生鮮食料品を見ないので知らないことが多いかもしれない</p> <p>青森といえばりんごが有名!品質がいい。おいしい。</p> <p>特に意識して購入したことはないけれど、買って失敗したことはないように思う。</p>
		無関心層	<p>あまりよくわかりません。身近なところで売っているところがありません。もっと販売する場所を増やしてもらえば買う機会も増えると思います。興味はともあります。</p> <p>ご当地名産など購入する事があるが、値段が高い。地元でも同じ値段なのかなと思う事がある。お弁当など、御飯が固くなっているように思うが、気のせいかな?</p> <p>とくにない</p> <p>どこに売ってる。青森産だからどうしたって言うの?</p> <p>もっと身近に接する機会があれば買ってみようという気になるかもしれないが、そういう機会がほとんどないので青森県の産物について知りようがない。</p> <p>よく知らない</p> <p>りんごが有名</p> <p>リンゴくらいしかイメージにない</p> <p>りんごと大間のマグロ、にんにくしか知りません。</p> <p>わからない</p> <p>関西に住んでいて青森のものは高い値段がついている</p> <p>生産地記載の食品など、スーパーでは目にしていますが青森県産のものは特に記憶にありません。青森といえばリンゴしか思い浮かばないのですが・・・郵便局のカatalog販売で「わけ有りリンゴ」を毎年購入しますが、酸味と甘味がうまくマッチしてとても美味しいです。</p> <p>青森県産をもっとセールをすれば大阪の人も知るだろう。知らない産品が多い。</p> <p>特に思い当たらない</p> <p>北海道や九州の物産展はよくやっているが青森や東北の物産展が開催される回数が少ないが普通に生鮮食品として流通しててなげなく食べているものけっこうあると思う</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
	60代	ターゲット層	<p>アンテナショップで初めて見る商品も多く見るだけでも楽しいが、値段がかなり高い。もう少し安くならないのかな。</p> <p>お米、りんご以外の特産品を積極的に購入したいと思います。青森は今回の震災で直接は被害にあっていないが、東北地方だし震災地に近いことから少なからず影響は受けている。少しでも役に立つなら普段から東北地方の特産品を購入することで復興の役に立ちたいと思っています。</p> <p>それぞれの特徴を生かして頑張ってください。</p> <p>りんご、ホタテ等、美味しい物・魅力のある品があるので、もっと全国的にPRすると良いと思う。</p> <p>りんご以外あまり青森県の商品を知らないのも、もっと身近で知る機会が欲しいと思います。</p> <p>季節の香りが感じられるので買い物をする</p> <p>近隣のスーパーでは見かけた事が無い</p> <p>公害がなさそうなので、品質がよさそう。</p> <p>食品に対する取り組みが良い</p> <p>青森のねぶた祭りに合わせて東北を旅した事があります。市内を回りましたがとても上品な町との印象があります。その後何年かして青森でりんご農家の方と知り合いになってその方が作られたりんごジュースの販売をやりました。青森の県産品のメロンを一度食べてみたいですね。</p> <p>青森県と言えばまさきにリンゴを思い浮かべます。昔送ってもらったリンゴの美味しさはまだ私のなかでは最高でした。雪の中やっとどり着いた食堂で食べた新鮮なお刺身も、、、皆美味しかったです。</p> <p>青森県は凄く魅力のある県です。もう少し私たちの所まで届く様なPRが必要です。美味しいものが沢山あるのに知らないものが多くあり損しているようです。生産者も消費者もです。</p> <p>百貨店などの物産展を、もっと活発にやってほしい。</p>
		ターゲット予備層	<p>イメージとしてりんごですね。秋から春は青森のリンゴはよく購入します。</p> <p>そういえばニンニクは品質も良く愛用しています</p> <p>ほとんど知らない、りんごぐらいかな。</p> <p>りんごは郵便局で販売しているものが本当においしかった</p> <p>りんご以外、ほとんど知らない</p> <p>遠すぎてイメージがわからない。りんごやニンニクは品質が良いと思う。</p> <p>毎朝食にりんごをいただいていますし、にんにくも中国産の多い中青森産をえらんでいます。</p> <p>その他の野菜類も青森産なら安心できるとおもいます</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>アンテナショップが見つかったら ぜひ買ってみたい</p> <p>りんごが有名ですが、そのほかのものは、テレビでは良く紹介されていますが、手に入りにくいものが多い。</p> <p>関西では青森というりんごぐらいしか思い浮かばない。</p> <p>魚介類しかよく知らない</p> <p>空気のきれいなところで素朴な人達が手間をかけて作っておられる</p> <p>今まであまり目にかかることはなかったですが、これからは積極的にみていこうと思います。</p> <p>生産者の心息が、感じられます。</p> <p>青森県の製品は昔からなじみもあり大好き!今はりんごが最高!</p>
		無関心層	<p>あまり知らないのわからない</p> <p>ごぼうは見たことがあるが他には知らない。ホタテやいかは食べてみたい</p> <p>なるべく近隣のものが良い 多くある</p> <p>もっと手軽に買えるように、なったらよい</p> <p>よくわからない</p> <p>よく知らないのでコメントできない</p> <p>りんごぐらいしか知らない。</p> <p>りんごさくらんぼはおいしい</p> <p>りんごしか思いつかない。</p> <p>リンゴしか知らない</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>遠いのでー</p> <p>正しい情報を知りたい</p> <p>青森から遠いせいか、りんごやにんにく以外近くのスーパーには置いていない。</p> <p>青森といえばりんごです</p> <p>青森は東北だけど食品は原発と関係ないかなあ青森ってどこだっけ・・・日本海?じゃないよね・・・ごめん、秋田と勘違いしました。</p> <p>青森産の製品はあまり気にとめて見ていないのでこれからは気にかかけようと思います。</p> <p>特産品、名産品が多い件だと思うので、アンテナショップが近く(神戸三宮辺り)にあれば、買物のついでにいろいろと帰るのにと。或いは、百貨店で物産展なども、北海道展並の規模でやってくれればと思う。</p>
九州	20代	ターゲット層	<p>りんごが美味しい</p> <p>九州で遠いこともあるが、もっとPRしてもよいと思う。</p>
		ターゲット予備層	あまり広告されているイメージがないので、もっと知りたい。
		無関心層	<p>これを機に買って食べてみたいと思う</p> <p>たまにスーパーで青森産のものを見つけると、よく福岡まで来たな〜、とちょっと感心する。もちろん、もっと遠い北海道産のものもたくさんあるんだけど、北海道のものより品数が少ないからか、なんとなく遠いところのような気がする。北海道の方がいったこともあるし、身近な感じがする</p> <p>米やりんごが有名とは聞いたことがある。その他の果物類はあまり聞いたことがない。りんごは、店に売っていて美味しいもの(蜜入り等)なら買ってみたいと思う。</p>
	30代	ターゲット層	<p>PRをよくしている。地味だけど結構おいしいので応援している</p> <p>スーパーでも珍しくないし、味もいいのでよく利用します。しかし、青森の何かではなく、国産の何かとして捕らえるので、あまり注視したことはありません。近くにアンテナショップがあれば、もっと知らない青森県産や特産を知ることが出来そうです。九州と距離があるので、なかなか文化や特産を知らないのが現状です。もっと美味しいものがあるのですが、なかなか身近ではないですね。</p> <p>どこでも買えるようにしてほしい</p> <p>なかなか見ることがないので、みじかにあれば利用しやすいです。</p> <p>りんごがおいしそう</p> <p>りんごが美味しそう</p> <p>真近で見たこと無いので分かりません。</p> <p>西日本でのPRが足りないと思う</p> <p>青森県は、きっと空気がきれいなところなんだろうな〜というイメージがあります。アンケートに出てきたゴボウや山芋など、これまで食べたことのない農作物の特産品を食べてみたいです。どちらかというと農作物のイメージが強かったのですが、海産物の特産品も探してみようと思いました。</p> <p>素朴で誠実な感じがします。</p>
		ターゲット予備層	<p>あまり触れ合う機会が無いのでよくわかりません</p> <p>テレビでよく見るニンニクとクロマグロは知っているが、他はりんご以外はあまり聞かない</p> <p>まだ怖くて買えません、ごめんなさい</p> <p>りんご</p> <p>りんご!</p> <p>りんごは有名なので、安心して購入するが、その他が、あまり知名度がないので、安心して購入する気になれない</p> <p>近くで買える場所がないので答えようがない</p> <p>九州のほうではあまりみかけない。</p> <p>清酒が美味しいというイメージがあるので清酒にあう青森産のおつまんかを紹介されるといいかなと思います。</p> <p>素朴な印象です。寒い所なので、甘味などがしっかり出るのでしょうね。</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
		イメージ先行・食品無関心層	<p>おいしそう</p> <p>なかなか目にすることがないんですが、見つけたら手にとってみたい</p> <p>りんご以外は特に意識したことが無いので、よく分からない。</p> <p>安全性が多少不安</p> <p>住んでいる所から遠く、北海道みたいに物産展もやっていないので、手に入りにくい。知り合いに送ってもらったり、旅行に行かないと食べた事がなかった。</p> <p>身近でないのでよくわからない</p> <p>青森というとリンゴというイメージがとて強い。アンケート見て他にも色々あるんだなあと思った。</p> <p>青森に行ったことがないので、一度旅行してみて、お土産等を買ってみたいです。その後、美味しかったらまた購入してみようと思う思います。</p> <p>地元からは遠い離れたところなのであまり情報が入ってこないのよくわかりませんがイベントをたくさんしてほしいです。</p> <p>特に青森県産と意識して購入していない</p>
		無関心層	<p>あまり知られてないし、流通してないと思う。</p> <p>あまり売ってあるのを見たことがない</p> <p>お米、りんご以外何も知らないことに気づきました。長崎県民なので、あまり知る機会もないです。興味はあります。アンテナショップがあれば是非覗いてみたいです。</p> <p>このアンケートでりんご以外の県産品があるのはわかったが、普段目にする事が出来ない。</p> <p>すみません、りんご以外よく分かりません。私が行くお店では、青森県産の物を売っていないので...</p> <p>にんにくを買おうと思うと決まると中国産と青森産が並んでいる。なるべく国産品を買おうと思っているので、青森産を買うのですが、中国産の何倍もするのでいつもびっくりします。大きいし張りもあるので良いとは思いますが.....</p> <p>もっと身近なスーパーなどで販売してほしい</p> <p>もっと身近になるように宣伝してほしい。</p> <p>リンゴが美味しそう。</p> <p>りんごが有名</p> <p>りんごくらいしか知らない</p> <p>りんごしかイメージがない</p> <p>安心感がない</p> <p>遠いから何があるのか分からない</p> <p>遠いため、流通量が少ないのか?あまり青森産というのを意識して買い物したことがない。</p> <p>寒い地方ならではの食べ物をもっと全国にひろげてほしい</p> <p>住んでいる地域からは遠く、スーパーなどでは青森産のものはほとんど見かけないです。にんにくくらいでしょうか。</p> <p>信頼できると思う。</p> <p>正直なところ「りんご」と「りんご関連商品」くらいしか思い浮かばない。スイーツとかは好きなので、食べてはみたいけれど、日常生活の中で青森県産品に出会うことはほとんどない。</p> <p>青森はりんごのイメージしかない。</p> <p>素朴な感じがする</p> <p>特に今まで意識したことがなかったのですが青森といえばりんごのイメージです</p> <p>特別イメージはないので、逆にもっとPRをして欲しい。りんごしか分かりません。</p> <p>放射能の検査をしっかりとしてほしい</p>
	40代	ターゲット層	<p>あまり目にする機会がありません。</p> <p>おいしい、高級品</p> <p>さむい土地で出来た上質な作物</p> <p>どこの県産品でも、美味しいと思えるものしか購入しない。また、前述の通り「国の機関を信用できない」ため、品質表示等、信用できない。</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>もつと福岡でも食べられたらいいのになと思う。</p> <p>やはりリンゴがまず思い浮かぶ。</p> <p>リンゴがおいしい。</p> <p>りんごは美味しいので何時も時期には購入する様にしている</p> <p>遠い県であまりなじみがないが、少し青森県産の商品をチェックしてみようと思った。</p> <p>近所のスーパーでも手に入るのなら、購入が増えると思います。</p> <p>個性的</p> <p>広告媒体などで取り上げてもらって知名度を上げる。</p> <p>新鮮で 美味しい</p> <p>身近ではあまり紹介されていないので情報が少なく、たまに福岡市内のデパートなどで物産展などの紹介をテレビでやっているが、普段からデパートなどに行くことがほとんどないため青森の県産品に触れる機会がない。もつと身近にあるスーパーなどでやってくれたら良いと思う。</p> <p>身近にないので良く分からない。</p> <p>青森と言えば、りんご!まぐろがまず思いつきます。</p> <p>昔知人がりんごをよく送ってくれていたがとてもおいしかった</p> <p>素朴</p> <p>丁寧に作られてるイメージがあって好感がもてる。</p> <p>農産物よい</p> <p>百貨店などでの催事を増やしてほしい</p> <p>米、りんご、にんにく、まぐろ…青森県産品は、品質のよい商品が多い印象を持っています。生産者の方も、誠実なイメージがあり、青森県産品への印象は、とてもいいです。ただ、九州在住としては、野菜や魚など、地元や近隣の生産品も、品質がよいものが多いので、物産展や取扱い店舗など、信頼のおける場所で、青森県産品が購入できるときは、利用したいと思っています。</p> <p>放射能汚染の影響(風評被害)が少なからずあると思いますが、がんばってほしいです。</p> <p>本当に有名な物しか知らない</p>
		ターゲット予備層	<p>あまり身近ではないのでよくわからない</p> <p>あまり知らないなので、もう少しPRしてほしい。</p> <p>お酒がおいしいというイメージがあるので、一度試してみたい。</p> <p>とくにありません</p> <p>マグロは、家族の者が好きなので、買ってみたい。リンゴは、毎年おいしくいただいています。</p> <p>みちのく夢プラザは普通の買い物コースから大きくはずれており行きにくい</p> <p>りんご</p> <p>リンゴぐらいしか知りません。ごめんなさい。</p> <p>りんごとねぶた祭りぐらいしか知りません。東北の食品は醤油からイメージがあります。</p> <p>行ったことない</p> <p>新鮮なイメージはあるが、手に入るところを知らない</p> <p>身近に感じられる県ではない為、意見が出ない</p> <p>青森といえばりんごぐらいしか思いつかないので、もつとPRした方が良いと思う</p> <p>全然知らないので知識がない</p> <p>沢山の県産品があることが改めてわかりました。今まで意識して購入したことがなかったので、これから少し意識してみようと思いました。</p> <p>地域性になじみがないのでよくわからない</p> <p>長いものを時々購入する位なので、特に意見はありません。</p> <p>特に思い入れはない</p> <p>被害にあわれて大変なのは、ニュースで知っているが、こと食品に関しては、口にできないのが本音だ。別のことで協力していこうと思う。</p> <p>分からない</p> <p>面白い</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
		イメージ先行・食品無関心層	<p>1 度 ちゃんと食べてみたい</p> <p>2 かいほど、みちのく夢プラザに行ったことがあります。いかのおつまみを買いました。福岡のものとは違うものがあって、楽しかったです。</p> <p>おいしい</p> <p>おいしそうなのが多い</p> <p>なじみがないが、りんごは有名なので、加工製品が出回っていて嬉しい。</p> <p>海の幸も山の幸も、美味しいものがたくさんありそうだし、九州ではあまり購入する機会はないけど、りんごやマグロは知っている。自然が多いから県産品のブランド価値は高いと思う。近くで購入できるアンテナショップがあれば是非利用したいと思う。</p> <p>残念ながら、あまり青森県の県産品を存じあげないので、イメージが浮かびません。りんごは非常においしいと思います。</p> <p>新鮮</p> <p>青森県産のりんごジュースを全国の店に置いてもらえればと思う。北海道出身なので、よく青森産のりんごジュースを買っていたのと、美味しいから～</p> <p>青森特産品の購入に協力したい</p> <p>長崎まで遠いので価格は高くなる</p>
		無関心層	<p>PR が足りないと思う</p> <p>あまりにも遠くて、にんにくとリンゴくらいしか思い浮かばないが、有名で味が良いと思う。</p> <p>あまりよく知らない</p> <p>あまり身近には感じられない。機会があればアンテナショップに行ってみたいと思った。</p> <p>おいしいものがたくさんある</p> <p>おいしそう</p> <p>すみません、よく知らないので</p> <p>とにかく りんごのイメージが強く他は分かりません。。。</p> <p>もっといろいろな種類の商品があるといい。</p> <p>よく行くスーパーに、青森産のりんごと長芋がある。最近買ったりんごが、高かったけれどおいしかった。あまり産地のアピールはないので(どこの県でも)、県産品といわれてもピンとこない。</p> <p>よく知らないので 分からない</p> <p>りんごが有名</p> <p>りんごしか知らない</p> <p>りんごのイメージがどうしても強いので、それ以外の商品ももっと PR した方が良いと思う。</p> <p>リンゴのイメージしかない</p> <p>りんごのイメージしかない</p> <p>りんごは美味しかった</p> <p>りんご位しか、見かけたことがないです。</p> <p>わからない</p> <p>以前リンゴとリンゴジュースをいただいておいしかった</p> <p>何でも美味しそう。</p> <p>近くで購入出来る店があれば行ってみたい。</p> <p>近くにアンテナショップ等がないのでよく知らない。</p> <p>九州からは遠いので価格が高そう</p> <p>九州では見かけない。北海道物産展はある。</p> <p>県全体で無農薬リンゴに取り組んでほしいです</p> <p>自然がいっぱいで食べ物がおいしそう</p> <p>住んでいる所にはあまり情報が入らないので、よくわからない</p> <p>食料品は国産かどうかのチェックはしないので、青森産を意識して購入することがありません。青森といえば、りんごくらいしか思いつかないし、あえて青森産を食べているわけではなく、たまたまスーパーが入荷しているのが青森産である時は購入していると思いますが、記憶にありません。青森産だから美味しそう、購入したい、という気持ちは特にはないです</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>人情あふれる土地というイメージがあるので、丁寧に作ってある品と思う。</p> <p>青森といえりんごのイメージだけど、他にもいろいろありますよね。今度産地を気にして買い物してみます。</p> <p>青森と言ったらりんごとか言いようがない。すみません。</p> <p>青森について全く無知である</p> <p>知っているのはりんごだけ</p> <p>天神のアンテナショップに何回か行ったことがあります。もっとPRしたら良いのと思います。</p> <p>特段の意見はない。</p>
	50代	ターゲット層	<p>PR 不足のような気がします。</p> <p>おいしい</p> <p>おいしそう</p> <p>オウマのマグロやりんごは有名なので良く知っていますがそれ以外の物はあまり知りません 福岡にアンテナショップが有る事も知りませんでした。今度、行って色々な物見て買ってみます。</p> <p>はまる物ができるかも</p> <p>たくさんの産物があるとは知らなかった</p> <p>ときどきのぞくが気に入ったものがある</p> <p>もっとテレビ等で知りたい</p> <p>りんごが有名でそれくらいしか知らないし、食べたことがない</p> <p>りんごは本当に美味しい</p> <p>一昨年青森に旅行しました。名前を忘れましたが、にんにくの加工品で黒くて匂いもしないものがあり気に入りました。どこでも購入できればいいと思います。</p> <p>遠く離れた県なので、いろいろと美味しい物が、ありそうで気になります。</p> <p>遠すぎて 産物をよく知りません</p> <p>寒いところなので食べ物おいしい。</p> <p>寒い地方なので、漬物や果物、魚などの加工品など、おいしそうですね</p> <p>機会があればいろんな製品を見たい</p> <p>現地に行って食べた物が みんな美味しかったです</p> <p>身近にはなかなかないがアンテナショップとかに行くとどんなものがあるか見てみたい。</p> <p>青森県だと、どうしてもりんごが一番に思いつきます。海の幸。県産品だと、加工品が多くあまり購買意欲が湧かない。リンゴ以外の果物もアビールがあると良いと思います。</p> <p>鮮度が良い商品だと思う。</p> <p>素朴で美味しい物が多い</p> <p>大間のまぐろを格安で食べたい</p> <p>美味しいものをたくさん作ってほしい</p>
		ターゲット予備層	<p>あまりよくは知らない、ねぶた祭り、にんにく、りんご、ぐらいです。</p> <p>あまり良く知らないが、イメージは良品だと思う</p> <p>イメージとしては美味しい・ブランドという感じがあるが、居住地が九州のため特定の有名品以外はあまり馴染みがないのが実情です。もっと身近のスーパーで取り扱ってほしい購入したいと思います。</p> <p>ネームヴァリューが福島県と比べるとないように感じる。</p> <p>はちみつ等はあるのでしょうか</p> <p>マグロ以外知らない</p> <p>もっと身近にあると良いと思います</p> <p>よく知りません</p> <p>りんごの加工品が沢山あったように思う</p> <p>りんごの種類が多く、毎年楽しみにして食べています。他の物は、申し訳ないけれど、よく知りません。ごめんなさい。</p> <p>遠いので、有名なリンゴ以外あまり意識したことがない。安心して食べることができるものがあれば知りたいと思う。</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>麹は時々買っている</p> <p>私の住んでいるところからは青森はあまりにも遠くて知人、親類もいないのでびんと来ず、何も感じない。</p> <p>自然食品が多い</p> <p>自分自身が青森について何も知らないことが分かりました。</p> <p>青森の県産品を意識したことがなく、どのようなものがあるかわからないので意見が浮かばない。ただ食品にかんしては塩分が強いイメージがある。</p> <p>地産地消を心がけてはいるけれど、食べてみたことがないものは、生きているうちに味の分かるうちに一回は食べてみたい</p> <p>名産品をよく知らない</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>お米やリンゴは有名だからおいしそうだとにかくりんごがおいしい。</p> <p>もう少し安価で買えるとうれしい。</p> <p>よくわからない。</p> <p>九州の人間にはあこがれの地です。一度行ってみたい!</p> <p>佐賀県では見たことがない気がします</p> <p>青森県産の野菜は、長崎のスーパーで普通に売られています。にんにくはとでも有名です。</p> <p>知らない商品がたくさんあった</p> <p>珍しいものがありそうだと思う</p> <p>福岡にもアンテナショップがあるようなので、行ってみたい。</p>
		無関心層	<p>(あまりにタイムリーなアンケートでビックリしています)先月、息子が、今月、夫が、初めて青森に行っています。旅行所を見て、青森の物産を色々知り、お土産を頼みました。息子は青森(浅虫温泉)から生のホタテを送ってき、大変美味しかったです。今気になっているのは「味噌カレー牛乳ラーメン」です。</p> <p>アンテナショップに最近行っていなかったで、行ってみます</p> <p>あんまり 遠くてわからない</p> <p>ちよつと遠すぎてなじみがないですねえ</p> <p>なかなか身近にはないので、もう少し手に入りやすいといいんですけど。美味しい物がいろいろあるんですね。</p> <p>もっとアピールすればいいと思う</p> <p>よくわからない</p> <p>りんごが美味しい</p> <p>リンゴ以外あまり馴染みがない</p> <p>距離感があって、よくわからない</p> <p>興味はあります。食べる機会があると嬉しいのでアンテナショップに足を運んで見ます</p> <p>九州なので青森県産の商品を目にしない</p> <p>今まで青森県産というものを意識したことがなかった。今度、見てみようと思う</p> <p>自然に恵まれて、野菜とか新鮮と思うけど、ここまで来るのに時間がかかりそう</p> <p>長崎ではあまりなじみがないので、キャンペーンをやってもらいたい。</p> <p>馴染みがないので分からない。</p> <p>売り場を全国に広げて欲しい</p> <p>目新しいものがたくさんあって、いいと思います。</p> <p>余りよく知らないのです</p>
	60代	ターゲット層	<p>デパートで青森県産品フェアで買ったホタテ貝柱とりんごドレッシングがとても美味しかったとくにありません</p> <p>まだ知らない県産品をもっと知りたいし食べてみたい。</p> <p>加工品の販売が主になるのは分かりますが、生鮮食料品ももう少し販売していただくとアンテナショップに立ち寄る回数が増えると思います。</p> <p>果物が新鮮で大好きです。</p>

地域	年代	消費者構造	青森県産品に対する意見
			<p>商品の種類が少ない</p> <p>青森 イコール リンゴくらいしか 思いつかない。住んでいるところから 遠すぎて 食べる機会がない。</p> <p>青森県の県産品をもっとPRして欲しいと思う。</p> <p>南と違って、魚介類は青森の方が身が締まっておいしさが違います。又、りんごジュースの美味しいこと。</p> <p>福岡市天神のみちのくプラザは知っていますが、いつも終了 y が少なく満足できないことが多い。</p>
		ターゲット予備層	<p>あまりに通すぎて身近にかんじられない。</p> <p>あまり青森県産について知りません。</p> <p>青森県のりんごは車で売りに来たので買ったことはある。青森県産はあまり販売されていないと思う。</p> <p>知らない</p>
		イメージ先行・食品無関心層	<p>美味しい</p>
		無関心層	<p>この機会に、青森県から九州にも色々な、食材が入っていると知ったので、食してみたい</p> <p>みちのく夢プラザでは、何度か買い物をしたが、東北の物産館というイメージで、その中のどれが青森県産とかは、意識していなかった。全国どこでも同じような物を作っていて、地元産の方が新鮮で安く手に入るの、遠隔地の生鮮品に拘らない。</p> <p>もっと身近なところで販売して欲しい</p> <p>りんご、ニンニク以外はあまり知りません。もっとデパートなどで物産展をするのいいと思います。</p> <p>北海道物産展はしょっちゅうあっています。</p> <p>りんごが有名美味しい</p> <p>りんごくらいしか知らない</p> <p>りんごはおいしいですね、coop で買えるので利用しています</p> <p>九州に住んでいるので、青森産にはあまり店が見ない</p> <p>身近に 売っているところを しらない</p> <p>青森といえば、りんごですよ。それとにんにくが浮かびます。今は何処の県でも販売していますが、私はこの品物は青森県のを絶対買います。</p> <p>青森県といえばすぐりんごを思い出します 色々な特産品があるようですがもう少し宣伝が欲しいと思います</p> <p>青森県産品の情報を持ち合わせていないのでリンゴやサクランボくらいしか知りません。でも青森の有名でおいしい食品があれば1度は試食してみたいです。青森を訪れてみたらもう少し興味も湧くしおいしいもの興味の湧くものが見つかると思います・・・</p> <p>知らないの で 意見を言えません</p>