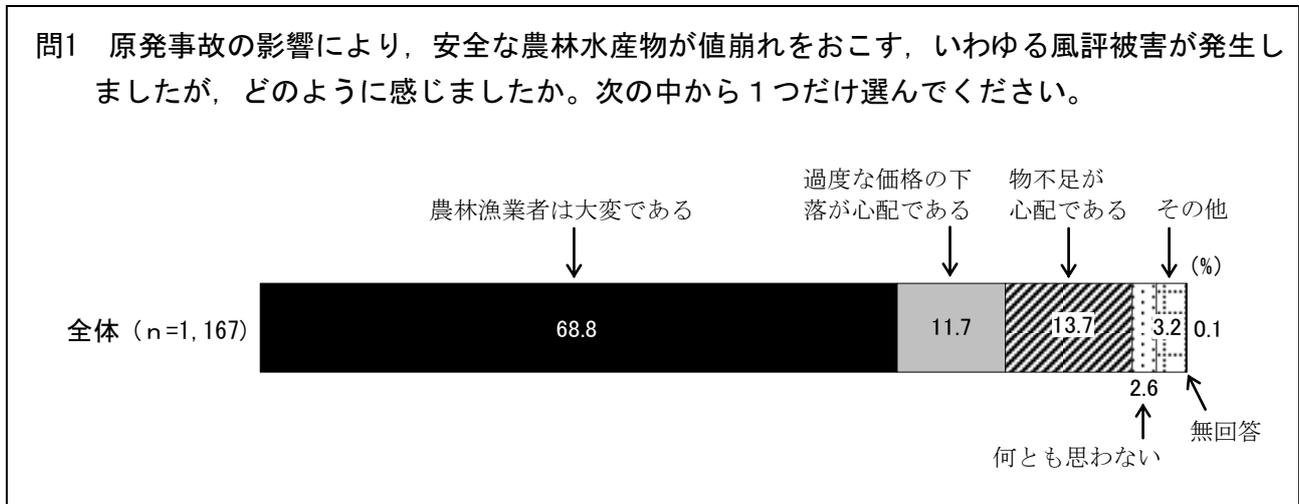


Ⅸ 風評被害に対し感じたこと

1. 風評被害に対し感じたこと

—「農林漁業者は大変である」が約7割—



原発事故の影響による風評被害に対し感じたこととしては、「農林漁業者は大変である」(68.8%)が約7割を占めており、「物不足が心配である」(13.7%)と「過度な価格の下落が心配である」(11.7%)が1割を超えている。一方、「何とも思わない」(2.6%)は、わずかである。

—「農林漁業者は大変である」は、県南で7割を超えて最も高い—

地域別でみると、「農林漁業者は大変である」は、県南(72.5%)で7割を超えて最も高く、鹿行(61.1%)以外の地域で、約7割となっている。「物不足が心配である」と「過度な価格の下落が心配である」は、県南以外の地域でいずれも1割台半ばとなっている。

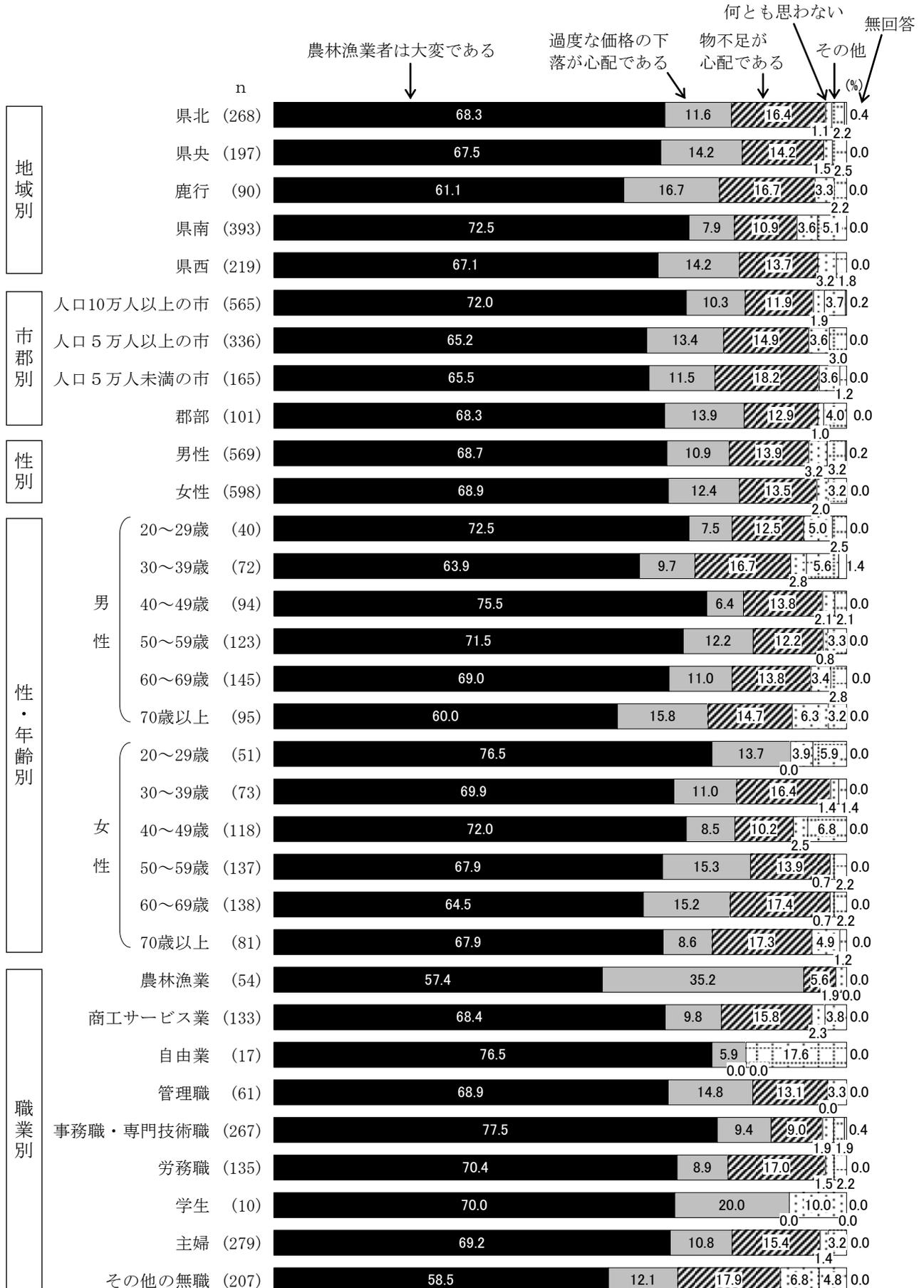
市郡別でみると、「農林漁業者は大変である」は、人口10万人以上の市(72.0%)で7割を超えて最も高く、それ以外の層では6割台半ばを超えている。「物不足が心配である」と「過度な価格の下落が心配である」は、すべての層で1割台となっている。

性別では、大きな差はみられない。

性・年齢別でみると、「農林漁業者は大変である」は、男性の20代(72.5%)、40代(75.5%)、50代(71.5%)、女性の20代(76.5%)、40代(72.0%)で7割を超えている。

職業別でみると、「農林漁業者は大変である」は、事務職・専門技術職(77.5%)で約8割と最も高く、それ以外の職業では、農林漁業(57.4%)、その他の無職(58.5%)以外の職業で7割前後となっている。

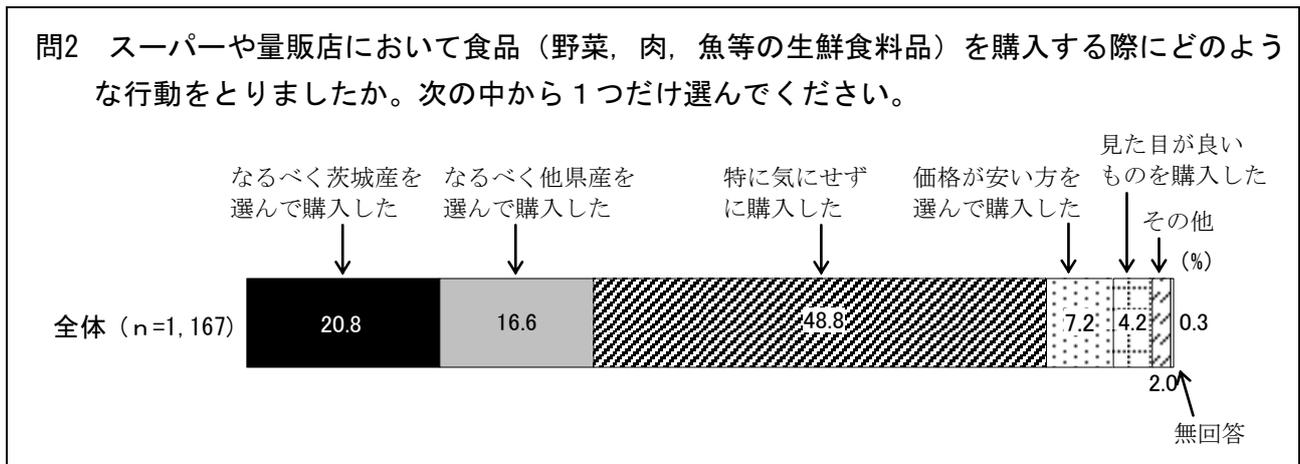
図Ⅸ 1-1 風評被害に対し感じたこと（地域別，市郡別，性別，性・年齢別，職業別）



(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

2. 食品を購入する際の行動

—「特に気にせずに購入した」が約5割—



スーパーや量販店において食品を購入する際にとった行動としては、「特に気にせずに購入した」（48.8%）が約5割を占め、「なるべく茨城産を選んで購入した」（20.8%）が約2割、「なるべく他県産を選んで購入した」（16.6%）が1割台半ばなどとなっている。

—「特に気にせずに購入した」はすべての地域で5割前後—

地域別でみると、「特に気にせずに購入した」は、すべての地域で5割前後となっている。「なるべく茨城産を選んで購入した」は、県北（17.9%）、県西（18.7%）以外の地域で、2割を超えている。「なるべく他県産を選んで購入した」は、県北（19.8%）と県南（17.0%）で約2割と最も高くなっている。

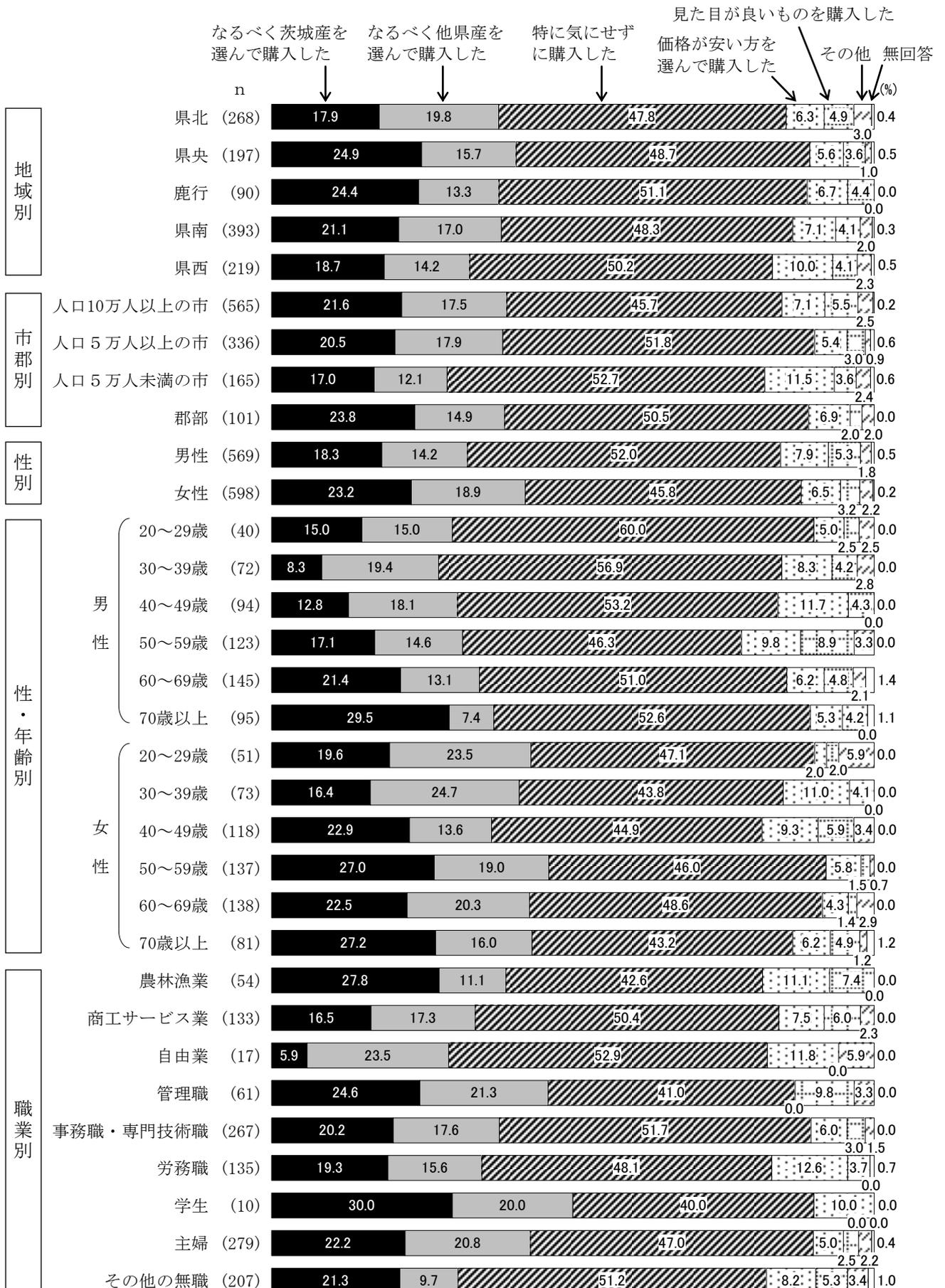
市郡別でみると、「特に気にせずに購入した」は、人口10万人以上の市（45.7%）以外の層で5割を超えている。「なるべく茨城産を選んで購入した」は、人口5万人未満の市（17.0%）以外の層で、2割を超えている。「なるべく他県産を選んで購入した」は、すべての層で1割台半ばとなっている。

性別でみると、「特に気にせずに購入した」は、男性（52.0%）が女性（45.8%）よりも約6ポイント高くなっている。「なるべく茨城産を選んで購入した」は、女性（23.2%）が男性（18.3%）よりも5ポイント、「なるべく他県産を選んで購入した」でも、女性（18.9%）が男性（14.2%）よりも約5ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「特に気にせずに購入した」は、男性の20代（60.0%）で6割と最も高く、女性ではすべての年代で4割台となっている。「なるべく茨城産を選んで購入した」は、男性の70歳以上（29.5%）、女性の50代（27.0%）、70歳以上（27.2%）で約3割と高く、男性の60代（21.4%）、女性の20代（19.6%）、40代（22.9%）、60代（22.5%）で2割前後となっている。「なるべく他県産を選んで購入した」は、女性の20代（23.5%）と30代（24.7%）で2割台半ばとなっている。

職業別でみると、「特に気にせずに購入した」は、農林漁業（42.6%）と管理職（41.0%）以外の職業で5割前後となっている。「なるべく茨城産を選んで購入した」は、管理職（24.6%）で2割台半ばと最も高くなっている。また、商工サービス業（16.5%）以外の職業では2割前後となっている。「なるべく他県産を選んで購入した」は、その他の無職（9.7%）で1割未満と低くなっている。

図Ⅸ 2-1 食品を購入する際の行動（地域別，市郡別，性別，性・年齢別，職業別）

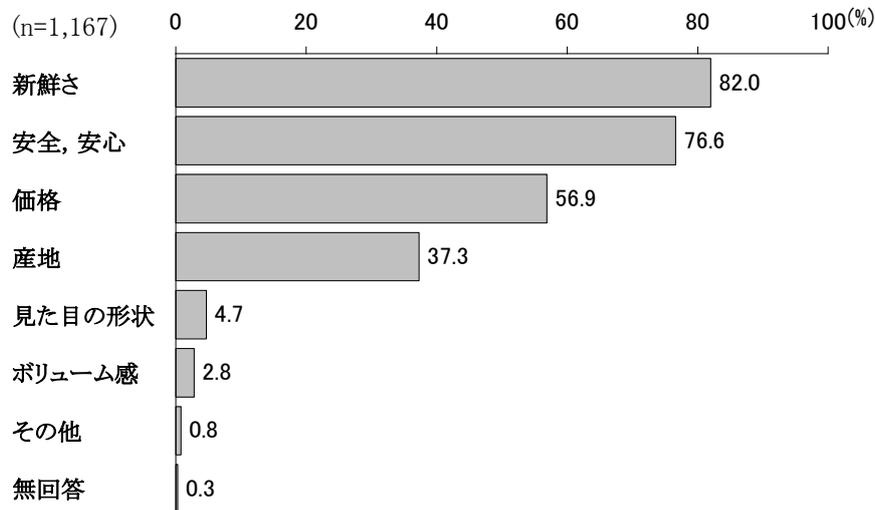


(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

3. 食品の買い物の際に注意していること

—「新鮮さ」が8割を超えている—

問3 食品（野菜，肉，魚等の生鮮食料品）の買い物の際に注意していることはどんなことですか。次の中から3つまで選んでください。



食品の買い物の際に注意していることとしては、「新鮮さ」（82.0％）が8割を超えて最も高く、次いで「安全，安心」（76.6％）が7割台半ば、「価格」（56.9％）が5割台半ば、「産地」（37.3％）が約4割で続いている。

—「新鮮さ」は女性の60代で9割台半ばと特に高い—

地域別でみると、「新鮮さ」は、鹿行（87.8％）と県央（87.3％）で約9割と特に高くなっている。「安全，安心」は、鹿行（84.4％）で8割台半ばと高くなっている。「価格」は、県北（62.3％）と県西（66.2％）で6割台と高くなっている。

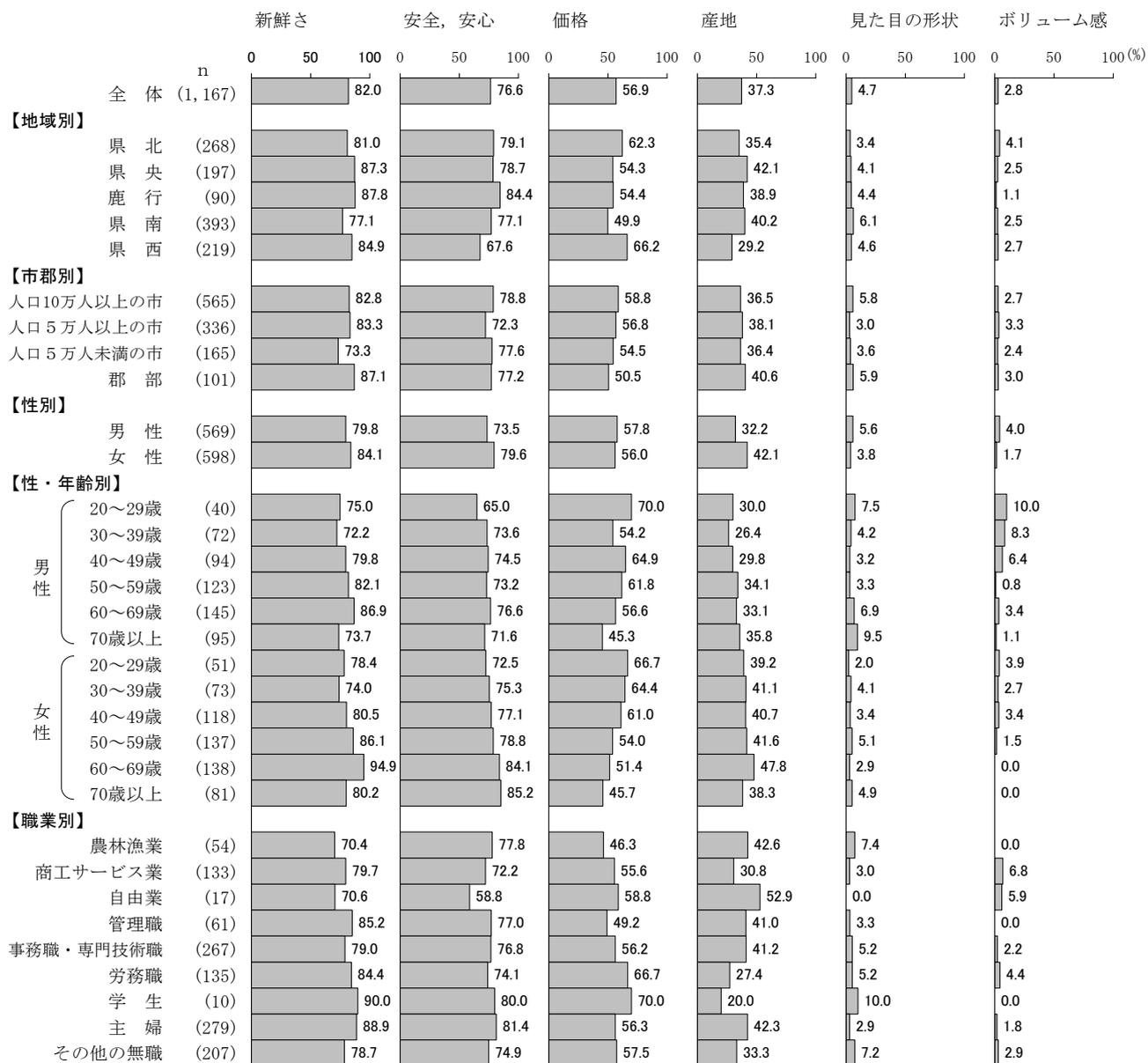
市郡別でみると、「新鮮さ」は、人口5万人未満の市（73.3％）以外の層で8割を超えている。「安全，安心」は、すべての層で7割台となっている。

性別でみると、「新鮮さ」は、女性（84.1％）が男性（79.8％）よりも約4ポイント高く、「安全，安心」でも約6ポイント、「産地」でも約10ポイント、女性が男性よりも高くなっている。

性・年齢別でみると、「新鮮さ」は、女性の60代（94.9％）で9割台半ばと特に高く、男性の60代（86.9％）と女性の50代（86.1％）でも8割台半ばを超えている。「安全，安心」は、女性では年代が上がるほど割合が高くなっており、70歳以上（85.2％）では8割台半ばとなっている。一方、「価格」は、女性で年代が上がるほど割合が低くなっており、20代（66.7％）では6割台半ばを超えるが、70歳以上（45.7％）では4割台半ばとなっている。

職業別でみると、「新鮮さ」は、主婦（88.9％）で約9割と最も高く、管理職（85.2％）と労務職（84.4％）でも8割台半ばと高くなっている。「安全，安心」は、主婦（81.4％）で8割を超え、「価格」は、労務職（66.7％）で6割台半ばを超えて高くなっている。

図区 3-1 食品の買い物の際に注意していること
(地域別, 市郡別, 性別, 性・年齢別, 職業別)



(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

4. 直売所で食品を購入する割合

—「すべてスーパー等で購入する」が約3割—

問4 県内には、地産地消を進める直売所も数多くありますが、スーパーや量販店と比べて、直売所で食品（野菜、肉、魚等の生鮮食料品）を購入する割合はどの程度ですか。次の中から1つだけ選んでください。



直売所で食品を購入する割合は、「どちらかというとスーパー等の方が多く」（53.6%）が5割台半ばを占め、次いで「すべてスーパー等で購入する」（29.6%）が約3割、「スーパー等と直売所の購入割合は半分ずつくらいである」（9.6%）が約1割で続いている。

—「どちらかというとスーパー等の方が多く」がすべての地域で5割を超える—

地域別でみると、「どちらかというとスーパー等の方が多く」は、すべての地域で5割を超えている。「すべてスーパー等で購入する」は、県西（39.7%）で約4割と最も高く、県北（28.0%）、鹿行（32.2%）、県南（27.2%）で3割前後となっている。

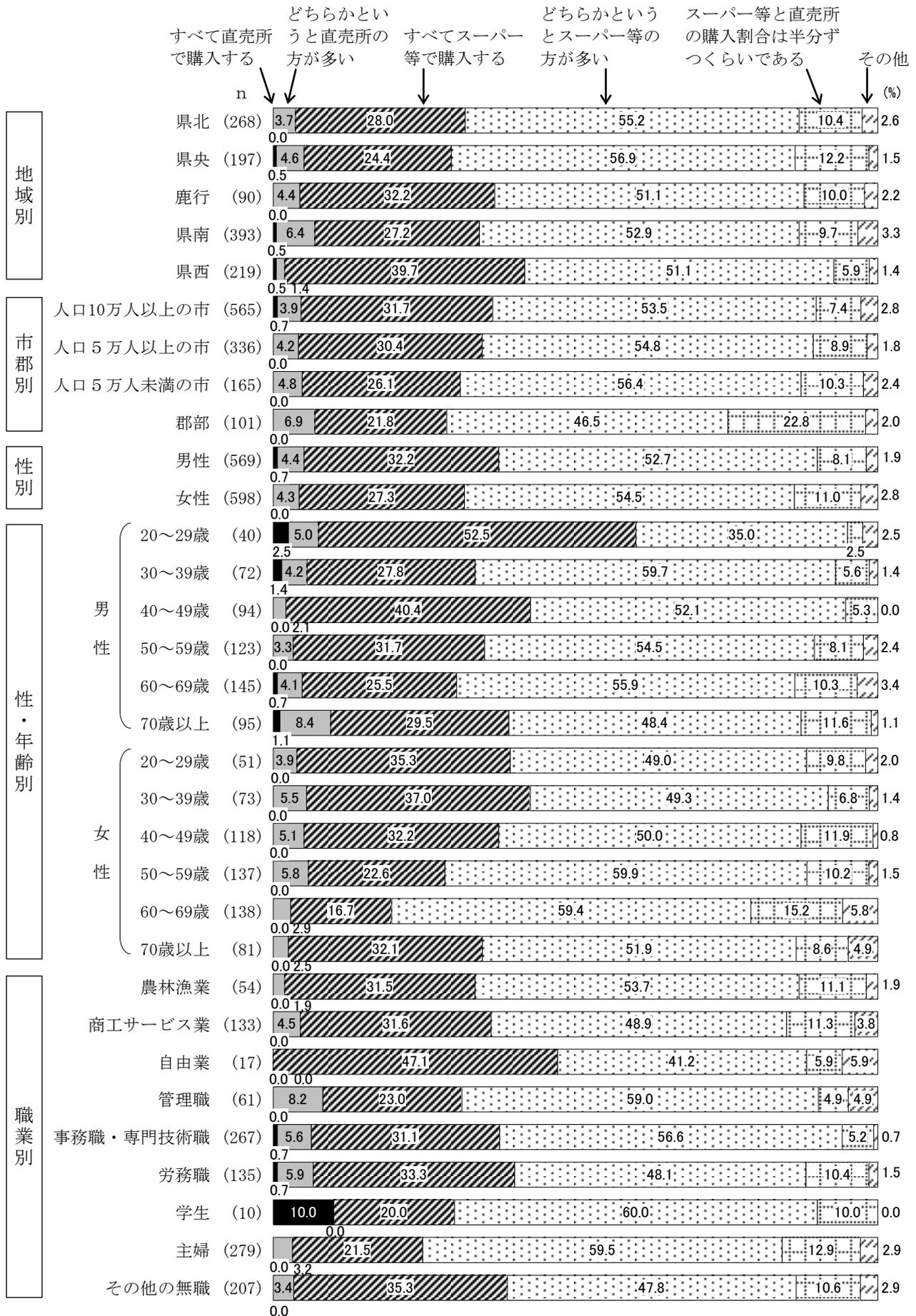
市郡別でみると、「どちらかというとスーパー等の方が多く」は、郡部（46.5%）以外のすべての層で5割台半ばとなっている。「すべてスーパー等で購入する」でも、郡部（21.8%）で最も低く、人口規模が大きくなるほど割合は高くなっている。また、「スーパー等と直売所の購入割合は半分ずつくらいである」は、郡部（22.8%）で最も高くなっている。

性別でみると、「すべてスーパー等で購入する」は、男性（32.2%）が女性（27.3%）よりも約5ポイント高くなっている。

性・年齢別でみると、「どちらかというとスーパー等の方が多く」は、男性の30代（59.7%）、女性の50代（59.9%）と60代（59.4%）で約6割と高く、男性の20代（35.0%）で3割台半ばと最も低いが、それ以外の年代では5割前後となっている。「すべてスーパー等で購入する」は、男性の20代（52.5%）で5割を超えて特に高くなっている。「スーパー等と直売所の購入割合は半分ずつくらいである」は、女性の60代（15.2%）で1割台半ばと、それ以外の年代に比べて高くなっている。

職業別でみると、「どちらかというとスーパー等の方が多く」は、管理職（59.0%）と主婦（59.5%）で約6割と高くなっている。

図区 4-1 直売所で食品を購入する割合（地域別，市郡別，性別，性・年齢別，職業別）



(注) 自由業及び学生は回答人数が少ないので分析ではふれていない。

