

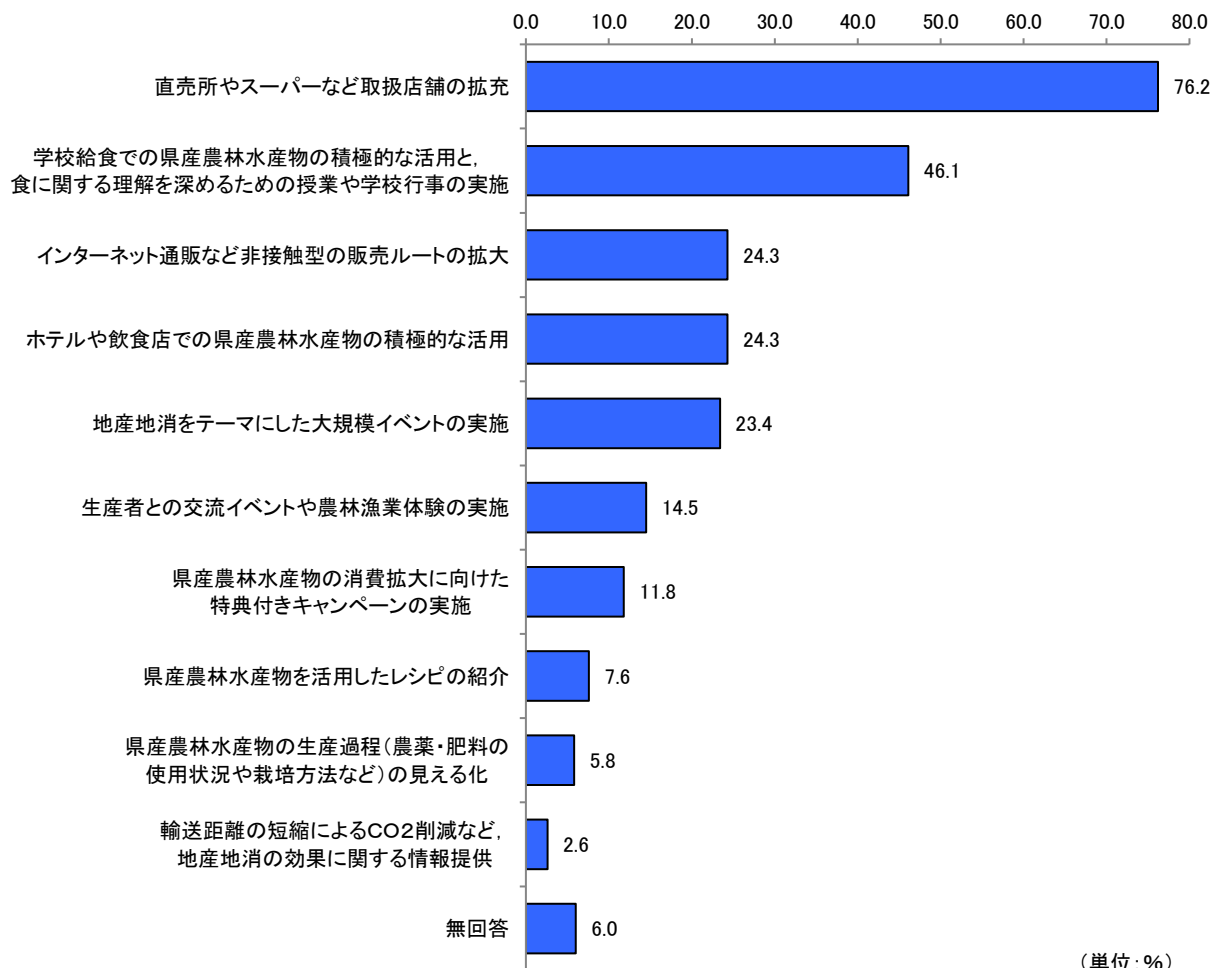
## 19. 地産地消の意識について

### (1) 地産地消が進むと考える取組

問46 あなたはどのような取組があれば、地産地消が進むと考えますか。主なものを3つ以内で選んでください。(M. A.)

#### 「直売所やスーパーなど取扱店舗の拡充」が8割弱

地産地消が進むと考える取組について、「直売所やスーパーなど取扱店舗の拡充」と回答した割合が76.2%と最も高く、次いで「学校給食での県産農林水産物の積極的な活用と、食に関する理解を深めるための授業や学校行事の実施」(46.1%)、「インターネット通販など非接触型の販売ルートの拡大」(24.3%)、「ホテルや飲食店での県産農林水産物の積極的な活用」(24.3%)となっている。



## ＜属性による比較＞

### 【生活圏別】

広島地方生活圏は「地産地消をテーマにした大規模イベントの実施」が25.2%と他の生活圏と比べて5ポイント以上高い。備北地方生活圏は「学校給食での県産農林水産物の積極的な活用と、食に関する理解を深めるための授業や学校行事の実施」(46.7%)、「ホテルや飲食店での県産農林水産物の積極的な活用」(28.5%)、「生産者との交流イベントや農林漁業体験の実施」(16.7%)が他の生活圏と比べて高い。「直売所やスーパーなど取扱店舗の拡充」は広島地方生活圏(76.4%)と備後地方生活圏(76.5%)が7割を超えて高い。

### 【性別】

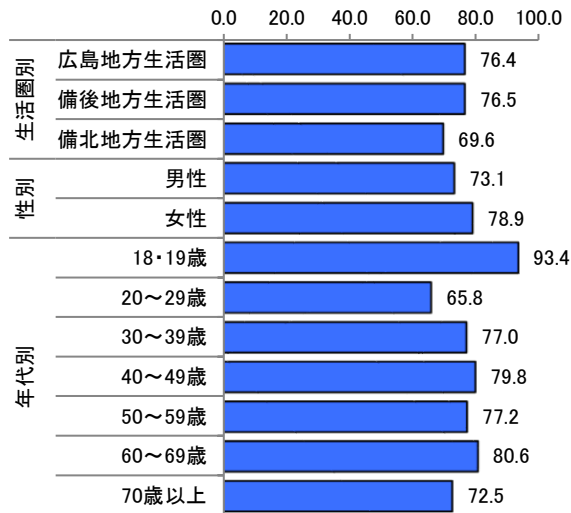
男性は「インターネット通販など非接触型の販売ルートの拡大」(26.8%)が女性(22.1%)と比べて 4.7 ポイント高い。女性は「直売所やスーパーなど取扱店舗の拡充」(78.9%)が男性(73.1%)と比べて 5.8 ポイント、「学校給食での県産農林水産物の積極的な活用と、食に関する理解を深めるための授業や学校行事の実施」(48.7%)が男性(43.1%)と比べて 5.6 ポイント高い。

### 【年代別】

「直売所やスーパーなど取扱店舗の拡充」は 18・19 歳が 93.4%と9割を超えて高い。「インターネット通販など非接触型の販売ルートの拡大」は 20 歳代以下が4割を超え他の年代と比べて高く、「学校給食での県産農林水産物の積極的な活用と、食に関する理解を深めるための授業や学校行事の実施」は 40 歳代が5割以上で高い一方で 18・19 歳は 31.8%と低い。

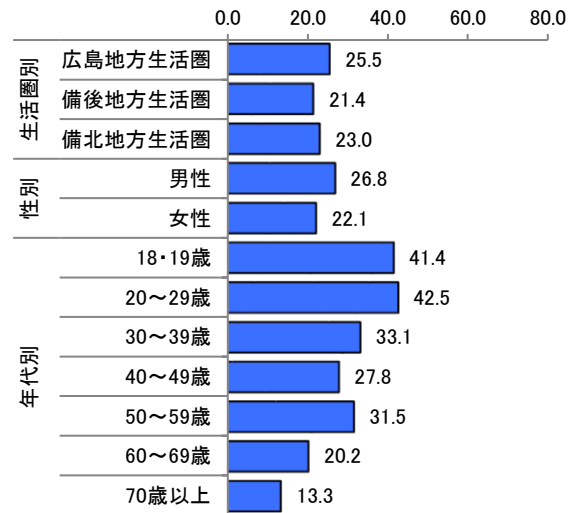
## 地産地消が進むと考える取組(生活圏, 性, 年代別)

### 直売所やスーパーなど取扱店舗の拡充



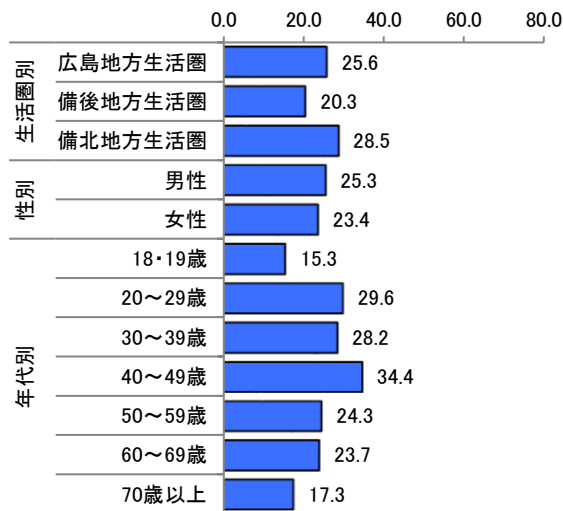
(単位: %)

### インターネット通販など非接触型の販売ルートの拡大



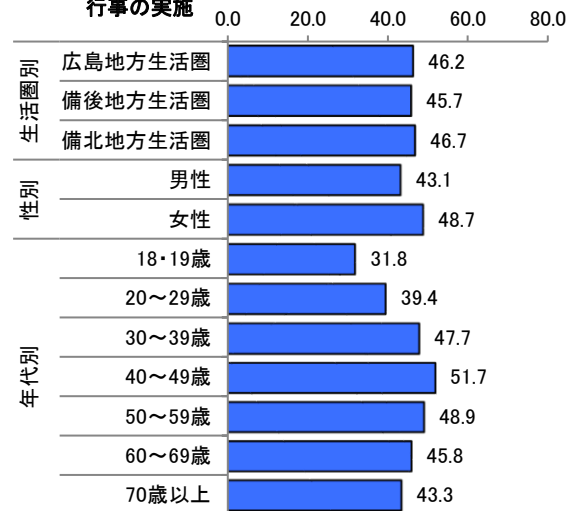
(単位: %)

### ホテルや飲食店での県産農林水産物の積極的な活用



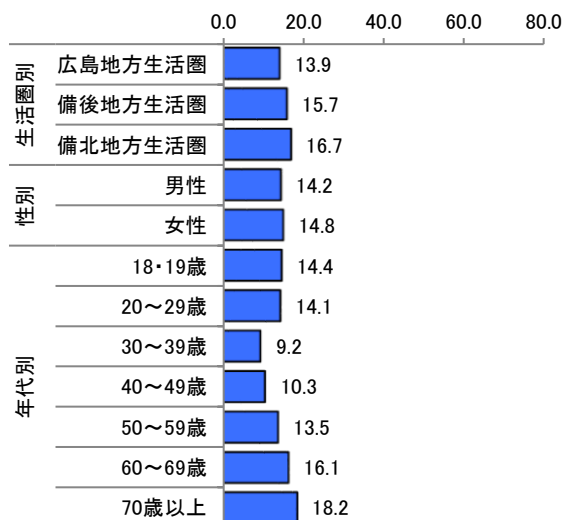
(単位: %)

### 学校給食での県産農林水産物の積極的な活用と、食に関する理解を深めるための授業や学校行事の実施



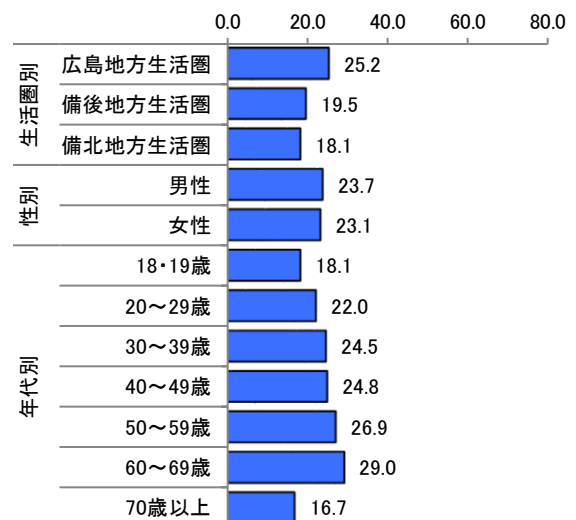
(単位: %)

### 生産者との交流イベントや農林漁業体験の実施



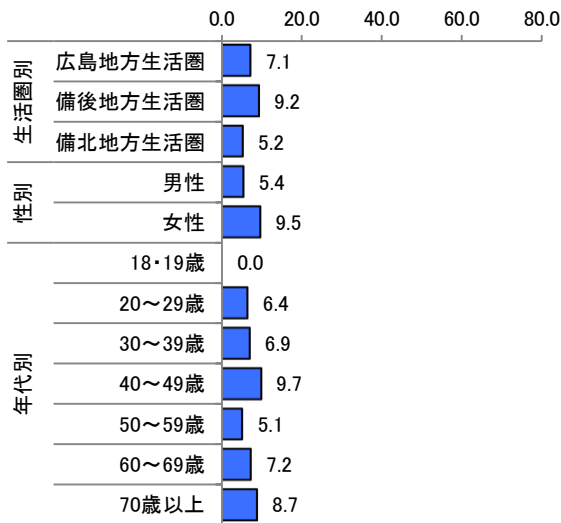
(単位: %)

### 地産地消をテーマにした大規模イベントの実施



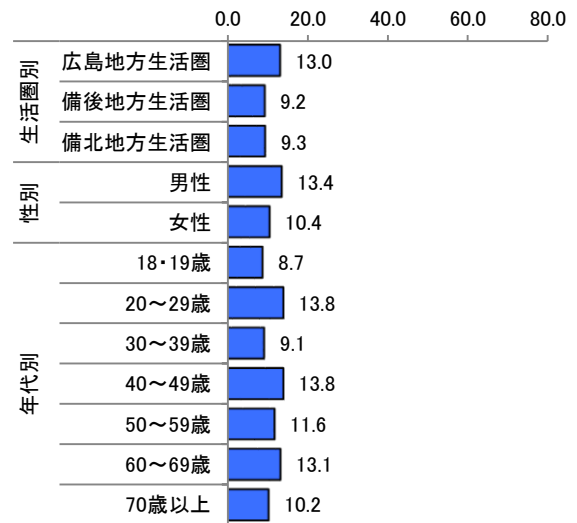
(単位: %)

県産農林水産物を活用したレシピの紹介



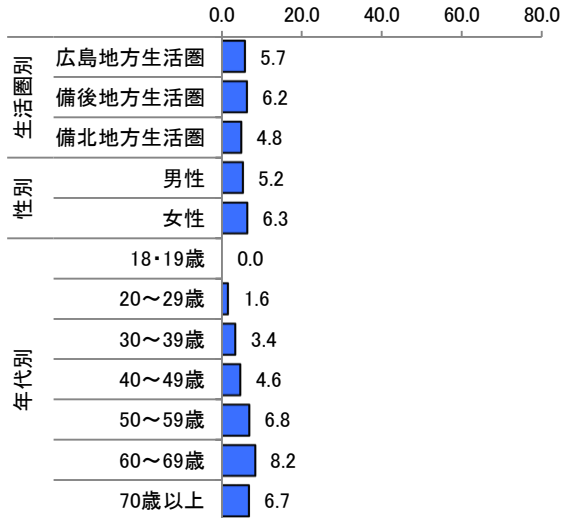
(単位: %)

県産農林水産物の消費拡大に向けた特典付きキャンペーンの実施



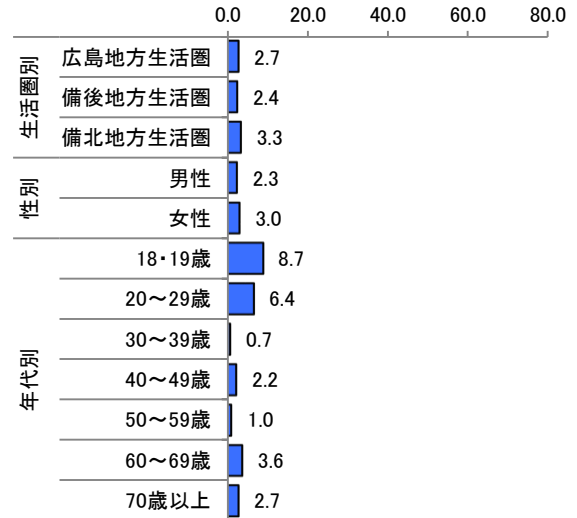
(単位: %)

県産農林水産物の生産過程(農業・肥料の使用状況や栽培方法など)の見える化



(単位: %)

輸送距離の短縮によるCO2削減など、地産地消の効果に関する情報提供



(単位: %)

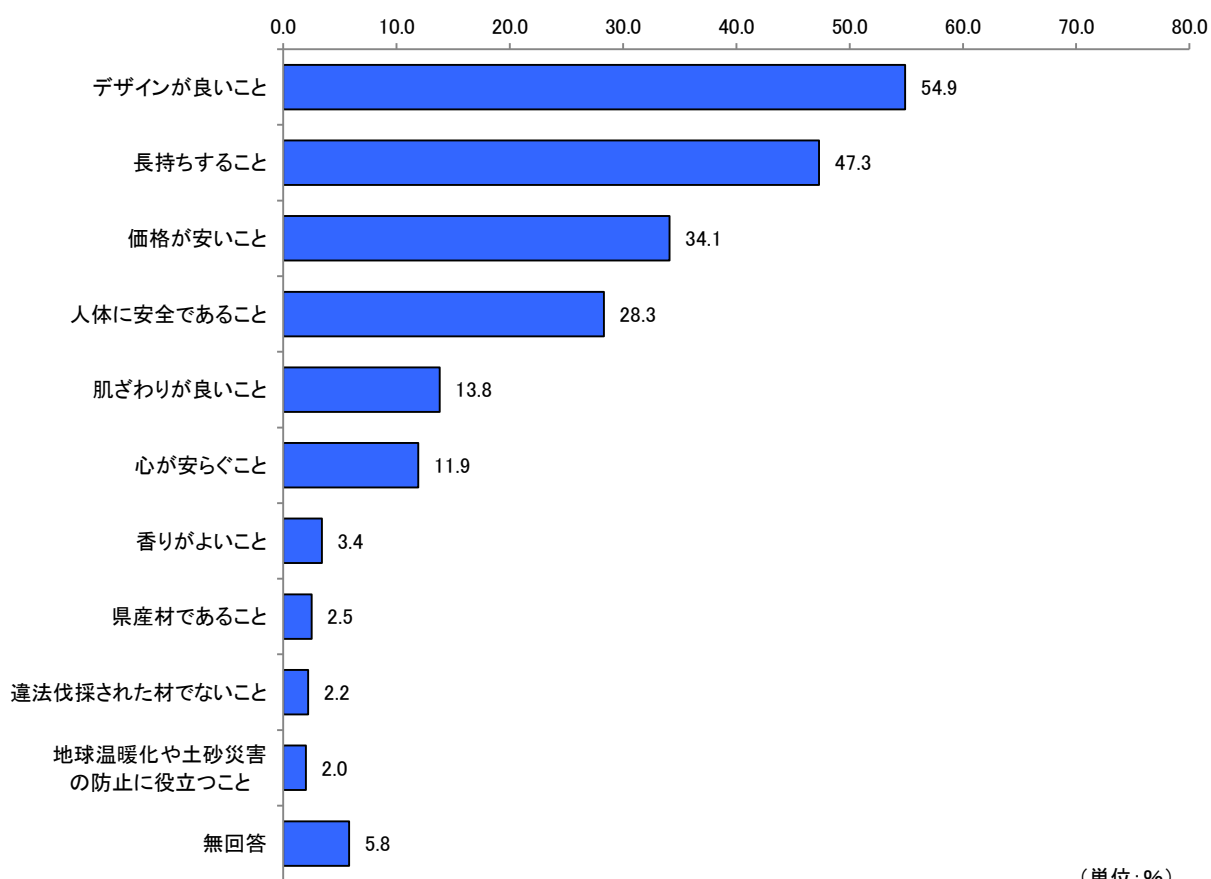
## (2) 木材を使用した商品購入時に重視すること

問47 あなたは、木材を使用した商品を購入する際に、何を重視して選択しますか。①から④のそれぞれについて、主なものを3つ以内で選んでください。(M. A.)

家具は「デザインが良いこと」  
雑貨・おもちゃは「人体に安全であること」  
住宅の床や柱は「長持ちすること」  
が上位に上がる

### ①家具

家具を購入する際重視することについて、「デザインが良いこと」と回答した割合が 54.9%と最も高く、次いで「長持ちすること」(47.3%)、「価格が安いこと」(34.1%)となっている。



＜属性による比較＞

【生活圏別】

広島地方生活圏は「デザインが良いこと」が 57.4%と他の生活圏と比べて7ポイント以上高い。備後地方生活圏は「価格が安いこと」(35.7%), 「心が安らぐこと」(13.2%)が他の生活圏と比べて高い。

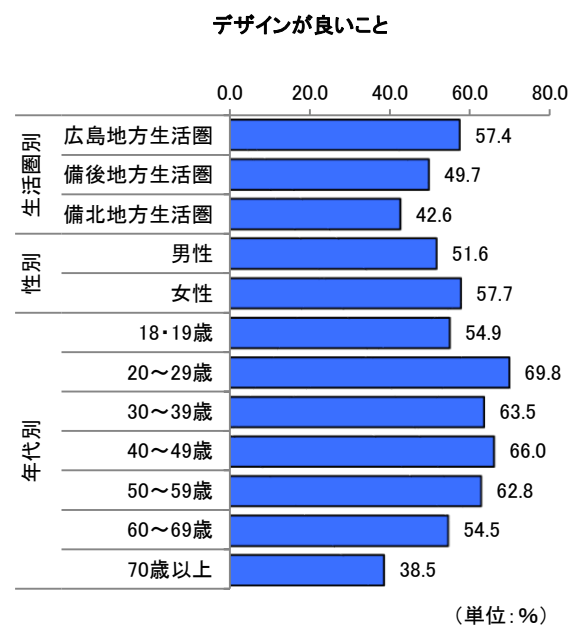
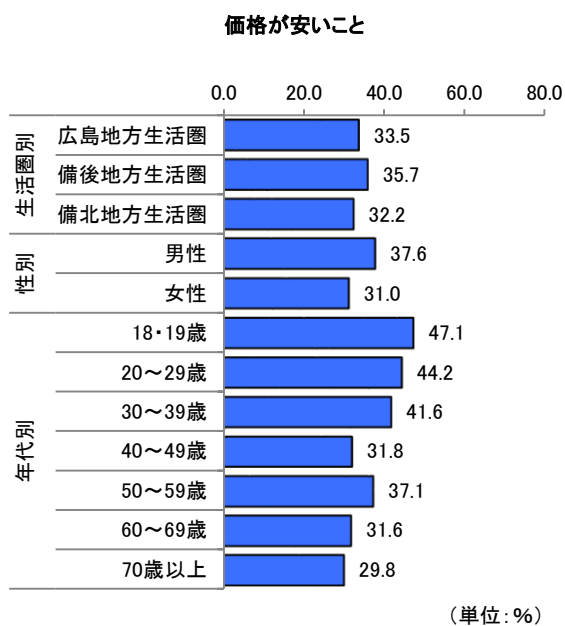
【性別】

男性は「価格が安いこと」(37.6%)が女性(31.0%)と比べて 6.6 ポイント高い。女性は「デザインが良いこと」(57.7%)が男性(51.6%)と比べて 6.1 ポイント、「人体に安全であること」(30.9%)が男性(25.3%)と比べて 5.6 ポイント高い。

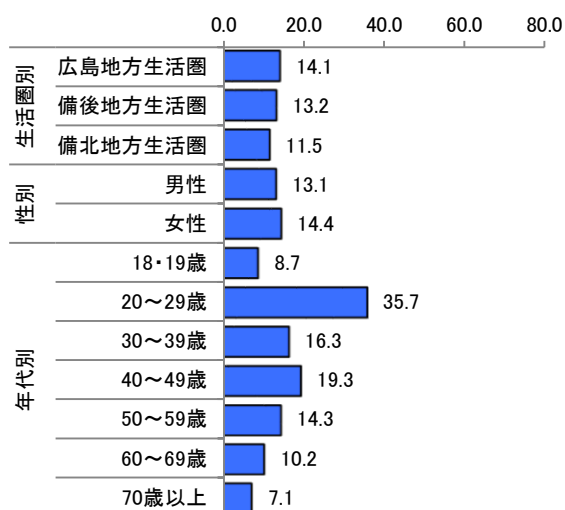
【年代別】

「価格が安いこと」は 30 歳代以下で4割を超えて他の年代と比べて高く、「長持ちすること」は 30 歳代(53.4%)と 60 歳代(51.1%)で5割を超えて他の年代と比べて高い。「デザインが良いこと」は 20～50 歳代で6割を超えて高い一方で 70 歳以上は 38.5%と低い。

木材を使用した商品購入時に重視すること ①家具（生活圏, 性, 年代別）

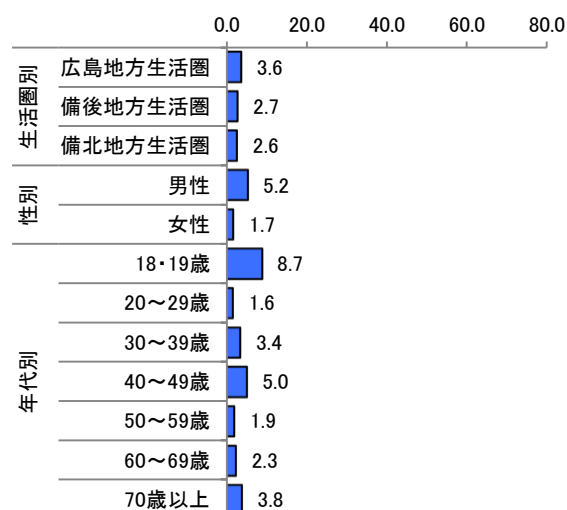


肌ざわりが良いこと



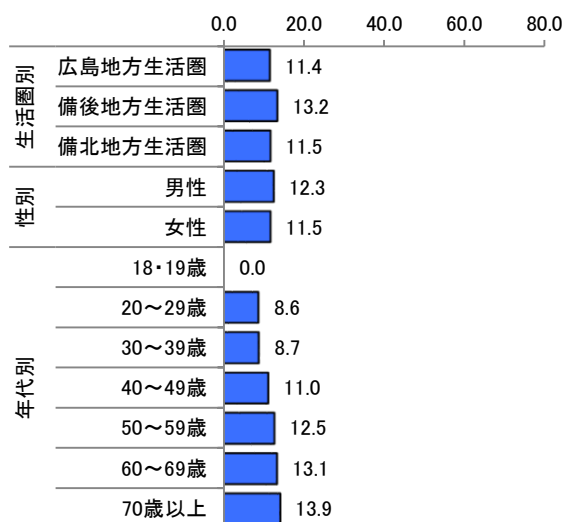
(単位: %)

香りがよいこと



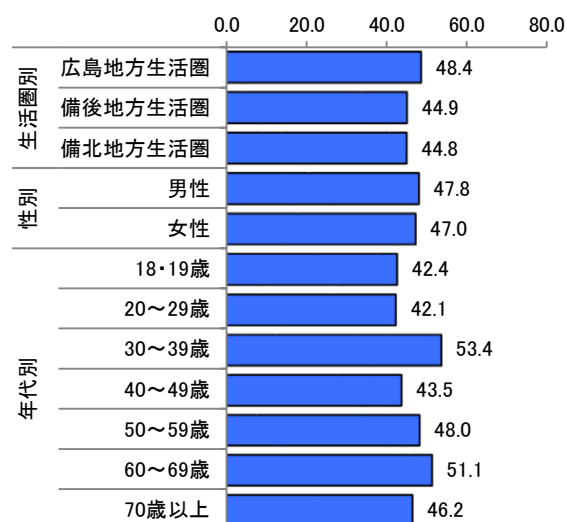
(単位: %)

心が安らぐこと



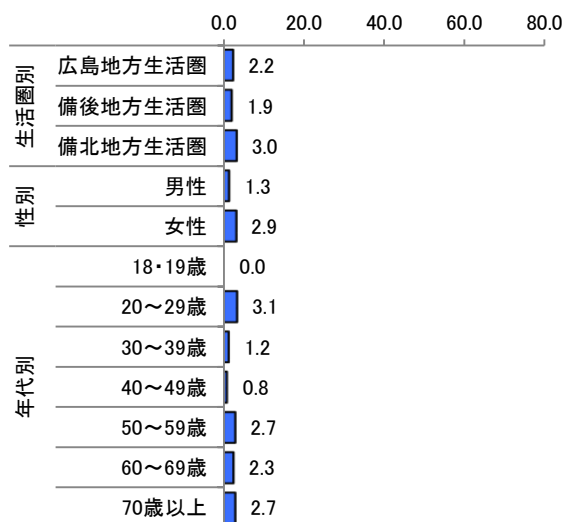
(単位: %)

長持ちすること



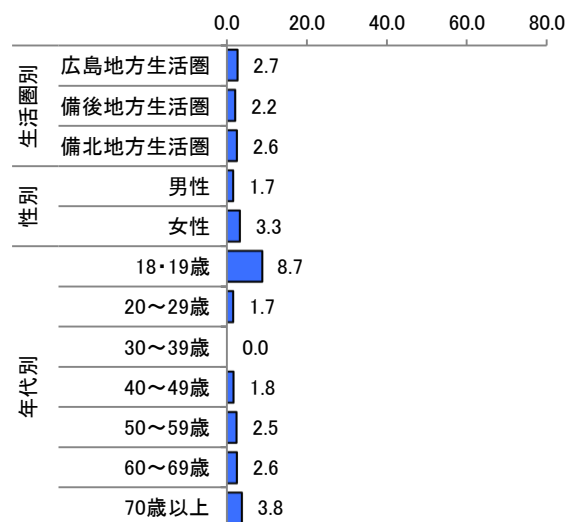
(単位: %)

違法伐採された材でないこと



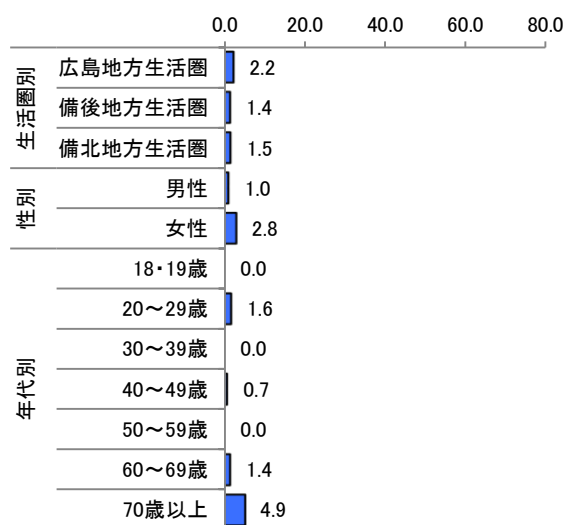
(単位: %)

県産材であること



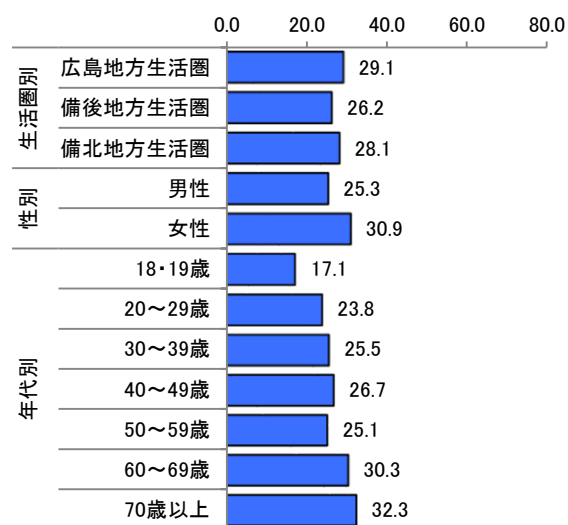
(単位: %)

地球温暖化や土砂災害の防止に役立つこと



(単位: %)

人体に安全であること

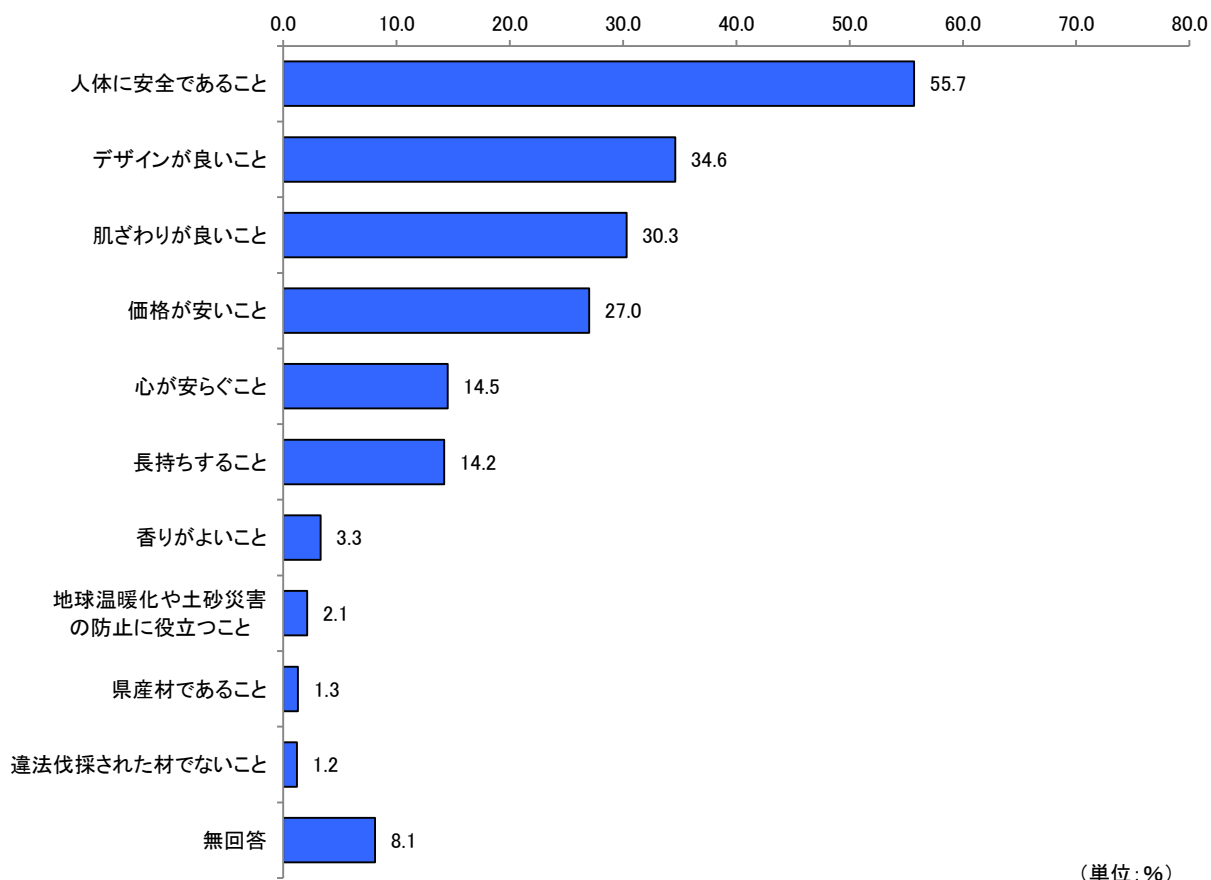


(単位: %)



## ②雑貨・おもちゃ

雑貨・おもちゃを購入する際重視することについて、「人体に安全であること」と回答した割合が 55.7%と最も高く、次いで「デザインが良いこと」(34.6%)、「肌ざわりが良いこと」(30.3%)となっている。



### 〈属性による比較〉

#### 【生活圏別】

広島地方生活圏は「人体に安全であること」が 57.3%と5割を超えて他の生活圏と比べて高く、「デザインが良いこと」(35.3%)、「肌ざわりが良いこと」(31.5%)が3割を超えて他の生活圏と比べて高い。備後地方生活圏は「長持ちすること」(15.9%)、備北地方生活圏は「心が安らぐこと」(16.7%)が他の生活圏と比べて高い。

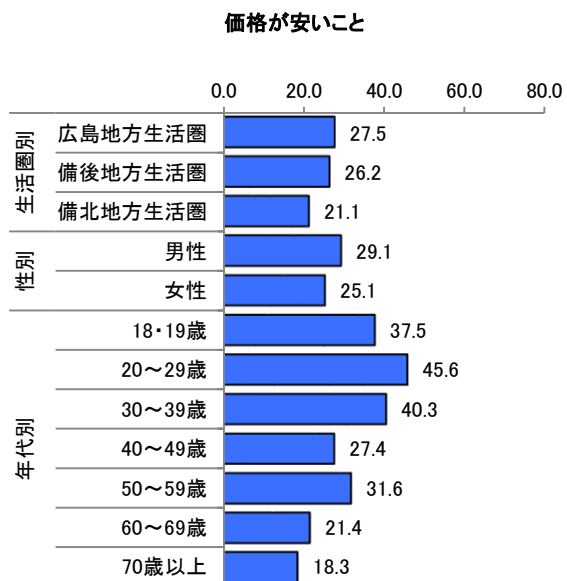
#### 【性別】

男性は「価格が安いこと」(29.1%)が女性(25.1%)と比べて 4.0 ポイント高く、「デザインが良いこと」(36.7%)が女性(32.9%)と比べて 3.8 ポイント高い。女性は「人体に安全であること」(60.5%)が男性(50.2%)と比べて 10.3 ポイント高い。

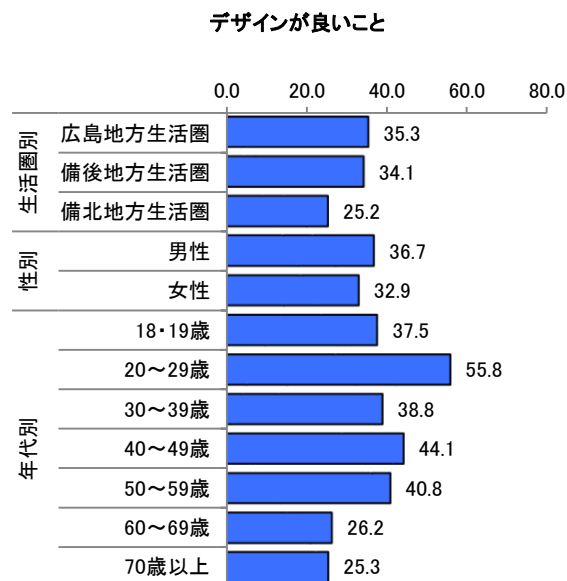
#### 【年代別】

「価格が安いこと」は 20～30 歳代で4割を超えて他の年代と比べて高く、「デザインが良いこと」は 20 歳代(55.8%)で5割を超えて他の年代と比べて高い。「人体に安全であること」は 30 歳代と 50 歳以上で5割を超えて高い一方で 18・19 歳は 27.7%と低い。

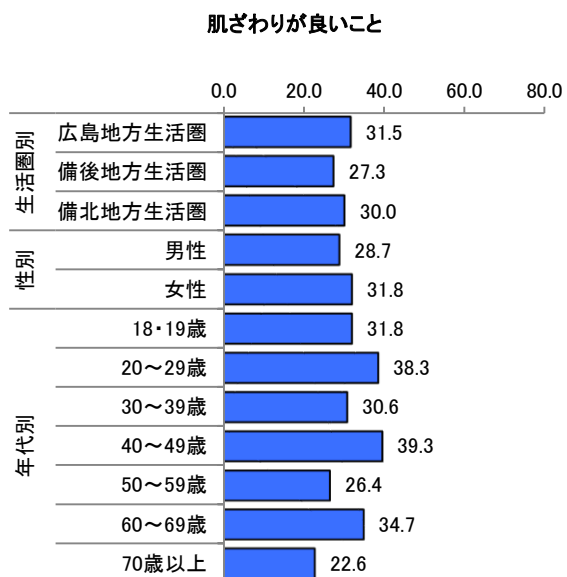
## 木材を使用した商品購入時に重視すること ②雑貨・おもちゃ（生活圏、性、年代別）



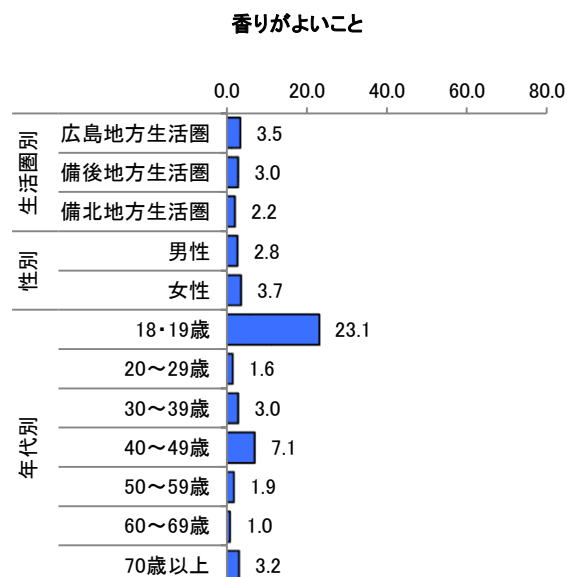
(単位: %)



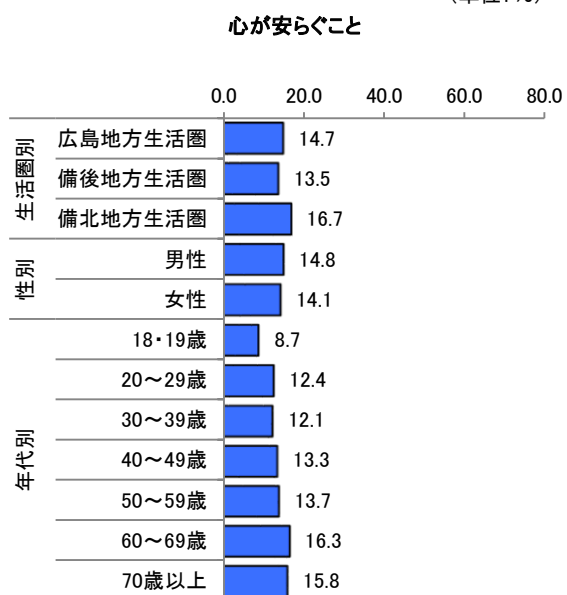
(単位: %)



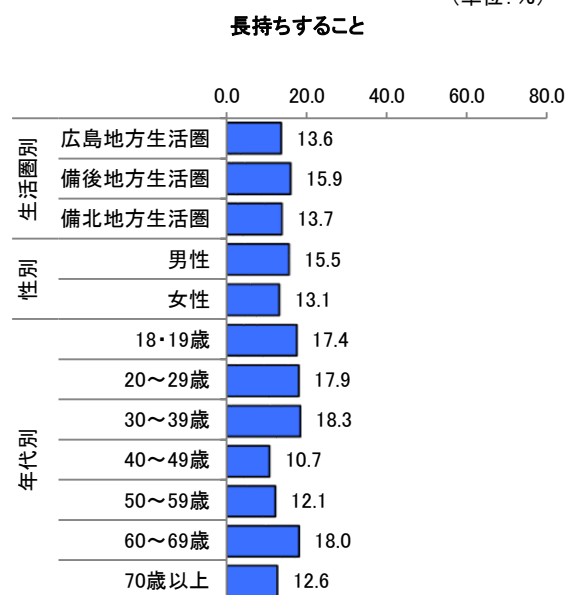
(単位: %)



(単位: %)

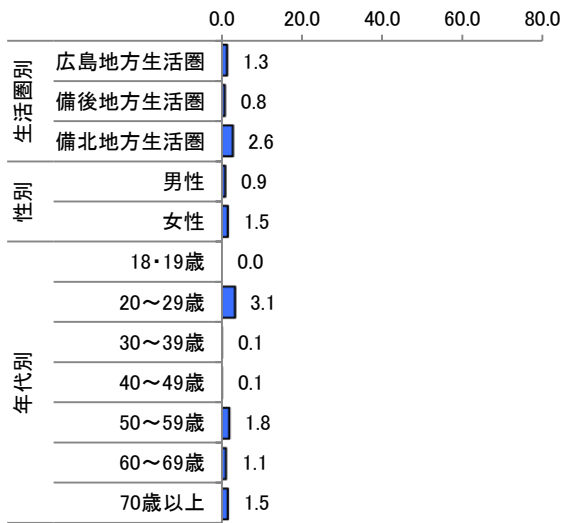


(単位: %)



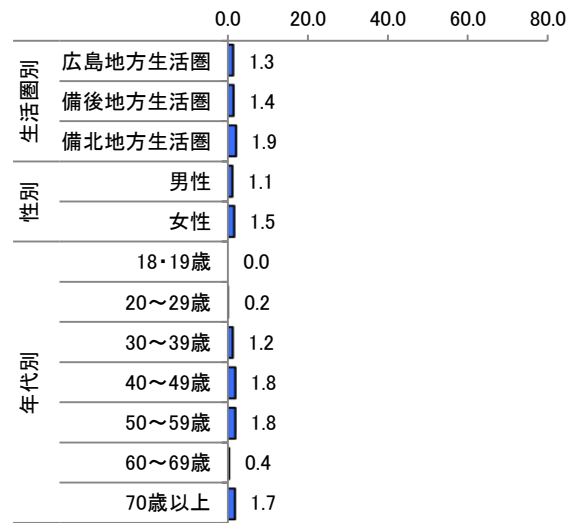
(単位: %)

違法伐採された材でないこと



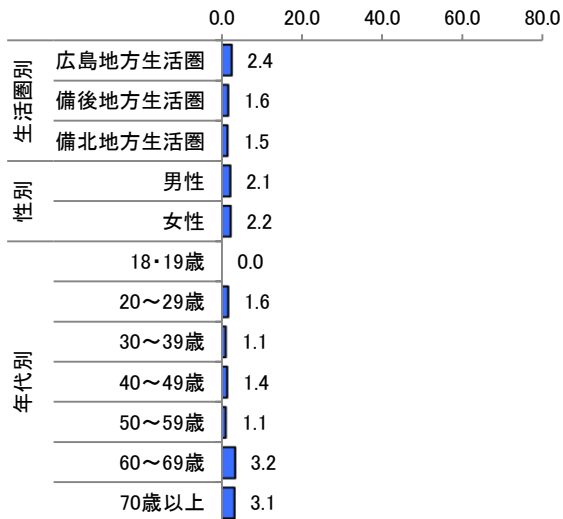
(単位: %)

県産材であること



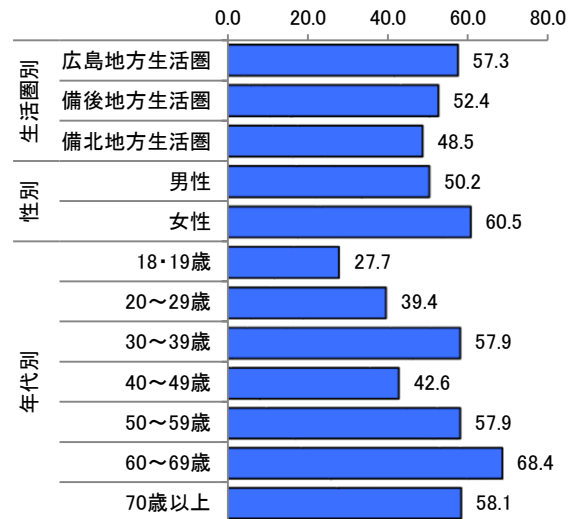
(単位: %)

地球温暖化や土砂災害の防止に役立つこと



(単位: %)

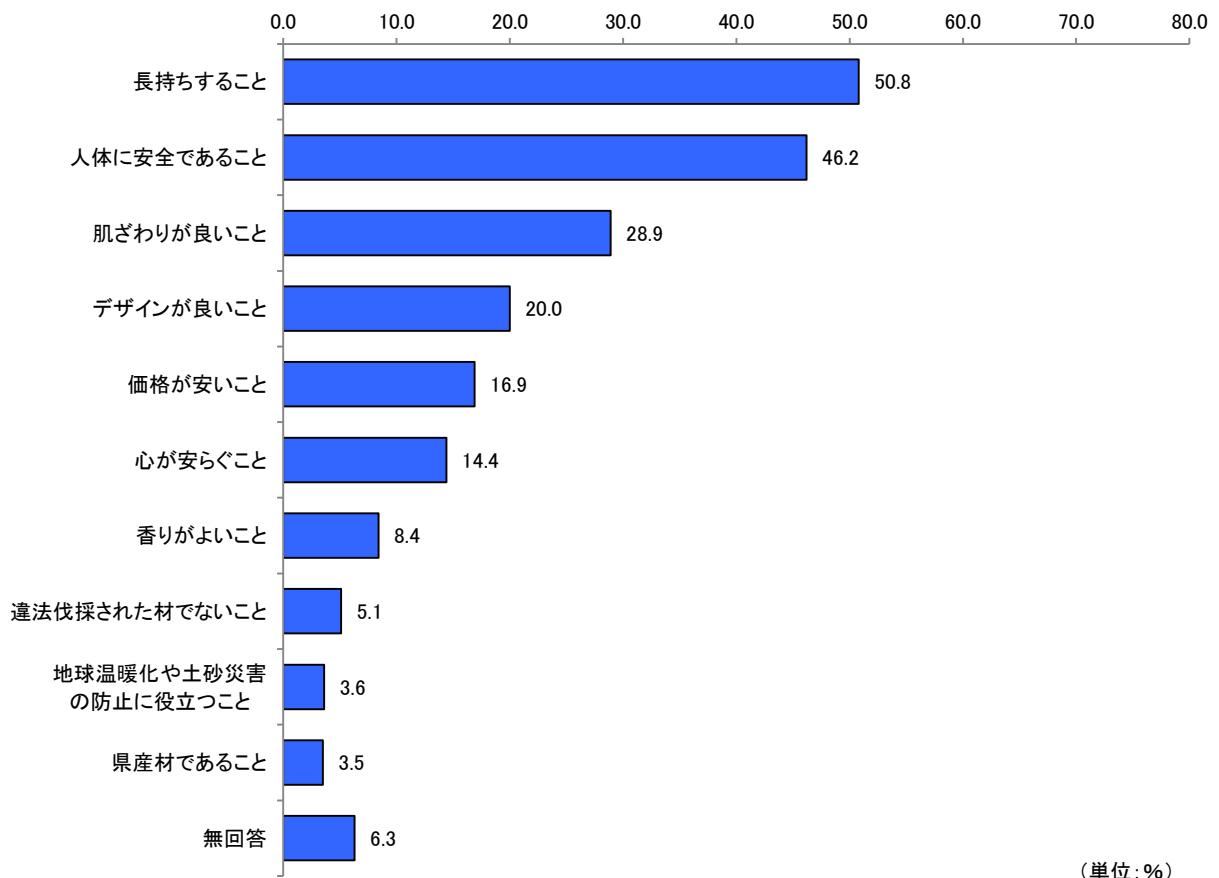
人体に安全であること



(単位: %)

### ③住宅の床などの内装部材

住宅の床などの内装部材を購入する際重視することについて、「長持ちすること」と回答した割合が 50.8%と最も高く、次いで「人体に安全であること」(46.2%)、「肌ざわりが良いこと」(28.9%)となっている。



#### 〈属性による比較〉

##### 【生活圏別】

広島地方生活圏は「長持ちすること」が 51.4%と5割を超えて他の生活圏と比べて高く、「人体に安全であること」(46.7%)、「肌ざわりが良いこと」(31.0%)が他の生活圏と比べて高い。備北地方生活圏は「価格が安いこと」(21.1%)が他の生活圏と比べて高い。

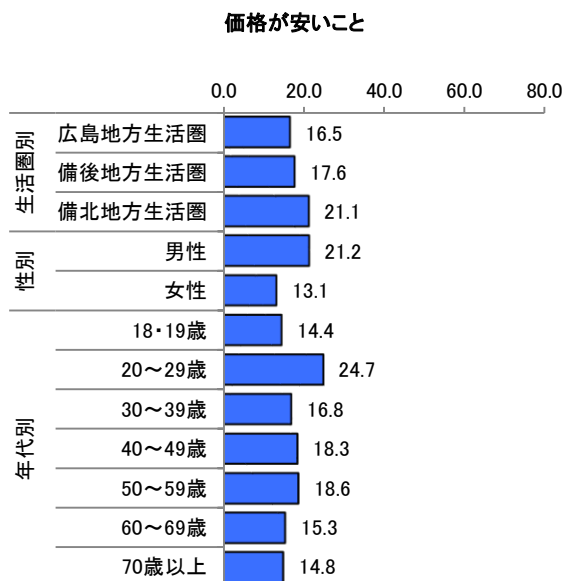
##### 【性別】

男性は「価格が安いこと」(21.2%)が女性(13.1%)と比べて 8.1 ポイント高い。女性は「人体に安全であること」(51.1%)が男性(40.7%)と比べて 10.4 ポイント高い。

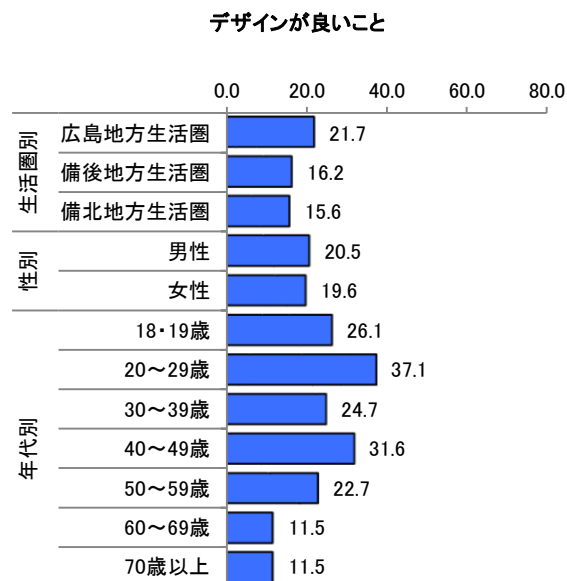
##### 【年代別】

「長持ちすること」は 18・19 歳(63.4%)と 30 歳代(62.1%)で6割を超えて他の年代と比べて高い。「人体に安全であること」は 50～60 歳代で5割を超えて高い一方で 18・19 歳は 30.7%と低い。

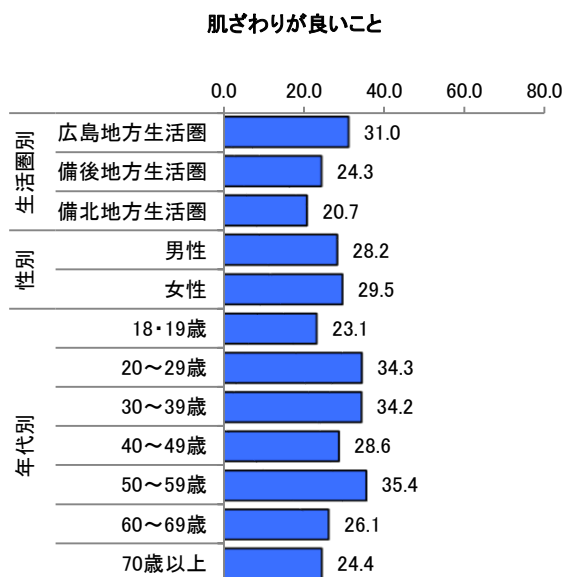
### 木材を使用した商品購入時に重視すること ③住宅の床などの内装部材（生活圏、性、年代別）



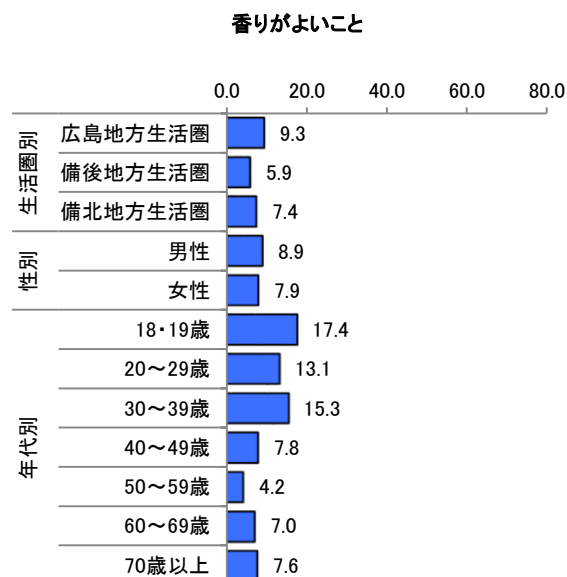
(単位: %)



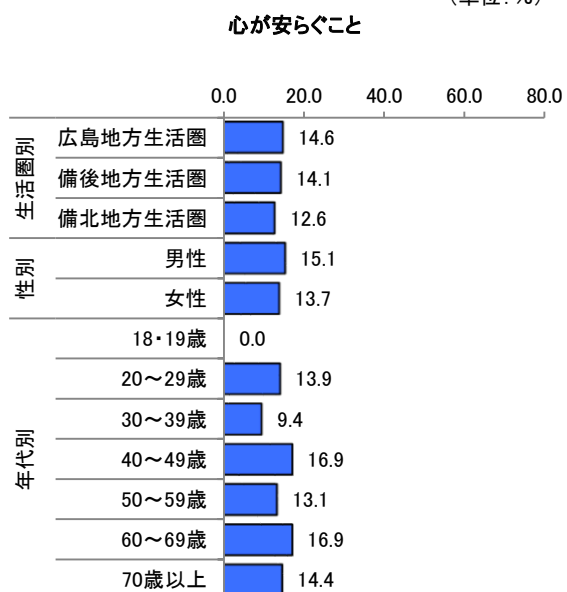
(単位: %)



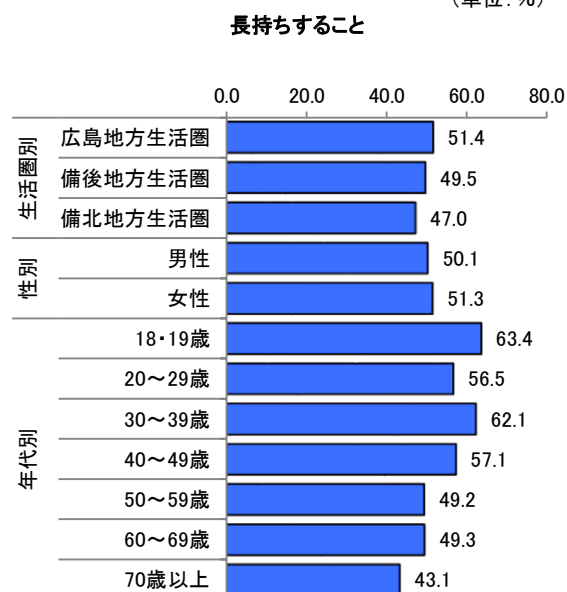
(単位: %)



(単位: %)

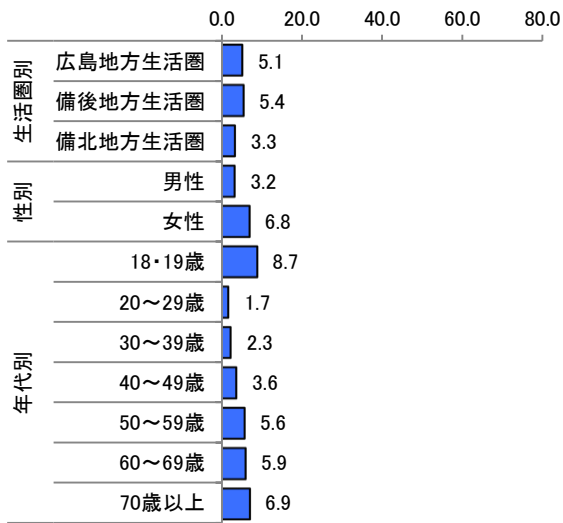


(単位: %)



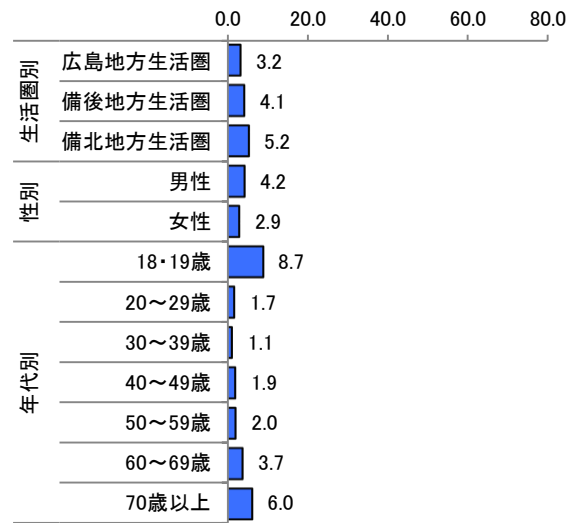
(単位: %)

違法伐採された材でないこと



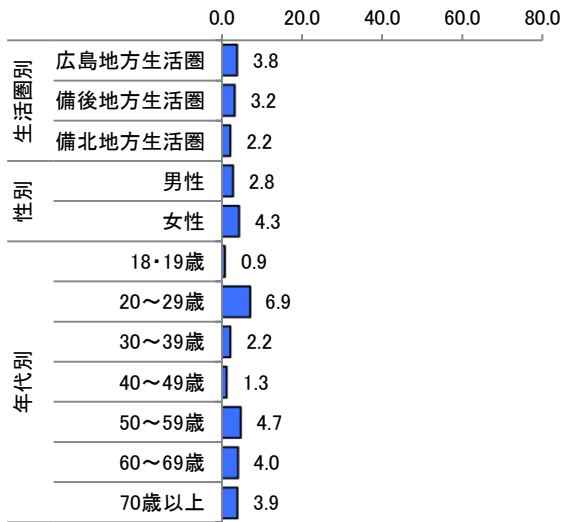
(単位: %)

県産材であること



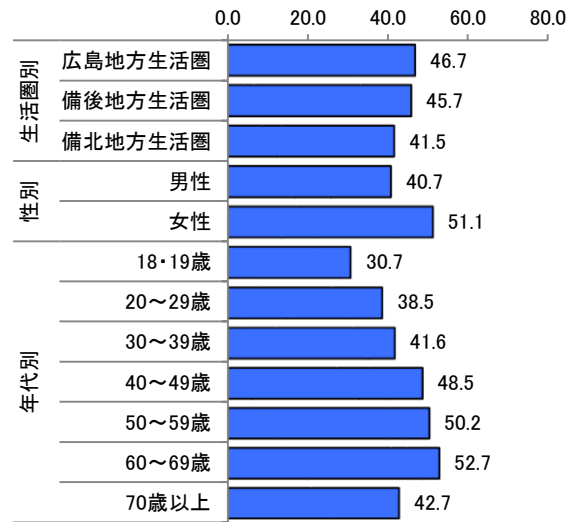
(単位: %)

地球温暖化や土砂災害の防止に役立つこと



(単位: %)

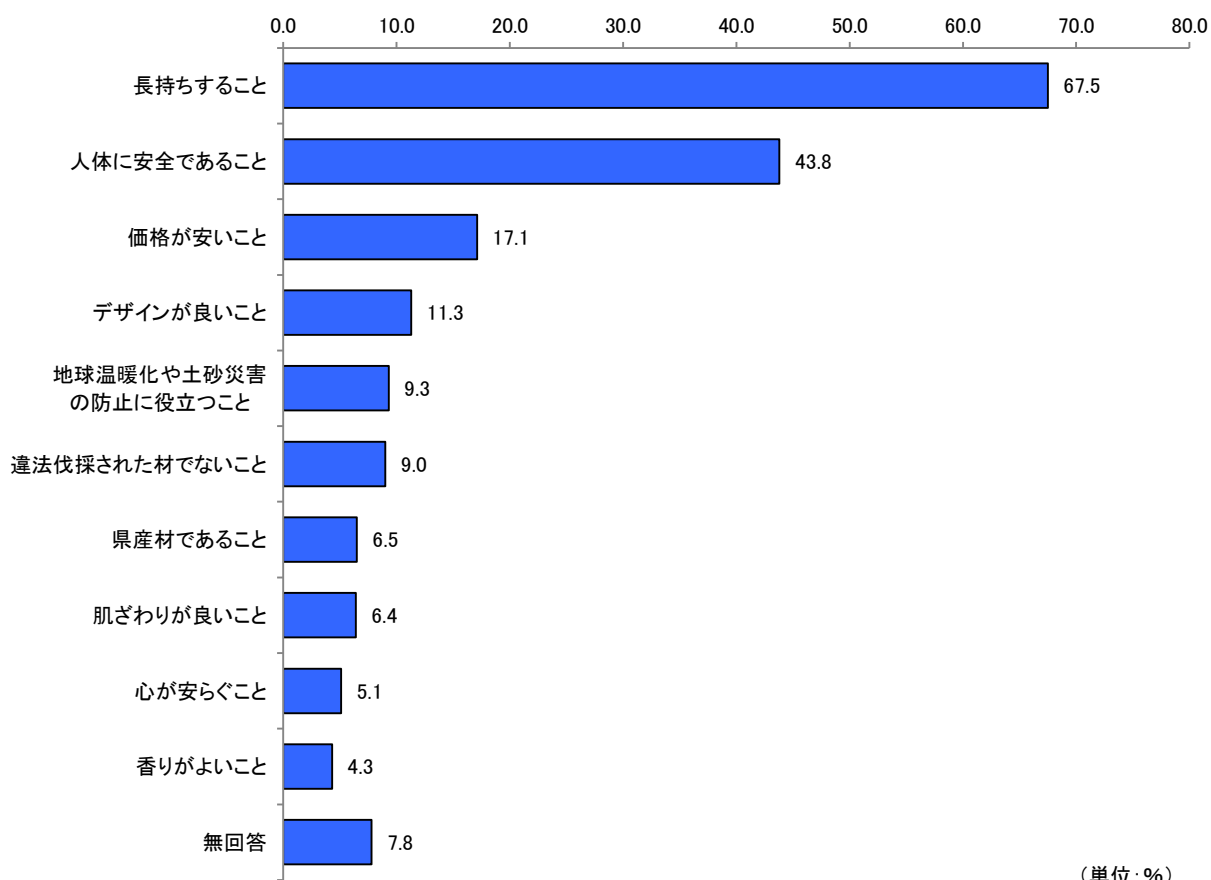
人体に安全であること



(単位: %)

#### ④住宅の柱などの構造部材(骨組み)

住宅の柱などの構造部材を購入する際重視することについて、「長持ちすること」と回答した割合が 67.5%と最も高く、次いで「人体に安全であること」(43.8%)、「価格が安いこと」(17.1%)となっている。



#### 〈属性による比較〉

##### 【生活圏別】

広島地方生活圏は「長持ちすること」(68.8%)、「人体に安全であること」(44.8%)が他の生活圏と比べて高く、「デザインが良いこと」(12.8%)は他の生活圏と比べて5ポイント以上高い。備北地方生活圏は「価格が安いこと」(20.0%)が他の生活圏と比べて高い。

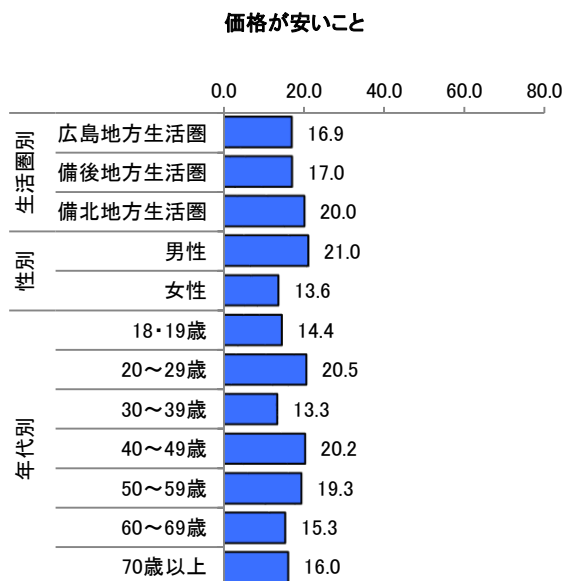
##### 【性別】

男性は「価格が安いこと」(21.0%)が女性(13.6%)と比べて 7.4 ポイント高い。女性は「人体に安全であること」(48.6%)が男性(38.3%)と比べて 10.3 ポイント高い。

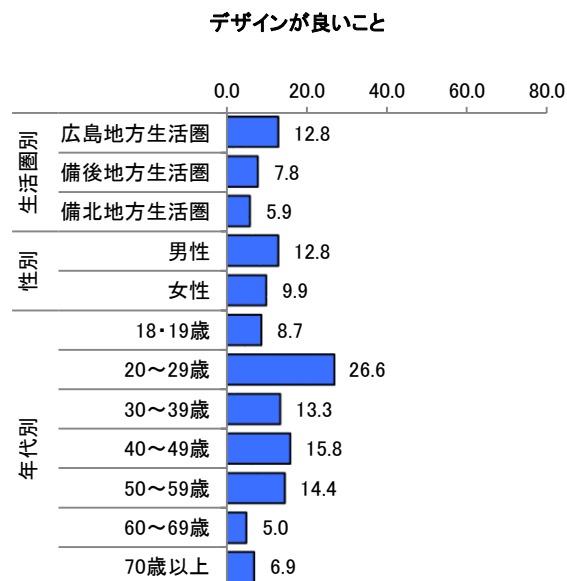
##### 【年代別】

「長持ちすること」は 30 歳代で 75.2%と他の年代と比べて最も高く、「価格が安いこと」は 20 歳代(20.5%)と 40 歳代(20.2%)で他の年代と比べて高い。「デザインが良いこと」は 20 歳代で 26.6%と2割を超えているが 18・19 歳, 60 歳以上は1割に満たない。

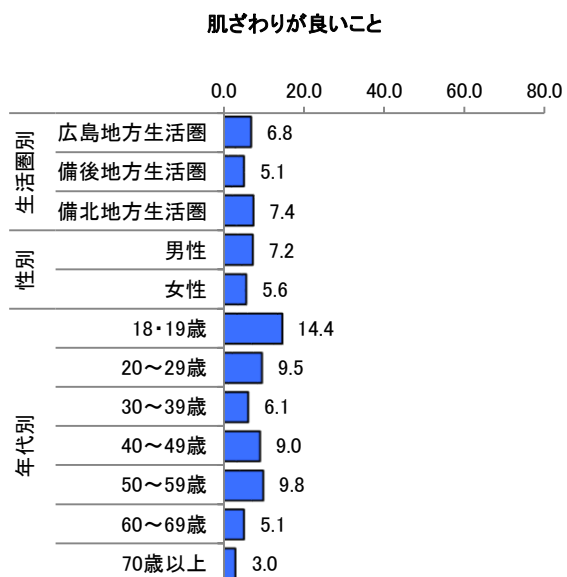
## 木材を使用した商品購入時に重視すること ④住宅の柱などの構造部分（生活圏、性、年代別）



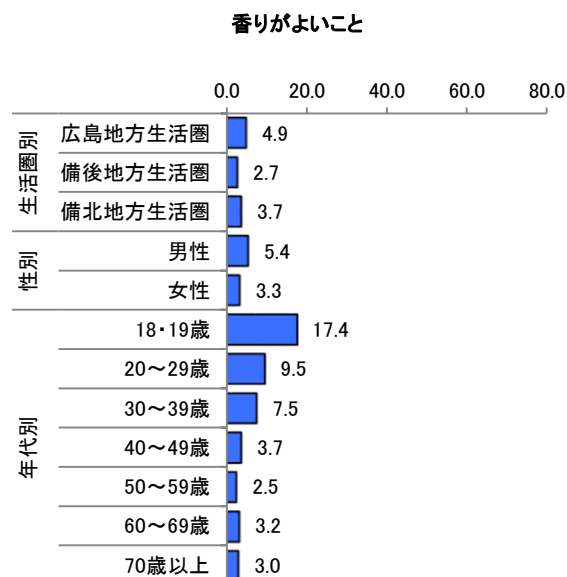
(単位: %)



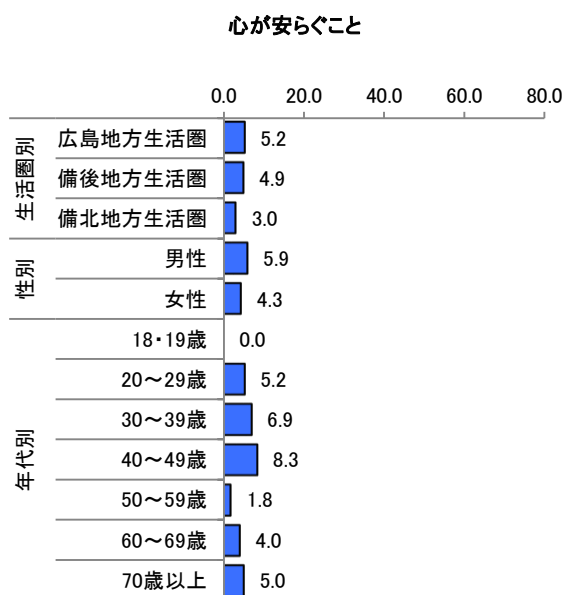
(単位: %)



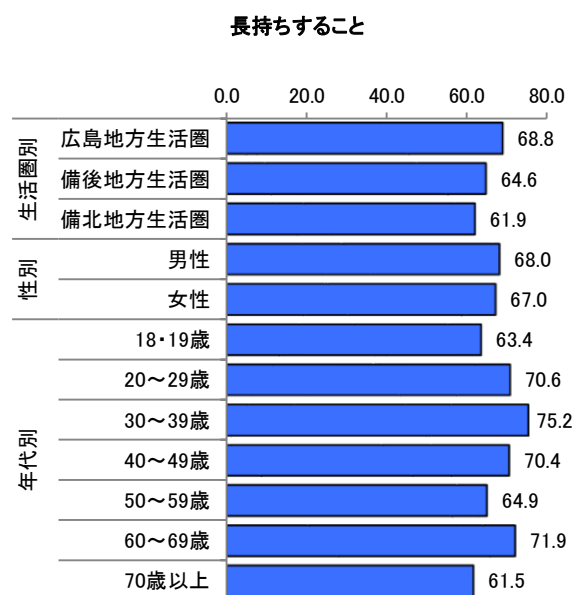
(単位: %)



(単位: %)



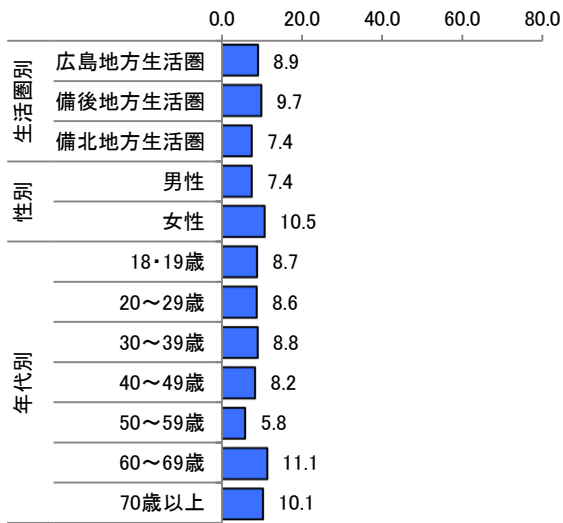
(単位: %)



(単位: %)

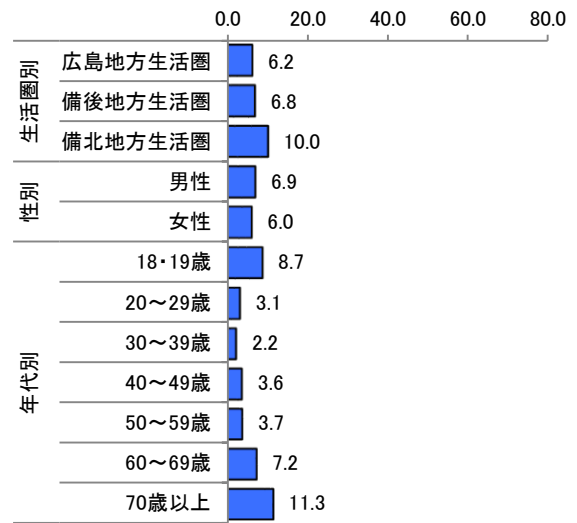


違法伐採された材でないこと



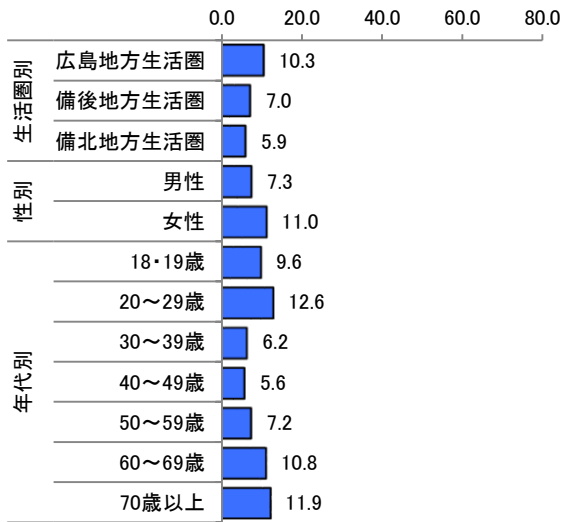
(単位: %)

県産材であること



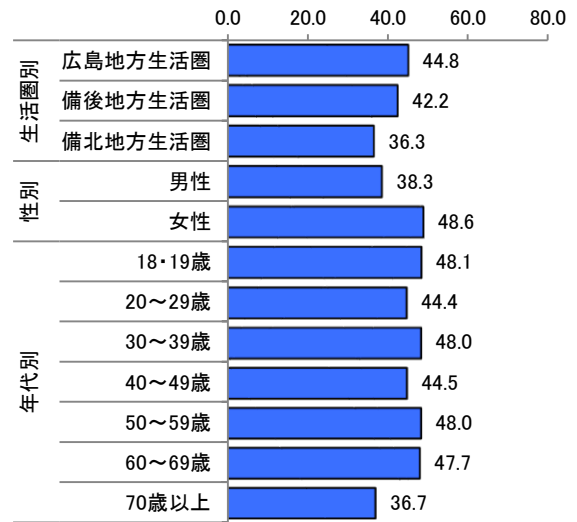
(単位: %)

地球温暖化や土砂災害の防止に役立つこと



(単位: %)

人体に安全であること



(単位: %)