

有機農業を含む環境に優しい農業に関する消費者の意識調査の結果について

1 調査目的

有機農業および環境保全型農業の推進に資することを目的に、「愛媛県みどりの食料システム基本計画」(R5年3月)を策定しており、県民の環境に優しい農業に関する理解度を把握する。

2 調査方法

委託事業者が保有するモニターへのインターネットを利用したアンケート調査

3 調査期間

令和6年7月30日(火)～8月5日(月)

4 回答数

400

5 概要 ※()内は、昨年度数値

有機農業について

- ・「有機農業を知っていますか」の質問では、「知っている・聞いたことはある」と回答した人は87.3%(79.0%)、「定義まで知っている」と回答した人は37.5%(10.5%)であり、理解度は昨年度より向上した。
- ・「知らない・聞いたことがない」人の割合は18～30代が約25%であり、40代は12.2%で50代以上は10%以下であるため、若い世代の理解度が低い。
- ・「有機農業に関心がある、やや関心がある人」の割合は75.8%(73.6%)であり、昨年度とほぼ同等である。18～30代の関心がないと答えた割合は30%を超えていた。
- ・有機農産物を購入したことがない割合は、全体で36.8%であった。
- ・昨年度の18～29歳は30～40代よりも有機農産物を購入する傾向であったが、今年度は若年層ほど有機農産物を購入しない傾向であった。18～29歳の世代は、有機農産物を購入したことがない割合が52.9%と非常に高かった。
- ・有機食品の購入や外食等での利用頻度は、「週1回以上利用する」人の割合は32.4%(17%)で、「月に2～3回と月に1回程度」が41.1%(46.1%)、「利用しない」人が26.5%(37%)であり、昨年度と比べて利用頻度が高い傾向となった。
- ・有機食品の毎月の購入金額については、5,000円未満が72.3%、5,000円から10,000円未満22.5%と、月に10,000円未満の少額購入が約95%であった。
- ・「今後有機農産物の購入希望はありますか」の質問では、「購入したい・できれば購入したい」人の割合は54.5%(86.1%)で、昨年度と比べて購入意欲が減少した結果であった。

【「購入したい・できれば購入したい」と答えた80人の結果】

- ・購入を希望する理由については、「安全・安心な農産物だと思うから」を65%、「健康に良いと思うから」が55%であり、安全志向が主な理由であった。
- ・「有機農産物を購入するうえで気にすること」で最も多かった回答は、価格であり86.3%であった。次いで産地や生産者が30%であった。

【「購入しない」と答えた67人の結果】

- ・購入しない理由としては、価格が高いからが、62.7%、有機農産物でなくても安心だからが26.9%であった。
- ・どのような情報があれば、購入したいと思うかについては、生産者の情報62.3%、栽培履歴情報46.8%、販売店舗の情報35.3%であった。
- ・「慣行農産物との価格差がどれくらいであれば、購入・利用したいか」では、「1割高まで」の人が33.3%(39%)と最も多く、次いで「慣行農産物と同じ」が27.5%(22.7%)、「2～3割高まで」が26.8%

(28.2%)であり、昨年度と同様の傾向であった。

- ・有機農業の定義を、「知っている、聞いたことはある」という人は58.8%、有機JAS認証制度の認知度については32%と、どちらも低い結果であった。

エコえひめ農産物について

- ・「県が認証するエコえひめ農産物等を知っているか」の質問では、「知っている・聞いたこと、見たことはある」と回答した人は47.8%(44%)であり、昨年度と同様の結果であった。
- ・世代別では、18～29歳の若い世代で「知っている・聞いたこと、見たことはある」人の割合が62.7%と最も高かった。
- ・エコえひめ農産物等の「購入したい・できれば購入したい」人の割合は、88.0%(85.5%)と高かったものの、購入したことがある人は30.3%と低かった。

「みどりの食料システム戦略」について

- ・「名前と内容を知っている」という人の割合は13.7%、「名前は知っているが、内容は知らない」という人の割合は20.0%、知らない人は76.5%であり、認知度は低い結果であった。
- ・世代別では18～29歳の若い世代が39.2%と最も高かった。

まとめ・考察

- ・有機農業を「知っている聞いたことがある」消費者が約85%であったことに対し、「定義まで知っている・聞いたことがある」消費者は58.8%とまだ少ない結果であった。昨年度と比べて認知度は進んだものの、まだ十分に知られてはいないため、今後も周知する必要がある。
- ・18～29歳の若い世代の有機農産物に対する関心度や購入頻度は低い結果であった。また、有機農産物を購入したい人の割合は約54.5%であり昨年度と比較して大幅に低くなった。考えられる主な理由は、あらゆるものが物価高騰したことにより、なるべく安いものを購入したいという傾向が強くなったことが考えられる。
- ・有機農産物を購入する人は、価格を最も気にしており、慣行農産物と比べて3割高までなら利用するという人が約80%であったことから、3割高以上であると購入されにくいことが分かった。
- ・有機JAS認証制度を「知っている・聞いたことがある」人は32.0%、エコえひめ農産物については、47.8%で認知度は依然として低い。認知度を高めるためには今後もPRは必要であると考えられる。
- ・約88%の消費者はエコえひめ農産物に興味があるため、消費者の安心安全な農産物のニーズは高いと思われるが、有機農産物と同様に価格が高ければ消費が控えられると思われる。
- ・みどりの食料システム戦略については、約20%の認知度であり、農業関係者でなければ知られていない可能性が高いが、18～29歳の若い世代での認知度は39.2%と他の世代より認知度が高かったのは、近年のSDGsの教育によるものと考えられる。
- ・これらの結果から、環境に優しい農産物の消費拡大を促すためには、まず消費者の目に触れる機会を多くしなければならないため、イベント等での販促活動や、売り場の増設を推進する必要がある。また、分かりやすい農産物の生産情報を提示して、環境に優しい農産物の多面的な価値を消費者に十分理解してもらえよう啓発・普及していくことが重要であると思われる。