

# 北海道の食に関する消費者意識調査

大橋 美幸

## I. はじめに

北海道は日本全国の耕地面積の1/4を占め<sup>1)</sup>、じゃがいも、タマネギ、トウモロコシ等が有名である。今回は、主要穀物である米、小麦、小豆を取り上げ、最近の動きを含めてブランド評価を行う。

米の作付面積は新潟県に次ぐ2位で全国の7.6%<sup>1)</sup>、「ななつぼし」、「ゆめぴりか」、「ふっくりんこ」が食味ランキングで特A（食味官能試験において複数産地コシヒカリブレンド米よりも特に良好）となる等、改良が進められている<sup>2)</sup>。価格では秋田の「あきたこまち」、宮城の「ひとめぼれ」よりも高く、新潟の一般「コシヒカリ」と肩を並べるようになっている<sup>3)</sup>。北海道米Loveとして全国でCMがされている<sup>4)</sup>。

小麦の作付面積は全国の64.7%を占める<sup>1)</sup>。しかし、小麦は中力粉になる種類が中心であり、パンやパスタ・ラーメン等のめんには不向きで9割を輸入に頼ってきた。アメリカ、カナダ、オーストラリア等からが多い。近年、強力粉や超強力粉になる「春よ恋」、「ゆめちから」等が開発され、北海道産小麦粉としてブレンドして販売されている<sup>5)</sup>。

小豆の作付面積は全国の93.9%を占める<sup>1)</sup>。小豆はあんこ、菓子に多く使われている。小豆の輸入は2割であるが、近年、加糖あんのかたちで中国からの輸入が増えており、安く出回るようになっている。

なお、TPPで米と小麦は守られ、小豆は輸入枠内は関税がなくなるが、

枠外は維持。加糖あんにも輸入枠が設けられた<sup>6)</sup>。これらの主要な穀物で今回は急激な国内市場の変化は生じない。

ただし、ブランドは評価が良くても、実際とかけはなれては意味がない。近年、農業生産を知らない消費者が増えており、コストに応じた販売価格をつけにくくなっている。無農薬や有機栽培、放牧畜産、ロボット化、農作物の輸出、企業化等の最近の動向、加えてTPPで話題となった遺伝子組み換え作物等の表示や規制<sup>6)</sup>を合わせて、北海道の農業生産が正確に捉えられているか、コストに応じた価値が認められているか、消費者のイメージの調査を行う。

有機農業の耕地面積は日本全国の耕地面積の0.4%であり、諸外国よりも少ない<sup>7)</sup>。2018年度までに1%にすることが目指されている<sup>8)</sup>。有機JASマークがあり、野菜等だけでなく、有機の飼料による牛肉、牛乳、加工食品等にも付けられている。有機JAS取組ほ場面積は全国の0.2%であり、北海道も変わらない<sup>9)</sup>。

放牧畜産はアニマルウェルフェア（動物福祉）の観点からも注目されるが、日本のガイドラインでは飼養方式として繋ぎ飼い方式と放牧方式等が併記されるにとどまっている<sup>10)</sup>。毎日パドックや放牧地に放牧をしているのは2014年時点で全国で13%である<sup>11)</sup>。放牧畜産基準認証制度があり、放牧による牛肉、牛乳等に付けられている。放牧畜産の認証を受けた酪農はほぼ北海道にあるが、数十か所にすぎない<sup>12)</sup>。

ロボットは畜産や酪農で一部導入されており、トラクターの無人運転、無人ヘリによる空中散布、アシストスーツ等が進められている。除草ロボット、収穫ロボット、ドローンによる散布や見回り等も開発が進められ、今後の展開が待たれている<sup>13)</sup>。

輸出は農林水作物と加工食品の輸出額が2014年に6000億円を超え、2020年に1兆円が目指されている。そのうち米及び加工品は600億円、青果物は250億円、牛肉は250億円である<sup>14)</sup>。北海道では現在、長いものを台湾、アメ

リカ、シンガポールに輸出しており、長いもとLL牛乳で全体の8割を占める。農畜産物の輸出額が2014年度に25億円であり、2018年度に100億円にすることが目指されている。重点品目は米、青果物、牛肉等である<sup>15)</sup>。ただし、北海道の農林水作物の輸出額の多くは水産品であり、農畜産物は青森のリンゴ等にとどいていない<sup>15)</sup>。

食品メーカーの直営農場は、イオン<sup>16)</sup>、セブンイレブン<sup>17)</sup>等が北海道にあり、ソフトバンク<sup>18)</sup>が生産をはじめの計画もある。いずれも安心、安全等をPRしており、今後も立地が進むと考えるが、直営農場は全国各地で展開されており、北海道に特に多いわけではない。

これらを合わせて調査を行い、北海道の食のブランド戦略に役立てる基礎的資料を作成する。

## II. 北海道米、小麦、小豆に対する消費者意識

### 1. 調査方法

2016年5～6月、函館の観光地において来街者にアンケートを行った。調査項目は回答者基本属性（性別、年代、居住地）、米について選ぶ基準、選ぶ産地、「ゆめびりか」を知った経緯、北海道の「ゆめびりか」・「ふっくらんこ」と有名3銘柄を取り上げて安い・おいしい・手に入りやすいの3つの項目について5点満点で点数をつけてもらった。

小麦について、購入したことがある北海道産小麦使用商品、北海道産小麦粉とアメリカ・カナダ産小麦粉を安い・おいしそう・料理に使いやすい・安全の4つの項目について5点満点で点数をつけてもらった

小豆について、購入したことがある北海道小豆または十勝小豆の使用商品、あんこの生産地表示への意見を尋ねた。

## 2. 回答者基本属性

回収数481。

男性255人 (53.0%)、女性226人 (47.0%)。男女半数ぐらいずつである。

年代は19歳以下141人 (29.5%)、20代91人 (19.0%)、30代83人 (17.4%)、40代55人 (11.5%)、50代53人 (11.1%)、60代42人 (8.8%)、70歳以上13人 (2.7%)。19歳以下が3割、20代・30代がそれぞれ2割である。

居住地は函館市内218人 (46.2%)、函館以外北海道内94人 (19.9%)、東北67人 (14.2%)、関東68人 (14.4%)、中部・北陸以南21人 (4.4%)、海外5人 (1.1%)。函館市内が半数近く、函館以外北海道内が2割、東北、関東がそれぞれ1割である。海外は台湾、中国、カナダ、オーストラリアであった。

居住地別に男女を見てもあまり変わらない【図表2.1】。居住地別に年代を見ると函館市内や函館以外北海道内で若年層が多く、東北、関東で中高年齢層が多くなっている【図表2.2】。

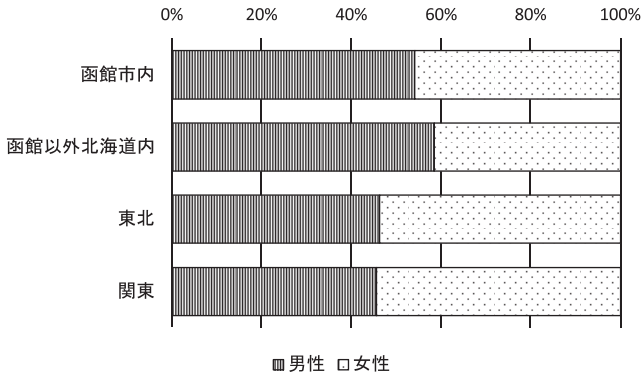
普段、自宅で食事の支度をする人は253人 (57.6%)、他の家族等がする186人 (42.4%)である。6割が自宅で食事の支度をしている。

普段、自宅で食事の支度をする人に限ってみると、男性81人 (32.0%)、女性172人 (68.0%)。7割が女性である。年代は19歳以下50人 (19.8%)、20代47人 (18.6%)、30代50人 (19.8%)、40代36人 (14.2%)、50代34人 (13.4%)、60代30人 (11.9%)、70歳以上6人 (2.4%)。19歳以下、20代、30代がそれぞれ2割である。居住地は函館市内114人 (45.1%)、函館以外北海道内38人 (15.0%)、東北46人 (18.2%)、関東40人 (15.8%)、中部・北陸以南12人 (4.8%)、海外3人 (1.2%)。函館市内が半数近く、東北が2割である。

居住地別に男女を見てもあまり変わらない【表2.3】。居住地別に年代を見ると、函館市内は若年層、関東は中高年齢者が多くなっている【表2.4】。

図表2.1 回答者基本属性（性別）

		性別		合計
		男性	女性	
居住地	函館市内	118	100	218
	函館以外北海道内	55	39	94
	東北	31	36	67
	関東	31	37	68
	中部・北陸以南	11	9	20
	海外	2	3	5
合計		255	226	481



図表2.2 回答者基本属性（年代）

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
居住地	函館市内	97	41	30	17	10	19	4	218
	函館以外北海道内	29	15	21	11	10	4	3	93
	東北	7	11	21	16	7	4	1	67
	関東	2	14	7	9	23	10	3	68
	中部・北陸以南	3	5	3	2	3	3	1	20
	海外	1	4	0	0	0	0	0	5
合計		139	90	82	55	53	40	12	471

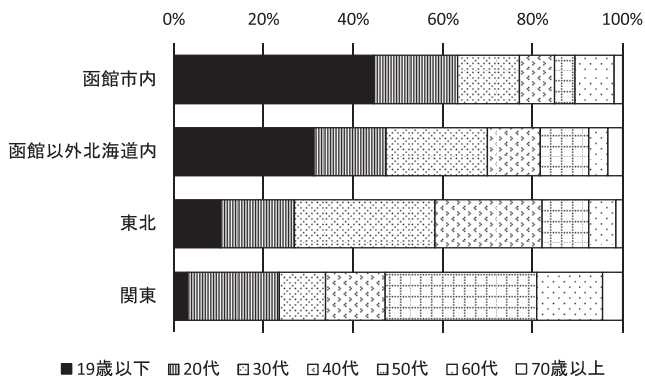


表2.3 普段、自宅で食事の支度をする人（性別）

居住地	年代							合計
	19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
函館市内	38	22	19	12	7	14	2	114
函館以外北海道内	3	7	12	7	6	1	2	38
東北	5	9	12	12	4	4	0	46
関東	2	5	4	4	16	8	1	40
中部・北陸以南	1	3	3	1	1	2	1	10
海外	1	1	0	0	0	0	0	2
合計	50	47	50	36	34	29	6	252

表2.4 普段、自宅で食事の支度をする人（年代）

居住地	性別							合計				
	男性	女性	合計	男性	女性	合計						
函館市内	42	72	114	12	26	38	46	40	12	2		
函館以外北海道内	12	26	38	13	33	46	9	31	40	4	8	12
東北	13	33	46	9	31	40	4	8	12	1	1	2
関東	9	31	40	4	8	12	1	1	2	0	0	0
中部・北陸以南	4	8	12	1	1	2	0	0	0	0	0	0
海外	1	1	2	1	1	2	0	0	0	0	0	0
合計	81	171	252	81	171	252	81	171	252	81	171	252

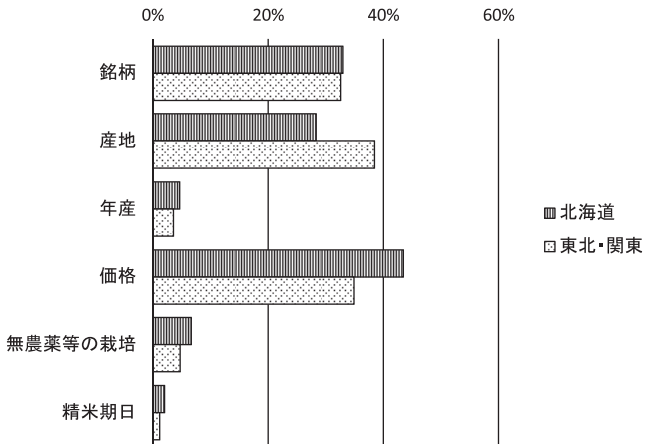
### 3. 北海道米

普段、自宅で食事の支度をする人に、米を選ぶ基準を尋ねると、253人の複数回答で、銘柄82人（32.4%）、産地78人（30.8%）、年産11人（4.3%）、価格101人（39.9%）、無農薬等の栽培15人（6.0%）、精米期日5人（2.0%）、買わない5人（2.0%）。価格が4割、銘柄と産地がそれぞれ3割である。

男女、年代別に見てもあまり変わらない。居住地別に見ると、北海道で価格、東北・関東で産地が多くなっている【図表2.5】。

図表2.5 米を選ぶ基準（自宅で食事の支度をする人の居住地別）

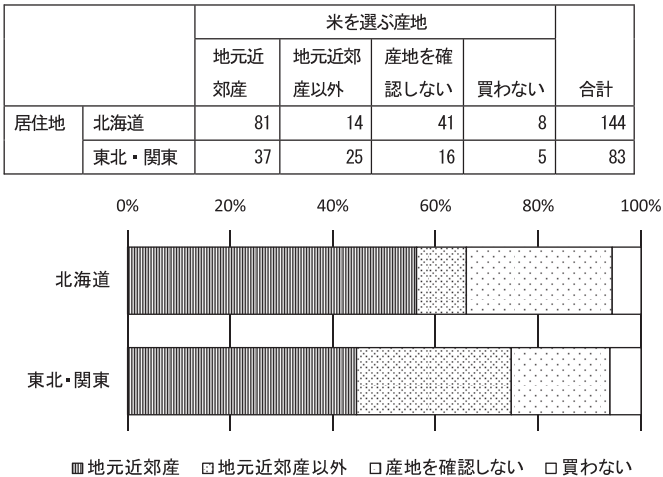
		米を選ぶ基準					
		銘柄	産地	年産	価格	無農薬等の栽培	精米期日
居住地	北海道 (n=152)	50	43	7	66	10	3
	東北・関東 (n=86)	28	33	3	30	4	1



同じく、普段、自宅で食事の支度をする人に、米を選ぶ産地を尋ねると、地元近郊産120人（49.8%）、地元近郊産以外43人（17.8%）、産地を確認しない61人（25.3%）、買わない17人（7.1%）。半数が地元近郊産である。

男女、年代別であまり差は見られない。居住地別で見ると、北海道の方が地元近郊産が多く、東北・関東で地元近郊産以外が比較的多くなる【図表2.6】。

図表2.6 米を選ぶ産地（自宅で食事の支度をする人の居住地別）



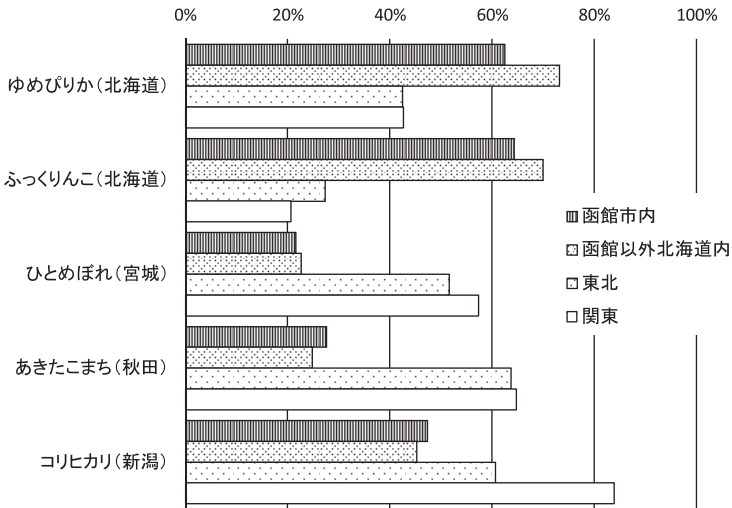
米の銘柄で食べたことがあるのは、477人の複数回答で「ゆめぴりか(北海道)」271人（56.8%）、「ふっくりんこ(北海道)」246人（51.6%）、「ひとめぼれ(宮城)」151人（31.6%）、「あきたこまち(秋田)」185人（38.8%）、「コシヒカリ(新潟)」261人（54.7%）。「ゆめぴりか(北海道)」が6割、「ふっくりんこ(北海道)」が半数である。

居住地別では、「ゆめぴりか（北海道）」は北海道以外でも4割を超えている。ただし、北海道以外では「ひとめぼれ(宮城)」、「あきたこまち(秋田)」、「コシヒカリ(新潟)」等の方が多くなっている【図表2.7】。



図表2.7 食べたことがある米

		米の銘柄				
		ゆめぴりか (北海道)	ふっくりんこ (北海道)	ひとめぼれ (宮城)	あきたこまち (秋田)	コリヒカリ (新潟)
居住地	函館市内 (n=218)	136	140	47	60	103
	函館以外北海道内 (n=93)	68	65	21	23	42
	東北 (n=66)	28	18	34	42	40
	関東 (n=68)	29	14	39	44	57



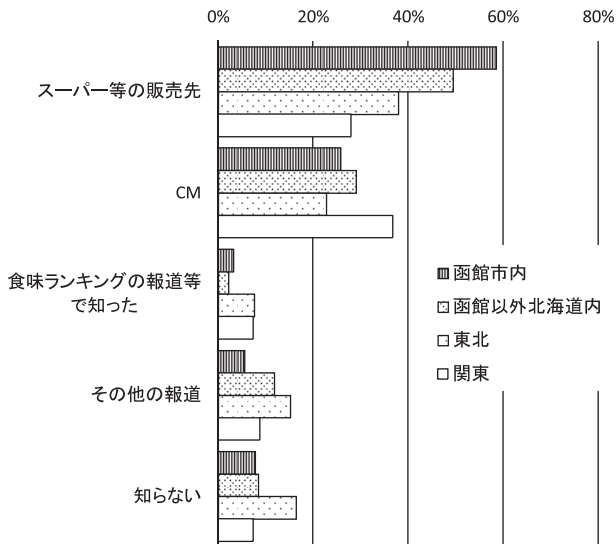
男女であまり変わらない。年代別では若年層で「ひとめぼれ(宮城)」、「あきたこまち(秋田)」、「コシヒカリ(新潟)」が少ないが、これは函館市内や函館以外北海道内で若年層が多いためである。

「ゆめぴりか(北海道)」を知った経緯は、477人の複数回答で「スーパー等の販売先」226人(47.4%)、「CM」129人(27.0%)、「食味ランキングの報道等で知った」22人(4.6%)、「その他の報道で知った」43人(9.0%)、「その他」3人(6.2%)、「知らない」51人(10.7%)。「スーパー等の販売先」が半数、「CM」が3割である。「その他」には、宿泊先、知人がつくっている等があった。

居住地別では、スーパー等の販売先が北海道の方が多いが、CM等はさほど変わらない【図表2.8】。北海道米LoveのCMは有効なようである。

図表2.8 ゆめぴりか（北海道）を知った経緯

		ゆめぴりか（北海道）を知った経緯				
		スーパー等の販売先	CM	食味ランキングの報道等で知った	その他の報道	知らない
居住地	函館市内 (n=217)	127	56	7	12	17
	函館以外北海道内 (n=93)	46	27	2	11	8
	東北 (n=66)	25	15	5	10	11
	関東 (n=68)	19	25	5	6	5



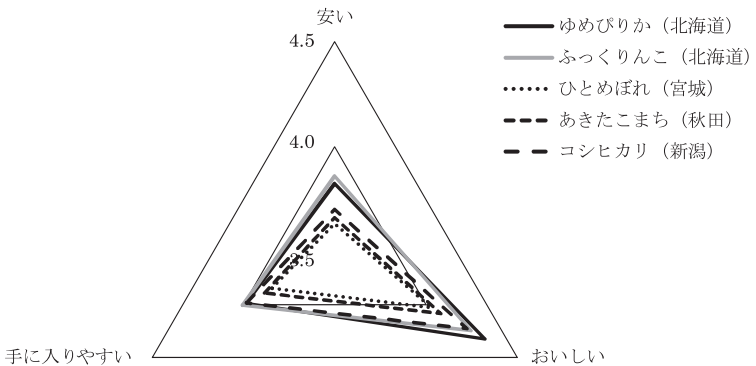
男女、年代別であまり変わらない。普段、自宅で食事の支度をしているかどうかでもあまり変わらない。

北海道の「ゆめぴりか」、「ふっくりんこ」と有名3銘柄について、安い・

おいしい・手に入りやすいについて5点満点で点数をつけてもらったところ、北海道の「ゆめぴりか」は安い3.8±1.16点、おいしい4.3±0.92点、手に入りやすい4.0±1.15点【図表2.9】。

図表2.9 米の銘柄、ブランド評価

		n	平均値	標準偏差
ゆめぴりか (北海道)	安い	378	3.8	1.16
	おいしい	388	4.3	0.92
	手に入りやすい	380	4.0	1.15
ふっくりんこ (北海道)	安い	391	3.9	1.08
	おいしい	395	4.2	0.97
	手に入りやすい	391	4.0	1.13
ひとめぼれ (宮城)	安い	381	3.6	1.00
	おいしい	390	4.0	1.06
	手に入りやすい	383	3.8	1.16
あきたこまち (秋田)	安い	381	3.7	1.01
	おいしい	392	4.1	0.99
	手に入りやすい	385	3.9	1.11
コシヒカリ (新潟)	安い	400	3.7	1.14
	おいしい	412	4.2	1.00
	手に入りやすい	406	4.0	1.09

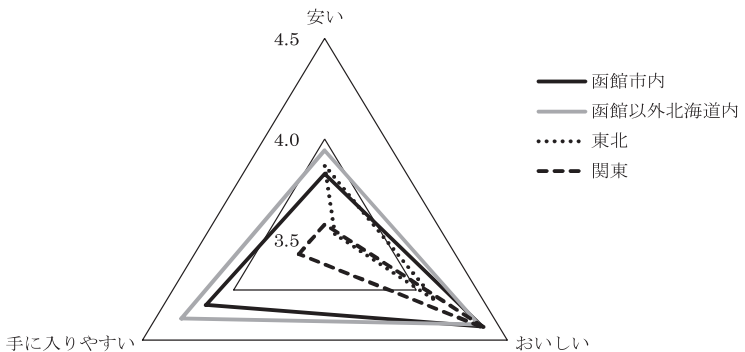


「おいしい」は、食べたことがある人で $4.4 \pm 0.82$ 点、食べたことがない人で $4.1 \pm 1.06$ 点。食べたことがある人の方が「おいしい」と思っている。

居住地別では、いずれの地域でも「おいしい」と思われており、関東では「安い」とは思われていない。東北や関東では「手に入りやすい」が低くなっている【図表2.10】。

図表2.10 ゆめぴりか（北海道）のブランド評価

		安い	おいしい	手に入りやすい
函館市内	n	180	182	180
	平均値	3.8	4.4	4.2
	標準偏差	1.20	0.91	1.09
函館以外 北海道内	n	71	70	70
	平均値	3.9	4.3	4.3
	標準偏差	1.14	0.96	0.98
東北	n	53	56	54
	平均値	3.9	4.1	3.4
	標準偏差	1.19	1.12	1.22
関東	n	52	58	53
	平均値	3.6	4.4	3.6
	標準偏差	0.91	0.75	1.24



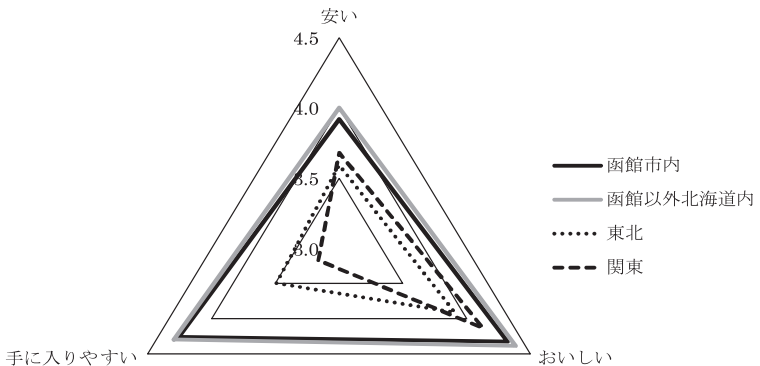
北海道の「ふっくりんこ」は安い3.9±1.08点、おいしい4.2±0.97点、手に入りやすい4.0±1.13点【図表2.9】。

「おいしい」は食べたことがある人で4.5±0.77点、食べたことがない人で3.9±1.09点。食べたことがある人の方が「おいしい」と思っている。

居住地別では、いずれの地域でも「おいしい」と思われている。東北や関東では「手に入りやすい」の評価が低くなっている【図表2.11】。

図表2.11 ふっくりんこ（北海道）のブランド評価

		安い	おいしい	手に入りやすい
函館市内	n	190	192	190
	平均値	3.9	4.3	4.3
	標準偏差	1.18	1.00	1.04
函館以外 北海道内	n	79	78	78
	平均値	4.0	4.4	4.3
	標準偏差	0.97	0.76	.84
東北	n	54	55	55
	平均値	3.6	3.9	3.5
	標準偏差	1.06	1.14	1.25
関東	n	44	46	43
	平均値	3.7	4.1	3.2
	標準偏差	0.83	0.83	1.17



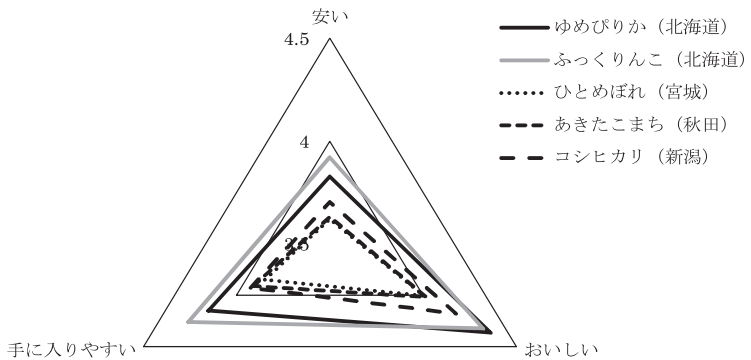
他の有名3銘柄と比べると、「ゆめぴりか(北海道)」、「ふっくりんこ(北海道)」は「おいしい」、「手に入りやすい」と思われており、「安い」と評価されている。ただし、これは函館市内在住者の影響を受けている【図表2.9】。

居住地別に見ると、函館市内在住者は「ゆめぴりか(北海道)」や「ふっくりんこ(北海道)」を他の有名3銘柄よりも「おいしい」と思っており、「安く」、「手に入りやすい」と思っている【図表2.12】。東北在住者はわずかの差ではあるが「ゆめぴりか(北海道)」や「ふっくりんこ(北海道)」よりも他の有名3銘柄を「おいしい」と思っており、特に「ふっくりんこ(北海道)」で「安い」の評価が低くなっている。加えて、「ゆめぴりか(北海道)」や「ふっくりんこ(北海道)」が「手に入りやすい」と思っていない【図表2.13】。関東在住者は「ゆめぴりか(北海道)」や「ふっくりんこ(北海道)」を他の有名3銘柄と同様に「おいしい」、「安い」と思っているが、特に「ふっくりんこ(北海道)」で「手に入りやすい」の評価が低くなっている【図表2.14】。

食味ランキングで特Aとなった「ゆめぴりか(北海道)」や「ふっくりんこ(北海道)」は、価格も「ひとめぼれ(宮城)」、「あきたこまち(秋田)」よりも高く、「コシヒカリ(新潟)」と同等になっているが、地元北海道はもとより、東北よりも関東で味や価格が評価されている。ただし、東北や関東では手に入りにくい状況にあるイメージが持たれているようである。

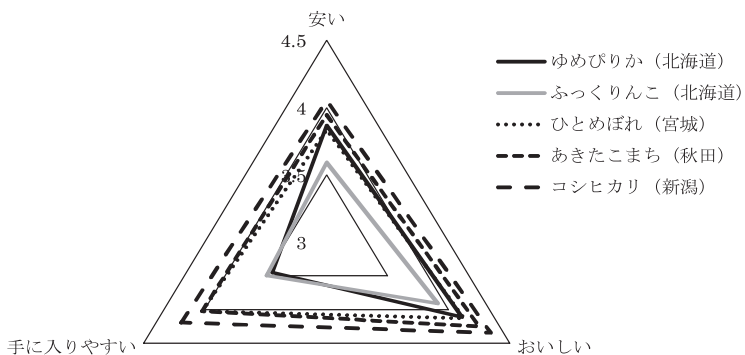
図表2.12 函館市内在住者の米のブランド評価

		n	平均値	標準 偏差
ゆめびりか (北海道)	安い	180	3.8	1.20
	おいしい	182	4.4	0.91
	手に入りやすい	180	4.2	1.09
ふっくりんこ (北海道)	安い	190	3.9	1.18
	おいしい	192	4.3	1.00
	手に入りやすい	190	4.3	1.04
ひとめぼれ (宮城)	安い	177	3.6	1.09
	おいしい	179	4.0	1.15
	手に入りやすい	177	3.8	1.16
あきたこまち (秋田)	安い	177	3.6	1.05
	おいしい	180	4.0	1.09
	手に入りやすい	178	3.9	1.06
コシヒカリ (新潟)	安い	186	3.7	1.15
	おいしい	188	4.2	1.06
	手に入りやすい	186	3.9	1.11



図表2.13 東北在住者の米のブランド評価

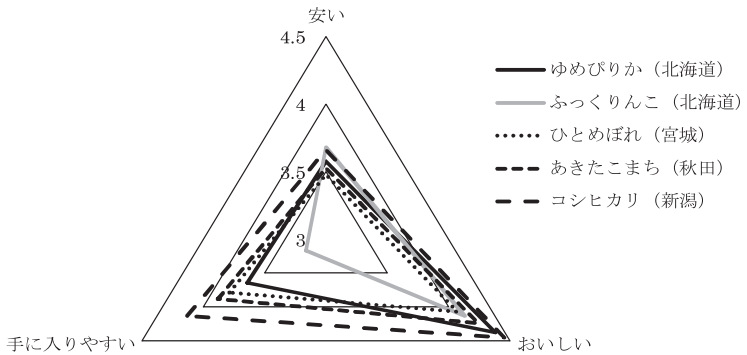
		n	平均値	標準 偏差
ゆめびりか (北海道)	安い	53	3.9	1.19
	おいしい	56	4.1	1.12
	手に入りやすい	54	3.4	1.22
ふっくりんこ (北海道)	安い	54	3.6	1.06
	おいしい	55	3.9	1.14
	手に入りやすい	55	3.5	1.25
ひとめぼれ (宮城)	安い	55	3.8	1.08
	おいしい	56	4.1	1.08
	手に入りやすい	57	4.0	1.09
あきたこまち (秋田)	安い	54	3.9	1.00
	おいしい	56	4.3	0.92
	手に入りやすい	55	4.0	1.05
コシヒカリ (新潟)	安い	57	4.1	1.08
	おいしい	58	4.3	0.89
	手に入りやすい	58	4.2	0.95





図表2.14 関東在住者の米のブランド評価

		n	平均値	標準 偏差
ゆめびりか (北海道)	安い	52	3.6	0.91
	おいしい	58	4.4	0.75
	手に入りやすい	53	3.6	1.24
ふっくりんこ (北海道)	安い	44	3.7	0.83
	おいしい	46	4.1	0.83
	手に入りやすい	43	3.2	1.17
ひとめぼれ (宮城)	安い	52	3.5	0.78
	おいしい	58	4.1	0.99
	手に入りやすい	52	3.8	1.24
あきたこまち (秋田)	安い	57	3.5	0.80
	おいしい	63	4.2	0.73
	手に入りやすい	59	3.9	1.16
コシヒカリ (新潟)	安い	56	3.7	1.05
	おいしい	64	4.5	0.75
	手に入りやすい	61	4.1	1.07



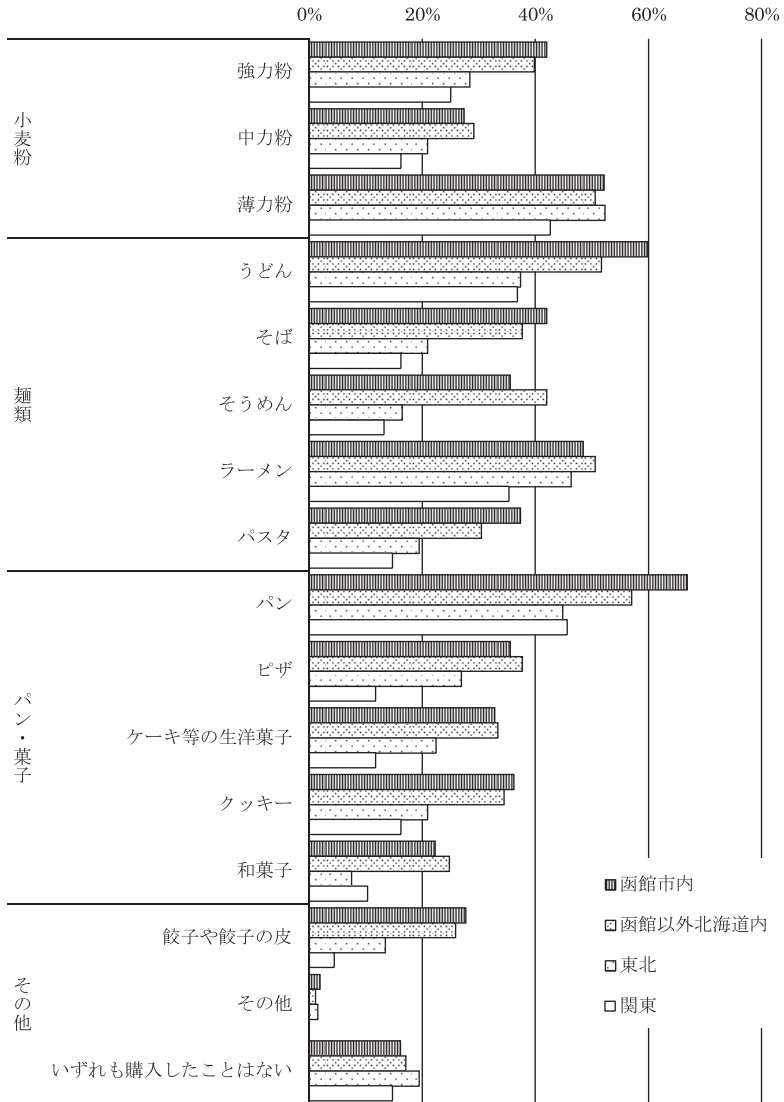
#### 4. 北海道産小麦

購入したことがある北海道産小麦使用商品は、478人の複数回答で、小麦粉の強力粉170人（35.6%）、中力粉118人（24.7%）、薄力粉233人（48.9%）、麺類でうどん237人（49.7%）、そば162人（33.9%）、そうめん144人（30.1%）、ラーメン217人（45.7%）、パスタ139人（29.1%）、パン・菓子類でパン267人（55.9%）、ピザ145人（30.3%）、ケーキ等の生洋菓子134人（28.0%）、クッキー141人（29.6%）、和菓子85人（17.8%）、その他に餃子や餃子の皮103人（21.5%）、その他6人（1.3%）、いずれも購入したことがない・わからない78人（16.3%）。8割以上が何らかの北海道産小麦使用商品を購入したことがあり、パンが最も多く、うどん、薄力粉、ラーメン等が4割を超えている。近年、開発された強力粉自体は35%であるが、強力粉を使用する北海道小麦使用商品であるパン、ラーメン、パスタ等は比較的購入されている。

居住地別では、全般的に函館市内、函館以外北海道内で多くなっているが、薄力粉、ラーメンは東北、関東もあまり変わらない【図表2.15】。以前からある薄力粉に加えて、強力粉が使われるラーメンは北海道内だけでなく各地で購入されているようである。

図表2.15 購入したことがある北海道産小麦使用商品

		小麦粉			麺類					パン・菓子			その他		いずれも購入したことはない		
		強力粉	中力粉	薄力粉	うどん	そば	そうめん	ラーメン	パスタ	パン	ピザ	ケーキ等の生洋菓子	クッキー	和菓子		餃子や餃子の皮	その他
居住地	函館市内 (n=217)	91	59	112	129	91	77	105	81	145	77	71	78	48	60	4	35
	函館以外北海道内 (n=93)	37	27	47	48	35	39	47	28	53	35	31	32	23	24	1	16
	東北 (n=67)	19	14	35	25	14	11	31	13	30	18	15	14	5	9	1	13
	関東 (n=68)	17	11	29	25	11	9	24	10	31	8	8	11	7	3	0	10



男女別では、強力粉、薄力粉、生洋菓子で女性の方が多くなっている。

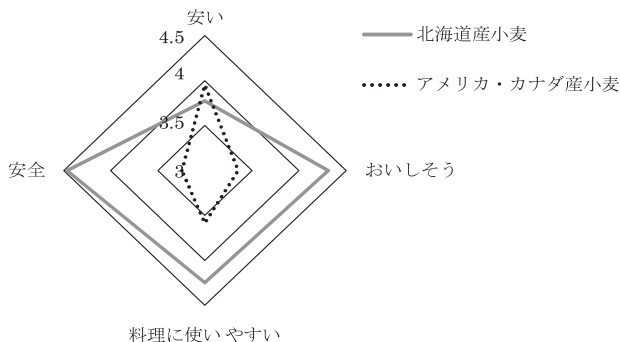
年代別では、若年層でラーメン、パスタ、ピザが多く、いずれも購入したことはないが多くなっているが、年齢による好みと経験の違いによるものと考えられる。

普段、自宅での食事の支度を自分がするかどうかによって、あまり差は見られない。

北海道産小麦粉、アメリカ・カナダ産小麦粉を安い・おいしそう・料理に使いやすい・安全についてそれぞれ5点満点で点数をつけてもらった。北海道産小麦粉は、安い $3.8 \pm 1.17$ 点、おいしそう $4.3 \pm 0.95$ 点、料理に使いやすい $4.2 \pm 0.98$ 点、安全 $4.5 \pm 0.90$ 点【図表2.16】。

図表2.16 北海道産小麦とアメリカ・カナダ産小麦粉のブランド評価

		n	平均値	標準偏差
北海道産小麦	安い	431	3.8	1.17
	おいしそう	441	4.3	0.95
	料理に使いやすい	436	4.2	0.98
	安全	442	4.5	0.90
アメリカ・カナダ産小麦	安い	411	4.0	1.16
	おいしそう	416	3.4	1.21
	料理に使いやすい	411	3.6	1.21
	安全	413	3.2	1.32



普段、自宅での食事の支度を自分がするかどうかであまり変わらない。

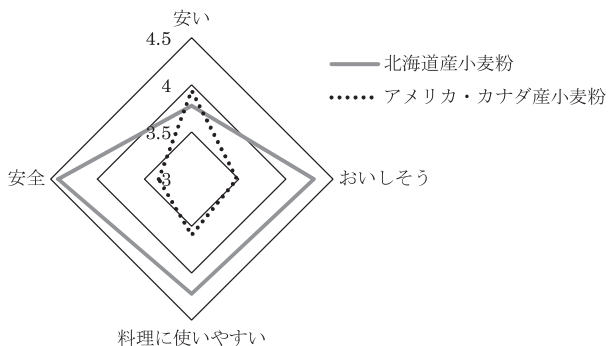
アメリカ・カナダ産小麦粉は、安い $4.0 \pm 1.16$ 点、おいしそう $3.4 \pm 1.21$ 点、料理に使いやすい $3.6 \pm 1.21$ 点、安全 $3.2 \pm 1.32$ 点である【図表2.16】。価格はアメリカ・カナダ産小麦粉の方が評価されており、味、安全性、料理への使いやすさは北海道産小麦粉が評価されている。実際に市販されている北海道産小麦粉は、アメリカ・カナダ産小麦粉よりも高価であるが、味、安全性等がかわれている。小麦粉として購入されているのは薄力粉だけでなく強力粉もあり、近年、強力粉が登場し改善が図られていることで、料理への使いやすさが増していると考えられる。

普段、自宅での食事の支度を自分がするかどうかであまり変わらない。

居住地別では、北海道産小麦粉が味、安全性、料理への使いやすさで評価されている点は変わらないが、函館市内、東北在住者よりも関東在住者でアメリカ・カナダ産小麦粉との違いが大きくなっている【図表2.17～19】。いずれの地域でも北海道産小麦粉の方がおいしく、安全で料理に使いやすいと考えられており、特に関東在住者でアメリカ・カナダ産小麦粉の違いが意識されているようである。

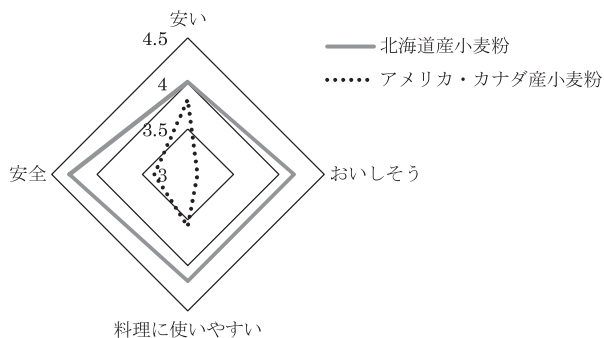
図表2.17 函館市内在住者の小麦粉のブランド評価

		n	平均値	標準 偏差
北海道産 小麦粉	安い	204	3.8	1.24
	おいしそう	208	4.3	0.97
	料理に使いやすい	206	4.2	1.06
	安全	208	4.4	0.96
アメリカ・ カナダ産 小麦粉	安い	195	3.9	1.23
	おいしそう	197	3.5	1.31
	料理に使いやすい	196	3.6	1.30
	安全	196	3.4	1.39



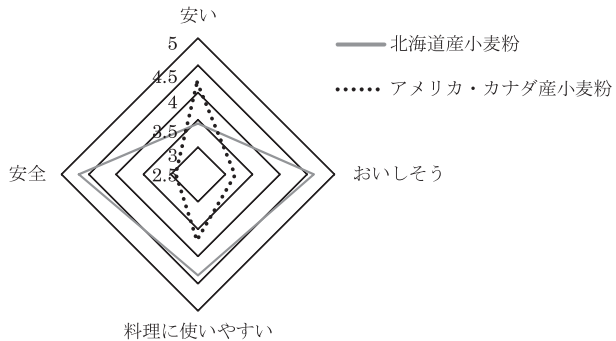
図表2.18 東北在住者の小麦粉のブランド評価

		n	平均値	標準偏差
北海道産小麦粉	安い	56	4.0	0.98
	おいしそう	60	4.2	0.98
	料理に使いやすい	57	4.2	0.93
	安全	60	4.3	0.93
アメリカ・カナダ産小麦粉	安い	56	3.8	1.15
	おいしそう	57	3.1	1.18
	料理に使いやすい	56	3.6	1.13
	安全	57	3.4	1.33



図表2.19 関東在住者の小麦粉のブランド評価

		n	平均値	標準 偏差
北海道産 小麦粉	安い	58	3.4	1.24
	おいしそう	61	4.6	0.69
	料理に使いやすい	60	4.4	0.82
	安全	60	4.7	0.62
アメリカ・ カナダ産 小麦粉	安い	57	4.2	1.04
	おいしそう	59	3.2	0.96
	料理に使いやすい	57	3.7	1.13
	安全	58	2.9	1.10



## 5. 北海道小豆

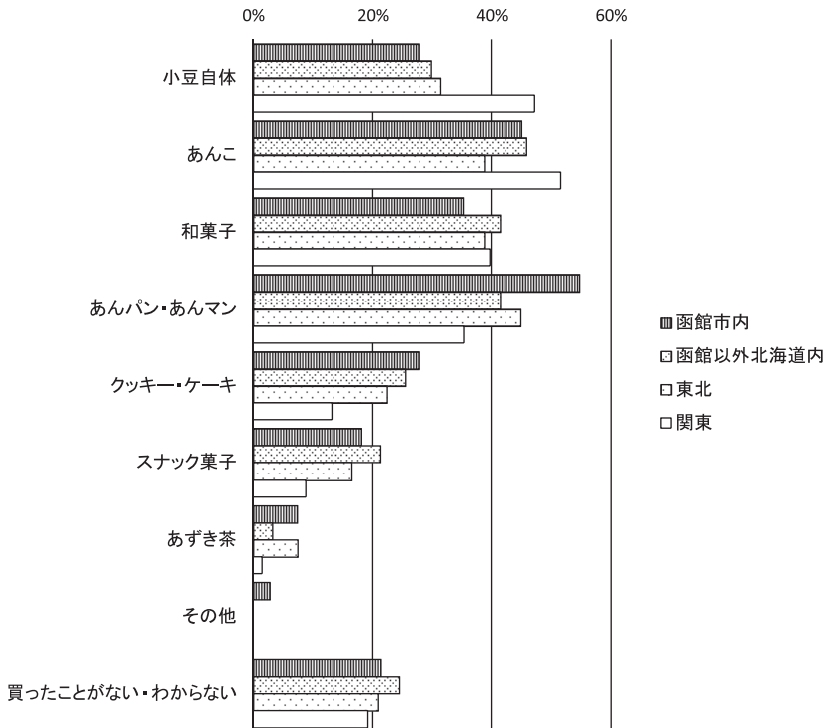
購入したことがある北海道小豆または十勝小豆を使用した商品は、478人の複数回答で、小豆自体150人（31.4%）、あんこ216人（45.3%）、和菓子178人（37.3%）、あんパン・あんマン223人（46.8%）、クッキー・ケーキ114人（23.9%）、スナック菓子77人（16.1%）、あずき茶26人（5.5%）、その他26人（5.5%）、買ったことがない・わからない102人（21.4%）。8割が何らかの北海道小豆または十勝小豆を使用した商品を購入したことがあり、あんパン・あんマン、あんこが多く、和菓子、小豆自体が3割を超えている。

居住地別に見てもあまり差は見られない【図表2.20】。全国的に北海道小

豆または十勝小豆を使用した商品が購入されていることがわかる。

図表2.20 北海道小豆または十勝小豆を使用した商品で購入したことがあるもの

		北海道小豆または十勝小豆を使用した商品で購入したことがあるもの								
		小豆自体	あんこ	和菓子	あんパン・あんマン	クッキー・ケーキ	スナック菓子	あずき茶	その他	買ったことがない・わからない
居住地	函館市内 (n=216)	60	97	76	118	60	39	16	6	46
	函館以外北海道内 (n=94)	28	43	39	39	24	20	3	0	23
	東北 (n=67)	21	26	26	30	15	11	5	0	14
	関東 (n=69)	32	35	27	24	9	6	1	0	13





男女別では、小豆自体、あんこ、和菓子が女性で多くなっていた。

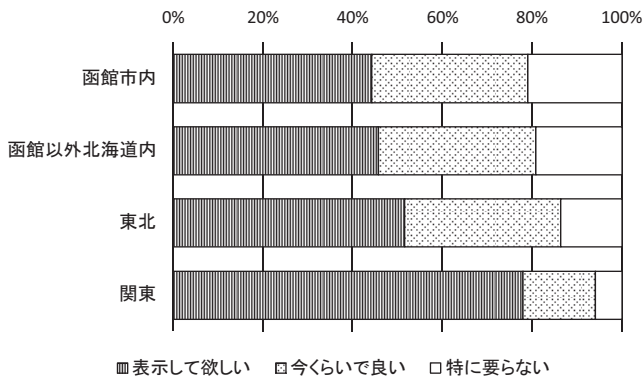
年代別では、小豆自体、あんこ、和菓子が高齢者で多く、若年層で買ったことがない・わからないが比較的多くなっていた。

「あんこは半分が中国産小豆使用や、中国のあんこを輸入しています」と説明した上で、あんこ関連商品の生産地表示について尋ねると、表示して欲しい238人（50.1%）、今くらいで良い155人（32.6%）、特に要らない82人（17.3%）。半数が表示して欲しいと回答している。

居住地別では、関東で表示して欲しいが多くなっている【図表2.21】。年代別では中高年齢層で表示して欲しいが多く、関東で中高年齢層が多いことによる影響もあるが、居住地による差の方が大きくなっている。

図表2.21 あんこ関連商品の生産地表示の希望

		生産地表示			合計
		表示して欲しい	今くらいで良い	特に要らない	
居住地	函館市内	95	75	45	215
	函館以外北海道内	43	33	18	94
	東北	34	23	9	66
	関東	53	11	4	68



北海道小豆または十勝小豆を使用した商品が幅広く購入されており、国内のあんこが中国産小豆使用や、中国のあんこの輸入である現状で、あんこの生産地表示が求められており、特に関東方面でのニーズが高いと考えられる。

### Ⅲ. 北海道農業に対する消費者意識

#### 1. 調査方法

2016年5～6月、函館の観光地で来街者にアンケートを行った。調査項目は、回答者基本属性（性別、年代、居住地）、農業との関わり、食事で大切に思うもの、日本の農作物の規制等である。北海道農業のイメージについて有機農業、放牧畜産、ロボット化、輸出、食品メーカーの直営農場、おいしさの6項目で4段階評価を行った。

加えて、有機農業、放牧畜産、ロボット化、地元産と北海道産の比較、輸入物と北海道産の比較において、100円の商品をいくらまでなら購入するか金額を尋ねた。

#### 2. 回答者基本属性

回収数277。

男性148人（53.8%）、女性127人（46.2%）。男女半数ずつくらいである。

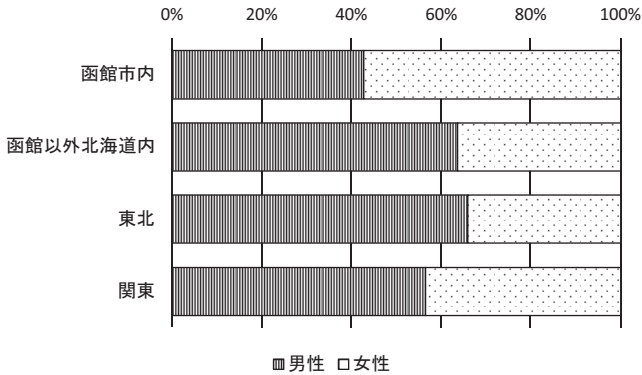
年代は19歳以下41人（14.9%）、20代59人（21.4%）、30代45人（16.3%）、40代42人（15.2%）、50代42人（15.2%）、60代34人（12.3%）、70歳以上13人（4.7%）。20代が最も多く、30代、40代の順である。

居住地は函館市内96人（34.7%）、函館以外北海道内55人（19.9%）、東北45人（16.2%）、関東47人（17.0%）、中部・北陸以南27人（9.7%）、海外7人（2.5%）。函館市内が1/3であり、函館以外北海道内、関東、東北の順である。海外はオーストラリア等であった。

居住地別に見ると、函館市内でやや女性が多い【図表3.1】。年代は函館市内、函館以外北海道内で若年層が多く、東北、関東で中高年者が多くなっている【図表3.2】。

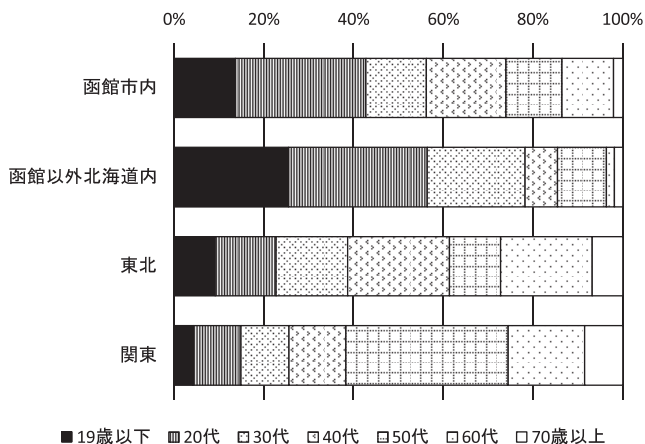
図表3.1 回答者基本属性（性別）

		性別		合計
		男性	女性	
居住地	函館市内	41	55	96
	函館以外北海道内	35	20	55
	東北	29	15	44
	関東	26	20	46
	中部・北陸以南	15	12	27
	海外	2	5	7
合計		213	151	364



図表3.2 回答者基本属性（年代）

		年代							合計
		19歳以下	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
居住地	函館市内	13	28	13	17	12	11	2	96
	函館以外北海道内	14	17	12	4	6	1	1	55
	東北	4	6	7	10	5	9	3	44
	関東	2	5	5	6	17	8	4	47
	中部・北陸以南	8	2	6	3	0	5	3	27
	海外	0	1	2	2	2	0	0	7
合計		41	59	45	42	42	34	13	276

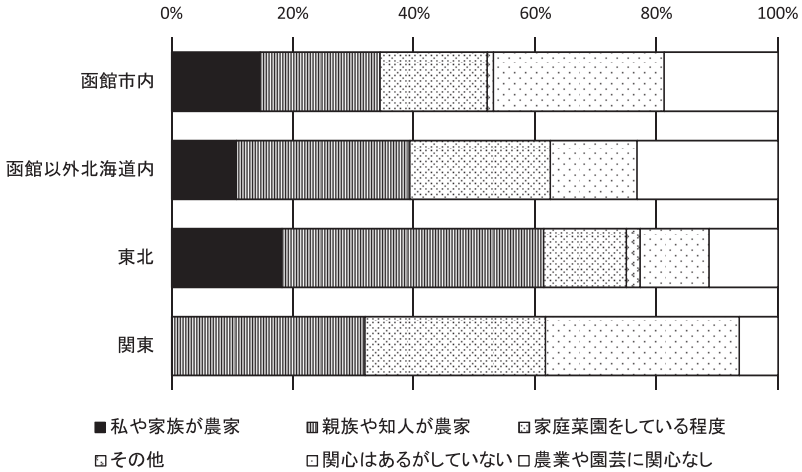


農業との関わりを尋ねると「私や家族が農家」33人（12.0%）、「親族や知人が農家」76人（27.5%）、「家庭菜園をしている程度」57人（20.7%）、「その他」2人（0.7%）、「関心はあるがしていない」62人（22.5%）、「農業や園芸に関心なし」46人（16.7%）。「親族や知人が農家」が3割であり、「家庭菜園をしている程度」、「関心はあるがしていない」、「農業や園芸に関心なし」がそれぞれ2割であり、様々である。

居住地別では、関東で「私や家族が農家」がない以外は大きな差は見られない【図表3.3】。年代別に見てもあまり変わらない【図表3.4】。

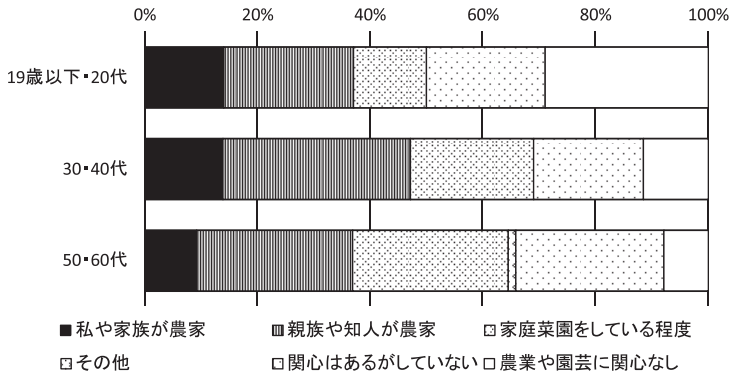
図表3.3 居住地別、農業との関わり

居住地	農業との関わり						合計
	私や家族が農家	親族や知人が農家	家庭菜園をしている程度	その他	関心はあるがしていない	農業や園芸に関心なし	
函館市内	14	19	17	1	27	18	96
函館以外北海道内	6	15	13	0	8	13	55
東北	8	19	6	1	5	5	44
関東	0	15	14	0	15	3	47



図表3.4 年代別、農業との関わり

		農業との関わり						合計
		私や家族が農家	親族や知人が農家	家庭菜園をしている程度	その他	関心はあるがしていない	農業や園芸に関心なし	
年代	19歳以下・20代	14	23	13	0	21	29	100
	30・40代	12	29	19	0	17	10	87
	50・60代	7	21	21	1	20	6	76

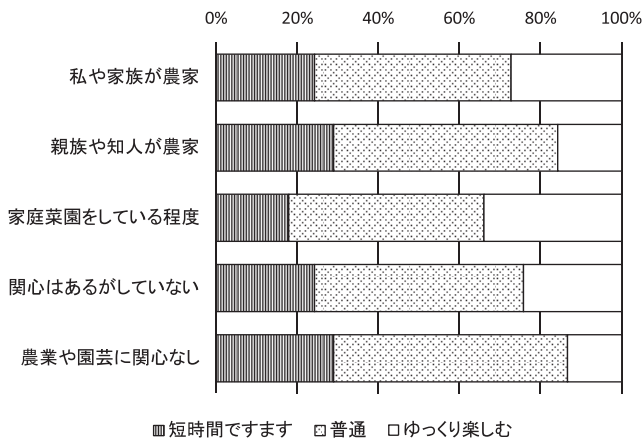


夕食の食べ方は「短時間で済みます」68人(24.7%)、「普通」145人(52.7%)、「ゆっくり楽しむ」62人(22.5%)。普通が半数を超えるが、短時間で済みます、ゆっくり楽しむもそれぞれ2割程度あり、様々である。

男女、年代別であまり変わらない。農業との関わりでも差は見られない【図表3.5】。

図表3.5 夕食の食べ方

		夕食の食べ方			合計
		短時間で済みます	普通	ゆっくり楽しむ	
農業との 関わり	私や家族が農家	8	16	9	33
	親族や知人が農家	22	42	12	76
	家庭菜園をしている程度	10	27	19	56
	関心はあるがしていない	15	32	15	62
	農業や園芸に関心なし	13	26	6	45



食事で大切に思うものは、276人の複数回答で、安全111人(40.2%)、健康127人(46.0%)、安価38人(13.8%)、省力化5人(1.8%)、旬28人(10.2%)、ブランド・有名銘柄7人(2.5%)、雰囲気・団らん58人(21.0%)、

その他4人（1.4%）、特にない15人（5.4%）。健康が半数近く、安全が4割であった。その他には量やマナー等があった。

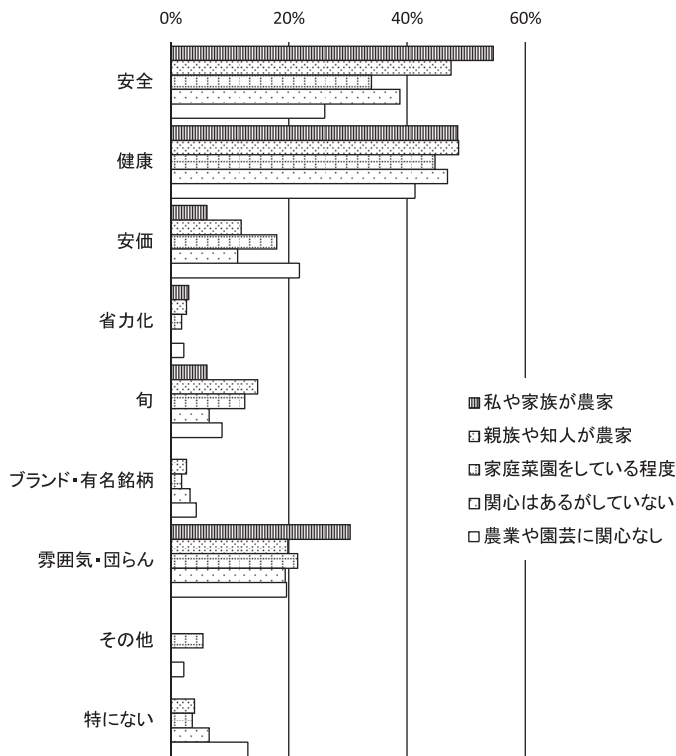
夕食の食べ方で「ゆっくり楽しむ」人で雰囲気・団らんが多くなっている。「普通」の人で安価が少ない。

男女別では、安全で女性の方が若干多くなっている。年代別では、30・40代で健康が若干多くなっている。安価は50・60代でやや少なくなる。雰囲気団らんは若年層で若干少ない。

農業との関わりを見ると、「私や家族が農家」、「親族や知人が農家」の人で安全がやや多くなっている。「農業や園芸に関心なし」、「家庭菜園をしている程度」の人で安価が比較的多い【図表3.6】。

図表3.6 食事で大切に思うもの

		食事で大切に思うもの								
		安全	健康	安価	省力化	旬	ブランド・有名銘柄	雰囲気・団らん	その他	特にない
農業との関わり	私や家族が農家 (n=33)	18	16	2	1	2	0	10	0	0
	親族や知人が農家 (n=76)	36	37	9	2	11	2	15	0	3
	家庭菜園をしている程度 (n=56)	19	25	10	1	7	1	12	3	2
	関心はあるがしていない (n=62)	24	29	7	0	4	2	12	0	4
	農業や園芸に関心なし (n=46)	12	19	10	1	4	2	9	1	6



### 3. 北海道農業のイメージ

北海道農業のイメージについて、そう思う、ややそう思う、あまりそう思わない、思わないの4段階で尋ねた。

「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」は、そう思う77人(27.8%)、ややそう思う136人(49.1%)、あまりそう思わない55人(19.9%)、思わない9人(3.2%)【図3.7】。そう思う、ややそう思うを合わせると3/4を超える。北海道農業は多くの人に無農薬で有機栽培とされている。

「酪農は乳牛が放牧されている」は、そう思う108人(39.0%)、ややそう思う107人(38.6%)、あまりそう思わない52人(18.8%)、思わない10



人（3.6%）【図3.7】。そう思う、ややそう思うを合わせると3/4を超える。北海道農業は多くの人に放牧畜産とされている。

「農作業はロボットが担っている」は、そう思う34人（12.4%）、ややそう思う66人（24.0%）、あまりそう思わない104人（37.8%）、思わない71人（25.8%）【図3.7】。そう思う、ややそう思うを合わせると4割近い。北海道農業は比較的ロボット化が進んでいると思われる。

「農作物をたくさん輸出している」は、そう思う65人（23.6%）、ややそう思う99人（35.9%）、あまりそう思わない85人（30.8%）、思わない27人（9.8%）【図3.7】。そう思う、ややそう思うを合わせると6割近い。北海道農業は、農作物の輸出が進んでいると思われる。

「食品メーカーの直営農場がたくさんある」は、そう思う81人（29.2%）、ややそう思う119人（43.0%）、あまりそう思わない61人（22.0%）、思わない16人（5.8%）【図3.7】。そう思う、ややそう思うを合わせると7割を超える。北海道農業は企業化が進んでいると思われる。

「本州の農作物よりもおいしい」は、そう思う159人（57.4%）、ややそう思う74人（26.7%）、あまりそう思わない32人（11.6%）、思わない12人（4.3%）【図3.7】。そう思う、ややそう思うを合わせると8割を超える。北海道の農作物は多くの人に評価されている。

これらの項目は互いに関係があり、「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」と思っている人は「酪農は乳牛が放牧されている」、「農作業はロボットが担っている」、「農作物をたくさん輸出している」、「食品メーカーの直営工場がたくさんある」、「本州の農作物よりもおいしい」と思っている。すべての項目に同様の関係がある。

最後の項目である「本州の農作物よりもおいしい」で見ると、北海道において「野菜は無農薬・有機肥料で栽培」、「酪農は乳牛が放牧」されており、「農作業はロボット」が担っており、その結果として「農作物をたくさん輸出」し、「食品メーカーの直営農場がたくさんある」ことになる。これらの

農薬や有機栽培、放牧畜産、ロボット化、農作物の輸出、企業化等、北海道農業のイメージはかなり誤認に基づいている。

男女別では、女性の方が「酪農は乳牛が放牧されている」と思っている。

年代別では、若年層の方が「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」、「農作業はロボットが担っている」、「農作物をたくさん輸出している」と思っている。

居住地別では、関東在住者が「食品メーカーの直営農場がたくさんある」、「本州の農作物よりもおいしい」と思っている。

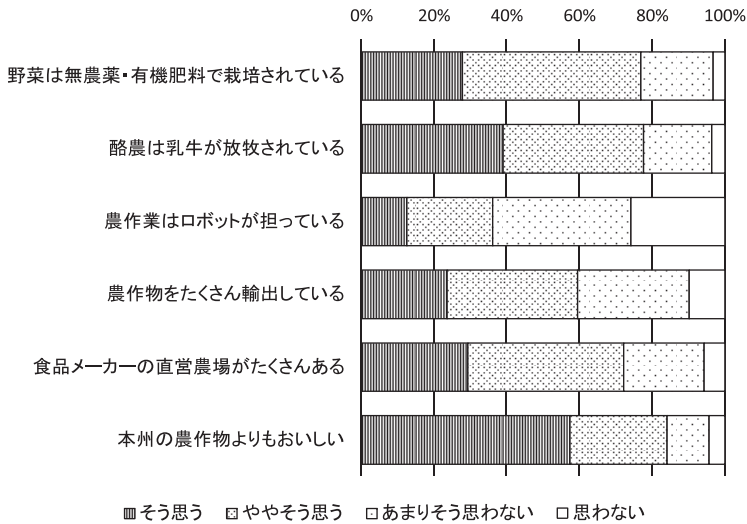


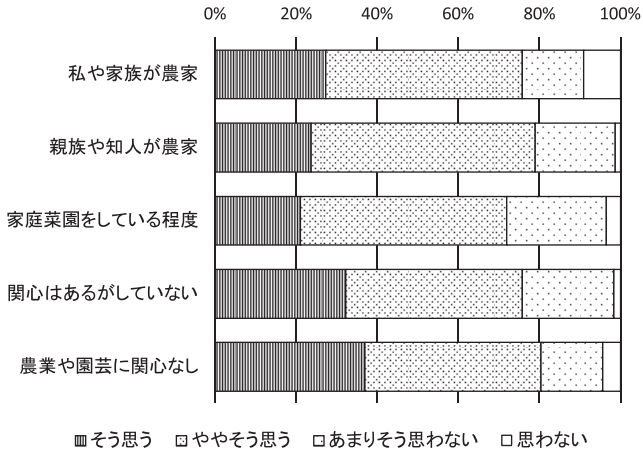
図3.7 北海道農業のイメージ

農業との関わり別に見ると、「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」、「酪農は乳牛が放牧されている」はあまり変わらない【図表3.8、3.9】。農業の経験や園芸の関心は、北海道農業の野菜栽培や酪農への認識とあまり関係がないようである。「農作業はロボットが担っている」で家庭菜園をしてい

る程度の人はそうっておらず、農業や園芸に関心のない人でそう思う人が比較的多いが、「私や家族が農家」の人でも3割がそう思っている【図表3.10】。農業経験者でも北海道農業でロボット化が進んでいると考えている人がいる。

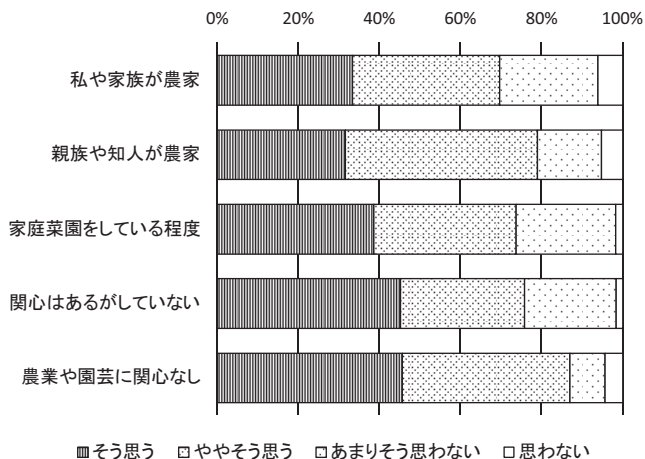
図表3.8 農業との関わり別、北海道農業のイメージ (1)

		野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている				合計
		そう思う	ややそう思う	あまりそう 思わない	思わない	
農業との 関わり	私や家族が農家	9	16	5	3	33
	親族や知人が農家	18	42	15	1	76
	家庭菜園をしている程度	12	29	14	2	57
	関心はあるがしていない	20	27	14	1	62
	農業や園芸に関心なし	17	20	7	2	46



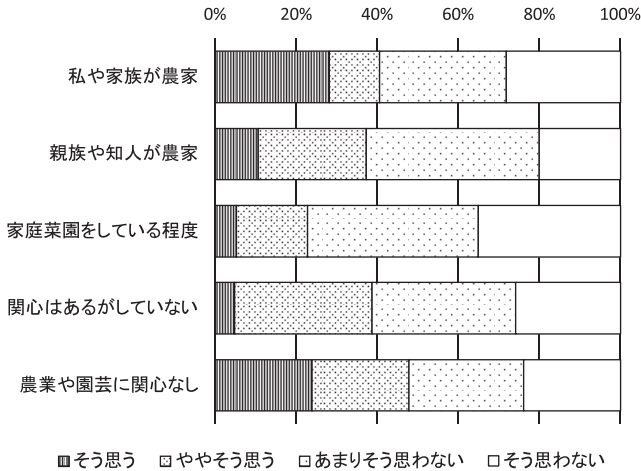
図表3.9 農業との関わり別、北海道農業のイメージ (2)

		酪農は乳牛が放牧されている				合計
		そう思う	ややそう思う	あまりそう 思わない	思わない	
農業との 関わり	私や家族が農家	11	12	8	2	33
	親族や知人が農家	24	36	12	4	76
	家庭菜園をしている程度	22	20	14	1	57
	関心はあるがしていない	28	19	14	1	62
	農業や園芸に関心なし	21	19	4	2	46



図表3.10 農業との関わり別、北海道農業のイメージ (3)

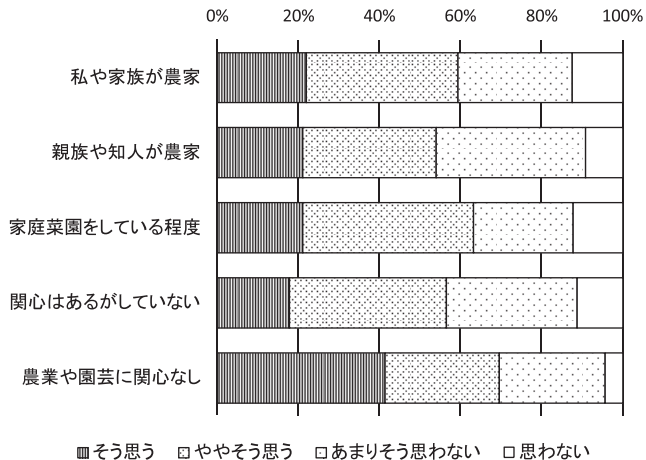
		農作業はロボットが担っている				合計
		そう思う	ややそう思う	あまりそう 思わない	そう思わない	
農業との 関わり	私や家族が農家	9	4	10	9	32
	親族や知人が農家	8	20	32	15	75
	家庭菜園をしている程度	3	10	24	20	57
	関心はあるがしていない	3	21	22	16	62
	農業や園芸に関心なし	11	11	13	11	46



「農作物をたくさん輸出している」で農業や園芸に関心のない人でそう思う人が多い【図表3.11】。農業や園芸への関心が、農作物の貿易の状況認識につながっていることがわかる。「食品メーカーの直営農場がたくさんある」で農業や園芸に関心がない人でそう思う人が多いが、私や家族が農家の人でも3割がそう思っている【図表3.12】。農業経験者でも北海道農業で企業化が進んでいると考えている人がいる。「本州の農作物よりおいしい」は直接、農業や園芸に携わっていない人でそう思う人が多い【図表3.13】。農業や園芸の体験がないことが北海道の農作物への誤認につながり、誤ったイメージが評価を高めている可能性がある。

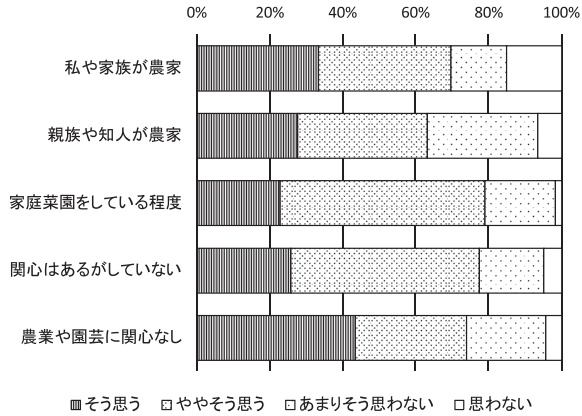
図表3.11 農業との関わり別、北海道農業のイメージ (4)

		農作物をたくさん輸出している				合計
		そう思う	ややそう思う	あまりそう 思わない	思わない	
農業との 関わり	私や家族が農家	7	12	9	4	32
	親族や知人が農家	16	25	28	7	76
	家庭菜園をしている程度	12	24	14	7	57
	関心はあるがしていない	11	24	20	7	62
	農業や園芸に関心なし	19	13	12	2	46



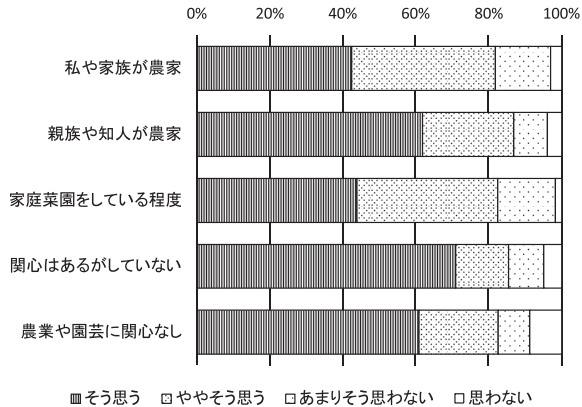
図表3.12 農業との関わり別、北海道農業のイメージ (5)

		食品メーカーの直営農場がたくさんある				合計
		そう思う	ややそう思う	あまりそう 思わない	思わない	
農業との 関わり	私や家族が農家	11	12	5	5	33
	親族や知人が農家	21	27	23	5	76
	家庭菜園をしている程度	13	32	11	1	57
	関心はあるがしていない	16	32	11	3	62
	農業や園芸に関心なし	20	14	10	2	46



図表3.13 農業との関わり別、北海道農業のイメージ (6)

		本州の農作物よりおいしい				合計
		そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	思わない	
農業との関わり	私や家族が農家	14	13	5	1	33
	親族や知人が農家	47	19	7	3	76
	家庭菜園をしている程度	25	22	9	1	57
	関心はあるがしていない	44	9	6	3	62
	農業や園芸に関心なし	28	10	4	4	46



#### 4. 購入してもよいと思う価格

「農薬・化学肥料で栽培された農作物が100円です」と説明した上で、無農薬・有機肥料の農作物をいくらまでなら買うか尋ねると、100円未満23人(8.3%)、同じ100円89人(32.2%)、150円くらい93人(33.7%)、175円くらい36人(13.0%)、200円以上35人(12.7%)【図表3.14】。1.5倍の150円くらい、同じ100円が1/3ずつある。150円くらい、175円くらい、200円以上を合わせると6割である。

年代、農業との関わり、夕食の食べ方、食事で大切に思うものによってあまり変わらない。北海道農業のイメージで「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」と思うかどうかで差は見られない。

「牛舎でつないで飼われ、濃厚飼料を食べている乳牛の牛乳が100円です」と説明した上で、放牧されて牧草を食べている乳牛の牛乳をいくらまでなら買うか尋ねると、100円未満22人(7.9%)、同じ100円69人(24.9%)、150円くらい104人(37.5%)、175円くらい49人(17.7%)、200円以上33人(11.9%)【図表3.14】。1.5倍の150円くらいが4割近く、175円くらい、200円以上と合わせると7割近い。

年代別では、若年層の方が安い価格をつけている。農業との関わり、夕食の食べ方、食事で大切に思うものによってあまり変わらない。北海道農業のイメージで「酪農は乳牛が放牧されている」と思っている5人に1人が200円以上をつけている【図表3.15】。

「ロボットがつくった農作物が100円です」と説明した上で、人が手作りでつくった農作物をいくらまでなら買うか尋ねると、100円未満27人(9.7%)、同じ100円89人(32.1%)、150円くらい88人(31.8%)、175円くらい37人(13.4%)、200円以上36人(13.0%)【図表3.14】。1.5倍の150円くらい、同じ100円がそれぞれ3割である。150円くらい、175円くらい、200円以上を合わせると6割である。

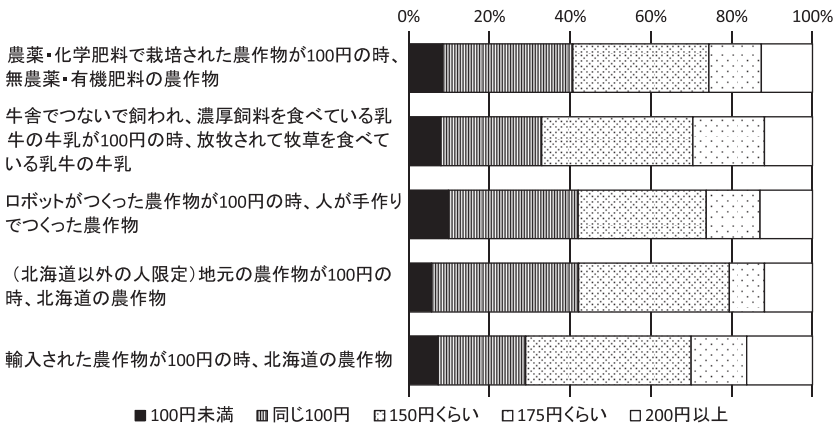
年代、農業との関わり、夕食の食べ方、食事で大切に思うものによってあまり変わらない。



北海道以外の人に「地元の農作物が100円です」と説明した上で、北海道の農作物をいくらまでなら買うか尋ねると、100円未満7人（5.6%）、同じ100円46人（36.5%）、150円くらい47人（37.3%）、175円くらい11人（8.7%）、200円以上15人（11.9%）【図表3.14】。150円くらいと、同じ100円がそれぞれ4割近い。

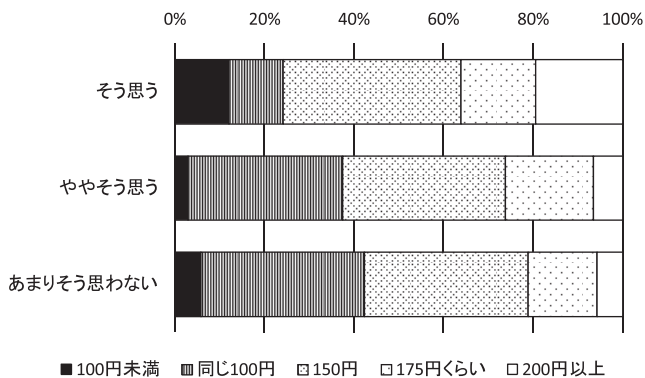
図表3.14 購入してもよいと思う価格

		購入してもよいと思う価格					合計
		100円未満	同じ100円	150円くらい	175円くらい	200円以上	
条件	農薬・化学肥料で栽培された農作物が100円の時、無農薬・有機肥料の農作物	23	89	93	36	35	276
	牛舎でつないで飼われ、濃厚飼料を食べている乳牛の牛乳が100円の時、放牧されて牧草を食べている乳牛の牛乳	22	69	104	49	33	277
	ロボットがつくった農作物が100円の時、人が手作りでつくった農作物	27	89	88	37	36	277
	（北海道以外の人限定）地元の農作物が100円の時、北海道の農作物	7	46	47	11	15	126
	輸入された農作物が100円の時、北海道の農作物	20	60	113	38	45	276



図表3.15 北海道農業のイメージ別、放牧されて草を食べている乳牛の牛乳の価格

		牛舎でつないで飼われ、濃厚飼料を食べている乳牛の牛乳が100円の時、放牧されて牧草を食べている乳牛の牛乳					合計
		100円未満	同じ100円	150円くらい	175円くらい	200円以上	
(北海道農業)	そう思う	13	13	43	18	21	108
酪農は乳牛が放牧されている	ややそう思う	3	37	39	21	7	107
	あまりそう思わない	3	19	19	8	3	52



年代、居住地、農業との関わり、夕食の食べ方、食事で大切に思うものによってあまり変わらない。

北海道農業のイメージで「本州の農作物よりもおいしい」と思っている人で、高い価格をつけている。

北海道農業のイメージで「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」と思っており、農薬・化学肥料で栽培されている農作物が100円の時に、無農薬・有機肥料の農作物に高い価格をつける人は、北海道の農作物にも高い価格をつけていた。逆に北海道農業のイメージで「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」と思っていない人は、当然のことながら、農薬・化学肥料で栽培されている農作物が100円の時に、無農薬・有機肥料の農作物に高い

価格をつける人であっても、北海道の農作物に高い価格をつけていない。農薬や有機栽培については北海道農業のイメージの影響を受けている。

ただし、北海道農業のイメージで「農作業はロボットが担っている」と思っている人では、ロボットがつくった農作物が100円の時に、人が手作りでつくった農作物につける価格は、北海道の農作物の価格と関係が見られなかった。ロボット化については北海道農業のイメージの影響は限られている。

「輸入された農作物が100円です」と説明した上で、北海道の農作物をいくらまでなら買うか尋ねると、100円未満20人（7.2%）、同じ100円60人（21.7%）、150円くらい113人（40.9%）、175円くらい38人（13.8%）、200円以上45人（16.3%）【図表3.14】。1.5倍の150円くらいが4割であり、175円くらい、200円以上と合わせると7割になる。

年代、夕食の食べ方、食事で大切に思うものによってあまり変わらない。居住地別では、関東で価格がやや高くなっていた。農業との関わり別に見ると、農業や園芸に関心のない人で価格が安くなっていた。

前述した地元の農作物と比べた場合と同様に、輸入された農作物との比較においても、北海道農業のイメージの「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」の影響を受けている。農薬・化学肥料で栽培されている農作物が100円の時に、無農薬・有機肥料の農作物に高い価格をつける人は、北海道の農作物にも高い価格をつけていた。逆に北海道農業のイメージで「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」と思っていない人は、当然のことながら、農薬・化学肥料で栽培されている農作物が100円の時に、無農薬・有機肥料の農作物に高い価格をつける人であっても、北海道の農作物に高い価格をつけていない。農薬や有機栽培については北海道農業のイメージの影響を受けている。

ただし、こちらも前述した地元の農作物と比べた場合と同様に、北海道農業のイメージで「農作業はロボットが担っている」と思っている人では、ロボットがつくった農作物が100円の時に、人が手作りでつくった農作物につける価格は、北海道の農作物の価格と関係が見られなかった。ロボット化に

については北海道農業のイメージの影響は限られている。

加えて、これらの5つの設定の価格には互いに関係があり、「無農薬・有機肥料の農作物」に高い価格をつける人は、「放牧されて牧草を食べている牛乳」、「人が手作りでつくった農作物」、「(地元の農作物と比べて)北海道の農作物」、「(輸入された農作物と比べて)北海道の農作物」にも高い価格をつけていた。すべての設定に同様の関係がある。

消費者の志向として、無農薬や有機栽培、放牧畜産、手作り、国内産に共通して高い価格を支払う人たちがおり、地元産よりも北海道産に魅力を感じていることがわかる。

### 5. 農作物の規制、イメージ戦略等に対する意識

日本の農薬・遺伝子組み換え作物等の農作物の規制について、「日本のスーパーには安全で環境に負荷を与えない農作物が並んでいる」84人(30.4%)、「そのようなものを選べば問題ない」67人(24.3%)、「表示や規制が不十分」78人(28.3%)、「わからない」47人(17.0%)【図3.16】。「日本のスーパーには安全で環境に負荷を与えない農作物が並んでいる」、「表示や規制が不十分」がそれぞれ3割である。

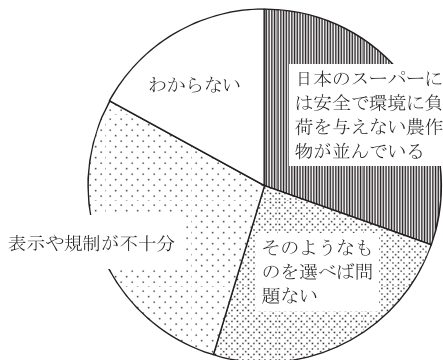


図3.16 農作物の規制に対する意識

男女、居住地別であまり変わらない。年代別では中高齢者で「表示や規制が不十分」が増える。

農業との関わり、夕食の食べ方、食事で大切に思うものによってあまり変わらない。

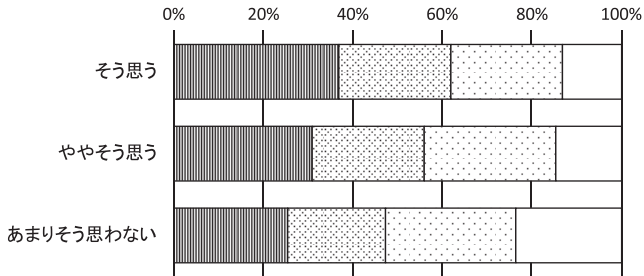
北海道農業のイメージで「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」と思っている人は「日本のスーパーには安全で環境に負荷を与えない農作物が並んでいる」が多くなっており、逆に北海道農業のイメージで「野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている」とあまり思っていない人で「表示や規制が不十分」が多くなっている【図表3.17】。

「表示や規制が不十分」と思っている人は、輸入された農作物が100円の時、北海道の農作物に比較的高い価格をつけている。

日本の食品の生産風景の絵を入れたパッケージ、CM、イメージ戦略について「少々、良いイメージにしている程度なので別に良い」112人（40.6%）、「誤解をまねくが、そのようなものを選ばなければ良い」56人（20.3%）、「何が本当なのか区別がつかない」65人（23.6%）、「わからない」43人（15.6%）【図3.18】。「少々、良いイメージにしている程度なので別に良い」が4割であるが、「何が本当なのか区別がつかない」が2割ある。

図表3.17 北海道農業のイメージ別、農作物の規制に対する意識

		農作物の規制				合計
		日本のスーパーには安全で環境に負荷を与えない農作物が並んでいる	そのようなものを選べば問題ない	表示や規制が不十分	わからない	
(北海道農業) 野菜は無農薬・有機肥料で栽培されている	そう思う	28	19	19	10	76
	ややそう思う	42	34	40	20	136
	あまりそう思わない	14	12	16	13	55



- 日本のスーパーには安全で環境に負荷を与えない農作物が並んでいる
- そのようなものを選べば問題ない
- 表示や規制が不十分
- わからない

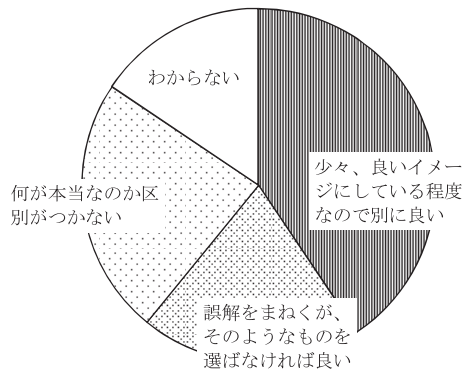


図3.18 日本の食品の生産風景の絵を入れたパッケージ、CM、イメージ戦略に対する意識

男女では女性で「何が本当なのか区別がつかない」が多くなっている。

年代別、居住地別であまり変わらない。夕食の食べ方、食事で大切にしていること、農業との関わりによってあまり変わらない。

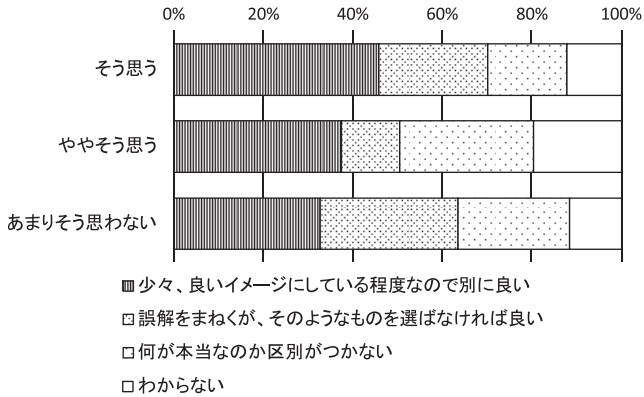
北海道農業のイメージで「酪農は乳牛が放牧されている」と思っている人で「少々、良いイメージにしている程度なので別に良い」が多くなっている

【図表3.19】。「農作業はロボットが担っている」と思っている人で「少々、良いイメージにしている程度なので別に良い」が少なくなっている。「野菜

は無農薬・有機肥料で栽培されている」、「農作物をたくさん輸出している」、「食品メーカーの直営農場がたくさんある」、「本州の農作物よりもおいしい」によって差は見られない。

図表3.19 北海道農業のイメージと日本の食品の生産風景の絵を入れたパッケージ、CM、イメージ戦略に対する意識

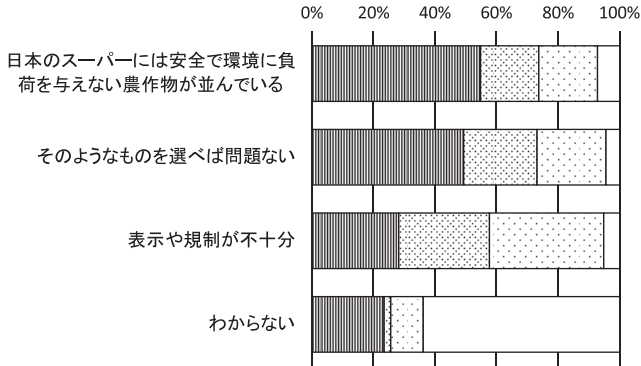
		パッケージ・CM・イメージ戦略				合計
		少々、良いイメージにしている程度なので別に良い	誤解をまねくが、そのようなものを選ばなければ良い	何が本当なのか区別がつかない	わからない	
(北海道農業) 酪農は乳牛が放牧されている	そう思う	49	26	19	13	107
	ややそう思う	40	14	32	21	107
	あまりそう思わない	17	16	13	6	52



農作物の表示と関係があり、農作物の規制について「日本のスーパーには安全で環境に負荷を与えない農作物が並んでいる」と思う人で「少々、良いイメージにしている程度なので別に良い」という人が多く、「表示や規制が不十分」と思う人で「何が本当なのか区別がつかない」が多くなっている【図表3.20】。

図表3.20 農作物の規制と日本の食品の生産風景の絵を入れたパッケージ、CM、イメージ戦略に対する意識の関係

		パッケージ・CM・イメージ戦略				合計
		少々、良いイメージにしている程度なので別に良い	誤解をまねくが、そのようなものを選ばなければ良い	何が本当なのか区別がつかない	わからない	
農作物の規制	日本のスーパーには安全で環境に負荷を与えない農作物が並んでいる	46	16	16	6	84
	そのようなものを選べば問題ない	33	16	15	3	67
	表示や規制が不十分	22	23	29	4	78
	わからない	11	1	5	30	47
合計		112	56	65	43	276



- 少々、良いイメージにしている程度なので別に良い
- 誤解をまねくが、そのようなものを選ばなければ良い
- 何が本当なのか区別がつかない
- わからない



#### IV. まとめ【図4.1】

地元以外の人々の北海道の食に対する意識をまとめると、米で食味ランキングの特Aとなった「ゆめぴりか」や「ふっくりんこ」は地元北海道在住者よりもやや少ないものの購入経験があり、特に関東で味や価格が評価されている。ただし、北海道以外では手に入りにくいイメージが持たれており改善が求められる。

小麦粉は従来からある中力粉が使われる「うどん」と並んで、最近開発された強力粉が使われるラーメンやパンも比較的購入されている。味や安全性、料理の使いやすさが評価されており、特に関東でアメリカ・カナダ産との違いが意識されている。今後、強力粉等を使った商品展開が期待される。

小豆は北海道在住者と同じくらい、小豆自体、あんこ、和菓子等が購入されている。中国産小豆や中国からの輸入あんこを使った商品への表示を半数が希望しており、特に関東で多かった。今後、日本のあんこの半分に使用されている中国産小豆や、中国からの輸入あんこの生産地表示が求められる。

北海道農業に対する意識をまとめると、地元を含む多くの人々が北海道農業を誤ってとらえている。無農薬で有機栽培、放牧畜産、比較的ロボット化され、農作物の輸出や企業化が進んでおり、おいしいと思われている。これらには互いに関係があり、「おいしい」を中心にまとめると、無農薬で有機栽培、放牧畜産であり、比較的ロボット化されているため、おいしく、農作物の輸出や企業化が進んでいると思われていることになる。

属性別に見ると、女性の方が放牧畜産と思っており、若年層の方が無農薬で有機栽培、ロボット化され、農作物の輸出が進んでいると思っている。関東在住者の方が企業化が進んでいると思っており、農業や園芸に関心のない人で農作物の輸出が進んでいると思っている。このように属性は多岐にわたっており、北海道農業を誤解している人は限定できない。

そして、北海道農業に対する誤解は、農作物の購入価格や商品選択に影響を与えている。北海道農業の無農薬や有機栽培のイメージは、北海道の農作

地元以外の人への北海道の食に対する意識

	購入経験	評価
北海道の米	(食べたことがある割合) 「ゆめぴりか」6割 「ふっくりんこ」半数 (北海道在住者はいずれも6~7割)	特に関東で味や価格が高評価 北海道以外では手に入りにくいイメージ
小麦粉	【中力粉が使われる】 うどん 5割 (北海道在住者 5~6割) 【強力粉が使われる】 ラーメン 5割近い (北海道在住者 5割) パン 6割近い (北海道在住者 6~7割)	味、安全性、料理の使いやすさが高評価 特に関東で外国産との違いを意識
小豆	8割 (北海道在住者も 8割) が何らかの商品を購入	半数が中国産小豆、輸入あんこの表示希望 特に関東が多い

多くの人の北海道農業に対する誤解

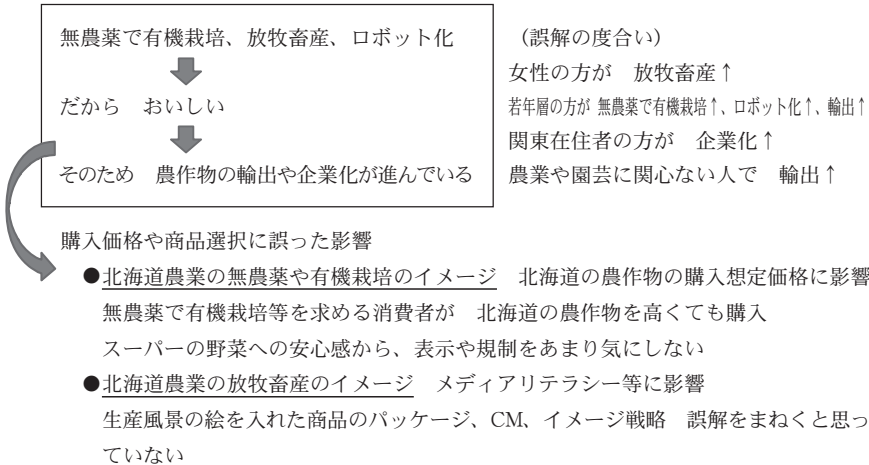


図4.1 まとめ

物に支払ってもよいと思う価格を変更させている。消費者の中には、一定程度の無農薬で有機栽培、放牧畜産、手作り、国内産を志向する人がおり、これらの人たちが北海道の農作物を高くても購入すると考えている。加えて、北海道農業の無農薬や有機栽培のイメージは、スーパーにならぶ野菜への安心につながり、表示や規制をあまり気にしない姿勢をとらせている。

また、北海道農業の放牧畜産のイメージは、メディアリテラシー等に影響を与えている。生産風景の絵を入れた商品のパッケージ、CM、イメージ戦略を少々、良いイメージにしている程度ととらえ、誤解をまねくとは考えられていない。

ブランドは評価が良くても、実際とはかけはなれては意味がなく、農業生産への理解不足によってコストに応じた価値が認められなくなってしまう。北海道農業は非常に良いイメージにとらえられているが、実際にそぐわない部分については誤った影響が出ており、改善が必要である。

## 文献

- 1) ホクレン公式サイト：北海道農業の全国シェア、  
<<http://www.hokuren.or.jp/aguri/product/>、2016.2.27確認>
- 2) 日本穀物検定協会：平成27年度米の食味試験の実施及び概要、  
<[http://www.kokken.or.jp/data/ranking\\_sanchi.pdf](http://www.kokken.or.jp/data/ranking_sanchi.pdf)、2016.2.27確認>
- 3) 農林水産省：平成27年度③コメの双対取引価格・数量（平成28年1月速報）、  
<[http://www.maff.go.jp/j/seisan/keikaku/soukatu/pdf/2801\\_27nensan\\_kakaku.pdf](http://www.maff.go.jp/j/seisan/keikaku/soukatu/pdf/2801_27nensan_kakaku.pdf)、2016.2.27確認>
- 4) 北海道米Love公式サイト：TV CM、  
<[http://www.hokkaido-kome.gr.jp/special/matsuko\\_cm/](http://www.hokkaido-kome.gr.jp/special/matsuko_cm/)、2016.2.27確認>
- 5) ホクレン：ホクレン営農技術情報誌あぐりぽーとNo.85、2010年6月
- 6) 東洋経済編集部：T P P で激変する日本の食、週刊東洋経済12号、東洋経済新報社、2015年12月
- 7) 農林水産省：有機農業の推進に関する現状と課題、第1回有機農業の推進に関する小委員会配布資料、2013年
- 8) 農林水産省：有機農業の推進に関する基本方針、  
<<http://www.maff.go.jp/j/press/seisan/kankyō/pdf/140425-01.pdf>、2016.2.27確認>、2014年

- 9) 農林水産省：国内における有機JASほ場の面積（平成27年4月1日現在）、2015年
- 10) 農林水産省：アニマルウェルフェアの考え方に対応した飼養管理指針（乳用牛）、  
<[http://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/pdf/dairy\\_cattle.pdf](http://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/pdf/dairy_cattle.pdf), 2016.2.27確認>、2011年
- 11) 畜産技術協会：乳用牛の飼育実態アンケート調査報告書、  
<[http://jlta.lin.gr.jp/report/animalwelfare/H26/factual\\_investigation\\_cow\\_h26.pdf](http://jlta.lin.gr.jp/report/animalwelfare/H26/factual_investigation_cow_h26.pdf), 2016.6.13確認>、2015年
- 12) 日本草地畜産種子協会：放牧実践牧場（平成28年6月現在）、  
<<http://souchi.lin.gr.jp/farm/5.php>, 2016.6.13確認>、2016年
- 13) 農林水産省：ロボット技術・ICTの今後重点的に取り組む課題について(案)、第4回スマート農業の実現に向けた研究会資料、  
<[http://www.maff.go.jp/j/kanbo/kihyo03/gityo/g\\_smart\\_nougyo/pdf/02\\_kadai.pdf](http://www.maff.go.jp/j/kanbo/kihyo03/gityo/g_smart_nougyo/pdf/02_kadai.pdf), 2016.2.27確認>、2016年
- 14) 農林水産省：農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略、  
<<http://www.maff.go.jp/j/kanbo/saisei/honbu/pdf/08dai3kaikyougikaisiryousu3-2-1.pdf>, 2016.2.27確認>、2013年
- 15) 北海道：北海道食の輸出拡大戦略(案)、  
<<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/sss/exportinitiatedraft.pdf>, 2016.2.27確認>、2015年
- 16) イオンアグリ創造株式会社：北海道三笠農場、  
<<http://www.aeon.jp/agricreate/farm/hokkaido.html>, 2016.2.27確認>
- 17) 株式会社イトヨーカドー：ニュースリリース 北海道内で「環境循環型農業」を展開、  
<<http://www.itoyokado.co.jp/special/harumi/farm/images/pdf/120124.pdf>, 2016.2.27確認>、2012年
- 18) ソフトバンクが農業 16年春に北海道で、IT使い効率生産、日本経済新聞2015年10月17日