

令和4年度ネットリサーチ「茨城県産の農林水産物」に関する調査結果報告書

■結果のポイント

- 県オリジナル品種の認知度については、「イバラキング（メロン）」が61.0%で最も高い。また、銘柄畜産物の認知度については、「常陸牛（牛肉）」が82.8%で最も高い。
- 県オリジナル品種と銘柄畜産物の認知経路については、すべてにおいて「直売所やスーパーマーケット」が最も高い。
- 「茨城をたべよう運動」の認知度については、「キャッチフレーズを聞いたことがある、マークも見たことがある」（21.4%）、「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」（14.7%）、「マークだけ見たことがある」（6.8%）を合わせた【キャッチフレーズ又はマークを知っている】は、42.9%となっている。

■調査結果の概要

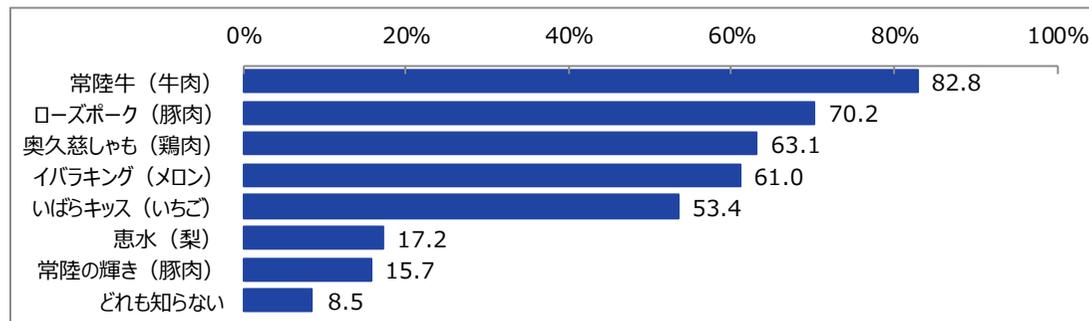
1 県オリジナル品種や銘柄畜産物の認知度

- ◇ 県オリジナル品種の認知度については、「イバラキング（メロン）」が61.0%で最も高く、「いばらキッス（いちご）」が53.4%と続く。
- ◇ 銘柄畜産物の認知度については、「常陸牛（牛肉）」が82.8%で最も高く、「ローズポーク（豚肉）」が70.2%と続く。

Q1.あなたは、茨城県が開発した県オリジナル品種や銘柄畜産物である以下の7品目を知っていますか。名前を聞いたことがある、食べたことがあるなど、ご存知のものをすべて選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	1000
常陸牛（牛肉）	82.8	828
ローズポーク（豚肉）	70.2	702
奥久慈しゃも（鶏肉）	63.1	631
イバラキング（メロン）	61.0	610
いばらキッス（いちご）	53.4	534
恵水（梨）	17.2	172
常陸の輝き（豚肉）	15.7	157
どれも知らない	8.5	85



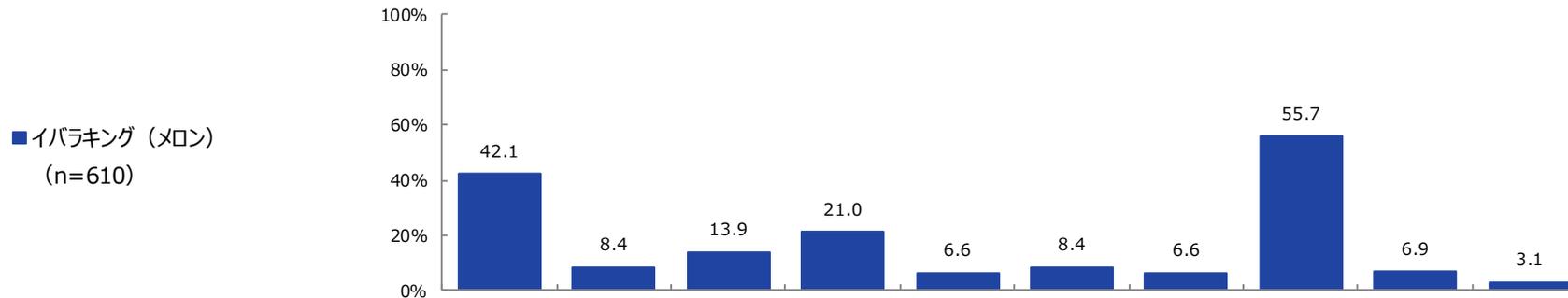
2 県オリジナル品種の認知経路

◇ 「直売所やスーパーマーケット」がすべての品種において最も高い。

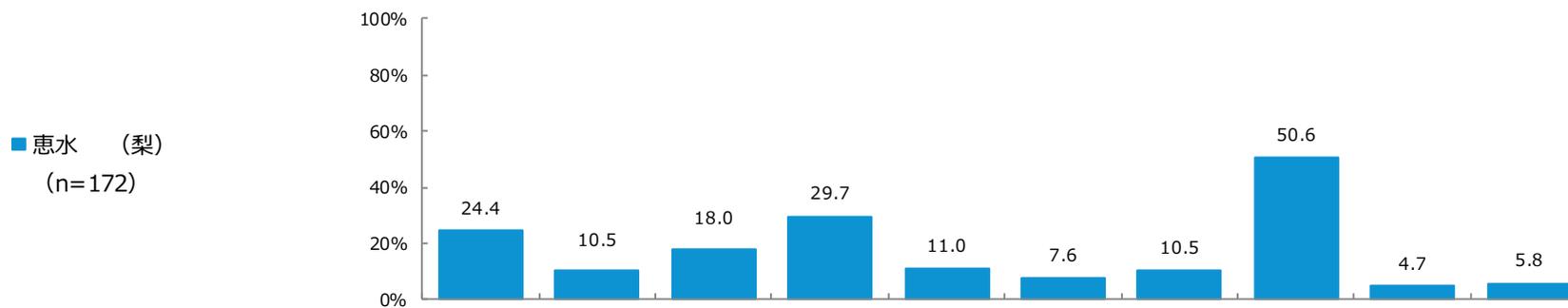
(Q1で「イバラキング(メロン)」「恵水(梨)」「いばらキッス(いちご)」のいずれかを「知っている」と回答された方へ)

Q2.あなたは、県オリジナル品種(「イバラキング(メロン)」「恵水(梨)」「いばらキッス(いちご)」)を、どこで知りましたか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。

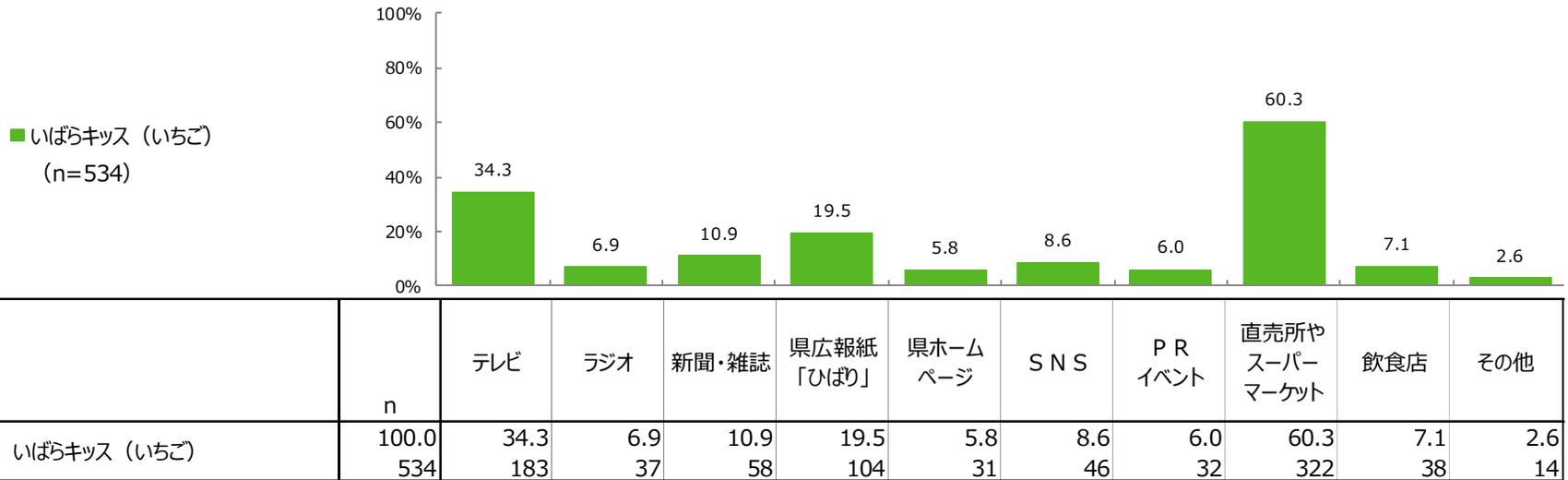
MA



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PRイベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
イバラキング(メロン)	100.0 610	42.1 257	8.4 51	13.9 85	21.0 128	6.6 40	8.4 51	6.6 40	55.7 340	6.9 42	3.1 19



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PRイベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
恵水(梨)	100.0 172	24.4 42	10.5 18	18.0 31	29.7 51	11.0 19	7.6 13	10.5 18	50.6 87	4.7 8	5.8 10

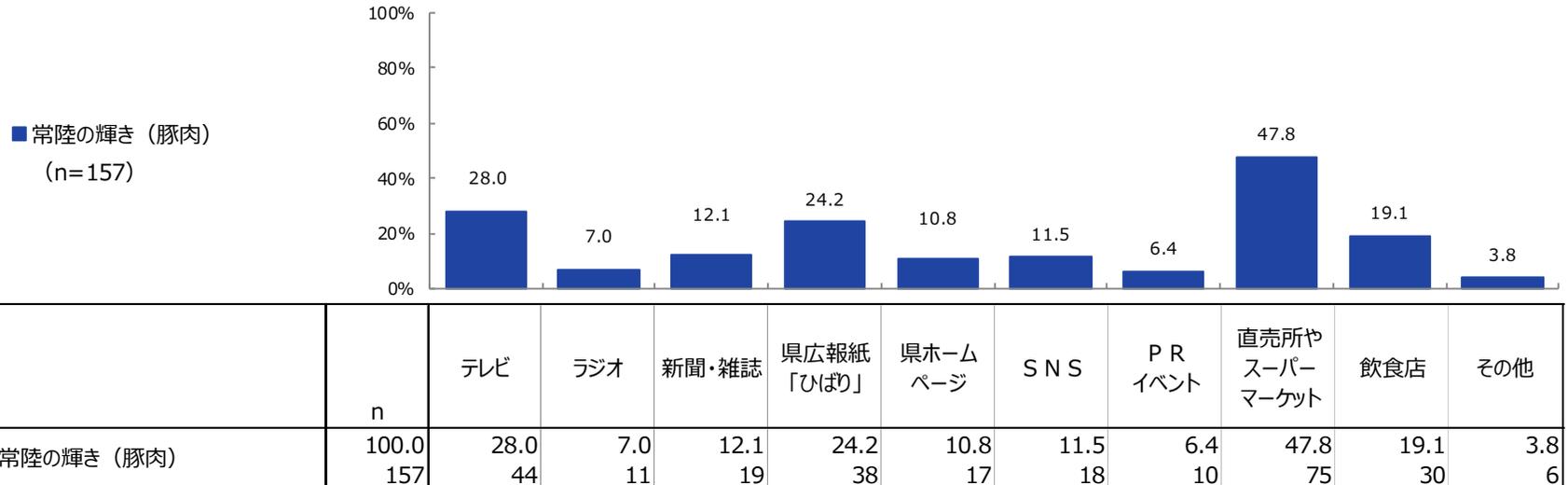


3 銘柄畜産物の認知経路

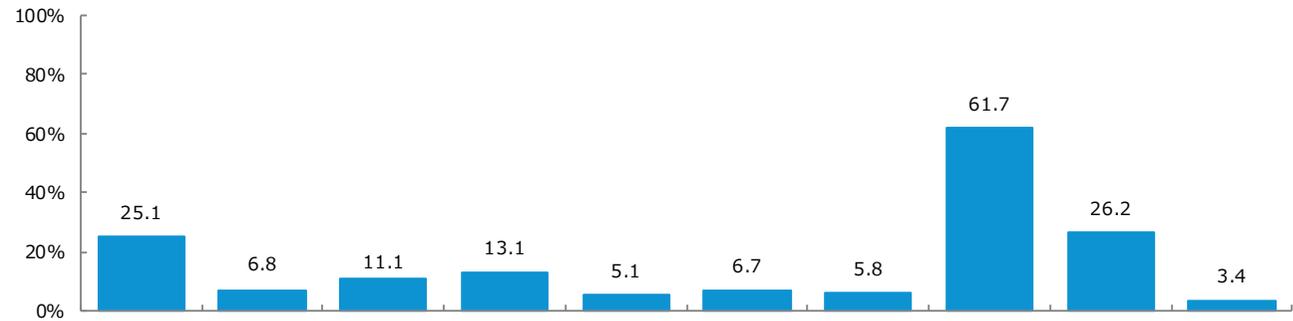
◇ 「直売所やスーパーマーケット」がすべての畜産物において最も高い。

(Q1で「常陸の輝き(豚肉)」「ローズポーク(豚肉)」「奥久慈しゃも(鶏肉)」「常陸牛(牛肉)」のいずれかを「知っている」と回答された方へ)

Q3.あなたは、銘柄畜産物(「常陸の輝き(豚肉)」「ローズポーク(豚肉)」「奥久慈しゃも(鶏肉)」「常陸牛(牛肉)」)を、どこで知りましたか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。
MA

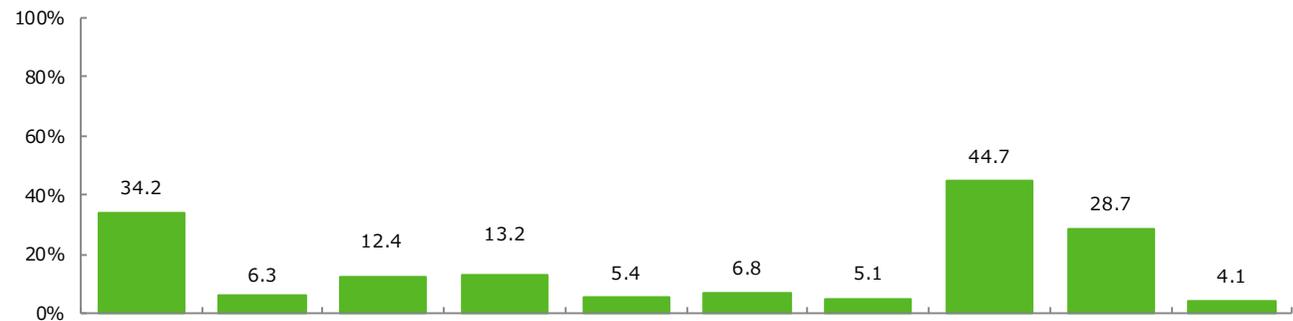


■ ローズポーク（豚肉）
（n=702）



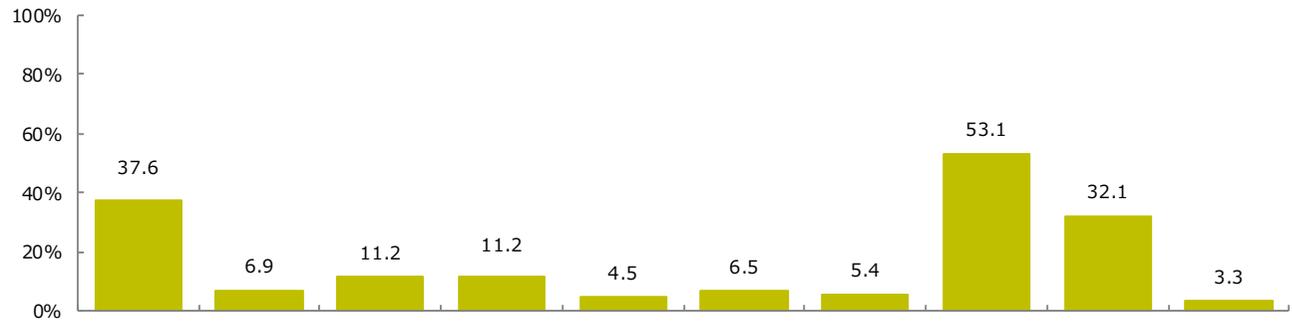
	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
ローズポーク（豚肉）	100.0 702	25.1 176	6.8 48	11.1 78	13.1 92	5.1 36	6.7 47	5.8 41	61.7 433	26.2 184	3.4 24

■ 奥久慈しゃも（鶏肉）
（n=631）



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PR イベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
奥久慈しゃも（鶏肉）	100.0 631	34.2 216	6.3 40	12.4 78	13.2 83	5.4 34	6.8 43	5.1 32	44.7 282	28.7 181	4.1 26

■ 常陸牛（牛肉）
（n=828）



	n	テレビ	ラジオ	新聞・雑誌	県広報紙「ひばり」	県ホームページ	SNS	PRイベント	直売所やスーパーマーケット	飲食店	その他
常陸牛（牛肉）	100.0 828	37.6 311	6.9 57	11.2 93	11.2 93	4.5 37	6.5 54	5.4 45	53.1 440	32.1 266	3.3 27

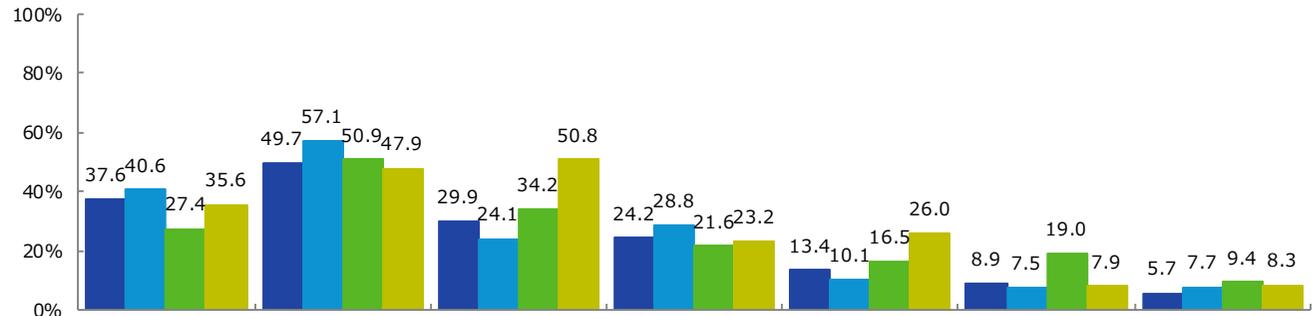
4 銘柄畜産物のイメージ

- ◇ 「常陸牛（牛肉）」では、「品質が高く高級感があるイメージ」が50.8%で最も高い。
- ◇ その他の畜産物では、「地元茨城県産であることから好感が持てる」が最も高い。

Q4.あなたは、銘柄畜産物（「常陸の輝き（豚肉）」「ローズポーク（豚肉）」「奥久慈しゃも（鶏肉）」「常陸牛（牛肉）」）にどのようなイメージを持っていますか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。

MA

■ 常陸の輝き（豚肉）（n=157）
■ ローズポーク（豚肉）（n=702）
■ 奥久慈しゃも（鶏肉）（n=631）
■ 常陸牛（牛肉）（n=828）



	n	広報媒体や売り場で見かけたことがある	地元茨城県産であることから好感が持てる	品質が高く高級感があるイメージ	安心安全なイメージ	一般の食肉に比べると値段が高く身近に感じない	購入したり食べたり出来る場所が、少ない又はわからない	わからない
常陸の輝き（豚肉）	100.0 157	37.6 59	49.7 78	29.9 47	24.2 38	13.4 21	8.9 14	5.7 9
ローズポーク（豚肉）	100.0 702	40.6 285	57.1 401	24.1 169	28.8 202	10.1 71	7.5 53	7.7 54
奥久慈しゃも（鶏肉）	100.0 631	27.4 173	50.9 321	34.2 216	21.6 136	16.5 104	19.0 120	9.4 59
常陸牛（牛肉）	100.0 828	35.6 295	47.9 397	50.8 421	23.2 192	26.0 215	7.9 65	8.3 69

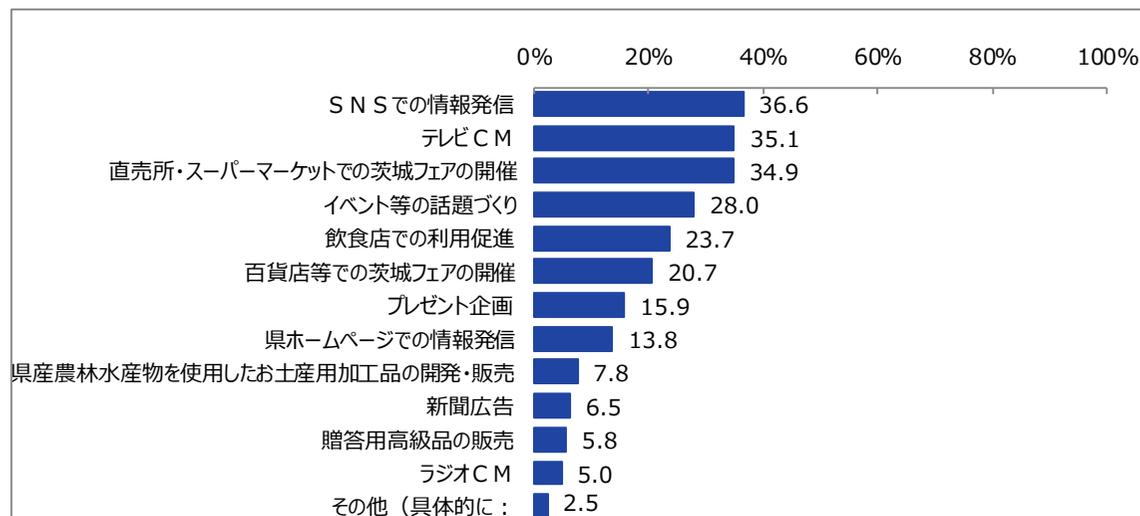
5 県産農林水産物の効果的なPR手法

◇ 「SNSでの情報発信」が36.6%で最も高く、「テレビCM」が35.1%と続く。

Q5.茨城県オリジナル品種や銘柄畜産物をもっと多くの方に知ってもらうためには、どのようなPR手法が効果的だと思いますか。次の中からあてはまるものを3つまで選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	1000
SNSでの情報発信	36.6	366
テレビCM	35.1	351
直売所・スーパーマーケットでの茨城フェアの開催	34.9	349
イベント等の話題づくり	28.0	280
飲食店での利用促進	23.7	237
百貨店等での茨城フェアの開催	20.7	207
プレゼント企画	15.9	159
県ホームページでの情報発信	13.8	138
県産農林水産物を使用したお土産用加工品の開発・販売	7.8	78
新聞広告	6.5	65
贈答用高級品の販売	5.8	58
ラジオCM	5.0	50
その他（具体的に）	2.5	25



6 「茨城をたべよう」の認知度

◇ 「キャッチフレーズを聞いたことがあり、マークも見たことがある」(21.4%)、「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」(14.7%)、「マークだけ見たことがある」(6.8%)を合わせた【キャッチフレーズ又はマークを知っている】は、42.9%となっている。

「茨城をたべよう」は、本県産食材の魅力を広め、認知度向上や消費拡大につながるキャッチフレーズです。

※「茨城をたべよう」について、詳しくはこちらをご覧ください。

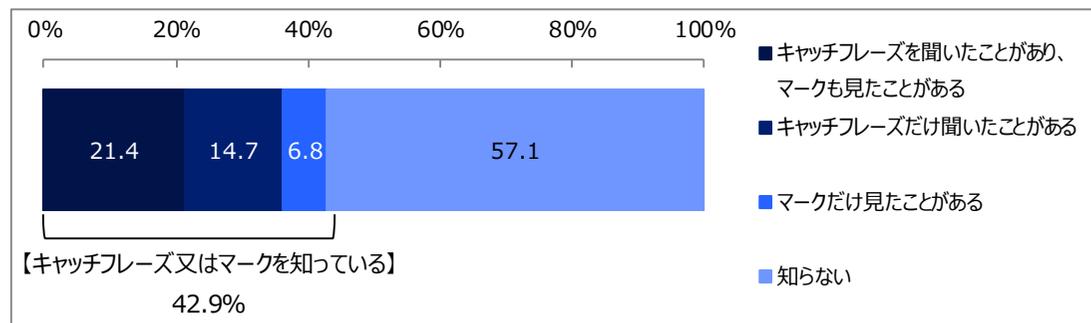
ホームページ：<https://www.ibaraki-shokusai.net/>



Q6.あなたは、「茨城をたべよう」を知っていますか。次の中からあてはまるものを1つだけ選んでください。

SA

	%	n
全体	100.0	1000
キャッチフレーズを聞いたことがあり、マークも見たことがある	21.4	214
キャッチフレーズだけ聞いたことがある	14.7	147
マークだけ見たことがある	6.8	68
知らない	57.1	571



7 「茨城をたべよう」の認知経路

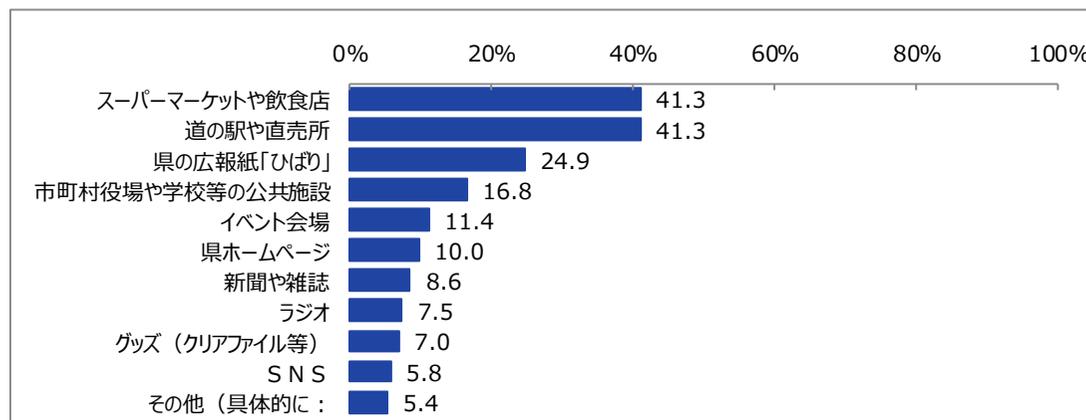
☆ 「スーパーマーケットや飲食店」「道の駅や直売所」が41.3%で最も高く、「県の広報紙「ひばり」」が24.9%と続く。

(Q6で「キャッチフレーズを聞いたことがあり、マークも見たことがある」「キャッチフレーズだけ聞いたことがある」「マークだけ見たことがある」と回答された方へ)

Q7.あなたは、「茨城をたべよう」をどこで見たり聞いたりしましたか。次の中からあてはまるものをすべて選んでください。

MA

	%	n
全体	100.0	429
スーパーマーケットや飲食店	41.3	177
道の駅や直売所	41.3	177
県の広報紙「ひばり」	24.9	107
市町村役場や学校等の公共施設	16.8	72
イベント会場	11.4	49
県ホームページ	10.0	43
新聞や雑誌	8.6	37
ラジオ	7.5	32
グッズ（クリアファイル等）	7.0	30
S N S	5.8	25
その他（具体的に：	5.4	23



■調査の目的

本県の「農林水産物のブランド化」の取組において、トップブランドを目指す梨「恵水」、豚肉「常陸の輝き」をはじめとする県オリジナル品種や銘柄畜産物の認知度について調査し、取組の進捗状況を確認するとともに、今後の施策の検討に活用する。

また、「茨城をたべよう」のキャッチフレーズとマークを活用し、県内外に県産農林水産物の魅力を発信していくため、「茨城をたべよう」の認知度を把握し、政策効果の検証に活用する。

■実施概要

・実施期間：令和4年6月17日～6月24日

・サンプル数：茨城県常住人口調査（令和4年4月1日現在）に基づく性別・年代・居住地（5地域）の割合で割り付けた18歳以上の県民1,000サンプル

回答者数（人）

		県北	県央	鹿行	県南	県西	計
全体		115	247	95	352	191	1,000
性別	男性	60	126	50	180	99	515
	女性	55	121	45	172	92	485
年代別	18～29歳	18	41	16	66	32	173
	30歳代	17	44	17	62	32	172
	40歳代	23	57	21	81	43	225
	50歳代	27	55	20	75	41	218
	60歳代	30	50	21	68	43	212

県北：日立市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、常陸大宮市、久慈郡

県央：水戸市、笠間市、ひたちなか市、那珂市、小美玉市、東茨城郡、那珂郡

鹿行：鹿嶋市、潮来市、神栖市、行方市、鉾田市

県南：土浦市、石岡市、龍ヶ崎市、取手市、牛久市、つくば市、守谷市、稲敷市、かすみがうら市、つくばみらい市、稲敷郡、北相馬郡

県西：古河市、結城市、下妻市、常総市、筑西市、坂東市、桜川市、結城郡、猿島郡

(注)

1. 「ネットリサーチ」の回答者は、民間調査会社のインターネットリサーチモニターであり、無作為抽出された調査対象者ではない。
2. 割合を百分率で表示する場合は、小数点第2位を四捨五入した。四捨五入の結果、個々の比率の合計と全体を示す数値とが一致しないことがある。
3. 図表中の表記の語句は、短縮・簡略化している場合がある。