

令和6年度消費者意識・購買行動等の社会動向調査

【目次】

▶ 調査概要	3
▶ 調査回答者プロフィール	4
・ 調査回答者属性	5
・ 対象者属性：生鮮食品・加工食品購入頻度	7
▶ 東京都産農畜水産物の浸透度	10
・ 東京の農畜水産業との距離感	11
・ 東京都産農産物浸透度：認知	13
・ 東京都産農産物浸透度：購入	15
・ 東京都産畜水産物浸透度：認知	16
・ 東京都産畜水産物浸透度：購入	18
・ 東京都産農畜水産物浸透度：購入品 純粹想起	19
・ 東京都産農畜水産物に関わるサービス認知度	20
・ 東京都産農畜水産物の食生活取入意向	22
▶ 割高な商品や東京都産農畜水産物の購入実態	24
・ 割高な生鮮食品購入品目	25
・ 割高な生鮮食品購入理由	27
・ 東京都産農畜水産物購入の決め手	28
・ 情報入手場所：東京都産農畜水産物	30
・ 情報入手場所：一般的な生鮮食品との比較	32
・ 東京都産農畜水産物購入阻害理由	33
・ 生鮮食品購入時に意識する「安全性」	35
▶ 東京都産農畜水産物を拡販するための示唆	37
・ 割高な生鮮食品を購入喚起する付加価値	38
・ 興味喚起される情報提供の方法	40
・ 体験してみたいイベント	42
・ 「東京都産農畜水産物」シーン別喫食意向	44

調査概要

▶ 目的

- 東京都産の農林水産物を拡販するためのマーケティング戦略立案に寄与するデータ収集

▶ 本調査のゴール

- 東京都産農林水産物の浸透度・購入実態、ニーズを把握する

▶ 調査方法

- インターネット調査パネルにおけるWeb調査

▶ 対象者条件

- 東京都在住 20～70代男女
- かつ、月に1回以上生鮮食品及び加工食品を自購入している方

▶ サンプル数

- スクリーニング : 10,000サンプル
- 本調査 : 1,000サンプル

▶ 割付

- スクリーニング
 - 東京都人口構成比及び23区内・23区外の構成比に併せ回収
- 本調査
 - 対象者条件該当者の出現率を23区内・23区外の構成比に併せ回収

▶ 実査期間

- スクリーニング : 2024年11月15日～11月22日
- 本調査 : 2024年11月22日～11月28日

▶ ウェイトバック集計

- 東京都の人口動態に合わせてスクリーニング回収を予定していたが、下記赤字の割付において回収数が不足したため、目標数の比率に応じてウェイトバック集計を実施

回収目標数		20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	計
23区内 居住者	男性	547	593	690	721	475	429	3455
	女性	549	578	664	692	465	497	3445
23区外 居住者	男性	246	267	310	324	214	193	1552
	女性	246	260	298	311	209	224	1548
計		1587	1698	1962	2047	1363	1343	10000

実回収数		20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	計
23区内 居住者	男性	382	593	690	721	475	429	3290
	女性	549	578	664	692	465	447	3395
23区外 居住者	男性	145	267	310	324	214	193	1453
	女性	246	260	298	311	209	200	1524
計		1322	1698	1962	2047	1363	1269	9662

調査回答者プロフィール

- 回答者全般の属性や意識を理解する

※属性別コメントはn=30以上とする

調査回答者属性

■性別 (全体/単一回答)

Q.性別

		Q.性別	
(%)		男性	女性
全体	(n=10000)	50.1	49.9
同居属性	ひとり暮らし (n=2929)	55.4	44.6
	DINKS (n=2501)	45.2	54.8
	子どもあり (n=2921)	47.7	52.3
	その他 (n=1649)	52.3	47.7

■年代 (全体/単一回答)

Q.年代

		Q.年代					
(%)		20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上
全体	(n=10000)	15.9	17.0	19.6	20.5	13.6	13.4
同居属性	ひとり暮らし (n=2929)	21.7	18.9	18.9	19.2	11.4	9.8
	DINKS (n=2501)	7.8	10.9	13.5	20.2	21.0	26.6
	子どもあり (n=2921)	6.4	19.0	25.1	23.7	13.8	12.0
	その他 (n=1649)	34.3	19.2	20.5	17.5	6.1	2.4

■居住エリア (全体/単一回答)

Q.居住エリア

		Q.居住エリア	
(%)		都内 (23区内)	都下 (23区外)
全体	(n=10000)	69.0	31.0
性年代	男性20代 (n=791)	69.0	31.0
	男性30代 (n=860)	69.0	31.0
	男性40代 (n=1000)	69.0	31.0
	男性50代 (n=1045)	69.0	31.0
	男性60代 (n=689)	68.9	31.1
	男性70代 (n=622)	69.0	31.0
	女性20代 (n=795)	69.1	30.9
	女性30代 (n=838)	69.0	31.0
	女性40代 (n=962)	69.0	31.0
	女性50代 (n=1003)	69.0	31.0
	女性60代 (n=674)	69.0	31.0
	女性70代 (n=721)	68.9	31.1
同居属性	ひとり暮らし (n=2929)	75.0	25.0
	DINKS (n=2501)	68.8	31.2
	子どもあり (n=2921)	66.5	33.5
	その他 (n=1649)	62.9	37.1

■職業 (全体/単一回答)

Q.職業

		Q.職業										
(%)		公務員	経営者・役員	会社員 (事務系)	会社員 (技術系)	会社員 (その他)	自営業	自由業	専業主婦	パート・アルバイト	学生	その他
全体	(n=10000)	2.7	2.2	22.1	11.2	11.1	4.8	3.2	14.5	13.0	3.8	11.5
性年代	男性20代 (n=791)	4.1	0.2	17.4	20.0	16.0	1.7	2.5	0.2	8.6	22.3	7.0
	男性30代 (n=860)	6.5	1.5	28.5	22.2	17.7	3.3	2.3	0.7	7.3	1.3	8.7
	男性40代 (n=1000)	3.1	3.1	25.4	25.1	17.9	6.8	3.2	0.7	7.6	0.2	6.9
	男性50代 (n=1045)	2.7	3.7	29.5	19.2	17.4	8.8	4.2	1.1	5.8	0.1	7.4
	男性60代 (n=689)	4.1	5.5	23.5	13.5	11.3	12.8	5.2	1.0	6.5	—	16.5
	男性70代 (n=622)	2.6	8.4	7.4	4.2	5.8	8.2	4.3	2.7	8.8	0.2	47.4
	女性20代 (n=795)	2.8	1.1	24.8	9.7	13.8	1.3	1.6	4.5	12.2	22.3	5.9
	女性30代 (n=838)	3.2	0.5	30.3	6.8	12.5	1.3	2.0	16.6	19.5	1.0	6.3
	女性40代 (n=962)	1.4	0.8	30.1	3.0	7.4	3.1	3.5	22.3	19.6	—	8.6
	女性50代 (n=1003)	0.8	0.3	21.3	2.2	4.8	3.7	3.1	30.2	24.8	0.3	8.5
	女性60代 (n=674)	0.6	1.5	12.9	1.2	2.5	4.6	4.3	42.0	21.7	—	8.8
	女性70代 (n=721)	0.5	1.1	2.8	0.3	1.1	2.3	2.3	58.4	12.8	—	18.4
同居属性	ひとり暮らし (n=2929)	2.1	1.4	25.6	13.5	14.4	5.4	5.0	2.7	11.9	4.0	14.0
	DINKS (n=2501)	2.8	3.0	18.4	8.8	8.1	5.5	2.8	26.3	12.3	0.6	11.4
	子どもあり (n=2921)	3.6	2.6	23.0	12.6	10.7	3.7	1.9	23.1	13.0	0.3	5.5
	その他 (n=1649)	2.1	1.3	20.2	8.1	10.6	4.4	2.8	2.1	16.3	14.4	17.7

※図表内の数値「-」は0%を表します

調査回答者属性

■世帯年収（全体／単一回答）

Q.世帯年収

(%)		200万円未満	200～400万円未満	400～600万円未満	600～800万円未満	800～1000万円未満	1000～1200万円未満	1200～1500万円未満	1500～2000万円未満	2000万円以上	わからない
全体	(n=10000)	9.4	17.7	17.7	12.7	9.4	5.4	4.6	2.6	2.0	18.6
性年代	男性20代 (n=791)	10.4	18.1	18.7	9.3	5.1	3.2	3.1	3.6	1.3	27.2
	男性30代 (n=860)	7.1	16.4	23.1	15.3	11.3	6.5	5.2	3.0	1.7	10.2
	男性40代 (n=1000)	6.1	15.3	23.1	16.4	11.1	6.8	6.5	2.4	2.5	9.8
	男性50代 (n=1045)	8.4	14.0	17.1	15.3	14.4	7.6	6.7	4.4	1.4	10.7
	男性60代 (n=689)	9.3	16.3	15.1	14.2	11.5	6.5	6.2	5.1	3.0	12.8
	男性70代 (n=622)	7.4	24.8	21.2	12.4	7.4	5.6	3.9	2.1	2.3	13.0
	女性20代 (n=795)	10.2	22.3	13.5	8.4	6.3	4.5	2.3	2.3	3.0	27.3
	女性30代 (n=838)	9.3	19.1	17.2	13.6	8.1	6.1	3.9	0.8	1.7	20.2
	女性40代 (n=962)	8.9	15.6	16.3	12.2	10.1	5.0	5.2	2.5	1.1	23.1
	女性50代 (n=1003)	10.6	15.7	15.5	12.0	9.4	5.7	4.1	2.1	2.6	22.5
女性60代 (n=674)	10.7	14.8	14.8	12.9	9.9	3.3	5.0	1.8	2.1	24.6	
女性70代 (n=721)	15.6	24.0	15.9	8.0	5.4	2.3	2.2	1.4	1.1	24.1	
同居属性	ひとり暮らし (n=2929)	17.9	30.2	20.6	8.5	4.2	1.8	1.3	0.7	0.8	14.0
	DINKS (n=2501)	5.5	15.2	19.0	15.3	10.9	6.1	5.4	2.7	2.0	17.9
	子どもあり (n=2921)	3.4	8.8	16.0	16.5	14.8	9.1	7.7	5.1	3.1	15.5
	その他 (n=1649)	10.7	14.9	13.6	9.2	6.7	4.2	4.0	1.8	2.0	33.1

※図表内の数値「-」は0%を表します

■同居属性・子どもの学齢（全体／複数回答）

Q.同居属性・子どもの学齢

(%)		ひとり暮らし	配偶者・パートナー	ご自身の子ども (0～1歳の乳児)	ご自身の子ども (未就学児)	ご自身の子ども (小学生)	ご自身の子ども (中学生)	ご自身の子ども (高校生)	ご自身の子ども (専門学校・短大・大学・大学院)	ご自身の子ども (社会人)	親・祖父母	兄弟・姉妹	その他
全体	(n=10000)	29.3	51.5	2.3	5.7	7.4	4.1	3.6	4.1	10.1	16.7	6.4	1.2
性年代	男性20代 (n=791)	43.7	16.6	2.6	4.4	2.6	1.1	0.4	0.5	0.2	36.2	18.9	1.3
	男性30代 (n=860)	38.0	41.7	7.6	15.0	11.7	2.9	0.8	0.1	0.3	20.0	5.7	0.5
	男性40代 (n=1000)	33.9	46.5	2.2	9.4	19.0	9.8	6.2	3.0	1.1	19.6	6.7	0.5
	男性50代 (n=1045)	32.2	52.9	—	1.1	4.0	7.0	9.2	12.0	10.0	16.0	3.4	1.0
	男性60代 (n=689)	26.1	66.0	—	0.6	0.9	1.7	1.6	6.5	23.9	9.7	2.5	0.7
	男性70代 (n=622)	15.1	82.0	—	—	—	—	0.3	1.1	26.0	1.8	1.3	2.4
	女性20代 (n=795)	36.6	26.0	5.3	6.3	3.8	0.5	0.1	0.3	0.3	34.3	16.9	0.5
	女性30代 (n=838)	27.2	51.9	8.4	21.1	15.8	3.0	0.7	—	0.4	18.7	6.7	0.7
	女性40代 (n=962)	22.3	58.9	1.5	7.4	20.1	12.7	9.5	4.9	2.4	16.2	4.9	0.5
	女性50代 (n=1003)	22.5	60.4	—	0.3	2.2	4.4	7.9	13.3	17.6	12.4	4.2	0.9
	女性60代 (n=674)	22.8	63.9	—	—	0.3	0.1	0.6	2.5	25.7	7.7	2.8	2.2
	女性70代 (n=721)	26.7	60.0	—	—	—	—	0.2	0.2	25.0	1.7	1.5	4.9

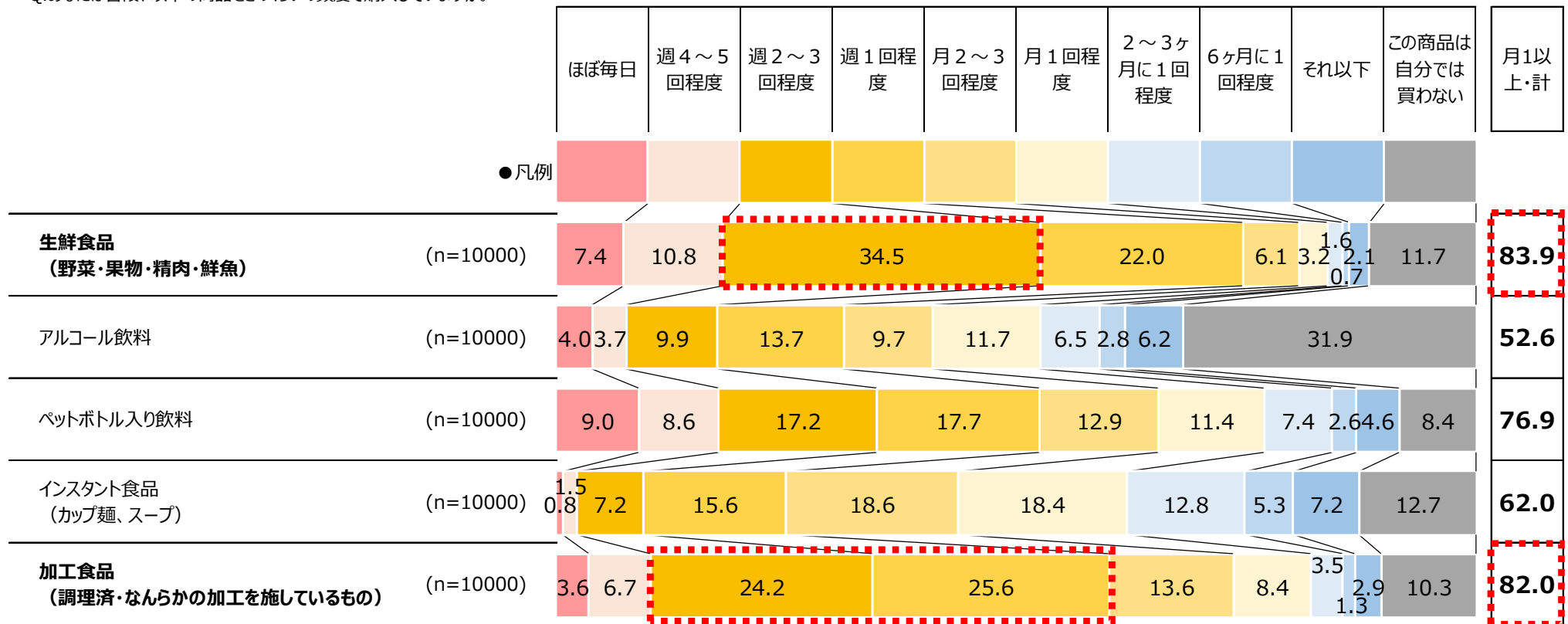
※図表内の数値「-」は0%を表します

対象者属性：食品購入頻度

- ▶ 生鮮食品の購入頻度が「月1回以上」の方は、全体の84%。
「週2～3回」が35%でボリュームゾーン。
- ▶ 加工食品の購入頻度が「月1回以上」の方は、全体の82%。
「週1回」「週2～3回」購入する方が多く全体の約半数を占める。

■対象者属性：食品購入頻度（全体／各単一回答）

Q.あなたは普段、以下の商品をどのくらいの頻度で購入していますか。



対象者属性：生鮮食品購入頻度

▶ 性年代別にみると、「女性60～70代」で生鮮食品の購入頻度が特に高い様子が見られる。
一方で「男女20代」では全く購入しない方も2-3割程度確認できる。

■ 対象者属性：食品購入頻度：生鮮食品（野菜・果物・精肉・鮮魚）（全体／各単一回答）

Q.あなたは普段、以下の商品をどのくらいの頻度で購入していますか。

		ほぼ毎日	週4～5回程度	週2～3回程度	週1回程度	月2～3回程度	月1回程度	2～3ヶ月に1回程度	6ヶ月に1回程度	それ以下	この商品は自分では買わない	月1以上・計
全体	(n=10000)	7.4	10.8	34.5	22.0	6.1	3.2	1.6	0.7	2.1	11.7	83.9
性年代	男性20代 (n=791)	3.8	6.9	18.5	17.1	8.4	5.5	3.4	1.3	3.5	31.6	60.2
	男性30代 (n=860)	4.0	8.3	28.4	24.8	7.8	4.1	2.1	0.9	2.8	17.0	77.2
	男性40代 (n=1000)	6.0	7.5	30.6	24.9	7.2	4.1	2.3	1.1	3.9	12.4	80.3
	男性50代 (n=1045)	4.9	5.7	31.9	26.9	5.6	3.8	1.0	0.8	4.4	15.0	78.9
	男性60代 (n=689)	6.0	9.3	28.6	26.0	7.0	3.5	2.3	0.4	2.0	14.9	80.3
	男性70代 (n=622)	10.0	10.8	36.0	20.3	4.3	3.5	0.8	0.6	1.4	12.2	84.9
	女性20代 (n=795)	5.7	7.2	22.4	21.4	9.9	4.9	3.3	1.3	2.6	21.4	71.4
	女性30代 (n=838)	6.3	11.0	36.3	25.3	7.9	3.3	1.9	0.5	1.2	6.3	90.1
	女性40代 (n=962)	7.0	12.7	44.3	21.4	5.2	2.0	1.0	0.9	1.1	4.4	92.5
	女性50代 (n=1003)	10.7	15.1	44.2	20.2	4.3	1.3	0.6	0.2	0.8	2.7	95.7
	女性60代 (n=674)	12.8	17.7	46.0	18.2	2.5	0.7	0.6	0.0	0.1	1.3	97.9
女性70代 (n=721)	13.9	19.9	46.7	15.0	1.5	0.9	0.2	0.3	0.3	1.2	98.0	
同居属性	ひとり暮らし (n=2929)	4.7	8.0	34.2	26.2	7.3	4.0	1.7	0.9	2.6	10.4	84.4
	DINKS (n=2501)	9.8	12.6	39.0	21.6	5.0	2.3	0.9	0.5	1.2	7.0	90.3
	子どもあり (n=2921)	9.0	14.0	36.7	21.6	4.8	2.2	1.4	0.4	1.2	8.7	88.3
	その他 (n=1649)	5.4	7.1	24.3	16.3	7.7	4.5	2.9	1.4	4.4	26.1	65.2
子どもの学齢	乳児（0～1歳未満） (n=234)	8.7	9.6	38.9	25.5	6.0	3.0	1.5	0.0	0.4	6.4	91.7
	未就学児 (n=574)	7.6	12.4	37.9	22.8	7.0	1.3	0.9	0.7	0.2	9.2	89.0
	小学生 (n=739)	8.5	12.5	38.1	23.7	5.5	2.4	0.7	0.1	1.5	7.0	90.6
	中学生 (n=413)	9.9	12.1	38.2	18.7	5.8	2.8	3.0	0.5	1.0	8.0	87.5
	高校生 (n=363)	9.9	14.9	36.3	22.0	4.2	1.1	1.0	0.0	1.4	9.1	88.5
	専門学校・短大・大学・大学院 (n=412)	9.0	15.1	33.1	23.8	3.9	3.1	0.7	0.5	0.7	10.2	87.9
	社会人 (n=1006)	11.2	16.9	36.5	17.6	3.0	1.8	1.3	0.4	1.8	9.5	87.0
世帯年収	400万円未満 (n=2704)	6.9	8.3	35.1	21.9	7.5	3.8	1.5	0.8	1.8	12.4	83.5
	400～800万円未満 (n=3038)	7.6	10.5	35.4	24.8	5.7	2.9	1.8	0.7	1.9	8.6	86.9
	800万円以上 (n=2402)	8.4	13.1	34.6	20.6	5.1	3.0	1.6	0.4	1.8	11.4	84.8
	800～1,000万円未満 (n=938)	8.4	13.7	35.7	21.3	5.2	3.4	1.2	0.5	1.9	8.8	87.6
	1,000～1,500万円未満 (n=1002)	8.4	13.1	33.6	21.1	5.6	2.6	1.8	0.2	1.4	12.2	84.4
	1,500万円以上 (n=462)	8.2	11.8	34.7	18.2	3.9	3.2	2.3	0.3	2.4	15.0	80.0

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

対象者属性：加工食品購入頻度

▶ 生鮮食品と同様に「男女20代」では全く購入しない方が2-3割程度確認できる。

■ 対象者属性：食品購入頻度：加工食品（調理済・なんらかの加工を施しているもの）（全体／各単一回答）

Q.あなたは普段、以下の商品をどのくらいの頻度で購入していますか。

		ほぼ毎日	週4～5回程度	週2～3回程度	週1回程度	月2～3回程度	月1回程度	2～3ヶ月に1回程度	6ヶ月に1回程度	それ以下	この商品は自分では買わない	月1以上・計
全体	(n=10000)	3.6	6.7	24.2	25.6	13.6	8.4	3.5	1.3	2.9	10.3	82.0
性年代	男性20代 (n=791)	3.8	5.0	18.1	15.0	10.0	6.9	5.6	1.4	4.6	29.5	58.9
	男性30代 (n=860)	5.0	8.4	24.9	20.7	10.6	7.9	3.4	1.2	2.4	15.6	77.4
	男性40代 (n=1000)	5.0	9.6	27.3	23.6	13.1	7.4	2.3	1.1	2.7	7.9	86.0
	男性50代 (n=1045)	3.7	8.3	26.0	26.8	12.6	6.9	3.2	0.7	3.5	8.2	84.4
	男性60代 (n=689)	4.4	5.8	25.8	30.5	11.9	7.1	2.5	0.9	2.5	8.7	85.5
	男性70代 (n=622)	3.5	5.5	25.1	31.2	12.2	7.6	1.9	1.3	2.7	9.0	85.0
	女性20代 (n=795)	3.0	6.3	15.2	21.8	12.1	11.4	4.4	3.0	2.6	20.1	69.8
	女性30代 (n=838)	3.3	6.4	23.2	25.7	17.4	9.5	3.5	2.0	2.3	6.7	85.6
	女性40代 (n=962)	2.6	5.5	27.2	27.3	14.0	9.3	3.7	1.2	2.8	6.2	86.0
	女性50代 (n=1003)	3.1	6.1	24.9	27.6	17.4	7.6	3.9	1.2	3.7	4.5	86.7
	女性60代 (n=674)	2.1	5.9	26.6	30.6	16.6	9.8	3.3	0.9	1.5	2.8	91.5
	女性70代 (n=721)	2.8	6.2	24.3	29.2	14.2	10.2	3.6	0.9	2.6	6.0	86.9
同居属性	ひとり暮らし (n=2929)	5.3	8.2	25.9	23.8	12.2	8.1	2.5	1.1	2.7	10.3	83.4
	DINKS (n=2501)	2.6	6.2	22.4	30.1	14.6	9.1	3.7	1.2	2.6	7.6	85.0
	子どもあり (n=2921)	2.8	6.3	24.6	28.0	14.6	8.8	3.8	1.3	2.1	7.8	85.0
	その他 (n=1649)	3.4	5.6	23.0	17.9	12.7	7.3	4.3	2.0	4.8	19.0	69.9
子どもの学齢	乳児（0～1歳未満） (n=234)	4.6	5.8	21.8	24.8	16.9	8.5	4.6	1.7	0.9	10.4	82.3
	未就学児 (n=574)	3.3	6.3	26.2	27.7	14.0	8.9	2.3	2.1	1.6	7.8	86.3
	小学生 (n=739)	3.2	7.6	25.6	27.2	14.2	8.3	3.4	1.1	2.0	7.4	86.1
	中学生 (n=413)	2.2	8.2	26.1	28.8	14.3	6.5	3.7	2.1	1.7	6.3	86.2
	高校生 (n=363)	2.5	5.8	25.9	26.7	17.6	6.7	4.6	1.1	2.5	6.6	85.2
	専門学校・短大・大学・大学院 (n=412)	2.4	5.3	22.3	32.3	13.8	9.7	4.6	0.7	1.2	7.5	85.9
	社会人 (n=1006)	2.5	6.4	24.5	28.1	14.8	9.2	3.6	0.7	3.1	7.2	85.4
世帯年収	400万円未満 (n=2704)	4.6	6.6	25.1	25.0	12.4	9.1	2.7	1.2	3.0	10.3	82.9
	400～800万円未満 (n=3038)	3.7	7.1	26.1	26.4	14.0	7.3	3.5	1.2	2.5	8.3	84.6
	800万円以上 (n=2402)	2.9	7.3	24.1	27.1	13.8	8.1	3.5	1.3	2.5	9.4	83.3
	800～1,000万円未満 (n=938)	2.8	7.1	25.1	27.1	16.4	8.1	2.6	1.5	3.0	6.5	86.5
	1,000～1,500万円未満 (n=1002)	2.7	7.9	24.6	28.3	13.2	7.1	4.3	1.0	1.6	9.3	83.8
	1,500万円以上 (n=462)	3.2	6.4	21.2	24.4	10.0	10.3	3.7	1.4	3.5	15.8	75.5

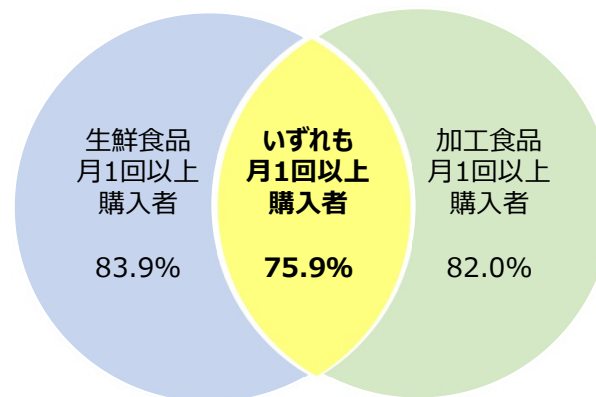
100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

東京都産農畜水産物の浸透度

以下本調査対象者に聴取

★本調査対象者条件……月に1回以上生鮮食品及び加工食品を自購入している方
75.9% (7,590名)



【内訳】

生鮮食品・月に1回以上購入者：8,388名

加工食品・月に1回以上購入者：8,204名

上記いずれも月に1回以上購入者：7,590名

⇒全体の75.9%に該当

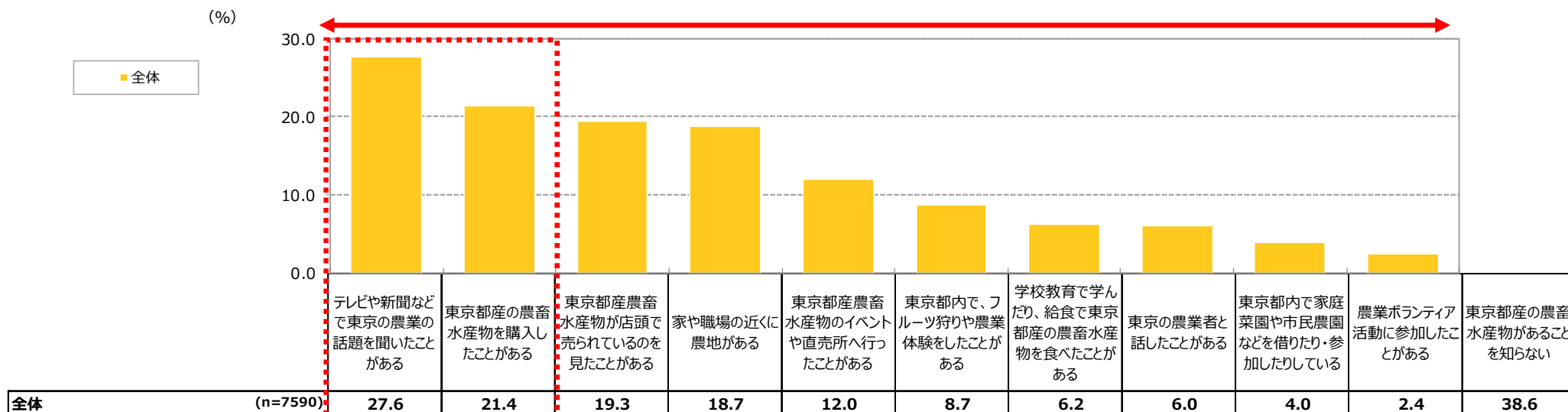
東京の農畜水産業との距離感

- ▶「テレビや新聞など」マスメディアでの接触が最も多く28%。
- ▶「東京都産の農畜水産物を購入したことがある」(購入率)は21%。
- ▶東京都産の農畜水産物を「何かしら知っている(接触あり率)」は61%。

■東京の農畜水産業との距離感 (全体/複数回答)

Q. あなたは「東京の農畜水産業」を身近に感じたことがありますか。あてはまるものをすべてお選びください。

何かしら知っている (接触あり・計) : 61.4%



東京の農畜水産業との距離感

▶ 性年代別にみると、男性60-70代・女性50-70代の東京都産の農畜水産物購入経験率が3割前後で高めである。

▶ 一方で、女性20-30代の「東京都産の農畜産物があることを知らない」が5割と高い。

		テレビや新聞などで東京の農業の話題を聞いたことがある	東京都産の農畜水産物を購入したことがある	東京都産農畜水産物が店頭で売られているのを見たことがある	家や職場の近くに農地がある	東京都産農畜水産物のイベントや直売所へ行ったことがある	東京都内で、フルーツ狩りや農業体験をしたことがある	学校教育で学んだり、給食で東京都産の農畜水産物を食べたことがある	東京の農業者と話したことがある	東京都内で家庭菜園や市民農園などを借りたり・参加したりしている	農業ボランティア活動に参加したことがある	東京都産の農畜水産物があることを知らない	平均回答個数
全体	(n=7590)	27.6	21.4	19.3	18.7	12.0	8.7	6.2	6.0	4.0	2.4	38.6	2.06
性年代	男性20代 (n=405)	22.2	15.4	18.1	15.6	11.0	13.4	16.9	10.8	9.1	6.9	35.1	2.15
	男性30代 (n=596)	23.7	15.8	15.9	14.6	10.2	10.7	9.2	7.2	6.9	5.0	42.4	2.07
	男性40代 (n=751)	26.9	16.8	19.6	18.1	11.6	9.2	6.9	6.1	5.7	3.6	39.9	2.07
	男性50代 (n=771)	28.1	19.5	16.9	18.3	10.2	5.2	4.0	4.5	2.5	0.9	40.5	1.85
	男性60代 (n=516)	34.5	26.4	22.7	20.3	10.5	6.6	3.7	6.6	2.1	1.9	32.2	1.99
	男性70代 (n=489)	37.0	30.3	23.9	29.7	16.4	8.2	2.7	8.2	4.3	1.0	24.5	2.14
	女性20代 (n=495)	16.6	11.3	11.5	12.5	8.3	9.9	10.3	6.3	6.7	5.3	49.7	1.96
	女性30代 (n=686)	20.3	14.0	15.0	12.8	9.5	9.5	7.6	4.8	2.6	2.9	50.0	1.98
	女性40代 (n=797)	23.2	19.7	16.4	16.2	10.8	8.3	4.8	4.4	2.0	1.0	43.0	1.87
	女性50代 (n=856)	28.6	27.2	21.1	19.7	12.0	7.8	5.7	4.0	2.1	0.7	40.2	2.16
	女性60代 (n=608)	34.0	28.6	26.8	23.0	15.5	6.7	3.6	5.9	1.6	1.2	30.4	2.11
	女性70代 (n=620)	37.2	31.3	24.8	24.7	19.1	11.9	3.2	7.6	5.4	0.9	27.9	2.30
同居属性	ひとり暮らし (n=2231)	26.0	17.3	18.0	13.1	7.9	5.4	5.2	4.7	2.4	2.1	45.0	1.86
	DINKS (n=2033)	28.9	25.1	20.7	20.7	14.2	7.4	3.7	5.5	3.4	1.5	36.1	2.05
	子どもあり (n=2362)	26.9	22.4	19.8	22.4	14.5	13.0	7.8	7.5	6.1	3.5	34.3	2.19
	その他 (n=963)	30.6	20.8	18.4	18.0	11.0	8.8	9.7	6.5	3.6	2.0	39.3	2.13
子どもの年齢	乳児 (0~1歳未満) (n=188)	20.9	14.8	16.4	10.6	13.0	11.6	9.4	9.4	9.7	8.2	40.7	2.09
	未就学児 (n=477)	23.0	16.9	16.6	19.2	16.6	18.1	9.9	10.6	9.8	7.8	39.1	2.44
	小学生 (n=614)	25.8	22.3	20.6	20.5	16.2	18.8	11.3	9.7	8.3	6.2	34.6	2.44
	中学生 (n=334)	28.8	22.3	21.0	24.0	16.8	14.5	10.9	7.2	6.4	4.9	30.6	2.26
	高校生 (n=295)	23.1	20.7	22.4	25.5	14.6	13.6	8.5	7.8	5.2	1.0	33.6	2.15
	専門学校・短大・大学・大学院 (n=338)	26.6	23.9	26.3	30.7	14.5	12.7	7.1	7.1	2.9	1.5	31.2	2.23
	社会人 (n=806)	31.3	26.5	22.2	25.8	14.4	10.0	4.5	6.8	4.7	1.0	31.6	2.15
世帯年収	400万円未満 (n=2061)	25.8	18.4	16.8	17.7	9.6	5.9	5.0	4.8	2.5	1.3	45.1	1.96
	400~800万円未満 (n=2406)	27.6	21.4	20.3	17.6	12.9	9.7	5.7	6.3	4.2	2.6	37.6	2.06
	800万円以上 (n=1850)	30.4	27.0	22.7	21.8	15.2	11.5	8.6	8.3	6.3	4.0	30.3	2.24
	800~1,000万円未満 (n=756)	29.7	24.4	21.8	21.1	14.6	9.2	7.0	7.2	4.6	2.7	32.4	2.10
	1,000~1,500万円未満 (n=770)	29.9	27.7	21.2	22.6	16.4	12.5	8.7	8.2	8.0	5.4	28.8	2.26
	1,500万円以上 (n=323)	33.3	31.3	28.7	21.5	13.3	14.3	12.3	11.0	6.6	3.8	28.8	2.48

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

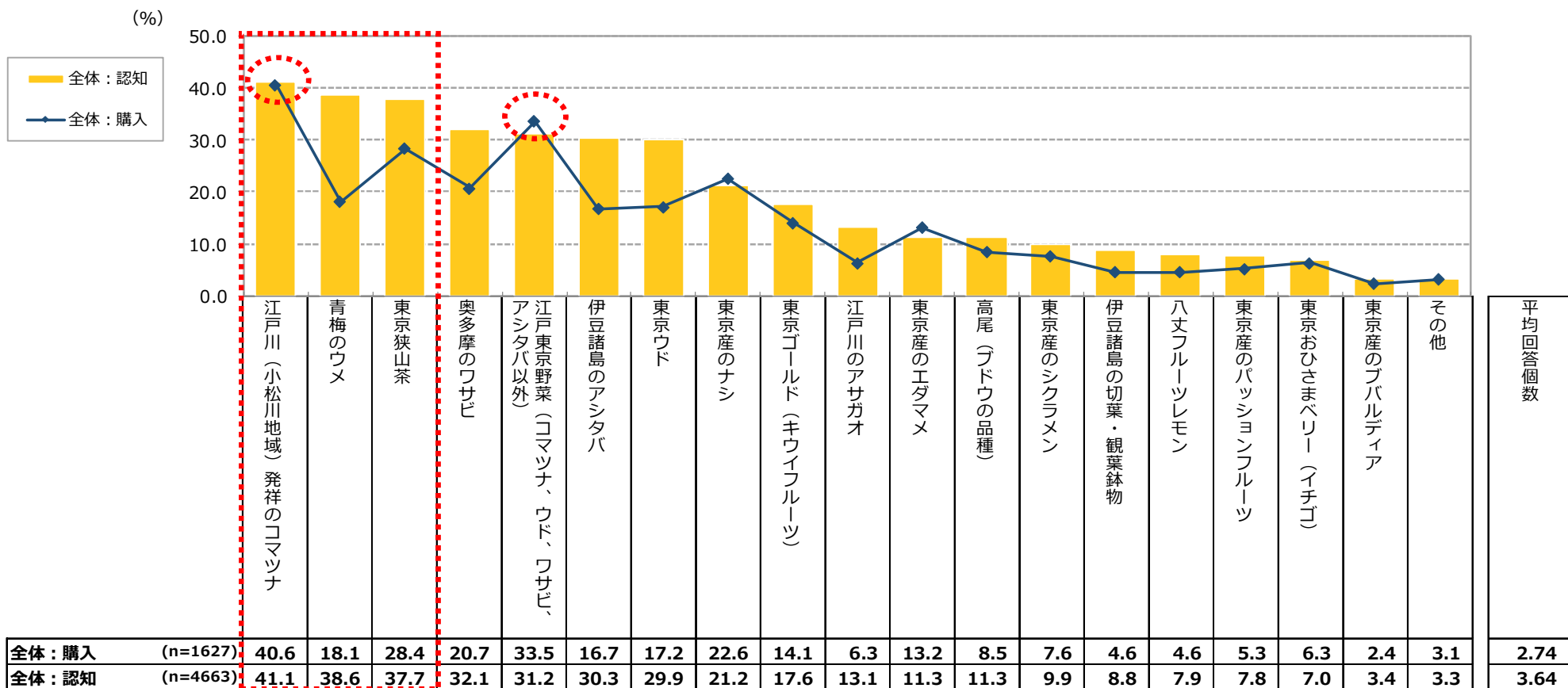
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

東京都産農産物浸透度：認知・購入

- ▶ 東京都産の農畜水産物認知者の中で、最も認知率が高いのは「江戸川発祥のコマツナ」(41%)。次いで、「青梅のウメ」(39%)、「東京狭山茶」(38%)が高い。
- ▶ 東京都産の農畜水産物購入経験者の中で、最も購入率が高かったのも「江戸川発祥のコマツナ」(41%)。次いで、「江戸東京野菜」(34%)が高い。

■ 東京都産農産物浸透度：認知・購入（東京都産P認知者・購入者／複数回答）

Q.あなたが存じの東京都産の農畜産物をすべてお選びください。また、そのうち買ったことがあるものをすべてお選びください。



※「全体：認知」降順ソート

東京都産農産物浸透度：認知

- ▶ 性年代別で見ると、男女60-70代では東京都産農産物の認知が全体的に高め。ただし、この層ではフルーツの認知が他の農産物に比べて低め。男女20-30代では、東京都産農産物の認知が全体的に低いもののフルーツの認知率は相対的にみて高めである。
- ▶ 子どもの学齢別で見ると、未就学～中学生の子どもを持つ家庭では東京都産フルーツの認知率が高め。

		ナ域（発祥のコマツ）	江戸川（小松川地）	青梅のウメ	東京狭山茶	奥多摩のワサビ	サビ、アシタバ	江戸東京野菜（コマツナ、ウド、ワサビ）	伊豆諸島のアシタバ	東京ウド	東京産のナシ	ウイフルーツ（キウイフルーツ）	江戸川のアサガオ	東京産のエダマメ	高尾（ブドウの品種）	東京産のシクラメ	観葉鉢物	伊豆諸島の切葉・	八丈フルーツレモ	東京産のバッシヨ	東京おひさまベリー（イチゴ）	東京産のババルデ	その他	平均回答個数
全体	(n=4663)	41.1	38.6	37.7	32.1	31.2	30.3	29.9	21.2	17.6	13.1	11.3	11.3	9.9	8.8	7.9	7.8	7.0	3.4	3.3			3.64	
性年代	男性20代	(n=263)	20.7	26.2	22.1	26.8	22.0	13.3	17.0	18.6	21.8	14.7	12.9	21.3	10.8	10.7	15.1	13.5	14.6	8.9	1.7			3.13
	男性30代	(n=343)	24.5	26.8	24.5	30.6	21.0	14.3	25.4	14.3	19.5	9.6	13.7	12.2	6.4	6.7	12.8	10.5	10.5	7.0	3.5			2.94
	男性40代	(n=451)	33.3	33.3	29.7	31.5	23.7	24.2	29.3	18.6	17.5	10.0	10.2	16.2	9.3	8.2	11.5	8.0	9.1	6.0	4.4			3.34
	男性50代	(n=459)	41.2	33.3	34.6	35.7	27.9	29.8	30.1	23.5	15.3	7.8	9.2	9.2	4.1	5.9	8.3	5.2	5.0	2.0	2.6			3.31
	男性60代	(n=350)	54.3	45.4	46.3	36.9	34.9	36.6	36.9	24.0	18.6	17.4	11.1	9.1	4.9	9.4	3.4	4.0	2.6	0.3	2.9			3.99
	男性70代	(n=369)	57.2	50.9	62.9	45.0	40.1	44.4	40.9	30.4	14.9	20.1	13.0	10.3	11.7	10.8	4.3	5.7	3.0	0.5	1.9			4.68
	女性20代	(n=249)	18.5	23.7	22.1	24.9	22.9	13.3	16.5	14.5	23.7	10.4	9.6	14.1	11.2	9.6	12.0	11.6	12.4	12.4	2.8			2.86
	女性30代	(n=343)	28.9	28.9	26.2	25.4	24.5	21.3	20.4	15.7	20.4	12.0	10.2	13.4	13.7	7.9	11.4	13.1	11.7	6.4	6.4			3.18
	女性40代	(n=454)	36.3	35.5	27.5	22.5	28.9	24.2	23.8	18.3	17.6	9.3	7.0	7.9	8.6	4.8	7.0	9.5	7.9	2.2	5.1			3.04
	女性50代	(n=512)	48.0	39.8	35.9	28.5	33.0	34.6	30.7	18.6	14.5	11.1	9.2	8.8	8.0	7.6	4.5	4.9	5.5	0.4	3.3			3.47
女性60代	(n=423)	52.5	53.2	48.9	34.8	40.0	41.4	35.5	22.9	15.1	14.2	13.7	7.8	12.8	10.6	5.4	7.3	3.5	0.5	3.1			4.23	
女性70代	(n=447)	58.3	53.9	60.4	39.4	47.4	49.6	42.2	30.5	17.5	21.7	17.2	11.2	18.2	14.5	4.5	5.2	3.5	0.8	1.5			4.97	
同居属性	ひとり暮らし	(n=1226)	39.3	32.2	35.6	29.2	28.4	28.9	24.9	16.3	17.1	13.8	8.9	9.6	7.1	8.4	8.1	6.3	5.9	2.7	4.3			3.27
	DINKS	(n=1300)	46.7	44.6	42.4	35.0	35.5	33.6	34.9	23.5	15.6	13.2	12.9	9.6	10.9	8.9	6.2	7.3	5.4	1.5	2.5			3.90
	子どもあり	(n=1552)	38.0	38.0	37.5	30.7	30.0	30.0	28.8	23.2	19.1	12.8	12.0	13.0	11.6	8.8	8.0	8.6	8.5	4.9	3.3			3.67
	その他	(n=585)	40.8	40.3	32.7	35.4	31.2	26.6	32.4	20.9	19.0	12.2	11.3	14.6	9.1	9.4	11.0	9.9	8.7	4.9	3.0			3.73
子どもの学齢	乳児（0～1歳未満）	(n=111)	19.2	23.2	26.3	24.6	26.3	18.3	21.4	14.7	22.7	13.2	11.2	14.2	12.4	10.3	11.5	8.5	9.0	7.6	2.7			2.97
	未就学児	(n=291)	25.6	30.9	30.1	28.0	24.0	24.0	24.5	17.2	25.7	13.5	13.6	18.8	11.3	10.1	15.6	14.6	16.2	10.4	4.1			3.58
	小学生	(n=402)	32.8	32.2	32.3	26.0	29.9	24.5	26.7	21.1	19.9	13.6	15.0	18.7	13.6	9.2	11.7	10.8	13.9	10.2	4.5			3.67
	中学生	(n=232)	38.8	34.0	31.5	28.2	29.7	24.2	27.8	24.8	21.3	9.1	13.1	16.6	10.4	9.7	9.7	11.8	13.1	8.4	4.3			3.66
	高校生	(n=196)	35.3	33.8	38.9	28.1	24.0	32.7	30.2	26.7	21.5	11.8	12.3	9.7	9.7	7.2	11.5	9.7	9.2	2.6	4.1			3.59
	専門学校・短大・大学・大学院	(n=233)	36.1	40.8	36.5	28.8	23.8	30.1	27.5	26.6	18.2	7.3	8.2	9.4	9.9	5.6	5.2	4.3	7.3	1.7	3.0			3.30
世帯年収	社会人	(n=551)	51.1	50.6	50.3	38.6	36.9	40.2	35.0	27.6	17.0	15.2	14.1	10.7	14.5	10.3	4.5	6.0	3.9	0.9	2.4			4.30
	400万円未満	(n=1131)	41.9	39.0	39.5	32.4	30.7	29.4	29.1	19.1	15.3	13.8	9.2	11.2	8.4	7.0	5.9	6.2	5.9	1.6	3.6			3.49
	400～800万円未満	(n=1501)	40.4	37.1	36.2	32.1	30.3	30.8	30.4	20.8	18.0	13.0	11.3	11.6	9.6	8.5	7.3	8.3	6.3	3.7	3.1			3.59
	800万円以上	(n=1290)	40.9	37.4	36.6	31.9	31.5	31.6	29.5	23.8	19.0	13.0	12.7	12.2	10.7	11.5	11.4	9.1	8.7	5.3	3.4			3.80
	800～1,000万円未満	(n=512)	42.2	36.7	37.3	30.8	32.8	32.8	29.1	23.8	16.8	12.2	10.7	9.2	9.4	10.6	9.8	7.6	7.7	3.0	4.1			3.67
	1,000～1,500万円未満	(n=548)	38.7	35.8	34.8	33.0	30.7	30.0	29.7	23.2	18.5	11.5	13.0	12.4	10.4	10.0	11.3	8.2	8.6	6.0	2.9			3.69
1,500万円以上	(n=230)	43.2	42.6	39.5	31.6	30.6	32.6	29.7	25.4	25.2	18.3	16.6	18.6	14.4	17.0	15.2	14.4	11.5	8.9	3.0			4.38	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

東京都産農産物浸透度：購入

- ▶ 性年代別でみると、認知率と同様に男女60-70代での東京都産農産物の購入率が全体的に高め。男女20-30代では、東京都産農産物の購入率が全体的に低いものの、東京都産フルーツの購入率は高めである。
- ▶ 子どもの学齢別でみると、未就学～学生の子どもの持つ家庭では東京都産フルーツの購入経験率が高い傾向がみられる。

	ナ域発祥のコマツ	江戸川(小松川地)	江戸東京野菜(コマツナ、ウド、ワサビ、アシタバ)	東京狭山茶	東京産のナシ	奥多摩のワサビ	青梅のウメ	東京ウド	パ伊豆諸島のアシタバ	東京ゴールド(キウイフルーツ)	東京産のエタマメ	高尾(ブドウの品種)	東京産のシクラメン	東京おひさまペリ(イチゴ)	江戸川のアサガオ	東京産のパッションフルーツ	八丈フルーツレモン	伊豆諸島の切葉・観葉鉢物	東京産のプルルデ	その他	平均回答個数	
全体	(n=1627)	40.6	33.5	28.4	22.6	20.7	18.1	17.2	16.7	14.1	13.2	8.5	7.6	6.3	6.3	5.3	4.6	4.6	2.4	3.1	2.74	
性年代	男性20代	(n= 63)	14.1	21.8	12.3	16.8	31.4	21.8	4.6	9.1	17.3	14.6	14.1	—	16.0	6.9	11.4	14.1	6.9	5.0	—	2.38
	男性30代	(n= 94)	27.7	27.7	20.2	20.2	24.5	17.0	14.9	9.6	14.9	8.5	10.6	6.4	12.8	8.5	13.8	9.6	7.4	9.6	6.4	2.70
	男性40代	(n=126)	38.1	31.7	26.2	19.8	24.6	15.1	16.7	23.0	19.0	16.7	13.5	9.5	11.9	7.1	8.7	9.5	11.1	7.1	2.4	3.12
	男性50代	(n=150)	36.7	28.0	22.7	22.0	25.3	12.0	12.0	14.0	10.7	8.7	8.0	2.7	4.7	2.7	3.3	4.0	1.3	2.0	3.3	2.24
	男性60代	(n=136)	49.3	36.0	24.3	22.8	26.5	19.1	16.2	15.4	13.2	13.2	6.6	2.9	1.5	5.9	1.5	2.2	2.9	—	2.9	2.63
	男性70代	(n=148)	47.3	39.2	52.0	34.5	28.4	23.6	24.3	21.6	13.5	18.2	8.8	10.8	3.4	10.8	4.1	2.0	6.8	—	0.7	3.50
	女性20代	(n= 56)	25.0	25.0	19.6	21.4	25.0	14.3	12.5	14.3	28.6	10.7	17.9	10.7	16.1	16.1	12.5	12.5	10.7	14.3	3.6	3.11
	女性30代	(n= 96)	33.3	35.4	21.9	18.8	18.8	18.8	14.6	14.6	18.8	12.5	12.5	7.3	11.5	10.4	11.5	9.4	6.3	5.2	3.1	2.84
	女性40代	(n=157)	32.5	28.0	17.8	15.9	10.2	14.0	11.5	13.4	9.6	6.4	3.8	5.7	6.4	5.1	4.5	3.8	3.2	0.6	4.5	1.97
	女性50代	(n=233)	43.8	33.9	23.6	19.7	12.4	12.4	12.4	13.3	11.2	8.2	6.4	5.2	4.7	1.7	3.4	1.3	1.7	—	3.9	2.19
女性60代	(n=174)	47.7	34.5	33.9	25.9	16.1	23.0	24.7	17.2	11.5	17.8	7.5	11.5	1.7	5.7	2.3	2.9	2.3	0.6	5.2	2.92	
女性70代	(n=194)	53.4	44.3	43.1	26.5	21.9	25.3	28.2	25.9	16.1	20.7	6.3	14.4	4.0	6.3	2.3	1.7	4.0	—	1.1	3.46	
同居属性	ひとり暮らし	(n=387)	35.7	30.2	25.6	18.9	16.3	13.4	13.1	15.8	13.1	8.2	7.3	5.1	5.9	4.5	4.4	2.6	3.0	2.4	4.7	2.30
	DINKS	(n=511)	45.5	37.1	29.7	22.3	20.5	18.5	20.8	17.5	10.3	14.6	5.8	7.8	3.4	5.8	2.8	2.3	3.2	0.2	3.0	2.71
	子どもあり	(n=529)	39.7	32.4	30.4	25.3	22.1	20.3	17.6	17.9	16.8	15.8	10.8	9.9	9.3	7.8	7.8	7.0	6.6	3.8	2.3	3.04
	その他	(n=200)	39.8	33.9	24.9	23.1	26.1	19.9	15.1	13.4	18.6	12.3	11.5	6.0	6.6	7.1	6.6	8.1	5.7	4.3	3.0	2.86
子どもの学齢	乳児(0～1歳未満)	(n= 28)	21.5	33.8	30.3	14.4	33.8	14.4	23.1	23.1	24.6	15.9	12.3	10.8	10.8	21.0	17.9	15.9	10.8	10.8	7.2	3.52
	未就学児	(n= 81)	35.2	35.2	35.2	18.6	34.0	21.6	22.1	22.8	30.3	24.1	24.6	13.6	22.8	18.4	20.4	23.4	13.6	13.6	2.5	4.32
	小学生	(n=137)	38.2	36.0	27.3	22.2	21.4	21.7	17.1	20.0	18.8	18.8	17.1	10.9	19.6	12.7	11.2	14.5	12.0	10.2	2.2	3.52
	中学生	(n= 74)	46.3	26.9	22.8	22.1	19.4	16.7	16.1	18.8	20.7	15.4	16.1	10.7	20.7	6.7	12.7	7.3	8.6	5.4	2.7	3.16
	高校生	(n= 61)	40.9	36.0	40.9	31.3	21.3	16.4	19.6	26.2	16.4	9.8	14.7	9.8	8.2	9.8	6.5	6.5	4.9	1.6	1.6	3.23
	専門学校・短大・大学・大学院	(n= 81)	37.0	28.4	28.4	38.3	18.5	19.8	8.6	9.9	16.0	17.3	11.1	6.2	7.4	3.7	2.5	2.5	2.5	—	2.5	2.60
社会人	(n=214)	46.0	35.2	35.8	29.0	25.6	23.9	20.1	18.4	14.3	17.2	8.1	11.9	3.3	5.3	5.3	2.3	4.3	0.5	0.9	3.07	
世帯年収	400万円未満	(n=379)	39.2	30.8	29.5	21.1	17.9	16.7	15.0	16.0	11.6	8.7	6.6	6.9	5.9	5.4	2.8	2.0	1.2	0.8	2.9	2.41
	400～800万円未満	(n=515)	40.7	34.4	28.3	23.6	22.5	17.5	17.4	17.0	14.7	13.8	7.5	8.0	6.3	5.0	5.5	3.1	4.2	2.8	3.1	2.75
	800万円以上	(n=499)	41.5	35.3	27.7	23.6	20.1	18.5	18.4	19.3	15.7	14.6	12.4	7.5	7.3	9.1	8.0	8.4	7.6	3.9	3.8	3.03
	800～1,000万円未満	(n=184)	41.6	33.1	26.1	21.8	14.8	16.3	13.0	19.8	8.2	9.9	9.3	3.9	3.5	5.7	4.5	6.5	4.5	1.1	4.3	2.48
	1,000～1,500万円未満	(n=214)	39.7	36.1	27.0	23.5	25.7	20.6	24.0	18.5	20.5	16.4	15.7	10.4	8.9	11.0	9.6	10.6	10.6	6.9	3.3	3.39
1,500万円以上	(n=101)	45.1	37.4	32.1	26.9	17.9	17.9	16.3	20.3	19.2	19.3	11.3	7.9	10.9	11.3	10.9	7.3	7.0	3.0	4.0	3.26	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

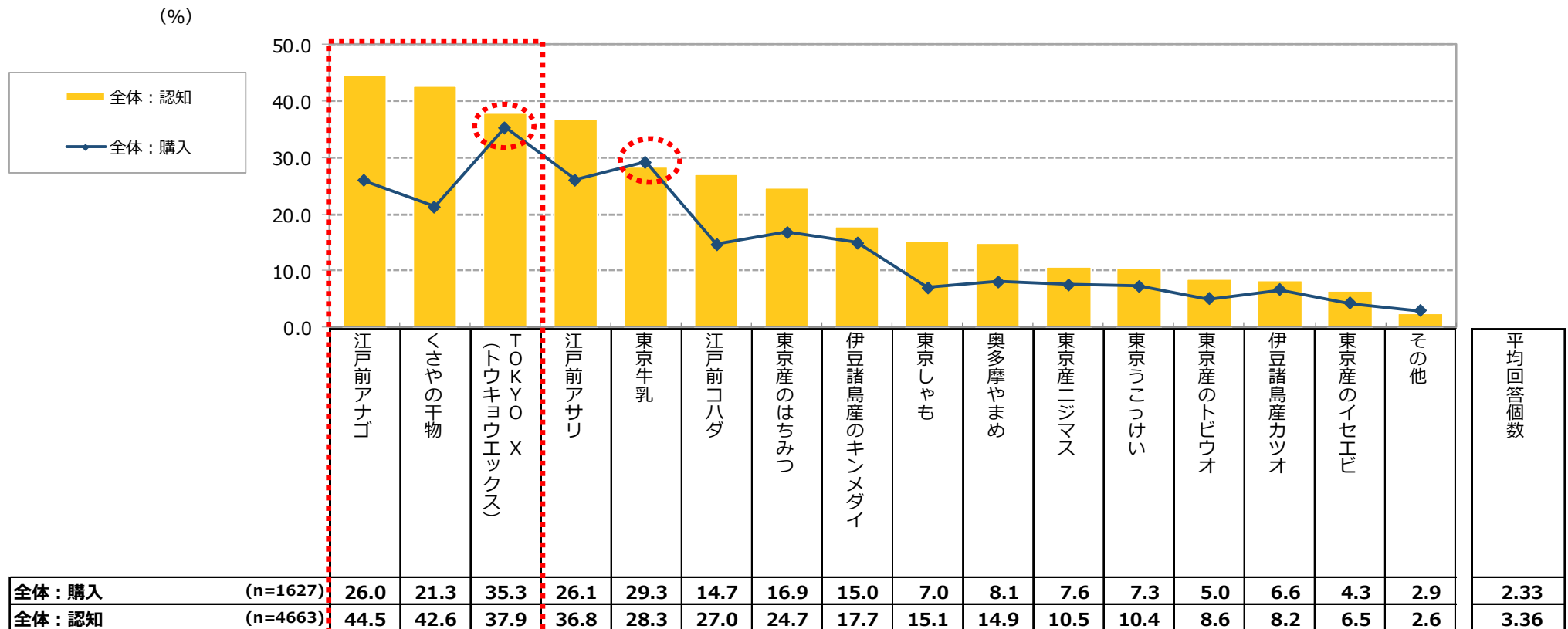
※図表内の数値「-」は0%を表します

東京都産畜水産物浸透度：認知・購入

- ▶ 東京都産の農畜水産物認知者の中で、最も認知率が高いのは「江戸前アナゴ」(45%)。次いで、「くさやの干物」(43%)、「TOKYO X」(38%)が高い。
- ▶ 東京都産の農畜水産物購入経験者の中で、最も購入率が高かったのは「TOKYO X」(35%)。次いで、「東京牛乳」(29%)、「江戸前アナゴ」(26%)が高い。

■ 東京都産畜水産物浸透度：認知・購入（東京都産P認知者／複数回答）

Q.あなたがご存じの東京都産の畜水産物をすべてお選びください。また、そのうち買ったことがあるものをすべてお選びください。



東京都産畜水産物浸透度：認知

- ▶ 性年代別でみると、男女60-70代では「江戸前アナゴ」「くさやの干物」「江戸前アサリ」をはじめとする水産物の認知が全体的に高い。「TOKYO X」「東京牛乳」「東京産のはちみつ」など畜産物は女性40代を中心に少し若めの世代の認知率が高い傾向。
- ▶ 子どもの学齢別でみると、未就学～小学生の子どもを持つ家庭では「東京産ニジマス」「東京うこっけい」「東京産のイセエビ」の認知率が高い。

		江戸前アナゴ	くさやの干物	TOKYO X (トウキョウエックス)	江戸前アサリ	東京牛乳	江戸前コハダ	東京産のはちみつ	伊豆諸島のキノメダイ	東京しゃも	奥多摩やまめ	東京産ニジマス	東京うこっけい	東京産のトビウ	伊豆諸島のカツ	東京産のイセエビ	その他	平均回答個数
全体	(n=4663)	44.5	42.6	37.9	36.8	28.3	27.0	24.7	17.7	15.1	14.9	10.5	10.4	8.6	8.2	6.5	2.6	3.36
性年代	男性20代 (n=263)	25.3	22.3	30.5	24.7	27.0	17.5	19.2	12.8	23.0	14.2	16.5	12.2	13.6	13.9	14.9	1.3	2.89
	男性30代 (n=343)	32.4	28.3	35.3	25.9	30.6	16.3	14.6	13.4	17.2	13.7	13.4	12.8	9.6	11.4	9.9	2.3	2.87
	男性40代 (n=451)	44.3	36.6	46.6	33.0	25.5	24.8	16.9	15.1	17.5	16.2	14.6	9.8	9.3	9.3	10.4	2.0	3.32
	男性50代 (n=459)	53.4	48.6	40.7	41.4	21.6	34.2	16.3	17.6	15.5	17.4	10.2	9.2	9.6	7.2	3.9	1.3	3.48
	男性60代 (n=350)	60.0	61.4	44.0	52.9	19.7	43.1	16.9	24.9	16.0	16.6	10.3	8.3	8.9	10.6	2.9	0.9	3.97
	男性70代 (n=369)	70.2	64.0	27.6	57.7	22.2	49.3	22.0	32.8	13.3	24.7	9.8	7.3	12.2	10.0	4.9	1.1	4.29
	女性20代 (n=249)	20.9	21.7	21.7	14.1	28.5	13.7	20.1	14.1	13.3	11.2	12.4	12.9	11.6	10.4	11.6	5.2	2.43
	女性30代 (n=343)	26.8	27.1	35.0	24.5	32.9	12.2	30.0	13.1	16.6	11.1	13.4	12.8	9.6	9.6	10.5	8.7	2.94
	女性40代 (n=454)	30.2	29.3	43.6	25.3	36.8	16.1	29.7	11.0	12.8	9.0	7.9	10.1	4.4	5.9	4.6	3.1	2.80
	女性50代 (n=512)	46.9	44.5	47.9	36.5	31.1	24.2	32.2	13.1	12.1	9.4	6.4	9.6	4.9	2.7	3.3	3.1	3.28
女性60代 (n=423)	51.3	53.9	43.0	43.5	31.2	29.3	36.2	19.4	17.3	14.2	8.0	8.7	6.6	5.7	4.0	1.4	3.74	
女性70代 (n=447)	55.1	57.6	25.9	49.1	31.0	34.9	34.2	24.5	10.7	20.7	8.2	13.2	7.7	7.2	3.5	1.5	3.85	
同居属性	ひとり暮らし (n=1226)	43.3	43.1	37.0	35.7	24.9	25.2	23.7	15.8	15.0	12.4	9.1	9.0	7.6	8.0	6.1	2.7	3.19
	DINKS (n=1300)	49.9	47.4	37.8	39.9	28.5	31.7	26.2	20.2	15.0	16.5	9.0	9.9	7.7	6.8	5.0	1.9	3.54
	子どもあり (n=1552)	43.2	40.6	36.9	36.1	29.8	25.9	23.5	17.8	14.2	16.0	12.4	11.3	9.4	9.1	7.2	2.4	3.36
	その他 (n=585)	38.6	36.5	43.2	34.0	31.3	23.1	26.2	15.8	18.1	13.3	12.0	12.0	10.3	8.9	8.6	4.2	3.36
子どもの学齢	乳児 (0~1歳未満) (n=111)	25.1	26.0	29.5	20.9	25.9	16.0	17.9	15.5	16.0	12.4	13.3	16.9	12.8	11.2	18.7	5.4	2.84
	未就学児 (n=291)	34.5	28.7	35.4	28.3	31.4	17.4	22.8	16.7	19.0	14.7	14.3	14.7	13.1	13.0	15.2	3.8	3.23
	小学生 (n=402)	34.8	34.1	37.4	27.7	31.1	20.7	23.5	15.2	18.8	16.8	16.2	14.8	11.6	10.6	12.6	2.7	3.28
	中学生 (n=232)	46.5	37.9	38.8	34.0	35.6	25.2	19.4	14.7	16.1	12.1	13.7	14.8	8.2	9.2	8.6	1.7	3.37
	高校生 (n=196)	41.9	36.9	43.5	37.6	28.6	29.7	24.0	15.3	14.3	14.3	11.8	13.8	8.7	8.2	6.6	3.1	3.38
	専門学校・短大・大学・大学院 (n=233)	44.2	42.5	42.7	36.9	30.5	30.5	24.0	16.7	10.9	14.4	11.6	8.2	7.7	6.9	3.4	1.3	3.33
	社会人 (n=551)	54.2	54.0	38.8	47.5	31.4	32.2	25.1	23.3	12.1	20.0	11.6	8.8	9.1	9.1	2.6	1.3	3.81
世帯年収	400万円未満 (n=1131)	45.1	46.6	34.5	36.6	28.1	27.2	25.6	15.8	12.6	14.7	9.2	8.8	7.1	6.1	5.7	2.8	3.26
	400~800万円未満 (n=1501)	43.3	42.1	38.0	36.3	28.4	25.6	24.6	17.3	15.1	14.5	9.7	10.3	9.0	8.5	5.4	1.9	3.30
	800万円以上 (n=1290)	46.2	41.6	41.2	38.5	28.2	29.8	23.6	20.2	17.3	16.1	13.5	11.8	10.9	10.7	8.8	2.9	3.61
	800~1,000万円未満 (n=512)	44.8	37.8	39.8	37.8	25.3	26.6	25.3	16.3	15.7	15.7	12.7	8.4	7.9	8.2	5.8	3.7	3.32
	1,000~1,500万円未満 (n=548)	44.7	41.4	41.6	36.7	29.0	29.3	19.5	20.9	17.7	14.9	13.2	11.9	13.1	10.9	9.3	2.9	3.57
1,500万円以上 (n=230)	52.8	50.8	43.2	44.5	32.6	38.1	29.8	27.4	20.0	19.9	16.0	18.7	12.2	15.8	14.3	1.3	4.37	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い

100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い

100.0 10ポイント以上低い

東京都産畜水産物浸透度：購入

- ▶ 購入率全体トップの「TOKYO X」は、男女40-50代の購入率が高めの傾向。
- ▶ 購入率全体2位の「東京牛乳」は、高校生以下の子あり世帯での購入率が顕著に高い。
なお、この高校生以下の子あり世帯では、東京都産畜水産物の購入率が全体的に高めの傾向にある。
- ▶ 購入率全体3-5位の「江戸前アサリ」「江戸前アナゴ」「くさやの干物」は、男性60-70代の購入率が高い。

		TOKYO X (トウキョウエックス)	東京牛乳	江戸前アサリ	江戸前アナゴ	くさやの干物	つ東京産のはちみ	伊豆諸島のキノメダイ	江戸前コハダ	奥多摩やまめ	東京産ニジマス	東京つこっけい	東京じゃも	オ伊豆諸島産カツ	オ東京産のトビウ	ビ東京産のイセエ	その他	平均回答 個数	
全体	(n=1627)	35.3	29.3	26.1	26.0	21.3	16.9	15.0	14.7	8.1	7.6	7.3	7.0	6.6	5.0	4.3	2.9	2.33	
性年代	男性20代	(n= 63)	29.5	31.4	13.7	23.3	15.0	10.0	13.7	6.9	19.1	13.7	16.4	9.1	21.0	16.8	13.7	2.7	2.56
	男性30代	(n= 94)	28.7	31.9	17.0	23.4	21.3	13.8	13.8	12.8	9.6	11.7	12.8	12.8	10.6	6.4	8.5	4.3	2.39
	男性40代	(n=126)	50.8	29.4	31.7	28.6	18.3	12.7	15.1	18.3	11.1	12.7	11.9	11.9	7.9	7.1	8.7	3.2	2.79
	男性50代	(n=150)	42.7	16.7	24.0	29.3	22.0	12.0	14.7	16.7	9.3	6.7	6.0	7.3	6.0	6.0	3.3	0.7	2.23
	男性60代	(n=136)	31.6	22.8	39.0	29.4	31.6	10.3	17.6	25.7	5.9	6.6	4.4	8.1	8.1	2.9	3.7	1.5	2.49
	男性70代	(n=148)	33.8	21.6	50.7	45.3	36.5	16.2	18.9	27.7	7.4	7.4	3.4	8.1	7.4	5.4	2.7	0.7	2.93
	女性20代	(n= 56)	26.8	33.9	16.1	25.0	17.9	25.0	12.5	12.5	14.3	21.4	14.3	12.5	12.5	14.3	14.3	1.8	2.75
	女性30代	(n= 96)	25.0	38.5	16.7	13.5	11.5	26.0	11.5	7.3	11.5	9.4	12.5	11.5	9.4	4.2	6.3	6.3	2.21
	女性40代	(n=157)	39.5	40.1	8.9	13.4	8.9	17.2	8.3	7.0	3.2	4.5	3.8	5.7	3.8	2.5	3.2	2.5	1.73
	女性50代	(n=233)	40.3	29.6	21.9	21.5	15.9	18.0	9.0	9.9	3.9	3.9	4.7	3.9	2.6	2.6	2.1	5.2	1.95
女性60代	(n=174)	37.9	32.2	25.9	25.3	21.8	21.3	16.7	12.1	4.0	5.7	5.2	4.6	5.2	4.0	1.7	2.9	2.26	
女性70代	(n=194)	24.2	29.9	31.6	29.3	27.6	19.5	24.7	15.5	12.1	5.8	8.1	1.7	3.5	2.9	0.6	2.9	2.40	
同居 属性	ひとり暮らし	(n=387)	33.9	23.7	22.2	24.0	18.5	13.5	9.9	14.4	6.7	7.9	6.6	4.9	5.4	4.1	4.2	3.7	2.04
	DINKS	(n=511)	34.7	26.1	28.3	28.4	22.5	17.3	16.0	15.7	6.3	5.3	5.3	6.5	4.6	3.2	3.0	2.0	2.25
	子どもあり	(n=529)	36.7	34.2	28.3	26.8	23.3	17.4	17.5	14.7	10.4	9.2	9.7	8.0	8.8	6.6	5.2	2.8	2.60
	その他	(n=200)	35.8	35.2	22.4	21.4	18.2	21.0	15.4	12.9	9.1	8.9	7.5	9.7	8.5	7.1	5.2	3.8	2.42
子ども の学 齢	乳児 (0~1歳未満)	(n= 28)	35.9	37.4	14.4	10.8	25.1	17.9	26.7	10.8	7.2	14.4	17.9	17.9	10.8	12.3	23.1	10.8	2.93
	未就学児	(n= 81)	38.4	43.2	26.0	30.8	24.8	27.3	22.8	18.6	13.6	17.3	19.8	17.3	21.1	15.4	14.2	5.0	3.56
	小学生	(n=137)	38.6	35.3	29.0	26.5	29.4	16.0	18.1	19.3	14.2	13.4	14.5	14.2	14.9	10.5	10.5	2.2	3.07
	中学生	(n= 74)	37.6	42.2	26.1	35.5	15.4	12.1	17.5	18.0	4.0	10.0	10.0	12.7	11.3	4.0	5.4	1.3	2.63
	高校生	(n= 61)	47.5	37.6	27.8	27.8	28.0	16.4	21.3	22.9	13.1	8.2	9.8	13.1	8.2	4.9	3.3	4.9	2.95
	専門学校・短大・大学・大学院	(n= 81)	43.2	25.9	25.9	19.8	19.8	21.0	12.3	21.0	6.2	6.2	4.9	6.2	6.2	3.7	3.7	2.5	2.28
世帯 年 収	社会人	(n=214)	33.8	32.4	34.9	31.6	23.7	18.1	20.5	12.8	10.6	8.9	7.3	3.7	6.5	5.8	1.9	1.9	2.55
	400万円未満	(n=379)	29.9	27.8	23.7	22.1	22.7	14.4	11.0	13.6	5.7	6.0	3.1	4.7	2.8	3.4	1.9	3.1	1.96
	400~800万円未満	(n=515)	36.8	27.9	27.7	26.4	21.0	18.8	14.7	14.0	8.5	7.2	8.6	6.3	6.9	4.6	4.0	2.6	2.36
	800万円以上	(n=499)	39.7	30.3	28.7	28.8	22.9	16.9	18.5	19.1	9.4	10.0	9.8	11.3	10.2	7.6	6.6	3.2	2.73
	800~1,000万円未満	(n=184)	38.1	24.4	25.6	25.0	18.0	16.6	14.3	14.6	6.6	6.5	5.8	7.3	6.7	4.4	2.4	3.3	2.20
	1,000~1,500万円未満	(n=214)	39.2	33.8	27.8	29.6	24.8	19.2	19.4	19.7	12.0	13.1	13.1	14.5	11.8	9.9	8.9	3.7	3.01
1,500万円以上	(n=101)	43.5	33.8	36.1	33.9	27.9	12.8	24.2	25.8	9.1	9.9	9.9	11.9	12.8	8.4	9.3	2.0	3.11	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

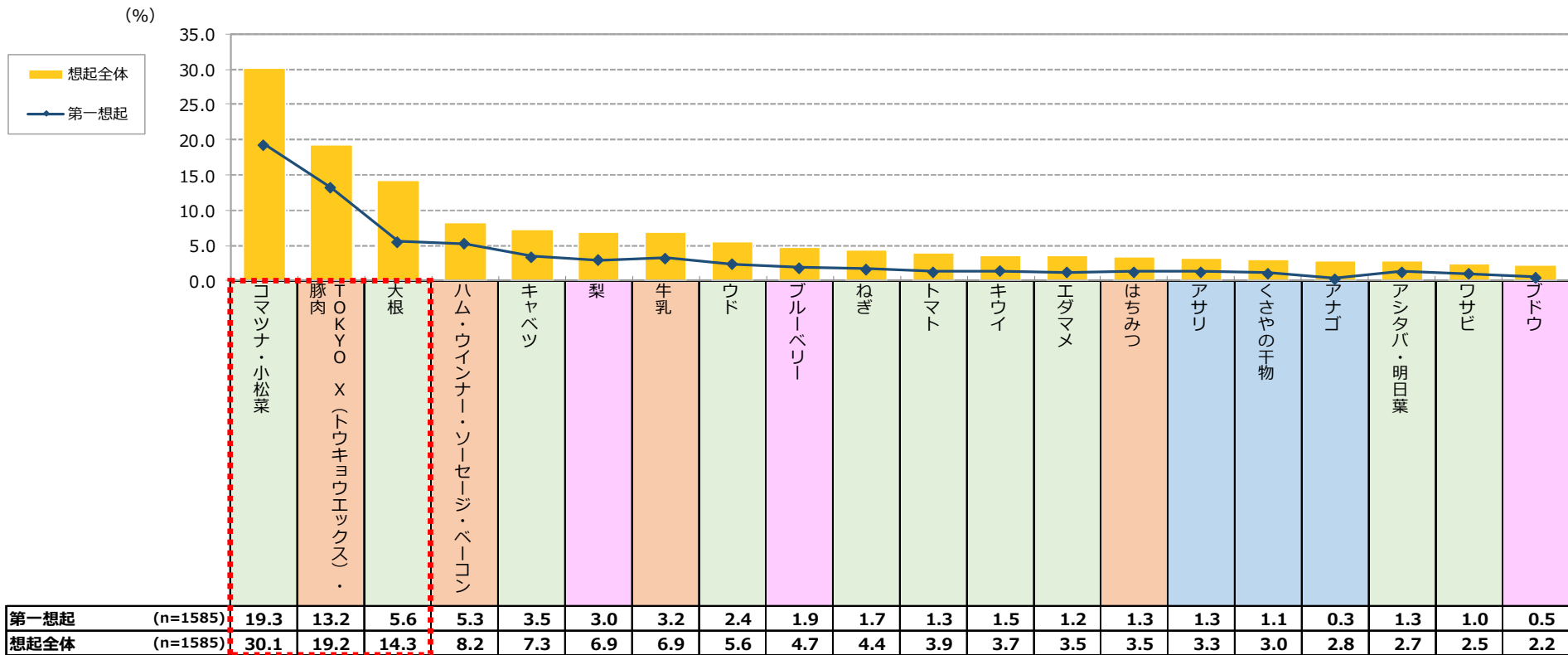
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

東京都産農畜水産物浸透度：購入品 純粹想起

- ▶ 東京都産の農畜水産物購入経験者の中で、最も多くあげられた購入品は「小松菜」(30%)。次いで、「TOKYO X・豚肉」(19%)、「大根」(14%)。
- ▶ TOP20のうち半数に「野菜」がランクインしている。

■東京都産農畜水産物浸透度：購入ブランド・商品 TOP20（東京都産P購入者／自由回答）

Q.あなたが購入したことがある東京都産の生鮮食品や加工品のブランド・商品名を思いつく順に5つまで記載してください。



※「想起全体」降順ソート

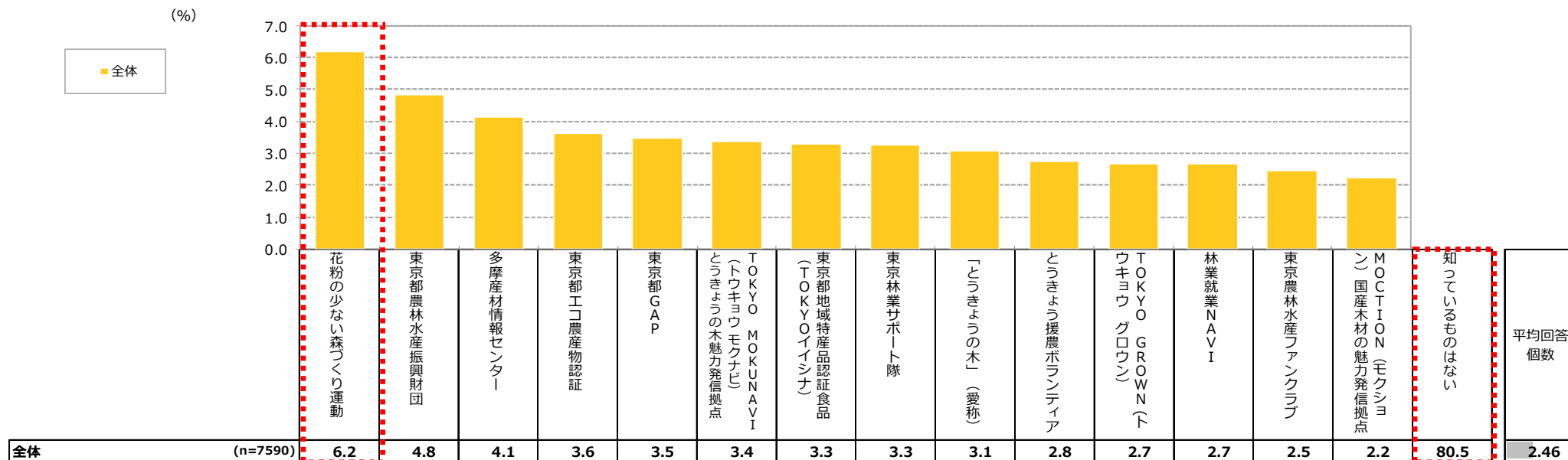
野菜
 肉・加工品
 フルーツ
 水産品

東京都産農畜水産物に関わるサービス認知度

- ▶ 全体の8割がいずれも認知しておらず、どのサービスも認知率は1割未満。
- ▶ 認知率トップは「花粉の少ない森づくり運動」(6%)。

■ 東京都産農畜水産物に関わるサービス認知度 (全体/複数回答)

Q. 以下は、東京都産品の推奨や認知向上のための組織やサービスです。あなたがご存じのものをすべてお選びください。

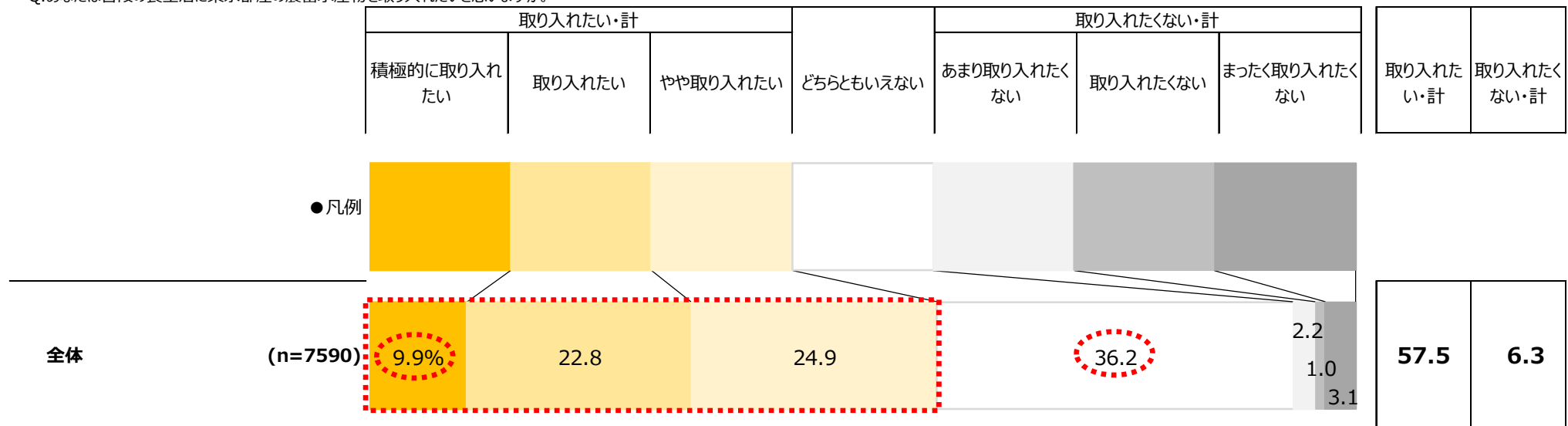


東京都産農畜水産物の食生活取入意向

- ▶ 普段の生活に「積極的に取り入れたい」(TopBox)は10%、「取り入れたい・計」(PositiveBox)は58%。
- ▶ 「どちらともいえない」が36%で最も多い。

■東京都産農畜水産物食生活取入意向（全体／単一回答）

Q.あなたは普段の食生活に東京都産の農畜水産物を取り入れたいと思いますか。



東京都産農畜水産物の食生活取入意向

- ▶ 性年代別にみると、女性60-70代の「取り入れたい・計」が7割前後で高い。
一方、20-70代の男性・20-30代の女性では取り入れ意向が約5割と低めの傾向。
- ▶ 子どもの学齢別でみると、小学生～高校生の子どもあり世帯の「取り入れたい・計」はやや高め。

		積極的に取り入れたい	取り入れたい	やや取り入れたい	どちらともいえない	あまり取り入れたくない	取り入れたくない	まったく取り入れたくない	取り入れたい・計	取り入れたくない・計
全体 (n=7590)		9.9	22.8	24.9	36.2	2.2	1.0	3.1	57.5	6.3
性年代	男性20代 (n=405)	12.8	20.2	22.5	30.8	5.6	2.2	5.9	55.5	13.7
	男性30代 (n=596)	6.5	20.0	23.0	39.9	4.2	1.5	4.9	49.5	10.6
	男性40代 (n=751)	7.3	17.2	25.2	42.5	2.5	0.9	4.4	49.7	7.9
	男性50代 (n=771)	7.8	20.6	23.9	40.3	1.4	0.6	5.3	52.3	7.4
	男性60代 (n=516)	6.6	24.4	21.3	43.4	1.0	1.2	2.1	52.3	4.3
	男性70代 (n=489)	8.4	29.4	19.6	40.3	0.4	1.0	0.8	57.5	2.2
	女性20代 (n=495)	8.5	17.4	26.3	37.0	4.8	1.4	4.6	52.1	10.9
	女性30代 (n=686)	10.2	15.7	28.1	38.0	3.2	1.5	3.2	54.1	7.9
	女性40代 (n=797)	11.0	21.3	28.4	34.1	2.3	0.6	2.3	60.7	5.1
	女性50代 (n=856)	12.1	24.3	25.5	33.3	1.5	0.9	2.3	61.9	4.8
	女性60代 (n=608)	10.7	29.6	28.1	29.4	0.5	0.3	1.3	68.4	2.1
	女性70代 (n=620)	15.8	34.9	23.0	24.6	0.9	0.4	0.4	73.7	1.6
同居属性	ひとり暮らし (n=2231)	7.7	18.9	22.8	42.4	3.1	1.0	3.9	49.5	8.1
	DINKS (n=2033)	10.9	25.6	24.1	34.4	1.7	1.0	2.4	60.6	5.1
	子どもあり (n=2362)	10.9	24.8	26.7	31.7	2.2	0.9	2.8	62.4	5.9
	その他 (n=963)	9.9	20.7	26.8	36.6	1.4	1.2	3.5	57.3	6.1
子どもの学齢	乳児 (0~1歳未満) (n=188)	7.4	24.4	28.1	29.7	5.9	1.3	3.2	59.9	10.3
	未就学児 (n=477)	9.9	22.5	28.0	30.1	3.9	1.5	4.2	60.4	9.5
	小学生 (n=614)	12.6	25.0	28.8	27.6	2.3	1.3	2.4	66.4	6.0
	中学生 (n=334)	12.1	21.7	27.6	31.7	1.8	0.9	4.2	61.4	6.9
	高校生 (n=295)	13.2	20.4	29.2	31.4	2.4	1.1	2.4	62.8	5.8
	専門学校・短大・大学・大学院 (n=338)	13.6	22.8	24.8	32.3	1.5	0.3	4.7	61.2	6.5
	社会人 (n=806)	11.5	28.6	23.9	33.2	0.8	0.6	1.6	63.9	2.9
世帯年収	400万円未満 (n=2061)	7.7	19.7	22.8	41.6	2.6	1.5	4.0	50.2	8.2
	400~800万円未満 (n=2406)	9.7	22.9	25.9	35.4	2.4	0.8	2.8	58.6	6.0
	800万円以上 (n=1850)	13.2	27.5	26.6	27.4	2.0	0.9	2.3	67.3	5.2
	800~1,000万円未満 (n=756)	11.7	25.4	27.1	30.5	1.3	1.2	2.7	64.3	5.3
	1,000~1,500万円未満 (n=770)	13.1	28.9	27.2	25.3	2.5	0.8	2.3	69.1	5.6
	1,500万円以上 (n=323)	16.8	29.2	24.2	25.4	2.5	0.3	1.5	70.2	4.4

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

割高な商品や東京都産農畜水産物の購入実態

割高な生鮮食品購入品目

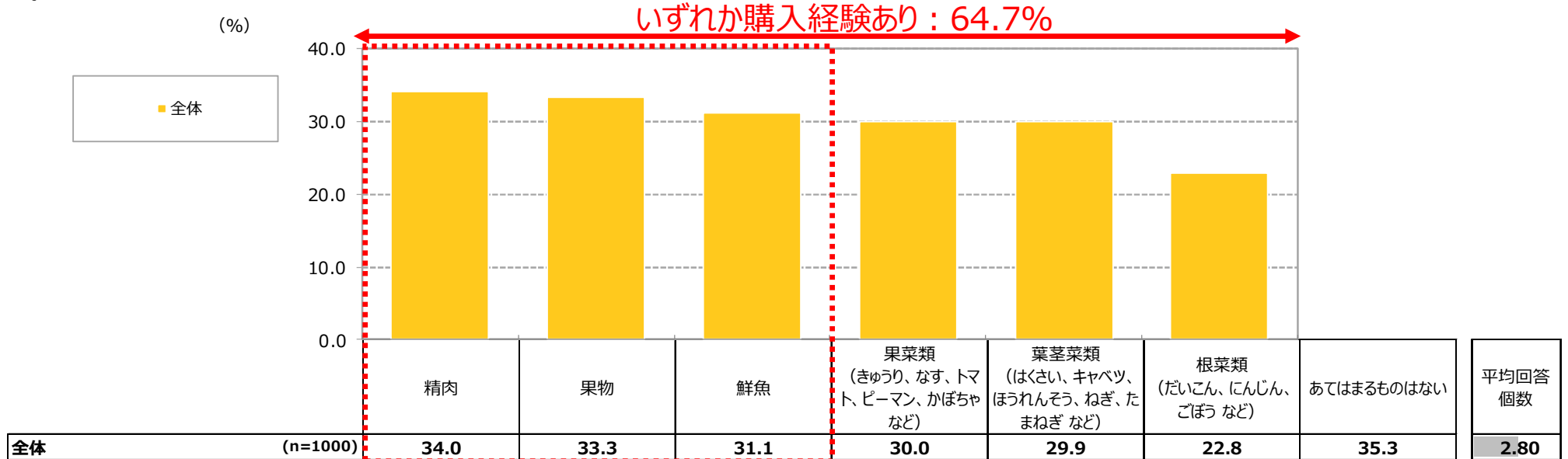
▶ 割高な生鮮食品を購入した経験があるのは全体の6割強。

- ・ 注釈) “あてはまるものはない” を全体からひいたスコア

▶ 「精肉」が最も高く34%。「果物」(33%)、「鮮魚」(31%)が30%台で続く。

■ 割高な生鮮食品購入品目 (全体/複数回答)

Q.あなたは、生鮮食品を購入する際に、店頭で並んでいる他のものより少し割高だが購入することがあるものをすべてお選びください。



割高な生鮮食品購入品目

- ▶ 性年代別にみると、女性30代・60-70代ではアイテム問わず、割高な生鮮食品の購入率が高め。
- ▶ 子どもの学齢別でみると、「精肉」は中学生以上の子どもを持つ家庭で、「果物」は小学生以下の子どもを持つ家庭で割高でも購入する傾向が強い。

		精肉	果物	鮮魚	果菜類 (きゅうり、なす、トマ ト、ピーマン、かぼ ちゃなど)	葉茎菜類 (はくさい、キャベツ 、ほうれんそう、ねぎ 、たまねぎなど)	根菜類 (だいこん、にんじ ん、ごぼうなど)	あてはまるものはな い	平均回答 個数
全体	(n=1000)	34.0	33.3	31.1	30.0	29.9	22.8	35.3	2.80
性年代	男性20代 (n= 53)	26.4	28.3	22.6	37.7	34.0	28.3	26.4	2.41
	男性30代 (n= 78)	26.9	24.4	26.9	26.9	33.3	24.4	42.3	2.82
	男性40代 (n= 99)	33.3	34.3	26.3	24.2	24.2	18.2	35.4	2.48
	男性50代 (n=102)	29.4	26.5	33.3	27.5	27.5	21.6	42.2	2.86
	男性60代 (n= 68)	23.5	38.2	25.0	25.0	25.0	11.8	42.6	2.59
	男性70代 (n= 65)	33.8	38.5	38.5	26.2	24.6	16.9	33.8	2.70
	女性20代 (n= 65)	29.2	29.2	24.6	29.2	24.6	20.0	40.0	2.62
	女性30代 (n= 91)	41.8	42.9	33.0	37.4	45.1	31.9	19.8	2.89
	女性40代 (n=104)	31.7	30.8	26.9	26.0	28.8	21.2	39.4	2.73
	女性50代 (n=113)	38.9	30.1	31.9	27.4	28.3	24.8	36.3	2.85
	女性60代 (n= 80)	47.5	41.3	46.3	33.8	30.0	23.8	35.0	3.42
	女性70代 (n= 82)	39.0	36.6	35.4	42.7	32.9	29.3	28.0	3.00
同居 属性	ひとり暮らし (n=281)	30.6	27.0	29.9	26.7	26.7	19.9	40.2	2.69
	DINKS (n=274)	36.5	32.5	34.7	29.2	29.6	22.6	36.1	2.90
	子どもあり (n=300)	35.7	39.7	30.3	34.7	35.3	26.7	28.3	2.82
	その他 (n=145)	32.4	33.8	28.3	28.3	25.5	20.7	38.6	2.75
子ども の学 齢	乳児 (0~1歳未満) (n= 13)	30.8	38.5	15.4	46.2	23.1	15.4	15.4	2.00
	未就学児 (n= 68)	35.3	58.8	27.9	38.2	50.0	41.2	20.6	3.17
	小学生 (n= 78)	35.9	44.9	29.5	30.8	38.5	32.1	30.8	3.06
	中学生 (n= 37)	45.9	35.1	35.1	37.8	45.9	24.3	18.9	2.77
	高校生 (n= 38)	44.7	34.2	23.7	26.3	36.8	26.3	26.3	2.61
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 32)	40.6	34.4	28.1	37.5	34.4	21.9	31.3	2.86
世帯 年収	社会人 (n=105)	34.3	33.3	35.2	37.1	25.7	21.9	33.3	2.81
	400万円未満 (n=264)	26.9	25.8	25.8	23.5	20.5	15.5	47.0	2.60
	400~800万円未満 (n=348)	34.5	34.2	29.3	31.6	34.2	24.4	33.3	2.82
	800万円以上 (n=245)	41.6	42.9	39.6	38.0	36.7	30.6	24.5	3.04
	800~1,000万円未満 (n= 95)	38.9	41.1	37.9	34.7	31.6	25.3	24.2	2.76
	1,000~1,500万円未満 (n=102)	39.2	37.3	32.4	36.3	39.2	30.4	29.4	3.04
1,500万円以上 (n= 48)	52.1	58.3	58.3	47.9	41.7	41.7	14.6	3.51	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

割高な生鮮食品購入品目

- ▶【果物】【精肉】【根菜類】は「味や品質が良いから」が購入理由のトップ。
- ▶【葉茎菜類】【鮮魚】【果菜類】は「新鮮だから」が最も高い。

■割高な生鮮食品購入理由（割高な生鮮食品購入経験あり／各複数回答）／各複数回答）

Q.少し割高にも関わらず購入したくなる理由について、あてはまるものをすべてお選びください。

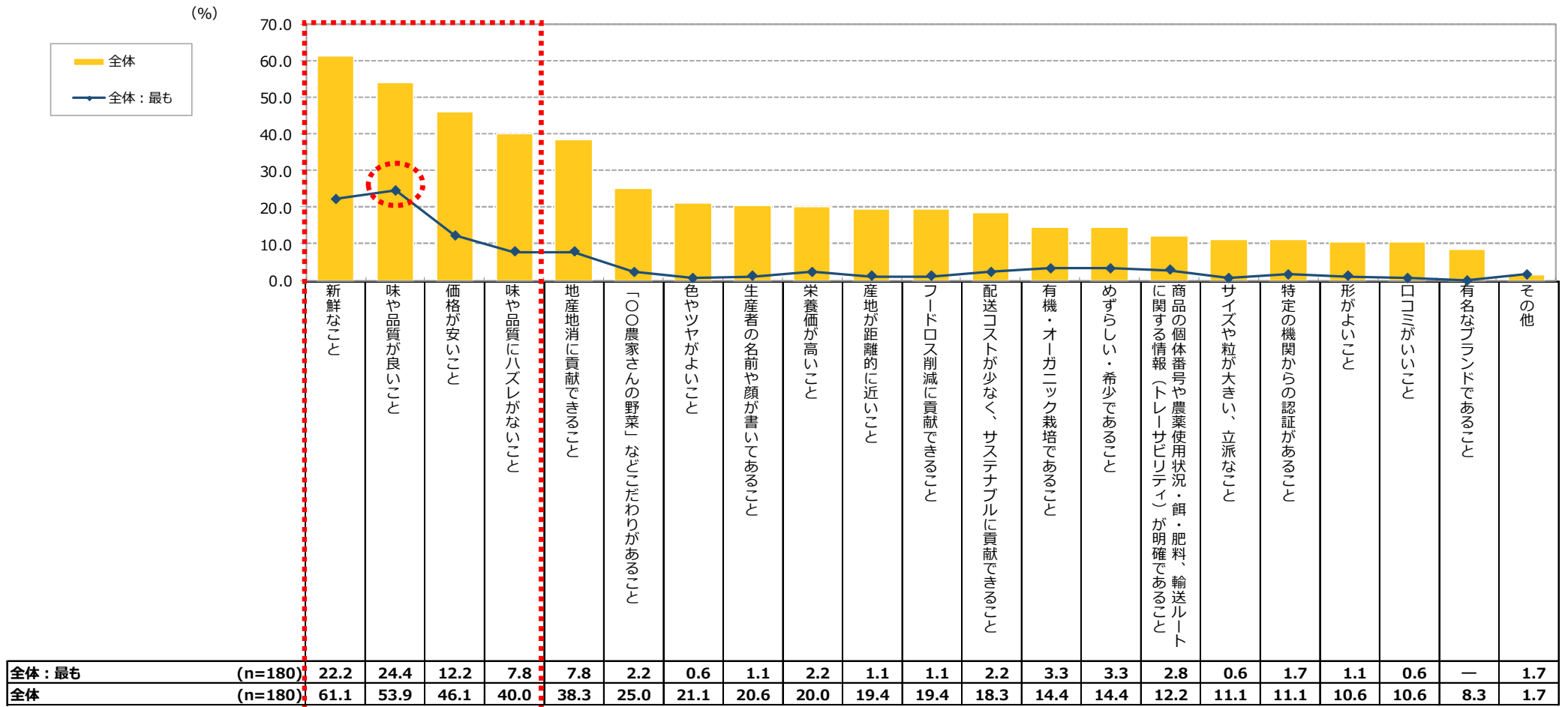
果物		精肉		根菜類 (だいこん、にんじん、ごぼう など)		葉茎菜類 (はくさい、キャベツ、ほうれんそう 、ねぎ、たまねぎ など)		鮮魚		果菜類 (きゅうり、なす、トマト、ピーマン、 かぼちゃ など)	
1位	味や品質が良いから(51.1%)	1位	味や品質が良いから(48.5%)	1位	味や品質が良いから(42.1%)	1位	新鮮だから(41.1%)	1位	新鮮だから(53.1%)	1位	新鮮だから(44.7%)
2位	新鮮だから(39.3%)	2位	国産だから(44.1%)	2位	新鮮だから(36.4%)	2位	味や品質が良いから(39.1%)	2位	味や品質が良いから(45.7%)	2位	味や品質が良いから(42.3%)
3位	国産だから(31.8%)	3位	新鮮だから(33.2%)	"	国産だから(36.4%)	3位	国産だから(33.4%)	3位	国産だから(33.1%)	3位	国産だから(35.3%)
4位	色やツヤがよいから(29.4%)	4位	色やツヤがよいから(23.2%)	4位	色やツヤがよいから(25.0%)	4位	色やツヤがよいから(21.7%)	4位	色やツヤがよいから(29.9%)	4位	色やツヤがよいから(27.0%)
5位	糖度など味覚に関する数値が高いから(23.1%)	"	有名なブランドだから、等級が高いから(23.2%)	5位	有機・オーガニック栽培だから(20.6%)	5位	パッケージや店頭のPOPがおいしそう、魅力的だから(16.1%)	5位	有名な産地だから(19.0%)	5位	パッケージや店頭のPOPがおいしそう、魅力的だから(18.7%)
6位	有名な産地だから(18.6%)	"	脂身と赤身の割合がちょうどいいから(23.2%)	6位	栽培方法や飼育方法にこだわりがあるから(18.9%)	"	使い切りやすい量だから(16.1%)	6位	使い切りやすい量だから(15.1%)	6位	産地が距離的に近いから(16.0%)
7位	サイズや粒が大きい、立派だから(16.2%)	7位	有名な産地だから(20.0%)	7位	パッケージや店頭のPOPがおいしそう、魅力的だから(17.1%)	7位	産地消費農畜水産物だから(15.4%)	7位	パッケージや店頭POPがおいしそう、魅力的だから(14.8%)	7位	有機・オーガニック栽培だから(15.7%)
8位	有名なブランドだから、等級が高いから(15.9%)	8位	使い切りやすい量だから(14.4%)	"	使い切りやすい量だから(17.1%)	8位	有機・オーガニック栽培だから(14.7%)	8位	使いやすい状態に加工されているから(14.1%)	8位	産地消費農畜水産物だから(15.3%)
9位	パッケージや店頭POPがおいしそう、魅力的だから(15.0%)	9位	パッケージや店頭POPがおいしそう、魅力的だから(12.1%)	9位	有名な産地だから(15.8%)	9位	産地が距離的に近いから(13.4%)	9位	サイズや粒が大きい、立派だから(13.8%)	9位	形がよいから(14.7%)
10位	産地消費農畜水産物だから(14.1%)	10位	栽培方法や飼育方法にこだわりがあるから(10.6%)	10位	産地が距離的に近いから(14.9%)	10位	形がよいから(12.4%)	10位	有名なブランドだから、等級が高いから(12.9%)	10位	使い切りやすい量だから(14.3%)
										"	栽培方法や飼育方法にこだわりがあるから(14.3%)

東京都産農畜水産物購入の決め手

- ▶「新鮮なこと」(61%)が購入の決め手のトップ。
次いで、「味や品質が良いこと」(54%)、「価格が安いこと」(46%)、「味や品質にハズレがないこと」(40%)。
- ▶【最も】購入の決め手となっている要素のトップは「味や品質が良いこと」(24%)。

■東京都産農畜水産物購入の決め手（東京都産P購入者／複数回答・単一回答）

Q.東京都産の生鮮食品や加工品を購入している方にお伺いします。あなたが東京都産の農畜水産物を購入する際、決め手となることをすべてお選びください。



※図表内の数値「-」は0%を表します

東京都産農畜水産物購入の決め手

▶同居属性別にみると、ひとり暮らしは全体値に比べて「価格が安いこと」のスコアが高い。
一方で他の項目は全体と同程度または全体を下回るスコアであり、特徴的な購入の決め手が価格以外にはないことが読み取れる。

- サンプル数が少ないため参考程度だが、東京都産農畜水産物の購入率が高い女性60～70代における購入の決め手は「新鮮なこと」「味や品質が良いこと」「地産地消に貢献できること」が上位である。

		新鮮なこと	味や品質が良いこと	価格が安いこと	味や品質にハズレがないこと	地産地消に貢献できること	「〇〇農家さんの野菜」などこだわりがあること	色やツヤがよいこと	生産者の名前や顔が書いてあること	栄養価が高いこと	産地が距離的に近いこと	フードロス削減に貢献できること	配送コストが少なく、サステナブルに貢献できること	有機・オーガニック栽培であること	めずらしい・希少であること	商品の個体番号や農薬使用状況・餌・肥料、輸送ルートに関する情報（トレサビリティ）が明確であること	サイズや粒が大きい、立派なこと	特定の機関からの認証があること	形がよいこと	口コミがいいこと	有名なブランドであること	その他	平均回答個数		
全体	(n=180)	61.1	53.9	46.1	40.0	38.3	25.0	21.1	20.6	20.0	19.4	19.4	18.3	14.4	14.4	12.2	11.1	11.1	10.6	10.6	8.3	1.7	4.78		
性年代	男性20代	(n= 8)	62.5	50.0	62.5	37.5	12.5	—	50.0	12.5	25.0	—	37.5	12.5	25.0	12.5	12.5	—	12.5	—	—	—	4.63		
	男性30代	(n= 10)	50.0	50.0	30.0	30.0	20.0	10.0	10.0	20.0	10.0	30.0	10.0	30.0	30.0	20.0	20.0	20.0	10.0	20.0	30.0	—	4.70		
	男性40代	(n= 18)	66.7	61.1	44.4	38.9	50.0	27.8	16.7	5.6	11.1	27.8	16.7	22.2	5.6	33.3	22.2	16.7	11.1	16.7	16.7	—	5.28		
	男性50代	(n= 17)	41.2	52.9	35.3	41.2	41.2	23.5	23.5	23.5	23.5	11.8	17.6	11.8	11.8	11.8	—	23.5	11.8	11.8	—	5.9	4.35		
	男性60代	(n= 15)	40.0	40.0	53.3	26.7	13.3	6.7	13.3	6.7	6.7	20.0	—	20.0	—	20.0	—	—	6.7	6.7	20.0	—	6.7	3.07	
	男性70代	(n= 14)	71.4	64.3	57.1	42.9	42.9	28.6	28.6	28.6	21.4	35.7	35.7	28.6	21.4	7.1	14.3	7.1	21.4	28.6	7.1	14.3	—	6.07	
	女性20代	(n= 6)	33.3	33.3	50.0	66.7	33.3	—	16.7	16.7	16.7	16.7	16.7	—	—	—	16.7	—	—	—	—	—	—	3.17	
	女性30代	(n= 11)	45.5	45.5	63.6	45.5	27.3	36.4	27.3	18.2	27.3	27.3	9.1	9.1	9.1	9.1	9.1	27.3	9.1	36.4	18.2	27.3	—	5.27	
	女性40代	(n= 19)	57.9	47.4	42.1	42.1	42.1	31.6	21.1	21.1	42.1	10.5	26.3	10.5	5.3	15.8	5.3	15.8	5.3	5.3	10.5	—	—	4.58	
	女性50代	(n= 21)	61.9	33.3	52.4	23.8	23.8	33.3	9.5	23.8	9.5	14.3	9.5	28.6	9.5	4.8	9.5	9.5	4.8	—	4.8	—	4.8	3.71	
女性60代	(n= 17)	76.5	70.6	41.2	35.3	58.8	29.4	35.3	23.5	23.5	23.5	5.9	23.5	5.9	17.6	5.9	17.6	—	17.6	5.9	11.8	—	5.29		
女性70代	(n= 24)	87.5	75.0	37.5	58.3	58.3	33.3	16.7	33.3	20.8	20.8	33.3	25.0	37.5	8.3	16.7	8.3	16.7	—	4.2	8.3	—	6.00		
同居属性	ひとり暮らし	(n= 41)	61.0	51.2	51.2	36.6	22.0	22.0	22.0	17.1	19.5	19.5	12.2	9.8	7.3	7.3	9.8	4.9	2.4	14.6	2.4	2.4	—	3.98	
	DINKS	(n= 53)	71.7	62.3	52.8	45.3	47.2	30.2	24.5	24.5	22.6	24.5	24.5	18.9	20.8	13.2	7.5	15.1	9.4	3.8	9.4	—	—	5.53	
	子どもあり	(n= 54)	64.8	50.0	40.7	35.2	46.3	33.3	16.7	24.1	16.7	18.5	22.2	16.7	16.7	13.0	14.8	18.5	7.4	18.5	9.3	13.0	—	4.96	
	その他	(n= 32)	37.5	50.0	37.5	43.8	31.3	18.8	21.9	18.8	25.0	12.5	6.3	18.8	9.4	15.6	12.5	6.3	18.8	9.4	18.8	6.3	6.3	—	4.25
子どもの年齢	乳児（0～1歳未満）	(n= 2)	50.0	100.0	100.0	100.0	50.0	—	50.0	—	—	50.0	50.0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6.00	
	未就学児	(n= 8)	62.5	25.0	25.0	12.5	62.5	—	37.5	12.5	12.5	25.0	12.5	37.5	12.5	25.0	25.0	12.5	12.5	—	37.5	—	—	5.13	
	小学生	(n= 15)	73.3	40.0	20.0	33.3	40.0	46.7	26.7	6.7	6.7	20.0	20.0	6.7	20.0	20.0	26.7	20.0	6.7	26.7	—	13.3	—	4.73	
	中学生	(n= 5)	60.0	60.0	20.0	40.0	60.0	40.0	—	20.0	40.0	60.0	40.0	—	20.0	—	60.0	—	—	20.0	20.0	40.0	—	—	6.00
	高校生	(n= 7)	85.7	57.1	28.6	28.6	42.9	28.6	—	28.6	—	14.3	14.3	—	—	—	14.3	14.3	—	14.3	—	14.3	—	—	3.86
	専門学校・短大・大学・大学院	(n= 6)	83.3	50.0	66.7	16.7	16.7	33.3	—	33.3	—	—	—	33.3	—	—	—	—	—	—	16.7	—	—	—	3.50
	社会人	(n= 21)	66.7	57.1	52.4	38.1	61.9	28.6	19.0	38.1	23.8	23.8	19.0	19.0	14.3	9.5	19.0	9.5	23.8	14.3	9.5	—	—	—	5.71
	400万円未満	(n= 34)	61.8	55.9	52.9	32.4	38.2	14.7	23.5	11.8	11.8	26.5	20.6	14.7	14.7	8.8	5.9	8.8	5.9	8.8	8.8	5.9	5.9	—	4.38
世帯年収	400～800万円未満	(n= 70)	61.4	55.7	47.1	48.6	31.4	21.4	22.9	15.7	24.3	14.3	21.4	18.6	15.7	11.4	11.4	10.0	8.6	8.6	10.0	2.9	1.4	—	4.63
	800万円以上	(n= 60)	56.7	55.0	38.3	40.0	50.0	36.7	20.0	31.7	21.7	25.0	15.0	21.7	13.3	21.7	15.0	15.0	18.3	15.0	13.3	16.7	—	—	5.40
	800～1,000万円未満	(n= 20)	60.0	60.0	50.0	50.0	45.0	45.0	30.0	40.0	35.0	15.0	15.0	25.0	20.0	25.0	15.0	15.0	20.0	10.0	10.0	10.0	—	—	5.95
	1,000～1,500万円未満	(n= 25)	52.0	48.0	36.0	24.0	44.0	32.0	16.0	28.0	16.0	24.0	8.0	28.0	4.0	24.0	12.0	12.0	16.0	16.0	12.0	12.0	—	—	4.64
	1,500万円以上	(n= 15)	60.0	60.0	26.7	53.3	66.7	33.3	13.3	26.7	13.3	40.0	26.7	6.7	20.0	13.3	20.0	20.0	20.0	26.7	13.3	33.3	—	—	5.93

※「全体」降順ソート

100.0 100.0
10ポイント以上高い
5ポイント以上低い
100.0 100.0
5ポイント以上高い
10ポイント以上低い

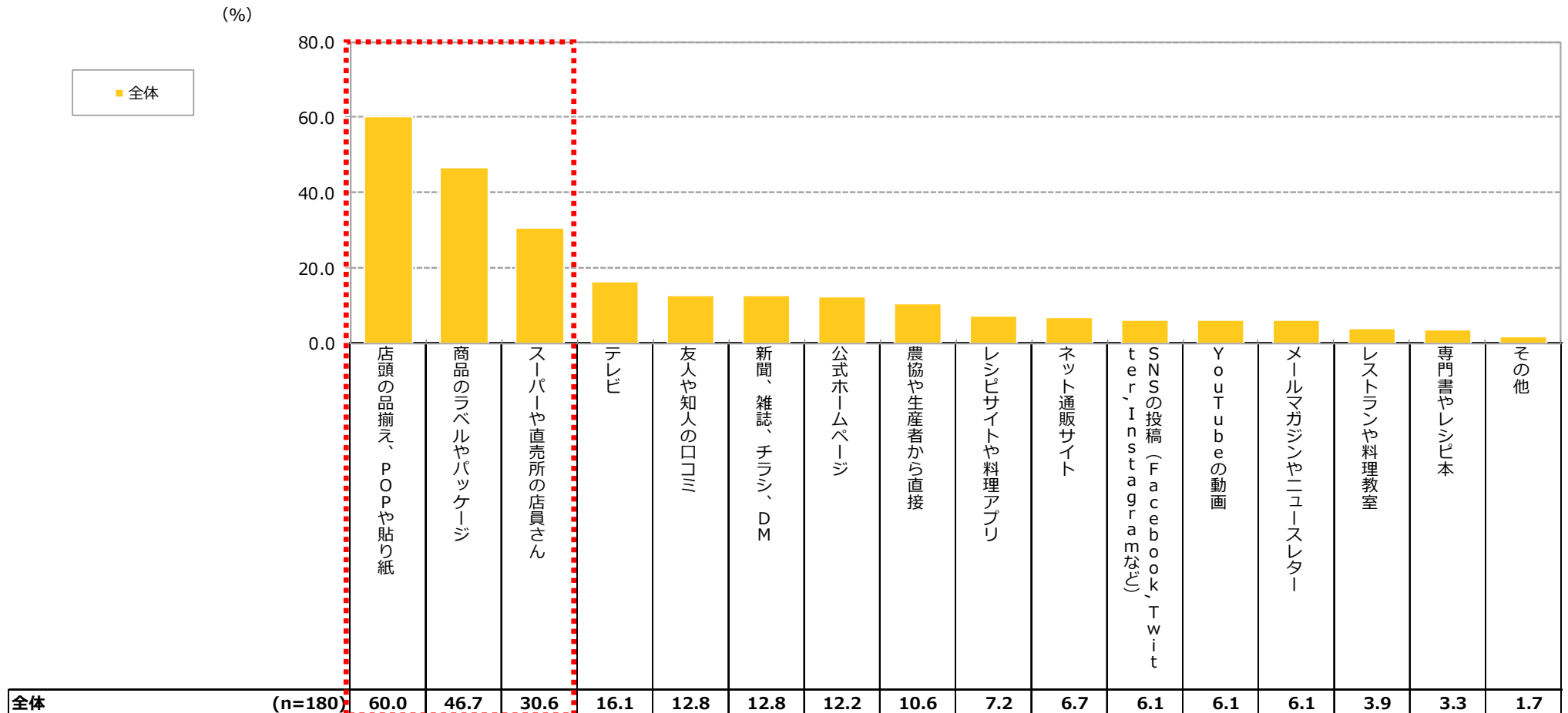
※図表内の数値「-」は0%を表します

情報入手場所：東京都産農畜水産物

- ▶「店頭の商品揃え、POPや貼り紙」が60%で突出して高い。
次いで「商品のラベルやパッケージ」(47%)、「スーパーや直売所の店員さん」(31%)。

■情報入手場所：東京都産農畜水産物（東京都産P購入者／複数回答）

Q.あなたは普段、生鮮食品を買うときに、どこで情報入手していますか。あてはまるものをすべてお選びください。



情報入手場所：東京都産農畜水産物

▶ 同居属性別にみると、子どもあり層は「商品のラベルやパッケージ」のスコアが高い。

		店頭の商品揃え、POPや貼り紙	商品のラベルやパッケージ	スーパーや直売所の店員さん	テレビ	友人や知人の口コミ	新聞、雑誌、チラシ、DM	公式ホームページ	農協や生産者から直接	レシピサイトや料理アプリ	ネット通販サイト	SNSの投稿 (Facebook, Twitter, Instagramなど)	YouTubeの動画	メールマガジンやニュースレター	レストランや料理教室	専門書やレシピ本	その他	平均回答個数	
全体	(n=180)	60.0	46.7	30.6	16.1	12.8	12.8	12.2	10.6	7.2	6.7	6.1	6.1	6.1	3.9	3.3	1.7	2.43	
性年代	男性20代 (n= 8)	37.5	25.0	12.5	12.5	12.5	25.0	25.0	—	25.0	—	37.5	50.0	37.5	12.5	25.0	—	3.38	
	男性30代 (n= 10)	50.0	20.0	30.0	20.0	—	10.0	30.0	10.0	20.0	—	20.0	20.0	—	—	—	10.0	2.40	
	男性40代 (n= 18)	55.6	38.9	22.2	16.7	16.7	5.6	27.8	11.1	11.1	5.6	—	11.1	5.6	—	11.1	—	2.39	
	男性50代 (n= 17)	58.8	47.1	29.4	23.5	5.9	11.8	5.9	5.9	11.8	11.8	5.9	5.9	—	5.9	—	—	2.29	
	男性60代 (n= 15)	40.0	40.0	20.0	13.3	6.7	6.7	13.3	—	6.7	—	—	—	13.3	—	—	13.3	1.73	
	男性70代 (n= 14)	57.1	28.6	42.9	21.4	14.3	42.9	7.1	7.1	7.1	14.3	—	7.1	7.1	14.3	7.1	—	2.79	
	女性20代 (n= 6)	83.3	16.7	16.7	16.7	—	—	16.7	—	—	16.7	33.3	16.7	—	16.7	—	—	2.33	
	女性30代 (n= 11)	72.7	72.7	36.4	18.2	27.3	—	18.2	27.3	18.2	18.2	18.2	—	9.1	18.2	9.1	—	3.64	
	女性40代 (n= 19)	68.4	52.6	26.3	10.5	15.8	—	10.5	10.5	5.3	5.3	5.3	—	5.3	—	—	—	2.16	
	女性50代 (n= 21)	57.1	66.7	9.5	14.3	9.5	14.3	4.8	9.5	—	4.8	—	—	—	—	—	—	1.90	
	女性60代 (n= 17)	52.9	58.8	41.2	11.8	11.8	—	5.9	—	—	—	—	—	5.9	—	—	—	1.88	
女性70代 (n= 24)	79.2	50.0	58.3	16.7	20.8	29.2	4.2	29.2	—	8.3	—	—	4.2	—	—	—	3.00		
同居属性	ひとり暮らし (n= 41)	63.4	31.7	34.1	9.8	19.5	4.9	14.6	12.2	9.8	4.9	9.8	9.8	7.3	—	4.9	2.4	2.39	
	DINKS (n= 53)	60.4	49.1	39.6	17.0	13.2	18.9	7.5	15.1	1.9	9.4	—	3.8	3.8	3.8	1.9	3.8	2.49	
	子どもあり (n= 54)	57.4	57.4	22.2	20.4	9.3	13.0	14.8	9.3	7.4	3.7	5.6	3.7	5.6	1.9	3.7	—	2.35	
	その他 (n= 32)	59.4	43.8	25.0	15.6	9.4	12.5	12.5	3.1	12.5	9.4	12.5	9.4	9.4	12.5	3.1	—	2.50	
子どもの学齢	乳児 (0~1歳未満) (n= 2)	100.0	100.0	50.0	50.0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3.00	
	未就学児 (n= 8)	75.0	37.5	37.5	12.5	—	—	25.0	25.0	—	—	12.5	12.5	—	12.5	—	—	2.50	
	小学生 (n= 15)	53.3	40.0	20.0	13.3	6.7	6.7	33.3	13.3	20.0	6.7	13.3	6.7	6.7	—	6.7	—	2.47	
	中学生 (n= 5)	40.0	60.0	—	—	20.0	—	40.0	—	40.0	—	—	20.0	20.0	—	40.0	—	2.80	
	高校生 (n= 7)	42.9	71.4	28.6	14.3	—	—	14.3	—	14.3	14.3	—	14.3	—	—	14.3	—	2.29	
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 6)	50.0	66.7	16.7	33.3	16.7	16.7	—	16.7	—	—	—	—	—	—	—	—	2.17	
	社会人 (n= 21)	61.9	66.7	19.0	19.0	9.5	23.8	9.5	4.8	4.8	4.8	—	—	9.5	—	—	—	2.33	
世帯年収	400万円未満 (n= 34)	52.9	41.2	35.3	17.6	20.6	5.9	5.9	8.8	2.9	2.9	2.9	5.9	5.9	2.9	—	—	2.12	
	400~800万円未満 (n= 70)	67.1	42.9	25.7	14.3	17.1	12.9	10.0	11.4	7.1	7.1	5.7	4.3	4.3	2.9	2.9	2.9	2.39	
	800万円以上 (n= 60)	56.7	56.7	35.0	18.3	5.0	15.0	20.0	10.0	10.0	10.0	8.3	6.7	8.3	8.3	6.7	5.0	—	2.70
	800~1,000万円未満 (n= 20)	40.0	60.0	20.0	25.0	5.0	20.0	20.0	10.0	5.0	5.0	10.0	10.0	10.0	10.0	5.0	—	2.55	
	1,000~1,500万円未満 (n= 25)	68.0	64.0	44.0	8.0	4.0	16.0	28.0	12.0	16.0	12.0	4.0	4.0	8.0	4.0	—	—	2.92	
	1,500万円以上 (n= 15)	60.0	40.0	40.0	26.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	6.7	13.3	6.7	6.7	13.3	—	2.53	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

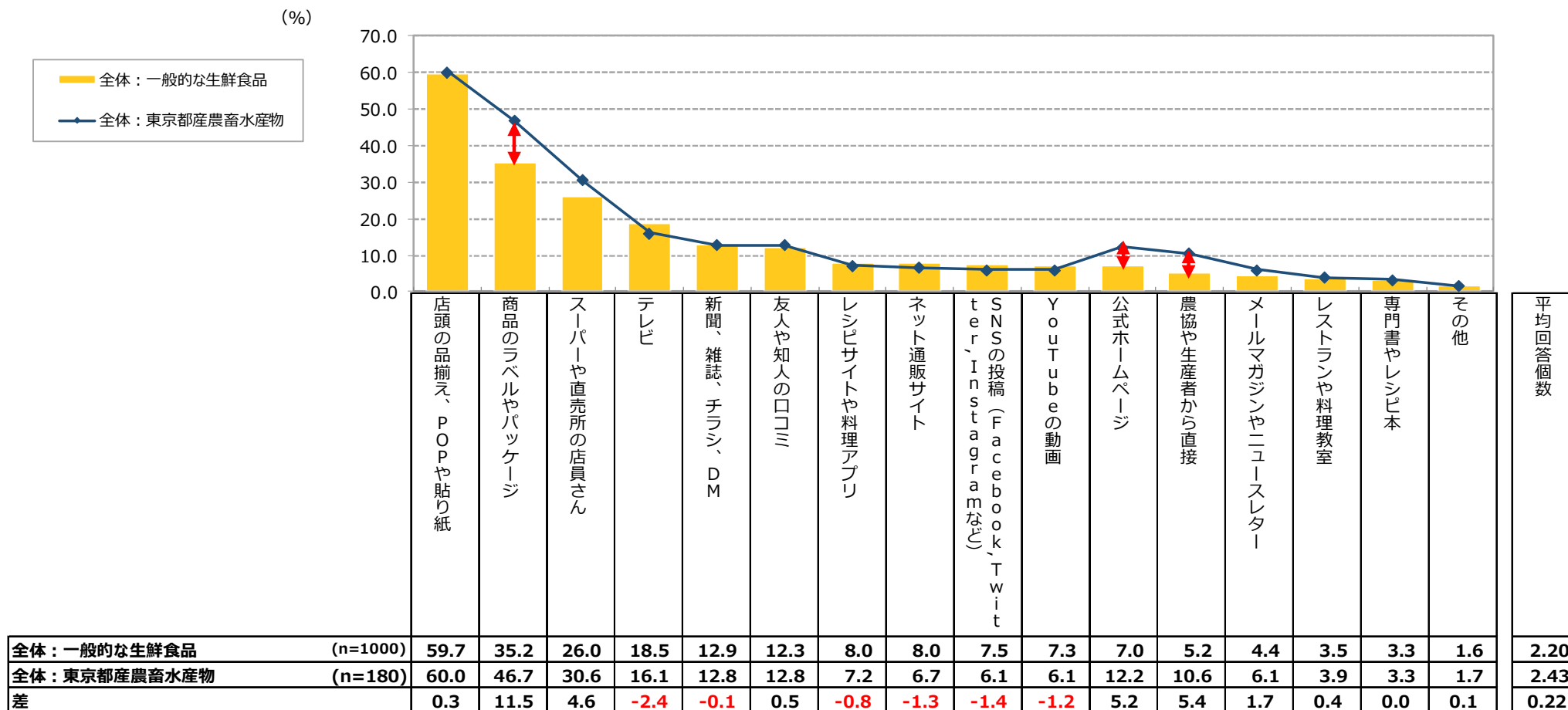
※図表内の数値「-」は0%を表します

情報入手場所：一般的な生鮮食品との比較

▶ 上位の顔ぶれに大きく変化はないが、一般的な生鮮食品と比べて「商品のラベルやパッケージ」「公式ホームページ」「農協や生産者から直接」のスコアが5pt以上高い。

■情報入手場所：一般的な生鮮食品との比較（全体／複数回答）

Q.あなたは普段、生鮮食品を買うときに、どこで情報入手していますか。あてはまるものをすべてお選びください。



※「全体：一般的な生鮮食品」降順ソート

東京都産農畜水産物購入阻害理由

▶ 非購入者の67%は、「店頭がない・売っている場所がない」以外の買わない理由がある。

・ 注釈) 「店頭がない・売っている場所がない以外の理由はない」を全体からひいたスコア

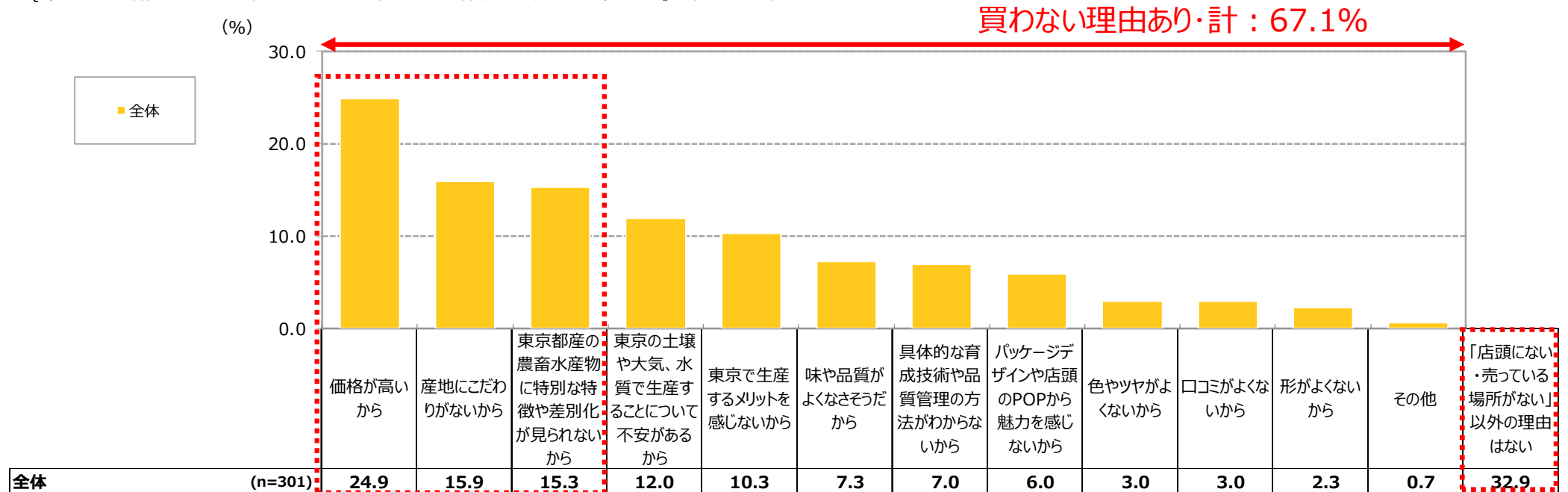
▶ 購入しない理由は、「価格が高いから」が25%で最も高い。

次いで「産地にこだわりがないから」(16%)、

「東京都産の農畜水産物に特別な特徴や差別化が見られないから」(15%)。

■ 東京都産農畜水産物購入阻害理由 (東京都産P購入経験なし・接触あり/複数回答)

Q. 東京都産の生鮮食品や加工品を購入していない方にお伺いします。「店頭がない・売っている場所がない」以外の理由で、購入していない理由にあてはまるものをすべてお選びください。



東京都産農畜水産物購入阻害理由

- ▶ 同居属性別にみると、ひとり暮らしでは「産地にこだわりがないから」が高い。
DINKSでは「店頭がない・売っている場所がない以外の理由はない」
(要は売られていないことが阻害理由になっている) のスコアが44%と高い。

- サンプル数が少ないため参考程度だが、東京都産農畜水産物の購入率が高い女性60～70代における購入阻害理由は「店頭がない・売っている場所がない以外の理由はない」が高い。

		価格が高いから	産地にこだわりがないから	東京都産の農畜水産物に特別な特徴や差別化が見られないから	東京の土壌や大気、水質で生産することについて不安があるから	東京で生産するメリットを感じないから	味や品質がよくなさそうだから	具体的な育成技術や品質管理の方法がわからないから	パッケージデザインや店頭のPOPから魅力を感じないから	色やツヤがよいから	口コミがよいから	形がよいから	その他	「店頭がない・売っている場所がない」以外の理由はない	平均回答個数	
全体	(n=301)	24.9	15.9	15.3	12.0	10.3	7.3	7.0	6.0	3.0	3.0	2.3	0.7	32.9	1.60	
性年代	男性20代 (n= 27)	18.5	11.1	14.8	11.1	18.5	7.4	7.4	14.8	3.7	7.4	3.7	—	22.2	1.52	
	男性30代 (n= 25)	32.0	8.0	8.0	16.0	16.0	16.0	8.0	—	8.0	4.0	—	—	28.0	1.61	
	男性40代 (n= 31)	25.8	19.4	12.9	16.1	6.5	9.7	9.7	9.7	—	—	3.2	3.2	22.6	1.50	
	男性50代 (n= 38)	34.2	15.8	18.4	7.9	10.5	2.6	7.9	10.5	2.6	5.3	7.9	—	31.6	1.81	
	男性60代 (n= 22)	22.7	18.2	9.1	4.5	9.1	4.5	4.5	—	—	—	—	—	63.6	2.00	
	男性70代 (n= 25)	20.0	20.0	28.0	12.0	20.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	—	4.0	—	28.0	1.67
	女性20代 (n= 17)	23.5	23.5	5.9	11.8	11.8	17.6	11.8	—	—	5.9	5.9	—	—	11.8	1.33
	女性30代 (n= 14)	7.1	14.3	28.6	35.7	21.4	21.4	14.3	14.3	14.3	7.1	21.4	7.1	—	14.3	2.25
	女性40代 (n= 28)	35.7	32.1	10.7	7.1	3.6	7.1	—	—	—	7.1	—	—	—	35.7	1.61
	女性50代 (n= 26)	34.6	7.7	7.7	7.7	—	—	—	3.8	7.7	—	—	—	3.8	42.3	1.27
女性60代 (n= 22)	13.6	13.6	18.2	18.2	9.1	9.1	13.6	9.1	—	—	—	—	—	40.9	1.77	
女性70代 (n= 26)	15.4	7.7	23.1	7.7	3.8	—	3.8	—	—	—	—	—	—	46.2	1.14	
同居属性	ひとり暮らし (n= 99)	25.3	21.2	18.2	12.1	14.1	5.1	8.1	2.0	4.0	4.0	1.0	—	28.3	1.61	
	DINKS (n= 64)	26.6	9.4	9.4	6.3	12.5	4.7	3.1	4.7	3.1	—	1.6	—	43.8	1.44	
	子どもあり (n= 89)	23.6	12.4	18.0	15.7	7.9	10.1	11.2	10.1	3.4	4.5	5.6	1.1	29.2	1.75	
	その他 (n= 49)	24.5	20.4	12.2	12.2	4.1	10.2	2.0	8.2	—	2.0	—	2.0	34.7	1.50	
子どもの学齢	乳児 (0～1歳未満) (n= 7)	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	42.9	—	14.3	14.3	28.6	14.3	—	—	1.86	
	未就学児 (n= 14)	28.6	7.1	21.4	14.3	7.1	21.4	14.3	14.3	7.1	14.3	7.1	—	14.3	1.83	
	小学生 (n= 19)	15.8	10.5	15.8	31.6	5.3	21.1	10.5	15.8	10.5	5.3	10.5	—	31.6	2.23	
	中学生 (n= 17)	35.3	17.6	17.6	23.5	17.6	17.6	17.6	17.6	—	5.9	5.9	—	29.4	2.50	
	高校生 (n= 13)	38.5	7.7	7.7	23.1	15.4	7.7	7.7	7.7	—	—	7.7	7.7	30.8	1.89	
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 11)	45.5	—	9.1	18.2	18.2	9.1	18.2	18.2	—	—	—	—	18.2	1.67	
社会人 (n= 34)	14.7	17.6	23.5	8.8	5.9	—	11.8	5.9	—	—	—	—	—	38.2	1.43	
世帯年収	400万円未満 (n= 86)	30.2	23.3	10.5	8.1	5.8	5.8	2.3	1.2	1.2	3.5	1.2	1.2	39.5	1.56	
	400～800万円未満 (n=104)	26.0	14.4	17.3	10.6	12.5	5.8	12.5	10.6	1.9	2.9	1.0	—	26.9	1.58	
	800万円以上 (n= 71)	19.7	16.9	19.7	15.5	11.3	12.7	7.0	7.0	7.0	4.2	5.6	—	29.6	1.80	
	800～1,000万円未満 (n= 33)	18.2	15.2	21.2	18.2	6.1	9.1	3.0	6.1	6.1	3.0	3.0	—	42.4	1.89	
	1,000～1,500万円未満 (n= 26)	19.2	26.9	23.1	15.4	7.7	19.2	11.5	11.5	11.5	3.8	3.8	—	15.4	1.82	
	1,500万円以上 (n= 12)	25.0	—	8.3	8.3	33.3	8.3	8.3	—	—	8.3	16.7	—	25.0	1.56	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

※図表内の数値「-」は0%を表します

生鮮食品購入時に意識する「安全性」

▶ 生鮮食品購入時、安全性について意識するのは全体の85%。

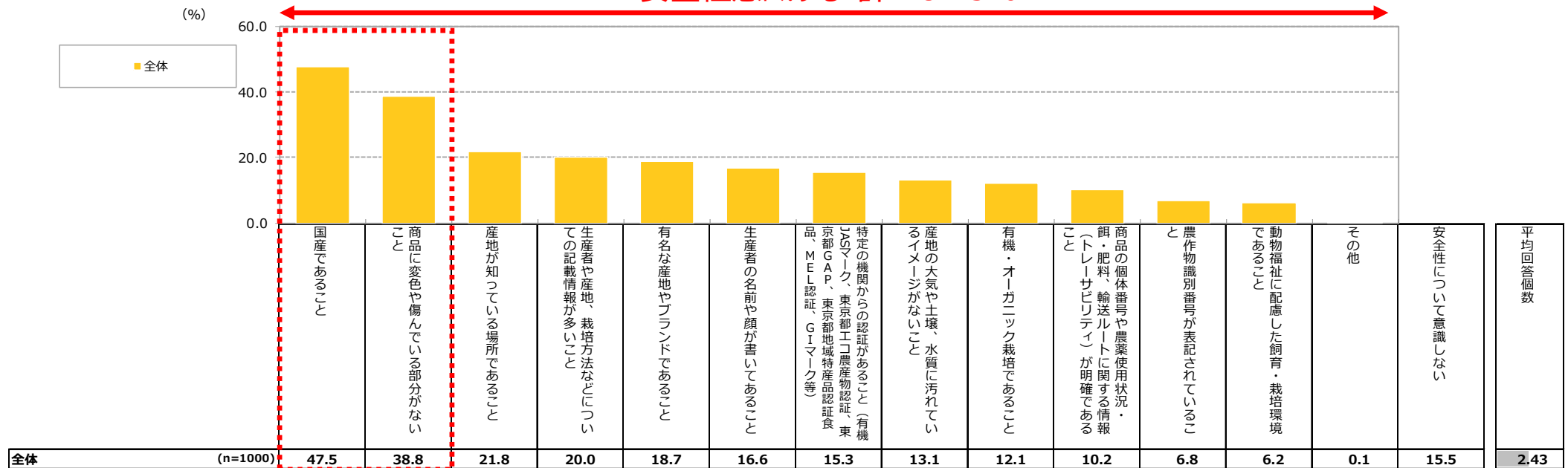
・ 注釈) 「安全性について意識しない」を全体からひいたスコア

▶ 「国産であること」が最も高く48%。次いで、「商品に変色や傷んでいる部分がないこと」(39%)が高い。

■ 生鮮食品購入時に意識する「安全性」(全体/複数回答)

Q.あなたは、生鮮食品を購入するとき「安全性」についてどのようなことを意識しますか。あてはまるものをすべてお選びください。

安全性意識する・計：84.5%



生鮮食品購入時に意識する「安全性」

- ▶ 性年代別に見ると、40代以上の女性では「国産であること」「商品に変色や傷んでいる部分がないこと」を特に重視する傾向。
- ▶ 子どもの学齢別では、未就学児・小学生の子どもを持つ家庭において、多面的に安全性を気にしている様子が見られる。

		国産であること	商品に変色や傷んでいる部分がないこと	産地が知っている場所であること	生産者や産地、栽培方法などについての記載情報が多いこと	有名な産地やブランドであること	生産者の名前や顔が書いてあること	特定の機関からの認証があること（有機JASマーク、東京都工〇農産物認証、東京都GAP、東京都地域特産品認証食品、MEL認証、GIマーク等）	産地の気象や土壌、水質に汚れているイメージがないこと	有機・オーガニック栽培であること	商品の個体番号や農薬使用状況・餌・肥料、輸送ルートに関する情報（トレーサビリティ）が明確であること	農作物識別番号が表記されていること	動物福祉に配慮した飼育・栽培環境であること	その他	安全性について意識しない	平均回答個数
全体	(n=1000)	47.5	38.8	21.8	20.0	18.7	16.6	15.3	13.1	12.1	10.2	6.8	6.2	0.1	15.5	2.43
性年代	男性20代 (n= 53)	30.2	18.9	15.1	20.8	24.5	18.9	17.0	11.3	20.8	13.2	9.4	3.8	—	11.3	2.15
	男性30代 (n= 78)	29.5	26.9	21.8	17.9	20.5	10.3	14.1	9.0	5.1	10.3	14.1	6.4	—	25.6	2.12
	男性40代 (n= 99)	40.4	29.3	23.2	16.2	17.2	10.1	20.2	10.1	6.1	7.1	6.1	9.1	—	15.2	2.10
	男性50代 (n=102)	39.2	36.3	15.7	15.7	11.8	6.9	14.7	13.7	7.8	7.8	5.9	6.9	—	21.6	2.04
	男性60代 (n= 68)	38.2	33.8	19.1	16.2	14.7	13.2	8.8	5.9	5.9	4.4	5.9	—	—	25.0	1.91
	男性70代 (n= 65)	56.9	41.5	23.1	20.0	23.1	15.4	15.4	10.8	16.9	13.8	7.7	3.1	—	13.8	2.62
	女性20代 (n= 65)	33.8	29.2	13.8	12.3	20.0	7.7	16.9	16.9	13.8	10.8	6.2	9.2	—	20.0	2.11
	女性30代 (n= 91)	45.1	35.2	20.9	24.2	24.2	15.4	19.8	19.8	18.7	20.9	13.2	11.0	—	16.5	2.85
	女性40代 (n=104)	52.9	48.1	17.3	18.3	13.5	15.4	10.6	13.5	10.6	3.8	2.9	10.6	1.0	14.4	2.33
	女性50代 (n=113)	55.8	50.4	29.2	21.2	23.0	20.4	8.8	11.5	13.3	8.8	5.3	3.5	—	8.0	2.59
女性60代 (n= 80)	61.3	53.8	26.3	26.3	18.8	28.8	16.3	20.0	11.3	8.8	3.8	1.3	—	11.3	2.88	
女性70代 (n= 82)	76.8	48.8	31.7	30.5	17.1	37.8	23.2	13.4	19.5	15.9	3.7	6.1	—	6.1	3.30	
同居 属性	ひとり暮らし (n=281)	39.5	34.5	16.4	17.4	16.4	11.0	11.0	8.2	11.7	8.2	4.6	5.3	0.4	21.7	2.06
	DINKS (n=274)	54.4	43.4	27.4	20.1	19.3	17.5	14.6	13.9	10.9	9.1	5.5	3.6	—	16.1	2.56
	子どもあり (n=300)	50.0	38.0	21.0	22.7	20.3	20.3	19.0	15.0	13.3	14.0	9.0	10.0	—	10.3	2.63
	その他 (n=145)	44.8	40.0	23.4	19.3	18.6	17.9	17.2	17.2	12.4	8.3	9.0	4.8	—	13.1	2.46
子ども の学 齢	乳児（0～1歳未満） (n= 13)	30.8	30.8	—	7.7	15.4	7.7	23.1	7.7	—	—	7.7	15.4	—	15.4	1.62
	未就学児 (n= 68)	47.1	30.9	20.6	32.4	26.5	23.5	32.4	25.0	20.6	27.9	20.6	17.6	—	10.3	3.35
	小学生 (n= 78)	44.9	42.3	21.8	20.5	23.1	17.9	23.1	21.8	16.7	19.2	14.1	16.7	—	7.7	2.90
	中学生 (n= 37)	51.4	35.1	29.7	21.6	32.4	13.5	27.0	13.5	13.5	13.5	18.9	10.8	—	5.4	2.86
	高校生 (n= 38)	47.4	34.2	21.1	10.5	18.4	13.2	10.5	10.5	10.5	5.3	2.6	7.9	—	13.2	2.05
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 32)	53.1	31.3	15.6	34.4	12.5	15.6	6.3	9.4	9.4	9.4	3.1	3.1	—	9.4	2.13
	社会人 (n=105)	61.0	45.7	23.8	20.0	21.9	29.5	14.3	11.4	13.3	10.5	4.8	3.8	—	9.5	2.70
世帯 年収	400万円未満 (n=264)	43.2	43.9	19.3	13.6	11.7	13.3	9.8	9.5	9.1	6.8	4.2	2.7	—	20.5	2.08
	400～800万円未満 (n=348)	51.4	37.4	21.8	24.4	22.4	17.2	16.1	14.7	10.9	12.1	7.5	7.8	0.3	12.6	2.57
	800万円以上 (n=245)	53.1	38.4	25.3	24.1	22.0	21.2	22.9	17.1	16.3	14.3	10.2	9.8	—	10.6	2.85
	800～1,000万円未満 (n= 95)	57.9	40.0	31.6	26.3	27.4	24.2	22.1	15.8	14.7	13.7	11.6	7.4	—	9.5	3.02
	1,000～1,500万円未満 (n=102)	45.1	35.3	19.6	22.5	14.7	14.7	22.5	15.7	14.7	14.7	11.8	10.8	—	12.7	2.55
1,500万円以上 (n= 48)	60.4	41.7	25.0	22.9	27.1	29.2	25.0	22.9	22.9	14.6	4.2	12.5	—	8.3	3.17	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

※図表内の数値「-」は0%を表します

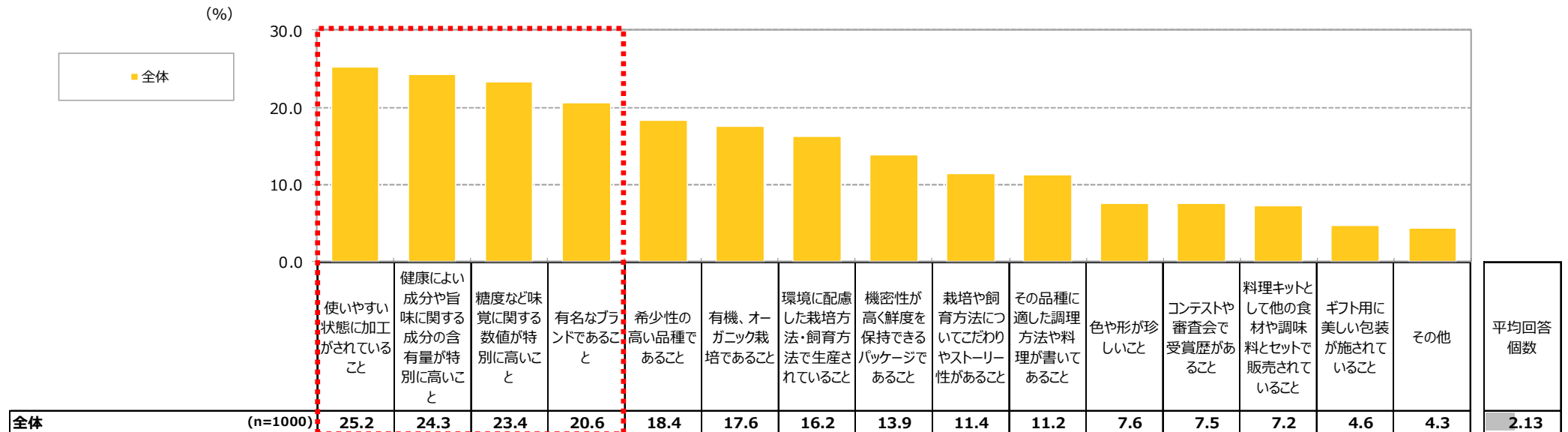
東京都産農畜水産物を拡販するための示唆

割高な生鮮食品を購入喚起する付加価値

- ▶ 購入を喚起する付加価値は、「使いやすい状態に加工がされていること」(25%)がトップ。
- ▶ 次いで、「健康によい成分や旨味に関する成分の含有量が特別に高いこと」(24%)、「糖度など味覚に関する数値が特別に高いこと」(23%)、「有名なブランドであること」(21%)。

■ 割高な生鮮食品を購入喚起する付加価値（全体／複数回答）

Q.あなたが生鮮食品を購入する際、他と比べて少し高くても購入したくなる他にはない+αの価値をすべてお選びください。



割高な生鮮食品を購入喚起する付加価値

▶「使いやすい状態に加工がされていること」は、20代-50代の女性に特に支持されている。

		使いやすい状態に加工がされていること	健康により成分や旨味に関する成分の含有量が特別に高いこと	糖度など味覚に関する数値が特別に高いこと	有名なブランドであること	希少性の高い品種であること	有機、オーガニック栽培であること	環境に配慮した栽培方法・飼育方法で生産されていること	機密性が高く鮮度を保持できるパッケージであること	栽培や飼育方法についてこだわりやストーリー性があること	その品種に適した調理方法や料理が書いてあること	色や形が珍しいこと	コンテストや審査会で受賞歴があること	料理キットとして他の食材や調味料とセットで販売されていること	ギフト用に美しい包装が施されていること	その他	平均回答個数
全体	(n=1000)	25.2	24.3	23.4	20.6	18.4	17.6	16.2	13.9	11.4	11.2	7.6	7.5	7.2	4.6	4.3	2.13
性年代	男性20代 (n= 53)	17.0	18.9	22.6	22.6	15.1	17.0	24.5	15.1	9.4	20.8	9.4	11.3	5.7	11.3	3.8	2.25
	男性30代 (n= 78)	23.1	19.2	12.8	34.6	12.8	16.7	14.1	12.8	10.3	15.4	9.0	6.4	12.8	10.3	2.6	2.13
	男性40代 (n= 99)	19.2	23.2	25.3	26.3	24.2	15.2	13.1	13.1	11.1	10.1	10.1	11.1	8.1	7.1	1.0	2.18
	男性50代 (n=102)	26.5	24.5	20.6	18.6	17.6	20.6	12.7	7.8	14.7	8.8	5.9	9.8	9.8	2.9	6.9	2.08
	男性60代 (n= 68)	20.6	25.0	23.5	11.8	25.0	11.8	7.4	13.2	5.9	7.4	5.9	1.5	2.9	2.9	11.8	1.76
	男性70代 (n= 65)	20.0	24.6	27.7	21.5	23.1	24.6	20.0	9.2	12.3	10.8	4.6	4.6	6.2	3.1	4.6	2.17
	女性20代 (n= 65)	33.8	27.7	18.5	23.1	20.0	16.9	13.8	15.4	7.7	10.8	9.2	9.2	10.8	6.2	7.7	2.31
	女性30代 (n= 91)	26.4	24.2	20.9	17.6	16.5	18.7	14.3	19.8	13.2	16.5	8.8	17.6	11.0	6.6	1.1	2.33
	女性40代 (n=104)	31.7	22.1	23.1	20.2	19.2	17.3	12.5	8.7	9.6	9.6	7.7	7.7	5.8	2.9	4.8	2.03
	女性50代 (n=113)	31.0	27.4	28.3	15.9	16.8	14.2	11.5	11.5	8.8	8.0	6.2	2.7	3.5	1.8	3.5	1.91
女性60代 (n= 80)	17.5	23.8	32.5	20.0	16.3	21.3	20.0	16.3	23.8	11.3	6.3	3.8	2.5	2.5	5.0	2.23	
女性70代 (n= 82)	29.3	29.3	23.2	17.1	14.6	18.3	36.6	26.8	8.5	9.8	8.5	3.7	7.3	1.2	1.2	2.35	
同居属性	ひとり暮らし (n=281)	28.1	24.2	19.6	17.1	16.4	17.1	14.9	12.8	10.3	8.9	5.7	8.2	7.1	4.6	6.4	2.01
	DINKS (n=274)	21.5	23.7	25.9	20.8	18.6	17.9	18.2	12.8	12.4	12.8	7.3	5.5	7.3	1.5	5.1	2.11
	子どもあり (n=300)	25.0	24.0	24.0	20.7	18.7	18.3	17.7	14.0	11.3	11.0	10.3	8.3	8.7	7.7	1.0	2.21
	その他 (n=145)	26.9	26.2	24.8	26.9	21.4	16.6	11.7	17.9	11.7	13.1	6.2	8.3	4.1	4.1	5.5	2.26
子どもの学齢	乳児 (0~1歳未満) (n= 13)	7.7	7.7	23.1	38.5	15.4	7.7	15.4	—	—	15.4	7.7	—	15.4	15.4	—	1.69
	未就学児 (n= 68)	30.9	23.5	17.6	29.4	19.1	26.5	19.1	25.0	22.1	10.3	13.2	14.7	11.8	16.2	1.5	2.81
	小学生 (n= 78)	33.3	19.2	25.6	21.8	19.2	17.9	20.5	16.7	9.0	14.1	16.7	11.5	9.0	7.7	—	2.42
	中学生 (n= 37)	27.0	21.6	27.0	24.3	16.2	27.0	16.2	13.5	13.5	10.8	21.6	10.8	10.8	5.4	—	2.46
	高校生 (n= 38)	15.8	15.8	23.7	18.4	23.7	21.1	10.5	7.9	2.6	7.9	15.8	2.6	5.3	7.9	—	1.79
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 32)	15.6	34.4	25.0	9.4	21.9	28.1	15.6	3.1	12.5	9.4	3.1	9.4	6.3	3.1	—	1.97
	社会人 (n=105)	24.8	27.6	27.6	20.0	22.9	15.2	21.0	14.3	10.5	9.5	7.6	3.8	3.8	2.9	1.9	2.13
世帯年収	400万円未満 (n=264)	26.1	23.9	23.9	14.4	15.2	10.2	9.8	16.3	8.7	9.5	6.4	5.7	6.1	2.7	8.3	1.87
	400~800万円未満 (n=348)	26.1	27.0	20.1	23.0	20.1	18.4	18.7	12.1	13.2	11.8	8.3	9.2	8.9	6.0	2.3	2.25
	800万円以上 (n=245)	21.6	25.7	33.5	27.3	20.0	24.1	19.6	16.7	15.1	13.9	10.6	9.4	7.8	6.1	1.6	2.53
	800~1,000万円未満 (n= 95)	24.2	24.2	36.8	23.2	18.9	18.9	20.0	16.8	15.8	15.8	11.6	6.3	5.3	4.2	2.1	2.44
	1,000~1,500万円未満 (n=102)	22.5	28.4	29.4	29.4	19.6	25.5	17.6	13.7	15.7	10.8	8.8	12.7	7.8	3.9	1.0	2.47
	1,500万円以上 (n= 48)	14.6	22.9	35.4	31.3	22.9	31.3	22.9	22.9	12.5	16.7	12.5	8.3	12.5	14.6	2.1	2.83

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

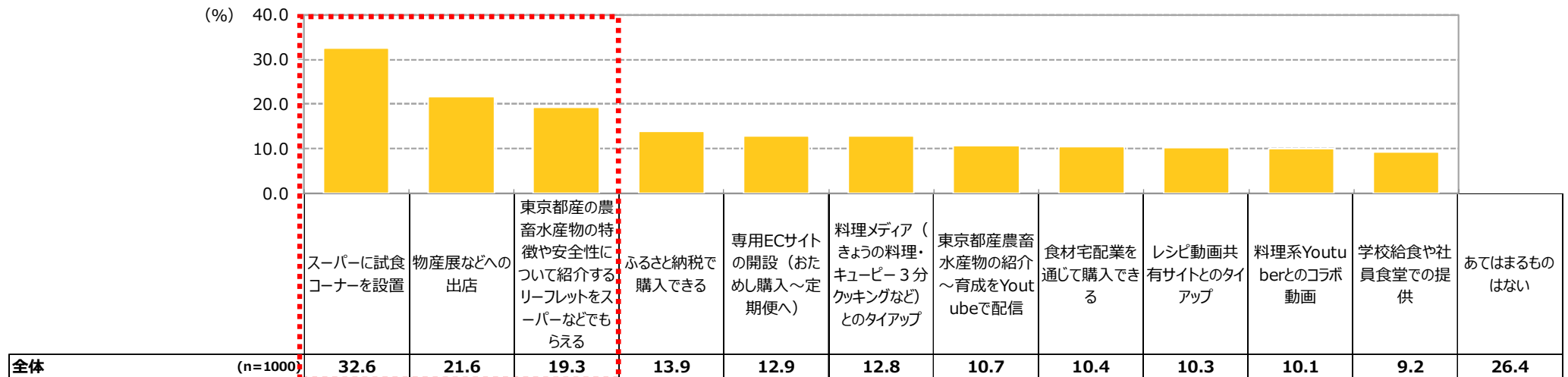
※図表内の数値「-」は0%を表します

興味喚起される情報提供の方法

- ▶ 「スーパーに試食コーナーを設置」が33%で最も高い。
- ▶ 次いで、「物産展などへの出店」「リーフレットをスーパーなどでもらえる」が2割前後で上位。

■ 情報提供の方法（全体／複数回答）

Q.あなたは、「東京都産の農畜水産物」についてどのような情報提供の方法があれば、興味や購入したい気持ちが高まるでしょうか。あてはまるものをすべてお選びください。



興味喚起される情報提供の方法

- ▶ 性年代別で見ると「スーパーに試食コーナーを設置」「物産展などへの出店」「リーフレットをスーパーなどでもらえる」など対面でのコミュニケーションは高齢層でより求められている。
- ▶ 子どもの学齢別で見ると、未就学児や小学生の子あり層では、「ふるさと納税で購入できる」「専用ECサイトの開設（おためし購入～定期便へ）」「料理メディア（きょうの料理・キュービー3分クッキングなど）とのタイアップ」なども効果が見込めそうである。

		スーパーに試食コーナーを設置	物産展などへの出店	東京都産の農畜水産物の特徴や安全性について紹介するリーフレットをスーパーなどでもらえる	ふるさと納税で購入できる	専用ECサイトの開設（おためし購入～定期便へ）	料理メディア（きょうの料理・キュービー3分クッキングなど）とのタイアップ	東京都産農畜水産物の紹介～育成をYoutubeで配信	食材宅配業を通じて購入できる	レシピ動画共有サイトとのタイアップ	料理系Youtubeのコラボ動画	学校給食や社員食堂での提供	あてはまるものはない	平均回答個数
全体	(n=1000)	32.6	21.6	19.3	13.9	12.9	12.8	10.7	10.4	10.3	10.1	9.2	26.4	2.23
性年代	男性20代 (n= 53)	24.5	17.0	15.1	20.8	15.1	20.8	13.2	7.5	7.5	22.6	18.9	15.1	2.16
	男性30代 (n= 78)	26.9	9.0	15.4	17.9	12.8	14.1	15.4	11.5	10.3	9.0	5.1	33.3	2.21
	男性40代 (n= 99)	32.3	22.2	18.2	14.1	14.1	9.1	11.1	12.1	10.1	11.1	14.1	22.2	2.17
	男性50代 (n=102)	34.3	14.7	14.7	8.8	10.8	14.7	15.7	7.8	12.7	12.7	7.8	32.4	2.29
	男性60代 (n= 68)	32.4	25.0	22.1	7.4	13.2	5.9	13.2	8.8	2.9	4.4	5.9	29.4	2.00
	男性70代 (n= 65)	44.6	26.2	26.2	10.8	13.8	13.8	18.5	13.8	7.7	9.2	4.6	21.5	2.41
	女性20代 (n= 65)	23.1	13.8	20.0	24.6	10.8	16.9	4.6	6.2	12.3	16.9	20.0	30.8	2.44
	女性30代 (n= 91)	24.2	22.0	22.0	20.9	20.9	20.9	11.0	13.2	22.0	14.3	11.0	27.5	2.79
	女性40代 (n=104)	31.7	28.8	14.4	14.4	8.7	9.6	4.8	8.7	6.7	7.7	8.7	26.0	1.95
	女性50代 (n=113)	37.2	21.2	15.9	11.5	7.1	8.0	4.4	8.0	10.6	8.8	6.2	28.3	1.94
女性60代 (n= 80)	37.5	21.3	20.0	8.8	17.5	11.3	10.0	12.5	11.3	5.0	7.5	23.8	2.13	
女性70代 (n= 82)	39.0	35.4	31.7	11.0	13.4	13.4	11.0	14.6	6.1	3.7	4.9	22.0	2.36	
同居属性	ひとり暮らし (n=281)	26.0	17.8	15.3	14.9	12.5	11.0	9.6	7.1	9.6	14.2	7.8	31.3	2.12
	DINKS (n=274)	39.4	22.6	20.1	12.0	14.2	13.1	10.9	11.7	9.5	8.4	8.8	23.7	2.24
	子どもあり (n=300)	34.0	23.0	21.3	16.3	12.3	15.0	11.7	12.7	9.3	8.3	11.7	23.3	2.29
	その他 (n=145)	29.7	24.1	21.4	10.3	12.4	11.0	10.3	9.7	15.2	9.0	7.6	28.3	2.24
子どもの学齢	乳児（0～1歳未満） (n= 13)	23.1	23.1	15.4	7.7	7.7	23.1	15.4	—	7.7	—	7.7	15.4	1.55
	未就学児 (n= 68)	35.3	23.5	26.5	29.4	23.5	23.5	17.6	19.1	16.2	16.2	16.2	17.6	3.00
	小学生 (n= 78)	33.3	23.1	17.9	25.6	17.9	19.2	10.3	14.1	12.8	14.1	15.4	20.5	2.56
	中学生 (n= 37)	51.4	27.0	18.9	10.8	10.8	21.6	10.8	21.6	10.8	8.1	13.5	13.5	2.38
	高校生 (n= 38)	34.2	18.4	10.5	18.4	2.6	10.5	13.2	5.3	5.3	7.9	13.2	21.1	1.77
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 32)	31.3	12.5	18.8	12.5	6.3	12.5	9.4	3.1	6.3	6.3	9.4	28.1	1.78
	社会人 (n=105)	37.1	25.7	26.7	9.5	8.6	10.5	11.4	10.5	4.8	2.9	5.7	29.5	2.18
世帯年収	400万円未満 (n=264)	28.8	18.9	15.5	7.2	10.2	10.2	8.3	9.1	8.7	9.5	7.6	31.8	1.97
	400～800万円未満 (n=348)	35.6	21.6	24.1	15.8	14.4	14.4	9.8	11.8	12.4	12.4	10.6	23.6	2.39
	800万円以上 (n=245)	36.7	25.7	20.8	20.4	16.3	16.7	17.6	11.0	11.8	10.6	9.4	15.9	2.34
	800～1,000万円未満 (n= 95)	35.8	27.4	21.1	17.9	15.8	15.8	18.9	13.7	8.4	9.5	7.4	18.9	2.36
	1,000～1,500万円未満 (n=102)	43.1	26.5	16.7	20.6	17.6	20.6	13.7	6.9	15.7	11.8	10.8	12.7	2.34
1,500万円以上 (n= 48)	25.0	20.8	29.2	25.0	14.6	10.4	22.9	14.6	10.4	10.4	10.4	16.7	2.33	

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い
100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

※図表内の数値「-」は0%を表します

体験してみたいイベント

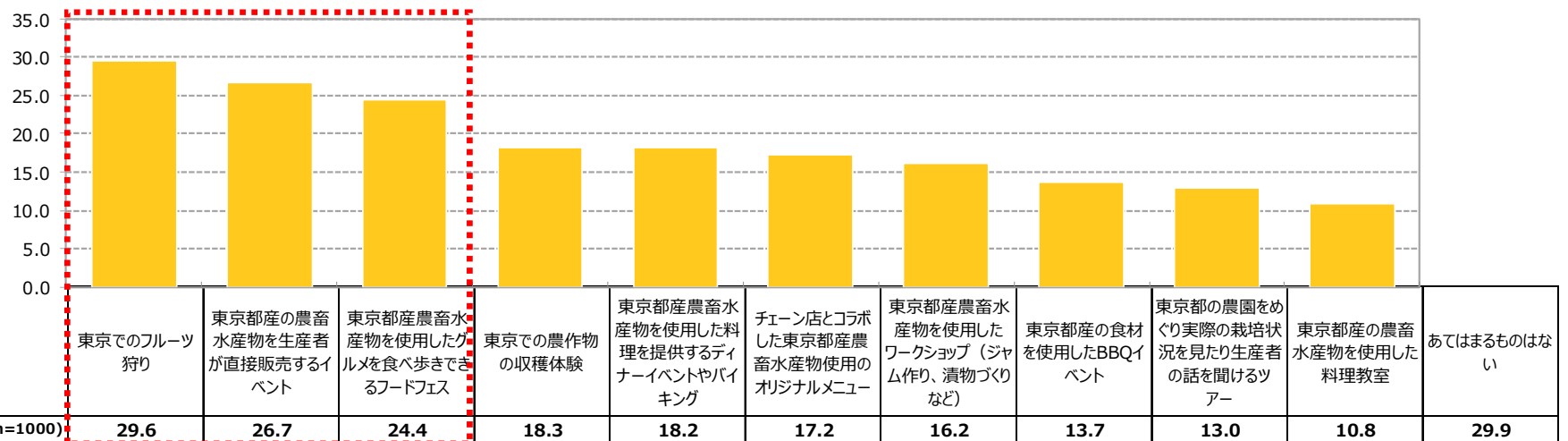
- ▶ 「東京でのフルーツ狩り」が最も高く30%。
- ▶ 次いで、「東京都産の農畜水産物を生産者が直接販売するイベント」(27%)、「東京都産農畜水産物を使用したグルメを食べ歩きできるフードフェス」(24%)が2割台で上位。

■ 体験してみたいイベント（全体／複数回答）

Q. 東京都産の生鮮食品や加工品を身近に感じたり、興味を持ったりする方法として、あなたが体験してみたいものをすべてお選びください。

(%)

■ 全体



体験してみたいイベント

- ▶ 年代別にみると、女性20-30代の比較的若い層で、複数のイベントへの参加意向が高い。
- ▶ 子どもの学齢別でみると、未就学～中学生の子どもを持つ家庭では、イベントへの参加意向が全体的に高い。中でも「東京でのフルーツ狩り」「ワークショップ」「BBQイベント」「料理教室」など、体験を通じて達成感や学びを感じられるイベントに対し、特に参加意向率が高い様子。

		東京でのフルーツ狩り	東京都産の農畜水産物を生産者が直接販売するイベント	東京都産農畜水産物を使用したグルメを食べ歩けるフードフェス	東京での農作物の収穫体験	東京都産農畜水産物を使用した料理を提供するディナーイベントやバイキング	チェーン店とコラボした東京都産農畜水産物を使用したオリジナルメニュー	東京都産農畜水産物を使用したワークショップ（ジャム作り、漬物づくりなど）	東京都産の食材を使用したBBQイベント	東京都の農園をめぐり実際の栽培状況を見たり生産者の話を聞けるツアー	東京都産の農畜水産物を使用した料理教室	あてはまるものはない	平均回答個数
全体	(n=1000)	29.6	26.7	24.4	18.3	18.2	17.2	16.2	13.7	13.0	10.8	29.9	2.68
性年代	男性20代 (n= 53)	22.6	20.8	13.2	24.5	18.9	22.6	17.0	20.8	20.8	20.8	18.9	2.49
	男性30代 (n= 78)	26.9	21.8	15.4	12.8	14.1	11.5	12.8	20.5	16.7	9.0	38.5	2.63
	男性40代 (n= 99)	24.2	26.3	24.2	21.2	24.2	19.2	14.1	13.1	15.2	6.1	24.2	2.48
	男性50代 (n=102)	19.6	22.5	25.5	11.8	13.7	18.6	12.7	12.7	4.9	8.8	44.1	2.70
	男性60代 (n= 68)	22.1	26.5	23.5	17.6	10.3	16.2	10.3	7.4	7.4	5.9	42.6	2.56
	男性70代 (n= 65)	32.3	38.5	27.7	16.9	15.4	9.2	15.4	9.2	20.0	12.3	23.1	2.56
	女性20代 (n= 65)	41.5	23.1	23.1	24.6	23.1	16.9	27.7	20.0	12.3	13.8	26.2	3.06
	女性30代 (n= 91)	34.1	23.1	29.7	20.9	23.1	19.8	24.2	22.0	9.9	17.6	29.7	3.19
	女性40代 (n=104)	42.3	21.2	26.0	19.2	17.3	19.2	18.3	18.3	11.5	9.6	26.0	2.74
	女性50代 (n=113)	31.0	21.2	26.5	18.6	12.4	16.8	15.9	8.8	8.0	8.0	27.4	2.30
女性60代 (n= 80)	26.3	31.3	25.0	21.3	26.3	21.3	15.0	3.8	23.8	13.8	32.5	3.07	
女性70代 (n= 82)	30.5	48.8	26.8	13.4	20.7	13.4	12.2	9.8	13.4	9.8	22.0	2.55	
同居属性	ひとり暮らし (n=281)	23.8	21.7	20.3	16.7	14.6	11.0	13.9	14.2	10.3	10.3	38.4	2.55
	DINKS (n=274)	32.5	30.7	29.6	18.6	21.5	19.3	14.6	10.2	12.8	10.9	28.8	2.82
	子どもあり (n=300)	30.7	29.3	24.0	18.3	20.0	18.0	20.7	15.3	16.0	13.3	22.3	2.65
	その他 (n=145)	33.1	23.4	23.4	20.7	15.2	23.4	14.5	15.9	12.4	6.2	31.0	2.73
子どもの学齢	乳児（0～1歳未満） (n= 13)	7.7	15.4	23.1	—	23.1	15.4	7.7	15.4	30.8	—	23.1	1.80
	未就学児 (n= 68)	36.8	32.4	22.1	23.5	25.0	20.6	33.8	27.9	20.6	25.0	20.6	3.37
	小学生 (n= 78)	39.7	32.1	20.5	20.5	25.6	17.9	21.8	19.2	20.5	20.5	20.5	3.00
	中学生 (n= 37)	29.7	35.1	32.4	32.4	27.0	24.3	32.4	27.0	18.9	10.8	13.5	3.13
	高校生 (n= 38)	42.1	18.4	18.4	15.8	15.8	18.4	21.1	13.2	7.9	7.9	21.1	2.27
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 32)	28.1	37.5	28.1	15.6	18.8	9.4	21.9	15.6	9.4	18.8	18.8	2.50
	社会人 (n=105)	25.7	33.3	22.9	17.1	14.3	18.1	16.2	4.8	14.3	5.7	28.6	2.41
世帯年収	400万円未満 (n=264)	25.8	24.2	21.6	17.4	10.2	14.0	12.5	8.0	9.8	6.8	39.0	2.47
	400～800万円未満 (n=348)	31.6	29.3	28.2	19.5	21.6	20.4	16.1	15.5	13.5	13.8	24.4	2.77
	800万円以上 (n=245)	31.8	33.1	23.7	20.0	22.4	20.8	22.0	16.3	18.8	11.8	24.1	2.91
	800～1,000万円未満 (n= 95)	30.5	32.6	24.2	17.9	17.9	25.3	18.9	23.2	18.9	9.5	27.4	3.01
	1,000～1,500万円未満 (n=102)	32.4	30.4	25.5	19.6	25.5	17.6	24.5	11.8	18.6	15.7	21.6	2.83
	1,500万円以上 (n= 48)	33.3	39.6	18.8	25.0	25.0	18.8	22.9	12.5	18.8	8.3	22.9	2.89

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い

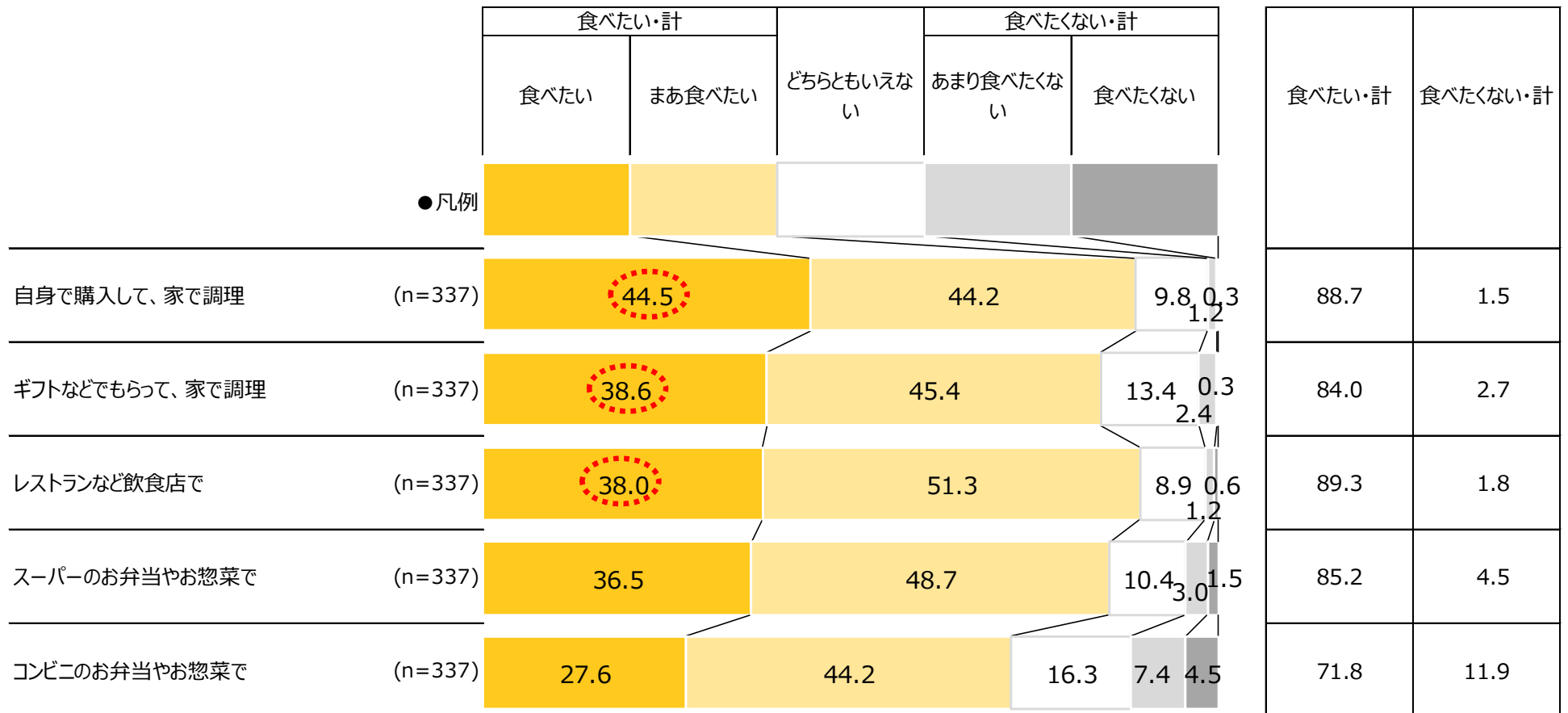
※図表内の数値「-」は0%を表します

「東京都産農畜水産物」シーン別喫食意向

- ▶ いずれのシーンでも「食べたい・計」は7割以上と高い。
 - ・ 【コンビニのお弁当やお惣菜で】は「食べたくない・計」が1割出現している
- ▶ 「食べたい」のスコアは、【自身で購入して、家で調理】が最も高く45%。次いで、【ギフトなどでもらって、家で調理】(39%)、【レストランなど飲食店で】(38%)。

■「東京都産農畜水産物」シーン別喫食意向（東京都産P喫食意向者／各単一回答）

Q.あなたは、「東京都産の農畜水産物」をどのようなシーンで食べたいと思いますか。あてはまるお気持ちをお選びください。



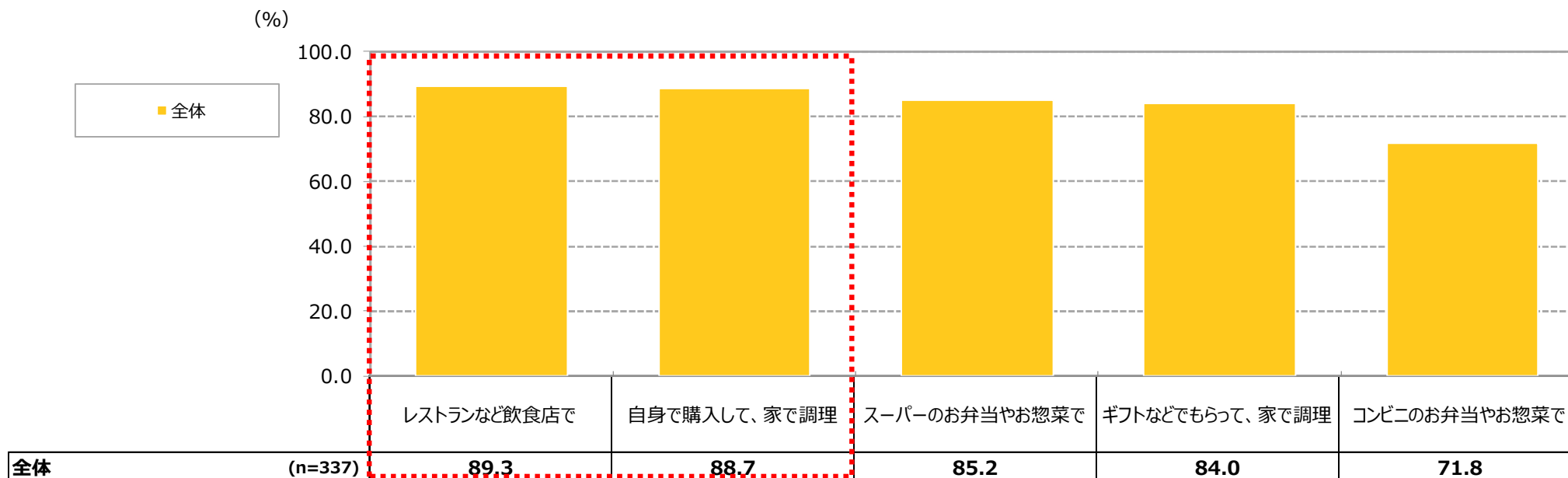
※「食べたい」降順ソート

「東京都産農畜水産物」シーン別喫食意向

▶「食べたい・計」のスコアは、【レストランなど飲食店で】【自身で購入して、家で調理】が最も高く89%。

■「東京都産農畜水産物」シーン別喫食意向（食べたい・計）（東京都産P喫食意向者／各単一回答）

Q.あなたは、「東京都産の農畜水産物」をどのようなシーンで食べたいと思いますか。あてはまるお気持ちをお選びください。



「東京都産農畜水産物」シーン別喫食意向

▶ 性年代別で見ると、女性50-70代は「自身で購入して、家で調理」が高く、能動的に東京都産の商品に関わろうとしているのに対し、女性30-40代は「レストランなど飲食店で」「スーパーやコンビニのお弁当やお惣菜で」「ギフトなどでもらって、家で調理」が高く、この層ではどちらかという受動的に東京都産の商品に関わろうとしている様子がうかがえる。

		レストランなど飲食店で	自身で購入して、家で調理	スーパーのお弁当やお惣菜で	ギフトなどでもらって、家で調理	コンビニのお弁当やお惣菜で
全体	(n=337)	89.3	88.7	85.2	84.0	71.8
性年代	男性20代 (n= 12)	91.7	91.7	100.0	83.3	66.7
	男性30代 (n= 25)	84.0	76.0	92.0	76.0	80.0
	男性40代 (n= 31)	83.9	74.2	87.1	67.7	71.0
	男性50代 (n= 29)	86.2	93.1	86.2	79.3	79.3
	男性60代 (n= 17)	82.4	94.1	70.6	76.5	64.7
	男性70代 (n= 17)	94.1	88.2	82.4	76.5	70.6
	女性20代 (n= 22)	86.4	90.9	86.4	81.8	90.9
	女性30代 (n= 48)	95.8	89.6	97.9	97.9	83.3
	女性40代 (n= 41)	97.6	85.4	80.5	82.9	65.9
	女性50代 (n= 41)	87.8	95.1	82.9	92.7	65.9
女性60代 (n= 27)	92.6	96.3	81.5	88.9	63.0	
女性70代 (n= 27)	81.5	92.6	70.4	85.2	55.6	
同居属性	ひとり暮らし (n= 81)	88.9	84.0	77.8	77.8	64.2
	DINKS (n=102)	89.2	91.2	80.4	86.3	63.7
	子どもあり (n=109)	90.8	90.8	91.7	90.8	84.4
	その他 (n= 45)	86.7	86.7	93.3	73.3	73.3
子どもの学齢	乳児 (0~1歳未満) (n= 3)	33.3	33.3	66.7	66.7	66.7
	未就学児 (n= 36)	94.4	97.2	100.0	94.4	97.2
	小学生 (n= 31)	96.8	87.1	96.8	87.1	87.1
	中学生 (n= 15)	86.7	80.0	93.3	86.7	73.3
	高校生 (n= 15)	100.0	100.0	93.3	93.3	80.0
	専門学校・短大・大学・大学院 (n= 10)	80.0	90.0	80.0	90.0	70.0
	社会人 (n= 31)	93.5	96.8	87.1	93.5	77.4
世帯年収	400万円未満 (n= 71)	85.9	88.7	78.9	78.9	73.2
	400~800万円未満 (n=127)	92.9	89.0	85.0	89.8	72.4
	800万円以上 (n= 98)	89.8	91.8	88.8	87.8	71.4
	800~1,000万円未満 (n= 37)	97.3	97.3	91.9	91.9	73.0
	1,000~1,500万円未満 (n= 42)	83.3	85.7	90.5	81.0	73.8
	1,500万円以上 (n= 19)	89.5	94.7	78.9	94.7	63.2

※「全体」降順ソート

100.0 10ポイント以上高い
100.0 5ポイント以上低い

100.0 5ポイント以上高い
100.0 10ポイント以上低い