

【NRCLレポート】

特産品の購入実態等に関する調査

2017年7月調査結果



日本リサーチセンター

Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1

TEL:03-6667-3165 FAX:03-6667-3470

<http://www.nrc.co.jp/>

◆ NRCLレポート

日本リサーチセンター(NRC)では、全国15～79歳男女1,200人を対象に、訪問留置のオムニバス調査（NOS）を、毎月定期的実施しております。対象者の数は、エリア・都市規模と性年代が日本の人口構成に合致するように設定していますので、全体結果は、日本全国15～79歳男女の実態や意識をバランスよく反映したものとご覧になれます。

◆ 「特産品の購入実態に関する調査」レポート

本レポートは、NOSを利用した弊社の自主調査 「地域の特産品に関する調査」の結果紹介です。

◆ 調査項目

<調査品目>

地域ブランドとして商標登録されている食品（2017年5月末現在）を中心に、小売店や飲食店での接触が多いもの、最近話題になっているもの等を20品目選定（右表）

<認知・飲食・購入経験・購入意向>

右の20品目の特産品について、下記を聴取

- 1) 知っているもの
- 2) 食べたことがあるもの
- 3) 最近（2～3年以内）に自分で購入したもの
- 4) 今後購入したいもの

<購入チャネル>

- 5) あなたが最近（2～3年以内）、特産品を買った場所などをすべてお知らせください。

<購入目的>

- 6) あなたは、どのような目的で特産品を買いたいと思いますか。

1	夕張メロン	北海道
2	大間まぐろ	青森
3	比内地鶏	秋田
4	なみえ焼そば	福島
5	船橋のなし	千葉
6	江戸野菜	東京
7	小田原かまぼこ	神奈川
8	新潟茶豆	新潟
9	富山湾のシロエビ	富山
10	加賀野菜	石川
11	駿河湾桜えび	静岡
12	一宮モーニング	愛知
13	松阪牛	三重
14	京の伝統野菜	京都
15	丹波篠山黒豆	兵庫
16	広島レモン	広島
17	下関ふく	山口
18	小豆島オリーブオイル	香川
19	球磨焼酎	熊本
20	みやざき地頭鶏	宮崎

◆ 地域区分

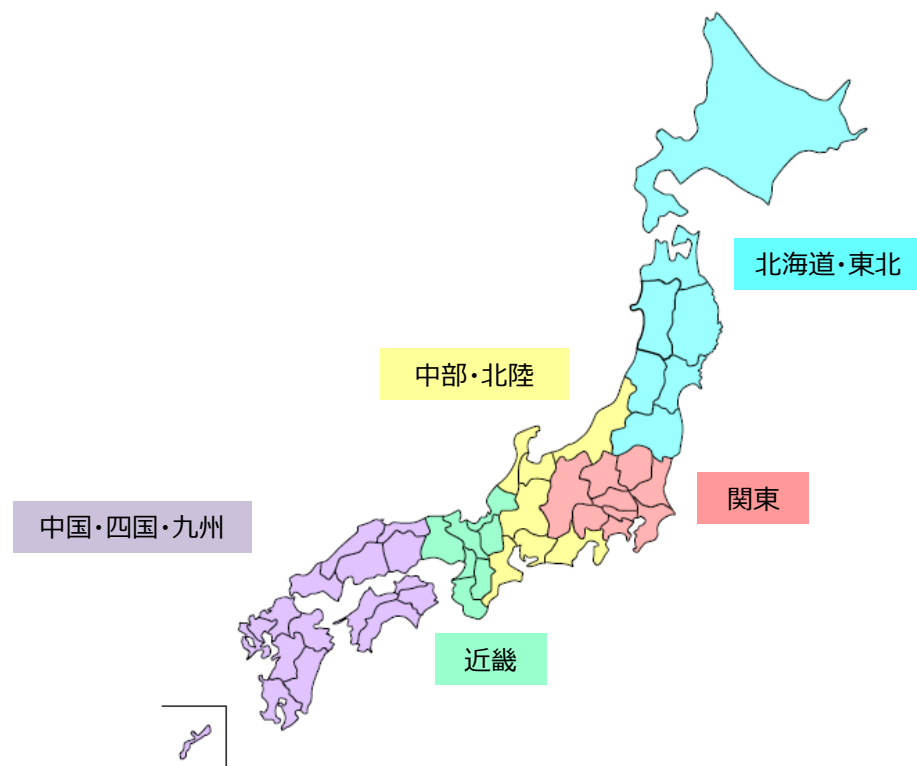
北海道・東北 …北海道、青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島

関東 …茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、長野

中部・北陸 …新潟、富山、石川、福井、岐阜、静岡、愛知、三重

近畿 …滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山

中国・四国・九州 …鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知、福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄



調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人
※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付を行った

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2017年7月調査 2017/7/5 ～ 7/17

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、45年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのに有用な手法と言えます。

特産品20品目ランキング（サマリー）

- ※ 20品目の特産品の中で、「知っているもの」「飲食経験があるもの」「最近自分で購入経験があるもの」「今後の購入意向があるもの」いずれもトップ5にランクインしているものは、『夕張メロン』と『松坂牛』。
- ※ 「飲食経験」「最近自購入経験」「今後の購入意向」でトップ5入りしているものは『丹波篠山黒豆』。『小豆島オリーブオイル』は、最近購入経験と今後の購入意向でトップ5入り。
- ※ 「今後の購入意向」を飲食経験者ベースでみると、ランキング1位は『船橋のなし』、5位には『新潟茶豆』。いずれも全体での購入意向は10位以下だが、飲食経験者の購入意向の高さがうかがえる結果となった。

<色分け種別>

野菜・くだもの

肉・魚

加工品その他

太字の数値は50%以上のもの

n=1,200

■ 知っているもの

順位	品名	%
1	夕張メロン	96.4
2	松坂牛	91.3
3	大間まぐろ	79.1
4	比内地鶏	67.7
5	下関ふく	66.6

■ 飲食経験があるもの

順位	品名	%
1	夕張メロン	62.8
2	松坂牛	46.3
3	小田原かまぼこ	35.7
4	丹波篠山黒豆	34.6
5	比内地鶏	29.7

■ 最近（この2～3年） 自分で購入経験があるもの

順位	品名	%
1	小田原かまぼこ	10.1
2	丹波篠山黒豆	7.7
3	夕張メロン	7.2
4	松坂牛	5.8
4	小豆島オリーブオイル	5.8

■ 今後購入意向があるもの

順位	品名	%
1	松坂牛	18.5
2	夕張メロン	15.7
3	大間まぐろ	14.3
4	小豆島オリーブオイル	10.4
5	丹波篠山黒豆	8.4

各品目の飲食経験者ベースの今後購入意向

太字の数値は、回答者全体のスコアを10ポイント以上上回るもの

順位	品名	n (各飲食経験者数)	%	全体(n=1,200) での順位
1	船橋のなし	101	26.7	13
2	松坂牛	556	25.2	1
3	大間まぐろ	327	23.9	3
4	小豆島オリーブオイル	250	23.2	4
5	新潟茶豆	172	20.9	15

1. 特産品の認知・経験・購入意向 ランキング（詳細） 全体・複数回答

- ※ 20品目の特産品の中で知っているものは、1位「夕張メロン」（96.4%）、2位「松坂牛」（91.3%）で全体の9割以上。認知率の上位は、『肉・魚』。
- ※ 飲食経験があるものは、1位「夕張メロン」（62.8%）だけが半数を超え、2位「松坂牛」（46.3%）が5割弱のほかは、20～30%台のものが多い。
- ※ 最近（この2～3年）、自分での購入経験があるものは1位「小田原かまぼこ」（10.1%）。この他はほとんどが10%未満。
- ※ 今後の購入意向は、1位「松坂牛」（18.5%）、2位「夕張メロン」（15.7%）、3位「大間まぐろ」（14.3%）と高級食材が上位。
- ※ 各項目でトップ5に入っているものは「夕張メロン」「松坂牛」、飲食経験・最近購入経験、今後の購入意向でトップ5入りしているものは「丹波篠山黒豆」。「小豆島オリーブオイル」は最近購入経験と今後の購入意向でトップ5入りしている。

<色分け種別>

野菜・くだもの

肉・魚

加工品その他

太字の数値は50%以上のもの

n=1,200

■ 知っているもの

順位	品名	%
1	夕張メロン	96.4
2	松坂牛	91.3
3	大間まぐろ	79.1
4	比内地鶏	67.7
5	下関ふく	66.6
6	小豆島オリーブオイル	59.9
7	丹波篠山黒豆	57.7
8	京の伝統野菜	52.6
9	小田原かまぼこ	51.8
10	みやざき地頭鶏	46.3
11	駿河湾桜えび	45.3
12	富山湾のシロエビ	37.3
13	球磨焼酎	33.8
14	広島レモン	30.7
15	加賀野菜	29.8
16	新潟茶豆	26.3
17	なみえ焼そば	25.4
18	船橋のなし	24.9
19	江戸野菜	21.8
20	一宮モーニング	12.0

■ 飲食経験があるもの

順位	品名	%
1	夕張メロン	62.8
2	松坂牛	46.3
3	小田原かまぼこ	35.7
4	丹波篠山黒豆	34.6
5	比内地鶏	29.7
6	大間まぐろ	27.3
7	下関ふく	24.5
8	京の伝統野菜	23.3
9	駿河湾桜えび	21.8
10	小豆島オリーブオイル	20.8
11	みやざき地頭鶏	20.3
12	富山湾のシロエビ	15.3
13	新潟茶豆	14.3
14	広島レモン	13.1
15	球磨焼酎	9.7
16	船橋のなし	8.4
17	加賀野菜	8.0
18	江戸野菜	5.8
19	なみえ焼そば	3.8
20	一宮モーニング	2.8

■ 最近（この2～3年）自分で購入経験があるもの

順位	品名	%
1	小田原かまぼこ	10.1
2	丹波篠山黒豆	7.7
3	夕張メロン	7.2
4	松坂牛	5.8
4	小豆島オリーブオイル	5.8
6	駿河湾桜えび	5.4
7	大間まぐろ	4.5
8	比内地鶏	4.2
9	みやざき地頭鶏	3.8
10	京の伝統野菜	3.7
11	新潟茶豆	3.6
12	富山湾のシロエビ	3.5
12	広島レモン	3.5
14	下関ふく	3.4
15	球磨焼酎	2.3
16	船橋のなし	1.9
17	江戸野菜	1.3
18	なみえ焼そば	1.1
18	一宮モーニング	1.1
20	加賀野菜	0.9

■ 今後購入意向があるもの

順位	品名	%
1	松坂牛	18.5
2	夕張メロン	15.7
3	大間まぐろ	14.3
4	小豆島オリーブオイル	10.4
5	丹波篠山黒豆	8.4
6	小田原かまぼこ	8.3
7	比内地鶏	8.2
8	下関ふく	8.0
9	みやざき地頭鶏	7.1
10	京の伝統野菜	6.8
11	駿河湾桜えび	6.6
12	広島レモン	6.3
13	船橋のなし	5.8
14	富山湾のシロエビ	5.4
15	新潟茶豆	4.7
16	球磨焼酎	4.4
17	加賀野菜	4.3
18	なみえ焼そば	3.5
19	江戸野菜	3.0
20	一宮モーニング	2.7

1. 特産品の認知・経験・購入意向 飲食経験者ベース 購入意向ランキング（詳細）

- ※ 20品目の特産品の今後の購入意向について、それぞれの品目の飲食経験がある人に絞ってみると、1位「船橋のなし」（26.7%）、2位「松坂牛」（25.2%）、3位「大間まぐろ」（23.9%）、4位「小豆島オリーブオイル」（23.2%）、5位「新潟茶豆」（20.9%）、6位「広島レモン」（20.4%）が2割以上。
- ※ 20品目のうちの半分以上は、全体での購入意向より飲食経験者の方が10ポイント以上高いが、中でも「船橋のなし」「新潟茶豆」は15～20ポイントほど高くなり、1位と5位にランクイン。

太字の数値は、回答者全体のスコアを10ポイント以上 上回るもの

各品目の飲食経験者ベースの今後購入意向

（降順）

順位	品名	n (各飲食経験者数)	%	(参考) 全体 n=1,200	全体(n=1,200) での順位
1	船橋のなし	101	26.7	5.8	13
2	松坂牛	556	25.2	18.5	1
3	大間まぐろ	327	23.9	14.3	3
4	小豆島オリーブオイル	250	23.2	10.4	4
5	新潟茶豆	172	20.9	4.7	15
6	広島レモン	157	20.4	6.3	12
7	夕張メロン	754	19.5	15.7	2
8	丹波篠山黒豆	415	19.3	8.4	5
9	下関ふく	294	18.7	8.0	8
9	小田原かまぼこ	428	18.7	8.3	6
11	みやざき地頭鶏	244	18.4	7.1	9
12	駿河湾桜えび	262	18.3	6.6	11
13	一宮モーニング	34	17.6	2.7	20
14	京の伝統野菜	279	17.2	6.8	10
15	江戸野菜	70	15.7	3.0	19
16	比内地鶏	356	15.4	8.2	7
17	富山湾のシロエビ	184	14.1	5.4	14
18	加賀野菜	96	12.5	4.3	17
19	球磨焼酎	116	12.1	4.4	16
20	なみえ焼そば	46	6.5	3.5	18

1. 特産品の認知・経験・購入意向 認知・飲食経験 回答者全体/性別・年代別

- ※ 知っている特産品を性別でみると、「小豆島オリブオイル」「丹波篠山黒豆」「京の伝統野菜」「広島レモン」が、男性に比べて女性の認知率が高い。年代別では、50代以上で全体に比べて10ポイント以上高いものが多くみられる一方で、10代・20代では全般的に認知率が低い。
- ※ 飲食経験のある特産品は、性別では「球磨焼酎」で男性の方が女性より高いほかは、大きな違いはみられない。年代別では、認知と同様に10代・20代で全般的に経験率が低く、50代以上では高い傾向。「小田原かまぼこ」「丹波篠山黒豆」は60代・70代で食べたことがある人が50%前後と高い。

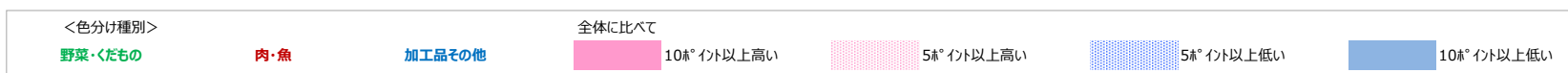


	n	夕張メロン	松坂牛	大間まぐろ	比内地鶏	下関ふく	小豆島 オリブオイル	丹波篠山 黒豆	京の 伝統野菜	小田原 かまぼこ	みやざき 地頭鶏	駿河湾 桜えび	富山湾の シロエビ	球磨焼酎	広島レモン	加賀野菜	新潟茶豆	なみえ 焼そば	船橋の なし	江戸野菜	一宮 モーニング	この中 にあてはまる ものはない	無回答
全体	1,200	96.4	91.3	79.1	67.7	66.6	59.9	57.7	52.6	51.8	46.3	45.3	37.3	33.8	30.7	29.8	26.3	25.4	24.9	21.8	12.0	1.7	0.3
男性	596	95.8	90.8	80.7	66.8	68.1	54.5	51.2	47.5	50.8	47.1	45.5	35.7	38.4	24.3	26.2	22.3	24.0	24.7	20.8	13.3	1.7	0.3
女性	604	97.0	91.7	77.5	68.5	65.1	65.2	64.1	57.6	52.6	45.5	45.2	38.7	29.1	36.9	33.3	30.3	26.8	25.2	22.7	10.8	1.7	0.3
15～19才	71	84.5	81.7	46.5	25.4	31.0	25.4	18.3	16.9	16.9	18.3	18.3	15.5	8.5	29.6	11.3	7.0	12.7	12.7	7.0	5.6	7.0	1.4
20～29才	149	95.3	89.9	65.8	61.1	35.6	30.9	32.9	40.9	32.9	44.3	29.5	22.1	17.4	29.5	16.1	16.8	23.5	24.8	18.1	9.4	0.7	0.7
30～39才	194	98.5	91.8	83.5	76.3	72.7	52.6	51.5	53.6	41.2	49.5	40.2	32.5	22.2	36.1	32.5	28.9	30.9	27.8	23.2	11.3	1.0	0.0
40～49才	214	96.7	91.6	82.2	74.3	67.8	64.0	57.0	54.7	47.2	49.5	45.8	37.4	31.8	26.6	32.7	29.9	30.8	30.4	21.5	12.1	1.9	0.5
50～59才	183	97.8	94.0	82.5	74.9	78.1	73.2	65.0	58.5	61.2	53.0	49.7	44.3	44.3	36.6	35.5	29.0	27.3	23.5	22.4	16.4	0.5	0.0
60～69才	220	97.7	93.6	89.1	70.0	80.9	76.4	78.2	58.2	68.2	52.3	60.0	51.8	47.3	28.6	35.0	29.5	23.2	22.3	23.6	12.7	0.9	0.5
70～79才	169	96.4	89.3	78.7	62.1	69.2	67.5	69.2	60.4	69.2	37.3	52.1	38.5	45.6	27.2	29.6	28.4	20.1	24.9	26.6	11.8	3.0	0.0

	n	夕張メロン	松坂牛	小田原 かまぼこ	丹波篠山 黒豆	比内地鶏	大間まぐろ	下関ふく	京の 伝統野菜	駿河湾 桜えび	小豆島 オリブオイル	みやざき 地頭鶏	富山湾の シロエビ	新潟茶豆	広島レモン	球磨焼酎	船橋の なし	加賀野菜	江戸野菜	なみえ 焼そば	一宮 モーニング	この中 にあてはまる ものはない	無回答
全体	1,200	62.8	46.3	35.7	34.6	29.7	27.3	24.5	23.3	21.8	20.8	20.3	15.3	14.3	13.1	9.7	8.4	8.0	5.8	3.8	2.8	10.1	3.2
男性	596	60.2	49.3	33.9	29.7	28.7	29.0	27.0	20.8	23.3	16.1	21.8	14.8	11.9	10.6	15.6	8.6	7.6	5.7	3.7	2.7	11.6	3.5
女性	604	65.4	43.4	37.4	39.4	30.6	25.5	22.0	25.7	20.4	25.5	18.9	15.9	16.7	15.6	3.8	8.3	8.4	6.0	4.0	3.0	8.6	2.8
15～19才	71	42.3	29.6	11.3	9.9	5.6	11.3	5.6	5.6	5.6	4.2	7.0	1.4	1.4	9.9	0.0	2.8	0.0	1.4	2.8	0.0	26.8	7.0
20～29才	149	53.7	33.6	16.1	16.1	19.5	15.4	7.4	17.4	13.4	6.7	16.8	7.4	4.0	10.7	0.0	6.0	2.7	2.7	3.4	2.7	16.1	3.4
30～39才	194	67.0	46.9	26.3	29.4	34.5	29.4	24.2	20.1	16.5	13.9	25.8	12.9	15.5	12.9	8.8	5.7	6.7	4.6	2.1	3.6	11.3	3.6
40～49才	214	59.8	48.1	34.1	27.1	32.2	25.2	21.0	23.4	20.1	17.3	19.6	15.9	15.0	11.2	7.5	9.8	9.8	6.1	6.1	2.8	7.9	3.3
50～59才	183	68.9	53.0	41.5	41.5	37.7	30.1	29.0	29.5	23.0	33.3	27.3	16.9	16.9	17.5	12.6	10.4	8.2	6.6	4.4	2.7	6.0	2.7
60～69才	220	65.9	50.9	50.0	51.8	30.0	32.3	33.2	26.4	29.1	29.1	19.1	20.5	20.0	11.4	15.9	7.7	10.9	7.3	2.7	1.8	8.6	3.2
70～79才	169	68.0	48.5	50.9	46.7	30.8	34.9	36.1	28.4	33.7	28.4	17.8	21.9	16.6	16.6	14.8	13.0	11.2	8.9	4.7	4.7	5.3	1.2

1. 特産品の認知・経験・購入意向 最近の購入経験・今後の購入意向 回答者全体/性別・年代別

- ※ 最近（この2～3年）自分で購入した経験のある特産品は、「小田原かまぼこ」「丹波篠山黒豆」が70代で全体に比べて10ポイント以上高く、5ポイント以上高い項目もいくつかみられる。一方で、10代・20代の70%前後、30代の60%前後がこの20品目の中では、最近の購入経験がないと回答。
- ※ 今後の購入意向に関しては、50代で「松阪牛」、70代で「夕張メロン」「小豆島オリーブオイル」「丹波篠山黒豆」「小田原かまぼこ」が、全体に比べて5ポイントほど高いものの、認知や飲食経験ほど年代での違いはみられない。



最近（この2～3年）自分で購入経験があるもの (全体降順) (%)

	n	小田原かまぼこ	丹波篠山黒豆	夕張メロン	松坂牛	小豆島オリーブオイル	駿河湾桜えび	大間まぐろ	比内地鶏	みやざき地頭鶏	京の伝統野菜	新潟茶豆	富山湾のシロエビ	広島レモン	下関ふく	球磨焼酎	船橋のなし	江戸野菜	なみえ焼そば	一宮モーニング	加賀野菜	このなかてはまるものはない	無回答
全体	1,200	10.1	7.7	7.2	5.8	5.8	5.4	4.5	4.2	3.8	3.7	3.6	3.5	3.5	3.4	2.3	1.9	1.3	1.1	1.1	0.9	52.8	15.7
男性	596	8.6	5.0	4.5	5.5	3.2	5.5	4.4	3.5	4.0	2.0	2.5	3.5	2.2	3.7	3.9	1.3	1.0	0.8	1.3	0.8	57.7	15.6
女性	604	11.6	10.3	9.8	6.0	8.3	5.3	4.6	4.8	3.6	5.3	4.6	3.5	4.8	3.1	0.8	2.5	1.5	1.3	0.8	1.0	48.0	15.7
15～19才	71	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	73.2	22.5
20～29才	149	1.3	1.3	1.3	3.4	0.7	2.0	0.0	0.0	0.7	0.7	0.7	0.0	1.3	0.7	0.0	1.3	0.7	0.7	0.7	0.0	69.8	18.8
30～39才	194	3.6	4.1	3.6	2.6	2.6	2.1	3.6	3.6	2.6	1.0	3.1	1.5	3.6	2.6	0.5	0.5	0.5	1.0	2.1	0.5	59.8	18.0
40～49才	214	7.9	5.1	4.7	5.6	2.8	4.2	2.8	4.2	4.7	2.8	3.7	2.8	2.8	1.9	1.4	1.9	1.9	2.3	0.5	1.4	51.9	17.8
50～59才	183	12.6	10.4	10.9	8.2	7.1	4.4	2.7	3.8	7.7	3.8	1.6	4.9	4.9	4.4	2.7	3.3	1.6	1.1	0.5	0.5	45.4	14.2
60～69才	220	14.1	9.5	8.6	7.7	9.5	8.2	7.3	6.4	3.6	4.1	4.1	4.1	2.7	5.5	5.9	1.4	1.4	0.0	0.9	0.9	46.8	15.0
70～79才	169	23.7	18.3	16.0	8.9	13.6	13.6	11.8	7.7	4.1	11.2	8.9	8.9	7.1	6.5	3.6	3.6	1.2	1.2	2.4	2.4	38.5	7.1

今後購入意向があるもの (全体降順)

	n	松坂牛	夕張メロン	大間まぐろ	小豆島オリーブオイル	丹波篠山黒豆	小田原かまぼこ	比内地鶏	下関ふく	みやざき地頭鶏	京の伝統野菜	駿河湾桜えび	広島レモン	船橋のなし	富山湾のシロエビ	新潟茶豆	球磨焼酎	加賀野菜	なみえ焼そば	江戸野菜	一宮モーニング	このなかてはまるものはない	無回答
全体	1,200	18.5	15.7	14.3	10.4	8.4	8.3	8.2	8.0	7.1	6.8	6.6	6.3	5.8	5.4	4.7	4.4	4.3	3.5	3.0	2.7	40.5	14.6
男性	596	17.3	12.2	14.3	6.0	5.4	6.5	7.0	7.7	7.6	2.9	4.7	3.0	3.9	4.0	3.4	5.9	3.2	2.5	2.2	2.3	47.1	14.8
女性	604	19.7	19.0	14.4	14.7	11.4	10.1	9.3	8.3	6.6	10.6	8.4	9.6	7.6	6.8	6.0	3.0	5.3	4.5	3.8	3.0	33.9	14.4
15～19才	71	16.9	15.5	7.0	2.8	4.2	4.2	4.2	5.6	2.8	5.6	5.6	5.6	8.5	5.6	2.8	2.8	4.2	5.6	1.4	4.2	53.5	14.1
20～29才	149	19.5	16.1	10.7	3.4	2.7	5.4	8.7	5.4	8.1	4.0	3.4	4.7	8.7	4.0	2.7	6.7	4.7	6.0	4.0	4.7	45.0	17.4
30～39才	194	17.5	13.9	13.9	10.8	6.2	5.7	10.3	7.2	7.7	5.2	4.1	9.8	3.6	4.6	4.1	3.1	3.6	4.1	2.1	3.6	41.2	14.9
40～49才	214	16.4	12.1	13.6	8.4	5.6	4.2	5.6	7.0	6.1	7.0	3.7	5.1	5.1	4.7	3.7	5.1	3.7	3.7	2.3	1.4	41.6	15.9
50～59才	183	23.5	18.0	17.5	13.1	9.8	10.9	10.9	10.4	9.3	7.7	9.8	4.4	8.2	8.7	5.5	1.6	6.0	3.3	4.9	2.7	34.4	12.0
60～69才	220	15.9	14.5	14.5	11.8	11.8	11.4	7.7	7.3	5.9	7.3	7.7	6.4	2.7	5.0	5.9	5.9	3.2	2.3	2.7	0.9	40.5	16.4
70～79才	169	20.1	20.7	18.3	17.2	15.4	14.2	7.7	11.8	7.7	9.5	11.2	7.7	6.5	5.3	6.5	4.7	4.7	1.2	3.0	3.0	35.5	10.7

1. 特産品の認知・経験・購入意向 認知・飲食経験 回答者全体/地域別

※ 知っている特産品を地域別でみると、関東は一部東北地方の特産品の認知率や飲食経験率が高いものの、概ね生産県とそのエリアでの認知率、飲食経験が高い状況。

※ 地域別で差がないものは、「夕張メロン」「松坂牛」の認知率、「球磨焼酎」の飲食経験率で、これらは全国区の品目といえる。



知っているもの (北から順)

	n	夕張メロン	大間まぐろ	比内地鶏	なみえ焼そば	船橋のなし	江戸野菜	小田原かまぼこ	新潟茶豆	富山湾のシロエビ	加賀野菜	駿河湾桜えび	一宮モーニング	松坂牛	京の伝統野菜	丹波篠山黒豆	広島レモン	下関ふく	小豆島利アザイル	球磨焼酎	みやざき地頭鶏	この中であてはまるものはない	無回答
全体	1,200	96.4	79.1	67.7	25.4	24.9	21.8	51.8	26.3	37.3	29.8	45.3	12.0	91.3	52.6	57.7	30.7	66.6	59.9	33.8	46.3	1.7	0.3
北海道・東北	144	99.3	90.3	81.9	41.0	17.4	19.4	37.5	22.2	22.2	22.9	26.4	4.2	88.9	42.4	41.0	18.1	54.9	45.8	24.3	28.5	0.0	0.0
関東	432	96.8	81.5	73.4	28.7	38.2	30.8	78.0	38.0	42.6	33.1	57.6	9.3	92.6	54.9	58.8	29.6	66.2	60.0	36.8	50.0	1.6	0.7
中部・北陸	192	97.4	80.2	62.5	19.3	17.7	17.2	47.4	27.6	53.6	37.0	55.2	37.0	89.6	51.6	54.2	25.5	60.9	60.4	30.7	41.1	1.6	0.5
近畿	192	97.4	78.6	65.1	18.8	16.1	13.0	33.9	12.5	40.1	22.9	38.0	5.7	94.3	63.5	80.2	29.7	69.8	67.2	26.6	44.3	0.0	0.0
中国・四国・九州	240	92.5	67.5	55.0	20.4	18.3	17.5	30.8	17.9	21.3	27.5	32.5	6.7	89.2	46.7	50.4	45.0	76.3	62.1	42.1	56.3	4.2	0.0

飲食経験があるもの (北から順)

	n	夕張メロン	大間まぐろ	比内地鶏	なみえ焼そば	船橋のなし	江戸野菜	小田原かまぼこ	新潟茶豆	富山湾のシロエビ	加賀野菜	駿河湾桜えび	一宮モーニング	松坂牛	京の伝統野菜	丹波篠山黒豆	広島レモン	下関ふく	小豆島利アザイル	球磨焼酎	みやざき地頭鶏	この中であてはまるものはない	無回答
全体	1,200	62.8	27.3	29.7	3.8	8.4	5.8	35.7	14.3	15.3	8.0	21.8	2.8	46.3	23.3	34.6	13.1	24.5	20.8	9.7	20.3	10.1	3.2
北海道・東北	144	72.9	41.0	50.0	11.8	2.8	2.8	20.8	9.7	5.6	3.5	7.6	1.4	34.7	12.5	18.1	6.3	16.0	10.4	6.9	4.9	9.0	0.0
関東	432	66.9	35.6	37.0	4.6	18.3	11.1	64.4	24.8	19.0	9.3	31.0	1.4	50.2	24.1	35.0	12.7	23.1	17.8	11.1	22.0	8.6	4.2
中部・北陸	192	58.3	22.9	22.4	2.6	4.7	3.1	30.2	13.5	29.2	14.6	34.4	12.5	52.1	20.3	30.7	5.2	16.1	21.9	8.9	17.7	7.3	4.2
近畿	192	63.5	18.2	25.0	1.0	2.1	2.6	18.8	6.3	14.6	6.8	17.2	1.0	58.9	37.0	56.8	12.0	28.1	29.7	7.3	16.7	8.9	2.6
中国・四国・九州	240	52.5	14.6	13.8	0.8	2.1	2.9	10.8	5.4	4.2	4.2	7.5	0.0	31.7	19.6	29.2	25.0	35.8	24.6	11.3	31.7	16.7	2.9

1. 特産品の認知・経験・購入意向 最近の購入経験・今後の購入意向 回答者全体/地域別

※ 購入経験率と購入意向率は、全体として比率が低いため、認知率や飲食経験率ほど地域差はみられないものの、「小田原のかまぼこ」や「京の伝統野菜」「丹波篠山黒豆」「みやざき地頭鶏」「夕張メロン」などでは、当該地域での比率がやや高い傾向がみとれる。



最近（この2～3年）自分で購入経験があるもの (北から順) (%)

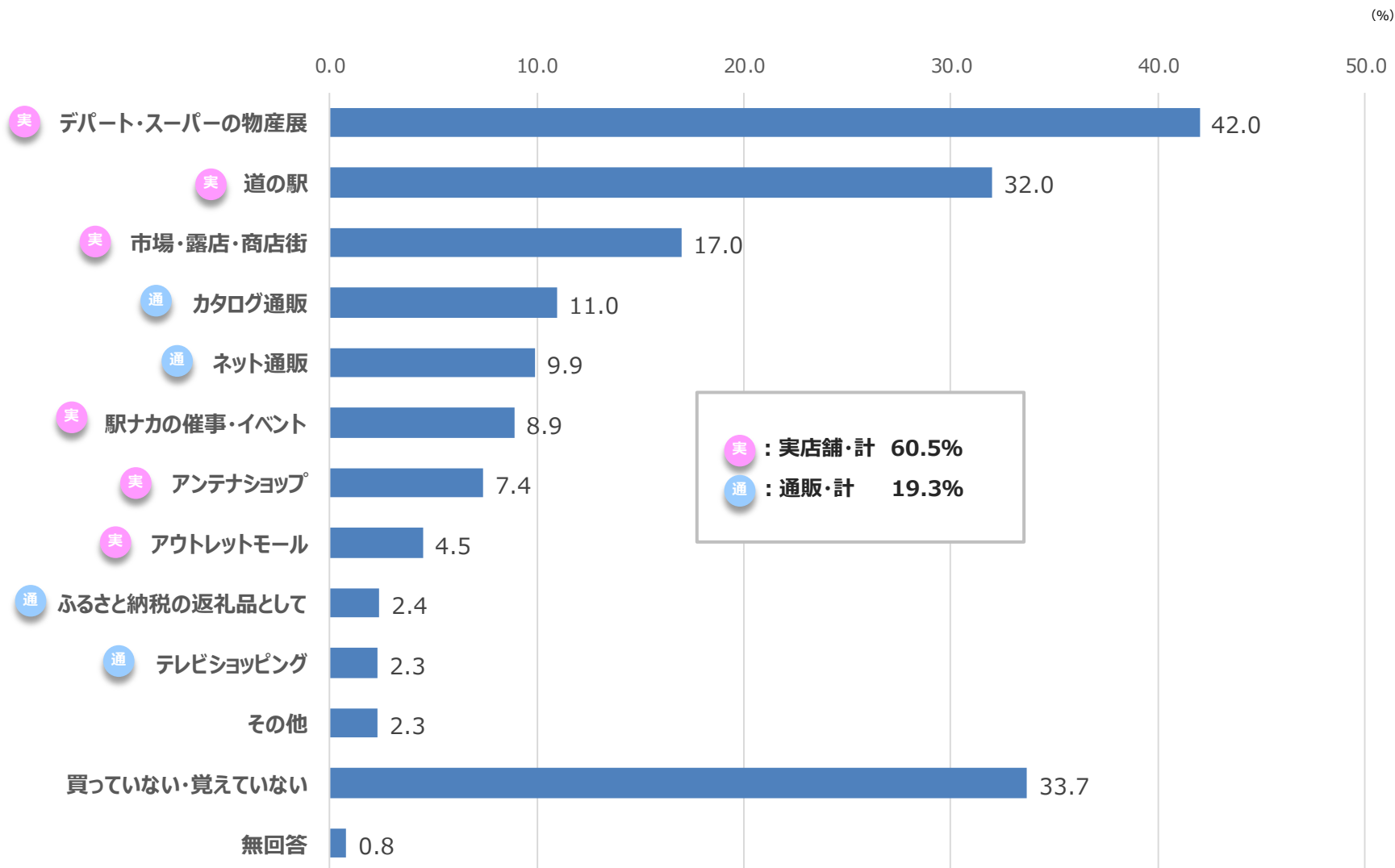
	n	夕張メロン	大間まぐろ	比内地鶏	なみえ焼そば	船橋のなし	江戸野菜	小田原かまぼこ	新潟茶豆	富山湾のシロエビ	加賀野菜	駿河湾桜えび	一宮モーニング	松坂牛	京の伝統野菜	丹波篠山黒豆	広島レモン	下関ふく	小豆島リーフオイル	球磨焼酎	みやざき地頭鶏	この中であてはまるものはない	無回答
全体	1,200	7.2	4.5	4.2	1.1	1.9	1.3	10.1	3.6	3.5	0.9	5.4	1.1	5.8	3.7	7.7	3.5	3.4	5.8	2.3	3.8	52.8	15.7
北海道・東北	144	8.3	5.6	9.0	4.2	0.0	0.7	4.2	0.7	2.8	0.7	2.1	0.7	2.8	1.4	1.4	2.1	0.7	1.4	0.7	0.0	70.1	5.6
関東	432	7.6	5.8	6.0	0.9	4.9	2.3	19.4	6.0	5.8	0.5	8.6	0.5	7.9	3.5	8.3	2.8	3.5	5.1	2.3	4.6	45.8	18.3
中部・北陸	192	8.9	4.7	1.0	0.5	0.0	1.0	7.8	5.2	4.7	2.6	8.3	4.2	9.4	3.1	5.2	1.0	3.1	4.7	0.5	2.1	47.4	17.2
近畿	192	4.2	3.6	3.1	0.5	0.0	0.0	5.2	2.1	1.6	1.0	3.6	0.5	4.2	8.9	16.7	5.7	2.1	6.8	2.1	0.5	55.2	15.1
中国・四国・九州	240	6.7	2.1	1.3	0.4	0.8	0.8	2.5	0.8	0.4	0.4	0.8	0.4	2.1	1.7	5.0	5.8	6.3	9.6	5.0	8.8	57.5	16.3

今後購入意向があるもの (北から順)

	n	夕張メロン	大間まぐろ	比内地鶏	なみえ焼そば	船橋のなし	江戸野菜	小田原かまぼこ	新潟茶豆	富山湾のシロエビ	加賀野菜	駿河湾桜えび	一宮モーニング	松坂牛	京の伝統野菜	丹波篠山黒豆	広島レモン	下関ふく	小豆島リーフオイル	球磨焼酎	みやざき地頭鶏	この中であてはまるものはない	無回答
全体	1,200	15.7	14.3	8.2	3.5	5.8	3.0	8.3	4.7	5.4	4.3	6.6	2.7	18.5	6.8	8.4	6.3	8.0	10.4	4.4	7.1	40.5	14.6
北海道・東北	144	21.5	15.3	9.0	3.5	6.3	2.1	4.2	1.4	4.2	2.8	4.2	0.0	12.5	4.9	3.5	4.9	4.9	11.1	3.5	4.2	59.0	4.2
関東	432	18.1	18.3	10.6	4.9	9.5	4.6	16.2	7.4	7.4	5.3	9.7	2.3	21.8	6.3	7.6	8.1	9.0	10.6	4.9	6.3	30.3	19.7
中部・北陸	192	15.1	15.1	8.3	1.0	3.1	2.6	6.8	4.2	6.8	3.1	5.7	6.3	22.4	4.7	7.3	2.6	7.3	10.4	4.2	6.3	35.4	16.1
近畿	192	12.5	12.5	6.8	3.1	3.6	2.1	3.1	4.7	3.1	6.3	5.7	2.1	17.7	13.0	17.7	7.3	10.9	10.4	3.6	6.3	39.6	12.0
中国・四国・九州	240	10.8	7.5	4.2	3.3	2.5	1.7	2.1	2.1	3.3	2.5	3.8	2.5	13.8	5.4	6.3	6.3	6.3	9.6	5.0	11.7	52.5	12.5

2. 最近購入した特産品の購入チャネル 回答者全体・複数回答

- ※ 最近（この2～3年）これらの特産品を購入した場所等をみると、「デパート・スーパーの物産展」（42.0%）、「道の駅」（32.0%）が2大チャネルとなっている。この2つを含む『実店舗・計』は60.5%、『通販・計』は19.3%で、実店舗の比率が高い。
- ※ また、近年話題の「ふるさと納税の返礼品」としての購入は、2.4%にとどまった。



2. 最近購入した特産品の購入チャネル 回答者全体／性・年代別 地域別

- ※ 最近（この2～3年）特産品を購入した場所等を性別でみると、「デパート・スーパーの物産展」は男性よりも女性の比率が高いが、それ以外のチャネルでは性別での差はみられない。
- ※ 年代別でみると、「デパート・スーパーの物産展」「道の駅」「市場・露店・商店街」は50代と70代で、「カタログ通販」は60代・70代で全体より5ポイント以上高い。
- ※ また、地域別でみると、「駅ナカの催事・イベント」「アンテナショップ」は関東で全体に比べて5ポイントほど高く、関東特有のチャネルといえよう。

特産品の購入チャネル

(全体降順)

全体に比べて

10ポイント以上高い

5ポイント以上高い

5ポイント以上低い

10ポイント以上低い

<性・年代別>

(%)

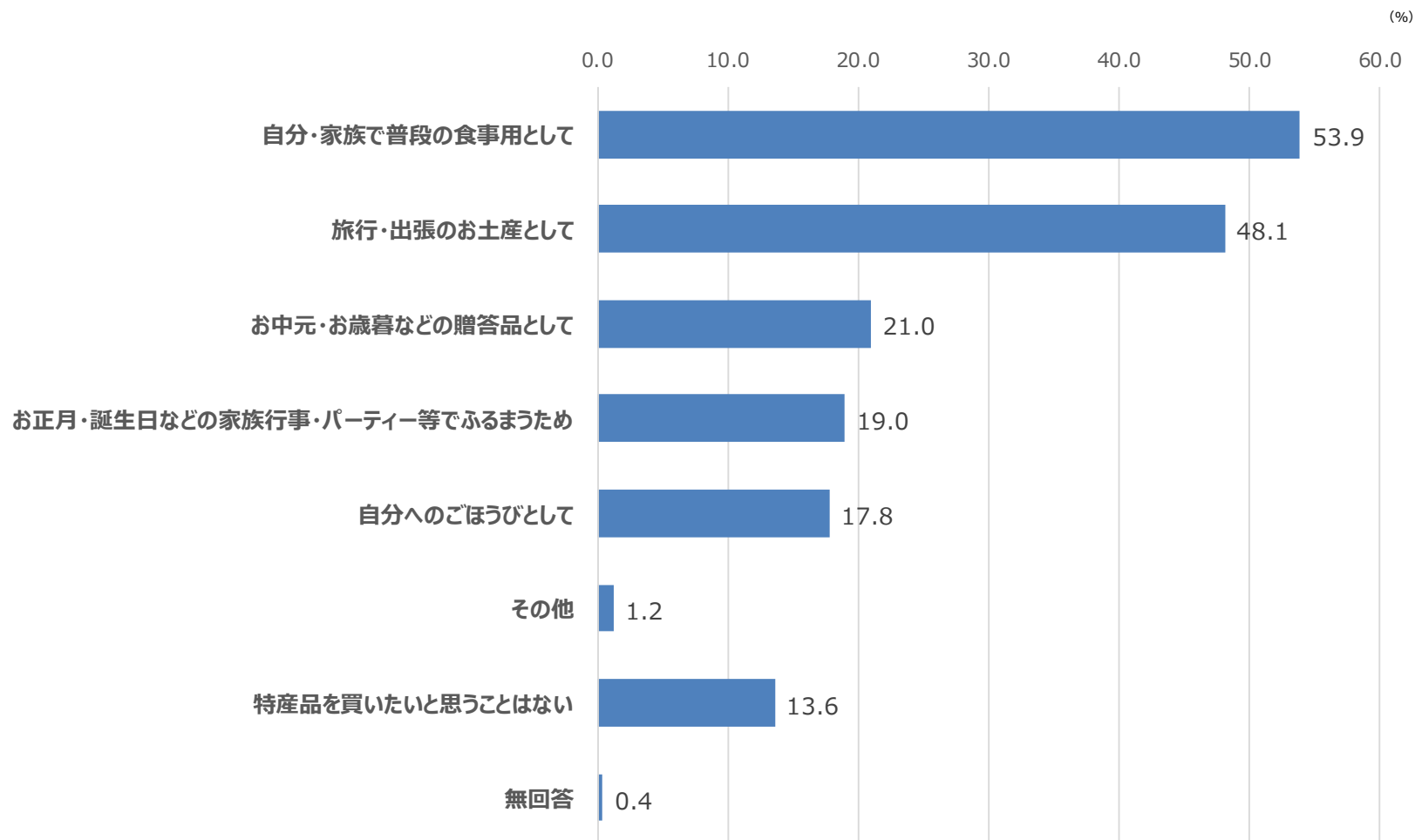
	n	デパート・スーパーの物産展	道の駅	市場・露店・商店街	カタログ通販	ネット通販	駅ナカの催事・イベント	アンテナショップ	アウトレットモール	ふるさと納税の返礼品として	テレビショッピング	その他	買ってない・覚えてない	無回答
全 体	1,200	42.0	32.0	17.0	11.0	9.9	8.9	7.4	4.5	2.4	2.3	2.3	33.7	0.8
男 性	596	34.1	31.0	15.9	8.4	10.1	6.7	6.2	4.5	3.0	1.7	1.7	39.1	0.3
女 性	604	49.8	32.9	18.0	13.6	9.8	11.1	8.6	4.5	1.8	3.0	2.8	28.3	1.2
15～19才	71	18.3	8.5	2.8	1.4	2.8	2.8	0.0	7.0	1.4	0.0	0.0	71.8	1.4
20～29才	149	32.9	20.1	9.4	1.3	10.7	6.0	7.4	4.0	0.7	0.0	0.7	44.3	1.3
30～39才	194	44.3	31.4	13.4	6.7	9.8	10.3	10.8	4.6	3.6	0.5	1.5	36.6	0.0
40～49才	214	43.9	32.2	14.0	8.4	12.1	7.9	6.1	5.6	2.8	0.9	1.4	32.2	1.4
50～59才	183	47.5	40.4	25.1	14.2	11.5	10.9	9.8	4.4	3.3	1.6	1.1	19.1	0.0
60～69才	220	42.7	35.0	19.1	18.2	10.0	10.5	6.4	1.8	1.8	6.4	4.1	28.6	0.5
70～79才	169	47.9	39.6	26.0	18.9	7.7	9.5	7.1	5.9	2.4	4.7	5.3	29.0	1.2

<地域別>

	n	デパート・スーパーの物産展	道の駅	市場・露店・商店街	カタログ通販	ネット通販	駅ナカの催事・イベント	アンテナショップ	アウトレットモール	ふるさと納税の返礼品として	テレビショッピング	その他	買ってない・覚えてない	無回答
全 体	1,200	42.0	32.0	17.0	11.0	9.9	8.9	7.4	4.5	2.4	2.3	2.3	33.7	0.8
北海道・東北	144	42.4	36.8	12.5	11.8	9.0	5.6	3.5	7.6	2.8	2.1	2.1	31.3	0.0
関 東	432	44.0	30.3	20.8	10.6	8.3	14.8	12.5	5.8	3.2	3.0	2.5	32.2	1.2
中部・北陸	192	41.7	33.3	15.1	11.5	13.5	5.2	2.1	1.6	1.6	1.6	2.6	34.4	1.6
近 畿	192	41.7	28.1	13.5	9.4	8.3	4.7	4.2	3.1	2.1	1.6	3.1	35.4	0.0
中国・四国・九州	240	38.8	34.2	17.1	12.1	11.7	6.7	7.5	3.8	1.7	2.5	0.8	35.8	0.4

3. 特産品の購入目的 回答者全体・複数回答

- ※ 特産品を購入する目的としては、「自分・家族で普段の食事用として」（53.9%）という『普段使い』が半数を超え、「旅行・出張のお土産として」（48.1%）がこれに続く。「お中元・お歳暮などの贈答品として」（21.0%）、「お正月・誕生日などの家族行事・パーティー等でふるまうため」（19.0%）、「自分へのごほうびとして」（17.8%）など、非日常の用途は20%前後となっている。
- ※ 「特産品を買いたいと思うことはない」（13.6%）は10%程度。

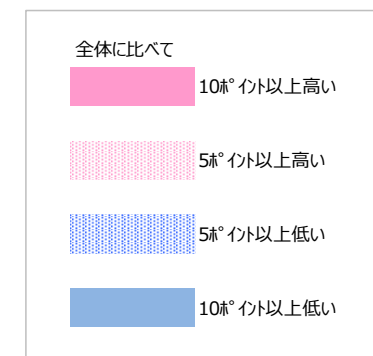


3. 特産品の購入目的 回答者全体/性・年代別

- ※ 特産品を購入する目的を性別で見ると、「自分・家族で普段の食事用として」は女性の方が男性よりも高い。
- ※ 年代別で見ると、50代で「自分・家族で普段の食事用として」といった普段使い、70代では「お中元・お歳暮などの贈答品として」が、全体に比べて10ポイント以上高い。20代では「自分へのごほうびとして」、30代ではこれに加えて「お正月・誕生日などの家族行事・パーティ等でふるまうため」が全体に比べて5ポイントほど高く、『特別感』『非日常感』が若年層の特産品消費のフックとなりそうだ。

<性・年代別> (％)

	n	自分・家族で 普段の 食事用として	旅行・出張の お土産として	お中元・ お歳暮などの 贈答品として	お正月・誕生日 などの家族行事・ パーティー等で ふるまうため	自分への ごほうびとして	その他	特産品を 買いたいと 思うことはない	無回答
全 体	1,200	53.9	48.1	21.0	19.0	17.8	1.2	13.6	0.4
男 性	596	48.2	45.6	17.3	14.4	14.1	1.2	17.6	0.3
女 性	604	59.6	50.5	24.7	23.5	21.5	1.2	9.6	0.5
15～19才	71	38.0	23.9	4.2	11.3	18.3	2.8	32.4	0.0
20～29才	149	36.9	47.7	8.7	14.1	27.5	0.7	18.1	1.3
30～39才	194	57.2	50.0	18.0	26.3	25.3	0.5	7.7	0.0
40～49才	214	55.6	51.4	22.4	17.3	18.2	0.9	11.7	0.5
50～59才	183	66.7	56.3	21.3	19.7	18.0	1.6	7.7	0.0
60～69才	220	53.6	47.7	25.9	19.1	10.9	1.4	11.4	0.5
70～79才	169	56.2	43.8	33.7	19.5	8.9	1.2	20.1	0.6



日本リサーチセンターの訪問留置のオムニバス調査(NOS) は、

- ・自分たちの地域の特徴が、全国的にどのように認知・浸透しているか？
- ・全国の人にもっと知ってもらって、買ってもらうには？
- ・自分たちの地域に来てもらったり、住んでもらったりするために必要な魅力は？

などの疑問や課題にお答えし、「自分の地域のポジションを知る」ツールとして、全国の「地方創生」を支援いたします。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの外部への引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先: 日本リサーチセンター広報室 メール: information@nrc.co.jp

**掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。**