

「チャレンジふくしま応援隊」情報発信事業 アンケート結果(26～29年度)

1. アンケート回答者数

	平成26年度		平成27年度		平成28年度		平成29年度	
関東	663	43%	889	31%	1,427	47%	1,355	37%
山梨・東海	63	4%	142	5%	92	3%	227	6%
関西	249	16%	300	11%	391	13%	432	12%
広島	371	24%	757	27%	563	19%	613	17%
福岡	196	13%	755	27%	552	18%	1,072	29%
計	1,542		2,843		3,025		3,699	

- 回答者数は、年々増加しており、29年度は特に福岡が多くなった。

2. 時系列での傾向

Q あなたは「ふくしま」といえば何を思い浮かべますか？(複数回答あり)

	平成27年度	平成28年度	平成29年度
原発(事故)、原子力発電所	24.9%	32.1%	29.9%
震災、東日本大震災	11.5%	15.8%	20.8%
会津	8.6%	9.9%	7.2%
果物、くだもの、フルーツ	7.7%	17.6%	16.3%
米	3.8%	4.8%	4.9%

- 原発事故、東日本大震災を思い浮かべる人の割合が多く、増加傾向にある。
○ くだものを思い浮かべる人の割合も28年度から増加している。

Q あなたは震災以降、福島県産農林水産物を購入していますか？

	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
①震災から現在まで購入していない	15.5%	14.6%	14.1%	10.6%
②震災後しばらく購入していなかったが、現在は購入	13.3%	21.6%	27.6%	22.2%
③震災前からずっと購入している	50.9%	30.2%	32.1%	29.5%
④わからない	19.3%	30.9%	23.6%	35.7%
⑤未回答	1.0%	2.7%	2.5%	2.0%

- 現在まで購入していない人の割合(①)は、減少傾向にある。
○ 現在は購入している(②)及びずっと購入している(③)人の割合を合計すると過去4年間50%を超えている。
○ 29年度は、わからない(④)と回答した人の割合が最も多く、産地を気にせず購入している人が多かったと考えられる。

Q 福島県に関する情報で見たことがあるものは？(複数回答可)

	平成28年度	平成29年度
①原発事故に関する情報	84.1%	66.0%
②復旧・復興に関する情報	68.8%	54.5%
③除染に関する情報	59.2%	37.4%
④避難者の生活、帰還に関する情報	(項目なし)	35.1%
⑦観光情報	41.1%	32.7%
⑤福島県内各地の放射線量に関する情報	33.0%	22.3%
⑥農林水産物の安全対策に関する情報	25.4%	16.6%

- 原発事故に関する情報や復旧・復興に関する情報を見たことがある人の割合は、28年度より減少しているものの、依然として多くなっている。

Q 福島県の情報発信について効果的だと思う方法は?(複数回答可)

	平成28年度	平成29年度
②テレビ番組	65.0%	69.8%
①新聞	55.3%	51.4%
③テレビCM	37.4%	37.9%
⑦facebook	12.1%	19.0%
⑩イベント・シンポジウム	23.1%	17.6%
④ラジオ	20.8%	15.7%
⑥You Tube	12.9%	13.5%
⑤雑誌	16.3%	12.2%
⑧ホームページ	14.7%	12.0%

- テレビ番組による情報発信が効果的だと回答した人の割合が約7割と最も多かった。
- facebookと回答した人の割合が28年度より増加し、19%となった。

Q 福島県を応援していただける方々を増やしたり、福島県への関心を高めてもらうためには、何を伝えればいいか?(複数回答可)

	平成28年度	平成29年度
①福島県の復興状況	64.6%	65.4%
⑥農林水産物の魅力(おいしさ)	36.6%	39.7%
⑦観光名所、伝統工芸品の魅力	37.6%	39.4%
⑨福島県民の「思い」や「姿」	32.1%	36.0%
②原発の状況	39.9%	32.5%
⑧日本酒など県産品の魅力(おいしさ)	27.4%	29.8%
④農林水産物の安全対策	33.3%	26.6%
⑤農林水産物の検査結果	23.2%	17.6%
③福島県内各地の放射線量	23.0%	15.5%

- 福島県の復興状況と回答した人の割合が圧倒的に多く、6割を超えている。
- 農林水産物の魅力(おいしさ)、日本酒など県産品の魅力(おいしさ)、観光名所等と回答した人の割合が増加している。
- 一方で、農林水産物の安全対策、農林水産物の検査結果、県内各地の放射線量と回答した人の割合は減少しており、プラスのイメージを発信すべきと考える人の割合が多くなってきている。

3. 地域別の傾向(平成29年度アンケート結果より)

Q あなたは「ふくしま」といえば何を思い浮かべますか？(複数回答あり)

	関東	中部	関西	中国	九州	合計
原発(事故)、原子力発電所	27.6%	24.7%	17.4%	36.9%	34.9%	29.9%
震災、東日本大震災	10.8%	18.5%	13.9%	19.9%	37.4%	20.8%
会津	8.9%	9.7%	8.8%	8.5%	3.1%	7.2%
果物、くだもの、フルーツ	23.0%	12.8%	20.1%	8.3%	11.8%	16.3%
米	5.3%	4.4%	7.2%	1.6%	5.4%	4.9%

- 原発事故、東日本大震災を思い浮かべる人の割合は、西日本(中国・九州)で特に多くなっている。
- 関東及び関西では、くだものを思い浮かべる人の割合が20%を超えている。

Q あなたは震災以降、福島県産農林水産物を購入していますか？

	関東	中部	関西	中国	九州	合計
①震災から現在まで購入していない	9.8%	15.0%	10.6%	14.5%	8.4%	10.6%
②震災後しばらく購入していなかったが、現在は購入している	30.8%	22.9%	26.4%	18.8%	11.4%	22.2%
③震災前からずっと購入している	44.2%	25.6%	30.6%	26.9%	12.8%	29.5%
④わからない	13.1%	33.9%	31.7%	37.0%	65.6%	35.7%
⑤未回答	2.1%	2.6%	0.7%	2.8%	1.9%	2.0%

- 県産農林水産物を購入している人(②+③)の割合は、関東(75.0%)、関西(57.0%)の順で多くなっている。
- 九州は、高校生の回答が多かったこともあり、わからないと回答した割合が最も多かった。

Q 福島県に関する情報を見たことがありますか。

	関東	中部	関西	中国	九州	合計
①よく見かける	51.1%	33.5%	37.5%	40.8%	20.3%	37.8%
②たまに見かける	44.4%	56.8%	53.5%	47.1%	59.9%	51.1%
③ほとんど見かけない	3.5%	8.4%	6.7%	5.7%	16.0%	8.2%
④見かけたことはない	0.3%	1.3%	2.1%	2.6%	3.5%	1.9%
⑤未回答	0.7%	0.0%	0.2%	3.8%	0.3%	1.0%

- よく見かけるとたまに見かける人の割合の合計(①+②)は、関東・中部・関西で90%を超えている。
- 中国・九州でも80%を超えているが、九州では、ほとんど見かけないと見かけたことはない人の割合の合計(③+④)が約2割となっている。

Q 福島県を応援していただける方々を増やしたり、福島県への関心を高めてもらうためには、何を伝えればいいのか？(複数回答可)

	関東	中部	関西	中国	九州	合計
①福島県の復興状況	65.5%	59.9%	65.0%	63.8%	67.4%	65.4%
⑥農林水産物の魅力(おいしさ)	38.2%	36.1%	38.2%	35.2%	45.6%	39.7%
⑦観光名所、伝統工芸品の魅力	39.8%	30.8%	35.0%	43.4%	40.3%	39.4%
⑨福島県民の「思い」や「姿」	33.1%	36.6%	22.7%	33.0%	46.7%	36.0%
②原発の状況	38.2%	25.1%	25.2%	34.4%	28.6%	32.5%
⑧日本酒など県産品の魅力(おいしさ)	29.4%	33.0%	28.9%	28.2%	30.7%	29.8%
④農林水産物の安全対策	30.0%	25.1%	22.2%	24.5%	25.5%	26.6%
⑤農林水産物の検査結果	22.4%	13.2%	15.7%	15.7%	14.4%	17.6%
③福島県内各地の放射線量	19.0%	11.0%	9.7%	12.7%	16.0%	15.5%
⑩その他	2.1%	2.2%	2.1%	1.6%	0.9%	1.7%

- 全ての地域で「福島県の復興状況」と回答した人の割合が最も多かった。
- 2番目に多かったのは、関東と中国では「観光名所、伝統工芸品の魅力」、中部と九州では「福島県民の思いや姿」、関西では「農林水産物の魅力(おいしさ)」だった。