

令和5年度 第7回県政モニター調査結果

農政課かごしまの食輸出・ブランド戦略室(099-286-2888)

- テーマ 「県産農畜産物(かごしまブランド)の認知度」について
- 調査の目的 かごしまブランドをはじめとする県産農畜産物の今後のPR対策などの参考とする。
- 調査時期 令和5年11月
- 調査対象者 200人
- 回答者数 153人(77%)

問1 このマークを知っていますか。

項目	回答数	割合
はい	80	52%
いいえ	73	48%



【コメント】

「かごしまブランドマーク」を知っている方は、全体の5割強となっています。
【回答者数:153人】

問2 かごしまブランド産品に対するイメージで、当てはまるものを選んでください。(複数回答)

項目	回答数	割合
品質が良い	126	82%
安心・安全	120	78%
味が良い	102	67%
値頃感がある	36	24%
高級	33	22%
よく知らない	11	7%
その他	3	2%
品質が良くない	2	1%
味が良くない	1	1%

【コメント】

かごしまブランド産品に対するイメージについては、「品質が良い」「安心・安全」が約8割、「味が良い」が約7割、次いで、「値頃感がある」「高級」という結果となりました。

その他:・地元(鹿児島)の人々が懸命につくる、育てる。・地産地消・品質は良いが値が高い気がする。

【回答者数:153人】

問3 日頃、かごしまブランド産品を購入しますか。

項目	回答数	割合
よく購入する	16	10%
毎回ではないが購入する	100	65%
ほとんど購入しない	37	24%

【コメント】

かごしまブランド産品を「よく購入する」と回答した人は全体の1割、「毎回ではないが購入する」と回答した人を含めると7割以上の方が購入されています。

【回答者数:153人】

問4 購入するかごしまブランド産品の種類は何ですか。(頻度の高いものを2つ選択)

(問3で「よく購入する」「毎回ではないが購入する」と回答した人が対象)

項目	回答数	割合
豚肉や牛肉などの畜産物	91	78%
野菜や果物などの青果物	73	63%
お茶	34	29%
米	30	26%

【コメント】

県産の農畜産物で購入頻度の高い種類は、「豚肉や牛肉などの畜産物」や「野菜や果物などの青果物」の割合が高い傾向にあります。

【回答者数:116人】

問5 かがしまブランド産品を購入する際どこで購入しますか。(頻度の高いものを2つ選択)

(問3で「よく購入する」「毎回ではないが購入する」と回答した人が対象)

項目	回答数	割合
スーパーなど量販店	100	86%
直売所	71	61%
フェアなどのイベント	15	13%
その他	6	5%
通信販売	4	3%
コンビニエンスストア	3	3%

【コメント】

県産農畜産物の購入先として最も多いのは「スーパーなどの量販店」で、次いで「直売所」、
「フェアなどのイベント」の順となっています。
その他：農協、生協、ドラッグストア、委託販売 等
【回答者数：116人】

問6 かがしまブランド産品を購入しない主な理由は何ですか。

(問3で「ほとんど購入しない」と回答した人が対象)

項目	回答数	割合
購入したいが見かけない	19	51%
その他	7	19%
産地等にあまり関心がない	6	16%
味や品質、価格等に魅力がない	2	5%
好きな産地等が別にある	1	3%

【コメント】

かがしまブランド産品をほとんど購入しない人の
主な理由は、「購入したいが見かけない」でした。
その他：・妻が買い物をしているためわからない
・量販店で見かけない ・マークを知らないの
で購入しているかどうかわからない(2人)・値段が
高いイメージ。
【回答者数：37人】

問7 農畜産物を購入するときの判断基準は何ですか。(複数回答)

項目	回答数	割合
国産品である(輸入品でない)	115	75%
鮮度が良い	111	73%
地元産である	94	61%
安心・安全である	92	60%
味が良い	70	46%
産地や生産者の情報が表示されている	49	32%
値頃感がある	49	32%
かがしまブランド産品である	38	25%
見た目(色、形等)が良い	26	17%
栽培方法(有機農法等)にこだわっている	24	16%
品種にこだわっている	18	12%
その他	3	2%

【コメント】

農産物を購入するときの判断基準については、
「国産品である(輸入品でない)」「鮮度が良い」「地
元産である」「安心・安全である」「味が良い」の順
でした。
その他：値段の安さ(3人)
【回答者数：153人】

問8 農畜産物を購入するきっかけとなる情報はどこから取得されますか。(よく利用するものを3つ選択)

項目	回答数	割合
店頭	101	66%
チラシ	76	50%
テレビ	48	31%
新聞	40	26%
口コミ	32	21%
SNS	19	12%
インターネット	16	10%
ラジオ	10	7%
かごしまの食ウェブサイト	10	7%
雑誌	4	3%
その他	2	1%

【コメント】

農産物を購入するきっかけとなる情報の取得に
ついては、店頭が約7割と最も多く、次いでチラシ、
テレビ、新聞、口コミの順でした。
その他：スーパーのポップ(2人)
【回答者数：153人】

問9 かごしまブランド産品を、より多くの消費者等に「知って」「選んで」「購入してもらう」ために、県はどのような取組が必要だと思えますか。(主な意見を抜粋)

【PR, 販路拡大, 認知度向上方法】

(1) マスコミ, SNS等活用

○今年、和牛日本一に輝いたにも関わらず、売れているのは美味と宣伝する宮崎牛と聞く。消費者にとって美味しい肉をどうPRするのか、部位の違いによる食べ方、どういう食べ方をするとよりよく味わえるか、食べ比べ、料理家のアドバイスを取り入れておいしいお肉の食べ方をマスメディアを使って知らせる。

○より品質を上げたり、他県で見ない希少性の高い野菜や果樹を鹿児島県の芸能人にテレビやCMでPRして、県知事や都市のアンテナショップで並べて売り込んだり、ブランドの外食店で使って貰うようにする。

○ラジオ等も案外車で聞いているのでタレント等かごしま弁で紹介する。

○日常はチラシ、新聞、インターネットで購入サイトの充実。

○SNSを使って、ブランド産品を使った料理などを宣伝する。

○広告に注力する。

○テレビ、ラジオ、チラシ、新聞、今以上に情報をふやす。

○県内市町村農畜産物一覧表の配布や公式LINEで紹介。生産者等も取材して紹介。

○安心安全をおしてQRコードなどつけて携帯で検索しやすくするなどPRする。

(2) トップセールス

○東京・大阪などトップセールスがあればなお良いと思う。

(3) 量販店等活用

○スーパーは多くの人々が買うので告知する。

○店舗での試食販売。今は“農畜産物”も輸入品で“品質、味、値段”も良いがあるので、PR力は大切だと思う。

○やはり、いちばん目にするのはお店だと思うので、かごしまブランド産品が置いてあるところに、わかりやすいポップがあると、手に取るきっかけになると思います。

○店頭での告知類で、人の目に留まる機会が増えるといいかもしれません。

○地元企業(スーパーなど)と共同で売り出す取り組みが必要だと思う。

○道の駅、産直所には必ずおいてもらう。県内スーパーに産直コーナーを設ける。

○都会でのアンテナショップでの販促

(4) イベント等活用

○各種イベントでの販売・広報、積極的に試食をしてもらう。

○色々様々なイベントの繰り返し、徐々に浸透していくのかな。黒牛は美味と思う。

○離島や地方等でもイベントを企画して欲しい。

○県内で鹿児島市内以外での食のイベント

○三ヶ月に一度位の間隔で、各市町村でかごしまブランドのフェアを開催する。

○市町村で行う農業祭等のイベントや道の駅での「かごしまブランド産品」の特設コーナーを設けて対面販売を行い、他県と比べて県ブランド産品の良さをアピールする。併せて県内市町村の農政担当課との連携を強化し「地産地消」を協働で推進する。

○生産者と消費者の意見を聞ける場所、イベントを増やす。両方の良い所、改善する所等を意見交換をしたらいいと思う。

(5) 学校、教育等

○マークを含めて、認知度が低いのではないか。学校、特に高校、大学の授業や、アイデア開発などの局面でも、積極的にアピールする必要があるのでは。

○義務教育の期間に、子ども達への意識づけが必要。

(6) 家庭等

○消費量が多い子育て家庭は値段をみて手が出なかつたりするのが実情かと思う。高所得者・海外の方をターゲットにするなら今のままで良いと思う。

(7) PR資材等

○英語、フランス語、中国語、韓国語などで、PR動画を流して、官民挙げて売り込めば、草の根運動で売れると思う。

○マークをもっと目立つものにした方が、区別が付きやすい。

○サウンドロゴでPR。ぐりぶーは他県でも知られていました。

○のぼりなどでアピール

○箱、梱包にかごしまブランドのマークを分かりやすいように添付する。

○キャッチコピーをつくる。

(8) その他

○あまりにも産品を指定し過ぎだと思う。品目を限って年々広報し、知名度を浸透させつつ広報する産品を広げていくべきだと思う。

○地元よりも大消費地(関東)でPRをもっと強化する。

○県内の人への広報活動を行い、地元民に根付いてから県外に広める。

○ブランド指定された産品の意義や素晴らしさを知ってもらうために、イベントなどだけの広報ではなく年間を通して広報する必要があると思う。

○特別な農産物はともかくとしても、かごしまブランドのような広範囲・大量生産の農産物の場合は、消費者に「選ばれる」農産物を目指すのがそもそも間違いで、「自然に買われる」ものでなくてはならない。そもそも、かごしまブランドの農産物を鹿児島の人に売ろうとしてどうするのか？ 鹿児島県民なら「かごしま」は当たり前である。かごしまブランドの存在意義は、県外に売り込んでいく場合にこそあると思う。県外における「鹿児島」のイメージ向上を目指した施策が大事だと思う。

○鹿児島県産が鹿児島県内だと安くなる仕組み

○県外にある県人会とタイアップしての販促

○「かごしまブランド」そのものが認知されていないと思う。例えば「京野菜」と言えば誰もが「高級」「高品質」を思い浮かべる。「かごしまブランド」の認知度向上も含め、誰でも分かり易くイメージしやすいブランディングが重要と考える。

○かごしまブランド産品を食べる日を制定。

○安心・安全を繰り返し発信していく。

○まずは安心、安全、良い、信頼できる品物である事。流通や購入販売過程において公正であること。正しく正直な宣伝と利潤(利益)配分で成立されている事。そして、みんなの幸せや生産者の幸せにつながっている事。そうした理念の基で広める努力や品物のでき上がり販売は、きっと永続する確固としたファンを構築できると思う。(鹿児島の誠実な気風)

○特産品を生み出す背景となった地域の物語を発信する取組。

○ブランドというと値段が高い進物用という感じがするので、日常的には購入しようとは思わない。

○ブランド品としての質を落とさないように、生産者の努力に対して補助を行い、結果的に、消費者も良い品を購入できるような価格設定ができるようにして欲しい。

○畜産等は飼料穀物の生産から一貫性をもち価格等を安定してほしい。