

## 第13章 神奈川県農林水産業【問44～問46】

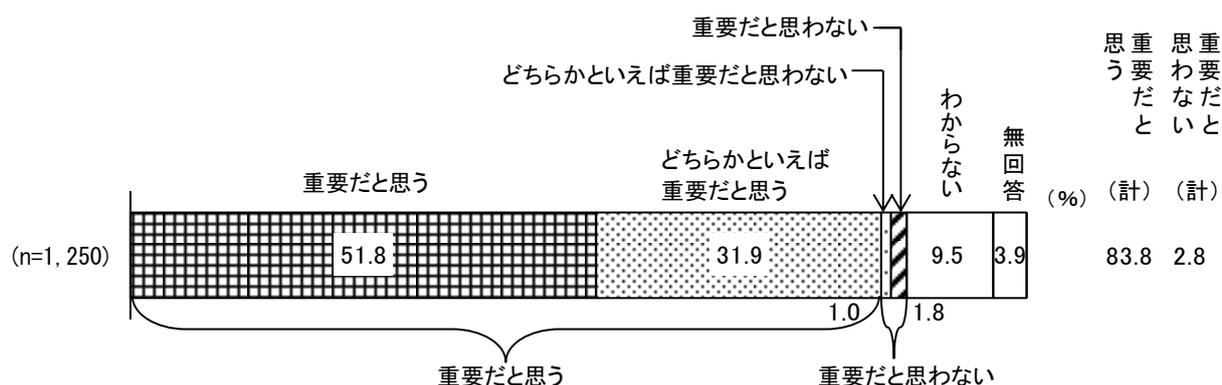
### 1 「地産地消」の取組の重要度【問44】

#### 【全体の状況】

県内の農林水産業を活性化する上で、「地産地消」の取組を重要だと思うか尋ねたところ、「重要だと思う」(51.8%)と「どちらかといえば重要だと思う」(31.9%)を合わせた《重要だと思う》は83.8%となった。

一方、「重要だと思わない」(1.8%)と「どちらかといえば重要だと思わない」(1.0%)を合わせた《重要だと思わない》は2.8%であった。(図表13-1-1)

図表13-1-1 「地産地消」の取組の重要度



#### 【地域別の状況】

地域別にみると、《重要だと思う》は、相模原が91.1%で最も多く、次いで県央が86.1%となった。(図表13-1-2)

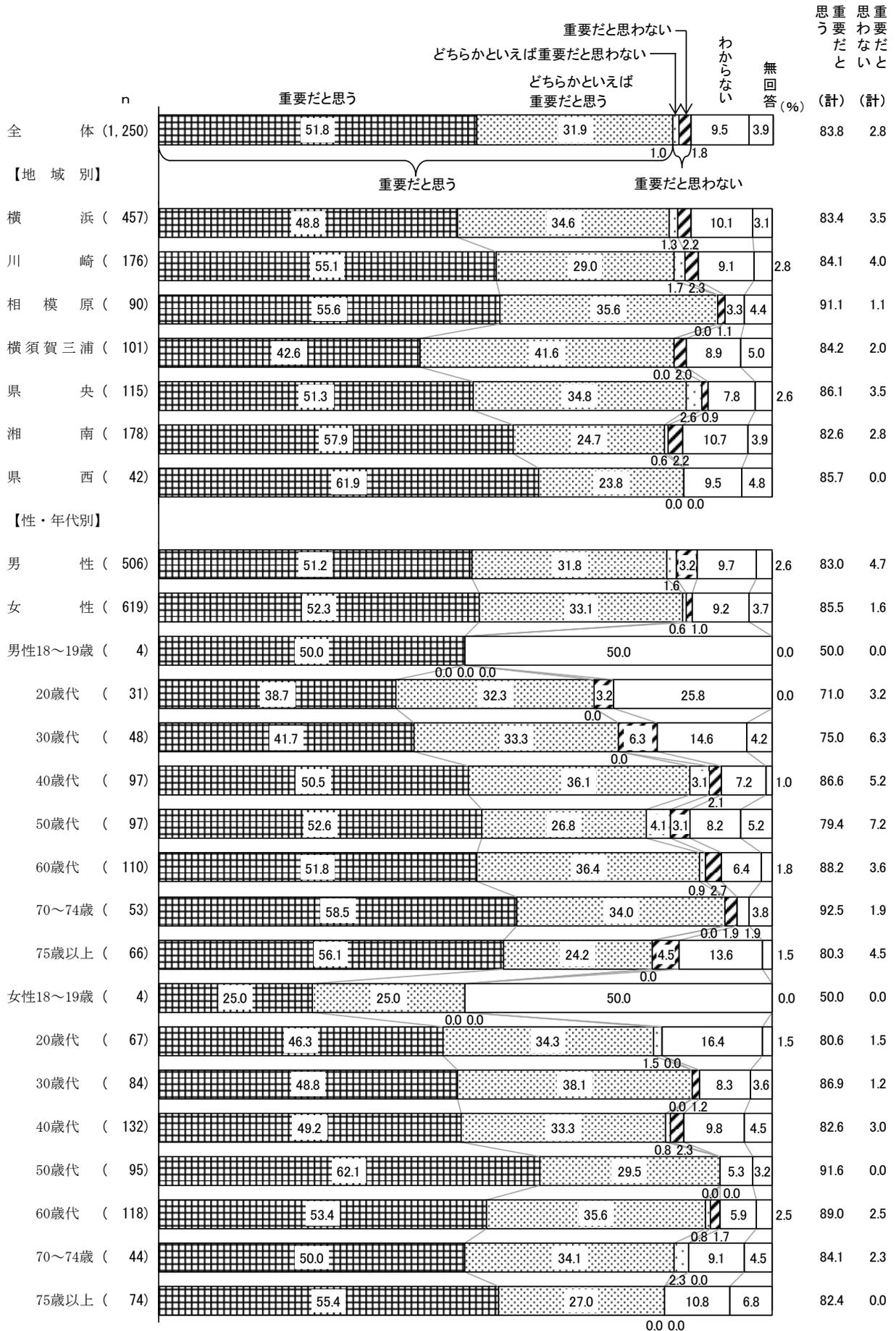
#### 【性・年代別の状況】

性別にみると、《重要だと思う》は、女性(85.5%)が男性(83.0%)を2.5ポイントわずかに上回った。

性・年代別にみると、《重要だと思う》は、男性の70～74歳が92.5%で最も多く、次いで女性の50歳代が91.6%と多かった。

一方、《重要だと思わない》は、すべての性・年代(0.0%～7.2%)で、1割に満たなかった。(図表13-1-2)

図表13-1-2 「地産地消」の取組の重要度—地域別、性・年代別

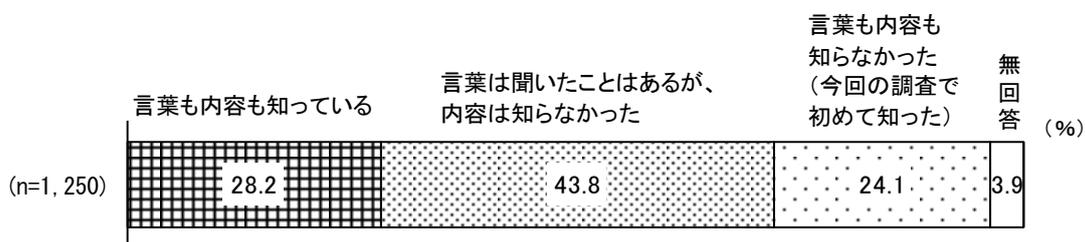


## 2 「かながわブランド」の認知度【問45】

### 【全体の状況】

「かながわブランド」という言葉を知っているか尋ねたところ、「言葉は聞いたことはあるが、内容は知らなかった」が43.8%で最も多く、次いで「言葉も内容も知っている」が28.2%であった。（図表13-2-1）

図表13-2-1 「かながわブランド」の認知度



### 【地域別の状況】

地域別にみると、「言葉は聞いたことはあるが、内容は知らなかった」は、県西が54.8%で最も多く、次いで横須賀三浦が51.5%となった。

一方、「言葉も内容も知らなかった（今回の調査で初めて知った）」は、川崎が34.7%で最も多かった。（図表13-2-2）

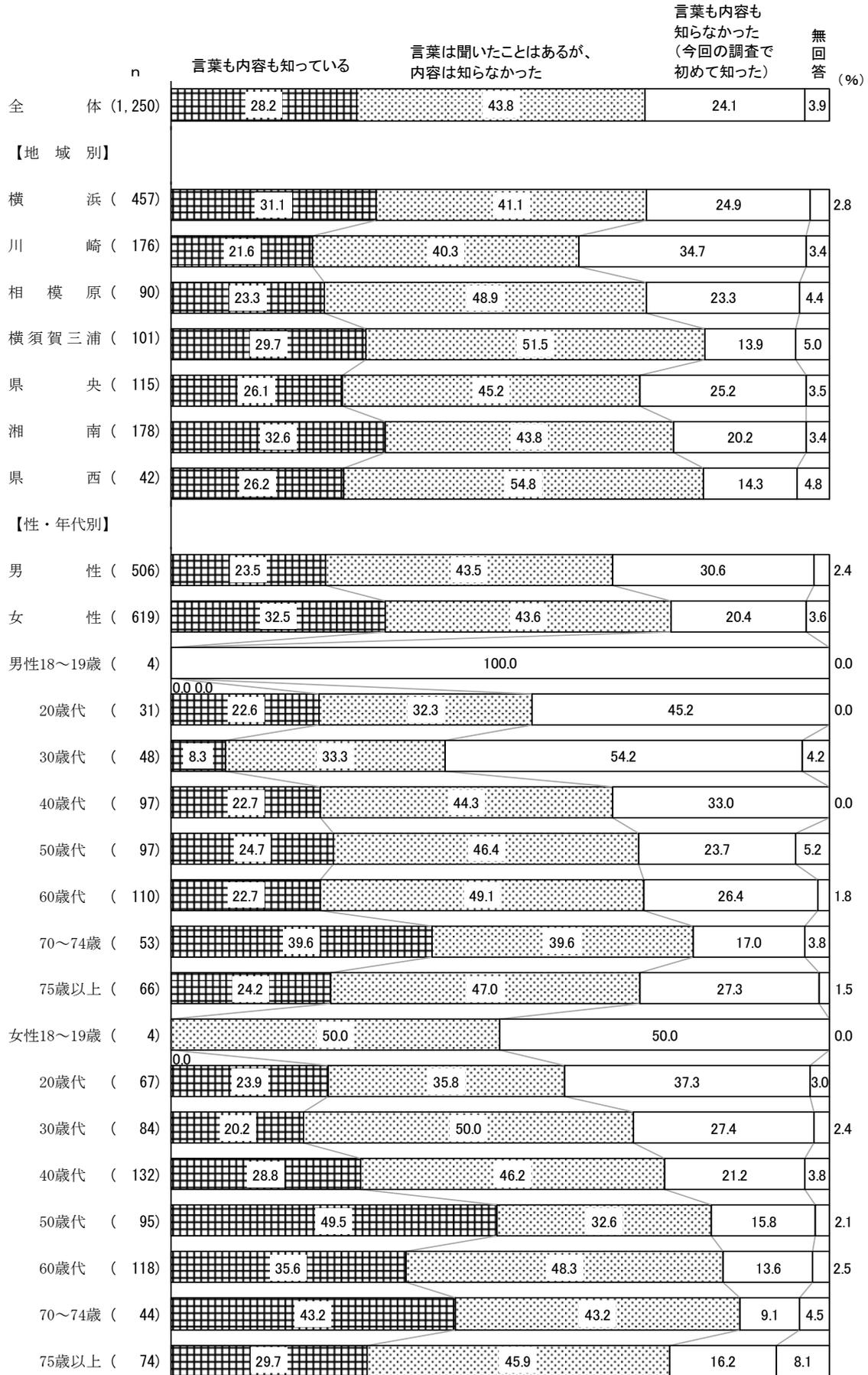
### 【性・年代別の状況】

性別にみると、「言葉も内容も知っている」は、女性（32.5%）が男性（23.5%）を9.0ポイント上回った。

性・年代別にみると、「言葉も内容も知っている」は、女性の50歳代が49.5%で最も多く、次いで女性の70～74歳が43.2%であった。「言葉は聞いたことはあるが、内容は知らなかった」は、サンプル数の少ない女性の18～19歳を除くと、女性の30歳代が50.0%で最も多かった。

一方、「言葉も内容も知らなかった（今回の調査で初めて知った）」は、サンプル数の少ない男性の18～19歳を除くと、男性の30歳代が54.2%で最も多かった。（図表13-2-2）

図表13-2-2 「かながわブランド」の認知度—地域別、性・年代別

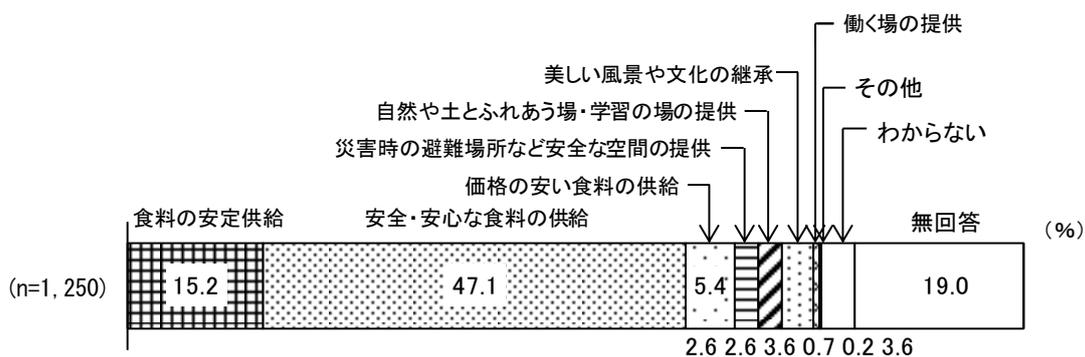


### 3 神奈川県農業に期待する役割【問46】

#### 【全体の状況】

神奈川県農業にどのような役割を期待するか尋ねたところ、「安全・安心な食料の供給」が47.1%で最も多く、次いで「食料の安定供給」が15.2%であった。（図表13-3-1）

図表13-3-1 神奈川県農業に期待する役割



#### 【地域別の状況】

地域別にみると、「安全・安心な食料の供給」は、横須賀三浦が56.4%で最も多く、次いで相模原（53.3%）と県央（51.3%）が続いた。また、「食料の安定供給」は、県西が21.4%で最も多かった。（図表13-3-2）

#### 【性・年代別の状況】

性別にみると、「食料の安定供給」は、男性（16.0%）が女性（12.6%）を3.4ポイントわずかに上回った。

性・年代別にみると、「安全・安心な食料の供給」は、男性の70～74歳が67.9%で最も多く、次いで女性の50歳代が63.2%となった。「食料の安定供給」は、男性の20歳代が25.8%で最も多かった。（図表13-3-2）

図表13-3-2 神奈川県農業に期待する役割—地域別、性・年代別

