

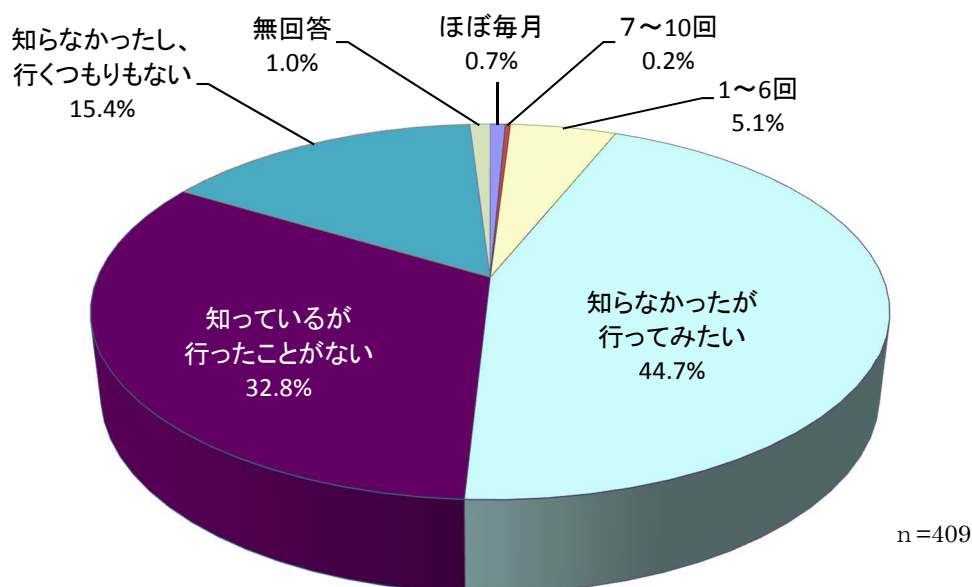
9. 中央卸売市場の一般開放について

(1) 中央卸売市場の一般開放の認知度

◇ 知らなかったが行ってみたいが4割半ば

問23	中央卸売市場は、平成24年7月より毎月第2土曜日の午前9時から正午まで市場を一般開放し、一般の消費者でも新鮮な魚介類や関連食品などの買い物が出来るようになりましたが、あなたはご存知でしたか。また、何回ほど一般開放で市場に来場したことがありますか。 (○は1つ)	n=409
1	ほぼ毎月	0.7%
2	7～10回	0.2%
3	1～6回	5.1%
4	知らなかったが行ってみたい	44.7%
5	知っているが行ったことがない	32.8%
6	知らなかったし、行くつもりもない (無回答)	15.4% 1.0%

<図IV-9-1>全体



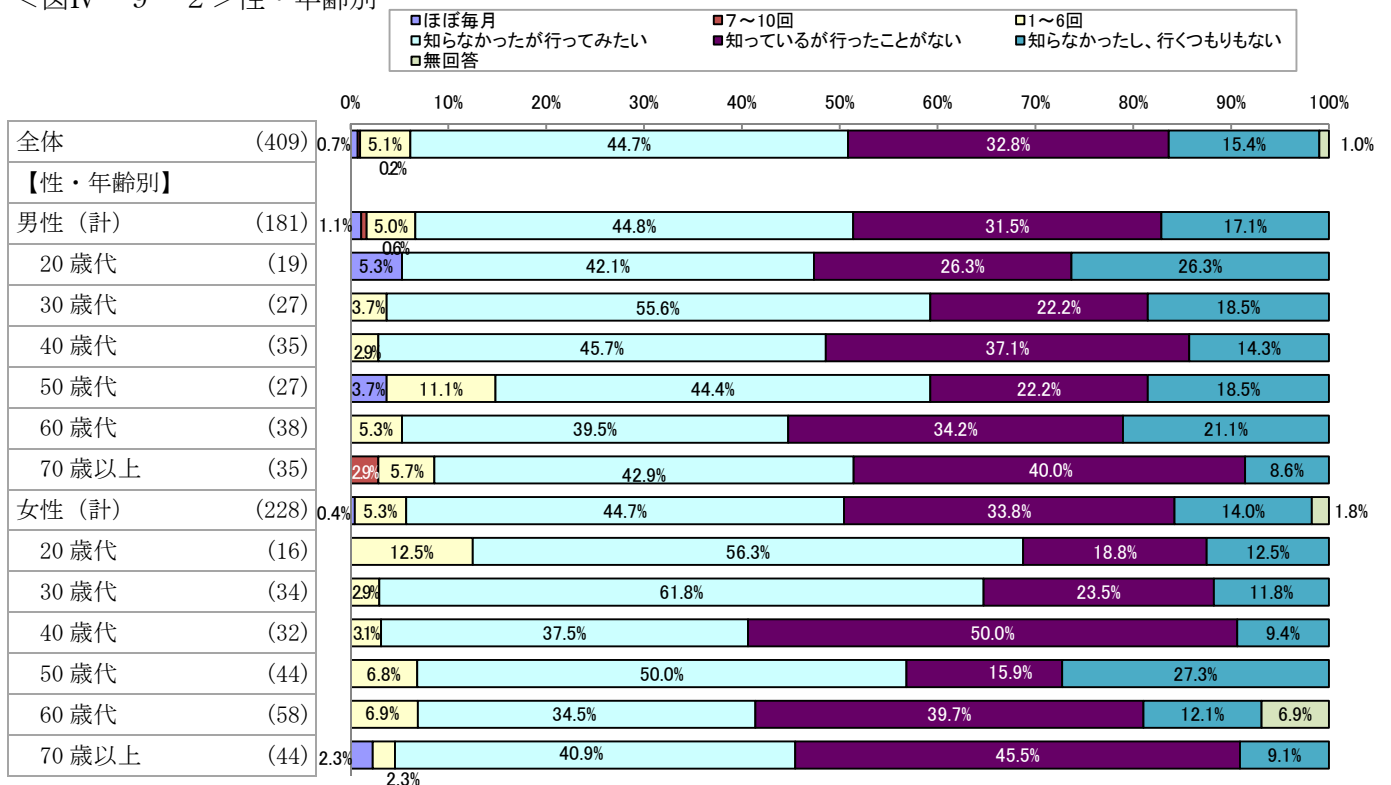
中央卸売市場の一般開放の認知度については、「知らなかったが行ってみたい」が44.7%で最も多く、次いで「知っているが行ったことがない」が32.8%、「知らなかったし、行くつもりもない」が15.4%であった。(図IV-9-1)

性・年齢別にみると、「知らなかったが行ってみたい」は<女性/30歳代>が61.8%で最も多く、次いで<女性/20歳代>が56.3%であった。「知っているが行ったことがない」は<女性/40歳代>が50.0%で最も多く、次いで<女性/70歳以上>が45.5%であった。(図IV-9-2)

【表：性・年齢別】

選択項目		ほぼ毎月	7～10回	1～6回	知らなかったが 行ってみたい	知っているが 行ったことが ない	知らなかったし 行くつもりも ない	無回答	合計
全体	人数	3	1	21	183	134	63	4	409
	構成比	0.7%	0.2%	5.1%	44.7%	32.8%	15.4%	1.0%	100.0%
【性・年齢別】									
男性(計)	人数	2	1	9	81	57	31	0	181
	構成比	1.1%	0.6%	5.0%	44.8%	31.5%	17.1%	0.0%	100.0%
20歳代	人数	1	0	0	8	5	5	0	19
	構成比	5.3%	0.0%	0.0%	42.1%	26.3%	26.3%	0.0%	100.0%
30歳代	人数	0	0	1	15	6	5	0	27
	構成比	0.0%	0.0%	3.7%	55.6%	22.2%	18.5%	0.0%	100.0%
40歳代	人数	0	0	1	16	13	5	0	35
	構成比	0.0%	0.0%	2.9%	45.7%	37.1%	14.3%	0.0%	100.0%
50歳代	人数	1	0	3	12	6	5	0	27
	構成比	3.7%	0.0%	11.1%	44.4%	22.2%	18.5%	0.0%	100.0%
60歳代	人数	0	0	2	15	13	8	0	38
	構成比	0.0%	0.0%	5.3%	39.5%	34.2%	21.1%	0.0%	100.0%
70歳以上	人数	0	1	2	15	14	3	0	35
	構成比	0.0%	2.9%	5.7%	42.9%	40.0%	8.6%	0.0%	100.0%
女性(計)	人数	1	0	12	102	77	32	4	228
	構成比	0.4%	0.0%	5.3%	44.7%	33.8%	14.0%	1.8%	100.0%
20歳代	人数	0	0	2	9	3	2	0	16
	構成比	0.0%	0.0%	12.5%	56.3%	18.8%	12.5%	0.0%	100.0%
30歳代	人数	0	0	1	21	8	4	0	34
	構成比	0.0%	0.0%	2.9%	61.8%	23.5%	11.8%	0.0%	100.0%
40歳代	人数	0	0	1	12	16	3	0	32
	構成比	0.0%	0.0%	3.1%	37.5%	50.0%	9.4%	0.0%	100.0%
50歳代	人数	0	0	3	22	7	12	0	44
	構成比	0.0%	0.0%	6.8%	50.0%	15.9%	27.3%	0.0%	100.0%
60歳代	人数	0	0	4	20	23	7	4	58
	構成比	0.0%	0.0%	6.9%	34.5%	39.7%	12.1%	6.9%	100.0%
70歳以上	人数	1	0	1	18	20	4	0	44
	構成比	2.3%	0.0%	2.3%	40.9%	45.5%	9.1%	0.0%	100.0%

<図IV-9-2>性・年齢別

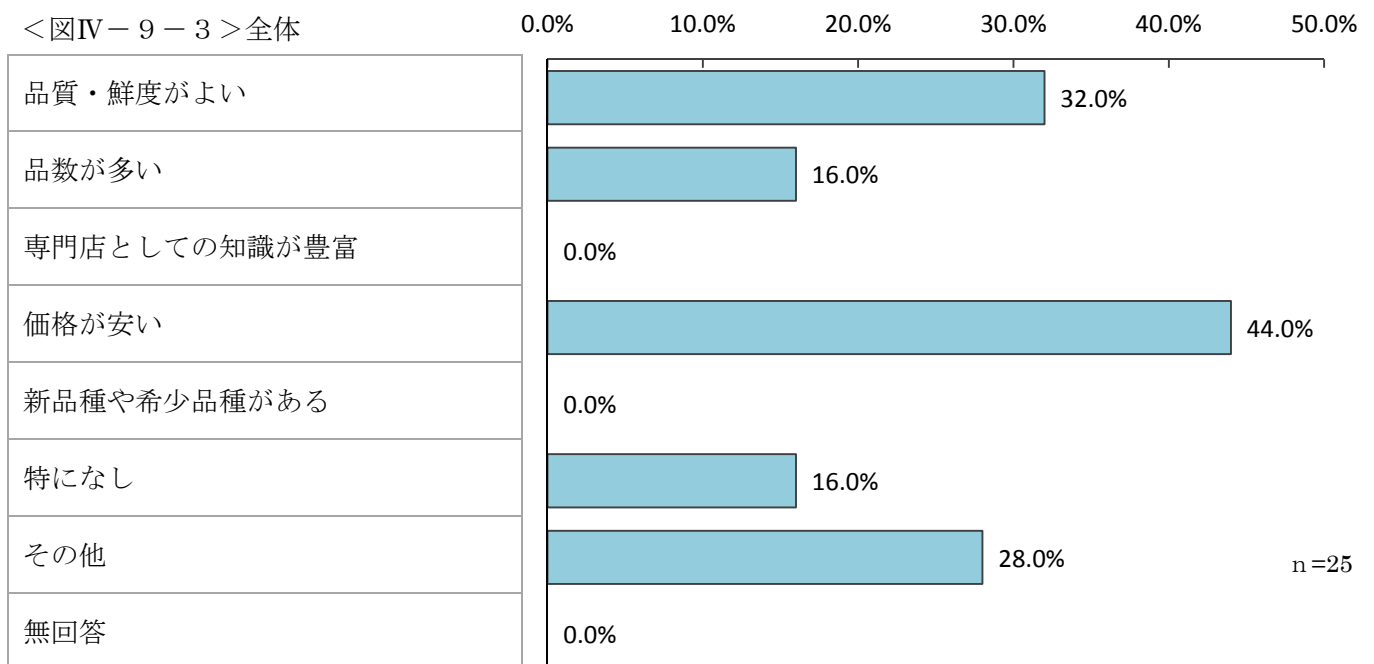


(2-1) 市場に来場して感じたこと

◇ 「価格が安い」が4割半ば

【来場された方】	
(問23で「1 ほぼ毎月」「2 7~10回」「3 1~6回」と答えた方に)	
問24 市場に来場して、どのように感じましたか。また、市場開放の魅力向上のため、今後必要となるものは何だと思えますか。(〇はいくつでも)	
(1) 感じたこと	
	n=25
1 品質・鮮度がよい	32.0%
2 品数が多い	16.0%
3 専門店としての知識が豊富	0.0%
4 価格が安い	44.0%
5 新品種や希少品種がある	0.0%
6 特になし	16.0%
7 その他	28.0%
(無回答)	0.0%

<図IV-9-3>全体

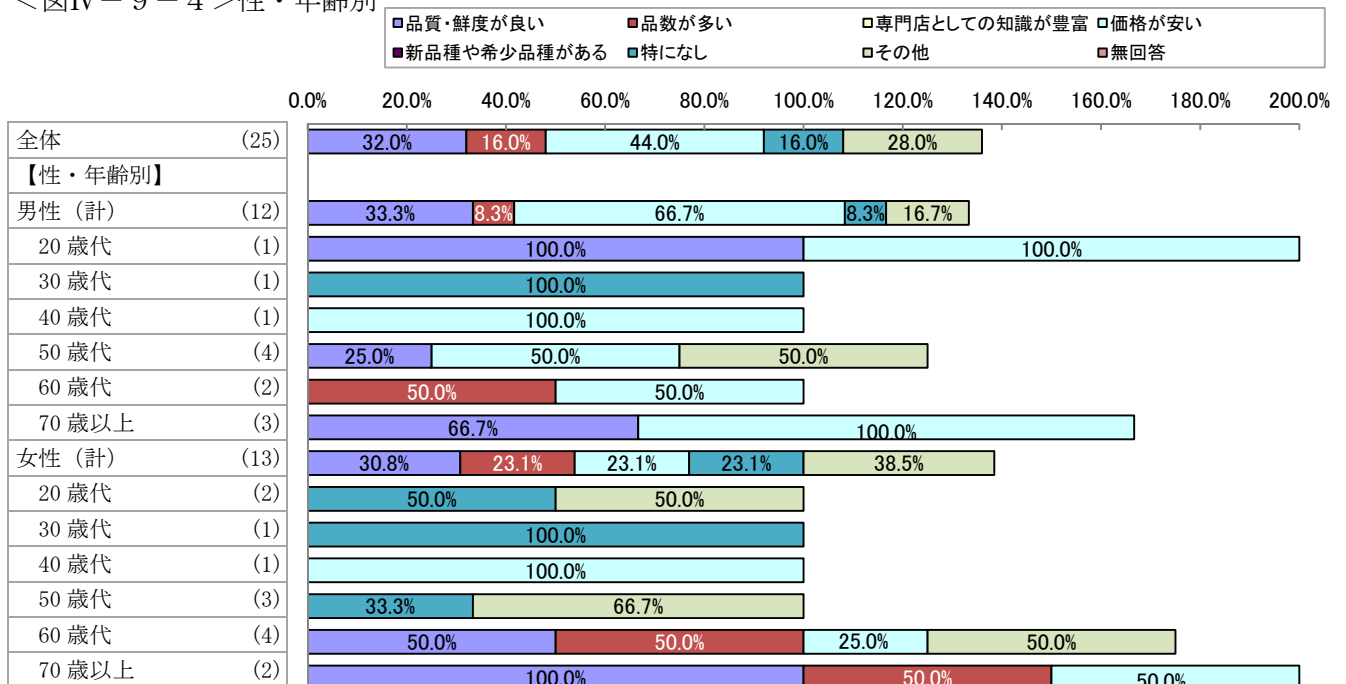


「市場に来て感じたこと」については、「価格が安い」が44.0%と最も多く、次いで「品質・鮮度が良い」が32.0%となっている。(図IV-9-3)

【表：性・年齢別】

選択項目		品質・鮮度が良い	品数が多い	専門店としての知識が豊富	価格が安い	新品種や希少品種がある	特になし	その他	無回答	合計
		人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数	人数
全体	n=25	8	4	0	11	0	4	7	0	34
		32.0%	16.0%	0.0%	44.0%	0.0%	16.0%	28.0%	0.0%	136.0%
【性・年齢別】										
男性(計)	n=12	4	1	0	8	0	1	2	0	16
		33.3%	8.3%	0.0%	66.7%	0.0%	8.3%	16.7%	0.0%	133.3%
20歳代	n=1	1	0	0	1	0	0	0	0	2
		100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	200.0%
30歳代	n=1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
40歳代	n=1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
50歳代	n=4	1	0	0	2	0	0	2	0	5
		25.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	125.0%
60歳代	n=2	0	1	0	1	0	0	0	0	2
		0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
70歳以上	n=3	2	0	0	3	0	0	0	0	5
		66.7%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	166.7%
女性(計)	n=13	4	3	0	3	0	3	5	0	18
		30.8%	23.1%	0.0%	23.1%	0.0%	23.1%	38.5%	0.0%	138.5%
20歳代	n=2	0	0	0	0	0	1	1	0	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	100.0%
30歳代	n=1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
40歳代	n=1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
50歳代	n=3	0	0	0	0	0	1	2	0	3
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
60歳代	n=4	2	2	0	1	0	0	2	0	7
		50.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	175.0%
70歳以上	n=2	2	1	0	1	0	0	0	0	4
		100.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	200.0%

<図IV-9-4>性・年齢別

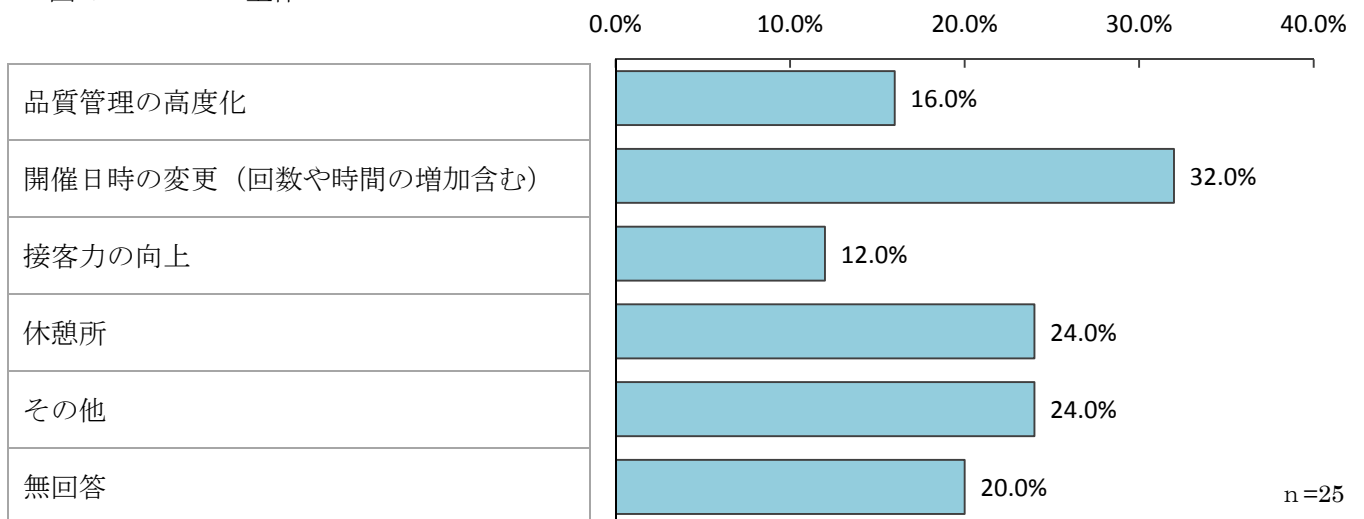


(2-2) 今後必要となるもの

◇ 「開催日時の変更」が3割超え

問24-(2) 今後必要となるもの		(○はいくつでも)
		n=25
1	品質管理の高度化	16.0%
2	開催日時の変更 (回数や時間の増加含む)	32.0%
3	接客力の向上	12.0%
4	休憩所	24.0%
5	その他	24.0%
	(無回答)	20.0%

<図IV-9-5>全体

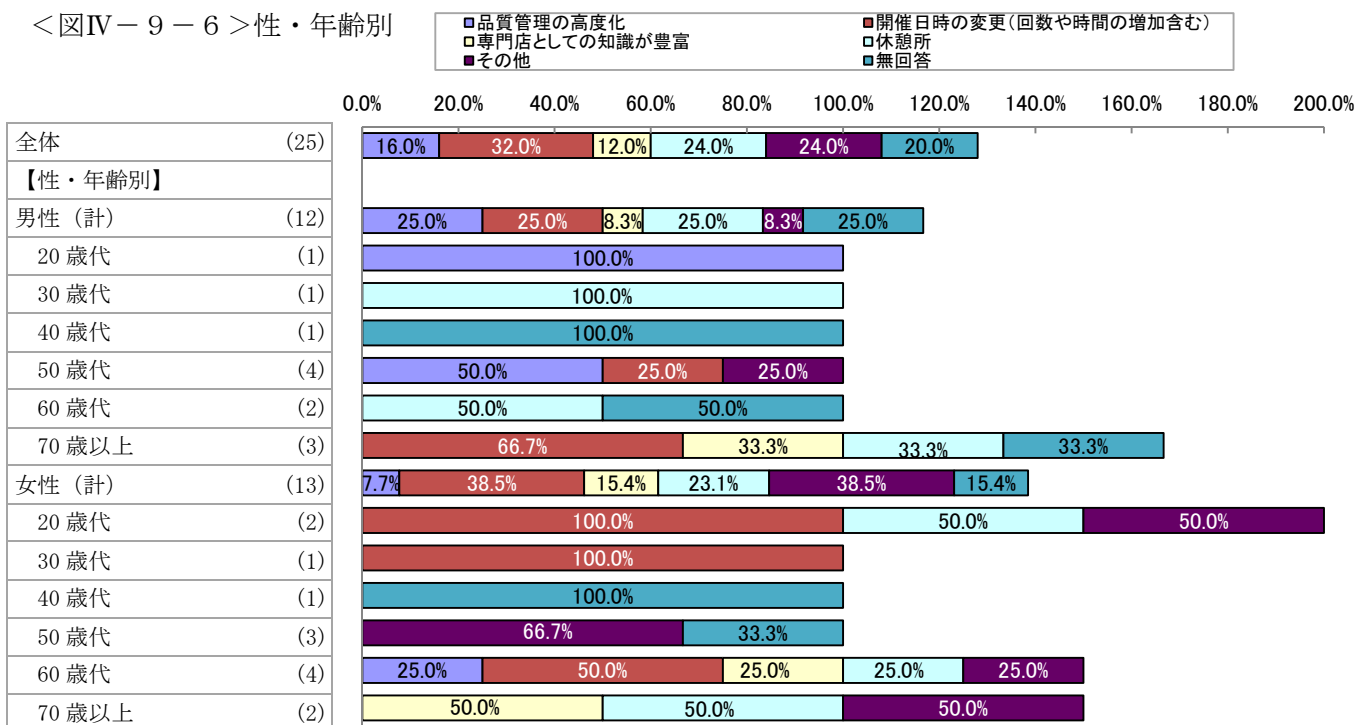


「今後必要となるもの」については、「開催日時の変更」が32.0%と最も多く、次いで「休憩所」が24.0%、「品質管理の高度化」が16.0%と続いている。(図IV-9-5)

【表：性・年齢別】

選択項目		品質管理の高度化	開催日時の変更	接客力の向上	休憩所	その他	無回答	合計
		全体 n=25	人数 4	8	3	6	6	5
	構成比	16.0%	32.0%	12.0%	24.0%	24.0%	20.0%	128.0%
【性・年齢別】								
男性(計) n=12	人数	3	3	1	3	1	3	14
	構成比	25.0%	25.0%	8.3%	25.0%	8.3%	25.0%	116.7%
20歳代 n=1	人数	1	0	0	0	0	0	1
	構成比	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
30歳代 n=1	人数	0	0	0	1	0	0	1
	構成比	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
40歳代 n=1	人数	0	0	0	0	0	1	1
	構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
50歳代 n=4	人数	2	1	0	0	1	0	4
	構成比	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
60歳代 n=2	人数	0	0	0	1	0	1	2
	構成比	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	100.0%
70歳以上 n=3	人数	0	2	1	1	0	1	5
	構成比	0.0%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	166.7%
女性(計) n=13	人数	1	5	2	3	5	2	18
	構成比	7.7%	38.5%	15.4%	23.1%	38.5%	15.4%	138.5%
20歳代 n=2	人数	0	2	0	1	1	0	4
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	200.0%
30歳代 n=1	人数	0	1	0	0	0	0	1
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
40歳代 n=1	人数	0	0	0	0	0	1	1
	構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
50歳代 n=3	人数	0	0	0	0	2	1	3
	構成比	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	100.0%
60歳代 n=4	人数	1	2	1	1	1	0	6
	構成比	25.0%	50.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	150.0%
70歳以上 n=2	人数	0	0	1	1	1	0	3
	構成比	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	150.0%

<図IV-9-6>性・年齢別



(3-1) 来場されなかった理由

◇ 「知らなかった」が4割半ば超え

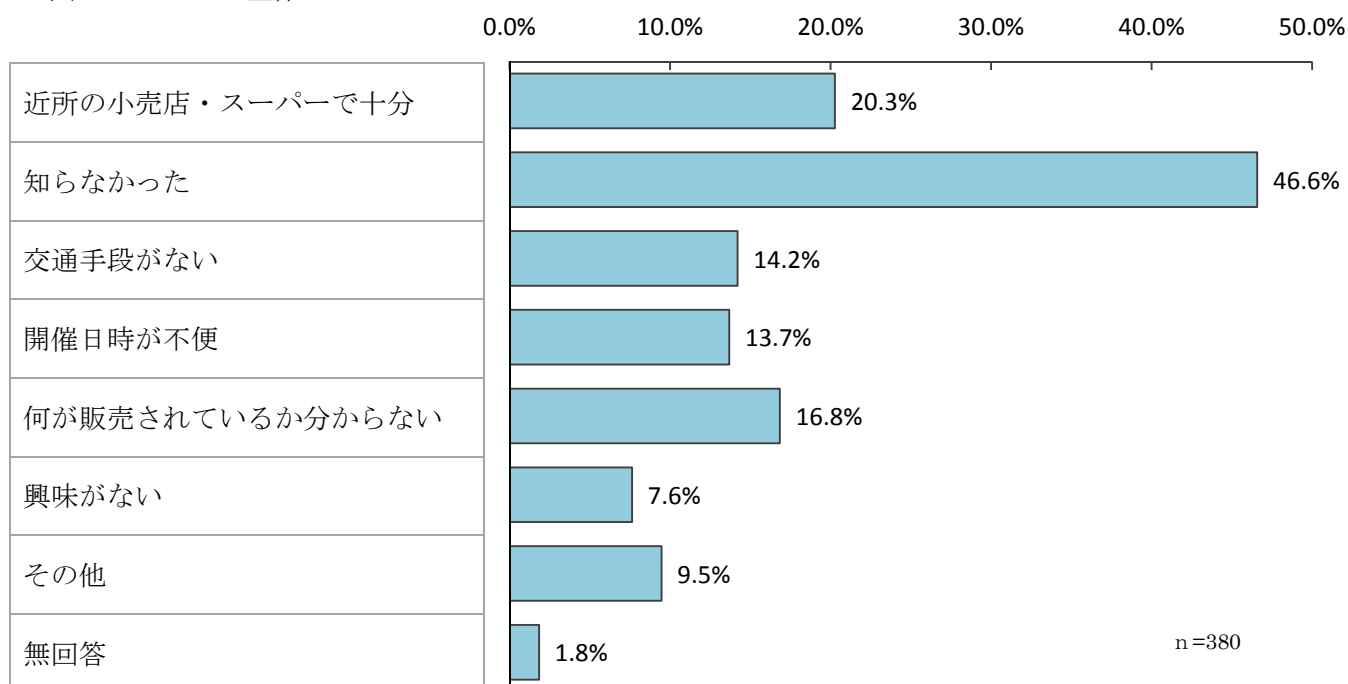
(問23で「4 知らなかったが行ってみたい」「5 知っているが行ったことがない」「6 知らなかったし行くつもりもない」と答えた方に)

問25 一般開放に行かない(行ったことがない)理由は何ですか。また、行ってみたい一般開放とするには、どのようなことを望みますか。(〇はいくつでも)

(1) 来場されなかった理由

理由	割合	n=380
1 近所の小売店・スーパーで十分	20.3%	
2 知らなかった	46.6%	
3 交通手段がない	14.2%	
4 開催日時が不便	13.7%	
5 何が販売されているか分からない	16.8%	
6 興味がない	7.6%	
7 その他	9.5%	
(無回答)	1.8%	

<図IV-9-7>全体



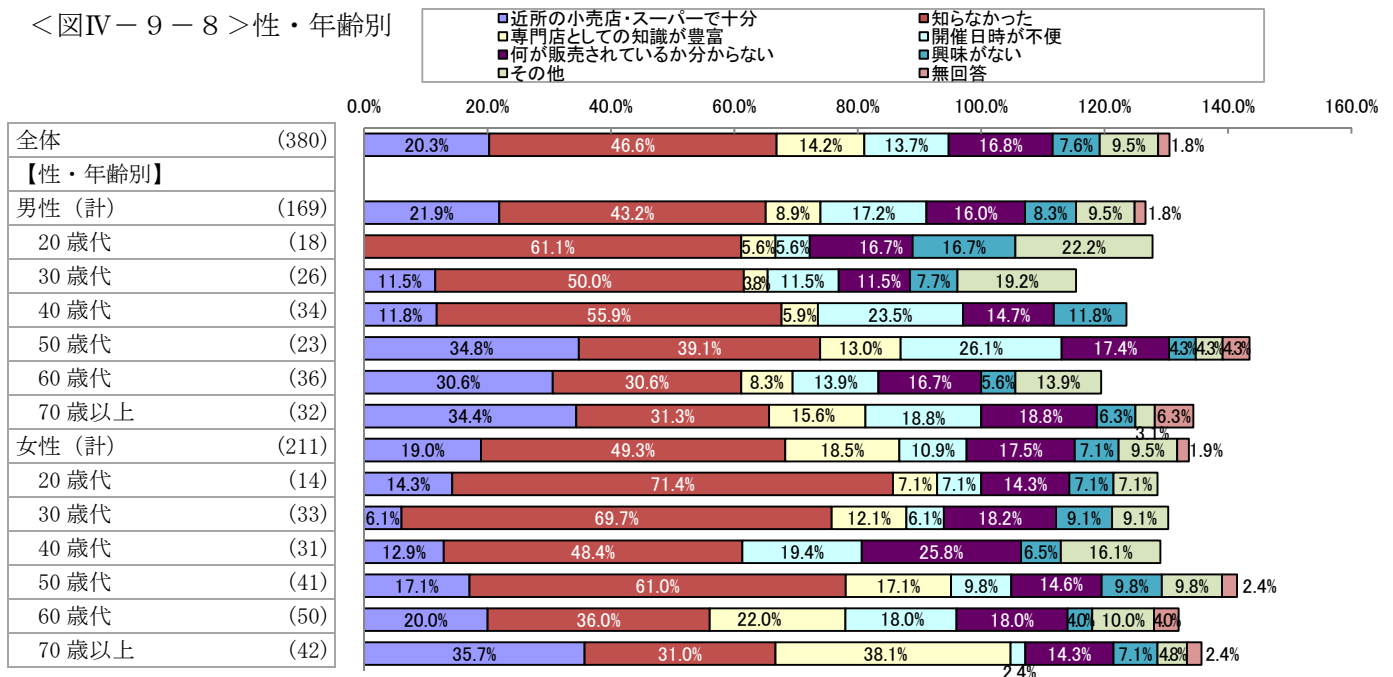
来場されなかった理由については、「知らなかった」が46.6%で最も多く、次いで「近所の小売店・スーパーで十分」が20.3%、「何が販売されているか分からない」が16.8%であった。(図IV-9-7)

性・年齢別にみると、<男性/70歳以上><女性/70歳以上>を除く全ての年代で「知らなかった」と答えた割合が最も多かった。(図IV-9-8)

【表：性・年齢別】

選択項目		近所の小売店・スーパーで十分	知らなかった	交通手段がない	開催日時が不便	何が販売されているか分からない	興味がない	その他	無回答	合計
		全体 n=380	人数	77	177	54	52	64	29	36
	構成比	20.3%	46.6%	14.2%	13.7%	16.8%	7.6%	9.5%	1.8%	130.5%
【性・年齢別】										
男性(計) n=169	人数	37	73	15	29	27	14	16	3	214
	構成比	21.9%	43.2%	8.9%	17.2%	16.0%	8.3%	9.5%	1.8%	126.6%
20歳代 n=18	人数	0	11	1	1	3	3	4	0	23
	構成比	0.0%	61.1%	5.6%	5.6%	16.7%	16.7%	22.2%	0.0%	127.8%
30歳代 n=26	人数	3	13	1	3	3	2	5	0	30
	構成比	11.5%	50.0%	3.8%	11.5%	11.5%	7.7%	19.2%	0.0%	115.4%
40歳代 n=34	人数	4	19	2	8	5	4	0	0	42
	構成比	11.8%	55.9%	5.9%	23.5%	14.7%	11.8%	0.0%	0.0%	123.5%
50歳代 n=23	人数	8	9	3	6	4	1	1	1	33
	構成比	34.8%	39.1%	13.0%	26.1%	17.4%	4.3%	4.3%	4.3%	143.5%
60歳代 n=36	人数	11	11	3	5	6	2	5	0	43
	構成比	30.6%	30.6%	8.3%	13.9%	16.7%	5.6%	13.9%	0.0%	119.4%
70歳以上 n=32	人数	11	10	5	6	6	2	1	2	43
	構成比	34.4%	31.3%	15.6%	18.8%	18.8%	6.3%	3.1%	6.3%	134.4%
女性(計) n=211	人数	40	104	39	23	37	15	20	4	282
	構成比	19.0%	49.3%	18.5%	10.9%	17.5%	7.1%	9.5%	1.9%	133.6%
20歳代 n=14	人数	2	10	1	1	2	1	1	0	18
	構成比	14.3%	71.4%	7.1%	7.1%	14.3%	7.1%	7.1%	0.0%	128.6%
30歳代 n=33	人数	2	23	4	2	6	3	3	0	43
	構成比	6.1%	69.7%	12.1%	6.1%	18.2%	9.1%	9.1%	0.0%	130.3%
40歳代 n=31	人数	4	15	0	6	8	2	5	0	40
	構成比	12.9%	48.4%	0.0%	19.4%	25.8%	6.5%	16.1%	0.0%	129.0%
50歳代 n=41	人数	7	25	7	4	6	4	4	1	58
	構成比	17.1%	61.0%	17.1%	9.8%	14.6%	9.8%	9.8%	2.4%	141.5%
60歳代 n=50	人数	10	18	11	9	9	2	5	2	66
	構成比	20.0%	36.0%	22.0%	18.0%	18.0%	4.0%	10.0%	4.0%	132.0%
70歳以上 n=42	人数	15	13	16	1	6	3	2	1	57
	構成比	35.7%	31.0%	38.1%	2.4%	14.3%	7.1%	4.8%	2.4%	135.7%

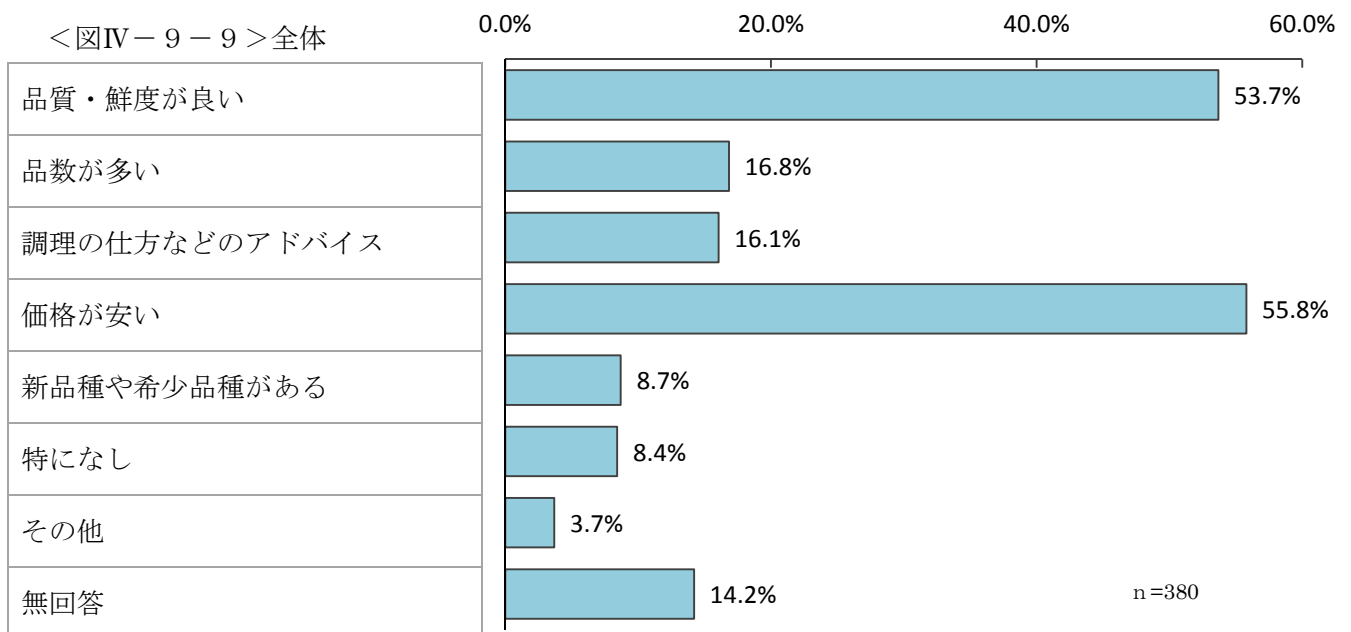
<図IV-9-8>性・年齢別



(3-2) 一般開放に望むもの

◇ 「価格が安い」「品質・鮮度が良い」が5割半ば超え

問25-(2) 一般開放に望むもの		(〇はいくつでも)
		n=380
1	品質・鮮度がよい	53.7%
2	品数が多い	16.8%
3	調理の仕方などのアドバイス	16.1%
4	価格が安い	55.8%
5	新品種や希少品種がある	8.7%
6	特になし	8.4%
7	その他	3.7%
	(無回答)	14.2%



一般開放に望むものについては、「価格が安い」が55.8%で最も多く、次いで「品質・鮮度が良い」が53.7%、「品数が多い」が16.8%であった。(図IV-9-9)

性・年齢別にみると、「品質・鮮度が良い」は<女性/20歳代>の85.7%が最も多く、「価格が安い」も<女性/20歳代>の92.9%が最も多かった。(図IV-9-10)

【表：性・年齢別】

選択項目		品質・鮮度が良い	品数が多い	調理の仕方などの アドバイス	価格が安い	新品種や 希少品種がある	特になし	その他	無回答	合計
		全体 n=380	人数	204	64	61	212	33	32	14
	構成比	53.7%	16.8%	16.1%	55.8%	8.7%	8.4%	3.7%	14.2%	177.4%
【性・年齢別】										
男性(計) n=169	人数	74	29	17	81	18	22	7	25	273
	構成比	43.8%	17.2%	10.1%	47.9%	10.7%	13.0%	4.1%	14.8%	161.5%
20歳代 n=18	人数	5	3	1	12	2	4	2	1	30
	構成比	27.8%	16.7%	5.6%	66.7%	11.1%	22.2%	11.1%	5.6%	166.7%
30歳代 n=26	人数	13	6	2	17	3	5	0	2	48
	構成比	50.0%	23.1%	7.7%	65.4%	11.5%	19.2%	0.0%	7.7%	184.6%
40歳代 n=34	人数	22	6	3	16	5	2	1	4	59
	構成比	64.7%	17.6%	8.8%	47.1%	14.7%	5.9%	2.9%	11.8%	173.5%
50歳代 n=23	人数	12	4	3	12	2	3	1	2	39
	構成比	52.2%	17.4%	13.0%	52.2%	8.7%	13.0%	4.3%	8.7%	169.6%
60歳代 n=36	人数	16	2	3	14	2	3	3	4	47
	構成比	44.4%	5.6%	8.3%	38.9%	5.6%	8.3%	8.3%	11.1%	130.6%
70歳以上 n=32	人数	6	8	5	10	4	5	0	12	50
	構成比	18.8%	25.0%	15.6%	31.3%	12.5%	15.6%	0.0%	37.5%	156.3%
女性(計) n=211	人数	130	35	44	131	15	10	7	29	401
	構成比	61.6%	16.6%	20.9%	62.1%	7.1%	4.7%	3.3%	13.7%	190.0%
20歳代 n=14	人数	12	4	2	13	0	0	0	1	32
	構成比	85.7%	28.6%	14.3%	92.9%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	228.6%
30歳代 n=33	人数	25	4	8	26	2	2	3	1	71
	構成比	75.8%	12.1%	24.2%	78.8%	6.1%	6.1%	9.1%	3.0%	215.2%
40歳代 n=31	人数	24	4	6	20	1	3	0	0	58
	構成比	77.4%	12.9%	19.4%	64.5%	3.2%	9.7%	0.0%	0.0%	187.1%
50歳代 n=41	人数	25	9	8	27	3	2	2	3	79
	構成比	61.0%	22.0%	19.5%	65.9%	7.3%	4.9%	4.9%	7.3%	192.7%
60歳代 n=50	人数	31	9	9	32	2	2	1	10	96
	構成比	62.0%	18.0%	18.0%	64.0%	4.0%	4.0%	2.0%	20.0%	192.0%
70歳以上 n=42	人数	13	5	11	13	7	1	1	14	65
	構成比	31.0%	11.9%	26.2%	31.0%	16.7%	2.4%	2.4%	33.3%	154.8%

<図IV-9-10>性・年齢別

