

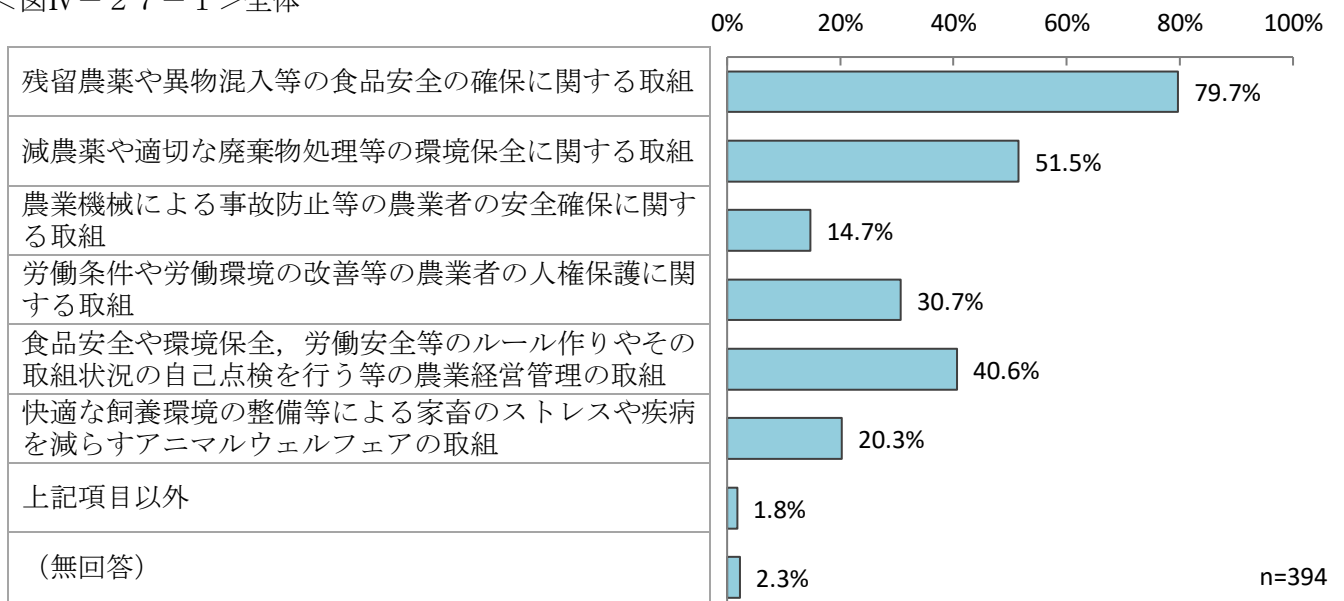
27. GAP（農業生産工程管理）の認知度等について

(1) 農産物について、その生産過程のどのような取組が重要か

◇「残留農薬や異物混入等の食品安全の確保に関する取組」が約8割

問99	普段購入する野菜や果物、精肉等の農産物や、加工食品、外食の原材料となっている農産物について、その生産過程においてどのような取組が行われていることが重要だと考えますか。 (〇は3つまで)	n=394
1	残留農薬や異物混入等の食品安全の確保に関する取組	79.7%
2	減農薬や適切な廃棄物処理等の環境保全に関する取組	51.5%
3	農業機械による事故防止等の農業者の安全確保に関する取組	14.7%
4	労働条件や労働環境の改善等の農業者の人権保護に関する取組	30.7%
5	食品安全や環境保全、労働安全等のルール作りやその取組状況の自己点検を行う等の農業経営管理の取組	40.6%
6	快適な飼養環境の整備等による家畜のストレスや疾病を減らすアニマルウェルフェアの取組	20.3%
7	上記項目以外	1.8%
	(無回答)	2.3%

<図IV-27-1>全体



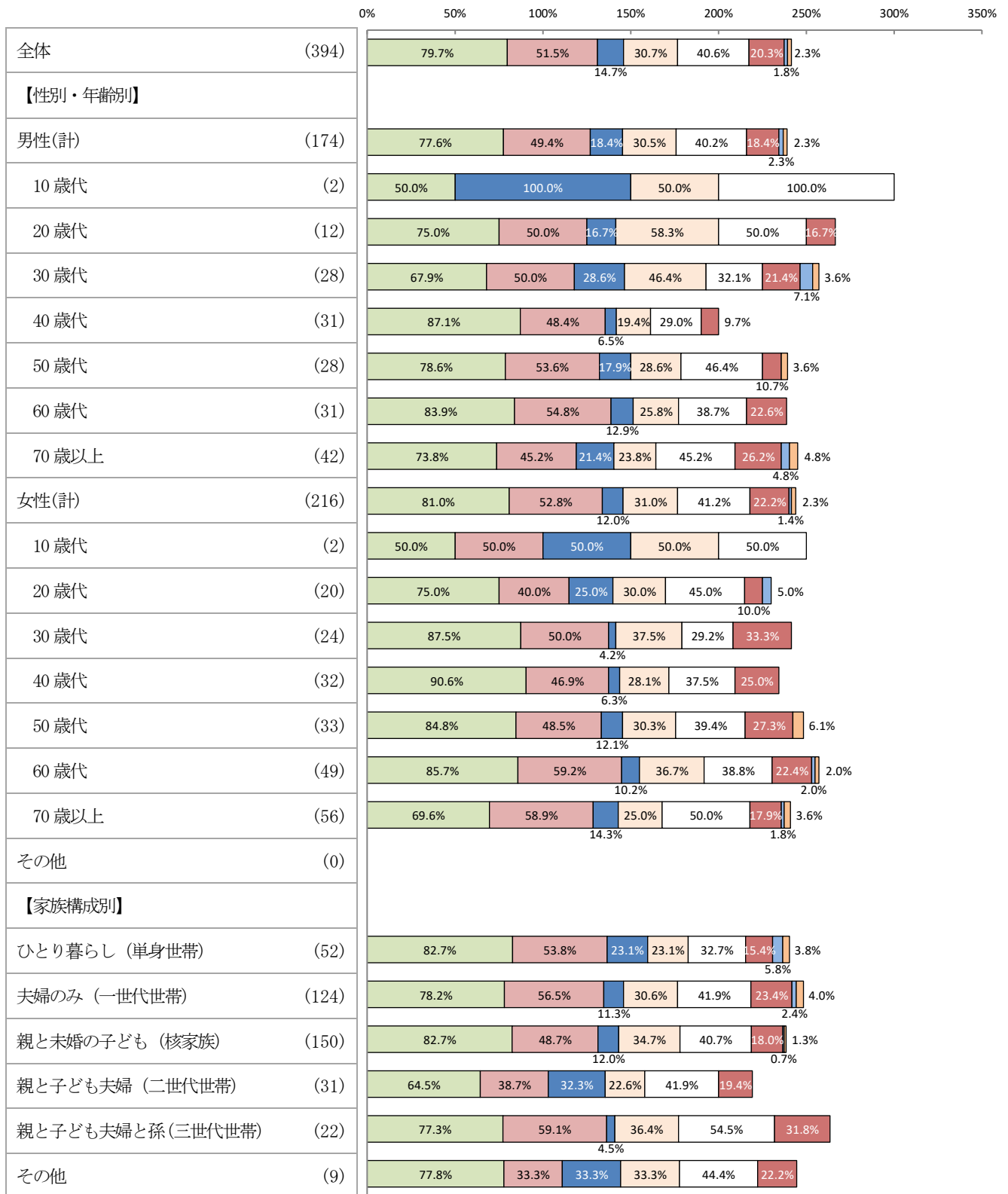
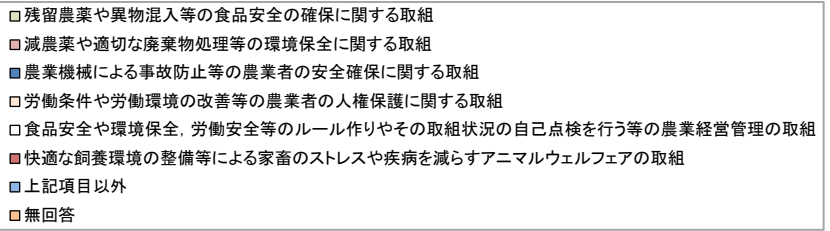
農産物について、その生産過程のどのような取組が重要かについては、「残留農薬や異物混入等の食品安全の確保に関する取組」が79.7%で最も高く、「減農薬や適切な廃棄物処理等の環境保全に関する取組」が51.5%と続いている。(図IV-27-1)

<参考>

性別・年齢別で見ると、「残留農薬や異物混入等の食品安全の確保に関する取組」は<女性/40歳代>が90.6%で最も高く、次いで<女性/30歳代>が87.5%と続いている。「減農薬や適切な廃棄物処理等の環境保全に関する取組」は<女性/60歳代>が59.2%で最も高く、次いで<女性/70歳以上>が58.9%と続いている。(図IV-27-2)

家族構成別で見ると、「残留農薬や異物混入等の食品安全の確保に関する取組」は<ひとり暮らし(単身世帯)>、<親と未婚の子ども(核家族)>がいずれも82.7%で最も高く、次いで<夫婦のみ(一世代世帯)>が78.2%と続いている。「減農薬や適切な廃棄物処理等の環境保全に関する取組」は<親と子ども夫婦と孫(三世代世帯)>が59.1%で最も高く、次いで<夫婦のみ(一世代世帯)>が56.5%と続いている。(図IV-27-2)

<図IV-27-2>性別・年齢別／家族構成別



(2) GAPについての認知度及び情報入手機会

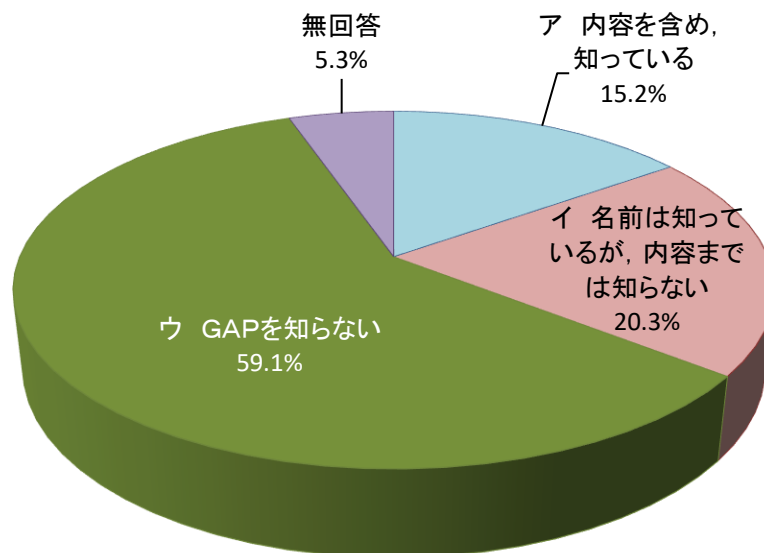
◇ 「ウ GAPを知らない」が約6割

問100 GAP（農業生産工程管理）は、農業者が農産物を作る際に、適正な手順や物の管理を行い、食品安全や環境保全、労働安全、人権保護等を確保する取組みです。あなたがGAPについてどの程度知っているかをア～ウから選択し、どのような機会を通じて知ったかを、1～4のうち、あてはまるものを全て選択してください。（○は1つ）

n=394

1	ア 内容を含め、知っている	15.2%
2	イ 名前は知っているが、内容までは知らない	20.3%
3	ウ GAPを知らない	59.1%
	(無回答)	5.3%

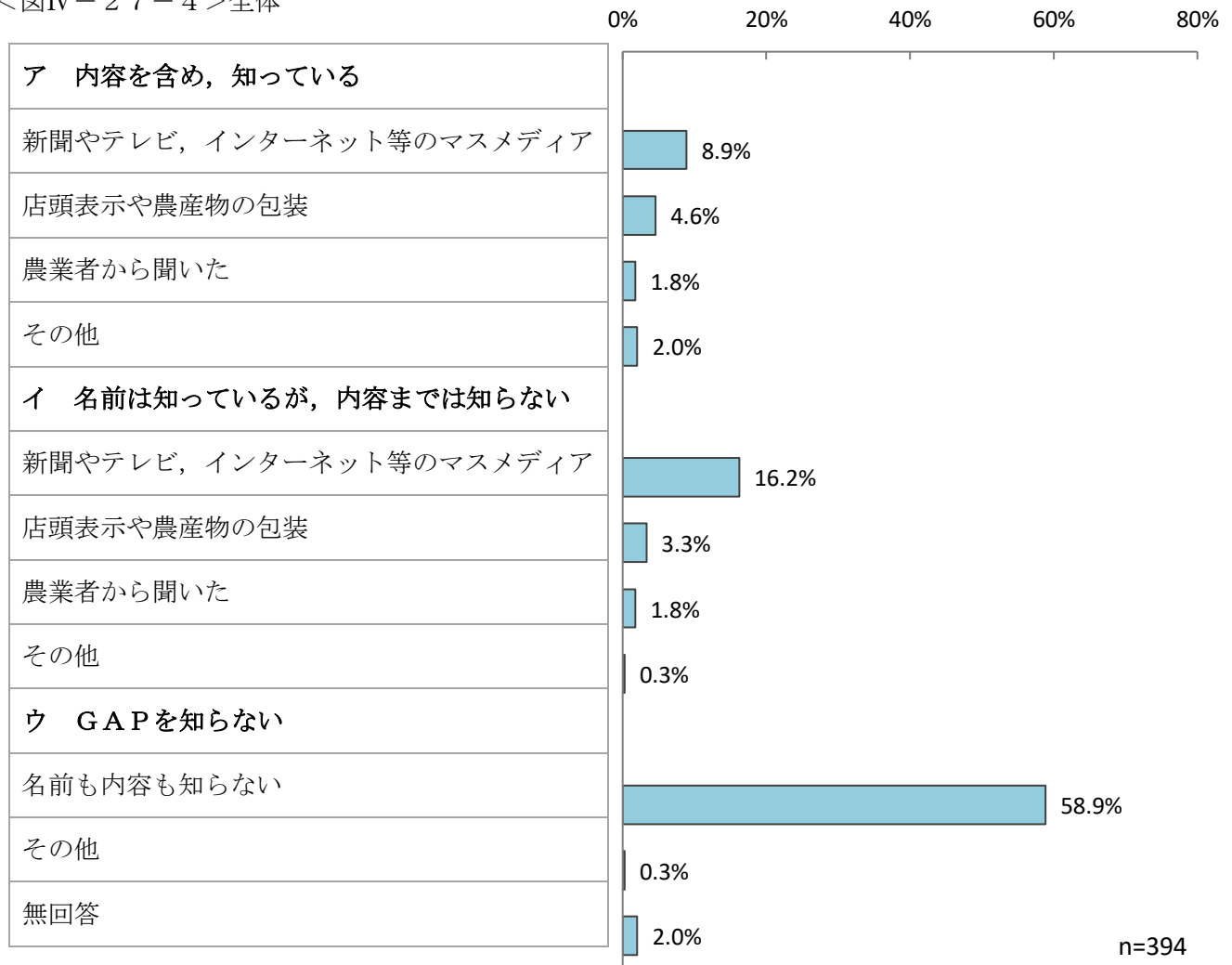
<図IV-27-3>全体



n=394

GAPについての認知度については、「ウ GAPを知らない」が59.1%で最も高く、次いで「イ 名前は知っているが、内容までは知らない」が20.3%、「ア 内容を含め、知っている」が15.2%であった。（図IV-27-3）

<図IV-27-4>全体



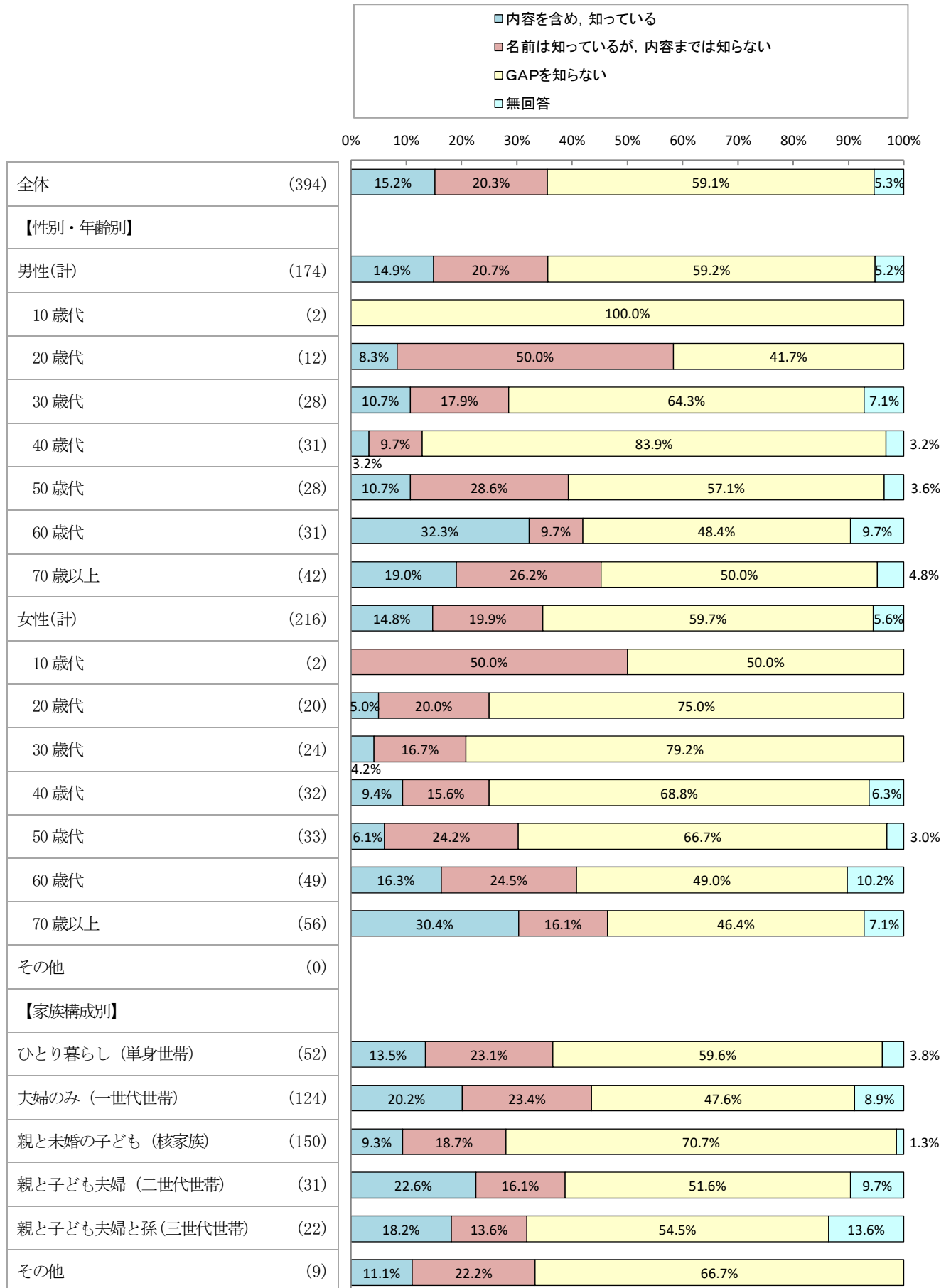
GAPについての情報入手機会については、「ウ GAPを知らない」、「名前も内容も知らない」が58.9%で最も高く、次いで「イ 名前は知っているが、内容までは知らない」、「新聞やテレビ、インターネット等のマスメディア」が16.2%、「ア 内容を含め、知っている」、「新聞やテレビ、インターネット等のマスメディア」が8.9%と続いている。(図IV-27-4)

<参考>

性別・年齢別で見ると、「ウ GAPを知らない」は<男性/10歳代>が100.0%で最も高く、次いで<男性/40歳代>が83.9%と続いている。一方、「ア 内容を含め、知っている」は<男性/60歳代>が32.3%で最も高く、次いで<女性/70歳以上>が30.4%と続いている。(図IV-27-5)

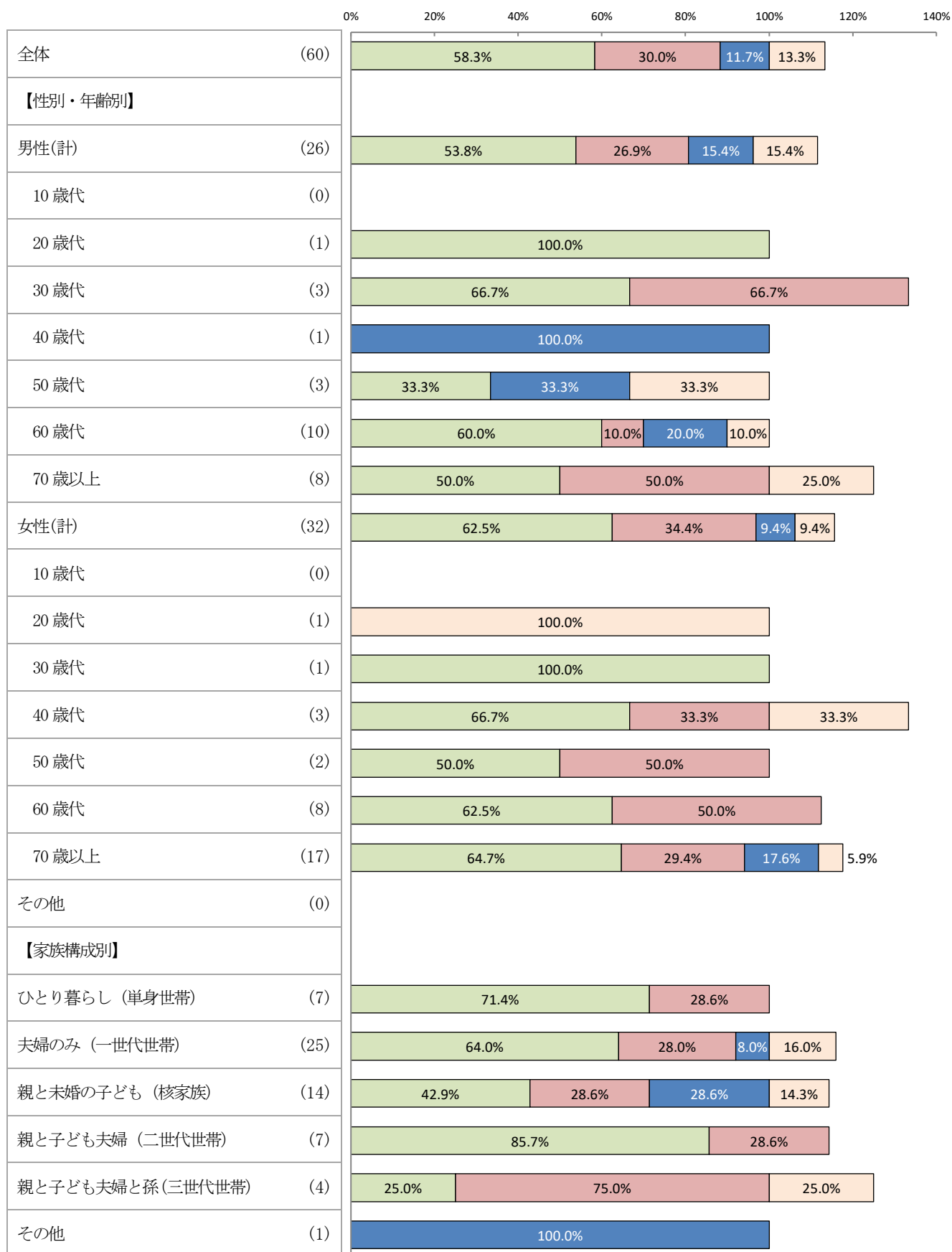
家族構成別で見ると、「ウ GAPを知らない」は<親と未婚の子ども(核家族)>が70.7%で最も高く、次いで<その他>を除くと<ひとり暮らし(単身世帯)>が59.6%と続いている。一方、「ア 内容を含め、知っている」は<親と子ども夫婦(二世帯世帯)>が22.6%で最も高く、次いで<夫婦のみ(一世帯世帯)>が20.2%と続いている。(図IV-27-5)

<図IV-27-5>性別・年齢別／家族構成別

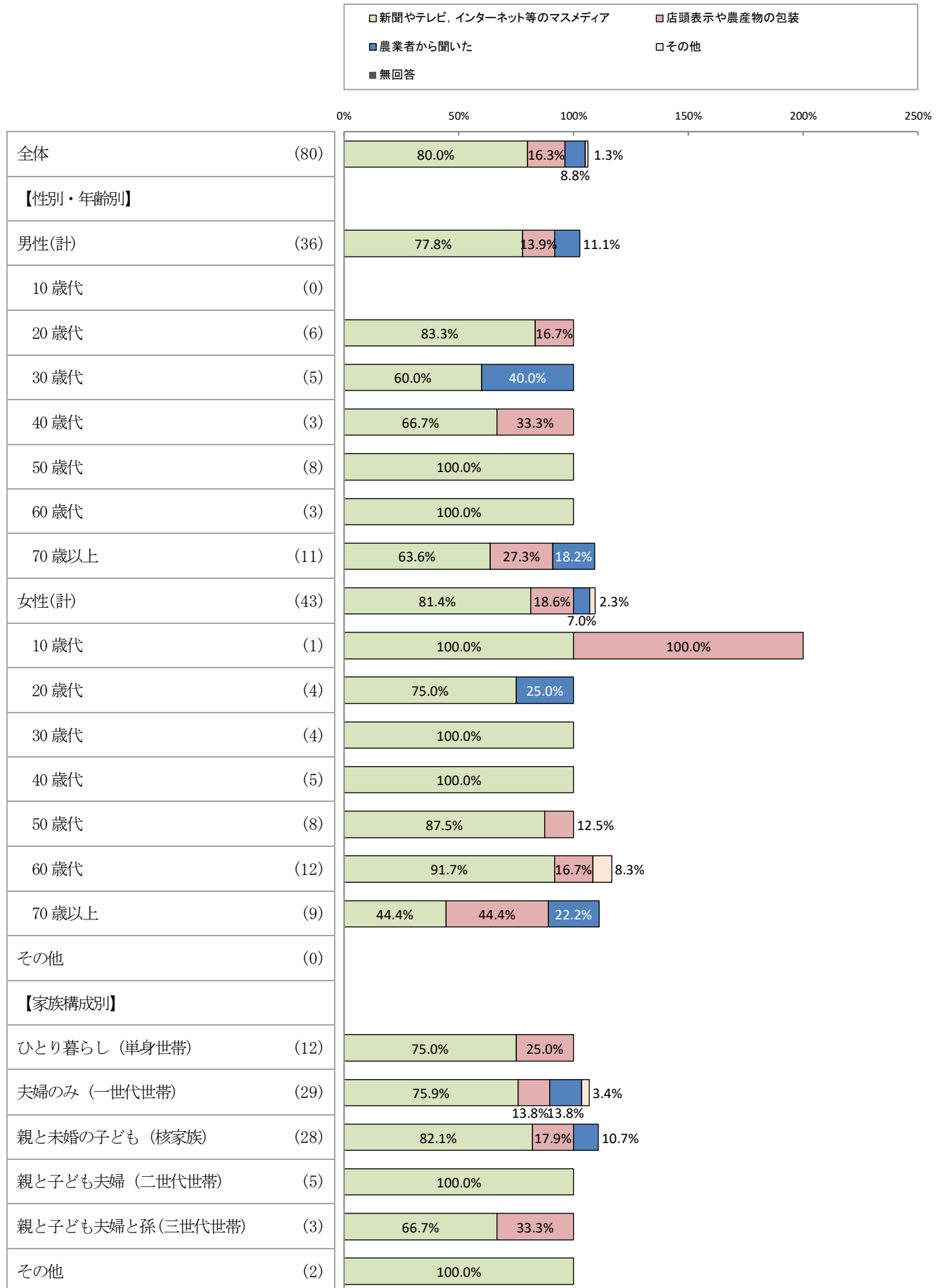


<図Ⅳ-27-5-ア>性別・年齢別／家族構成別

□新聞やテレビ、インターネット等のマスメディア □店頭表示や農産物の包装 ■農業者から聞いた □その他



<図IV-27-5-イ>性別・年齢別／家族構成別

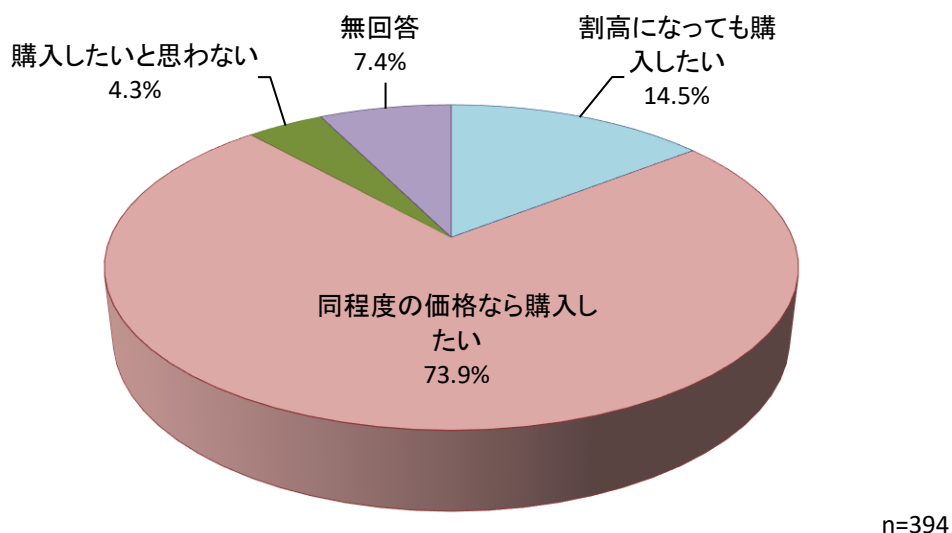


(3) GAPの取組みを行って生産された農産物の購買意欲

◇ 「同程度の価格なら購入したい」が7割半ば

問101	あなたはGAPの取組みを行って生産された農産物を購入したいと思いますか。1つ選択し、その理由を記載してください。	(○は1つ)
		n=394
1	割高になっても購入したい	14.5%
2	同程度の価格なら購入したい	73.9%
3	購入したいと思わない	4.3%
	(無回答)	7.4%

<図IV-27-6>全体



GAPの取組みを行って生産された農産物の購買意欲については、「同程度の価格なら購入したい」が73.9%で最も高く、次いで「割高になっても購入したい」が14.5%、「購入したいと思わない」が4.3%であった。(図IV-27-6)

<参考>

性別・年齢別で見ると、「同程度の価格なら購入したい」は<女性/10歳代>が100.0%で最も高く、次いで<女性/30歳代>が91.7%と続いている。一方、「購入したいと思わない」は<男性/30歳代>、<男性/50歳代>、<男性/70歳以上>、<女性/70歳以上>がいずれも7.1%で最も高く、次いで<男性/40歳代>が6.5%と続いている。(図IV-27-7)

家族構成別で見ると、「同程度の価格なら購入したい」は<親と未婚の子ども(核家族)>が82.0%で最も高く、次いで<親と子ども夫婦(二世帯世帯)>が80.6%と続いている。一方、「購入したいと思わない」は<ひとり暮らし(単身世帯)>が11.5%で最も高く、次いで<夫婦のみ(一世帯世帯)>が4.8%と続いている。(図IV-27-7)

<図IV-27-7>性別・年齢別／家族構成別

