

県商工会連合会は二
十三日、首都圏の消費
者を対象に実施した県
産食品に対する意識調
査の結果を
発表した。
東京電力福
島第一原発
事故後でも県産食品へ
の購入を気にしていな
いが63・0%だった。
県商工会連合会が風
評払拭(ふっしょく)
を目指して、定期的
に調査している。対象
は、今後は購入しな
かったが、今は気に
せず購入しているが
26・0%、事故前後
で特に変化なく購
入しているが37・0%
だった。一方、

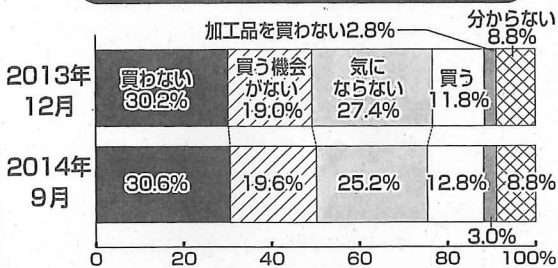
63%原発事故気にせず

首都圏消費者の県産食品購入

会
工
商
連
調
査
化
な
く
購
入
し
て
い
る
が
37・0%
だ
っ
た
。一
方、

八十歳の五百人でイン
ターネットで調べた。
への購入しない意識が
継続しているが30・8
%、分らないが6・
2%だった。

首都圏消費者の県産品に対する意識



県商工会連合会が23日に
発表した、首都圏の一般消
費者を対象に昨年9月に行
った県産品などに対する意

首都圏消費者 風評被害根強く

県産品「買わない」3割

県商工連調査

識調査結果によると、県産
品を「買わない」と答えた
消費者の割合は30・6%
で、2013(平成25)年
12月の前回調査の30・2%
から微増した。首都圏の消
費者の県産品に対する意識
はこの9カ月でほとんど変
わらず、風評被害が根強い
ことを裏付ける結果となっ
た。

同連合会は「本県の風評
被害はほとんど改善してい
ない」として、県の首都圏
での情報発信拠点「日本橋
ふくしま館(愛称・ミテッ
テ)」を活用しながら、風評
被害払拭に向けて長期的
に県産品をPRする方針。
調査結果は「グラフ」の
通り。「買わない」(加工
品を含む)「買う機会がな
い」と答えた消費者は合
わせて53・2%に上り前回
に比べ1・2%上昇した。「買
う」と答えた人も12・8%
と前回より1%上昇した。
調査では、20〜80歳の首都
圏に住む男女500人がイ
ンターネットで回答した。
一方、同連合会が県内で
昨秋に開いた「福島島の美
しいもの食のフェア」の来
場者に聞いた県産品に対す
る安心度については「とて
も安心」「安心」「やや安
心」と答えた人の割合が白
河会場で69・6%、福島会
場で76・2%だった。