

## 福岡県における魚食普及の検討\*

中村 真由美<sup>1 a</sup>

(<sup>1</sup>企画管理部)

福岡県では、全国的な傾向と同様、特に若年層で魚離れが顕在化しているが、魚食そのものに拒否感をもっているわけではない。女性の社会進出等に伴い、食のアウトソーシング化が進み、外食のニーズも増えており、産地で地物を食べるのも一つのレジャーとなっている。そこで、福岡県で漁協直営のレストランを設置した場合の立地条件やメニュー、周辺施設を消費者調査によって検討を行った。

その結果、都市圏から1時間以内の立地、地元の水産物を中心としたメニュー構成で漁協直営の魚食レストランの設置は十分可能であることがわかった。

キーワード：魚食， レストラン， 海業

福岡県では全国的な傾向と同様に、特に若年層で魚離れが顕在化している<sup>1), 2)</sup>。近年、魚離れが顕在化しているのは、水産物に対する知識不足や情報不足など複数の要因があるが、魚食そのものに拒否感を持っている消費者は少ないと考えられる<sup>2)</sup>。

また、スキューバダイビングや観光漁業などの海洋レジャーの人気の高まりによって、都市と漁村の交流も進んでおり、その距離は以前よりは狭まりつつある。さらに、県内各地で直販所が開設され、既存の流通よりも短時間で消費者のもとへ水産物が届くケースも珍しくなく、市場流通以外のチャンネルも増加している。しかし、以前よりは都市に向けて間口を広げている漁村であるが、それを利用しているまたは存在を知っている消費者は特定の層であり、必ずしも一般の消費者ではない。

中村<sup>3)</sup>がおこなったグループインタビューでは、魚を捌くことができるか否かにかかわらず、ほとんどの参加者が自宅で魚を捌くことに消極的であった。これは、住環境の変化により自宅での生ゴミの処理が難しくなったことだけでなく、女性の社会進出や通勤条件の変化（長距離・長時間通勤の一般化）によって調理のアウトソーシング化が進み、消費者の家庭内での調理への積極性が以前に比べて低くなっている<sup>4)</sup> ことの現れでもある。それとは逆に、外食や中食への積極性は高まっており、特に産地でその地物を食べるニーズが高い。現在、水産物に限って考えてみると、福岡県内消費者のこのニ

ズに対応しているのは、隣県である佐賀県の呼子である。呼子では、イカを地域資源の核とし地域振興を図っており、福岡県でも「呼子といえばイカ」、「イカといえば呼子」との認識が高い。福岡都市圏から呼子へは1.5～2時間ほどかかり、決して近いとはいえないにも関わらず、人気が高いのは福岡県内にそのニーズを満たしうるものがないためと考えられる。そこで、本調査では福岡都市圏消費者の魚食ニーズを明らかにするとともに、県内での漁協直営の魚食レストラン設置の可能性について検討を行った。

### 方 法

2006年11月23日に福岡県水産海洋技術センター主催のフクオカ・サイエンスマンス～おめで鯛まつり～の来場者約206人（アンケート調査A）、'07年2～3月にエフコープ組合員700人（アンケート調査B）を対象に依頼文、調査票、返信用封筒を1セットにして配布し、調査を行った。調査票はブリコード式の回答形式で、最後に自由に意見を記入できる欄を設けた。

調査票の質問項目は、「水産物を食べる頻度」、「直販所・朝市の利用頻度」、「知っている朝市・直販所」、「行ったことがある朝市・直販所」、「よく食べる水産物」、「よく食べたい水産物」、「漁協直営のレストランを利用した<sup>なかしよく</sup>いか」、「漁協直営のレストランまでの移動時間の限界」、

\*福岡県産水産物に対する消費者ニーズと魚食普及

a 現所属：水産林務部水産振興課

「漁協直営のレストランで食べたい料理」, 「漁協直営のレストランの近くに希望する施設」等に関して設定した。

## 結 果

### 1. サイエンスマンス来場者を対象として

#### (1) 回答率・回答者属性

回答者は206人中90人で、回答率は43.7%だった。回答者の性別を表1, 年齢を表2, 居住地区を表3, 職業を表4に示した。回答者は女性が多く(67.8%), 30代(34.4%), 40代(44.4%)が多かった。また、福岡市西区で行われたイベントということもあり、ほとんどが福岡地区居住者であった。職業別にみると、「主婦」が36.7%と一番多く、「会社員」が23.3%, 「パート・アルバイト」が14.4%と続いた。

#### (2) 水産物を食べる頻度

回答者の水産物を食べる頻度を図1に示した。「週3~4回」と答えた回答者が44.4%, 「週1~2回」が26.7%, 「ほぼ毎日」が25.6%だった。

#### (3) 朝市・直販所の利用頻度

回答者の朝市・直販所の利用頻度を図2に示した。「ほとんど利用しない」が35.6%と一番多く、「月2~3回」が20.0%, 「月に1回」が16.7%と続いた。

#### (4) 知っている朝市・直販所(複数回答可)

回答者が知っている朝市・直販所を図3に示した。「志摩の四季・志摩の朝市」と答えた回答者が83.3%と一番多く、「福ふくの里・福吉ふれあい朝市・二丈ふれあい夕市」が75.6%, 「姪浜朝市・漁師直販の店 あこめ」

表1 回答者の性別

性別	(%)
男性	30.0
女性	67.8
不明	2.2

表2 回答者の年齢

年齢	(%)
10代	0.0
20代	0.0
30代	34.4
40代	44.4
50代	8.9
60代	10.0
70代	0.0
不明	2.2

表3 回答者の居住地区

居住地区	(%)
福岡地区	94.4
北九州地区	1.1
筑後地区	0.0
筑豊地区	0.0
県外	0.0
不明	4.4

が42.2%と続いた。福岡地区居住者が大半を占めたため、他地区の朝市・直販所の認知度は低かった。

#### (5) 行ったことがある朝市・直販所

回答者が行ったことのある朝市・直販所を図4に示した。「志摩の四季・志摩の朝市」, 「福ふくの里・福吉ふれあい朝市・二丈ふれあい夕市」が64.4%と一番多く, 「おさかなセンターうみがめ・あんずの里」が16.7%, 「姪浜朝市・漁師直販の店 あこめ」が13.3%と続いた。

#### (6) よく食べる水産物・頻繁に食べたい水産物(複数回答可)

普段よく食べる水産物と頻繁に食べたい水産物を図5に示した。普段よく食べる水産物で一番多かったのは「アジ」で(86.7%), 「サバ」(81.1%), 「サンマ」(72.2%), 「イカ」(66.7%)と続いた。一方、普段は食べていないが頻繁に食べたい水産物で一番多かったのは、「カニ」(33.3%)で, 「マグロ」(25.6%), 「ウナギ」(21.1%),

表4 回答者の職業

職業	(%)
主婦	36.7
会社員	23.3
自営業	5.6
公務員	7.8
パート・アルバイト	14.4
その他	10.0
不明	2.2

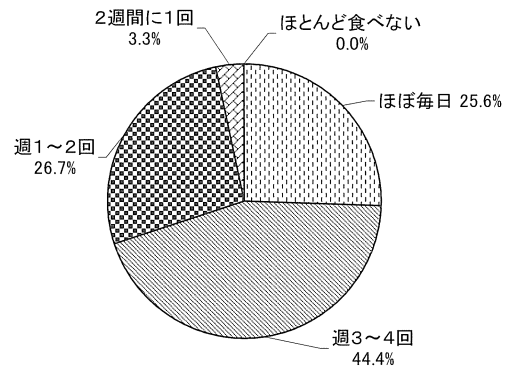


図1 水産物を食べる頻度

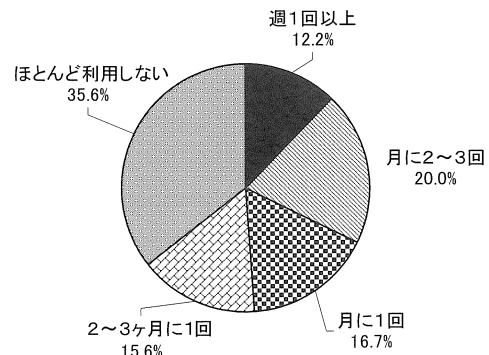


図2 朝市・直販所の利用頻度

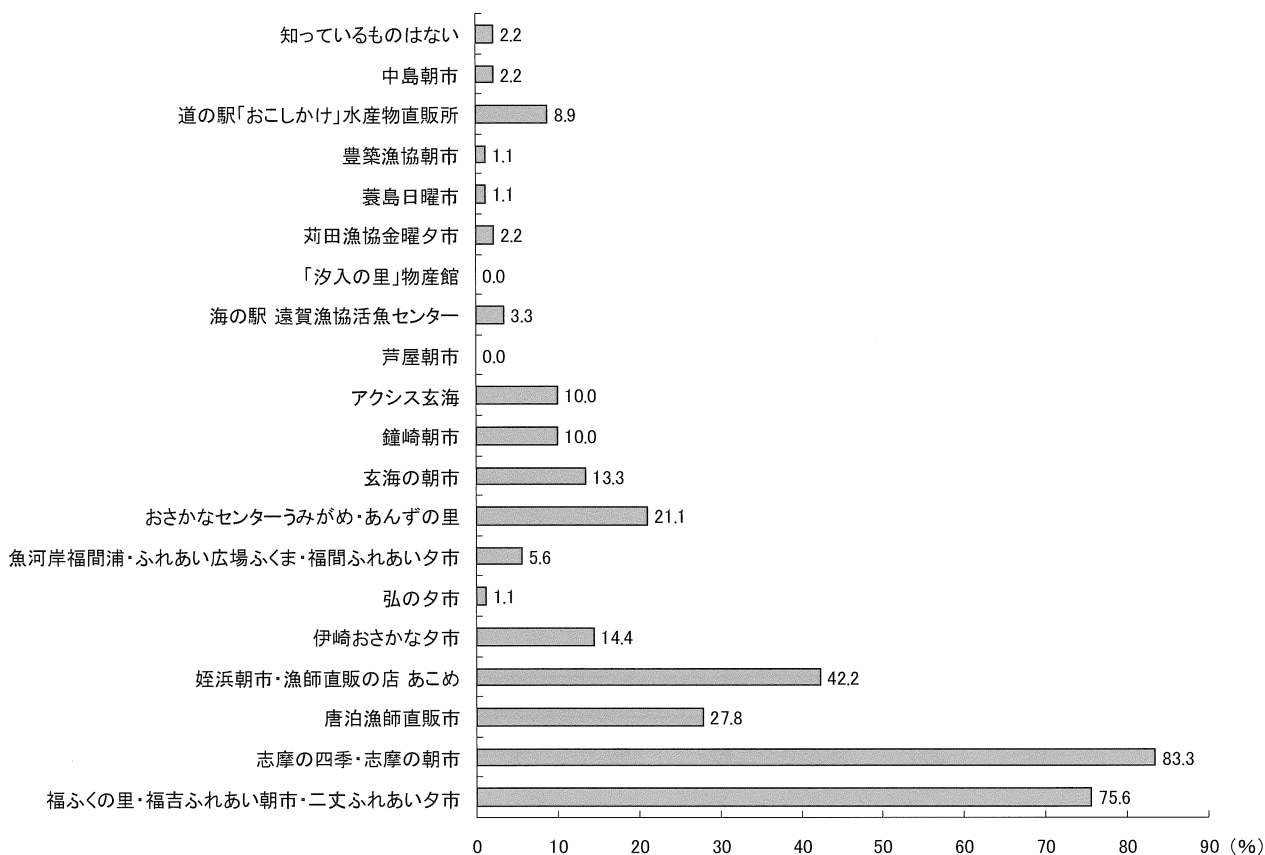


図3 知っている朝市・直販所

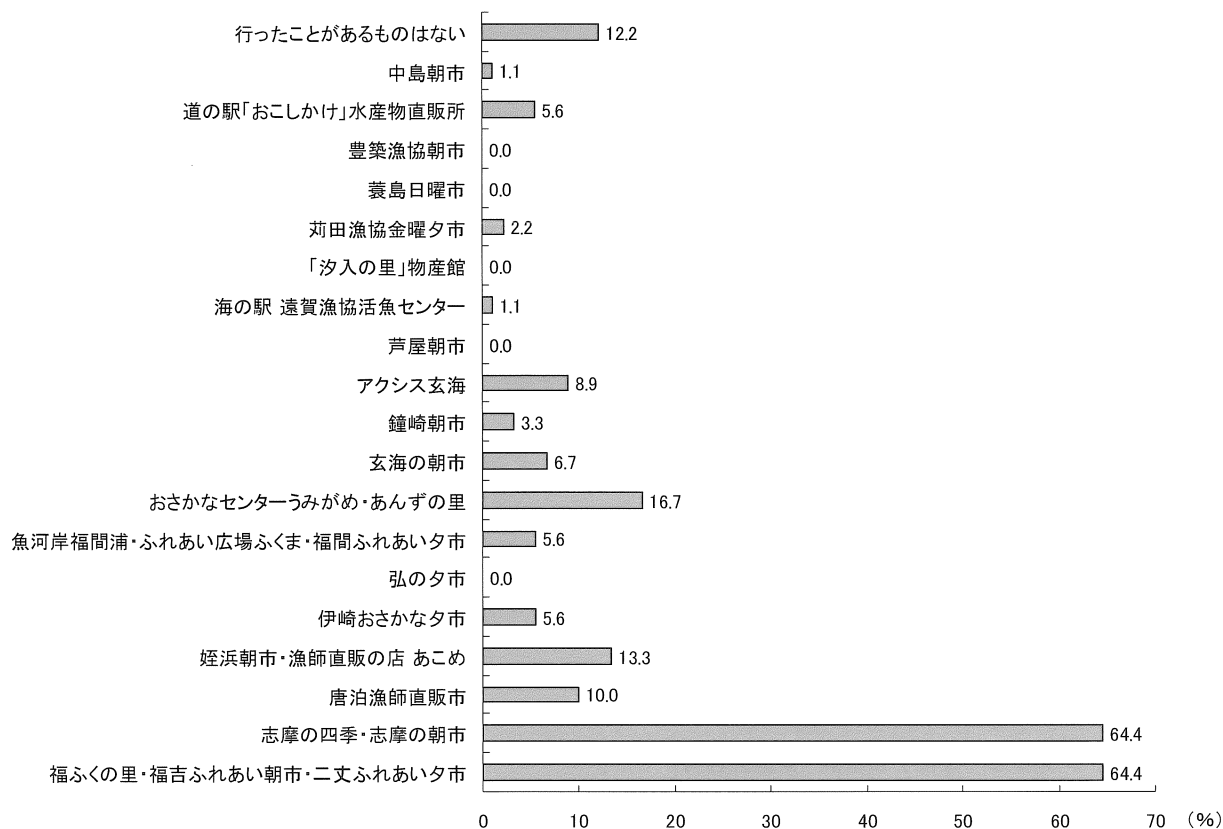


図4 行ったことがある朝市・直販所

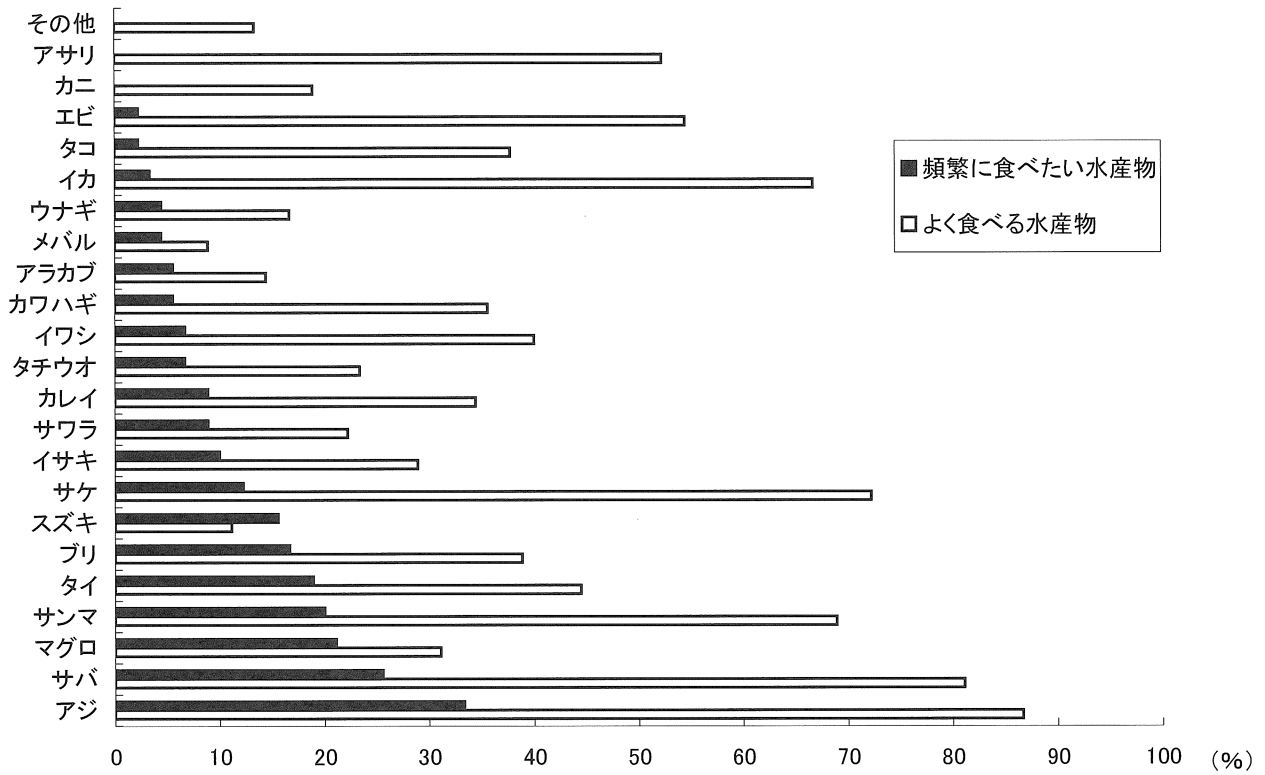


図5 普段よく食べる水産物と頻繁に食べたい水産物

「アラカブ」(20.0%)と続いた。普段よく食べる水産物と比べて、頻繁に食べたい水産物は偏りが見られなかった。

(7) 魚食レストランを利用したいかどうか

漁協直営の魚食レストランを利用したいかどうかについて図6に示した。「利用したい」と答えた回答者が76.4%、「どちらかといえば利用したい」が16.9%、「どちらともいえない」が6.7%だった。「どちらかといえば利用したくない」、「利用したくない」と答えた回答者はいなかった。

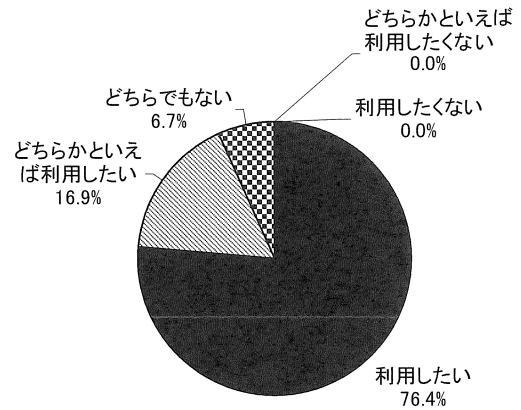


図6 魚食レストランを利用したいかどうか

(8) 自宅から魚食レストランまでの移動時間の限界

自宅から魚食レストランまでの移動時間の限界を図7に示した。「16~30分」と答えた回答者が42.2%と一番多く、「31~45分」が27.8%、「46~60分」が20.0%と続いた。約4分の3の回答者が移動時間は45分以内という結果であった。

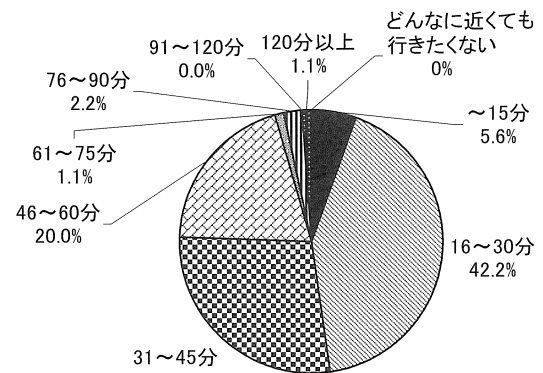


図7 自宅から魚食レストランまでの移動時間の限界

(9) 魚食レストランで食べたい料理(複数回答可)

魚食レストランで食べたい料理を図8に示した。「刺身」が81.1%と一番多く、「焼き魚や煮魚などの漁師料理」が73.3%、「にぎり寿司」が53.3%と続いた。

(10) 魚食レストラン周辺に希望する施設(複数回答可)

魚食レストラン周辺に希望する施設を図9に示した。「直販所」と答えた回答者が77.8%と一番多く、「海の

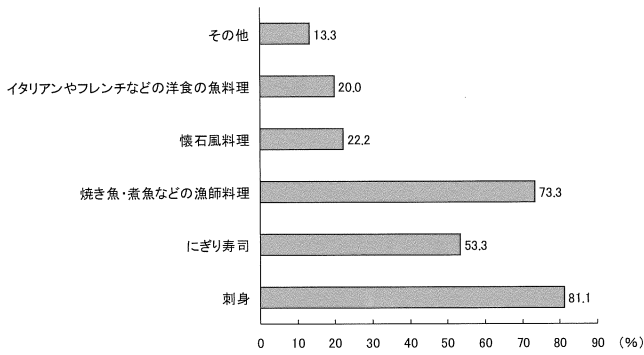


図8 魚食レストランで食べたい料理

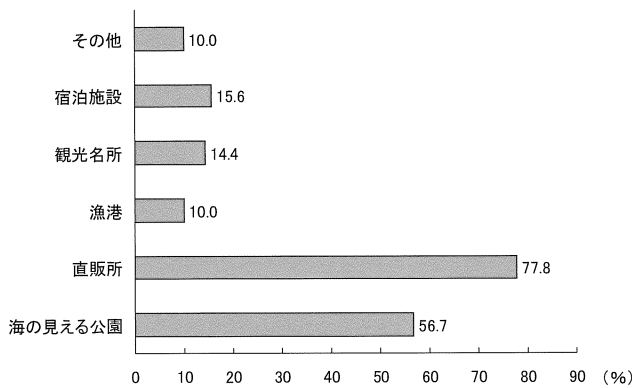


図9 魚食レストラン周辺に希望する施設

表5 回答者の性別

性別	割合 (%)
男性	2.7
女性	97.2
不明	2.1

表6 回答者の年齢

年齢	割合 (%)
10代	0
20代	1
30代	7
40代	22
50代	66
60代	3
70代	0
不明	3

表7 回答者の居住地区

居住地区	割合 (%)
糸島地区	1.5
福岡市西区	2.1
福岡市早良区	3.1
福岡市城南区	2.6
福岡市南区	12.6
福岡市中央区	1.8
福岡市博多区	0.8
福岡市東区	10.8
粕屋地区沿岸市町村	2.6
粕屋地区非沿岸市町村	42.3
福津市	1.5
宗像市	4.6
筑紫地区	13.7
朝倉地区	0.0
不明	13.7

表8 回答者の職業

職業	割合 (%)
主婦	4.7
会社員	6.8
自営業	0.0
公務員	0.2
パート・アルバイト	87.9
その他	0.5
不明	3.0

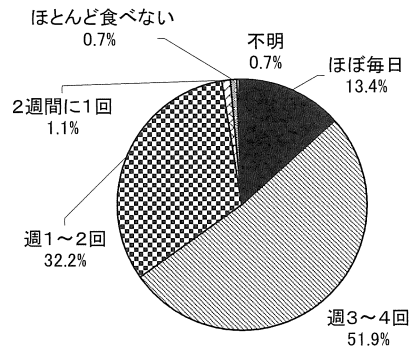


図10 水産物を食べる頻度

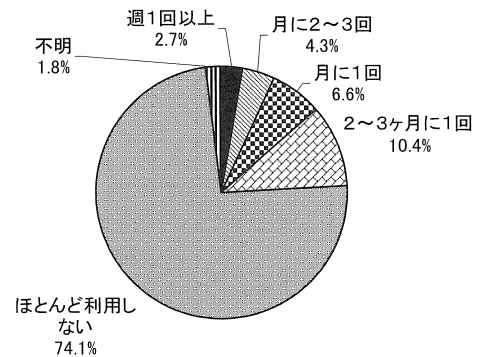


図11 朝市・直販所の利用頻度

見える公園」(56.7%)が続いた。

## 2. エフコープ組合員を対象として

### (1) 回答率・回答者属性

回答者は700人中441人で、回答率は63.0%だった。回答者の性別を表5、年齢を表6、居住地区を表7、職業を表8に示した。回答者は女性が多く(95.2%)、50代(64.2%)、40代(21.8%)が多かった。また、粕屋地区非沿岸域(久山町・粕屋町・志免町・篠栗町・宇美町)が37.2%と一番多く、次いで粕屋地区沿岸市町村(古賀市・新宮町)が多かった(22.7%)。職業別にみると、ほとんどが「主婦」(85.3%)であった。

### (2) 水産物を食べる頻度

回答者の水産物を食べる頻度を図10に示した。「週3~4回」と答えた回答者が51.9%、「週1~2回」が32.2%、「ほぼ毎日」が13.4%だった。

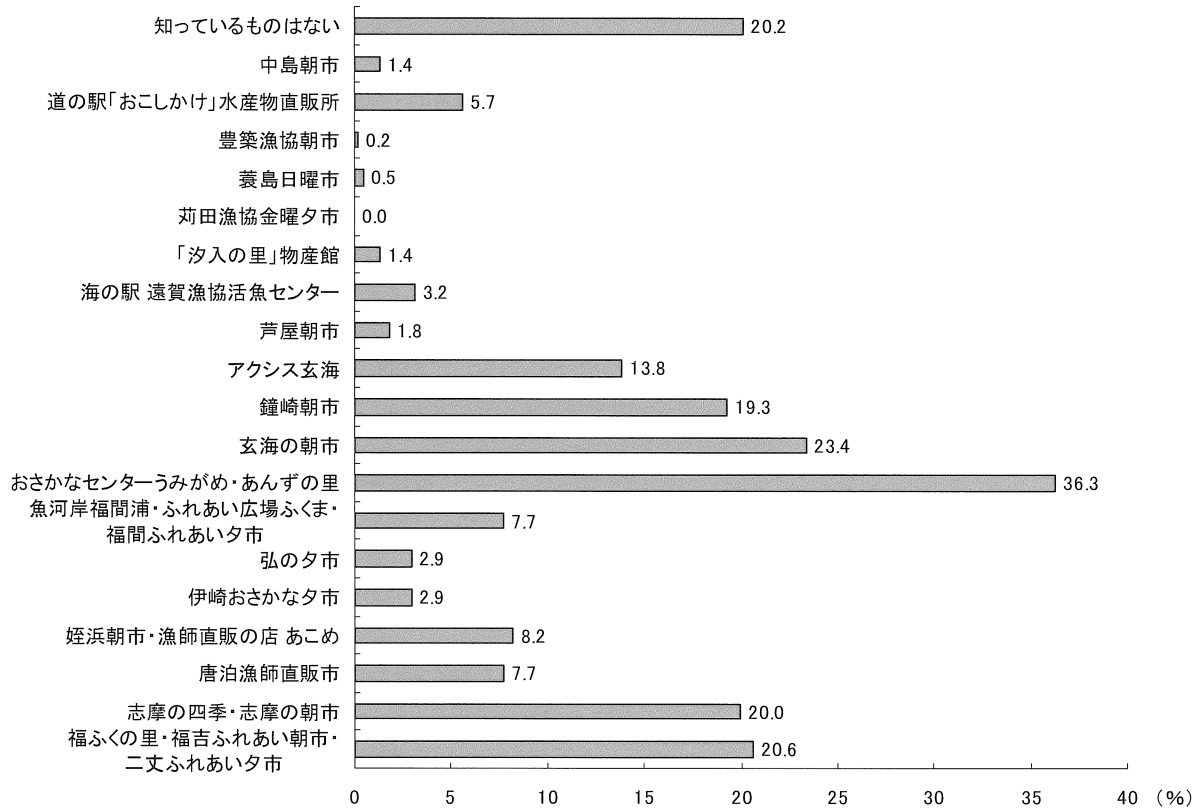


図12 知っている朝市・直販所

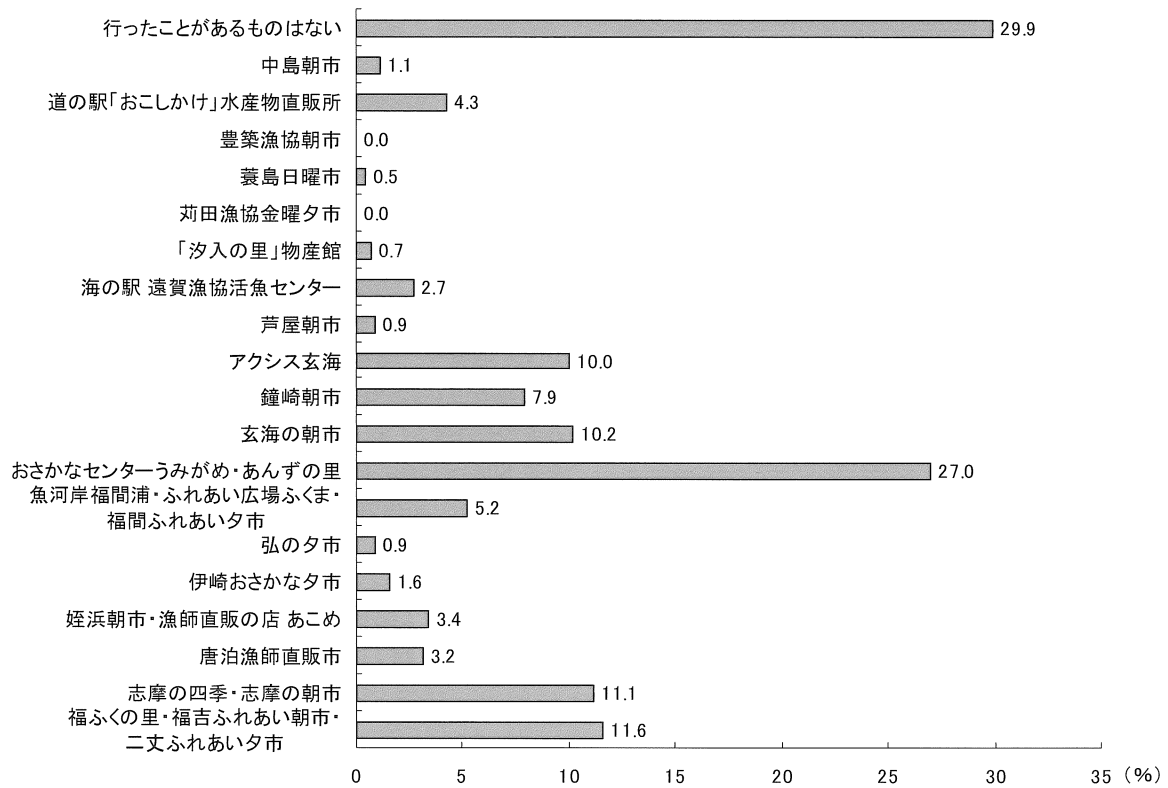


図13 行ったことがある朝市・直販所

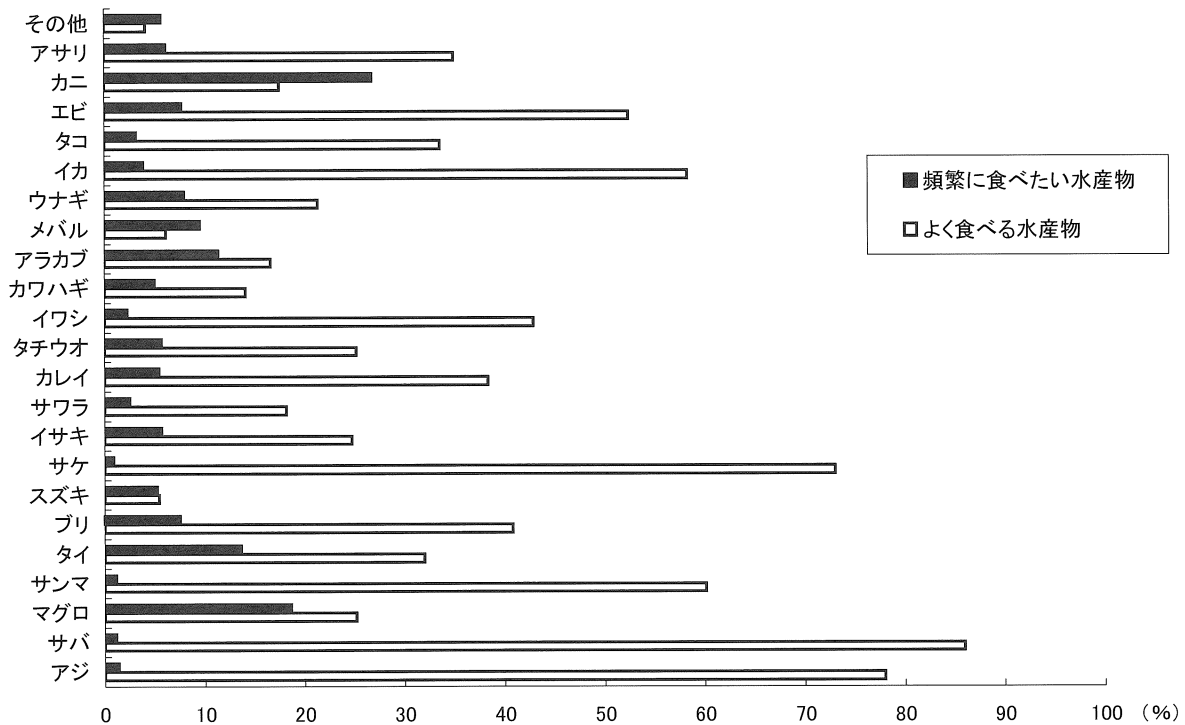


図14 普段よく食べる水産物と頻繁に食べたい水産物

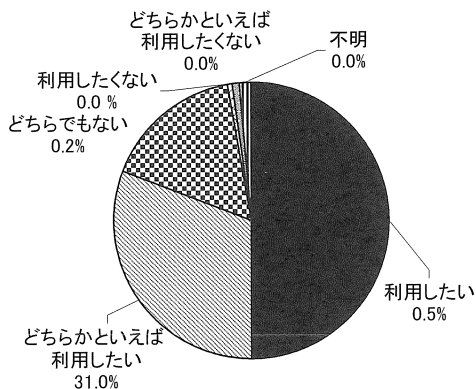


図15 魚食レストランを利用したいかどうか

(3) 朝市・直販所の利用頻度

回答者の朝市・直販所の利用頻度を図11に示した。「ほとんど利用しない」が74.1%と一番多く、「2～3ヶ月に1回」が10.4%、「月に1回」が6.6%と続いた。

(4) 知っている朝市・直販所 (複数回答可)

回答者が知っている朝市・直販所を図12に示した。「おさかなセンターうみがめ・あんずの里」と答えた回答者が36.3%と一番多く、「玄海の朝市」が23.4%、「福ふくの里・福吉ふれあい朝市・二丈ふれあい夕市」が20.6%、「志摩の四季・志摩の朝市」が20.0%と続いた。

(5) 行ったことがある朝市・直販所

回答者が行ったことのある朝市・直販所を図13に示した。どの直販所にも行ったことがない人が29.9%と一番

多く、「おさかなセンターうみがめ・あんずの里」の27.0%が続いた。

(6) よく食べる水産物・頻繁に食べたい水産物 (複数回答可)

普段よく食べる水産物と頻繁に食べたい水産物を図14に示した。普段よく食べる水産物で一番多かったのは「サバ」で(85.9%)、「アジ」(81.1%)、「サケ」(72.0%)、「サンマ」(60.1%)と続いた。一方、普段は食べていないが頻繁に食べたい水産物で一番多かったのは、「カニ」(26.8%)で、「マグロ」(18.6%)、「タイ」(13.6%)、「アラカブ」(11.3%)と続いた。普段よく食べる水産物と比べて、頻繁に食べたい水産物は偏りが見られなかった。

(7) 魚食レストランを利用したいかどうか

漁協直営の魚食レストランを利用したいかどうかについて図15に示した。「利用したい」と答えた回答者が50.1%、「どちらかといえば利用したい」が31%、「どちらともいえない」が16.3%だった。「どちらかといえば利用したくない」、「利用したくない」と答えた回答者はいなかった。

(8) 自宅から魚食レストランまでの移動時間の限界

自宅から魚食レストランまでの移動時間の限界を図16に示した。「16～30分」と答えた回答者が39.2%と一番多く、「31～45分」が27.2%、「46～60分」が17.0%と続いた。約4分の3の回答者が移動時間は45分以内という結

考 察

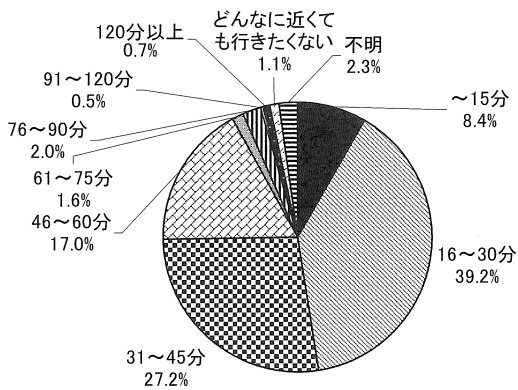


図16 自宅から魚食レストランまでの移動時間の限界

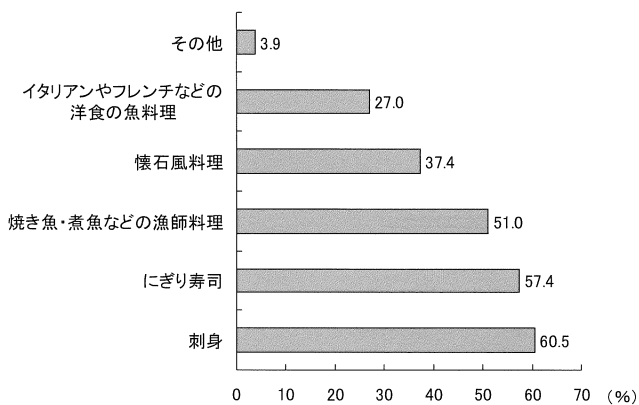


図17 魚食レストランで食べたい料理

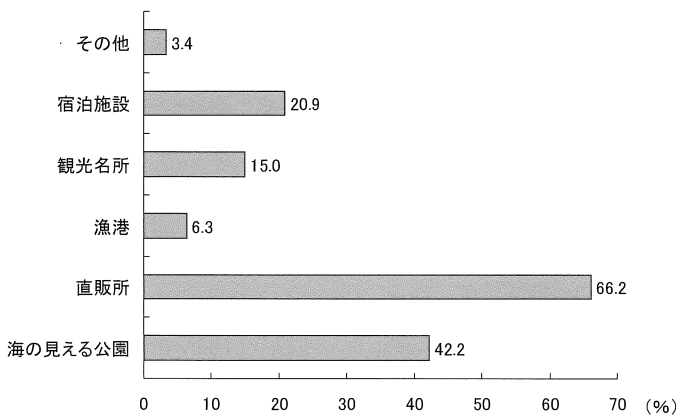


図18 魚食レストラン周辺に希望する施設  
果であった。

(9) 魚食レストランで食べたい料理 (複数回答可)

魚食レストランで食べたい料理を図17に示した。「刺身」が60.5%と一番多く、「にぎり寿司」が57.4%、「焼き魚や煮魚などの漁師料理」が51.0%と続いた。

(10) 魚食レストラン周辺に希望する施設 (複数回答可)

魚食レストラン周辺に希望する施設を図18に示した。「直販所」と答えた回答者が66.2%と一番多く、「海に見える公園」(42.2%)が続いた。

まずは、漁村における漁協直営のレストラン設置の意義について整理したい。これまで「漁村における産業≒漁業」であったが、最近は「海業」が各地で興っている。この海業とは、「多様な消費者ニーズに応じて、地域社会の有する地域資源をフルに使って展開する、漁村の人々を中心となった地域の人々の業」である。漁業は海業の1つの形態であり、そのほかにも直販所・産地直送・ブランド化・漁家民宿・レストラン・水族館・観光定置網・祭り・伝統行事などさまざまなものがある。海業と漁業の違いは、「モノのみを供給する産業」であるか、「モノ・サービス・アイデアを提供する産業」であるかの違いである<sup>5)</sup>。ここで議論をしている漁協直営の魚食レストランも海業の1つの形態である。レストランの従業員として、地元の雇用を創出することができ、漁協直営ということは、漁協の事業として行うということであり、漁協の経営も安定する。また、これまで既存の流通ではロットが揃わなくて価値がなかった水産物が、一転して価値あるものとなりうる可能性があり、漁業者にとってもメリットは大きい。さらに、漁村の食文化は都市住民にとって魅力的であることから、多くの集客が見込まれ、周辺の飲食店等にも波及効果があると考えられる。事実、後ほど挙げる千葉県保田漁協直営レストラン「ばんや」ではそのような効果が現れている。さらに、レストラン付近に魅力的な施設があればその相乗効果もあると考えられる。

2つのアンケート調査の結果を比較すると、アンケート調査Bの回答者の方よりもアンケート調査Aの回答者が、調査実施場所が水産関係のイベント会場であることと、居住地区が海に近いこともあり、水産物を食べる頻度(図1・10)や朝市・直販所の利用頻度(図2・11)が高く、また、直販所に関する情報が多いことが図3・12の「知っているものはない」と図4・13の「行ったことがあるものはない」の選択肢を選んだ回答者の割合から推測できる。また、居住地区により近い直販所の認知度が高い傾向がみられた。中村のグループインタビュー<sup>3)</sup>でも、わざわざ食品を買いにいくためだけには遠出しなれないとの意見が多く、日高<sup>5)</sup>も姪浜朝市の来場者は車で30分以内に住んでいるとしている。アンケート調査Bで認知度・利用度が低かったのは、直販所や朝市が多く立地している沿岸地域から遠い非沿岸地区の居住者の割合が多かったためであると推測できた。

しかし、漁協直営の魚食レストランを利用したいかどうかについては、積極性に差はあるものの両調査ともに



「利用したくない」、「どちらかといえば利用したくない」と答えた回答者はほとんどなく（図6・15）、自宅から魚食レストランまでの移動時間の限界はほぼ同じであった（図7・16）。波積<sup>7)</sup>は福岡市民には地物に対するニーズがあり、福岡という都市に漁場があることを利用したいという思いがあるとしている。「呼子へイカを食べに行く」という行為が1つのレジャーになっていることを考えても、都市圏から1時間以内の立地条件であれば地物が食べられる魚食レストランの設置は十分可能である。

関東以東では、マグロやサケの需要が多いが、家計調査年報の結果からみても、福岡ではアジやサバの消費量が多い<sup>8)</sup>。この傾向は両アンケート調査でも見られ（図5・14）、現在でも青魚文化が根付いていることがわかる。飲食店のメニューを考える際は対象となる客層のニーズを把握し、可能な限りそれに対応することが重要である。福岡都市圏の消費者が頻繁に食べている水産物は地元で獲れるものが多い。また、近年の簡便化志向を反映し、切り身での販売が多いサケの消費も目立つ（図5）。これに加えて、ロットが揃っていないために既存の流通にはのらず、小売店の店頭には並びにくい魚種や地元ではほとんど漁獲されないマグロなどもメニューに組み込むことで従来直販所の客層である地物志向の消費者だけでなく、広い範囲のニーズに対応することができる。

千葉県保田漁協直営の「ばんや」は、漁協直営の魚食レストランの先進優良事例である。ばんやでは、地元の定置網で獲れた多種多様な魚（活魚・生鮮）を中心としているが、地元外の魚（マグロなどの高価格帯の冷凍物中心）も使用している。地産地消の精神を基本としているが、地物だけでは確保できない食材もあるため、近隣の市場などから仕入れている。ここで「ばんや」の注目すべき点は、地元外の魚には地物よりも高い価格をつけ、安い地物から売れていくように価格設定を行っているところである<sup>9)</sup>。

図5・14の普段食べないもので頻繁に食べたいものには、マグロやウナギなどが挙がっているが、これらの県内漁獲量はほとんどない。県内では青物文化が根付いているとはいえ、輸送手段や冷蔵・冷凍技術が高度化した現代では、遠隔地からの搬入量も多いため、マグロやサケなどの関東で需要が多い魚種についても、消費量が増えている（図5・14）。これに対応するためには、やはりメニューに取り入れざるえない。そのために、地物が売れなくなるとは本末転倒なので、先に挙げたばんやの価格戦略を取り入れることは県内の魚食レストランでも重要なことである。

また、メニューに使用する魚種選定と同様にどのよう

な料理を提供するかも集客数に関わってくる。図8・17を見ると、魚食レストランで食べたい料理では刺身が一番多く、にぎり寿司や漁師料理が続いている。このニーズは、寿司は別にして、そのほかについては魚を捌くことさえできれば漁村で対応できる範囲である。日によって、使用できる素材は異なるので、日替わり定食といった形で対応することが好ましい。ばんやでは、寿司のしゃりを握る機械を導入し、寿司へのニーズにも対応している。

周辺施設のニーズは図9・18に示したように、「直販所」と「海のみえる公園」と答えた回答者が多かった。県内各地に直販所は開設されており、中には近隣に公園もあることから、既存の施設に併設する形でレストランを設置するケースも想定できる。朝市・直販所の利用者は50代の主婦が多く、その数は限りがあり、県内の朝市・直販所が増加傾向にある中、今後の直販所経営は厳しくなっていくことが予想される。現在、朝市・直販所を利用していない小さな子供がいる若い世代は、できるだけお金がかからないレジャー施設のニーズがあると考えられ、直販所・レストラン・公園を併せもった複合施設は彼らにとって魅力的なレジャーの場である。よって、レストランを設置することによって独自色を出すことは、客層が広がることへつながる。

漁協直営のレストランは水産物に対する県内消費者の5つのキーワード「新鮮」、「安心・安全」、「価格」、「簡便化」、「情報不足」<sup>2)</sup>を満足させることができる。特に、現代の特有のニーズである「簡便化」は、獲れたての水産物を調理したものを出すことによって消費者を調理の面倒さから解放することによって、「情報不足」は漁村に設置することにより、より生産の現場近いところを自分の目で確認でき、さらに積極性さえあれば、レストランや直販所から情報を得ることによって満たされる。例えば、旬の魚をレストランで使うことで、季節ごとの一番おいしいものを知ることができ、レストランの従業員として漁業者の家族や地元の住民を雇用すれば、魚の食べ方等も気軽に消費者が聞くことができる。また、オーナー制度やメールマガジンを作って、レストランでその登録を呼びかけ、レストランや漁業に関することだけでなく、その地域の情報を発信することで都市と漁村の交流を促進することも可能である。

ただし、先進的ないくつかの例をみても、レストラン設置には、強力なリーダーシップをもったリーダーの存在や地元の合意が必要であり、漁業者や漁協からの積極的な消費者への情報提供等も不可欠である。レストランの設置の際は、誰が主になって運営を行うのか、漁協が運営するのであれば、その利益を組合員へどう還元する

のかなどの運営の仕組みづくりが第一の問題である。また、県内では販売事業に力を入れていない漁協も多く、販売に関するノウハウはどう習得するのかといった「人づくり」の問題もある。更に、海辺には飲食店が立地している地域もあるため、レストラン設置には当然反対が出てくると考えられ、その説得にも多くの時間を費やすことになる。しかしながら、これらの問題は多くの漁協直営のレストランが経験し、解決してきたもので解決不可能なものではない。県内には、福岡都市圏から1時間前後に立地している漁村地域は多く、魚食普及のためにもレストラン設置の検討は必要であると考えられる。

## 文 献

- 1) 水産庁：平成18年度水産白書，水産庁，東京，2007，pp 13-33.
- 2) 中村真由美：福岡県内消費者の水産物に対する意識，福岡県水産海洋技術センター研究報告，第18号，127-138 (2007).
- 3) 中村真由美：グループインタビューを用いた魚食ニーズの把握，福岡県水産海洋技術センター研究報告，第18号，139-142 (2007).
- 4) 長谷川彰：水産物消費・需要変化の要因．漁業経済研究，第25巻，第1号，1-20 (1979).
- 5) 婁小波：地域資源を活用した「海業」のすすめ．アクアネット，6月号，16-19 (2005).
- 6) 日高健：漁業者と都市住民による交流・連携の現代的意義．地域漁業研究，第41巻，第3号 (2001).
- 7) 波積真理：都市住民からみた漁業と海辺一関係性マーケティングからのアプローチ．地域漁業研究，第41巻，第3号，37-47 (2001).
- 8) 中村真由美：県産マアジを原材料とした干物加工業の検討．平成18年度福岡県水産海洋技術センター事業報告，6-9 (2007).
- 9) 婁小波：地域資源の価値創造と魚食レストランの展開—保田漁協「ばんや」を事例として—．アクアネット，1月号，70-74 (2006).

# 魚食に関するアンケート

このアンケートは、皆さまに魚食（水産物を食べること）に関してお聞きするためのものです。今後の福岡県産水産物をおいしく安心して食べていただくことに役立てたいと思いますので、ご協力よろしくお願いいたします。

設問の選択肢の中で、あなたの一番近い考えに1つ（複数回答可のものは複数）選び、○をつけてください。回答のご記入がすべて終わりましたら、返信用封筒に入れて郵便ポストへ2月23日（金）までにご投函ください（切手は不要です）。

## Q1 普段、水産物をどのくらいの頻度で自宅で食べますか？

- ① ほぼ毎日 ② 週3～4回 ③ 週1～2回 ④ 2週間に1回  
⑤ ほとんど食べない

## Q2 普段、水産物の朝市・直販所をどのくらいの頻度で利用しますか？

- ① 週1回以上 ② 月に2～3回 ③ 月に1回 ④ 2～3ヶ月に1回  
⑤ ほとんど利用しない

## Q3 以下の朝市・直販所でご存知のものが含まれている選択肢はどれですか？（複数回答可）

- ① 福ふくの里・福吉ふれあい朝市・二丈ふれあい夕市（糸島郡二丈町）  
② 志摩の四季・志摩の朝市（糸島郡志摩町）  
③ 唐泊漁師直販市（福岡市西区）  
④ 姪浜朝市・漁師直販の店 あこめ（福岡市西区）  
⑤ 伊崎おさかな夕市（福岡市中央区）  
⑥ 弘の夕市（福岡市東区）  
⑦ 魚河岸福岡浦・ふれあい広場ふくま・福岡ふれあい夕市（福津市福岡）  
⑧ おさかなセンターうみがめ・あんずの里（福津市津屋崎）  
⑨ 玄海の朝市（宗像市神湊）  
⑩ 鐘崎朝市（宗像市鐘崎）  
⑪ アクシス玄海（宗像市深田）  
⑫ 芦屋朝市（芦屋町）  
⑬ 海の駅 遠賀漁協活魚センター（芦屋町）  
⑭ 「汐入の里」物産館（北九州市若松区）  
⑮ 苅田漁協金曜夕市（京都郡苅田町）

- ⑯ 蓑島日曜市（行橋市）  
⑰ 豊築漁協朝市（豊前市）  
⑱ 道の駅「おこしかけ」水産物直販所（豊前市）  
⑲ 中島朝市（柳川市大和町）  
⑳ 知っているものはない

## Q4 以下の朝市・直販所で行ったことがあるものが含まれている選択肢はどれですか？（複数回答可）

- ① 福ふくの里・福吉ふれあい朝市・二丈ふれあい夕市（糸島郡二丈町）  
② 志摩の四季・志摩の朝市（糸島郡志摩町）  
③ 唐泊漁師直販市（福岡市西区）  
④ 姪浜朝市・漁師直販の店 あこめ（福岡市西区）  
⑤ 伊崎おさかな夕市（福岡市中央区）  
⑥ 弘の夕市（福岡市東区）  
⑦ 魚河岸福岡浦・ふれあい広場ふくま・福岡ふれあい夕市（福津市福岡）  
⑧ おさかなセンターうみがめ・あんずの里（福津市津屋崎）  
⑨ 玄海の朝市（宗像市神湊）  
⑩ 鐘崎朝市（宗像市鐘崎）  
⑪ アクシス玄海（宗像市深田）  
⑫ 芦屋朝市（芦屋町）  
⑬ 海の駅 遠賀漁協活魚センター（芦屋町）  
⑭ 「汐入の里」物産館（北九州市若松区）  
⑮ 苅田漁協金曜夕市（京都郡苅田町）  
⑯ 蓑島日曜市（行橋市）  
⑰ 豊築漁協朝市（豊前市）  
⑱ 道の駅「おこしかけ」水産物直販所（豊前市）  
⑲ 中島朝市（柳川市大和町）  
⑳ 行ったことがあるものはない

## Q5 朝市や直販所の利用しづらさは何だと思えますか？ご自由にお書きください。

**Q6** あなたが普段よく食べる水産物は何ですか？（複数回答可）

- ① アジ ② サバ ③ マグロ ④ サンマ ⑤ タイ ⑥ ブリ ⑦ スズキ
- ⑧ サケ ⑨ イサキ ⑩ サワラ ⑪ カレイ ⑫ タチウオ ⑬ イワシ
- ⑭ カワハギ ⑮ アラカブ ⑯ メバル ⑰ ウナギ ⑱ イカ ⑲ タコ
- ⑳ エビ ㉑ カニ ㉒ アサリ ㉓ その他（具体的に）

**Q7** あなたが普段食べないもので、頻繁に食べたい水産物は何ですか？（複数回答可）

- ① アジ ② サバ ③ マグロ ④ サンマ ⑤ タイ ⑥ ブリ ⑦ スズキ
- ⑧ サケ ⑨ イサキ ⑩ サワラ ⑪ カレイ ⑫ タチウオ ⑬ イワシ
- ⑭ カワハギ ⑮ アラカブ ⑯ メバル ⑰ ウナギ ⑱ イカ ⑲ タコ
- ⑳ エビ ㉑ カニ ㉒ アサリ ㉓ その他（具体的に）

**Q8** もし、漁業協同組合（以下 漁協）直営のレストランがあったとしたら、利用したいですか？

- ① 利用したい ② どちらかといえば利用したい ③ どちらでもない
- ④ どちらかといえば利用したくない ⑤ 利用したくない

**Q9** 漁協直営のレストランまで自宅からの移動時間はどの程度が限界ですか？

- ① ～15分 ② 16～30分 ③ 31～45分 ④ 46～60分 ⑤ 61～75分
- ⑥ 76～90分 ⑦ 91～120分 ⑧ 120分以上
- ⑨ どんなに近くても行きたくない

**Q10** 漁協直営レストランではどのような料理が食べたいですか？（複数回答可）

- ① 刺身 ② にぎり寿司 ③ 焼き魚・煮魚などの漁師料理 ④ 懐石風料理
- ⑤ イタリアンやフレンチなどの洋食の魚料理
- ⑥ その他（具体的に）

**Q11** 漁協直営レストラン周辺にどのようなものを希望されますか？（複数回答可）

- ① 海に見える公園 ② 直販所 ③ 漁港 ④ 観光名所 ⑤ 宿泊施設
- ⑥ その他（具体的に）

**Q12** その他何かありましたら、ご自由にお書きください。

**Q13** 最後にあなたご自身について教えてください。

性別・年齢 男・女（ 歳）  
 郵便番号 □□□ - □□□□  
 ご職業 ① 主婦 ② 会社員 ③ 自営業 ④ 公務員  
 ⑤ パート・アルバイト ⑥ その他（ ）  
 同居されているご家族の人数（ご自身も含めて）（ ）人

ご協力ありがとうございました。

〈お問い合わせ先〉

福岡県水産海洋技術センター 企画管理部 企画情報課 担当：中村  
 TEL 092-806-5251 FAX 092-806-5223