

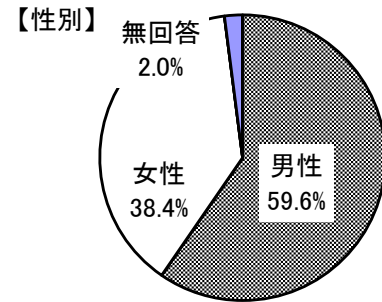
「おいしが うれしがキャンペーン」および「環境こだわり農産物」についてのアンケート結果

- ★調査目的 : 県では、地域で生産されたものを地域で消費する“地産地消”を推進する「おいしが うれしが」キャンペーンや、農薬・化学肥料の使用量を減らし、琵琶湖などの周辺環境に配慮した栽培を実践する「環境こだわり農業」の推進に取り組んでいるところです。
県民のみなさまの、地産地消や環境こだわり農業に対する意識等を把握し、今後さらに生産者・販売者等を応援して、これらの取組を広げていくことを目的としてアンケート調査を実施しました。
- ★調査時期 : 令和2年12月
- ★対象者 : 県政モニター 399人
- ★回答数 : 344人 (回収率 86.2%)
- ★担当課 : 農政水産部 食のブランド推進課

(※四捨五入により割合の合計が100.0%にならない場合があります。)

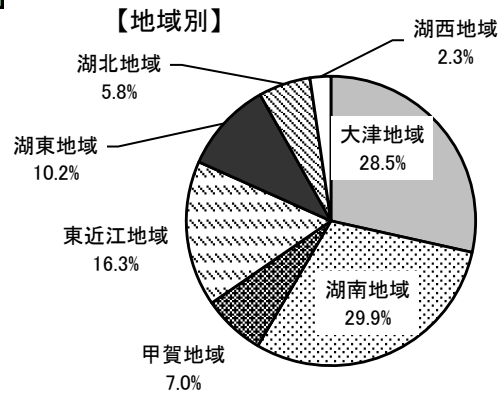
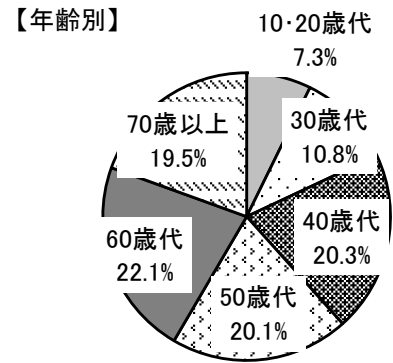
◆ あなたの性別と年齢を教えてください。

| | 男性 | 女性 | 無回答 | 計 | 割合 |
|---------|-------|-------|------|--------|--------|
| 10・20歳代 | 14 | 10 | 1 | 25 | 7.3% |
| 30歳代 | 14 | 23 | 0 | 37 | 10.8% |
| 40歳代 | 17 | 52 | 1 | 70 | 20.3% |
| 50歳代 | 36 | 31 | 2 | 69 | 20.1% |
| 60歳代 | 62 | 12 | 2 | 76 | 22.1% |
| 70歳以上 | 62 | 4 | 1 | 67 | 19.5% |
| 計 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |
| 割合 | 59.6% | 38.4% | 2.0% | 100.0% | 100.0% |



◆ あなたのお住まいの地域を教えてください。

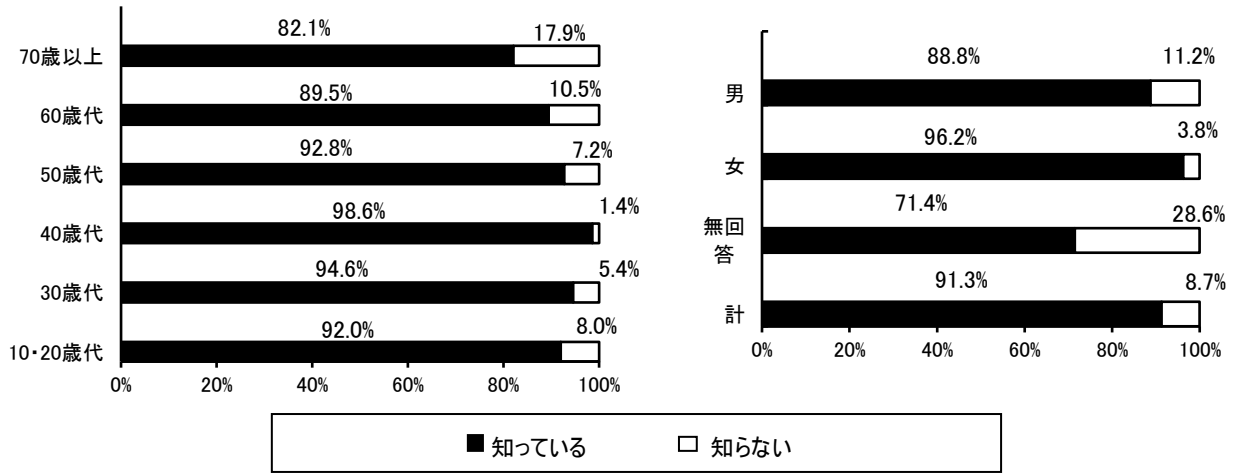
| | 男性 | 女性 | 無回答 | 計 | 割合 |
|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| 大津地域 | 68 | 29 | 1 | 98 | 28.5% |
| 湖南地域 | 54 | 47 | 2 | 103 | 29.9% |
| 甲賀地域 | 16 | 8 | 0 | 24 | 7.0% |
| 東近江地域 | 31 | 24 | 1 | 56 | 16.3% |
| 湖東地域 | 17 | 17 | 1 | 35 | 10.2% |
| 湖北地域 | 15 | 4 | 1 | 20 | 5.8% |
| 湖西地域 | 4 | 3 | 1 | 8 | 2.3% |
| 計 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



【問1】あなたは、「おいしが うれしが」キャンペーンを知っていますか。（回答チェックは1つだけ n=344）

【回答】1. 知っている
2. 知らない（このアンケートで初めて知った）

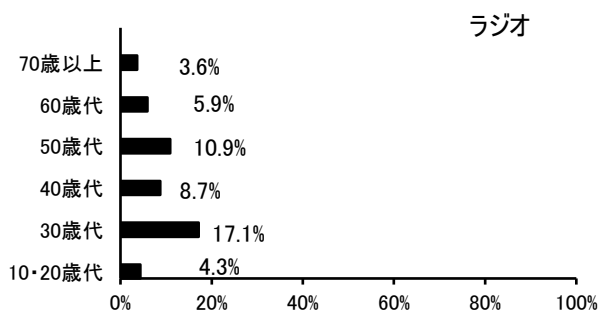
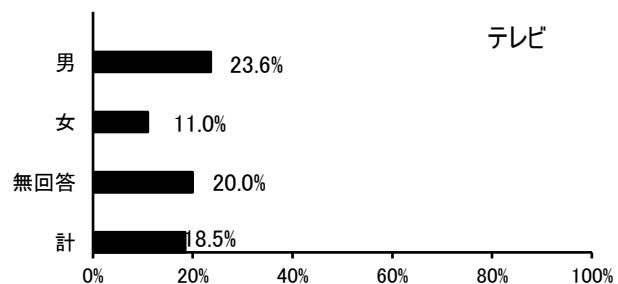
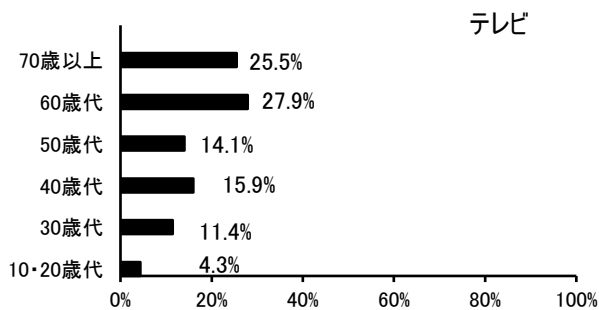
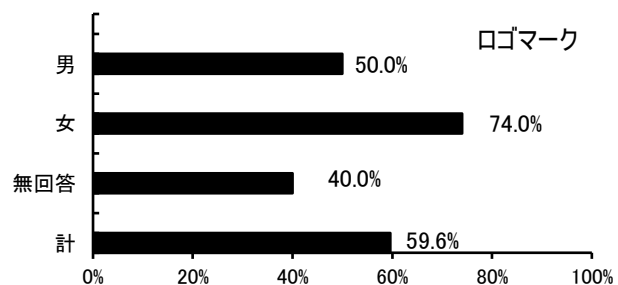
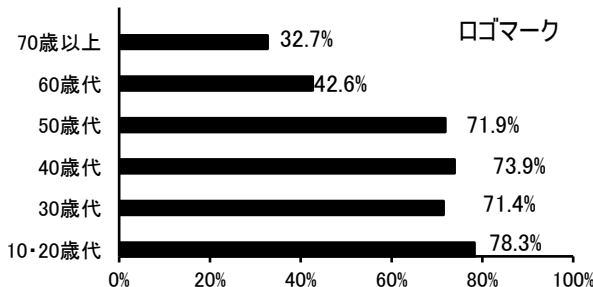
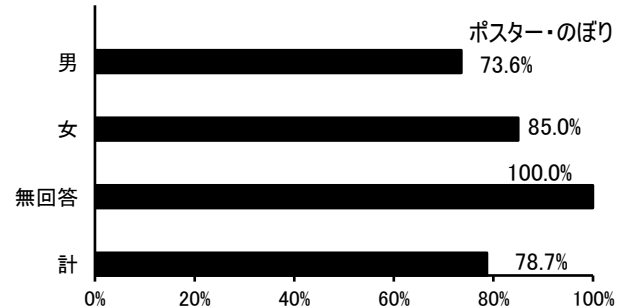
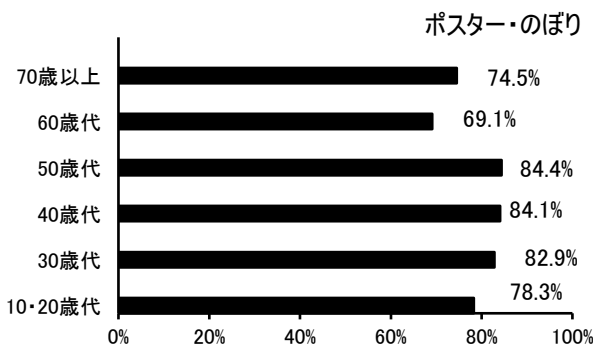
| | 年 代 別 | | | | | | 性別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 23 | 35 | 69 | 64 | 68 | 55 | 182 | 127 | 5 | 314 | 91.3% |
| 2. | 2 | 2 | 1 | 5 | 8 | 12 | 23 | 5 | 2 | 30 | 8.7% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



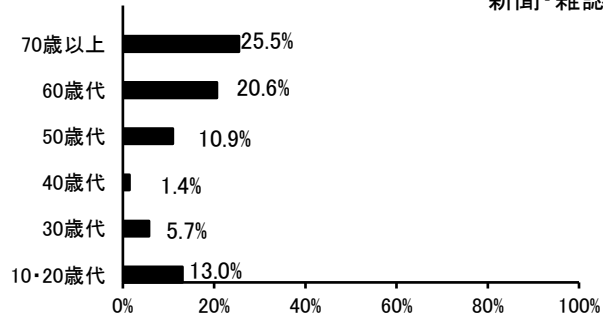
【問2】 問1で「1. 知っている」と回答された方におたずねします。「おいしが うれしが」キャンペーンの取組をどこで知りましたか。（回答チェックは3つまで n=314）

- 【回答】
1. お店等でのポスターやのぼり、チラシ
 2. 商品に貼ってあるロゴマーク
 3. テレビの番組やCM
 4. ラジオの番組やCM
 5. 新聞や雑誌などの記事や広告
 6. 食に関するイベント
 7. 滋賀県ホームページ「滋賀のおいしいコレクション」
 8. その他

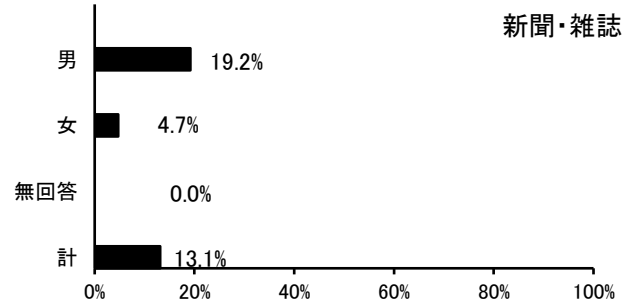
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|-------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 18 | 29 | 58 | 54 | 47 | 41 | 134 | 108 | 5 | 247 | 78.7% |
| 2. | 18 | 25 | 51 | 46 | 29 | 18 | 91 | 94 | 2 | 187 | 59.6% |
| 3. | 1 | 4 | 11 | 9 | 19 | 14 | 43 | 14 | 1 | 58 | 18.5% |
| 4. | 1 | 6 | 6 | 7 | 4 | 2 | 11 | 15 | 0 | 26 | 8.3% |
| 5. | 3 | 2 | 1 | 7 | 14 | 14 | 35 | 6 | 0 | 41 | 13.1% |
| 6. | 2 | 3 | 7 | 8 | 16 | 10 | 28 | 18 | 0 | 46 | 14.6% |
| 7. | 0 | 4 | 6 | 7 | 20 | 22 | 44 | 14 | 1 | 59 | 18.8% |
| 8. | 1 | 0 | 3 | 4 | 2 | 2 | 7 | 5 | 0 | 12 | 3.8% |



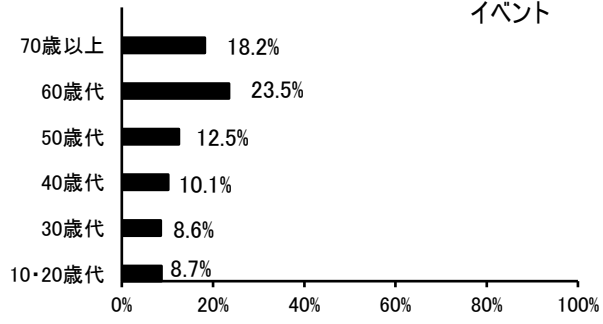
新聞・雑誌



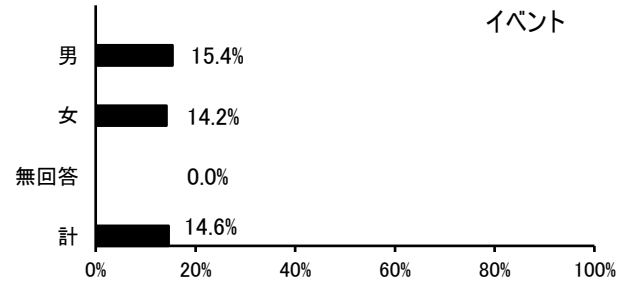
新聞・雑誌



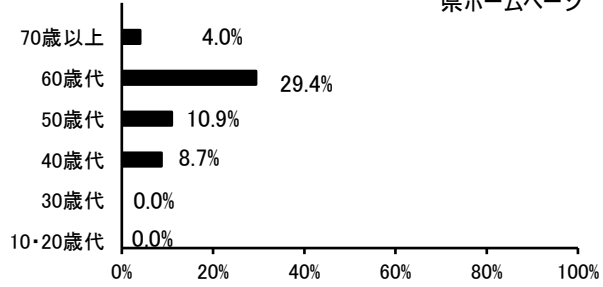
イベント



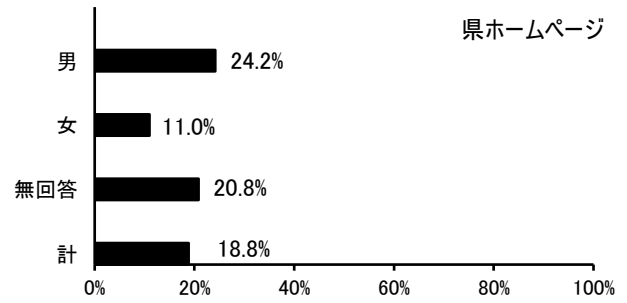
イベント



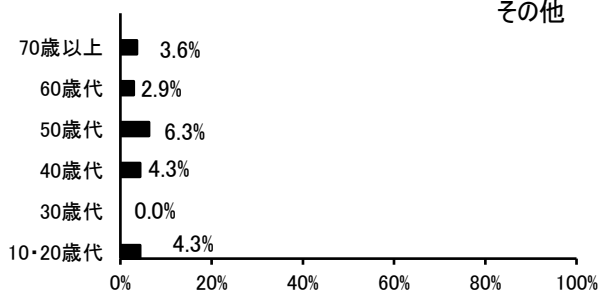
県ホームページ



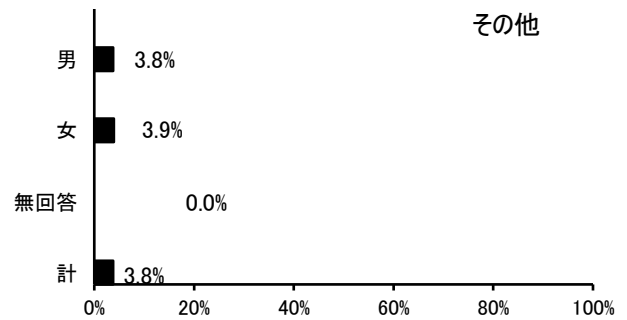
県ホームページ



その他



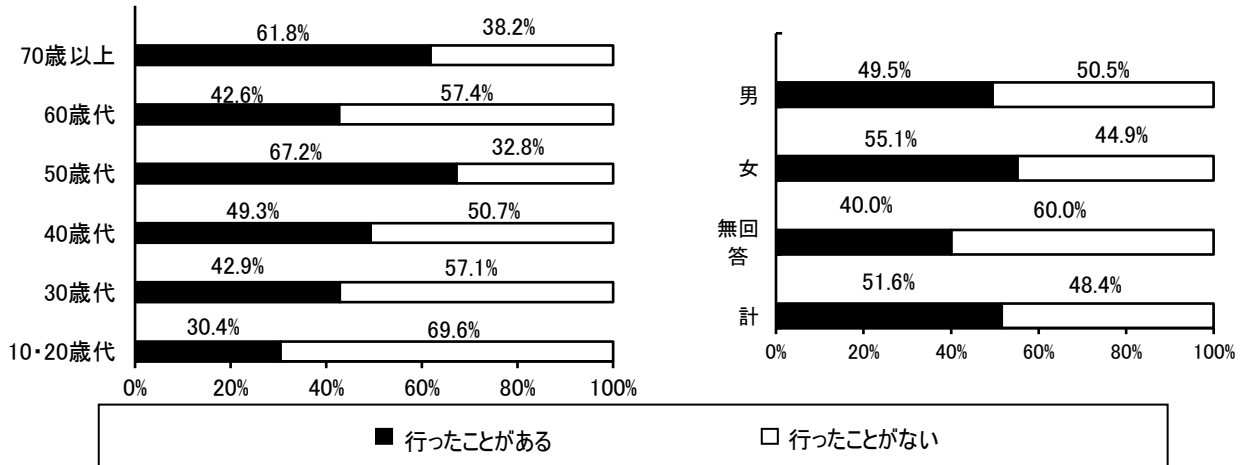
その他



【問3】 問1で「1. 知っている」と回答された方におたずねします。あなたは「おいしがうれしが」キャンペーンののぼりがある飲食店や小売店をキャンペーン推進店と認識して行ったことがありますか。（回答チェックは1つだけ n=314）

- 【回答】 1. 行ったことがある
2. 行ったことがない

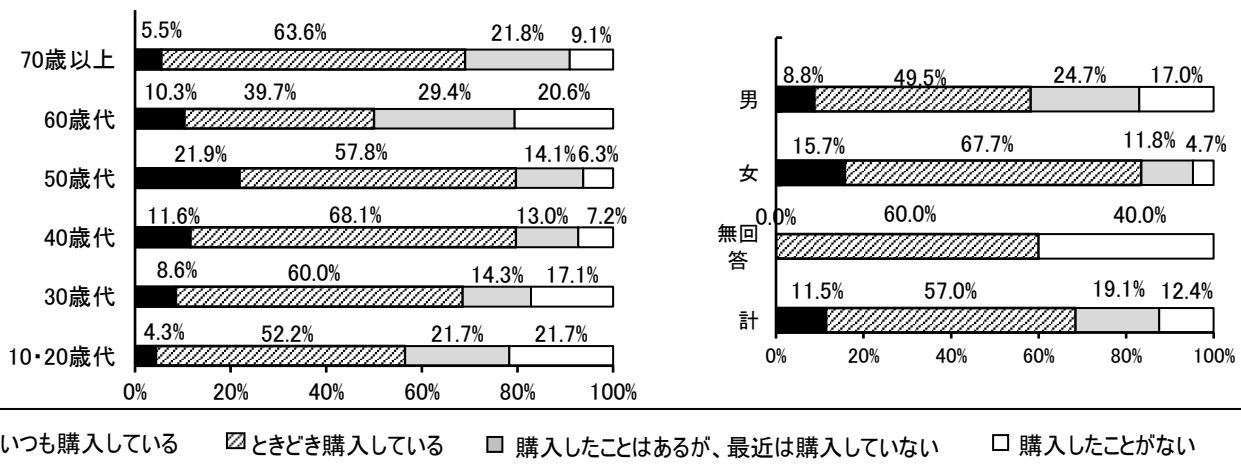
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 7 | 15 | 34 | 43 | 29 | 34 | 90 | 70 | 2 | 162 | 51.6% |
| 2. | 16 | 20 | 35 | 21 | 39 | 21 | 92 | 57 | 3 | 152 | 48.4% |
| 計 | 23 | 35 | 69 | 64 | 68 | 55 | 182 | 127 | 5 | 314 | 100.0% |



【問4】 問1で「1. 知っている」と回答された方におたずねします。あなたは「おいしがうれしが」キャンペーンのロゴマークの入った商品を購入したことがありますか。（回答チェックは1つだけ n=314）

- 【回答】 1. いつも購入している
2. ときどき購入している
3. 購入したことはあるが、最近では購入していない
4. 購入したことがない

| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 1 | 3 | 8 | 14 | 7 | 3 | 16 | 20 | 0 | 36 | 11.5% |
| 2. | 12 | 21 | 47 | 37 | 27 | 35 | 90 | 86 | 3 | 179 | 57.0% |
| 3. | 5 | 5 | 9 | 9 | 20 | 12 | 45 | 15 | 0 | 60 | 19.1% |
| 4. | 5 | 6 | 5 | 4 | 14 | 5 | 31 | 6 | 2 | 39 | 12.4% |
| 計 | 23 | 35 | 69 | 64 | 68 | 55 | 182 | 127 | 5 | 314 | 100.0% |

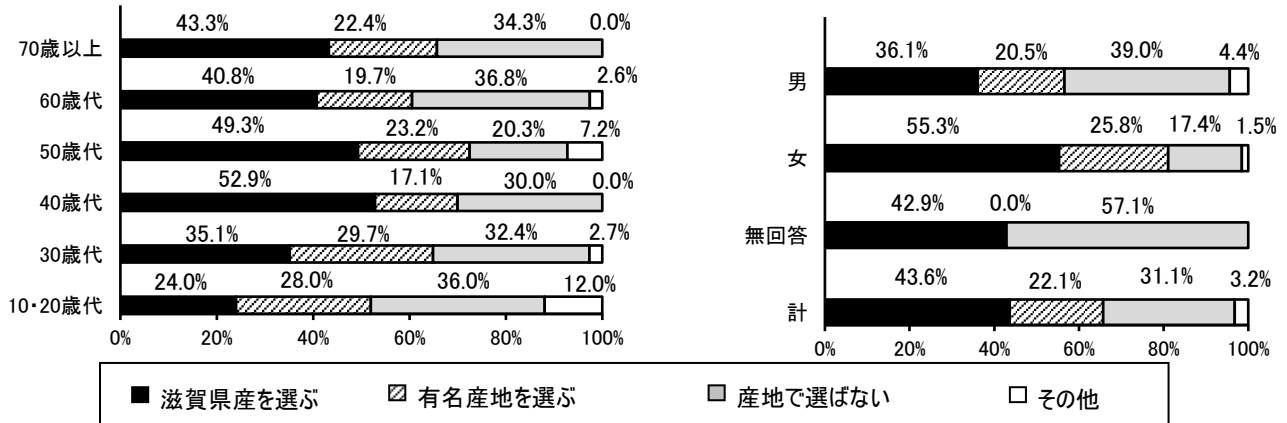


■ いつも購入している ▨ ときどき購入している □ 購入したことはあるが、最近では購入していない □ 購入したことがない

【問5】 滋賀県産の農畜水産物やそれを使った料理や商品を、意識的に選んで食べたり、購入されたりしていますか。（回答チェックは1つだけ n=344）

- 【回答】 1. できるだけ滋賀県産農畜水産物に関係のある商品を選んでいる
 2. 滋賀県産農畜水産物に限らず、有名産地の農畜水産物に関係のある商品を選ぶようにしている
 3. 特に産地で商品を選んでいる
 4. その他

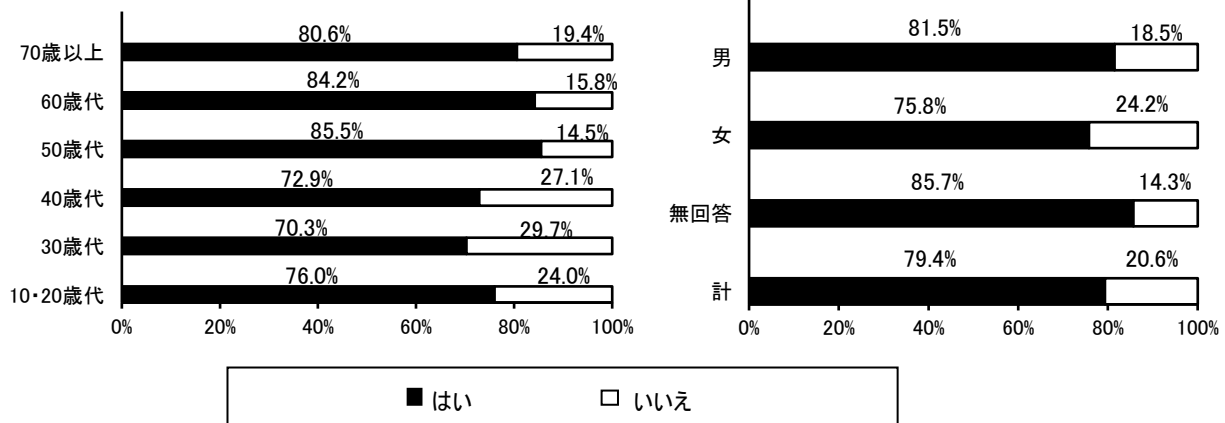
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 6 | 13 | 37 | 34 | 31 | 29 | 74 | 73 | 3 | 150 | 43.6% |
| 2. | 7 | 11 | 12 | 16 | 15 | 15 | 42 | 34 | 0 | 76 | 22.1% |
| 3. | 9 | 12 | 21 | 14 | 28 | 23 | 80 | 23 | 4 | 107 | 31.1% |
| 4. | 3 | 1 | 0 | 5 | 2 | 0 | 9 | 2 | 0 | 11 | 3.2% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



【問6】 あなたが普段食べているお米は滋賀県産米（近江米）ですか。（回答チェックは1つだけ n=344）

- 【回答】 1. はい
 2. いいえ

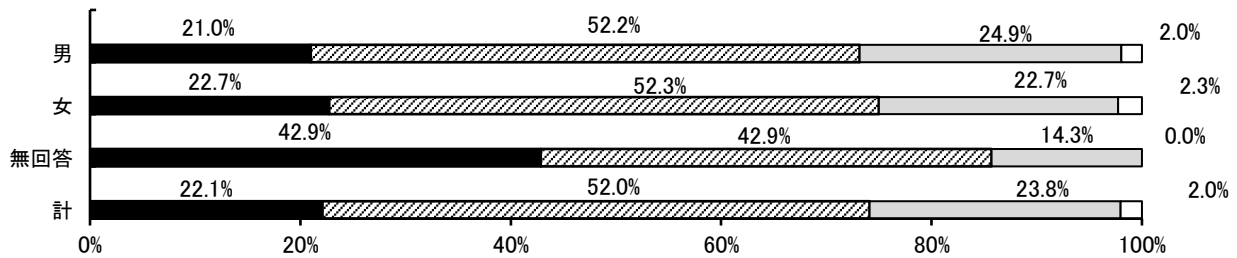
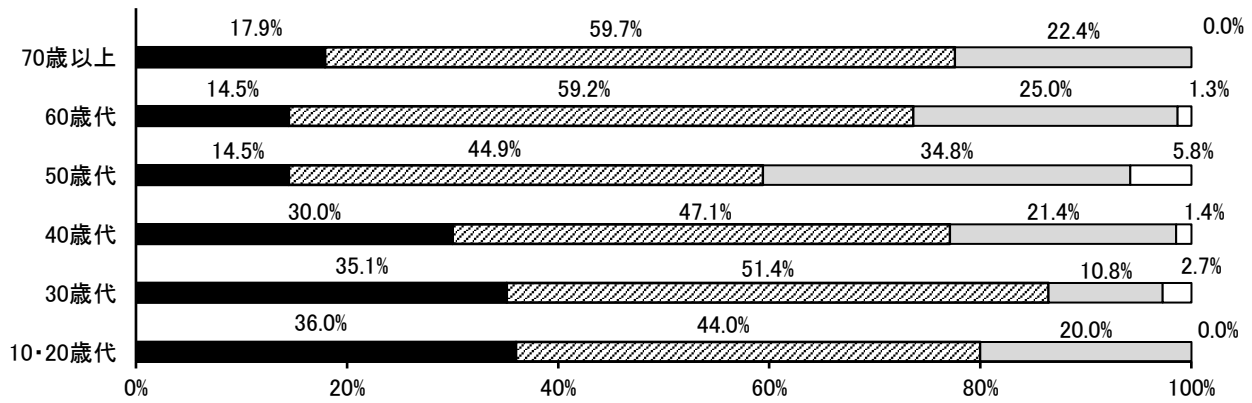
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 (%) |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 19 | 26 | 51 | 59 | 64 | 54 | 167 | 100 | 6 | 273 | 79.4% |
| 2. | 6 | 11 | 19 | 10 | 12 | 13 | 38 | 32 | 1 | 71 | 20.6% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



【問7】 あなたは普段1日（朝・昼・晩）にどれだけお米を食べていますか。
 （回答チェックは1つだけ n=344）

【回答】 1. 1日3回
 2. 1日2回
 3. 1日1回
 4. ほとんど食べていない

| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 9 | 13 | 21 | 10 | 11 | 12 | 43 | 30 | 3 | 76 | 22.1% |
| 2. | 11 | 19 | 33 | 31 | 45 | 40 | 107 | 69 | 3 | 179 | 52.0% |
| 3. | 5 | 4 | 15 | 24 | 19 | 15 | 51 | 30 | 1 | 82 | 23.8% |
| 4. | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 0 | 4 | 3 | 0 | 7 | 2.0% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |

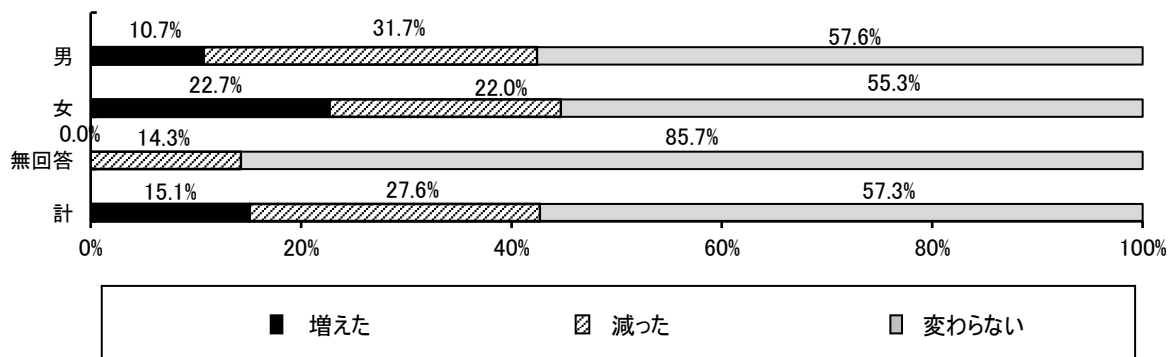
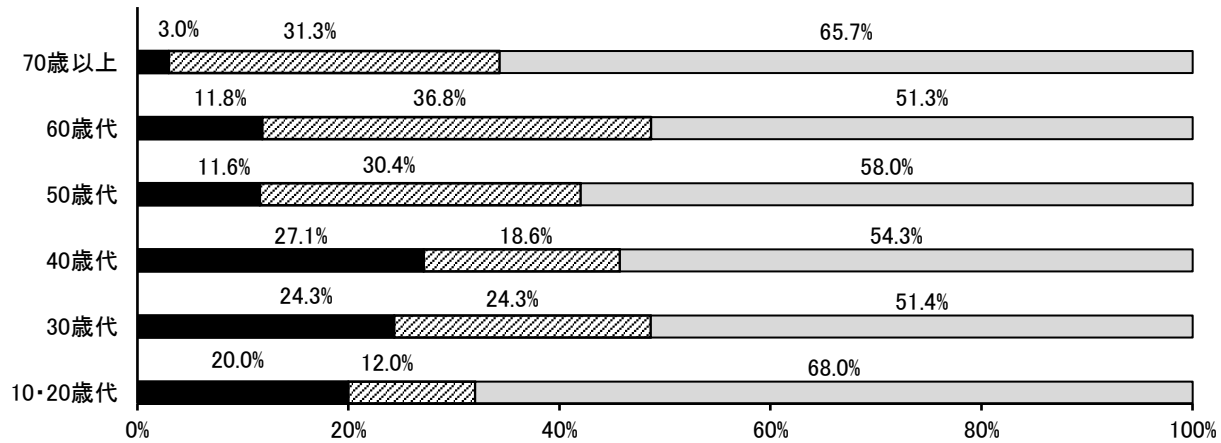


1日3回
 1日2回
 1日1回
 ほとんど食べていない

【問8】直近5年間であなたのお米を食べる量は変化しましたか。（回答チェックは1つだけ n=344）

- 【回答】 1. 増えた
2. 減った
3. 変わらない

| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 5 | 9 | 19 | 8 | 9 | 2 | 22 | 30 | 0 | 52 | 15.1% |
| 2. | 3 | 9 | 13 | 21 | 28 | 21 | 65 | 29 | 1 | 95 | 27.6% |
| 3. | 17 | 19 | 38 | 40 | 39 | 44 | 118 | 73 | 6 | 197 | 57.3% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |

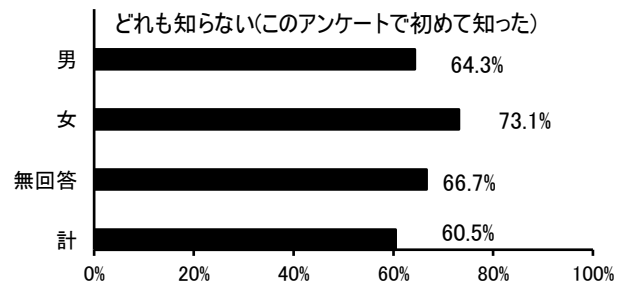
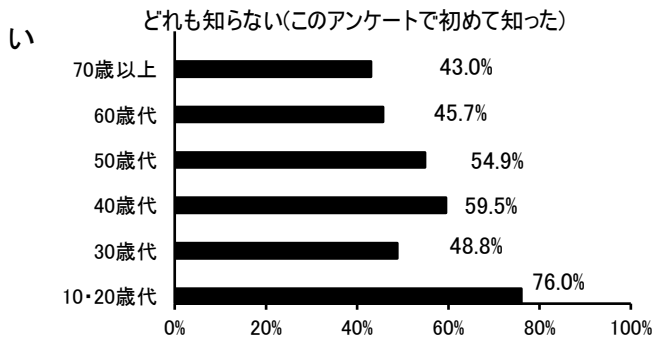
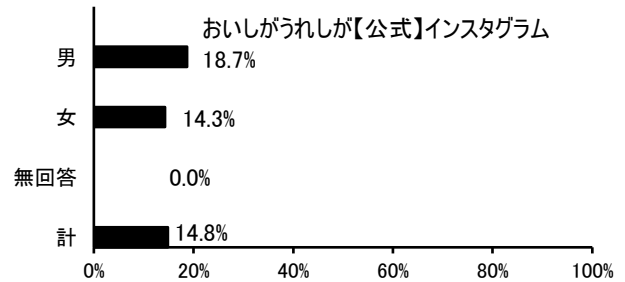
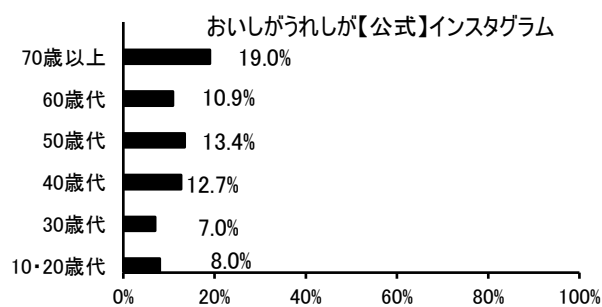
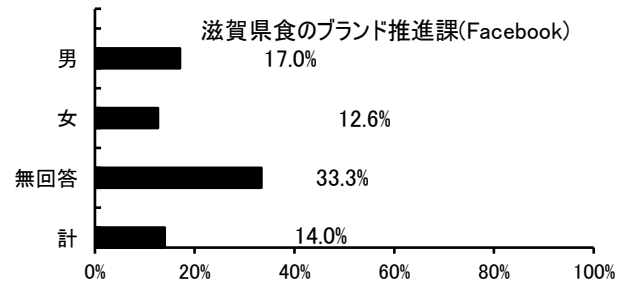
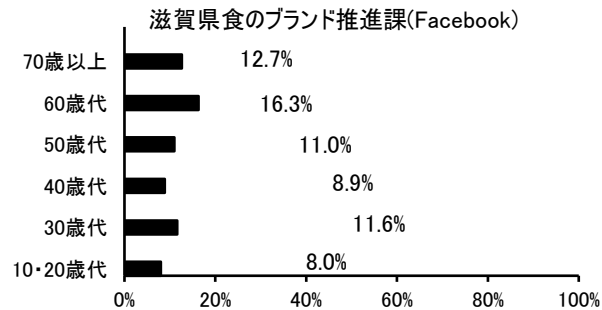
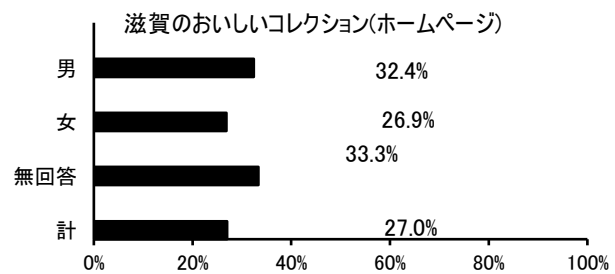
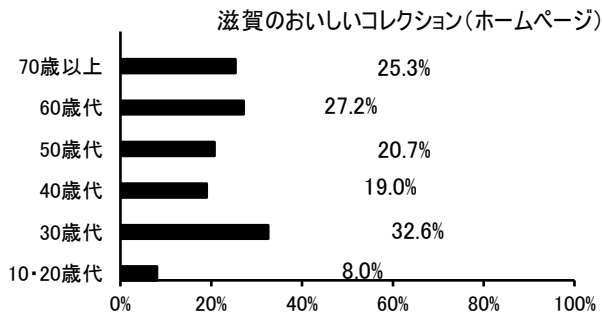


■ 増えた ▨ 減った □ 変わらない

【問9】県の食の情報発信媒体について知っているものすべてにチェックしてください。
 (「4」を選択した場合を除き、回答チェックはいくつでも n=344)

- 【回答】1. 滋賀のおいしいコレクション (ホームページ)
 2. 滋賀県食のブランド推進課 (Facebook)
 3. おいしがうれしが【公式】Instagram
 4. どれも知らない (このアンケートで初めて知った)

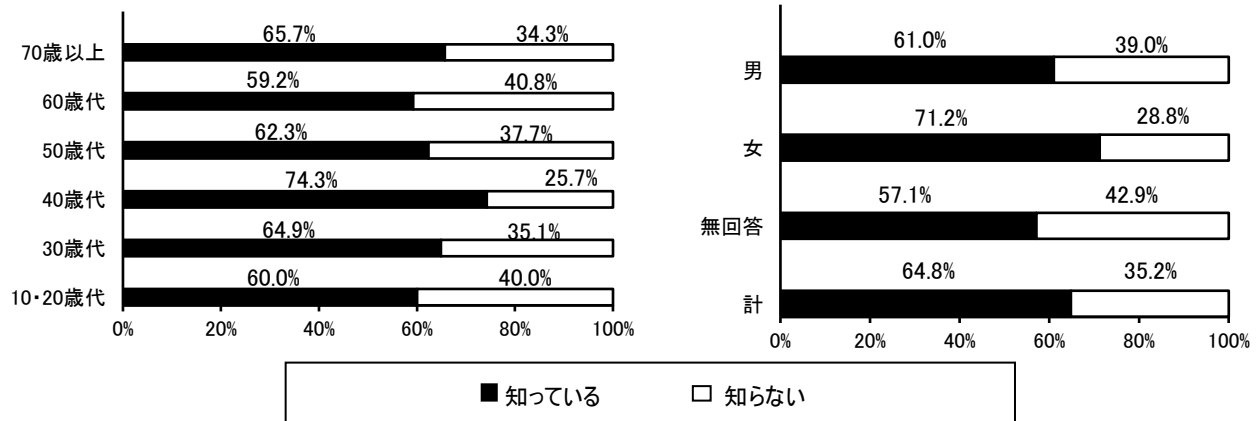
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|----|-----|-----|-------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 2 | 14 | 15 | 17 | 25 | 20 | 59 | 32 | 2 | 93 | 27.0% |
| 2. | 2 | 5 | 7 | 9 | 15 | 10 | 31 | 15 | 2 | 48 | 14.0% |
| 3. | 2 | 3 | 10 | 11 | 10 | 15 | 34 | 17 | 0 | 51 | 14.8% |
| 4. | 19 | 21 | 47 | 45 | 42 | 34 | 117 | 87 | 4 | 208 | 60.5% |



【問10】あなたは、「環境こだわり農産物」を知っていますか。
 (回答チェックは1つだけ n=344)

【回答】1. 知っている
 2. 知らない (このアンケートで初めて知った)

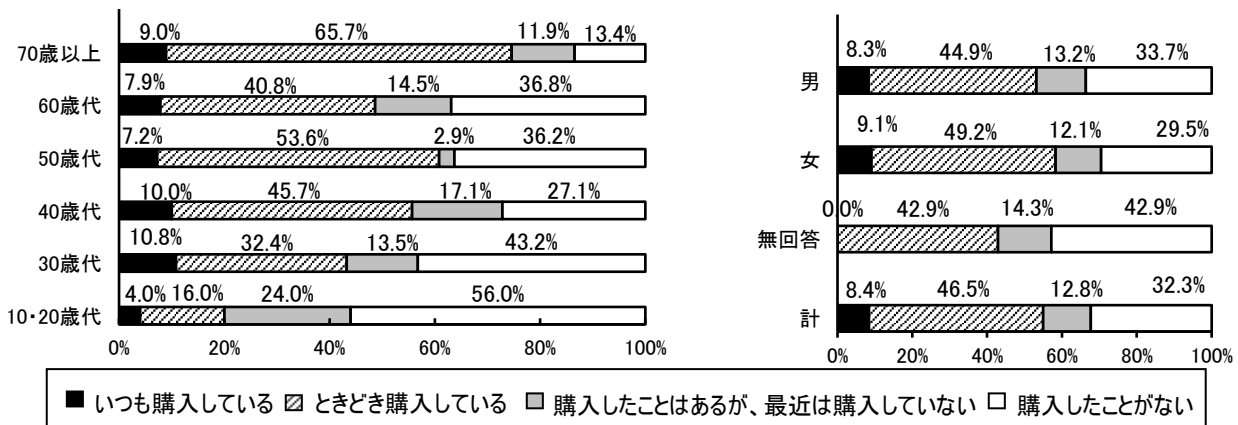
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 15 | 24 | 52 | 43 | 45 | 44 | 125 | 94 | 4 | 223 | 64.8% |
| 2. | 10 | 13 | 18 | 26 | 31 | 23 | 80 | 38 | 3 | 121 | 35.2% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



【問11】あなたは普段、「環境こだわり農産物」を購入していますか。(回答チェックは1つだけ n=344)

【回答】1. 商品があれば、いつも購入している
 2. 商品があれば、ときどき購入している
 3. 購入したことはあるが、最近は購入していない
 4. 購入したことがない

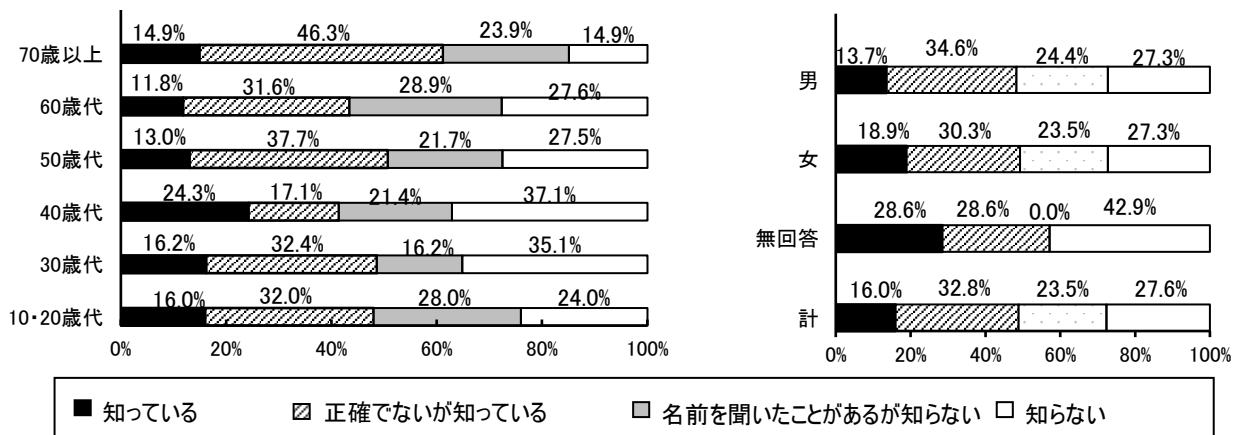
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 1 | 4 | 7 | 5 | 6 | 6 | 17 | 12 | 0 | 29 | 8.4% |
| 2. | 4 | 12 | 32 | 37 | 31 | 44 | 92 | 65 | 3 | 160 | 46.5% |
| 3. | 6 | 5 | 12 | 2 | 11 | 8 | 27 | 16 | 1 | 44 | 12.8% |
| 4. | 14 | 16 | 19 | 25 | 28 | 9 | 69 | 39 | 3 | 111 | 32.3% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



【問12】あなたは、「有機農産物」や「オーガニック農産物」の定義を知っていますか。（回答チェックは1つだけ n=344）

- 【回答】
1. 知っている
 2. 正確ではないが知っている
 3. 名前を聞いたことがあるが、定義は知らない
 4. 知らない（このアンケートで初めて知った）

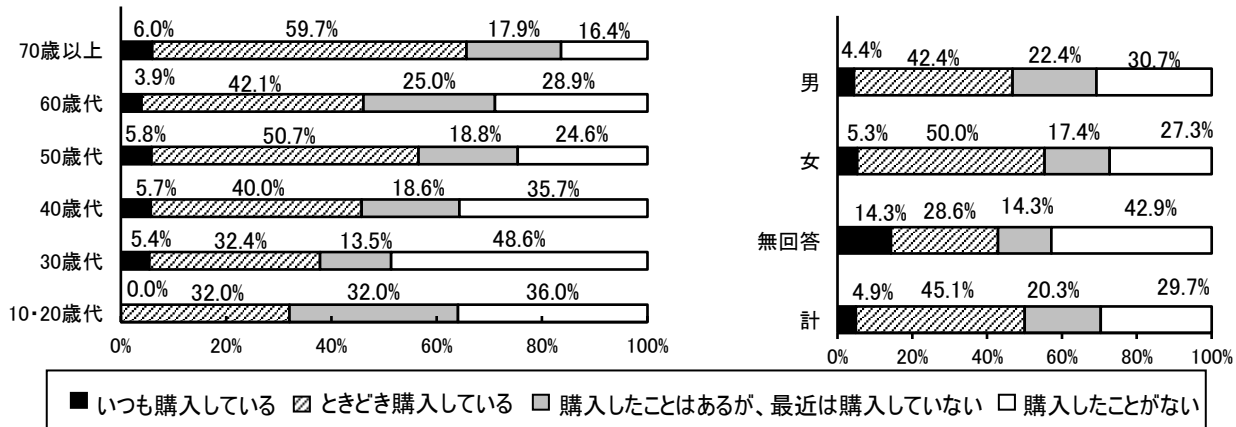
| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 4 | 6 | 17 | 9 | 9 | 10 | 28 | 25 | 2 | 55 | 16.0% |
| 2. | 8 | 12 | 12 | 26 | 24 | 31 | 71 | 40 | 2 | 113 | 32.8% |
| 3. | 7 | 6 | 15 | 15 | 22 | 16 | 50 | 31 | 0 | 81 | 23.5% |
| 4. | 6 | 13 | 26 | 19 | 21 | 10 | 56 | 36 | 3 | 95 | 27.6% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



【問13】あなたは普段、「有機農産物」や「オーガニック農産物」を購入していますか。（回答チェックは1つまで n=344）

- 【回答】
1. 商品があれば、いつも購入している
 2. 商品があれば、ときどき購入している
 3. 購入したことはあるが、最近は購入していない
 4. 購入したことがない

| | 年 代 別 | | | | | | 性 別 | | | 計 | 割合 |
|----|---------|------|------|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|
| | 10・20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 男 | 女 | 無回答 | | |
| 1. | 0 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 9 | 7 | 1 | 17 | 4.9% |
| 2. | 8 | 12 | 28 | 35 | 32 | 40 | 87 | 66 | 2 | 155 | 45.1% |
| 3. | 8 | 5 | 13 | 13 | 19 | 12 | 46 | 23 | 1 | 70 | 20.3% |
| 4. | 9 | 18 | 25 | 17 | 22 | 11 | 63 | 36 | 3 | 102 | 29.7% |
| 計 | 25 | 37 | 70 | 69 | 76 | 67 | 205 | 132 | 7 | 344 | 100.0% |



【問14】 その他、「おいしが うれしが」キャンペーン、「環境こだわり農産物」、「オーガニック農産物」について御意見等がありましたらお聞かせください。（抜粋）

◆ 「おいしが うれしが」キャンペーンについて

- * 今まで以上に地産地消を意識して購入したいと思います。
- * 生協の宅配を利用していますが、できるだけ地元の野菜を購入したいのですが、他府県のものが多いです。宅配でも手に入りやすいとありがたいです。
- * 「おいしが うれしが」はよく知っていて親しみが有り優先して買っていました。
- * 素晴らしい取り組みだと思います。最近「おいしが うれしが」の商品を見る機会が減りました。コロナ影響もあり商品開発ができないのでしょうか。だとすると残念です。セブンイレブンのコラボ商品は、いつも楽しみに購入しておりました。今後ともよろしく願います。
- * 地産地消、国産推進のため、良いことだと思います。
- * なるべく地元産のものを買いたいと思うが、やっぱり値段があまりにも他と違う時は買わないことが多い。お米はずっと滋賀を選んでいる。
- * 商品に貼ってあったシールで、初めて知りました。滋賀の商品ということが一目見て分かりやすかったです。おいしがのシールが貼ってあると、つい買いたくなるので、同じものであれば出来るだけおいしがの商品を買うようにしています。
- * 以前のセブンイレブンのコラボのようにコンビニで購入できるものがあったら良い。
- * おいしが うれしがキャンペーンについて、県庁所在地でも、中核市でも何でもない民間の「イオンモール草津」でのイベントが多すぎる。ただでさえ、イオンモール草津ができたことによって、周辺の大津市などの多数の商業施設が閉鎖に追い込まれているのに、滋賀県が、イオンモール草津でイベントを開催することで、民間のイオンモール草津を支援することにつながってしまう。おいしがキャンペーンを衰退の激しい、県の玄関口JR大津駅前広場で、宮川大輔さんや西川貴教さんなどの県にゆかりのある方をお迎えして開催することで、県外から出張、観光で訪れる人、県民の皆さんなど広くおいしがのPRをすることができ、また大津の中心市街地の活性化にもつながるので効果的だと思います。

◆ 「環境こだわり農産物」について

- * 「環境こだわり農産物」のロゴマークは見たことはあるのですが、意味は知りませんでした。今回、知ることができて良かったです。
- * 安心・安全な農産物を提供していただく農家の皆さんを支えていただきありがとうございます。コロナ禍で、地産地消の大事さが身にしみました。災害時にも、県内で農産物が畑にある風景を見ると、食べることの大事さを痛感します。命の源を減農薬栽培してくださる農家さんにありがとうございます。
- * 環境こだわり商品は、このアンケートで初めて知りました。滋賀県の取り組みということであれば、できるだけ進んで買いたいです。
- * 今後、環境の事を考えて購入して行きたい。

◆ オーガニック農産物

- * これから、買い物をする際に注目しようと思いました。できるだけ、体に良いものを買いたいし、出来れば滋賀県産の物を買いたいという気持ちもあるので。
- * オーガニック農産物のロゴは意味ともに全く知りませんでした。今回、知ることができて良かったです。
- * オーガニック農産物は、若い層でビーガンを好む方が滋賀県に来られます。移住する方も増加しているので、新たな客層をつかめると思います。安全な農産物を幼少期に口にして、元気な体を手に入れて欲しいです。

◆共通・その他

- * マークをもっと親しみやすいような、ゆるキャラを採用したら良いと思う。
- * 消費者だけでなく、生産者同士で商品の良さを確認しあえる場があれば良いと思います。
- * 手間がかかる分、金額が高いので収入が少ない現状では買えない。
- * 取り組み自体は、良いことだと思いますので、過剰な費用を掛けないで、継続的に取り組んで行かれることを期待しています。
- * 滋賀の美味しいものを県外国外に広めてほしい。環境問題も含めて推してほしいなあ。
- * 地元を応援したいと思っているわりに知らなかったことが多くて勉強不足だと思いました。そう思うと同時に、もっと目につくように アピールしてほしいとも思いました。何パーセントの県民が認知することで話題にあがるようになるんでしょう…もっと盛り上がるバズる何かきっかけが必要に思いました。
- * 地元のものだからと安心して購入していましたが、先日春菊から基準値以上の農薬が使われていることが分かりました。ショックでした。滋賀県のは安全性に自信をもって販売してほしいと思います。米作りが出来る人も減ってきています。田んぼを減らして、家を建てるより、米作りが出来る人を増やしてほしいです。
- * 安心して買っていますので、これからも良いものを生産、販売して下さい。
- * 良い活動ですので、全国にアピールして頂きたい。
- * 鮎ずしなど、特徴のある美味しい食べ物も一緒にPRすれば良いと思う。
- * 地元産地であったり、美味しいで有ったり、オーガニックなどは重要なキーワードですが、収入が減っている現在はそれよりも価格が一番の消費動向の要素です。
- * 虚偽商品が目につく！
- * 「おいしが うれしが」キャンペーン、「環境こだわり農産物」、「オーガニック農産物」のどれも、購入する際に安全なイメージが持てます。今後は積極的に購入していきたいと思いましたが、行政が主導でされているという信頼のもとに消費者としては購買をしようと思うので、安全性や検査結果の信ぴょう性を高い裏付けをとれるように、行政で監視をお願いしたいです。
- * 地産地消の理念には賛成する。ただこだわりに走りすぎて価格が伴わなければ本末転倒である。価格の安定を含めた取り組みとしてもらいたい。
- * 価格が高ければ、いくら有機、こだわり…と言っても購入出来ない。