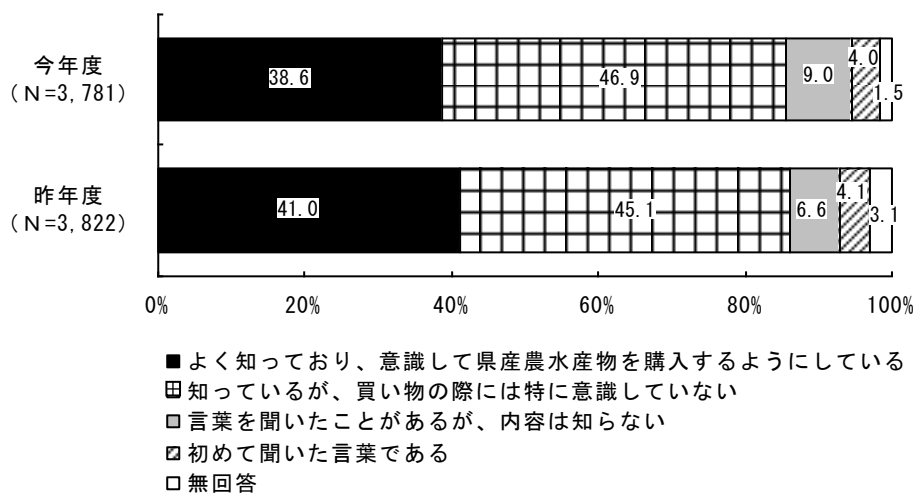


## 12. 地産・地消の推進

### 12-1. 「地産・地消」の認知状況

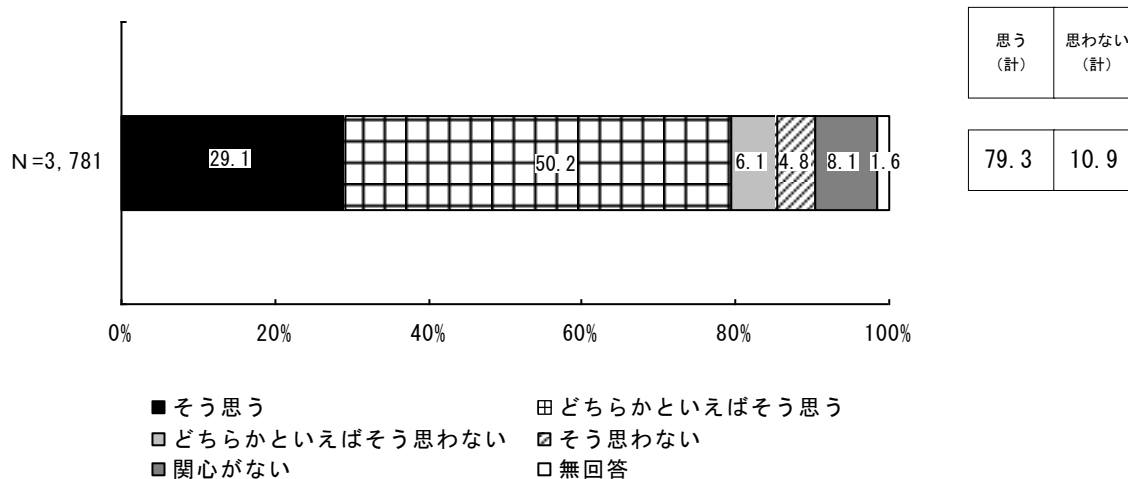
Q12-1 県内で生産された農水産物を県内で消費する「地産・地消」についてご存じですか。  
(〇は1つ)



「地産・地消」の認知状況について、「知っているが、買い物の際には特に意識していない」が46.9%と最も高く、次いで「よく知っており、意識して県産農水産物を購入するようにしている」(38.6%)となっている。

12-2. 「やまぐちブランド」に登録された商品を積極的に消費・利用したいか

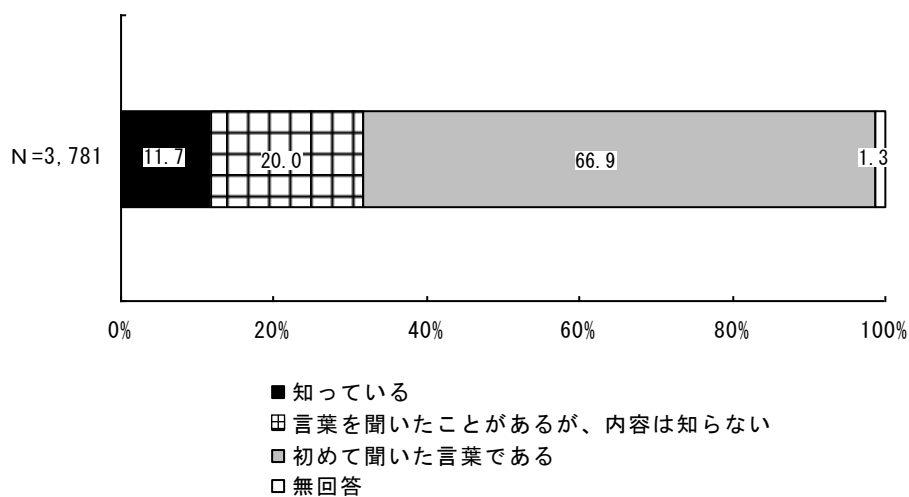
**Q12-2** 県では、県産農林水産物等の需要拡大を進めるため、味や品質に優れる「やまぐちブランド」の育成に取り組んでいます。あなたは、「やまぐちブランド」に登録された商品を積極的に食べたり、利用したいと思いますか。(〇は1つ)



「やまぐちブランド」に登録された商品の利用意向について、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」を合わせた『思う (計)』は79.3%、「そう思わない」と「どちらかといえばそう思わない」を合わせた『思わない (計)』は10.9%となっている。

## 12-3. 「やまぐち木の家住宅助成制度」の認知状況

**Q12-3** 県では、木材の地産・地消を進めるため、優良県産木材を利用して住宅を新築される方に50万円を助成する制度（「やまぐち木の家住宅助成制度」）を設けています。  
あなたは、「やまぐち木の家住宅助成制度」をご存じですか。（○は1つ）



「やまぐち木の家住宅助成制度」の認知状況について、「初めて聞いた言葉である」が66.9%と最も高くなっている。