

**令和 6 年度
地産地消に関するアンケート結果**

**2025 年（令和 7 年）2 月
藤沢市**

1 令和6年度地産地消に関するアンケート調査結果

1 調査概要

(1) 実施目的

本アンケートの目的は、地産地消及び藤沢産農水産物に対する意識や関心、消費者の購買動向などについて調査し、今後の施策や事業の検討の参考とする。

(2) 実施方法

郵送アンケート調査

(3) 調査設計

- (1) 調査地域 市内
- (2) 調査対象 市内在住の18歳以上90歳未満の男女
- (3) 対象者数 3,000人
- (4) 抽出方法 住民基本台帳から無作為抽出
- (5) 回答方法 郵送回答もしくはWEB回答
- (6) 期間 2024年11月1日（金）発送／11月30日（土）締切

(4) 回答状況

1,251人から回答（回答率41.7%）

うち、郵送 867件 WEB 384件

(5) 対象者内訳

次の年代別対象者数を前提とした地区別人口比に応じて抽出

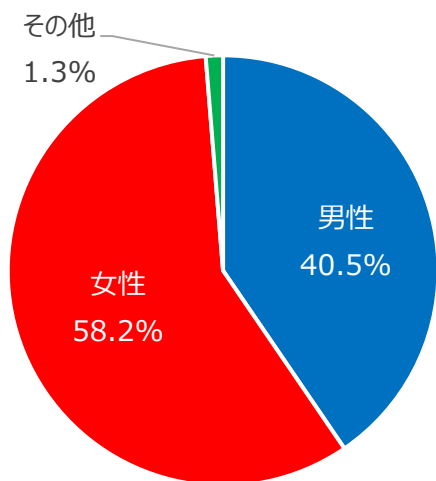
年代	対象者数（人）	年代	対象者数（人）
18歳・19歳	375	50歳代	375
20歳代	375	60歳代	375
30歳代	375	70歳代	375
40歳代	375	80歳代	375
		合計	3,000

(6) 調査結果を見る上での注意事項

- ・グラフに使われる「n」は各設問に対する有効回答者数、「k」は有効回答件数である。
- ・百分率（%）の計算は、小数第2位を四捨五入し、小数第1位まで表示。したがって、単数回答（1つだけ選ぶ問）においても、四捨五入の影響で、%を足し合わせて100%にならない場合がある。
- ・複数回答（2つ以上選んでよい問）においては、%の合計が100%を超える場合がある。

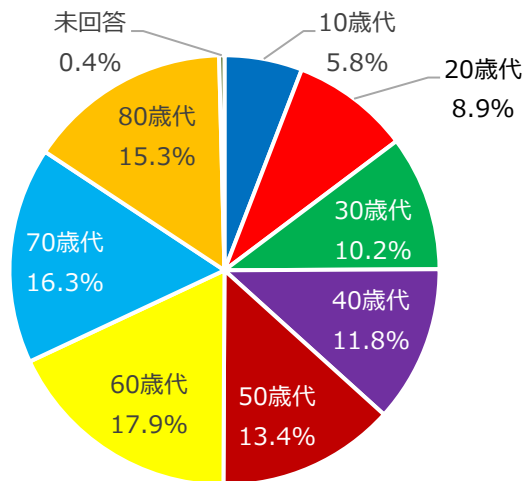
2 集計結果

(1) 性別をお答えください。



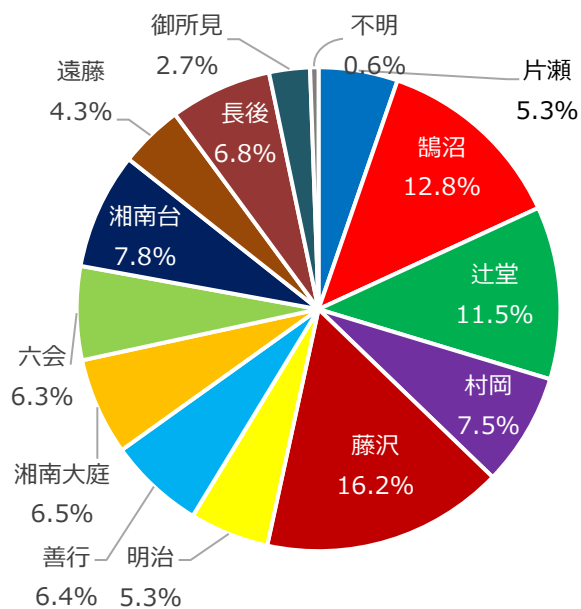
n = 1,238

(2) 年代をお答えください。



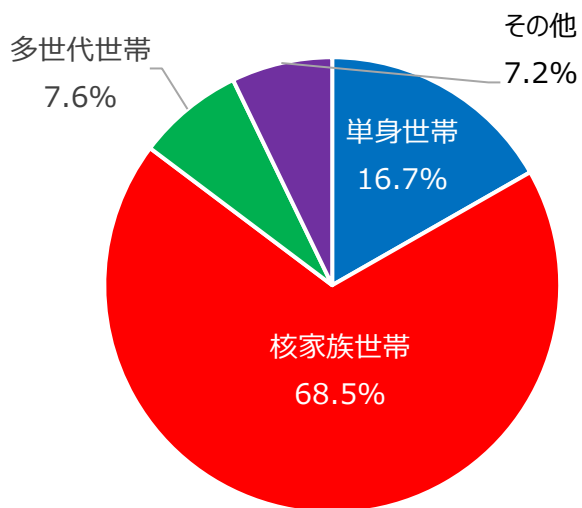
n = 1,248

(3) お住まいの地区をお答えください。



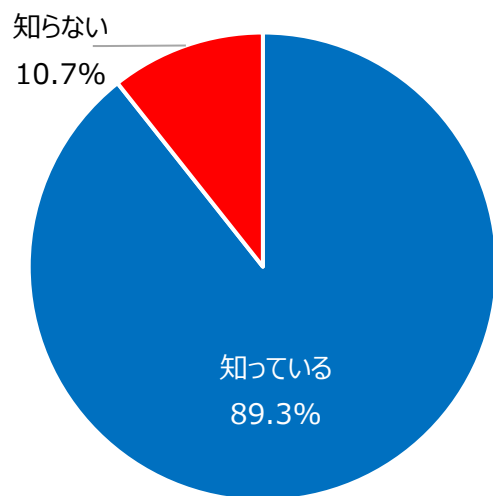
n = 1,247

(4) 世帯構成をお答えください。



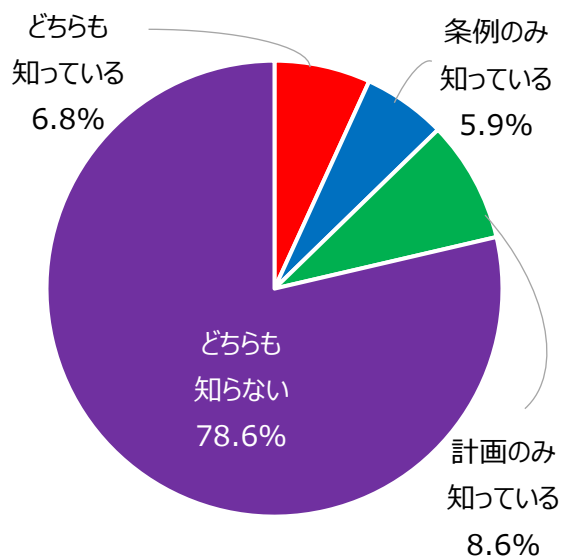
n = 1,242

(5) 「地産地消」という言葉をご存じですか。



n = 1,238

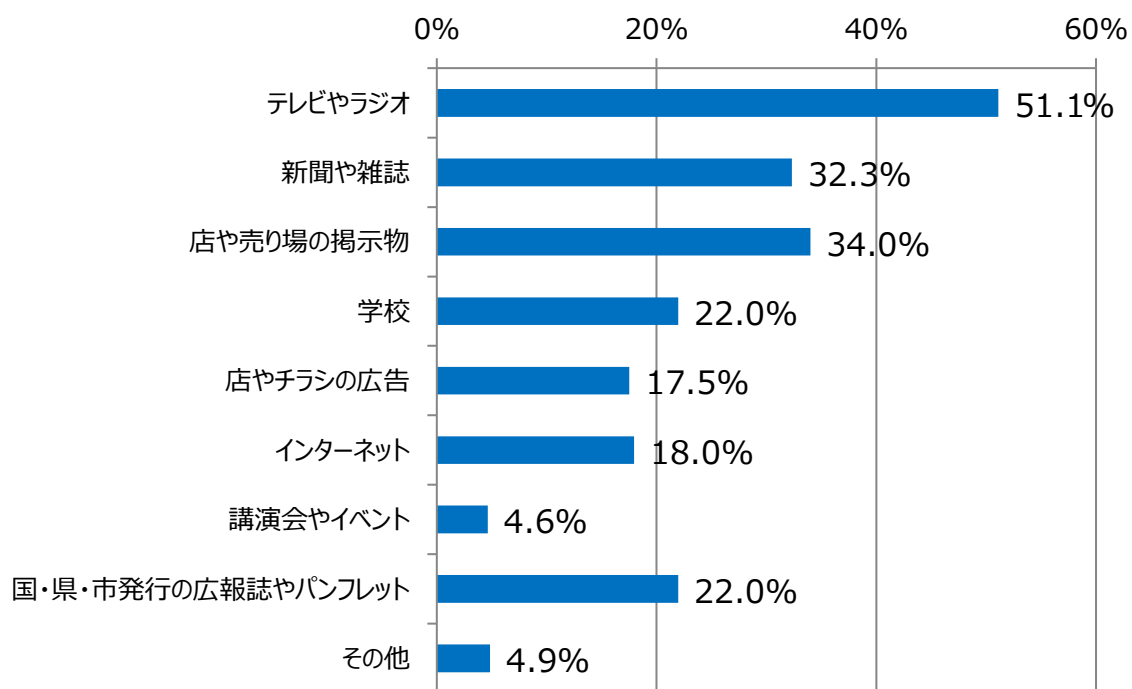
(6) 藤沢市の地産地消に関する
条例・計画をご存じですか。



n = 1,100

(7) 「地産地消」について何かからお知りになりましたか。

((5) で知っていると回答した方) (複数回答可)

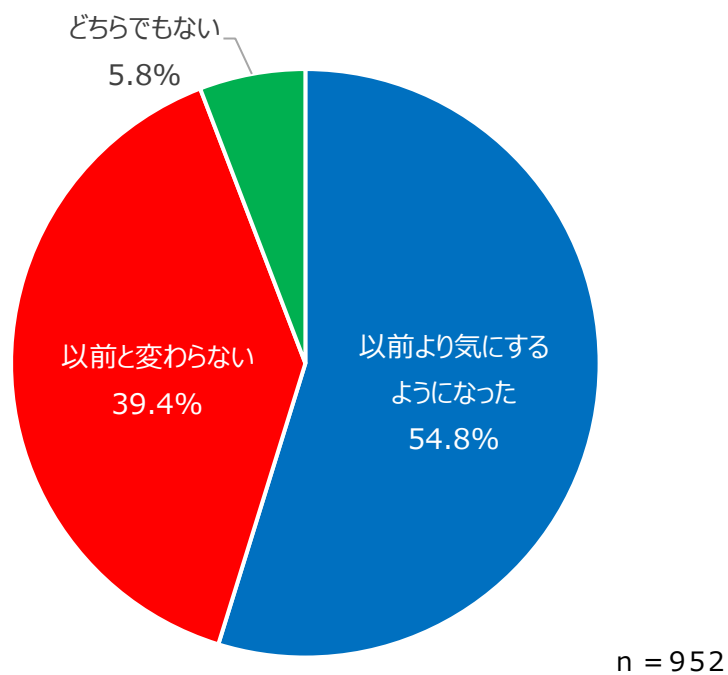


n = 947 k = 1,954

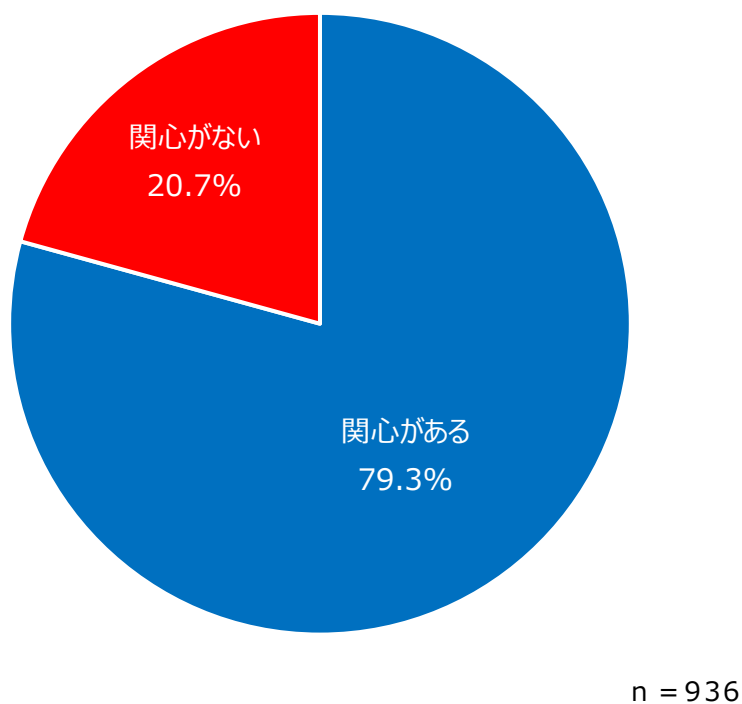
※主なその他の回答

・資格試験 ・仕事 ・書籍 ・知人、家族 ・ふるさと納税

(8) 住んでいるまちの農水産物を意識するようになりましたか。
((5) で知っているとお答えした方)

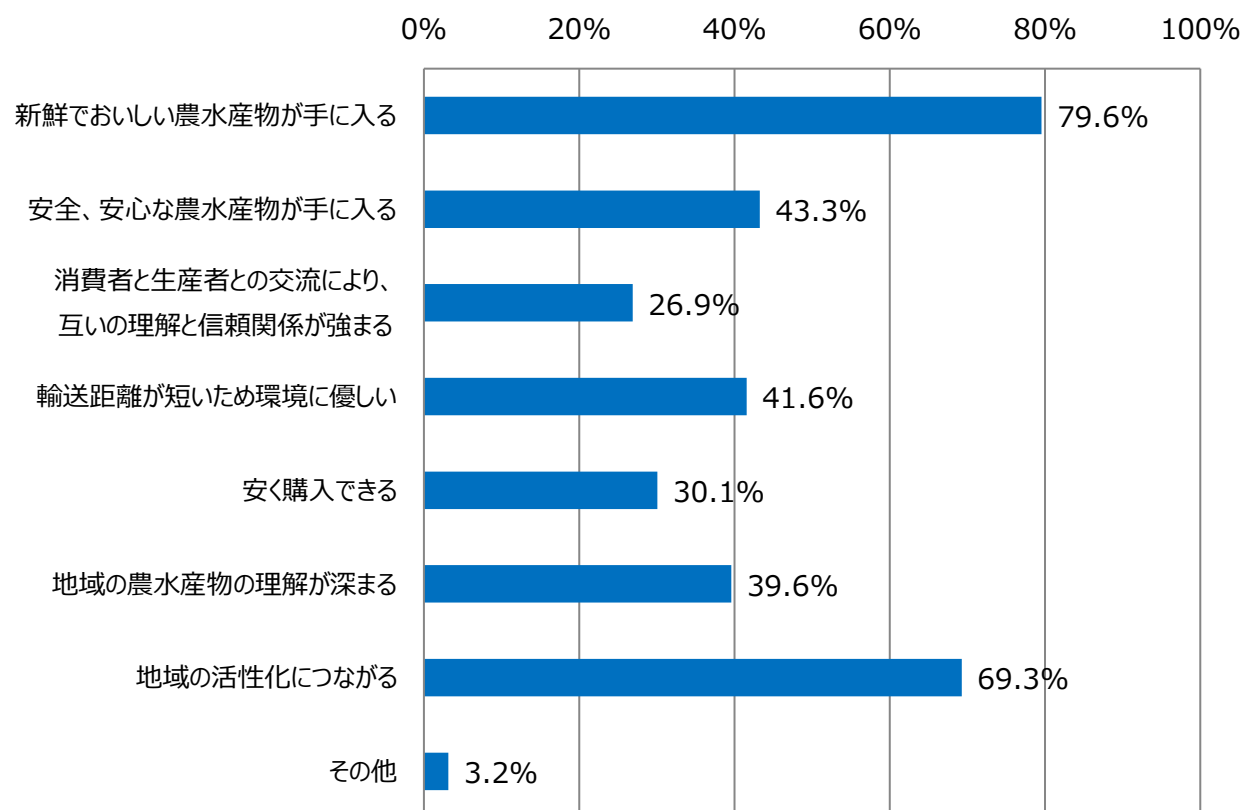


(9) 普段から「地産地消」に関心がありますか。
((5) で知っているとお答えした方)



(10) 「地産地消」のどのようなところに関心がありますか。

((9) で関心があると回答した方) (複数回答可)

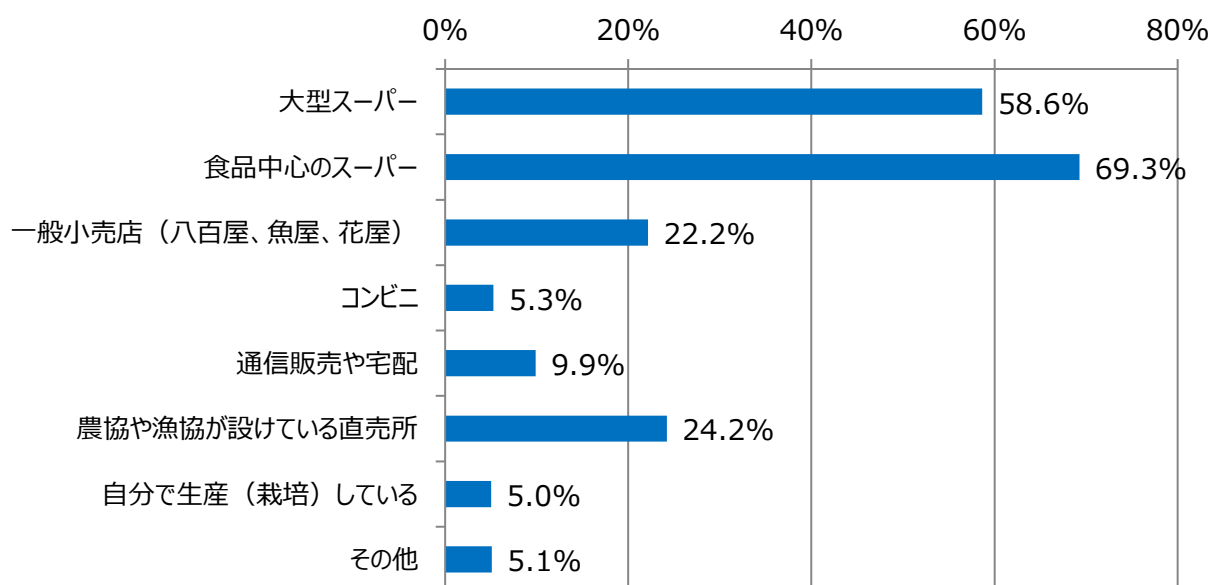


n = 758 k = 2,527

※主なその他の回答

- ・旬のものが手に入る。
- ・地域の生産物を他の地域に発信するきっかけになる（ブランド力）。
- ・生産者名が記載されている物があり、信頼できる。
- ・地元の農産物に親近感を持てる。
- ・地域の生活の歴史を理解する。
- ・自然災害から身を守る。里山文化に繋がる。
- ・値段が高い印象がある。
- ・「地産地消」に取り組んでいる施設や催しが楽しそうでたまに訪れる。

(11) 普段、農水産物はどこで入手することが多いですか。(複数回答可)

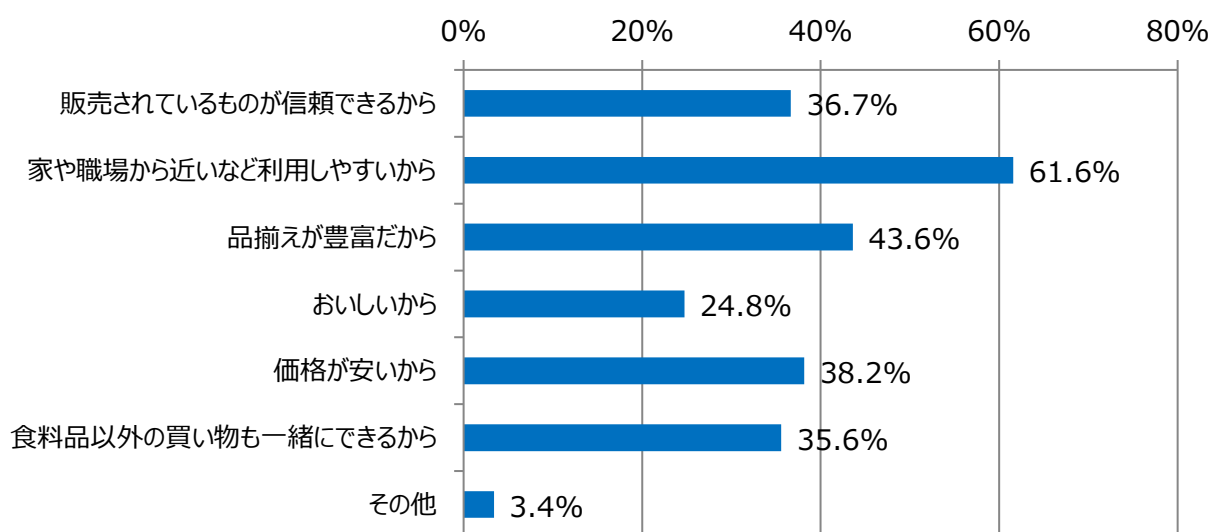


n = 1,214 k = 2,423

※主なその他の回答

- ・親戚
- ・マルシェなどのイベント
- ・ドラッグストア
- ・無人販売
- ・知人
- ・生産者直売所

(12) (11)で農水産物を入手されている理由は何ですか。(複数回答可)

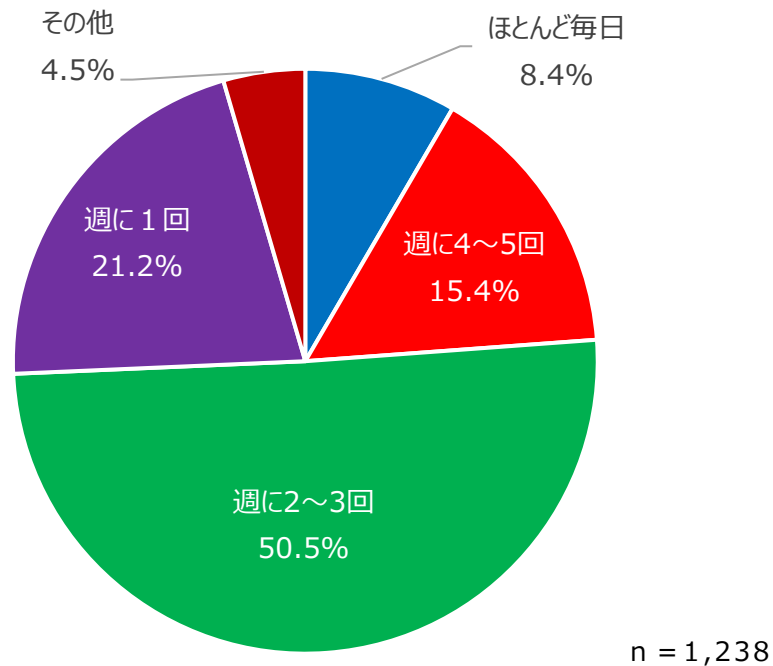


n = 1,208 k = 2,945

※主なその他の回答

- ・鮮度が良い。
- ・少量から購入できるから。
- ・栄養が豊富なため。
- ・安全・安心だから。
- ・地元の野菜コーナーがあるから。
- ・生産者の顔が見えるから。
- ・地域によつての食材の味や特徴が違つたため。
- ・交通が便利。
- ・配達してもらえらるから。
- ・自宅て手に入るから。
- ・ポイントがつくから。
- ・無料駐車場があるから。
- ・夜中も営業している。
- ・近くのスーパーを応援したい

(13) 農水産物を購入する頻度はどれくらいですか。

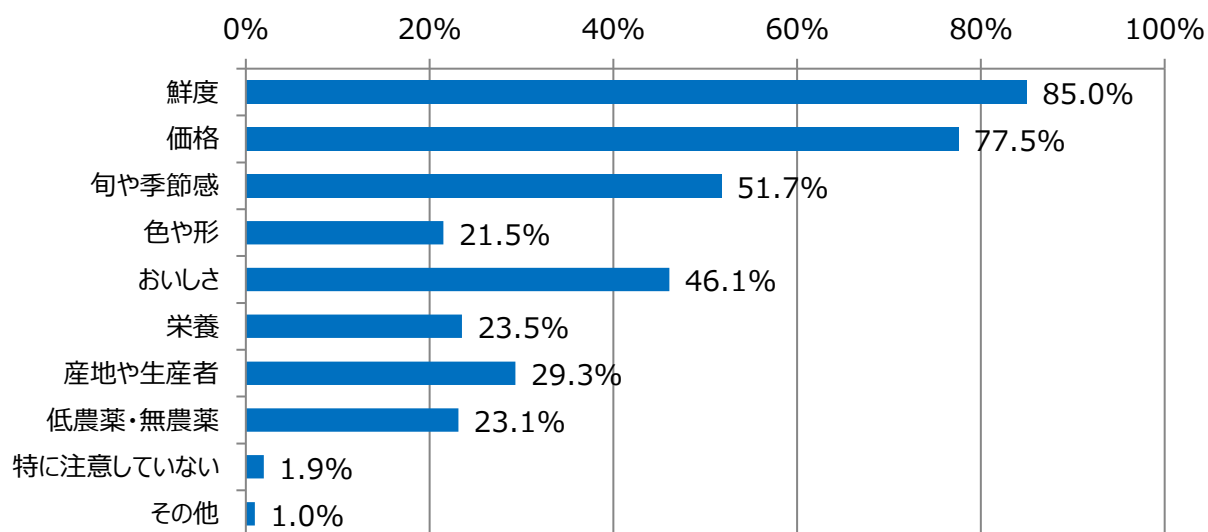


※主なその他の回答

- ・数か月に1回
- ・2か月に1回
- ・月に1回
- ・2週間に1回
- ・不定期
- ・自分では購入しない

(14) 購入する農水産物について、どのようなことに注意して選んでいますか。

(複数回答可)



n = 1,237 k = 4,462

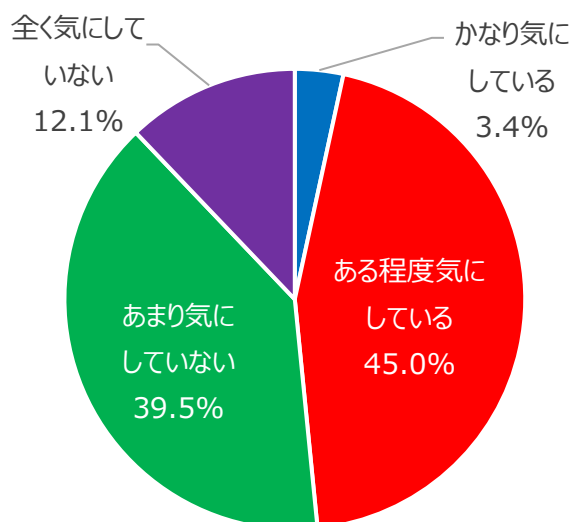
※主なその他の回答

- ・調理のしやすさ。
- ・子どもが好むかどうか。
- ・消費期限
- ・国産かどうか。

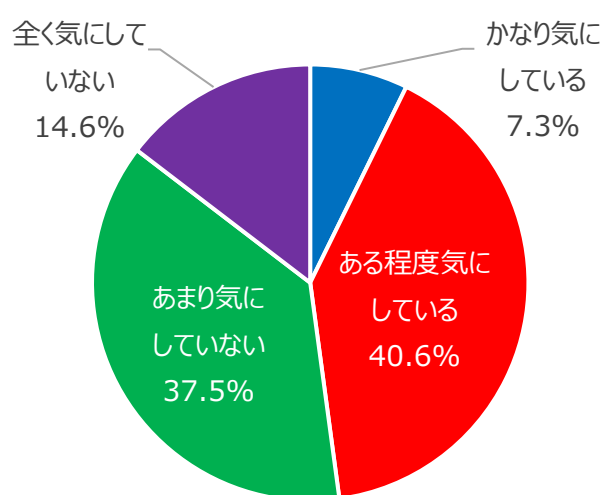
(15) 購入する農水産物の産地に関して、どの程度気にしていますか。

①ブランドとして有名な産地のものであること。

②藤沢産のものであること。

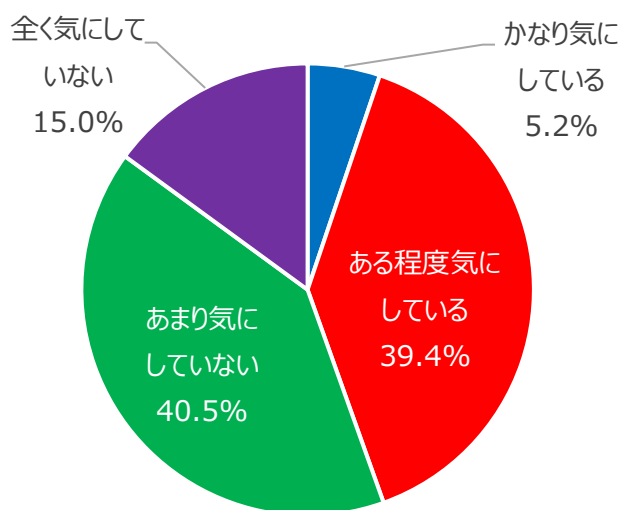


n = 1,237



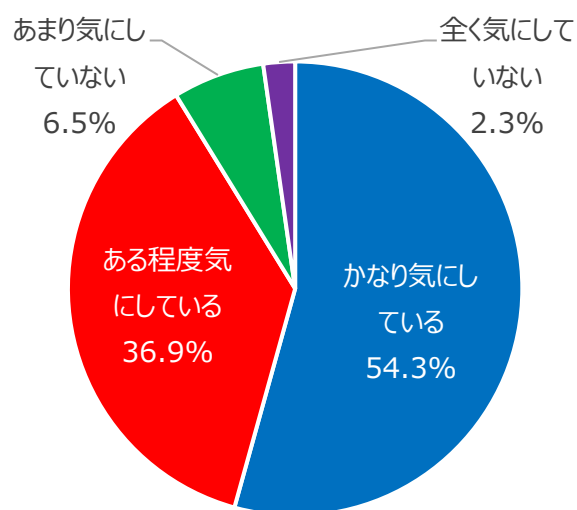
n = 1,239

③県内産のものであること。



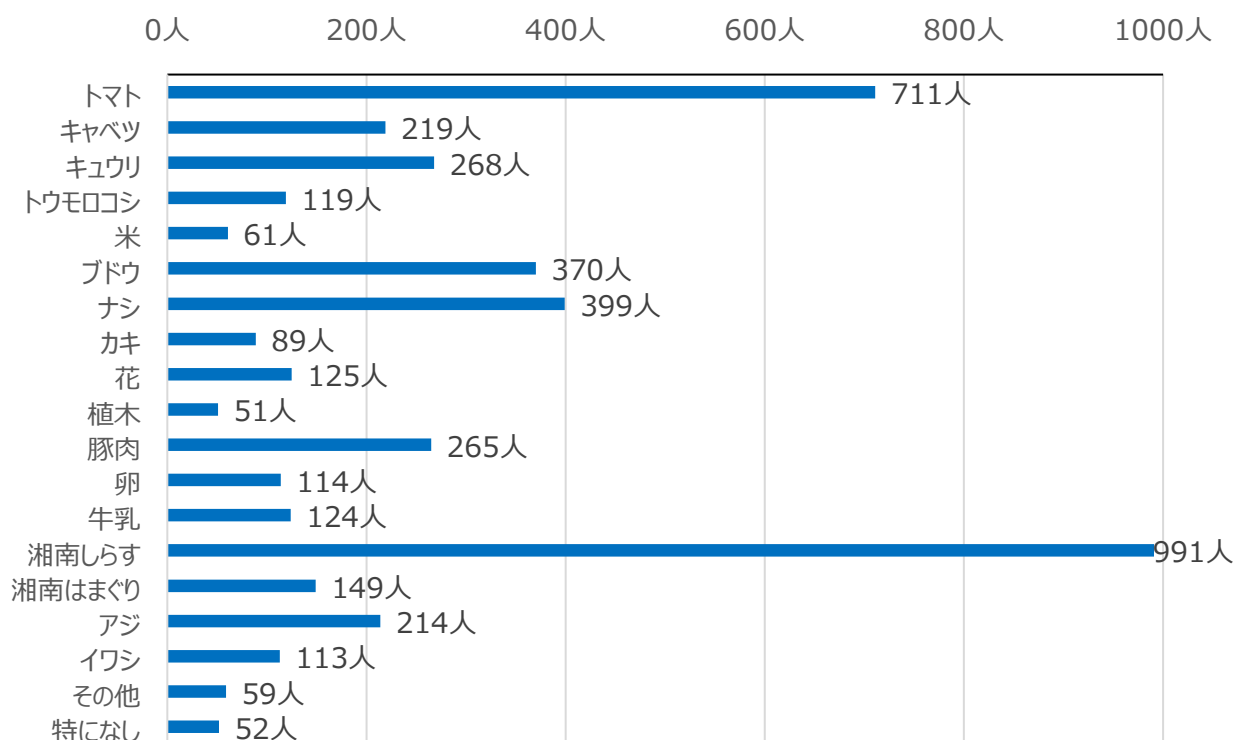
n = 1,237

④国産のものであること。



n = 1,241

(16) 藤沢産の農水産物といえば、何を連想しますか。(複数回答可)

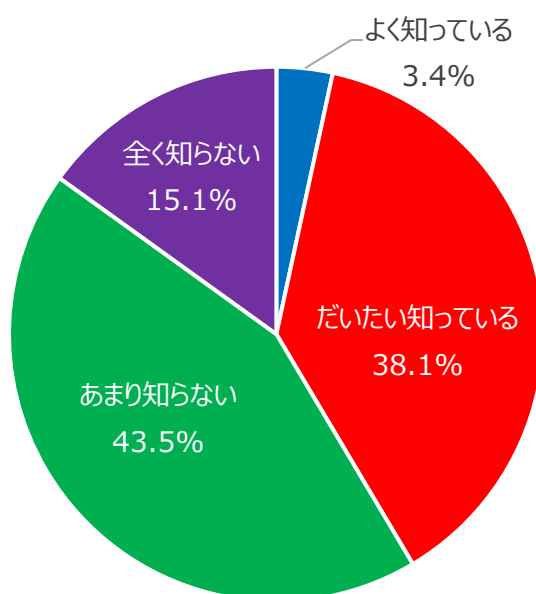


n = 1,238 k = 4,493

※主なその他の回答

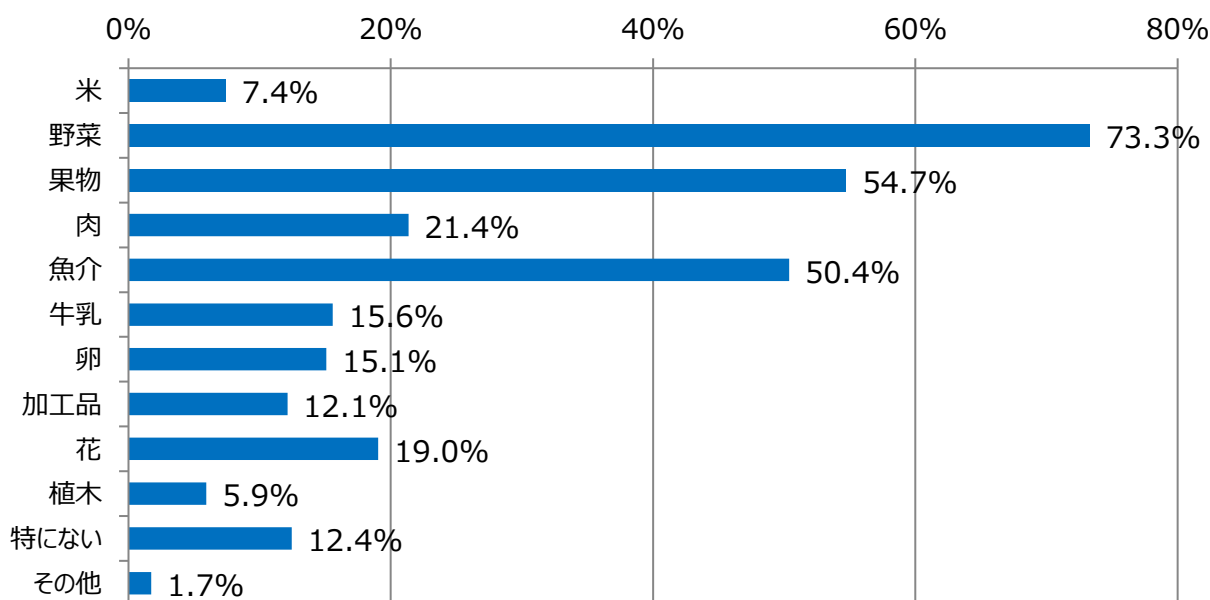
・ブロッコリー ・筍 ・菊芋 ・小松菜 ・大根 ・枝豆 ・オクラ ・カブ ・ナス ・スイカ
 ・栗 ・イチゴ ・イチジク ・はちみつ ・やまゆり牛 ・ながらみ

(17) 藤沢市内で生産されている農水産物の旬の時期をご存じですか。



n = 1,208

(18) 購入したことがある藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)

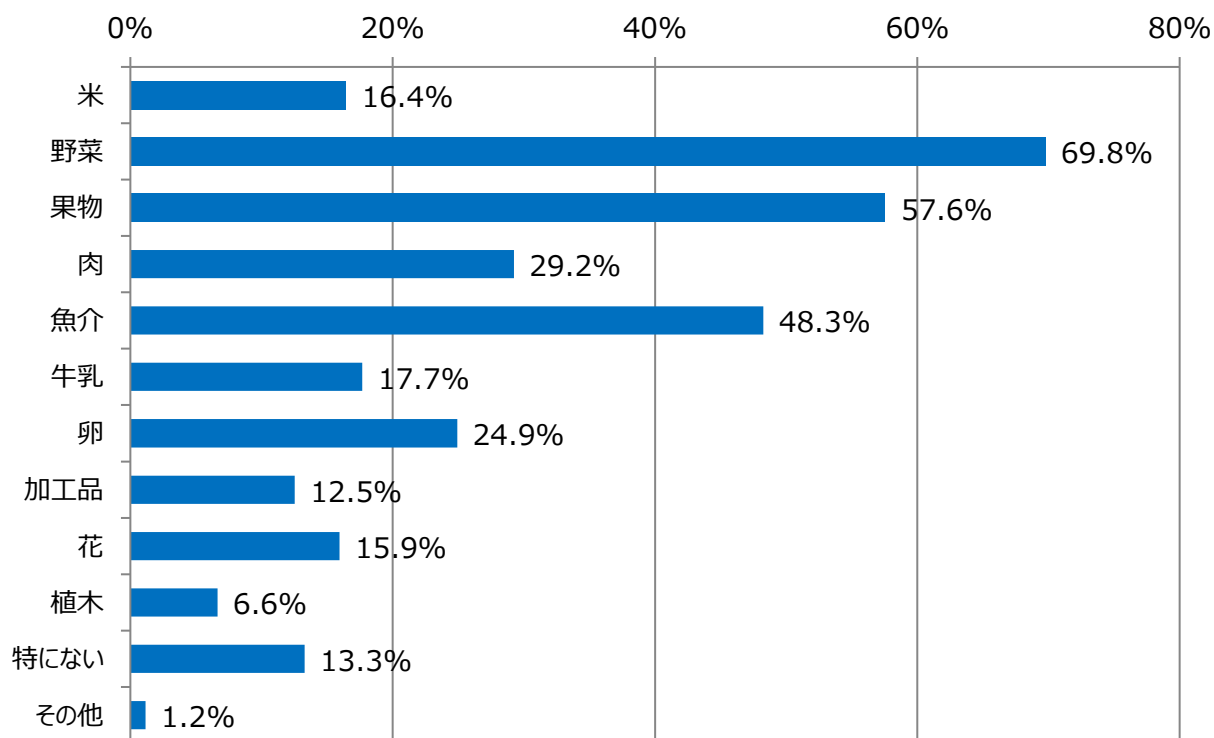


n = 1,213 k = 3,507

※主なその他の回答

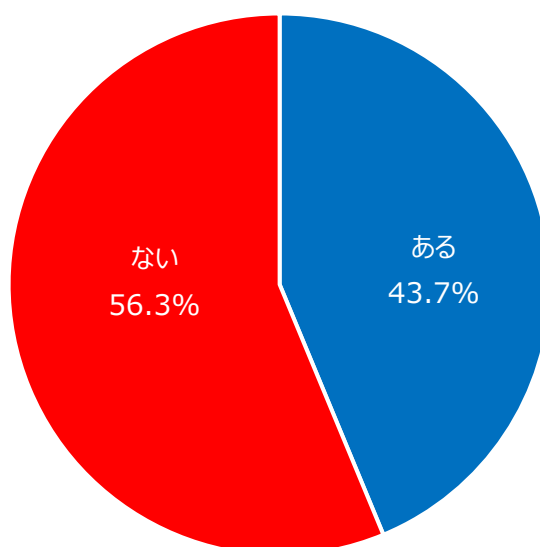
・はちみつ ・アイスクリーム

(19) 今後、購入したい藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)



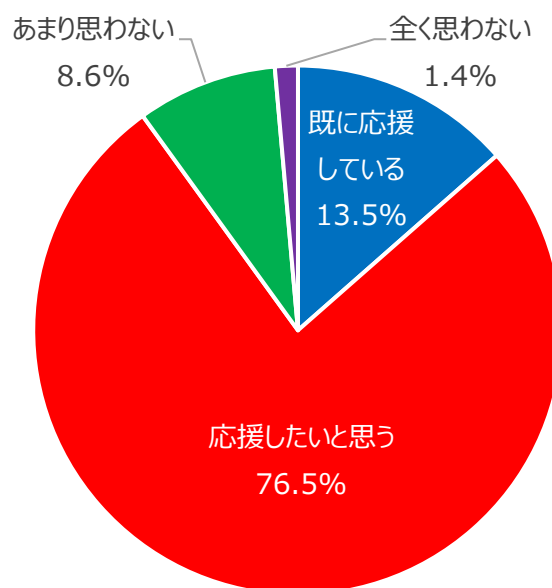
n = 1,204 k = 3,774

(20) 「藤沢産」ロゴマークを目にしたことがありますか。



n = 1,207

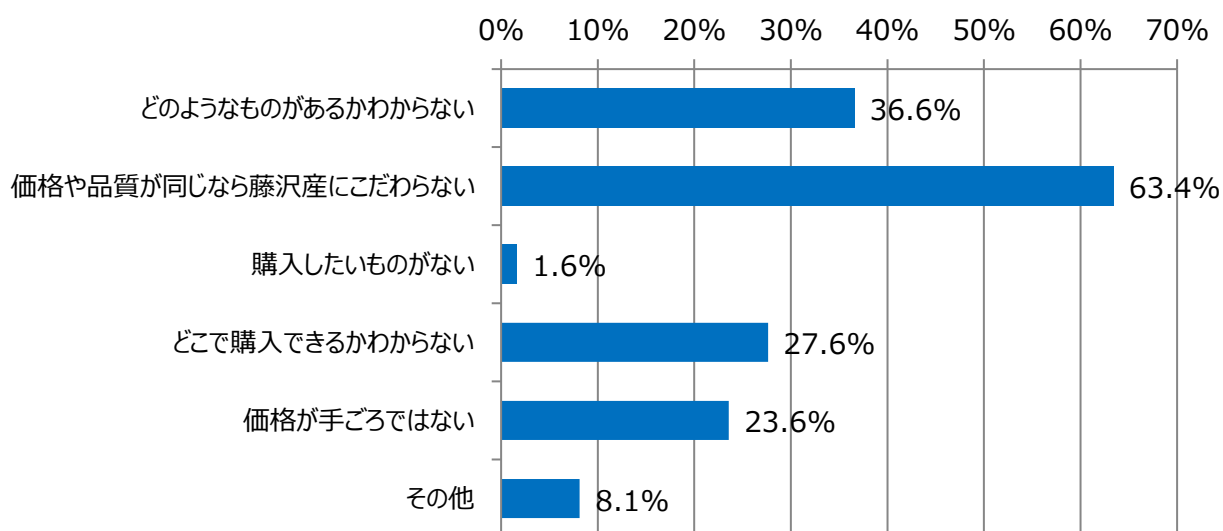
(21) 藤沢産の農水産物を購入して「地産地消」を応援しようと思いますか。



n = 1,213

(22) 藤沢産の農水産物を購入して「地産地消」を応援しようと思わない理由は何のようなことですか。

((21) で「あまり思わない」、「全く思わない」と回答した方) (複数回答可)

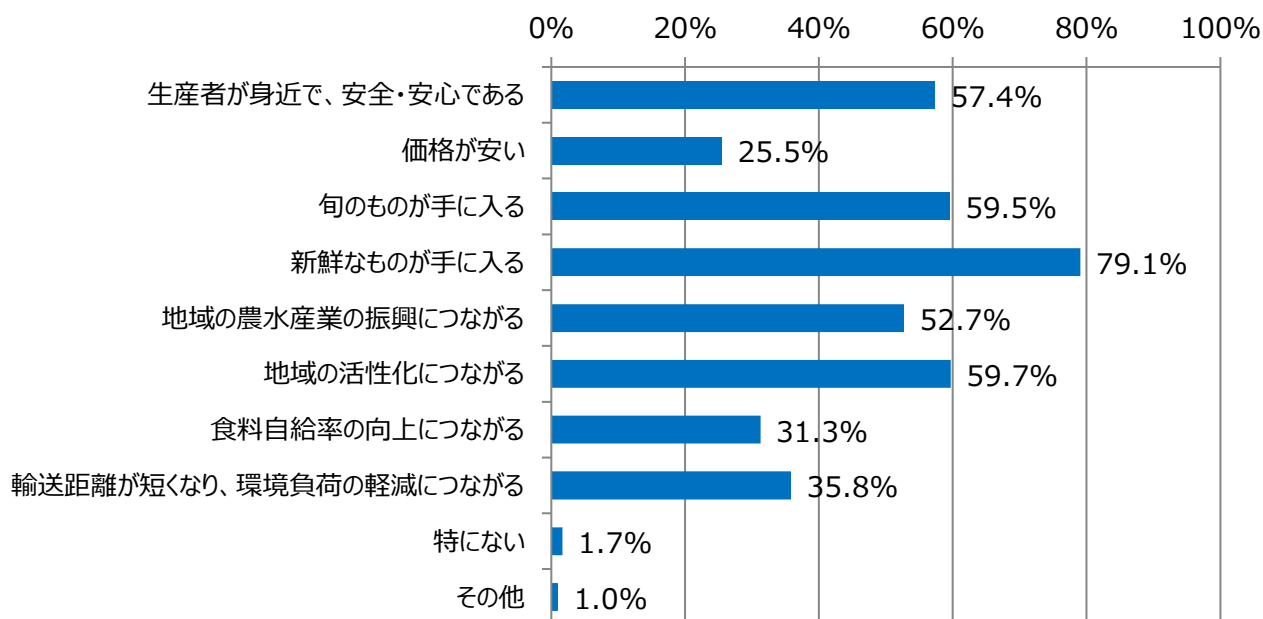


n = 123 k = 198

※主なその他の回答

- ・地域貢献に関心がない。
- ・地産地消は高いイメージがある。
- ・食べられれば何でもよい。
- ・国産ならどのものでもよい。

(23) 「地産地消」のメリットとして、あなたの印象や感じるものを選んでください。
(複数回答可)

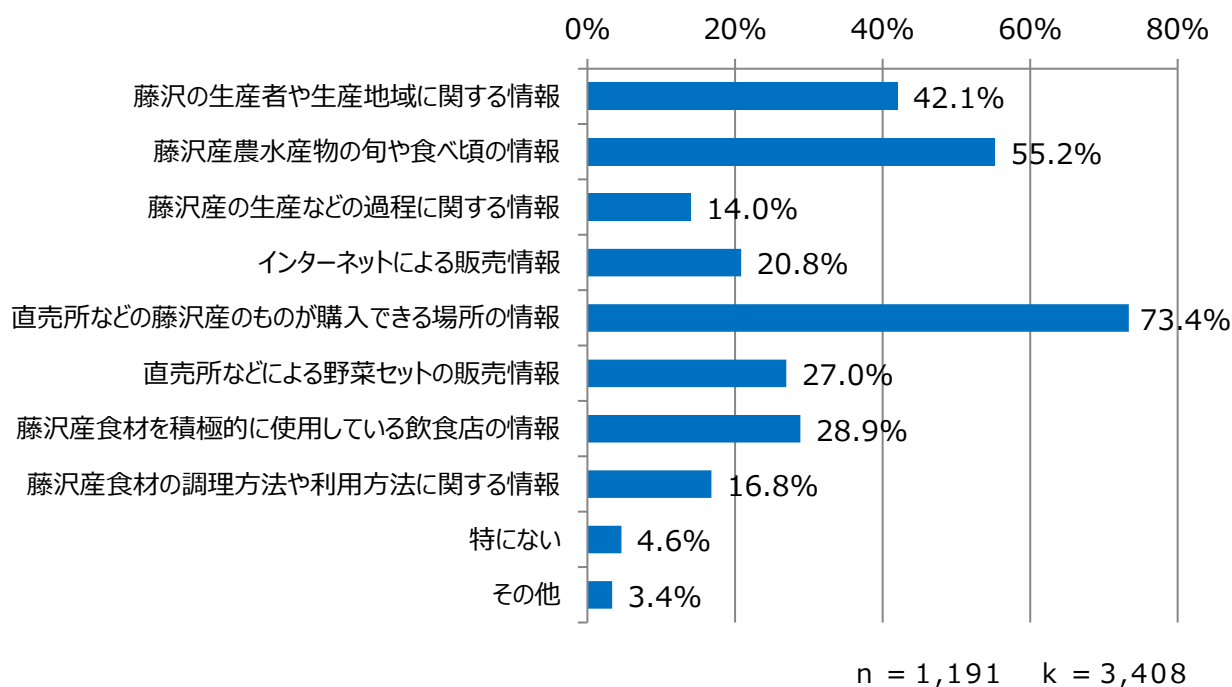


n = 1,203 k = 4,855

※主なその他の回答

- ・自分が住む地域への愛着が持てる。
- ・やさしい味がする。
- ・市内の経済効果が期待できる。
- ・新鮮で栄養価が高い。
- ・同じアジでもとれるところによって味が違う。
- ・藤沢市の特産物として名を挙げられる可能性あり。
- ・地域を知るいい機会になり、誇りに繋がる。

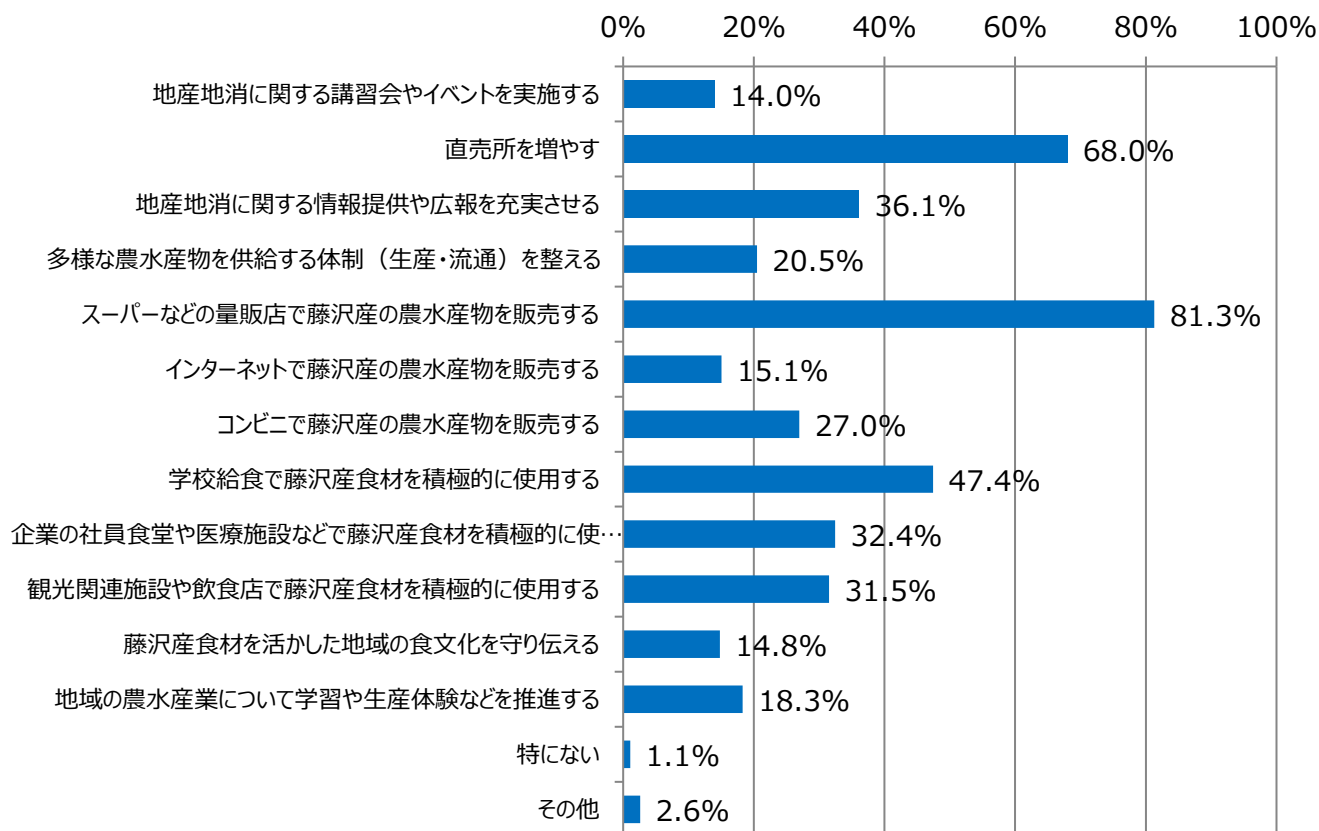
(24) どのような情報があれば、あなたは「地産地消」に取り組みやすくなると思いますか。(複数回答可)



※主なその他の回答

- ・スーパーなどと連携して藤沢産コーナーなどを設置。
- ・市民が良く訪れる施設に情報を掲示する（スーパー・駅・コンビニ）。
- ・情報の届け方が難しく問題。
- ・ネット（情報）を見てもらうためには、スーパーなどに LINE の 2 次元コードなどを置き、友だちになると PayPay などのポイントが入る、また購入でもポイントが入るなど。
- ・他の品と同値以下で大型スーパー等に並び、かつ地産アピールする。
- ・一般のスーパーなどで「藤沢産」と表示して売られているようにする。
- ・地域のを購入するメリットを可視化。
- ・安くて新鮮な農産物を購入できる情報。

(25) 「地産地消」をより進めるためにあなたが効果的だと思う取組を次の中から選んでください。(複数回答可)



n = 1,202 k = 4,928

※主なその他の回答

- ・ふるさと納税 ・道の駅 ・ネットスーパー ・収穫体験 ・工場見学
- ・低価格で販売できるようにする。
- ・いつものスーパーで相場程度の価格で買えること。
- ・大きいスーパーで売っていたら、ほかのものと一緒に買える。
- ・主要駅など（例えば湘南台駅の地下スペース）で直販する。
- ・日常的に消費者が購入できる体制を整える
- ・食フェスなどのイベントを増やす。
- ・販売者側への働き掛け、旬の物の働き掛け。
- ・形が悪いけど味、鮮度が良い規格外品（訳アリ品）を新鮮なうちに安めの価格で売れば絶対売れると思う。
- ・学校教育プログラムに「地産地消」に関するプログラムを入れてその認識を広める。
- ・ブランド力のある味、品質、形等、コンクールで PR する。
- ・生産者の品質に対する改善、改良を PR していく等。
- ・直売所に駐車場がないと行かない。
- ・藤沢産食材を使った加工品を作る→藤沢土産にする。
- ・藤沢産のものに共通のふじキュン♡シールを貼ったりして、他と差別化する。

(26) このアンケート及び「地産地消」についてのご意見等がありましたらお聞かせください。

【1 藤沢ブランドの創出】

(1) 一次産品の創出

- ・藤沢、湘南のブランド化を推進してほしい。果物、野菜、魚、肉、ともに多く生産されていると思う。
- ・藤沢は海産物や北部には畑も多いのに「鎌倉野菜」とか「湘南シラス」の名前に隠れてしまってとてももったいないと思う。

(2) 加工品等の開発

- ・水産物について、野菜などに比べてスーパーで見ることが少ないように感じる。水産物の加工品などが増えたらもっと手に取りやすいのかなと思う。

(3) その他

- ・元々、関西に住んでいたが、藤沢ブランドの物としてはシラスぐらいしか知らなかった。ブランドとしての確立と県外での販売促進も考える必要があるかもしれない。
- ・ブランド力という点では鎌倉野菜の方がはるかに強い。どうブランドを浸透させるかが課題と思う。
- ・藤沢産をブランド化にするのは、いいことだと思うが、価格は抑えて頂きたい。

【2 給食供給強化】

(1) 給食における藤沢産農水産物の利用促進

- ・小学校の給食では、よく藤沢産の農産物を使ってくれていてよかった。中学では少し頻度が減ったように感じた。
- ・トマトの廃棄が大量にあると聞いた（市内農家さんより）。B,C品も利用できるシステムができたらいいと思う。学校給食に寄付など。
- ・市内小学校の卒業生で、給食で地産地消を知った。やはり大人になってからより幼い頃からそのような情報に触れていたほうが定着はするのかなと思う。あと、美味しい給食で食に対する興味を育てるのも大切。
- ・江の島産のシラスなどの食べ物は藤沢市民に非常に親しまれていると思う。地産地消をより進めるために学校給食とのコラボメニューなど、子供が興味・関心を持つことを取り入れたら面白いと思う。

（２）学校教育での食育

- ・小学生の頃に体験したお米は藤沢で作られるイメージがまだ記憶にあるので、もっと学生に農業の体験をしてもらうことで地元の産業への理解が深まり、後々後世へと伝えられていき、根深く地産地消の文化が浸透していいと思う。

【３ 普及啓発】

（１）イベント・講座の開催

- ・湘南台駅のイベントスペースで直売イベントを開催してほしい。仕事の帰りに買って帰りたい。
- ・市役所で平日開催されているサンセットマルシェの規模を拡大してほしい。
- ・大型スーパーで物産展などを開催されてはいかがでしょうか。
- ・山形の芋煮会や、三浦国際マラソンなどのように、実際に食せる食べ物を巻き込んだイベントが藤沢市も欲しい。
- ・生産者と消費者の交流を盛んにして、藤沢産を身近にする努力をしてほしい。

（２）藤沢産農水産物の表示

- ・藤沢産ロゴマークや地産地消のアピールもその農水産物を置いているスーパーの配置コーナーの壁などに簡潔な表記で掲示するなどすると見てもらいやすくなると思う。
- ・スーパー、コンビニなど藤沢産である物には「共通のシール」を貼るなど、どこで買っても藤沢産であることが分かるようにする。まずは藤沢産の「共通のシール」を認知させることから始める。「共通のシール」が広がれば一目で「これは藤沢産だ」とわかり優先して購入しようと思うのでは？
- ・地域のものならわかりやすいように大きく書いたり、一目見てわかるようにしたりしてほしい。
- ・売場で「地産地消」の表示が目立たない。
- ・消費者に地産品である広告や店頭がわからない。市民である私たちは分かった時点では必ず地産品を選ぶ。

（３）量販店での販売促進

- ・近くのスーパー等で藤沢産の品を多く取り入れてほしい。
- ・スーパーなどの量販店での藤沢産物の陳列場所、特に消費者の目につく場所の確保が必要だと思う。スーパーによっては片隅に置かれているところもある。
- ・農協などで販売しているのは知っているが、車がないので買いに行けない。近くのスーパーなどで新鮮な野菜果物販売していただけるとありがたい。
- ・市が積極的にスーパーなどとの販路拡大を支援してみてもどうか。地産地消のブースを見かけるが、意外に市内ではなく鎌倉や茅ヶ崎だったりする。

・毎日忙しい中での買い物は近所のスーパーが多く、なかなか藤沢産のものに出会えない。
「買いたいのにならぬ」という人は多いと思う。

（４）購入場所、機会の拡充

- ・直売所が少ないから増やして欲しい。
- ・駅で販売されると買いたくなると思う。
- ・道の駅があるといい。
- ・コンビニで買えると助かる。
- ・藤沢の北部地域にも市場（肉・魚）を作ってほしい。
- ・駅のサンパール広場とか市役所前とかで売ってほしい。
- ・サンライズ広場、図書館前、藤沢市役所の５階や９階などを利用する。（休憩している方に宣伝）
- ・地産の魚や野菜など週に一、二度（曜日・時間・場所を決めて）移動販売があると助かる。
- ・地元でとれた魚介類のしっかりした直売所が欲しい。
- ・自宅近くで旬の物が買えるとうれしい。

（５）利用推進店の充実

- ・地産地消の食べられる魅力あるレストランなどを増やしてほしい。
- ・飲食店に産地のものを使ったメニューがあると特別感があり注文することが多い。

【４ 付加価値向上】

（１）安全・安心

- ・低農薬で安全な物を供給してほしい。
- ・極力安心安全のため、国産を選ぼうという意識はあるが、国内であれば優先順位はそれほどない。

（２）新鮮な農水産物の提供

- ・新鮮な物を新鮮なうちに購入したいと思う。
- ・少し高くても、質が良く美味しければ購入していきたいと思う。
- ・近いところで鮮度のいいものが手に入れることが一番。高齢者はわざわざ遠くの直売所まで買いに行かない。
- ・価格の安さも大事かと思うが、やはり新鮮さが第一。消費者に早急に届けられるようなシステムがあるとよい。

【5 農水産業の維持・発展】

- ・第一次産業を守り育てる仕組みをこれからも進めてほしい。
- ・働き手がなくなり、遊休農地になっているのを見かける。
- ・今ある農家・生産者の方々が災害や高齢化によって廃業しないように、市・県としてサポートしてほしい。
- ・地産地消は食糧危機の際の市民の食糧確保や輸送時の環境負荷低減にも役立つので、将来にわたり継続する必要があると思う。
- ・農家増加及び離農対策も進めたほうがいい。
- ・田畑を減らすことのないような対策や荒れた田畑を使用する、戻す方法も考えて地域の活性化につなげてほしい。
- ・農業を続けられる人後継者がいない人が増えている。やはり生産者を増やしていかなければならないと思う。

【6 情報発信】

（１） SNS

- ・藤沢産のマークを知らず、目にする機会があまりなかった。藤沢産を藤沢住民が買うとメリットがあるようなキャンペーンや SNS を使った宣伝を行うなど、認知度をあげていてもらいたい。

（２） 広報ふじさわ

- ・広報など利用して皆さんに地産地消を広めてほしい。野菜などのレシピも。
- ・地産地消推進計画を策定しているとのことだが、具体的に何をどうしているのかがわかりにくいのでもっと PR してほしい。広報などもっと活用したらどうか。

（３） 求められている情報

- ・市内で生産している農水産物の具体的な種類を知りたい。
- ・地産のものがどこで買えるか、何が旬か等販促活動をして欲しい。
- ・味や品質など、他と比べて劣らない商品をピックアップし紹介してほしい。地産だけで買おうと思うほど、消費者の目は甘くないと思う。
- ・直売所の情報を知りたい。
- ・野菜、果物や芋、栗などの収穫（果物狩りや芋掘りなど）の情報があるとありがたい。
- ・農業体験などの情報もあれば嬉しい。
- ・市民のメリット(地元産は美味だが)インセンティブが明確に情報提供されているのか？
- ・地産地消のメリットは理解しているが、実際に地元の野菜がどのように（農薬など）作られているか、情報が得にくく、購入に至らない。

（４） その他

- ・農家や漁師の直売所の場所がインターネットで閲覧できるように地図とかでまとめてもらえると買いに行きやすいと思う。
- ・ネットはアップしても見に来ないので、アピールのやり方に工夫が必要。
- ・個人ではなく、まず、企業を取り込んで、展開していけば良いのでは。
- ・アピールとしては顔が見える関係というのが重要であると思うので、地元の農家が作ってくれたこんな旬の野菜がある、など目につく場所があれば応援する気持ちから購入意欲が湧くのではないかなと思う。
- ・情報は市民全般に伝わる（伝える）前提で、情報の発信方法を検討ほしい。

【７ 購買欲促進】

（１） 農水産物の価格

- ・地産地消、すごく応援しているが、最近は価格が高く、産地ではなく価格で選んでしまう。様々な野菜を口にしたいけども、手が出せないことも多く、応援できないことが多い。
- ・価格差に関しては期間を決めて「試してみよう藤沢産」キャンペーンのようなものを実施し、非地産地消品との差額分を市で負担する。
- ・（２５）の問の内容はどれも必要なことと思いつつ、食料品高騰の中、低所得者（家庭）、高齢者（年金生活）者への視点が欠けているのではないかなと感じる。ある程度豊かな（所得に恵まれている）家庭でなければ、地産地消（を思っても）を実行できない。
- ・頻繁に購入する食料品は価格で選ぶことが多い。地産なら輸送費などを考えると低価格を期待する。
- ・地元産の魅力は鮮度、安心、安全だと思うが、物価高の中で少しでも安いものを買入したいと思っているので、いくら鮮度、安心、安全でも価格が高いと買えない。スーパーなどで広告の品などで安ければそちらを買っている。

（２） 規格外農水産物の販売

- ・最近「Ｂ級」とシールを貼られた野菜を求めた。地産地消だからこそ市場に出せない野菜をもっと購入できるようにするのでもいいと思う。
- ・地産地消というと生産者を守るという意味合いが強いが、購入者にもメリットがないとなかなか難しいと思う。地元だからこそ買える「見かけは悪いが美味しいもの」「規格外のもの」などが安く買えるなどのメリットがあれば地元の人にも買いに行きやすいと思う。

(3) その他

- ・価格や認知度で藤沢産に勝る農水産物が多々ある中で、私たち市民が日々の食卓に藤沢産のものを並べるには、相当の動機が必要。
- ・単に藤沢産であることだけでは弱く、どれだけ付加価値を付けていくか、特別感を魅せていくかが重要。
- ・それらの藤沢産の農産物や牛乳・ブタ肉・魚・貝を売り出したいという意向が市政府にあるのであれば、それを現場に任せるのではなく、市が戦略を立てて実行するのが良いと考える。
- ・昨今の藤沢市民の人口増加に伴い地産地消の需要への期待はますます高まると思う。藤沢市を市民感覚の伴った第一次産業活性化につながるために官民一体で取り組まれることを望む。

【8 その他】

- ・市民対象のクーポン券配布。
- ・周辺の市との連携。
- ・藤沢市は近い市や町からの通勤、通学が多いので、地産地消を藤沢近隣まで広げるのがいいと思う。
- ・年齢とともに藤沢産の農水産物を取り扱っている店に行くのが遠のいているのが残念。
- ・収穫体験を家族で楽しんだ。生産者の方が大事に育てていて、笑顔で説明して下さったので、その方が出店しているスーパーではあえてその方の野菜を見つけて買っている。
- ・昨今の物価高騰、物流の問題を考えると地産地消という取り組みは重要だと改めて思った。

**令和 6 年度
地産地消に関するアンケート結果**

令和 7 年 1 月
藤沢市経済部農業水産課
〒251-8601 藤沢市朝日町 1 番地の 1
TEL 0466-25-1111（内線 3431）
FAX 0466-50-8256
Email fj-nousui@city.fujisawa.lg.jp