

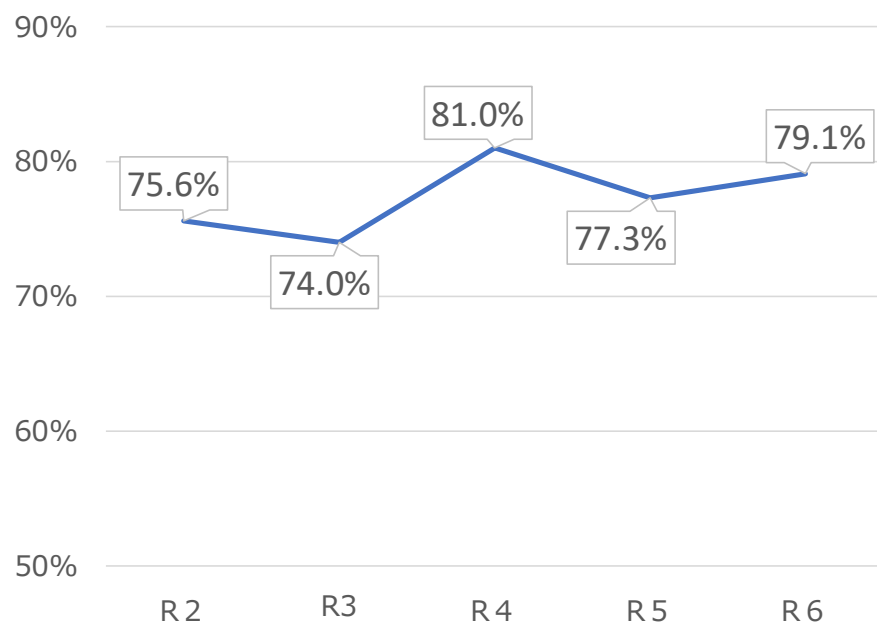
地産地消に関する アンケート結果の推移 (令和2～6年度)

2025年（令和7年）2月4日（火）

藤沢市地産地消推進協議会 資料

問：「地産地消」に関心があるか？

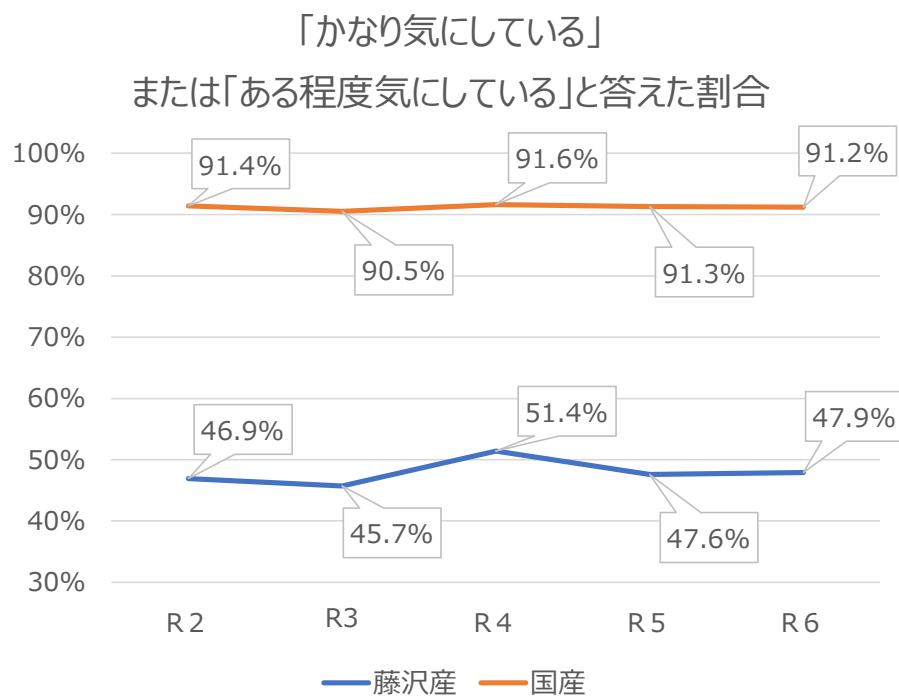
「関心がある」と答えた割合



■ いずれの年度も「関心がある」と答えた割合は**70%以上**であり、市民の地産地消への関心度は高い。

■ 「関心がある」理由としては、
「新鮮でおいしい農水産物が手に入るから」
「地域の活性化につながるから」が主となっている。

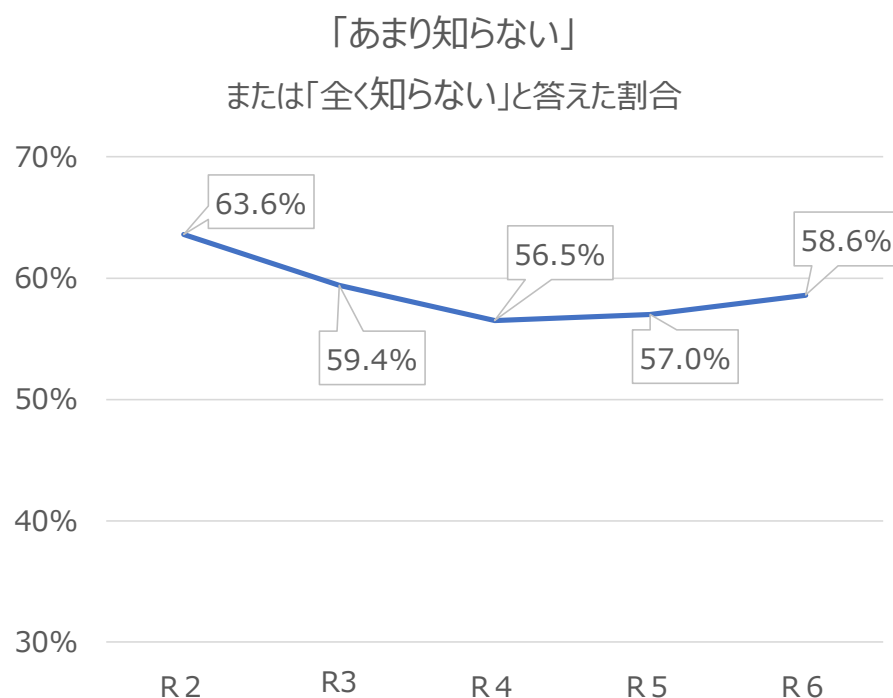
問：購入する農水産物の産地を どの程度気にしているか？



■「気にしている」と答えた割合はほぼ横ばいであるが、いずれの年度においても「**国産**」は**90%**を超えているのに対し、「**藤沢産**」は**50%**程度にとどまっている。

■主な要因としては、農水産物を購入する際に重視する点で「**産地**」と回答した人が**30%**程度であるのに対し、「**価格**」は**70%**を超えており、自由記述では「国産であれば産地に関係なく**安い方**を購入する」という記述が多くみられた。

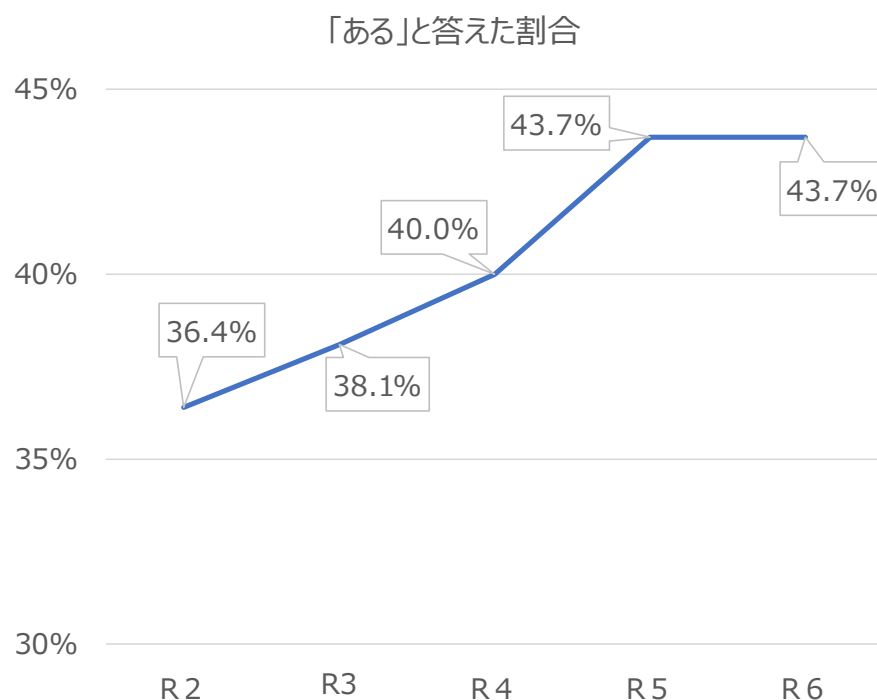
問：藤沢市内で生産されている 農水産物の旬の時期を知っているか？



■「知らない」と答えた割合は、令和2年度に比べ令和6年度は**5%減少**しているが、いずれの年も**50%**を上回っている。

■自由記述では「どのような農水産物が**どの時期に生産されているのか**知りたい」という記述もみられた。

問：「藤沢産」ロゴマークを 目にしたことがあるか？

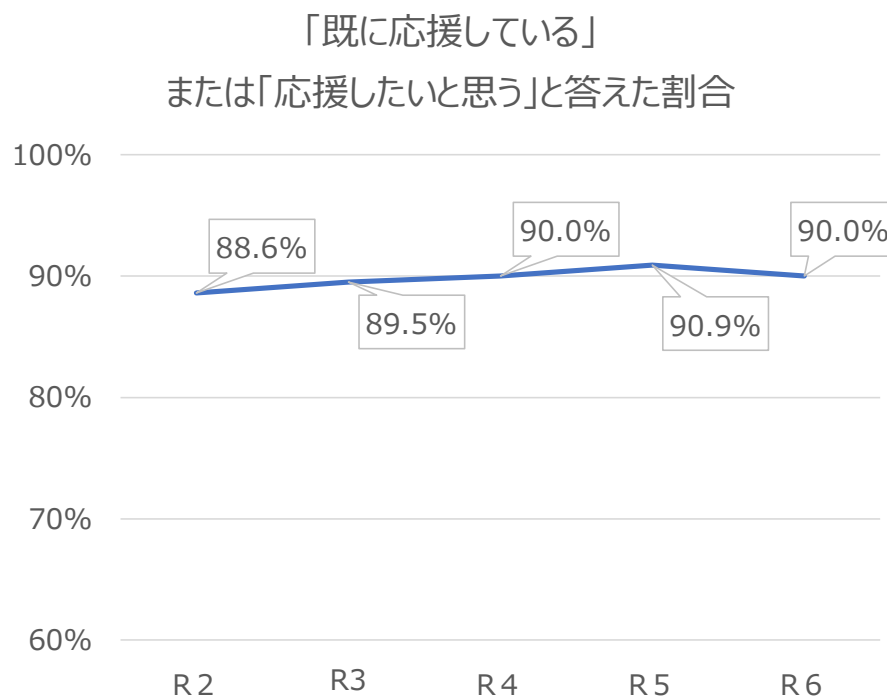


■この5年間で「藤沢産」ロゴマークの認知度は
7.3%上昇した。

■令和6年度（12月末時点）「藤沢産ロゴ
マークシール」の農水産業者等への配布数は**約50
万枚**。（令和2年度は約13万枚）

出荷する農水産物等へシールを添付する農水
産業者は年々増加している。

問：藤沢産の農水産物を購入して「地産地消」を応援しようと思うか？



■「応援している」または「応援したい」と答えた割合は、いずれの年も**約90%**と高い水準となっている。

■一方で、自由記述では「**どこで購入できるか分からない**」という記述も多くみられ、「どのような情報があれば地産地消に取り組みやすくなるか？」という問いでは、**約70%**が「直売所などの**購入できる場所の情報**」と回答している。（※令和6年度）

■また、「地産地消を進めるために効果的だと思う取組は？」という問いでは、**約80%**が「**量販店での販売**」と回答し、生活に身近な場所での販売が求められている。（※令和6年度）

まとめ

- 市民の多くは「地産地消」に関心があり、「藤沢産」を応援したいと思っている。
- 農水産物を購入する際に、
大多数が「**国産**」であることを意識しているが、
「**藤沢産**」であることに関しては半減する。
→ 国産であれば「**価格**」で比較をして購入する人が多い。

まとめ

- 市民の半数以上に市内産の農水産物の「旬の時期」を知られていない。
- 藤沢産ロゴマークの認知度は**43.7%**まで上昇した。
→「第5期藤沢市地産地消推進計画」では、
令和8年度までに**認知度 50%**を目標値に掲げている。

まとめ

- 特に市民から求められていることは、
「**購入できる場所**」に関する情報提供 と
「**量販店など身近なところで購入ができる**」環境整備。

⇒ アンケート結果は、次年度以降の事業計画等を策定する際に活用していきます。