

平成 27 年度第 3 回市政モニターアンケート結果

テーマ「ブランド農作物に対する消費者の選択行動と相模原市の農産物ブランド『さがみはらのめぐみ』における認知度等に関する調査」について

1 アンケート実施概要

- (1) 対象 市政モニター 148人
(2) 回答者数 141人
(3) 実施期間 平成28年1月4日から1月18日まで
(4) 目的 相模原市では遊休農地・耕作放棄地を活用した地域振興策や農業における後継者問題の軽減方策などに関連する調査研究を行っています。
今回、その一環として、「さがみはらのめぐみ」のブランド強化等について、ご意見を伺い、今後の参考とするためアンケートにご協力いただきました。

表、グラフの内の数字は、回答者数を基数とした百分率で表わし、小数点第2位を四捨五入しているため、百分率の合計が100%にならない場合があります。

2 各設問と回答状況及び結果概要

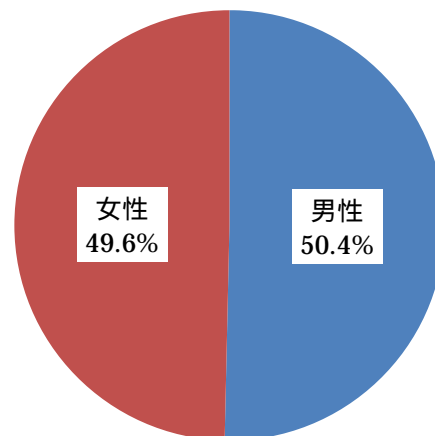
【基本的項目についてお伺いします】

【問1 あなたご自身についてお伺いします】

問1-1 あなたの性別についてお伺いします。(回答は1つ)

1 男性	2 女性
------	------

選択肢	回答数	回答分布
1	71	50.4%
2	70	49.6%
合計	141	100.0%

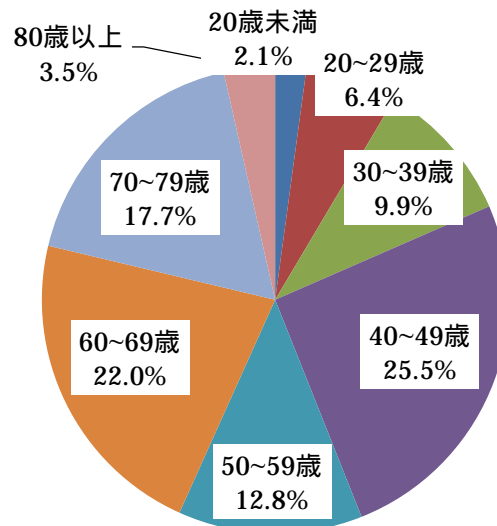


回答された方の性別は以上のとおりです。

問 1-2 あなたの年齢についてお伺いします。(回答は1つ)

1	20歳未満	2	20～29歳	3	30～39歳	4	40～49歳
5	50～59歳	6	60～69歳	7	70～79歳	8	80歳以上

選択肢	回答数	回答分布
1	3	2.1%
2	9	6.4%
3	14	9.9%
4	36	25.5%
5	18	12.8%
6	31	22.0%
7	25	17.7%
8	5	3.5%
合計	141	100%



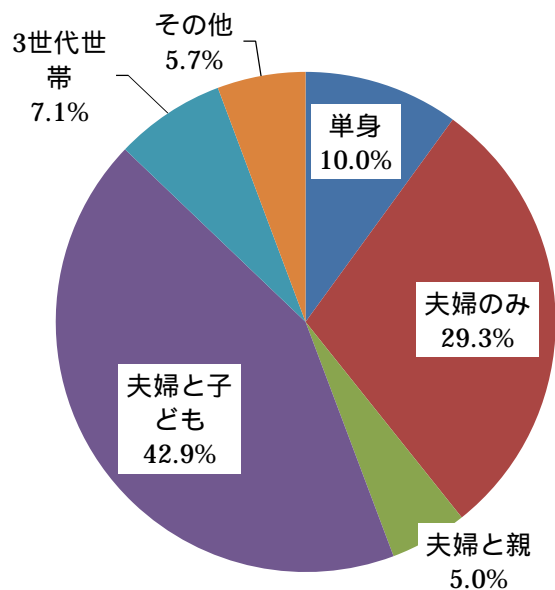
n = 141

回答された方の年齢層は以上のとおりです。

問 1-3 あなたの世帯構成についてお伺いします。(回答は1つ)

1	単身	2	夫婦のみ	3	夫婦(ご自身)と親	4	夫婦(ご自身)と子ども
5	3世代世帯 (世帯主を中心とした直系三世以上)の世帯)				6	その他	

選択肢	回答数	回答分布
単身	14	10.0
夫婦のみ	41	29.3
夫婦と親	7	5.0
夫婦と子ども	60	42.9
3世代世帯	10	7.1
その他	8	5.7
合計	140	100



回答された方の世帯構成は以上のとおりです。

n = 140

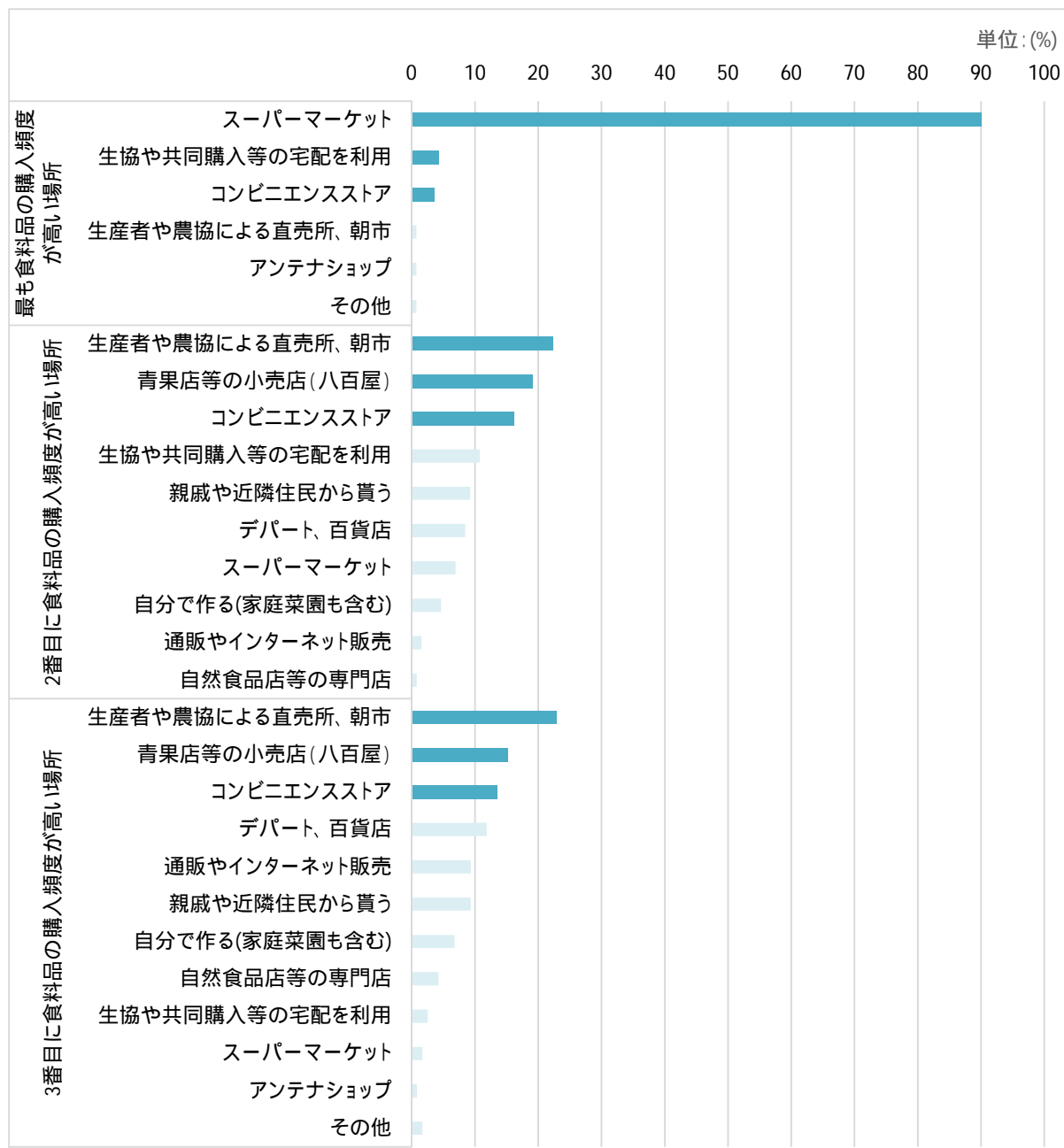
2 各設問と回答状況及び結果概要

問2 あなたの日常的な購買行動についてお伺いします

問2-1 あなたが日常的に生鮮食料品や農産加工品を購入する場所を教えてください。(購入頻度が高い順に3つ選択し、該当するローマ字を解答欄に記入して下さい。)

a スーパーマーケット	g 自然食品店等の専門店
b 生協や共同購入等の宅配を利用	h コンビニエンスストア
c 生産者や農協による直売所、朝市	i アンテナショップ
d デパート、百貨店	j 自分で作る(家庭菜園も含む)
e 青果店等の小売店(八百屋)	k 親戚や近隣住民から貰う
f 通販やインターネット販売	l その他

選択肢(購入場所)		最も食料品の購入頻度が高い場所	2番目に食料品の購入頻度が高い場所	3番目に食料品の購入頻度が高い場所
a	スーパーマーケット	90.0%	6.9%	1.7%
b	生協や共同購入等の宅配を利用	4.3%	10.8%	2.5%
c	生産者や農協による直売所、朝市	0.7%	22.3%	22.9%
d	デパート、百貨店	0.0%	8.5%	11.9%
e	青果店等の小売店(八百屋)	0.0%	19.2%	15.3%
f	通販やインターネット販売	0.0%	1.5%	9.3%
g	自然食品店等の専門店	0.0%	0.8%	4.2%
h	コンビニエンスストア	3.6%	16.2%	13.6%
i	アンテナショップ	0.7%	0.0%	0.8%
j	自分で作る(家庭菜園も含む)	0.0%	4.6%	6.8%
k	親戚や近隣住民から貰う	0.0%	9.2%	9.3%
l	その他	0.7%	0.0%	1.7%



回答者が日常的に生鮮食料品や農産加工品を購入する場所を「最も食料品の購入頻度が高い場所」、「2番目に食料品の購入頻度が高い場所」、「3番目に食料品の購入頻度が高い場所」の3カテゴリーに分けて調査し、集計結果をグラフ化したものが上記のとおりです。

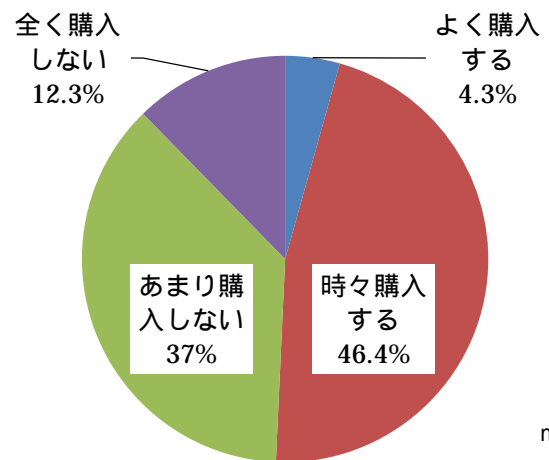
「最も食料品の購入頻度が高い場所」のカテゴリー内では、「スーパーマーケット」が最も多く、90%を占めています。「2番目に食料品の購入頻度が高い場所」のカテゴリー内では、「生産者や農協による直売所、朝市」が最も多く、22.3%を占めました。「3番目に食料品の購入頻度が高い場所」のカテゴリー内においても、「生産者や農協による直売所、朝市」が最も多く、22.9%を占めました。

問 2-1 「その他」の回答記入欄意見 抜粋
 生協の宅配ではなく店舗を利用している
 ディスカウントショップ

問 2-2 道の駅や農産物直売店などで生鮮食料品や農産加工品をどの程度購入しますか。(回答は1つ)

1 よく購入する	〔 3 あまり購入しない 〕 〔 4 全く購入しない 〕 (問 2-3 へ)
2 時々購入する	

選択肢	回答数	回答分布
1	6	4.3%
2	64	46.4%
3	51	37.0%
4	17	12.3%
合計	138	100%

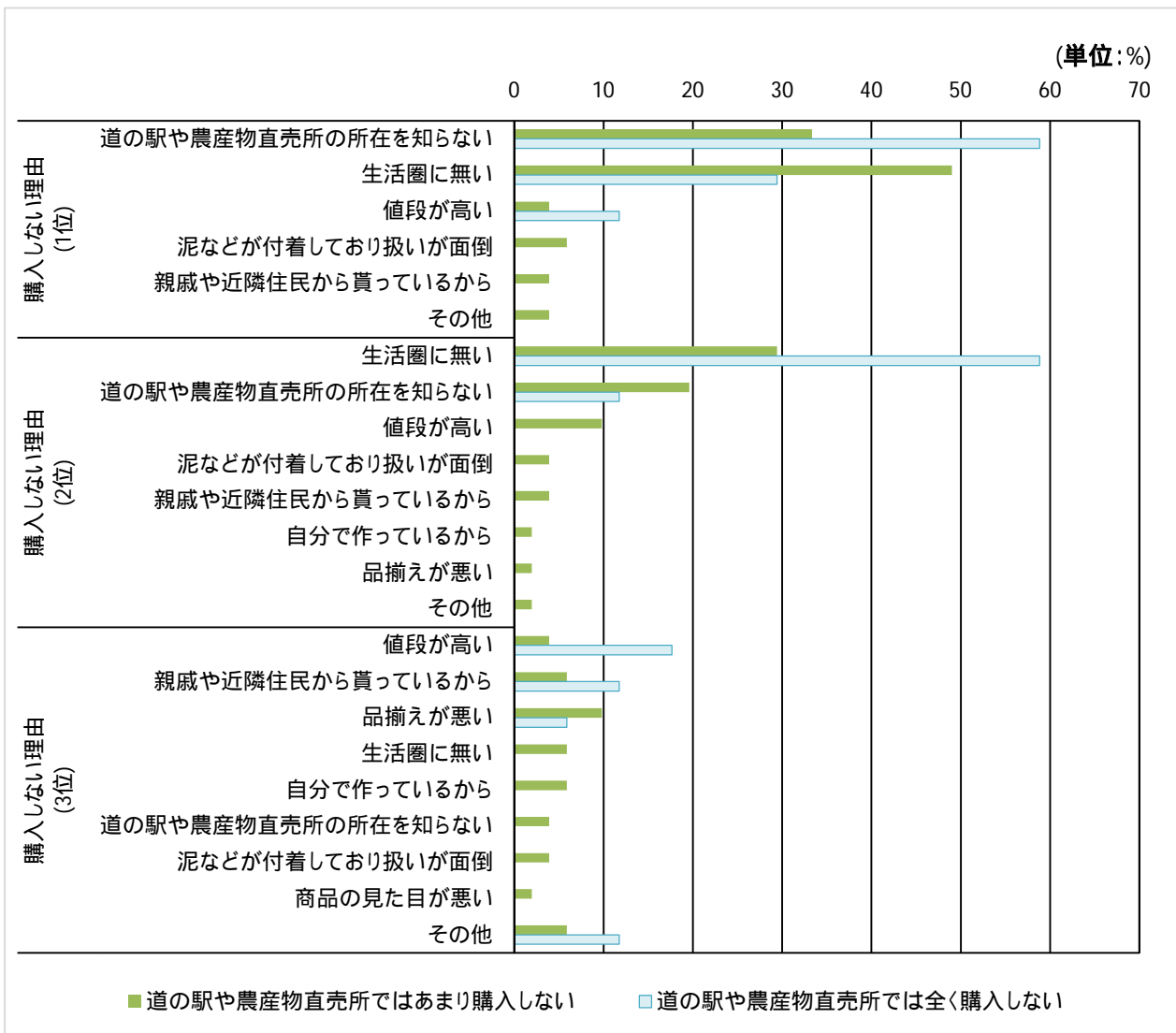


道の駅や農産物直売店の利用傾向については、「時々購入する」が46.4%で最も多く、次いで「あまり購入しない」が37.0%、「全く購入しない」が12.3%という結果となりました。

問 2-3 問 2-2 で「あまり購入しない」または「全く購入しない」と回答した方にお伺いします。そのように回答した理由を教えてください。(該当する選択肢の上位3つまで選択し、記入して下さい。)

1 値段が高い	2 道の駅や農産物直売所がどこにあるのか知らない	3 野菜に泥や虫がついており、扱いが面倒
4 商品の見た目が良くない	5 普段利用する店や生活圏にない	6 親戚や近隣住民から貰っているから
7 自分で作っているから	8 品揃えが良くない	9 その他

順位	選択肢（購入しない理由）	あまり購入しない	全く購入しない
購入しない理由 (1位)	1 値段が高い	3.9%	11.8%
	2 道の駅や農産物直売所がどこにあるの か知らない	33.3%	58.8%
	3 野菜に泥や虫がついており、扱いが面倒	5.9%	0.0%
	5 普段利用する店や生活圏にない	49.0%	29.4%
	6 親戚や近隣住民から貰っているから	3.9%	0.0%
	9 その他	3.9%	0.0%
購入しない理由 (2位)	1 値段が高い	13.5%	0.0%
	2 道の駅や農産物直売所がどこにあるの か知らない	27.0%	16.7%
	3 野菜に泥や虫がついており、扱いが面倒	5.4%	0.0%
	5 普段利用する店や生活圏にない	40.5%	83.3%
	6 親戚や近隣住民から貰っているから	5.4%	0.0%
	7 自分で作っているから	2.7%	0.0%
	8 品揃えが良くない	2.7%	0.0%
	9 その他	2.7%	0.0%
購入しない理由 (3位)	1 値段が高い	8.3%	37.5%
	2 道の駅や農産物直売所がどこにあるの か知らない	8.3%	0.0%
	3 野菜に泥や虫がついており、扱いが面倒	8.3%	0.0%
	4 商品の見た目が良くない	4.2%	0.0%
	5 普段利用する店や生活圏にない	12.5%	0.0%
	6 親戚や近隣住民から貰っているから	12.5%	25.0%
	7 自分で作っているから	12.5%	0.0%
	8 品揃えが良くない	20.8%	12.5%
	9 その他	12.5%	25.0%



購入しない理由について、1位の категорияでは、「あまり購入しない」の49%が「普段利用する店や生活圏にない」と回答しました。「全く購入しない」の58.8%が「道の駅や農産物直売所がどこにあるのか知らない」と回答しました。

2位の categoriaでは、「あまり購入しない」の40.5%が、「全く購入しない」では83.3%が「普段利用する店や生活圏にない」と回答した方が多い結果となりました。

問 2-3 「9 その他」の回答記入欄意見 抜粋

- 歩いて行ける距離に無い。都合の良い時に開催されていない。
- その直売店は規模が小さく、品揃えが少ない。
- 時間がわからない。時間帯が合わないため。
- スーパーマーケットで購入するため。

2 各設問と回答状況及び結果概要

問3 ブランド農作物についてお伺いします

ブランド農産物(地域ブランド)とは

特定地域に関係する売り手（あるいは売り手集団）の、当該地域と何らかの関連性を有する商品を識別し、他地域の商品と差別化することを意図した名称、言葉、シンボル、デザイン等が認められる農産物・農産加工品のことです。

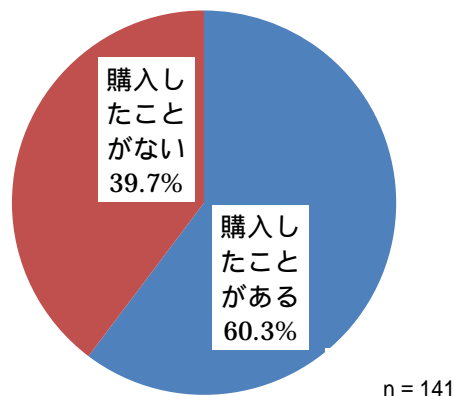
ブランド農産物の例（地域団体商標）

青森県：「たっこにんにく」 山形県：「米沢牛」 福島県：「南郷トマト」 千葉県：「房州びわ」
静岡県：「静岡茶」 東京都：「稲城の梨」 長野県：「市田柿」 広島県：「広島みかん」など

問3-1 これまでに、ブランド農産物や農産加工品を購入したことがありますか。

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1 購入したことがある (問3-2へ) | 2 購入したことがない(問3-5へ) |
|---------------------|--------------------|

選択肢	回答数	回答分布
1	85	60.3%
2	56	39.7%
合計	141	100%



ブランド農産物や農産加工品を購入経験は上記のとおりです。

問3-2 問3-1で「購入したことがある」と回答した方にお伺いします。普段購入しているブランド農産物・農産加工品の名称と、購入場所を記入して下さい。

ブランド農産物・農産加工品の名称	購入場所
静岡茶、松坂牛、有田みかん	駅、インターネット
栃木のとちおとめ、富良野にんじんジュース、 岡山の桃太郎トマト	生協、スーパー、道の駅、農産物産展等
米（あきたこまち、魚沼産コシヒカリなどのブランド米）リンゴ（シナノゴールドやサンフジ）	米 スーパーマーケット リンゴ 長野県のリンゴ農家
三ヶ日みかん、市田柿	スーパー、通販、デパート

丹波の黒豆、讃岐うどん、愛媛みかん、魚沼産こしひかり、松坂牛	スーパー、土産屋、ネット取り寄せ
米沢牛、山形つや姫、静岡茶	地元より直接、取り寄せ

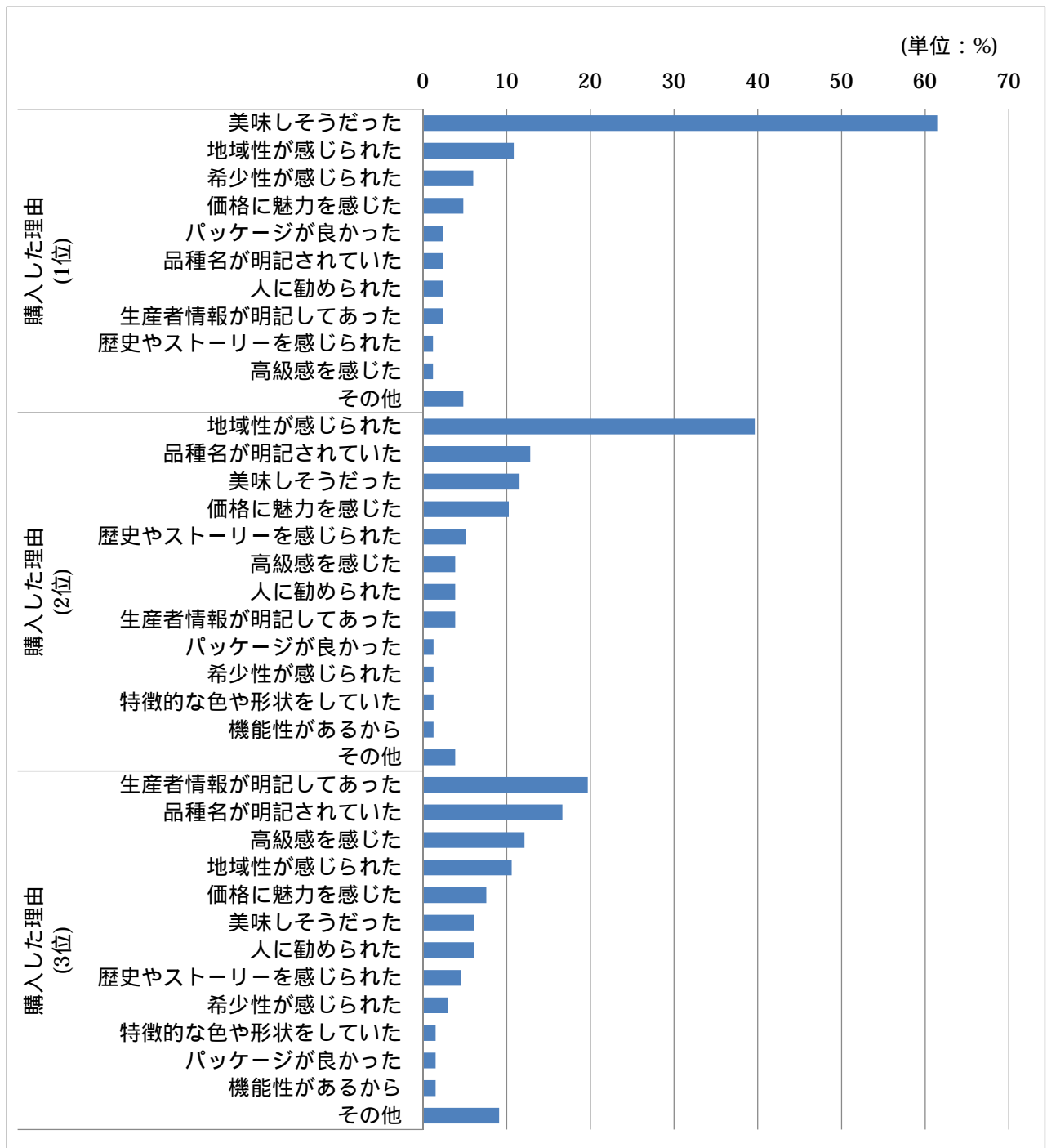
「購入したことがある」と回答した方のブランド農産物・農産加工品の名称と購入場所の主なものは上記のとおりです。

問 3-3 問 3-1 で「購入したことがある」と回答した方にお伺いします。購入するきっかけとなった理由を教えてください。(該当する選択肢の上位3つまで選択し、記入して下さい。)

1 パッケージが良かったから	2 希少性が感じられたから	3 美味しそうだから
4 歴史やストーリー性が感じられたから	5 地域性が感じられたから	6 価格に魅力を感じたから
7 特徴的な色や形状をしているから	8 高級感が感じられたから	9 人に勧められたから
10 商品に品種名が明記されていたから	11 機能性があるから	12 生産者情報が書いてあったから
13 その他		

順位	選択肢(購入した理由)	回答数	回答分布
購入した理由 (1位)	美味しそうだった	51	61.4
	地域性が感じられた	9	10.8
	希少性が感じられた	5	6.0
	価格に魅力を感じた	4	4.8
	パッケージが良かった	2	2.4
	品種名が明記されていた	2	2.4
	人に勧められた	2	2.4
	生産者情報が明記してあった	2	2.4
	歴史やストーリーを感じられた	1	1.2
	高級感を感じた	1	1.2
	その他	4	4.8
購入した理由 (2位)	地域性が感じられた	31	39.7
	品種名が明記されていた	10	12.8
	美味しそうだった	9	11.5
	価格に魅力を感じた	8	10.3
	歴史やストーリーを感じられた	4	5.1
	高級感を感じた	3	3.8
	人に勧められた	3	3.8
	生産者情報が明記してあった	3	3.8
	パッケージが良かった	1	1.3

	希少性が感じられた	1	1.3
	特徴的な色や形状をしていた	1	1.3
	機能性があるから	1	1.3
	その他	3	3.8
購入した理由 (3位)	生産者情報が明記してあった	13	19.7
	品種名が明記されていた	11	16.7
	高級感を感じた	8	12.1
	地域性が感じられた	7	10.6
	価格に魅力を感じた	5	7.6
	美味しそうだった	4	6.1
	人に勧められた	4	6.1
	歴史やストーリーを感じられた	3	4.5
	希少性が感じられた	2	3.0
	特徴的な色や形状をしていた	1	1.5
	パッケージが良かった	1	1.5
	機能性があるから	1	1.5
	その他	6	9.1



購入理由について 1 位のカテゴリーでは「美味しそうだから」が最も多く、61.4%を占めています。2 位のカテゴリーで「地域性が感じられたから」が最も多く、39.7%を占める結果となりました。

問 3-3 「その他」の回答記入欄意見 抜粋

知り合いのお店だったため。

復興応援

店専用のカードが使えるから。

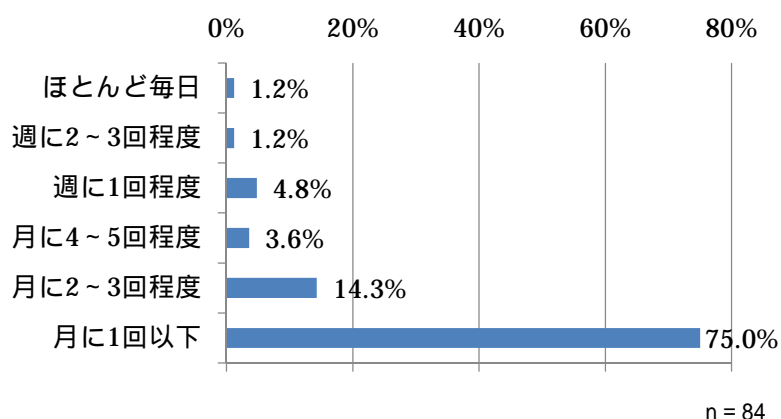
品質が良さそうだから。

地域のブランドということで出されていたので、一度食べてみたいと思ったから。

問 3-4 問 3-1 で「購入したことがある」と回答した方にお伺いします。ブランド農作物・農産加工品の購入頻度を教えて下さい。また、ブランド農産物・農産加工品に関する年間の支出額を教えて下さい。(購入頻度をいずれか1つ選択し、空欄に年間の支出額を記入して下さい。なお、金額はおおよその額で構いません。)

1 ほとんど毎日	2 週に2~3回程度	3 週に1回程度
4 月に4~5回程度	5 月に2~3回程度	6 月に1回以下
A ブランド農産物・農産加工品に関する年間の支出額		

選択肢	回答数	回答分布
1	1	1.2%
2	1	1.2%
3	4	4.8%
4	3	3.6%
5	12	14.3%
6	63	75.0%
合計	84	100.1%



ブランド農作物・農産加工品の購入頻度は「月1回以下」が最も多く75.0%を占めました。次いで「月に2~3回程度」が14.3%となりました。

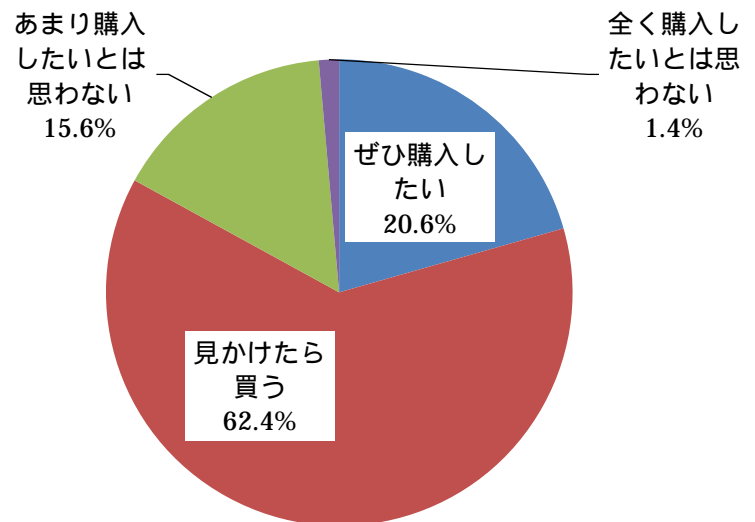
選択肢	年間支出額(平均)
1	3,000 円
2	30,000 円
3	17,500 円
4	1,400 円
5	10,682 円
6	10,841 円

ブランド農作物・農産加工品の年間の支出額の平均は、「週に2～3回程」購入する方が30,000円となりました。次いで「週に1回程度」購入する方が17,500円となりました。

問3-5 今後、ブランド農産物・農産加工品を購入したいと思いますか。(A群の選択肢のいずれか1つ選択して下さい。) また、どこで売っていれば購入したいと思いますか。(B群の選択肢内で該当するもの上位3つまで選択し、記入して下さい。)

A群	1 ぜひ購入したい	2 見かけたら買う
	3 あまり購入したいとは思わない	4 全く購入したいとは思わない
B群	a スーパーマーケット	h コンビニエンスストア
	b 生協や共同購入等の宅配	i アンテナショップ
	c 生産者や農協による直売所、朝市	j 物産展等のイベント会場
	d デパート、百貨店	k 道の駅
	e 青果店等の小売店(八百屋)	l 個人経営の喫茶店等
	f 通販やインターネット販売	m その他
	g 自然食品店等の専門店	

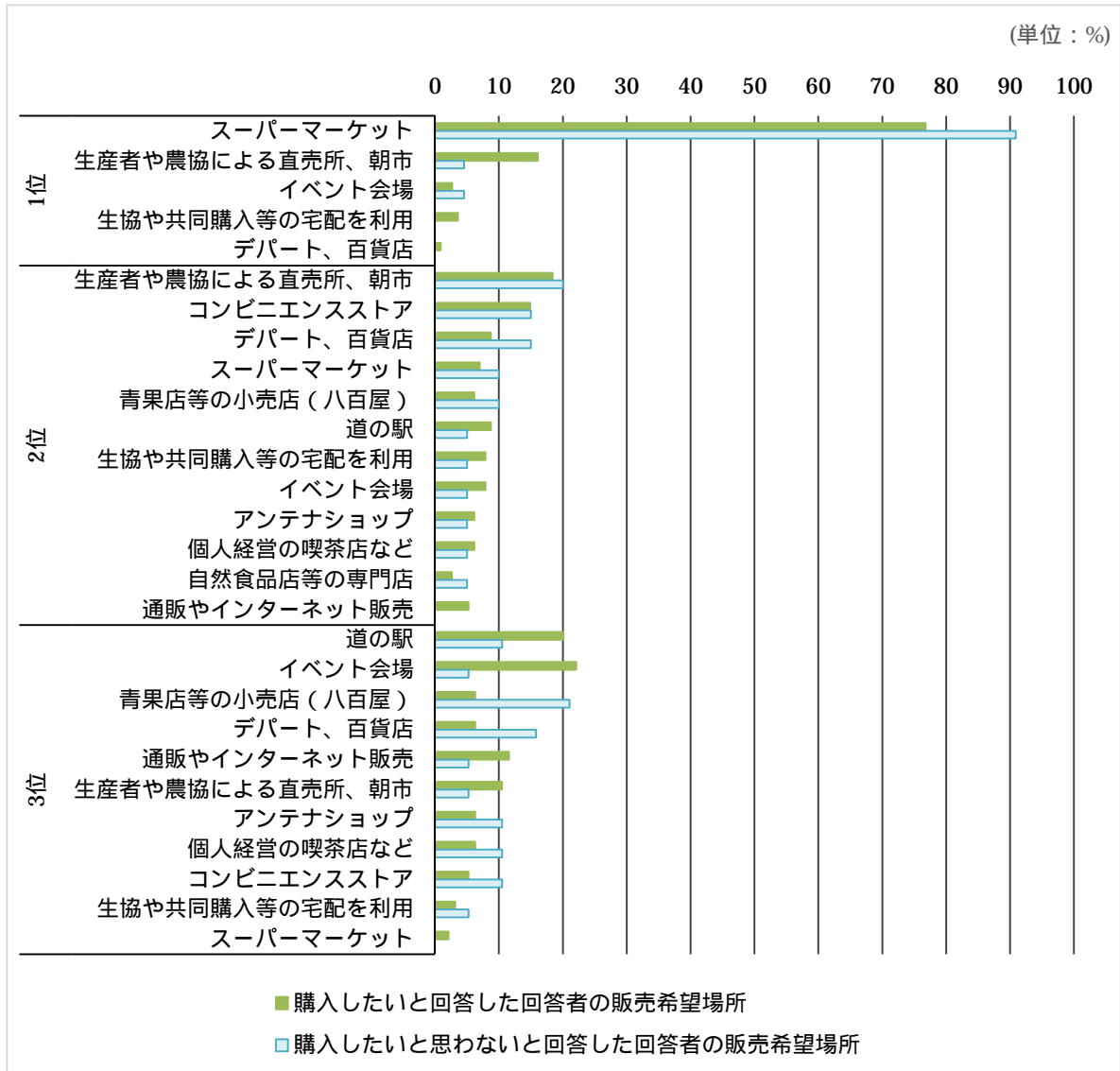
選択肢	回答数	回答分布
1	29	20.6%
2	88	62.4%
3	22	15.6%
4	2	1.4%
合計	141	100%



n = 141

今後の購入意志は、「見かけたら買う」が最多であり、62.4%となりました。次いで「ぜひ購入したい」が20.6%となりました。

優先順位	選択肢（販売希望箇所）	今後の購入意思			
		購入したい		購入したくない	
		回答数	回答分布	回答数	回答分布
1位	a スーパーマーケット	86	76.8%	20	90.9%
	b 生協や共同購入等の宅配	4	3.6%	0	0.0%
	c 生産者や農協による直売所、朝市	18	16.1%	1	4.5%
	d デパート、百貨店	1	0.9%	0	0.0%
	j 物産展等のイベント会場	3	2.7%	1	4.5%
2位	a スーパーマーケット	8	7.0%	2	10.0%
	b 生協や共同購入等の宅配	9	7.9%	1	5.0%
	c 生産者や農協による直売所、朝市	21	18.4%	4	20.0%
	d デパート、百貨店	10	8.8%	3	15.0%
	e 青果店等の小売店（八百屋）	7	6.1%	2	10.0%
	f 通販やインターネット販売	6	5.3%	0	0.0%
	g 自然食品店等の専門店	3	2.6%	1	5.0%
	h コンビニエンスストア	17	14.9%	3	15.0%
	i アンテナショップ	7	6.1%	1	5.0%
	j 物産展等のイベント会場	9	7.9%	1	5.0%
	k 道の駅	10	8.8%	1	5.0%
l 個人経営の喫茶店等	7	6.1%	1	5.0%	
3位	a スーパーマーケット	2	2.1%	0	0.0%
	b 生協や共同購入等の宅配	3	3.2%	1	5.3%
	c 生産者や農協による直売所、朝市	10	10.5%	1	5.3%
	d デパート、百貨店	6	6.3%	3	15.8%
	e 青果店等の小売店（八百屋）	6	6.3%	4	21.1%
	f 通販やインターネット販売	11	11.6%	1	5.3%
	h コンビニエンスストア	5	5.3%	2	10.5%
	i アンテナショップ	6	6.3%	2	10.5%
	j 物産展等のイベント会場	21	22.1%	1	5.3%
	k 道の駅	19	20.0%	2	10.5%
	l 個人経営の喫茶店等	6	6.3%	2	10.5%



購入希望箇所における1位の 카테고리では「購入したい」と「購入したいと思わない」とも「スーパーマーケット」が最上位となりました。

2位の 카테고리では、「生産者や農協による直売所、朝市」及び「コンビニエンスストア」を選択した比率が高い結果となりました。また、3位の 카테고리では、「購入したい」が「道の駅」や「イベント会場」を選択しました。


問3-5 「B群」の回答記入欄意見 抜粋

年一回産地から送ってもらっているから。

高価なものであると、購入しようとは思わない。

2 各設問と回答状況及び結果概要

問 4 相模原市の農産物ブランド「さがみはらのめぐみ」についてお伺いします

<p>「さがみはらのめぐみ」とは</p> <p>神奈川県相模原市内における「地産地消」の取り組みとして、平成 14 年に市内産農産物の名称を公募し、「さがみはらのめぐみ」に決定しました。また、平成 15 年には「さがみはら農産物ブランド協議会」を設立し、「さがみはらのめぐみ」の名称やマークの表示による差別化を行うとともに、様々な機会を設け、積極的な PR に取り組んでいます。</p>	<p>【ラベル】</p> 
---	--

問 4-1 相模原市内産農産物・加工品「さがみはらのめぐみ」のなかで古くから生産されている農産物又は、近年生産が盛んになっている農産物のうち、次の 5 品目で購入経験がある物や知っているものがあれば教えて下さい。(該当する選択肢全て記入して下さい。差し支えなければ、最近その商品を購入した場所も教えて下さい。)

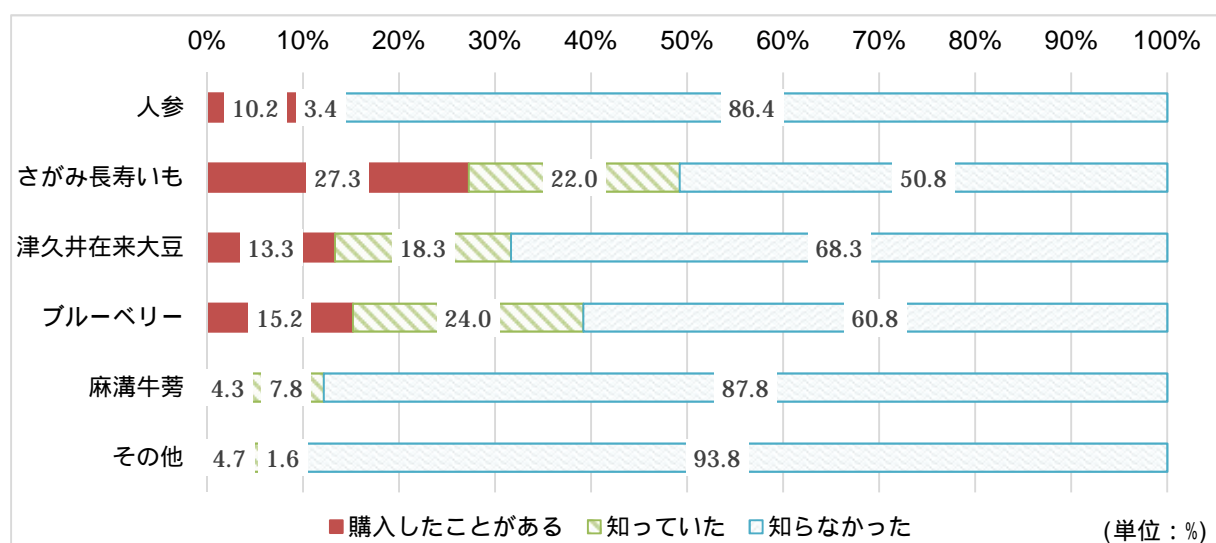
品目名	a 人参	b やまといも(さがみ長寿いも)	c 大豆(津久井在来大豆)
	d ブルーベリー	e ごぼう <small>(あさみぞごぼう)</small> (麻溝牛蒡)	f その他

品目名	購入したことがある		知っていた (購入したことはない)	知らなかった
	購入場所			
a	[]	[]	[]	[]
b	[]	[]	[]	[]
c	[]	[]	[]	[]
d	[]	[]	[]	[]
e	[]	[]	[]	[]
f	[]	[]	[]	[]

(問 4-2
4-3 へ)

(問 4-4
へ)

選択肢	購入したことがある	知っていた	知らなかった
a 人参 (n=118)	10.2%	3.4%	86.4%
b さがみ長寿いも (n=132)	27.3%	22.0%	50.8%
c 津久井在来大豆 (n=120)	13.3%	18.3%	68.3%
d ブルーベリー (n=125)	15.2%	24.0%	60.8%
e 麻溝牛蒡 (n=115)	4.3%	7.8%	87.8%
f その他 (n=64)	4.7%	1.6%	93.8%



相模原市内で古くから生産されている農産物又は、近年生産が盛んになっている農産物5品目における認知度については、「さがみ長寿いも」が最も高く、「購入したことがある」が27.3%となりました。次に「ブルーベリー」で15.2%という結果となりました。

問4-1 「その他」の回答記入欄意見 抜粋

ほうれん草、小松菜

「さがみはらのめぐみ」そのものを全く見たことが無い。知らなかった。

津久井の納豆は買った事がある。

さがみはらのブランド農作物を知らなかった。

問 4-1 「さがみはらのめぐみ」購入場所 (自由回答)

a 人参	
購入場所	回答数
スーパーマーケット	5
ベジタベーな	3
生産者から直接購入	1
生活協同組合	1
南区役所朝市	1
アリオ橋本	1

b さがみ長寿いも	
購入場所	回答数
スーパーマーケット	6
農業協同組合	5
イベント会場	4
ベジタベーな	3
生活協同組合	2
生産者から直接購入	2
麻溝公園	1
営農センター	1
津久井湖	1
コンビニ	1
八百屋	1
共同購入	1
Aコープ	1
sagamix	1
ベジターベル青葉店	1
津久井観光センター	1

c 津久井在来大豆	
購入場所	回答数
農業協同組合	3
スーパーマーケット	2
イベント会場	2
津久井湖	1
ベジタベーな	1
津久井観光センター	1
Aコープ	1
あぐりんずつくい	1
sagamix	1

d ブルーベリー	
購入場所	回答数
生産者から直接購入	3
ベジタベーな	2
スーパーマーケット	2
農園	2
農業協同組合	2
麻溝農園	1
当麻の農園	1
上大島農地販売所	1
田名ブルーベリーこ だわり苑	1

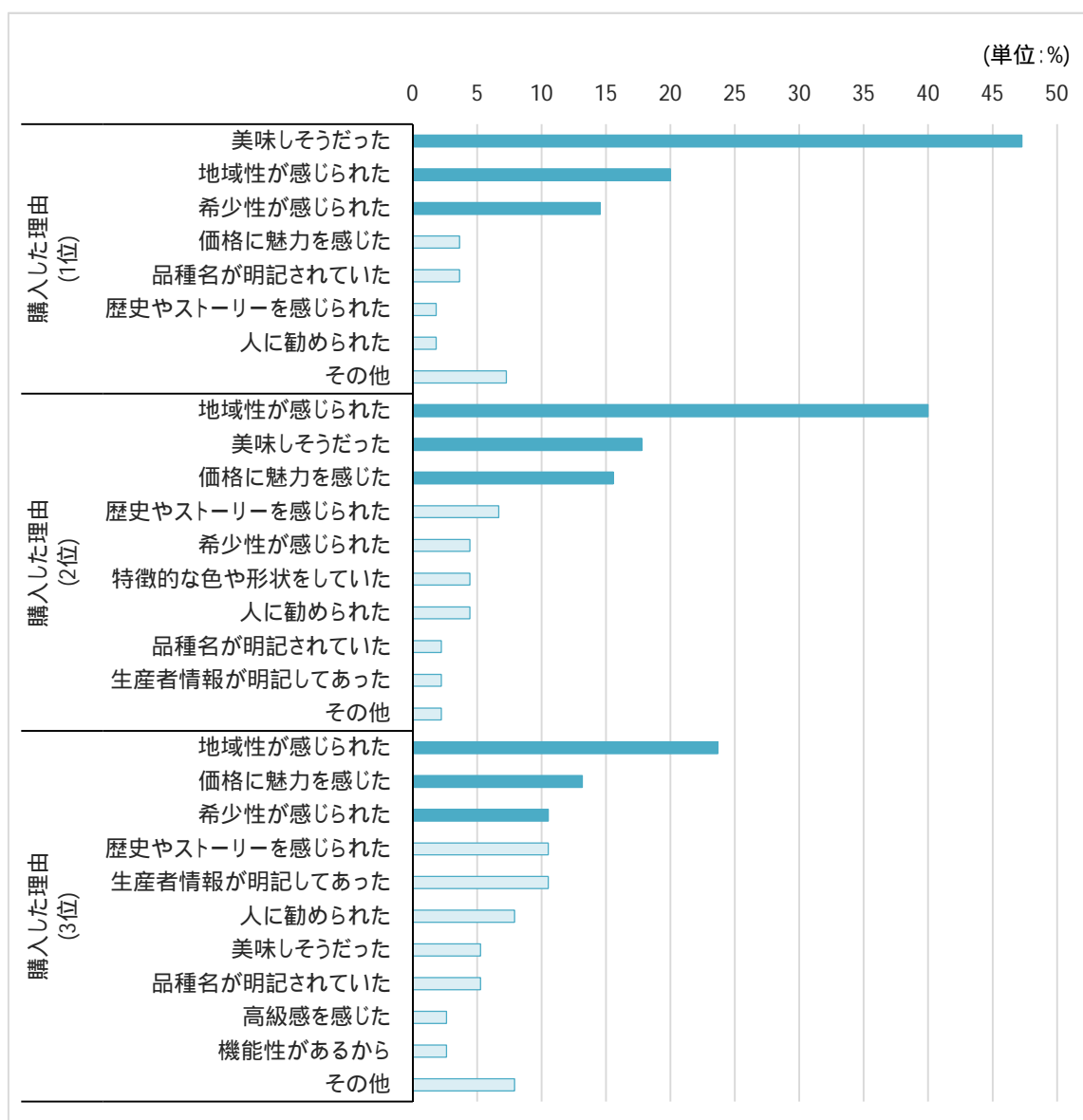
e <small>あさみぞごぼう</small> 麻溝牛蒡	
購入場所	回答数
ベジタベーな	2
スーパーマーケット	1
生活協同組合	1
農業協同組合	1
麻溝公園	1

問 4-2 問 4-1 で「購入したことがある」と回答した方にお伺いします。「さがみはらのめぐみ」(市内産農産物、加工製品)を購入した理由を教えてください。(該当する選択肢の上位3つまで選択し、記入して下さい。)

1 パッケージが良かったから	2 希少性が感じられたから	3 美味しそうだから
4 歴史やストーリー性が感じられたから	5 地域性が感じられたから	6 価格に魅力を感じたから
7 特徴的な色や形状をしているから	8 高級感が感じられたから	9 人に勧められたから
10 商品に品種名が明記されていたから	11 機能性があるから	12 生産者情報が書いてあったから
13 その他		

順位	選択肢(購入した理由)	回答数	回答分布
購入した理由 (1位)	2 希少性が感じられたから	8	14.5%
	3 美味しそうだから	26	47.3%
	4 歴史やストーリー性が感じられたから	1	1.8%
	5 地域性が感じられたから	11	20.0%
	6 価格に魅力を感じたから	2	3.6%
	9 人に勧められたから	1	1.8%
	10 商品に品種名が明記されていたから	2	3.6%
	13 その他	4	7.3%
購入した理由 (2位)	2 希少性が感じられたから	2	4.4%
	3 美味しそうだから	8	17.8%
	4 歴史やストーリー性が感じられたから	3	6.7%
	5 地域性が感じられたから	18	40.0%
	6 価格に魅力を感じたから	7	15.6%
	7 特徴的な色や形状をしているから	2	4.4%
	9 人に勧められたから	2	4.4%
	10 商品に品種名が明記されていたから	1	2.2%
	12 生産者情報が書いてあったから	1	2.2%
	13 その他	1	2.2%
購入した理由 (3位)	2 希少性が感じられたから	4	10.5%
	3 美味しそうだから	2	5.3%
	4 歴史やストーリー性が感じられたから	4	10.5%
	5 地域性が感じられたから	9	23.7%

	6	価格に魅力を感じたから	5	13.2%
	8	高級感が感じられたから	1	2.6%
	9	人に勧められたから	3	7.9%
	10	商品に品種名が明記されていたから	2	5.3%
	11	機能性があるから	1	2.6%
	12	生産者情報が書いてあったから	4	10.5%
	13	その他	3	7.9%



購入理由については、1位のカテゴリーでは「美味しそうだから」が47.3%を占めました。次いで「地域性が感じられたから」が20%、「希少性が感じられたから」が14.5%となりました。また、2位及び3位のカテゴリーでは「地域性が感じられたから」が最も高い割合を占めました。

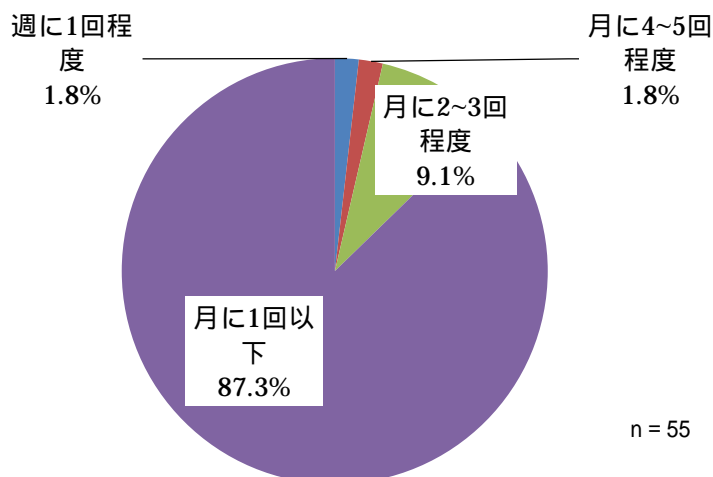
問 4-2 「その他」の回答記入欄意見 抜粋

ブルーベリーが好きで近くに農園があり摘み取り販売していたから。
テレビで紹介されたので。
健康食品としてのイメージがあったため。

問 4-3 問 4-1 で「購入したことがある」と回答した方にお伺いします。「さがみはらのめぐみ」(市内産農産物、加工製品)の購入頻度を教えて下さい。また、市内産農産物・農産加工品に関する年間の支出額を教えて下さい。(購入頻度をいずれか1つ選択し、空欄に年間の支出額を記入して下さい。なお、金額はおおよその額で構いません。)

1 ほとんど毎日	2 週に2~3回程度	3 週に1回程度
4 月に4~5回程度	5 月に2~3回程度	6 月に1回以下
A 市内産農産物・農産加工品に関する年間支出額		

選択肢	回答数	回答分布
1	0	0%
2	0	0%
3	1	1.8%
4	1	1.8%
5	5	9.1%
6	48	87.3%
合計	55	100%



「さがみはらにめぐみ」の購入頻度は「月1回以下」が最も多く 87.3%を占めました。

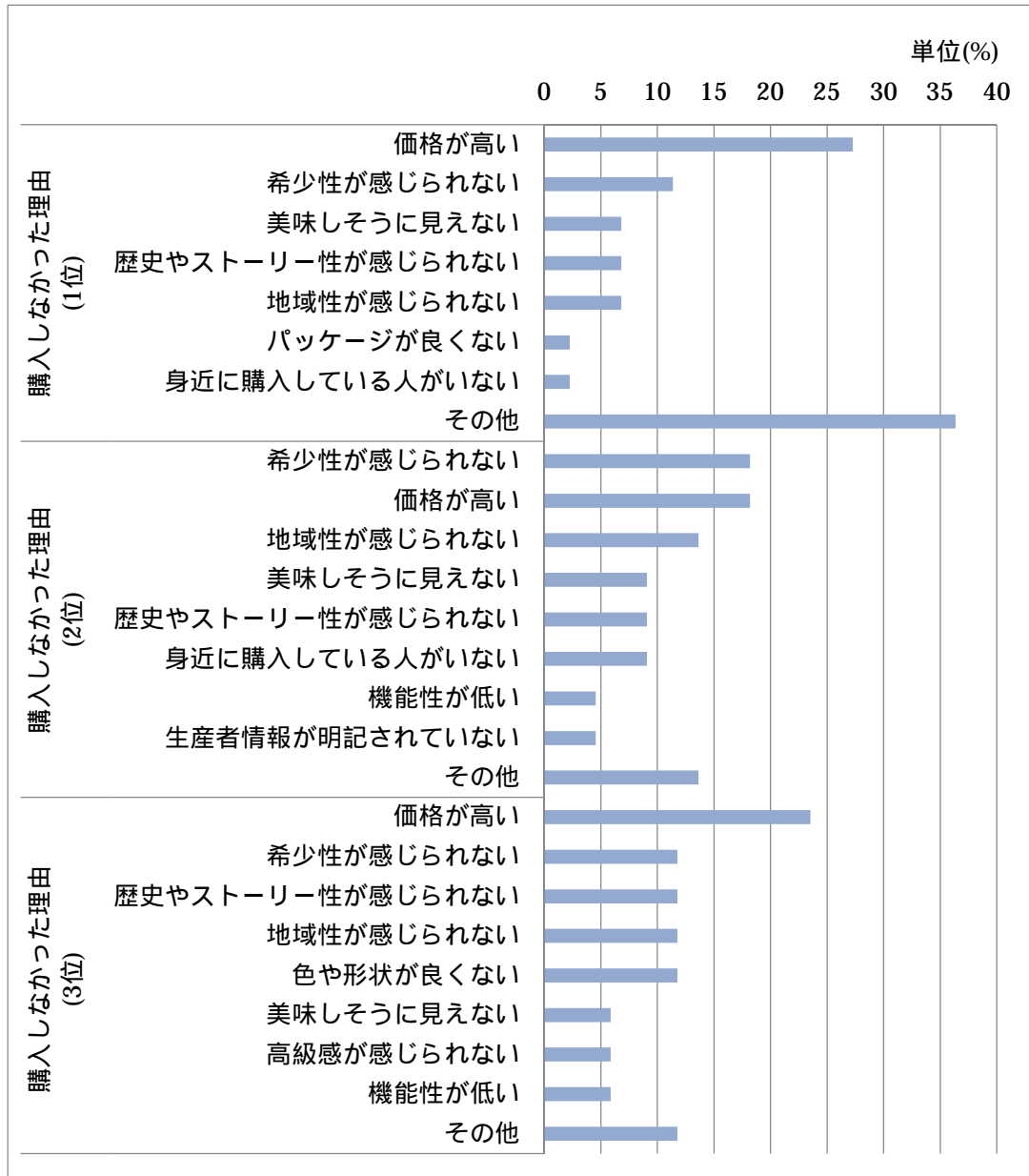
選択肢	年間支出額(平均)
1	-
2	-
3	5,000 円
4	10,000 円
5	15,375 円
6	5,663 円

市内産農産物・農産加工品に関する年間支出額は「月に2~3回程度」が最も多く、平均額は15,375 円となりました。

問 4-4 問 4-1 で「知っていた」と回答した方にお伺いします(購入経験がない方に限る)。購入しなかった理由を教えてください。(該当する選択肢の上位3つまで選択し、記入して下さい。)

1 パッケージが良くない	2 希少性が感じられない	3 美味しそうに見えない
4 歴史やストーリー性が感じられない	5 地域性が感じられない	6 価格が高い
7 色や形状が良くない	8 高級感が感じられない	9 身近に購入している人がいない
10 商品に品種名が明記されていない	11 機能が低い	12 生産者情報が書いていない
13 その他		

順位	選択肢(購入しなかった理由)	回答数	回答分布
購入しなかった理由 (1位)	価格が高い	12	27.3
	希少性が感じられない	5	11.4
	美味しそうに見えない	3	6.8
	歴史やストーリー性が感じられない	3	6.8
	地域性が感じられない	3	6.8
	パッケージが良くない	1	2.3
	身近に購入している人がいない	1	2.3
	その他	16	36.4
購入しなかった理由 (2位)	価格が高い	4	18.2
	希少性が感じられない	4	18.2
	地域性が感じられない	3	13.6
	美味しそうに見えない	2	9.1
	歴史やストーリー性が感じられない	2	9.1
	身近に購入している人がいない	2	9.1
	機能が低い	1	4.5
	生産者情報が明記されていない	1	4.5
	その他	3	13.6
購入しなかった理由 (3位)	価格が高い	4	23.5
	希少性が感じられない	2	11.8
	歴史やストーリー性が感じられない	2	11.8
	地域性が感じられない	2	11.8
	色や形状が良くない	2	11.8
	美味しそうに見えない	1	5.9
	高級感が感じられない	1	5.9
	機能が低い	1	5.9
	その他	2	11.8



購入しなかった理由については、1位の 카테고리では「その他」が36.4%と最も多く、次いで「価格が高い」が27.3%、「希少性が感じられない」が11.4%となりました。また、2位及び3位の 카테고리では「価格が高い」が高い割合を占めました。

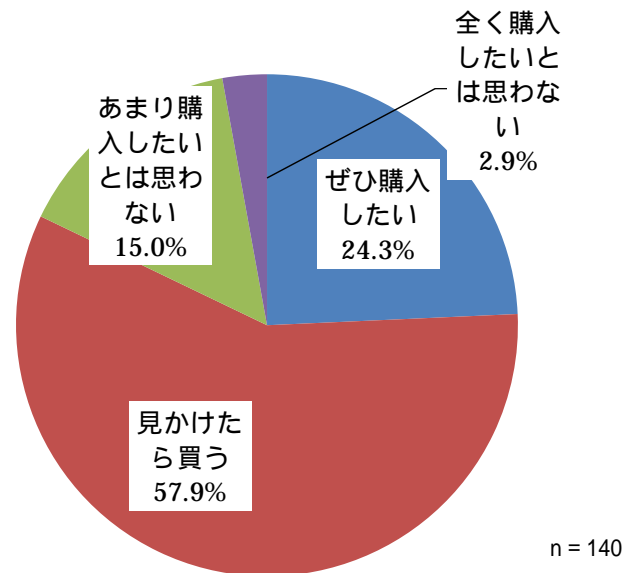
問4-4 「その他」の回答記入欄意見 抜粋

- 特産だと知っているが販売場所を知らない。
- 購入機会がない。売っている場所を知らない。
- 購入できる店が近くにない。
- 興味はあるが、生産地までは車で買いに行く必要があり、時間がなかったので。

問 4-5 今後、「さがみはらのめぐみ」(市内産農産物、加工品)を購入したいと思いますか。(A群の選択肢のいずれか1つ選択して下さい。)また、どこで売っていれば購入したいと思いますか。(B群の選択肢内で該当するもの上位3つまで選択し、記入して下さい。)

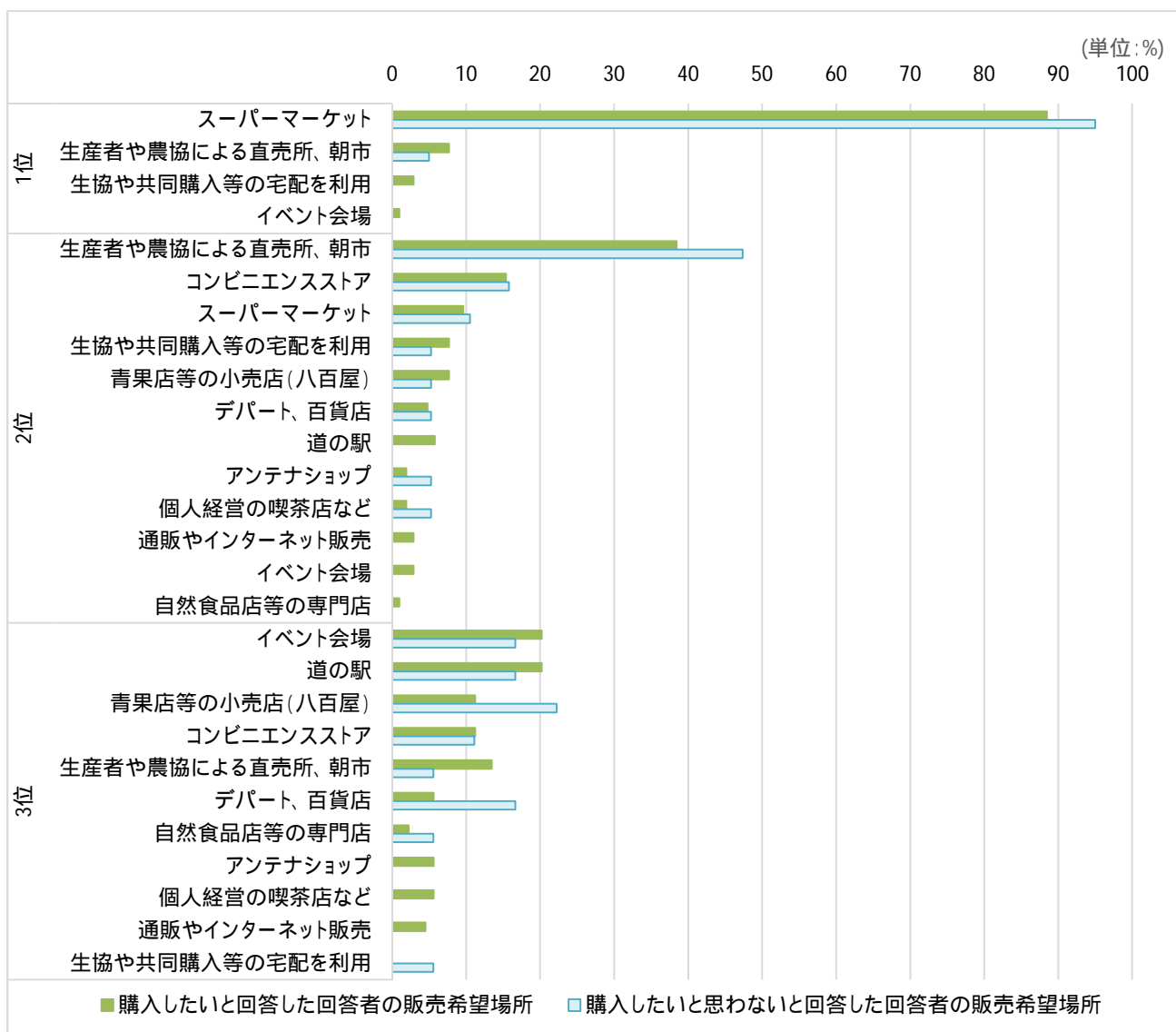
A 群	1. ぜひ購入したい	2. 見かけたら買う
	3. あまり購入したいとは思わない	4. 全く購入したいとは思わない
B 群	a. スーパーマーケット	g. 自然食品店等の専門店
	b. 生協や共同購入等の宅配	h. コンビニエンスストア
	c. 生産者や農協による直売所、朝市	i. アンテナショップ
	d. デパート、百貨店	j. 物産展等のイベント会場
	e. 青果店等の小売店(八百屋)	k. 道の駅
	f. 通販やインターネット販売	l. 個人経営の喫茶店等
	m. その他()	

選択肢	回答数	回答分布
1	34	24.3%
2	81	57.9%
3	21	15.0%
4	4	2.9%
合計	140	100.1%



今後の購入意思では「見かけたら買う」が最も多く、57.9%を占めました。次いで「ぜひ購入したい」が24.3%となりました。

優先順位	選択肢（販売希望箇所）	今後の購入意思			
		購入したい		購入したいと思わない	
		回答数	回答分布	回答数	回答分布
1位	a. スーパーマーケット	92	88.5%	19	95.0%
	b. 生協や共同購入等の宅配	3	2.9%	0	0.0%
	c. 生産者や農協による直売所、朝市	8	7.7%	1	5.0%
	j. 物産展等のイベント会場	1	1.0%	0	0.0%
2位	a. スーパーマーケット	10	9.6%	2	10.5%
	b. 生協や共同購入等の宅配	8	7.7%	1	5.3%
	c. 生産者や農協による直売所、朝市	40	38.5%	9	47.4%
	d. デパート、百貨店	5	4.8%	1	5.3%
	e. 青果店等の小売店（八百屋）	8	7.7%	1	5.3%
	f. 通販やインターネット販売	3	2.9%	0	0.0%
	g. 自然食品店等の専門店	1	1.0%	0	0.0%
	h. コンビニエンスストア	16	15.4%	3	15.8%
	i. アンテナショップ	2	1.9%	1	5.3%
	j. 物産展等のイベント会場	3	2.9%	0	0.0%
	k. 道の駅	6	5.8%	0	0.0%
	l. 個人経営の喫茶店等	2	1.9%	1	5.3%
3位	b. 生協や共同購入等の宅配	0	0.0%	1	5.6%
	c. 生産者や農協による直売所、朝市	12	13.5%	1	5.6%
	d. デパート、百貨店	5	5.6%	3	16.7%
	e. 青果店等の小売店（八百屋）	10	11.2%	4	22.2%
	f. 通販やインターネット販売	4	4.5%	0	0.0%
	g. 自然食品店等の専門店	2	2.2%	1	5.6%
	h. コンビニエンスストア	10	11.2%	2	11.1%
	i. アンテナショップ	5	5.6%	0	0.0%
	j. 物産展等のイベント会場	18	20.2%	3	16.7%
	k. 道の駅	18	20.2%	3	16.7%
	l. 個人経営の喫茶店等	5	5.6%	0	0.0%



購入希望箇所における1位の 카테고리では、「購入したい」と「購入したいと思わない」とも「スーパーマーケット」が90%程度を占めました。

2位の 카테고리では、「購入したい」と回答した方は「生産者や農協による直売所、朝市」を選択した割合が高くなりました。また、3位の 카테고리では、「購入したい」と回答した方は、「イベント会場」や「道の駅」を多く選択しました。

問 4-5 「B 群」の回答記入欄意見 抜粋

「さがみはらのめぐみ」と言うブランドではなくて、相模原で作った野菜をもっと低価格で売って欲しい。それと規格外の野菜の値段が高すぎるのではないか。捨ててしまうような品物であれば、値段をもっと下げて若い人に食べてもらおうべき。若い世帯の方たちは、「野菜を食べたいけど高いから買えない」と言う声を聞く。

生協の店舗

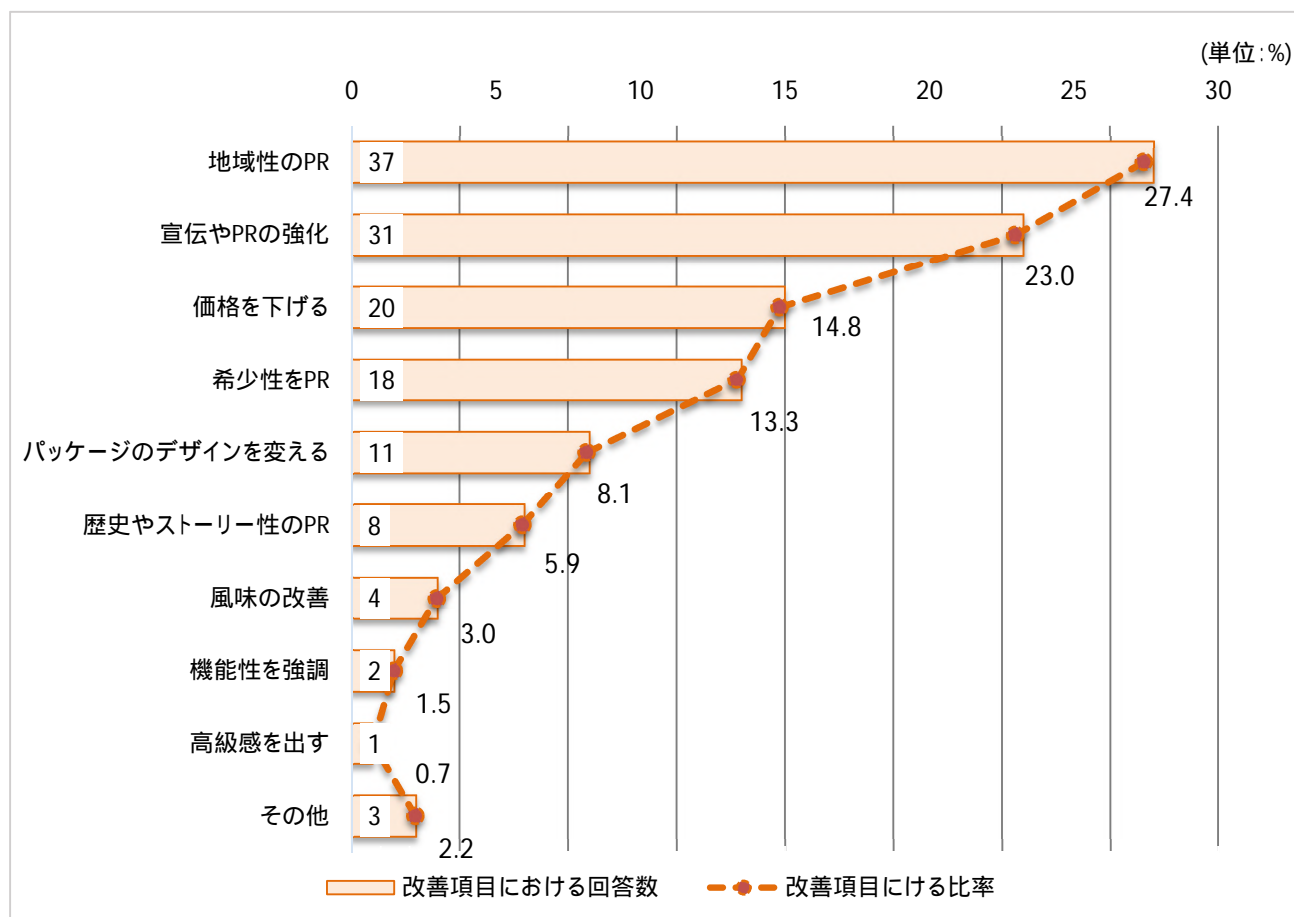
価格により決めると思う。

問 4-6 どのような点を改善すれば、より購入したいと思うようになりますか。(該当する選択肢の上位3つまで選択し、記入して下さい。)

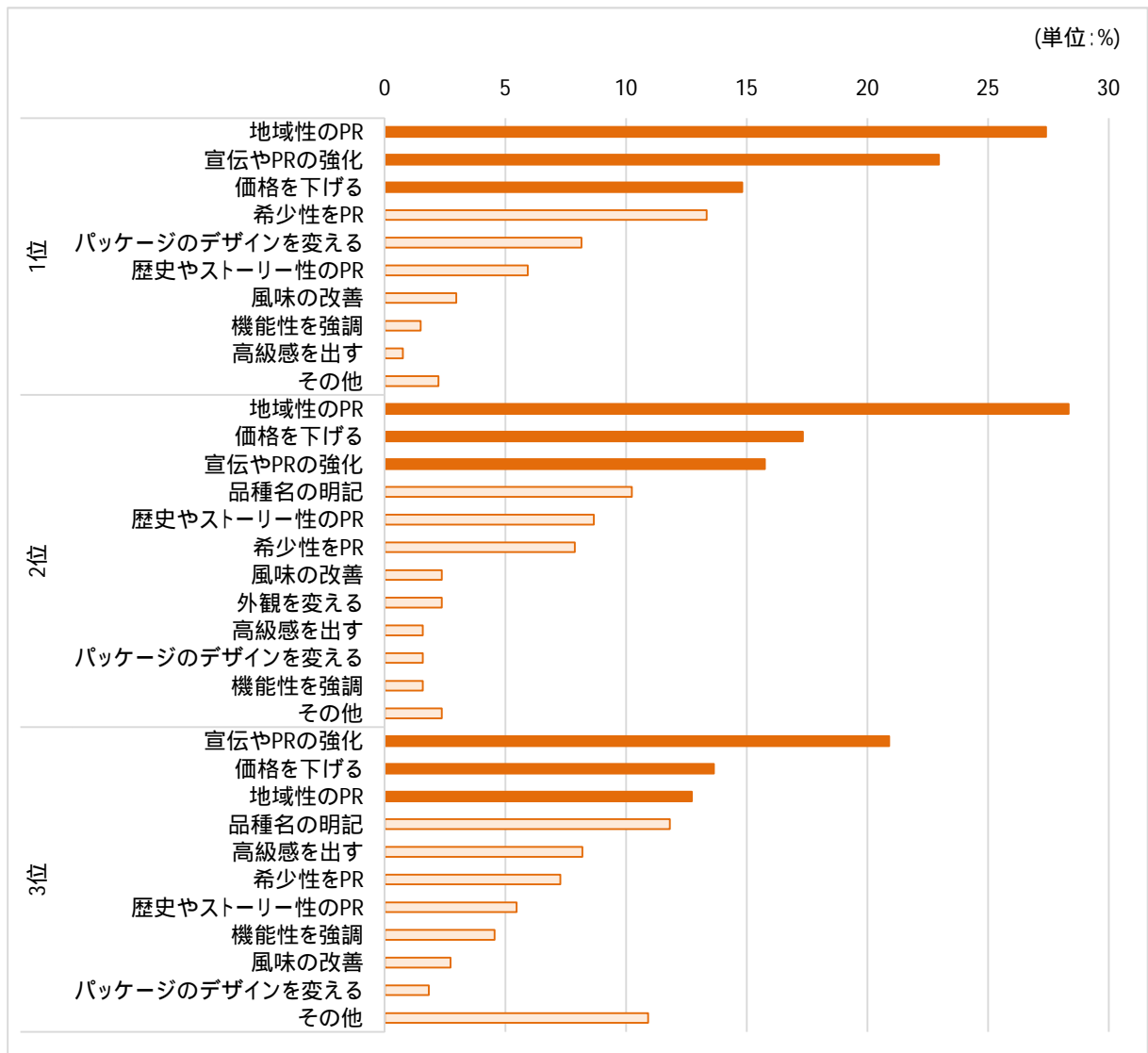
1 パッケージのデザインを変える	2 希少性を PR する	3 風味を改善する
4 歴史やストーリー性を PR する	5 地域性を PR する	6 価格を下げる
7 色や形状などの外観を変える	8 高級感を出す	9 宣伝や PR を強化する
10 商品に品種名を明記する	11 機能性を強調する	12 その他

順位	選択肢	回答数	回答分布
1 位	1 パッケージのデザインを変える	11	8.1%
	2 希少性を PR する	18	13.3%
	3 風味を改善する	4	3.0%
	4 歴史やストーリー性を PR する	8	5.9%
	5 地域性を PR する	37	27.4%
	6 価格を下げる	20	14.8%
	8 高級感を出す	1	0.7%
	9 宣伝や PR を強化する	31	23.0%
	11 機能性を強調する	2	1.5%
	12 その他	3	2.2%
2 位	1 パッケージのデザインを変える	2	1.6%
	2 希少性を PR する	10	7.9%
	3 風味を改善する	3	2.4%
	4 歴史やストーリー性を PR する	11	8.7%
	5 地域性を PR する	36	28.3%
	6 価格を下げる	22	17.3%
	7 色や形状などの外観を変える	3	2.4%
	8 高級感を出す	2	1.6%
	9 宣伝や PR を強化する	20	15.7%
	10 商品に品種名を明記する	13	10.2%

	1 1 機能性を強調する	2	1.6%
	1 2 その他	3	2.4%
3位	1 パッケージのデザインを変える	2	1.8%
	2 希少性をPRする	8	7.3%
	3 風味を改善する	3	2.7%
	4 歴史やストーリー性をPRする	6	5.5%
	5 地域性をPRする	14	12.7%
	6 価格を下げる	15	13.6%
	8 高級感を出す	9	8.2%
	9 宣伝やPRを強化する	23	20.9%
	1 0 商品に品種名を明記する	13	11.8%
	1 1 機能性を強調する	5	4.5%
1 2 その他	12	10.9%	



「さがみはらのめぐみ」ブランドの改善点では、1位のカテゴリーでは27.4%が「地域性のPR」と回答しており、最多となりました。次いで「宣伝やPRの強化」が23%、「価格を下げる」が14.8%を占めました。



2位から3位のカテゴリーにおいては「地域性のPR」、「宣伝やPRの強化」、「価格を下げる」の3項目が高い割合を占めました。

問4-6 「その他」の回答記入欄意見 抜粋

特定の所での販売でなく、いろいろな所で販売したほうが良い。

大手スーパーは決済を「カード」で行っている。直売店も「カード」が扱えるなら。また、スーパーの中に専門コーナーがあり、地域の特徴がわかれば購入する。

農薬など情報を提供し、安全、安心であることを伝える。

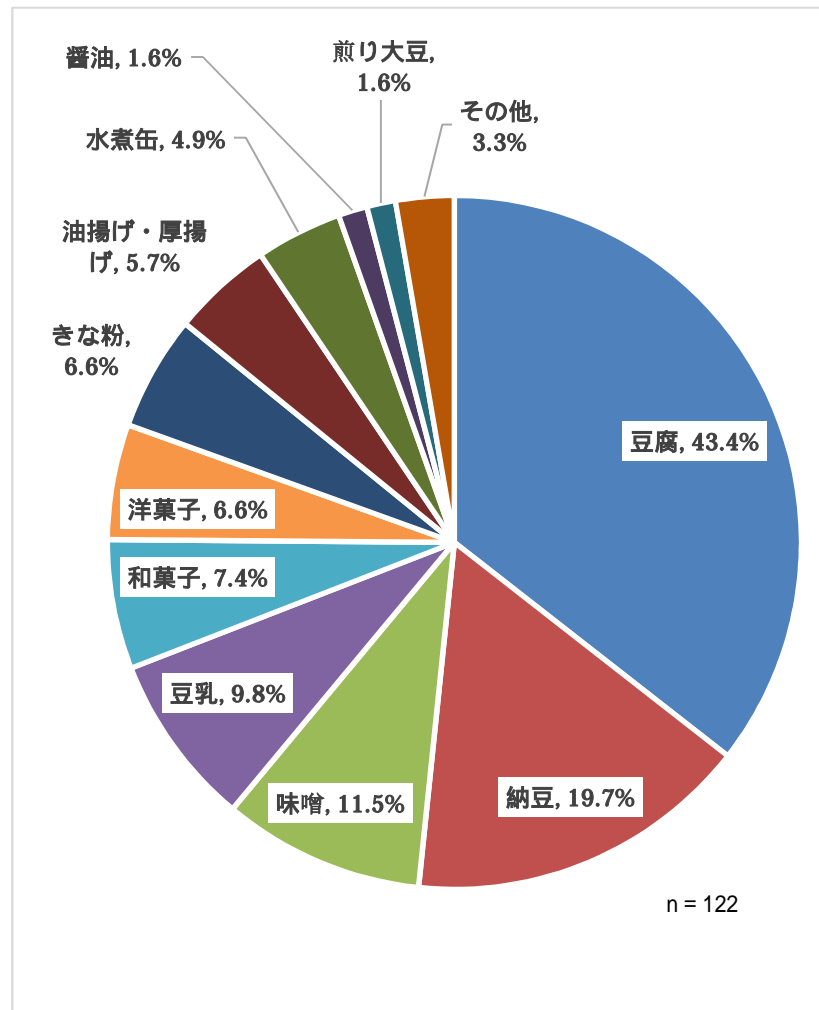
直売所等だけでなく皆が買いやすい場所（近くのスーパー）に置いてあればと思う。

何よりも価格。そして品質。これが見合っていればヒットするような気がする。パッケージやデザイン、PRなど上辺だけのものは必要ない。良いものは口コミで広がる。

問 4-7 もし津久井在来大豆を使用した加工製品を購入するとすれば、どのような製品を購入したいと思いますか。また、一つ幾らならば購入したいと思いますか。(購入したいと思う加工製品を一つだけ記入し、その希望価格をお答え下さい。)

購入したいと思う加工製品 (津久井在来大豆を使用した加工製品)	
希望価格	円

加工製品名	回答数	回答分布	希望価格 平均
豆腐	53	43.4%	168 円
納豆	24	19.7%	170 円
味噌	14	11.5%	454 円
豆乳	12	9.8%	244 円
和菓子	9	7.4%	185 円
洋菓子	8	6.6%	321 円
きな粉	8	6.6%	200 円
油揚げ・厚揚げ	7	5.7%	117 円
水煮缶	6	4.9%	280 円
醤油	2	1.6%	300 円
煎り大豆	2	1.6%	225 円
がんもどき	1	0.8%	120 円
豆乳コーヒー	1	0.8%	100 円
豆乳紅茶	1	0.8%	100 円
グラノーラ	1	0.8%	600 円
おから	1	0.8%	250 円



最も多く寄せられた加工製品は「豆腐」で全体の 43.4%を占めました。次いで「納豆」、「味噌」、「豆乳」が上位 4 品目となりました。

希望価格平均では、「豆腐」が 168 円、「納豆」が 170 円、「味噌」が 454 円、「豆乳」が 244 円となりました。