

よこすか野菜市民アンケート 報告書



令和3年（2021年）11月

横 須 賀 市

目 次

I	調査目的および実施方法等	1
II	調査回答者の属性	3
III	集計結果	5
1	地場産農水産物全般（魚介類を含む）について	6
(1)	農水産物の産地意識について	6
(2)	農水産物に関する情報の入手方法について	8
2	野菜の購入方法などについて	13
(1)	野菜の入手先について	13
(2)	野菜の購入頻度や時間帯などについて	16
(3)	野菜購入の際に重視するものについて	21
(4)	野菜購入の際の考え方について	23
3	市内産農産物（よこすか野菜）について	27
(1)	「よこすか野菜」の購入頻度や購入場所などについて	27
(2)	「よこすか野菜」販売場所の利用頻度・理由について	32
(3)	通信販売や宅配の利用意向について	37
(4)	「よこすか野菜」の購入意向や必要な情報について	39
4	自由意見	42
(1)	「よこすか野菜」の知名度向上・イメージアップに向けて（自由記述）	42
IV	調査票	53

I 調査目的および実施方法等

1 調査目的

横須賀市では、市内で生産される高品質で多品種、彩り豊かな野菜・果物を「よこすか野菜」として PR し、知名度向上やイメージアップを目指しています。

そうした中、最も身近な消費者である市民の皆さまの日常の野菜の買い方や地場産農産物に対する意識を定量的に把握し、今後のより効果的な PR 手法の検討に活用するために、アンケートを実施しました。

2 調査概要

調査対象	18 歳以上の市民 2,000 人 (令和 3 年 (2021 年) 4 月 1 日現在 : 住民基本台帳から無作為抽出)
調査方法	・対象者に調査票を郵送配布 ・回答方法は、郵送とインターネットのいずれかを選択
調査期間	令和 3 年 5 月 13 日～6 月 8 日 ※発送日－投函締切日
回収数	1,001 件 うち、インターネット回答 ; 217 件 (21.7%)
回収率	50.1%
その他	調査の企画・分析は、経済部農業振興課で実施

3 その他

集計結果をご覧ください。以下についてご注意ください。

- 図表中の「n」は、各設問の有効回答者数を示している。
- 「○は1つ」の設問における回答割合は、小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計が 100%と ならない場合がある。また、「複数回答可」の設問では、割合の合計は通常 100%を超える。
- 「複数回答可」の設問における割合は、当該回答数を有効回答者数で除したもので、その回答を選んだ 人の割合を示している。
(例) 問 3 「テレビ」 49.5% : 問 3 を回答した 981 人のうち、49.5% (486 人) がこの回答を選択
- 「性別・年代別・地域別」集計結果においては、性別の「その他」「無回答」は回答数僅少のため、掲載 していない。
- 本文や図表中の選択肢表記では、語句を短縮・簡略化している場合がある
- 「性別・年代別・地域別」集計結果の表中、薄い黄色または薄い青での着色箇所は、該当回答について、 全体の割合と比べて 5 ポイント以上の差があることを示している (5 ポイント以上 : 薄い黄色、5 ポイ ント以下 : 薄い青)。

<標本誤差について>

単純無作為抽出を用いた場合の標本誤差（サンプル誤差）は、信頼度を 95%としたとき、次の式によって統計学的に得られる。標本誤差の幅は、比率算出の基数（n）、および回答比率（P）によって異なる。

<標本誤差の計算式>

$$\text{標本誤差} = \pm 1.96 \sqrt{\frac{N - n}{N - 1} \times \frac{P \times (1 - P)}{n}}$$

N = 母集団数*

n = 回答者数（比率算出の基数）

P = 回答比率

※令和3年4月1日現在の18歳以上の
住民基本台帳人口 385,272人

<標本誤差早見表>

回答比率 (P) 基数 (n)	10%または 90%前後	20%または 80%前後	30%または 70%前後	40%または 60%前後	50%前後
2,000人	± 1.31	± 1.75	± 2.00	± 2.14	± 2.19
1,500人	± 1.51	± 2.02	± 2.31	± 2.47	± 2.52
1,001人	± 1.85	± 2.47	± 2.83	± 3.03	± 3.09
500人	± 2.62	± 3.50	± 4.01	± 4.28	± 4.37
384人	± 2.99	± 3.99	± 4.57	± 4.89	± 4.99
200人	± 4.15	± 5.53	± 6.34	± 6.77	± 6.91
100人	± 5.87	± 7.82	± 8.96	± 9.58	± 9.78
50人	± 8.30	± 11.06	± 12.67	± 13.55	± 13.83

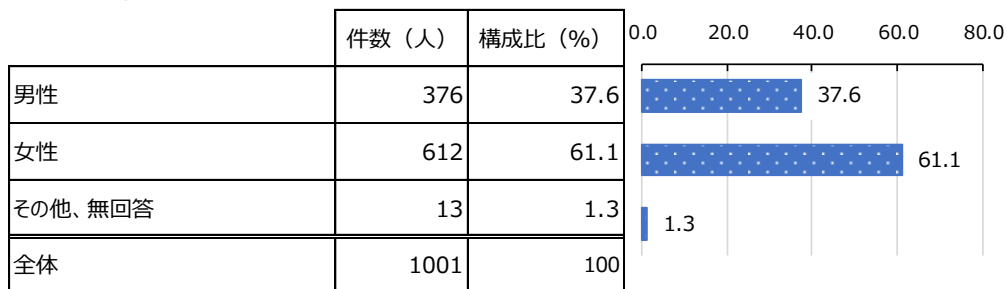
<標本誤差の見方>

例えば、ある設問の回答者数が 1,001 人で、その設問中「そう思う」の回答比率が 60%だった場合、その回答比率の誤差の範囲は、上記表のとおり±3.03 である。つまり、その設問に対する 18 歳以上の市民全体の回答比率は、56.97%~63.03%の範囲にあると考えられる。

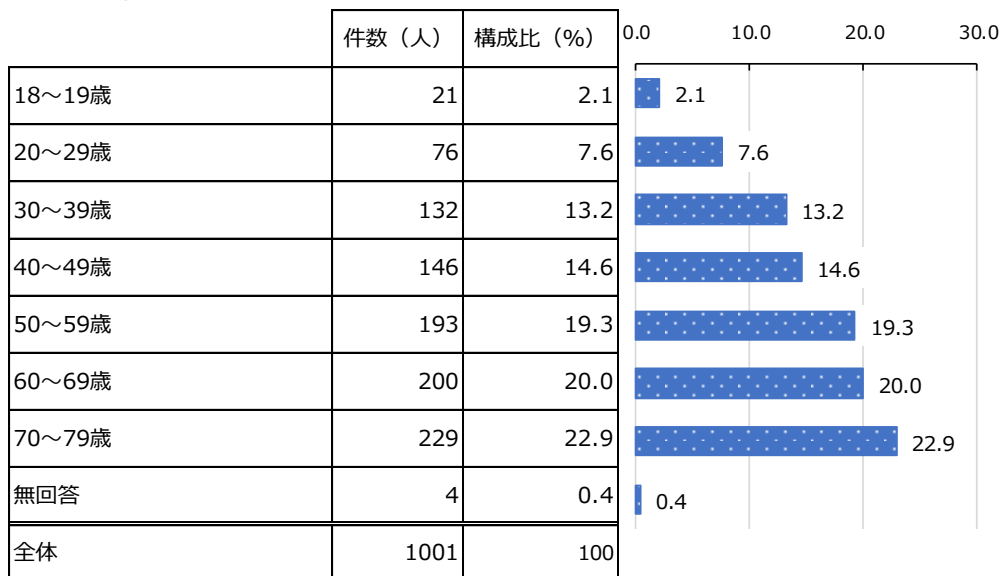
ただし、信頼度が 95%のため、そのように判断することは 95%の確率で正しいことになる。

Ⅱ 調査回答者の属性

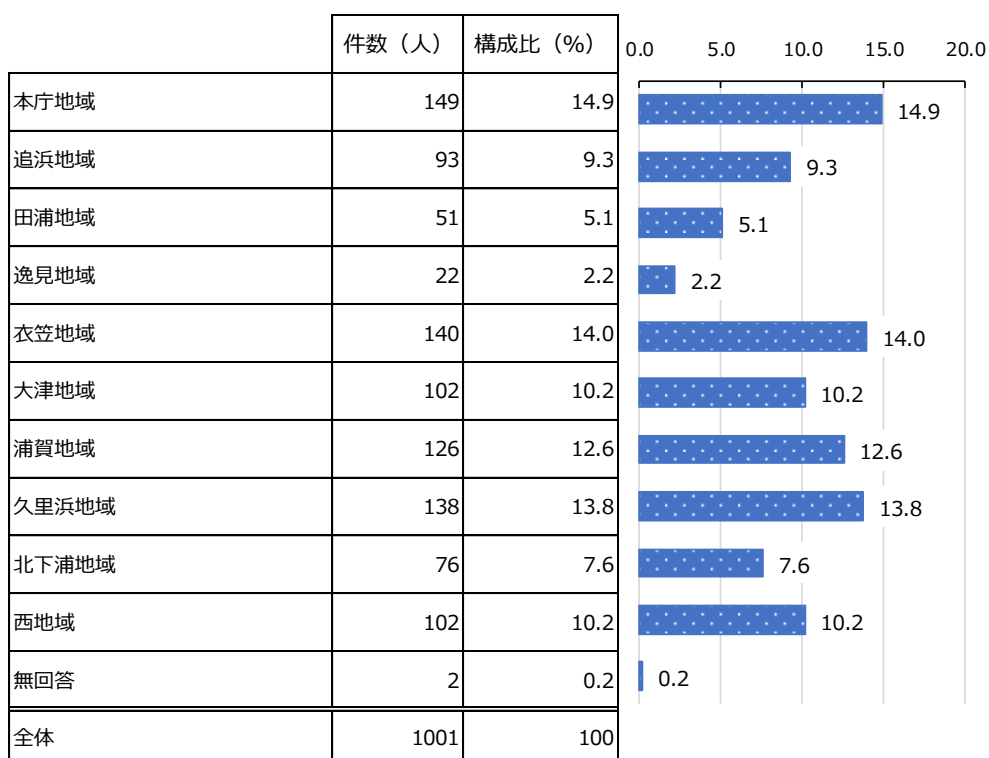
1 性別 (F2)



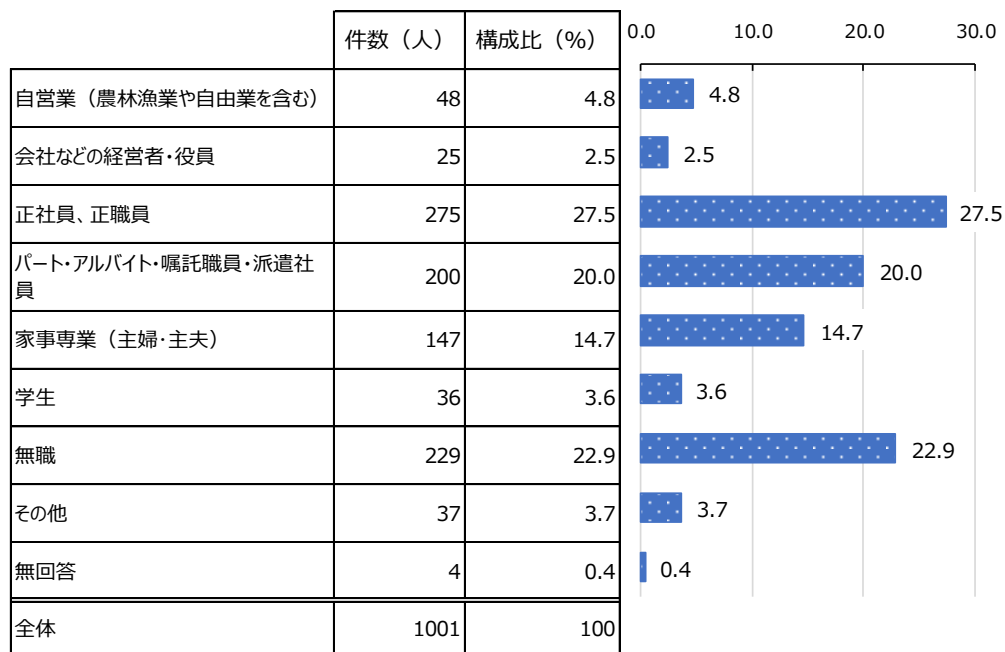
2 年代 (F3)



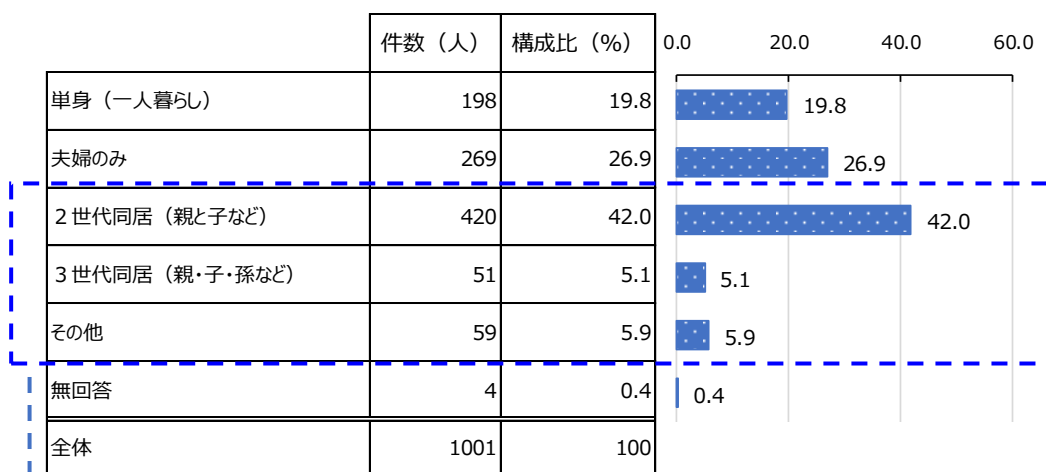
3 居住地域 (F1)



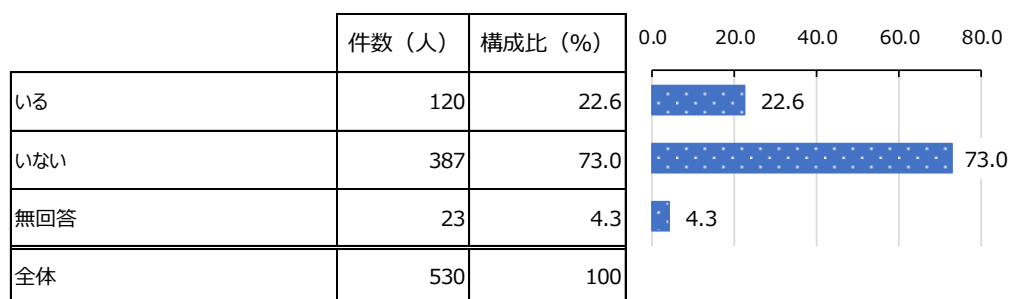
4 職業 (F4)



5 世帯構成 (F5)



6 中学生以下の同居者 (F6) ※「世帯構成(F5)」で、「2世代同居」「3世代同居」「その他」を選んだ人のみ



Ⅲ 集計結果

1 地場産農水産物全般（魚介類を含む）について

(1) 農水産物の産地意識について

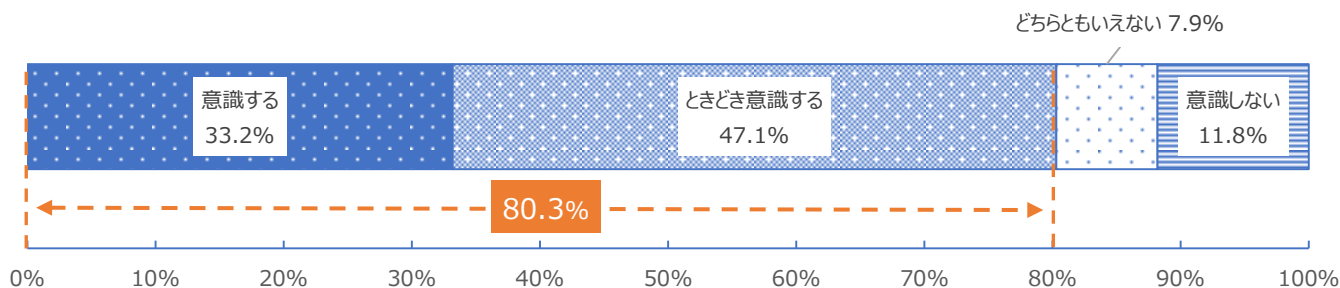
問1 あなたは、食材や加工品を購入したり、飲食店で注文したりするときなどに、農水産物（食材）の産地を意識しますか。（○は1つ）

問2 【問1で、「1.意識する」「2.ときどき意識する」を選んだ人のみ】

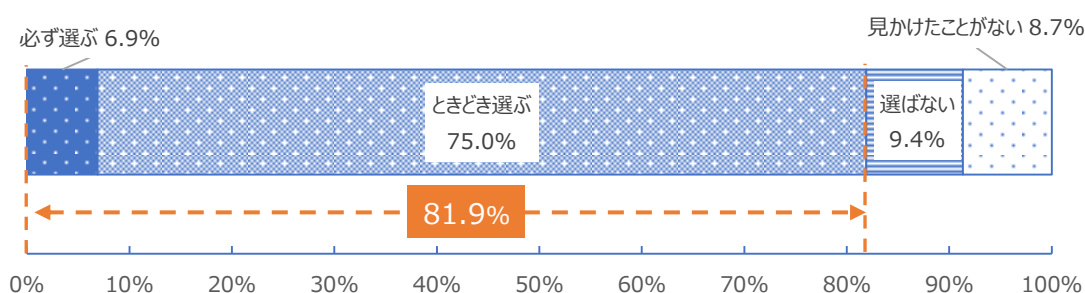
あなたは、食材や加工品を購入したり、飲食店で注文したりするときなどに、横須賀市内産の農水産物（食材）を選びますか。（○は1つ）

- ・約8割（80.3%）の人が、「農水産物（食材）の産地を意識する」と回答（「意識する」と「ときどき意識する」の合計）。
- ・「農水産物（食材）の産地を意識する」人のうち、約8割（81.9%）の人が、「市内産の農水産物を選ぶ」と回答（「必ず選ぶ」と「ときどき選ぶ」の合計）。
- ・問1と問2を合わせた、「横須賀市産の農水産物を意識して選んでいる」人の割合は、64.3%（問1の回答者数1,000人のうち、問2で「必ず選ぶ」（54人）、「ときどき選ぶ」（589人）を選んだ人の合計）。
- ・この割合を性別・年代別・地域別でみると、性別では「女性」、年代別では「30代～60代」、地域別では「北下浦・西」地域で比較的高い傾向にある。

図表 問1-1 農水産物の産地意識（n=1,000）

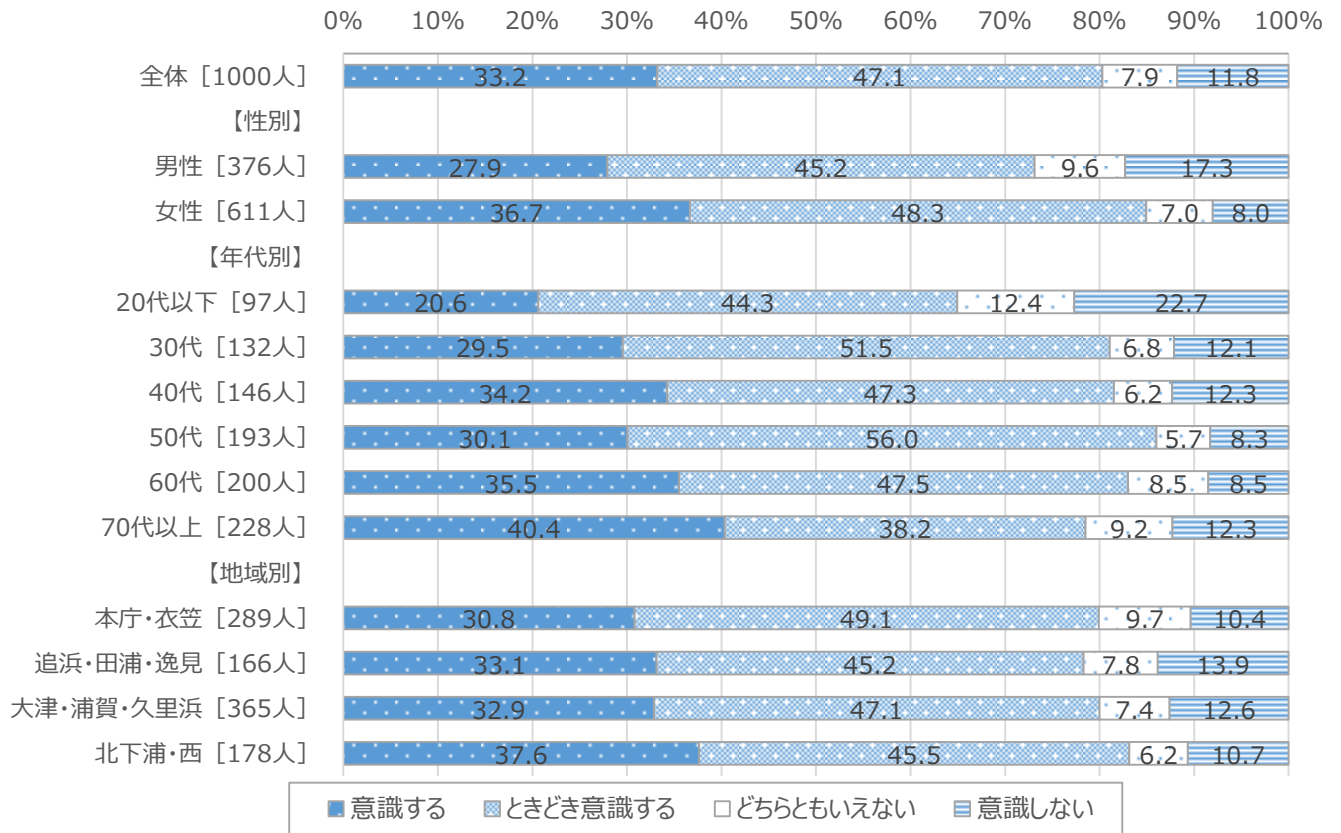


図表 問2-1 市内産農水産物の選択（n=785）

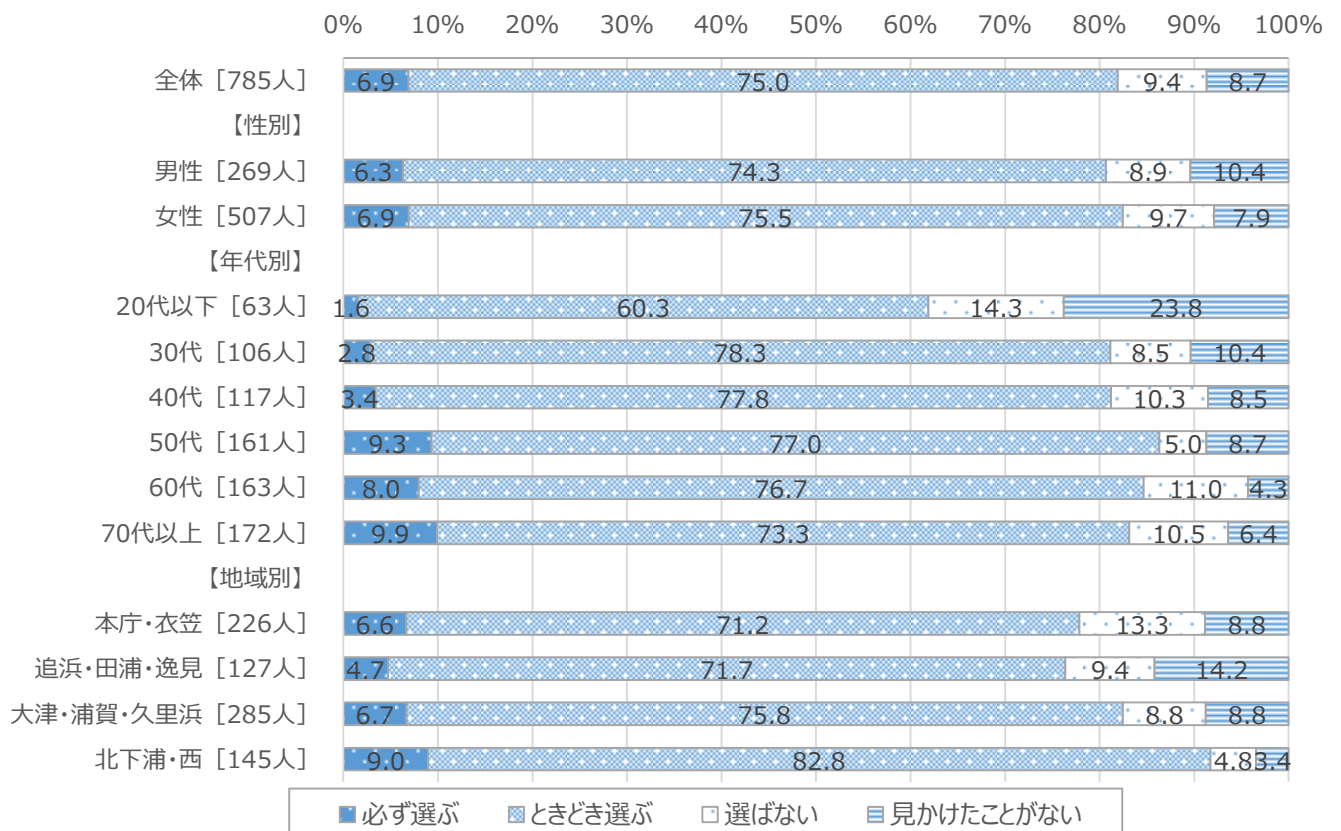


【性別・年代別・地域別回答割合】

図表 問 1-2 農水産物の産地意識（性別・年代別・地域別）

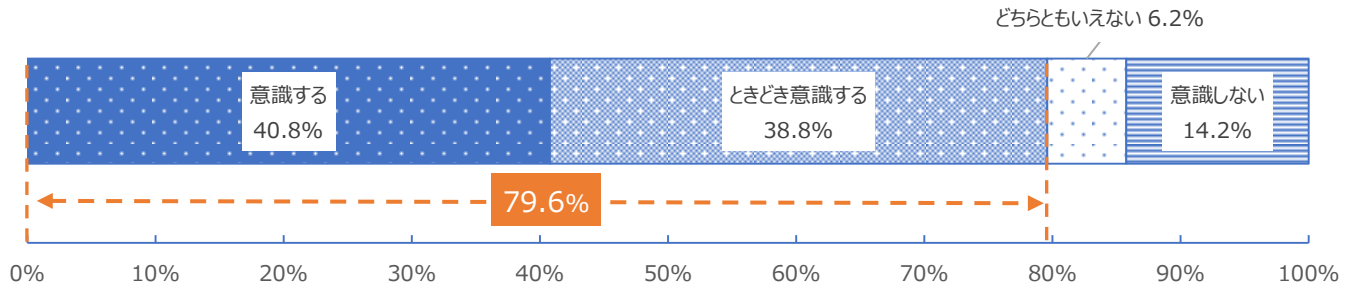


図表 問 2-2 市内産農水産物の選択（性別・年代別・地域別）

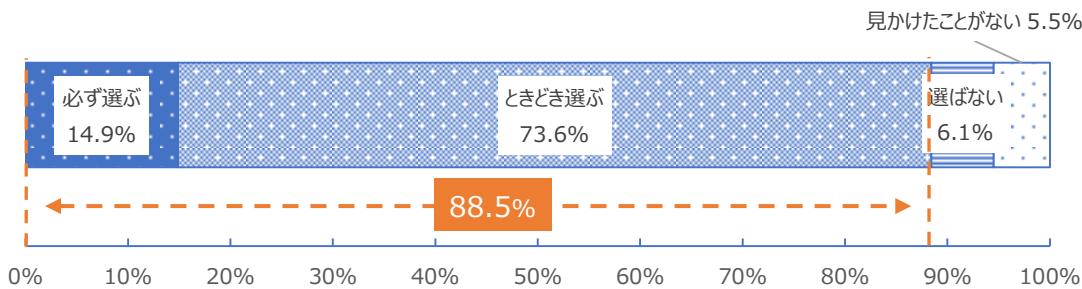


【参考】 前回調査結果（2018年「横須賀市民アンケート」）との比較

図表(1)-1 2018 農水産物の産地意識 (n=809)



図表(2)-1 2018 市内産農水産物の選択 (n=639)



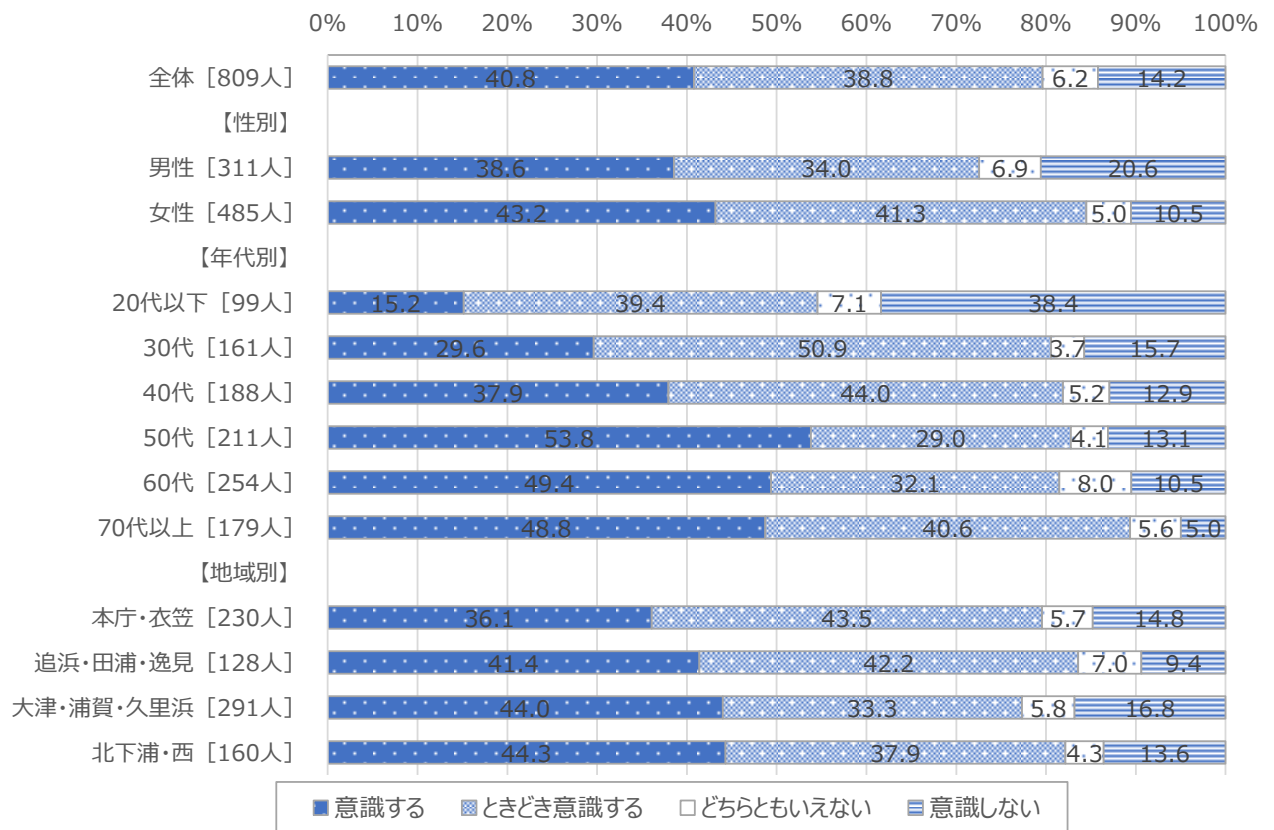
図表(1)-2 農水産物の産地意識 (2021-2018 比較)

調査年度	回答者数 (人)	(%)				①+②
		①意識する	②ときどき意識する	③どちらともいえない	④意識しない	
2021年度	1,000	33.2	47.1	7.9	11.8	80.3
2018年度	809	40.8	38.8	6.2	14.2	79.6

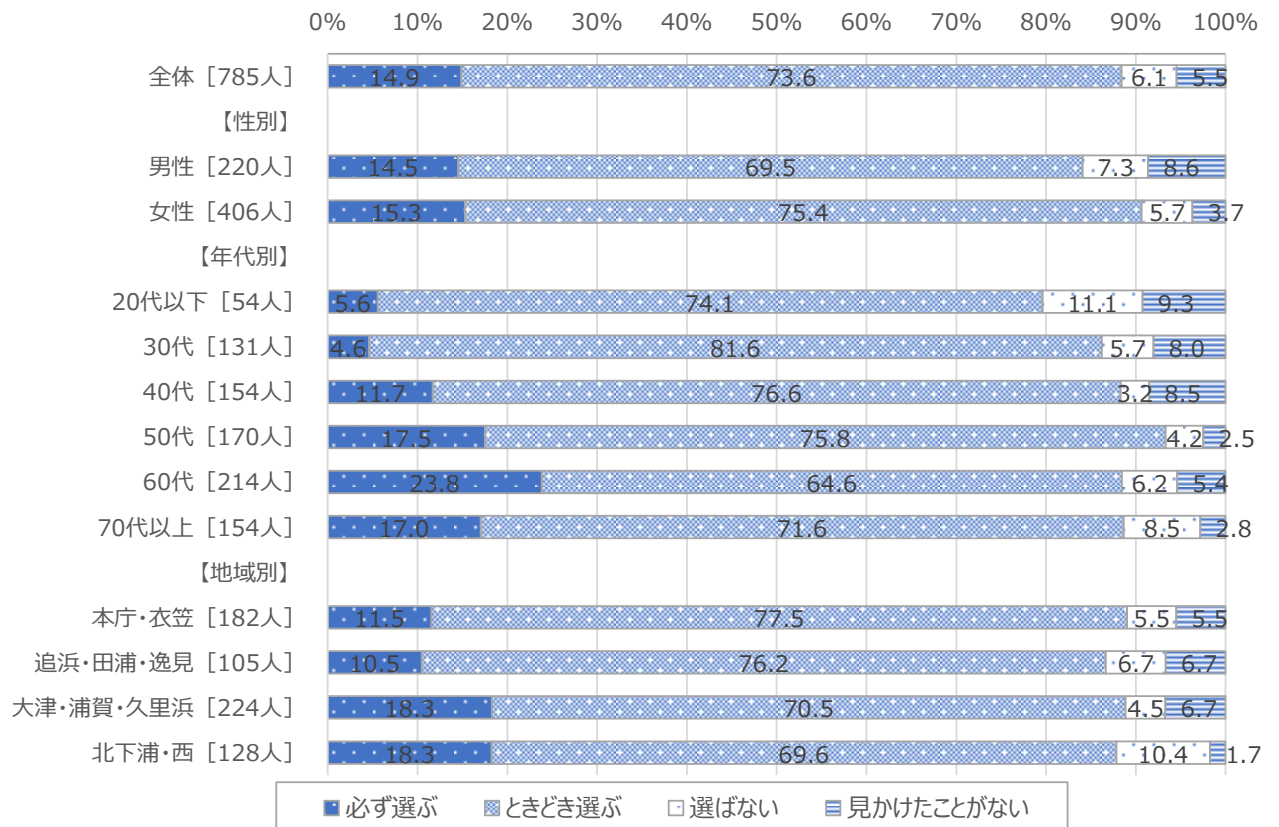
図表(2)-2 市内産農水産物の選択 (2021-2018 比較)

調査年度	回答者数 (人)	(%)				①+②
		①必ず選ぶ	②ときどき選ぶ	③選ばない	④見かけたことがない	
2021年度	785	6.9	75.0	9.4	8.7	81.9
2018年度	785	14.9	73.6	6.1	5.5	88.4

図表(1)-3 2018 農水産物の産地意識（性別・年代別・地域別）



図表(2)-3 2018 市内産農水産物の選択（性別・年代別・地域別）



【 考 察 】

農水産物の産地意識について（問1、問2）

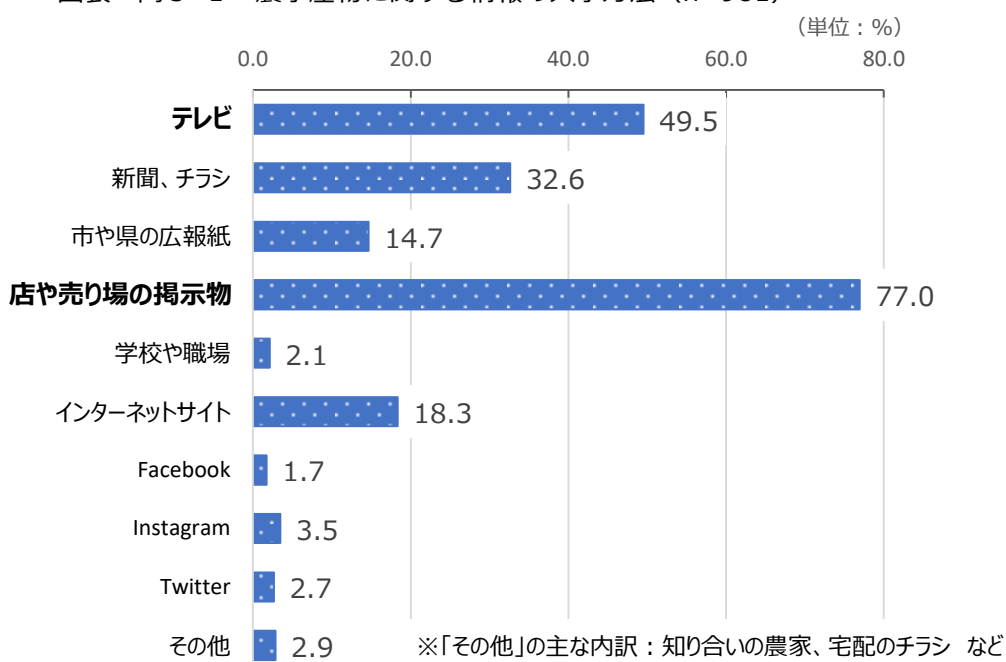
- ・「農水産物の産地を意識」し、かつ「横須賀市内産の農水産物を選んでいる」人の割合は 64.3% で、2018 年度の前回調査（69.8%）と比べ、5.5 ポイント下降した。内訳をみると、「農水産物の産地を意識」する人の割合は前回と同程度だったものの、「市内産農水産物を選ぶ」人の割合が減少している。
- ・割合が減少した要因として、人口が集中する市内東京湾側エリアにおける地場産農水産物の発信拠点だったよこすかポートマーケットが閉店（2020 年 3 月末）したこと、新型コロナウイルスの影響による地場産農水産物 PR イベントの中止や飲食店の休業、地産地消の取り組み開始から 10 余年が経過したことによる停滞感などが考えられる。
- ・一方で、同じく本年 6 月に開設 10 周年を迎えたすかなごっそにおいて、近年下降気味だった売り上げが再度上昇に転じたり地元客の割合が増加したりするなど、新しい生活様式や SDG s の浸透を受け、地域の魅力を再認識する機運が高まりつつある。また、後述の「よこすか野菜の購入意向」（p. 39）において、約 75%もの市民がよこすか野菜を「買いたい」と回答していることから、市民が日常的によこすか野菜を買って・食べる姿を目指し、引き続き市内産農産物の認知度向上・イメージアップに取り組んでいく必要がある。

(2) 農水産物に関する情報の入手方法について

問3 あなたは、普段、農水産物に関する情報（種類や旬、産地など）を、どのようにして知ることが多いですか。（○は3つまで）

- ・「店や売り場の掲示物」が最も多く、次いで「テレビ」、「新聞、チラシ」、「インターネットサイト」の順に多く選択されている。
- ・このうち、「新聞、チラシ」については60代以上の選択率が高く、「インターネットサイト」については50代以下の選択率が高い。また、他の世代と比べ、30代以下では「Twitter」「Instagram」の選択率が高い。

図表 問3-1 農水産物に関する情報の入手方法（n=981）



図表 問3-2 農水産物に関する情報の入手経路（性別・年代別・地域別）

	回答者数 (人)	(%)										
		テレビ	新聞、 チラシ	市や県の 広報紙	店や売り場 の掲示物	学校や 職場	インターネッ トサイト	Facebook	Instagram	Twitter	その他	
全体	981	49.5	32.6	14.7	77.0	2.1	18.3	1.7	3.5	2.7	2.9	
性別	男性	369	47.2	32.2	13.6	70.7	1.4	20.3	2.7	3.0	1.9	2.7
	女性	599	50.9	32.9	15.4	81.0	2.7	17.2	1.2	3.8	2.8	3.0
年代別	20代以下	97	56.7	18.6	10.3	73.2	2.1	25.8	0.0	8.2	11.3	2.1
	30代	130	57.7	12.3	14.6	68.5	3.8	28.5	1.5	7.7	3.8	3.8
	40代	145	51.0	22.1	16.6	73.8	4.8	22.8	2.1	4.8	2.8	2.8
	50代	188	52.7	27.1	9.6	84.0	2.7	27.1	4.3	3.2	2.7	3.2
	60代	194	49.0	43.3	11.9	78.9	1.0	13.4	1.5	1.5	0.5	2.6
	70代以上	223	38.6	52.9	22.0	78.5	0.0	3.6	0.4	0.0	0.0	2.7
地域別	本庁・衣笠	286	51.4	29.7	15.0	74.5	2.1	23.4	1.4	3.5	3.1	2.1
	追浜・田浦・逸見	163	55.2	37.4	16.0	78.5	1.2	15.3	3.7	3.7	1.2	0.6
	大津・浦賀・久里浜	356	48.0	31.5	13.2	78.7	2.0	18.3	1.4	4.2	2.8	2.5
	北下浦・西	174	43.7	35.1	16.1	76.4	3.4	13.2	1.1	1.7	2.9	6.9

【 考 察 】

農水産物に関する情報の入手方法について（問3）

- ・ 全世代を通じて「店や売り場の掲示物」が最も多く選択されており、店頭での情報発信が重要なツールであるとみることができる。POP（店内広告）の活用のほか、「よこすか野菜ガイドブック」の配架、動画を活用した情報発信なども有効であると考えられる。
- ・ その他の項目では、年代によって傾向に違いが見られ、特に50代以下と60歳以上とで大きな違いがある。
- ・ 50代以下ではテレビのほか、インターネットサイトの占める割合が高く、新聞や広報紙といった紙媒体を上回っている。ホームページの充実を図るとともに、当該世代をホームページに誘導する工夫も必要となる。また、特に30代以下に情報を届ける手段として、「Twitter」や「Instagram」の活用も有効だと考えられる。
- ・ 60代以上では新聞・チラシや広報紙といった、紙媒体で情報を得る率が高い。特に月曜～金曜日に開催するイベントなど、当該世代をターゲットとしたものについては、広報紙やタウンニュースなどを活用した情報発信も依然として有効であると考えられる。

2 野菜の購入方法などについて

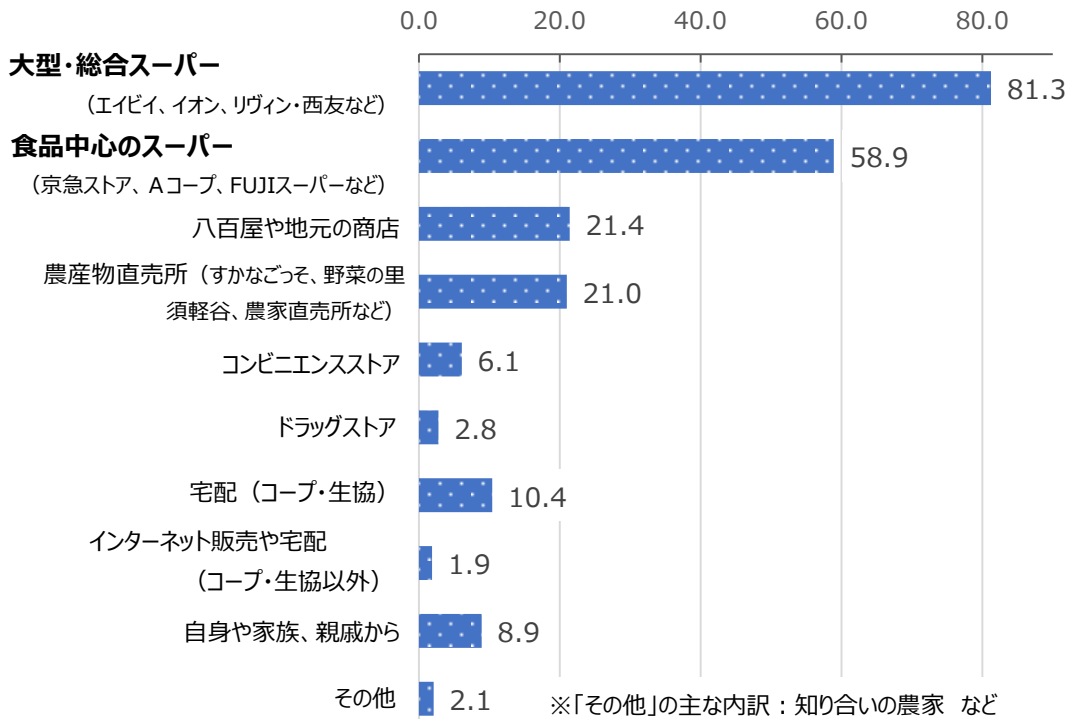
(1) 野菜の入手先について

問4 あなたは、野菜をどこで入手することが多いですか。(〇は3つまで)

- ・「大型・総合スーパー」と「食品中心のスーパー」が特に多く選択され、中でも若い年代では「大型・総合スーパー」が多く、年代が上がると「食品中心のスーパー」の選択率が上がる傾向にある。
- ・本庁・衣笠地域では「大型・総合スーパー」や「八百屋・地元の商店」、追浜・田浦・逸見地域では「食品中心のスーパー」、北下浦・西地域では「農産物直売所」が他の地域と比べて多く選択されるなど、地域によって選択内容にバラつきがある。

図表 問4-1 野菜の入手先 (n=998)

(単位：%)



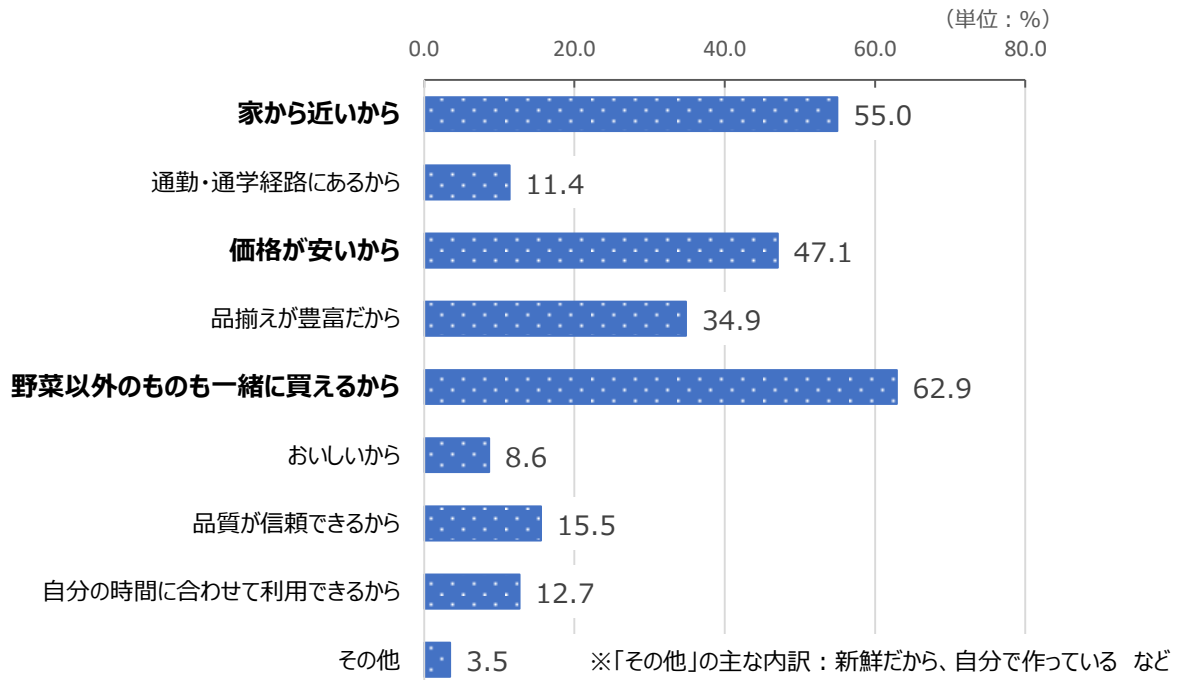
図表 問4-2 野菜の入手先 (性別・年代別・地域別)

	回答者数 (人)	(%)										
		大型・総合 スーパー	食品中心 のスーパー	八百屋・ 地元の商店	農産物 直売所	コンビニエ ンスストア	ドラッグ ストア	宅配 (コー プ・生協)	インター ネット 販売や宅配	自身・家族 、親戚から	その他	
全体	998	81.3	58.9	21.4	21.0	6.1	2.8	10.4	1.9	8.9	2.1	
性別	男性	375	81.1	58.9	17.9	18.7	8.3	2.9	6.1	1.1	7.7	1.6
	女性	610	81.6	59.2	23.6	22.3	4.9	2.6	13.1	2.3	9.3	2.3
年代別	20代以下	97	88.7	55.7	17.5	11.3	10.3	0.0	8.2	0.0	13.4	4.1
	30代	131	90.8	55.0	18.3	20.6	2.3	6.1	6.9	1.5	9.2	0.8
	40代	146	79.5	62.3	21.9	23.3	8.2	2.7	6.2	2.1	6.8	1.4
	50代	193	84.5	57.5	19.7	22.8	6.2	2.1	11.4	5.2	11.9	2.6
	60代	200	74.0	61.0	27.0	21.5	5.0	3.5	11.5	0.5	5.5	2.0
	70代以上	227	77.1	60.4	21.6	22.5	6.2	2.2	14.5	1.3	8.4	1.8
地域別	本庁・衣笠	287	87.8	46.3	33.4	13.6	6.6	1.0	9.1	0.3	6.6	1.4
	追浜・田浦・逸見	165	72.7	71.5	23.6	15.8	7.9	0.6	11.5	3.6	6.7	1.2
	大津・浦賀・久里浜	366	82.2	61.2	17.5	20.2	4.6	4.6	9.8	2.2	9.3	2.2
	北下浦・西	178	77.0	62.9	7.9	39.9	6.7	3.9	12.9	2.2	14.0	3.9

問 5 【問 4】の場所で野菜を入手している理由は何ですか。(〇は3つまで)

- ・「野菜以外のものも一緒に買えるから」「家から近いから」「価格が安いから」の順に多く選択されている。
- ・年代別では、「価格が安いから」については野菜の入手先(問4)で「大型・総合スーパー」を多く選んだ30代以下の選択率が高い。一方で、「品質が信頼できるから」は、60代以上の選択率が比較的高い。
- ・また、地域別では、野菜の入手先(問4)で、「農産物直売所」の選択率が高い「北下浦・西」地域では、他地域と比べて「品質が信頼できるから」、「おいしいから」の選択率が高い。

図表 問 5-1 【問 4】の場所で野菜を入手する理由 (n=984)



図表 問 5-2 【問 4】の場所で野菜を入手する理由 (性別・年代別・地域別)

		回答者数 (人)	理由 (%)								
			家から 近いから	通勤・通学 経路にある から	価格が 安いから	品揃えが 豊富だから	野菜以外 のものも一 緒に買える から	おいしい から	品質が 信頼できる から	自分の時 間に合わ せて利用 できる から	その他
全体		984	55.0	11.4	47.1	34.9	62.9	8.6	15.5	12.7	3.5
性別	男性	371	57.4	8.1	48.2	35.6	61.7	8.1	12.1	11.1	2.4
	女性	600	53.3	13.2	46.8	34.5	64.0	9.0	17.8	13.7	4.2
年代別	20代以下	97	55.7	11.3	52.6	35.1	62.9	4.1	2.1	15.5	6.2
	30代	129	62.0	15.5	60.5	26.4	51.2	12.4	11.6	7.8	1.6
	40代	145	53.1	17.9	47.6	29.0	58.6	11.0	12.4	13.8	1.4
	50代	191	53.4	13.6	49.2	35.1	64.9	10.5	13.6	14.1	4.7
	60代	198	52.0	10.6	41.9	34.8	65.7	7.1	21.2	14.1	5.1
	70代以上	220	55.5	3.6	39.1	44.1	69.1	6.8	22.3	11.4	2.3
地域別	本庁・衣笠	282	60.3	18.4	46.1	33.3	61.0	7.4	12.1	14.9	1.8
	追浜・田浦・逸見	159	53.5	8.2	44.0	40.3	63.5	6.3	15.1	13.2	4.4
	大津・浦賀・久里浜	364	51.1	8.2	48.9	35.4	67.0	8.0	15.4	11.5	4.7
	北下浦・西	177	55.4	9.6	48.0	31.6	57.1	14.1	22.0	10.7	2.8

【 考 察 】

野菜の入手先について（問4、問5）

- ・性別、年代別、地域別のいずれの区分でも「大型・総合スーパー」が最も多く選択されており、中でも年代別では30代以下、地域別では「本庁・衣笠」地域でその傾向が強い。【野菜入手先の選択理由（問5）】において、30代以下は「価格が安いから」の選択率が他世代と比べて高いことから、当該世代は特に価格重視の傾向が強いことが分かる。
- ・一方で、40代以上になると「食品中心のスーパー」、「八百屋・地元の商店」の選択率が上がる傾向にある。【野菜入手先の選択理由（問5）】において「野菜以外のものも一緒に買えるから」、「家から近いから」の選択率が高いことから、当該世代は価格よりも利便性を重視し、自宅等の近隣で野菜を入手する傾向が強いと考えられる。【野菜の入手先（問4）】を地域別でみた場合に、「本庁・衣笠」地域では「大型・総合スーパー」や「八百屋・地元の商店」、「追浜・田浦・逸見」地域では「食品中心のスーパー」、「北下浦・西」地域では「農産物直売所」が他の地域と比べて多く選択されていることから、この傾向がみてとれる。
- ・また、【野菜の入手先（問4）】で「農産物直売所」の選択率が高い「北下浦・西」地域において、他地域と比べて「品質が信頼できるから」、「おいしいから」の選択率が高いことから、よこすか野菜を見る・買う・食べる機会があれば、「安心・おいしい」という評価につながっていく可能性があるものと考えられる。

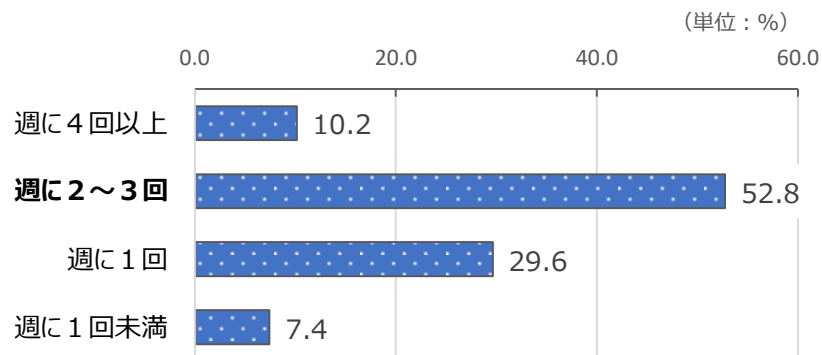
(2) 野菜の購入頻度や時間帯などについて

問6 あなたが、野菜を購入する①頻度、②曜日、③時間帯と、その際に④使用する交通手段は、それぞれどれが一番多いですか。(〇はそれぞれ1つずつ)

① 野菜を購入する頻度

- ・「週に2～3回」、「週に1回」の順に多く選択されている。
- ・年代別では、60代以上では特に「週に2～3回」の選択率が高い一方で、30代以下は他の世代と比べ、「週に1回」、「週に1回未満」の選択率が高い。

図表 問6-①-1 野菜を購入する頻度 (n=995)



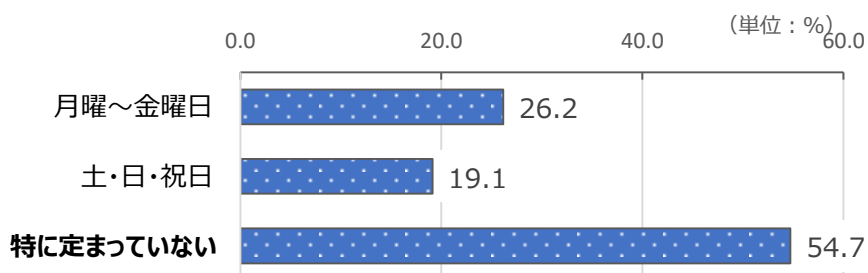
図表 問6-①-2 野菜を購入する頻度 (性別・年代別・地域別)

		回答者数 (人)	(%)			
			週に4回以上	週に2～3回	週に1回	週に1回未満
全体		995	10.2	52.8	29.6	7.4
性別	男性	375	7.5	45.9	35.2	11.5
	女性	607	11.9	56.8	26.4	4.9
年代別	20代以下	96	6.3	44.8	24.0	25.0
	30代	132	5.3	50.8	35.6	8.3
	40代	144	6.9	53.5	32.6	6.9
	50代	192	14.6	46.9	30.7	7.8
	60代	199	12.1	55.3	29.6	3.0
	70代以上	228	10.5	59.6	26.3	3.5
地域別	本庁・衣笠	287	10.5	53.3	28.2	8.0
	追浜・田浦・逸見	165	7.9	50.9	32.7	8.5
	大津・浦賀・久里浜	364	11.3	50.3	31.0	7.4
	北下浦・西	177	9.0	58.8	26.6	5.6

② 野菜を購入する曜日

- ・「特に定まっていない」が最も多く選択されている。
- ・年代別では、「月～金曜日」については60代以上の選択率が高く、「土・日・祝」については30代～50代の選択率が高いなど、年代によって傾向に違いがある。

図表 問6-②-1 野菜を購入する曜日 (n=994)



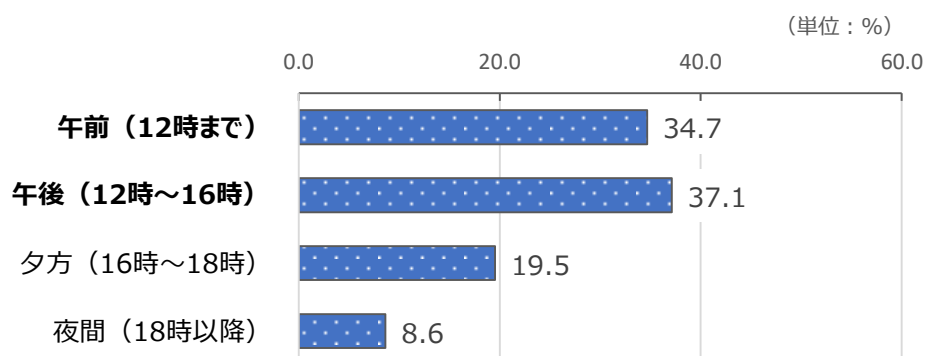
図表 問6-②-2 野菜を購入する曜日 (性別・年代別・地域別)

		回答者数 (人)	(%)		
			月～金曜日	土・日・祝日	特に定まっていない
全体		994	26.2	19.1	54.7
性別	男性	372	20.4	23.4	56.2
	女性	609	29.9	16.7	53.4
年代別	20代以下	96	12.5	18.8	68.8
	30代	132	19.7	24.2	56.1
	40代	145	15.9	22.8	61.4
	50代	192	22.9	28.1	49.0
	60代	198	35.4	18.2	46.5
	70代以上	227	37.0	6.6	56.4
地域別	本庁・衣笠	285	27.0	18.2	54.7
	追浜・田浦・逸見	165	30.3	21.8	47.9
	大津・浦賀・久里浜	364	26.1	18.7	55.2
	北下浦・西	178	21.3	18.5	60.1

③ 野菜を購入する時間帯

- ・「午後（12時～16時）」と「午前（12時まで）」がほぼ同程度多く選択されている。
- ・年代別では、50代以上では特にこの傾向が強いのに対し、20代以下では「夕方（16～18時）」が最も多く選択されるなど、40代以下では50代以上と比べて「夕方」、「夜間」の選択率が高くなっている。

図表 問6-③-1 野菜を購入する時間帯（n=972）



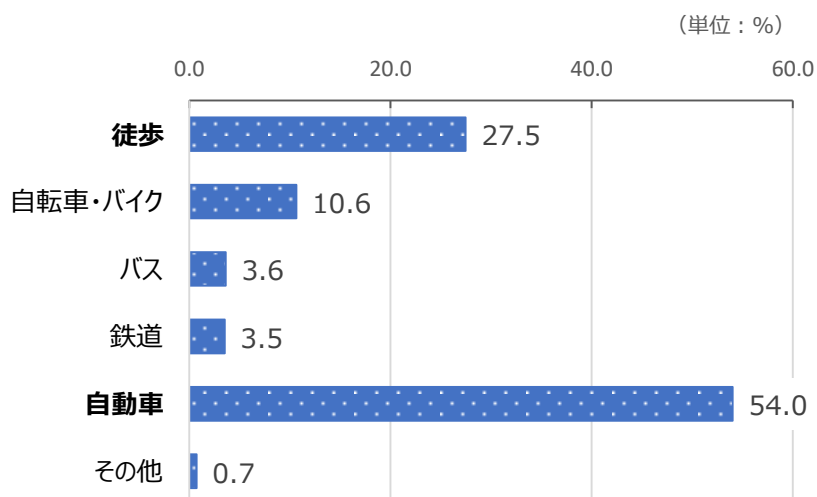
図表 問6-③-2 野菜を購入する時間帯（性別・年代別・地域別）

		回答者数 (人)	(%)			
			午前 (～12時)	午後 (12～16時)	夕方 (16～18時)	夜間 (18時～)
全体		972	34.7	37.1	19.5	8.6
性別	男性	366	30.6	36.3	24.0	9.0
	女性	594	37.7	37.7	16.0	8.6
年代別	20代以下	96	15.6	32.3	37.5	14.6
	30代	130	29.2	31.5	21.5	17.7
	40代	141	29.1	30.5	27.0	13.5
	50代	188	37.8	35.1	20.2	6.9
	60代	193	40.4	40.4	13.5	5.7
	70代以上	221	42.1	45.2	10.9	1.8
地域別	本庁・衣笠	282	35.5	33.3	20.2	11.0
	追浜・田浦・逸見	164	40.9	31.1	22.6	5.5
	大津・浦賀・久里浜	355	32.7	40.8	17.5	9.0
	北下浦・西	170	31.8	41.2	20.0	7.1

④ 野菜を購入する際に使用する交通手段

- ・「自動車」が最も多く、次いで「徒歩」が多く選択されている。
- ・「北下浦・西」地域では「自動車」の選択率が高く「徒歩」の選択率が低い一方で、「本庁・衣笠」、「追浜・田浦・逸見」地域では「自動車」の選択率が下がり「徒歩」、「自転車」の選択率が上がるなど、地域によって違いが見られる。

図表 問6-④-1 野菜を購入する際に使用する交通手段 (n=968)



図表 問6-④-2 野菜を購入する際に使用する交通手段 (性別・年代別・地域別)

		回答者数 (人)	(%)					
			徒歩	自転車・ バイク	バス	鉄道	自動車	その他
全体		968	27.5	10.6	3.6	3.5	54.0	0.7
性別	男性	366	29.2	10.9	2.2	3.8	53.0	0.8
	女性	590	26.3	10.7	4.2	3.4	54.7	0.7
年代別	20代以下	92	31.5	13.0	7.6	5.4	40.2	2.2
	30代	129	28.7	9.3	0.0	4.7	56.6	0.8
	40代	141	19.9	10.6	1.4	2.1	66.0	0.0
	50代	188	23.9	12.2	2.1	3.2	58.5	0.0
	60代	196	24.0	13.3	4.1	3.6	54.1	1.0
	70代以上	219	36.5	6.8	5.9	3.2	47.0	0.5
地域別	本庁・衣笠	278	32.7	13.3	4.3	2.5	46.0	1.1
	追浜・田浦・逸見	160	30.6	11.3	1.9	6.3	48.1	1.9
	大津・浦賀・久里浜	357	24.9	9.8	4.5	3.9	56.6	0.3
	北下浦・西	172	20.9	7.6	2.3	1.7	67.4	0.0

【 考 察 】

野菜の購入頻度や時間帯などについて（問6）

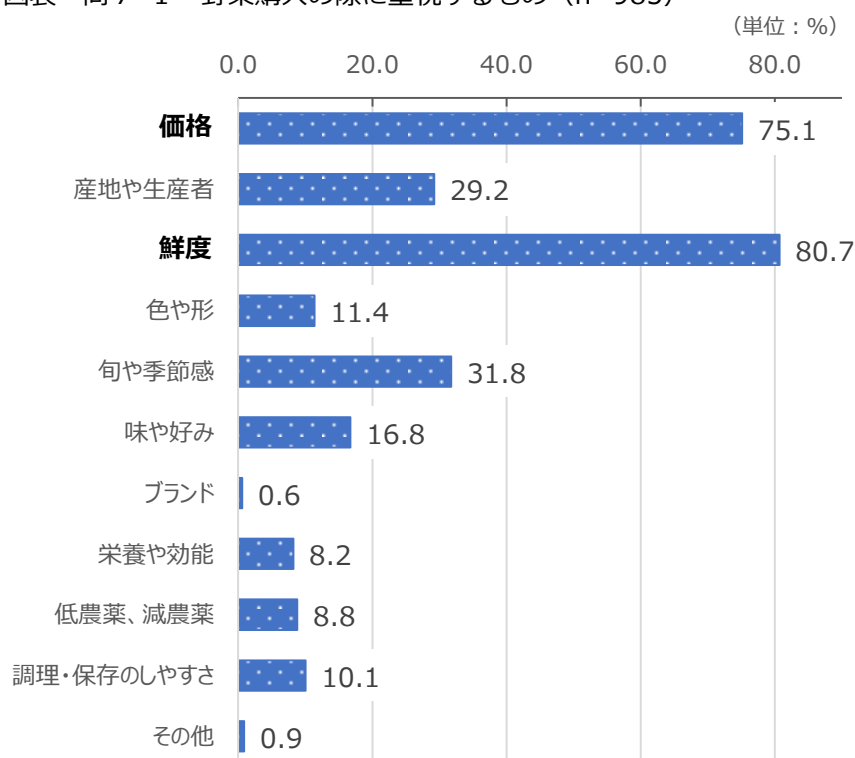
- ・全体として、購入頻度は「週2～3回」、曜日は「特に定まっていない」、時間帯は「午後（12時～16時）」と「午前（12時まで）」、利用する交通手段は「自動車」がそれぞれ最も多い。
- ・60代以上では、野菜を購入する時間帯は「午前」、「午後」が多く、「夕方（16時以降）」以降の割合が大きく下がる。また、曜日では「土・日・祝日」に購入する割合が低い。
- ・また、30代以下は他の世代と比べ、頻度では「週に1回」、「週に1回未満」、時間帯は「夕方（16～18時）」、「夜間（18時～）」の選択率が高いなど、年代によって傾向に違いがみられる。
- ・この結果を踏まえ、ターゲットに合わせてPR方法を工夫していくことが重要である。

(3) 野菜購入の際に重視するものについて

問7 あなたは、野菜を購入する際に、何を重視していますか。(〇は3つまで)

- ・「鮮度」、「価格」が特に多く、次いで「旬や季節感」、「産地や生産者」の順に選択されている。
- ・年代別で見ると、30代以下では「鮮度」よりも「価格」の選択率が高いなど、若年層ほど「価格」や「色や形」、「味や好み」を重視し、年代が上がるにつれ「鮮度」や「旬や季節感」を重視する傾向にある。
- ・また、「鮮度」や「旬や季節感」は、特に男性よりも女性の選択率が高い。

図表 問7-1 野菜購入の際に重視するもの (n=985)



図表 問7-2 野菜購入の際に重視するもの (性別・年代別・地域別)

	回答者数 (人)	重視するもの (%)											
		価格	産地や生産者	鮮度	色や形	旬や季節感	味や好み	ブランド	栄養や効能	低農薬、減農薬	調理・保存のしやすさ	その他	
全体	985	75.1	29.2	80.7	11.4	31.8	16.8	0.6	8.2	8.8	10.1	0.9	
性別	男性	369	72.9	26.6	73.7	12.7	25.7	18.2	1.4	8.9	8.7	11.9	1.6
	女性	604	76.2	31.1	85.3	10.1	35.6	15.9	0.2	7.9	9.1	8.9	0.5
年代別	20代以下	95	83.2	20.0	64.2	25.3	20.0	23.2	0.0	4.2	4.2	15.8	3.2
	30代	131	84.0	31.3	71.8	18.3	22.9	20.6	0.8	6.9	3.8	10.7	1.5
	40代	145	78.6	33.1	80.0	11.0	31.7	18.6	0.7	6.2	6.9	9.7	0.7
	50代	192	74.5	31.8	79.7	6.8	30.2	20.3	1.6	10.4	7.8	10.4	0.5
	60代	196	71.9	31.6	85.2	9.2	38.3	11.7	0.5	8.2	8.2	10.2	1.0
	70代以上	223	67.3	25.6	90.1	7.2	38.1	12.1	0.0	9.9	16.6	7.2	0.0
地域別	本庁・衣笠	285	76.8	30.9	78.9	11.9	30.5	16.8	0.7	11.2	6.0	10.2	1.4
	追浜・田浦・逸見	164	76.8	27.4	84.1	11.6	30.5	13.4	0.0	7.3	7.3	12.8	1.2
	大津・浦賀・久里浜	360	72.8	29.7	80.8	11.4	31.7	18.6	1.1	7.2	9.7	10.0	0.8
	北下浦・西	175	75.4	27.4	80.6	10.3	35.4	16.0	0.0	6.3	13.1	7.4	0.0

【 考 察 】

野菜購入の際に重視するものについて（問7）

- ・前問と同様、30代以下では「価格」を最も重視するのに対し、40代以上になると年代が上がるにつれ、「鮮度」を重視する傾向が強まることから、特に40代以上の年代をターゲットとしたPRとして、直売等、「鮮度」をPRできる手法でアプローチしていくことは有効な手段であると考えられる。
- ・また、40代以上の世代では「産地や生産者」とともに「旬や季節感」を重視する傾向も高まることから、生産者の紹介とともに、季節ごとに旬の野菜をピックアップしてPRしていくことも有効だと考えられる。

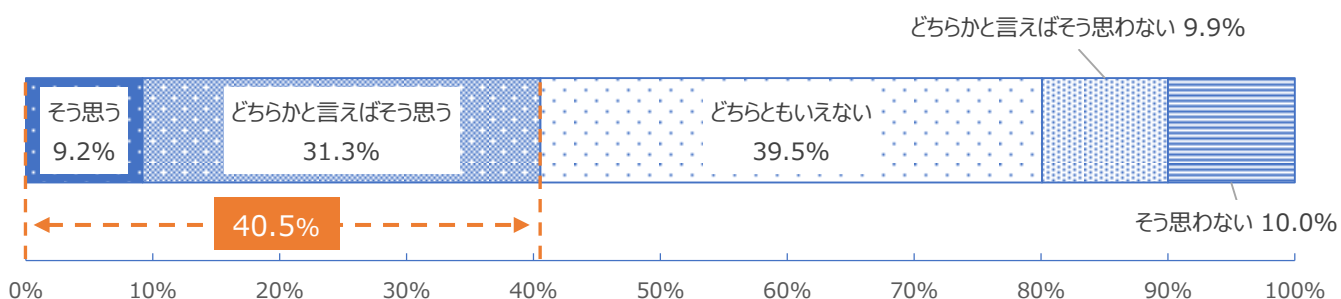
(4) 野菜購入の際の考え方について

問8 野菜を買う際の次のような考え方について、あなたはどのように思いますか。あてはまるものをお選びください。(○はそれぞれ1つずつ)

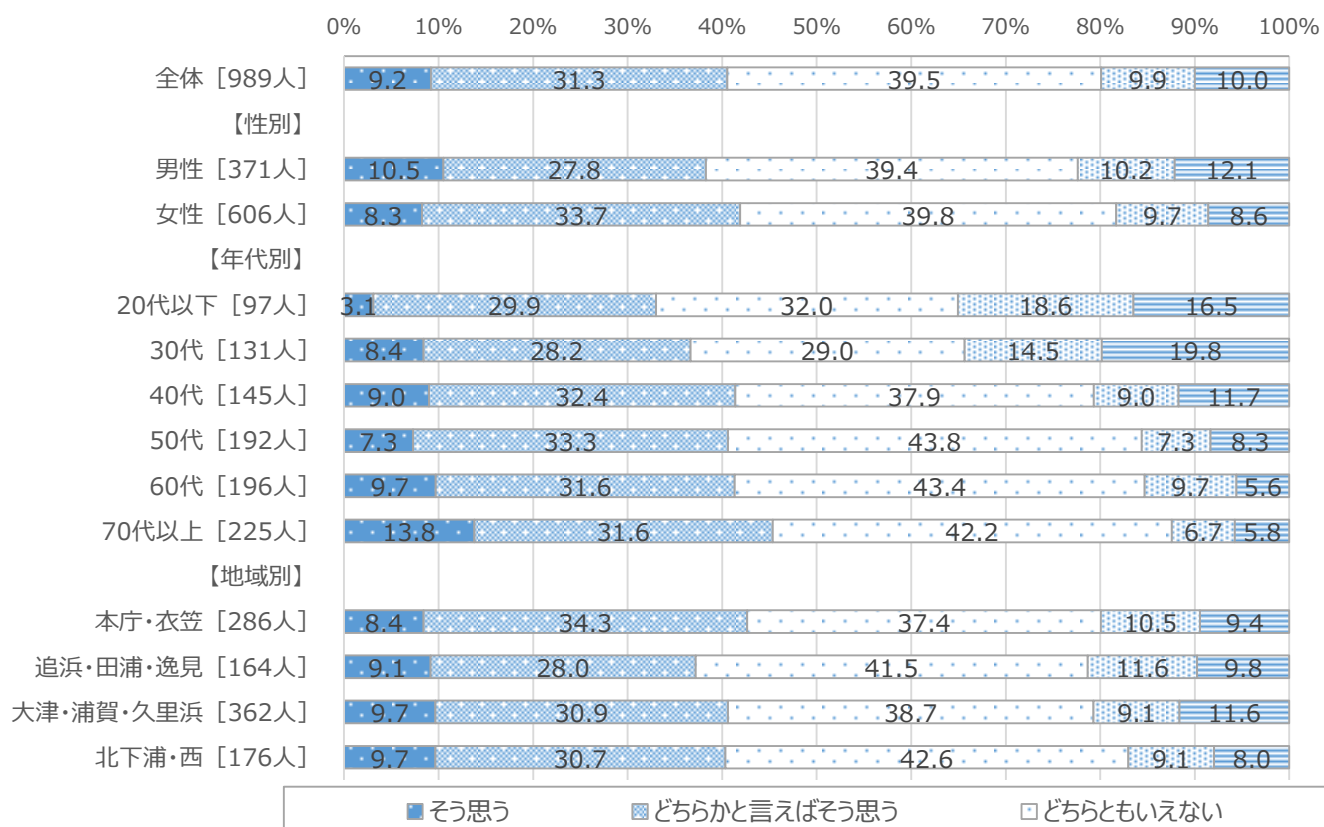
①「多少価格が高くて、地元産の野菜を買いたい」と思いますか。

- ・「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」を選択したのは、約4割（40.5%）で、「どちらともいえない」（39.5%）もほぼ同程度選択されている。
- ・性別、年代別、地域別で見てもおおむね同じ傾向だが、「どちらかと言えばそう思わない」、「そう思わない」割合は、年代が上がるにつれ低くなる傾向にある。

図表 問8-①-1 「多少価格が高くて、地元産の野菜を買いたい」と思うか (n=989)



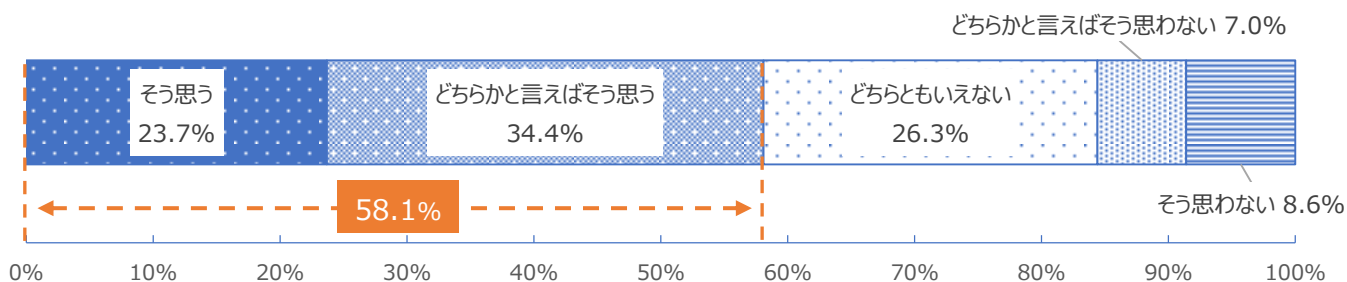
図表 問8-①-2 「多少価格が高くて、地元産の野菜を買いたい」と思うか (性別・年代別・地域別)



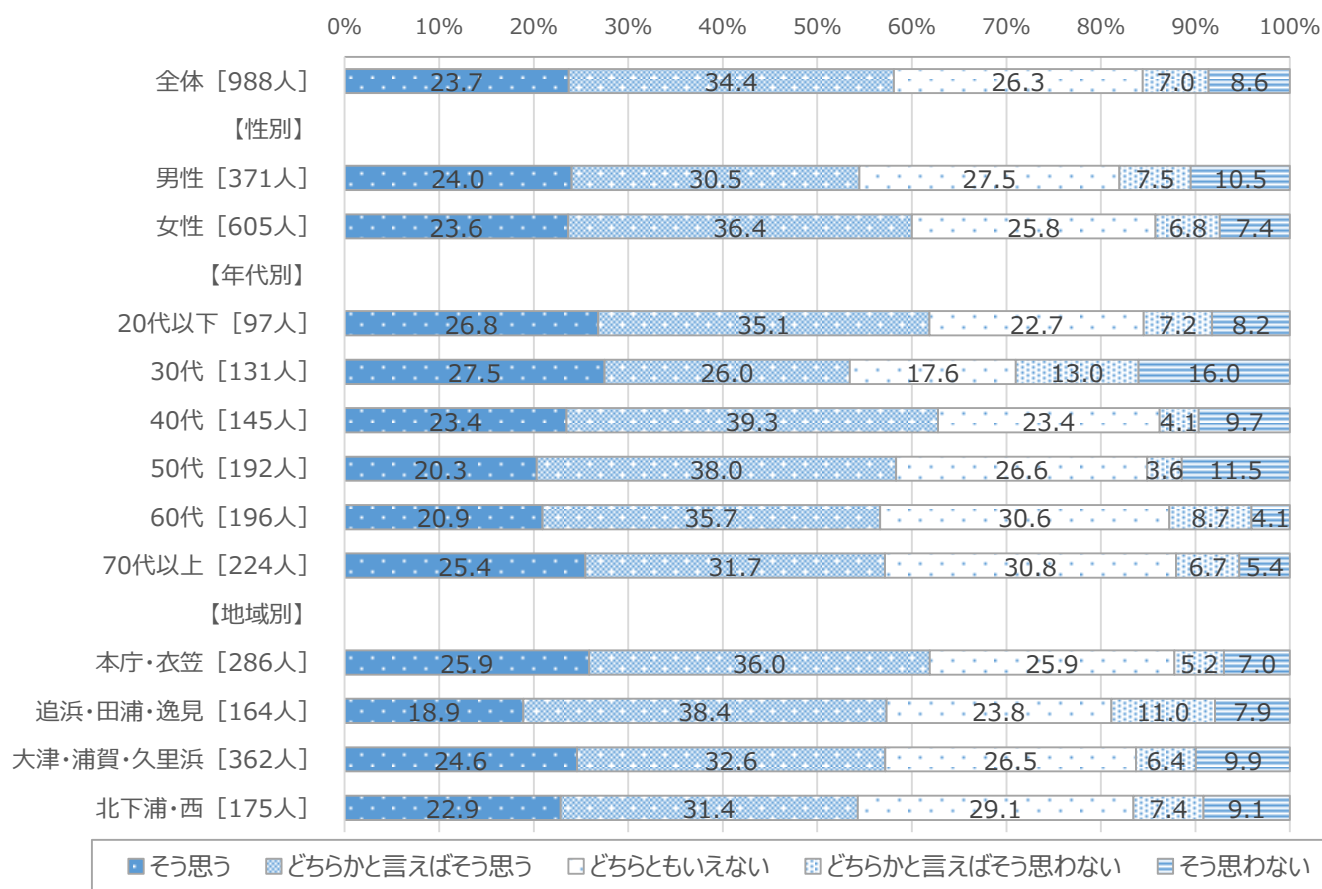
②「生産者の名前や顔が分かる野菜の方が買いやすい」と思いますか。

- ・全体の約6割（58.1%）が「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」を選択している。。
- ・性別、年代別、地域別で見てもおおむね同じ傾向で、若年層や「本庁・衣笠」地域でも比較的多くの二
ーズがあることが分かる。

図表 問8-②-1 「生産者の名前や顔が分かる野菜の方が買いやすい」と思うか（n=988）



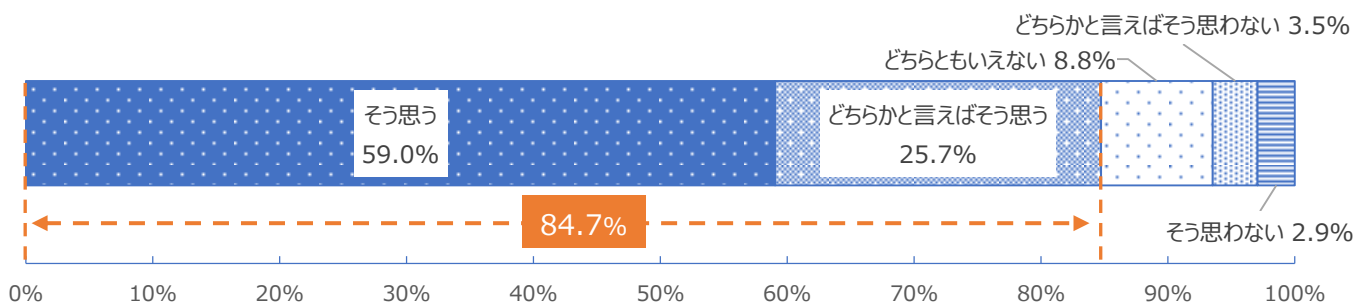
図表 問8-②-2 「生産者の名前や顔が分かる野菜の方が買いやすい」と思うか（性別・年代別・地域別）



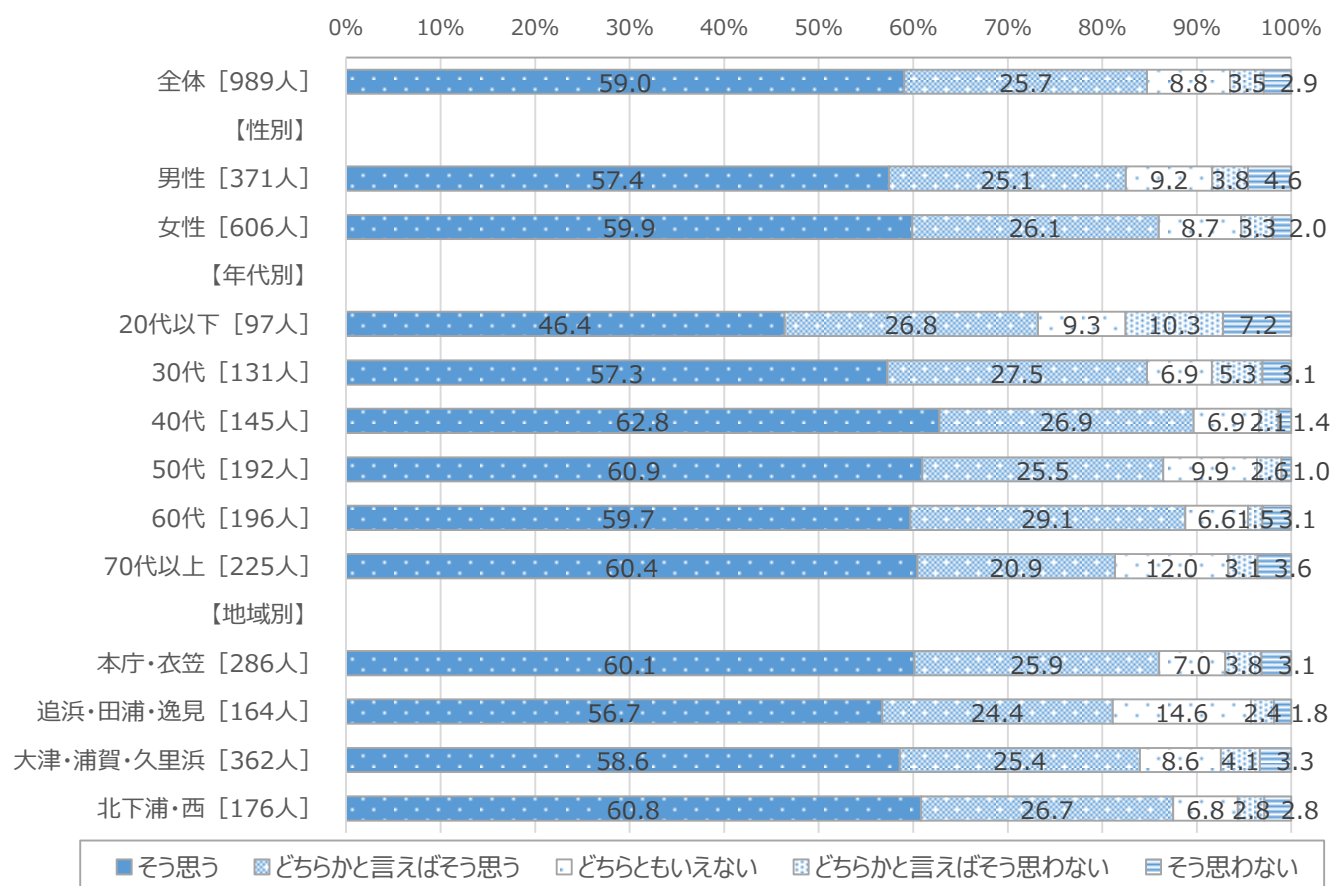
③「味が同じであれば、傷や曲がりがある野菜でも構わない」と思いますか。

- ・全体の約85%（84.7%）が「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」を選択している。
- ・20代以下でやや割合が低いことを除き、性別、年代別、地域別で見てもおおむね同じ傾向となっている。

図表 問8-③-1 「味が同じであれば、傷や曲がりがある野菜でも構わない」と思うか（n=989）



図表 問8-③-2 「味が同じであれば、傷や曲がりがある野菜でも構わない」と思うか（性別・年代別・地域別）



【 考 察 】

野菜購入の際の考え方について（問 8）

① 「多少価格が高くても、地元産の野菜を買いたい」と思うか

- ・この考え方に賛同するのは全体の約 4 割。反対に、この考え方に賛同しない割合をみると、価格重視の傾向が強い 30 代以下では約 35%と比較的高いのに対し、年代が上がるにつれこの割合が下がり、地元重視の傾向が強まることが分かる。
- ・「どちらともいえない」を選択した人が約 4 割いるため、この層に対してよこすか野菜の多彩さやおいしさといった魅力を伝えるアプローチが必要となる。

② 「生産者の名前や顔が分かる野菜の方が買いやすい」と思うか

- ・この考え方に賛同するのは全体の約 6 割で、年代に関わらず選択されている。特に他の設問では比較的プラスの回答割合が低い若い世代での割合も高く、生産者の名前や顔を伝えていくことは、購入を促すために有効な手段であると考えられる。
- ・店頭における生産者情報の発信のほか、インターネットや SNS を活用した情報発信など、若い世代が日常的に活用するツールを用いた PR も有効だと考えられる。

③ 「味が同じであれば、傷や曲がりがある野菜でも構わない」と思うか

- ・約 85%の回答者がこの考え方に賛同。20 代以下と 70 代以上で割合がやや低いものの、30 代～60 代では 9 割もの回答者がこの考え方に賛同している。
- ・形を揃えて規定量でパッキングする既存の販売方法だけでなく、売り場の状況に合わせて、ザル売りや量り売りなど、傷や曲がりがある野菜も合わせて販売できる方法を検討していくことも有効だと考えられる。

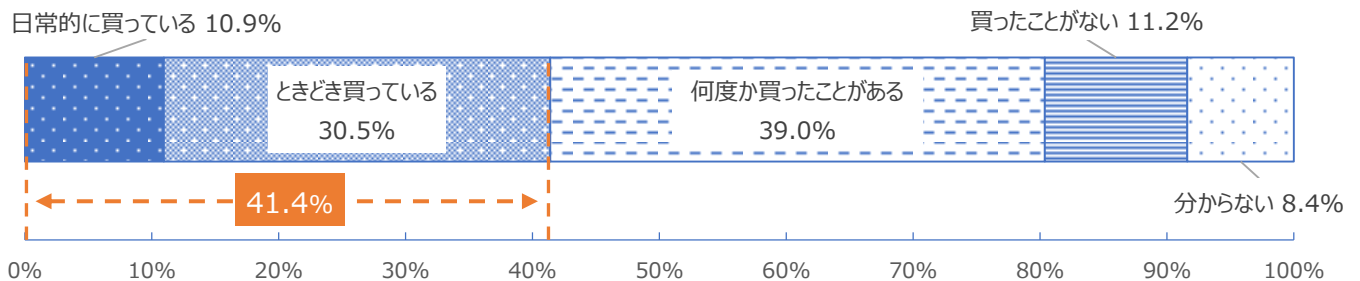
3 市内産農産物（よこすか野菜）について

(1) よこすか野菜の購入頻度や購入場所などについて

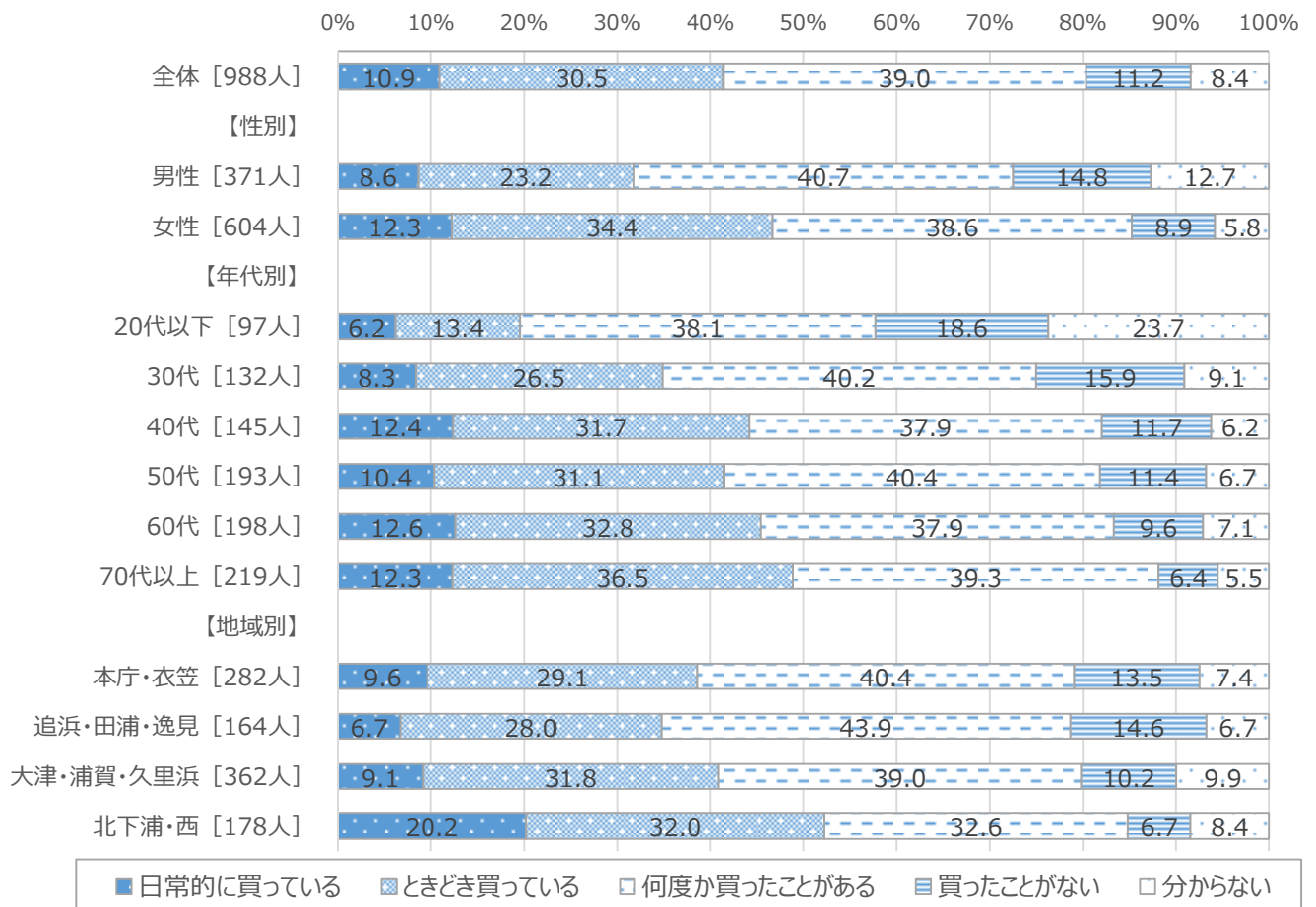
問9 あなたは、市内産農産物（以下、「よこすか野菜」）を買ったことがありますか。（○は1つ）

- ・約4割（41.4%）が定期的に購入している（「日常的に買っている」と「ときどき買っている」の合計）。
- ・一方で、約2割が「買ったことがない」「分からない」を選択している。
- ・性別では男性が約3割（31.8%）なのに対して女性は5割弱（46.7%）と、女性の購入率が高い。
- ・また、年代別では、40代以上では全体とおおむね同じ傾向なのに対し、30代以下の購入率が低く、特に20代以下では「買ったことがない」「分からない」の選択率が4割を超えている。

図表 問9-1 「よこすか野菜」の購入頻度（n=988）



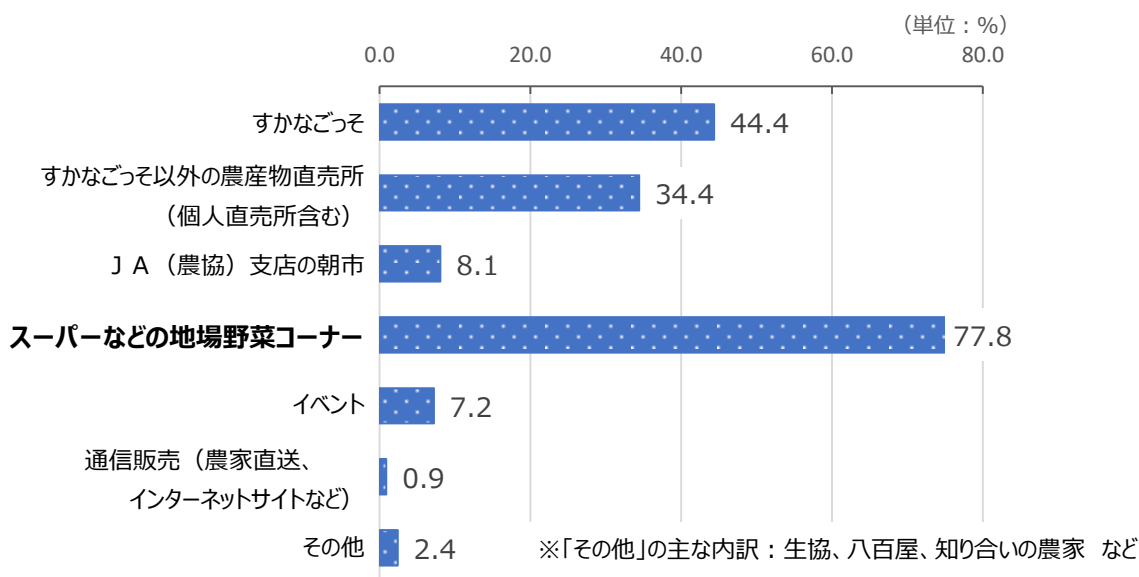
図表 問9-2 「よこすか野菜」の購入頻度（性別・年代別・地域別）



問 10 【問9で、「1～3（買ったことがある）」を選んだ人のみ】
あなたは、「よこすか野菜」をどこで買ったことがありますか。（〇はいくつでも）

- ・「スーパーなどの地場野菜コーナー」が最も多く、次いで「すかなごっそ」、「すかなごっそ以外の農産物直売所」の順に多く選択されている。
- ・年代別では、「スーパーなどの地場野菜コーナー」は40代以上で選択率が上がる傾向にある。また、「JA支店の朝市」は、特に70代以上の選択率が高い。
- ・地域別では、「西地域」は他地域と比べて「スーパーなどの地場野菜コーナー」の選択率が低く、「すかなごっそ」、「すかなごっそ以外の農産物直売所」の選択率が高い。

図表 問 10-1 「よこすか野菜」の購入場所（n=793）



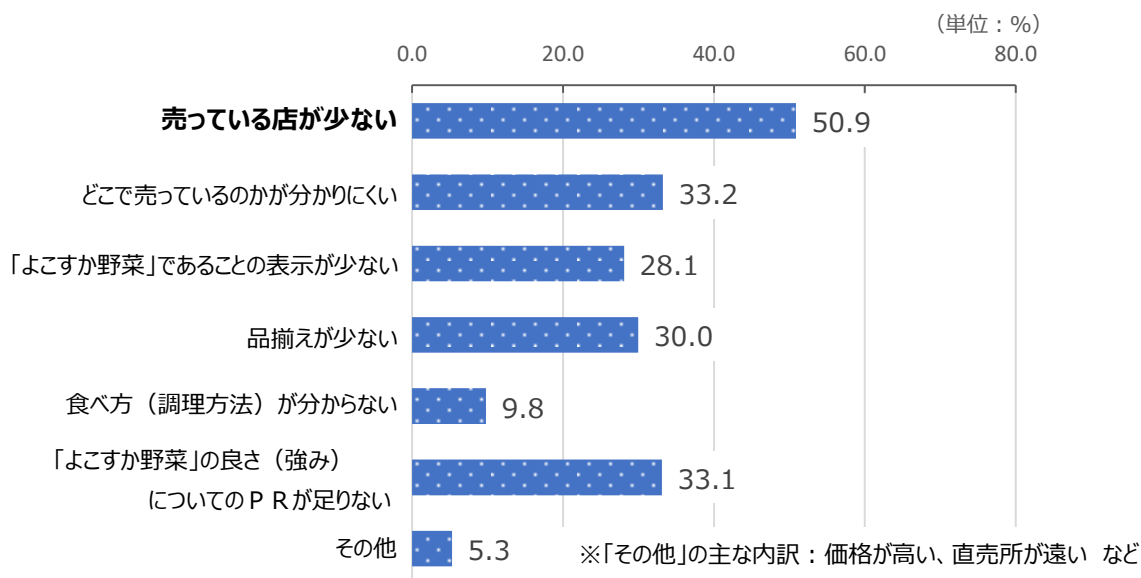
図表 問 10-2 「よこすか野菜」の購入場所（性別・年代別・地域別）

		回答者数 (人)	(%)						
			すかなごっそ	すかなごっそ 以外の農産 物直売所	JA支店 の朝市	スーパーなど の地場野菜 コーナー	イベント	通信販売	その他
全体		793	44.4	34.4	8.1	77.8	7.2	0.9	2.4
性別	男性	269	39.4	30.1	8.6	72.9	7.1	0.7	3.0
	女性	514	47.1	35.8	7.8	80.7	7.4	1.0	2.1
年代別	20代以下	56	39.3	32.1	8.9	64.3	7.1	0.0	5.4
	30代	99	48.5	40.4	2.0	69.7	8.1	1.0	2.0
	40代	118	45.8	33.9	6.8	78.0	5.1	0.0	0.8
	50代	157	49.7	38.9	7.0	83.4	11.5	1.3	3.2
	60代	165	43.0	39.4	6.7	81.8	7.9	1.2	1.8
	70代以上	194	40.2	25.3	13.4	77.8	4.1	1.0	2.6
地域別	本庁・衣笠	224	40.2	31.3	7.1	82.6	7.6	0.0	1.8
	追浜・田浦・逸見	129	40.3	22.5	3.1	80.6	7.0	0.8	3.1
	大津・浦賀・久里浜	287	42.9	30.3	11.5	80.8	9.4	1.7	3.8
	北下浦・西	151	57.6	57.6	6.6	62.9	2.6	0.7	0.0

問 11 【問 9 で、「1～3（買ったことがある）」を選んだ人のみ】
 あなたが、「よこすか野菜」を買う時に、困っていることはありますか。（〇は3つまで）

- ・「売っている店が少ない」が最も多く、次いで「どこで売っているかが分かりにくい」、「良さ（強み）についてのPRが足りない」が多く選択されている。
- ・地域別で見ると、「北下浦・西」以外の地域で特にこの傾向が強い。

図表 問 11-1 「よこすか野菜」を買う時の困りごと（n=737）



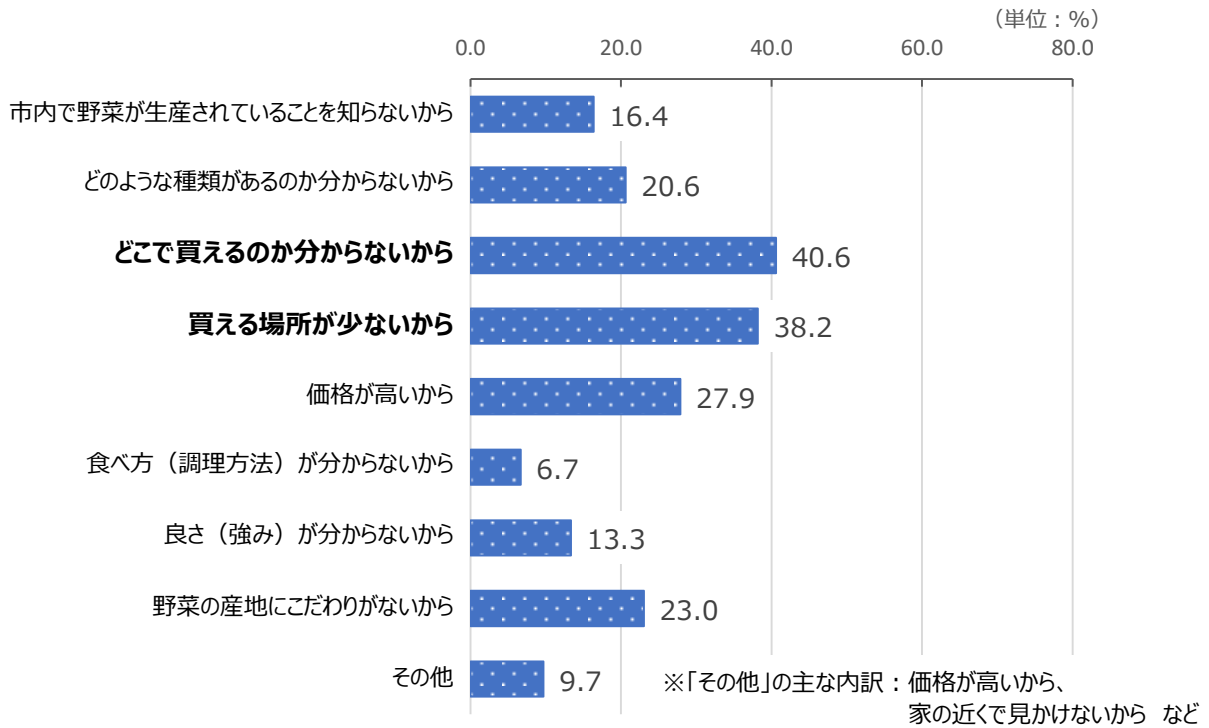
図表 問 11-2 「よこすか野菜」を買う時の困りごと（性別・年代別・地域別）

		回答者数 (人)	(%)						
			売っている店 が少ない	どこで売って いるのが 分かりにくい	「よこすか野 菜」の表示 が少ない	品揃えが 少ない	食べ方が 分からない	良さ(強み) のPRが足 りない	その他
全体		737	50.9	33.2	28.1	30.0	9.8	33.1	5.3
性別	男性	251	52.2	35.5	30.7	30.3	6.0	31.1	6.0
	女性	478	50.6	32.0	26.4	29.7	11.7	34.3	4.8
年代別	20代以下	51	33.3	37.3	19.6	21.6	13.7	41.2	3.9
	30代	91	53.8	39.6	24.2	19.8	9.9	27.5	9.9
	40代	105	51.4	37.1	23.8	33.3	8.6	25.7	5.7
	50代	151	47.7	32.5	26.5	29.1	15.9	29.1	5.3
	60代	154	52.6	29.9	26.0	34.4	10.4	36.4	3.2
	70代以上	181	55.2	30.4	37.6	33.1	3.9	38.7	4.4
地域別	本庁・衣笠	210	50.5	32.9	30.0	31.0	6.7	38.1	3.3
	追浜・田浦・逸見	118	51.7	39.0	24.6	24.6	11.0	26.3	6.8
	大津・浦賀・久里浜	271	53.5	33.6	24.7	32.1	10.7	34.7	5.9
	北下浦・西	136	45.6	28.7	35.3	28.7	11.8	28.7	5.1

問 12 【問9で、「4. 買ったことがない」を選んだ人のみ】
 あなたが、「よこすか野菜」を買わない理由は何ですか。(〇は3つまで)

・「どこで買えるのか分からないから」と「買える場所が少ないから」が特に多く、次いで「価格が高いから」、「野菜の産地にこだわりがないから」の順に多く選択されている。

図表 問 12- 1 「よこすか野菜」を買わない理由 (n=165)



図表 問 12- 2 「よこすか野菜」を買わない理由 (性別・年代別・地域別)

		回答者数 (人)	(%)								
			市内で野菜が生産されていることを知らない	どのような種類があるのか分からない	どこで買えるのか分からない	買える場所が少ない	価格が高い	食べ方が分からない	良さ(強み)が分からない	野菜の産地にこだわりがない	その他
全体		165	16.4	20.6	40.6	38.2	27.9	6.7	13.3	23.0	9.7
性別	男性	78	17.9	21.8	38.5	37.2	20.5	6.4	15.4	17.9	9.0
	女性	85	15.3	18.8	43.5	40.0	32.9	7.1	11.8	27.1	10.6
年代別	20代以下	25	20.0	12.0	24.0	32.0	20.0	4.0	20.0	20.0	20.0
	30代	27	14.8	18.5	40.7	37.0	40.7	7.4	7.4	29.6	3.7
	40代	27	11.1	14.8	51.9	25.9	29.6	7.4	7.4	29.6	11.1
	50代	34	14.7	23.5	38.2	41.2	23.5	8.8	11.8	20.6	8.8
	60代	27	14.8	33.3	33.3	51.9	25.9	7.4	18.5	29.6	7.4
	70代以上	25	24.0	20.0	56.0	40.0	28.0	4.0	16.0	8.0	8.0
地域別	本庁・衣笠	56	10.7	19.6	32.1	39.3	32.1	8.9	10.7	23.2	14.3
	追浜・田浦・逸見	35	14.3	5.7	45.7	40.0	31.4	8.6	14.3	22.9	8.6
	大津・浦賀・久里浜	59	23.7	30.5	49.2	39.0	23.7	5.1	18.6	22.0	5.1
	北下浦・西	15	13.3	20.0	26.7	26.7	20.0	0.0	0.0	26.7	13.3

【 考 察 】

「よこすか野菜」の購入頻度や購入場所などについて（問9～問12）

- ・「スーパーなどの地場野菜コーナー」の選択率が高く、日常の買い物の際に「よこすか野菜」の表示が目に入れば、購入につながる可能性があることが推察される。
- ・「すかなごっそ」は性別では女性、年代別では30代～50代、地域別では「北下浦・西」地域の選択率が比較的高い。特に「北下浦・西」地域では「すかなごっそ以外の農産物直売所」を含めた「農産物直売所」の利用率が高いことから、購入場所への距離が、購入層を広げるための重要な要素であると考えられる。【よこすか野菜を買う時の困りごと（問11）】において、「売っている店が少ない」、「どこで売っているのかが分かりにくい」が多く選択されていることから、よこすか野菜を買える場所を増やすこと及び買える場所を分かりやすく伝えることが重要であると考えられる。
- ・【よこすか野菜を買わない理由（問12）】においても、「どこで買えるのか分からない」、「買える場所が少ない」が多く選択されていることから、同様のことが言える。

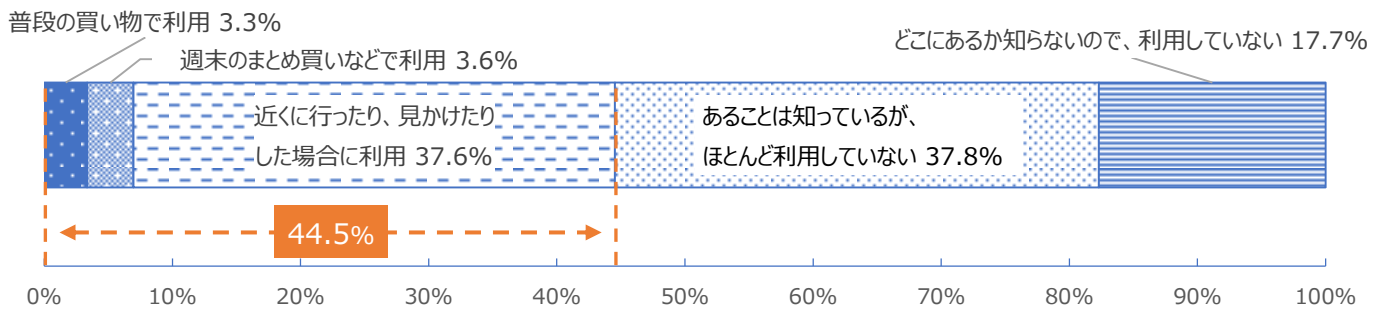
(2) 「よこすか野菜」販売場所の利用頻度・理由について

問 13 あなたは、「よこすか野菜」を購入できる以下の直売所等をどの程度利用したことがありますか。
(①～③ごとに、○はそれぞれ1つずつ)

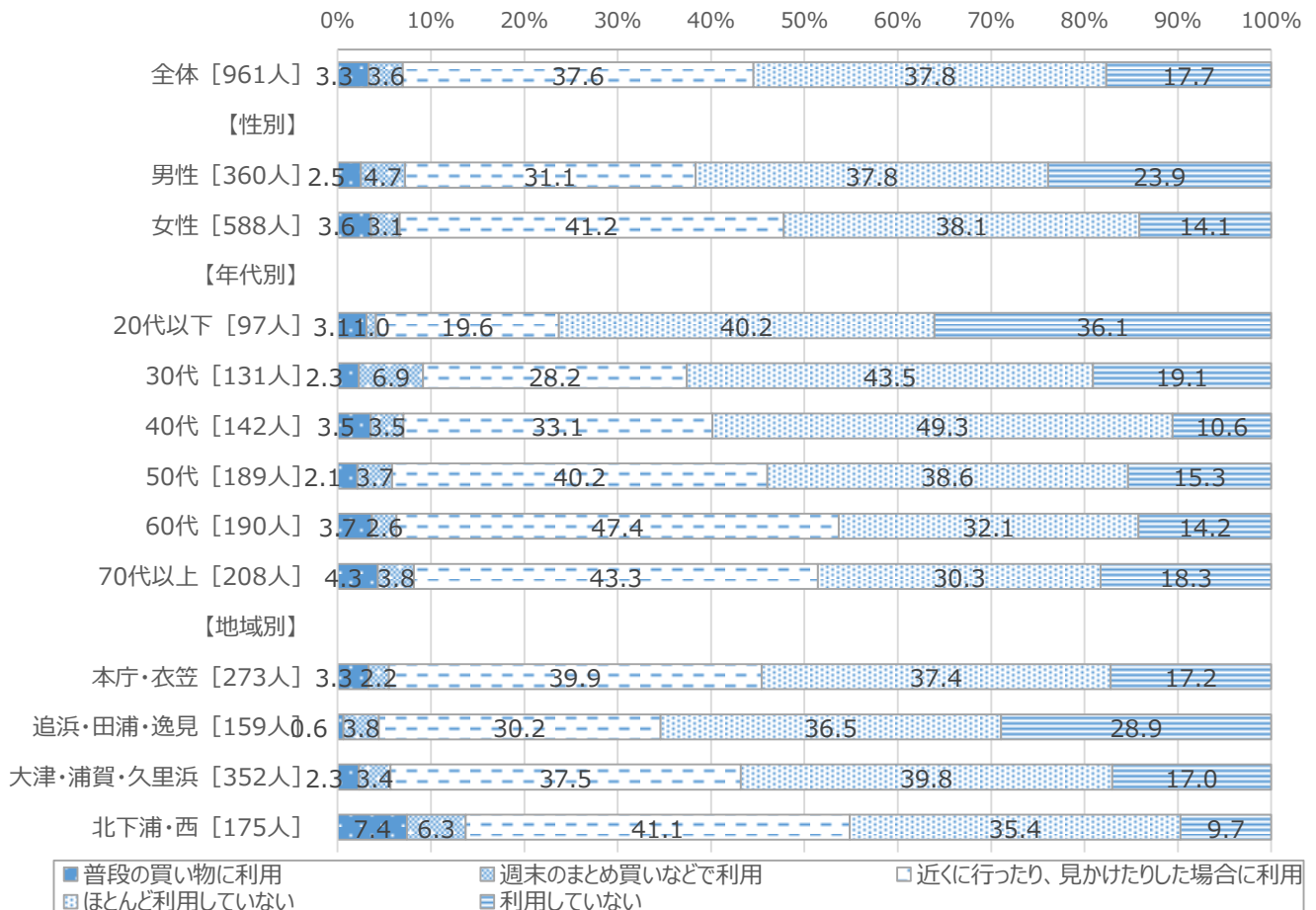
① 農産物直売施設（すかなごっそ、野菜の里須軽谷、ソレイユの丘マルシェ）

- ・約 45% (44.5%) が「利用している」を選択している。
- ・性別では男性より女性、年代別では年代が上がるにつれ利用頻度が上がる傾向にある。
- ・地域別では、直売施設からの距離が遠い「追浜・田浦・逸見」地域の利用頻度が低い。

図表 問 13-①-1 農産物直売施設（すかなごっそほか）の利用頻度（n=961）



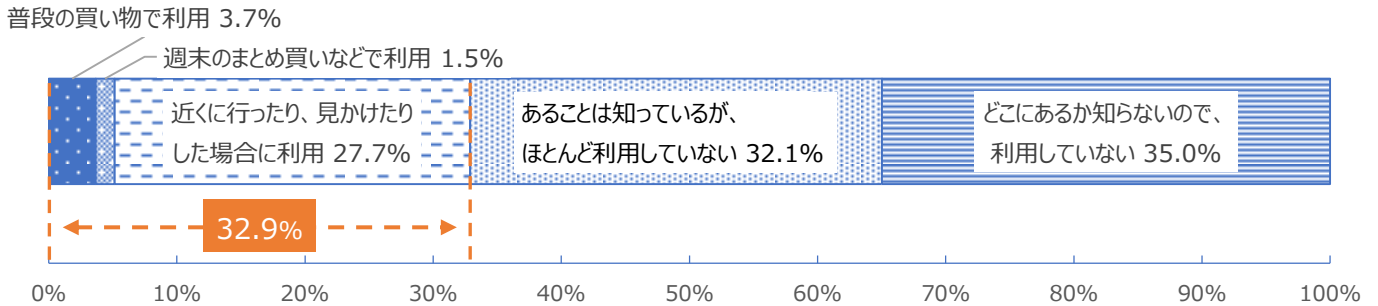
図表 問 13-①-1 農産物直売施設（すかなごっそほか）の利用頻度（性別・年代別・地域別）



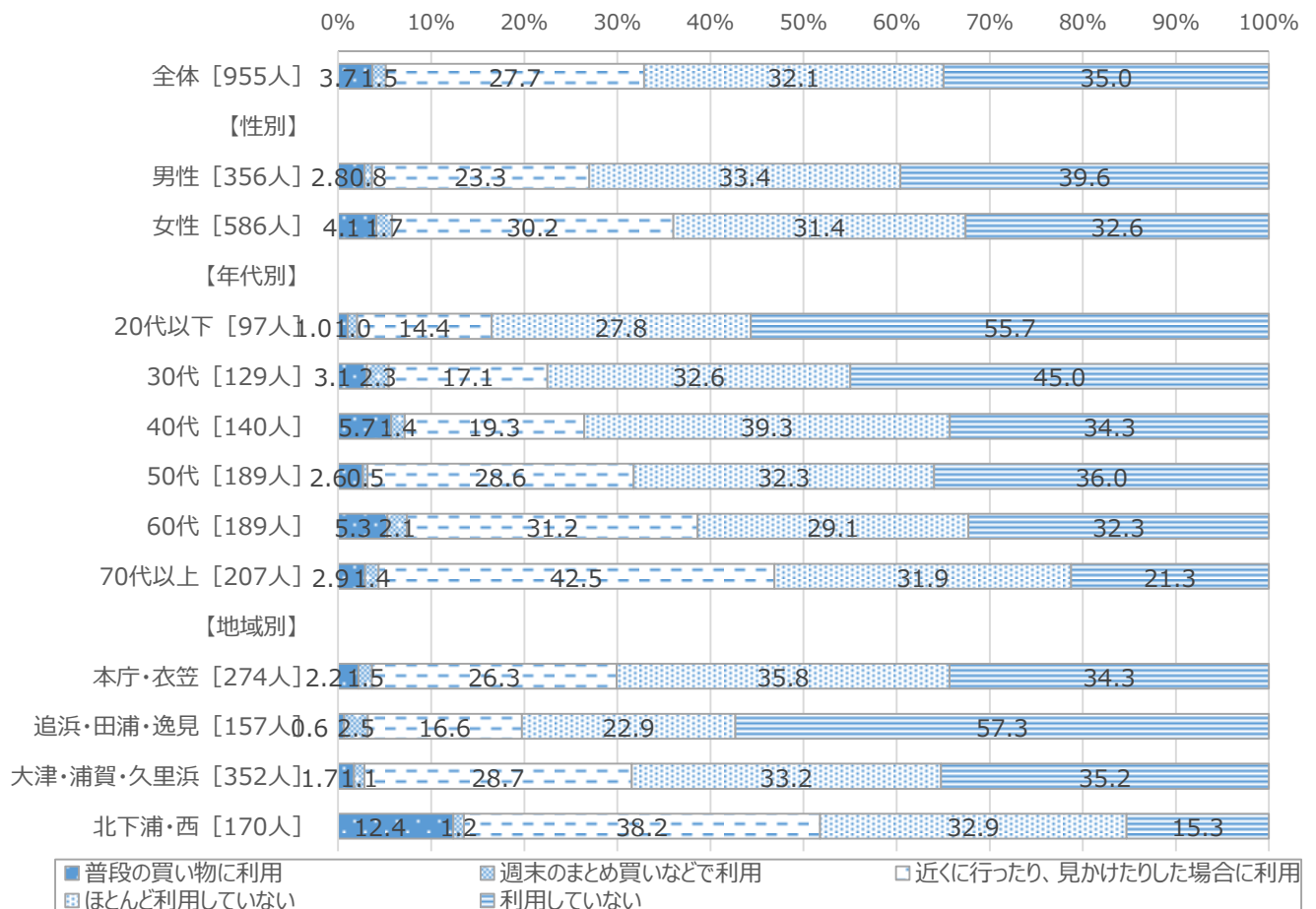
② J A（農協）支店の朝市や農家の個人直売所

- ・約3割（32.9%）が「利用している」を選択している。
- ・全体としては、おおむね前問【問13-①（農産物直売施設）】と同じ傾向で、男性より女性、若年層より高齢層の利用頻度が高く、「追浜・田浦・逸見」地域の利用頻度が低い。

図表 問13-②-1 J A（農協）支店の朝市や農家の個人直売所の利用頻度（n=955）



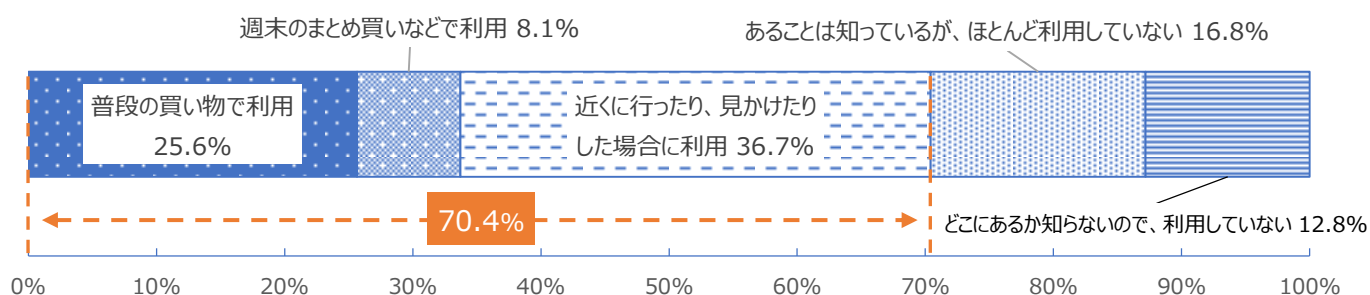
図表 問13-②-2 J A（農協）支店の朝市や農家の個人直売所の利用頻度（性別・年代別・地域別）



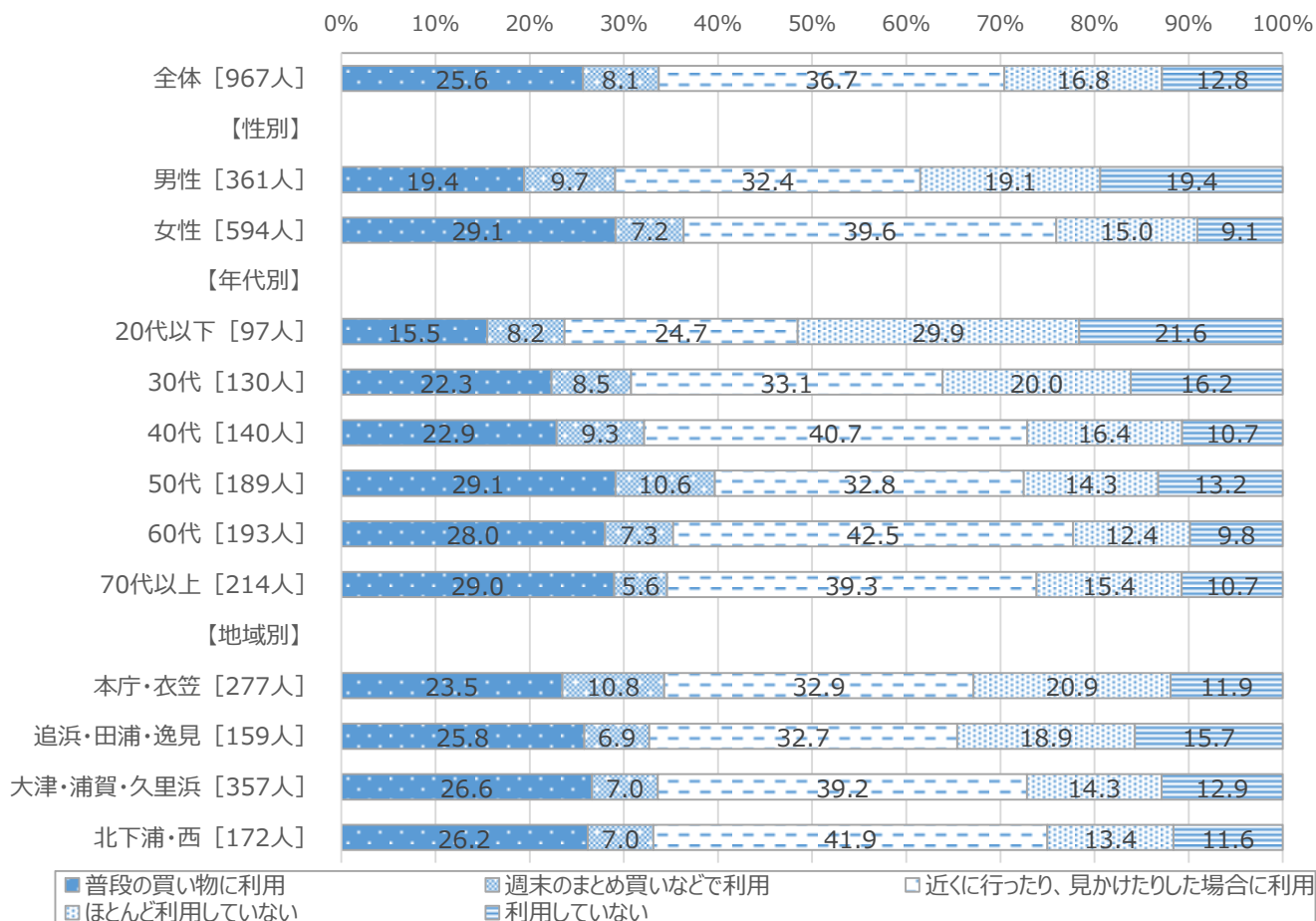
③ スーパー等に設けられた地場野菜コーナー

- ・約7割（70.4%）が「利用している」を選択している。
- ・前問【問 13-①（農産物直売施設）】および【問 13-②（JA 朝市や農家直売所）】と同様、男性より女性、若年層より高齢層の方が、利用頻度が高い。
- ・また、前2問で他地域と比べて割合が低かった「追浜・田浦・逸見」地域については、本問においては他地域と大きな差は見られない。

図表 問 13-③-1 スーパー等に設けられた地場野菜コーナーの利用頻度（n=967）



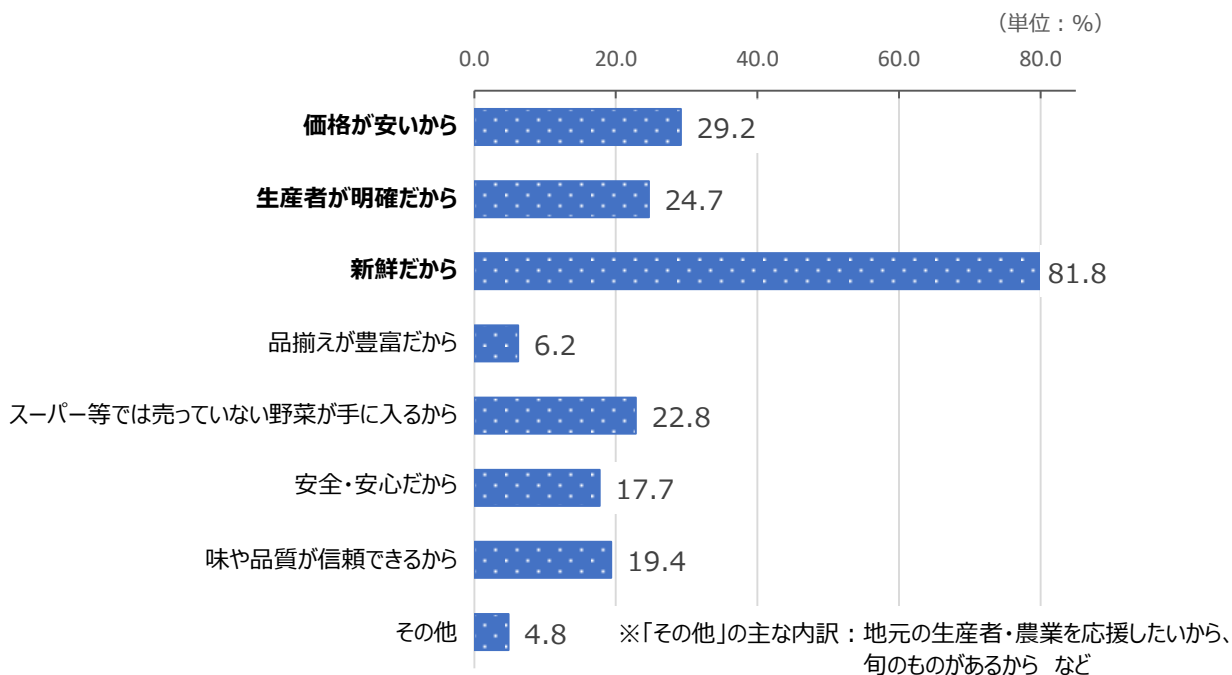
図表 問 13-③-2 スーパー等に設けられた地場野菜コーナーの利用頻度（性別・年代別・地域別）



問 14 あなたが、【問 13】の直売所等を利用している理由は何ですか。(〇は3つまで)

- ・「新鮮だから」が最も多く、次いで「価格が安いから」「生産者が明確だから」の順に多く選択されている。
- ・年代別では、「価格が安いから」は若年層の選択率が高く、「新鮮だから」は高齢層の選択率が高いなど、【問 7 「野菜購入の際に重視するもの」(p. 21)】とおおむね同じ傾向となっている。
- ・なお、「スーパー等では売っていない野菜が手に入るから」については、特に「本庁・衣笠」および「追浜・田浦・逸見」地域の選択率が、他と比べて高くなっている。

図表 問 14-1 農産物直売所・地場野菜コーナーを利用する理由 (n=661)



図表 問 14-2 農産物直売所・地場野菜コーナーを利用する理由 (性別・年代別・地域別)

		回答者数 (人)	理由 (%)							その他
			価格が安いから	生産者が明確だから	新鮮だから	品揃えが豊富だから	スーパー等ではない野菜が手に入るから	安全・安心だから	味や品質が信頼できるから	
全体		661	29.2	24.7	81.8	6.2	22.8	17.7	19.4	4.8
性別	男性	227	29.1	23.8	75.3	8.4	20.7	15.4	18.1	5.7
	女性	425	28.7	24.9	85.6	5.2	24.0	18.8	19.8	4.5
年代別	20代以下	49	36.7	16.3	77.6	6.1	26.5	10.2	18.4	2.0
	30代	82	37.8	22.0	74.4	8.5	24.4	15.9	13.4	7.3
	40代	105	27.6	21.9	75.2	5.7	25.7	14.3	21.9	5.7
	50代	133	27.8	32.3	81.2	7.5	21.8	14.3	23.3	5.3
	60代	135	28.9	25.2	84.4	3.7	21.5	22.2	20.7	5.9
	70代以上	153	25.5	24.2	90.2	6.5	21.6	22.2	17.0	2.6
地域別	本庁・衣笠	183	27.9	24.6	79.2	6.6	27.3	15.3	21.9	3.8
	追浜・田浦・逸見	93	28.0	21.5	80.6	6.5	29.0	18.3	17.2	6.5
	大津・浦賀・久里浜	244	26.2	25.4	82.8	5.3	19.7	20.1	17.2	5.3
	北下浦・西	139	36.7	25.9	84.2	7.2	18.7	15.8	21.6	4.3

【 考 察 】

「よこすか野菜」販売場所の利用頻度・理由について（問 13、問 14）

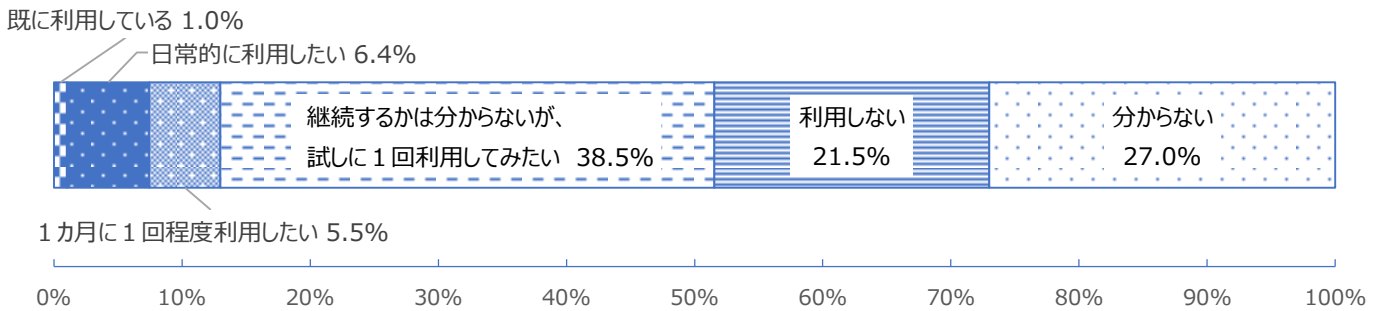
- ・利用率は、「農産物直売施設（すかなごっそ、野菜の里須軽谷、ソレイユの丘マルシェ）」が約 45%、「J A 支店の朝市や農家の個人直売所」が約 3 割なのに対し、「スーパー等に設けられた地場野菜コーナー」は約 7 割と最も高く、特に全体の 25%、すなわち 4 人に 1 人が「普段の買い物で利用」していると回答している。
- ・中でも、「農産物直売施設」と「J A 支店朝市、農家直売所」の利用率が低い「追浜・田浦・逸見」地域についても、「スーパーの地場野菜コーナー」については他地域と大きな差はみられないことから、よこすか野菜を買う環境さえあれば、購入につながる可能性は高いと考えられる。
- ・【農産物直売所・地場野菜コーナーを利用する理由（問 14）】においては、「新鮮だから」の選択率が圧倒的に多く、「価格が安いから」を大きく上回っている。生産地と消費地が近いことのメリットを生かし、「鮮度」面での優位性を前面に出して差別化を図っていくことが有効だと考えられる。
- ・また、【野菜の入手先（問 4）】で「農産物直売所」の選択率が低い「本庁・衣笠」、「追浜・田浦・逸見」地域において、「スーパー等では売っていない野菜が手に入るから」の選択率が高いことから、よこすか野菜の特徴である多品種・多彩さが、認知度向上・イメージアップを進めていく上で大きな魅力となると考えられる。

(3) 通信販売や宅配の利用意向について

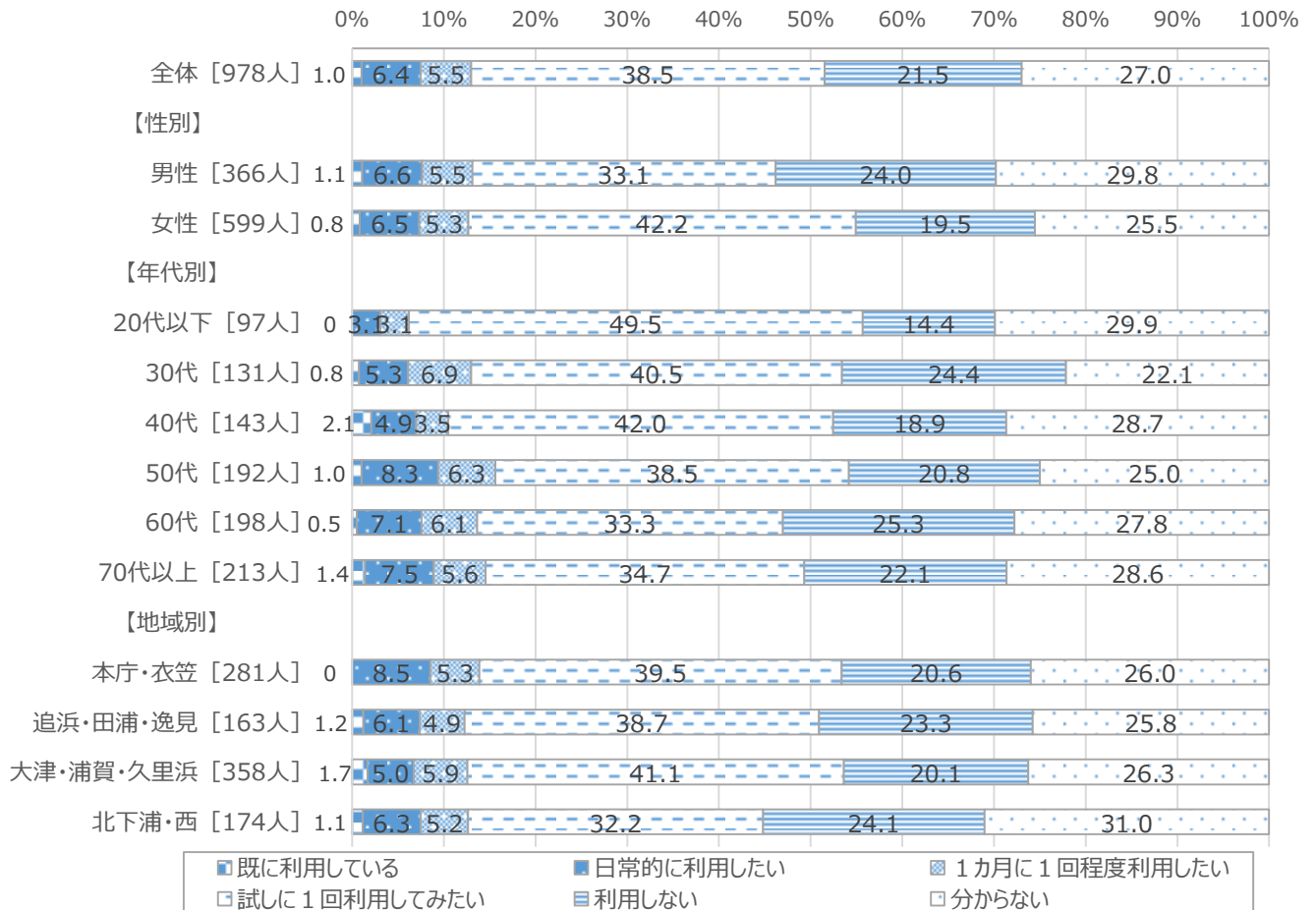
問 15 もし農産物直売所や生産者が通信販売や宅配を行った場合、利用したいですか。(〇は1つ)

- ・「継続するかは分からないが、試しに1回利用してみたい」が最も多く、全体の約4割（38.5%）が選択している。
- ・近隣に多くの農産物直売施設がある「北下浦・西」地域で割合がやや低いものの、全体の約5割が通信販売や宅配に関心を持っていることが分かる。

図表 問 15- 1 通信販売・宅配の利用意向 (n=978)



図表 問 15- 2 通信販売・宅配の利用意向 (性別・年代別・地域別)



【 考 察 】

通信販売や宅配の利用意向について（問 15）

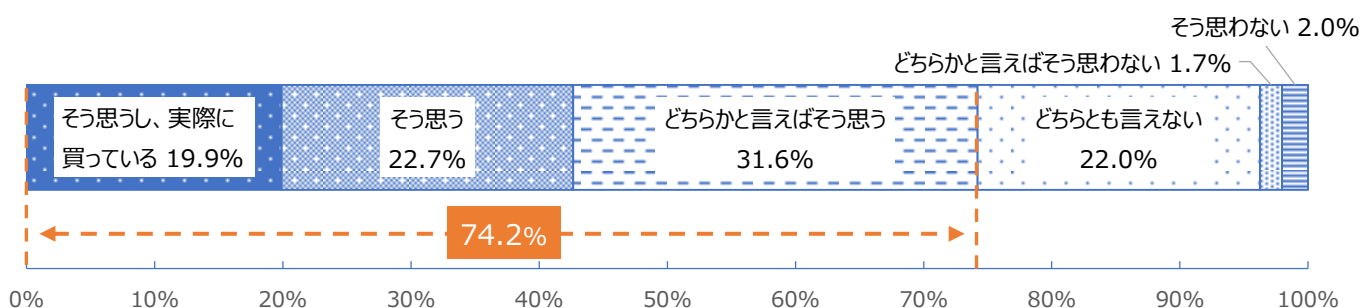
- ・「日常的に」、「月に1回」など、具体的なイメージのある利用意向は1割強と低いものの、「継続するかは分からないが、試しに1回利用してみたい」を含めた潜在的な利用意向は、全体の5割を占める。
- ・地域別でみると、近隣に多くの農産物直売施設がある「北下浦・西」地域では、比較的利用意向が低い。反対に、その他の地域ではおおむね同程度で、いずれも5割を超える割合となっていることから、特に50代以下の女性を中心に、地場産農産物に対する一定のニーズはあるものの、購入のしにくさが課題となっていると推察される。

(4) よこすか野菜の購入意向や必要な情報について

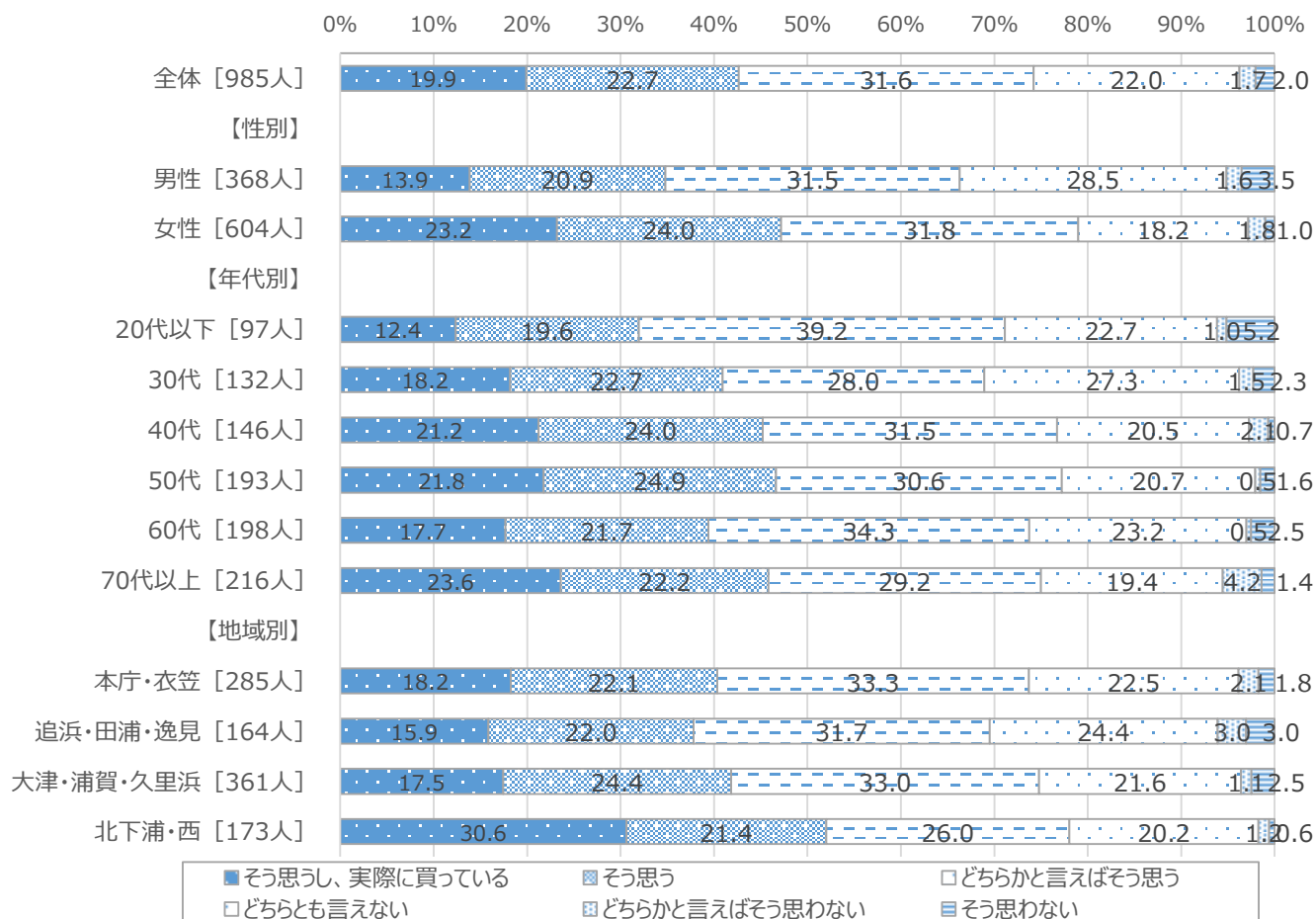
問 16 あなたは今後、「よこすか野菜」を買いたいと思いますか。(〇は1つ)

- ・約 75% (74.2%) が「買いたいと思う」を選択している(「そう思うし、実際に買っている」、「そう思う」、「どちらかと言えばそう思う」の合計)。
- ・性別では女性の購入意向が約 8 割 (79.0%) と高いのに対し、男性は 66.3% で、やや低い傾向にある。
- ・【問 9 「よこすか野菜の購入頻度」(p. 27)】で特に定期購入率が低かった 20 代以下でも約 7 割 (71.1%) が「買いたいと思う」を選択するなど、年代・地域に関わらず、市民の多くがよこすか野菜を買いたいと思っていることが分かる。

図表 問 16-1 「よこすか野菜」の購入意向 (n=985)



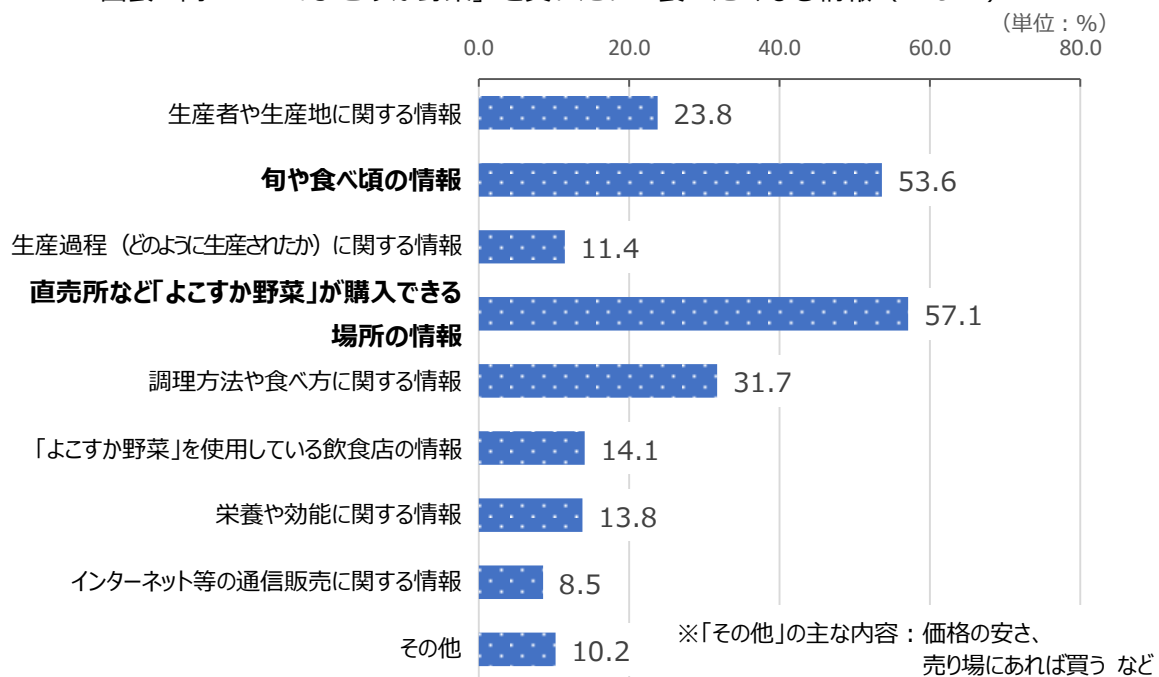
図表 問 16-2 「よこすか野菜」の購入意向 (性別・年代別・地域別)



問 17 あなたは、どのような情報があれば、今以上に「よこすか野菜」を買いたい・食べたいと思いますか。(〇は3つまで)

- ・「購入できる場所の情報」と「旬や食べ頃の情報」が特に多く、次いで「調理方法や食べ方に関する情報」、「生産者や生産地に関する情報」の順に多く選択されている。
- ・「購入できる場所の情報」については年代では40代以上、地域では「追浜・田浦・逸見」をはじめとした「北下浦・西」以外の地域での選択率が高い。
- ・また、「旬や食べ頃の情報」は50代以上の、「調理方法や食べ方」は特に女性の選択率が高い。
- ・その他特徴的なものとして、「20代以下」では、他の年代と比べて「通信販売」の選択率が高い。

図表 問 17-1 「よこすか野菜」を買いたい・食べたくなる情報 (n=972)



図表 問 17-2 「よこすか野菜」を買いたい・食べたくなる情報 (性別・年代別・地域別)

		回答者数 (人)	(%)								
			生産者や生産地	旬や食べ頃	生産過程	購入できる場所	調理方法や食べ方	よこすか野菜を使用する飲食店	栄養や効能	通信販売	その他
全体		972	23.8	53.6	11.4	57.1	31.7	14.1	13.8	8.5	10.2
性別	男性	364	27.2	50.3	13.7	53.3	22.8	14.0	9.3	7.7	13.5
	女性	595	21.5	56.0	10.1	60.0	37.1	14.1	16.8	9.2	7.7
年代別	20代以下	96	24.0	47.9	8.3	46.9	34.4	17.7	16.7	16.7	9.4
	30代	132	20.5	48.5	15.2	51.5	34.1	18.2	18.2	9.1	9.8
	40代	144	25.0	47.9	11.1	59.0	29.2	16.7	12.5	13.2	13.9
	50代	192	19.3	55.7	9.9	56.8	37.0	13.0	14.6	8.9	12.0
	60代	193	22.8	59.1	8.3	59.6	31.1	14.5	8.3	8.8	10.4
	70代以上	212	29.7	57.1	15.1	61.8	26.4	9.0	15.1	0.9	6.6
地域別	本庁・衣笠	285	25.3	52.6	12.3	56.8	31.2	15.8	16.5	9.8	8.1
	追浜・田浦・逸見	161	21.1	50.9	9.3	62.7	35.4	16.1	11.2	9.3	8.1
	大津・浦賀・久里浜	354	25.1	54.5	11.0	57.9	27.1	12.7	11.9	9.0	13.3
	北下浦・西	170	20.6	55.9	12.9	50.6	38.2	12.4	15.9	4.7	9.4

【 考 察 】

「よこすか野菜」の購入意向や必要な情報について（問 16, 問 17）

- ・全体の約 75%がよこすか野菜を「買いたいと思う」を選択しており、30 代以下の若い世代を含め、市民の多くがよこすか野菜の購入意向を持っている。
- ・一方で、【よこすか野菜の購入頻度（問 9）】において、定期的に購入しているのは約 4 割に留まっ
ており、このギャップを埋めるための取り組みが必要である。
- ・問 9～12 で既出のとおり、「どこで買えるのか分からない」と「買える場所が少ない」の 2 つの要素が実際の購入につながらない特に大きな要因となっていることから、よこすか野菜を買える場所・方法を増やすことや買える場所を分かりやすく伝えていくことが重要である。
- ・【よこすか野菜を買いたくなる・食べたくなる情報（問 17）】においては、「購入できる場所の情報」と、「旬や食べ頃の情報」が特に多く選択されている。直売所などよこすか野菜を「買える場所」を、市民や来客者の方々が分かりやすいよう明示するとともに、販売場所を一覧にして発信していくことも有効であると考えられる。合わせて、店頭の POP や SNS・ホームページなども活用し、よこすか野菜の「旬や食べ頃情報」をタイムリーに発信していくことも重要だと考えられる。
- ・また、特に女性に対するアプローチとして、「調理方法や食べ方」に関する情報発信も有効だと考えられる。【農水産物に関する情報の入手方法（問 3）】において、店頭での情報発信が重要なツールであることから、売り場における POP 等を活用したレシピ情報の提供のほか、料理等の実演により使い方のイメージを伝えることも効果的であると考えられる。

4 自由意見

(1) 「よこすか野菜」の知名度向上・イメージアップに向けて（自由記述）

問 「よこすか野菜」の知名度向上・イメージアップに向けて、ご意見などがありましたら自由にご記入ください

(自由記述)

1 集計結果

回答者数	308人
------	------

番号	分類	件数	頁
(1) 販売方法について			p.43
①	スーパーへのよこすか野菜コーナーの設置	29件	
②	販売場所の拡大（スーパー以外）	64件	
	うち、市内東京湾側の地域に関するもの	18件	
③	宅配・移動販売の実施	8件	
④	通信販売・インターネット販売の実施	4件	
(2) 情報発信について			p.46
①	食べ方（レシピ）の発信	22件	
②	販売場所の発信	16件	
③	特徴・強みのPR	16件	
④	その他（情報発信関係）		
	・人が集まる場所でのPR	10件	
	・メディアの活用	9件	
	・SNSの活用	7件	
	・安全性（減農薬）のPR	7件	
	・特定品目に特化したPR	6件	
	・広報紙の活用	6件	
	・規格外野菜の活用	6件	
	・電車・バス等の広告の活用	4件	
	・生産地・生産者情報の発信	4件	
(3) 関係者との連携について			p.50
①	飲食店との連携	11件	
②	他の特産品等との連携	7件	
③	教育機関との連携（給食への活用など）	6件	
④	市の講座・イベントとの連携	4件	
(4) その他			p.51

※複数回答のため、回答者数と分類件数は一致しません

自由記述の集計結果および主な意見をご覧いただく際は、以下の点にご留意ください。

- 原則、原文を記載しているが、誤字、脱字は修正している。
- 複数の項目にわたって記述いただいている場合、以下のとおりとする。
 - (1) それぞれの項目でカウント
 - (2) 「主な意見」に取り上げる場合は、いずれか1つの項目に掲載

2 主な意見

(1) 販売方法について

① スーパーへのよこすか野菜コーナーの設置

- ・ 普段の買い物でよこすか野菜を目にすることが少ないので、まずは、スーパーなどでも「よこすか野菜」のコーナーを設置してもらえるようもっと目立つように販売してほしいです。あとは、ふるさと納税の返礼品にしたり、その際野菜と、他の物（横須賀のワカメなど）と合わせてサラダのレシピをつけてヘルシーセットメニューなどがあると、楽しいかもしれません。
- ・ 価格面等でやむを得ないが、スーパー等での売場面積が少ない。やはり大量仕入れに押されてしまう。もう少し、鮮度とか栄養素が落ちていないかなどの表示を積極的に行うべき。
- ・ 車で行ける時はすかなごっそに行っていますが、スーパーにも”よこすか野菜”が並んでくれるといいなあと思います。今だとカラフルな大根が気に入ってます。飲食店でもよこすか野菜を使っているところもありますが、もっと身近によこすか野菜を購入したり食べたりできるとうれしいです。
- ・ スーパーでは10時の開店時には、地元の野菜が並んでいますが、夕方には購入できません。もう少し遅くに購入できるとうれしいです。
- ・ 農産物直売所は場所が不便で、いつも駐車場がいっぱいで渋滞している。いつも買い物しているスーパーなどにコーナーがあつたりするとゆったり買い物できる。簡単、美味しい調理方法や栄養などの情報が紹介されていたら、もっと買おうと思う。
- ・ 食品の買い物にスーパーは便利です。イオンや京急ストア等に置いてもらい、よこすか野菜の特徴などを書いてもらうと買いたいと思います。三浦半島だけでなく、横浜市南部や湘南のスーパーに広げていけば良いと思います。
- ・ よこすか野菜の知名度がないのは、数が少ないのと、市民の多くが格安なスーパーエイビーで買い物をするのに、エイビーでは取り扱っていないこと。あれば毎日買います。ルッコラやからし菜やハーブなど、すかなごっそでしか買えないような色とりどりの野菜を、エイビーの一角に「ミニすかなごっそ」みたいな感じにあつたらかなりの頻度で購入します。よろしくお願いします。
- ・ 以前はすかなごっそに行つて旬の野菜を買っていたが、高齢となり車を手放したため、スーパー等でもっと買えるといいです。また、よく行く飲食店で地場野菜の料理をいただくのが楽しみで、早くコロナが落ち着いて再開するのが心待ちにしています。

② 販売場所の拡大（スーパー以外）

- ・よこすか農地マップを見ても分かるが、買いたくても近くに直売所がないのでスーパーでのまとめ買いが便利であり、毎日の野菜の入手は近くで済ますようにしている。
- ・横須賀にも「道の駅」のような施設ができるとよいと思います。葉山が「葉山ステーション」を作ってかなり賑わっています。横須賀の誇る海産物と野菜をセットにして「食べるスペース」「買うスペース」「交流スペース」を一体化した施設ができれば、集客、イメージUPにつながると思います。
- ・よこすか野菜は種類も豊富で、スーパーでは買えない野菜も多くあり、とても魅力的です。なによりも新鮮なので、もっと多くのお店で購入できたら嬉しいです。
- ・地元で新鮮な野菜が手に入る環境はとても恵まれていると思います。メディアなどの露出で知名度が上がるのは良い事だと思いますが、ブランド化してしまい地方の人々が安く手軽に手に入れる事ができない状態にはなってほしくないなと思います。まずはもっと地元の人達が購入しやすい環境を整えてほしいと思います。
- ・鎌倉野菜のように買いやすい場所で売ってほしい。よこすか野菜や果物のPRをもっと進め、横須賀を訪れる人々がおみやげとするようにしてほしいです。
- ・よこすか野菜を初めて知りました。生まれ育ったのが横須賀なので、食べてみたいし、もっと近くに直売所があればと思いました。春キャベツ、三浦大根は食べますが、よこすか野菜カレンダーを見て、野菜が、いっぱいあるのに驚きました。食べてみたいです。勉強になりありがとうございました。
- ・すかなごっそやソレイユの丘などは車がなければなかなか行けないため、もっと身近な所でよこすか野菜が手に入れることができれば知名度向上にもつながると思います。
- ・夜に買い物に行くことが多いので、夜でも新鮮な野菜が手に入るならとても嬉しいし、あえてよこすか野菜を選ぶようになると思います。規模は小さくていいから直売所のような場所がもっと近くにあれば利用したくなります。
- ・横須賀生まれ横須賀育ちなので、横須賀が大好きです。なので横須賀産の野菜や食品には信頼をしているので、なるべく横須賀産の物を選ぶようにしています。もっともっとアピールして沢山売り場に出してください。規格外でもなんでも構わないので、廃棄することなく売ってください。
- ・知らない人の方が多いと思うので、もっとアピールした方がいいと思います。限られた場所で買えるものよりかは、普段の買い物で買えるようになれば買いやすくていいと思います。
- ・もっとたくさん直売所があればよいと思うのと、仕事帰りにも寄れるような時間帯までやっていてくれる所があるとさらに便利になると思います。
- ・通勤の帰りにスーパーに寄ったりするので、駅構内や改札出口で売っていると手に取りやすいのではないのでしょうか。以前、コロナ禍で野菜が余ってしまったのを駅でセット売りしているのを見ました。行列ができるほどの人気の理由は安く新鮮な野菜が手に入るとの理由もありました。
- ・ガイドブックの存在そのものを知らなかった。市役所や行政センターは年に1回行くかどうかなので、せっかくなら学校等で配ってもらったほうが目につくと思う。すかなごっそは観光客向けというイメージがあるから、そこ以外でもっと買えると嬉しい。

-
- ・すかなごっそのような直売施設を市内いくつか設置したらいいと思う。農家の皆様が愛情込めて作った野菜を幅広くPRしたら、と思います。ちなみに私は久里浜にほしいです。
 - ・すかなごっそは観光地化していて、土日は駐車場が大変混雑しているので行きにくいし、野菜の里須軽谷も駐車場を増やしてほしい。スーパーに売ってない野菜が食べられるのでとてもよいです。すかなごっそぐらいの規模の売場が衣笠地域ぐらいにあるとよいと思う。
 - ・よこすか野菜のロゴマークがとても可愛らしいです。もっと知名度アップに利用してほしいです。ポートマーケットがなくなり本庁地区で入手しにくいので手軽に買えたら良いです。
 - ・主に池上や追浜、上大岡の京急を利用しますが、北の方に行くにしたがい値段や鮮度が変わっているように思います。難しいかもしれませんが、追浜方面へも直売に来てくれると嬉しいです。
 - ・直売所や朝市があったとしても、バスを利用しないと行かれないような、不便な場所だと買いたくても行かれないので、どうしても家から近い(交通の便が良い)、大手スーパーやショッピングモールを利用することになる(イオン、モアーズシティー、さいか屋等)。宅配は興味がないわけではないが、価格や種類等、自分の希望通りの物とは限らないので手が出しにくい。もっと気軽に、横須賀中央や汐入などで他の買い物ついでによこすか野菜を購入できるようにして頂ければ購入頻度が上がるはず。
 - ・すかなごっそは成功していると思う。あれほどの規模でなくとも新鮮でおいしい野菜、果物が手に入る場所・店が、地元の買い物客も多く、観光客も来る汐入～横須賀中央あたりにもあればいいのと思う。観光客が野菜を買って帰る可能性は低いかもしれないが宣伝にはなるかも。野菜・果物を使ったジューススタンドなども面白いのでは。
 - ・家にいる主婦だけでなく、働く主婦も新鮮な野菜を平日に買いたい。車でではなく、普段の流れの中で、必要な分購入したいです。宅配等は、実際に野菜の状態がわからないので、手を出しづらい。不揃いでも、安く購入できるとメリットがあるかもしれないですが、野菜は見てから納得して購入したいので、駅等のスペースで、野菜が買えたらありがたいです。
 - ・すかなごっそは大好きでもっと利用したいのですが、道路が渋滞していることが多く行きにくく、最近葉山ステーションをよく利用しています。野菜だけでなく地元のお惣菜やスイーツが購入できるところに魅力を感じています。ポートマーケットに期待していたのですが、品揃えが中途半端で利用しませんでした。横須賀の中心地にすかなごっそのような新鮮で安い野菜・お魚が購入できる場があったら日常的に利用したいです。
 - ・もう少し身近で買えたらいいと思う。近くに「すかなごっそ」みたいなのがあればしょっちゅう行けるのに。スーパーに置いてあるけど少なすぎる。主婦は「手に入りやすい」のが一番です。
 - ・すかなごっそまで行くのが大変なので、ポートマーケットのように下町にも「よこすか野菜」が買える場所を望みます。また、週1回でも隔週でもいいので、市役所で買えるとよいと思います。

③ 宅配・移動販売の実施

- ・市内にたくさんの農地があって野菜や果物が作られていたなんて知りませんでした。年をとると直売所に行って買えないので、宅配をしていただけるとうれしいです。

- ・車を持っていないので、大型直売所では、宅配サービスがあると行きやすいです。
- ・野菜は重いので徒歩で買い物に行く人にとってはいつも食べるには家から近いか、通信販売になるでしょう。通信販売は想像していたものと違うこともあるだろうし。昔ながらにトラックに積んで家の近くに来てくれると買いやすいです。お年寄りの一人暮らしも増えているし、各戸を訪問してくれる移動スーパー便利です。印刷物を見ると色とりどりかわいらしいので、食べ方など教えてくれるながら売りに来られると楽しいです。
- ・テレビなどで、若い農家さんが工夫して珍しい西洋野菜などを作っているのを何度か見た。以前レストランで美味しい地場産野菜のサラダを食べたが、ふだん直売所までわざわざ買いに行くまでにはならない。我が家のマンションではコープの食材屋さんなどよく見かけるので、それと提携などをすれば気軽に利用できるのではないか。
- ・今流行のキッチンカーのような車で、移動販売をするのはどうでしょうか。買い物が不便な坂の上の住宅地を廻って販売してほしいです。

④ 通信販売・インターネット販売の実施

- ・最近車の運転はせず、自転車も乗らず、野菜を購入するのは重くて大変です。通信販売で自宅に届けていただければ利用したいです。
- ・春キャベツが大好きで、必ず横須賀野菜を買っています。毎年大根、キャベツ、タケノコ等をセットにして友人に送り、喜ばれています。すかなごっそまで行くのは遠いので、ほしい野菜のみをセットにして送れるようになると嬉しいです。

(2) 情報発信について

① 食べ方（レシピ）の発信

- ・オシャレな西洋野菜が多くありますが使い方がわかりません。品種が多いのでそれぞれの特徴、調理方法、旬を伝え、よこすか野菜を使った手軽な家庭料理を紹介してほしいです。観音崎の美術館内レストランで地元食材を使用していると思いますが、美術館外でも観光客が多い時などはオシャレなマルシェのようなものがあれば「よこすか野菜」をアピールできるのでは？
- ・あまり見たことのない、珍しいよこすか野菜を見かけた時に買ってみたいと思いつつ食べ方が分からなくてやめたことがあるので、簡単な調理方法を教えてくれる何かがあるとよいと思います。
- ・例えばカラフル人参で言えば、普段人参を買ってカレー、シチュー、サラダと使ってそれで満足しているし、あえてカラフルを買ってもそんなに使えないと思ってしまう。でも調理方法やレシピがあれば買ってみたいという気になります。また、飲食店でちょっとしたサラダとして出てくるだけでは特に面白くないので、500円程度の一品料理や一皿で彩りよく出てきたら嬉しいです。
- ・よこすか野菜を利用したおいしい料理方法の情報を一緒に伝える(やってるかもしれませんが)。横須賀市民としては応援したいと思いますが、味と品質が最も重要なのでよろしくお願いします。
- ・地場野菜を買いたいから、わざわざ売っているお店まで行くことは正直ありません。普段利用して

いるスーパーでみかけると買うこともあります。変わった食材は、ポップなどで、食べ方調理法が紹介されていると試してみようと思って買うことはありますが、ただ置いてあるだけの変り種はどうしていいのかわからないためスルーです。

- ・以前と比べ、よこすか野菜を取り扱うスーパーが増え、格段に購入しやすくなった。価格も大差なく買いやすい。しかし、品揃えが4~5種類と少なく売り場も狭いのと、「ぬき菜」など知らない野菜は使い方が不明で手を出しづらい。

② 販売場所の発信

- ・どこに売っているかわからないので、もうちょっと分かりやすければいいと思う。もっと色々な場所にあったら、買おうと思う。
- ・先日、初めてすかなごっそへ行きましたが、新鮮で大きな野菜が沢山あり、もっと早く来るべきだったと思いました。私は去年他県から来て、このような場所があると知りませんでした。外見だけではどんな物があるかなど分からないので、週末の店内の様子など写真に取りチラシにしてはどうでしょう。ガイドブックなどもどこにあるのかわからないし、知る機会が少なすぎです。地産地消のメリットや新鮮さのアピール、そのメリットなどを前面に出すとよいと思う。ブランド化しても「ただ高いだけ」と思うと買わないと思います。
- ・農家直売所を散歩で通った時にたまたま知り、キャベツなど使いやすい野菜が置いてあったため、利用しました。のぼり旗があるので「よこすか野菜」であるということがわかりましたが、その場所を通るまで知らなかったのもっとアピールしてもよいかと。
- ・既にあるかもしれませんが、横須賀市のホームページから「よこすか野菜」を購入できるサイトなどへアクセスできるとよいと思います。
- ・個人直売所などの場所を教えてほしい。調理法や食べ方のメモを置いてほしい。
- ・すかなごっそは混んでいて土日には行きにくい。JAの前で行われる朝市は、新鮮なイメージがあるので価格と相談しながら利用したいと思っているが、頻度が少なく、また告知も少ないと思う。
- ・農家直売所の場所がわからない。近所であれば散歩しながら買いに行きたい。また多少値段が高ければ買わないと思う。味が同じであれば傷野菜でも購入したいし協力したい。協力したい市民はたくさんいると思う。

③ 特徴・強みのPR

- ・地元野菜が新鮮なのは当たり前で、どこでも同じです。横須賀で作ったからおいしいという野菜があれば良いと思います。
- ・「よこすか野菜」と銘打つのであれば、他産地の野菜とはどういった点で違いがあるのかをもっとアピールしてほしいです。地元住民向けにPRするのであれば、地元野菜だからこそその鮮度や価格の安さを強調してもらえるとより買いやすくなると思います。観光客向けにPRするのであれば、「おいしい」と記憶に残るようなよこすか野菜を使った料理の提供、食べ歩き等しやすい商品の販売(フライドベジタブルやコロケなど)、おみやげにも買えるドレッシングやふりかけ等の商品の開発をすれば知名度が向上するのではないかと思います。調理方法がわからない知名度の比較的に低い

野菜についてはオススメのレシピの野菜をセットにして販売するとイメージが湧きやすいかもしれません（カレーの野菜をまとめ売りしてるようなイメージ）。

- ・横須賀のどこで何を作っているのかが知られなければ、ただの宣伝文句の一つと思われるだけではないでしょうか。三浦といえば、大根、スイカ、キャベツ等が大空や広い畑、海のイメージと共に浮かびます。鎌倉野菜といわれれば、市場の珍しい野菜が浮かびます。
- ・横須賀といえば、カレー、バーガーなど、使用されている食材より料理名の方が印象的なので、野菜のインパクトは弱い感じがします。他県の人も、野菜といえば三浦で、横須賀は野菜の名前も浮かばない程、三浦野菜と横須賀野菜が混同しているイメージなので、そこを解決しないとイメージアップは難しいと思います。
- ・横須賀だからこそその売りポイントが知れたら買いたくなる。
- ・横須賀で作られたもの全てを“よこすか野菜”と呼ぶのか、鎌倉野菜のように比較的珍しいものを指すのかが、よく分からない(ロゴマークから見ると、前者なのかと思いましたが)。新鮮で安く旬のものが売られるのであれば、どんどんPRしてほしい。
- ・温暖な気候と海が近くてミネラル豊富なことを前面に出すといいです。鎌倉野菜がちょっとセレブな良いイメージのように、それとはまた別な鮮度の良さとお手頃価格を強調してもいいかも。

④ その他（情報発信関係）

- ・スーパー等人が多く買い物で集まる所で目立つように宣伝をするとよい。
- ・大型スーパーに行くことが多いので、そこでアピールしていただくと、関心が持てると思います。今は無理ですが、試食で味のアピールとか料理の提案とか栄養面の情報があるとよいと思います。
- ・鎌倉野菜は有名ですが、よこすか野菜は直売所が近くにないせいか、あまり気にしていませんでした。イメージアップとしては一般向けに、常にどこでも飛び込んでくる広告等があれば、年配の主婦には意識も高まり、鎌倉野菜のように知名度が上がると思います。例えば、駅のホームや中央駅周辺のポスターや、中央駅あたりに大きく出店するなど、目にとまるように、初期段階で取り組んだらよいかと思います。
- ・野菜が大好きです。テレビ番組やインターネット等、目につく方法がいいと思います。あとは、スーパーの野菜売場で地元の野菜との表示があれば見ます。いずれも調理方法が出ていると興味がわきます。調理方法を見てから購入することも多いです。
- ・難しいと思うが、テレビの取材が一番知名度アップにつながると思う。横須賀の特産が分からない（たとえば三浦ならキャベツ、大根など）ので、そこをアピールできたらよいのではないか。
- ・TikTok や YouTube を使っておもしろい動画をとって若い人にも見てもらう。
- ・若い人をフォーカスすることを目的とするなら、インスタを使えば活動・知名度UPにつながると思います。
- ・SNS を利用し、旬の野菜情報、いつ、どこで、価格、レシピなどを流す。市内主要な駅近で、定期的に販売所を出す。車がないと行けない場所ばかり（居住地より遠い。不便）では、入手も難しいこともある。

- ・このアンケートを頂いてから、地元のスーパーで「よこすか野菜」が販売しているのを意識するようになりました。「よこすか野菜」というブランドが横須賀市民の人たちも、それ以外の人たちも、知らない人たちがまだまだ多いと思うので、SNSなどのインターネットや観光エリアで広告したら、より目に入りやすいかなと思います。
- ・低農薬や減農薬がよいのですが、これについての表示がないものが多いです。
- ・安全性へのアピール。やはり鮮度も大切ですが、安心して食べられる栽培法をしているものに手が出ます。
- ・よこすか野菜って有名なのは何？と言われると思いつきません。たくさんでなく一つで良いので答えられるような代表的な野菜を作ってほしいです。カレーが有名なので横須賀海軍カレーとのコラボもいかがでしょうか？野菜は三浦野菜に押されているので単発的に知名度を上げるより、カレーやバーガーや相模湾の魚とかのコラボで知名度を上げるとか、安全、安心のイメージアップとかで頑張っていたきたいです。
- ・海軍カレーみたいに、特色のある野菜に注力してみてもどうか。
- ・よこすか野菜といわれても、どの品目かピンとこないなので、特徴的な野菜を絞って、まず知名度を上げる。横須賀以外の人に自慢したくなる野菜が欲しいです。
- ・広報紙に、よこすか野菜のページがコーナーとしてあれば必ず見れるので、今までよりは気にして店などでも目に入るようになるのではないかと思います。
- ・よこすか野菜と言われて購入しているというより、地元農家さんの野菜として購入しています。新鮮でとても助かっています。足が悪く遠くにいけないので、近くのスーパーなどで買うことが多いです。形などが悪くてもよいので、捨てるより安く売ってもらえたらうれしいです。
- ・電車以外の交通手段を持っている人は情報の幅も広いと思われそうですが、それ以外の人々は電車、バスを利用しているんだから知名度向上、情報提供の手段として利用出来るのではないですか。広告費用の都合もありますが、一番人々の目に付く場所に情報提供してほしい。
- ・生協商品など、生産者の顔が見える野菜は安心して購入出来ます。
- ・農家さんのこだわっていることを発信してもらえると、購入意欲が湧くと思います。
- ・商品によこすか野菜の認定シールを貼る。よこすか野菜専用の袋に入れる。生産者の紹介、調理法の紹介など。
- ・よこすか野菜専用のデザイン化された統一シール等を貼る。
- ・市のホームページから、今の旬の野菜情報、変わった野菜の使い方、宅配してくれる農家の情報などにリンクできると、買いやすいかもしれないです。以前スイカを知り合いに送ろうと思った時、個々の農園の情報を比較する作業だけで、面倒だなと思いました。

(3) 関係者との連携について

① 飲食店との連携

- ・ 飲食店などで、よこすか野菜野菜を使っている店をもっとアピールした方がよいと思います。
- ・ 飲食店などでも、よこすか野菜を使ってもらおうよう、市からお願いをするとともに、使ってくれる飲食店には、何らかのメリットを与える。
- ・ 有名なレストランで使用してもらい、名前を使ったメニューを考えてもらったりするのもいいと思います。三浦野菜は、そうやって名前が知れてきてると思いますし。
- ・ レストラン等と提携して、よこすか野菜を使ったメニューを売り出したらどうか。
- ・ よこすか野菜を使った飲食店を増やすことと、その飲食店で実際に食した野菜をその店で購入出来るところがあると、利用・購入しやすいと思います。

② 他の特産品等との連携

- ・ 野菜だけでなく、横須賀は海に囲まれた海産物も強いので、旬の野菜と魚を積極的に取り入れた売り方も良いと思う。佐島には、有名な魚屋があるので、近くによこすか野菜もあればついでに買ってもらえるでは。あとは京急の中吊り広告にPRをのせて、都内京急利用者に認知してもらおう。その場合通販も強化すれば尚よさそうです。
- ・ 県外の方々にとって、横須賀は海産物の印象が強いです。野菜も採れるの？と聞かれたことがあります。せっかくの海のイメージと絡めて、野菜もPRできたら、と思います。
- ・ 海軍カレーや、横須賀のハンバーガーとコラボする。
- ・ 三浦産の青果物を購入する機会もあるため、よこすか野菜だけではなく、一体で協力することで知名度やブランドイメージが向上すると思います。

③ 教育機関との連携（給食への活用など）

- ・ 学校の給食により、子供に啓発し、親への認識につなげる。
- ・ 小学生の子供が2人いますが、給食では横須賀の野菜を使用していることは少ない、またはほぼないのではないかと思います。キャベツ、大根だけではなく、彩りのよい野菜を使ってくれれば子供から保護者へ伝わりもっと認知されるのではないかと思います。
- ・ 子供たちにも知ってもらえるよう、給食に入れたり、授業等でどんなものが横須賀で生産され、購入できるか考えたりするのはどうでしょうか。
- ・ 学校や幼稚園保育園で、子ども達にたくさんよこすか野菜のよさを伝えてください。。

④ 市の講座・イベントとの連携

- ・ 保健所のヘルスメイト活動など、市主催の料理教室でよこすか野菜を使った健康的なメニュー等を教えてほしい。

- ・ 主人が野菜作りを始めてから料理に興味を持ち、市などで開催している男の料理教室に通っていました。「よこすか野菜を使った料理を作ろう」などの教室もよいのではないのでしょうか。実費が多少高くなっても興味のある人だけの集まりであれば問題ないのでは？
- ・ 直売所に行きたくても遠かったり、場所が分からなかったりします。なので、定期的に「ベジタブルフェスティバル」のような野菜のお祭りを開催して「よこすか野菜」の魅力をアピールしてみるとかいかがでしょうか？市民でも知らないような野菜を育てている農家の方もいるので、楽しいお祭りになると思います。

(4) その他

- ・ グレードや利便性を追求する以上に、見た目は問わず、他では味わえないお買い得感がなければつまらない。これが最大の魅力。ブランド化することで、大切なことを忘れないでほしい。
- ・ 「よこすか野菜」と銘打って、ブランド化した高い野菜を買うつもりはありません。毎日新鮮・低価格で、安心して食べられる野菜を作ってほしいと思います。消費者がお互い納得できる品質・価格になるようお願いします。
- ・ ブランドもあると思うのですが、地元民としてはやはり鮮度と価格の安さのバランスが良いと、お得感があってよいと思います。
- ・ よこすか野菜の美しいさまざまな色彩やその色に伴う栄養価をもっと告知して行ってほしい。
- ・ 多くの人の目に留まり、思わず商品を手にとってしまうような名前を付けると良いと思う。例えば、宮崎県の「きんかんたまたま」のようなインパクトのある名前とか。
- ・ 美味しければ（お値段も安く）継続して購入すると思います。まずは少しでも多くの人に手に取ってもらうことが必要と感じました。
- ・ 地元の新鮮な野菜を食べられるのはうれしいですが、それだけでなく、農地が自然環境を守るのにも十分役立っています。その面のPRも大事だと思います。
- ・ おいしければ知名度は向上します。イメージアップより、味と品質を一番に考えて下さい。
- ・ 単身者や、共働き世帯が調理しやすい、コンビニのカット野菜のような感じで売ってくれたら、買ってみたいなと思います。
- ・ 今はコロナの影響でよこすか野菜を使用している飲食店があってもなかなか外食しようと思えない。でも今まで以上によこすか野菜を積極的に買って、子供にもこれが地元野菜だよ、美味しいと伝えるよう店内でも直売所でも目の前で調理したりするのを見たい、見せたい。野菜の特徴や食べ方などは書いてあるよりも直接聞けたらより伝わると思う。
- ・ 横須賀で作ったキャベツでお好焼きを売る。各地サービスエリアで実践販売。お好焼きソースもよこすか野菜で作る。野菜のツブツブ感を残し野菜の甘みのあるソースを作る。お好焼きソースも販売する！いずれ名古屋の「つけてミソ」のような立ち位置になるようにする。製造所も必ず横須賀！オール、横須賀!!!
- ・ 地元の農水産物を購入したいと思っておりますし、意識しています。しかし、地域的に直売所などは遠く、ほとんど利用できません。また、スーパー等に設けられたコーナーもいつもあるわけでは

ないので、あまり購入する機会がありません。希望者のアドレスに定期的にメールを送信したり、おススメの物をPRしたりするなど、もっと個人向けのサービスがあればと思います。情報がもっとほしいです。

- ・すかなごっそをもう少しおしゃれな雰囲気にするなどしてブランドイメージを向上させたらよいかもしいないと思います。
- ・すかなごっその問題点は、午前中の早い時間帯に客が集中し新鮮野菜は売り切れてしまうこと。、午後(夕方)でも品揃えがあればぜひまた、買いに行きたいと思います。
- ・すかなごっそなどで商品ラベルに単に品名（そらまめ）だけでなく、品種も記載した方がよいと思います。
- ・ピーマン、タマネギ、ジャガイモなど、比較的触られても傷みにくいものは量り売りなどもいいのではと思います。
- ・よこすか野菜の畑をめぐるツアーを開催する。実際に父が昔参加し、よこすか野菜を試食した際に、その美味しさに感動していたから。
- ・農家の直売所を利用したいと思ったことは何度もありますが、なかなか勇気がわきません。ポータルかスタンプラリーみたいな形になっていたら寄りやすいかな。
- ・枝豆のはねっ娘を農家さんから直接購入して食べた時、とても美味しく、スーパーで購入したものとの味の違いに驚きました。やはり新鮮だから美味しいのだと思いました。子供には野菜をたくさん食べてもらいたいですし、子供は正直で美味しいものは本当によく食べます。塩ゆでや簡単な味付けでも美味しいと感じられるような、素材そのものが美味しいと感じられる野菜は、多少値段が高くても、新鮮な地元産の野菜を購入したいと思います。

IV 調査票

「よこすか野菜市民アンケート」へのご協力をお願い

横須賀市では、市内で生産される高品質で多品種、彩り豊かな野菜・果物を「よこすか野菜」としてPRし、知名度向上やイメージアップを目指しています。今回お送りしたアンケートは、市民の皆さまの野菜の買い方や地場産農産物に対する意識をお伺いし、今後の取り組みに活用させていただくために実施するものです。お忙しいなか大変お手数をおかけしますが、調査の趣旨をご理解いただき、ぜひともご協力くださいますようお願い申し上げます。



令和3年(2021年)5月

横須賀市長 **上地克明**

○調査について

- ・ 調査は **無記名** で実施します。
また、調査票はランダムに封入しているため、回答者が特定されることは一切ありません。
- ・ 調査票は、住民基本台帳(2021年4月1日現在)から無作為に抽出した18歳以上の2,000人の皆さまにお送りしています。調査結果は、後日、市ホームページなどで公表します。

○回答方法について

次の①、②のいずれかの方法でご回答ください。

① 調査票(この冊子)で回答

- ・ 設問ごとに「○は1つ」などと指定していますので、あてはまる番号に○を付けてください。
- ・ 調査票(この冊子)は、同封の返信用封筒(切手不要)に入れ、郵便ポストに投函してください。
※表紙(この紙)は取らずに、このまま投函をお願いします。

② スマートフォン・タブレット・パソコンでオンライン回答

【オンライン回答ページ(e-kanagawa 電子申請システム)】

https://dshinsei.e-kanagawa.lg.jp/142018-u/offer/offerList_detail.action?tempSeq=15710

- ・ ブラウザのURL欄に上記URLを入力して画面を開いてください。
(スマートフォンからは、右のQRコードを読み取ってアクセスできます。)
- ・ 回答の際は、はじめに以下の「オンライン回答用パスワード」を入力してください。



(回答ページ)

オンライン回答用パスワード

6月8日(火)まで に、ご回答(ご投函)をお願いいたします。

○お問い合わせ先

この調査に関するご不明な点は、市役所内の下記部署までお問い合わせください。

横須賀市 経済部 農業振興課 企画・調整担当
Tel 046-822-9395 Fax 046-823-0164
Email aff-chisan@city.yokosuka.kanagawa.jp

※ F 1 参照用

(回答は右ページにご記入ください)

地域一覧表

(町名)	(地域)
稲岡町、不入斗町、上町、小川町、大滝町、楠ヶ浦町、坂本町、佐野町、猿島、汐入町、汐見台、新港町、田戸台、鶴が丘、泊町、日の出町、深田台、富士見町、平成町、平和台、望洋台、本町、緑が丘、三春町、安浦町、米が浜通、若松町	➡ <u>本庁地域</u>
浦郷町、追浜町、追浜東町、追浜本町、追浜南町、湘南鷹取、鷹取、夏島町、浜見台	➡ <u>追浜地域</u>
田浦町、田浦泉町、田浦大作町、田浦港町、長浦町、箱崎町、船越町、港が丘	➡ <u>田浦地域</u>
安針台、西逸見町、東逸見町、逸見が丘、山中町、吉倉町	➡ <u>逸見地域</u>
阿部倉、池上、大矢部、金谷、衣笠町、衣笠栄町、公郷町、小矢部、平作、森崎	➡ <u>衣笠地域</u>
池田町、大津町、桜が丘、根岸町、走水、馬堀町、馬堀海岸	➡ <u>大津地域</u>
浦賀、浦賀丘、浦上台、小原台、鴨居、光風台、西浦賀、東浦賀、二葉、南浦賀、吉井	➡ <u>浦賀地域</u>
岩戸、内川、内川新田、久比里、久村、久里浜、久里浜台、佐原、神明町、長瀬、ハイランド、舟倉、若宮台	➡ <u>久里浜地域</u>
栗田、グリーンハイツ、津久井、長沢、野比、光の丘	➡ <u>北下浦地域</u>
秋谷、芦名、太田和、荻野、子安、佐島、佐島の丘、湘南国際村、須軽谷、武、長井、長坂、林、御幸浜、山科台	➡ <u>西地域</u>

はじめに、あなた自身のことについてお伺いします。

※統計上、必要なものですので、全員の方がお答えくださいますようお願いいたします。

F 1 あなたのお住まいの地域を教えてください。(〇は1つ)

※左ページに地域一覧表があります。ご参照ください。

- | | | | |
|----------|---------|---------|----------|
| 1. 本庁地域 | 2. 追浜地域 | 3. 田浦地域 | 4. 逸見地域 |
| 5. 衣笠地域 | 6. 大津地域 | 7. 浦賀地域 | 8. 久里浜地域 |
| 9. 北下浦地域 | 10. 西地域 | | |

F 2 あなたの性別を教えてください。(〇は1つ)

※多様性の視点から、選択肢に「その他」「無回答」を設けています。身体上・戸籍上の性別に関わらず、ご自身が認識されているものに〇をお願いします。

- | | | | |
|-------|-------|--------|--------|
| 1. 男性 | 2. 女性 | 3. その他 | 4. 無回答 |
|-------|-------|--------|--------|

F 3 あなたの年齢を教えてください。(〇は1つ)

- | | | | |
|-----------|------------|------------|------------|
| 1. 18～19歳 | 2. 20～24歳 | 3. 25～29歳 | 4. 30～34歳 |
| 5. 35～39歳 | 6. 40～44歳 | 7. 45～49歳 | 8. 50～54歳 |
| 9. 55～59歳 | 10. 60～64歳 | 11. 65～69歳 | 12. 70～74歳 |
| 13. 75歳以上 | | | |

F 4 あなたの職業を次から選んでください。(〇は1つ)

- | | |
|---------------------|-----------------------------------|
| 1. 自営業（農林漁業や自由業を含む） | 2. 会社などの経営者・役員 |
| 3. 正社員、正職員 | 4. パート・アルバイト・嘱託職員・派遣社員（正社員、正職員以外） |
| 5. 家事専業（主婦・主夫） | 6. 学生 |
| 7. 無職（収入が年金のみの方を含む） | 8. その他 |

F 5 現在、あなたが同居している家族の構成は次のどれですか（あなたを含めてお答えください）。
(〇は1つ)

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1. 単身（一人暮らし） | } 問1 （次ページ）へ |
| 2. 夫婦のみ（内縁・事実婚や同棲等も含む） | |
| 3. 2世代同居（親と子など） | |
| 4. 3世代同居（親・子・孫など） | |
| 5. その他 | |

F 6 【F 5で、「3.2世代同居」「4.3世代同居」「5.その他」を選んだ人へ】

現在、あなたが同居している家族の中に、中学生以下の人はいいますか。(〇は1つ)

- | | |
|-------|--------|
| 1. いる | 2. いない |
|-------|--------|

I 地場産農水産物全般（魚介類を含む）について

問1 あなたは、食材や加工品を購入したり、飲食店で注文したりするときなどに、農水産物（食材）の産地を意識しますか。（〇は1つ）

1. 意識する
2. ときどき意識する
3. どちらともいえない
4. 意識しない

} **問3**へ

問2 【問1で、「1.意識する」「2.ときどき意識する」を選んだ人へ】

あなたは、食材や加工品を購入したり、飲食店で注文したりするときなどに、横須賀市内産の農水産物（食材）を選びますか。（〇は1つ）

1. 必ず選ぶ
2. ときどき選ぶ
3. 選ばない
4. 見かけたことがない

問3 あなたは、普段、農水産物に関する情報（種類や旬、産地など）を、どのようにして知ることが多いですか。（〇は3つまで）

1. テレビ
2. 新聞、チラシ
3. 市や県の広報紙
4. 店や売り場の掲示物
5. 学校や職場
6. インターネットサイト
7. Facebook（フェイスブック）
8. Instagram（インスタグラム）
9. Twitter（ツイッター）
10. その他（具体的に.....）

II 野菜の購入方法などについて

問4 あなたは、野菜をどこで入手することが多いですか。(〇は3つまで)

1. 大型・総合スーパー（エイビー、イオン、リヴィン・西友など）
2. 食品中心のスーパー（京急ストア、Aコープ、FUJIスーパーなど）
3. 八百屋や地元の商店
4. 農産物直売所（すかなごっそ、野菜の里須軽谷、農家直売所など）
5. コンビニエンスストア
6. ドラッグストア
7. 宅配（コープ・生協）
8. インターネット販売や宅配（コープ・生協以外）
9. 自身や家族、親戚から
10. その他（具体的に.....）

問5 【問4】の場所で野菜を入手している理由は何ですか。(〇は3つまで)

1. 家から近いから
2. 通勤・通学経路にあるから
3. 価格が安いから
4. 品揃えが豊富だから
5. 野菜以外のものも一緒に買えるから
6. おいしいから
7. 品質が信頼できるから
8. 自分の時間に合わせて利用できるから
9. その他（具体的に.....）

問6 あなたが、野菜を購入する①頻度、②曜日、③時間帯と、その際に④使用する交通手段は、それぞれどれが一番多いですか。(①～④ごとに、〇はそれぞれ1つずつ)

① 頻度（〇は1つ）

1. 週に4回以上
2. 週に2～3回
3. 週に1回
4. 週に1回未満

② 曜日（〇は1つ）

1. 月曜～金曜日
2. 土・日・祝日
3. 特に定まっていない

③ 時間帯（○は1つ）

1. 午前（12時まで）
 2. 午後（12時～16時）
 3. 夕方（16時～18時）
 4. 夜間（18時以降）
-

④ 使用する交通手段（○は1つ）

1. 徒歩
 2. 自転車・バイク
 3. バス
 4. 鉄道
 5. 自動車
 6. その他
-

問7 あなたは、野菜を購入する際に、何を重視していますか。（○は3つまで）

1. 価格
 2. 産地や生産者
 3. 鮮度
 4. 色や形
 5. 旬や季節感
 6. 味や好み
 7. ブランド
 8. 栄養や効能
 9. 低農薬、減農薬
 10. 調理・保存のしやすさ
 11. その他（具体的に.....）
-

問8

野菜を買う際の次のような考え方について、あなたはどのように思いますか。あてはまるものをお選びください。(①～③ごとに、○はそれぞれ1つずつ)

①「多少価格が高くて、地元産の野菜を買いたい」と思いますか。

1. そう思う
 2. どちらかと言えばそう思う
 3. どちらともいえない
 4. どちらかと言えばそう思わない
 5. そう思わない
-

②「生産者の名前や顔が分かる野菜の方が買いやすい」と思いますか。

1. そう思う
 2. どちらかと言えばそう思う
 3. どちらともいえない
 4. どちらかと言えばそう思わない
 5. そう思わない
-

③「味が同じであれば、傷や曲がりがある野菜でも構わない」と思いますか。

1. そう思う
 2. どちらかと言えばそう思う
 3. どちらともいえない
 4. どちらかと言えばそう思わない
 5. そう思わない
-

Ⅲ 市内産農産物（よこすか野菜）について

問9 あなたは、市内産農産物（以下、「よこすか野菜」）を買ったことがありますか。（〇は1つ）

1. 日常的に買っている
2. ときどき買っている
3. 何度か買ったことがある
4. 買ったことがない ⇒ 問12へ
5. 分からない ⇒ 問13へ

問10 【問9で、「1～3（買ったことがある）」を選んだ人へ】

あなたは、「よこすか野菜」をどこで買ったことがありますか。（〇はいくつでも）

1. すかなごっそ
2. すかなごっそ以外の農産物直売所（個人直売所含む）
3. JA（農協）支店の朝市
4. スーパーなどの地場野菜コーナー
5. イベント
6. 通信販売（農家直送、インターネットサイトなど）
7. その他（具体的に.....）

問11 【問9で、「1～3（買ったことがある）」を選んだ人へ】

あなたが、「よこすか野菜」を買う時に、困っていることはありますか。（〇は3つまで）

1. 売っている店が少ない
2. どこで売っているのかが分かりにくい
3. 「よこすか野菜」であることの表示が少ない
4. 品揃えが少ない
5. 食べ方（調理方法）が分からない
6. 「よこすか野菜」の良さ（強み）についてのPRが足りない
7. その他（具体的に.....）

問12 【問9で、「4. 買ったことがない」を選んだ人へ】

あなたが、「よこすか野菜」を買わない理由は何ですか。（〇は3つまで）

1. 市内で野菜が生産されていることを知らないから
2. どのような種類があるのか分からないから
3. どこで買えるのか分からないから
4. 買える場所が少ないから
5. 価格が高いから
6. 食べ方（調理方法）が分からないから
7. 良さ（強み）が分からないから
8. 野菜の産地にこだわりがないから
9. その他（具体的に.....）

問 13 あなたは、「よこすか野菜」を購入できる以下の直売所等をどの程度利用したことがありますか。(①～③ごとに、○はそれぞれ1つずつ)

① 農産物直売施設（すかなごっそ、野菜の里須軽谷、ソレイユの丘マルシェ）

1. 普段の買い物に利用している
2. 週末のまとめ買いなどで利用している
3. 近くに行ったり、見かけたりした場合に利用している
4. あることは知っているが、ほとんど利用していない
5. どこにあるか知らないので、利用していない

② JA（農協）支店の朝市や農家の個人直売所

1. 普段の買い物に利用している
2. 週末のまとめ買いなどで利用している
3. 近くに行ったり、見かけたりした場合に利用している
4. あることは知っているが、ほとんど利用していない
5. どこにあるか知らないので、利用していない

③ スーパー等に設けられた地場野菜コーナー

1. 普段の買い物に利用している
2. 週末のまとめ買いなどで利用している
3. 近くに行ったり、見かけたりした場合に利用している
4. あることは知っているが、ほとんど利用していない
5. どこにあるか知らないので、利用していない

問 14 あなたが、【問 13】の直売所等を利用している理由は何ですか。(○は3つまで)

1. 価格が安いから
2. 生産者が明確だから
3. 新鮮だから
4. 品揃えが豊富だから
5. スーパー等では売っていない野菜が手に入るから
6. 安全・安心だから
7. 味や品質が信頼できるから
8. その他（具体的に.....）
9. 利用していない

問 15 もし農産物直売所や生産者が通信販売や宅配を行った場合、利用したいですか。(○は1つ)

1. 既に利用している
2. 日常的に利用したい
3. 1カ月に1回程度利用したい
4. 継続するかは分からないが、試しに1回利用してみたい
5. 利用しない
6. 分からない

問16 あなたは今後、「よこすか野菜」を買いたいと思いますか。(〇は1つ)

1. そう思うし、実際に買っている
2. そう思う
3. どちらかと言えばそう思う
4. どちらとも言えない
5. どちらかと言えばそう思わない
6. そう思わない

問17 あなたは、どのような情報があれば、今以上に「よこすか野菜」を買いたい・食べたいと思いますか。(〇は3つまで)

1. 生産者や生産地に関する情報
2. 旬や食べ頃の情報
3. 生産過程(どのように生産されたか)に関する情報
4. 直売所など「よこすか野菜」が購入できる場所の情報
5. 調理方法や食べ方に関する情報
6. 「よこすか野菜」を使用している飲食店の情報
7. 栄養や効能に関する情報
8. インターネット等の通信販売に関する情報
9. その他(具体的に.....)

最後に、「よこすか野菜」の知名度向上・イメージアップに向けて、ご意見などがありましたら自由にご記入ください。

質問は以上です。

ご協力ありがとうございました。

この調査票は、同封の返信用封筒に入れ、切手を貼らずに

6月8日(火)までにご投函ください。