

令和3年度 市政モニターアンケート
「地産地消に関するアンケート調査」調査結果報告書

令和4年3月

仙台市経済局農政企画課

目次

I 調査の概要	2
1. 調査の目的	2
2. 調査の方法	2
3. 回収結果	2
4. 報告書の見方	2
II 調査結果	3
1. 回答者属性	3
2. 農産物の購買・消費について	5
3. 地産地消に関する情報発信事業について	12
4. 自由記述回答	14

I 調査の概要

1. 調査の目的

市民の皆様普段の消費行動や、地産地消に関するご意見をお伺いし、本市において地産地消推進に向けた取り組みを実施する際の基礎資料とする。

2. 調査の方法

- (1) 調査の対象 市政アンケートモニター 200名
- (2) 調査時期 令和3年11月
- (3) 調査の方法 郵送配布・回収及びインターネットによる無記名式調査

3. 回収結果

有効回答数 189名（回収率94.5%）

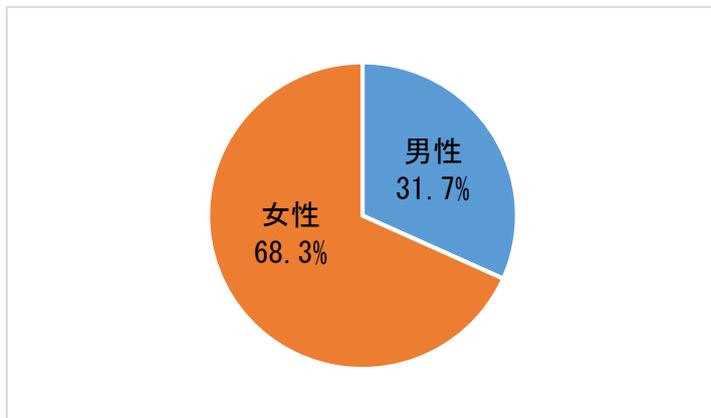
4. 報告書の見方

- ・集計結果の小数点第2位で四捨五入しているため、回答比率の合計が100%とならない場合がある。
- ・複数回答の設問及び複数回答者のあった設問については回答比率の合計が100%を超える。

Ⅱ 調査結果

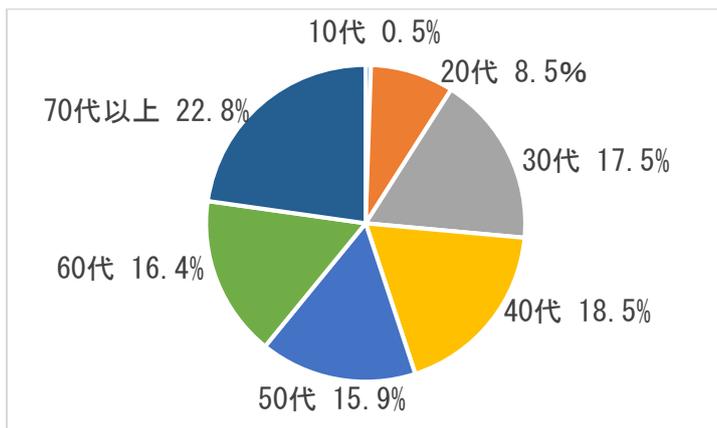
1. 回答者属性

・性別



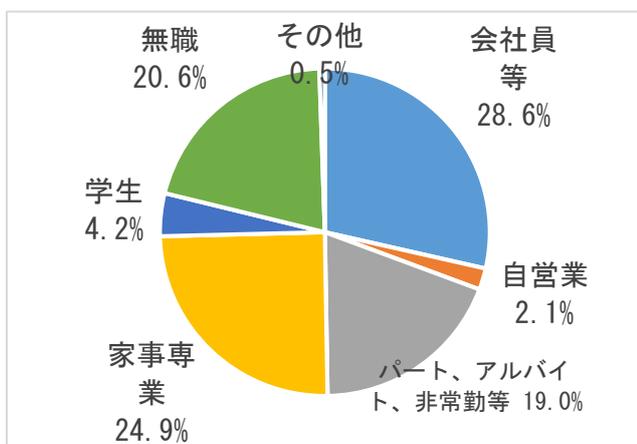
	回答数	構成比
男性	60	31.7%
女性	129	68.3%

・年代



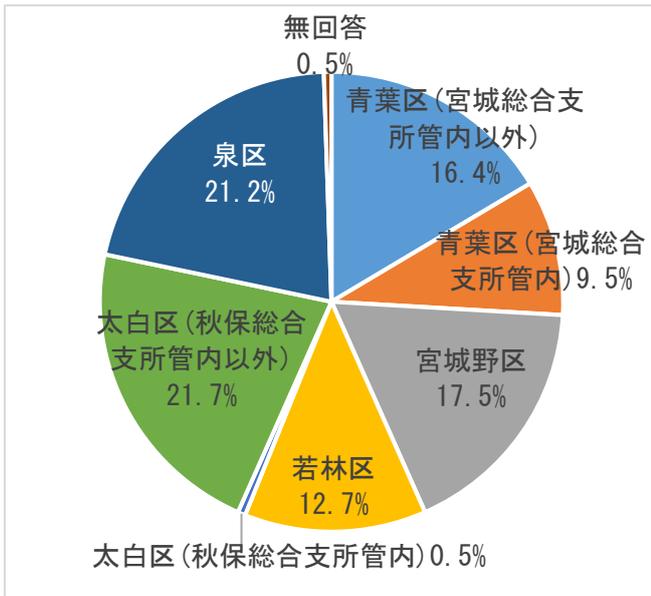
	回答数	構成比
10代	1	0.5%
20代	16	8.5%
30代	33	17.5%
40代	35	18.5%
50代	30	15.9%
60代	31	16.4%
70代以上	43	22.8%

・職業等



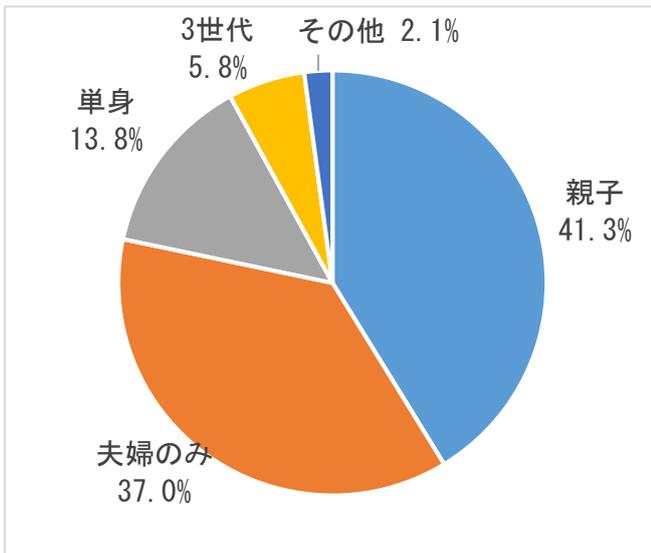
	回答数	構成比
会社員等	54	28.6%
自営業	4	2.1%
パート、アルバイト、非常勤等	36	19.0%
家事専業	47	24.9%
学生	8	4.2%
無職	39	20.6%
その他	1	0.5%

・ 居住



	回答数	構成比
青葉区(宮城総合支所管内以外)	31	16.4%
青葉区(宮城総合支所管内)	18	9.5%
宮城野区	33	17.5%
若林区	24	12.7%
太白区(秋保総合支所管内)	1	0.5%
太白区(秋保総合支所管内以外)	41	21.7%
泉区	40	21.2%
無回答	1	0.5%

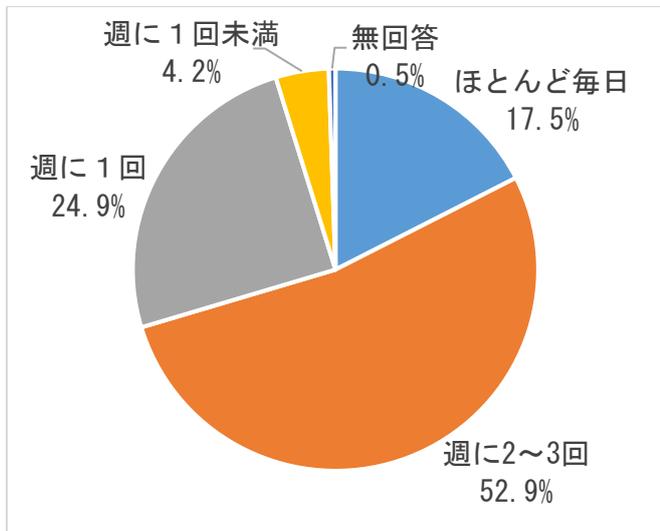
・ 家族構成



	回答数	構成比
親子	78	41.3%
夫婦のみ	70	37.0%
単身	26	13.8%
3世代	11	5.8%
その他	4	2.1%

2. 農産物の購買・消費について

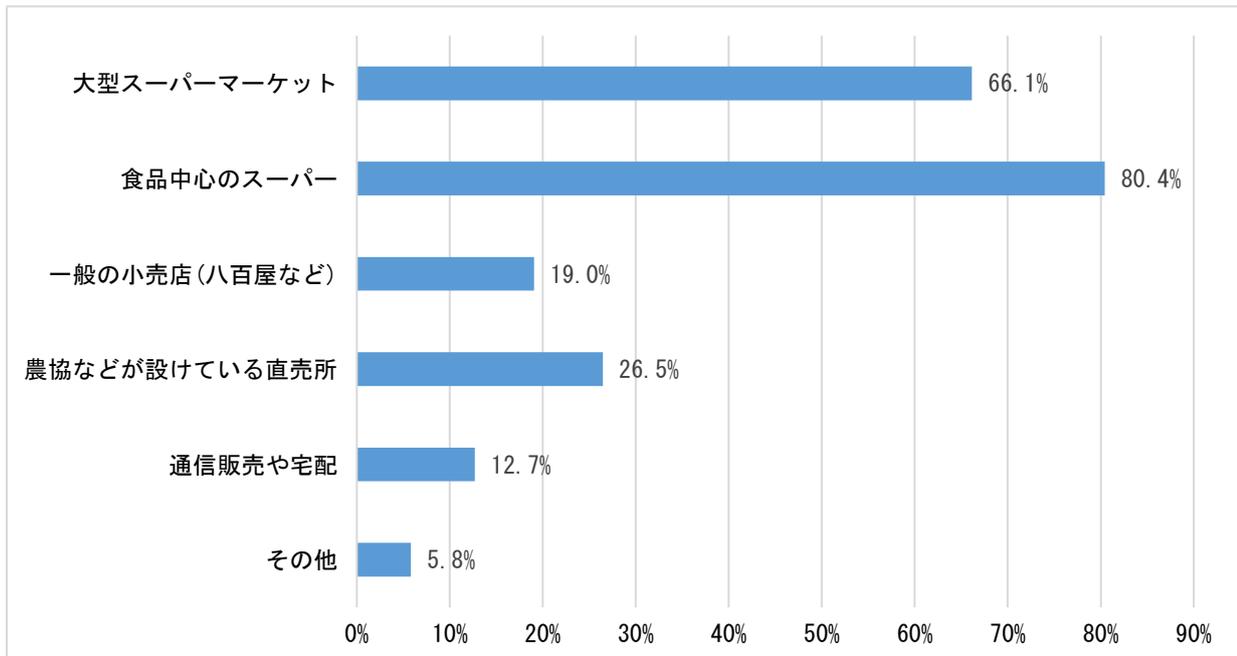
問6 普段、どれくらいの頻度で農産物を購入しますか。



	回答数	構成比
ほとんど毎日	33	17.5%
週に2~3回	100	52.9%
週に1回	47	24.9%
週に1回未満	8	4.2%
無回答	1	0.5%

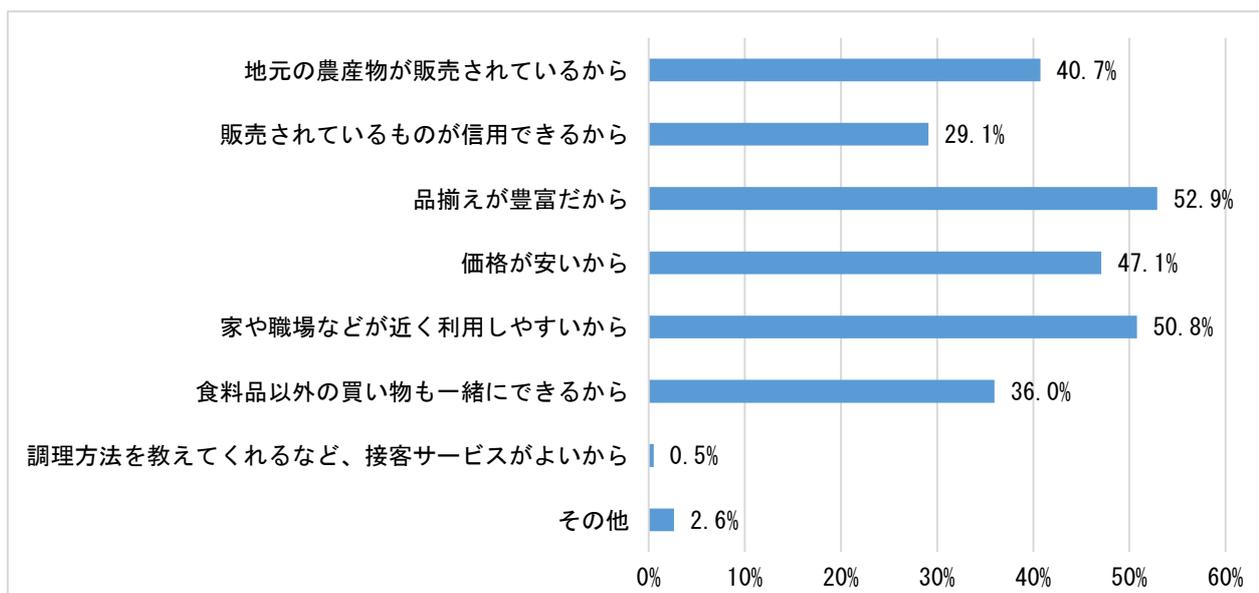
農産物を購入する頻度としては、「週に2~3回」が52.9%で最も多く、次いで「週に1回」の24.9%、「ほとんど毎日」の17.5%となった。

問7 普段、農産物をどこで購入していますか。(複数回答可)



- ・「食品中心のスーパー」で買い物する人が80.4%で最も多く、次いで、「大型スーパーマーケット」の66.1%、「農協などが設けている直売所」の26.5%となった。
- ・「その他」ではコンビニエンスストアなどが挙げられた。

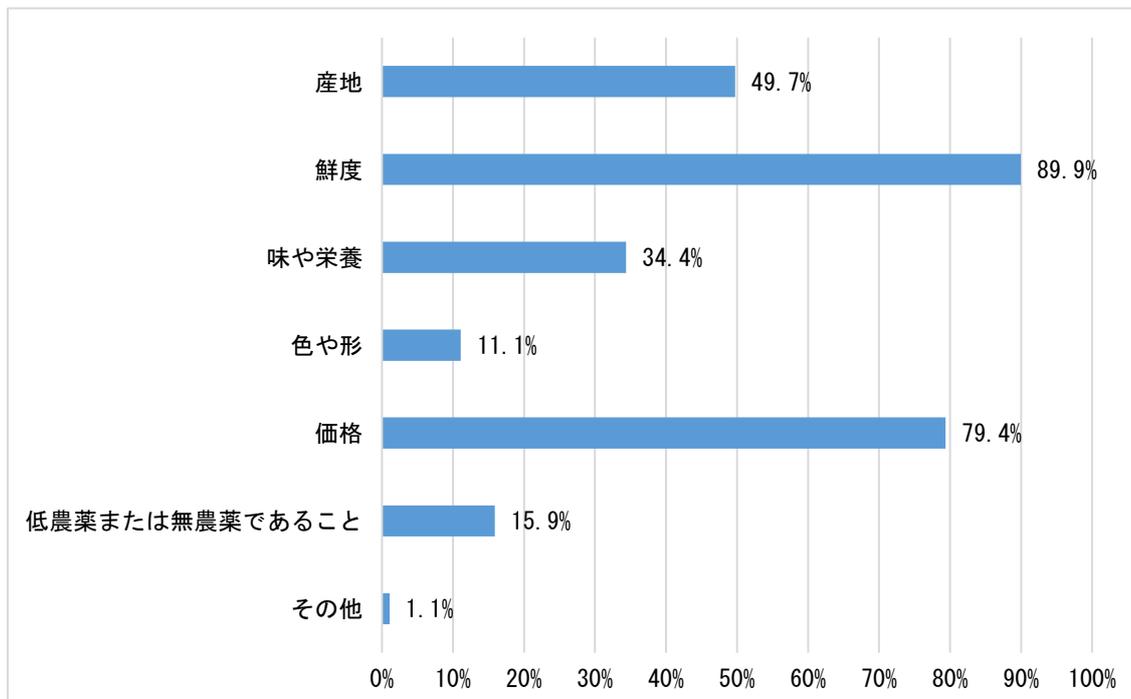
問8 問7で答えた場所で農産物を購入している理由は何ですか。(複数回答可)



「品揃えが豊富だから」が全体の半数以上（52.9%）を占め、次いで、「家や職場などが近く利用しやすいから」（50.8%）、「価格が安いから」（47.1%）、「地元の農産物が販売されているから」（40.7%）となった。

購入にあたって利便性を求める一方で、農産物の質も重視していることが分かる。

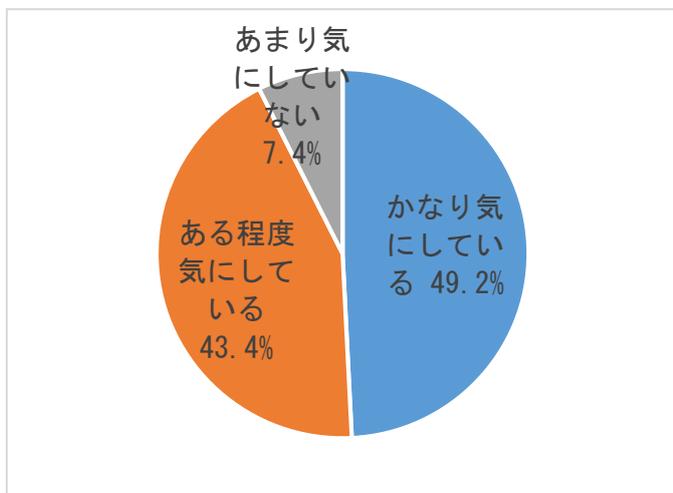
問9 農産物を購入する際どんなことを重視していますか。(複数回答可)



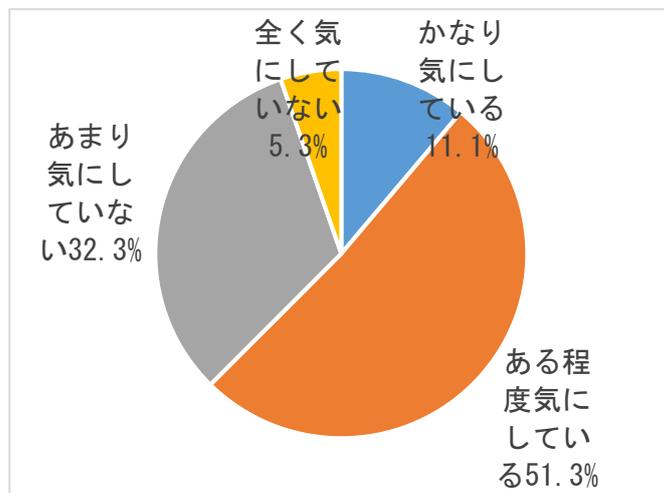
- ・「鮮度」が最も多く約9割（89.9%）を占め、次いで「価格」の79.4%となった。
- ・多くの消費者が農産物の購入にあたり、鮮度と価格を重視しているということが分かる。

問 10 購入する農産物の産地に関して、どの程度気にしていますか。①～④までそれぞれお答えください。

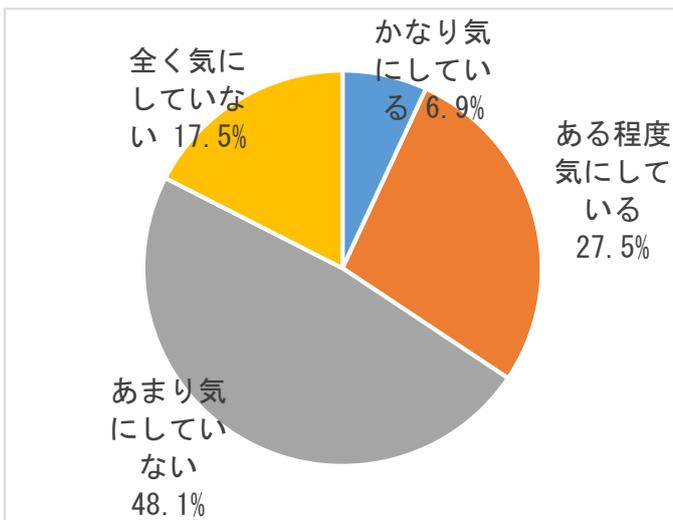
① 国内産であること



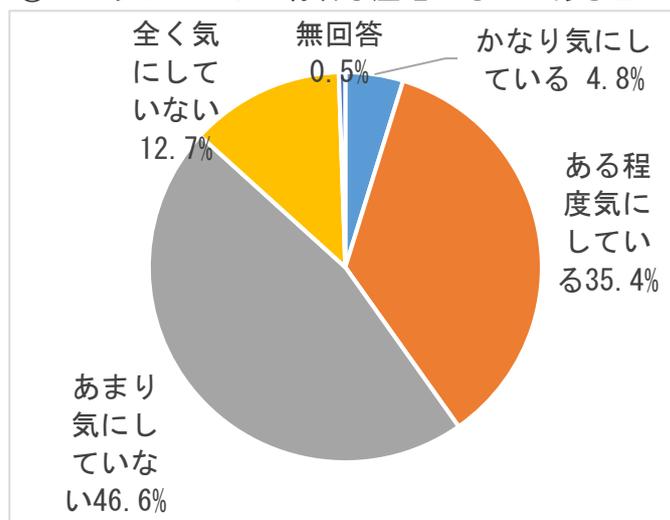
② 宮城県産であること



③ 仙台市産であること



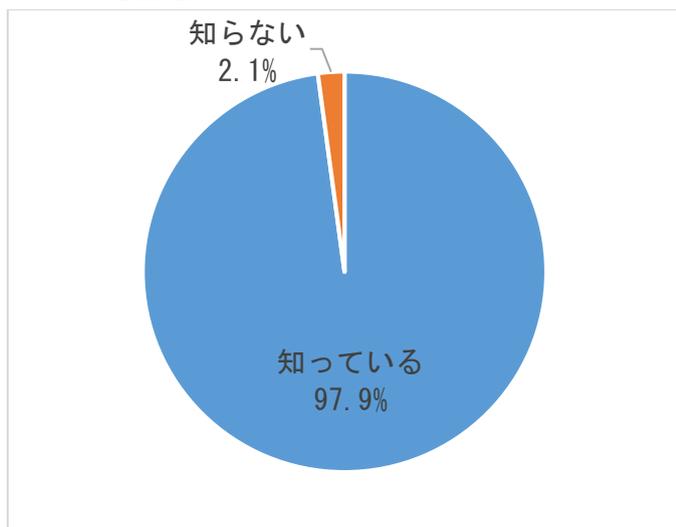
④ ブランドとして有名な産地のものであること



・「国内産であること」については、9割以上が「かなり気にしている」あるいは「ある程度気にしている」と回答しており、農産物購入時に多くの方が気にしていることが分かる。なお、「宮城県産であること」、「仙台市産であること」というように徐々に範囲を狭めていくにつれて、購入時に気にする人が減少していくことが分かる。

・「ブランドとして有名な産地のものであること」については、「かなり気にしている」、「ある程度気にしている」と回答した人の割合をあわせて4割程度にとどまった。

問 11 地産地消という言葉をご存じですか。

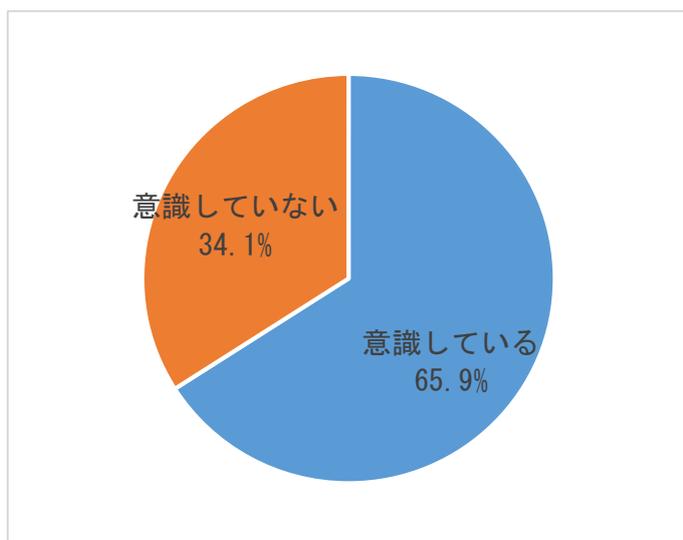


	回答数	構成比
知っている	185	97.9%
知らない	4	2.1%

97.9%もの人が「知っている」と回答しており、“地産地消”という言葉に関する知名度は、かなり高いことが分かる。

問 12 普段、農産物を購入する際、地産地消を意識していますか。

(問 11 で「1 知っている」と答えた方のみ回答。)

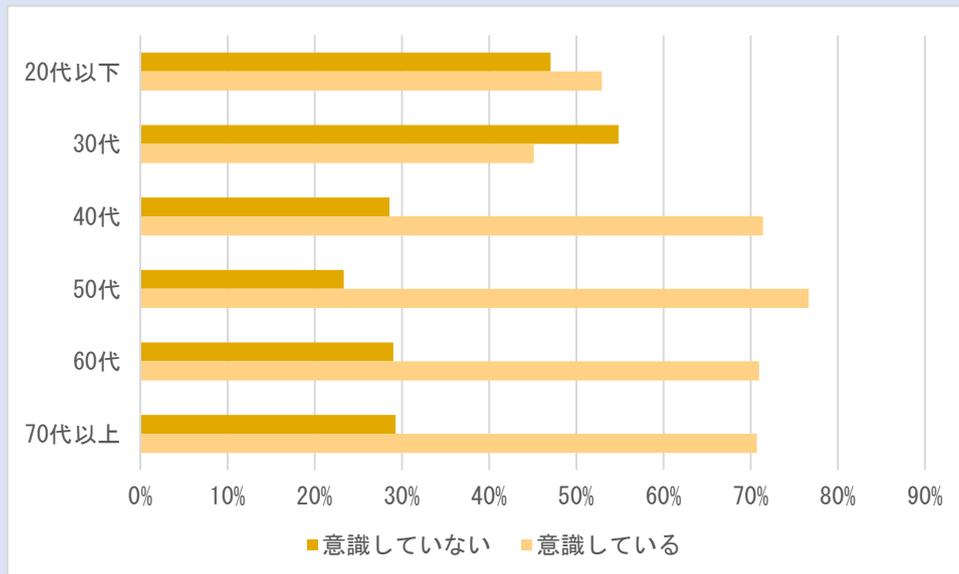


	回答数	構成比
意識している	122	65.9%
意識していない	63	34.1%

農産物の購入の際に地産地消を意識しているかについて、回答者の半数を超える 65.9%の人が「意識している」と答えた。

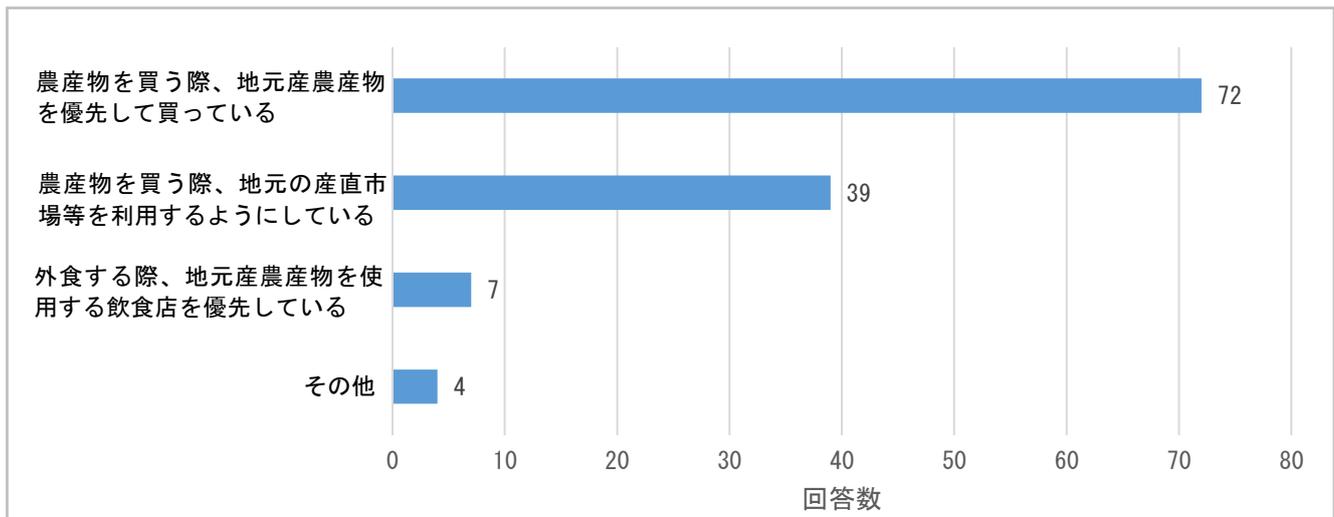
●クロス分析

農産物購入時に地産地消を意識している人の割合について、年代によって差があるか調べるため、回答者属性における「年代」と問12の回答によるクロス分析を行った。



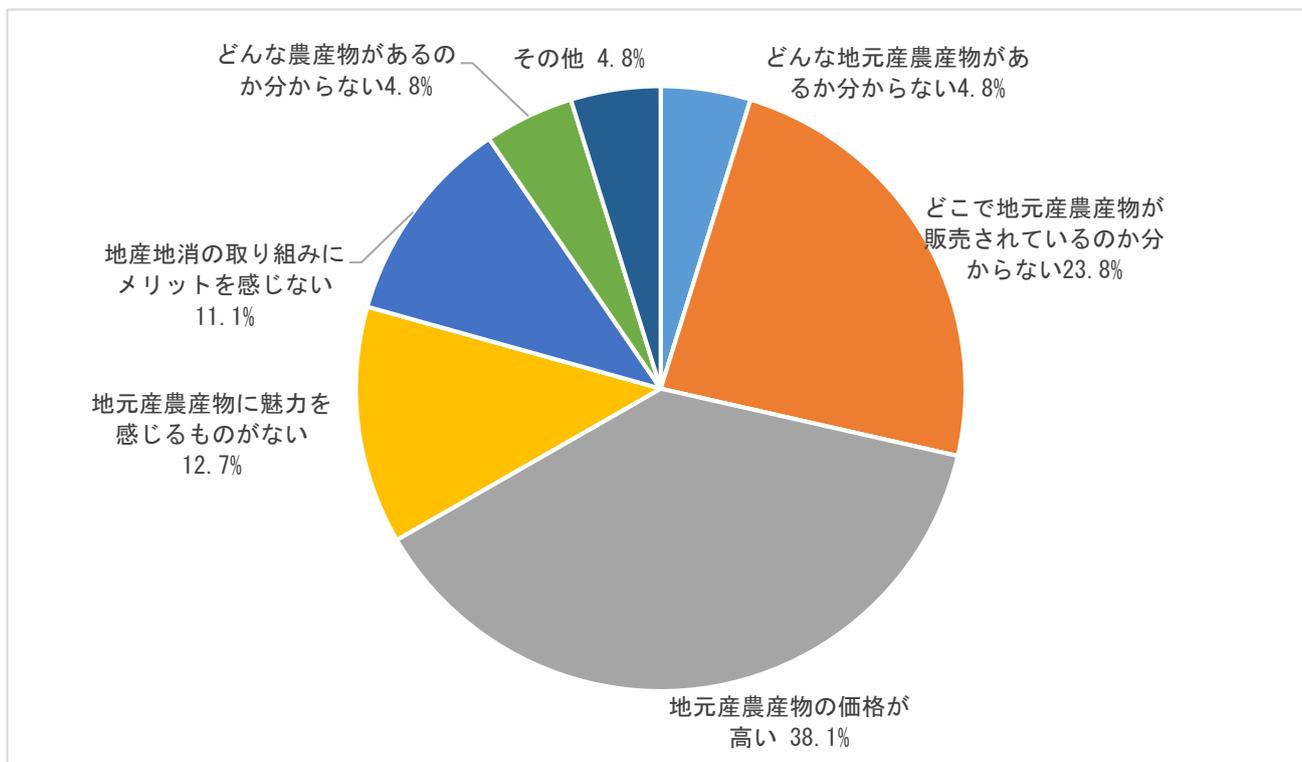
- ・「20代以下」、「30代」では「意識している」と答えた人の割合は50%程度だが、「40代」～「70代以上」では「意識している」と答えた人の割合が70%を超えている。
- ・以上から、40代を境に農産物購入時に地産地消を意識する人が増加することが分かる

問13 農産物の購入の際の地産地消に向けた取り組みとして、具体的にどのような取り組みをしていますか。(問12で「1 意識している」と答えた人のみ回答)



「農産物を買う際、地元産農産物を優先して買っている」が最も多く、次いで、「農産物を買う際、地元の産直市場を利用するようにしている」となった。

問 14 農産物を購入する際、地産地消を意識していない理由は何ですか。
(問 12 で「2 意識していない」と答えた人のみ回答)



農産物を購入する際、地産地消を意識しない理由として、「地元産農産物の価格が高い」が 38.1%で最も多く、次いで「どこで地元産農産物が販売されているのか分からない」の 23.8%、「地元産農産物に魅力を感じるものがない」の 12.7%となった。

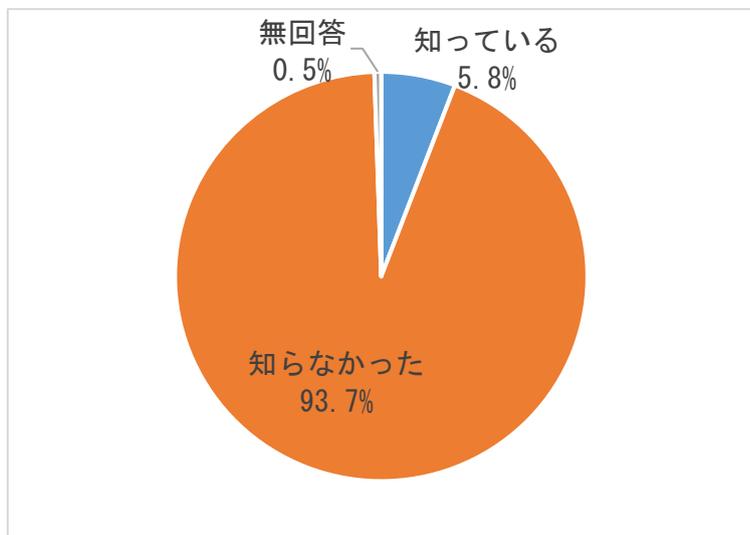
問 15 宮城県内でブランド化に取り組まれている①～⑨までの農林水産物について、それぞれお答えください。

	知らない	知っているが食べたことがない	食べたことがあるが、また食べたいとは思わない	食べたことがあり、また食べたいと思う
① 仙台牛	1.6%	21.2%	7.9%	69.3%
② 宮城県産牡蠣 (かき)	1.1%	14.3%	9.0%	75.7%
③ 仙台いちご	3.7%	11.1%	4.8%	80.4%
④ 仙台せり	2.1%	13.2%	6.3%	78.3%
⑤ 仙台曲がりねぎ	4.2%	10.1%	7.9%	77.8%
⑥ 仙台産雪菜	7.9%	14.3%	11.1%	66.1%
⑦ 仙台産今朝採り 枝豆	27.5%	26.5%	4.2%	41.3%
⑧ 仙台井土ねぎ	59.8%	15.9%	2.1%	22.2%
⑨ 仙台産原木しい たけ	54.5%	18.5%	1.6%	25.4%

仙台市が平成 25 年度から実施している「枝豆プロジェクト」にて高付加価値化に取り組んでいる「仙台産今朝採り枝豆」、「仙台井土ねぎ」、「仙台産原木しいたけ」については、他の農林水産物と比較し「知らない」と回答した人が多くなった。他方で、それぞれ「食べたことがあるが、また食べたいとは思わない」と「食べたことがあり、また食べたいと思う」を比較すると、後者の割合が高くなっている。

3. 地産地消に関する情報発信事業について

問 16 「とれたて仙台」を知っていますか。



	回答数	構成比
知っている	11	5.8%
知らなかった	177	93.7%
無回答	1	0.5%

「知っている」の 5.8%に対し、「知らなかった」が 93.7%となった。

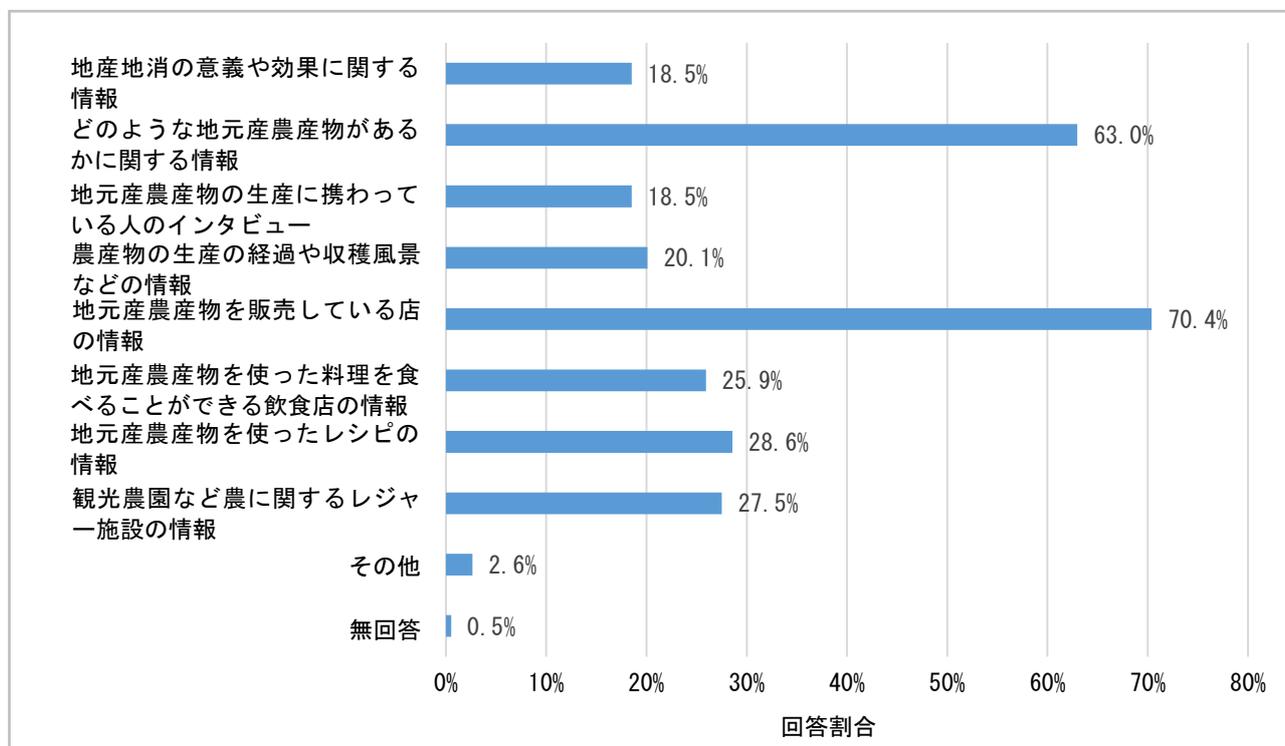
問 17 「とれたて仙台」を知ったきっかけは何ですか。

(問 16 で「1 知っている」と答えた人のみ回答)

	回答数	構成比
「とれたて仙台」のInstagramまたはホームページ	3	27.3%
仙台市のホームページ	2	18.2%
新聞記事	1	9.1%
テレビ番組	4	36.4%
その他	1	9.1%

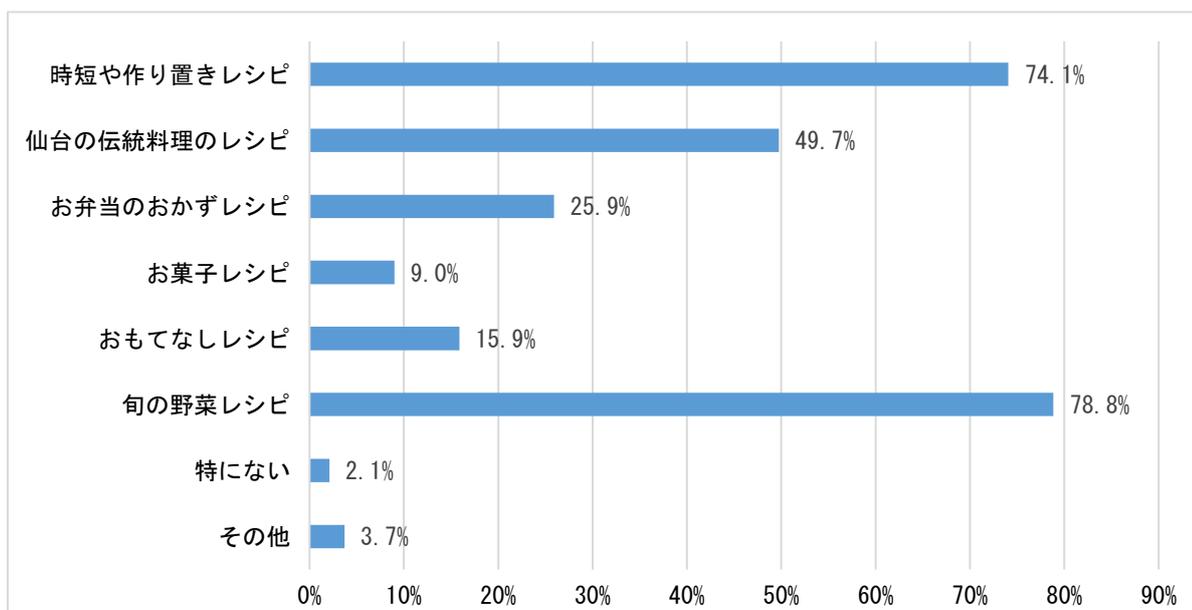
「テレビ番組」が 36.4%で最も多く、次いで「『とれたて仙台』のInstagramまたはホームページ」の 27.3%、「仙台市のホームページ」の 18.2%となった。

問 18 「とれたて仙台」のInstagramまたはホームページに、どのような情報があれば地産地消に取り組みやすくなりますか。(複数回答可)



「地元産農産物を販売している店の情報」(70.4%)、「どのような地元産農産物があるかに関する情報」が占めた(63.0%)が過半数を超え、多くなった。

問 19 「とれたて仙台」でどのようなレシピを掲載してほしいですか。(複数回答可)



「旬の野菜レシピ」(78.8%)が最も多く、次いで「時短や作り置きレシピ」(74.1%)、「仙台の伝統料理のレシピ」(49.7%)となった。

4. 自由記述回答（ほぼ原文どおり）

同様意見が複数あった場合は、そのうち1つの回答のみを記載しています。

・【地産地消全般について】

地元産であれば基本的に安心できる（作り手の心意気と信用がある）。
ブランドがまだ確立していないものであっても、作り手の姿の情報が伝わってくれば、地域住人として積極的に購入したいと思う。

今回のアンケートをいただいて、宮城県のブランド化の農林水産物、知らないものがある事に気づきました。

食べたことがないものに関して、まずは一度口にしてみたいと思います。

とれたて仙台のホームページみた事がなかったので、ちらっと拝見しました。枝豆のです。シンプルで端的で良い気がします。

あまり多くの情報がありすぎると把握するのに時間を使うのでこのような感じで良い気がします。時間をみて他のものも見てみようと思います。

「とれたて仙台」拝見させていただきました。とてもおしゃれで素敵だと思いました。

仙台市にはおいしい食材がたくさんあるのは、全国的にも有名です。他県の皆さんは興味があれば調べてでも、それらの食材を入手しようとします。しかし、肝心の仙台市民、中でも子育て世代の大人たちに以外と知られていないような気がします。もったいないです（一番の買い手世代ですから）。

スーパーなどではあたり前のようにこれらのおいしい食材が並んでいますが、知らない方は素通りです。もっと特別感を持たせてあげて、おいしさもどンドンアピールしてあげると意識され、認知度や地元民の購買意欲も高まると思います。

昨今、学校においては、食育や地域を知る教育の中で、学校給食の献立に地元の食材を積極的に取り入れられており、栄養士の先生による巧みな説明で、親より子どもの方が知っているのではとさえ感じます。

ただ、現実問題、今、我が家で仙台ブランドを取り入れるかとなると、やはり値段の安い他県や輸入品で代用になります。おいしさを知っているがゆえに悔しいのですが、がまんしてしまいます。食材の価格を下げろとは言っておりません。仙台市の子育て世代の生活が豊かになれば、教育費に比重を置いておさえ込んでいた食費をゆるめて、食材の選択肢にもゆとりが持てます。そうなった時には、積極的に地産地消に協力できるはずです。せっかくおいしい食材に恵まれた地域に暮らしているのですから、本当は皆、仙台の食材を食べ、地元の生産者さんを応援し、いろんな意味でおいしくて豊かな仙台市にしたいと思っているのではないのでしょうか？

地産地消を、SDGsの流行に沿ったスローガンとして情報発信するのであれば

- * 地産地消の意味意義を、納得感を得られるように解りやすく伝える工夫
- * 古からの諺や言い伝え、例えば養生訓などの日本という土地柄に合う食べ方の知恵の理解とそれを実践につなげる工夫
- * PRの対象ごとに内容、場所、方法などを考え実行する
- * 農家さんと消費者のマッチングの場を考え、よりアピールするよう興行成功の知恵を学んで効

果的に実行する

などのアイデアが求められているのかもしれませんが。

ですが、一時的な盛り上がりで終わらせることなく、それこそ、持続可能な地産地消をどう根付かせるかを考えるためには、そのような小手先の方法だけでは十分ではないと考えます。

立派なお題目を掲げると、一時的にはそうだそうだと同意しても、『そうすることが良いと理解する。だが、現実にはそぐわないこともあって、それをやり続けることはなかなかできないのもしょうがない』と人を易きに向かわせがちだと思います。地産地消もそういう運命を辿ってしまうのでは…という危惧を抱きます。

何のかんの言っても、安い物、見た目のいい物、手間のかからない物、いつでも同じような状態で入手できる物を買いたい人がいて、そういう物を売るほうが手間をかけずに利益を得られるのだから、大手の流通に乗るものが“大手を振る”のは、しごく自然な流れでしょう。

その流れに棹差して、その流れを変えてやろうという決意を秘めて地産地消キャンペーンを展開することが大事だと考えます。そのためには、数年先を見据える気の長い情報発信も併せて行っていくことが必要です。考えつくのは、以下のような事柄です。

* 子供たちに対する食育

* 農家さんと認識を共にし、協力する

* 地元の小売店さんたちと認識を共にし、協力する

* 大手のスーパーなどにも協力を仰ぐ

* 消費者に、目先の安さや楽さよりも、農作物の正当な価値を理解して社会にとってもより良い消費行動の方を選ぶことの貴さを判ってもらって実行してもらえようような行動変容を目指す情報発信

遠い未来も視野に入れて、地道な息の長い情報発信を続けることが肝要だと考えます。

今回のアンケートで「とれたて仙台」を知り、早速拝見しました。が、始まったばかりの為か、情報が物足りない感じでした。ねぎや枝豆以外の特産品をもっと紹介してほしいです。また、どの地域で主に作られているのか、おおまかでいいので地図に印などで教えてくれるとわかりやすく、その地方へ出かけた際、産直野菜の購入につながるのでは？と思いました。

また、野菜の収穫や果物狩りの体験会をたくさん開催してほしいです。

それから、購入場所についてですが、残念ながら産直センターが近くになく、私は主にベニマルやみやぎ生協で買い物をしています。大きくはありませんが仙台産農産物を扱っているブースがあったりするので、意識して購入しています。新鮮でおいしいものが本当に多いので、スーパーなどで、もっとたくさんの商品を扱って欲しいです。

今後も地産地消を意識したいと思います。

・【地元の農産物・生産者について】

地元の物を選ぶ理由は多々あります。何より地域活性化。そして、輸送時間の短縮はより新鮮なものがたべられます。それから、個人的な事かもしれませんが、幼いころから食べ慣れた味というのがあります。

日々努力されている生産者の方々ですが、土の改良や品種改良等はすばらしいと思います。同時に、変わらぬ味というのが、その土地土地にあるような気がします。商品を手にした時、いつもの生産者の方の名前や土地にホッとする自分が、それを表しているように思います。

これからもおいしい野菜や果物、海の幸を楽しみにしています。皆様お身体に気を付けて頑張ってください！！感謝。

仙台で有名な食べ物だと、牛タンとせりとカキを知っているが、他のものもおいしいものがあるならもっとPRしてほしい！

県外の人に伝えたり、おみやげにできる工夫があるとうれしいです。

みやぎ生協の産直商品のめぐみ野の勉強会に参加しています。

今はコロナで現地には行けませんが、実際に生産者とふれあう事でとても身近な存在になります。一方的な交流だけでなくお互いに交流できればすてきだと思います。

コロナ前はよくハワイに行っていて、週末ファーマーズマーケットに遊びに行くのを楽しみにしていました。仙台でもすてきなハワイの様なファーマーズマーケットがあったら良いのに…。

・【農産物の販売について】

農産物の買い物は毎日していますが、スーパーなどで入口付近で見かけますが、すぐなので通り過ぎることがよくあります。それで他県のものを購入してしまう場合があります。地元なのでもう少し値段も安くしてもらえればと思います。

スーパーでの置き場所も考えていただきたいです。

たまに郡部へドライブした時など、道の駅に立ち寄ると、新鮮な地元産の野菜など手頃な価格で購入することが出来ます。道の駅では農家の方（生産者の方）が直接届けて品出ししている光景を見ることもあります。

毎日の買物の中で道の駅のような売場が市内各地にあれば（あるのかもしれませんが）便利です。県南・県北の生産者から、新鮮な野菜を効率的なデリバリーで仙台はじめ名取、富谷などの消費地へ集配する仕組みをつくっていけば、地元産の野菜をもっと手軽に購入していくことにつながると思います。

産直が大好きでわざわざ買いに行きます。泉区では朝市があるようですが朝早すぎて行った事はありません！

野菜マルシェ（伊達なマーケット等）はオシャレで新鮮な野菜が買えるので嬉しいですが、情報がなくて困ります！河北新報などに無料の情報誌などがあるのでそのイベントはかなりの方が目にしていると思うので市民の目に触れる情報提供をして欲しいです。

産直はいつ行っても混んでいるので駐車場が広く置ける場所も大切だと思います！

もっと地産地消の産直ができるとすごく嬉しいです。よろしくお願いします。

・【情報発信の手法について】

近所のスーパーなどで地産地消フェアを定期的で開催したり、学校で食育について勉強する際に実際の地元食材を配布したり、消費者が情報を得やすい取り組みをして欲しいです。

「仙台せりフェア」など活字を目にするだけでも購入したい気持ちになります。

「あおぼぎょうざの日」など仙台独自の～の日も良いと思います。

自分は特に意識はしていないが、学校給食への使用やスーパーの展開の仕方、マスコミ媒体を使った情報の広げ方などは、よくできているのではと思う。

「地産地消」という言葉は、一人歩きでなく、けっこう市民に根づいてきていると思う。

本件に限らず、仙台市の情報発信事業は貧弱だと思う。商業ベースに頼り、自治体としての意欲も努力も感じられない。

地産地消について言えば、県北のJAなどが仙台市内の店舗に出品して販路を拡大している。大変な繁盛振りだ。私自身は米も、野菜も意識して仙台市産のものを購入している。良いものが沢山あるのにサポートが弱いと思う。まず仙台市内で販路を拡大する努力が必要だと思う。仙台市としての自給率はどうかかなども知りたいと思う！！

是非とも仙台市の地産地消へのサポートを望む！！

インスタグラムやウェブサイトでの情報発信は大事と思いますが、高齢者の多くはスマホなどの操作が不得意な方がいます。

例えばPCの場合、「とれたて仙台」と入力して、そのページに進むように操作を簡単にした方が今以上に関心が高まると思う。

インスタグラム、ホームページ、さっそくフォローさせて頂きました。もっと早く知りたかったです。スーパー等で地元産の野菜コーナーがあると必ずチェック、購入しますが（お値段も魅力的）そういったところにインスタやってます！とあればもっと早く気づけたと思います。QRコードを付けたポップがあればいいですね。

これからはスマホの時代。インスタでの発信はとても良いと思います。レシピはまだまだこれからのようですが楽しみにしています。

発信事業は地元農家の応援にもなるのでどんどん進めて頂きたいのと、発信している事自体、もっと宣伝、告知していけばアクセスもずっと増えると思います。

野菜を目にするのが、スーパー等で野菜を購入する時位なので、スーパーの野菜コーナーにパネルを設置したり、売る商品に統一したマーク等をラベリングした方が、このような取組事業が広まると思う。

また、学校での配布物に地産地消の紹介があったりすると、親世代に広く認識されると思う。

とれたて仙台についてはこのアンケートで知りました。せつかくの情報提供サービスなので内容の充実とともに、もっと周知が必要に思う。いろいろな情報媒体で市民に存在をアピールするとよい。仙台の名産品を育て周知させることはもとより、一般の仙台産直品を使ったレシピ集も常時公開してほしい。

・【情報発信の内容について】

<p>「とれたて仙台」は知りませんでした。さっそくみてみたいと思います。</p> <p>仙台市にもおいしい野菜や果物を作っている方々がいるのもっと発信して欲しいです。小さな産直もありますし、郵便局内で売っているものもあります。値段も手ごろなので大変助かっています。</p> <p>大きな所だけでなく小さな所、地元根づいた所も紹介して下さいとうれしいです。</p>
<p>色々な所で地産地消を販売していますが、可能であれば、めずらしい物とかここは新鮮だとかの紹介などがあるといいのではないかなあと思いました。</p> <p>月一回広報などに載せるなどするといいかなあと思いました。</p>
<p>SDGs がしきりに取り上げられている昨今、地元の新鮮な旬の野菜をお手頃なお値段で食べられるのは、とてもうれしいことだと思う。余分な輸送費をかけず、地球環境にもやさしいので是非取り扱い店舗やレシピなどどんどん紹介して行ってほしい。旬の野菜の栄養価の高さや、旬の季節の野菜を食べることがどれだけ私たちの体にプラスになっているのか（夏野菜は身体を冷やし、冬野菜や根菜類は体を温める作用があるなど）を紹介して広めて行ってほしい。</p>
<p>とれたて仙台のインスタとホームページを拝見しました。インスタは写真も豊富でカラフルな内容で想像より素敵で驚きました。このような取り組みをしていることを知りませんでした。また自分は宮城産の食べ物を意識している方だと思ったのに仙台井土ねぎと仙台原木しいたけにピンとこなかった自分のがっかりです。仙台の食材の美味しさと飲食店で地元のものを使う事でよりコスパとクオリティが高くなっていることをより上手く発信し、仙台の食材のファン層がこれからの若い方にも浸透していくと、魅力も高まり良さに気づいた人たちから持続的な仙台の食材ファンや全国のファンに広がると思っています。案外地元志向の方が若い人にも多い印象なので情報発信の戦略は活用していくと上手くいくように思います</p>
<p>「とれたて仙台」について今回初めて知ったが、ホームページを拝見してみるとまだ情報が少ないように思えた。タイムリーな情報はインスタグラムでの発信かと思うが、私はインスタグラムを使わないので、なかなか情報が届かない。仙台市内での地産では生産物が限られているので、県内まで広げないと、地産地消はなかなか難しいのではないか。仙台〇〇と名前がついていても他の市町村で生産しているものがほとんどであり、市独自の取り組みでは限界があると思う。</p>
<p>地産地消に関する取り組みはとても大切だと思います！でも「地産地消がなぜ大切なのか？どんなメリットがあるか？」ということじたいが浸透していない気がします。私たちが何を喜び何を食べるか、ということが私たち自身の健康にも、地元の経済にとっても有益であることがもっと伝わるといいなと思います。そして、そのことによって、コロナで大打撃を受けている地元の生産者さんたちを応援しよう！大切にしよう！という気持ちが育まれることを願わずにいられません。「とれたて仙台」の発信が特に若い世代（特に小さいお子さん、育ち盛りのお子さん）のお母さんに届くといいですね！！これからの発信を楽しみにしております。</p>

・【その他のご意見】

なかなか伝統料理を作る機会や習う事がありません。こういった機会に伝統料理を知れたら嬉しいです。

情報発信事業の前に、仙台市民自らが自給自足する手立ての手助けをすることも考えられないだろうか。

農家を営む人が高齢化して農園が荒廃してきています。もっと多くの人に農園を開放して自分で農作物を作る喜びを提供できないものかと思います。

JA（農協）とタイアップして市政だよりで挑戦したい人を募り、農作業などの指導や畑（貸し農園）の提供など取り組んで欲しいです。

これが一番の地産地消ではないでしょうか？

地産地消は気になりますが、高齢世帯で、今のところ、フードロスを出さないことがせいっぱいです。でも、お店でお料理を食べることができればいいと思うので、発信よろしく願います。