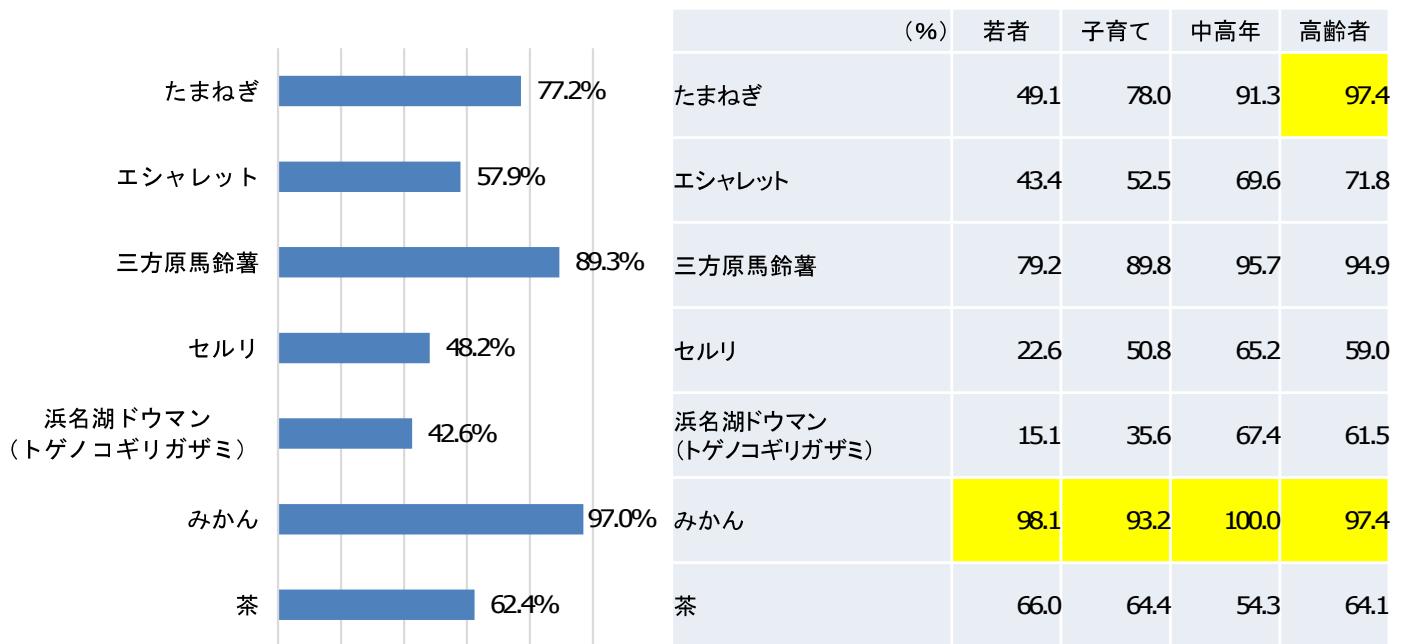


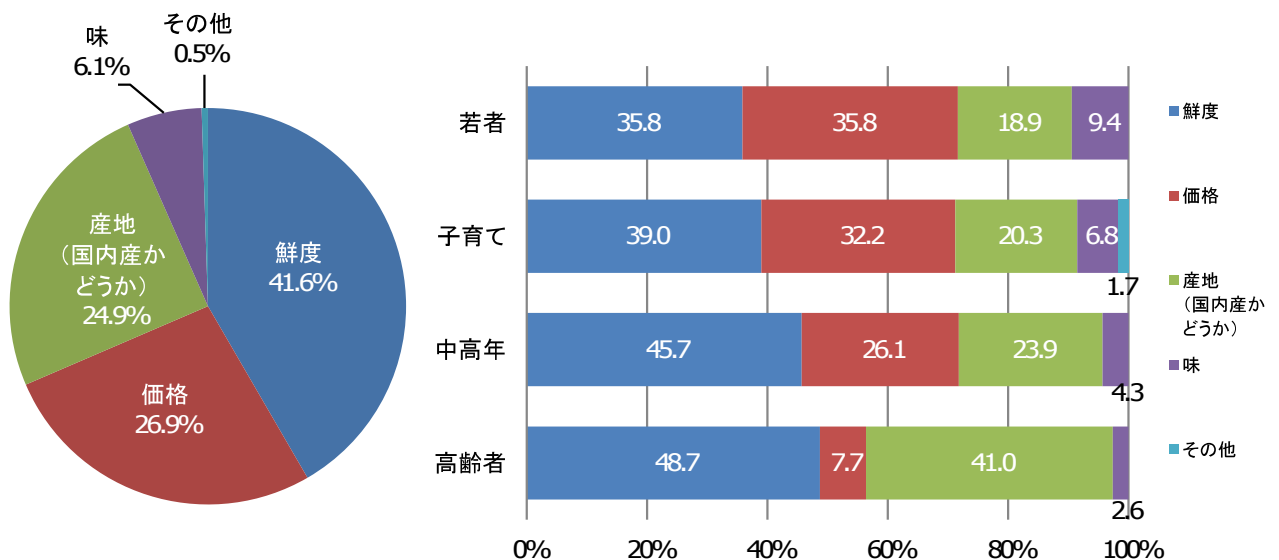
<浜松・浜名湖地域の農水産物について>

問1 知っている浜松・浜名湖地域の代表的な特産物 (N=197 複数回答)



- 知っている浜松・浜名湖地域の代表的な特産物については、「みかん」がほぼ10割と最も多い回答となっており、次いで「三方原馬鈴薯」が約9割となっています。
- 世代別にみても、全ての世代で「みかん」が最も多い回答となっています(高齢者では「たまねぎ」も同率)。

問2 農水産物購入時に最も重視すること (N=197)

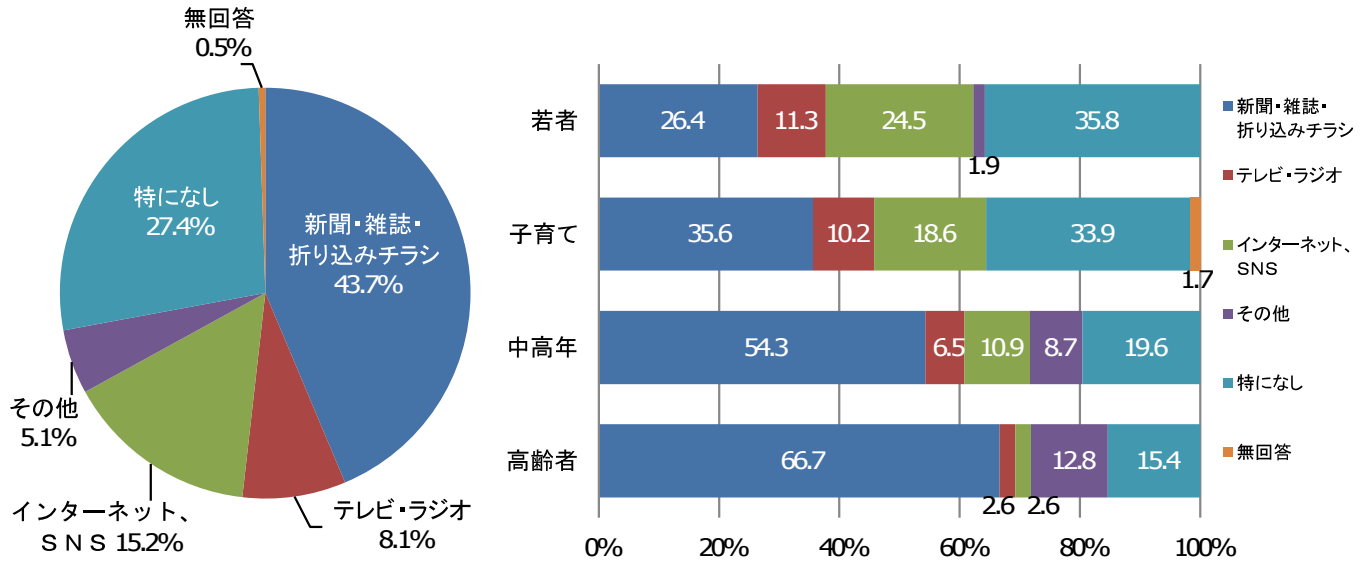


■その他意見

・有機野菜かどうか

- 農水産物購入時に最も重視することについては、「鮮度」が約4割と最も多く、次いで「価格」が約3割となっています。
- 世代別にみても、全ての世代で「鮮度」が最も多い回答となっています(若者では「価格」も同率)。

問3 農水産物購入時の情報収集手段 (N=197)



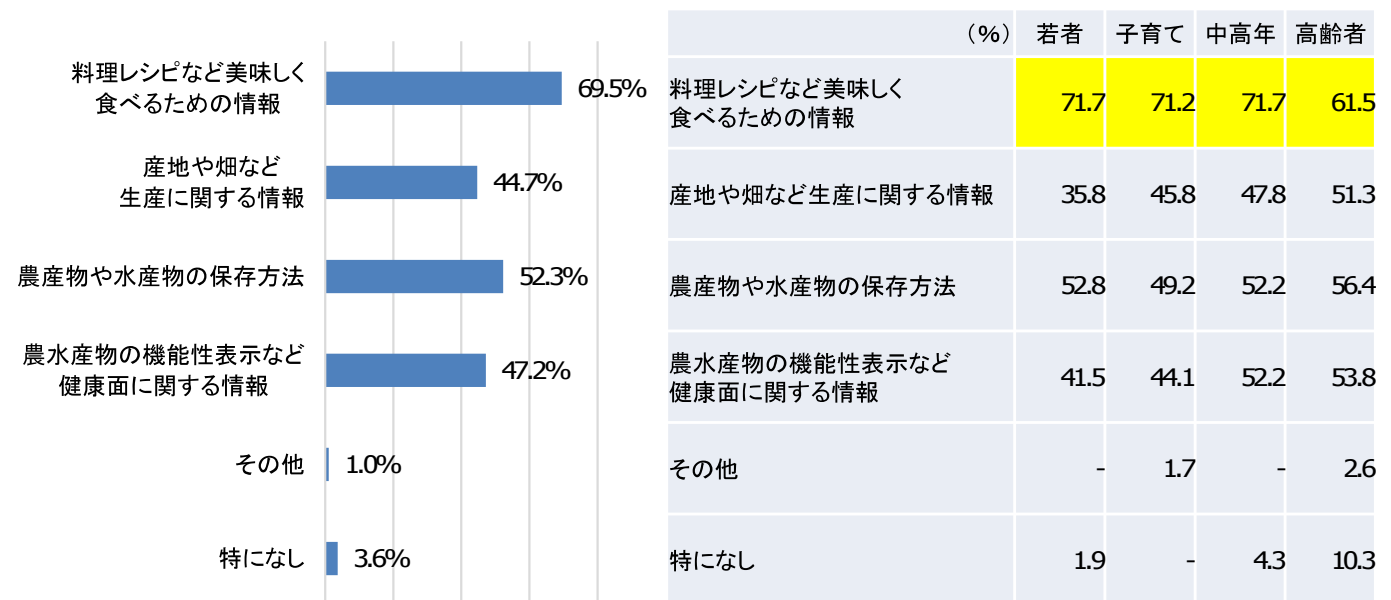
■その他意見

- 友人、知人からの口コミ
- 実際に品物を見る

■ 農水産物購入時の情報収集手段については、「新聞・雑誌・折り込みチラシ」が約4割と最も多い回答となっており、次いで「特になし」が約3割となっています。

■ 世代別にみると、子育て・中高年・高齢者では「新聞・雑誌・折り込みチラシ」が、若者では「特になし」が最も多い回答となっています。

問4 農水産物に関して知りたい情報 (N=197 複数回答)



■その他意見

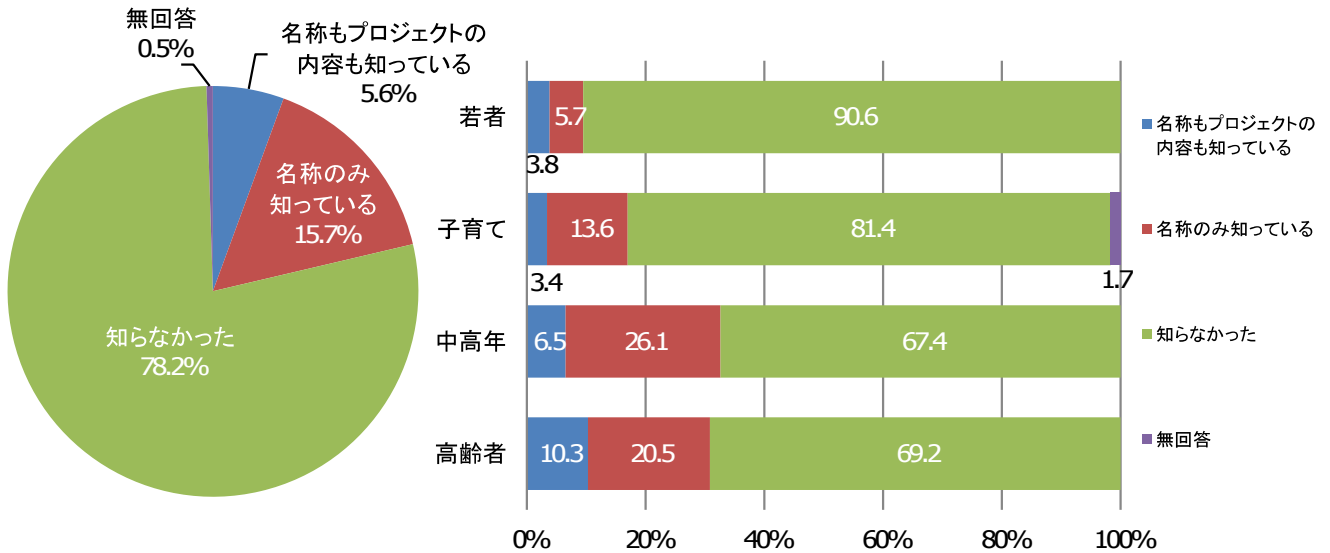
- 農薬などの使用情報
- マルシェ(産直市)の開催情報

■ 農水産物に関して知りたい情報については、「料理レシピなど美味しく食べるための情報」が約7割と最も多い回答となっています。

■ 世代別にみても、全ての世代で「料理レシピなど美味しく食べるための情報」が最も多い回答となっています。

問5 「浜松パワーフード」プロジェクト※の認知度 (N=197)

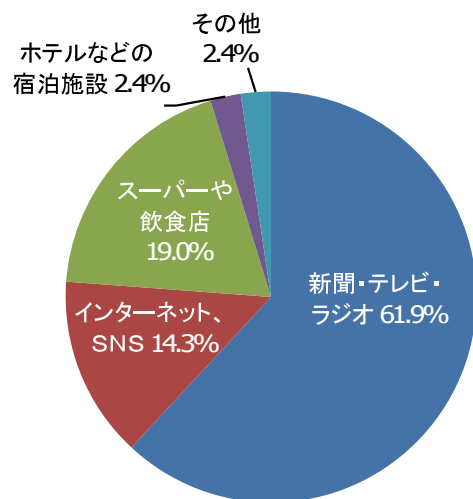
※ 「浜松パワーフード」プロジェクト:「地元農水産物の地産地消」、「地域資源(歴史・文化・産業)と結び付けた誘客」、「付加価値向上・品質向上」を目的として、生産者から販売まで、さまざまな業者が一丸となって浜松の食材を消費者へ届けることを目指しています。



- 「浜松パワーフード」プロジェクトの認知度については、『知っている』(「名称もプロジェクトの内容も知っている」と「名称のみ知っている」の合計)が約2割となっています。
- 世代別にみると、世代が高くなるにつれて『知っている』の回答割合がおおむね高くなっています。

問6 「浜松パワーフード」プロジェクトを知ったきっかけ (N=42)

(問5で「1 名称もプロジェクトの内容も知っている」「2 名称のみ知っている」と回答した方)

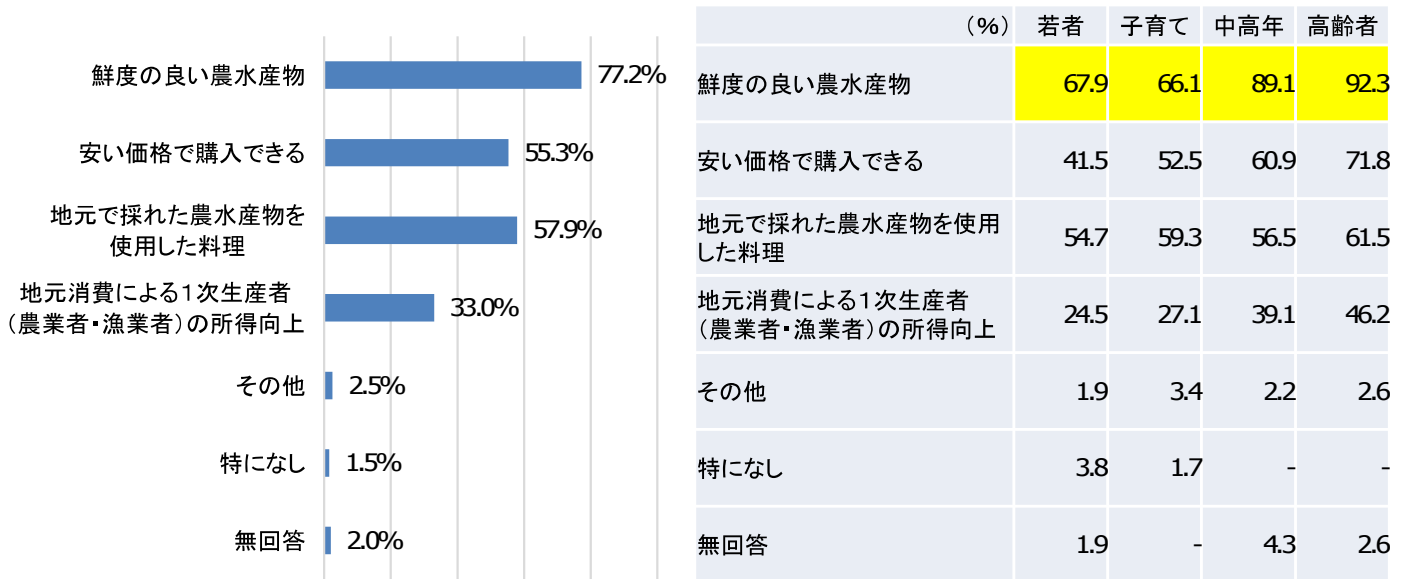


■ その他意見

-ライオンズクラブ

- 「浜松パワーフード」プロジェクトを知ったきっかけについては、「新聞・テレビ・ラジオ」が約6割と最も多い回答となっています。

■問7 地元農水産物の「地産地消」に関してイメージするもの (N=197 複数回答)

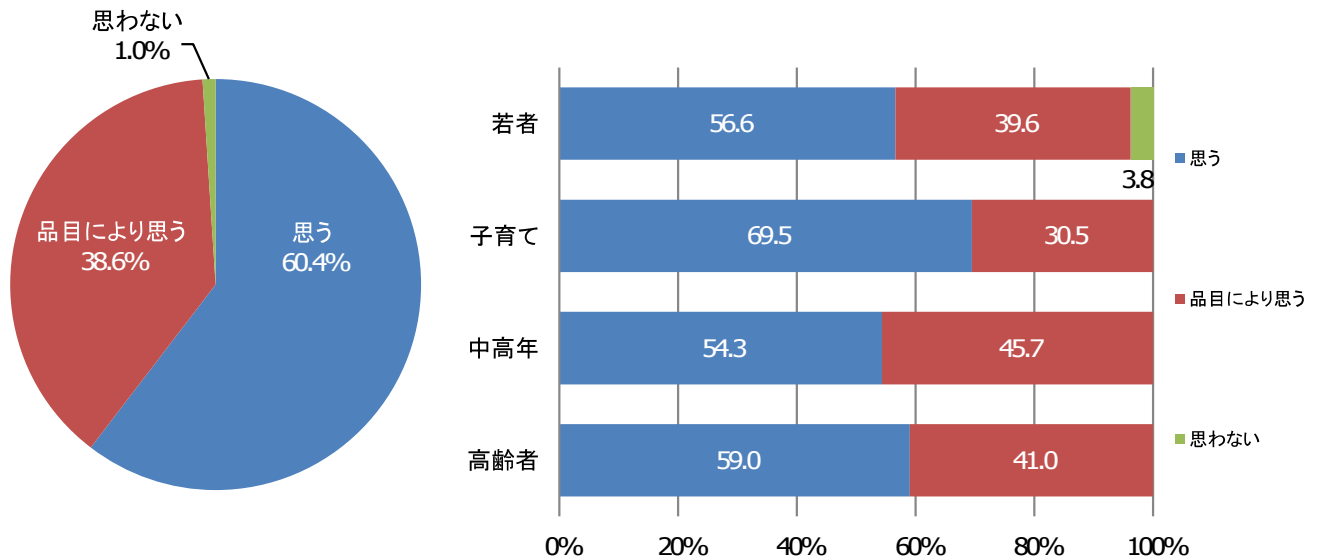


- その他意見
- ・安心、安全
 - ・子どもの食育
 - ・地元農水産業者への支援(経営・後継者の育成)

■ 地元農水産物の「地産地消」に関してイメージするものについては、「鮮度の良い農水産物」が約8割と最も多い回答となっています。

■ 世代別にみても、全ての世代で「鮮度の良い農水産物」が最も多い回答となっています。

■問8 地産地消を積極的にしたいと思うか (N=197)



■ 地産地消を積極的にしたいと思うかについては、「思う」が約6割となっています。

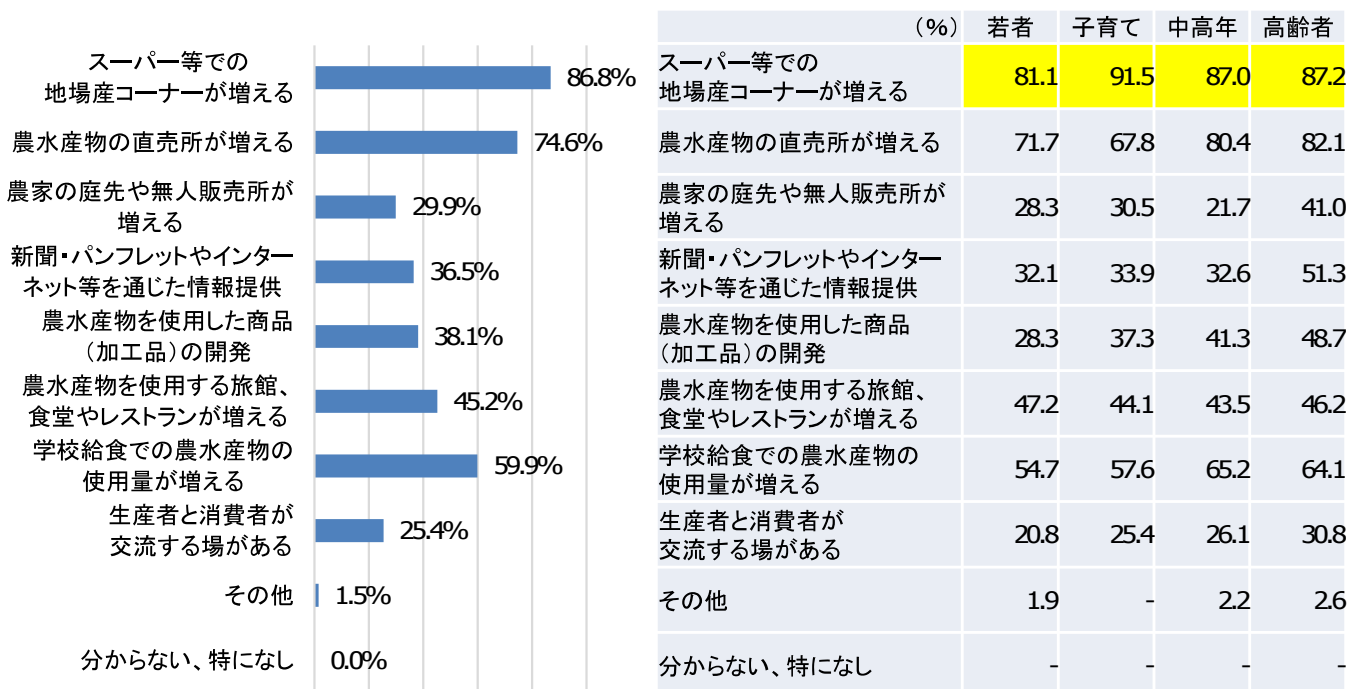
■ 世代別にみても、全ての世代で「思う」が高くなっていますが、特に子育てでは約7割と高くなっています。

■問9 地産地消を積極的にしたいと思わない理由 (N=2)
(問8で「2 思わない」と回答した方)

設問	回答数
地産地消のメリットが分からないため	0
地産地消を意識したことがないため	1
メニューを決めてから食品を購入するため	1
価格で購入を判断するため	0
その他	0

- 地産地消を積極的にしたいと思わないと回答したのは2名で、理由は、「地産地消を意識したことがないため」と「メニューを決めてから食品を購入するため」となっています。

■問10 地産地消をするにあたり、良いと思う取り組み (N=197 複数回答)



■その他意見

- ・SNSで宣伝
- ・収穫日の記載
- ・規格外品の取り扱い

- 地産地消をするにあたり、良いと思う取り組みについては、「スーパー等での地場産コーナーが増える」が約9割と最も多い回答となっています。
- 世代別にみても、全ての世代で「スーパー等での地場産コーナーが増える」が最も多い回答となっています。