

平成30年度（第2回）
足立区政モニターアンケート
調査報告書

《足立区の農地・農業に対する意識について》



足立区 政策経営部 広報室 区政情報課

目次

第 1 章 調査の概要	1
1 調査の目的	2
2 調査の時期	2
3 今回の区政モニター数、回答者数	2
4 回答者の構成	3
5 報告書の見方	4
第 2 章 調査結果の概要及び所管意見	5
● 設問体系と回答の概要	6
● 所管意見まとめ	9
第 3 章 調査結果の分析及び課題	11
1 野菜の購入先について	12
1-1 野菜購入場所	13
1-2 野菜購入場所までの距離	14
2 野菜の購入および摂食について	15
2-1 野菜購入頻度	16
2-2 野菜購入金額	17
2-3 野菜購入少ない／しない主な理由	18
2-4 よく購入する野菜	19
2-5 野菜摂食頻度	20
3 野菜購入時の条件	21
3-1 野菜購入時に重視する条件	22
3-2 日頃あまり使わない野菜を購入する条件	23
4 区内の直売所について	25
4-1 直売所利用状況	27

4-2	「あだち菜の郷」認知状況.....	28
4-3	「あだち菜の郷」利用状況【全数ベース】	29
4-4	直売所の印象	31
5	都市農地の今後の方向性について	33
5-1	都市農地の今後の方向性	34
6	区内の農業について	35
6-1	重要だと思ふ区の農業の取り組み	37
6-2	区に期待する農業支援策	39
6-3	今後やってみたい農業に関する活動.....	41
6-4	足立区の農業についての意見	42
●	アンケートの有効度	45

第4章 調査票..... 47

●	使用した調査票.....	48
---	--------------	----

第 1 章 調査の概要

第1章 調査の概要

1 調査の目的

都市農地は、不足しがちな緑の空間として、ゆとりやうるおい、安らぎを得ることのできる貴重な資源です。併せて、災害時などの一時避難場所、火災の延焼遮断帯などとしての公益的な役割も担っています。

また、都市農業は、遠隔地と比べより新鮮で安全な農産物の供給ができるという特色も持っています。

このアンケートにより、区民の皆様のお考えを把握し、平成31年度に改定予定の「あだち都市農業振興プラン」に反映させることを目的として調査を実施いたしました。

2 調査の時期

平成30年12月14日（金）～12月28日（金）

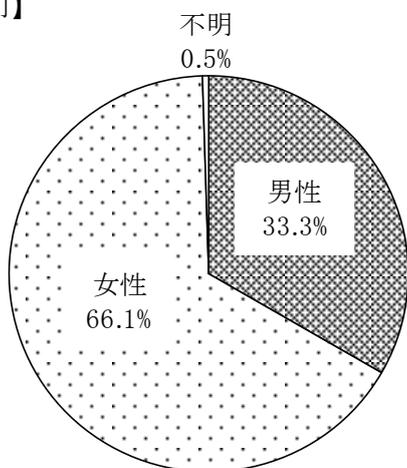
3 今回の区政モニター数、回答者数

区政モニター数	191人
回答者数	183人（回収率95.8%）
[内訳]	
郵便回答	111人
インターネット回答	72人

4 回答者の構成

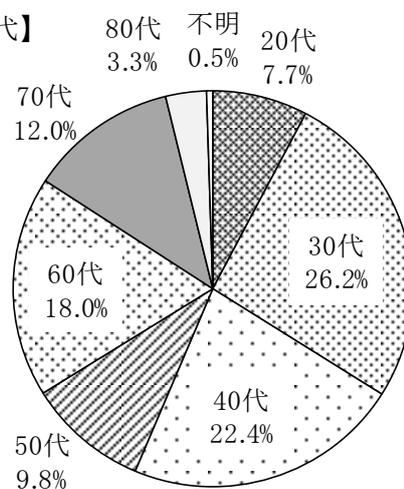
(1) 性別、年代別割合

【性別】



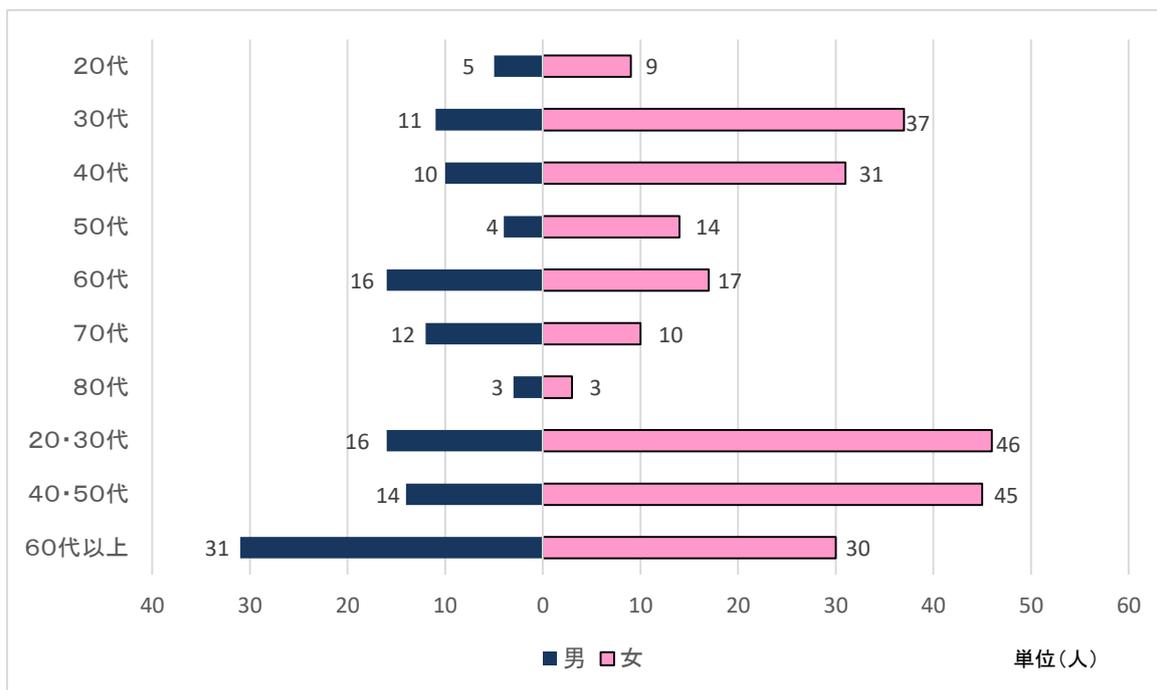
回答者数 = (183)

【年代】



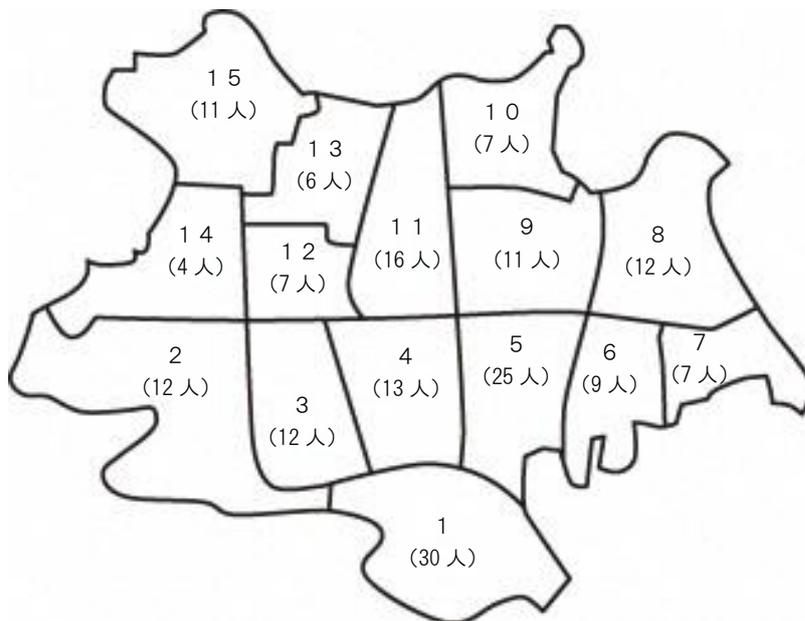
回答者数 = (183)

【性・年代】



第1章 調査の概要

(2) 地域別回答者人数 (上段: 地域番号、下段: 人数)



5 報告書の見方

- (1) 回答比率 (%) は、その設問の回答者を基礎として算出しました。小数点第2位を四捨五入して小数点第1位まで示したもので、比率の合計が 100.0%に満たない、または上回る場合があります。
- (2) 複数回答の設問は、すべての比率を合計すると 100.0%を超えます。
- (3) 選択肢の表記は、グラフ・数表では全文言を記載していますが、分析コメントにおいては、括弧内の語句を簡略化している場合があります。
- (4) 本報告書に掲載しているクロス集計は、男女別の「性別」、および、「性別」に、20代と30代を合わせた20代・30代(若年層)、40代と50代を合わせた40代・50代(中年層)、60代から80代を合わせた60代以上(高齢層)の3層からなる「年齢層別」を掛け合わせて6層とした「性・年代別」の2種類です。「性・年代別」のうち、サンプル数が30未満と少数の層については参考値としての掲載にとどめ、クロス集計の分析では30サンプル以上の層を中心に言及しています。

第2章 調査結果の概要及び所管意見

● 設問体系と回答の概要

1 野菜の購入先について

1-1 野菜購入場所【問1】 P 1 3

- ・「スーパー」94.5%
- ・「八百屋（個人店舗）」31.7%
- ・「宅配」15.8%
- ・「直売所」8.2%

1-2 野菜購入場所までの距離【問1-1】 P 1 4

	【500m未満（計）】	【500m以上（計）】
・「八百屋（個人店舗）」	39.7%	56.9%
・「スーパー」	53.2%	44.5%
・「直売所」	40.0%	60.0%

2 野菜の購入および摂食について

2-1 野菜購入頻度【問2】 P 1 6

- ・【週3回程度以上（計）】64.5%

2-2 野菜購入金額【問2-1】 P 1 7

- ・「300円未満」21.2%
- ・「300円～600円未満」38.1%
- ・「600円～1,000円未満」31.4%
- ・「1,000円以上」8.5%

2-3 野菜購入少ない／しない主な理由【問2-2】 P 1 8

- ・「まとめ買いをしている」74.6%

2-4 よく購入する野菜【問3】 P 1 9

- ・「キャベツ」39.3%
- ・「玉ねぎ」37.2%
- ・「人参」32.2%

2-5 野菜摂食頻度【問4】 P 2 0

- ・「ほぼ毎日」78.1%
- ・【週5日程度以上（計）】89.6%

3 野菜購入時の条件

3-1 野菜購入時に重視する条件【問5】 P 2 2

- ・「鮮度がよいこと」74.9%
- ・「価格が安いこと」69.9%
- ・「産地が明示されていること」26.8%

3-2 日頃あまり使わない野菜を購入する条件【問6】・・・P23

- ・「『健康に良い』などの情報を得た時」60.1%
- ・「テレビで料理番組を見た時」50.8%
- ・「野菜売り場においてあるレシピなどを見た時」30.1%
- ・「インターネットなどで料理情報を検索した時」30.1%

4 区内の直売所について

4-1 直売所利用状況【問7】・・・P27

- ・【現利用者(計)】10.4%
- ・【利用経験者(計)】26.8%
- ・【認知者(計)】65.6%

4-2 「あだち菜の郷」認知状況【問8】・・・P28

- ・「知っている」35.0%

4-3 「あだち菜の郷」利用状況【全数ベース】

【問8-1】・・・P29

- ・【現利用者(計)】3.8%
- ・【利用経験者(計)】10.9%
- ・【認知者(計)】35.0%

4-4 直売所の印象【問9】・・・P31

- ・「採れたてで、鮮度の良いものを買える点が良い(よさそう)」77.6%
- ・「直売所が近隣にない」52.5%
- ・「地元の農家が作った農産物を販売しているので親しみを感じる」51.9%

5 都市農地の今後の方向性について

5 都市農地の今後の方向性【問10】・・・P34

- ・【農地として残す(計)】82.5%
- ・【宅地や公園に転用(計)】4.9%

6 区内の農業について

6-1 重要だと思う区の農業の取り組み【問11】・・・P37

- ・「区民まつりなどイベントでの農産物の即売」72.1%
- ・「区内産の野菜の購入場所を増やす」57.9%
- ・「区民を対象にした農業体験」43.7%

6-2 区に期待する農業支援策【問12】・・・P39

- ・「直売所の増設・支援」64.5%
- ・「学校給食に区内産の農産物の使用を増やす」58.5%
- ・「安全な農産物の栽培奨励・支援」56.3%

6-3 今後やってみたい農業に関する活動【問13】・・・P41

- ・「毎日の食事に区内産の新鮮な野菜を取入れる」51.4%
- ・「自分で食べる野菜を自分で育てる」45.9%
- ・「ボランティアとして収穫時期などに農家の手伝いをする」25.7%

6-4 足立区の農業についての意見【問14】・・・P42

- ・「足立農業や農産物のPRや支援」(37件)
- ・「直売所のPRや増設」(30件)
- ・「子どもたちの農業体験を増やして欲しい」(15件)
- ・「農地を残して欲しい」(14件)
- ・「スーパーや小売店の売り場を増やして欲しい」(10件)

● 所管意見まとめ

1 調査結果の概要

(1) 9割台半ばの方が野菜の購入先として「スーパー」と回答

- 野菜の購入先として男性40・50代を除く、男女全世代で9割以上の方がスーパーと回答した。
- 直売所を利用するのは、女性60代以上の方が多かった。
- また、子育て世代と思われる女性20・30代は、宅配の利用が比較的多かった。

(2) 野菜の購入はまとめ買い派が3割強

- 男性・女性とも20・30代の子育て世代は、3割台半ばの方が週1回のまとめ買いをしている。
- 全体としては、週3回程度が5割弱で最も多かった。
- また、比較的野菜の摂食が少ないと思われた男性20・30代の8割強の方が、毎日野菜を食べていると回答した。

(3) 7割台半ばから約7割の方が「鮮度が良くて安い野菜」を希望

- 若い世代ほど「価格が安い」ことを重視する傾向がある。
- 高齢層では「健康によい」との情報によりあまり使わない野菜を購入する傾向。
- 女性の若年層では、インターネットでレシピ検索をした時に購入する傾向が高い結果となった。

(4) JA 東京スマイル足立農産物直売所「あだち菜の郷」の認知度は3割台半ば

- 区内にある農業者が直接販売を行なう直売所については、認知者が6割台半ばで、「知っているが利用したことはない」人が全体の4割弱いる。
- 直売所の印象としては、8割弱の方が「鮮度の良いものが買える」と回答した。

(5) 8割強の方が都市農地の今後の方向性として「農地として残す」と回答

- 重要だと思える区の農業の取り組みは、販売機会の増加と考えている方が多い。
- また、区に期待する農業支援策についても、「直売所の増設・支援」など、販売機会を増やすことを期待している。
- 男性の高齢層においては、区民農園としての活用を期待する方が比較的多かった。

2 今後の方針

【野菜の購入場所】

- ・ 9割以上の方が、野菜の購入先としてスーパーと回答しているため、スーパーなどで地場産コーナーの設置をしてもらうなど、区内産野菜の新たな販売先の確保をJA東京スマイルと連携しながら検討していく。
- ・ イベントなどで直売所マップの配付などを行い、引き続き、直売所の周知に努める。

【野菜の購入傾向】

- ・ 約7割の人が鮮度が良くて安い野菜を希望している。新鮮な区内産の野菜を購入してもらうために、農業者と連携し価格設定や区内産野菜のブランド化など検討していく。

【あだち菜の郷】

- ・ 周年イベントなどの周知は近隣の町会・自治会に回覧にて周知活動を行なってきたが、様々な世代への周知を行なうためツイッターやフェイスブックなども活用した周知活動を行なっていく。
- ・ 友好都市の加工品などの販売についても相手側の自治体とのパイプ役を担うなど支援していく。

【都市農地保全】

- ・ 区民農園や体験型農園、収穫体験など、区民の方が身近に農地があることの大切さを実感できる施策を引き続き行っていく。
- ・ 都市農地を残すためには、農業者が安心して農業経営を行なうことができる条件が必要となるため、引き続き農業者への様々な支援を行なっていく。

以上の「今後の方針」については、現在、改定作業中の「あだち都市農業振興プラン」推進協議会の中で、検討・協議を行い「あだち都市農業振興プラン」の内容として反映していく。

第3章 調査結果の分析及び課題

1 野菜の購入先について

【現状】

野菜購入場所（問1）【回答者数 183名】

- 野菜は「スーパー」で購入する人の割合が9割台半ばで最も高くなっている。
- 以下「八百屋（個人店舗）」が3割強、「宅配」が1割台半ばの順で続き、「直売所」で野菜を購入している人は8%と少数である。
- 女性の高齢層では「直売所」で野菜を購入する人の割合が2割と高くなっている。
- 男性の高齢層では「八百屋（個人店舗）」で野菜を購入する人の割合が4割強と高く、女性の若年層では「宅配」を利用して野菜を購入する人が2割台半ばと高くなっている。

野菜購入場所までの距離（問1-1）

【回答者数 八百屋（個人店舗）58名 スーパー 173名 直売所 15名】

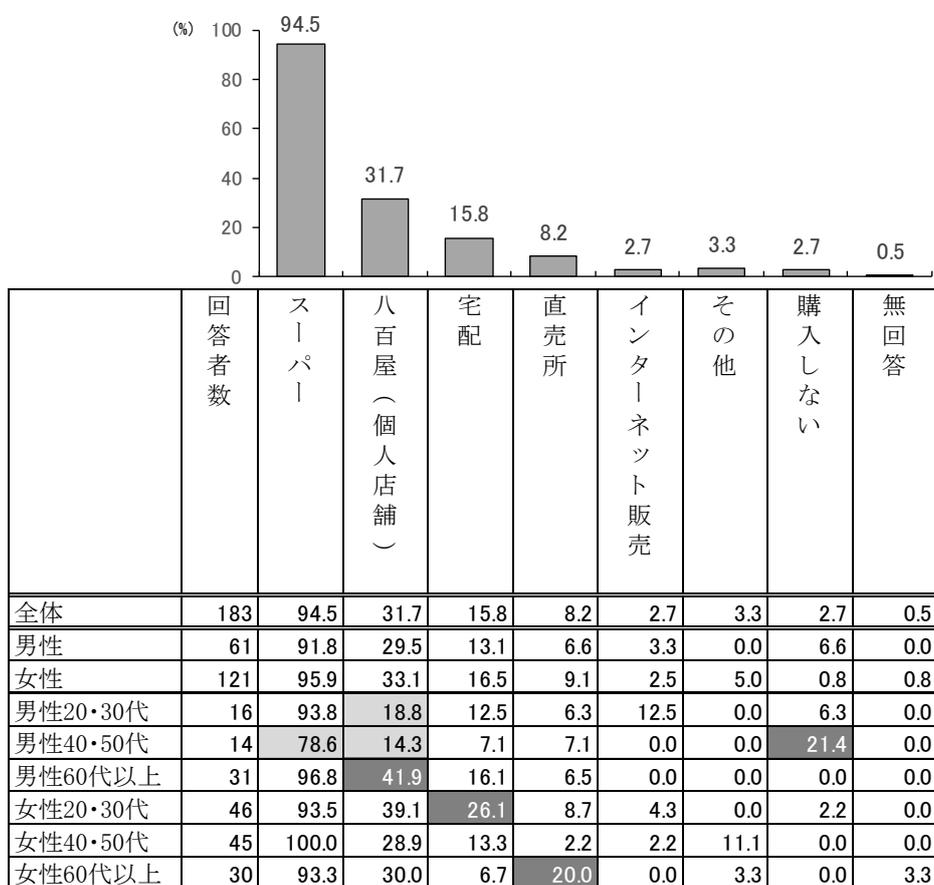
- 野菜の購入場所までの距離は、〈スーパー〉で【500m未満（計）】の割合が53.2%と〈八百屋（個人店舗）〉の39.7%よりも高くなっている。
- なお、〈直売所〉では【500m未満（計）】の割合は40.0%であるが、サンプル数が15名と少ない点に留意が必要である。

【課題】

- 「スーパー」で野菜を購入する人が9割台半ばであり、いずれの性・年代層においても最も多くの人が「スーパー」を利用している。
- なお、「スーパー」以外の野菜の購入場所をみると、女性の高齢層では「直売所」で野菜を購入する人が他の性・年代層に比べて多いことから、女性高齢層が、距離の面では利便性に欠ける「直売所」に対して感じている魅力を把握し、その良さを他の層にも伝えていくことは、区内産の農産物の購入機会を増やすうえで有効なアプローチになると考える。

1-1 野菜購入場所

問1 あなたは、どこで野菜を購入していますか(○はあてはまるものすべて)。



※サンプル数 30 未満は参考値として掲載。

■ 全体より+10%
 ■ 全体より-10%

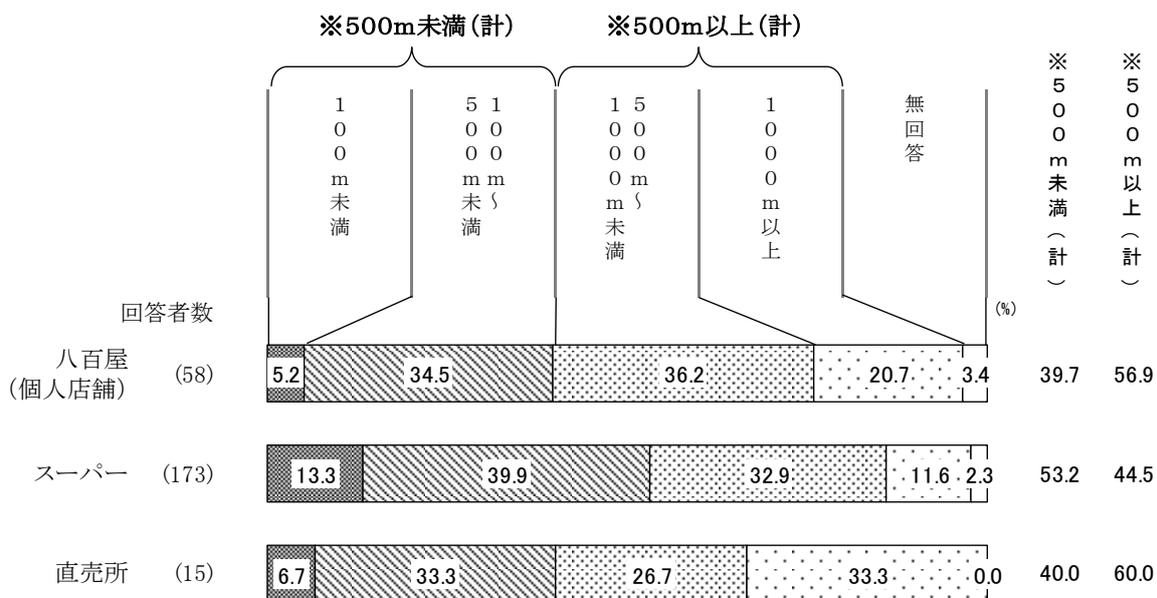
- 野菜の購入場所を聞いたところ、「スーパー」(94.5%)が9割台半ばと最も高く、以下「八百屋(個人店舗)」(31.7%)、「宅配」(15.8%)、「直売所」(8.2%)の順が続いている。
- 性別では、男女に大きな違いはみられない。
- 男女をそれぞれ20代と30代を合わせた若年層、40代と50代を合わせた中年層、60代以上を高齢層に分けた性・年代別(以下、性・年代別)にみると、男性の高齢層では「八百屋(個人店舗)」(41.9%)で全体に比べて高くなっている。
- 女性の若年層では「宅配」(26.1%)で、女性の高齢層では「直売所」(20.0%)で、それぞれ全体に比べて高くなっている。

1-2 野菜購入場所までの距離

(問1で「1. 八百屋(個人店舗)」、「2. スーパー」または「3. 直売所」とお答えの方に)

問1-1 お宅からそれぞれの購入場所までの距離は、どれくらいですか

(○は、問1で○を付けたものに1つずつ)。



※サンプル数 30 未満は参考値として掲載。

- 野菜の購入場所までの距離をみると、〈スーパー〉では【500m未満(計)】が53.2%と、〈八百屋(個人店舗)〉(39.7%)や〈直売所〉(40.0% : 回答者数15名)に比べて比率が高くなっている。

2 野菜の購入および摂食について

【現状】

野菜購入頻度（問2）【回答者数 183 名】

- 野菜の購入頻度は「週3回程度」が5割弱と最も多く、これに「ほぼ毎日」「週5回程度」を合わせた【週3回程度以上（計）】の割合は6割台半ばを占めている。
- 一方、“まとめ買い派”が中心とみられる「週1回程度」も3割強と2番目に多くなっている。
- 性別にみると、女性では【週3回程度以上（計）】の割合が7割強と、男性に比べて女性の方がやや高い頻度で野菜を購入している。
- さらに、女性の高齢層では「週5回程度」の割合が2割強と他層に比べて高く、【週3回程度以上（計）】の割合も9割に達していることから、他の性・年代層よりも高い頻度で野菜を購入している傾向がみられる。

野菜購入金額（問2-1）【回答者数 118 名】

- 「300円～600円未満」が4割弱と最も多く、「600円～1,000円未満」が3割強と2番目に多い。
- 両者を合わせた【300円～1,000円未満】が約7割を占めている。

野菜購入少ない／しない主な理由（問2-2）【回答者数 63 名】

- 「まとめ買いをしている」が7割台半ばと群を抜いて高くなっている。
- 人数では47名となり、全体の回答者183名のうち25.7%に相当する。

よく購入する野菜（問3）【回答者数 183 名】

- 「キャベツ」（39.3%）「玉ねぎ」（37.2%）「人参」（32.2%）など、年間を通して流通する野菜が上位に挙げられている。

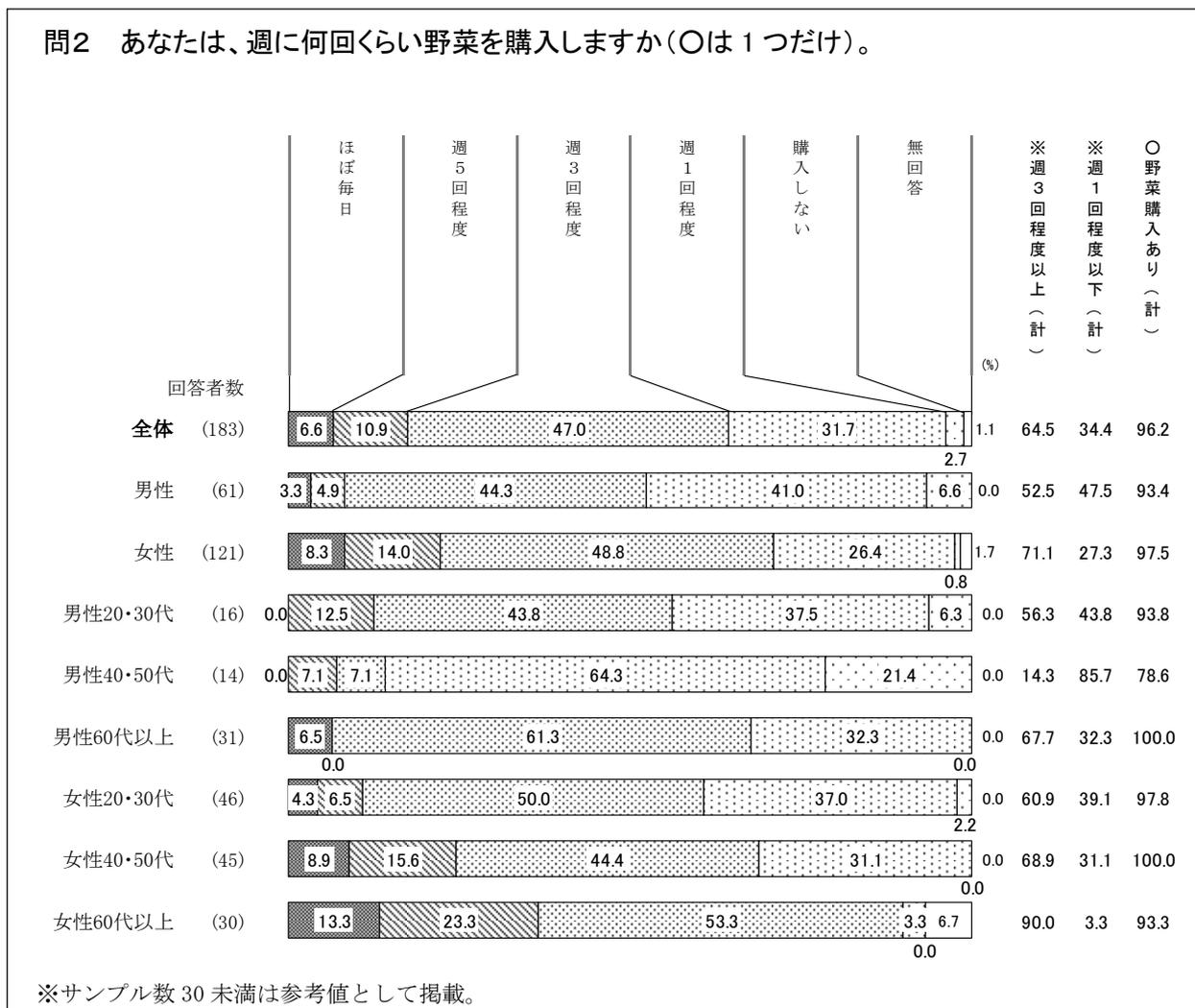
野菜摂食頻度（問4）【回答者数 183 名】

- 「ほぼ毎日」野菜を摂食する人は全体の8割弱である。【週5日程度以上（計）】では約9割に達するものの、【週3日程度以下（計）】も1割弱存在する。
- 女性に比べて、男性の野菜の摂食頻度は低めの傾向にある。
- サンプル数が少ない点に留意する必要があるが、男性の中年層で「ほぼ毎日」野菜を摂食する人の割合が6割弱と少なくなっている。
- また、女性でも、中年層では「ほぼ毎日」野菜を摂食する人の割合が若年層や高齢層に比べてやや低まる傾向がみられる。

【課題】

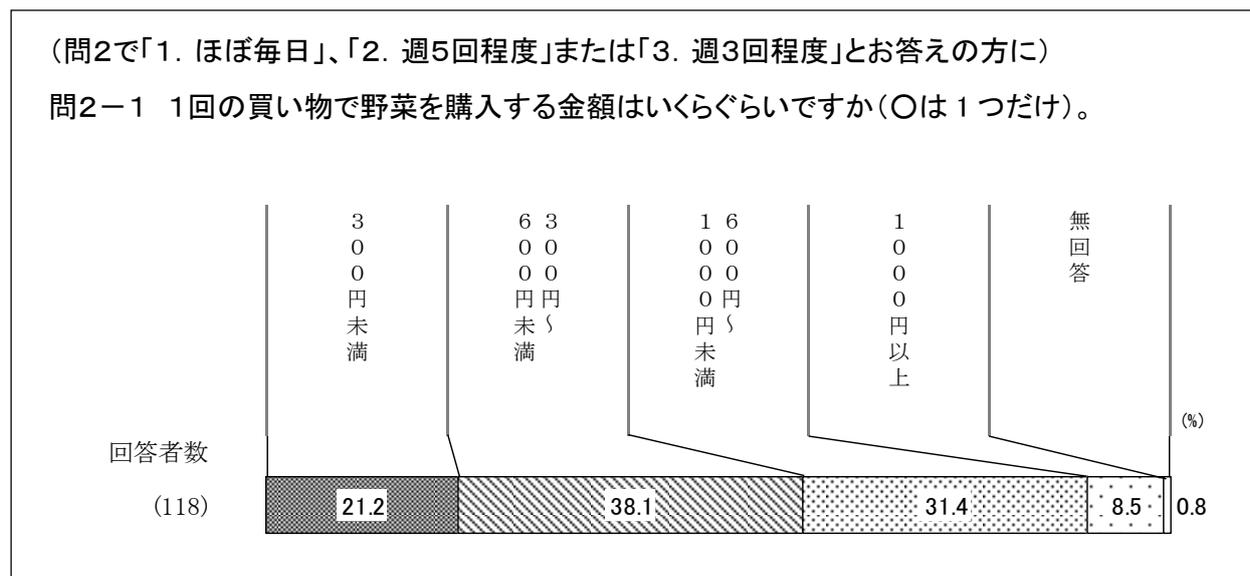
- 【週3回程度以上（計）】の頻度で野菜を購入する人が6割台半ばと多数派である。
- 中でも、野菜購入頻度の高い女性の高齢層が、週1回は直売所で購入したくなるようなポイント制などの仕組みがあれば、直売所の利用者数の向上に有効と考える。
- また、全体のうち4人に1人の“まとめ買い派”に対しては、定期的なまとめ買いに加えて、鮮度が求められる薬物野菜などを、より新鮮な状態で入手できる点を訴求していくことが有効と考える。

2-1 野菜購入頻度



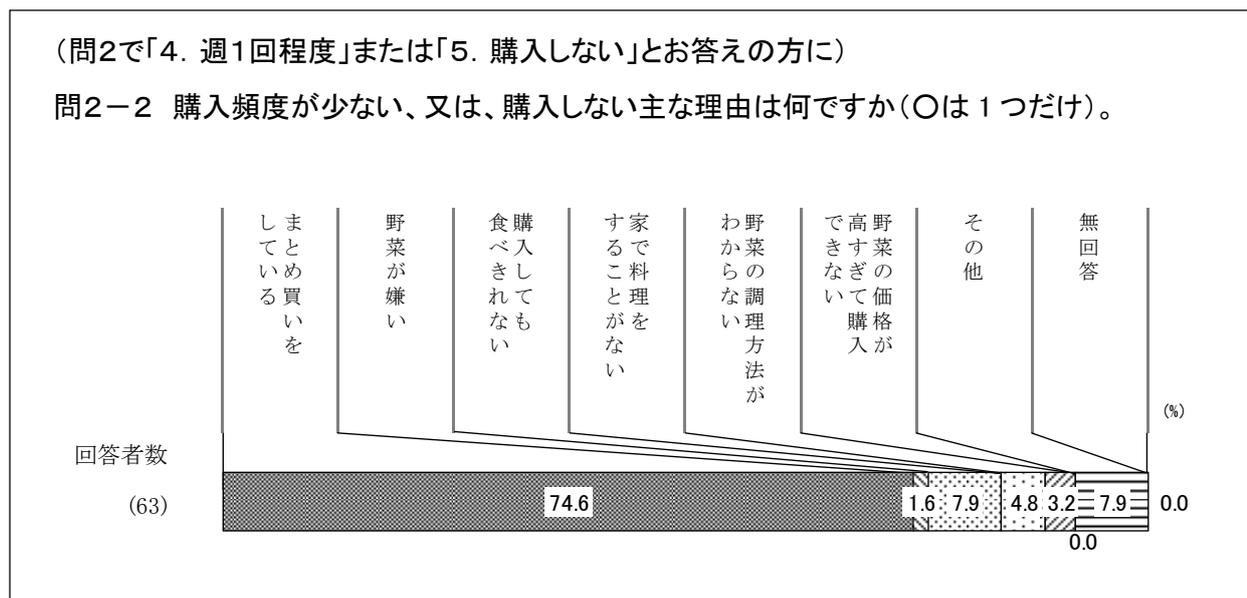
- 野菜の購入頻度をみると、「週3回程度」(47.0%)が5割弱と最も多く、次いで「週1回程度」(31.7%)が3割強となっている。
- 一方、「週5回程度」は10.9%、「ほぼ毎日」は6.6%と、ともに1割前後と少なくなっている。「ほぼ毎日」「週5回程度」「週3回程度」を合わせた【週3回程度以上(計)】は64.5%と6割台半ばを占めている。
- 性別にみると、男性では【週1回程度以下(計)】(47.5%)が全体に比べて高くなっている。
- 一方、女性では【週3回程度以上(計)】(71.1%)が7割強と高い比率になっている。
- 性・年代別にみると、女性では、高齢になるほど【週3回程度以上(計)】の比率が高くなる傾向がみられ、女性高齢層(90.0%)では9割と高い比率を示している。

2-2 野菜購入金額



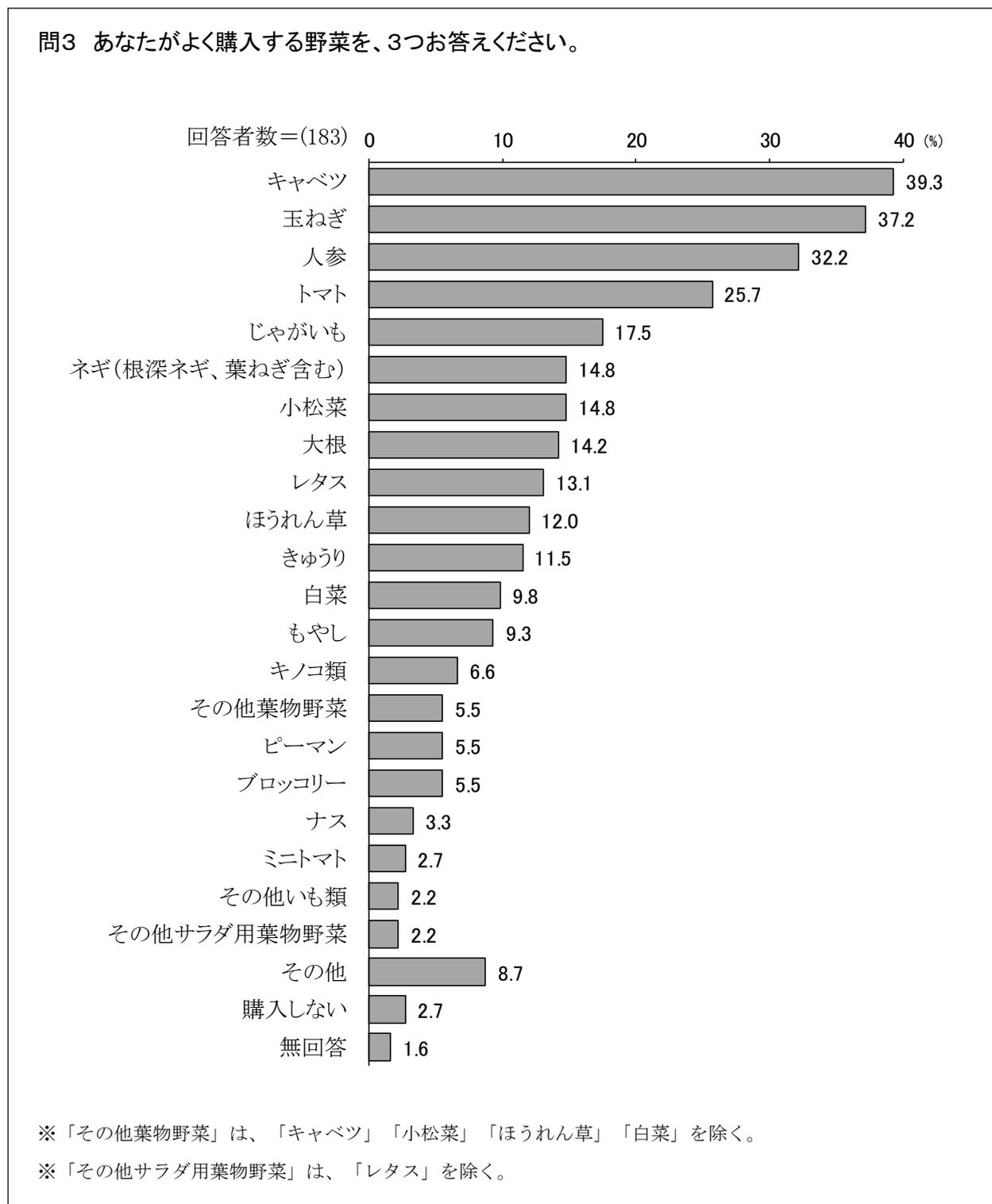
- 野菜を「週3回程度」以上の頻度で購入すると回答した人に対し、1回の買い物で野菜を購入する金額を聴いたところ、「300円～600円未満」(38.1%)が4割弱を占め最も多く、次いで「600円～1,000円未満」(31.4%)が3割強が続いている。

2-3 野菜購入少ない／しない主な理由



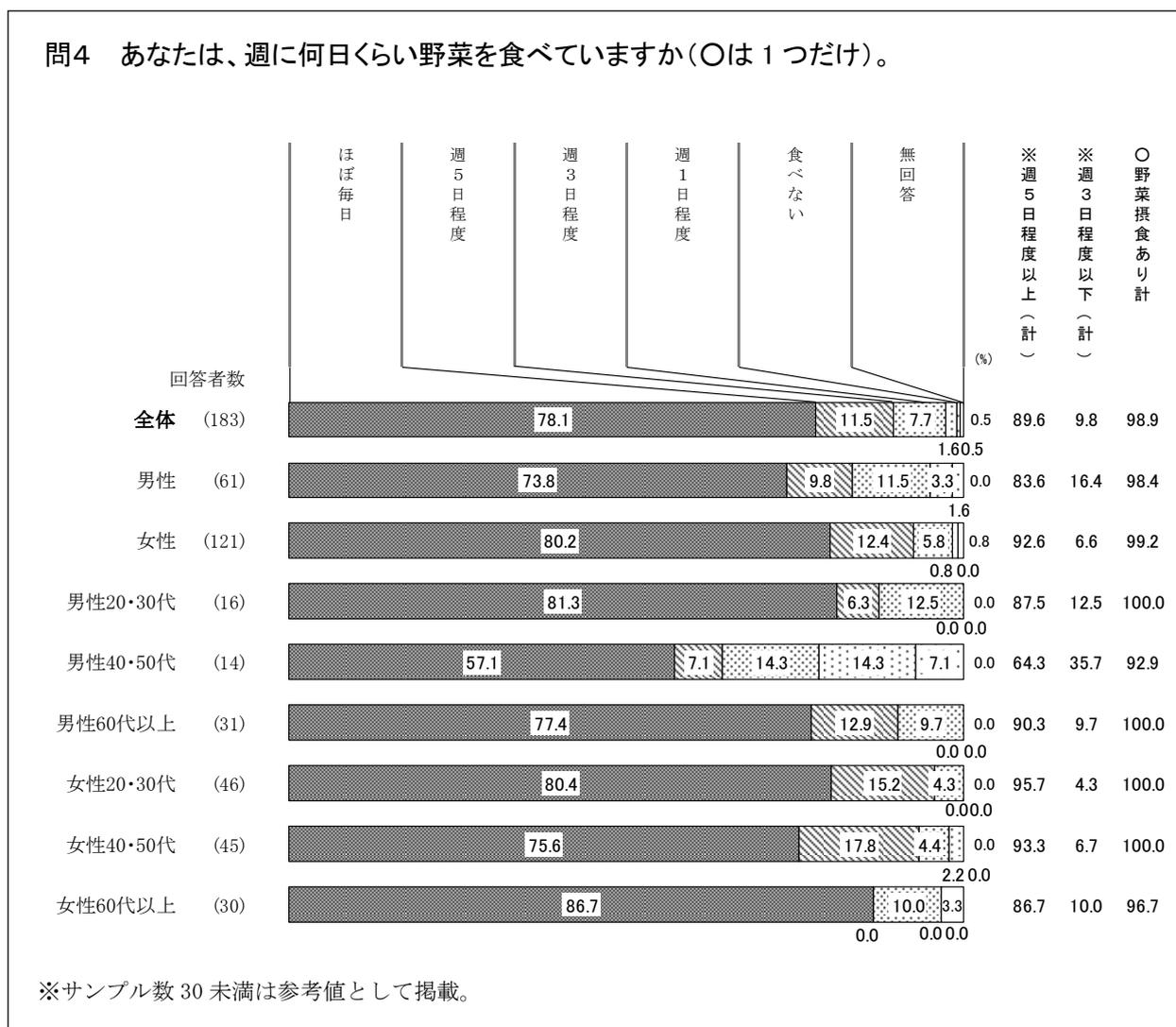
- 野菜の購入頻度が「週1回程度」、または「購入しない」と回答した人に対し、購入頻度が少ない、または、購入しない主な理由を聞いたところ、「まとめ買いをしている」(74.6%)が7割台半ばを占め、他の理由を大きく引き離して中核の理由となっている。
- なお、次点には「購入しても食べきれない」(7.9%)と「その他」(7.9%)がともに1割未満で続いている。

2-4 よく購入する野菜



- よく購入する野菜を3つまで自由回答で聞いたところ、「キャベツ」(39.3%)と「玉ねぎ」(37.2%)がともに4割弱で、1位と2位に挙げられている。
- 続いて「人参」(32.2%)が3割強で3位、「トマト」(25.7%)が2割台半ばで4位となっている。

2-5 野菜摂食頻度



- 野菜の摂食頻度をみると、「ほぼ毎日」(78.1%)が8割弱を占めて圧倒的に多く、以下「週5日程度」(11.5%)、「週3日程度」(7.7%)が1割前後で続いている。
- 「ほぼ毎日」と「週5日程度」を合わせた【週5日程度以上(計)】は89.6%と9割弱に達している。
- 一方、「週3日程度」「週1日程度」「食べない」を合わせた【週3日程度以下(計)】は9.8%は1割弱と少数派である。
- 性別にみると、男性では【週3日程度以下(計)】が16.4%と、女性に比べて+10ポイント高くなっている。
- 性・年代別にみると、女性の中年層で「ほぼ毎日」の割合が、若年層および高齢層に比べてやや低くなる傾向がみられる。

3 野菜購入時の条件

【現状】

野菜購入時に重視する条件（問5）【回答者数 183 名】

- 上位2項目の「鮮度がよいこと」と「価格が安いこと」は7割台半ばから約7割と、3位以降を引き離して回答が集中している。
- 男性の高齢層では、他の層に比べて「産地が明示されていること」を重視する人の割合が4割弱と高くなっている。
- 女性では、高齢になるほど「鮮度がよいこと」の割合が高くなっており、高齢層では9割弱に達している。
- また、男女ともに、高齢層では「価格が安いこと」の割合が低くなる傾向がみられる。

日頃あまり使わない野菜を購入する条件（問6）【回答者数 183 名】

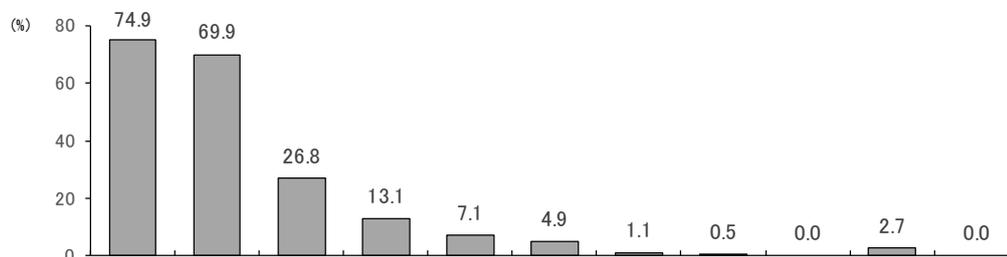
- 「『健康によい』などの情報を得た時」が6割、「テレビで料理番組を見た時」が5割強と上位2項目に挙げられている。
- 男女ともに、高齢層では「『健康によい』などの情報を得た時」（男性：8割台半ば／女性：8割弱）で割合が高くなっている。
- 加えて、女性の高齢層では「野菜売り場においてあるレシピなどを見た時」も4割とやや高い割合になっている。
- なお、女性の若年層では「インターネットなどで料理情報を検索した時」が6割弱と高くなっている。

【課題】

- 高齢層ほど“鮮度”を重視していることから、高齢層は鮮度の良い区内産の農産物をPRする上での主要なターゲットになると考えられる。
- 日頃あまり使わない野菜を購入する条件として、男女ともに高齢層では“健康に良いなどの情報”、女性の高齢層では“売り場での情報”、女性の若年層では“インターネット検索”と、それぞれの層によって訴求ポイントや情報の接触場面が異なることを鑑みると、より幅広い層に区内の農産物をアピールするためには、多角的な情報発信が必要になると考える。

3-1 野菜購入時に重視する条件

問5 あなたが野菜を購入する際、重視するのはどのようなことですか(○は2つまで)。



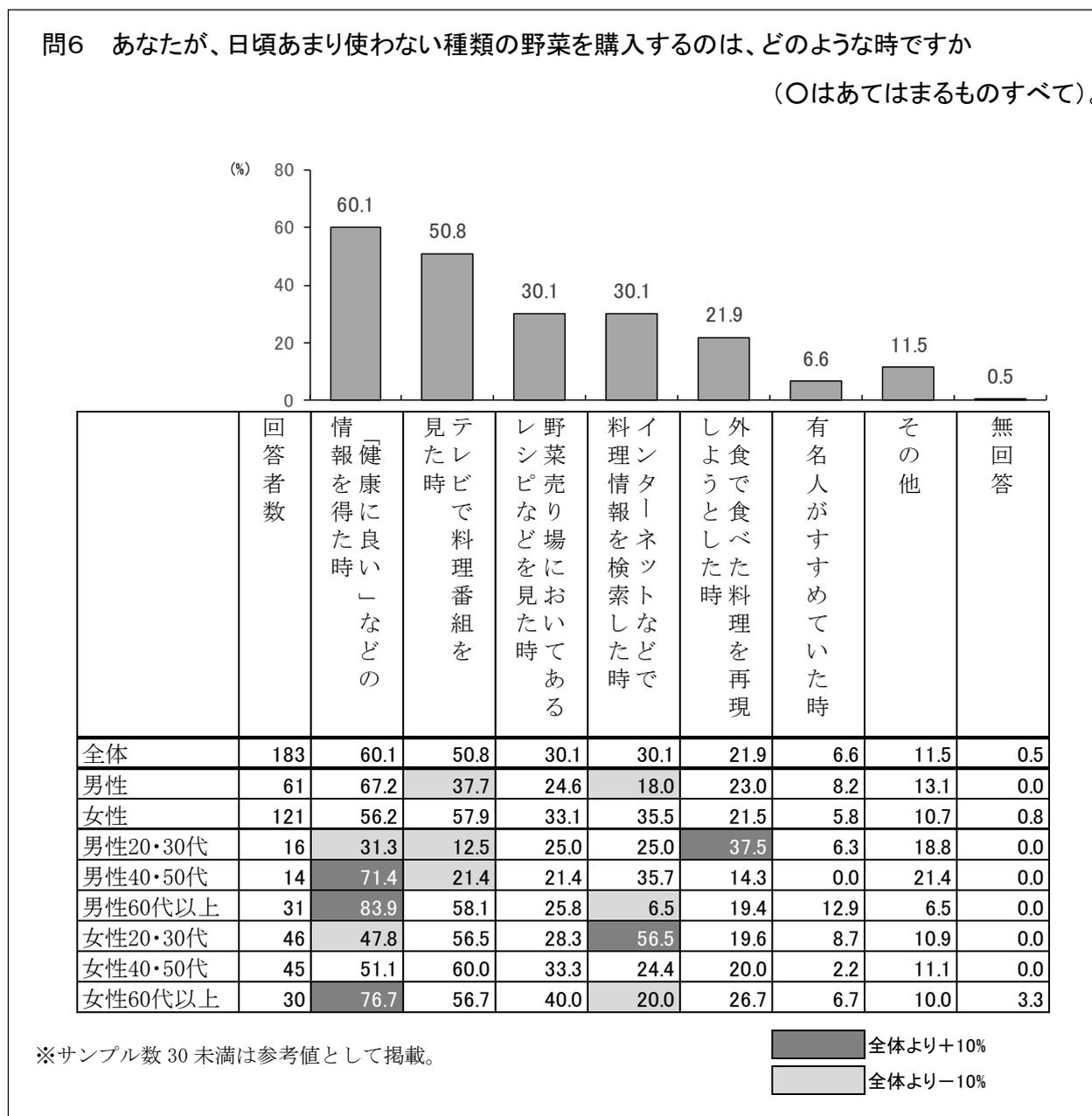
	回答者数	鮮度がよいこと	価格が安いこと	産地が明示されていること	農薬・化学肥料があまり使われていないこと	量を選べること	見た目がよいこと	地元産であること	その他	特になし	購入しない	無回答
全体	183	74.9	69.9	26.8	13.1	7.1	4.9	1.1	0.5	0.0	2.7	0.0
男性	61	68.9	65.6	21.3	16.4	13.1	3.3	1.6	1.6	0.0	6.6	0.0
女性	121	77.7	72.7	28.9	11.6	4.1	5.8	0.8	0.0	0.0	0.8	0.0
男性20・30代	16	68.8	81.3	6.3	0.0	12.5	6.3	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0
男性40・50代	14	57.1	64.3	0.0	21.4	7.1	0.0	0.0	7.1	0.0	21.4	0.0
男性60代以上	31	74.2	58.1	38.7	22.6	16.1	3.2	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0
女性20・30代	46	67.4	78.3	30.4	13.0	0.0	10.9	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0
女性40・50代	45	82.2	73.3	26.7	8.9	8.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性60代以上	30	86.7	63.3	30.0	13.3	3.3	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0

※サンプル数 30 未満は参考値として掲載。



- 野菜を購入する際に重視する条件をみると、「鮮度がよいこと」(74.9%)が7割台半ばで最も高く、次いで「価格が安いこと」(69.9%)が約7割で続いている。
- 3位の「産地が明示されていること」(26.8%)は上位2項目と離れて3割弱、「農薬・化学肥料があまり使われていないこと」(13.1%)が1割強で続いている。
- 性別にみると、大きな違いはみられない。
- 性・年代別にみると、男性の高齢層では「価格が安いこと」(58.1%)が全体に比べて低く、「産地が明示されていること」(38.7%)が高くなっている。
- 女性では、高齢になるほど「鮮度がよいこと」の比率が高くなる傾向がみられ、高齢層(86.7%)では9割弱と高い比率を示している。
- また、女性では、若年になるほど「価格が安いこと」の比率が高くなる傾向がみられ、女性若年層では78.3%と全体に比べてやや高い比率となっている。

3-2 日頃あまり使わない野菜を購入する条件



- 日頃あまり使わない種類の野菜を購入する条件をみると、「『健康に良い』などの情報を得た時」(60.1%)が約6割で最も高く、以下「テレビで料理番組を見た時」(50.8%)が5割強、「野菜売り場においてあるレシピなどを見た時」と「インターネットなどで料理情報を検索した時」(各30.1%)がともに約3割で続いている。
- 性別にみると、男性では「テレビで料理番組を見た時」(37.7%)と「インターネットなどで料理情報を検索した時」(18.0%)が、ともに全体に比べて低く、性差が大きくなっている。
- 性・年代別にみると、男性の高年齢層では「『健康に良い』などの情報を得た時」(83.9%)が全体に比べて+24ポイントと高い比率を示している。

第3章 調査結果の分析及び課題(3 野菜購入時の条件)

- また、女性では、高齢になるほど「『健康に良い』などの情報を得た時」で比率が高くなる傾向がみられ、女性高齢層（76.7%）では全体に比べて+17ポイント高い比率となっている。
- さらに、女性の高齢層では「野菜売り場においてあるレシピなどを見た時」（40.0%）も全体に比べてやや高い比率となっている。
- なお、「インターネットなどで料理情報を検索した時」は、女性では若年になるほど比率が高くなる傾向がみられ、女性若年層（56.5%）では全体に比べて+26ポイントとなっている。

4 区内の直売所について

【現状】

直売所利用状況（問7）【回答者数 183名】

- 1ヶ月に1回以上利用している【現利用者（計）】は全体の1割にとどまり、以前利用したことがある人を合わせた【利用経験者（計）】でも2割台半ばと、4人に1人の利用状況である。
- 【認知者（計）】は全体の6割台半ばに達するものの、「知っているが、利用したことはない」人が全体の4割弱を占めて最も多い。
- また、「直売所を知らない」人も3割台半ばを占めている。
- 女性の高齢者では【現利用者（計）】が2割強、【利用経験者（計）】が5割と他層に比べて割合が高くなっている。
- また、男性の高齢層でも【利用経験者（計）】が3割台半ばと全体に比べてやや高い割合となっている。

「あだち菜の郷」認知状況（問8）【回答者数 183名】

- 認知率は全体の3割台半ばである。
- 男女ともに、高齢層で認知率が5割前後と高くなっている。
- 男性の中年層はサンプル数が少ないため留意が必要であるが、男女ともに中年層で認知率が2割強から2割台半ばと低くなっている。

「あだち菜の郷」利用状況（問8-1）【全数ベース】【回答者数 183名】

- 1ヶ月に1回以上利用している【現利用者（計）】は全体の3.8%と少数であり、以前利用したことがある人を合わせた【利用経験者（計）】も1割強にとどまる利用状況である。
- 一方、「『あだち菜の郷』を知らない」人は全体の6割台半ばと、3人に2人が認知していない状況である。
- 女性の高齢層では【現利用者（計）】が1割、【利用経験者（計）】が2割台半ばと他層に比べて割合が高くなっているものの、女性の中年層では【利用経験者（計）】が0.0%と1人もおらず、「『あだち菜の郷』を知らない」人が7割台半ばを占めている。
- なお、男性の高齢層では【利用経験者（計）】が2割弱と全体に比べてやや高い割合となっている。

直売所の印象（問9）【回答者数 183名】

- 「鮮度の良いものが買える」が最も高く8割弱に達している。
- 2位以降は、「直売所が近くにない」と「地元の農家が生産販売するので親しみを感じる」がともに5割強、「開店時間が限られている」が4割強、「作り手の顔や人柄がわかる」が3割強で続いている。
- 以前利用したことがある層（回答者30名）の回答では、トップの「鮮度の良いものが買える」に続いて、2位が「地元の農家が生産販売するので親しみを感じる」、3位が

「直売所が近くにない」となっており、全体の回答と比べて2位と3位が逆転している。

- この結果から、以前利用したことがある人は、現在定期的に利用していない状況であっても、直売所が“近くにないこと”以上に、直売所に対して“親しみ”という価値を感じている様子が窺える。

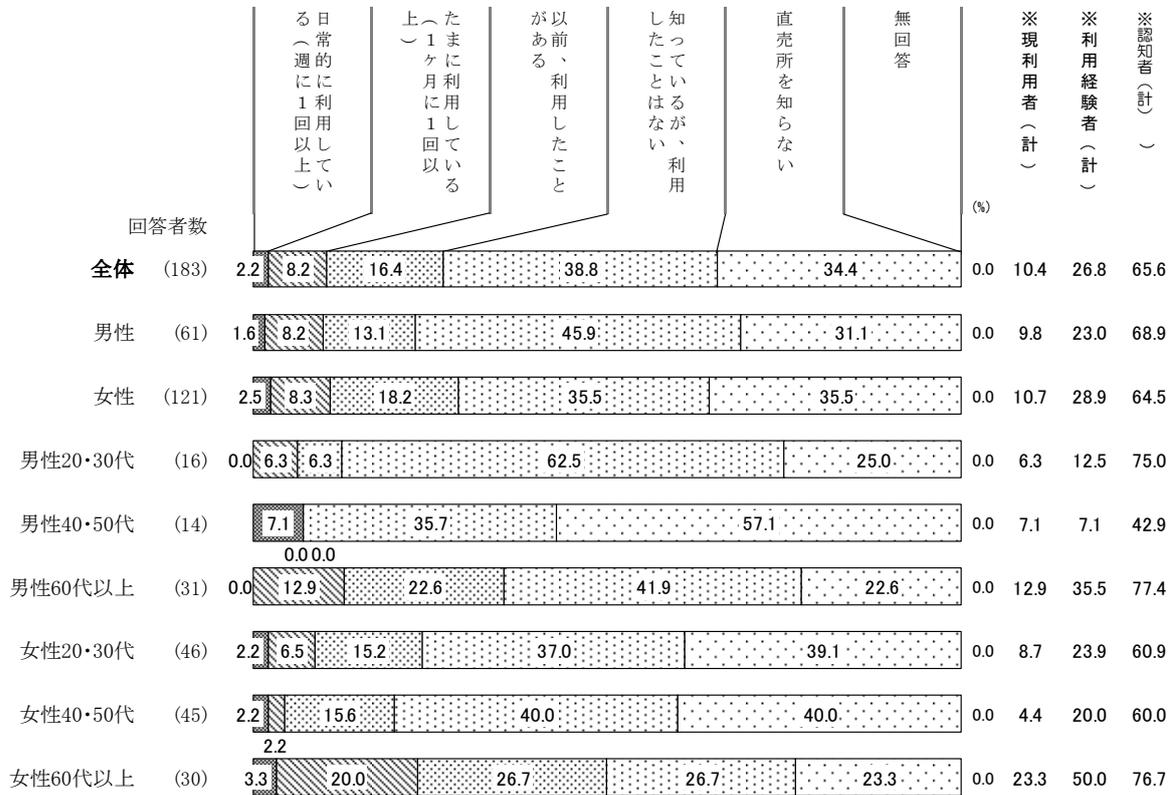
【課題】

- 利用経験者は、区内の直売所全体で4人に1人、「あだち菜の郷」で10人に1人と少数であるものの、直売所を以前利用したことがある層の直売所の印象に対する回答からは、“近くにないこと”以上に“地元農家が生産販売する親しみ”を感じているという結果が得られている。
- より多くの人に直売所を認知、利用してもらえるよう、今後も、複数のPR策が検討されるべきである。
- 特に、中年層では、男女ともに認知者、利用者の割合が低くなっており、多忙な働き盛りの世代にも、“鮮度の良さ”や“親しみ”という価値を感じてもらえるようなイベント等の実施に加えて、駅周辺やスーパーなど、普段の生活エリアの中で購入できる場所への出張販売などを増やしていくこと、さらに、これらの機会をタイムリーに情報発信していくことが肝要であると考ええる。

4-1 直売所利用状況

足立区内には、地元の農家が栽培した野菜を直接販売する「直売所」が数ヶ所あります（別紙：あだち 新鮮 やさい 直売所 MAP参照）。

問7 あなたは、このような直売所を利用したことがありますか(○は1つだけ)。

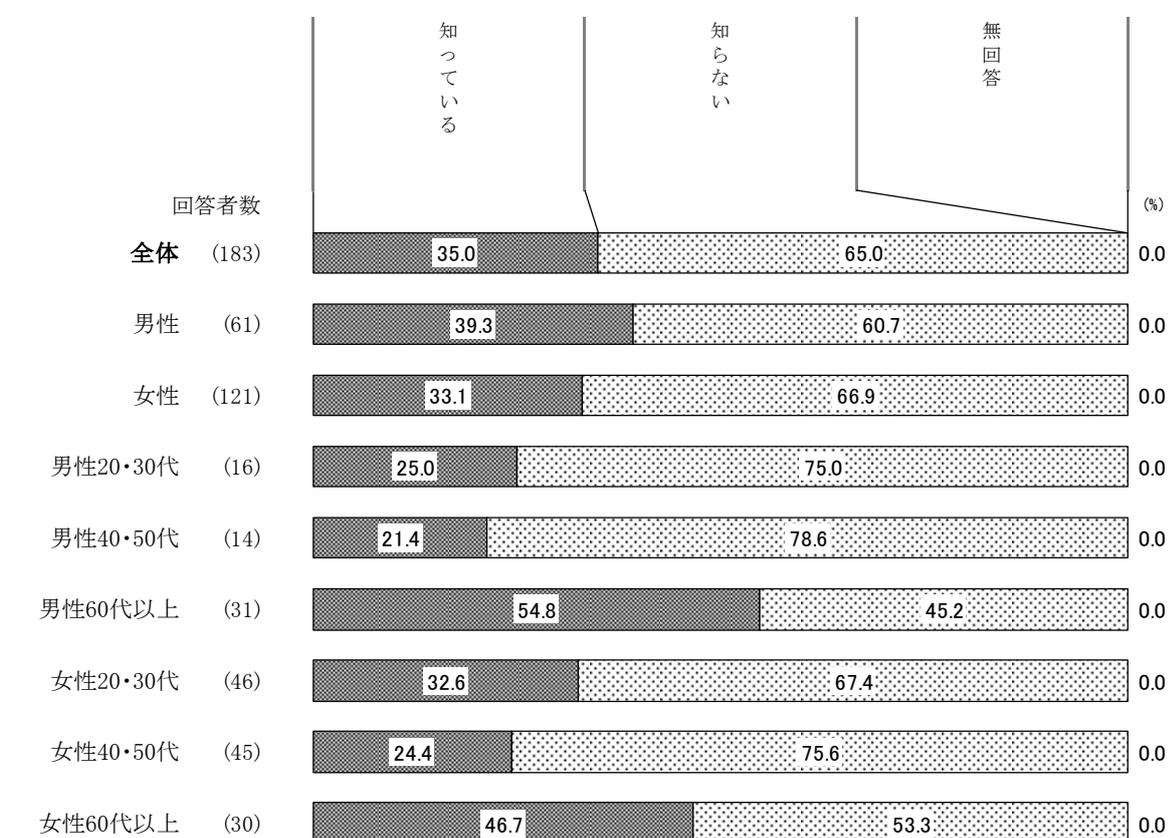


※サンプル数 30 未満は参考値として掲載。

- 直売所の利用状況を見ると、「知っているが、利用したことはない」(38.8%)が4割弱と最も多く、次いで「直売所を知らない」(34.4%)が3割台半ばと僅差で続いている。
- 一方、「日常的に利用している(週に1回以上)」は2.2%と極めて少数であり、「たまに利用している(1ヶ月に1回以上)」(8.2%)と合わせた【現利用者(計)】は10.4%と約1割にとどまる。
- また、【現利用者(計)】に「以前、利用したことがある」(16.4%)を合わせた【利用経験者(計)】(26.8%)も3割弱にとどまっている。
- 性別にみると、大きな違いはみられないものの、男性で「知っているが利用したことはない」(45.9%)が全体に比べてやや高くなっている。
- 性・年代別にみると、男性の高齢層では【利用経験者(計)】(35.5%)が3割台半ば、【認知者(計)】(77.4%)が8割弱と、ともに全体に比べて高い比率を示している。
- 女性では、高齢層で【現利用者(計)】(23.3%)が2割強、【利用経験者(計)】(50.0%)が5割、【認知者(計)】(76.7%)が8割弱と、いずれも全体に比べて高い比率を示している。

4-2 「あだち菜の郷」認知状況

問8 あなたは、JA 東京スマイル足立支店駐車場内(足立区中央本町 1-4-2:日光街道沿い)にある農作物の直売所「あだち菜の郷」を知っていますか(○は1つだけ)。



※サンプル数 30 未満は参考値として掲載。

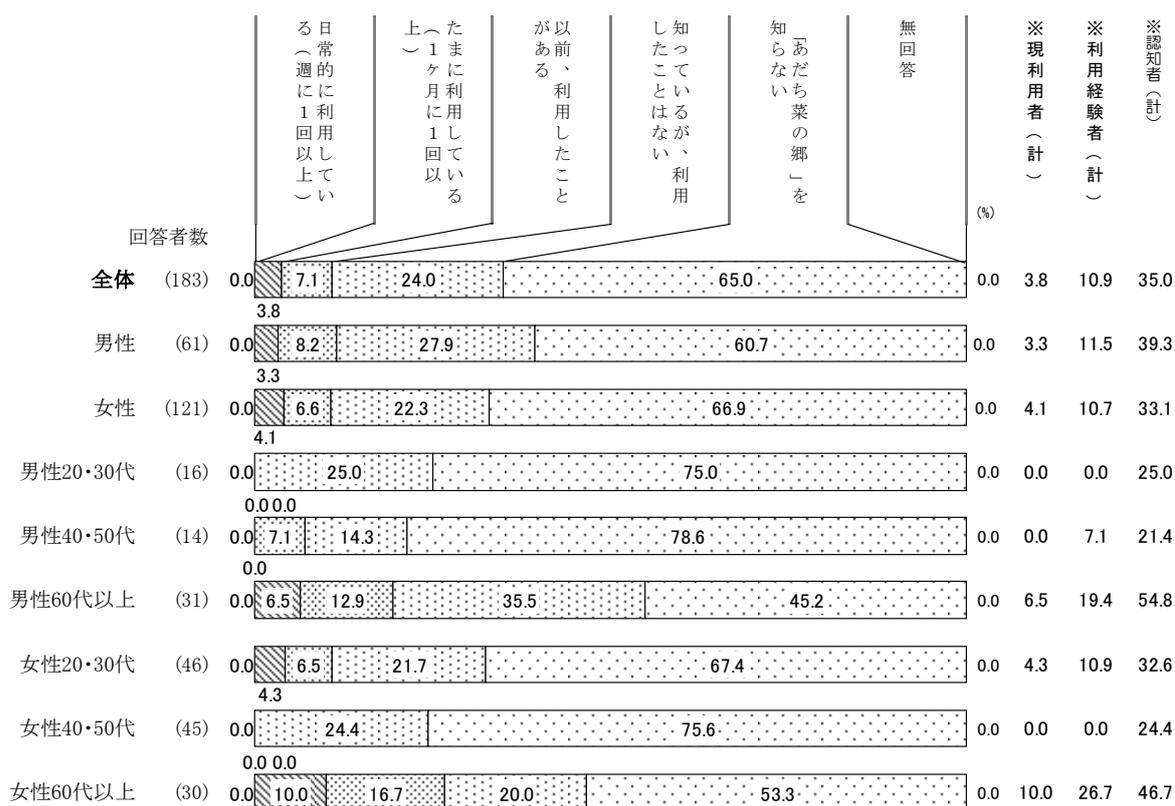
- 「あだち菜の郷」の認知状況を見ると、「知っている」(35.0%)が3割台半ば、「知らない」(65.0%)が6割台半ばである。
- 性別にみると、男女で大きな違いはみられない。
- 性・年代別にみると、男女ともに高齢層で「知っている」(男性：54.8%/女性：46.7%)の割合が全体に比べて高くなっている。
- 一方、女性の中年層では「知っている」(24.4%)の割合が全体に比べて低くなっている。

4-3 「あだち菜の郷」利用状況【全数ベース】

(問8で「1. 知っている」とお答えの方に)

問8-1 あなたは、「あだち菜の郷」を利用したことはありますか(○は1つだけ)。

※問8-1は(問8で「1. 知っている」とお答えの方)のみが回答する設問だが、問7直売所の利用状況と比較できるように、問8で「2. 知らない」と回答した人を含む全数ベース(回答者数183名)で集計している。



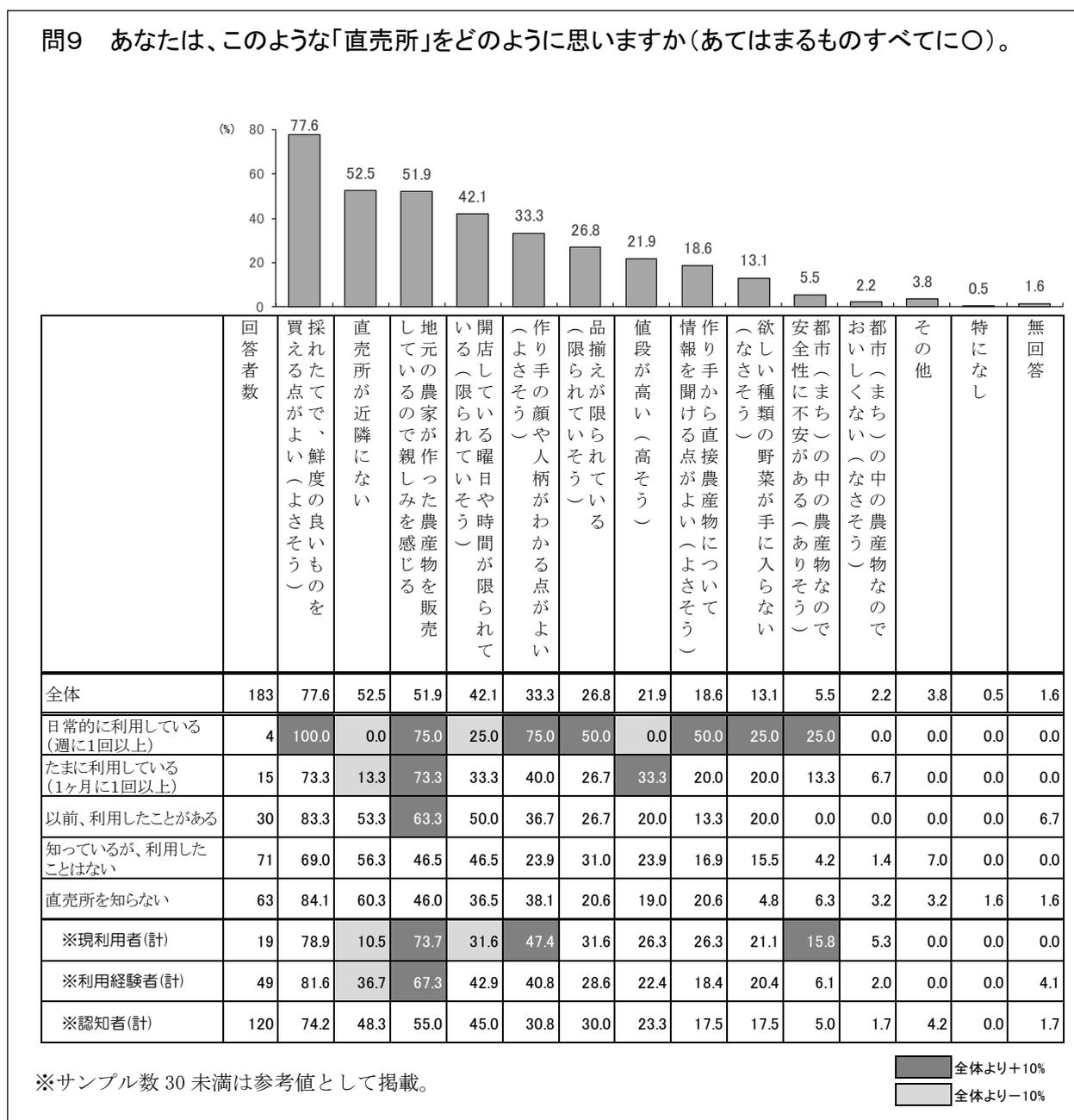
※サンプル数30未満は参考値として掲載。

- 「あだち菜の郷」の利用状況を非認知者を含む全数ベースで見ると、「『あだち菜の郷』を知らない」(65.0%)が6割台半ばを占めて最も多く、次いで「知っているが、利用したことはない」(24.0%)が2割台半ばで続いている。
- 一方、「日常的に利用している(週に1回以上)」(0.0%)は1人もおらず、「たまに利用している(1ヶ月に1回以上)」(3.8%)と合わせた【現利用者(計)】は3.8%と極めて少数である。
- また、【現利用者(計)】に「以前、利用したことがある」(7.1%)を合わせた【利用経験者(計)】(10.9%)も1割強にとどまっている。
- 性別にみると、男女で大きな違いはみられない。

第3章 調査結果の分析及び課題(4 区内の直売所)

- 性・年代別にみると、男性の高齢層では【利用経験者（計）】（19.4％）が2割弱、【認知者（計）】（54.8％）が5割台半ばと、ともに全体に比べて高い比率を示している。
- 女性では、高齢層で【現利用者（計）】（10.0％）が1割、【利用経験者（計）】（26.7％）が2割台半ば、【認知者（計）】（46.7％）が5割台半ばと、いずれも全体に比べて高い比率を示している。
- また、【利用経験者（計）】が1人もいない女性の中年層では「『あだち菜の郷』を知らない」（75.6％）が7割台半ばと、全体に比べて高くなっている。

4-4 直売所の印象



- 直売所の印象を聴いたところ、「採れたてで、鮮度の良いものを買える点が良い(よさそう)」(77.6%)が8割弱と最も高くなっている。
- 以下、「直売所が近隣にない」(52.5%)と「地元の農家が作った農産物を販売している(親しみを感じる)」(51.9%)がともに5割強、「開店している曜日や時間が限られている(限られていそう)」(42.1%)が4割強、「作り手の顔や人柄がわかる点が良い(よさそう)」(33.3%)が3割強で続いている。
- 直売所の利用状況別にみると、以前利用したことがある層(30名)では「地元の農家が作った農産物を販売している(親しみを感じる)」(63.3%)が6割強と全体より高くなっているのに加えて、「開店している曜日や時間が限られている(限られていそう)」

第3章 調査結果の分析及び課題(4 区内の直売所)

(50.0%)と「欲しい種類の野菜が手に入らない(なさそう)」(20.0%)でも、ともに全体に比べてやや高い比率を示している。

- また、【利用経験者(計)】では「地元の農家で作った農産物を販売しているので親しみを感じる」(67.3%)が7割弱と全体よりも高く、「直売所が近隣にない」(36.7%)は4割弱と全体より低くなっている。

5 都市農地の今後の方向性について

【現状】

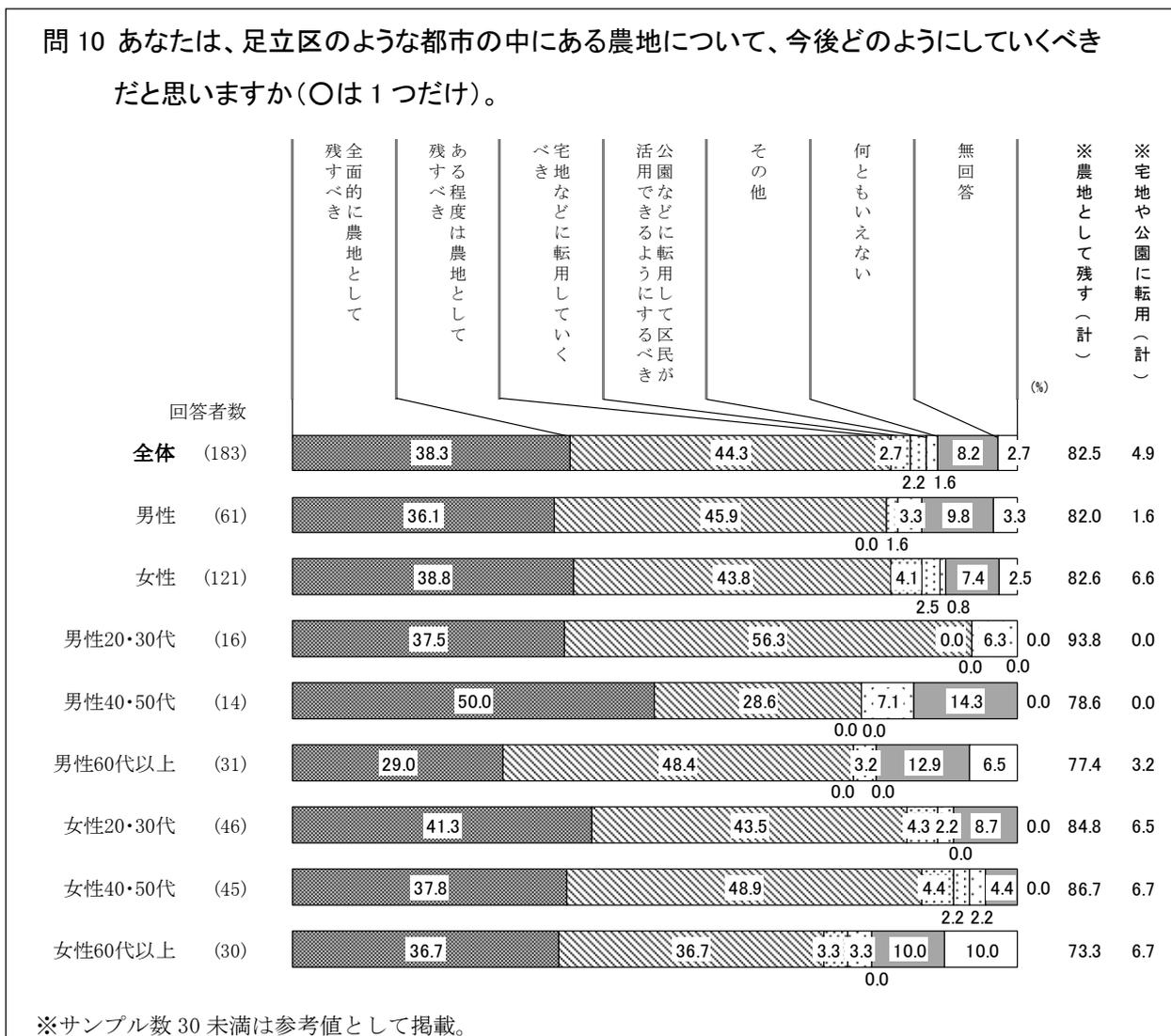
都市農地の今後の方向性（問 10） 【回答者数 183 名】

- 「ある程度は農地として残すべき」が4割台半ばで最も多く、これに4割弱の「全面的に農地として残すべき」と合わせた【農地として残す（計）】は8割強に達して大多数を占めている。
- 男女ともに、高齢層では【農地として残す（計）】がやや低まる傾向がみられる。

【課題】

- 回答者の8割強が農地を残すことを望んでいる結果を踏まえ、今後も、農地の維持及び就農者への支援、区内産の農産物の販売促進など、多面的な農業振興策を展開する必要があると考える。

5-1 都市農地の今後の方向性



- 都市の中にある農地の今後の方向性について単数回答で聞いたところ、「ある程度は農地として残すべき」(44.3%)が4割台半ばと最も多く、次いで多い「全面的に農地として残すべき」(38.3%)と合わせた【農地として残す(計)】(82.5%)は8割強を占めている。
- 一方、「宅地などに転用していきべき」(2.7%)と「公園などに転用して区民が活用できるようにするべき」(2.2%)を合わせた【宅地や公園に転用(計)】は4.9%と少数である。
- 性別にみると、男女でほとんど違いはみられない。
- 性・年代別にみると、男性の高年齢層では「全面的に農地として残すべき」(29.0%)が全体に比べてやや低くなっており、女性の高年齢層では「ある程度は農地として残すべき」(36.7%)が全体に比べてやや低くなっていて、男女ともに高年齢層では【農地として残す(計)】(男性：77.4%/女性：73.3%)の割合が全体に比べてやや低くなっている。

6 区内の農業について

【現状】

重要だと思う区の農業の取り組み（問 11）【回答者数 183 名】

- 「区民まつりなどイベントでの農産物の即売」（72.1%）や「区内産の野菜の購入場所を増やす」（57.9%）などの“販売機会の増加”と、「区民を対象にした農業体験」（43.7%）や「農地を活用した区民農園」（42.1%）などの“区民の農業への関わり作り”が上位に挙げられている。
- 男性の高齢層では「区民農園」を重要と考える人の割合が高くなっている。
- また、女性の若年層では「イベントでの農産物の即売」と「区民の農業体験」、女性の高齢層では「災害時の農地の活用」「PRのための品評会や展示会」「農業ボランティアの育成と派遣」を重要と考える人の割合が高くなっており、性・年代によって、重視する取り組みに違いがみられる。

区に期待する農業支援策（問 12）【回答者数 183 名】

- 「直売所の増設・支援」が6割台半ば、「学校給食に区内産の農産物の使用を増やす」と「安全な農産物の栽培奨励・支援」がともに5割台後半、「足立区産農産物のPRや即売事業の充実」が5割弱で、上位4項目となっている。
- 男性の高齢層では、「区民農園の拡充」を挙げる人の割合が高くなっている。
- また、女性の中年層では「区民の農業体験の充実」、女性の高齢層では「安全な農産物の栽培奨励・支援」と「PRや即売事業の充実」を挙げる人の割合が高くなっている。

今後やってみたい農業に関する活動（問 13）【回答者数 183 名】

- 「毎日の食事に区内産の新鮮な野菜を取入れる」が5割強、「自分で食べる野菜を自分で育てる」が4割台半ばで、上位2項目に挙げられている。

足立区の農業についての意見（問 14）【回答者数 183 名】

- 回答該当者 183 名のうち、回答を記入した 114 名からの意見を分類・集計したところ、「足立農業や農産物のPRや支援」（37件）、「直売所のPRや増設」（30件）、「子どもたちの農業体験を増やして欲しい」（15件）、「農地を残して欲しい」（14件）、「スーパーや小売店の売り場を増やして欲しい」（10件）などで、多くの意見が挙げられている。

【課題】

- 区内産の農産物の“販売機会の増加”を重要と考える人が多く、区に期待する農業支援策でも「直売所の増設・支援」や「PRや即売事業の充実」などの項目が上位に挙げられていることから、「直売所の増設」に加えて、例えば、利用者の多い駅周辺での即売イベントや取り扱いのあるスーパーを増やすなどの取り組みも含めて、多角的に販売機会を増やしていくことが望まれている。
- また、“区民の農業への関わり”を重視する声も多く挙げられている。

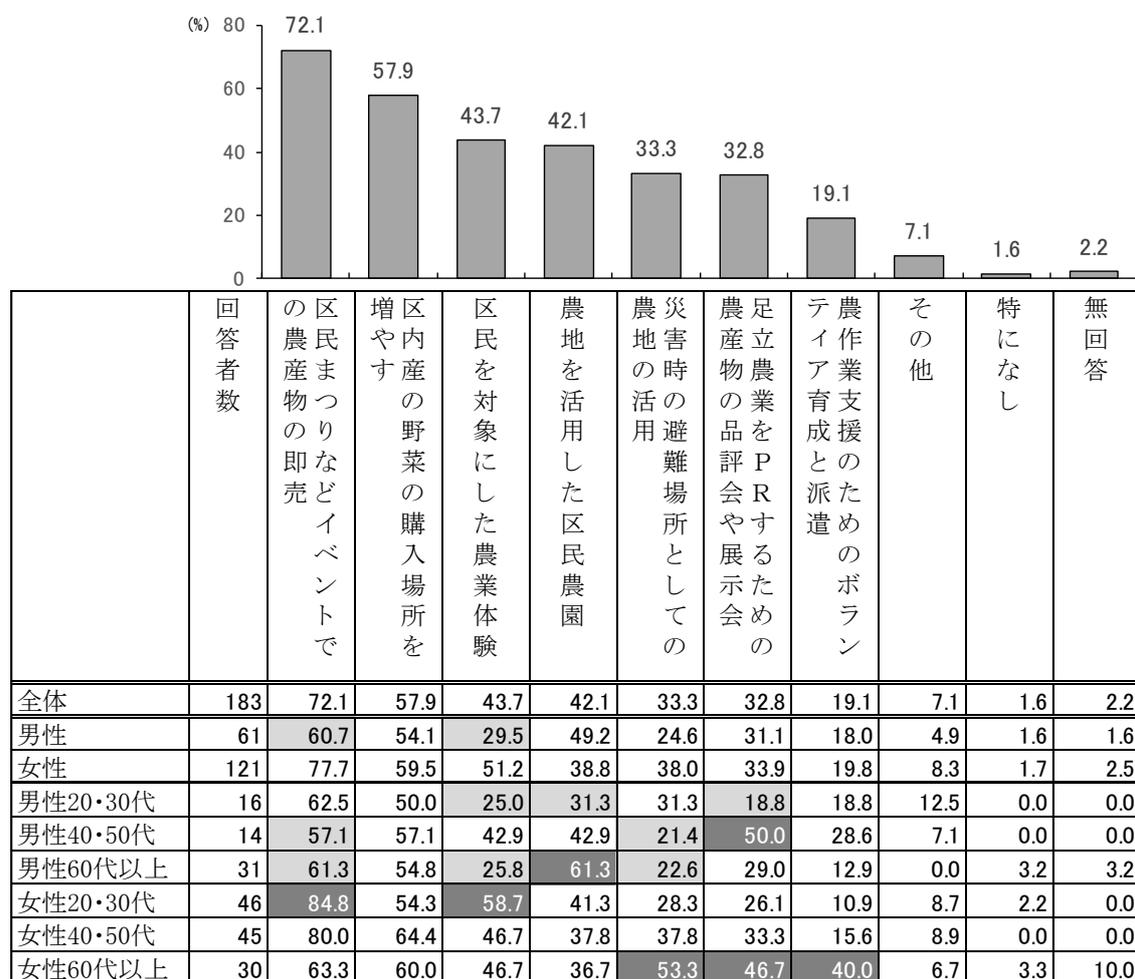
第3章 調査結果の分析及び課題(6 区内の農業)

- 女性の若年層では「区民を対象にした農業体験」を重視する人が多く、男性の高齢層では「区民農園」を重視する人が多くなっている。
- また、「学校給食への使用を増やす」といった支援策も期待されていることに加え、「子どもたちの農業体験を増やして欲しい」といった意見も多く寄せられている。
- 今後も、幅広い世代の区民が、様々なかたちで区内の農業・農産物を認識し、関わりをもてるような支援策を展開していくことが、足立区の農業振興において重要な課題と考える。

6-1 重要だと思う区の農業の取り組み

問 11 足立区の農業に関して、あなたが重要だと思うものを選んでください

(あてはまるものすべてに○)。



※サンプル数 30 未満は参考値として掲載。

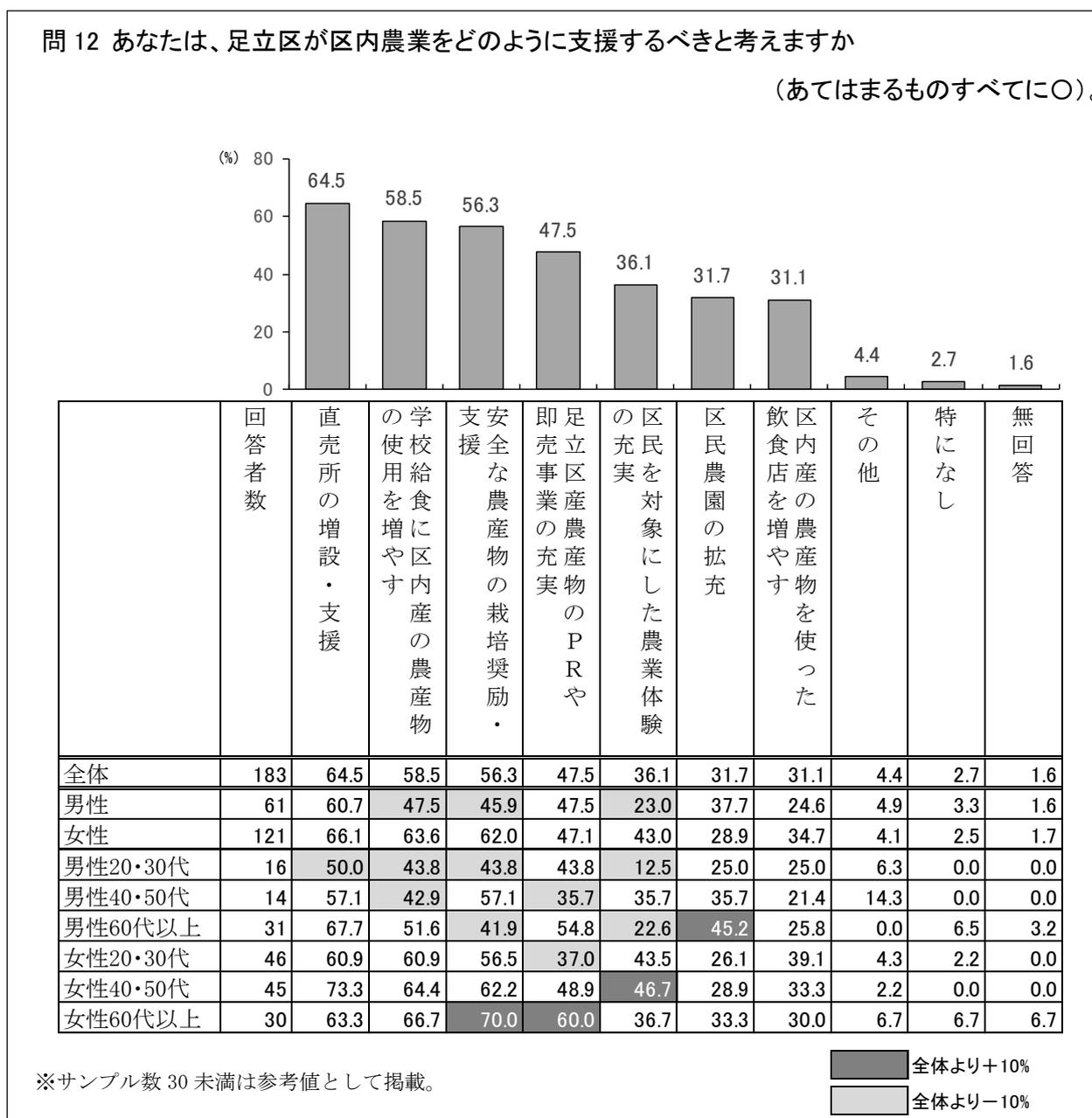
■ 全体より+10%
□ 全体より-10%

- 重要だと思う足立区の農業に関する取り組みをみると、「区民まつりなどイベントでの農産物の即売」（72.1%）が最も高く、以下「区内産の野菜の購入場所を増やす」（57.9%）が6割弱、「区民を対象にした農業体験」（43.7%）と「農地を活用した区民農園」（42.1%）がともに4割台が続いている。
- 性別にみると、男性では「区民まつりなどイベントでの農産物の即売」（60.7%）と「区民を対象にした農業体験」（29.5%）が、ともに全体より低くなっている。
- 性・年代別にみると、男性の高齢層では「農地を活用した区民農園」（61.3%）が全体に比べて+19ポイントと高くなっている。

第3章 調査結果の分析及び課題(6 区内の農業)

- 女性では、若年層で「区民まつりなどイベントでの農産物の即売」(84.8%)と「区民を対象にした農業体験」(58.7%)が、ともに全体に比べて高くなっている。
- 一方、女性の高齢層では「災害時の避難場所としての農地の活用」(53.3%：全体に比し+20ポイント)、「足立農業をPRするための農産物の品評会や展示会」(46.7%：全体に比し+14ポイント)、「農作業支援のためのボランティア育成と派遣」(40.0%：全体に比し+21ポイント)の3項目が、いずれも全体に比べて高い比率を示している。

6-2 区に期待する農業支援策

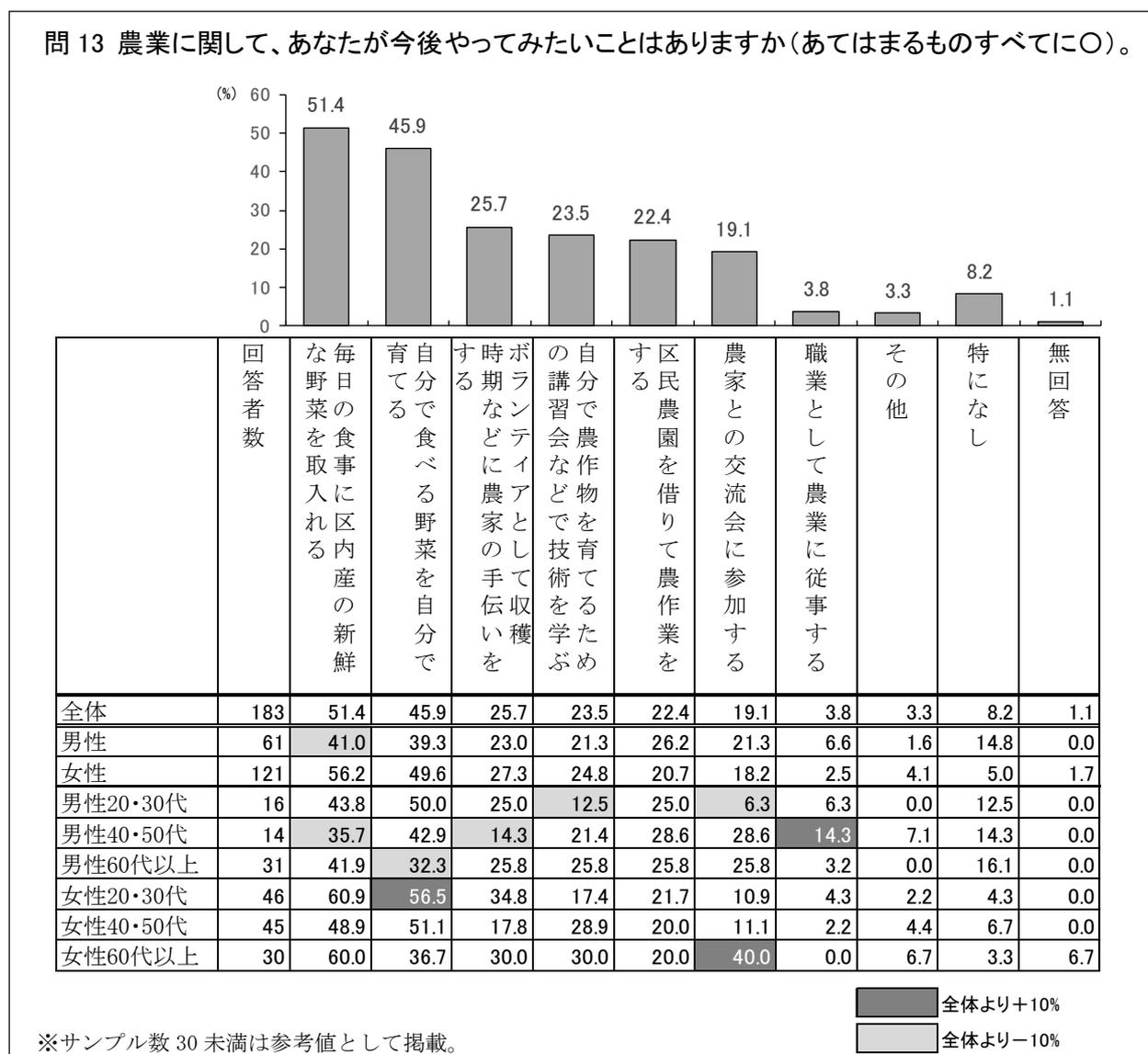


- 区に期待する農業支援策をみると、「直売所の増設・支援」(64.5%)が6割台半ばで最も高く、以下「学校給食に区内産の農産物の使用を増やす」(58.5%)と「安全な農産物の栽培奨励・支援」(56.3%)がともに5割台後半、「足立区産農産物のPRや即売事業の充実」(47.5%)が5割弱、「区民を対象にした農業体験の充実」(36.1%)が3割台半ばで続いている。
- 性別でみると、男性では「学校給食に区内産の農産物の使用を増やす」(47.5%)、「安全な農産物の栽培奨励・支援」(45.9%)、「区民を対象にした農業体験の充実」(23.0%)の3項目が全体に比べて低くなっている。

第3章 調査結果の分析及び課題(6 区内の農業)

- 性・年代別で見ると、男性の高齢層では「区民農園の拡充」（45.2%）が全体に比べて高くなっている。女性では、中年層で「区民を対象にした農業体験の充実」（46.7%）が高くなっている。
- また、「安全な農産物の栽培奨励・支援」（高齢層：70.0%）と「足立区産農産物のPRや即売事業の充実」（高齢層：60.0%）では、高齢になるほど比率が高くなる傾向がみられ、女性高齢層ではともに全体に比べて+10ポイント以上高くなっている。

6-3 今後やってみたい農業に関する活動



- 農業に関して、今後やってみたい活動を聞いたところ、「毎日の食事に区内産の新鮮な野菜を取入れる」(51.4%)が5割強で最も高く、これに「自分で食べる野菜を自分で育てる」(45.9%)が4割台半ばで続き、これらが上位2項目となっている。
- 以下、「ボランティアとして収穫時期などに農家の手伝いをする」(25.7%)、「自分で農作物を育てるための講習会などで技術を学ぶ」(23.5%)が、2割台半ばで続いている。
- 性別にみると、男性では「毎日の食事に区内産の新鮮な野菜を取入れる」(41.0%)が全体に比べて低くなっている。
- 性・年代別にみると、男性の高齢層では「自分で食べる野菜を自分で育てる」(32.3%)が全体に比べて低くなっている。
- 女性では、若年層で「自分で食べる野菜を自分で育てる」(56.5%)で全体に比べて高くなっている。
- また、女性の高齢層では「農家との交流会に参加する」(40.0%)が全体に比べて+21ポイント高くなっている。

6-4 足立区の農業についての意見

問 14 その他、足立区の農業について、自由に意見をご記入ください。

足立区の農業について、自由に記述してもらったところ、114人から回答を得たので、その一部を抜粋して掲載する。

● 足立農業や農産物のPRや支援 (37件)

- ・ 今よりももっと小松菜などのブランド品の確立。大切な農業の維持を区民に周知して、足立区の農業が継続されるように側面から支援する場合は、ボランティアの力を活用させていただけるような交流、環境作りが必要と考えます。
- ・ 足立区の農業がこれからも存続、継続していくためには、足立区、足立区民の支援が必須であり、区民が足立区で生産された野菜等を、積極的に購入できる仕組みの構築が必須であると思う(安い価格、身近な販売所など)。
- ・ 足立区は“野菜を食べよう”を推奨していることもあるので、もっと足立区の農業のことを知ってもらいPR活動を推し進めるようにして、農業と野菜の足立区にしたいと思っています。

● 直売所のPRや増設 (30件)

- ・ 直売野菜が安くて新鮮なら、いつもそこで買いたいが、自宅の近くには全くないため残念である。もっと直売所を増やして欲しい。お店にも出して、地場産の野菜を増やすべきである。
- ・ 中央本町の直売所はよく利用するが、開店1時間ほどでほとんどの使いやすい野菜は売り切れていて、あまり行く意味を感じなくなっている。もっとたくさんの方が買えるようにしてほしい。
- ・ 「直売所MAP」を見て、販売日時等初めて見ました。すでに広報しているのかもしれませんが、このような資料があると購入に行きやすいと思います。

● 子どもたちの農業体験を増やして欲しい (15件)

- ・ 都市農業公園で子どもに多種類の野菜が育つ所を見せられてとても良い経験ができました。もっと小規模でも同様の公園等があちこちにできて、各種の収穫体験等がもっと手軽にできれば良いと思います。

- ・ 今、小学で、足立区内の農家などに社会科見学で行っていると思うが、中学や高校などでも、そういう機会をつくってあげると、子どもたちにとって良い学びになると思います。
- 農地を残して欲しい (14 件)
 - ・ 私が足立区に住み始めた25年位前からすると、農地から住宅やマンションに変わった所が増えたようです。身近で育てられた野菜が食べられる環境は、生活がしやすい土地だと思います。限られた農地が維持できるような区政であることを望んでいます。
 - ・ 以前農家だったところに高層マンションができて、農地が少なくなりました。昔の田園風景の足立区が懐かしいです。もう少し農業が盛んになって、新鮮な野菜が買えるようになったらいいと思います。産直なら量も小分けにできたり、若い世代の自炊でも、便利に新鮮な野菜を摂取することができるのではないのでしょうか。駅の近くに販売所があつて、勤め帰りでも買えるといいです。
- スーパーや小売店の売り場を増やして欲しい (10 件)
 - ・ スーパー内に足立区の生産者の野菜コーナーがあつたら、是非利用したい。
 - ・ 区内産の野菜をもう少しスーパー等で取り扱って販売すると、認知度も上がり、ブランド化もできて良いと思う。
- 区民農園の増加・拡充 (7 件)
 - ・ 栗原農園や平野農園などの区民農園の廃止があり、土地所有者の相続などの事情はあるが、高齢者や潜在的に参加したい人が多数いると思うので、農園を確保して欲しいと思います。
 - ・ 区民農園がなかなか当たらないので、もっと安くシンプルにして欲しい。区民農園をもっと増やして、安くしてほしい。
- 安全・品質面に不安がある (6 件)
 - ・ 近所で購入した千住ネギは固く、うまみもなく、おいしくなかった。周囲の環境が整っているのか不安。より安全でおいしいもの、品質のよいものを作っただければ、地元野菜を積極的に買いたい。

第3章 調査結果の分析及び課題(6 区内の農業)

- ・ 子どもがいるので、どうしても農薬や放射能などが気になり、宅配でもスーパーでも、できるだけ無農薬や西日本の野菜を探して優先的に買ってしまいます。なので、区内産でも無農薬のものがあるととても嬉しいです。

● 農家との交流 (6 件)

- ・ 都内の農地が次々とマンションなどに変わって、緑や自然を感じられるのは公園くらいで、自然が失われていくのをとてもさみしく感じています。子どもたちに、食べている野菜はどうやって作られているのか、土のおいを感じながら触れられるチャンスがもっとあれば良いと思います。また、収穫時だけのバイト募集などあったら参加してみたいです。ボラバイトのような参加型も興味があります。足立区の農業がなくなることなく、美味しい野菜を作り続けてほしいです。
- ・ 農園を管理するのは大変ですが、区民が農業に携わる方々の苦労話を聞き、農業の大切さを体験するのも良いのではないかと思います。

● 学校給食や飲食店で区内産農産物の使用を増やす (5 件)

- ・ 足立区は区民の健康促進に力をいれていて、ベジファーストなど徐々に浸透してきていると思います。子どもの為に食堂を何カ所かで開設されているようで、そのような場での積極的な足立区産の野菜の使用は、子どものための食育に充分効果があると思われれます。
- ・ 毎日2食は必ず野菜サラダを食べています。区内産農産物を使った“飲食店”が増加して欲しいです。

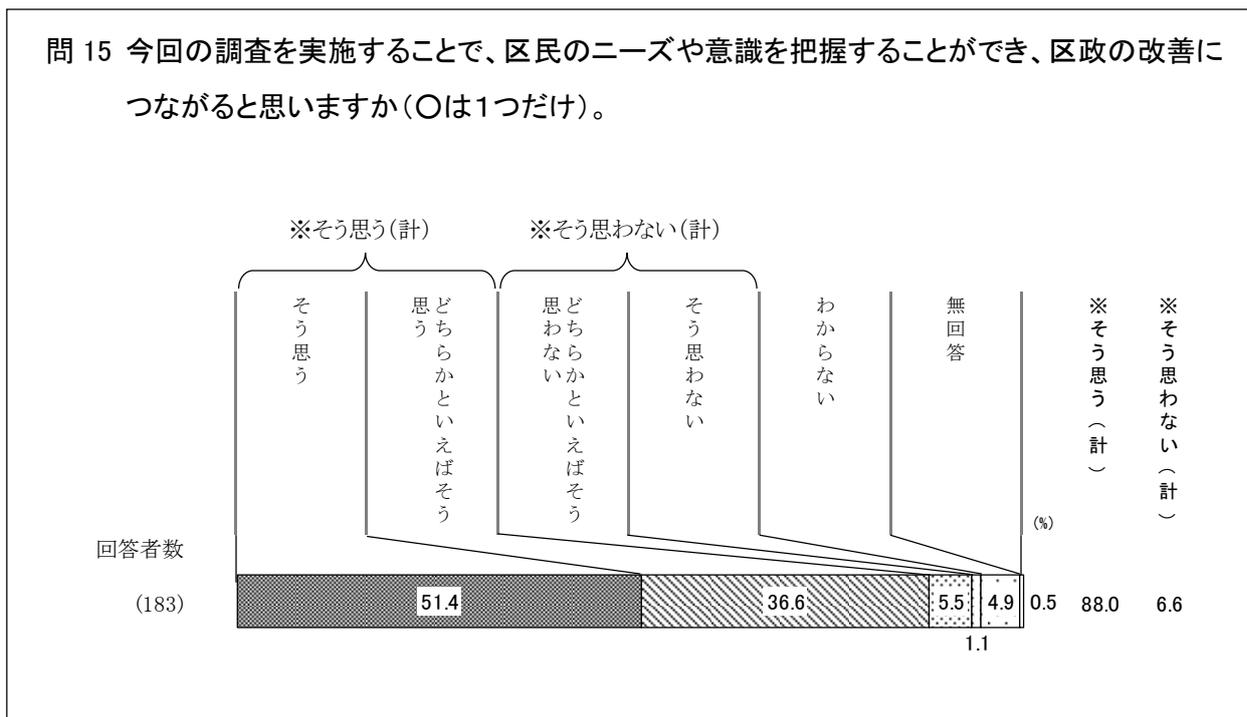
● イベントでの農産物の即売 (4 件)

- ・ 幼い子どもがおり、出来るだけ地元の野菜を食べたいと思う。区役所で行うママフェスで直売したり、保育サロンに販売日を設けたりして、もっとママ世代にアピールしても良いのではないのでしょうか。
- ・ 北千住駅周辺でイベントや販売会を行なって欲しい。

● その他 (6 件)

- ・ 足立区産農産物はスーパーなどにありますが、少し価格が高い様に思います。区内産であれば、他産地の物と同じ位の価格であってほしいです。また、野菜が高い時には、区内産の物をより安価にて提供してほしいと切に思います。

● アンケートの有効度



「そう思う」(51.4%)と「どちらかといえばそう思う」(36.6%)を合わせた【そう思う(計)】は88.0%と9割弱に達している。

第4章 調査票

● 使用した調査票

※調査票内の集計母数について
特にサンプル数表記のない設問は、全数ベース（回答者数 183）で集計しており、母数の記載を割愛した。
一部の該当設問については、設問ごとに回答者数を表記した。

モニター番号	番
(必ず記入してください)	

平成30年度 第2回 区政モニターアンケート

《 足立区の農地・農業に対する意識について 》

都市農地は、不足しがちな緑の空間として、ゆとりやうるおい、安らぎを得ることのできる貴重な資源です。併せて、災害時などの一時避難場所、火災の延焼遮断帯などとしての公益的な役割も担っています。

また、都市農業は、遠隔地と比べより新鮮で安全な農産物の供給ができるという特色も持っています。

このアンケートにより、区民の皆様のお考えを把握し、平成31年度に改定予定の「あだち都市農業振興プラン」に反映させ、今後の足立区の農業の将来像を示してまいります。

ぜひ、アンケートにご協力をお願いいたします。

担当所属：産業振興課

■野菜の購入先について

問1 あなたは、どこで野菜を購入していますか（〇はあてはまるものすべて）。

1. 八百屋（個人店舗）	31.7%	7. 購入しない	2.7%
2. スーパー	94.5		
3. 直売所	8.2		
4. 宅配	15.8		
5. インターネット販売	2.7		
6. その他（ ）	3.3		

（問1で「1. 八百屋（個人店舗）」、「2. スーパー」または「3. 直売所」とお答えの方に）

問1-1 お宅からそれぞれの購入場所までの距離は、どれくらいですか

（〇は、問1で〇を付けたものに1つずつ）。

	八百屋（個人店舗） 回答者数 58	スーパー 回答者数 173	直売所 回答者数 15
1. 100m未満	5.2%	13.3%	6.7%
2. 100m～500m未満	34.5	39.9	33.3
3. 500m～1,000m未満	36.2	32.9	26.7
4. 1,000m以上	20.7	11.6	33.3

■野菜の購入について

問2 あなたは、週に何回くらい野菜を購入しますか（〇は1つだけ）。

1. ほぼ毎日	6.6%	4. 週1回程度	31.7%
2. 週5回程度	10.9	5. 購入しない	2.7
3. 週3回程度	47.0		

（問2で「1. ほぼ毎日」、「2. 週5回程度」または「3. 週3回程度」とお答えの方に）

問2-1 1回の買い物で野菜を購入する金額はいくらぐらいですか（〇は1つだけ）。

回答者数 118

1. 300円未満	21.2%	3. 600円～1,000円未満	31.4%
2. 300円～600円未満	38.1	4. 1,000円以上	8.5

問2-2へお進みください

(問2で「4. 週1回程度」または「5. 購入しない」とお答えの方に)

問2-2 購入頻度が少ない、又は、購入しない主な理由は何ですか (〇は1つだけ)。

回答者数 63

1. まとめ買いをしている	74.6%
2. 野菜が嫌い	1.6
3. 購入しても食べきれない	7.9
4. 家で料理をすることがない	4.8
5. 野菜の調理方法がわからない	3.2
6. 野菜の価格が高すぎて購入できない	-
7. その他 ()	7.9

問3 あなたがよく購入する野菜を、3つお答えください。

(上位10項目を掲載)

1. キャベツ	39.3%	6. ネギ (根深ネギ、葉ねぎ含む)	14.8%
2. 玉ねぎ	37.2	6. 小松菜	14.8
3. 人参	32.2	8. 大根	14.2
4. トマト	25.7	9. レタス	13.1
5. じゃがいも	17.5	10. ほうれん草	12.0

■野菜の摂取頻度について

問4 あなたは、週に何日くらい野菜を食べていますか (〇は1つだけ)。

1. ほぼ毎日	78.1%
2. 週5日程度	11.5
3. 週3日程度	7.7
4. 週1日程度	1.6
5. 食べない	0.5

■野菜の購入条件について

問5 あなたが野菜を購入する際、重視するのはどのようなことですか（〇は2つまで）。

1. 鮮度がよいこと	74.9%
2. 価格が安いこと	69.9
3. 農薬・化学肥料があまり使われていないこと	13.1
4. 産地が明示されていること	26.8
5. 量を選べること	7.1
6. 地元産であること	1.1
7. 見た目がよいこと	4.9
8. その他（ ）	0.5
9. 特になし	-
10. 購入しない	2.7

■料理に使ったことのない野菜を購入する条件について

問6 あなたが、日頃あまり使わない種類の野菜を購入するのは、どのような時ですか
（〇はあてはまるものすべて）。

1. 野菜売り場においてあるレシピなどを見た時	30.1%
2. テレビで料理番組を見た時	50.8
3. インターネットなどで料理情報を検索した時	30.1
4. 外食で食べた料理を再現しようとした時	21.9
5. 「健康に良い」などの情報を得た時	60.1
6. 有名人がすすめていた時	6.6
7. その他（ ）	11.5

足立区内には、地元の農家が栽培した野菜を直接販売する「直売所」が数ヶ所あります（別紙：あだち 新鮮 やさい 直売所 MAP参照）。

■区内の直売所について

問7 あなたは、このような直売所を利用したことがありますか（〇は1つだけ）。

1. 日常的に利用している(週に1回以上)	2.2%
2. たまに利用している(1ヶ月に1回以上)	8.2
3. 以前、利用したことがある	16.4
4. 知っているが、利用したことはない	38.8
5. 直売所を知らない	34.4

問8 あなたは、JA東京スマイル足立支店駐車場内（足立区中央本町1-4-2：日光街道沿い）にある農作物の直売所「あだち菜の郷」を知っていますか（〇は1つだけ）。

1. 知っている	35.0%	2. 知らない	65.0%
----------	-------	---------	-------



（問8で「1. 知っている」とお答えの方に）

問8-1 あなたは、「あだち菜の郷」を利用したことはありますか（〇は1つだけ）。

回答者数64

1. 日常的に利用している(週に1回以上)	-
2. たまに利用している(1ヶ月に1回以上)	10.9%
3. 以前、利用したことがある	20.3
4. 知っているが、利用したことはない	68.8

問9 あなたは、このような「直売所」をどのように思いますか（あてはまるものすべてに○）。

1. 採れたてで、鮮度の良いものを買える点がよい（よさそう）	77.6%
2. 地元の農家が作った農産物を販売しているので親しみを感じる	51.9
3. 作り手の顔や人柄がわかる点がよい（よさそう）	33.3
4. 作り手から直接、農産物についての情報を聞ける点がよい（よさそう）	18.6
5. 直売所が近隣にない	52.5
6. 開店している曜日や時間が限られている（限られていそう）	42.1
7. 品揃えが限られている（限られていそう）	26.8
8. 都市（まち）の中の農産物なので安全性に不安がある（ありそう）	5.5
9. 都市（まち）の中の農産物なのでおいしくない（なさそう）	2.2
10. 値段が高い（高そう）	21.9
11. 欲しい種類の野菜が手に入らない（なさそう）	13.1
12. その他（ ）	3.8
13. 特になし	0.5

■都市の中にある農地の方向性について

問10 あなたは、足立区のような都市の中にある農地について、今後どのようにしていくべきだと思いますか（○は1つだけ）。

1. 全面的に農地として残すべき	38.3%
2. ある程度は農地として残すべき	44.3
3. 宅地などに転用していくべき	2.7
4. 公園などに転用して区民が活用できるようにするべき	2.2
5. その他（ ）	1.6
6. 何ともいえない	8.2

■重要と考える足立区の農業の取組みについて

問 11 足立区の農業に関して、あなたが重要だと思うものを選んでください
(あてはまるものすべてに○)。

1. 区民を対象にした農業体験	43.7%
2. 区民まつりなどイベントでの農産物の即売	72.1
3. 農地を活用した区民農園	42.1
4. 足立農業をPRするための農産物の品評会や展示会	32.8
5. 農作業支援のためのボランティア育成と派遣	19.1
6. 災害時の避難場所としての農地の活用	33.3
7. 区内産の野菜の購入場所を増やす	57.9
8. その他 ()	7.1
9. 特になし	1.6

■期待する足立区の農業の取組みについて

問 12 あなたは、足立区が区内農業をどのように支援するべきと考えますか
(あてはまるものすべてに○)。

1. 安全な農産物の栽培奨励・支援	56.3%
2. 直売所の増設・支援	64.5
3. 区民を対象にした農業体験の充実	36.1
4. 足立区産農産物のPRや即売事業の充実	47.5
5. 区民農園の拡充	31.7
6. 区内産の農産物を使った飲食店を増やす	31.1
7. 学校給食に区内産の農産物の使用を増やす	58.5
8. その他 ()	4.4
9. 特になし	2.7

■農業に関して今後やってみたいことについて

問 13 農業に関して、あなたが今後やってみたいことはありますか

(あてはまるものすべてに○)。

1. 自分で食べる野菜を自分で育てる	45.9%
2. 自分で農作物を育てるための講習会などで技術を学ぶ	23.5
3. ボランティアとして収穫時期などに農家の手伝いをする	25.7
4. 農家との交流会に参加する	19.1
5. 職業として農業に従事する	3.8
6. 区民農園を借りて農作業をする	22.4
7. 毎日の食事に区内産の新鮮な野菜を取入れる	51.4
8. その他 ()	3.3
9. 特になし	8.2

問 14 その他、足立区の農業について、自由に意見をご記入ください。

問15 今回の調査を実施することで、区民のニーズや意識を把握することができ、区政の改善につながると感じますか (○は1つだけ)。

1. そう思う	51.4%
2. どちらかといえばそう思う	36.6
3. どちらかといえばそう思わない	5.5
4. そう思わない (理由:)	1.1
5. わからない	4.9

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

めいどNあだち あだち 新鮮 やさい 直売所 MAP



■ JAの直売所

(50音順掲載)

直売所名	所在地	営業時期・日時	主な販売作物
①あだち菜の郷 (JA足立支店駐車場内)	中央本町1-4-2	月・水・金・土曜日 午前10時～午後4時	季節野菜・花
②JA伊勢支店	伊勢3-7-29	毎月25日(土・日曜日の場合は翌月曜日)午前9時開始	季節野菜
③JA北綾瀬支店	谷中2-1-5	毎月25日(土・日曜日の場合は翌月曜日)午前9時開始	季節野菜
④JA経済農産センター	六町2-8-10	毎月第1・第3火曜日 午前10時開始	季節野菜・花
⑤JA高野支店	扇2-43-11	毎月第2火曜日 午前10時開始	季節野菜・花
⑥JA嵐沼支店	嵐沼1-1-2	偶数月の25日(土・日曜日の場合は翌月曜日)午前9時開始	季節野菜

■ 主な庭先販売所

※ 公表の同意をいただいている直売所のみを掲載。※ 臨時休業する場合があります。

直売所名	所在地	営業時期・日時	主な販売作物
⑦青木農園直売所	青井6-22-4(自宅前)	11月～6月 火・木・土曜日 午前9時～正午	トマト、ミニトマト
⑧河出川農園直売所	江北6-5-5(自宅前)	月・水・金曜日 午後2時開始	季節野菜
⑨宇佐美農園直売所	神明南2-8(自宅前)	金曜日 午後3時開始 (夏季7・8月は午後4時開始)	キュウリ、トマト、コマツナ、季節野菜
⑩中込農園直売所1	東保木園2-8(伊竹の塚東店駐車場)	週1回程度 正午開始	トマト、キュウリ、エダマメ 季節野菜
⑪中込農園直売所2	島根1-11-8(庭先)	火・木・土曜日 午前9時30分開始	エダマメ、トマト、アブコブ 季節野菜
⑫大熊農園直売所	倉人5-17(伊竹の塚倉人店駐車場)	午後3時30分～午後6時(日曜日休み)	エダマメ、トマト、アブコブ 季節野菜
⑬かど内田直売所	興野2-13-19(自宅前)	3月～12月(営業不定期)	パプリカ、フキ、インゲン、ナス、エダマメ 花(ジャコウ、アジサイ)
⑭小宮農園直売所	養正6-25(自宅前)	年間通して営業(雨天休み) 午前9時30分開始	季節野菜
⑮斉藤農園直売所	入谷1-7(自宅前)	月・水・金曜日 午前7時開始	パプリカ、パプリカ、コロン、初レタ、苺 ゴボウ、コマツナ、キハダ、季節野菜
⑯平田農園直売所	青井6-1(自宅前)	年間通して営業(休み不定期)	コマツナ、エダマメ、ブロッコリー ナス、季節野菜
⑰平柳農園直売所	倉人5-16(自宅前)	6月下旬～7月中旬、10月～1月 午前10時～午後6時	エダマメ、ブロッコリー 初レタ、タイン
⑱寶谷農園直売所	栗原4-17(コナリ栗原店前)	月・水・金曜日 午前10時開始	パプリカ、タイン、初レタ ブロッコリー、季節野菜
⑲星野農園直売所	谷中4-12(自宅前)	火・金曜日 6月～9月(午後4時開始) 10月～5月(午後2時開始)	エダマメ、キュウリ、アジサイ ブロッコリー、季節野菜
⑳ファーム136	扇1-55(スエヒロ館 扇店付近)	7月～9月 毎日 午前10時～売切まで 通年 毎週土曜日 午前10時～午後1時 ※火曜日営業する場合あり	栗・完熟梅・もち米・リッチーナ・ふきのとう・ハーブ・季節野菜・花
㉑ふぁーむとみざわ	谷中3-17(谷中中学校北側)	水・土曜日 5月～8月、10月～1月 時間不定期	トマト、キュウリ、エダマメ 季節野菜

直売所 MAP拡大図 (左上から50音順)

