

IV. 効果測定

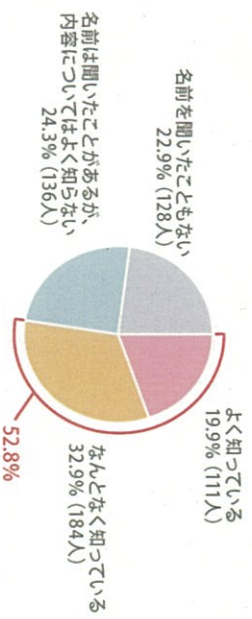
- (1) 各種企画・イベントへの参加人数の把握と参加者へのアンケートの回収を行い、生産者や生産方法の理解が深められたか確認しました。
- (2) みやぎ生協の産直活動に参加した人数は昨年より1.5倍の9,661人になりました。
- (3) みやぎ生協のPOSデータを活用し組合員の「めぐみ野」(産直)品の利用状況を集計しました。

結果、宮城県漁協志津川支所管内の「めぐみ野」(産直)の供給は、新規商品もあり、14405万円になり(昨年7162万円)昨年の2倍になりました。

(4) 「めぐみ野」(産直)に関する意識調査(2014年10月16日～10月21日)仙台圏の20～60代男女を対象に、インターネットリサーチを用い、みやぎ生協の利用状況および、「顔とくらしの見える産直」(めぐみ野)について調査しました。年に一度、定点調査を行い、認知度、購入状況等の推移を確認することで、今後の広報活動の効果的に行うためのバックアップとします。宮城県在住のモニター、サンプル数(559人) (詳細別途参照)

アンケート結果④ 《めぐみ野について》

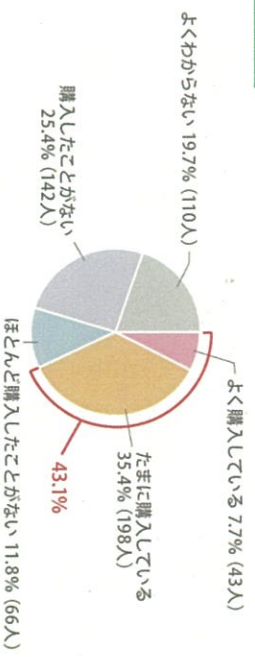
質問 9
あなたは、みやぎ生協の顔とくらしの見える産直「めぐみ野」についてご存じですか？



■顔とくらし見える産直「めぐみ野」を知っている割合 52.8%

アンケート結果⑤ 《めぐみ野について》

質問 12
あなたのご家庭では、顔とくらしの見える産直「めぐみ野」をどの程度購入していますか？



■顔とくらし見える産直「めぐみ野」を利用して割合 43.1%

V. 事業の総括

(1) 事業目標の達成度

事業目標に対して達成できました。事業の内容の5つの事項についてはほぼ達成することができました。産地見学・被災地訪問では、生産者の苦労や生産のこだわり、農畜水産業の現状について理解を深めることができました。応援していきたいという人を増やすことができました。本事業の成果を今後の食育活動に活かしていきたいと考えています。

(2) 事業から得られた成果

- ① フードチェーン食育活動推進事業を通して、組合員の食生活改善と健康づくり、よりよい食の環境づくりのために、安全・安心な食品をパワンスよく、そして楽しく食べる運動を進めることができました。
- ② 水産関係の産地見学、生産者との交流の機会を増やし、漁業への理解が深まった。「めぐみ野」水産品の利用は前年比20%増になりました。
- ③ 産地見学や産地体験で生産者との交流を通して生産の苦労や食べ物の大切さ、地域文化の伝承、地域の食材、自然との共生等の理解を深めることができました。
- ④ 「めぐみ野」(産直)商品認知度は52.8%、自身や家族を含めて、組合員世帯が全体の81.4%に上る中、顔とくらしの見える産直「めぐみ野」への認知度は52.8%。さらに、「めぐみ野」商品を定期的にご利用されている方は43.1%に留まっていますので、引き続き組合員への「めぐみ野」の情報提供、産地見学・学習会を継続する必要があります。

(3) 今後の課題

今回の事業において取り組んでいることや組合員の「めぐみ野」(産直)の認知度・購入頻度の調査から引き続き情報提供や食育活動を継続していくと必要です。産地見学や体験会・料理教室に参加できる方は一部であり、もっと多くのメンバー(組合員)に産地見学・学習会・食に関わる企画に参加できるように継続していきます。また、多くの組合員に見て触れる広報誌(ラクミー)やホームページ、メンバーのつどいの紙面を活用して。「めぐみ野」(産直)と日本型食生活の大切さお知らせしていきます。

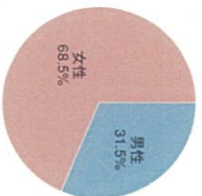
■ 「めぐみ野」(産直) に関する意識調査

仙台圏の20～60代男女を対象に、インターネットリサーチを用い、みやぎ生協の利用状況および、「顔とくらしの見える産直」(めぐみ野) について調査しました。年に一度、定点調査を行い、認知度、購入状況等の推移を確認することで、今後の広報活動の効果的に行うためのバックアップとします。

調査概要

- 【調査期間】 2014年10月16日(木)～10月21日(火)
- 【調査方法】 インターネット調査
- 【調査対象】 宮城県在住のモニター
- 【サンプル数】 559人

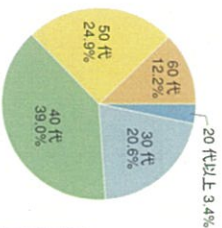
男女比



[n=559] 単位：人

男性	176
女性	383
合計	559

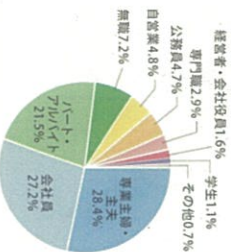
年代別



[n=559] 単位：人

20代	19
30代	115
40代	218
50代	139
60代以上	68
合計	559

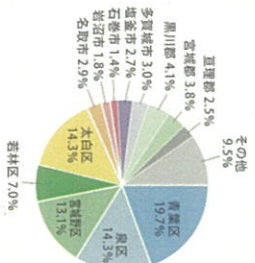
職業別



[n=559] 単位：人

専業主婦・主夫	159
会社員	152
パート・アルバイト	120
無職	40
自営業	27
公務員	26
専業主婦・会社役員	16
学生	9
その他	4
合計	559

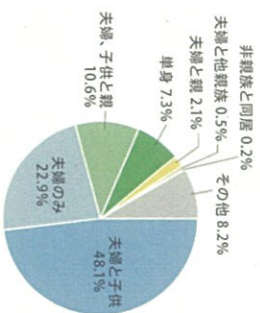
エリア別



[n=559] 単位：人

仙台市東区	110
仙台市泉区	80
仙台市宮城野区	73
仙台市若林区	39
仙台市太白区	80
仙台市青葉区	16
仙台市石巻市	10
仙台市名取市	8
仙台市大崎市	8
仙台市黒川郡	15
仙台市多賀城市	17
仙台市宮城郡	23
仙台市宮城郡	21
仙台市宮城郡	14
その他	53
合計	559

世帯構成

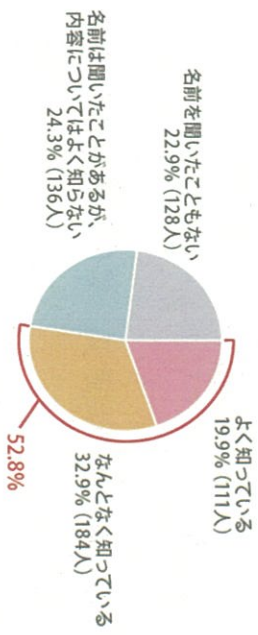


[n=559] 単位：人

夫婦と子供	269
夫婦のみ	128
夫婦、子供と親	59
単身	41
夫婦と親	12
夫婦と他親族	3
非親族と同居	1
その他	46
合計	559

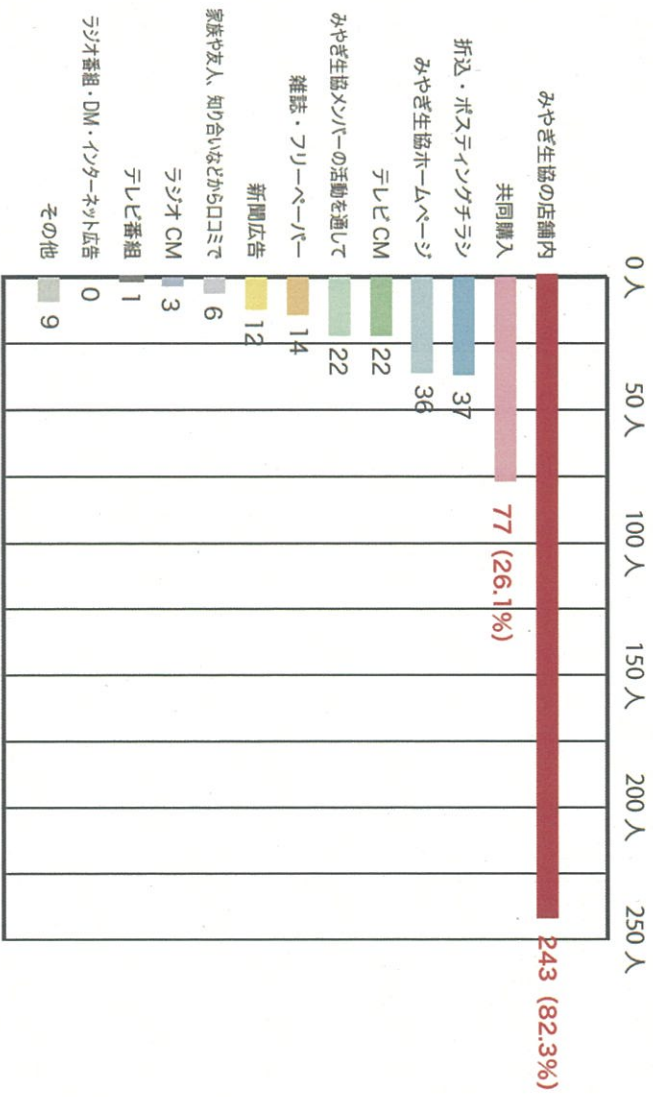
アンケート結果④ 《めぐみ野について》

質問9
あなたは、みやぎ生協の顔とくらしの見える産直「めぐみ野」についてどこで見えますか？



■顔とくらし見える産直「めぐみ野」を知っている割合 52.8%

質問10
【詳しく知っている】「やや知っている」と回答された方へ質問です
あなたは顔とくらしの見える産直「めぐみ野」をどのように知りましたか？

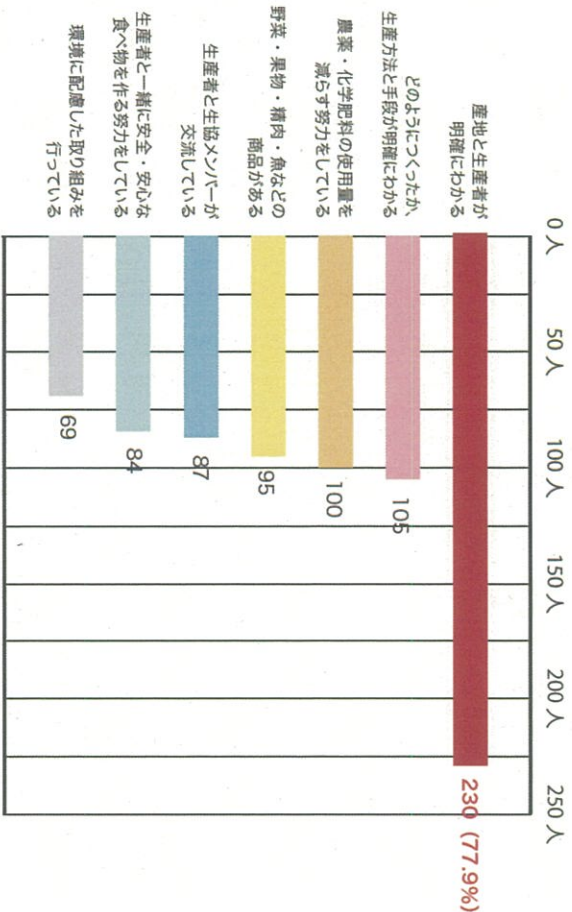


【有効回答者数 295 人】

■「めぐみ野」の認知方法は店舗内が最多。取り組み内容に関しては、「産地と生産者が明確にわかる」が最多。

質問 11

【詳しく知っている」「やや知っている」と回答された方へ質問です】
 あなたが、顔とくらし見える産直「めぐみ野」について知っていることを教えてください。

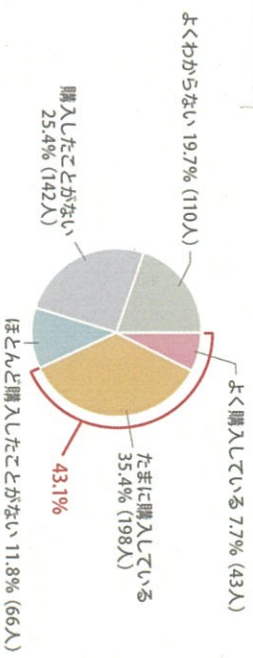


【有効回答者数 295 人】

アンケート結果⑤ 《めぐみ野について》

質問 12

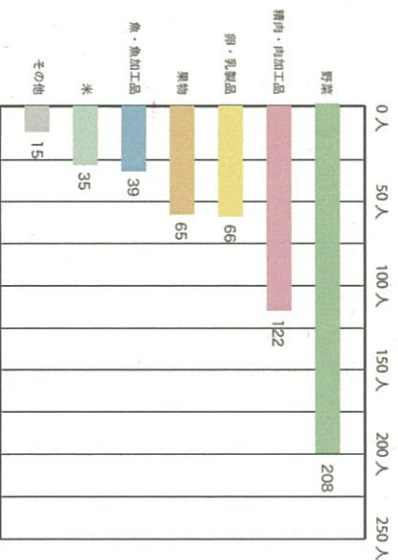
あなたのご家庭では、顔とくらし見える産直「めぐみ野」をどの程度購入していますか？



■顔とくらし見える産直「めぐみ野」を利用してしている割合 43.1%

質問 13

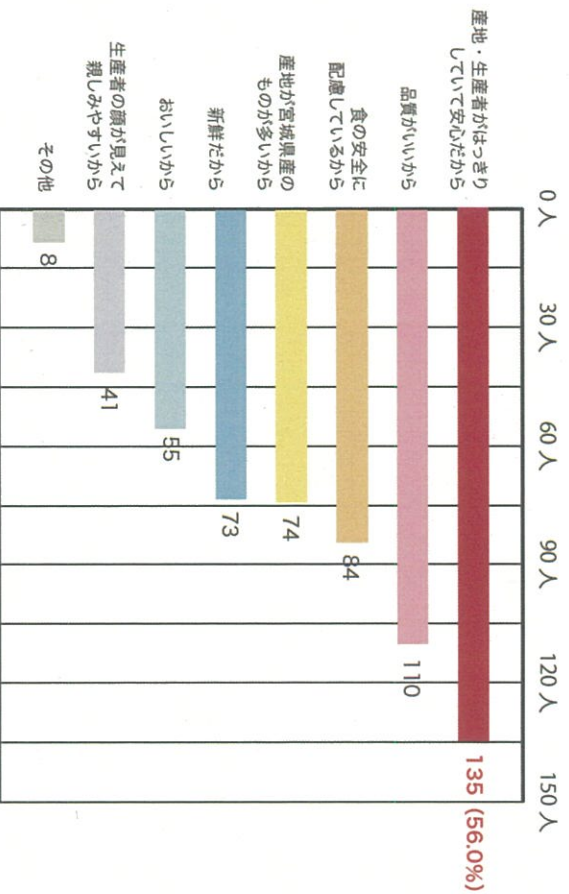
【よく購入している「たまに購入している」と回答された方へ質問です】
 あなたのご家庭では、これまでのようなめぐみ野商品を購入したことがありますか？(いくつでも)



【有効回答者数 241 人】

質問 14

【よく購入している】「たまに購入している」と回答された方へ質問です
 「めぐみ野」商品を購入する理由を教えてください。(いくつでも)

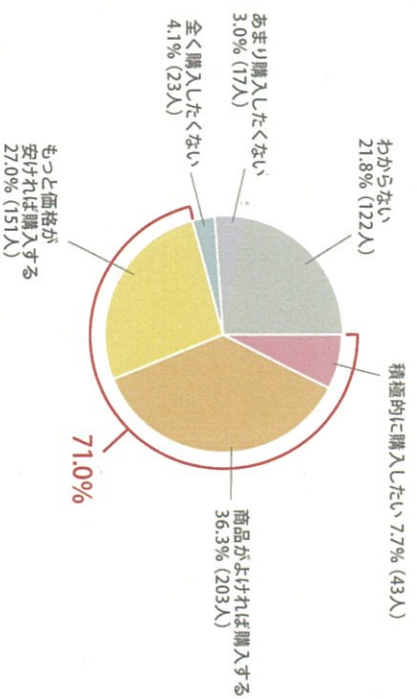


【有効回答者数 241 人】

◎ 「めぐみ野」商品を「よく購入している」が7.7%、たまに購入している」が35.4%と、43.1%が主に購入している。購入したことがある「めぐみ野」商品は野菜が最多、精肉・肉加工品が次点。購入理由は「产地・生産者がはっきりしていて安心」が最多、「品質がいい」が次点。

質問 16

あなたは、顔とくらしの見える産地「めぐみ野」商品を今後購入したいと思いますか？



アンケート結果⑦ 《めぐみ野について》

質問 17

顔とくらしの見える産直「めぐみ野」ブランド・商品について、何でもかまいませんので、ご感想を自由にお書きください。(50文字以内)

安心安全について①

- 顔が見えるのは安心でいいと思います。(20代前半 女性)
- 産地や生産者がわかるので、安心できる(40代後半 女性)
- 生産者の顔が見えるので安心である。(65歳以上 男性)
- 生協さんは利用していませんが、産直ブランドという考え方はいいと思います。農家さんの個性を知った上でのお買い物は安心です★(30代前半 女性)
- 共同購入などは生産者の方の写真がのっているので、この人が作ってるんだ~と思いながら調理したり食べたりします。(40代前半 女性)
- 産地、生産者が分かるのはとても安心です。もっと色々な種類の野菜が増えると嬉しいです(30代後半 女性)
- 安全・安心が大切(50代前半 女性)
- 少し高めだと感じる時もありますが、食べ物なので安心が一番、いつも利用しています。これからもずっと購入して行きたいと思っています。(50代前半 女性)
- 美味しく、安心、安全なものを子供たちに食べさせたいので、めぐみ野ブランドを購入するようにしています。(30代前半 女性)
- 安心感があります。あと、地産地消に貢献しているという気持ちがあります(30代後半 女性)
- 安心している (60代前半 女性)
- 品質について安心できる。やや高い感じもあるけれど、「安心料」だと思って購入している。(50代前半 女性)
- 安心なものを食べたいので良いと思う(30代後半 女性)
- 富沢店を利用するときに緑のものを買います。安心して買えるし、お店に入っすぐの位置にあるのでいいです。試食などしていただけたらいいと思います。この前お米の試食、おいしかったです！(40代前半 女性)
- これから増税の動きが活発化すると思いますが、大切なのは安さではなく「安全安心」だと思っています。リードしていただけたらと思います。(30代前半 男性)
- 安心です。(40代前半 女性)
- 安心して購入できる(40代前半 男性)
- 今後も安全安心な商品の提供をお願いします。(40代後半 女性)
- 作っている方がはっきり表示されていると安心感が増すのでいいです。(50代前半 女性)

- 顔が見えるのは、良いと思います。(50代前半女性)
- 食の安全は高い・安いで比べるものではないと思っています。暴利をむさぼるようなものは当然排除されなければなりません。生協さんについてはそういうことはないと思っています。これからも農家さんを守る流通業者でいてほしいと思います。(40代前半女性)
- 安心感で購入する、他の商品より高いような気がする(65歳以上男性)
- 安心する(40代前半女性)
- 安全で地産地消の物をこれからも扱って欲しいです。(40代前半女性)
- 安心して買える商品だと思います。(40代後半女性)
- 生産者の顔が見えるのはあんしんできる(40代前半女性)
- 多少価格が高くても構わないので、不安無く食べられるものを提供して欲しい。(40代後半男性)
- 安心感があり購入しています。生産者の方々も努力されていることを見聞きしています。今後も購入していきたいと思っています(50代後半女性)
- 安心して購入できるから。(40代前半女性)
- 安心、安全が周知されていると思います。(50代後半女性)
- これからも、食の安全を、守って欲しい。(65歳以上女性)
- 安心感がとてもあります。偽装などとは無縁のイメージ。ただ、お肉の値段が高めなので、どうしても他のスーパーで買わざるを得ません。いつもとても残念に思っています。(40代後半女性)
- 生産者がはつきりしていると、安心して買えると思います。(40代前半女性)
- 商品の一つ一つをお店の方が丁寧に扱い、一押し棚に陳列されているので、地元の肩が愛情込めて作った品質の良い品々を気持ちよく手にとれ、安心して購入することができます。例えば高品質な商品も店舗での扱い方・売り場の作り方一つで価値がかわってしまふと思うので、生協さんはとても好印象です。これからもよりよいめぐみ野を提供して欲しいと思います。(30代前半女性)
- 安心安全な感じがする(30代後半女性)
- 安全安心で顔が見えるので親しみやすい(40代後半女性)
- 国産で、生産者の顔が見えるのは安心感がある。(30代前半女性)