

みずな・こまつなの消費拡大に向けたアンケート結果について

令和 7 年 10 月 3 日
茨城県農産物販売推進東京本部

首都圏の卸売会社を対象に、本県の主要品目であるみずな及びこまつなの消費拡大に向け、消費者ニーズを把握するためにアンケートを実施しました。

1 みずなについて

問 1 みずなの仕向け先について

個人消費（量販店等）向け	63%
業務加工	16%
外食産業	10%
学校給食	10%
その他	1%

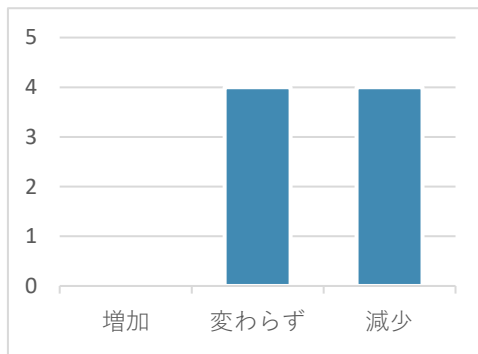
【結果の概要】

みずなの仕向け先は個人消費向けが中心で、業務加工や外食産業向けも一定の割合を占めています。個人消費はやや減少傾向にあり、消費者は鮮度や価格を重視しています。消費拡大には、SNS での情報発信やレシピ提案が効果的と考えられます。

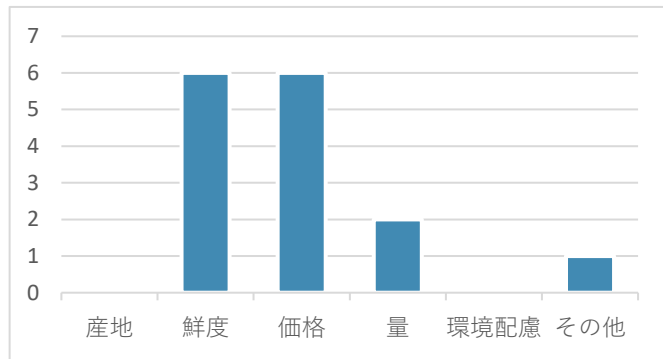
業務加工向けでは飲食店やカット野菜用途が多く、実需者は安定供給と品質を重視しています。他県では試験的に規格を変更する産地も見られます。市場からは生産量の維持と品質・価格の安定が求められています。

問 2 みずなの個人消費向けの販売について

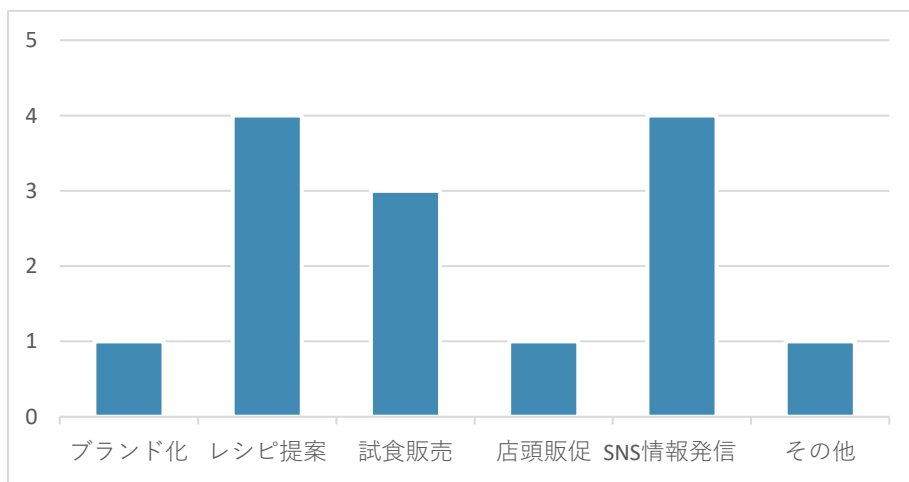
（１）個人消費向けの販売量について



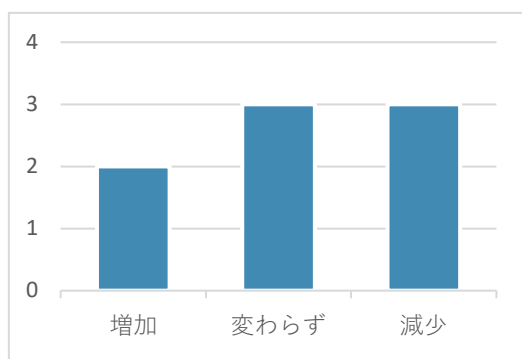
（２）個人消費者が意識すること（複数回答）



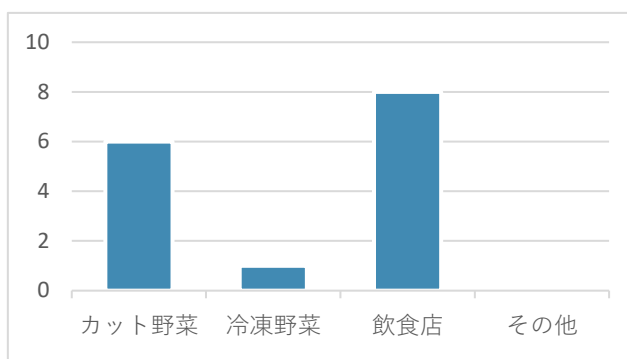
（３）個人消費の拡大に向けて効果的な取組（複数回答）



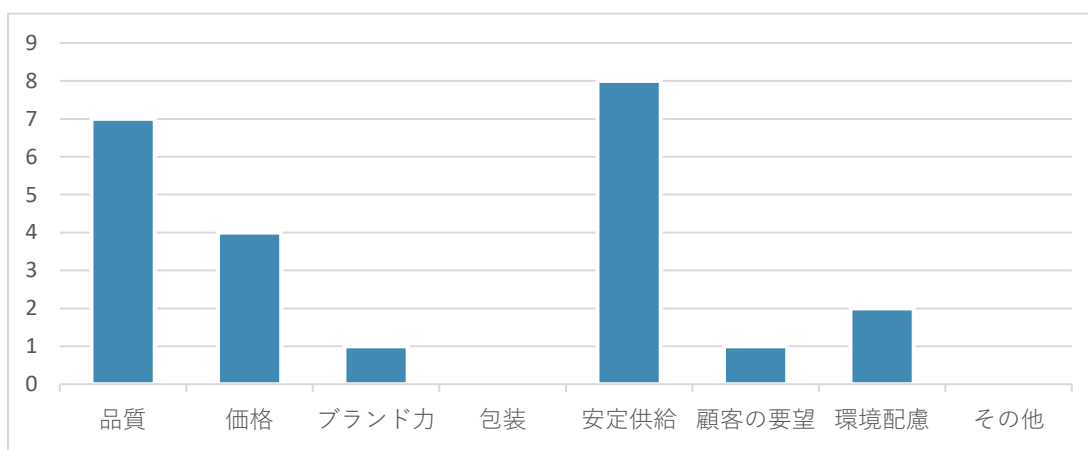
(4) 業務加工向けの販売量について



(5) 主な業務加工の用途（複数回答）



(6) 実需者が意識すること（複数回答）



(7) 他県のみずな産地の特徴的な取組

- ・試験的に規格を 200g/袋から 180g/袋に変更している。

(8) 市場が産地に求めること

- ・生産量の維持と品質及び価格の安定

2 こまつなについて

問1 こまつなの仕向け先について

個人消費（量販店等）向け	66%
業務加工	11%
給食関連	14%
外食産業	9%
その他	0%

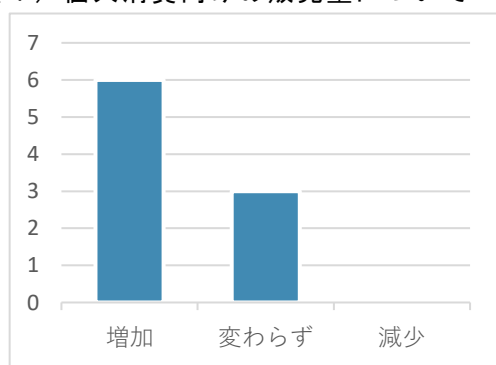
【結果の概要】

こまつなは個人消費向けが最も多く、加工や給食向けも一定の割合を占めています。個人消費は増加傾向にあり、消費者は鮮度と価格を重視しています。消費拡大にはレシピ提案や SNS 発信が有効と考えられます。

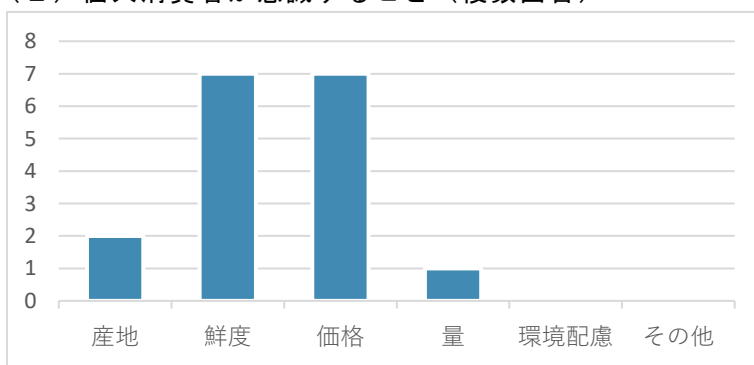
業務加工では飲食店やカット野菜用途が中心です。実需者は品質と価格、安定供給を重視しています。他県では出荷形態の工夫や「こまつなの日」の設定などの取組があり、市場からは夏場の品質安定や安定出荷が求められています。

問2 こまつなの個人消費向けの販売について

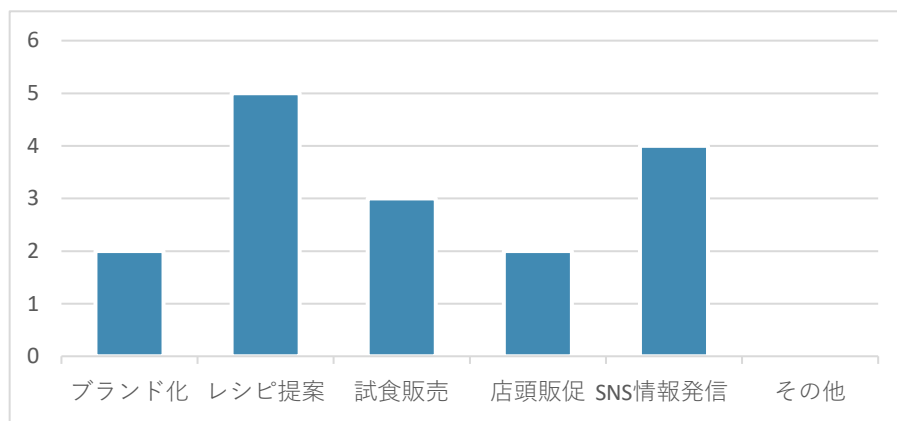
(1) 個人消費向けの販売量について



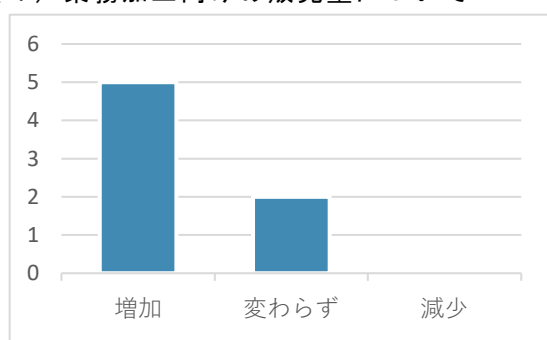
(2) 個人消費者が意識すること（複数回答）



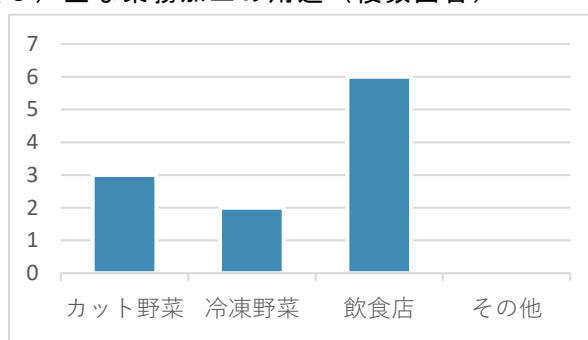
(3) 個人消費の拡大に向けて効果的な取組 (複数回答)



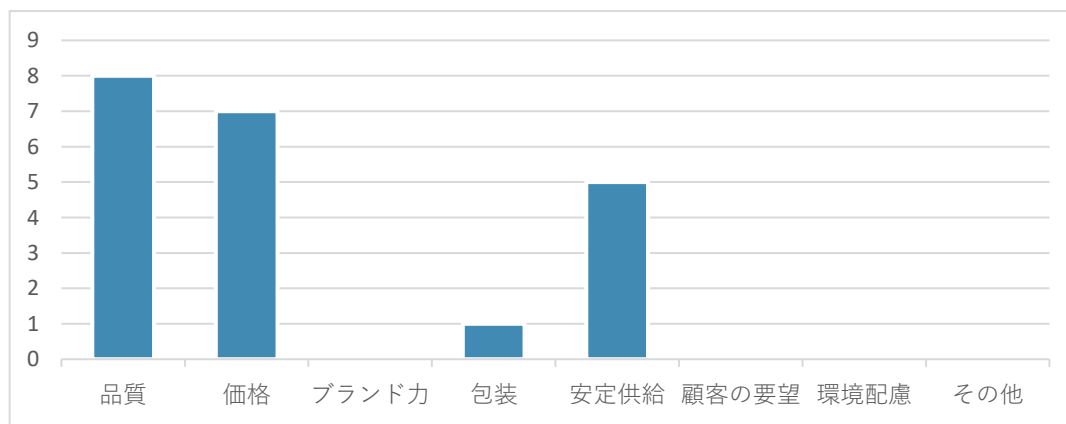
(4) 業務加工向けの販売量について



(5) 主な業務加工の用途 (複数回答)



(6) 実需者が意識すること (複数回答)



(7) 他県のこまつな産地の特徴的な取組

- ・顧客のニーズに合わせた出荷形態の対応 (バラ詰め、〇kg 詰め等)
- ・販売活動として「こまつなの日」を設定

(8) 市場が産地に求めること

- ・夏場の品質安定
- ・安定出荷