

活 動 報 告 書

活 動 名 称	西区の恵みを一皿に！西区野菜とスパイスでつくる地産地消カレーを召し上がれ！	
選 択 テ ー マ	マルシェを通じた地産地消の推進及び西神中央の活性化	
実 施 期 間	2025年7月～11月	
総 参 加 人 数	スタッフ	6 名
	参加者	106 名
活 動 内 容	<p>本活動では、西区の食の魅力を発信し、地産地消を促進することを目的として、以下の取り組みを行いました。</p> <p>○西区産食材を活用したカレーの開発・販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでの活動で関係を築いてきた西区の農家から、市場に出にくい規格外野菜を含む新鮮な野菜を提供していただきました。 ・西区内のスパイスカレー専門店と連携し、複数回にわたる試作を実施。プロのスパイスとレシピの監修を受け、野菜本来の旨味を引き出した本当においしい野菜カレーを完成させました。 ・成果物として、ウェルマルおよび大学の文化祭にてカレーを販売・提供しました。 <p>○「西区カレーマップ」の作成・配布</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カレーの販売と合わせて、西区の農家さんや協力店舗を紹介するカレーマップを作成・配布し、消費者に生産者についての情報発信を行いました。 <p>○地産地消に関するアンケート実施調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売時に来場者を対象としたアンケート調査を行い、14名から有効回答を得ました。地産地消の実践状況や、規格外野菜に対する意識、購入時の障壁についてヒアリングを行いました。 	
活 動 の 効 果 と 今 後 の 展 望	<p>活動を通じ、以下の成果と課題が明らかになりました。</p> <p>○「味」を通じた意識変容と規格外野菜の可能性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・文化祭では「野菜がいつもよりおいしかった」という声を多数いただき、リピーターも誕生しました。実際に味わってもらうことで、西区産野菜のおいしさを伝え、規格外野菜へのネガティブなイメージを払拭する機会を提供できました。 <p>○アンケート結果から見える地産地消の現状と課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・規格外野菜への抵抗感：43%の回答者が規格外野菜を食べることに抵抗を感じており、その主な理由は「味が劣るのではないか」という懸念でした。今回のカレー販売は、この誤解を解く有効な手段であったと言えます。 	

・低い地産地消意識と購入場所の偏り：地産地消を普段から意識している層は28%にとどまりました。実践場所はスーパーの特設コーナーが主で、インターネット購入の利用者はいませんでした。

・最大の障壁は「購入場所の認知不足」：地産地消を妨げる要因として、71%が「どこで購入できるか分からない」と回答しました。これが最大のボトルネックであることが判明しました。

・潜在的なニーズの高さ：一方で、「住んでいる場所の近くで購入できれば購入したい(100%)」「野菜が新鮮であれば実践したい(57%)」という結果も得られました。地産地消への潜在的な意欲は高く、環境さえ整えば実践につながることを示唆されました。

アンケート結果より、消費者は地産地消への関心はあるものの、「身近な購入場所が分からない」「手に入れる手段が限られている」ことが大きな壁となっていることが分かりました。この課題を解決するため、今後は以下の活動を展開していきたいと考えています。

○地産地消へのアクセシビリティ向上

・神戸市在住の消費者や飲食店に対し、より「身近」で「簡単」に西区の農産物を入手できる仕組み作りを検討・推進します。

○「西区ブランド」のさらなる発信

・引き続き、西区産野菜のおいしさや魅力を神戸市民の方全体に広める活動を行います。単にいいものとして紹介するだけでなく、具体的な購入ルートや利用シーン（飲食店での活用など）を提案することで、地産地消の実践ハードルを下げ、神戸市西区の食文化をより豊かに活性化させて、持続可能な農業に寄与します。