

2 消費者が求める果実とは？—ブドウの消費者アンケート調査から—

ねらいと成果

直売向けの果実生産が各地域で増加している。地域の消費者ニーズを把握する意義はいうまでもないが、売り上げに影響を及ぼす購入時の情報の中で、消費者は何を判断材料にしているのだろうか。

そこで、ブドウの販売を事例として、購入時に重視される項目をアンケート調査で把握した。回答者の9割超が「鮮度」を重視し、次に「価格」、「品種名」、「地元産」の順となった。一般に鮮度が良いといわれる「地元産」を重視する回答者は意外と少なく6割に留まり、スーパー等でブドウを購入する消費者ほど「地元産」を重視しない傾向が見られた。

スーパー等と近接している直売所では、「鮮度」のよいブドウを販売するだけではなく、消費者にその見分け方など「鮮度」の良さを訴える情報を提供することが、「地元産」への理解を深め、来店のも機になるとと思われる。

内 容

1 調査の概要

2003年9月、JA兵庫六甲「パスカルさんだフラワー店」に来店した消費者にアンケートを依頼し、81人から回答を得た。回答者は女性60.5%、男性27.2%、無回答12.3%。年代別には30歳未満が7.4%、30歳代13.6%、40歳代22.2%、50歳代24.7%、60歳代23.5%、70歳以上3.7%、無回答4.9%であった。主なブドウの購入先は、スーパー45.7%、直売所38.3%、その他9.9%、無回答6.2%であった。

2 調査内容

試食が行われていない調査店において、消費者がブドウを購入するときに把握できる7項目を選び、各項目について「非常に重視する」、「重視する」、「わからない」、「あまり重視しない」、「全く重視しない」の5段階に設定し、「非常に重視する」、「重視する」に記入した回答者の割合を項目別に求めた。さらに、ブドウの購入先などと7項目の回答率とのクロス集計を行った。

3 調査結果

購入時に最も重視するのは、「鮮度」で年代別、購入先にかかわらず9割以上の回答を得た。

購入先をスーパーとしている回答者と直売所としている回答者の「地元産」、「生産者の連絡先」を重視する回答率には約2割の差があり、購入先による意識差が認められた。

さらに、回答者の年代によっても差がある傾向であった。「農業肥料名」を除き、直売所でのブドウの購入が多い50歳代以上が最大値を占め、スーパーでの購入が少ない40歳代以下が最小値を示した。

今後の方針

本事例では、40歳代以下を焦点に当てたブドウの販売戦略が必要である。販売時の品質が消費者の購買行動に及ぼす影響と販売促進効果がある情報提供の方法を検討する。

加藤雅宣（農業技セ・経営・機械部）

表 購入時に重視する項目の回答率（%）

項 目	平均値	購 入 先		年 代					
		スーパー	直売所	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
鮮 度	98	97	100	100	91	100	95	100	100
価 格	80	82	80	83	64	83	85	93	0
品 種 名	79	79	86	67	90	78	72	100	0
地 元 産	62	56	75	67	46	52	67	79	67
農薬・肥料名	60	52	57	33	80	39	68	72	67
生産者連絡先	43	30	52	33	30	18	61	61	33
包装・荷姿	33	30	41	33	30	18	50	43	0

注)回答率は小数点以下を四捨五入した。