

1. 消費者の家庭消費用ブドウの購入先とその選択理由（情報）			
[要約] 家庭消費用ブドウの購入頻度が高い消費者ほど鮮度・品質を重視し、それを期待して直売所や農家を購入先として選択している。一方、購入頻度の低い消費者は、価格の安さのほかに住居からの距離等の利便性を優先し、それをかなえてくれるスーパーや生協をブドウの購入先として選択している。			
研究室名	経営研究室	連絡先	0869-55-0546

[背景・ねらい]

果実販売価格の低下によって果樹産地の活力や担い手の生産意欲の低下が懸念されるとともに、果物消費量が減少するなかで産地間競争が激化している。そのため、産地では消費ニーズを的確に把握し、それに合わせた販売戦略の策定が重要になっている。そこで、消費者へのアンケート調査から、家庭消費用ブドウ（以下、ブドウと略す）の購入先とそこを利用する理由を把握し、販売推進上の参考に資する。

[成果の概要・特徴]

アンケート調査は、平成15年8月下旬～9月上旬に山陽町(県内産地)、岡山市(県内消費地)、宝塚市(関西消費地)、東京都港区(関東消費地)の4か所で実施し、合計1,050人(山陽町285人、岡山市284人、宝塚市296人、東京都港区185人)の消費者から回答を得た。

1. 消費者のブドウの購入先は、居住地に関わらずスーパーが多かったが、県内では直売所も多かった。特に、産地内の消費者は直売所での購入や農家からの直接買いが多かった(図1)。また、購入頻度別には、頻度が高い消費者ほど直売所や農家を選択する傾向が高かった(図2)。
2. ブドウ購入先の選択理由のなかで「鮮度・品質がよい」を理由にする消費者は、購入頻度の高い消費者に多かった。逆に、購入頻度の低い消費者ほど「価格が安い」に加えて「近くて便利」を理由に上げる傾向が高かった(図3)。
3. その結果、購入頻度の高い店舗別に購入先としての選択理由をみると、スーパーは「価格が安い」、「鮮度・品質がよい」、「近くて便利」が、生協は「鮮度・品質がよい」、「価格が安い」、「近くて便利」が上位にあった。一方、直売所での購入と農家からの直接買いは「鮮度・品質がよい」、「価格が安い」、「信用がおける」が上位にあった(図4)。

[成果の活用面・留意点]

1. ブドウ産地が今後の販売先を検討する上で参考になる。

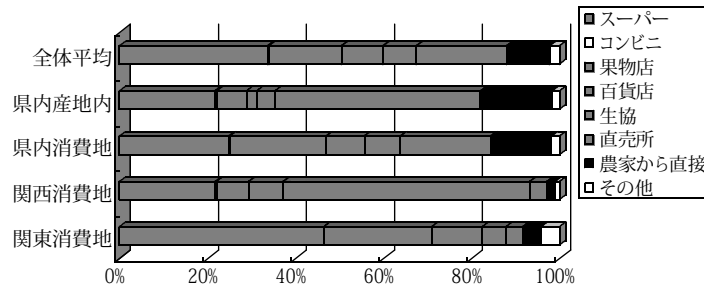


図1 居住地別にみる家庭消費用ブドウ購入頻度の高い店舗等(複数回答)

注) 2003年8～9月に山陽町(県内産地内)、岡山市(県内消費地)、宝塚市(関西消費地)、東京都港区(関東消費地)の4か所で1,050人の消費者を対象に実施した結果である。
図2～4も同じ。

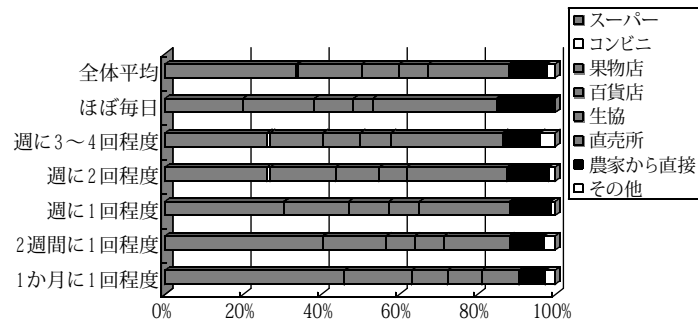


図2 購入頻度別にみる家庭消費用ブドウ購入頻度の高い店舗等(複数回答)

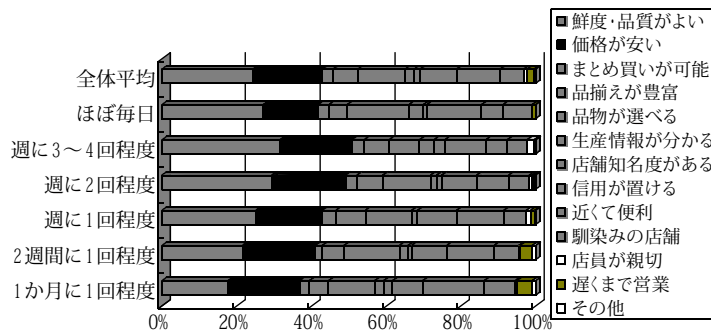


図3 購入頻度別にみる家庭消費用ブドウ購入店舗の選択理由(複数回答)

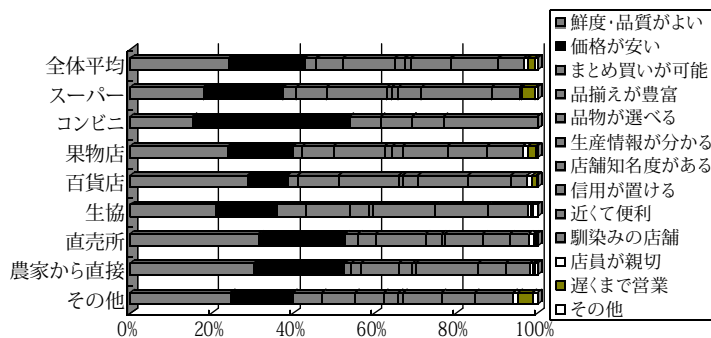


図4 店舗別にみる家庭消費用ブドウ購入店舗の選択理由(複数回答)

[その他]

試験研究課題名：消費ニーズを捉えた高付加価値果樹生産・販売システムの確立

予算区分：県単

研究期間：平成14～16年度

関連情報等：なし