「南河内地域特産品の消費行動に関するアンケート」リサーチプラン

１．調査の目的

大阪府（南河内農と緑の総合事務所）では、「農」を通じた南河内地域の活性化のため「南河内いちごの楽園プロジェクト」や「ぶどう山再生プロジェクト」などに地元特産品のブランド化や加工食品の販売促進に取組んでいる。大都市に近接した産地というメリットを活かし、効果的な特産品ブランドの確立をめざすため、アンケート調査を実施し、地元農産物やその加工食品についての府民の消費行動を明らかにする。

２．調査対象：大阪府内の農産物直売所で農産物やその加工食品（以下、農産物等）を購入したこ

とがある大阪府民1000人（うち主に南河内地域の農産物直売所を利用している大阪府民100人以上）。

※農産物直売所とは、周辺の農家や農業協同組合などが設置する地元農産物を販売する施設で、道の駅を含む。

３．調査仮説

【仮説１】50代以上の方が、40代以下よりも農産物等を贈り物として購入している。

【仮説２】50代以上と40代以上では、贈り物とする農産物等を選ぶ基準が異なる。

【仮説３】50代以上よりも40代以下の方が、ブランドや話題性のある農産物等を購入するために遠出している。

【仮説４】直売所や直売所で売られている商品に良いイメージを持っているほど、直売所で農産物を贈り物として購入している。

【仮説５】地元の優れた農産物を知っている人ほど、直売所の農産物を贈り物にしている。

【仮説６】50代以上の方が40代以下よりも、農産物加工食品に良いイメージを持っており、購入することが多い。

【仮説７】50代以上と40代以下では、欲しい農産物加工食品や衝動買いの消費行動が異なる。

４．質問項目

【SC質問】…９問

SC１　性別（SA）

SC２　年齢（N）

SC３　地域１（都道府県）（SA）

SC４　住所２（市町村）（SA）

SC５　婚姻状況（SA）

SC６　子供の有無（SA）

SC７　職業（SA）

SC８　府内の農産物直売所の利用経験（SA）

SC９　【SC８で「利用している」と回答した方のみ】主に利用する農産物直売所が南河内地域（富田林市、河内長野市、松原市、羽曳野市、藤井寺市、大阪狭山市、太子町、河南町、千早赤阪村）にある（SA）

【本質問】…21問

【農産物等の贈り物の消費行動】

Q１　農産物等についての「贈り物」の経験（SA）

Q２　（Q1経験あり）農産物等を贈り物とする際の購入場所（MA）

Q３　（Q1経験あり）農産物等を贈り物とする際の購入頻度（SA）

Q４　（Q1経験あり）農産物等を贈り物とする際の購入価格（SA）

　Q５　農産物等を贈り物とする際の選択基準（SA）

　Q６　ブランドフルーツを贈り物とする際の包装資材（SA）

Q７　地元の優れた農産物等の認知（SA）

Q８　（Q7購入経験あり）地元の優れた農産物等の贈り物の経験（SA）

Q９　ブランドや話題性のある農産物等を購入するために許容できる所要時間（SA）

【農産物直売所での消費行動】

Q10　主に利用する農産物直売所までの所要時間（SA）

Q11　主に利用する農産物直売所の利用頻度（SA）

Q12　主に利用する農産物直売所の利用目的（MA）

Q13　農産物直売所に対するイメージ（表組SA）

Q14　農産物直売所で販売されているブランドフルーツのイメージ（表組SA）

Q15　ブランドフルーツが農産物直売所で販売されている際の購入意向（SA）

【農産物加工食品（農家が地元農産物を使用して作った加工食品）の消費行動】

Q16　農産物加工食品のイメージ（表組SA）

　Q17　農産物加工食品の購入頻度（SA）

Q18　購入したいと思う農産物加工食品（MA）

Q19　購入したいと思う農産物加工食品の種類（MA）

Q20　農産物加工食品のパッケージの衝動買いの経験（SA）

　Q21　（Q20経験あり）衝動買いしたパッケージの特徴（SA）

５．分析の方法

◆仮説１の検証

年齢層（40代以下・50代以上）　×　Q1～４

　◆仮説２の検証

　　　　年齢層（40代以下・50代以上）　×　Q５～6

◆仮説３の検証

年齢層（40代以下・50代以上）　×　Q9、Q10（Q12）、Q15（Q10）

　◆仮説４の検証

Q1、Q11、Q15、年齢層（40代以下・50代以上）　×　Q13、Q14

　◆仮説５の検証

　　　　Q1　×　Q7

◆仮説６の検証

　　　　年齢層（40代以下・50代以上）　×　Q16、Q17

◆仮説７の検証

　　　　年齢層（40代以下・50代以上）　×　Q18、Q19、Q20、Q21

◆その他、参考資料として南河内地域の特性を分析。