

第4章

I 野菜のおいしさに関するアンケート調査結果

1 調査の実施概要

(1) 調査対象と調査時期

調査対象はNECBIGLOBEのモニター会員のうち「既婚女性」2,000名とし、北海道、東北、関東、甲信、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州・沖縄の10地区の人口構成を考慮し、さらに、20代から60代の年齢別回答数が同一地域内では同数になるように設定した。

また、アンケート調査は、インターネット上で平成18年12月19日～25日に実施した。

地域	年齢	性別	回収数全数	目標数サンプル数	集計サンプル数	目標数とのGAP
北海道	20歳-29歳	女性	25	19	19	0
	30歳-39歳	女性	31	19	19	0
	40歳-49歳	女性	30	19	19	0
	50歳-59歳	女性	29	19	20	1
	60歳-69歳	女性	18	19	18	-1
東北	20歳-29歳	女性	36	27	27	0
	30歳-39歳	女性	41	27	27	0
	40歳-49歳	女性	42	27	27	0
	50歳-59歳	女性	43	27	31	4
	60歳-69歳	女性	23	27	23	-4
関東	20歳-29歳	女性	207	137	137	0
	30歳-39歳	女性	207	137	137	0
	40歳-49歳	女性	207	137	137	0
	50歳-59歳	女性	212	137	137	0
	60歳-69歳	女性	207	137	137	0
北陸	20歳-29歳	女性	18	15	15	0
	30歳-39歳	女性	23	15	15	0
	40歳-49歳	女性	24	15	15	0
	50歳-59歳	女性	23	15	16	1
	60歳-69歳	女性	14	15	14	-1
甲信	20歳-29歳	女性	14	9	9	0
	30歳-39歳	女性	15	9	9	0
	40歳-49歳	女性	14	9	9	0
	50歳-59歳	女性	14	9	9	0
	60歳-69歳	女性	10	9	9	0
東海	20歳-29歳	女性	66	44	44	0
	30歳-39歳	女性	68	44	44	0
	40歳-49歳	女性	69	44	44	0
	50歳-59歳	女性	67	44	44	0
	60歳-69歳	女性	47	44	44	0
近畿	20歳-29歳	女性	102	67	67	0
	30歳-39歳	女性	104	67	67	0
	40歳-49歳	女性	101	67	67	0
	50歳-59歳	女性	102	67	67	0
	60歳-69歳	女性	102	67	67	0
中国	20歳-29歳	女性	30	24	24	0
	30歳-39歳	女性	36	24	24	0
	40歳-49歳	女性	37	24	24	0
	50歳-59歳	女性	37	24	28	4
	60歳-69歳	女性	20	24	20	-4
四国	20歳-29歳	女性	19	29	19	-10
	30歳-39歳	女性	44	29	39	10
	40歳-49歳	女性	44	29	29	0
	50歳-59歳	女性	45	29	43	14
	60歳-69歳	女性	15	29	15	-14
九州	20歳-29歳	女性	44	29	29	0
	30歳-39歳	女性	45	29	29	0
	40歳-49歳	女性	45	29	29	0
	50歳-59歳	女性	45	29	29	0
	60歳-69歳	女性	35	29	29	0

(2) 回答者の属性

1) 地域別回答数

調査対象数 2,000 は、表 F1 が示すように地区別の人口構成を考慮して配分した。

表 F1.地域別回答数と構成比

	回答数	構成比(%)
	2,000	100.0
北海道	95	4.8
東北	135	6.8
関東	685	34.3
北陸	75	3.8
甲信	45	2.3
東海	220	11.0
近畿	335	16.8
中国	120	6.0
四国	145	7.3
九州	145	7.3

2) 年齢別回答数

調査対象の年齢別構成は、表 F 2 が示すように各世代がほぼ同数になるように設定した。

表 F2.年齢構成別回答数と構成比

	回答数	構成比(%)
	2000	100.0
20代 女性	390	19.5
30代 女性	410	20.5
40代 女性	400	20.0
50代 女性	424	21.2
60代 女性	376	18.8

2 消費者アンケート調査結果

(1) 回答者の家族構成、勤務形態、外食・中食の利用

1) 回答者の家族構成、

回答数 2,000 のうち、47.3 %が「子供と夫婦世帯(2世帯)」、33.3 %が「夫婦2名世帯」、9.5 %は「子供と夫婦に祖父母世帯(3世代)」、残り 10.0 %は親子等の「その他世帯」であった。

地域別には、どの地区も「子供と夫婦世帯(2世帯)」が40 %台を占めるが、北海道は「夫婦2名世帯」が41.1 %と他の地域より多いが、東北(26.7 %)、北陸(29.3 %)、四国(23.4 %)では低く、「子供と夫婦に祖父母(3世代)」が他の地域より多かった。

世代別には、20～40代の子育て世代では「子供と夫婦世帯(2世帯)」が過半数を占めるが、それ以上の世代になると減少し「夫婦2名世帯」や親子世帯等の「その他世帯」が多くなっている。

図2-1-1 回答者の家族構成



表2-1-1 回答者の家族構成

	全体	夫婦2名世帯	子供と夫婦世帯(2世代)	子供と夫婦に祖父母の世帯(3世代)	その他具体的に
全体	2000	33.3%	47.3%	9.5%	10.0%
地域					
北海道	95	41.1%	42.1%	7.4%	9.5%
東北	135	26.7%	45.2%	14.8%	13.3%
関東	685	35.8%	48.3%	6.4%	9.5%
北陸	75	29.3%	44.0%	18.7%	8.0%
甲信	45	35.6%	44.4%	13.3%	6.7%
東海	220	33.6%	49.1%	9.1%	8.2%
近畿	335	32.2%	49.9%	7.8%	10.1%
中国	120	35.0%	42.5%	10.8%	11.7%
四国	145	23.4%	47.6%	18.6%	10.3%
九州	145	34.5%	44.8%	9.0%	11.7%
年齢・性別					
20代 女性	390	32.1%	50.8%	12.1%	5.1%
30代 女性	410	31.5%	53.4%	10.2%	4.9%
40代 女性	400	20.5%	60.0%	12.0%	7.5%
50代 女性	424	31.4%	46.2%	9.4%	13.0%
60代 女性	376	52.4%	24.5%	3.5%	19.7%

2) 回答者の勤務形態

回答の得られた 2,000 名の主婦の勤務形態をみると、59.5 %が「専業主婦」となっており、18.1 %が「主婦・パートタイム」、15.2 %が「主婦・フルタイム」であった。なお、残り 7.3 %の「その他」は、自営業、自由業、会社役員等が含まれる。

地域別には、どこも「専業主婦」が過半数を占めており特に北海道では 68.4 %と高かった。「主婦・パートタイム」は北海道 (20.0 %)、東海 (21.4 %)、四国 (24.8 %) の 3 地域で、「主婦・フルタイム」になると北陸 (20.0 %)、甲信 (26.7 %)、九州 (20.0 %) の 3 地域でそれぞれ 20 %を上回った。

年齢別には、「専業主婦」は 50 代 (63.2 %)、60 代 (72.1 %) と年齢が高くなるほど多くなり、逆に「主婦・フルタイム」は 20 代 (21.3 %)、30 代 (19.3 %) といった若い世代ほど多い。また、「主婦・パートタイム」は 40 代 (26.8 %) を中心に 30 代 (18.8 %) と 50 代 (18.2 %) で多くなっている。

図 2-1-2 回答者の勤務形態



表 2-1-2 回答者の勤務形態

	全体	専業主婦	主婦・パートタイム	主婦・フルタイム	その他具体的に
全体	2000	59.5%	18.1%	15.2%	7.3%
地域					
北海道	95	68.4%	20.0%	6.3%	5.3%
東北	135	60.7%	14.8%	16.3%	8.1%
関東	685	58.2%	17.1%	16.9%	7.7%
北陸	75	57.3%	18.7%	20.0%	4.0%
甲信	45	60.0%	6.7%	26.7%	6.7%
東海	220	61.4%	21.4%	10.5%	6.8%
近畿	335	59.4%	18.8%	14.3%	7.5%
中国	120	62.5%	15.8%	12.5%	9.2%
四国	145	57.2%	24.8%	12.4%	5.5%
九州	145	55.9%	16.6%	20.0%	7.6%
年齢・性別					
20代 女性	390	57.9%	15.9%	21.3%	4.9%
30代 女性	410	55.6%	18.8%	19.3%	6.3%
40代 女性	400	49.0%	26.8%	17.3%	7.0%
50代 女性	424	63.2%	18.2%	10.6%	8.0%
60代 女性	376	72.1%	10.4%	7.4%	10.1%

3) 外食や中食（弁当、総菜）の利用状況

回答者の外食や弁当、総菜等の中食の利用状況をみると、「週1回」が35.4%と「ほとんど利用しない」(32.1%)を上回っている。ただ、「ほとんど毎日2回以上」(3.5%)、「ほとんど毎日1回」(6.1%)といったヘビーユーザーは10%以下であった。

地域別には、北陸では「ほとんど毎日1回」が10.7%と他の地域より高く、甲信(0.0%)と中国(0.8%)では「ほとんど毎日2回以上」が1.0%以下であった。また、中国では「週2-5回」(16.7%)が他より少なく「週1回」(43.3%)が他より多かった。

年齢別には、「ほとんど毎日2回」は60代で、「ほとんど毎日1回」は40代以下でわずかに多い。また、「週2-5回」は30代(29.0%)と40代(29.8%)で多くなっている。なお、「ほとんど利用しない」は50代(35.6%)、60代(41.5%)ほど多くなる傾向がみられる。

図2-1-2 回答者の外食・中食の利用状況



表2-1-3 回答者の外食・中食の利用状況

	全体(回答数)	ほとんど毎日 2回以上	ほとんど毎日 1回	週2-5日	週1回	ほとんど利用 しない
全体	2000	3.5%	6.1%	23.1%	35.4%	32.1%
地域						
北海道	95	4.2%	4.2%	22.1%	31.6%	37.9%
東北	135	2.2%	3.7%	26.7%	33.3%	34.1%
関東	685	4.1%	6.0%	25.1%	34.9%	29.9%
北陸	75	5.3%	10.7%	28.0%	29.3%	26.7%
甲信	45	0.0%	8.9%	26.7%	31.1%	33.3%
東海	220	2.7%	4.1%	21.8%	37.3%	34.1%
近畿	335	3.9%	6.0%	21.5%	34.9%	33.7%
中国	120	0.8%	6.7%	16.7%	43.3%	32.5%
四国	145	2.1%	6.9%	20.7%	35.9%	34.5%
九州	145	4.8%	8.3%	20.0%	37.9%	29.0%
年齢・性別						
20代 女性	390	3.1%	6.9%	20.8%	37.2%	32.1%
30代 女性	410	2.7%	6.6%	29.0%	34.9%	26.8%
40代 女性	400	2.3%	7.5%	29.8%	35.8%	24.8%
50代 女性	424	4.2%	5.2%	20.0%	34.9%	35.6%
60代 女性	376	5.1%	4.0%	15.2%	34.3%	41.5%

(2) 野菜の購買行動

1) 野菜の購入先

野菜の主な購入先をみると、圧倒的に「スーパーマーケット」(91.2%)が多く、その他では「八百屋」が15.9%、「親戚や近所の農家からいただく(又は購入する)」が15.7%、「農協・農家の直売所」(12.3%)、「生協店舗」(10.6%)、「生協の共同購入」(10.4%)となった。

地域別には、北海道(31.6%)と東北(23.0%)では「生協店舗」が多く、関東(24.7%)と九州(24.1%)では「八百屋」との回答が多い。北陸(36.0%)や甲信(42.2%)では「親戚や近所の農家からいただく(又は購入する)」が、四国では「農協・農家の直売所」からの購入が26.9%と多い。

年齢別には、「スーパーマーケット」は20代から40代で多く、50代と60代になると「生協店舗」、「八百屋」や「農協・農家の直売所」の利用が多くなり、「自家菜園」との回答も14.4%見られる。

図2-2-1 野菜の購入先(複数回答)

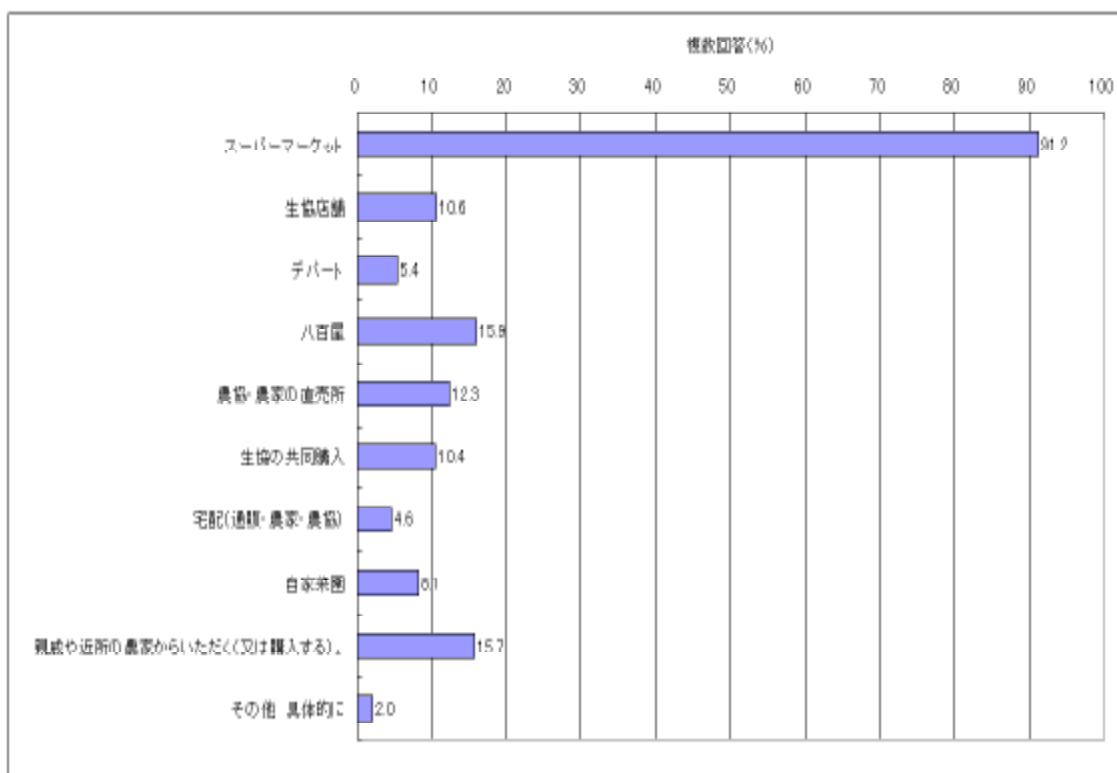


表 2-2-1 野菜の購入先（複数回答）

	全体	スーパー マーケット	生協店 舗	デパート	八百屋	農協・農 家の直 売所	生協の共 同購入	宅配(通販 ・農家・農 協)	自家菜 園	親戚や近 所の農家 から	その他 具体的
全体	2000	91.2%	10.6%	5.4%	15.9%	12.3%	10.4%	4.6%	8.1%	15.7%	2.0%
地域											
北海道	95	87.4%	31.6%	8.4%	4.2%	7.4%	12.6%	3.2%	5.3%	12.6%	1.1%
東北	135	80.7%	23.0%	3.7%	8.9%	18.5%	10.4%	1.5%	11.1%	19.3%	2.2%
関東	685	92.1%	8.0%	5.5%	24.7%	10.9%	12.8%	5.3%	3.8%	10.7%	3.1%
北陸	75	93.3%	6.7%	2.7%	5.3%	13.3%	4.0%	4.0%	16.0%	36.0%	1.3%
甲信	45	86.7%	8.9%	2.2%	4.4%	15.6%	6.7%	4.4%	15.6%	42.2%	0.0%
東海	220	94.5%	2.7%	5.5%	6.8%	10.9%	5.5%	6.4%	12.3%	20.9%	0.9%
近畿	335	93.7%	12.8%	7.2%	16.7%	6.3%	12.2%	6.9%	5.7%	12.2%	2.1%
中国	120	91.7%	5.8%	3.3%	9.2%	13.3%	12.5%	3.3%	15.8%	19.2%	2.5%
四国	145	91.0%	11.7%	2.1%	6.2%	26.9%	6.2%	0.0%	14.5%	16.6%	1.4%
九州	145	87.6%	9.7%	6.9%	24.1%	15.2%	7.6%	2.8%	7.6%	15.9%	0.0%
年齢・性別											
20代 女性	390	95.6%	8.5%	5.4%	14.6%	8.7%	5.9%	5.1%	6.4%	21.0%	0.8%
30代 女性	410	96.3%	8.8%	3.7%	15.1%	10.5%	8.8%	3.9%	5.1%	22.2%	1.2%
40代 女性	400	94.8%	8.5%	5.3%	13.5%	9.5%	15.3%	4.5%	6.3%	13.8%	2.8%
50代 女性	424	88.7%	12.7%	5.4%	17.7%	17.7%	10.4%	5.4%	8.7%	10.4%	2.4%
60代 女性	376	79.8%	14.6%	7.2%	18.4%	14.9%	11.7%	3.7%	14.4%	11.2%	2.9%

2) 生鮮野菜の購入頻度

生鮮野菜の購入頻度は、「1回に2～3日分をまとめて購入（2～3日に1回購入）」が55.1%、「ほぼ1週間分をまとめて購入（1週間に1回購入）」が31.2%、「ほぼ毎日こまめに購入（毎日購入）」が11.5%であった。

地域別には、北海道と甲信は「1回に2～3日分をまとめて購入（2～3日に1回購入）」がそれぞれ（47.4%）、（37.8%）と他の地域より少なく、「ほぼ1週間分をまとめて購入（1週間に1回購入）」がそれぞれ（41.1%）、（51.1%）と多い。また、近畿は「ほぼ毎日こまめに購入（毎日購入）」が15.5%と他の地域より多くなっている。

年齢別には、「ほぼ1週間分をまとめて購入（1週間に1回購入）」はフルタイムで働いている方が多い20代（40.3%）や30代（33.4%）で多く、専業主婦が多くなる50代（27.1%）や60代（23.1%）では少なく、「1回に2～3日分をまとめて購入（2～3日に1回購入）」が50代で59.2%、60代では60.6%と多くなっている。

図2-2-2 生鮮野菜の購入頻度

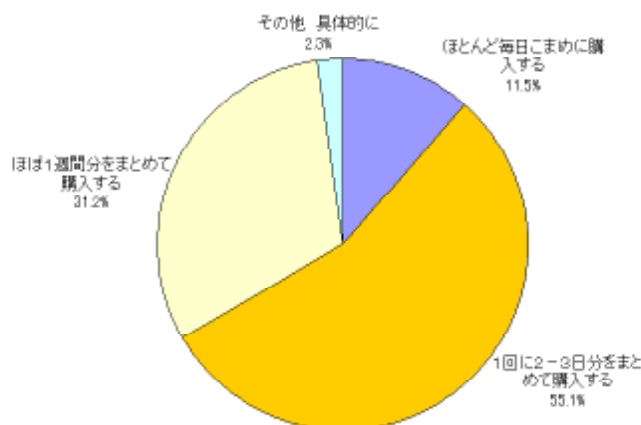


表2-2-2 生鮮野菜の購入頻度

	全体	ほとんど毎日こまめに購入	1回に2-3日分をまとめて購入	ほぼ1週間分をまとめて購入	その他具体的に
全体	2000	11.5%	55.1%	31.2%	2.3%
地域					
北海道	95	9.5%	47.4%	41.1%	2.1%
東北	135	8.9%	54.8%	34.8%	1.5%
関東	685	11.5%	55.6%	30.2%	2.6%
北陸	75	8.0%	57.3%	33.3%	1.3%
甲信	45	8.9%	37.8%	51.1%	2.2%
東海	220	10.9%	55.9%	31.4%	1.8%
近畿	335	15.5%	58.5%	23.3%	2.7%
中国	120	11.7%	51.7%	33.3%	3.3%
四国	145	10.3%	55.2%	31.7%	2.8%
九州	145	10.3%	55.2%	33.8%	0.7%
年齢・性別					
20代 女性	390	7.9%	51.0%	40.3%	0.8%
30代 女性	410	13.9%	51.0%	33.4%	1.7%
40代 女性	400	12.3%	53.5%	31.8%	2.5%
50代 女性	424	12.3%	59.2%	27.1%	1.4%
60代 女性	376	10.9%	60.6%	23.1%	5.3%

3) 野菜購入時に気を遣う点

野菜を購入する時に留意している点としては、「鮮度」が 95.5 %と圧倒的に多く、次いで「価格」が 82.9 %であった。この他には「産地」が 42.2 %、「味の好み」が 16.4 %、「地場野菜」が 15.2 %、「有機野菜であること」が 12.7 %となった。

地域別には、「鮮度」は北海道を除くとどこも 90 %を、「価格」は東北を除くとどこも 80 %以上の回答比率を示していた。「産地」との回答は北陸 (53.3 %)、甲信 (48.9 %) で多く、「味の好み」は近畿 (19.7 %) と中国 (21.7 %) で他地域より多くみられた。

年齢別には、50 代や 60 代なるほど「価格」に気を遣う方が少なくなり、「地場野菜」や「有機野菜であること」に気を遣い傾向が強まっている。

図 2-2-3 野菜購入時に気を遣う点 (複数回答)

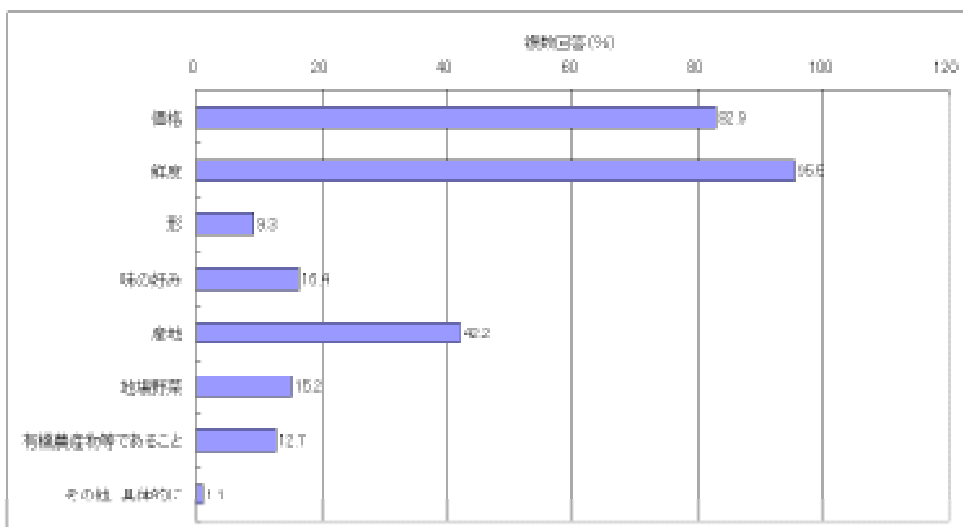


表 2-2-3 野菜購入時に気を遣う点 (複数回答)

	全体	価格	鮮度	形	味の好み	産地	地場野菜	有機農産物等であること	その他 具体的に
全体	2000	82.9%	95.5%	9.3%	16.4%	42.2%	15.2%	12.7%	1.1%
地域									
北海道	95	83.2%	88.4%	8.4%	11.6%	38.9%	18.9%	14.7%	0.0%
東北	135	74.1%	96.3%	11.9%	13.3%	34.8%	20.7%	14.1%	0.0%
関東	685	82.2%	95.9%	9.6%	15.2%	44.2%	11.7%	14.0%	1.6%
北陸	75	88.0%	92.0%	10.7%	14.7%	53.3%	13.3%	2.7%	2.7%
甲信	45	80.0%	95.6%	6.7%	11.1%	48.9%	22.2%	17.8%	0.0%
東海	220	86.4%	96.4%	8.6%	17.7%	39.1%	13.6%	15.0%	1.4%
近畿	335	84.2%	94.6%	8.4%	19.7%	42.1%	13.4%	10.7%	0.3%
中国	120	85.0%	95.0%	9.2%	21.7%	39.2%	15.0%	10.0%	2.5%
四国	145	85.5%	98.6%	11.0%	15.2%	40.0%	23.4%	11.0%	0.0%
九州	145	80.0%	96.6%	6.9%	17.2%	43.4%	21.4%	11.7%	0.7%
年齢・性別									
20代 女性	390	91.5%	92.1%	15.6%	14.9%	35.4%	8.2%	8.2%	1.0%
30代 女性	410	89.8%	96.3%	10.7%	19.5%	41.7%	8.8%	5.9%	1.0%
40代 女性	400	86.5%	95.3%	10.8%	16.3%	43.5%	10.5%	10.8%	1.3%
50代 女性	424	78.5%	96.9%	6.6%	18.2%	45.3%	17.7%	14.2%	1.2%
60代 女性	376	67.6%	96.5%	2.4%	12.5%	44.9%	31.6%	25.0%	0.8%

4) おいしさに関する情報への要望

野菜を購入するときに「おいしさ」に関する情報（味、香り、食感等の食味に関する情報）が店頭に表示されることをどのように考えるかについては、「是非あった方がよい」との積極的な意見は23.9%と全体の四分の一、「どちらかといえばあった方がよい」が58.9%であり、合計すると82.8%が情報提供を望む回答であった。

地域別には、甲信（8.9%）と四国（15.9%）を除くと「是非あった方がよい」はいずれも20%以上の回答比率であり、「どちらかといえばあった方がよい」はどの地域ともに50%を上回った。なお甲信（22.2%）と四国（22.1%）の2地域では「なくてもよい」が20%を上回った。

年齢別には、「是非あった方がよい」は20代で27.7%と他より回答比率が高く、50代では「なくてもよい」が21.0%と高かった。

図2-2-4 おいしさに関する情報の提供

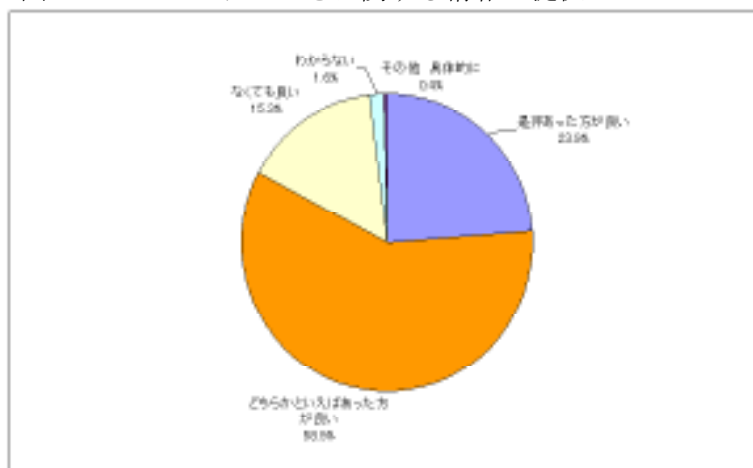


表2-2-4 おいしさに関する情報の提供

	全体	是非あった方がよい	どちらかといえばあった方がよい	なくてもよい	わからない	その他具体的に
全体	2000	23.9%	58.9%	15.3%	1.6%	0.4%
地域						
北海道	95	21.1%	65.3%	10.5%	3.2%	0.0%
東北	135	28.1%	52.6%	17.0%	2.2%	0.0%
関東	685	26.0%	58.1%	14.5%	0.9%	0.6%
北陸	75	21.3%	68.0%	10.7%	0.0%	0.0%
甲信	45	8.9%	62.2%	22.2%	4.4%	2.2%
東海	220	24.1%	56.8%	17.7%	1.4%	0.0%
近畿	335	24.8%	59.1%	14.0%	1.8%	0.3%
中国	120	26.7%	57.5%	12.5%	2.5%	0.8%
四国	145	15.9%	60.0%	22.1%	2.1%	0.0%
九州	145	21.4%	60.7%	15.9%	2.1%	0.0%
年齢・性別						
20代 女性	390	27.7%	61.5%	9.5%	1.0%	0.3%
30代 女性	410	21.5%	60.5%	15.9%	2.0%	0.2%
40代 女性	400	24.8%	60.3%	12.5%	2.3%	0.3%
50代 女性	424	20.5%	57.1%	21.0%	0.9%	0.5%
60代 女性	376	25.5%	54.8%	17.3%	1.9%	0.5%

5) 価格とおいしさの関係

多少価格が高くても「おいしさ」に関する情報が表示されていれば買いたいと思うかとの問いに対して、「値段が高くても買うと思う」は 21.2%、「値段が高ければ買わないと思う」が 52.3%、「分からない」も 23.7%みられた。

地域別には北海道 (27.4%)、東北 (23.7%)、関東 (21.6%)、東海 (25.5%)、近畿 (23.6%) の 5 地域では「値段が高くても買うと思う」が 20%を上回った。

年齢別には、「値段が高くても買うと思う」は 50代 (24.8%)、60代 (32.7%) で高く年齢が高くなるほど「味」志向が強まるのに対して、20代 (57.7%)、30代 (59.3%)、40代 (52.3%) では「値段が高ければ買わないと思う」が多く、「価格」志向が強い実態であった。

図 2-2-5 価格とおいしさ

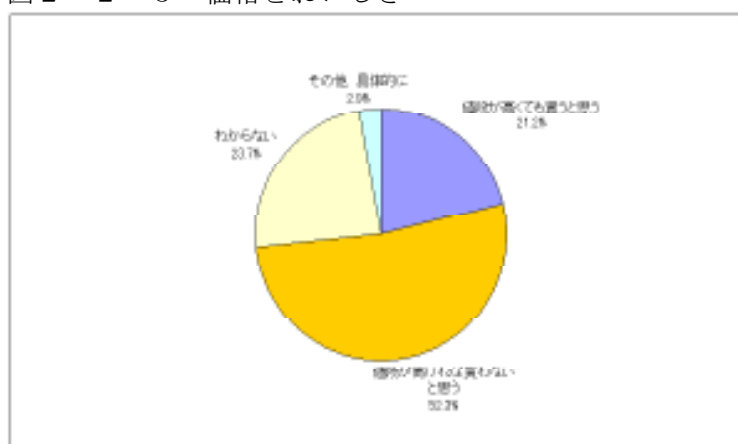


表 2-2-5 価格とおいしさ

	全体	値段が高くても 買うと思う	値段が高ければ 買わないと思う	分からない	その他具体的に
全体	2000	21.2%	52.3%	23.7%	2.9%
地域					
北海道	95	27.4%	61.1%	6.3%	5.3%
東北	135	23.7%	54.1%	20.0%	2.2%
関東	685	21.6%	50.8%	24.1%	3.5%
北陸	75	18.7%	44.0%	34.7%	2.7%
甲信	45	17.8%	48.9%	31.1%	2.2%
東海	220	25.5%	50.9%	20.9%	2.7%
近畿	335	23.6%	48.1%	26.3%	2.1%
中国	120	16.7%	57.5%	23.3%	2.5%
四国	145	11.0%	60.0%	27.6%	1.4%
九州	145	17.2%	56.6%	23.4%	2.8%
年齢・性別					
20代 女性	390	15.9%	57.7%	23.8%	2.6%
30代 女性	410	12.9%	59.3%	23.7%	4.1%
40代 女性	400	20.3%	52.3%	25.3%	2.3%
50代 女性	424	24.8%	48.1%	24.5%	2.6%
60代 女性	376	32.7%	43.6%	21.0%	2.7%

6) おいしい野菜の価格プレミアム

「おいしさ」に関する情報が表示されていた場合、「値段が高くて買う」と回答した 424 人に対して、おいしければ支払っても良いと思う価格水準を聞いたところ、「1割高前後」と「2割高前後」がそれぞれ 45.8%と、この2つで全体の 91.6%をしめた。

地域別には「1割高前後」との回答は北海道 (65.4%) と中国 (65.0%) で高く、甲信 (37.5%)、近畿 (34.2%)、四国 (25.0%) で低かった。「2割高前後」になると四国 (75.0%) で高く、北海道 (30.8%) と四国 (25.0%) で低かった。

年齢別には、「1割高前後」は 20代や 30代といった若い世代の方が回答比率が高く、「2割高前後」は 40代以上の世代方が高い。なお、「3割高前後」との回答は 20代 (8.1%) と 60代 (8.9%) で他より回答が多かった。

図 2-2-6 おいしければ支払っても良いと思う価格水準

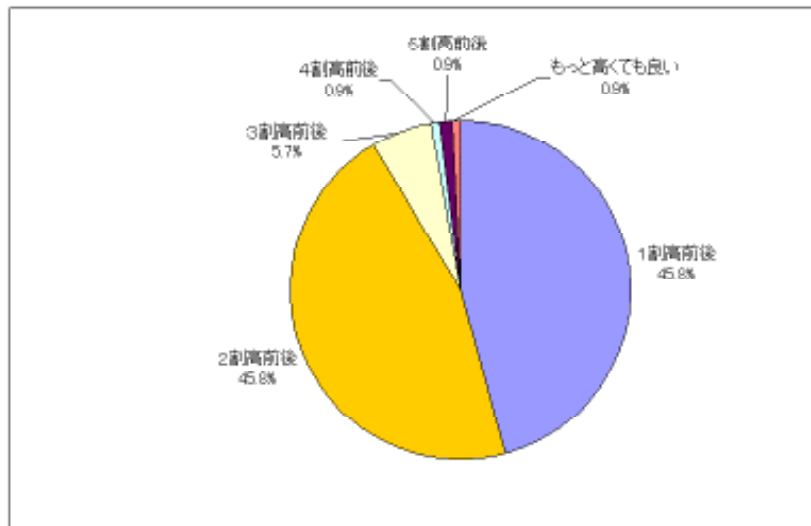


表 2-2-6 おいしければ支払っても良いと思う価格水準

	全体	1割高前後	2割高前後	3割高前後	4割高前後	5割高前後	もっと高くても良い
全体	424	45.8%	45.8%	5.7%	0.9%	0.9%	0.9%
地域							
北海道	26	65.4%	30.8%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%
東北	32	46.9%	50.0%	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%
関東	148	49.3%	40.5%	6.8%	2.0%	1.4%	0.0%
北陸	14	50.0%	42.9%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%
甲信	8	37.5%	50.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%
東海	56	42.9%	42.9%	8.9%	0.0%	0.0%	5.4%
近畿	79	34.2%	62.0%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%
中国	20	65.0%	25.0%	5.0%	0.0%	5.0%	0.0%
四国	16	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
九州	25	44.0%	40.0%	12.0%	0.0%	0.0%	4.0%
年齢・性別							
20代 女性	62	56.5%	32.3%	8.1%	3.2%	0.0%	0.0%
30代 女性	53	50.9%	41.5%	5.7%	1.9%	0.0%	0.0%
40代 女性	81	48.1%	48.1%	1.2%	0.0%	1.2%	1.2%
50代 女性	105	40.0%	52.4%	3.8%	1.0%	1.0%	1.9%
60代 女性	123	41.5%	47.2%	8.9%	0.0%	1.6%	0.8%

7) 料理用途情報への要望

野菜を購入する時に、サラダ向き、漬物向きなど、料理用途別の品種の情報が表示されることを望むか問うたところ、「是非あったほうが良い」は24.1%と約四分の一がこの項目を選択し、「どちらかといえばあった方が良い」(52.7%)を合わせると、76.8%が料理情報の提供にプラスの評価であった。

地域別にはどの地域も「是非あったほうが良い」と「どちらかといえばあった方が良い」の合計が70%を上回ったが、特に東海では81.4%となっている。

年齢別には、「是非あったほうが良い」と「どちらかといえばあった方が良い」の合計が料理経験や少ない20代、30代といった若い世代では80%を上回ったが、50代(68.2%)や60代(72.6%)になると若い世代より低くなっている。

図 2-2-7 料理用途情報への要望

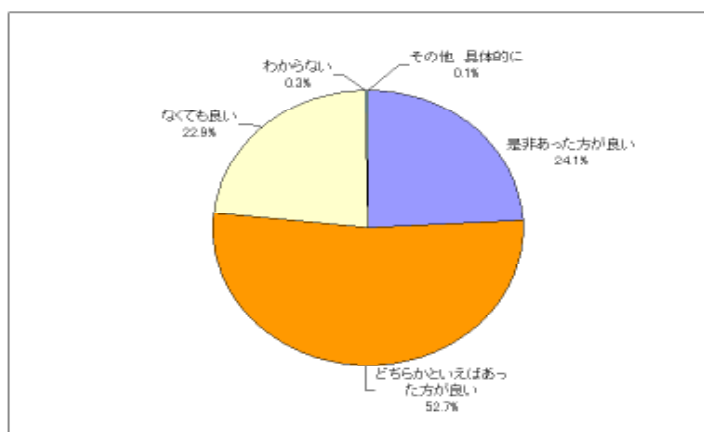


表 2-2-7 料理用途情報への要望

	Total(N)	是非あった方が 良い	どちらかといえば あった方が良い	なくても良い	わからない	その他具体的に
Total	2000	24.1%	52.7%	22.9%	0.3%	0.1%
地域						
北海道	95	26.3%	51.6%	22.1%	0.0%	0.0%
東北	135	26.7%	50.4%	23.0%	0.0%	0.0%
関東	685	24.4%	51.5%	23.8%	0.1%	0.1%
北陸	75	21.3%	54.7%	24.0%	0.0%	0.0%
甲信	45	20.0%	55.6%	20.0%	4.4%	0.0%
東海	220	25.5%	55.9%	18.2%	0.0%	0.5%
近畿	335	24.5%	52.5%	22.1%	0.9%	0.0%
中国	120	21.7%	51.7%	26.7%	0.0%	0.0%
四国	145	20.7%	54.5%	24.8%	0.0%	0.0%
九州	145	24.1%	53.1%	22.8%	0.0%	0.0%
年齢・性別						
20代 女性	390	34.4%	50.3%	15.1%	0.0%	0.3%
30代 女性	410	21.7%	59.5%	18.3%	0.2%	0.2%
40代 女性	400	23.0%	54.5%	22.0%	0.5%	0.0%
50代 女性	424	17.7%	50.5%	31.4%	0.5%	0.0%
60代 女性	376	24.5%	48.1%	27.1%	0.3%	0.0%

(宮城大学教授 小田 勝 己)