

[アンケート集計結果報告]

## 道の駅「大和（そよかぜ館）」の利用者に関する実態調査<sup>(注)</sup>

三木 佳光 宮原 辰夫

[Report of Questionnaires Survey]

### Investigation into the Actual Condition using Questionnaires on Customers of “MITI-NO-EKI : DAIWA-SOYOKAZEKAN”

Yoshimitsu MIKI, Tatsuo MIYAHARA

アンケート調査日：2007年11月23日（土）～24日（日）実施  
（回答総数：276人のうち、45人は11月25日から12月上旬に実施）

主催 文教大学国際学部共同研究（三木・宮原）  
協力：道の駅「大和」・ホテル龍登園

#### 調査目的

今、「道の駅」が地域の食の拠点となりつつある。こうした場所を地域の人々はどのような目的で利用し、「食」に対してどのような意識を持っているのかを調査し、今後の地域における「食」や「農」のあり方を探るのが本アンケートである。

#### 調査結果の要約

- 1 顧客は佐賀県と福岡県の居住者によって成り立っている。そして、50歳以上（69.7%）の客層で成り立っているビジネスといえる。来店の主導権は主婦（女性）であり男性は同伴しての来店者が多いことがアンケート調査現場で観察できた。50歳以上の高齢者に何を提供できるか、特に、高齢女性をターゲットにした「店の魅力づくり」が経営の要である。
- 2 交通手段は、その殆どが車（90.9%）である。これだけの時間をかけて「車で来店するだけの魅力とは何か」を明確に認識しての経営であるかどうか、今後の存続・発展の要といえる。観光

---

(注) 当報告者は、2007年度文教大学国際学部共同研究（テーマ：少子・高齢化時代における地域活性化の新しいビジネスモデルの調査研究）の成果一部である。

バスによる来訪者も含めて、新しいトンネルの竣工による影響をまともに受けることが懸念される課題である。

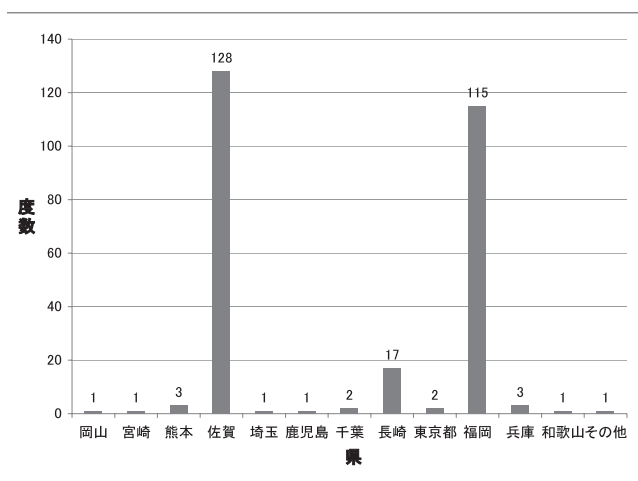
- 3 女性は主婦が半数（51.3%）、男性ではサラリーマン（43.8%）と無職（25.9%）で7割弱になるが、男性に無職が多いのは3人に2人が60歳以上の定年退職者であるからである。
- 4 来訪目的は買物（86.6%）が主体である。佐賀県の客層は買物（86.7%）が主であるが、福岡県では佐賀県に比べて休憩（37.4%）とトイレ（17.4%）利用が多い。要するに、佐賀県の居住者は明確なイメージを持って来店する割合が多いのに、福岡県からの来店者はその割合が少ない。
- 5 毎日来訪する人（1人）はいないといえる。初めて（25.3%）が4人に1人であることに注目しておきたい。初めての来訪者がこのように多いことは、この来訪者をリピーターにさせることができれば、ここに将来に向けての極めて大きい発展の機会があることの左証である。「初めて」の来店者は明確なイメージを持っていないことが判明したので、“どのようなイメージをどのような方法で持たせて帰らせるか”の戦略立案が課題であるといえる。
- 6 「月1－3回」の来店頻度の顧客がイメージを明確にして来店している比率が高いので、この層の顧客が何を購入しているのかの分析が今後の経営上の課題となる。
- 7 地元の大型スーパーと比較したイメージとしては、「生鮮食料品の鮮度（49.3%）」と「地場産が多い（46.7%）」であり、「割安である（19.9%）」「食料品の安全・安心（19.9%）」よりも、この2項目が地元のスーパーとの差別化のポイントとなっている。
- 8 「食」の安全・安心や健康に配慮しているのは85.4%に達しているし、それが10年前からが44.9%であり、これに5年前（17.4%）を加えると、62.3%にもなるにもかかわらず、「健康によい」のイメージを持って来店する顧客が少ないことは「地場産」の言葉の意味に内包されて、地場産の言葉で代弁されていると思われる。来店頻度とイメージとのクロス分析でも「生鮮食料品の鮮度」と「地場産」が来店頻度に関係なく比率が高いのが読み取れる。
- 9 生鮮食料品についての安全安心配慮項目は「産地（53.6%）」と「農薬の使用（44.9%）」である。産地直売の無農薬生鮮食料品が「大和（そよかぜ館）」のビジネスの基本としなければならないことが判明した。加工食品では「産地（38.4%）」と「食品添加物（47.5%）」である。農薬の使用が25.7%と少ないのが注目できるが、これは「大和（そよかぜ館）」への納品の条件に減農薬が課せられているし、これが他のショッピングセンターとの差別化項目になっているからと思われる。加工食品購入時の健康配慮項目は、「鮮度（43.1%）」と「食品添加物（50.7%）」である。カロリー（17.0%）、脂肪（9.8%）、糖分（12.5%）、加工度の低さ（5.4%）は健康配慮の項目にはなっていないことに注目したい。
- 10 顧客1回あたりの購入金額は1000－3000円が59.6%であり、これに1000円以内を加えると77.9%となる。価格許容限度は「1割高程度（29.9%）」「2割程度（22.0%）」「品物による（36.9%）」であるので、2割高程度までで、価格以外の品質（安全・安心・健康への配慮も含めて）で競争差別化を図ることが大切なこととなる。「価格許容度」と「生鮮食料品ならびに加工食品の安全・安心への配慮」のクロス分析では、健康に配慮されている品物であればある程度の価格高でも購入することが明らかになった。

## 質問項目と集計結果

問1：どちらからいらっしゃいましたか。

1. 佐賀県内の（市町）から
2. 福岡県内の（市町）から
3. その他（都道府県の市町村）から

アンケート記入者276名のうち、佐賀県が128名（46.4%、福岡県が115名（41.7%）である。



「大和（そよかぜ館）」の顧客は佐賀県と福岡県の居住者によって成り立っている。

そこで、当アンケート調査結果の分析は

- ① 項目ごとの単純集計、
- ② 佐賀県と福岡県に層別しての分析、
- ③ 男性・女性に層別しての分析、
- ④ 項目によっては必要に応じての

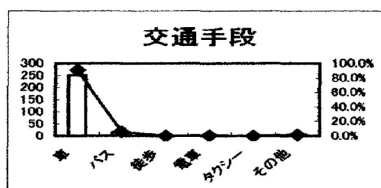
クロス分析

をすることにした。

問2：自宅からここまでの交通手段をお聞かせ下さい。

- ①車 ②バス ③徒歩 ④電車 ⑤タクシー ⑥その他( )

交通手段		
	度数	パーセント
車	251	90.9%
バス	17	6.2%
徒歩		0.0%
電車	1	0.4%
タクシー		0.0%
その他	5	1.8%
合計	276	100.0%



交通手段は未記入が2人で、その殆どが車（90.9%）である。バス利用が17名であるが、これは観光バスの休憩・土産での立ち寄り地点の来店者であった。「大和（そよかぜ館）」は駐車場が必須の施設であることがよくわかる。

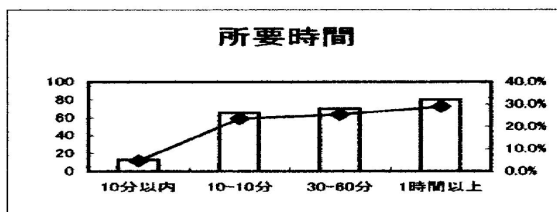
ショッピングセンターの駐車場の条件はオープンモール化されていることであるが、「大和（そよかぜ館）」の駐車場においては、店の入口の近くに駐車できない車が多く見られたことから、オープンモール化するためにも入口を複数もけることも検討事項の1つであろう。

問3：自宅からここまでの所要時間をお聞かせ下さい。

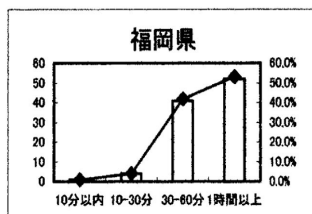
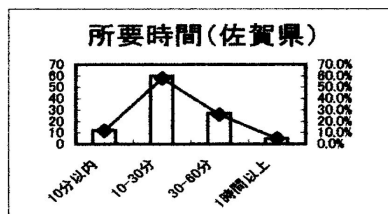
- ①.10分以内 ②.10分～30分以内 ③.30分～60分以内 ④.1時間以上

車を交通手段としているのが9割であるので、「所要時間30分以上」が半数以上を占めるのはうなづける。また、1時間以上が3割にも達している。

	所要時間		佐賀県		福岡県	
	度数	パーセン	度数	パーセン	度数	パーセン
10分以内	13	5.7%	12	11.5%	1	1.0%
10-30分	85	28.5%	80	57.7%	4	4.1%
30-60分	70	30.7%	27	26.0%	41	41.8%
1時間以上	80	35.1%	5	4.8%	52	53.1%
合計	228	100.0%	104	100.0%	98	100.0%



これだけの時間をかけて車で来店するだけの「大和（そよかぜ館）」の魅力とは何かを明確に認識しての経営であるかどうか、今後の生存の要といえる。

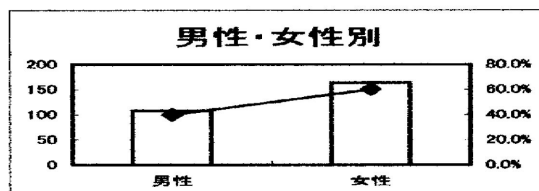


佐賀県と福岡県のPearsonのカイ2乗検定の値は $0.000 > 0.005$ であるので、2県の来店所要時間は全く異なっている。

当然のことながら、「大和（そよかぜ館）」に来店するまでの居住地との遠近が所要時間の差異となっている。佐賀県は10-30分以内が69.2%であるのに対して、福岡県は10-30分が5.1%、30-60分以内では佐賀県が30.7%、福岡県が41.8%、1時間以上では佐賀県が35.1%、福岡県が53.1%である。

問4：あなたの性別をお聞かせ下さい。

	性別(佐賀県)		性別(福岡県)	
	度数	パーセン	度数	パーセン
男性	108	39.9%	45	38.0%
女性	163	60.1%	80	64.0%
合計	271	100.0%	125	100.0%



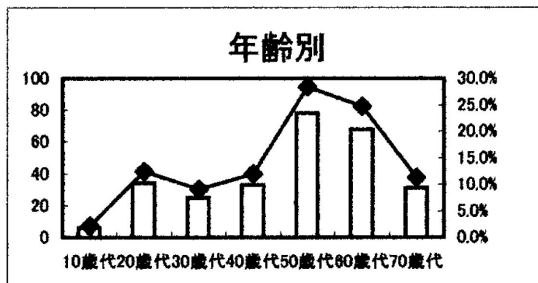
男性・女性の比率は6：4である。佐賀県と福岡県のPearsonのカイ2乗検定の値は $0.152 > 0.100$ であるので、2県の性別には有意差はみられない。



問5：あなたの年齢層をお聞かせ下さい。

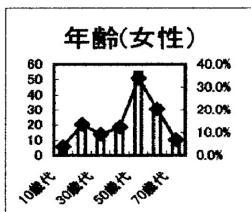
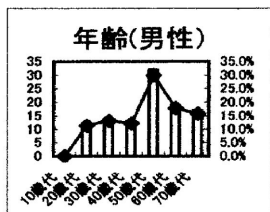
- ①10歳代 ②20歳代 ③30歳代 ④40歳代 ⑤50歳代 ⑥60歳代 ⑦70歳以上

年齢別	年齢(男性)		年齢(女性)			
	度数	パーセント	度数	パーセント		
10歳代	6	2.2%	0	0.0%	6	3.7%
20歳代	34	12.4%	12	11.2%	22	13.6%
30歳代	25	9.1%	14	13.1%	15	9.3%
40歳代	33	12.0%	13	12.1%	20	12.3%
50歳代	78	28.4%	32	29.9%	55	34.0%
60歳代	68	24.7%	19	17.8%	33	20.4%
70歳代	31	11.3%	17	15.9%	11	6.8%
合計	275	100.0%	107	100.0%	162	100.0%



50歳代と60歳代を合すると52.9%を占めている。これに70歳代を加えると3人に2人が50歳以上ということになる。

年齢別の男女のPearsonのカイ2乗検定の値は0.032<0.05であるので、2県の性別には有意差がみられない。

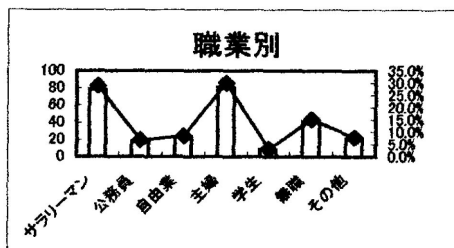


「大和（そよかぜ館）」は50歳以上（69.7%）の客層で成り立っているビジネスといえる。50歳以上の高齢者に何を提供できるか、特に、高齢女性をターゲットにした「店の魅力づくり」が経営の要である。

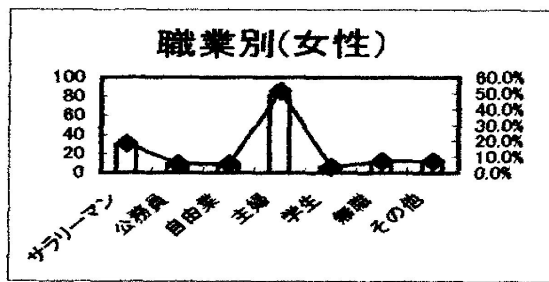
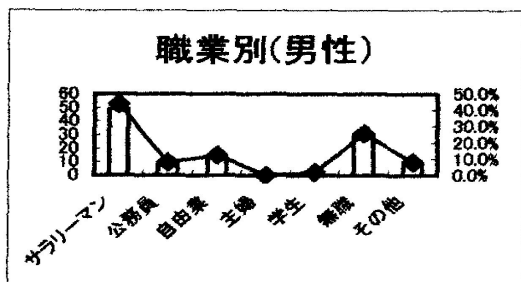
問6：あなたの職業をお聞かせ下さい。

- ①サラリーマン ②公務員 ③自由業 ④主婦 ⑤学生 ⑥無職 ⑦その他( )

職業別	職業(男性)		職業(女性)		職業(佐賀県)		職業(福岡県)	
	度数	パーセン	度数	パーセン	度数	パーセント	度数	パーセント
サラリーマン	78	28.9%	49	43.8%	29	18.4%	34	30.4%
公務員	18	6.7%	9	8.0%	9	5.7%	8	7.1%
自由業	23	8.5%	14	12.5%	9	5.7%	14	12.5%
主婦	81	30.0%	0	0.0%	81	51.3%	38	33.9%
学生	8	3.0%	2	1.8%	6	3.8%	6	5.4%
無職	41	15.2%	29	25.9%	12	7.6%	17	15.2%
その他	21	7.8%	9	8.0%	12	7.6%	8	7.1%
合計	270	100.0%	112	100.0%	158	100.0%	125	111.8%



主婦（30.0%）とサラリーマン（28.9）で6割を占める。「大和（そよかぜ館）」の客層は主婦とサラリーマンである。

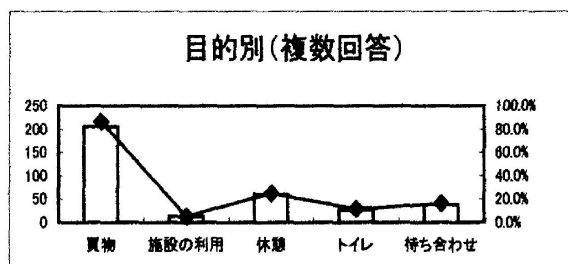


職業における男性・女性に関してはPearsonのカイ 2乗検定の値は $0.000 < 0.05$ であるので、性別には有意差がみられる。女性は主婦が半数（51.3%）、男性ではサラリーマン（43.8%）と無職（25.9%）で7割弱になるが、男性に無職が多いのは3人に2人が60歳以上の定年退職者であるからである。佐賀県・福岡県の男女のPearsonのカイ 2乗検定の値は $0.303 > 0.05$ であるので、2県の性別比率には有意差がみられない。

問7： 今日、道の駅「大和」に来訪された目的をお聞かせ下さい。

- ①買物 ②施設の利用 ③休憩 ④トイレ ⑤待ち合わせ ⑥その他（ ）

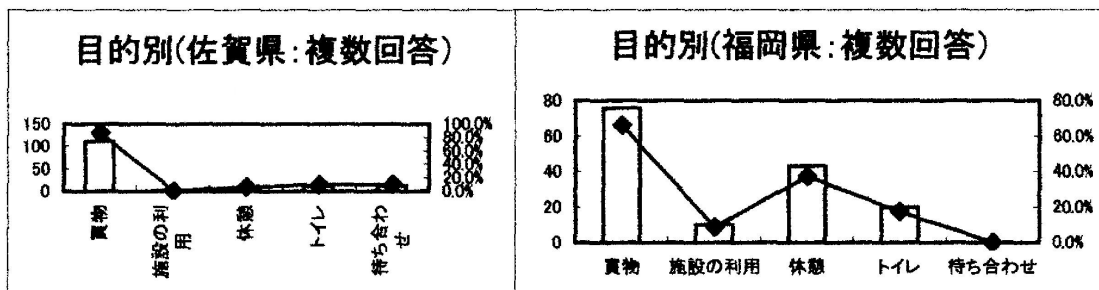
目的別(複数回答)	佐賀県(複数回答)		福岡県(複数回答)	
	度数	パーセント	度数	パーセント
買物	206	86.6%	111	86.7%
施設の利用	13	5.5%	1	0.8%
休憩	60	25.2%	8	6.3%
トイレ	27	11.3%	13	10.2%
待ち合わせ	39	16.4%	13	10.2%
合計	238	100.0%	128	100.0%



「大和（そよかぜ館）」の来訪目的は買物（86.6%）が主体である。次いで、休憩（25.2%）が4人に1人、待ち合わせ（16.4%）が6人に1人である。

「大和（そよかぜ館）」の設立の当初の目的は施設利用（会議質の利用）であったが、現実には5.5%にすぎない。さらに、上述のアンケート結果から、「待ち合わせ」と「休憩」のための施設の整備が課題となってくるといえる。

これは以下の福岡県の客層の来訪目的からも結論付けられるものである。

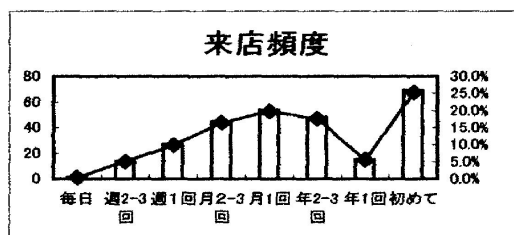


来訪目的の佐賀県と福岡県のPearsonのカイ2乗検定の値は $0.000 < 0.05$ であるので、2県の来訪目的には有意差がみられる。佐賀県の客層は買物(86.7%)が主であるが、福岡県では佐賀県に比べて休憩(37.4%)とトイレ(17.4%)の利用が多く、買物は3人に2人(66.1%)である。なお、福岡県では「待ち合わせ」で来訪する顧客はゼロであることに注目することができる。

福岡県からの来訪客は車で30-60分(41.8%)、一時間以上(53.1%)が2人に1人であるので、休憩とトイレの利用が多くなるのは当然の帰結であろう。ということは、休憩とトイレのための施設設備が経営上の課題である。この点に関して、駐車場で観光バスの来訪者が目立ったのも特記しておきたい。

問8: あなたはどのくらいの頻度で道の駅『大和』を利用されますか。  
 ①毎日 ②週2-3回 ③週1回 ④月2-3回 ⑤月1回  
 ⑥年2-3回 ⑦年1回 ⑧はじめて

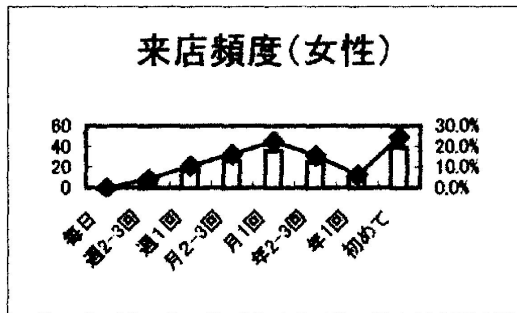
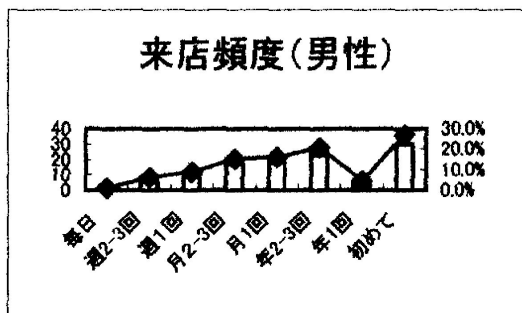
来店頻度	男性		女性		佐賀県		福岡県	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
毎日	1	0.4%	1	0.9%	0	0.0%	1	0.8%
週2-3回	14	5.1%	7	6.3%	7	4.4%	11	8.7%
週1回	27	9.9%	10	9.0%	17	10.6%	24	18.9%
月2-3回	45	16.5%	17	15.3%	26	16.3%	33	26.0%
月1回	54	19.8%	18	16.2%	36	22.5%	26	20.5%
年2-3回	48	17.6%	23	20.7%	25	15.6%	15	11.8%
年1回	15	5.5%	5	4.5%	10	6.3%	3	2.4%
初めて	69	25.3%	30	27.0%	39	24.4%	14	11.0%
合計	273	100.0%	111	100.0%	160	100.0%	127	100.0%



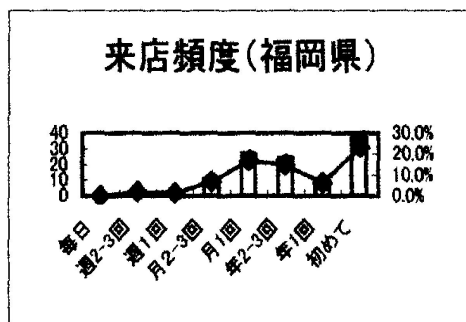
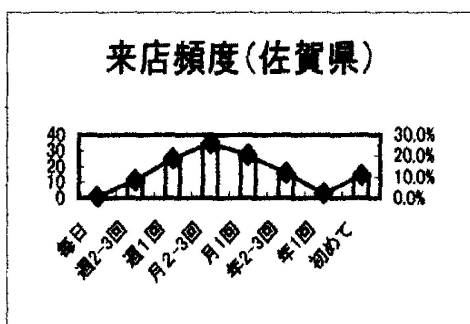
毎日来訪する人(1人)はいないといえる。週単位でみると、週1回(9.9%)が10人に1人、週2-3回(5.1%)が20人に1人、週1-3回(15%)でみると6人に1人である。月単位では、月1回(19.8%)が5人に1人、月2-3回(16.5%)が6人に1人であるので月1-3回(36.3%)では3人に1人となる。また、初めて(25.3%)が4人に1人であることに注目しておきたい。

後述の問9の「来店頻度とイメージのクロス分析」からも言えることであるが、日常の主婦が食材の買物するのは毎日であることを勘案すると、「大和(そよかぜ館)」での買物は「毎日の食材の購入でなく、また、週単位の購入者も少なく、月1-3回が多い」といえる。さらに、初めての来訪者がこ

のように多いことは、この来訪者をリピーターにならせることができれば、ここに将来に向けての極めて大きい発展の機会があることの左証である。



来訪頻度における男性・女性のPearsonのカイ2乗検定の値は $0.669 > 0.05$ であるので、有意差がみられない。これは夫婦同伴又は家族、団体（集団）の来訪者が多く、メンバーの中の1人がアンケートに回答していたことの帰結であるといえる。



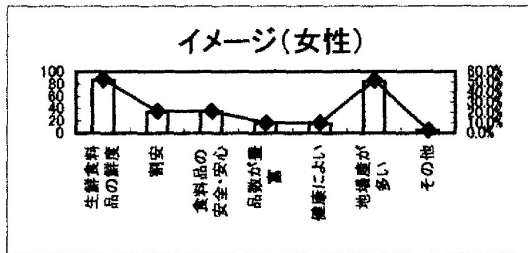
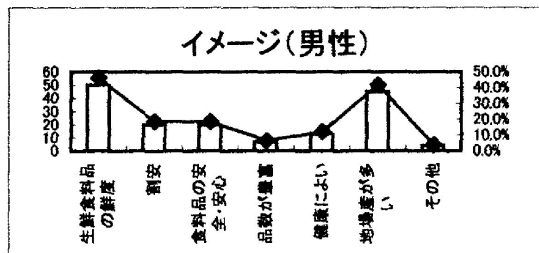
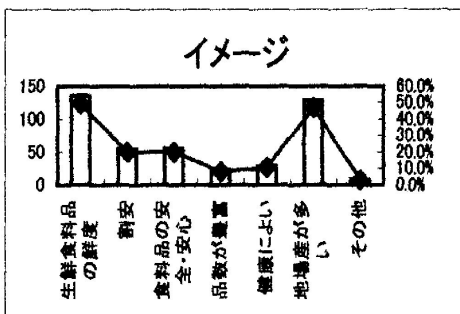
来訪頻度における佐賀県と福岡県のPearsonのカイ2乗検定の値は $0.000 < 0.05$ であるので、有意差があり、まったく異なっている。佐賀県の来訪者は月1-3回（46.5%）が2人に1人近くを占めているが、福岡県からの来訪者（23.8%）は4人に1人弱である。

両県の差異は居住地の遠近が大きな要因である。佐賀県の来訪者に対しては週1回も無視できないが、両県とも月1-3回の来訪者への対応策をはっきりと決めていくことが経営上の課題となるであろう。さらに、初めての来訪者は佐賀県（11%）に対して福岡県（23.1%）は2倍になっていることも経営上の課題となる。とりわけ、来訪者が車主体であるので、観光バスによる来訪者も含めて、新しいトンネルの竣工による影響をまともに受けることが懸念される課題である。

問9：買物が目的でいらした方におたずねします。道の駅「大和」は、地元の大型スーパーと比較し、どんなイメージがありますか。

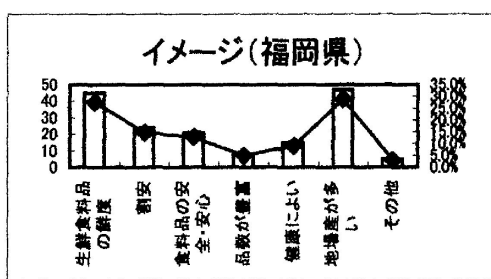
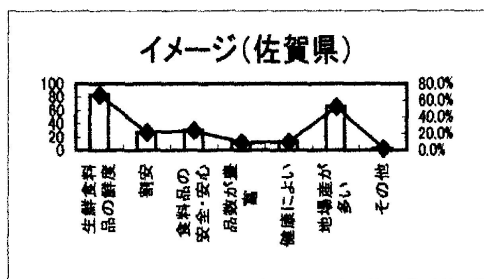
- ① 生鮮食料品の鮮度がよい
- ② 割安である
- ③ 食料品が安全・安心
- ④ 品数が豊富
- ⑤ 健康によいものが多い
- ⑥ 地場産が多い
- ⑦ その他 ( )

イメージ	男性		女性		佐賀県		福岡県	
	度数	パーセン	度数	パーセン	度数	パーセン	度数	パーセン
生鮮食料品の鮮度	138	49.3%	50	46.3%	86	52.6%	84	66.1%
割安	55	19.9%	20	18.5%	35	21.5%	27	21.3%
食料品の安全・安心	55	19.9%	20	18.5%	35	21.5%	30	23.6%
品数が豊富	23	8.3%	7	6.5%	16	9.8%	12	9.4%
健康によい	29	10.5%	13	12.0%	16	9.8%	13	10.2%
地場産が多い	129	46.7%	45	41.7%	84	51.5%	68	52.0%
その他	8	2.9%	4	3.7%	4	2.5%	3	2.4%
合計	276	100.0%	108	100.0%	163	100.0%	127	100.0%



2人に1人があげているのが「生鮮食料品の鮮度 (49.3%)」と「地場産が多い (46.7%)」であり、「割安である (19.9%)」「食料品の安全・安心 (19.9%)」よりも、この2項目が「大和 (そよかぜ館)」の地元のスーパーとの差別化のポイントである。

イメージにおける男女のPearsonのカイ2乗検定の値は0.919>0.05であるので、男女には有意差がみられないが、「健康によい」項目を除くと他の項目においては、男性よりも女性の関心度合いが高いことが読み取れる。





イメージにおける佐賀県、福岡県のPearsonのカイ2乗検定の値は0.097>0.05であるので2県には有意差がみられないが、10%にまで有意水準をあげると、2県には差異があるといえることになる。「品数が豊富」の項目を除くと全ての項目で佐賀県が福岡県よりも関心の度合いが高くなっている。特に差異の大きいのは「生鮮食料品の鮮度（佐賀県66.1%、福岡県27.6%）」「地場産が多い（佐賀県52.0%、福岡県28.8%）」である。要するに、佐賀県の居住者は明確なイメージを持って来店する割合が多いのに、福岡県からの来店者はその割合が少ないということである。

年齢別とイメージの関係

年齢別	イメージ(複数回答)																		人数
	生鮮食料品の鮮度			割安			食料品が安全・安心			品数が豊富			健康に良い			地場産			
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
10歳代	1	0.7%	16.7%	2	3.6%	33.3%	0	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	0.8%	16.7%	6
20歳代	9	6.7%	26.5%	6	10.9%	17.6%	3	5.6%	8.8%	2	8.7%	5.9%	3	10.7%	8.8%	10	12.5%	47.1%	34
30歳代	10	7.4%	40.0%	8	14.5%	32.0%	5	9.3%	20.0%	1	4.3%	4.0%	2	7.1%	8.0%	12	9.4%	48.0%	25
40歳代	20	14.8%	60.8%	9	16.4%	27.3%	8	14.8%	24.2%	4	17.4%	12.1%	5	17.9%	15.2%	14	10.9%	42.4%	33
50歳代	49	36.3%	82.8%	14	25.5%	17.9%	19	35.2%	24.4%	8	34.8%	10.3%	7	25.0%	9.0%	41	32.0%	52.6%	78
60歳代	30	22.2%	44.1%	10	18.2%	14.7%	14	25.9%	20.6%	6	26.1%	8.8%	7	25.0%	10.3%	33	25.8%	48.5%	68
70歳代	18	11.9%	51.8%	6	10.9%	19.4%	5	9.3%	16.1%	2	8.7%	6.5%	4	14.3%	12.9%	17	8.6%	35.5%	31
全体	135	100.0%	48.9%	55	100.0%	19.9%	54	100.0%	19.8%	23	100.0%	8.3%	28	100.0%	10.1%	128	100.0%	46.4%	278

年齢別とイメージのクロス分析では、「生鮮食料品の鮮度」は10-20歳代を除くと40%-60%、「地場産」においても10歳代・70歳代を除くと40-60%と極めて高い。50-60歳代は全ての項目で顧客数が多く、また関心度も他の年代に比べて高くなっている。「品数豊富」と「健康によい」のイメージを持って来店する顧客が少ないことに経営上の課題があるといえる。特に、食品の安全・安心・健康志向が強まる時代潮流の中で、これら2項目のイメージが「地場産」の言葉の意味に内包されて、地場産の言葉で代弁されていると思われる。「地場産」の言葉の意味する内容はどのようなものを分析することが今後の経営上の課題といえよう。

来店頻度とイメージの関係

来店頻度	イメージ(複数回答)																		人数
	生鮮食料品の鮮度			割安			食料品が安全・安心			品数が豊富			健康に良い			地場産			
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
毎日	0	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	3.4%	100.0%	0	0.0%	0.0%	1
週2-3回	8	6.0%	57.1%	2	3.8%	14.3%	5	9.3%	35.7%	0	0.0%	0.0%	2	6.9%	14.3%	6	4.4%	42.9%	14
週1回	21	15.7%	77.8%	5	9.4%	18.5%	8	14.8%	29.6%	7	31.8%	25.9%	5	17.2%	18.5%	19	14.1%	70.4%	27
月2-3回	24	23.1%	68.9%	12	22.8%	26.7%	17	31.5%	37.8%	4	18.2%	8.9%	8	20.7%	13.3%	24	17.8%	63.3%	45
月1回	36	26.9%	66.7%	14	26.4%	25.9%	13	24.1%	24.1%	8	36.4%	14.8%	8	20.7%	11.1%	36	26.7%	66.7%	54
年2-3回	24	17.9%	50.0%	7	13.2%	14.6%	4	7.4%	8.3%	2	9.1%	4.2%	5	17.2%	10.4%	31	23.0%	64.6%	48
年1回	4	3.0%	28.7%	3	5.7%	20.0%	2	3.7%	13.3%	0	0.0%	0.0%	1	3.4%	6.7%	8	5.9%	53.3%	15
初めて	10	7.5%	14.5%	10	18.9%	14.5%	5	9.3%	7.2%	1	4.5%	1.4%	3	10.3%	4.3%	17	8.1%	15.9%	89
全体	134	100.0%	49.4%	53	100.0%	19.8%	54	100.0%	19.9%	22	100.0%	8.1%	29	100.0%	10.7%	135	100.0%	49.8%	271

来店頻度とイメージとのクロス分析でも「生鮮食料品の鮮度」と「地場産」が来店頻度に関係なく比率が高いのが読み取れる。「月1-3回」の来店頻度の顧客がイメージを明確にして来店している比率が高いので、この層の顧客が何を購入しているのかの分析が今後の経営上の課題となる。「初めて」の来店者は明確なイメージを持っていないことが判明したので、“どのようなイメージをどのような方法で持たせて帰らせるか”の戦略立案が課題であるといえる。



職業別とイメージの関係  
イメージ(複数回答)

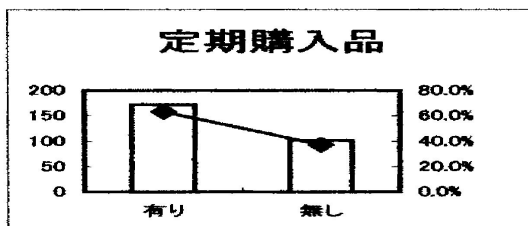
職業別	生鮮食料品の鮮度			旬安			食料品が安全・安心			品数が豊富			健康に良い			地場産			人数
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
サラリーマン	33	26.8%	(42.3%)	13	27.1%	16.7%	9	18.4%	11.5%	4	17.4%	5.1%	5	19.2%	6.4%	7	7.4%	9.0%	78
公務員	2	1.6%	11.1%	2	4.2%	11.1%	1	2.0%	5.6%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	1.1%	5.6%	18
自由業	11	8.9%	47.8%	4	8.3%	17.4%	5	10.2%	21.7%	2	8.7%	8.7%	2	7.7%	8.7%	10	10.5%	43.5%	23
主婦	49	(39.8%)	(60.5%)	15	(31.3%)	18.5%	22	(44.9%)	27.2%	9	(39.1%)	11.1%	10	(38.5%)	12.3%	47	(49.5%)	(58.0%)	81
学生	2	1.6%	25.0%	2	4.2%	25.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	3.8%	12.5%	2	2.1%	25.0%	8
無職	19	15.4%	46.3%	9	18.8%	22.0%	8	16.3%	19.5%	4	17.4%	9.8%	4	15.4%	9.8%	19	20.0%	46.3%	41
その他	7	5.7%	33.3%	3	6.3%	14.3%	4	8.2%	19.0%	4	17.4%	19.0%	4	15.4%	19.0%	9	9.5%	42.9%	21
全体	123	100.0%	44.6%	48	100.0%	17.4%	49	100.0%	17.8%	23	100.0%	8.3%	26	100.0%	9.4%	95	100.0%	34.4%	276

職業とイメージのクロス分析では、主婦のイメージであるが「生鮮食料品の鮮度 (60.5%)」「地場産 (58%)」の2項目に対する比率が極めて高い。「品数豊富 (11.1%)」と「健康に良い (12.3%)」が低いことが以外の結果である。「健康に良い」は「地場産」に内包されているとしても、「品数豊富」は主婦の中ではあまり重要視されていない。但し、絶対数では人数は他の職業に比して多いので、経営上は無視できない項目である。サラリーマンは「生鮮食料品の鮮度 (42.3%)」を求めて来店しているのが目立つ。

問10：来店の際、定期的に購入している品物がありますか。

①ある (具体的品名) : ②ない

	佐賀県		福岡県		男子		女子	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
有り	172	63.0%	71	55.5%	74	64.3%	85	40.4%
無し	101	37.0%	57	44.5%	41	35.7%	99	59.6%
合計	273	100.0%	128	100.0%	115	100.0%	181	100.0%



年齢別と定期購入品の関係  
定期購入品

年齢別	有り			なし			人数
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
10歳代	1	1.0%	16.7%	5	3.2%	83.3%	6
20歳代	4	4.0%	11.8%	30	19.4%	88.2%	34
30歳代	6	5.9%	24.0%	23	14.8%	92.0%	25
40歳代	14	13.9%	(42.4%)	20	12.9%	60.6%	33
50歳代	35	34.7%	(44.9%)	50	32.3%	64.1%	78
60歳代	26	25.7%	(38.2%)	27	17.4%	39.7%	68
70歳代	15	14.9%	(48.4%)	16	10.3%	51.6%	31
全体	101	100.0%	38.7%	155	100.0%	56.4%	275

定期購入品がありと回答 (目的を持って来店) しているのが63%である。その具体的な品目は以下の通りである。野菜 (71人：特記=レタス、レンコン、白菜、ほうれん草、ねぎ、大根、人参、きゅうり、ジャガイモ) ②弁当 (9人) ③果実 (11人：特記=みかん、柿、トマト、梨) ④饅頭 (5名) ⑤花 (7人) ⑥こんにゃく (8人) ⑦豆腐 (6人) ⑧鶏飯 (3人) ⑧刺身 (3名) ⑧その他各1名 (花、漬物、わらびもち、むかご、おはぎ、丸ぼうろ、のり、魚、きのこ)

定期購入品の有り無しの男性・女性ならびに佐賀県、福岡県のPearsonのカイ2乗検定の値では有意

道の駅「大和（そよかぜ館）」の利用者に関する実態調査

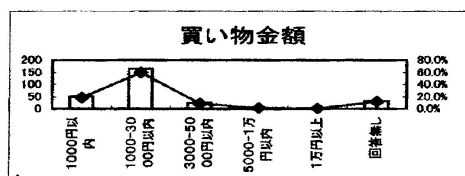
差がみられなかったが、男性より女性、佐賀県より福岡県が相対的に各々10ポイントも高くなっている。来店の主導権は主婦（女性）であり男性は同伴しての来店者が多いと推測できる。また遠隔地からの来店にはそれなりの購買理由がなければならないためである。

年齢別で見ると40歳台以上でない定期購入品での来店にはなっていないことが読み取れる。これも経営戦略上の重要な情報となるものである。

顧客問11：1回の買物にどのくらいの金額をお使いですか

- ①1000円以内 ②1000円～3000円以内 ③3000円～5000円以内  
④5000円～1万円以内 ⑤1万円以上

一回買物金額	男性		女性		佐賀県		福岡県	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
1000円以内	51	18.5%	24	22.2%	27	16.6%	27	21.1%
1000-3000円以内	164	59.4%	64	59.3%	100	61.3%	82	64.1%
3000-5000円以内	24	8.7%	11	10.2%	13	8.0%	13	10.2%
5000-1万円以内	3	1.1%	1	0.9%	3	1.8%	2	1.6%
1万円以上	1	0.4%	0	0.0%	1	0.6%	0	0.0%
回答無し	32	11.8%	8	7.4%	19	11.7%	4	3.1%
合計	276	100.0%	108	100.0%	163	100.0%	128	100.0%



買い物金額	イメージ(複数回答)															人数			
	生鮮食品の鮮度			割安			食品が安全・安心			品数が豊富			健康に良い				地場産		
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%		度数	縦%	横%
1000円以内	22	16.5%	43.1%	13	24.1%	25.5%	8	14.8%	15.7%	3	13.6%	5.9%	4	14.3%	7.8%	22	17.5%	43.1%	51
1000-3000円以内	92	69.2%	56.1%	35	64.8%	21.3%	38	70.4%	23.2%	14	63.6%	8.5%	19	67.9%	11.8%	89	70.6%	54.3%	164
3000-5000円以内	16	12.0%	66.7%	5	9.3%	20.8%	7	13.0%	29.2%	3	13.6%	12.5%	4	14.3%	16.7%	11	8.7%	45.8%	24
5000-1万円	3	2.3%	75.0%	1	1.9%	25.0%	1	1.9%	25.0%	2	9.1%	50.0%	0	0.0%	0.0%	3	2.4%	75.0%	4
1万円以上	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	3.6%	100.0%	1	0.8%	100.0%	1
全体	133	100.0%	48.2%	54	100.0%	19.6%	54	100.0%	19.6%	22	100.0%	8.0%	28	100.0%	10.1%	126	100.0%	45.7%	276

顧客1回あたりの購入金額は1000-3000円が59.6%であり、これに1000円以内を加えると77.9%となる。月1-3回の来店者の比率が多いことを勘案すると、1回あたりの金額が小額であることが特徴である。これはイメージとのクロス分析でも明らかのように、「大和（そよかぜ館）」のイメージの特徴から来るものである。

1回あたりの金額と男性・女性ならびに佐賀県・福岡別のPearsonのカイ2乗検定の値では有意差がみられなかった。

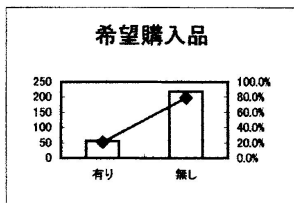
年齢と一回当たり買い物金額の関係

買い物金額	イメージ(複数回答)															人数						
	10歳代			20歳代			30歳代			40歳代			50歳代				60歳代			70歳代		
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%		度数	縦%	横%	度数	縦%	横%
1000円以内	1	16.7%	2.0%	7	35.0%	13.7%	12	60.0%	23.5%	5	16.7%	9.8%	12	16.0%	23.5%	9	14.1%	17.8%	2	7.1%	3.9%	51
1000-3000円以内	4	66.7%	2.4%	13	65.0%	7.9%	7	35.0%	4.3%	24	80.0%	14.8%	56	74.7%	34.1%	45	70.3%	27.4%	18	64.3%	11.0%	164
3000-5000円以内	1	16.7%	4.2%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	3.3%	4.2%	7	9.3%	29.2%	7	10.9%	29.2%	8	28.6%	33.3%	24
5000-1万円	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	5.0%	25.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	2	3.1%	50.0%	0	0.0%	0.0%	4
1万円以上	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	1.8%	100.0%	0	0.0%	0.0%	1
全体	6	100.0%	2.2%	20	100.0%	7.2%	20	100.0%	7.2%	30	100.0%	10.9%	75	100.0%	27.2%	64	100.0%	23.2%	28	100.0%	10.1%	276

年齢と1回当たりの購入金額のクロス分析では、1000-3000円の購入者（164名）の中では40歳代以上が87.1%である。ここが「大和（そよかぜ館）」のビジネスの中核である。ここにターゲットを当てた販売戦略の立案が重要となる。

問12：現在、「道の駅“大和”」に置いていない品目で、「こんなものがあったら購入したい」と思う品目がもしありましたら教えてください。

希望購入品		
	度数	パーセント
有り	57	20.7%
無し	218	79.3%
合計	275	100.0%



希望購入品有りが57名(20.7%)である。希望購入品について、男性・女性別ならびに佐賀県・福岡別のPearsonのカイ2乗検定の値では有意差がみられなかった。

年齢別でみると、50歳代(29.8%)、60歳代(19.3%)に多い。

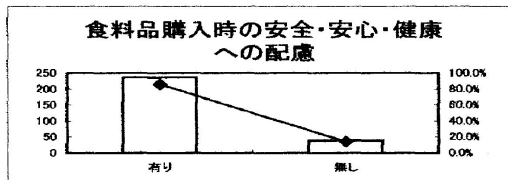
年齢別	希望購入品(なし)		希望購入品(有り)	
	度数	パーセント	度数	パーセント
10歳代	3	1.4%	3	5.3%
20歳代	28	12.9%	6	10.5%
30歳代	23	10.6%	6	10.5%
40歳代	25	11.5%	9	15.8%
50歳代	69	31.8%	17	29.8%
60歳代	43	19.8%	11	19.3%
70歳代	26	12.0%	5	8.8%
合計	217	100.0%	57	100.0%

希望購入品としては特記してあったものは次のとおりである。①レストラン(6人=うどん・蕎麦を含む)②佐賀地域にしかないもの(7人=佐賀牛、地酒、地鶏、地元の新鮮な野菜、季節時期物を含む)③漬物(4人)④文具(3人)⑤野菜(2人)⑥肉(4人)⑦魚(5人=干し魚、塩焼き、すり身を含む)⑧かしわ餅(2人)⑨花の苗木(4名)⑩その他各1名(せった・わらじ・ハ

ーブ類・豆類。われせん・ヤマタロウガニ・アクセサリー・もち・干柿・惣菜)

問13：道の駅「大和」で食料品を購入する際、「食」の安全・安心や健康を考えながら購入しますか。①はい ②いいえ

食料品購入時の安全・安心・健康への配慮	佐賀県		福岡県			
	度数	パーセント	度数	パーセント		
有り	236	85.8%	114	89.1%	96	83.5%
無し	39	14.2%	14	10.9%	19	16.5%
合計	275	100.0%	128	100.0%	115	100.0%



配慮しているのは85.4%に達している。食料品購入時に安全・安心への配慮は、全ての年代において極めて高いものを示している。

食料品購入時の安全・安心への配慮について、男性・女性別ならびに佐賀県・福岡別のPearsonのカイ2乗検定の値では有意差がみられなかった。

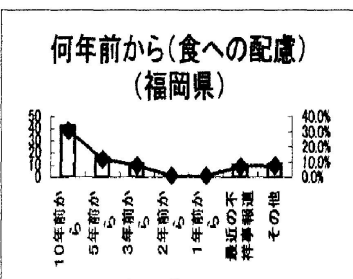
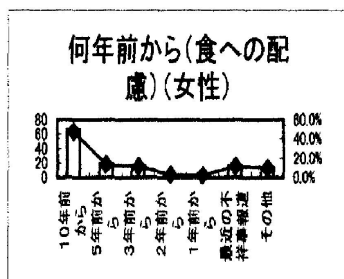
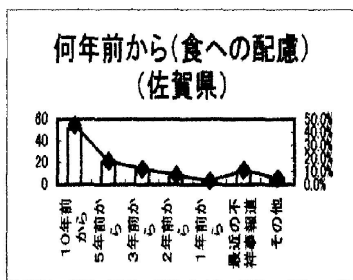
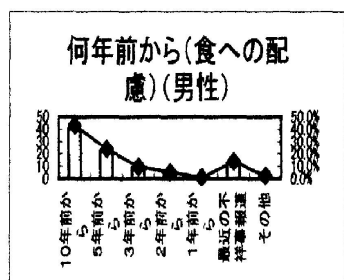
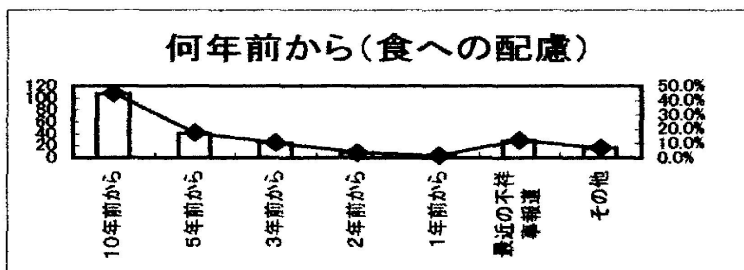
年齢別	年齢別と食の安全・安心への配慮との関係						人数
	有り			無し			
	度数	割合%	積%	度数	割合%	積%	
10歳代	4	1.7%	66.7%	2	5.1%	33.3%	6
20歳代	25	10.6%	73.5%	9	23.1%	26.5%	34
30歳代	22	9.4%	88.0%	7	17.9%	28.0%	29
40歳代	30	12.8%	90.9%	4	10.3%	12.1%	34
50歳代	77	32.8%	98.7%	9	23.1%	11.5%	86
60歳代	47	20.0%	69.1%	7	17.9%	10.3%	54
70歳代	30	12.8%	96.8%	1	2.6%	3.2%	31
全体	235	100.0%	85.5%	39	100.0%	14.2%	275

食品購入時の安全・安心の配慮は「大和（そよかぜ館）」の購入の際の関心事であると判断できるが、「問9のイメージでは19.9%」であることから、両者の差異はイメージの他の項目（地場産や生鮮食料品の鮮度など）に分散して回答していると判断できる。

問14：いつ頃から「食」の安全・安心および健康に気をつかうようになりましたか。

- ①10年前から ②5年前から ③3年前から ④2年前から ⑤1年前から  
⑥最近の食品不祥事報道に接してから ⑦その他（ ）

何年前から(食への配慮)	男性		女性		佐賀県		福岡県	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
10年前から	106	44.9%	40	43.5%	66	47.8%	51	45.5%
5年前から	41	17.4%	22	23.9%	19	13.8%	20	17.9%
3年前から	25	10.6%	9	9.8%	16	11.6%	13	11.6%
2年前から	9	3.8%	5	5.4%	4	2.9%	8	7.1%
1年前から	4	1.7%	1	1.1%	3	2.2%	3	2.7%
最近の不祥事報道	29	12.3%	13	14.1%	16	11.6%	12	10.7%
その他	16	6.8%	2	2.2%	14	10.1%	5	4.5%
合計	236	100.0%	92	100.0%	138	100.0%	112	100.0%



食の安心・安全・健康への配慮は10年前が44.9%であり、これに5年前(17.4%)を加えると、62.3%にもなる。その他で、特記のあったのは①20-30年以上前から(2名)、②20年ほど前(3名)、③10年以上前(2名)、④結婚以来・子供の誕生以来・商業柄・若いときからが各1名である。食の安全・安心への配慮について、男性・女性別のPearsonカイ2乗検定の値は0.117 > 0.005であるので有意差がみられないが、概算10%有意水準でみると差異がみられる。男性よりも女性のほうがかなり前から関心が高いことが読み取れる。佐賀県・福岡別のPearsonカイ2乗検定の値も0.205 > 0.005であるので有意差がみられないが、佐賀県のほうがかなり前から関心が高いことが読み取



れる。これは問9の「大和（そよかぜ館）」へのイメージ全ての項目について、佐賀県のほうが福岡県よりも関心の度合いが高いことと関連があるといえよう。

**年齢別と何年前から(食への配慮)**  
何年前から(食への配慮)

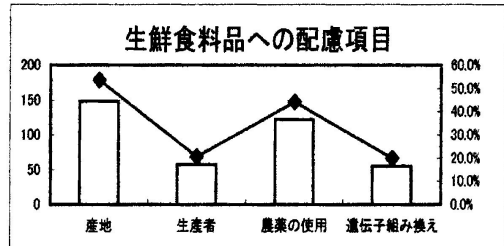
年齢別	10年前から			5年前から			3年前から			2年前から			1年前から			最近の不幸事報道から			人数	
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%		
10歳代	2	1.9%	33.3%	1	2.4%	16.7%	1	0.04	16.7%	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	6
20歳代	7	6.7%	20.6%	3	7.3%	8.8%	4	16.0%	11.8%	1	11.1%	2.9%	0	0.0%	0.0%	8	27.6%	23.5%	34	
30歳代	7	6.7%	28.0%	5	12.2%	20.0%	5	20.0%	20.0%	2	22.2%	8.0%	0	0.0%	0.0%	3	10.3%	12.0%	25	
40歳代	10	9.5%	30.3%	7	17.1%	21.2%	3	12.0%	9.1%	0	0.0%	0.0%	2	50.0%	6.1%	6	20.7%	18.2%	33	
50歳代	39	37.1%	50.0%	15	36.6%	19.2%	7	28.0%	9.0%	2	22.2%	2.6%	0	0.0%	0.0%	8	20.7%	7.7%	78	
60歳代	27	25.7%	39.7%	6	14.6%	8.8%	3	12.0%	4.4%	2	22.2%	2.9%	1	25.0%	1.5%	3	10.3%	4.4%	68	
70歳代	13	12.4%	41.9%	4	9.8%	12.9%	2	8.0%	6.5%	2	22.2%	6.5%	1	25.0%	3.2%	3	10.3%	9.7%	31	
全体	105	100.0%	38.2%	41	100.0%	14.9%	25	100.0%	9.1%	9	100.0%	3.3%	4	100.0%	1.5%	29	100.0%	10.5%	275	

「年齢別」と「何年前から」のクロス分析では、50歳代が他の年代に比べて関心が高いことが読み取れる。

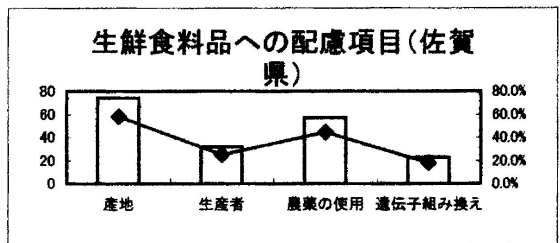
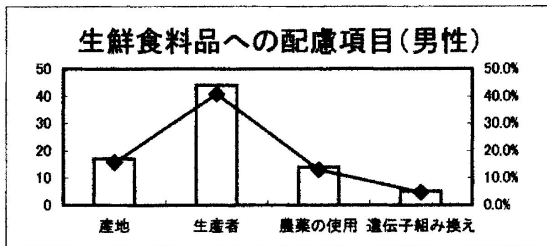
問15：生鮮食料品（野菜・果物）の安全・安心について、次の何を気にして購入していますか、についてお答え下さい。

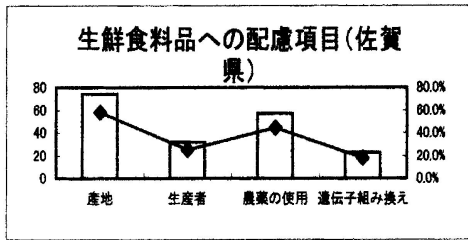
- ①産地 ②生産者 ③農業の使用 ④遺伝子組み換え ⑤その他（ ）

生鮮食料品への配慮事項	男性		女性		佐賀県		福岡県	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
産地	148	53.6%	17	15.7%	90	55.2%	74	57.8%
生産者	57	20.7%	44	40.7%	40	24.5%	32	25.0%
農業の使用	122	44.2%	14	13.0%	78	47.9%	57	44.5%
遺伝子組み換え	55	19.9%	5	4.6%	41	25.2%	23	18.0%
合計	276	100.0%	108	100.0%	163	100.0%	128	100.0%



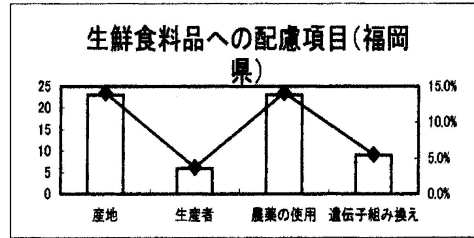
生鮮食料品について気にしている項目は「産地（53.6%）」と「農業の使用（44.9%）」である。産地直売の無農薬生鮮食料品が「大和（そよかぜ館）」のビジネスの基本である。





生鮮食料品と男性・女性のPearsonカイ2乗検定の値は $0.000 < 0.00550$ であるので厳密な有意差がみられる。その差異は女性は「産地（55.2%、男性15.7%）」と「農薬の使用（47.2%、男性13.0%）」を気にしているが、男性は「生産者（40.7%、女性24.5%）」への配慮である。

生鮮食料品と佐賀県・福岡県のPearsonカイ2乗検定の値は $0.095 > 0.005$ であるので有意差がみられないが、10%有意水準でみると差異がみられる。佐賀県はどの項目をとっても配慮が福岡県よりも格段と高い。「産地（佐賀県57.8%、福岡県14.1%）」がその差異の最も大きな項目である。



「大和（そよかぜ館）」が地元有力農家を構成員として設立・開設されたことと無関係ではないといえよう。

年齢別と生鮮食料品への配慮との関係

年齢別	食への配慮												人数
	産地			生産者			農薬の使用			遺伝子組み換え			
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
10歳代	1	0.7%	16.7%	2	3.6%	33.3%	3	2.5%	50.0%	0	0.0%	0.0%	6
20歳代	21	15.3%	61.8%	2	3.6%	5.9%	5	4.1%	14.7%	5	4.1%	14.7%	34
30歳代	11	8.0%	44.0%	2	3.6%	8.0%	8	6.6%	32.0%	2	1.7%	8.0%	25
40歳代	24	17.5%	72.7%	6	10.7%	18.2%	15	12.4%	45.5%	7	5.8%	21.2%	33
50歳代	26	19.0%	33.3%	21	37.5%	26.9%	51	42.1%	65.4%	27	22.3%	34.6%	78
60歳代	36	26.3%	62.9%	15	26.8%	22.1%	30	24.8%	44.1%	14	11.6%	20.6%	68
70歳代	18	13.1%	58.1%	8	14.3%	25.8%	9	7.4%	29.0%	0	0.0%	0.0%	31
全体	137	100.0%	49.8%	56	100.0%	20.4%	121	100.0%	44.0%	55	###	20.0%	275

年齢別と生鮮食料品への配慮項目のクロス分析では、「産地」について20歳代（61.8%）、40歳代（72.7%）、60歳代（52.9%）70歳代（58.1%）が気にしている。配慮が高い。「農薬の使用」についても40歳代（45.5%）、50歳代（65.4%）、60歳代（44.1%）の関心が高い。

生鮮食料品の安全・安心項目と何年前からか

安心・安全(複数回答)	生鮮食料品(食への配慮)														人数				
	10年前			5年前			3年前			2年前			1年前			最近の不詳事報道か			
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
産地	68	64.2%	45.9%	23	56.1%	8.3%	15	0.6%	10.1%	7	77.8%	4.7%	0	0.0%	0.0%	23	79.3%	15.5%	148
生産者	22	20.8%	38.6%	10	24.4%	17.5%	10	40.0%	17.5%	3	33.3%	5.3%	2	50.0%	3.5%	7	24.1%	12.3%	57
農薬の使用	67	63.2%	54.9%	21	51.2%	17.2%	9	36.0%	7.4%	2	22.2%	1.6%	2	50.0%	1.6%	9	31.0%	7.4%	122
遺伝子組み換え	33	31.1%	60.0%	7	17.1%	12.7%	3	12.0%	5.5%	1	11.1%	1.8%	1	25.0%	1.8%	3	10.3%	5.5%	55
全体	106	100.0%	38.4%	41	100.0%	14.9%	25	100.0%	9.1%	9	100.0%	3.3%	4	100.0%	1.4%	29	100.0%	10.5%	276

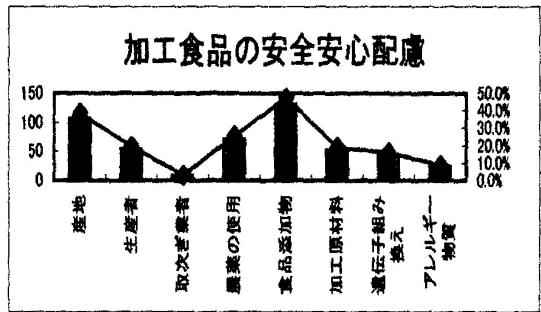
何年前からと生鮮食料品への配慮項目のクロス分析では、いずれの項目においても「10年前から」が多い。5年前からでは「産地（56.1%）」が多い。



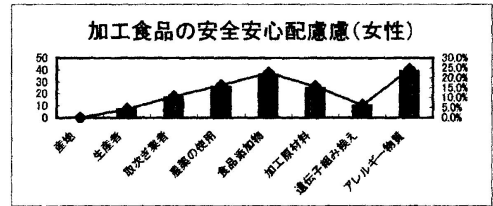
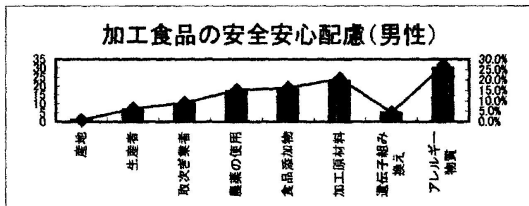
問16：加工食品の安全・安心について、次の何を気にして購入していますか、についてお答え下さい。

- ①.産地 ②.生産者 ③.取次ぎ業者 ④.農薬の使用 ⑤.食品添加物
- ⑥.加工原材料 ⑦.遺伝子組み換え ⑧.アレルギー原因物質など

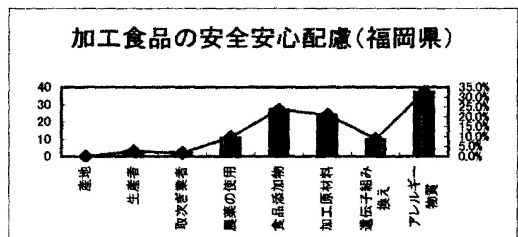
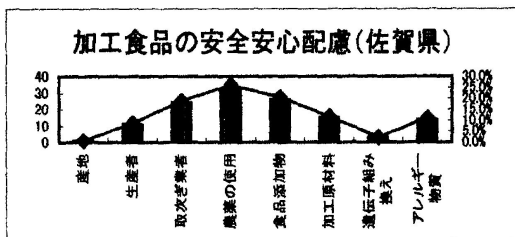
加工食品の配慮項目	男性		女性		佐賀県		福岡県	
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
産地	106	38.4%	1	0.9%	0	0.0%	1	0.8%
生産者	54	19.6%	7	6.3%	7	4.4%	11	8.7%
取次ぎ業者	8	2.9%	10	9.0%	17	10.6%	24	18.9%
農薬の使用	71	25.7%	17	15.3%	26	16.3%	33	26.0%
食品添加物	131	47.5%	18	16.2%	36	22.5%	26	20.5%
加工原材料	53	19.2%	23	20.7%	25	15.6%	15	11.8%
遺伝子組み換え	44	15.9%	5	4.5%	10	6.3%	3	2.4%
アレルギー物質	24	8.7%	30	27.0%	39	24.4%	14	11.0%
合計	276	100.0%	111	100.0%	160	100.0%	127	100.0%



加工食品の安全安心配慮項目は「産地 (38.4%)」と「食品添加物 (47.5%)」である。農薬の使用が25.7%と少ないのが注目できるが、これは「大和 (そよかぜ館)」への納品の条件に減農薬が課せられているし、これが他のショッピングセンターとの差別化項目になっているからと思われる。



加工食品の安全安心配慮項目と男性・女性のPearsonカイ2乗検定の値は有意差がみられないが、加工食品への配慮で、男性と女性の差異は女性において「食品添加物 (22.5%、男性16.2%)」、男性において「加工原材料 (20.7%、女性15.6%)」においてである。



道の駅「大和（そよかぜ館）」の利用者に関する実態調査

加工食品の安全安心配慮項目と佐賀県・福岡県のPearsonカイ2乗検定の値は有意差がみられないが、加工食品への配慮で、佐賀県では「農薬の使用（26.0%）」「食品添加物（20.5%）」が目立つが、福岡県では「アレルギー物質（32.5%、佐賀県11.0%）」が差異として注目することができる。それ以外には「食品添加物（23.7%）」「加工原材料（21.1%）」が目立つ。

加工食品の安全・安心への配慮項目と何年前からか

安全・安心への配慮 (複数回答)	加工食品(安全・安心への配慮)																		人数
	10年前			5年前			3年前			2年前			1年前			近の不祥事報道か			
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
産地	49	46.2%	46.2%	13	31.7%	31.7%	7	0.28	6.6%	4	44.4%	3.8%	1	25.0%	0.9%	19	65.5%	17.9%	106
生産者	23	21.7%	42.6%	11	26.8%	20.4%	2	8.0%	3.7%	4	44.4%	7.4%	0	0.0%	0.0%	8	27.6%	14.8%	54
取次ぎ業者	3	2.8%	37.5%	3	7.3%	37.5%	1	4.0%	12.5%	1	11.1%	12.5%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	8
農薬の使用	36	34.0%	50.7%	13	31.7%	18.3%	9	36.0%	12.7%	0	0.0%	0.0%	1	25.0%	1.4%	7	24.1%	9.9%	71
食品添加物	67	63.2%	51.1%	19	46.3%	14.5%	13	52.0%	9.9%	3	33.3%	2.3%	3	75.0%	2.3%	14	48.3%	10.7%	131
加工原材料	27	25.5%	50.9%	9	22.0%	17.0%	2	8.0%	3.8%	2	22.2%	3.8%	2	50.0%	3.8%	2	6.9%	3.8%	53
運伝子組み換え	27	25.5%	61.4%	3	7.3%	6.8%	5	20.0%	11.4%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	3	10.3%	6.8%	44
アレルギー原因物質	11	10.4%	45.8%	5	12.2%	20.8%	0	0.0%	0.0%	1	11.1%	4.2%	1	25.0%	4.2%	2	6.9%	8.3%	24
全体	106	100.0%	38.4%	41	100.0%	14.9%	25	100.0%	9.1%	9	100.0%	3.3%	4	100.0%	1.4%	29	100.0%	10.5%	276

加工食品の安全安心配慮項目と「何年前からそれらを気にしているのか」のクロス分析では、全ての項目において「10年前から」がほぼ半数（40-60%）を占めている。「産地」において、“最近の不祥事から（17.9%）”が少ないが、アンケート調査の時点が中国餃子事件前であったため、現在、調査するとかなり高い数値になるといえよう。

年齢別と加工食品の安全・安心(食への配慮)

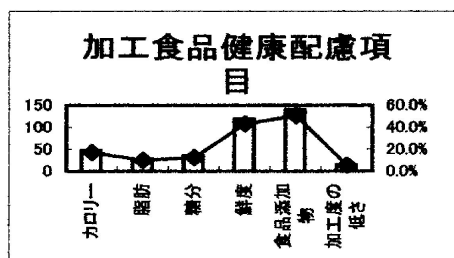
年齢別	加工食品(食への配慮)																					人数			
	産地		生産者		取次業者		農薬の使用		食品添加物		加工原材料		運伝子組み換え		アレルギー原因物質										
	度数	縦%	度数	縦%	度数	縦%	度数	縦%	度数	縦%	度数	縦%	度数	縦%	度数	縦%									
10歳代	1	1.0%	16.7%	1	1.9%	16.7%	0	0.0%	1	1.4%	16.7%	2	1.5%	33.3%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	6				
20歳代	10	9.5%	29.4%	4	7.4%	11.8%	0	0.0%	2	2.8%	5.9%	13	9.9%	38.2%	6	11.3%	17.6%	5	11.4%	14.7%	2	3.3%	5.9%	34	
30歳代	8	7.6%	32.0%	1	1.9%	4.0%	2	25.0%	8.0%	4	5.6%	16.0%	8	6.1%	32.0%	4	7.5%	16.0%	4	9.1%	16.0%	3	12.5%	12.0%	25
40歳代	16	15.2%	48.5%	6	11.1%	18.2%	2	25.0%	6.1%	11	15.5%	33.3%	21	16.0%	63.6%	8	15.1%	24.2%	9	20.5%	27.3%	3	12.5%	9.1%	33
50歳代	30	28.6%	38.5%	15	27.8%	19.2%	1	12.5%	1.3%	25	35.2%	32.1%	52	39.7%	66.7%	21	39.6%	26.9%	17	38.8%	21.8%	8	33.3%	10.3%	78
60歳代	26	24.8%	38.2%	21	38.9%	30.9%	3	37.5%	4.4%	21	29.6%	30.9%	28	21.4%	41.2%	11	20.8%	16.2%	7	15.9%	10.3%	7	29.2%	10.3%	88
70歳代	14	13.3%	45.2%	6	11.1%	19.4%	0	0.0%	0.0%	7	9.8%	22.6%	7	5.3%	22.6%	3	5.7%	9.7%	2	4.5%	6.5%	1	4.2%	3.2%	31
全体	105	100.0%	38.2%	54	100.0%	19.6%	8	100.0%	2.9%	71	100.0%	25.8%	131	100.0%	47.6%	53	100.0%	19.3%	44	100.0%	16.0%	24	#####	8.7%	275

加工食品の安全安心配慮項目と年齢別のクロス分析では、「産地」が40歳代以上（40-50%）、「生産者」が60歳代（30.9%）、「食品添加物」が40歳代（63.6%）と50歳代（66.7%）が購入時に配慮していることがめだつ。

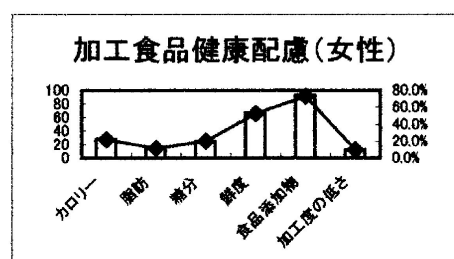
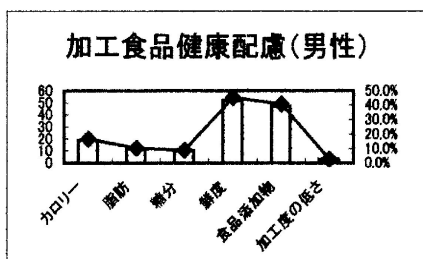
問17：加工食品を購入する時、健康に配慮してどのようなものに注意して購入していますか。

- ①カロリー ②脂肪 ③糖分 ④鮮度 ⑤食品添加物（調味料など）  
⑥加工度の低さ

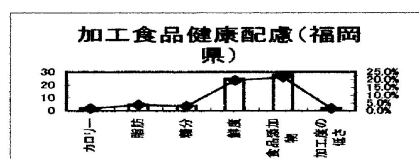
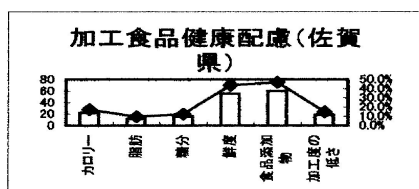
加工食品購入時の健康配慮	男性		女性		佐賀県		福岡県	
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
カロリー	47	17.0%	19	16.5%	28	21.9%	22	17.2%
脂肪	27	9.8%	12	10.4%	15	11.7%	12	9.4%
糖分	35	12.7%	10	8.7%	25	19.5%	18	12.5%
鮮度	119	43.1%	82	45.2%	67	52.3%	58	43.8%
食品添加物	140	50.7%	47	40.9%	93	72.7%	60	46.9%
加工度の低さ	15	5.4%	3	2.6%	12	9.4%	19	14.8%
合計	278	100.0%	115	100.0%	128	100.0%	115	100.0%



加工食品購入時の健康配慮項目は、「鮮度（43.1%）」と「食品添加物（50.7%）」である。カロリー（17.0%）、脂肪（9.8%）、糖分（12.5%）加工度の低さ（5.4%）は健康配慮の項目にはなっていないことに注目したい。



加工食品購入時の健康配慮項目の男性・女性のPearsonカイ2乗検定の値は $0.251 > 0.005$ であるので有意差がみられないが、全ての項目で男性より女性に関心の度合いが高い。特に「食品添加物」に対しては女性（72.7%）が男性（40.9%）より非常に配慮している。



加工食品購入時の健康配慮項目の佐賀県・福岡県のPearsonカイ2乗検定の値は $0.296 > 0.005$ であるので有意差がみられないが、全ての項目で佐賀県が福岡県よりも関心の度合いが格段と高いことに注目したい。

道の駅「大和（そよかぜ館）」の利用者に関する実態調査

加工食品の購入時健康への配慮項目と何年前からか

健康への配慮(複数回答)	加工食品(食への配慮)															人数			
	10年前			5年前			3年前			2年前			1年前				最近の不祥事報道か		
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%		度数	縦%	横%
カロリー	19	17.9%	40.4%	10	24.4%	3.6%	5	0.2	10.6%	2	22.2%	4.3%	1	25.0%	2.1%	3	10.3%	6.4%	47
脂肪	20	18.9%	74.1%	5	12.2%	18.5%	3	12.0%	11.1%	1	11.1%	3.7%	1	25.0%	3.7%	4	13.8%	14.8%	27
糖分	17	16.0%	48.6%	6	14.6%	17.1%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	3	10.3%	8.6%	35
鮮度	53	50.0%	44.5%	25	61.0%	21.0%	9	36.0%	7.6%	5	55.6%	4.2%	1	25.0%	0.8%	8	27.6%	6.7%	119
食品添加物	71	67.0%	50.7%	17	41.5%	12.1%	17	68.0%	12.1%	2	22.2%	1.4%	2	50.0%	1.4%	13	44.8%	9.3%	140
加工度の低さ	10	9.4%	66.7%	2	4.9%	13.3%	1	4.0%	6.7%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	2	6.9%	13.3%	15
全体	106	100.0%	38.4%	41	100.0%	14.9%	25	100.0%	9.1%	9	100.0%	3.3%	4	100.0%	1.4%	29	100.0%	10.5%	276

加工食品購入時の健康配慮項目と「何年前からそれらを気にしているのか」のクロス分析では、全項目とも「10年前から配慮していた(40-70%)」と回答している。項目の中で特に“脂肪(74.1%)と加工度の低さ(66.7%)”が目立つ。10年前からの項目間では“鮮度(50.0%)と食品添加物(67.0%)”が格段と多い。

「最近の不祥事から配慮し始めた」のは10.5%にすぎないが、「10年前から」と同じ項目(“脂肪”と“加工度の低さ”)が気づきの時期では多い(14.3%と13.3%)ことに注目したい。

年齢別と加工食品の購入時健康への配慮項目

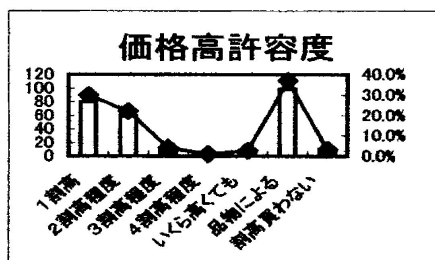
年齢別	加工食品(食への配慮)															人数			
	カロリー			脂肪			糖分			鮮度			食品添加物				加工度の低さ		
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%		度数	縦%	横%
10歳代	1	2.1%	16.7%	1	2.9%	16.7%	0	0.0%	0.0%	1	0.8%	16.7%	2	1.4%	33.3%	0	0.0%	0.0%	6
20歳代	6	12.8%	17.6%	4	11.4%	11.8%	4	15.4%	11.8%	10	8.5%	29.4%	11	7.9%	32.4%	0	0.0%	0.0%	34
30歳代	3	6.4%	12.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	10	8.5%	40.0%	11	7.9%	44.0%	1	6.7%	4.0%	25
40歳代	5	10.6%	15.2%	5	14.3%	15.2%	2	7.7%	6.1%	12	10.2%	36.4%	20	14.3%	60.8%	4	28.7%	12.1%	33
50歳代	13	27.7%	16.7%	13	37.1%	16.7%	11	42.3%	14.1%	40	33.9%	51.3%	55	39.3%	70.5%	5	33.3%	6.4%	78
60歳代	15	31.9%	22.1%	9	25.7%	13.2%	8	30.8%	11.8%	30	25.4%	44.1%	27	19.3%	39.7%	4	28.7%	5.9%	68
70歳代	4	8.5%	12.9%	3	8.6%	9.7%	1	3.8%	3.2%	15	12.7%	48.4%	14	10.0%	45.2%	1	6.7%	3.2%	31
全体	47	100.0%	17.1%	35	100.0%	12.7%	26	100.0%	9.5%	118	100.0%	42.9%	140	100.0%	50.9%	15	100.0%	5.5%	275

カロリーでは“60歳代(17.9%)”、脂肪では“50歳代(16.7%)”、鮮度では“30歳代(40.0%)50歳代(51.3%)60歳代(44.1%)70歳代(48.4%)”、食品添加物では“30歳代(44.0%)40歳代(60.8%)50歳代(70.9%)70歳代(45.2%)”が注目すべき年代となる。

問18: 「食」の安全・安心および健康への配慮が証明されている食料品であれば、どのくらい価格が割高であっても購入しますか。

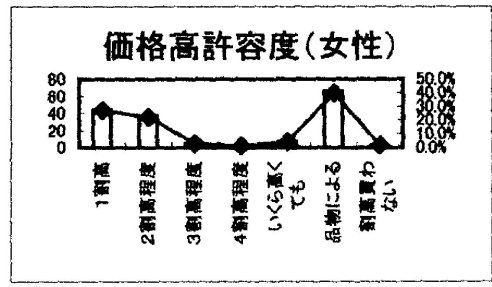
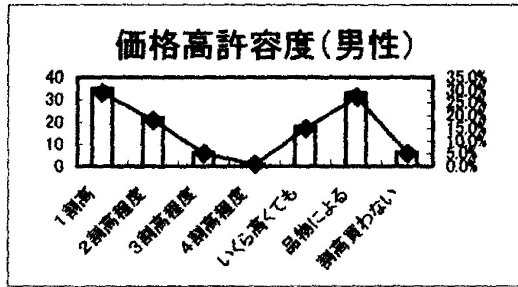
- ① 1割程度 ② 2割程度 ③ 3割程度 ④ 4割程度 ⑤ いくら高くても  
⑥ 品物による ⑦ 割高になるなら買わない

価格高許容度	男性		女性		佐賀県		福岡県			
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%		
1割高	80	29.9%	35	28.9%	45	27.3%	41	32.8%	33	20.0%
2割高程度	59	22.0%	22	18.2%	37	22.4%	28	22.4%	23	13.9%
3割高程度	11	4.1%	6	5.0%	5	3.0%	4	3.2%	5	3.0%
4割高程度	3	1.1%	1	0.8%	2	1.2%	0	0.0%	2	1.2%
いくら高くても	7	2.6%	18	14.9%	7	4.2%	4	3.2%	3	1.8%
品物による	99	36.9%	33	27.3%	66	40.0%	43	34.4%	44	26.7%
割高買わない	9	3.4%	6	5.0%	3	1.8%	5	4.0%	3	1.8%
合計	268	100.0%	121	100.0%	165	100.0%	125	100.0%	113	100.0%

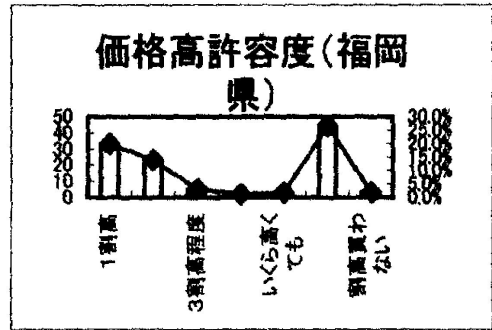
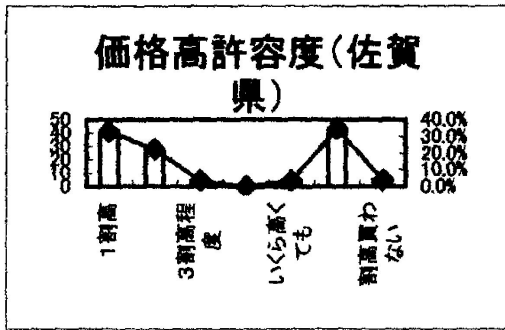




「1割高程度(29.9%)」「2割程度(22.0%)」と「品物による(36.9%)」の項目が重要で、あとは無視できるものである。価格許容限度は「2割程度まで」で、価格以外の品質(安全・安心・健康への配慮も含めて)で競争差別化を図ることが大切なこととなる。



価格許容度の男性・女性のPearsonカイ2乗検定の値は0.014>0.005であるので有意差がある。男性・女性の差異は、「品物による(女性40.0%、男性27.3%)」の項目である。また、「割高になるから買わない」のは女性(1.8%)よりも男性(5.0%)であることが注目できる。



価格許容度の佐賀県・福岡県のPearsonカイ2乗検定の値は有意差がみらねないが、全ての項目において佐賀県が福岡県よりも「1-2割高」と「品物による」の許容度が高い。

生鮮食品の安全・安心への配慮項目と価格増の関係

生鮮食品の安全・安心への配慮(複数回答)	生鮮食品(安全・安心への配慮)																人数					
	1割程度		2割程度		3割程度		4割程度		いくら高くても		品物による		割高だから買わない									
	度数	確率%	度数	確率%	度数	確率%	度数	確率%	度数	確率%	度数	確率%	度数	確率%								
産地	60	75.0%	40.5%	39	66.1%	14.1%	3	27.3%	2.0%	1	33.3%	0.7%	3	42.9%	2.0%	17	17.2%	11.5%	6	66.7%	4.1%	148
生産者	18	22.5%	31.6%	12	20.3%	21.1%	1	9.1%	1.8%	0	0.0%	0.0%	2	28.6%	3.5%	27	27.3%	47.4%	4	44.4%	7.0%	57
農業の使用	44	55.0%	38.1%	37	62.7%	30.3%	7	63.6%	5.7%	3	100.0%	2.5%	5	71.4%	4.1%	49	49.5%	40.2%	6	66.7%	4.9%	122
遺伝子組み換え	19	23.8%	34.5%	14	23.7%	25.5%	5	45.5%	9.1%	1	33.3%	1.8%	2	28.6%	3.6%	32	32.3%	58.2%	2	22.2%	3.6%	55
その他	1	1.3%	12.5%	3	5.1%	37.5%	1	9.1%	12.5%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	3	3.0%	37.5%	1	11.1%	12.5%	8
全体	80	100.0%	29.0%	59	100.0%	21.4%	11	100.0%	4.0%	3	100.0%	1.1%	7	100.0%	2.5%	99	100.0%	35.9%	9	100.0%	3.3%	278

「価格許容度」と「生鮮食料品の安全・安心への配慮」のクロス分析では、「産地」では“1割程度（40.5%）”、「農薬の使用」では“1割程度（36.1%）2割程度（30.3%）品物による（40.2%）”、「遺伝子組み換え」では“1割程度（34.5%）”が目目できる値である。

「価格許容度」と「加工食品の購入時での健康への配慮」のクロス分析では、1-2割程度なら20-40%の値であるので常識的な判断と思われる。ところが、“品物による”が40-75%であり、健康への配慮されている品物であればある程度の価格高でも購入することが明らかになった。

年齢別と価格増の関係

年齢別	価格増許容度																					人数			
	1割程度			2割程度			3割程度			4割程度			いくらでも高くても			品物による			高くなるから買わない						
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%				
10歳代	1	1.3%	16.7%	2	3.3%	33.3%	0	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0	0.0%	0	0	0.0%	1	1.0%	16.7%	0	0.0%	0.0%	6
20歳代	6	7.5%	17.6%	7	11.5%	20.8%	2	18.2%	5.9%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	10	10.2%	29.4%	1	11.1%	2.9%	1	11.1%	2.9%	34
30歳代	3	3.8%	12.0%	7	11.5%	28.0%	1	9.1%	4.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	9	9.2%	36.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	25
40歳代	13	16.3%	39.4%	7	11.5%	21.2%	2	18.2%	6.1%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	10	10.2%	30.3%	2	22.2%	6.1%	2	22.2%	6.1%	33
50歳代	27	33.8%	34.6%	15	24.6%	19.2%	3	27.3%	3.8%	3	100.0%	3.8%	3	27.3%	3.8%	34	34.7%	43.6%	2	22.2%	2.6%	2	22.2%	2.6%	78
60歳代	20	25.0%	29.4%	15	24.6%	22.1%	3	27.3%	4.4%	0	0.0%	0.0%	3	27.3%	4.4%	24	24.5%	35.3%	4	44.4%	5.9%	4	44.4%	5.9%	68
70歳代	10	12.5%	32.3%	8	13.1%	25.8%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	9.1%	3.2%	10	10.2%	32.3%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	31
全体	80	100.0%	29.0%	61	100.0%	22.1%	11	100.0%	4.0%	3	100.0%	1.1%	7	63.6%	2.5%	98	100.0%	35.5%	9	100.0%	3.3%	9	100.0%	3.3%	278

「価格許容度」と「年齢別」のクロス分析では、40歳代では“1割高程度（39.4%）・品物による（30.3%）”、50-60歳代では“品物による（43.6%・35.3%）”が目目できるものである。

加工食品購入時の健康への配慮項目と価格増の関係

加工食品の購入時健康への配慮 (複数回答)	加工食品(安全・安心への配慮)																					人数
	1割程度			2割程度			3割程度			4割程度			いくら高くても			品物による			割高だから買わない			
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
カロリー	17	21.3%	36.2%	10	16.9%	21.3%	0	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	4	57.1%	8.5%	20	20.2%	42.6%	3	33.3%	6.4%	47
脂肪	14	17.5%	51.9%	12	20.3%	25.5%	2	18.2%	7.4%	0	0.0%	0.0%	3	42.9%	11.1%	12	12.1%	44.4%	2	22.2%	7.4%	27
糖分	10	12.5%	28.6%	8	13.6%	22.9%	2	18.2%	5.7%	0	0.0%	0.0%	1	14.3%	2.9%	14	14.1%	40.0%	1	11.1%	2.9%	35
鮮度	41	51.3%	34.5%	33	55.9%	27.7%	5	45.5%	4.2%	2	66.7%	1.7%	2	28.6%	1.3%	55	55.6%	46.2%	6	66.7%	5.0%	119
食品添加物	48	60.0%	34.3%	38	64.4%	27.1%	9	81.8%	6.4%	2	66.7%	1.4%	6	85.7%	4.3%	62	62.6%	44.3%	5	55.6%	3.6%	140
加工度の低さ	4	5.0%	30.8%	3	5.1%	23.1%	4	36.4%	30.8%	3	100.0%	23.1%	3	42.9%	23.1%	8	8.1%	61.5%	2	22.2%	15.4%	13
全体	80	100.0%	29.0%	59	100.0%	21.4%	11	100.0%	4.0%	3	100.0%	1.1%	7	100.0%	2.5%	99	100.0%	35.9%	9	100.0%	3.3%	278

「価格許容度」と「加工食品購入時の健康への配慮項目」のクロス分析では、全ての配慮項目において“品物による（40-60%）”・“1割高程度・2割高程度”の比率が高い。

加工食品の安全・安心への配慮項目と何年前からか

安全・安心への配慮 (複数回答)	加工食品(安全・安心への配慮)																					人数
	1割程度			2割程度			3割程度			4割程度			いくら高くても			品物による			割高だから買わない			
	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	度数	縦%	横%	
産地	38	47.5%	35.8%	31	52.5%	29.2%	2	18.2%	1.9%	0	0.0%	0.0%	4	57.1%	3.8%	48	48.5%	45.3%	5	55.6%	4.7%	106
生産者	16	20.0%	29.6%	9	15.3%	16.7%	2	18.2%	3.7%	1	33.3%	1.9%	3	42.9%	5.6%	28	28.3%	51.9%	5	55.6%	9.3%	54
取次ぎ業者	2	2.5%	25.0%	1	1.7%	12.5%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	14.3%	12.5%	6	6.1%	75.0%	3	33.3%	37.5%	8
農薬の使用	27	33.8%	38.0%	21	35.6%	29.6%	3	27.3%	4.2%	2	66.7%	2.8%	3	42.9%	4.2%	27	27.3%	38.0%	3	33.3%	4.2%	71
食品添加物	50	62.5%	38.2%	40	67.8%	30.5%	7	63.6%	5.3%	2	66.7%	1.5%	3	42.9%	2.3%	57	57.8%	43.5%	6	66.7%	4.6%	131
加工原材料	24	30.0%	45.3%	13	22.0%	24.5%	4	36.4%	7.5%	2	66.7%	3.8%	3	42.9%	5.7%	24	24.2%	45.3%	3	33.3%	5.7%	53
遺伝子組み換え	15	18.8%	34.1%	9	15.3%	20.5%	3	27.3%	6.8%	2	66.7%	4.5%	2	28.6%	4.5%	24	24.2%	64.5%	2	22.2%	4.5%	44
アレルギー原因物質	10	12.5%	41.7%	4	6.8%	16.7%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	15	15.2%	62.5%	2	22.2%	8.3%	24
全体	80	100.0%	29.0%	59	100.0%	21.4%	11	100.0%	4.0%	3	100.0%	1.1%	7	100.0%	2.5%	99	100.0%	35.9%	9	100.0%	3.3%	278

「価格許容度」と「加工食品購入時の健康への配慮項目」のクロス分析でも上記の健康への配慮と同じ傾向がみられる。