

有機農産物に対する消費者意識

農業・園芸総合研究所

1 取り上げた理由

「有機農業推進法」の施行に伴い、有機農業者への支援や、消費者への理解の促進が求められている。消費者モニターへアンケート調査を実施し、消費者が有機農産物に付加価値を認める要因と、有機農産物の販売にあたり必要な事項を明らかにしたので参考資料とする。

2 参考資料

1) 消費者は、有機農産物が安全と考えて付加価値を認めている。

有機農産物を購入したことがあるモニターは、仙台で8割、首都圏で9割であった（図1）。購入理由は、「安全、安心だから」が最も多く、次いで「健康に良い」、「環境にやさしい」であった（図2）。また、有機農産物の各特徴の重要度は「農薬不使用」が最も高く、次いで「遺伝子組み換え不使用であること」、「環境にやさしい栽培」、「化学肥料不使用」の順となった（図3）。これらのことから、消費者は有機農産物が安全と考えて価値を認めており、有機農業による環境配慮はそれよりも重視されていない。

2) 有機農産物の販売では、消費者との信頼関係構築、価格を抑える努力、消費者の身近な店での販売が重要である。

今後、有機農産物を購入したいというモニターは多かった（図4）。有機農産物を購入する条件としては、「農薬不使用等が確認できる」、「値段が安くなる」、「身近な店で販売される」という回答が多かった（図5）。有機農産物（米）を通常と同価格なら買うと回答したモニターは、仙台で16%、首都圏で10%であり、残りの9割近いモニターが1割高以上で買うと回答した。2割高以上で買うと回答したモニターは、仙台で約5割、首都圏で約6割であった（図6）。以上より、有機農産物の販売にあたっては、農薬不使用等の取り組みに関する消費者との信頼関係構築や、通常の1～2割高程度の価格での販売努力、消費者にとって身近な店（スーパー、生協、デパート等）での販売が重要である。

3 利活用の留意点

1) 本調査は「みやぎの有機農業推進検討会」資料作成にあたり、農産園芸環境課の依頼により実施したものである。

2) 本調査は農園研の登録消費者モニターへの郵送アンケート調査により実施した。調査時期は平成20年7月、配布・回収数及び回収率は、仙台モニターが配布数463名、回収数269名（回収率58%）、首都圏モニターが配布数269名、回収数183名（回収率68%）である。

（問い合わせ先：農業・園芸総合研究所情報経営部 電話022-383-8120）

4 背景となった主要な試験研究

1) 研究課題名及び研究期間 平成20年度 環境に優しい農業定着促進事業（平成20年度）

2) 参考データ

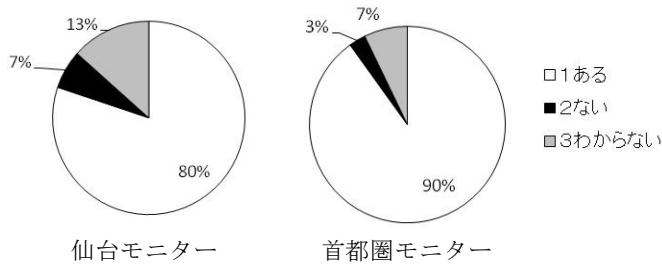


図1 有機農産物を購入したことがあるか (%)

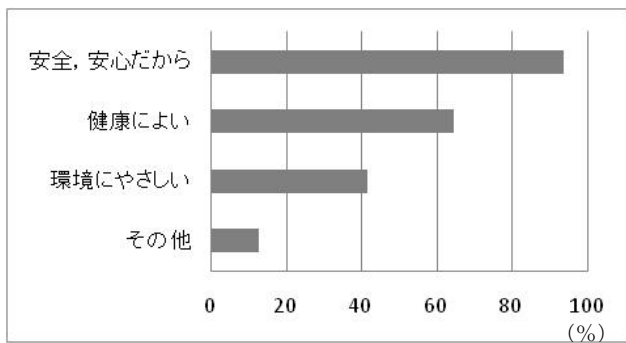


図2 有機農産物を購入した理由 (%、複数回答, 仙台モニター)

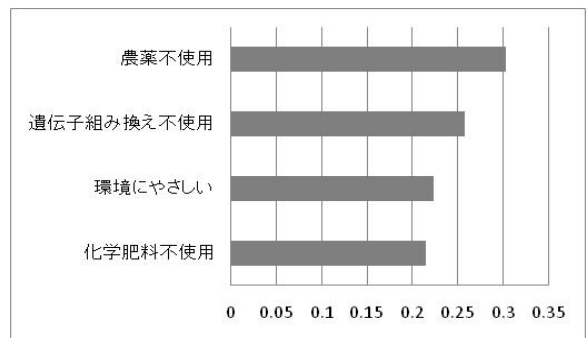


図3 有機農産物(米)の各特長の重要度 (仙台モニター 各評価基準を一对比較し, AHP分析を行った。集計にはC.I<0.2の回答者を用いた。)

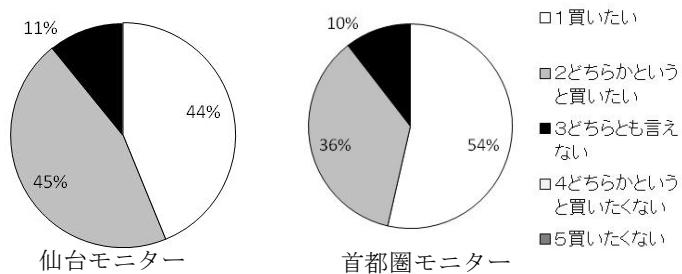


図4 今後有機農産物を購入したいか (%)

注) 「4どちらかというと買いたくない」「5買いたくない」の回答は無かった

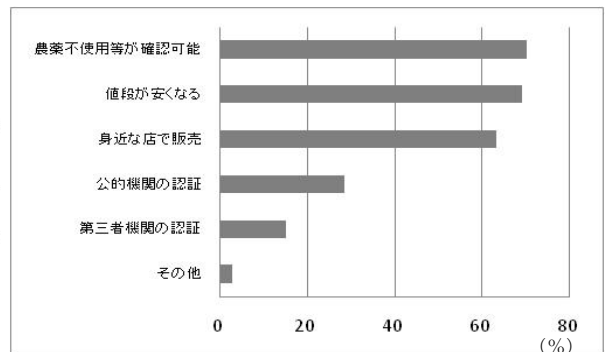


図5 どのような条件が整えば有機農産物を購入するか (%、複数回答, 仙台モニター)

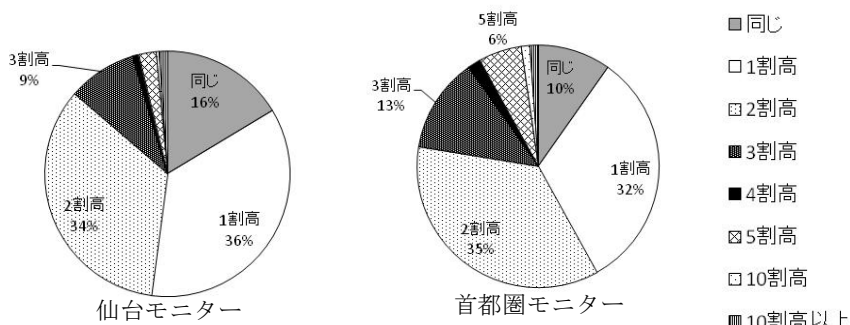


図6 有機農産物(米)を通常よりいくら高くても買うか (%)

3) 発表論文等 なし