

平成21年度 農業・農産物サポーター認知度調査結果

調査時期 平成21年11月

調査対象 関東、関西(和歌山県を除く)、愛知、福岡在住のサポーターから1000人を無作為に抽出

調査方法 2、で抽出されたサポーターにアンケートを送付し、返信してもらう

有効回答数 227通

調査結果

〈回答者について〉

①回答者のうち熊本出身者の割合

16.5%

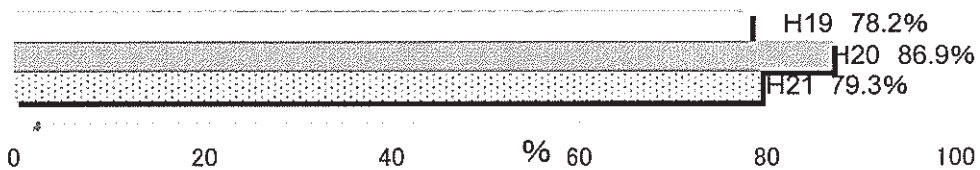
②回答者の性別

男性 28.6% 女性 71.4%

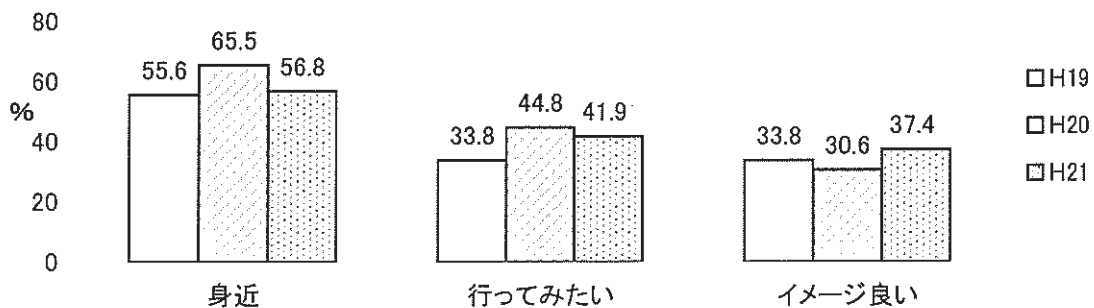
〈質問項目に対する回答〉

問1 熊本に対する印象

①サポーターになって熊本に対する印象が変わった

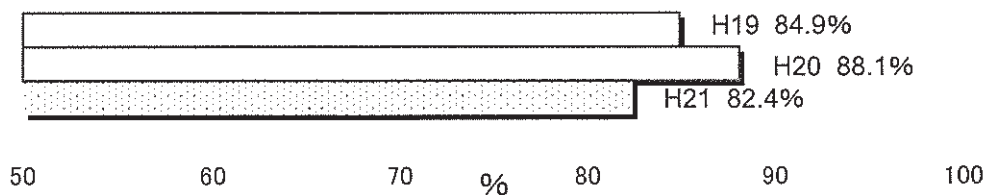


②①で、変わったと答えた方について、どのように変わったか

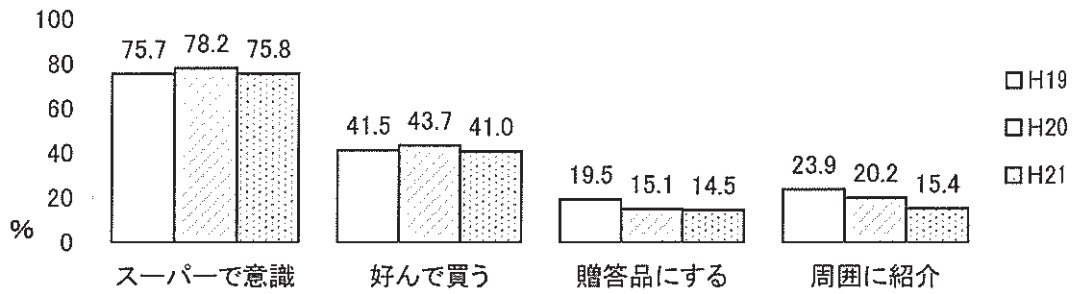


問2 熊本県の農産物に対する意識や行動

①サポーターになって熊本県の農産物に対する意識や行動が変わった



②①で、変わったと答えた方について、どのように変わったか



③①で、変わらないと答えた理由

「変わらない」回答者 14.0%

| | |
|-------------------------------|-------|
| 以前から熊本のことはよく知っており、意識して買っているため | 7.0% |
| 変わるだけの情報がなかったため | 15.7% |
| その他 | 1.3% |

問3 旬リポートがきっかけで購入した熊本の農産物

| 品目名 | 回答数 |
|------|-----|
| デコポン | 77 |
| みかん | 27 |
| すいか | 23 |
| メロン | 17 |

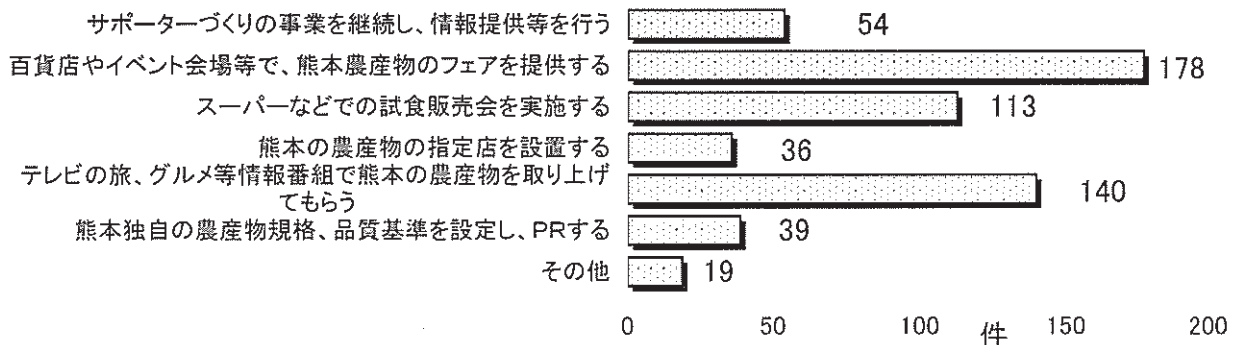
| 品目名 | 回答数 |
|--------|-----|
| トマト | 16 |
| 馬刺 | 11 |
| 晩白柚 | 9 |
| いきなり団子 | 9 |

問4 熊本の農産物の認知度

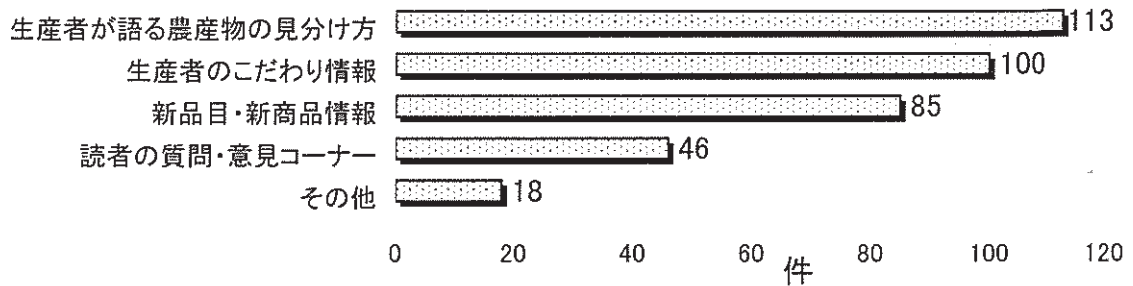
農産物からイメージする都道府県名(1位を3点、2位を2点、3位を1点として集計)

| | 1位 | 2位 | 3位 |
|------|-----|-----|-----|
| すいか | 熊本 | 千葉 | 鳥取 |
| みかん | 愛媛 | 和歌山 | 熊本 |
| デコポン | 熊本 | 愛媛 | 和歌山 |
| いちご | 栃木 | 福岡 | 静岡 |
| メロン | 北海道 | 熊本 | 静岡 |
| トマト | 熊本 | 千葉 | 茨城 |
| 栗 | 兵庫 | 茨城 | 岐阜 |
| 牛肉 | 三重 | 兵庫 | 熊本 |
| いぐさ | 熊本 | 広島 | その他 |

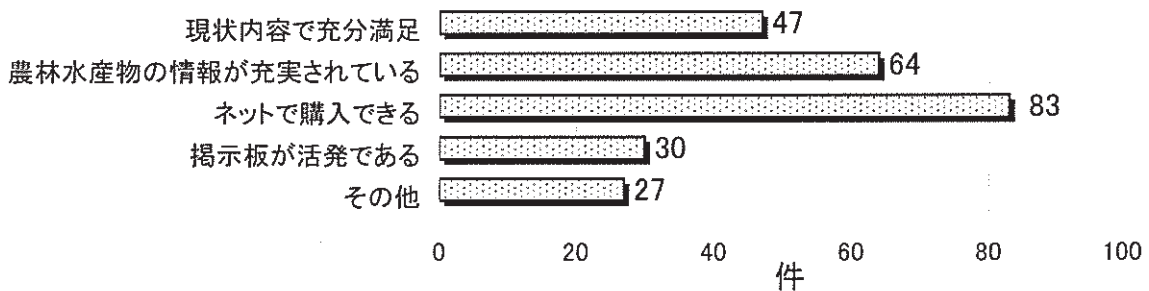
問5 今後、消費地で認知度を上げるために有効と思われる取組



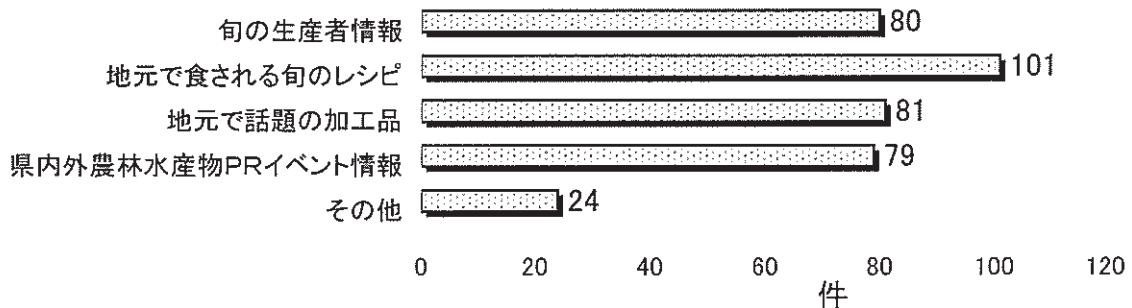
【新たに追加して欲しい記事の内容】



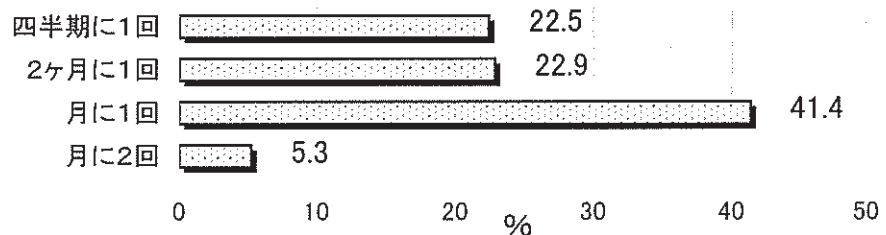
問6 サポーターHPについて
どのようなHPなら閲覧したくなるか



問7 メールマガジンについて
①どのような内容であれば配信を希望するか



②メールマガジン配信の発行周期



問8 情報の提供はどのような方法がより良いと思われるか

