

消費者の供花購買実態と農産物直売所の現状

高橋真紀・山村真弓・相澤正樹・菅野秀忠・佐々木 厚

(宮城県農業・園芸総合研究所)

The Realities of How Consumers Purchase Offering Flowers
and the Present Condition of Farmers Markets

Maki TAKAHASHI, Mayumi YAMAMURA, Masaki AIZAWA,

Hidetada KANNO and Atsusi SASAKI

(Miyagi Prefectural Agriculture And Horticulture Research Center)

1 はじめに

仏壇や墓参り時の供花によくキクが用いられ、花持ちも良いのでお盆・秋彼岸の時期は花束の中で欠かせない存在である。

そこで、8月9月は特にキクの需要が高く、市場での単価も高い時期になるが、市場以外でも販売チャネルの一つとして、産地近隣の農産物直売所（以下、「直売所」）や路上販売、庭先販売等が考えられる。直売所は、近年農産物の販売チャネルとして注目されており、また成功例も多い反面、花きについての消費者ニーズの把握調査は蓄積がなされていない。

そこで一般消費者のニーズを把握するため、仙台市内の消費者を対象に供花購買実態を調査した。また直売所での販売を促進するため、宮城県内の直売所の販売状況を調査したので、その結果を報告する。

2 試験方法

(1) 消費者意向調査

2004年11月、当研究所の消費者アンケート協力者（仙台市内在住者380人）を対象に郵送アンケート調査を行い、有効回答数は234人である。

(2) 直売所における花き販売実態のアンケート及び聞き取り調査

2004年11月、周年営業かつ野菜・花きを販売している県内直売所62店の運営担当マネージャーを対象に郵送アンケート調査を行い、有効回答数は26店であった。また、回答の得られた直売所の中から代表的な3店を選び、運営担当マネージャーに対する聞き取り調査を行った。

3 結果及び考察

(1) 消費者の購入行動

消費者の供花を購入する場所は春彼岸、お盆、秋彼岸どの時期も半数以上が生花店である（図1）。また購入した1束当たりの平均単価は846円で、1回に購入する数量はお盆4.9束、お彼岸4.6束である（表1）。直売所

からの購入が少なかった理由としては、アンケートの対象者が仙台市内在住者で、市内にはほとんど直売所がないことから、購入機会が少ないことが考えられる。また、路上販売（店舗を構えないもの）からの購入も多いが、これは仙台市内の墓地、寺院周辺は墓参り時期になると、多数の路上販売者が出店しているためと考えられる。

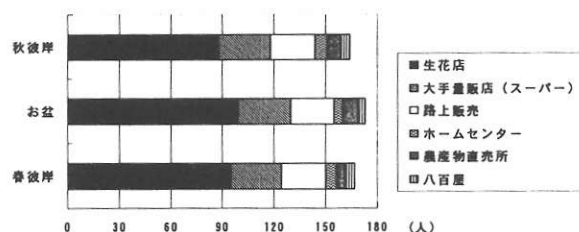


図1 消費者の供花の時期別購入先

購入する上で重視する項目は、「新鮮さ」「価格と品質のバランス（値ごろ感）」「花色の組み合わせ」を挙げる人が多い。「切り花長」については、さほど重視していない（図2）。切り花長は市場出荷において、もっとも重視される項目であるが、規格外の短い草丈でも購入することを示唆している。また、1回で購入する束数は平均4束以上と比較的多く購入している。

(2) 直売所での販売状況

運営担当マネージャーから見た自店商品（お盆・秋彼岸の供花商材）については、「鮮度」「値ごろ感」の満足度が高く、「品揃え」「供給量」の満足度は低い（図3）。「品揃え」に関しては、出荷する花農家が限定されていることが考えられる。また直売所で販売されている価格帯は、消費者が購入する1束当たりの平均単価より安い価格帯であった（表2）。ただし生花店、直売所ともに販売されている花束の種類や規格が多岐にわたるため、単に「直売所の花は安い」とは言い難いが、直売所は安い価格帯で販売しているといえる。

聞き取り調査を行った3店すべてが商品の規格・価格を出荷している生産者にそれぞれ一任していることから、品質・花の種類、販売する数量等に偏りが生じやすいことが予想される。直売所によっては、品不足解消のため、周年で花き業者が参入している例が26店中9店あり、また、近隣の花き生産者が参入している事例も認

められた（表3）。3店とも、お盆の時期は短期間に集中して供花がよく売れるため、商品の確保に苦労しているという意見が寄せられた。これらのことから、お盆・お彼岸の時期はよく売れており、時期に合わせた出荷日の調整が重要であると考えられる。また、購入時の選択優先順位では、「切り花長」は重視されておらず、「新鮮さ」や「値頃感」が重視されている。この2点は直売所でも自己評価の高い項目である。また、供花は時期・用途が明確であるので、需要期に適時出荷できる栽培技術

が必要となる。

4 まとめ

仙台市内の消費者は、供花を半数以上は生花店や大手量販店で購入しており、直売所からの購入は、ホームセンター等と同程度とまだ少ない。直売所の出荷花束に対する自己評価では、「新鮮さ」や「値頃感」の満足度が高いことから、直売所においては品揃えや供給量の充実により新たな需要が見込めると考えられる。

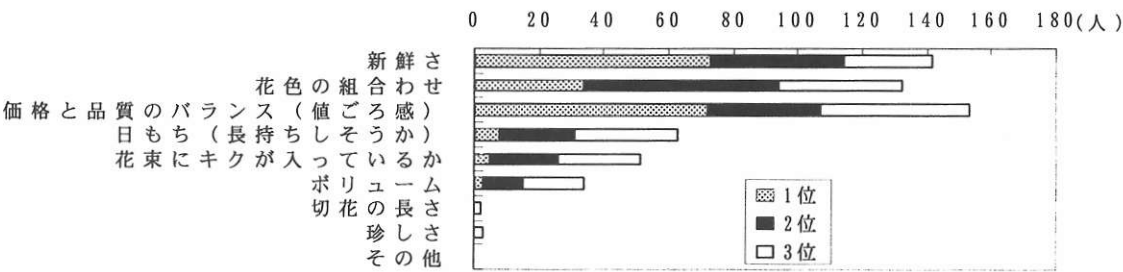


図2 消費者の購入時の選択優先順位

表1 消費者の購入価格と購入数量

1束当たり平均価格（お盆）	846円
お盆購入束数	4.9束
秋彼岸購入束数	4.6束

表2 直売所で販売している花き1束当たり単価（円）

	最大	最小	平均	標準偏差
一番安い価格	500	100	230.4	85.3
平均的な価格	1000	250	409.8	182.3
一番高い価格	3000	370	790.1	604.2
売れ筋価格	1000	250	397.5	186.8

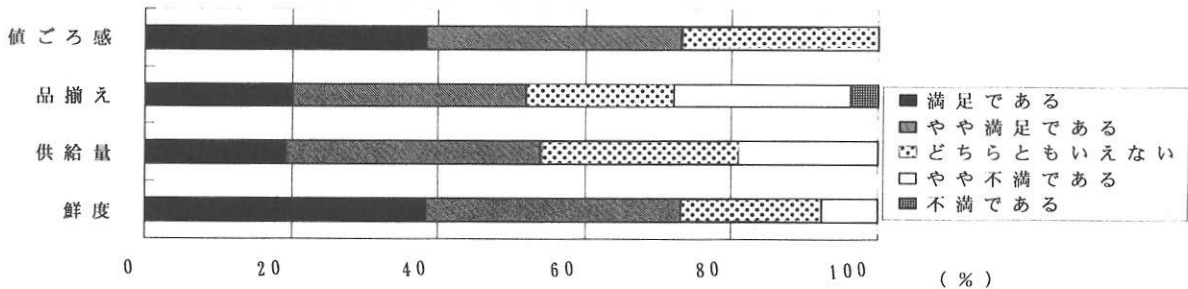


図3 直売所運営者の自店取扱い供花の評価

表3 県内の代表的な直売所での聞き取り調査事例

直売所名	H15年間売上総額（円）	タイプ	経営管理	花きの主な品揃え	花束の規格	花き業者の参入（条件）	花き専業農家	問題点
A道の駅	2.6億	国道沿いの道の駅併設	法人	SPキリ、庭花類	生産者各自	参入なし	1戸	お盆お彼岸時の品不足の発生が心配
B直売所	2.1億	郊外直売所	協議会	トルギキョウ、ストック、バラ、芍薬等	生産者各自	参入あり（会員の出荷している花き種類と重ならないこと）	複数戸、バラ、キリは周年出荷体制	特になし
C直売所	1.1億	スーパーに併設	JA	芍薬、トルギキョウ、バラ類	生産者各自	参入なし	複数戸、バラ、キリは周年出荷体制	お盆お彼岸前は花が不足がち、季節ではらつきあり