

消費者の観光農園利用実態と選定基準

[研究のねらい]

観光農園を利用する消費者像や消費者の利用実態等は十分に明らかにされていません。アンケート結果をもとに、消費者の観光農園利用実態や選定基準等を明らかにします。

[研究の成果]

- ①観光農園は50歳代以上の中高年齢層を中心とした経済的、時間的な「ゆとり」意識の高い消費者に多く利用されています（図1）。
- ②観光農園に対する1世帯当たりの年間支出金額（交通費、入園料、土産品を含む）は5,947円、年間利用回数は1.4回でした。支出金額、利用回数ともに、近年増加する傾向にあります。
- ③消費者が観光農園を選ぶとき、「もぎ取り体験ができるか?」、「農産物の味は?」、「農産物の価格は?」、「自然のなかでレクリエーションができるか?」、「農産物直売を実施しているか?」、「周囲の景観は?」、「駐車場の広さは?」等を重視しています（図2）。

[成果の活用面・留意点]

- ①本成果は、観光農園や特産品開発をすすめ、活性化を目指す行政機関やその関係組織で活用できます。

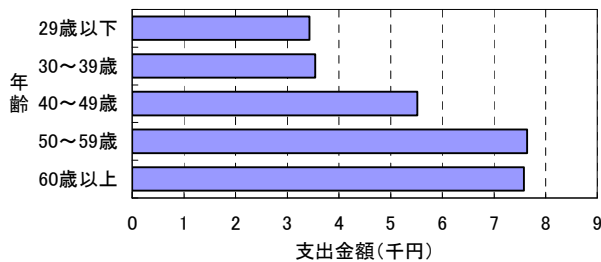


写真 リンゴ狩り(雨山観光農園)

図1 回答者の年齢別にみた1世帯当たり年間観光農園支出金額

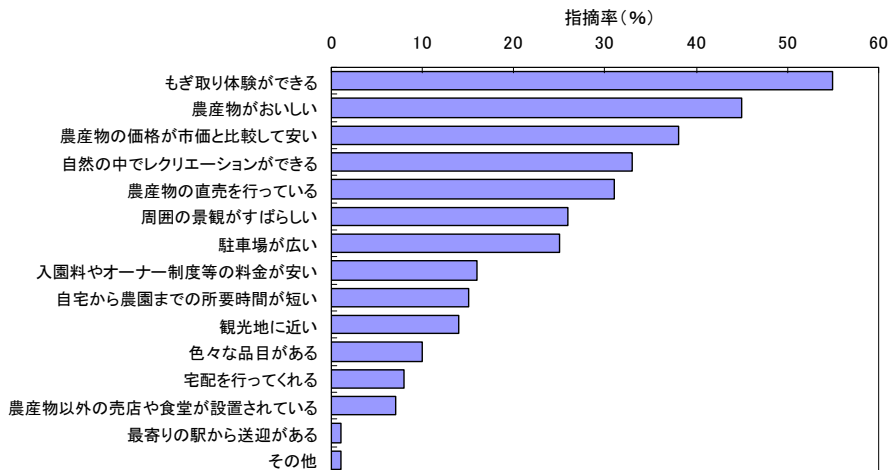


図2 消費者が観光農園を選ぶ際の基準

資料:和歌山県農林水産業まつり(1997年9月実施)入場者と和歌山県花と緑のフェスティバル(1998年2月実施)入場者に対するアンケートの合計値を示しています。

実施期間:平成8～10年度

担当者:光定伸晃、辻 和良