



# 石川県における加賀野菜の消費者意識に関する研究

1260003 磯田 優 (生物資源経済学研究室)

## 1. はじめに

加賀野菜は、定義として「昭和 20 年以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されている野菜」となっており、現在 15 品目<sup>1</sup>が認定されている。平成 9 年に「金沢市農産物ブランド協会」が設立され、以後地域一体となってブランド化に取り組んでいる。しかし、金沢産農産物ブランド新戦略 (2015)<sup>2</sup>によると、平成 25 年の農家数と栽培面積は、15 品目が認定された平成 15 年と比較して、それぞれ約 10%と約 20%減少している。さらに、種の保存を目的とする希少品目の 8 品目においては、特に生産者の後継者不足等の問題が深刻となっている。加賀野菜について生産面での研究は行われているが、消費者、特に日常的に加賀野菜を消費する石川県の消費者を対象にした研究はまだ少ない。

本研究の目的は、消費者の視点から石川県内の加賀野菜の消費の現状や消費者意識を把握し、今後の加賀野菜の発展に向けた政策に有効な資料を提供することである。この目的のために、石川県の住民を対象とするアンケート調査を実施し、以下の三点を明らかにする。第一に加賀野菜の品目をより多く食べている消費者の特徴を探る。第二に比較的生産量の多い「加賀レンコン」や「さつまいも」等が類似品目と比べ、ブランド野菜としての地位が確立しているのかを確認する。第三に希少品目にも需要があるのか把握する。

## 2. 分析方法

石川県の加賀野菜の需要や消費者意識を把握するためにアンケート調査を実施した。アンケート調査は、2015 年 8 月 22 日、23 日に金沢市で開催された「いしかわ環境フェア 2015」の来客を対象に行い、回答数は 177 部、有効回答数は 175 部であった。

まず、アンケート集計結果から認知度や食経験、購入希望などの分析を行った。また、第一の目的には、従属変数を加賀野菜の食経験品目数、説明変数を年齢、独特な料理や調理法、野菜購入時の価格重視度、知識、希少品目の認知の有無とするモデルを設定し、加賀野菜をより多く食べている人の特徴について探った。このモデルの分析には重回帰分析を用いた。次に、第二の目的には、生産量の多い品目と類似品目の美味しさや価格などについて、アンケートの回答結果を比較した。最後に、第三の目的には、アンケート回答者の希少品目に対する認知度、食経験や購入希望などの項目に関する回答結果や第一の目的で実施した重回帰分析の結果等から分析した。

## 3. 分析結果

アンケートから回答者のほぼ全員が、少なくとも 1 品目以上の加賀野菜については知っているという回答していたが、品目別にみると、比較的生産量の多い品目と希少品目との間で

<sup>1</sup>加賀レンコン、源助だいこん、さつまいも (五郎島金時)、たけのこ、加賀太きゅうり、金時草、打木赤皮甘栗かぼちゃ、金沢春菊、金沢一本太ねぎ、せり、二塚からしな、くわい、へた紫なす、加賀つるまめ、赤ずいきの 15 品目が認定されている。下線の 8 品目は栽培面積が 1ha に満たない希少品目である。

<sup>2</sup>金沢市農林局農業振興課 (2015)「金沢産農産物ブランド新戦略」金沢市農林局農業振興課  
金沢市公式ホームページ いいね金沢 (最終アクセス 2016 年 1 月 14 日)

認知度、食経験、購入希望に関して大きな差があることが分かった。

第一の目的のより多くの品目を食べている人の特徴を探る部分については、表1のモデルの分析結果より考察する。表の価格重視度を除く諸要素は、加賀野菜の食経験品目数に正の影響を与えることが分かった。表から、年齢が高く、郷土料理などの加賀野菜の独特な料理を好み、加賀野菜に関する知識があり、希少品目について認知している人ほど多くの品目を食べていると考えられる。

表1 加賀野菜の食経験品目数のモデルの推定結果

	係数	t値
切片	-2.726 **	-2.001
年齢	0.692 ***	4.738
独特な料理や調理法	0.570 **	2.423
野菜購入時の価格重視度	-0.351	-1.554
知識	0.883 ***	3.095
希少品目の認知の有無	1.635 ***	3.640
修正済み決定係数	0.337	

注：\*、\*\*、\*\*\*はそれぞれ10%、5%、1%の水準で統計的に有意であることを示す。

第二の目的の生産量の多い品目の類似品目との比較に関しては、「加賀レンコン」や「五郎島金時」の食経験のある人を対象に、美味しさや安心安全性などの項目について5段階評価で比較した。この結果から、類似品目と比較して加賀野菜では美味しさや安心安全性が重視されていることが分かった。特に、美味しさについては、回答者の約8割の人が重視すると答えている。しかし、価格に関しては重視すると答えた人の割合が低く、加賀野菜を購入する際に類似品目との価格差は2~3割高までが許容限度であることが分かった。

最後に、第三の目的の希少品目の需要に関しては、認知度や食経験、購入希望の全てで生産量の多い品目と比べて低い結果になった。しかし、少ないながらも食経験や購入希望もあることが分かった。また、希少品目の食経験のある人は、食経験のない人に比べて普段野菜を直売所で買い物をしている傾向があることが分かった。

#### 4. 結論

第一の重回帰の分析結果から、年齢が低いほど食経験品目数が少ないということが分かった。このことから、より多くの加賀野菜を食べてもらうには、高齢層だけでなく、より広い年齢層に加賀野菜を知ってもらえるようにしていくことが有効であるといえる。そのためにも、郷土料理を使った食育や栽培体験といった金沢の食文化を伝えていく活動を行っていくことが重要であると考えられる。

第二の分析結果から、比較的生产量の多い品目は類似品目との差別化がされており、ブランド野菜として地位が確立しているといえる。しかし、類似品目との比較で価格の重視度が低かったことや類似品目との価格差が2~3割高が許容限度であったことから、高価格路線ではなく庶民的な価格設定が必要であると考えられる。

第三の結果から、希少品目の需要は少ないながらもあることが分かった。また、重回帰分析から希少品目の認知度を高めることは加賀野菜全体の消費拡大に繋がるといえる。しかし、現状の種の保存を目的とした生産体制では認知度を高めていくことは難しいため、生産面での改善が必要である。

最後にこれらの結果から、消費者の視点からみた場合でも、品目ごとの認知度や食経験の差は大きく、今後品目ごとに適切な政策を行っていく必要があるといえる。