

# 直売所来店者アンケート調査(28)業務結果

## 調査概要

大阪府内農産物の産地消拠点である農産物直売所の利用実態及び利用者の意識やニーズを把握するため、府内4箇所の直売所にて来店者アンケートを実施し、直売所の「立地状況」別や来店者の「年齢」別に分析を行った。

### 分析1:立地状況別

目的:立地状況別による来店者の利用実態を探る。  
内容:地域的な偏りがないよう、3つに分類

都市型	中間型	郊外型
駐車場少	駐車場多	駐車場多
住宅地内に立地	住宅地内に立地	住宅地からやや離れた立地

### 分析2:年齢別

目的:年齢別による来店者の利用実態を探る。  
内容:主な直売所来店客層である60代を基準とし、3つに分類

40代以下	50代	60代以上
働き盛り世代	定年予備世代	定年世代

## 調査結果

〈4直売所共通調査結果〉 1 主な直売所来店客層は「**60代以上の女性**」 2 主な来店目的は「**買い物**」 3 主な購入作物は「**野菜**」

分析1:立地別	都市型	中間型	郊外型
来店目的	買い物	買い物	<b>買い物</b>
	約95%	約100%	<b>約90%</b>
所要時間	20分未満	20分未満	<b>20分未満</b>
	約80%	約80%	<b>約50%</b>
利用頻度	<b>週に1回以上</b>	週に1回以上	週に1回以上
	<b>約80%</b>	約70%	約40%
平均購入金額	<b>2,000円未満</b>	2,000円未満	2,000円未満
	<b>約70%</b>	約40%	約50%
希望併設施設	特になし	特になし	<b>特になし</b>
	約40%	約50%	<b>約30%</b>

※郊外型直売所については2店舗の平均値を算出

〈分析1〉 ○都市型は利用頻度が高く、購入金額は低い  
○郊外型は買い物以外の来店割合が高く、併設施設の希望割合も高い

分析2:年齢別	40代以下	50代	60代以上
来店目的	<b>買い物</b>	買い物	買い物
	<b>約80%</b>	約100%	約100%
利用頻度	<b>週に1回以上</b>	週に1回以上	週に1回以上
	<b>約40%</b>	約60%	約70%
平均購入金額	<b>2,000円未満</b>	2,000円未満	2,000円未満
	<b>約70%</b>	約50%	約40%
希望併設施設	<b>特になし</b>	特になし	特になし
	<b>約10%</b>	約30%	約40%
作物別購入先(野菜)	<b>直売所</b>	直売所	直売所
	<b>約50%</b>	約60%	約70%

※4店舗の平均値を算出

〈分析2〉 ○40代以下の来店者は買い物以外来店が他年代よりも高く、併設施設を希望する割合も高い(希望が多い施設は軽食・喫茶、レストラン、体験農園)  
○40代以下の来店者は購入金額が他年代よりも低く、直売所を購入先とする割合も他年代より低い