

# 豊前海カキ養殖に関する経済研究

池浦 繁  
(企画管理部)

## Economic Research of Buzen Sea Oyster Culture Industry

Shigeru IKEURA  
(Research Planning and Control Department)

豊前海産養殖カキは「豊前海一粒かき」というブランド名のもと、消費地拡大に取り組んでいる。現在の流通は、市場出荷では生産者による価格制御が難しいこともあり、直販、宅配による市場外流通が多くなってきている。そこで流通調査の一環として、既存の行橋地区のデータに加え、最大生産地である北九州地区の宅配状況を把握し、消費者の傾向を検討した。加えて県下各地に配属されており地域の偏りが発生しにくいことから県職員を対象としたアンケート調査による消費者意識の把握を行い、今後の豊前海一粒かきの販路拡大に関する調査を実施した。

### 方 法

#### 1. 宅配状況調査

北九州地区及び行橋地区の各1経営体の宅配伝票について、北九州地区は2001年漁期分、行橋地区は'99年及び'00年漁期分を解析に用いた。注文者の動向を詳細に把握するため、受注日、注文者住所氏名、発送先住所氏名を収集した。

#### 2. 消費者アンケート調査

消費者意識調査は、県内のエリア別の状態を把握するため、県内各地に職員が配置されており、ある程度の回収率が見込めることから県出先機関の職員を対象とした。'03年9月に、県全出先機関に職員数分の調査票を配布してアンケート調査を依頼した。

アンケート内容を別表1に示した。一般的な魚食関係の設問17問、カキに関する一般設問8問、豊前海一粒かきに関する設問8問としているが、今回はこのうちカキに関する設問について報告する。

### 結 果

#### 1. 宅配状況調査

宅配における受注時期は、北九州地区は12月下旬、行橋地区は12月中旬がピークで、年内の受注が全体の60%前後を占めていた(図1)。

両地区とも、地元地域からの受注が最も多く、受注地域は比較的棲み分けがなされていると考えられた(図2)。

全受注に対する福岡市内からの受注の占める件数と注文者数の割合は、北九州地区で15.3%及び17.8%、行橋地区で4.3%及び4.6%であり、北九州地区の福岡市への浸透がうかがわれた。

県内発送先では、両地区とも大都市圏である北九州市内と福岡市内が多く、県内発送先の45%程度を占めた(図3)。県外出荷では、両地区とも鹿児島から関東まで出荷していた(図4)。

一人あたりの注文件数は、北九州地区1.98に対し行橋地区は2.90であった(表1)。

宅配利用者のうち自己購入受注の占める件数と注文者数の割合は、北九州地区は19.9%及び29.6%、行橋地区は9.9%及び13.9%であり、北九州地区の方が自己消費のための注文が多い傾向が見られた。両地区とも、自己購入者はほとんど地元外居住者であった。他人宛注文では、地元居住者、地元外居住者はほぼ同比率であった(図5、図6)。

注文者の発送先を自分・他人宛別にみた詳細では、北九州地区では自分宛のみの発注の人が全体の25.9%を占めた。自分宛のみの人のうち86.9%の人が1回のみ注文であった。行橋地区では、自分宛のみの注文の人は10.8%であったが、このうち1回のみ注文の人は52.2%で、残り47.8%の人は複数回注文しており、北九州地区より

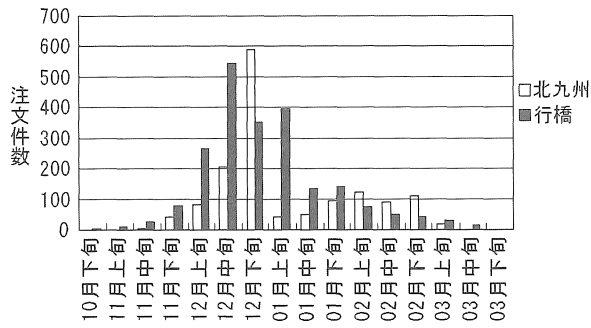


図1 時期別宅配受注件数

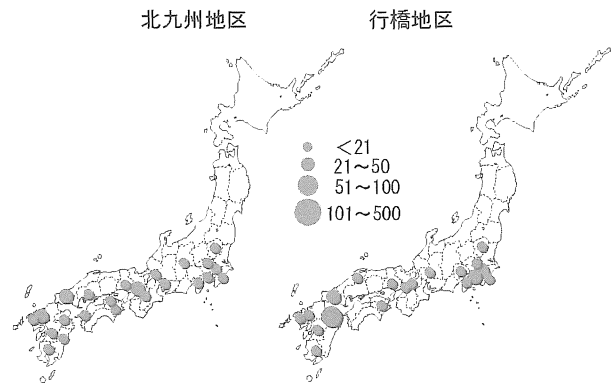


図4 北九州地区・行橋地区の県外出荷状況

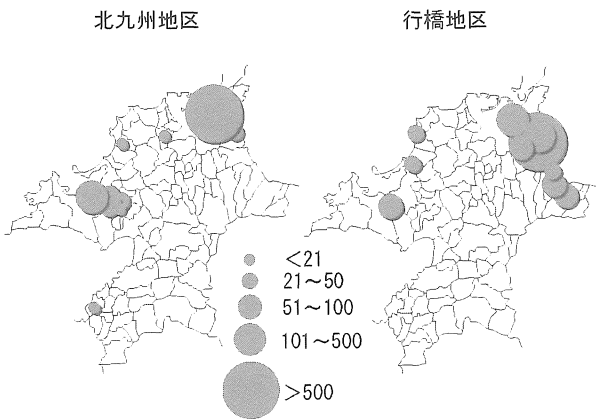


図2 注文者居住市町村別受注件数上位10件の分布(県内)

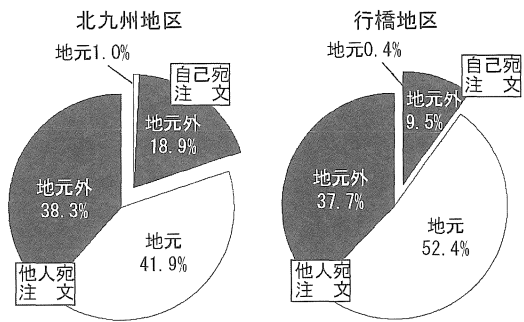


図5 注文者居住地域別自他別注文比率(受注件数)

地元:北九州地区:北九州市

行橋地区:行橋市,京都郡苅田町

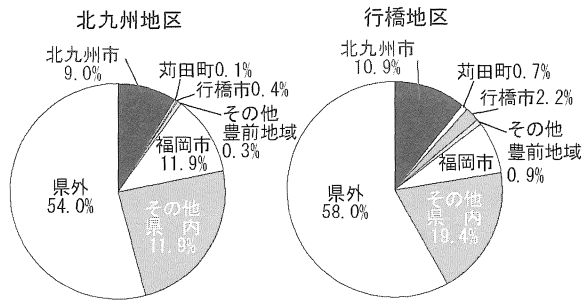


図3 発送先の住所

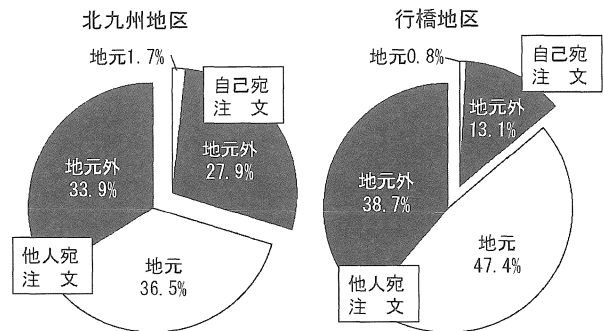


図6 注文者居住地域別自他別注文比率(注文者数)

地元:北九州地区:北九州市

行橋地区:行橋市,京都郡苅田町

も複数回注文の人が多い傾向があった。

他人宛の注文では,専ら他人宛に注文している人の全注文者数に占める割合は北九州地区,行橋地区それぞれ65.0%,85.4%であった。こちらも北九州地区の方が1回のみ注文が行橋地区よりも多い傾向があった(表2)。

旬別に受注における自己購入者の割合を見ると北九州地区では,1月中旬以降自己購入者の割合が高くなる傾向が見られたが,行橋地区では漁期を通じて大きな変化は見られなかった(図7)。

表1 一人あたりの注文件数

地区	受注件数	人数	件数/人数
北九州	1,460	737	1.98
行橋	4,300	1,485	2.90

注:行橋地区は2年分

表2 宛先別の購入者の詳細

地区	自他宛の区分	人数(全体比)	件数(全体比)	平均件数	人数内訳(内訳比)		件数内訳(内訳比)	
					1回のみ注文	複数回注文	1回のみ注文	複数回注文
北九州	自分宛のみ	191 (25.9%)	241 (16.6%)	1.26	166 (86.9%)	25 (13.1%)	166 (68.9%)	75 (31.1%)
	自他	67 (9.1%)	190 (13.1%)	2.84	-	67 (100.0%)	-	190 (100.0%)
	他人宛のみ	479 (65.0%)	1023 (70.4%)	2.14	283 (59.1%)	196 (40.9%)	283 (27.7%)	740 (72.3%)
行橋	自分宛のみ	161 (10.8%)	312 (7.3%)	1.94	84 (52.2%)	77 (47.8%)	84 (26.9%)	228 (73.1%)
	自他	56 (3.8%)	352 (8.2%)	6.29	-	56 (100.0%)	-	352 (100.0%)
	他人宛のみ	1268 (85.4%)	3636 (84.6%)	2.87	574 (45.3%)	694 (54.7%)	574 (15.8%)	3062 (84.2%)

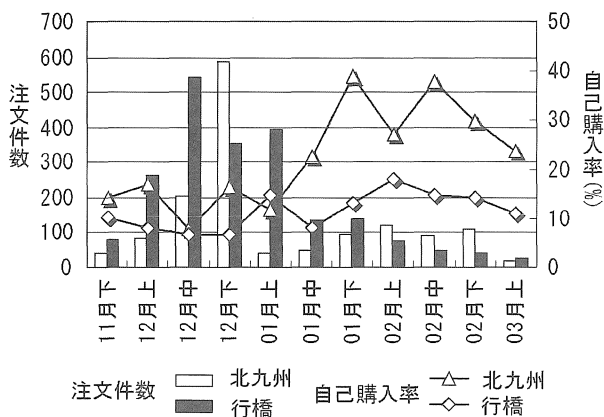


図7 時期別自己購入者の割合の推移

表3 贈答された後自ら注文した人

地区	自己購入	他人宛に注文
北九州	11	4
行橋	11	35

※行橋地区は2年分の数値

カキを贈答された後自ら注文した人については、北九州地区は自己購入している人が11人、他人に贈っている人が4人であった。行橋地区では2年分ではあるがそれぞれ11人、35人であった(表3)。

## 2. 消費者アンケート調査

アンケート配布数は6,475枚で回収率は74.3%であった。アンケートとしては、県職員の家族に記入してもらう前提であったが、結果として大半の84.6%が県職員本人からの回答であった。県職員と家族による回答の違いや男女による回答の違いはあまり見られなかったことから、基本的に解析は県職員本人、家族、性別の区分なく取り扱い、差が見られた項目については区分して取り扱った。

普段からカキを食べるかという設問では、49.0%の人

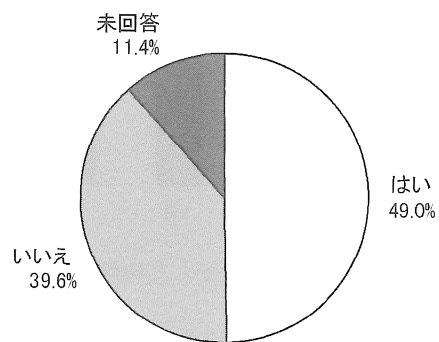


図8 普段からカキを食べるか

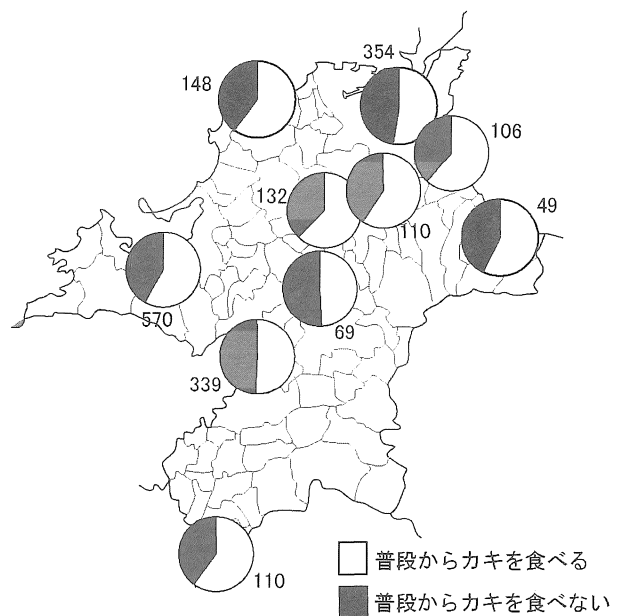


図9 カキを普段から食べるか  
(県内主要自治体別、数字はデータ数)

が食べると答えた(図8)。これを回答者の居住地を主要自治体別に見ると、49~62%の人が普段からカキを食べると答えていたが、居住地域による明確な差は見られなかった(図9)。

表4 魚の嗜好性とカキの嗜好性

魚介類を食べること	全体に対する比率	普段からカキを食べるか		
		食べる	食べない	未回答
好き	67.6%	54.6%	34.0%	11.4%
どちらかといえば好き	24.4%	40.5%	48.9%	10.6%
どちらかといえば嫌い	6.0%	26.3%	60.9%	12.8%
嫌い	0.7%	12.1%	72.7%	15.2%

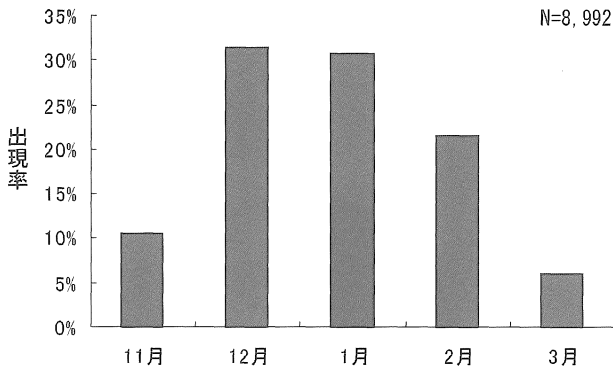


図10 カキを食べると答えた時期(複数回答)

魚介類の嗜好性とカキを普段から食べるかどうかについてみると、魚介類を好きな人の方がカキを普段から食べており、嫌いな人ほどカキも食べない傾向があった(表4)。しかし、魚介類を食べることが好きな人の中でもカキを普段から食べると答えた人は54.6%であった。

カキをいつ頃食べるかという設問では、1月以降もカキを食べると答えた人が58%おり、年明け以降もカキの需要はあることが推察された(図10)。

冬場何回くらいカキを食べるかという設問では、3回以内が最も多く36.1%、ついで5回が20.3%であった。10回以内までで75.8%であった(図11)。

カキ産地の知名度では、広島という答えが最も多く全体の50.6%を占めたが、次は豊前海の19.6%であり、豊前海がカキ生産地であることの浸透が見られた(図12)。

年明け以降、カキの身入りが良くなることを知っているかという設問では、28.3%の人が知っているに留まった。

おいしいカキであれば殻付きのカキを剥いて食べようと思うかという設問に対して思う・どちらかといえば思うと答えた人は合わせて58.6%であった(図13)。男女別に見ると、男性の方が女性よりも殻を剥いても食べたいという意見が多くなっていった(表5)。

おいしいカキであれば宅配などで購入しようと思うかという設問に対しては、思う・どちらかといえば思うと答えた人は合わせて42%であった(図14)。

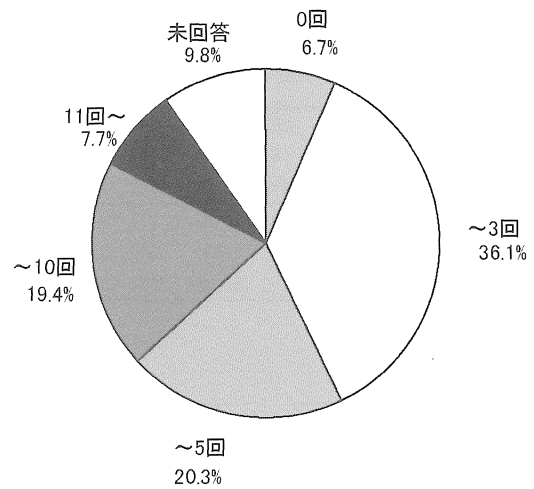


図11 冬場何回くらいカキを食べるか

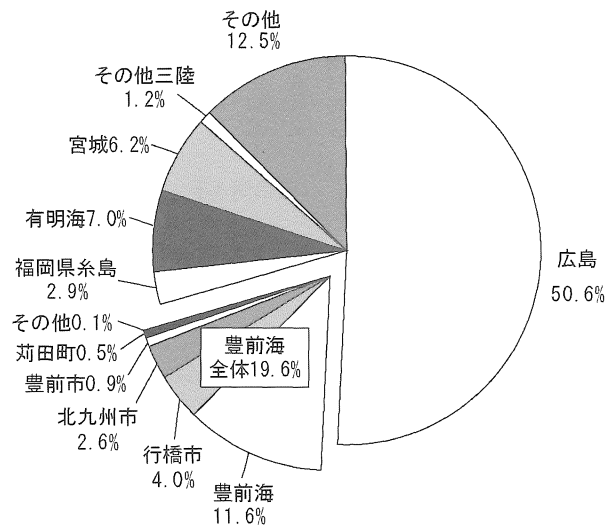


図12 カキ産地知名度(N=6,773, 複数回答)

豊前海が生産地であることの知名度、「豊前海一粒かき」の知名度、豊前海でカキの宅配・直販を実施していることに対する知名度を図15に示した。豊前海がカキ生産地であることは40.1%の回答者が知っていたが、豊前海一粒かきというブランド名では27.0%、豊前海漁業者の宅配・直販では16.6%が知っているに留まった。

豊前海がカキ生産地であることについては、男性の方が女性よりも認知度が高く、また県職員本人の方が家族よりも認知度が高くなっていった(表6)。豊前海一粒かきというブランド名と豊前海漁業者の宅配・直販の実施では男性の方が認知度が高かった(表7, 表8)。

次に、回答者が居住する主要自治体別に知名度をみる

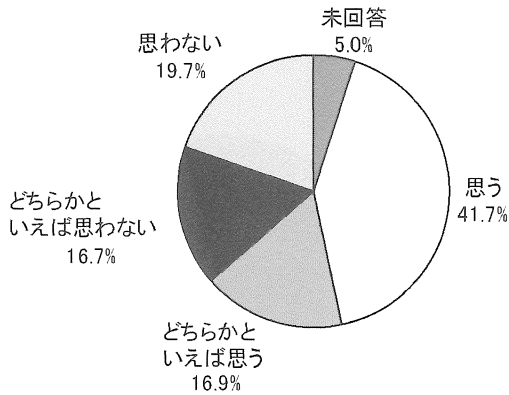


図13 おいしいカキであれば殻付きカキを剥いて食べようと思うか

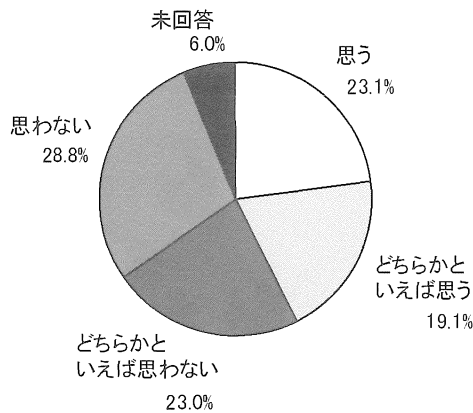


図14 おいしいカキであれば宅配などで購入しようと思うか

と、北九州市、行橋市、豊前市といった生産地に近い自治体ほど高く、逆に久留米市、大牟田市といった生産地から遠い自治体ほど低くなる傾向を示した(図16)。

豊前海一粒かきというブランドを知った方法では、県職員を対象としたアンケート調査であるため、県職員からの口コミと県広報誌によるものをあわせると全体の53.4%を占めた(図17)。

豊前海での宅配・直販を知った方法では、県職員からの口コミが47.2%とほぼ半数を占めた(図18)。

豊前海一粒かきの購入実績がある人は全体の15.6%であった。購入実績のある人の味の評価は、94.2%の人がおいしい・どちらかといえばおいしいと答えた(図19)。男女別では女性の方が男性よりも肯定的な意見が多かった(表9)。価格については安い・どちらかといえば安いと答えた人が65.9%を占めたが、高い・やや高いと答えた人が22.5%いた(図20)。

表5 おいしいカキであれば殻付きカキを剥いて食べようと思うか(男女別)

性別	思う	どちらかといえば思う	どちらかといえば思わない	思わない
男性	1,217 (47.9)	438 (17.3)	405 (16.0)	479 (18.9)
女性	711 (38.2)	343 (18.4)	373 (20.1)	433 (23.3)

( )は性別に占める割合  $\chi^2$ 検定 p<0.01

表6 豊前海がカキ生産地であることの知名度(詳細)

区分	知っている	知らない	備考
男性	1,207 (47.0%)	1,363 (53.0%)	$\chi^2$ 検定 p<0.01
女性	658 (34.5%)	1,250 (65.5%)	
県職員本人	1,698 (42.6%)	2,291 (57.4%)	$\chi^2$ 検定 p<0.01
家族	228 (34.4%)	435 (65.6%)	

表7 豊前海一粒かきというブランドの知名度(詳細)

区分	知っている	知らない	備考
男性	794 (31.0%)	1,768 (69.0%)	$\chi^2$ 検定 p<0.01
女性	459 (24.1%)	1,448 (75.9%)	

表8 豊前海漁業者の宅配・直販の知名度(詳細)

区分	知っている	知らない	備考
男性	482 (18.8%)	2,078 (81.2%)	$\chi^2$ 検定 p<0.01
女性	289 (15.3%)	1,603 (84.7%)	

## 考 察

自分宛のみに注文している自己消費専門の注文者の割合をみると、北九州地区では全体の25.9%であるのに対し行橋地区では10.8%であった。更に自分宛のみの注文者数と自分宛及び他人宛の注文者数の合計では北九州地区の35.0%に対し行橋地区は14.6%と大きく差が開いている。このことから北九州地区では自家消費を目的とした客層が比較的多く、行橋地区では他人への贈答を目的とした客層が多いことが推察される。また、北九州地区の自己消費専門の客層の平均注文件数は1.26に留まっていることから、北九州地区では自己消費で且つ1シーズン1注文の客層が比較的多いと言える。

他人宛のみの注文者数の割合をみると、北九州地区は全体の65.0%であるが行橋地区は85.4%を占めている。更に複数回注文している人の占める割合も行橋地区は北九州地区より高くなっている。このことから行橋地区は北九州地区以上に他人への贈答を目的とした客層が多くを占めていると考えられる。また、他人への贈答目的の客層が多いことが、年内に宅配注文の6割が集中するこ

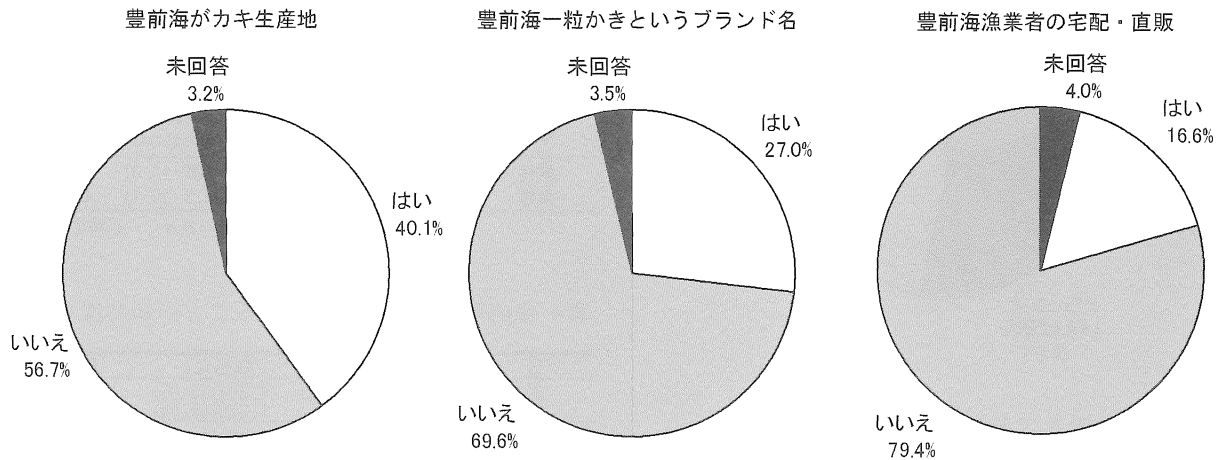


図15 豊前海のカキに関する知名度

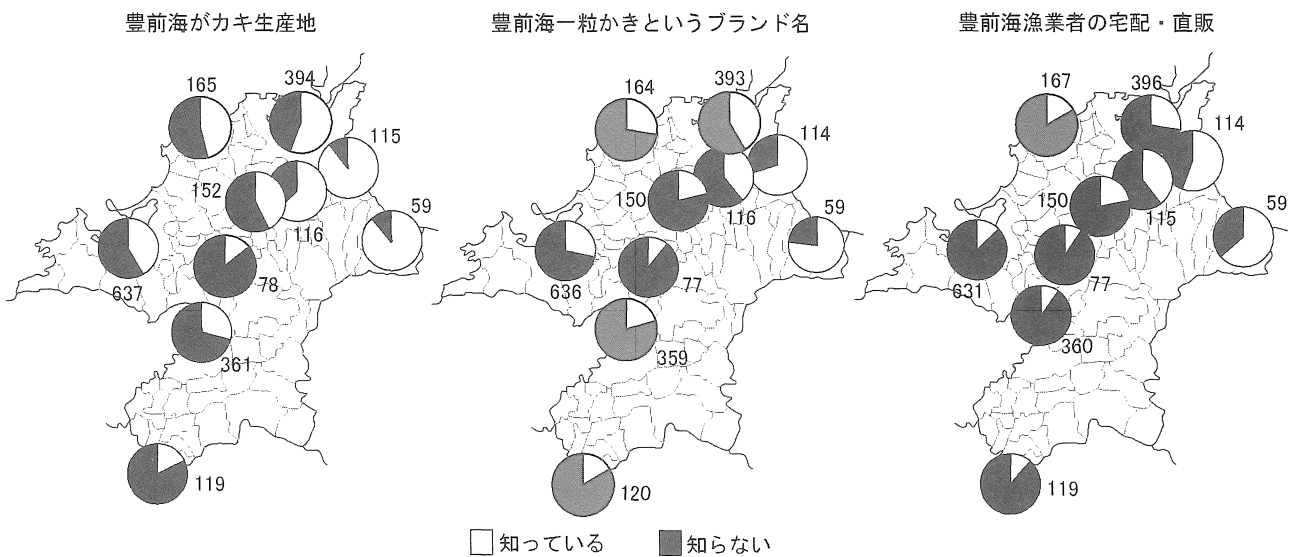


図16 主要自治体別豊前海のカキに関する知名度(数値は回答者数)

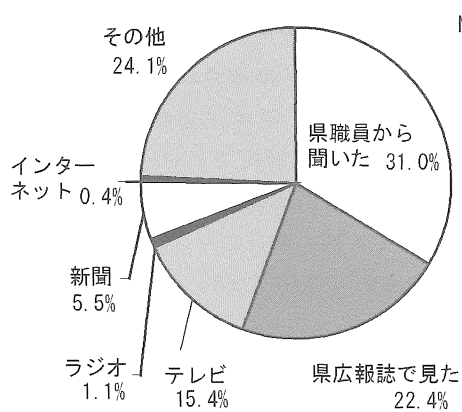


図17 豊前海一粒かきというブランドを知った方法

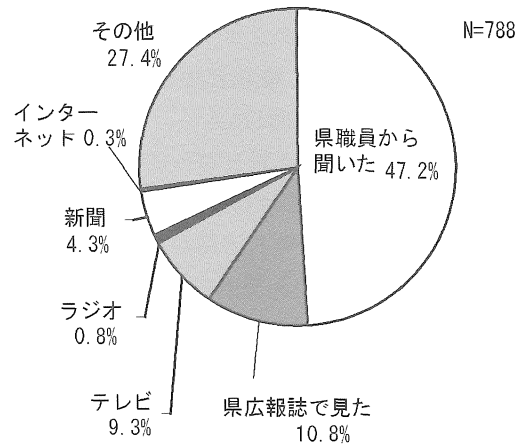


図18 豊前海漁業者の宅配・直販を知った方法

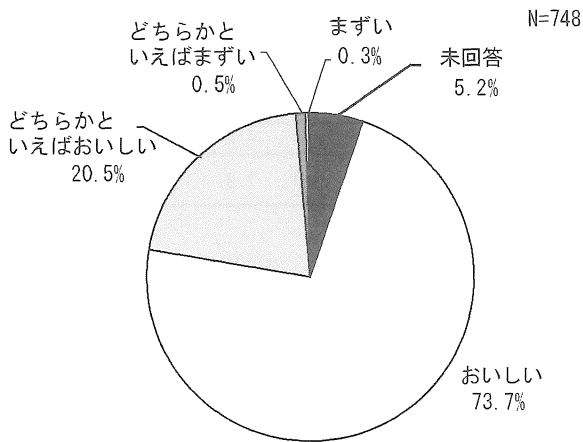


図19 豊前海一粒かきの味の評価

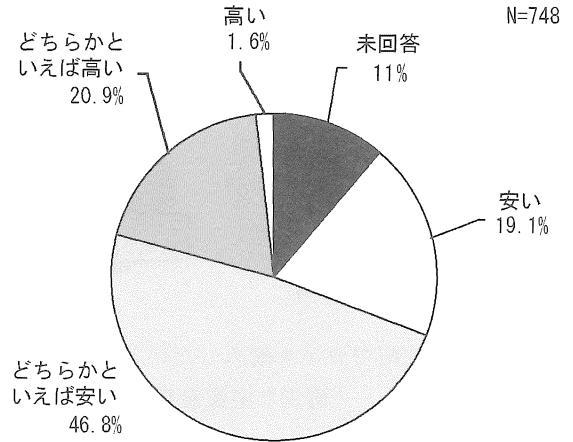


図20 豊前海一粒かきの価格の評価

表9 豊前海一粒かきの味の評価(詳細)

区分	おいしい	どちらかといえばおいしい	どちらかといえばまずい	まずい	備考
男性	331(74.2%)	109(24.4%)	4(0.9%)	2(0.4%)	$\chi^2$ 検定 $p < 0.05$
女性	204(84.3%)	38(15.7%)	0(0.0%)	0(0.0%)	

との原因になっていると考えられる。

北九州地区で、年明け以降に自己購入者の割合が増加することについては、カキの身入りが良くなり品質の向上する年明け以降を選んで購入する人がいると考えられる。消費者アンケート調査では、年明け以降に身入りが良くなることを知っていた人は28.3%に留まっていたことから、豊前海一粒かきの旬のPRを積極的に行い、このような客層を増やすことが受注の年末集中と年明け以降の需要と供給の不均衡を解消するために重要であろう。

また両地区とも北九州市内或いは近隣地であるが、北九州市で最も人口が多い八幡西区からの注文は、北九州市内の世帯数の割合に対して少なく、生産地に近い区からの受注の割合が高くなっている。北九州市内は生産地からも近く、知名度向上や直販の利用促進などの開拓の余地があると考えられる(表10)。

カキの需要期については、宅配では年末に集中する傾向が強いが、消費者アンケートでは年明け以降もカキは普通に食されており、このことから宅配の年末集中は贈答品としての注文であると推測される。カキ自体の需要はあるものの、産地から離れた場所では宅配による販売となるため、年末の贈答を目的とした客層による年内に集中した需要となっている。

生産地では直接販売を実施しているが、県内で最大の都市圏である福岡市周辺から生産地である豊前海沿岸地

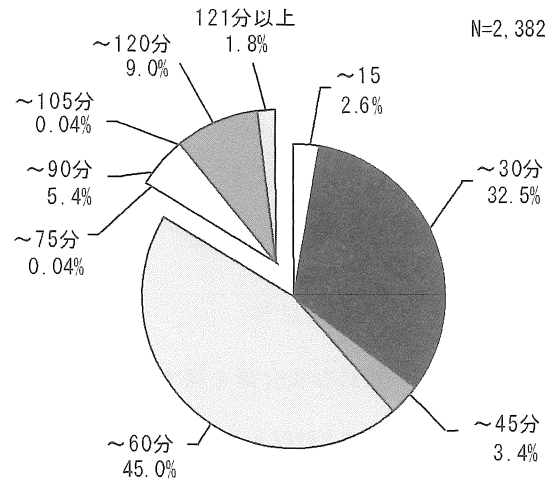


図21 生産地までの移動時間の限界

区までの移動時間は2時間前後を要する。安い魚介類が産地で購入できる場合に産地まで出向くと答えた人は全体の50.7%であったが、出向く場合の移動時間の限界は60分以内が81.7%であったことから(図21)、直販で新規に販路を拡大できる可能性があるのは北九州都市圏であると考えられる。

県職員特有であろうが、豊前海一粒かきや豊前海漁業者の直販・宅配を知った方法では、県職員からの口コミや県広報誌が大きな比重を占めた。これは関係職員が県職員内部でのPRを行ったり、広報誌を積極的に活用していることに由来しているものと考えられる。このことは、一般的なマスメディアだけではなく、関係職員の人的PR活動や職場発行される冊子類もPR効果が高いことを示している。

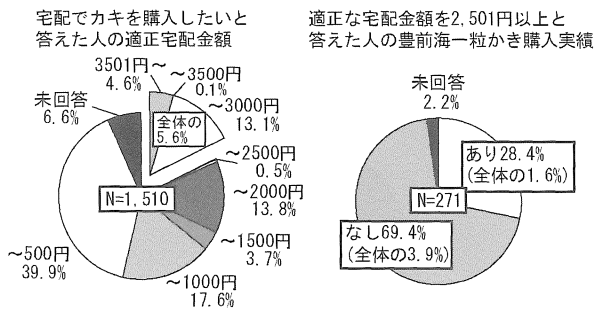


図22 宅配でカキを購入したいと答えた人の適正な宅配金額

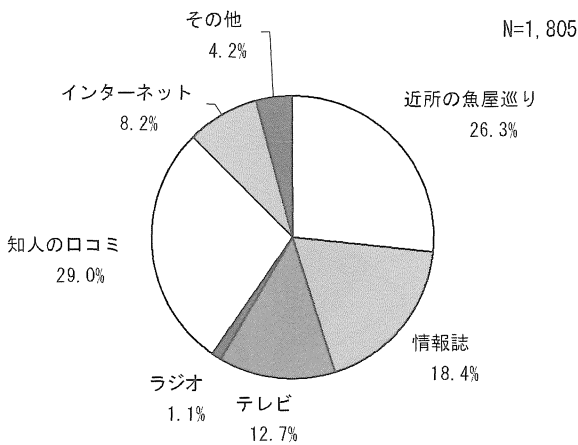


図23 新鮮な魚介類を探す方法

魚介類を食べることが好きな人ほどカキを普段から食べる傾向はあるものの、魚介類を食べることが好きな人でも普段からカキを食べると答えた人は54.6%に留まり、魚介類が好きな人はカキも好きという構図とは少し異なる。秋本<sup>ら</sup>によると全国主要都市の中でも県下最大の都市圏である福岡市のカキ購入数量は全国平均を大きく下回っていることなどから、そもそも福岡県内のカキの消費が少ないためこのような結果が出ている可能性がある。豊前海一粒かきの購入実績がある人の味の評価は非常に高いので、今後の需要喚起が必要であろう。

豊前海一粒かきの購入実績のある人の味の評価は非常に高いと言えるが、価格についてはどちらかといえば安いという答えがほぼ半数で、味の評価ほどの積極的な肯定ではないと考えられる。宅配では生産者によって価格を制御できるという大きなメリットがあるが、送料が上乘せされるため消費者にとっては多少の割高感が生じているものと考えられる。豊前海一粒かきの宅配における価格は、カキkg単価が約700円、県内送料が1,000円程度である

表10 北九州市内からの受注における区ごとの割合 (%)

地区	八幡西区	八幡東区	戸畑区	若松区	小倉北区	小倉南区	門司区
北九州	5.8	3.4	4.4	3.1	20.7	20.1	42.5
行橋	16.7	4.4	2.0	7.4	24.1	30.0	15.3
各区の市内世帯数比	25.1	8.2	6.9	7.9	19.9	20.9	11.2

ことから3kg入りでおよそ3,000円程度と考えられる。おいしいカキであれば、宅配などを利用して購入しようと思うかという問にはいと答えた人のうち、適切な宅配金額を2,501円以上と答えた人は17.9%であり、全回答者に対して5.6%であった。この2,501円以上と答えた人のうち、豊前海一粒かきの購入実績がない人が69.4%、全回答者に対して3.9%であった(図22)。一般県民よりも県産ブランド品に関する認知度が高いと考えられる県職員対象のアンケートのため3.9%は高めの結果である可能性があるが、福岡県の世帯数はおよそ201万(平成16年10月現在)であり、3.9%はおよそ7.8万世帯に当たる。そのため、商品構成等の改善により少し価格を下げたパッケージの設定と、PR等をうまく実施することによって宅配でも市場開拓の余地は残されていると考えられる。

カキの産地としては広島に次いで認知されているものの、産地から遠ざかると知名度がかなり低くなることや、県職員でも宅配や直販を知っている人は16.6%に留まっているなど、認知度の低さが促販の大きな問題であると考えられる。特に、豊前海で漁業者が直販・宅配を実施していることの知名度が、「豊前海一粒かき」というブランド名の知名度よりも低いという現状は、最終目的がカキの販売促進であるという点から大きな問題であると考えられる。自発的に新鮮な魚介類の情報を探すと答えた回答者はテレビ、情報誌といったマスメディアを利用しており(図23)、今後の販売促進にはブランド名以上に販売について重点を置く必要があると考えられる。また、マスメディアによる情報発信は一過性であるため、これだけに頼らずインターネット等を活用し、常設的な情報発信源を設けることが重要であろう。また、消費者アンケートの対象である県職員では、職員の人的PRや広報誌の効果が大きいことが示唆された。今後の販売促進に於いて、可能であれば自治体の広報誌などの活用は効果が大きいと推測される。福岡都市圏から豊前海は離れているため、カキを含めた魚介類の直販だけでは新規の客層を直販場へ呼び込むのは難しいと考えられるが、有明海沿岸で行われているような、直売所で購入したカキを焼いて食べられるようにす



る取り組みと、朝市・夕市や地域の他の観光資源と組み合わせることで観光客を呼び込む取り組みも必要であろう。男女別では、男性の豊前海のカキの認知度は女性よりも高いことや、殻付きカキを剥くということに女性はやや抵抗があるものの、購入したカキの味の評価は男性よりも肯定的であることから、性別を考慮したPR方策も考える必要がある。近年はオイスターバーなど新たな販売形態も出現していることなどから、ブランド品として認知度を向上するためにはこれらへの対応も重要であろう。

## 要 約

- 1) 北九州地区の宅配注文は、自家消費を目的とした客層が比較的多く、行橋地区では他人への贈答を目的とした客層が多いことが推察された。
- 2) 北九州地区では自己消費で且つ1シーズン1注文の客層が比較的多いと考えられる。
- 3) 他人への贈答目的の客層が多いことが、年内に宅配注文の6割が集中することの原因になっていると考えられる。
- 4) 北九州地区で、年明け以降に自己購入者の割合が増加することについては、カキの身入りが良くなり品質の向上する年明け以降を選んで購入する人がいると考えられる。このような客層を増やすことが受注の年末集中と年明け以降の需要と供給の不均衡を解消するために重要であろう。
- 5) また両地区とも北九州市内或いは近隣地であるが、北九州市で最も人口が多い八幡西区からの注文は、北九州市内の世帯数の割合に対して少なく、生産地に近い区からの受注の割合が高くなっている。北九州市内は生産地からも近く、知名度向上や直販の利用促進などの開拓の余地があると考えられる。
- 6) 消費者アンケートでは年明け以降もカキは普通に食されており、このことから宅配の年末集中は贈答品としての注文であると推測される。
- 7) 直販で新規に販路を拡大できる可能性があるのは北九州市都市圏であると考えられる。
- 8) 豊前海一粒かきの購入実績のある人の味の評価は非常に高いと言えるが、価格についてはどちらかといえば安いという答えがほぼ半数で、味の評価ほどの積極的な肯定ではないと考えられる。
- 9) 商品構成等の改善により少し価格を下げたパッケージの設定と、PR等をうまく実施することによって宅配でも市場開拓の余地は残されていると考えられる。
- 10) 豊前海で漁業者が直販・宅配を実施していることの知名度が、「豊前海一粒かき」というブランド名の知名度よりも低いという現状は、最終目的がカキの販売促進であるという点から大きな問題であると考えられる。自発的に新鮮な魚介類の情報を探すと答えた回答者はテレビ、情報誌といったマスメディアを利用しており(図23)、今後の販売促進にはブランド名以上に販売について重点を置く必要があると考えられる。また、マスメディアによる情報発信は一過性であるため、これだけに頼らずインターネット等を活用し、常設的な情報発信源を設けることが重要であろう。

## 文 献

- 1) 秋本恒基ら：豊前海かき養殖業の現状と展開方向、福岡県水産海洋技術センター研究報告第12号、93・104（2002）

## 別表1 アンケート調査票

## 魚食及びカキに係るアンケート

このアンケートは、県下での魚食やカキに関する意識を調査して、県産養殖カキ「豊前海一粒かき」の今後の消費拡大の方策の検討に役立てようとするものです。県の全出先機関の職員のご家族(独身の場合ご本人)にアンケートの協力をお願いしています。設問の回答枝の中で、該当するものを1つ(複数回答可の設問は複数)を○で囲んでください。

## 〔魚介類の購入と消費について〕

Q1. 魚介類を食べることは好きですか？

- 1.好き 2.どちらかといえば好き 3.どちらかといえば嫌い 4.嫌い

Q2. 月何回くらい魚介類を食べますか？およそで結構です。 およそ          回位

Q3. 魚介類のうち、鮮魚(冷凍や加工品ではない生の魚)を買いますか

- 1.よく買う 2.時々買う 3.あまり買わない 4.買わない

Q3-2. よく買う、時々買うとお答えの場合、その理由をお教え下さい。

- 1.おいしい 2.体によい 3.その他( )

Q3-2. よく買う、時々買うとお答えの場合、購入1回当たりの金額はいくら位ですか？

- およそで結構ですのでお教え下さい。 およそ          円

Q3-3. あまり買わない、買わないとお答えの場合、その理由をお教え下さい。

- 1.高い 2.まずい 3.その他( )

Q4. 魚介類を買うときは、どんな店に行きますか(該当するもの全てを選んでください)

- 1.近隣の魚屋 2.近隣のスーパー等 3.郊外の大規模店舗 4.生産地の直売所  
5.その他( )

Q5. 魚介類を買うときは、どんな移動方法を用いますか(該当するもの全てを選んでください)

- 1.徒歩 2.自転車 3.バス 4.電車 5.自家用車  
6.生協等の宅配で注文するので買いに行かない 7.その他( )

Q6. 魚介類を買いに行くとき、移動時間はおよそ最大何分以内ですか

およそ          分以内

Q7. 新鮮な魚介類に興味がありますか？ 1.ある 2.ない

Q7-2. 興味があるとお答えの場合、魚介類の情報を自分で探すことがありますか？

- 1.ある 2.ない

Q7-3. 探すことがあるとお答えの場合、どんな方法で探しますか？(該当するものを全て選んでください)

- 1.近隣の魚屋巡り 2.情報誌 3.テレビ 4.ラジオ 5.知人の口コミ  
6.インターネット 7.その他( )

Q8. 生産地でおいしい魚介類が安く手に入る場合、出向いて買いに行こうと思いませんか？

- 1.はい 2.いいえ

Q8-2. はいとお答えの場合、移動時間はどの程度が限度ですか？

およそ          時間          分

Q8-3. いいえとお答えの場合、理由をお教え下さい。

- 1.時間がかかるから 2.交通費がかかるから  
3.1と2両方の理由 4.その他( )

Q9. 新鮮な魚介類が宅配などで生産地から直接購入できる場合、利用しようと思いませんか？

- 1.はい 2.いいえ

Q9-2. はいとお答えの場合、1回当たりの宅配料金はいくら位が適切とお考えですか？

およそ          円位

[カキについて]

Q10. 普段からカキは食べますか 1. はい 2. いいえ

Q10-2. はいとお答えの場合、カキは好きですか？

1. 好き 2. どちらかといえば好き 3. どちらかといえば嫌い 4. 嫌い

Q11. カキはいつ頃食べますか。該当するものを全てを選んでください。

1. 1 1月 2. 1 2月 3. 1月 4. 2月 5. 3月

Q12. 冬場に何回くらいカキを食べますか？およそで結構です。 およそ 回

Q13. カキの産地で思いつく場所を教えてください（何カ所でも結構です）  
( )

Q14. カキは年明け以降に身入りが良くなる（太る）のをご存じですか？

1. はい 2. いいえ

Q15. おいしいカキであれば、殻付きのカキを自分で剥いて食べようと思いますか？

1. 思う 2. どちらかといえば思う 3. どちらかといえば思わない 4. 思わない

Q16. おいしいカキであれば、宅配などを利用して購入しようと思いますか？

1. 思う 2. どちらかといえば思う 3. どちらかといえば思わない 4. 思わない

[豊前海一粒かきについて]

Q17. 豊前海（北九州市～吉富町の福岡県瀬戸内海側）がカキの産地だと知っていますか？

1. 知っている 2. 知らない

Q18. 「豊前海一粒かき」というブランド名を知っていますか？

1. 知っている 2. 知らない

Q18-2. 知っているとお答えの場合、どのようにして知りましたか？

1. 県職員から聞いた 2. 県広報誌で見た 3. テレビ 4. ラジオ 5. 新聞  
6. インターネット 7. その他

Q19. 豊前海の漁協や漁業者がカキを宅配したり直接販売しているのを知っていますか？

1. 知っている 2. 知らない

Q19-2. 知っているとお答えの場合、どのようにして知りましたか？

1. 県職員から聞いた 2. 県広報誌で見た 3. テレビ 4. ラジオ 5. 新聞  
6. インターネット 7. その他 ( )

Q20. 今までに「豊前海一粒かき」を買ったことがありますか？

1. ある 2. ない

Q20-2. 買ったことがあるとお答えの場合、味はどうでしたか？

1. おいしい 2. どちらかといえばおいしい 3. どちらかといえばまずい 4. まずい

Q20-3. 買ったことがあるとお答えの場合、価格はどうでしたか？

1. 安い 2. どちらかといえば安い 3. どちらかといえば高い 4. 高い

Q21. 最後に、回答していただいた方についてお教え下さい。

- ・ お住まいの地域 \_\_\_\_\_ 市・町・村 \_\_\_\_\_ 区・町
- ・ 県職員との関係 \_\_\_\_\_ 配偶者・子・親・親族・本人・その他
- ・ 性別と年齢 \_\_\_\_\_ 男・女 \_\_\_\_\_ 歳
- ・ ご職業 \_\_\_\_\_ 主婦・会社員・公務員・自営業・パート  
\_\_\_\_\_ アルバイト・学生・その他

ご協力ありがとうございました。