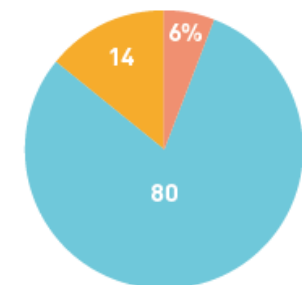


トマトに関する消費者アンケート 値上げ（価格転嫁）86%が容認も 「再生産可能価格」の認知度は5%

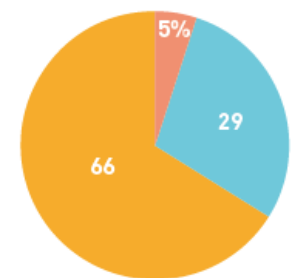


【グラフ1】1、2割高くなっても購入するか



■ 気にせず購入する
■ 少し気になるが、購入する
■ 購入をやめる

【グラフ2】「再生産可能価格」の理解度



■ 知っている
■ 聞いたことはあるが、よく分からない
■ 知らない

日本農業新聞広告部は、農産物直売所の利用者約5500人へトマトに関するアンケートを実施しました。1314人が回答した結果、トマトが1、2割高くなっても購入する人の割合は86%に達し、消費者が値上げに一定の理解を示していることが分かりました＝グラフ1参照。

一方、普段から農産物直売所を利用し、地産地消や食に関心が高いと考えられる層でも、「再生産可能価格」という言葉の意味が分かる人は5%しかおらず、農業理解の醸成に課題も見えました＝グラフ2参照。

アンケートでは、消費者の“理想のトマト像”を探るため、好きなトマトの大きさや購入する際の判断基準、購入頻度なども調査しました。

詳細は、6月7日付本紙広告企画「日本農業新聞冬春取りトマト特集」や、特設サイトで紹介しています。

【調査方法と調査内容】

- ・対象者 フリーペーパー「フレマルシェ」※
公式LINE登録者約5500人
- ・人数 1314人が回答
- ・調査方法 インターネット調査（アンケートツール「クエスタント」のURLを配信）
- ・調査期間 2024年4月3～26日

※「フレマルシェ」は、日本農業新聞がJA直売所向けに年4回発行するフリーペーパー。全国約700カ所の直売所に25万部配布しています

◆日本農業新聞について

国内唯一で最大部数（約28万部※2023年10月初号）の日報農業専門紙「日本農業新聞」を発行。2021年11月に電子版を創刊し、デジタル分野での情報発信も強化しています。

お問い合わせ先：株式会社日本農業新聞広報局広告部
 〒110-8722 東京都台東区秋葉原2-3
 TEL：03(6281)5810 E-mail：koukoku@agrinews.co.jp
 担当：三浦、鹿住

詳細はこちら→

