

花き研究所一般公開訪問者を対象とした花きに関する意向調査

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2019-03-22 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 多田, 充 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24514/00001415

研究資料

花き研究所一般公開訪問者を対象とした花きに関する意向調査

多田 充

Survey of the Visitors to a Public Presentation at the National Institute of Floricultural Science Concerning Their Opinions Towards Flowers

Mitsuru TADA

Summary

During a public presentation at the National Institute of Floricultural Science, we surveyed guests to determine their attitudes towards floriculture. We received 912 valid responses out of 1972 distributed questionnaires (46%). Men accounted for 32% of respondents, versus 66% for women and 2% who did not specify; 62% were elderly (older than 50). The most common occupation of male respondents was “office worker” (35%) and female respondents “housewife” (64%). Key results include the following:

1. For all visitors combined, 90% were interested in gardening. Women and the elderly were generally more strongly interested than men and younger visitors.
2. Persons who were highly interested in gardening had more types of flowers in their garden, purchased flowers more frequently, were highly motivated to buy novel flowers, and preferred to own flowers individually rather than sharing public flowers.
3. In general, visitors were satisfied with the current balance between quality and price. They were unwilling to accept either decreased quality or increased price.
4. The application of gene-modification technology to non-food agricultural products such as flowers was accepted much more than was the case for agricultural products used for food (non-acceptance rates of 39% for food versus 19% for non-food).
5. For all visitors combined, 81% were interested in flower tourism, 84% recognized that gardening improved the health of the elderly, and 92% were interested in the ability of flowers to improve the amenity values of their living environment.

Key Words: アンケート, 消費者, 市場調査, 心理, フラワーツーリズム, 遺伝子組換え, PA

1. 目的

潤いや安らぎといった精神的な豊かさが求められるなかで、花きの個人消費は増加を続けてきた。小売店における切り花や鉢物の消費においても、冠婚葬祭等の業務用の比率が低下し、個人消費の割合が増加している（農林水産省生産局 2004）。

さらに個人の花き利用をめぐっては、購入して自宅で飾るだけでなく、街中や自然の花を楽しむことや、花を見ることが目的の観光旅行（フラワーツーリズム）がクローズアップされている。また、花きも農作物の一部である以上、遺伝子組換えをはじめとするバイオテクノロジーの利用とその社会的受容と無関係ではない。

上述のような状況から、花きに対する一般消費者の要求を把握することが需要拡大のためには重要であると考えられる。

そこで本調査では上述したような視点から、一般個人の花きに対する意向を把握することを目的とした。

2. 方法

調査は一般個人の相当数の回答が見込めること、配布・回収の容易さや迅速性、費用効果等を検討し、2005年の科学技術週間中の4月20日（水）に行われた果樹・花き研究所合同一般公開の来場者を対象に行った。来場受付にて、来場者にパンフレットや案内図等の資料類と共に、A4サイズ1枚、両面印刷のアンケート用紙を配布した。場内2カ所にアンケートコーナーを配置し、記入スペースと回収箱を設置、アンケートを回収した。

アンケートは回答者の属性を調査するもの3問と花きに対する意識、意向に関する調査8問、研究ボランティアの資料送付希望者用の連絡先記入欄1個を配置した。また、質問に対する回答には選択式を用いた（第1資料）。

3. 結果および考察

1) アンケート配布および回収数

アンケートは1972通配布し、回収されたものは966通あった。うち有効な回答があったものは912通であり、有効回答率は46%であった。回答の集計結果は第2資

料として示した。

2) 回答者の属性

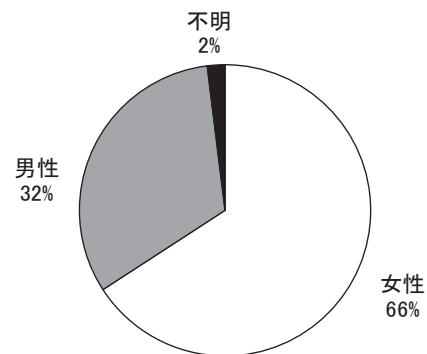
回答者の属性は性別（2種類：男、女）、年齢（6段階：～19歳、20歳代、30歳代、40歳代、50歳代、60歳～）、職業（7種類：主婦、会社員・公務員、学生・生徒、技術者・研究者、農業、退職者、その他：退職者は前職も回答）の3項目を調査した。

性別では女性が602通で66%、男性が293通で32%、性別不明なものが17通で2%であった（第1図）。

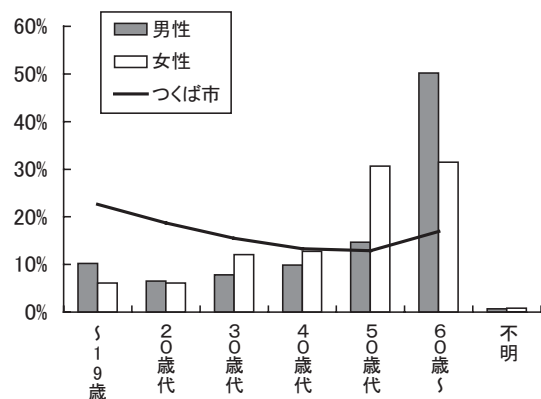
年齢構成は男性では60歳以上が50%を占めていた。女性は50歳代、60歳以上がそれぞれ31%を占め、高齢層が過半数を占めていた。参考までに来場者の多数を占めていると考えられる研究所所在地であるつくば市の年齢別人口割合と同時に示すと第2図のようになっており、かなり高齢層に偏っていることがわかる。

職業構成は女性では主婦が64%を占め、男性では会社員・公務員が35%で最も多くなっていた（第3図）。

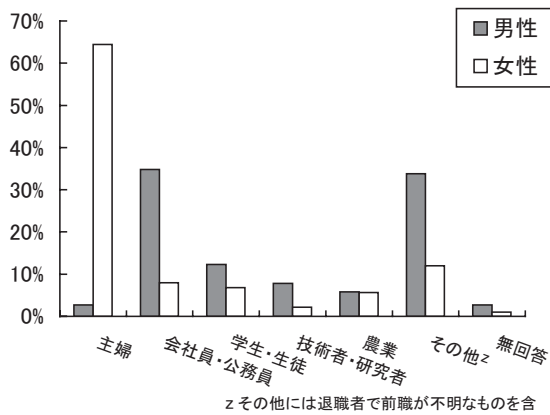
本調査の結果を見る際は、より女性が多く、高齢層が多いという回答者の特徴に注意を払う必要がある。



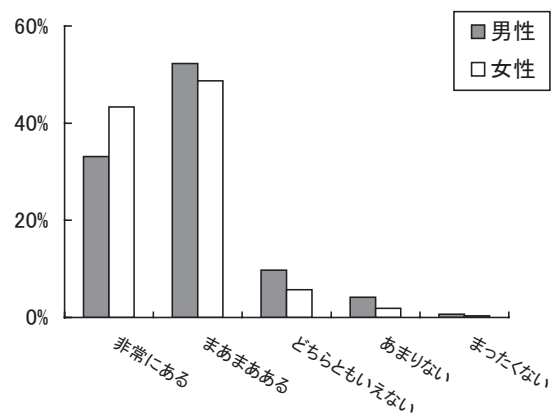
第1図 回答者の性別構成



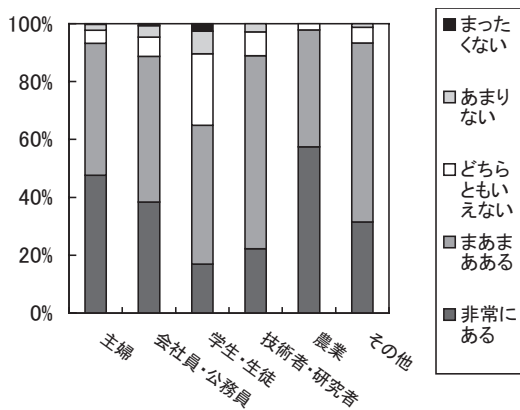
第2図 回答者の年齢構成



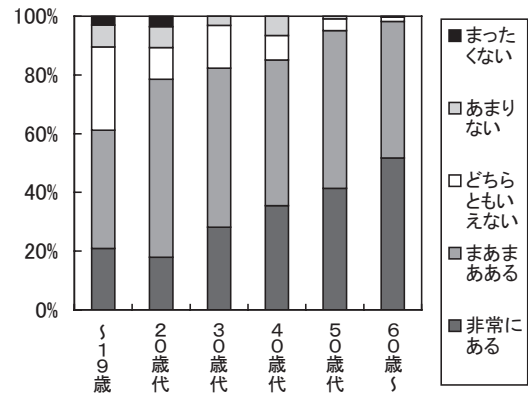
第3図 回答者の職業構成



第4図 園芸に対する関心 (性別)



第5図 園芸に対する関心 (職業別)



第6図 園芸に対する関心 (年齢別)

3) 園芸に対する関心

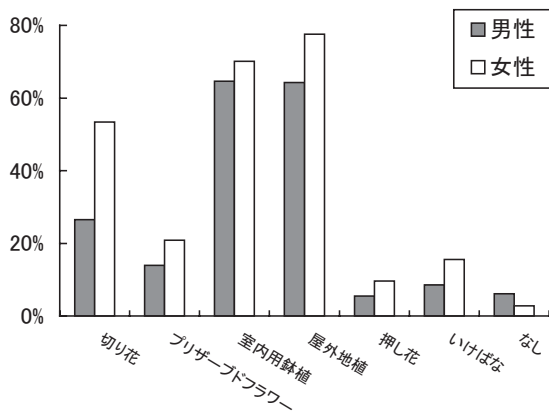
園芸に対する関心を「Q1. あなたは花や園芸に関心がありますか? (5段階: 非常にある, まあまあある, どちらともいえない, あまりない, まったくない)」と尋ねた。園芸への関心は、非常にあるが40%、まあまああるが50%で、何らかの関心を示す回答者が90%と圧倒的に多数を占めた(第4図)。野村総合研究所(2001)の調査によると、園芸、庭いじりを趣味とする日本人は25%とされることから、回答者は一般よりも園芸に対して高い関心を持っていることが推測される。このことは一般公開を行う多くの試験研究機関の中から訪問先として花き研究所を選んだことから伺える。

さらに園芸に対する関心を職業別に見ると、学生・生徒や技術者・研究者で低く、農業や主婦では高くなっている(第5図)。また年齢別では、年齢を重ねるほど高くなっている(第6図)。

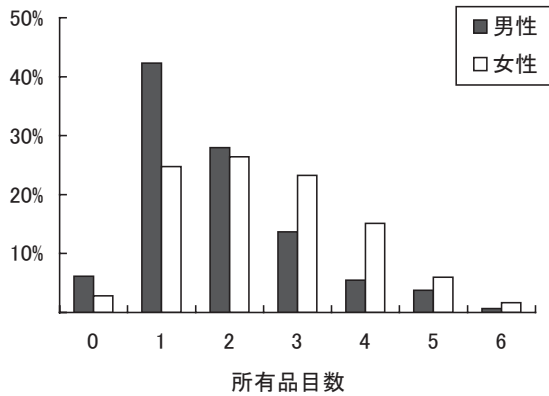
4) 花きの所有率

自宅における花きの所有率を「Q2. あなたのご自宅にはどのような花がありますか?」と尋ねた。選択肢には①切り花(生), ②プリザーブドフラワー(ドライフラワー), ③鉢植えの花(室内用), ④プランターや庭に地植えしている花(屋外用), ⑤押し花, ⑥いけばなの6種類を挙げ、複数回答を得た(第7図)。所有している花は屋外地植え(73%)が最も多く、次いで室内用鉢植え(68%)であった。切り花は44%であった。総務省統計局(2004)の家計調査によると切り花の年間購入世帯割合は40%程度なので、おおむね合致しているように考えられる。また、回答者のうち5%はいずれも所有していなかった。全品目で所有率は女性は男性よりも高くなっていたが、特に切り花ではその差が大きく、女性は男性の約2倍であった。男性がいる家庭では切り花の所有率が実際に低いのか、それとも切り花があっても存在が認識されていないのかは不明である。

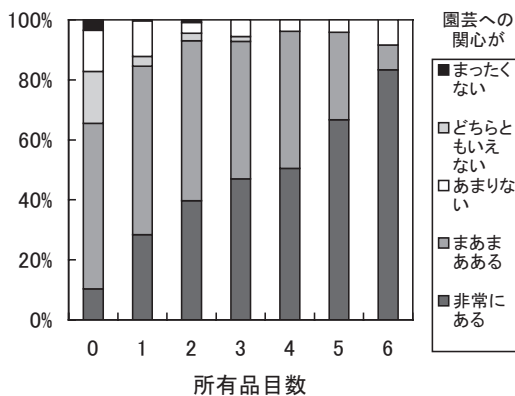
また、自宅で所有する品目数は平均2.3品目で、女性の



第7図 自宅における花きの所有率 (性別)



第8図 自宅における花きの所有品目数 (性別)



第9図 自宅における花きの所有品目数の関係 (園芸に対する関心別)

2.5品目に対して男性は1.8品目と少なかった (第8図)。さらに、所有品目数と園芸に対する関心の強さの関係は、関心が強いほど所有品目数が高くなっていた (第9図)。図には示さなかったが、各品目の所有率も園芸に対する関心が強くなるほど、年齢が高くなるほど高く

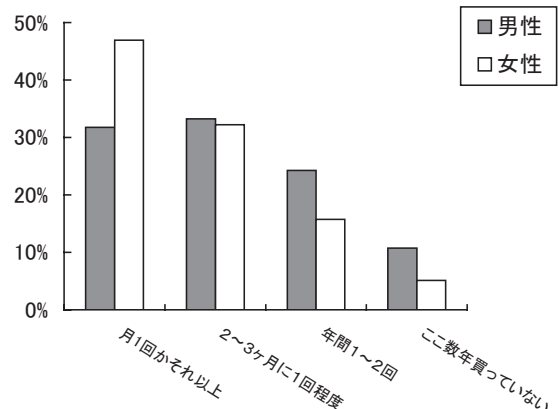
なっていた。

5) 花きの購入頻度

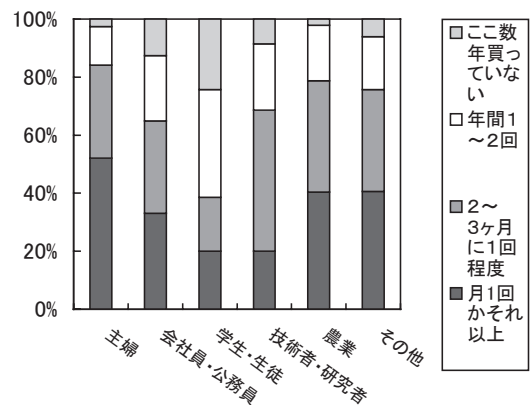
花きの購入頻度を「Q3. あなたは年間どれくらい花 (切り花や苗) を買いますか?」と尋ねた。回答は①月1回かそれ以上、②2~3ヶ月に1回程度、③年間1~2回、④ここ数年買っていないの4段階で得た。全回答者の42%が月1回かそれ以上と回答しており、雑誌プレゼント応募者を対象に調査した花きの消費拡大検討委員会調査 (およそ月1回:約25%) よりもやや高頻度となっている。また女性は男性よりも購入頻度が高い (第10図)。2~3ヶ月に1回程度 (31%) を含めると、定期的に花きを購入している層は73%となっている。

一方で、ここ数年買っていないと回答した者は7%あり、学生・生徒、会社員・公務員、技術者・研究者では他の職業に比べて購入頻度が低くなっている (第11図)。

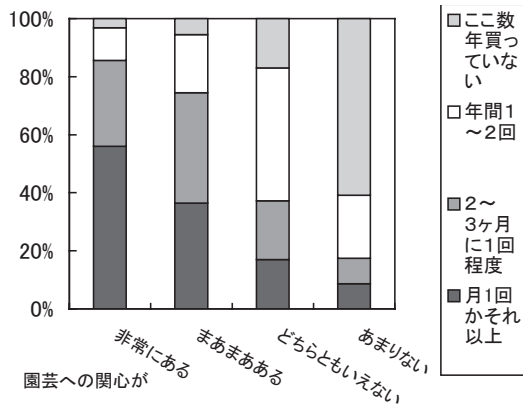
また、園芸に対する関心が強いほど、年齢が高くなるほど花きの購入頻度は高くなっていた (第12図)。



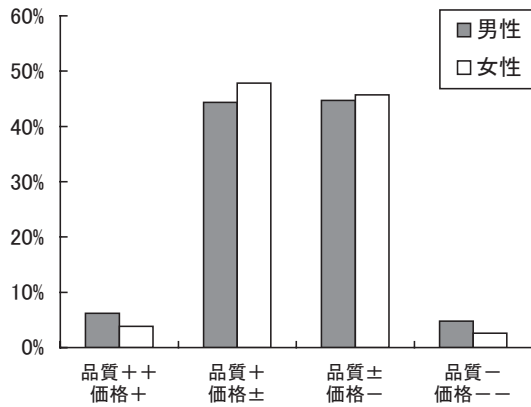
第10図 花きの購入頻度 (性別)



第11図 花きの購入頻度 (職業別)



第12図 花きの購入頻度（園芸に対する関心別）



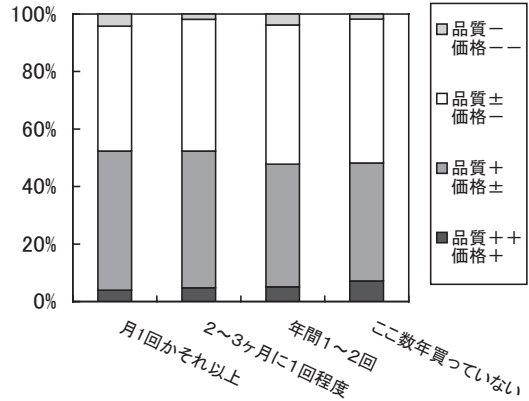
第13図 花きの品質と価格のバランス（性別）

6) 花きの品質と価格のバランス

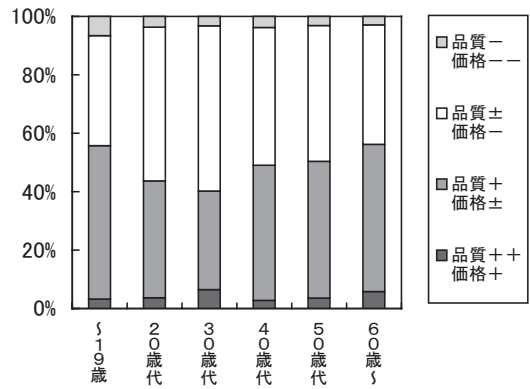
花きの品質と価格のバランスの取り方を「Q4. 花の価格と品質のバランスのとりにかたについて、どの意見に賛成しますか?」と尋ねた。①品質が低下しても価格を大きく下げる（品質－，価格－），②現在の品質でなるべく安くする（品質±，価格－），③現在の価格でなるべく品質を良くする（品質＋，価格±），④価格が上がっても品質を大きく高める（品質＋，価格++）の4選択肢から一つを回答してもらったところ、現在の品質でなるべく安くする（47%）と現在の価格でなるべく品質を良くする（45%）がほぼ同数で多数意見となった（第13図）。

この結果からは消費者は品質低下をもたらすような価格低下や、価格の上昇を伴うような品質の向上を強くは求めていないことが分かる。今西ら（1992）は小売店来訪者の意識調査を行い、消費者は現在花店店頭にある高品質で高価な花にはそれだけの価値があると見なしており、現在の花の値段に対する強い反発はない、と述べており、それと同じような結果といえる。

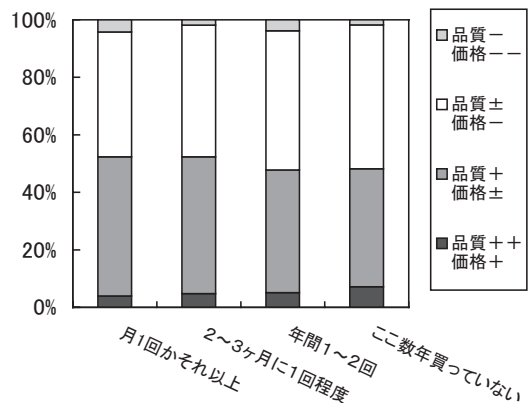
より詳細をみると、購入頻度による差はあまりないが（第14図）、年齢では～19歳を除くと、若年層ほど価格を重視し、高齢層になるほど品質を重視する傾向があり（第15図）、また園芸に対する関心では、関心が高い層ほど品質を重視し、関心が低い層ほど価格を重視する傾向が伺える（第16図）。このように消費者の多様性に



第14図 花きの品質と価格のバランス（購入頻度別）



第15図 花きの品質と価格のバランス（年齢別）



第16図 花きの品質と価格のバランス（園芸に対する関心別）

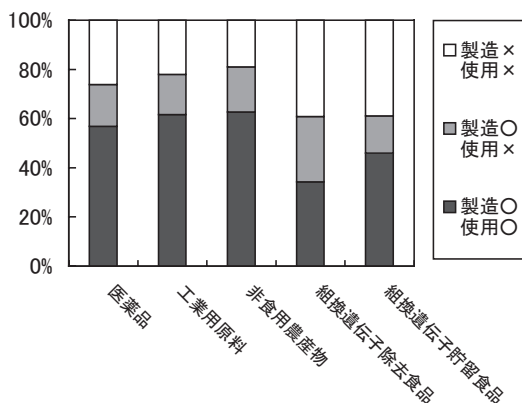
た、多様な品質・価格の花きが受け入れられる可能性があると考えられる。

7) バイテク・遺伝子組換え製品への態度

遺伝子組換え技術の社会的受容に関する調査は多数行われているが、その多くが食品への適用の是非や、組換え技術自体の評価を対象にしており、非食品農産物である花きへの適用について調査した事例は少ない。そこで本調査では、Q5.として①医薬品、②工業用原料、③非食用農産物、④組換え遺伝子除去食品、⑤組換え遺伝子貯留食品の5つの製品分野をとりあげ、受容度を○：自分自身で使用してよい（製造○・使用○）、△：製造してもよいが自分は使用したくない（製造○・使用×）、×：製造するべきではない（製造×・使用×）の3段階で回答してもらった。

この項目については、有効回答率が55%にとどまり、他の質問の有効回答率98%～76%に比べて低くなっている。製品分野に製品名を例示したり、説明をつけ加えた質問を提示したことが、逆に回答者には分かりにくく、混乱した可能性がある。また、質問の複雑さと同時に用語によって誤解を生じた可能性もあるため、結果の判断は慎重に検討する必要がある。

5つの製品分野毎に得られた回答を第17図に示す。医薬品、工業用原料、非食用農産物では、自分自身で使用してもよいとする者が過半数になっているが、食品2分野では50%以下になっている。組換え遺伝子除去食品と貯留食品の差は質問方法による影響の可能性（両分野とも安全基準を満たした製品を対象としているが、組換え遺伝子貯留食品のみに安全基準に関する記述がある）を排除できないため考察できないが、食品に対する受容度が他の分野に比べて低くなっていることは読み取



第17図 バイテク・遺伝子組換え製品への態度

れる。

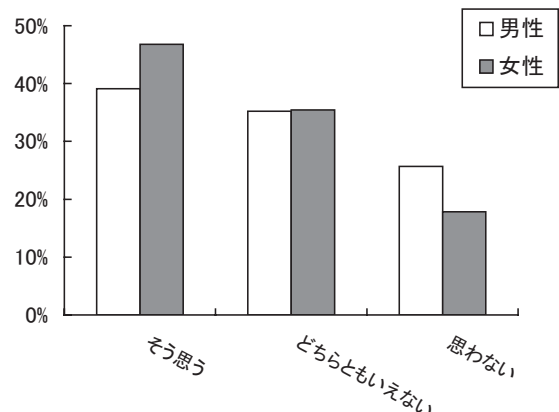
東京都生活文化局（2000）調査によると、価格に関係なく遺伝子組換え食品でないものを買うという人が35%、多少高くとも遺伝子組換え食品でないものを買うという人が30%となっていて、遺伝子組換え食品に対して購買意欲が低い人は65%以上と考えられる。（社）農林水産先端技術産業振興センター（2003）の調査では、遺伝子組換え食品を買わないという人が44%になっている。本調査では遺伝子組換え食品を自分では使用したくないとする人はおおむね60%と推測される。この3調査からは遺伝子組換え食品の購入に消極的な層は4割から7割程度あった。

一方、非食用農産物は食品に比べて受容度が高く、本調査では製造すべきではないという積極的な不受容層は食品の39%に比べて19%と約半数になっている。（社）農林水産先端技術産業振興センター（2005）の調査でも、環境修復などに役立つ遺伝子組換え農作物にやや反対・反対は計20%、砂漠化を防ぐ遺伝子組換え農作物にやや反対・反対は計15%となっていて、遺伝子組換え非食用農作物は食用農作物よりも社会的に受け入れられやすいと考えられる。

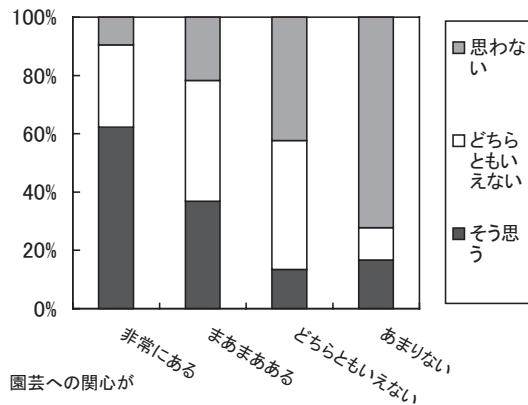
8) 珍しい花に対する購買行動

珍しい花に対する購買行動を「Q6. ア 珍しい花き売っていたら買ってしまう方（3段階：そう思う、どちらともいえない、思わない）」か、尋ねた。そう思う回答者は44%おり、女性の方が高い割合を示した（第18図）。

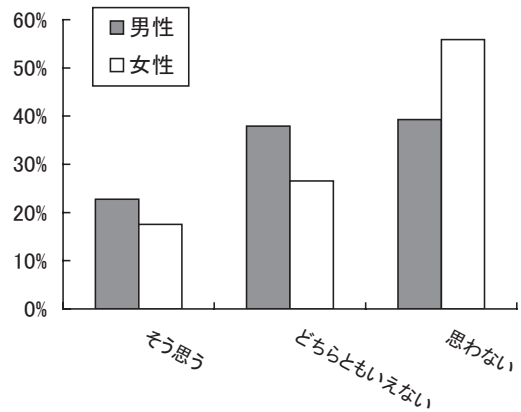
園芸に対する関心の高さや珍しい花に対する購買行動の関係は第19図のようになり、関心の高い層ほど購買行動に結びつきやすくなっていた。また図には示さなかったが、購入頻度別にみると高頻度購入層ほどそう思う割



第18図 珍しい花に対する購買行動・意欲（性別）



第19図 珍しい花に対する購買行動・意欲 (園芸に対する関心別)



第20図 花は自宅に所有しなくても、公園や自然のなかで見られればよいか (性別)

合が高くなっていた。

希少性・新規性の高い珍しい花きは高関心、高頻度購入層に対しては購買活動に結びつきうるが、あまり関心の高くない層に対しては購買意欲を高める効果は望みにくいと考えられる。

9) 花の所有について

花の所有と観賞の関係について「Q6. イ 花は自宅に所有しなくても、公園や自然のなかで見られればよい(3段階:そう思う、どちらともいえない、思わない)」か、尋ねた。回答者の51%がそう思わないと回答し、自宅に所有することに意義を見いだしていた。ただし、性別にみると男性の方がそう思わない割合が低く、女性よりも所有にこだわりがないようである(第20図)。

一方、園芸に対する関心が低くなると、そう思わない割合が高くなる傾向が見られた(第21図)。園芸への関

心があまりない層では花は自宅に所有しなくても、公園や自然のなかで見られればよいとする者が56%と過半数を超えていた。

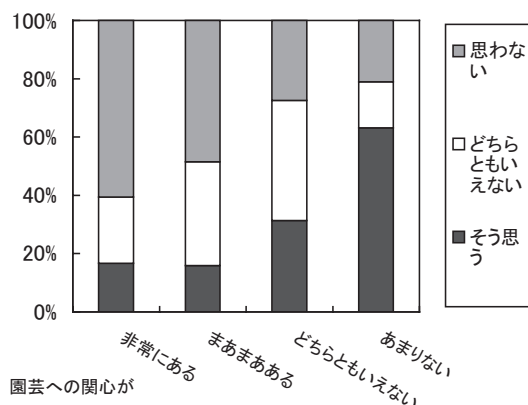
10) 園芸は高齢者の老化防止に役立つか

園芸は高齢者の老化防止に役立つかについて「Q6. ウ 老後の園芸はぼけ(認知症)や老化を防止する(3段階:そう思う、どちらともいえない、思わない)」か、尋ねた。回答者の84%がそう思うと回答し、多くの人が園芸活動が高齢者の健康増進に有効であるという認識を持っていた(第22図)。

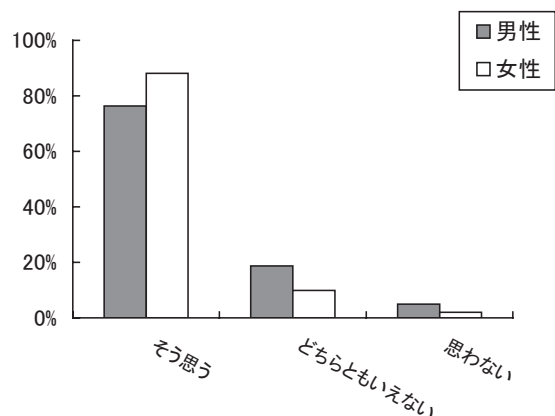
特に園芸に対する関心の高い層では園芸は高齢者の老化防止に役立つと認識されていた(第23図)。

11) 花を見る旅行(フラワーツーリズム)の経験

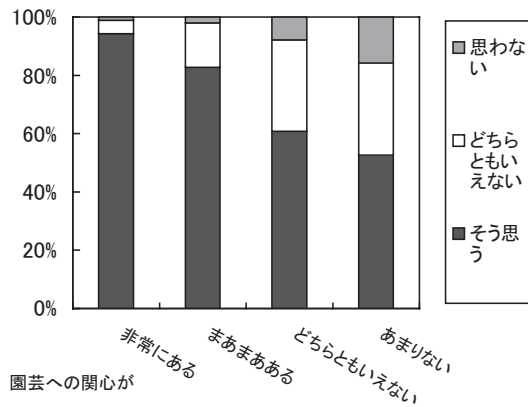
花を觀賞するための旅行や花を用いた観光地の整備は



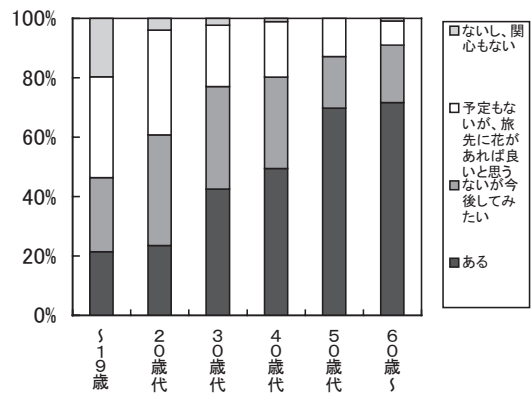
第21図 花は自宅に所有しなくても、公園や自然のなかで見られればよいか (園芸に対する関心別)



第22図 園芸は高齢者の老化防止に役立つか (性別)



第23図 園芸は高齢者の老化防止に役立つか(園芸に対する関心別)

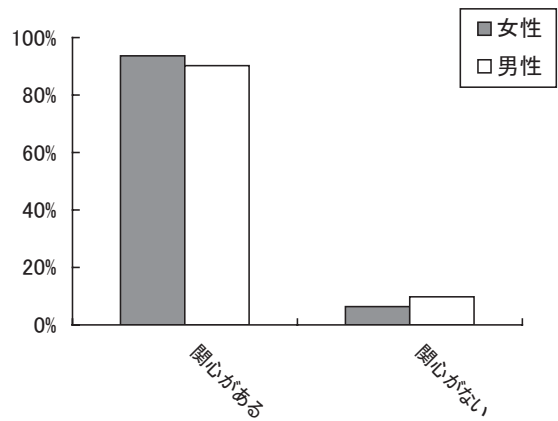


第25図 フラワーツーリズムの経験(年齢別)

古くから行われてきたが、近年、旅行形態の多様化に伴って、花を見る観光すなわちフラワーツーリズムが再注目されている。そこで「Q7. あなたは「花」を見ることを目的に旅行(フラワーツーリズム)をしたことがありますか?」と尋ねた。回答は①ある、②ないが今後してみたい、③ないし、予定もないが、旅先に花があればよいと思う、④ないし、関心もないの4つの選択肢から1つを選んでもらった。

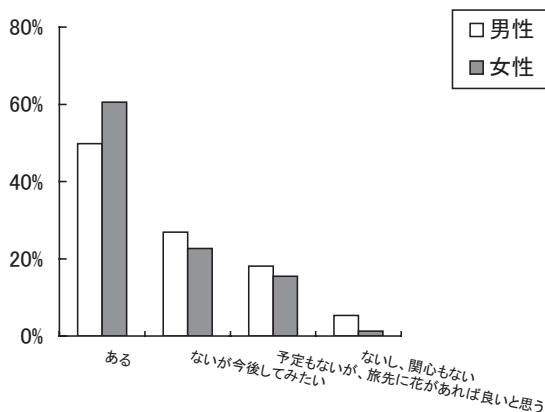
全回答者の57%がフラワーツーリズムの経験があり、今後してみたいという回答も合わせると81%が花を見る旅行に関心を持ち、全く関心のない層はわずか3%であった(第24図)。(社)日本観光協会(2005)によると、行ってみたい新しい旅行のタイプとしてフラワーツーリズムをあげた人が52%おり、今後さらにフラワーツーリズムは一般化するものと期待される。

年齢別にみると、高齢層ほどフラワーツーリズムの経



第26図 花きのアメニティ研究への関心(性別)

験、関心が高くなっており、高齢人口の増加に伴って、今後、観光資源としての花に対する需要がさらに増加することが期待される(第25図)。



第24図 フラワーツーリズムの経験(性別)

12) 花きのアメニティ研究への関心

花き研究所では花の心理的効用、アメニティ効果に関する研究を行っているが、そのような研究に対する関心をQ8.で尋ねた。その結果、92%が関心があると回答しており、一般来場者の関心が高いテーマであることが示された。花き産業界にも花きの機能性として心理的効果や健康増進効果への関心があり、今後、研究が必要な分野であると考えられる(第26図)。

謝 辞

なお本調査を進めるにあたり、アンケートの実行に協力頂いた果樹・花き研究所合同一般公開実行委員会に深く感謝します。

摘 要

2005年度花き研究所一般公開来場者に対して、花きに対する意向をアンケート調査した。アンケートの有効回答数は912通（有効回答率46%）であった。回答者の性別は男性32%、女性66%であった。年齢構成は高齢層が多く、50歳代以上の回答者が62%を占めた。職業構成は女性は主婦（64%）が最も多く、男性では会社員・公務員（35%）であった。

園芸に対して関心を示す者は90%あり、関心の高い回答者が多かった。また、女性、高齢層ほどより高い関心を示した。園芸に対して関心が高いほど、所有する花きの品目数が多く、購入頻度も高く、珍しい花きの購入に意欲的であった。関心の低い層では花は自宅に所有しなくても、公園や自然のなかで見られればよいと思う割合が高かった。

花きの品質と価格のバランスのとりかたは、現在の品質でなるべく安く、現在の価格でなるべく品質を良くすることを望み、大きな品質低下や価格上昇を望んでいなかった。ただし20～30歳代・園芸への関心の低い層ではより価格を重視し、高齢層・高関心層になるほど品質を重視していた。

遺伝子組換え技術に対しては、非食用農産物への適用は社会的受容度が相対的に高く、積極的な不受容層は食品の39%に比べて19%と約半数であった。

フラワーツーリズムには全体の81%が関心を持ち、特に高齢層ほど関心が高いことから、今後、観光資源としての花に対する需要がさらに増加することが期待される。

花きの機能性については、アメニティ効果に関する研究に92%が関心を持っており、また、回答者の84%は園芸活動が高齢者の健康増進に有効であると認識していた。

引用文献

- 今西弘子・米沢富士雄・今西英雄. 1992. 花に対する花店利用者の意識. 園学雑. 60 (4) : 981-987.
- 花きの消費拡大検討委員会. 2002. アンケート調査による花きの消費者ニーズの解析
- (社)日本観光協会. 2005. 観光の実態と志向調査 国民の観光に関する動向調査 第23回 (平成16年度). 日本観光協会. 東京
- 野村総合研究所. 2001. 続・変わりゆく日本人—生活者1万人にみる日本人の価値観・消費行動—. 野村総合研究所広報部. 東京
- (社)農林水産先端技術産業振興センター. 2003. 遺伝子組換え技術・農作物・食品についてのアンケート報告書
- (社)農林水産先端技術産業振興センター. 2005. 遺伝子組換え技術・農作物・食品についての意識調査報告書
- 農林水産省生産局. 2004. 平成15年度花き需要別消費状況調査 調査報告書. (社)日本生花通信配達協会. 東京
- 総務省統計局. 2004. 家計調査年報 (平成16年).
<http://www.stat.go.jp/data/kakei/>
- 東京都生活文化局. 2000年. 平成11年度第4回東京都消費者生活モニター・アンケート調査結果「遺伝子組換え食品」

花についてのアンケートご協力をお願い

花き研究所 機能解析利用研究室

花き研究所では国民の皆様によるこんでもらえるような花の新品種育成や、新しい生産・利用方法などを研究しています。そこで一般公開に登場された皆様の、花に対するご意見をうかがいたいと思います。よろしければ以下のアンケートにご記入ください。アンケートはこの用紙の裏面を含め8項目あります。結果は統計的に処理しますので、回答内容について個人が特定されることはありません。ご不明な点は機能解析利用研究室 多田 亮 029-838-6822(tel & fax)までお問い合わせ下さい。

I あなたの自身についてうかがいます。あてはまるものに○をつけて下さい。(アンケートが複数ありご面倒ですが、それぞれにご記入下さい)

■あなたの性別は?
・女性 ・男性

■あなたの年齢は?
・~19歳 ・20歳代 ・30歳代 ・40歳代 ・50歳代 ・60歳~

■あなたのご職業は? 退職者の場合は前職にも○をつけてください。
・主婦 ・会社員 or 公務員 ・学生 or 生徒 ・技術者 or 研究者 ・農業 ・退職者 ・その他

II あなたの花や園芸に対するご意見をうかがいます。特に指示がない場合、あてはまるものひとつに○をつけてください。

Q1. あなたは花や園芸に関心がありますか?
・非常にある ・まあまあある ・どちらともいえない ・あまりない ・まったくない

Q2. あなたのご自宅にはどのような花がありますか?あるものすべてに○をつけてください。
・切り花(生) ・プリザーブドフラワー(ドライフラワー) ・鉢植えの花(室内用)
・プランターや庭に地植えしている花(屋外用) ・押し花 ・いけばな

Q3. あなたは年間どれくらい花(切り花や苗)を買いますか?
・月1回かそれ以上 ・2~3ヶ月に1回程度 ・年間1~2回 ・ここ数年買っていません

Q4. 花の価格と品質のバランスのとりかたについて、どの意見に賛成しますか?
・品質が低下しても価格を大きく下げる
・現在の品質でなるべく安くする
・現在の価格でなるべく品質を良くする
・価格が上がっても品質を大きく高める

裏面へつづく
裏面もご記入をお願いします

裏面からつづく

Q5. あなたは新しいバイオテクノロジー、特に遺伝子組換え技術を利用した製品をどのように思いますか?
□欄に、あなたが自身で使用してもよいと思えば○、製造してもよいが自分は使用したくない(他人は使ってもよい)と思えば△、製造するべきではないと思えば×を記入して下さい。

→ 注) 質問の意味がよくわからなければ、この質問をとばしてQ6へすすんで下さい。

- 各欄に○・△・×をつける
□ 医薬品など遺伝子組換えを利用しない生産できないもので、なおかつそれがないと健康に影響する物(生命にかかわらない生活改善薬を含む)
□ 燃料、プラスチック等の工業用原料
□ 花や木材など非食用の農産物
□ 食用油など組換え遺伝子などが分解・除去されている食品
□ 味噌や豆腐など現行の安全基準を満たした食品

Q6. あなたの意見にあてはまるもの、それぞれひとつに○をつけてください。

- A. 珍しい花が売っていたら買ってしまう方だ ・そう思う ・どちらともいえない ・思わない
I. 花は自宅に所有しなくても、 ・そう思う ・どちらともいえない ・思わない
公園や自然のなかで見られればよい
K. 老後の園芸はげげ(認知症)や老化を防止する ・そう思う ・どちらともいえない ・思わない

Q7. あなたは「花を見ること」を目的に旅行(フラワーツーリズム)をしたことがありますか?

- ・ある ・ないが今後してみたい
・ないし、予定もないが、旅先に花があれば良いと思う ・ないし、関心もない

Q8. 花き研究所では花のアメニティや心理的効果についての研究を行っています。このような研究についてどう思いますか?
・関心がある ・関心がない

アンケートの結果は来年の一般公開で展示します。ぜひまたご来所下さい。

機能解析利用研究室では花のアメニティや心理的効果についての研究協力ボランティアを募集しています。もし関心があれば連絡先をご記入下さい。資料をお送り致します。連絡先は資料の送付のみに使用し、他の用途に使用したり外部に漏らしたりしません(この囲み部分は上のアンケートと分けて処理されます)。お名前

ご連絡先(電子メールアドレス・住所・電話番号など、ご希望の連絡先をお知らせ下さい)

ご協力ありがとうございました
2006.04.20 一般公開アンケート 花き・園藝

アンケート配布・回収数

	数量	%
配布数	1972	100%
回収数	966	49%
有効回答数	912	46%

回答者の性別年齢構成

	性別	年齢							合計
		～19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳～	不明	
	男性	30	19	23	29	43	147	2	293
	女性	37	37	73	77	184	189	5	602
	不明				1	3	2	11	17
	全回答	67	56	96	107	230	338	18	912
%	男性	10%	6%	8%	10%	15%	50%	1%	
	女性	6%	6%	12%	13%	31%	31%	1%	
	不明				6%	18%	12%	65%	
	全回答	7%	6%	11%	12%	25%	37%	2%	

回答者の性別職業構成

	性別	職業							合計
		主婦	会社員・公務員	学生・生徒	技術者・研究者	農業	その他 ^z	無回答	
	男性	8	102	36	23	17	99	8	293
	女性	388	48	41	13	34	72	6	602
	不明	5	1				1	10	17
	全回答	401	151	77	36	51	172	24	912
%	男性	3%	35%	12%	8%	6%	34%	3%	
	女性	64%	8%	7%	2%	6%	12%	1%	
	不明	1%	0%				0%	1%	
	全回答	44%	17%	8%	4%	6%	19%	3%	

z: その他には退職者で前職が不明なものを含む

Q1. あなたは花 あなたは花や園芸に関心がありますか？

	非常にある	まあまあある	どちらともいえない	あまりない	まったくない	無回答	総計
男性	95	150	28	12	2	6	293
女性	257	289	34	11	2	9	602
不明	5	5				7	17
全回答	357	444	62	23	4	22	912

Q2. あなたのご自宅にはどのような花がありますか？(複数回答)

	切り花	プリザーブドフラワー	室内用鉢植	屋外地植	押し花	いけばな	なし	総計
男性	78	41	190	189	16	25	18	293
女性	322	126	423	468	58	94	17	602
不明	3	2	9	9	1	4	8	17
全回答	403	169	622	666	75	123	43	912

Q3. あなたは年間どれくらい花(切り花や苗)を買いますか？

	月1回それ以上	2～3ヶ月に1回程度	年間1～2回	ここ数年買ってない	無回答	総計
男性	89	93	68	30	13	293
女性	274	188	92	30	18	602
不明	5	3	2		7	17
全回答	368	284	162	60	38	912

Q4. 花の価格と品質のバランスのとりにかたについて、どの意見に賛成しますか？

	価格が上がっても品質を大きく高める	現在の価格でなるべく品質を良くする	現在の品質でなるべく安くする	品質が低下しても価格を大きく下げる	無効回答	総計
男性	17	121	122	13	20	293
女性	22	274	262	15	29	602
不明		3	4	1	9	17
全回答	39	398	388	29	58	912

Q5. データの個数：花の価格と品質のバランスのとりにかたについて、どの意見に賛成しますか？

		自分自身が使 用してもよい	製造してもよ いが自分は使 用したくない	製造するべき ではない	無効回答	総計
男性	医薬品	135	29	35	94	293
	工業用原料	147	18	33	95	293
	非食用農産物	139	28	33	93	293
	組換え遺伝子除 去食品	72	51	70	100	293
	組換え遺伝子貯 留食品	82	37	75	99	293
女性	医薬品	152	58	100	292	602
	工業用原料	156	60	74	312	602
	非食用農産物	175	62	60	305	602
	組換え遺伝子除 去食品	94	79	120	309	602
	組換え遺伝子貯 留食品	149	40	123	290	602
全回答	医薬品	295	88	136	393	912
	工業用原料	307	81	110	414	912
	非食用農産物	318	93	96	405	912
	組換え遺伝子除 去食品	170	132	194	416	912
	組換え遺伝子貯 留食品	237	78	201	396	912

Q6. あなたの意見に当てはまるもの、それぞれひとつに○をつけてください。

ア. 珍しい花が売っていたら買ってしまう方だ

	そう思う	どちらともい えない	思わない	無効回答	総計
女性	210	159	80	153	602
男性	90	81	59	63	293
不明	6	5	2	4	17
全回答	306	245	141	220	912

イ. 花は自宅に所有しなくても、公園や自然のなかで見られればよい

	そう思う	どちらともい えない	思わない	無効回答	総計
女性	76	115	242	169	602
男性	51	85	88	69	293
不明	1	2	9	5	17
全回答	128	202	339	243	912

ウ. 老後の園芸はぼけ(認知症)や老化を防止する

	そう思う	どちらともい えない	思わない	無効回答	総計
女性	400	45	9	148	602
男性	171	42	11	69	293
不明	10	2	1	4	17
全回答	581	89	21	221	912

Q7. あなたは「花を見ること」を目的に旅行(フラワーツーリズム)をしたことがありますか？

	ある	ないが今後し てみたい	予定もない が、旅先に花 があれば良い と思う	ないし、関心 もない	無効回答	総計
女性	278	104	71	6	143	602
男性	113	61	41	12	66	293
不明	8	3	2	2	4	17
全回答	399	168	114	18	213	912

Q8. 花き研究所では花のアメニティや心理的効果についての研究を行っています。このような研究についてどう思いますか？

	関心がある	関心がない	無効回答	総計
女性	423	29	150	602
男性	204	22	67	293
不明	12	1	4	17
全回答	639	52	221	912