

放置竹林と竹商品に関する意識調査

— 放置竹林の有効活用に向けて —

氏名 片多 智之

指導教員 日下 勇歩

竹林の管理が行き届かず、近年、放置竹林の問題が深刻になっている。北九州市も放置竹林の拡大が進む地域である。こうした状況を踏まえて、本研究では、放置竹林や竹商品に関するアンケート調査を行っている。具体的には、①放置竹林に関する認知度、および、②竹商品に対する認知状況、③商品を購入する際に重視する点（日頃の買い物で重視する点、あるいは、環境に配慮した商品を購入する際に重視する点）について、調査を行っている。

放置竹林に関する認知度の調査では、年齢、年収、教育水準などの違いによって、放置竹林に関する認知度に違いがあるかどうかを調査した。

竹商品に関する認知状況に関する調査では、「竹商品を知ったきっかけ」などについて調査した。きっかけとして、「店頭で見かけた」、「家族、友人、知人とのやりとり」などの回答が多かった。

さらに、本研究では、「放置竹林」という言葉を知っている人と知らない人との間で、買い物について重視している点が異なるかどうかについて分析を行った。先行研究である神原（2022）や侯（2013）の調査内容を参考として、「商品を選ぶ際は、機能や品質を重視する」かどうか、「商品を選ぶ際は、デザインや使い勝手などを重視する」かどうか、などの観点についてアンケート調査を行っている。分析の結果、「放置竹林」という言葉を知っていると回答した人は、そうではない人に比べて、日頃の買い物において、「商品の背景情報により関心がある」ことがわかった。

上記のような実態調査と分析の結果を踏まえて、本研究では、竹商品に関するプロモーション方法と購買プロセスについて考察している。

参考文献

- 神原 理（2022）「社会的消費と消費性向に関する分析」『専修商学論集』, 115, 103-114.
侯 利娟（2013）「日本における環境配慮型製品の購買行動に影響する要因について」『流通』, 2013(32), 17-25.