

なばな「はるの輝」の消費者アンケート分析結果について

菅原豊司, 斉藤 恭

緒 言

なばな「はるの輝」は、県内の冬春期を代表する野菜で、平成6年以降年々生産が拡大しており、主な出荷先は県内市場となっていることから、産地と消費地が顔の見える関係を作りやすい点で特徴的な品目と言える。

このように地場消費農産物の代表事例ともいえる「はるの輝」を題材に消費実態調査を実施し、さらにその調査結果に基づいた仮想製品を作成して消費者に好まれる出荷形態の提案を試みた。

材料及び方法

1 平成10年5月、県内3箇所の主要消費地の量販店において、来店者を対象になばなの消費実態アンケート調査を行った。

(1) 調査場所

一関市(平成10年5月3日)、水沢市(同5月5日)、盛岡市(同5月5日)内の各1店舗。回答数は、男性4人、女性79人の計83人。

(2) 調査項目

回答者の基本属性(性別・年代・来店頻度)及び消費実態(なばなの認知度、「はるの輝」の認知度、購入頻度、購入理由、調理方法、購入の目安、購入時の価格(高すぎると思う価格、安すぎると思う価格)、作ってみたい料理)

2 平成11年には上記消費実態アンケート調査の購入の目安のなかから、改善を検討すべき製品要素(栄養成分、茎長、入り本数、量目)を抽出し、その要素の重要度の探索と要素間の優先度を比較するため、コンジョイント法を用いて9種類の仮想製品(図1)を作成し、前年と同じ地域の量販店の来店者を対象に購買動機と合わせアンケート調査を実施した。

No.1	No.2	No.3
繊維分 葉柄長め 束6本入 150g	ビタミンC 葉柄半分 束6本入 200g	カルシウム 葉柄短め 束6本入 250g
No.4	No.5	No.6
繊維分 葉柄半分 束10本入 250g	ビタミンC 葉柄半分 束10本入 150g	カルシウム 葉柄短め 束10本入 200g
No.7	No.8	No.9
繊維分 葉柄短め 束14本入 200g	ビタミンC 葉柄長め 束14本入 250g	カルシウム 葉柄半分 束14本入 150g

注. 一段目は栄養成分, 二段目は葉柄長の全葉長に占める長さの程度を示す。
三段目は入り本数, 四段目は袋当り量目

図1 「はるの輝」プロファイル

なお、製品要素を決定するに当たっては、産地として当然対処すべき特性(鮮度, 調製の丁寧さ等), 生産の前提条件として変更不可能な要素(色, 香り等)を除いた。

(1) 調査場所

一関市2店舗(平成11年2月25日), 水沢市1店舗(同3月18日), 盛岡市1店舗(同4月3日)。
回答数は男性19人, 女性192人, 不明34人の計245人。

(2) 調査項目

回答者の基本属性(性別・年代・購入頻度), 購買動機(購入時の比較品目, 購入理由, 調理法, 捨てる部位の有無, 表示項目, 購入価格) 仮想製品の評価

結 果

1 平成10年消費実態アンケート調査結果

(1) 回答者の基本的属性

- ・回答者のほぼ6割が40～50歳代の主婦であった。
- ・週に2回以上来店する割合は6割を上回っていた。

(2) 消費実態

- ・回答者の55%が「はるの輝」を知っていた。
- ・回答者の5人に1人は日常的に「はるの輝」を購入していた。
- ・「はるの輝」は購入頻度が多くなるほど、価格的な安さだけでなく、おいしさや、好みから選ばれる傾向がある。
- ・購入の目安では、鮮度、栄養成分、ボリューム感を重視している(図2)。
- ・購買反応曲線分析による消費者の最適受容価格は一束146円と推定された。

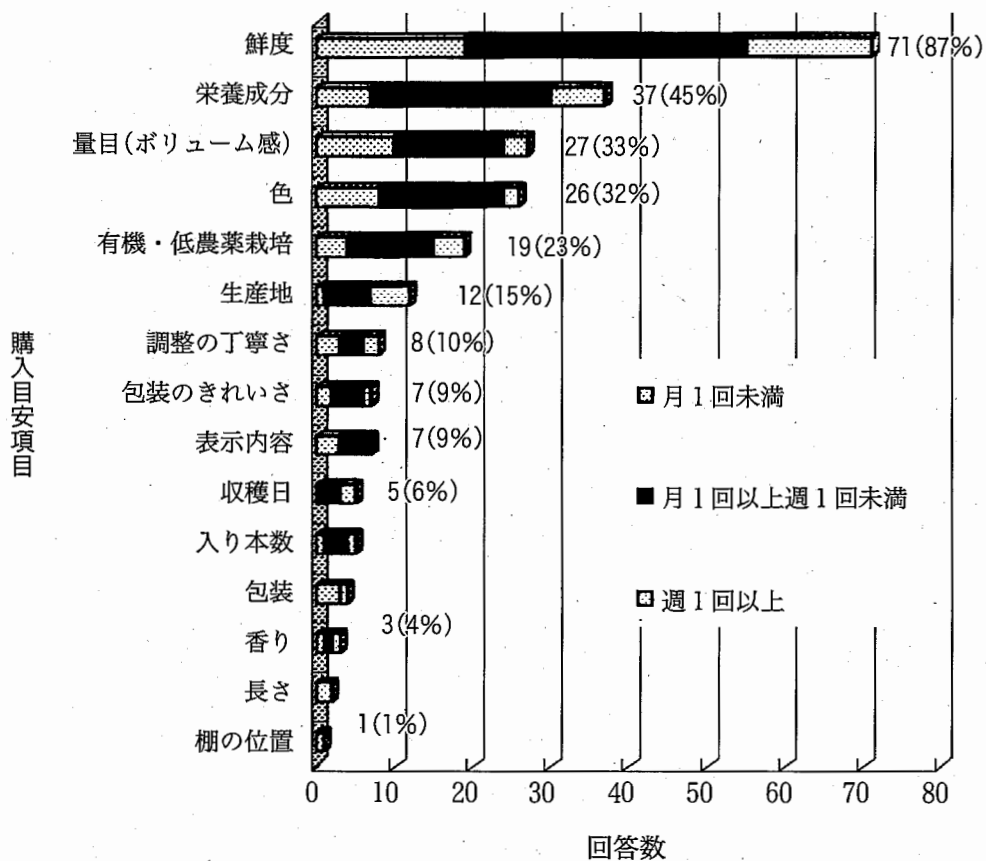


図2 購入頻度別購入目安

2 平成11年アンケート調査

(1) 回答者の基本的特性

- ・回答者の約8割が女性で、年齢層も前回よりやや高い。
- ・食料品の購入頻度は、週に2回以上が86%と多くなった。

(2) 消費実態

- ・「はるの輝」を知っていた割合は65%と、6割を上回った。
- ・購入時期は、2月、3月の頻度が高い。

(3) 購買動機

- ・購入理由でもっとも多いのは「栄養がある」であった。
- ・「はるの輝」の購入者は、ほうれんそうやコマツナなどの葉菜類を比較品目としている。(図3)

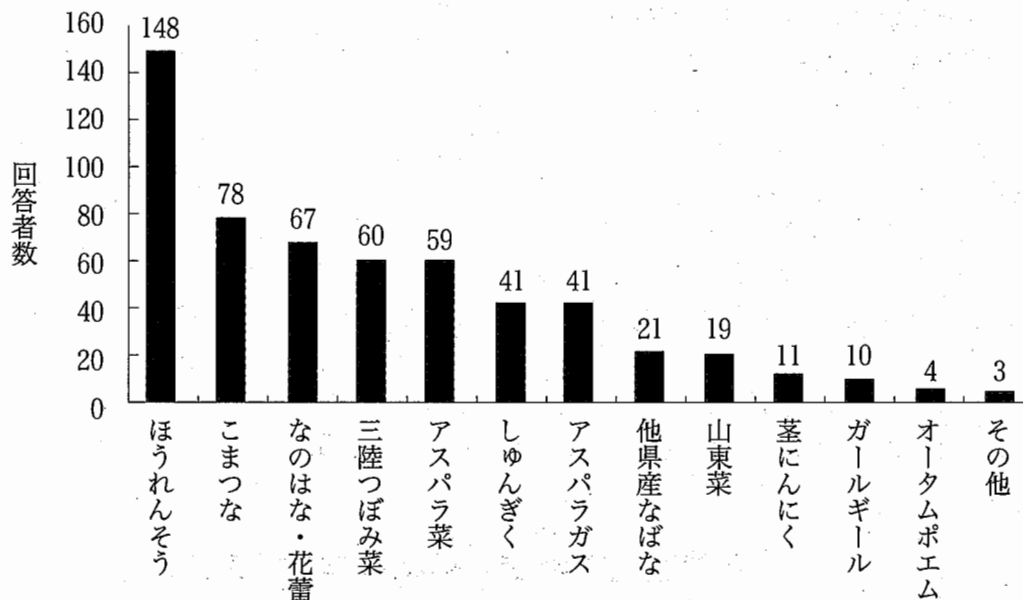


図3 「はるの輝」購入時の比較品目

(4) 仮想製品の評価 (表1)

- ・もっとも寄与率が高い属性は「入り本数」で、効用値では細い(入り本数が多い)ものほど高い。
- ・次に寄与率が高いのは「栄養成分」で、その効用値では「カルシウム」が最も高かった。
- ・このことから、「はるの輝」を購入する際は、まず茎の細いもの、次いで栄養成分の表示がカルシウムであるものを選び、またその中でさらにボリューム感のあるもの、茎の長さが短く葉身が多く見えるもの、といった順で購入する束を決めていることが推察される。

表1 属性・水準の効用値

N=182

属性	水準	寄与率	効用値
栄養成分	繊維分	18.25	-0.24
	ビタミンC		-0.05
	カルシウム		0.29
茎長	茎の長さ短め	7.98	0.11
	茎の長さ半分		0.01
	茎の長さ長め		-0.12
入り本数	束6本入り(太)	65.35	-1.02
	束10本入り		0.14
	束14本入り(細)		0.88
量目	150g/束	8.42	-0.09
	200g/束		-0.07
	250g/束		0.16

考 察

今回の調査では、最初に「はるの輝」の消費実態を調査し、その調査結果をもとに産地で対応可能な製品要素を抽出して、消費者に好まれる商品の姿を分析した。

その結果、製品要素のうち「入り本数」の寄与率が最も高くなったが、回答者の購入頻度が高い2～3月は、消費者が好む形態とは異なる太い茎が出荷される時期であるため、入り本数は少なくなっており、供給側の目指す荷姿と需要側の求める荷姿にずれ違いが生じていることが明らかになった。

今後、「はるの輝」の消費を拡大するうえでは、週2回以上の購入頻度の回答者からは、「好みである」、「栄養があり、健康によさそう」という素材の良さを評価する割合が高くなっていることから、当面はできる限り消費者が好む細い茎が入った形態で出荷し、利用者のすそ野を拡大したうえで、本来の特徴である太い茎のおいしさも理解させていくことが必要であると考えられる。

摘 要

- ・「はるの輝」に求められる製品要素は「入り本数」の寄与率が最も高く、茎が細い入り本数の多いものが好まれる。
- ・購入頻度は2～3月が高い。
- ・購入頻度の多い回答者ほど、素材の良さを評価する割合が高くなっていることから、今後さらに定着すると見られる。
- ・できる限り消費者が好む細い茎が入った形態で出荷し、利用者のすそ野を拡大していくことが必要である。

引用文献

下山禎, (1997), 野菜類の消費ニーズの解明. 平成9年度東北農業試験研究成績・計画概要集—農業経営・農村計画—, P.7-8