

消費者ニーズを調べる方法とその適用の仕方をご紹介します

《背景・ねらい》

日本では夏から秋には気温が高いため、イチゴの生産はほとんどありません。

しかし、ショートケーキなどの業務用イチゴの需要は年間を通してあります。東北農業研究センターでは、夏場の冷涼な気象を活用し、夏秋期にイチゴを生産する技術の開発に本格的に取り組もうとしていますが、それには夏場のイチゴ生産の収益性を予め調べておく必要があります。そこで、消費者はイチゴの何を重視し、また国産イチゴに対する需要はどれくらいあるのかなど、選択型コンジョイント分析という手法を用いて消費者ニーズを調べてみることにしました。



写真1：イチゴのショートケーキ

《選択型コンジョイント分析》

選択型コンジョイント分析は、図1のようなカードに表した「仮想的商品（プロファイル）」を用います。回答者にどちらか好きな方を選んでもらい、それを分析し、どれが売れるのか、市場性を把握しようというものです。このようにプロファイルに工夫を施してあり、従来のコンジョイント分析に比べて回答がし易くなっています。さらに、色、甘さ、大きさ、産地という属性のニーズの大きさや、価格の動きに応じてどれだけ需要があるかという計測もできます。



図1 調査用カード（プロファイル）

1個別価格（20円，50円，80円），色（熟，未熟），甘さ（甘い，普通），大きさ（大，小），産地（国産，外国産）をそれらのうち2つずつ組み合わせ、図1のような調査用カードを28種類作成しました。回答者にはカード毎にどちらか好ましい方を選択してもらいました。

分析の結果、消費者は「色」「産地」「大きさ」「甘さ」の順に重視していることが分かりました（図2の価格を基準に

総合研究部 総合研究第5チーム

下山 禎

SHIMOYAMA, Tadashi



した各評価要因の重要度に注目）。なお、対象がケーキ用イチゴなので、「甘さ」はあまり重視していないようです。

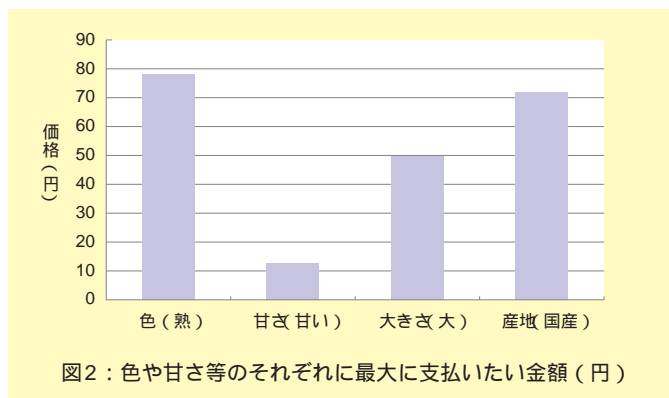


図2：色や甘さ等のそれぞれに最大に支払いたい金額（円）

さらに、1000世帯における、産地の違い（国産・外国産）のみによる予測購買世帯数を求めると、価格が50円の時に、国内産イチゴは外国産イチゴよりも3倍以上の購買世帯数と予測され、格段に多い結果が得られました（図3）。

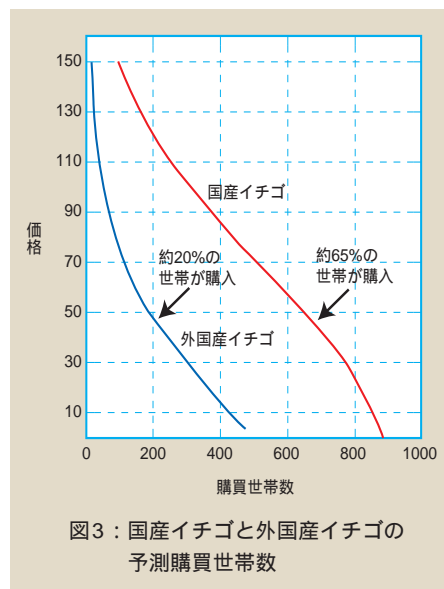


図3：国産イチゴと外国産イチゴの予測購買世帯数

《利活用について》

この分析は、消費者ニーズの把握のほかに、市民農園や体験農園等のサービスの評価、農地開発や土地改良に伴う環境アセスメント評価に適用することも可能です。プロファイル設計に習熟すれば、比較的容易に適用できる手法なので、今後、研修会等で普及を図るとともに、ホームページで公開できるように改善します。