

消費者が感じるネギの魅力的品質

清野 誠喜

(秋田県農業試験場)

Attractive Quality of Welsh Onion for Consumer

Seiki KIYONO

(Akita Agricultural Experiment Station)

1 はじめに

市場の成熟化によりマーケティング競争が激化する状況下では、消費者が魅力を感じることで商品開発・販売が不可欠である。

本稿は、消費者がネギに対して魅力を感じる品質とは何かを明らかにするとともに、その重要度・効用値の計量化を行うことを目的とする。

2 試験方法

- (1) 首都圏及び秋田県在住者を対象とした、グループインタビュー調査 (2001 年)
- (2) 秋田農試経営計画部消費者モニターを対象とした、郵送法によるアンケート調査 (2001 年)

3 試験結果及び考察

(1) 「魅力的品質」

「品質」には「客観的側面」と「主観的側面」という2つの側面がある。こうした2つの品質概念を体系的に説明するモデル (狩野 1992) として、「物理的な充足状況」と「顧客による主観的な満足状況」を使用したものがある (図1)。

このうち、「魅力的品質」とは、「不充足なら仕方ない、別に不満も感じない、だけど充足されると魅力的で気に入るもの」であり、農産物の差別化要素ともつながるものである。

(2) ネギにおける「魅力的品質」

消費者のネギに対する「魅力的品質」を明らかにするため、グループインタビュー等の結果から品質項目を選定し、アンケート調査による定量調査を行った (表1)。

「魅力的品質」としては「鮮度表示」に対する回答率が最も高く、以下「栽培方法表示」「栄養成分表示」とつづく。「一元的評価」として高い評価をうける「白身のツヤ」「葉の色」「白身の割合」は、同時に「当たり前評価」としても高い回答率となっている。なお、地域別

では、首都圏では「あまみ成分」が、東北では「栄養成分表示」が「魅力的評価」として高い評価を受けていることが特徴として指摘できる (データ省略)。

(3) 消費者のネギに対する重要度・効用値の計測

上記の結果を踏まえ、消費者の用途別ネギに対する効用を把握するため、「販売本数 (量目)」「白身の長さ」「太さ」「栽培方法」「表示」を対象としたコンジョイント分析を行った。

やく味用、なべ料理用のネギともに、消費者は「販売本数」に関する重要度が最も高く、以下「表示」「栽培方法」の順となっている。魅力的品質として評価された「表示」の重要度は、やく味用ネギで高く、表示の効用値は「鮮度表示」が高い。その他、やく味用となべ料理用のネギでは、「販売本数」や「白身の長さ」に対する消費者の効用が異なっていることが明らかになった (表2)。

また、「表示」に対する消費者の重要度が高い、やく味用ネギについての回答者の居住地域別分析を行ったところ、①「表示」に対する重要度は東北で高いこと、②販売本数に対する効用値は、首都圏では「1~2本」がプラス値であるが、東北では「2~3本」がプラス値であること、が明らかになった (表3)。

4 まとめ

「鮮度表示」「栽培方法の表示」が、消費者が感じるネギの魅力的品質として評価された。

コンジョイント分析の結果では、消費者はネギの「販売本数」に対する重要度が最も高いものの、「表示」がそれにつづいた。とくに、消費者のやく味用ネギに対する「鮮度表示」の効用値が高い、という結果が得られた。

このことより、夏ネギ (やく味用ネギ) での「鮮度表示」が、差別化戦略のひとつの切り口となることが明らかになった。

引用文献

- 1) 魅力工学フォーラム. 1992. 魅力工学. 海文堂. 47-60.

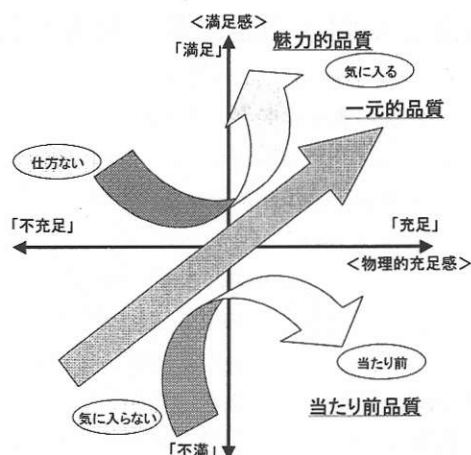


図1 商品の「当たり前品質」と「魅力的品質」(モデル)
注. 魅力工学フォーラム.1992.魅力工学.海文堂.54.

表1 ネギの品質評価

	一元的 評価	魅力的 評価	当たり前 評価	無関心 評価	逆評価	懐疑的 回答
キズ・傷み	32.1 ④	14.7	23.2 ②	26.8	0.0	1.1
葉の色	42.6 ②	16.3	23.7 ①	13.7	1.6	0.5
大きさのバラツキ	5.8	23.7	1.1	63.2	3.7	1.1
曲がり	4.7	23.2	3.7	63.2	3.2	0.5
最適な太さ	5.8	36.8	3.7	51.6	0.5	0.5
あまみ成分	1.6	47.4 ④	1.1	46.3	0.5	0.0
からみ成分	1.1	44.7 ⑤	0	51.1	1.1	0.0
土つきネギ	3.7	31.1	2.6	54.2	4.7	0.0
ボケ	10.5	13.2	7.4 ⑤	61.6	2.1	2.1
鮮度表示	13.2	55.3 ①	2.6	26.3	0.0	0.5
栄養成分表示	2.1	50.5 ③	0.5	44.2	0.5	0.0
白身のツヤ	47.4 ①	18.9	18.4 ③	13.2	0.0	0.5
白身の割合	35.8 ③	16.3	17.4 ④	27.4	0.5	1.1
栽培方法表示	19.5 ⑤	52.6 ②	2.6	22.6	0.0	0.0

注. 秋田農試 消費者モニターを対象としたアンケート (n=190)

「一元的評価」: 充足で「満足」、不充足で「不満」と感じる

「魅力的評価」: 充足で「満足」、不充足で「しかたない」「当然」「何とも」感じない

「当たり前評価」: 充足で「しかたない」「当然」「何とも」感じない、不充足で「不満」を感じる

「無関心評価」: 充足でも不充足でも「満足」も「不満」も感じない

「逆評価」: 充足されているのに「不満」を感じたり、不満足なのに「満足」を感じる

「懐疑的回答」: 一般的な評価としては考えにくい回答

①～⑤は縦比較での順位

表2 ネギのコンジョイント分析 (全体)

		やく味		なべ料理	
		重要度	効用値	重要度	効用値
販売本数	1本		-0.5339		-2.8002
	2本	33.42	0.7127	37.01	0.5126
	3本		-0.1787		2.2875
白身の長さ	35センチ		0.4668		0.8258
	30センチ	16.62	-0.2340	17.51	0.2313
	25センチ		-0.2328		-1.0571
太さ	1.5～2.0センチ		0.4881		-0.3371
	2.0センチ以上	9.58	-0.4881	9.26	0.3371
栽培方法	7(有機)対3(化学)		1.3439		1.2715
	5(有機)対5(化学)	18.10	-1.3439	17.59	-1.2715
	からみ・あまみ成分表示		0.3235		0.3831
表示	鮮度(収穫日時等)表示	22.28	1.2766	18.63	0.7745
	なし		-1.6001		-1.1576

注. 秋田農試 消費者モニターを対象としたアンケート (n=227)

表3 やく味用ネギのコンジョイント分析 (地域別)

		首都圏		東北	
		重要度	効用値	重要度	効用値
販売本数	1本		0.2765		-1.0404
	2本	34.17	0.5691	32.95	0.8024
	3本		-0.8456		0.2381
白身の長さ	35センチ		0.4667		0.4669
	30センチ	18.40	-0.2363	15.51	-0.2325
	25センチ		-0.2304		-0.2344
太さ	1.5～2.0センチ		0.6162		0.4081
	2.0センチ以上	10.78	-0.6162	8.84	-0.4081
栽培方法	7(有機)対3(化学)		1.2971		1.3732
	5(有機)対5(化学)	17.08	-1.2971	18.73	-1.3732
	からみ・あまみ成分表示		0.1647		0.4228
表示	鮮度(収穫日時等)表示	19.58	1.1735	23.97	1.3410
	なし		-1.3382		-1.7638

注. 表2に同じ