

消費者調査を活用した統一ブランド商品の開発

齋藤文信・渡辺隆幸*・尾張かおる**・清野誠喜***

(秋田県農林水産技術センター企画経営室・*秋田県総合食品研究所・**秋田県産業経済労働部・***宮城大学食産業学部)

Development of Unified Brand Commodity that Uses Consumer Survey Research

Fuminobu SAITO, Takayuki WATANABE*, Kaoru Owari** and Seiki KIYONO***

(Planning and Management Office, Akita Prefectural Agriculture, Forestry and Fisheries Research Center. *Akita Research Institute of Food and Brewing. **Akita Prefectural Government Department of Industry, Economy and Labor. ***Miyagi University)

Sensitivity Measurement) を用いた。

1 はじめに

秋田県の食料品出荷額は東北最下位であり、出荷額の増加が課題となっている。このような中、味噌生産量は東北3位の生産量であり、「秋田味噌」として一定の評価を得ている。

秋田県農林水産技術センター総合食品研究所（現：秋田県総合食品研究所）では、味噌製造に必要な微生物の研究・開発を行っており、県内味噌製造業者と連携し「秋田味噌」の商品力向上を図っている。さらなる商品力向上を目指し、味噌製造に必要な微生物や大豆・米など味噌原料（塩を除く）を秋田県内産とする商品の開発を行うこととなり、県内味噌製造業者11社が中心となって「まるごと秋田味噌研究会」が設立された（図1）。「まるごと秋田味噌研究会」によって試作された味噌の食味評価と、統一ラベル導入に向けたラベルデザイン決定の過程に消費者調査を導入し、味噌統一ブランド商品を開発した。

そこで、本稿では商品開発に消費者調査を導入した一例として、ラベルデザインに関する結果と価格受容帯調査の結果を中心に報告する。

2 調査の方法

(1) 調査は味噌の購入に関するアンケート調査（アンケート票配布）を郵送法により2006年12月に秋田県農林水産技術センターの「首都圏消費者モニター」99名に対し実施した（回収率は91.9%）。この回答者の中から30名を抽出しホームユーステスト（以下、HUT）による食味評価と価格受容帯調査を行った（回収率は100%、ただし2名が一部の設問に無回答であったため除外した）。

(2) アンケート調査票は普段の味噌購入・使用状況に関する設問と統一ラベル案の評価に関する設問で構成し、HUTでは食味評価と味噌の用途、価格評価に関する設問で構成した。

(3) HUTには10歩廻と15歩廻の2種類の味噌を使用した。

(4) 価格受容帯範囲の計測にはPSM（価格感度分析：Price

3 結果の概要

- (1) 包装形態はカップ入りが好まれている（図2）。
- (2) 購入時にダシ入りであることを重視する割合は、世代間に差があるものの半数以上がダシ入りであることを重視していない。（図3）。
- (3) 調査結果をもとにラベルデザインを決定した（表1・図4）。
- (4) PSMの結果、下限価格＝350円、最小抵抗価格（支払抵抗が最小となる価格）＝380円、無差別価格（高いとも安いとも感じない価格）＝399.5円、上限価格＝433.9円であった（図5）。
- (5) PSMの結果、提供価格帯は350～433.9円、値ごろ感のある価格帯は350～399.5円であることがわかった。

4 考察

統一ブランド商品の開発に際し、ラベルデザインの決定に消費者調査を活用することで、まるごと秋田味噌のコンセプトが明確に反映されたラベルを採用することができたと言える。秋田県産原材料を使用した統一ブランド味噌はPSMの結果、350～433.9円の価格帯が提供価格帯であることがわかった。

5 残された課題

統一ラベルデザインの導入は消費者調査結果の活用によって順調に行われた。販売が好調で一時的にラベルが不足した企業に他の企業からの融通が可能になるなど、一定の成果があった。しかし価格面では、PSMの結果に対し、実際の販売価格は500～840円（各企業によって価格が異なる）であるため、販売価格の検討が課題である。

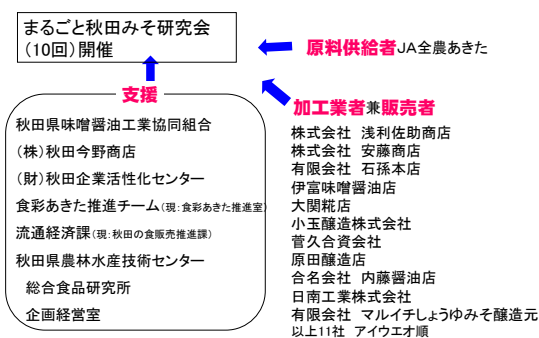


図1 「まるごと秋田みそ研究会」構成図

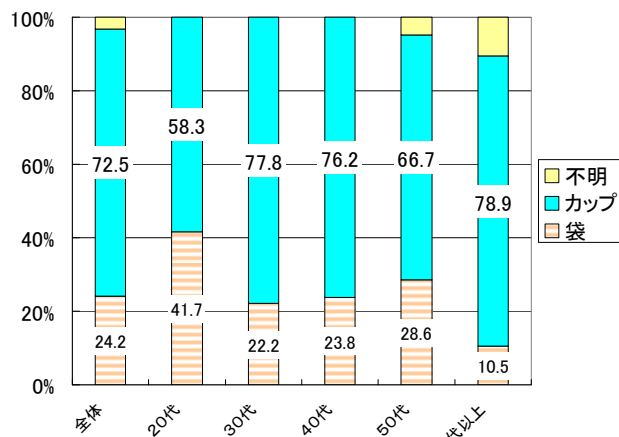


図2 ふだん購入する味噌の包装形態

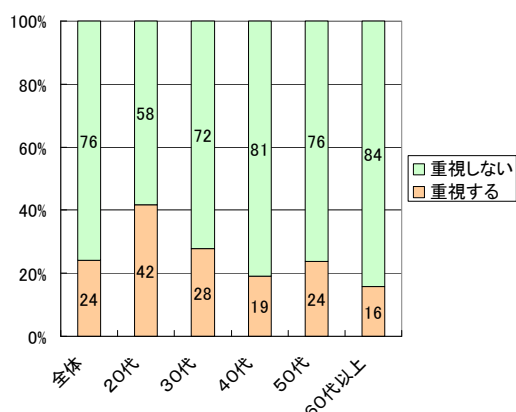


図3 みそ購入時のダシ入りの有無に対する意識

表1 モニターに提示したラベル案

A	B	C
金色を背景にして高級感のあるシンブルなデザイン 県の形を模した「あきた」の表示	原料大豆や酵母などの説明を丁寧に記載	秋田県産材料を使用したことを明示し市女傘をかぶったこまち娘をイラストに使用

資料: まるごと秋田みそ研究会検討資料

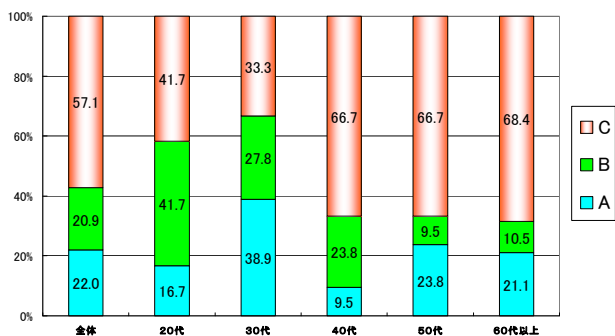


図4 各デザイン案に対する評価

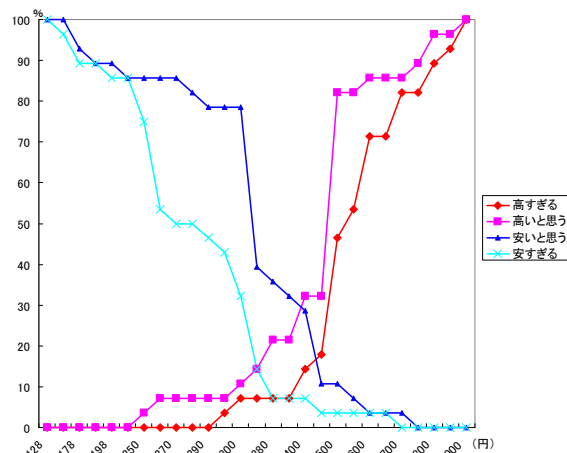


図5 「まるごと秋田みそ」のPSM結果