

遠隔消費地におけるコメの消費者評価

半杭真一

(福島県農業総合センター)

The Consumer Evaluation of Rice on Remote Consuming Area

Shin-ichi HANGUI

(Fukushima Agricultural Technology Centre)

1 はじめに

コメ産地は激化する産地間競争に対応するため、消費地におけるプロモーションを強化し、有利販売へ繋げようとしている。プロモーションの1つであるイベントは、消費地における知名度やパブリシティの向上が期待されるが、その効果については不明な点が多い。本稿では、遠隔消費地でのイベントにおいて複数の調査方法を組み合わせて消費者意識を明らかにし、産地マーケティングに含意を得ることを目的とする。分析事例は、コメ産地として福島県、消費地には福島県が販売に力を入れており、プロモーションを継続する神奈川県川崎市を対象とする。

2 試験方法

(1) 事例概要

福島県は水稻の収穫量が全国4位の産地であり、首都圏は主要な出荷先である。特に神奈川県への出荷量は多く、販売先として力を入れており、プロモーションも活発である。

(2) 調査概要

消費者の調査を行うに当たり、2つの調査方法を行った。1つめがイベントにおける店頭調査であり、2つめがイベントでサンプルを配布した試食調査である。

1) 店頭調査

- a. 日時：平成21年10月23日～25日
- b. 場所：モトスミ・ブレーメン通り商店街
(神奈川県川崎市中原区)
- c. 名称：「とびっきりのふくしまオータムフェ

ア」(JA全農福島及び福島県農林水産部主催)

d. 方法：対面による質問紙法

e. 回収：220件

2) 試食調査

- a. サンプル：会津産コシヒカリ
- b. 方法：留め置きによる質問紙法
- c. 回収：64件(回収率32%)

3 試験結果及び考察

(1) 店頭調査の結果、普段購入しているコメは「新潟」、「福島」、「決まっていない」の順に多い(表1)。なお、福島県産米の喫食経験については、「あり」「なし」「不明」がそれぞれ3分の1程度であった。また、店頭における消費者のイメージを測るため、ペアワイズ型の選択実験を行った。属性は産地と品種による超属性である銘柄と価格であり(表2)、直交計画によって構成した選択肢集合によって、条件付ロジットモデルの推定を行った。支払意志額は「福島産ひとめぼれ」を基準として、「福島産コシヒカリ」が206円、「会津産コシヒカリ」が-55円である(表3)。

(2) 試食調査の結果、普段食べているコメは、産地について「新潟」、「福島」、「決まっていない」と店頭調査と同じ結果であった(表1)。また、食味の評価は「大変おいしかった」「おいしかった」「ふつう」という好意的な評価が多く、併せて貨幣的価値を2段階2肢選択法により質問したところ、4,715円/10kgという推定支払意志額となった(表4)。さらに、普段食べているコメの産地について「新潟」「決まっていない」という回答者は、食味の評価に

ついて「大変おいしかった」を選択しない傾向にある（図1）。

4 ま と め

分析の結果から、遠隔消費地における福島県産米の喫食経験がおよそ3分の1あったことから、プロモーションの効果による知名の向上が示唆される。また、店頭と試食の2種類の調査において福島県産米の喫食経験があることが示されており、かつ、店頭における消費者のイメージは、福島産コシヒカリが最も高い支払意志額を示している。これらのことから、遠隔消費地における福島県産米の評価が高まっているといえよう。

梅本ら¹⁾はコメの購買意思決定について、ごく限られた属性のみを比較していること、また、「いつも購入している」等の理由から選択そのものを行わないことを指摘しているが、本稿においても新潟産コシヒカリの優位性が示され、産地についても決まっていなという回答が比較的多かったことは同様の傾向と考えられる。産地マーケティングに対する含意として、福島県産米の評価を高めてきたプロモーションの強化により福島県産米の評価の維持を図ることが挙げられよう。

引 用 文 献

- 1) 梅本ら、2002. 米購入時における消費者意思決定過程の実態と特徴. 農業経営研究. 40(3):26-38.

表 1 普段購入している産地

産 地	店頭調査 (n=220)	試食調査 (n=64)
新潟	44 (0.20)	14 (0.22)
福島	34 (0.15)	13 (0.20)
決まっていない	28 (0.13)	9 (0.14)
秋田	24 (0.11)	6 (0.10)

注：2種類の調査について、それぞれ度数及びカッコ内に相対度数を示した。2種類の調査について、産地の構成比に差はない（ $P>0.5$ ）。

表 2 選択肢の構成

属 性	水 準
銘 柄	福島産コシヒカリ、会津産コシヒカリ、新潟産コシヒカリ、茨城産コシヒカリ、福島産ひとめぼれ、宮城産ひとめぼれ
価 格	348、398、448（円/kg）

表 3 選択実験の推定結果

変 数	係 数 (t 値)	WTP
福島産コシヒカリ	0.654 (2.921)	206
会津産コシヒカリ	-0.174 (-0.605)	-55
新潟産コシヒカリ	0.346 (1.298)	109
茨城産コシヒカリ	-1.120 (-4.470)	-353
宮城産ひとめぼれ	-0.774 (-3.227)	-244
価 格	-0.003 (-1.464)	-
観 測 数	500	
対 数 尤 度	-313.010	

注：銘柄はダミー変数とした。また、WTPは支払意志額である。

表 4 食味の評価

変 数	係 数 (t 値)
定 数	77.969 (5.115)
提示額の対数値	-9.218 (-5.085)
観 測 数	50
対 数 尤 度	-52.262
medianWTP	4,715（円/10kg）

注：WTPは支払意志額である。

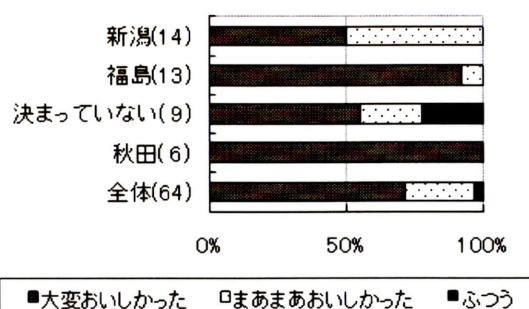


図 1 食味の評価と産地

注：Fisher の正確確率検定の結果、食味の評価と普段食べている産地について差がある（ $P<0.01$ ）。