

通し番号	4504
------	------

分類番号	22-72-21-08
------	-------------

(成果情報名) 鶏卵直売所の購買者が重視する品質、表示情報
[要約] 鶏卵直売所店頭で来店者への購買時に重視する情報とその重視度について質問票による調査を行ったところ、女性は「価格の安さ」「産卵日の新しさ」「生産者名の表示」の重視度が有意に高かった。また、直売所でブランド鶏卵を継続的に購入する(ロイヤルティ)消費者のうち、直売所だけで鶏卵を購入する消費者を高ロイヤルティ群、他の店舗でも鶏卵を購入する消費者を低ロイヤルティ群として品質表示情報の重視度を比較したところ、高ロイヤルティ群は「有精卵」「平飼い」に対する重視度が高いことが認められる。
(実施機関・部名) 神奈川県農業技術センター畜産技術所 連絡先 046-238-4056

[背景・ねらい]

畜産物需要は成熟期にあり、消費者の畜産物に対するニーズは安価以上に、安全性や品質、さらに家畜の飼養条件など多岐にわたり、また社会情勢により関心の中心も変化している。社会情勢の変化を的確に捉えるため、企業ではマーケティング調査を行い、常に情報を収集、解析しながら商品開発し販売を行っており、求められる畜産物を販売していく上で、畜産物に関するマーケティングを行うことは重要である。そこで、品質、表示情報の重視度から消費者の畜産物ニーズを把握するため、品質、表示情報を因子分析し、属性間での重視度を比較検討する。

[成果の内容・特徴]

- 1 「有精卵」「特別配合飼料」「平飼い」を特徴としたブランド鶏卵を生産する直営直売所の店頭で、平成22年9月17、18日、11月29日～12月1日の計5日間、来店者を対象に鶏卵購買時の品質、表示情報に関する重視度について、選択式質問票により図1の評価項目と評価尺度による評価点により調査を実施した。
- 2 品質、表示情報の評価点で、女性は「価格の安さ」「産卵日の新しさ」「生産者名が表示されている」で有意に重視度が高く(図3)、また高ロイヤルティ群は「生産者名が表示されている」「有精卵である」「平飼い」を有意に重視している(図4)。
- 3 因子分析(主因子法 バリマックス回転)から2つの共通因子が抽出され、第1因子の主な要因(生産者名の表示、黄身の盛り上がり、産卵日の新しさ、卵黄色が濃い)から因子名「新鮮で安心な鶏卵」、第2因子の主な要因(有精卵である、平飼い)から因子名「特殊卵」とする(表1)。
- 4 因子分析から得られた第1、2因子負荷量と性別、各ロイヤルティ群の平均因子得点から、女性は第1因子の「新鮮で安心な鶏卵」と価格に対する重視度が高く、高ロイヤルティ群は第2因子の「有精卵」「平飼い」に対する重視度が高いことが認められる(図5)。

[成果の活用面・留意点]

- 1 本調査結果は、調査した直売場で購買する消費者(女性)の鶏卵に対する潜在的な認識を因子分析という手法で示したものである。
- 2 因子分析は、多次元の購買情報から消費者の潜在的な共通因子を探り出すマーケティング調査手法である。
- 3 消費者が特定ブランド(商品)を気に入って、継続購入することをブランド・ロイヤルティといい、本調査では鶏卵への購買態度から2群のロイヤルティを設定し、評価項目の重視度の違いを比較した。

[具体的データ]

評価項目	価格の安さ	産卵日の新しさ
	卵黄色が濃いこと	黄身の盛り上がり
	生産者名が表示されている	ブランド名が表示されている
	有精卵であること	平飼い(放し飼い)
評価尺度	非常に重要である……5点	さほど重要でない……2点
	やや重要である……4点	全く重要でない……1点
	どちらともいえない……3点	

図2 購買時の品質、表示情報の評価項目と尺度

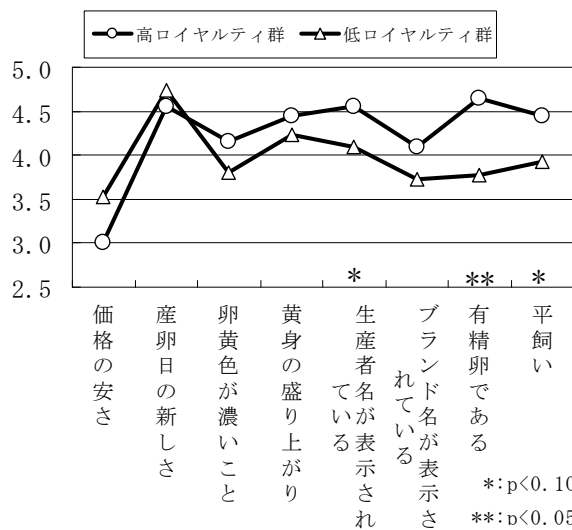


図4 ロイヤルティの高低による品質、表示情報の重視度

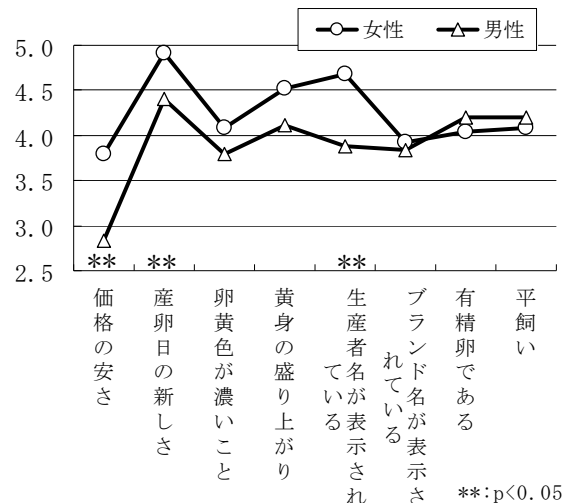


図3 性別による品質、表示情報の重視度 **: $p < 0.05$

因子名	品質、表示情報 評価項目	第1因子	第2因子
新鮮で安心な 鶏卵	生産者名の表示	0.801	0.252
	黄身の盛り上がり	0.701	0.431
	産卵日の新しさ	0.587	0.145
	卵黄色が濃い	0.526	0.395
特殊卵	有精卵である	0.010	0.887
	平飼い	0.230	0.708
	価格の安さ	0.416	-0.159
	ブランド名表示	0.410	0.339
	寄与率	26.9%	23.2%
	累積寄与率	26.9%	50.0%

因子抽出法: 主因子法により因子抽出をおこない、バリマックス法による回転を行った。

[資料名] 平成22年度試験研究成績書

[研究課題名] マーケティング調査手法を用いた県内消費者の畜産物ニーズ把握に関する研究

[研究期間] 平成22~24年度

[研究者担当名] 引地宏二