

通し番号	記入不要
------	------

分類番号	24-62-21-03
------	-------------

(成果情報名) 類型化した消費者のエコフィードに対する受容性	
[要約] 食のライフスタイルに関するアンケート調査結果から「食重視層」「料理・節約重視層」「健康重視層」の3層に分類した。エコフィードに対する不安感については、製造段階から消費段階に向かうに従い、不安を感じる割合が増加した。特に健康重視層では、全ての段階で不安を感じる割合が他の層より多かった。	
(実施機関・部名) 農業技術センター畜産技術所	連絡先 046-238-4056

[背景・ねらい]

食のライフスタイルに関するアンケート調査から消費者を分類し、各層のエコフィード利用豚肉に対する受容性について検討する。

[成果の内容・特徴]

- 1 県内在住の男性 35 名、女性 23 名に自記式調査票により、食のライフスタイル、豚肉の購買先割合、食品残さの安全性に対する不安感について設問した。
- 2 図 1 の食ライフスタイルの設問について「全くあてはまらない」（1 点）から「非常にあてはまる」（5 点）の 5 段階評価により、その点数から因子分析し「健康因子」「環境因子」「料理因子」「節約因子」の 4 因子を抽出した（表 1）。
- 3 パネルの 4 因子についての因子得点をクラスター解析し、「食重視層」（n=25）「料理・節約重視層」（n=19）「健康重視層」（n=11）の 3 層のように分類した（表 2）。
- 4 3 層の購買先割合は、料理・節約重視層がスーパー購入 93% で非常に高かった。食重視層は、スーパー 65% であるが、精肉店、生協（店舗、ネット）、農産物直売所、百貨店と購入先の幅が広がった。
- 5 エコフィードの原料となる食品残さ、副産物を発生区分別に、各区分で安全性に対する不安感について「ない」から「とてもある」の 5 段階で評価してもらった。このうち、不安感が「ある」「とてもある」の回答者割合を各発生段階別に比較すると、製造段階から消費段階に向かうに従い、不安を感じる人の割合が増加した。特に健康重視層では、全ての段階で不安を感じる人の割合が他の層より多かった。

[成果の活用面・留意点]

消費者を類型化することにより、エコフィード利用豚肉に対して受容性の高い購買層が明確になる。

[具体的データ]

表1 食ライフスタイルの因子分析結果

	健康因子	環境因子	料理因子	節約因子
健康に対する意識は高い方である	0.83	-0.28	0.08	-0.28
野菜をたくさん食べるようにしている	0.67	-0.15	0.08	0.22
栄養のバランスには気を付けている	0.67	-0.09	0.20	0.16
農薬や添加物の使用が気になる	0.63	0.23	-0.21	-0.26
健康にいいと言われる食材は積極的に使うようにしている	0.62	0.08	0.02	-0.05
学校・家庭での子どもへの食教育に関心がある	0.43	0.41	0.20	0.07
地域の郷土料理・食文化を知りたいと思う	-0.30	0.96	0.05	-0.02
居住地周辺の田畑で何が作られているか興味がある	-0.11	0.87	0.06	0.05
地場産の農畜産物を利用するようにしている	0.18	0.75	-0.13	0.04
食品は国産を利用するようにしている	0.27	0.51	-0.02	-0.13
自分でオリジナルメニューを考案するほうである	-0.00	-0.14	0.78	0.10
料理のレパートリーは多いほうである	0.30	0.14	0.74	-0.13
料理を作るのが好きである	0.05	0.10	0.65	0.20
価格の安い食料品店を利用するほうである	-0.04	0.02	0.00	0.80
お買い得品・セール品をよく買うほうである	-0.11	0.00	0.11	0.73

因子抽出法：プロマックス回転 最尤法

表2 因子得点による消費者の分類

	食重視層	料理・節約重視層	健康重視層
健康因子	+	-	+
環境因子	+	-	-
料理因子	+	+	-
節約因子	+	+	-
N数	25名	19名	11名
平均年齢	41歳	34歳	36歳
同居家族人数	3.8名	2.6名	2.5名

表3 各層の購買行動の特徴

	食重視層	料理・節約重視層	健康重視層
食材を主に購入する	52%	53%	45%
食材を購入しない	16%	16%	36%
日常的に料理をする	48%	32%	27%
料理をしない	8%	21%	45%
豚			
肉			
購買先			
スーパー	65%	93%	56%
精肉店	14%	0%	20%
生協(店舗)	4%	5%	0%
農産物直売所	2%	0%	0%
百貨店	5%	1%	3%
生協(ネット)	11%	2%	21%

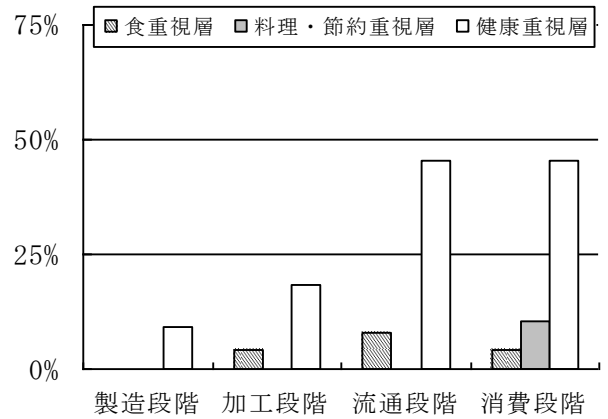


図3 エコフィードに対して不安を感じる人の割合

- [資料名] 平成24年度試験研究成績書
- [研究課題名] 消費者視点の畜産物評価に関する研究
- [研究期間] 平成24~25年度
- [研究者担当名] 引地宏二、阪本雅紀、前田高弘、牧野敬、西田浩司