

(成果情報名) 消費者が鶏卵購買時に重視する情報

[要約] 当所で実施したイベント来場者を対象に、鶏卵の品質、形質、表示情報に関する重要度についてアンケート調査を行い、因子分析により3つの共通因子を抽出した。さらにクラスター解析から関心層、無関心層に類型化した。各消費者層の品質、形式、表示情報の評価点を比較すると、関心層は「うま味がある」「臭みがない」「甘みがある」「赤玉」以外の項目で有意に重視度が高くなる。

(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]

- ・ 県内消費者の畜産物に関するニーズの収集方法を検討する。
- ・ 畜産物の消費者ニーズを把握するための各種マーケティング調査手法を検討する。

[成果の内容・特徴]

- 1 平成23年10月23日に当所で実施した「家畜に親しむつどい」の来場者のうち女性を対象に鶏卵の品質、形質、表示情報の重要度について調査を実施し53名(20～70歳代)から回答を収集し分析に供した(図1)。
- 2 評価項目は、品質(黄身が濃厚、甘みがある、うま味がある、臭みない、コクがある)形質(黄身が大きい、白身の盛上がり、赤玉)、表示情報(平飼いである、給与飼料が表示してある、有精卵である、生産者名がわかる)の14項目とし、「非常に重要である」5点から「全く重要でない」1点の5段階間隔尺度により評価した。
- 3 品質、形質、表示情報の評価点から因子分析(抽出法:最尤法 プロマックス回転)を行い、卵質、味覚、飼養方法の3つの因子を抽出した(表1)。
- 4 抽出した3因子の因子得点をクラスター解析(Word法 平方ユークリッド距離)し、全ての因子得点でプラスであった関心層、逆に全ての因子得点でマイナスであった無関心層の2つ消費者層に類型化した(表2)。
- 5 関心層は35名 平均45.1歳、無関心層は18名 平均38.3歳で無関心層が約7歳低く、普段購買する1パック価格帯は、関心層で167～217円、無関心層で147～197円で、関心層が20円程度高く購入している(表2)。
- 6 各消費者層の品質、表示情報の評価点を比較すると、うま味がある、臭みがない、甘みがある、赤玉以外の項目で有意に重視度が高くなる( $P < 0.05$ )(図2)。

[成果の活用面・留意点]

- 1 抽出した3つの因子(卵質、味覚、飼養方法)の購買行動に結びつく改良の方向性について検討する。

[具体的データ]

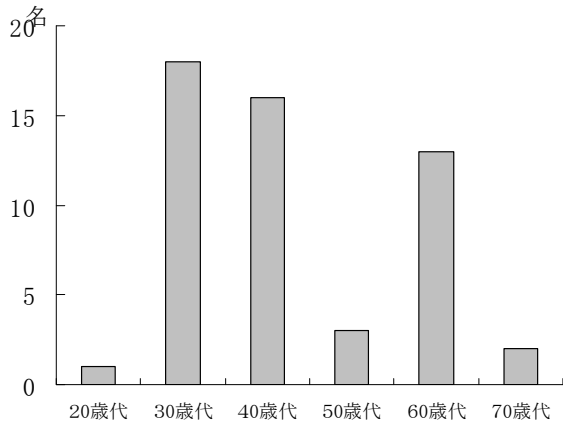


図1 調査者の年代分布

表1 鶏卵の形質の共通因子(因子分析)

	因子負荷量			抽出後 共通性
	第1因子 卵質	第2因子 味覚	第3因子 飼養方法	
黄身の盛上がり	<b>0.88</b>	0.12	-0.04	0.90
黄身が大きい	<b>0.74</b>	-0.15	-0.04	0.40
黄身が濃厚	<b>0.64</b>	0.11	0.09	0.60
白身の盛上がり	<b>0.56</b>	0.03	0.08	0.39
うま味がある	0.22	<b>0.82</b>	-0.18	0.82
臭みがない	-0.02	<b>0.70</b>	-0.14	0.41
コクがある	0.15	<b>0.65</b>	0.22	0.80
平飼いである	0.11	-0.21	<b>0.93</b>	0.82
給与飼料が表示してある	-0.12	0.21	<b>0.78</b>	0.68
有精卵である	0.39	-0.15	<b>0.52</b>	0.50
卵黄色が濃い	0.38	0.30	0.09	0.46
生産者名がわかる	-0.15	0.47	0.39	0.41
甘みある	-0.20	0.45	0.23	0.23
赤玉	0.02	0.22	0.27	0.19
固有値	41.1	8.0	5.0	

表2 対象者の類型化(クラスター解析)と因子得点

	対象者数	平均年齢	購入価格帯	類型別因子得点		
				卵質	味覚	飼養方法
関心層	35名	45.1歳	167~217円	0.43	0.41	0.49
無関心層	18名	38.3歳	147~197円	-0.84	-0.81	-0.96

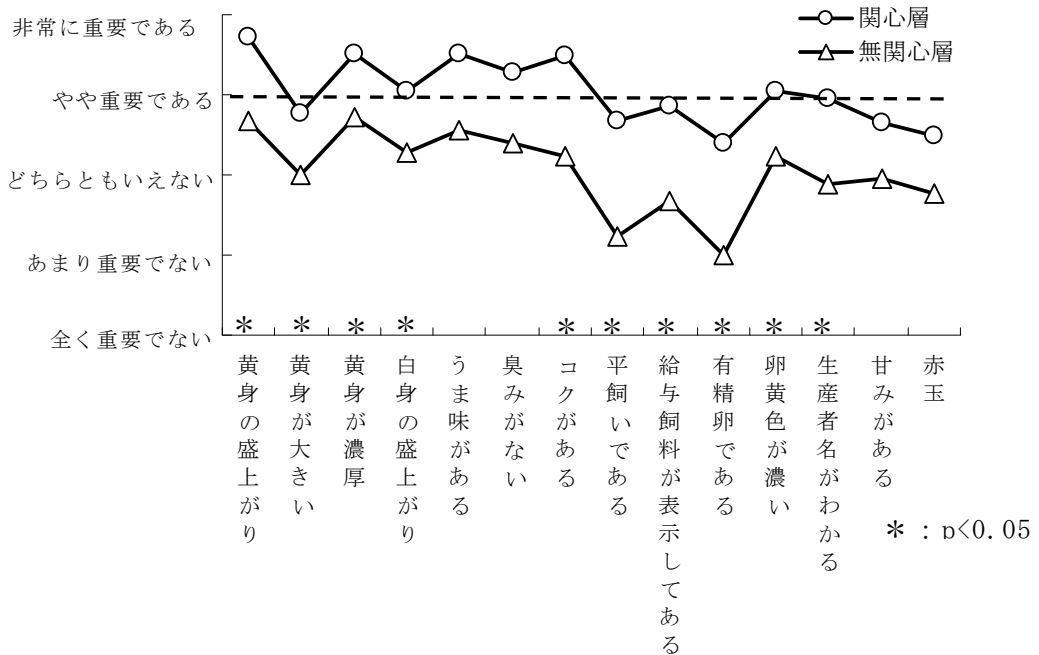


図2 層別の品質、表示情報の評価点

[資料名]

平成23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 (共同研究: (独)中央農業研究センター)