

〈研究成果の紹介〉

国産飼料を給与して生産した牛乳に対する消費者の価格受容範囲

農業研究部経営・植物工学研究課

1. 成果の内容

BSE や口蹄疫など輸入飼料に対する消費者の不安を招く事態が発生するなか、安心な国産飼料による畜産物生産への消費者ニーズが高まりつつあります。このような状況のなか、全ての飼料を国産自給飼料を給与して生産した牛乳を想定し、この製品に対する消費者の価格ニーズを明らかにしました。この成果は、今後の消費者要求に対応した畜産製品開発のための基礎資料とすることを目的としています。

具体的には「与えるすべての飼料を国産飼料で生産した牛乳」を消費者に想定してもらい、この製品に対する値頃感を価格感度測定法により推定しました。調査対象とした消費者は三重県内の畜産交流施設の訪問者599名で、郵送法によるアンケート調査を依頼し、得られた213の有効回答データをもとに分析しました。

価格感度測定法による「国産自給飼料を給与して生産した牛乳」の受容価格帯の推定結果は、203～241円/Lとなりました。また、受容価格帯のうち消費者が高いとも安いとも思わない妥当価格は226円/Lとなりました。なお、普段購入している牛乳では174～202円/Lの受容価格範囲で、妥当価格は189円でした。

さらに、牛乳を購入する時に重要視する要因の違いにより消費者をクラスター分析により3種類に分類し、それぞれについて受容価格範囲を推定しました。その結果、品質・製造方法などの質的要因重視派では220～275円と最も高値で、また構成割合が52%と最も多かった低価格重視派では196～228円と低く、比較的ブランドを重視するが平均的なクラスターでは207～251円でした。

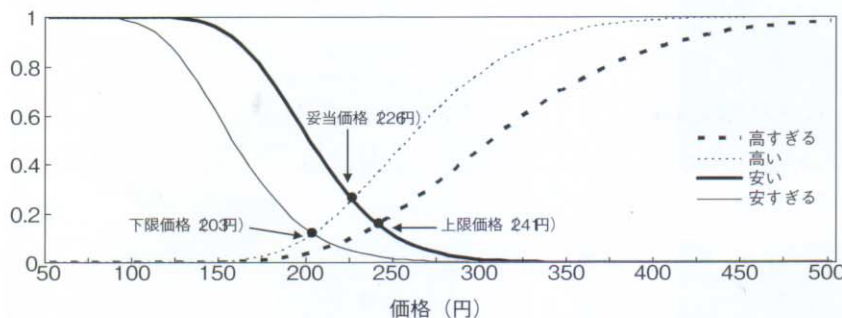
このようにクラスターごとに価格のポイントが異なることから、品質等の質的要因に関心の高い消費者層を中心にマーケティングを行えば、257円程度を妥当価格として販売できる可能性があると考えられます。

2. 技術の適用効果と適用範囲

安全志向の消費者要求に対応した畜産製品の企画・開発の際に参考となります。

3. 普及・利用上の留意点

本調査の評価対象製品は、与えるすべての飼料を国産飼料で生産した牛乳としましたが、回答者には国産飼料の安全性などについての情報は何も与えていません。このため、既存の牛乳より高い受容価格となったのは飼料に対する安心感の価値と考えられます。（糀谷 斉）



注1) 各曲線は「高すぎて買わない価格」、「高いと感じ始める価格」、「安いと感じ始める価格」、「安すぎて品質が不安な価格」の各データの対数正規累積分布関数値による。

注2) 下限価格：「安すぎる」と「安くはない」が同数の点で安さの限界点
 上限価格：「高すぎる」と「高くはない」が同数の点で高さの限界点
 妥当価格：「高くはない」と「安くはない」が同数の点を妥当価格とした受容価格帯は下限価格と上限価格の範囲

図 国産飼料により生産した牛乳の受容価格帯

表 牛乳消費者の分類と国産飼料で生産した牛乳に対する価格受容範囲

クラスター	構成割合	牛乳購入時の要因重視の特徴	受容価格	帯妥当価格
質的要因重視派	13.5%	鮮度を最も重視し、エサの種類や殺菌方法も重視する。普段購入している牛乳の平均価格は253円と高い	220～275円	257円
低価格重視派	52.4%	価格を重視し、脂肪分も比較的重視する。普段購入している牛乳の平均価格も165円と最も安い	196～228円	213円
平均的クラスター	34.1%	ブランドを比較的重視するが平均的なクラスター。普段購入している牛乳の平均価格は198円であった	207～251円	234円