〈研究成果の紹介〉

シクラメンの販売時に有効な製品情報

農業研究部経営・植物工学研究課

1. 成果の内容

店頭に並ぶシクラメンには、「水のやり方」などの簡単な管理方法が記載されたラベルが添付された製品は多くあります。また最近では、より詳細な管理マニュアルが添付されたものや「自然開花咲き」などの製品特性が示されたシクラメンも販売されています。しかし、これらの情報が消費者価値の向上にどの程度貢献しているかは明らかではありません。そこで、販売時にどのような製品情報を添付することによって製品価値を向上させることができるのかについて、マーケティング分野で用いられるコンジョイント分析により明らかにしました。

今回の調査では、表に示す4種類の情報とその内容を設定しました。シクラメンは5号鉢で品種や外観品質が同一であることを前提としています。また、調査は安価な家庭用と高価な贈答用の2つに分けて調査しました。

分析の結果は、消費者を分類して類型別に嗜好の特徴を整理しました。その結果、シクラメンの年間購入数が少ない消費者には家庭での管理方法等を記載した詳細なマニュアルを添付することによって製品価値が向上します。特に贈答用の高級品で効果が大きくなります。また、年間購入数が多く鉢花管理に関心の高い消費者には出荷後の期間が短いことを示す情報の提供が有効となります。

2. 技術の適用効果と適用範囲

シクラメン生産農家が、より製品価値の高いシクラメンの出荷を行う場合に参考になります。

3. 普及・利用上の留意点

情報提供の具体的な方法は、購入する消費者により異なることから、インターネットを活用するなど消費者の視点に立った新しい方法を検討する必要があります。なお、この結果は家庭でシクラメンの管理を行い日持ち性を見るテストモニター46名による評価を基にしています。

（糀谷　斉）

表　コンジョイント分析の設定

情　報	情報の内容
管理方法情報	表示なし、簡易ラベル、詳細マニュアル
開花情報	自然開花咲き、表示なし
出荷後日数	5日、10日、15日
販売価格	家庭用　1,000円、1,100円、1,200円 贈答用　3,000円、3,200円、3,400円

図　調査に用いたコンジョイントカードの一例

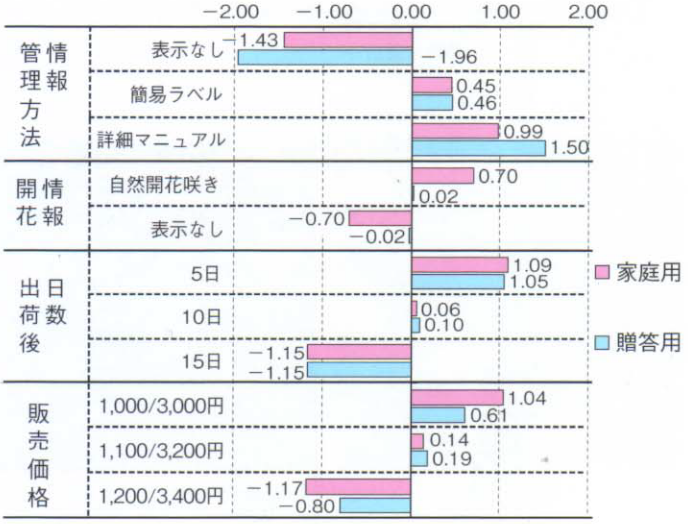

図　各情報の部分効用値

注）図中の部分効用値は正に大きいほど魅力度が高いことを示す。