

## [成果情報名]シクラメンの販売時に有効な製品情報

[要約]シクラメンの商品価値を向上させるのに有効な情報は購入者の属性により異なる。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の添付で、特に贈答用の高級品で効果が大きい。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である。

[キーワード]シクラメン、販売、添付情報、製品価値

[担当]三重科技セ・農業研究部・経営植物工学グループ

[代表連絡先]電話 0598-42-6356、電子メール kikaku@mate.pref.mie.jp

[区分]関東東海北陸農業・花き・経営

[分類]技術・参考

---

## [背景・ねらい]

シクラメンには簡単な管理方法を記載したラベルを付けた製品は多くある。また、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」などの製品特性情報を示す製品もある。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ない。そこで、販売時に添付することによって製品価値の向上に有効な情報を、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する。

## [成果の内容・特徴]

1. コンジョイント分析に用いる属性と水準は表 1 に示す。具体的には、4つの属性の各水準を組合せた複数の仮想商品を作成し、この購入希望順位を調査、解析する。なお、安価な家庭用と高価な贈答用の2場面を設定している。
2. 最も重視される情報の属性は、家庭用、贈答用ともに「管理方法情報」である(図 1)。
3. 水準の部分効用値から、贈答用は家庭用に比べて管理方法の詳細マニュアルを添付することの効用が高く、また自然開花咲き表示の効用が 0.02 とほとんど無いといえる(図 2)。
4. 家庭用の相対重要度を用いてクラスター分析で調査対象者の類型化を行うと、「管理情報重視型」(41.3%)、「価格重視型」(15.2%)、「開花情報重視型」(19.6%)、「出荷後日数重視型」(23.9%)の4種類に分類できる(表 2)。
5. 「管理情報重視型」は詳細マニュアルの添付を重視し、「開花情報重視型」は自然開花咲きを重視する。この2つの類型は年間購入鉢数が平均 1 鉢台で少ない(表 2)。
6. 「価格重視型」は安値ほど効用が高くなり、「出荷後日数重視型」は出荷後の日数が短いほど効用が高くなる。この2つの類型は年間購入鉢数が 2 鉢以上と多く、また鉢花管理を「好き」と答える割合も 70%以上と高い(表 2)。

## [成果の活用面・留意点]

1. この調査の評価対象は 5 号鉢のシクラメンで、低価格層と高価格層のそれぞれにおいて品種や外観品質が同一であることを前提としている。
2. 製品価値を高めるための情報提供は、購入する消費者の鉢花管理への関心や年間購入鉢数などにより異なることから、例えば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も検討する必要がある。
3. この結果は、一般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として募集した三重県と名古屋市の計 46 名による評価を基にしている。また、調査はシクラメン管理が終わった後に行ったことから、日持ちに対する関心が一般の消費者より高かったと推察される点は留意する。

[具体的データ]

表1 コンジョイント分析の属性と水準

属性	水準
管理方法情報	表示なし、簡易ラベル注1)、詳細マニュアル注2)
開花情報	自然開花咲き注3)、表示なし
出荷後日数	5日、10日、15日
販売価格 (家庭用/贈答用)	1,000/3,000円、1,100/3,200円、1,200/3,400円

注1)：簡易ラベルは、「極簡単な管理方法が書いてあるもの」との説明を付けた。

注2)：詳細マニュアルは「詳細な管理方法や栽培の特徴・履歴、品種の説明、管理チェックリストなど」との説明を付けた。

注3)：自然開花咲きは「開花促進調整剤を使っていないもので、やや花数少なく揃いが悪い場合があるが、次から咲く花は多くなる」との説明を付けた。

注4)：各属性の水準を組み合わせた中から直交計画により9種類のカードを作成し、この選択順位を調査した。

注5)：調査対象者46名の年齢構成は、30歳代以下30.5%、40歳代37.0%、50歳代26.1%、60歳代以上6.5%である。

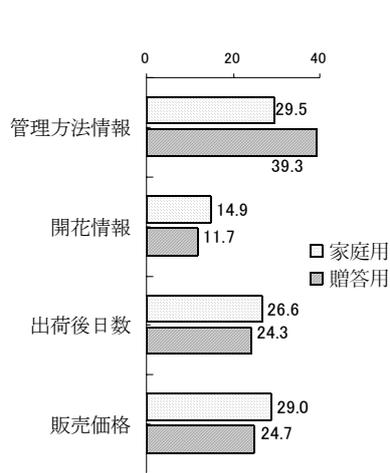


図1 属性の相対重要度

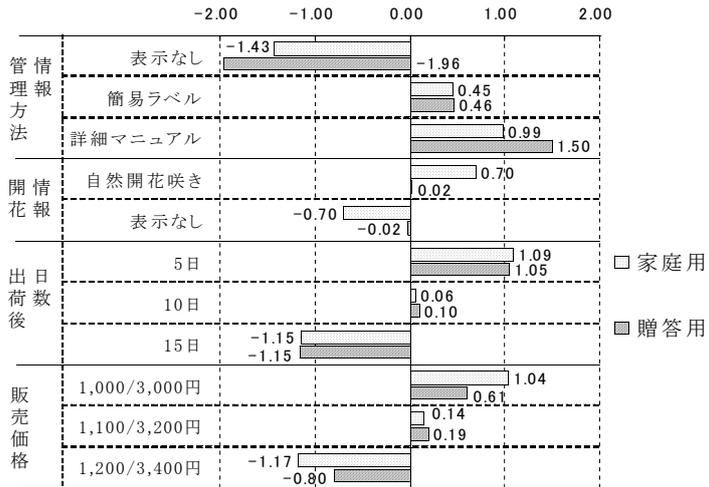


図2 水準の部分効用値

注) 部分効用値は、属性の部分的な構成要素として正に大きいほど魅力度が高いことを示す。

表2 消費者類型別の属性重要度と水準の部分効用値 (家庭用)

属性	水準	消費者類型									
		管理情報重視型		価格重視型		開花情報重視型		出荷後日数重視型		全平均	
		重要度	効用値	重要度	効用値	重要度	効用値	重要度	効用値	重要度	効用値
属性重要度と水準の効用値	管理方法情報 表示なし	53.8	-2.47	7.0	-0.24	24.2	-1.26	14.3	-0.55	29.5	-1.43
	管理方法情報 簡易ラベル		0.68		0.14		0.44		0.24		0.45
	管理方法情報 詳細マニュアル		1.79		0.10		0.81		0.30		0.99
	開花情報 自然開花	13.1	0.54	5.3	0.11	42.0	2.03	6.8	0.27	14.9	0.70
	開花情報 表示なし		-0.54		-0.11		-2.03		-0.27		-0.70
	出荷後日数 5日		0.58		0.81		0.48		2.67		1.09
	出荷後日数 10日	16.6	0.11	22.8	-0.14	12.7	0.15	59.4	0.03	26.6	0.06
	出荷後日数 15日		-0.68		-0.67		-0.63		-2.70		-1.15
	販売価格 1000円		0.61		2.71		0.85		0.85		1.04
	販売価格 1100円	16.5	0.14	65.0	0.24	21.1	0.26	19.5	-0.03	29.0	0.14
	販売価格 1200円		-0.75		-2.95		-1.11		-0.82		-1.17
個人属性	年間購入鉢数	1.18		2.43		1.56		3.39		1.99	
	鉢花管理の好き	36.9%		71.4%		44.4%		81.9%		54.3%	
	普通	47.4%		14.3%		33.4%		18.2%		32.6%	
	嫌い	15.8%		14.3%		22.2%		0.0%		13.1%	
構成割合		41.3%		15.2%		19.6%		23.9%		100.0%	

注1) 消費者類型は家庭用の属性重要度を用いてクラスター分析により分類した。

注2) 表中の重要度は属性の相対重要度、効用値は水準の部分効用値について、類型別の平均値を示す。

[その他]

研究課題名：三重県産シクラメンの日持ち保証等高品質化のための生産技術の開発

予算区分：県単

研究期間：2004～2006年度

研究担当者：糺谷 齊、水谷 憲、西田悦造、鎌田正行