

2009年5月13日

環境に配慮した消費行動促進事業
「食品・衣服購入ガイドライン普及促進事業WG」

「食品・衣服購入ガイドライン普及促進事業WG」
ネットリサーチ実施計画案
(課題整理および調査手法の検討等)

東京農業大学 岩本博幸
田中裕人

1

WGの位置づけ(目的)

調査主旨(資料から抜粋)

- 「消費者は簡潔で分かりやすく、自らが納得できる環境情報が提供されれば、商品選択を変え得るという仮説を立て、アンケート調査を通じて検証を行う」①
- 「適切な環境情報の提供のあり方(総合的な環境情報の表示、信頼性の担保)を検討する」②③
- 「消費者に対する効果的な表示コミュニケーション方法を明らかにする」④

2

課題の整理

- 考えられる調査課題
 - ① 消費者のエコ購入志向の有無を確認
 - ② 表示項目の検討
→どのような項目を表示すべきか?
 - ③ 表示内容の検討
→各項目に入れるべき情報の内容は?
 - ④ 表示の見せ方の検討
 - ⑤ 消費者属性と1~4の関係性を検討

3

選択実験(選択型コンジョイント分析)の提案

Conjoint Analysisとは?

- 商品やサービスを構成する特徴(属性)の重要度を明らかにし、分析結果から評価額やマーケットシェアの推測を行う分析手法

⇒単なるアンケート集計とは何が違うのか?

アンケートでの質問

Q. 牛肉を購入するとき重視する項目は?

値段	1	2	3	4	5
霜降り具合	1	2	3	4	5
産地名	1	2	3	4	5
部位	1	2	3	4	5

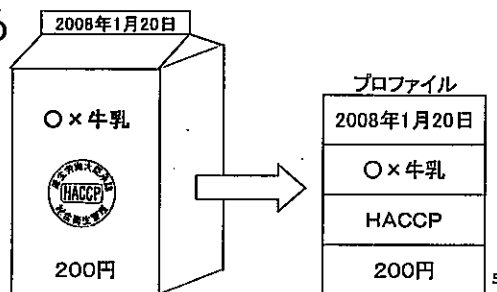
どれも重要と答えられてしまうと相対的な重要度がわからなくなる

4

Lancasterの多属性アプローチ

Lancasterの多属性アプローチ

- 商品の特徴付ける属性に分解することが可能
⇒属性集合として表した商品の情報をプロフィールという
- 消費者は、属性から効用を得、効用が最大化する商品を購入する



5

商品選択行動のモデル化

- 消費者はどのように商品選択をしているのか？
 - 非補償型効用モデル
⇒ある属性のみが選択基準
例)「何が何でもSONY」 or 「SONYだけはやだ」
 - 補償型効用モデル
⇒複数の属性を比較検討して選択
例)値段が安ければそこそこでも選択
AQUOSがほしいけど安いから外国製を選択
- たいていは補償型効用モデル
⇒比較検討できる複数の属性が異なる商品が必要

6

選択実験(Choice Experiments)

- 属性水準が異なる商品を複数提示し、購入したいと思う属性水準の組み合わせの商品を選択してもらう方法⇒現実の商品選択場面に近い
- 「購入しない」という選択肢を設定することも可能
- 例)以下の牛乳のうち最も購入したいと思う牛乳を選んでください。

プロフィールA	プロフィールB	プロフィールC	プロフィールD
2008年1月20日	2008年1月18日	2008年1月13日	
O×牛乳	△△牛乳	□○牛乳	どれも買わない
HACCP		HACCP	
200円	170円	180円	

7

既存手法(I型)で対応可能な課題

問16 店頭で以下の3種類の牛乳が売られていたとしたら、あなたはどれを購入しますか？
ひとつ選んで番号に○印を付けて下さい。

番号	1	2	3	4
品質保持期限	あと5日	あと8日	あと8日	どれも買わない
HACCP表示			(表示なし)	
エコ・牛乳表示	エコ・牛乳	(表示なし)	エコ・牛乳	
価格	155円/リットル	140円/リットル	150円/リットル	

- 課題①はこの形式で対応可能

8

消費者属性の差異も検討可能

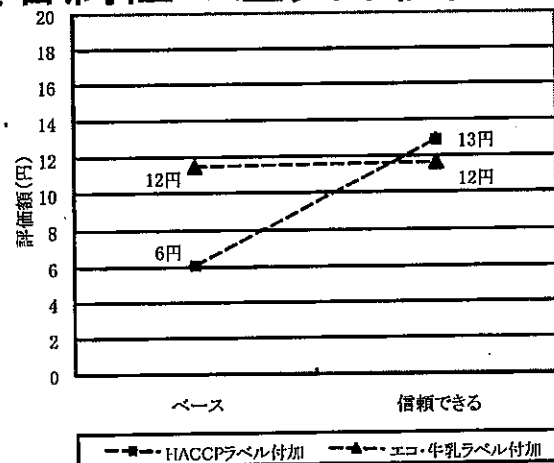


図5 HACCPへの信頼度による評価額への影響

- 課題⑤はこの形式で対応可能

9

既存手法(Ⅱ型)で対応可能な課題

店頭で以下の3種類の牛乳が売られていたとしたら、あなたはどれを購入しますか？

番号	1	2	3	4
乳牛の飼料(えさ)	有機飼料	非有機飼料	非有機飼料	どれも買わない
乳牛への医薬品使用	制限なし	制限あり	制限なし	
乳牛の飼養環境	低ストレス	ストレス配慮なし	ストレス配慮なし	
価格	170円/リットル	190円/リットル	150円/リットル	

図1 チョイスセット例

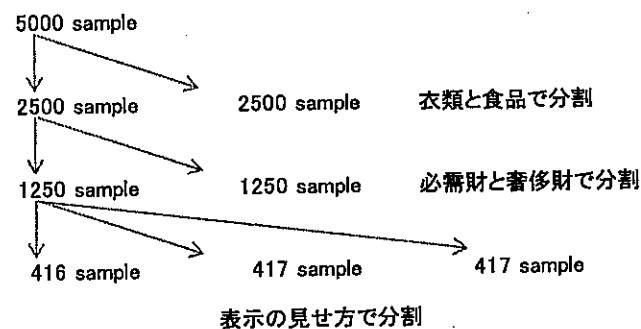
注) 実際のアンケートでは、8パターンのチョイスセットを、回答者に8回にわたって提示。

- 課題②はこの形式で対応可能

10

課題③、④をどう取り入れるか？

- いくつかのパターンを作って結果を統計的に比較して効果を検証
- サンプリングの問題



11

パターンA	番号	1	2	3	4
	品質保持期限	あと5日	あと8日	あと8日	どれも買わない
	HACCP表示			(表示なし)	
	エコ・牛乳表示	エコ・牛乳	(表示なし)	エコ・牛乳	
	価格	155円/リットル	140円/リットル	150円/リットル	

パターンB	番号	1	2	3	4
	品質保持期限	あと5日	あと8日	あと8日	どれも買わない
	HACCP表示			(表示なし)	
	エコ・牛乳表示	エコ・牛乳	(表示なし)	エコ・牛乳	
	価格	155円/リットル	140円/リットル	150円/リットル	

パターンC	番号	1	2	3	4
	品質保持期限	あと5日	あと8日	あと8日	どれも買わない
	HACCP表示			(表示なし)	
	エコ・牛乳表示	エコ・牛乳	(表示なし)	エコ・牛乳	
	価格	155円/リットル	140円/リットル	150円/リットル	

見せ方(内容)を変えた調査を3群の回答者に割り当てて、有意差を事後的に検証する

作業のおおまかな流れ

ここでいう「見せ方の違い」とは「表示色」の違い

購入確率がA>B>Cになった

統計的検定⇒OK、有意差あり

Aの色が見せ方として効果的

以上の検討から・・・

・考えられる調査課題

- ① 消費者のエコ購入志向の有無を確認
→ I 型、II 型どちらでも可能
 - ② 表示項目の検討
→ II 型で検討可能
 - ③ 表示内容の検討
 - ④ 表示の見せ方の検討
 - ⑤ 消費者属性と1～4の関係性を検討
→ I 型、II 型どちらでも可能
- サンプリングで対応

13

分析フレームワークの提案

・課題を以下に設定

- 1) 消費者のエコ購入志向の有無を確認
 - 2) 表示内容の検討
 - 3) 表示の見せ方の検討
 - 4) 消費者属性との関係性を検討
- 同時に検討

・具体的な分析フレームワーク

- －選択実験は I 型を採用
- －サンプリングと結果の統計的検定
- ⇒以上2点を組み合わせて実施

14

調査票構成案

1. 調査対象財の購入実態に関する質問群
⇒財が回答者にとってどういう位置づけかを確認
2. 環境配慮などの意識・行動に関する質問群
⇒グリーン購入だけでなく、日常の環境行動
環境の知識レベルとの関係性を分析も要検討
3. 選択実験に関する質問群
⇒質問回数は属性設定により変化(実験計画法)
4. 回答者属性に関する質問群
⇒リサーチ会社のデータベース以外の属性
所得(経済分析に必要)、学歴など

15

検討事項

1. 表示の見せ方をどのように設定するか
2. 評価対象財を何に設定するか
 - ① 奢侈財の設定は必要か?
 - ② 食品の品目設定
 - 加工食品が望ましい
 - 日配品と長期保存可能な食品、どちらにするか?
 - 価格が安すぎると、価格変化に回答者が反応しない
 - ③ 衣類の品目設定
3. プレテストの必要性
 - ✓ 7月上旬、本調査の前にプレテストを実施
 - ✓ 属性への回答者の反応など技術的なチェック

16