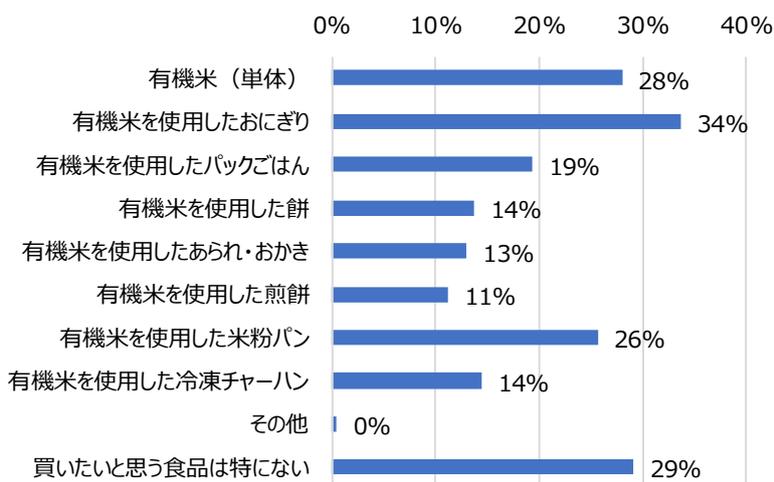


(2) 加工食品を含めた商品の購入意向

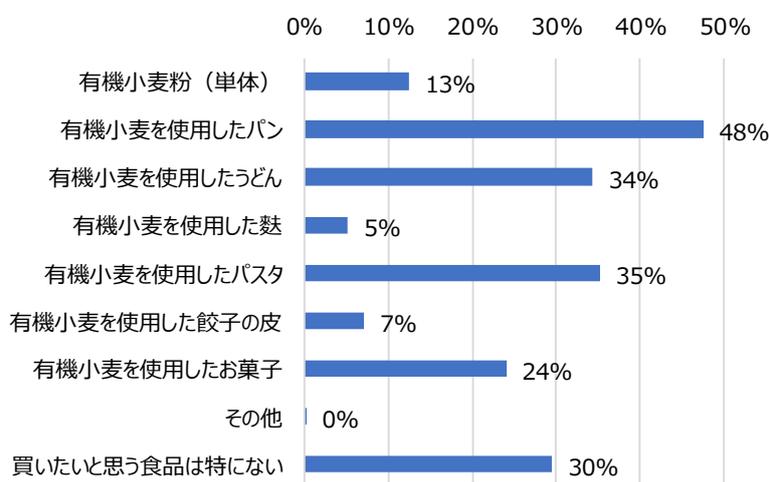
アンケートで有機米を使った商品、有機小麦を使った商品の購入意向を確認したところ、有機米では「おにぎり」が、有機小麦では「パン」、「パスタ」、「うどん」、「お菓子」がそれぞれ単体を上回った。ここからも、有機食品の加工食品に対するニーズが読み取れる。

図表 4-10 有機米を使った商品の購入意向 (n=3,200)



出所：日本総合研究所作成

図表 4-11 有機小麦を使った商品の購入意向 (n=3,200)



出所：日本総合研究所作成

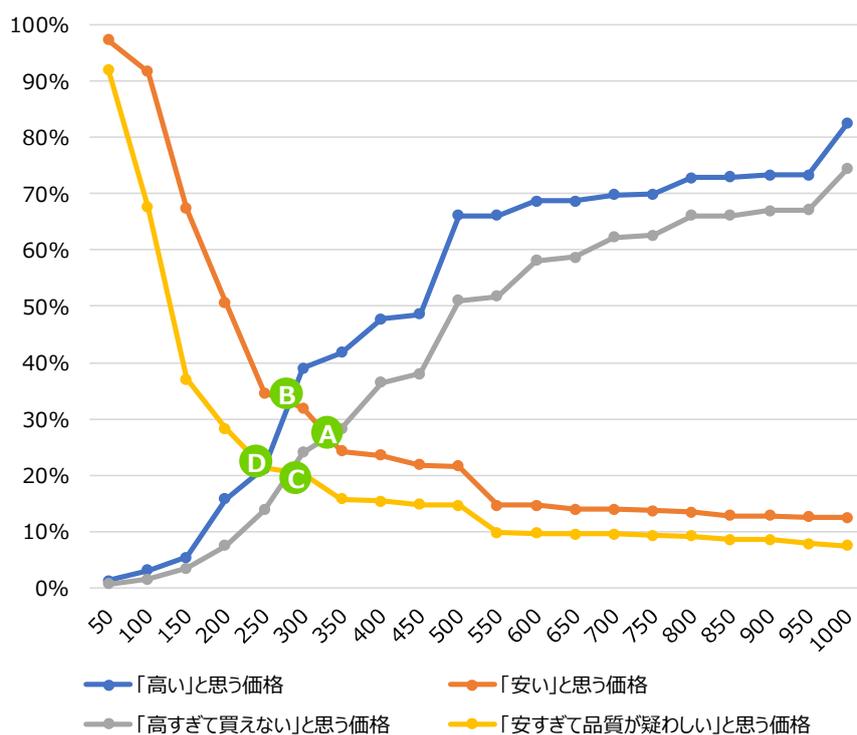
3. 価格

(1) PSM 分析

本調査では、PSM 分析によって消費者の支払意思額を分析する。

PSM 分析とは、「Price Sensitivity Measurement (価格感度測定)」の頭文字を取った用語であり、消費者への質問を通じてサービス・商品の適正価格を検討する手法である。消費者に対し、ある商品について「いくらから「高い」と思うか」、「いくらから「安い」と思うか」、「いくらから「高すぎて買えない」と思うか」、「いくらから「安すぎて品質が疑わしい」と思うか」を質問し、それぞれの回答をグラフに表す。グラフの交点から、以下の4つの価格を求める。

図表 4-12 PSM 分析で分析される価格



出所：日本総合研究所作成

| | | |
|---|-----------------|-------------------------------|
| A | 上限価格 (最高価格) | 「これ以上高い価格を設定したら買わない」と感じる限界の価格 |
| B | 妥協価格 | 「このくらいの価格なら買える」と妥協する可能性がある価格 |
| C | 理想価格 (最適価格) | 消費者が一番抵抗を感じない理想的な設定の価格 |
| D | 下限価格 (最低品質保証価格) | これ以上安いと「品質に問題があるのでは」と疑われる価格 |

本調査では、第 2 章の POS データ分析と同様に、「パックライス」、「豆腐」、「サラダ」、「ジュース」を対象として分析を行った。