

(2) 分析結果

① パックライス

消費者には、以下の商品を提示し、最も購入したいと思うものを選択すると同時に「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」を質問した。選択率は以下のとおり。

図表 4-13 パックライスのパッケージ

商品		
選択率	39%	22%
商品		
選択率	23%	16%

有機食品のパックライス（玄米ごはん・200g）に対し、PSM 分析により算出された価格は以下のとおり。

図表 4-14 PSM 分析の結果（パックライス）

上限価格	妥協価格	理想価格	下限価格
333.3 円	283.3 円	281.8 円	250 円

第2章のPOSデータ分析にて分析した有機食品のパックライスの価格は以下のとおり。アンケートで提示したパッケージに合わせた重量換算を行っても、平均価格はPSM分析で示された理想価格を下回っている。

図表 4-15 POS データから見る価格（パックライス）

商品概要	最高価格	平均価格	最低価格
A社 有機玄米ごはん 160g	244.1 円 (305.1 円)	213.7 円 (267.1 円)	180.3 円 (225.4 円)

※()内はアンケートのパッケージに合わせて200g換算にしたもの。

② 豆腐

豆腐では、以下の有機食品のパッケージを提示した。選択率は以下のとおり。

図表 4-16 豆腐のパッケージ

商品		
選択率	37%	23%
商品		
選択率	23%	16%

有機食品の豆腐（350g）に対し、PSM分析により算出された価格は以下のとおり。

図表 4-17 PSM 分析の結果（豆腐）

上限価格	妥協価格	理想価格	下限価格
221.1 円	190.3 円	176.3 円	153.8 円

第2章のPOSデータ分析にて分析した有機食品の豆腐の価格は以下のとおりで、アンケートのパッケージと同様に350g商品である「アサヒコ 有機大豆を使った濃い豆乳の絹350g」は、平均価格がPSM分析の理想価格を下回る価格となった。一方で、その他の少量商品は、350g換算をすればいずれも平均価格がPSM分析の上限価格を上回っていた。

図表 4-18 POS データから見る価格（豆腐）

商品概要	最高価格	平均価格	最低価格
D社 有機絹豆腐 350g	162.0 円	121.4 円	84.0 円
E社 有機絹豆腐 170g	229.1 円 (471.7 円)	205.6 円 (423.3 円)	177.6 円 (356.6 円)
F社 有機絹豆腐 150g	163.2 円 (380.8 円)	147.5 円 (344.2 円)	117.2 円 (273.5 円)

※()内はアンケートのパッケージに合わせて350g換算にしたもの。

③ サラダ

サラダでは、以下の有機食品のパッケージを提示した。選択率は以下のとおり。

図表 4-19 サラダのパッケージ

商品		
選択率	38%	24%

商品		
選択率	20%	17%

有機食品のサラダ（100g）に対し、PSM 分析により算出された価格は以下のとおり。

図表 4-20 PSM 分析の結果（サラダ）

上限価格	妥協価格	理想価格	下限価格
350 円	306.3 円	288.9 円	252.6 円

第 2 章の POS データ分析にて、サラダは有機食品であると確認できた商品がなかったため、「有機」が商品名に含まれる商品の価格を見る。1 食分のサラダとしては、PSM 分析で示される理想価格を下回っている。

図表 4-21 POS データから見る価格（サラダ）

商品概要	最高価格	平均価格	最低価格
M 社 国産にんじんサラダ 1 食	197.4 円	193.4 円	171.3 円