

## 4 福島県産品の取扱いを拡大するためのマーケティング実証調査

### 1. 牛肉に関する調査結果

#### プレアンケートの結果

#### マーケティング実証調査の結果

### 2. あんぽ柿に関する結果

#### プレアンケートの結果

#### マーケティング実証調査の結果

### 3. 調査のまとめと今後の方向性の提案

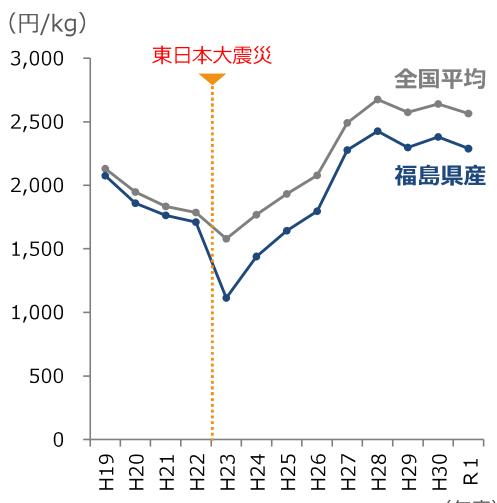
131

調査の全体像：調査の趣旨

令和2年度調査において、福島県産品と他県産品の価格差の固定化について調査し、マーケティングの課題が指摘された。そこで本年度は、福島県産品の販売回復に向けて、福島県及び県内事業者等のマーケティング活動に生かすための実証調査を行った。

#### 令和2年度調査で指摘された課題

価格差の固定化の問題  
(東京市場における和牛枝肉価格の場合)



主な調査結果  
(ヒアリングにおける事業者の見解)



価格が固定化される原因として、“福島県産牛肉”としての**ブランド力が弱く、市場の需給バランスに左右されている**ためだと考えられる。  
贈答品向けで福島県産は**外れる傾向**にある。



他産地産品との価格差は、震災をきっかけに福島が他産地に顧客を奪われたことが影響しているのではないか。他産地に顧客を奪われた背景には、震災以前からの**福島のマーケティングの問題**があると思う。

#### 令和3年度調査での対応

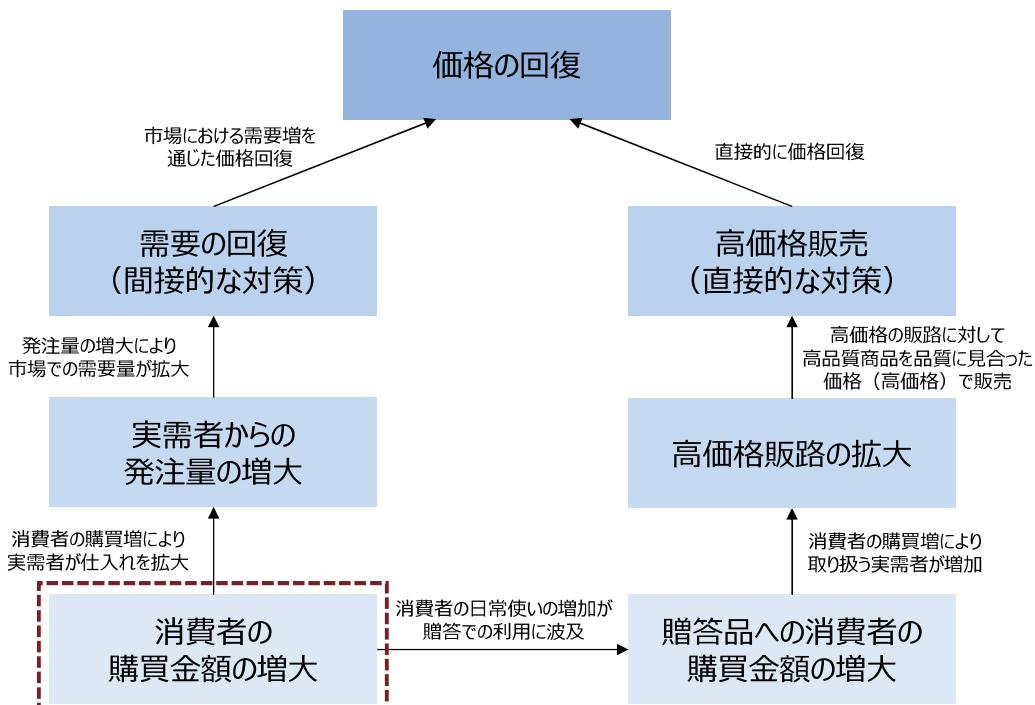
- 福島県産品の販売回復を目的として、マーケティング活動により、「定番棚の確保」や「贈答品の販路拡大」を達成するための調査を行う。
- 具体的には、以下の調査を行う。
  - 実店舗等における定番棚確保や贈答用販路確保のためのマーケティング調査、従来の販売活動との比較・効果検証
  - 事業者や消費者に対するヒアリング及びアンケートの実施
  - より効果的な販路確保・拡大方策について検討・整理

※令和元年度は、令和元年12月までの実績。  
データ出所：東京都中央卸売市場「市場統計情報」

132

## 価格の回復に向けた要因分解

価格回復に向けたパスとして、需要回復による方法と、高価格販売による方法が考えられる。本調査では、価格回復に向けたパスの最も根元にあると考えられる「消費者の購買金額」を増大させることに注目する。

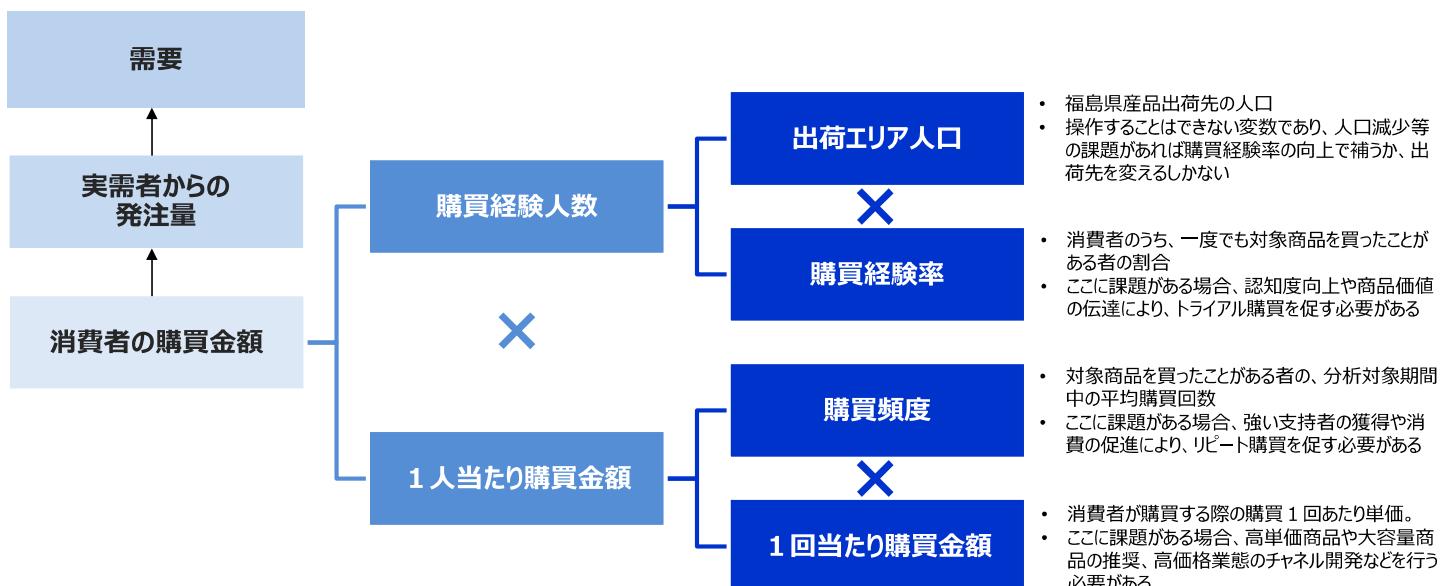


133

## 価格の回復に向けた要因分解

価格回復に向けては、消費者が当該商品に支払う購買金額の総額を増やす必要がある。消費者の購買金額は、いくつかの指標に分解することができ、指標を評価することで購買金額を向上させるための課題を分析できる。

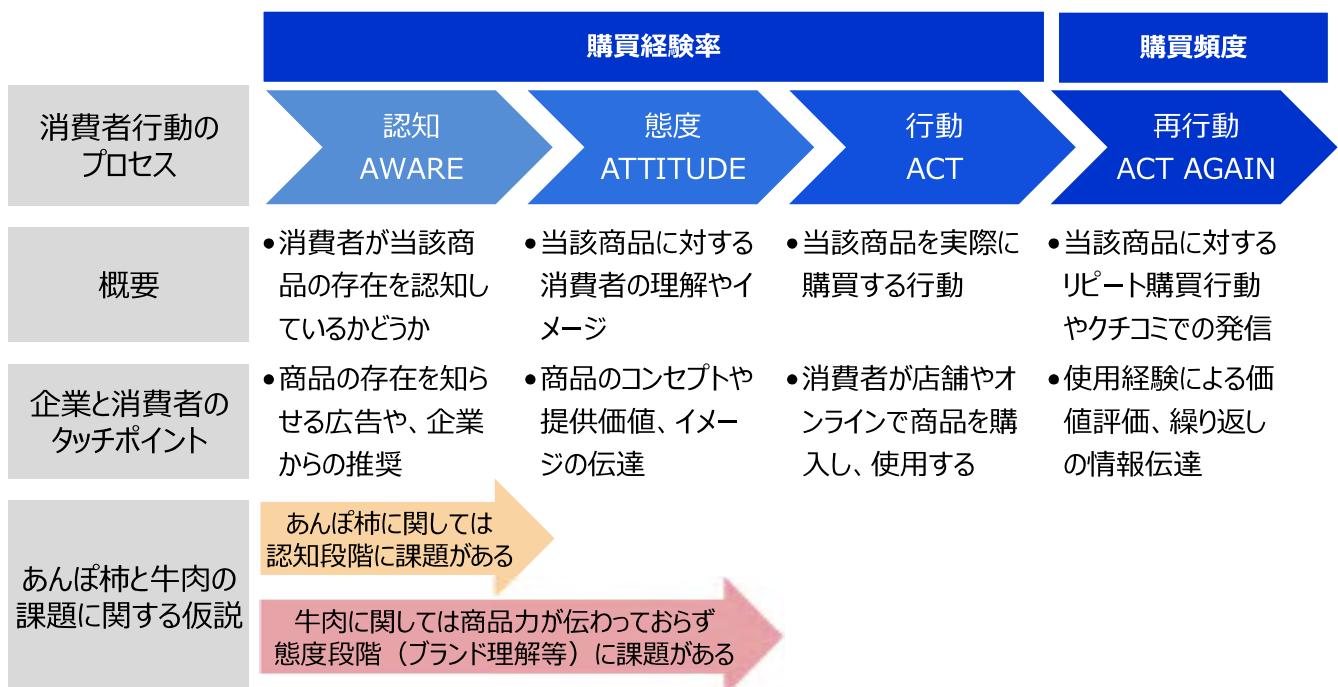
### 需要の分解と、課題の分析指針



134

## 価格の回復に向けた要因分解

消費者の購買金額を構成する購買経験率と購買頻度は、4 Aといわれる消費者行動プロセスとして整理することができる。この整理により、購買経験率や購買頻度についてより詳細に分析し、課題がある場合の対応策を検討することができる。



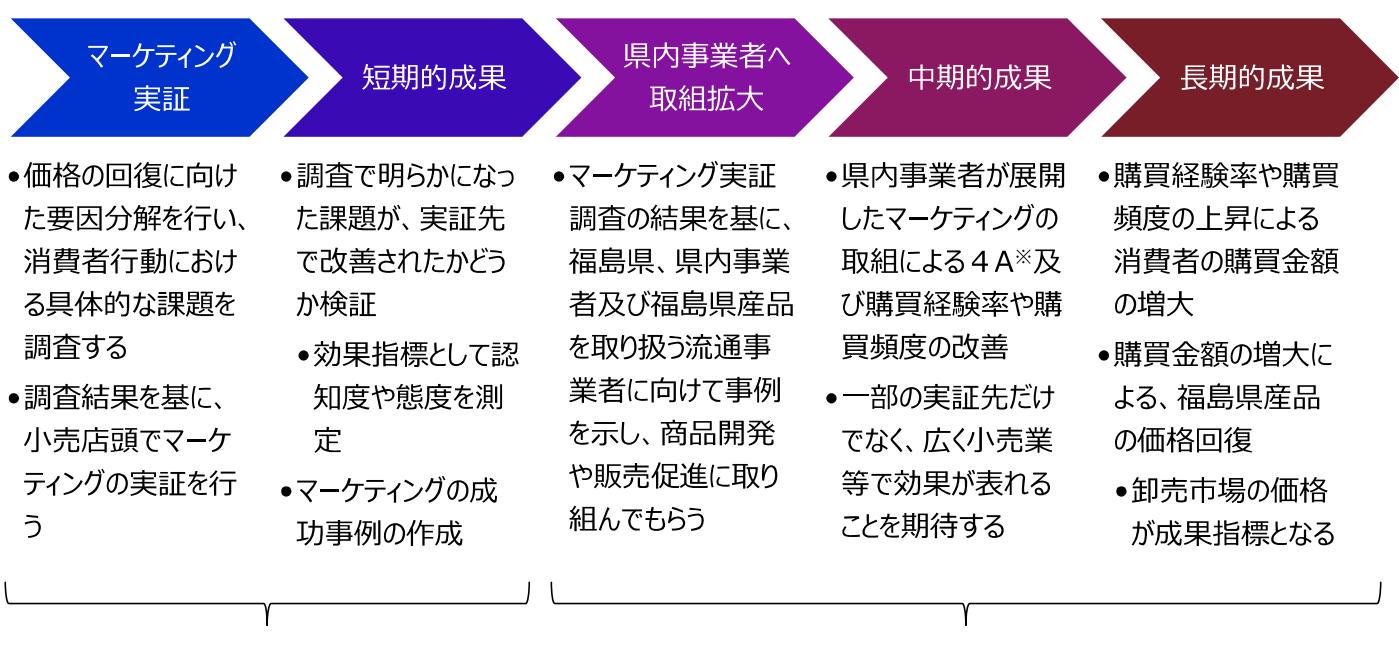
※このような認知から行動に至るプロセスは、「カスタマージャーニー」と呼ばれるものであり、4 A以外の整理もある。

マーケティングの大家であるコトラーは、『コトラーのマーケティング4.0』において、4 Aを「認知（AWARE）」「訴求（APPEAL）」「調査（ASK）」「行動（ACT）」「推奨（ADVOCATE）」の5 Aに再編するべきだと主張している。ただし、情報検索行動を表すASKは、最寄り品である食品には当てはめにくいと考えられることから、本企画では4 Aを用いている。

135

## 価格回復に向けた波及効果（ロジックモデル）

令和3年度調査では短期的な成果として、認知度や態度といった成果指標の改善を目指しマーケティングの実証を行った。実証事例やその結果は福島県、県内事業者及び福島県産品を取り扱う流通事業者の販売促進の取組に活用できる。



本事業の範囲

本事業後に目指す波及的な効果

## マーケティング実証調査の概要

マーケティング実証調査として、小売店頭で販促物を用いて消費者に訴求する取組を行った。実施にあたっては、まず企画立案のためのプレアンケートを行った上で、その結果を基に実証企画を立案し、小売店頭での実証調査を行った。

### マーケティング実証調査の実施内容

#### プレアンケート調査

- ・実証企画を立案するにあたり、まず消費者に対してアンケートを行い、福島県産品への意識や行動を調査した。
- ・調査では、4 Aにおける課題を抽出するための質問を設けた。

#### 実証企画の立案

- ・プレアンケートで現れた課題を解消するための消費者への訴求内容を企画した。
- ・あわせて、実証調査場所の提供を小売業者に依頼した。

#### 実証調査の実施

- ・販促物を用いた消費者への訴求を実際に小売店頭で行った。
- ・実証の際には売場に訪れた消費者に対してアンケート調査を行い、その効果を検証した。

137

### 調査方法：プレアンケート

マーケティング実証調査の企画立案に向けて、対象品目の課題を洗い出すため、消費者へのアンケート調査を行った。

#### 概要・目的

- ・マーケティング実証調査に向けた企画立案のための検討材料を取得する。
- ・特に、消費者購買行動におけるボトルネックを探し出し、その解消のために提示する情報を検討する。

#### 対象品目

- ・牛肉、干し柿。
- ・福島牛、あんぽ柿および両品目の競合商品について調査する。

#### 調査手法 実施期間

- ・消費者へのWebアンケート調査。
- ・2021年9月18日（土）～20日（月）に実施。

#### 対象者と 回収数

- ・一都三県に居住する消費者。
- ・有効回収数1,050件。

#### 調査内容

- ・消費者購買行動における4 A。
- ・購買頻度や食品選定の基準。

138

## 調査方法：プレアンケート回答者の概要

アンケートでは、一都三県の消費者から1,050件の有効回答を得た。性年代別に割付を行ったが、矛盾回答の削除等により、やや若年層の比率が低いことに留意する必要がある。

### □性年代

属性	該当者数
<b>女性</b>	<b>556</b>
20～29歳	76
30～39歳	85
40～49歳	98
50～59歳	97
60～69歳	98
70歳以上	102
<b>男性</b>	<b>494</b>
20～29歳	70
30～39歳	95
40～49歳	88
50～59歳	79
60～69歳	85
70歳以上	77
<b>総計</b>	<b>1050</b>

### □居住地

属性	該当者数
東京都	439
埼玉県	178
千葉県	163
神奈川県	270
<b>総計</b>	<b>1050</b>

### □子供の有無

属性	該当者数
子供無し	556
子供有り	494
<b>総計</b>	<b>1050</b>

## 調査方法：店頭での実証調査

福島牛とあんば柿のそれぞれで協力店の店舗（すべて埼玉県内）に販促物を設置し、調査員が売場に立ち寄った消費者にアンケートを手渡して配布。アンケートは、郵送とWebのどちらでも回答できる形式とした。

### 回答方法を記載した依頼状

令和4年1月  
公益財団法人流通経済研究所  
アンケート調査へのご協力のお願い

この度はアンケートにご協力くださり、誠にありがとうございます。  
本調査は、干し柿の購入に関するご意見を伺うものです。調査結果は統計的に処理しますので、個人ごとのお考えが分析されることはありません。また、個人情報は厳正に管理しますので、安心してご回答ください。  
何卒ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

#### <注意事項>

本アンケートは、1月19日から22日に配布しています。もし複数回アンケートを受け取った場合、一度だけご回答ください。

#### <回答方法>

紙の調査票での回答か、Webでの回答をお選びいただけます。どちらか一方のみでご回答ください。

#### ○紙での回答の場合

本アンケートをお渡しした際の封筒が返信用封筒となっています。回答を記入した調査票を返信用封筒に入れてポストに投函してください（切手不要）。

#### ○Webでの回答の場合

以下のアドレス・QRコードから調査画面にアクセスできます。パソコンとスマートフォンのどちらにも対応しています。

<https://ryutsukeizai.post-survey.com/hoshigaki/>



#### <提出期限>

令和4年1月23日（金）まで（紙の場合は当日消印有効）。

### 郵送で回答する場合の調査票の一部

#### 調査票

Q1. この調査票を受け取られた日付を教えてください。（一つに○）。

1. 1/19（水） 2. 1/20（木） 3. 1/21（金） 4. 1/22（土）

Q2. この調査票を受け取られた店舗を教えてください（一つに○）。

1. 川口本町店 2. 斎藤町店

Q3. あんば柿という干し柿をご存知ですか（一つに○）。

1. 知っていた 2. 今週先場で知った 3. 知らない（⇒Q12へ）

Q4~Q11には、Q3で「1. 知っていた」か「2. 今週先場で知った」を選択した方のみご回答ください。

Q4. あなたの福島県産あんば柿に対するイメージとして、あてはまるものすべて選んでください（複数回答可）。

- |              |             |              |
|--------------|-------------|--------------|
| 1. 味が良い      | 2. 健康に良い    | 3. 美容に良い     |
| 4. 品質が安定している | 5. ブランド力がある | 6. 高級である     |
| 7. 価格が手ごろである | 8. 安全・安心である | 9. 贈り物に適している |

### Webで回答する場合の調査画面の一部

Q4. あなたの福島県産あんば柿に対するイメージとして、あてはまるものすべて選んでください。

□ 品質が良い	□ 健康に良い
□ 味が良い	□ ブランド力がある
□ 価格が手ごろである	□ 安全・安心である
□ 贈り物に適している	□ 贈り物に適していない
□ 美容に良い	□ 価格が高い
□ 値段が高い	□ 品質が悪い
□ 健康に悪い	□ ブランド力がない
□ 価格が高い	□ 安全・安心がない
□ 贈り物に適していない	□ 贈り物に適していない
□ 美容に悪い	□ 価格が手ごろである
□ 値段が手ごろである	□ 品質が悪い
□ 品質が悪い	□ 安全・安心がない