

ワカメ流通の構造的問題																																																				
ねらい	ワカメ商品の改善、PR戦略に資する。																																																			
成果の特徴	1 消費者は、ワカメを購入する際、三陸産地ブランドを非常に高く評価している。(表1) 産地ブランドを前面に出したパッケージはほとんどなかった。																																																			
	2 産地別湯通し塩蔵ワカメを、産地名を伏せて試食してもらい、購入しても良い上限額を回答してもらった結果、国産品は輸入品の1.5倍の価格であったが(表2)、実際は3~5倍の小売価格差であることから、輸入物は非常に高く評価されていた。																																																			
	3 アンケート調査から、国産ワカメの強みは中高年層が好む湯通し塩蔵であるが、このシェアは時代と共に縮小方向にあり、一方、市場シェアが大きく、消費が増加しているメカブ、乾燥ワカメなどは中国産を中心とした輸入物であった(図)。																																																			
	4 これらの問題点を解決するためには、 ロゴ、キャッチフレーズ等を開発し、三陸産ならではのイメージを浸透させる、 一度に消費量の多いワカメ料理を開発する、 PRを目的とした三陸産メカブ・乾燥ワカメの商品化を図るなどが必要であると考えられた。																																																			
成果の活用面	民間加工場、漁業系統団体(漁協自営加工場)、行政のワカメ商品及び構造改善に利用する。																																																			
【具体的データ】																																																				
表1 部分効用値と属性の寄与率																																																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>属性</th> <th>水準</th> <th>部分効用値</th> <th>度数</th> <th>範囲</th> <th>分散の寄与率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">原料生産海域</td> <td>三陸</td> <td>1.710</td> <td>400</td> <td rowspan="3">4.223</td> <td rowspan="3">92.290</td> </tr> <tr> <td>鳴門</td> <td>0.803</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>中国・韓国</td> <td>-2.513</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">入数(g)</td> <td>150g</td> <td>0.438</td> <td>600</td> <td rowspan="2">0.875</td> <td rowspan="2">5.363</td> </tr> <tr> <td>300g</td> <td>-0.438</td> <td>600</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">加工会社</td> <td>漁業協同組合</td> <td>0.276</td> <td>600</td> <td rowspan="2">0.553</td> <td rowspan="2">2.138</td> </tr> <tr> <td>一般企業</td> <td>-0.276</td> <td>600</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">価格(円)</td> <td>280円</td> <td>-0.086</td> <td>600</td> <td rowspan="2">0.173</td> <td rowspan="2">0.208</td> </tr> <tr> <td>100円</td> <td>0.086</td> <td>600</td> </tr> <tr> <td>定数項</td> <td></td> <td>4.303</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	属性	水準	部分効用値	度数	範囲	分散の寄与率	原料生産海域	三陸	1.710	400	4.223	92.290	鳴門	0.803	400	中国・韓国	-2.513	400	入数(g)	150g	0.438	600	0.875	5.363	300g	-0.438	600	加工会社	漁業協同組合	0.276	600	0.553	2.138	一般企業	-0.276	600	価格(円)	280円	-0.086	600	0.173	0.208	100円	0.086	600	定数項		4.303			
属性	水準	部分効用値	度数	範囲	分散の寄与率																																															
原料生産海域	三陸	1.710	400	4.223	92.290																																															
	鳴門	0.803	400																																																	
	中国・韓国	-2.513	400																																																	
入数(g)	150g	0.438	600	0.875	5.363																																															
	300g	-0.438	600																																																	
加工会社	漁業協同組合	0.276	600	0.553	2.138																																															
	一般企業	-0.276	600																																																	
価格(円)	280円	-0.086	600	0.173	0.208																																															
	100円	0.086	600																																																	
定数項		4.303																																																		
注) 部分効用値が高いほど評価が高い(定数項除く)																																																				

表2 産地別ワカメ商品価格の意識調査結果

	岩手産	宮城産	鳴門産	中国産	韓国産
	単位(円/200g)				
平均	294	282	254	193	198
中央値 (メジアン)	300	300	250	200	200
最頻値 (モード)	300	300	300	200	100
最小	50	100	50	0	0
最大	600	600	600	500	500
	単位(人)				
標本数	194	194	194	191	190

注) 200g入り湯通し塩蔵ワカメ商品を対象としてアンケートを実施した。

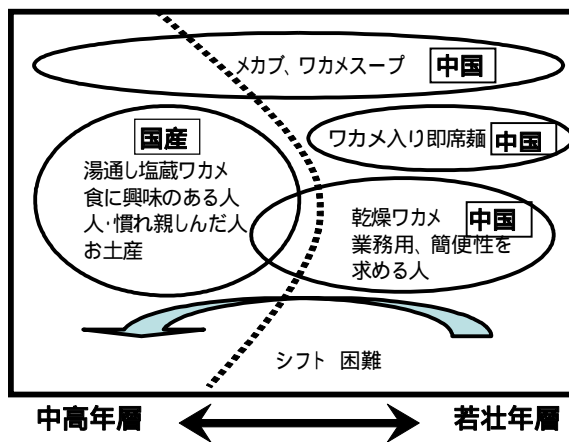


図 ワカメ商品カテゴリ別の主な消費層

担当者
連絡先

企画指導部 専門研究員 宮田 勉 0193-26-7914 FAX0193-26-7920
〒026-0001 岩手県釜石市大字平田第3地割75番3号
ホームページ <http://www.pref.iwate.jp/~hp5507/>

表1 部分効用値と属性の寄与率

属性	水準	部分効用値	度数	範囲	分散の寄与率
原料生産海域	三陸	1.710	400	4.223	92.290
	鳴門	0.803	400		
	中国・韓国	-2.513	400		
入数 (g)	150g	0.438	600	0.875	5.363
	300g	-0.438	600		
加工会社	漁業協同組合	0.276	600	0.553	2.138
	一般企業	-0.276	600		
価格 (円)	280 円	-0.086	600	0.173	0.208
	100 円	0.086	600		
定数項		4.303			

注) 部分効用値が高いほど評価が高い(定数項除く)

