

新規玄米食材における安全認証の評価と購買行動の分析

201821104 坂 壮一郎

指導教員 北村豊・粉川美踏・氏家清和

【緒言】

我が国の国民一人あたりの米の年間消費量は年々減少傾向にあり、現在では約53 kgまで減少している。これはピーク時の約半分の消費量である（[図1](#)）。そこで当研究室では、米の消費拡大に対する目的で新規玄米食材（水挽玄米）を開発した。そして現在までに水挽玄米に対する化学的、物理的特性については既往研究等で明らかとなってきたが経済的な評価はなされていない。さらに、近年、2020年6月に施行される食品衛生法の改正に伴い、食品関連事業者はHACCPに沿った衛生管理の導入（安全認証取得）が義務化されるようになったことから食品産業において食の安全性が以前よりも注目されている。しかし、現状の導入率は4割程度となっている（[図2](#)）。そこで本研究は、まず、水挽玄米製造における衛生管理の取り組みを行った上で、市場性を評価するために水挽玄米に対する経済的評価の知見および安全認証の取得・導入への評価の知見を得ることとそれらに対する消費者の購買行動の分析を検討した。

【材料と方法】

1. 対象者: 食品関連事業者(54名)2019年9月実施, 地方銀行フードセレクション来場者ならびに一般消費者(167名)2019年11月実施, 筑波大学学園祭来場者

2. 調査方式: アンケート形式で選択実験得られた回答をもとに多項ロジットモデルおよび潜在クラスモデルを用いて分析を実施した。

【結果と考察】

1. 水挽玄米に対する経済的評価 まず、食品関連事業者に対して行った調査から、水挽玄米に対する評価は概ね高い結果となったが、統計的に有意な結果を示さなかった。一方、一般消費者に対する調査では水挽玄米を使用したパンおよび、米粉を使用したパン

を評価財として用意し、試食の有無による評価を実施した。試食後の水挽玄米の評価は低い評価（MWTP：-248円）となった（[表1](#)）。これは試食の有無による影響が考えられる。このことから、消費者にとって味が購買を決める大きな要因となっていることが判明した。さらに消費者選好の異質性を考慮したモデル（潜在クラスモデル）における結果より、試食の有無にかかわらず、水挽玄米に対する評価を高く評価する消費者も一定数存在していることが明らかとなった（試食後のMWTP：92.2円）（[表2](#)）。

2. 安全認証の取得・導入への評価 食品関連事業者の立場において、認証は必須であると考えている事業者が多く、また選択実験の結果においても安全認証に対して高く評価することが明らかとなった。このことから食品取引の場において、HACCPなどの安全認証は有用性が高いといえるだろう。一方、消費者の立場において、味や価格が購買行動に大きく影響を与える中で、安全認証についても高く評価している消費者が全体的に多いことが判明した（MWTP：135.5円）（[表1](#)）。そのため、安全認証は消費者の購買の場においても評価されると考えられるため、食品製造におけるHACCP対応は必要であるといえる。

【結論と今後の展望】

- ・食品安全認証の有用性および水挽玄米に対する消費者の購買行動が明らかとなった。
- ・今後は様々な水挽玄米の加工品による消費者評価のアプローチの最検討が必要といえる。

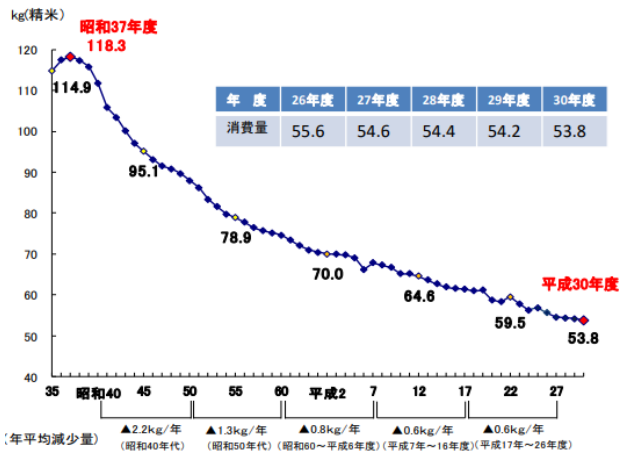


図1 米の年間1人当たりの消費量の推移

表2 一般消費者を対象とした調査における推定モデルによる結果

変数	係数	標準誤差	MWTP(円)
選択肢固有定数項	1.985 ***	0.426	443.3
価格	-0.004 ***	0.000	-
水挽玄米	0.280	0.207	62.4
安全認証なし	-0.838 ***	0.233	-187.1
対数尤度	-278		
観測数	216		

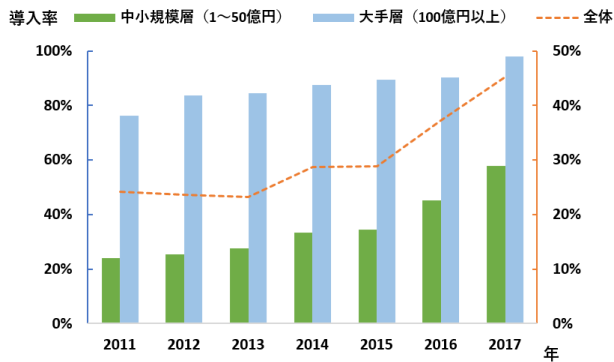


図2 食品製造業における HACCP に沿った衛生管理の導入状況の推移

表1 食品関連事業者を対象とした調査における推定モデルによる結果

変数	係数	標準誤差	MWTP(円)
選択肢固有定数項	2.672 ***	0.149	625.2
価格	-0.004 ***	0.000	-
水挽玄米	0.153 *	0.084	35.8
グルテンフリー	0.192 ***	0.059	44.9
安全認証	0.579 ***	0.061	135.5
試食後:水挽玄米	-1.06 ***	0.101	-248
対数尤度	-2541		
観測数	2672		