

■調査目的

石油や食料原料の値上げから各種メーカーの商品が値上がりをしている。そのため、消費者の生活防衛からくる節約志向が強まり、この1~2年小売業の自主企画商品(PB)が“低価格”でシェアを拡大してきた。

しかし、ここに来て原材料や安全性にこだわったPB商品も開発されてきたことから、消費者にとってのPB商品の位置づけを知ることを目的に調査を実施した。

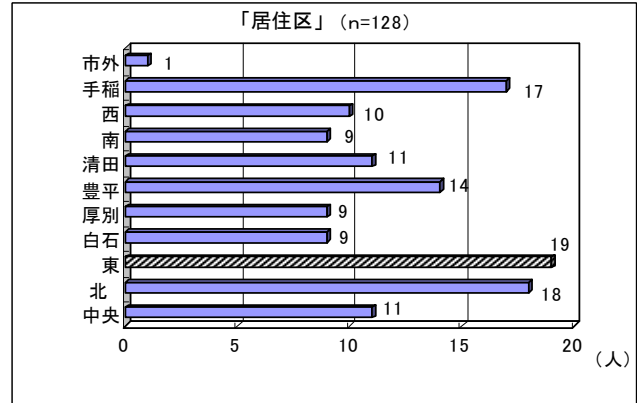
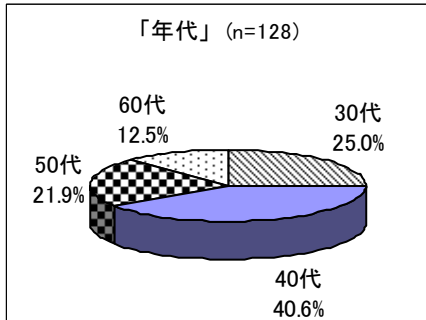
■調査期間:平成22年10月中旬~11月上旬

■調査方法:郵便・FAXによる送付

■調査対象:アンケート調査協力員(価格調査モニター及び同経験者)141名

有効回答者数 128人(回収率90.8%)

■回答者属性(男性3人 女性125人)

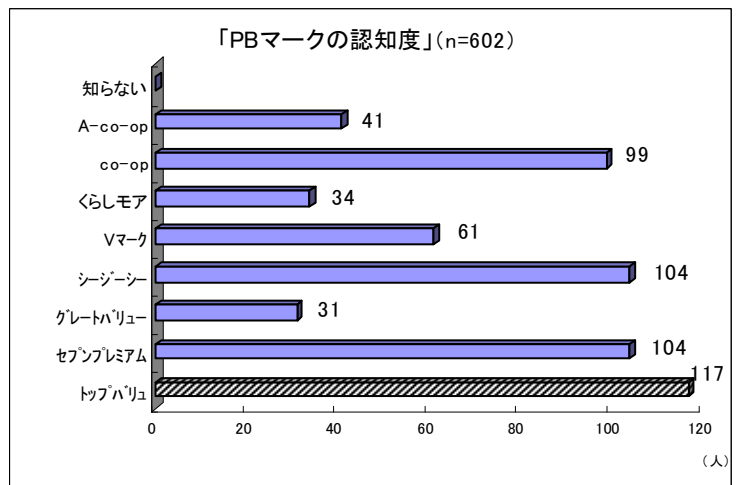


1 プライベートブランド(PB)を知っていますか？(複数回答)

~7割以上が知っているブランドも~

上位4つのプライベートブランド(以下PB)「トップバリュ」(91.4%)・「セブンプレミアム」・「シージーシー」(81.3%)・「co-op」(77.3%)の認知度は7割以上で、PBを「知らない」と回答した人はいなかった。

残り4つのPB認知度を年代別で比較すると、30代は「A-co-op」(9.4%)、60代は「グレートバリュ」(12.5%)の認知度が低い傾向が見られた



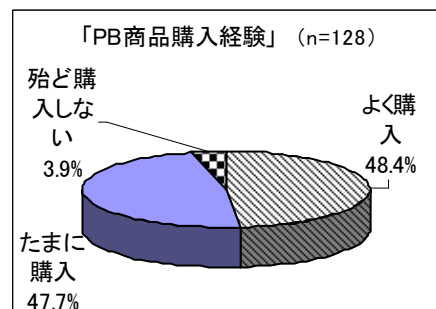
2 PB商品を購入したことがありますか？(n=128)

~全員が購入経験あり~

「よく購入する」(48.4%)、「たまに購入する」(47.7%)を併せると9割以上は普段から利用していた。

年代別では、30・40代は「よく購入する」割合が、50・60代は「たまに購入する」割合が高い傾向が見られた。

	よく購入	たまに購入
30代	53.2%	43.8%
40代	61.6%	34.6%
50代	32.1%	64.3%
60代	25.0%	68.8%



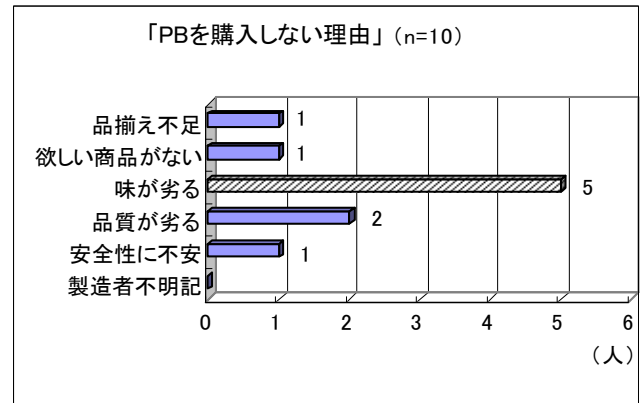
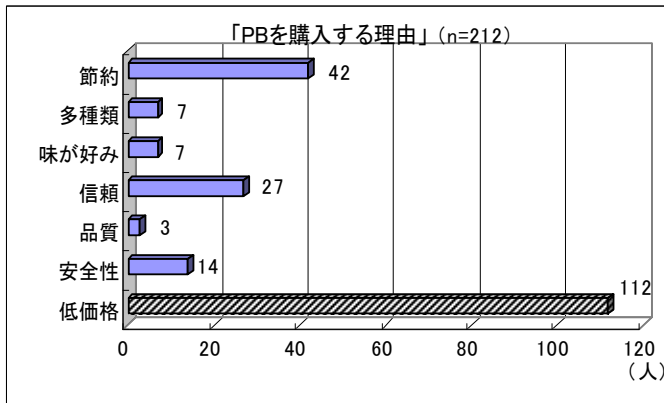
## PB商品を購入する理由、購入しない理由は？（複数回答2つまで）

～「低価格」が魅力の反面、「味が劣る」との声も～

PB商品を「よく購入する」・「たまに購入する」と回答した人の購入理由は、1位が「低価格」(91.0%)、次いで「節約のため」(34.1%)、「信頼できる」(22.0%)であった。

年代別で割合を比較すると、年代が上がるにつれ「節約のため」は下がり、逆に「信頼できる」が上がる傾向が見られた。また、「安全性が高い」を挙げた割合は60代(33.3%)が高く、40代(6.0%)は低かった。

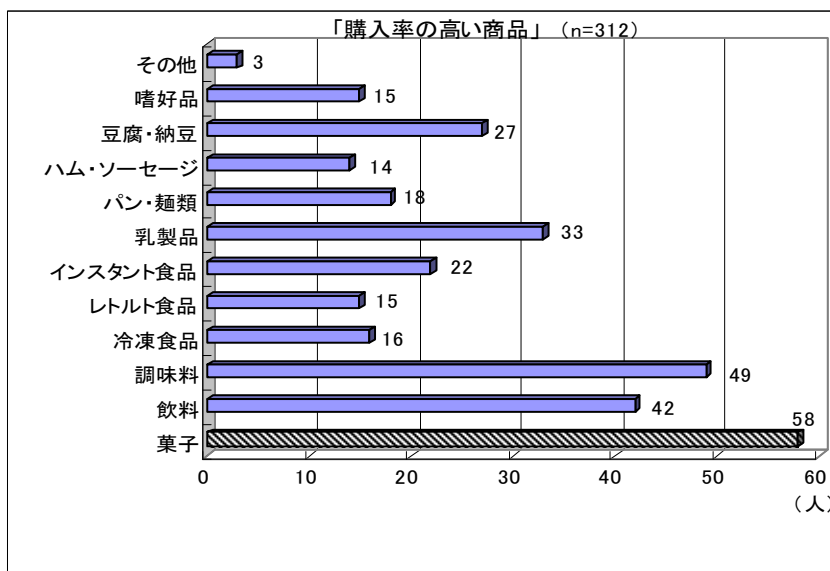
PB商品を「殆ど購入しない」と回答した理由は、「味が劣る」(100%)、「品質が劣る」(40.0%)であった。



	低価格	節約	信頼
30代	87.1%	45.2%	6.5%
40代	98.0%	36.0%	22.0%
50代	88.9%	29.6%	22.2%
60代	80.0%	13.3%	53.3%

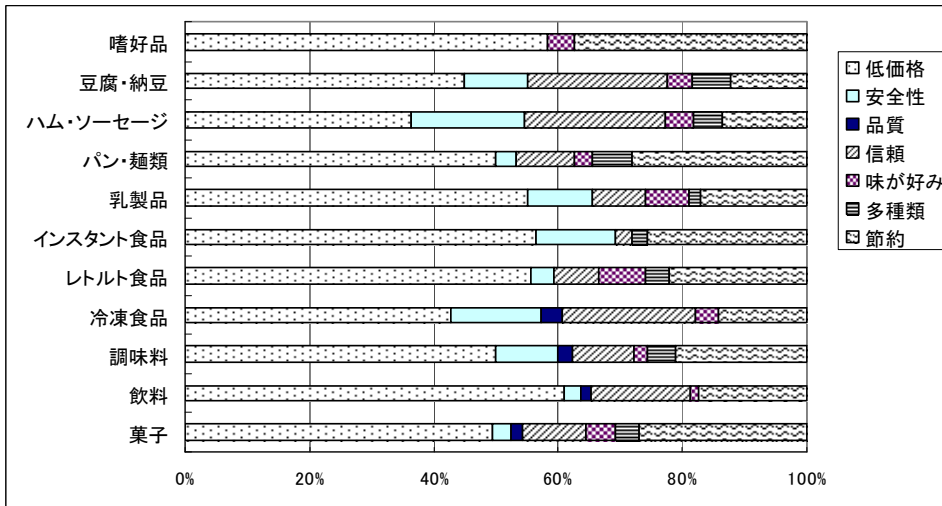
購入率の高い商品は、1位が「菓子」(47.1%)、次いで「調味料」(39.8%)、「飲料」(34.1%)であった。

年代別で上位3品目を比較すると、各年代に入っているのが「調味料」で、年代別の特徴的な品目は30代が「インスタント食品」、40代が「飲料」、50代が「飲料」・「納豆・豆腐」、60代が「納豆・豆腐」であった。



	1位	2位	3位
30代	菓子	調味料	インスタント食品
40代	菓子	飲料	調味料
50代	調味料	飲料	豆腐・納豆
60代	菓子	調味料(1位)	豆腐・納豆

購入率の高い各PB商品の「低価格」以外の購入理由を比較すると、「ハム・ソーセージ類」・「冷凍食品」・「インスタント食品」は「安全性が高い」の割合が、「豆腐・納豆」・「ハム・ソーセージ類」・「冷凍食品」は「信頼できる」の割合が高い傾向であった。また、「嗜好品」は「低価格」・「節約のため」の割合がいずれも一番高かった。

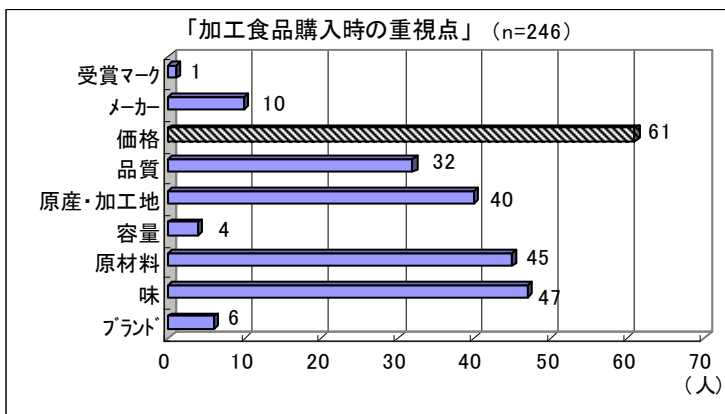


#### 4 加工食品を購入する時のポイントは？ (n=246 複数回答 2 つまで)

～「価格」がトップ、次いで「味」・「原材料」～

加工食品購入時に、重視する点は1位「価格」(41.2%)、2位「味」(36.7%)、3位「原材料」(35.1%)で、PB商品購入理由割合では低かった「味」が2位であった。

年代別で比較すると30～50代の1位は「価格」であるのに対し、60代は「原材料」で、設問2のPB商品購入理由で「低価格」の割合が低い傾向と一致していた。



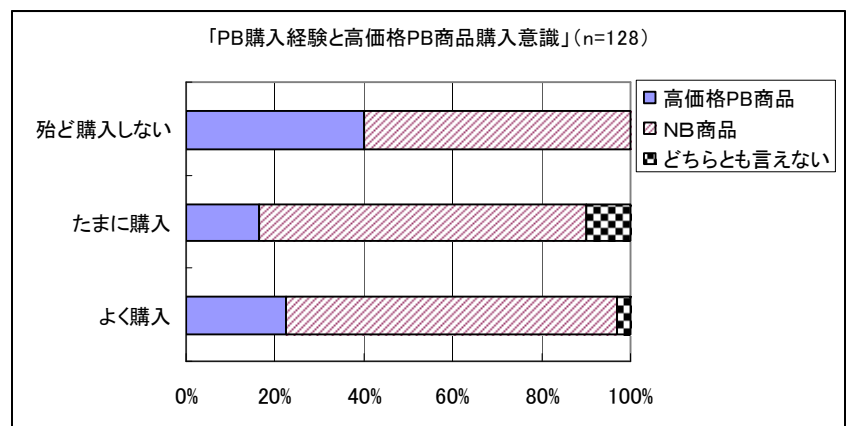
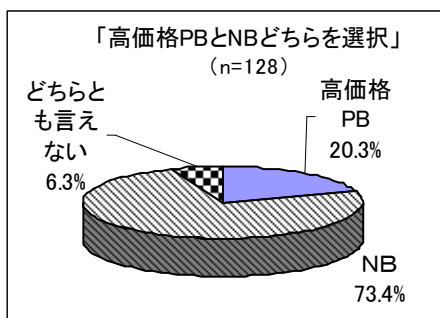
	1位	2位	3位
30代	価格	味	品質
40代	価格	味	原材料(2位)
50代	価格	味	原材料(2位)
60代	原材料	品質	原産・加工地

#### 5 品質・製法にこだわった高価格PBとナショナルブランド(NB)ならどちらを購入？ (n=128)

～7割以上がNBを選択～

「ナショナルブランド(以下NB)」(73.4%)と回答した人が7割以上で主な理由は、「味がよい」・「慣れ親しんだ味」(各8名)、「長年の知名度」(7名)、「品質・安全性への信頼」(5名)で、「高価格PB」(20.3%)と回答した主な理由は「NBと同価格なら品質がよさそう」(4名)、「小売業への信頼感」(3名)であった。

設問1のPB商品購入経験との関係を見ると、「殆ど購入しない」と回答した人が「品質・製法にこだわった高価格PB」の購入意欲が高い傾向が見られた。



## 5 PB商品について思うこと・要望

※( )内は同様意見の人数

### ○表示について

- ・販売者名のみ表示された商品が多い。製造者が併記されると低価格でも安心して購入できる (他5名)
- ・原料原産地の記載を希望 (他3名)
- ・味や安全性について判断できるマーク付だと安心

### ○品質・安全性について

- ・長年、その商品を作り続けているNBに比べその品質は劣っているのでは
- ・日用雑貨品の洗剤やラップ類はまず価格で選ぶが、食品はやはり品質・安全も大切
- ・安全性はNB同様確保されていると思うが、味や品質はやや劣るので良い商品を見極め使用 (他1名)
- ・これからも高品質・低価格PBの販売を希望。低価格がPBの魅力 (他5名)
- ・以前は品質に疑問。今は品質も向上し、商品も普及しており信頼している (他5名)
- ・低価格に走りすぎると品質が落ちる可能性もあるので注意して欲しい
- ・種類が増えることで、安全性のチェックがおろそかにならないか不安 (他6名)
- ・多少味や品質が劣っていても低価格だから仕方がないと思う (他1名)
- ・味は劣るイメージがあったが、最近は味が良いものも増えた。子どもも喜んで食べている
- ・低価格で安全性が高ければ味や品質は自分の好みで調整可能。PBをこれからも増やして欲しい
- ・原料原産地が中国のものが多くまだまだ安心できないところがある
- ・シンプルでよいので味・種類の充実を希望 (他7名)

### ○販売方法について

- ・品質・味が劣るイメージがある。NBの真似ではなくPBの良さ・こだわりをアピール (他13名)
- ・商品の割安感や情報を店頭にわかりやすく表示。試食販売で製品の良さをPR (他7名)
- ・添加物を削減し、国産原料を積極的に使用した商品づくりに期待 (他1名)

### ○その他

- ・PB・NBとも商品における安心感が絶対条件。事業者は消費者の信頼を裏切らない努力を
- ・自宅用ならPBで充分満足。品質・製法にこだわったPBギフトセットは喜ばれるのでは (他2名)
- ・外見も中身も「シンプルイズベスト」を目指して欲しい。良い商品は口コミで広がる
- ・PBを応援するためにも大手メーカーに埋もれている中小企業や地場の産業を支援したい
- ・物価高で低価格PBは嬉しいが、NBも安価にしないと売れない時代になり苦心していると思う
- ・欧米のように各PBが独自性・価格で競合するとNBも危機感を持ち、よりよい商品作りをするので消費者は選択肢が増え良いと思う (他2名)
- ・品質と値段において流通業者・製造者・消費者がそろって無理なく妥協できる商品を作って欲しい
- ・PBが各スーパーとも増え、NBやそれ以外の商品の選択肢が減ったのは残念
- ・メーカーとの共同開発品だと信頼感がある。安全・安心な商品であればもっと利用されると思う
- ・一度購入してよければ全国どの都市でもその系列店で購入できるのは利点
- ・その時だけ使いたい商品が少量で安く購入でき、価格も安定しているのが魅力

## まとめ

「景気が悪くなるとPBの売り上げが伸びる」と言われている。90年代前半に開発されたPBは“低価格だから味や品質は妥協”といった傾向が見られたが、近年のPBはアンケートの回答からもわかるように品質もNBと同等とは言い難いがイメージより優れていることを消費者も認識している。ただ、NBは高いから品質が優れている、PBは低価格だから品質はイマイチと捉えている消費者も多いと思われる。

PBが支持されている一番の要因はアンケート結果からも“低価格”であると思われるが、冷凍ギョウザ問題、食肉偽装問題そして遺伝子組換え農産物への不安等から冷凍食品・食肉製品・大豆製品のPB購入理由は「安全性が高い」「信頼性がある」の割合も高い傾向が見られた。ただ安いだけで消費者も購入しておらず、年代によっては「原材料」や「品質」を上位に挙げている。ただPBは、委託先のメーカーを原則商品に表示しないため、過去にソーセージ類の自主回収が遅れたケースがあり安全性への問題点も見えてきている。アンケートの回答にも製造者名記載を希望する声が多く見られた。

今後、付加価値のあるPB出現により流通のあり方も変わり、今まで品質・味等への不満からPBを殆ど購入していなかった層も取り込むことで、消費者にとってよりよい商品選択が広がる可能性も考えられる。