

価格感度測定法（PSM）における最小抵抗価格の信頼区間 —ブートストラップ法を応用した漬物の試作品の受容価格測定—

新潟大学・平泉光一

新潟大学・斎藤 順

新潟大学・伊藤亮司

1. 研究の目的及び方法

農業者が新たな作物や農産加工品等を生産して、消費者との産直や業者との契約で販売する場合は、価格戦略（価格政策）をもって主体的に価格決定を行わなくてはならない状況におかれることがある。価格戦略の策定を有効に行うためには、売り手からみて妥当であるばかりでなく、買い手からも妥当な価格を見いださなくてはならない。こうした妥当な価格を調べるには、マーケティング・リサーチの手法の適用が有益である。消費者の受容価格帯や最適価格（最小抵抗価格）を探索する手法としては、価格感度測定法（Price Sensitivity Measurement: PSM）がしばしば用いられてきた。PSMによる受容価格帯や最適価格の意味と求め方については、理論的には十分に探求された段階ではない旨の指摘もなされているが、厳格な測定値ではなくそれらの近似値としてみれば、PSMは実用に耐える手法であるとみなされる。農産物に対しても近年になって、ホウレンソウ、メロン、牛乳、米などにPSMが適用されてきた。

PSMによる需要価格帯や最適価格を求める上での実用上の問題としては、サンプルの大きさの問題が指摘できよう。新食品のリサーチの場合、多数の消費者に試食（官能的な評価）をしてもらうことが必要となる。しかしながら、試食を伴うリサーチでは、数百のオーダーでもサンプルを得ることは実際には困難であることが少なくない。リサーチにかかる時間と費用の観点からみれば、特に大企業が皆無と言って良い農業者では、大規模なサンプルを得ることは事実上不可能といっても過言ではなかろう。PSMも例外ではなく、実用上は比較的小さなサンプルから受容価格帯や最適価格を探索しなければならない場合が多くなる。その場合は測定の誤差が問題となる。当然のことながら、測定された受容価格の誤差が大きければ、価格戦略の策定にあたって支障がある。ところが、PSMで求める受容価格については、その精度が問題とされずに、誤差が評価されてこなかった。

そこで本研究では、価格感度測定法（PSM）による最適価格（最小抵抗価格）の探索において、小標本の場合の精度（誤差の程度）を明らかにするために、信頼区間の計測を行う方法を提案し、実際に適用してみてその方法の妥当性や留意点を検討した。

エフロンが提唱したブートストラップ法を応用してPSMの最小抵抗価格の95%信頼区間を求めることとした。購買反応曲線には常法の一つである累積対数正規分布を用いた。

2. 測定の結果及び考察

新潟県下の農業法人が試作したウドの漬け物について適用した。消費者からの回答は3会場で有効回答18件にとどまった。最小抵抗価格は290円であった。95%信頼区間は260円～320円であった。小標本では、最小抵抗価格に幅があることに留意する必要がある。