

資源環境経済学特別演習 I 議事録
2016年度 第7回

報告題名 (title) : 「大学ブランドの日本酒」の消費者像分析を通じた販売展開に関する考察 - 東北大学ブランドの日本酒「萩丸」を事例として -			
報告者 (name)	佐藤 忍	日時	11月24日 午後3時～
所属分野 (labo)	農業経営経済学分野	場所	第3講義室
座長	尾崎 寛幸	議事録担当者	西田 陽平
出席者 木谷、井元、小山田、米澤、冬木、高篠、伊藤、石井、宮里、ナスン、西田、金、小林、千葉、佐藤、石塚、チリゲル、ソリゴガ、吉田、趙、李、木暮、ゲゲンタナ			
報告要旨 (Abstract) 近年、大学主導のもとオリジナルの日本酒を製造・販売する事例が増加している。一連の過程における大学の関与の度合いは様々であるが、多くは醸造の過程を地元の酒蔵に依頼し、その他原料となる酒米の生産や製品のマーケティングについては大学が担当している。そのため原料の供給量が限定的になる、あるいは販売店舗が大学生協中心になるなど、一般的な日本酒と比較した場合にその過程は特殊な形態となっている。 本研究では東北大学で製造されている日本酒「萩丸」を対象にその特徴（製造・販売のコンセプトや大学組織と酒蔵との連携）を加味したうえで、大学が日本酒のブランド化を行う際に生じる制約や条件などについて考察を行う。また東北大学関係者（学生、教職員、卒業生など）やキャンパス周辺住民へのアンケート調査を通じ、現状の消費者像の分析を行う。最後に上記の2点を踏まえ、「大学ブランド」という特殊な条件下での生産・販売における特徴や今後の課題について検討することを目的とする。 なお、今回は萩丸の基本情報の整理、既存研究の整理、アンケートの分析結果について報告する。			

質疑・応答(Q & A)

木暮: スライド 11 について、大学が全工程に関わっているとあるが、どの程度関わっているのか。また、制約が多いとあるが、誰にとっての制約となるのか。

佐藤: 厳密には、醸造には大学は関わっていないが、それ以外のすべての行程に大学が関連している。また、制約に関して、生産場所は川度農場、販路は生協と決まっており、自由に出来る余地が少なくなってしまう。

木暮: 大学が関われば関わるほど、制約が増えてしまうのか。

佐藤: 確かに、大学という制約がなければ、販路や販売戦略が多様化していると思われる。

尾崎: 条件付きロジットモデルの左辺は何か。

佐藤: これは買うか買わないか。買うが 1、買わないが 0 となる。

木谷: 調査の仕方について、属性が 5 つあるが、どこか一つに決めて買う、買わないの質問したのか。

佐藤: 複数の条件を入れて質問した。回答は 3 つ用意した。

木谷: 普通は直交計画表を入れて質問する。また、一つ提示して買うか買わないかを選ばせるのが普通だと思う。3 つ回答を提示してどれを買うか選ばなければいけないのか。

佐藤: 選択肢のうち 2 つは商品であり、3 つ目は買わないという選択肢になっている。

木谷: これは、味見などできない。甘口、辛口想像でしかない。また、最初の提示と後半の提示では、後半になるにつれ情報が増え、選択の感覚が変わってしまう気がする。理想は一度だけ一つ提示してそれについて買う買わない、の選択をさせることだ。

また、郵送と現場での差はあるのか。現物の萩丸は見せたのか。現場で見せたとしたら、郵送と現場でのアンケートでは差が出てしまう。現場に来た人は思い入れなどもあるかもしれない。計算についてもダミーなどを入れるべきではないか。

佐藤: はい、がんばります。

井元: 実際に購入したかどうかは聞いたのか。また、容量を変えたのはなぜか。

佐藤: 購入したかは聞いていない。容量について、普通は四合瓶だが、ほかの大学を見ると様々な容量があり、また小さい方が買い安いということで 300ml を選択肢に入れた。

井元: 720ml と 300ml ではどちらがより好まれるかは分かるのか。

佐藤: それはまだわからない。

井元: 今回は大学ブランドという調査だが、大学ブランドは誰が主に買うのか。大学ブランドの商品の普及に際し、何が普及を妨げているのかを知るためにやっているのであれば、何をゴールにするのかはつきりさせるべき。一般の商品であれば、たくさん売り多くの利益を得ることが目的だが、大学ブランドでは何を目的としているのか、それが論文の中で分かれば良いと思う。

木暮：考察の部分で、「現時点では東北大ブランドというより農学部ブランドとなっている」とあるが、これは農学部ブランドとした方が、訴求効果が良いということか。

佐藤：そこまでは言っていないが、現時点では農学部と他学部では認知度に大きな差がある。

木暮：製造に対する関わりとして農学部関係者が多いから、農学部ブランドという言葉を出したのか。

佐藤：はい。

木暮：東北大学ではビールなども作っているが、それとの比較はあるのか。

佐藤：特にしていない。

尾崎：修正済み R スクエアが小さいが、世帯収入などを入れないとこの程度なのか。

佐藤：世帯年収や性別などいろいろ入れたらもう少し大きくなると思う。