

地理的表示(GI)保護制度に登録された水産物に対して 購入意欲の高い消費者の特徴



【研究課題名】

食品の安全・安心に対する消費者評価の解明

【実施年度】平成30年度

経営経済研究センター

水産振興グループ

榎敷孝浩・呂昱姮

■目的

地理的表示(GI)保護制度とは、地域で育まれた伝統と特性を有する農林水産物・食品のうち、品質等の特性が産地と結び付いており、その結び付きを特定できるような名称を付しているものについて、地理的表示を知的財産として国に登録できる制度です。現在、GI保護制度が、100カ国以上で独自に導入されています。日本では、2015年6月より、GI保護制度の運用を開始しています(図1)。2018年12月までに73産品が登録され、うち水産食品は8産品にのぼります(農林水産省)。

本研究では、GI保護制度に登録された水産物である、田子の浦しらすについて、購入意欲の高い消費者の特徴を計量的に明らかにしました(図2)。

■方法

消費者へのアンケートにはインターネット・リサーチを実施し、日本の主要消費地である、関東1都6県及び関西2府4県の消費者を対象としました。アンケートでは1,000サンプルを回収し、計測にはOrdered Logit Modelを適用しました。



図1 GIマーク

(出典：農林水産省「地理的表示及びGIマークの表示について」
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/gi_mark/)

■結果

田子の浦しらすに対して、購入意欲の高い消費者の特徴は、次の7点です。

- i) 消費者意識・行動に関する項目では、「魚介類購入時に新鮮さを重視する」、「魚介類購入時により詳しい産地レベルを気にする」、「産地や地域の活性化につながる食品を買う意識が高い」、「安価な食品を積極的に購入しない」、「最近1年間にシラスを購入した」消費者でした。
- ii) GI保護制度に関する項目では、「地理的表示(GIマーク)を、安全・安心の認証として信頼できる」消費者でした。
- iii) 消費者属性に関する項目では、「より高い世帯年収」の消費者でした。

■波及効果

生産者や漁協など売り手側にとって、GI保護制度に登録された水産物の消費者評価を把握し活用することが、消費拡大・定着につながるものと期待されます。



図2 田子の浦しらす

(出典：農林水産省「登録番号第36号 田子の浦しらす」
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/i36.html)