

6 神戸市西区伊川谷町における軟弱野菜生産技術のポジショニング

はじめに

ポジショニング分析（位置づけ）とは、消費者の求める商品イメージを図示化して、差別化した商品づくりの販売戦略を作る手法である。この手法を応用して、軟弱野菜の減農薬生産技術である熱水消毒や防虫ネットなどについて生産者の求める環境配慮型農業技術のイメージをアンケート調査した。各技術の位置づけや導入意向が高まる最適な方向（ベクトル）などが明らかになった。

内容

1 調査対象の概要

2003年11月、JA兵庫六甲伊川支店軟弱野菜部会員ら103戸の経営主にアンケートを依頼し、67戸（回収率：65.0%）から回答を得た。

2 調査内容

調査対象とした技術は、現地実証試験で実施した①熱水土壤消毒法、②ハウス側面ネット、③ハウス妻面ネット、④太陽熱消毒、さらに、⑤輪作体系に組み入れられる新野菜（架空）、⑥適量施肥のための簡易土壌分析器（架空）の6種類である。

アンケートでは、各技術に対する10個の評価項目（表参照）と、導入意向を質問をした。

3 調査結果

各技術に対する評価を因子分析すると、次に示す3因子が抽出できた。因子1は「家族経営になじみやすい技術」、因子2は「わかりやすい環境に配慮した技術」、因子3は「差別化が可能な技術」と解釈した（表）。

各技術の導入意向と3因子との間には、因子1と因子3が導入意向に及ぼす影響があると統計的に認められ、因子1をY軸、因子3をX軸として各技術のポジションを図示した。因子1「家族経営になじみやすい技術」について、熱水土壤消毒法は評価が低い。ハウス側面および妻面ネットは、導入しやすいと考えられている。因子3の「差別化が可能な技術」では、新野菜、ハウス側面ネットが評価され、妻面ネットが当地では軽視されている。

一方、導入意向ベクトル $y = 1.56x$ は、ややY軸よりに傾き、簡易土壌分析器、太陽熱消毒、ハウス側面ネットが近接していることが明らかになった。

（図）

今後の課題

評価の低かった熱水土壤消毒法の課題を明らかにし、導入利用条件を検討する。

加藤 雅宣（農業技セ・経営・機械部）

表 因子分析結果（評価項目の数値は因子負荷量）

評価項目	因子1	因子2	因子3
個人で導入できる	0.96	0.20	0.08
妥当な経費	0.86	0.19	0.18
妥当な作業時間	0.84	0.37	0.17
作業は快適	0.76	0.05	0.01
わかりやすい技術	0.30	0.89	-0.15
環境にやさしい	0.03	0.84	0.19
作業体系に変更ない	0.49	0.81	-0.09
代替技術はない(唯一の技)	0.26	-0.09	0.89
ブランド化が可能	-0.16	0.27	0.83
品質が良好になる	0.41	-0.30	0.61
固有値	3.5	2.5	2.0
寄与率(%)	35.3	25.3	19.8
累積寄与率(%)	35.3	60.7	80.5

因子負荷量：評価項目と因子との相関係数
 固有値：因子負荷量の二乗和。因子が評価項目をいくつ説明しているかを示す。1以上の因子を採用する。
 寄与率：固有値/評価項目数。固有値同様、因子の説明力を示す
 累積寄与率：寄与率の累積値。50%以上が望ましい。
 因子抽出は主因子法、回転はヴァリマックス回転を採用した。

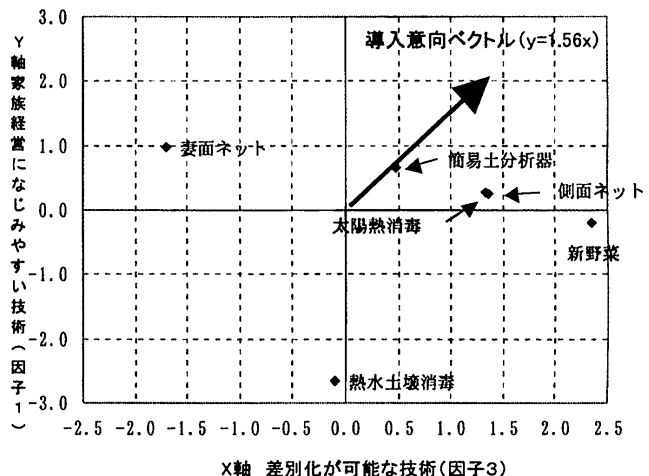


図 技術のイメージマップと導入意向ベクトル

注：導入意向ベクトルは、図示した技術に黄色蛍光灯、捕集防除機、ダズメット剤を使用する土壌消毒なども加えて算出した。