

Title	フルーツの経済学
Sub Title	Economic analysis of fruits
Author	中島, 隆信(Nakajima, Takanobu)
Publisher	慶應義塾大学
Publication year	2021
Jtitle	学事振興資金研究成果実績報告書 (2020.)
JaLC DOI	
Abstract	<p>フルーツの持つ多様性を検証するため、「新宿高野」のご協力のもと、静岡のメロン農家、千葉のいちご農家を訪ね、高付加価値産品の栽培について取材を行った。その結果、どのようなフルーツもコストをかければ高い品質の商品に上げることが可能であることがわかった。ただ、それをビジネスとして考えたとき、消費者がその産品にどこまで価値を見出すかに依存するという点を忘れてはならない。たとえば、マスクメロンには1玉1万円~2万円を出す消費者はいるだろう。その表面の繊細な編み目が贈答品としての品格を形成するからだ。しかし、赤梨はどのようにコストをかけて高品質の産品を生産したとしても、それに1玉3000円を出す消費者はいないだろう。つまり、消費者がおのこのフルーツにどれだけの価値を見出すかによって生産者はどこまでコストをかけて高品質のフルーツを栽培できるかが決まるのである。このメロンは一例であるが、他にも、いちご、ぶどう、桃などの産品について同様のことがあてはまる。他方、スーパーマーケットで売られているフルーツは果専門店とはまったく事情が異なる。ここでは「あまおう」「サンふじ」などの銘柄がブランド価値を形成し、それをどの農家が栽培したかについて消費者はほとんど気にとめない。また、スーパーのフルーツは店舗の入り口の「飾り」であり、スーパーの売り上げにはほとんど寄与しないものの消費者を明るい気分させ、買い物意欲を高めるという効果がある。</p> <p>これらフルーツの持つ多様性を今後も探究していく予定である。</p> <p>According to the investigation of fruits farmers and their merchants, almost every kind of fruits can be a product of high quality by spending considerable amount of cost. This managerial strategy, however, is not necessarily successful if customers appreciate the market value of each fruit. In case of muskmelon they spend more than 10 thousand yen for just one, but hardly spend more than 3 thousand for one Japanese red pear even if a farmer can cultivate high quality of pear with considerable amount of cost. In this sense, consumer's evaluation is a decisive element of pricing strategy in a fruits market. On the other hand, in supermarkets fruits do not contribute to the profit but play an important role as an entrance ornament. This diversity that fruits have will be more deeply investigated in the future research.</p>
Notes	
Genre	Research Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=2020000008-20200017

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

研究代表者	所属	商学部	職名	教授	補助額	300 (A) 千円
	氏名	中島 隆信	氏名 (英語)	TAKANOBU NAKAJIMA		
研究課題 (日本語)						
フルーツの経済学						
研究課題 (英訳)						
Economic analysis of fruits						
1. 研究成果実績の概要						
<p>フルーツの持つ多様性を検証するため、「新宿高野」のご協力のもと、静岡のメロン農家、千葉のいちご農家を訪ね、高付加価値商品の栽培について取材を行った。その結果、どのようなフルーツもコストをかければ高い品質の商品に上げることが可能であることがわかった。ただ、それをビジネスとして考えたとき、消費者がその産品にどこまで価値を見出すかに依存するという点を忘れてはならない。たとえば、マスクメロンには1玉1万円～2万円を出す消費者はいるだろう。その表面の繊細な編み目が贈答品としての品格を形成するからだ。しかし、赤梨はどのようにコストをかけて高品質の産品を生産したとしても、それに1玉3000円を出す消費者はいないだろう。つまり、消費者がおのおののフルーツにどれだけの価値を見出すかによって生産者はどこまでコストをかけて高品質のフルーツを栽培できるかが決まるのである。このメロンは一例であるが、他にも、いちご、ぶどう、桃などの産品について同様のことがあてはまる。他方、スーパーマーケットで売られているフルーツは果専門店のそれとはまったく事情が異なる。ここでは「あまおう」「サンふじ」などの銘柄がブランド価値を形成し、それをどの農家が栽培したかについて消費者はほとんど気にとめない。また、スーパーのフルーツは店舗の入り口の「飾り」であり、スーパーの売り上げにはほとんど寄与しないものの消費者を明るい気分させ、買い物意欲を高めるという効果がある。</p> <p>これらフルーツの持つ多様性を今後も探究していく予定である。</p>						
2. 研究成果実績の概要 (英訳)						
<p>According to the investigation of fruits farmers and their merchants, almost every kind of fruits can be a product of high quality by spending considerable amount of cost. This managerial strategy, however, is not necessarily successful if customers appreciate the market value of each fruit. In case of muskmelon they spend more than 10 thousand yen for just one, but hardly spend more than 3 thousand for one Japanese red pear even if a farmer can cultivate high quality of pear with considerable amount of cost. In this sense, consumer's evaluation is a decisive element of pricing strategy in a fruits market. On the other hand, in supermarkets fruits do not contribute to the profit but play an important role as an entrance ornament. This diversity that fruits have will be more deeply investigated in the future research.</p>						
3. 本研究課題に関する発表						
発表者氏名 (著者・講演者)	発表課題名 (著書名・演題)	発表学術誌名 (著書発行所・講演学会)	学術誌発行年月 (著書発行年月・講演年月)			