



東京園芸ニュース(28年度-114号)

平成29年3月 / 群馬県東京園芸情報センター

ぐんまちゃん家での本県産農産物消費調査アンケートを総括

東京園芸情報センターでは、東京銀座のぐんまちゃん家で開催されるランチイベントと併せ、同会場にて本県産農産物の試食宣伝及び消費調査アンケートを実施してきました。27年度から2年間で計17回(15品目)実施し、イベントへ訪れた方に対して試食を通じたPRを行ってきました。(試食宣伝を行った品目は表のとおり)

また、消費調査アンケートも同時に実施し、それぞれの品目の食味や消費動向について調査を行いました。それらの調査結果について品目を横断して以下のとおりまとめました。(2回実施している品目は、最新の結果を使用しています。)



ランチイベントの様子

試食宣伝を実施した品目

月	試食品目	ランチ
27年5月	こだますいか	水沢うどん
7月	ブルーベリー	〃
11月	りんご(ぐんま名月)	〃
28年1月	こんにやく	〃
2月	いちご(やよいひめ)	〃
3月	花桃	〃
5月	こだますいか	〃
6月	とうもろこし	もつ煮
7月	なす、オクラ	カレー
8月	梨	もつ煮
9月	やまといも	水沢うどん
10月	ねぎ	ひもかわうどん
11月	ミニトマト	水沢うどん
12月	こんにやく	ハンバーグ
29年1月	ちぢみほうれん草	すき焼き
2月	きゅうり	おっきりこみ
3月	アレッタ	水沢うどん

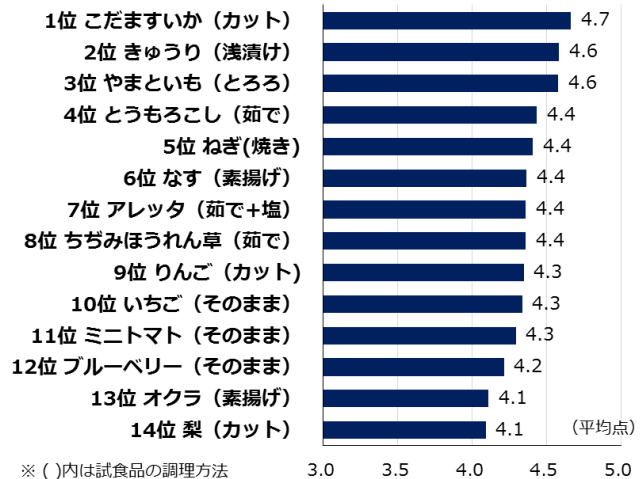
- * 全てぐんまちゃん家ランチイベントに併せて実施
- * 試食提供とともにアンケート調査を実施
- * ミニトマトは「ルージュの宝石箱」を使用

1. 本県産の食味評価はおおむね良好、トップはこだますいかの4.7点

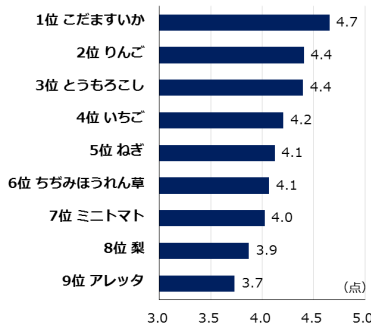
試食提供品に対する食味評価を全ての品目で実施しました。それぞれを対等に評価(絶対的な評価)したわけではありませんが、総合評価と位置づけた“おいしさ”の評価項目では、**こだますいか**が最も高く5点満点で平均4.7点となりました。次いで、4.61点の**きゅうり**、4.58点の**やまといも**と続きました。また、どの品目においても平均4点以上の評価を得ており、本県産農産物の質の高さを証明する結果となりました。

各品目ごとにおいしさ以外の評価項目は異なりましたが、共通する品目が多い“甘さ”、“食感”、“見た目”の評価を比較したところ下のグラフのようになりました。品目間の単なる比較ではなく、アンケートではその品目における本県産ならではの**特徴や良さを評価**していただいておりますが、“甘さ”では甘味を売りとしている**こだますいか**、**りんご**、“食感”では食感が特徴である**こんにやく**、**きゅうり**、そして“見た目”では**やまといも**、**こだますいか**が上位となりました。

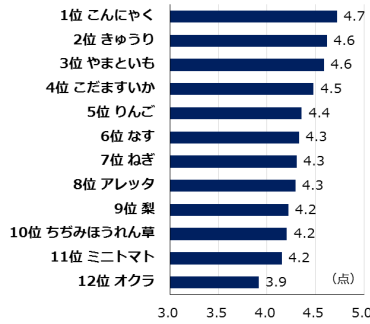
食味評価 “おいしさ” ランキング



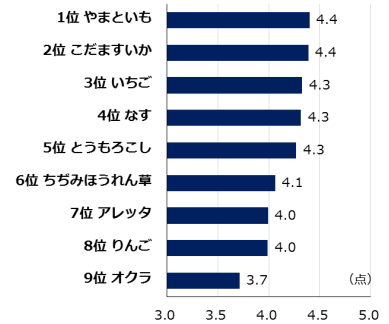
食味評価 “甘さ” ランキング



食味評価 “食感” ランキング



食味評価 “見た目” ランキング



2. 本県産認知度の低さは課題、ねぎは下仁田ねぎの影響!?

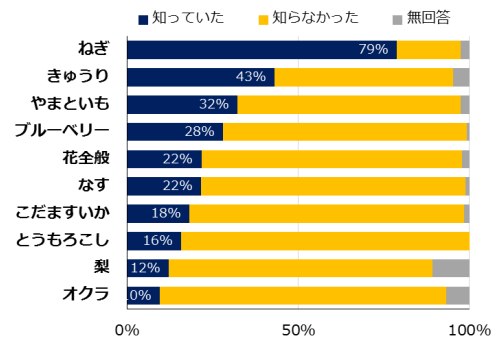
「本県がその品目の産地であることを知っているか」という認知度*をそれぞれ調査したところグラフのとおりとなり、質問をした品目では**ねぎ**が最も高く79%の認知度となりました。続いて、本県の野菜の代表格である**きゅうり**（43%）となりました。また、花産地のイメージとしてバラやシクラメン、スイセンなどが挙げられた。

ちなみに、「群馬県がこんにゃく生産量日本一」の認知度は72%という結果でした（27年は74%）。

*調査対象はグラフ内の品目のみで、全ての品目で調査していません。

*花については、「バラやシクラメンなどの生産が盛んな花の産地であること」の認知度。

「群馬が〇〇の産地である」認知度



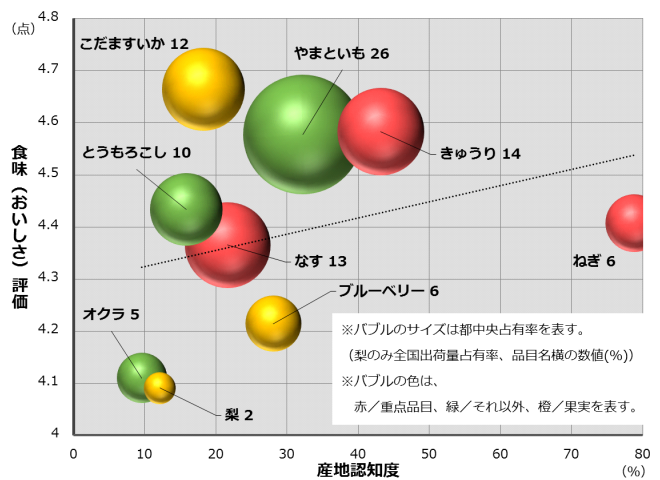
3. 食味評価と産地認知度、市場占有率に相関見られず 魅力のPR不足が露呈

食味評価と産地認知度に加えて、市場占有率*との関係を整理しました。グラフのとおり、食味評価や市場占有率の高さが産地認知度に比例する傾向は見られませんでした。そのため、本県産であることとその食味や品質の高さが消費者へ伝わり切れていない、そして本県産の魅力を効果的にPRできていないことがわかりました。

認知度が高い**ねぎ**は、「下仁田ねぎ」の知名度の高さが反映されているものと考えられます。また、昭和初期から生産されてきた**きゅうり**については、古くからの歴史もあり市場占有率とも認知度も比較的高い結果となりました。一方で、夏秋作の出荷量日本一を目指している**なす**や**やまといも**については、高い市場占有率に対してやや低い認知度となっていました。

*梨は全国出荷量占有率（28年農水省）

産地認知度と食味評価、市場占有率の関係



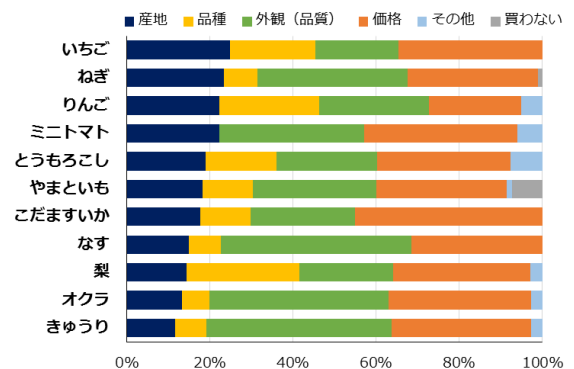
4. 産地への意識はやや低く、消費者は品質と価格を重視

それぞれの品目を購入する（商品を選ぶ）際に、どのような点を重視するのか聞いたところ、おおむね「**外観（品質）**」と「**価格**」を重視する傾向がどの品目でも見られました。品目ごとの購入頻度や「必需品なのか、嗜好品なのか（またはその度合い）」によっても重視する点が変わると考えられます。

品目別に見ると、今回は**ねぎ**や**ミニトマト**では「**産地**」を重視する方が多く、また嗜好品に近い**梨**では「**品種**」、**とうもろこし**では「**産地**」、「**品種**」を意識する方が比較的多く見られました。

※この設問は全ての品目で調査していません。また、ミニトマトは「**品種**」の選択肢を抜いて調査しています。

購入時に重視する点



5. 本県の特産物紹介とその味わいを再確認、一方で購入場所の充実に要望あり

消費者の方々からは調査や直接うかがった意見や感想の中で、「**普段から食べているが、改めてしっかり味わうとおいしかった**」、「**スーパーで群馬県産〇〇を探してみたい**」等の声が度々聞かれました。一方で、どの品目でも「**（試食した農産物は）普段どこで買えるのか**」、「**近所のスーパーまで出回っていないことが残念**」、「**ぐんまちゃん家などで買えるようになれば嬉しい**」という意見や要望が聞かれました。

このような取組によって本県の農産物やその味を知るきっかけとなっていますが、その効果が発揮される販売面について、品目によっては購入場所が無い（または不明確）というチャンスロスが問題となっていると感じました。販路の充実に努めるほか、数量が限定的な品目は販売先の案内を明確化することなどが課題だと考えられます。



ぐんまちゃんもPR

6. 総括／課題は試食提供と販売店を通じた本県産の魅力の効果的なアピール！

試食提供と消費調査を通じて、「消費者から見た産地の認知度の低さ（魅力があっても伝わっていない現状）と農産物（特に野菜）の産地に対する意識の低さ」を痛感し、一方で本県産青果物の食味（品質）の高さが証明されました。

市場をはじめ流通段階においては、荷姿や品質の揃いなども重視され全国各産地がそのこだわりなどを生かした販路競争を行っています。そのため流通段階（業者）に向けた産地PRは大変重要ですが、一方で末端（消費者）の動きが青果物流通、そして産地発展への一端を担っていることは間違いありません。

本県産農産物は高い品質と食味をもつ一方で、産地認知度が低い現状があります。それらの地位向上・ブランド化を図るためには、本県産青果物の食味を十分に生かしたPRと、統一ロゴマークの活用をはじめとした「ぐんまブランド」を効果的に伝える取組、そして販売先（消費者と接する場面）の拡大の検討が必要だと考えます。



県産農畜産物「統一ロゴマーク」

7. (参考) 品目ごとのおいしい（購入したい）と思う食味や特徴

右の7品目について、それぞれおいしい（購入したい）と思う食味や特徴を聞きました。

各品目ごとに求められる食味やあまり意識されていない特徴などそれぞれに注目すべき点があり、生産技術によるところも大きいと考えられますが、今後の生産指導や販売への取組に参考意見として活用してください。

おいしい（購入したい）と思う食味や特徴

梨	やまといも	ねぎ	ミニトマト
みずみずしい 78%	粘りが強い 73%	甘い 77%	甘酸バランスが良い 65%
甘味がある 65%	風味 44%	柔らかい 44%	鮮度が良さそう 49%
食感が良い 48%	ふわふわ 44%	香りが強い 41%	高糖度 28%
甘酸バランスが良い 23%	その他 5%	辛い 13%	赤みが濃い 21%
酸味がある 6%	特になし 2%	堅い 8%	健康に良さそう 17%
その他 1%		香りが弱い 5%	ツヤがある 13%
		その他 5%	傷等がない 11%
			その他 7%
			酸味がある 7%
			珍しい品種・形状 5%
こんにやく	ちぢみほうれん草	きゅうり	
味が染みやすい 63%	甘みが強い 52%	食感が良い 69%	
歯触りがなめらか 42%	鮮度が良さそう 49%	鮮度が良い 59%	
風味が強い 27%	肉厚である 37%	イボがある 28%	
柔らかい 15%	鮮やかな緑色 31%	鮮やかな緑色 18%	
固い 12%	調理方法付き 15%	太い 8%	
その他 5%	汚れや傷みがない 14%	形状（まっすぐ） 4%	
	その他 4%	調理方法付き 4%	
		長い 2%	
		その他 3%	

※品目ごとに回答者数が異なり、また複数回答形式としています。