



ブリックスナインは消費者が求めるトマトの味！銀座で試食宣伝

実施概要

- 日時／5月16日(火)～17日(水)
- 場所／ぐんまちゃん家2階（東京都中央区銀座）
- 主催／東京園芸情報センター
- 協力／ぐんま総合情報センター、ぐんまブランド推進課

本県産の高糖度トマト「ブリックスナイン」の認知度向上とおいしさの発信、そして消費拡大を図るため、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行われたランチイベントに併せて、その試食宣伝とトマトに関するアンケート調査を実施しました。

ブリックスナインの特徴が評価に反映！甘み酸味のバランス、味の濃さは好評

出荷最盛期を迎えている本県産の高糖度トマト『ブリックスナイン』の美味しさとその名前を都内の消費者へ伝えるため、ぐんまちゃん家ランチイベント来場者へ試食提供を通じてPRするとともに、その食味評価やトマトに関するアンケート調査を実施しました。

食味評価は、甘さ・酸味・甘みと酸味のバランス・味の濃さ・美味しさ（総合評価）の5項目で実施し、結果は右表のとおりとなりました。

当日使用したブリックスナインの糖度はおよそ11～10度と高く、甘さの評価も平均4.2点で比較的高い結果となりました。また、特徴である「甘みとほどよい酸味」のとおり、酸味も一定の強さを感じられる評価で、さらに最大のセールスポイントである「味の濃さ」については平均4.1点と、安定した品質の高さを裏付ける結果となりました。

その他、試食した感想は以下のとおりです。

- 酸味と甘みのバランスがとても良かった。
- 昔懐かしいトマトの味がした。
- 味がしっかりとしていた。
- 皮が固い。皮を気にする人もいると思う。
- 中身の固さは食べ応えがあってよかった

ブリックスナインの食味評価

甘さ	4.2
酸味	2.8
甘味酸味のバランス	4.1
味の濃さ	4.1
おいしさ(総合評価)	4.2

※5点満点評価



試食提供したブリックスナイン



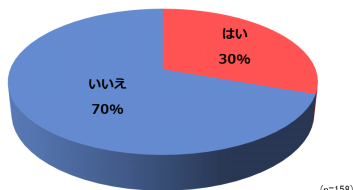
ブリックスナイン

並み居るライバル産地の中から消費者に選ばれる産地へ！

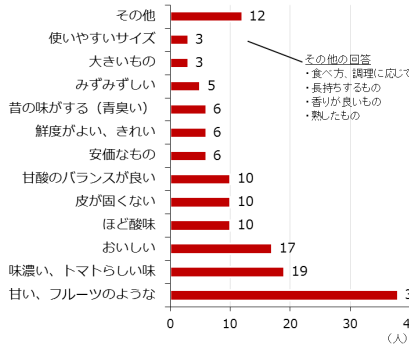
消費者意識等のアンケートの結果、トマトは本県の野菜重点品目に位置づけられているものの、産地としての認知度は30%にとどまりました。また、多くの方がトマトは「味」を重視する一方で「産地」への意識は低いことがわかりました。

近年食味を追求しブランド化される銘柄トマトが増え、量販店等でも専門コーナーが設置され高い関心を集めています。産地のイメージは生産量によるところが大きいですが、ブリックスナインのような消費者が求める優れた食味をもつトマトは販売やPRの方法によっては、産地とともにまだまだ注目度が高まる可能性があると感じます。それには単純な「知らなかった...」というチャンスロス無くすため、トマトのみならず本県農産物の潜在的な魅力を消費者へ直接伝える「産地と消費者との接点」がより一層必要だと考えます。

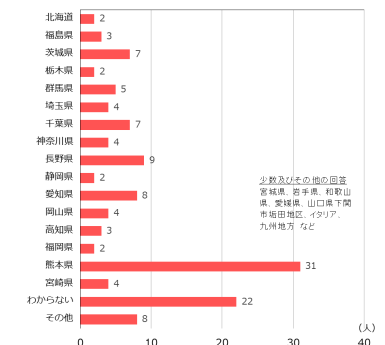
「群馬県はトマトの産地」を知っていた？



どんなトマトを食べたいと思うか？ (n=157)



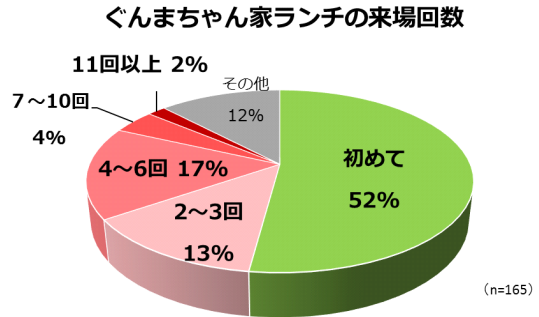
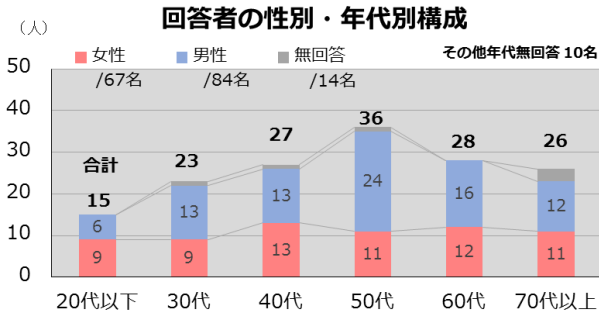
トマト産地としてイメージする都道府県は？(複数可)



トマトに関するアンケート調査結果

1 実施概要

- 日 時 / 5月16日(火)~17日(水)
- 回答者 / ぐんまちゃん家亭水沢うどんランチ来場者
- 回答数 / 165名
- アンケート実施方法 / トマト「ブリックスナイン」の試食提供とともに、アンケートを配布し回答を依頼
※回答者のランチイベントへの来場経験は右のとおり



2 試食したブリックスナインの食味評価

出荷最盛期を迎えている本県産の高糖度トマト『ブリックスナイン』の試食及び食味評価等のアンケートを実施した。

食味評価は、甘さ・酸味・甘みと酸味のバランス・味の濃さ・美味しさ(総合評価)の5項目を5点満点で評価してもらい、結果は右表のとおりとなった。

「甘みとほどよい酸味」が特徴であるブリックスナインですが、甘さの評価は、平均4.2点と比較的高い結果で、酸味も一定の強さが感じられる評価となった。さらに最大のセールスポイントである「味の濃さ」については平均4.1点と、安定した品質の高さを裏付ける結果となった。ちなみに、当日使用したブリックスナインの糖度はおよそ11~10度であった。

その他、試食した感想は以下のとおり。

- 酸味と甘みのバランスがとても良かった。
- 昔懐かしいトマトの味がした。
- 味がしっかりとしていた。
- 皮が固い。皮を気にする人もいると思う。
- 中身の固さは食べ応えがあってよかった。

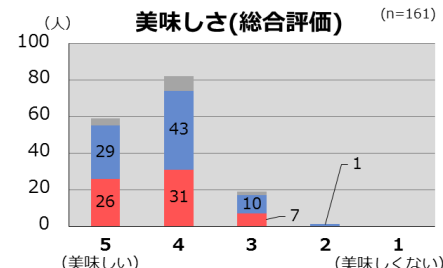
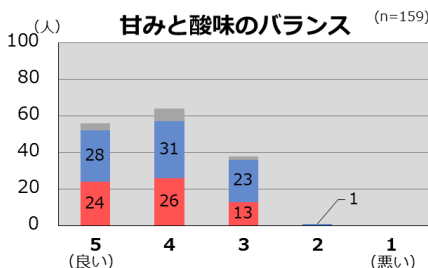
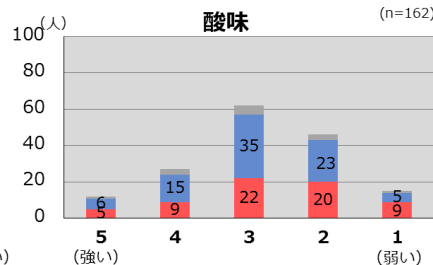
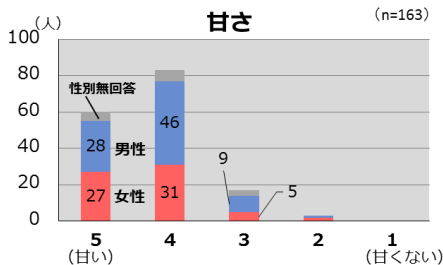
ブリックスナインの食味評価

甘さ	4.2
酸味	2.8
甘味酸味のバランス	4.1
味の濃さ	4.1
おいしさ(総合評価)	4.2

※5点満点評価



試食提供したブリックスナイン

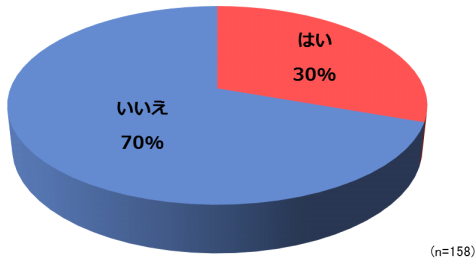


3 消費者意識等のトマトに関するアンケート結果

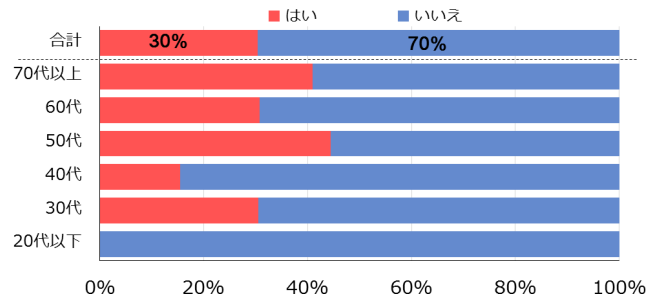
(1) 「群馬県がトマトの産地である」ことを知っている？

- ・全体の70%が知らないという結果となり、20代は全員知らず、比較的高齢層の方が認知度は高い。
- ・ぐんまちゃん家のランチイベント来場経験との関係について、「初めて」と「2回以上」との差は前回のこだますいかに比べて少ないが、8回以上の方はほぼ全員が知っていた。

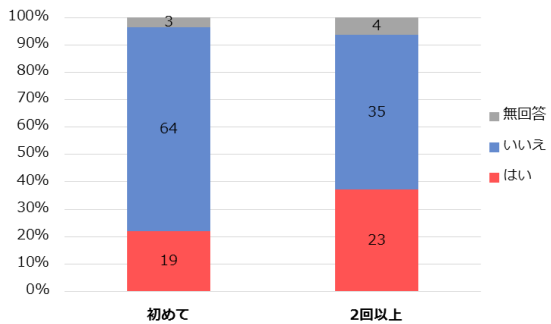
「群馬県はトマトの産地」を知っていた？



「群馬県はトマトの産地」を知っていた？ (年代別)

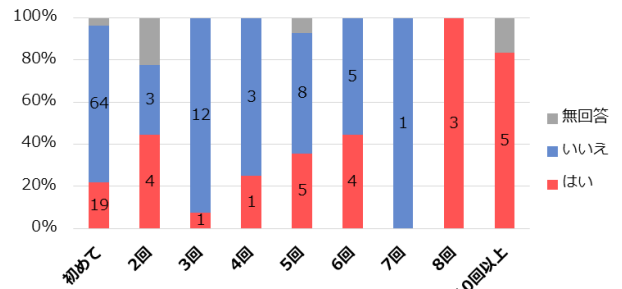


ランチイベント来場回数とトマト産地の認知度の関係①



※グラフ内の数字は人数

ランチイベント来場回数とトマト産地の認知度の関係②

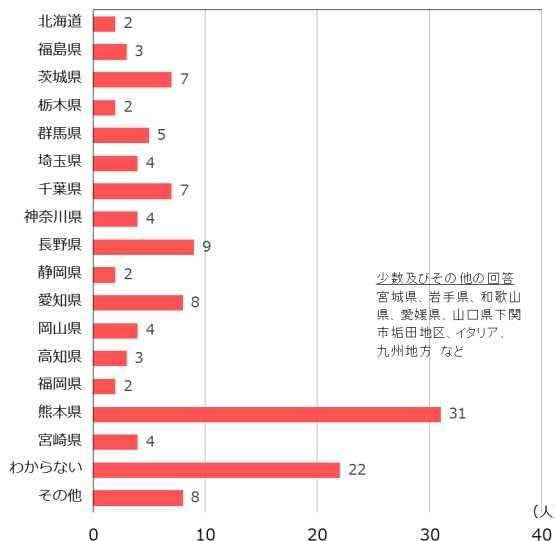


※グラフ内の数字は人数

(2) トマトの産地としてイメージする都道府県は？

- ・回答が多いのは、1位熊本県、2位長野県、3位愛知県で、熊本県が他産地に大きく差をつけている。
- ・「わからない」の回答も非常に多く、産地へのこだわりや意識の低さが見られる。
- ・トマトの28年出荷量は1位熊本県、2位北海道、3位茨城県（冬春トマトは1位熊本県、2位愛知県、3位栃木県）で、熊本を除いてイメージと出荷量にやや相違が見られる。（参考データ参照）

トマト産地としてイメージする都道府県は？ (複数可)



<参考>

平成28年東京都中央卸売市場における

平成28年産トマトの産地別出荷量

産地名	入荷量(t)	占有率
1 熊本	125,100	19%
2 北海道	54,300	8%
3 茨城	45,700	7%
4 愛知	43,900	7%
5 千葉	37,000	6%
6 栃木	34,000	5%
7 岐阜	24,200	4%
8 福島	24,100	4%
9 群馬	21,100	3%
10 福岡	17,600	3%

出典：平成28年産野菜生産出荷統計（農水省）

平成28年産冬春トマトの産地別出荷量

産地名	入荷量(t)	占有率
1 熊本	101,300	27%
2 愛知	40,400	11%
3 栃木	27,600	7%
4 千葉	21,900	6%
5 福岡	16,200	4%
6 宮崎	15,300	4%
7 埼玉	12,600	3%
8 茨城	12,300	3%
9 群馬	11,500	3%
10 静岡	10,500	3%

出典：平成28年産野菜生産出荷統計（農水省）

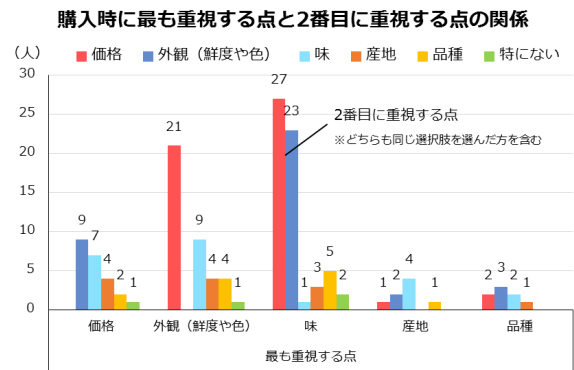
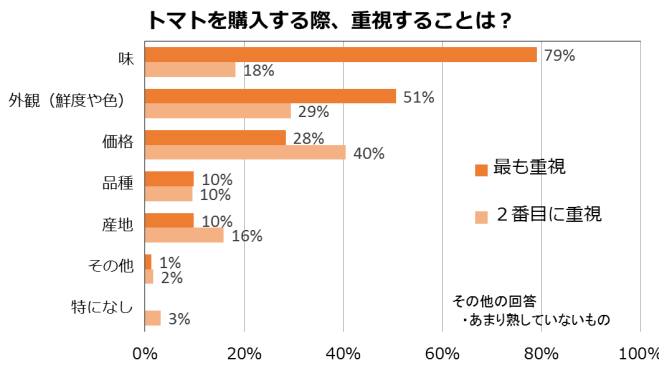
トマトの産地別入荷量

産地名	入荷量(t)	占有率
1 熊本	15,244	18%
2 栃木	12,175	14%
3 千葉	8,010	9%
4 愛知	7,249	9%
5 茨城	5,585	7%
6 青森	5,329	6%
7 福島	5,106	6%
8 群馬	4,946	6%
9 北海道	4,547	5%
10 岩手	2,558	3%

出典：東京都中央卸売市場統計

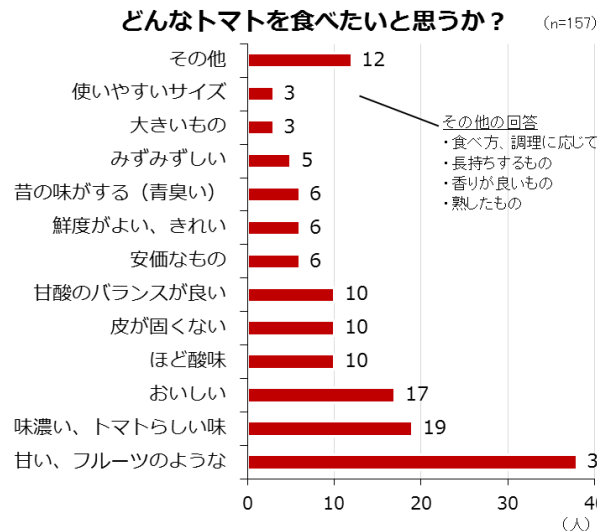
(3) トマトを購入する際、どんな点を重視する？

- ・最も重視する点は「味」が79%で最も多く、次いで「外観（鮮度や色）」、「価格」が続く。
- ・「味」を最も重視する方は、次に「価格」や「外観（鮮度や色）」を意識することが多く、それらには大きな差は見られない。
- ・一方で、「外観（鮮度や色）」や「価格」を最も重視する方は、次に「味」ではなく「価格」、「外観（鮮度や色）」を意識する方が多い。
- ・「産地」を重視する方の割合は「品種」と同程度で、他に比べて非常に少ない。



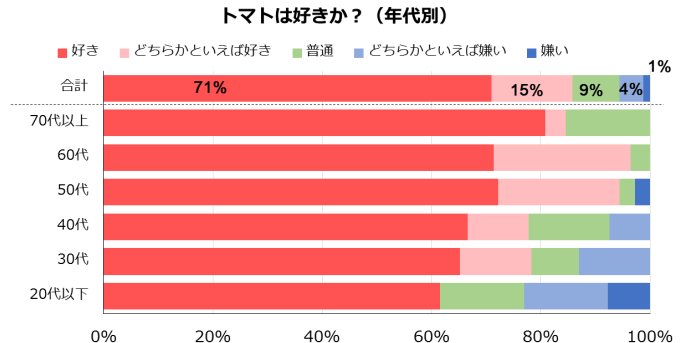
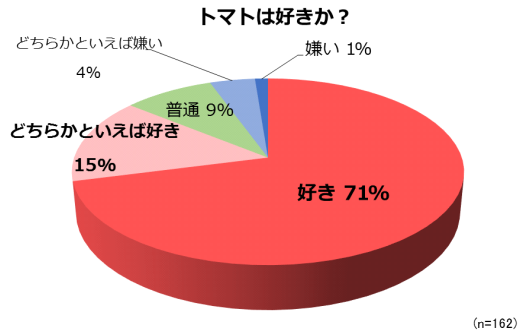
(4) どんなトマトを食べたい（購入したい）？【記述回答】

- ・最も多く聞かれたのは「(フルーツのように) 甘い」で、次いで「味が濃い、トマトらしい味がする」である。また、甘さとともに酸味とのバランスを求める声も比較的多くある。これらはブリックスナインの特徴そのものであることから、ブリックスナインの商品性の高さを改めて認識できる。



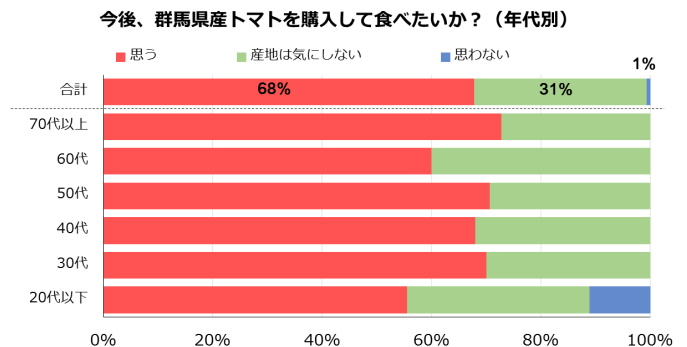
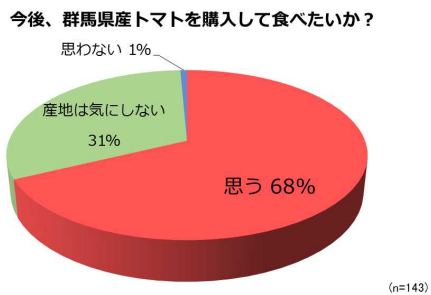
(5) トマトは好き？嫌い？

- ・全体の86%が「好き」または「どちらかといえば好き」とし、一方の「嫌い」「どちらかといえば嫌い」は5%となっている。
- ・年代別では、年代が高いほど「好き」が多く、反対に若くなるほど「嫌い」や「どちらかといえば嫌い」が増える傾向が見られる。



(6) 今後、群馬県産トマトを買って食べたい？

- ・「思う」が全体の68%となり、前回のこだますいか（54%）を上回った。
- ・年代別では、大きな傾向は見られないが、20代で「産地は気にしない」「思わない」がやや多くなっている。



(7) その他の意見、感想

- ブリックスナインを初めて知った。群馬県産のトマトを初めて食べたが、おいしかった。
- まるごと食べたいトマトだと思った。この味なら買いたい。
- 群馬にトマトというイメージが無かったので、今後気にして購入したい。
- スーパーでは見かけないので良い機会だった。もっとデパートやスーパーでPRして欲しい。
- アピールの仕方が控えめすぎる。産地と農産品の良さをもっとアピールした方が良い。
- (試食した農産物を) 購入したかった。