

いちご新品種「栃木 i37 号（とちあいか）」マーケティング調査 —グループインタビュー・ホームユーステストでの消費者評価—

1. 成果の要約

いちご新品種「栃木 i37 号（以下、商標名の「とちあいか」と記載）」の消費者の評価について、首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）及び栃木県内在住の主に女性を対象にグループインタビュー（以下、「GI」と記載）及びホームユーステスト（以下、「HUT」と記載）を実施した。「とちおとめ」と比較してどちらを購入したいか調査したところ、特に30～40代や子育て世代の参加者属性分類（以下、「分類」と記載）では、きれいな果形や甘み、酸味の少なさ等の特徴が評価され、「とちあいか」を購入したいとの回答が75%以上を占める結果となった。食事や食後のほか、おやつ等、主に家庭内でいちごを消費している回答があり、品種の特徴を分かりやすく示すだけでなく、子どもと一緒に楽しめる食べ方の提案も「とちあいか」の消費拡大につながると考えられた。

2. キーワード

いちご、栃木 i37 号（とちあいか）、グループインタビュー、ホームユーステスト、消費者調査

3. 試験のねらい

消費者・実需者ニーズの多様化に対応した品種開発が求められる中、県外いちご主産地においても独自の品種開発が行われている。育種手順の現地試験の段階まで進んだ新品種候補（「とちあいか」は平成30(2018)年度は現地試験、令和元(2019)年度から普及品種となった）について、消費者の評価やニーズを把握し、生産振興・販売戦略構築の資とする。

4. 試験方法

少人数の消費者とのコミュニケーションを通じて、本音や実態を引き出し、消費者ニーズを探るGIを平成30(2018)～令和元(2019)年度に調査した。令和2(2020)年度はコロナ禍のため、対面でのGIの実施を見合わせ、オンラインでの実施のほか、消費者が家庭生活の中でいちごを消費し、生活場面での評価を探るHUTを実施した。調査対象は、いちごの購買意欲が高いと考えられる女性を主な対象とし、参加者の募集要件及び属性を表-1に示した。試食の際のいちごは、品種名を明かさずにそれぞれの品種を参加者に提供した。

5. 試験結果および考察

(1) 年代・ライフステージ別の「とちあいか」と「とちおとめ」の購入志向の比較（図-1）

外観及び食味評価後に、「とちあいか」と「とちおとめ」を比較してどちらを購入したいか調査した結果は、30～40代や子育て世代（分類A、E、H、K）では、「とちあいか」を購入したいとの回答が75%以上となった。50～60代（分類B、F）では、半数以上となったが、大学生・大学院生・独身有職者では、一定の傾向とならず、年代・ライフステージによって異なる傾向が見られた。

(2) 「とちあいか」「とちおとめ」を購入したい理由（データ省略）

「とちあいか」を購入したい理由として、きれいな果形や鮮やかな色、甘さや酸味の少なさ、食感、ジューシーさ等の回答があり、「とちあいか」の品種の特徴が評価される結果となった。一方、「とちおとめ」を購入したい理由として、甘さと酸味のバランスの良さ、酸味の好み、食べ慣れている味等の回答があり、食べ親しんでいるいちごが選択されたことが推察された。

(3) 年代・ライフステージ別のいちごの主な消費行動（表-2）

各分類とも食事や食後といった家庭内での食べるシーンが挙げられた。30～40代や子育て世代（分類A、E、H、K）では、おやつで食べるなど、家庭内で子どもと一緒に消費されているシーンが推察された。「とちあいか」の購入志向の高い30～40代や子育て世代（分類A、E、H、K、図-1）には、品種の特徴を分かりやすく示すだけでなく、子どもと一緒に楽しめる食べ方の提案も「とちあいか」の消費拡大につながると考えられた。

（担当者 いちご研究所 企画調査担当 関口雄介）

表-1 参加者の募集要件及び属性

| 分類 | 属性区分 | 実施方法 | 居住地 | 年代・ライフステージ | いちごの好き嫌い | いちごの購入頻度 | 同居家族 | 参加人数 |
|----|--------------|----------|----------|------------|----------|----------|-------|------|
| A | 首都圏女性 | 対面 GI | 首都圏* | 30~40代 | 好き | よく購入する | — | 7人 |
| B | | | | 50~60代 | | | | 6人 |
| C | 首都圏 | | | 大学生・大学院生 | | | | 6人 |
| D | 女子大学生 | | | 6人 | | | | |
| E | 栃木県内女性① | | 栃木県内 | 30~40代 | | よく購入する | — | 4人 |
| F | | | | 50~60代 | | | | 6人 |
| G | 栃木県内女性② | | | 独身有職 | | | | 6人 |
| H | | | | 子育て世代 | | | | 6人 |
| I | 栃木県内に通学する大学生 | オンライン GI | 栃木県内・近接県 | 大学生 | — | — | 一人暮らし | 3人 |
| J | | | | | | | 家族と同居 | 2人 |
| K | 栃木県内女性③ | HUT | 栃木県内 | 子育て世代 | 好き | — | 家族と同居 | 9人 |

* 首都圏は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県とした

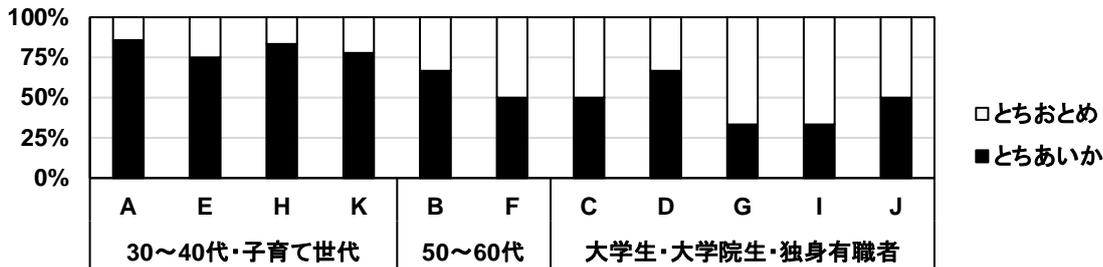


図-1 年代・ライフステージ別の「とちあいか」と「とちおとめ」の購入志向の比較

表-2 年代・ライフステージ別のいちごの主な消費行動(食べるシーン)

| 分類*1 | いちごの主な消費行動(食べるシーン) |
|----------------------|---|
| 30~40代 子育て世代 | A ・家族と食事・食後(生食*2、牛乳やヨーグルト・練乳・はちみつを掛けて、スイーツ、ジャムにしてパンに塗る) ・家族といちご狩り ・家族とおやつ(生食、練乳・はちみつを掛けて、フルーツサラダ、スイーツ) ・家族とイベント(誕生日・クリスマス・パーティーにケーキ、バレンタインにチョコレートと合わせて) |
| | E ・家族と食事・食後(生食) ・家族とおやつ(生食、いちご大福、ケーキ) ・家族とイベント(誕生日・クリスマスにケーキ) |
| | H ・家族と食事(生食、スムージー) ・家族といちご狩り ・家族とおやつ(生食、ヨーグルトを掛けて) |
| | K ・家族と食事・食後(生食、ヨーグルト・練乳を掛けて、ジュース、フルーツサンド) ・家族とおやつ(生食、ヨーグルト・チョコソースを掛けて) ・家族といちご狩り ・家族とお店(パンケーキ、パフェ) |
| 50~60代 | B ・一人や家族と食事・食後(生食、ヨーグルト・練乳を掛けて) ・家族といちご狩り ・家族とお店(ランチバイキング、パフェ) |
| | F ・家族と食事・食後(生食、ヨーグルトを掛けて、ジャムにしてパンに塗る) ・家族とおやつ(生食) ・家族とイベント(誕生日・クリスマスにケーキ) |
| 大学生 大学院生 独身有職者 | C、D ・一人や家族と食事・食後(生食、練乳を掛けて、スムージー) ・友人といちご狩り ・友人とお店(パフェ、デザート、ケーキ、スムージー) ・友人や家族とおやつ(生食、ケーキ) ・友人や家族とイベント(誕生日・クリスマスにケーキ) |
| | G ・家族と食後(生食、練乳を掛けて) ・友人といちご狩り ・友人とお店(パフェ、フルーツサンド) |
| | I、J ・一人や家族と食事・食後(生食) ・家族とおやつ(生食、ジャム) |

*1 分類は表-1の属性分類記号で表記した

*2 生食は味を加えずに生のまま食べる