

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	女性			50~60代			—	6人	
C	首都圏			大学生・大学院生			—	6人	
D	女子大学生			大学院生			一人暮らし 家族と同居	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	女性①			50~60代				—	6人
G	栃木県内女性②			独身有職				一人暮らし 家族と同居	6人
H	女性②			子育て世代				一人暮らし 家族と同居	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 家族と同居	3人	
J	通学する大学生	GI	近接県	大学生	—		一人暮らし 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

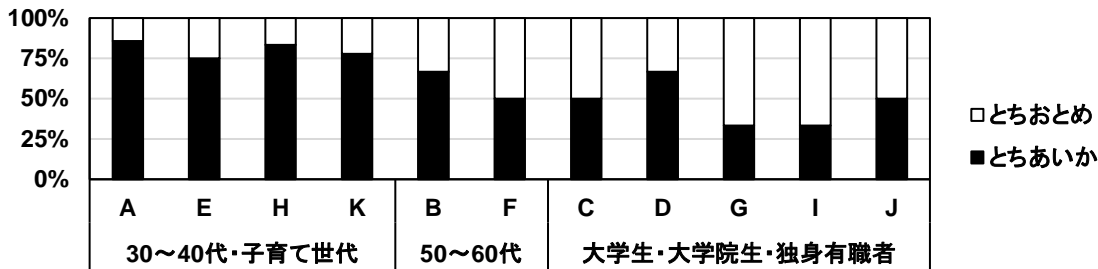


図-1 年代・ライフステージ別の「とちあいか」と「とちおとめ」の購入志向の比較

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