

平成29年度青森県産品ベンチマーク調査結果について

県では、消費者からみた青森県産品のイメージや、県産品の認知度、消費者の意識・行動などを明らかにし、総合販売戦略の推進に活用するため、平成16年度から青森県産品ベンチマーク調査を実施しています。

今回の調査では、

- ① 青森県産品に対するイメージは、「味がよい」「品質がよい」「新鮮である」「安心して食べられる」などが上昇傾向にあり、消費者が買い物の際に重視するポイントと県産品のイメージが重なっています。
- ② 青森県産品の認知度は、個別の品目ではりんごが97.0%と最も高く、次いでりんごジュース等のりんご加工品、にんにく、南部せんべいの順となっており、これまでと同様の結果となりました。
- ③ 地域食材の認知度は、「大間のまぐろ」が圧倒的に高く、平成28年度から調査を始めた特A米「青天の霹靂」の認知度は、30.6%から38.8%となり、一番大きく上昇しました。

青森県産品の認知度が上がってきていることは、これまでの活動により一定の成果があらわれているものの、未だ認知度が低い地域食材が多いことから、今後更なる地域産品のブランド化や情報発信などが必要となります。

調査結果については、総合販売戦略の更なる推進を図るため、今後の施策立案や、認知度向上のための取組の展開に活用することとしています。

1 調査概要

- (1) 調査方法 WEBアンケート調査
- (2) 調査時期 平成30年1月（前回：平成29年3月）
- (3) 調査規模 県外の消費者1,000名（東北、関東、関西、九州 各250名）
- (4) 調査対象 ①性別・年齢 20代以上の有職主婦及び専業主婦
②対象条件 小売店で週1回以上買い物をする人
- (5) 調査内容 ①ベンチマーク調査（平成16年度からの継続調査）
ア 青森県産品に対するイメージ
イ 青森県産品（37品目）の認知度
ウ 青森県アンテナショップの認知度
エ 普段食品を購入する際の重視点
②地域食材に関する調査（平成24年度からの継続調査）
ア 地域食材（29品目）の認知度
イ 国内のブランド食材と青森県の地域食材との比較
ウ 地域食材の購入動機

(6) 回答者の年齢構成

20代	30代	40代	50代	60代以上
12.9%	16.3%	18.9%	16.4%	35.5%

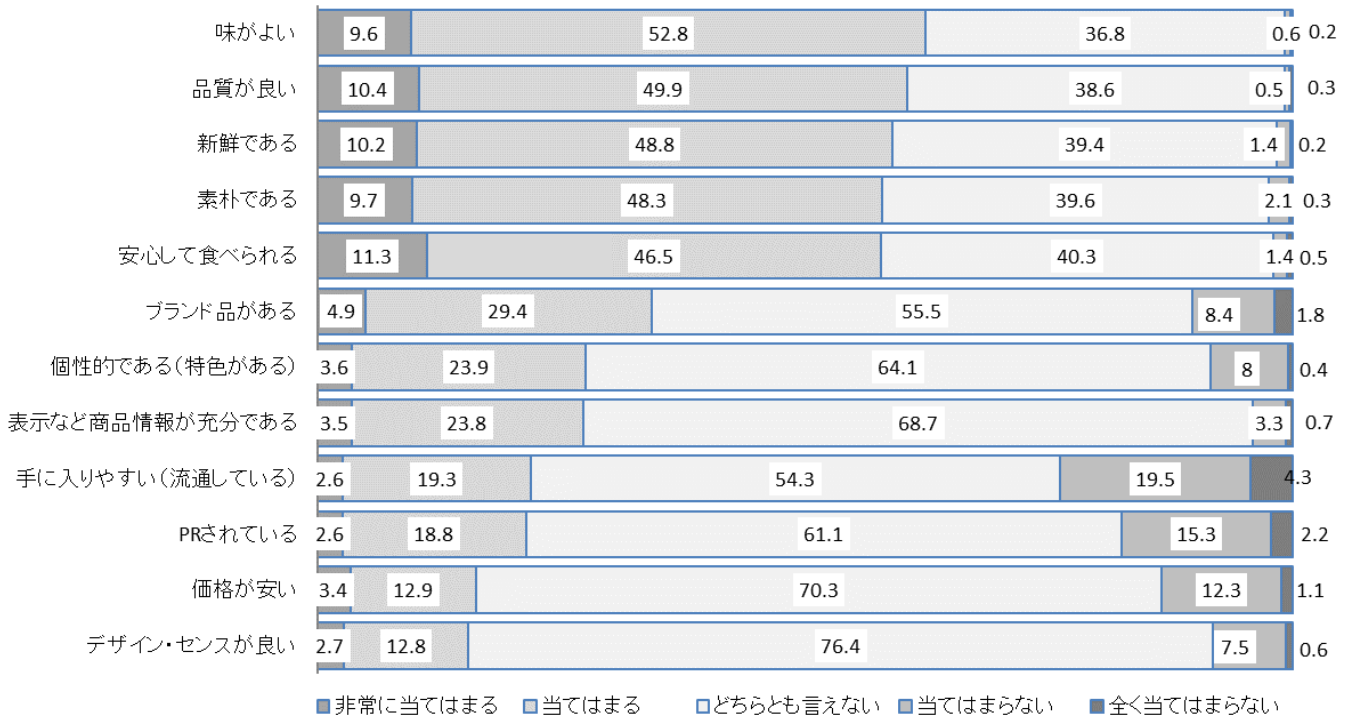
(7) 結果の公表について

県産品情報サイト「青森のうまいものたち」資料ダウンロードに掲載
<https://www.umai-aomori.jp/download.html>

2 調査結果（抜粋） … ベンチマーク調査（継続調査）

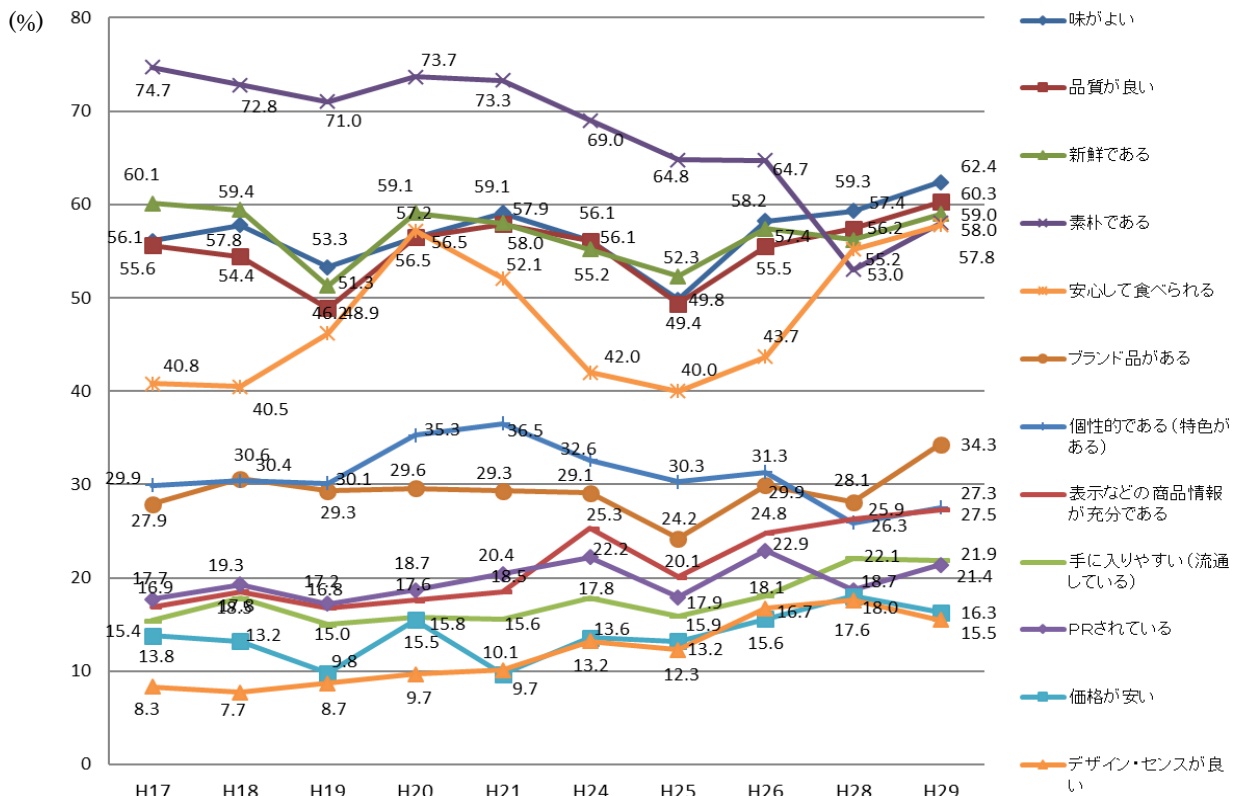
（1）青森県産品に対するイメージ（複数回答）

「非常に当てはまる」と「当てはまる」の合計値は、「味がよい」が62.4%と最も多く、続いて「品質がよい」（60.3%）、「新鮮である」（59.0%）、「素朴である」（58.0%）、「安心して食べられる」（57.8%）の順となっている。



【青森県産品のイメージの年次推移】

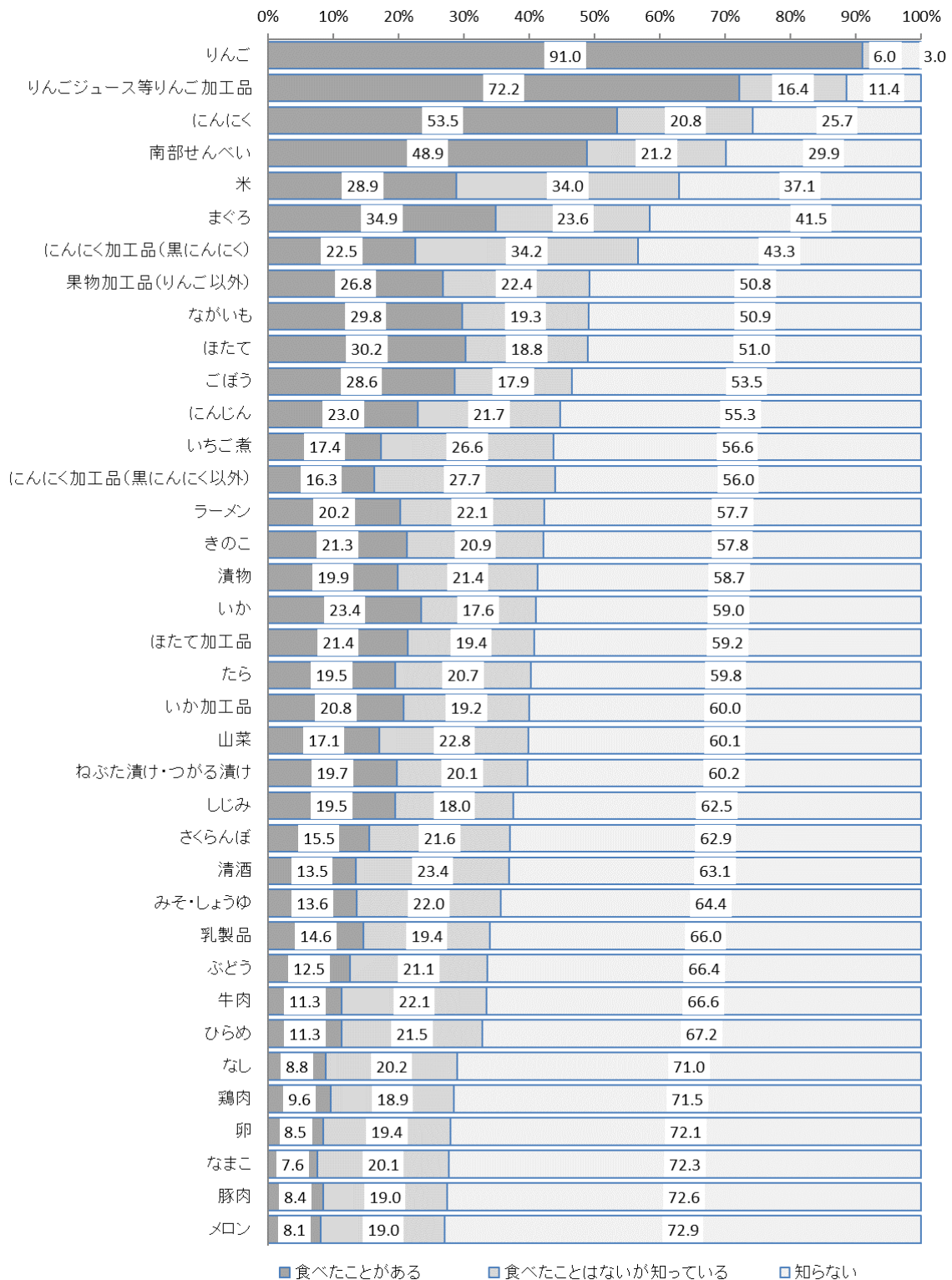
「非常に当てはまる」「当てはまる」の割合の合計値



(2) 青森県産品の認知度

「食べたことがある」と「食べたことはないが知っている」の合計値を認知度とした場合、「りんご」(97.0%)及び「りんごジュース等りんご加工品」(88.6%)が圧倒的に高く、次いで「にんにく」(74.3%)、「南部せんべい」(70.1%)、「米」(62.9%)、「まぐろ」(58.5%)、「にんにく加工品(黒にんにく)」(56.7%)の順となっており、認知度が5割を超えている品目は7品目となっている。

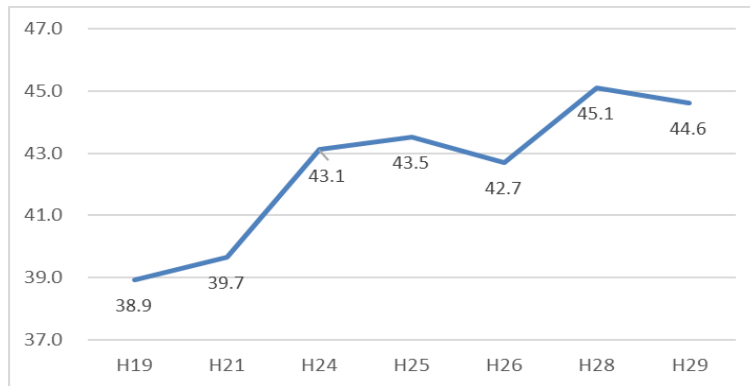
一方、「なし」「鶏肉」「卵」「なまこ」「豚肉」「メロン」の6品目は、認知度が30%未満となっている。



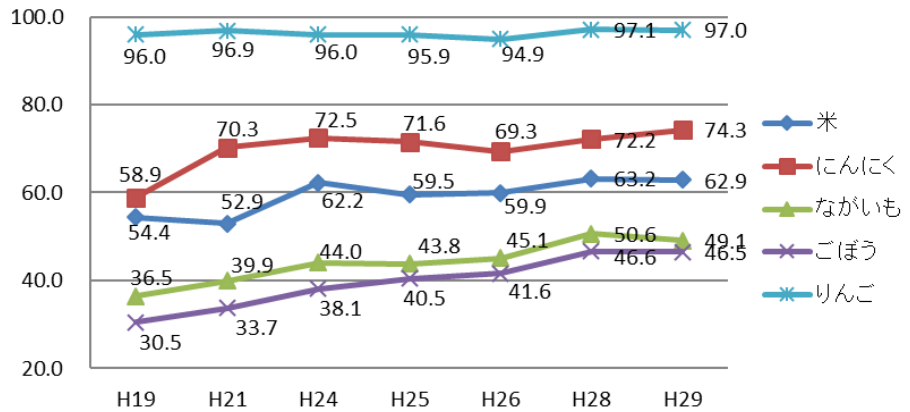
<参考>商品別認知度の推移

(「食べたことがある」と「食べたことはないが知っている」の合計値) ※平成 22、23、27 年度は未調査 (%)

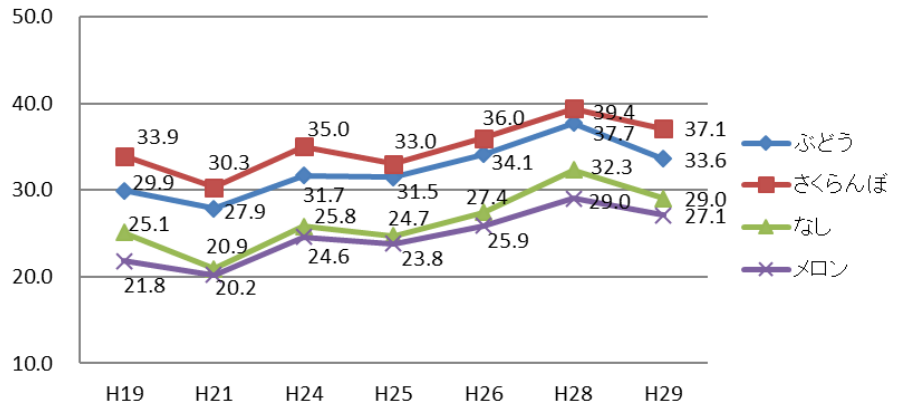
①平均値の推移



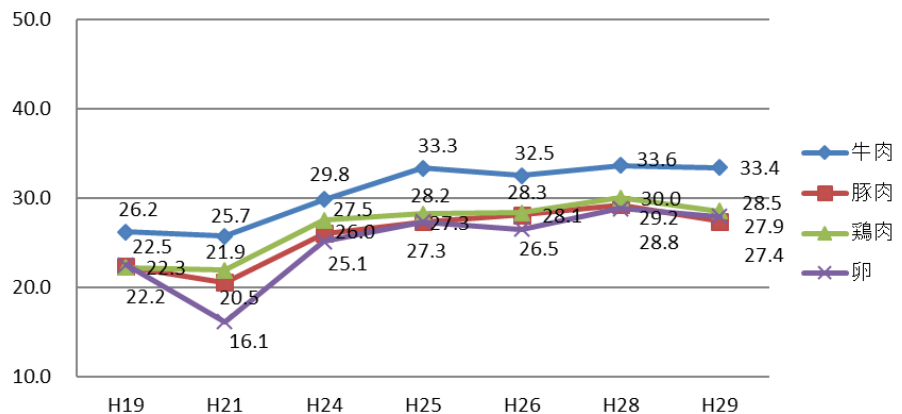
②主要農産物



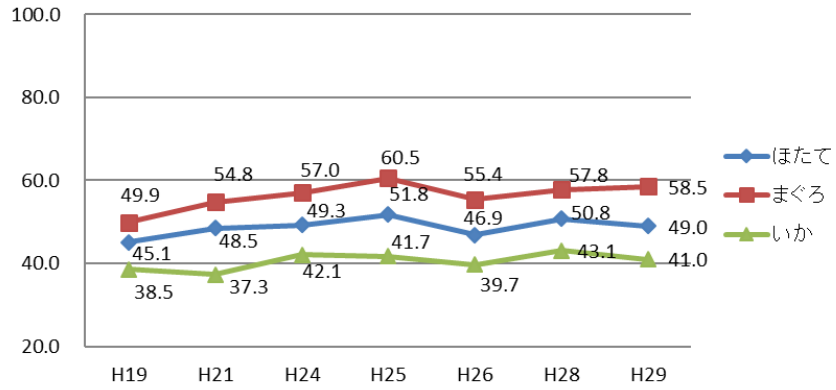
③特産果樹等



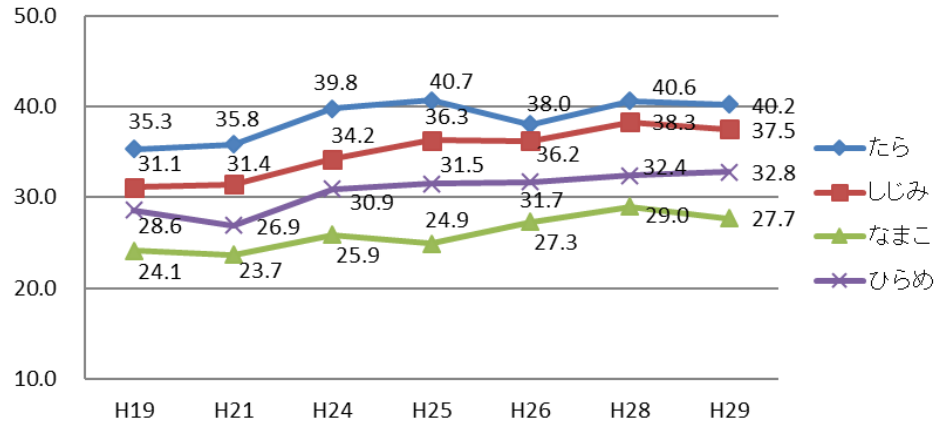
④畜産物



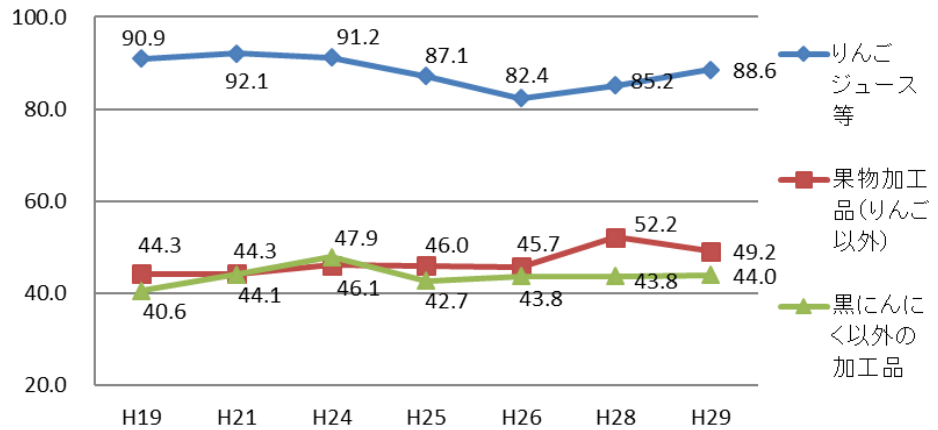
⑤水産物－１



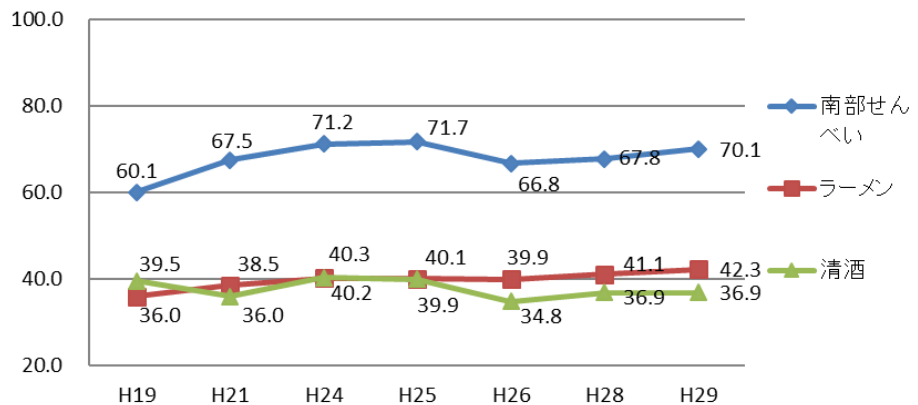
⑥水産物－２



⑦農産加工品

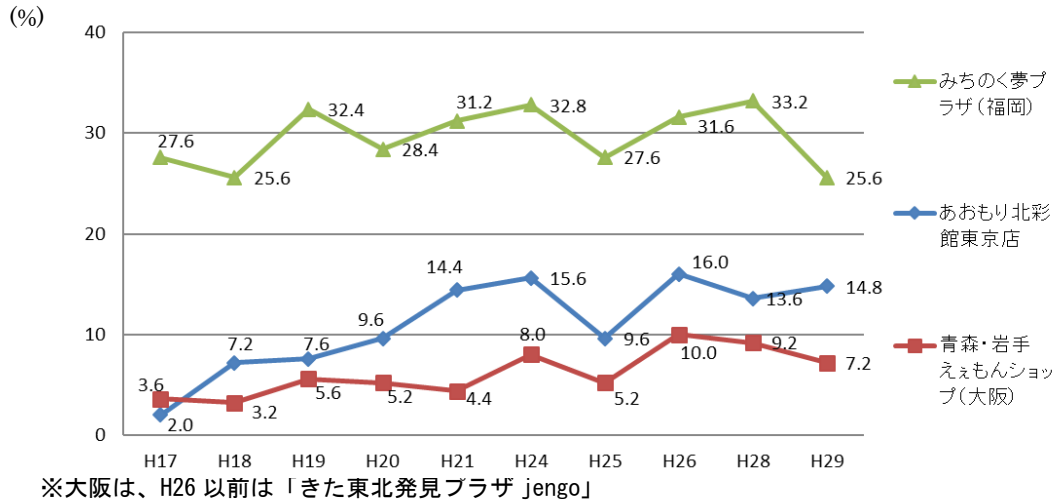


⑧その他品目



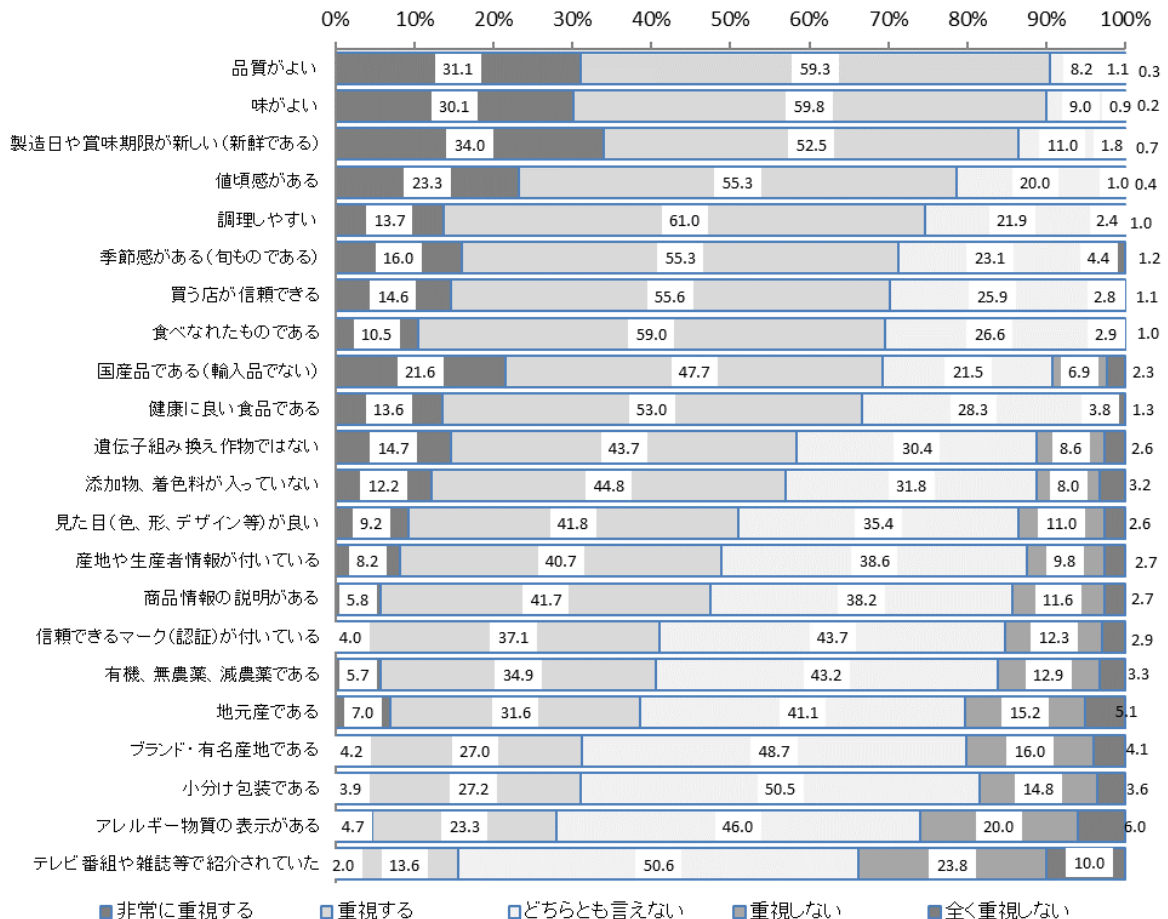
(3) 青森県アンテナショップの認知度

「みちのく夢プラザ」(福岡)の九州地域における認知度が最も高く、25.6%となっている。順に、「あおり北彩館東京店」(東京)の関東地域における認知度は14.8%、「青森・岩手ええもんショップ」(大阪)の関西地域における認知度は7.2%となっている。



(4) 買い物をする際の重視点 (複数回答)

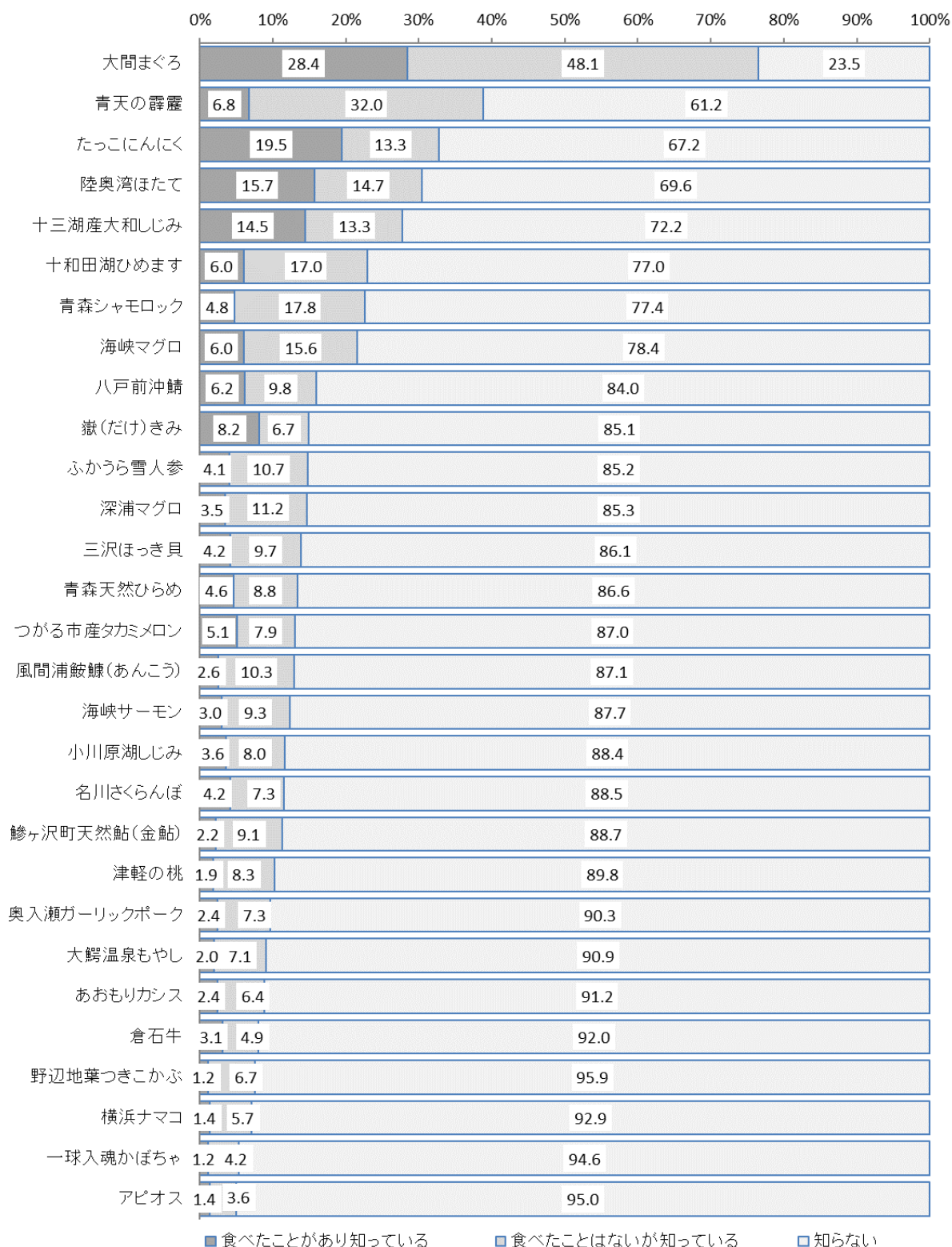
「品質がよい」、「味がよい」、「製造日や賞味期限が新しい(新鮮である)」が特に重要視されている。このほか、「値頃感がある」「調理しやすい」「季節感がある(旬のものである)」「買う店が信頼できる」「食べなれたものである」「国産品である(輸入品でない)」「健康に良い食品である」等も多くの消費者が重要視している。



3 調査結果（抜粋） … 地域食材に関する調査

(1) 青森県の地域食材の認知度

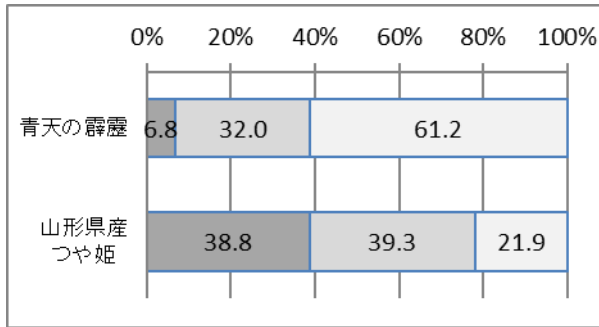
「食べたことがあり知っている」と「食べたことはないが知っている」の合計値を認知度とした場合、「大間のまぐろ」が76.5%と最も高く、次いで「青天の霹靂」(38.8%)、「たっこにんにく」(32.8%)、「陸奥湾ほたて」(30.4%)、「十三湖産大和しじみ」(27.8%)、「十和田湖ひめます」(23.0%)、「青森シャモロック」(22.6%)の順となっている。



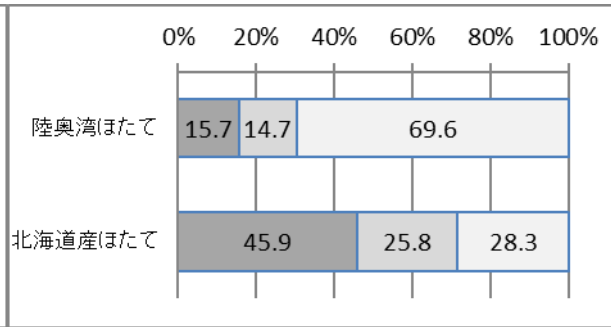
(2) 国内のブランド食材と青森県の地域食材との比較

※凡例： 食べたことがあり知っている 食べたことはないが知っている 知らない

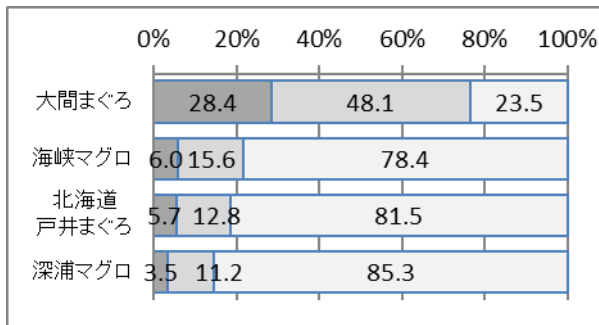
① 青天の霹靂



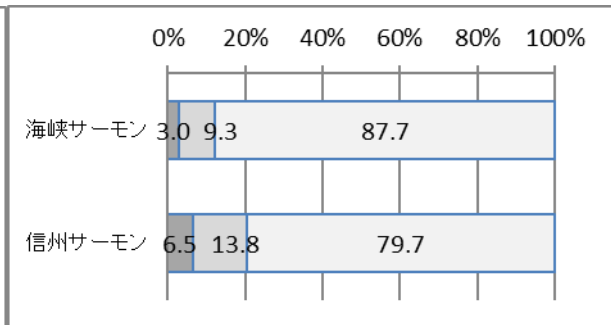
② 陸奥湾ほたて



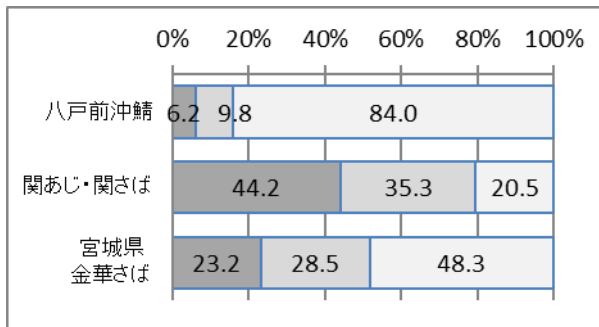
③ 大間まぐろ



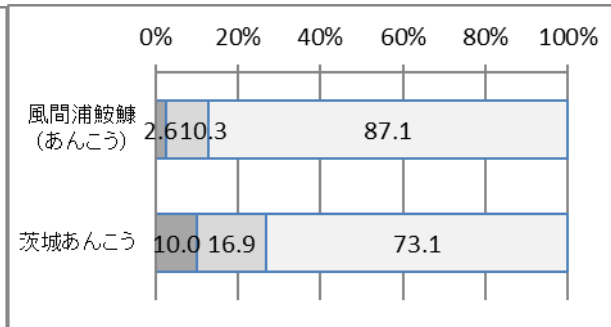
④ 海峡サーモン



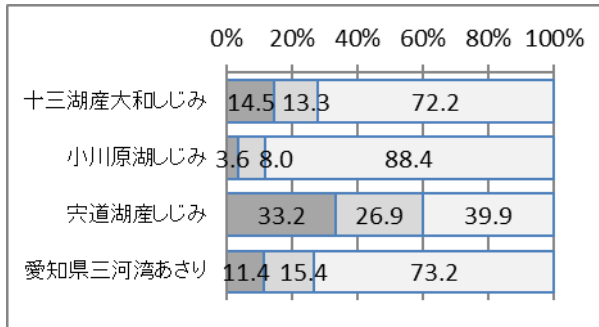
⑤ 八戸前沖鯖



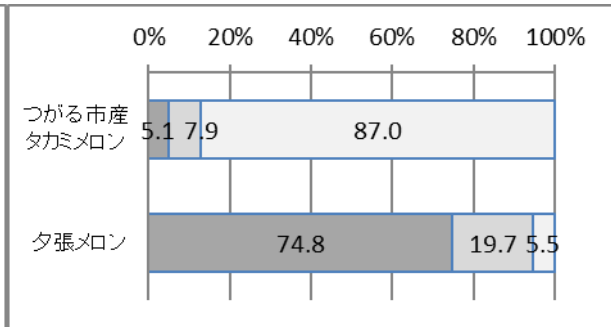
⑥ 風間浦鮫鱈



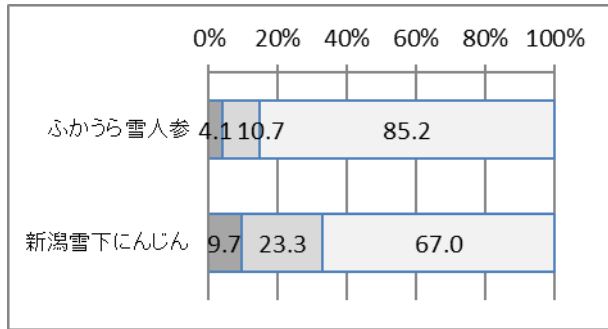
⑦ 十三湖・小川原湖しじみ



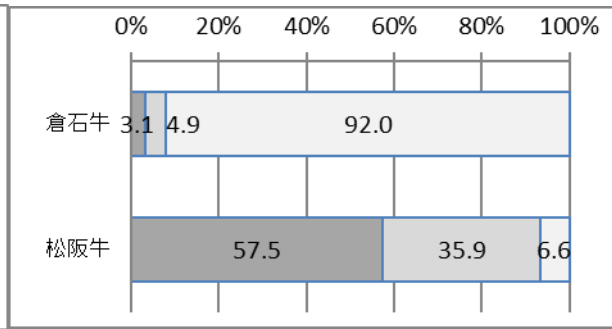
⑧ つがる市産タカミメロン



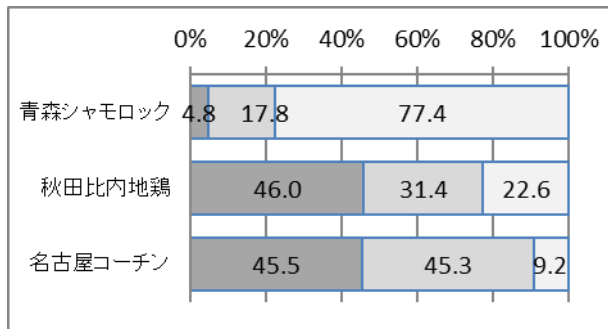
⑨ふかうら雪人参



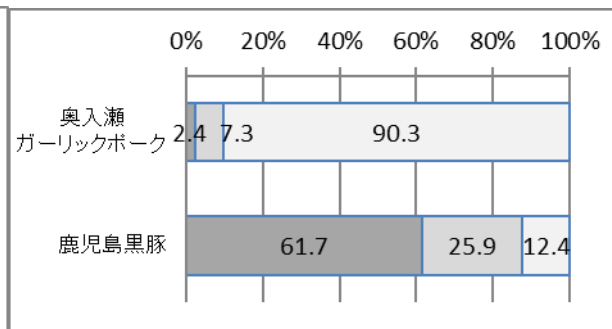
⑩倉石牛



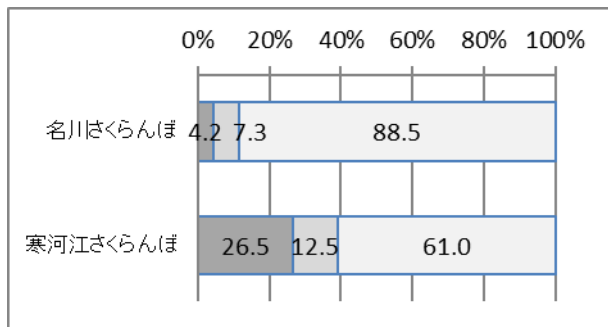
⑪青森シャモロック



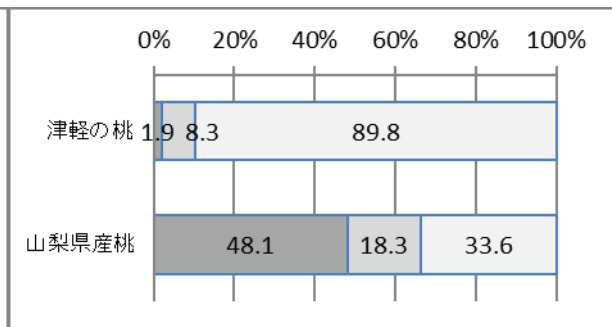
⑫奥入瀬ガーリックポーク



⑬名川さくらんぼ



⑭津軽の桃



【H28 と H29 の認知度の差の比較】

(単位:ポイント)

地域食材	青天の霹靂	陸奥湾ほたて	大間まぐろ	海峡サーモン	八戸前沖鯖	風間浦鮫鱈	十三湖産大和じみ
国内ブランド食材	山形県産つや姫	北海道ほたて	北海道戸井まぐろ	信州サーモン	関さば	茨城あんこう	宍道湖産じみ
H28の差	42.6	38.7	57.0	6.2	64.3	14.4	37.0
H29の差	39.3	41.3	58.0	8.0	63.5	14.0	32.3
差の増減	3.3減少	2.6増加	1.0増加※	1.8増加	0.8減少	0.4減少	4.7減少

地域食材	つがる市産タカミメロン	ふかうら雪人参	倉石牛	青森シャモロック	奥入瀬ガーリックポーク	名川さくらんぼ	津軽の桃
国内ブランド食材	夕張メロン	新潟雪下になじん	松阪牛	秋田比内地鶏	鹿児島黒豚	寒河江さくらんぼ	山梨県産桃
H28の差	81.6	20.5	85.2	55.9	77.1	30.0	53.1
H29の差	81.5	18.2	85.4	54.8	77.9	27.5	56.2
差の増減	0.1減少	2.3減少	0.2増加	1.1減少	0.8増加	2.5減少	3.1増加

※大間まぐろは、北海道戸井まぐろより認知度が高いため、増加した方が優位。

■ 差が減少した食材

(3) 地域食材の購入動機

全体では、「おいしいから」が64.7%と最も多く、次いで「品質がいいと思うから」(60.2%)、「安全だと思うから」(31.1%)の順となっている。

