

平成30年度青森県産品ベンチマーク調査について

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、次のような結果になりました。

- 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」の項目がいずれも前回より7ポイント以上、上昇しているなど、全体的に上昇傾向にあり、消費者が買い物の際に重視する視点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95.9%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です。昨年度と比較し、37品目中「ぶどう」「メロン」「鶏肉」などの12品目の認知度が上昇しています。
- ③ 平成24年度から調査している地域食材の認知度については、今年デビュー5周年を迎える「青天の霹靂」は全国では、36.5%であるが、東北・関東地域では、46.4%となっており、PRを重点的に行った効果があったものと考えます。
また、昨年度と比較すると、30品目中認知度が向上したのは4品目であり、その他は微減となっているものの、陸奥湾ほたては6.9ポイント減で東北・関東地域では、10.4ポイント減となりました。

青森県産品のイメージが上がってきていることは、これまでの活動による成果があらわれているものと考えますが、未だ認知度が低い地域食材が多いことから、地域産品のブランド化や情報発信などの取組を実施し、県産品の認知度を向上させる必要があります。

また、陸奥湾ほたてについては、ほたて流通振興協会と連携し、県外での青森フェアなどを通じて認知度の向上を図ることとしています。

なお、この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、認知度向上のための取組の展開に活用するほか、今後の県産品販売に係る施策立案にも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31年1月（前回：平成30年1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歳以上の既婚女性
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（30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
10.1%	24.0%	28.8%	20.4%	16.7%

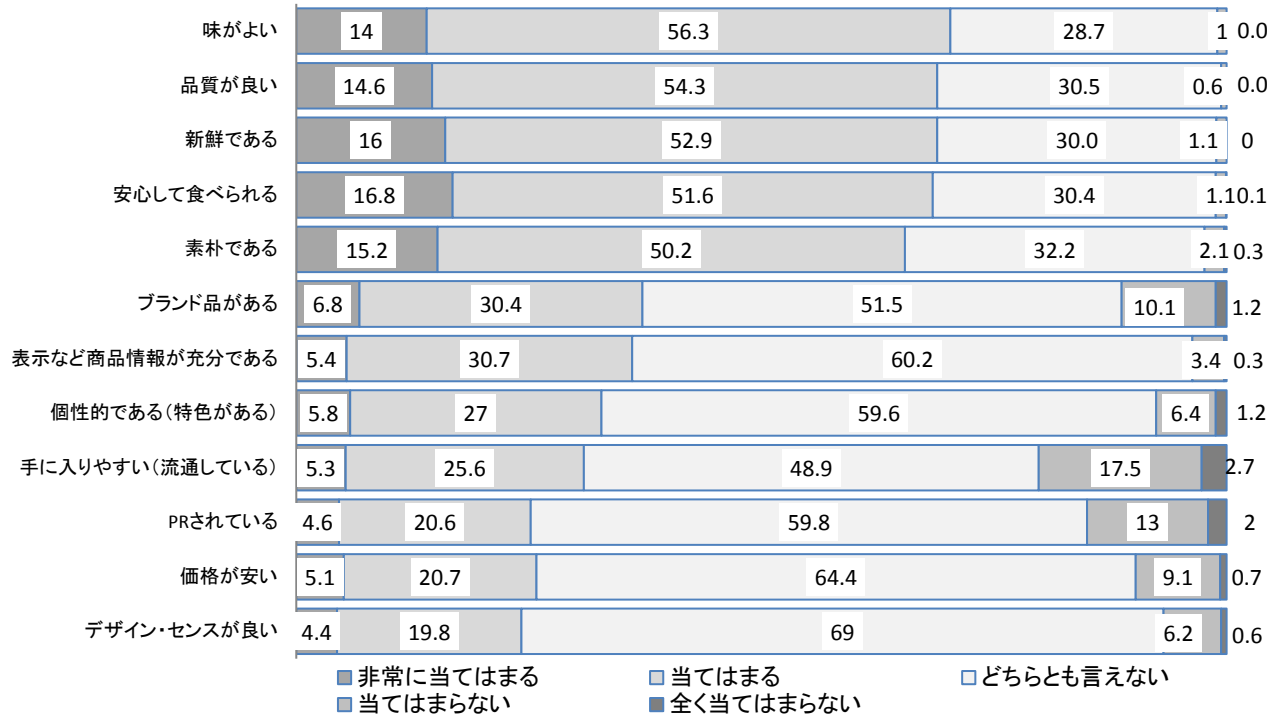
(7) 結果の公表について

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>

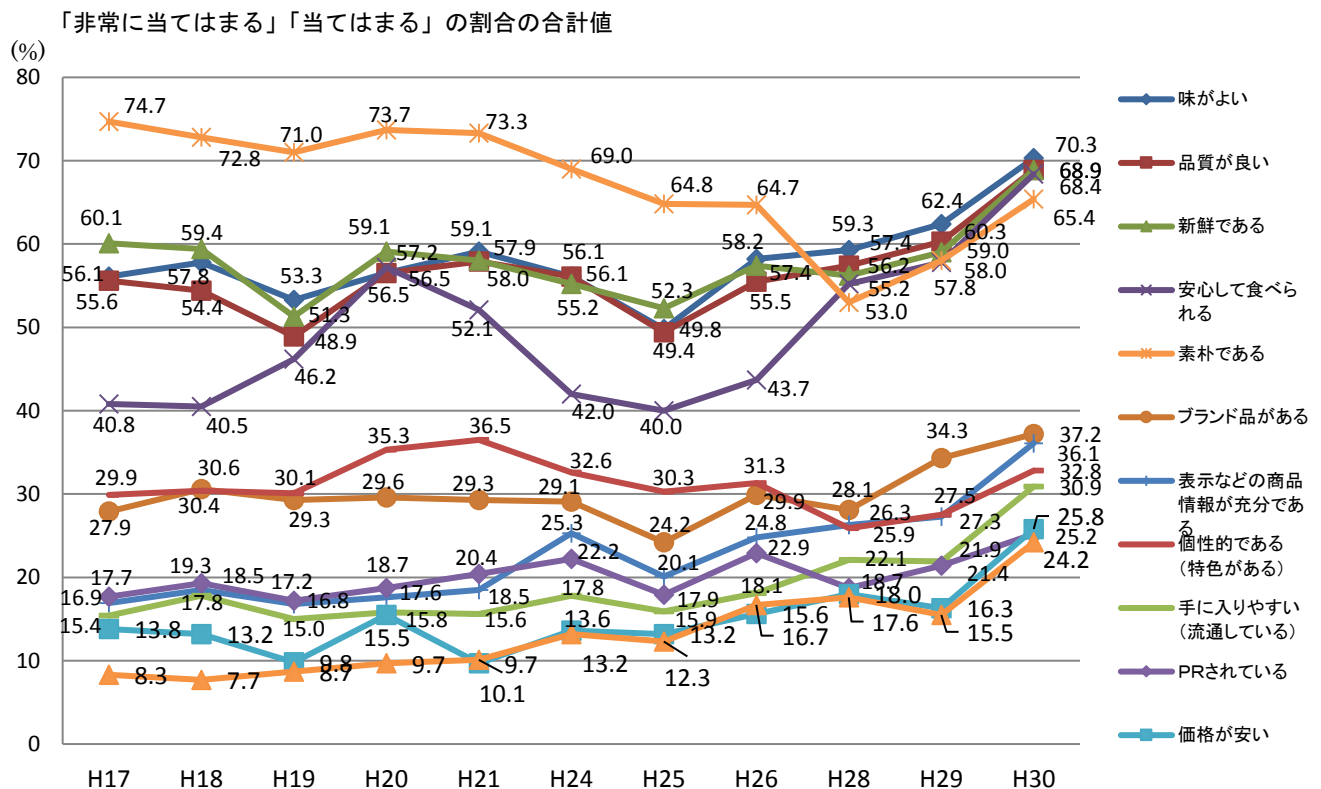
2 調査結果（抜粋） … ベンチマーク調査（継続調査）

（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70.3%と最も多く、続いて「品質がよい」（68.9%）、「新鮮である」（68.9%）、「安心して食べられる」（68.4%）、「素朴である」（65.4%）の順となっている。



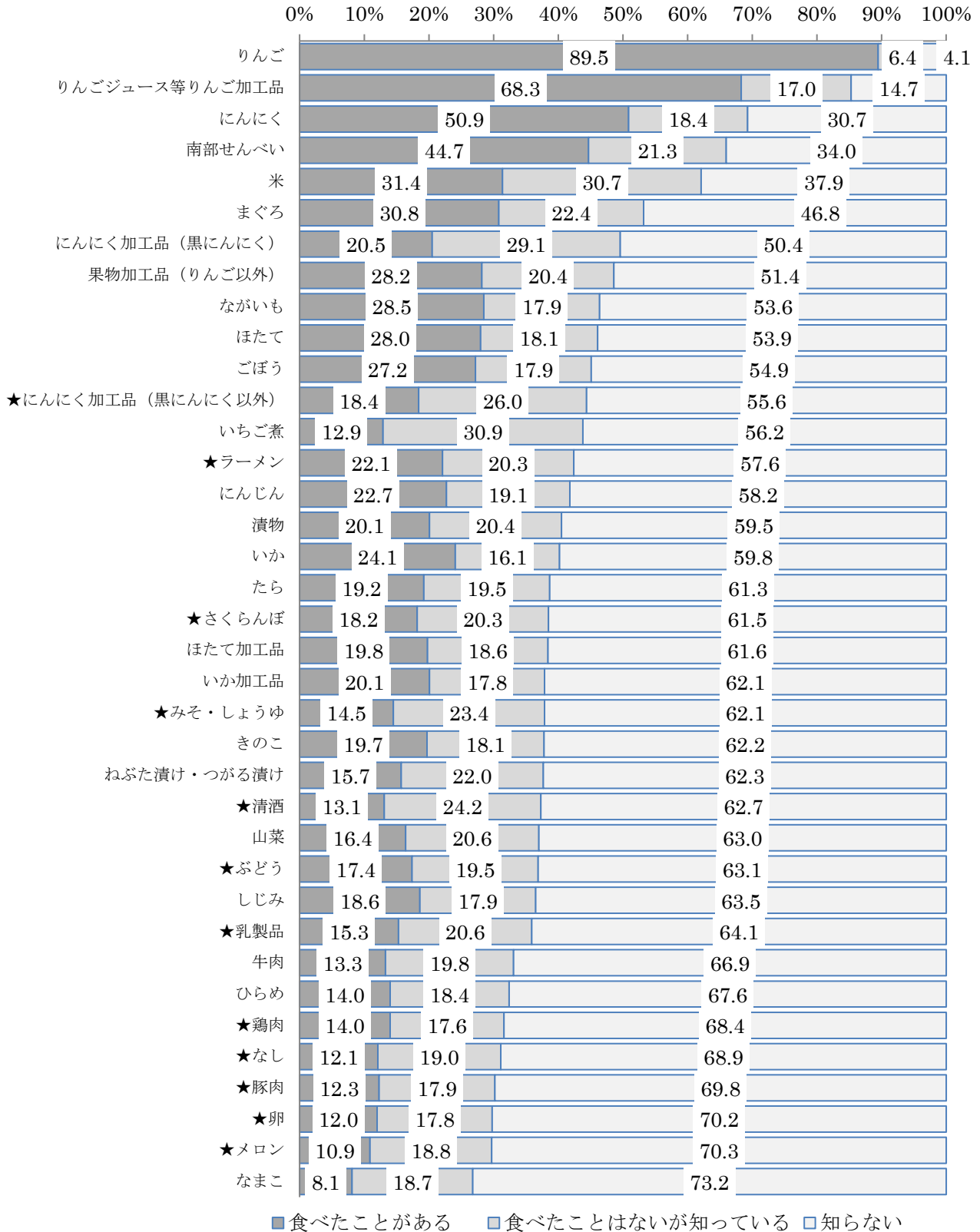
【青森県産品のイメージの年次推移】



(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」(95.9%)及び「りんごジュース等りんご加工品」(85.3%)が圧倒的に高く、次いで「にんにく」(69.3%)、「南部せんべい」(66.0%)、「米」(62.1%)、「まぐろ」(53.2%)の順となっている。昨年度と比較し、認知度が上昇している品目は12品目である。

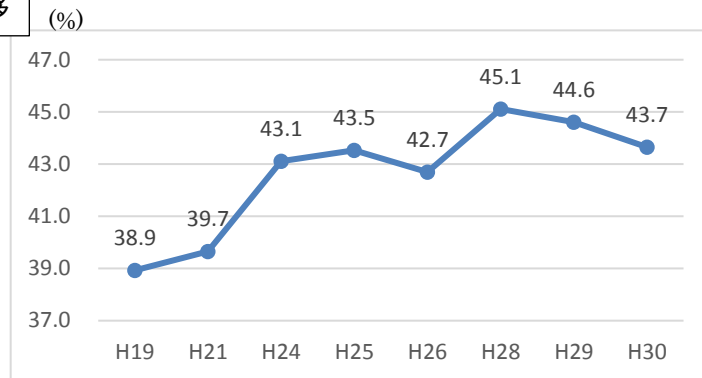
※昨年度と比較し、上昇している品目は★印。



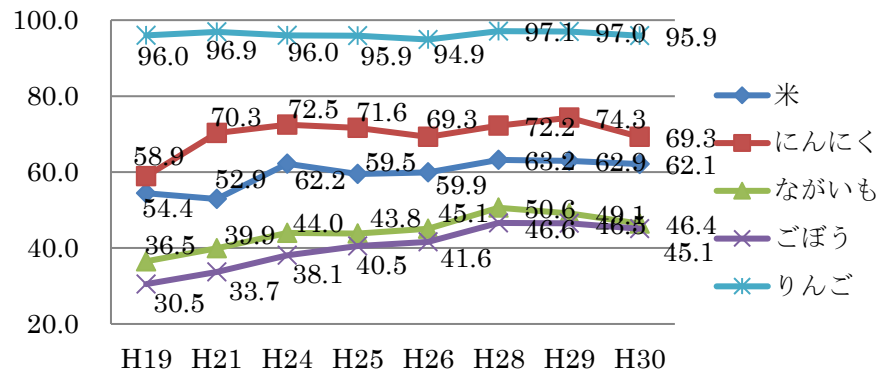
<参考>商品別認知度の推移

(「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

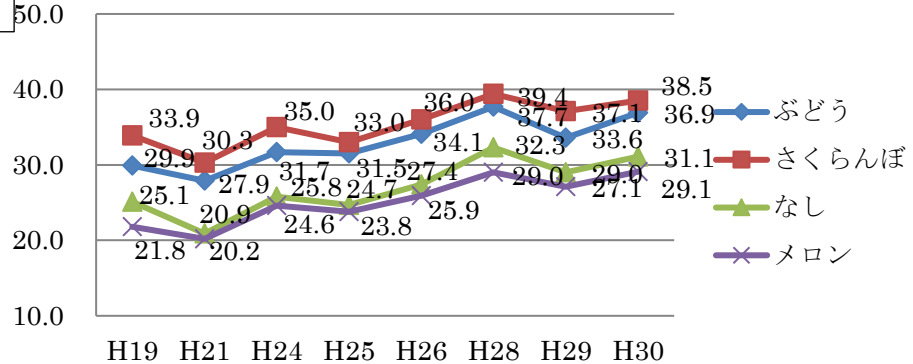
①平均値の推移



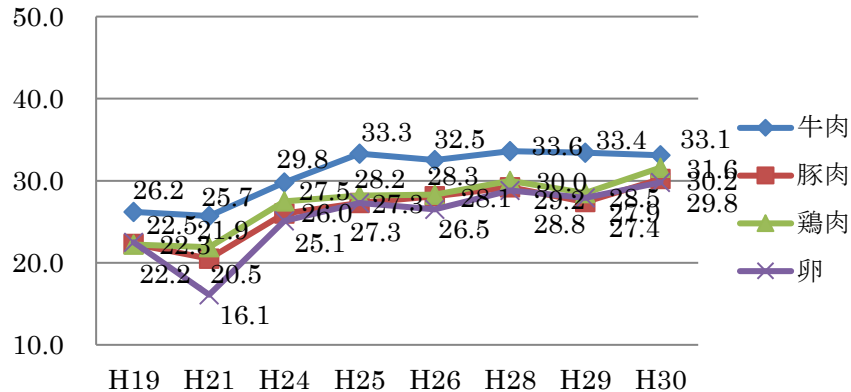
②主要農産物



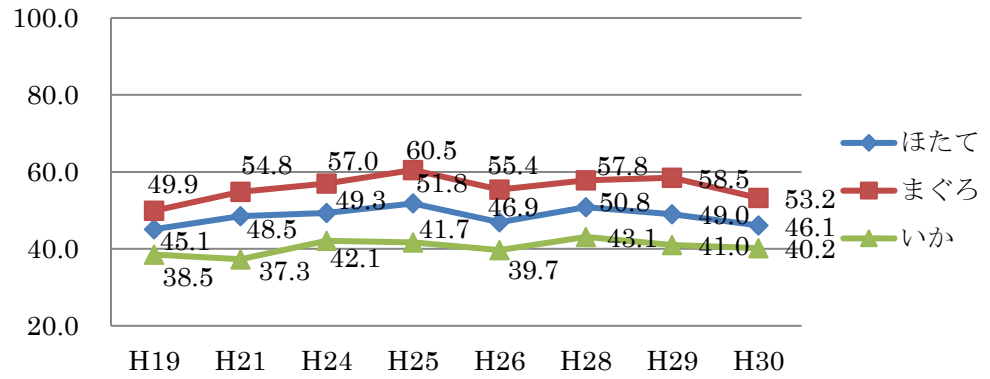
③特産果樹等



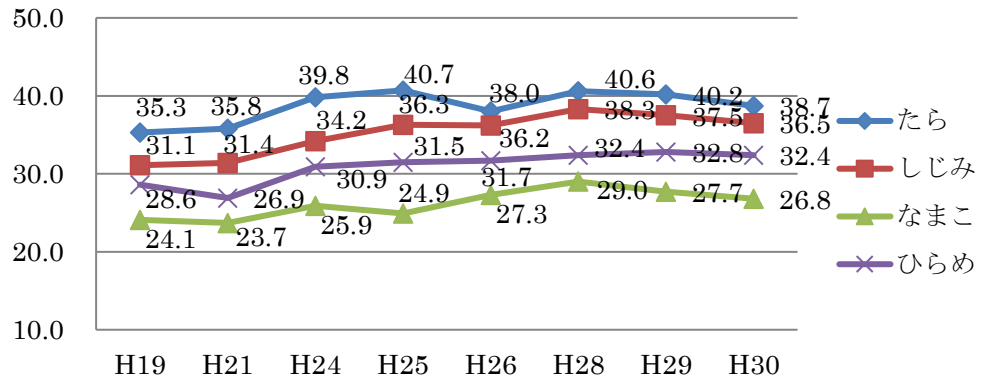
④畜産物



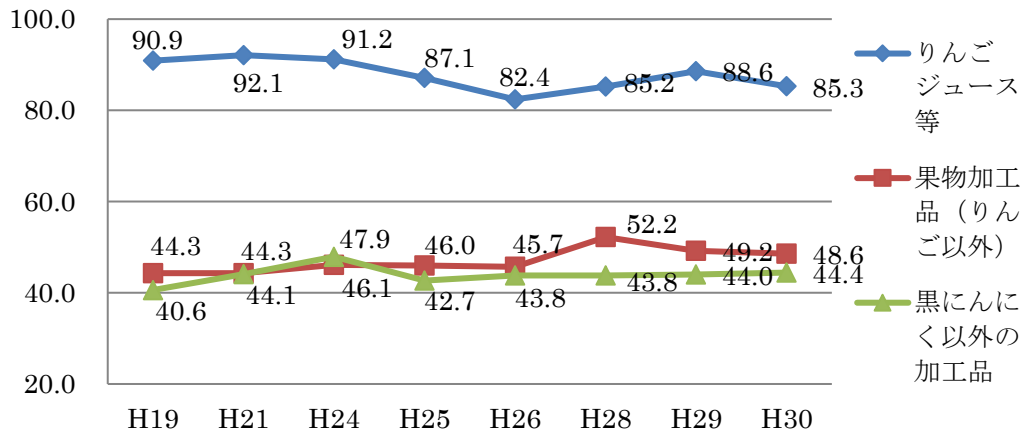
⑤水産物－ 1



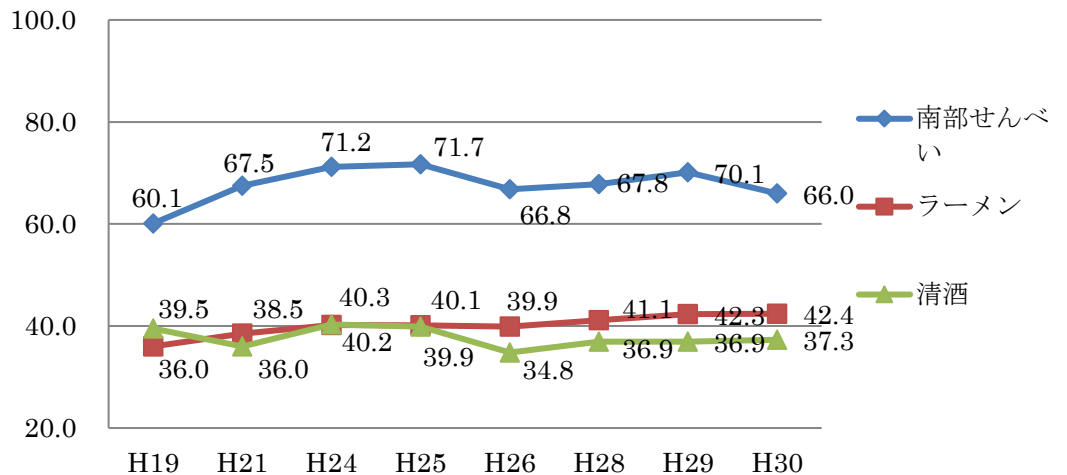
⑥水産物－ 2



⑦農産加工品



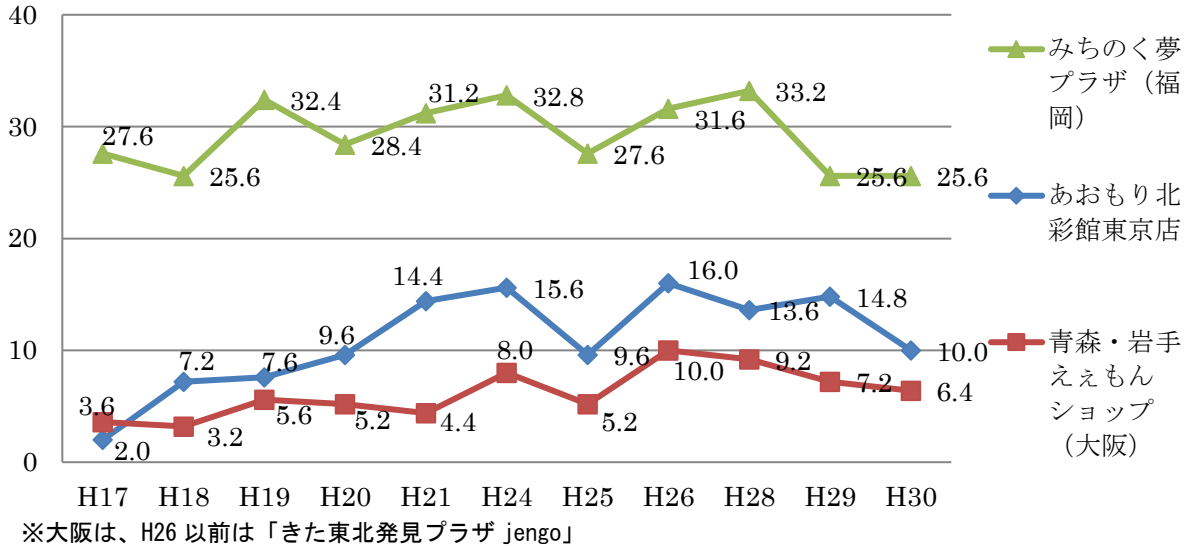
⑧その他品目



(3) 青森県アンテナショップの認知度

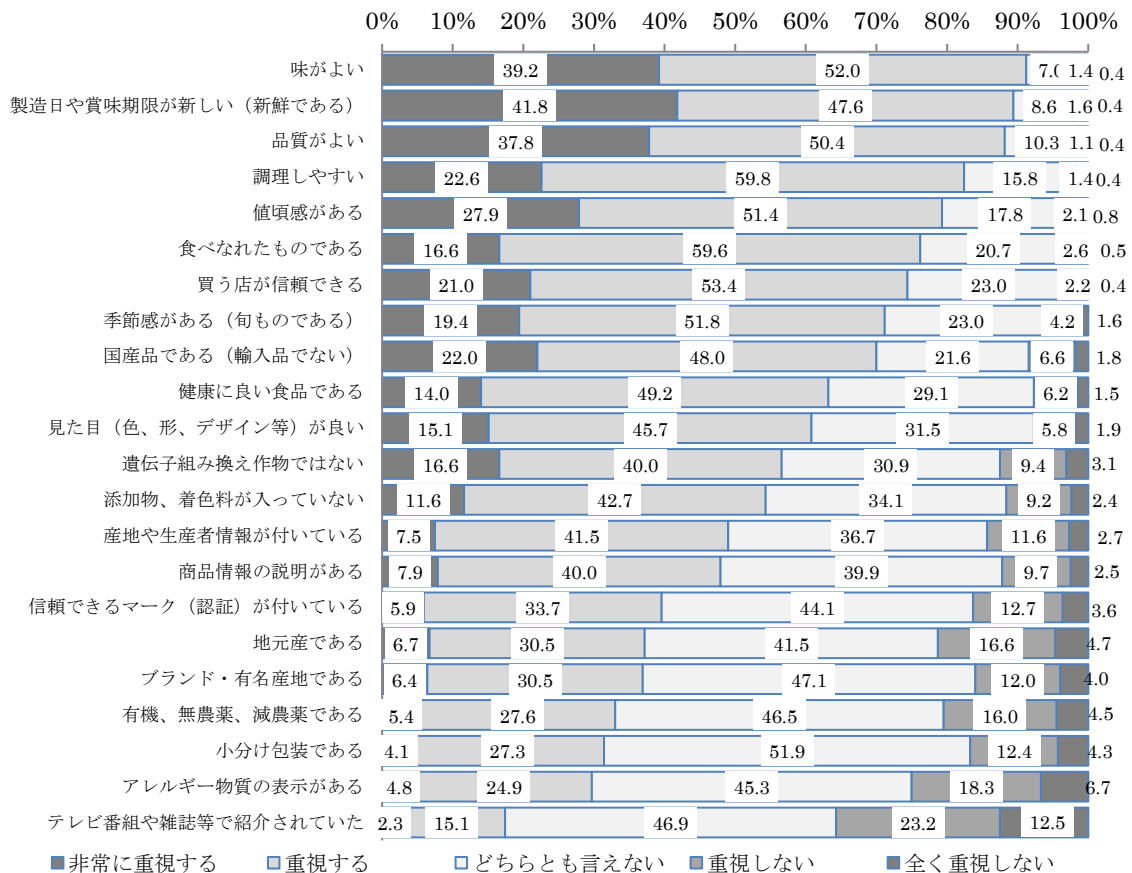
「みちのく夢プラザ」(福岡)の九州地域における認知度が最も高く、25.6%となっている。順に、「あおもり北彩館東京店」(東京)の関東地域における認知度は10.0%、「青森・岩手ええもんショップ」(大阪)の関西地域における認知度は6.4%となっている。

(%)



(4) 買い物をする際の重視点 (複数回答)

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

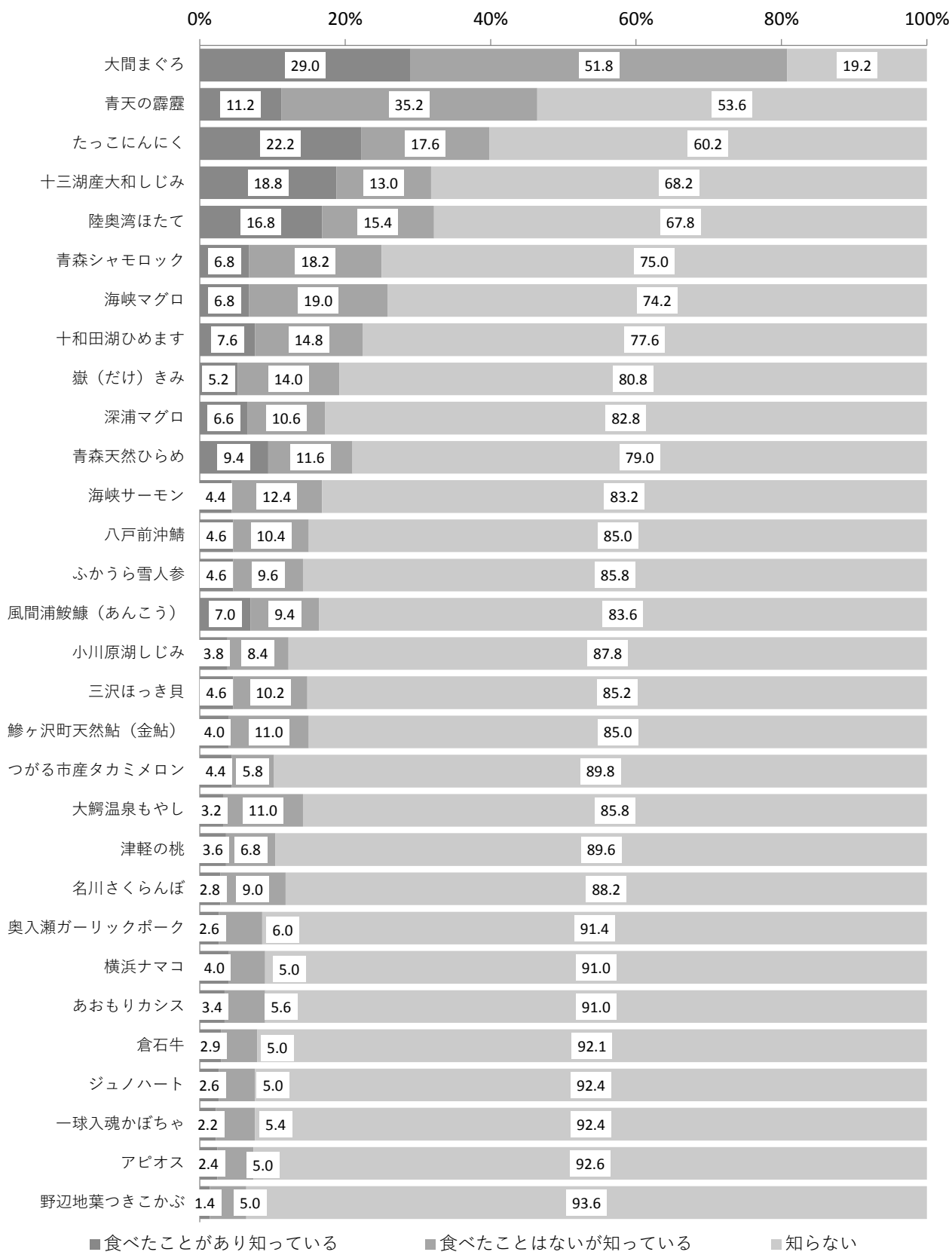
(1) 青森県の地域食材の認知度

「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71.5%と最も高く、次いで「青天の霹靂」(36.5%)、「たっこのんにく」(26.6%)、「陸奥湾ほたて」(23.5%)、「十三湖産大和しじみ」(20.7%)の順となっている。 ※昨年度と比較し、上昇している品目は★印。

【全国における地域食材の認知度】



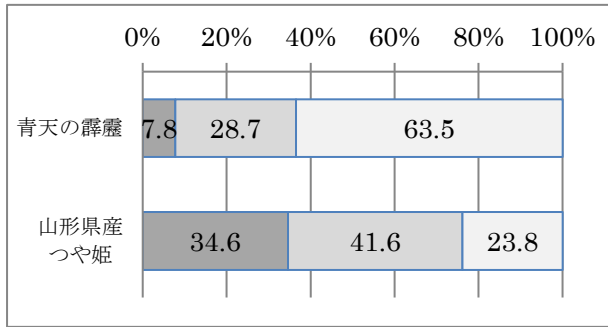
【東北・関東地域における地域食材の認知度】



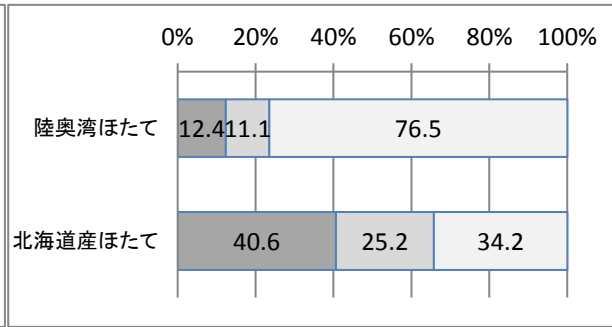
(2) 国内のブランド食材と青森県の地域食材との比較

※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

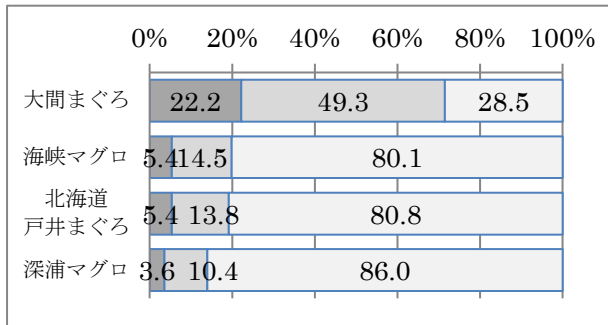
① 青天の霹靂



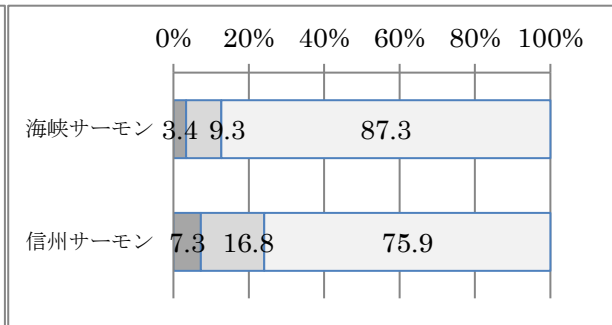
② 陸奥湾ほたて



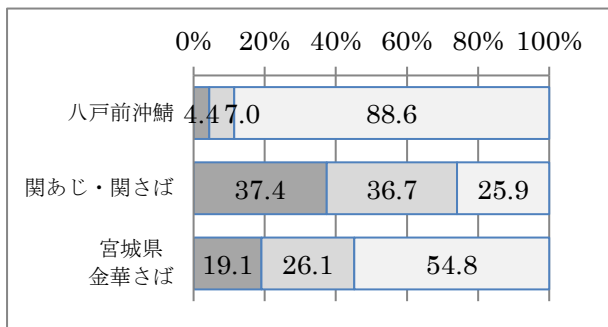
③ 大間まぐろ



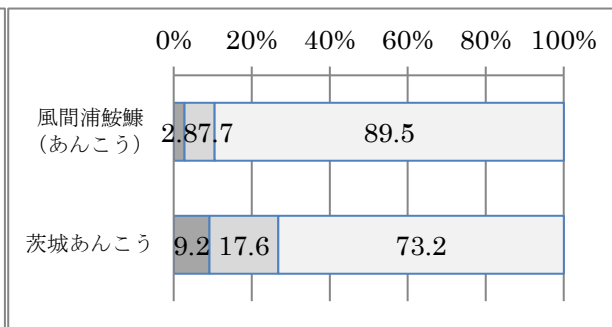
④ 海峡サーモン



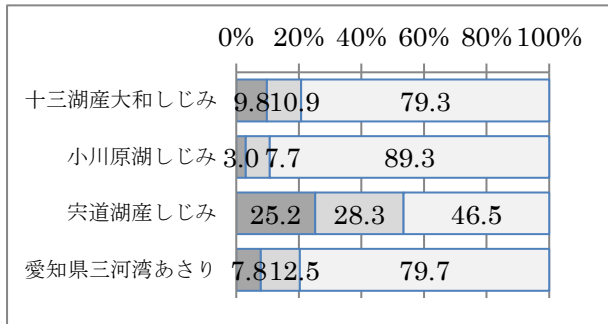
⑤ 八戸前沖鯖



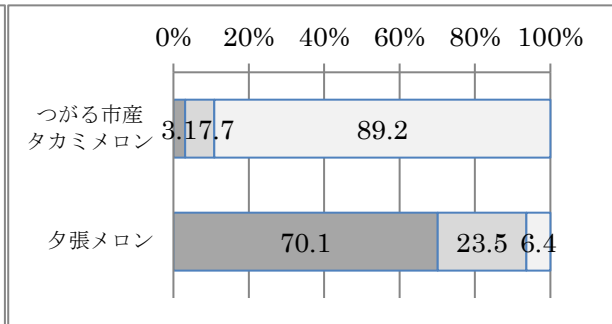
⑥ 風間浦鮫鱈



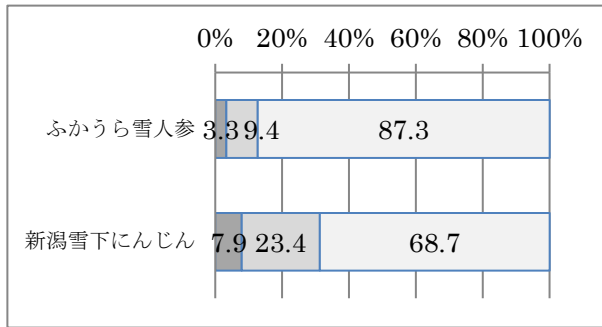
⑦ 十三湖・小川原湖しじみ



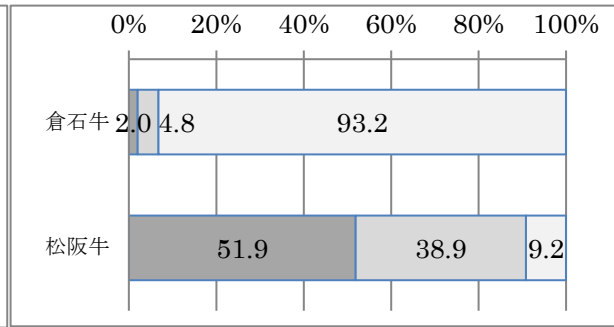
⑧ つがる市産タカミメロン



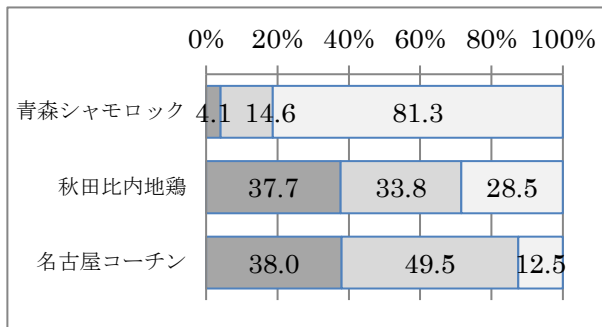
⑨ふかうら雪人参



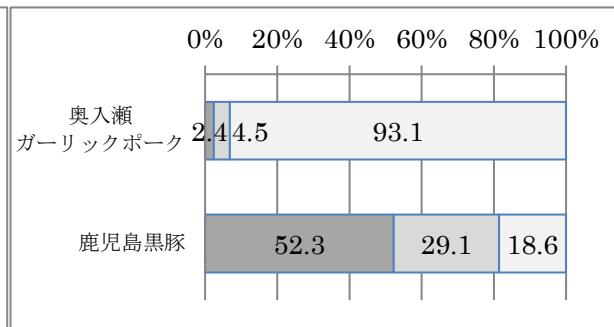
⑩倉石牛



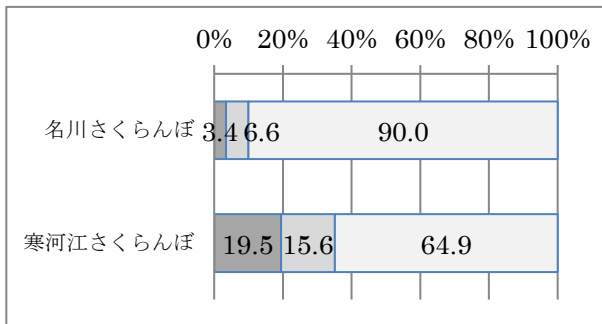
⑪青森シャモロック



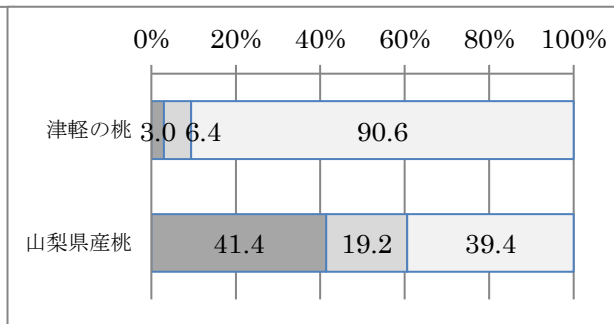
⑫奥入瀬ガーリックポーク



⑬名川さくらんぼ



⑭津軽の桃



(3) 地域食材の購入動機

全体では、「おいしいから」が60.0%と最も多く、次いで「品質がいいと思うから」(53.7%)、「安全だと思うから」(28.4%)の順となっている。

