

半促成メロンに対する消費者ニーズと産地の販売対応

[要約] 半促成メロンについて、50才以上消費者は均一な高品質メロンを求めため、産地では、糖度などの果肉品質を考慮した規格の導入、品質・機能性情報の表示を行う。50才未満消費者は安くて簡便なメロンを求めため、産地では低コスト化とともにカットメロンの導入を検討する。

農業総合センター農業研究所

成果区分

普及（情報）

1. 背景・ねらい

近年、本県主要農産物の一つであるメロンの消費量が低下し、生産者の所得が減少している。そのため、産地では消費者の要望に沿った商品、価格、情報、流通ルートの確保が求められている。そこで半促成メロンのニーズを把握し、産地の販売対応を明らかにする。

2. 成果の内容・特徴

1) メロン購入量の減少は著しく、50才未満の消費者だけでなく、購入量の多い50才以上の消費者でも著しく減少している（図1）。

2) 50才以上消費者の県産メロンに対する評価と要望

(1) 外観と果肉品質に対する評価は高い（図2）。希望する上限価格は510円/玉で実際価格（500円/kg）より上回り、価格の評価は高い。また、現状の「産地・生産履歴」に関する情報に対し評価は高いが、「糖度」の情報に対する評価の方がより高い（図3）。この消費層では、果物の購入場所としてスーパー、専門店以外での購入も多く見られる（図表略）。

(2) メロンは果肉品質のばらつき、見分けが困難なことから、均一な品質、糖度や熟度といった果肉品質、機能性、生産者に関する情報の表示を求めている（図4）。

3) 50才未満消費者の県産メロンに対する評価と要望

(1) 外観と果肉品質に対する評価は高いが、メロンの保管・残渣処理の評価が低く、ライフスタイルに合わなくなっている（図2）。希望する上限価格は481円/玉で実際価格（500円/kg）より下回り、価格の評価は低い。また、現状の「産地・生産履歴」に関する情報に対し、評価は高くない（図3）。

(2) メロンは単価が高いことや、残渣処理に手間がかかることから、安くて、簡便性の高い商品を求めている。また、品種の特徴といったメロンの基礎知識に関する情報を求めている（図5）。

4) これらのニーズに対し、県内産地は第一にターゲットを50才以上消費者層または50才未満消費者層に絞る必要がある。第二に、前者をターゲットとする場合、果肉品質も考慮した規格の導入と共同選果、わかりやすい表示による品質・機能性情報の提供、市場スーパー・専門店以外の流通ルートの確保が必要となる。50才未満層の場合、コストを削減し低価格化、品種の特徴や産地といった基礎情報を表示、カットメロンについて検討する必要がある。

3. 成果の活用面・留意点

1) 首都圏在住の女性消費者を対象とした調査から得られた結果である。

4. 具体的データ

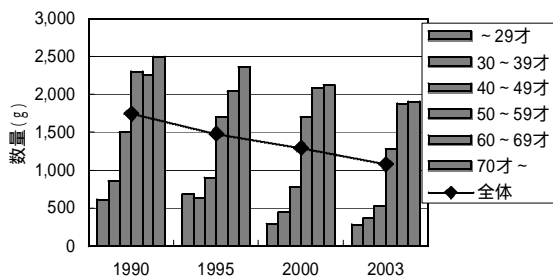


図1 世帯主年齢別1人当たり年間メロン購入数量

注1) 家計調査年報より
注2) 「1世帯当たりメロン購入数量÷世帯人数」で算出。

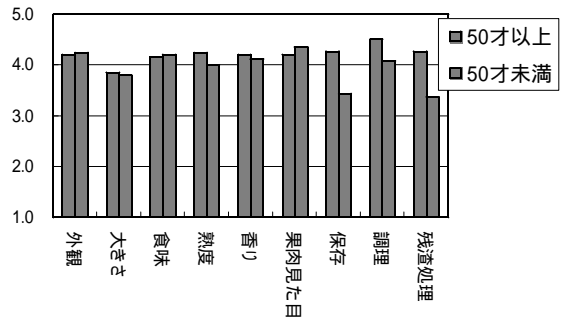


図2 県産主要産地半促成メロンの評価

注1) 首都圏在住の女性消費者24名にホーム・コース・テストを行った結果である。
注2) それぞれの項目について、1「不満足」～5「満足」の5段階で評価してもらった。

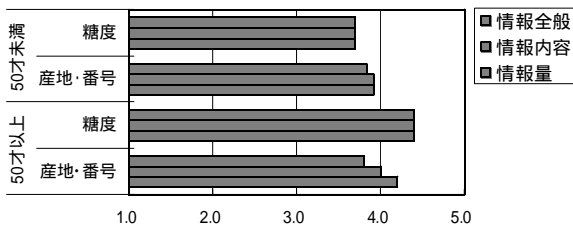


図3 表示内容と情報に対する評価

注1) 調査方法は図2と同様。
注2) メロンの表面に、糖度を表示した場合と、産地名及び生産履歴を検索できる商品番号を表示した場合において、その情報量、内容、全般に対する評価を、1「不満足」～5「満足」の5段階で回答してもらった。数値はその平均値。

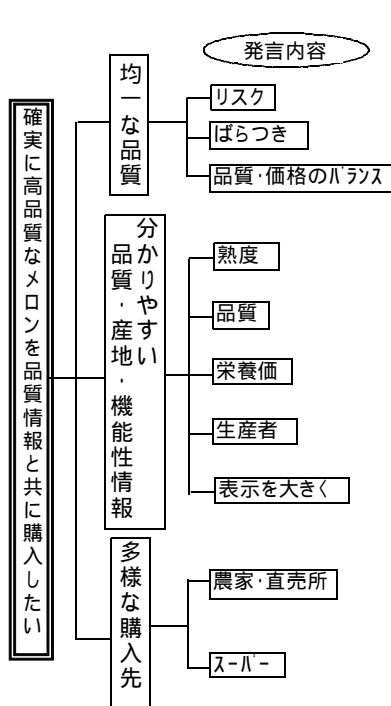


図4 50才以上消費者の要望

注) 首都圏在住女性消費者6名を対象としたグループインタビューを行った結果である。

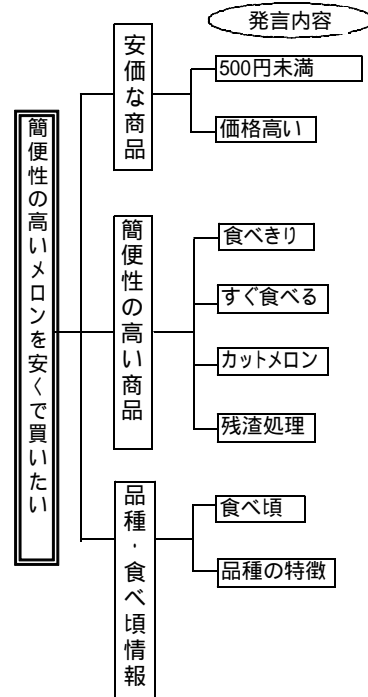


図5 50才未満消費者の要望

注) 首都圏在住の女性消費者5名にグループインタビューを行った結果である。

5. 試験課題名・試験期間・担当研究室

流通の多様化に対応した嗜好的農産物の販売戦略と運営方法の解明・平成16～17年・経営技術研究室