

## 試験研究成果普及情報

部門	経営	対象	普及
課題名：粘質系サツマイモ新品種「べにはるか」の販売促進の方向性			
[要約]「べにはるか」の販売促進では消費者への食味特性の説明に加え、競合品種の「安納芋」を意識し、調理面での応用範囲の広さや値頃感をアピールすることが有効である。また、他品種との食べ比べや簡便調理法の提案が必要である。			
キーワード <sup>※</sup> サツマイモ、販売促進、「べにはるか」、「安納芋」、粘質			
実施機関名	主 査	農林総合研究センター・企画経営部・流通経営研究室	
	協力機関	農林総合研究センター・北総園芸研究所・畑作園芸研究室 印旛農業事務所、香取農業事務所、担い手支援課	
実施期間	2011年度～2013年度		

### [目的及び背景]

県内産地で作付けが増加している粘質系サツマイモ新品種「べにはるか」（（独）農研機構九州沖縄農業研究センター育成）を中心とした消費者ニーズの特性及び量販店のサツマイモ取扱状況を調査分析し、産地による販売促進の方向性について提言を行う。

### [成果内容]

- 1 サツマイモの食味についてのアンケート結果では、「ほくほく感」が優越するが、「ねっとり感」も拮抗した（表1）ことから、粘質系サツマイモは消費者ニーズに対応した一つのカテゴリーとして位置づけられる。
- 2 「べにはるか」及び「ベニアズマ」等の焼きいもを食べ比べた後の結果では、「べにはるか」の焼きいもの評価はおおむね良好だが、「ねっとり感」が強い品種特性をわかりやすく説明しながら販売してもらいたいという要望が存在する。（平成23年12月実施の農林総合研究センター農産物消費者モニター13名を対象としたグループインタビューから）
- 3 粘質系品種の調理経験は、「安納芋」では焼きいもの比率が飛び抜けて高いが、「べにはるか」はお菓子・甘味類、天ぷら、大学いも等の調理工程の多いメニューの比率が高い（図1）。
- 4 同じ粘質系の「安納芋」と差別化するためには、「料理にも使える」、「値頃感」、「形がよい」、「親しみやすい」、「ボリューム感」が「べにはるか」の店頭表示に適している（図2）。
- 5 4と同様のアンケートにおける自由回答を整理した結果、サツマイモの販売に関する消費者の意見として、店頭の販売については「品種の品揃えが少ない」、「売場で地味・目立たない存在」、「調理や品質に関する情報が欲しい」が多く、販売促進等については「試食・食べ比べ」の要望が最も多く、「調理提案」が続いている（図3）。

6 量販店におけるサツマイモの品種別販売類型は以下の3つである（表2）。

- 1) 「ベニアズマ」主体型（12社）
- 2) 「ベニアズマ」＋「べにはるか」型（11社）
- 3) その他型（3社）

その他型は、北陸、近畿の「高系14号」を主体に取り扱う量販店が該当する。「ベニアズマ」主体型と「ベニアズマ」＋「べにはるか」型については地域との有意な関係は認められない。

7 「べにはるか」は、食味を中心とした品種特性のわかりやすい説明と、「安納芋」と比べた際の調理面での応用範囲の広さや値頃感をベネフィットとしてアピールすることが有効である。

8 中長期的な検討課題としては、「べにはるか」取扱店拡大を意識し、県内の産地間連携によって、他品種との食べ比べによる販促活動や、簡便調理法の開発提案が考えられる。

#### [留意事項]

県内サツマイモ産地の主要農協で取組が始まった「べにはるか」の貯蔵期間・出荷の申し合わせ（「30日貯蔵ルール」）についても、本成果で示した「食味に関する品種のわかりやすい説明」の枠内で、その目的や内容を消費者に伝えることが重要である。

#### [普及対象地域]

サツマイモ産地

#### [行政上の措置]

#### [普及状況]

[成果の概要]

表1 「ほくほく感」嗜好と「ねっとり感」嗜好に関する回答のクロス集計結果

		「ねっとり感」嗜好								合計		合計比率 (%)
		大変こだわる		こだわる		ややこだわる		こだわらない		実数 (人)	構成比 (%)	
		実数 (人)	構成比 (%)	実数 (人)	構成比 (%)	実数 (人)	構成比 (%)	実数 (人)	構成比 (%)			
「ほくほく感」嗜好	大変こだわる	17	19	25	28	28	32	18	20	88	100	41
	こだわる	7	8	34	39	34	39	13	15	88	100	41
	ややこだわる	7	24	4	14	15	52	3	10	29	100	14
	こだわらない	4	50	1	13	2	25	1	13	8	100	4
合計		35	16	64	30	79	37	35	16	213	100	100

注) 平成22年12月、農林総合研究センター農産物消費者モニター(回答者220名)を対象としたアンケート(以下「モニターアンケート」)

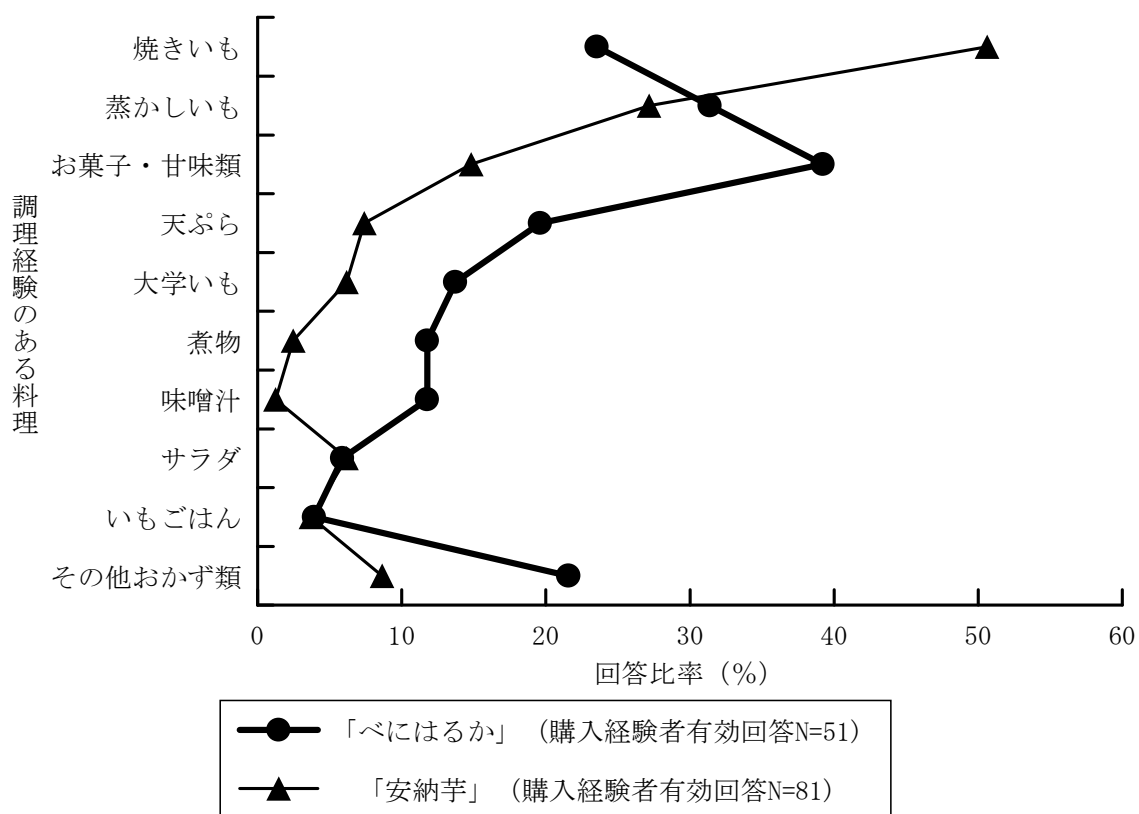


図1 「安納芋」及び「ベにはるか」の調理経験

注) 平成23年12月、モニターアンケート(回答者157名)

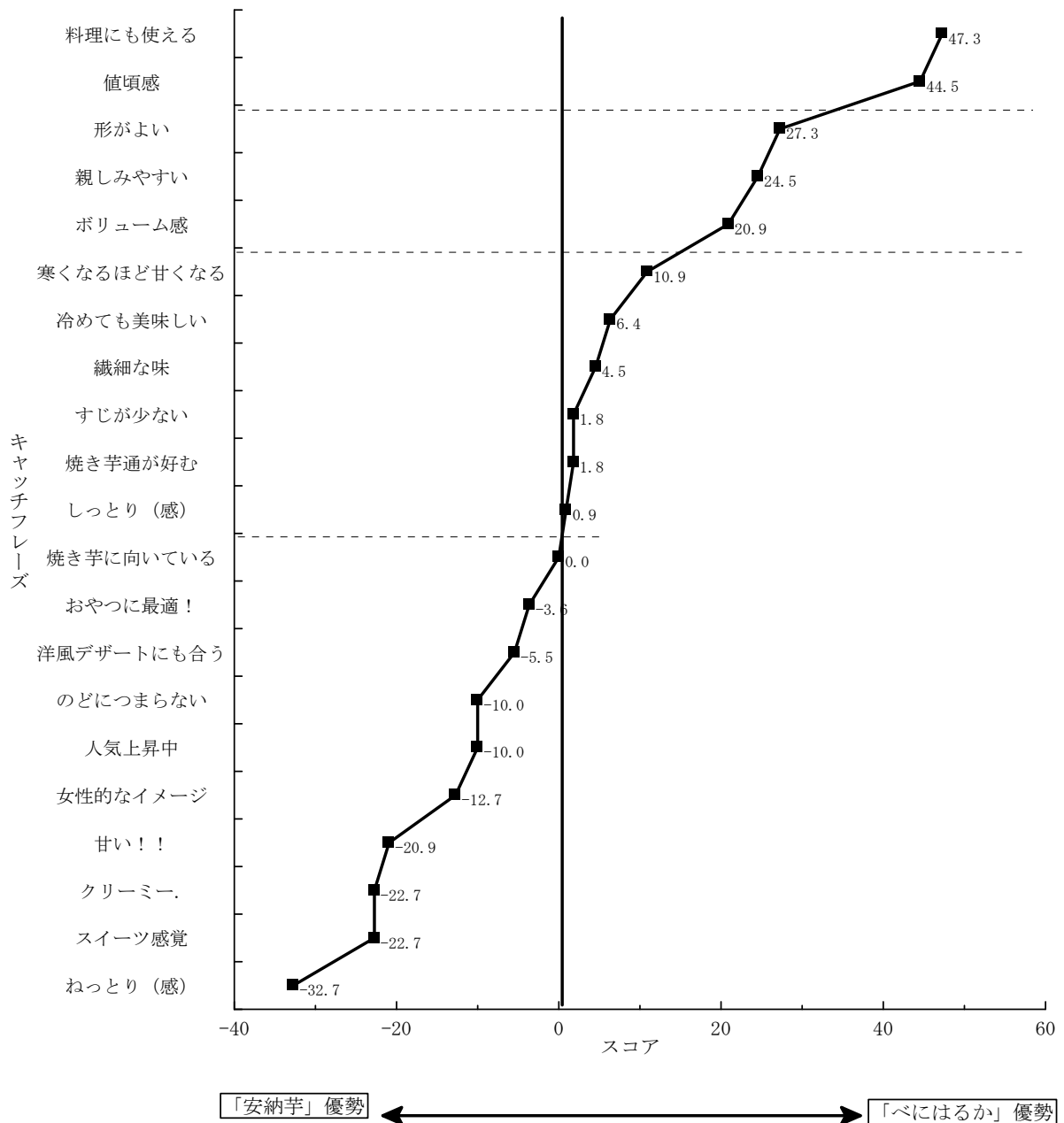


図2 「安納芋」及び「べにはるか」に対するキャッチフレーズの評価スコア

注1) 平成25年12月、モニターアンケート(回答者139名)で、「安納芋」「べにはるか」両方の購入経験がある回答者に限定し、店頭やインターネット販売の事例から収集した粘質系サツマイモに関するキャッチフレーズ21例が「安納芋」と「べにはるか」のどちらにより適応するかの評価を尋ねた結果。

2) 評価スコアは「べにはるか」の方が大変当てはまる=1点、「べにはるか」の方が当てはまる=0.5点、引き分け=0点、「安納芋」の方が当てはまる=-0.5点、「安納芋」の方が大変当てはまる=-1点としたウエイト値と各回答者比率の積和。

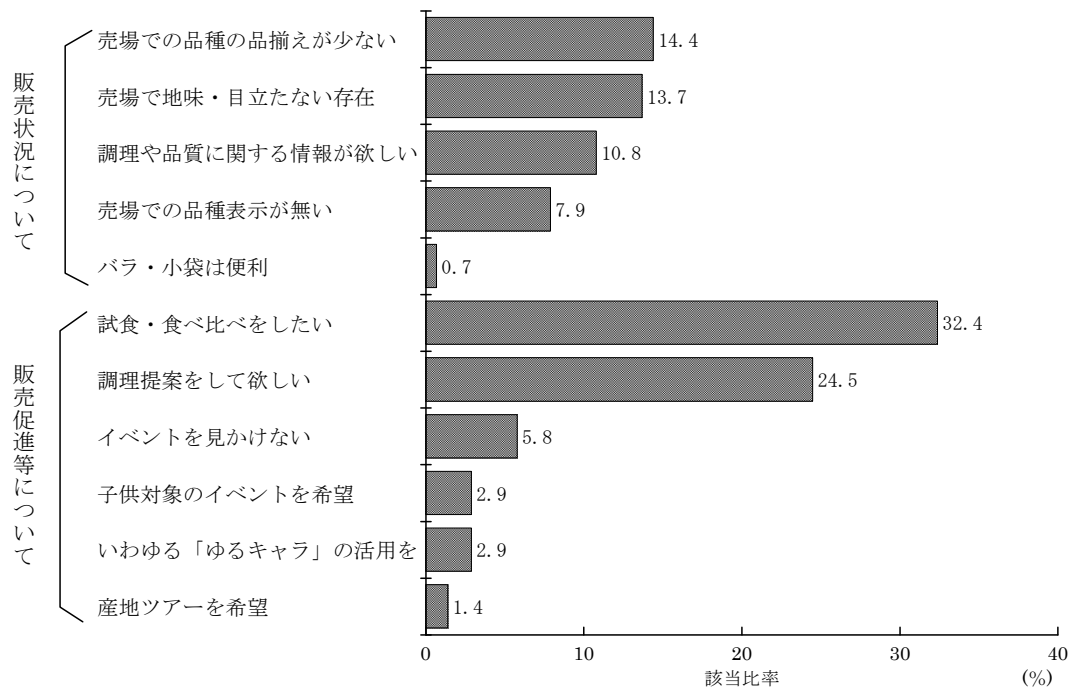


図3 モニターアンケートにおける自由回答のコーディングを整理した結果

表2 品種・銘柄別の年間平均販売数量比率のクラスター分析から得られた品揃え類型

(平均数量%)	件数	品 種 ・ 銘 柄					合計
		「ベニアズマ」	「べにはるか」	「安納芋」	「鳴門金時」	その他	
有効回答全体平均	26	53.1	16.5	4.8	11.0	14.7	100
「ベニアズマ」主体型	12	74.9	1.7	3.3	11.8	8.3	100
類型 「ベニアズマ」+ 「べにはるか」型	11	43.6	36.8	3.2	7.7	8.7	100
その他型	3	5.0	3.3	16.7	6.7	68.3	100

注1) 平成25年9月に実施した量販店（北海道から近畿に本社がある量販店299社、回収率：13.7%）を対象としたアンケート。品種・銘柄別年間平均販売数量比について有効な回答のあった26社についてクラスター分析（K-平均法）を適用した。

2) 表中の比率は、各類型ごとの品種・銘柄別年間平均販売数量比（いわゆる棚に占める割合）を示す。その他型の「その他」は「五郎島金時」が主である。

[発表及び関連文献]

平成26年度試験研究成果普及情報「サツマイモ主要品種の食味特性と焼きいも食味マップの作成」

[その他]

- 1 県単プロジェクト事業「サツマイモの新産地活性化に向けた栽培法・貯蔵法の開発及び消費者ニーズの解明」（平成23～25年度）
- 2 ベネフィット:商品を利用することによって消費者が享受できる具体的なメリット。マーケティング上は消費者に対する訴求点として位置づけられる。