

## 試験研究成果普及情報

部門	麦及び雑穀	対象	普及
課題名：極大粒落花生有望系統のマーケティング調査結果と販売方法の提案			
〔要約〕「千葉P120号」の食味の良さ、特に「甘み」と「濃厚な味」を訴求し、価格と内容量を430円/250g（税込）程度とすると、消費者に受容されやすいと考えられる。また、調理負担を感じる消費者には、調理済み商品を提案することで消費量増加を図る。			
キーワード <sup>※</sup> 千葉P120号、生落花生、ゆで落花生、消費者調査、販売戦略			
実施機関名	主 査	農林総合研究センター	流通加工研究室
	協力機関	農林総合研究センター	落花生研究室、 生産振興課、（一財）全国落花生協会
実施期間	2014年度～2016年度		

## 〔目的及び背景〕

「千葉P120号」はゆで落花生向けで、「おおまさり」より株がコンパクトで、収穫時の作業性が良い品種として育成されている。本課題では、品種登録出願中の「千葉P120号」の普及定着を見越し、極大粒種について、流通業者、消費者を対象とした調査を行い、品種育成段階から販売方法の提案を図る。

## 〔成果内容〕

- 1 市場、流通関係者を対象に、極大粒生落花生の市場流通状況調査を行った。その結果、生落花生は青果物卸売市場経由の商品として、少なくとも都内卸売業者1社、県内卸売業者3社で既に成立していることがわかった。
- 2 千葉県在住の30～60歳代の女性（30名）を対象に、極大粒落花生「おおまさり」の食味と調理負担感を調査した。その結果、食味について、「とても美味しい」、「まあ美味しい」の回答合計は80%で、極大粒落花生は消費者から受容されていた。しかし、「調理に負担感がある」の回答は39.0%で、普通鍋で40～50分、圧力鍋で10分程度という調理時間に負担を感じる消費者は少なくないことがわかった（データ省略）。
- 3 首都圏在住の30～60歳代の女性（80名）を対象に、ゆでた「千葉P120号」の試食テストを行った。その結果、「甘み」と「濃厚な味」については「好き」の回答が40%程度で、「塩味」と「食感」については「好き」の回答が20%台であることから、「甘み」と「濃厚な味」がより好まれることがわかった（図1）。また、ゆで落花生の「惣菜」、「レトルト」について「興味がある」、「まあ興味がある」の回答は、90%程度と非常に高かった（データ省略）。さらに、生落花生販売時の内容量は250g、価格は430円（税込）とすると、消費者に受容されやすいと考えられた（図2）。

## 〔留意事項〕

[普及対象地域]

県内全域の生産者

[行政上の措置]

[普及状況]

[成果の概要]

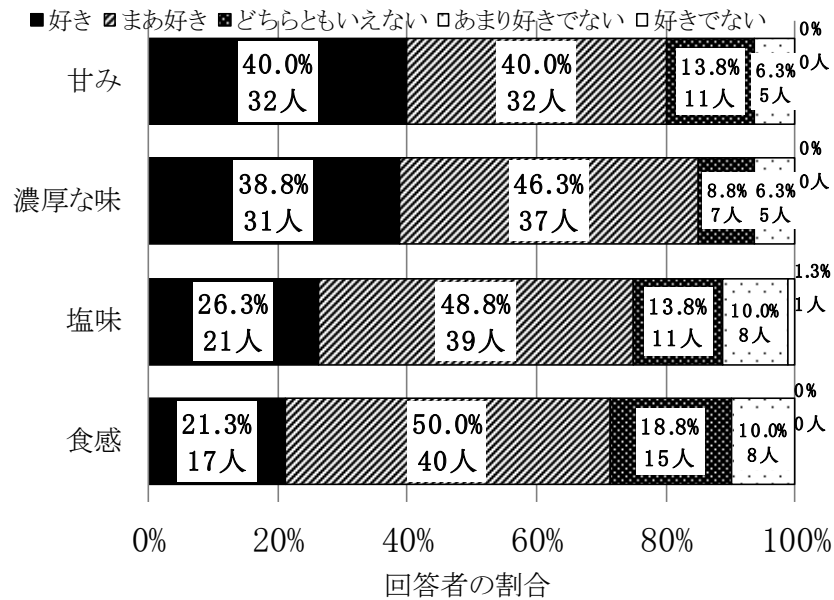


図1 試食テストにおける食味の嗜好性に関する調査

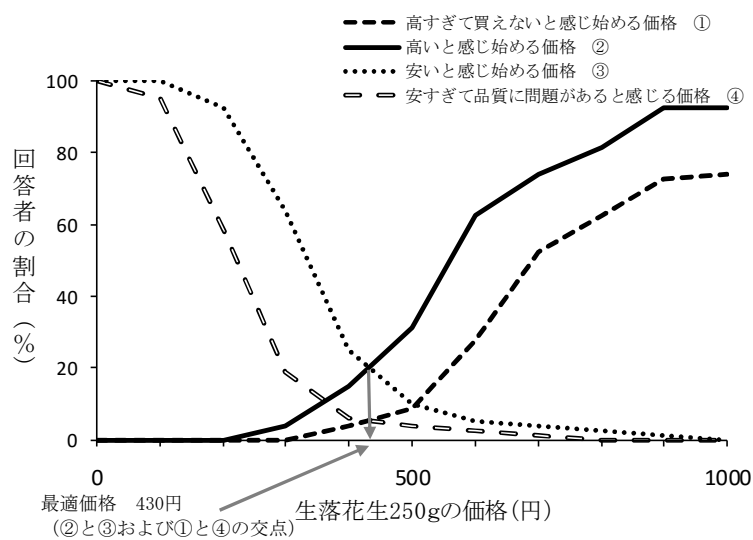


図2 試食テストにおける価格感度分析による最適価格

[発表及び関連文献]

1 プロジェクト研究「千葉県を元気にするオリジナル品種の開発・定着促進」研究成果集

2 平成29年度 試験研究成果発表会(作物部門)

[その他]