

沖縄特産柑橘シークワサーの利用意向と商品開発コンセプト

沖縄県農業研究センター 山城 梢・恩田 聡
九州沖縄農業研究センター 後藤 一寿・相原 貴之

3. データ

1. はじめに

シークワサーは、健康志向を背景に高値で取引され、生産が急速に拡大しつつある。一方、関連商品は、果汁を主体に販売されているが、消費には限界がある。最近ではブームにも陰りがみられ、また、生産量の急激な増加等から、多くの在庫が生じている。このため、新たな消費ニーズの掘り起こしや、新商品の投入による需要拡大が緊急の課題となっている。

2. 研究の方法

1) 研究の枠組み

シークワサーの利用や消費に関する研究は、後藤ら [1] がシークワサーブーム時の 2005 年にネット調査による消費ニーズと商品開発コンセプトを、後藤ら [2] が加工品の受容価格帯を、相原ら [3] がブーム後の生産と商品展開の方向性を解明した。そこで本研究では、ブーム後に再度インターネットアンケート調査を行い、ニーズの変化と新たな利用意向を把握し、それらを充たす商品開発コンセプトを明らかにする。

2) 調査概要

2009 年 10 月 29 日～11 月 2 日にかけて、日本国内に在住する 20～60 歳代の男女約 1,000 人を対象に、シークワサーの認知状況や必要性、シークワサーを含めた主要な香酸柑橘(レモン、ライム、ユズ、スダチ、カボス)6 種のイメージ等をインターネットアンケートにより調査した。

・認知

全国約 1 万人に対するスクリーニング調査から、シークワサーの認知率は 80%で、2005 年の認知率 71%と比較すると認知は高まっていた。また、「沖縄特産柑橘」、「香りが良い」といったことが広く知られていた。

・ニーズ

評価できる点では、「香り」、「さわやかさ」、「酸味」の順に評価が高かった。シークワサーブームのきっかけとなった「健康機能性成分」よりも風味が好まれていることが明らかになった。評価できない点は「購入しにくい」、「価格が高い」、利用しない理由は「お店で売っていない」が多く挙げられていた。利用してみたい商品について 40 アイテムを例示し、その中から選んでもらったところ、「ポン酢調味料」、「酎ハイ」、「100%ジュース」の順に利用意向は高かった。また、シークワサー

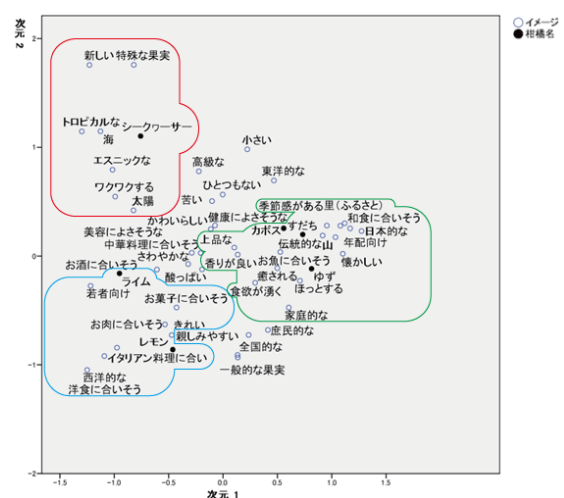


図 1 柑橘と属するイメージの布置図

表1 商品開発の方向性とコンセプト

商品カテゴリー	ターゲット	コンセプト	提案商品
調味料	全ての層	沖縄の香り トロピカルエッセンス	ボン酢 ステーキソース
アロマ用品	20～30代女性	沖縄の香り シークワサーのさわやかな香り	入浴剤
菓子類	全ての層	シークワサーの香り さわやか さっぱり	ゼリー
アルコール類	20代以上の 全ての層	さわやかさと香りが楽しめ、トロピカルな雰囲気	酎ハイ リキュール

利用経験者は「酎ハイ」、非利用経験者は「ボン酢調味料」を挙げており、シークワサーの利用経験の有無によって違いがみられた。購入する際に重視する点について1番目に「おいしさ」、2番目に「価格の安さ」、3番目に「品質」といった傾向がみられた。

・イメージ

シークワサーを含めた6種類の香酸柑橘とそれらに属するイメージの関係をコレスポンデンス分析、クラスター分析により明らかにした(図1)。その結果、「レモン、ライム」、「ユズ、スダチ、カボス」、「シークワサー」の3つにグループ化された。シークワサー以外の柑橘では、合う食材、料理ジャンルが関連づけられているが、シークワサーは、南国沖縄のイメージに加え「新しい」「特殊な果実」といったイメージが持たれていた。一方「お肉に合いそう」、「お魚に合いそう」の回答割合は同程度で現れていた。

4. 商品開発の方向性とコンセプト

商品の特性として、回答者は購入に関する不満を多く挙げていることから、値頃感のある日常性の高いアイテムが重要である。また、新規性・特殊性といったイメージが強いことから新しい利用

方法の提案や従来の利用方法への追加が可能と思われる。そこで、商品開発の方向性として、商品カテゴリーに①調味料②アロマ用品③菓子類④アルコール類を設定し、ターゲットと、コンセプト、商品種を提案した(表1)。

参考文献

- [1] 後藤一寿・相原貴之『沖縄特産柑橘シークワサーの消費ニーズならびに製品開発コンセプト調査結果』(九州沖縄農業経営研究資料第8号)、九州沖縄農業研究センター総合研究部、2006
- [2] 後藤一寿・相原貴之・宮城一菜「PSM分析によるシークワサージュースの適正価格推計」、第71回九州農業研究発表会専門部会発表要旨集、2008、p181
- [3] 相原貴之・後藤一寿・恩田聡・安中宗伸・山城梢「ブーム後のシークワサー生産および商品展開のデザイン」農林業問題研究 46巻(1)(受理印刷中)、2010.