

タイ・バンコクにおける日本産イチゴの消費者ニーズ

中央農業総合研究センター 佐藤 和憲・大浦 裕二・中嶋 晋作・山本 淳子

1. 目的

アジア諸国の大都市では経済成長を背景として形成されてきた富裕層や在留日本人を中心として、高品質な日本産果実する需要が徐々にではあるが増大しつつある。しかし、我が国とは食習慣や果実の嗜好、さらに購買行動も異なることから、国内向けのマーケティングでは十分な対応ができず、有力な販路として定着するには至っていない。アジア諸国における果実の品質や価格などに対する消費者選好については、牧野・羅 (2004)、櫻井 (2004)、中村 (2009) 等の成果があり、購買動機や店舗選択などの消費者の購買行動については櫻井 (2004・前掲) 等の成果がある。しかし、海外における日本産果実の消費者選好について品種間差を検討したものはない。また長距離輸送を伴う輸出では包装形態が鮮度保持のために重要であるが、これについての消費者評価について検討した成果も見られない。

そこで、経済成長により富裕層が増加しており、多数の日本人も在留しているタイ・バンコク市において、品種間に形状や食味の差があり、国内では品種名を明示した販売が定着している日本産イチゴを対象として、タイ人富裕層及び在留邦人の日本産イチゴの品種別評価、及び輸出向け新包装に関する評価を把握する。

2. 方法

日本産イチゴの主要品種 (4 品種)、及び包装 (新旧 2 形態) について、タイ・バンコク市の在タイ日本人及びタイ人の消費者を対象としたグループインタビュー及びホームユーステストを実施し、品種別の品質評価、支払上限価格、及び包装形態に対する評価を検討した。

3. 結果の概要

2009 年 11 月にバンコク市内で日本人の主婦 8 名を対象としてイチゴに関するグループインタビューを実施した。日本産イチゴに対する品質評価は全般に高いが、バンコク市内での小売価格は 800 バーツ/パック程度と高額であることから、通常購入するイチゴは韓国産という発言が多数を占めた、また韓国産イチゴの価格帯に値頃感をもっており、通常 300 バーツ/パックが支払上限価格であるという意見が多くみられた。ただし、「(価格は高くとも) 少量であれば品質が高いイチゴを食べたい」というニーズも同時に確認された。

以上の結果を踏まえて、2010 年 1 月にバンコク市内にてホームユーステストを実施した。対象者は、30 代から 40 代中心の在タイ日本人 30 人、タイ人 (富裕層) 10 人、計 40 人とした。

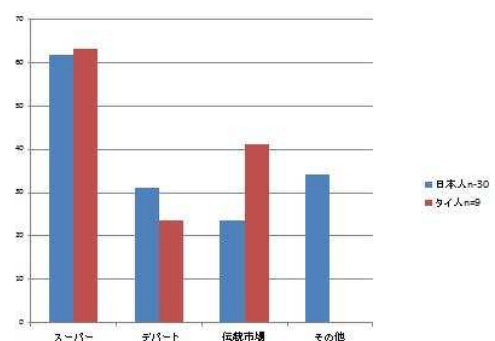


図1 イチゴの購入先

日本人およびタイ人のイチゴ購買行動についてみると、購入先は両者ともスーパーマーケットが最も多く約 6 割を占めている (図 1)。ただし、タイ人は、日本人より伝統市場 (タラッド) の利用が多い。イチゴの購入時期は、日本人が、10 月に始まり 12 月、

1月にピークを迎え、4月まで続いているのに対して、タイ人はほとんどが10月から12月に集中している。店頭で知りたい情報については、日本人、タイ人いずれも「産地情報」「糖度」「農薬の使用状況」が上位を占めるが、タイ人は「店のお勧め」「酸っぱさ」についてもやや高い。

イチゴ4品種の品質評価についてみると、日本国内でポピュラーな大玉品種A品種が試食前、試食後ともに最も評価が高く、大玉の新品種B品種は試食前の評価は低いが、試食後の評価は上がる結果となった。もう一つの新品種C品種は試食前の評価は高いが、試食後の評価は下がるというB品種とは逆の結果となった。日本国内で最もポピュラーなD品種は、全体の評価は最も低かったが子供の評価が高かった。

また、購入したいと思う品種をみると、日本人はA品種が7割、D品種が6割と多く、B品種は4割、

表1 購入したい品種(試食後)

品種	複数回答			
	在タイ日本人(30人)		タイ人(10人)	
	度数	%	度数	%
A品種	23	77	7	70
B品種	12	40	3	30
C品種	9	30	2	20
D品種	20	67	1	10

C品種は3割にとどまった。一方、タイ人は、約7割がA品種の購入意向を示したが、その他の品種は3割以下にとどまった。

イチゴ6粒1パックあたりの支払上限価格については、日本人は、A品種を739円と最も高く評価しており、次いでB品種715円、C品種665円、D品

表2 イチゴ6粒1パックあたりの支払い上限価格

品種	平均値は円				
	在タイ日本人(30人)		タイ人(10人)		
	平均値	標準偏差	平均値(バーツ)	平均値(円換算)	標準偏差
A品種	739	572	375	1012	211
B品種	715	688	321	867	250
C品種	665	900	363	981	285
D品種	420	351	317	855	267

種420円の順であった。一方、タイ人は、日本人と比較して4品種ともに高い上限価格を示しており、中でもA品種が1,012円と最も評価が高かった。

その他、自由記述項目については、品種それぞれの評価、パッケージ、売方への提案、日本のイチゴに対する評価などの意見が見られた。なかでも、「甘みが見かけでは判断できない」「D品種とA品種の2品種でかびやおせがあった」「日本産いちごはおいしいが高くて手が出ない」「プレゼントに十分使える」といった意見が特徴的であった。

4. 考察

以上の結果から、日本産イチゴに対する品質評価は品種により異なるが、その評価ポイントは主に果粒の大きさであり、これと支払上限価格には相関があると推定される。この点に関してタイ人では明確であり、店頭での商品選択にも直結しやすいと見られる。ただし日本人の場合、商品選択は過去の購買・摂食経験の影響を受けていると見られる。

参考文献

- [1] 櫻井研 (2004) 中国における食品小売業の動向, 菅沼圭輔編, 中国・上海の市場と福島県食品の展望, 日本貿易振興機構アジア経済研究所・福島県国際経済交流推進協議会, 2005. 3
- [2] 中村哲也ほか (2009) 栃木産巨峰のシンガポール輸出と消費者意識—伊勢丹SCOTTS店におけるアンケート調査から—, 2009年度日本フードシステム学会報告要旨: pp. 106-107.
- [3] 西和盛ほか (2009) 台湾における日本産イチゴの価格感度分析, 2009年度日本フードシステム学会報告要旨: pp. 104-105.
- [4] 牧野文夫・羅欽鎮 (2005) 上海市における食料品の消費動向・消費者選好, 菅沼圭輔編, 中国・上海の市場と福島県食品の展望, 日本貿易振興機構アジア経済研究所・福島県国際経済交流推進協議会, 2005