

シャインマスカットの洋菓子用途への利用に関する消費者及び実需者評価

島根県農業技術センター 山本 善久・景山 真知子

1. 課題の背景

ブドウ新品種‘シャインマスカット’は、果肉特性が崩壊性で噛み切れやすく硬く、尚且つ、マスカット香を持ち食味が優れ[1]、種なしで皮ごと食べることのできる有望品種である。

このように、シャインマスカットは、従来のブドウ品種にはみられなかった「種なしで皮ごと食べることができる」という特徴を有することから、洋菓子原料などの加工用途への利用可能性が高い品種であるといえる。

また、今後、シャインマスカット生産量の著しい増加が予想されるなかで、有利販売に向けた販売チャネルの拡大や新たな需要喚起、さらには、販売期間の拡大という側面からも、加工用途への利用に関する期待は大きい。

既存研究をみれば、大久保 [2] が通信販売におけるブドウの消費者ニーズを、また、五十嵐 [3] が米、齋藤ら [4] が大麦（裸麦）、後藤ら [5] が青果物やその一次加工品を対象に実需者ニーズの把握を試みたものがあるものの、ブドウの加工用途に関する消費者及び実需者ニーズを明らかにしたものは見当たらない。

そこで、本稿では、シャインマスカットの洋菓子用途、具体的にはケーキ素材としての利用について、消費者及び実需者双方からの評価を整理することを目的とする。

2. 調査・分析方法

1) 消費者ニーズの把握

島根県では、2011年度から県内洋菓子業者と連携し、県内産シャインマスカットを使用したケーキ販売のイベントを実施している。2013年度も同

様のイベントを2013年8月2日～31日に開催し、このイベントに参加した洋菓子業者12社の各店舗において、消費者を対象としたアンケート調査を実施した。なお、調査方法は、スタンプラリー形式のアンケート調査用紙を各店舗で配布し記入してもらうとともに、アンケートの回収は各店舗に設置した回収箱で行った。

また、調査項目は、年齢、性別、生果の購入経験、ケーキ素材としての評価、クリスマス時期における購入意向の5項目である。

2) 実需者ニーズの把握

イベントに参加した12社に対するアンケート調査により、ケーキ素材としての評価、使用希望時期、購入上限価格、品質項目における重視度と満足度（5段階評価）について評価を得た。

3. 分析結果

1) 消費者ニーズの把握

アンケートの回答者数は74名であり、うち女性が56名（76%）、男性が18名（24%）であった。年齢層別にみると、40歳代が20名（27%）で最も多く、次いで、30歳代と50歳代が17名（23%）であった。これら30歳代～50歳代の比率は全体の73%となり、本アンケート調査結果は、30歳代～50歳代の女性の意向を強く反映したものであるといえる。

ケーキ素材としてのシャインマスカットの評価は、71名（96%）が「合う」と評価しており、1名（1%）が「合わない」、2名（3%）が「どちらとも言えない」という評価であった。ほぼ全ての回答者がケーキ素材として合うと評価していることから、シャインマスカットのケーキ加工用途への利用可能性は高いと判断できる。

2) 実需者ニーズの把握

(1) ケーキ素材としての評価

最も回答比率が高かったのが「やや魅力」の8社(67%)であり、次いで、「かなり魅力」の3社(25%)であった。なお、「あまり魅力的でない」は0社(0%)であり、シャインマスカットのケーキ素材としての評価は高い結果となった(「どちらでもない」が8%)。

(2) 購入上限価格

購入上限価格の平均値は1,624円/kgであり、中央値及び最頻値は1,500円/kgであった。したがって、業者間のバラツキは存在するものの、およそ1,500円/kg程度が購入上限価格になると推察される(表1)。

このことから、6月～7月頃の早出し出荷生果は価格面で使用することが難しく、現状の価格を考慮すれば、8月以降の使用が現実的であると思われる。また、遅出し出荷生果(年末頃まで)についても、1,500円/kg程度に価格が収まれば利用可能性が高いといえる。

表1 ケーキ素材としての購入上限価格

項目	価格 (円/kg)
平均	1,624
中央値 (メジアン)	1,500
最頻値 (モード)	1,500
標準偏差	769
最小	750
最大	3,000
標本数	12

註) アンケート調査から作成した。

(3) 品質項目における重視度と満足度

品質重視度は、「糖度が高いこと」が3.9ポイント、「果実の汚れがないこと」が3.9ポイント、「果実の色が緑色であること」が3.8ポイントであり、これら3項目の重視度が高かった(表2、以下同様)。

一方、満足度は、「粒の形が揃っている」が3.1ポイント、「房ごとの品質のバラツキが小さいこと」が3.1ポイントであり、これら2項目の満足度が低かった。さらに、重視度と満足度を比較すれば、重視度に対して満足度の低い項目は、「房ごとの品質のバラツキが小さいこと」が0.5ポイント差、「果実の汚れ

表2 ケーキ素材としての品質重視度と満足度

品質項目	重視度 (A)	満足度 (B)	(A)-(B)
糖度が高いこと	3.9	3.9	0.0
皮が硬くないこと	3.7	3.5	0.2
果実の色が緑色であること	3.8	3.5	0.3
果実の汚れがないこと	3.9	3.5	0.4
粒の形が揃っていること	3.5	3.1	0.4
粒が大きいこと	3.1	3.3	-0.2
房ごとの品質のバラツキが小さいこと	3.6	3.1	0.5
総合評価		3.3	

註1) アンケート調査から作成した。

註2) 品質重視度については、「絶対に重視:5」「かなり重視:4」「重視:3」「やや重視しない:2」「あまり重視しない:1」の5段階で評価を求め、品質満足度については、「非常に満足:5」「やや満足:4」「どちらとも言えない:3」「やや不満:2」「非常に不満:1」の5段階で評価を得た。

がないこと」が0.4ポイント差、「粒の形が揃っていること」が0.4ポイント差であり、房や粒の品質及び形のバラツキや果実の汚れに課題が存在することが明らかになった。

したがって、ケーキ加工用途への利用を拡大していくためには、果実の汚れや品質のバラツキの解消など、加工用といえども高品質の果実を提供していくことが求められる。

参考文献

- [1]山田昌彦・山根弘康・佐藤明彦・平川信之・岩波宏・吉永勝一・小澤俊治・三谷宣仁・白石美樹夫・吉岡美加乃・中島育子・中野正明・中畝良二「ブドウ新品種‘シャインマスカット’」『果樹研究所研究報告』第7号、2008、pp21-38。
- [2]大久保樹「ブドウの通信販売における消費者ニーズの分析」『関東東海農業経営研究』第91号、2000、pp17-26。
- [3]五十嵐俊成「業務用米の実需者ニーズと産地対応-北海道産米を中心に-」『フードシステム研究』11(1)、2004、pp16-27。
- [4]齋藤仁藏・柳澤貴司「モチ性裸麦「ダイシモチ」の生産動向と実需者の意向」『近畿中国四国農業研究センター研究資料』第6号、2009、pp1-19。
- [5]後藤一寿・堤えみ・豆塚木美・野間口壽子「食品産業の求める青果物・一次加工品ニーズの分析」『農業経営研究』44(2)、2006、pp74-78。