

いちご新品種「スカイベリー」の消費者・実需者の評価

1. 成果の要約

消費者は「スカイベリー」について、外観としては「インパクトのある大きさ」、「形がきれい」であること、食味としては「甘い」、「酸味が少ない」、「ジューシー」であるところが品種の特徴として評価した。実需者は、大きく見栄えがよく、形がきれい、インパクトがあり高級感が演出できるという外観評価がある一方で、コストの懸念や大きすぎるなどの意見があり、実需に応じた対応が必要と考えられた。

2. キーワード

外観評価、食味評価、アンケート調査

3. 試験のねらい

いちご新品種「スカイベリー」の品種の特長を活かした販売戦略や新たな用途開発の資とするため、果実の外観、食味等に関する消費者および実需者の評価を明らかにする。

4. 試験方法

- (1) 消費者に対する調査：宇都宮市内及び都内のデパートで「スカイベリー」を購入した消費者を対象に平成 25 年 1 月、3 月の 2 回実施し、平成 26 年 1 月には横浜市内の量販店で購入した消費者を対象に実施した。調査は、「スカイベリー」を購入した消費者にアンケート用紙を配布し、郵送にて回収した。調査項目は、食味、外観の評価について調査した。
- (2) レストランのシェフからの評価：栃木県内のレストランのシェフ（以下シェフという）7 名、東京都内のシェフ 8 名を対象に、「スカイベリー」とアンケート用紙を郵送し、郵送または F A X で回答を得た。調査項目は、「スカイベリー」の果実特性としての評価、料理との相性、使用する条件などとした。
- (3) 洋菓子店でのパティシエからの評価：栃木県内の洋菓子店のパティシエ 10 名を対象とし、「スカイベリー」とアンケート用紙を郵送し、郵送または F A X で回答を得た。調査項目は、果実の色、形、大きさ、食味についての長所、短所と今後の利用の可能性についてなどとした。

5. 試験結果及び考察

- (1) 回収率は 43.3 % で、回答者数は宇都宮市内で 61 名、東京都内で 185 名、横浜市内で 66 名であった。消費者の外観評価は、「大きい」「形が良い」が約 70 %、食味の評価は「甘い」、「酸味が少ない」、「ジューシー」が約 60 % 以上となり、品種の特徴が評価されたと思われた（図－1、2）。
- (2) シェフが評価する「スカイベリー」の外観、食味に関する果実特性は、「大きく見栄えがする」が 100 % で、次いで「形がきれい」が 87 % で高かった（図－3）。
アンケートにおけるの自由意見からは、果実の大きさ、形がきれいであることで高級感があることが、多くのシェフから評価された。
- (3) 自由意見から果実の大きさに対するプラス評価としては、「インパクトがあり高級感がある」とあげられたが、一方マイナス評価としては、「大きいと 1 粒あたりのコストが高くなるので使いづらい」、「加工するには大きすぎる」などの意見があった（表－1）。

（担当者 いちご研究所 企画調査担当 大森雅子、米倉禎都志※）※経営技術課

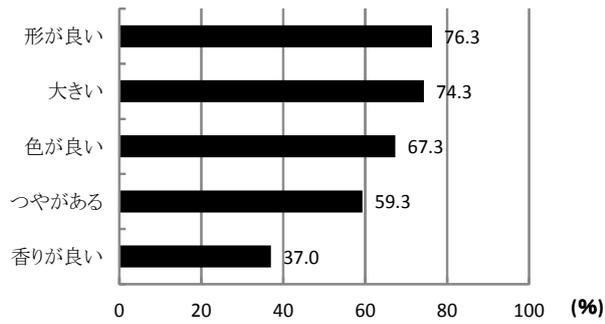


図-1 外観の評価

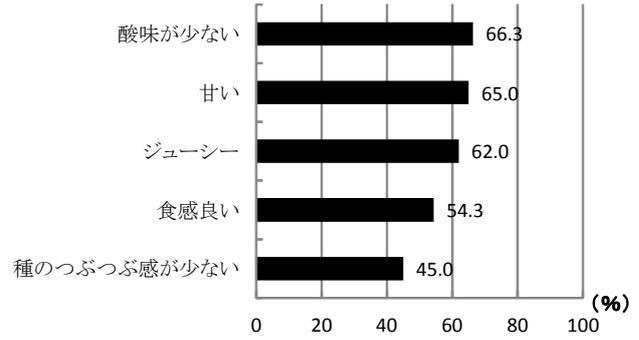


図-2 食味の評価

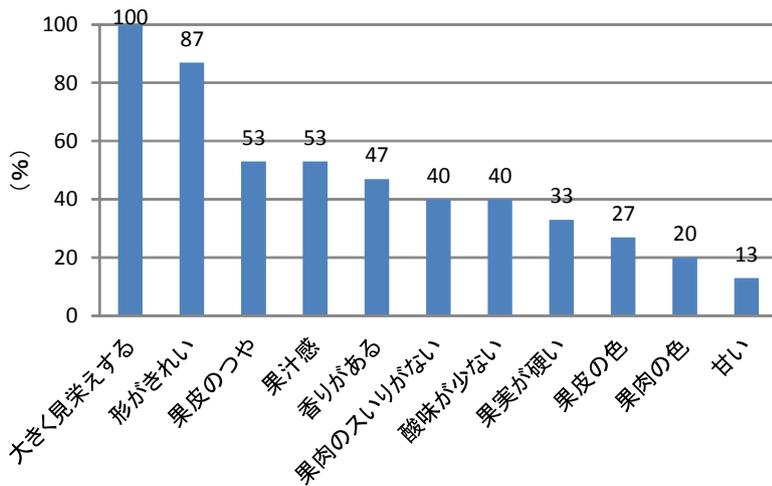


図-3 レストランのシェフが評価するスカイベリーの果実特性

表-1 洋菓子店のパティシエが評価するスカイベリーの果実特性

	プラス評価	マイナス評価
色	赤い色が均一、艶がある 濃い紅色が食欲を刺激する	塗り絵のような赤で立体的に見えにくい 果肉が白い
形	形が良い、見た目がきれい きれいな円錐形	
大きさ	インパクトのある大きさ 大きいので高級感がある	大きいと1粒のコストが高く使いづらい 加工するには大きすぎる
味	糖度と酸度のバランスがいい みずみずしい	もう少し酸味が欲しい 味が薄い