

新技術名：リンゴに対する消費者意識のアンケート結果について（平成10～12年）

研究機関名 果樹試験場 栽培部 品種担当  
担当者 上田 仁悦・照井 真

## [ 要約 ]

くだもの消費者イベントにおいて、来場した消費者にリンゴについてのアンケート調査を行った結果、消費者が好むリンゴのタイプは全ての年代で甘系であり、購入の際のポイントは、食味、外観の順で影響していた。リンゴに対する消費者のイメージは「美味しい健康食品」といった傾向がみられ、年代が進むにつれ健康を意識した消費動向がうかがえた。

## [ ねらい ]

リンゴの消費宣伝活動や新品種育成のための基礎資料を得ることを目的に、消費者を対象にアンケート調査を行い、リンゴに対する消費者の嗜好や購入意識などを明らかにした。

## [ 技術の内容・特徴 ]

- 1．平成10～12年に開催された「秋田産くだもの消費者満喫フェア」において来場した消費者(男性323人、女性664人)に対し、リンゴについて簡単なアンケート調査を行い、その結果を解析した。
- 2．好きなリンゴのタイプとして「とても甘い」が全体の17.6%、「比較的甘い」が33.6%、「甘酸適和」が40.7%と甘系を好む傾向がみられ、「比較的酸っぱい」と「とても酸っぱい」の合計が7.9%と、年代を問わず酸味の強いリンゴが敬遠される傾向がみられた(表1)。
- 3．リンゴを購入する際に考慮する点は、食味(甘さ、酸味、果汁)、外観(形、大きさ)および果実を間接的に評価するもの(日持ち、値段、宣伝効果)に分類し、因子分析を行った結果、食味、外観の順で重要視されていた(表2、3)。
- 4．リンゴを食べる頻度は、全体の44.1%が変化無しと回答したが、31.8%の人は昔と比べ少なくなるとし、多くなったとした割合を上回った。この結果と消費に関する設問との判別分析では、健康に対する意識や食味の安定が影響しており、年代が進むにつれリンゴの持つ機能性への関心が高まる傾向がうかがえた(表4)。
- 5．リンゴよりも食べたい嗜好品があるとした回答者は全体の77.1%と多く、若い世代ほどこの傾向が強かった。更に、リンゴ以外のくだものをよく食べる割合は、75.9%で、この割合に世代間差はみられなかった(表4)。
- 6．リンゴに対するイメージは、食味に関する項目(甘み、酸味、肉質)と健康に関する項目(栄養、機能性)にわけて因子分析を行った結果、寄与率は低かったが「美味しい健康食品」といった嗜好品と機能性食品としての2つの側面があることがうかがえた(図1)。

## [ 普及対象範囲 ]

県内リンゴ生産者

## [ 普及・参考上の留意事項 ]

本調査の対象者は、イベントに関心があり来場した消費者のため、対象の選択が完全に無作為とはいえ、偏りが存在していると考えられる。

したがって、解析結果については、この偏りを考慮しながら解釈する必要がある。

表1 年代によるリンゴを食べる頻度別の好きなリンゴタイプ

	10代				20代				30代			40代			50代			60歳以上			合計
	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	
とても甘い	1	2	3	0	3	7	0	0	5	7	1	2	7	1	7	4	0	12	8	1	69
比較的甘い	2	4	2	0	4	10	2	0	10	11	0	11	10	0	9	11	0	26	11	0	132
甘酸適和	6	6	1	0	3	11	2	0	6	16	4	8	16	1	16	20	0	33	6	1	161
比較的酸っぱい	1	1	1	0	1	2	0	1	1	0	0	4	2	1	5	3	0	5	1	0	29
とても酸っぱい	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2

A：毎日食べる B：時々食べる C：ほとんど食べない D：全く食べない

表2 因子負荷量 回転後/バリマックス法

	因子1	因子2	因子3
色	0.340	0.497	0.248
大きさ	0.137	0.629	0.252
形	0.222	0.735	0.136
甘み	0.683	0.331	0.147
酸味	0.666	0.180	0.070
果汁	0.666	0.134	0.282
硬さ	0.526	0.166	0.297
宣伝	0.083	0.217	0.402
値段	0.130	0.128	0.571

表3 固有値(回転後)バリマックス法

因子No.	寄与量	寄与率(%)	変動割合(%)
1	1.803	40.1	18.0
2	1.392	30.9	13.9
3	1.106	24.6	11.1

表4 判別分析の結果と単純集計

レンジ アイテム	食する量や機会 の変化	はい (人)	割合 (%)	いいえ (人)	割合 (%)
1) 食べたい嗜好品が沢山ある。	0.2373	232	77.7	69	22.9
2) リンゴ以外のくだもの。	0.1491	230	75.9	73	24.1
3) リンゴは大きすぎる。	0.5914	113	36.6	196	63.4
4) 皮をむくのがめんどろ。	0.6702	93	30.2	215	69.8
5) 味にバラツキがある。	1.0018	188	61.4	118	38.6
6) 味わう時間がない。	0.5521	52	16.9	255	83.1
7) おいしくない。	0.8795	30	9.7	278	90.3
8) 'ふじ' 以外。	0.3731	175	57.6	129	42.4
9) リンゴの値段は高い。	0.5685	68	22.3	273	77.7
10) 宣伝や情報が少ない。	0.0918	242	79.3	63	20.7
11) 健康のためリンゴを食べている。	1.4602	193	62.9	114	37.1
相関比	0.0861				

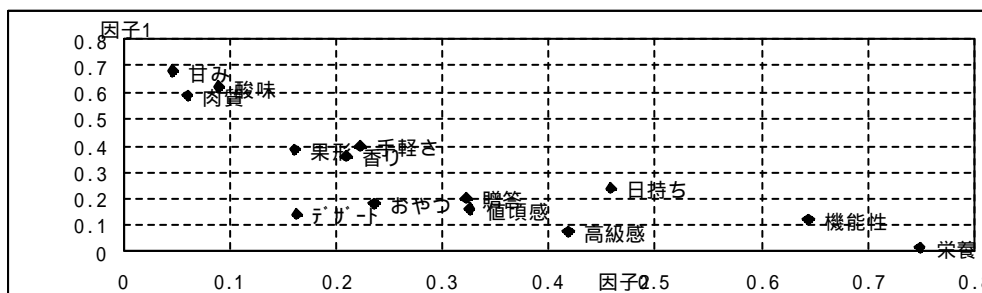


図1 因子負荷量 回転後/マトリックス法