

トマトの消費動向と 全農における 市場調査の取り組み ②

全農 農産物商品開発室では、野菜の商品開発のために、消費動向調査を行っています。今回は、4月号に続いてトマトについての調査結果の一部を紹介しします。

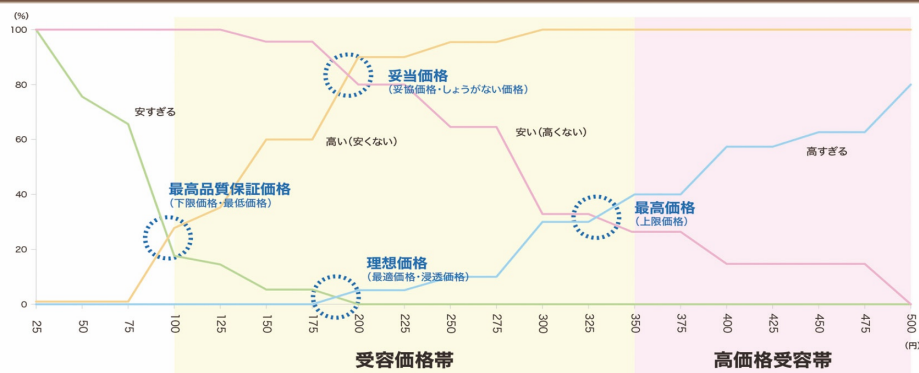
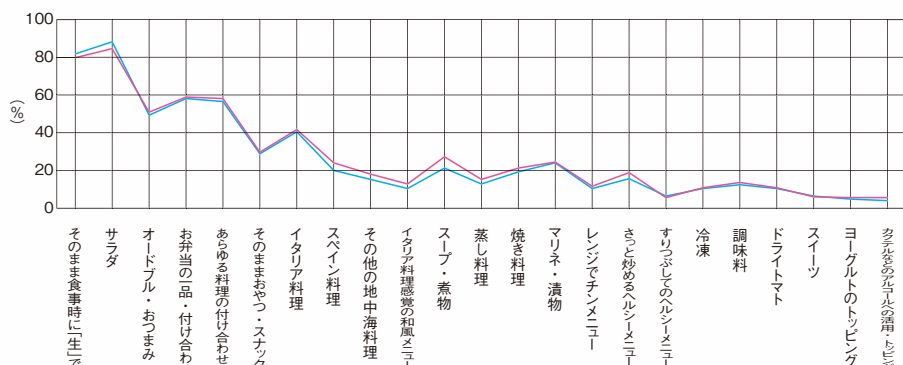


図1 ミニトマトの価格感度メーター分析結果



高価格受容層 (602)	79.7	84.4	51.2	57.3	56.1	29.4	41.4	24.6	17.8	12.1	26.7	14.8	19.6	24.4	11.5	18.8	6.5	10.0	13.0	10.6	6.8	5.1	4.2
それ以外 (1,870)	81.8	88.2	48.8	59.9	58.9	28.4	39.9	21.0	15.7	10.4	20.5	13.2	19.3	24.7	9.4	15.5	5.6	9.6	10.8	8.9	5.8	4.0	2.2
	-2.1	-3.8	+2.4	-2.6	-2.8	+1.0	+1.5	+3.6	+2.1	+1.7	+6.2	+1.6	+0.3	-0.3	+2.1	+3.3	+0.9	+0.4	+2.2	+1.7	+1.0	+1.1	+2.0

図2 ミニトマトを使って今後(も)つくってみたい料理・メニュー

購入時に重視するポイント

農産物商品開発室では、消費者がトマトの購入時に重視するポイントについて調査を行っていますが、いずれの調査でも「新鮮、美味しい、価格が手頃」の3つがトップに挙がります。「美味しい」と「価格が手頃」については、消費者によって好み異なります。例えば、「美味しい」については「甘い、適度な酸味、味が濃い」があり、「価格が手頃」については「安い」だけでなく「適正価格（商品特性に見合った価格）」もポイントになります。「新鮮」に加え、これらが消費者の好みに合致すれば、商品のリピーターとなってくれるでしょう。

「価格が手頃」とは

ミニトマトを例に一般的な商品モデル（150～200 g 入り）を消費者に見せて、「安い」「高い」「高すぎる」「安すぎる」と感じるかを聞きました。この手法はPSM（Price Sensitivity Meter：価格感度メーター）分析といい、価格の受容範囲を調べる一般的な手法です。回答をそれぞれ累積分布のグラフで示すと4つの交点が求められます（図1）。これらのうち「最高品質保証価格」と「最高価格」の間が「受容価格帯」であり、その間に「理想価格」と「妥当価格」が位置します。「理想価格」とは、極端に高い／安いと回答する人が最も少ない最適価格であり、

「妥当価格」とは、高い／安いとも思わない（その価格について妥協できる）という回答が最も多い価格です。「妥当価格」とは、言い換えれば、大多数の人が自然に受け入れる価格です。ミニトマトの「受容価格帯」は、およそ100円から350円であり、「理想価格」と「妥当価格」はいずれも200円付近でした（いずれも消費税込）。消費者は、この価格を基準にミニトマトを意識しており、購入先の大多数を占めるスーパーでは、これに近い価格設定になっているのがわかります。

食材へのこだわりを持つ「高価格受容層」

回答数は少ないものの「最高価格」を超える価格（高価格受容層）を受け入れる消費者もいます。これらの層は高価格受容層といい、大・中玉トマトのように調理に使うには高くつきますが、それでもミニトマトを調理（特にスープ・煮物など）に使いたいという回答が多くみられます（図2）。一方で、購入先については、受容層による違いはみられません。店頭でも高価格帯での販売が可能であることを示しています。この層の消費者は「食材へのこだわり」を持っていることに加え、食材の調理に手間を惜しまない傾向にあります。高価格受容層に商品を訴求するには、食味のよさはもちろん、それ以外の何かが必要と思われます。

【全農 耕種総合対策部 営農・技術センター 農産物商品開発室】