

令和元年度青森県産品ベンチマーク調査について

県では、消費者からみた青森県産品のイメージや、県産品の認知度、消費者の意識・行動などを明らかにし、総合販売戦略の推進に活用するため、平成16年度から青森県産品ベンチマーク調査を実施しています。

今回の調査では、次のような結果になりました。

- ① 青森県産品に対するイメージは、「味がよい」「品質が良い」「新鮮である」の項目がいずれも平成28年度から3年連続で上昇しました。これらの項目は、消費者が買い物の際に最も重視するポイントと合致しており、消費者のニーズと県産品に対するイメージが重なっています。
- ② 青森県産品の認知度は、品目別では「りんご」が94.1%と最も高く、次いで「りんごジュース等のりんご加工品」、「にんにく」、「南部せんべい」の順となりました。調査した37品目中35品目が昨年度に比べて上昇しており、「にんにく加工品（黒にんにく）」と「ほたて加工品」が7.3ポイントと最も高かったほか、特に特産果樹が上昇しており、「ぶどう」が6.6ポイント、「なし」が5.3ポイント、「メロン」が4.5ポイント、「さくらんぼ」が4.3ポイントとなりました。
- ③ 地域食材の認知度については、デビュー5周年を昨年迎えた「青天の霹靂」が42.8%で、昨年度に比べて6.3ポイント上昇しました。
そのほか、認知度が向上したのは30品目中10品目であり、特に「大間まぐろ」は76.5%で昨年度に比べて5ポイント、「陸奥湾ほたて」は26%で2.5ポイント上昇しました。

青森県産品のイメージが上がってきていることは、これまでの販売促進活動による成果が現れているものと考えますが、未だ認知度が低い地域食材が多いことから、地域産品のブランド化や情報発信などの取組を実施し、県産品の認知度を向上させる必要があります。

また、この調査結果については、総合販売戦略の更なる推進を図るため、認知度向上のための取組の展開に活用するほか、今後の県産品販売に係る施策立案にも活用することとしています。

1 調査概要

- (1) 調査方法 WEBアンケート調査
- (2) 調査時期 令和2年1月（前回：平成31年1月）
- (3) 調査規模 県外の消費者1,000名（東北、関東、関西、九州 各250名）
- (4) 調査対象 ①性別・年齢 20歳代以上の既婚女性
②対象条件 小売店で週1回以上買い物をする人
- (5) 調査内容 ①ベンチマーク調査（平成16年度からの継続調査）
ア 青森県産品に対するイメージ
イ 青森県産品（37品目）の認知度
ウ 青森県アンテナショップの認知度
エ 普段食品を購入する際の重視点
②地域食材に関する調査（平成24年度からの継続調査）
ア 地域食材（30品目）の認知度
イ 国内のブランド食材と青森県の地域食材との比較
ウ 地域食材の購入動機

(6) 回答者の年齢構成

20代	30代	40代	50代	60代以上
6.5%	22.4%	27.0%	25.4%	18.7%

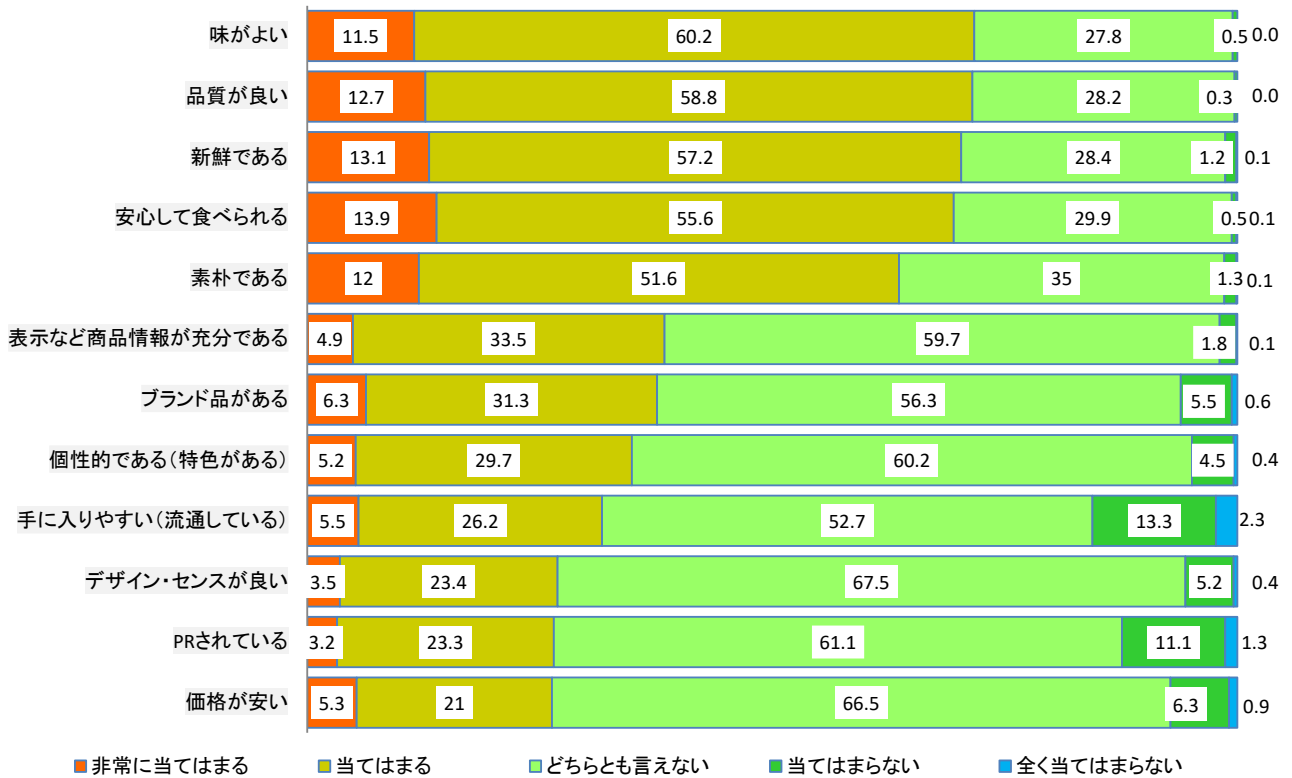
(7) 結果の公表について

県産品情報サイト「青森のうまいものたち」資料ダウンロードに掲載
<https://www.umai-aomori.jp/download.html>

2 調査結果（抜粋） … ベンチマーク調査（継続調査）

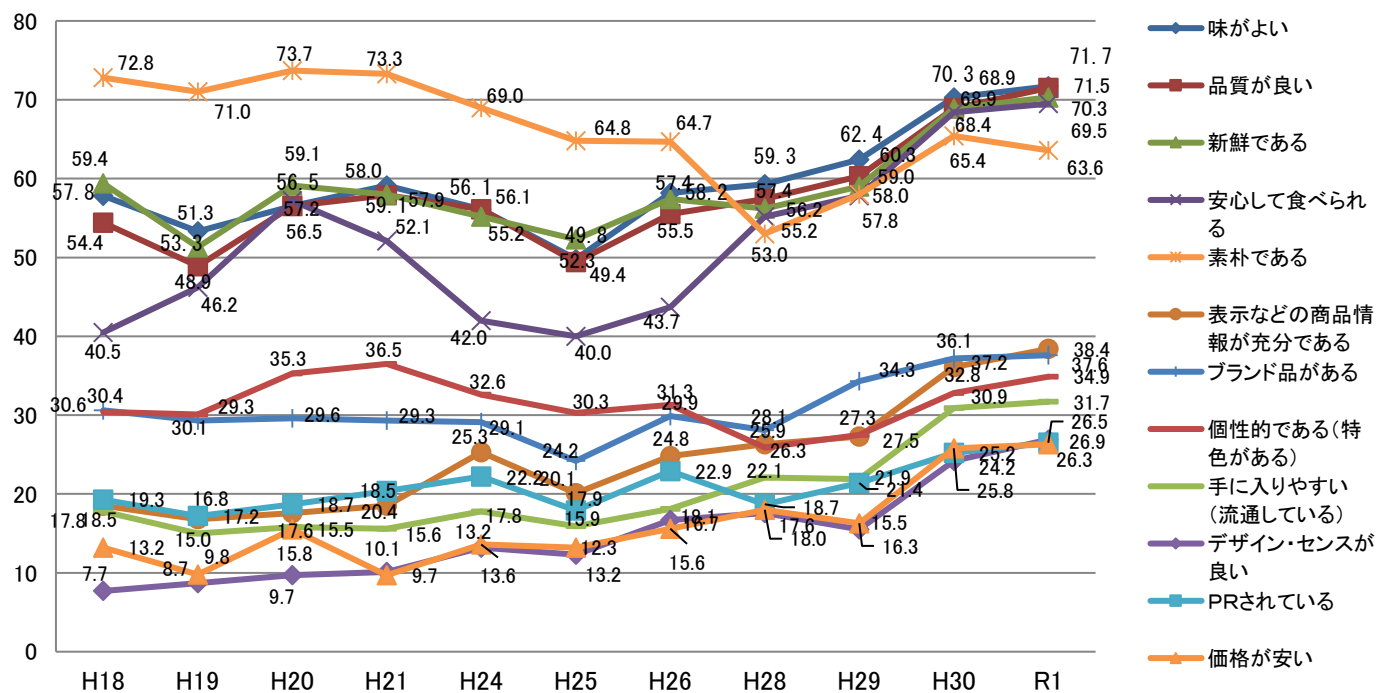
（1）青森県産品に対するイメージ（複数回答）

「非常に当てはまる」と「当てはまる」の合計値は、「味がよい」が71.7%と最も多く、続いて「品質がよい」（71.5%）、「新鮮である」（70.3%）、「安心して食べられる」（69.5%）、「素朴である」（63.6%）の順となっている。



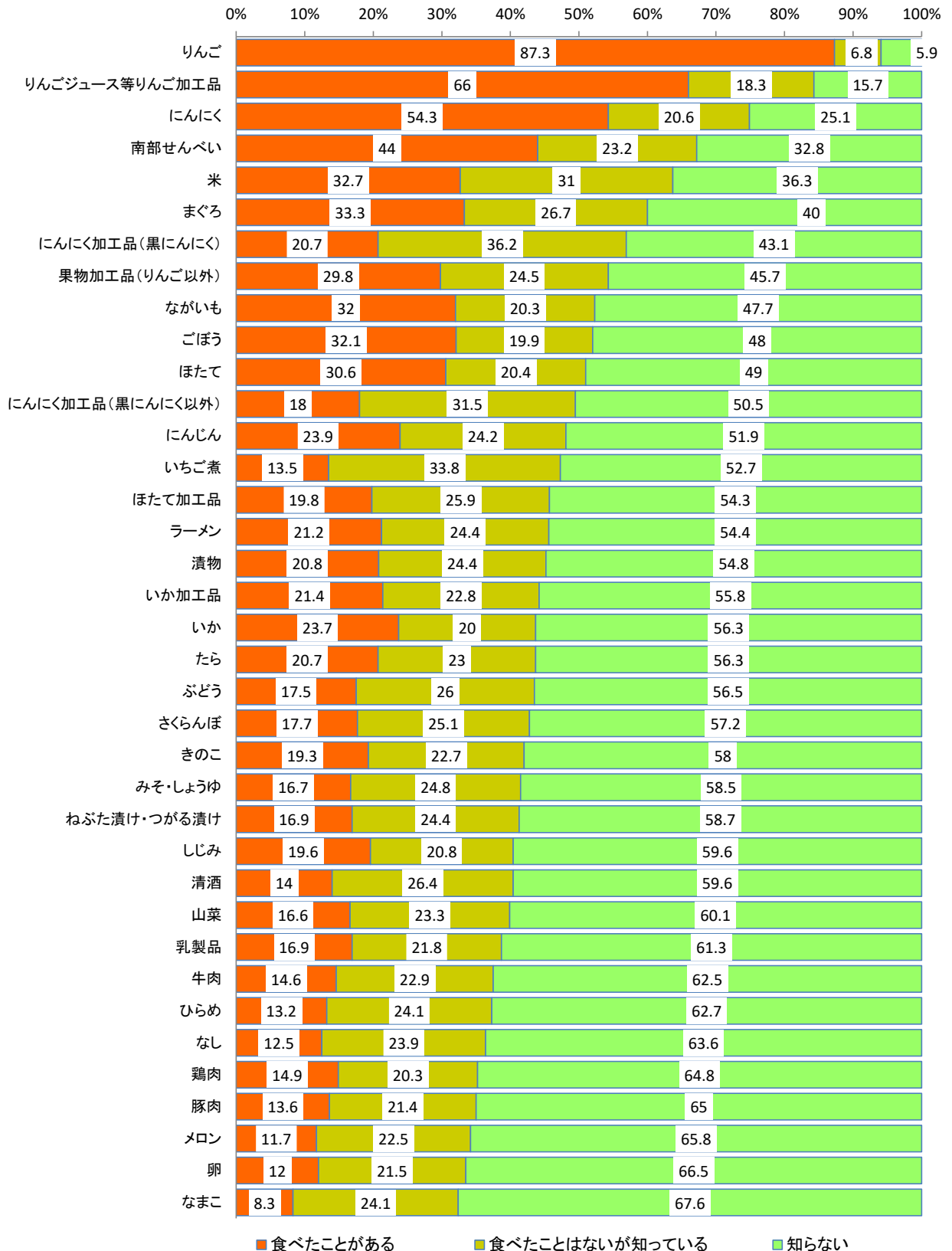
【青森県産品のイメージの年次推移】

(%) 「非常に当てはまる」「当てはまる」の割合の合計値



(2) 青森県産品の認知度

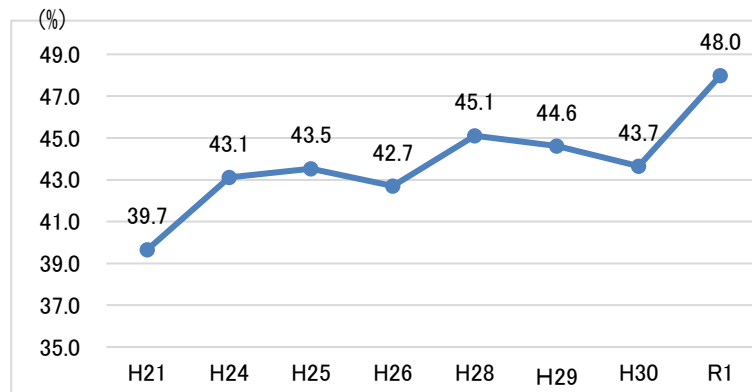
「食べたことがある」と「食べたことはないが知っている」の合計値を認知度とした場合、「りんご」(94.1%)及び「りんごジュース等りんご加工品」(84.3%)が圧倒的に高く、次いで「にんにく」(74.9%)、「南部せんべい」(67.2%)、「米」(63.7%)、「まぐろ」(60.0%)の順となっている。昨年度と比較し、認知度が上昇している品目は、「りんご」、「りんごジュース等りんご加工品」以外の35品目である。



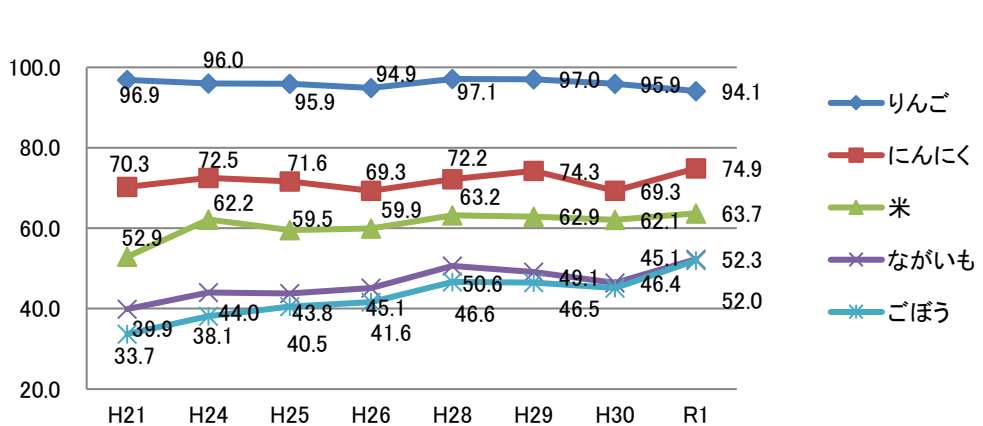
<参考>商品別認知度の推移

(「食べたことがある」と「食べたことはないが知っている」の合計値) ※平成 22、23、27 年度は未調査

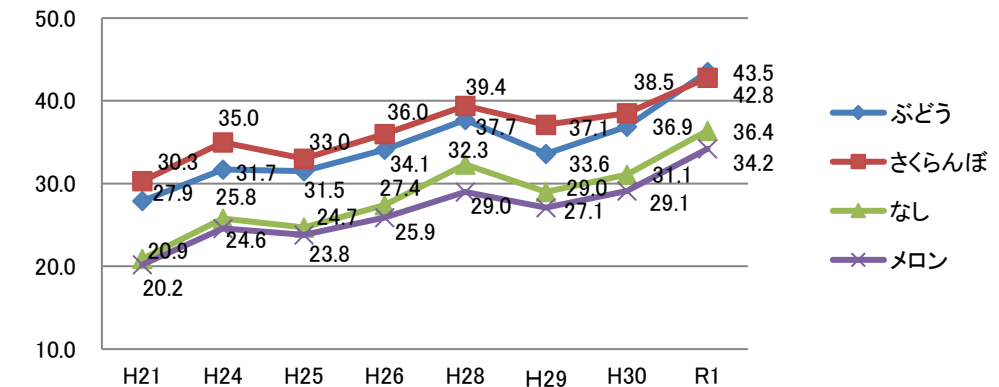
① 平均値の推移



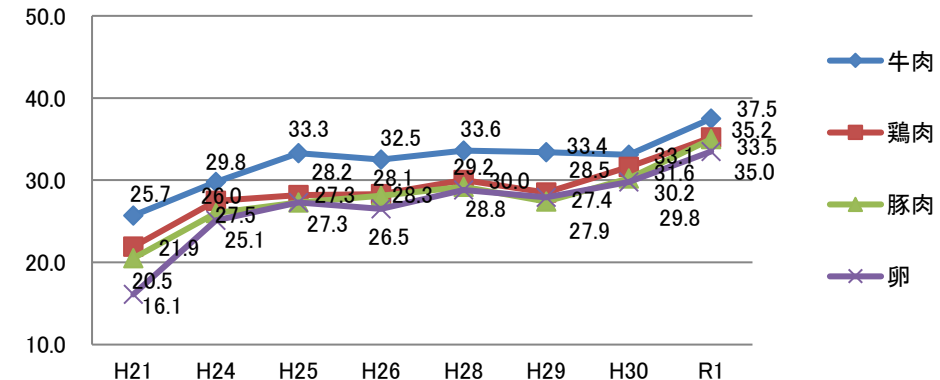
② 主要農産物



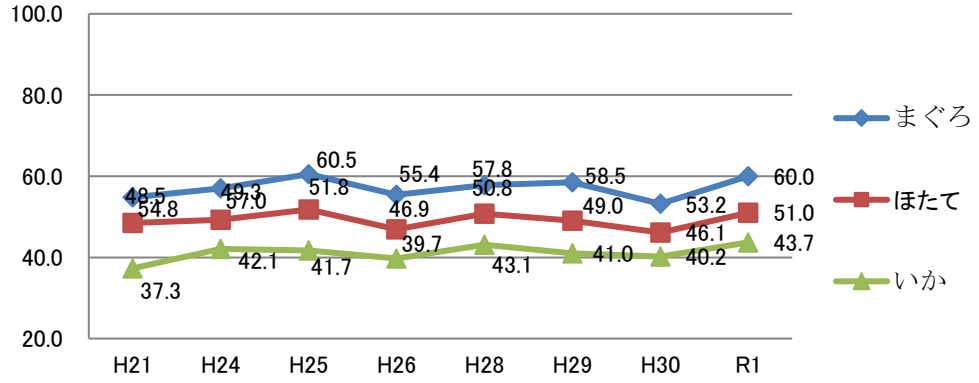
③ 特産果樹等



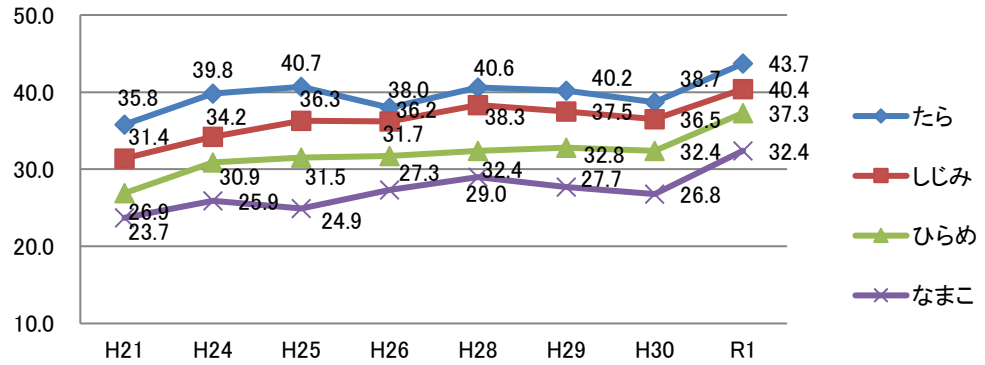
④ 畜産物



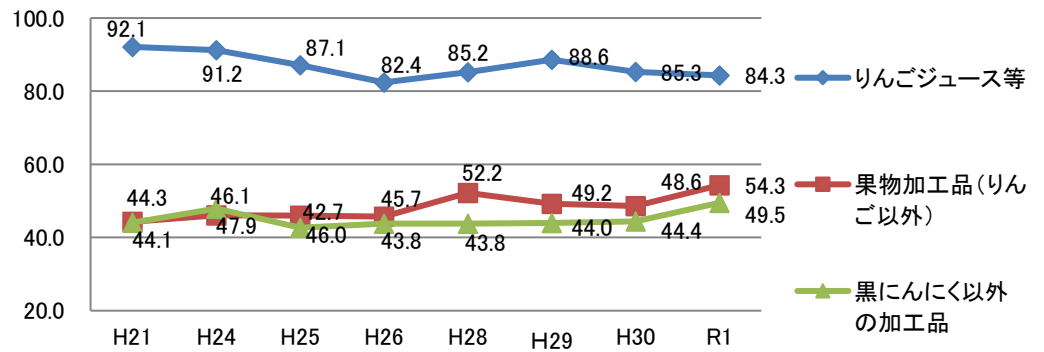
⑤水産物— 1



⑥水産物— 2

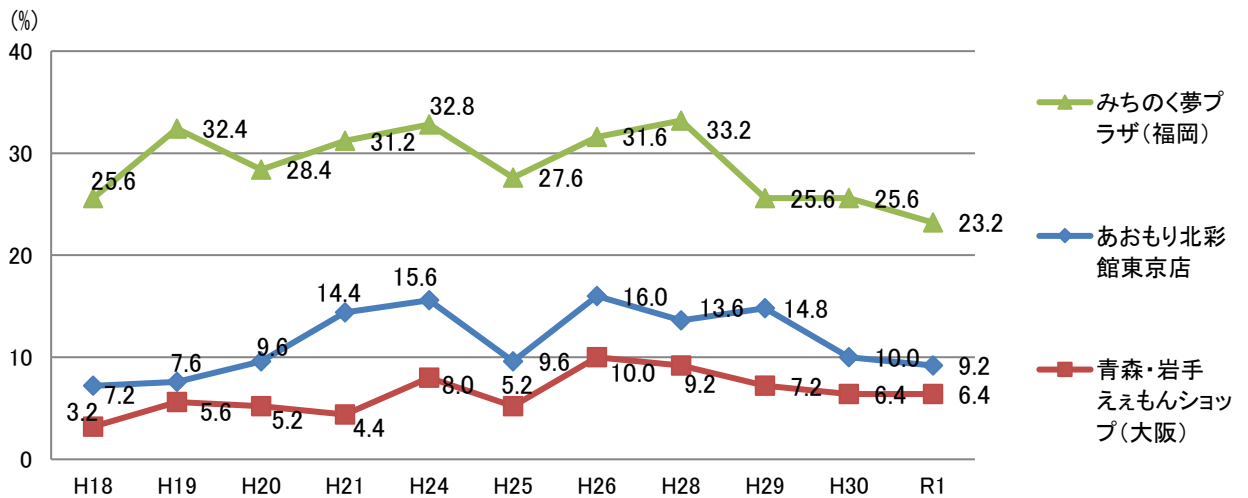


⑦農産加工品



(3) 青森県アンテナショップの認知度

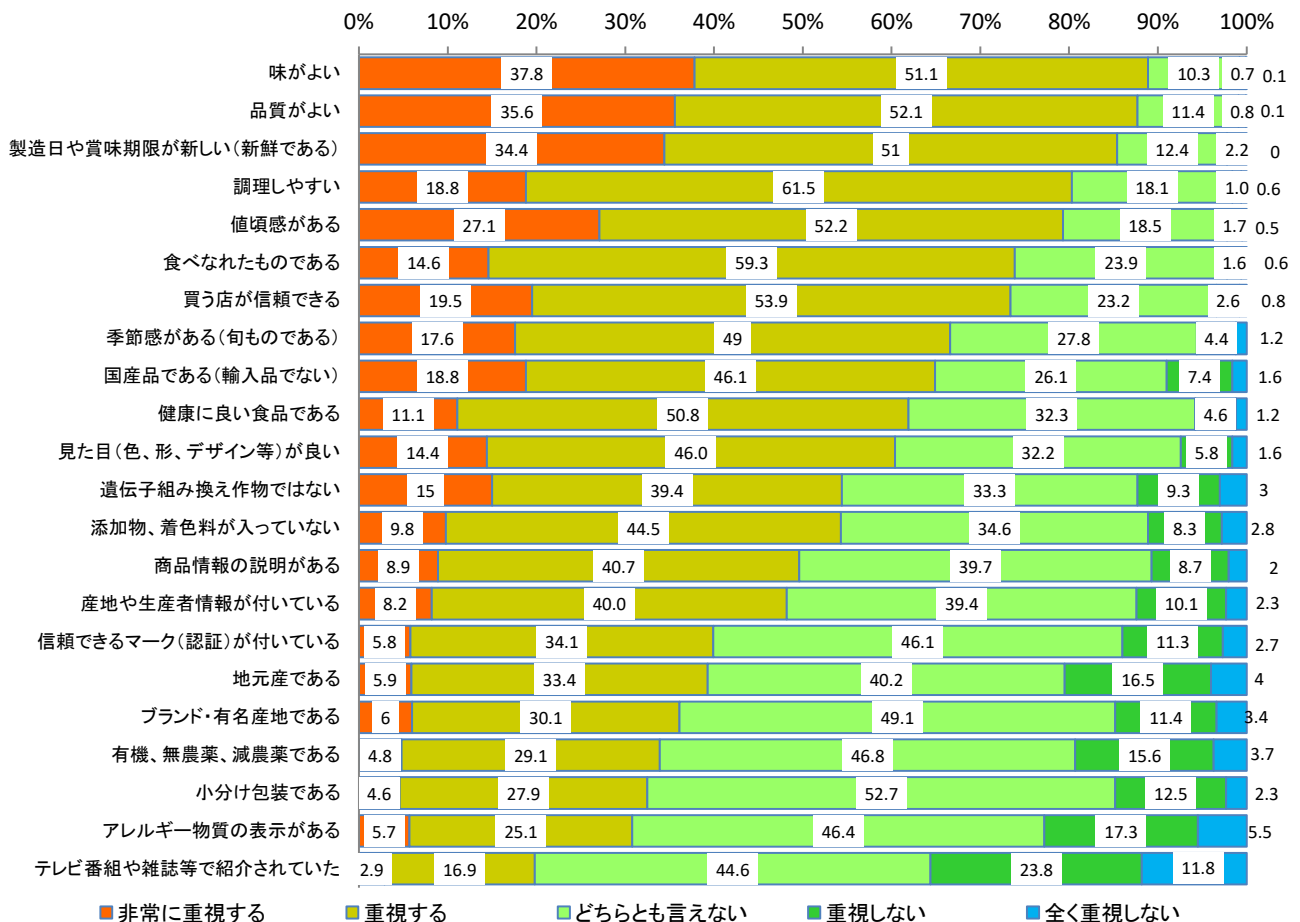
「みちのく夢プラザ」(福岡)の九州地域における認知度が最も高く、23.2%となっている。順に、「あおり北彩館東京店」(東京)の関東地域における認知度は9.2%、「青森・岩手ええもんショップ」(大阪)の関西地域における認知度は6.4%となっている。



※大阪は、H26 以前は「きた東北発見プラザ jengo」

(4) 買い物をする際の重視点 (複数回答)

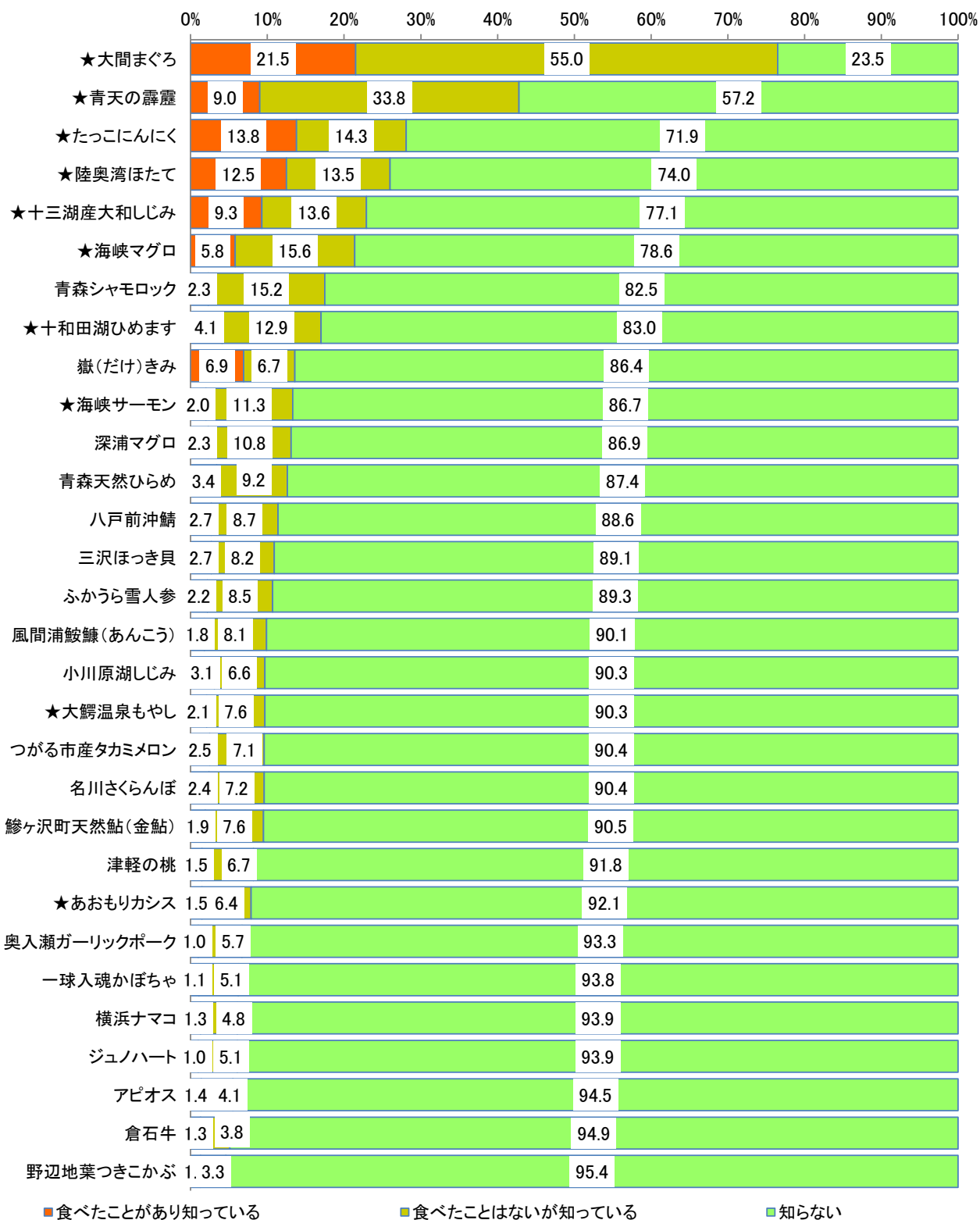
「味がよい」「品質がよい」「製造日や賞味期限が新しい(新鮮である)」が特に重要視されている。このほか、「調理しやすい」「値頃感がある」「食べなれたものである」「買う店が信頼できる」「季節感がある(旬のものである)」「国産品である(輸入品でない)」等も多くの消費者が重要視している。



3 調査結果（抜粋） … 地域食材に関する調査

(1) 青森県の地域食材の認知度

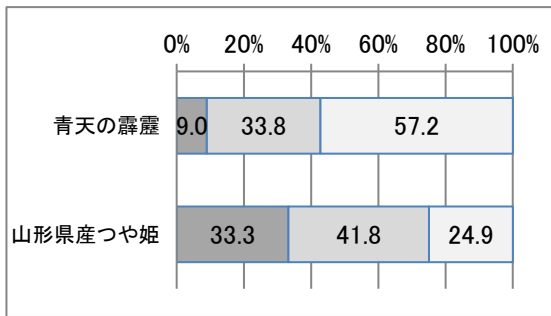
「食べたことがあり知っている」と「食べたことはないが知っている」の合計値を認知度とした場合、「大間のまぐろ」が76.5%と最も高く、次いで「青天の霹靂」(42.8%)、「たっこにんにく」(28.1%)、「陸奥湾ほたて」(26.0%)、「十三湖産大和しじみ」(22.9%)の順となっている。 ※昨年度と比較し、上昇している品目は★印。



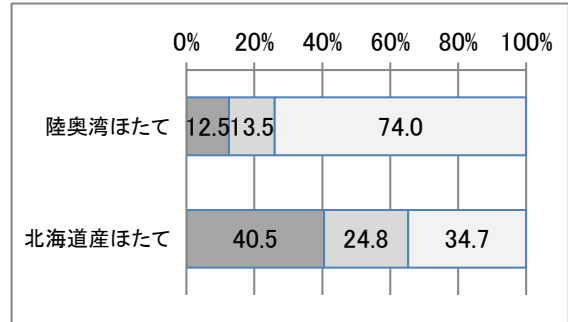
<参考>国内のブランド食材と青森県の地域食材との比較

※凡例： 食べたことがあり知っている 食べたことはないが知っている 知らない

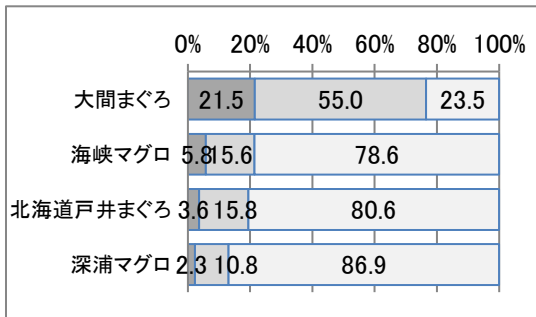
①青天の霹靂



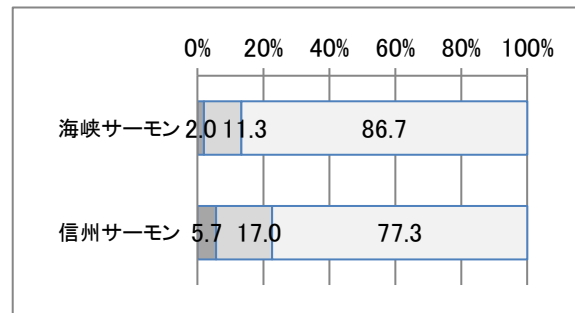
②陸奥湾ほたて



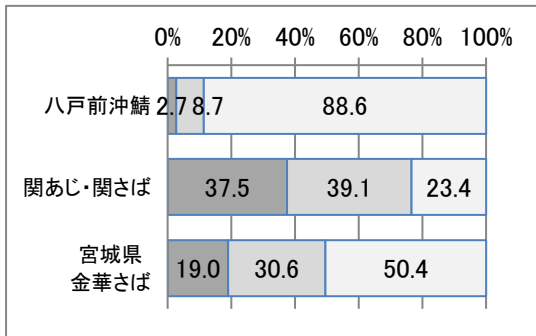
③大間まぐろ



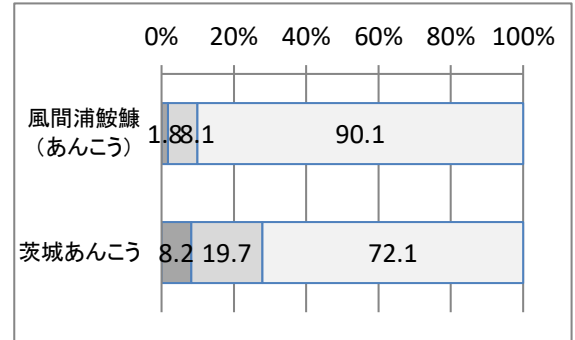
④海峡サーモン



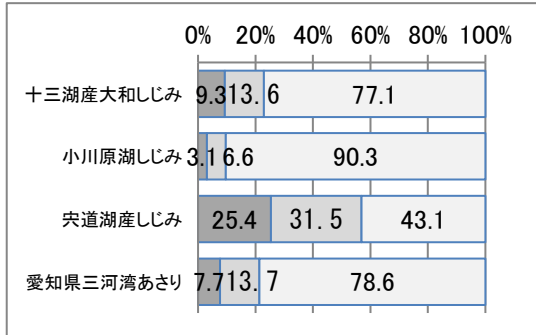
⑤八戸前沖鯖



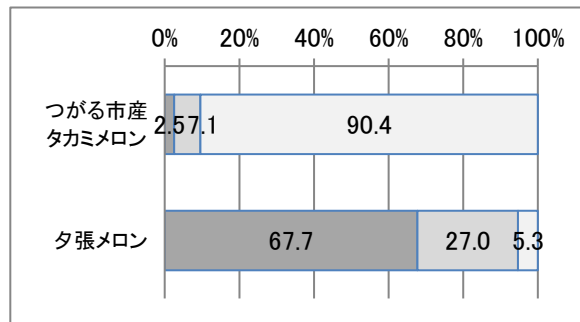
⑥風間浦鮫鱈



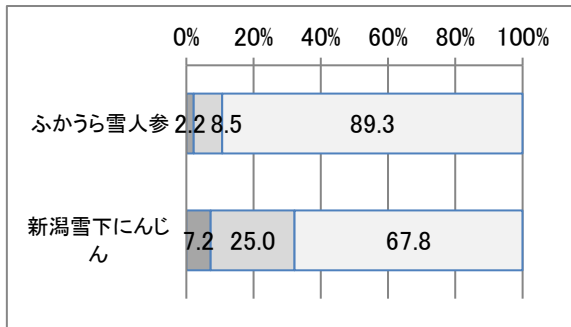
⑦十三湖・小川原湖しじみ



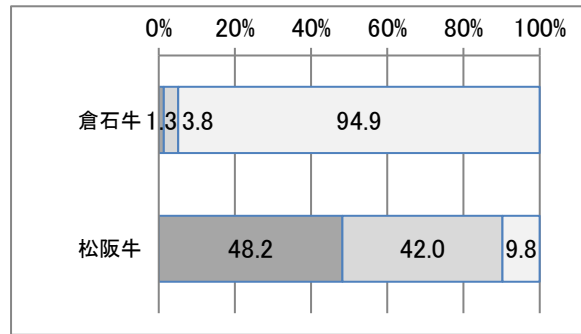
⑧つがる市産タカミメロン



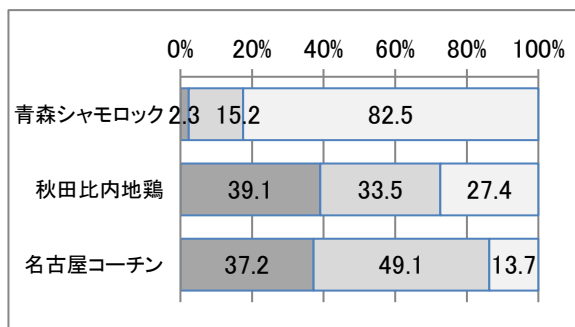
⑨ふかうら雪人参



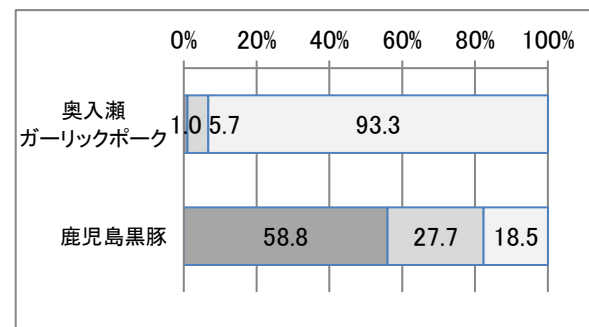
⑩倉石牛



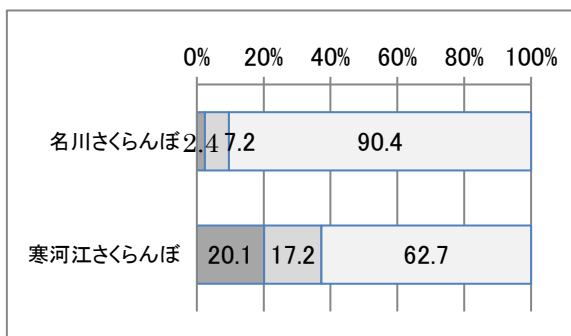
⑪青森シャモロック



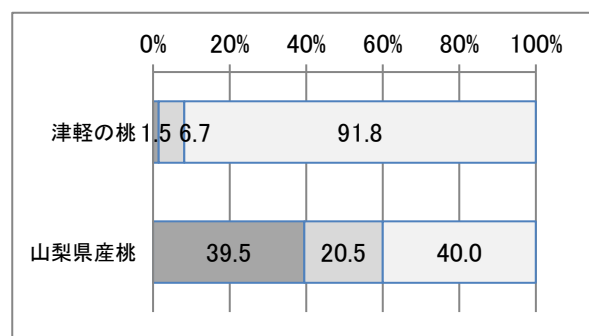
⑫奥入瀬ガーリックポーク



⑬名川さくらんぼ



⑭津軽の桃



(2) 地域食材の購入動機

全体では、「おいしいから」が62.6%と最も多く、次いで「品質がいいと思うから」(55.4%)、「安全だと思うから」(25.6%)の順となっている。

