

令和2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。

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、認知度向上に向けた取組の展開に活用するほか、県産品販売に係る今後の施策立案にも活用することとしています。

今回の調査結果から、

青森県産品に対するイメージは、「安心して食べられる」、「味がよい」、「品質が良い」などで、「青森県総合販売戦略」に掲げている「高品質」、「安全・安心」、「正直・まじめ」な青森県産品ブランドのイメージと一致しています。

しかし、具体的な品目や地域食材では、「りんご」や「りんごジュース等加工品」、「にんにく」、「大間マグロ」等の認知度が高く、「青天の霹靂」など認知度が高まっている食材がある一方で、知られていない品目や地域食材が多く、認知度向上に向けた取組が課題となっています。

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、「安心して食べられる」の割合が73.3%で最も高くなりました。

「安心して食べられる」「味がよい」「品質が良い」「新鮮である」「素朴である」の5項目が県産品のイメージとして高い割合を占めており、今回調査では、「安心して食べられる」が、「味がよい」「品質がよい」「新鮮である」をはじめて上回り、最も高い割合となりました。また、「味がよい」の割合が72.2%、「品質が良い」の割合が72.1%となり、これまでで最も高くなりました。「味がよい」「品質が良い」「新鮮である」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、「りんご」と「りんごジュース等のりんご加工品」の2品目で上昇しました。

青森県産品の品目別の認知度は、「りんご」が96.0%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2品目が昨年度に比べて上昇しており、「りんご」が1.9ポイント、「りんごジュース等のりんご加工品」が0.7ポイント上昇しました。

- ③ 地域食材の認知度は、「青天の霹靂」が昨年度に比べて4.8ポイント上昇し、47.6%となりました。

地域食材の認知度は、「大間まぐろ」が79.1%と最も高く、次いで「青天の霹靂」、「たっこにんにく」、「陸奥湾ほたて」の順になりました。調査した32品目中6品目が昨年度に比べて上昇しており、「青天の霹靂」が4.8ポイント、「大間まぐろ」が2.6ポイント、「八戸前沖鯖」が2ポイント、「大鰐温泉もやし」が1.8ポイント、「ふかうら雪人参」が1.6ポイント、「青森シャモロック」が1.3ポイント上昇しました。

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3年1月（前回：令和2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（32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
5.4%	16.3%	31.4%	28.2%	18.7%

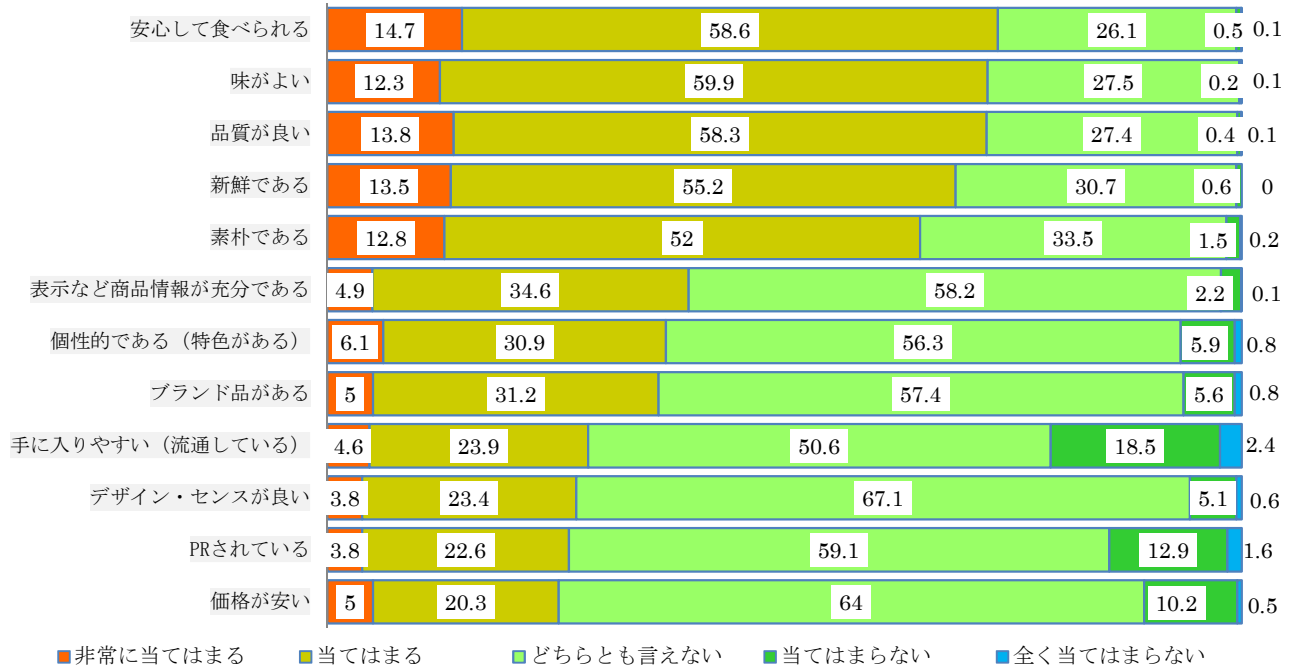
(7) 結果の公表について

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 … ベンチマーク調査

(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、「安心して食べられる」が73.3%と最も多く、続いて「味がよい」(72.2%)、「品質が良い」(72.1%)、「新鮮である」(68.7%)、「素朴である」(64.8%)の順となっている。

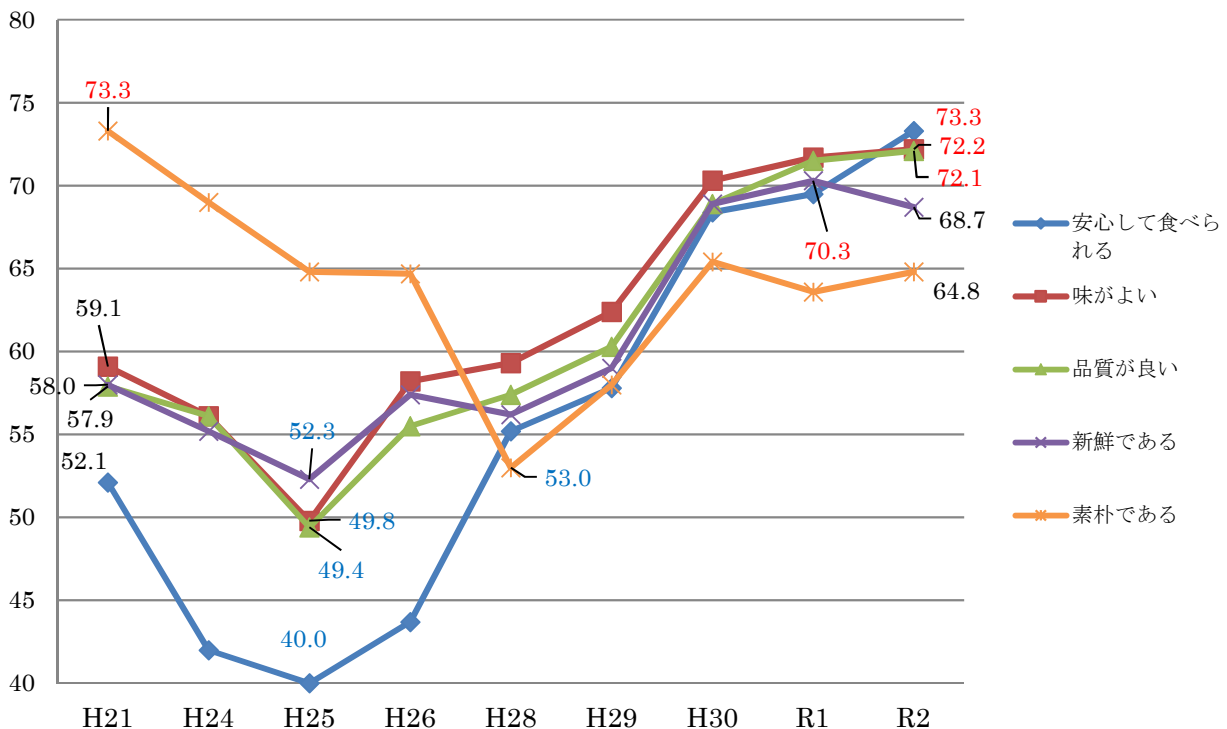


【青森県産品のイメージの年次推移】

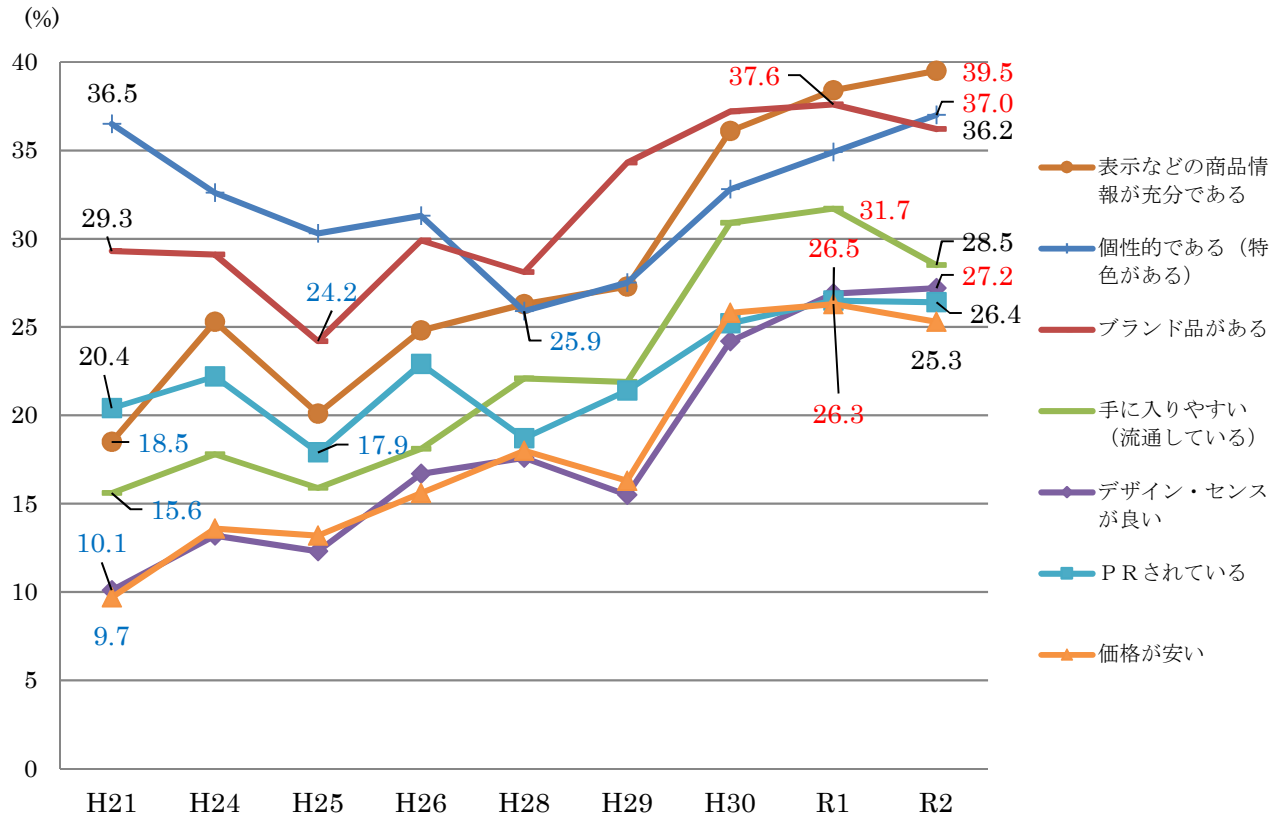
「非常に当てはまる」「当てはまる」の割合の合計値

(1) 上位5項目 注) 各項目の**最大値は赤字**で、**最小値は青字**で表示。

(%)

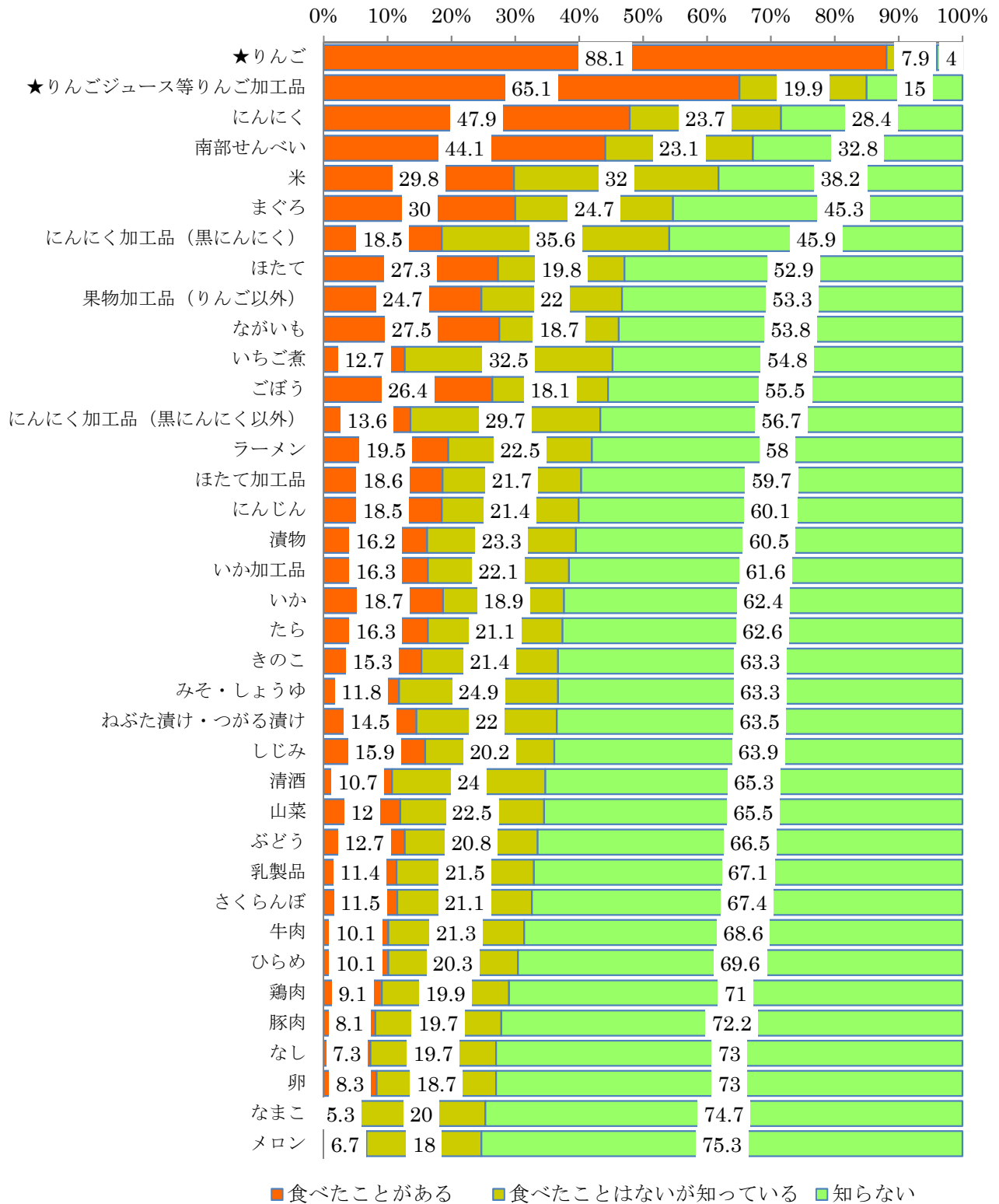


(2) その他項目 注) 各項目の最大値は赤字で、最小値は青字で表示。



(2) 青森県産品の認知度

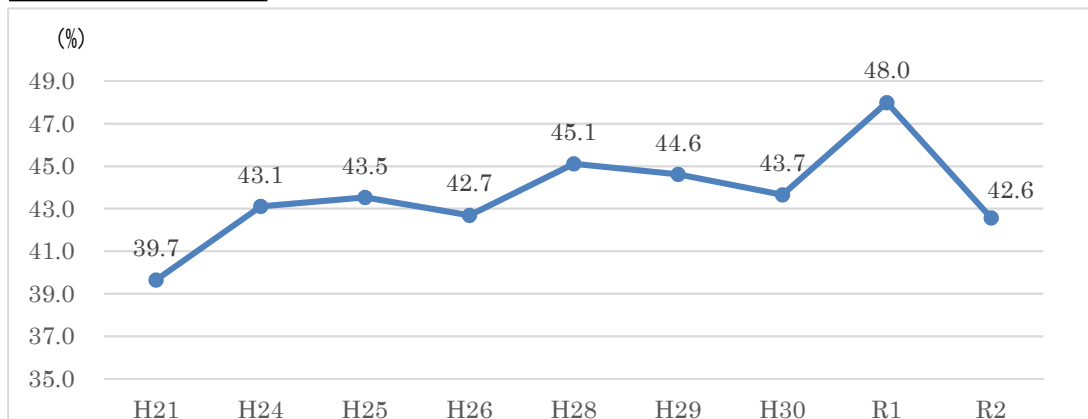
「食べたことがある」と「食べたことはないが知っている」の合計値を認知度とした場合、「りんご」(96.0%)及び「りんごジュース等りんご加工品」(85.0%)が圧倒的に高く、次いで「にんにく」(71.6%)、「南部せんべい」(67.2%)、「米」(61.8%)、「まぐろ」(54.7%)の順となっている。昨年度と比較し、認知度が上昇している品目は、「りんご」、「りんごジュース等りんご加工品」の2品目である。



<参考>商品別認知度の推移

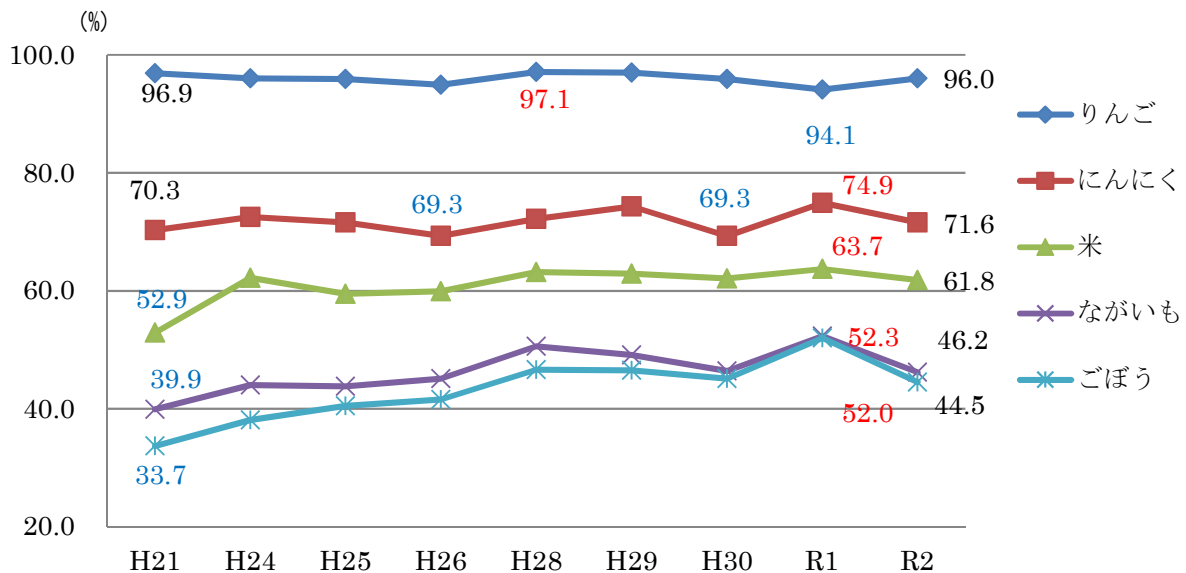
(「食べたことがある」と「食べたことはないが知っている」の合計値) ※平成 22、23、27 年度は未調査

①平均値の推移

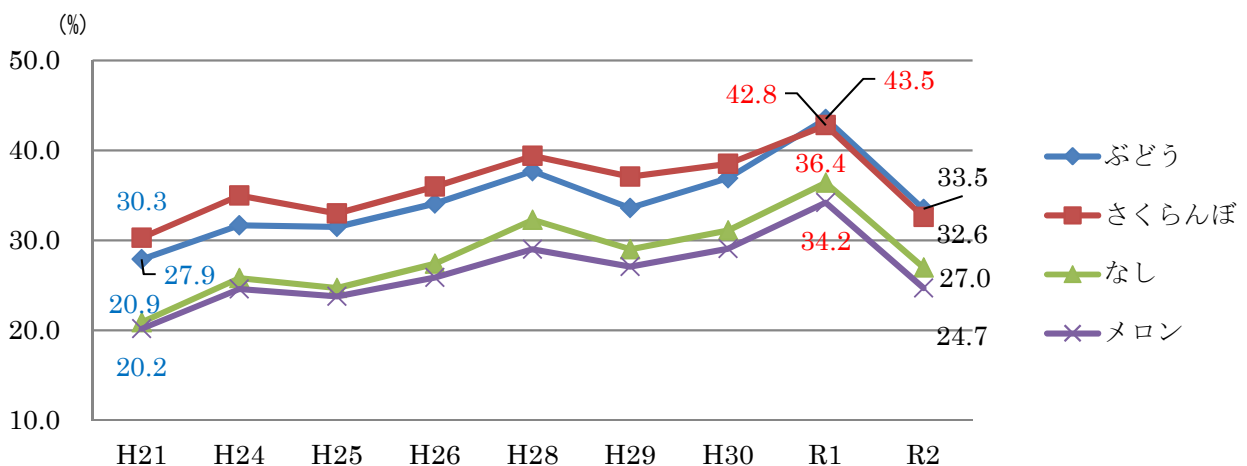


②主要農産物

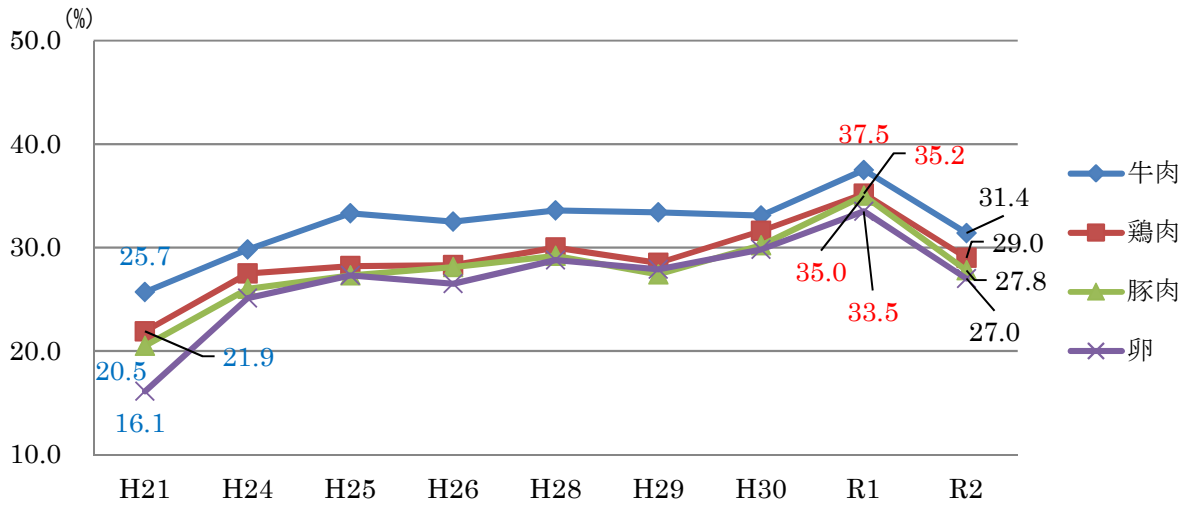
注) 以下、各品目の最大値は赤字で、最小値は青字で表示。



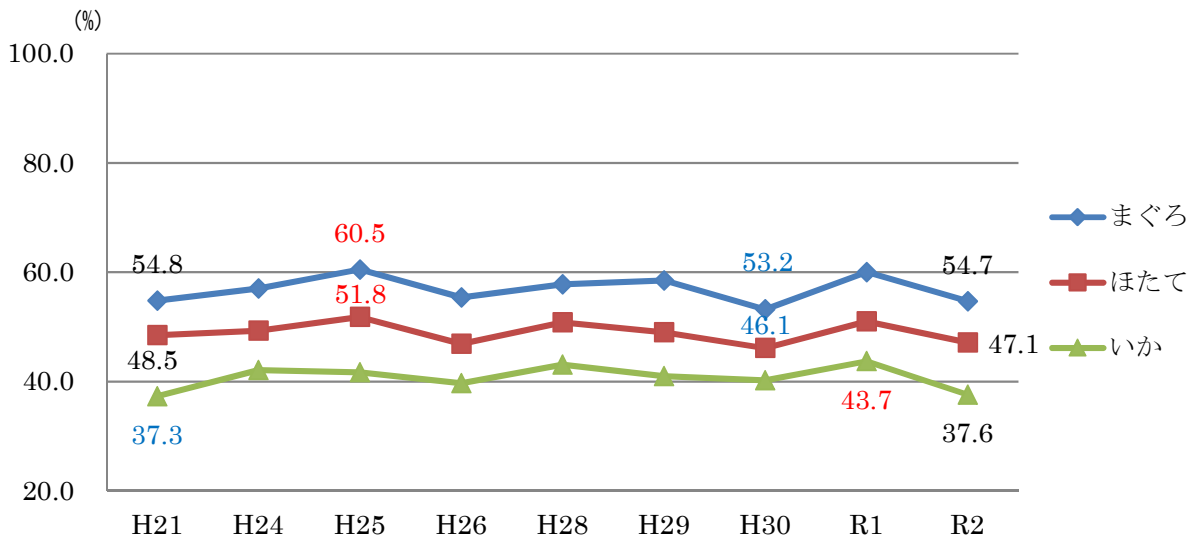
③特産果樹等



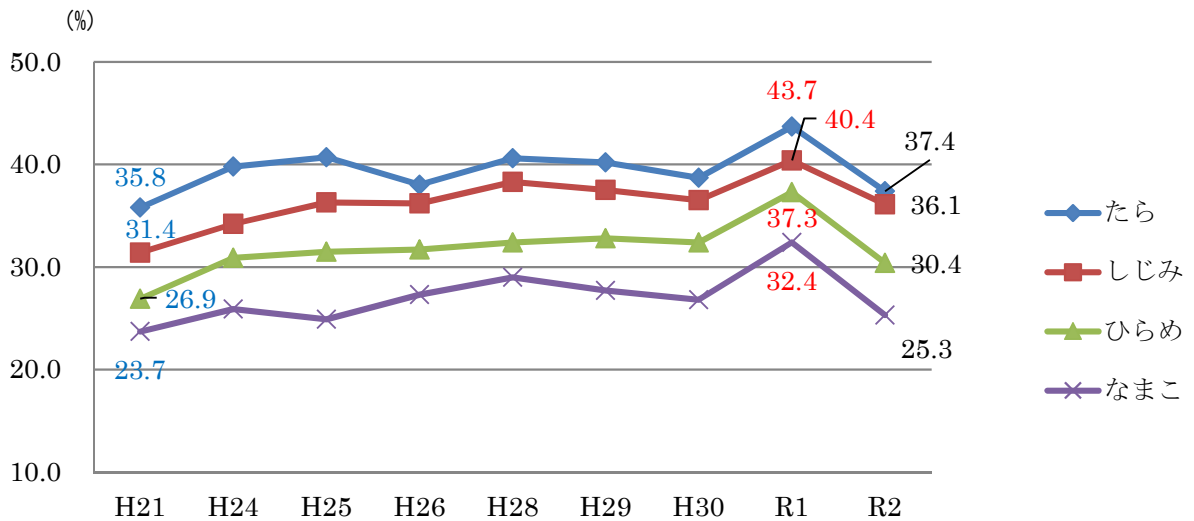
④畜産物



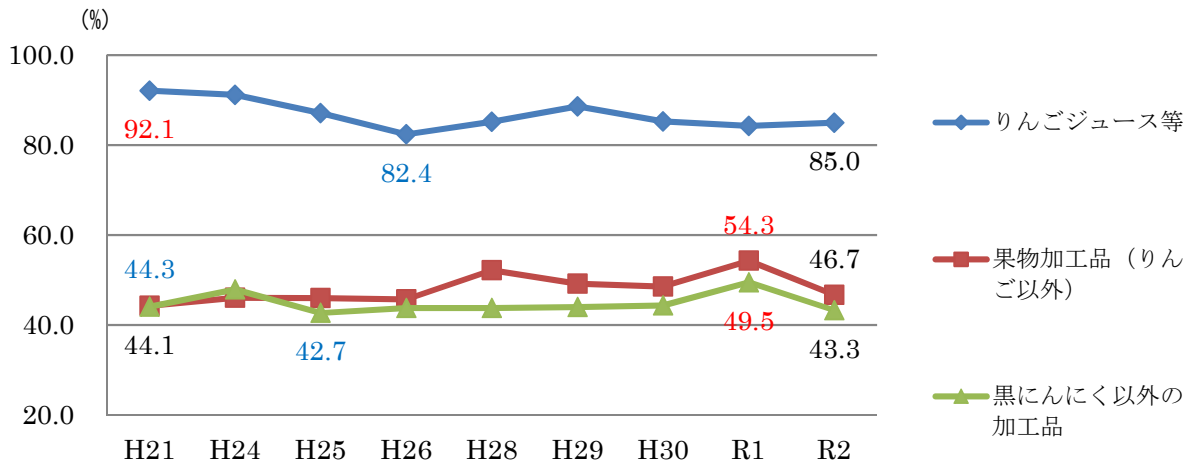
⑤水産物 - 1



⑥水産物 - 2



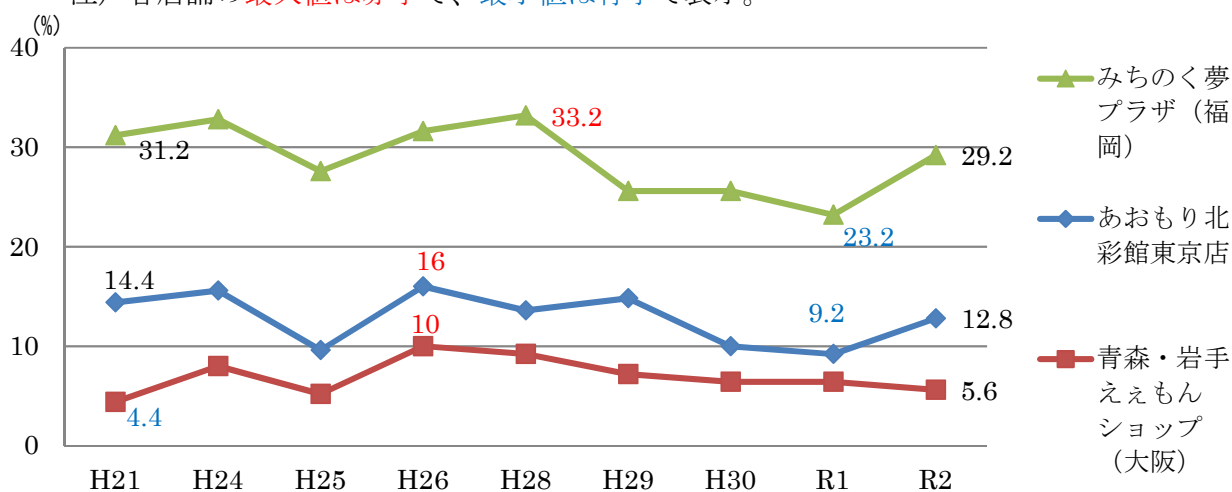
⑦農産加工品



(3) 青森県アンテナショップの認知度

九州地域における「みちのく夢プラザ」(福岡)の認知度が最も高く、29.2%となっている。次いで、関東地域における「あおもり北彩館東京店」(東京)の認知度が12.8%、関西地域における「青森・岩手ええもんショップ」(大阪)の認知度が5.6%となっている。

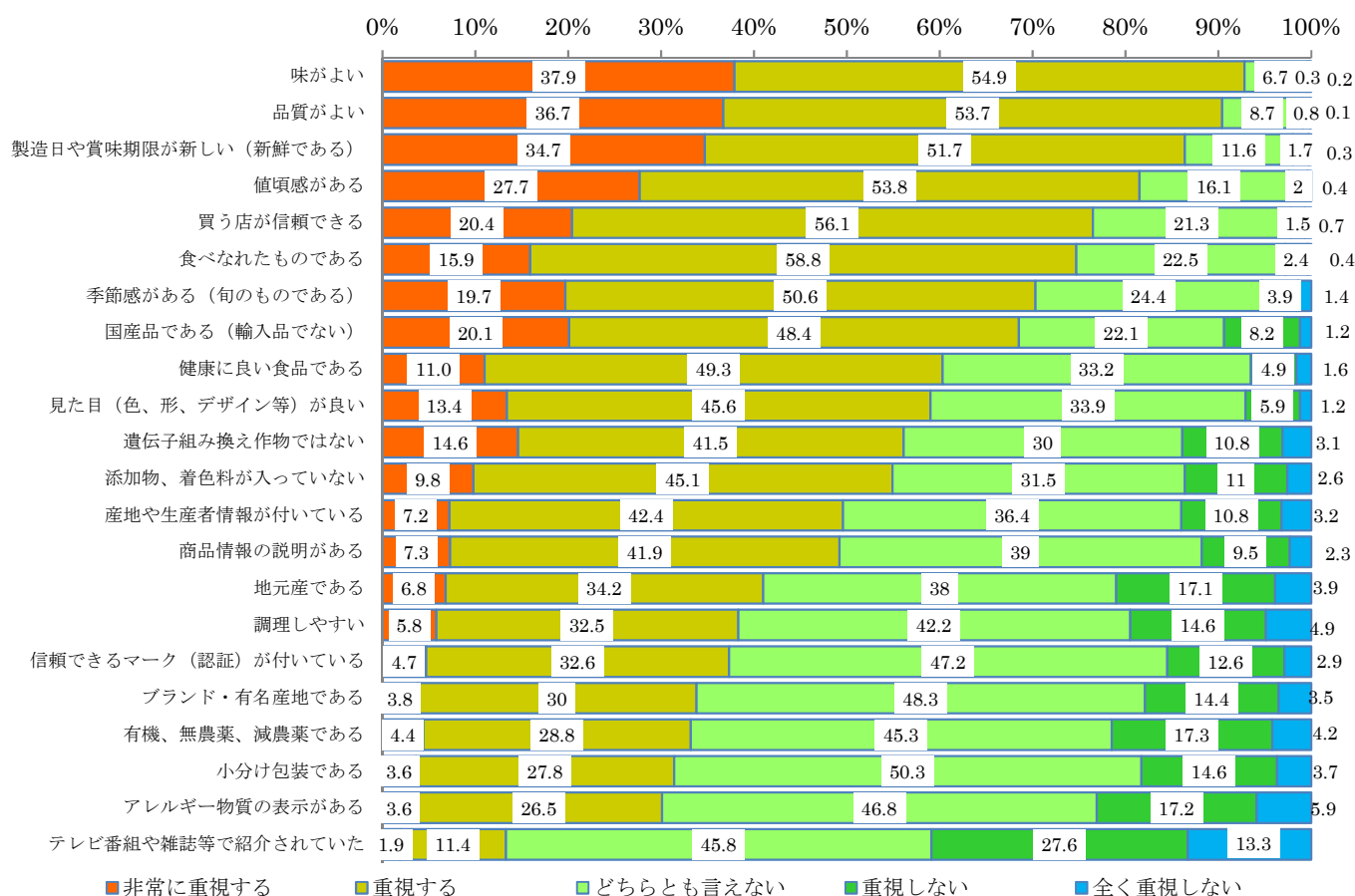
注) 各店舗の**最大値**は赤字で、**最小値**は青字で表示。



※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)

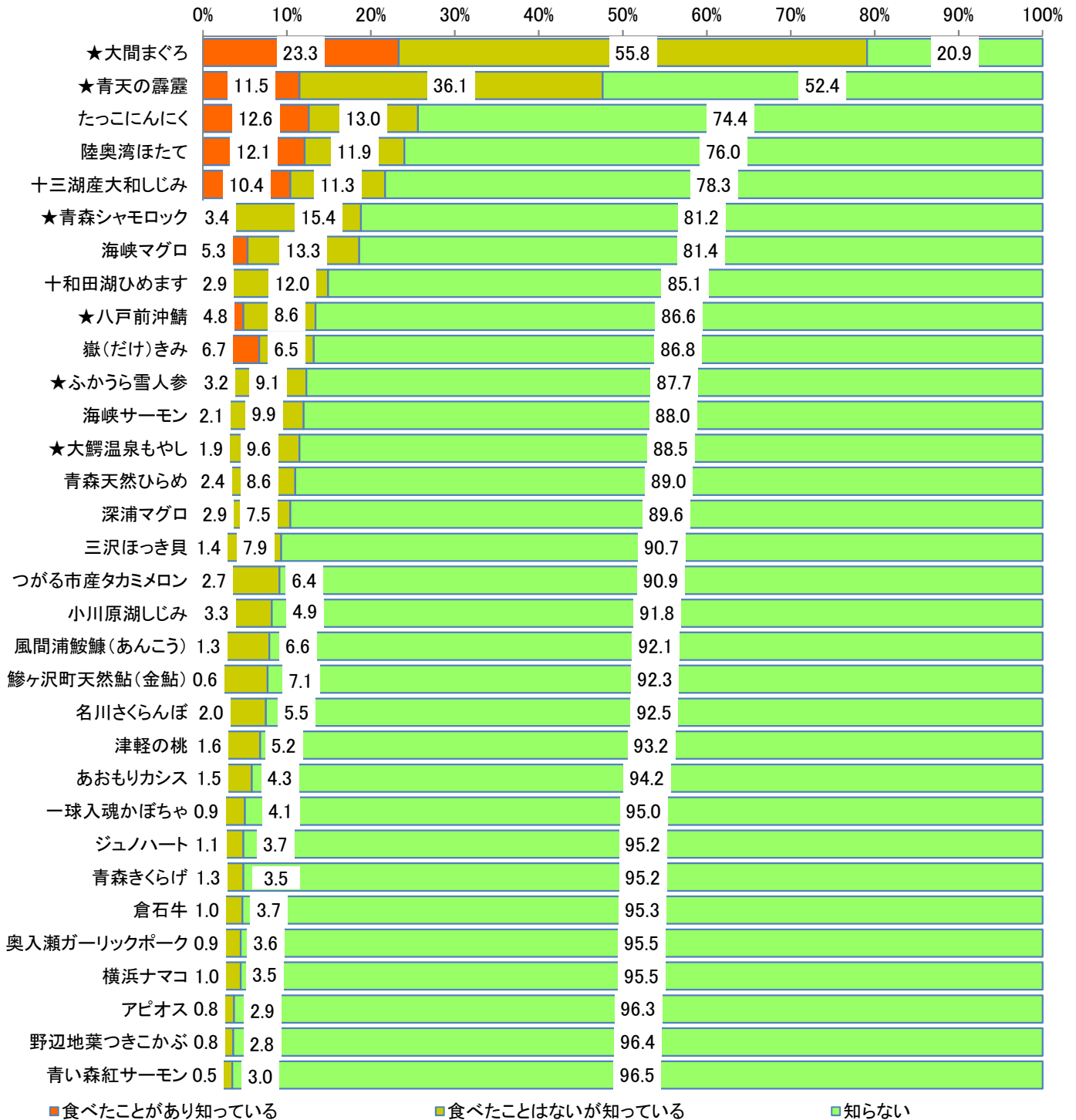
「味がよい」「品質がよい」「製造日や賞味期限が新しい(新鮮である)」が特に重要視されている。このほか、「値頃感がある」「買う店が信頼できる」「食べなれたものである」「季節感がある(旬のものである)」「国産品である(輸入品でない)」等も多くの消費者が重要視している。



3 調査結果 … 地域食材に関する調査

(1) 青森県の地域食材の認知度

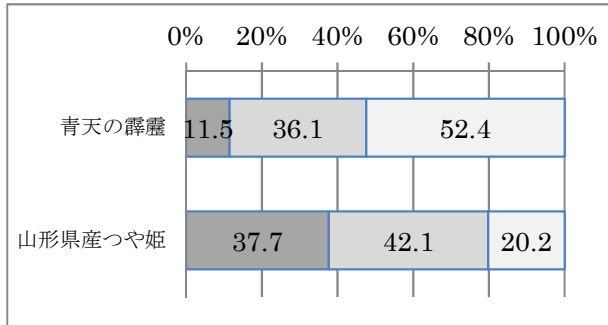
「食べたことがあり知っている」と「食べたことはないが知っている」の合計値を認知度とした場合、「大間のまぐろ」が79.1%と最も高く、次いで「青天の霹靂」(47.6%)、「たっこにんにく」(25.6%)、「陸奥湾ほたて」(24.0%)、「十三湖産大和しじみ」(21.7%)の順となっている。 ※昨年度と比較し、上昇している品目は★印。



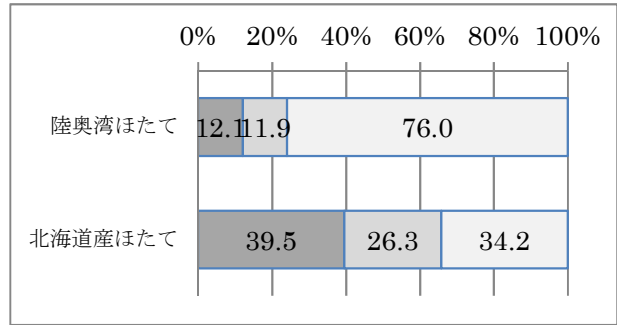
<参考>国内のブランド食材と青森県の地域食材との比較

※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

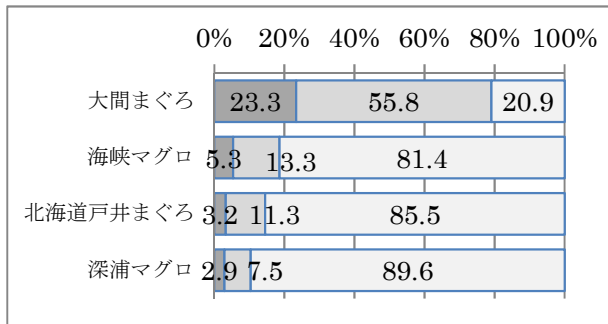
①青天の霹靂



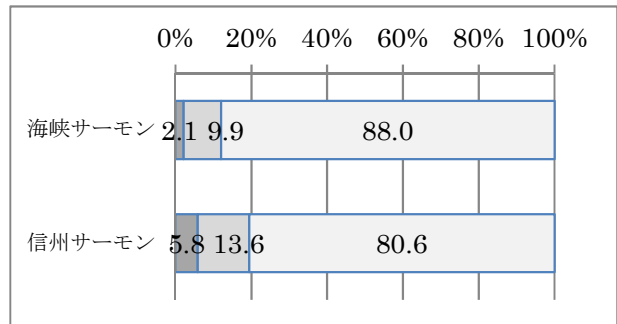
②陸奥湾ほたて



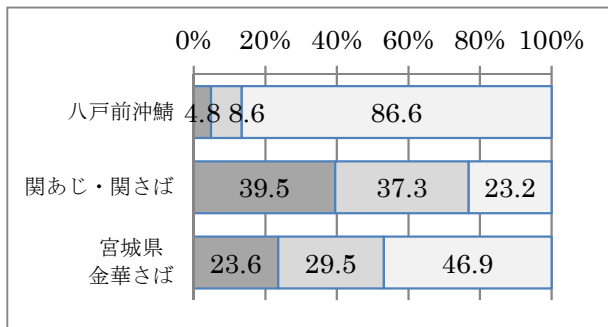
③大間まぐろ



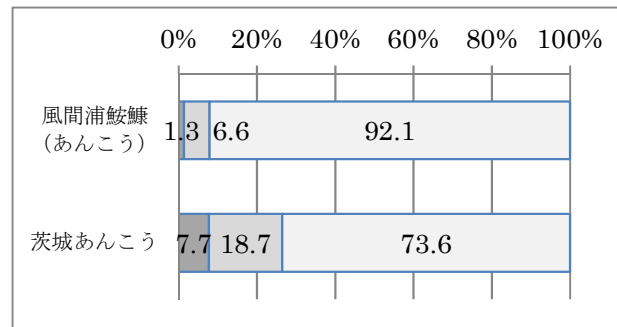
④海峡サーモン



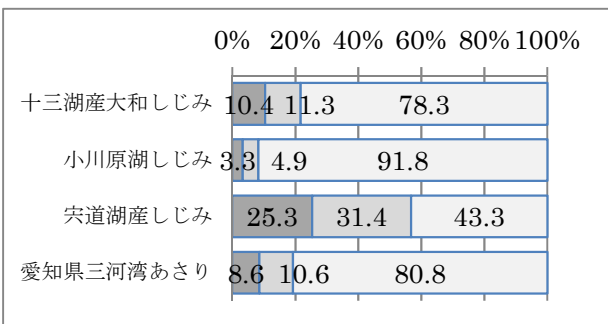
⑤八戸前沖鯖



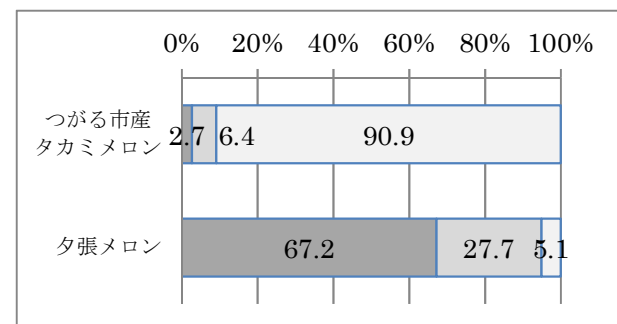
⑥風間浦鮫鱈



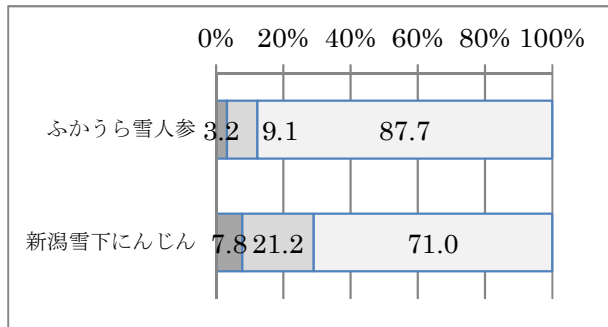
⑦十三湖・小川原湖しじみ



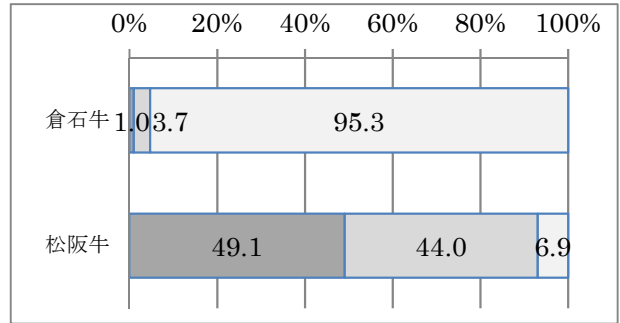
⑧つがる市産タカミメロン



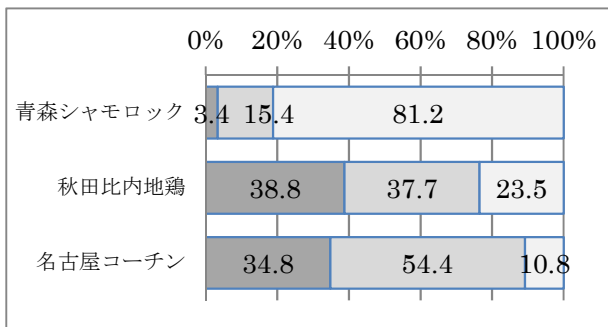
⑨ふかうら雪人参



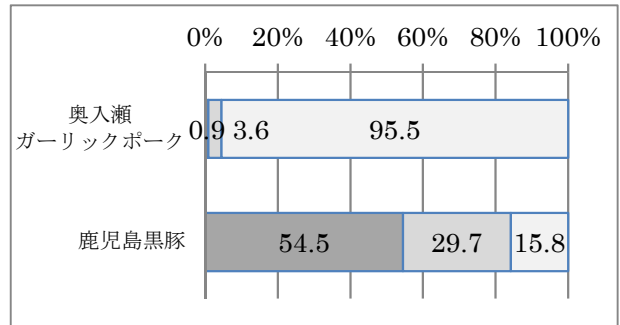
⑩倉石牛



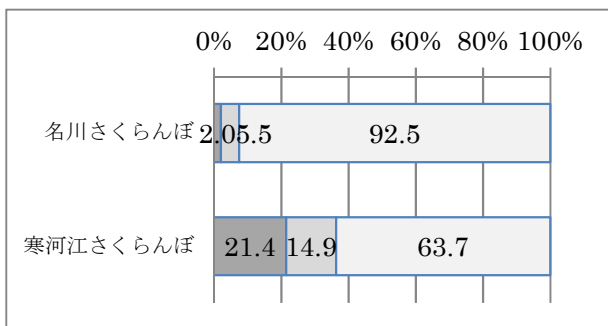
⑪青森シャモロック



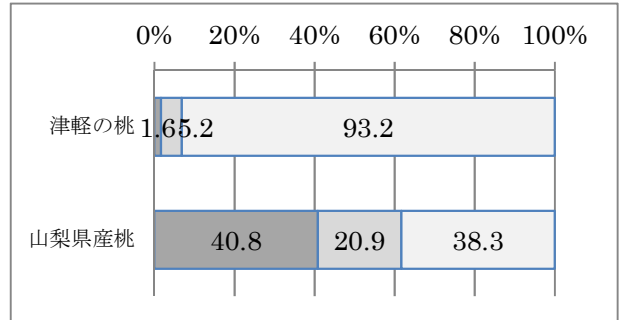
⑫奥入瀬ガーリックポーク



⑬名川さくらんぼ



⑭津軽の桃



(2) 地域食材の購入動機

「おいしいから」が61%と最も高く、次いで「品質がいいと思うから」(56.1%)、「安全だと思うから」(28.5%)の順となっている。

