



[農業経営部門]

[農業研究所ホームページへ](#)

## 2. 消費者がブドウを購入する際に重視する項目

### [要約]

消費者ニーズを満たす生産・販売方向として、自家消費用では皮ごと食べられることや種がないことなどの食べやすさの向上、贈答用では大粒化や販売店と協力したPR展開やパッケージングの開発が有効である。

[担当] 岡山県農林水産総合センター農業研究所 作物・経営研究室

[連絡先] 電話086-955-0275

[分類] 情報

---

### [背景・ねらい]

近年、ブドウを取り巻く環境は、消費低迷の長期化やニーズの多様化、産地間競争激化など厳しい状況にある。そこで、ブドウに対する消費者ニーズを把握し、今後の生産・販売方向に資する。

### [成果の内容・特徴]

1. とっとり・おかやま新橋館での来店者に対する調査では、岡山県は高品質・高級なブドウ産地として認知されている（図1）。また、ブドウを購入する際には、品種、価格を特に重視している。加えて、房・粒の大きさ、粒の張り、購入する店舗・場所、種がないことについても重視している（図2）。また、高級果物のユーザーである高級果専店の顧客に対する調査では、自家消費用のブドウについて、皮ごと食べられることや種が無いといった食べやすさ、適正価格、好きな品種を重視している（図3左）。ブランド力の強化に向けては、価格競争を避け差別化での生産・販売方向が求められる。
2. 高級果専店の顧客に対する調査では、贈答用のブドウについて、自家消費用に比べ意見が分かれる傾向にあり、粒が大きい、果粉がしっかりついている、房の形が良い、有名な産地を重視している（図3中央）。貰った際に嬉しいと感じる項目については、好きな品種、有名な産地、粒が大きい、珍しい品種などが重視されている（図3右）。大粒と有名な産地が贈る側、貰う側に共通した項目であり、ブランド力強化に向けては、贈答用で重要な要因と考えられる。また、贈答用では、店頭での展示方法やパッケージングなど、ブドウ以外の要因についても重視する意見がみられる（図3中央、右）。

### [成果の活用面・留意点]

1. 今後の技術開発や品種育成に活用する。
2. 高級果専店顧客に対する調査は単年で11名の調査結果である。



[具体的データ]

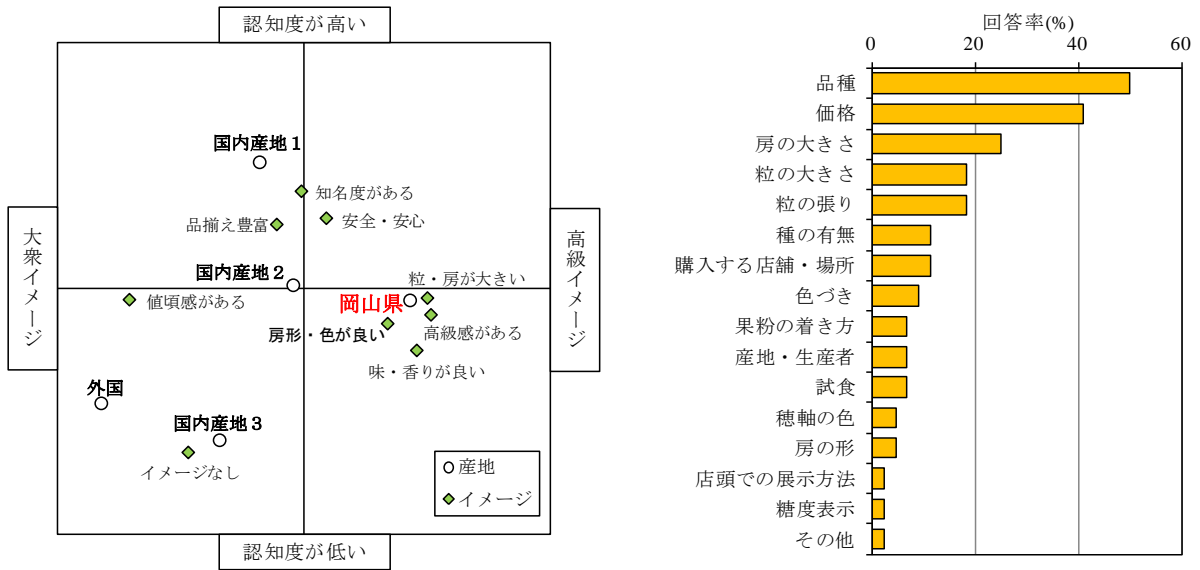


図 1 コレスポネンス分析による産地と産地に対するイメージの関係

図 2 消費者がブドウを購入する際に重視する項目（複数回答）

注) 図 1、図 2 はとっとり・おかやま新橋館来店者 44 名の回答より作成。回答者の性別は男性 8 名、女性 36 名。年齢は 39 歳未満 11 名、40 歳代 7 名、50 歳代 13 名、60 歳以上 13 名。

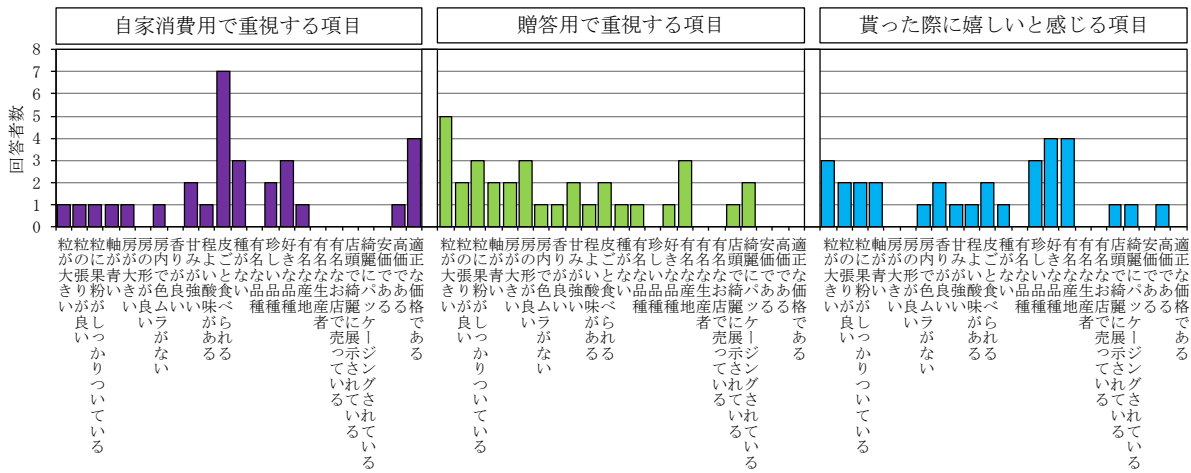


図 3 高級果専門店顧客が自家消費、贈答用にブドウを購入する際に重視する項目及び貰った際に嬉しいと感じる項目（複数回答）

注) 高級果専門店が募集した顧客 11 名（全員女性）の回答より作成。年齢は 39 歳未満 1 名、40 歳代 3 名、50 歳代 2 名、60 歳以上 4 名、無回答 1 名。

[その他]

研究課題名：県産ぶどうにおける消費者ニーズと販売形態の方向

予算区分：県単

研究期間：2014～2016年度

研究担当者：井上智博

関連情報等：[平成28年度試験研究主要成果、79-80](#)