平成２９年度小規模事業者地域力活用新事業全国展開支援事業

本体事業１年目事業

逗子市商工会

柚子タコ酢 風味選好とパッケージデザイン起案における受容性調査

結果報告

一般社団法人エコ食品健究会

2018 年 1 月 24 日

目次

１.調査目的

２.調査対象

３.調査書（アンケート）の起案

４.アンケート（調査）の実施

・調査対象

・調査人数

・調査手法

・アンケートの内容

・試食並びにアンケート回答の様子

５.アンケート（調査）の結果と集計

６.アンケート（調査）の結果の考察

７.調査に関するお問い合わせ先

１．調査目的

逗子市小坪漁港で水揚げされる水産物と他地域特産品（藤野柚子）を使った加工食品の風味やパッケージの消費者選好並びに受容性を調べる

２．調査対象

藤野ゆずを使ったタコ酢（右画像）、アカモク酢を使ったタコ酢（左画像）

３．調査書（アンケート）の起案

調査書（アンケート）の起案に先立ち、グループインタビューにて、質問項目の洗い出しを実施した。以下はその概要である。

・グループインタビュー 開催日時

2017 年 8 月 28 日　17 時 30 分～20 時 30 分

・グループインタビュー開催場所

一般社団法人エコ食品健究会 本部（神奈川県相模原市緑区牧野 7029 廃校牧郷小学校）

・グループインタビュー開催目的と開催概要

藤野柚子を使った柚子タコ酢の調査書（アンケートの質問）の内容を決定するため、藤野柚子タコ酢を試食しながら議論した。後述する調査書（アンケートの質問）内容は、本議論で顕在化したニーズを踏まえたもの（反映したもの）である。

・グループインタビュー出席者一覧

役割	お名前	年齢/性別	所属または所在地
モデレーター	田行美香	42 歳/女性	一社）エコ食品健究会
参加者	関根勉	49 歳/男性	東京都八王子市 （勤務先　江崎グリコ）
参加者	坂本冬美	42 歳/女性	神奈川県相模原市 （管理栄養士）
参加者	大野正巳	59 歳/男性	東京都立川市 （勤務先　山崎製パン）
参加者	福原京子	51 歳/女性	神奈川県横浜市 （主婦）

４．アンケート（調査）の実施

・調査対象

(a) 逗子市民まつり（来場されるお客様に対しての試食によるアンケートの実施）

2017 年 10 月 15 日（日）10 時 00 分～16 時 00 分

第一運動公園（神奈川県逗子市池子１丁目１１番２号）

(b) 森のスコーラ（農と食をテーマにした講演会来場者へのパッケージ想起のアンケートの実施）

備考：森のスコーラは、藤野ふるさと祭りと併催イベントであったが、当日は荒天の影響で藤野ふるさと祭りは中止となった。しかしながら森のスコーラ（屋内での講演会）は実施された。

2017 年 10 月 22 日（日）13 時 00 分～16 時 00 分

名倉グランド会議棟（神奈川県相模原市緑区名倉 1000 番地）

(c) 藤野柚子試食＆体験会（消費者モニターを招いての試食によるアンケートの実施）

11 月 25 日（土）13 時 00 分～16 時 00

藤野柚子センター（神奈川県相模原市緑区佐野川６５９番３号）

・調査人数

(a) 逗子市民まつり　134 名（試食とアンケート回答人数）

(b) 森のスコーラ　120 名（アンケート回答人数）

（c）藤野柚子試食＆体験会　80 名（試食とアンケート回答人数）

・調査手法

（a）逗子市民まつり

藤野柚子を使ったタコ酢と小坪漁港産のアカモク酢を使ったタコ酢の試食後、ブースに貼りだしたアンケート（調査書）に、事前に配布したシール（下記 2 色）にて回答を促す。

男性

女性

（b）森のスコーラ

講演会入場口にてアンケートを配布し、アンケートへの回答を促し、講演会出口にて回収する。

（c）藤野柚子試食＆体験会

藤野柚子を使ったタコ酢と小坪漁港産のアカモク酢を使ったタコ酢の試食後、会場に貼りだしたアンケート（調査書）に、事前に配布したシール（下記 4 色）にて回答を促す。

４５歳未満の男性（以下、男性若年層と称する）

４５歳以上の男性（以下、男性中高年層と称する）

４５歳未満の女性（以下、女性若年層と称する）

４５歳以上の男性（以下、女性中高年層と称する）

・アンケートの内容

(a)逗子市民まつり

柚子タコ酢とタコ酢の試食アンケート

Q1 お住まいの地域はどちらですか

神奈川県逗子市　鎌倉市　三浦郡葉山町　藤沢市　横須賀市　相模原市　座間市　川崎市

横浜市　三浦市　八王子市　立川市　町田市　東京都 23 区　その他

Q2　年齢を教えてください

15～19 歳　20～29 歳　30～39 歳　40～49 歳　50～59 歳　60～69 歳　70 歳以上

Q3　神奈川県逗子市の小坪漁港でタコが水揚げされることを知っていましたか

はい　いいえ

Q4　神奈川県相模原市（旧）藤野町は、柚子の産地であることを知っていましたか

はい　いいえ

Q5　最初に食べたものと後で食べたものはどちらが好みでしたか

最初　両方　あと

Q6　最初に食べたものと後で食べたもの、どちらを購入したいですか

最初　両方　あと

(b) 森のスコーラ

柚子タコ酢のパッケージ選好アンケート

Q1　年齢を教えてください

5～19 歳　　20～29 歳　　30～39 歳　　40～49 歳　　50～59 歳　　60～69 歳　　70 歳以上

Q2　性別を教えてください

男性　　女性

Q3 タコ酢を、これまでに食べたことがありますか。

＊タコ酢とは、タコを酢漬けしたものです。

ある　　無い　　記憶が見当たらない

Q4 柚子タコ酢を、これまでに食べたことがありますか。

＊柚子タコ酢とは、タコを酢漬けしたものに柚子の果汁等で風味を付加したものです。

ある　　無い　　記憶が見当たらない

Q5　Q3 で「ある」と回答した方に質問です。タコ酢が食品スーパーで販売している場面を想像してみてください。どのような荷姿やパッケージで販売されていると好感（目に留まる・買いたくなる等）が持てますか。想像で構いません。当てはまるイメージで「適切」だと思うものを選択してください（複数回答可能です）。

透明なパッケージ　　白基調のパッケージ　　タコの赤基調のパッケージ

透明・白・赤に当てはまらない色基調のパッケージで包装（イメージする色を記入ください。＿＿＿＿＿色

中身が見えている状況　　中身が見えなくてもパッケージのイラスト等で中身が理解できる状況

タコがどこで水揚げされたのかが明瞭に記載のある状況（○○漁港産等）

どのようなタコなのかが明瞭に記載のある状況（柔らかい、旬、等）

酢の出所が明瞭に記載のある状況（○○が作った酢、等）

どのような酢なのかが明瞭に記載のある状況（○○地方で人気の、無香料の、等々）

1 人や 1 食など個食仕様の量目　　5 人分など大人数の量が封入されている状況

タコが入っていることがわかりやすいイラスト等　　酢が入っていることがわかりやすいイラスト等

その他（　　）

Q6　Q4 で「ある」「無い」と回答した方に質問です。柚子タコ酢が食品スーパーで販売している場面を想像してみてください。どのような荷姿やパッケージで販売されていると好感（目に留まる・買いたくなる等）が持てますか。想像で構いません。当てはまるイメージで「適切」だと思うも

のを選択してください（複数回答可能です）。

透明なパッケージ　　白基調のパッケージ　　タコの赤基調のパッケージ　　柚子色のパッケージ

透明・白・赤・柚子色に当てはまらない色基調のパッケージ（イメージする色を記入ください。＿＿＿＿＿色

中身が見えている状況　　中身が見えなくてもパッケージのイラスト等で中身が理解できる状況

タコがどこで水揚げされたのかが明瞭に記載のある状況（○○漁港産等）

どのようなタコなのかが明瞭に記載のある状況（柔らかい、旬、等）

酢の出所が明瞭に記載のある状況（○○が作った酢、等）

どのような酢なのかが明瞭に記載のある状況（○○地方で人気の、無香料の、等々）

柚子がどこで栽培されたのかが明瞭に記載のある状況（○○町産、生産者○○さん等）

どのような柚子なのかが明瞭に記載のある状況（無農薬、香り深い、等）

1人や1食など個食仕様の量目　　5人分など大人数の量が封入されている状況

タコが入っていることがわかりやすいイラスト等　　酢が入っていることがわかりやすいイラスト等

柚子が入っていることがわかりやすいイラスト等　　その他（　　）

Q7　タコ酢1食（1人分）あたりいくらまでなら購入したいと思えますか。

～50円　～80円　～100円　～120円　～150円　～170円　～200円　～220円

～250円　280円　300円　330円　350円　370円　400円、　401円以上

Q8　柚子タコ酢1食（1人分）あたりいくらまでなら購入したいと思えますか。

～50円　～80円　～100円　～120円　～150円　～170円　～200円　～220円

～250円　280円　300円　330円　350円　370円　400円、　401円以上

Q6　タコ酢または柚子タコ酢で食経験のあるものを前提に、食べるシーンとして想起しやすい場所を教えてください（複数回答可）

居酒屋　食堂　食卓のもう1品　ファミリーレストラン　寿司屋　うどん屋　そば屋　中華料理屋

イタリアン　フレンチ　リゾートホテル　ビジネスホテル　旅館

その他（　　）

（c）藤野柚子試食＆体験会

柚子タコ酢とタコ酢の試食アンケート

Q1 お住まいの地域はどちらですか

神奈川県逗子市　鎌倉市　藤沢市　八王子市　立川市　町田市　相模原市　山梨県上野原市

東京２３区　横浜市　川崎市　その他

Q2　年齢を教えてください

15～19 歳　20～29 歳　30～39 歳　40～49 歳　50～59 歳　60～69 歳　70 歳以上

Q3　神奈川県逗子市の小坪漁港でタコが水揚げされることを知っていましたか

はい　いいえ

Q4　神奈川県相模原市（旧）藤野町は、柚子の産地であることを知っていましたか

はい　いいえ

Q5　最初に食べたものと後で食べたものはどちらが好みでしたか

最初　両方　あと

Q6　最初に食べたものと後で食べたもの、どちらを購入したいですか

最初　両方　あと

Q7　１食あたりいくらまでなら購入可能だと思いますか。

～50 円　～80 円　～100 円　～120 円　～150 円　～170 円　～200 円　～220 円

～250 円　280 円　300 円　330 円　350 円　370 円　400 円、　401 円以上

Q8　試食した柚子タコ酢（後から食べたもの）を、より美味しくするために、どのような改良が必要だと思いますか。当てはまるものを選んでください（複数回答可）　現状のままで良い　柚子の香りをもっと強く　柚子の味がもっと感じるように

柚子の果肉が目に付くように　柚子の皮を目に付くように　柚子の香りをもっと弱める　柚子の味をもっと抑える

より甘く　より甘さを抑える　無添加・無着色　タコの食感をより柔らかく　タコの食感をより固くする　その他

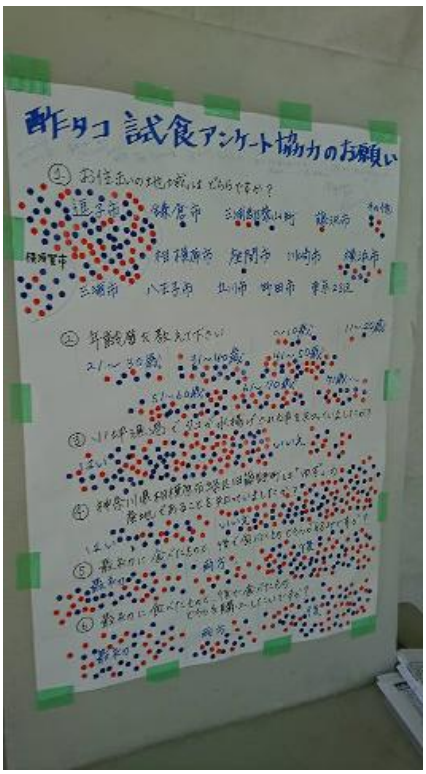
Q9　後で試食した柚子タコを食べるシーンとして想起しやすい場所を教えてください（複数回答可）

居酒屋　食堂　食卓のもう１品　ファミリーレストラン　寿司屋　うどん屋　そば屋　中華料理屋

イタリアン　フレンチ　リゾートホテル　ビジネスホテル　旅館　その他

・試食並びにアンケート会場の様子

(a) 逗子市民まつり



(b) 森のスコーラ

(c) 藤野柚子試食＆体験会

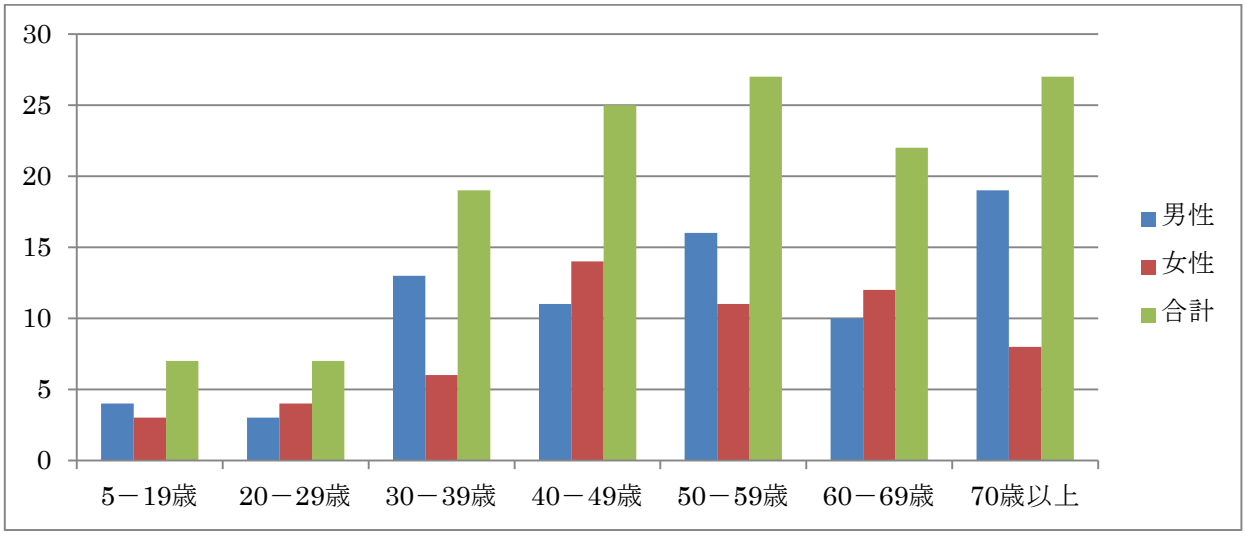
５．アンケート（調査）の結果と集計

(a) 逗子市民まつり

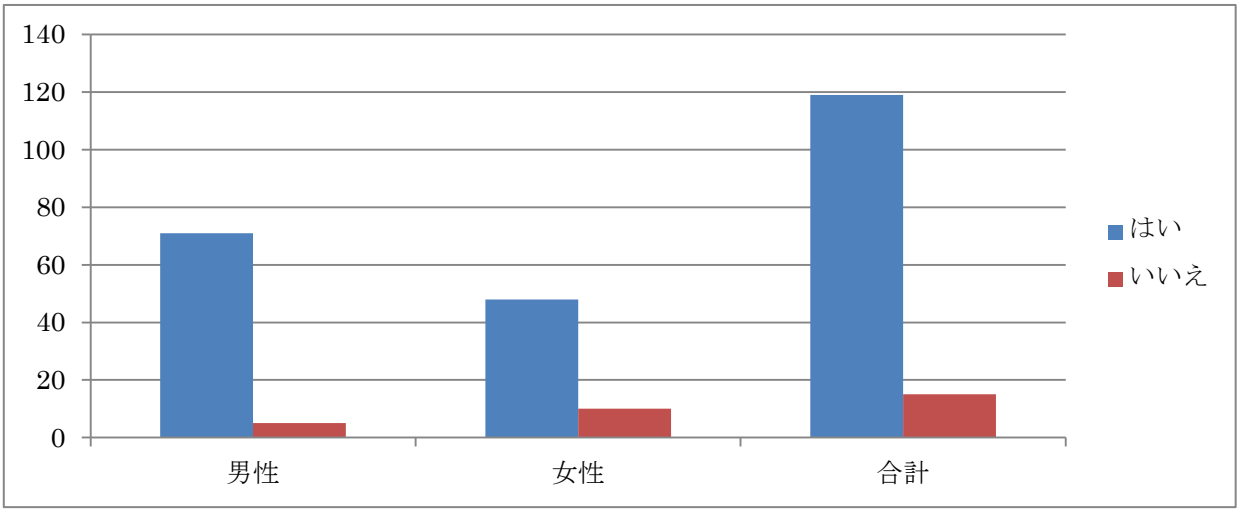
・回答者のお住まいの地域

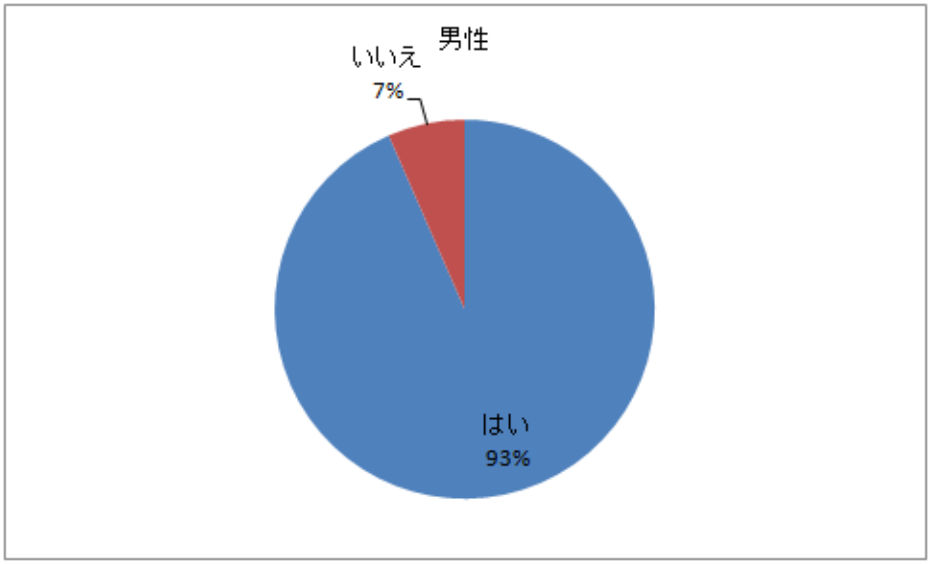
	男性	女性
逗子市	54	45
鎌倉市	1	0
三浦郡葉山町	2	2
藤沢市	0	1
横須賀市	9	4
座間市	1	0
横浜市	6	4
その他	3	2

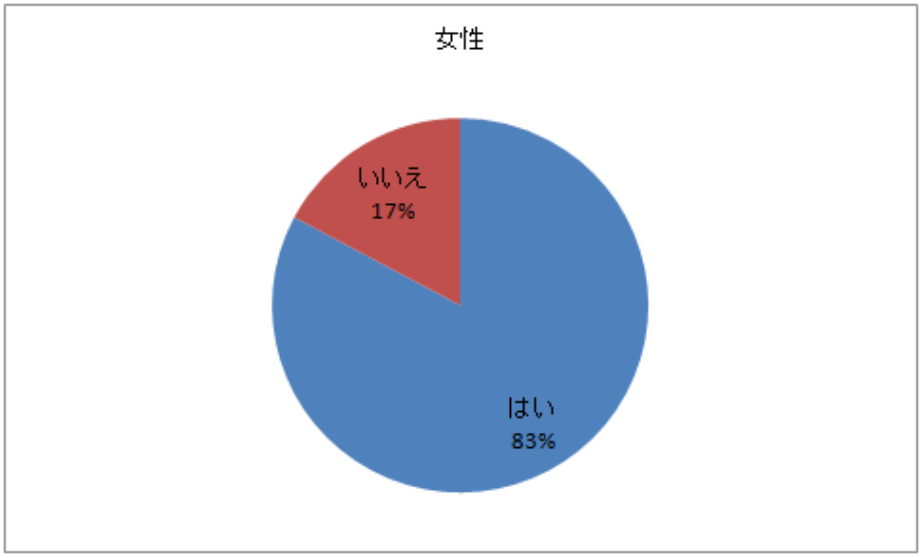
・回答者の年齢



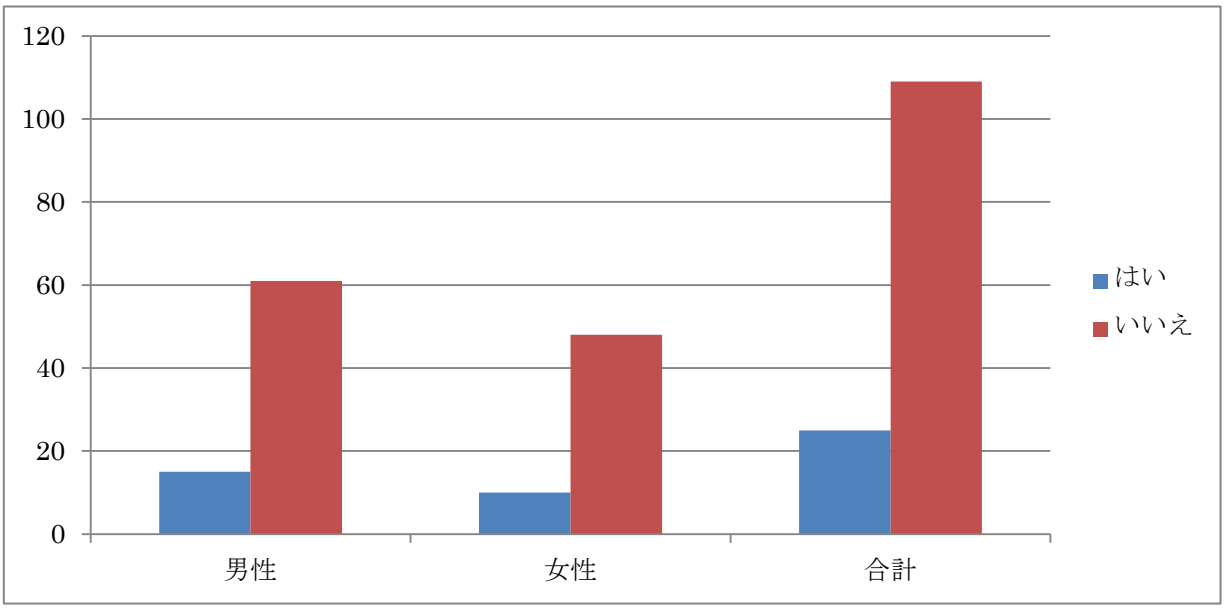
・逗子市小坪漁港でタコが水揚げされることの認知（はい：知っている　いいえ：知らない）

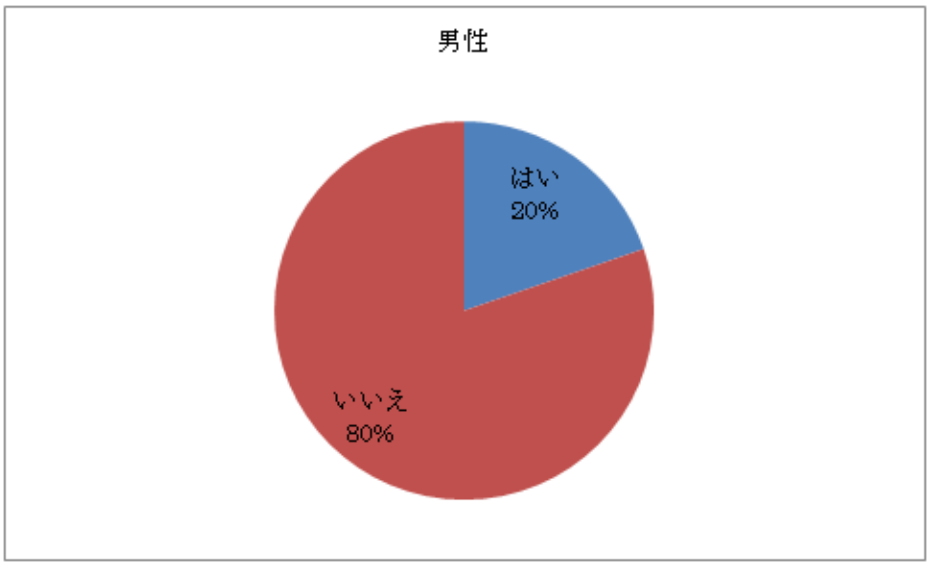


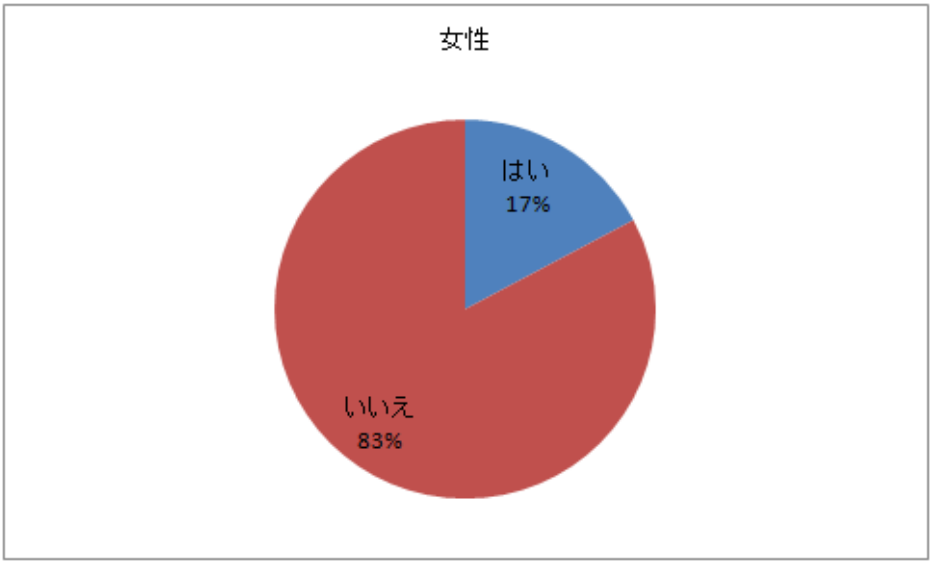




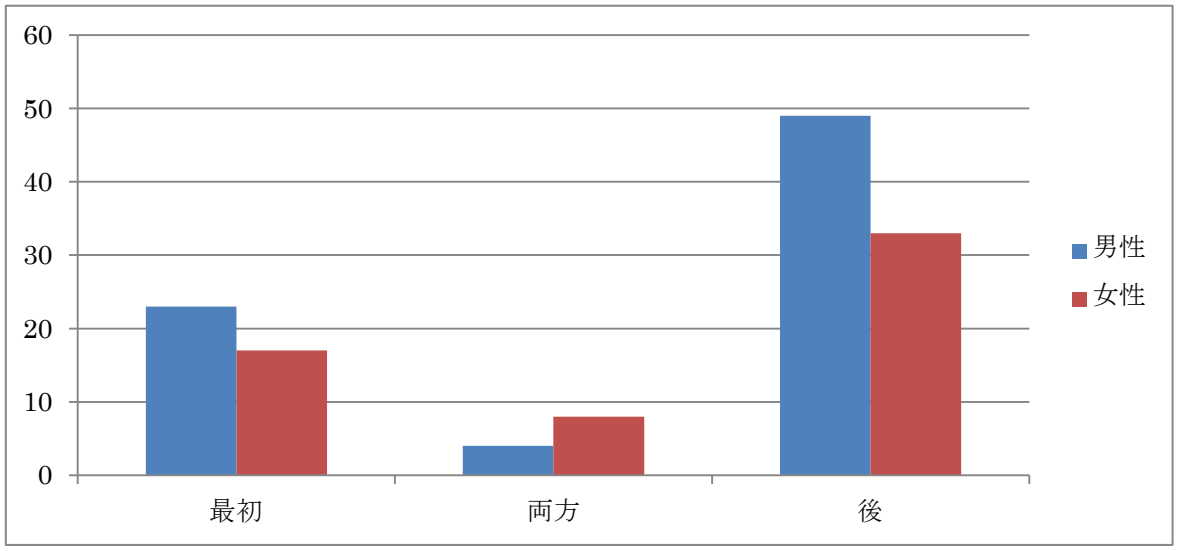
・相模原市（旧）藤野町が柚子の生産地であることの認知（はい：知っている　いいえ：知らない）



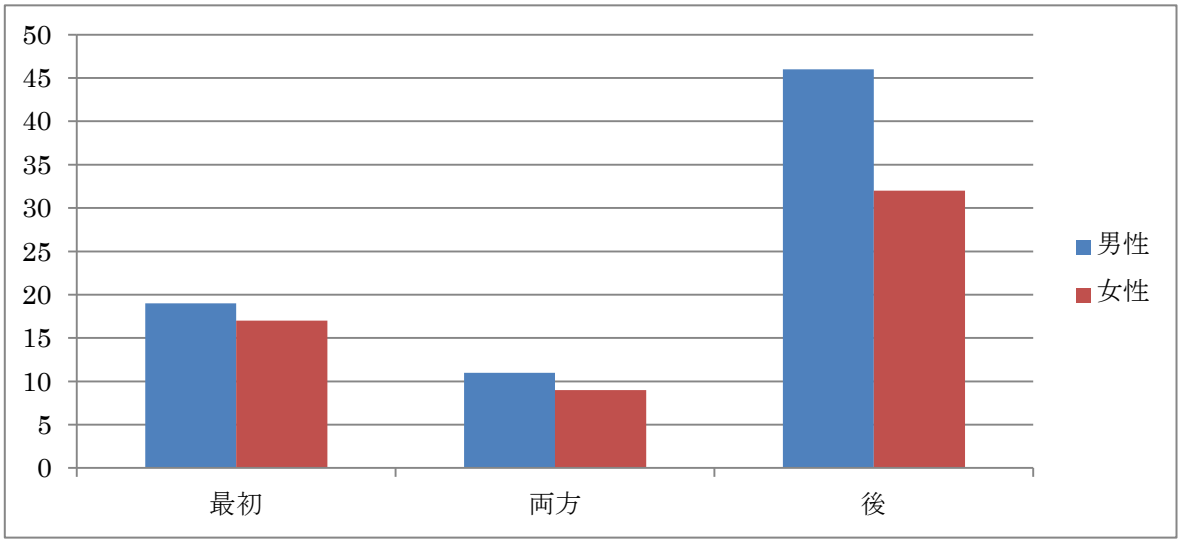




・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の選好

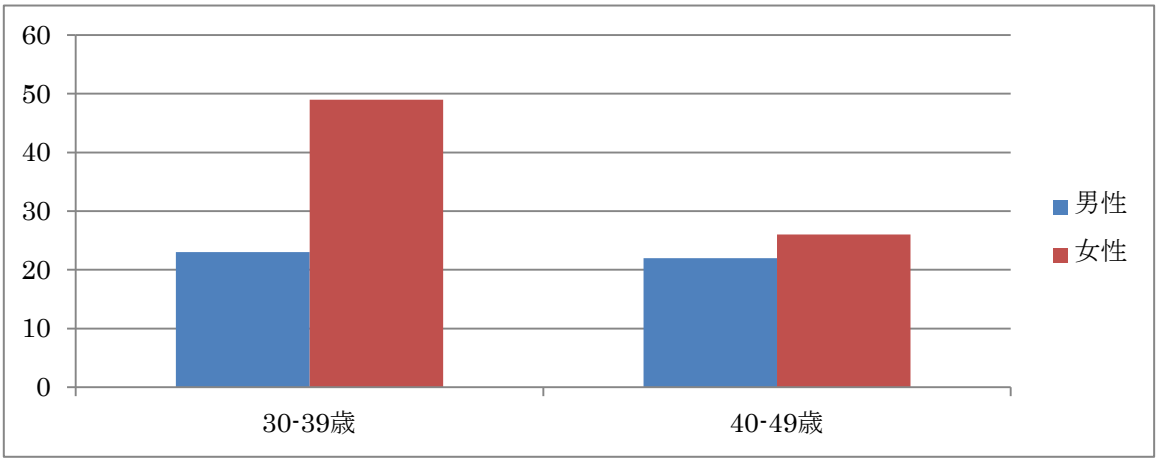


・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の購買意向

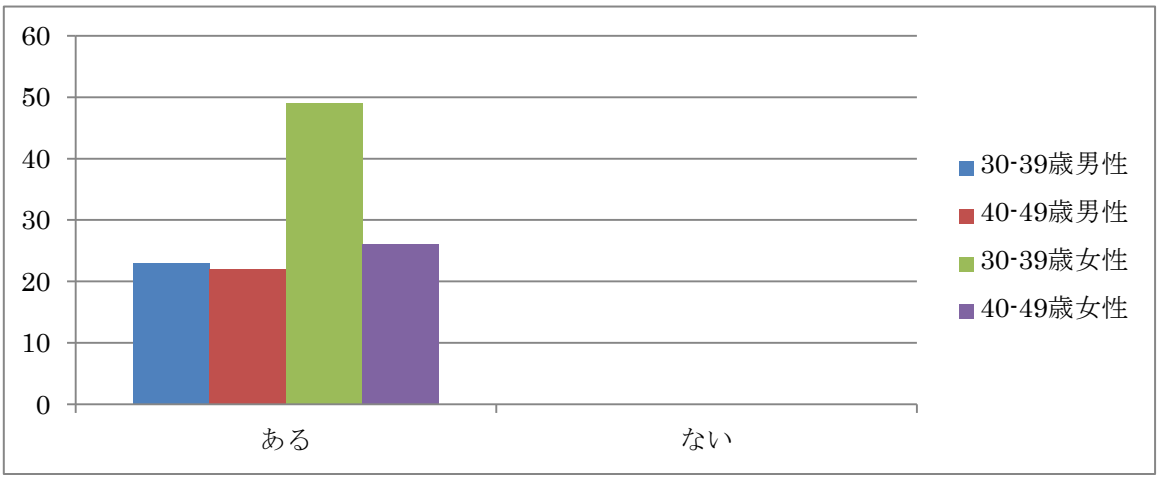


(b) 森のスコーラ

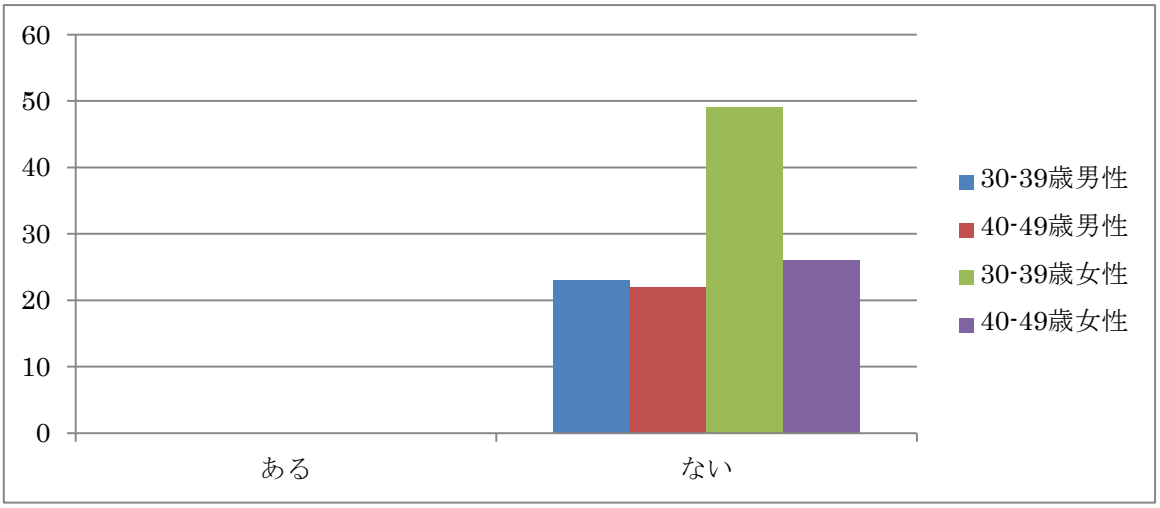
・回答者の年齢と性別



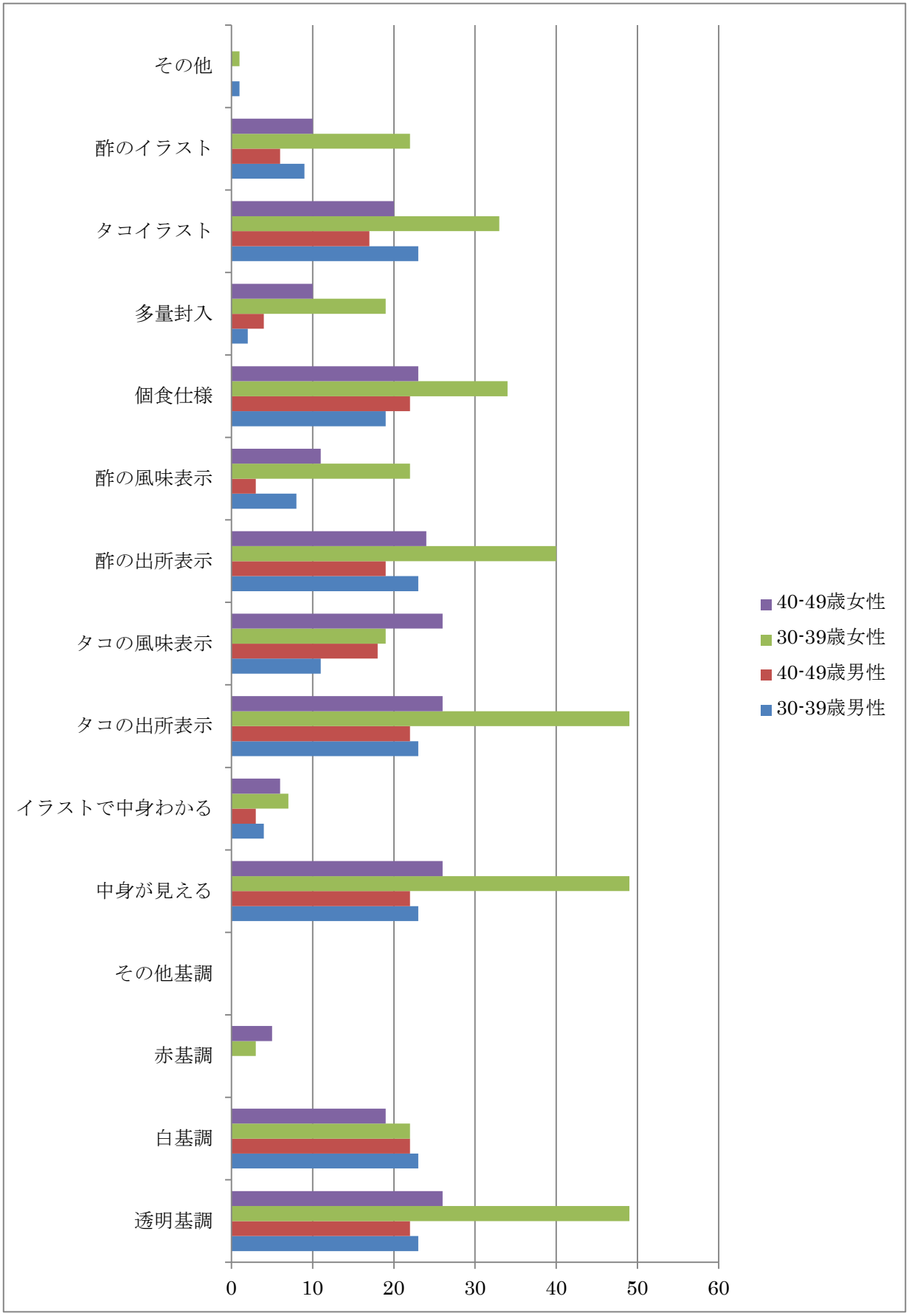
・タコ酢の食経験

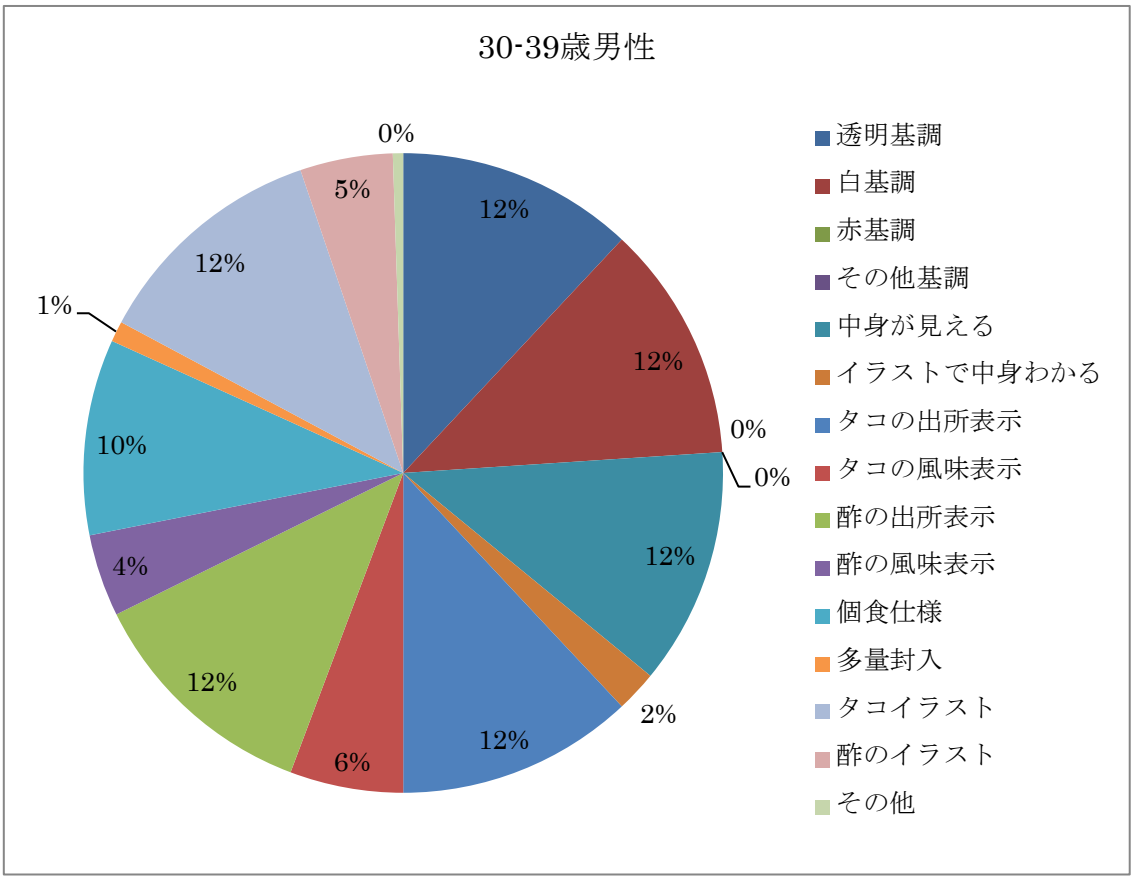


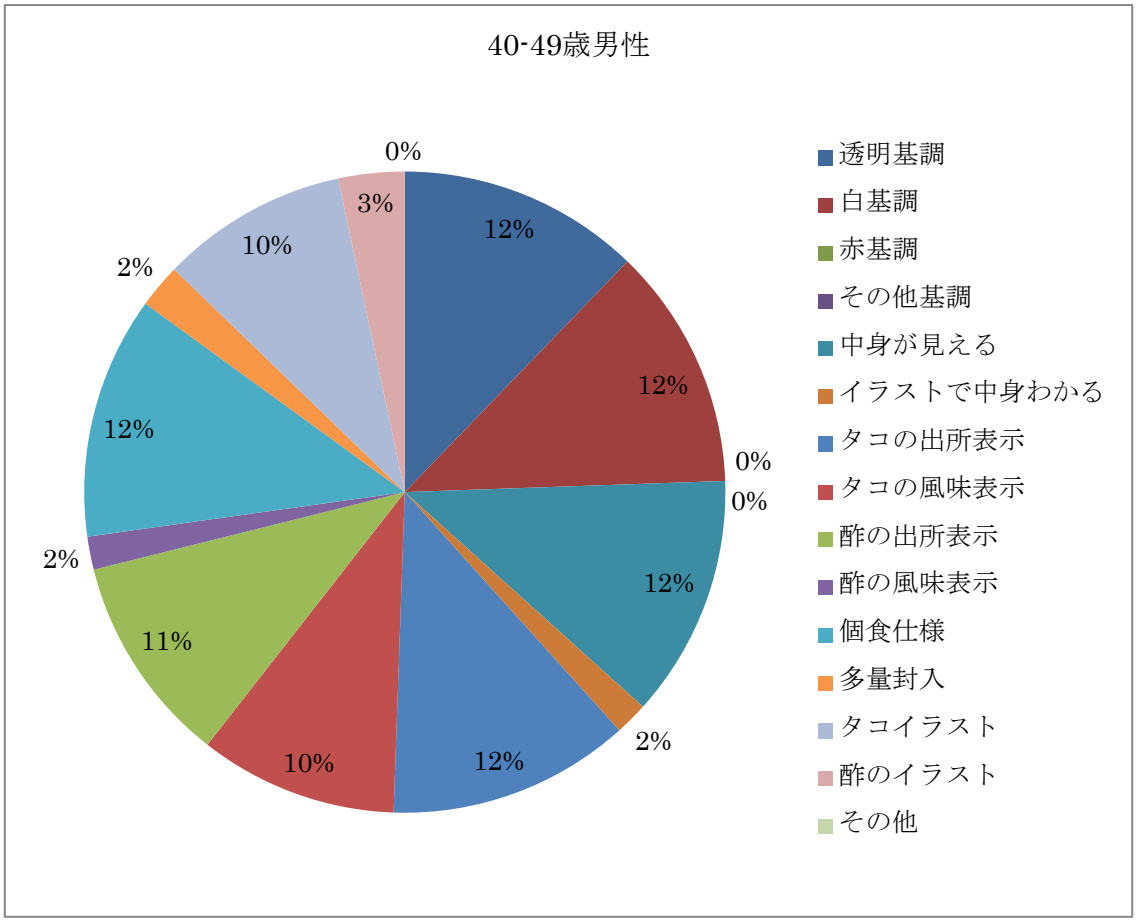
・柚子タコ酢の食経験

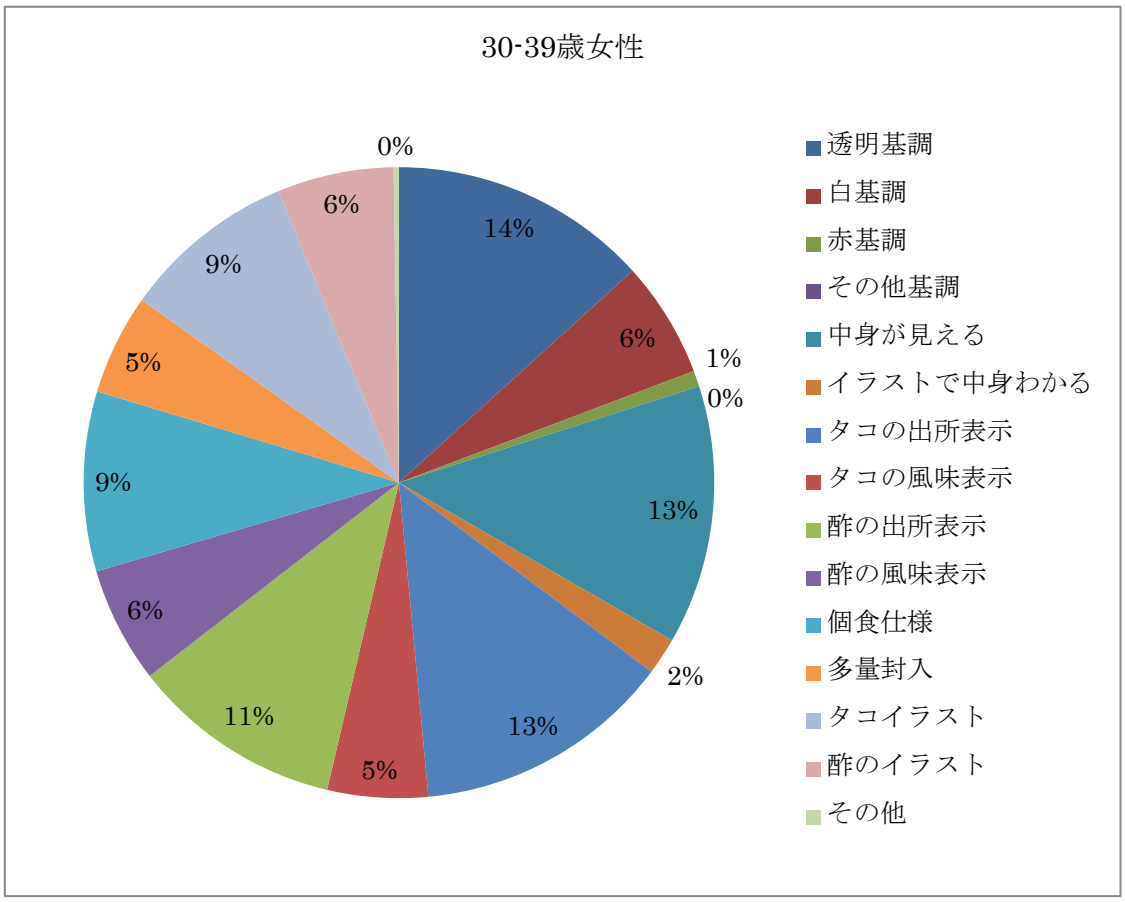


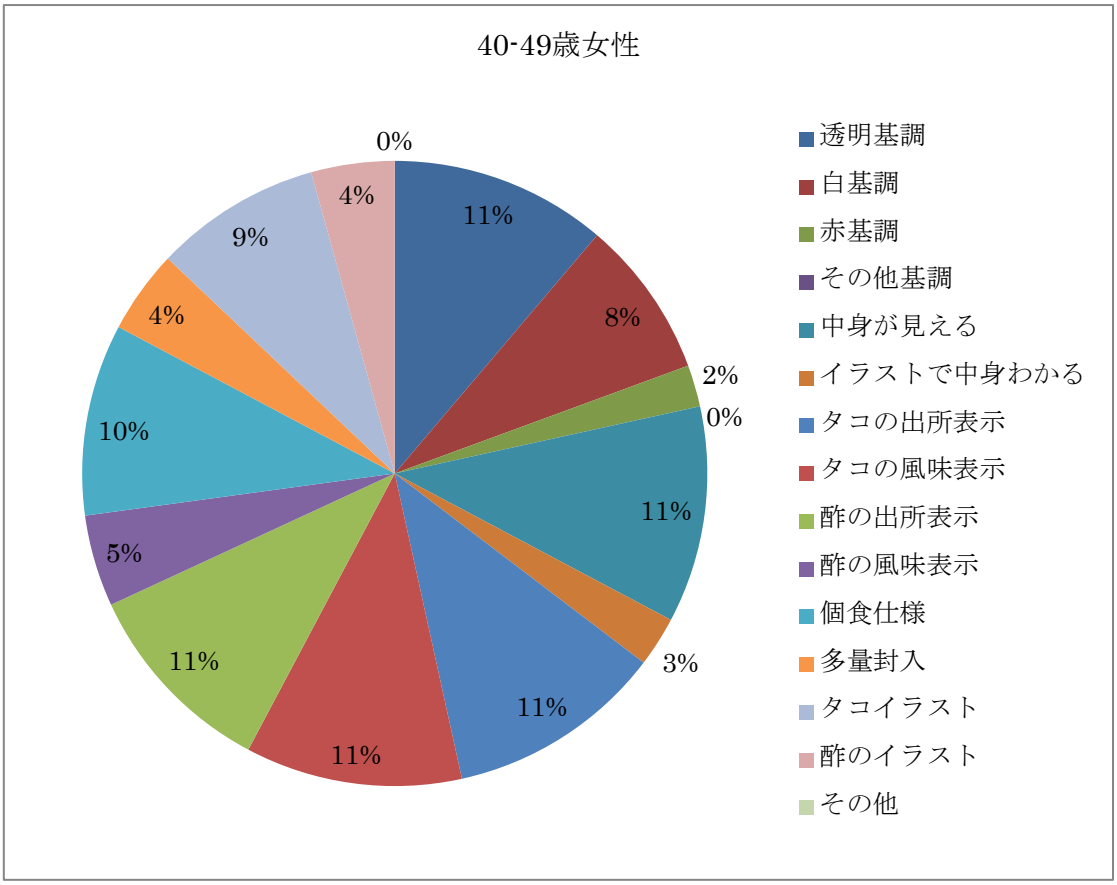
・タコ酢のパッケージ選好



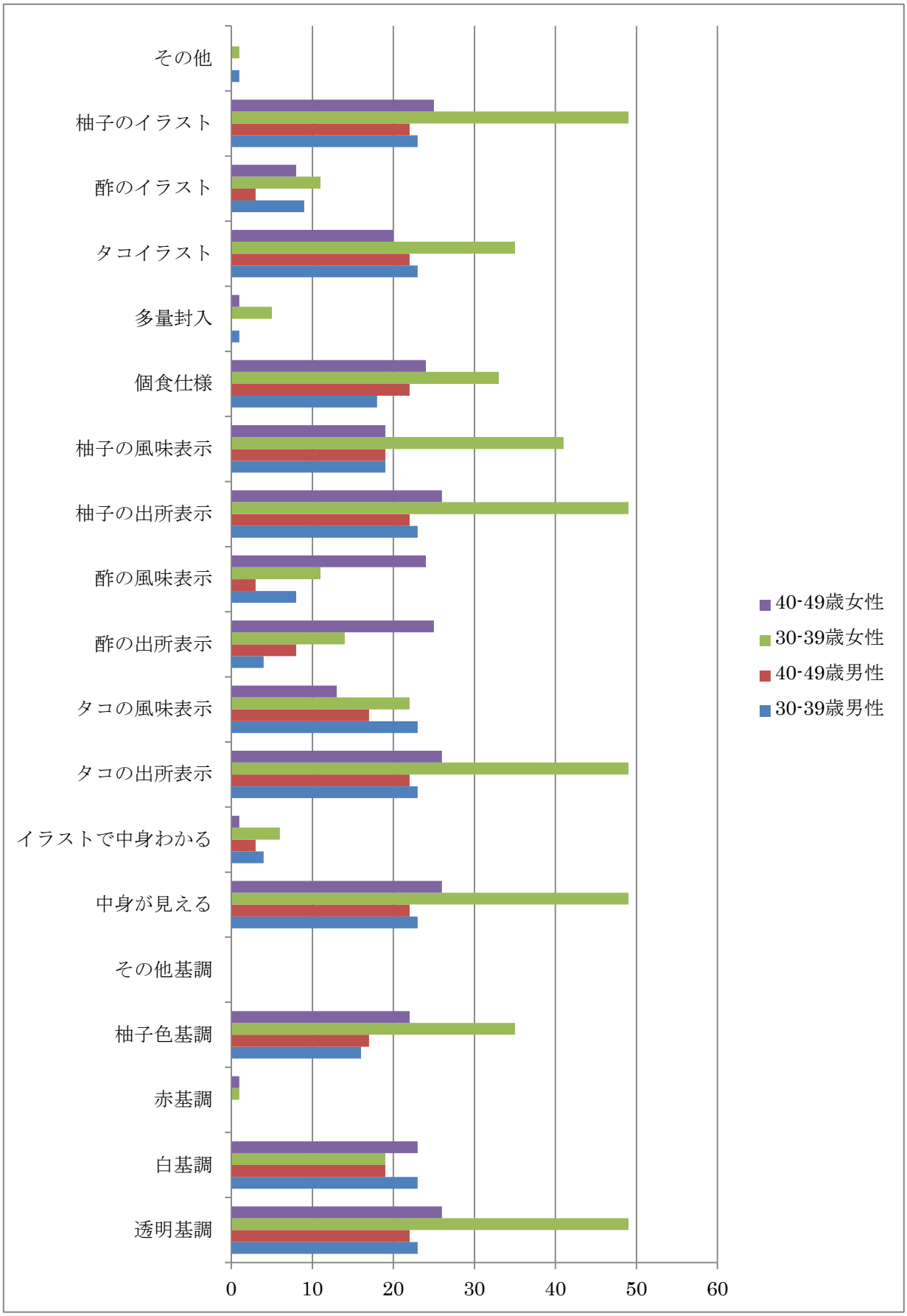

30-39歳男性
0%
5%
12%
12%
12%
1%
0%
0%
10%
12%
4%
2%
12%
12%
6%
透明基調
白基調
赤基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
その他

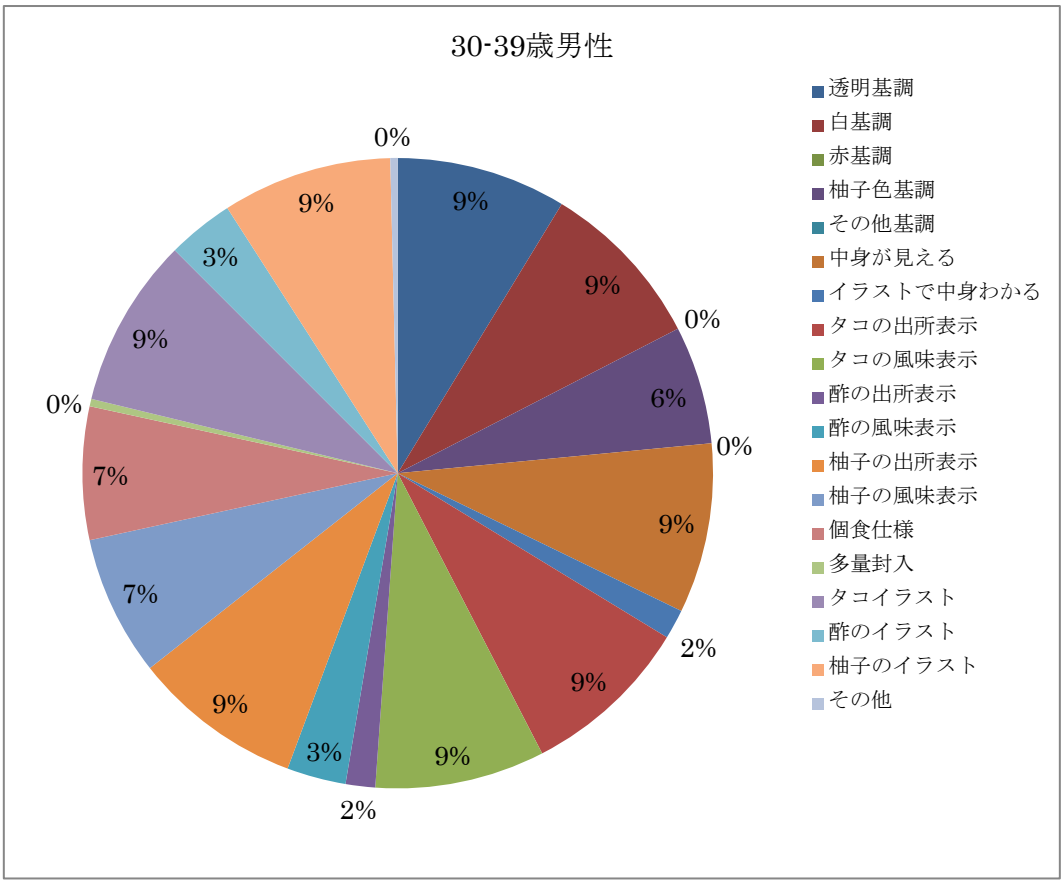

40-49歳男性
0%
3%
12%
10%
2%
12%
12%
0%
0%
2%
12%
11%
2%
10%
12%
透明基調
白基調
赤基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
その他

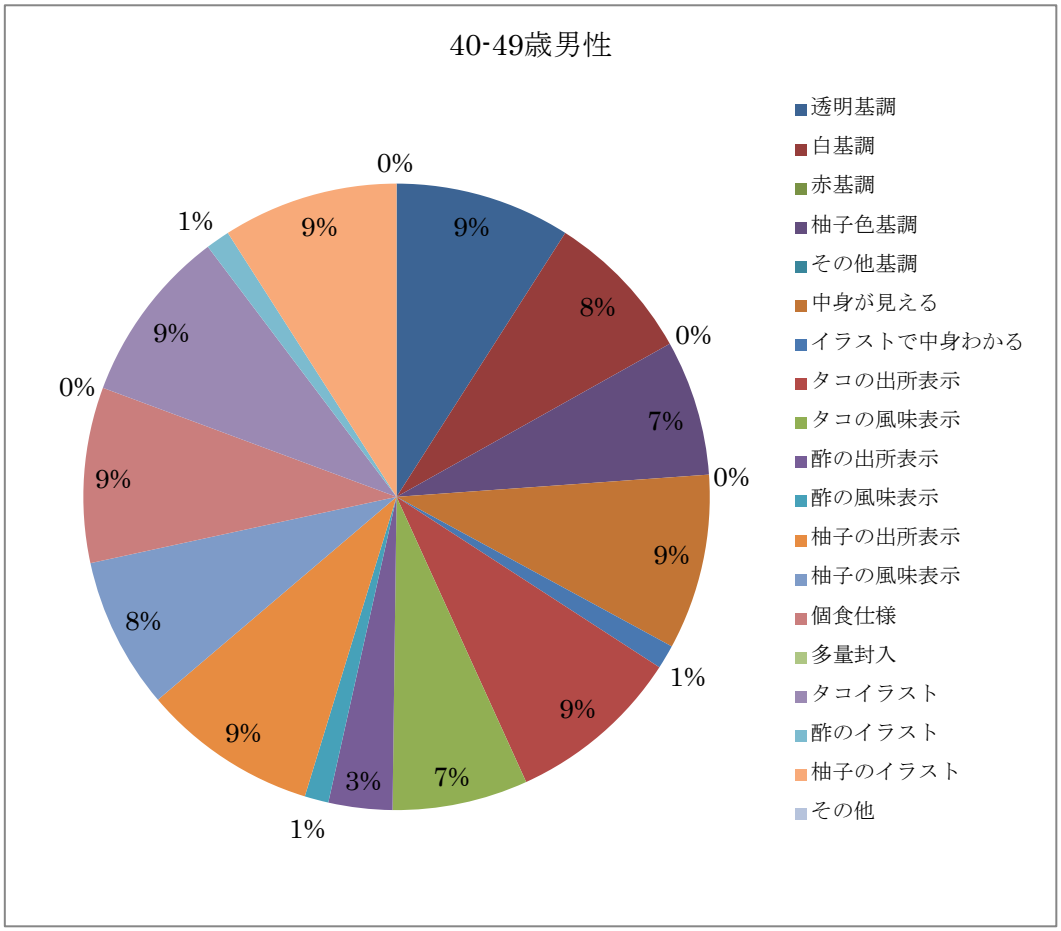

30-39歳女性
0%
14%
6%
1%
0%
13%
2%
13%
5%
11%
6%
9%
5%
9%
6%
透明基調
白基調
赤基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
その他

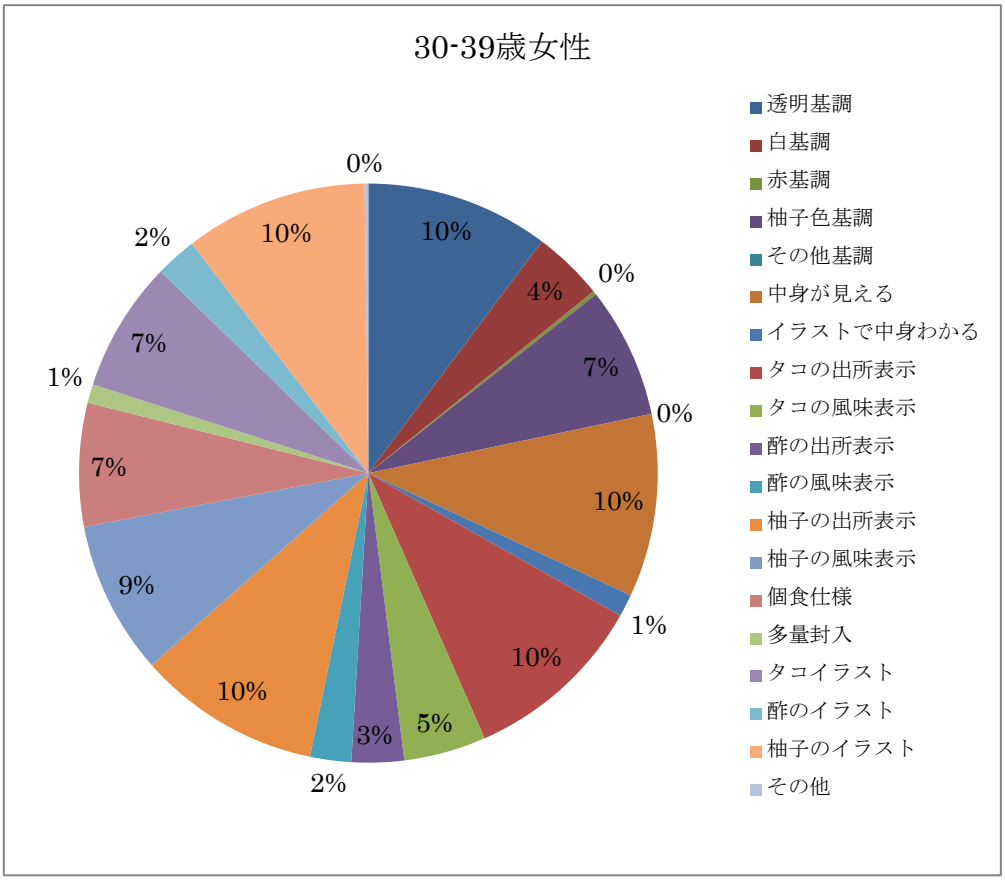

40-49歳女性
0%
11%
8%
2%
0%
11%
3%
11%
11%
11%
5%
10%
4%
9%
4%
透明基調
白基調
赤基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
その他

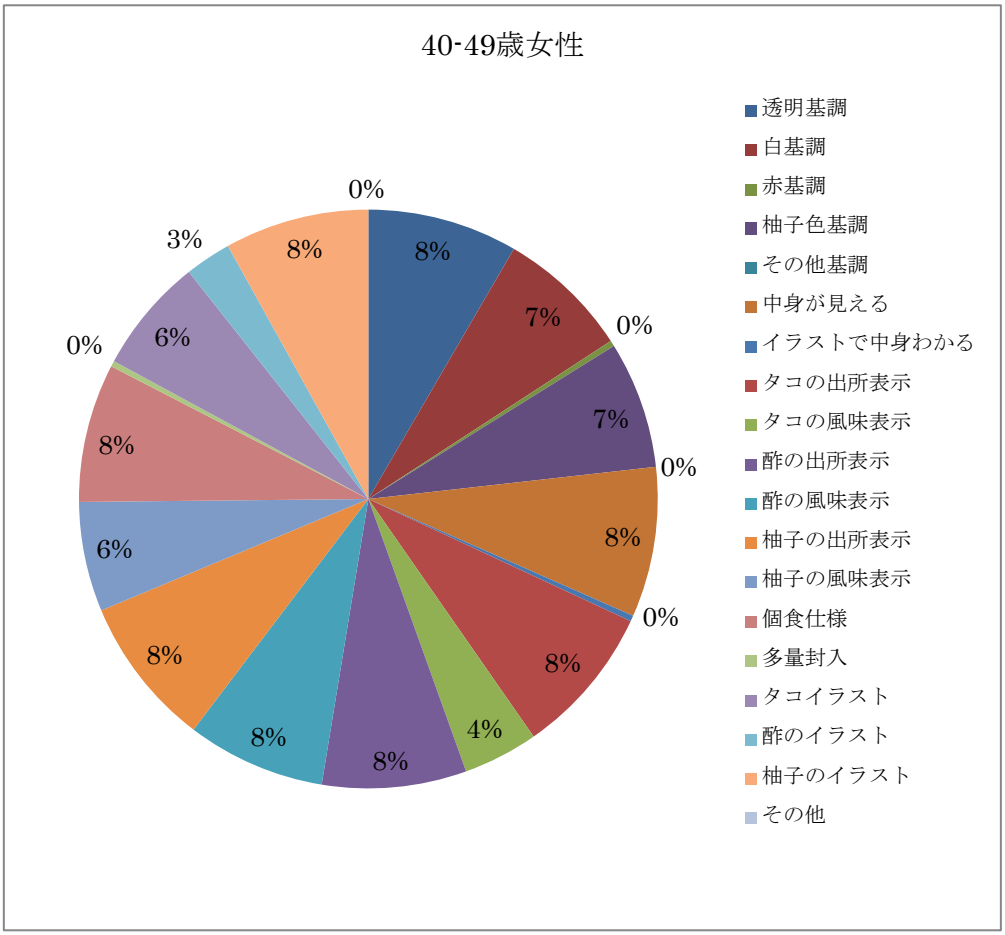
・柚子タコ酢のパッケージ選好



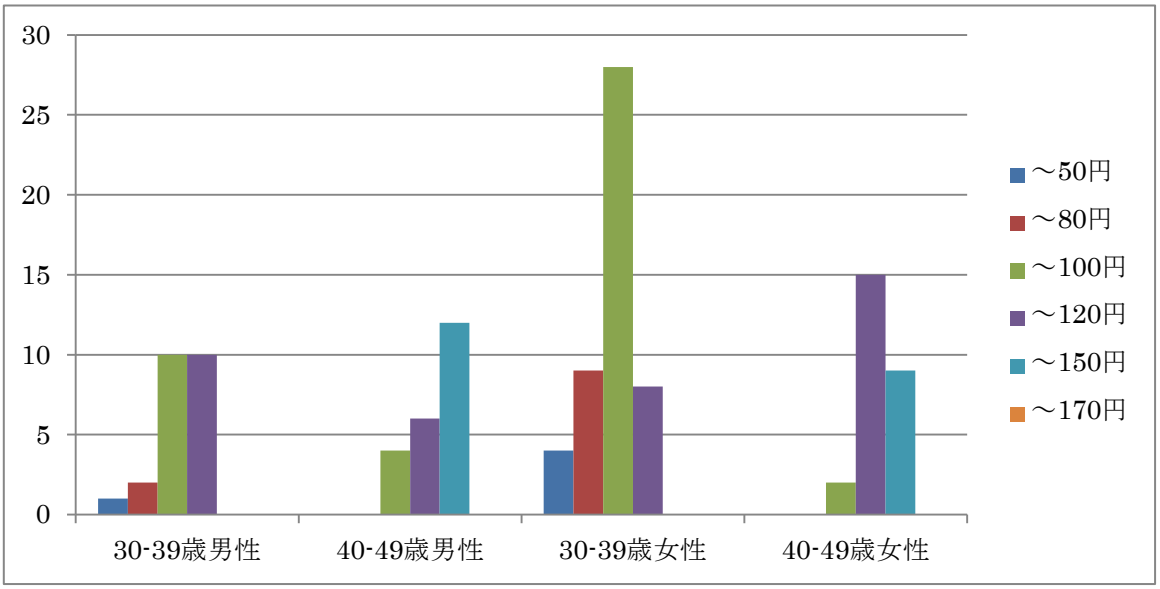

30-39歳男性
0%
9%
9%
9%
0%
6%
0%
9%
2%
9%
9%
3%
2%
9%
7%
7%
0%
9%
3%
透明基調
白基調
赤基調
柚子色基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
柚子の出所表示
柚子の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
柚子のイラスト
その他


40-49歳男性
0%
9%
9%
8%
0%
7%
0%
9%
1%
9%
7%
3%
1%
9%
9%
8%
0%
9%
1%
透明基調
白基調
赤基調
柚子色基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
柚子の出所表示
柚子の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
柚子のイラスト
その他

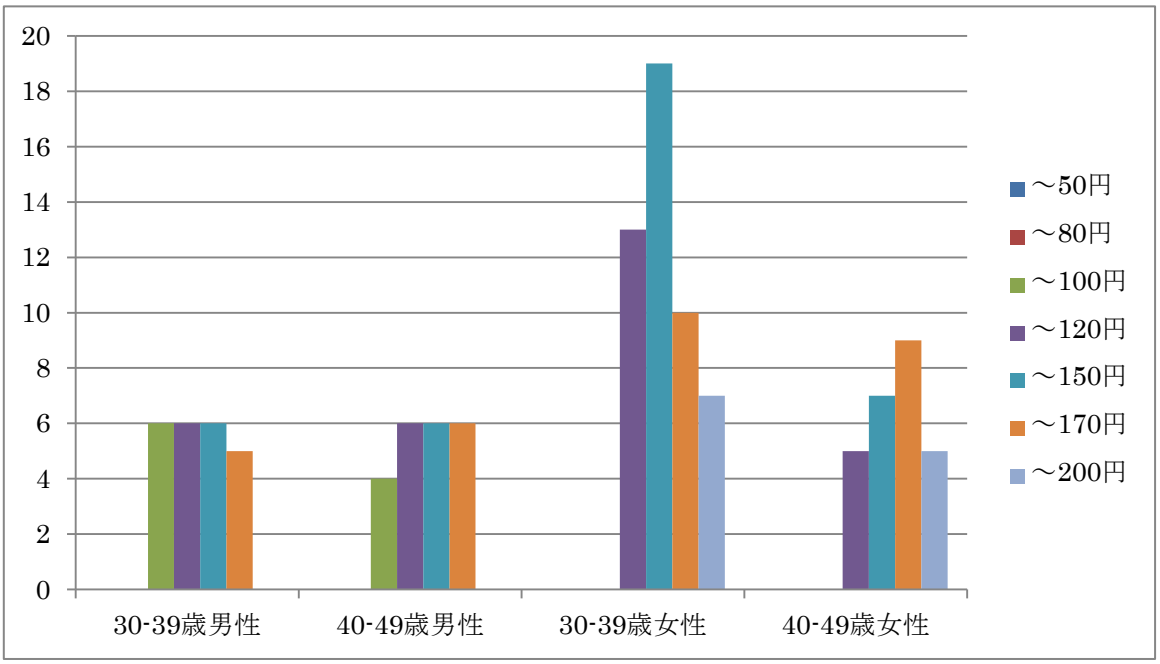

30-39歳女性
10%
4%
0%
7%
0%
10%
1%
10%
5%
3%
2%
10%
9%
7%
1%
7%
2%
10%
0%
透明基調
白基調
赤基調
柚子色基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
柚子の出所表示
柚子の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
柚子のイラスト
その他


40-49歳女性
8%
7%
0%
7%
0%
8%
0%
8%
4%
8%
8%
8%
6%
8%
0%
6%
3%
8%
0%
透明基調
白基調
赤基調
柚子色基調
その他基調
中身が見える
イラストで中身わかる
タコの出所表示
タコの風味表示
酢の出所表示
酢の風味表示
柚子の出所表示
柚子の風味表示
個食仕様
多量封入
タコイラスト
酢のイラスト
柚子のイラスト
その他

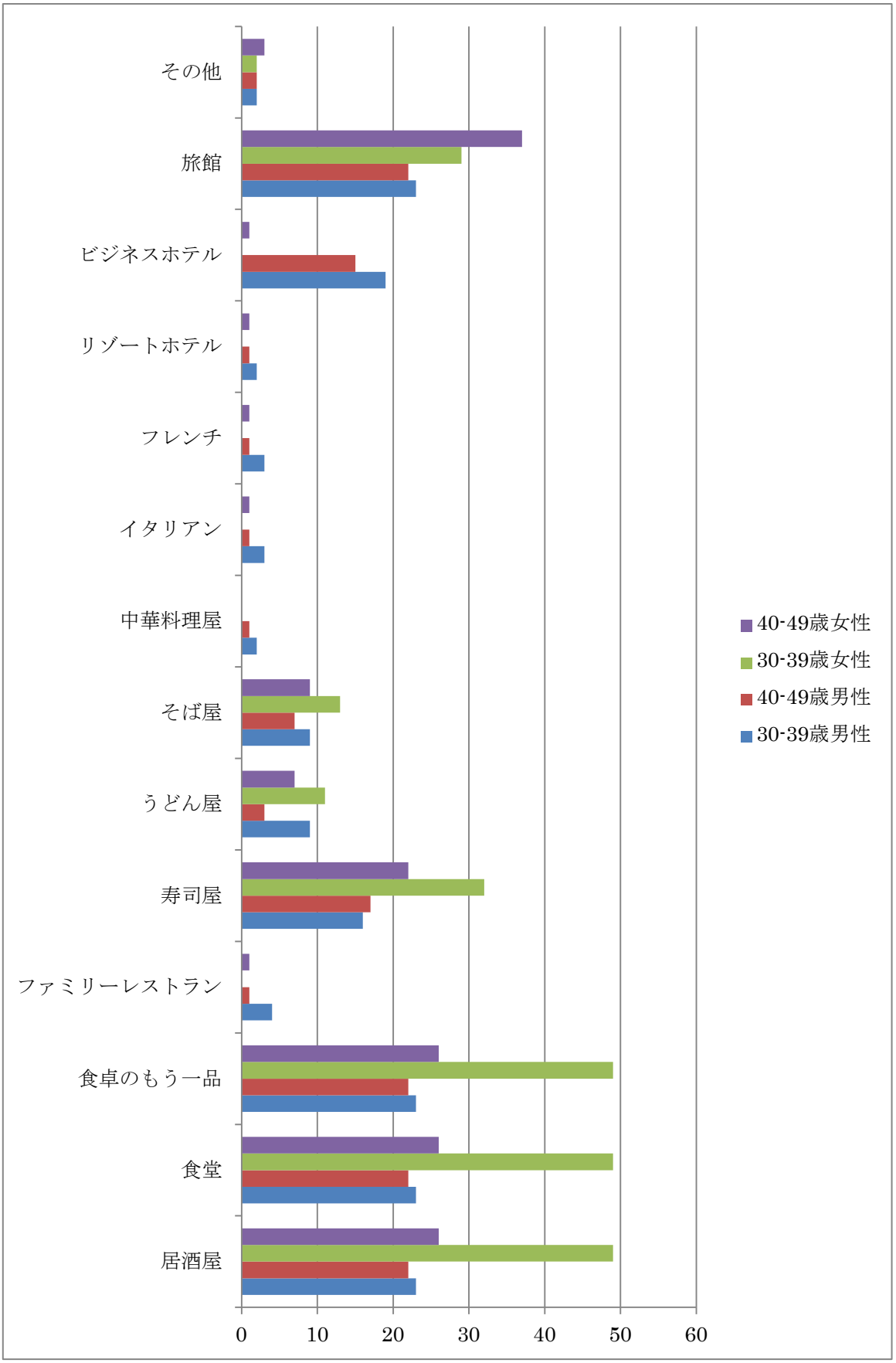
・タコ酢１食（1 人分）あたりの購入可能金額



・柚子タコ酢１食（1 人分）あたりの購入可能額



・タコ酢または柚子タコ酢を食べるシーン（食経験がある方のイメージするシーン）

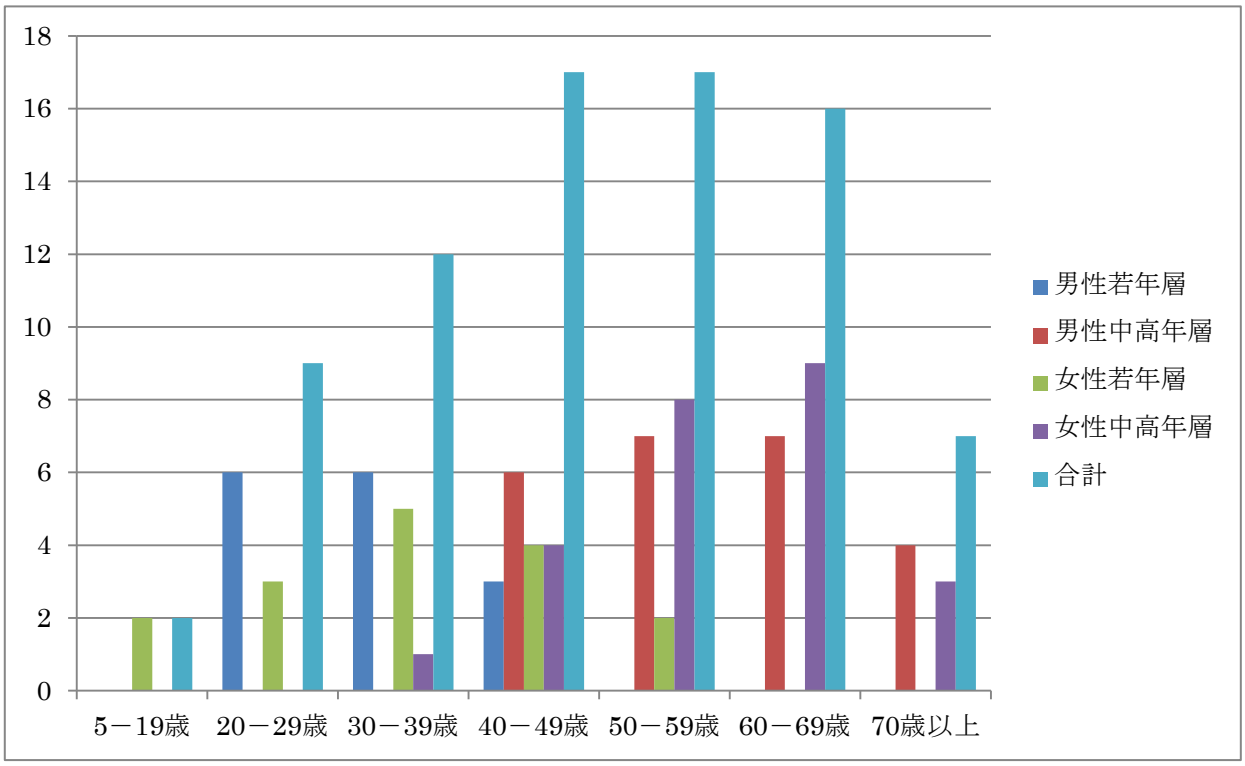


（c）藤野柚子試食＆体験会

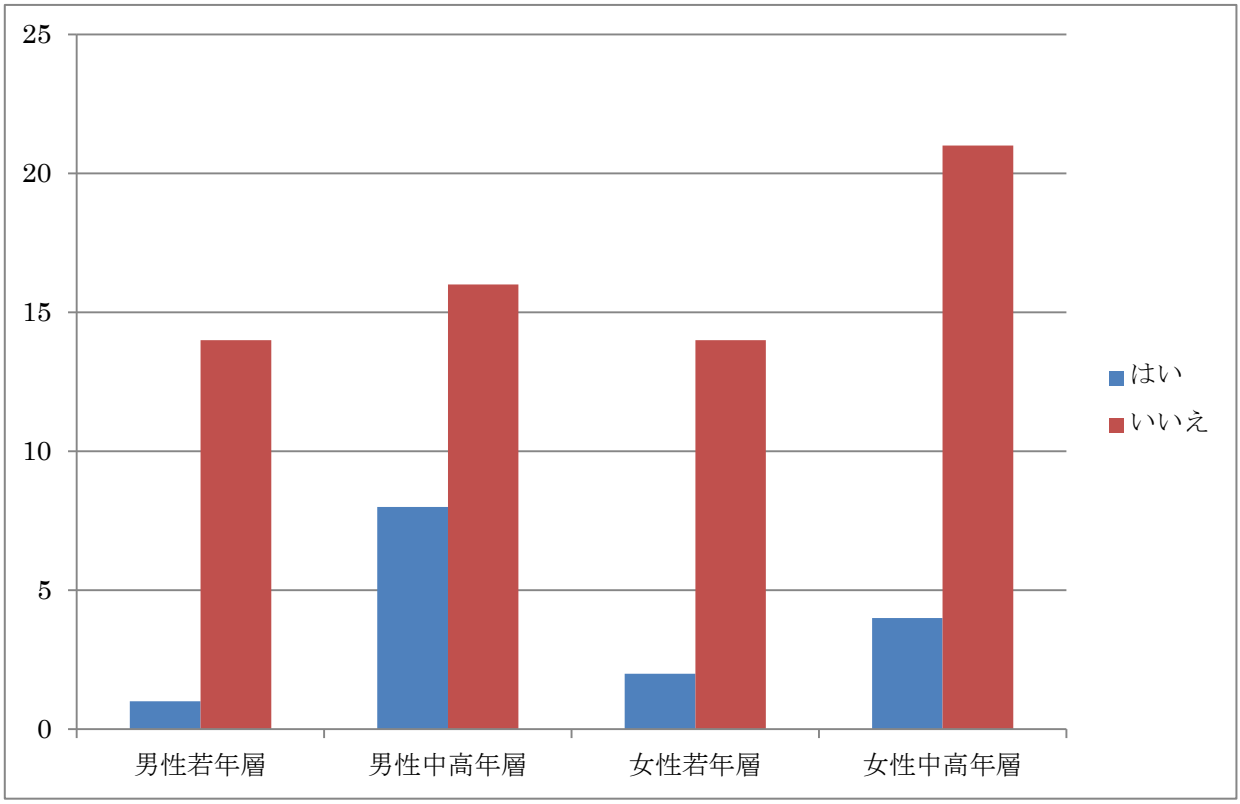
・回答者のお住まいの地域

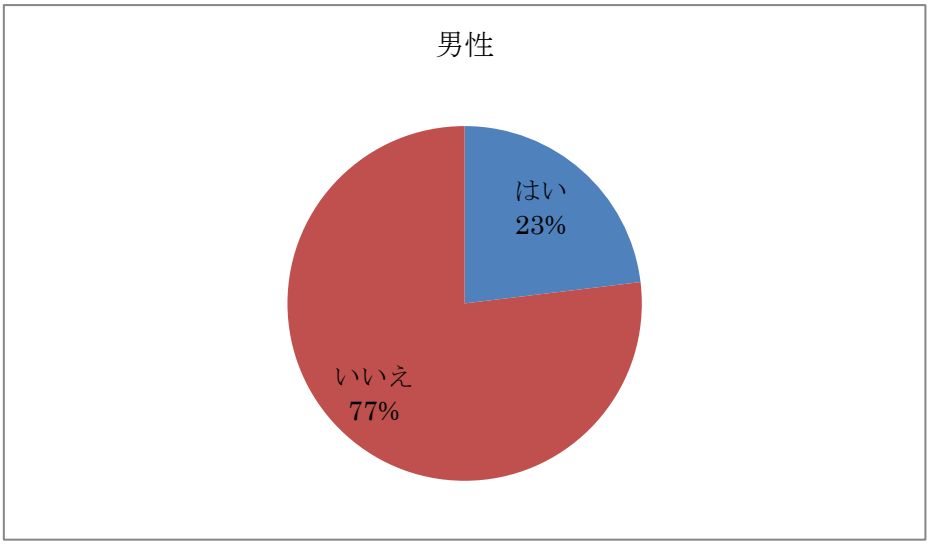
	男性	女性
神奈川県大和市	1	0
神奈川県相模原市緑区	6	13
神奈川県南区	1	0
神奈川県川崎市	2	1
神奈川県鎌倉市	1	1
神奈川県藤沢市	1	1
神奈川県横浜市	4	1
千葉県浦安市	1	1
千葉県船橋市	1	1
千葉県千葉市	0	1
東京都町田市	1	1
東京都 23 区	9	10
東京都八王子市	2	3
東京都日野市	2	2
東京都武蔵野市	1	1
東京都小金井市	1	2
埼玉県鴻巣市	1	0
埼玉県川口市	1	0
埼玉県春日部市	0	1
埼玉県さいたま市	1	1
山梨県甲府市	1	0
岡山県倉敷市	1	0

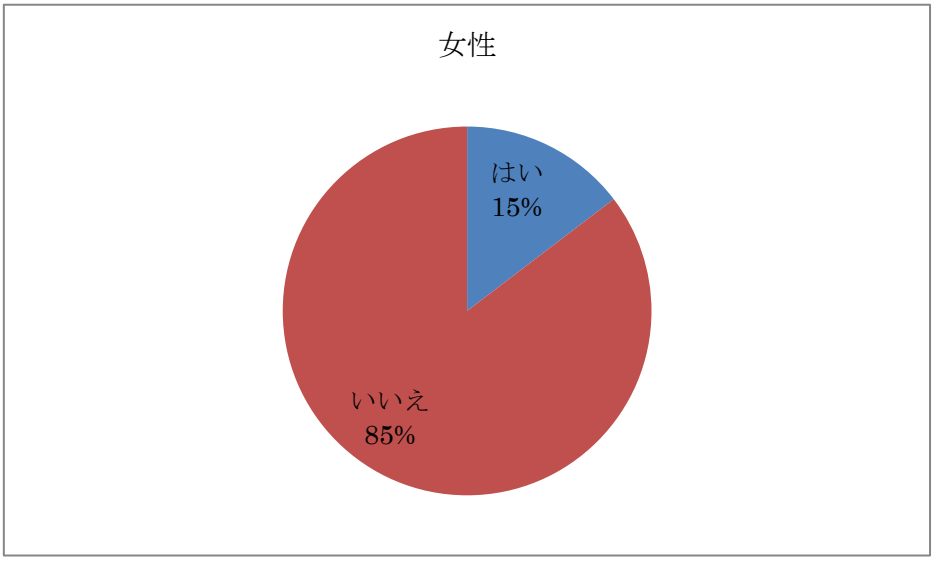
・回答者の年齢と性別

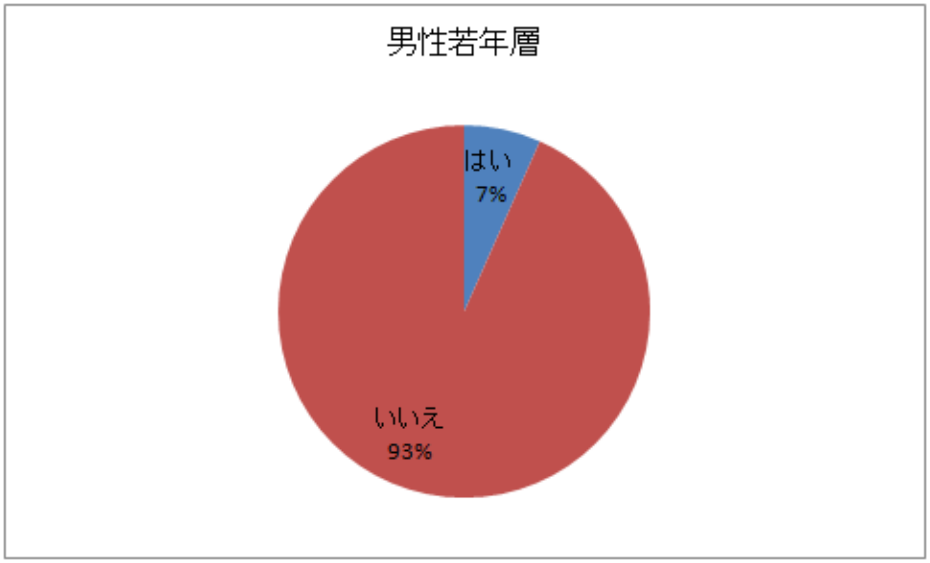


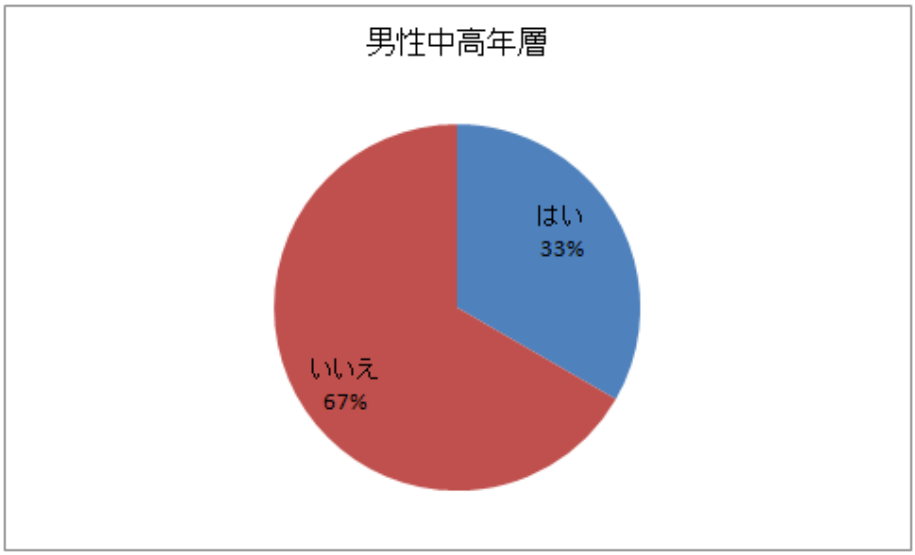
・逗子市小坪漁港でタコが水揚げされることの認知（はい：知っている　いいえ：知らない）

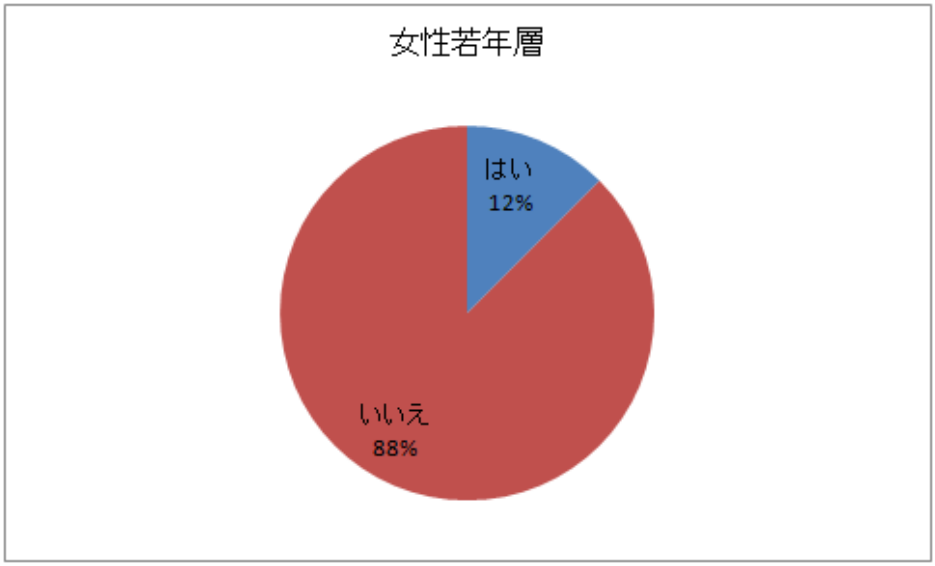


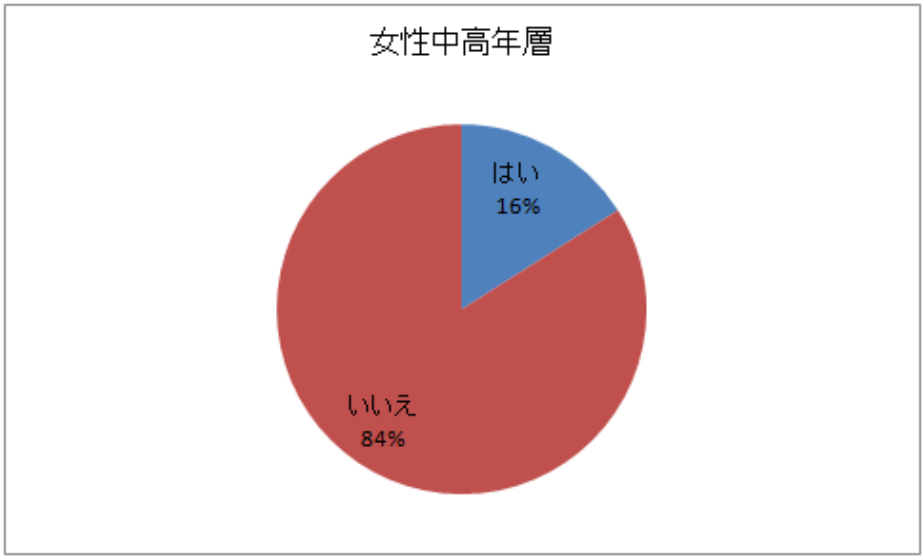

男性
はい
23%
いいえ
77%


女性
はい
15%
いいえ
85%

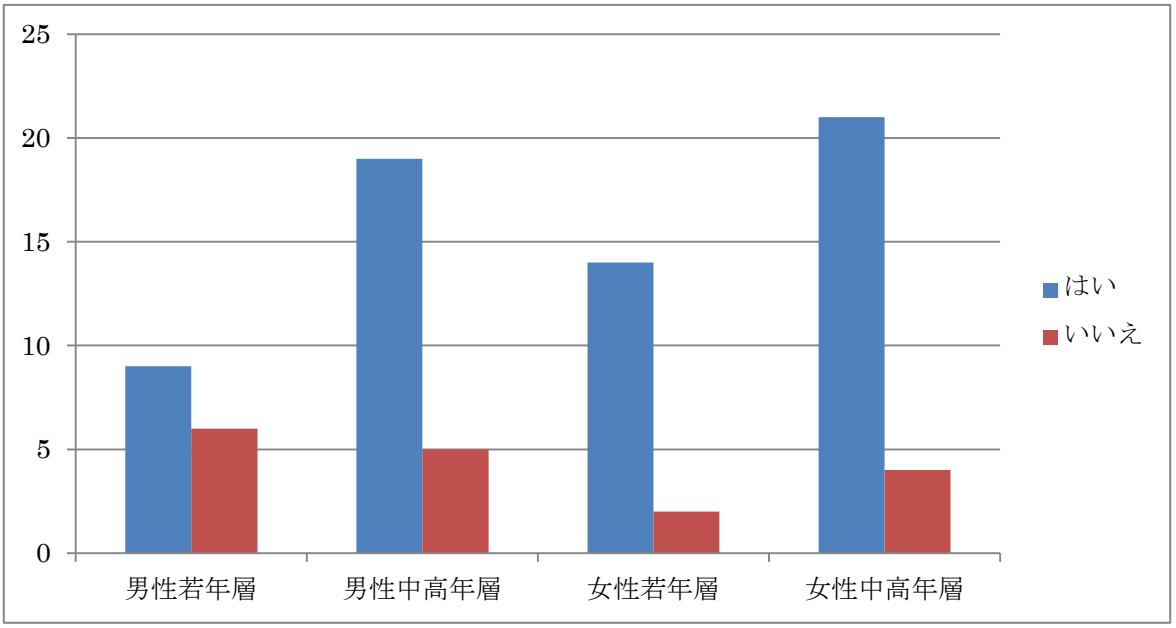

男性若年層
はい
7%
いいえ
93%

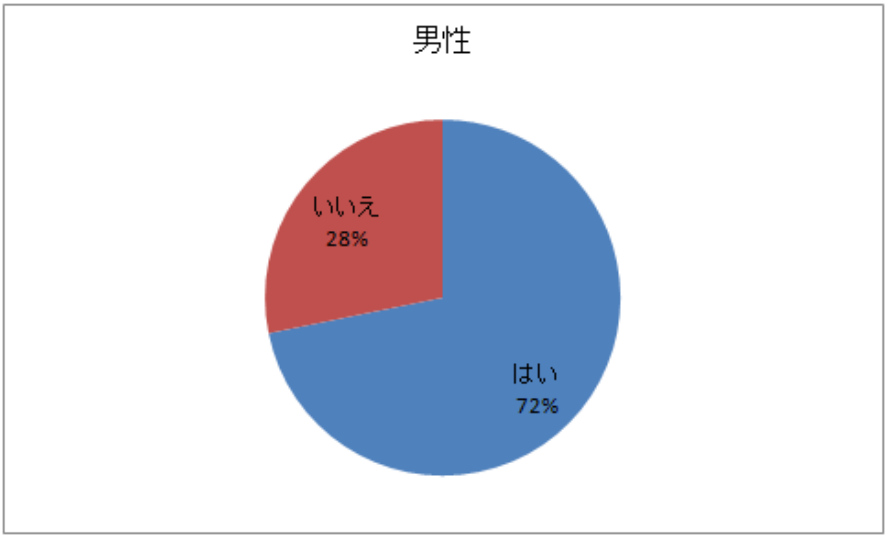

男性中高年層
はい
33%
いいえ
67%

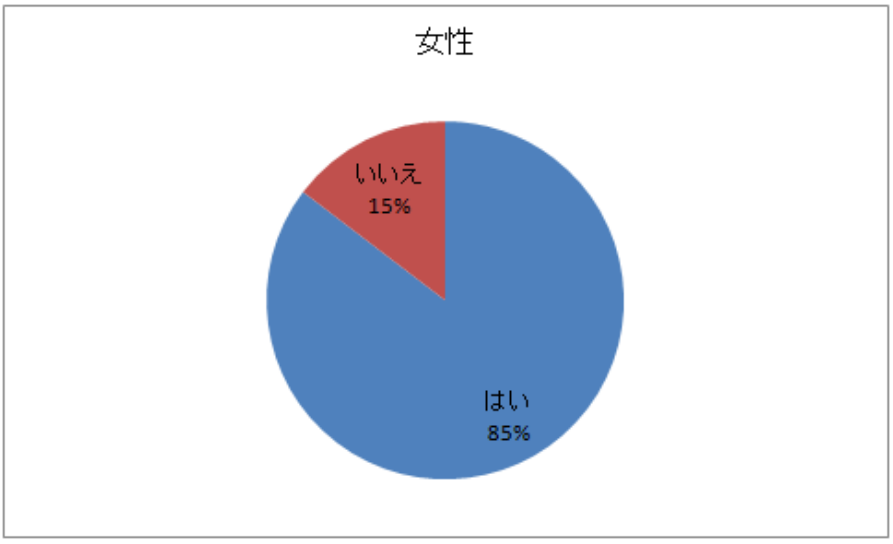

女性若年層
はい
12%
いいえ
88%

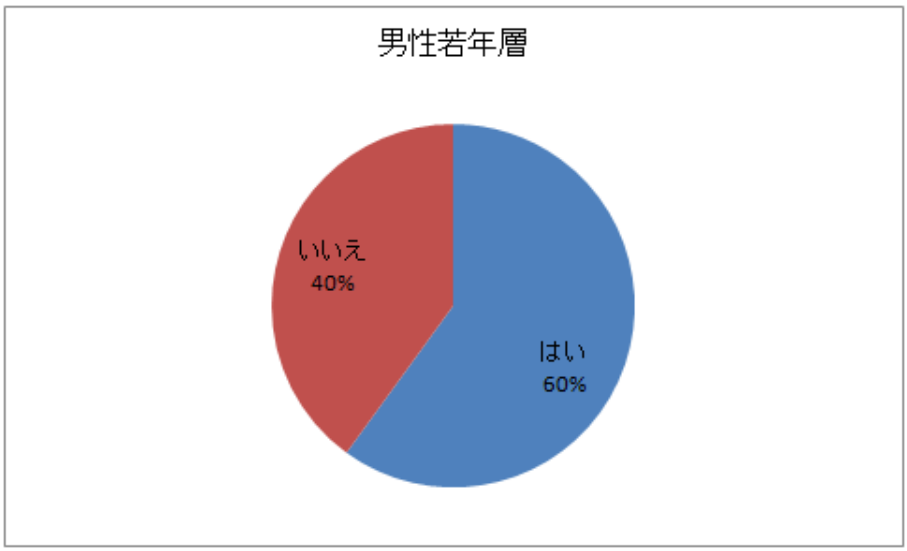

女性中高年層
はい
16%
いいえ
84%

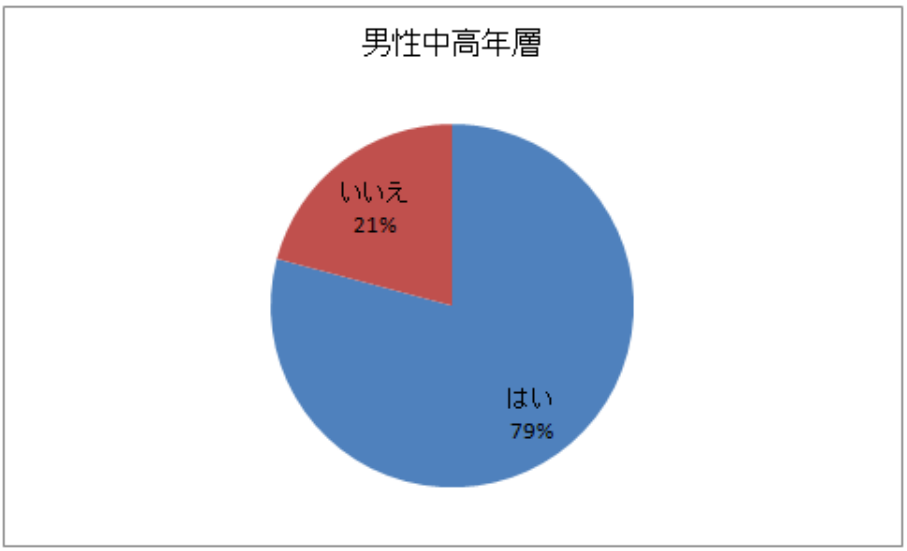
・相模原市（旧）藤野町が柚子の生産地であることの認知（はい：知っている　いいえ：知らない）

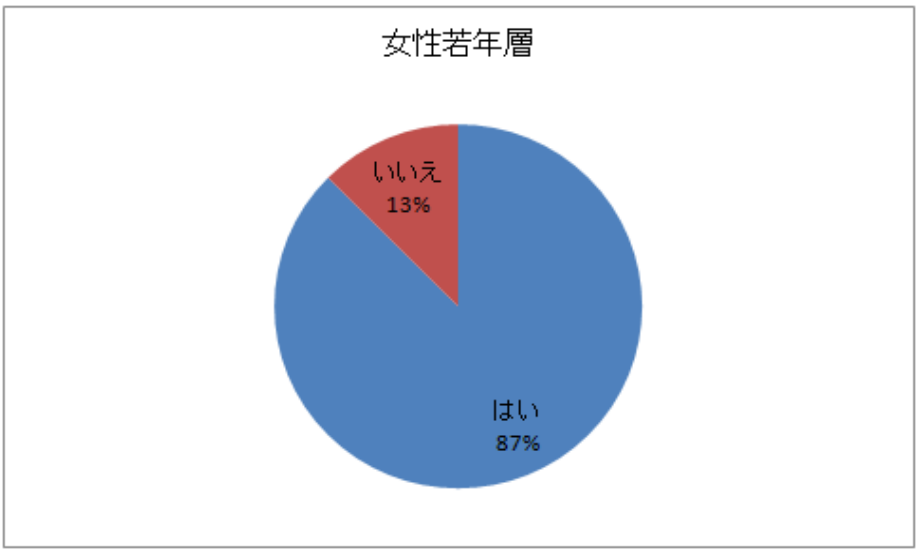


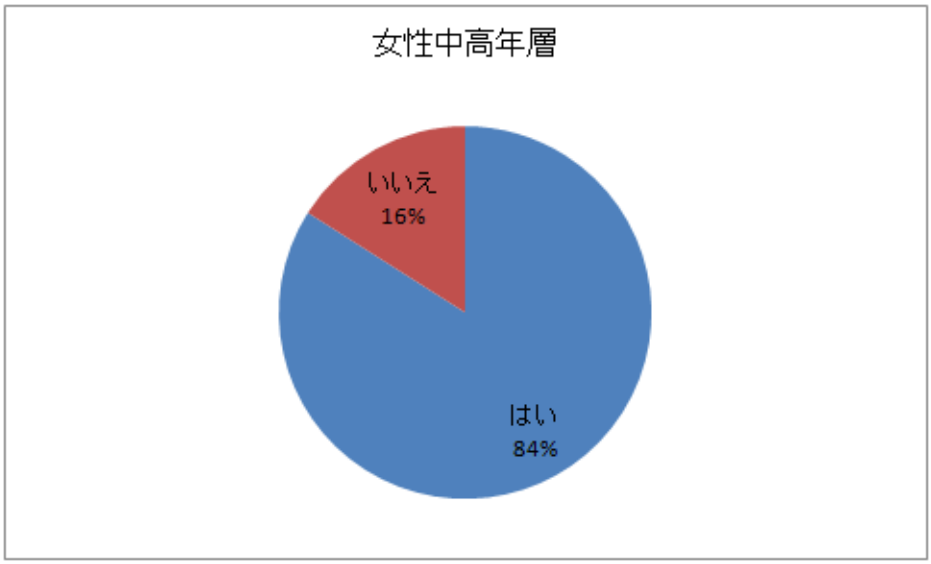




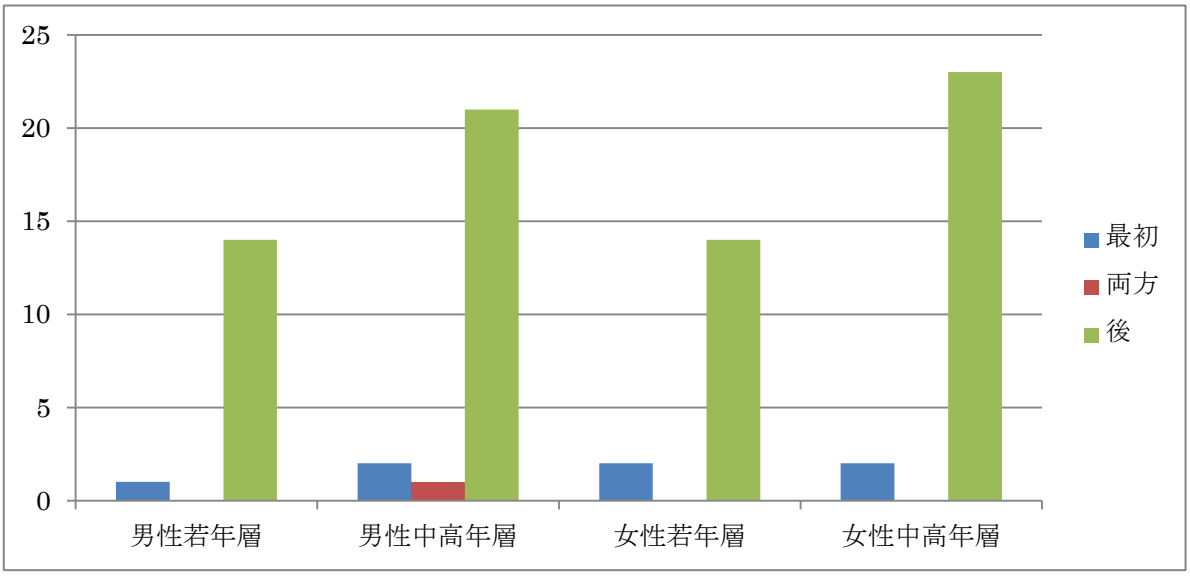

男性若年層
いいえ
40%
はい
60%


男性中高年層
いいえ
21%
はい
79%

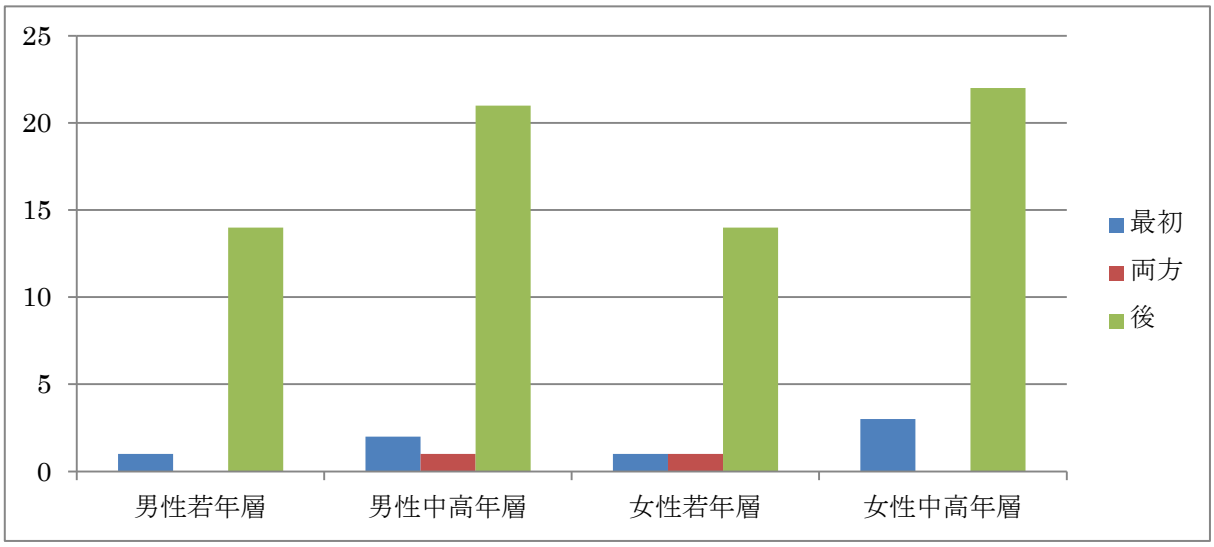

女性若年層
いいえ
13%
はい
87%



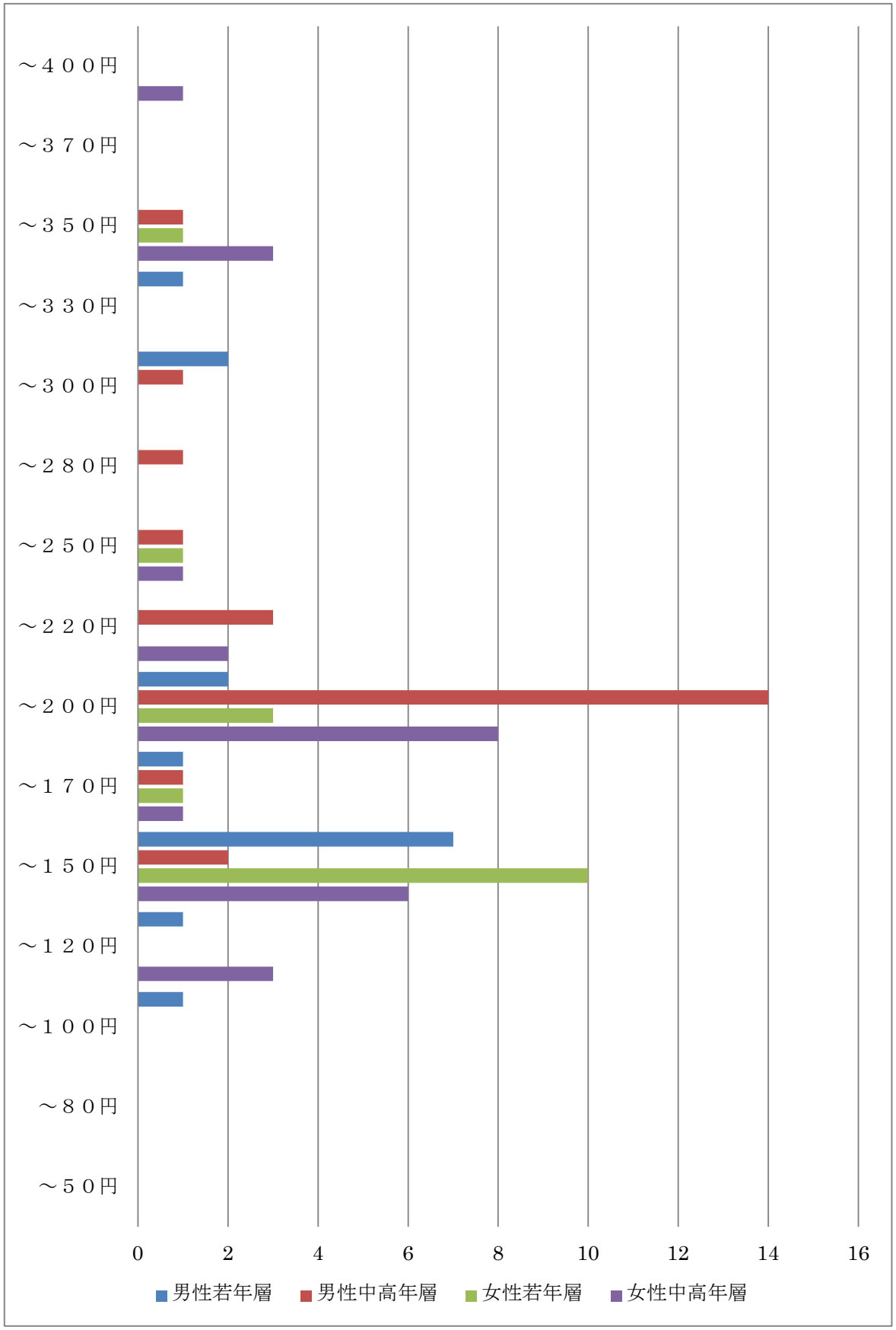
・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の選好



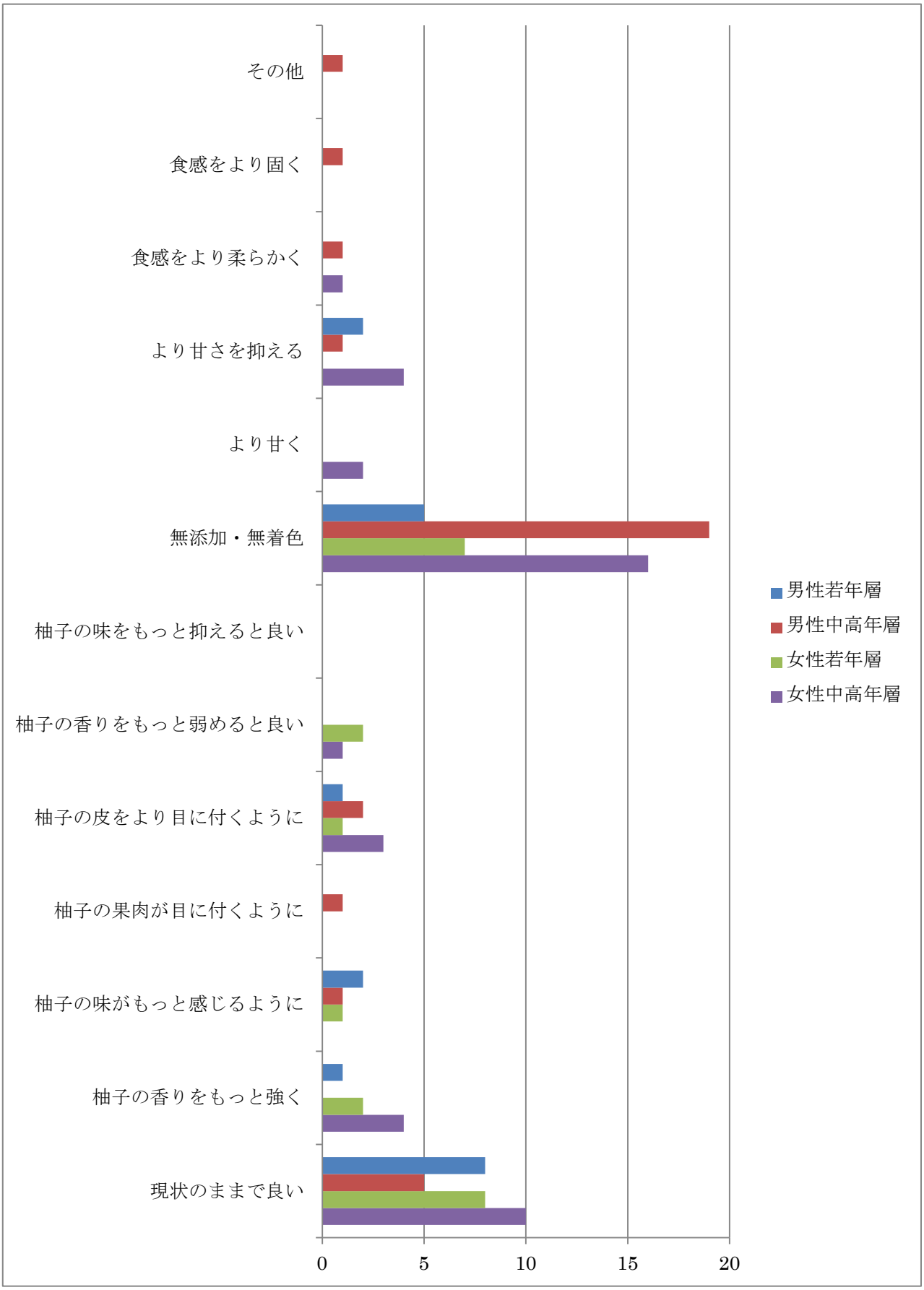
・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の購買意向



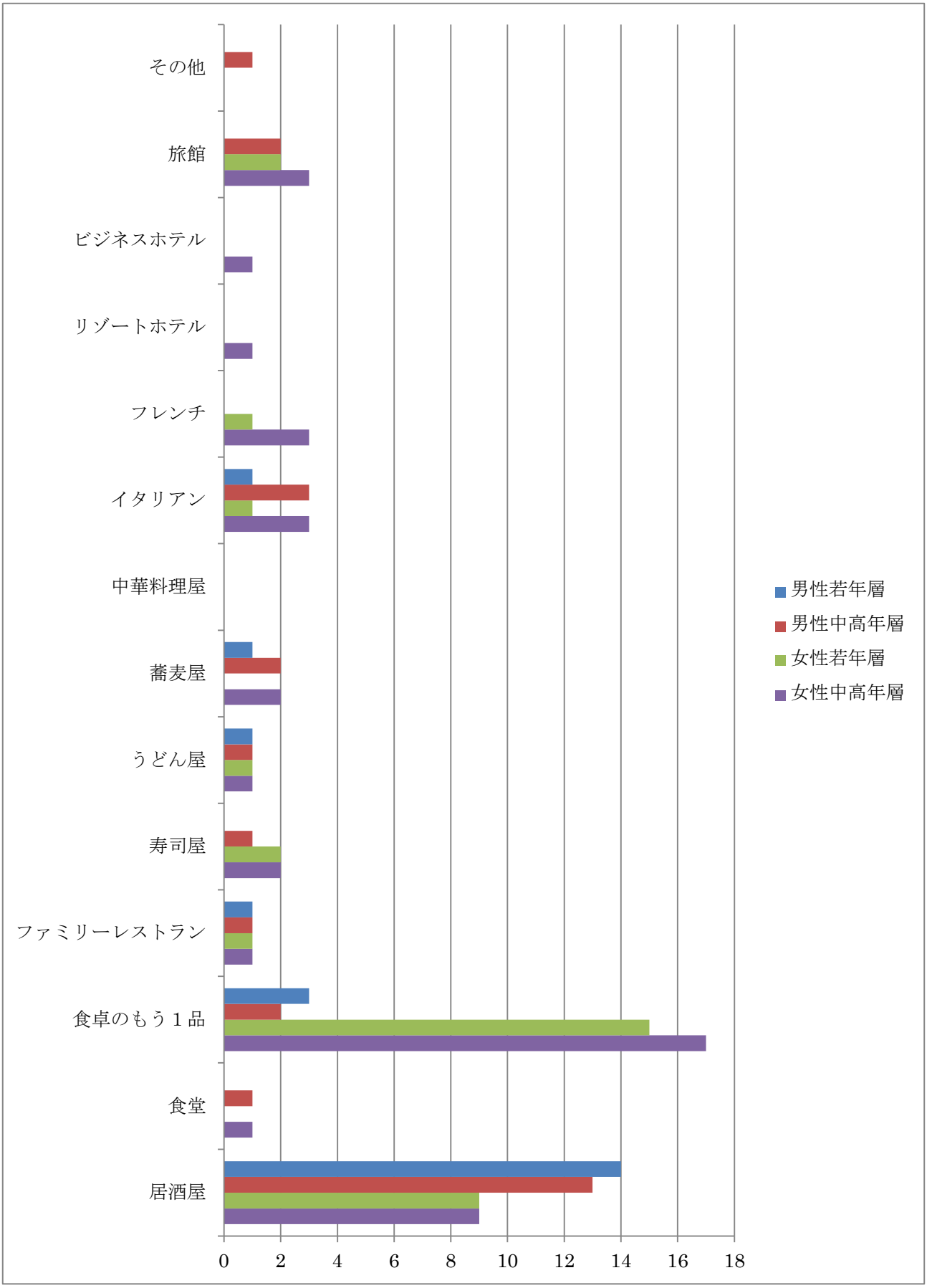
・１食あたりの購入可能な金額



・柚子タコ酢をより良くするために望むこと（期待すること）（複数回答）



・柚子タコ酢を食べるシーンとして想起しやすい場所



６．アンケート（調査）の結果の考察

(a) 逗子市民まつり

・回答者のお住まいの地域と年齢

アンケート（調査）実施会場は逗子市民に馴染み深い逗子市民まつりの会場のため、来場者の特性がそのまま表れ、逗子市を中心に近隣の市町村が主たる回答者であった。

また、逗子市民まつりの来場者年齢層は、中高年層が主であり、その特性がそのまま表れ、回答者の年齢も中高年層の回答数が多かった。

・逗子市小坪漁港でタコが水揚げされることの認知

回答の集計並びに会場での調査実施時の会話において、逗子市民には、小坪漁港でタコが水揚げされていることの認知は高かった。

しかしながら、逗子外の近隣市町村からの来場者は、小坪漁港の存在は知ってるものの、水揚げされている内容まで知る人は少ない印象であった。

性別毎の認知度においては、男性に比べ女性の方が、タコの水揚げの存在を知る割合は低かった。これは、日常の買い物で男性よりも女性の方が、タコに触れる機会が多く、その印象が影響し、「タコと言えば・・〇〇産」というような会話を調査時に持ち掛けられることが多かったことから、そのイメージで回答されている様子であった。つまり、小坪漁港で水揚げされているタコの存在の有無に関わらず、日常の購買行動の印象が、回答に優先的に（色濃く）反映されたと考えられる。

・相模原市 旧）藤野町が柚子の生産地であることの認知

逗子市民の多くの頭には「柚子＝高知県馬路村」という印象が強いことが、当日の調査時の会話の中から理解した。一方、神奈川県でも有数の旧）藤野町の柚子を知っている方は、回答者の 2 割超程度であり、まだまだ知らない方が多い。

しかしながら、知っていると回答する 2 割超の方は、藤野柚子の食体験が複数回あり、さらには、藤野柚子を使った加工食品（ポン酢や柚子胡椒）についても食体験があることから、単なる認知に留まらず「愛用に向かっている」と判断しても良いほどの入れ込みようであった。

結果、今回の藤野柚子とのコラボの商品化は、認知度の相互補完が期待できることがわかった。

・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の選好

男性、女性ともに約 6 割の方々が、柚子果汁が追加された「柚子タコ酢」の風味を好むことがわかった。調査時の会話の中から、「柚子が御酢の鼻につく香りを軽減している点」「酸っぱさがまろやかになる点」に好感が持てると回答しており、藤野柚子を付加することで、「より食べやすい風味」

を提案できることがわかった。

一方、タコ酢を選択した方々の意見としては「食べなれている」としており、特段タコ酢の風味に課題があるとは思っていないことがわかった。

・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の購買意向

男性においては、風味選好と差は無かった。女性においては風味選好で柚子タコ酢を選択した方が、実際の購買は「タコ酢」と回答する方が若干名、存在した。

これは購買者と消費者との関係性が影響している。回答者との会話では、「旦那さんが、慣れ親しんだ、タコ酢（つまり柚子が入っていないもの）を購入すると思う」とする方が多い。買い物は、旦那さん（男性）の意見や好みを踏まえ、奥さん（女性）が購入するからである。つまり、購買者≠主たる消費者（食べるひと）の関係性が、本回答に影響している。

(b) 森のスコーラ

・回答者の年齢と性別

森のスコーラのターゲットは、0 歳～小学生低学年の保護者であり、これらの方々が結果的にアンケートに協力いただけた。森のスコーラは、農を中心とした「食」のイベントであるため、食に関心が高い層が回答している。これらの方々の思考が、アンケート集計結果にどのように表出するのかも興味深い

・タコ酢の食経験

参加した方全員に食経験があった。会話の中では、ほとんどの方々が「家で調理することがある」としており、食に関心が高い層においては、年に数回の定番の料理メニューのようである。料理の登場の仕方としては、「小鉢的扱いで、食卓の華やかさに活用する」「酢の物を食べたいときに、ワカメと供に調理する」等々の意見を耳にした。

・柚子タコ酢の食経験

参加した方全員に食経験が無かった。柚子の活用したレシピにタコ酢は盲点であったようである。

・タコ酢のパッケージ選好

色調については、透明、白色基調を選好することがわかった。透明は「中身が一目瞭然であること」、白色は「清潔感があること」等を回答者との会話の中から整理した。

他には、中身が見えることを重視することもわかった。イラストで中身が見えるように代用する

だけでは充足できないことも併せてわかった。背景としては「どのようなサイズのタコなのか、どのような切り方なのか」「どのような調味液に漬かっているのか」等々が気になるとのことであった。

また、パッケージには、風味がどのようなものなのか（酸っぱいのか、食感がコリコリしているのか等々）の記載よりも、出所表示の方が重視している傾向も読み取れた。「タコの産地が気になる」「どのようの漁されたものか気になる」「御酢はどんな御酢を使っているのか気になる」「御酢はどこのメーカーが作っているのか気になる」「柚子はどこの産地で、どのように栽培されたのか気になる」等々の意見が会話の中であった。さらにはタコ酢は「タコのイラストが必須」と考える方々が多いことにも気づきがあった。

以上の情報は、パッケージでのキャッチコピーや商品説明の参考になる。

一方、荷姿や量目としては、個食スタイル（使い切りタイプ）に期待が大きいこともわかった。

次に、回答者の年齢層別の「パッケージでの重要度」を上位順に抜粋して以下に整理してみた。

	1位	2位	3位
30－39歳男性	透明基調（12%）、白基調（12%）、中身が見える（12%）、タコの出所表示（12%）、酢の出所表示（12%）、タコのイラスト（12%）		
40－49歳男性	透明基調（12%）、白基調（12%）、中身が見える（12%）、タコの出所表示（12%）、酢の出所表示（12%）、個食仕様（12%）		
30－39歳女性	透明基調（14%）	中身が見える（13%）、タコの出所表示（13%）	
40－49歳女性	透明基調（11%）、中身が見える（11%）、タコの出所表示（11%）、タコの風味表示（11%）、酢の出所表示（11%）		

回答者の年齢層をターゲット層と捉えた場合、「全ての年齢層でパッケージに表現すべきこと」「特定の年齢層でパッケージに反映したいこと」が見えてくる。

具体的には、次の通りである。

⇒すべての年齢層：透明基調、中身が見える、タコの出所表示

⇒30－39歳男性層：酢の出所表示、タコのイラスト

⇒40－49歳男性層：白基調、酢の出所表示、個食仕様

⇒30－39歳女性層：とくになし

⇒40－49歳女性層：タコの風味表示、酢の出所表示

・柚子タコ酢のパッケージ選好

柚子のイラスト、柚子の出所表示、柚子の風味表示の３つが加わったほか、概ね、タコ酢のパッ

ケージ選好と相違なかった。

次に、回答者の年齢層別の「パッケージでの重要度」を上位順に抜粋して以下に整理してみた。

	1位	2位	3位
30－39歳男性	透明基調(9%)、白基調(9%)、中身が見える(9%)、タコの出所表示(9%)、タコの風味表示（9%)、柚子の出所表示（9%)、個食仕様（9%)、柚子のイラスト（9%)		
40－49歳男性	透明基調（9%)、中身が見える（9%)、タコの出所表示（9%)、柚子の出所表示（9%)、個食仕様（9%)、タコのイラスト（9%)、柚子のイラスト（9%)		
30－39歳女性	透明基調（10%)、中身が見える（10%)、タコの出所表示（10%)、柚子の出所表示（10%)、柚子のイラスト（10%)		
40－49歳女性	透明基調（8%)、中身が見える（8%)、タコの出所表示（8%)、酢の出所表示(8%)、酢の風味表示(8%)、柚子の出所表示(8%)、個食仕様(8%)、柚子のイラスト（8%)		

回答者の年齢層をターゲット層と捉えた場合、「全ての年齢層でパッケージに表現すべきこと」「特定の年齢層でパッケージに反映したいこと」が見えてくる。

具体的には、次の通りである。

⇒すべての年齢層：透明基調、中身が見える、タコの出所表示、柚子の出所表示、
柚子のイラスト

⇒30－39歳男性層：白基調、タコの風味表示、個食仕様

⇒40－49歳男性層：個食仕様、タコのイラスト

⇒30－39歳女性層：とくになし

⇒40－49歳女性層：酢の出所表示、酢の風味表示、個食仕様

・タコ酢1食（1人分）あたりの購入可能金額

30－39歳男性では、50円から120円の幅で値付け可能性があり、とくに100円から120円の間に頃合いがある。40－49歳男性では、100円から150円の幅で値付け可能性があり、とくに、150円に頃合いがある。男性では、年齢を重ねるに連れ、若干、タコ酢に「食の価値」を感じているようである。

30－39歳女性では、100円から150円の幅で値付け可能性があり、とくに100円に頃合いがある。

40－49 歳女性では、100 円から 150 円の幅で値付け可能性があり、とくに、120 円に頃合いがある。女性においても、年齢を重ねるに連れ、若干、タコ酢に「食の価値」を感じているようである。

また、男性と女性を比較した場合、台所を預かる女性の方が、若干、経済的な値付けを期待しているようである。

・柚子タコ酢 1 食（1 人分）あたりの購入可能額

30－39 歳男性では、100 円から 170 円の幅で値付け可能性があり、とくに 100 円から 150 円の間に頃合いがある。40－49 歳男性では、100 円から 170 円の幅で値付け可能性があり、とくに、120 円から 170 円に頃合いがある。男性では、年齢を重ねるに連れ、若干、柚子の入ったタコ酢に「食の価値」を感じているようである。

30－39 歳女性では、120 円から 200 円の幅で値付け可能性があり、とくに 150 円に頃合いがある。40－49 歳女性では、120 円から 200 円の幅で値付け可能性があり、とくに、170 円に頃合いがある。女性においても、年齢を重ねるに連れ、若干、柚子の入ったタコ酢に「食の価値」を感じているようである。

また、男性と女性を比較した場合、タコ酢の結果と異なり、台所を預かる女性において、男性より経済的な値付けを期待している傾向が顕著に表れなかった。これは、柚子タコ酢が「未知のものであり、風味に対する期待」が先行する意志（事前期待）が、回答に表出したためだと考えられる。つまり「期待の高さ＝価格の高さ」と推察できる。

・タコ酢または柚子タコ酢を食べるシーン

柚子タコ酢の食経験が無いため、タコ酢から想起される回答結果になった。

結果としては、食卓、食堂、居酒屋が突出している。食卓については、「品数を増やす（小鉢）際に、切って盛るだけなので便利」との趣旨の会話をたくさんいただいた。食として簡便即食応援食品ニース（簡易性、利便性）が高い社会背景ならではの回答であった。食堂については、「定食の際の小鉢でありそう」という趣旨で回答する方が多く、食卓と同様の傾向と捉えれる。居酒屋を回答した方は、概ね、「お酒の肴にピッタリ」とする趣旨の意見であったため、家飲み場面でも活躍しそうである。他にも、寿司屋、旅館の回答数が多かったが、「和食が合う」という趣旨の意見からのものであった。

今回の結果は、居酒屋を中心とした「酒の肴」、さらには食卓（家飲み、小鉢）需要が期待できることを示唆しており、販路拡大の際に有効な見解が手に入ったと言える。

(c) 藤野柚子試食＆体験会

・回答者のお住まいの地域

会場の旧）藤野町は東京都八王子市、山梨県上野原市に囲まれた立地であること、さらには中央自動車道、圏央道からのアクセスに恵まれていること、都心から1時間足らずのアクセスであることが影響し、回答者は地元を中心に関東一円に広く分布している印象であった。

・回答者の年齢

回答者は季節柄、紅葉を見ようとする中高年層の登山を兼ねた方々が多かった。

・逗子市小坪漁港でタコが水揚げされることの認知

男性においては、約8割、女性においては約8割超の方々が、小坪漁港でタコが水揚げされることを知らなかった。調査時の会話において、そもそも小坪漁港を知らない方であることもわかった。

集計結果並びに当日の回答者との会話において、若年層よりも中高年層の方が、小坪漁港並びに小坪漁港でタコが水揚げされることを知っていた。既述の通り、回答者は季節柄、紅葉を見ようとする中高年層であり、これらの方々は、「自然」をテーマに鎌倉、逗子、葉山等を散策した経験があることからの認知であることがわかった。

・相模原市 旧）藤野町が柚子の生産地であることの認知

男性約8割、女性約9割が認知していることがわかった。回答者は季節柄、紅葉を見ようとする中高年層の登山を兼ねた方々が多かった。藤野という地域の観光資源や特産品を事前に下調べして訪れている方が、男性、女性で約1割居ることが、当日の回答時の会話からわかった。従って、男性約7割、女性約8割が認知していることになる。この認知度は、関東の他の柚子の生産地である越生や、下呂山町に比べると非常に高い。従って、藤野柚子とのコラボによる商品化や販促には、一定の効果が期待できる

・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の選好

男性、女性ともに約9割超の方々が、柚子果汁が追加された「柚子タコ酢」の風味を好むことがわかった。調査時の会話の中から、「柚子が御酢の鼻につく香りを軽減している点」「酸っぱさがまろやかになる点」に好感が持てると回答しており、藤野柚子を付加することで、「より食べやすい風味」を提案できることがわかった。

一方、タコ酢を選択した方々の意見としては「食べなれている」としており、特段タコ酢の風味に課題があるとは思っていないことがわかった。

・最初（タコ酢）と後（柚子タコ酢）の購買意向

男性、女性において、風味選好と購買意向に差は無かった。風味選好が直結して購買意向につながっていることがわかった。

・柚子タコ酢１食あたりの購入可能な金額

男性若年層、女性若年層では、150 円までとする回答が一番多かった。男性中高年層、女性中高年層においては、200 円までとする回答が一番多かった。若年層よりも中高年層の方が価値を高く評価しており、より高値で購入しても良いとの判断が垣間見れた。

また、女性の方が男性に比べ、回答にバラつきが多く、許容する価格範囲が広いことがわかった。

・柚子タコ酢をより良くするために望むこと（期待すること）

回答は大きく２つに割れた。「現状のままで良い」とする層と「無添加・無着色」を期待する層である。「現状のままで良い」とする層は、タコ酢に柚子果汁を付加したものを食する経験が初めてであり、柚子果汁が入ったことで「柚子が御酢の鼻につく香りを軽減している」「酸っぱさがまろやかになる」特徴が充分に伝わっており、このままのレシピで購買しても良いとする感想であった。

「無添加・無着色」を期待する層は、現状のレシピが無添加・無着色であることを知らない（伝えていない）。その上で「無添加・無着色」であることへの期待であることに留意したい。具体的には、使用した「藤野柚子の特徴が、無農薬栽培」であるため、この栽培のコダワリを活かしてほしいという意味で、「無添加・無着色であるべきである」とする意見であった。

・柚子タコ酢を食べるシーンとして想起しやすい場所

風味選好で相応の評価を得て、さらには購買意向にも如実に表れた背景のため、様々な食シーンで食してみたい（チャレンジしてほしい）とする意見を、会話の中からたくさん頂戴した。

アンケートの集計結果としては、食卓、居酒屋が突出している。食卓については、「品数を増やす（小鉢）際に、切って盛るだけなので便利」との会話をたくさんいただいた。食として簡便即食応援食品ニース（簡易性、利便性）が高い社会背景ならではの回答であった。居酒屋を回答した方は、概ね、「お酒の肴にピッタリ」とする意見であったため、家飲み場面でも活躍しそうである。

今回の結果は、居酒屋を中心とした「酒の肴」、さらには食卓（家飲み、小鉢）需要が期待できることを示唆しており、販路拡大の際に有効な見解が手に入ったと言える。

７．調査に関するお問合せ先

・調査全般に関すること

逗子市商工会　三ツ井宛て　nmitsui@k-skr.or.jp

・調査手法や集計並びに分析に関すること

一般社団法人エコ食品健究会　久保宛て　mkubo@eco-health-food-lab.org