

消費者の評価によるナツハゼ果実加工品のイメージ

福島県農業総合センター 生産環境部流通加工科

1 部門名

食品 - 食品 - 加工

2 担当者

新妻和敏・小野美代子・山内富士男

3 要旨

ナツハゼ果実加工品の差別化を図るため、ジャム類を試作し(写真1)、他の果実加工品とSD法による官能評価を行った。

- (1) パネラー(農産加工研修に参加した農業者)に対し、「ナツハゼは、ブルーベリーよりアントシアニンが多い」、「アントシアニンなどの機能性」等の情報を与えた場合と、与えなかった場合で、官能評価を行った。
- (2) 情報を与えた場合、ブルーベリーでは健康的というイメージが下がった等の変化があらわれたのに対し、ナツハゼの加工品に対するイメージに大きな差は現れなかった(図1)。
- (3) 情報を与えた場合、ナツハゼとブルーベリーの加工品に対するイメージに違いを持たせることができた(図1)。
- (4) ナツハゼを原料とした加工品は、ブルーベリー、イチジク、イチゴ、オレンジ、リンゴの加工品とは異なるイメージを持つ加工品に位置づけることができた(図2)。
- (5) 以上より、ナツハゼ果実加工品は、消費者に対し、機能性の情報を与え、「田舎・郷愁感」「健康」をキーワードとした販売を行うことで、他の果実加工品と差別化できると考えられた。

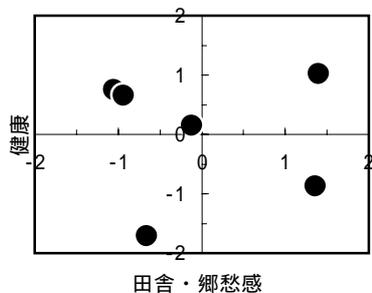
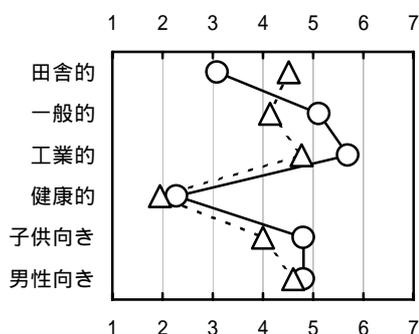
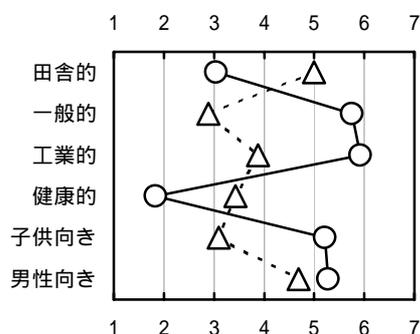


写真1 ナツハゼ加工品

4 主な参考文献・資料

- (1) 平成20年度福島県農業総合センター試験成績概要(2008)