

輸出促進のための輸出対象国における 国産農産物の嗜好性データベースの活用

戦略的な輸出を実施する場合、対象国消費者の嗜好性を客観的に評価することが重要です。しかし、輸出対象国同士の嗜好性を比較することは難しく、客観的な評価が得にくいという問題があります。これらを解決するためには、機器分析による基準指標をあらかじめ作成し、この指標との相対評価を実施することで比較が可能になると想定されます。そこで、輸出が期待される国産農産物を対象に、機器分析による特性評価、外国人を対象とした嗜好性調査の手順を示すとともに、結果を嗜好性データベースとして公開しました。この手順とデータベースの活用により、対象国の消費者嗜好に合わせた戦略的な輸出が実現できます。

☆ 技術の概要

1. 外国人嗜好性評価の手順を策定しました（図1）。輸出に関する各種情報、海外店頭での市場販売の状況調査、輸出対象品目の消費者嗜好性調査と機器分析の同時実施による総合的な評価を実施し効果的な輸出戦略を策定します。
2. 試食調査は各品種について評価項目ごとに9段階ヘドニック尺度により回答を求めます。機器計測は、センサー等を利用した客観的な測定で、糖度や酸度、硬度などの簡易的な測定から、風味を総合的に評価する多感覚分析(味、香り、色調)などの計測技術を用いて客観的な個体の特徴を明らかにします。試食調査結果を分散分析及び多重比較等により解析し、機器計測の結果と統合的に分析することで、国別品種別の嗜好性を明らかにしています。

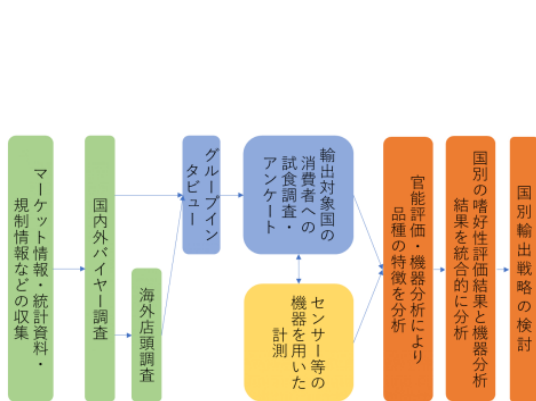


図1 外国人嗜好性調査の手順



図2 嗜好性調査結果とデータベース出力画面

☆ 活用面での留意点

1. 以上の結果は「嗜好性情報データベース」(<https://www.fruit-taste.info>)にて公開しています。
2. 詳細については、農研機構 食農ビジネス推進センター 食農ビジネス研究チーム (TEL: 029-838-8441) にお問い合わせください。

(農研機構 食農ビジネス推進センター 後藤一寿)