

米国 ブランドリンゴに高い消費者需要

The Packer 2024年7月30日

ニュースリリースによると、ワシントン州ウェナチー市に本拠を置くCMIオーチャーズ社がカテゴリーパートナーズ社(本社アイダホ州)と共同で行った包括的な調査で、消費者は現在主流となっているリンゴ品種と比較して、風味の良いブランドリンゴを好むことがわかった。

リリースは、アンブrosiaゴールド(Ambrosia Gold)、エバークリスポ(EverCrisp)、ジューシー(Juici)及びカンジ(Kanzi)は、目隠し食味試験で類似の主流品種を上回ったとしている。

CMIオーチャーズ社の販売担当副社長であるロッシュェル・ボーム氏は、この調査は風味の良いリンゴが小売業者の売上を増えることを示しているとして、「これらの強力なリンゴは、優れた味と品質を提供する勝者であることが証明された。すべての目隠しテストで、ブランドリンゴが上位に立った」とリリースで述べた。

この調査には人口統計学的に多様なパネリストが含まれ、リンゴの購入、品種の知識、購入の動機、外観と風味の好みに焦点が当てられた。参加者は、アンブrosiaゴールド対ガラ、エバークリスポ対ふじ、ジューシー対ハニークリスポ、カンジ対ピンクレディーという組み合わせで、風味の良いブランドリンゴを風味の特性が似ている主流のリンゴ品種と比較した。

「我々のデータは、消費者がプレミアムリンゴ品種に乗り換える意思があるだけでなく、それに熱心であることを示している」とボーム氏はレポートで述べている。

同氏は、アンブrosiaゴールド、エバークリスポ、ジューシー、カンジは、風味、食感、外観で一貫して高い評価を受けたとして、「品種別の評価グループは、ガラよりもアンブrosiaゴールドを、ふじよりもエバークリスポを、ハニークリスポよりもジューシーを、ピンクレディーよりもカンジを好んだ。これらの結果は、消費者が風味と品質を強く求めていることを明確に示しており、小売業者がトレードアップ(消費者がより高品質で高価格な商品を購入する傾向)に対応した販売を行うための道筋を提供している」と述べた。

ボーム氏によると、アンブrosiaゴールドは、参加者の85%がお気に入り品種のトップ3に位置づけ、75%が従来品種よりも好ましいと評価し、風味(85%の評点)、外観(87%)、食感(87%)でトップを獲得し、すべてガラを上回った。

リリースは、エバークリスポが食感(87%)と風味(71%)で高い評価を獲得し、パネリストの90%がふじよりもエバークリスポを支持したとしている。また、パネリストの60%が、ハニークリスポよりも風味の評価が高かったジューシーを好んだ。

参加者は、風味(81%)、外観(87%)、食感(78%)で優れた評価を得たカンジに感銘を受け、70%がピンクレディーよりも好ましいとした。

調査結果は消費者がリンゴの外観について誤解していることを示していると、ボーム氏は付け加えた。多くの人は、真っ赤なリンゴは粉っぽいとか、黄色や緑のリンゴは甘くないと考えている。試食はこれらの偏見を覆し、パネリストは新しい風味と食感に驚嘆した。

同氏は、「風味の説明と推奨は、それに圧倒された消費者を新しい品種の試食に導くための鍵であることが証明された。対象を絞った看板とパッケージ上のメッセージにより、消費者は情報に基づいた選択へと導かれ、風味の良いブランドリンゴに誘導される。それは農産物部門での売上増加を促進する。弊社の食味教育ツール(www.flavogram.com)は、特定の商品の試食を促進するためにカスタマイズできる。例えば、『ガラが好き? それならアンブrosiaゴールドが気に入るでしょう』というように」と語った。

リリースは、CMIオーチャーズ社の調査は、小売における風味の良いブランドリンゴの重要性を強調しているとしている。

ボーム氏は、「アンブrosiaゴールド、エバークリスポ、ジューシー、カンジの在庫を持つことで、消費者の需要を満たし、売上を伸ばし、青果物売り場を強化することができる」と述べ、「ユニークな食味の特性を紹介する明確で説明的な提示 - CMIのFlavogramプログラム等 - と試食の提供によってこれらの高級リンゴにスポットライトを当てることで、小売のパフォーマンスを向上させ、試食を促進し、リピート販売につながる」と話した。

(翻訳は情報の提供を目的としており、特定の企業や製品を推奨するものではありません。)