

6 全国農業協同組合連合会岡山県本部

全国農業協同組合連合会岡山県本部

代表者 県本部長 河田 睦夫

担当者 中島 成夫

1 果実加工品の種類

- ① カップゼリー「岡山県産清水白桃ゼリー」
- ② コンポート「岡山県産清水白桃コンポート」
- ③ 調味料「ゴールドラベルドレッシング」
- ④ 調味料「まろやか和風ますかつとポン酢」

2 試作品の姿（写真等）

- ①カップゼリー「岡山県産清水白桃ゼリー」



写真↑：「岡山県産清水白桃ゼリー」全景



←写真：清水白桃 1/2 玉をカップに閉じ込めました。

②コンポート「岡山県産清水白桃コンポート」



←「岡山県産清水白桃コンポート」
桃の四つ切を3切れ入れたコンポート。
袋の材質は、桃が変色しにくい紫外線カットフィルム。

③調味料「ゴールドラベルドレッシング」



←「ゴールドラベルドレッシング」
岡山県産清水白桃を贅沢に使ったドレッシングタイプ調味料です。重量の22%が桃です。

④ドレッシング「まるやか和風ますかっどポン酢」



←まるやか和風ますかっどポン酢

3 原材料（うち果実の品目、果実の割合等）

桃・ぶどう

①カップゼリー「岡山県産清水白桃ゼリー」

全体重量に対する果実重量割合：約 40%

②コンポート「岡山県産清水白桃コンポート」

全体重量に対する果実重量割合：42%（ラベル表示）・・・実質約 50%

③調味料「ゴールドラベルドレッシング」

全体重量に対する果実重量割合：22%

④調味料「まるやか和風ますかつとポン酢」

全体重量に対する果実重量割合 10%

4 加工品のコンセプト（開発に当たっての新たな視点等）

① カップゼリー「岡山県産清水白桃ゼリー」

- ・ 高級品種「清水白桃」の固形（1/2 カット品）をそのままゼリーで包んだ。
- ・ 従来の固形桃を入れたゼリーは、肉質の硬い桃が使用されていたが、あえて肉質の柔らかい品種を使用し、消費者に受入られる可能性があるか確認。
- ・ 高級品種使用にもかかわらず、価格を極力抑え、量販店での販売を目指す。

② コンポート「岡山県産清水白桃コンポート」

- ・ 上記のカップゼリーと同様にできるだけ価格を抑え、量販店での販売を目指す。
- ・ 通常、コンポートに使用している瓶を使用せず、かつ変色防止ができるように「紫外線カット」のフィルムを使用。

③ 調味料「ゴールドラベルドレッシング」

- ・ 桃を使ったドレッシングタイプの調味料。
- ・ 野菜サラダにぴったりの今までにないまるやかな味を開発。

④ 調味料「まるやか和風ますかつとポン酢」

- ・ マスカット・オブ・アレキサンドリアを使った調味料。
- ・ 新しい分野の使用の探求。

5 加工品試作までの検討の経過、各種調査の内容

【試作品開発検討】

1.ドレッシング類の試作

岡山県産果実を使用した調味料（ドレッシング、ポン酢等）の試作に取り組む

○企画検討会の開催

(1) 11月28日（全農会議室）

◇ 検討事項

① 試作品の検討

- ・ 味の検討、決定
- ・ 容器の検討、決定
- ・ ラベル（名称）の検討、決定
- ・ 販売形態の検討

② 今後の予定

- ・ 味の確認

(2) 1月16日（佐賀県）

◇ 検討事項

○試作品目の検討

- ・ 加工場の調査、確認



2.ゼリー、コンポートの試作

岡山県産清水白桃を使用したデザート（ゼリー、コンポート等）の試作に取り組む

○企画検討会の開催

(1) 11月28日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品の検討

- ・ 製品の容量等の検討
- ・ ラベルの検討
- ・ 容器の検討 (カップはOK、フィルムは、紫外線カットを使用となれば、特注)



- ・ 翌日小売店と確認

(3) 12月4日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品目の検討

- ・ カップゼリーのラベルの検討

(4) 12月17日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品目の検討

- ・ カップゼリーの製造確認
- ・ 商品名「岡山県産清水白桃ゼリー」
- ・ クラッシュゼリー、コンポートの味、容器検討

⑤ 1月7日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品目の検討

- ・ クラッシュゼリー、コンポートの味、容量、硬さ検討

【試作品販売検討、市場調査】

○販売検討会の開催

(1) 11月28日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品販売の検討

- ・ 大阪市の「K百貨店 阿部野橋店」の地下食料品売り場での試験販売
- ・ 試食方法の検討
- ・ 期間：12月11日～約1ヶ月

(2) 12月4日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品販売の検討

- ・ 試食方法及び販売方法
- ・ アンケート葉書の検討

(3) 12月9日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品販売の検討

- ・ 岡山県が行う「冬の商談会」での試食検討
- ・ 試食を通じてレストラン、ホテル、飲食業、及び加工業者の反応調査

(4) 12月11日 (K百貨店 阿倍野本店)

◇ 調査事項

○試作品販売の調査

- ・ イベントでの試験販売初日調査

○調査結果

- ・ 初日で試食段取りに手間取った。
- ・ 試食された方の反応は、まずまず。ただし、ブースへの立ち寄り客が少ない。



試食販売の展開風景

(5) 12月15日 (全農会議室)

◇ 検討事項

○試作品販売の検討

- ・ イベント販売の中間検討
- ・ セット販売の検討

(6) 12月23日 (K百貨店 阿倍野本店)

◇ 調査事項

○試作品販売の調査

- ・ イベントでの試験販売中間調査
- ・ 模様替えした後の状況確認調査

○調査結果

- ・ お客の流れの良いところにブースを移動。
- ・ まずまずの立ち寄り客数となった。
- ・ ただし、時期がクリスマスのため目的買いのお客がほとんど。



(7) 1月20日 (大阪 梅田 ホテルH)

◇ 調査事項

○試作品の反応調査

- ・ イベント (G主催) での試験販売品のレストラン等の反応調査

○調査結果

- ・ 会議目的の方が多く、立ち寄りには少なかったが、絶賛される方も折り、手ごたえを感じた。

(8) 2月2～3日 (東京 KKR ホテル他)

◇ 調査事項

○試作品の反応調査

- ・ 岡山県主催の「岡山の冬の食材」商談会の調味料として出展。
- ・ 対象参集者は、レストラン、飲食店の業務筋が主体のためどのような料理に合うかを調査。

○調査結果

- ・ 「まろやか和風ますかつとポン酢」・・・カキフライに評判が良かった。
- ・ 「ゴールドラベルドレッシング」・・・野菜サラダに合う。ただし、意見の分かれるところがあった。(酸みが気になる方がいた)
- ・ 「岡山県産清水白桃ゼリー」については、絶賛いただいた。



(9) 2月24～25日 (東京 六本木ヒルズ)

◇ 調査事項

○試作品の反応調査

- ・ J Aグループ主催の商談会に出展し、反応調査した。

- ・対象参集者は、レストラン、飲食店、流通業者と多岐にわたる中で反応を調査した。
- ・今回は、「岡山県産清水白桃コンポート」も初めて出展し、調査した。

○調査結果

- ・「まろやか和風ますかっとポン酢」・・・豚しゃぶ、牛しゃぶに合い、絶賛。
- ・「ゴールドラベルドレッシング」・・・やはり意見の分かれるところがあった。(酸みが気になる方がいた)
- ・「岡山県産清水白桃コンポート」については、絶賛いただいた



5 消費者の反応（評価）

（1） 大阪市 K百貨店での試食販売

① 期間：平成20年12月11日～平成21年1月13日

② 販売方法：対面試食販売

③ 調査商品

- ・ ゴールドラベルドレッシング
- ・ まろやか和風ますかつとポン酢
- ・ ホワイトラベルドレッシング（参考）

④ 価格：各840円（税込み）

⑤ 結果

- ・ ゴールドラベルドレッシング・・・33本
- ・ まろやか和風ますかつとポン酢・・・94本
- ・ ホワイトラベルドレッシング・・・148本

当初の予想では、年末年始のもっとも来客の多い時期で期待が大きかった。しかし、この時期の来店客は、目的買いの方が多いためか、経済環境の悪化のためか不明であるが、不振であった。また、消費者にアンケートはがきを配布した。結果は、下記（3）のとおり。

（2） M量販店の各店（大型店約20店舗）での販売

① 期間：平成20年12月24日～

② 販売方法：果物売り場にセルフ販売で展開

③ 調査品目：岡山県産清水白桃ゼリー（カップゼリー）180g

④ 価格：450円

⑤ 結果：2月末までの約2ヶ月間で全量（約1400カップ）をほぼ完売。

1カップあたりの単価が高く、量販店での販売は、苦戦を予想していたが、予想以上に販売できた。また、消費者にアンケートはがきを配布した。結果は、下記のとおり。

（3） アンケート結果

①目的：試作品の調査

- ◇ 調査方法・・・アンケート葉書
- ◇ アンケート項目
 - ・ 価格
 - ・ デザイン
 - ・ 味
 - ・ 今後のご利用
 - ・ 「毎日くだもの200g運動について」

◇ 調査結果・・・12月22日～2月25日までの回収葉書

配布：1,000枚、回収：102枚、回収率：10.2%

主な内容

- ・ 価格：ますかっとなりポン酢については、妥当な価格との評価。ゴールドラベルドレッシング、清水白桃ゼリーについては、6割程度の方が高い、との評価。
- ・ デザイン：ドレッシング、ゼリーのデザインは、7割以上が良い以上の評価。ポン酢は、評価が分かれた。
- ・ 味：ドレッシング、ポン酢については、8割以上がおいしいとの評価。ゼリーについては、おいしいが64%にとどまった。
- ・ 今後の購入：ポン酢については、7割以上の方がぜひ買いたい、ドレッシング、ゼリーは、ぜひ買いたいのが3割弱と価格の評価に連動した。
- ・ くだもの200g運動：全体として知っている方が、3割弱であった。

7 製品化の見込（価格設定、販売先、販売方法等）、方針

1. 本事業で開発した製品の現状と改善事項

(1) ゴールドラベルドレッシング

- ① 商談会での試食、販売傾向、アンケート結果等から、清水白桃を22%（重量比）含んでいるのもかわらず、評価がばらつく結果となった。
- ② その中で味について、特に酸味をいかにまろやかに出すかを改善する必要があると感じた。

(2) まろやか和風ますかっとなりポン酢

- ① 評価が高く、内容については、現状のままで自信をもって販売できると感じた。
- ② ラベルのデザインについて評価が分かれたため、検討をしたい。

(3) 岡山県産清水白桃ゼリー

- ① アンケート結果は、やや厳しい結果となっているが、販売傾向、試食等の評価から相対的には、製品化の可能性は大きい。
- ② 現在の消費動向からみて、若干、価格面についての不安はある。

(4) 岡山県産清水白桃コンポート

- ① 試作品の完成が、2月下旬になったため、評価は、商談会の試食のみとなったが、評判は上々で、清水白桃を使用することで一般加工桃との食感の違いが鮮明にできて

いると感じた。

- ② 価格面は、ゼリーと同様の不安はある。

2. 今後の方針

(1) 販売先

- ① 全ての試作品の素材が、岡山県産高級果実を原料として使用したため、低価格の加工品を作ることは、原料価格面、生果実のブランド力の維持、向上に対する寄与の面からも難しい。
- ② このため、主力の販売先は、百貨店の店頭、地元岡山県内の土産物店、大消費地の百貨店の店頭での販売を計画する。
- ③ こだわり高級品の取扱ができる量販店においても店頭販売を計画する。
- ④ また、生果実のギフトカタログへ併せて掲載やインターネットでの通信販売を行う。

(2) 取組み

- ① 今回、開発した商品を通常製品として販売可能なレベルに高めるため、今後とも小売業者、消費者の意見を取り入れた改良を重ねる。
- ② この中で大量販売の可能性のあるものについては、製造ロットのボリュームメリットを活かし、ある程度の低価格化を進める
- ③ 新聞その他マスコミ等に取り上げられるように話題性を高める。
- ④ イベント、商談会等に積極的に参加し、試食等を通じ、商品名、味等の認知度を高める。
- ⑤ 結果として、生産者の手取り金額のアップ及び国産果実の消費拡大に寄与できるようにしたい。

■ 試作品の販売動向の報告（ゴールドラベルドレッシング、まるやか和風ますかっとポン酢、岡山県産清水白桃ゼリー）

■ 製品で販売中のもの

開発した製品で継続中のもの（数量）		
商品名	2月	備考
ゴールドラベルドレッシング	60	
まるやか和風ますかっとポン酢	71	
岡山県産清水白桃ゼリー	(500)	量販店での販売概数。完売。

■近日中に販売開始をする製品

商品名	使用果実	果実割合	備考
岡山県産清水白桃コンポート	岡山県産清水白桃	42%	紫外線カットの透明フィルムを使用し、瓶詰め製品より低価格化を目指した商品。 2月下旬試作品完成、3月上旬より量販店の店頭で試験販売。