

いちごの消費動向に関するアンケート調査の結果

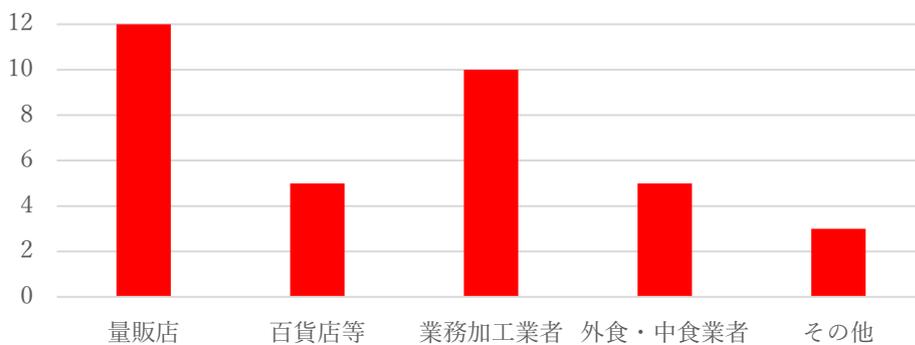
茨城県産いちごの消費拡大のため、卸売会社を対象に末端ユーザーの消費動向等に関してアンケート調査を実施した結果をまとめました。（※回答社数：13社、部分回答を含む。）

<結果概要>

いちごの主な仕向け先は量販店で、子育て世代や高齢世代の女性を中心に、旬や時期を意識して消費されており、近年販売量が増加。一方で、業務向けいちごの販売量は現状維持で、加工品店や飲食店のケーキなどに消費されており、品種が意識される傾向がある。令和7年産いちごは平年並みの出荷量であったが需要に対して不足感があり、品質の安定化と出荷量の増加が求められている。

1. 卸売会社におけるいちごの仕向け先

いちごの仕向け先は量販店が中心（仕向け割合は60～100%）であり、他に業務加工業者（5～20%）、百貨店や高級果実専門店（5～10%）、外食・中食業者（5～10%）、小売業者（5～10%）となっていました。

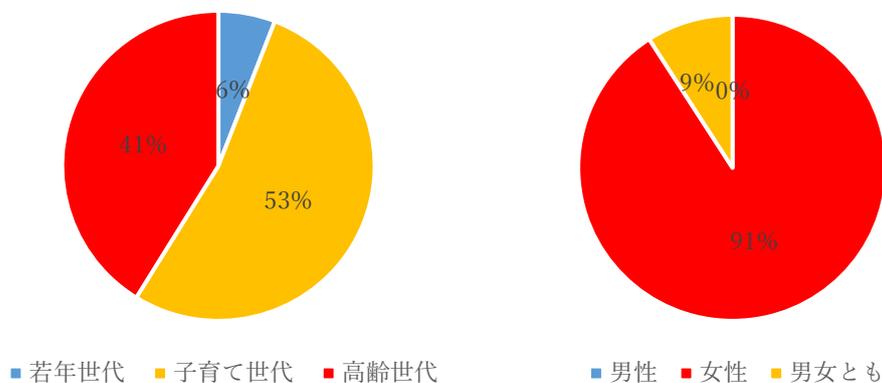


図：仕向け先の回答数（単位：社、有効回答数12、複数回答可）

主に扱っている規格としては、量販店向けにはVを中心にA、B、Wなどサイズ幅が広く値ごろ感のある規格、百貨店向けには平パックなどの高級感のある規格、業務加工業者向けにはM、Lを中心にS、2Lなど、外食・中食業者向けにはS、M、L、2Lなど画一的なサイズでコストパフォーマンスのよい規格で回答がありました。

2. いちごの量販店における需要動向

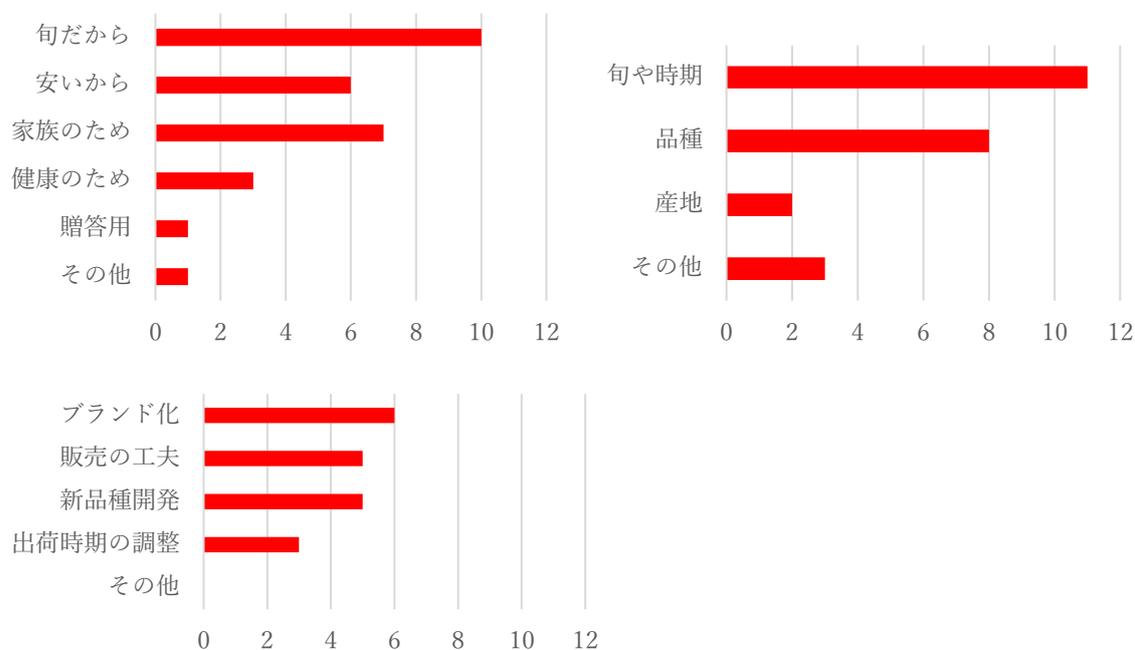
近年の量販店における販売量は、「増加している」58%、「変わらない」が42%で、「減少している」と回答した卸売会社はなく、需要増の傾向がありました。また、量販店における主な購入者層は、「子育て世代」または「高齢世代」の「女性」が多い結果となりました。



左図：量販店における主な購入世代（有効回答数12、複数回答有）、右図：量販店における主な購入性別（有効回答数10、複数回答有）

主な購入者層に好まれる特徴としては、「とちおとめ」、「やよいひめ」といった定番品種のほか、子育て世代には大粒のいちごや、酸味よりも甘みを感じられる品種が好まれているという意見がありました。

消費者が購入する理由は「旬だから」や「安いから」、「家族のため」が多く、その他で「美味しいから」が挙げられました。また、消費者から特に意識されていることは「旬や時期」や「品種」、その他で美味しさなどの「品質」や「価格」が挙げられました。さらに、消費喚起に効果的な取組としては「ブランド化」が多く回答されました。



左上：主な消費者の購入理由、右上：消費者が特に意識すること、左下：消費喚起に効果的な取組（単位：社、有効回答数 12、複数回答可）

3. いちごの業務向け需要動向

近年の業務向け販売量は、「増加している」が 30%、「変わらない」が 40%、「減少している」が 30%の回答でした。業務向けいちごの主な購入者は、加工品店や飲食店を中心に、給食センターや食品メーカー、ホテルなどで、用途はケーキが回答の大多数を占めており、その他にパフェや大福などのスイーツ類、ジャム、ジュース、着色料、香料などがありました。

業務向けいちごで特に意識されていることは、回答にばらつきがあるものの「品種」が多く、その他では「品質」や「数量」、「サイズ感」、「棚持ち」といった意見がありました。また、業務需要を増やすために効果的と感じる取組は、回答にばらつきがあるものの「選果の徹底」が多く、その他では「需要期の数量の確約」という意見がありました。



左図：業務向けで特に意識されていること、右図：業務需要を増やすために効果的な取組（単位：社、有効回答数 10、複数回答可）

4、産地への要望など

令和7年度のいちごの出荷量は、「やや多い」が20%、「平年並み」が70%、「やや少ない」が10%の回答で、概ね平年並みの出荷量でした。一方で、需要に対する過不足感は、「やや多い」が10%、「適量」が40%、「やや不足」が40%、「不足」が10%の回答で、不足を感じている卸売会社が多い結果となりました。

改善が必要と感じていることでは、出荷時期や生産者によって品質が安定していないことや、暖候期のクレームが多いこと、需要期に量が不足していることなどが挙げられましたが、現状維持を望む意見もありました。

5、販売促進のための取組

本県に限らず今まで効果を感じた取り組みでは、「試食宣伝」が複数回答であったほか、「ポイント還元」や「生産者同行の販促活動」、「販促ツールの活用（おしぼり、マスク等）」といった回答がありました。

また、消費促進のために産地に取り組んでほしいことは、「試食宣伝」及びシールなどの「販促資材」が複数回答であったほか、「メディア露出」や「サンプルの提供」、「細かな産地情報」といった回答がありました。

さらに、いちごの販売促進全体への意見として、全国で様々な品種がある中で、他品種との差別化を行っていくことが重要との意見があり、本県においてもいばらキスなどオリジナル品種の拡大をはじめとする差別化の取り組みを推進していく必要があります。