

「松山納豆」の特性と 新メニューの開発



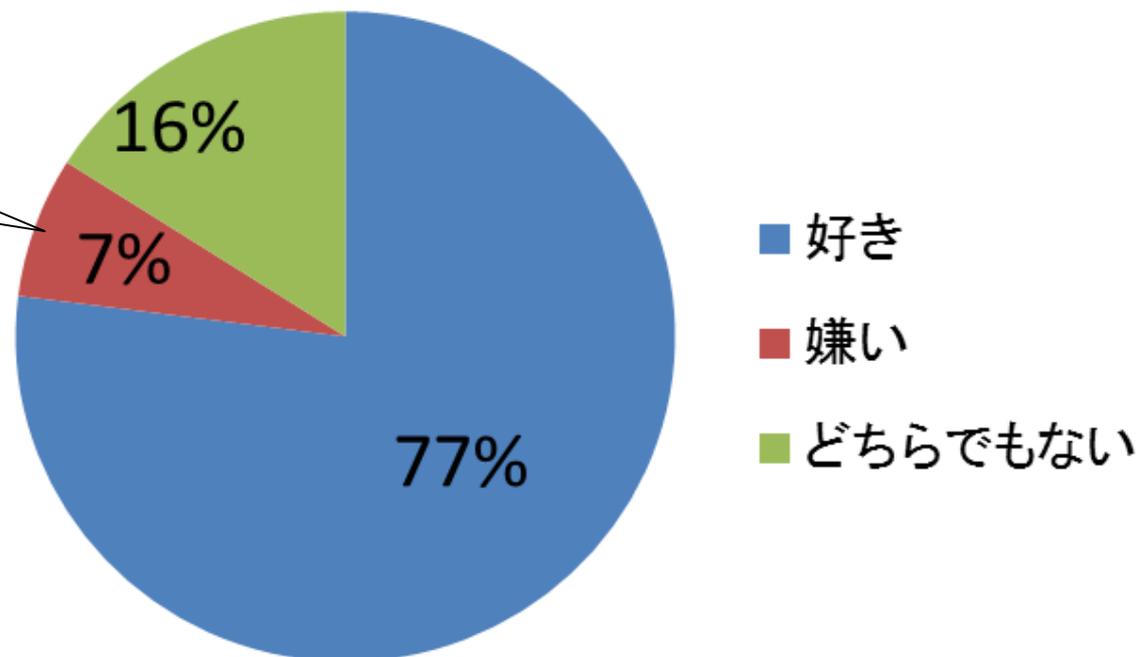
「松山納豆」の特性と新メニューの開発

1. 納豆の嗜好調査(1)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

納豆は好きですか

においが苦手
味が苦手



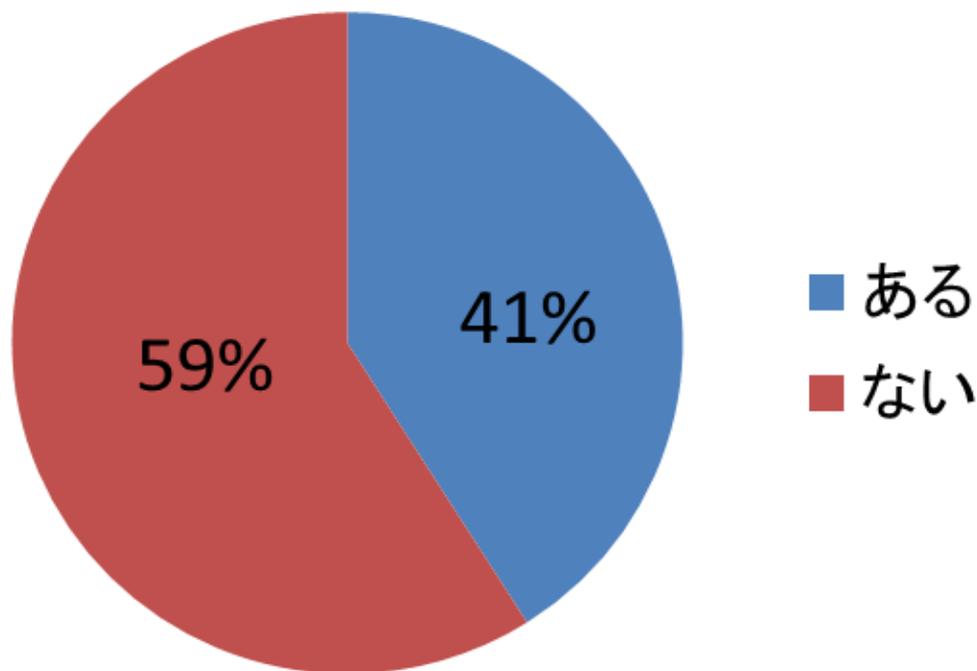
納豆の嗜好性は高い

「松山納豆」の特性と新メニューの開発

2. 納豆の嗜好調査(2)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

納豆を洋風料理に使用することに対し抵抗がありますか



6割が抵抗なし



洋風料理への使用を提案することで消費拡大が見込める

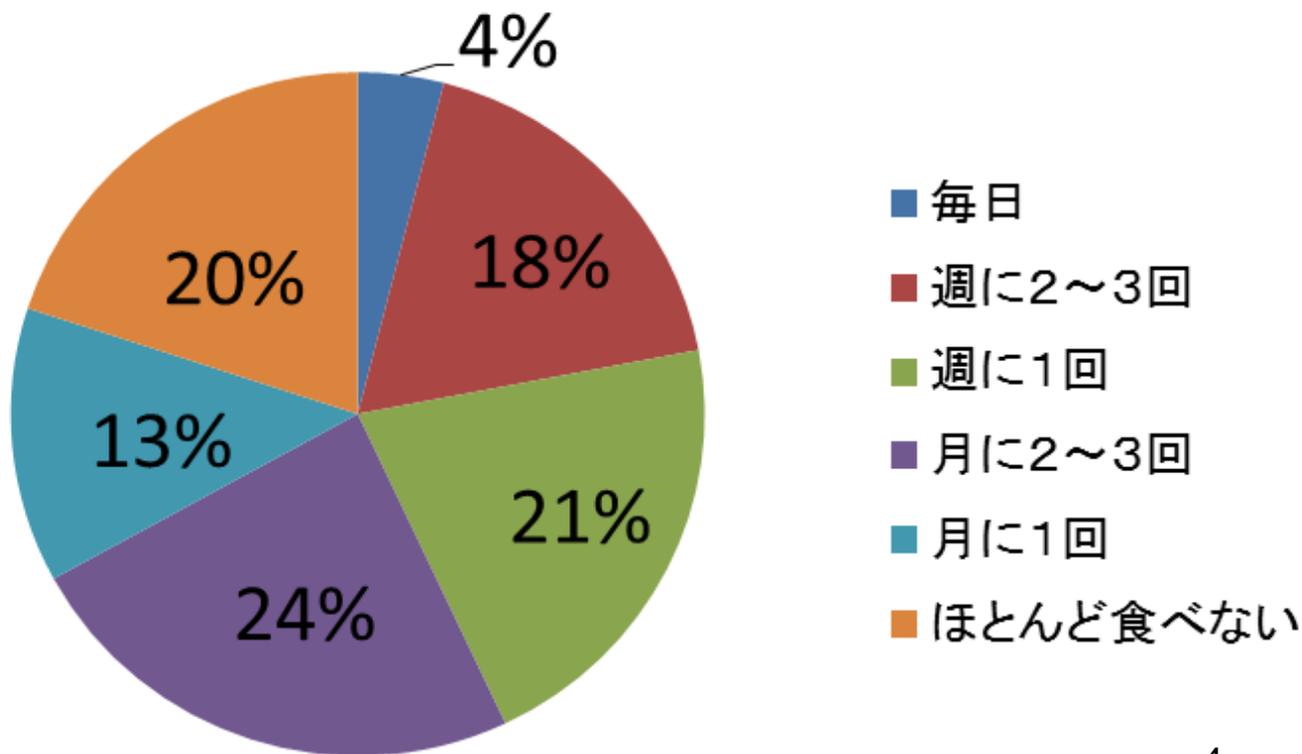
「松山納豆」の特性と新メニューの開発

3. 納豆の摂取状況調査(1)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

納豆をどれぐらいの頻度で食べますか

43%が
週に1回以上食べる
↓
ほとんど食べない人
へのアプローチが
課題

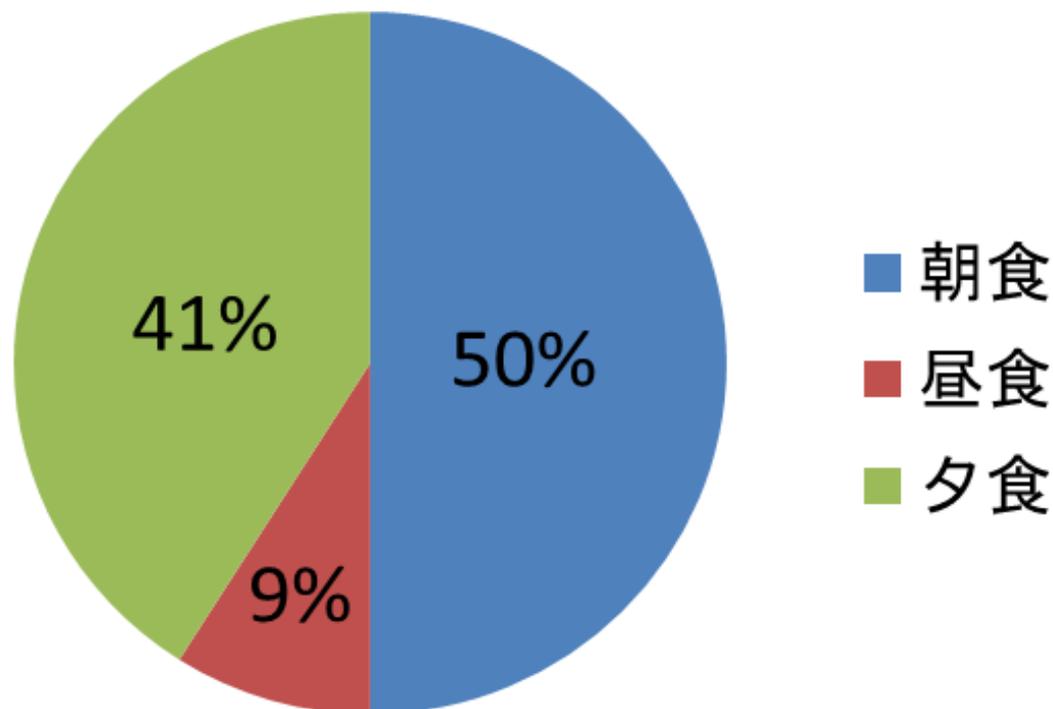


「松山納豆」の特性と新メニューの開発

4. 納豆の摂取状況調査(2)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

1日の食事で納豆を食べるのはいつですか



昼食が少ない



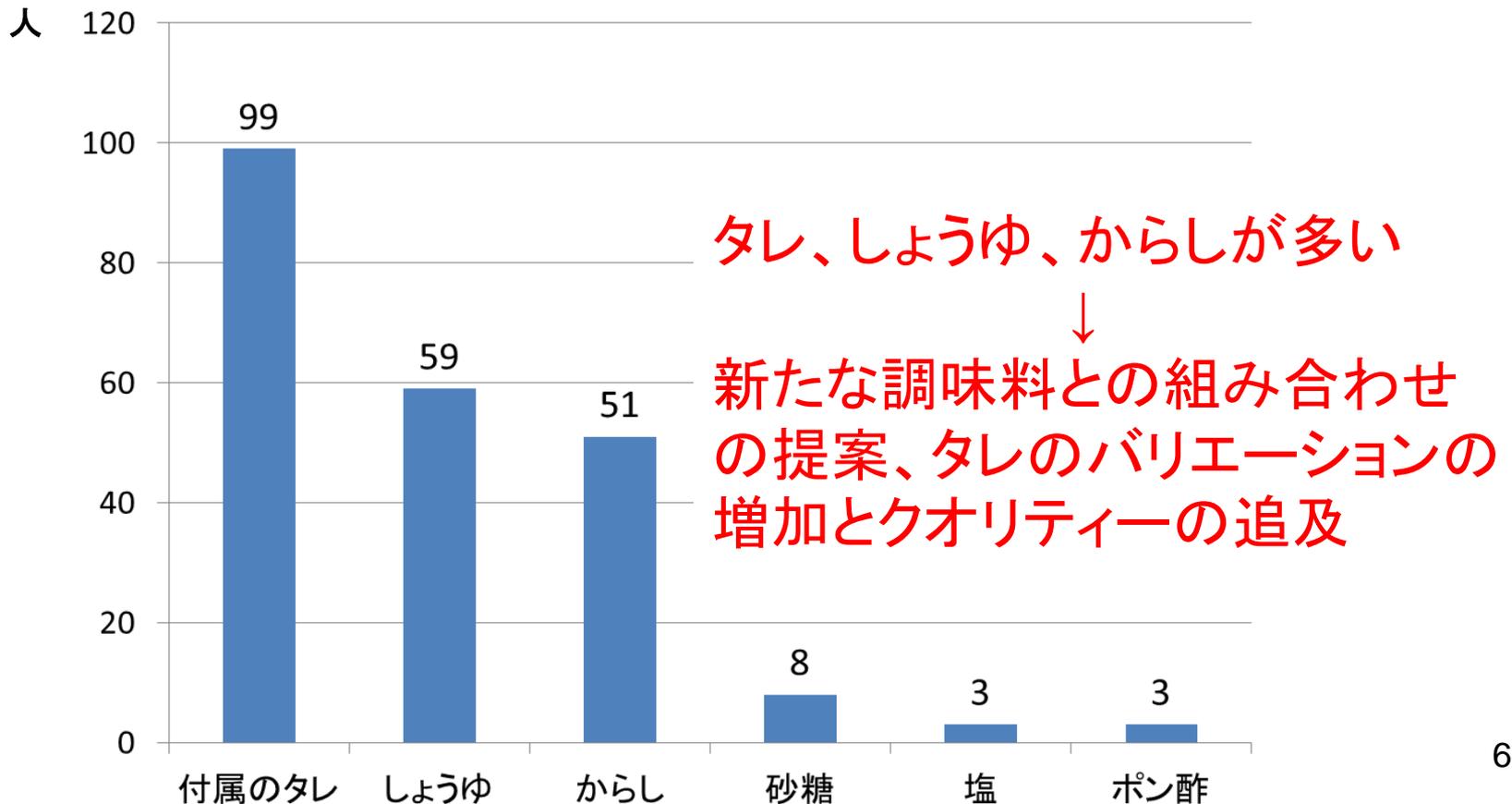
昼食向け商品や料理
の開発が必要

「松山納豆」の特性と新メニューの開発

5. 納豆の使用状況調査(1)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

納豆に加える調味料は何ですか



「松山納豆」の特性と新メニューの開発

6. 納豆の使用状況調査(2)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

わが家の納豆料理を教えてください

- ・天ぷら
- ・納豆汁
- ・卵焼き
- ・のり巻き
- ・和え物
- ・春巻き
- ・ぎょうざ
- ・チャーハン
- ・オムレツ
- ・トースト
- ・パスタ

和洋中料理に広く使用されている



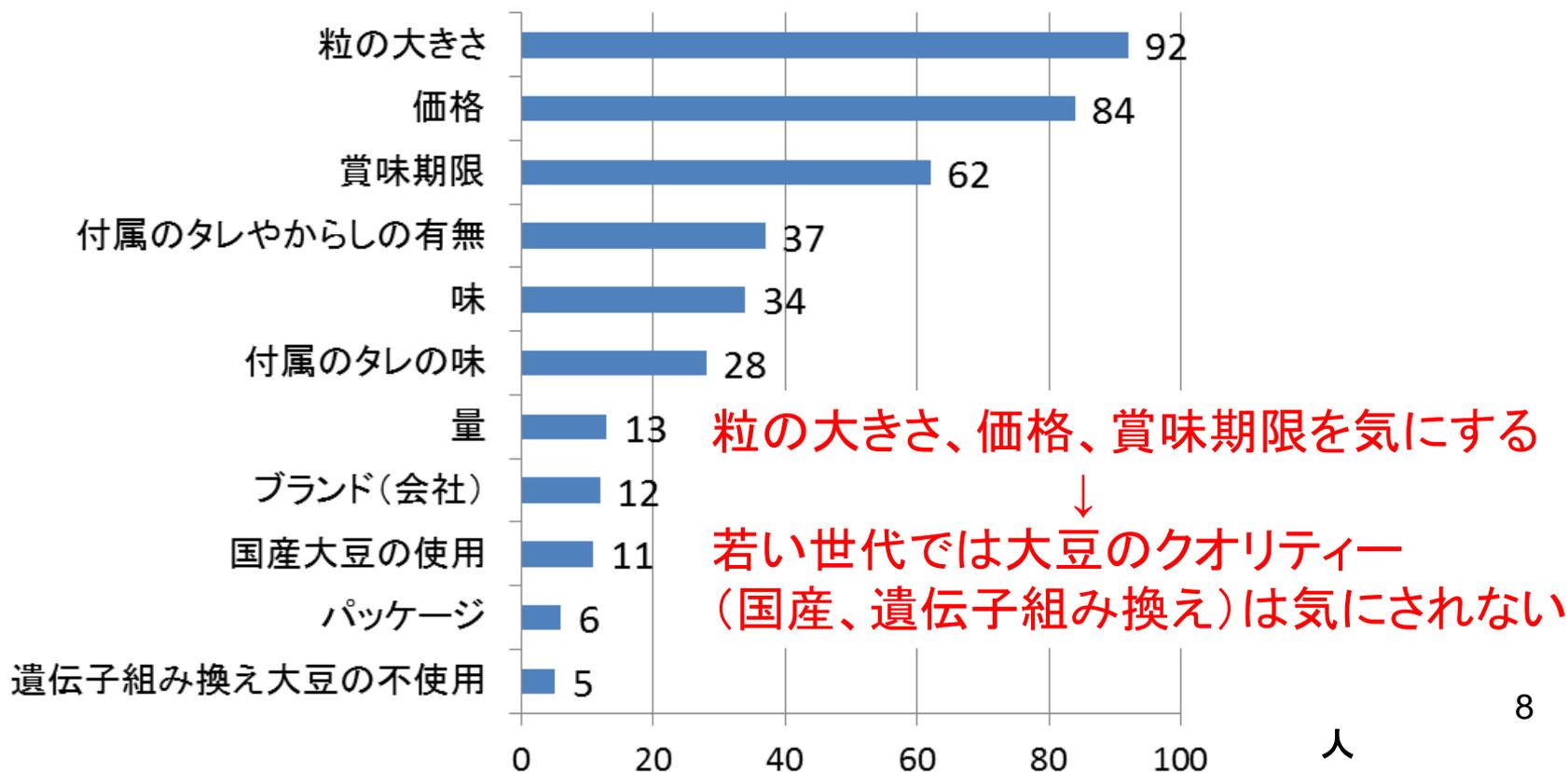
納豆料理を受け入れる素地は十分あり、新メニューの提案により消費拡大が見込める

「松山納豆」の特性と新メニューの開発

7. 納豆の購入状況調査(1)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

購入するとき気にすることは何ですか

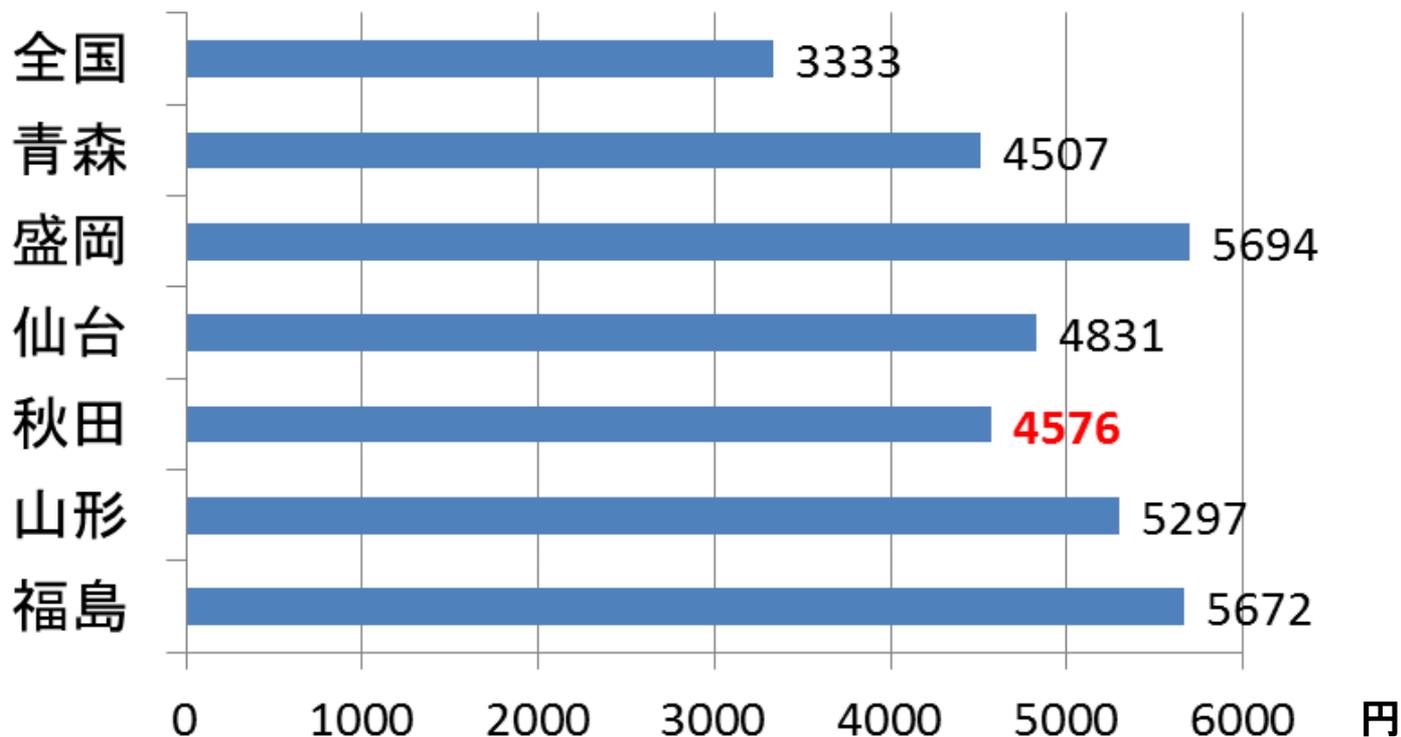


「松山納豆」の特性と新メニューの開発

8. 納豆の摂取状況調査(2)

秋田県における納豆の購入状況を明らかにすることを目的として、「家計調査報告」(総務省)における東北6県のデータを比較した。

* 1世帯あたりの年間購入金額(円)(H24年のデータ)



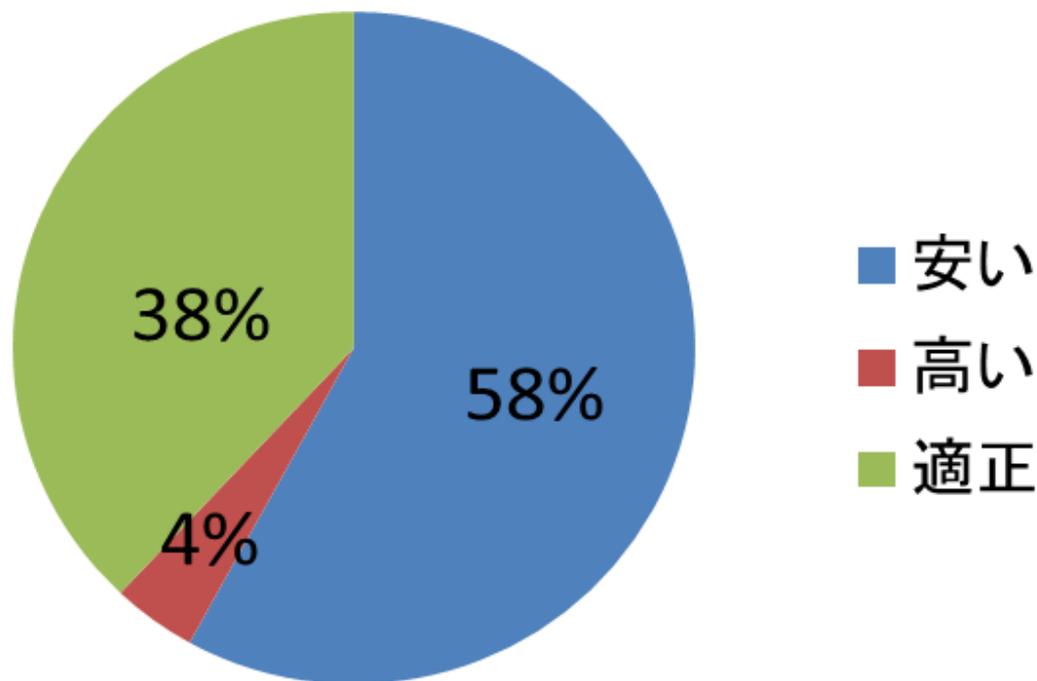
全国平均より高いが東北ブロックでは低い→消費拡大の余地有り⁹

「松山納豆」の特性と新メニューの開発

9. 納豆の購入状況調査(3)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

納豆の価格をどう思いますか



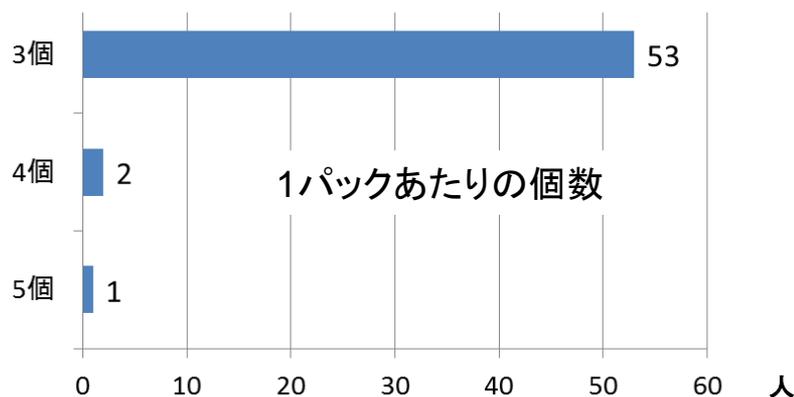
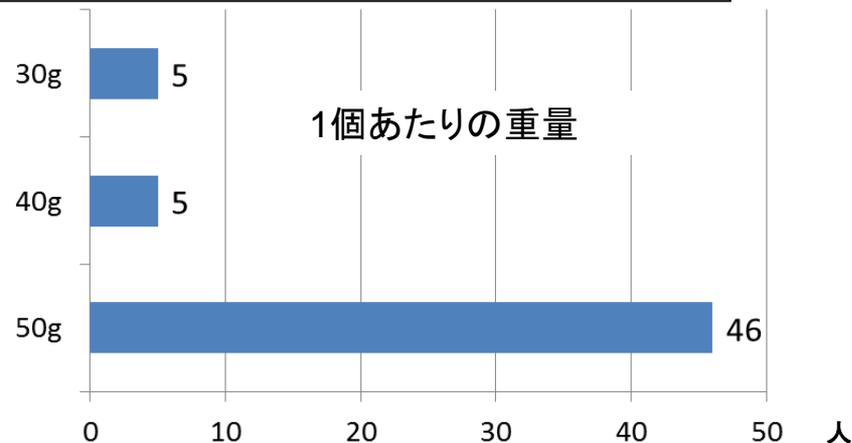
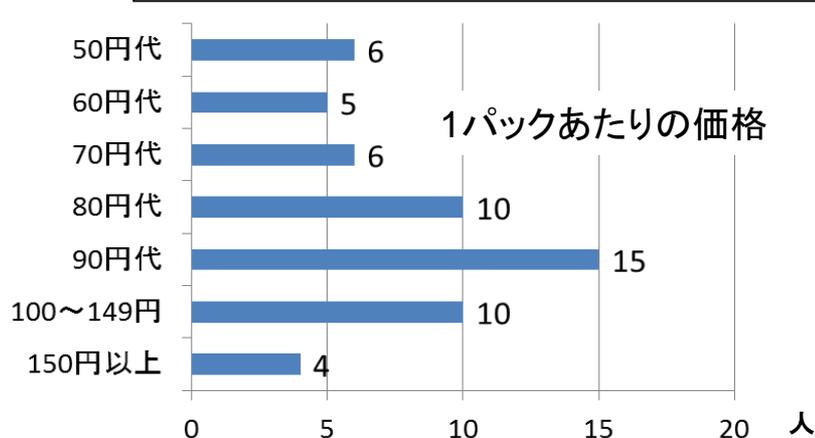
価格に対しての不満はみられない

「松山納豆」の特性と新メニューの開発

10. 納豆の購入状況調査(4)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

どれぐらいの価格の納豆を購入していますか



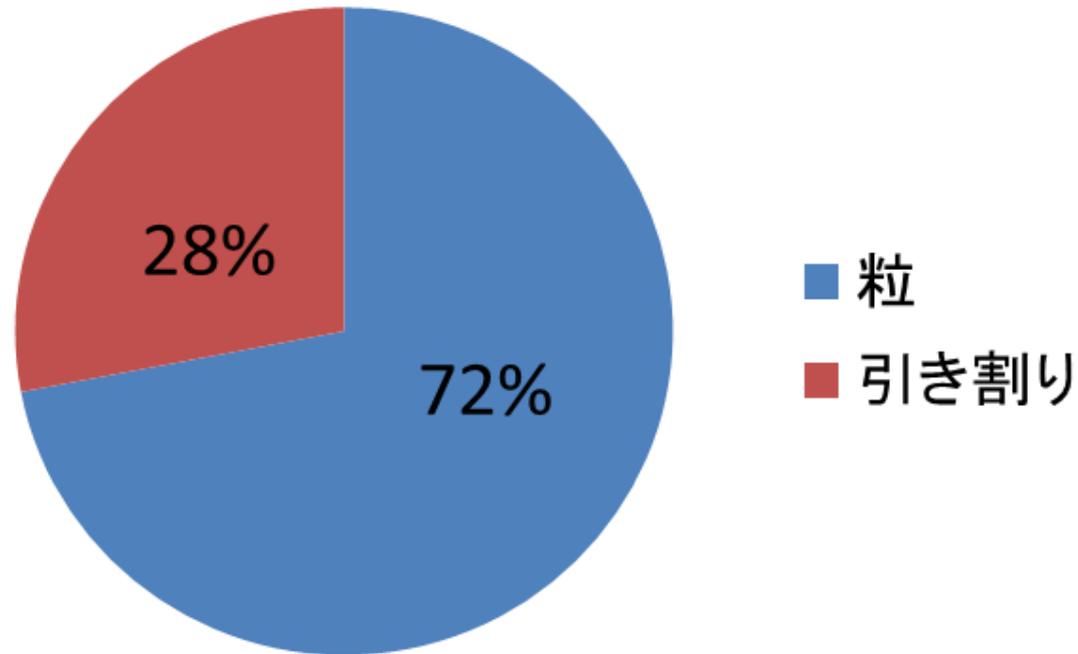
50g程度が3個入って
90円前後が売れ筋

松山納豆の特性と新メニューの開発

11. 納豆の購入状況調査(5)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

購入する納豆は「粒」「引き割り」のどちらですか



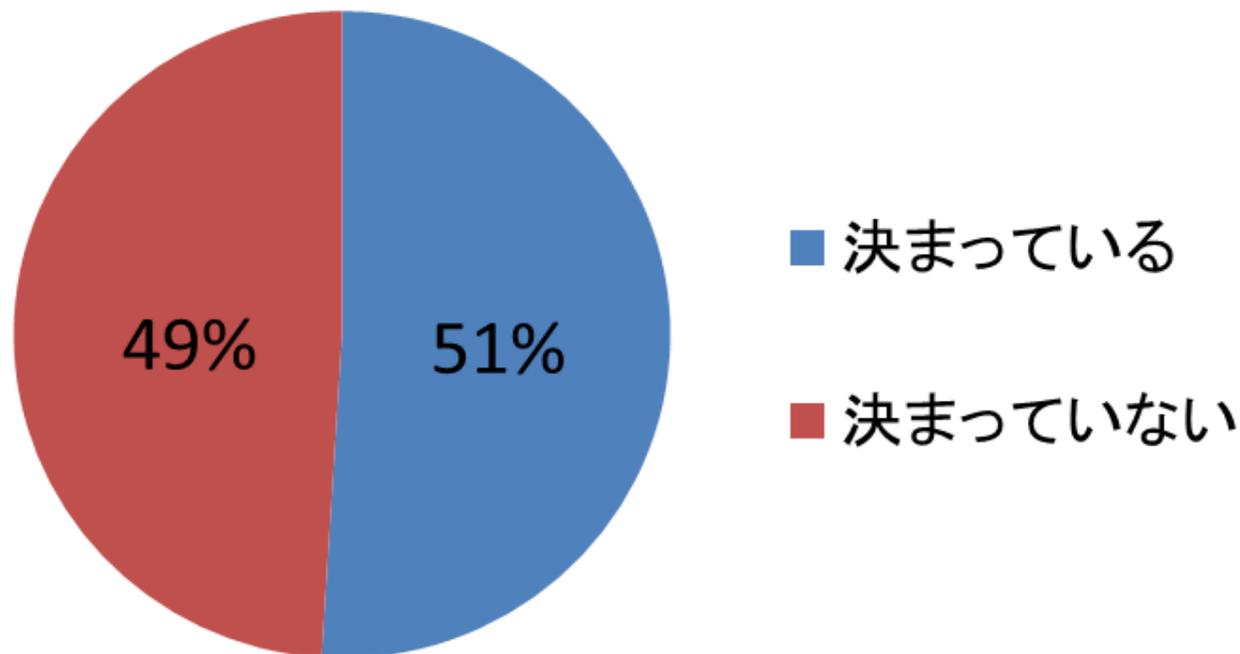
粒が多い→納豆料理の提案により、料理に使いやすい引き割りの消費拡大が可能

「桧山納豆」の特性と新メニューの開発

12. 納豆の購入状況調査(6)

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

いつも購入する納豆が決まっていますか



決まっていないが半数→食べる頻度が多く価格も安い納豆は
新たな商品にチャレンジしやすい

「松山納豆」の特性と新メニューの開発

13. 納豆のイメージ調査

本学科1・2年生152名にアンケート調査を実施した。

納豆に対してどんなイメージを持っていますか

- ・ねばねば
- ・におい
- ・健康に良い
- ・血液さらさら
- ・イソフラボン
- ・ビタミンK
- ・発酵食品
- ・おいしい
- ・粒
- ・引き割り

3大イメージ

ねばねばやにおいを抑え、ヘルシーさをアピールすることにより海外へ販路拡大が可能

「松山納豆」の特性と新メニューの開発

14. 松山納豆の特性調査(1)

松山納豆の特性を明らかにすることを目的として、東口ゼミ所属の学生24名が官能評価を行った。

サンプルを30回ずつ攪拌後、味、外観、硬さ、におい、粘りを5点(良い・強い)～1点(悪い・弱い)の5段階で評価し、平均値を算出した。

<評価のポイント>

味 : 大豆の味がしっかりするか

外観 : 色がよく均一に菌におおわれ、つぶれやこわれがないか

硬さ : 適度な硬さでなめらかな歯(舌)ざわりか

におい : 刺激的でなく快い納豆臭があるか

粘り : 粘り強く糸を引くか

<評価したサンプル>

秋田市内の小売店、16店舗で販売されている納豆(粒)を全種類購入した。重複して購入した納豆は評価から排除し、最終的に93種類の納豆をサンプルに供した。

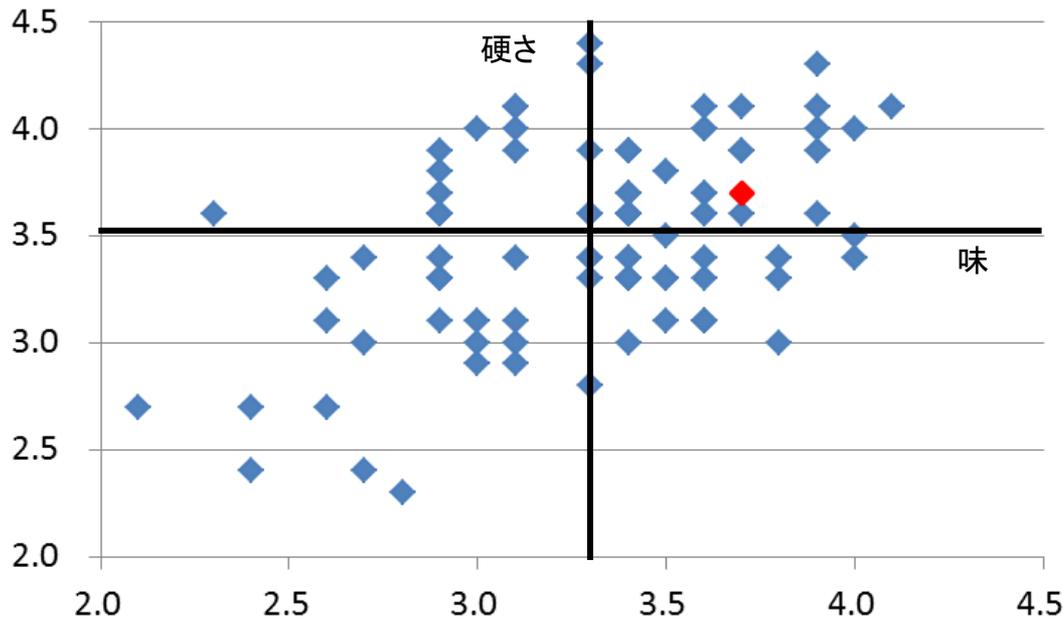
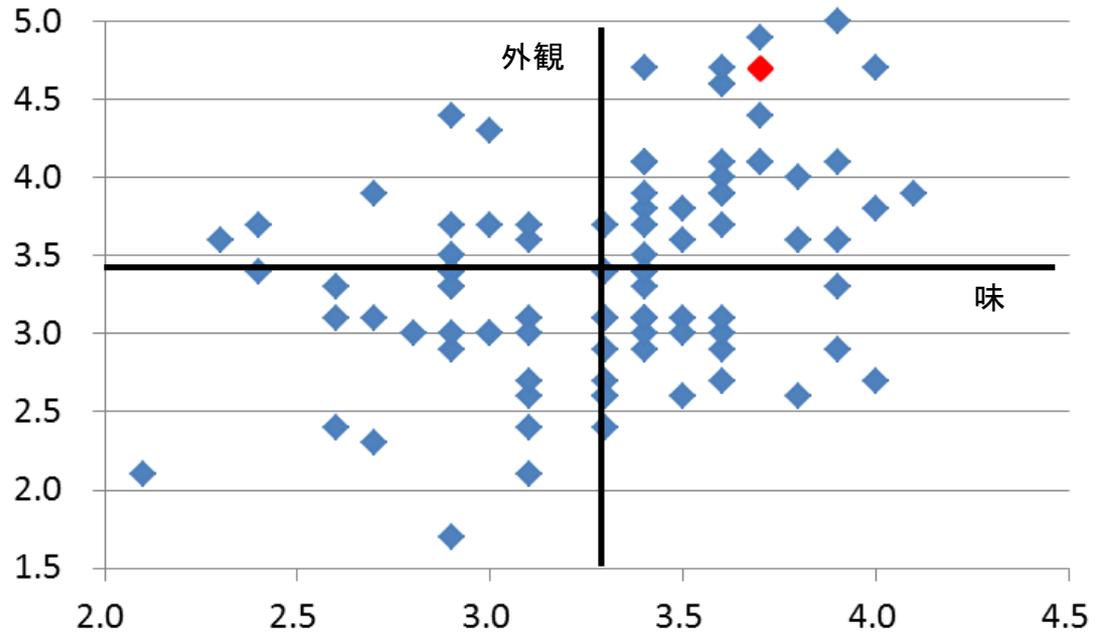
・いとく	25	・西武	13
・ドジャース	22	・グランマート	10
・THEガーデン	20	・よねや	9
・ナイス	20	・サンマルシェ	6
・マックスバリュー	18	・トピコ	2
・イオン	17	・ドンキホーテ	2
・ビフレ	14	・秋田市民市場	1
・マルダイ	14		
・アマノ	13		

購入数:206

サンプル数(重複排除):93

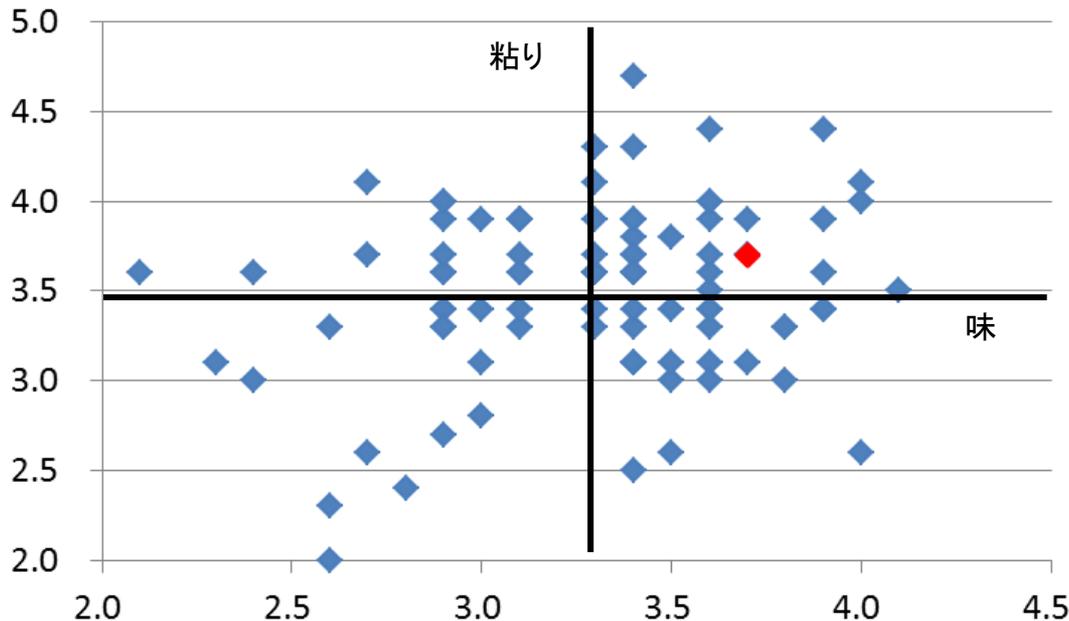
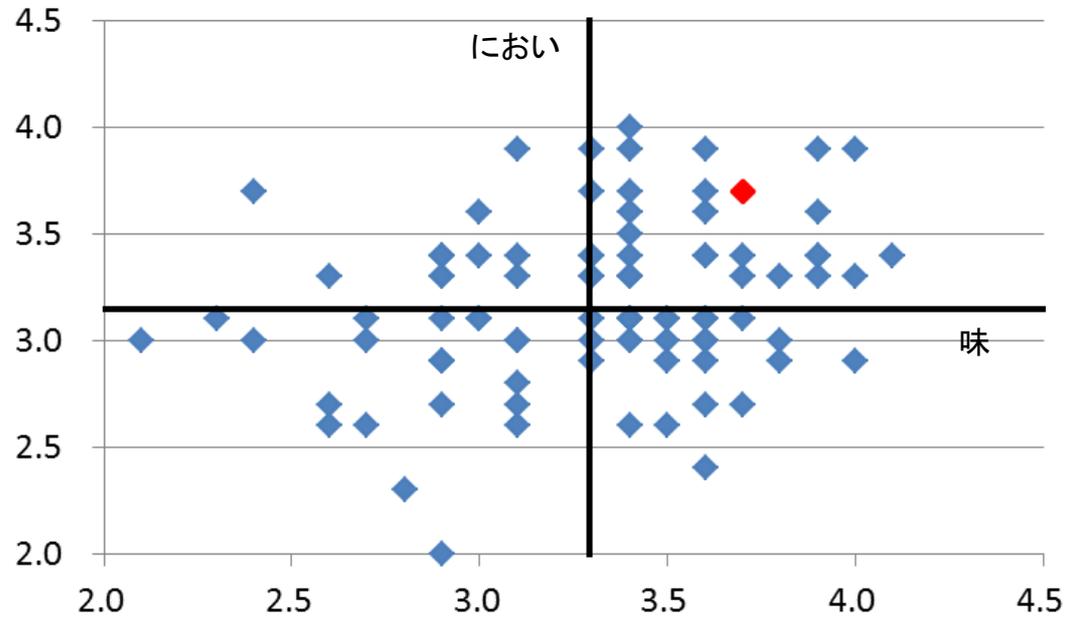


松山納豆の外観
の評価は、相対的
に見て非常に高い



松山納豆の硬さの
評価は、相対的に
見てやや高い

松山納豆のにおいの評価は、相対的にみて高い



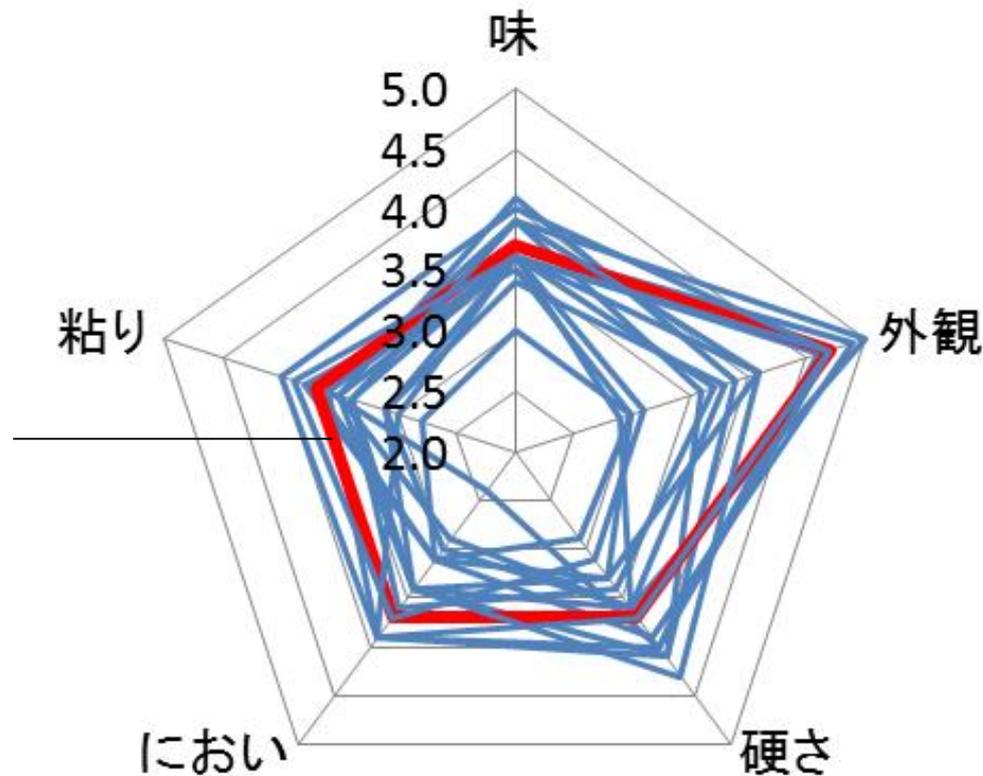
松山納豆の粘りの評価は、相対的に見てやや高い

桧山納豆

外観の評価が4.7と高く、味、硬さ、におい、粘りの評価がオール3.7と、すべてのバランスが取れているのが特徴



くせがなく万人受けする。
そのまま食べても、料理
に使用してもおいしい。



各パネリストが自身で最も好ましいと思うサンプルを1つ選択したところ、桧山納豆を含む16サンプルが選択された。その評価の平均値をレーダーチャート化した。

各項目において、評価が高いサンプルもあれば低いサンプルもあり、パネリストの好みにはばらつきがみられた。



納豆の好みは人それぞれである。様々な味やテクスチャーの納豆が市販され、消費者が自分好みの納豆を選択、購入できることが重要。

「桧山納豆」の特性と新メニューの開発

15. 桧山納豆の特性調査(2)

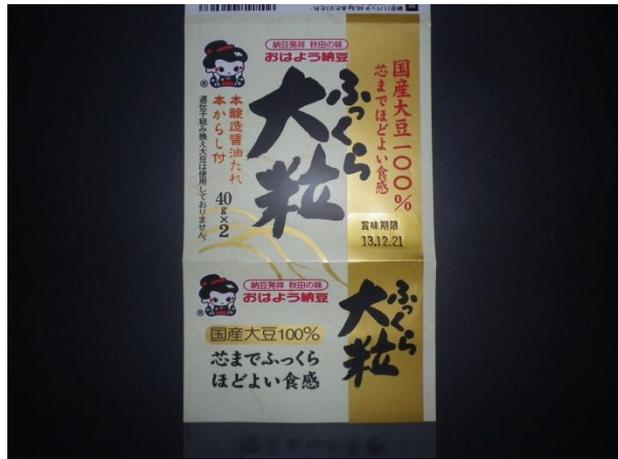
桧山納豆の特性を明らかにすることを目的として、東口ゼミ所属の学生24名が官能評価を行った。

桧山納豆を含む、小売店16店舗で多く販売されていた納豆上位7品をサンプルとし、重量と長さを計測した。

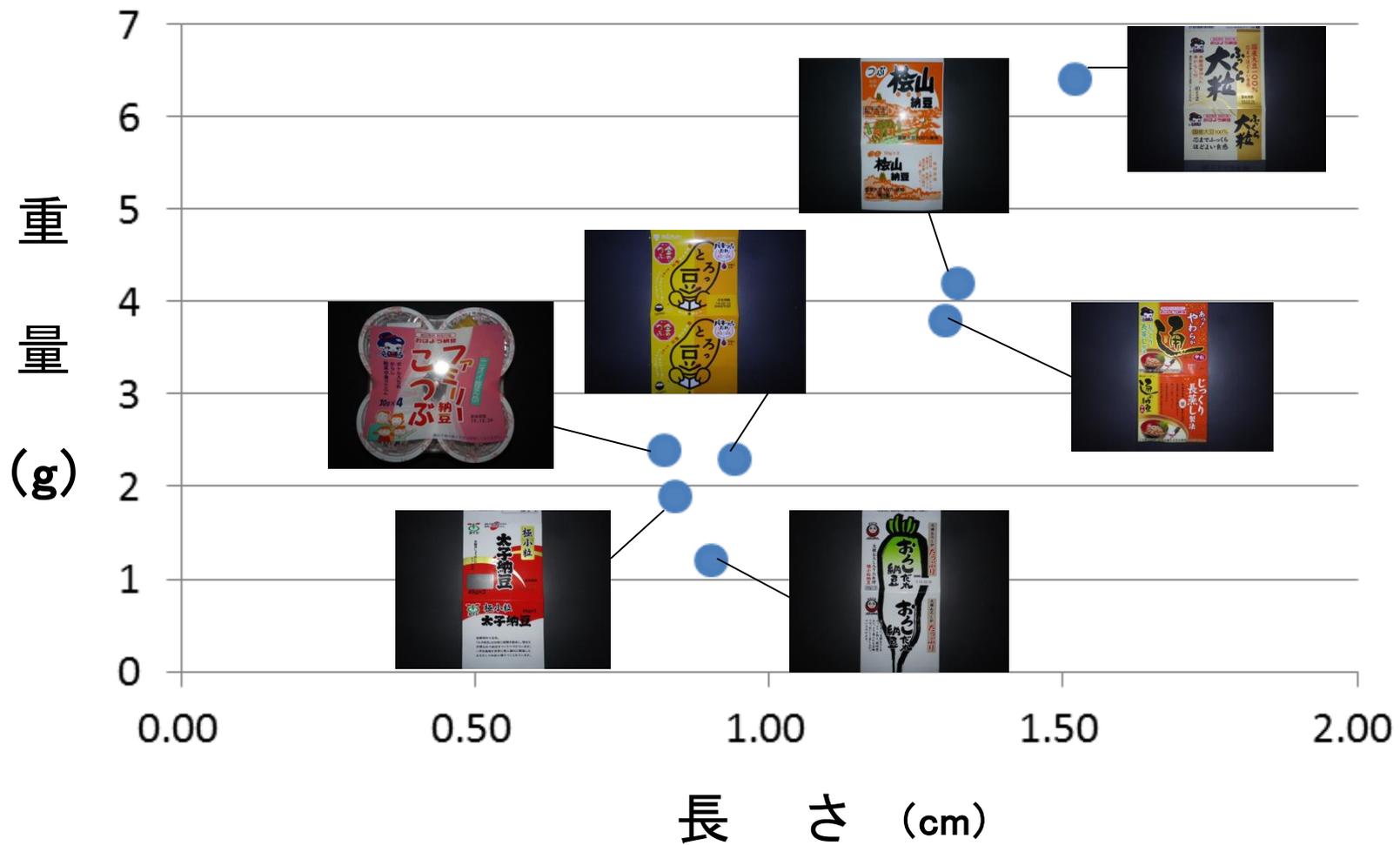
<サンプルと計測方法>

- | | |
|------------------------|--------|
| ・元祖桧山納豆(株): 桧山納豆 | 9店舗で販売 |
| ・(株)ミツカン: パキッ! とたれとろっ豆 | 9店舗で販売 |
| ・(株)ヤマダフーズ: ふっくら大粒 | 7店舗で販売 |
| ・(株)ヤマダフーズ: あっ! やわらか通 | 6店舗で販売 |
| ・(株)ヤマダフーズ: ファミリー納豆こつぶ | 5店舗で販売 |
| ・あづま食品(株): おろしだれ納豆 | 5店舗で販売 |
| ・太子食品(株): 太子納豆極小粒 | 5店舗で販売 |









松山納豆は大粒の部類。売れ筋の納豆のサイズは大小さまざま。
 購入するときに最も気にすることは粒の大きさである(先のアンケートより)。
 消費者の多様な好みに対応できるように、様々なサイズの納豆が販売されている。

「桧山納豆」の特性と新メニューの開発

16. 新メニューの開発

東口ゼミ所属の学生24名が、桧山納豆を使用した新メニューの開発を下記の要領で試みた。

レシピ作成→調理実習→試食→評価→
レシピ調整→栄養価計算→レシピ集作成

最終的に主食4品、主菜10品、副菜2品、合計16品の新メニューを開発し、レシピ集も作成できた。

納豆と春菊のかき揚げ



たらの香り蒸しおろし納豆がけ



五目納豆そぼろご飯



こんにゃくステーキ納豆みそがけ



納豆にら卵あんかけ



ぶりの納豆コチュジャン焼き



揚げ出し納豆



納豆ジャージャー麺



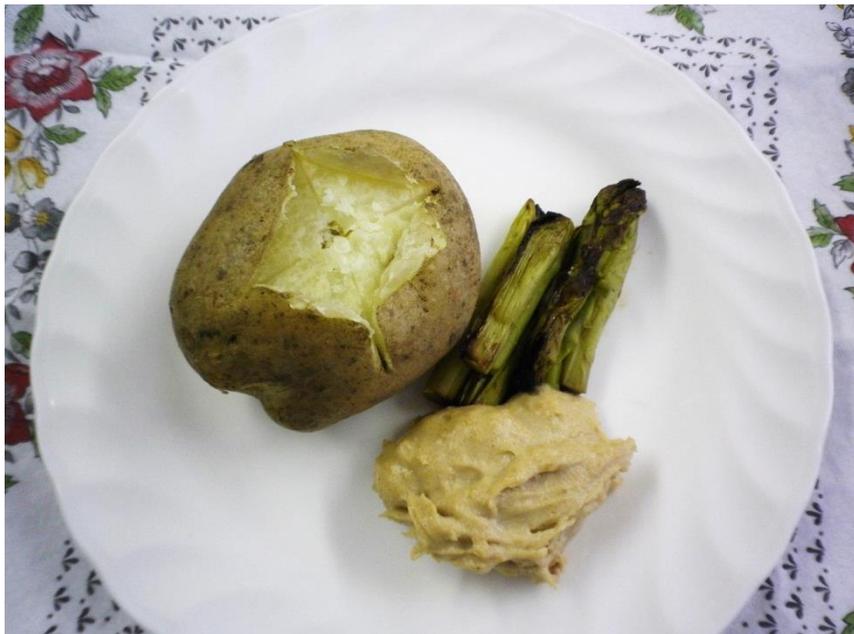
棒棒鶏納豆ソース



豚肉の納豆しょうが炒め



ベイクドポテト納豆クリーミーソース



納豆の和風ピザ



ひじきと切干大根の納豆サラダ



納豆と砂肝のハーブ炒め



納豆ピリ辛丼



納豆ブルスケッタ(2種)



「松山納豆」の特性と新メニューの開発

11. まとめ

納豆の嗜好性は高く、食べる頻度も多い。価格は安く健康的というイメージも強い。数ある納豆の中から自分好みの1品を見つけ出し、積極的に食事に取り入れて楽しみたい。

松山納豆は外観がよく、味、におい、テクスチャーのバランスが取れているのが特徴であった。くせがないため、多くの人に受け入れられるであろう。また、そのまま食べるだけではなく、料理に使用してもおいしいと思われる。

このことをアピールしつつ、新たなメニューを提案することにより、県内外での認知度向上と販路拡大につなげていけるのではないだろうか。