

ジュノハート「購入経験なし」7割も…



工藤祐直町長（右）に報告する学生ら=16日、南部町

弘大生調査、南部町長に報告

ジュノハートの調査研究は2019年〜24年度まで町と弘前大の連携事業の一環で実施。本年度は同大が独自で行った。

今回の消費者の購買行動と意識に関するアンケートは25年6〜7月、同センターの来場者462人に実施。回答者の割合は県内78.8%、県外20.3%だった。ジュノハートを「知っている」と答えた人は85.1%。知っている情報（複数回答可）は「粒が大きい」「県独自品種」「おいしさ」の順が多かった。

今後について、20代は「ぜひ購入したい」が31.0%、「二度くらいは購入したい」

若者が「PR工夫で消費増える」
高い関心

弘前大農学生命科学部の学生は16日、南部町で青森県独自品種の「大玉サクランボ」ジュノハートの消費者アンケート結果を報告した。同町の名川チェリーセンターを訪れた人へ調査したところ、69.5%がジュノハートを「購入した経験がない」と答えた。ただ、今後購入したいと考えている人は54.1%と過半数を占め、中でも20代以下が高い関心を示した。同大の学生は「若い人は、高いけど一度は食べてみたいという好奇心が強い。売り方次第で消費が増える可能性がある」と話している。（石橋優）

「買ってみたい」半数超

が41.4%で7割以上が前向きな回答。50代でも、ぜひ購入したいが32.4%と多かった。全体で40代以上は「購入する予定はない」との回答が多かった。居住地別では県外より県内の方が購入希望者の割合が高い。

長谷川さんは「認知度は高く、世代に合わせたPRが重要だと思う。若い人はネットを通してジュノハートのかわいさやおいしさを伝えていけたら」と語った。

3粒入り（約2千円）から18粒入り（同4千〜6千円）は「高い」「やや高い」が過半数以上。一方、値段が上がっても1箱当たりの粒数が多くなるにつれ、価格を「適当」と評価する声も増えた。

この日は同学部の石塚哉史教授、4年長谷川里桜さん、3年尾崎友亮さん、矢野拓馬さんが町役場を訪れ、工藤祐直町長と生産者に報告した。

この画像は、当該ページに限って”デーリー東北”が利用を許諾したものです。無断転載はできません。