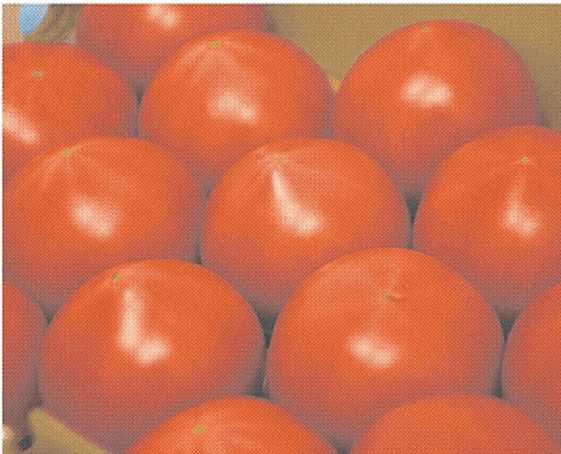


「アメーラ」酸味・うま味熟す

バイヤー調査 トマト

ブランド採点表 は項目でトップを示す	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	⑰	⑱	⑳	
	アメーラトマト	高リコピントマト	シュガートマト	はちべえトマト	岡山桃太郎トマト	徳谷トマト	びらとりトマト	越のルビー	匠トマト	飛騨トマト	赤い恋人	博多のトマト	光樹とまと	南郷トマト	こへこま	長生トマト	サンシャイントマト	夏美人	垢田トマト	金太郎トマト
総 合 評 価	345	262	248	221	195	182	178	175	172	170	167	166	152	136	120	115	111	108	105	103
味	71	21	57	22	21	34	21	30	33	16	25	11	31	18	22	10	14	11	18	13
供給の安定度	17	30	18	37	24	5	17	6	7	24	13	27	6	17	6	14	5	12	5	4
色・つや	40	28	33	24	19	17	18	19	24	17	19	12	17	12	16	9	13	11	12	11
口当たり・食感	34	13	29	16	17	24	16	20	16	13	16	10	18	12	9	9	10	10	10	7
価格水準の妥当性	11	13	13	20	11	5	13	6	7	14	6	7	6	10	3	7	2	6	3	2
安全性への信頼	23	35	13	16	14	13	12	5	11	13	13	12	13	9	6	7	9	5	7	5
利益率	9	13	12	19	15	5	8	6	7	13	6	15	4	8	4	8	3	5	2	4
日持ちの良さ	33	19	17	20	16	7	12	8	10	21	7	13	5	9	8	8	4	8	5	5
認知度	55	31	18	17	29	20	13	9	10	10	4	11	7	9	5	5	6	2	5	4
希少性の高さ	16	9	11	5	1	21	2	6	13	3	7	4	13	4	11	3	3	4	8	5
産地のイメージ	27	7	13	21	19	20	20	6	7	13	7	13	8	13	5	5	5	3	5	6
ネーミング	47	31	28	13	21	10	8	16	14	4	21	5	7	5	11	7	13	5	2	11
香り	22	12	15	9	10	17	9	14	14	9	11	6	10	5	8	5	5	5	7	4
栽培方法(減農薬等)	8	7	8	6	2	3	3	3	4	4	2	4	6	0	3	0	3	1	4	1
自治体・JAなどの地元のサポート	5	4	7	13	6	7	9	1	5	7	4	8	5	6	2	5	4	3	5	2
保存・保管のしやすさ	14	18	10	18	12	8	5	6	6	9	5	10	4	7	7	5	5	5	5	4
広告・キャンペーンなどマーケティング戦略	8	13	3	5	2	4	2	1	2	3	3	3	2	1	1	2	2	1	3	1

夏野菜の代表格トマト。丸々として赤く、甘さを蓄えたトマトを八百屋で見かける機会も増えてきた。主要20品目（ブランド）を対象にした今回の調査では「アメーラトマト」が総合評価で首位だった。味や口当たり・食感のほか、ネーミングでも評価が高かった。バイヤーからは味へのこだわりや安定供給を望む声が多く、ブランドとしての違いをいかに打ち出すが人気を左右している。



アメーラトマトは味やネーミングなど9項目で首位だった

ネーミング高評価で首位

ブランド

ブランド別の総合評価では「アメーラトマト」が345点で首位だった。アメーラは品種の名称ではなく、与える水の量をきりぎりまで抑えた独自の栽培方法で、厳しい規格基準を通過したトマトのブランド名だ。産地・静岡の言葉で「目でしょ」という意味を持つ。「うま味成分のグルタミン酸や、アミノ酸の一種「GABA（ギャバ）」を多く含み、酸味やうま味がバランス良く配合されている。項目別では味（71%）、「色・つや」（40%）、「口当たり・食感」（34%）、「香り」（29%）など9項目で首位だった。「認知度」（55%）、「ネーミング」（47%）も高く、ブランド戦略が奏功している。2位はカゴメが販売する「高リコピントマト」（262点）。

3位は高知県日高村で生まれたフルーソトマト「シュガートマト」（248点）だ。12月～6月中旬の冬から春にかけて収穫される。通常のトマトは水に浮くが、シュガートマトは果肉が詰まっているため水に沈むという。糖度7以上のヴェルデ8以上のピアンコ、10以上のロソンプレミアムの3種類がある。「栽培方法（減農薬等）」（8%）がアメーラトマトと同率首位だった。「味」（57%）、「色・つや」（33%）、「口当たり・食感」（29%）がアメーラトマトだった。5位は岡山県産の「岡山桃太郎トマト」（195点）だった。4位には「はちべえトマト」（221点）がランクインした。熊本県八代市のJAやつしろが開発したトマトで、「供給の安定度」（37%）、「価格水準の妥当性」（20%）、「利益率」（19%）など5項目で首位だった。

に次ぐ2位で高評価を得た。6位は「徳谷トマト」（136点）。塩分を多く含んだ高知県の徳谷地区で栽培されたブランド品で、等級によっては糖度13以上と甘さに特徴がある。「希少性の高さ」（21%）が全ブランドの中で首位だった。バイヤーからの要望では「大玉系は年々売れ行きが悪くなっている」「品種で売れる時代にならないと成長はない」との声が上がった。

「味・供給の安定度」重視

仕入れ基準

トマトの仕入れを決める判断基準について複数回答で尋ねたところ、最も多くのバイヤーが重視すると答えたのが「味」（90%）だ。昇だ。「仕入れを減らして売場を縮小するしかない」「販売価格は競合店を意識してあげられない」と苦しい状況だ。トマトを安定供給するために「国やJAの補填が必要」との声も挙がった。今後の仕入れ量は「増やす・やや増やす」（68%）、「売り場スペースを広げる・やや広げる」（66%）、仕入れブランド数を「増やす・やや増やす」（54%）と、いずれも「減らす」「狭める」を大きく上回った。原油高など逆風も強まる中、需要が高まる春～夏に向けていかに安定供給できるかが重要になる。（八木悠介）

トマトの仕入れを決める判断基準について複数回答で尋ねたところ、最も多くのバイヤーが重視すると答えたのが「味」（90%）だ。昇だ。「仕入れを減らして売場を縮小するしかない」「販売価格は競合店を意識してあげられない」と苦しい状況だ。トマトを安定供給するために「国やJAの補填が必要」との声も挙がった。今後の仕入れ量は「増やす・やや増やす」（68%）、「売り場スペースを広げる・やや広げる」（66%）、仕入れブランド数を「増やす・やや増やす」（54%）と、いずれも「減らす」「狭める」を大きく上回った。原油高など逆風も強まる中、需要が高まる春～夏に向けていかに安定供給できるかが重要になる。（八木悠介）

【調査の方法】
▼調査は2月17日から3月15日に、FAXで実施。百貨店、スーパーで青果の仕入れを担当しているバイヤー220人を対象とし、112人（回収率50.9%）から回答を得た。
▼22ブランドについて5点満点で総合評価をしてもらい、その合計得点で上位20ブランドのランキングを作成。採点項目の数字は、品種を評価できると回答したバイヤーの割合（%）を表す。
▼今回の調査結果や生鮮ブランドに関する調査の問い合わせは日経リサーチ 編集企画部（03・5296・5198）まで。