

夏野菜が旬を迎えた。なかでもトマトはサラダや料理に使用される機会が増える。栽培方法や品種にこだわったブランドトマトは、多少割高でも店頭では一定の人気を得ている。主要32品種を対象にした今回の調査では、糖度の高さに定評がある「アメラトマト」が首位に立った。もっとも節約志向の高まりを受け、今後は低価格帯の商品を中心に仕入れるとの声も目立つ。

「アメラ」甘みで独走

ブランド

「こくみ」安定供給に信頼

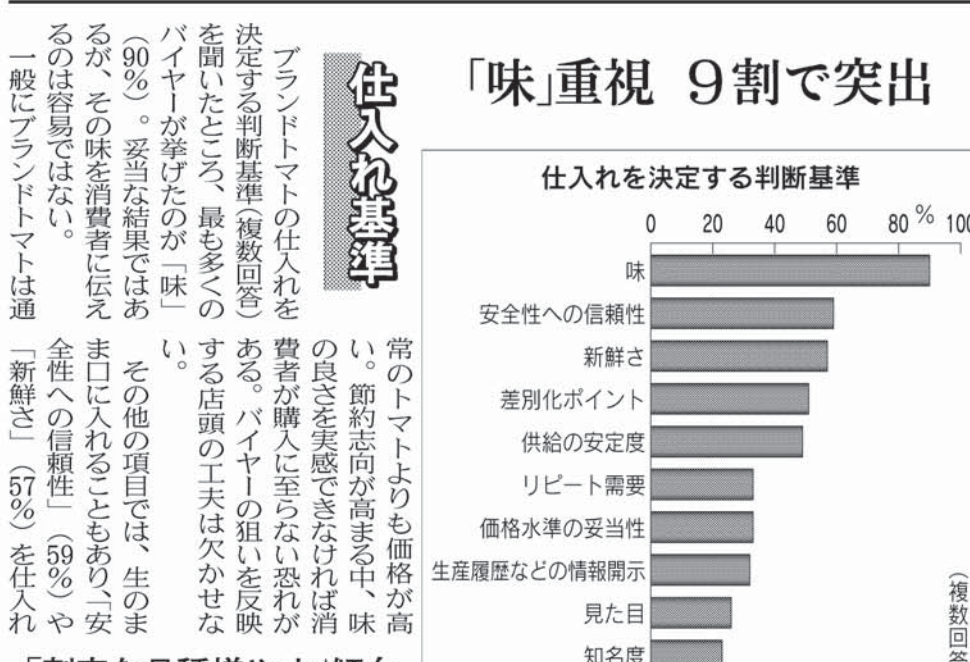
ブランド別の総合評価で首位のアメラトマトは、14項目中5項目でバリエーションが最高だった。アメラトマトの栽培方法は特徴的だ。イタリア語のような語感の「アメラ」は静岡産地は静岡県や長野県。トマトに与える水の量を極限まで減らし、実に甘みと栄養分を濃縮させる

栽培方法が特徴的だ。イタリア語のような語感の「アメラ」は静岡産地は静岡県や長野県。トマトに与える水の量を極限まで減らし、実に甘みと栄養分を濃縮させる

栽培方法が特徴的だ。イタリア語のような語感の「アメラ」は静岡産地は静岡県や長野県。トマトに与える水の量を極限まで減らし、実に甘みと栄養分を濃縮させる

栽培方法が特徴的だ。イタリア語のような語感の「アメラ」は静岡産地は静岡県や長野県。トマトに与える水の量を極限まで減らし、実に甘みと栄養分を濃縮させる

総合評価	味	安全性への信頼性	新鮮さ	差別化ポイント	供給の安定度	リピート需要	価格水準の妥当性	生産履歴などの情報開示	見た目	知名度	産地イメージ	ネーミングやラベルデザイン	利益率	広告・宣伝やキャンペーンなどのマーケティング戦略	
1 アメラトマト	247	50	11	9	25	8	17	4	8	19	19	13	13	1	3
2 赤糖房	177	32	6	11	15	7	14	2	5	15	15	10	12	2	1
3 こくみトマト	171	10	13	7	12	23	5	2	10	11	19	12	3	2	14
4 徳谷トマト	169	30	4	7	16	3	7	1	4	11	27	4	18	0	2
5 ニシパの恋人	155	19	8	4	2	15	7	9	7	15	11	7	24	2	2
6 ブリックスナイン	151	30	6	7	8	7	7	3	4	7	9	2	7	2	0
7 はちべえトマト	130	8	7	3	1	15	4	13	2	6	5	5	8	6	0
8 赤い恋人	116	11	7	6	6	5	3	7	6	11	7	7	11	2	1
9 カクテルトマト	110	11	3	10	12	7	3	1	3	13	3	9	2	0	0
10 ひまわりミニトマト	103	15	4	7	2	11	5	6	3	11	5	2	11	2	1
11 博多のトマト	99	9	4	7	1	11	3	10	3	11	7	2	9	4	2
12 南郷トマト	98	13	2	6	2	9	5	9	2	7	5	0	8	4	0
13 飛騨トマト	93	8	2	6	2	15	4	4	1	7	2	2	10	1	2
14 雨よけトマト「夏美人」	79	7	3	4	2	10	1	7	2	5	2	2	6	2	0
15 岡山桃太郎トマト	75	10	3	8	1	7	2	5	2	5	11	4	11	4	0
16 唐津ミディートマト	73	7	2	3	4	2	2	7	4	6	4	2	5	1	0
17 ながいきトマト	72	6	2	4	0	6	1	7	2	4	4	0	5	4	0
18 ソプラノトマト	57	9	2	0	4	2	4	2	2	4	0	1	2	1	0
19 光樹	51	7	2	2	4	2	4	2	1	6	0	3	2	1	2
20 サンシャイトマト	46	3	2	3	2	0	2	3	0	4	2	2	1	0	0



「割安な品種増やす」傾向

一般的にブランドトマトは通

「新鮮さ」(57%)を仕入れ

「割安な品種増やす」傾向

「新鮮さ」(57%)を仕入れ

「割安な品種増やす」傾向

「新鮮さ」(57%)を仕入れ

バイヤー調査 ヒット分析



ブランドトマトが並ぶ売り場(東京都渋谷区の東急百貨店東横店・林フルーツ)

「味」重視 9割で突出

「味」重視 9割で突出

「味」重視 9割で突出

「味」重視 9割で突出

「味」重視 9割で突出

「味」重視 9割で突出

「味」重視 9割で突出

「味」重視 9割で突出