

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グンと増える。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

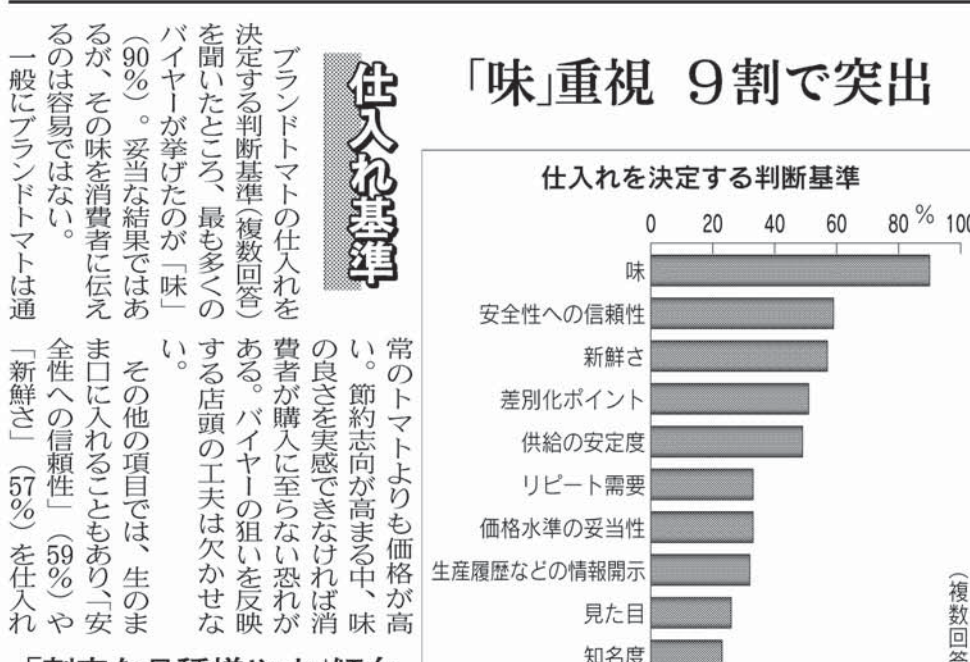
## ブランド

## 「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項目でトップの評価が最高だった。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」は静岡で栽培されている。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」は静岡で栽培されている。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」は静岡で栽培されている。

「こくみ」安定供給に信頼。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」は静岡で栽培されている。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」は静岡で栽培されている。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」は静岡で栽培されている。

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

東京都中央卸売市場では2008年のトマトの取扱量は8万3524トで、前年比0.5%減。ここ数年微減傾向が続くなか「トマト全体の仕入れ金額に占めるブランドトマトの割合」は、「10%以上20%未満」(32%)と答えるバイヤーが最も多かった。

今後については、健康志向でブランドトマトに関心をもち消費者が多いほか、野菜売り場でトマトの赤みが彩りになるため、取り扱う種類を増やしたいとの声が強い。ブランドトマトの仕入れ量を増やすと答えたバイヤーは59%に上ったほか、仕入れブランド数も「増やす」との回答が48%に達した。

ただ、景気悪化を受け「消費者が買い求めやすい価格帯のものが増やす」との意見も目立つ。より厳しく味と価格の妥当性を吟味して、高価格の商品を売り場から減らす可能性もありそうだ。

(若杉朋子)

## 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)

「アメラ」の総合評価が2位の「赤糖房」(あかる)は、糖度が最低でも8.5度と高く、実が赤く完熟した状態で収穫するのが特徴だ。「新鮮さ」(11%)で定評を得ている。一方、「知名度」(27%)の評価が最も多かった。このほか、「価格水準の妥当性」(2%)の評価が4位の高知市「徳谷トマト」が甘みが強い低かった。

3位は、カゴメが2001年に販売を始めた「こくみトマト」。大手メーカーが手がけていることで安心感が高く、「安全性への信頼性」(13%)、「供給の安定度」(23%)の支持率が高い。パッケージ戦略に対する評価の低さに産地名とロット番号が目立つ。売り場に並ぶロケット番号から生産情報を追える仕組みに「生産履歴などの情報」(10%)では最も高い評価を得た。

他の品種よりも突出したのが「広告・宣伝やキャンペーン」(10%)のマーケティング戦略だ。

みなべいなみ農業協同組合が手掛けているミニトマト。糖度が最低でも8.5度と高く、実が赤く完熟した状態で収穫するのが特徴だ。「新鮮さ」(11%)で定評を得ている。一方、「知名度」(27%)の評価が最も多かった。このほか、「価格水準の妥当性」(2%)の評価が4位の高知市「徳谷トマト」が甘みが強い低かった。

3位は、カゴメが2001年に販売を始めた「こくみトマト」。大手メーカーが手がけていることで安心感が高く、「安全性への信頼性」(13%)、「供給の安定度」(23%)の支持率が高い。パッケージ戦略に対する評価の低さに産地名とロット番号が目立つ。売り場に並ぶロケット番号から生産情報を追える仕組みに「生産履歴などの情報」(10%)では最も高い評価を得た。

他の品種よりも突出したのが「広告・宣伝やキャンペーン」(10%)のマーケティング戦略だ。