

<研究成果の紹介>

生産から消費に至る青果物品質評価構造

経営部

1. 成果の内容

青果物の品質評価は卸売市場に依存していると言われていたのですが、消費者、量販店、生産者などの評価に対する卸売市場評価が計量的に比較されていませんでしたので、生産から消費に至る青果物の品質評価を体系的に明らかにしました。

まずAHPという分析法を用い、分析対象を県農業試験場(試験研究)、専業農家・農協(生産団体)、卸売市場、量販店、料理学校教員(消費者)としました。

生産から消費に至る評価基準の重要度の変化パターンは、生産者側重視型、卸売市場重視型、消費者側重視型に分かれました。例えば、嗜好性は生産者側で重要度が高く消費者側で低いとか、逆に栄養・健康と安全性は生産者側で低く、消費者側で高いこと、或いは流通鮮度は卸売市場で重要度が高いなどです。

全体的に卸売市場の保守的と考えられる評価が存在していますので、卸売市場と消費者・量販店の評価に対して優先度を決定するなどバランスある産地対応を行う必要があります。

2. 技術の適用効果と適用範囲

これは三重県産青果物の流通圏における品質評価構造の解析を行ったものです。

3. 普及・利用上の留意点

産地の内部として捉えられる試験研究と生産団体の評価や意識を近づける必要性があります。

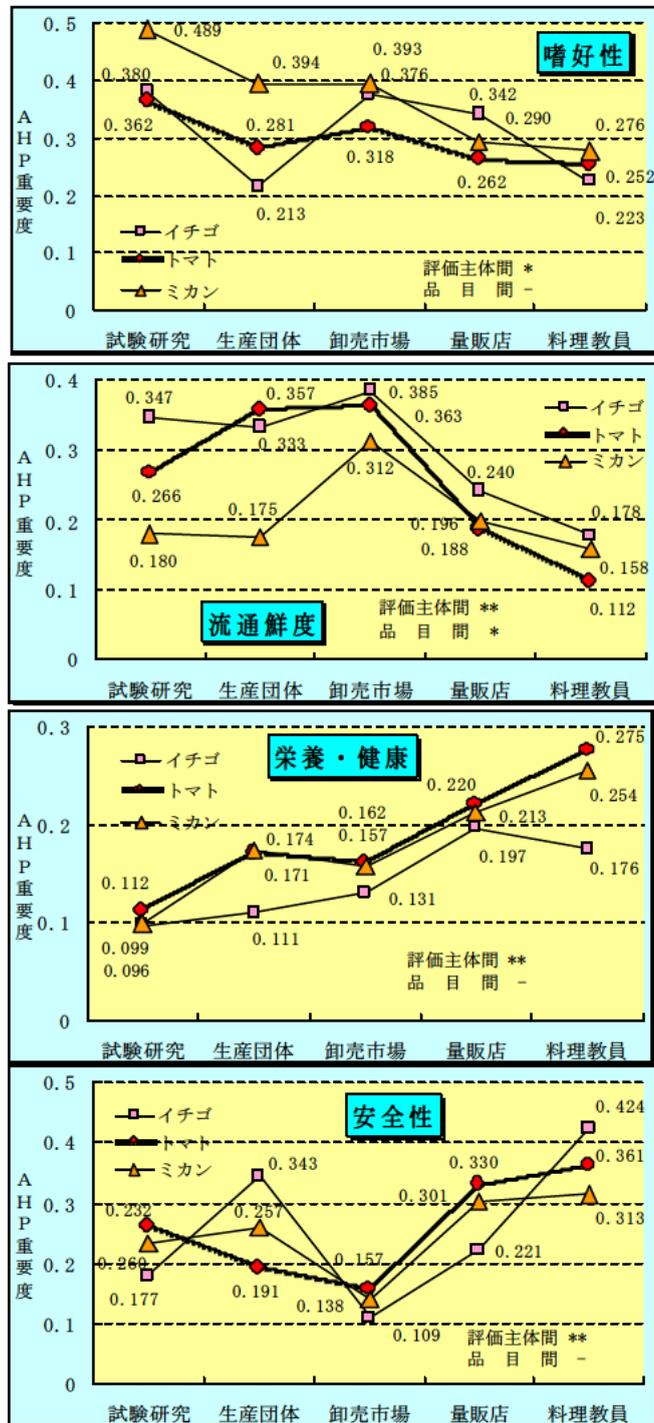


図 青果物の評価基準重要度

注:分散分析による有意差は図中示したとおりです。

(経営担当 大泉 賢吾)

