

海外における日本産焼き芋の評価 ータイ・バンコクにおける嗜好性調査の報告ー

農研機構 企画戦略本部 農業経営戦略部
研究員

うえにし よしひろ
上西 良廣

1 はじめに

2020年2月に、タイ・バンコクに居住する人を対象とし、日本産焼き芋の好き嫌いに関する試食調査（以下、嗜好性調査）を実施したので、本稿ではその調査概要と調査結果を報告する。なお、同時期に実施したバンコク都心部の百貨店やスーパーなどにおけるサツマイモおよび焼き芋の店頭販売状況調査の結果については、上西(2020a)を参照されたい。

2 嗜好性調査の概要

嗜好性調査に用いた焼き芋は、日本の専門業者に委託して焼き芋に加工し、冷凍保管した。焼き芋は冷凍便で事前にタイに発送したが、当初想定していた以上に通関手続きに日数を要し、調査日までに届かなかったため、日本から冷蔵状態を維持して輸送した焼き芋を試験に用いた。

調査協力者は、バンコクに居住する人を対象とし、現地の調査会社を通じて、年齢（20代から50代）と性別が均等になるように60名を目標として募集した（表1）。嗜好性調査は、調査会社が用意した会場で実施した（写真1、2）。

調査会社のスタッフが設問を読み上げ、

表1 回答者の基本属性（単位：名）

	男性	女性	合計
20代	7	8	15
30代	9	8	17
40代	8	9	17
50代	9	8	17
合計	33	33	66



写真1 調査会場（全体）



写真2 調査会場（ブースの内側）

調査対象者の回答をタブレットに入力してもらった(写真3)。調査に用いた焼き芋は、シンガポールで行った調査と同様に(上西、2020b)、べにはるか、ベニアズマ、ふくむらさきの3品種とした。



写真3 調査時の様子(左:スタッフ、右:対象者)

調査時には、供試した焼き芋の糖度と回答者の回答結果が紐づくようにし、調査直前に常温の焼き芋を1.5cm程度の幅に輪切りにして、一枚の皿に3種類をのせた状態で提供するとともに、個体別に糖度(Brix値(%))を測定した。1本の焼き芋から6セットを作成した(写真4)

回答者はまず、基本属性と焼き芋の喫食および購買に関する設問に回答し、次に、提供した焼き芋の色と香りを評価した。最後に焼き芋を4回に分けて試食し、甘み、味、食感、全体評価の各項目を評価した。なお、焼き芋に関する情報(生産国や品種、品種特性など)は一切提供しなかった。

今回の調査で使用した焼き芋のBrix値(%)の平均値(各品種11本の平均値)は、べにはるか36.2、ふくむらさき33.1、ベニアズマ26.1であった。



写真4 調査用焼き芋(Pベニアズマ、Qべにはるか、Rふくむらさき)

3 嗜好性調査の結果

(1) 焼き芋の喫食・調理・購買に関する回答結果

表2は、サツマイモに関する設問の回答結果である。日常生活の中でよく食べるサツマイモの肉色は、黄肉色が最も多い。紫肉色は7割以上、橙肉色は半数以上の方が日常生活の中でよく食べると回答した。家庭でのサツマイモの調理方法に関しては、半数以上の方が蒸し芋、焼き芋、茹で芋を回答しており、これらが主な調理方法であることが明らかとなった。

表3は焼き芋の喫食行動、表4は焼き芋の購買行動に関する設問の回答結果である。焼き芋を食べた経験がある人は約7割であり、このうちほとんどの人が焼き芋を好きであった。焼き芋を食べる頻度は週1回以上が約半数、月2～3回が約4割となっている。シンガポールでは(上西、2020b)、週1回以上が約3%、月2～3回が約24%であったため、タイの方がシンガポールよりも焼き芋を食べる頻度が圧倒

表2 サツマイモの肉色・調理方法に関する回答結果（単位：％）

よく食べるサツマイモの肉色		家庭でのサツマイモの調理方法	
黄色	90.9	蒸し芋にする	69.7
紫色	74.2	焼き芋にする	66.7
橙色	51.5	茹で芋にする	53.0
白色	30.3	干し芋にする	10.6
色にこだわりはない	1.5	その他	0.0
ほとんど食べない	0	調理しない	3.0

注）該当するものを全て回答してもらった。

表3 焼き芋の喫食行動に関する結果（単位：％）

焼き芋を食べた経験	
ある	66.7
ない	33.3
焼き芋の好き嫌い	
とても好き	54.5
好き	43.2
好きでも嫌いでもない	2.3
嫌い	0
とても嫌い	0
焼き芋を食べる頻度	
週1回以上	47.7
月2～3回	38.6
月1回	9.1
2か月に1回	4.5
2か月に1回未満	0

注）好き嫌い、食べる頻度に関しては、焼き芋を食べた経験が「ある」と回答した人が対象。

表4 焼き芋の購買行動に関する結果（単位：％）

焼き芋を購入した経験	
ある	90.9
ない	9.1
購入時に重視する項目（1位）	
肉色	35.0
香り	30.0
大きさ	13.3
形	13.3
価格	8.3
購入時に重視する項目（2位）	
肉色	28.3
香り	26.7
大きさ	16.7
価格	11.7
形	11.7
生産国	5.0

注）購入時に重視する項目に関しては、焼き芋を購入した経験が「ある」と回答した人が対象。

的に高いことが明らかとなった。

焼き芋を購入した経験がある人は約9割であり、焼き芋の購入時に最も重視する項目は肉色（35％）や香り（30％）であった。購入時に重視する項目の第2位においても、肉色と香りの割合が高いため、これらの要因が焼き芋を購入するにあたって重要であると考えられる。

（2）焼き芋の嗜好性に関する回答結果

嗜好性評価の結果に関して、品種間で統

計的に有意な差が見られるかを明らかにするため、クラスカルウォリス検定を適用し、その後Bonferroni調整によって群間の大小を確認した。表5はその結果を表している。

「甘み」と「全体評価」で統計的に有意な差が見られた。「甘み」に関しては、ベにはるかがふくむらさきとベニアズマよりも統計的に有意に高い結果となった。「全体評価」に関しては、ふくむらさきの平均評価得点が最も高く、ふくむらさきがべに

表5 3種類の焼き芋に対する消費者の評価結果

	糖度	甘み	色	香り	味	食感	全体評価
ふくむらさき	33.1	↑ 3.17	6.56	6.59	6.64	6.74	↑ 6.89
べにはるか	36.2	↓ 4.06	6.20	6.27	6.36	6.06	↓ 6.02
ベニアズマ	26.1	3.30	6.17	6.77	6.56	6.30	6.56

注1) 糖度は嗜好性調査に用いた焼き芋のBrix値(%)の平均値である(各品種 $n=11$)。「甘み」は5段階(とても甘い5点～甘くない1点)、それ以外の評価項目は9段階(非常に好き9点～非常に嫌い1点)を設定し、平均評価得点を算出した($n=66$)。

注2) クラスカルウォリス検定を適用し、その後Bonferroni調整によって群間の大小を確認した。表中で*を付けた品種間では有意水準5%で有意差があることを示している。

はるかよりも統計的に有意に高い結果となった。これらと糖度の結果を踏まえると、糖度が最も高かったべにはるかに対して、3品種の中では最も甘いという評価をしていることが明らかとなった。しかし、べにはるかの「全体評価」は3品種の中で最も低い結果となった。このことから、甘ければ全体評価が高くなるわけではないと考えられる。シンガポールでは甘ければ全体評価が高くなる傾向が見られたので、シンガポールとタイでは焼き芋に対する嗜好性が異なると考えられる。

一方、ふくむらさきの全体評価が最も高い結果となった背景には、タイでは紫肉色のサツマイモが地元スーパーや百貨店のスーパーなど様々な場所で販売されているため、日常的な食品として認識され、紫肉色に対して特別な抵抗感はないであろうことも影響していると考えられる。

4 今後の展望

本稿では、バンコク居住のタイ人の日本産焼き芋に対する嗜好性調査の結果を報告した。濃い紫肉色のふくむらさきの評価が

最も高い結果となった。

上西(2020a)でも紹介したように、2020年6月からベトナム産の紫イモを加工した調理済みの焼き芋が日系コンビニエンスストアで販売開始となった(アジア経済ニュース、2020)。このことから、紫イモの焼き芋に対する認知度はさらに向上すると考えられる。

今後は、ふくむらさきを始めたとした日本産焼き芋の販売価格に関する調査や、今回の調査では対象としなかった品種を用いた嗜好性調査などを実施し、タイ向けのサツマイモの輸出戦略を策定する必要がある。

【参考文献】

- ・上西良廣(2020a) いも類振興情報145: 48-54.
- ・上西良廣(2020b) いも類振興情報144: 39-45.
- ・アジア経済ニュース(2020)「コーン缶詰サン、焼きムラサキイモ販売開始」 <<https://www.nna.jp/news/show/2053818>>