

通し番号	4912
------	------

分類番号	30-22-11-02
------	-------------

直売所利用者のニーズを元に作成した食育マニュアルは野菜摂取量の増加につながります

[要約]

過去の研究から直売所の利用者は、健康への関心が高く、「野菜をたくさん摂りたい」とするニーズがあり、「レシピの提供」を求めている。そして、「野菜料理がワンパターンになる」などの悩みを共通で抱えていた。そこで、利用者の悩みを解消するレシピのコンセプトを明らかにし、その要素を盛り込んだレシピの評価と食育イベントの開催による教育効果を確認した。

この結果をもとに、消費者のニーズに対応し、食育、ヘルスケア情報を具体的に提供する方法をとりまとめた食育マニュアルを作成した。

神奈川県農業技術センター・企画経営部

連絡先 0463-58-0333

[背景・ねらい]

直売所の利用者は、全体的に野菜が多く摂れるレシピの提供を求めているが、調理時間や取り上げて欲しい食材は多様で、料理の実演と試食を求めていることが明らかとなっている（2015年研究成果情報）。そこで、魅力的な直売所づくりと顧客の確保を支援する目的で、ヘルスケアや食育、農育をコンセプトとした具体的な情報提供の内容と方法を明らかにする。

[成果の内容・特徴]

- 1 情報提供の具体的な内容を探るため、直売所利用者の未充足ニーズを調査した。利用者共通の野菜料理を作る際の悩みは、「野菜料理はサラダか炒め物に偏りがち」、「味付けが同じようになってしまう」、「使う野菜の種類が多くない」の3つのワンパターンである（図1）。
- 2 野菜の重さを把握する食育イベントの参加者は、その後に野菜の摂取量が増える、食材の料理バリエーションが増えるなどの行動変化が見られる（データ省略）。
- 3 ワンパターンの解消と共に、簡便化志向と調理時間に配慮し、「2人前で調理工程3～4行程、調理時間10分～15分、家にある調味料を活用する」レシピを提供したところ、直売所利用者の評価は高く、レシピのコンセプトは受け入れられた（データ省略）。
- 4 直売所利用者ニーズに対応した食育の推進するマニュアルを作成した（図2）。直売所利用者の野菜料理作りの悩みを解決するレシピ作成の具体的なポイントを解説している他、野菜摂取量増加を目的とした食育イベント等の提案を行っている。さらに利用者が惣菜購入のニーズが高いことを受け、農業者が加工品を商品開発する際の手順を解説している（図3）。

[成果の活用面・留意点]

- 1 このマニュアルは、直売所の運営者が食育活動を進める際の支援資料となる。
- 2 地域特産物の販売促進を目的としたレシピ作成にも、レシピのコンセプトは活用できる。
- 3 農業技術センターHPよりダウンロードできる（http://www.pref.kanagawa.jp/docs/cf7/cnt/f450110/shoku_manual.html）。

[具体的データ]

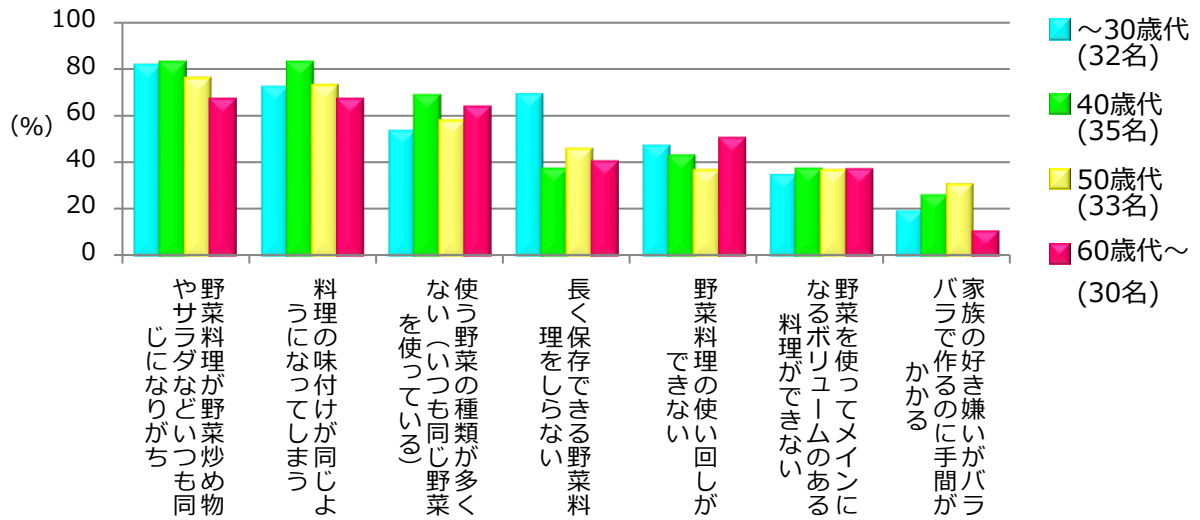


図1 A直売所利用者の野菜料理を作る際のなやみ(n=130)

もくじ

- 1 直売所の利用者の食と健康の意識タイプ 1
- 2 タイプ別の特徴とお買い物行動 2
- 3 それぞれのタイプが直売所に期待していること 3
 - (1) レシピについて
 - (2) イベントなど催し物について
- 4 利用者の心にとどくレシピを作ろう 6
 - (1) 利用者タイプ別の欲しいレシピの内容
 - (2) 直売所利用者のニーズに対応したレシピ提供
 - (3) 具体例からポイントを解説
- 5 幅広い年代が楽しめる企画を作ろう 11
 - (1) タイプ別の企画・イベントへの要望と事例紹介
 - (2) 企画・イベントの効果
 - (3) 催し物開催のポイント
 - (4) 開催回数はできるだけ多く
 - (5) 実演・試食会は準備も考えて簡単なレシピを
 - (6) 平日向け、土日向けに内容を変えて
 - (7) 家族向けに楽しめる内容
- 6 ○○そう！な加工品を作ろう 19
 - (1) 惣菜購入調査の結果
 - (2) 惣菜や加工品の目的は直売所の特徴付け
 - (3) 商品開発は、まず既存の商品を見直して「出来るところから」
 - (4) 新商品開発のステップ
 - (5) 商品のジャンルの決定
 - (6) 商品コンセプト、用途の決定
 - (7) 同じジャンルの既存商品を試食して評価する
 - (8) 試作品の作成
 - (9) 試作品の評価と絞り込み
 - (10) 販売戦略の作成
 - (11) なぜ商品の評価をするのか
 - (12) 商品を伝える「ストーリー」を作りましょう
- 7 食と健康をテーマにアドバイス 23
 - (1) 食と健康、地産地消
 - (2) 無理なく継続、他の機関と連携して WinWin の関係を
 - (3) 健康イベントの事例紹介と利用者の声

図2 作成したマニュアル(もくじ)

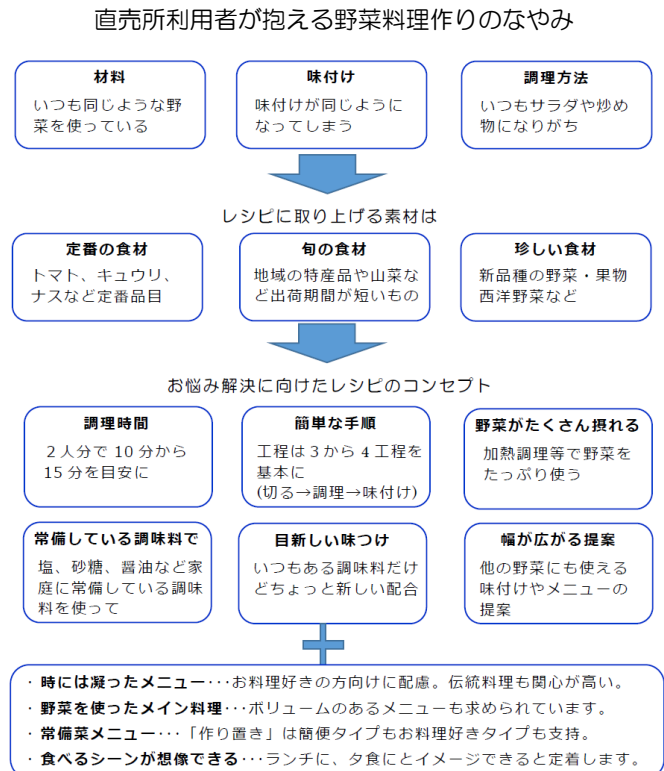


図3 利用者に提供するレシピのコンセプト

[資料名] 平成30年度試験研究成績書 経営情報

[研究課題名] 直売所での食育・ヘルスケア推進を目的とした消費者ニーズの収集と活用策の検討

[研究期間] 平成28~30年度

[研究者担当名] 鈴木美穂子、北畠晶子、曾根田友暁

[協力・分担関係] 鎌倉女子大学、J A さがみ、J A セレサ川崎