



調査

# 果物は8割がスーパーで購入

## 糖度表示のニーズ増加

中央果実協会が行った「2019年度果物の消費に関するアンケート調査(対象は全国の20歳〜69歳の男女2000人)によると、果物を主に購入する場所について「スーパー」

と回答した割合が最も高く、82.9%にのぼった。以下「直売所」(19.1%)、「専門店」(13.8%)、「コンビニ」(11.0%)と続いた。20代は他の世代に比べて「コンビニ」の割合が高かった(20.0%)。

スーパーにおける果物販売についての印象では、「小袋やバラ売りがあると良い」(29.8%)、「国産の果物を購入したい」(29.8%)が並んで高く、以下、「食べ方や食べごろを表示して欲しい」(27.5%)、「家庭での保存方法を表示して欲しい」(27.2%)、「産地情報が欲しい」(25.7%)、「糖度を示して欲しい」(24.7%)などが上位に挙がった。このうち、

「小売りやバラ売りがある」と良いは、女性の20〜30代では4割を超える。また、「糖度を表示して欲しい」の割合は、18年度の調査に比べ増加が目立つ(5.8ポイント増)。

コンビニにおける果物販売についての印象では、「スーパーより価格が高い」(49.2%)が最も高く、次いで「果物の種類が十分ではない」(31.9%)、「スーパーより新鮮に見えない」(29.4%)と続いた。ただ、果物の摂取量が多い人ほど「身近なので購入しやすいため」(24時間いつでも買えるから便利)「1回で食べきれぬ量なので買いやすい」といった、ポジティブな項目の割合が高くなる傾向がみられた。

スーパーにおける果物販売についての印象では、「スーパーより価格が高い」(49.2%)が最も高く、次いで「果物の種類が十分ではない」(31.9%)、「スーパーより新鮮に見えない」(29.4%)と続いた。ただ、果物の摂取量が多い人ほど「身近なので購入しやすいため」(24時間いつでも買えるから便利)「1回で食べきれぬ量なので買いやすい」といった、ポジティブな項目の割合が高くなる傾向がみられた。

消費の冷込み要素が多い中、価格要素への注目が高まっている。このうち「日持ち」は年代が若いほど割合が高くなる傾向がみられた。また、全体では上位に入らなかった「農薬などの栽培履歴」は、女性では2割を超えている。

スーパーにおける果物販売についての印象では、「小袋やバラ売りがあると良い」(29.8%)、「国産の果物を購入したい」(29.8%)が並んで高く、以下、「食べ方や食べごろを表示して欲しい」(27.5%)、「家庭での保存方法を表示して欲しい」(27.2%)、「産地情報が欲しい」(25.7%)、「糖度を示して欲しい」(24.7%)などが上位に挙がった。このうち、

「小袋やバラ売りがあると良い」(29.8%)、「国産の果物を購入したい」(29.8%)が並んで高く、以下、「食べ方や食べごろを表示して欲しい」(27.5%)、「家庭での保存方法を表示して欲しい」(27.2%)、「産地情報が欲しい」(25.7%)、「糖度を示して欲しい」(24.7%)などが上位に挙がった。このうち、