

# 果物の消費拡大へ 小ロット化、割高感対策を

中央果実協会

中央果実協会が行った「2018年度 果物の消費に関するアンケート調査（対象―全国の20歳〜69歳の男女2000人）によると、果物の摂取量を今のままで良いと考えている人が増えているようだ。今後、果物の摂取量を「特に変えようとは思わない」は60・4%、前回（17年度）調査より5・2%上昇した。一方「増やしたい」は37・8%と、前回から5・6%低下している。

「増やしたい」と答えた人に、日常生活の中で摂取を増やしたい場面を尋ねたところ「自宅での朝食時」の割合が59・1%で最も高く、以下「自宅での夕食時」「リラックスタイム」「小腹満たし」が続いた。女性は「自宅での朝食時」が6割を超えて（63・0%）おり、54・7%の男性を大きく上回っている。また、20代は「小腹満たし」が4割と他の年代よりも高くなっている。

どのような果物が提供されれば、より多く食べるようになるか、という

はなく、バラ売りや少数個入りでの販売「美味しい果物の見分け方を表示して販売」などが上位に挙がった。

質問では「多少外観は悪くても割安な果物」39・4%が最も高く、次いで「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる」35・9%、以下「健康や美容にいい（機能性の高い）」「購入後傷みにくい（日持ちがする）」「農薬をできるだけ使っていない」が2割前後となった。

また、果物消費を増やすための販売方法については、「その果物の食べ頃・旬を表示して販売」「袋売りで

は、バラ売りや少数個入りでの販売「美味しい果物の見分け方を表示して販売」などが上位に挙がった。購買が増える要因については、「価格がもっと安くなれば」が72・8%で突出して高く、以下「皮ごと食べられる種類の果物が売られるようになる」「カットフルーツがもっと手ごろな価格で売られるようになる」が2割台で続いた。

スーパーやコンビニにおける果物販売の印象については、スーパーでは「国産の果物を購入したい」「小袋やバラ売りがあると良い」

「産地表示が欲しい」「家庭での保存方法を表示して欲しい」「食べ方や食べごろを表示して欲しい」などが上位に挙がった。コンビニでは、「スーパーより価格が高い」が46・7%で最も高く、「果物の種類が十分ではない」「スーパーより新鮮に見えない」も多かった。

今後、果物の消費拡大を推し進めるには、「小ロット化を図り、求めやすい価格で提供することが望まれる。コンビニでは、割高感への対策や、商品の見せ方、にも工夫が求められよう。