



8割が売場で果物購入決定 「見る目」養う情報必要

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、多くの人が売場で果物の購入を決めているが、美味しさや鮮度を見分けられない等の悩みがあることが判明した。

「傷みが少ないもの」が顕著に高く、果物摂取量が多い人ほど、「新鮮そうなもの」「国産のもの」が高くなる傾向にある。

購入する商品の決定基準は、全体では「美味しそう

果物購入時の困りごとについても尋ねたところ、「買おうとした果物のうち、どれが美味しいのかを見分けられない」が4割におよんでおり、男性を大きく上

果物の購入を決定するタイミングは、全体では8割、女性は9割が売場と回答している。また、出かける前に決めている人は6割で、6代では7割にのぼる。

売場では、果物の美味しさや旬、鮮度などの「見る目」を養うような情報を提供し、消費者が果物を手に取るモチベーションを高める取組みが必要となろう。

店頭で購入を決めるきっかけは、「価格が思ったより安かったとき」(64・6%)、「売られている果物がおいしそう(または新鮮)だったとき」(53・4%)、「好きな種類の果物が売られているとき」(48・4%)が多かった。出かける前に決める理由では、「季節・旬を考えて」(43・6%)、「家の在庫が少なくなった」(42・5%)がほぼ並び、次いで

「買おうとした果物のうち、味が美味しいのかを見分けられない」(34・5%)、「買おうとした果物の鮮度を見分けられない」(33・1%)、「買おうとした果物が安いのか高いのか、適切な価格が変わ

「好みな種類の果物が売られているとき」(48・4%)が多かった。出かける前に決める理由では、「季節・旬を考えて」(43・6%)、「家の在庫が少なくなった」(42・5%)がほぼ並び、次いで

「買おうとした果物のうち、味が美味しいのかを見分けられない」(34・5%)、「買おうとした果物の鮮度を見分けられない」(33・1%)、「買おうとした果物が安いのか高いのか、適切な価格が変わ