

生鮮果物の購買・消費行動の特徴

—食行動記録データを用いた分析—

中央農業総合研究センター 山本 淳子・大浦裕二
千葉大学 櫻井清一

1. 課題

果物の消費拡大が政策的に進められ、また消費者の健康志向も高まってきているが、その一方で生鮮果物の家計消費量は年々減少している。このような果物消費の減少に対しては、これまで家計調査等の統計データを用いてその要因が検討されてきた(森ら[1]等)。しかし、消費者のライフスタイルや意識が多様化する中では、家計における購入量だけでなく、家庭内での調理・摂取の実態やその背景にある意識を具体的に把握することが重要である。そのような調理・摂取場面にも踏み込んだ研究としては、生鮮野菜を対象とした山本ら[2]等があるが、生鮮果実についての分析は行われていない。

そこで本報告では、食品の購入及び食事内容の記録データを用いて、生鮮果実の購買行動や調理・摂取行動、その背景にある意識を明らかにするとともに、生鮮果実の消費拡大に向けた方策について考察する。

2. 方法

首都圏在住の高校生以下の子供がいる女性 40 人に、食品の購入及び食事内容の記録調査とアンケートによる意識調査を行った。調査対象者は(株)ドゥ・ハウスに登録している 20 代から 50 代の消費者モニターである。同社を通じて 2009 年 11 月と 2010 年 6 月の 2 回、Web 上で各 14 日間の記録調査を行った。記録内容は、食品の買い物内容(購入先・購入品目・価格等)と食事内容(メニュー、使用材料等)である。

そして、購入した生鮮果物の種類や入手点数、購入先、摂取回数等のデータをモニターごとに整理するとともに、生鮮果物の入手点数によってモニターを分類し、各層における購買行動や摂取状況、食意識について集計を行った。

3. 結果及び考察

1) 生鮮果物の購入・入手状況

表 1 に、生鮮果物の入手点数(1 回の店舗利用ごとに生鮮果物 1 品目を 1 点として集計したもの)を品目別に示した。モニター 1 人あたりの入手点数は、I 期(11 月下旬の 2 週間)では、みかん 0.9、りんご 0.6、バナナ 0.6、かき 0.3 の順になっている。また、II 期(6 月下旬の 2 週間)では、バナナ 0.8、さくらんぼ・アメリカンチェリー 0.4 である。このように、果物の季節性を反映して I 期と II 期で入手の多い品目は異なるが、一方でバナナは時期にかかわらず入手が多いのが特徴である。年代別では、モニターの年代が上がるにつれて入手点数が多くなる傾向が見られた。

また、I 期と II 期を合わせた 28 日間の全入手点数を見ると、モニター平均は 5.3 であったが、個々のモニターでは 0~12 品目と大きく異なっていた。そこでモニターの分布を参考に、入手点数が少ない「少グループ」(3 点以下)、平均的な「中間グループ」(4~6 点)、入手点数が多い「多グループ」(7 点以上)の 3 つに分けた。このうち「多グループ」は、様々な品目で他のグループよりも入手点数が多いが、それに加えて、入手した生鮮果物の種類(バリエーション)も全期間で 5.3 種類と多い。一方、「少グループ」は全体の入手点数は少ないものの、その中でみかんやぶどう、

バナナ、さくらんぼ・アメリカンチェリーといった、皮むき等の手間が比較的にかからない品目を中心的に入手しているのが特徴といえる。

2) 生鮮果物の摂取状況

生鮮果物の摂取状況として、生鮮果物が出た食事回数を表2に示した。全体的に朝食時や夕食時（デザートを含む）に食べる傾向にあるが、「少グループ」では他のグループよりも「朝食」の割合が低い。弁当での利用はどのグループでも見られ、彩りやバリエーションのために利用されていることがうかがえる。また、どのグループでも、本人（妻）と子供の方が夫よりも生鮮果物が出た食事をとっている回数が多い。

3) 食に対する意識と生鮮果物の摂取

生鮮果物の入手が多い「多グループ」は、食品

の原産地や農薬が気になり、健康によい食品を取り入れたいという意識があるものの、同時に下拵え済みの食材や外食の利用にも積極的な傾向が見られた。そのため、この「多グループ」では、手軽に取り入れられ、かつ健康志向も満足させることができるという点で、生鮮果物の利用が多くなっていると考えられる。

引用文献

- [1] 森 宏・稲葉敏夫・田中正光(2001):「生鮮果物及び生鮮魚消費のコーホート分析」『2001年度日本農業経済学会論文集』pp.172-174.
- [2] 山本淳子・大浦裕二(2009):「子育て世代における野菜の購買・消費行動の特徴－食行動記録データを用いた分析」『フードシステム研究』16-3, pp.100-105.

表1 モニターの生鮮果物の入手点数（モニター1人あたり）

	入手点数													入手した種類
	計	りんご	みかん	他の柑橘類	ぶどう	かき	すいか	メロン	バナナ	キウイフルーツ	アボガド	さくらんぼ・アメリカンチェリー	その他	
モニター平均(全期間)	5.3	0.7	1.0	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	1.3	0.3	0.3	0.4	0.4	3.6
I期(11月下旬)	2.9	0.6	0.9	0.1	0.1	0.3	0.0	0.0	0.6	0.1	0.1	0.0	0.3	2.0
II期(6月下旬)	2.4	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.2	0.2	0.8	0.2	0.2	0.4	0.2	1.9
20代(8人)	4.6	0.4	1.1	0.3	0.3	0.1	0.1	0.1	1.0	0.5	0.1	0.1	0.5	3.1
30代(12人)	5.3	0.7	0.9	0.2	0.3	0.3	0.1	0.0	1.1	0.3	0.6	0.5	0.5	3.7
40代(12人)	5.2	0.7	0.9	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1	1.9	0.3	0.2	0.2	0.4	3.2
50代(8人)	6.3	0.9	0.9	0.1	0.1	0.6	0.8	0.5	1.1	0.0	0.4	0.6	0.3	4.6
入手点数	少グループ(15人)	2.1	0.2	0.4	0.1	0.3	0.1	0.0	0.0	0.4	0.1	0.2	0.3	1.8
	中間グループ(13人)	5.1	0.9	0.9	0.3	0.1	0.0	0.2	0.0	1.3	0.3	0.4	0.3	3.2
	多グループ(12人)	8.1	0.8	1.4	0.2	0.3	0.6	0.5	0.4	2.1	0.4	0.4	0.4	5.3

注:1)調査期間はI期が2009年11月16日～29日、II期が2010年6月19日～7月2日である。
 2)入手点数は、1回の店舗利用で購入した生鮮果物1品目を1点として集計したものである。
 3)I期とII期を合わせた入手点数が3点以下のモニターを「少グループ」、4～6点を「中間グループ」、7点以上を「多グループ」としている。

表2 生鮮果物の利用場面

	生鮮果物が出た食事回数									
	計	朝食	昼食(弁当を除く)	弁当	夕食	間食	本人	夫	子供	その他
モニター計	16.7 (100.0)	6.5 (39.2)	2.1 (12.3)	1.4 (8.4)	5.2 (31.4)	1.4 (8.6)	14.1	8.4	14.0	0.3
入手点数・少グループ(15人)	10.0 (100.0)	2.4 (24.2)	0.9 (9.2)	1.2 (11.7)	4.1 (40.8)	1.4 (14.2)	8.1	4.7	9.2	0.7
入手点数・中間グループ(13人)	14.9 (100.0)	6.5 (43.8)	2.2 (14.4)	1.2 (7.7)	3.6 (24.2)	1.5 (9.8)	12.8	6.6	12.9	0.2
入手点数・多グループ(12人)	23.5 (100.0)	9.8 (41.8)	2.9 (12.2)	1.8 (7.7)	7.5 (32.1)	1.4 (6.0)	20.1	12.9	18.7	0.0

注:1)調査の全期間(I期2週間、II期2週間)を通しての、モニター一人あたりの値である。
 2)カッコ内は構成比(%)を示す。
 3)自分で入手した生鮮果物を食べた食事、外食は含まない。また「弁当」は家庭で調理したものである(ほとんどが昼食)。