

果物の消費行動に関する調査結果

平成21年2月

社団法人 JA総合研究所

はじめに

ほとんどのスーパーマーケットでは、入り口に陳列されている『くだもの』。果物が持つ季節感・色取り・香りは、店舗にとって新鮮さや華やかさを演出するうえで欠かせない存在だ。それでは、消費者にとって果物はどのような存在なのか？ 食卓での位置付けはどのようなのか？

J A総合研究所では、果物を食べる頻度・家計における果物の位置付け・今後の喫食量の意向等、「果物の消費行動に関する調査」を Food Japan Network 事務局と共同で実施した。本調査報告書が、生産者をはじめ果物の流通・販売にかかわる多くの方々にとって販売戦略の構築の参考になれば幸いである。

平成21年 2月

社団法人 J A総合研究所

Food Japan Network では会員サービスとして、本調査の調査データを提供(有償)する予定です。お問い合わせは、TEL 03-3505-6796 服部、溝江まで。

調査の概要

■調査方法	インターネットリサーチ			
■調査地域	全 国			
■調査主体	社団法人 J A総合研究所、Food Japan Network 事務局			
■実施機関	株式会社 インテージ・インタラクティブ			
■調査日時	2008年12月18日(木)～12月24日(水)			
■調査対象	全国の主婦・単身者男女			
■有効回答者数	Yahoo!リサーチ モニター会員 n=1,287			
	合 計	主 婦	女性単身者	男性単身者
20代以下	137(10.6)	54 (5.8)	48 (23.5)	35 (24.3)
30代	239(18.6)	181 (19.3)	37 (18.1)	21 (14.6)
40代	378(29.4)	324 (34.5)	35 (17.2)	19 (13.2)
50代	285(22.1)	236 (25.1)	24 (11.8)	25 (17.4)
60代	141(11.0)	92 (9.8)	29 (14.2)	20 (13.9)
70代以上	107(8.3)	52 (5.5)	31 (15.2)	24 (16.7)
合 計	1,287(100)	939(100)	204 (100)	144 (100)

エリア区分：北海道

東 北 (青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)

北関東 (茨城、栃木、群馬)

京 浜 (埼玉、千葉、東京、神奈川)

甲信越・北陸 (新潟、富山、石川、福井、山梨、長野)

東 海 (岐阜、静岡、愛知、三重)

京阪神 (滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)

中国・四国 (鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知)

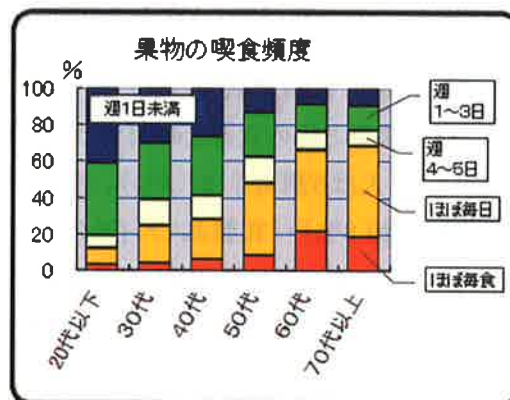
九 州 (福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄)

調査結果のまとめ

1. 果物の喫食頻度・感度の年代差 ～若年層ほど喫食頻度は少ない

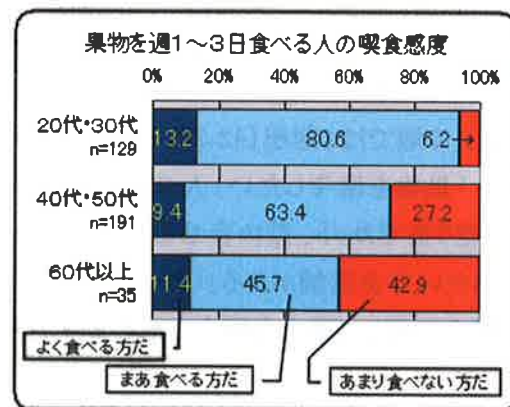
－果物を毎日食べる人は、20代以下では10人に1人－

果物の消費行動を見ると、年代が低いほど喫食頻度は少なく、果物をほぼ毎日食べる人の割合は20代以下では10人に1人(11.7%)、4割(40.8%)が果物を食べるのは「週に1日未満」の状況である。60代・70代では、7割近く(66.6%・68.2%)がほぼ毎日、2割前後(21.3%・18.7%、ほぼ毎日の内数)がほぼ毎食、果物を食べていることに比べるとその差は極めて大きい。



喫食に対する感度にも年代別の温度差が表れている。

果物を週に1～3日食べる人の喫食の感度を見ると、20代・30代の93.8%がこの頻度でも「よく食べる方だ」「まあ食べる方だ」と感じている。60代・70代の42.9%が「あまり食べない方だ」と回答しているのとは対照的である。



果物の喫食頻度が少ない20代・30代に対しては、“果物を食べる動機付け”が必要となっている。

2. 果物を(あまり)食べない理由 ～食べることが面倒。単身男性は買ってくることも面倒

－価格が高いからは、理由の2番目－

果物を(あまり)食べない理由の1位は、「皮をむいたりするのが面倒」。果物を(あまり)食べない人の54.3%が理由に挙げた。2位の「価格が高いから」(41.8%)を10ポイント以上上回る。

理由の4位には「手が汚れたり、ベトベトしたりするのが嫌」(22.9%)もランクしており、皮を

むいたりする面倒さもあり、「買って、結局、食べきれない」(理由の3位、32.5%)結果につながる。また、単身男性に限れば、「買って、くるのが面倒」(34.5%)で「家に果物があることが少ない」(32.8%)ことが、果物を(あまり)食べない要因の一つとなっている。

3. 果物の位置付け ～デザート感覚、おやつ感覚

－若年層では、お菓子・デザート類と競合－

果物(りんご・みかん・バナナ・カットフルーツ)をよく食べる場面を聞いたところ、トップ3に「食後のデザート」「おやつとして、口寂しいとき／小腹がすいたとき」「気が向いたとき」がランクしており、果物全般では、デザート感覚・おやつ感覚で捉えている人が多い。

また、果物と他の食品との間でどちらを買うか迷うことがあるかを聞いた設問では、「迷うことがある」人は6割近く(57.3%)、迷う対象としては、「果物どうし」(41.4%)・「お菓子・デザート類」(20.8%)・「乳製品(アイスクリーム・ヨーグルトなど)」(10.0%)が上位に並んだ。

特に、20代・30代の30%前後(29.4%・31.3%)が「お菓子・デザート類」との間で迷うと回答。若年層では、果物とお菓子・デザート類を同一に位置づけている人が多い。

4. 果物の増減意向 ～「増やしたい」が約3割。

－ 20代以下、喫食頻度週に1～3日の層では「増やしたい」が4割超 －

果物を食べる量を今後の意向を聞いたところ、3割近く(28.7%)が「増やしたいと思う」と回答しており、「減らしたいと思う」は0.9%と極めて少数。20代以下や喫食頻度が週に1～3日の層では4割超(42.3%・42.0%)が増やしたい意向を示している。

「果物を増やしたい」人では、「一定の金額内で自由に組み合わせる買い方をしたい」「売り場でカット、詰め合せるサービスをしてほしい」「果物の単品メニューがあれば注文してみたい外食店舗がある」「カットフルーツを売っていてほしい店舗がある」など、果物の喫食・購入に際して新たな機会を求める声大きい。

5. 新たな喫食・購入機会の提供

果物は、家計がピンチな時は削減対象に、余裕がでた時にも量を増やす対象とはなっていない。食料品全体の総予算に対して、実際の支出がオーバー気味の人52.9%。消費者の財布のひもが固くなる状況では、果物に対する逆風が強まるものと予想される。

また、果物を食べる必要性を感じている人が少ないことや、スイーツとの競合を考えれば、果物を増やしたい意向を実際の消費行動につなげるには、ニーズに即した新たな喫食・購入機会の提供やもう一押し喚起策が必要と思われる。

今回のアンケート結果からは、つぎのようなことが考えられる。

■ 果物の売り場での情報提供

…例えば、果物が持つ機能面をアピール

…例えば、果物に関するきめ細やかな情報提供

※野菜に比べて、“食べなければならない”意識が薄いこと ⇒食べる動機付けが必要

※果物はお菓子・デザート類と競合 ⇒機能上の違いやプラス面の説明が必要

※「果物の食べ頃やおいしい果物の見分け方」「保存の仕方」「農薬の使用状況」等の情報提供を求める声も大きい

■ 果物の購入予算に合わせた売り方

…例えば、よりどり3品で498円

…例えば、ばら売り・小パッケージの充実

※果物を買おうと思って迷う場面の1番は、価格が予算より高いとき

※喫食頻度が少ない人ほど、販売単位が多すぎて、購入を迷うことが多い

※果物どうして購入を迷う人は41.4%

※果物の1回当たりの購入予算は、主婦の2人に1人は500円まで

※“一定の価格”で自由に組み合わせる買い方をしたい人は4人に1人

※果物を(あまり)食べない理由の3番目は、「買っても、結局、食べきれないから」

■ 果物を食べる機会を増やす …ランチタイムに果物を

…例えば、学食・社員食堂でみかん1個やりんご1/2をメニュー化

…例えば、弁当屋・ベーカリーでカットフルーツを販売

※果物を食べる場面の1番は、食後のデザート。しかし、昼食時は朝食・夕食時の半分

※外食で果物の単品メニューがあれば注文したい人は単身女性の2人に1人

※カットフルーツを売っていてほしい売り場は、コンビニ・スーパーの次は弁当屋・パン屋

※カットフルーツを食べる場面は、人が集まるとき ⇒ランチタイムのお供に

調査結果の概要

1. 果物は好き？ 嫌い？ 8

96.8%が「好き」「どちらかと言えば好き」と回答。「どちらかと言えば嫌い」「嫌い」は極めて少数(3.3%)。好きな果物のトップ3は、いちご・みかん・桃。苦手な果物は、熱帯果物。

2. 果物を食べる方？ 食べない方？ ～果物の喫食の感度は 9

「よく食べる」「まあ食べる方だ」の合計が78.3%、「あまり食べない」「食べない方だ」の合計が21.7%と、“食べている”と思っている人が8割近い。年代が低くなるほど、“食べていない”と思っている人の割合が多くなる傾向。

3. 果物や果物使った加工食品を食べる頻度は？ 10

果物を「週の半分以上」が50.2%と半数。「週に1～3日」27.6%、「月に3日～年に数回」19.7%、「全く食べない」2.6%の順。特に、20代の4割、30代・40代の3割前後が、「月に3日～年に数回」「全く食べない」と回答。年代が低いほど、喫食頻度が少ない割合が高い。

ジュースや果肉入りのヨーグルト類などの果物を使った加工食品を飲食する頻度は、果物に比べるとかなり低く、比較的多く飲食されている「野菜飲料、果実・野菜混合飲料」「果物ジュース」でも、「週の半分以上」は9.1%・7.6%。

4. 果物を買う頻度は？ 12

「週に1回」「週に2～3回」が32.2%・31.1%でほぼ同率。次いで「週に1回未満」22.3%、「週に4～5回」6.3%、「ほぼ毎日」2.5%の順。

5. 1回の買い物で買う果物の種類は？ 14

「1種類」が最多で64.8%、次いで「2種類」31.4%・「3種類以上」3.9%の順。購入アイテム数の平均は1.4種類。購入頻度が高いほど2種類以上買う人が多い。

6. 主婦が果物を買う際の、買い物1回当たりの予算金額は？ 15

“401～500円まで”が最多で22.9%、次いで“201～300円まで” “301～400円まで” “900～1,000円まで” が11～12%台で並んでおり、500円以内が53.3%、千円以内が約8割(78.8%)。

7. 果物を(あまり)食べない理由は？ 16

果物を(あまり)食べない人の、食べない理由のトップ3は、「皮をむいたりするのが面倒」54.3%、「価格が高いから」41.8%、「食べきれないから」32.5%。主婦・単身女性は食べる

場面で面倒さを感じている人が多く、単身男性は買うこと自体を面倒に感じている人が多い。

8. 果物を(あまり)食べないことに対する対処方法は？ 17

果物を(あまり)食べない人のうち「特に対処はしていない」が62.2%、4割は「対処の必要性を感じないため」と回答。野菜に比べると、不足解消を意識している人、取り組んでいる人の割合は低い。

対処している人の対処方法を見ると、「野菜をいっぱい食べるようにしている」(主婦・単身女性の18.5%)、「野菜ジュースや果実・野菜の混合飲料を飲むようにしている」(単身男性の19.0%)など果物不足を野菜で補おうとしている人の割合が高い。

9. 果物を主にどこで購入しているか？ 18

購入する機会が一番多いのは「スーパー/量販店」で97.5%(上位3位の合計)が利用しており、一番よく購入する人も81.9%。次いで「八百屋」27.1%、「生協店舗(共同購入・宅配を含む)」23.0%、「農産物直売所」18.4%の順。「農産物直売所」は野菜でも購入先の3位にランクされており、青果物流通の一翼を担う存在となっている。

10. 果物を購入するときに重視する点は？ 19

重視している人が多いのは「新鮮そう/日持ちしそう」が一番多く、約6割が重視。いちご(66.6%)・りんご(64.5%)で重視する人が多い。2番目は「好みの味」、3番目は「好みの大きさ」。

11. 果物を購入する際、重視する点に合致する果物がいくらまでなら買うか？ 20

購入限度金額(自由回答)の平均は、りんご(1個)145円、いちご(1パック)428円、みかん(1袋)410円、ぶどう(1房)383円。

12. 果物を購入する際に迷うことは？ 21

79.6%が果物を買おうと思ったときに「迷うことがある」と回答。購入頻度が低い人ほど「迷う」割合が高く、迷う場面も多い。

迷う場面で一番多かったのが「価格が予算に比べて高いとき・思ったより高いとき」、次に「品質や鮮度が悪そうなとき」、「持ち帰るのが大変そうなとき」の順。

13. 果物を購入する際に、どちらを買うか迷う食品は？ 22

果物を買おうと思ったときに“他の食品との間で迷うことがある”人は57.3%。
迷う対象(複数回答)は、「果物どうし」が41.4%、次いで「お菓子・デザート類」20.8%、「乳製品(アイスクリーム・ヨーグルト類)」10.0%。20代以下・30代では「お菓子・デザート

類」との間で迷う割合が約30%。

14. 家計の中で果物の位置付けは？ 23

家計がピンチの時に、果物を「買い控える/量を減らす」は23.8%、「量は変えずにランクを下げる」は5.6%。家計に余裕が出た時に、果物を「普段は買わない(買えない)ものを買う」は8.2%、「量は変えずにランクを上げる」は4.0%、「買いだめする/量を増やす」は2.6%。果物は、家計がピンチの時は削減対象、余裕が出ても量を増やす対象とはなっていない。

15. サービスや情報提供で、果物の売り場に望むことは？ 24

「おいしい果物の見分け方を教えてほしい」が最多で54.9%、次いで「保存の仕方」「食べ頃の見分け方」を教えてほしい の順で、“おいしさ”に関する情報が上位にランクされている。「農薬の使用状況等をもっと紹介してほしい」も4番目にランクされており、“安全・安心面”の関心も高い。4人に1人が「一定の金額内で、自由に組み合わせる買い方をしたい」。

16. 果物や果物の加工食品を人に贈る機会は？ もらってうれしい果物は？ 25

果物を人に“贈ることがある”は57.0%。贈答する場面で一番多いのが「病気見舞い」28.5%、定番の「お中元」「お歳暮」は13%程度。もらってうれしい果物、人に贈りたい果物ともトップ3はメロン・桃・さくらんぼ。一件当たりの予算は、3,000円40.5%、5,000円29.2%。

果物の加工食品の贈答機会は、「お菓子類(フルーツゼリー等)」51.4%、次いで「果物ジュース」35.7%。どちらも「お中元」での利用が多い。「果物缶詰め」は17.5%。一件当たりの予算は3,000円が過半。

17. 果物をよく食べるのは、どの時間帯か？ 27

食べる人が一番多い時間帯は、主婦・単身女性では「朝食時」、単身男性では「夕食から就寝までの間」。「昼食時」は朝夕に比べてかなり少ない。

単身男性では、朝食の形態や時間の余裕に関わらず果物を食事に取り入れている人が少ない。

18. 果物をよく食べるのは、どんな場面か？ 28

りんご・みかん・バナナ・カットフルーツについて聞いたところ、「食後のデザート」にりんご・みかん、「おやつ、口寂しい・小腹がすいたとき」にみかん・バナナ、「気が向いたとき」にみかん、「食事、主食の代わりに」にバナナを食べる場面が多い。

19. 果物の単品メニューがあれば注文してみたい外食店舗は？ 30

“注文したい外食店舗がある”人は、主婦46.0%、単身女性51.0%、単身男性41.7%。

注文したい外食店舗は、全体では「ファミリーレストラン」「居酒屋」「回転すし店」「焼肉店」の順で、主婦では「回転すし店」、単身女性では「コーヒー店」「学食・社員食堂」で注文してみたい割合が高い。

20. カットフルーツを売ってほしいと思う店舗は？ 31

“売ってほしい店舗がある”人は、主婦61.8%、単身女性64.7%、単身男性54.2%と、女性で売ってほしいと思う割合が高い。

カットフルーツを売ってほしいと思う売り場は、「コンビニエンスストア」「スーパー・生協」が34.4%・33.4%とほぼ同率、次いで「弁当屋」17.5%、「パン屋/ベーカリー」15.2%の順。

21. 果物や加工食品を食べる量を、今後、増やしたい？ 減らしたい？ 32

果物を食べる量を今後「増やしたいと思う」が28.7%でほぼ3割を占め、「減らしたい」は0.9%で極めて少数。20代以下や喫食頻度「週に1~3日」の層では「増やしたい」が4割を超える。

果物を使った加工食品の今後の増減意向は、「果物を使ったデザート類(果肉入りゼリーなど)」を除いて、各食品とも「増やしたいと思う」が「減らしたいと思う」を上回っているが、「増やしたい」割合は7.8~140%と果物に比べると低い。

22. イメージに合う果物は？ 34

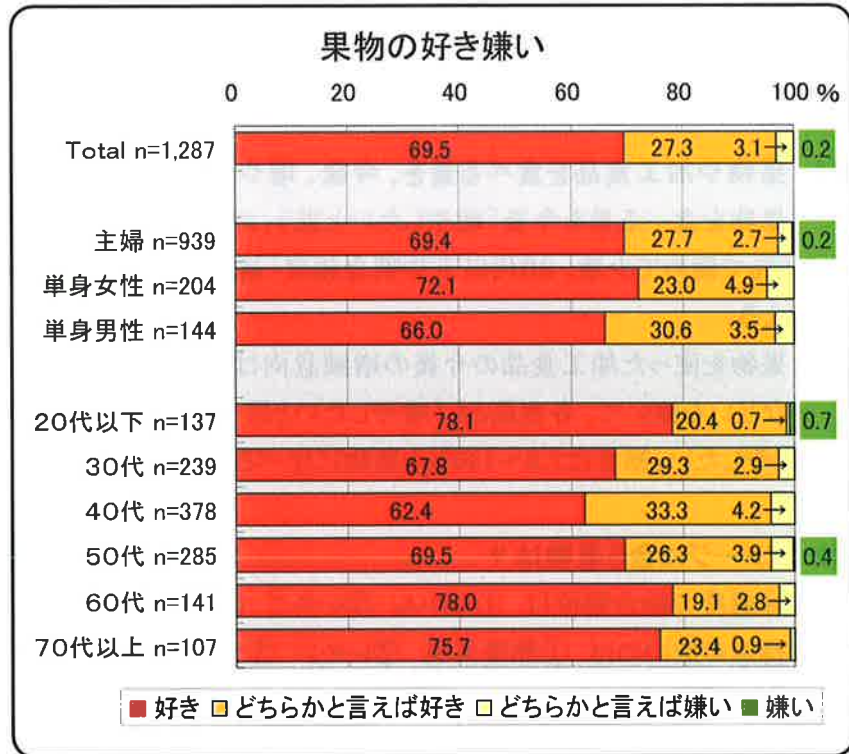
好感度の総合順位は ①みかん ②いちご ③りんご ④ぶどう ⑤バナナ。

得点が低いのは、①熱帯果実 ②レモン ③マンゴー ④西洋梨 ⑤すもも・プラム。

1. 果物は好き？ 嫌い？

果物の好き嫌いを4段階に分けて聞いたところ、ほとんどの人(96.8%)が「好き」「どちらかと言えば好き」と回答しており、「どちらかと言えば嫌い」「嫌い」は極めて少数(3.3%)となっている。

年代別に見ると、40代で「好き」が他の年代に比べて若干少なくなっている。



※グラフ中の数値は、表示単位未満を四捨五入しているため、計と内訳の積み上げ一致しないものがある。(以下、各図同じ)

好きな果物、嫌い・苦手な果物トップ10

	好きな果物		嫌い・苦手な果物	
1	いちご	84.5	当てはまるものはない	30.0
2	みかん	82.5	熱帯果物 (パパイヤ、グアバなど)	28.8
3	桃	82.5	いちじく	26.6
4	日本梨	77.8	レモン	23.0
5	りんご	76.8	すもも・プラムなど	22.6
6	ぶどう	71.7	西洋梨	20.3
7	さくらんぼ	70.8	マンゴー	19.3
8	メロン	69.7	アメリカンチェリー	15.2
9	バナナ	68.1	ブルーベリー	14.9
10	すいか	66.0	柿	14.4

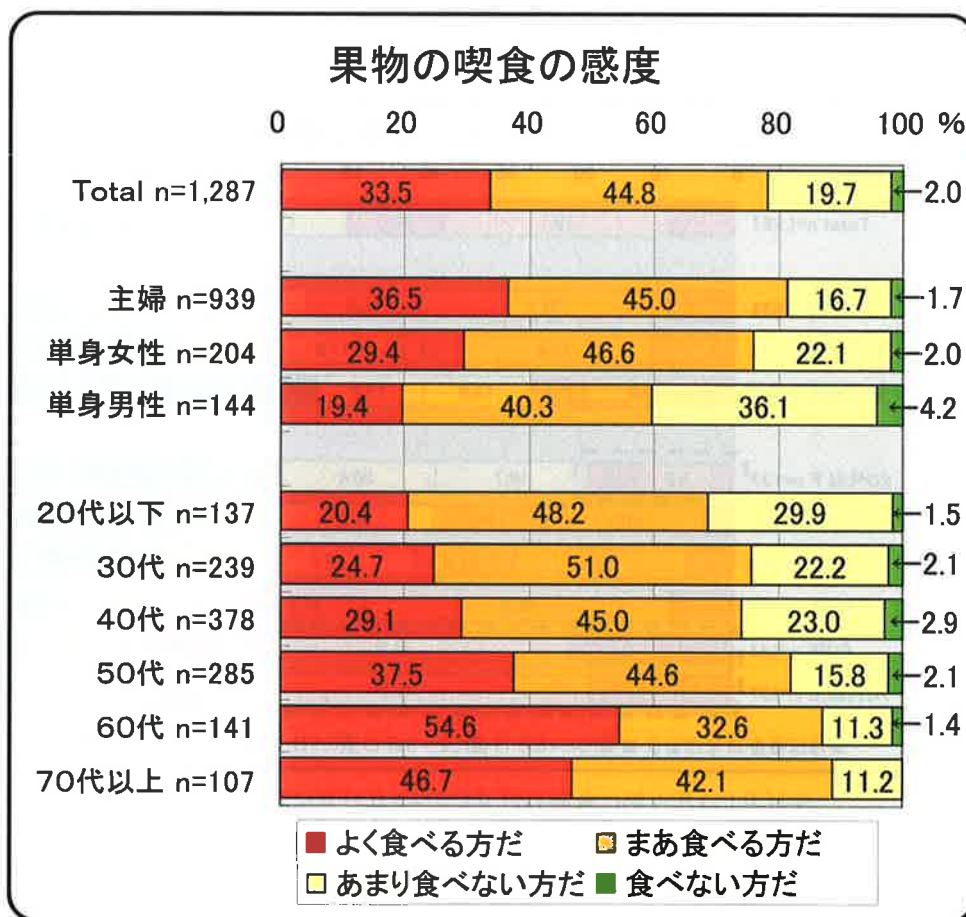
※数値は、「好き」「嫌い/苦手」と回答した人の割合

2. 果物を食べる方？ 食べない方？ ～果物の喫食の感度は

果物の好き嫌いについては、ほとんどの人(96.8%)が「好き」「どちらかと言えば好き」と回答している。それでは、果物の喫食の感度はどうなのか？ 4段階に分けて聞いた。

全体では、「よく食べる」「まあ食べる方だ」の合計が 78.3%、「あまり食べない」「食べない方だ」の合計が 21.7%と、“食べている”と思っている人が8割近い多数派となっている。「野菜の消費行動に関する調査(当研究所、H20年4月調査)」では、野菜を“摂れている”と自覚している人は 52.3%（「どちらともいえない」を加えても 70.5%）となっており、果物の方が、“食べている”と自覚している人の割合は高くなっている。

主婦・単身男女別で見ると、単身男性では「あまり食べない」「食べない方だ」の合計は 40.3%で、主婦・単身女性(18.4%、24.1%)の倍近い値となっている。年代別では、年代が低くなるほど、“食べていない”と思っている人の割合が多くなる傾向が見られる。



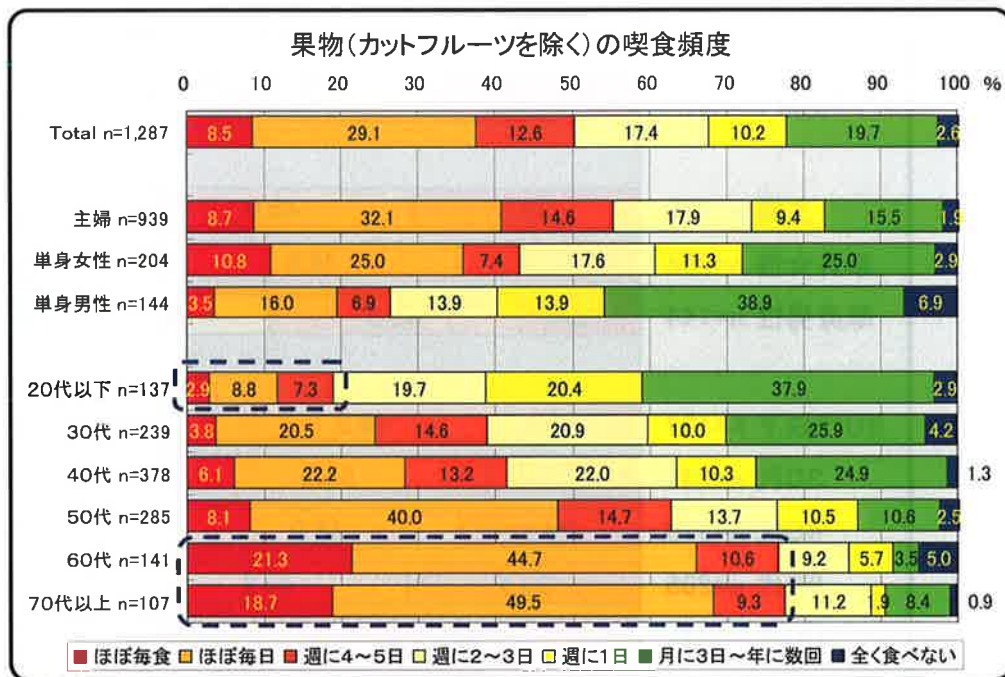
3. 果物や果物使った加工食品を食べる頻度は？

果物や果物を使った加工食品を週に何回位食べているのか？ 喫食している頻度を聞いた。

【果物】

“週の半分以上”(「ほぼ毎食」「ほぼ毎日」「週に4～5日」の合計)が50.2%と半数を占めており、“週に1～3日”(「週に2～3日」「週に1日」の合計)が27.6%、「月に3日～年に数回」が19.7%、「全く食べない」が2.6%となっている。

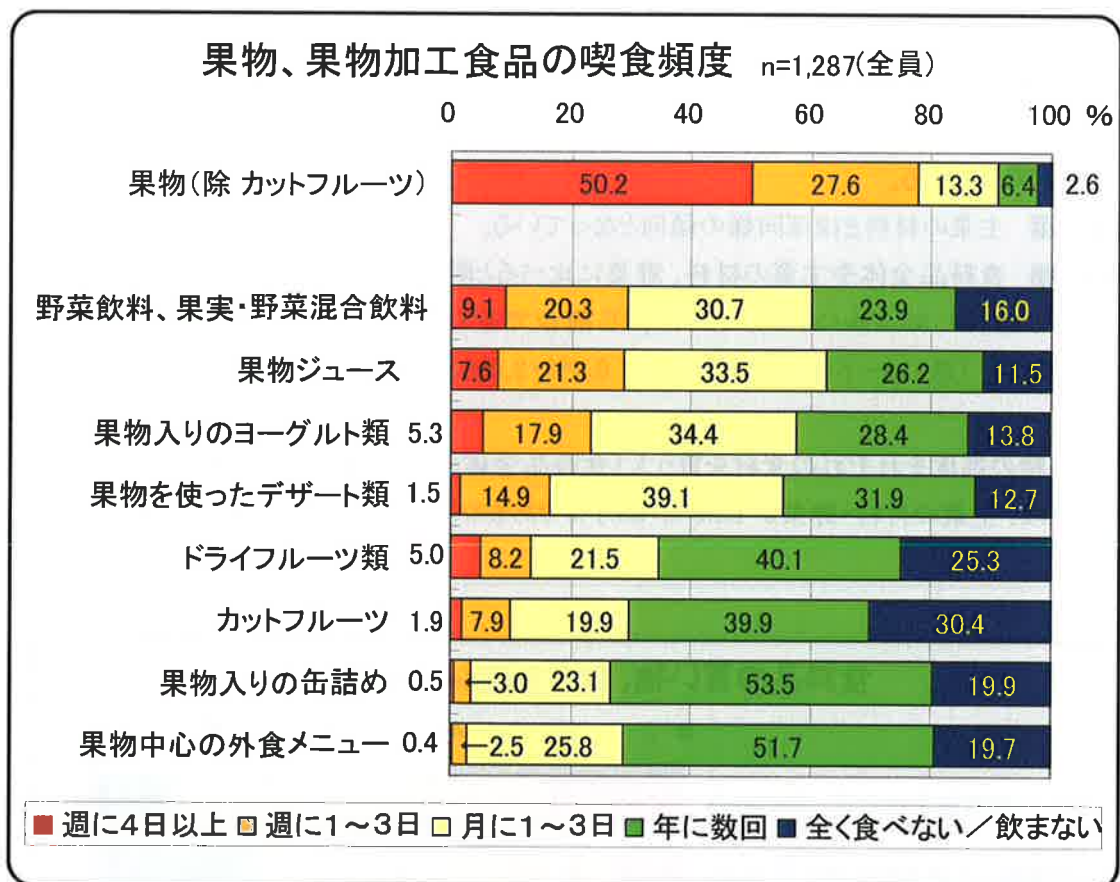
- 喫食頻度は主婦・単身女性・単身男性の順に高く、“週の半分以上”は主婦 55.4%・単身女性 43.2%・単身男性 26.4%と、主婦と単身男性では倍の開きがある。単身男性では「月に3回～年に数回」「全く食べない」が合計で45.8%と、果物を食べる機会が少ない人が半数近い。
- 年代別に見ると、20代の4割(40.8%)、30代・40代の3割前後(30.1%・26.2%)が「月に3日～年に数回」「全く食べない」と回答している。また、“週の半分以上”は、20代以下では約2割(19.0%)、30代・40代では4割前後(38.9%・41.5%)、50代では約6割(62.8%)、60代・70代以上では8割近く(76.6%・77.5%)、20代と60～70代では4倍の開きがある。果物の喫食頻度の年代差は極めて大きい。



注)「月に3日～年に数回」は「月に2～3日」「月に1日程度」「年に数回」をグループ化した。

【 果物を使った加工食品 】

各食品とも果物に比べると喫食頻度はかなり低く、比較的多く飲食されている「野菜飲料、果実・野菜混合飲料」「果物ジュース」でも、「週に4日以上」はそれぞれ9.1%・7.6%となっている。



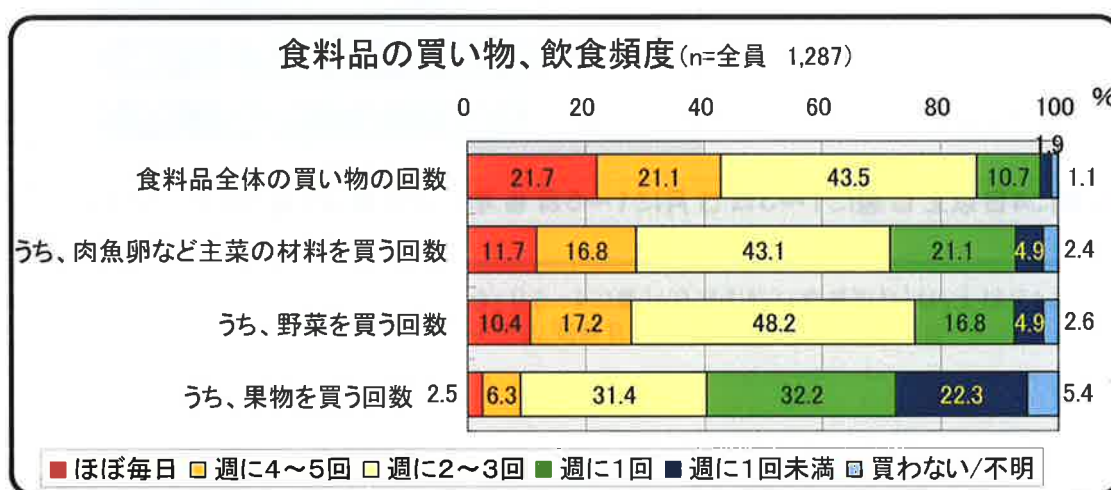
注)「週に4日以上」は「ほぼ毎食」「ほぼ毎日」「週に4~5日」を、「週に1~3日」は「週に2~3日」「週に1日」を、「月に1~3日」は「月に2~3日」「月に1日程度」をグループ化した。

4. 果物を買う頻度は？

果物の喫食頻度は、“週の半分以上”が半数を占めていた。それでは、果物を週に何回位購入しているのか？ 果物に加えて、食料品の買い物や主菜の材料・野菜を買う回数を聞いた。

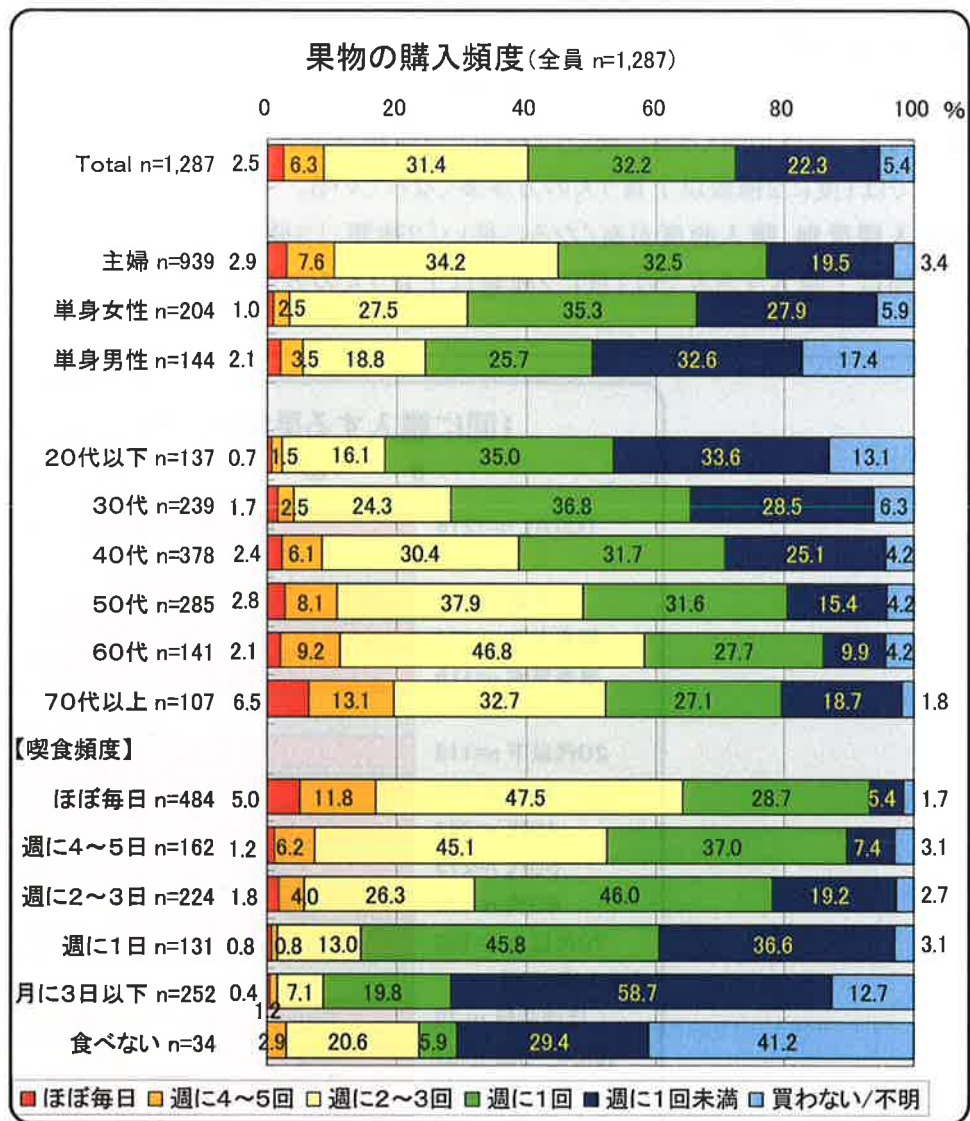
- **食料品全体の買い物** 「週に2～3回」が 43.5%と最も多く、次いで「ほぼ毎日」「週に4～5回」が 21.7%・21.1%とほぼ同じ割合、「週に1回」が 10.7%、「週に1回未満」「買わない/不明」が 1.9%・1.1%の順となっている。
- **肉魚卵など主菜の材料** 食料品全体と同様に「週に2～3回」が最多(43.1%)となっているが、食料品全体に比べると、「ほぼ毎日」「週に4～5回」が少ない分「週に1回」の割合が高くなっている。
- **野菜** 主菜の材料とほぼ同様の傾向となっている。
- **果物** 食料品全体や主菜の材料、野菜に比べると購入頻度は少なく、「週に1回」「週に2～3回」が 32.2%・31.1%でほぼ同じ割合で並んでいる。次いで「週に1回未満」が 22.3%、「週に4～5回」「ほぼ毎日」は 6.3%・2.5%となっている。

買い物の都度それぞれの食材を買う人(食料品全体の買い物回数＝食材の買い物回数)の割合は、主菜の材料・野菜が 65.0%・68.1%であるのに対し、果物は 30.3%となっている。



注) 「買わない/不明」は「家族等が買い物するので分からない」「この買い物は全くしない」をグループ化した。

- 果物の購入頻度についてカテゴリ別に見ると、購入頻度は主婦・単身女性・単身男性の順に高く、年代が高くなるに従い高くなっている。
- 喫食頻度と購入頻度の関係を見ると、当然のことながら、喫食頻度が高いほど購入頻度は高くなっている。

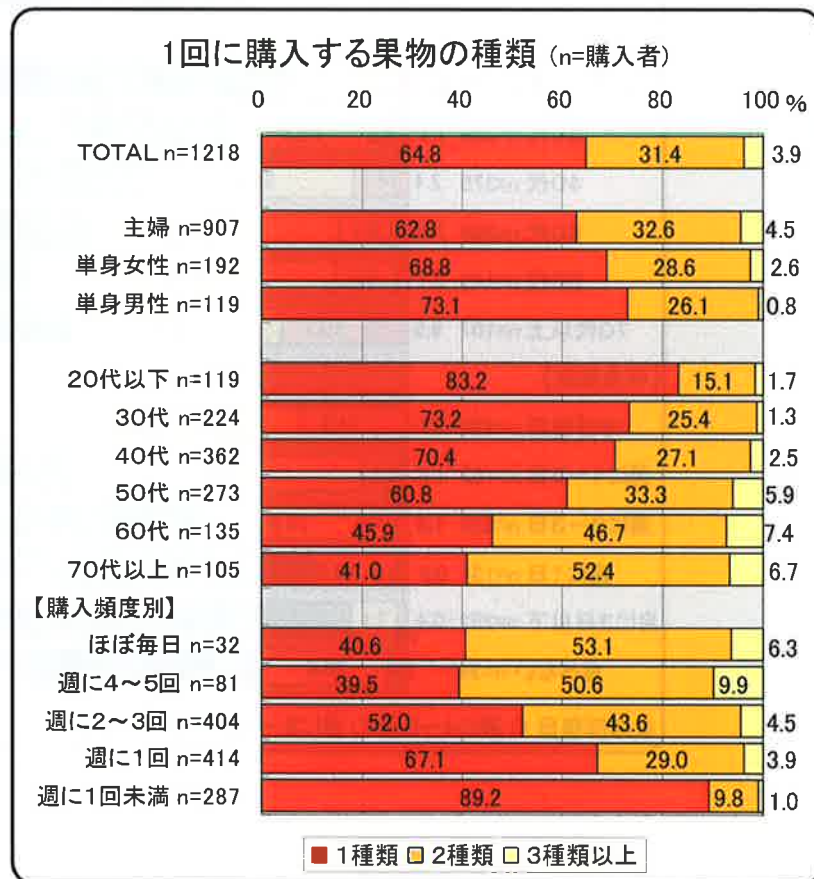


5. 1回の買い物で買う果物の種類は？

果物の購入頻度は「週に1回」「週に2～3回」がほぼ3割ずつで並んでいる。それでは、1回の買い物で何種類位の果物を購入しているのか？ 果物の購入者(n=1,218)に普段の買い物で一度に購入する果物の種類を聞いた。

全体では、「1種類」が最多で64.8%、次いで「2種類」31.4%・「3種類以上」3.9%の順で、購入アイテム数の平均は1.4種類となっている。

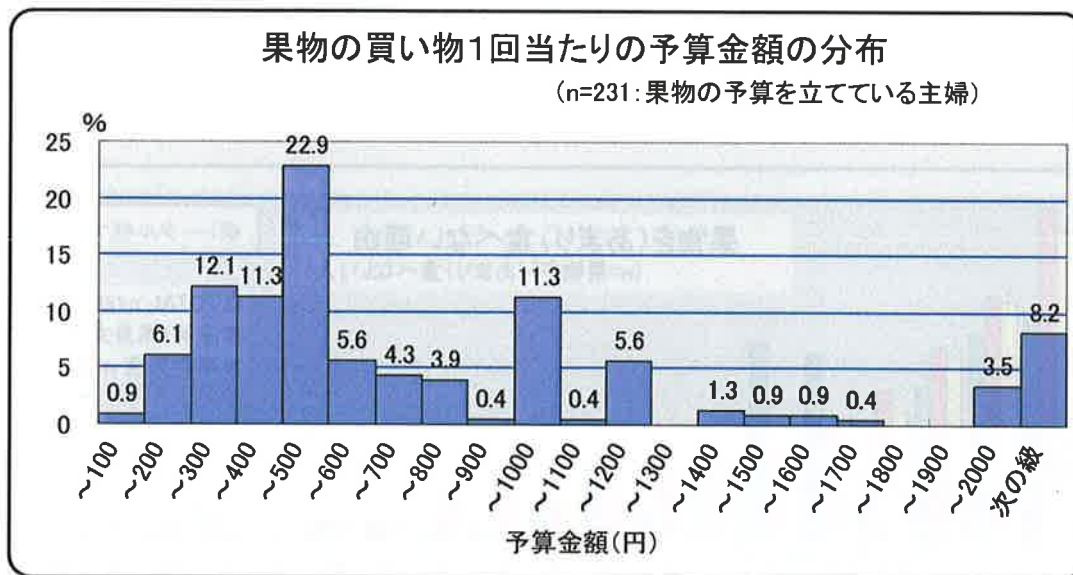
- 主婦・单身男女別 单身男性で「1種類」の比率が高いものの、平均アイテム数は主婦 1.4種類・单身女性 1.3種類・单身男性 1.3種類とほとんど変わらない。
- 年代別 年代が高くなるに従い「2種類」「3種類以上」の割合が高くなり、60代・70代以上では一度に2種類以上買う人の方が多くなっている。
- 購入頻度別 購入頻度が高くなるに従い「2種類」「3種類以上」の割合が高くなり、週に4回以上購入する人では一度に2種類以上買う人の方が多くなっている。



6. 主婦が果物を買う際の、買い物1回当たりの予算金額は？

主婦の果物の買い物の平均像は、“週に2回程度、1回に1種類か2種類購入”となっている。それでは、果物に対してはいくら位の予算を当てているのか？ 果物の予算を立てている主婦(n=231)のデータを元に、果物を購入する際の買い物1回当たりの予算金額を計算した。

1回当たりの予算金額の分布を見ると、“401～500円まで”が最多で22.9%、次いで“201～300円まで” “301～400円まで” “900～1,000円まで” が11～12%台で並んでいる。累計では、500円以内が53.3%で過半を占め、千円以内で約8割(78.8%)となっている。平均予算額は949円、中央値は500円。



注) 買い物1回当たりの予算金額=果物の予算金額÷予算を立てている期間中の果物の買い物回数
「予算を立てている」とは、食料品全体の購入金額を、週・月単位、買い物1回当たりで「大体いくらまでと決めている」と回答した人。