

#### (4)消費者の野菜・果実の購入先割合と購買行動

平成16年1月に全国主要都市在住食料品消費モニター調査結果を農林水産省がまとめた。

それによると、一般小売店(総合店+専門店)が野菜・果実ともに減少している反面スーパーマーケット(総合+食品)は増加となっている。

これによって、16年1月現在のスーパーシェアは6割から7割近くを占め、これらに類似する生協の1割前後を合わせると7~8割の高いシェアとなるようである。

この高いシェアを占めるスーパーや生協が農産物に今何を求めようとしているのか。彼らは激しい競争の中で「自店の商品がいかに消費者から支持されるか」、重要なことはそれを年間、月間、週間で計画的な調達につとめていることである。

産地側としても、「安全・安心」、「おいしさ」、「鮮度」、「機能性」、「価格」、「旬」などをキーワードとして生産出荷計画を立て、安定供給ができるかどうか。

全農・JA等が事務局となって組織的体制対応をさらに強化したいものである。

消費者の野菜・果実の購入先別割合

区 分	野 菜		果 実	
	平成12年	平成16年	平成12年	平成16年
合 計	100.0	100.0	100.0	100.0
総合スーパーマーケット	19.5	22.6	21.0	24.4
食品スーパーマーケット (小計)	39.1	38.8	38.6	42.4
生 協	11.6	9.8	11.6	9.1
一般小売店(総合店)	4.3	4.4	5.0	4.1
一般小売店(専門店)	16.3	11.8	16.3	11.9
(小計)	20.6	16.2	21.3	16.0
デ パ ー ト	0.9	1.1	1.0	1.3
農 協	2.8	3.4	1.5	1.7
小 売 市 場	2.7	2.7	2.8	2.7
その他(無回答含む)	3.0	5.4	2.4	2.4

資料:農林水産省「食料品消費モニター調査結果」

#### コメント

総合+食品スーパーマーケットの購入先シェアは野菜、果実とも上昇  
 総合店、専門店を含む一般小売店の購入先シェアは野菜、果実とも低下  
 生協の購入先シェアは1割程度となっているがやや低下の傾向  
 農協及びデパートの購入先シェアは高くないが、概ね横ばい