

贈答用の果物を購入するのは誰か

果物を高価格で販売するためには、生産する果物の品質を高めるとともに、それを高く買ってくれる消費者を見つけることが大切です。多くの消費者は、自宅で食べる果物には「美味しさ」のほかに「安さ」を求めますが、他の人に贈る果物には「多少値段が高くても品質の良いものを」と考えます。そこで、家計調査（総務省）を用いて、こういった地域の消費者が贈答用果物を購入しているかを明らかにします。

《果物支出の推移》

図1の赤い線は、家計から果物に支出した金額の推移を示したものです。1970年には1世帯当たり1ヶ月に果物全体で6千円程度を支出していましたが、2008年にはほぼ半分の3千円程度に減少しています。緑の線は、そのうち他の人に贈るなど「交際費」として支出された金額です。多少の増減はありますが、概ね500円程度の水準を保っています。そのため、果物支出全体に占める交際費支出の割合は、青い線で示したように9%から18%へと上昇し、果物における贈答用支出の比重が高まっていることがわかります。

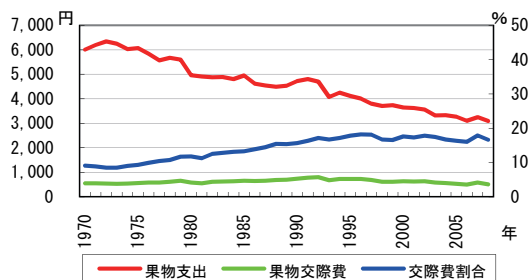


図1／家計における果物支出と果物交際費の推移

- 1) 二人以上の世帯。1999年以前は農林漁家を除く。
- 2) 2005年基準の消費者物価指数（総合）で調整済み。

資料：家計調査（総務省）

《贈答用果物への支出が多い都市》

次に、各県庁所在地における果物交際費の割合を月別にみていきます。果物交際費の割合が5割以上となる月がある都市として、青森市、盛岡市、山形市、福島市、甲府市、長野市、鳥取市、岡山市があげられます。つまりこの8都市では、自宅用の果物に支出するよりも、贈答用の果物に支出する金額の方が多くなる時期があるということです。

《贈答用に購入される果物》

では、これらの都市ではどんな果物が贈答用として購入されているのでしょうか。残念ながら、家計調査では品目別の交

生産基盤研究領域

磯島昭代

ISOJIMA, Akiyo



際費はわかりません。そこで、交際費割合が高くなる月に特に多く購入されている果物を、その都市で主に贈答用として購入される果物であると推定します。図2に青森市における果物の品目別支出と交際費割合を示します。青森市では、11月と12月に交際費割合が50%を超えます。この時期にたくさん購入される果物はリンゴですから、青森市ではリンゴが贈答用に購入されていると考えることができます。同様に、他の7都市について調べると、盛岡市・長野市はリンゴ、山形市はサクランボ・ナシ・リンゴ、福島市はモモ・ナシ・リンゴ、甲府市と岡山市はブドウ・モモ、鳥取市はナシが贈答用として主に購入されていることがわかります。

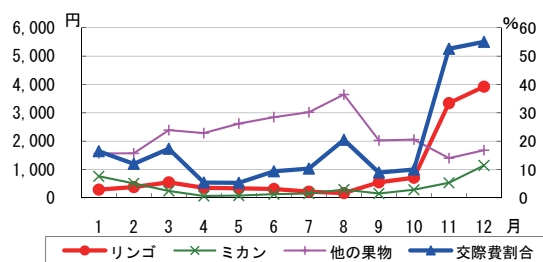


図2／品目別支出と交際費割合（青森市）

- 1) 2006-2008年の3カ年平均。
- 2) 「他の果物」はリンゴ・ミカン以外の生鮮果物および果物加工品。

資料：家計調査（総務省）

これらの果物は、いずれもその県における産出額が全国5位以内と非常に高く、上にあげた8都市は当該果物の主要生産県にあるといえます。つまり、果物生産県に居住する消費者が贈答用果物を多く購入しているということです。

一般に高級果物の販売先としては、大都市の消費者を想定することが多いと思いますが、贈答用果物の場合には、まずは地元の消費者を大事な顧客と考えて、販売戦略を立てると良いでしょう。



贈答用果物