

令和元年度

果物の消費に関するアンケート調査報告書

令和2年3月

公益財団法人中央果実協会

はしがき

国民の健康増進と生活習慣病予防等を目的に文部省、厚生省（当時）及び農林水産省が連携して策定した食生活指針の具体的な推進を図るため、1日当たりの各食品の適正な摂取量の目安が「食事バランスガイド」（厚生労働省と農林水産省が合同で策定）で示されています。この中で、果物は1日200gの摂取が目標となっていますが、現状ではその半分程度にとどまっています。

また、果物の消費に関して、消費者はもっと増やしたいという意向があるものの、こうした意向が実際の購買行動につながっていないのが現状です。

一方、単身世帯や夫婦のみの世帯の増加、世帯員数の減少などの世帯構成の変化、食の外部化、簡便化の進行、安全志向、健康志向の高まり等、果物消費を取り巻く社会経済情勢が大きく変化しています。今後、果物の消費拡大を図っていくためには、消費者ニーズの変化に的確に対応した商品提供や販売方法等の工夫が重要です。

このため、令和元年度においては、経年で調査を行っている果物の摂取状況、摂取意向・意識及び「毎日くだもの200グラム運動」の周知状況等について調査を行うとともに、果物購入におけるポイント、食費における果物支出、果物に対するイメージ等について調査を行い、今後の果物の消費拡大のための基礎資料とすることにしました。

本書が、果物の消費拡大や我が国の果樹農業の発展のため、関係の皆様幅広く活用していただければ幸いです。

令和2年3月

公益財団法人中央果実協会

理事長 弦間 洋

1. アンケート調査の実施概要	
【1】調査目的	… … 7
【2】本調査で把握すべきこと	… … 7
【3】調査方法	… … 7
【4】本調査における言葉の定義	… … 8
【5】調査項目	… … 8
【6】回答者プロフィール	… … 11
【7】分析軸について	… … 12
【8】果物の消費に関するアンケート調査検討会	… … 12
2. アンケート調査の分析結果	
(1) 日常の果物の消費行動	
①果物の摂取量（一日平均）	… … 15
②果物の摂取量（一日平均）が現状である理由	… … 16
③果物の購入頻度	… … 18
④果物の摂取頻度	… … 19
⑤果物の摂取理由 [1日摂取量150g以上層]	… … 20
⑥果物の摂取時間帯（摂取場面）	… … 21
⑦果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]	… … 23
⑧果物を毎日は摂らない理由	… … 25
⑨果物の摂取方法	… … 27
⑩果物の摂取を増加できると思う方法	… … 28
⑪果物のイメージ	… … 29
まとめ	… … 33
(2) 日常の果物加工品の消費行動	
①生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか	… … 35
②生鮮果物の購入（摂取）場所	… … 36
③果物加工品の購入（摂取）場所	… … 38
④果物加工品の摂取頻度	… … 40
⑤購入機会の多い果物加工品	… … 41
⑥果物加工品の摂取理由	… … 42
⑦ 果物加工品の摂取頻度の変化	… … 43
⑧ 果物加工品の今後の摂取意向	… … 44
⑨-1 果汁（100%ジュース／濃縮還元）の購入頻度	… … 45
⑨-2 果汁（100%ジュース／ストレート）の購入頻度	… … 46
⑨-3 果汁（果汁10%以上のジュース）の購入頻度	… … 47
⑨-4 カットフルーツの購入頻度	… … 48
⑨-5 ドライフルーツの購入頻度	… … 49
まとめ	… … 50
(3) 今後の果物の摂取意向	
①今後の果物の摂取量の変化	… … 52
②果物の摂取を増やしたい理由	… … 53
③果物の摂取を増やしたい場面	… … 54
④果物の摂取を減らしたい理由	… … 55
まとめ	… … 56

(4) 果物の消費を増やすために	
①果物の消費量を増やすための提供方法	… … 58
②果物の消費量を増やすための販売方法	… … 60
③果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法	… … 62
④スーパーにおける果物販売についての印象	… … 64
⑤コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向	… … 65
まとめ	… … 66
(5) 果物購入行動	
①果物購入時の希望情報	… … 68
②果物についての希望情報	… … 69
③果物の購入場所	… … 70
④－1 食品への支出額【果物】	… … 71
④－2 食品への支出額【野菜】	… … 72
④－3 食品への支出額【菓子】	… … 73
⑤－1 食費に使える金額が1割程度増える場合に支出したいもの	… … 74
⑤－2 食費に使える金額が1割程度減ってしまう場合に減らしたいもの	… … 75
⑥輸入果物の購入	… … 76
⑦輸入果物の購入理由	… … 77
⑧輸入果物の印象	… … 78
⑨果物のイメージ	… … 79
⑩－1 果樹振興法14品目の喫食	… … 80
⑩－2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）	… … 81
⑪果樹振興法14品目のうち増やしたいもの	… … 82
まとめ	… … 83
3. 調査のまとめ	… … 84
4. 調査票（調査画面）	… … 88

1. アンケート調査の実施概要

アンケート調査の実施概要

【1】調査目的

全国の消費者を対象にアンケート調査を行い、今後のくだもの消費拡大方策について検討を行うための基礎資料とする。

なお、本調査は、株式会社読売広告社へ委託して実施した。

【2】本調査で把握すべきこと

- 消費者の果物摂取の現状
- 消費者ニーズの変化等に対応した商品提供や販売方法
- 果物を摂取できている人の現状
- 果物購入行動

【3】調査方法

(1) 調査客体

全国2,000名を以下性別・年齢の割付により抽出した。

- 調査地域：全国
- 調査対象：満20歳以上70歳未満の男女個人
- 集計・分析者数：合計2,000名
- 抽出方法：平成27年度国勢調査の調査対象都府県ごとの人口構成比に合わせて、性・年齢別に割付を行い、無作為抽出する。

(2) 調査方法

インターネット調査

(3) 調査期間

令和元年12月6日（金）～12月9日（月）

(4) 回収状況

有効票 合計：2,000サンプル

【4】本調査における言葉の定義

本調査において『果物』とは、「生鮮果物」に「果物加工品」を含めたものを指す。「生鮮果物」及び「果物加工品」の主な例は下記の通り。

- 「生鮮果物」の主な例：温州（うんしゅう）みかん、オレンジ、グレープフルーツ、その他かんきつ類（いよかん、はっさく等）、りんご、ぶどう、日本なし、西洋なし（ラ・フランス等）、もも、おうとう（さくらんぼ）、びわ、柿、栗、うめ、すもも、キウイフルーツ、パインアップル、いちじく、バナナ、いちご、すいか、メロン
- 「果物加工品」の主な例：果汁（ジュース）、果物缶詰、カットフルーツ、ジャム類（フルーツジャム）、ドライフルーツ、フルーツゼリー、フルーツヨーグルト、フルーツケーキ
※なお、果汁（ジュース）については、果汁100%のものに限る（果物分10%以上を含む）。

また、単数選択は（SA）、複数選択は（MA）と表示した。

【5】調査項目

- （1）日常の果物の消費行動
 - ①果物の摂取量（一日平均）
 - ②果物の摂取量（一日平均）が現状である理由
 - ③果物の購入頻度
 - ④果物の摂取頻度
 - ⑤果物の摂取理由
 - ⑥果物の摂取時間帯（摂取場面）
 - ⑦果物の摂取理由（果物月1回以上喫食者）
 - ⑧果物を毎日は摂らない理由
 - ⑨果物の摂取方法
 - ⑩果物の摂取を増加できると思う方法
 - ⑪果物のイメージ

(2) 日常の果物加工品の消費行動

- ①生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか
- ②生鮮果物の購入（摂取）場所
- ③果物加工品の購入（摂取）場所
- ④果物加工品の摂取頻度
- ⑤購入機会の多い果物加工品
- ⑥果物加工品の摂取理由
- ⑦生鮮果物・果物加工品の摂取頻度の変化
- ⑧果物加工品の今後の摂取意向
- ⑨-1 果汁(100%ジュース/濃縮還元)の購入頻度
- ⑨-2 果汁(100%ジュース/ストレート)の購入頻度
- ⑨-3 果汁10%以上のジュースの購入頻度
- ⑨-4 カットフルーツの購入頻度
- ⑨-5 ドライフルーツの購入頻度

(3) 今後の果物の摂取意向

- ①今後の果物の摂取量の変化
- ②果物の摂取を増やしたい理由
- ③果物の摂取を増やしたい場面
- ④果物の摂取を減らしたい理由

(4) 果物の消費を増やすために

- ①果物の消費量を増やすための提供方法
- ②果物の消費量を増やすための販売方法
- ③果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法
- ④果物購買の増加要因
- ⑤スーパーにおける果物販売についての印象
- ⑥コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向

(5) 果物購入行動

- ①果物購入時の希望情報
- ②果物についての希望情報
- ③果物の購入場所
- ④－1 食品への支出額【果物】
- ④－2 食品への支出額【野菜】
- ④－3 食品への支出額【菓子】
- ⑤－1 食費に使える金額が1割程度増える場合に支出したいもの
- ⑤－2 食費に使える金額が1割程度減ってしまう場合に減らしたいもの
- ⑥輸入果物の購入
- ⑦輸入果物の購入理由
- ⑧輸入果物の印象
- ⑨果物のイメージ
- ⑩果樹振興法14品目の喫食
- ⑪果樹振興法14品目のうち増やしたいもの

1. アンケート調査の実施概要

【6】回答者プロフィール（構成割合：％）

<性別>		男性	女性									
全体 (n=2,000)		50.1	50.0									
<年齢>												
	20才 ～24才	25才 ～29才	30才 ～34才	35才 ～39才	40才 ～44才	45才 ～49才	50才 ～54才	55才 ～59才	60才以上			
全体 (n=2,000)	5.3	10.3	8.5	11.1	9.6	13.4	10.1	9.3	22.7			
<未既婚>		未婚	既婚									
全体 (n=2,000)		44.5	55.6									
<子供有無>		子供なし	子供あり									
全体 (n=2,000)		53.7	46.4									
<職業>												
	公務員	経営者 ・役員	会社員 (事務系)	会社員 (技術系)	会社員 (その他)	自営業	自由業	専業主婦 (主夫)	パート・アル バイト	学生	その他	無職
全体 (n=2,000)	0.5	1.5	15.6	12.3	11.9	6.3	2.4	17.7	13.5	3.0	4.1	11.4
<世帯年収>												
	200万未満	200～400万 未満	400～600万 未満	600～800万 未満	800～ 1000万未満	1000～ 1200万未満	1200～ 1500万未満	1500～ 2000万未満	2000万円 以上	わからない	無回答	
全体 (n=2,000)	9.0	19.8	21.8	12.2	7.4	3.1	2.6	1.2	0.6	11.0	11.4	
<個人年収>												
	200万未満	200～400万 未満	400～600万 未満	600～800万 未満	800～ 1000万未満	1000～ 1200万未満	1200～ 1500万未満	1500～ 2000万未満	2000万円 以上	わからない	無回答	
全体 (n=2,000)	38.6	19.8	13.4	5.7	2.1	0.8	0.7	0.4	0.2	7.3	11.3	
<居住地>												
	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県
全体 (n=2,000)	5.5	0.8	0.6	1.2	0.8	0.6	0.9	1.9	1.5	0.8	5.7	6.0
	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県
	14.0	9.7	1.4	0.9	0.8	0.5	0.4	1.3	1.9	2.0	5.9	1.0
	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県
	0.9	2.2	9.0	4.5	1.4	0.7	0.7	0.2	1.7	2.6	1.1	0.5
	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県	
0.6	1.0	0.2	3.4	0.4	0.8	0.9	0.7	0.4	0.6	0.5		

【7】分析軸について

すべての設問で分析するものは、

- 全体
- 性別
- 年代別
- 性別×年代別
- 果物摂取量別

→200g以上：Q 5で「300g以上」「250g～300g未満」「200g～250g未満」と回答した層

→100g～200g未満：Q 5で「150g～200g未満」「100g～150g未満」と回答した層

→100g未満：Q 5で「50g～100g未満」「50g未満」と回答した層

とする。

また、必要に応じて適宜、平成30年の調査結果を時系列比較のために掲載した。

【8】果物の消費に関するアンケート調査検討会

本調査の実施にあたって、「果物の消費に関するアンケート調査検討会」に助言をいただいた。

「果物の消費に関するアンケート調査検討会」委員（敬称略）

駒村 研三	一般社団法人日本果樹種苗協会専務理事
海野 浩史	日本園芸農業協同組合連合会参事 兼 資材部長
藤原 葉子	お茶の水女子大学 基幹研究院 自然科学系 教授

(1) 日常の果物の消費行動

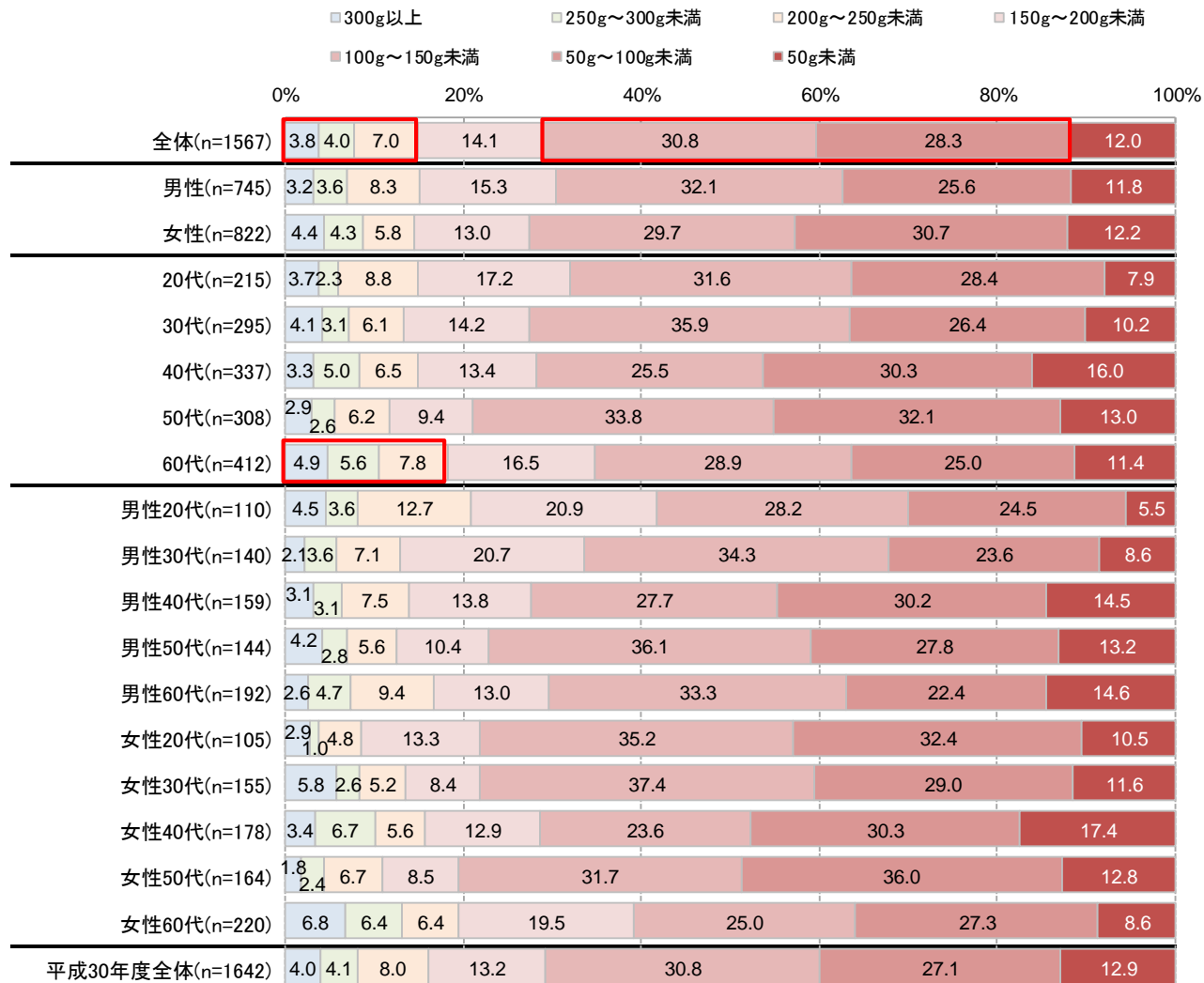
①果物の摂取量（一日平均） [果物月1回以上喫食層]

- 果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体では14.8%。
- 全体では「100g～150g未満」「50g～100g未満」の順に高く、これらを合わせた「50g～150g未満」で全体の6割近くを占めている。
- 平成30年度結果と比較すると、一日平均200g以上摂取の割合は、やや減少した。
- 一日平均200g以上摂取できている割合を年代別で見ると、『60代』は他の層と比べて高めとなっている。

Q5. あなたが果物を食べる場合、一日あたりどの程度の量を食べていますか。

※果物100gの目安…りんごなら半分、みかんなら1個、バナナなら1本に相当（SA）

※コメントで触れている箇所は



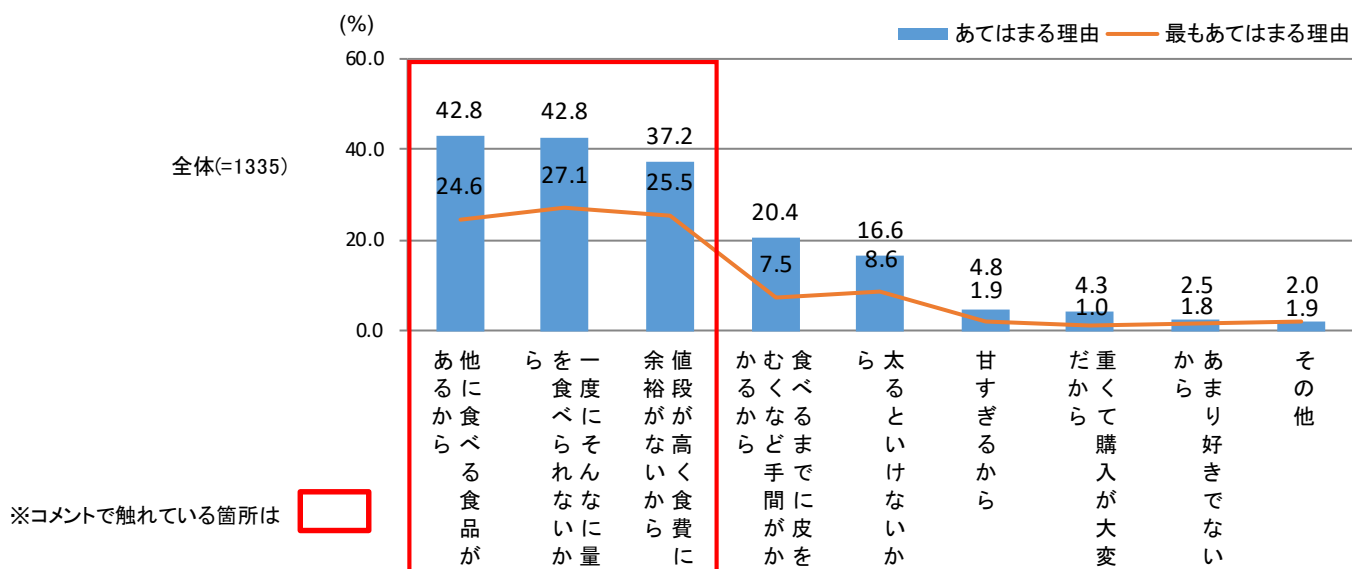
②果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- あてはまる理由(複数回答)では、全体で「他に食べる食品があるから」「一度にそんなに量を食べられないから」が並んだ。次いで、「値段が高く食費に余裕がないから」も差がなく続いている。
- あてはまる理由の上位は、平成30年度結果と似通った傾向となっている。
- 年代別でみると、『20～30代』では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が、他の層と比べて高い。一方、『60代』では「他に食べる食品があるから」が5割を超えており、他の層と比べて高い。

Q6. 国では一日に【Q5の選択内容】よりも多く果物を食べることを推奨しています。

あなたが現状の果物摂取量にとどまっている理由をお教え下さい。(MA)

その中で最もあてはまる理由。(SA)



あてはまる理由スコア (MA)

(%)

		全体 (n=1335)	42.8	42.8	37.2	20.4	16.6	4.8	4.3	2.5	2.0
性別	男性 (n=632)		43.2	38.9	34.7	19.6	13.9	4.7	2.5	2.7	1.7
	女性 (n=703)		42.5	46.2	39.5	21.1	18.9	4.8	5.8	2.4	2.3
年代	20代 (n=183)		38.8	41.5	48.1	23.0	12.0	3.8	3.8	1.1	2.2
	30代 (n=256)		37.5	40.2	44.9	19.9	15.2	2.3	5.1	2.3	2.0
	40代 (n=287)		39.0	44.9	39.7	19.5	15.7	4.2	5.6	2.4	1.0
	50代 (n=272)		44.5	40.1	32.4	20.2	21.0	5.1	3.7	2.6	1.5
	60代 (n=337)		51.0	45.7	27.3	20.2	17.2	7.4	3.3	3.6	3.3
性別年代	男性20代 (n=87)		47.1	36.8	37.9	19.5	8.0	2.3	1.1	1.1	2.3
	男性30代 (n=122)		42.6	38.5	40.2	19.7	13.1	3.3	4.9	4.1	0.8
	男性40代 (n=137)		35.0	39.4	37.2	16.8	15.3	4.4	3.6	1.5	1.5
	男性50代 (n=126)		44.4	39.7	32.5	22.2	15.1	6.3	1.6	1.6	0.8
	男性60代 (n=160)		47.5	39.4	28.1	20.0	15.6	6.3	1.3	4.4	3.1
	女性20代 (n=96)		31.3	45.8	57.3	26.0	15.6	5.2	6.3	1.0	2.1
	女性30代 (n=134)		32.8	41.8	49.3	20.1	17.2	1.5	5.2	0.7	3.0
	女性40代 (n=150)		42.7	50.0	42.0	22.0	16.0	4.0	7.3	3.3	0.7
女性50代 (n=146)		44.5	40.4	32.2	18.5	26.0	4.1	5.5	3.4	2.1	
女性60代 (n=177)		54.2	51.4	26.6	20.3	18.6	8.5	5.1	2.8	3.4	
果物摂取量	100g～200g未満 (n=704)		43.8	47.6	36.4	19.7	18.3	4.4	4.4	1.1	2.0
	100g未満 (n=631)		41.8	37.4	38.2	21.1	14.6	5.2	4.1	4.1	2.1
平成30年度全体 (n=1378)			40.9	42.5	39.0	22.1	16.3	4.2	6.7	1.5	2.7

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

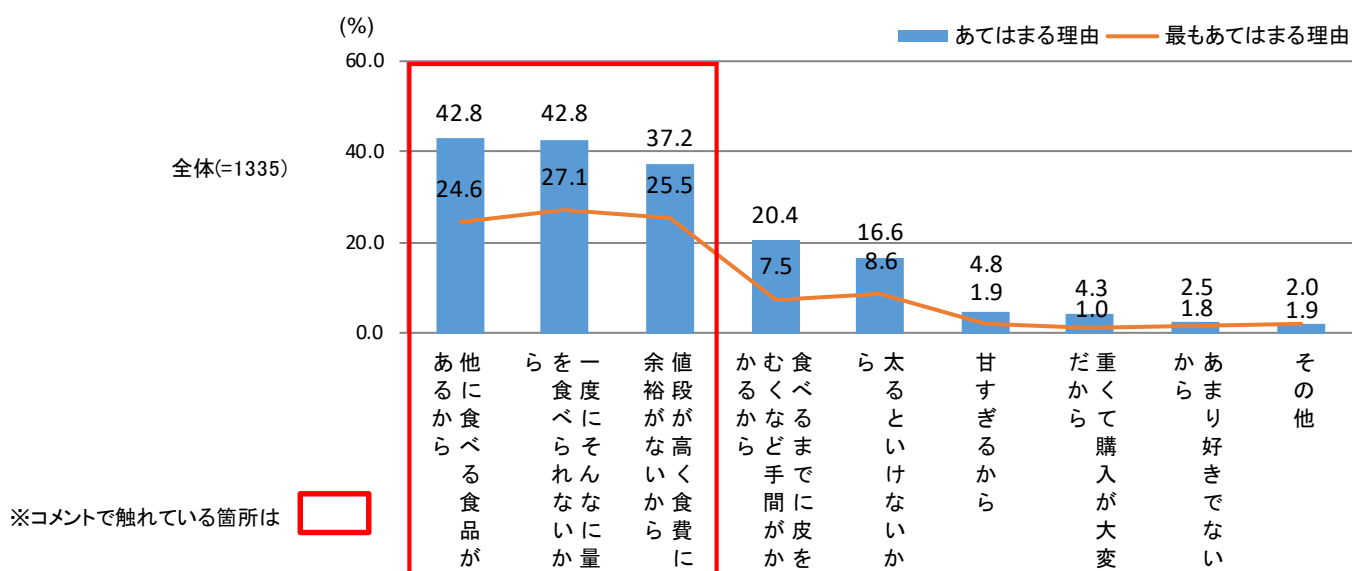
②果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 最もあてはまる理由では、全体で「一度にそんなに量を食べられないから」が最も高い。「値段が高く食費に余裕がないから」「他に食べる食品があるから」が続いており、あてはまる理由とは、同一の構成ながら順位が異なる結果となった。
- 最もあてはまる理由の上位は、平成30年度から「一度にそんなに量を食べられないから」がやや増加し、「値段が高く食費に余裕がないから」がやや減少した。
- 年代別でみると、『20～30代』では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が最も高い。一方、『40～60代』では「一度にそんなに量を食べられないから」の割合が最も高い。また、『60代』では「他に食べる食品があるから」の割合が、他の層と比べて高い。

Q6. 国では一日に【Q5の選択内容】よりも多く果物を食べることを推奨しています。

あなたが現状の果物摂取量にとどまっている理由をお教え下さい。(MA)

その中で最もあてはまる理由。(SA)



※コメントで触れている箇所は

最もあてはまる理由スコア (SA)		(%)									
全体 (n=1335)		(n=1335)	24.6	27.1	25.5	7.5	8.6	1.9	1.0	1.8	1.9
性別	男性 (n=632)	(n=632)	26.3	26.3	24.4	8.4	8.1	2.4	0.6	1.9	1.7
	女性 (n=703)	(n=703)	23.2	27.9	26.6	6.7	9.1	1.4	1.3	1.7	2.1
年代	20代 (n=183)	(n=183)	22.4	24.0	37.2	7.7	5.5	0.0	0.0	1.1	2.2
	30代 (n=256)	(n=256)	20.7	24.6	32.8	8.6	9.0	0.4	0.8	1.6	1.6
	40代 (n=287)	(n=287)	25.1	27.9	25.4	7.0	8.7	1.4	1.7	1.7	1.0
	50代 (n=272)	(n=272)	25.0	26.1	21.7	7.0	13.2	2.2	1.8	1.5	1.5
	60代 (n=337)	(n=337)	28.2	30.9	16.9	7.4	6.2	4.2	0.3	2.7	3.3
性別年代	男性20代 (n=87)	(n=87)	32.2	21.8	29.9	9.2	3.4	0.0	0.0	1.1	2.3
	男性30代 (n=122)	(n=122)	22.1	27.0	28.7	9.8	8.2	0.8	0.0	2.5	0.8
	男性40代 (n=137)	(n=137)	25.5	26.3	26.3	6.6	8.8	2.2	1.5	1.5	1.5
	男性50代 (n=126)	(n=126)	23.8	28.6	23.0	7.1	11.1	3.2	1.6	0.8	0.8
	男性60代 (n=160)	(n=160)	28.8	26.3	17.5	9.4	7.5	4.4	0.0	3.1	3.1
	女性20代 (n=96)	(n=96)	13.5	26.0	43.8	6.3	7.3	0.0	0.0	1.0	2.1
	女性30代 (n=134)	(n=134)	19.4	22.4	36.6	7.5	9.7	0.0	1.5	0.7	2.2
	女性40代 (n=150)	(n=150)	24.7	29.3	24.7	7.3	8.7	0.7	2.0	2.0	0.7
女性50代 (n=146)	(n=146)	26.0	24.0	20.5	6.8	15.1	1.4	2.1	2.1	2.1	
女性60代 (n=177)	(n=177)	27.7	35.0	16.4	5.6	5.1	4.0	0.6	2.3	3.4	
果物摂取量	100g～200g未満 (n=704)	(n=704)	25.3	31.0	23.9	6.5	8.8	1.3	0.9	0.6	1.8
	100g未満 (n=631)	(n=631)	23.9	22.8	27.4	8.6	8.4	2.5	1.1	3.2	2.1
平成30年度全体 (n=1378)		(n=1378)	23.4	25.5	28.2	8.3	8.0	1.6	1.4	1.1	2.5

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

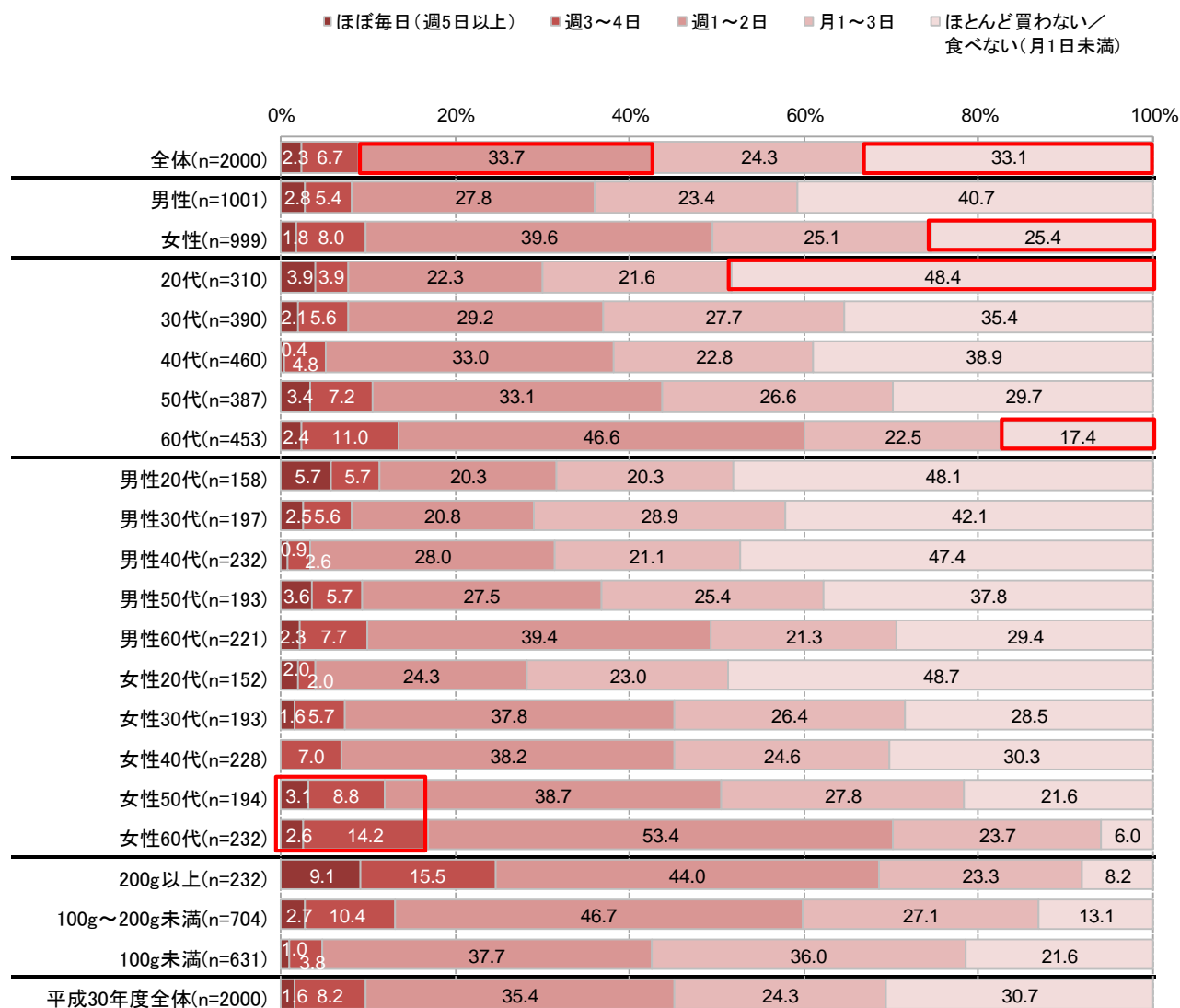
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

③果物の購入頻度

- 全体では「週1～2日」と「ほとんど買わない」がほぼ並んだ。次いで、「月1～3日」が続いている。
- 性別で見ると、『女性』は男性と比べて購入頻度が高い傾向であり、「ほとんど買わない」人の割合は約4分の1にとどまっている。
- 年代別で見ると、『60代』は他の層と比べて購入頻度が高い傾向であり、「ほとんど買わない」人の割合は2割に満たない。一方、『20代』は「ほとんど買わない」の割合が他の層と比べて高い。
- 性別×年代で見ると、『女性50～60代』では「週3～4日」以上、果物を購入する人の割合が1割を超え、他の層と比べて高め。

Q1. あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で買い、また食べますか。（SA）

※コメントで触れている箇所は

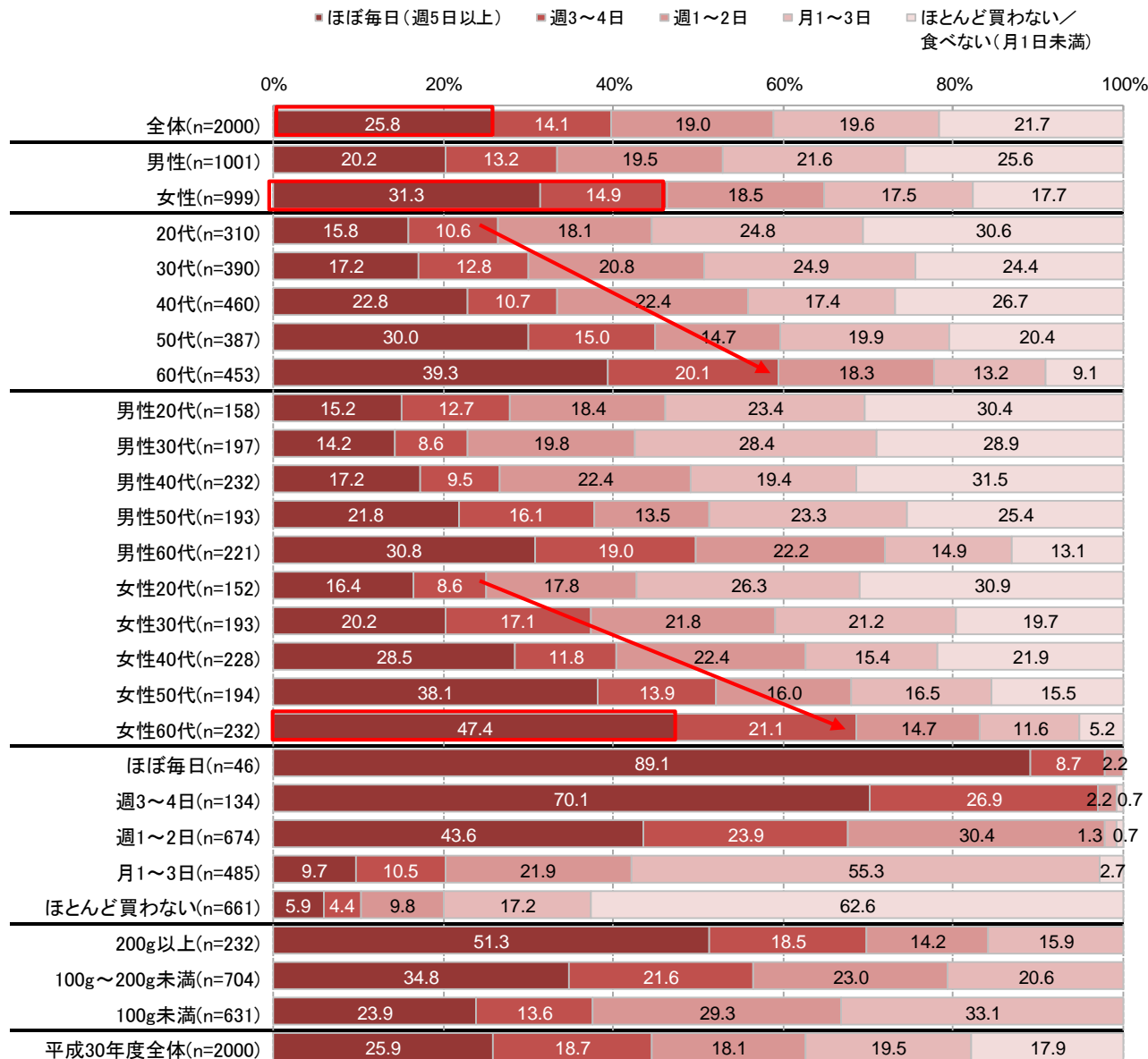


④果物の摂取頻度

- 全体では「ほぼ毎日」が2割台半ばで最も高い。次いで、「ほとんど食べない」「月1～3日」「週1～2日」が、いずれも2割前後となった。
- 平成30年度結果と比較すると、「ほとんど食べない」人の割合がやや増加した。
- 性別でみると、『女性』は、男性と比べて「ほぼ毎日」「週3～4日」の割合が高く、摂取頻度が高い傾向がうかがえる。
- 年代別でみると、年代が高くなるほど「週3～4日」以上の割合が増加する傾向が見られ、『60代』では「ほぼ毎日」が4割弱、「週3～4日」が2割に及ぶ。
- 性別×年代でみると、『女性』は年代が高くなるほど「週3～4日」以上の割合が増加する傾向が顕著であり、『女性60代』では、「ほぼ毎日」が4割後半に及ぶ。

Q1. あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で買い、また食べますか。（SA）

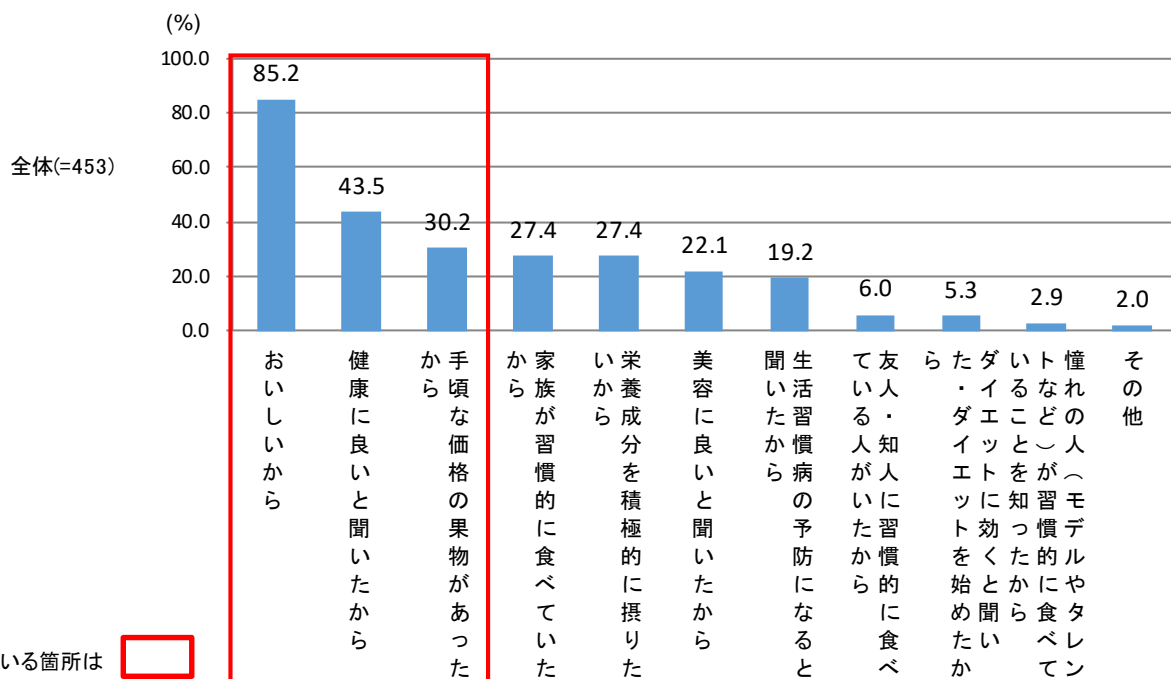
※コメントで触れている箇所は



⑤果物の摂取理由 [1日摂取量150g以上層]

- 全体では、「おいしいから」が最も高く8割台半ば。次いで、「健康に良いと聞いたから」「手頃な価格の果物があつたから」が続く。
- 性別で見ると、『女性』は「美容に良いと聞いたから」が3割超で、男性より高い。
- 年代別にみると、『30代』は「おいしいから」が9割を超えている。また、『60代』は「健康に良いと聞いたから」「生活習慣病の予防になると聞いたから」が他の年代より高く、健康意識の高さがうかがわれる。
- 性別×年代で見ると、『女性40～60代』は「健康に良いと聞いたから」が、他の層と比べて高くなっている。

Q18. あなたが果物を食べる理由としてあてはまるものを、以下からお答えください。(いくつでも) (MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体 (n=453)	85.2	43.5	30.2	27.4	27.4	22.1	19.2	6.0	5.3	2.9	2.0
性別	男性 (n=227)		85.0	40.1	26.4	27.8	24.7	12.3	16.7	8.4	6.2	3.1	0.9
	女性 (n=226)		85.4	46.9	34.1	27.0	30.1	31.9	21.7	3.5	4.4	2.7	3.1
年代	20代 (n=69)		78.3	39.1	36.2	26.1	23.2	18.8	17.4	17.4	13.0	5.8	1.4
	30代 (n=81)		91.4	27.2	25.9	32.1	29.6	24.7	12.3	12.3	9.9	9.9	1.2
	40代 (n=95)		87.4	47.4	23.2	25.3	26.3	24.2	13.7	2.1	2.1	0.0	2.1
	50代 (n=65)		83.1	47.7	21.5	23.1	27.7	21.5	16.9	0.0	4.6	0.0	3.1
	60代 (n=143)		84.6	50.3	38.5	28.7	28.7	21.0	28.7	2.1	1.4	0.7	2.1
性別年代	男性20代 (n=46)		73.9	45.7	28.3	23.9	23.9	13.0	17.4	19.6	10.9	4.3	2.2
	男性30代 (n=47)		91.5	29.8	21.3	36.2	31.9	21.3	12.8	17.0	8.5	10.6	0.0
	男性40代 (n=44)		86.4	38.6	20.5	31.8	20.5	6.8	11.4	0.0	2.3	0.0	0.0
	男性50代 (n=33)		75.8	39.4	21.2	24.2	27.3	6.1	15.2	0.0	6.1	0.0	3.0
	男性60代 (n=57)		93.0	45.6	36.8	22.8	21.1	12.3	24.6	3.5	3.5	0.0	0.0
	女性20代 (n=23)		87.0	26.1	52.2	30.4	21.7	30.4	17.4	13.0	17.4	8.7	0.0
	女性30代 (n=34)		91.2	23.5	32.4	26.5	26.5	29.4	11.8	5.9	11.8	8.8	2.9
	女性40代 (n=51)		88.2	54.9	25.5	19.6	31.4	39.2	15.7	3.9	2.0	0.0	3.9
	女性50代 (n=32)		90.6	56.3	21.9	21.9	28.1	37.5	18.8	0.0	3.1	0.0	3.1
	女性60代 (n=86)		79.1	53.5	39.5	32.6	33.7	26.7	31.4	1.2	0.0	1.2	3.5
果物摂取量	200g以上 (n=232)		85.3	39.7	29.7	27.2	23.7	22.8	19.0	8.2	6.0	3.9	2.6
	100g～200g未満 (n=221)		85.1	47.5	30.8	27.6	31.2	21.3	19.5	3.6	4.5	1.8	1.4
平成30年度全体 (n=481)			88.4	44.5	30.6	25.6	26.4	21.4	18.5	3.7	5.4	3.1	0.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

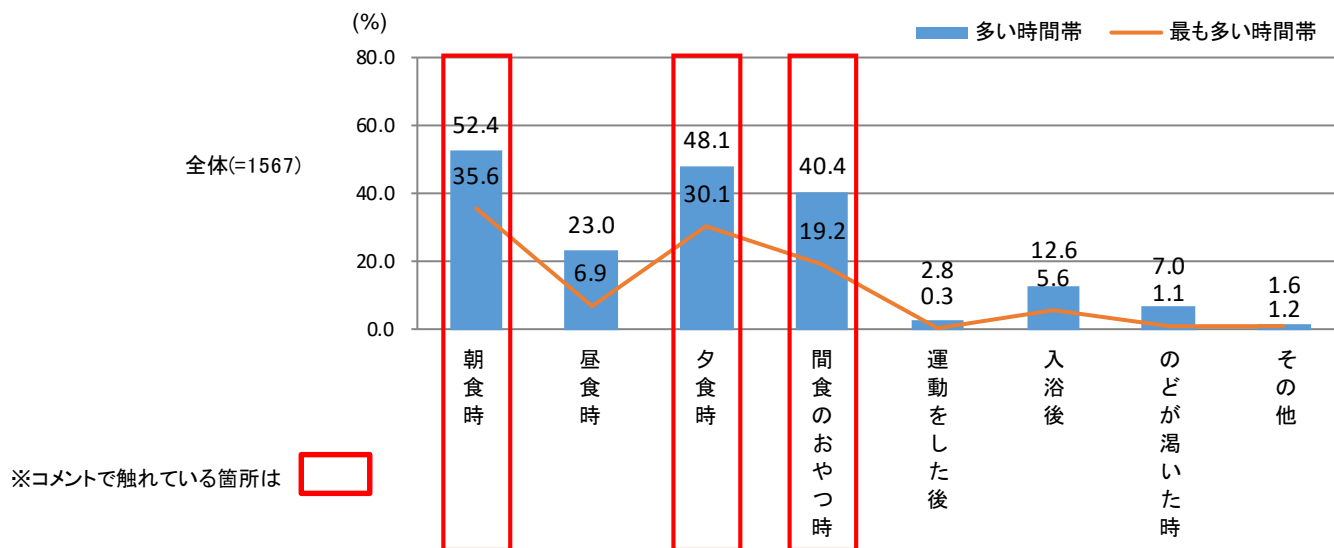
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑥果物の摂取時間帯（摂取場面） [果物月1回以上喫食層]

- 多い時間帯（複数回答）では、全体で「朝食時」「夕食時」が5割前後と高い。「間食のおやつ時」がそれに続くかたちとなっている。
- 平成30年度結果と比較すると、「朝食時」「夕食時」の割合がともにやや減少した。
- 性別でみると、『女性』は「朝食時」が6割弱、「間食のおやつ時」が4割台半ばで、ともに『男性』より顕著に高い。
- 性別×年代でみると、『男性20～50代』は「夕食時」、『男性60代』と『女性30～60代』は「朝食時」、『女性20代』は「間食のおやつ時」の割合が、それぞれ最も高くなっている。

Q2. 果物を食べるのはいつが多いですか。（MA） その中で最も多い時間帯。（SA）



多い時間帯スコア (MA)

		全体 (n=1567)	23.0	48.1	40.4	2.8	12.6	7.0	1.6
性別	男性 (n=745)	45.1	20.8	49.9	35.8	3.9	14.8	8.2	1.7
	女性 (n=822)	59.0	25.1	46.5	44.5	1.8	10.6	5.8	1.5
年代	20代 (n=215)	48.8	17.7	51.6	45.1	5.1	18.1	8.4	0.9
	30代 (n=295)	54.6	19.3	50.5	43.1	4.4	14.2	8.1	2.0
	40代 (n=337)	49.0	22.8	50.7	37.4	2.1	9.8	5.9	2.1
	50代 (n=308)	50.3	18.5	51.9	34.1	1.0	13.0	5.8	1.3
	60代 (n=412)	57.0	32.0	39.6	43.2	2.4	10.4	7.0	1.5
性別年代	男性20代 (n=110)	43.6	15.5	54.5	35.5	6.4	18.2	9.1	0.9
	男性30代 (n=140)	49.3	18.6	56.4	39.3	6.4	17.9	10.0	2.1
	男性40代 (n=159)	38.4	18.2	52.2	30.2	3.1	12.6	8.8	2.5
	男性50代 (n=144)	45.1	18.8	52.8	31.9	1.4	16.7	4.9	1.4
	男性60代 (n=192)	48.4	29.2	38.5	41.1	3.1	10.9	8.3	1.6
	女性20代 (n=105)	54.3	20.0	48.6	55.2	3.8	18.1	7.6	1.0
	女性30代 (n=155)	59.4	20.0	45.2	46.5	2.6	11.0	6.5	1.9
	女性40代 (n=178)	58.4	27.0	49.4	43.8	1.1	7.3	3.4	1.7
女性50代 (n=164)	54.9	18.3	51.2	36.0	0.6	9.8	6.7	1.2	
女性60代 (n=220)	64.5	34.5	40.5	45.0	1.8	10.0	5.9	1.4	
果物摂取量	200g以上 (n=232)	55.2	33.2	52.6	40.9	5.2	14.7	9.9	1.7
	100g～200g未満 (n=704)	56.0	24.4	49.4	44.9	3.1	13.9	7.4	1.7
	100g未満 (n=631)	47.4	17.7	45.0	35.2	1.6	10.3	5.4	1.4
平成30年度全体 (n=1642)		54.3	22.7	50.6	41.4	2.9	11.1	7.3	1.1

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

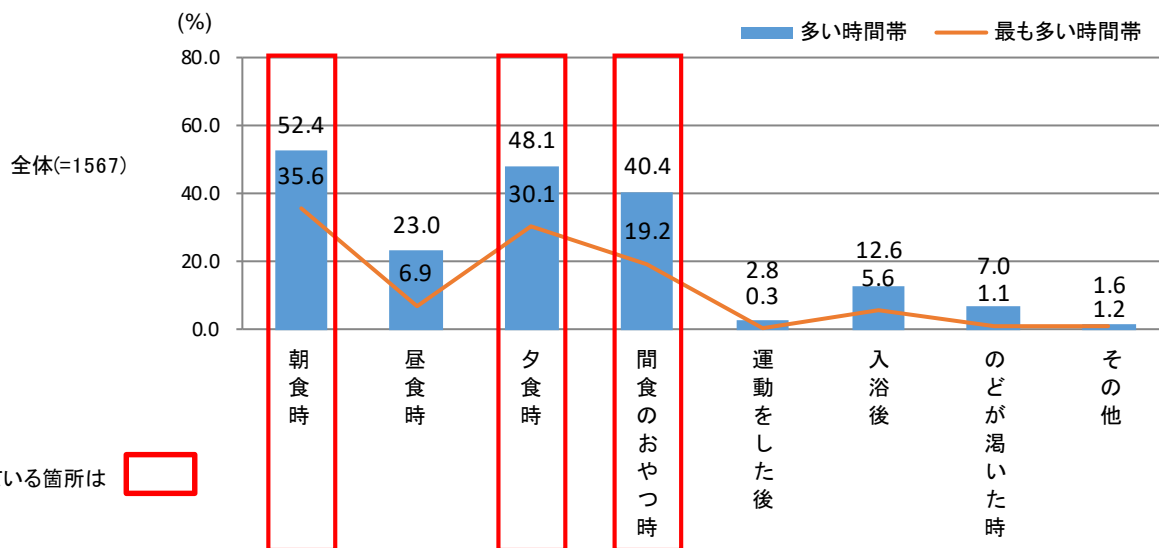
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑥果物の摂取時間帯（摂取場面） [果物月1回以上喫食層]

- 最も多い時間帯では、全体で「朝食時」が最も高く、「夕食時」「間食のおやつ時」がそれに続くかたちとなっている。
- 平成30年度結果と比較すると、「間食のおやつ時」の割合が微増した。
- 性別でみると、『男性』は「夕食時」が『女性』より高く、『女性』は「朝食時」が『男性』より高い。
- 年代別でみると、『60代』では「夕食時」の割合が他の層より低い。
- 性別×年代でみると、『男性20』と『男性40～男性50代』、『女性20代』では「夕食時」の割合が最も高く、『男性30代』『男性60代』『女性30～60代』は「朝食時」の割合が最も高い。

Q2. 果物を食べるのはいつが多いですか。(MA) その中で最も多い時間帯。(SA)



※コメントで触れている箇所は

最も多い時間帯スコア (SA)

		全体 (n=1567)	35.6	6.9	30.1	19.2	0.3	5.6	1.1	1.2
性別	男性 (n=745)	31.7	7.1	33.4	17.9	0.3	7.0	1.2	1.5	1.5
	女性 (n=822)	39.2	6.7	27.0	20.4	0.4	4.4	1.0	1.0	1.0
年代	20代 (n=215)	30.7	2.8	34.0	21.9	0.9	7.4	2.3	0.0	0.0
	30代 (n=295)	36.6	5.1	31.9	18.0	0.3	5.1	1.4	1.7	1.7
	40代 (n=337)	35.9	8.0	32.3	16.3	0.3	5.0	0.6	1.5	1.5
	50代 (n=308)	36.0	6.5	31.5	16.9	0.3	7.5	0.0	1.3	1.3
	60代 (n=412)	36.9	9.7	23.8	22.8	0.0	4.1	1.5	1.2	1.2
性別年代	男性20代 (n=110)	30.9	1.8	34.5	21.8	0.0	9.1	1.8	0.0	0.0
	男性30代 (n=140)	35.7	5.0	34.3	15.7	0.0	5.7	1.4	2.1	2.1
	男性40代 (n=159)	29.6	7.5	38.4	14.5	0.6	6.3	1.3	1.9	1.9
	男性50代 (n=144)	31.3	6.9	36.1	13.2	0.7	10.4	0.0	1.4	1.4
	男性60代 (n=192)	31.3	11.5	26.0	23.4	0.0	4.7	1.6	1.6	1.6
	女性20代 (n=105)	30.5	3.8	33.3	21.9	1.9	5.7	2.9	0.0	0.0
	女性30代 (n=155)	37.4	5.2	29.7	20.0	0.6	4.5	1.3	1.3	1.3
	女性40代 (n=178)	41.6	8.4	27.0	18.0	0.0	3.9	0.0	1.1	1.1
女性50代 (n=164)	40.2	6.1	27.4	20.1	0.0	4.9	0.0	1.2	1.2	
女性60代 (n=220)	41.8	8.2	21.8	22.3	0.0	3.6	1.4	0.9	0.9	
果物摂取量	200g以上 (n=232)	34.1	5.6	29.7	22.0	0.4	5.6	0.9	1.7	1.7
	100g～200g未満 (n=704)	36.2	7.1	30.0	18.0	0.3	6.3	1.0	1.1	1.1
	100g未満 (n=631)	35.5	7.1	30.3	19.5	0.3	4.9	1.3	1.1	1.1
平成30年度全体 (n=1642)		36.5	6.5	30.8	17.7	0.4	5.7	1.8	0.5	0.5

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

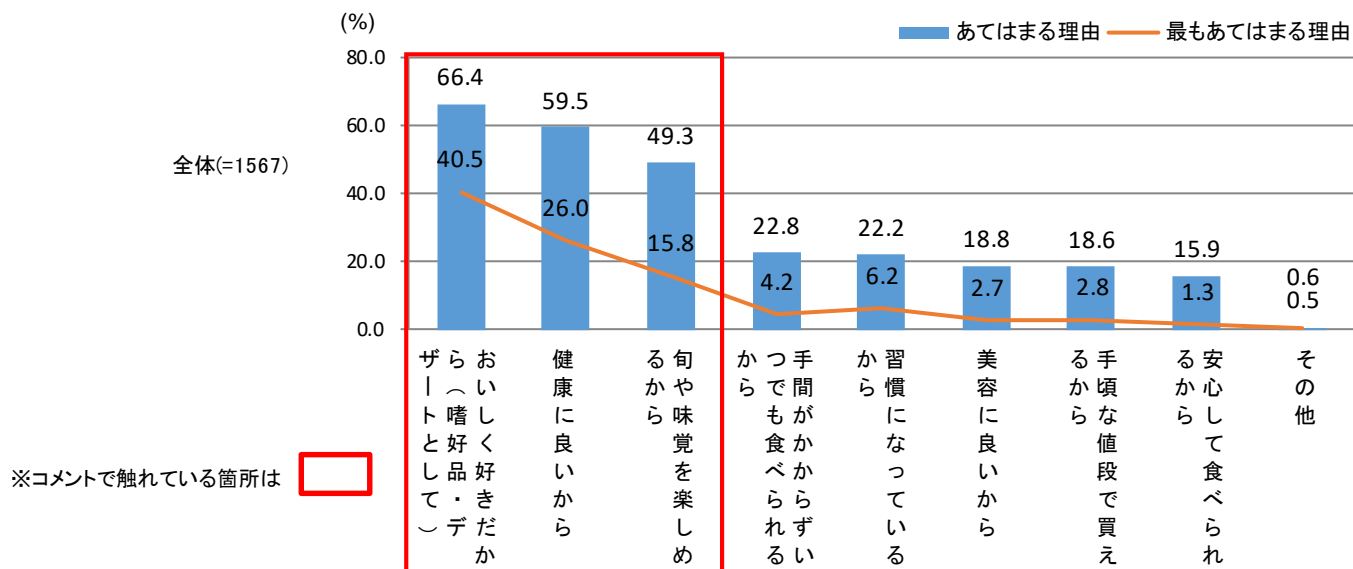
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑦果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「おいしく好きだから」が最も高く、「健康に良いから」「匂や味覚を楽しめるから」が続いている。
- 平成30年度結果と比較すると、「健康によいから」がやや増加し、「おいしく好きだから」「匂や味覚を楽しめるから」がやや減少した。
- 性別で見ると、『女性』では「匂や味覚を楽しめるから」「美容に良いから」が男性より顕著に高い。
- 性別×年代で見ると、『女性20代』では「おいしく好きだから」「美容に良いから」が他の層より高い。
- 果物摂取量別で見ると、『100g未満』の層は、他の層と比べて全般的に低スコア。

Q3. 果物を食べる理由はなんですか。(MA) その中で最もあてはまる理由。(SA)



あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1567)	66.4	59.5	49.3	22.8	22.2	18.8	18.6	15.9	0.6
性別	男性 (n=745)		61.7	56.8	42.8	21.1	20.5	9.7	21.2	14.6	0.0
	女性 (n=822)		70.7	62.0	55.2	24.3	23.7	27.1	16.2	17.0	1.2
年代	20代 (n=215)		72.6	61.4	40.5	18.1	14.0	29.3	20.0	14.9	0.5
	30代 (n=295)		70.5	64.1	48.8	25.8	18.0	24.4	19.3	20.3	1.4
	40代 (n=337)		69.4	57.9	48.1	17.8	20.5	21.1	16.3	13.9	0.6
	50代 (n=308)		63.0	64.6	49.0	20.8	26.0	15.6	14.9	11.7	0.6
	60代 (n=412)		60.4	52.9	55.6	28.6	28.2	10.0	21.8	18.0	0.2
性別年代	男性20代 (n=110)		62.7	56.4	35.5	16.4	14.5	19.1	22.7	15.5	0.0
	男性30代 (n=140)		71.4	65.7	44.3	22.1	20.0	14.3	25.7	20.0	0.0
	男性40代 (n=159)		64.2	52.2	40.9	16.4	20.1	11.3	17.6	13.2	0.0
	男性50代 (n=144)		57.6	62.5	45.1	21.5	23.6	4.2	17.4	6.9	0.0
	男性60代 (n=192)		55.2	50.0	45.8	26.6	22.4	3.6	22.9	17.2	0.0
	女性20代 (n=105)		82.9	66.7	45.7	20.0	13.3	40.0	17.1	14.3	1.0
	女性30代 (n=155)		69.7	62.6	52.9	29.0	16.1	33.5	13.5	20.6	2.6
	女性40代 (n=178)		74.2	62.9	54.5	19.1	20.8	29.8	15.2	14.6	1.1
	女性50代 (n=164)		67.7	66.5	52.4	20.1	28.0	25.6	12.8	15.9	1.2
	女性60代 (n=220)		65.0	55.5	64.1	30.5	33.2	15.5	20.9	18.6	0.5
果物摂取量	200g以上 (n=232)		74.6	62.9	58.6	28.4	33.2	25.4	24.6	22.4	0.0
	100g~200g未満 (n=704)		72.0	63.2	52.7	25.1	24.7	19.3	20.0	17.6	0.7
	100g未満 (n=631)		57.2	54.2	42.2	18.1	15.4	15.8	14.7	11.6	0.8
平成30年度全体 (n=1642)			68.7	57.1	50.7	21.9	21.6	16.8	18.1	12.5	1.1

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

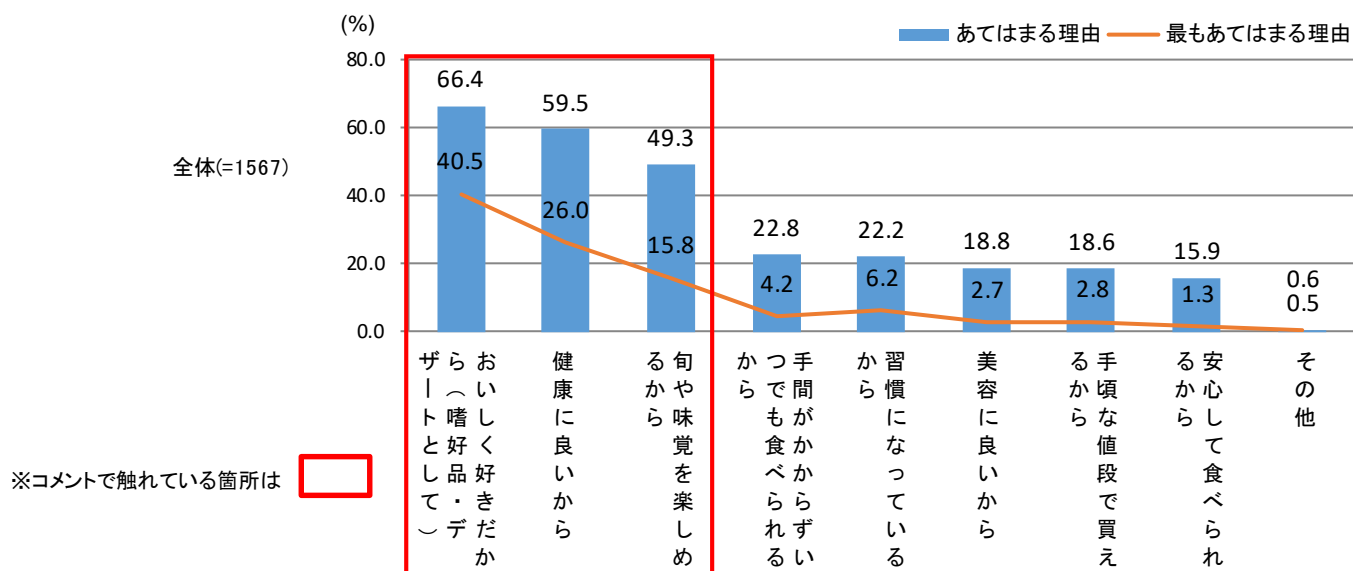
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑦果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]

- 最もあてはまる理由では、全体で「おいしく好きだから」が最も高く、「健康に良いから」「旬や味覚を楽しめるから」が続いている。
- 平成30年度結果と比較すると、「健康によいから」がやや増加する一方、「おいしく好きだから」は減少した。
- 性別×年代で見ると、『女性20代』では「おいしく好きだから」が6割を超えており、他の層より高い。
- 果物摂取量別で見ると、『100g未満』の層では、他の層と比べて「健康に良いから」が高く、「おいしく好きだから」が低い。

Q3. 果物を食べる理由はなんですか。(MA) その中で最もあてはまる理由。(SA)



最もあてはまる理由スコア (SA)

(%)

		全体 (n=1567)	40.5	26.0	15.8	4.2	6.2	2.7	2.8	1.3	0.5
性別	男性 (n=745)		38.8	28.5	14.6	4.7	6.8	1.2	4.0	1.3	0.0
	女性 (n=822)		42.1	23.7	16.9	3.8	5.6	4.0	1.7	1.2	1.0
年代	20代 (n=215)		52.6	25.1	7.4	2.8	0.9	5.6	4.7	0.9	0.0
	30代 (n=295)		43.1	28.1	14.6	2.7	4.1	4.1	1.0	1.4	1.0
	40代 (n=337)		41.2	26.4	15.4	3.3	6.5	3.6	2.4	0.6	0.6
	50代 (n=308)		33.1	29.2	19.2	5.5	8.1	1.0	2.6	0.6	0.6
	60代 (n=412)		37.4	22.1	18.9	5.8	8.7	0.7	3.6	2.4	0.2
性別年代	男性20代 (n=110)		44.5	32.7	8.2	1.8	0.0	2.7	8.2	1.8	0.0
	男性30代 (n=140)		45.0	32.1	12.1	2.1	5.7	2.1	0.0	0.7	0.0
	男性40代 (n=159)		40.3	25.2	14.5	4.4	10.1	1.9	2.5	1.3	0.0
	男性50代 (n=144)		29.2	30.6	20.1	6.9	7.6	0.0	4.9	0.7	0.0
	男性60代 (n=192)		37.0	24.5	16.1	6.8	8.3	0.0	5.2	2.1	0.0
	女性20代 (n=105)		61.0	17.1	6.7	3.8	1.9	8.6	1.0	0.0	0.0
	女性30代 (n=155)		41.3	24.5	16.8	3.2	2.6	5.8	1.9	1.9	1.9
	女性40代 (n=178)		42.1	27.5	16.3	2.2	3.4	5.1	2.2	0.0	1.1
	女性50代 (n=164)		36.6	28.0	18.3	4.3	8.5	1.8	0.6	0.6	1.2
	女性60代 (n=220)		37.7	20.0	21.4	5.0	9.1	1.4	2.3	2.7	0.5
果物摂取量	200g以上 (n=232)		46.1	23.7	12.9	1.3	8.6	2.2	4.7	0.4	0.0
	100g~200g未満 (n=704)		44.7	24.1	14.5	3.3	6.4	2.8	2.6	1.0	0.6
	100g未満 (n=631)		33.8	28.8	18.4	6.3	5.1	2.7	2.4	1.9	0.6
平成30年度全体 (n=1642)			44.8	24.0	16.4	3.7	4.3	1.8	3.1	1.0	0.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

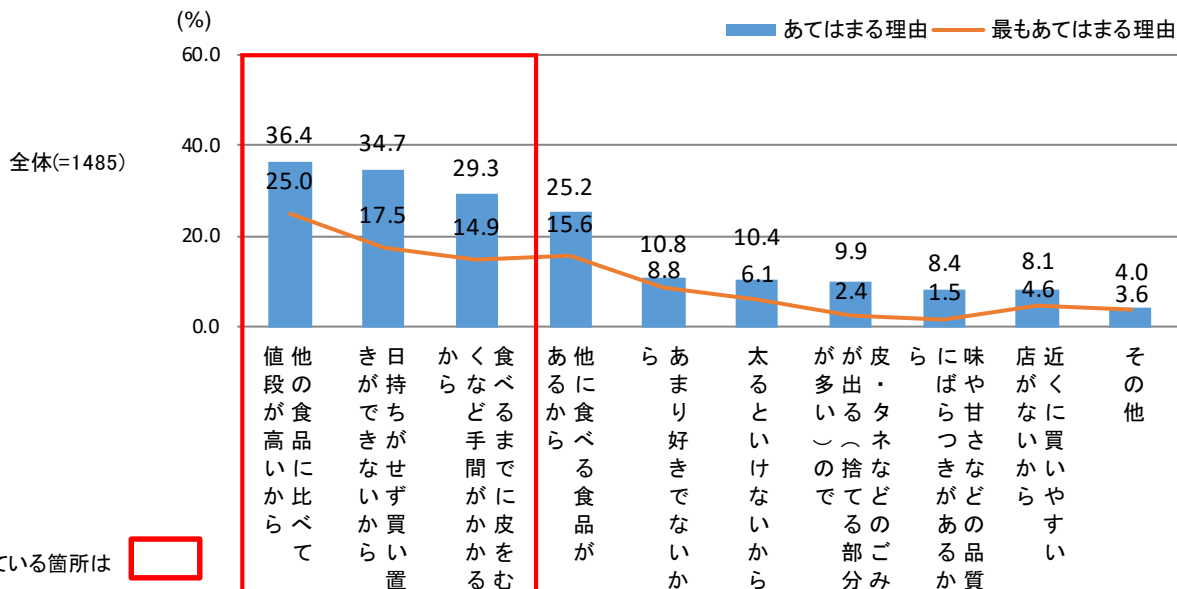
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑧果物を毎日摂らない理由 [毎日摂取者を除く]

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「他の食品に比べて値段が高いから」が最も高く、次いで「日持ちがせず買い置きができないから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」が続いている。
- 平成30年度結果と比較すると、「他に食べる食品があるから」が微減している。
- 性別で見ると、『女性』は「他の食品に比べて値段が高いから」が『男性』と比べて顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』では「他に食べる食品があるから」が他の層に比べて高く、最大の理由になっている。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では、他の層と比べて「太るといけないから」が顕著に高い。

Q4. 果物を（毎日）食べない理由は何ですか。（MA） その中で最もあてはまる理由。（SA）



※コメントで触れている箇所は



あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1485)	36.4	34.7	29.3	25.2	10.8	10.4	9.9	8.4	8.1	4.0
性別	男性 (n=799)		30.0	32.0	25.5	26.9	11.8	9.9	9.4	7.1	10.0	3.8
	女性 (n=686)		43.9	37.8	33.7	23.2	9.8	11.1	10.5	9.8	5.8	4.4
年代	20代 (n=261)		41.4	34.9	36.4	20.7	11.5	10.0	10.3	3.8	10.0	3.1
	30代 (n=323)		37.5	38.1	29.1	18.3	9.0	8.7	12.4	8.0	9.3	4.0
	40代 (n=355)		38.3	35.5	27.6	23.7	13.2	10.4	10.4	8.5	6.5	4.8
	50代 (n=271)		34.3	27.7	26.9	27.7	12.9	13.3	5.9	10.0	7.7	2.6
	60代 (n=275)		30.2	36.4	27.3	37.1	7.3	10.2	9.8	11.3	7.3	5.5
性別年代	男性20代 (n=134)		30.6	31.3	33.6	19.4	11.9	9.0	10.4	3.0	12.7	1.5
	男性30代 (n=169)		33.1	37.9	25.4	22.5	10.7	8.3	15.4	7.7	10.1	1.8
	男性40代 (n=192)		34.4	32.8	20.3	24.5	13.0	12.0	9.4	6.3	8.3	6.3
	男性50代 (n=151)		25.8	23.2	21.2	30.5	15.2	11.3	4.6	8.6	9.9	2.6
	男性60代 (n=153)		24.8	34.0	29.4	37.9	7.8	8.5	6.5	9.8	9.8	5.9
	女性20代 (n=127)		52.8	38.6	39.4	22.0	11.0	11.0	10.2	4.7	7.1	4.7
	女性30代 (n=154)		42.2	38.3	33.1	13.6	7.1	9.1	9.1	8.4	8.4	6.5
	女性40代 (n=163)		42.9	38.7	36.2	22.7	13.5	8.6	11.7	11.0	4.3	3.1
	女性50代 (n=120)		45.0	33.3	34.2	24.2	10.0	15.8	7.5	11.7	5.0	2.5
	女性60代 (n=122)		36.9	39.3	24.6	36.1	6.6	12.3	13.9	13.1	4.1	4.9
果物摂取量	200g以上 (n=113)		29.2	38.9	22.1	31.9	2.7	20.4	9.7	9.7	5.3	5.3
	100g~200g未満 (n=459)		36.8	39.9	29.0	28.3	1.1	11.8	9.2	8.7	5.4	3.9
	100g未満 (n=480)		36.0	37.9	30.4	27.3	4.6	10.6	8.8	6.5	7.1	3.1
平成30年度全体 (n=1483)			37.5	34.9	30.6	27.0	8.3	9.8	7.9	7.5	8.2	4.2

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

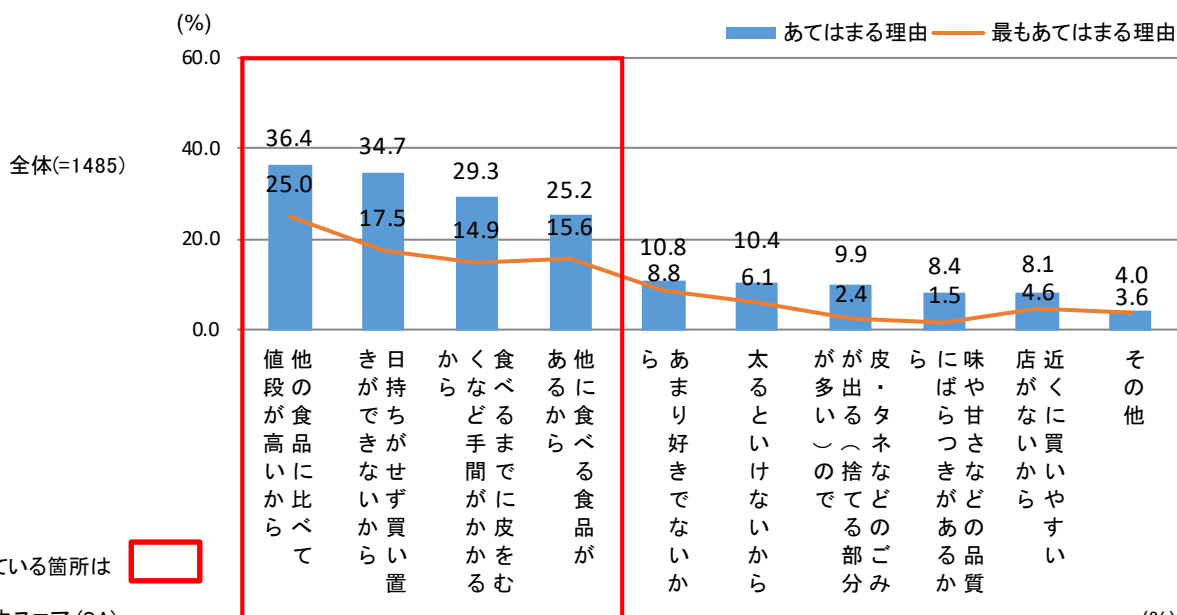
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑧果物を毎日摂らない理由 [毎日摂取者を除く]

- 最もあてはまる理由では、全体で「他の食品に比べて値段が高いから」が最も高く、次いで「日持ちがせず買い置きができないから」「他に食べる食品があるから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」が続いている。
- 平成30年度結果と比較すると、「あまり好きでないから」が微増し、「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」「他に食べる食品があるから」が微減している。
- 性別で見ると、『女性』は「他の食品に比べて値段が高いから」が『男性』と比べて高い。
- 年代別で見ると、『60代』では「他に食べる食品があるから」が他の層より高く、「他の食品に比べて値段が高いから」が他の層より低い。

Q4. 果物を（毎日）食べない理由は何ですか。（MA） その中で最もあてはまる理由。（SA）



※コメントで触れている箇所は



最もあてはまる理由スコア (SA)

		全体 (n=1485)	25.0	17.5	14.9	15.6	8.8	6.1	2.4	1.5	4.6	3.6
性別	男性 (n=799)		20.5	16.8	15.0	17.6	9.8	6.4	2.8	2.0	5.9	3.3
	女性 (n=686)		30.2	18.4	14.7	13.1	7.7	5.8	1.9	1.0	3.1	4.1
年代	20代 (n=261)		27.2	15.3	19.5	12.6	9.2	5.4	2.3	0.8	4.6	3.1
	30代 (n=323)		25.4	21.1	16.1	9.9	7.4	5.6	3.7	0.9	6.5	3.4
	40代 (n=355)		29.9	18.3	12.7	12.7	10.4	5.6	1.7	1.1	3.7	3.9
	50代 (n=271)		24.4	12.9	13.7	19.2	11.4	8.9	1.1	1.8	4.4	2.2
	60代 (n=275)		16.7	18.9	13.1	25.1	5.5	5.5	2.9	3.3	3.6	5.5
性別年代	男性20代 (n=134)		19.4	15.7	22.4	14.2	10.4	6.0	4.5	0.7	5.2	1.5
	男性30代 (n=169)		21.9	22.5	13.6	12.4	8.3	5.3	5.3	1.8	7.7	1.2
	男性40代 (n=192)		25.5	17.2	13.0	14.6	10.4	6.8	1.0	1.6	4.7	5.2
	男性50代 (n=151)		18.5	11.3	11.9	22.5	13.9	8.6	1.3	3.3	6.6	2.0
	男性60代 (n=153)		15.7	16.3	15.7	25.5	5.9	5.2	2.0	2.6	5.2	5.9
	女性20代 (n=127)		35.4	15.0	16.5	11.0	7.9	4.7	0.0	0.8	3.9	4.7
	女性30代 (n=154)		29.2	19.5	18.8	7.1	6.5	5.8	1.9	0.0	5.2	5.8
	女性40代 (n=163)		35.0	19.6	12.3	10.4	10.4	4.3	2.5	0.6	2.5	2.5
	女性50代 (n=120)		31.7	15.0	15.8	15.0	8.3	9.2	0.8	0.0	1.7	2.5
女性60代 (n=122)		18.0	22.1	9.8	24.6	4.9	5.7	4.1	4.1	1.6	4.9	
果物摂取量	200g以上 (n=113)		17.7	23.9	12.4	20.4	1.8	13.3	0.9	1.8	2.7	5.3
	100g~200g未満 (n=459)		24.8	22.7	15.3	18.5	0.4	6.8	2.8	1.5	3.5	3.7
	100g未満 (n=480)		25.8	19.6	15.2	18.1	3.5	6.5	2.5	1.7	4.4	2.7
平成30年度全体 (n=1483)			26.2	16.4	16.9	17.4	6.7	5.2	1.4	1.5	4.6	3.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

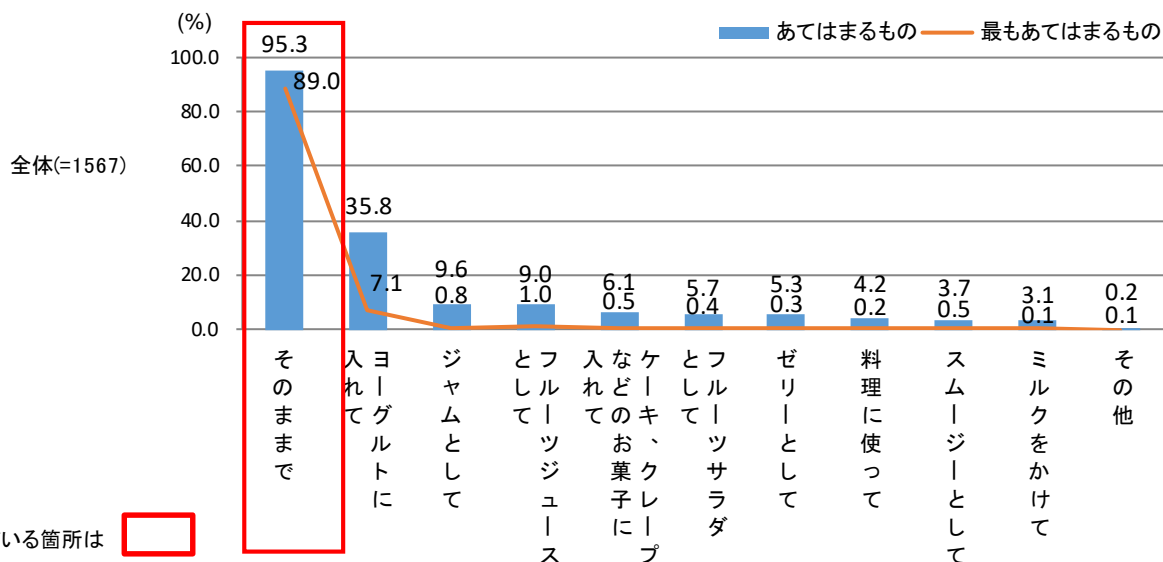
⑨果物の摂取方法 [果物月1回以上喫食層]

- あてはまるものは、全体では「そのまま」が突出しており、次いで「ヨーグルトに入れて」が高い。最もあてはまるものも、全体では「そのまま」が突出して高く、それ以外の食べ方・手段はいずれも1割に満たない。
- 性別でみると、『女性』は「ヨーグルトに入れて」の割合が『男性』よりも高い。
- 年代別でみると、『20代』は「フルーツジュースとして」「ゼリーとして」が他の層より高い。
- 性別×年代でみると、『女性20代』『女性40～60代』は「ヨーグルトに入れて」が4割を超えており、他の層より高い。

Q7. あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を食べていますか？

当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

また、最も当てはまるものをひとつお選びください。(SA)



※コメントで触れている箇所は

あてはまるものスコア (MA)

		全体 (n=1567)	95.3	35.8	9.6	9.0	6.1	5.7	5.3	4.2	3.7	3.1	0.2
性別	男性 (n=745)	94.2	27.7	7.7	9.8	5.1	5.4	4.8	4.4	2.4	3.8	0.0	
	女性 (n=822)	96.2	43.2	11.4	8.3	6.9	6.0	5.7	4.0	4.9	2.4	0.4	
年代	20代 (n=215)	93.0	38.6	12.1	16.3	10.7	6.0	11.6	4.7	6.5	2.8	0.0	
	30代 (n=295)	95.6	36.3	8.1	12.5	8.1	5.4	8.1	5.1	6.8	2.7	0.3	
	40代 (n=337)	96.4	33.8	6.8	6.5	5.9	2.7	3.3	3.9	1.2	2.7	0.0	
	50代 (n=308)	95.1	38.0	8.4	7.1	4.5	5.2	4.5	2.6	2.6	3.9	0.3	
	60代 (n=412)	95.4	34.0	12.6	6.1	3.4	8.5	2.2	4.9	2.9	3.2	0.2	
性別年代	男性20代 (n=110)	91.8	31.8	9.1	17.3	8.2	3.6	8.2	4.5	3.6	1.8	0.0	
	男性30代 (n=140)	94.3	37.1	10.7	14.3	8.6	5.7	10.7	6.4	5.7	4.3	0.0	
	男性40代 (n=159)	96.2	22.0	5.0	6.3	3.1	4.4	2.5	4.4	1.3	3.8	0.0	
	男性50代 (n=144)	93.1	28.5	6.9	9.0	5.6	4.9	4.2	2.1	1.4	4.2	0.0	
	男性60代 (n=192)	94.8	22.4	7.3	5.7	2.1	7.3	1.0	4.7	1.0	4.2	0.0	
	女性20代 (n=105)	94.3	45.7	15.2	15.2	13.3	8.6	15.2	4.8	9.5	3.8	0.0	
	女性30代 (n=155)	96.8	35.5	5.8	11.0	7.7	5.2	5.8	3.9	7.7	1.3	0.6	
	女性40代 (n=178)	96.6	44.4	8.4	6.7	8.4	1.1	3.9	3.4	1.1	1.7	0.0	
女性50代 (n=164)	97.0	46.3	9.8	5.5	3.7	5.5	4.9	3.0	3.7	3.7	0.6		
女性60代 (n=220)	95.9	44.1	17.3	6.4	4.5	9.5	3.2	5.0	4.5	2.3	0.5		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	94.8	41.4	12.1	12.5	6.0	8.2	6.5	9.1	6.9	4.3	0.0	
	100g~200g未満 (n=704)	95.7	37.5	11.2	10.5	6.7	7.4	5.8	3.8	3.7	3.4	0.3	
	100g未満 (n=631)	94.9	31.9	7.0	6.0	5.4	2.9	4.3	2.9	2.5	2.2	0.2	
平成30年度全体 (n=1642)		95.3	36.1	9.3	9.4	6.6	5.7	5.8	4.4	4.3	2.5	0.5	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

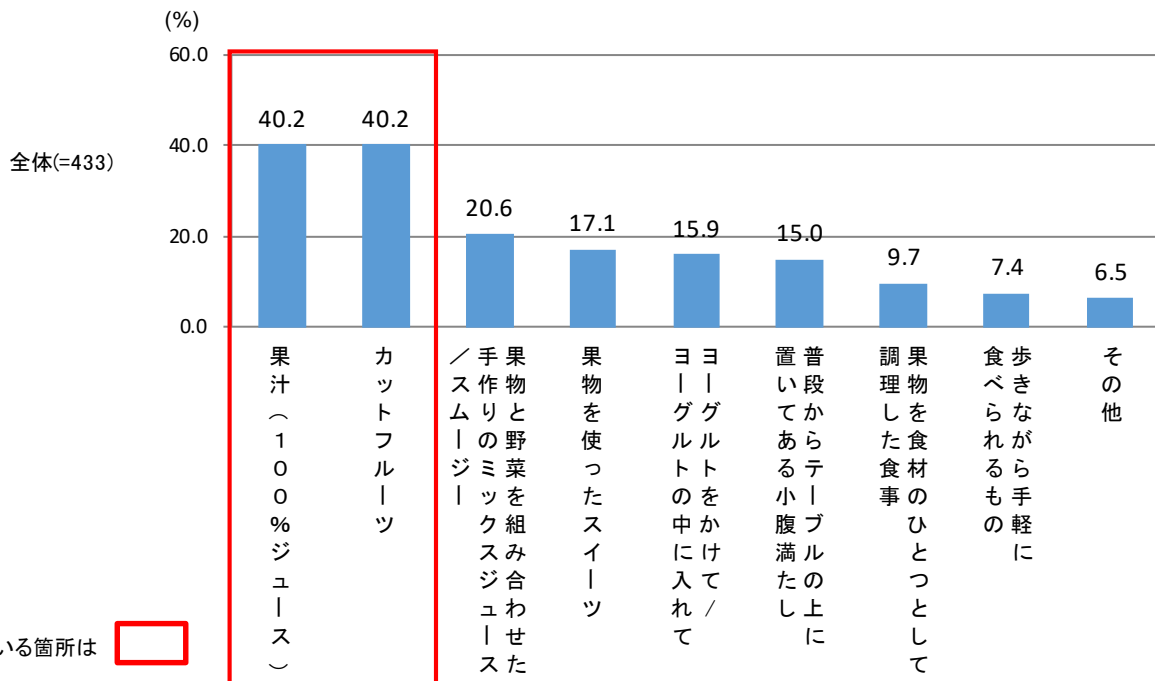
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑩果物の摂取を増加できると思う方法 [果物非喫食層]

- 全体では、「果汁（100%ジュース）」「カットフルーツ」が並んで高く、以下「果物と野菜を組み合わせた手作りのミックスジュース/スムージー」「果物を使ったスイーツ」「ヨーグルトをかけて/ヨーグルトの中に入れて」「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」の順となっている。
- 平成30年度結果と比較すると、「果汁（100%ジュース）」「カットフルーツ」が増加する一方、「ヨーグルトをかけて/ヨーグルトの中に入れて」「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」が減少している。
- 年代別でみると、低年代ほど「果汁」「果物と野菜を組み合わせた手作りのミックスジュース/スムージー」「歩きながら手軽に食べられるもの」が高くなる傾向。

Q8. どのような食べ方であれば、今までよりも多く果物を食べる事ができると思いますか。

当てはまるものを全て選んでください。(MA)



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=433)	40.2	40.2	20.6	17.1	15.9	15.0	9.7	7.4	6.5
性別	男性 (n=256)		40.2	37.9	20.3	16.0	15.2	14.5	9.8	7.4	5.9
	女性 (n=177)		40.1	43.5	20.9	18.6	16.9	15.8	9.6	7.3	7.3
年代	20代 (n=95)		48.4	49.5	32.6	27.4	13.7	20.0	11.6	11.6	2.1
	30代 (n=95)		43.2	41.1	24.2	21.1	22.1	7.4	10.5	7.4	3.2
	40代 (n=123)		37.4	35.8	16.3	14.6	11.4	19.5	6.5	6.5	8.9
	50代 (n=79)		35.4	31.6	13.9	5.1	21.5	12.7	12.7	5.1	10.1
	60代 (n=41)		31.7	46.3	9.8	14.6	9.8	12.2	7.3	4.9	9.8
性別年代	男性20代 (n=48)		45.8	43.8	31.3	29.2	12.5	22.9	18.8	10.4	0.0
	男性30代 (n=57)		40.4	43.9	26.3	19.3	22.8	10.5	5.3	8.8	3.5
	男性40代 (n=73)		38.4	31.5	15.1	11.0	9.6	15.1	5.5	6.8	11.0
	男性50代 (n=49)		34.7	30.6	14.3	6.1	20.4	12.2	16.3	6.1	6.1
	男性60代 (n=29)		44.8	44.8	13.8	17.2	10.3	10.3	3.4	3.4	6.9
	女性20代 (n=47)		51.1	55.3	34.0	25.5	14.9	17.0	4.3	12.8	4.3
	女性30代 (n=38)		47.4	36.8	21.1	23.7	21.1	2.6	18.4	5.3	2.6
	女性40代 (n=50)		36.0	42.0	18.0	20.0	14.0	26.0	8.0	6.0	6.0
	女性50代 (n=30)		36.7	33.3	13.3	3.3	23.3	13.3	6.7	3.3	16.7
女性60代 (n=12)		0.0	50.0	0.0	8.3	8.3	16.7	16.7	8.3	16.7	
平成30年度全体 (n=358)			34.9	37.2	21.5	16.2	18.7	19.3	8.4	7.0	6.1

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

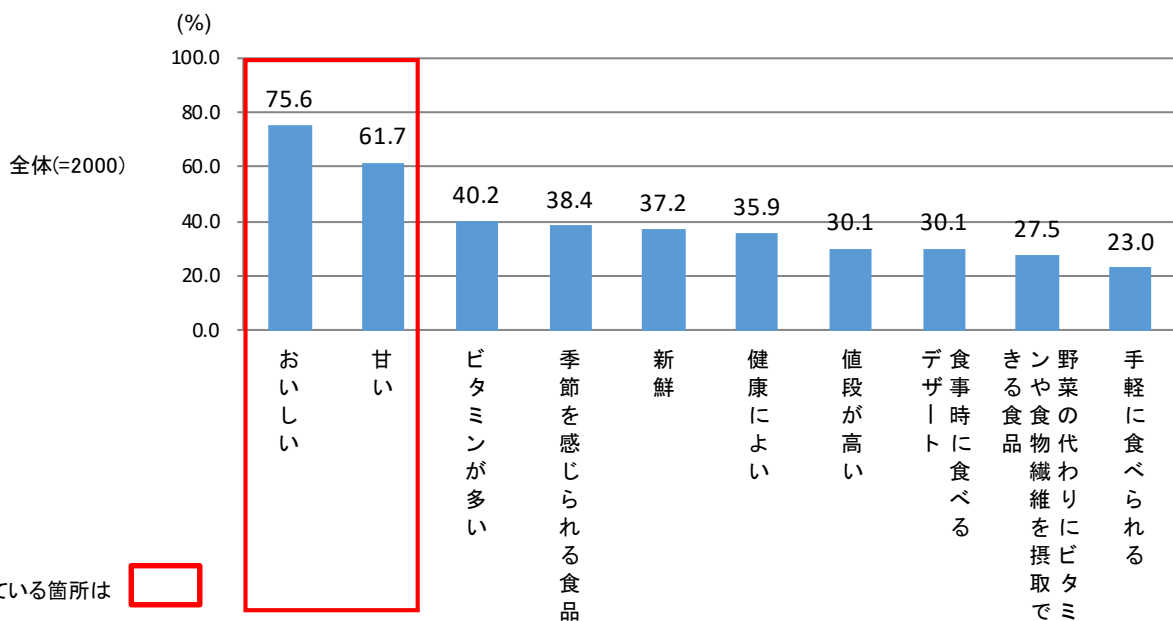
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑪果物のイメージ

- 全体では、「おいしい」が最も高く、次いで「甘い」が続く。以下、「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」「新鮮」「健康によい」の順となった。
- 性別でみると、『女性』は「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」「値段が高い」「野菜の代わりにビタミンや食物繊維を摂取できる食品」「美肌に効果がある」「家族に食べさせたい」というイメージが『男性』より顕著に高い。
- 性別×年代でみると、『女性20代』は「甘い」の割合が7台半ばで他の層より高い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』では、他の層と比べて「新鮮」「手軽に食べられる」「食すると気分転換になる」「毎日食べるべき食品」の割合が高い一方、「値段が高い」の割合は低い。

Q9. あなたは果物にどのようなイメージがありますか。(いくつでも) (MA)



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2000)	75.6	61.7	40.2	38.4	37.2	35.9	30.1	30.1	27.5	23.0
性別	男性 (n=1001)	70.8	60.7	34.6	29.0	33.5	31.1	24.9	26.3	22.4	18.1	
	女性 (n=999)	80.3	62.6	45.7	47.8	40.8	40.6	35.3	33.8	32.5	27.9	
年代	20代 (n=310)	80.3	71.3	43.5	33.9	41.0	32.3	31.9	33.2	37.1	18.7	
	30代 (n=390)	76.9	63.1	43.1	37.2	37.4	36.4	33.1	26.7	29.5	21.3	
	40代 (n=460)	76.1	65.7	37.8	35.0	33.3	35.2	32.8	25.9	24.8	20.4	
	50代 (n=387)	70.8	58.7	37.5	38.5	36.4	38.5	29.5	33.3	24.5	23.3	
	60代 (n=453)	74.6	52.3	40.0	45.9	38.9	36.2	24.1	32.2	24.3	29.8	
性別年代	男性20代 (n=158)	75.9	67.1	38.0	27.8	39.9	31.0	25.3	28.5	33.5	18.4	
	男性30代 (n=197)	72.6	60.4	41.6	28.9	33.0	33.0	27.4	23.4	21.3	18.8	
	男性40代 (n=232)	72.8	67.7	29.7	24.1	30.6	28.0	27.6	24.1	19.0	17.7	
	男性50代 (n=193)	66.3	58.0	31.6	26.9	30.6	32.6	25.9	30.1	20.2	18.1	
	男性60代 (n=221)	67.4	51.6	33.5	36.7	34.8	31.2	18.6	26.2	20.8	17.6	
	女性20代 (n=152)	84.9	75.7	49.3	40.1	42.1	33.6	38.8	38.2	40.8	19.1	
	女性30代 (n=193)	81.3	65.8	44.6	45.6	42.0	39.9	38.9	30.1	37.8	23.8	
	女性40代 (n=228)	79.4	63.6	46.1	46.1	36.0	42.5	38.2	27.6	30.7	23.2	
	女性50代 (n=194)	75.3	59.3	43.3	50.0	42.3	44.3	33.0	36.6	28.9	28.4	
女性60代 (n=232)	81.5	53.0	46.1	54.7	42.7	40.9	29.3	37.9	27.6	41.4		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	85.3	62.9	41.4	44.0	51.3	39.2	21.1	34.5	28.4	32.3	
	100g~200g未満 (n=704)	86.9	61.4	46.9	44.5	42.6	45.3	28.0	36.6	34.1	29.7	
	100g未満 (n=631)	76.7	62.0	39.1	37.4	33.8	34.4	30.0	29.0	25.2	23.1	
平成30年度全体 (n=2000)		78.3	64.0	38.2	39.4	39.7	33.4	29.0	34.6	28.1	23.3	

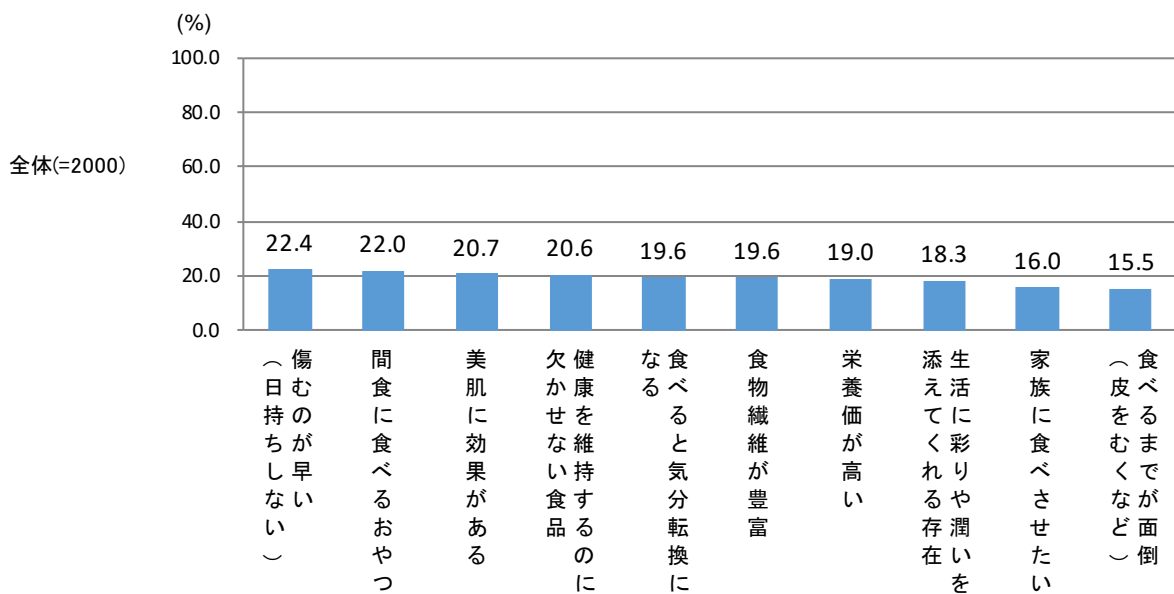
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動



		全体	(n=2000)	22.4	22.0	20.7	20.6	19.6	19.6	19.0	18.3	16.0	15.5
性別	男性	(n=1001)	18.0	18.5	10.6	20.6	16.6	19.5	19.1	13.7	9.9	12.6	
	女性	(n=999)	26.8	25.4	30.8	20.5	22.6	19.6	18.9	22.8	22.0	18.3	
年代	20代	(n=310)	24.2	25.8	24.5	24.5	23.9	20.6	27.1	20.3	12.6	19.7	
	30代	(n=390)	26.9	27.4	27.2	19.2	21.8	17.9	23.6	18.2	20.5	18.5	
	40代	(n=460)	22.8	17.2	18.5	18.3	16.5	17.2	17.8	14.8	18.3	15.0	
	50代	(n=387)	19.1	18.9	18.6	19.1	17.6	22.7	18.3	16.8	17.6	14.2	
	60代	(n=453)	19.6	22.1	16.6	22.5	19.6	19.9	11.3	21.6	10.6	11.5	
性別年代	男性20代	(n=158)	19.6	20.9	15.8	28.5	21.5	22.2	24.7	18.4	8.9	15.8	
	男性30代	(n=197)	21.3	24.4	17.3	21.8	16.8	19.3	23.4	13.7	10.2	15.7	
	男性40代	(n=232)	19.0	14.2	8.6	16.4	14.7	17.2	19.0	10.3	12.9	12.9	
	男性50代	(n=193)	13.0	15.0	8.3	18.7	16.1	22.3	19.7	11.9	12.4	8.8	
	男性60代	(n=221)	17.2	19.0	5.0	19.9	15.4	17.6	10.9	15.4	5.0	10.4	
	女性20代	(n=152)	28.9	30.9	33.6	20.4	26.3	19.1	29.6	22.4	16.4	23.7	
	女性30代	(n=193)	32.6	30.6	37.3	16.6	26.9	16.6	23.8	22.8	31.1	21.2	
	女性40代	(n=228)	26.8	20.2	28.5	20.2	18.4	17.1	16.7	19.3	23.7	17.1	
	女性50代	(n=194)	25.3	22.7	28.9	19.6	19.1	23.2	17.0	21.6	22.7	19.6	
女性60代	(n=232)	22.0	25.0	27.6	25.0	23.7	22.0	11.6	27.6	15.9	12.5		
果物摂取量	200g以上	(n=232)	14.7	26.7	25.9	30.2	29.7	23.7	17.7	26.7	18.5	8.6	
	100g~200g未満	(n=704)	24.9	27.0	25.7	27.0	25.3	26.4	24.0	23.7	18.6	14.3	
	100g未満	(n=631)	22.3	18.7	18.4	17.0	14.9	17.4	18.5	14.1	16.8	14.1	
平成30年度全体		(n=2000)	22.1	22.6	20.3	21.3	22.0	19.3	18.4	19.6	16.7	15.3	

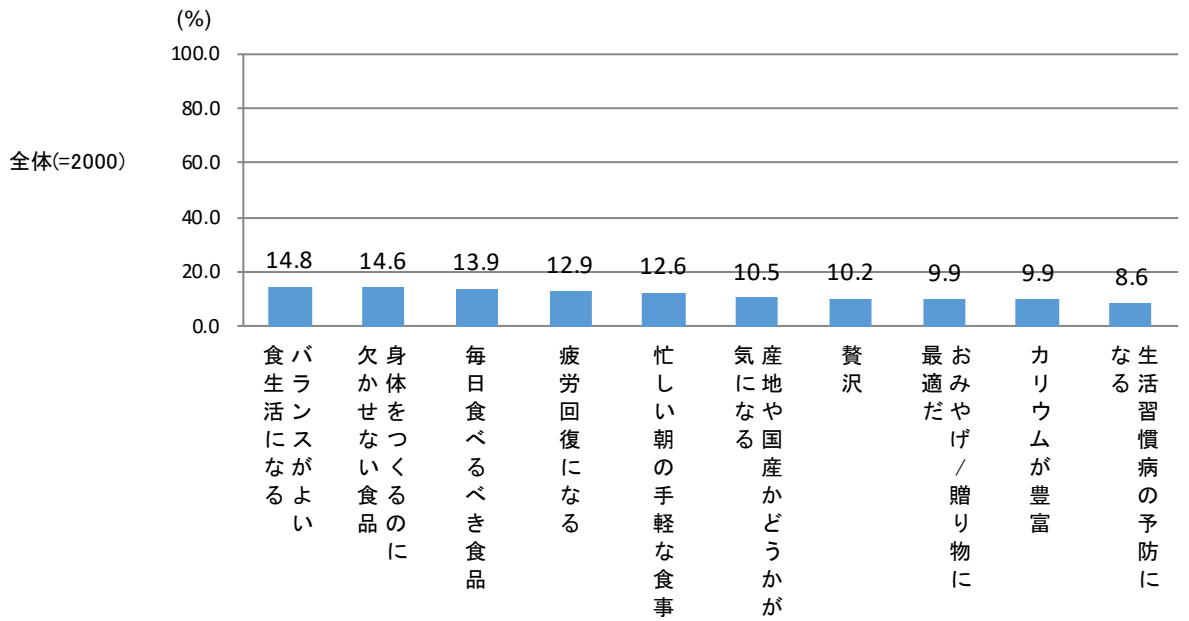
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動



		全体	(n=2000)	14.8	14.6	13.9	12.9	12.6	10.5	10.2	9.9	9.9	8.6
性別	男性	(n=1001)	12.9	13.8	12.0	12.8	9.1	7.5	7.5	8.4	8.2	8.2	
	女性	(n=999)	16.6	15.3	15.7	12.9	16.0	13.4	12.9	11.4	11.5	8.9	
年代	20代	(n=310)	19.4	19.7	15.2	17.4	16.1	7.4	15.2	11.9	8.1	11.0	
	30代	(n=390)	15.4	19.2	10.5	14.9	16.9	10.8	13.3	11.3	8.2	8.7	
	40代	(n=460)	12.4	10.9	11.7	9.8	11.3	10.0	11.7	8.5	8.7	5.9	
	50代	(n=387)	14.0	10.6	13.7	12.7	11.4	12.1	6.5	8.8	10.1	8.8	
	60代	(n=453)	14.1	14.1	18.1	11.3	8.6	11.3	5.7	9.7	13.5	9.3	
性別年代	男性20代	(n=158)	18.4	21.5	17.1	22.2	13.3	7.6	12.0	10.8	9.5	12.0	
	男性30代	(n=197)	14.7	18.3	8.6	12.7	12.2	7.6	7.1	9.1	8.1	10.2	
	男性40代	(n=232)	11.2	10.8	11.6	9.1	6.5	8.6	9.1	6.5	8.2	4.7	
	男性50代	(n=193)	10.9	8.3	10.4	14.0	9.8	6.7	5.2	8.8	7.8	7.8	
	男性60代	(n=221)	10.9	12.2	13.1	9.0	5.4	6.8	5.0	7.7	7.7	7.7	
	女性20代	(n=152)	20.4	17.8	13.2	12.5	19.1	7.2	18.4	13.2	6.6	9.9	
	女性30代	(n=193)	16.1	20.2	12.4	17.1	21.8	14.0	19.7	13.5	8.3	7.3	
	女性40代	(n=228)	13.6	11.0	11.8	10.5	16.2	11.4	14.5	10.5	9.2	7.0	
	女性50代	(n=194)	17.0	12.9	17.0	11.3	12.9	17.5	7.7	8.8	12.4	9.8	
女性60代	(n=232)	17.2	15.9	22.8	13.4	11.6	15.5	6.5	11.6	19.0	10.8		
果物摂取量	200g以上	(n=232)	17.2	19.4	24.1	19.8	15.9	12.9	10.8	15.1	12.9	12.9	
	100g~200g未満	(n=704)	19.3	18.9	18.6	17.9	17.0	13.8	9.9	13.5	12.9	12.8	
	100g未満	(n=631)	13.2	12.2	10.3	9.4	11.1	7.6	9.0	6.5	8.4	6.5	
平成30年度全体		(n=2000)	15.3	15.0	13.8	14.5	12.1	10.2	9.8	9.6	8.3	7.7	

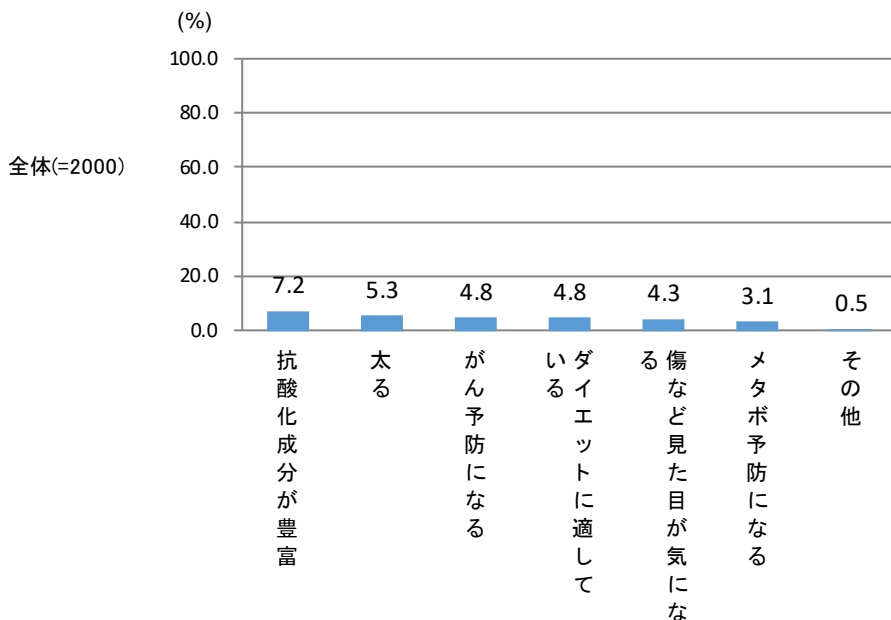
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動



		全体	(n=2000)	7.2	5.3	4.8	4.8	4.3	3.1	0.5
性別	男性	(n=1001)	6.4	4.0	4.2	4.7	4.3	3.7	0.4	
	女性	(n=999)	8.0	6.6	5.3	4.8	4.2	2.4	0.6	
年代	20代	(n=310)	9.7	2.9	4.5	11.0	5.8	4.2	1.0	
	30代	(n=390)	8.2	4.1	4.9	5.6	6.2	3.6	0.5	
	40代	(n=460)	5.2	6.5	4.1	3.3	3.0	2.8	0.2	
	50代	(n=387)	7.8	7.2	5.7	3.6	3.9	3.4	0.8	
	60代	(n=453)	6.2	5.1	4.6	2.2	3.1	1.8	0.2	
性別年代	男性20代	(n=158)	13.9	2.5	5.7	8.9	6.3	5.7	1.3	
	男性30代	(n=197)	8.1	2.5	5.1	7.1	6.6	4.6	0.5	
	男性40代	(n=232)	3.9	5.6	3.4	3.9	3.0	3.9	0.0	
	男性50代	(n=193)	4.1	5.7	4.7	2.6	2.6	3.6	0.5	
	男性60代	(n=221)	4.1	3.2	2.7	2.3	3.6	1.4	0.0	
	女性20代	(n=152)	5.3	3.3	3.3	13.2	5.3	2.6	0.7	
	女性30代	(n=193)	8.3	5.7	4.7	4.1	5.7	2.6	0.5	
	女性40代	(n=228)	6.6	7.5	4.8	2.6	3.1	1.8	0.4	
	女性50代	(n=194)	11.3	8.8	6.7	4.6	5.2	3.1	1.0	
女性60代	(n=232)	8.2	6.9	6.5	2.2	2.6	2.2	0.4		
果物摂取量	200g以上	(n=232)	10.3	6.9	10.3	7.3	3.9	7.3	0.4	
	100g~200g未満	(n=704)	9.4	6.0	6.5	7.5	5.0	4.3	0.3	
	100g未満	(n=631)	5.5	3.5	3.0	2.4	3.6	1.7	0.3	
平成30年度全体		(n=2000)	6.9	5.0	4.8	4.9	3.2	2.5	0.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

(1) 日常の果物の消費行動 まとめ

- 果物を200g以上摂取できている人の割合は14.8%で、平成30年度調査(16.1%)からやや減少。
 - 果物をほぼ毎日摂取している人は25.8%。週1回以上摂取している人は58.8%で、平成30年度調査(62.6%)から減少している。
→摂取量、摂取頻度ともに減少傾向。
 - 女性、高齢層は、男性、若年層よりも摂取頻度が高い。
 - 「健康によいから」果物を摂取する人が増加傾向。果物摂取量が多い層で、「毎日食べるべき食品」の割合が高いことから、健康増進のため、“義務的”に果物を摂取している人が増えていることがうかがわれる。
 - 大半の場合において、果物は「そのまま」で摂取されている。
-
- 1日あたりの果物の摂取量では、「100g～150g未満」が30.8%で最多。次いで「50g～100g未満」が28.3%で、50g～150g未満が6割近くを占めるボリュームゾーン。200g以上摂取できている人は14.8%。(p15)
 - 200g以上摂取できている人の割合は、平成30年度調査の16.1%から減少している。(p15)
 - 1日あたりの摂取量が200g未満の人の摂取できていない理由は、「他に食べる食品があるから」「一度にそんなに量を食べられないから」「値段が高く食費に余裕がないから」が上位となっている。(p16～17)
 - 果物の摂取頻度では「ほぼ毎日」が25.8%で最多。次いで、「ほとんど食べない」「月1～3日」「週1～2日」が、いずれも2割前後となった。(p19)
 - 平成30年度調査と比較すると、「ほとんど食べない」の割合が増加している。(p19)
 - 女性や60代は、男性や若年層よりも摂取頻度が高い傾向がみられる。(p19)
 - 摂取している時間帯では「朝食時」「夕食時」がトップ2。次に「間食のおやつ時」が続く。(p21～22)
 - 平成30年度調査と比較すると、「朝食時」「夕食時」がともにやや減少。(p21)
 - 男性20～50代は「夕食時」、男性60代、女性30～60代は「朝食時」、女性20代は「間食のおやつ時」の割合が、それぞれ最も高い。(p21)
 - 摂取理由は「おいしく好きだから」「健康に良いから」「旬や味覚を楽しめるから」の順。(p23～24)
 - 平成30年度調査と比較すると、「健康によいから」がやや増加し、「おいしく好きだから」「旬や味覚を楽しめるから」がやや減少。(p23)
 - 果物摂取量が少ない層は全般的に低スコアで、果物を食べる理由に乏しい。(p23)
 - 一方、果物を毎日摂らない理由は、「他の食品に比べて値段が高いから」「日持ちがせず買い置きができないから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」が中心。(p25～26)
 - 60代では「他に食べる食品があるから」が他の層に比べて高い。(p25～26)
 - 果物の摂取方法では「そのまま」が突出して高い。(p27)
 - 果物の摂取を増加できると思う方法(食べ方)では「果汁」「カットフルーツ」が並んだ。(p28)
 - 果物のイメージでは「おいしい」が75.6%でトップ。次いで「甘い」が61.7%で、この2つがイメージの中心である(p29)
 - 女性は「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」「値段が高い」「野菜の代わりにビタミンや食物繊維を摂取できる食品」「美肌に効果がある」「家族に食べさせたい」というイメージが男性より顕著に高い。(p29)
 - 果物摂取量が多い層では、「新鮮」「手軽に食べられる」「食べると気分転換になる」「毎日食べるべき食品」の割合が高く、「値段が高い」の割合が低い。(p29)

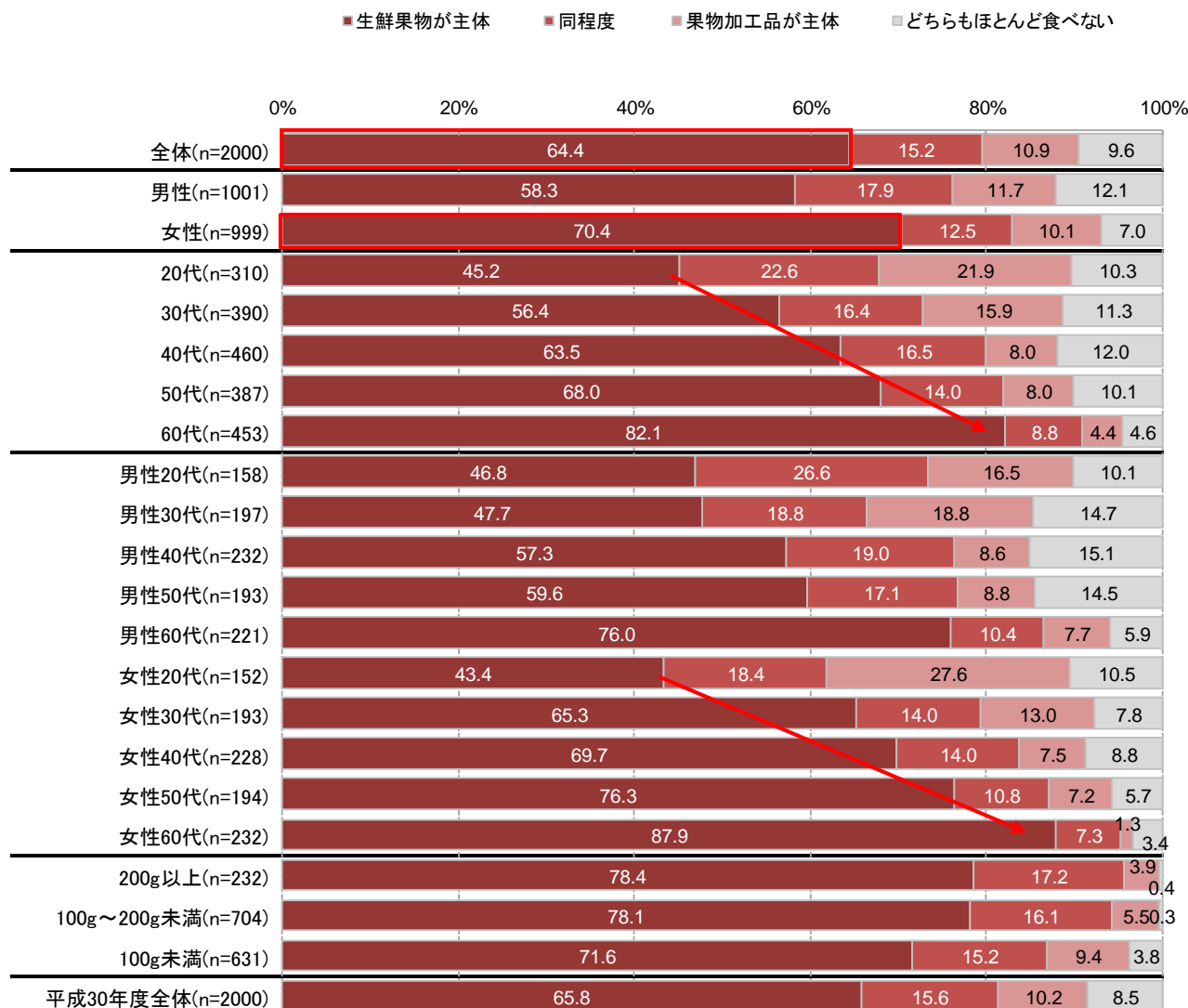
(2) 日常の果物加工品の消費行動

①生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか

- 全体では「生鮮果物が主体」が最も高く3分の2近くを占めている。以下、「同程度」「果物加工品が主体」の順となっている。
- 生鮮果物と果物加工品の摂取の割合は、平成30年度とほぼ同様である。
- 性別で見ると、『女性』は「生鮮果物が主体」の割合が男性よりも高い。
- 年代別で見ると、年代が高くなるほど、「生鮮果物が主体」の割合が高くなる傾向がみられる。
- 性別×年代で見ると、女性では年代が高くなるほど、「生鮮果物が主体」の割合が高くなる傾向が顕著で、『女性60代』では「生鮮果物が主体」が9割近くを占める。

Q10. あなたが果物を食べる時、生鮮果物と果物加工品のどちらを食べることが多いですか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

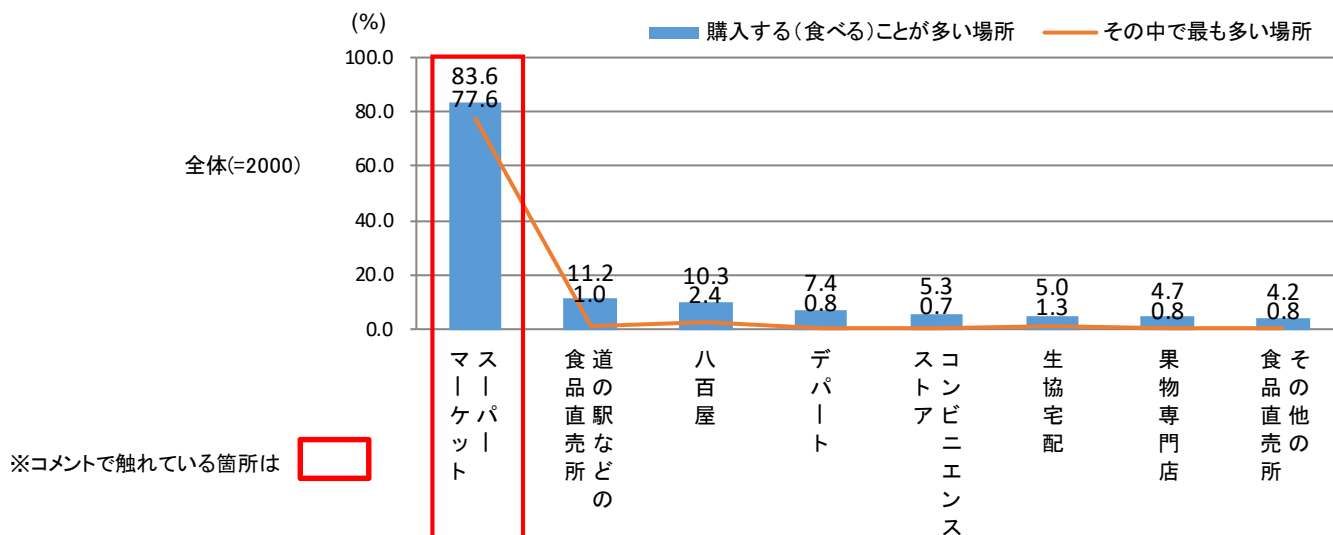


②生鮮果物の購入（摂取）場所

- 購入することが多い場所、最も多い場所のいずれにおいても、全体では「スーパーマーケット」が突出して高い。
- 平成30年度結果と比較すると、「道の駅などの食品直売所」「八百屋」がやや減少している。
- 性別で見ると、『女性』は「スーパーマーケット」が『男性』と比べて高い。
- 年代別で見ると、『60代』は「スーパーマーケット」が9割近くと、他の層と比べて高い。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では、「八百屋」「コンビニエンスストア」「生協宅配」「その他の食品直売所」の割合が他の層と比べて高い。

Q11. あなたはどの場所で生鮮果物や果物加工品を購入する（食べる）ことが多いですか。（MA）

その中で最も多い場所。（SA）



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA)

		全体 (n=2000)	83.6	11.2	10.3	7.4	5.3	5.0	4.7	4.2
性別	男性 (n=1001)	79.3	8.9	8.5	7.2	6.3	2.9	5.4	3.8	
	女性 (n=999)	87.9	13.4	12.0	7.6	4.2	7.0	3.9	4.6	
年代	20代 (n=310)	76.5	7.4	9.0	8.1	8.4	3.5	2.9	2.3	
	30代 (n=390)	83.8	8.2	9.5	8.7	5.6	4.9	5.9	1.5	
	40代 (n=460)	84.1	8.7	9.6	5.0	5.2	3.9	2.8	2.6	
	50代 (n=387)	82.2	15.0	9.6	6.5	3.6	5.7	4.9	5.7	
	60代 (n=453)	89.0	15.5	13.0	9.1	4.2	6.4	6.4	8.2	
性別年代	男性20代 (n=158)	76.6	3.2	9.5	10.1	8.2	3.8	4.4	1.3	
	男性30代 (n=197)	78.2	6.6	7.1	10.7	6.6	3.0	9.1	2.0	
	男性40代 (n=232)	79.7	8.2	7.8	3.9	8.2	2.2	4.3	2.2	
	男性50代 (n=193)	78.2	14.5	9.8	4.7	3.1	2.1	5.7	3.6	
	男性60代 (n=221)	82.8	10.9	8.6	7.7	5.4	3.6	3.6	9.0	
	女性20代 (n=152)	76.3	11.8	8.6	5.9	8.6	3.3	1.3	3.3	
	女性30代 (n=193)	89.6	9.8	11.9	6.7	4.7	6.7	2.6	1.0	
	女性40代 (n=228)	88.6	9.2	11.4	6.1	2.2	5.7	1.3	3.1	
女性50代 (n=194)	86.1	15.5	9.3	8.2	4.1	9.3	4.1	7.7		
女性60代 (n=232)	94.8	19.8	17.2	10.3	3.0	9.1	9.1	7.3		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	87.9	15.9	21.6	10.8	8.6	9.1	9.1	9.5	
	100g~200g未満 (n=704)	93.5	14.9	13.8	12.4	5.3	6.0	7.8	5.1	
	100g未満 (n=631)	89.9	10.1	6.5	4.9	4.9	5.1	1.9	3.2	
平成30年度全体 (n=2000)		84.8	13.7	11.8	7.5	5.6	5.4	5.6	5.4	

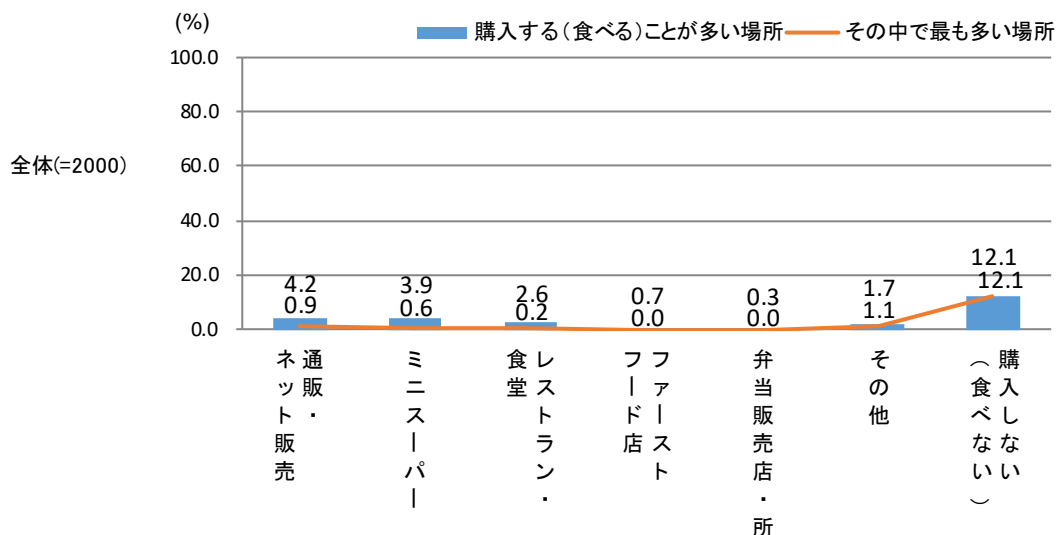
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 ー (2) 日常の果物加工品の消費行動



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA)

		(n)	ネット販売	ミニスーパー	レストラン	ファーストフード店	弁当販売店・所	その他	(購入しない)
全体		(n=2000)	4.2	3.9	2.6	0.7	0.3	1.7	12.1
性別	男性	(n=1001)	3.8	4.3	2.1	1.0	0.5	1.5	17.0
	女性	(n=999)	4.5	3.5	3.1	0.4	0.1	1.8	7.2
年代	20代	(n=310)	2.9	5.2	4.8	1.3	0.6	1.0	17.4
	30代	(n=390)	3.3	4.4	3.1	1.3	1.0	2.1	13.6
	40代	(n=460)	3.7	2.6	1.7	0.7	0.0	1.3	12.2
	50代	(n=387)	6.2	4.1	1.6	0.3	0.0	2.6	12.7
	60代	(n=453)	4.4	3.8	2.4	0.2	0.0	1.3	6.6
性別年代	男性20代	(n=158)	2.5	4.4	3.2	1.3	0.6	0.6	19.0
	男性30代	(n=197)	3.0	3.6	2.0	2.0	2.0	1.5	20.3
	男性40代	(n=232)	3.9	4.7	0.9	0.9	0.0	1.7	16.8
	男性50代	(n=193)	4.7	4.7	1.6	0.5	0.0	1.6	18.1
	男性60代	(n=221)	4.5	4.1	3.2	0.5	0.0	1.8	11.8
	女性20代	(n=152)	3.3	5.9	6.6	1.3	0.7	1.3	15.8
	女性30代	(n=193)	3.6	5.2	4.1	0.5	0.0	2.6	6.7
	女性40代	(n=228)	3.5	0.4	2.6	0.4	0.0	0.9	7.5
女性50代	(n=194)	7.7	3.6	1.5	0.0	0.0	3.6	7.2	
女性60代	(n=232)	4.3	3.4	1.7	0.0	0.0	0.9	1.7	
果物摂取量	200g以上	(n=232)	7.3	6.5	3.4	1.7	1.3	2.6	1.7
	100g~200g未満	(n=704)	5.8	6.0	2.6	0.9	0.1	1.8	3.0
	100g未満	(n=631)	3.2	2.1	2.5	0.5	0.3	1.7	5.7
平成30年度全体		(n=2000)	4.5	4.3	4.3	0.7	0.1	1.5	11.6

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

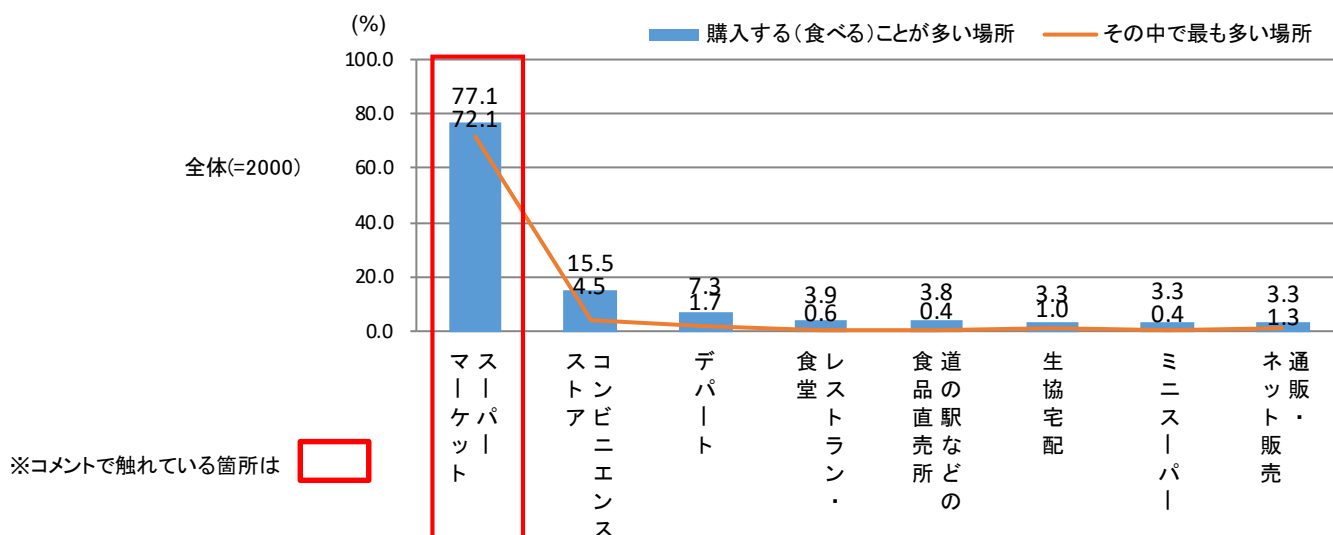
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

③果物加工品の購入（摂取）場所

- 購入することが多い場所、最も多い場所のいずれにおいても、全体では「スーパーマーケット」が突出して高く、以下「コンビニエンスストア」「デパート」の順となっている。
- 平成30年度結果と比較すると、「コンビニエンスストア」がやや減少している。
- 性別で見ると、『女性』は「スーパーマーケット」が『男性』と比べて高い。
- 年代別で見ると、『20代』『30代』は他の層と比べて「コンビニエンスストア」の割合が高い。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』は他の層と比べて「八百屋」の割合が高く、『100g未満』は他の層と比べて「コンビニエンスストア」の割合が低い。

Q11. あなたはどの場所で生鮮果物や果物加工品を購入する（食べる）ことが多いですか。（MA）
 その中で最も多い場所。（SA）



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA) (%)

		全体 (n=2000)	スーパーマーケット	コンビニエンスストア	デパート	レストラン	食品の直売所など	生協宅配	ミニスーパー	通販・販売
性別	男性 (n=1001)	73.4	15.8	6.6	3.6	4.1	3.5	4.7	3.2	3.2
	女性 (n=999)	80.7	15.2	8.0	4.1	3.5	4.7	3.2	3.2	
年代	20代 (n=310)	75.2	26.1	9.0	7.4	1.9	2.9	6.8	2.6	
	30代 (n=390)	80.8	21.8	8.2	5.4	3.8	3.3	3.6	2.6	
	40代 (n=460)	76.7	13.5	5.4	2.0	2.2	3.0	2.0	3.5	
	50代 (n=387)	74.9	13.2	6.5	2.3	5.4	3.1	3.6	4.1	
	60代 (n=453)	77.3	6.8	7.9	3.3	5.3	4.0	1.8	3.5	
性別年代	男性20代 (n=158)	72.2	23.4	12.0	5.7	1.9	3.8	6.3	2.5	
	男性30代 (n=197)	76.6	23.4	8.1	4.1	3.6	2.5	3.0	3.0	
	男性40代 (n=232)	72.4	13.8	3.9	1.3	2.2	1.3	3.4	4.7	
	男性50代 (n=193)	72.5	14.5	3.6	3.1	6.7	0.0	3.6	3.6	
	男性60代 (n=221)	73.3	6.8	6.8	4.5	5.9	2.3	1.4	2.7	
	女性20代 (n=152)	78.3	28.9	5.9	9.2	2.0	2.0	7.2	2.6	
	女性30代 (n=193)	85.0	20.2	8.3	6.7	4.1	4.1	4.1	2.1	
	女性40代 (n=228)	81.1	13.2	7.0	2.6	2.2	4.8	0.4	2.2	
女性50代 (n=194)	77.3	11.9	9.3	1.5	4.1	6.2	3.6	4.6		
女性60代 (n=232)	81.0	6.9	9.1	2.2	4.7	5.6	2.2	4.3		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	79.7	16.8	12.1	3.9	7.3	6.9	5.6	4.3	
	100g~200g未満 (n=704)	85.8	19.3	10.7	5.3	4.8	4.3	4.5	4.8	
	100g未満 (n=631)	81.3	11.7	6.0	2.9	3.3	2.9	2.4	2.9	
平成30年度全体 (n=2000)		78.3	17.3	7.7	4.3	4.1	3.1	3.8	3.4	

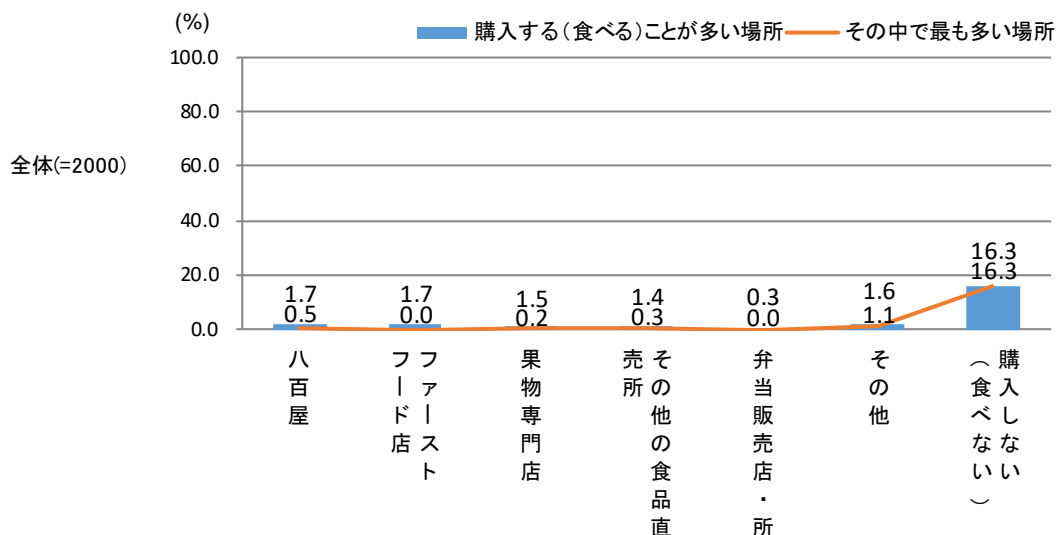
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 ー (2) 日常の果物加工品の消費行動



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA)

										(%)
全体		(n=2000)	1.7	1.7	1.5	1.4	0.3	1.6	16.3	
性別	男性	(n=1001)	2.1	1.7	1.5	1.1	0.4	1.3	20.4	
	女性	(n=999)	1.2	1.6	1.5	1.6	0.1	1.9	12.1	
年代	20代	(n=310)	3.2	3.5	2.3	1.9	0.6	1.3	15.8	
	30代	(n=390)	2.1	2.8	2.6	1.0	0.3	1.8	14.4	
	40代	(n=460)	1.3	1.3	1.1	0.7	0.4	2.2	15.9	
	50代	(n=387)	1.3	0.5	1.0	2.3	0.0	1.8	19.6	
	60代	(n=453)	0.9	0.7	0.9	1.1	0.0	0.9	15.7	
性別年代	男性20代	(n=158)	4.4	5.1	2.5	0.6	0.6	0.6	20.3	
	男性30代	(n=197)	2.0	2.5	4.1	2.0	0.5	1.0	18.3	
	男性40代	(n=232)	1.7	0.9	1.3	0.9	0.9	2.6	19.8	
	男性50代	(n=193)	2.1	0.5	0.0	1.0	0.0	1.6	23.8	
	男性60代	(n=221)	0.9	0.5	0.0	0.9	0.0	0.5	19.9	
	女性20代	(n=152)	2.0	2.0	2.0	3.3	0.7	2.0	11.2	
	女性30代	(n=193)	2.1	3.1	1.0	0.0	0.0	2.6	10.4	
	女性40代	(n=228)	0.9	1.8	0.9	0.4	0.0	1.8	11.8	
	女性50代	(n=194)	0.5	0.5	2.1	3.6	0.0	2.1	15.5	
女性60代	(n=232)	0.9	0.9	1.7	1.3	0.0	1.3	11.6		
果物摂取量	200g以上	(n=232)	6.9	3.0	3.9	2.2	0.9	1.7	9.1	
	100g~200g未満	(n=704)	1.6	2.3	2.1	1.3	0.3	2.0	8.1	
	100g未満	(n=631)	0.8	1.0	0.8	1.6	0.2	1.4	12.7	
平成30年度全体		(n=2000)	1.6	1.4	1.6	1.8	0.2	1.0	15.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

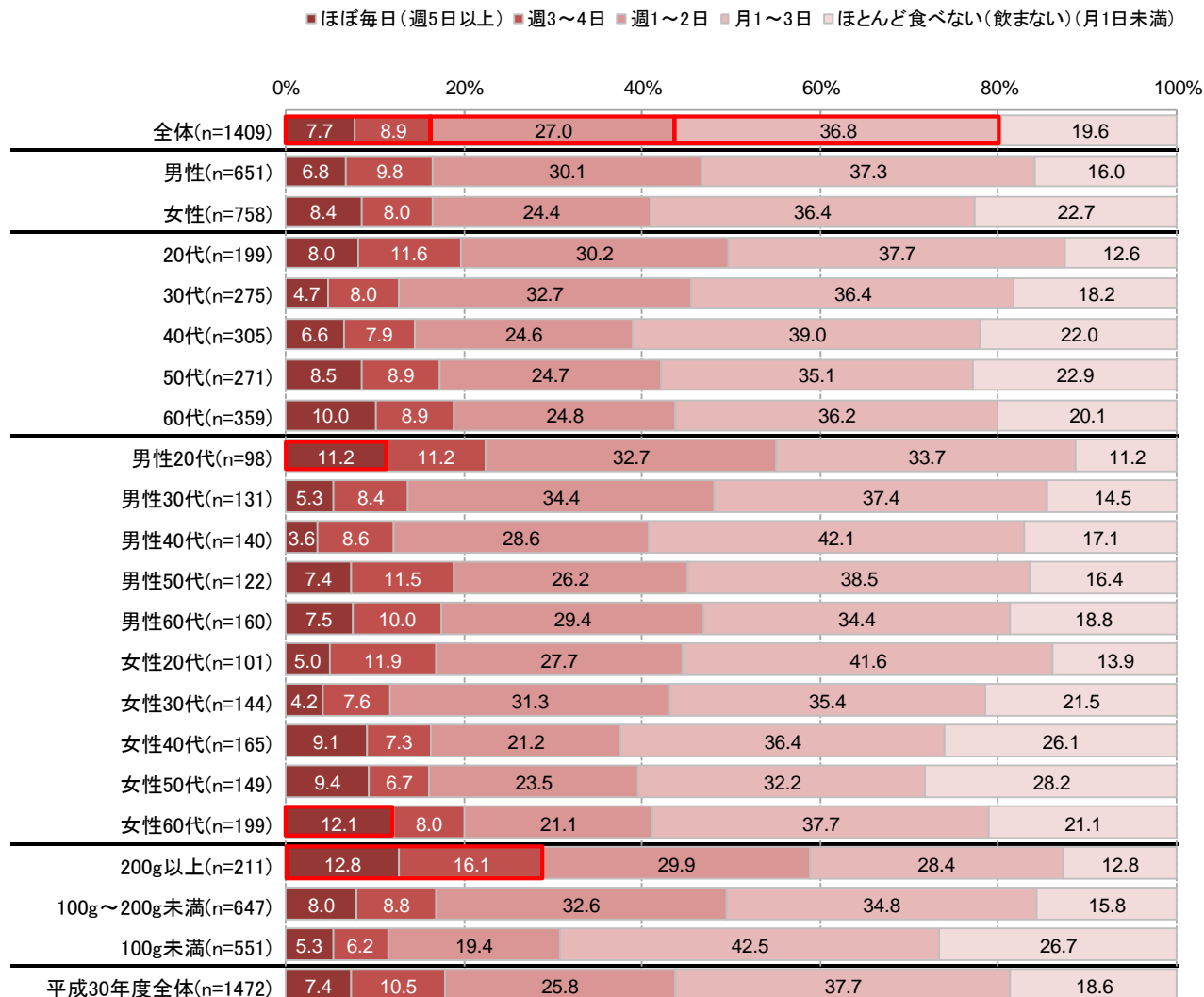
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

④果物加工品の摂取頻度 [果物月1回以上喫食&果物加工品喫食層]

- 全体では、「月1～3日」「週1～2日」の順に高く、これらを合わせると6割以上を占めている。
- 平成30年度結果と比較すると、「週3～4日」以上の割合が微減。
- 性別×年代で見ると、『男性20代』と『女性60代』では「ほぼ毎日」が1割を超えている。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では、「週3～4日」以上の割合が3割近くに及んでいる。

Q12. あなたは果物加工品をどの程度の頻度で食べますか(飲みますか)。(SA)

※コメントで触れている箇所は

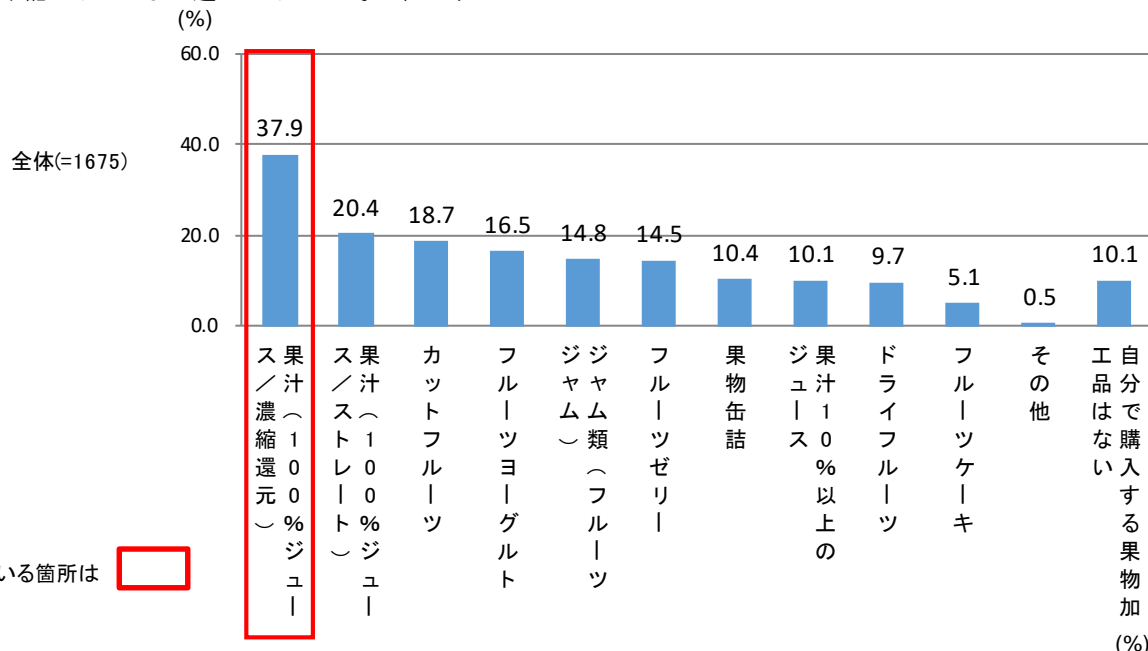


⑤購入機会の多い果物加工品 [果物加工品喫食層]

- 全体では、「果汁（100%ジュース/濃縮還元）」が最も高く、以下「果汁（100%ジュース/ストレート）」「カットフルーツ」「フルーツヨーグルト」の順。
- 平成30年度結果と比較すると、「フルーツヨーグルト」の割合がやや増加し、「果汁（100%ジュース/ストレート）」「フルーツゼリー」の割合がやや減少。
- 年代別でみると、年代が低いほど「果汁（100%ジュース/濃縮還元）」「フルーツゼリー」が高くなり、年代が高いほど「ドライフルーツ」が高くなる傾向。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では、他の層と比べて「ドライフルーツ」の割合が高い。

Q13. あなたがよく購入する果物加工品は何ですか。購入することが多いものから順に

下記から2つまで選んでください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



全体		(n=1675)	37.9	20.4	18.7	16.5	14.8	14.5	10.4	10.1	9.7	5.1	0.5	10.1
性別	男性	(n=797)	40.3	22.0	18.3	15.1	11.3	14.2	10.4	12.5	5.3	4.8	0.5	12.0
	女性	(n=878)	35.6	18.9	19.0	17.9	18.0	14.8	10.5	7.9	13.8	5.4	0.6	8.3
年代	20代	(n=261)	47.9	22.2	16.1	13.0	10.0	21.1	7.3	18.4	4.6	4.2	0.8	6.9
	30代	(n=334)	45.5	23.4	17.1	16.5	11.7	18.3	10.5	12.3	5.4	6.0	0.9	7.8
	40代	(n=387)	36.2	19.6	18.9	15.2	16.0	15.5	9.8	8.0	9.0	5.9	0.3	12.1
	50代	(n=311)	33.4	17.7	21.5	20.3	15.1	10.0	12.2	7.1	13.2	3.9	0.6	10.9
	60代	(n=382)	29.6	19.4	19.4	17.3	19.4	9.4	11.8	7.1	14.9	5.0	0.3	11.5
性別年代	男性20代	(n=126)	56.3	23.8	19.0	9.5	7.1	19.0	6.3	19.8	2.4	3.2	0.8	7.1
	男性30代	(n=161)	47.2	24.8	19.9	18.0	9.3	19.3	11.2	13.0	3.7	3.1	0.0	6.2
	男性40代	(n=186)	34.4	22.6	18.3	14.0	12.9	16.1	8.6	11.8	3.2	7.5	0.5	14.0
	男性50代	(n=147)	40.1	19.0	20.4	18.4	11.6	10.9	12.2	8.2	6.1	3.4	0.7	13.6
	男性60代	(n=177)	28.8	19.8	14.7	14.7	14.1	6.8	13.0	11.3	10.2	5.6	0.6	17.5
	女性20代	(n=135)	40.0	20.7	13.3	16.3	12.6	23.0	8.1	17.0	6.7	5.2	0.7	6.7
	女性30代	(n=173)	43.9	22.0	14.5	15.0	13.9	17.3	9.8	11.6	6.9	8.7	1.7	9.2
	女性40代	(n=201)	37.8	16.9	19.4	16.4	18.9	14.9	10.9	4.5	14.4	4.5	0.0	10.4
	女性50代	(n=164)	27.4	16.5	22.6	22.0	18.3	9.1	12.2	6.1	19.5	4.3	0.6	8.5
女性60代	(n=205)	30.2	19.0	23.4	19.5	23.9	11.7	10.7	3.4	19.0	4.4	0.0	6.3	
果物摂取量	200g以上	(n=211)	37.9	21.3	19.0	16.1	13.7	13.7	14.7	10.0	14.2	4.3	0.5	8.5
	100g~200g未満	(n=647)	41.0	20.7	20.4	18.5	16.4	18.7	10.4	9.4	10.0	4.3	0.9	5.6
	100g未満	(n=551)	33.4	18.0	18.3	16.3	15.1	11.1	9.8	10.0	10.5	5.3	0.4	14.2
平成30年度全体		(n=1684)	39.3	22.5	18.9	14.8	14.0	16.1	9.7	10.4	10.0	4.6	0.5	10.3

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑥果物加工品の摂取理由 [各果物加工品月1回以上喫食層]

- 『果汁(100%ジュース/濃縮還元)』『果汁(100%ジュース/ストレート)』『果汁10%以上のジュース』『カットフルーツ』『フルーツゼリー』『フルーツヨーグルト』では、いずれも「簡単に食べられる(飲める)から」が最も高く、やや離れて「おいしいから」が続く。
- 『果物缶詰』では「買い置きができるから」が最も高く、「簡単に食べられる(飲める)から」が続く。
- 『フルーツケーキ』では「おいしいから」が突出して高い。
- 『ドライフルーツ』では「簡単に食べられるから」が最も高く、「買い置きができるから」が続く。
- 『ジャム類』でも「簡単に食べられるから」が最も高い。次いで、「買い置きができるから」「おいしいから」が並んだ。

Q14. あなたが果物加工品を食べる(飲む)理由は何ですか。下にあげたそれぞれの果物加工品について、それぞれ理由を2つまで選んでください。(MA)

(%)

※コメントで触れている箇所は

	n=	簡単に食べられる(飲める)から	買い置きができるから	近くの店で買えるから	(季節を問わず)簡単に食べられる	かまごころな値段で購入できる	からビタミン等の栄養源になる	おいしいから	健康によいから	その他	この果物加工品はほとんど食べない(飲まない)ほど
果汁(100%ジュース/濃縮還元)	455	62.6	19.6	11.4	9.5	14.9	9.5	30.3	8.1	0.2	0.2
果汁(100%ジュース/ストレート)	229	62.4	14.4	9.2	10.5	11.4	12.2	36.7	10.0	0.0	0.4
果汁10%以上のジュース	124	52.4	16.9	20.2	6.5	25.0	8.1	39.5	4.0	0.0	0.0
果物缶詰	132	50.0	53.8	7.6	21.2	15.2	4.5	17.4	0.0	0.8	0.0
カットフルーツ	223	78.0	6.3	16.6	6.7	17.0	9.0	24.2	2.7	0.0	0.0
フルーツゼリー	179	54.2	26.3	10.1	12.8	25.1	3.9	38.5	2.2	0.0	0.0
フルーツヨーグルト	214	60.7	15.4	11.7	13.1	18.2	7.0	32.7	18.2	0.0	0.0
フルーツケーキ	52	26.9	11.5	9.6	17.3	13.5	1.9	63.5	0.0	1.9	1.9
ドライフルーツ	124	42.7	35.5	1.6	26.6	4.8	12.9	29.0	15.3	1.6	0.8
ジャム類(フルーツジャム)	191	45.0	35.1	5.2	20.4	16.2	3.1	35.1	1.6	1.6	0.0

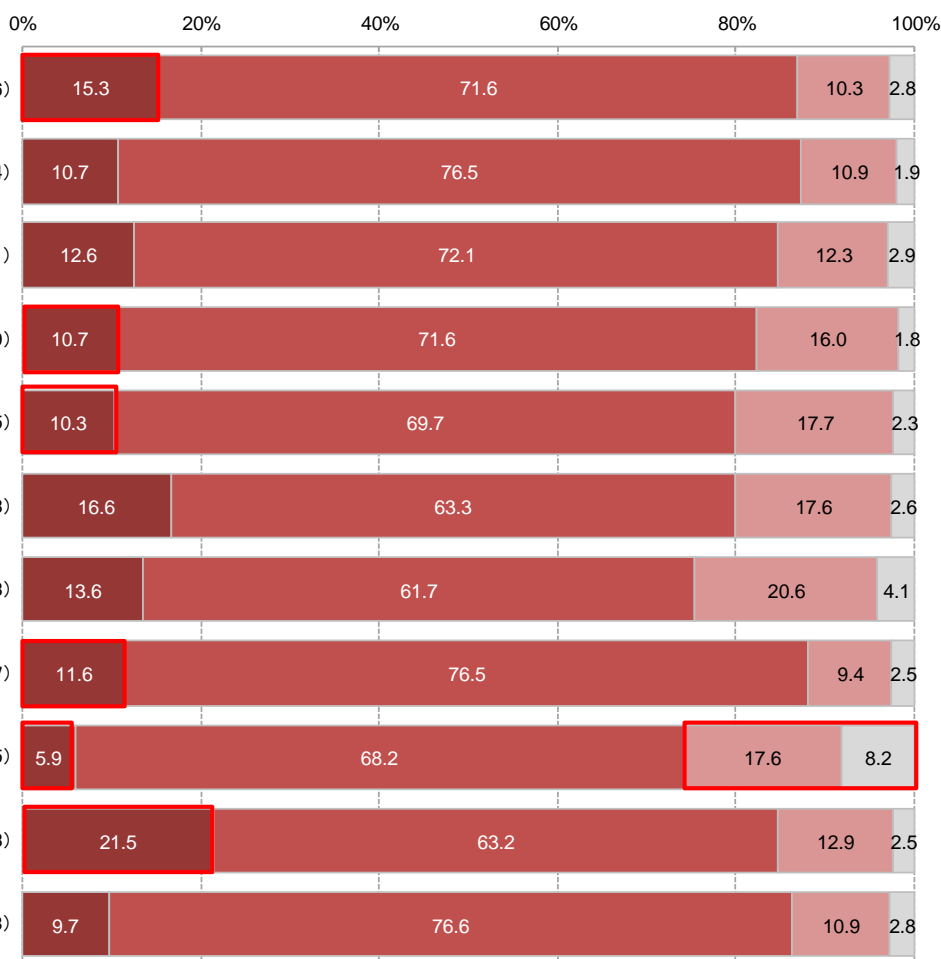
⑦生鮮果物・果物加工品の摂取頻度の変化(各購入層)

- いずれの品目についても、「変わらない」が6～7割台の高い割合を占めている。
- 「増えた」の割合を平成30年度結果と比較すると、『果汁10%以上のジュース』『果物缶詰』がやや増加する一方、『生鮮果物』『フルーツヨーグルト』『フルーツケーキ』はやや減少している。
- 『ドライフルーツ』は「増えた」の割合が2割を超えており、「減った」と「ほとんど食べなく(飲まなく)なった」の合計を上回っている。
- 一方、『フルーツケーキ』については「減った」「ほとんど食べなく(飲まなく)なった」の合計が2割台後半で、「増えた」を大きく上回った。

Q15. 1年前と比較すると、以下の果物(生鮮及び加工品)を食べる(飲む)回数は増えましたか、減りましたか。1年前も現在も食べて(飲んで)いないという場合は、「変わらない」をお選びください。
(SA)

※コメントで触れている箇所は

■増えた ■変わらない ■減った ■ほとんど食べなく(飲まなく)なった

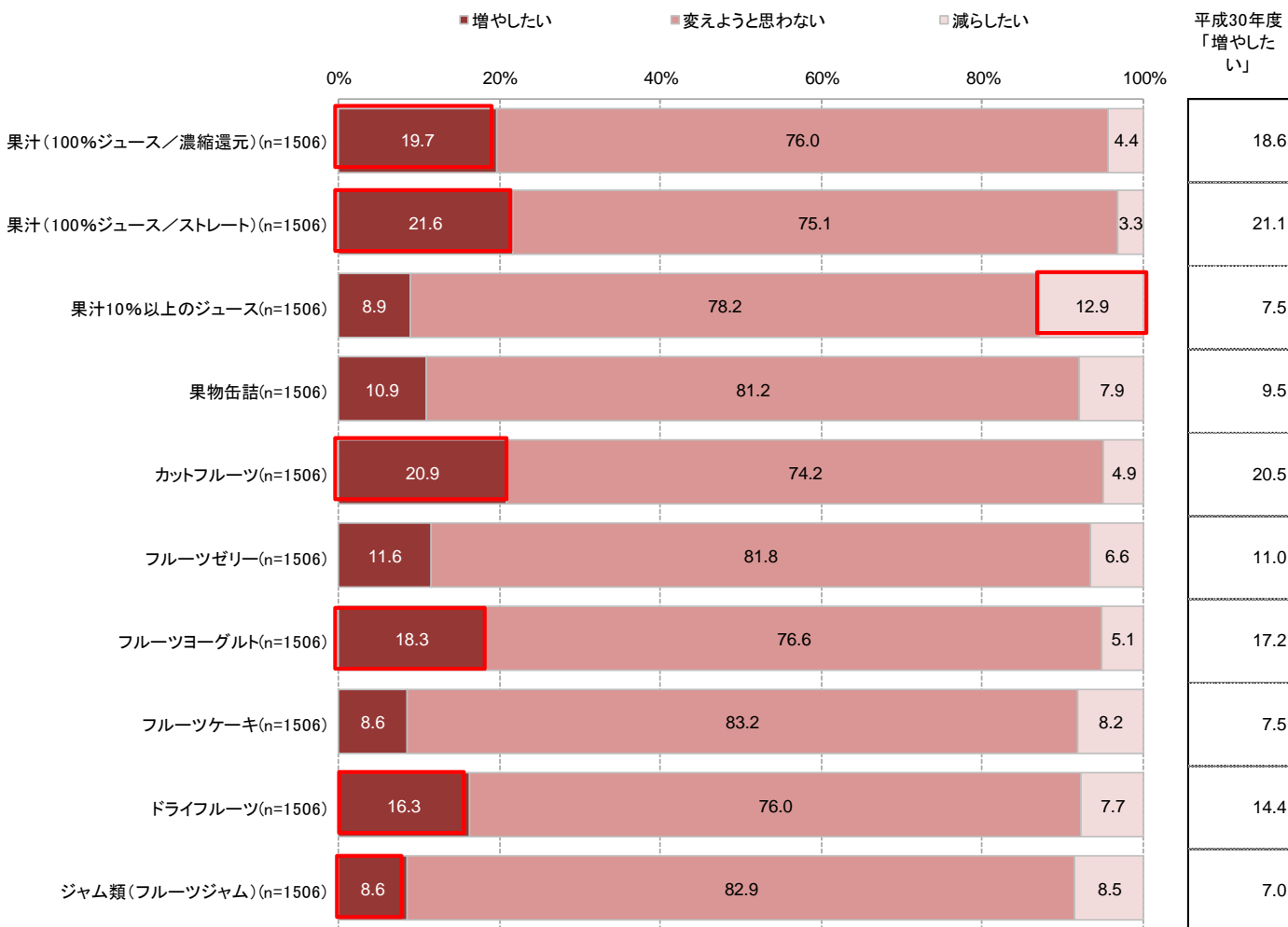


⑧果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品購入層)

- 「増やしたい」割合で見ると、『果汁(100%ジュース/ストレート)』『カットフルーツ』『果汁(100%ジュース/濃縮還元)』『フルーツヨーグルト』といった品目が上位であり、いずれも「減らしたい」を大きく上回っている。
- 逆に、『果汁10%以上のジュース』では「減らしたい」の割合が高めで、「増やしたい」の割合を上回っている。
- 平成30年度結果と比較すると、『ドライフルーツ』『ジャム類』の「増えたい」の割合が、やや増加している。

Q16. 今後、以下の果物加工品の食べる(飲む)量を増やしたいと思いますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は



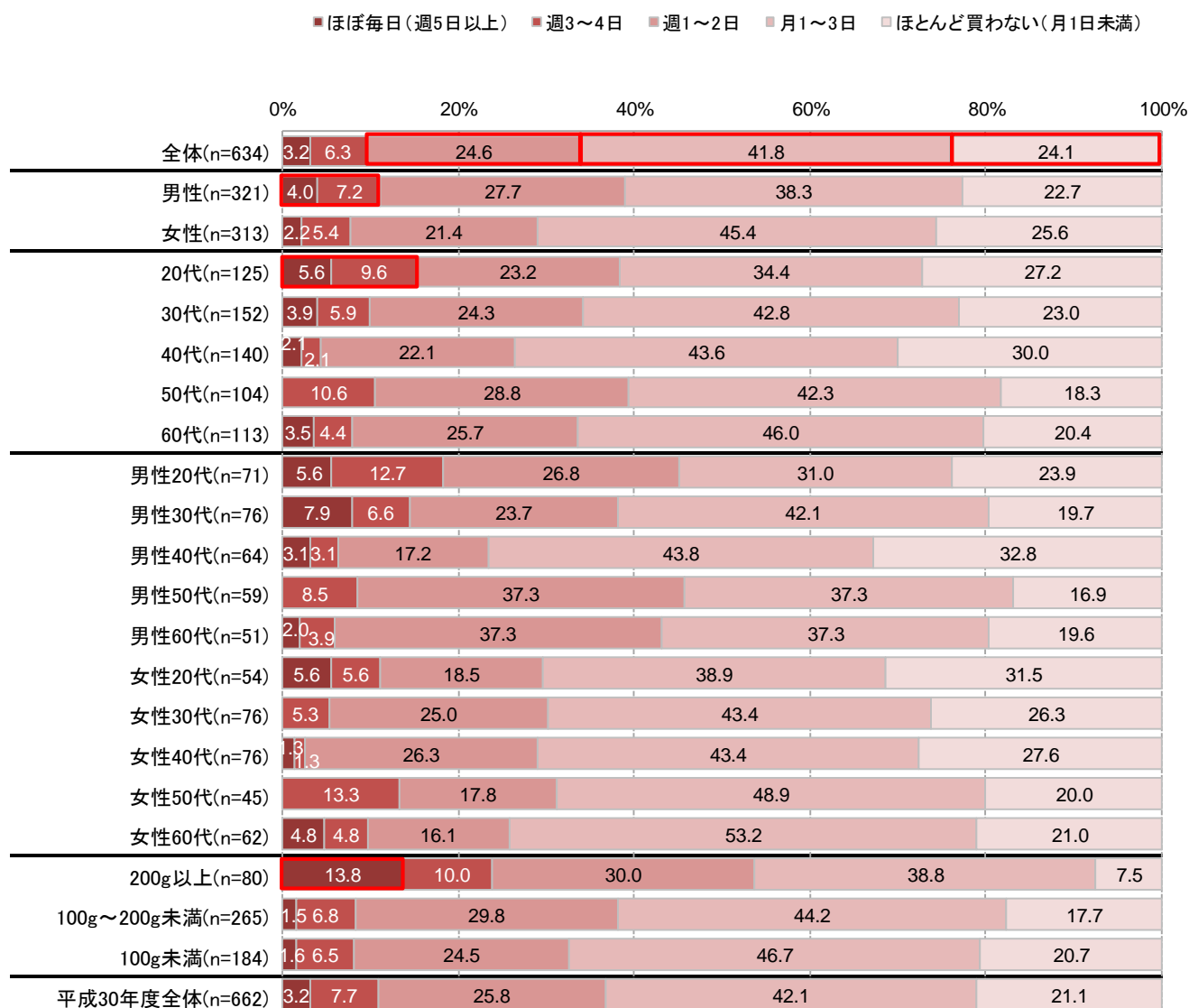
⑨-1 果汁(100%ジュース/濃縮還元)の購入頻度

[果汁(100%ジュース/濃縮還元)購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く4割強を占めている。次いで「週1～2日」が2割台半ばとなっている。
- 平成30年度結果と比較すると、「ほとんど買わない」の割合が増加している。
- 性別でみると、『男性』の「週3～4日」以上の割合が1割を超えており、『女性』よりやや高い。
- 年代別でみると、『20代』の「週3～4日」以上の割合が他の層より高めである。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では1割台半ばが「ほぼ毎日(週5日以上)」購入している。

Q17. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は



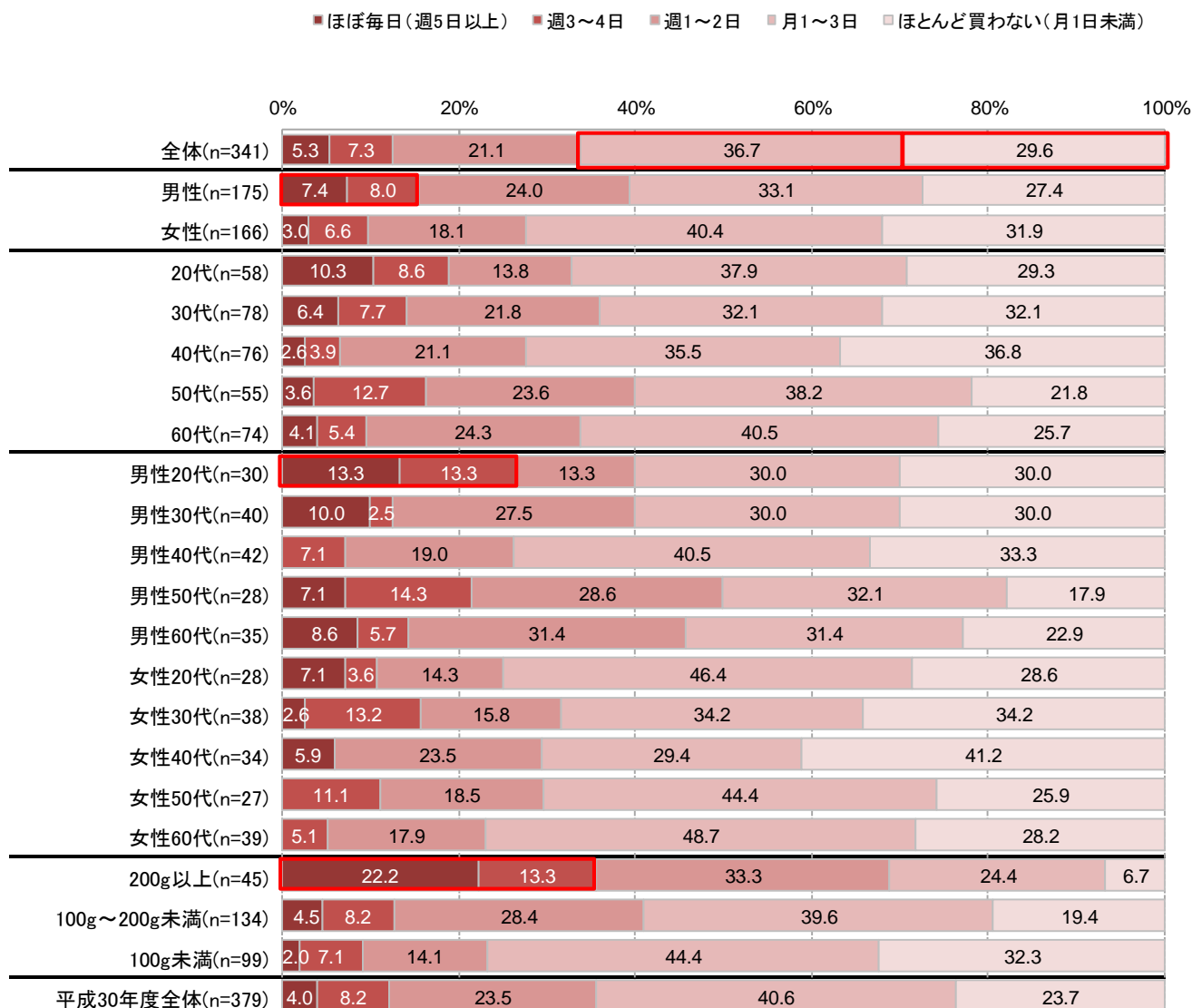
⑨-2 果汁(100%ジュース/ストレート)の購入頻度

[果汁(100%ジュース/ストレート)購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く3割後半を占めている。次いで「ほとんど買わない」が3割で続く。
- 平成30年度結果と比較すると、「ほとんど買わない」の割合が増加している。
- 性別でみると、『男性』の「週3～4日」以上の割合が1割台半ばで、『女性』より高い。
- 性別×年代でみると、『男性20代』の「週3～4日」以上の割合が他の層より高い。
- 果物摂取量別でみると、摂取量の多い層ほど購入頻度が高く、『200g以上』の層では3割台半ばが「週3～4日」以上購入している。

Q17. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は



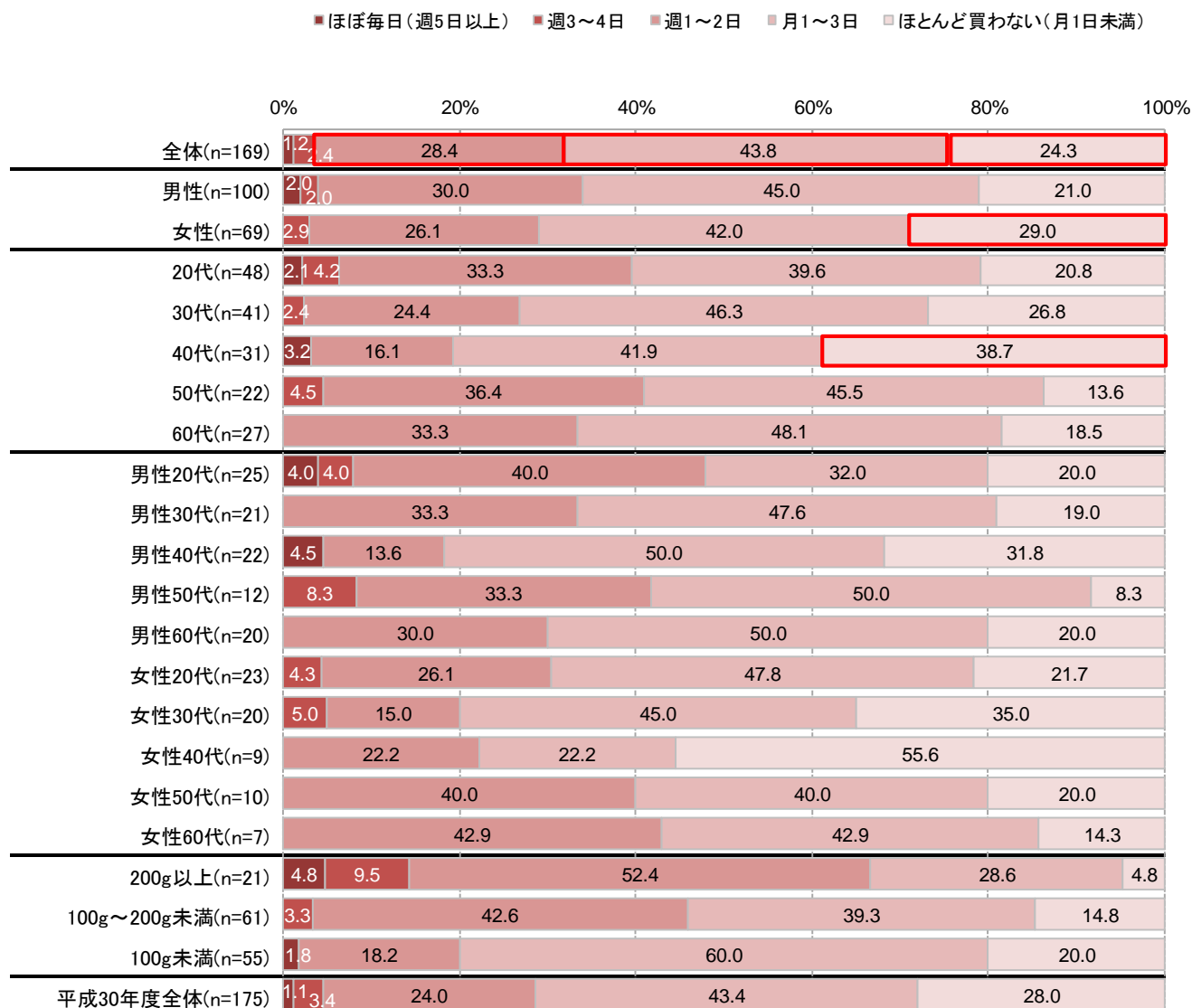
⑨-3 果汁(果汁10%以上のジュース)の購入頻度

[果汁(果汁10%以上のジュース)購入層]

- 全体では「月1~3日」が最も高く4割台半ばを占めている。次いで「週1~2日」が2割台後半となっている。
- 平成30年度結果と比較すると、「週1~2日」の割合が増加し、「ほとんど買わない」の割合が減少している。
- 性別で見ると、『女性』では「ほとんど買わない」人が3割近くを占めている。
- 年代別で見ると、『40代』では「ほとんど買わない」人が4割近くを占めている。

Q17. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

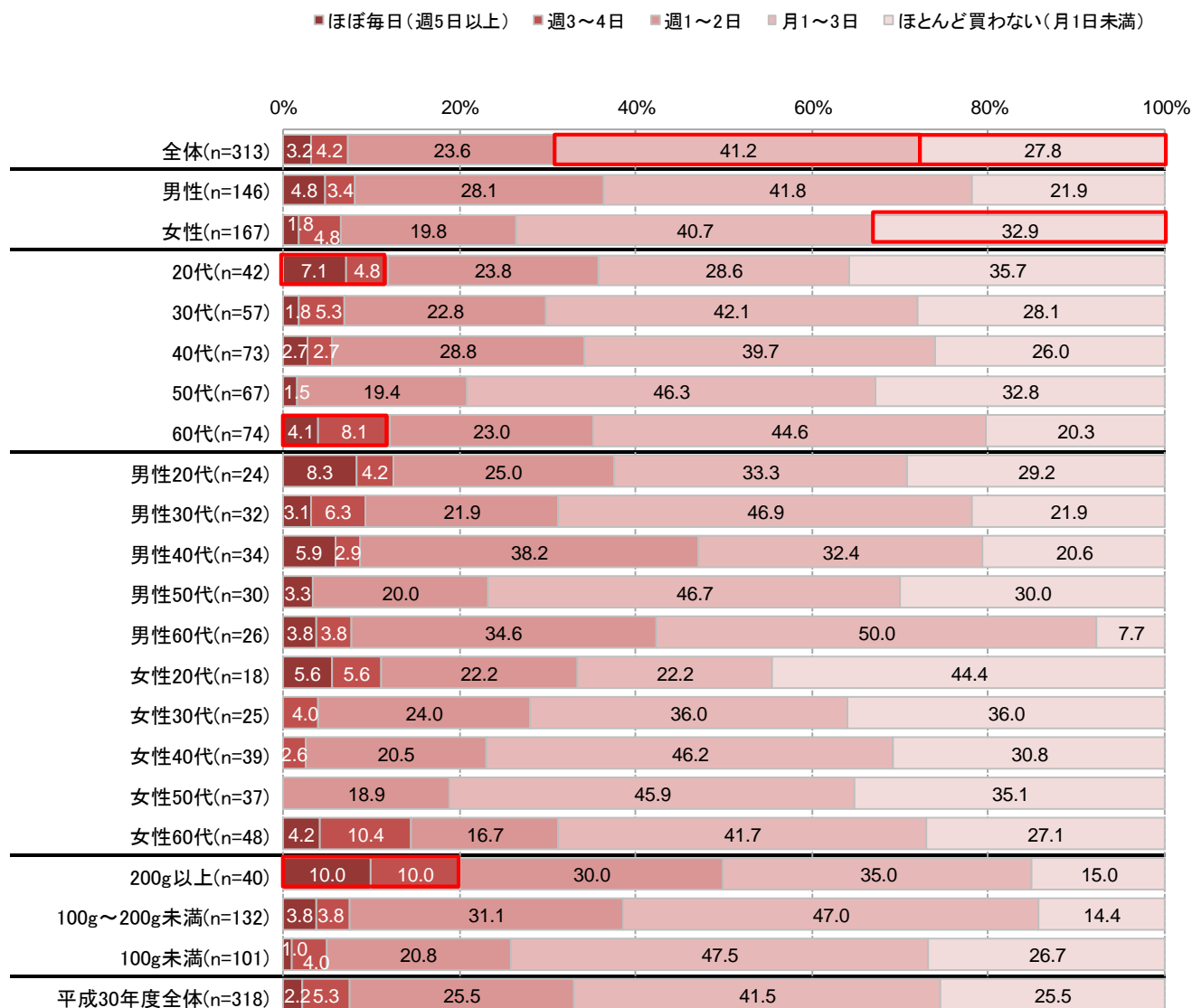


⑨-4 カットフルーツの購入頻度 [カットフルーツ購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く4割強を占めている。次いで「ほとんど買わない」が2割台後半となっている。
- 性別で見ると、『男性』の購入頻度が『女性』より高めであり、『女性』では「ほとんど買わない」の割合が3割を超えている。
- 年代別で見ると、『20代』『60代』で「週3～4日」以上の割合が1割を超えている。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量の多い層ほど購入頻度が高く、『200g以上』の層では2割が「週3～4日」以上購入している。

Q17. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

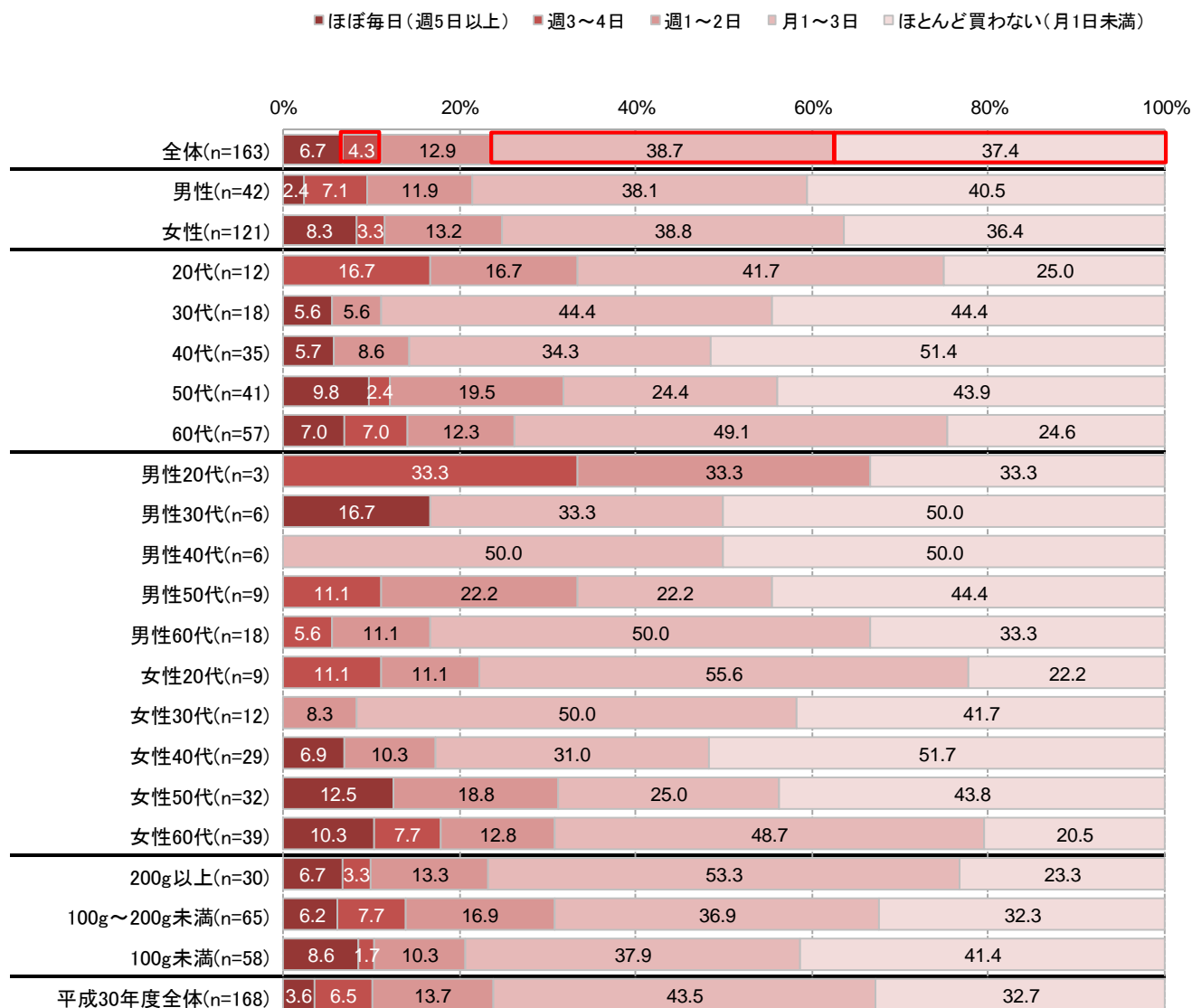


⑨-5 ドライフルーツの購入頻度 [ドライフルーツ購入層]

- 全体では「月1～3日」と「ほとんど買わない」が3割台後半で差がなく続いている。
- 平成30年度結果と比較すると、「ほとんど買わない」の割合が増加し、「月1～3～4日」以上の割合が減少している。

Q17. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は



(2) 日常の果物加工品の消費行動 まとめ

- 果物加工品を主体に摂取している人は1割強にとどまる。
- 特に女性や高齢層では、果物加工品主体の人の割合が低い。
- 購入場所は生鮮果物と同様にスーパーマーケット中心だが、生鮮果物よりコンビニエンスストアの割合が高い。
- 果物加工品の摂取頻度では、前回から「週3～4日」以上の割合が微減。
- 果物加工品の摂取理由では、「簡単に食べられる（飲める）から」が中心。

- ・ 生鮮果物／果物加工品では、「生鮮果物が主体」が64.4%。「果物加工品が主体」は10.9%にとどまっており、生鮮果物としての摂取が中心である。(p35)
→果物加工品は日常の果物摂取の中で生鮮果物を補完する程度の役割である。
- ・ 女性、高齢層は「生鮮果物が主体」の割合が高い傾向がみられる。(p35)
- ・ 「生鮮果物が主体」の割合は、平成30年度調査(65.8%)からほぼ横ばいであった。(p35)
- ・ 生鮮果物の購入場所は「スーパーマーケット」が83.6%で突出。次いで、「道の駅などの食品直売所」「八百屋」が約1割となっている。(p36)
- ・ 果物加工品の購入場所でも「スーパーマーケット」が77.1%で突出。次いで「コンビニエンスストア」が15.5%。それ以外はいずれも1割未満となっている。(p38)
→いずれもスーパーマーケットが中心だが、果物加工品は、生鮮果物と比較すると、コンビニエンスストアで購入される割合が高い。
- ・ 果物加工品の摂取頻度では、「月1～3日」が36.8%で最多。次いで「週1～2日」が27.0%。(p40)
- ・ 平成30年度調査と比較すると、「週3～4日」以上の割合が微減。(p40)
- ・ 果物摂取量『200g以上』の層では、「週3～4日」以上が3割近い。(p40)
- ・ 購入機会の多い果物加工品では、「果汁(100%ジュース／濃縮還元)」が37.9%で最多。(p41)
- ・ 平成30年度調査と比較すると、「フルーツヨーグルト」の割合がやや増加し、「果汁(100%ジュース／ストレート)」「フルーツゼリー」の割合がやや減少。(p41)
- ・ 果物加工品を摂取する理由は、『果物缶詰』では「買い置きができるから」、『フルーツケーキ』では「おいしいから」、それ以外の品目ではいずれも「簡単に食べられる（飲める）から」が最多。(p42)
- ・ 果物加工品の摂取頻度の変化では、いずれの品目についても、「変わらない」が6～7割台の高い割合を占める。(p43)
- ・ 『ドライフルーツ』は「増えた」の割合が2割を超えており、「減った」と「ほとんど食べなく（飲まなく）なった」の合計を上回る。一方、『フルーツケーキ』は「減った」「ほとんど食べなく（飲まなく）なった」の合計が2割台後半で、「増えた」を大きく上回った。(p43)
- ・ 果物加工品の今後の摂取意向では、『果汁(100%ジュース／ストレート)』『カットフルーツ』『果汁(100%ジュース／濃縮還元)』『フルーツヨーグルト』といった品目の「増やしたい」割合が高く、「減らしたい」を大きく上回っている。(p44)
- ・ 一方、『果汁10%以上のジュース』では「減らしたい」の割合が高めで、「増やしたい」の割合を上回っている。(p44)

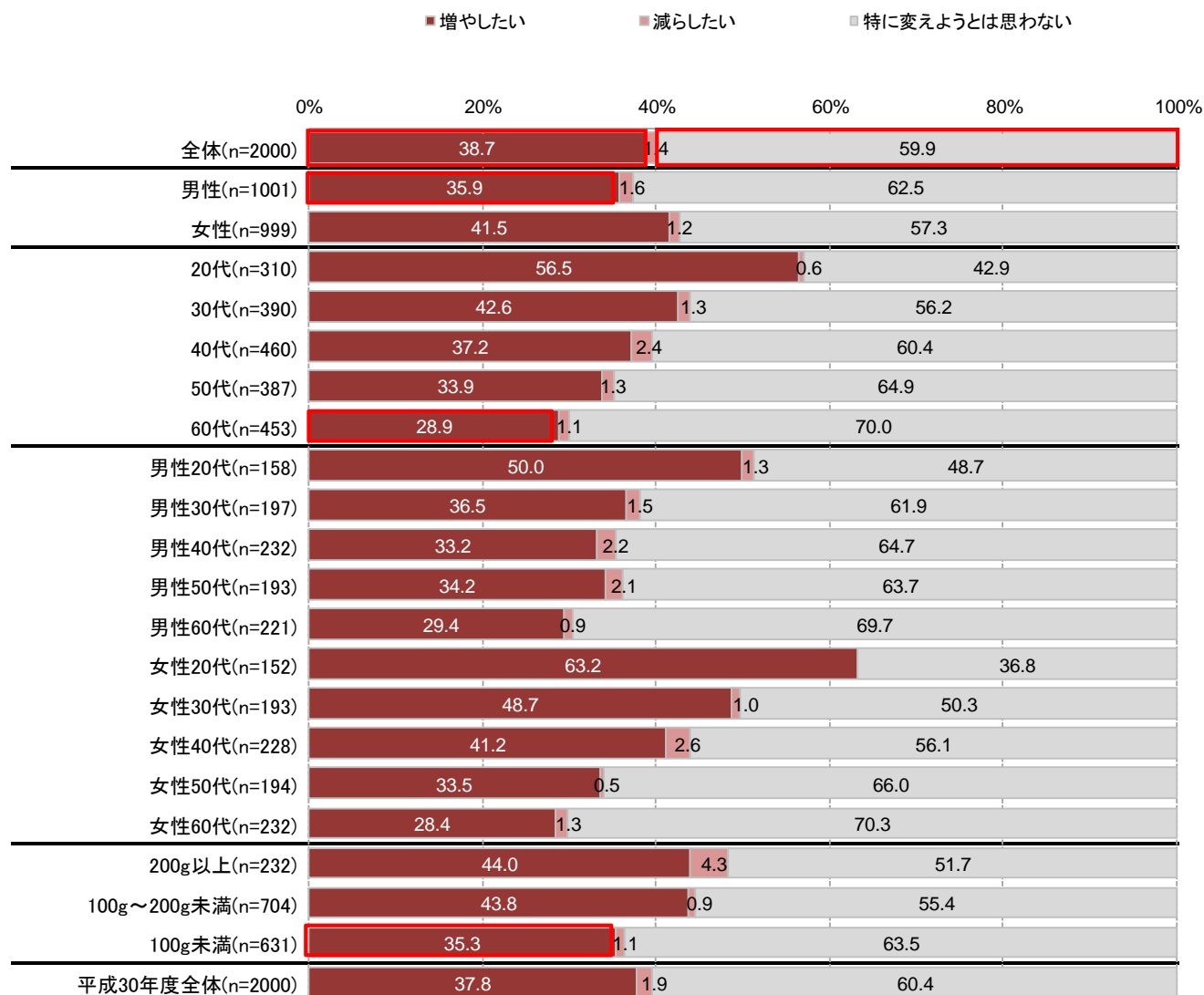
(3) 今後の果物の摂取意向

① 今後の果物の摂取量の変化

- 全体では、「特に変えようとは思わない」が6割を占めている。次いで、「増やしたい」が4割弱で、「減らしたい」はごくわずか。平成30年度結果とほぼ同様の傾向である。
- 性別で見ると、『男性』は「増やしたい」の割合が『女性』よりも低い。
- 年代別にみると、高年代層ほど「増やしたい」の割合が低く、『60代』では3割弱にとどまる。
- 果物摂取量別で見ると、『100g未満』の層では「増やしたい」の割合が低く3割台半ばにとどまる。

Q19. あなたは今後、果物を食べる量を増やしたいと思いますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

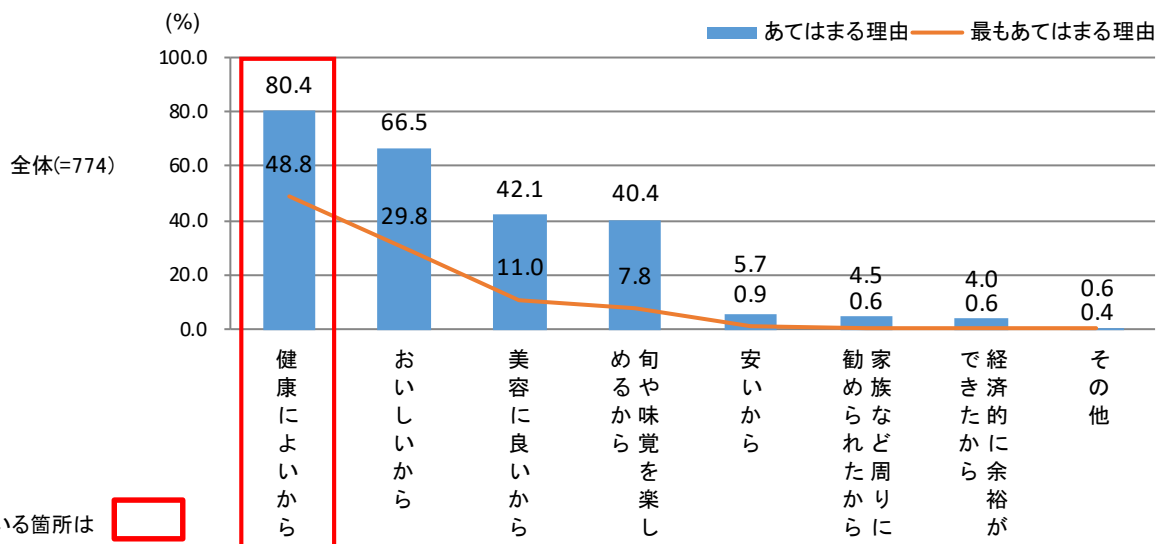


②果物の摂取を増やしたい理由 [摂取量増加意向層]

- 全体では、あてはまる理由、最もあてはまる理由のいずれにおいても、「健康によいから」が最も高く、次いで「おいしいから」が続く。
- 平成30年度結果と比較すると、あてはまる理由で「おいしいから」のスコアが減少している。
- 性別で見ると、『女性』では「美容に良いから」のスコアが『男性』を大きく上回っている。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では「安いから」が1割を超えており、他の層より高い。

Q20. 今後果物を食べる量を増やしたいと思う理由は何ですか。(MA)

その中で最もあてはまる理由。(SA)



※コメントで触れている箇所は

あてはまる理由のスコア (MA)

		全体 (n=774)	66.5	42.1	40.4	5.7	4.5	4.0	0.6
性別	男性 (n=359)	81.3	65.2	24.8	37.3	7.8	4.5	3.1	0.6
	女性 (n=415)	79.5	67.7	57.1	43.1	3.9	4.6	4.8	0.7
年代	20代 (n=175)	81.7	65.7	58.3	32.0	5.1	6.9	4.0	1.1
	30代 (n=166)	84.3	68.1	49.4	41.0	7.8	5.4	7.2	0.6
	40代 (n=171)	76.6	64.3	33.9	35.1	1.8	5.8	4.1	0.6
	50代 (n=131)	77.9	62.6	35.9	43.5	6.1	1.5	2.3	0.8
	60代 (n=131)	80.9	72.5	28.2	55.0	8.4	1.5	1.5	0.0
性別年代	男性20代 (n=79)	82.3	69.6	44.3	29.1	3.8	3.8	1.3	1.3
	男性30代 (n=72)	91.7	61.1	31.9	38.9	13.9	6.9	5.6	0.0
	男性40代 (n=77)	74.0	63.6	16.9	31.2	3.9	7.8	6.5	0.0
	男性50代 (n=66)	80.3	66.7	19.7	42.4	6.1	1.5	1.5	1.5
	男性60代 (n=65)	78.5	64.6	7.7	47.7	12.3	1.5	0.0	0.0
	女性20代 (n=96)	81.3	62.5	69.8	34.4	6.3	9.4	6.3	1.0
	女性30代 (n=94)	78.7	73.4	62.8	42.6	3.2	4.3	8.5	1.1
	女性40代 (n=94)	78.7	64.9	47.9	38.3	0.0	4.3	2.1	1.1
	女性50代 (n=65)	75.4	58.5	52.3	44.6	6.2	1.5	3.1	0.0
女性60代 (n=66)	83.3	80.3	48.5	62.1	4.5	1.5	3.0	0.0	
果物摂取量	200g以上 (n=102)	73.5	72.5	46.1	37.3	13.7	4.9	7.8	1.0
	100g~200g未満 (n=308)	86.0	76.3	47.7	51.0	6.2	5.8	4.9	0.6
	100g未満 (n=223)	78.5	61.9	41.3	34.5	3.1	3.1	2.2	0.4
平成30度全体 (n=755)		78.9	70.5	40.3	39.2	5.2	3.7	4.0	0.5

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

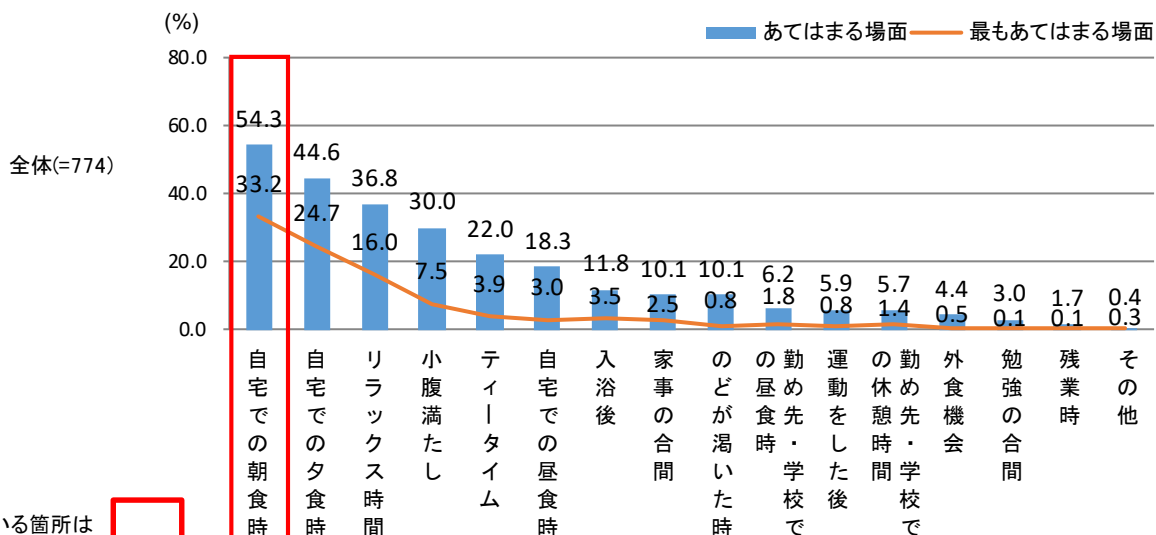
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

③果物の摂取を増やしたい場面 [摂取量増加意向層]

- 全体では、あてはまるもの、最もあてはまるものともに、「自宅での朝食時」が最も高く、以下、「自宅での夕食時」「リラックス時間」の順で続いている。
- 性別で見ると、『女性』は「自宅での朝食時」が6割に及んでおり、4割台後半の『男性』を大きく上回っている。
- 年代別で見ると、『20～30代』では「小腹満たし」が4割近くと、他の年代より高い。また、『50代』では「自宅での夕食時」が5割を超えており、他の年代より高い。
- 果物摂取量別で見ると、『100g未満』の層では「自宅での朝食時」が5割強にとどまっており、他の層より低い。

Q21. あなたは今後、日常生活の中のどのような場面で果物の摂取を増やしたいと思いますか。(MA)
 その中で最もあてはまる場面。(SA)



※コメントで触れている箇所は

あてはまる場面スコア (MA)

		全体 (n=774)	44.6	36.8	30.0	22.0	18.3	11.8	10.1	10.1	6.2	5.9	5.7	4.4	3.0	1.7	0.4
性別	男性 (n=359)	47.9	46.8	33.4	25.9	18.1	15.3	13.4	6.1	12.0	6.4	8.4	7.8	5.0	4.2	2.2	0.3
	女性 (n=415)	59.8	42.7	39.8	33.5	25.3	21.0	10.4	13.5	8.4	6.0	3.9	3.9	3.9	1.9	1.2	0.5
年代	20代 (n=175)	54.9	40.6	41.7	38.9	25.1	16.6	12.6	10.9	11.4	12.6	6.9	13.1	5.1	7.4	1.7	0.0
	30代 (n=166)	59.6	42.2	42.8	38.0	29.5	15.7	12.0	12.0	9.6	8.4	6.6	4.8	8.4	4.2	3.6	0.0
	40代 (n=171)	50.3	47.4	30.4	26.9	15.2	15.2	9.4	7.6	7.0	4.1	6.4	2.3	2.9	1.8	0.6	1.2
	50代 (n=131)	50.4	53.4	32.1	20.6	22.1	19.1	14.5	6.1	8.4	3.1	3.1	3.1	3.1	0.0	1.5	0.8
	60代 (n=131)	55.7	40.5	35.9	21.4	16.8	27.5	10.7	13.7	14.5	0.8	6.1	3.8	1.5	0.0	0.8	0.0
性別年代	男性20代 (n=79)	46.8	38.0	32.9	30.4	21.5	12.7	12.7	7.6	11.4	11.4	10.1	15.2	1.3	10.1	0.0	0.0
	男性30代 (n=72)	55.6	43.1	44.4	29.2	26.4	13.9	15.3	9.7	13.9	5.6	9.7	5.6	13.9	5.6	6.9	0.0
	男性40代 (n=77)	36.4	50.6	35.1	26.0	9.1	14.3	7.8	3.9	7.8	6.5	11.7	5.2	3.9	3.9	1.3	1.3
	男性50代 (n=66)	47.0	57.6	33.3	24.2	21.2	15.2	18.2	3.0	10.6	6.1	3.0	6.1	4.5	0.0	3.0	0.0
	男性60代 (n=65)	55.4	46.2	20.0	18.5	12.3	21.5	13.8	6.2	16.9	1.5	6.2	6.2	1.5	0.0	0.0	0.0
	女性20代 (n=96)	61.5	42.7	49.0	45.8	28.1	19.8	12.5	13.5	11.5	13.5	4.2	11.5	8.3	5.2	3.1	0.0
	女性30代 (n=94)	62.8	41.5	41.5	44.7	31.9	17.0	9.6	13.8	6.4	10.6	4.3	4.3	4.3	3.2	1.1	0.0
	女性40代 (n=94)	61.7	44.7	26.6	27.7	20.2	16.0	10.6	10.6	6.4	2.1	2.1	0.0	2.1	0.0	0.0	1.1
	女性50代 (n=65)	53.8	49.2	30.8	16.9	23.1	23.1	10.8	9.2	6.2	0.0	3.1	0.0	1.5	0.0	0.0	1.5
女性60代 (n=66)	56.1	34.8	51.5	24.2	21.2	33.3	7.6	21.2	12.1	0.0	6.1	1.5	1.5	0.0	1.5	0.0	
果物摂取量	200g以上 (n=102)	59.8	47.1	34.3	23.5	23.5	23.5	13.7	16.7	11.8	8.8	9.8	13.7	3.9	4.9	2.9	0.0
	100g～200g未満 (n=308)	61.0	46.4	41.2	34.4	24.4	20.5	15.3	10.1	15.3	8.8	8.4	6.2	4.2	4.2	2.3	0.0
	100g未満 (n=223)	50.7	44.4	31.8	26.5	18.8	17.5	8.5	9.0	4.9	4.0	2.7	3.6	3.1	0.9	0.4	0.9
平成30年度全体 (n=755)		59.1	48.9	36.0	33.0	18.9	20.4	12.7	8.9	10.6	6.6	6.4	4.0	3.8	3.0	1.5	0.7

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

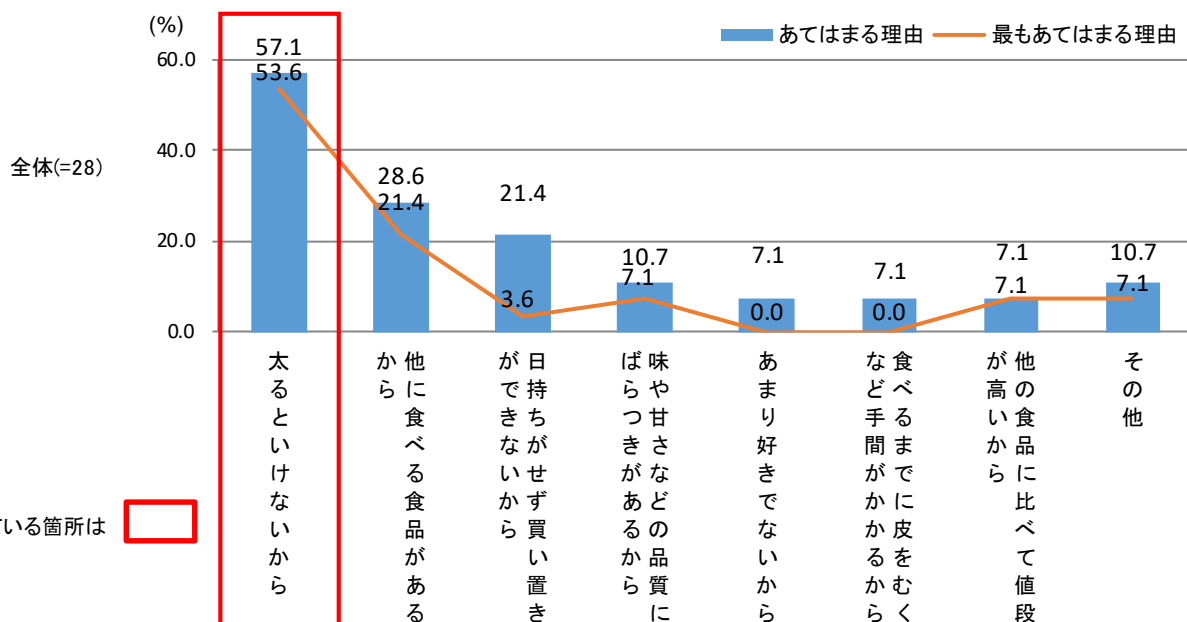
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

④果物の摂取を減らしたい理由 [摂取量減少意向層]

- 全体では、あてはまるもの、最もあてはまるものともに、「太るといけないから」が最も高く、次いで、「他に食べる食品があるから」が続く。
- 平成30年度結果と比較すると、「太るといけないから」が大幅に増加している。

Q22. 今後果物を食べる量を減らしたい（または、減らさざるを得ない）と思う理由は何ですか。（MA）
 その中で最もあてはまる理由。（SA）



※コメントで触れている箇所は



あてはまる理由スコア (MA)

(%)

		全体 (n=28)	28.6	21.4	10.7	7.1	7.1	7.1	10.7
性別	男性 (n=16)	50.0	50.0	6.3	0.0	6.3	12.5	0.0	6.3
	女性 (n=12)	66.7	0.0	41.7	25.0	8.3	0.0	16.7	16.7
年代	20代 (n=2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30代 (n=5)	40.0	60.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	40代 (n=11)	63.6	27.3	27.3	18.2	0.0	9.1	18.2	0.0
	50代 (n=5)	80.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	60代 (n=5)	40.0	0.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	60.0
性別年代	男性20代 (n=2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性30代 (n=3)	0.0	100.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
	男性40代 (n=5)	60.0	60.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	男性50代 (n=4)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性60代 (n=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	女性20代 (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性30代 (n=2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性40代 (n=6)	66.7	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
	女性50代 (n=1)	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
女性60代 (n=3)	33.3	0.0	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0	66.7	
果物摂取量	200g以上 (n=10)	60.0	20.0	30.0	20.0	0.0	10.0	10.0	0.0
	100g~200g未満 (n=6)	50.0	50.0	16.7	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0
	100g未満 (n=7)	57.1	14.3	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	42.9
平成30年度全体 (n=38)		31.6	23.7	7.9	7.9	21.1	13.2	15.8	15.8

(3) 今後の果物の摂取意向 まとめ

- 4割近くの人が果物の摂取量を増やしたいと考えている。
- 摂取量を増やしたいと考えている人の割合は、前回から横ばい。
- 男性、高齢層、果物摂取量の少ない層の「増やしたい」の割合は低め。
- 摂取量を増やしたい理由の中心は「健康によいから」「おいしいから」。女性では「美容に良いから」も高い。
- 摂取を増やしたい場面の中心は「自宅での朝食時」。20～30代では「小腹満たし」、50代では「自宅での夕食時」が、他の年代より高い。

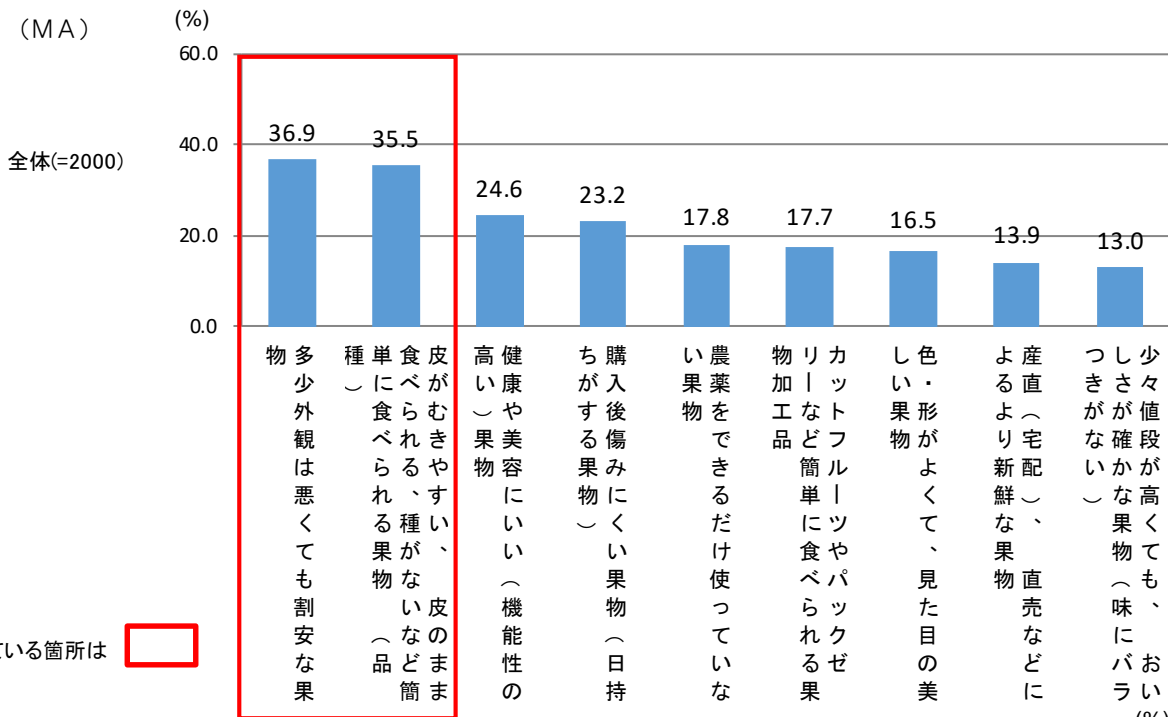
- 今後の果物の摂取量についての意向では、「特に変えようとは思わない」が59.9%を占めるが、「増やしたい」も38.7%に上っており、「減らしたい」という人はほとんどいない。(p52)
- 果物摂取量が少ない層は、「増やしたい」という意向の割合が低く、35.3%にとどまっている。(p52)
- 摂取量を増やしたい人の割合は平成30年度調査(37.8%)からほぼ横ばい。(p52)
- 男性では「増やしたい」が35.9%にとどまり、女性の41.5%を下回っている。(p52)
- 年代が高くなるほど、摂取量を増やしたい人の割合が低くなる傾向。(p52)
- 果物の摂取量を増やしたい人の理由では、「健康によいから」が最も高い。以下、「おいしいから」「美容に良いから」「旬や味覚を楽しめるから」の順で続く。(p53)
- 平成30年度調査と比較すると、「おいしいから」のスコアが減少。(p53)
- 女性では、「美容に良いから」のスコアが男性を大きく上回っている。(p53)
- 果物摂取量200g以上の層では「安いから」が1割を超えている。(p53)
- 果物の摂取を増やしたい場面では、「自宅での朝食時」が最も高い。以下、「自宅での夕食時」「リラックス時間」の順で続く。(p54)
- 女性は「自宅での朝食時」が6割に及んでおり、4割台後半の男性を大きく上回っている。(p54)
- 20～30代は「小腹満たし」が4割近く、50代は「自宅での夕食時」が5割超に及んでおり、他の年代より高い。(p54)

(4) 果物の消費を増やすために

①果物の消費量を増やすための提供方法

- 全体では「多少外観は悪くても割安な果物」が最も高く、「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」が僅差で続く。
- 性別で見ると、『女性』では「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」の割合が『男性』を大きく上回っている。
- 果物摂取量が多いほど「農薬をできるだけ使っていない果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「産直、直売などによるより新鮮な果物」「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」「生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q23. どのような果物が提供されれば、果物をより多く食べるようになると思いますか。(いくつでも)



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2000)	36.9	35.5	24.6	23.2	17.8	17.7	16.5	13.9	13.0
性別	男性 (n=1001)		32.0	28.9	19.8	18.3	13.5	18.0	16.9	9.2	10.9
	女性 (n=999)		41.7	42.0	29.3	28.1	22.1	17.3	16.1	18.5	15.0
年代	20代 (n=310)		35.8	38.7	28.7	21.3	14.2	21.9	28.4	10.6	14.8
	30代 (n=390)		39.2	38.7	27.7	28.7	16.4	23.3	20.0	11.3	11.3
	40代 (n=460)		38.0	36.1	18.7	21.5	12.2	18.5	11.3	8.9	7.4
	50代 (n=387)		34.4	34.1	23.8	22.2	19.1	14.5	15.2	15.0	13.7
	60代 (n=453)		36.4	30.9	25.6	22.3	26.0	11.7	11.7	22.3	18.1
性別年代	男性20代 (n=158)		29.7	29.1	22.2	13.9	12.0	19.6	26.6	7.6	13.3
	男性30代 (n=197)		32.0	35.0	24.4	22.3	16.2	25.9	19.3	7.6	12.2
	男性40代 (n=232)		35.3	27.2	14.2	18.1	6.9	19.0	12.5	5.2	6.0
	男性50代 (n=193)		29.5	29.5	19.7	18.7	13.5	14.5	15.5	9.3	13.0
	男性60代 (n=221)		32.1	24.4	19.9	17.6	19.0	11.8	13.6	15.8	11.3
	女性20代 (n=152)		42.1	48.7	35.5	28.9	16.4	24.3	30.3	13.8	16.4
	女性30代 (n=193)		46.6	42.5	31.1	35.2	16.6	20.7	20.7	15.0	10.4
	女性40代 (n=228)		40.8	45.2	23.2	25.0	17.5	18.0	10.1	12.7	8.8
女性50代 (n=194)		39.2	38.7	27.8	25.8	24.7	14.4	14.9	20.6	14.4	
女性60代 (n=232)		40.5	37.1	31.0	26.7	32.8	11.6	9.9	28.4	24.6	
果物摂取量	200g以上 (n=232)		45.7	38.4	28.0	22.8	27.6	17.7	23.3	22.0	23.7
	100g~200g未満 (n=704)		41.1	38.8	33.4	25.7	23.7	17.3	19.9	20.5	15.6
	100g未満 (n=631)		36.5	36.6	22.3	23.9	15.5	16.5	14.9	10.6	10.8
平成30年度全体 (n=2000)			39.4	35.9	24.1	23.0	19.8	16.0	15.8	16.2	12.7

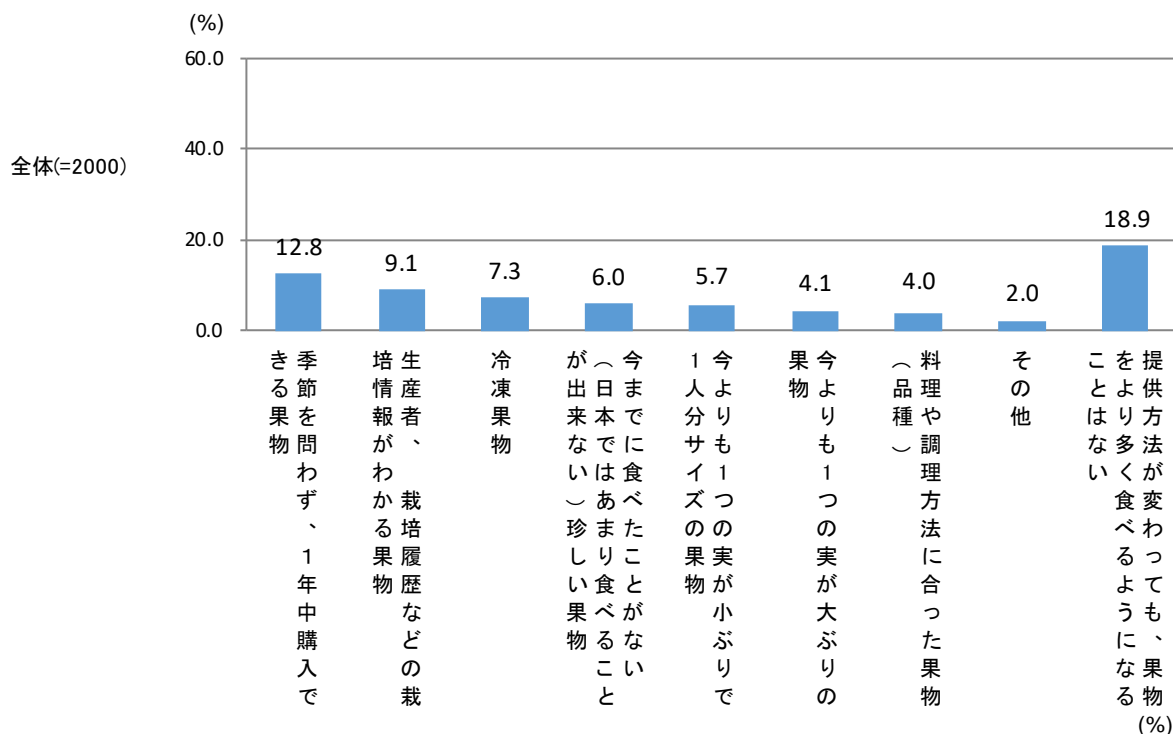
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (4) 果物の消費を増やすために



		全体 (n=2000)	12.8	9.1	7.3	6.0	5.7	4.1	4.0	2.0	18.9
性別	男性 (n=1001)		10.9	6.3	6.4	6.6	4.5	4.7	3.7	2.0	25.3
	女性 (n=999)		14.6	11.8	8.2	5.3	6.8	3.5	4.3	1.9	12.4
年代	20代 (n=310)		12.6	7.7	10.0	6.1	8.4	7.1	5.2	2.3	17.7
	30代 (n=390)		15.4	8.5	10.3	6.7	5.6	4.4	4.6	1.3	16.9
	40代 (n=460)		9.8	5.4	6.5	5.7	5.2	3.9	2.6	1.5	19.8
	50代 (n=387)		10.9	10.1	6.2	5.2	4.9	3.1	3.6	3.4	20.2
	60代 (n=453)		15.2	13.2	4.6	6.2	4.9	2.9	4.4	1.5	19.2
性別年代	男性20代 (n=158)		12.7	8.9	8.2	6.3	5.7	8.2	5.1	1.9	22.8
	男性30代 (n=197)		14.2	8.1	8.1	8.1	5.1	4.6	4.6	1.0	22.8
	男性40代 (n=232)		8.6	3.0	6.9	6.5	4.3	4.7	3.4	1.7	26.3
	男性50代 (n=193)		7.8	6.2	4.7	6.2	5.7	2.6	3.1	4.1	25.4
	男性60代 (n=221)		11.8	6.3	4.5	5.9	2.3	4.1	2.7	1.4	28.1
	女性20代 (n=152)		12.5	6.6	11.8	5.9	11.2	5.9	5.3	2.6	12.5
	女性30代 (n=193)		16.6	8.8	12.4	5.2	6.2	4.1	4.7	1.6	10.9
	女性40代 (n=228)		11.0	7.9	6.1	4.8	6.1	3.1	1.8	1.3	13.2
	女性50代 (n=194)		13.9	13.9	7.7	4.1	4.1	3.6	4.1	2.6	14.9
女性60代 (n=232)		18.5	19.8	4.7	6.5	7.3	1.7	6.0	1.7	10.8	
果物摂取量	200g以上 (n=232)		15.9	16.8	7.8	11.6	10.3	8.2	7.3	0.4	9.1
	100g～200g未満 (n=704)		16.1	13.2	7.8	8.4	6.7	5.4	4.8	1.7	10.5
	100g未満 (n=631)		12.7	5.9	5.7	4.1	3.6	2.7	3.2	1.7	20.3
平成30年度全体 (n=2000)			11.2	10.8	6.2	7.1	5.6	4.9	3.2	1.5	18.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

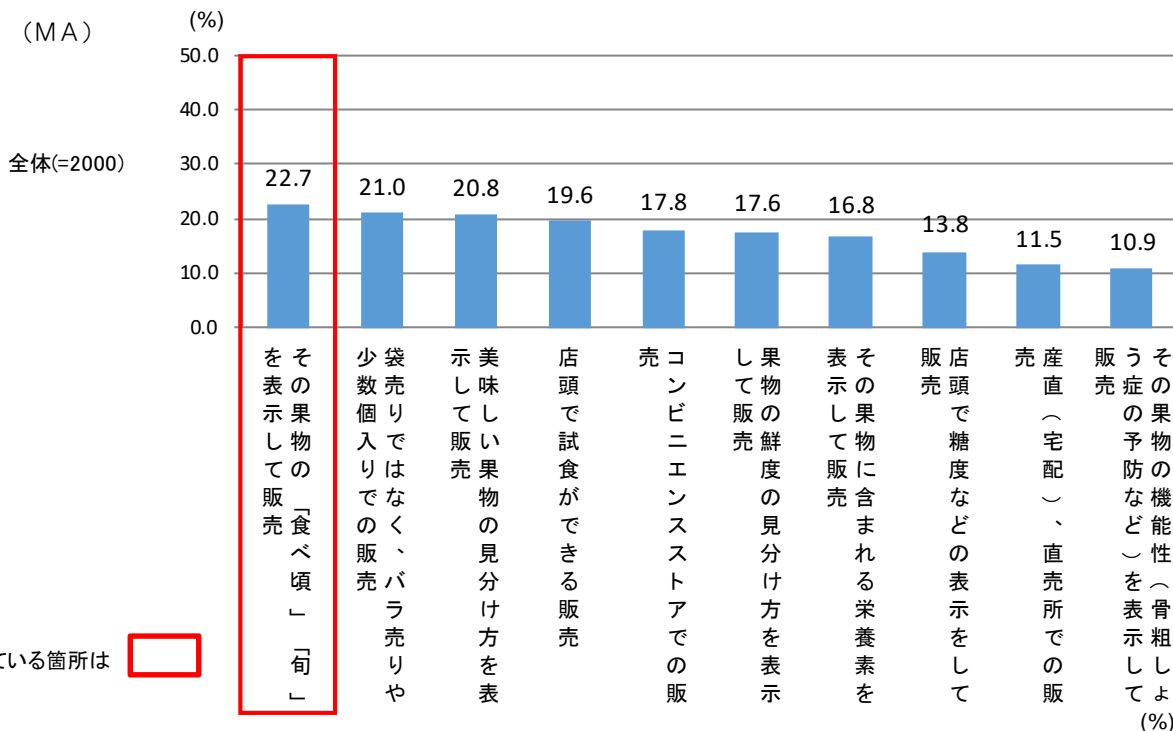
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

②果物の消費量を増やすための販売方法

- 全体では、「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が最も高い。次いで、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「美味しい果物の見分け方を表示して販売」が並んだ。さらに「店頭で試食ができる販売」も僅差で続いている。
- 平成30年度結果と比較すると、「コンビニエンスストアでの販売」がやや増加している。
- 性別で見ると、全般的に『女性』のスコアが『男性』より高めで、特に「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「その果物に含まれる栄養素を表示して販売」ではその差が大きい。

Q24. どのように果物が販売されれば、果物をより多く食べるようになりますか。(いくつでも)



※コメントで触れている箇所は



全体		(n=2000)	22.7	21.0	20.8	19.6	17.8	17.6	16.8	13.8	11.5	10.9
性別	男性	(n=1001)	16.8	15.2	16.8	16.5	19.3	14.7	12.1	10.1	10.7	8.9
	女性	(n=999)	28.5	26.8	24.8	22.7	16.3	20.5	21.4	17.4	12.2	12.9
年代	20代	(n=310)	21.3	21.0	21.3	16.1	30.6	19.4	18.7	11.3	8.4	13.9
	30代	(n=390)	27.7	22.1	20.5	15.1	21.5	17.9	19.5	11.3	7.7	11.5
	40代	(n=460)	20.0	18.3	18.3	17.2	15.2	15.9	13.3	12.2	8.9	8.3
	50代	(n=387)	21.2	21.7	22.2	23.3	12.9	17.3	16.8	15.5	13.7	10.6
	60代	(n=453)	23.2	22.3	22.1	25.2	12.6	18.1	16.6	17.7	17.4	11.3
性別年代	男性20代	(n=158)	18.4	13.9	18.4	12.7	29.7	19.6	16.5	8.9	7.6	14.6
	男性30代	(n=197)	18.8	15.2	17.8	15.7	23.9	15.7	16.2	8.1	8.1	10.2
	男性40代	(n=232)	15.1	12.9	14.2	13.4	17.2	11.2	9.5	9.1	9.5	6.9
	男性50代	(n=193)	15.5	17.6	19.2	19.2	14.5	17.1	10.4	13.0	11.9	7.3
	男性60代	(n=221)	16.7	16.3	15.4	20.8	14.0	11.8	9.5	11.3	15.4	7.2
	女性20代	(n=152)	24.3	28.3	24.3	19.7	31.6	19.1	21.1	13.8	9.2	13.2
	女性30代	(n=193)	36.8	29.0	23.3	14.5	19.2	20.2	22.8	14.5	7.3	13.0
	女性40代	(n=228)	25.0	23.7	22.4	21.1	13.2	20.6	17.1	15.4	8.3	9.6
	女性50代	(n=194)	26.8	25.8	25.3	27.3	11.3	17.5	23.2	18.0	15.5	13.9
	女性60代	(n=232)	29.3	28.0	28.4	29.3	11.2	24.1	23.3	23.7	19.4	15.1
果物摂取量	200g以上	(n=232)	28.4	22.8	30.6	27.2	25.9	24.6	20.3	21.6	21.6	11.2
	100g~200g未満	(n=704)	30.5	23.7	27.0	23.9	17.8	23.9	23.0	18.9	14.5	15.8
	100g未満	(n=631)	20.6	22.0	18.9	18.7	17.0	15.8	15.8	11.6	9.8	8.7
平成30年度全体		(n=2000)	23.2	22.5	21.2	19.7	15.9	17.8	16.8	14.9	13.1	12.9

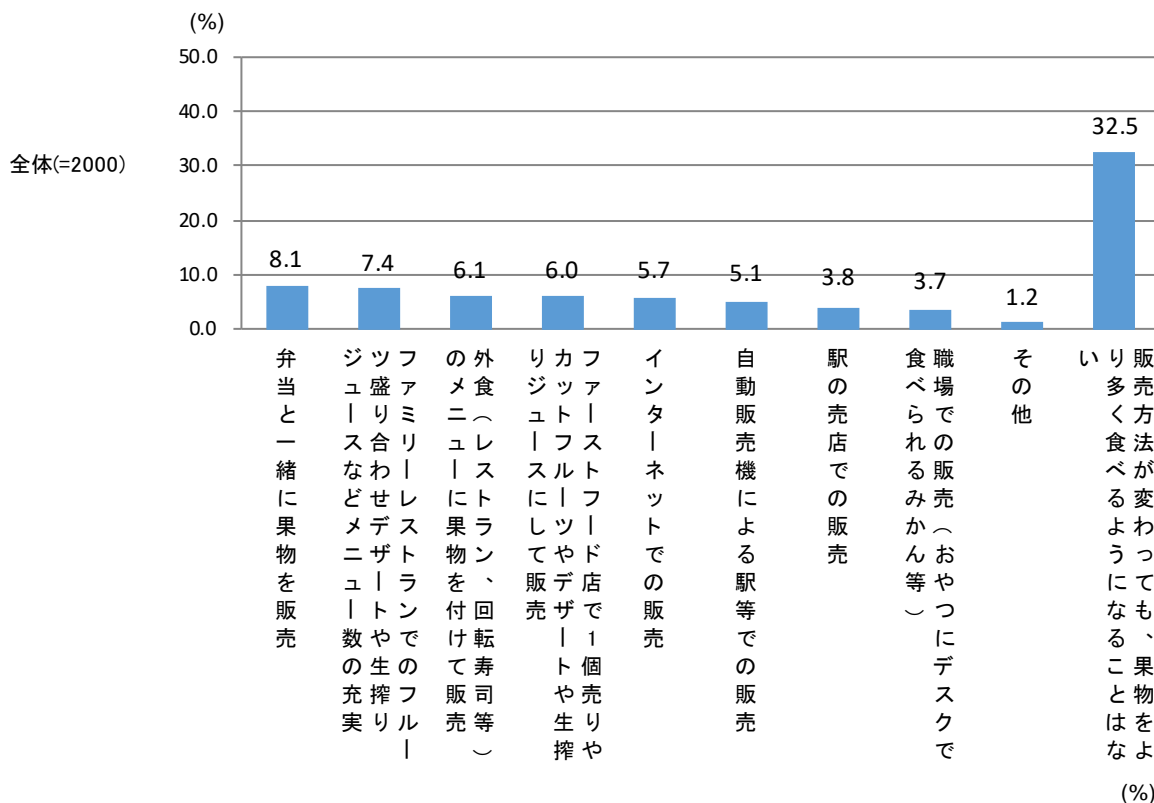
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (4) 果物の消費を増やすために



全体		(n=2000)	8.1	7.4	6.1	6.0	5.7	5.1	3.8	3.7	1.2	32.5
性別	男性	(n=1001)	8.1	6.7	6.0	5.2	5.7	5.3	3.2	3.3	1.0	40.7
	女性	(n=999)	8.0	8.1	6.1	6.8	5.6	4.9	4.3	4.0	1.4	24.2
年代	20代	(n=310)	9.7	10.3	8.7	6.8	8.4	10.0	6.8	7.1	1.0	26.5
	30代	(n=390)	13.8	10.3	8.2	9.2	6.7	5.4	5.6	5.6	0.5	34.1
	40代	(n=460)	7.8	6.3	4.3	5.4	4.3	4.8	2.2	2.8	1.3	32.6
	50代	(n=387)	5.4	7.5	7.2	5.9	6.2	4.1	1.8	3.1	1.6	32.3
	60代	(n=453)	4.4	4.0	3.1	3.3	3.8	2.6	3.3	0.9	1.5	35.1
性別年代	男性20代	(n=158)	8.2	7.0	6.3	7.0	7.6	8.2	7.0	4.4	0.6	30.4
	男性30代	(n=197)	12.2	10.7	9.1	10.2	6.1	5.6	5.1	4.6	0.5	41.6
	男性40代	(n=232)	8.6	5.6	3.4	2.6	5.6	3.9	1.7	3.4	2.2	40.9
	男性50代	(n=193)	6.7	7.8	7.8	4.7	6.7	5.7	1.0	4.1	0.5	40.4
	男性60代	(n=221)	5.0	3.2	4.1	2.7	3.2	4.1	2.3	0.5	0.9	47.1
	女性20代	(n=152)	11.2	13.8	11.2	6.6	9.2	11.8	6.6	9.9	1.3	22.4
	女性30代	(n=193)	15.5	9.8	7.3	8.3	7.3	5.2	6.2	6.7	0.5	26.4
	女性40代	(n=228)	7.0	7.0	5.3	8.3	3.1	5.7	2.6	2.2	0.4	24.1
女性50代	(n=194)	4.1	7.2	6.7	7.2	5.7	2.6	2.6	2.1	2.6	24.2	
女性60代	(n=232)	3.9	4.7	2.2	3.9	4.3	1.3	4.3	1.3	2.2	23.7	
果物摂取量	200g以上	(n=232)	15.1	9.5	5.2	9.9	8.6	7.8	7.3	7.3	1.7	17.7
	100g~200g未満	(n=704)	10.9	9.4	8.7	8.0	7.8	6.4	5.5	4.4	1.0	23.6
	100g未満	(n=631)	4.8	6.3	4.6	4.4	3.6	4.0	1.7	1.9	1.3	34.5
平成30年度全体		(n=2000)	7.4	6.9	5.6	6.1	5.6	3.2	4.1	3.4	1.0	31.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

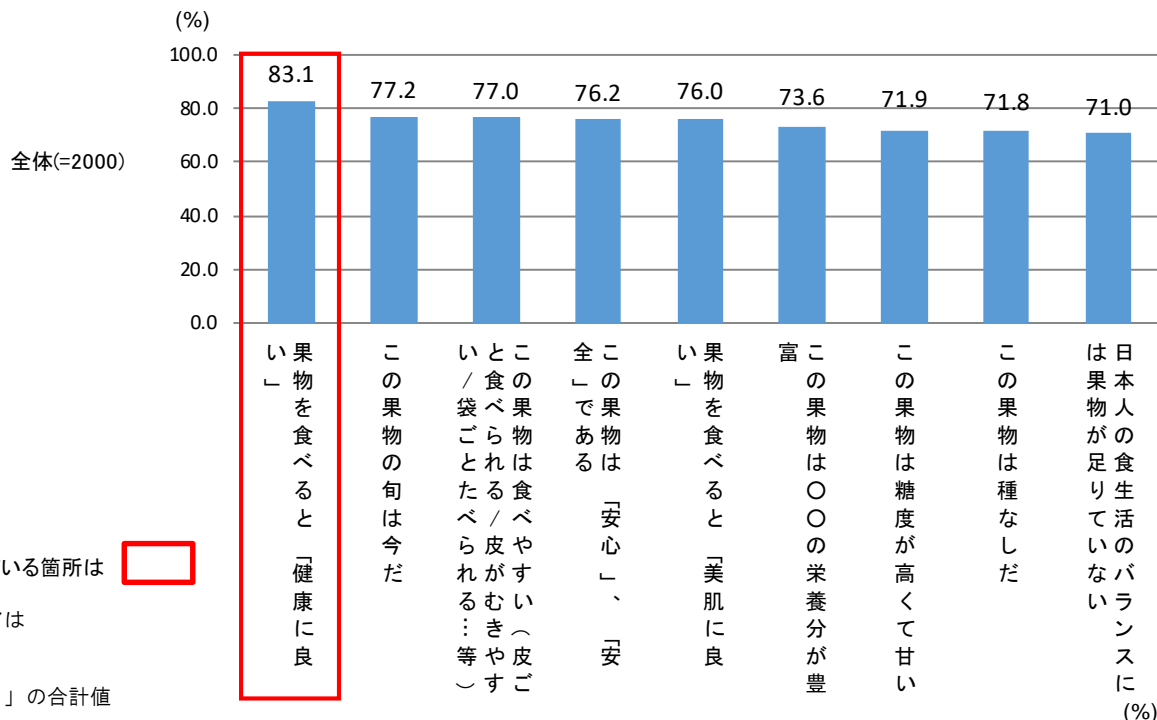
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

③果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法

- 全体では、「果物を食べると『健康に良い』」が最も高く、唯一8割を超えた。次いで高い「この果物の旬は今だ」「この果物は食べやすい」をはじめとして、多くの項目が7割を超えており、平成30年度調査結果と似通った傾向となっている。
- 性別でみると、『女性』では6項目が8割以上となったのに対して、『男性』では「果物を食べると『健康に良い』」「この果物の旬は今だ」「この果物は食べやすい」以外の項目は7割未満にとどまっている。
- 果物摂取量『100g未満』層は「果物を食べると『健康に良い』」のみが8割超。

Q25. 以下のように伝えられた場合、あなたは今よりも果物を食べようと思いますか。

当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(SA)



※コメントで触れている箇所は

※グラフのスコアは

「そう思う」と

「ややそう思う」の合計値

		全体 (n=2000)	83.1	77.2	77.0	76.2	76.0	73.6	71.9	71.8	71.0
性別	男性 (n=1001)	79.6	71.2	70.7	69.4	67.4	66.9	67.8	67.5	68.1	
	女性 (n=999)	86.6	83.1	83.2	83.0	84.5	80.2	76.0	76.0	73.8	
年代	20代 (n=310)	84.8	72.6	81.9	74.8	81.9	75.2	74.8	80.3	75.8	
	30代 (n=390)	83.3	77.9	76.9	77.2	78.7	77.2	73.8	74.4	75.4	
	40代 (n=460)	80.4	75.0	75.4	72.0	74.1	73.5	71.5	69.8	69.3	
	50代 (n=387)	83.2	77.5	73.4	75.7	73.6	70.8	69.5	67.4	70.0	
	60代 (n=453)	84.3	81.5	78.1	81.0	73.3	71.7	70.6	69.3	66.2	
性別年代	男性20代 (n=158)	84.8	72.2	79.7	74.1	79.1	73.4	71.5	82.9	74.7	
	男性30代 (n=197)	78.7	73.6	69.5	72.6	70.6	71.6	69.0	72.6	72.1	
	男性40代 (n=232)	74.6	66.8	68.1	62.9	66.4	67.2	66.8	64.2	65.1	
	男性50代 (n=193)	83.9	69.4	66.3	68.4	63.2	64.8	65.8	61.1	69.4	
	男性60代 (n=221)	78.3	74.7	71.9	71.0	61.1	59.7	67.0	61.1	62.0	
	女性20代 (n=152)	84.9	73.0	84.2	75.7	84.9	77.0	78.3	77.6	77.0	
	女性30代 (n=193)	88.1	82.4	84.5	81.9	87.0	82.9	78.8	76.2	78.8	
	女性40代 (n=228)	86.4	83.3	82.9	81.1	82.0	79.8	76.3	75.4	73.7	
	女性50代 (n=194)	82.5	85.6	80.4	83.0	84.0	76.8	73.2	73.7	70.6	
女性60代 (n=232)	90.1	87.9	84.1	90.5	84.9	83.2	74.1	77.2	70.3		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	90.5	88.8	85.3	85.8	81.5	83.6	78.0	78.0	73.3	
	100g~200g未満 (n=704)	89.3	84.2	81.3	82.0	81.3	80.3	75.4	76.1	75.1	
	100g未満 (n=631)	85.3	79.4	79.6	79.1	77.3	74.8	74.5	74.0	74.8	
平成30年度全体 (n=2000)		84.3	76.8	75.4	75.7	77.1	73.8	73.2	71.6	70.5	

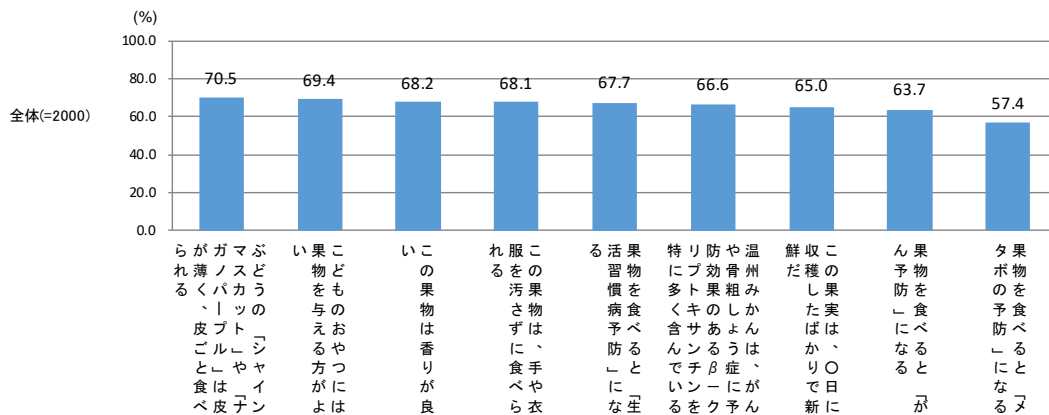
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

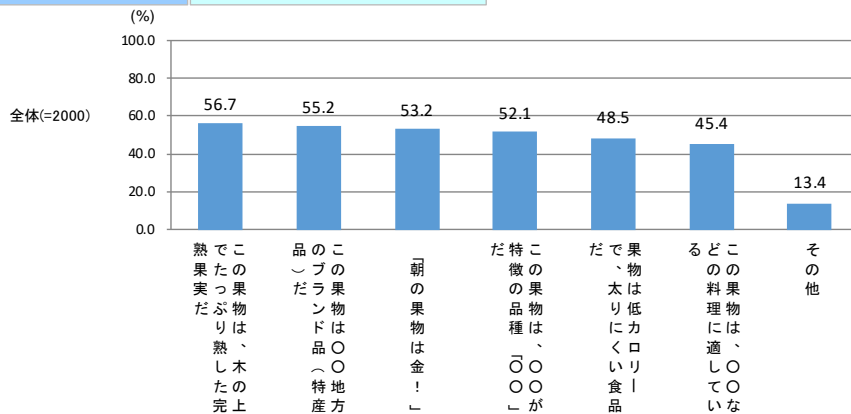
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (4) 果物の消費を増やすために



		全体 (n=2000)	70.5	69.4	68.2	68.1	67.7	66.6	65.0	63.7	57.4
性別	男性 (n=1001)	65.3	65.9	64.8	61.9	64.4	59.2	58.2	58.1	55.8	
	女性 (n=999)	75.6	72.9	71.5	74.3	70.9	74.0	71.8	69.3	59.0	
年代	20代 (n=310)	74.5	71.6	71.9	73.5	71.9	66.1	67.1	66.5	65.5	
	30代 (n=390)	74.1	74.1	71.3	70.5	69.2	67.4	66.2	68.2	60.3	
	40代 (n=460)	62.8	67.6	67.8	67.8	65.4	62.0	61.3	63.3	56.7	
	50代 (n=387)	71.3	63.8	64.6	64.1	64.9	66.4	62.5	60.5	54.5	
	60代 (n=453)	71.5	70.4	66.2	66.0	68.0	71.1	68.4	61.1	52.5	
	性別年代	男性20代 (n=158)	74.7	69.0	72.8	72.8	73.4	63.9	67.1	65.2	67.1
	男性30代 (n=197)	70.6	69.0	64.5	61.4	65.0	63.5	60.9	65.5	48.9	
	男性40代 (n=232)	55.6	65.1	64.7	60.8	62.1	52.2	53.4	57.3	55.6	
	男性50代 (n=193)	66.3	61.1	62.2	59.1	64.8	60.1	56.0	55.4	53.4	
	男性60代 (n=221)	63.3	66.1	62.0	58.4	59.7	58.8	56.6	49.8	48.9	
	女性20代 (n=152)	74.3	74.3	71.1	74.3	70.4	68.4	67.1	67.8	63.8	
	女性30代 (n=193)	77.7	79.3	78.2	79.8	73.6	71.5	71.5	71.0	63.2	
	女性40代 (n=228)	70.2	70.2	71.1	75.0	68.9	71.9	69.3	69.3	57.9	
	女性50代 (n=194)	76.3	66.5	67.0	69.1	64.9	72.7	69.1	65.5	55.7	
	女性60代 (n=232)	79.3	74.6	70.3	73.3	75.9	82.8	79.7	72.0	56.0	
果物摂取量	200g以上 (n=232)	78.0	74.6	78.0	78.4	76.7	73.7	74.6	73.3	69.8	
	100g~200g未満 (n=704)	78.3	76.3	72.6	71.0	74.9	75.9	74.4	70.7	63.9	
	100g未満 (n=631)	70.2	70.8	69.4	70.2	68.6	67.0	65.0	65.0	56.6	
平成30年度全体 (n=2000)		69.5	69.4	69.1	66.8	67.0	66.4	64.7	63.5	57.0	

全体と比べて10ポイント以上高い。 全体と比べて5~10ポイント未満高い。
 全体と比べて10ポイント以上低い。 全体と比べて5~10ポイント未満低い。



		全体 (n=2000)	56.7	55.2	53.2	52.1	48.5	45.4	13.4
性別	男性 (n=1001)	52.5	51.6	46.8	49.1	46.0	43.5	14.8	
	女性 (n=999)	60.8	58.7	59.6	55.1	51.1	47.2	11.9	
年代	20代 (n=310)	56.1	56.8	49.0	58.1	60.0	51.6	13.2	
	30代 (n=390)	56.2	64.6	51.3	57.2	53.3	50.0	15.1	
	40代 (n=460)	52.6	51.5	47.2	48.0	46.3	41.3	12.0	
	50代 (n=387)	56.6	50.1	57.4	50.4	46.8	43.9	12.1	
	60代 (n=453)	61.6	53.9	60.0	49.0	40.2	42.4	14.3	
	性別年代	男性20代 (n=158)	58.9	61.4	51.3	63.9	57.6	53.8	13.9
	男性30代 (n=197)	54.3	62.9	49.2	57.4	51.8	47.7	14.2	
	男性40代 (n=232)	48.7	50.0	39.7	41.8	46.1	39.2	12.1	
	男性50代 (n=193)	51.8	44.6	50.3	46.1	42.0	44.6	17.1	
	男性60代 (n=221)	51.1	42.5	45.7	41.2	35.7	35.7	16.7	
	女性20代 (n=152)	53.3	52.0	46.7	52.0	62.5	49.3	12.5	
	女性30代 (n=193)	58.0	66.3	53.4	57.0	54.9	52.3	16.1	
	女性40代 (n=228)	56.6	53.1	54.8	54.4	46.5	43.4	11.8	
	女性50代 (n=194)	61.3	55.7	64.4	54.6	51.5	43.3	7.2	
	女性60代 (n=232)	71.6	64.7	73.7	56.5	44.4	48.7	12.1	
果物摂取量	200g以上 (n=232)	70.7	64.7	65.1	63.4	58.2	56.0	15.9	
	100g~200g未満 (n=704)	65.2	63.1	60.2	58.0	57.8	50.7	14.1	
	100g未満 (n=631)	54.7	52.9	53.9	51.7	45.0	44.7	13.8	
平成30年度全体 (n=2000)		58.3	56.4	52.3	51.6	52.1	44.8	12.5	

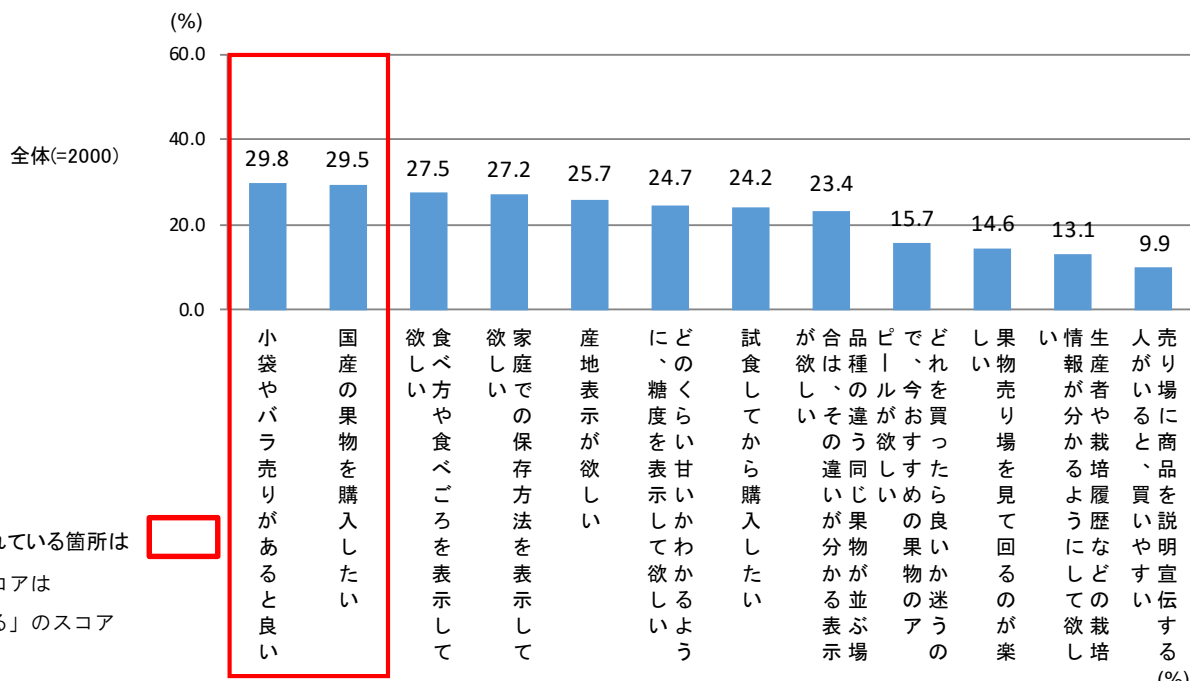
全体と比べて10ポイント以上高い。 全体と比べて5~10ポイント未満高い。
 全体と比べて10ポイント以上低い。 全体と比べて5~10ポイント未満低い。

④スーパーにおける果物販売についての印象

- 全体では「小袋やバラ売りがあると良い」「国産の果物を購入したい」が並んで高く、以下、「食べ方や食べごろを表示して欲しい」「家庭での保存方法を表示して欲しい」「産地表示が欲しい」など複数の項目が僅差で続いている。
- 平成30年度結果と比較すると、「どのくらい甘いかわかるように、糖度を表示して欲しい」の割合が目立って増加している。
- 性別で見ると、全項目で『女性』のスコアが『男性』を上回っている。
- 性別×年代で見ると、『女性20～30代』では「小袋やバラ売りがあると良い」が4割超に及んでいる。

Q26. スーパーにおける果物販売について、あなたに当てはまるものはどれですか。

それぞれひとつずつお選びください。(SA)



※コメントで触れている箇所は

※グラフのスコアは

「あてはまる」のスコア

		全体 (n=2000)	29.8	29.5	27.5	27.2	25.7	24.7	24.2	23.4	15.7	14.6	13.1	9.9
性別	男性 (n=1001)	21.9	22.9	20.6	21.4	19.5	19.5	21.0	19.5	14.7	11.7	11.8	9.5	
	女性 (n=999)	37.6	36.1	34.3	33.0	31.9	29.8	27.3	27.2	16.7	17.4	14.4	10.2	
年代	20代 (n=310)	37.7	29.7	34.8	35.2	24.5	29.0	28.1	32.3	24.5	22.6	21.6	15.2	
	30代 (n=390)	33.1	29.7	29.7	32.8	26.2	25.1	22.8	28.5	22.3	17.9	12.3	10.5	
	40代 (n=460)	27.2	29.1	25.7	23.0	23.9	19.8	23.7	22.2	14.1	12.2	9.6	8.3	
	50代 (n=387)	25.3	28.9	24.0	24.3	25.6	26.9	24.8	19.9	11.1	11.6	9.8	8.0	
	60代 (n=453)	27.8	30.0	25.2	23.6	28.0	24.3	22.5	17.0	9.5	11.0	14.3	8.8	
性別年代	男性20代 (n=158)	29.7	25.9	31.0	31.6	19.6	24.1	26.6	29.7	22.8	22.2	22.8	16.5	
	男性30代 (n=197)	23.9	23.9	21.8	25.9	20.3	18.8	20.3	22.8	20.3	12.7	12.2	11.2	
	男性40代 (n=232)	19.8	23.3	19.0	16.8	18.5	15.5	20.7	16.8	13.8	10.3	8.2	7.8	
	男性50代 (n=193)	20.7	21.8	19.7	19.2	18.7	25.9	24.9	17.6	12.4	8.8	9.3	7.8	
	男性60代 (n=221)	17.6	20.4	14.5	16.7	20.4	15.4	14.5	13.6	6.8	7.2	9.5	6.3	
	女性20代 (n=152)	46.1	33.6	38.8	38.8	29.6	34.2	29.6	34.9	26.3	23.0	20.4	13.8	
	女性30代 (n=193)	42.5	35.8	37.8	39.9	32.1	31.6	25.4	34.2	24.4	23.3	12.4	9.8	
	女性40代 (n=228)	34.6	35.1	32.5	29.4	29.4	24.1	26.8	27.6	14.5	14.0	11.0	8.8	
女性50代 (n=194)	29.9	36.1	28.4	29.4	32.5	27.8	24.7	22.2	9.8	14.4	10.3	8.2		
女性60代 (n=232)	37.5	39.2	35.3	30.2	35.3	32.8	30.2	20.3	12.1	14.7	19.0	11.2		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	34.5	37.5	36.2	30.2	34.5	32.3	33.6	31.0	26.3	28.4	21.6	20.7	
	100g～200g未満 (n=704)	31.5	33.9	32.5	32.5	30.3	28.3	26.8	27.6	17.8	19.2	15.6	10.5	
	100g未満 (n=631)	30.0	29.5	26.3	26.6	26.5	25.5	24.1	23.1	13.9	11.4	12.0	9.0	
平成30年度全体 (n=2000)		28.4	29.0	23.7	23.7	23.8	18.9	21.5	20.5	11.9	13.9	12.6	7.5	

全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑤ コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向

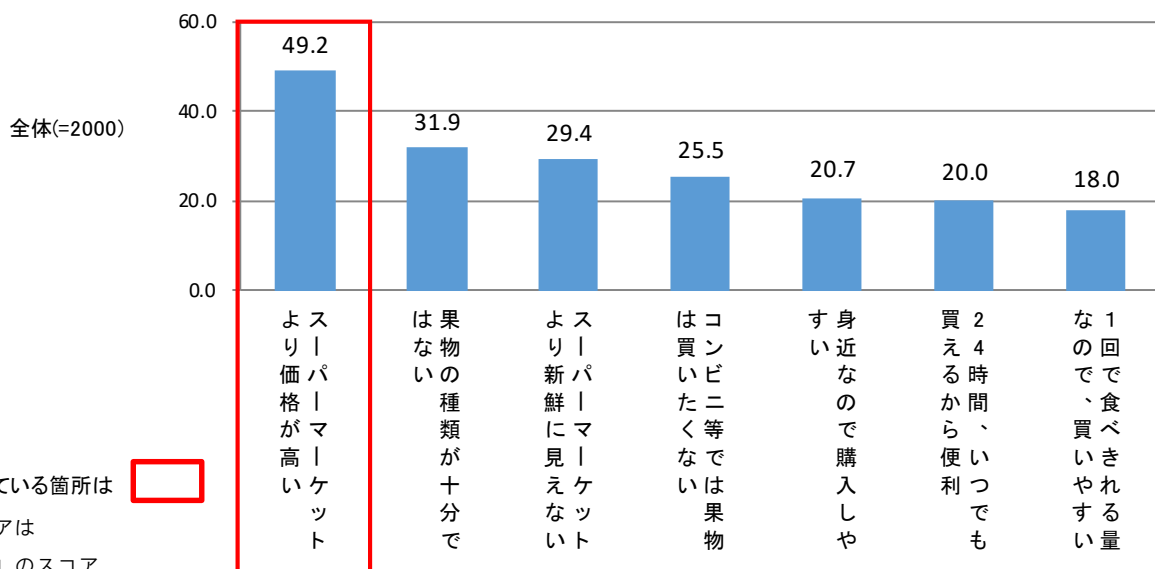
- 全体では、「スーパーマーケットより価格が高い」が最も高い。次いで、「果物の種類が十分ではない」と「スーパーマーケットより新鮮に見えない」が僅差で並ぶ。
- 平成30年度結果と比較すると、「スーパーマーケットより価格が高い」がやや増加。
- 性別でみると、『女性』では「スーパーマーケットより価格が高い」「果物の種類が十分ではない」が『男性』を大きく上回っている。
- 果物摂取量別にみると、摂取量が多いほど「身近なので購入しやすい」「24時間、いつでも買えるから便利」「1回で食べきれる量なので、買いやすい」といったポジティブな項目の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q27. コンビニエンスストアやミニスーパー等における果物販売についてどのように感じていますか。

それぞれ当てはまるものをお教えてください。

普段購入することがない方もイメージでお答えください。(SA)

(%)



※コメントで触れている箇所は



※グラフのスコアは

「あてはまる」のスコア

		全体 (n=2000)	49.2	31.9	29.4	25.5	20.7	20.0	18.0
性別	男性 (n=1001)	43.8	26.1	25.6	25.7	18.6	17.9	15.3	
	女性 (n=999)	54.6	37.6	33.1	25.3	22.8	22.1	20.7	
年代	20代 (n=310)	51.3	31.9	34.5	21.0	32.3	30.3	26.5	
	30代 (n=390)	49.5	28.5	31.3	19.5	23.8	26.2	23.3	
	40代 (n=460)	52.2	33.5	29.8	23.5	20.7	18.9	17.0	
	50代 (n=387)	47.5	30.2	27.9	31.0	16.0	14.7	13.4	
	60代 (n=453)	45.7	34.4	24.9	31.1	14.1	13.2	12.6	
性別年代	男性20代 (n=158)	43.7	28.5	31.6	24.1	27.2	27.8	25.3	
	男性30代 (n=197)	43.7	21.8	27.4	19.3	21.3	22.8	18.8	
	男性40代 (n=232)	46.6	27.6	25.9	25.0	16.8	16.8	13.4	
	男性50代 (n=193)	45.1	26.4	26.4	31.1	18.1	14.5	14.5	
	男性60代 (n=221)	39.8	26.2	18.6	28.5	12.2	10.4	7.7	
	女性20代 (n=152)	59.2	35.5	37.5	17.8	37.5	32.9	27.6	
	女性30代 (n=193)	55.4	35.2	35.2	19.7	26.4	29.5	28.0	
	女性40代 (n=228)	57.9	39.5	33.8	21.9	24.6	21.1	20.6	
女性50代 (n=194)	50.0	34.0	29.4	30.9	13.9	14.9	12.4		
女性60代 (n=232)	51.3	42.2	31.0	33.6	15.9	15.9	17.2		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	54.7	40.1	30.2	25.9	31.5	27.2	28.4	
	100g~200g未満 (n=704)	53.7	35.7	33.0	27.8	23.7	21.9	18.3	
	100g未満 (n=631)	49.3	32.5	29.3	26.5	18.2	17.7	16.0	
平成30年度全体 (n=2000)		46.7	31.7	29.5	24.2	19.0	20.9	16.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

(4) 果物の消費を増やすために まとめ

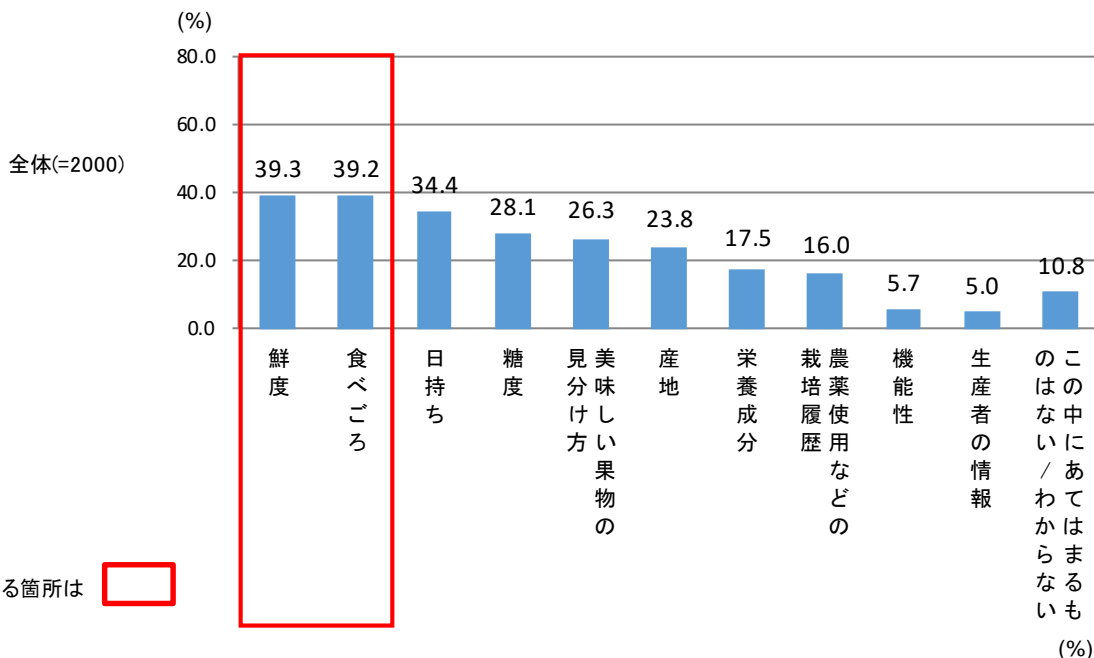
- 外観が悪くても割安な果物、手軽に食べやすい果物が求められている。
 - 女性は小ロットの販売を希望する人が多い。
 - スーパーにおける果物販売では、「糖度表示」のニーズが上昇。
 - コンビニにおける果物販売では、「スーパーマーケットより価格が高い」が突出して高く、特に女性では、「スーパーマーケットより価格が高い」「果物の種類が十分ではない」が男性を大きく上回っている。
-
- ・ 果物の消費を増やすための提供方法では、「多少外観は悪くても割安な果物」が36.9%で最も高く、次いで「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」が35.5%で続く。(p58)
 - ・ 女性では「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」の割合が男性を大きく上回っている。(p58)
 - ・ 果物摂取量が多いほど「農薬をできるだけ使っていない果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「産直、直売などによるより新鮮な果物」「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」「生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物」の割合が高くなる傾向が顕著である。(p58)
-
- ・ 果物の消費を増やすための販売方法では、「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」(22.7%)、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」(21.0%)、「美味しい果物の見分け方を表示して販売」(20.8%)が2割超。(p60)
 - ・ 女性では「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「その果物に含まれる栄養素を表示して販売」のスコアが男性を大きく上回っている。(p60)
-
- ・ 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法では、「果物を食べると『健康に良い』」が唯一8割を超えて最も高い。以下、「この果物は旬は今だ」「この果物は食べやすい」「この果物は『安心』、『安全』である」「果物を食べると『美肌に良い』」などが上位に挙がっている。(p62)
-
- ・ スーパーにおける果物販売についての印象では、「小袋やバラ売りがあると良い」「国産の果物を購入したい」がともに3割。以下、「食べ方や食べごろを表示して欲しい」「家庭での保存方法を表示して欲しい」「産地表示が欲しい」などが上位に挙がっている。(p64)
 - ・ 平成30年度調査と比較すると、「どのくらい甘いかわかるように、糖度を表示して欲しい」が目立って増加。(p64)
-
- ・ コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向では、「スーパーマーケットより価格が高い」が最も高い。次いで「果物の種類が十分ではない」「スーパーマーケットより新鮮に見えない」が僅差で並んでいる。(p65)
 - ・ 果物摂取量が多いほど、「身近なので購入しやすい」「24時間、いつでも買えるから便利」「1回で食べきれぬ量なので、買いやすい」といったポジティブな項目のスコアが高くなる傾向が顕著。(p65)

(5) 果物購入行動

①果物購入時の希望情報

- 全体では、「鮮度」と「食べごろ」がほぼ並んだ。次いで、「日持ち」「糖度」「美味しい果物の見分け方」「産地」の順が続いている。
- 性別でみると、『女性』では「農薬使用などの栽培履歴」が2割を超えており、『男性』を大きく上回っている。
- 年代別でみると、年代が低いほど「日持ち」の割合が高くなる傾向がみられる。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では、「産地」「農薬使用などの栽培履歴」「生産者の情報」の割合が、他の層より明らかに高い。

Q28. 果物を購入しようとする際に知りたいことは何ですか。上位3つまでお答え下さい。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2000)	39.3	39.2	34.4	28.1	26.3	23.8	17.5	16.0	5.7	5.0	10.8
性別	男性	(n=1001)	36.8	37.6	34.0	24.3	23.1	19.7	17.9	11.0	6.8	4.8	15.4	
	女性	(n=999)	41.8	40.7	34.8	31.8	29.4	27.9	17.0	21.0	4.6	5.2	6.1	
年代	20代	(n=310)	37.4	35.8	41.9	24.5	32.6	20.0	21.0	10.3	7.4	6.8	11.3	
	30代	(n=390)	36.4	39.2	39.0	21.8	29.2	18.2	25.4	14.6	7.9	4.4	11.0	
	40代	(n=460)	38.9	38.3	35.4	27.8	22.0	22.6	16.3	14.3	5.7	3.5	12.0	
	50代	(n=387)	37.2	40.6	30.5	34.4	25.8	27.9	14.0	15.5	4.7	4.9	9.6	
	60代	(n=453)	45.3	41.1	27.6	30.7	24.1	28.9	12.4	23.2	3.5	6.0	9.9	
性別年代	男性20代	(n=158)	39.2	31.0	36.1	24.7	22.8	20.9	22.8	7.6	10.8	7.6	15.2	
	男性30代	(n=197)	34.0	34.5	36.0	18.3	24.4	16.2	26.9	14.2	9.6	4.6	16.2	
	男性40代	(n=232)	37.1	38.4	32.8	26.7	17.7	15.9	16.8	8.2	7.8	2.6	15.5	
	男性50代	(n=193)	34.2	41.5	35.2	27.5	24.9	22.8	12.4	11.4	3.6	3.6	14.5	
	男性60代	(n=221)	39.4	40.7	30.8	24.0	26.2	23.1	12.2	13.1	3.2	6.3	15.4	
	女性20代	(n=152)	35.5	40.8	48.0	24.3	42.8	19.1	19.1	13.2	3.9	5.9	7.2	
	女性30代	(n=193)	38.9	44.0	42.0	25.4	34.2	20.2	23.8	15.0	6.2	4.1	5.7	
	女性40代	(n=228)	40.8	38.2	38.2	28.9	26.3	29.4	15.8	20.6	3.5	4.4	8.3	
果物摂取量	200g以上	(n=232)	41.8	39.7	27.2	31.9	27.6	32.3	15.9	22.0	3.0	11.2	5.6	
	100g~200g未満	(n=704)	44.3	42.0	32.1	30.5	27.8	27.3	20.9	18.8	7.7	5.0	5.3	
	100g未満	(n=631)	40.7	39.0	38.4	27.9	27.4	23.5	17.3	15.2	5.5	4.1	7.4	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

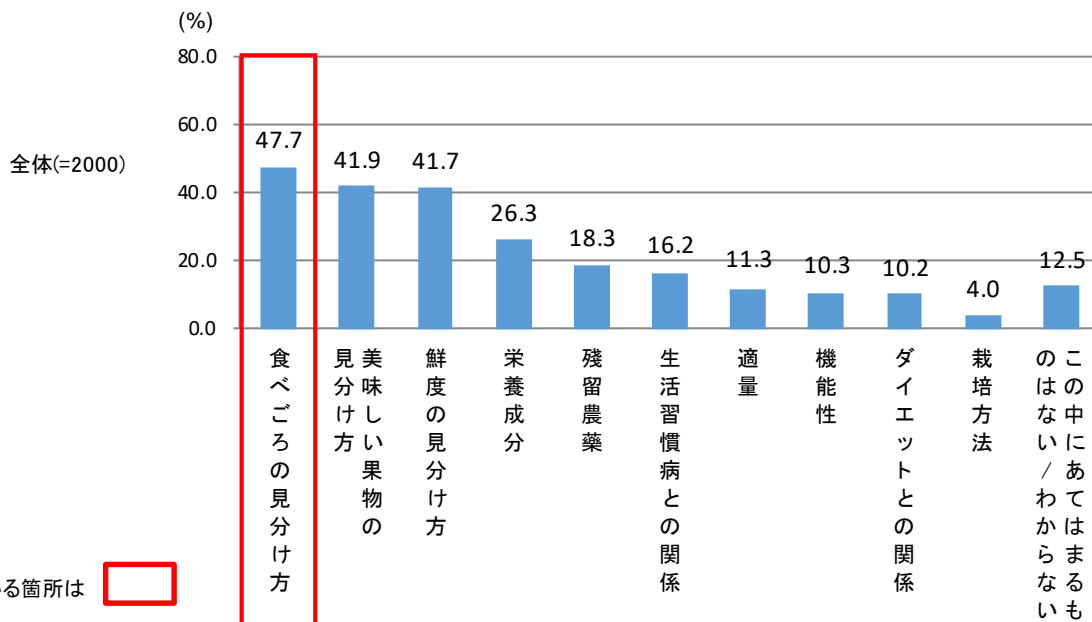
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

②果物についての希望情報

- 全体では、「食べごろの見分け方」が最も高い。次いで、「美味しい果物の見分け方」「鮮度の見分け方」が続いている。
- 性別でみると、『女性』では「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」「残留農薬」の割合が、『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、年代が高いほど「残留農薬」の割合が高く、『60代』では3割近くにのぼる。
- 果物摂取量別にみると、『200g以上』の層では、「残留農薬」の割合が他の層より高い。

Q29. 果物について知っておきたいことは何ですか。上位3つまでお答え下さい。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2000)	47.7	41.9	41.7	26.3	18.3	16.2	11.3	10.3	10.2	4.0	12.5
性別	男性	(n=1001)	42.6	36.3	38.3	24.7	12.8	18.0	12.7	12.1	9.5	3.9	17.6	
	女性	(n=999)	52.8	47.5	45.1	27.8	23.8	14.4	9.9	8.5	10.9	4.0	7.4	
年代	20代	(n=310)	44.5	45.8	39.0	28.4	8.1	14.2	14.2	13.9	15.5	4.5	12.6	
	30代	(n=390)	47.4	38.5	37.9	30.3	14.6	18.2	10.8	11.0	16.2	5.1	13.3	
	40代	(n=460)	46.3	39.6	41.7	26.5	18.3	14.8	10.4	8.0	9.1	2.6	14.3	
	50代	(n=387)	49.6	42.6	39.0	25.3	18.9	16.5	11.1	10.6	8.0	5.4	12.1	
	60代	(n=453)	49.7	43.9	49.0	21.9	28.0	17.0	10.8	9.3	4.4	2.6	10.2	
性別年代	男性20代	(n=158)	37.3	37.3	38.0	31.6	5.7	15.8	16.5	17.7	10.1	7.0	15.8	
	男性30代	(n=197)	39.6	34.0	34.0	27.4	13.2	20.8	10.7	14.7	15.7	5.1	19.3	
	男性40代	(n=232)	39.7	32.8	37.9	26.7	12.5	17.7	12.9	7.8	10.3	1.3	19.0	
	男性50代	(n=193)	45.1	35.8	32.1	20.7	11.9	19.2	13.0	14.0	7.8	4.1	18.7	
	男性60代	(n=221)	49.8	41.6	48.0	18.6	18.6	16.3	11.3	8.6	4.1	3.2	14.9	
	女性20代	(n=152)	52.0	54.6	40.1	25.0	10.5	12.5	11.8	9.9	21.1	2.0	9.2	
	女性30代	(n=193)	55.4	43.0	42.0	33.2	16.1	15.5	10.9	7.3	16.6	5.2	7.3	
	女性40代	(n=228)	53.1	46.5	45.6	26.3	24.1	11.8	7.9	8.3	7.9	3.9	9.6	
果物摂取量	200g以上	(n=232)	50.0	46.6	44.0	26.3	24.1	15.1	13.8	8.2	10.8	7.8	6.5	
	100g~200g未満	(n=704)	49.4	44.3	45.6	30.7	20.7	19.9	12.5	12.4	10.4	4.7	5.7	
	100g未満	(n=631)	51.2	43.1	43.6	27.3	17.6	15.1	10.6	9.8	10.3	3.3	10.1	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

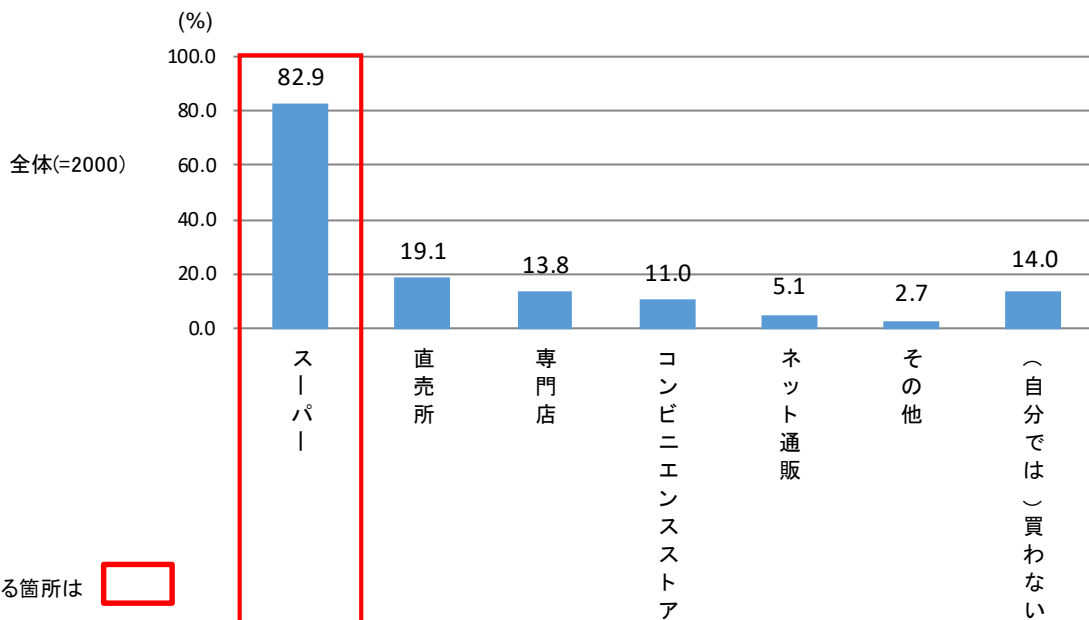
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

③果物の購入場所

- 全体では、「スーパー」が突出して高い。次いで、「直売所」「専門店」「コンビニエンスストア」の順が続いている。
- 性別で見ると、『女性』では「スーパー」が9割近くに及んでいる。一方、『男性』では、「買わない」人が2割存在している点が注目される。
- 年代別で見ると、『20代』では「コンビニエンスストア」が2割。また、『60代』では「直売所」が2割台後半と他の年代より高い。
- 果物摂取量別にみると、摂取量が多いほど「直売所」「専門店」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q30. あなたは、果物を主にどこで購入しますか。上位3つまでお答え下さい。(MA)



※コメントで触れている箇所は

		全体	男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代	男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代	200g以上	100g~200g未満	100g未満
		(n=2000)	(n=1001)	(n=999)	(n=310)	(n=390)	(n=460)	(n=387)	(n=453)	(n=158)	(n=197)	(n=232)	(n=193)	(n=221)	(n=152)	(n=193)	(n=228)	(n=194)	(n=232)	(n=232)	(n=704)	(n=631)
		82.9	77.7	88.1	77.4	83.6	81.5	83.2	87.2	72.2	79.2	76.3	79.8	80.1	82.9	88.1	86.8	86.6	94.0	90.1	92.9	86.1
		19.1	17.6	20.5	13.9	16.4	16.3	19.9	26.9	13.3	13.2	15.5	18.1	26.2	14.5	19.7	17.1	21.6	27.6	29.7	25.6	15.7
		13.8	14.9	12.6	13.9	15.1	9.8	14.0	16.3	16.5	19.3	10.8	14.0	14.9	11.2	10.9	8.8	13.9	17.7	27.2	20.2	8.4
		11.0	13.9	8.0	20.0	13.8	8.7	8.8	6.4	23.4	15.2	12.5	11.9	9.0	16.4	12.4	4.8	5.7	3.9	15.5	13.4	8.4
		5.1	4.2	5.9	2.9	4.6	4.8	5.7	6.6	1.9	4.1	3.9	5.2	5.4	3.9	5.2	5.7	6.2	7.8	10.8	6.5	3.8
		2.7	1.1	4.2	0.6	1.3	2.8	3.6	4.2	0.0	0.0	1.7	1.6	1.8	1.3	2.6	3.9	5.7	6.5	3.4	3.1	2.4
		14.0	19.7	8.2	19.4	14.6	15.4	12.4	9.5	24.1	20.3	21.6	17.6	15.8	14.5	8.8	9.2	7.2	3.4	4.7	10.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

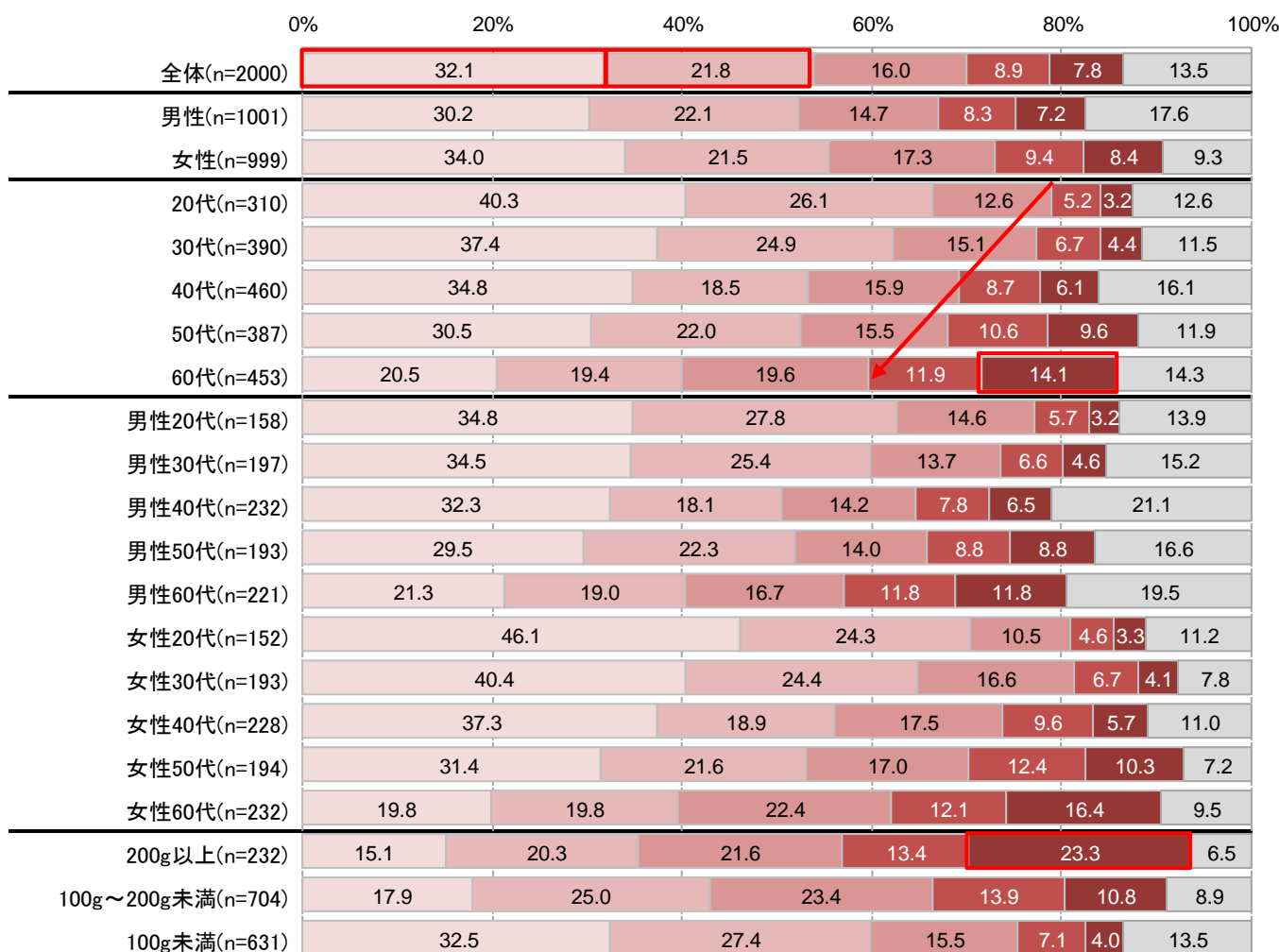
④-1 食品への支出額【果物】

- 全体では、「0～500円未満」が3割台前半で最も高い。次いで、「500円以上～1,000円未満」が2割台前半で続いており、1,000円未満が半数超を占めた。
- 年代別で見ると、高年代ほど金額は上昇し、『60代』では「3,000円以上」が1割を超えている。
- 果物摂取量別にみると、『200g以上』の層では、当然のことながら支出額も高く、「3,000円以上」が2割を超えている。

Q31. あなたは、以下のそれぞれについて、
自分で食べる分にひと月でいくぐらい支出していますか。(税込) (SA)

※コメントで触れている箇所は

0～500円未満
 500円以上～1,000円未満
 1,000円以上～2,000円未満
 2,000円以上～3,000円未満
 3,000円以上
 わからない



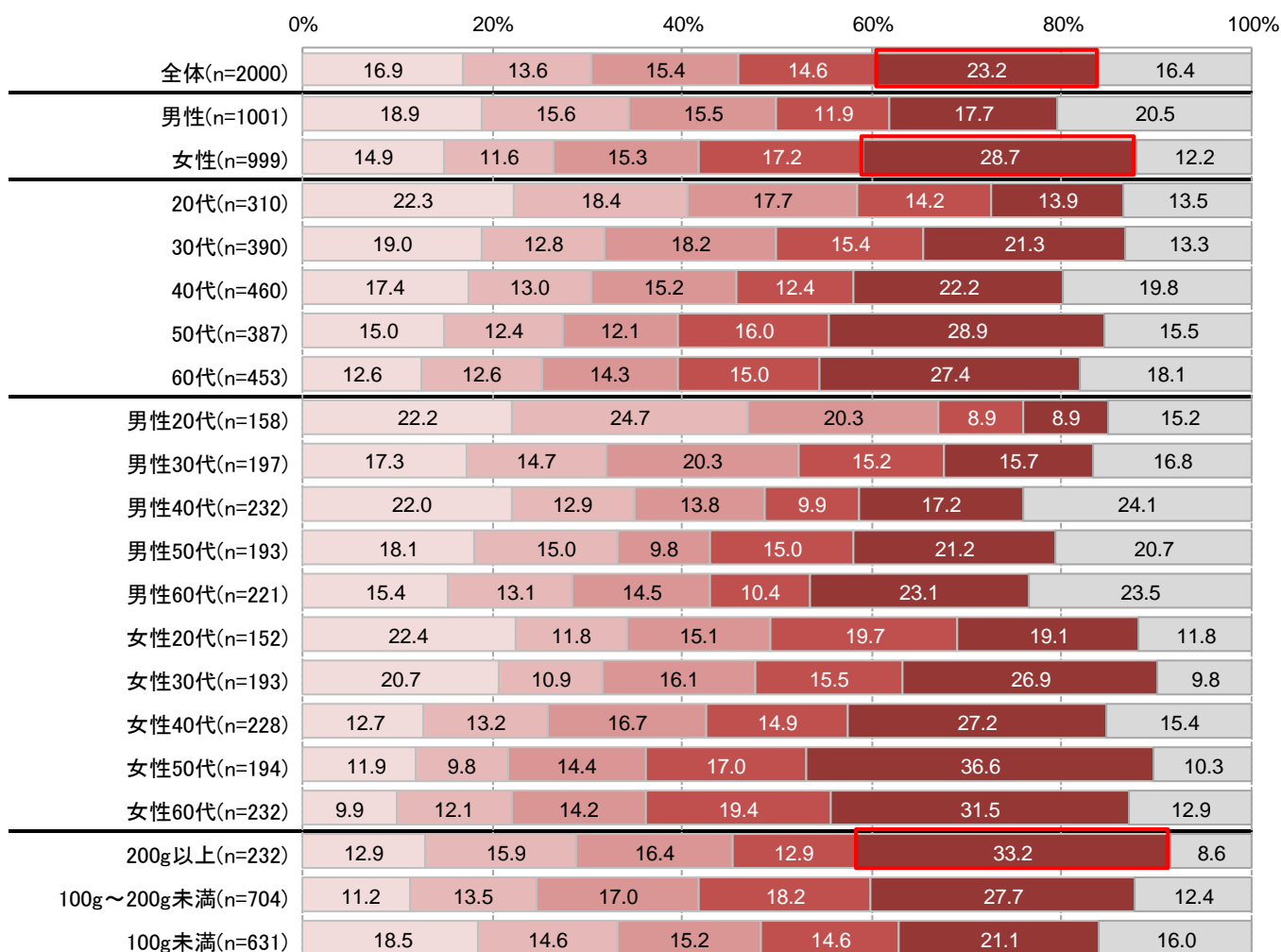
④-2 食品への支出額【野菜】

- 全体では、「3,000円以上」が2割台前半で最も高い。次いで、「0~500円未満」「1,000円以上~2,000円未満」「2,000円以上~3,000円未満」「500円以上~1,000円未満」がいずれも1割台半ばで、個人差が大きいことがうかがわれる。
- 性別で見ると、『男性』より『女性』の支出額が高い傾向が明らかであり、『女性』の3割近くが「3,000円以上」支出している。
- 果物摂取量別にみると、『200g以上』の層では、野菜への支出額も高い傾向であり、「3,000円以上」が3割を超えている。

Q31. あなたは、以下のそれぞれについて、
自分で食べる分にひと月でいくぐらい支出していますか。(税込) (SA)

※コメントで触れている箇所は

0~500円未満
 500円以上~1,000円未満
 1,000円以上~2,000円未満
 2,000円以上~3,000円未満
 3,000円以上
 わからない



④-3 食品への支出額【菓子】

- 全体では、「0～500円未満」「500円以上～1,000円未満」が2割台半ばでほぼ並んでおり、1,000円未満が半数近くを占めた。
- 年代別で見ると、『50～60代』では「2,000円以上～3,000円未満」「3,000円以上」の合計が2割を超えている。
- 果物摂取量別にみると、『200g以上』の層では、菓子への支出額も高い傾向であり、「2,000円以上～3,000円未満」「3,000円以上」の合計が3割近くに及んでいる。

Q31. あなたは、以下のそれぞれについて、
自分で食べる分にひと月でいくぐらい支出していますか。(税込)(SA)

※コメントで触れている箇所は

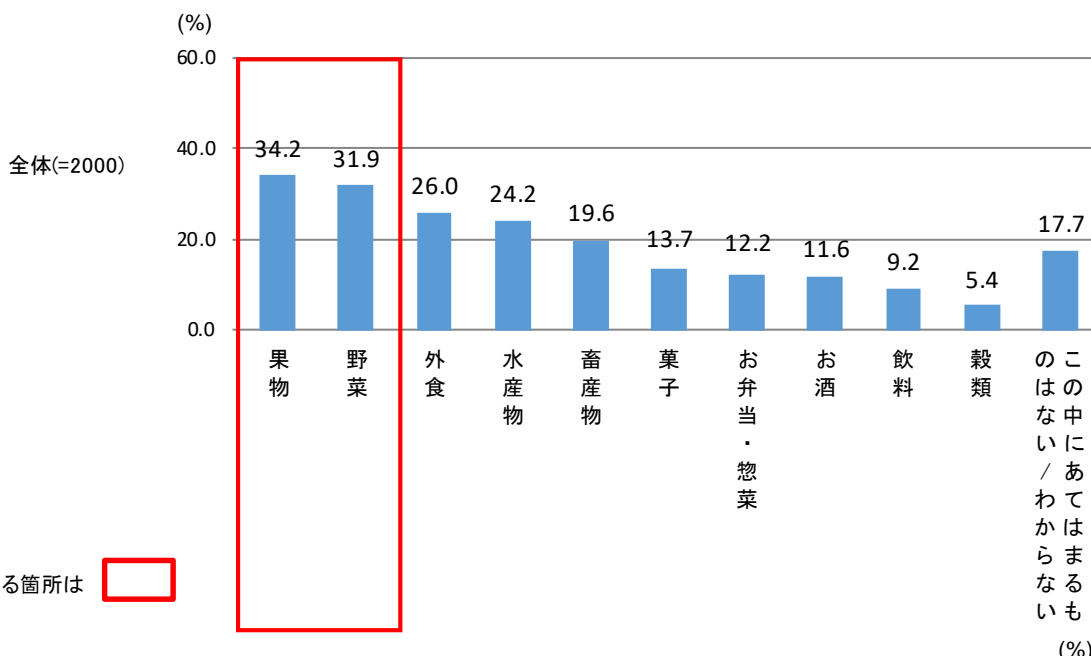
0～500円未満
 500円以上～1,000円未満
 1,000円以上～2,000円未満
 2,000円以上～3,000円未満
 3,000円以上
 わからない



⑤-1 食費に使える金額が1割程度増える場合に支出したいもの

- 全体では、「果物」が3割台半ばで最も高く、「野菜」が3割台前半で差がなく続く。以下、「外食」「水産物」「畜産物」の順となった。
- 性別で見ると、『女性』では「果物」「野菜」の割合が、『男性』より顕著に高い。一方、『男性』では「お弁当・惣菜」「お酒」「飲料」の割合が『女性』より高い。
- 年代別にみると、『60代』では「水産物」の割合が3割を超えており、他の年代より高い。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど「果物」の割合が高くなる傾向が明らかであり、『200g以上』の層では5割に及んでいる。

Q32. 食費に使える金額が以下ようになった場合の、あなたのお考えをお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



全体		(n=2000)	34.2	31.9	26.0	24.2	19.6	13.7	12.2	11.6	9.2	5.4	17.7
性別	男性	(n=1001)	28.5	25.1	25.6	20.4	15.7	13.7	15.6	15.1	12.8	4.3	20.6
	女性	(n=999)	39.8	38.6	26.3	28.0	23.4	13.7	8.7	8.1	5.6	6.4	14.7
年代	20代	(n=310)	35.8	33.2	28.7	19.4	15.2	16.8	15.2	16.1	10.6	4.5	17.1
	30代	(n=390)	35.9	30.8	31.5	21.8	14.9	13.3	14.6	8.7	12.6	5.9	15.9
	40代	(n=460)	30.4	28.9	26.7	21.5	19.1	15.4	13.9	12.0	9.3	5.2	18.7
	50代	(n=387)	31.3	33.6	24.5	24.3	21.4	15.0	11.1	12.4	8.0	5.2	18.3
	60代	(n=453)	37.7	33.3	19.6	32.2	25.4	9.1	7.1	9.9	6.2	5.7	17.9
性別年代	男性20代	(n=158)	30.4	23.4	25.9	17.1	10.8	15.8	17.7	20.3	12.7	1.9	24.7
	男性30代	(n=197)	29.9	24.4	32.0	18.8	11.7	11.7	20.8	12.7	16.8	6.1	16.8
	男性40代	(n=232)	24.6	22.0	26.3	17.7	17.2	17.2	16.8	13.8	12.5	3.4	20.7
	男性50代	(n=193)	25.9	27.5	25.4	22.3	16.6	14.0	14.5	17.1	13.5	5.2	19.2
	男性60代	(n=221)	32.1	28.1	19.0	25.3	20.4	10.0	9.0	13.1	9.0	4.5	22.2
	女性20代	(n=152)	41.4	43.4	31.6	21.7	19.7	17.8	12.5	11.8	8.6	7.2	9.2
	女性30代	(n=193)	42.0	37.3	31.1	24.9	18.1	15.0	8.3	4.7	8.3	5.7	15.0
	女性40代	(n=228)	36.4	36.0	27.2	25.4	21.1	13.6	11.0	10.1	6.1	7.0	16.7
	女性50代	(n=194)	36.6	39.7	23.7	26.3	26.3	16.0	7.7	7.7	2.6	5.2	17.5
女性60代	(n=232)	43.1	38.4	20.3	38.8	30.2	8.2	5.2	6.9	3.4	6.9	13.8	
果物摂取量	200g以上	(n=232)	49.6	40.5	23.3	25.4	19.4	14.7	7.8	12.9	11.6	8.2	7.3
	100g~200g未満	(n=704)	45.0	33.7	28.3	26.1	21.0	15.5	12.4	11.8	10.5	4.3	10.7
	100g未満	(n=631)	31.5	32.5	24.4	26.1	20.1	11.9	11.3	9.5	7.1	5.9	20.9

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

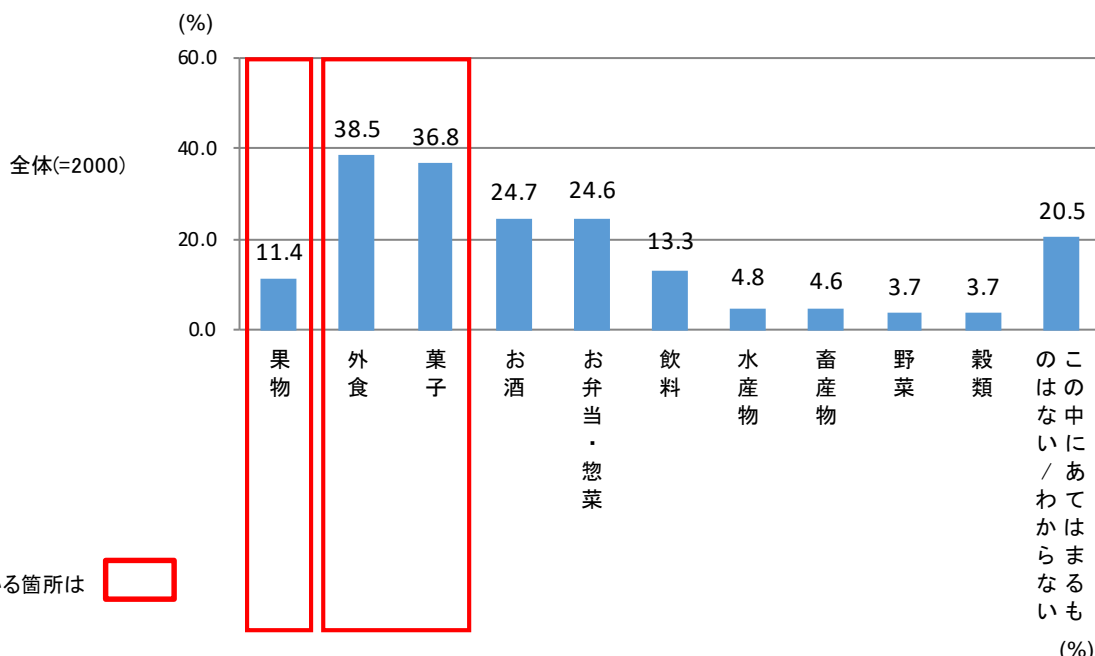
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑤-2 食費に使える金額が1割程度減ってしまう場合に減らしたいもの

- 全体では、「外食」が4割弱で最も高く、次いで、「菓子」が3割台後半で差がなく続く。以下、「お酒」「お弁当・惣菜」が2割台半ばで続いており、「果物」は1割強にとどまった。
- 性別でみると、『女性』では「菓子」「お弁当・惣菜」の割合が『男性』を大きく上回っている。

Q32. 食費に使える金額が以下になった場合の、あなたのお考えをお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2000)	11.4	38.5	36.8	24.7	24.6	13.3	4.8	4.6	3.7	3.7	20.5
性別	男性	(n=1001)	9.8	36.1	30.3	24.5	18.4	13.4	5.4	4.6	4.8	4.2	24.3	
	女性	(n=999)	13.0	40.8	43.3	24.9	30.8	13.1	4.2	4.5	2.6	3.1	16.7	
年代	20代	(n=310)	11.9	39.7	35.5	26.5	26.1	10.3	4.2	4.5	5.2	3.2	21.3	
	30代	(n=390)	13.1	41.5	36.9	26.9	24.9	13.3	4.4	3.6	4.6	2.8	18.2	
	40代	(n=460)	10.0	37.6	35.2	23.9	24.6	13.5	4.8	3.7	2.4	4.3	22.0	
	50代	(n=387)	14.0	34.9	37.0	22.0	24.8	12.1	5.2	5.4	4.1	4.1	22.5	
	60代	(n=453)	8.8	38.9	39.1	24.7	23.2	15.9	5.3	5.5	2.9	3.5	18.8	
性別年代	男性20代	(n=158)	8.9	36.1	21.5	24.7	17.7	7.0	7.0	6.3	7.6	4.4	29.7	
	男性30代	(n=197)	10.2	37.1	35.5	26.9	17.8	13.7	6.1	4.6	4.6	3.6	21.3	
	男性40代	(n=232)	9.1	34.5	31.0	22.8	19.8	13.4	4.3	2.6	3.0	4.3	24.1	
	男性50代	(n=193)	11.9	35.2	27.5	22.3	19.2	15.0	4.7	5.2	6.2	6.2	24.9	
	男性60代	(n=221)	9.0	37.6	33.5	25.8	17.2	16.3	5.4	5.0	3.6	2.7	22.6	
	女性20代	(n=152)	15.1	43.4	50.0	28.3	34.9	13.8	1.3	2.6	2.6	2.0	12.5	
	女性30代	(n=193)	16.1	46.1	38.3	26.9	32.1	13.0	2.6	2.6	4.7	2.1	15.0	
	女性40代	(n=228)	11.0	40.8	39.5	25.0	29.4	13.6	5.3	4.8	1.8	4.4	19.7	
	女性50代	(n=194)	16.0	34.5	46.4	21.6	30.4	9.3	5.7	5.7	2.1	2.1	20.1	
女性60代	(n=232)	8.6	40.1	44.4	23.7	28.9	15.5	5.2	6.0	2.2	4.3	15.1		
果物摂取量	200g以上	(n=232)	12.9	41.4	36.2	27.6	27.2	16.4	5.2	5.2	5.6	6.0	11.2	
	100g~200g未満	(n=704)	11.4	41.3	41.5	28.8	27.1	14.8	5.0	5.8	3.8	3.7	14.6	
	100g未満	(n=631)	10.9	38.5	38.0	24.1	24.9	13.8	4.1	3.5	2.2	3.2	22.3	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

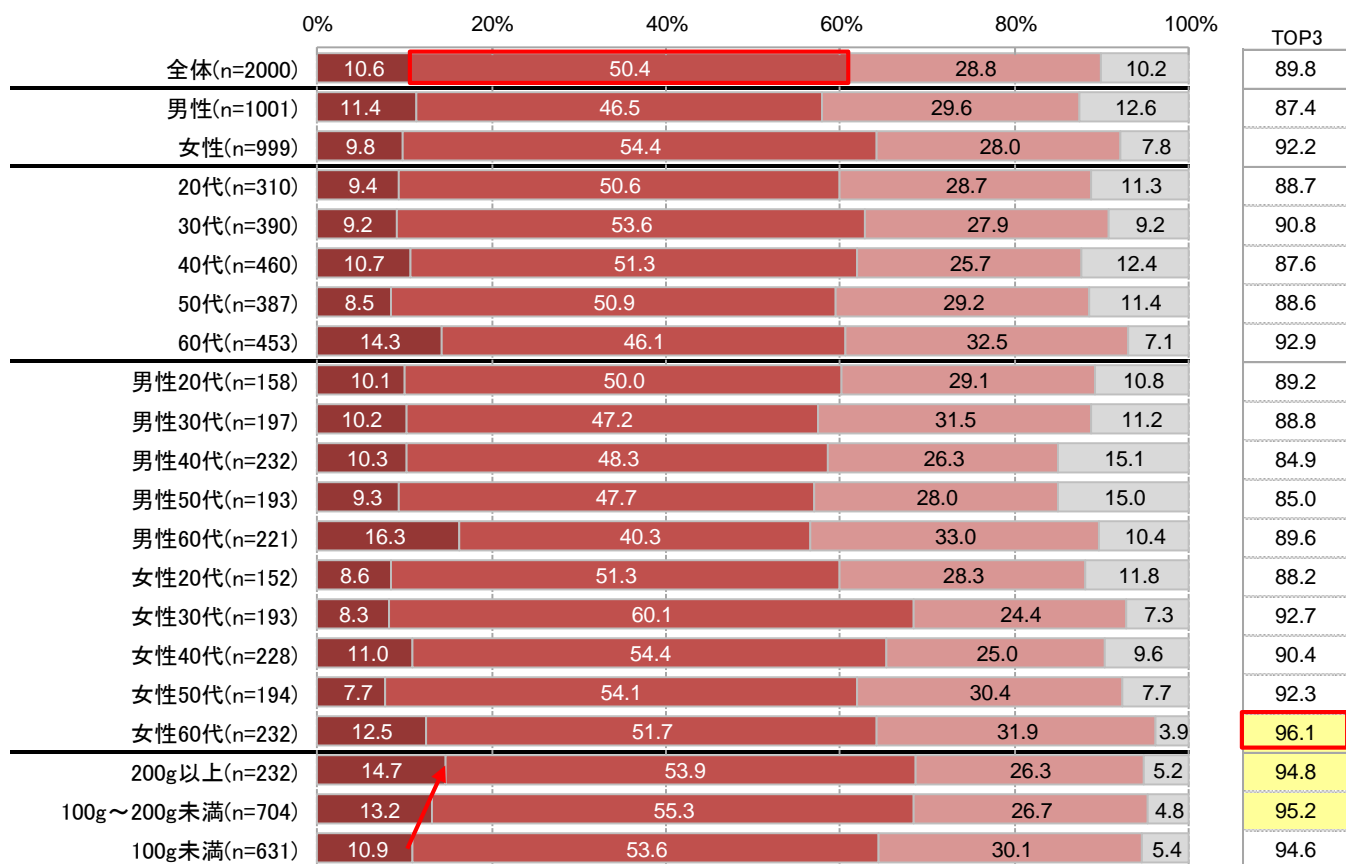
⑥輸入果物の購入

- 全体では、「時々購入している」が5割を占め、最も高い。「国際果物がないときに買っている」が3割弱、「いつも買っている」が1割強で、9割が輸入果物を購入している。
- 性別×年代で見ると、『女性60代』では、輸入果物を購入している割合が9割台半ばに及ぶ。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど、「いつも買っている」割合が高くなる傾向がみられる。

Q33. あなたは、輸入果物を購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■いつも買っている ■時々購入している ■国産果物がないときに買っている ■その他



※TOP3:「いつも買っている」+「時々購入している」+「国産果物がないときに買っている」

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

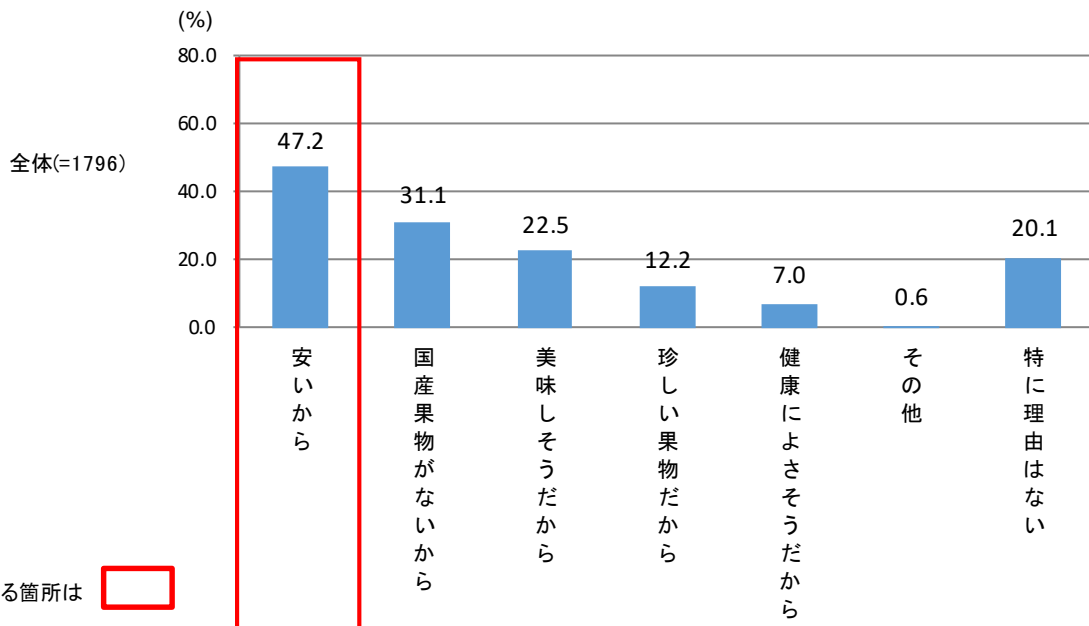
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑦輸入果物の購入理由〔輸入果物購入層〕

- 全体では、「安いから」が4割後半で最も高い。次いで、「国産果物がないから」「美味しそうだから」の順で続く。
- 性別で見ると、『女性』では「国産果物がないから」が男性より顕著に高い。
- 年代別で見ると、高年代ほど「国産果物がないから」の割合が高くなる傾向であり、『60代』では4割にのぼる。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど、「美味しそうだから」「珍しい果物だから」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q34. あなたが輸入果物を購入する理由は何ですか。上位3つまでお答え下さい。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=1796)	47.2	31.1	22.5	12.2	7.0	0.6	20.1
性別	男性	(n=875)	49.3	26.2	21.8	13.5	7.4	0.5	22.1	
	女性	(n=921)	45.2	35.8	23.1	11.0	6.5	0.7	18.2	
年代	20代	(n=275)	49.1	21.8	22.2	13.5	9.1	0.4	21.1	
	30代	(n=354)	50.6	26.6	24.6	11.3	8.2	0.8	20.3	
	40代	(n=403)	46.9	29.5	21.1	10.2	4.5	0.5	21.1	
	50代	(n=343)	50.1	34.4	23.6	10.5	6.1	1.2	19.2	
	60代	(n=421)	40.9	39.9	21.4	15.4	7.6	0.0	19.0	
性別年代	男性20代	(n=141)	46.8	16.3	24.8	17.7	12.1	0.7	22.0	
	男性30代	(n=175)	49.7	21.7	24.6	12.0	8.6	1.1	22.9	
	男性40代	(n=197)	48.2	24.9	18.8	10.7	4.1	0.0	23.9	
	男性50代	(n=164)	56.7	30.5	22.6	11.6	6.7	0.6	20.1	
	男性60代	(n=198)	45.5	34.8	19.7	16.2	7.1	0.0	21.2	
	女性20代	(n=134)	51.5	27.6	19.4	9.0	6.0	0.0	20.1	
	女性30代	(n=179)	51.4	31.3	24.6	10.6	7.8	0.6	17.9	
	女性40代	(n=206)	45.6	34.0	23.3	9.7	4.9	1.0	18.4	
	女性50代	(n=179)	44.1	38.0	24.6	9.5	5.6	1.7	18.4	
女性60代	(n=223)	36.8	44.4	22.9	14.8	8.1	0.0	17.0		
果物摂取量	200g以上	(n=220)	47.7	37.7	32.7	19.5	11.4	0.5	11.8	
	100g~200g未満	(n=670)	47.0	38.2	25.8	15.5	8.8	0.4	14.2	
	100g未満	(n=597)	48.6	29.3	19.9	9.4	6.4	0.7	20.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

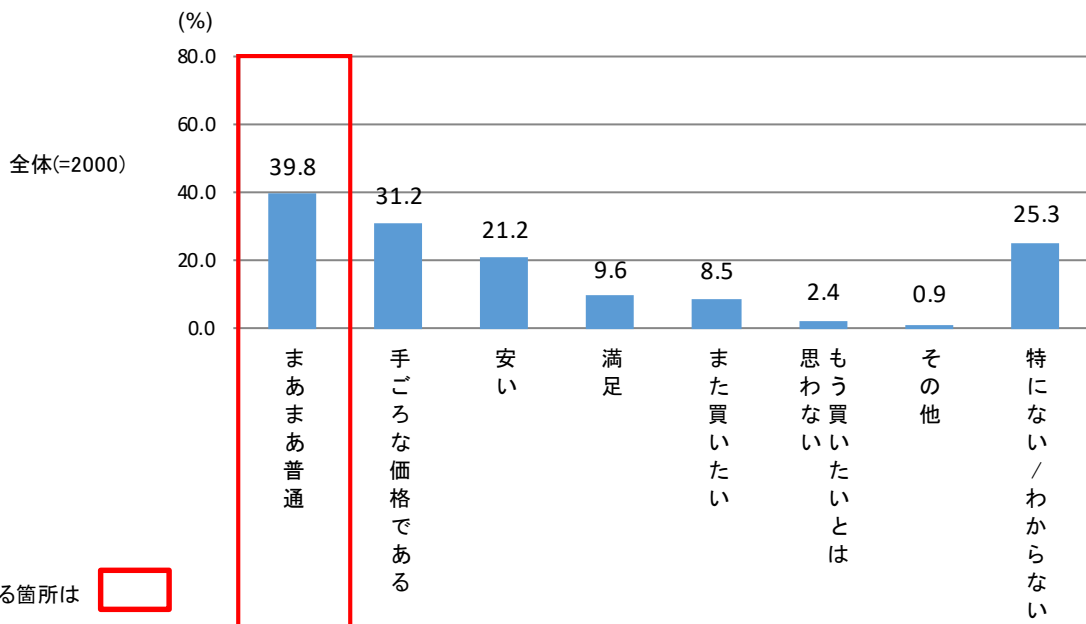
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑧輸入果物の印象

- 全体では、「まあまあ普通」が4割で最も高い。次いで、「手ごろな価格である」が3割強、「安い」が2割強で続く。
- 性別で見ると、『男性』では「安い」が『女性』より高く、『女性』では「まあまあ普通」が『男性』より高い。
- 年代別にみると、『60代』では「まあまあ普通」が4割台半ばと高い。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど、「安い」「満足」が高くなる傾向が見られる。

Q35. 輸入果物の印象はどうか。上位3つまでお答え下さい。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2000)	39.8	31.2	21.2	9.6	8.5	2.4	0.9	25.3
性別	男性	(n=1001)	37.4	30.2	24.1	10.6	9.1	1.8	0.9	27.4	
	女性	(n=999)	42.2	32.2	18.2	8.5	7.8	3.0	0.9	23.1	
年代	20代	(n=310)	41.3	28.1	25.5	12.9	6.5	1.6	0.3	23.9	
	30代	(n=390)	36.2	32.8	22.8	12.8	6.7	2.1	1.3	23.3	
	40代	(n=460)	37.6	30.7	19.1	8.3	6.7	3.0	0.2	27.8	
	50代	(n=387)	38.2	31.0	19.9	7.2	10.6	2.3	1.3	26.4	
	60代	(n=453)	45.5	32.7	19.9	7.7	11.3	2.6	1.3	24.3	
性別年代	男性20代	(n=158)	37.3	31.0	29.1	17.7	9.5	1.3	0.6	22.8	
	男性30代	(n=197)	34.5	31.0	23.4	11.7	5.6	1.0	1.0	28.4	
	男性40代	(n=232)	33.6	28.4	24.1	9.1	7.3	1.7	0.4	30.6	
	男性50代	(n=193)	35.8	32.1	24.4	8.3	12.4	2.6	0.5	26.9	
	男性60代	(n=221)	45.2	29.0	20.8	8.1	10.9	2.3	1.8	26.7	
	女性20代	(n=152)	45.4	25.0	21.7	7.9	3.3	2.0	0.0	25.0	
	女性30代	(n=193)	37.8	34.7	22.3	14.0	7.8	3.1	1.6	18.1	
	女性40代	(n=228)	41.7	32.9	14.0	7.5	6.1	4.4	0.0	25.0	
	女性50代	(n=194)	40.7	29.9	15.5	6.2	8.8	2.1	2.1	25.8	
女性60代	(n=232)	45.7	36.2	19.0	7.3	11.6	3.0	0.9	22.0		
果物摂取量	200g以上	(n=232)	46.6	32.3	24.6	16.4	12.1	3.0	0.4	12.5	
	100g~200g未満	(n=704)	47.6	34.9	22.3	11.1	11.4	2.3	1.1	16.2	
	100g未満	(n=631)	41.8	33.8	19.2	9.2	7.4	2.4	1.3	23.9	
輸入果物	購入あり	(n=1796)	43.5	33.6	22.5	10.5	9.4	1.6	0.7	20.2	
	購入なし	(n=204)	6.9	9.8	9.3	1.5	0.5	9.8	2.5	69.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

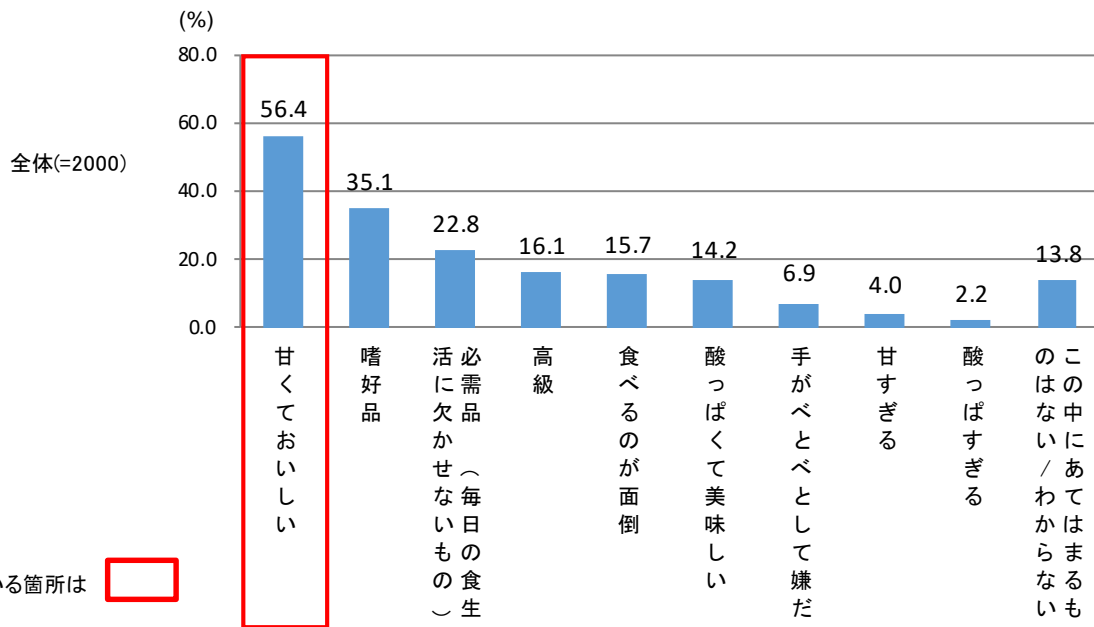
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑨果物のイメージ

- 全体では、「甘くておいしい」が5割台半ばで最も高い。次いで、「嗜好品」が3割台半ばで続いており、2割台前半にとどまった「必需品」を上回っている。
- 性別で見ると、『女性』では「甘くておいしい」「嗜好品」が『男性』より明らかに高い。
- 年代別で見ると、『60代』で「必需品」が3割を超えている点が注目される。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層で「必需品」の割合が4割を超えているのに対し、『100g未満』の層では2割未満にとどまっている。

Q36. 果物と聞いて、あなたはどんなイメージを持ちますか。上位3つまでお答え下さい。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体 (n=2000)	56.4	35.1	22.8	16.1	15.7	14.2	6.9	4.0	2.2	13.8
性別	男性 (n=1001)	53.5	32.5	21.3	13.9	15.1	14.9	5.5	4.2	2.2	16.8	
	女性 (n=999)	59.2	37.6	24.3	18.3	16.3	13.4	8.2	3.8	2.2	10.8	
年代	20代 (n=310)	63.9	32.3	18.1	22.6	18.4	15.5	10.6	3.2	3.5	11.3	
	30代 (n=390)	56.4	34.4	16.4	17.2	18.2	13.8	8.2	3.1	2.1	16.4	
	40代 (n=460)	52.8	33.5	19.1	18.0	16.3	11.3	8.5	3.9	2.2	16.1	
	50代 (n=387)	53.7	34.9	25.1	14.2	15.5	12.4	4.4	4.9	3.1	13.7	
	60代 (n=453)	57.0	39.3	33.3	10.4	11.3	17.9	3.5	4.6	0.7	11.0	
性別年代	男性20代 (n=158)	58.2	31.6	18.4	17.7	19.0	17.1	7.6	3.2	3.2	15.2	
	男性30代 (n=197)	53.8	32.5	15.7	14.2	16.2	14.7	7.1	4.1	2.5	20.3	
	男性40代 (n=232)	52.2	29.3	17.7	14.2	14.7	12.9	6.5	3.0	2.6	19.4	
	男性50代 (n=193)	51.8	33.2	22.8	14.5	16.6	12.4	3.6	5.2	2.6	15.5	
	男性60代 (n=221)	52.9	35.7	30.8	10.0	10.4	17.6	3.2	5.4	0.5	13.1	
	女性20代 (n=152)	69.7	32.9	17.8	27.6	17.8	13.8	13.8	3.3	3.9	7.2	
	女性30代 (n=193)	59.1	36.3	17.1	20.2	20.2	13.0	9.3	2.1	1.6	12.4	
	女性40代 (n=228)	53.5	37.7	20.6	21.9	18.0	9.6	10.5	4.8	1.8	12.7	
女性50代 (n=194)	55.7	36.6	27.3	13.9	14.4	12.4	5.2	4.6	3.6	11.9		
女性60代 (n=232)	60.8	42.7	35.8	10.8	12.1	18.1	3.9	3.9	0.9	9.1		
果物摂取量	200g以上 (n=232)	65.5	37.9	43.1	17.2	6.0	19.0	1.7	3.9	1.3	3.9	
	100g~200g未満 (n=704)	65.5	38.9	33.1	12.8	13.4	19.9	4.3	3.4	1.7	7.8	
	100g未満 (n=631)	57.5	35.7	17.9	16.2	14.4	11.9	7.1	3.6	1.9	13.5	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

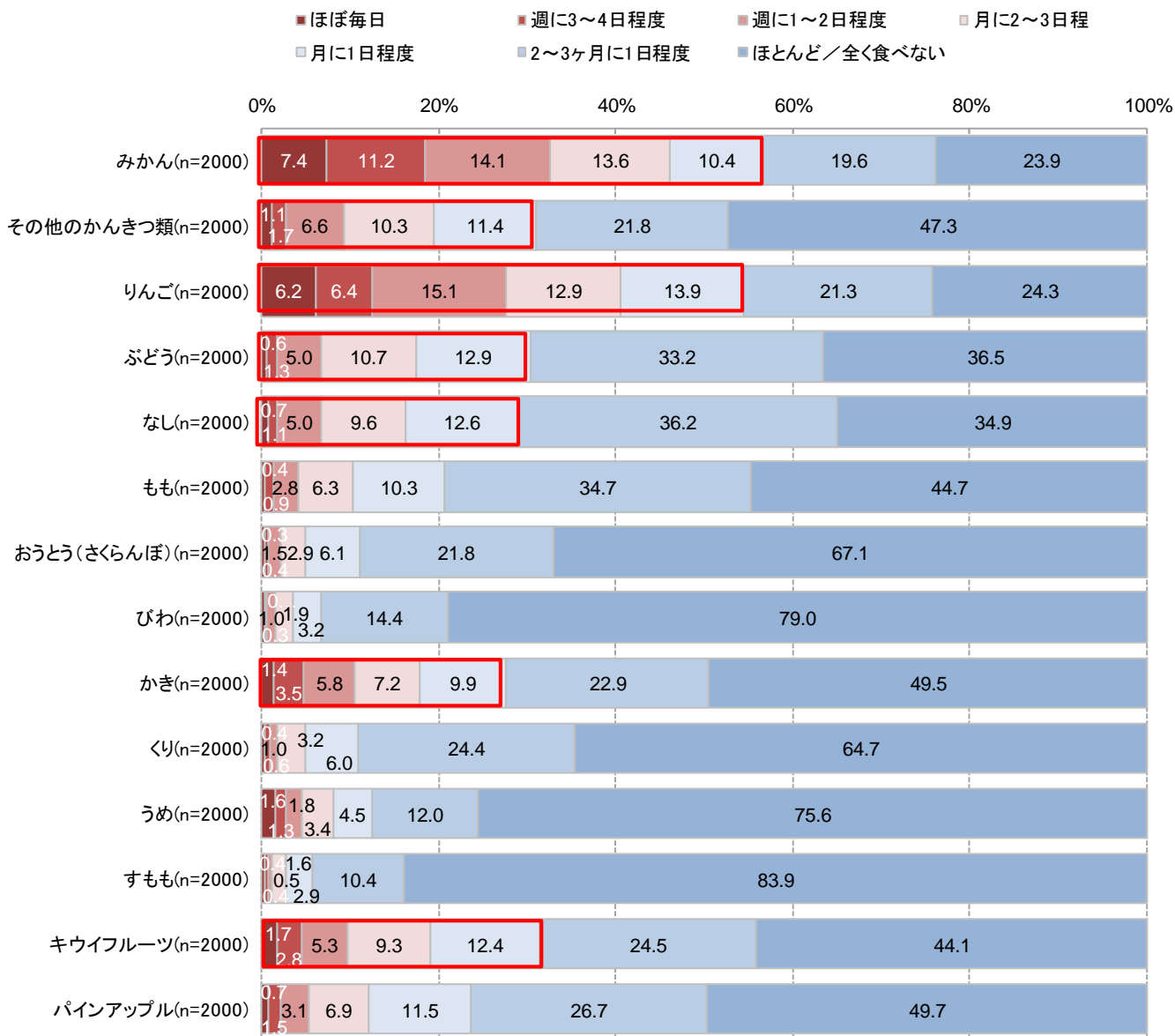
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑩-1 果樹振興法14品目の喫食

- 「月に1日程度」以上の割合を比較すると、『みかん』が5割台後半で最も高く、『りんご』が5割台半ばで差がなく続く。以下、『キウイフルーツ』『その他のかんきつ類』『ぶどう』『なし』『かき』が、いずれも3割前後で続いている。

Q37. 以下のそれぞれの食材について、あなたがそれを召し上がる量・頻度をお答えください。(SA)

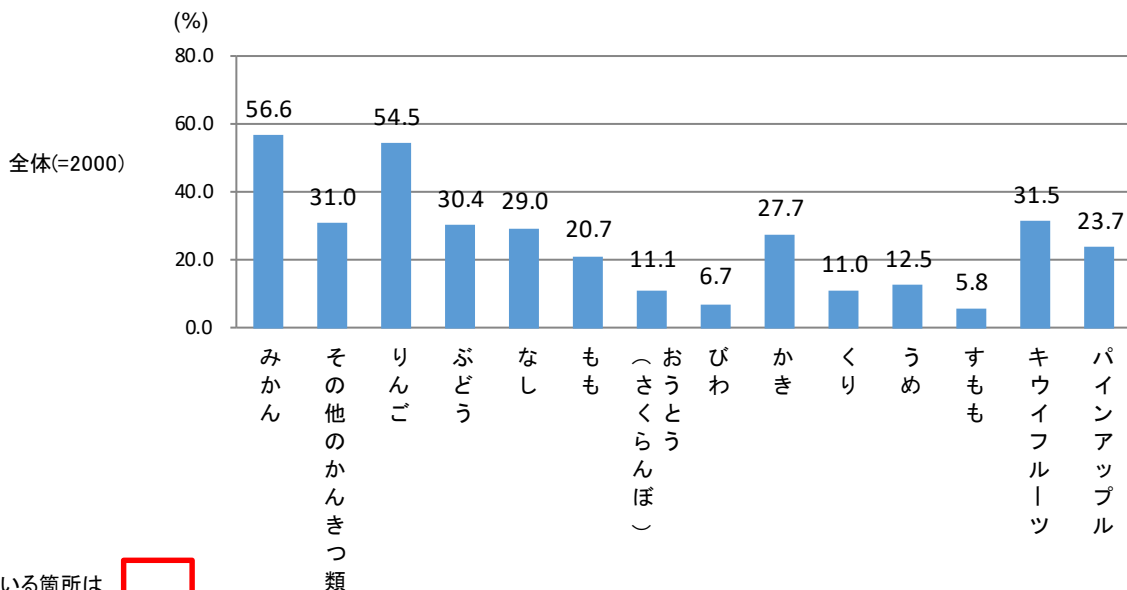
※コメントで触れている箇所は



⑩-2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）

- 性別で見ると、『女性』は「みかん」「りんご」「かき」「キウイフルーツ」が『男性』より高い。
- 年代別にみると、『60代』の月1回以上喫食している割合が全般的に高く、特に「みかん」「りんご」は7割を超えている。
- 果物摂取量別で見ると、全品目で摂取量が多いほど月1回以上喫食している割合が高く、特に「みかん」については『200g以上』の層の月1回以上喫食している割合が8割台半ばに及んでいる。

Q37. 以下のそれぞれの食材について、あなたがそれを召し上がる量・頻度をお答えください。（S A）



※コメントで触れている箇所は
 ※グラフのスコアは

「月1回以上喫食」のスコア

		全体 (n=2000)	56.6	31.0	54.5	30.4	29.0	20.7	11.1	6.7	27.7	11.0	12.5	5.8	31.5	23.7
性別	男性 (n=1001)	52.8	30.0	51.3	29.5	29.2	20.9	11.5	8.1	24.3	12.2	13.4	7.1	27.1	22.9	
	女性 (n=999)	60.3	31.9	57.6	31.2	28.7	20.4	10.7	5.3	31.1	9.8	11.6	4.4	35.8	24.4	
年代	20代 (n=310)	51.6	25.8	43.2	24.2	23.5	18.1	11.9	8.1	17.1	10.6	16.5	9.4	27.4	23.9	
	30代 (n=390)	51.8	24.1	49.5	26.7	22.6	17.7	9.7	5.4	19.5	10.5	12.1	5.4	28.7	23.8	
	40代 (n=460)	50.7	27.2	48.3	28.0	27.0	18.5	9.6	4.1	23.0	7.4	9.6	3.7	28.7	20.2	
	50代 (n=387)	52.7	31.0	55.3	30.5	29.2	17.8	9.3	7.0	27.9	10.6	12.7	4.7	30.7	26.9	
	60代 (n=453)	73.3	44.2	72.0	40.0	40.0	29.6	14.8	9.3	46.6	15.7	13.0	6.6	40.0	24.1	
性別年代	男性20代 (n=158)	51.9	29.1	48.7	27.8	24.7	19.0	15.8	11.4	19.6	15.8	18.4	12.7	28.5	25.3	
	男性30代 (n=197)	47.2	24.4	43.7	23.9	21.3	17.8	10.2	7.1	16.8	10.2	12.7	6.6	27.4	24.4	
	男性40代 (n=232)	47.4	26.7	44.8	27.6	28.9	20.7	9.5	6.0	19.4	8.6	9.5	4.7	22.4	19.0	
	男性50代 (n=193)	49.2	26.9	50.3	28.5	30.1	17.6	9.3	6.7	23.8	11.4	13.0	4.7	26.9	26.9	
	男性60代 (n=221)	67.4	41.6	67.9	38.5	38.9	28.1	13.6	10.0	39.8	15.8	14.9	8.1	30.8	20.4	
	女性20代 (n=152)	51.3	22.4	37.5	20.4	22.4	17.1	7.9	4.6	14.5	5.3	14.5	5.9	26.3	22.4	
	女性30代 (n=193)	56.5	23.8	55.4	29.5	23.8	17.6	9.3	3.6	22.3	10.9	11.4	4.1	30.1	23.3	
	女性40代 (n=228)	53.9	27.6	51.8	28.5	25.0	16.2	9.6	2.2	26.8	6.1	9.6	2.6	35.1	21.5	
	女性50代 (n=194)	56.2	35.1	60.3	32.5	28.4	18.0	9.3	7.2	32.0	9.8	12.4	4.6	34.5	26.8	
	女性60代 (n=232)	78.9	46.6	75.9	41.4	40.9	31.0	15.9	8.6	53.0	15.5	11.2	5.2	48.7	27.6	
果物摂取量	200g以上 (n=232)	85.8	60.8	78.9	54.7	51.7	42.7	28.9	17.2	56.0	28.9	27.6	18.5	53.4	45.3	
	100g~200g未満 (n=704)	73.9	43.3	72.7	40.8	40.8	28.6	14.2	7.7	37.6	13.2	14.9	5.8	42.8	31.7	
	100g未満 (n=631)	57.2	25.0	57.1	28.2	24.9	15.7	7.3	5.1	22.8	8.1	9.5	3.6	29.6	21.1	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

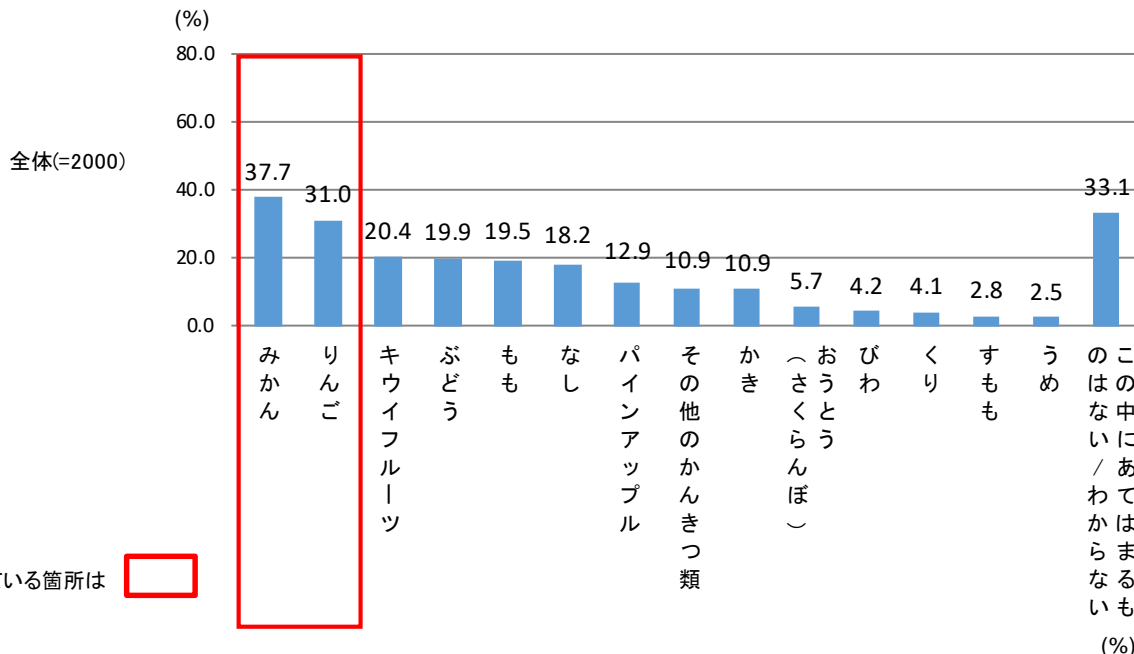
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑪ 果樹振興法14品目のうち増やしたいもの

- 全体では、「みかん」が3割台後半で最も高く、「りんご」が3割強で続く。以下、「キウイフルーツ」「ぶどう」「もも」「なし」がいずれも2割前後で続いている。
- 性別で見ると、『女性』では「キウイフルーツ」が2割台半ばで、『男性』より顕著に高い。
- 年代別にみると、低年代ほど「パインアップル」の割合が高くなる傾向がみられる。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど、「りんご」「もも」「その他のかんきつ類」「かき」の割合が高くなる傾向がみられる。

Q38. 以下のそれぞれの果物のうち、あなたが今後、買う量を増やしたいと思うものがありましたら、全てお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は

全体		(n=2000)	37.7	31.0	20.4	19.9	19.5	18.2	12.9	10.9	10.9	5.7	4.2	4.1	2.8	2.5	33.1
性別	男性	(n=1001)	35.2	28.0	15.1	17.6	17.1	19.2	13.1	8.3	9.9	4.6	4.1	3.6	2.7	2.4	37.4
	女性	(n=999)	40.2	33.9	25.6	22.1	21.8	17.2	12.6	13.5	11.9	6.7	4.3	4.5	2.9	2.5	28.8
年代	20代	(n=310)	45.2	34.8	20.6	21.6	25.8	23.5	20.0	9.7	6.1	7.7	4.5	5.5	2.6	4.5	27.4
	30代	(n=390)	42.1	29.7	21.8	21.0	20.3	20.0	17.2	11.0	9.5	7.7	6.2	6.7	4.1	3.3	34.1
	40代	(n=460)	30.2	26.7	18.9	18.0	18.7	18.3	10.9	9.1	8.0	5.4	2.0	2.4	1.7	1.7	37.2
	50代	(n=387)	33.6	29.5	20.7	19.4	17.1	14.7	10.6	10.1	11.4	3.6	4.4	3.6	3.4	2.3	34.6
	60代	(n=453)	40.0	34.9	20.1	19.9	17.2	15.9	8.2	14.1	17.9	4.4	4.4	2.9	2.4	1.1	30.7
性別年代	男性20代	(n=158)	42.4	31.0	15.8	20.3	19.6	20.9	19.6	8.2	3.8	5.7	3.8	5.7	2.5	4.4	31.6
	男性30代	(n=197)	37.6	24.4	21.3	17.3	17.3	19.8	19.3	6.6	7.1	6.6	4.6	5.1	4.6	3.0	40.1
	男性40代	(n=232)	28.0	21.6	12.5	13.4	15.9	20.7	8.6	7.3	7.8	4.7	2.2	1.7	1.7	2.2	45.3
	男性50代	(n=193)	32.1	27.5	16.1	17.6	17.6	19.2	10.9	8.3	10.4	2.1	5.2	3.6	3.1	2.1	32.6
	男性60代	(n=221)	38.0	36.2	10.9	20.4	15.8	15.8	9.5	10.9	18.6	4.1	5.0	2.7	1.8	0.9	34.8
	女性20代	(n=152)	48.0	38.8	25.7	23.0	32.2	26.3	20.4	11.2	8.6	9.9	5.3	5.3	2.6	4.6	23.0
	女性30代	(n=193)	46.6	35.2	22.3	24.9	23.3	20.2	15.0	15.5	11.9	8.8	7.8	8.3	3.6	3.6	28.0
	女性40代	(n=228)	32.5	32.0	25.4	22.8	21.5	15.8	13.2	11.0	8.3	6.1	1.8	3.1	1.8	1.3	28.9
	女性50代	(n=194)	35.1	31.4	25.3	21.1	16.5	10.3	10.3	11.9	12.4	5.2	3.6	3.6	3.6	2.6	36.6
	女性60代	(n=232)	41.8	33.6	28.9	19.4	18.5	15.9	6.9	17.2	17.2	4.7	3.9	3.0	3.0	1.3	26.7
果物摂取量	200g以上	(n=232)	42.2	42.7	24.6	22.8	25.0	19.4	14.2	19.0	17.2	9.9	3.9	7.3	5.2	2.2	17.7
	100g~200g未満	(n=704)	45.3	36.9	25.6	26.1	24.3	23.3	15.1	12.6	15.2	6.3	5.8	4.3	2.8	3.4	23.2
	100g未満	(n=631)	36.9	31.4	22.5	18.9	16.8	17.3	14.6	10.1	9.2	5.2	4.1	3.3	2.4	1.9	31.9

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

(5) 果物購入行動 まとめ

- 果物購入時の希望情報は、「鮮度」「食べごろ」「日持ち」など。
 - 果物についての希望情報は、「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」「鮮度の見分け方」など。
 - 果物の購入場所の中心は「スーパー」。男性では自分で買わない人が2割存在。
 - 果物への月間支出品目では1,000円未満が半数超を占める。
 - 「果物」は、食費に使える金額が増加した場合に支出したいものでトップ。減少した場合に減らしたいものでは下位。
 - 果物のイメージは「甘くておいしい、嗜好品」。「必需品」のイメージは弱め。
 - 輸入果物は安さなどから9割が購入。果物摂取量が多い層も満足している。
 - 果樹振興法14品目では、「みかん」「りんご」の喫食頻度が高く、今後増やしたいものも「みかん」「りんご」。
-
- ・ 果物購入時の希望情報では、「鮮度」(39.3%)、「食べごろ」(39.2%)、「日持ち」(34.4%)が3割超で上位。(p68)
 - ・ 年代が低いほど、「日持ち」の割合が高くなる傾向。(p68)
 - ・ 果物についての希望情報では、「食べごろの見分け方」(47.7%)、「美味しい果物の見分け方」(41.9%)、「鮮度の見分け方」(41.7%)が4割超で上位。(p69)
 - ・ 高年代、果物摂取量が多い層では、「残留農薬」の割合が高くなる傾向。(p69)
 - ・ 果物の購入場所では、「スーパー」(82.9%)が突出。(p70)
 - ・ 男性では「(自分では)買わない」人が19.7%と約2割存在。(p70)
 - ・ 果物への月間支出額では、「0~500円未満」が32.1%、「500円以上~1,000円未満」が21.8%で、1,000円未満が半数超を占める。(p71)
 - ・ 野菜への月間支出額では、「3,000円以上」が23.2%で最も高いが、幅広く分布しており、個人差が大きいと思われる。(p72)
 - ・ 菓子への月間支出額では、「0~500円未満」が25.5%、「500円以上~1,000円未満」が23.6%で、1,000円未満が半数近くを占める。(p73)
 - ・ 果物摂取量が多い層では、菓子への支出額も高い傾向。(p73)
 - ・ 食費に使える金額が1割程度増える場合に支出したいものでは、「果物」が34.2%でトップ。次いで、「野菜」(31.9%)、「外食」(26.0%)、「水産物」(24.2%)、「畜産物」(19.6%)の順。(p74)
 - ・ 反対に食費に使える金額が1割程度減少する場合に減らしたいものでは、「外食」が38.5%でトップ。次いで、「菓子」(36.8%)、「お酒」(24.7%)、「お弁当・惣菜」(24.6%)の順で、「果物」は11.4%にとどまる。(p75)
 - ・ 輸入果物については「時々購入している」(50.4%)を中心に、9割が購入している。(p76)
 - ・ 輸入果物の購入理由では、「安いから」が47.2%で最も高い。(p77)
 - ・ 輸入果物の印象では、「まあまあ普通」(39.8%)、「手ごろな価格である」(31.2%)が3割超で上位。(p78)
 - ・ 果物摂取量が多いほど、「安い」「満足」が高くなる傾向が見られる。(p78)
 - ・ 果物のイメージの中心は「甘くておいしい」(56.4%)。「嗜好品」(35.1%)が、「必需品」(22.8%)を上回った。(p79)
 - ・ 果樹振興法14品目のうち、喫食頻度が高いのは「みかん」「りんご」。(p80、81)
 - ・ 今後、購入量を増やしたい品目でも、「みかん」「りんご」が中心。(p82)

(1) 日常の果物の消費行動について

- 果物を200g以上摂取できている人の割合は14.8%（平成30年度調査16.1%からやや減少）。
- 果物の（ほぼ）毎日摂取者は25.8%（平成30年度：25.9からは0.1ポイント微減）。週1回以上摂取者は58.8%（同3.8ポイント減）。
- →摂取量、摂取頻度ともに減少傾向。
- 女性、高齢層は、男性、若年層よりも摂取頻度が高い。
- 「健康によいから」果物を摂取する人が増加傾向にあり、特に果物摂取量が多い層で顕著だが、健康増進のための“義務的”意識での果物摂取という面が否めない。



果物の消費量・頻度は一進一退を繰り返しており、長期・安定的な伸長には至っていない。女性層などは摂取頻度の高さもあるが、これが「健康」を軸とした義務的なものになっていないかの懸念がある。単に効能のみの訴求ではなく、果物を食べることの楽しさや生活の豊かさを感じさせる施策が必要と思われる。

(2) 日常の果物加工品の消費行動

- 果物加工品を主体に摂取している人は1割強、女性や高齢層での主体者割合は依然として低い状態が継続している。
- 果物加工品の購入場所はスーパーマーケット中心だが、生鮮果物よりコンビニエンスストアの割合が高い。この傾向も昨年までと同様のものである。



果物加工品を巡っては、流通全体での位置づけが従であること、生鮮果物を敬遠する層の受け皿となっている構図は、昨年度までと同様である。引き続き、販路としてのコンビニエンスストアの多さ（＝購入の敷居が生鮮果物より低い）ことなどに注目して、引き続き生鮮果物の消費の低調な層に対する突破口として、果物加工品の活用が期待される場所である。

(3) 今後の果物の摂取意向

- 4割近くの者（38.7%）が果物の摂取量増加の意向を持つが、その割合は、前回から横ばい（0.9ポイント増）。
- 男性、高齢層、果物摂取量の少ない層の「増やしたい」の割合は低め。
- 増加意向の最大理由は「健康によいから」「おいしいから」。女性では「美容に良いから」も高い。
- 摂取増加機会の中心は「自宅での朝食時」。20～30代では「小腹満たし」、50代では「自宅での夕食時」も。



男性や高齢層での「増やしたい」割合の低迷は続くが、「健康」や「味わい」を軸にした、果物消費のよさの訴求は続けたい。また、女性の「美容意識」や、喫食貴会の多様化へ向けた提案も必要かと思われる。

(4) 果物の消費を増やすために

- 外観が悪くても割安な果物、手軽に食べやすい果物が求められている。女性は小ロットの販売希望も。
- スーパーにおける果物販売では、「糖度表示」のニーズが上昇。
- コンビニにおける果物販売には、割高感やバリエーションの不足などの意識が依然強い（特に女性）。



消費増税など、消費冷え込みの要素が多い中、価格要素への注目は高まっていることに留意が必要。こうした点は、コンビニでの果物販売の逆風になり得る要素でもあるが、小ロット化や成分表示の拡充など、消費者の購買意向を喚起する“売り方”の工夫が求められよう。

(5) 果物購入行動

- 果物に対しては、鮮度や食べごろなどの情報ニーズが存在する。
- 果物は必ずしも「必需品」ではないが、食費が減ってもなるべく減らしたくない、食費が増えたら支出を増やしたい食材と位置づいている。
- 輸入果物に対するネガティブイメージは希薄（安ければ購入）。
- 果樹振興法14品目では、「みかん」「りんご」は喫食頻度、今後の増加意向も高い。



果物への親しみを増すために、鮮度や食べごろなどの。“果物をよりおいしく食べるための情報”の充実が望まれる。また、食費の増減に左右されにくい食材であることを考慮し、どのような状況下でも訴求情報量を維持し、消費者の関心を引きつけておく姿勢が必要。

なお、輸入果物とは、需要喚起を相互に補完するものとして共闘しつつ、価格面以外の“国産”のメリットを確立してゆく仕掛けも検討したい。

果物についてのアンケート

下記アンケートにご協力お願いいたします。

当アンケートの回答者の皆様へお願い

マクロミルモニタの皆様にはモニタ規約にて「調査についての守秘義務」の徹底をお願いしています。

当アンケートの内容および当アンケートで知り得た情報については、決して第三者に口外しないよう(掲示板やホームページへの書き込みを含む)、ご協力お願いします。

このアンケートにおいて『果物』とは、
 「生鮮果物」にカットフルーツ・果汁・フルーツゼリーなどの「果物加工品」を含めたものを指します。
 「生鮮果物」及び「果物加工品」の主な例は、下記をご参照ください。
 また、果汁(ジュース)については果汁100%のものに限ります(果実・野菜ミックスジュース(果物分10%以上)を含む)。

※「生鮮果物」の主な例

・温州(うんしゅう)みかん	・りんご	・おうとう(さくらんぼ)	・すもも	・いちご
・オレンジ	・ぶどう	・びわ	・キウイフルーツ	・すいか
・グレープフルーツ	・日本なし	・柿(かき)	・パインアップル	・メロン
・上記3種以外のかんきつ類 (いよかん、はっさく等)	・西洋なし(ラ・フランス等)	・栗(くり)	・いちじく	
	・もも	・うめ	・バナナ	

※「果物加工品」の主な例

・果汁(ジュース)	・果物缶詰	・カットフルーツ	・ジャム類(フルーツジャム)	・ドライフルーツ
・フルーツゼリー	・フルーツヨーグルト	・フルーツケーキ		

- ①必須入力(全項目)

【現在の果物摂取についてお聞きます】

Q1 あなたは果物(生鮮果物と果物加工品)をどの程度の頻度で買い、また食べますか。
【必須入力】

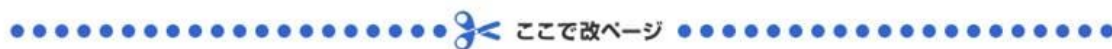
	1	2	3	4	5
	ほぼ毎日 週5日以上	週3 ~ 4日	週1 ~ 2日	月1 ~ 3日	ほとんど 買わない/ 食べない 月1日未満
1. 果物を買う頻度 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果物を食べる頻度 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



- セレクト条件：【Q1項目2】で1-4と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 8_FA: 必須入力
- ①項目【2】 8_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
- 包含チェックする選択肢: 1-8
- SA 項目【2】

Q2 果物を食べるのはいつが多いですか。
【必須入力】

	1 朝食時	2 昼食時	3 夕食時	4 間食のおやつ時	5 運動をした後	6 入浴後	7 のどが渴いた時	8 その他
1. 多い時間帯 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に
2. その中で最も多い時間帯 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に



- セレクト条件：【Q1項目2】で1-4と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 9_FA: 必須入力
- ①項目【2】 9_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
- 包含チェックする選択肢: 1-9
- SA 項目【2】

Q3 果物を食べる理由は何ですか。
【必須入力】

	1 健康に良いから	2 おいしく好きだから (嗜好品・デザートとして)	3 手頃な値段で買えるから	4 匂いや味覚を楽しめるから	5 美容に良いから	6 習慣になっっているから	7 手間がかからず いつでも食べられるから	8 安心して食べられるから	9 その他
1. あてはまる理由 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に



- セレクト条件：【Q1項目2】で2-5と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 10_FA: 必須入力
- ①項目【2】 10_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
包含チェックする選択肢: 1-10
- SA 項目【2】

Q4 果物を(毎日)食べない理由は何ですか。
【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	あまり好きでないから	他に食べる食品があるから	食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから	太るといけないから	日持ちがせず 買い置きができないから	他の食品に比べて値段が高いから	ほろつきがあるから	味や甘さなどの品質に	皮・タネなどの「みが出る」捨てる部分が多いので	近くに買いやすい店がないから	その他
1. あてはまる理由 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. その中で最もあてはまる理由 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
											<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="radio"/> 具体的に



- セレクト条件：【Q1項目2】で1-4と答えた方
- ①必須入力

Q5 あなたが果物を食べる場合、一日あたりどの程度の量を食べていますか。
 ※果物100gの目安…りんごなら半分、みかんなら1個、バナナなら1本に相当
 【必須入力】

- 1. 300g以上
- 2. 250g～300g未満
- 3. 200g～250g未満
- 4. 150g～200g未満
- 5. 100g～150g未満
- 6. 50g～100g未満
- 7. 50g未満

✂️ ここで改ページ

- セレクト条件：【Q5】で4-7と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 9_FA: 必須入力
- ①項目【2】 9_FA: 必須入力
- 包含チェック:項目【1】×項目【2】
包含チェックする選択肢: 1-9
- 回答参照:【Q5】
- SA 項目【2】

Q6 国では一日に【【Q5の選択内容】】よりも多く果物を食べることを推奨しています。
 あなたが現状の果物摂取量にとどまっている理由をお教え下さい。
 【必須入力】

	1 甘すぎるから	2 他に食べる 食品があるから	3 食費に余裕がないから	4 値段が高く	5 一度にそんなに 量を食べられないから	6 太るといけないから	7 皮をむくなど 手間がかかるから	8 食べるまでに 重くて購入が大変だから	9 あまり好きでないから	その他
1. あてはまる理由 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="text"/>
2. その中で最もあてはまる理由 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に <input type="text"/>

✂️ ここで改ページ

- セレクト条件：【Q1項目2】で1-4と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 11_FA: 必須入力
- ①項目【2】 11_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
包含チェックする選択肢: 1-11
- SA 項目【2】

Q7 あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を食べていますか？

当てはまるものをすべてお選びください。
また、最も当てはまるものをひとつお選びください。

【必須入力】

	1 そのまま	2 ヨーグルトに入れて	3 フルーツジュースとして	4 ケーキ・クレープなどのお菓子に入れて	5 ジャムとして	6 料理に使って	7 フルーツサラダとして	8 ゼリーとして	9 スムージーとして	10 ミルクをかけて	11 その他
1. あてはまるもの (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="text"/>
2. 最もあてはまるもの (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に <input type="text"/>



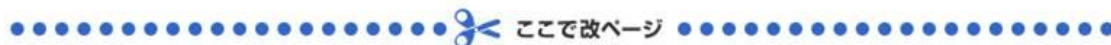
- セレクト条件：【Q1項目2】で5と答えた方
- ①必須入力
- ①9_FA: 必須入力

Q8 どのような食べ方であれば、今までよりも多く果物を食べると思っていますか。

当てはまるものを全て選んでください。

【必須入力】

- 1. 果物と野菜を組み合わせた手作りのミックスジュース/スムージー
- 2. 果物を食材のひとつとして調理した食事
- 3. 果汁(100%ジュース)
- 4. カットフルーツ
- 5. 果物を使ったスイーツ
- 6. 音程からテーブルの上においてある小腹満たし
- 7. 歩きながら手軽に食べられるもの
- 8. ヨーグルトをかけて/ヨーグルトの中に入れて
- 9. その他 (具体的に:)

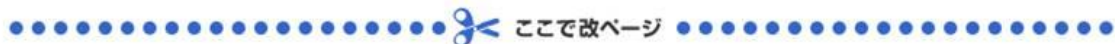


- ①必須入力
- ①37_FA: 必須入力

Q9 あなたは果物にどのようなイメージがありますか。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. おいしい
- 2. 甘い
- 3. 新鮮
- 4. 身体をつくるのに欠かせない食品
- 5. 毎日食べるべき食品
- 6. 健康を維持するのに欠かせない食品
- 7. 野菜の代わりにビタミンや食物繊維を摂取できる食品
- 8. 食事時に食べるデザート
- 9. 間食に食べるおやつ
- 10. 忙しい朝の手軽な食事
- 11. 季節を感じられる食品
- 12. 生活に彩りや潤いを添えてくれる存在
- 13. 食べると気分転換になる
- 14. 家族に食べさせたい
- 15. おみやげ/贈り物に最適だ
- 16. 生活習慣病の予防になる
- 17. がん予防になる
- 18. メタボ予防になる
- 19. 疲労回復になる
- 20. ダイエットに適している
- 21. 美肌に効果がある
- 22. 健康によい
- 23. バランスがよい食生活になる
- 24. 栄養価が高い
- 25. 食物繊維が豊富
- 26. ビタミンが多い
- 27. 抗酸化成分が豊富
- 28. カリウムが豊富
- 29. 手軽に食べられる
- 30. 食べるまでが面倒(皮をむくなど)
- 31. 傷など見た目が気になる
- 32. 傷むのが早い(日持ちしない)
- 33. 太る
- 34. 値段が高い
- 35. 贅沢
- 36. 産地や国産かどうか気になる
- 37. その他(具体的に: _____)



- ① 必須入力

※「生鮮果物」の主な例

・温州(うんしゅう)みかん	・りんご	・おうとう(さくらんぼ)	・すもも	・いちご
・オレンジ	・ぶどう	・びわ	・キウイフルーツ	・すいか
・グレープフルーツ	・日本なし	・柿(かき)	・パインアップル	・メロン
・上記3種以外のかんきつ類 (いよかん、はっさく等)	・西洋なし(ラ・フランス等)	・栗(くり)	・いちじく	
	・もも	・うめ	・バナナ	

※「果物加工品」の主な例

・果汁(ジュース) ・果物缶詰 ・カットフルーツ ・ジャム類(フルーツジャム) ・ドライフルーツ
 ・フルーツゼリー ・フルーツヨーグルト ・フルーツケーキ

Q10 あなたが果物を食べる時、生鮮果物と果物加工品のどちらを食べることが多いですか。

【必須入力】

1. 生鮮果物が主体
2. 同程度
3. 果物加工品が主体
4. どちらもほとんど食べない



- ① 必須入力(全項目)
- ① 項目【1】 14_FA: 必須入力
- ① 項目【2】 14_FA: 必須入力
- ① 項目【3】 14_FA: 必須入力
- ① 項目【4】 14_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 15. 購入しない(食べない)
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
包含チェックする選択肢: 1-15
- 包含チェック: 項目【3】×項目【4】
包含チェックする選択肢: 1-15
- SA 項目【2】項目【4】

※「生鮮果物」の主な例

・温州(うんしゅう)みかん	・りんご	・おうとう(さくらんぼ)	・すもも	・いちご
・オレンジ	・ぶどう	・びわ	・キウイフルーツ	・すいか
・グレープフルーツ	・日本なし	・柿(かき)	・パインアップル	・メロン
・上記3種以外のかんきつ類 (いよかん、はっさく等)	・西洋なし(ラ・フランス等)	・栗(くり)	・いちじく	
	・もも	・うめ	・バナナ	

※「果物加工品」の主な例

・果汁(ジュース)	・果物缶詰	・カットフルーツ	・ジャム類(フルーツジャム)	・ドライフルーツ
・フルーツゼリー	・フルーツヨーグルト	・フルーツケーキ		

Q11 あなたはどの場所で生鮮果物や果物加工品を購入する(食べる)ことが多いですか。
【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	スーパーマーケット	デパート	八百屋	生協宅配	果物専門店	コンビニエンスストア	ミニスーパー	道の駅などの食品直売所	その他の食品直売所	通販・ネット販売	レストラン・食堂	ファーストフード店	弁当販売店・所	その他	購入しない(食べない)
1. 【生鮮果物】購入する(食べる)ことが多い場所(いくつかつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に	<input type="checkbox"/>
2. 【生鮮果物】その中で最も多い場所(ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に	<input type="radio"/>
3. 【果物加工品】購入する(食べる)ことが多い場所(いくつかつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に	<input type="checkbox"/>
4. 【果物加工品】その中で最も多い場所(ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に	<input type="radio"/>



- セレクト条件：【Q1項目2】で1-4と答えた方、かつ【Q11項目3】で1-14と答えた方
- ①必須入力

Q12 あなたは果物加工品をどの程度の頻度で食べますか(飲みますか)。
【必須入力】

1. ほぼ毎日(週5日以上)
2. 週3~4日
3. 週1~2日
4. 月1~3日
5. ほとんど食べない(飲まない)(月1日未満)



ここで改ページ

- セレクト条件：【Q11項目3】で1-14と答えた方
- ①必須入力
- ①11_FA: 必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【2】個まで選択
- 排他選択肢: 12. 自分で購入する果物加工品はない
- 画像必須

Q13 あなたがよく購入する果物加工品は何ですか。
購入することが多いものから順に下記から2つまで選んでください。
【必須入力】(2個まで選択)

▼ 以下の画像をクリックすると別画面で拡大表示されます。▼
必ずクリックして、別画面に表示される画像全体をよくご覧ください。

※濃縮還元果汁の例	※ストレート果汁の例	※カットフルーツの例

注)「ストレート果汁」は果実を粉砕搾汁した搾汁のみのもの、砂糖類を加える等の加工はされていない。
「濃縮還元果汁」は果実の搾汁を濃縮した濃縮果汁を希釈したもの。

1. 果汁(100%ジュース/濃縮還元)
2. 果汁(100%ジュース/ストレート)
3. 果汁10%以上のジュース
4. 果物缶詰
5. カットフルーツ
6. フルーツゼリー
7. フルーツヨーグルト
8. フルーツケーキ
9. ドライフルーツ
10. ジャム類(フルーツジャム)
11. その他 (具体的に: _____)
12. 自分で購入する果物加工品はない



ここで改ページ

- セレクト条件：【Q12】で1-4と答えた方
- セレクト条件 項目【1】：【Q13】で1と答えた方
- セレクト条件 項目【2】：【Q13】で2と答えた方
- セレクト条件 項目【3】：【Q13】で3と答えた方
- セレクト条件 項目【4】：【Q13】で4と答えた方
- セレクト条件 項目【5】：【Q13】で5と答えた方
- セレクト条件 項目【6】：【Q13】で6と答えた方
- セレクト条件 項目【7】：【Q13】で7と答えた方
- セレクト条件 項目【8】：【Q13】で8と答えた方
- セレクト条件 項目【9】：【Q13】で9と答えた方
- セレクト条件 項目【10】：【Q13】で10と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 9_FA: 必須入力
- ①項目【2】 9_FA: 必須入力
- ①項目【3】 9_FA: 必須入力
- ①項目【4】 9_FA: 必須入力
- ①項目【5】 9_FA: 必須入力
- ①項目【6】 9_FA: 必須入力
- ①項目【7】 9_FA: 必須入力
- ①項目【8】 9_FA: 必須入力
- ①項目【9】 9_FA: 必須入力
- ①項目【10】 9_FA: 必須入力
- マルチの選択数:
上限を設定→【2】個まで選択
- 排他選択肢: 10. この果物加工品はほとんど食べない(飲まない)

Q14 あなたが果物加工品を食べる(飲む)理由は何ですか。
 下にあげたそれぞれの果物加工品について、それぞれ理由を2つまで選んでください。
 【必須入力】(2個まで選択)

	1 簡単に食べられる(飲む)から	2 買い置きができるから	3 近くの店で買えるから	4 季節を問わずに食べられる(飲む)から	5 手ごろな値段で購入できるから	6 ビタミン等の栄養源になるから	7 おいしいから	8 健康によいから	9 その他	10 この果物加工品はほとんど食べない(飲まない)
1. 果汁<100%ジュース/濃縮還元>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. 果汁<100%ジュース/ストレート>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. 果汁10%以上のジュース	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. 果物缶詰	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. カットフルーツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. フルーツゼリー	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. フルーツヨーグルト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. フルーツケーキ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. ドライフルーツ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. ジャム類(フルーツジャム)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

- セレクト条件：【Q13】で1-11と答えた方
- セレクト条件 項目【2】：【Q13】で1と答えた方
- セレクト条件 項目【3】：【Q13】で2と答えた方
- セレクト条件 項目【4】：【Q13】で3と答えた方
- セレクト条件 項目【5】：【Q13】で4と答えた方
- セレクト条件 項目【6】：【Q13】で5と答えた方
- セレクト条件 項目【7】：【Q13】で6と答えた方
- セレクト条件 項目【8】：【Q13】で7と答えた方
- セレクト条件 項目【9】：【Q13】で8と答えた方
- セレクト条件 項目【10】：【Q13】で9と答えた方
- セレクト条件 項目【11】：【Q13】で10と答えた方
- ①必須入力(全項目)

Q15

1年前と比較すると、以下の果物(生鮮及び加工品)を食べる(飲む)回数は増えましたか、減りましたか。
1年前も現在も食べて(飲んで)いないという場合は、「変わらない」をお選びください。

【必須入力】

	1 増えた	2 変わらない	3 減った	4 ほとんど食べなくなり 飲まなくなった
1. 生鮮果物 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果汁<100%ジュース/濃縮還元> →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 果汁<100%ジュース/ストレート> →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 果汁10%以上のジュース →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 果物缶詰 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. カットフルーツ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. フルーツゼリー →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. フルーツヨーグルト →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. フルーツケーキ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ドライフルーツ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. ジャム類(フルーツジャム) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



ここで改ページ

- セレクト条件：【Q13】で1-11と答えた方
- ①必須入力(全項目)

Q16 今後、以下の果物加工品の食べる(飲む)量を増やしたいと思いますか。
【必須入力】

	1 増やしたい	2 変えようと思わない	3 減らしたい
1. 果汁(100%ジュース/濃縮還元)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果汁(100%ジュース/ストレート)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 果汁10%以上のジュース	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 果物缶詰	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. カットフルーツ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. フルーツゼリー	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. フルーツヨーグルト	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. フルーツケーキ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. ドライフルーツ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ジャム類(フルーツジャム)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

✂️ ここで改ページ

- セレクト条件 項目【1】：【Q13】で1と答えた方
- セレクト条件 項目【2】：【Q13】で2と答えた方
- セレクト条件 項目【3】：【Q13】で3と答えた方
- セレクト条件 項目【4】：【Q13】で5と答えた方
- セレクト条件 項目【5】：【Q13】で9と答えた方
- ①必須入力(全項目)

Q17 あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。
【必須入力】

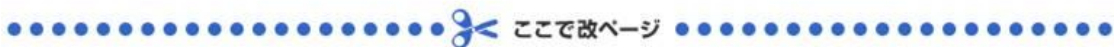
	1 ほぼ毎日(週5日以上)	2 週3~4日	3 週1~2日	4 月1~3日	5 ほとんど買わない(月1日未満)
1. 果汁(100%ジュース/濃縮還元)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果汁(100%ジュース/ストレート)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 果汁10%以上のジュース	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. カットフルーツ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. ドライフルーツ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

✂️ ここで改ページ

- セレクト条件：【Q5】で1-4と答えの方
- ①必須入力
- ①I1_FA: 必須入力

Q18 あなたが果物を食べる理由としてあてはまるものを、以下からお答えください。(いくつでも)
【必須入力】

- 1. おいしいから
- 2. 家族が習慣的に食べていたから
- 3. 友人・知人に習慣的に食べている人がいたから
- 4. 手頃な価格の果物があったから
- 5. 憧れの人(モデルやタレントなど)が習慣的に食べていることを知ったから
- 6. ダイエットに効くと聞いた・ダイエットを始めたから
- 7. 健康に良いと聞いたから
- 8. 生活習慣病の予防になると聞いたから
- 9. 美容に良いと聞いたから
- 10. 栄養成分を積極的に摂りたいから
- 11. その他〈具体的に: 〉



- ①必須入力

【今後の果物摂取についての意向をお聞きます】

Q19 あなたは今後、果物を食べる量を増やしたいと思いますか。
【必須入力】

- 1. 増やしたい
- 2. 減らしたい
- 3. 特に変えようとは思わない



- セレクト条件：【Q19】で1と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 8_FA: 必須入力
- ①項目【2】 8_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
包含チェックする選択肢: 1-8
- SA 項目【2】

Q20 今後果物を食べる量を増やしたいと思う理由は何ですか。
【必須入力】

	1 健康によいから	2 美容に良いから	3 おいしいから	4 安いから	5 経済的に余裕ができたから	6 家族など周りに勧められたから	7 匂いや味覚を楽しめるから	8 その他
1. あてはまる理由 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="text"/>
2. その中で最もあてはまる理由 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に <input type="text"/>



- セレクト条件：【Q19】で1と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 16_FA: 必須入力
- ①項目【2】 16_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
包含チェックする選択肢: 1-16
- SA 項目【2】

Q21 あなたは今後、日常生活の中のどのような場面で果物の摂取を増やしたいと思いますか。
【必須入力】


	1 自宅での朝食時	2 自宅での昼食時	3 自宅での夕食時	4 勤め先・学校での昼食時	5 勤め先・学校での休憩時間	6 家事の合間	7 勉強の合間	8 リラックスタイム	9 小腹満たし	10 ティータイム	11 残業時	12 運動をした後	13 入浴後	14 のどが渇いた時	15 外食機会	16 その他
1. 当てはまる場面 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="text"/>
2. 最も当てはまる場面 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に <input type="text"/>



- セレクト条件：【Q19】で2と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 9_FA: 必須入力
- ①項目【2】 9_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
- 包含チェックする選択肢: 1-9
- SA 項目【2】

Q22 今後果物を食べる量を減らしたい(または、減らさざるを得ない)と思う理由は何ですか。
【必須入力】

	1 あまり好きでないから	2 他に食べる食品があるから	3 食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから	4 太るといけないから	5 日持ちがせず安い置きができないから	6 他の食品に比べて値段が高いから	7 味や甘さなどの品質にばらつきがあるから	8 近くに買いやすい店がないから	9 その他
1. あてはまる理由 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="text"/>
2. その中で最もあてはまる理由 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に <input type="text"/>

.....  [ここで改ページ](#)

- ①必須入力
- ①17_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 18. 提供方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはない

Q23 どのような果物が提供されれば、果物をより多く食べるようになると思いますか。(いくつでも)

【必須入力】


- 1. 色・形がよくて、見た目の美しい果物
- 2. 多少外観が悪くても割安な果物
- 3. 少々値段が高くても、おいしさが確かな果物(味がバラつきがない)
- 4. 皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物(品種)
- 5. 健康や美容にいい(機能性の高い)果物
- 6. 今よりも1つの実が大ぶりの果物
- 7. 今よりも1つの実が小さくて1人分サイズの果物
- 8. 冷凍果物
- 9. カットフルーツやパックゼリーなど簡単に食べられる果物加工品
- 10. 産直(宅配)、直売などによるより新鮮な果物
- 11. 生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物
- 12. 農薬をできるだけ使っていない果物
- 13. 料理や調理方法に合った果物(品種)
- 14. 今までに食べたことがない(日本ではあまり食べることが出来ない)珍しい果物
- 15. 購入後傷みにくい果物(日持ちがする果物)
- 16. 季節を問わず、1年中購入できる果物
- 17. その他(具体的には:)
- 18. 提供方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはない



- ①必須入力
- ①19_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 20. 販売方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはない

Q24 どのように果物が販売されれば、果物をより多く食べるようになりますか。(いくつでも)
【必須入力】

- 1. コンビニエンスストアでの販売
- 2. 駅の売店での販売
- 3. 産直(宅配)、直売所での販売
- 4. 弁当と一緒に果物を販売
- 5. 店頭で糖度などの表示をして販売
- 6. 果物の鮮度の見分け方を表示して販売
- 7. 美味しい果物を見分け方を表示して販売
- 8. その果物の「食べ頃」「旬」を表示して販売
- 9. その果物に含まれる栄養素を表示して販売
- 10. その果物の機能性(骨粗しょう症の予防など)を表示して販売
- 11. 店頭で試食ができる販売
- 12. 袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売
- 13. ファミリーレストランでのフルーツ盛り合わせデザートや生搾りジュースなどメニュー数の充実
- 14. ファーストフード店で1個売りやカットフルーツやデザートや生搾りジュースとして販売
- 15. 外食(レストラン、回転寿司等)のメニューに果物を付けて販売
- 16. 自動販売機による駅等での販売
- 17. インターネットでの販売
- 18. 職場での販売(おやつにデスクで食べられるみかん等)
- 19. その他(具体的に:)
- 20. 販売方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはない

●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●  [ここで改ページ](#) ●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●

- 作成制限超過 1 問分
- ①必須入力:項目【1】
- ①必須入力:項目【2】
- ①必須入力:項目【3】
- ①必須入力:項目【4】
- ①必須入力:項目【5】
- ①必須入力:項目【6】
- ①必須入力:項目【7】
- ①必須入力:項目【8】
- ①必須入力:項目【9】
- ①必須入力:項目【10】
- ①必須入力:項目【11】
- ①必須入力:項目【12】
- ①必須入力:項目【13】
- ①必須入力:項目【14】
- ①必須入力:項目【15】
- ①必須入力:項目【16】
- ①必須入力:項目【17】
- ①必須入力:項目【18】
- ①必須入力:項目【19】
- ①必須入力:項目【20】
- ①必須入力:項目【21】
- ①必須入力:項目【22】
- ①必須入力:項目【23】
- ①必須入力:項目【24】

Q25 以下のように伝えられた場合、あなたは今よりも果物を食べようと思いますか。
 当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。
 ※項目 23,24については、該当する果物に関して、当てはまるものをお答えください。
【その他以外必須】

	1 とても思いません	2 ややそう思いません	3 あまりそう思いません	4 そう思わない
1.日本人の食生活のバランスは果物が足りていない	→ ○	○	○	○
2.果物を食べると「健康に良い」	→ ○	○	○	○
3.果物を食べると「がん予防」になる	→ ○	○	○	○
4.果物を食べると「生活習慣病予防」になる	→ ○	○	○	○
5.果物を食べると「メタボの予防」になる	→ ○	○	○	○
6.果物を食べると「美肌に良い」	→ ○	○	○	○
7.この果物は○○地方のブランド品(特産品)だ	→ ○	○	○	○
8.果物は低カロリーで、太りにくい食品だ	→ ○	○	○	○
9.こどものおやつには果物を与える方がよい	→ ○	○	○	○
10.この果物は糖度が高くて甘い	→ ○	○	○	○
11.この果物は香りが良い	→ ○	○	○	○
12.この果物は食べやすい(皮ごと食べられる/皮がむきやすい/袋ごと食べられる…等)	→ ○	○	○	○
13.この果物は、手や衣服を汚さずに食べられる	→ ○	○	○	○
14.この果物は種なしだ	→ ○	○	○	○
15.この果物は○○の栄養分が豊富	→ ○	○	○	○
16.この果物の旬は今だ	→ ○	○	○	○
17.この果物は「安心」、「安全」である	→ ○	○	○	○
18.「朝の果物は金！」	→ ○	○	○	○
19.この果物は、○○が特徴の品種「○○」だ	→ ○	○	○	○
20.この果物は、○○などの料理に適している	→ ○	○	○	○
21.この果物は、木の上でたっぷり熟した完熟果実だ	→ ○	○	○	○
22.この果実は、○日に収穫したばかりで新鮮だ	→ ○	○	○	○
23.温州みかんは、がんや骨粗しょう症に予防効果のあるβ-クリプトキサンチンを特に多く含んでいる	→ ○	○	○	○
24.ぶどうの「シャインマスカット」や「ナガノパール」は皮が薄く、皮ごと食べられる。	→ ○	○	○	○
25.その他 <input type="text"/>	→ ○	○	○	○

- ①必須入力(全項目)

Q26 スーパーにおける果物販売について、あなたに当てはまるものはどれですか。
それぞれひとつずつお選びください。

【必須入力】

	1 あてはまる	2 ややあてはまる	3 あまりあてはまらない	4 あてはまらない
1. どれを買ったら良いか迷うので、今おすすめの商品のアピールが欲しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 品種の違い同じ果物が並ぶ場合は、その違いが分かる表示が欲しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. どのくらい甘いかわかるように、糖度を表示して欲しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 試食してから購入したい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 国産の果物を購入したい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 産地表示が欲しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 食べ方や食べごろを表示して欲しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 家庭での保存方法を表示して欲しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 小袋やバラ売りがあると良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 生産者や栽培履歴などの栽培情報が分かるようにして欲しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. 売り場に商品を説明宣伝する人がいると、買いやすい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. 果物売り場を見て回るのが楽しい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)

Q27 コンビニエンスストアやミニスーパー等における果物販売についてどのように感じていますか。
それぞれ当てはまるものを教えてください。

普段購入することがない方もイメージでお答えください。

【必須入力】

	1 あてはまる	2 ややあてはまる	3 あまりあてはまらない	4 あてはまらない
1. 身近なので購入しやすい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. スーパーマーケットより価格が高い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. スーパーマーケットより新鮮に見えない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 24時間、いつでも買えるから便利	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 1回で食べられる量なので、買いやすい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 果物の種類が十分ではない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. コンビニ等では果物は買いたくない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ここで改ページ

- ①必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択肢: 11. この中にあてはまるものはない/わからない
- 選択肢ランダムサイズ: 選択肢1-10

Q28 果物を購入しようとする際に知りたいことは何ですか。上位3つまでお答え下さい。

【必須入力】(3個まで選択)

- 1. 食べごろ
- 2. 美味しい果物の見分け方
- 3. 鮮度
- 4. 日持ち
- 5. 栄養成分
- 6. 糖度
- 7. 機能性
- 8. 産地
- 9. 生産者の情報
- 10. 農薬使用などの栽培履歴
- 11. この中にあてはまるものはない/わからない



- ①必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択肢: 11. この中にあてはまるものはない/わからない
- 選択肢ランダムサイズ: 選択肢1-10

Q29 果物について知っておきたいことは何ですか。上位3つまでお答え下さい。

【必須入力】(3個まで選択)

- 1. 食べごろの見分け方
- 2. 美味しい果物の見分け方
- 3. 鮮度の見分け方
- 4. 栄養成分
- 5. 生活習慣病との関係
- 6. ダイエットとの関係
- 7. 適量
- 8. 機能性
- 9. 栽培方法
- 10. 残留農薬
- 11. この中にあてはまるものはない/わからない



- ①必須入力
- ⑥_FA: 必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択数: 7. (自分では)買わない

Q30 あなたは、果物を主にどこで購入しますか。上位3つまでお答え下さい。
【必須入力】 (3個まで選択)

- 1. スーパー
- 2. 専門店
- 3. コンビニエンスストア
- 4. 直売所
- 5. ネット通販
- 6. その他
- 7. (自分では)買わない

●●●●●●●●●●●●●●●●  ここで改ページ ●●●●●●●●●●●●●●●●

- ①必須入力(全項目)

Q31 あなたは、以下のそれぞれについて、
 自分で食べる分にひと月でいくらぐらい支出していますか。(税込)
【必須入力】

	1	2	3	4	5	6
	0 ~ 5000円未満	5000円以上 ~ 10000円未満	10000円以上 ~ 20000円未満	20000円以上 ~ 30000円未満	30000円以上	わからない
1. 果物 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 野菜 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 菓子 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

●●●●●●●●●●●●●●●●  ここで改ページ ●●●●●●●●●●●●●●●●

- ①必須入力(全項目)
- マルチの選択数:
上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択肢: 11. この中にあてはまるものはない/わからない
- 選択肢ランダムイズ : 選択肢 1-10

Q32 食費に使える金額が以下ようになった場合の、
あなたのお考えをお答えください。
【必須入力】(3個まで選択)

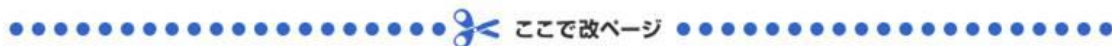
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	穀類	畜産物	水産物	野菜	果物	菓子	お弁当・惣菜	飲料	お酒	外食	この中にあてはまるものはない/わからない
1. 食費に使える金額が1割程度増える場合に支出したいもの(3つまで)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 食費に使える金額が1割程度減ってしまう場合に減らしたいもの(3つまで)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



- ①必須入力
- ④4_FA: 必須入力

Q33 あなたは、輸入果物を購入しますか。
【必須入力】

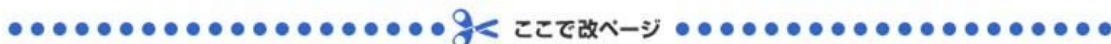
- 1. いつも買っている
- 2. 時々購入している
- 3. 国産果物がなしのときに買っている
- 4. その他



- セレクト条件：【Q33】で1-3と答えた方
- ①必須入力
- ⑥6_FA: 必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択肢: 7. 特に理由はない
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-5

Q34 あなたが輸入果物を購入する理由は何ですか。上位3つまでお答え下さい。
【必須入力】(3個まで選択)

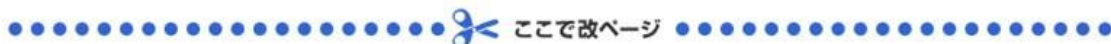
- 1. 安いから
- 2. 国産果物がないから
- 3. 美味しそうだから
- 4. 珍しい果物だから
- 5. 健康によさそうだから
- 6. その他
- 7. 特に理由はない



- ①必須入力
- ⑦7_FA: 必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択肢: 8. 特にない/わからない

Q35 輸入果物の印象はどうですか。上位3つまでお答え下さい。
【必須入力】(3個まで選択)

- 1. 満足
- 2. まあまあ普通
- 3. 安い
- 4. 手ごろな価格である
- 5. また買いたい
- 6. もう買いたいとは思わない
- 7. その他
- 8. 特にない/わからない



- ①必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択数: 10. この中にあてはまるものはない/わからない

Q36 果物と聞いて、あなたはどんなイメージを持ちますか。上位3つまでお答え下さい。
【必須入力】(3個まで選択)

1. 必需品(毎日の食生活に欠かせないもの)
2. 嗜好品
3. 高級
4. 甘くておいしい
5. 甘すぎる
6. 酸っぱくて美味しい
7. 酸っぱすぎる
8. 食べるのが面倒
9. 手がべとべととして嫌だ
10. この中にあてはまるものはない/わからない



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)

Q37 以下のそれぞれの食材について、あなたがそれを召し上げる量・頻度をお答えください。
【必須入力】

	1 ほぼ毎日	2 週に3~4 日程度	3 週に1~2 日程度	4 月に2~3 日程	5 月に1 日程度	6 2~3ヶ月 に1日程度	7 ほとんど/全く 食べない
1. みかん →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. その他のかんきつ類 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. りんご →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ふどう →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. なし →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. もも →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. おうとう(さくらんぼ) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. ひわ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. かき →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. くり →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. うめ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. すもも →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. キウイフルーツ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. パインアップル →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



ここで改ページ

- ①必須入力
- 排他選択肢: 15. この中にあてはまるものはない/わからない

Q38 以下のそれぞれの果物のうち、あなたが今後、買う量を増やしたいと思うものがありましたら、
全てお答えください。

【必須入力】

- 1. みかん
- 2. その他のかんきつ類
- 3. りんご
- 4. ぶどう
- 5. なし
- 6. もも
- 7. おうとう(さくらんぼ)
- 8. びわ
- 9. かき
- 10. くり
- 11. うめ
- 12. すもも
- 13. キウイフルーツ
- 14. パインアップル

- 15. この中にあてはまるものはない/わからない

アンケートは以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。
送信ボタンを押してください。

送 信