中央果実協会調査資料　No226

平成26年度

果物の消費に関するアンケート調査報告書

平成27年2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として、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」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、消費者の購買行動に繋がっていないのが現状です。

一方、最近の単身世帯や夫婦のみの世帯の増加、世帯員人員の減少などの世帯構成の変化、食の外部化、簡便化の進展、経済性志向、健康志向、安全志向の高まり等、果物消費を取り巻く社会経済情勢が大きく変化しており、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等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。

他方、生産サイドにおいても消費者ニーズに即した生産対応が重要との認識の下に、食味等が改善された品種が育成され、多くの新品種が店頭に並べられ、かんきつ類を中心として小売業者に「品種で売る」動きも広がっており、産地も積極的に品種プロモーションに取り組んでいますが、消費者がその良さや特徴を十分認識して購入しているとは言えない状況です。

このため、全国の消費者を対象に、果物に関する消費・購入状況等や果物の品種についてアンケート調査を行うとともに、果物の生産・流通関係者を対象に「品種で売る」取組についてヒアリングを行い、とりまとめて今後の果物の消費拡大の基礎資料とすることとしました。

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、関係の皆様に幅広く活用していただければ幸いです。

本調査の実施に当たり、「果物の消費に関するアンケート調査検討会」委員を始め、生産・流通関係者の皆様にご協力頂きましたことに厚くお礼申し上げます。

平成27年2月

公益財団法人中央果実協会

目次

１．アンケート調査の実施概要

【１】調査目的 …… 9
【２】本調査で把握するべきこと …… 9
【３】調査方法 …… 9
【４】本調査における言葉の定義 …… 10
【５】調査項目 …… 10
【６】回答者プロフィール …… 12
【７】分析軸について …… 13
【８】果物の消費に関するアンケート調査検討会 …… 14

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 果物の摂取頻度 …… 18
② 果物の摂取時間帯(摂取場面) …… 19
③-1 果物の摂取理由［果物月１回以上喫食層］ …… 20
③-2 果物の摂取理由(意識・摂取状態別) …… 21
④ 果物を毎日は摂らない理由［毎日摂取者を除く］ …… 23
⑤ 果物の摂取量(一日平均)［果物月１回以上喫食層］ …… 24
⑥-1 果物を摂取するようになったきっかけ［1日摂取量１５０g以上層］ …… 25
⑥-2 果物を摂取するようになったきっかけ（意識・摂取状態別）［1日摂取量１５０g以上層］ …… 26
⑦ 果物の摂取量(一日平均)が２００グラムに達していない理由［1日摂取量２００g未満層］ …… 27
⑧-1 果物を意識的に摂っているか …… 28
⑧-2 果物を意識的に摂っているか（今後の摂取意向別） …… 29
⑨ 果物の摂取方法［果物を「食べている」層］ …… 30
⑩-1 果物の摂取を増加できると思う方法［果物を「食べていない」層］ …… 31
⑩-2 果物の摂取を増加できると思う方法(意識別)［果物を「食べていない」層］ …… 32
⑪-1 果物のイメージ …… 33
⑪-2 果物のイメージ(意識・摂取状態別) …… 37
⑪-3 果物のイメージ(今後の摂取意向別) …… 39
まとめ …… 41

(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 …… 44
② 生鮮果物の購入(摂取)場所 …… 45
③ 果物加工品の購入(摂取)場所 …… 47
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］ …… 49
⑤-1 購入機会の多い果物加工品［果物加工品喫食層］ …… 50
⑤-2 購入機会の多い果物加工品(意識・摂取状態別)［果物加工品喫食層］ …… 51
⑥ 果物加工品の摂取理由［果物加工品月１回以上喫食層］ …… 52

⑦-1 果物加工品の摂取頻度の変化(果物加工品全体について) …… 53
⑦-2 果物加工品の摂取頻度の変化(果物加工品の種類別) …… 54
⑧-1 果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品全体について) …… 55
⑧-2 果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品の種類別) …… 56
⑨-1 果汁(１００％ジュース／濃縮還元)の購入頻度 …… 57
⑨-2 果汁(１００％ジュース／ストレート)の購入頻度 …… 58
⑨-3 カットフルーツの購入頻度 …… 59
⑨-4 ドライフルーツの購入頻度 …… 60
まとめ …… 61
(3) 今後の果物の摂取意向
① 今後の果物の摂取量の変化 …… 64
②-1 増やしたい理由［摂取量増加意向層］ …… 65
②-2 増やしたい理由(意識・摂取状態別) …… 66
まとめ …… 67
(4) 果物の消費を増やすために
①-1 果物の消費量を増やすための提供方法 …… 70
①-2 果物の消費量を増やすための提供方法(意識・摂取状態別) …… 72
①-3 果物の消費量を増やすための提供方法(全体と摂取量増加意向層) …… 74
②-1 果物の消費量を増やすための販売方法 …… 75
②-2 果物の消費量を増やすための販売方法(意識・摂取状態別) …… 77
②-3 果物の消費量を増やすための販売方法(全体と摂取量増加意向層) …… 79
③-1 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法 …… 80
③-2 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法(意識・摂取状態別) …… 82
③-3 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法(全体と摂取量増加意向層) …… 84
④-1 スーパーにおける果物販売についての印象 …… 86
④-2 スーパーにおける果物販売についての印象(意識・摂取状態別) …… 87
④-3 スーパーにおける果物販売についての印象(今後の摂取意向別) …… 88
⑤-1 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向 …… 89
⑤-2 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向(意識・摂取状態別) …… 90
⑤-3 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向(今後の摂取意向別) …… 91
まとめ …… 92
(5) 現在の食生活・生活について
① 食生活・食品の購買行動における留意点 …… 94
②-1 自身の健康・生活への充足感についての印象 …… 96
②-2 自身の健康・生活への充足感についての印象(摂取頻度別) …… 98
②-3 自身の健康・生活への充足感についての印象(摂取量別) …… 99
③ 健康な食生活を実践するために参考にしている指針等 …… 101
まとめ …… 102

(6)「毎日くだもの２００グラム運動」について
① 果物を毎日２００g摂取することと健康との関係の認知 …… 104
② 「毎日くだもの２００グラム！」標語の認知 …… 105
③ ロゴマークの認知 …… 106
まとめ …… 107
(7) まとめ―果物の消費拡大に向けて― …… 109

３．品種別果物についての調査の分析
(1) アンケート調査による分析結果
①-1 品種別果物の認知・購入経験 …… 120
①-2 品種別果物の認知 …… 121
①-3 品種別果物の購入経験 …… 123
②-1 “温州みかん”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 125
②-2 “その他かんきつ類”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 126
②-3 “りんご”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 127
②-4 “梨（なし）”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 128
②-5 “柿（かき）”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 129
②-6 “ぶどう”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 130
②-7 “桃（もも）”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 131
②-8 “キウイフルーツ・いちご・さくらんぼ”の認知経路
（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 132
②-9 認知上位3品種・下位3品種（認知者ベース） …… 133
②-10 購入意向上位3品種・下位3品種（認知者ベース） …… 134
③-1 “温州みかん”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 135
③-2 “その他かんきつ類”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 367
③-3 “りんご”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 137
③-4 “梨（なし）”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 138
③-5 “柿（かき）”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 139
③-6 “ぶどう”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 140
③-7 “桃（もも）”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 141
③-8 “キウイフルーツ・いちご・さくらんぼ”のイメージ
（認知者ベース：品種別比較／平均値比較） …… 142
③-9 購入意向上位３品種・下位３品種（認知者ベース） …… 143
④-1 新品種果物の購入意向（品種別／認知者ベース） …… 145
④-2 新品種果物の購入意向（全体ベース） …… 146
⑤-1 新品種“温州みかん”に期待すること …… 148
⑤-2 新品種“その他かんきつ類”に期待すること …… 150
⑤-3 新品種“りんご”に期待すること …… 152
⑤-4 新品種“梨（なし）”に期待すること …… 154
⑤-5 新品種“柿（かき）”に期待すること …… 156

⑤-6 新品種“ぶどう”に期待すること …… 158
⑤-7 新品種“桃（もも）”に期待すること …… 160
⑤-8 新品種“キウイフルーツ”に期待すること …… 162
まとめ …… 164
(2) ヒアリング調査による分析 …… 165
(3) 調査のまとめ―果物の品種別訴求について― …… 171

４．調査票 …… 175

参考：経年分析 …… 201

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】本調査で把握するべきこと

- 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
- 品種別の視点からみた果物普及の現状
- 「毎日くだもの２００グラム」運動の浸透・普及率

【３】調査方法

（１）調査客体

全国２，０００名を次の①と②に分けて抽出した。

①首都圏・近畿圏

- 調査地域：首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）及び近畿圏（大阪、京都）
- 調査対象：上記都府県に居住する満２０歳以上７０歳未満の男女個人
- 集計・分析者数：合計１，２００名
- 抽出方法：平成２２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地方圏

- 調査地域

  地方都市：札幌市、仙台市、名古屋市、岡山市、福岡市（計５地域）

  農山漁村：東北地方、北陸地方、九州地方の町村部（計３地域）
- 調査対象：上記各地域に居住する満２０歳以上７０歳未満の男女個人
- 集計・分析者数：合計８００名
- 抽出方法

  地方都市：平成２２年度国勢調査の地域別人口構成比に合わせて性、年代別に割付を行い、無作為抽出する。

  農山漁村：平成２２年度国勢調査の地方別人口構成比に合わせて性、年代別に割付を行い、無作為抽出する。

  ※地方別人口構成比は、各地方に該当する県の人口構成の合計をもとに算出する。

（２）調査方法

インターネット調査

（３）調査期間

平成２６年９月２７日（土）～９月２９日（月）

（４）回収状況

有効票　首都圏・近畿圏：１，２００サンプル

地方都市・農山漁村：８００サンプル

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５０％以上を含んだ果実・野菜ミックスジュースを含む）。

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果物の摂取頻度

②果物の摂取時間帯（摂取場面）

③果物の摂取理由

④果物を毎日は摂らない理由
⑤果物の摂取量（一日平均）
⑥果物を摂取するようになったきっかけ
⑦果物の摂取量（一日平均）が２００グラムに達していない理由
⑧果物を意識的に摂っているか
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果汁（１００％ジュース／濃縮還元＆１００％ジュース／ストレート）、カットフルーツ、ドライフルーツの摂取頻度

（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増やしたい理由

（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スーパーにおける果物販売についての印象
⑤コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向

（５）現在の食生活・生活について

①食生活・食品の購買行動における留意点

②自身の健康・生活への充足感についての印象

③健康な食生活を実践するために参考にしている指針等

（６）品種別の果物について

①果物の品種別認知・購買経験

②果物の品種別認知経路

③果物の品種別イメージ

④果物の品種別購入意向

⑤新品種に期待すること

（７）「毎日くだもの２００グラム運動」について

①果物を毎日２００グラム以上摂取することと健康との関係の認知

②「毎日くだもの２００グラム！」標語の認知

③ロゴマークの認知

【６】回答者プロフィール（構成割合：％）

＜性別＞

	男性	女性
全体（n＝2000）	50.1	49.9

＜年代＞

	２０代	３０代	４０代	５０代	６０代
全体（n＝2000）	16.8	22.5	20.4	19.0	21.4

＜未既婚＞

	未婚	既婚
全体（n＝2000）	40.3	59.8

＜子どもの有無＞

	子ども有	子ども無
全体（n＝2000）	52.3	47.7

＜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＝2000）	0.4	1.7	14.7	11.7	10.7	6.3	2.5	20.5	14.9	3.7	3.4	9.9

＜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＝2000）	42.0	22.5	12.9	5.5	2.3	1.2	0.5	0.2	0.1	5.5	7.6

【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
- 意識別

  →意識している：Ｑ８で「意識して、食べている」「意識しているが、食べていない」と回答した層

  →意識していない：Ｑ８で「意識していないが、食べている」「意識していないし、食べていない」と回答した層
- 行動別

  →食べている：Ｑ８で「意識して、食べている」「意識していないが、食べている」と回答した層

  →食べていない：Ｑ８で「意識しているが、食べていない」「意識していないし、食べていない」と回答した層
- 果物摂取状況別

  →毎日果物摂取層：Ｑ１で果物の摂取頻度が「ほぼ毎日（週５日以上）」と回答した層

  →果物200ｇ以上摂取層：Ｑ５で果物摂取量が１日平均「200ｇ以上」と回答した層

とする。

また、設問によって適宜分析するものは、

- 果物摂取についての意識別
- 果物を食べているかの行動別
- 今後の果物摂取意向別
- 果物の摂取頻度別

とする。

【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）

伊藤　嘉子	株式会社エスピーリブ代表取締役会長
駒村　研三	一般社団法人日本果樹種苗協会専務理事
鈴木　秀明	日本園芸農業協同組合連合会参事

２．アンケート調査の分析結果

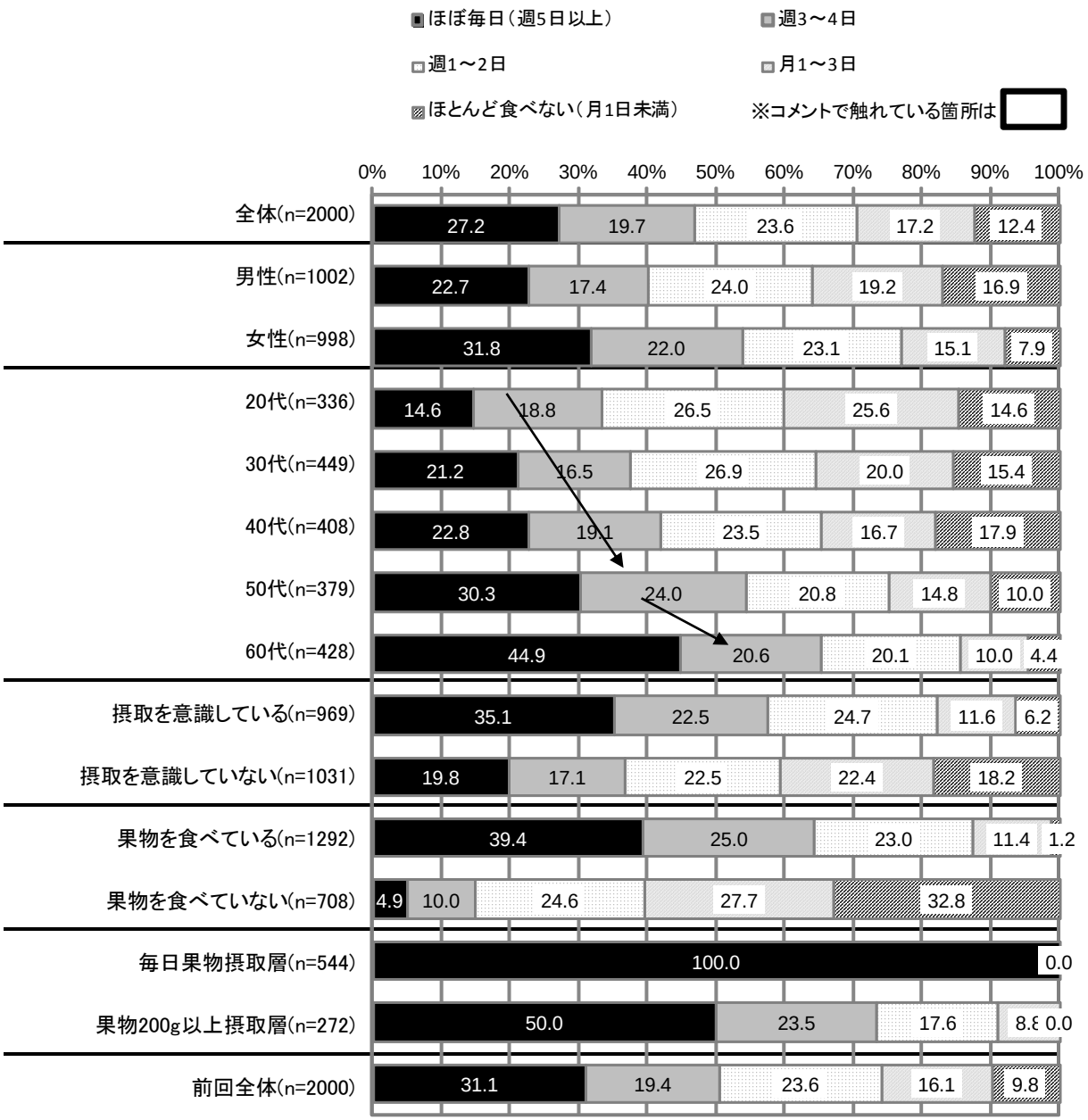
品種別果物についてのアンケート調査結果は
ヒアリング調査結果と合わせ
３．品種別果物についての調査の分析結果
において、記載しています。

（１）日常の果物の消費行動

①果物の摂取頻度

- 全体では「ほぼ毎日」が最も高い。次いで、「週１～２日」「週３～４日」の順となっており、前回とほぼ同様の傾向を示している。なお、前回と比べ「ほぼ毎日」が減少し、「ほとんど食べない」がわずかに増加している。
- 性別では女性の方が男性より摂取頻度が高く、特に「ほぼ毎日」は、女性が男性を９．１ポイント上回っている。
- 年代別では年代が上がるにつれて「ほぼ毎日」が高くなっている。
- 摂取意識別では、摂取を意識している層の方が、摂取頻度が高くなっている。
- 摂取量２００ｇ以上層では「ほぼ毎日」が５０．０%に達し、全体を２２．８ポイント上回っている。

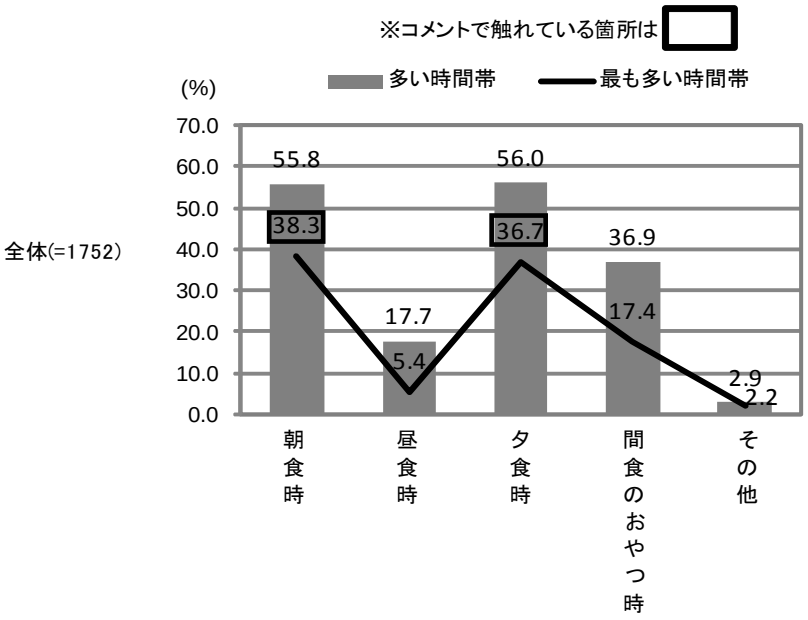
Ｑ１．あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で摂りますか。（ＳＡ）



②果物の摂取時間帯（摂取場面）

- 全体では「朝食時」が最も高く、次いで「夕食時」「間食のおやつ時」の順。
- 性別では、女性は「朝食時」が高く、男性は「夕食時」が高い。
- 年代別では、「朝食時」は、５０代・６０代が高く、「夕食時」は２０～４０代が高い。「間食のおやつ時」については２０代と６０代が高い。

Ｑ２．果物を摂るのはいつが多いですか。（ＭＡ）　Ｑ２ＳＱ１．その中で最も多い時間帯（ＳＡ）



最も多い時間帯スコア（SA）　(%)

全体		(n=1752)	38.3	5.4	36.7	17.4	2.2
性別	男性	(n=833)	33.9	5.2	41.2	17.4	2.4
	女性	(n=919)	42.3	5.5	32.6	17.4	2.1
年代	20代	(n=287)	*28.2*	5.2	43.9	20.9	1.7
	30代	(n=380)	37.9	5.5	41.6	12.6	2.4
	40代	(n=335)	37.6	4.8	41.8	14.0	1.8
	50代	(n=341)	41.3	5.3	32.6	17.0	3.8
	60代	(n=409)	43.8	5.9	*26.4*	22.5	1.5
意識別	摂取を意識している	(n=909)	47.3	6.2	33.1	*12.1*	1.3
	摂取を意識していない	(n=843)	*28.6*	4.5	40.6	23.1	3.2
行動別	果物を食べている	(n=1276)	42.2	5.2	36.2	15.0	1.4
	果物を食べていない	(n=476)	*27.7*	5.9	38.0	23.9	4.4
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	59.7	5.1	*24.6*	*9.6*	0.9
	果物200g以上摂取層	(n=272)	39.0	8.1	33.1	18.0	1.8
前回全体＿最も多い時間帯		(n=1804)	39.4	5.6	33.8	18.8	2.4

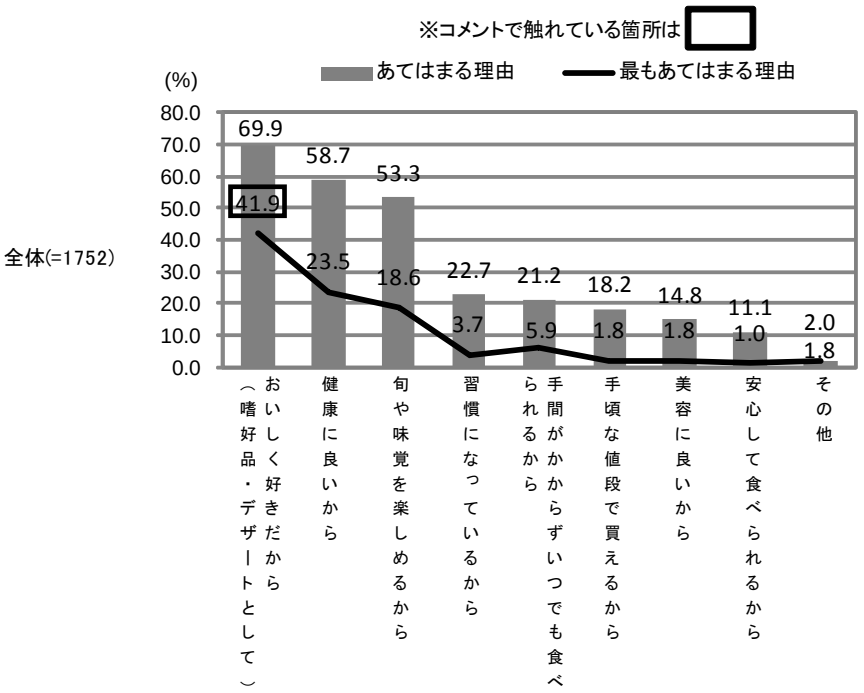
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

③ー１果物の摂取理由［果物月１回以上喫食層］

- 全体では「おいしく好きだから」が最も高く、次いで「健康に良いから」「旬や味覚を楽しめるから」の順。前回と同様の傾向となっている。
- 年代別では、若年層ほど「おいしく好きだから」が高くなっている。一方、「旬や味覚を楽しめるから」は６０代の高年代層のスコアが高い。
- 摂取意識別では、摂取を意識している層は「おいしく好きだから」が最も高い。「健康に良いから」は摂取を意識している層は高いが、意識していない層は低い。

Ｑ３．果物を摂る理由はなんですか。（ＭＡ）　Ｑ３ＳＱ１．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=1752)	41.9	23.5	18.6	3.7	5.9	1.8	1.8	1.0	1.8
性別	男性	(n=833)	41.3	26.1	16.8	4.3	6.4	0.6	2.0	1.1	1.4
	女性	(n=919)	42.4	21.2	20.1	3.2	5.5	2.9	1.6	0.9	2.1
年代	20代	(n=287)	51.6	18.8	*9.4*	4.5	5.6	4.5	1.4	0.7	3.5
	30代	(n=380)	46.3	21.3	18.7	3.7	2.9	2.6	2.1	0.8	1.6
	40代	(n=335)	45.1	24.5	14.9	3.3	7.5	1.8	0.3	0.9	1.8
	50代	(n=341)	38.4	27.6	19.4	2.9	5.3	0.6	3.2	1.5	1.2
	60代	(n=409)	*31.3*	24.7	27.1	4.2	8.3	0.2	2.0	1.0	1.2
意識別	摂取を意識している	(n=909)	*36.5*	32.9	16.6	2.3	6.2	2.6	0.9	0.8	1.2
	摂取を意識していない	(n=843)	47.7	*13.4*	20.6	5.2	5.7	0.9	2.8	1.2	2.4
行動別	果物を食べている	(n=1276)	43.3	24.2	16.9	3.4	7.3	1.5	1.6	0.8	0.9
	果物を食べていない	(n=476)	38.0	21.6	22.9	4.6	2.3	2.7	2.3	1.5	4.0
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	*35.7*	31.8	*11.8*	2.6	13.8	1.8	0.6	0.6	1.5
	果物200g以上摂取層	(n=272)	45.2	22.4	15.8	3.3	8.5	1.1	1.1	1.5	1.1
前回全体＿その中で最もあてはまる理由		(n=1804)	43.2	25.4	15.8	3.8	5.6	1.8	2.3	0.5	1.7

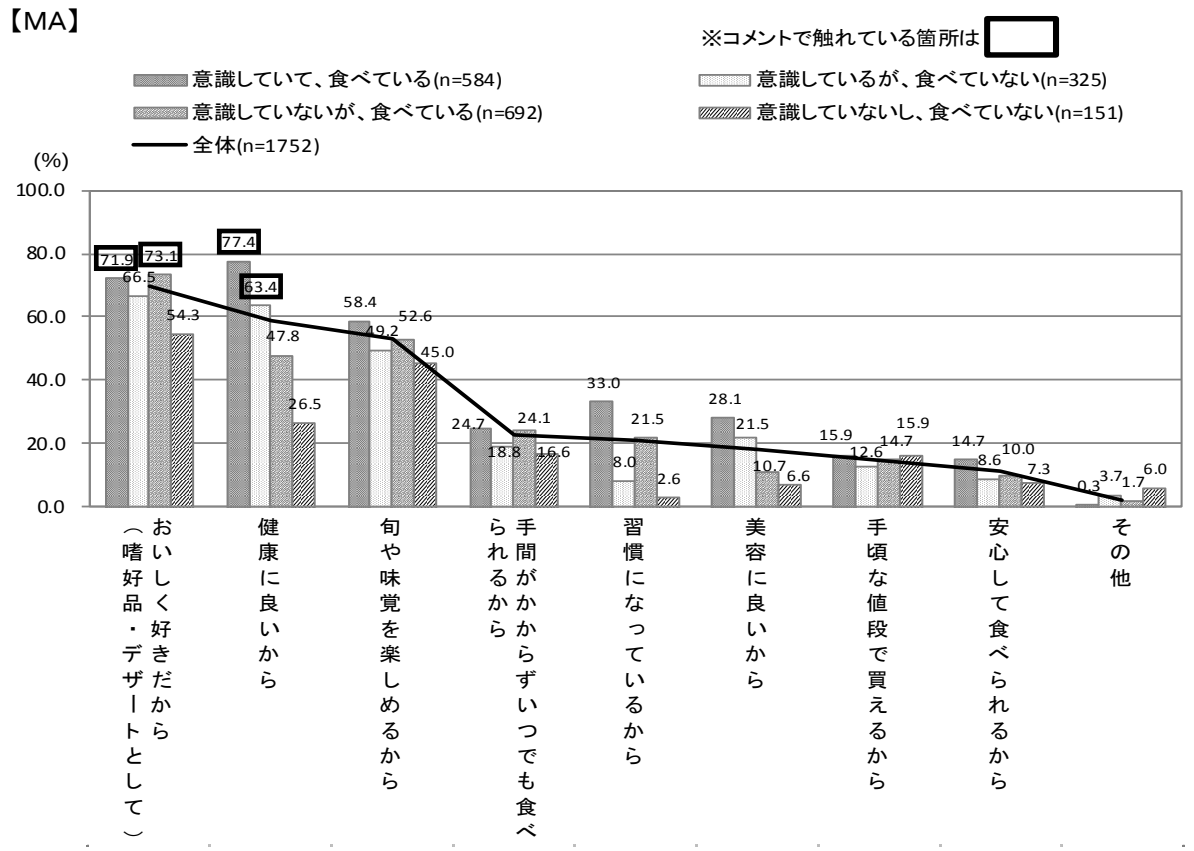
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

③-２果物の摂取理由(意識・摂取状態別)

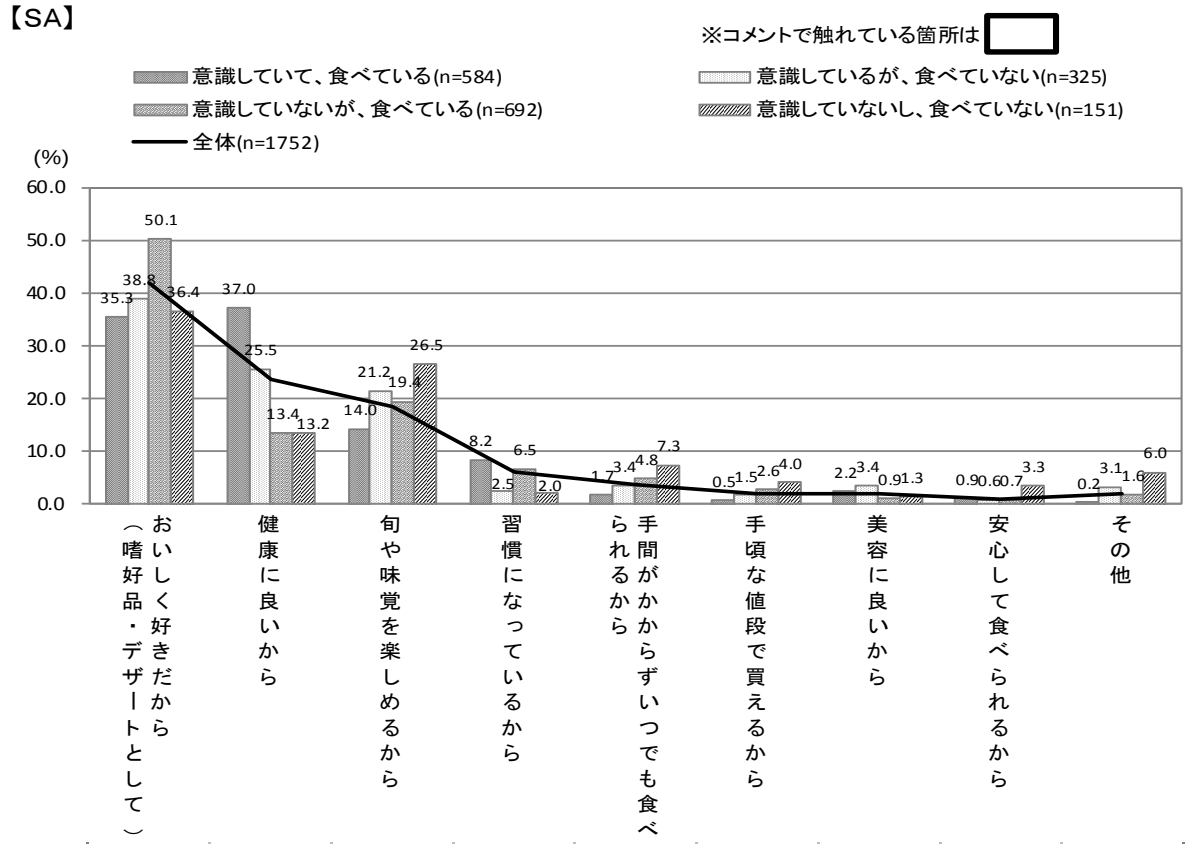
果物摂取についての意識別にみると…
- 意識している層では、「健康に良いから」が意識していない層と比べて高くなっている。

果物の摂取状況別にみると…
- 食べている層では、「おいしく好きだから」「旬や味覚を楽しめるから」「手間がかからずいつでも食べられるから」が食べていない層よりも高い。
- 意識の有無にかかわらず、食べている層は「習慣になっているから」が高い。

Ｑ３．果物を摂る理由はなんですか。（ＭＡ）　Ｑ３ＳＱ１．その中で最もあてはまる理由。（ＳＡ）



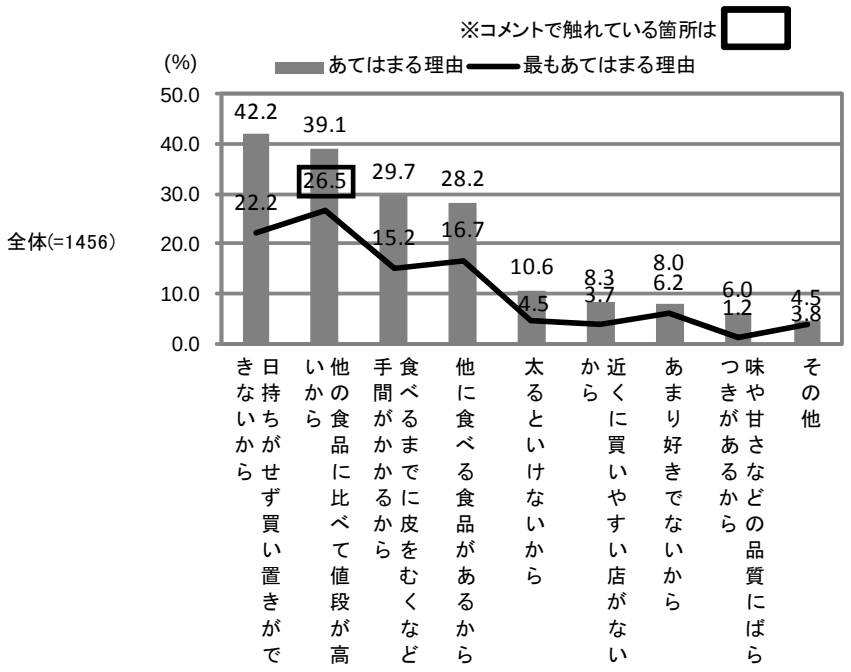
【SA】


※コメントで触れている箇所は
意識していて、食べている(n=584)
意識しているが、食べていない(n=325)
意識していないが、食べている(n=692)
意識していないし、食べていない(n=151)
全体(n=1752)
(%)
60.0
50.0
40.0
30.0
20.0
10.0
0.0
35.3
38.8
50.1
36.4
37.0
25.5
13.4
13.2
14.0
21.2
19.4
26.5
8.2
2.5
6.5
2.0
1.7
3.4
4.8
7.3
0.5
1.5
2.6
4.0
2.2
3.4
0.9
1.3
0.9
0.6
0.7
3.3
0.2
3.1
1.6
6.0
おいしく好きだから（嗜好品・デザートとして）
健康に良いから
旬や味覚を楽しめるから
習慣になっているから
手間がかからずいつでも食べられるから
手頃な値段で買えるから
美容に良いから
安心して食べられるから
その他

④果物を毎日は摂らない理由［毎日摂取者を除く］

- 全体では「日持ちがせず買い置きができないから」が最も高い。次いで、「他の食品に比べて値段が高いから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」の順。これら上位の順位は前回調査でも同様であった。
- 性別では、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。
- 摂取を意識している層では、「他の食品に比べて値段が高いから」が意識していない層と比較して１１．８ポイント高い。
- 行動別では、果物を食べている層は「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」「他に食べる食品があるから」が高く、食べていない層は「他の食品に比べて値段が高いから」が突出して高く、「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」も高い。

Ｑ４．果物を（毎日は）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）



最もあてはまる理由スコア（SA）　(%)

全体		(n=1456)	22.2	26.5	15.2	16.7	4.5	3.7	6.2	1.2	3.8
性別	男性	(n=775)	23.1	*20.0*	15.6	18.5	5.0	4.6	7.5	0.6	5.0
	女性	(n=681)	21.1	33.9	14.7	14.7	4.0	2.6	4.7	1.8	2.5
年代	20代	(n=287)	24.0	25.4	17.4	14.6	2.8	7.0	4.9	1.4	2.4
	30代	(n=354)	24.0	31.1	14.7	11.9	2.3	3.4	7.3	0.8	4.5
	40代	(n=315)	*16.5*	25.7	20.3	18.1	4.1	1.9	8.6	0.3	4.4
	50代	(n=264)	23.1	24.6	11.0	21.6	7.2	2.7	5.3	0.8	3.8
	60代	(n=236)	23.7	24.2	11.0	19.1	7.6	3.8	3.8	3.0	3.8
意識別	摂取を意識している	(n=629)	23.7	33.2	14.5	14.9	5.4	2.4	2.2	0.6	3.0
	摂取を意識していない	(n=827)	21.0	*21.4*	15.7	18.0	3.9	4.7	9.2	1.6	4.5
行動別	果物を食べている	(n=783)	26.4	23.9	11.7	21.6	6.4	4.5	*1.1*	1.3	3.1
	果物を食べていない	(n=673)	17.2	29.6	19.2	*11.0*	2.4	2.8	12.0	1.0	4.8
果物摂取状況別	果物200g以上摂取層	(n=136)	27.2	27.2	11.8	19.9	6.6	3.7	1.5	1.5	0.7
前回全体＿その中で最もあてはまる理由		(n=1378)	21.6	22.5	16.0	18.2	5.4	5.1	4.9	1.7	4.6

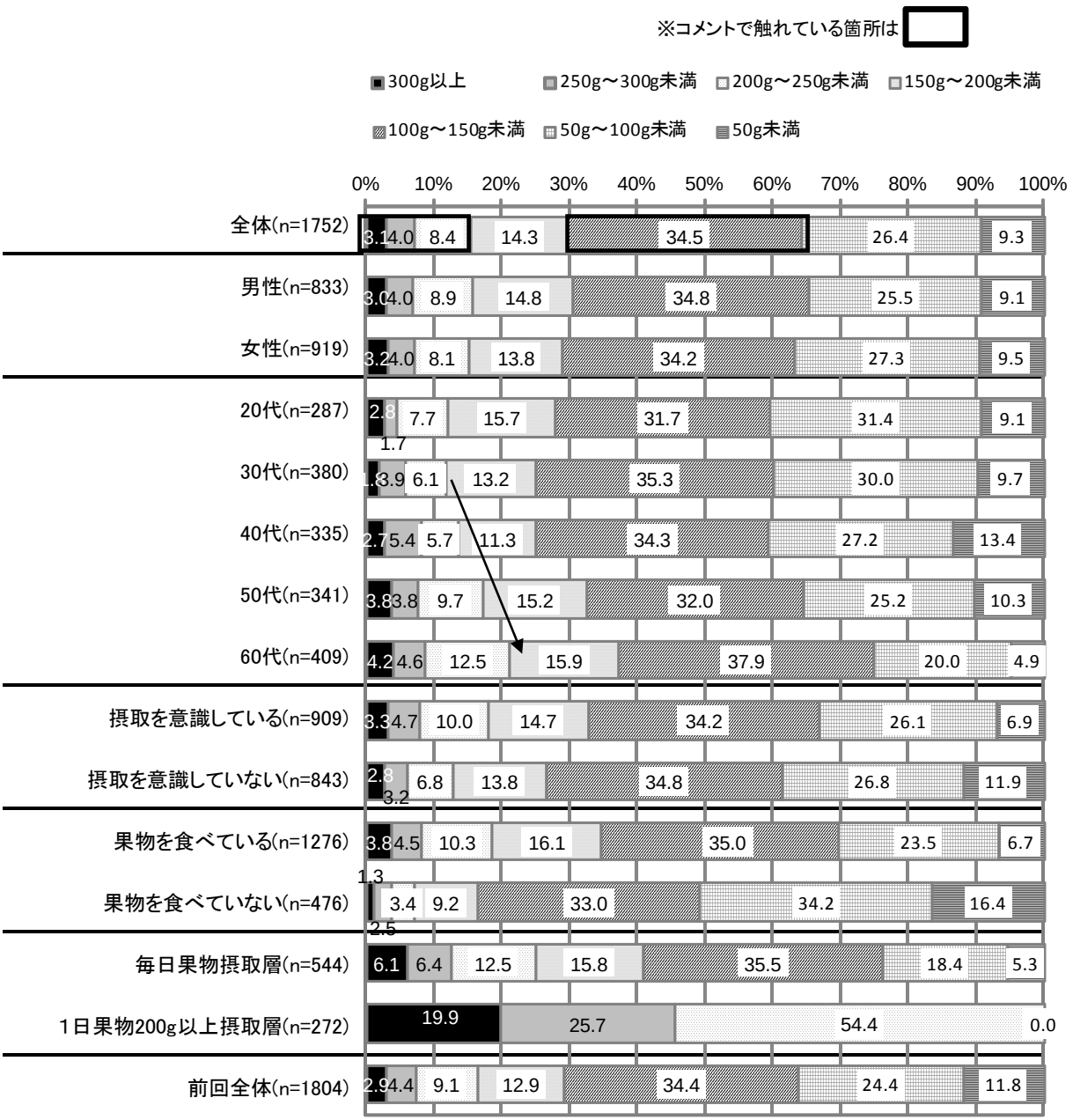
全体と比べて10ポイント以上高い。　全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。　*全体と比べて5～10ポイント未満低い。*

⑤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１５．５％。
- 全体では、「１００ｇ～１５０ｇ未満」が最も高い。次いで「５０ｇ～１００ｇ未満」「１５０ｇ～２００ｇ未満」の順。
- 年代別にみると、年代が上がるにつれて２００ｇ以上の割合が高く、６０代（２１．３％）では３０代（１１．８％）よりも９．５ポイント高くなっている。

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。

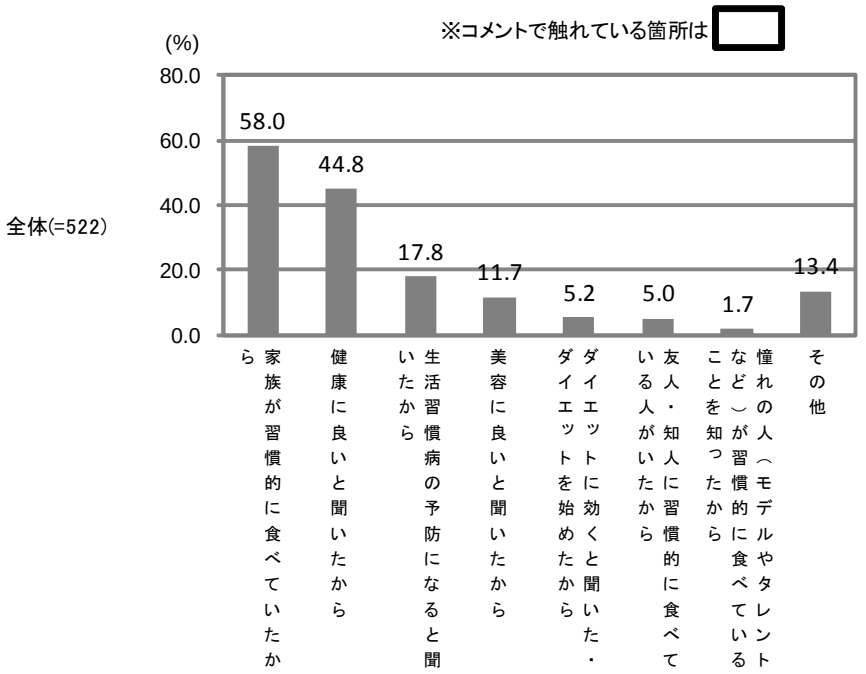
※果物100gの目安…りんごなら半分、みかんなら1個、バナナなら1本に相当（ＳＡ）



⑥ー１果物を摂取するようになったきっかけ［１日摂取量１５０ｇ以上層］

- 全体では、「家族が習慣的に食べていたから」が最も高く約６割。次いで、「健康に良いと聞いたから」が高くなっている。
- 性別では、女性は「美容にいいと聞いたから」が、男性と比べて４倍近く高い。
- 年代別では、４０代以上で「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」は、高い傾向がみられる。
- 行動別では、果物を食べている層は「家族が習慣的に食べていたから」が、食べていない層を大きく上回っている。

Ｑ６．あなたが一日あたりで【Q5の選択内容】の果物を食べるようになったきっかけを教えてください。（いくつでも）（ＭＡ）



(%)

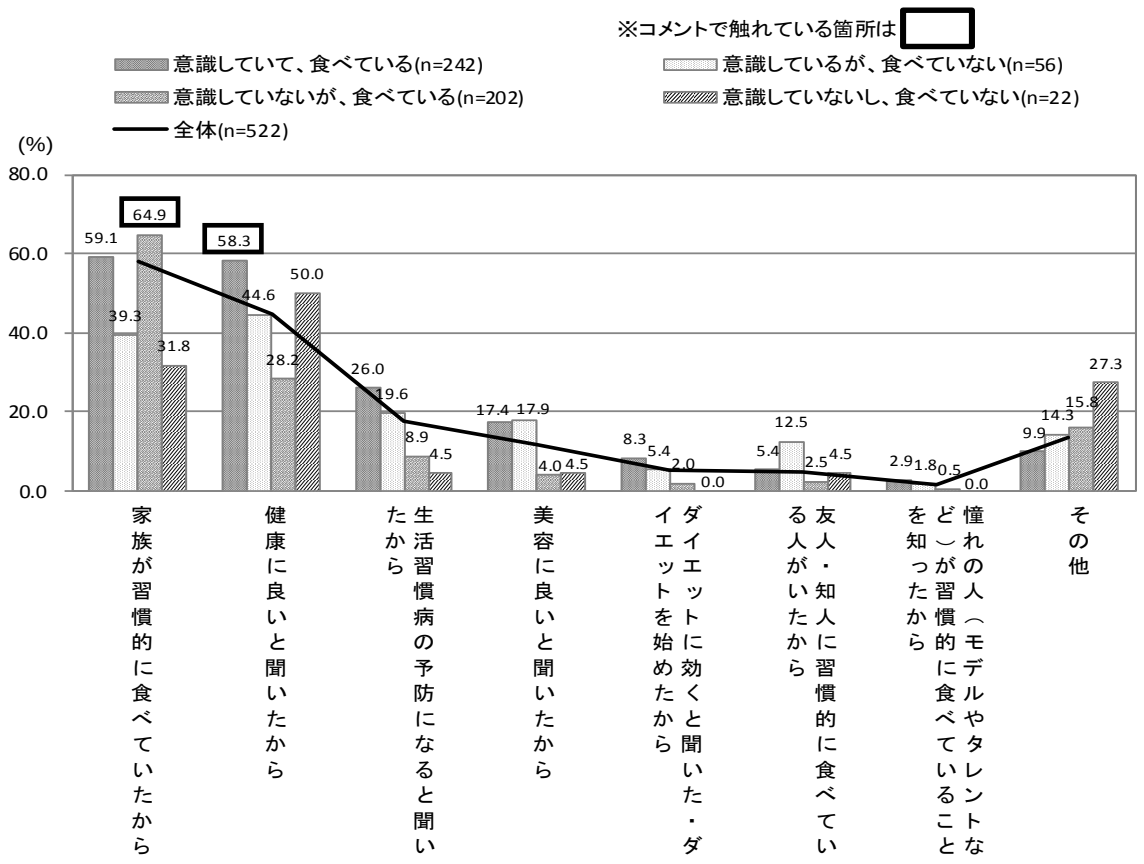
全体		(n=522)	58.0	44.8	17.8	11.7	5.2	5.0	1.7	13.4
性別	男性	(n=255)	59.2	47.8	17.6	*4.7*	5.1	7.1	2.4	*7.5*
	女性	(n=267)	56.9	41.9	18.0	18.4	5.2	3.0	1.1	19.1
年代	20代	(n=80)	67.5	*37.5*	*8.8*	12.5	8.8	7.5	6.3	12.5
	30代	(n=95)	55.8	*38.9*	14.7	12.6	8.4	5.3	2.1	15.8
	40代	(n=84)	57.1	46.4	20.2	14.3	4.8	10.7	1.2	9.5
	50代	(n=111)	61.3	44.1	20.7	8.1	3.6	3.6	0.9	14.4
	60代	(n=152)	*52.6*	52.0	21.1	11.8	2.6	1.3	0.0	13.8
意識別	摂取を意識している	(n=298)	55.4	55.7	24.8	17.4	7.7	6.7	2.7	10.7
	摂取を意識していない	(n=224)	61.6	*30.4*	*8.5*	*4.0*	1.8	2.7	0.4	17.0
行動別	果物を食べている	(n=444)	61.7	44.6	18.2	11.3	5.4	4.1	1.8	12.6
	果物を食べていない	(n=78)	*37.2*	46.2	15.4	14.1	3.8	10.3	1.3	17.9
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=222)	65.3	47.7	20.3	14.0	7.7	2.7	1.8	12.2
	果物200g以上摂取層	(n=272)	57.0	43.0	19.1	12.1	7.4	5.5	2.6	13.6

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

⑥ー２果物を摂取するようになったきっかけ(意識・摂取状態別)［１日摂取量１５０ｇ以上層］

果物摂取についての意識・摂取状態別にみると…
- 意識していないが、食べている層では、「家族が習慣的に食べていたから」が他の層と比べて高い。
- 意識していて、食べている層では、「健康に良いと聞いたから」が他の層よりも高くなっている。

Ｑ６．あなたが一日あたりで【Q5の選択内容】の果物を食べるようになったきっかけを教えてください。（いくつでも）（ＭＡ）

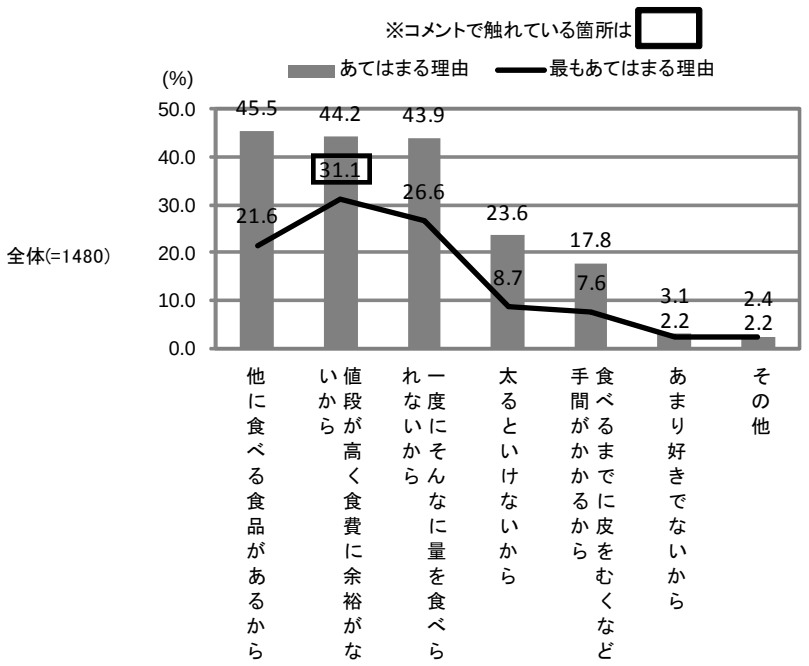


⑦果物の摂取量(一日平均)が２００グラムに達していない理由

［１日摂取量２００ｇ未満層］

- 全体では「他に食べる食品があるから」が最も高く、次いで、「値段が高く食費に余裕がないから」「一度にそんなに量を食べられないから」の順。
- 年代別では、２０・３０代で「値段が高く食費に余裕がないから」が高くなっている点が目立つ。
- 意識別にみると、摂取を意識している層では「値段が高く食費に余裕がないから」が、意識していない層よりも１１．０ポイント高くなっている。
- 行動別にみると、果物を食べている層では「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」が食べていない層より１０ポイント以上高く、食べていない層では「値段が高く食費に余裕がないから」が突出して高い。

Ｑ７．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）



最もあてはまる理由スコア（SA）　(%)

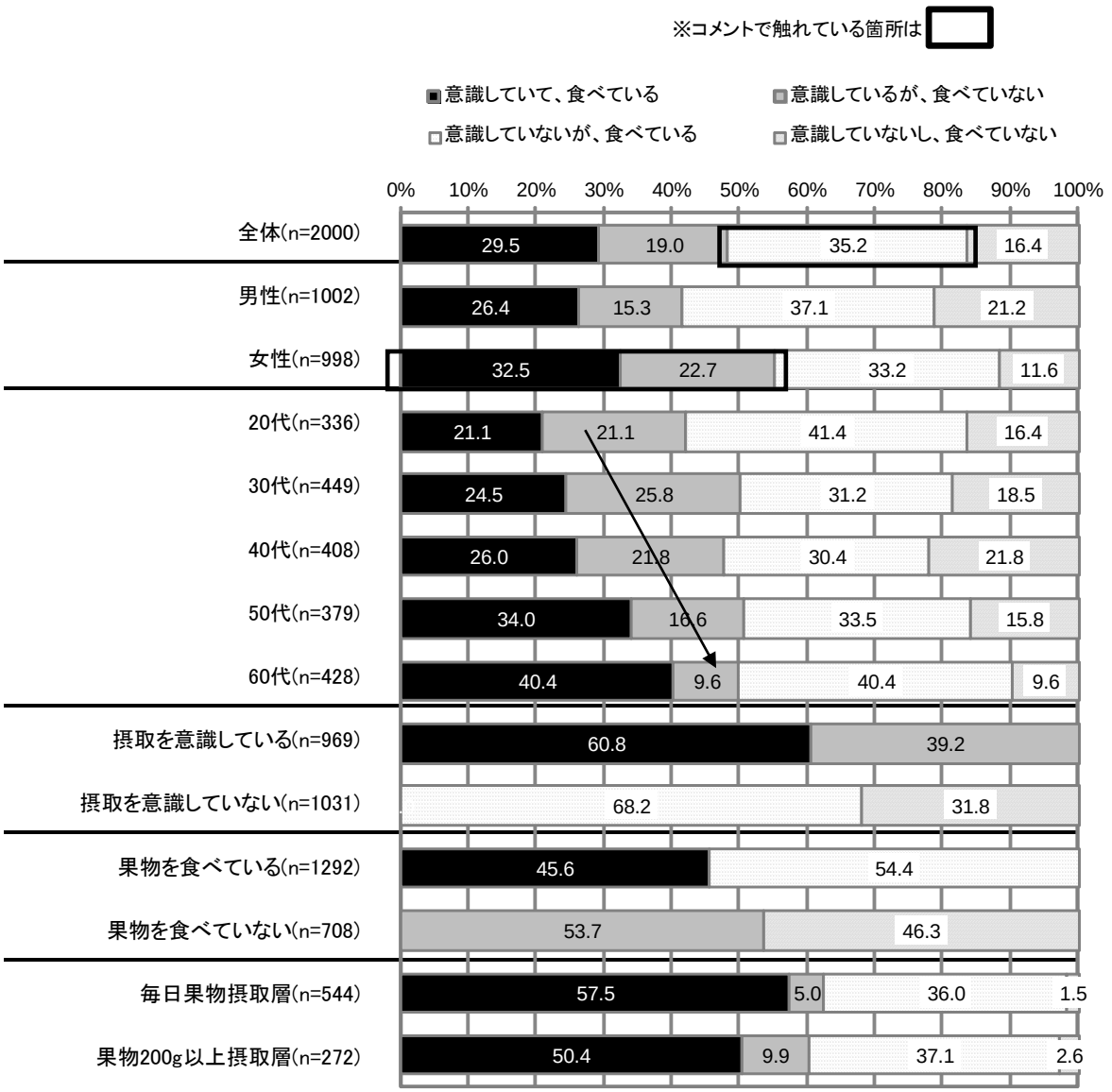
全体		(n=1480)	21.6	31.1	26.6	8.7	7.6	2.2	2.2
性別	男性	(n=701)	27.2	*24.4*	26.2	10.3	6.8	2.4	2.6
	女性	(n=779)	*16.4*	37.2	27.0	7.3	8.3	1.9	1.8
年代	20代	(n=252)	18.3	37.3	25.4	12.3	*2.4*	1.6	2.8
	30代	(n=335)	18.5	42.1	21.8	9.6	5.1	0.9	2.1
	40代	(n=289)	21.8	29.8	26.0	9.7	7.6	3.8	1.4
	50代	(n=282)	24.8	*23.4*	30.9	7.1	9.2	2.5	2.1
	60代	(n=322)	24.2	*23.0*	29.5	5.6	13.0	2.2	2.5
意識別	摂取を意識している	(n=745)	18.3	36.6	26.8	7.2	8.2	1.2	1.6
	摂取を意識していない	(n=735)	24.9	*25.6*	26.4	10.2	7.1	3.1	2.7
行動別	果物を食べている	(n=1038)	25.0	26.4	30.3	6.8	9.0	0.5	2.0
	果物を食べていない	(n=442)	*13.6*	42.3	*17.9*	13.1	4.5	6.1	2.5
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=408)	24.0	*21.8*	36.0	4.2	12.0	0.5	1.5

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

⑧ー１果物を意識的に摂っているか

- 全体では、「意識していないが、食べている」が「意識していて、食べている」をわずかに上回っている。
- 全体では「意識している」と「意識していない」が同程度であるが、性別では女性の方が意識している人が多い。
- 年代別では、年代が上がるにつれて「意識していて、食べている」が高くなっている。

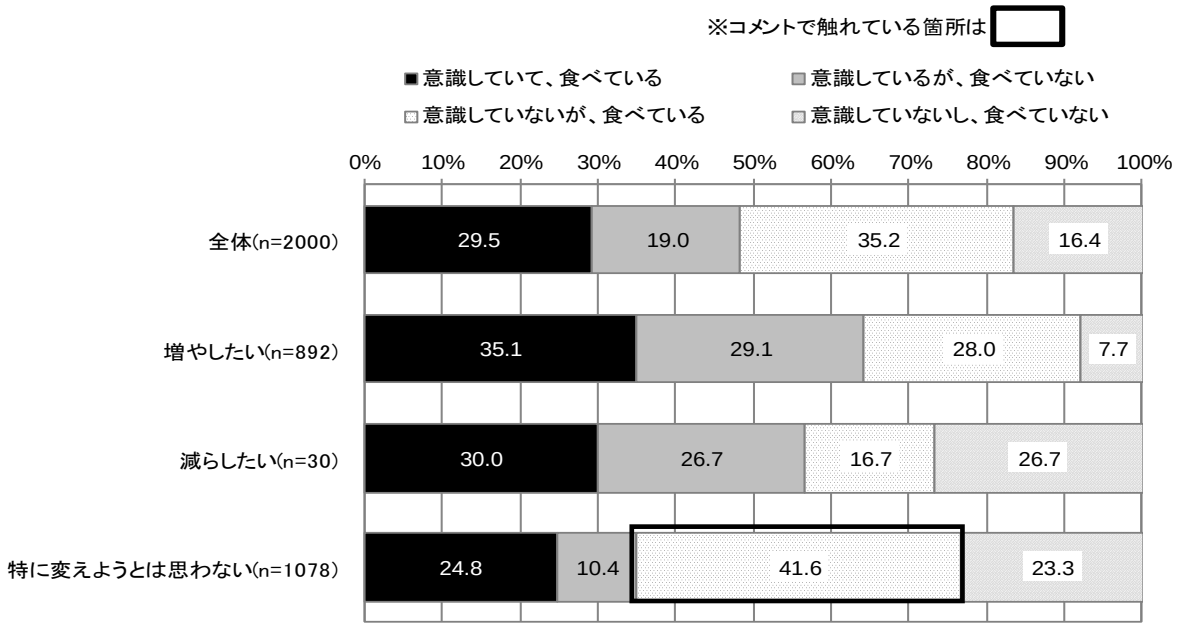
Ｑ８．あなたは食事をする中で、果物を食べることを意識していますか。（ＳＡ）



⑧ー２果物を意識的に摂っているか（今後の摂取意向別）

今後の果物摂取の意向別に見てみると…
- 果物摂取を増やしたい、または減らしたいと考えている人では、「意識していて、食べている」が最も高い。一方、特に変えようとは思わない人では、「意識していないが、食べている」が最も高い。

Ｑ８．あなたは食事をする中で、果物を食べることを意識していますか。（ＳＡ）



⑨果物の摂取方法［果物を「食べている」層］

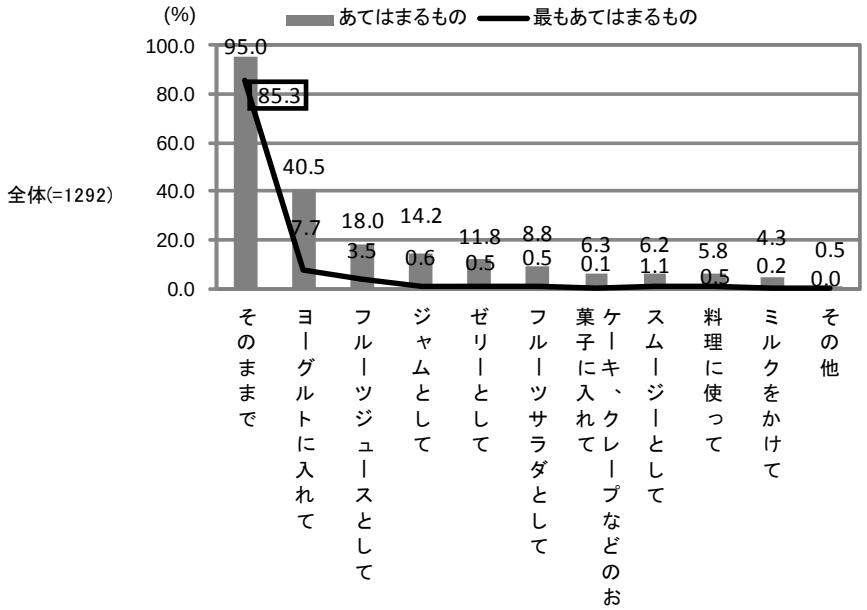
- 最も当てはまるものは、全体では「そのままで」が突出して高い。それ以外の食べ方はいずれも1割に満たないが、その中では「ヨーグルトに入れて」が比較的高い。
- 年代別にみると、２０代では「フルーツジュースとして」が他の年代と比べて高い。

Ｑ９．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。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は□



最もあてはまるものスコア（SA）　(%)

全体		(n=1292)	85.3	7.7	3.5	0.6	0.5	0.5	0.1	1.1	0.5	0.2	0.0
性別	男性	(n=637)	83.4	7.5	4.6	0.6	0.8	0.8	0.2	0.8	1.1	0.3	0.0
	女性	(n=655)	87.2	7.9	2.4	0.6	0.3	0.2	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0
年代	20代	(n=210)	*77.6*	9.0	7.6	0.5	1.4	0.5	0.0	2.4	0.5	0.5	0.0
	30代	(n=250)	86.4	6.8	3.6	1.6	0.4	0.4	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0
	40代	(n=230)	87.0	7.4	3.0	0.4	0.4	0.0	0.0	1.3	0.4	0.0	0.0
	50代	(n=256)	88.7	7.0	2.0	0.4	0.8	0.4	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0
	60代	(n=346)	85.5	8.4	2.3	0.3	0.0	0.9	0.3	0.9	1.4	0.0	0.0
意識別	摂取を意識している	(n=589)	84.0	9.2	3.4	0.3	0.2	0.8	0.0	1.4	0.7	0.0	0.0
	摂取を意識していない	(n=703)	86.3	6.5	3.6	0.9	0.9	0.1	0.1	0.9	0.4	0.3	0.0
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=509)	81.7	10.4	3.5	0.6	0.2	0.8	0.2	1.8	0.6	0.2	0.0
	果物200g以上摂取層	(n=238)	87.0	5.5	2.9	0.8	0.0	0.8	0.0	1.7	1.3	0.0	0.0

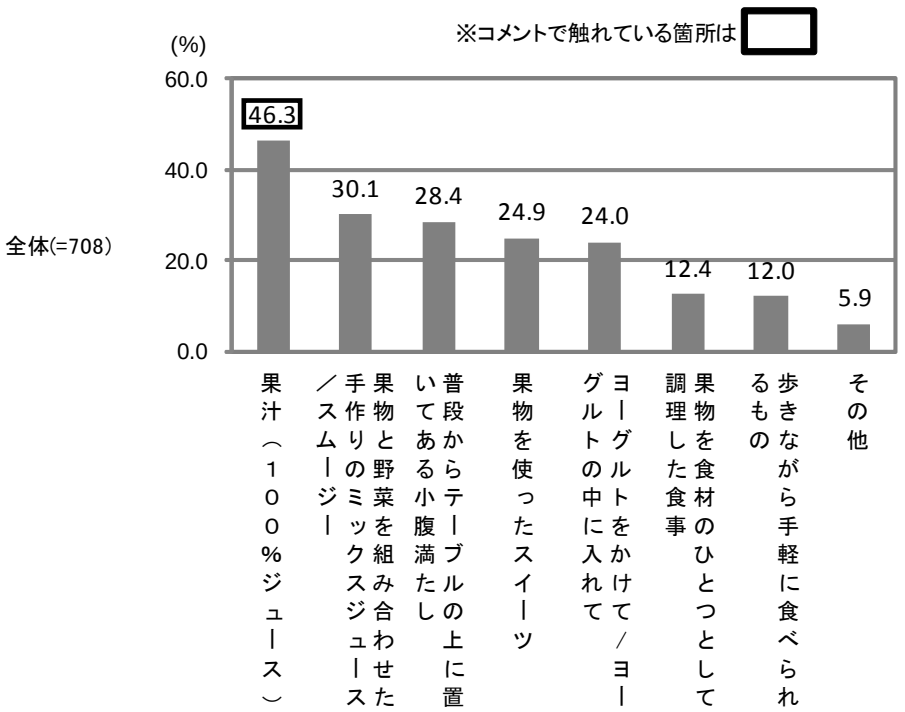
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑩ー１果物の摂取を増加できると思う方法［果物を「食べていない」層］

- 全体では、「果汁（１００％ジュース）」が最も高く４６．３％。次いで、「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」「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」の順。
- 年代別では、２０代で「果汁（１００％ジュース）」「普段からテープルの上に置いてある小腹満たし」「果物を使ったスイーツ」が他の年代と比べて高くなっている。

Ｑ１０．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こと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）



(%)

			果汁（１００％ジュース）	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	普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし	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	果物を食材のひとつとして調理した食事	歩きながら手軽に食べられるもの	その他
全体		(n=708)	46.3	30.1	28.4	24.9	24.0	12.4	12.0	5.9
性別	男性	(n=365)	44.1	27.7	24.1	22.2	20.0	13.2	11.8	6.8
	女性	(n=343)	48.7	32.7	32.9	27.7	28.3	11.7	12.2	5.0
年代	20代	(n=126)	56.3	33.3	38.9	34.9	22.2	13.5	16.7	4.8
	30代	(n=199)	47.2	33.2	24.6	31.2	24.6	10.6	15.6	5.0
	40代	(n=178)	43.8	29.2	*21.3*	20.8	24.2	9.0	12.9	6.2
	50代	(n=123)	44.7	27.6	28.5	*17.9*	23.6	17.1	*5.7*	5.7
	60代	(n=82)	*36.6*	*23.2*	36.6	*13.4*	25.6	15.9	*3.7*	9.8
意識別	摂取を意識している	(n=380)	48.7	36.6	35.8	27.6	29.5	15.3	13.9	3.4
	摂取を意識していない	(n=328)	43.6	*22.6*	*19.8*	21.6	*17.7*	9.1	9.8	8.8
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=35)	48.6	42.9	34.3	20.0	25.7	17.1	14.3	0.0
	果物200g以上摂取層	(n=34)	**38.2**	35.3	32.4	*14.7*	*14.7*	14.7	8.8	2.9

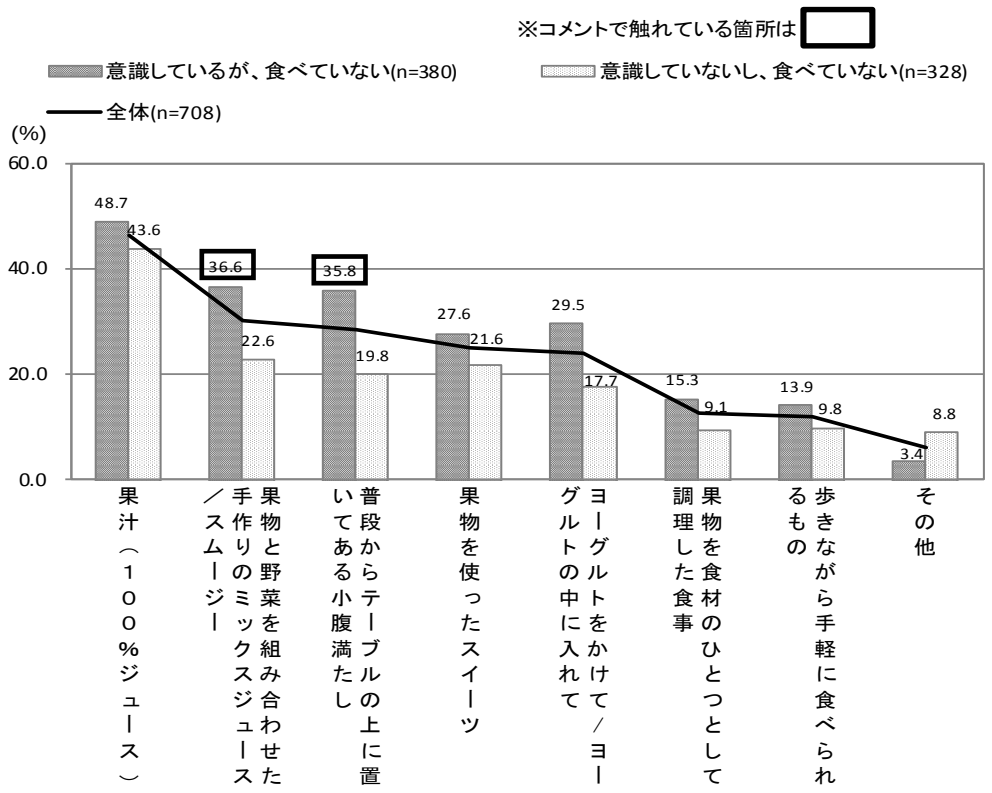
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑩-２果物の摂取を増加できると思う方法(意識別)［果物を「食べていない」層］

食べていない層について、果物摂取の意識別にみると…

- 意識しているが、食べていない層では、最も高い「果汁（１００％ジュース）」以外にも、「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」「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」が３割を超えているが、意識していないし、食べていない層では、「果汁（１００％ジュース）」以外の摂取方法は２割程度にとどまる。

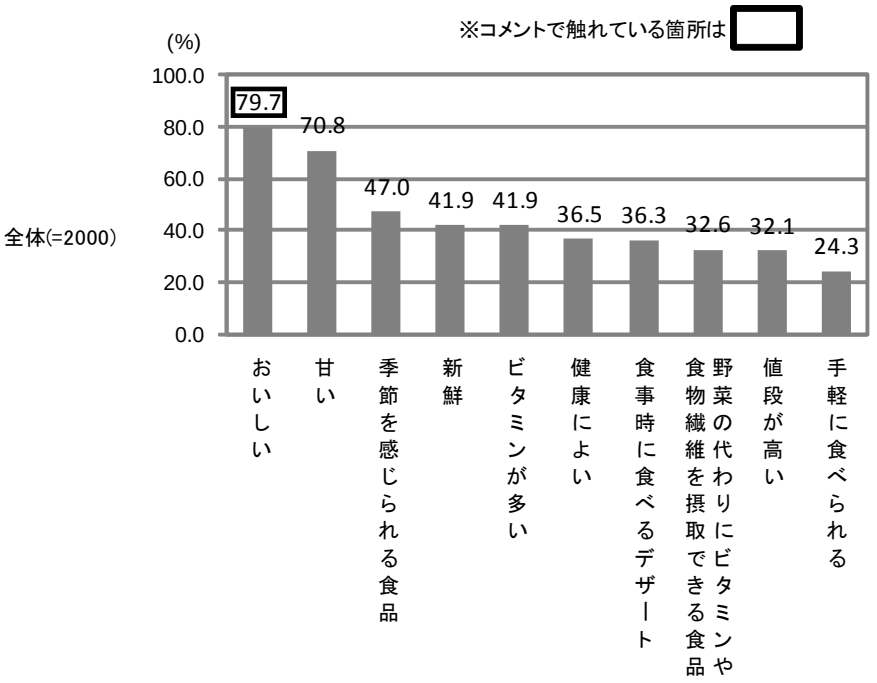
Ｑ１０．どのような食べ方であれば、今までよりも多く果物を食べることができると思いますか。
当てはまるものを全て選んでください。（ＭＡ）



⑪-１果物のイメージ

- 全体では、「おいしい」が約８割でトップ。次いで、「甘い」が約７割で続き、以下、「季節を感じられる食品」「新鮮」「ビタミンが多い」が４割を超えている。
- 性別では、女性は全般的に男性よりスコアが高く、特に「季節を感じられる食品」「ビタミンが多い」は男性を大きく上回っている。
- 年代別では、若年層ほど「甘い」が高く、高年層ほど「季節を感じられる食品」が高い。
- 意識別では、摂取を意識している層は「新鮮」「ビタミンが多い」「健康によい」「野菜の代わりにビタミンや食物繊維を摂取できる食品」などが、意識していない層を大きく上回る。
- 行動別では、果物を食べない層は食べている層より「おいしい」と「手軽に食べられる」が大きく下回っている。

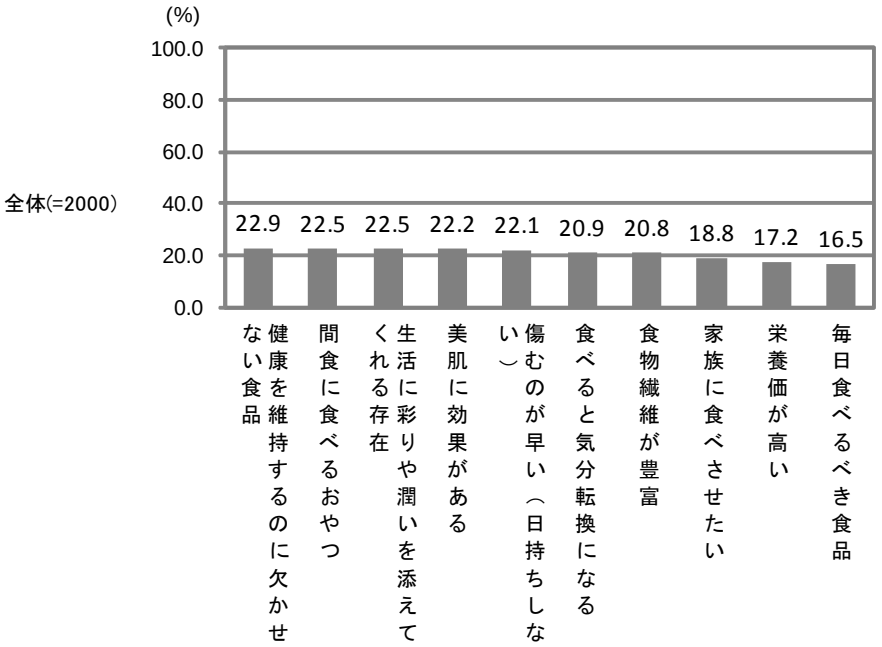
Ｑ１１．あなたは果物にどのようなイメージがありますか。（いくつでも）（ＭＡ）



(%)

			おいしい	甘い	季節を感じられる食品	新鮮	ビタミンが多い	健康によい	食事時に食べるデザート	野菜の代わりにビタミンや食物繊維を摂取できる食品	値段が高い	手軽に食べられる
全体		(n=2000)	79.7	70.8	47.0	41.9	41.9	36.5	36.3	32.6	32.1	24.3
性別	男性	(n=1002)	*74.6*	70.2	*34.2*	39.5	*31.8*	*29.3*	*30.8*	*25.1*	*24.5*	*17.1*
	女性	(n=998)	84.9	71.4	59.7	44.3	52.0	43.6	41.8	40.1	39.7	31.6
年代	20代	(n=336)	81.3	81.0	*40.8*	40.8	43.8	38.1	40.8	40.5	31.8	19.6
	30代	(n=449)	81.3	72.2	42.1	39.2	41.2	33.4	35.9	33.6	32.5	*19.2*
	40代	(n=408)	77.7	68.6	45.8	40.7	41.7	32.4	32.1	32.1	30.9	*16.2*
	50代	(n=379)	78.1	68.1	48.3	42.7	42.2	35.9	38.0	29.0	32.5	26.9
	60代	(n=428)	80.1	65.9	56.8	46.0	41.1	42.8	35.7	29.0	32.5	38.8
意識別	摂取を意識している	(n=969)	83.9	71.6	51.6	47.9	47.8	46.5	38.5	39.9	35.5	27.0
	摂取を意識していない	(n=1031)	75.8	70.0	42.6	*36.3*	*36.4*	*27.0*	34.2	*25.7*	28.8	21.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	88.0	72.7	50.2	45.4	43.4	39.5	39.9	32.7	27.3	32.4
	果物を食べていない	(n=708)	*64.5*	67.4	*41.1*	*35.6*	39.1	*30.9*	*29.8*	32.5	40.7	*9.6*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	90.6	70.6	51.8	46.9	44.7	46.9	41.0	33.3	*26.5*	36.8
	果物200g以上摂取層	(n=272)	87.5	69.1	51.1	56.6	39.3	41.9	33.1	29.4	27.9	32.0

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

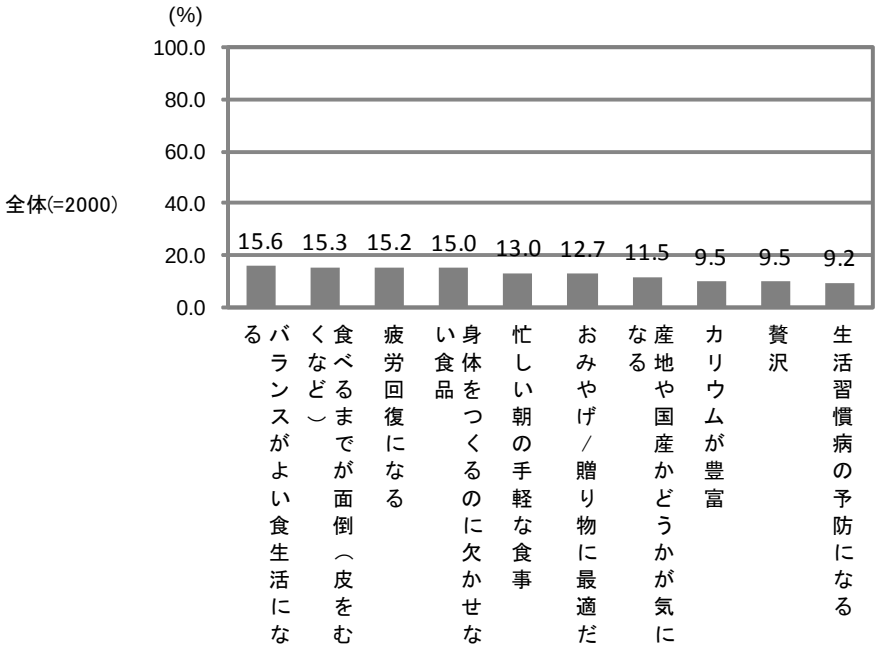


(%)

全体		(n=2000)	22.9	22.5	22.5	22.2	22.1	20.9	20.8	18.8	17.2	16.5
性別	男性	(n=1002)	20.5	18.5	*14.8*	*7.0*	*16.3*	*15.2*	17.3	*9.9*	15.7	13.3
	女性	(n=998)	25.3	26.6	30.3	37.5	27.9	26.6	24.2	27.7	18.7	19.7
年代	20代	(n=336)	22.6	27.1	22.9	30.7	26.5	22.3	20.8	*13.4*	22.9	*11.3*
	30代	(n=449)	20.5	20.9	20.5	24.5	22.5	20.7	16.5	21.4	16.9	15.4
	40代	(n=408)	24.8	*15.0*	20.1	21.6	19.9	18.6	18.4	20.6	15.9	18.4
	50代	(n=379)	21.4	23.0	21.6	18.7	22.2	18.7	22.7	21.4	16.6	14.2
	60代	(n=428)	25.0	27.3	27.3	*16.8*	20.1	23.8	25.7	16.1	14.7	22.0
意識別	摂取を意識している	(n=969)	35.3	21.4	28.7	29.2	23.2	25.8	26.6	24.3	22.2	26.6
	摂取を意識していない	(n=1031)	*11.2*	23.6	*16.7*	*15.6*	21.0	16.2	*15.2*	*13.6*	12.5	*7.0*
行動別	果物を食べている	(n=1292)	25.0	23.6	25.0	22.4	20.2	23.0	23.5	21.1	17.9	19.8
	果物を食べていない	(n=708)	18.9	20.5	17.9	21.9	25.4	16.9	15.8	14.5	16.0	*10.5*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	35.1	21.1	28.9	26.3	*15.6*	27.8	28.1	24.8	19.1	34.4
	果物200g以上摂取層	(n=272)	28.3	24.6	25.4	19.5	17.6	28.3	25.7	23.2	18.8	27.6

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

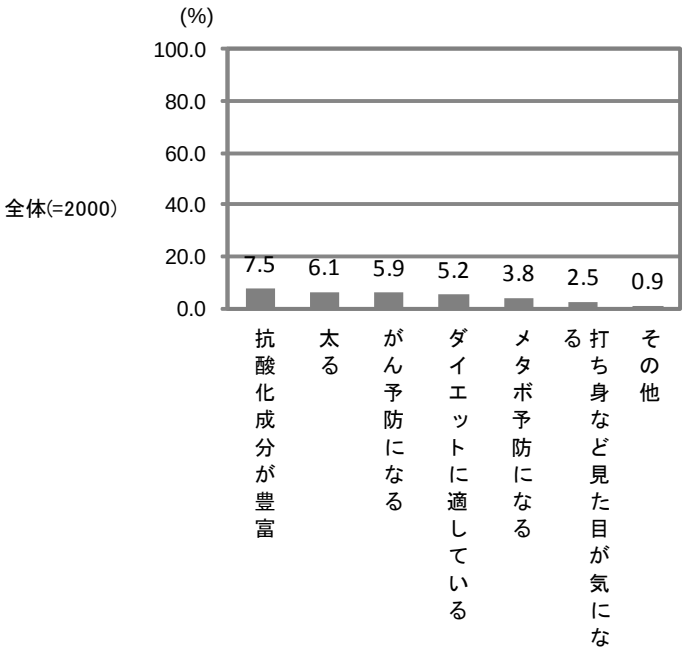
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。



(%)

全体		(n=2000)	15.6	15.3	15.2	15.0	13.0	12.7	11.5	9.5	9.5	9.2
性別	男性	(n=1002)	12.7	12.7	12.6	13.5	8.6	10.6	7.7	5.1	6.4	8.5
	女性	(n=998)	18.4	17.8	17.8	16.5	17.4	14.8	15.3	13.8	12.5	9.8
年代	20代	(n=336)	19.6	19.3	12.5	17.0	17.6	9.2	10.1	6.5	12.2	8.6
	30代	(n=449)	15.8	14.5	12.2	15.4	13.1	14.7	10.7	7.6	10.9	6.7
	40代	(n=408)	14.0	15.4	16.4	15.4	11.8	12.0	10.8	8.1	11.3	10.5
	50代	(n=379)	14.0	15.0	16.1	12.1	12.9	11.6	11.9	11.9	7.9	9.5
	60代	(n=428)	15.0	12.9	18.5	15.2	10.5	15.0	13.8	12.9	5.4	10.5
意識別	摂取を意識している	(n=969)	22.4	14.4	21.1	23.8	15.8	14.2	15.0	13.2	10.9	13.8
	摂取を意識していない	(n=1031)	*9.1*	16.0	*9.7*	*6.7*	10.4	11.3	8.2	5.9	8.1	4.8
行動別	果物を食べている	(n=1292)	17.1	11.9	17.1	16.8	14.7	13.9	12.7	10.4	7.9	10.5
	果物を食べていない	(n=708)	12.7	21.3	11.7	11.7	9.9	10.6	9.3	7.6	12.3	6.6
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	20.0	*9.7*	20.8	23.2	17.6	15.8	15.3	16.7	7.4	12.9
	果物200g以上摂取層	(n=272)	15.4	10.3	22.4	22.1	15.8	15.4	14.3	12.1	5.1	12.9

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



(%)

全体		(n=2000)	7.5	6.1	5.9	5.2	3.8	2.5	0.9
性別	男性	(n=1002)	4.3	4.2	4.1	4.4	3.9	3.0	0.9
	女性	(n=998)	10.6	8.0	7.7	6.0	3.6	2.0	0.8
年代	20代	(n=336)	6.3	4.5	3.6	9.5	4.2	3.0	0.0
	30代	(n=449)	6.7	2.7	5.8	5.3	4.0	2.7	1.1
	40代	(n=408)	6.4	6.4	6.1	5.1	3.7	1.5	0.7
	50代	(n=379)	7.9	8.2	6.3	3.7	2.9	2.6	1.8
	60代	(n=428)	9.8	8.9	7.2	3.0	4.0	2.8	0.5
意識別	摂取を意識している	(n=969)	12.4	6.3	10.0	7.1	5.6	2.2	0.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	2.8	5.9	2.0	3.4	2.0	2.8	1.3
行動別	果物を食べている	(n=1292)	8.9	6.3	7.0	5.5	4.3	2.7	0.5
	果物を食べていない	(n=708)	4.8	5.6	4.0	4.7	2.8	2.1	1.4
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	12.7	7.7	9.0	8.1	5.7	2.4	0.7
	果物200g以上摂取層	(n=272)	9.2	3.3	8.1	5.1	5.1	2.9	0.4

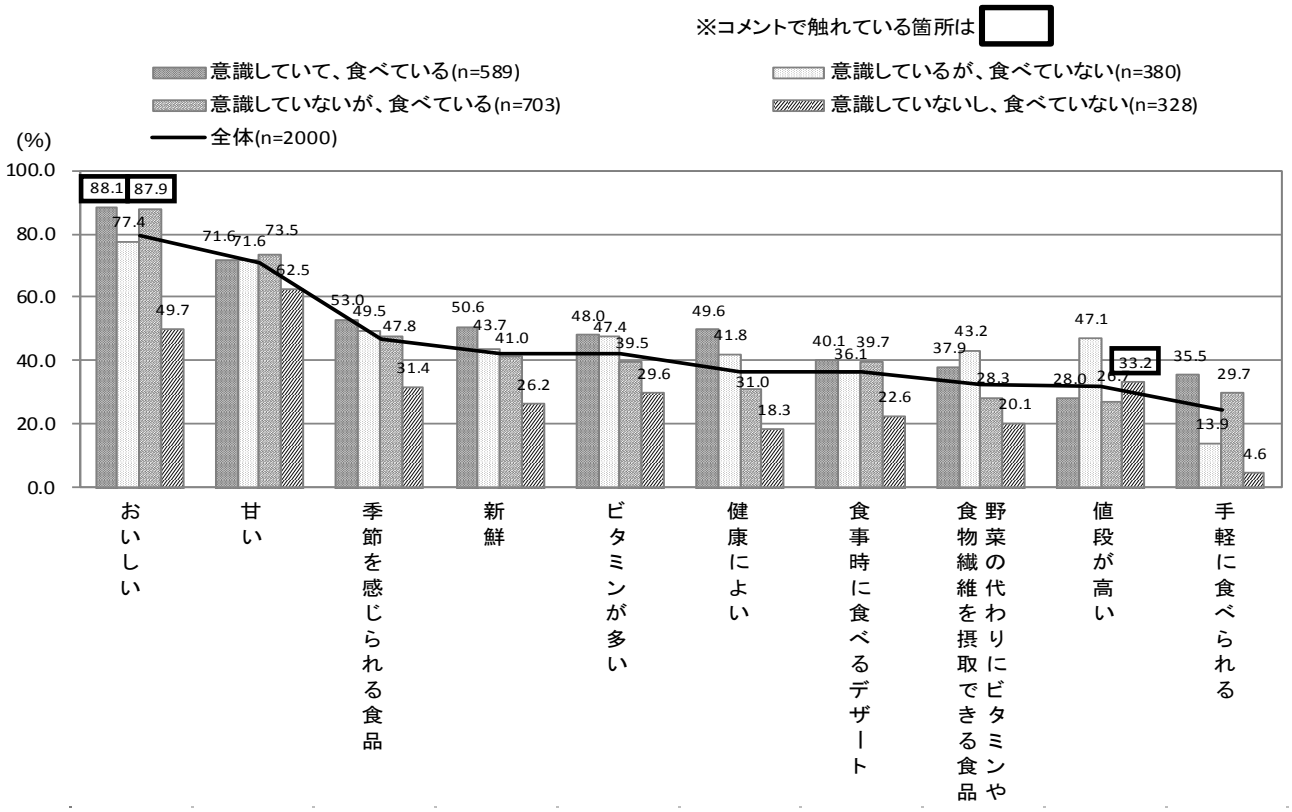
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

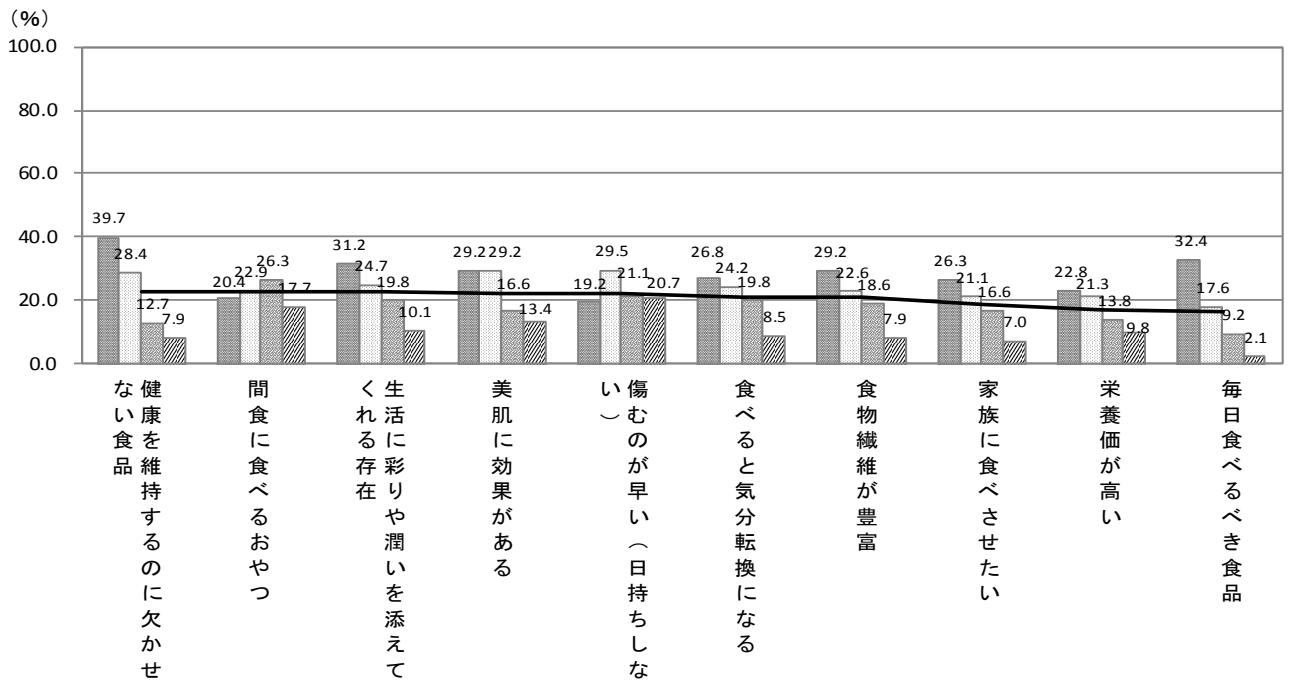
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

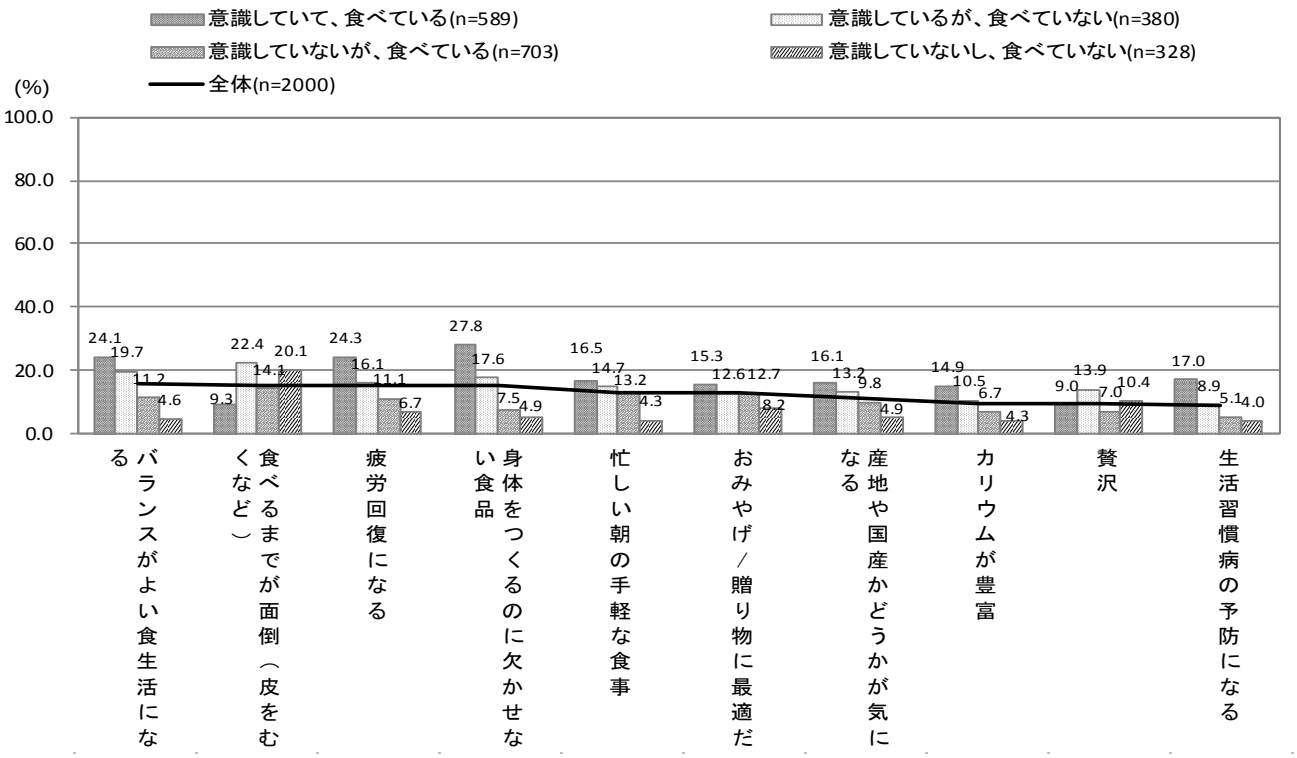
⑪-２果物のイメージ（意識・摂取状態別）

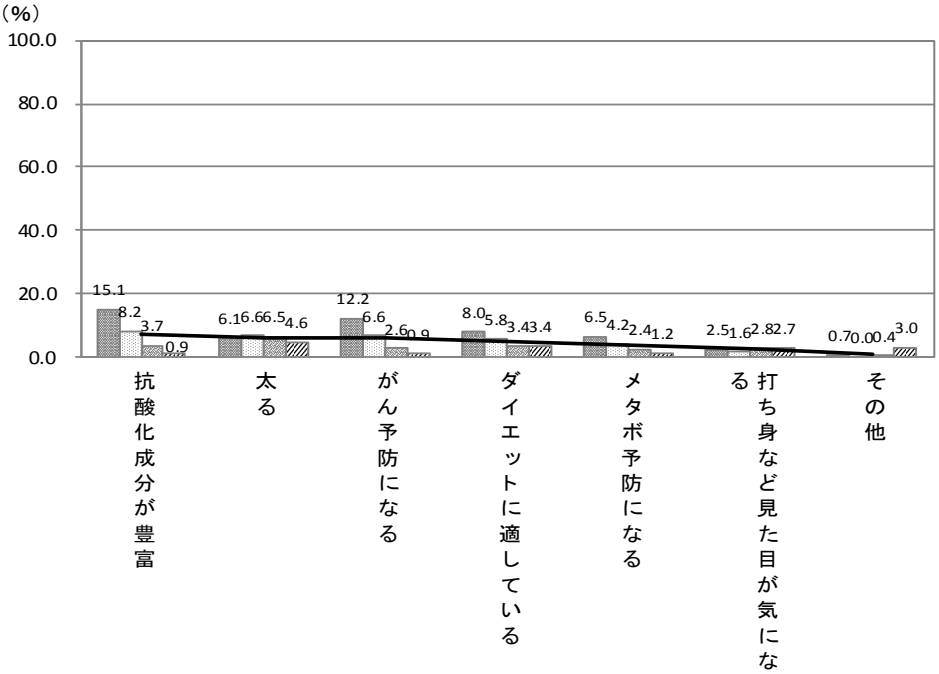
果物摂取についての意識・摂取状態別にみると…
- 「おいしい」イメージは、「食べている」方が、「食べていない」よりも高い。
- 意識していないし、食べていない層は、大半のプラスイメージ項目で最もスコアが低いが、「値段が高い」「食べるまでが面倒」「贅沢」については意識して、食べている層や意識していないが、食べている層を上回っている。

Ｑ１１．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）






意識していて、食べている(n=589)
意識しているが、食べていない(n=380)
意識していないが、食べている(n=703)
意識していないし、食べていない(n=328)
全体(n=2000)
(%)
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
24.1 19.7 11.2 4.6
9.3 22.4 14.1 20.1
24.3 16.1 11.1 6.7
27.8 17.6 7.5 4.9
16.5 14.7 13.2 4.3
15.3 12.6 12.7 8.2
16.1 13.2 9.8 4.9
14.9 10.5 6.7 4.3
9.0 13.9 7.0 10.4
17.0 8.9 5.1 4.0
バランスがよい食生活になる
食べるまでが面倒（皮をむくなど）
疲労回復になる
身体をつくるのに欠かせない食品
忙しい朝の手軽な食事
おみやげ／贈り物に最適だ
産地や国産かどうかが気になる
カリウムが豊富
贅沢
生活習慣病の予防になる

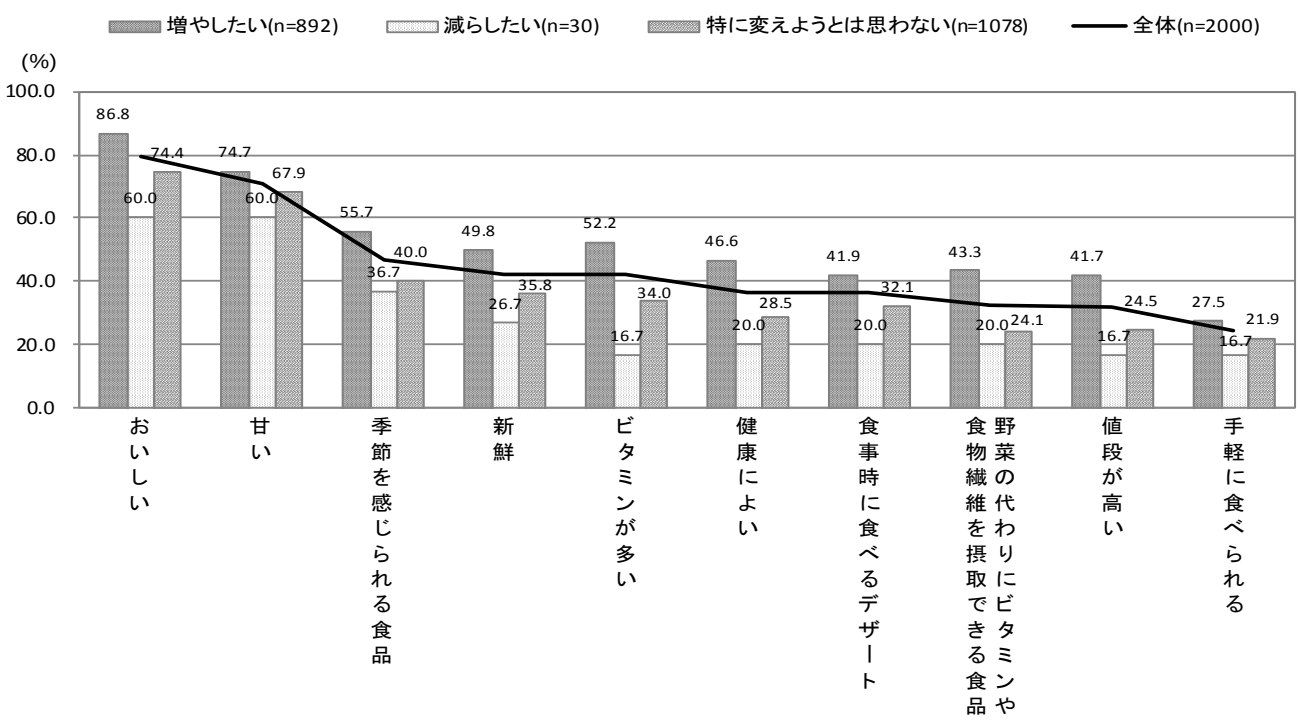

（%）
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
15.1 8.2 3.7 0.9
6.1 6.6 6.5 4.6
12.2 6.6 2.6 0.9
8.0 5.8 3.4 3.4
6.5 4.2 2.4 1.2
2.5 1.6 2.8 2.7
0.7 0.0 0.4 3.0
抗酸化成分が豊富
太る
がん予防になる
ダイエットに適している
メタボ予防になる
打ち身など見た目が気になる
その他

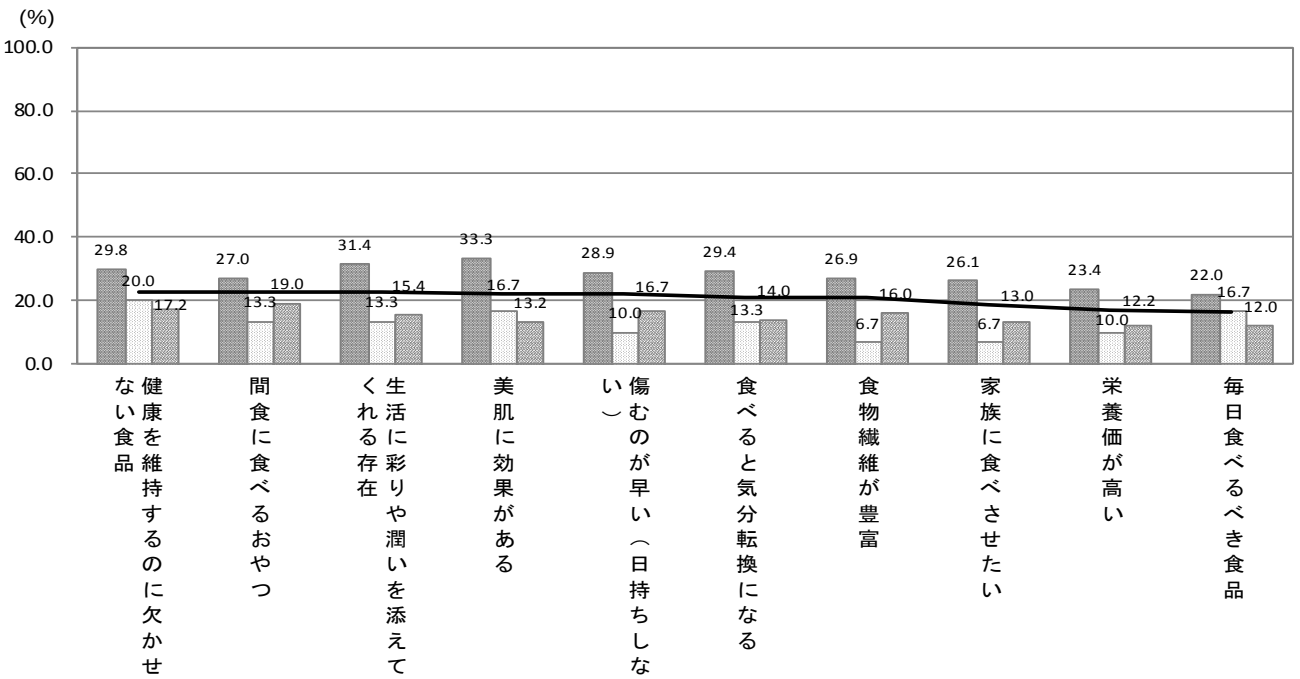
⑪-３果物のイメージ（今後の摂取意向別）

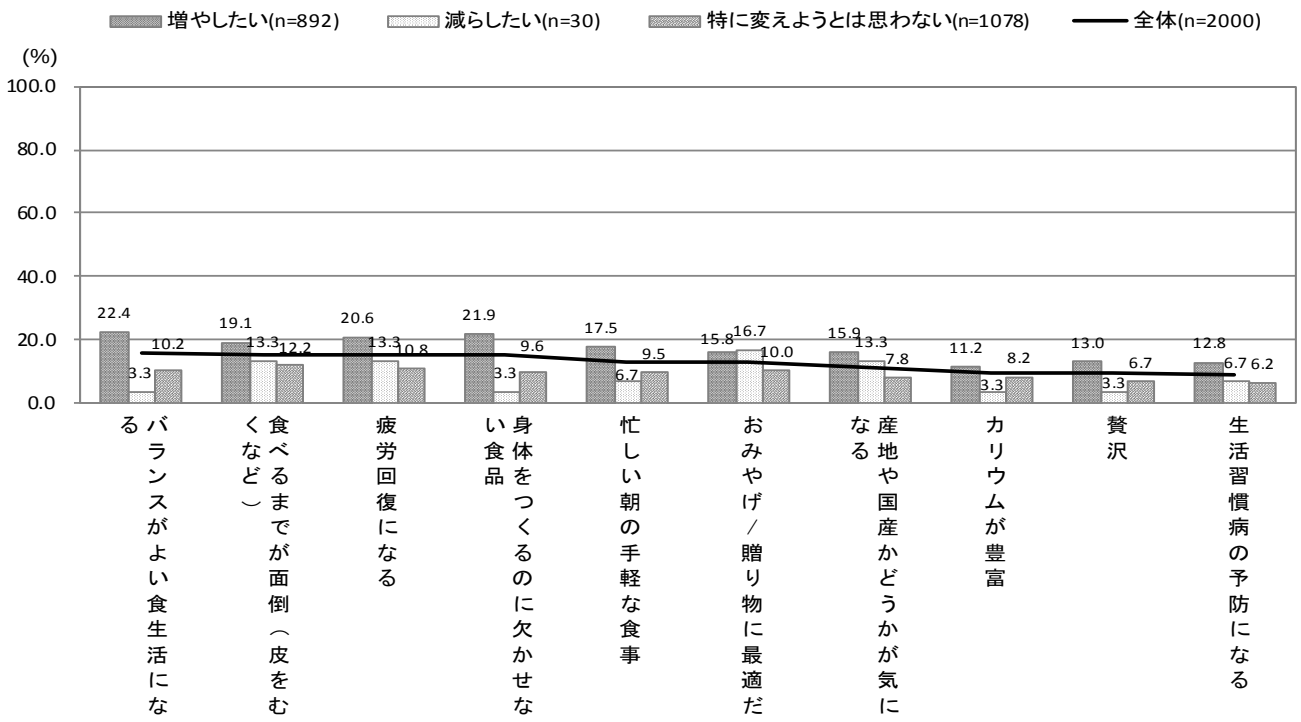
今後の果物摂取意向別に見ると…
- 大半のプラスイメージ項目で、増やしたい層のスコアが最も高く、以下、特に変えようとは思わない層、減らしたい層の順となっている。

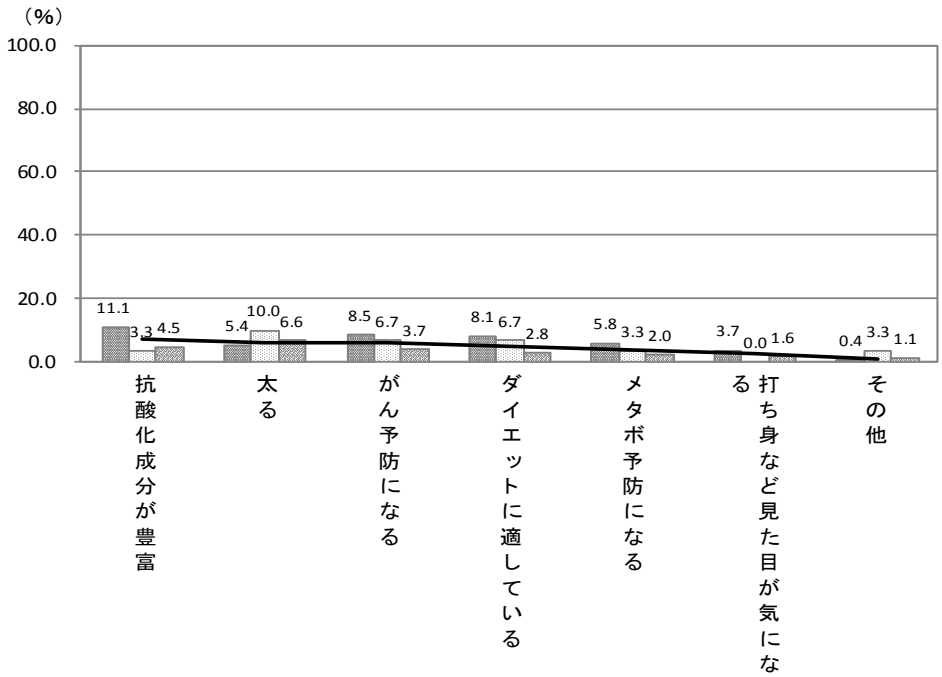
Ｑ１１．あなたは果物にどのようなイメージがありますか。（いくつでも）（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は






増やしたい(n=892)
減らしたい(n=30)
特に変えようとは思わない(n=1078)
全体(n=2000)
(%)
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
22.4
3.3
10.2
19.1
13.3
12.2
20.6
13.3
10.8
21.9
3.3
9.6
17.5
6.7
9.5
15.8
16.7
10.0
15.9
13.3
7.8
11.2
3.3
8.2
13.0
3.3
6.7
12.8
6.7
6.2
バランスがよい食生活になる
食べるまでが面倒（皮をむくなど）
疲労回復になる
身体をつくるのに欠かせない食品
忙しい朝の手軽な食事
おみやげ／贈り物に最適だ
産地や国産かどうかが気になる
カリウムが豊富
贅沢
生活習慣病の予防になる


（%）
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
11.1
3.3
4.5
5.4
10.0
6.6
8.5
6.7
3.7
8.1
6.7
2.8
5.8
3.3
2.0
3.7
0.0
1.6
0.4
3.3
1.1
抗酸化成分が豊富
太る
がん予防になる
ダイエットに適している
メタボ予防になる
打ち身など見た目が気になる
その他

（１）日常の果物の消費行動　まとめ

- 果物摂取を「意識」している層は、果物を“健康”と結びつけて意識している。
  →果物摂取を「意識して、食べている」層は高年層ほど多く、高年になるに従って健康意識が高まることも影響していると思われる。
  →若年層ほど、果物を“嗜好品”と捉える傾向。
- 果物を実際に「摂取」している層は、家族が習慣的に摂取しており、果物の“おいしい”イメージも強い。
  →「おいしい果物を食べる」原体験が必要ではないか。

- 果物の摂取頻度では「ほぼ毎日」が３割近くを占め、最も高い。「週３～４日」も約２割で、週３日以上摂取している人が約半数に近い。（ｐ18）
  →果物を定期的に摂取している人は約半数いる。
- 年代が上がるほど、摂取頻度が高くなる傾向があり、６０代では４割以上が「ほぼ毎日」果物を摂取している。（ｐ18）
- 摂取している時間帯では「朝食時」「夕食時」がほぼ同水準。「間食のおやつ時」が続く。（ｐ19）
- 女性と高年層は「朝食時」、男性と若年層は「夕食時」の割合が高い。（ｐ19）
- 摂取の理由は「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。特に「おいしく好きだから」は若年層ほど高い傾向。（ｐ20）
- 一方、果物を毎日は摂らない理由は、「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」 「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」の順。女性では「他の食品に比べて値段が高いから」が男性を大きく上回りトップ。（ｐ23）

- １日あたりの果物の摂取量では、「１００ｇ～１５０ｇ未満」が約３５％で最多。次いで「５０ｇ～１００ｇ未満」が約２６％で、５０ｇ～１５０ｇ未満が約６割を占めるボリュームゾーン。２００ｇ以上摂取できている人は約１６％にとどまる。（ｐ24）
- １日あたりの摂取量が１５０ｇ以上の人の果物を摂取するようになったきっかけは、全体では「家族が習慣的に食べていたから」「健康に良いと聞いたから」がトップ２。（ｐ25）
- 女性は「美容にいいと聞いたから」が、男性と比べて約１４ポイント高い。また、４０代以上で「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」が高くなる傾向が見られる。（ｐ25）
- 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」 「値段が高く食費に余裕がないから」「一度にそんなに量を食べられないから」の順。２０～３０代と果物を食べていない層では「値段が高く食費に余裕がないから」が突出して高い。（ｐ27）
  →価格面が摂取増加の阻害要因となっていることから、健康寄与面でのコストパフォーマンスの高さなどを訴求する必要がある。

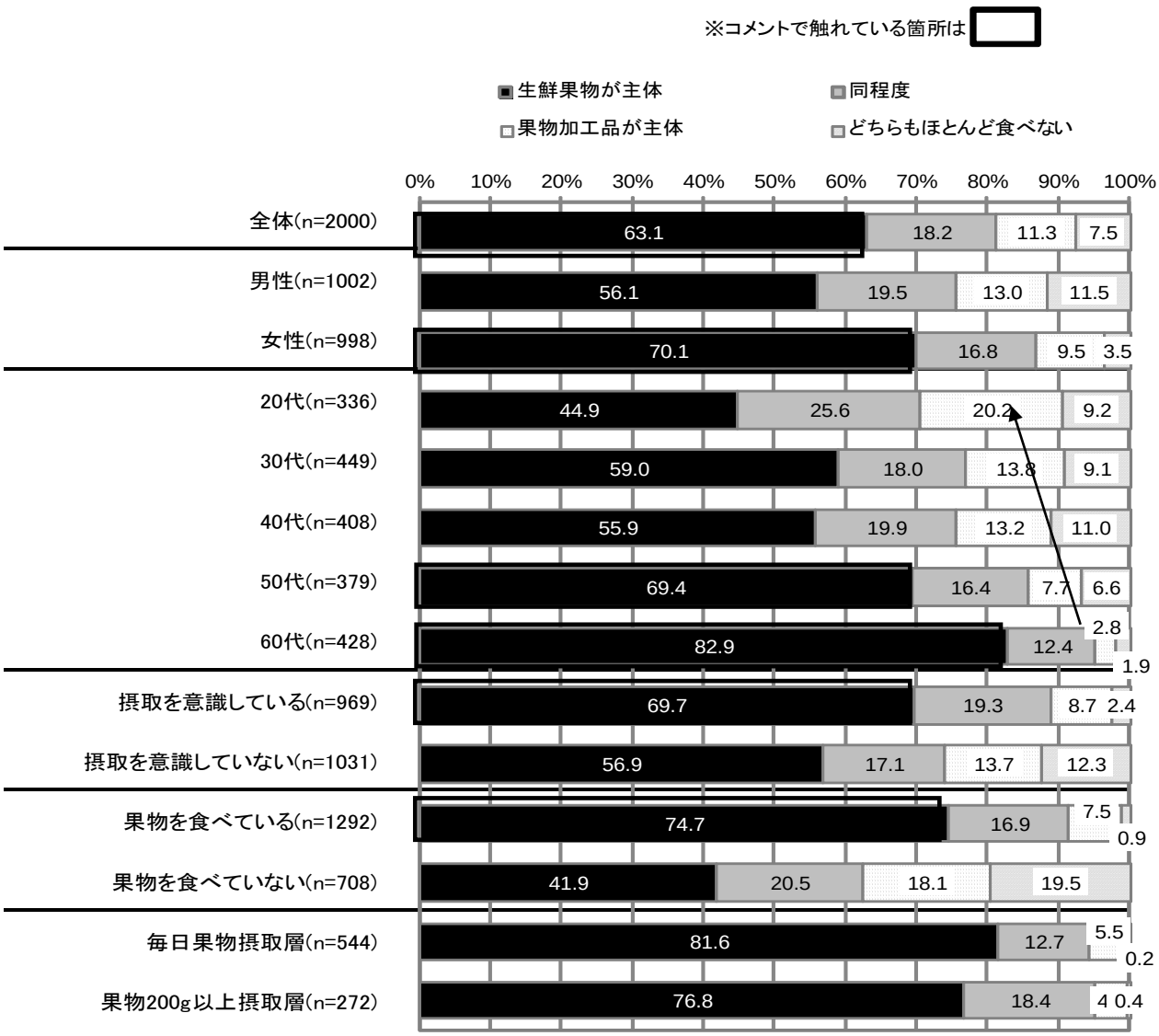
- 果物摂取の意識では「意識していないが、食べている」が最多。次いで、「意識していて、食べている」「意識しているが、食べていない」の順。（ｐ28）
- 年代が上がるにつれて「意識していて、食べている」の割合が高くなる傾向。（ｐ28）
  →若年層の摂取意識を高めることが摂取量の増加につながる可能性が高い。
- 果物の摂取方法では、「そのままで」が突出して高い。次いで、「ヨーグルトに入れて」「フルーツジュースとして」などが続く。（ｐ30）
- 果物のイメージでは「おいしい」が約８割でトップ。以下、「甘い」「季節を感じられる食品」「新鮮」「ビタミンが多い」などが中心。（ｐ33）
- 意識している層では「ビタミンが多い」「健康によい」「野菜の代わりにビタミンや食物繊維を摂取できる食品」のイメージが高い。（ｐ37）
- 果物の摂取を意識していないし、食べていない層では、「値段が高い」「食べるまでが面倒」「贅沢」のスコアが相対的に高い。（ｐ37）

（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６割強。次いで、「同程度」「果物加工品が主体」の順。
- 性別では、女性の方が男性と比べて「生鮮果物が主体」が１４．０ポイント高い。
- 年代別にみると、高年層ほど「生鮮果物が主体」が高くなり、特に６０代では８割を超えている。一方、「果物加工品が主体」については、年代が低いほど、スコアが高くなる傾向が見られる。
- 摂取を意識している層、果物を食べている層では、「生鮮果物が主体」が高く、摂取を意識していない層、果物を食べていない層を大きく上回っている。

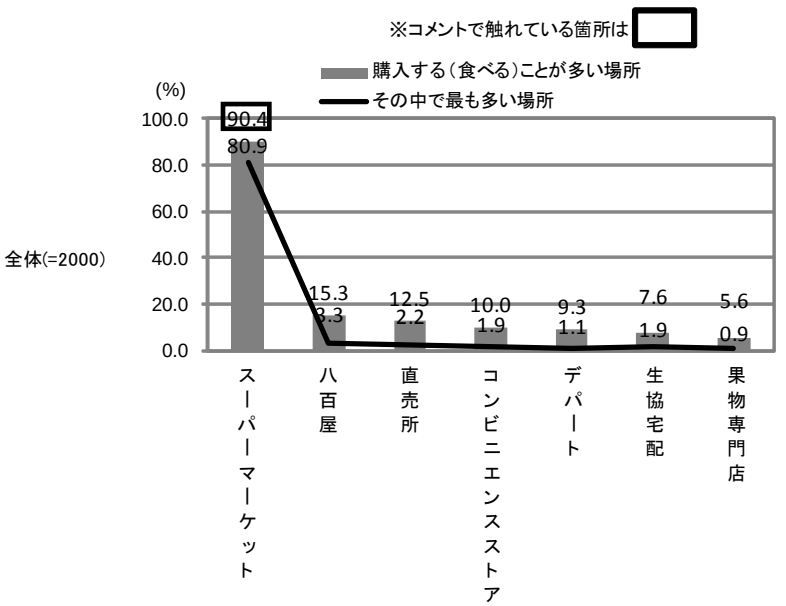
Ｑ１２．あなたが果物を摂るとき、生鮮果物と果物加工品のどちらを摂ることが多いですか。（ＳＡ）



②生鮮果物の購入（摂取）場所

- 全体では「スーパーマーケット」が突出して高い。次いで、「八百屋」「直売所」「コンビニエンスストア」が１割以上となっている。
- 性別では、女性は「スーパーマーケット」が９５．８%で、男性より１０．９ポイント高い。
- 年代別にみると、若年層ほど「コンビニエンスストア」が高く、２０代・３０代では「コンビニエンスストア」が「スーパーマーケット」に次いで２番目に高い。
- 摂取量２００ｇ以上の層では、いずれの購入場所も全体と比べて高く、「八百屋」や「直売所」も相対的に高い。

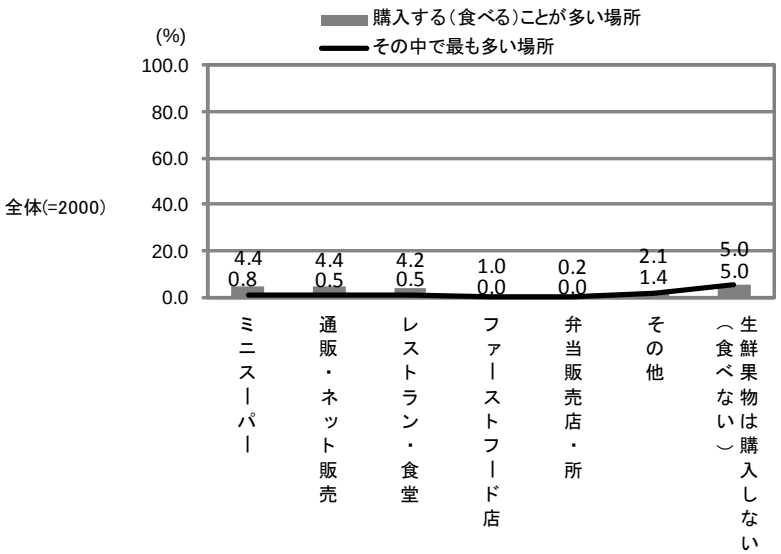
Ｑ１３．あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。（ＭＡ）
その中で最も多い場所（ＳＡ）



購入する（食べる）ことが多い場所スコア（MA）　(%)

全体		(n=2000)	90.4	15.3	12.5	10.0	9.3	7.6	5.6
性別	男性	(n=1002)	*84.9*	12.9	10.6	12.6	8.4	6.3	5.1
	女性	(n=998)	95.8	17.6	14.4	7.3	10.1	8.8	6.0
年代	20代	(n=336)	86.3	11.9	*6.8*	16.1	9.8	5.7	3.3
	30代	(n=449)	91.5	*9.6*	9.8	10.9	9.8	4.7	4.7
	40代	(n=408)	88.0	15.0	9.6	9.1	6.9	6.4	3.4
	50代	(n=379)	91.3	18.7	14.2	9.2	9.5	9.2	7.4
	60代	(n=428)	93.7	21.0	21.0	5.6	10.3	11.7	8.6
意識別	摂取を意識している	(n=969)	94.2	19.6	14.6	10.5	11.7	8.5	6.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	86.7	11.2	10.6	9.4	7.0	6.7	4.8
行動別	果物を食べている	(n=1292)	94.4	18.4	15.6	9.9	10.5	9.5	7.2
	果物を食べていない	(n=708)	*82.9*	*9.5*	*6.8*	10.0	6.9	4.0	2.5
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	94.9	21.0	19.3	7.5	12.1	11.9	8.8
	果物200g以上摂取層	(n=272)	93.0	27.9	19.1	11.0	12.1	8.8	9.6
前回全体＿購入する（食べる）ことが多い場所		(n=2000)	91.6	16.7	14.1	11.8	9.7	8.4	6.3

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



購入する（食べる）ことが多い場所スコア（MA）　(%)

全体		(n=2000)	4.4	4.4	4.2	1.0	0.2	2.1	5.0
性別	男性	(n=1002)	5.6	3.7	4.1	1.0	0.1	2.5	8.0
	女性	(n=998)	3.1	5.0	4.2	1.0	0.3	1.7	1.9
年代	20代	(n=336)	4.5	0.9	8.0	3.0	0.3	1.5	9.8
	30代	(n=449)	3.6	3.1	4.2	0.9	0.2	1.3	4.7
	40代	(n=408)	3.2	3.4	3.4	0.5	0.5	1.7	6.9
	50代	(n=379)	5.5	5.3	3.4	1.1	0.0	2.6	3.4
	60代	(n=428)	5.1	8.4	2.3	0.0	0.0	3.3	0.9
意識別	摂取を意識している	(n=969)	5.5	5.7	4.5	1.2	0.3	2.0	1.3
	摂取を意識していない	(n=1031)	3.3	3.1	3.8	0.8	0.1	2.2	8.3
行動別	果物を食べている	(n=1292)	5.0	5.5	3.9	1.1	0.2	2.4	1.9
	果物を食べていない	(n=708)	3.2	2.3	4.7	0.8	0.1	1.6	10.6
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	4.4	7.4	2.8	0.7	0.6	3.1	1.7
	果物200g以上摂取層	(n=272)	4.8	8.8	4.4	1.5	0.7	3.3	1.1
前回全体＿購入する（食べる）ことが多い場所		(n=2000)	5.5	5.4	7.0	1.9	0.6	2.1	5.2

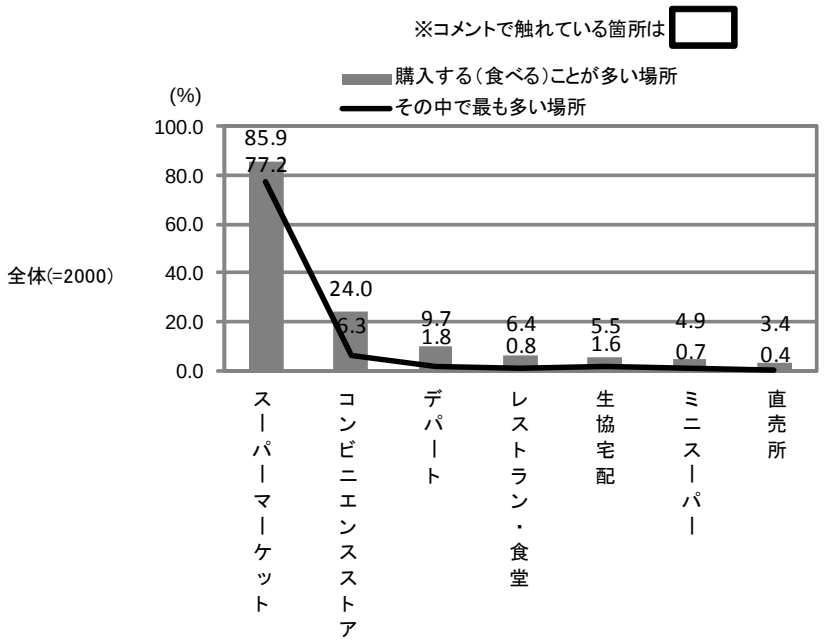
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。
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

- 全体では、「スーパーマーケット」が突出して高い。次いで、「コンビニエンスストア」「デパート」の順。
- 年代別では、「コンビニエンスストア」については、２０・３０代のスコアが高めであり、２０代のスコア（３５．１%）は最も低い６０代（１２．１%）の約３倍になっている。

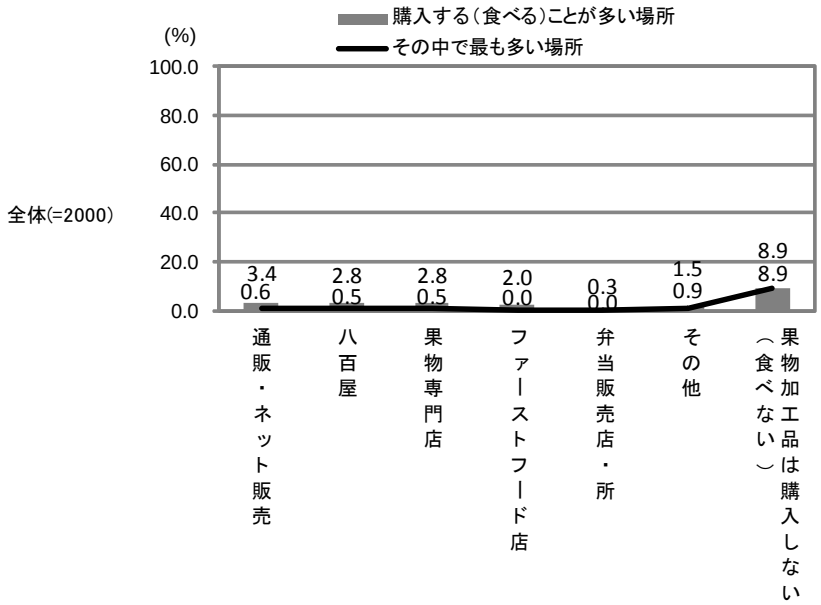
Ｑ１４．あなたはどの場所で果物加工品を購入する（食べる）ことが多いですか。（ＭＡ）
その中で最も多い場所（ＳＡ）



購入する（食べる）ことが多い場所スコア（MA）　(%)

全体		(n=2000)	85.9	24.0	9.7	6.4	5.5	4.9	3.4
性別	男性	(n=1002)	81.0	23.5	7.7	5.7	3.8	5.8	2.9
	女性	(n=998)	90.8	24.4	11.6	7.0	7.2	3.9	3.9
年代	20代	(n=336)	83.0	35.1	10.1	11.9	2.7	4.8	1.8
	30代	(n=449)	88.9	29.6	9.8	6.0	2.9	4.2	1.8
	40代	(n=408)	86.0	20.8	7.1	4.7	4.4	4.9	2.0
	50代	(n=379)	86.8	24.0	10.3	5.8	7.7	6.1	5.3
	60代	(n=428)	84.1	*12.1*	11.0	4.4	9.6	4.4	6.1
意識別	摂取を意識している	(n=969)	90.1	25.9	12.5	6.7	6.1	6.4	4.6
	摂取を意識していない	(n=1031)	82.0	22.1	7.0	6.0	4.9	3.4	2.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	88.8	23.8	10.8	6.3	6.7	5.7	4.0
	果物を食べていない	(n=708)	*80.6*	24.3	7.5	6.5	3.2	3.4	2.3
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	86.6	20.8	12.9	5.7	8.8	6.3	5.3
	果物200g以上摂取層	(n=272)	86.0	23.2	16.5	7.0	6.3	7.4	5.1

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



購入する（食べる）ことが多い場所スコア（MA）　(%)

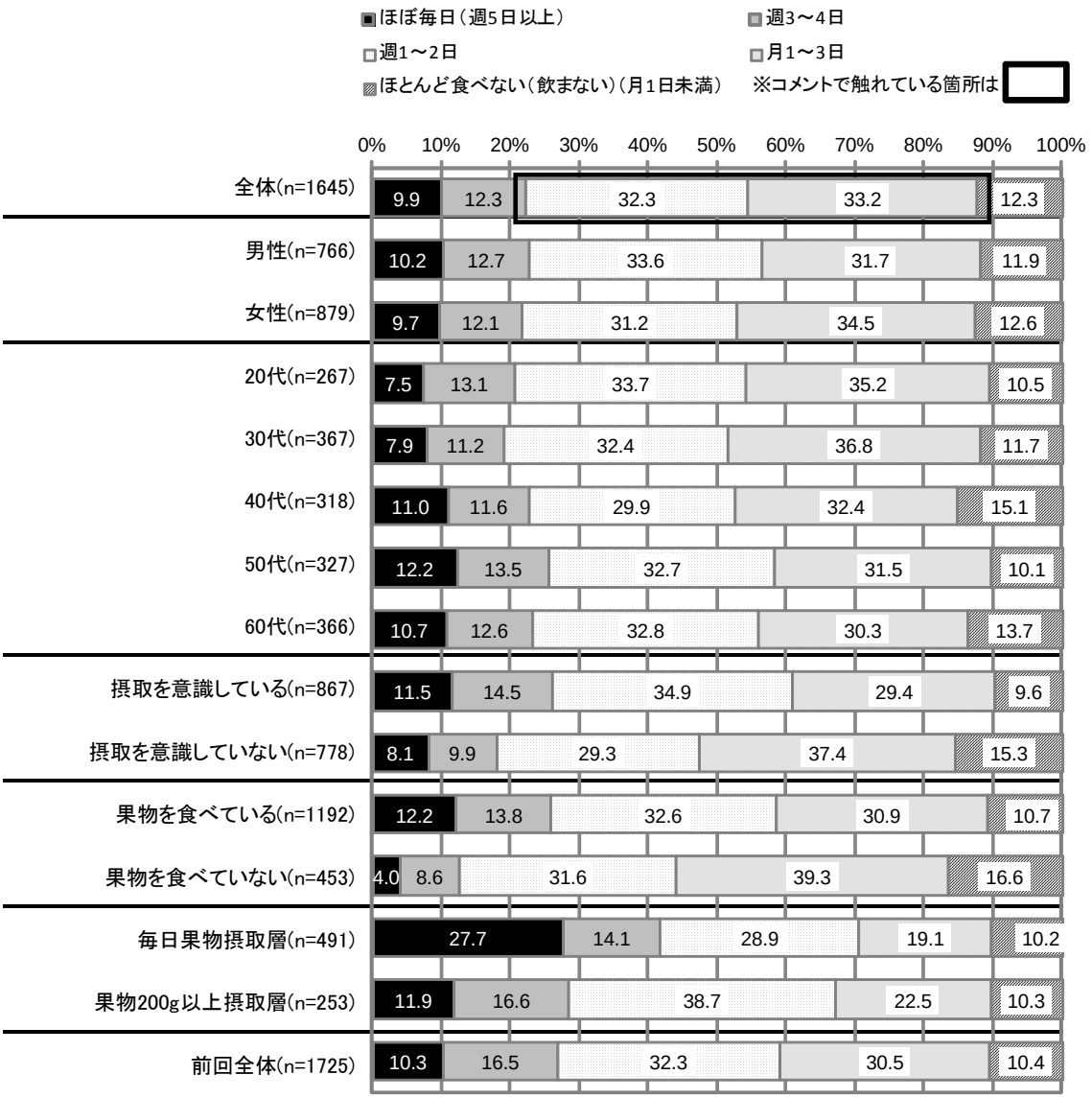
全体		(n=2000)	3.4	2.8	2.8	2.0	0.3	1.5	8.9
性別	男性	(n=1002)	2.4	3.5	2.6	1.5	0.3	1.2	12.5
	女性	(n=998)	4.4	2.1	2.9	2.5	0.3	1.8	5.3
年代	20代	(n=336)	1.2	2.1	2.7	4.2	0.3	1.2	10.7
	30代	(n=449)	2.4	2.2	2.7	2.4	0.0	0.7	6.7
	40代	(n=408)	3.2	2.9	1.5	1.0	0.7	1.7	9.3
	50代	(n=379)	4.0	2.9	4.2	2.1	0.3	2.1	6.9
	60代	(n=428)	5.8	3.7	2.8	0.7	0.2	1.9	11.2
意識別	摂取を意識している	(n=969)	4.2	4.0	3.5	2.4	0.4	1.3	5.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	2.6	1.6	2.0	1.6	0.2	1.6	12.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	4.1	3.5	3.5	1.9	0.3	1.4	6.7
	果物を食べていない	(n=708)	2.1	1.6	1.4	2.1	0.3	1.7	13.0
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	5.0	3.9	4.4	1.5	0.4	1.7	9.7
	果物200g以上摂取層	(n=272)	5.9	5.9	4.8	2.9	0.7	1.8	7.0

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
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「週１～２日」および「月１～３日」がボリュームゾーンであり、合わせて全体の約３分の２を占めている。
- 前回調査と比較して、「週３～４日」以上の割合が４．６ポイント増加している。
- 摂取を意識している層、果物を食べている層では、摂取を意識していない層、果物を食べていない層と比較して明らかに頻度が高い。

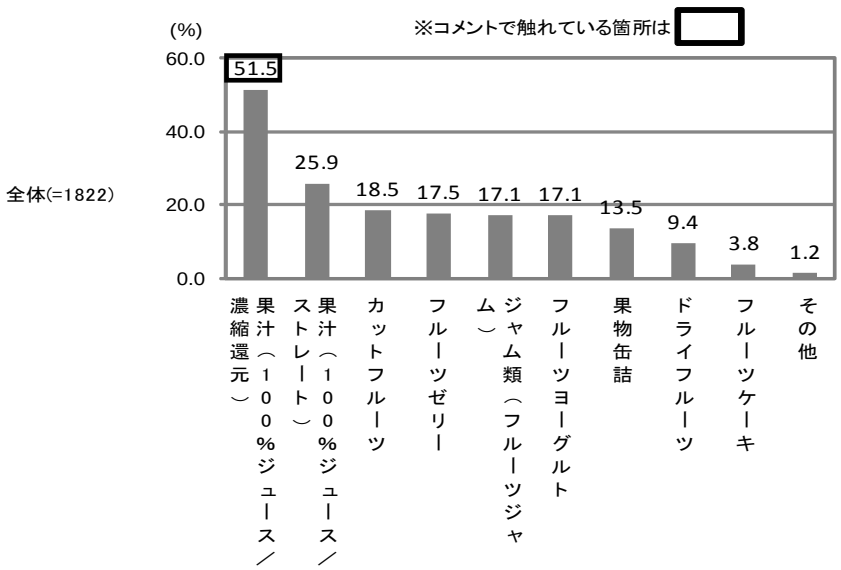
Ｑ１５．あなたは果物加工品をどの程度の頻度で食べますか(飲みますか)。（ＳＡ）



⑤-１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、唯一５割を超えている。次いで、「果汁（１００％ジュース／ストレート）」「カットフルーツ」の順。
- 年代別では、若年層ほど「果汁（１００％ジュース／濃縮還元）」が高くなっている。

Ｑ１６．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）



(%)

全体		(n=1822)	51.5	25.9	18.5	17.5	17.1	17.1	13.5	9.4	3.8	1.2
性別	男性	(n=877)	55.6	29.8	16.9	14.7	13.0	15.4	13.5	5.5	3.0	1.3
	女性	(n=945)	47.7	22.2	20.0	20.1	21.0	18.6	13.5	13.0	4.6	1.2
年代	20代	(n=300)	60.7	24.7	21.3	21.7	*7.7*	18.3	11.3	4.7	3.7	1.3
	30代	(n=419)	57.5	27.0	16.2	18.4	17.4	16.2	12.6	6.9	2.6	1.2
	40代	(n=370)	51.6	23.8	16.8	22.4	15.4	17.0	13.0	9.2	4.6	0.5
	50代	(n=353)	47.6	25.8	22.1	12.7	15.9	21.2	13.9	11.9	3.4	1.7
	60代	(n=380)	*41.3*	27.6	17.1	12.9	27.1	13.2	16.3	13.7	4.7	1.3
意識別	摂取を意識している	(n=917)	51.7	26.6	19.5	15.6	16.5	16.7	15.0	11.1	3.7	0.9
	摂取を意識していない	(n=905)	51.4	25.1	17.5	19.4	17.8	17.5	11.9	7.6	3.9	1.5
行動別	果物を食べている	(n=1206)	50.4	25.5	20.2	17.1	17.6	17.7	13.4	11.7	3.6	1.1
	果物を食べていない	(n=616)	53.7	26.6	15.1	18.3	16.2	15.9	13.6	4.9	4.1	1.5
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=491)	46.2	22.8	16.3	16.5	20.8	16.3	15.3	15.7	4.5	1.6
	果物200g以上摂取層	(n=253)	48.2	29.2	21.3	15.0	14.6	15.8	17.0	11.9	3.2	0.8
前回全体		(n=1865)	**65.6**		13.6	19.8	20.3	23.3	15.3	10.4	3.3	1.1

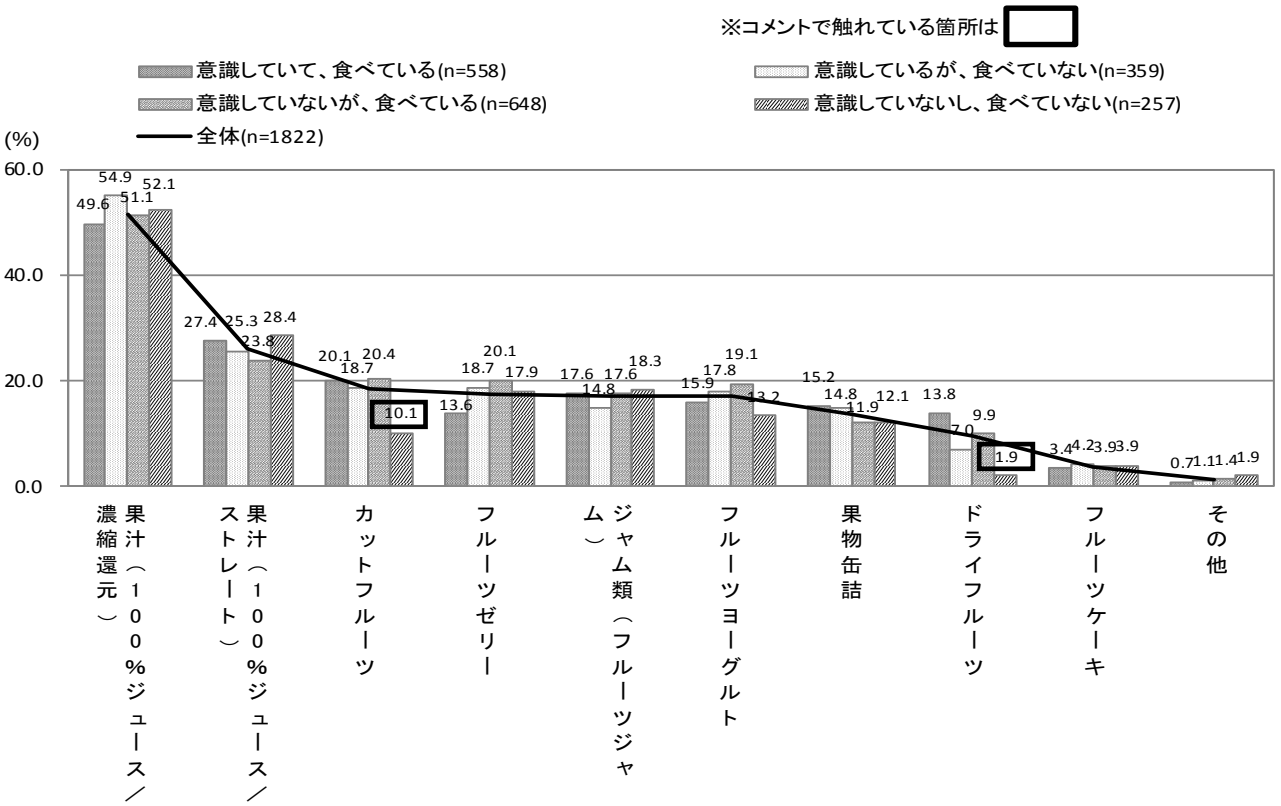
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

【前回調査】選択肢で「果汁（ジュース）」のところ、
【今回調査】選択肢では「果汁（100%ジュース/濃縮還元）」「果汁（100%ジュース/ストレート）」に分割。

⑤-２購入機会の多い果物加工品(意識・摂取状態別)［果物加工品喫食層］

果物摂取についての意識・摂取状態別にみると…
- 意識していないし、食べていない層では、「カットフルーツ」「ドライフルーツ」が他の層と比べて特に低い。

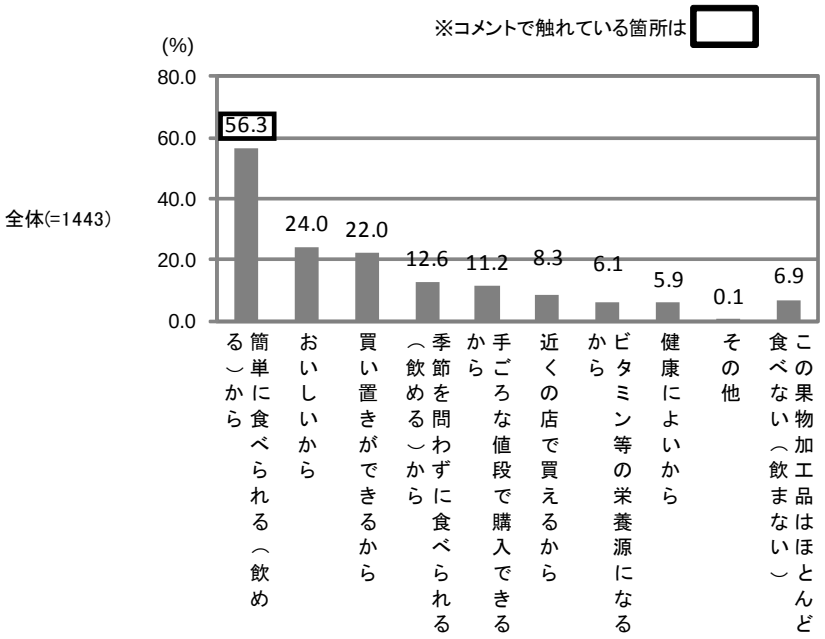
Ｑ１６．あなたがよく購入する果物加工品は何ですか。購入することが多いものから順に下記から２つまで選んでください。（ＭＡ）



⑥果物加工品の摂取理由［果物加工品月１回以上喫食層］

- 全体では、「簡単に食べられる（飲める）から」が突出して高く、次いで、「おいしいから」「買い置きができるから」の順。
- 年代別では、２０代では「おいしいから」が他の年代と比べて高い。

Ｑ１７．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と、果物加工品全体について、それぞれ理由を２つまで選んでください。
※前問の回答によっては、「果物加工品全体」だけが表示されている場合もございます（ＭＡ）



(%)

			簡単に食べられる（飲める）から	おいしいから	買い置きができるから	季節を問わずに食べられる（飲める）から	手ごろな値段で購入できるから	近くの店で買えるから	ビタミン等の栄養源になるから	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）
全体		(n=1443)	56.3	24.0	22.0	12.6	11.2	8.3	6.1	5.9	0.1	6.9
性別	男性	(n=675)	59.7	22.5	18.1	10.4	9.8	10.4	6.4	7.0	0.1	5.6
	女性	(n=768)	53.4	25.3	25.5	14.6	12.5	6.5	5.9	4.9	0.1	8.1
年代	20代	(n=239)	58.6	32.2	20.1	7.9	13.8	12.6	5.0	7.5	0.0	6.3
	30代	(n=324)	59.9	19.4	19.4	11.1	13.3	9.6	7.4	3.4	0.0	7.4
	40代	(n=270)	57.0	21.9	21.9	9.3	8.9	8.1	5.9	6.3	0.7	7.8
	50代	(n=294)	56.5	24.5	21.8	17.0	11.6	6.1	7.5	5.4	0.0	5.1
	60代	(n=316)	*50.3*	23.7	26.6	16.5	8.9	6.0	4.4	7.3	0.0	7.9
意識別	摂取を意識している	(n=784)	55.2	22.3	22.3	12.2	11.5	7.5	7.5	7.5	0.1	6.1
	摂取を意識していない	(n=659)	57.7	25.9	21.7	13.1	10.9	9.3	4.4	3.9	0.2	7.9
行動別	果物を食べている	(n=1065)	57.3	25.7	21.4	13.3	10.6	8.0	5.8	6.0	0.1	6.3
	果物を食べていない	(n=378)	53.7	19.0	23.8	10.6	13.0	9.3	6.9	5.6	0.3	8.7
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=441)	56.9	25.4	23.1	15.0	10.4	6.3	5.9	6.3	0.2	5.0
	果物200g以上摂取層	(n=227)	55.5	25.1	19.8	15.4	13.7	10.6	4.8	7.0	0.4	4.0

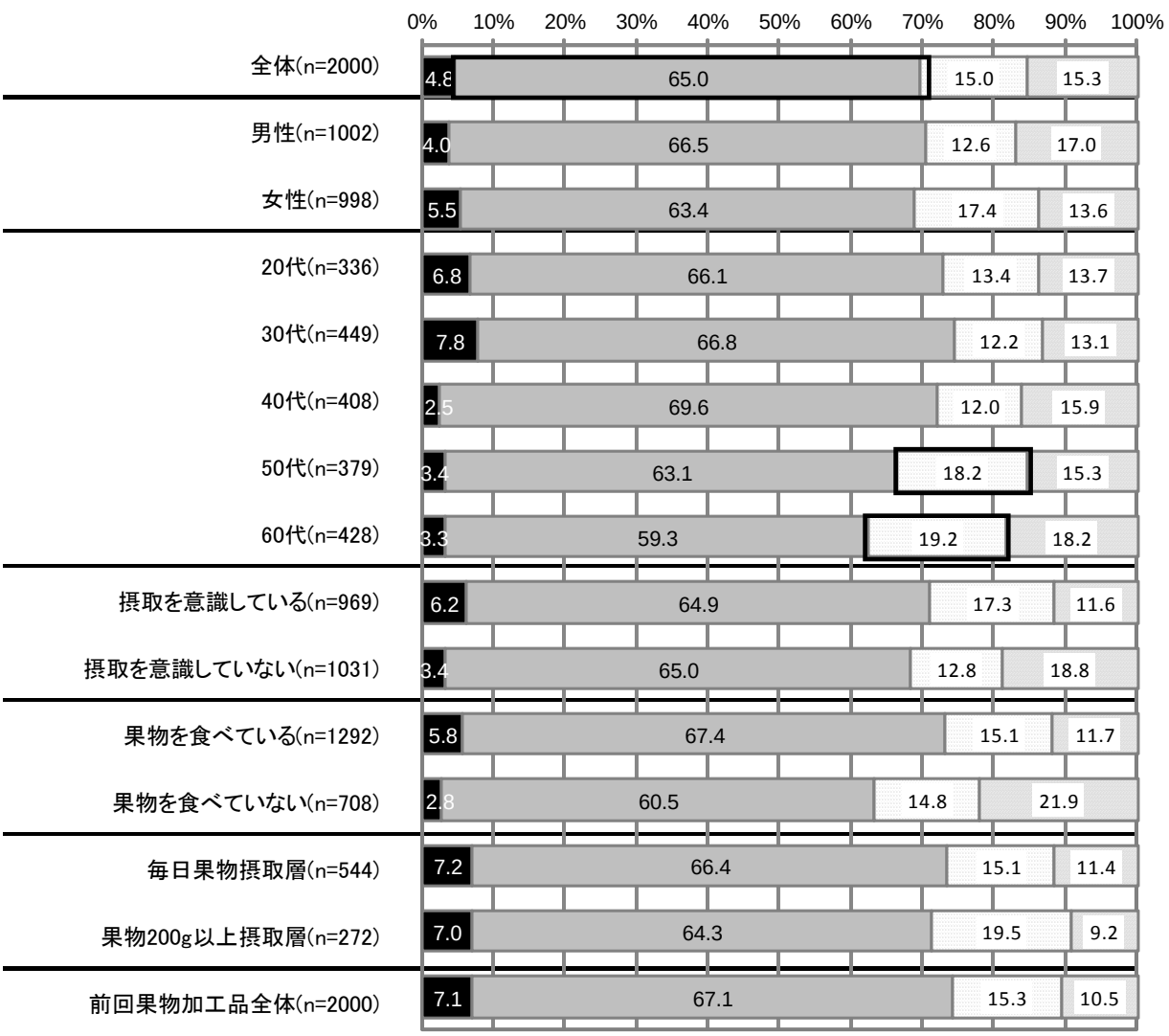
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑦ー１果物加工品の摂取頻度の変化(果物加工品全体について)

- 全体では、「変わらない」が６５．０％を占める。「減った」「ほとんど食べなく（飲まなく）なった」がともに約１５％。「増えた」は約５％にとどまる。
- 年代別にみると、２０代・３０代では「増えた」の割合が４０代以上と比べてやや高い。一方、５０・６０代では「減った」が２割近くに達しており、他の年代より高い。

Ｑ１８．１年前と比較すると、以下の果物加工品を食べる（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）

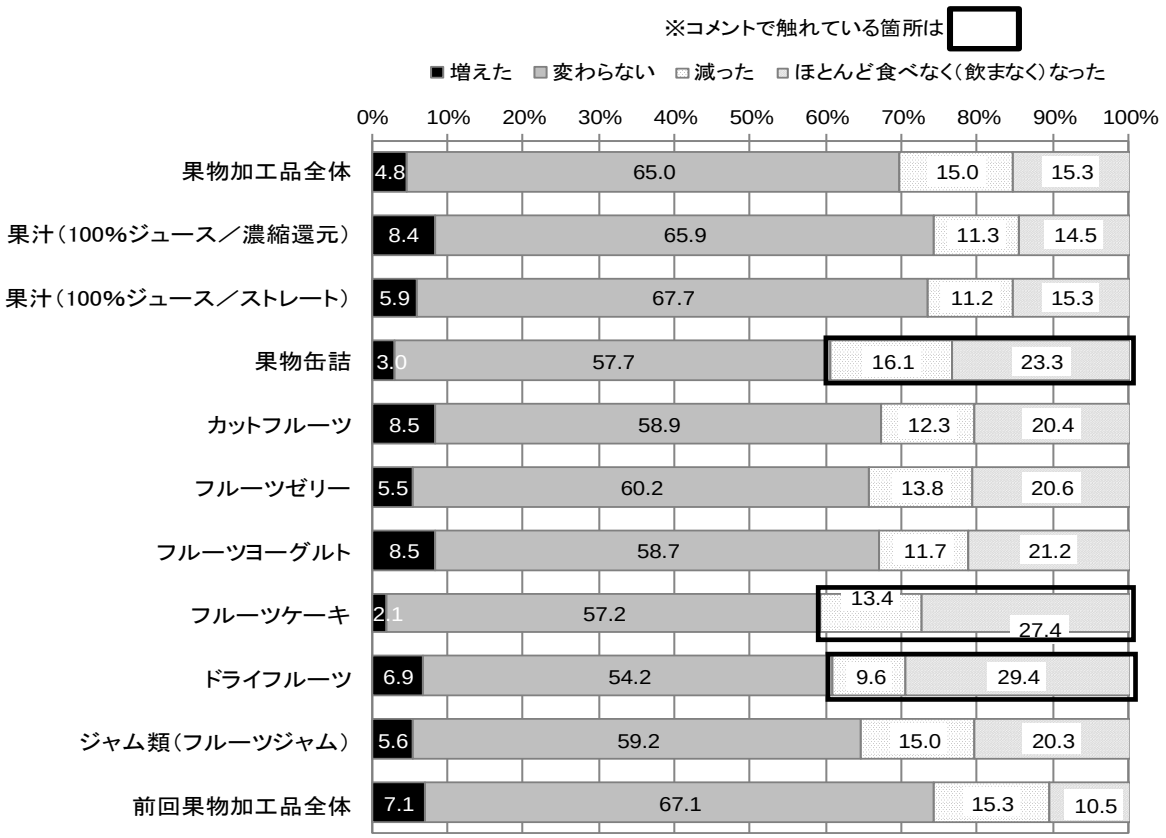
※コメントで触れている箇所は



⑦ー２果物加工品の摂取頻度の変化(果物加工品の種類別)

- いずれの品目でも「減った」が「増えた」を上回っており、「増えた」は１割に満たない。その中で、「増えた」が比較的高いのは、カットフルーツ、フルーツヨーグルト、果汁（１００％ジュース・濃縮還元）などである。
- フルーツケーキ、果物缶詰、ドライフルーツでは、「減った」「ほとんど食べなく（飲まなく）なった」の合計が４割前後に達している。

Ｑ１８．１年前と比較すると、以下の果物加工品を食べる（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）

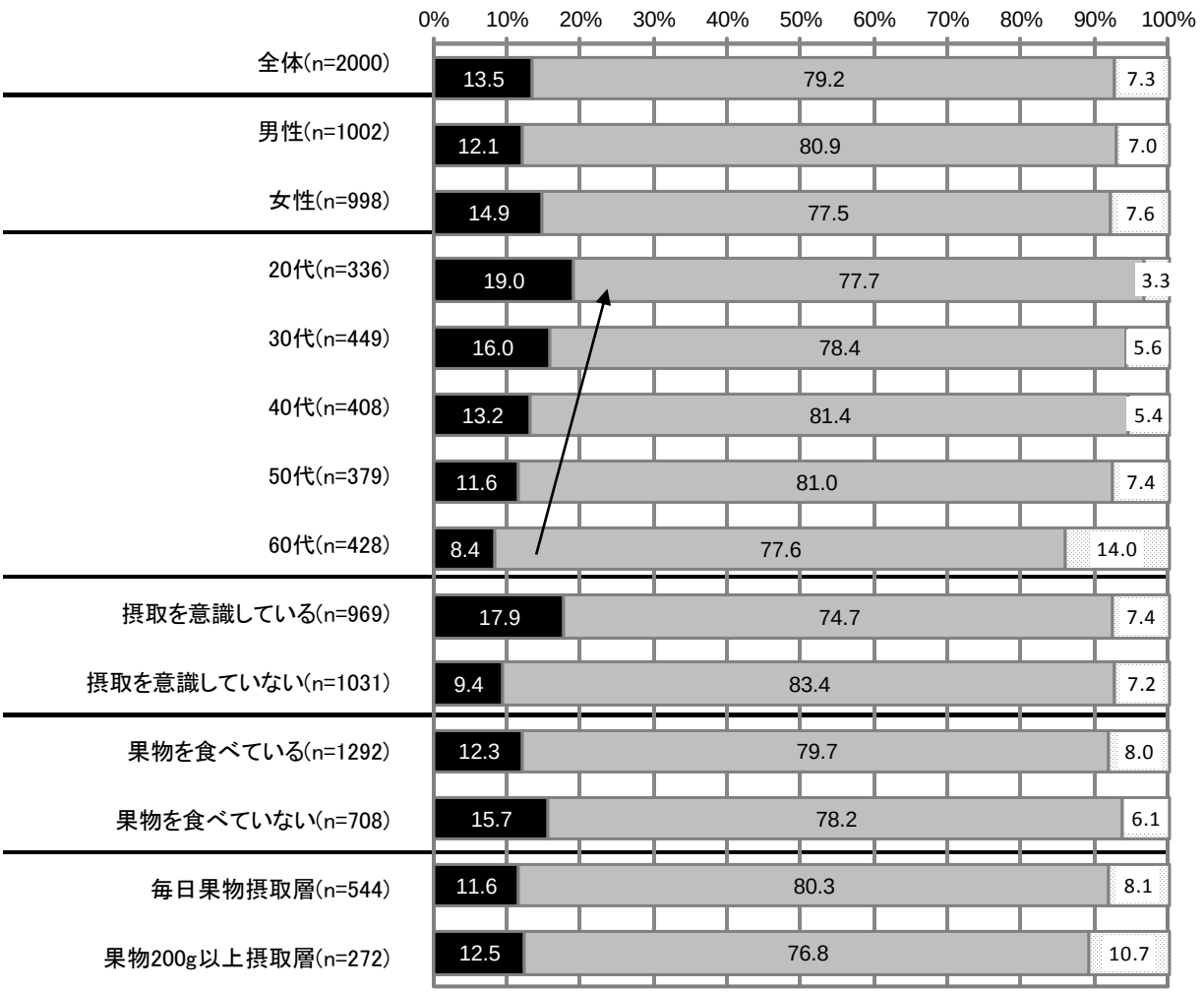


⑧ー１果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品全体について)

- 全体では、「変えようと思わない」が約８割を占めている。また、「増やしたい」は「減らしたい」の約２倍あるが１３．５%にとどまっている。
- 年代別にみると、年代が低いほど「増やしたい」の割合が高い。
- 摂取を意識している層では、意識していない層よりも「増やしたい」が高い。
- また果物を食べていない層は食べている層よりも「減らしたい」が高い。

Ｑ１９．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）

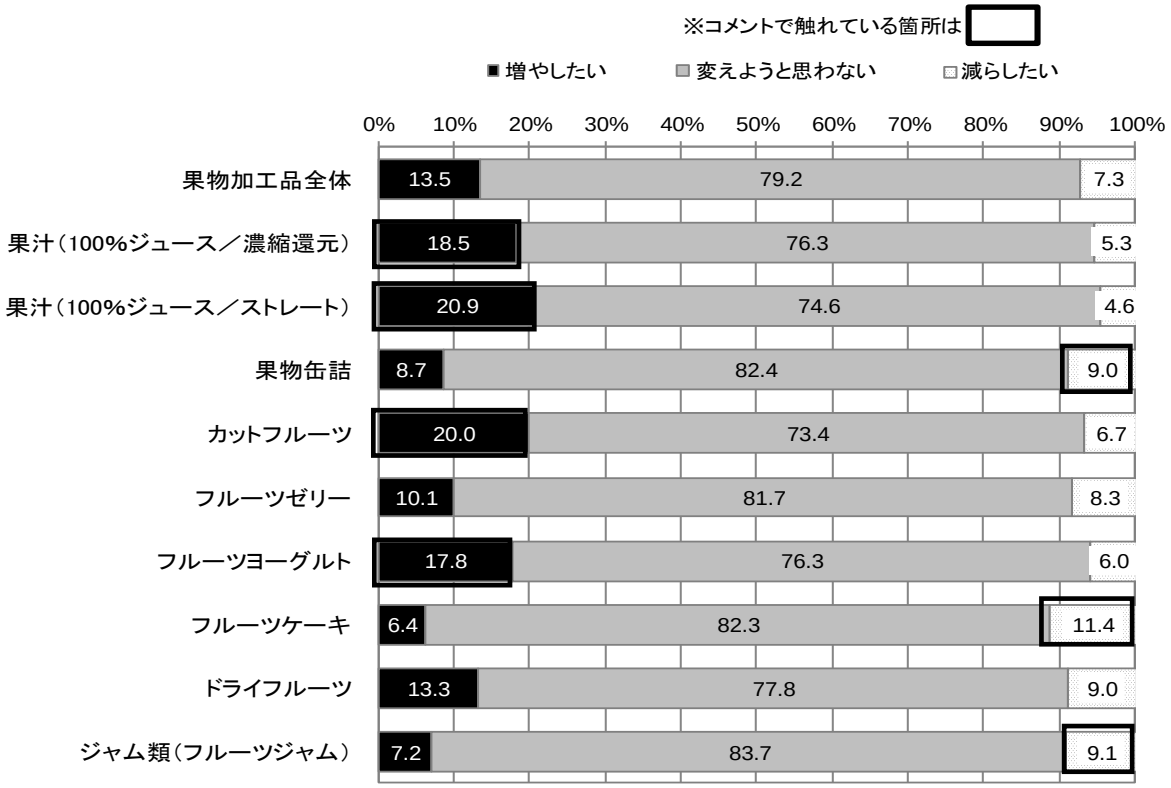
※コメントで触れている箇所は



⑧ー２果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品の種類別)

- 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では、「増やしたい」が「減らしたい」を大きく上回り、「増やしたい」の割合が２割前後に達している。
- 果物缶詰、フルーツケーキ、ジャム類は「減らしたい」が「増やしたい」を上回っている。

Ｑ１９．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）

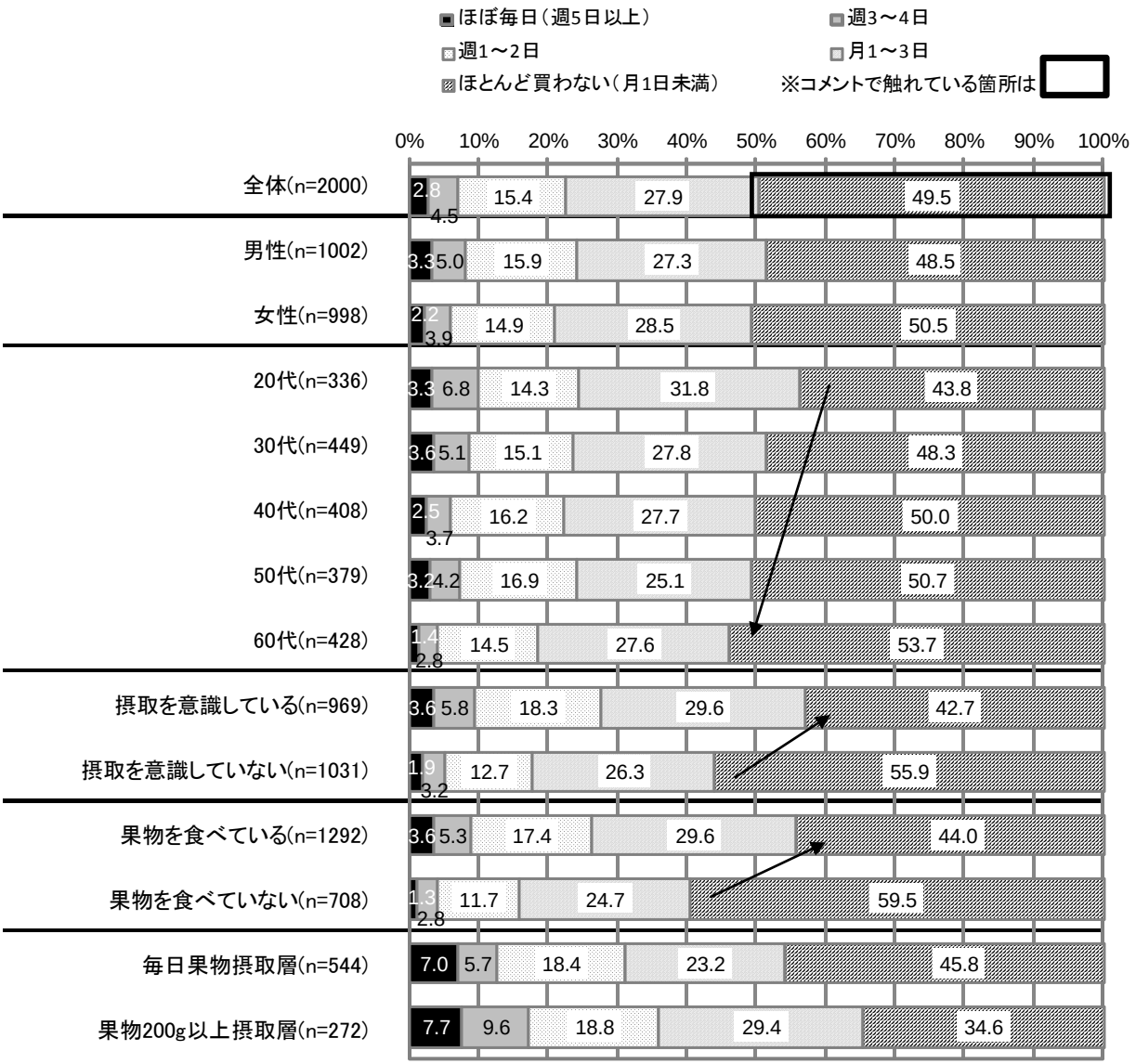


⑨ー１果汁（１００％ジュース／濃縮還元）の購入頻度

- 全体では「ほとんど買わない（月１日未満）」が約５割を占める。次いで、「月１～３日」「週１～２日」の順。
- 性別では、男性の方が女性よりも若干、購入頻度が高い。
- 年代別では、年代が高くなるほど「ほとんど買わない（月１日未満）」の割合が高い。
- 摂取を意識している層や果物を食べている層では、摂取を意識していない層、果物を食べていない層と比較して購入頻度が高い傾向が明らかである。

Ｑ２０．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）

【果汁（１００％ジュース／濃縮還元）】

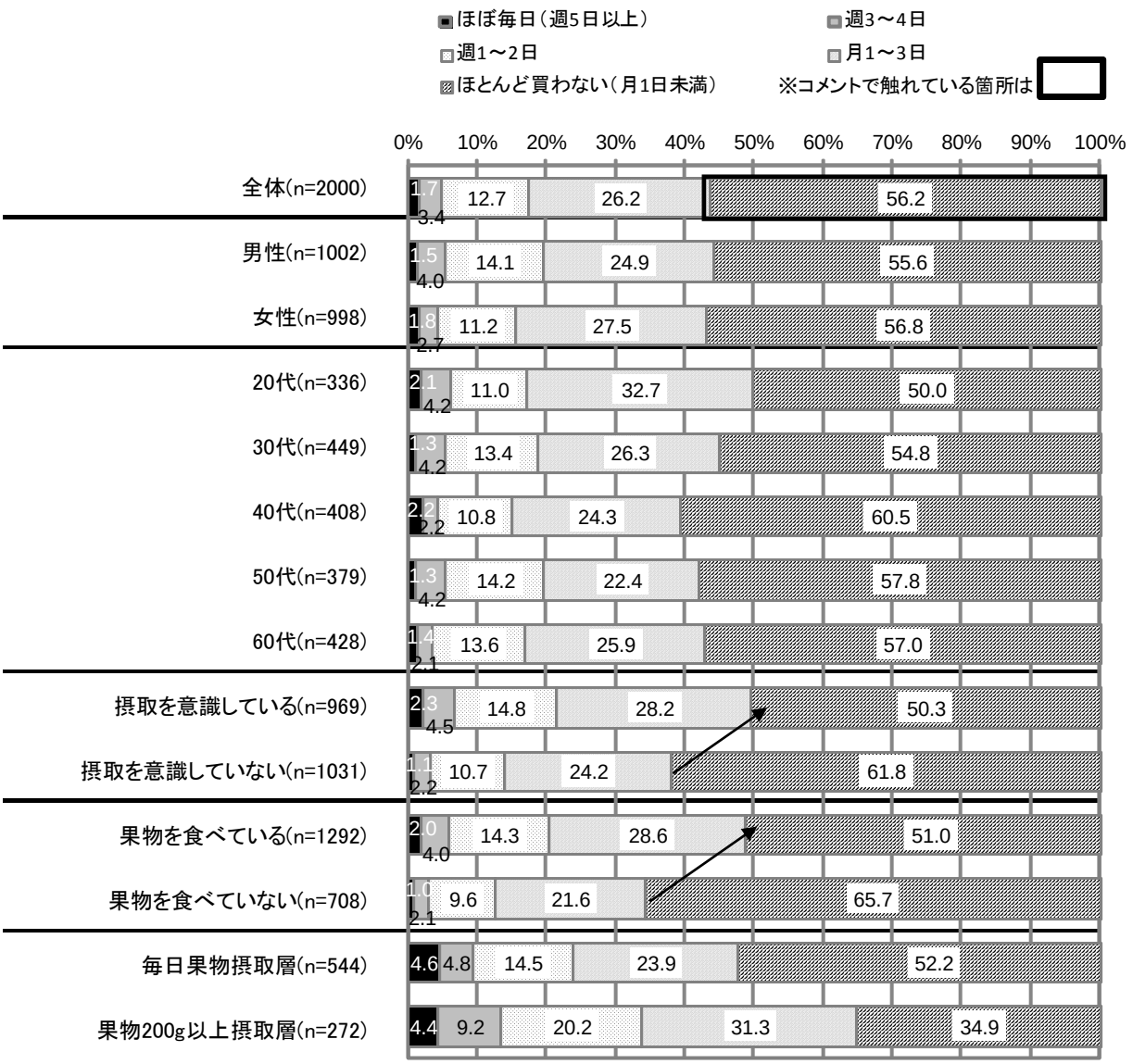


⑨ー２果汁（１００％ジュース／ストレート）の購入頻度

- 全体では「ほとんど買わない（月１日未満）」が過半数を占めており最も高い。次いで「月１～３日」「週１～２日」の順。
- 摂取を意識している層や果物を食べている層では、摂取を意識していない層、果物を食べていない層と比較して購入頻度が高い傾向が明らかである。

Ｑ２０．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）

【果汁（１００％／ストレート）】

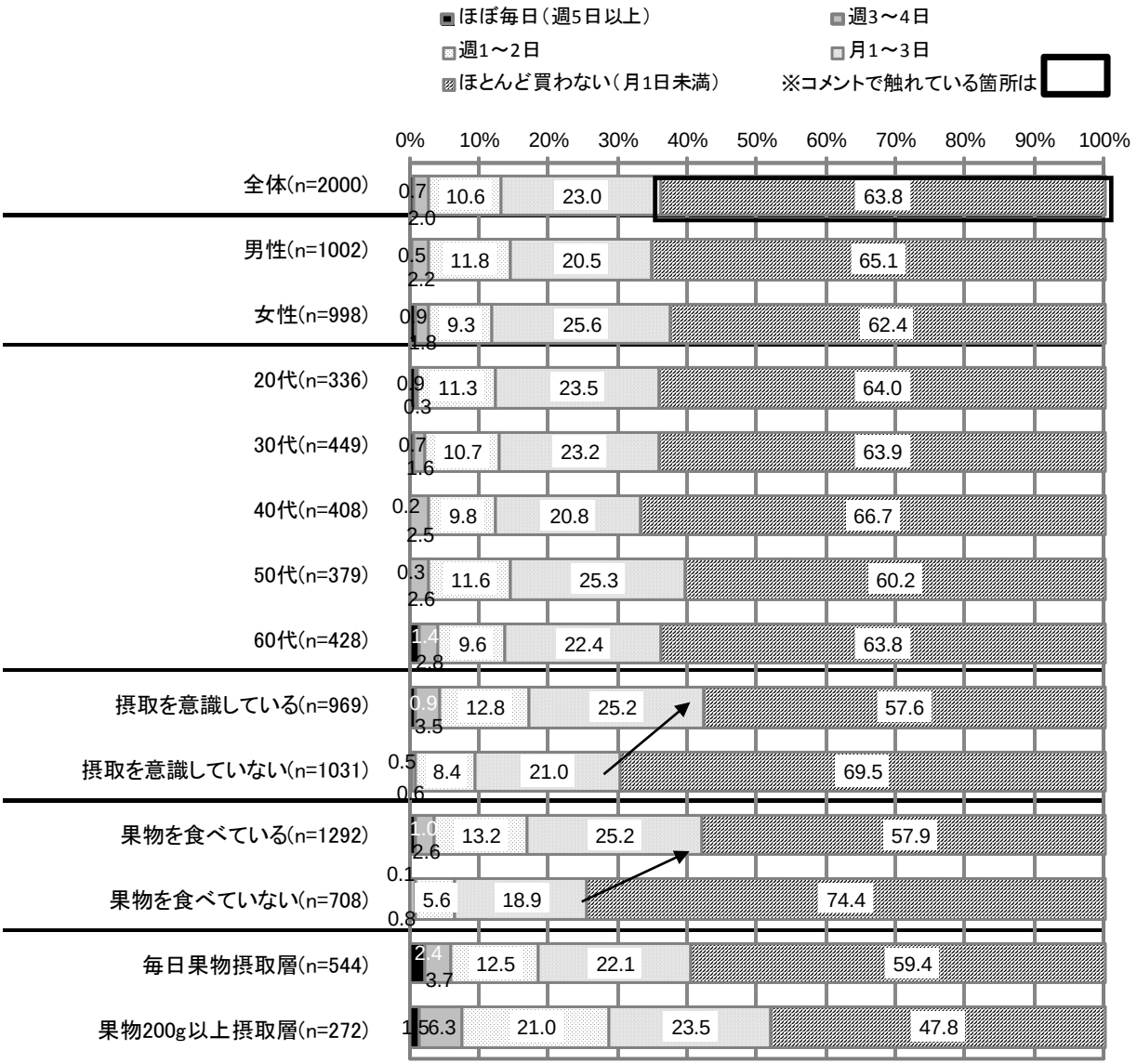


⑨ー３カットフルーツの購入頻度

- 全体では「ほとんど買わない（月１日未満）」が６割以上を占めており最も高い。次いで「月１～３日」「週１～２日」の順。
- 摂取を意識している層や果物を食べている層では、摂取を意識していない層、果物を食べていない層と比較して購入頻度が高い傾向が明らかである。

Ｑ２０．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）

【カットフルーツ】

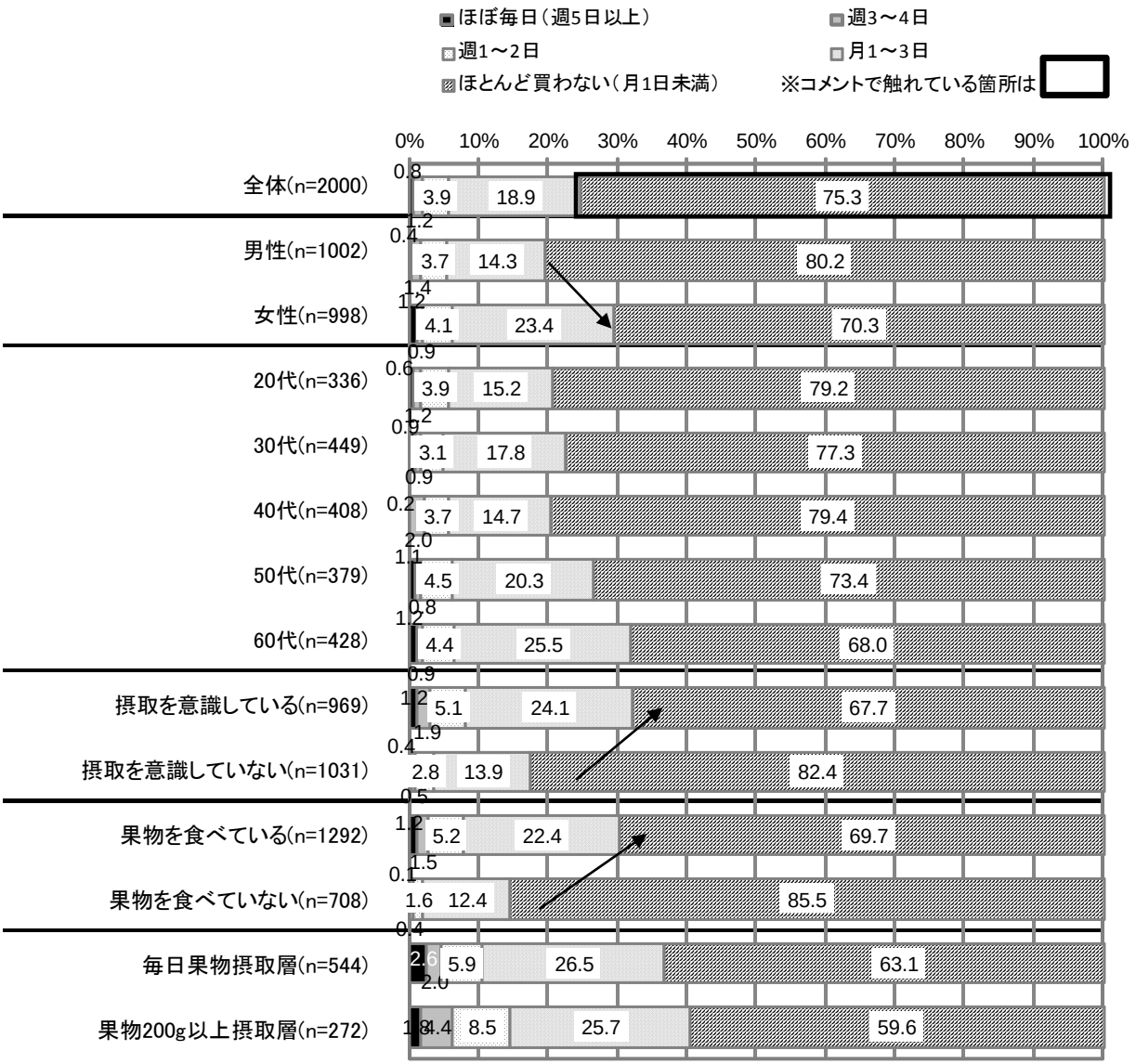


⑨ー４ドライフルーツの購入頻度

- 全体では「ほとんど買わない（月１日未満）」が４分の３を占め、次いで「月１～３日」が２割弱。「週１～２日」以上はわずかである。
- 性別では、女性の方が男性よりも購入頻度が高い傾向が見られる。
- 摂取を意識している層や果物を食べている層では、摂取を意識していない層、果物を食べていない層と比較して購入頻度が高い傾向にある。

Ｑ２０．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）

【ドライフルーツ】



（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。
  →若年層ほど、果物加工品を主体に摂取する傾向があり、２０代では約２割。
- 購入する果物加工品の中心は濃縮還元の果汁１００％ジュース。
- 果物加工品の摂取頻度のボリュームゾーンは週1日～月1日。時系列的には微減傾向にある。
- 若年層ほど、果物加工品の摂取を増加させたい意向が強い。

- 生鮮果物／果物加工品では、「生鮮果物が主体」が６割強。「果物加工品が主体」は１割強にとどまっており、生鮮果物としての摂取が中心である。（ｐ44）
- 特に女性、高年代層では「生鮮果物が主体」の割合が高い。（ｐ44）
  →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。

- 生鮮果物の購入場所としては「スーパーマーケット」が突出している。（ｐ45）
- ２０代では「コンビニエンスストア」の割合が相対的に高い。（ｐ45）
- 果物加工品の購入場所でも「スーパーマーケット」が突出して高い。（ｐ47）
- ２０代で「コンビニエンスストア」の割合が高い点も、生鮮果物と同様の傾向。（ｐ47）

- 果物加工品の摂取頻度では、「週１～２日」と「月１～３日」がボリュームゾーンで、合わせて全体の約３分の２を占める。（ｐ49）
- １年前と比較した果物加工品の摂取頻度の変化では、「変わらない」が６５％。「減った」「ほとんど食べなくなった」が各１５％、 「増えた」は約５％にとどまる。（ｐ53）
- ２０代・３０代では、果物加工品の摂取頻度の変化が「増えた」の割合が４０代以上と比べてやや高い。（ｐ53）
- よく購入している果物加工品では、「果汁（１００％ジュース／濃縮還元）」が唯一５割超。次いで、「果汁（１００％ジュース／ストレート）」「カットフルーツ」の順。（ｐ50）
- 年代が低いほど、「果汁（１００％ジュース／濃縮還元）」の割合が高い。（ｐ50）

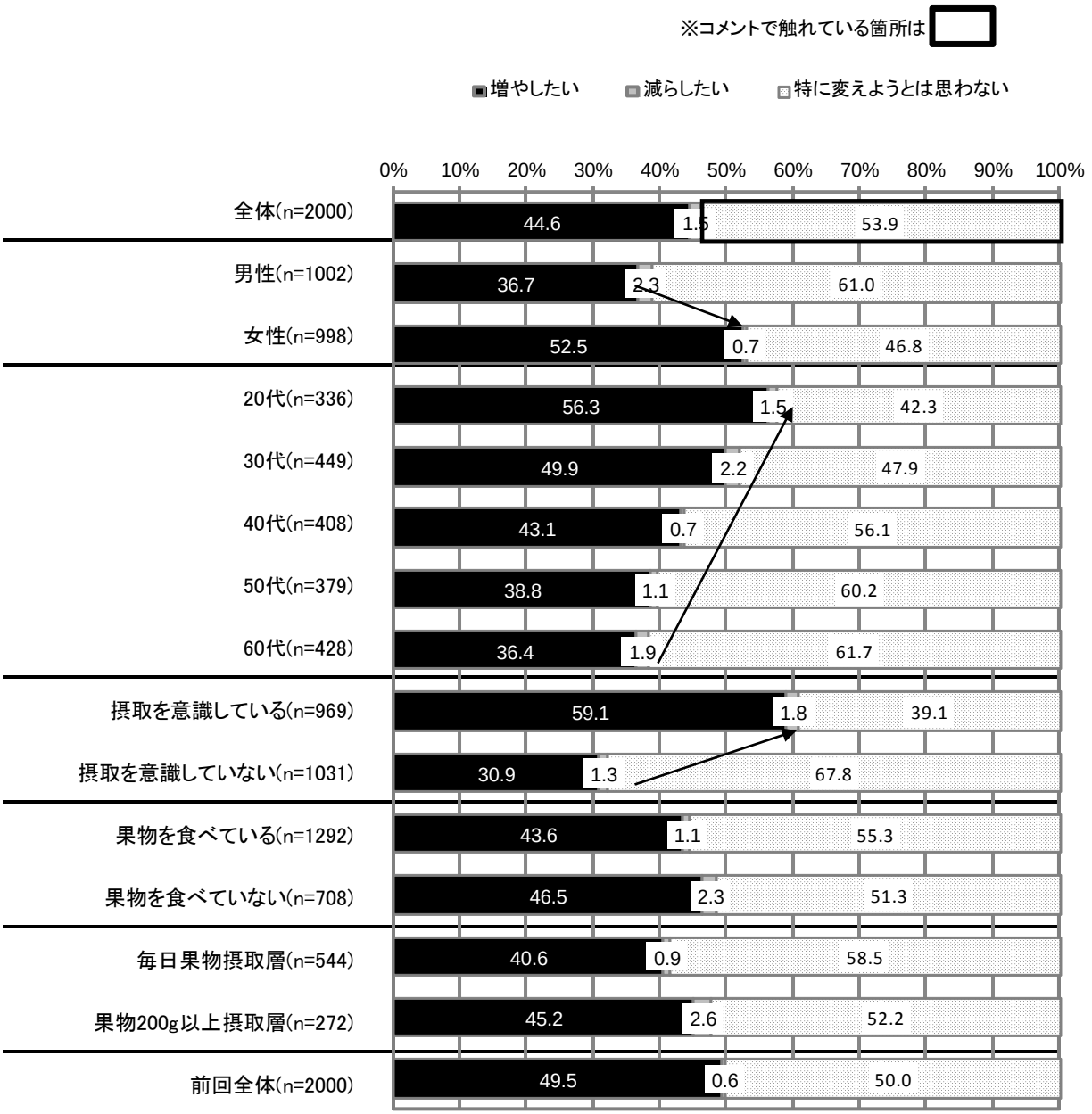
- 果物加工品を摂取する理由では「簡単に食べられる（飲める）から」が突出。次いで、「おいしいから」「買い置きができるから」の順。（ｐ52）
- 果物加工品の今後の摂取意向では、「変えようと思わない」が約８割。「増やしたい」は「減らしたい」の約２倍あるものの、約１４％にとどまる。（ｐ55）
- 年代が低いほど「増やしたい」の割合が高い。（ｐ55）
- 果汁（１００％ジュース／ストレート）、カットフルーツ、果汁（１００％ジュース／濃縮還元）、フルーツヨーグルトでは、「増やしたい」が「減らしたい」を大きく上回り、２割前後に達する。（ｐ56）
  →高年代層にも果物加工品の簡便性を訴求することができれば、需要拡大につながる。

（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」が最も高く、５割以上を占める。次いで、「増やしたい」も４割超。「減らしたい」はごくわずかである。
- 前回調査と比較して「増やしたい」が４．９ポイント減少している。
- 性別では、女性は男性と比べて「増やしたい」が１５．８ポイント高い。
- 年代別では、年代が低いほど、「増やしたい」の割合が高くなる傾向が見られる。
- 摂取を意識している層では、意識していない層よりも「増やしたい」が２８．２ポイント高い。
- 食べていない層は食べている層よりも「増やしたい」が高く、かつ５割に近い。

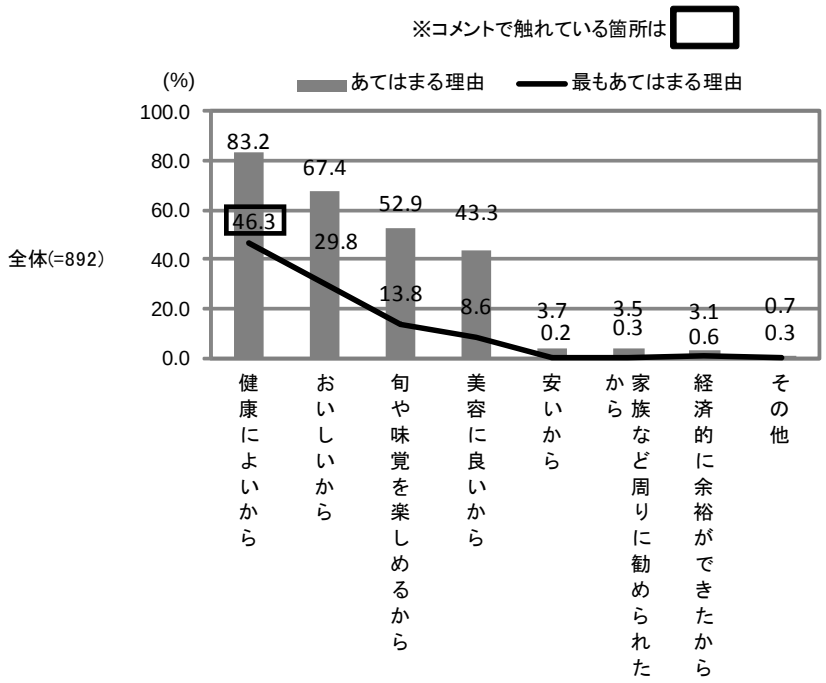
Ｑ２１．あなたは今後、果物を摂る量を増やしたいと思いますか。（ＳＡ）



②ー１増やしたい理由［摂取量増加意向層］

- 全体では、「健康によいから」が最も高い。次いで「おいしいから」「旬や味覚を楽しめるから」の順。
- 性別では、男性の方が「健康に良いから」が格段に高く、反対に、女性の方が「美容に良いから」が格段に高い。
- 年代別では、「旬や味覚を楽しめるから」は高年層ほど高く、特に６０代は全体と比べて格段に高い。
- 摂取を意識している層では「健康によいから」が高く、意識していない層では「おいしいから」が高い。

Ｑ２２．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）



最もあてはまるものスコア（SA）　(%)

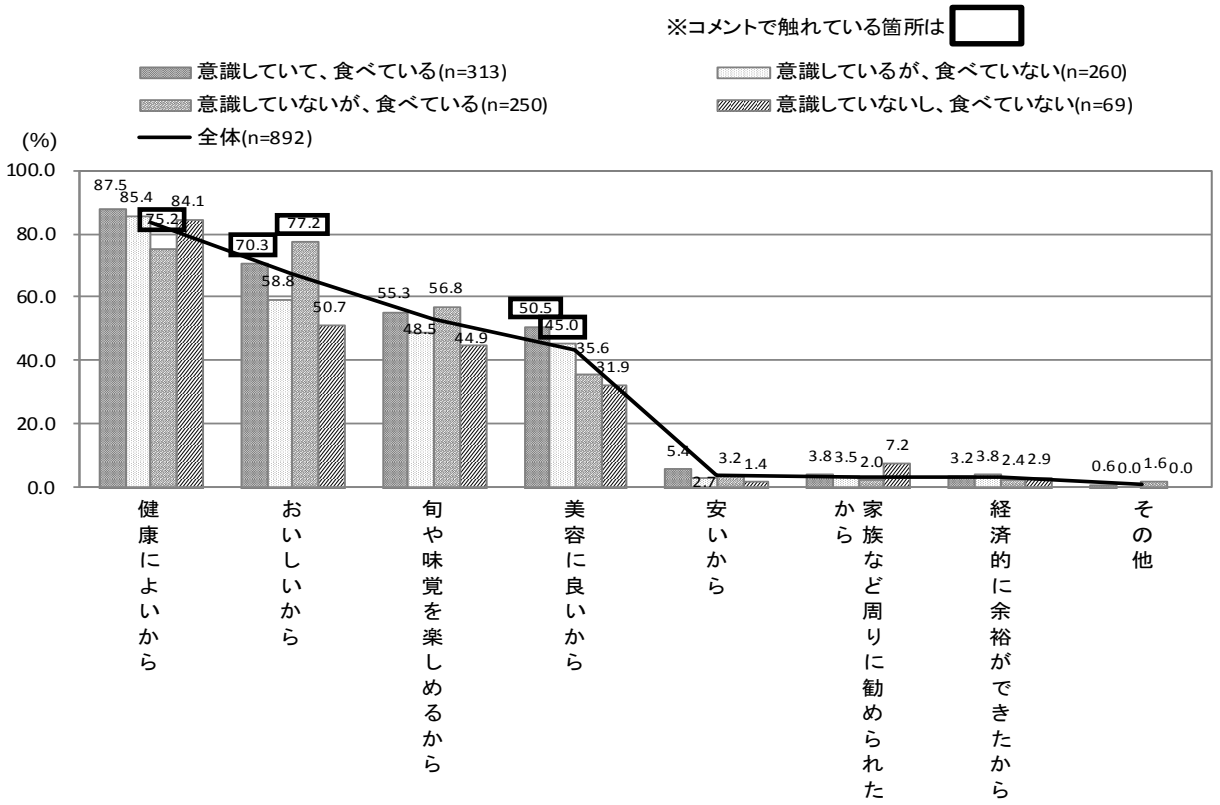
全体		(n=892)	46.3	29.8	13.8	8.6	0.2	0.3	0.6	0.3
性別	男性	(n=368)	58.2	27.2	10.9	*2.2*	0.3	0.3	1.1	0.0
	女性	(n=524)	*38.0*	31.7	15.8	13.2	0.2	0.4	0.2	0.6
年代	20代	(n=189)	*39.2*	39.7	*7.4*	13.2	0.0	0.0	0.5	0.0
	30代	(n=224)	45.5	28.6	11.6	13.8	0.4	0.0	0.0	0.0
	40代	(n=176)	55.1	*22.7*	13.6	6.3	0.6	0.6	0.6	0.6
	50代	(n=147)	49.7	32.0	12.2	4.1	0.0	0.7	0.7	0.7
	60代	(n=156)	42.9	25.6	26.3	*2.6*	0.0	0.6	1.3	0.6
意識別	摂取を意識している	(n=573)	50.8	*24.1*	14.5	9.4	0.3	0.3	0.5	0.0
	摂取を意識していない	(n=319)	*38.2*	40.1	12.5	7.2	0.0	0.3	0.6	0.9
行動別	果物を食べている	(n=563)	43.9	33.6	13.5	7.6	0.4	0.4	0.2	0.5
	果物を食べていない	(n=329)	50.5	*23.4*	14.3	10.3	0.0	0.3	1.2	0.0
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=221)	45.7	*28.5*	14.9	9.0	0.9	0.0	0.5	0.5
	果物200g以上摂取層	(n=123)	*39.8*	39.0	*7.3*	9.8	0.0	0.8	0.8	2.4

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

②ー２増やしたい理由(意識・摂取状態別)

- 意識していないが、食べている層では「おいしいから」が最も高く、「健康によいから」は他の層より低い。
- 意識にかかわらず、食べている層では、食べていない層よりも「おいしいから」が高い。
- 食べているかどうかにかかわらず、意識している層では、意識していない層よりも「美容に良いから」が高い。

Ｑ２２．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）



（３）今後の果物の摂取意向　まとめ

- ４割超の人が果物の摂取量を増やしたいと考えている。
- 時系列にみると摂取量を増やしたいと考えている人は微減傾向。
- 性別では女性、年代別では低年代層で摂取量を増やしたいと考える人が多い。
- 摂取量を増やしたい最大の理由は「健康によいから」。女性では「美容に良いから」の割合も高い。

- 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５割以上を占めるが、「増やしたい」も４割を超えている。（ｐ64）
- 女性は男性と比べて「増やしたい」が約１６ポイント高い。（ｐ64）
- 年代が低いほど、「増やしたい」の割合が高くなる傾向が見られる。（ｐ64）
- 前回調査と比較すると、「増やしたい」は約５ポイント減少している（ｐ64）

→男性や高年代層で、果物の摂取を「増やしたい」と思う人を増やすための啓蒙が必要。

- 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。次いで、「おいしいから」「旬や味覚を楽しめるから」「美容に良いから」の順。（ｐ65）
- 男性では「健康によいから」、女性では「美容に良いから」の割合が相対的に高い。（ｐ65）
- 果物の摂取を意識している層では、意識していない層よりも「美容に良いから」が高い。（ｐ66）

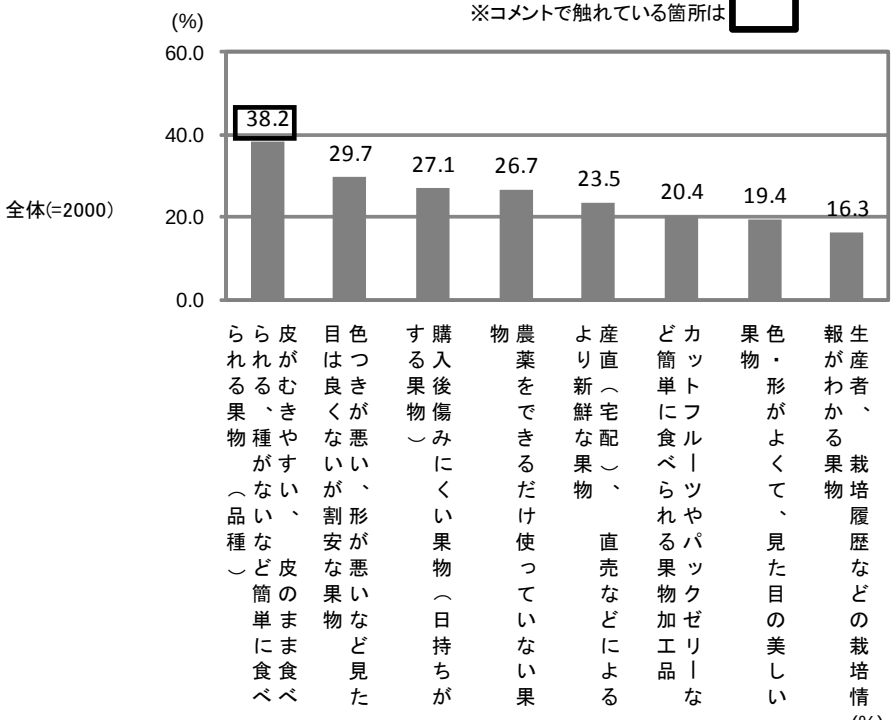
（４）果物の消費を増やすために

①ー１果物の消費量を増やすための提供方法

- 「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」が最も高く、次いで「色つきが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物」「購入後傷みにくい果物」の順。
- 年代別では、「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」「カットフルーツやバックゼリーなど簡単に食べられる果物加工品」といった手間のかからない提供方法については若年層で高い。一方、「農薬をできるだけ使っていない果物」「産直（宅配）、直売などによる新鮮な果物」「生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物」は高年層で高い。
- 前回と比べ、各項目のスコアが低下している理由は、今回新たに「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」を追加したことによると思われる。

Ｑ２３．どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（ＭＡ）

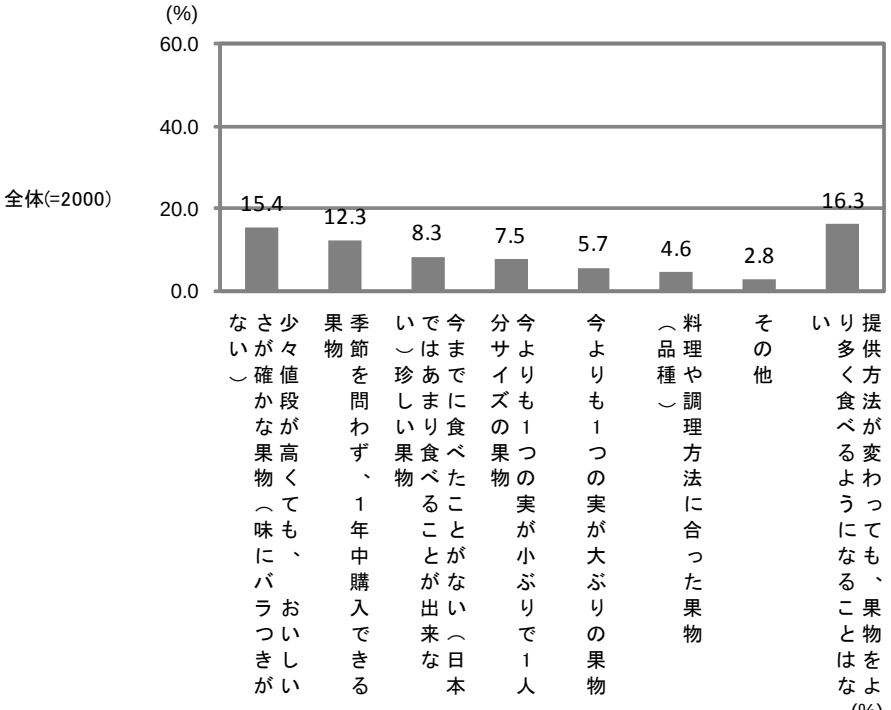
※コメントで触れている箇所は



(%)

			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（品種）	色つきが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物	購入後傷みにくい果物（日持ちがする果物）	農薬をできるだけ使っていない果物	産直（宅配）、直売などによる新鮮な果物	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	色・形がよくて、見た目の美しい果物	生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物
全体		(n=2000)	38.2	29.7	27.1	26.7	23.5	20.4	19.4	16.3
性別	男性	(n=1002)	*33.1*	*23.5*	*21.8*	*19.5*	*16.3*	18.3	18.8	12.9
	女性	(n=998)	43.2	36.0	32.4	33.9	30.8	22.4	19.9	19.6
年代	20代	(n=336)	48.5	25.6	31.3	*19.0*	*12.5*	28.9	29.5	*10.4*
	30代	(n=449)	38.1	31.2	25.6	21.8	19.6	23.2	21.2	14.3
	40代	(n=408)	37.7	25.7	24.0	*20.6*	19.1	20.3	15.4	13.7
	50代	(n=379)	35.9	31.7	24.5	32.2	27.7	18.2	17.9	17.9
	60代	(n=428)	*32.5*	33.4	30.4	38.6	36.7	*12.6*	14.5	23.8
意識別	摂取を意識している	(n=969)	39.0	35.9	28.8	32.2	28.3	22.2	21.8	19.7
	摂取を意識していない	(n=1031)	37.3	*23.9*	25.4	*21.4*	19.0	18.6	17.1	13.0
行動別	果物を食べている	(n=1292)	36.8	31.8	28.1	32.0	29.0	18.0	21.0	18.5
	果物を食べていない	(n=708)	40.5	25.8	25.1	*16.8*	*13.4*	24.7	16.4	12.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	*31.4*	34.0	25.2	36.8	35.7	*13.6*	19.3	23.7
	1日果物200g以上摂取層	(n=272)	34.9	25.4	26.5	37.1	35.3	18.0	25.7	24.3
前回全体		(n=2000)	51.3	34.6	29.5	29.5	25.9	25.6		17.6

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



(%)

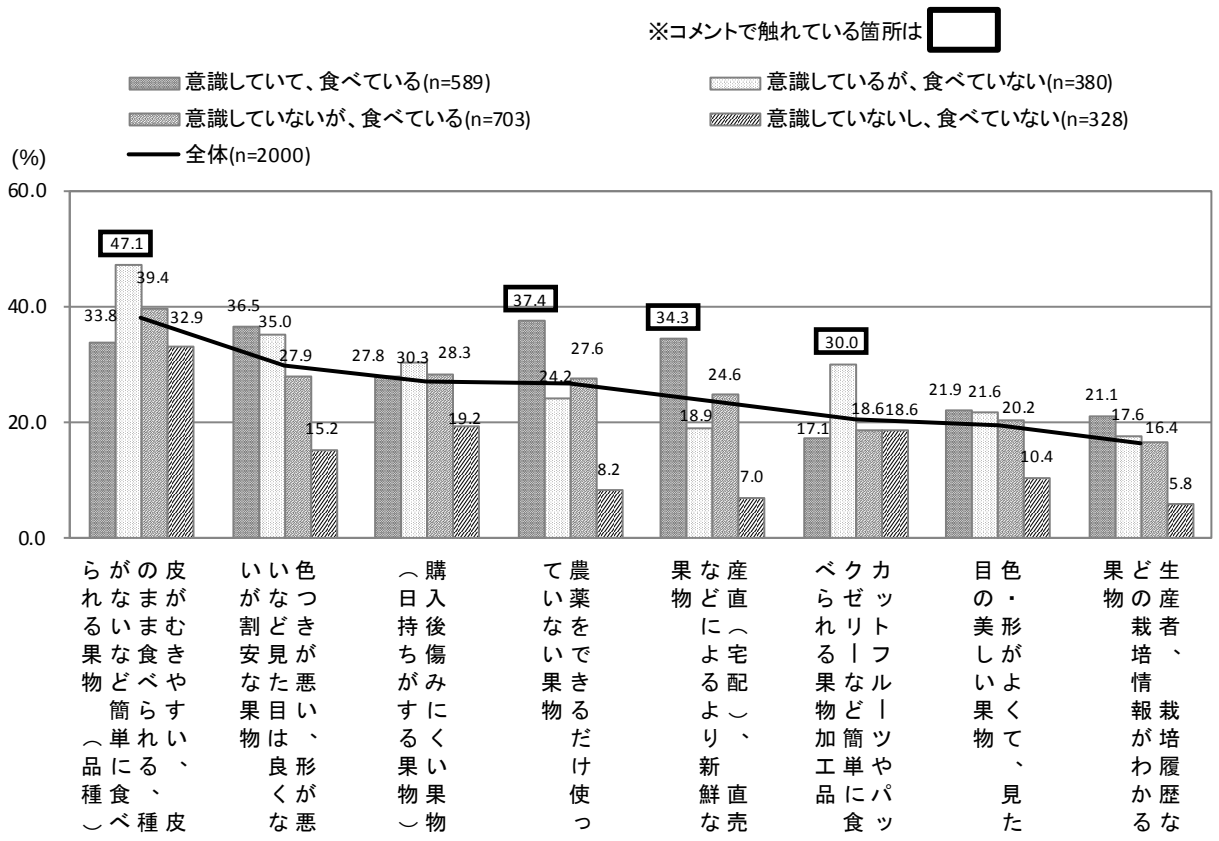
全体		(n=2000)	15.4	12.3	8.3	7.5	5.7	4.6	2.8	16.3
性別	男性	(n=1002)	11.9	10.3	8.1	5.4	6.0	4.8	3.0	24.0
	女性	(n=998)	18.9	14.2	8.5	9.6	5.3	4.3	2.5	*8.5*
年代	20代	(n=336)	15.2	14.0	10.7	10.1	7.7	5.1	1.8	14.6
	30代	(n=449)	12.0	11.4	8.2	8.0	5.8	3.6	3.3	11.8
	40代	(n=408)	13.2	11.5	6.1	7.4	4.2	4.7	3.4	21.8
	50代	(n=379)	19.0	9.5	7.4	5.8	5.3	5.8	2.9	16.6
	60代	(n=428)	18.0	15.0	9.3	6.5	5.6	4.0	2.1	16.6
意識別	摂取を意識している	(n=969)	17.6	13.9	9.5	9.9	7.4	5.4	2.6	*9.9*
	摂取を意識していない	(n=1031)	13.3	10.7	7.2	5.2	4.0	3.8	2.9	22.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	18.8	13.2	9.8	7.1	6.4	5.1	2.7	12.8
	果物を食べていない	(n=708)	*9.2*	10.6	5.5	8.2	4.2	3.5	2.8	22.6
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	*21.3*	15.3	12.3	7.5	6.4	5.9	2.6	13.1
	1日果物200g以上摂取層	(n=272)	25.7	12.9	11.4	8.8	11.4	7.0	1.8	*8.1*
前回全体		(n=2000)	11.5		10.5	9.1	6.3	9.0	5.0	

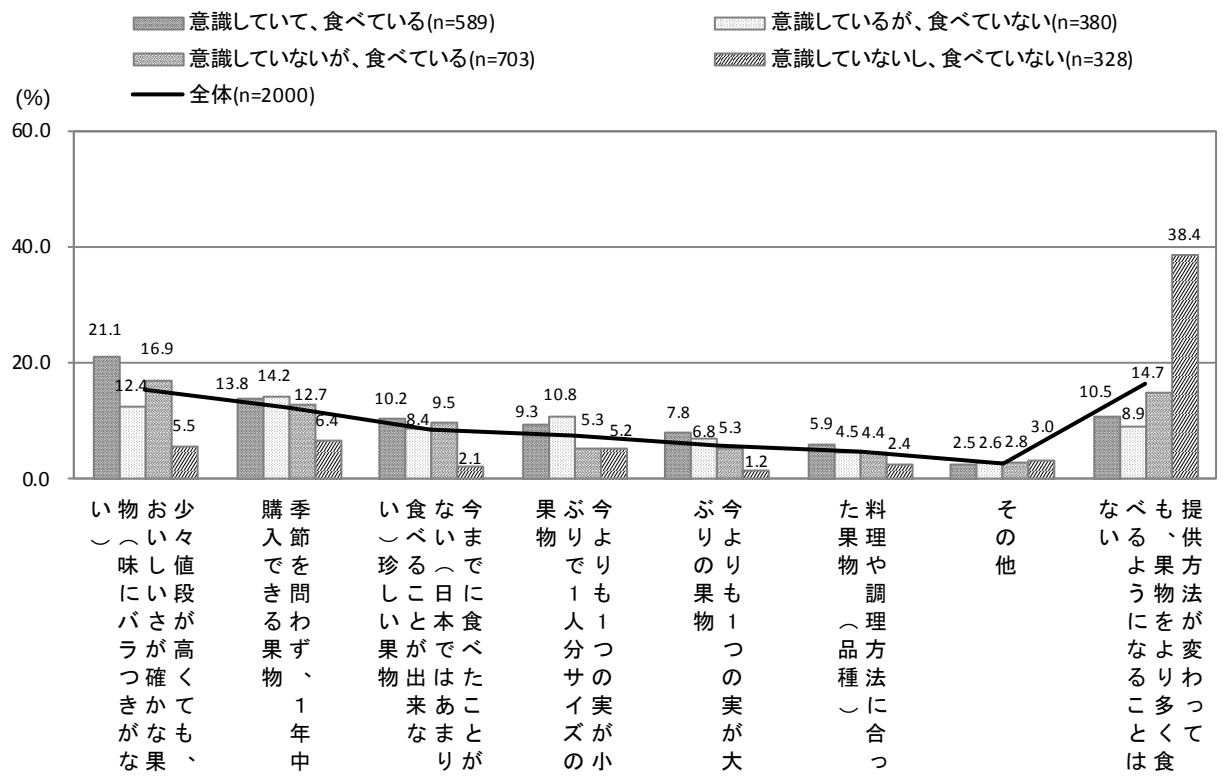
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

①ー２果物の消費量を増やすための提供方法（意識・摂取状態別）

果物摂取についての意識別にみると…
- 意識の有無にかかわらず、食べていない層では「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（品種）」が最も高く、特に意識しているが、食べていない層では、他の層と比べてスコアが高い。
- 意識しているが、食べていない層では「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」が他の層を大きく上回る。
- 意識していて、食べている層では、「農薬をできるだけ使っていない果物」「産直（宅配）、直売などによる新鮮な果物」が他の層を大きく上回る。

Ｑ２３．どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（ＭＡ）

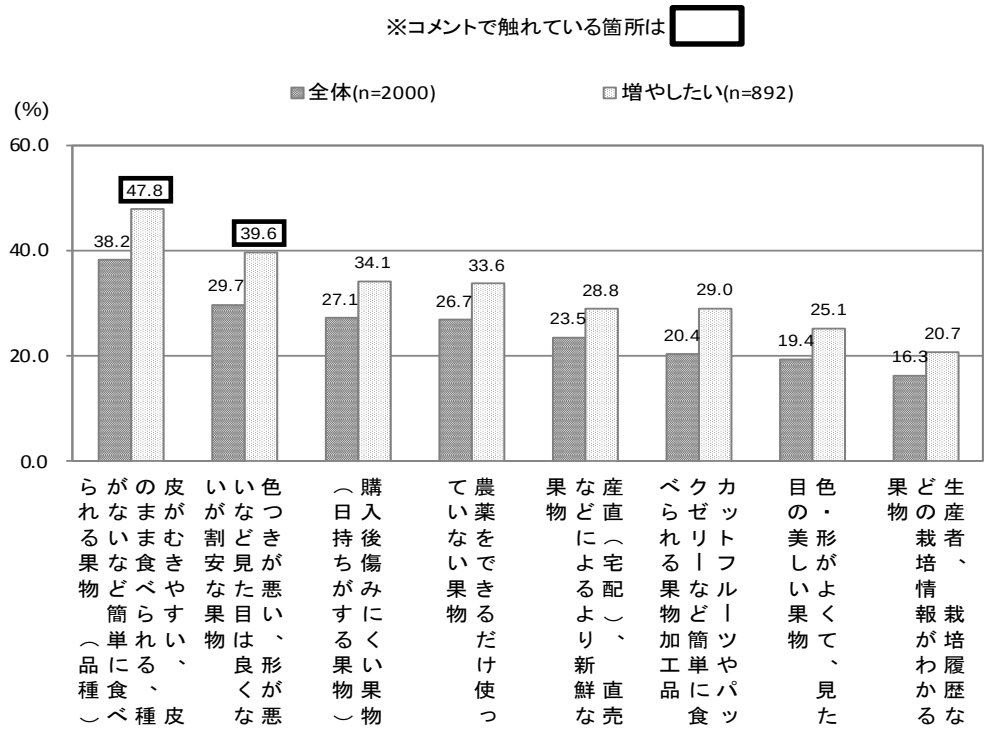


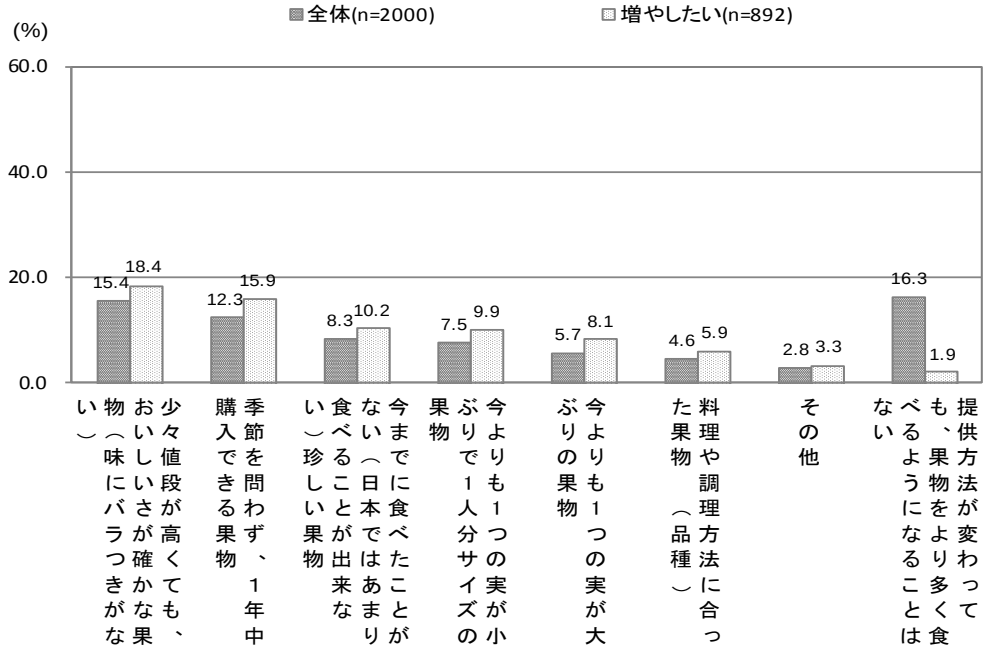

意識していて、食べている(n=589)
意識しているが、食べていない(n=380)
意識していないが、食べている(n=703)
意識していないし、食べていない(n=328)
全体(n=2000)
(%)
60.0
40.0
20.0
0.0
21.1
12.4
16.9
5.5
13.8
14.2
12.7
6.4
10.2
8.4
9.5
2.1
9.3
10.8
5.3
5.2
7.8
6.8
5.3
1.2
5.9
4.5
4.4
2.4
2.5
2.6
2.8
3.0
10.5
8.9
14.7
38.4
少々値段が高くても、おいしさが確かな果物（味にバラつきがない）
季節を問わず、1年中購入できる果物
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
今よりも1つの実が小ぶりで1人分サイズの果物
今よりも1つの実が大ぶりの果物
料理や調理方法に合った果物（品種）
その他
提供方法が変わって、果物をより多く食べるようになることはない

①ー３果物の消費量を増やすための提供方法(全体と摂取量増加意向層)

今後、果物の摂取量を「増やしたい」層では…
- どの項目も全体と比べてスコアが高くなっており、特に上位の「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）」「色つきが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物」は、全体を１０ポイント近く上回っている。

Ｑ２３．どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（ＭＡ）

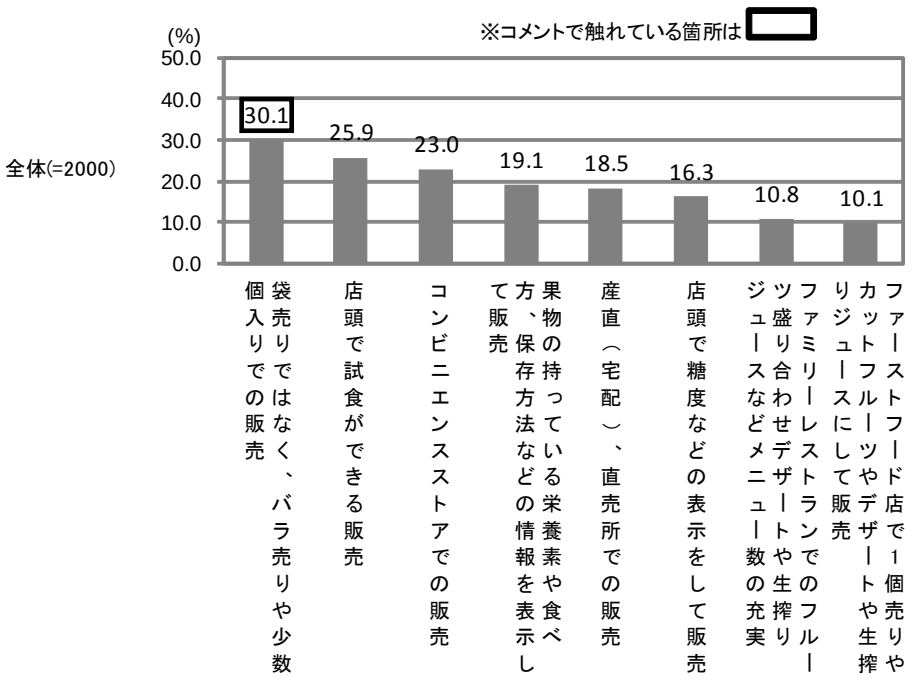




②ー１果物の消費量を増やすための販売方法

- 全体では、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」が最も高い。次いで「店頭で試食ができる販売」「コンビニエンスストアでの販売」の順。
- 性別では、「コンビニエンスストアでの販売」のみ、男性のスコアが女性を上回っている。
- 年代別では、２０代～３０代では「コンビニエンスストアでの販売」が３割を超えて高い。一方、「店頭で試食ができる販売」「産直（宅配）、直売所での販売」は高年層の方が高い。
- 前回と比べ、各項目のスコアが低下している理由は、今回新たに「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」を追加したことによると思われる。

Ｑ２４．どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（ＭＡ）

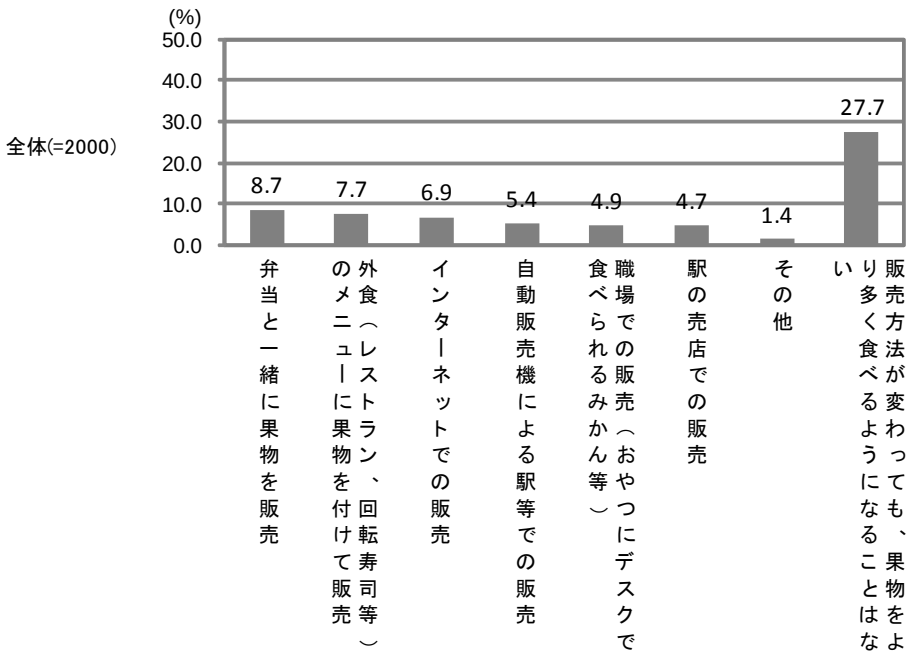


(%)

			袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売	店頭で試食ができる販売	コンビニエンスストアでの販売	果物の持っている栄養素や食べ方、保存方法などの情報を表示して販売	産直（宅配）、直売所での販売	店頭で糖度などの表示をして販売	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	ファミリーレストランでのフルーツにしてデザートや生搾りジュースにして販売	ファーストフード店で1個売りやカップフルーツにして販売
全体		(n=2000)	30.1	25.9	23.0	19.1	18.5	16.3	10.8	10.1
性別	男性	(n=1002)	*21.8*	*20.4*	25.1	*13.6*	15.2	11.7	8.4	7.0
	女性	(n=998)	38.5	31.4	20.7	24.6	21.7	20.8	13.2	13.1
年代	20代	(n=336)	31.0	21.1	34.2	19.6	*10.4*	12.5	18.2	13.1
	30代	(n=449)	29.0	21.8	30.3	18.7	15.8	14.5	9.4	11.1
	40代	(n=408)	27.2	*20.1*	18.6	16.9	15.7	12.5	10.3	10.5
	50代	(n=379)	31.7	29.3	20.1	17.2	18.7	19.0	12.1	12.1
	60代	(n=428)	32.0	36.2	*13.1*	22.9	29.9	22.2	5.8	*4.2*
意識別	摂取を意識している	(n=969)	34.4	29.5	27.8	24.5	23.7	19.2	12.6	12.6
	摂取を意識していない	(n=1031)	26.1	22.4	18.4	*14.1*	13.5	13.5	9.1	7.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	30.4	29.0	22.2	21.5	22.4	19.3	10.4	10.3
	果物を食べていない	(n=708)	29.5	*20.1*	24.3	14.7	*11.2*	*10.6*	11.4	9.6
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	27.9	*32.5*	19.7	23.9	*29.2*	*20.4*	9.0	10.3
	果物200g以上摂取層	(n=272)	30.9	31.3	24.3	22.4	29.4	21.7	11.0	10.7
前回全体		(n=2000)	42.6	34.6	29.7	26.6	21.8	21.7	14.9	14.5

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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



(%)

全体		(n=2000)	8.7	7.7	6.9	5.4	4.9	4.7	1.4	27.7
性別	男性	(n=1002)	8.0	6.8	6.7	5.2	4.1	4.2	1.6	36.3
	女性	(n=998)	9.4	8.5	7.0	5.5	5.6	5.1	1.2	*18.9*
年代	20代	(n=336)	11.0	12.2	3.3	8.0	8.3	5.4	0.6	24.1
	30代	(n=449)	12.5	8.5	6.7	6.5	4.9	6.2	0.9	24.5
	40代	(n=408)	8.6	8.6	7.1	4.9	6.1	4.4	2.5	33.6
	50代	(n=379)	7.9	6.1	7.9	4.2	3.7	4.0	1.1	26.4
	60代	(n=428)	3.7	3.7	8.6	3.5	1.9	3.3	1.9	29.2
意識別	摂取を意識している	(n=969)	10.1	9.2	8.7	6.1	5.9	5.8	1.5	*18.6*
	摂取を意識していない	(n=1031)	7.4	6.2	5.1	4.7	3.9	3.6	1.3	36.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	9.1	7.3	7.8	5.0	4.8	5.4	1.4	24.7
	果物を食べていない	(n=708)	7.9	8.3	5.1	5.9	4.9	3.2	1.4	33.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	7.5	5.5	10.1	4.2	4.0	6.6	1.5	23.0
	果物200g以上摂取層	(n=272)	11.4	8.1	11.4	7.7	6.3	7.4	1.1	*19.5*
前回全体		(n=2000)	12.5	10.3	9.6	6.0	3.5	4.9	4.6	-

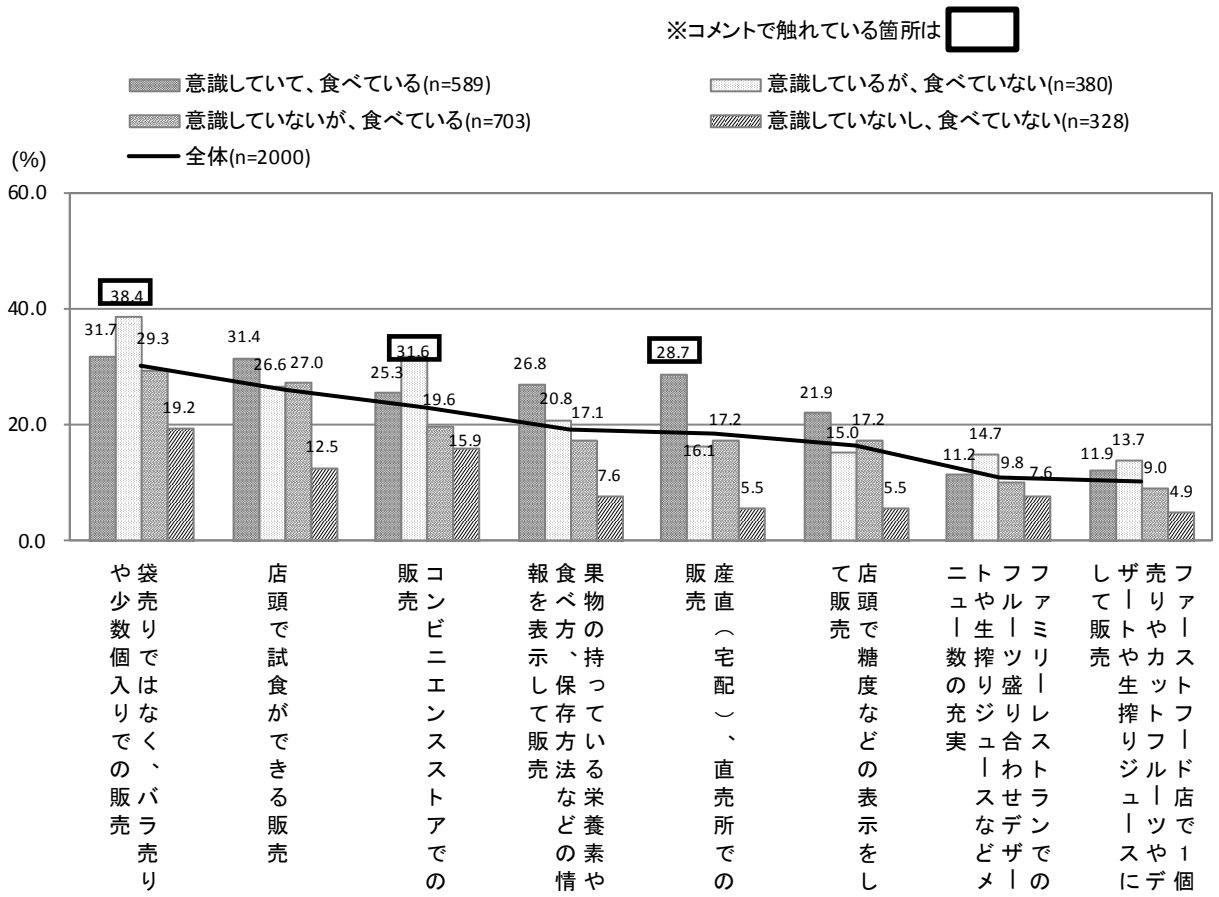
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

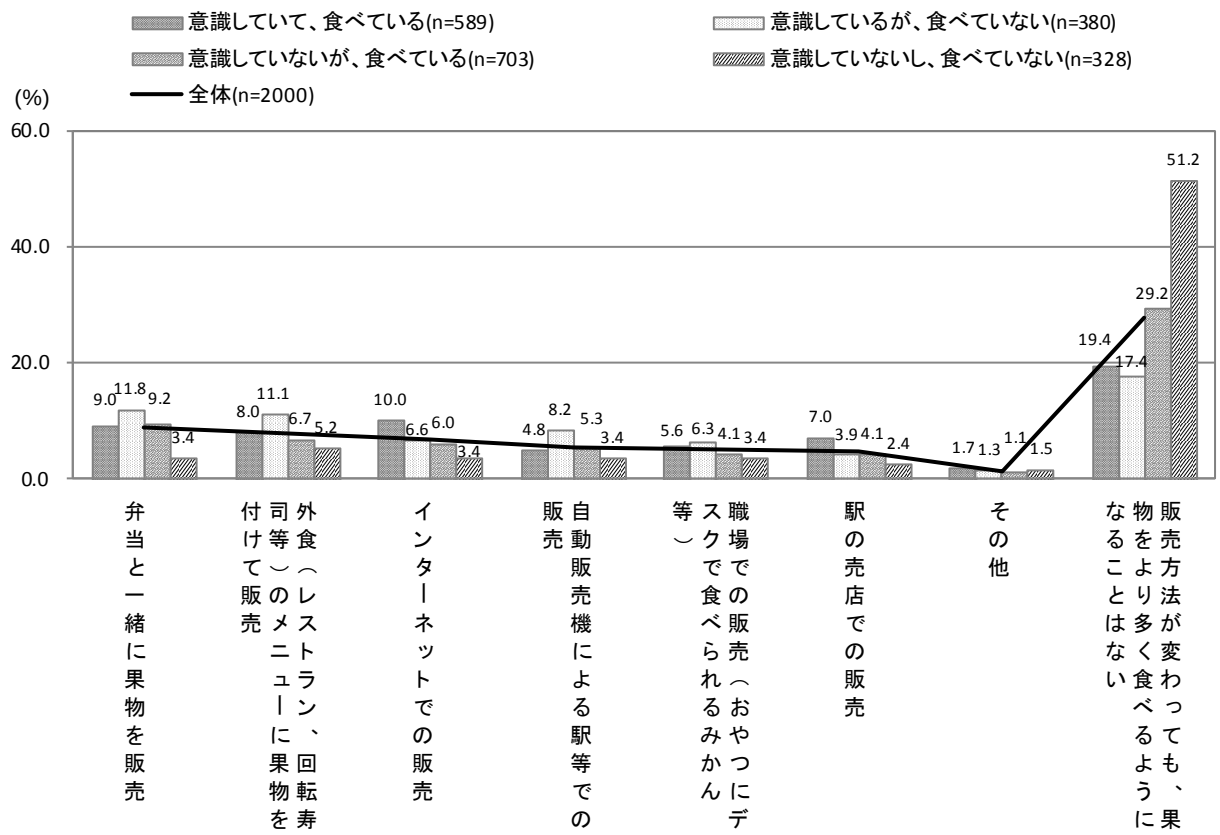
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

②ー２果物の消費量を増やすための販売方法（意識・摂取状態別）

果物摂取についての意識別にみると…
- 意識しているが、食べていない層では、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「コンビニエンスストアでの販売」が他の層と比べて高くなっている。
- 意識していて、食べている層では、「産直（宅配）、直売所での販売」が全体を約１０ポイント上回っている。

Ｑ２４．どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（ＭＡ）



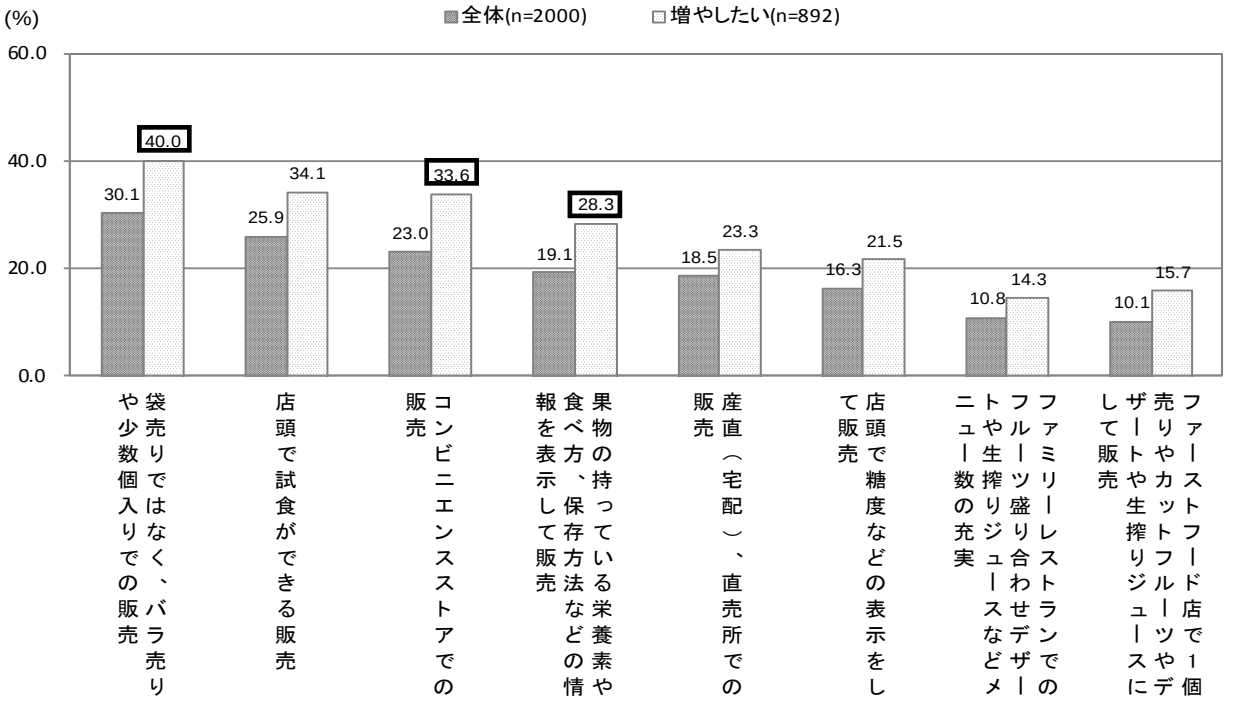

意識していて、食べている(n=589)
意識しているが、食べていない(n=380)
意識していないが、食べている(n=703)
意識していないし、食べていない(n=328)
全体(n=2000)
(%)
60.0
40.0
20.0
0.0
9.0 11.8 9.2 3.4
8.0 11.1 6.7 5.2
10.0 6.6 6.0 3.4
4.8 8.2 5.3 3.4
5.6 6.3 4.1 3.4
7.0 3.9 4.1 2.4
1.7 1.3 1.1 1.5
19.4 17.4 29.2 51.2
弁当と一緒に果物を販売
外食（レストラン、回転寿司等）のメニューに果物を付けて販売
インターネットでの販売
自動販売機による駅等での販売
職場での販売（おやつにデスクで食べられるみかん等）
駅の売店での販売
その他
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

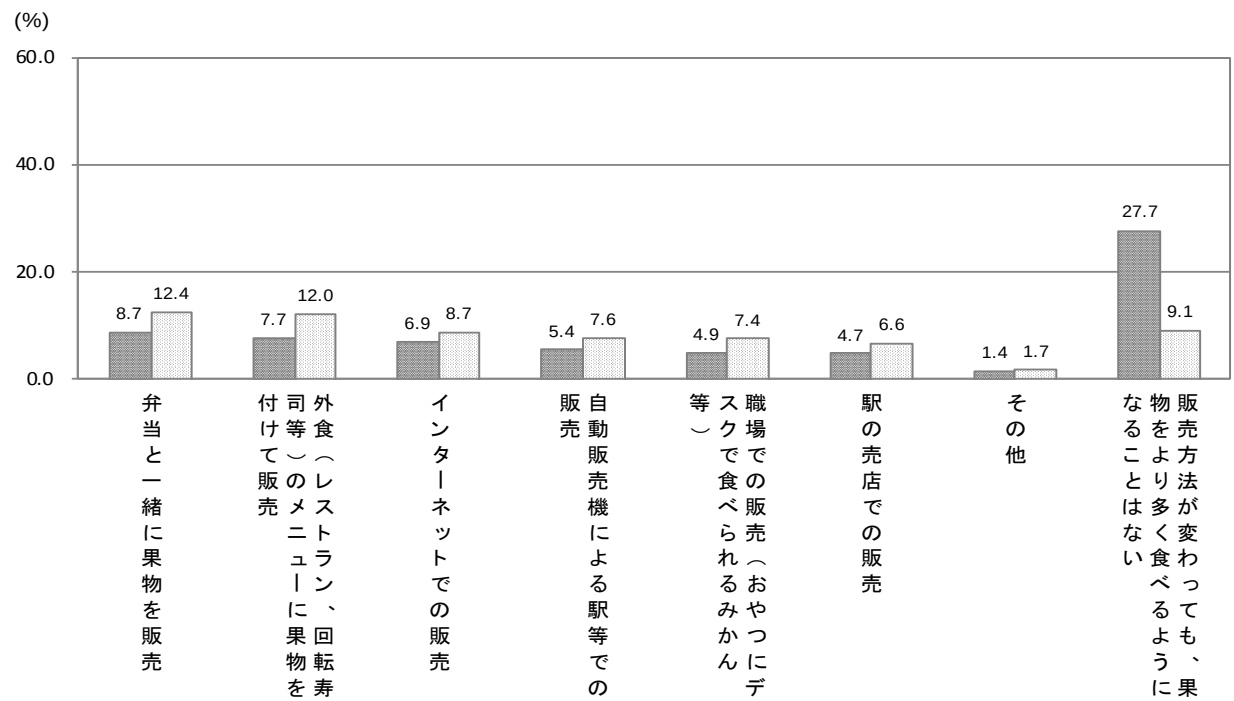
②ー３果物の消費量を増やすための販売方法（全体と摂取量増加意向層）

今後、果物摂取量を「増やしたい」と回答した人では…
- いずれの項目も全体と比べてスコアが高く、特に上位の「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「コンビニエンスストアでの販売」「果物の持っている栄養素や食べ方、保存方法などの情報を表示して販売」は、いずれも全体を１０ポイント前後上回っている。

Ｑ２４．どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は



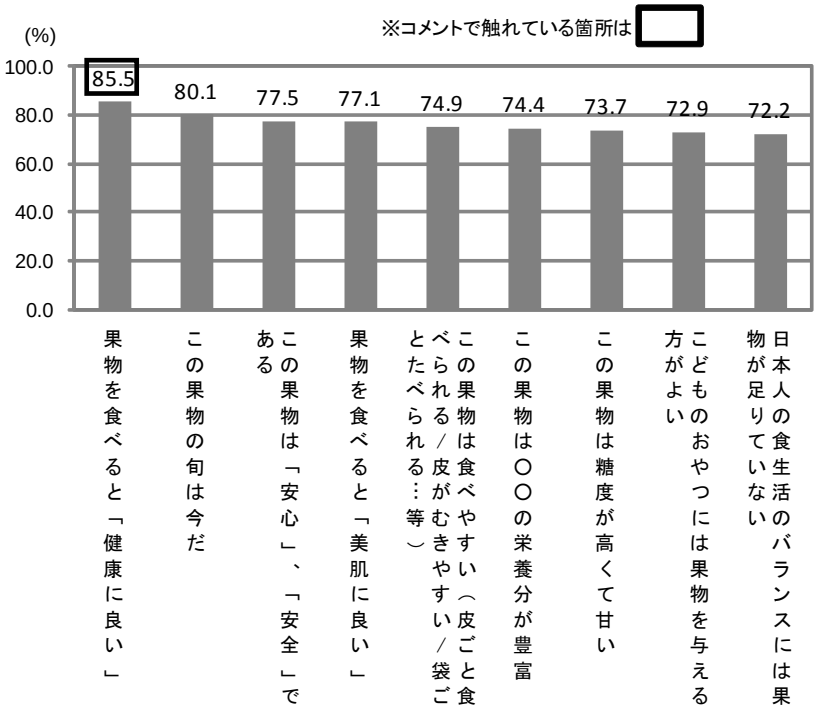


③ー１果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法

- 全体では、「果物を食べると『健康に良い』」が最も高い。次いで「この果物は旬は今だ」「この果物は『安心』、『安全』である」「果物を食べると『美肌に良い』」の順。
- 性別では、全ての項目で女性のスコアが男性より高い。特に「果物を食べると『美肌に良い』」は女性の方が男性よりも２０．０ポイント高い。
- 年代別では、「果物を食べると『健康に良い』については若年層で高め。一方、「この果物の旬は今だ」「この果物は『安心』、『安全』である」は高年層で高い傾向にある。

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□

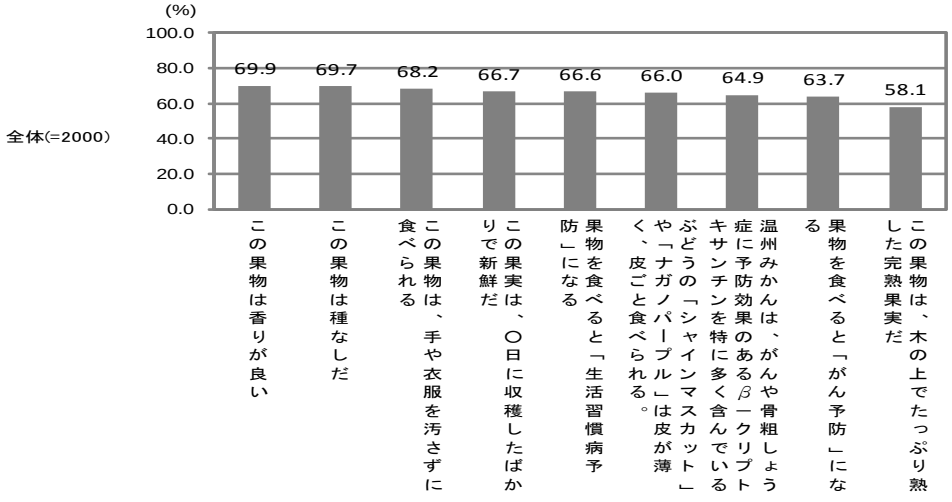


※グラフのスコアは
「あてはまる」と
「ややあてはまる」の合計値

(%)

全体		(n=2000)	85.5	80.1	77.5	77.1	74.9	74.4	73.7	72.9	72.2
性別	男性	(n=1002)	82.2	*74.1*	*70.3*	*67.1*	*67.8*	*67.6*	69.5	*67.8*	67.7
	女性	(n=998)	88.8	86.2	84.8	87.2	82.0	81.3	77.9	78.1	76.7
年代	20代	(n=336)	88.1	77.7	76.2	81.8	77.1	75.0	77.7	77.1	75.6
	30代	(n=449)	87.1	78.0	74.8	80.0	73.5	73.3	72.6	76.4	74.8
	40代	(n=408)	83.6	79.7	74.8	76.2	73.8	74.3	72.1	71.3	72.5
	50代	(n=379)	83.4	81.0	79.7	76.5	75.2	73.6	73.6	68.3	68.3
	60代	(n=428)	85.5	83.9	82.0	*71.7*	75.2	75.9	73.1	71.5	69.6
意識別	摂取を意識している	(n=969)	92.1	85.8	83.0	85.4	79.5	82.5	78.2	78.6	81.2
	摂取を意識していない	(n=1031)	*79.3*	*74.8*	*72.4*	*69.3*	70.5	*66.8*	69.4	*67.5*	*63.6*
行動別	果物を食べている	(n=1292)	88.8	84.3	81.7	79.6	78.3	77.8	77.2	76.9	72.1
	果物を食べていない	(n=708)	*79.5*	*72.5*	*69.8*	72.6	*68.6*	*68.2*	*67.2*	*65.5*	72.3
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	89.5	85.7	84.2	80.0	78.9	80.5	75.6	74.4	69.3
	果物200g以上摂取層	(n=272)	90.1	84.2	82.4	81.6	79.8	77.9	79.0	74.6	68.8

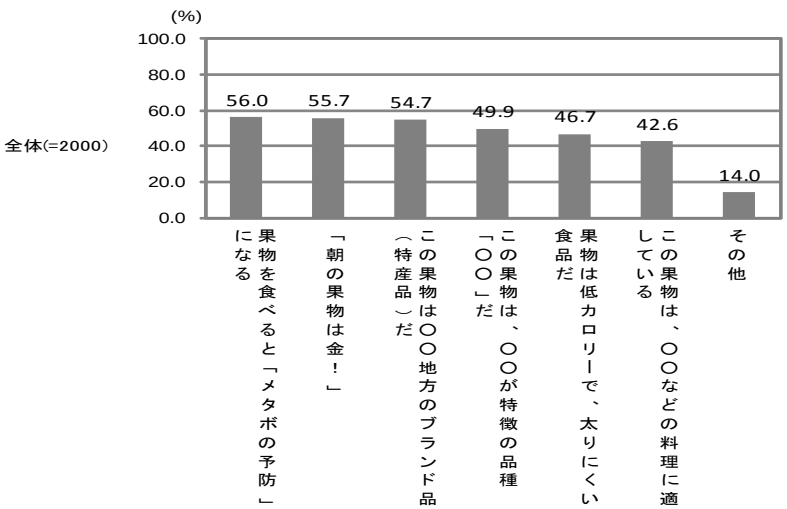
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。



(%)

全体		(n=2000)	69.9	69.7	68.2	66.7	66.6	66.0	64.9	63.7	58.1
性別	男性	(n=1002)	67.8	*63.9*	*61.4*	*59.9*	63.3	*58.2*	*56.0*	*56.9*	*51.4*
	女性	(n=998)	72.0	75.5	74.9	73.5	69.9	73.7	73.7	70.4	64.7
年代	20代	(n=336)	71.7	72.6	72.6	61.9	70.8	66.4	*58.9*	65.5	*51.8*
	30代	(n=449)	66.8	70.8	71.0	65.0	70.8	62.1	63.5	65.0	*51.7*
	40代	(n=408)	67.4	69.6	66.7	65.2	64.0	62.0	62.7	62.7	58.3
	50代	(n=379)	71.2	66.0	66.8	66.8	65.2	68.1	68.1	62.0	59.4
	60代	(n=428)	72.9	69.4	64.3	73.6	62.6	71.5	70.1	63.1	68.2
意識別	摂取を意識している	(n=969)	75.0	73.4	73.0	73.9	76.2	72.5	73.3	72.9	63.9
	摂取を意識していない	(n=1031)	65.1	66.1	63.6	*59.9*	*57.6*	*59.7*	*56.9*	*55.0*	*52.6*
行動別	果物を食べている	(n=1292)	74.0	72.1	71.2	71.9	69.7	71.7	69.2	67.3	63.1
	果物を食べていない	(n=708)	*62.4*	65.1	*62.6*	*57.2*	*60.9*	*55.5*	*56.9*	*57.1*	*48.9*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	75.2	70.6	71.1	74.3	70.4	74.6	72.8	70.2	68.2
	果物200g以上摂取層	(n=272)	79.0	71.3	74.6	76.8	69.9	70.6	69.5	68.0	64.7

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



(%)

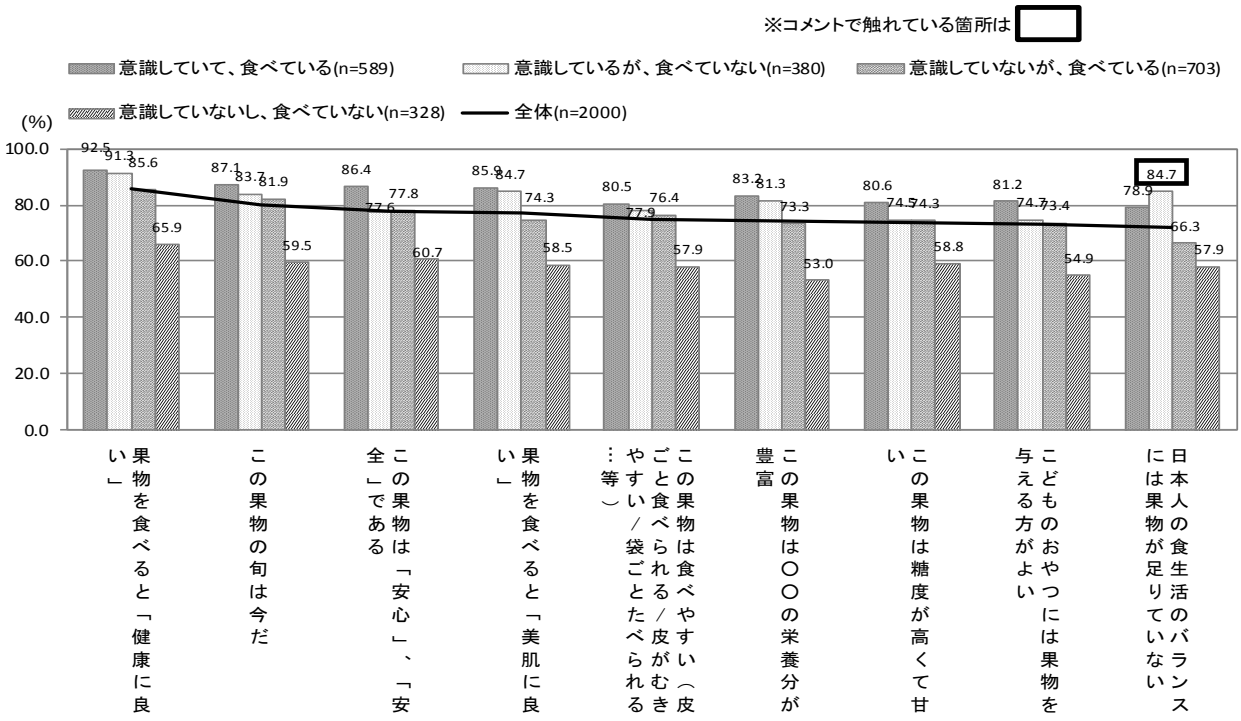
全体		(n=2000)	56.0	55.7	54.7	49.9	46.7	42.6	14.0
性別	男性	(n=1002)	54.0	*45.7*	53.5	46.2	45.9	41.7	15.0
	女性	(n=998)	58.0	65.6	55.8	53.6	47.5	43.5	12.9
年代	20代	(n=336)	60.7	*43.5*	52.7	*43.5*	55.1	39.6	13.4
	30代	(n=449)	62.4	51.4	57.0	49.4	49.9	41.4	13.4
	40代	(n=408)	55.4	56.6	53.2	52.5	46.3	46.8	14.0
	50代	(n=379)	53.3	58.8	57.3	51.5	42.5	39.1	14.5
	60代	(n=428)	*48.6*	65.9	52.8	51.6	*40.9*	45.3	14.5
意識別	摂取を意識している	(n=969)	63.6	66.7	60.2	58.2	51.4	49.1	16.1
	摂取を意識していない	(n=1031)	*48.9*	*45.3*	*49.5*	*42.1*	42.3	*36.5*	11.9
行動別	果物を食べている	(n=1292)	58.3	59.3	58.5	54.2	50.2	45.5	14.3
	果物を食べていない	(n=708)	51.8	*49.0*	*47.6*	*42.1*	*40.4*	*37.3*	13.3
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	58.8	67.6	59.7	59.6	49.8	48.9	15.3
	果物200g以上摂取層	(n=272)	59.6	65.1	61.8	58.8	50.7	52.6	14.7

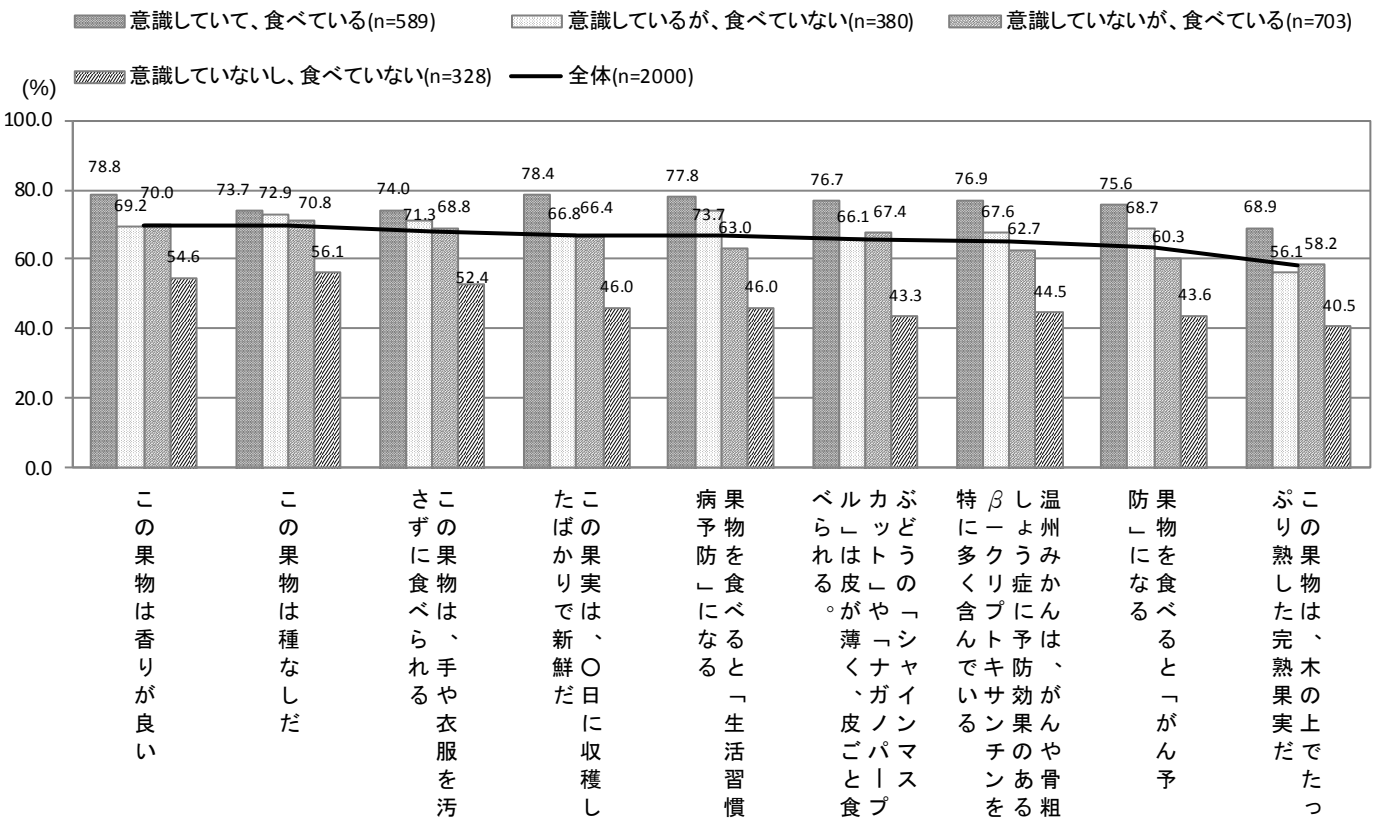
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

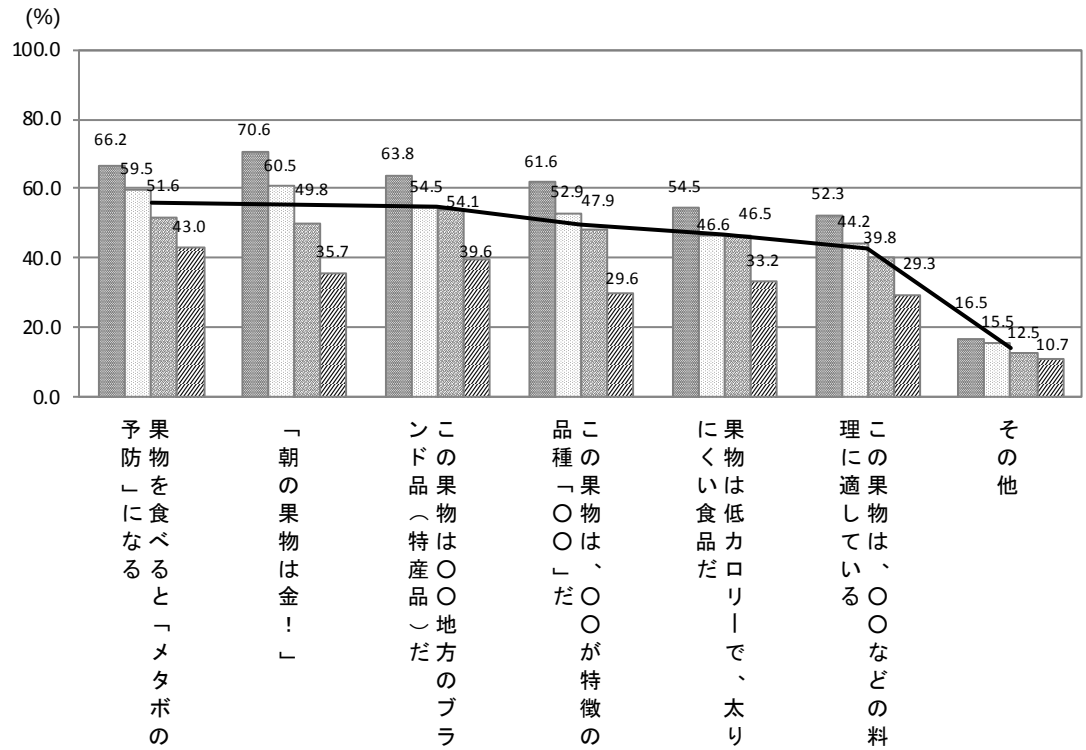
③ー２果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法（意識・摂取状態別）

果物摂取についての意識別にみると…
- どの層においても「果物を食べると『健康に良い』」が最も高い。
- 意識しているが、食べていない層では、他の層と比べて「日本人の食生活のバランスには果物が足りていない」が高くなっている。

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）



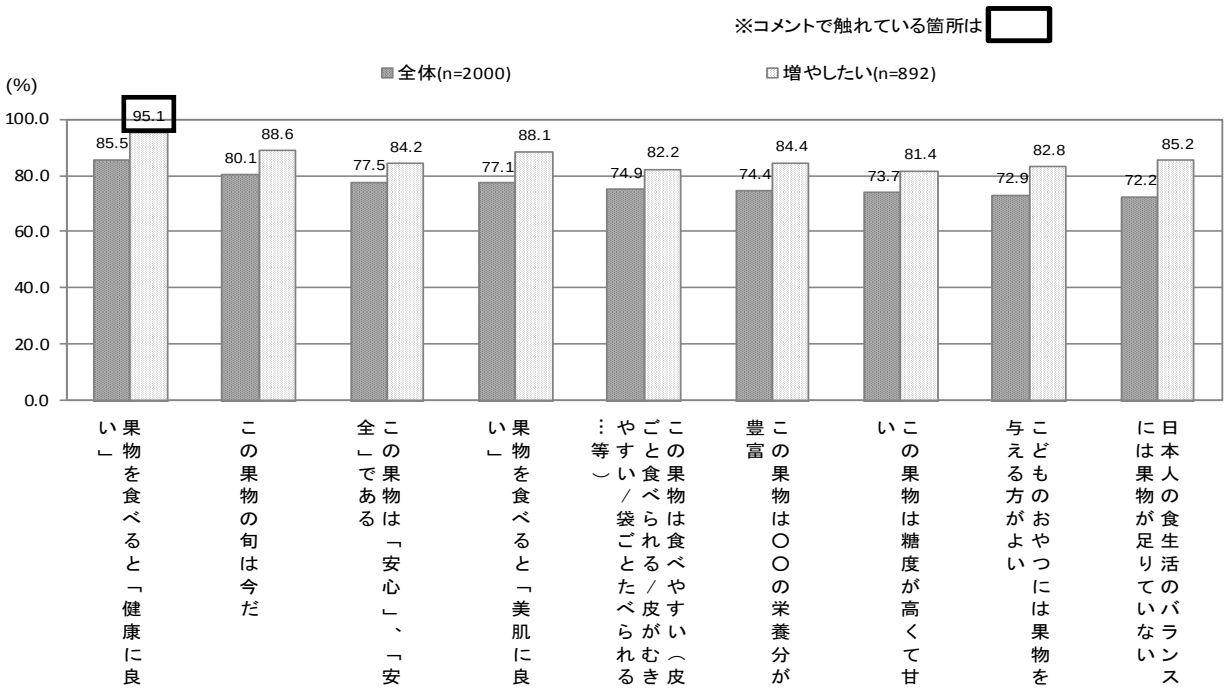

意識していて、食べている(n=589)
意識しているが、食べていない(n=380)
意識していないが、食べている(n=703)
意識していないし、食べていない(n=328)
全体(n=2000)
(%)
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
78.8
69.2
70.0
54.6
73.7
72.9
70.8
56.1
74.0
71.3
68.8
52.4
78.4
66.8
66.4
46.0
77.8
73.7
63.0
46.0
76.7
66.1
67.4
43.3
76.9
67.6
62.7
44.5
75.6
68.7
60.3
43.6
68.9
56.1
58.2
40.5
この果物は香りが良い
この果物は種なしだ
この果物は、手や衣服を汚さずに食べられる
この果実は、〇日に収穫したばかりで新鮮だ
果物を食べると「生活習慣病予防」になる
ぶどうの「シャインマスカット」や「ナガノパープル」は皮が薄く、皮ごと食べられる。
βークリプトキサンチンを特に多く含んでいる
温州みかんは、がんや骨粗しょう症に予防効果のある
果物を食べると「がん予防」になる
この果物は、木の上でたっぷり熟した完熟果実だ

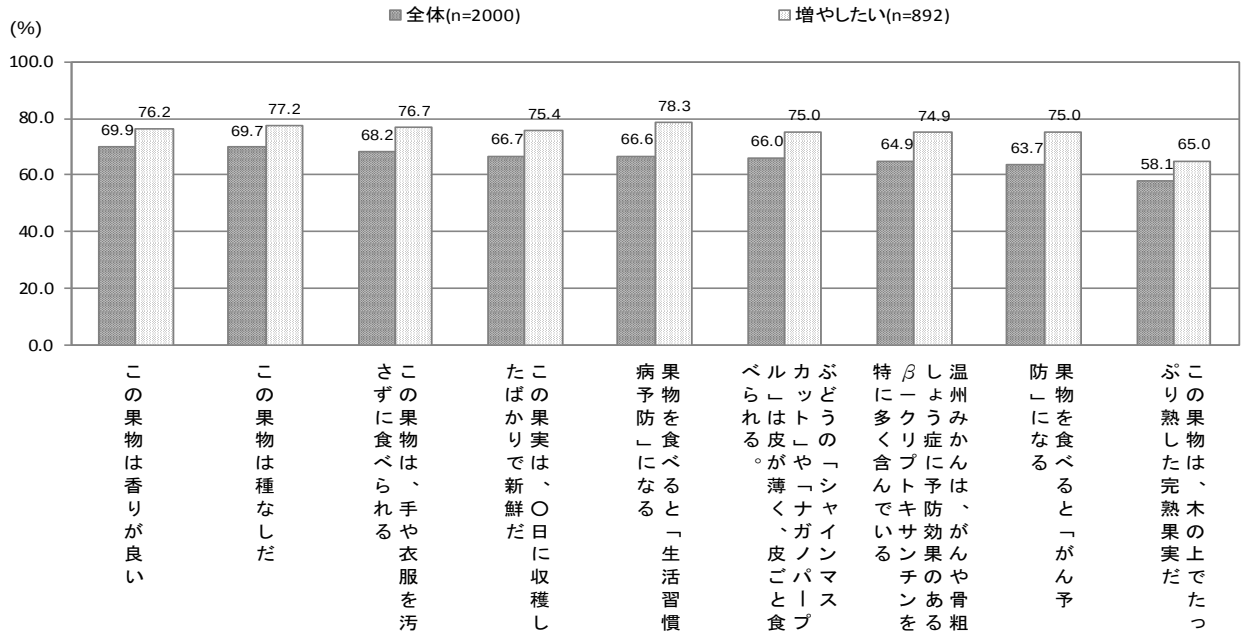

(%)
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
66.2
59.5
51.6
43.0
70.6
60.5
49.8
35.7
63.8
54.5
54.1
39.6
61.6
52.9
47.9
29.6
54.5
46.6
46.5
33.2
52.3
44.2
39.8
29.3
16.5
15.5
12.5
10.7
果物を食べると「メタボの予防」になる
「朝の果物は金！」
この果物は〇〇地方のブランド品（特産品）だ
この果物は、〇〇が特徴の品種「〇〇」だ
果物は低カロリーで、太りにくい食品だ
この果物は、〇〇などの料理に適している
その他

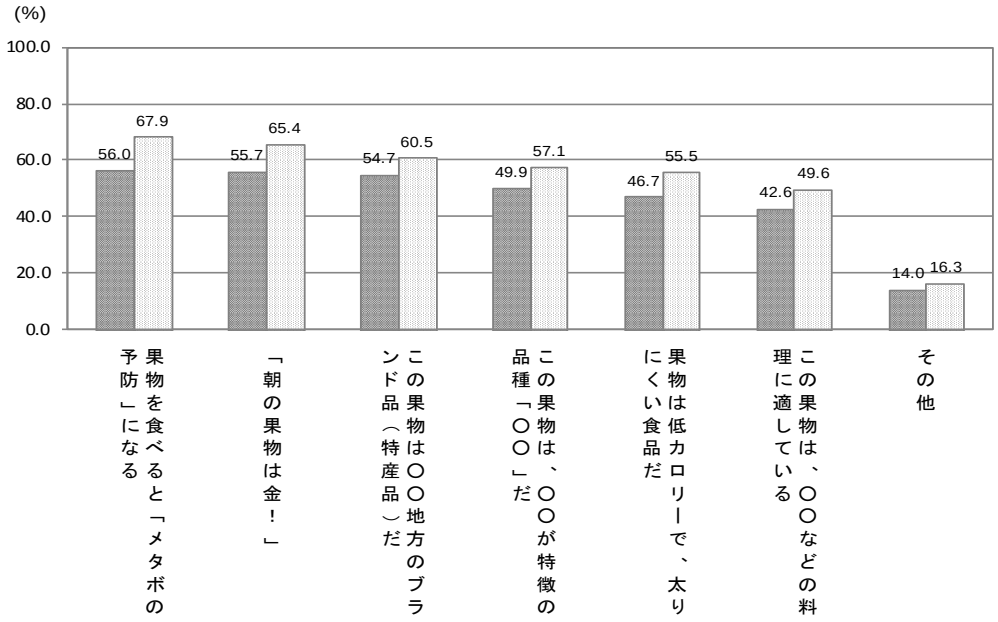
③ー３果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法(全体と摂取量増加意向層)

今後、果物の摂取量を「増やしたい」と回答した人では…
- 全体の傾向と同様に、「果物を食べると『健康に良い』」が最も高く、次いで高いのが「この果物の旬は今だ」となっている。
- 全ての項目で全体のスコアを上回っている。

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）




全体(n=2000)
増やしたい(n=892)
(%)
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
69.9
76.2
69.7
77.2
68.2
76.7
66.7
75.4
66.6
78.3
66.0
75.0
64.9
74.9
63.7
75.0
58.1
65.0
この果物は香りが良い
この果物は種なしだ
この果物は、手や衣服を汚さずに食べられる
この果実は、〇日に収穫したばかりで新鮮だ
果物を食べると「生活習慣病予防」になる
ぶどうの「シャインマスカット」や「ナガノパープル」は皮が薄く、皮ごと食べられる。
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
果物を食べると「がん予防」になる
この果物は、木の上でたっぷり熟した完熟果実だ

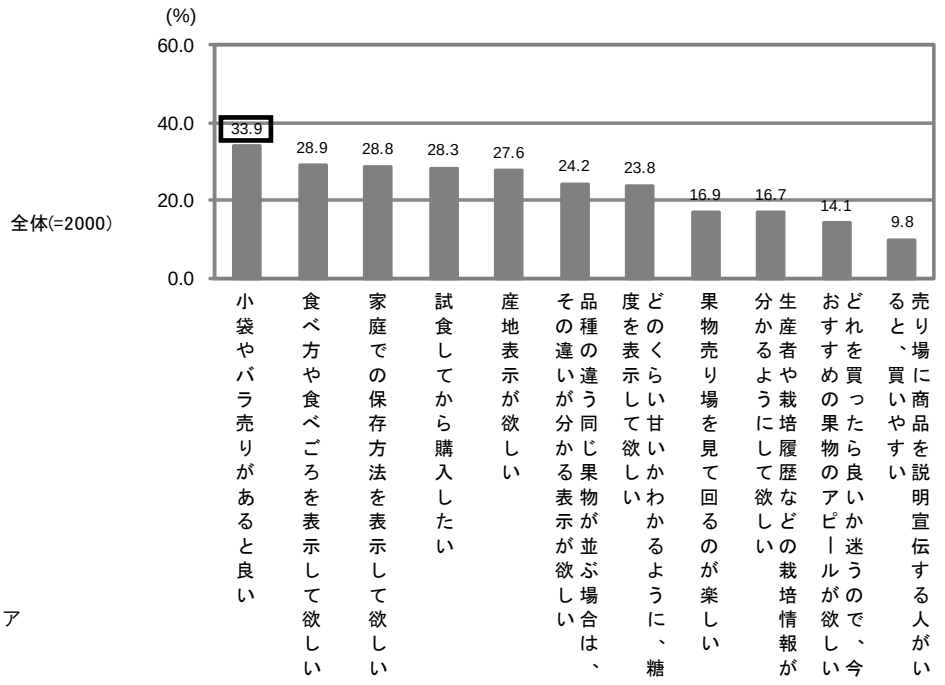

(%)
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
56.0
67.9
55.7
65.4
54.7
60.5
49.9
57.1
46.7
55.5
42.6
49.6
14.0
16.3
果物を食べると「メタボの予防」になる
「朝の果物は金！」
この果物は〇〇地方のブランド品（特産品）だ
この果物は、〇〇が特徴の品種「〇〇」だ
果物は低カロリーで、太りにくい食品だ
この果物は、〇〇などの料理に適している
その他

④ー１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」が最も高い。次いで「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」「試食してから購入したい」の順。
- 性別では、各項目で女性が男性を上回っている。
- 年代別では、上位の「小袋やバラ売りがあると良い」「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」はいずれも若年層でスコアが高くなっている。

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

(%)

			小袋やバラ売りがあると良い	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	試食してから購入したい	産地表示が欲しい	品種の違う同じ果物が並ぶ場合は、その違いが分かる表示が欲しい	どのくらい甘いかわかるように、糖度を表示して欲しい	果物売り場を見て回るのが楽しい	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	どれを買ったら良いか迷うので、今おすすめの果物のアピールが欲しい	売り場に商品を説明宣伝する人がいると、買いやすい
全体		(n=2000)	33.9	28.9	28.8	28.3	27.6	24.2	23.8	16.9	16.7	14.1	9.8
性別	男性	(n=1002)	*26.0*	*20.6*	*21.2*	*23.3*	*20.4*	*17.6*	*17.6*	12.7	*11.2*	12.3	7.9
	女性	(n=998)	41.7	37.3	36.4	33.4	34.8	30.9	30.0	21.1	22.2	15.8	11.7
年代	20代	(n=336)	39.0	35.7	36.6	30.7	24.1	26.5	22.9	20.2	14.0	21.1	11.6
	30代	(n=449)	36.1	31.6	31.8	26.5	28.1	28.7	22.0	18.9	18.3	16.7	11.1
	40代	(n=408)	30.4	25.7	*23.3*	26.5	25.2	22.3	26.5	13.7	15.7	14.2	8.1
	50代	(n=379)	34.0	25.9	24.5	29.6	29.0	21.4	24.3	14.8	14.5	11.3	7.9
	60代	(n=428)	30.6	26.4	28.3	29.0	30.6	22.0	23.1	17.1	20.1	*7.9*	10.3
意識別	摂取を意識している	(n=969)	37.6	33.1	32.9	31.7	32.4	27.5	28.5	22.4	21.6	15.8	12.6
	摂取を意識していない	(n=1031)	30.4	24.9	24.8	25.1	23.0	21.1	19.3	*11.7*	12.1	12.4	7.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	34.2	30.9	30.0	30.2	30.3	26.8	26.4	20.7	18.8	14.6	10.4
	果物を食べていない	(n=708)	33.2	25.3	26.6	24.9	*22.5*	19.5	18.9	*10.0*	12.9	13.0	8.6
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	31.4	33.5	33.1	30.7	36.8	27.0	29.6	25.7	22.2	13.4	12.9
	果物200g以上摂取層	(n=272)	37.9	30.5	30.5	33.1	34.6	31.6	29.4	29.0	24.3	18.0	17.6

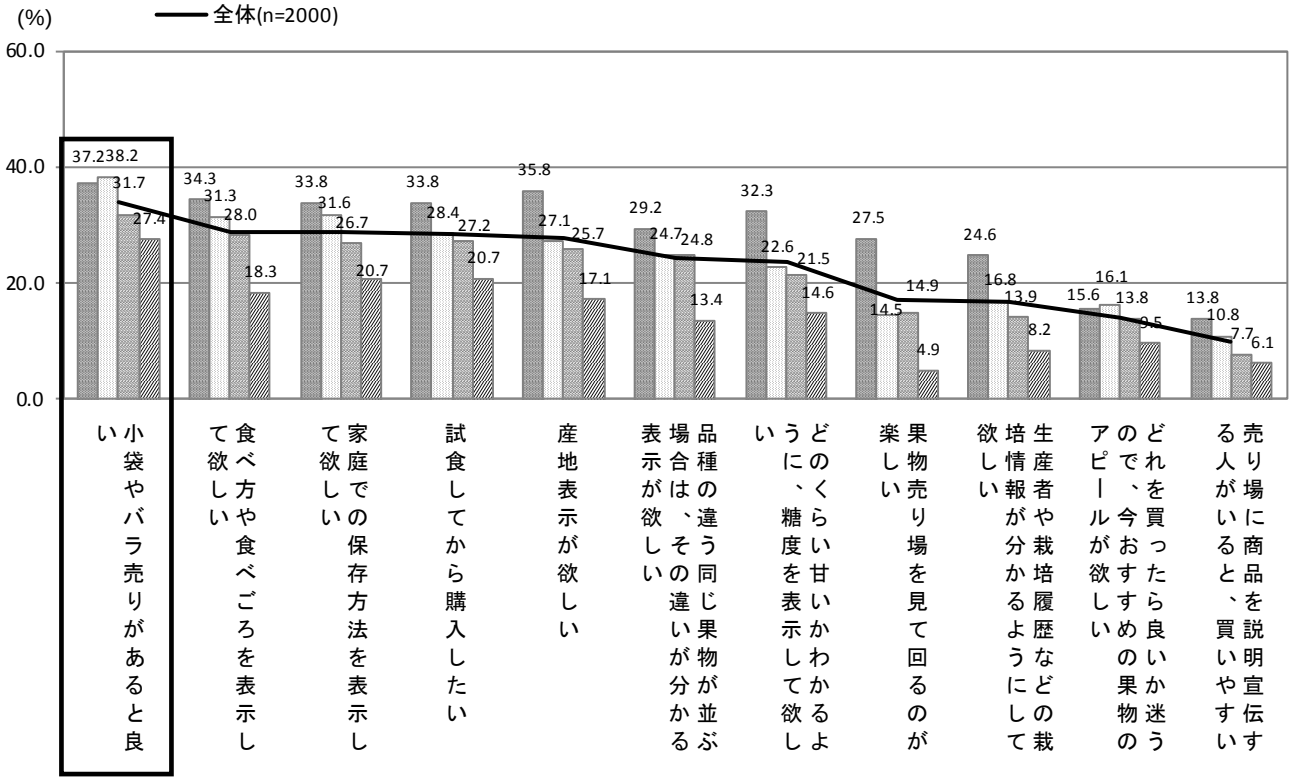
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

④ー２スーパーにおける果物販売についての印象(意識・摂取状態別)

果物摂取についての意識別にみると…
- いずれの層でも「小袋やバラ売りがあると良い」が最も高い。
- ほとんどの項目で、意識していて、食べている層のスコアが最も高い。その中で、「小袋やバラ売りがあると良い」については、意識しているが、食べていない層のスコアが最も高くなっている。

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）

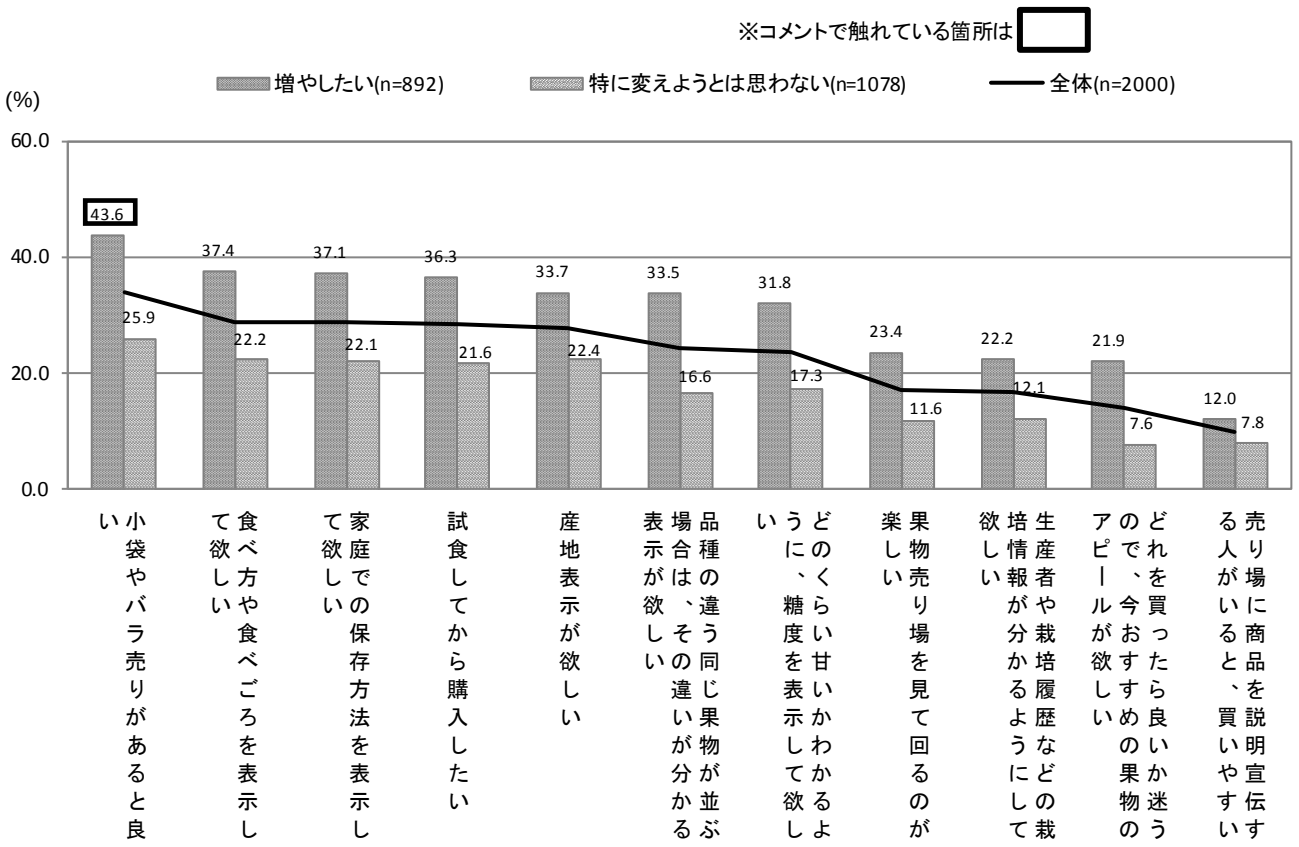
※コメントで触れている箇所は



④ー３スーパーにおける果物販売についての印象(今後の摂取意向別)

今後の果物摂取意向別にみると…
- 果物摂取を「増やしたい」層でも、全体と同様に「小袋やバラ売りがあると良い」が最も高く、次いで「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」「試食してから購入したい」の順となっている。
- 「増やしたい」層では、すべての項目で「特に変えようとは思わない」層を大きく上回っている。

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）

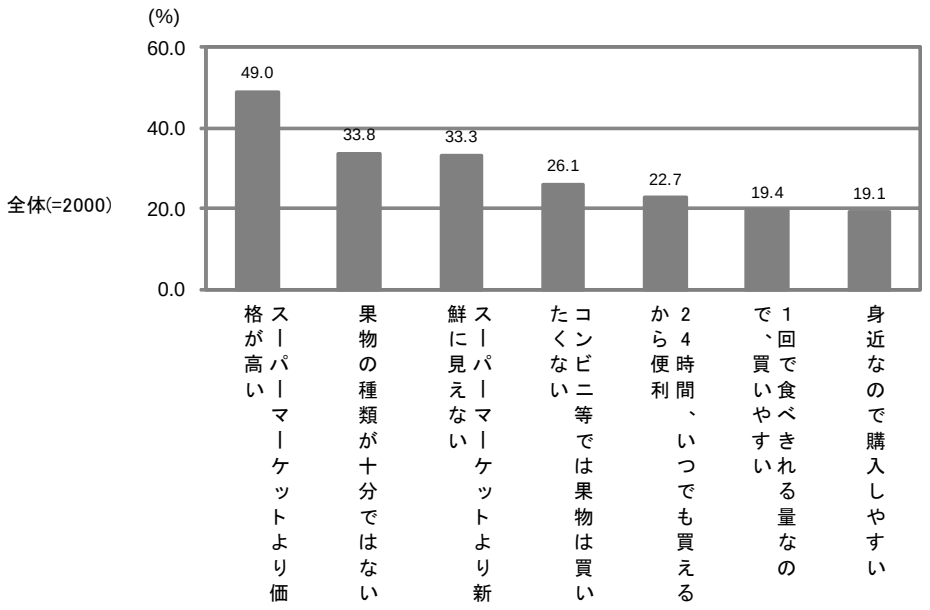


⑤ー１コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向

- 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」「スーパーマーケットより新鮮に見えない」の順。
- 性別では、女性は「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。
- 年代別では、「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」「身近なので購入しやすい」で、若年層ほどスコアが高い傾向が見られる。

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□



(%)

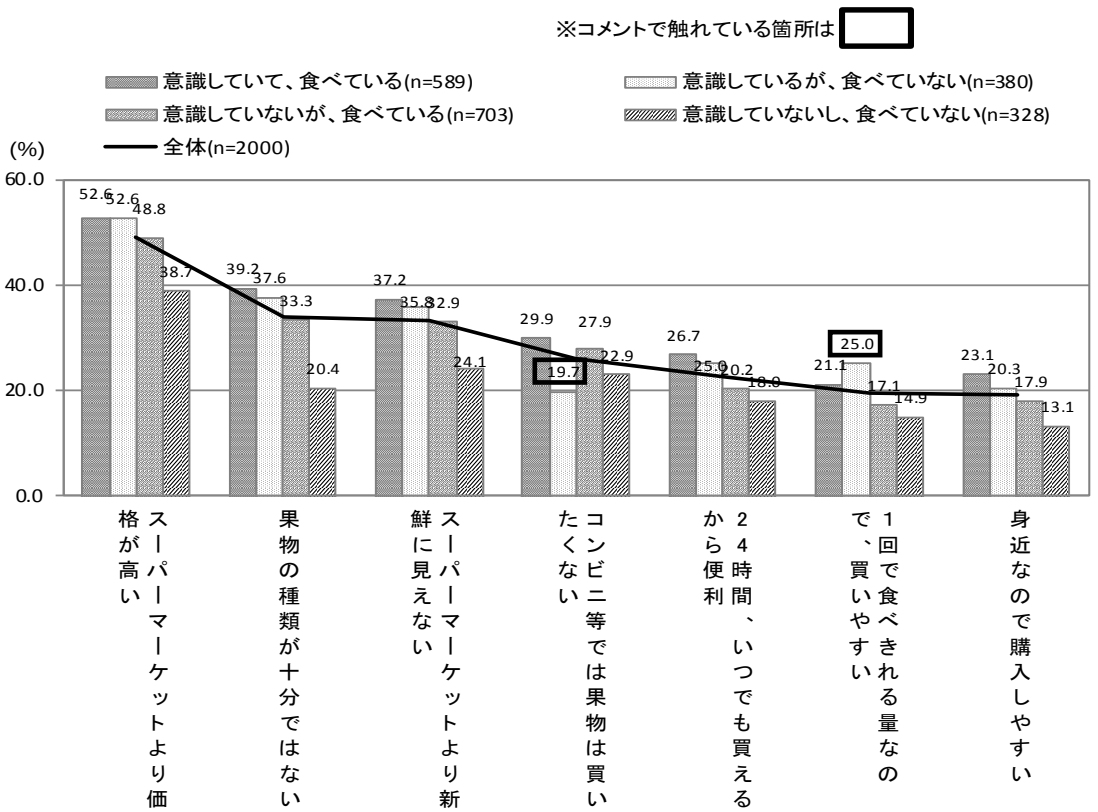
			スーパーマーケットより価格が高い	果物の種類が十分ではない	スーパーマーケットより新鮮に見えない	コンビニ等では果物は買いたくない	24時間、いつでも買えるから便利	1回で食べきれる量なので、買いやすい	身近なので購入しやすい
全体		(n=2000)	49.0	33.8	33.3	26.1	22.7	19.4	19.1
性別	男性	(n=1002)	45.4	*27.7*	29.7	24.2	19.8	15.0	18.4
	女性	(n=998)	52.6	39.8	36.8	28.1	25.6	23.8	19.8
年代	20代	(n=336)	51.2	37.5	36.6	26.8	28.6	26.8	25.9
	30代	(n=449)	50.8	36.7	37.0	24.5	24.9	23.4	20.9
	40代	(n=408)	49.3	31.6	34.3	25.5	24.5	18.9	19.1
	50代	(n=379)	47.0	31.1	29.6	22.4	19.8	14.8	15.8
	60代	(n=428)	47.0	32.0	29.0	31.1	*16.4*	*14.0*	14.7
意識別	摂取を意識している	(n=969)	52.6	38.6	36.6	25.9	26.0	22.6	22.0
	摂取を意識していない	(n=1031)	45.6	29.2	30.1	26.3	19.5	16.4	16.4
行動別	果物を食べている	(n=1292)	50.5	36.0	34.8	28.8	23.1	18.9	20.3
	果物を食べていない	(n=708)	46.2	29.7	30.4	21.2	21.8	20.3	16.9
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	50.9	38.1	36.4	32.0	22.4	18.4	18.2
	果物200g以上摂取層	(n=272)	57.4	42.6	39.7	32.7	25.7	21.7	21.7

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。*

⑤ー２コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向（意識・摂取状態別）

果物摂取についての意識別にみると…
- 意識しているが、食べていない層では、「コンビニ等では果物は買いたくない」が他の層と比べて低くなっている。一方で、「１回で食べきれる量なので、買いやすい」は他の層よりも高い。

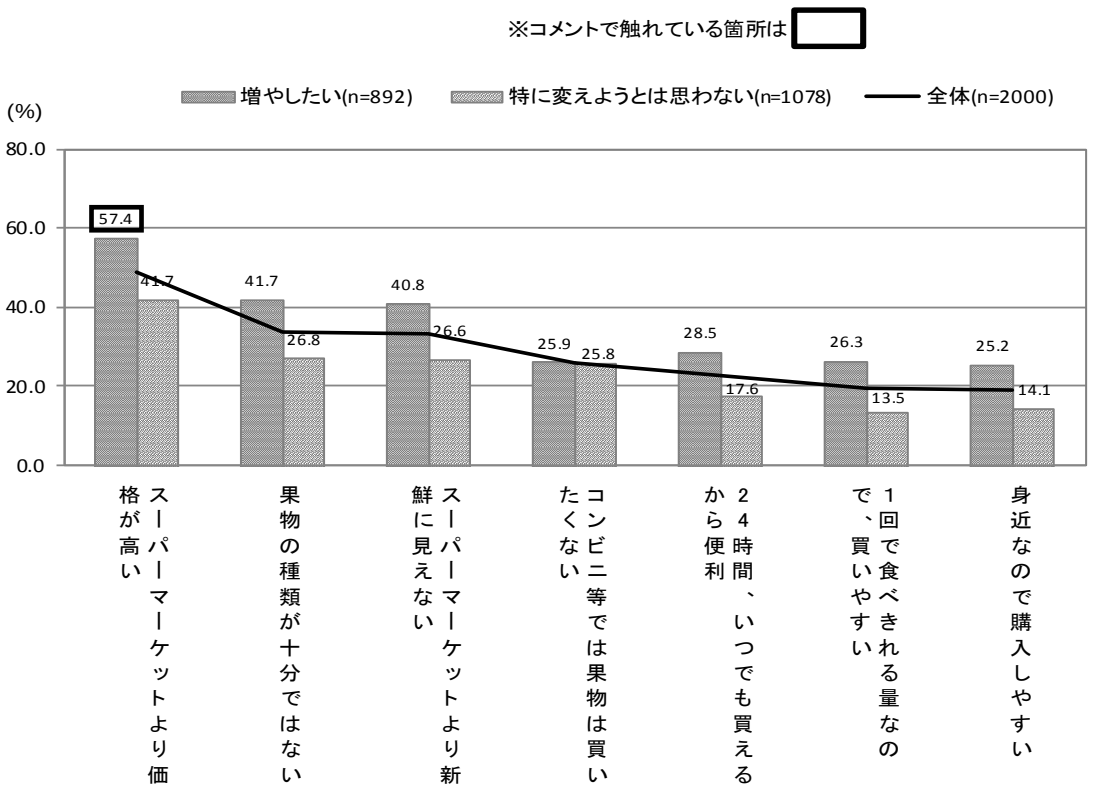
Ｑ２７．コンビニエンスストアやミニスーパー等における果物販売についてどのように感じていますか。
それぞれ当てはまるものをお教えください。
普段購入することがない方もイメージでお答えください。（ＳＡ）



⑤ー３コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向（今後の摂取意向別）

今後の果物摂取意向別にみると…
- 今後の果物摂取を「増やしたい」層でも、全体と同様に、「スーパーマーケットより価格が高い」が最も高く、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」の順となっている。
- 「増やしたい」層は、「コンビニ等では果物は買いたくない」以外の項目で、全体のスコアを上回っている。

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）



（４）果物の消費を増やすために　まとめ

- 食べやすい果物（品種）が求められている。
- コンビニエンスストアなどでの、小ロットの販売を希望する人が多い。
- ただし、コンビニエンスストアは果物の購入場所として、「高価格」「種類が少ない」「新鮮に見えない」など、ネガティブなイメージがある。

- 果物の消費を増やすための提供方法で、最もスコアが高いのは「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（品種）」で、次いで、「色つきが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物」。（ｐ70）
- 意識の有無にかかわらず、食べていない層では、「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（品種）」が最も高くなっている。（ｐ72）

→食べやすさを追求した果物（品種）の開発・提供と、食べやすさのアピールが求められる。

- 果物の消費を増やすための販売方法で、全体では、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」が最も高い。次いで「店頭で試食ができる販売」「コンビニエンスストアでの販売」の順。（ｐ75）

→核家族化の進展、１人世帯の増加などにより、小ロットの商品への要望が強い。

- ただし、コンビニは果物の販売において、「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」「スーパーマーケットより新鮮に見えない」などのネガティブなイメージで捉えられているが、若年層ほど「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」「身近なので購入しやすい」 が高い。（ｐ89）

→コンビニエンスストア・チェーンとの連携などにより、若年層をターゲットにコンビニエンスストアを果物購入場所として定着させるための取り組みが必要。

＜果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法＞

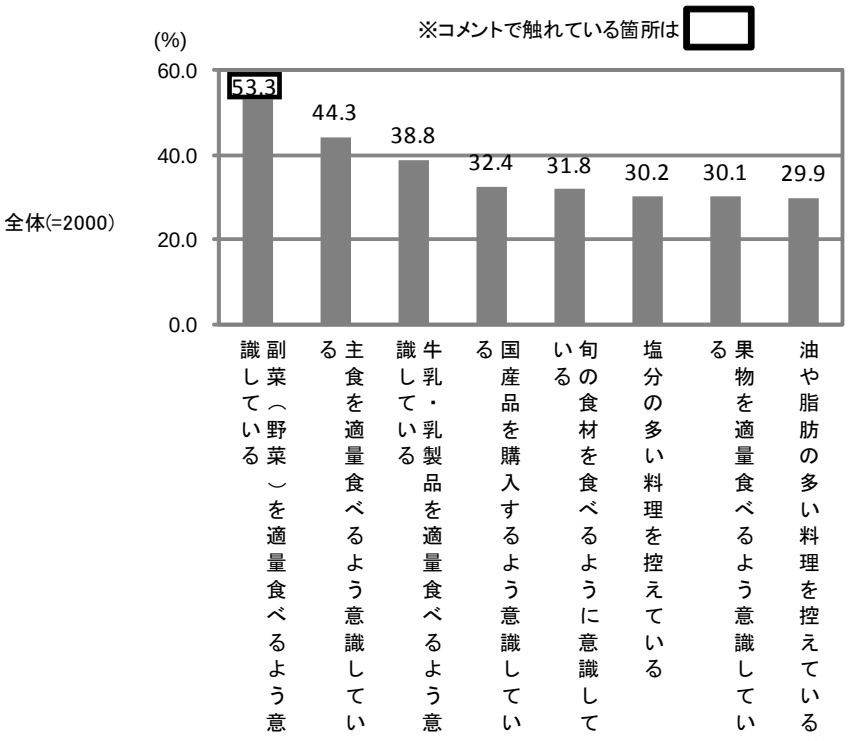
- 「果物を食べると『健康に良い』」が最も高い。次いで、「この果物は旬は今だ」「この果物は『安心』、『安全』である」「果物を食べると『美肌に良い』」の順。（ｐ80）

（５）現在の食生活・生活について

①食生活・食品の購買行動における留意点

- 全体では、「副菜(野菜)を適量食べるよう意識している」が最も高い。次いで、「主食を適量食べるよう意識している」「牛乳・乳製品を適量食べるよう意識している」の順。
- 全般的に、性別では女性、年代別では高年層ほどスコアが高い傾向が見られる。ただし、性別、年代別のいずれにおいても、「主食を適量食べるよう意識している」は、スコア差が比較的小さくなっている。
- 摂取を意識している層、果物を食べている層は、「果物を適量食べるよう意識している」に限らず、食生活全般について留意している傾向。

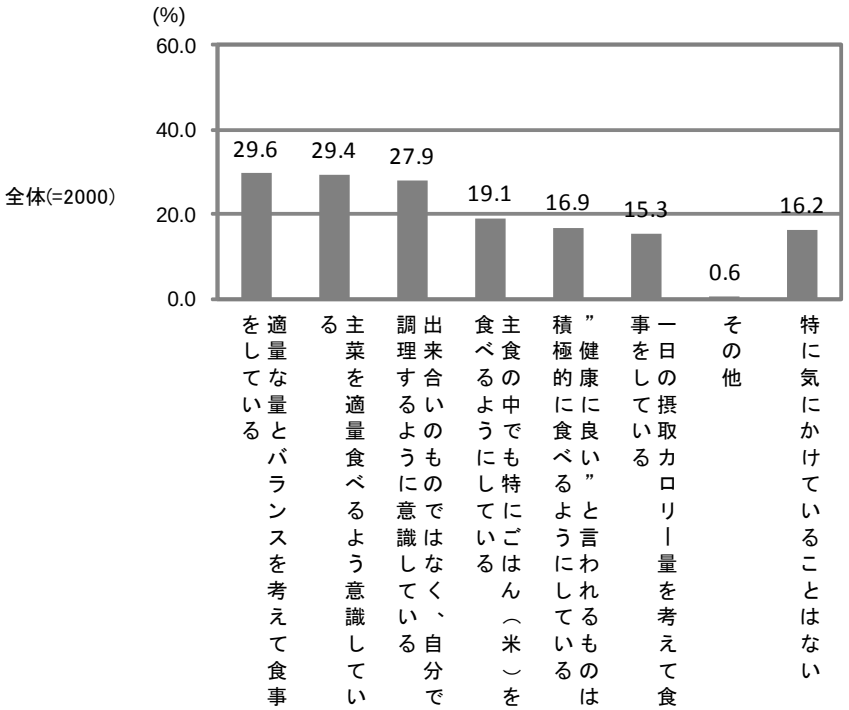
Ｑ２８．あなたは、日頃の食生活や食品の購買行動で下記のことを気にかけていますか。（ＭＡ）



(%)

			副菜（野菜）を適量食べるよう意識している	主食を適量食べるよう意識している	牛乳・乳製品を適量食べるよう意識している	国産品を購入するよう意識している	旬の食材を食べるように意識している	塩分の多い料理を控えている	果物を適量食べるよう意識している	油や脂肪の多い料理を控えている
全体		(n=2000)	53.3	44.3	38.8	32.4	31.8	30.2	30.1	29.9
性別	男性	(n=1002)	*43.4*	41.6	*29.4*	*21.8*	*19.7*	*22.6*	*22.1*	*18.8*
	女性	(n=998)	63.1	47.0	48.1	43.0	43.9	37.9	38.2	41.0
年代	20代	(n=336)	*44.9*	42.0	*32.4*	*16.1*	*18.2*	*18.5*	*22.0*	*19.3*
	30代	(n=449)	*47.4*	39.9	*31.4*	*27.2*	*21.4*	*19.8*	*23.4*	*21.6*
	40代	(n=408)	*47.3*	41.2	*31.4*	*26.2*	27.0	*24.0*	*22.8*	28.2
	50代	(n=379)	59.4	45.1	45.4	37.2	37.7	37.2	35.1	34.3
	60代	(n=428)	66.1	53.0	52.6	52.1	52.6	50.0	46.0	*44.4*
意識別	摂取を意識している	(n=969)	63.6	51.3	49.2	37.6	39.7	36.2	43.6	38.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	*43.5*	*37.7*	*28.9*	27.4	*24.2*	*24.5*	*17.5*	*21.8*
行動別	果物を食べている	(n=1292)	58.4	48.6	44.5	36.5	37.5	33.8	40.7	32.1
	果物を食べていない	(n=708)	*43.9*	*36.4*	*28.2*	*24.9*	*21.3*	*23.6*	*10.7*	25.7
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	66.4	55.0	53.1	44.1	46.7	41.9	56.4	38.6
	果物200g以上摂取層	(n=272)	58.1	48.5	41.9	41.9	43.4	37.9	*46.0*	37.5

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



(%)

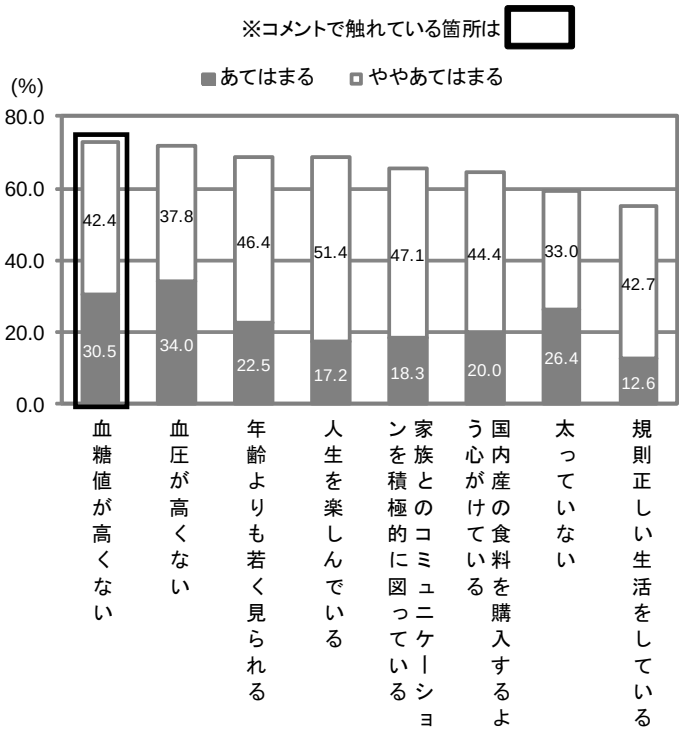
			適量なバランスを考えて食事をしている	主菜を適量食べるよう意識している	出来合いのものではなく、自分で調理するように意識している	主食の中でも特にごはん（米）を食べるようにしている	積極的に”健康に良い”と言われるものは食べるようにしている	一日の摂取カロリー量を考えて食事をしている	その他	特に気にかけていることはない
全体		(n=2000)	29.6	29.4	27.9	19.1	16.9	15.3	0.6	16.2
性別	男性	(n=1002)	*20.3*	*23.0*	*13.2*	16.7	*10.4*	12.0	0.5	24.0
	女性	(n=998)	39.0	35.9	42.6	21.4	23.4	18.5	0.6	*8.4*
年代	20代	(n=336)	*19.0*	*23.2*	*20.8*	23.5	12.5	13.7	0.6	22.3
	30代	(n=449)	*22.9*	*23.8*	*22.3*	18.3	14.3	13.1	0.2	18.7
	40代	(n=408)	26.0	*24.3*	*22.8*	15.2	12.3	15.2	0.5	19.4
	50代	(n=379)	32.7	34.0	28.0	16.4	21.1	14.2	1.6	12.4
	60代	(n=428)	45.6	40.9	43.9	22.4	23.8	19.6	0.0	*9.1*
意識別	摂取を意識している	(n=969)	37.3	35.9	33.4	22.0	24.1	20.4	0.5	*7.5*
	摂取を意識していない	(n=1031)	*22.4*	*23.3*	*22.6*	16.3	*10.1*	10.4	0.6	24.3
行動別	果物を食べている	(n=1292)	34.8	33.5	32.2	20.4	19.7	16.1	0.7	12.4
	果物を食べていない	(n=708)	*20.2*	*21.9*	*19.9*	16.5	*11.7*	13.7	0.3	23.2
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	42.8	41.2	39.3	21.3	26.3	20.8	0.6	*8.3*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	35.3	34.2	33.5	23.5	23.5	19.9	0.4	*9.2*

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

②ー１自身の健康・生活への充足感についての印象

- 「あてはまる」「ややあてはまる」の合計でみると、「血糖値が高くない」が最も高い。次いで、「血圧が高くない」「年齢よりも若く見られる」「人生を楽しんでいる」の順。
- 「あてはまる」を性別でみると、すべての項目で女性の方が高く、特に「血糖値が高くない」「血圧が高くない」では、１５ポイント以上男性を上回っている。
- 摂取を意識している層は、「疲れがたまりにくい」を除いて、意識していない層よりもスコアが高い。
- 果物を食べている層は、食べていない層よりもスコアが高い。

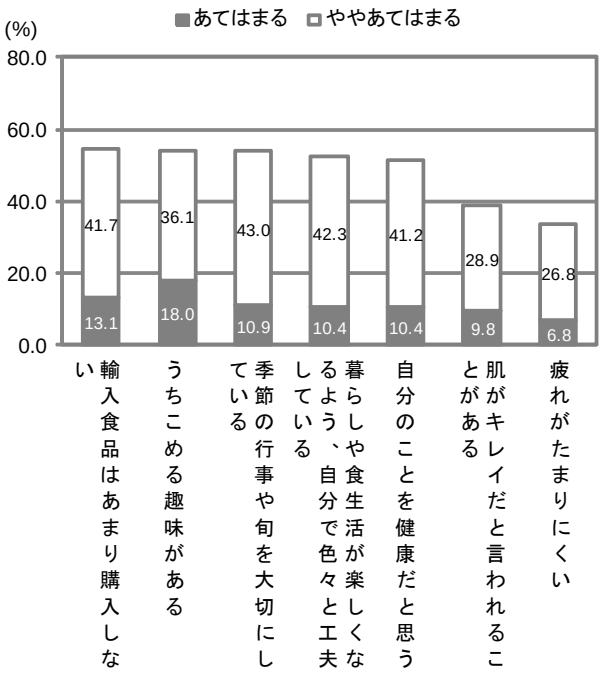
Ｑ２９．あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えて下さい。（ＳＡ）



あてはまるスコア　(%)

全体		(n=2000)	30.5	34.0	22.5	17.2	18.3	20.0	26.4	12.6
性別	男性	(n=1002)	*22.7*	*25.0*	19.5	16.1	14.2	*14.1*	22.6	10.7
	女性	(n=998)	38.3	42.9	25.5	18.3	22.4	25.9	30.3	14.4
年代	20代	(n=336)	33.0	37.8	24.1	20.5	20.2	*14.6*	32.1	*7.4*
	30代	(n=449)	31.8	39.0	23.6	15.4	16.9	20.0	26.9	10.7
	40代	(n=408)	27.5	31.6	19.4	12.3	15.2	*14.7*	22.1	10.8
	50代	(n=379)	28.2	29.0	22.4	16.4	16.9	23.2	21.9	10.0
	60代	(n=428)	31.8	32.2	22.9	22.0	22.4	26.2	29.4	22.4
意識別	摂取を意識している	(n=969)	34.4	37.4	25.1	20.1	20.2	22.9	30.2	14.8
	摂取を意識していない	(n=1031)	26.8	30.7	20.0	14.5	16.5	17.2	22.8	10.5
行動別	果物を食べている	(n=1292)	31.8	35.5	24.4	20.0	21.5	22.5	28.1	15.0
	果物を食べていない	(n=708)	28.0	31.1	18.9	*12.1*	*12.4*	15.3	23.3	8.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	34.6	38.2	25.4	23.5	23.5	27.6	32.7	20.4
	果物200g以上摂取層	(n=272)	34.9	40.8	32.0	25.0	22.4	30.9	29.8	17.6

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



あてはまるスコア (%)

全体		(n=2000)	13.1	18.0	10.9	10.4	10.4	9.8	6.8
性別	男性	(n=1002)	9.2	17.8	7.0	7.0	7.3	5.5	6.5
	女性	(n=998)	17.0	18.2	14.7	13.7	13.4	14.0	7.0
年代	20代	(n=336)	8.9	22.9	10.7	12.8	8.6	11.3	7.7
	30代	(n=449)	13.1	16.0	12.5	10.5	12.2	10.9	6.7
	40代	(n=408)	8.3	15.9	9.6	9.1	8.8	6.9	6.1
	50代	(n=379)	14.5	15.8	8.4	8.7	8.4	7.9	6.1
	60代	(n=428)	19.6	20.1	12.6	11.0	12.9	11.7	7.2
意識別	摂取を意識している	(n=969)	13.7	18.8	12.0	10.8	11.7	11.6	6.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	12.5	17.3	9.8	9.9	9.1	8.1	7.1
行動別	果物を食べている	(n=1292)	14.3	19.8	13.2	12.7	11.8	11.1	7.7
	果物を食べていない	(n=708)	10.9	14.7	6.6	6.1	7.8	7.3	4.9
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	17.5	22.8	16.5	16.2	13.4	12.5	7.7
	果物200g以上摂取層	(n=272)	18.0	24.6	18.8	18.8	15.4	18.4	10.3

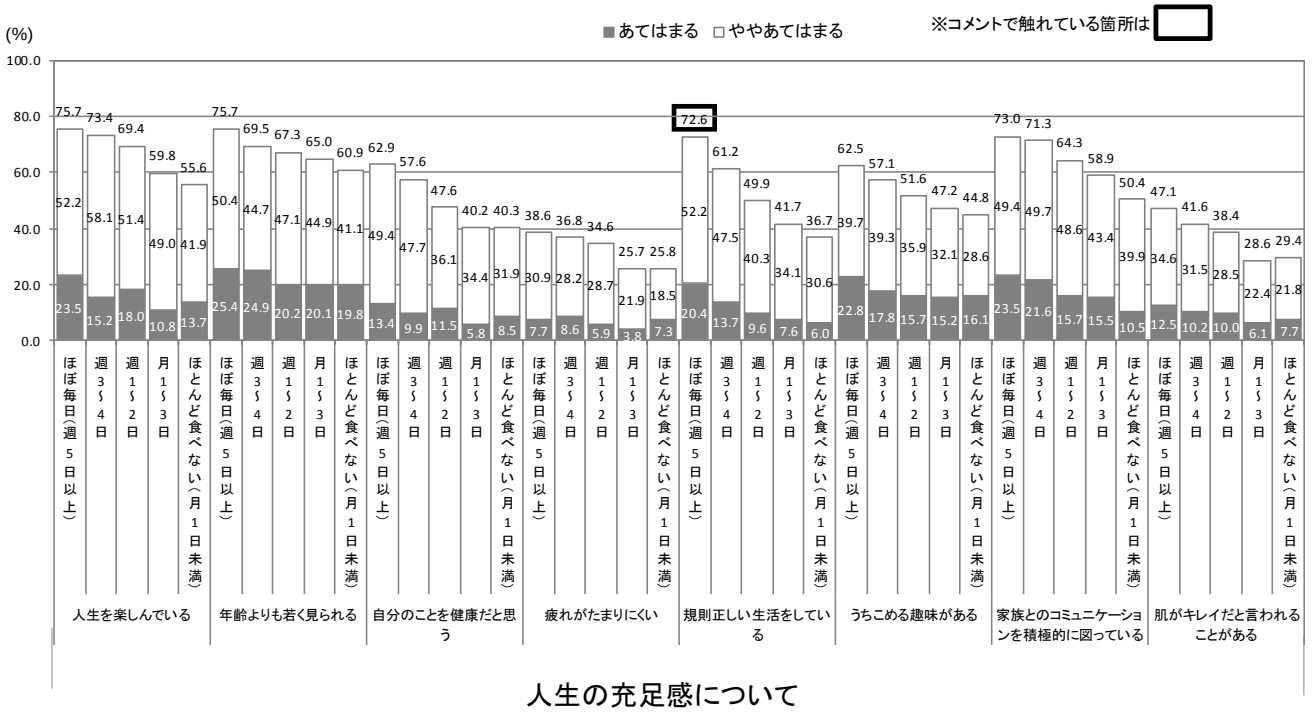
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

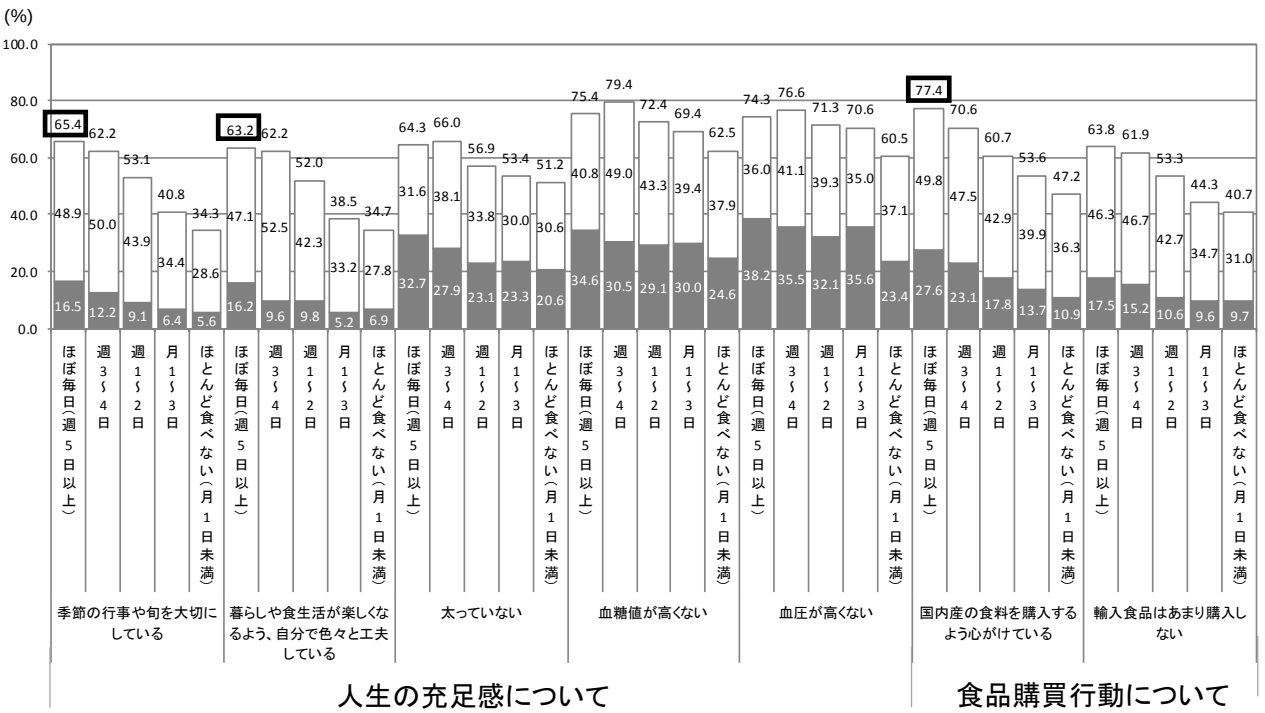
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

②ー２自身の健康・生活への充足感についての印象(摂取頻度別)

果物の摂取頻度別にみると…
- 摂取頻度が高いほど、各項目のスコアが総じて高く、健康・生活の充足感が高いことが伺われる。
- 果物を「ほぼ毎日（週5日以上）」摂取している層では全体的に高いスコアとなっているが、特に「規則正しい生活をしている」「季節の行事や旬を大切にしている」「暮らしや食生活が楽しくなるよう、自分で色々と工夫している」「国内産の食料を購入するよう心がけている」では低頻度層とのスコア差が大きく、最も頻度が少ない「ほとんど食べない（月1日未満）」層を大きく上回っている。

Ｑ２９．あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えて下さい。（ＳＡ）

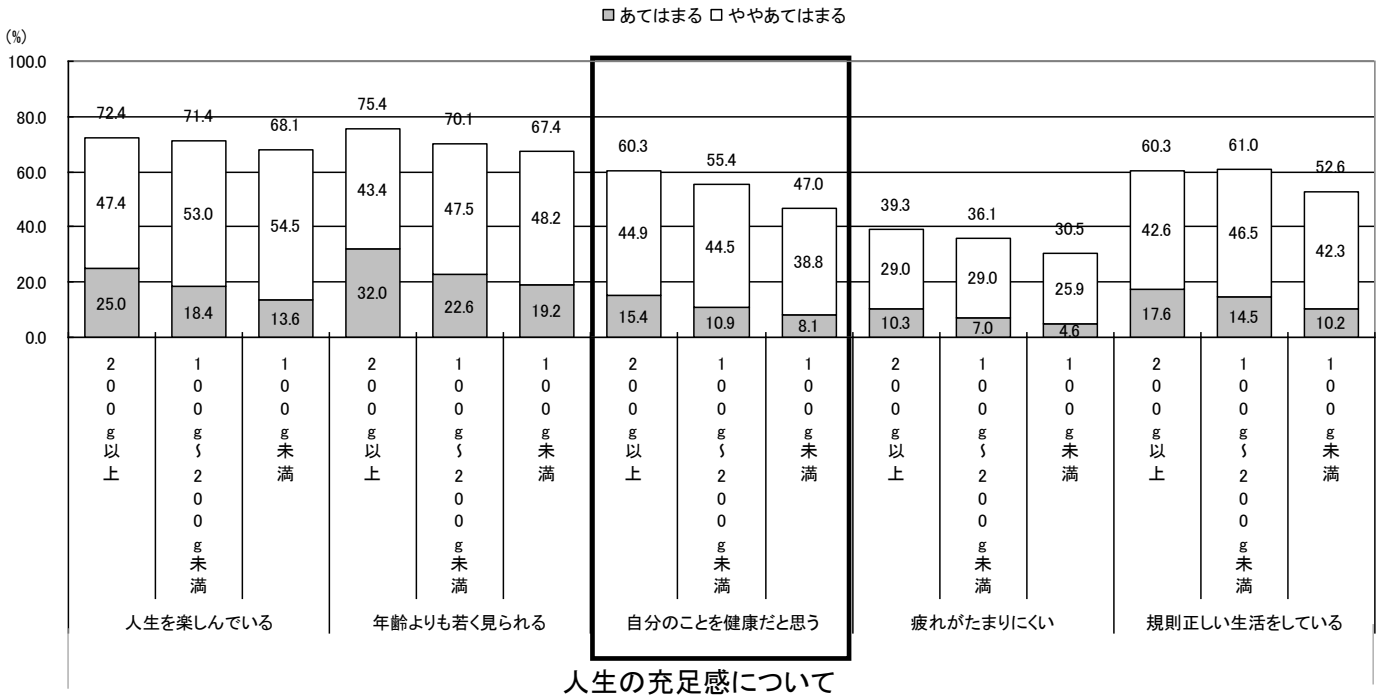




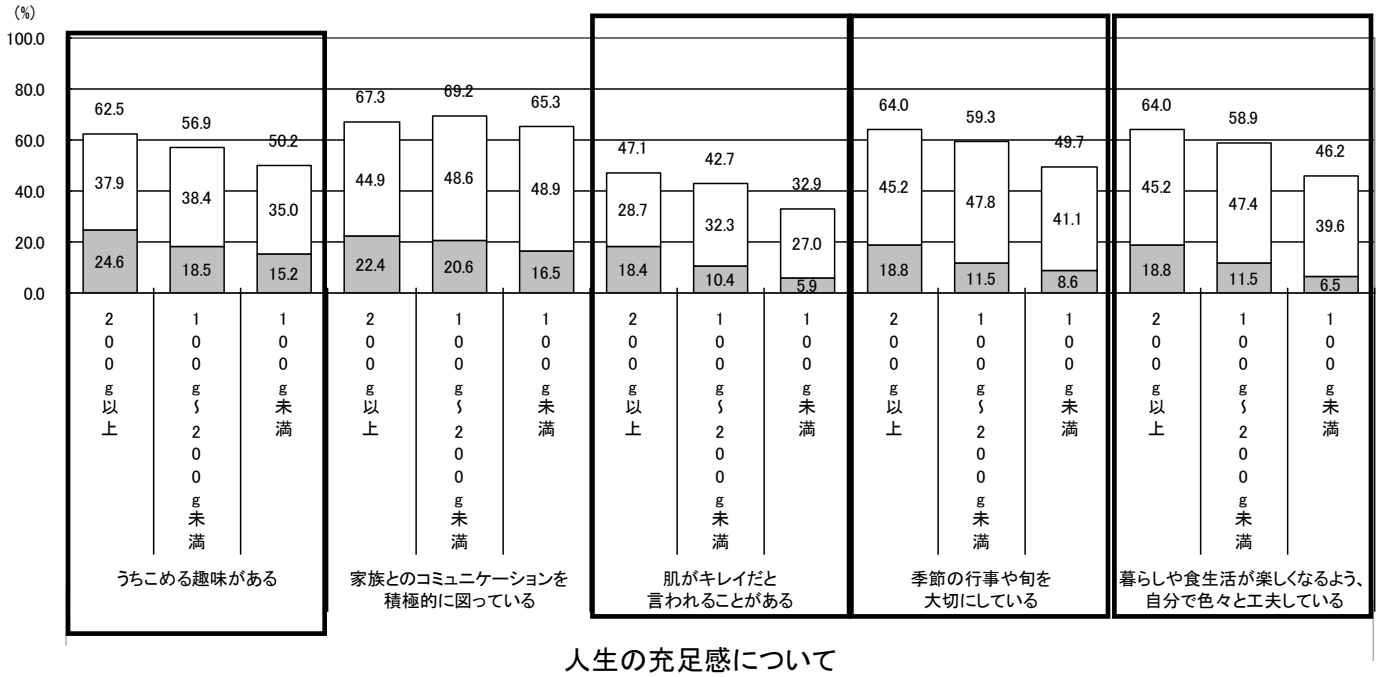
②ー３自身の健康・生活への充足感についての印象(摂取量別)

果物の摂取量別にみると…
- 摂取量が多いほど、各項目のスコアが総じて高く、健康・生活の充足感が高いことが伺われる。
- 摂取量が２００ｇ以上の層では、「自分のことを健康だと思う」「うちこめる趣味がある」「肌がキレイだと言われることがある」「季節の行事や旬を大切にしている」「暮らしや食生活が楽しくなるよう、自分で色々と工夫している」「国内産の食料を購入するよう心がけている」などのスコアが、摂取量が少ない層よりも高くなっている。
  （上記の項目は、摂取量２００ｇ以上の層の平均が、１００ｇ未満の層の平均を１０ポイント以上、上回っている項目）

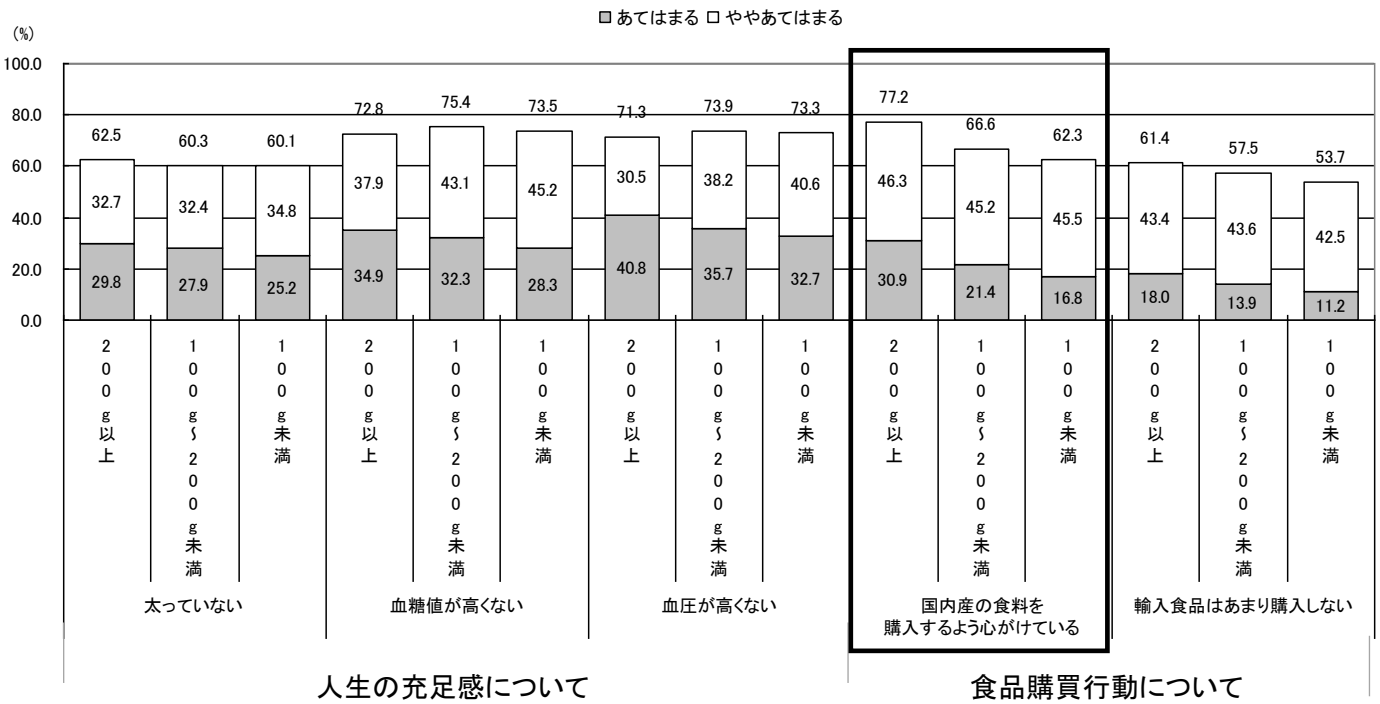
Ｑ２９．あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えて下さい。（ＳＡ）



人生の充足感について



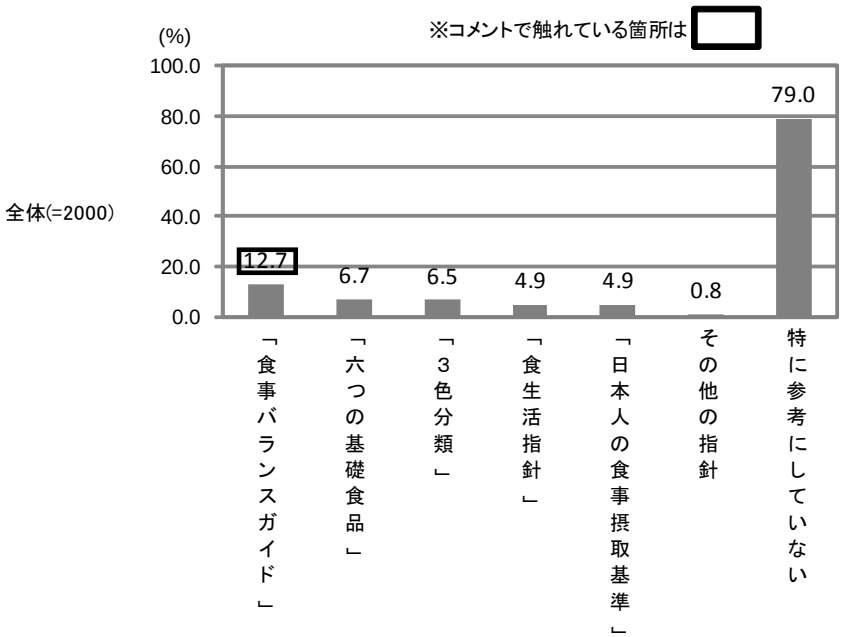
人生の充足感について


■あてはまる □ややあてはまる
(%)
100.0
80.0
60.0
40.0
20.0
0.0
62.5
32.7
29.8
60.3
32.4
27.9
60.1
34.8
25.2
72.8
37.9
34.9
75.4
43.1
32.3
73.5
45.2
28.3
71.3
30.5
40.8
73.9
38.2
35.7
73.3
40.6
32.7
77.2
46.3
30.9
66.6
45.2
21.4
62.3
45.5
16.8
61.4
43.4
18.0
57.5
43.6
13.9
53.7
42.5
11.2
200g以上
100g～200g未満
100g未満
太っていない
血糖値が高くない
血圧が高くない
国内産の食料を
購入するよう心がけている
輸入食品はあまり購入しない
人生の充足感について
食品購買行動について

③健康な食生活を実践するために参考にしている指針等

- 「特に参考にしていない」がほとんど（７９．０%）を占めている。
- 参考にしている指針等としては、「食事バランスガイド」が最も高い。次いで「六つの基礎食品」「３色分類」の順。
- 性別では、「食生活指針」以外の項目で、女性の方が男性よりもスコアが高くなっている。
- 意識別では、摂取を意識している層の方が、スコアが高い。
- 行動別では、果物を食べている層の方が、スコアが高い。

Ｑ３０．あなたは、日頃の健全な食生活を実践するため、どのような指針等を参考にしていますか。
下記から３つまで選んでください。（ＭＡ）



(%)

全体		(n=2000)	12.7	6.7	6.5	4.9	4.9	0.8	79.0
性別	男性	(n=1002)	9.9	3.7	5.0	5.1	3.9	0.4	82.8
	女性	(n=998)	15.4	9.6	7.9	4.7	5.9	1.2	75.2
年代	20代	(n=336)	13.1	5.1	9.2	6.3	6.3	0.0	79.5
	30代	(n=449)	13.8	6.0	6.7	5.3	5.3	1.1	76.4
	40代	(n=408)	10.3	4.4	4.9	4.2	3.9	1.2	81.1
	50代	(n=379)	10.8	6.3	5.8	4.2	4.0	1.1	80.7
	60代	(n=428)	15.0	11.0	6.1	4.7	5.1	0.5	77.8
意識別	摂取を意識している	(n=969)	17.5	9.5	8.5	6.9	5.9	1.2	*70.8*
	摂取を意識していない	(n=1031)	8.1	4.0	4.6	3.0	4.0	0.4	86.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	14.6	7.7	7.5	5.1	5.3	0.9	76.8
	果物を食べていない	(n=708)	9.2	4.7	4.5	4.5	4.2	0.7	83.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	19.3	10.1	7.4	6.6	7.2	0.7	*71.7*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	19.9	9.9	9.2	10.3	5.9	1.8	*67.3*

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

（５）現在の食生活・生活について　まとめ

- 果物の摂取頻度が多い人は、季節感を重視し、規則正しい生活を送っている。
- 果物の摂取量が多い人は、自分のことを健康だと思っており、肌がキレイだという自覚がある。
- 両者に共通しているのは、生活が楽しくなるよう、自ら工夫を凝らしていることや、国内産の食料を購入するように心がけていることである。

- 「ほぼ毎日（週５日以上）」摂取している層では、以下のような特徴がみられる。（ｐ98）
  （「ほとんど食べない（月１日未満）」と比較して２５ポイント以上、上回っている項目）
  ①規則正しい生活をしている」（７３％）
  ②季節の行事や旬を大切にしている」（６６％）
  ③暮らしや食生活が楽しくなるよう、自分で色々と工夫している」（６４％）
  ④「国内産の食料を購入するよう心がけている」（７７％）

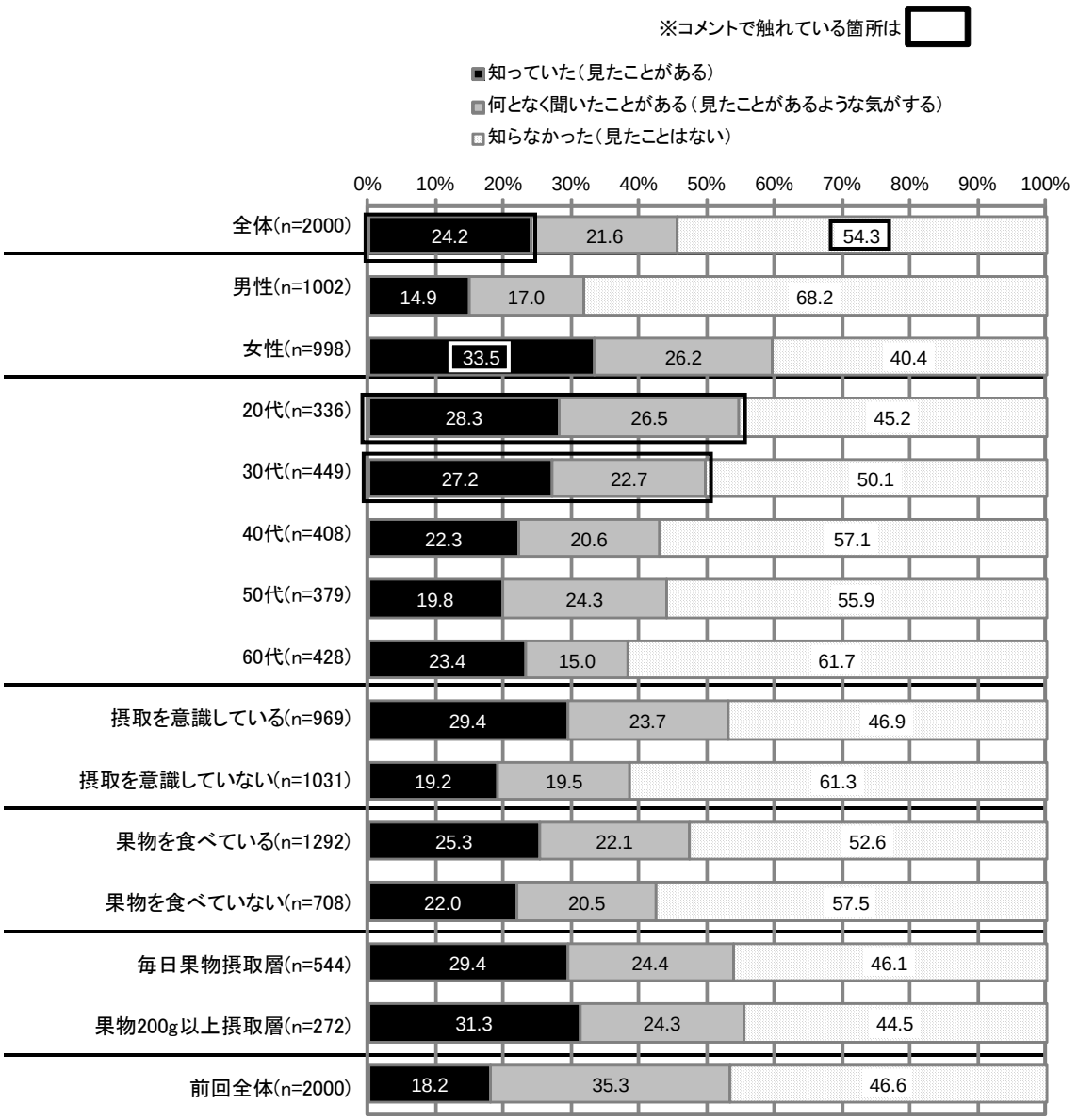
- 摂取量が多い層では以下のような特徴がみられる。（ｐ99）
  （摂取量２００ｇ以上の層の平均が、１００ｇ未満の層の平均を１５ポイント以上、上回っている項目）
  ①自分のことを健康だと思う」（摂取量２００ｇ以上の層の平均　６２％）
  ②「肌がキレイだと言われることがある」（摂取量２００ｇ以上の層の平均　４９％）
  ③暮らしや食生活が楽しくなるよう、自分で色々と工夫している」
  （摂取量２００ｇ以上の層の平均　６４％）
  ④「国内産の食料を購入するよう心がけている」
  （摂取量２００ｇ以上の層の平均　７６％）

（６）「毎日くだもの２００グラム運動」について」

①果物を毎日２００g摂取することと健康との関係の認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が５４．３%で過半数を占めている。次いで、「知っていた（見たことがある）」が２４．２%、「なんとなく聞いたことがある（見たことがあるような気がする）」が２１．６%となっている。
- 前回と比べると、「知っていた（見たことがある）」が６．０ポイント増加している。
- 性別では、女性は「知っていた（見たことがある）」が男性の２倍以上の３５．５%に及んでおり、認知度が高い。
- 年代別では、２０・３０代の認知度が高い傾向がうかがえる。
- 摂取を意識している層や果物200ｇ以上摂取層も認知度が高い。

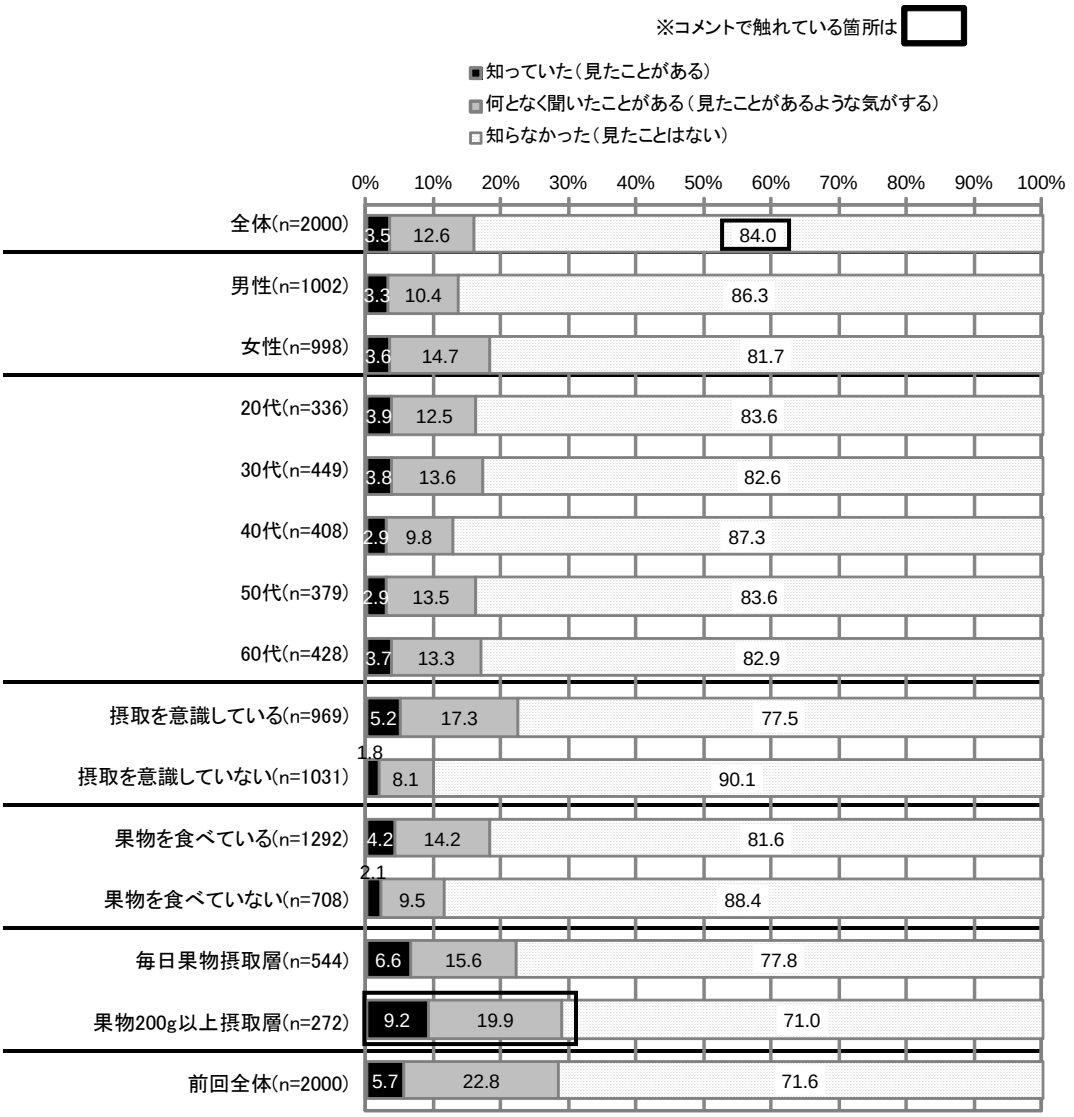
Ｑ３６．以下の果物に関する事を、あなたはご存知でしたか。
当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。
【国は「食事バランスガイド」で、健康増進のために果物を毎日２つ（概ね200g）食べることを勧めている】（ＳＡ）



②「毎日くだもの２００グラム！」標語の認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が８４．０％で大多数を占めている。「知っていた（見たことがある）」という明確な認知はわずかに３．５％。
- 前回と比べて、「知らなかった」の割合が上昇している。
- 摂取を意識している層、果物を食べている層、果物２００ｇ以上摂取層では、全体と比較して、若干ながら認知度が高めとなっている。

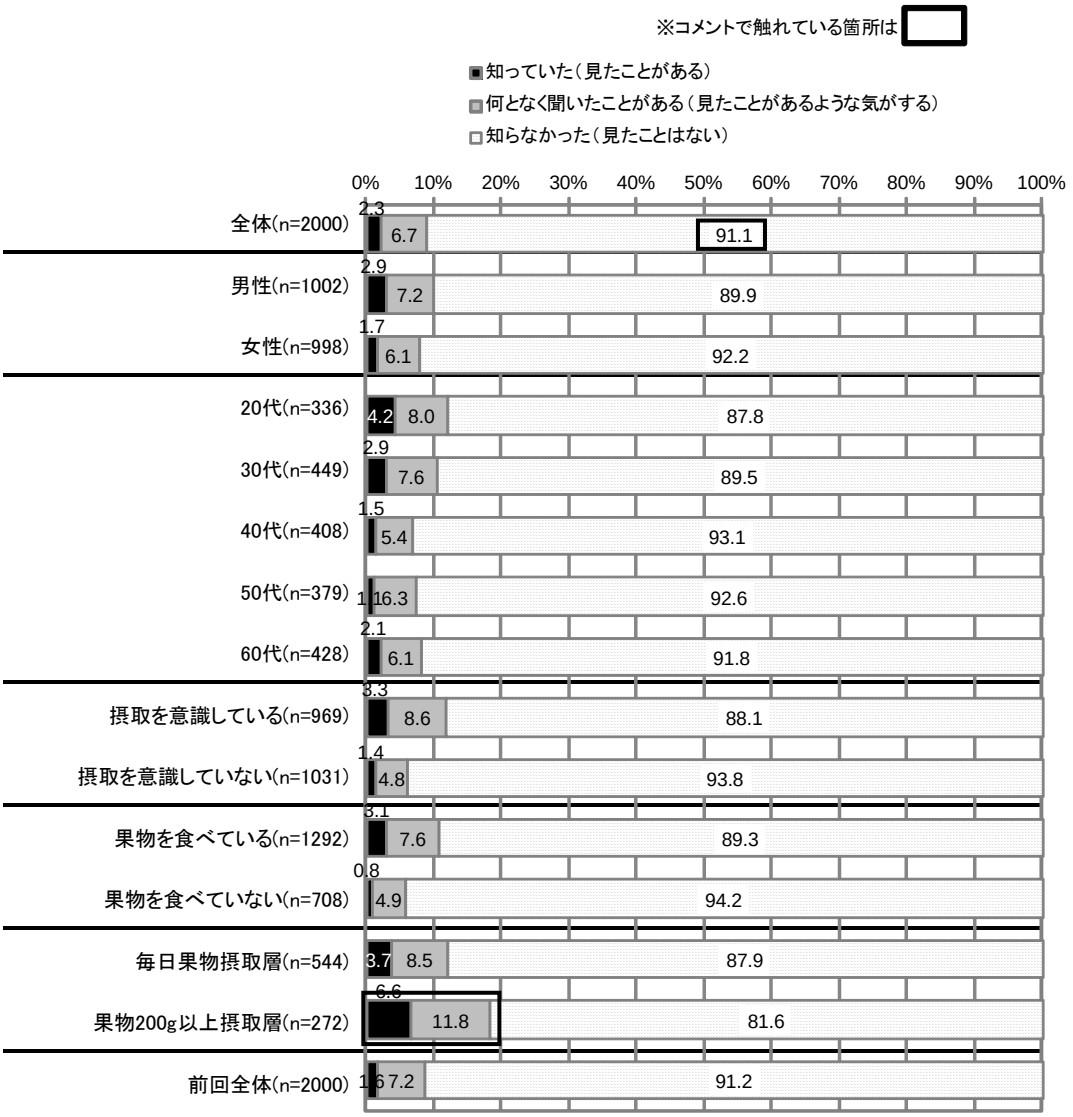
Ｑ３６．以下の果物に関する事を、あなたはご存知でしたか。
当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。
【「毎日くだもの200グラム！」という標語】（ＳＡ）



③ロゴマークの認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が９１．１%で大多数を占めている。「知っていた（見たことがある）」という明確な認知はわずかに２．３%。
- スコアは前回とほぼ同水準。
- 果物２００ｇ以上摂取層では、全体と比較して、認知度が高めとなっている。

Ｑ３６．以下の果物に関する事を、あなたはご存知でしたか。
当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。
【「くだもの200グラム運動」のロゴマーク】（ＳＡ）



（６）「毎日くだもの２００グラム運動」について　まとめ

- 果物摂取の健康上の有効性については浸透の途上。
- 『毎日くだもの２００グラム！』標語・ロゴマークの認知はいまだ低く、普及・浸透の余地は多い。

- 果物を毎日２００ｇ摂取することと健康との関係の認知は、「知らなかった」が５４％で最も高く、次いで、「知っていた」が２４％、「なんとなく聞いたことがある」が２２％。（ｐ104）
- 『毎日くだもの２００グラム！』標語の認知、およびロゴマークの認知については、ほとんどが「知らなかった」と回答している。（ｐ105、106）

（７）調査のまとめ

ー果物の消費拡大に向けてー

【これまでの調査から】

2012年度、2013年度の調査より、果物の摂取を「意識」している層と、実際に果物を「食べている」層にはそれぞれ特徴が見受けられそうなことが分かった。

2014年度の調査のまとめにおいては、果物摂取「意識」層と、果物を「食べている」層の特徴をみていくことで、今後の消費拡大におけるヒントを見出していくこととする。

「意識している」層：48.5%　「意識していない」層：51.6%
「食べている」層：64.6%　　「食べていない」層：35.4%

【果物摂取「意識」層の特徴】（「意識していない」と比較して）

- 果物の**摂取頻度が高い**。
  ⇒果物摂取頻度「ほぼ毎日」35.1%（＋15.3ポイント）
  ［Q1. あなたは果物をどの程度の頻度でとりますか…p.15 ］

- 果物の摂取時間帯は「朝食時」。
  ⇒「朝食時」47.3%（＋18.7ポイント）
  ［Q2. 果物を摂るのはいつが多いですか…p.16 ］

- 果物の摂取理由は「おいしく好きだから」**「健康に良いから」**。
  ⇒「おいしく好きだから」36.5%（－11.2ポイント）
  「健康に良いから」32.9%**（＋19.5ポイント）**
  ［Q3. 果物を摂る理由はなんですか…p.17 ］

- 果物を摂取するようになったきっかけは**「健康に良いと聞いたから」**「家族が習慣的に食べていたから」**「生活習慣病の予防になると聞いたから」**
  ⇒「健康に良いと聞いたから」55.7%**（＋25.3ポイント）**
  「家族が習慣的に食べていたから」55.4%（－6.2ポイント）
  「生活習慣病の予防になると聞いたから」24.8%**（＋16.3ポイント）**
  ［Q6. あなたが一日あたりで150ｇ以上の果物を食べるようになったきっかけを教えてください…p.22 ］

- 果物を毎日は摂取しない理由は「他の食品に比べて値段が高いから」
  ※日持ち＆手間については、意識していない層とのスコア差はあまりみられなかった。
  ⇒「値段が高く食費に余裕がないから」33.2%（＋11.8ポイント）
  ［Q4. 果物を（毎日は）食べない理由は何ですか…p.20 ］

- 果物の皮を剥く・ジュースに加工する等の**ひと手間かける方法でも、果物摂取の増加につながる**。

  ⇒「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」36.6%（+14.0ポイント）

  「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」35.8%（+16.0ポイント）

  「ヨーグルトをかけて／ヨーグルトの中に入れて」29.5%（+11.8ポイント）

  [Q10. 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ことができると思いますか…p.29]

- 果物について**「健康」イメージが強い**。

  ⇒「ビタミンが多い」47.8%（+11.4ポイント）

  「健康によい」46.5%（+19.5ポイント）

  「野菜の代わりにビタミンや食物繊維を摂取できる食品」39.9%（+14.2ポイント）

  [Q11. あなたは果物にどのようなイメージがありますか…p.30]

- 今後の果物摂取量を増やしたい理由は**「健康によいから」**

  ⇒「健康によいから」50.8%（+12.6ポイント）

  [Q22. 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…p.60]

果物摂取「意識」層は、果物を摂取することで“健康”につなげようとしている。

果物を食べる際の“手間”について、「意識」層と「意識していない」層の認識は変わらないが、「意識」層は、手間を踏まえても果物を摂取しようという意欲を持っていることが伺える。

※実際に行動に移して「食べている」かは別。

【果物を「食べている」層の特徴】（「食べていない」と比較して）

- 果物の**摂取頻度が高い**。

  ⇒果物摂取頻度「ほぼ毎日」39.4%（+34.5ポイント）

  [Q1. あなたは果物をどの程度の頻度でとりますか…p.15]

- 果物の摂取時間帯は「朝食時」

  ⇒「朝食時」42.2%（+14.5ポイント）

  [Q2. 果物を摂るのはいつが多いですか…p.16]

- 果物の摂取理由は「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」
  ⇒「おいしく好きだから」43.3%（+5.3ポイント）
  「健康に良いから」24.2%（+2.6ポイント）
  「旬や味覚を楽しめるから」16.9%（−6.0ポイント）
  ［Q3. 果物を摂る理由はなんですか…p.17 ］

- 果物を摂取するようになったきっかけは**「家族が習慣的に食べていたから」**「健康にいいと聞いたから」
  ⇒「家族が習慣的に食べていたから」61.7%**（+24.5ポイント）**
  「健康に良いと聞いたから」44.6%（−1.6ポイント）
  ［Q6. あなたが一日あたりで150ｇ以上の果物を食べるようになったきっかけを教えてください…p.22 ］

- 食べていない層に比べて高く持っている果物のイメージは**「おいしい」「手軽に食べられる」**「食事時に食べるデザート」
  ⇒「おいしい」88.0%**（+23.5ポイント）**
  「手軽に食べられる」32.4%**（+22.7ポイント）**
  「食事時に食べるデザート」39.9%（+10.1ポイント）
  ［Q11. あなたは果物にどのようなイメージがありますか…p.30 ］

- 今後の果物の摂取を増やしたい理由は「健康に良いから」**「おいしいから」**
  ⇒「健康に良いから」43.9%（−6.6ポイント）
  「おいしいから」33.6%**（+10.2ポイント）**
  ［Q22. 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…p.60 ］

果物を「食べている」層は、家族が食べていたことをきっかけに摂取が習慣化されている。

習慣化されているゆえに、果物に対する“手間”の実感なく食べていると推察される。
また、果物を「おいしい」から食べているスコアが高く、本質的に果物が「好き」な層である。

【消費拡大に向けて】

《今回の分析から分かったこと》

- 果物摂取を「意識」するきっかけ
  ⇒果物の“健康”への効果を認識することが、摂取の「意識」へとつながる。
- 果物を「食べている」行動を伴うきっかけ
  ⇒幼少時から、家族の影響などで果物を食べる習慣があり、「食べている」層の人たちは「果物＝おいしい」認識の強い果物好き。

「果物摂取の意識づけ」と、幼少時からの「果物好きを増やす」ことの両輪に取り組み、長期的に果物の消費拡大につなげていく必要がある。同時に、短期的には「意識しているが食べていない」層対策が重要になる。

- 果物摂取を増やしたい層は「コンビニでの販売」を期待
  ⇒果物摂取を意識しているが食べていない層は、調査結果からは、若年層を中心に「コンビニエンスストアでの販売」の期待が大きく、コンビニの「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」「身近なので購入しやすい」が評価されているなどの傾向がみられる。

《消費拡大に向けた戦略》

- 「果物摂取の意識づけ」をするために
  ターゲット：自ら健康を気にし始める、30-40代男女
  果物の価値：果物を食べることで、自分の身体が健康へと近づく
  課　　題：“健康”を想起する際に、果物を摂取する行動を喚起する

  果物の健康訴求はこれまでも行われてきたが、具体的な行動を伴うアプローチをすることがポイント。
  ＜取り組みの例示＞
  - 果物の健康機能性のＰＲ強化（様々な場面、各種のメディアなどの活用）
  - 企業の食堂や健康保険担当者と連携した果物摂取ＰＲ
  - 生活者の様々な悩み（疲労回復、便秘改善、骨粗しょう症予防など）に果物摂取が応える「くだもの処方箋」の提供（平成25年度「果物消費拡大・普及啓発手法確立調査」より）
  - 「毎日果物２００グラム」の標語とロゴマークが果物の健康機能性を想起させる「果物のおすみつき」となる運動の推進（平成25年度「果物消費拡大・普及啓発手法確立調査」より）

● 「果物好きを増やす」ために

ターゲット：子ども（サブ：子どもに果物を与える母親）

果物の価値：おいしくて積極的に食べたいもの

毎日の食卓に登場するのが当たり前のもの

課　　題：果物好きの子どもを増やし、果物の摂取を習慣づける。

子どもは果物の味に特に敏感であり、幼少期ほど質の良い果物を食べさせることで「果物＝おいしい！」と感じる原体験をさせることが肝要。

また、母親に果物が食べられるように用意してもらうだけでなく、習慣づけのためには自ら皮をむくまでできるなどの普及啓発に取り組む必要がある。

＜取り組みの例示＞

- 幼稚園・小学校への出前授業、おいしい果物配布による食味体験
- 母と子の皮むき体験、くだもの料理（デザート）教室
- 「キャラ弁」ならぬ「キャラフル」（＝「キャラクターフルーツ」）のコンテストなどで果物の楽しさを親子に訴える取り組み「キャラフルデビュー！」（平成25年度「果物消費拡大・普及啓発手法確立調査」より）

● 果物の購入機会の拡大として、コンビニでの販売を推進

【コンビニを若・中年層と果物の新たなタッチポイントとして利用】

今後の果物消費拡大においては欠かせないターゲットである若・中年層は果物の摂取量が少なく、日常動線の中で果物に触れる機会も少ない。彼らの日常動線の中で果物を買いやすくするために、彼らが日常的に利用するコンビニでの果物販売を強化することは必須。

また、コンビニにおいてただ果物を陳列するだけでなく、

- 思わず手にとりたくなるようなパッケージの工夫
- カットフルーツ・フルーツサラダ等「手間いらず」で食べられる加工の工夫

などの取り組みが必要となってくる。

【“果物＝健康”を訴求する“媒体”としてコンビニを利用】

ターゲットがほぼ毎日足を運ぶコンビニの店頭は、商品の工夫次第で“媒体”としての利用が可能。

例えば、

・１日分の果物200ｇがとれるカットフルーツパック

などの商品が恒常的に陳列されるようになれば、ターゲットの間に「果物は１日に200グラム摂取する必要のあるもの」という訴求を自然と行うことができる。

・サラダコーナーで「果物で朝ごはんを提案」する「１日分の果物朝ごはんパック」の販売（平成25年度「果物消費拡大・普及啓発手法確立調査」より）

また、

・特に「健康」をキーワードとして店舗展開をすすめるコンビニと連携をすることで、コンビニにとっても健康イメージを拡大することにつながり、果物も健康のイメージを訴求しながら、幅広いターゲットと新たなタッチポイントを創出することが可能になると思われる。

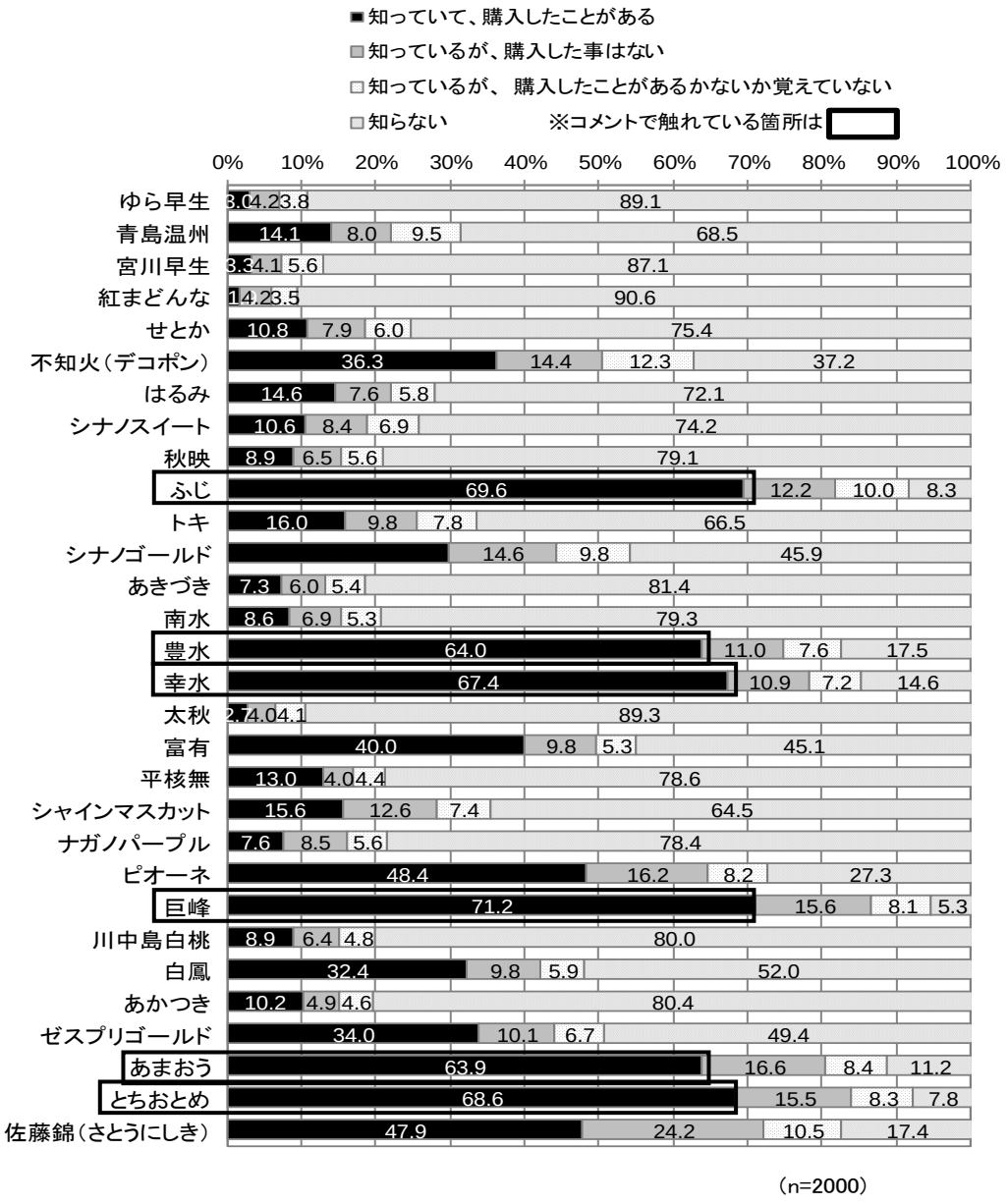
３．品種別果物についての調査の分析

（１）アンケート調査の分析結果

①ー１品種別果物の認知・購入経験

- ふじ、豊水、幸水、巨峰、あまおう、とちおとめは、「知っていて、購入したことがある」が６割を超えている。
- 特にふじ、巨峰、とちおとめの認知度は、８割を超えている。

Ｑ３１．下記の果物の品種について、あなたに当てはまるものをそれぞれ一つずつお答えください。（ＳＡ）

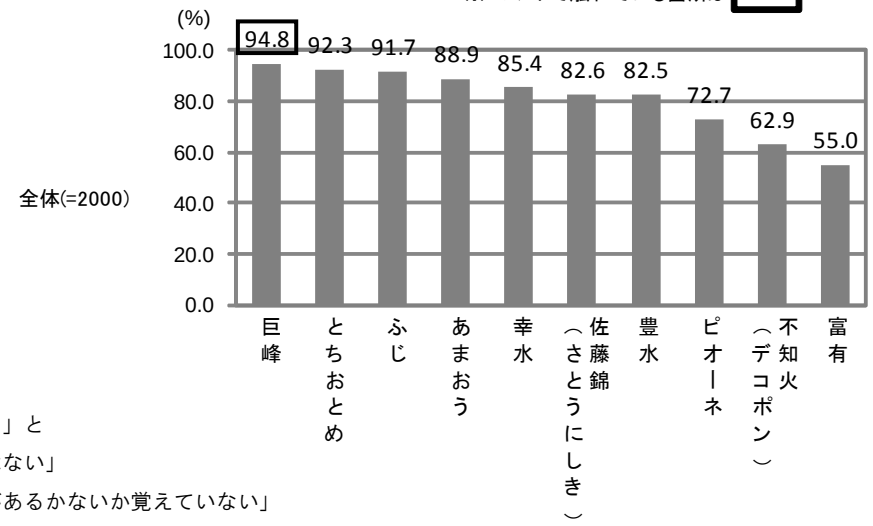


①ー２品種別果物の認知

- 全体では、「巨峰」が最も高い。次いで「とちおとめ」「ふじ」の順。
- 性別では、女性の方が高く、「ピオーネ」「不知火（デコポン）」が、男性を大きく上回っている。
- 年代別では高年層ほど高く、６０代は「幸水」「佐藤錦（さとうにしき）」「豊水」などが、他の年代を大きく上回り、いずれも９割を超えている。

Ｑ３１．下記の果物の品種について、あなたに当てはまるものをそれぞれ一つずつお答えください。（ＳＡ）

※コメントで触れている箇所は



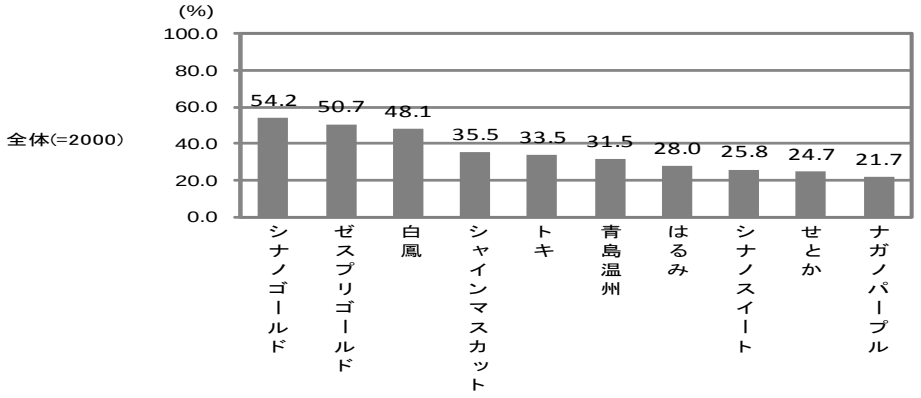
※グラフのスコアは
「知っていて購入したことがある」と
「知っているが、購入したことはない」
「知っているが、購入したことがあるかないか覚えていない」
の合計値

(%)

			巨峰	とちおとめ	ふじ	あまおう	幸水	佐藤錦（さとうにしき）	豊水	ピオーネ	不知火（デコポン）	富有
全体		(n=2000)	94.8	92.3	91.7	88.9	85.4	82.6	82.5	72.7	62.9	55.0
性別	男性	(n=1002)	92.4	87.7	88.1	*80.9*	*78.6*	*75.9*	*75.8*	*59.5*	*51.4*	*46.1*
	女性	(n=998)	97.1	96.8	95.3	96.8	92.2	89.3	89.2	86.0	74.3	63.8
年代	20代	(n=336)	*89.3*	88.7	*83.6*	87.5	*68.5*	*67.3*	*62.8*	*61.3*	**56.8**	*17.3*
	30代	(n=449)	94.0	93.1	92.7	92.4	87.1	81.5	82.9	70.2	59.7	*37.4*
	40代	(n=408)	94.1	90.7	89.7	84.6	83.8	81.6	82.6	71.3	58.8	51.2
	50代	(n=379)	96.3	92.9	93.7	89.7	88.7	87.6	88.1	75.5	64.4	74.1
	60代	(n=428)	99.1	95.1	97.2	89.5	95.6	92.3	92.5	83.2	73.4	89.5
意識別	摂取を意識している	(n=969)	95.4	94.1	94.6	91.3	88.3	86.5	86.7	78.5	69.8	60.6
	摂取を意識していない	(n=1031)	94.2	90.5	88.9	86.5	82.6	79.0	78.6	*67.2*	*56.4*	*49.7*
行動別	果物を食べている	(n=1292)	96.5	94.4	94.2	90.7	89.4	86.9	87.2	77.5	67.6	61.2
	果物を食べていない	(n=708)	91.5	88.3	87.1	85.5	*78.1*	*74.7*	*74.0*	*64.0*	*54.2*	*43.5*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	96.7	95.6	96.5	92.1	93.6	90.8	91.0	84.4	71.7	71.5
	果物200g以上摂取層	(n=272)	96.7	95.6	93.8	92.3	93.4	89.7	89.7	79.8	69.9	66.5
年代まとめ	若年層【20代】	(n=336)	*89.3*	88.7	*83.6*	87.5	*68.5*	*67.3*	*62.8*	*61.3*	*56.8*	*17.3*
	中年層【30～50代】	(n=1236)	94.7	92.2	92.0	89.0	86.5	83.4	84.4	72.2	60.8	53.2
	高年層【60代】	(n=428)	99.1	95.1	97.2	89.5	95.6	92.3	92.5	83.2	73.4	89.5

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

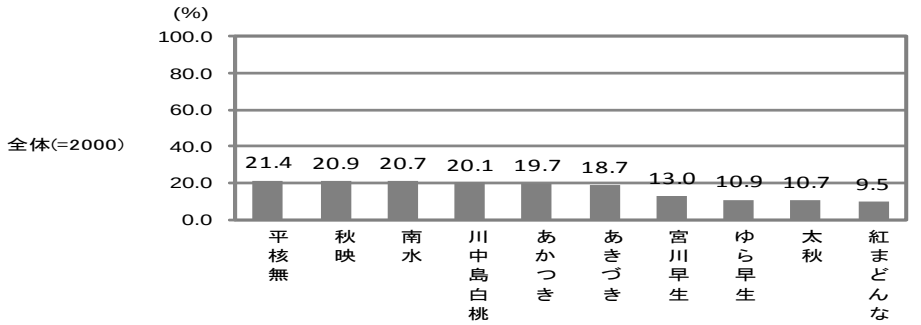
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。



(%)

全体		(n=2000)	54.2	50.7	48.1	35.5	33.5	31.5	28.0	25.8	24.7	21.7
性別	男性	(n=1002)	*43.7*	*36.0*	*37.3*	*30.1*	29.3	*26.1*	*18.9*	*18.6*	*16.3*	17.9
	女性	(n=998)	64.6	65.3	58.8	40.9	37.7	36.9	37.1	33.1	33.1	25.5
年代	20代	(n=336)	*45.5*	53.0	*32.1*	33.0	33.0	*19.3*	*16.7*	22.9	*19.0*	19.0
	30代	(n=449)	50.3	62.6	*39.0*	33.6	36.7	26.5	24.3	25.6	23.4	22.5
	40代	(n=408)	51.5	52.5	44.4	30.9	34.1	27.0	*21.8*	21.8	19.9	19.9
	50代	(n=379)	56.7	*44.6*	59.6	38.5	30.1	40.4	32.7	25.1	26.1	20.1
	60代	(n=428)	65.2	*40.0*	63.3	41.1	32.9	42.8	42.3	32.7	33.6	25.9
意識別	摂取を意識している	(n=969)	60.0	57.3	54.4	39.8	39.5	37.4	33.3	31.5	29.2	26.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	*48.7*	*44.4*	*42.1*	31.4	*27.8*	*26.0*	*22.9*	*20.5*	20.4	17.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	59.4	53.6	54.1	41.2	37.1	36.5	33.3	30.8	28.9	26.5
	果物を食べていない	(n=708)	*44.5*	*45.3*	*37.0*	*25.1*	*27.0*	*22.3*	*18.2*	*16.7*	*16.9*	*12.9*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	65.8	58.6	61.4	47.2	40.3	43.8	42.5	38.8	36.0	32.5
	果物200g以上摂取層	(n=272)	65.4	57.4	61.8	47.8	47.8	46.3	42.3	41.2	39.0	37.1
年代まとめ	若年層【20代】	(n=336)	*45.5*	53.0	*32.1*	33.0	33.0	*19.3*	*16.7*	22.9	**19.0**	19.0
	中年層【30～50代】	(n=1236)	52.7	53.7	47.1	34.2	33.8	30.9	26.1	24.2	23.1	20.9
	高年層【60代】	(n=428)	65.2	*40.0*	63.3	41.1	32.9	42.8	42.3	32.7	33.6	25.9

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



(%)

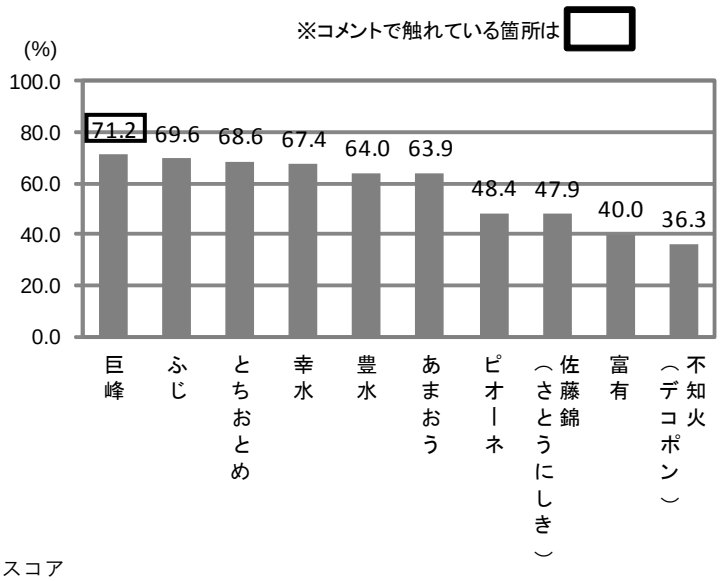
全体		(n=2000)	21.4	20.9	20.7	20.1	19.7	18.7	13.0	10.9	10.7	9.5
性別	男性	(n=1002)	*15.9*	*15.0*	19.7	18.1	16.7	16.6	12.4	11.0	11.1	9.0
	女性	(n=998)	27.0	26.9	21.7	22.0	22.6	20.7	13.5	10.8	10.3	9.9
年代	20代	(n=336)	*9.5*	18.2	19.0	*11.6*	*14.6*	20.5	12.2	10.7	8.6	8.9
	30代	(n=449)	*14.9*	19.8	21.4	18.9	18.5	19.6	11.4	11.8	11.4	9.8
	40代	(n=408)	*15.7*	17.6	20.1	16.7	16.7	15.2	12.0	9.1	7.8	9.1
	50代	(n=379)	29.6	19.3	21.9	23.5	24.5	20.1	14.2	10.6	13.2	9.0
	60代	(n=428)	35.7	28.7	20.8	28.0	23.4	18.2	15.0	12.1	12.1	10.3
意識別	摂取を意識している	(n=969)	24.8	26.4	25.1	23.5	23.7	23.5	16.3	13.9	13.8	12.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	18.2	*15.7*	16.6	16.8	15.8	14.1	9.8	8.1	7.8	6.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	26.4	25.4	23.9	24.3	23.2	22.3	15.4	13.3	13.4	11.6
	果物を食べていない	(n=708)	*12.3*	*12.7*	*14.8*	*12.3*	*13.1*	*12.0*	8.5	6.5	5.8	5.5
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	35.8	32.0	26.7	32.0	30.1	27.0	18.8	15.8	17.3	14.9
	果物200g以上摂取層	(n=272)	34.9	39.3	35.3	33.8	34.9	34.2	25.7	23.2	23.5	18.8
年代まとめ	若年層【20代】	(n=336)	*9.5*	18.2	19.0	*11.6*	*14.6*	20.5	12.2	10.7	8.6	8.9
	中年層【30～50代】	(n=1236)	19.7	18.9	21.1	19.6	19.7	18.3	12.5	10.5	10.8	9.3
	高年層【60代】	(n=428)	35.7	28.7	20.8	28.0	23.4	18.2	15.0	12.1	12.1	10.3

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

①ー３品種別果物の購入経験

- 全体では、「巨峰」が最も高い。次いで「ふじ」「とちおとめ」の順。
- 性別では、全体的に女性の方がスコアが高い。
- 年代別では、全体的に年代が上がるほどスコアが高くなる傾向にある。
- 意識別では、摂取を意識している層の方がスコアが高い。
- 行動別では、果物を食べている層の方がスコアが高い。
- 「果物２００ｇ以上摂取層」では、総じて全体のスコアを上回っている。

Ｑ３１．下記の果物の品種について、あなたに当てはまるものをそれぞれ一つずつお答えください。（ＳＡ）



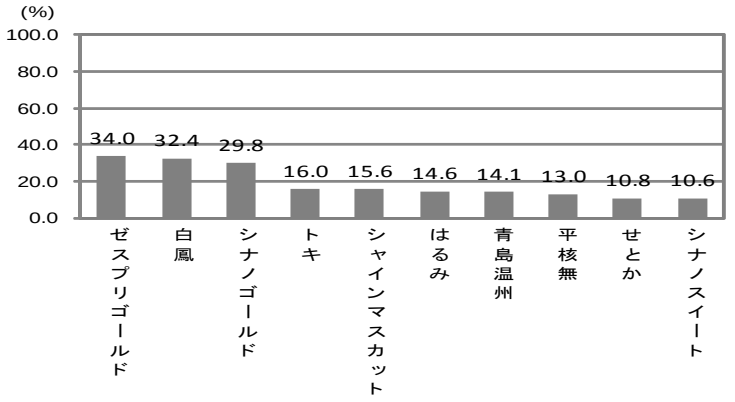
※グラフのスコアは
「知っていて、購入したことがある」のスコア

(%)

			巨峰	ふじ	とちおとめ	幸水	豊水	あまおう	ピオーネ	佐藤錦（さとうにしき）	富有	不知火（デコポン）
全体		(n=2000)	71.2	69.6	68.6	67.4	64.0	63.9	48.4	47.9	40.0	36.3
性別	男性	(n=1002)	*62.7*	*58.4*	*56.1*	*55.4*	*52.5*	*50.3*	*34.6*	**39.2**	**30.5**	*25.6*
	女性	(n=998)	79.7	80.8	81.1	79.5	75.5	77.6	62.1	56.6	49.4	46.9
年代	20代	(n=336)	*50.3*	*46.4*	*49.1*	*39.9*	*33.0*	*48.5*	*25.9*	*25.9*	*7.4*	*23.2*
	30代	(n=449)	**66.1**	65.0	65.5	64.6	60.8	62.6	*42.3*	*39.2*	*20.7*	*30.1*
	40代	(n=408)	67.4	66.2	66.7	65.0	63.0	60.8	44.6	44.4	*31.6*	*30.4*
	50代	(n=379)	79.4	78.9	74.9	78.4	75.2	68.9	56.7	57.3	56.7	40.6
	60代	(n=428)	89.0	87.4	83.2	84.6	82.5	75.9	68.5	69.4	78.7	54.7
意識別	摂取を意識している	(n=969)	77.5	76.7	76.0	74.7	71.9	70.9	55.5	54.3	45.1	43.6
	摂取を意識していない	(n=1031)	*65.2*	*62.9*	*61.6*	*60.5*	*56.5*	*57.3*	*41.6*	*41.9*	35.1	*29.4*
行動別	果物を食べている	(n=1292)	79.0	78.0	75.0	75.4	72.1	69.0	55.6	56.7	48.1	43.3
	果物を食べていない	(n=708)	*56.8*	*54.1*	*56.8*	*52.8*	*49.0*	*54.7*	*35.2*	*31.9*	*25.0*	*23.3*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	84.0	85.5	81.4	83.1	79.2	74.1	65.8	65.3	56.4	50.0
	果物200g以上摂取層	(n=272)	82.0	77.2	78.3	77.2	73.9	72.8	58.8	60.7	50.0	49.6
年代まとめ	若年層【20代】	(n=336)	*50.3*	*46.4*	*49.1*	*39.9*	*33.0*	*48.5*	*25.9*	*25.9*	*7.4*	*23.2*
	中年層【30～50代】	(n=1236)	70.6	69.7	68.8	68.9	65.9	63.9	47.5	46.4	35.4	33.4
	高年層【60代】	(n=428)	89.0	87.4	83.2	84.6	82.5	75.9	68.5	69.4	78.7	54.7

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

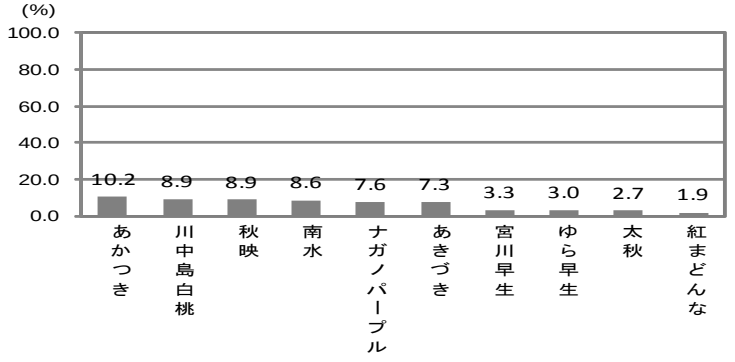


(%)

全体		(n=2000)	34.0	32.4	29.8	16.0	15.6	14.6	14.1	13.0	10.8	10.6
性別	男性	(n=1002)	*18.4*	*21.1*	*20.9*	11.9	11.9	*7.3*	9.5	*7.4*	6.0	6.3
	女性	(n=998)	49.6	43.8	38.7	20.0	19.2	21.9	18.6	18.6	15.6	14.8
年代	20代	(n=336)	*28.0*	*14.6*	*16.7*	*10.1*	*9.5*	*4.5*	*5.4*	*2.7*	6.3	*4.5*
	30代	(n=449)	41.9	*22.3*	25.8	15.8	12.5	11.1	*8.9*	*5.8*	7.3	8.9
	40代	(n=408)	35.3	28.9	27.5	15.9	13.0	*8.3*	10.3	*7.4*	7.4	8.8
	50代	(n=379)	31.7	43.3	32.5	16.9	17.4	19.3	21.9	19.5	12.7	11.9
	60代	(n=428)	31.1	50.7	43.9	19.9	24.3	28.0	22.9	28.3	19.6	17.5
意識別	摂取を意識している	(n=969)	42.0	38.4	34.6	19.3	19.3	18.3	16.9	15.5	12.7	13.5
	摂取を意識していない	(n=1031)	*26.4*	*26.8*	25.2	12.8	12.0	11.2	11.3	10.7	9.0	7.8
行動別	果物を食べている	(n=1292)	38.2	38.6	36.1	18.8	19.2	18.8	17.7	17.0	14.3	14.3
	果物を食べていない	(n=708)	*26.3*	*21.0*	*18.1*	*10.7*	*8.9*	*6.9*	*7.3*	*5.8*	*4.4*	*3.7*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	46.0	47.1	43.0	23.2	24.3	26.8	23.5	24.4	20.6	22.2
	果物200g以上摂取層	(n=272)	37.5	46.0	40.1	23.2	21.7	22.8	21.0	19.9	21.7	19.5
年代まとめ	若年層【20代】	(n=336)	*28.0*	*14.6*	*16.7*	*10.1*	*9.5*	*4.5*	*5.4*	*2.7*	6.3	*4.5*
	中年層【30～50代】	(n=1236)	36.6	30.9	28.4	16.2	14.2	12.7	13.3	10.5	9.0	9.8
	高年層【60代】	(n=428)	31.1	50.7	43.9	19.9	24.3	28.0	22.9	28.3	19.6	17.5

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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



(%)

全体		(n=2000)	10.2	8.9	8.9	8.6	7.6	7.3	3.3	3.0	2.7	1.9
性別	男性	(n=1002)	7.1	7.5	4.9	7.1	5.4	5.0	2.3	2.7	2.1	1.1
	女性	(n=998)	13.3	10.3	12.8	10.0	9.8	9.6	4.2	3.2	3.3	2.6
年代	20代	(n=336)	6.0	*3.6*	*2.7*	5.4	4.2	6.3	1.2	1.8	1.5	1.8
	30代	(n=449)	7.6	6.0	4.5	7.8	6.9	6.5	2.4	2.4	1.6	1.8
	40代	(n=408)	10.3	6.6	7.4	9.8	6.4	5.9	3.7	2.7	2.0	2.0
	50代	(n=379)	13.5	12.9	11.3	9.5	7.9	9.2	5.0	3.4	3.4	1.6
	60代	(n=428)	13.3	14.7	17.5	9.8	11.9	8.6	3.7	4.2	4.9	2.1
意識別	摂取を意識している	(n=969)	12.5	10.0	11.0	10.5	10.3	9.8	4.3	3.9	3.4	2.1
	摂取を意識していない	(n=1031)	8.1	7.9	6.8	6.7	5.0	4.9	2.2	2.0	2.0	1.6
行動別	果物を食べている	(n=1292)	12.5	11.4	11.8	10.8	10.1	9.1	4.3	3.7	3.8	2.5
	果物を食べていない	(n=708)	6.1	4.4	*3.5*	4.5	3.1	4.0	1.3	1.6	0.7	0.7
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	19.7	17.3	*17.1*	13.2	15.8	12.5	7.4	5.7	4.6	3.7
	果物200g以上摂取層	(n=272)	16.5	15.4	16.2	16.2	15.8	16.2	6.6	6.6	7.0	4.8
年代まとめ	若年層【20代】	(n=336)	6.0	*3.6*	*2.7*	5.4	4.2	6.3	1.2	1.8	1.5	1.8
	中年層【30～50代】	(n=1236)	10.3	8.3	7.5	9.0	7.0	7.1	3.6	2.8	2.3	1.8
	高年層【60代】	(n=428)	13.3	14.7	17.5	9.8	11.9	8.6	3.7	4.2	4.9	2.1

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

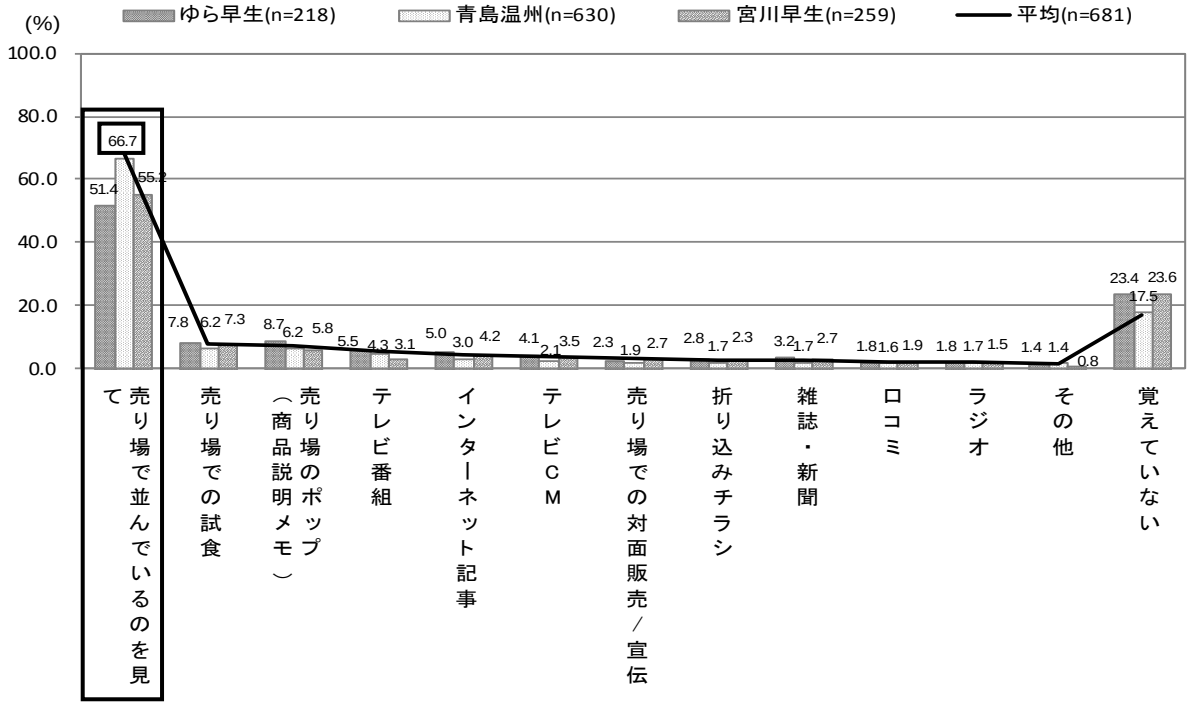
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

②ー１ “温州みかん”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、「売り場での試食」「売り場のポップ（商品説明メモ）」が続く。
- 「青島温州」は、「売り場で並んでいるのを見て」が他の品種と比べて高い。

Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

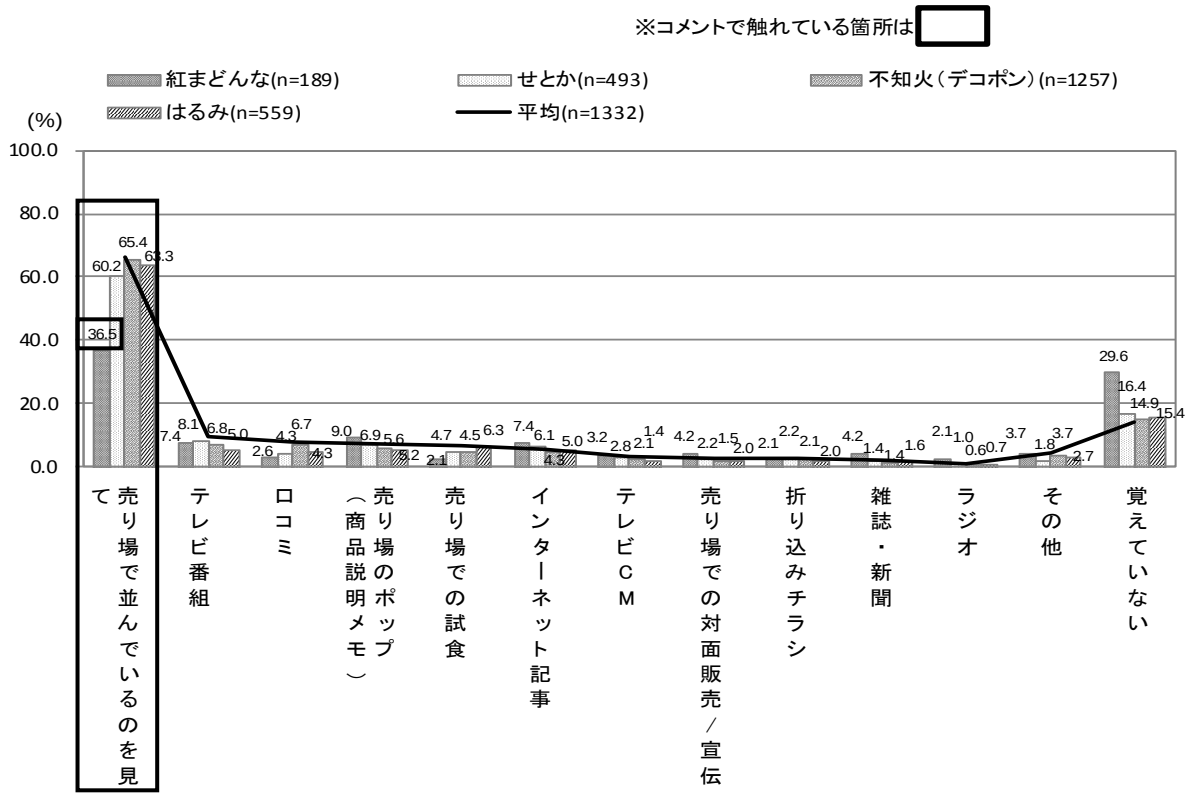
※コメントで触れている箇所は



②ー２“その他かんきつ類”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、 「テレビ番組」「口コミ」「売場のポップ」が続く。
- 品種が新しい「紅まどんな」は、「売場で並んでいるのを見て」が他の品種と比べて低い。

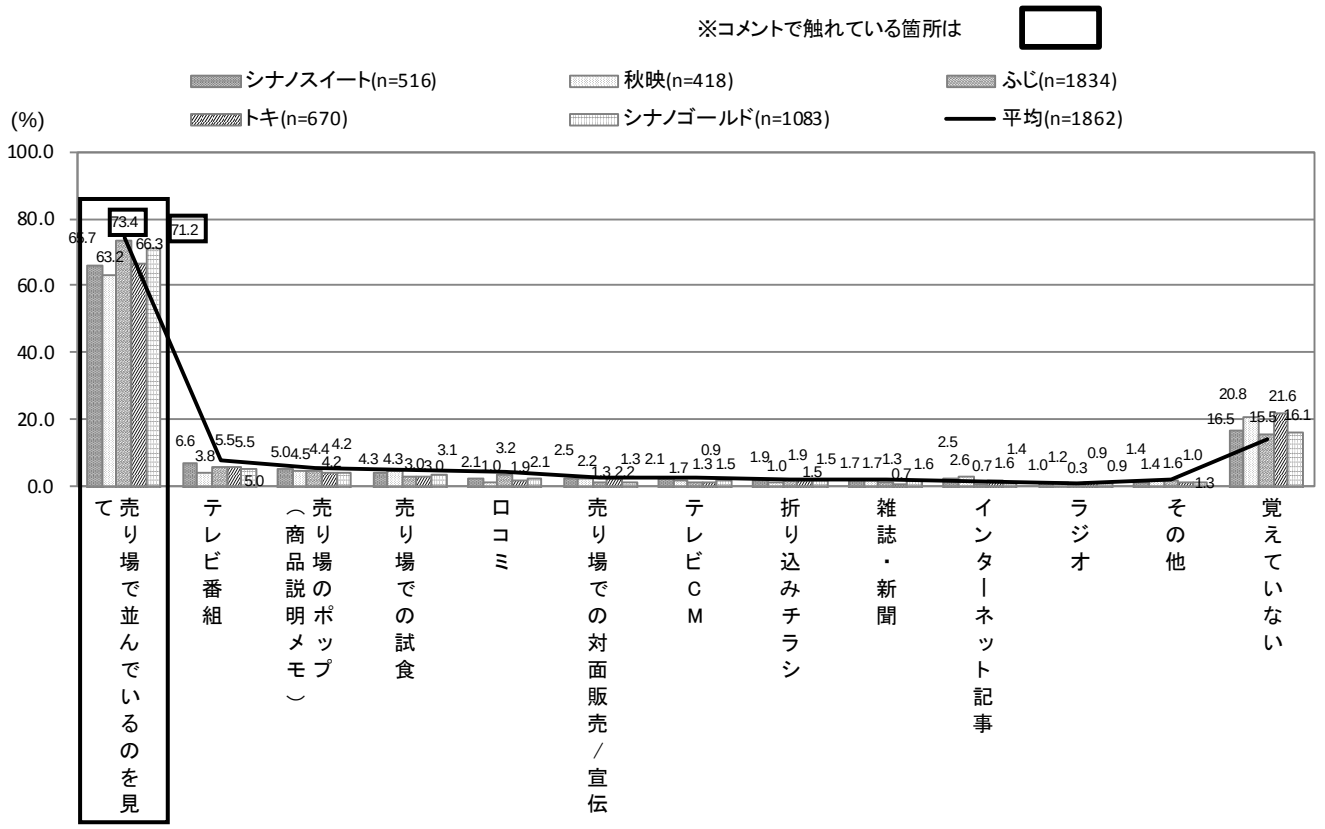
Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）



②ー３ “りんご”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、 「テレビ番組」「売り場のポップ（商品説明メモ）」が続く。
- 「ふじ」「シナノゴールド」は、「売場で並んでいるのを見て」が７割を超えている。

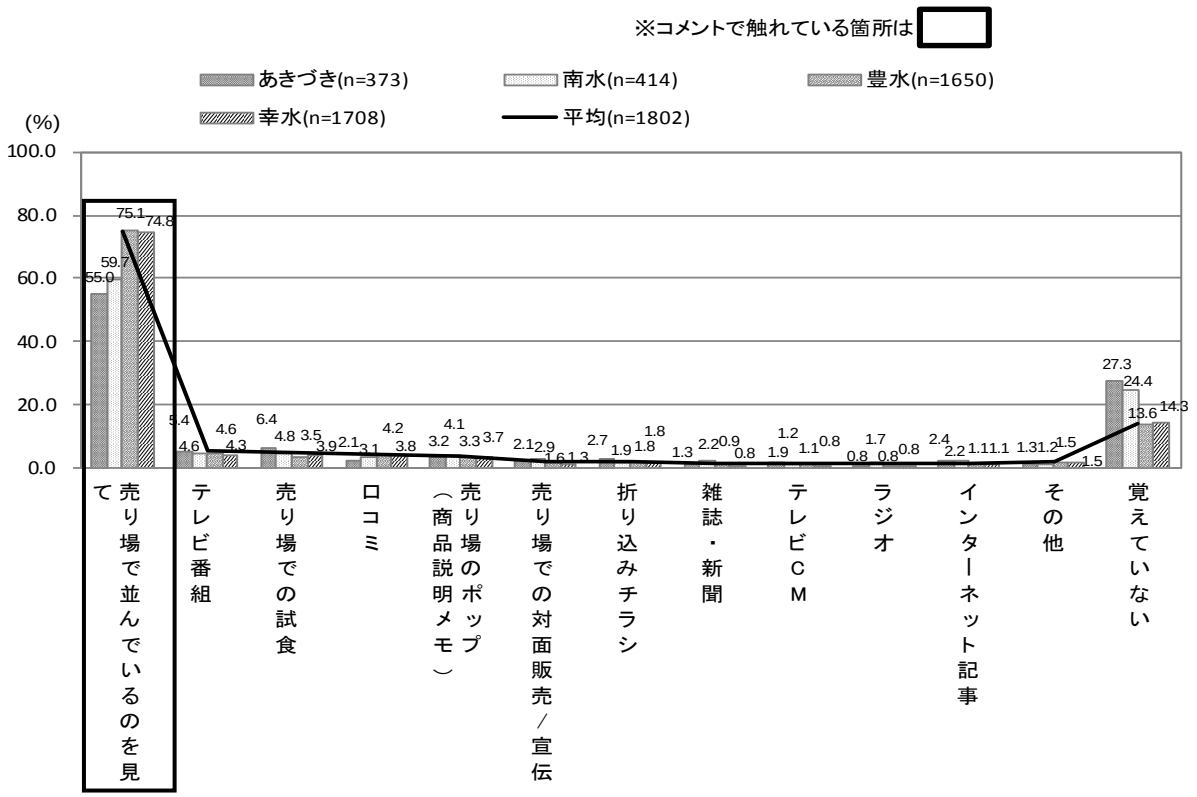
Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）



②ー4 “梨（なし）”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、 「テレビ番組」「売り場での試食」が続く。
- 「あきづき」「南水」は、「売場で並んでいるのを見て」が６割弱。一方、「豊水」「幸水」は７割半ばと高くなっている。

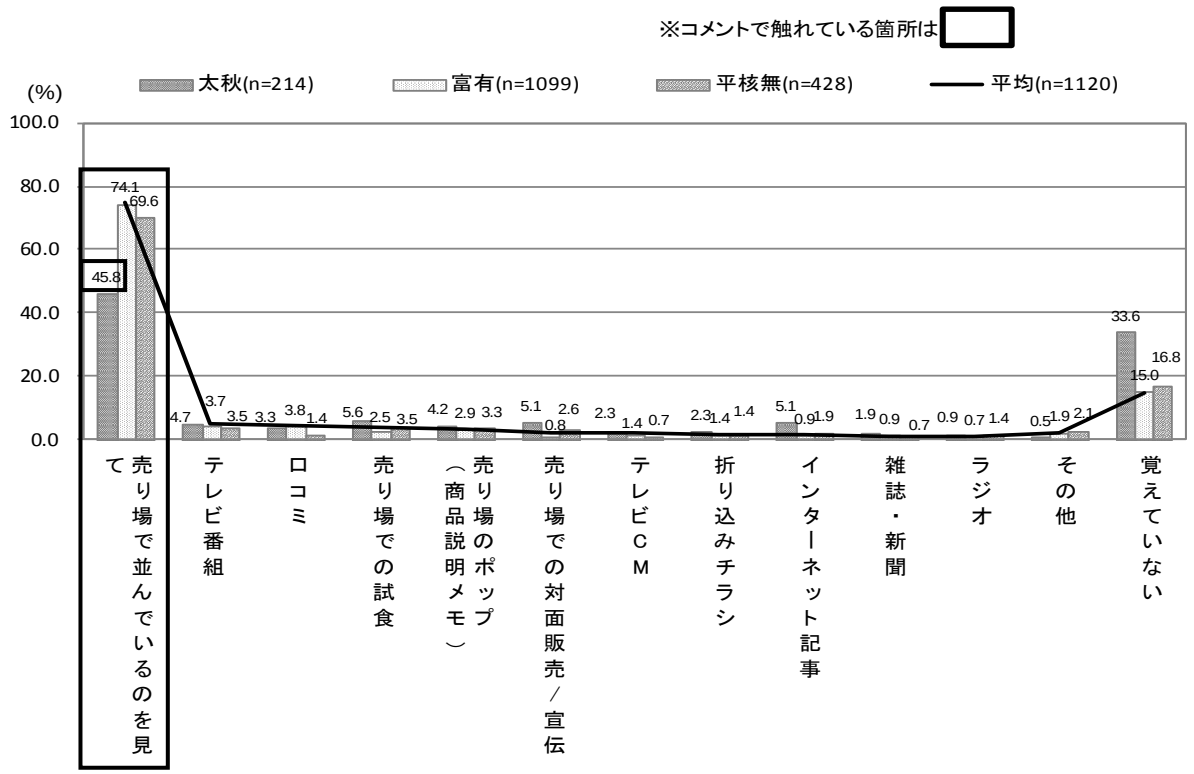
Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）



②ー５“柿（かき）”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、 「テレビ番組」「口コミ」が続く。
- 品種が新しい「太秋」は、「売場で並んでいるのを見て」が４割半ばで、他の品種と比べて低い。

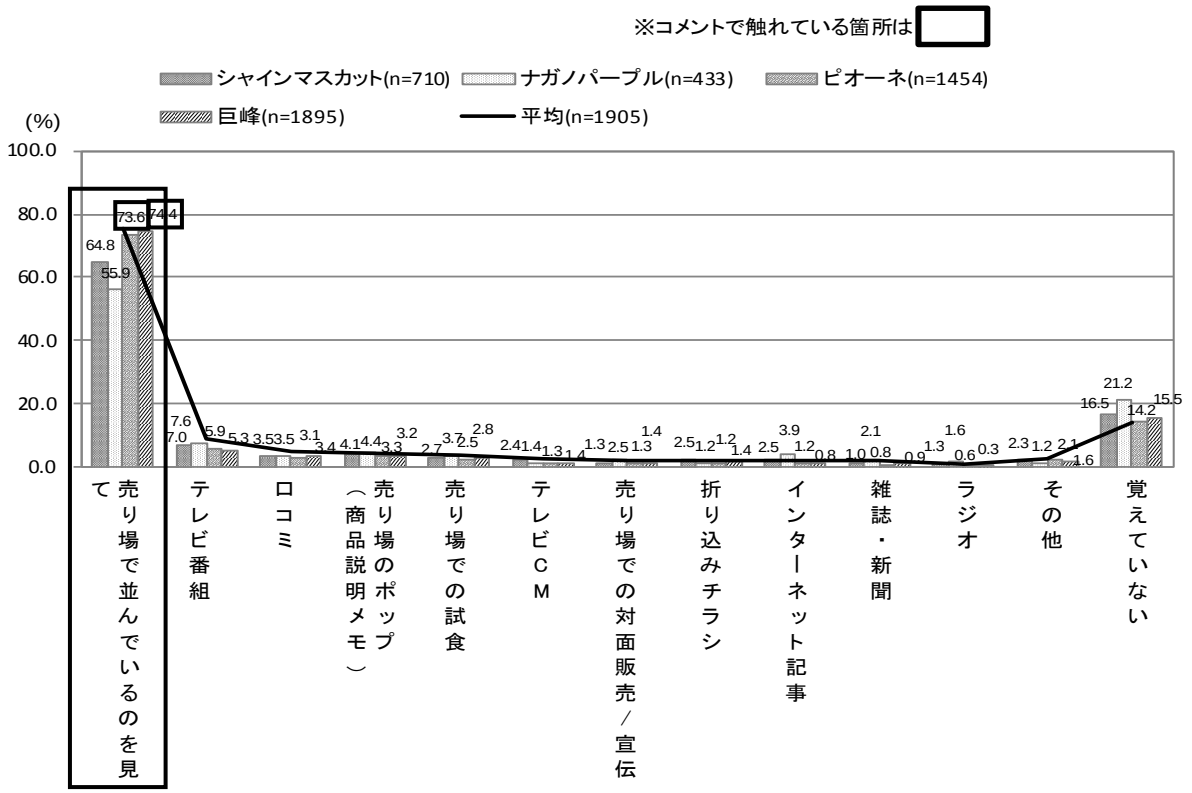
Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）



②ー６ “ぶどう”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、 「テレビ番組」「口コミ」が続く。
- 「ピオーネ」「巨峰」は、品種が新しい「シャインマスカット」「ナガノパープル」と比べて「売場で並んでいるのを見て」のスコアが高い。

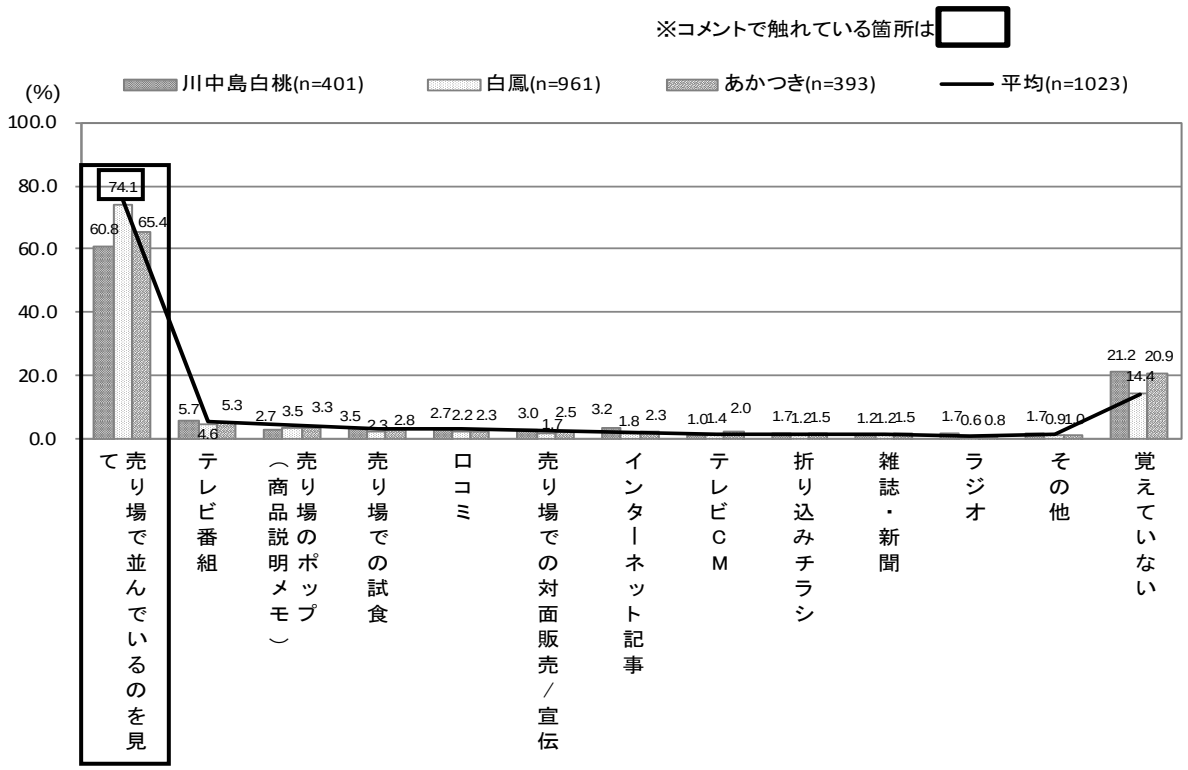
Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）



②ー７“桃（もも）”の認知経路（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、 「テレビ番組」「売り場のポップ（商品説明メモ）」が続く。
- 中でも「白鳳」は、「売場で並んでいるのを見て」が特に高く、７４．１%にのぼっている。

Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

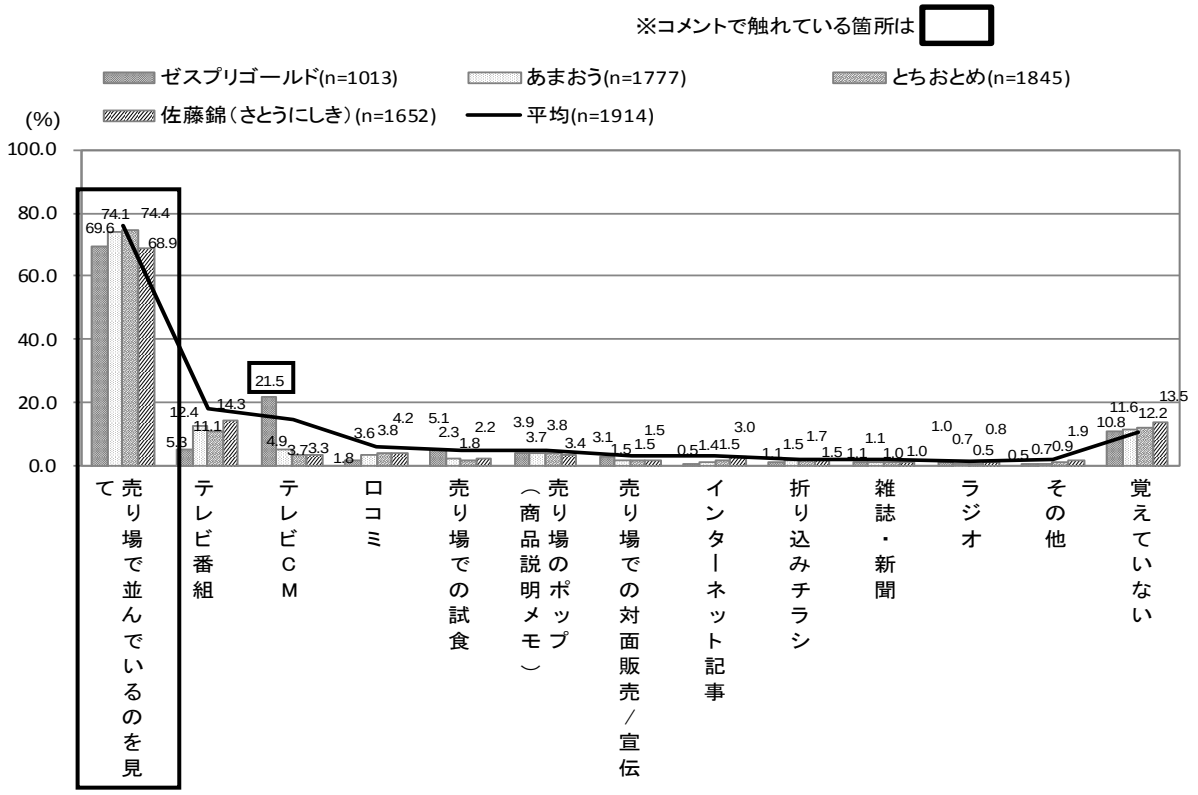


②ー８“キウイフルーツ・いちご・さくらんぼ”の認知経路

（認知者ベース：品種別　／平均値比較）

- 認知者では、いずれの品種も認知経路は「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。格段に低くなるが、 「テレビ番組」「テレビＣＭ」が続く。
- 「ゼスプリゴールド」は、「テレビＣＭ」が２１．５％で、他の品種を大きく上回っている。

Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）



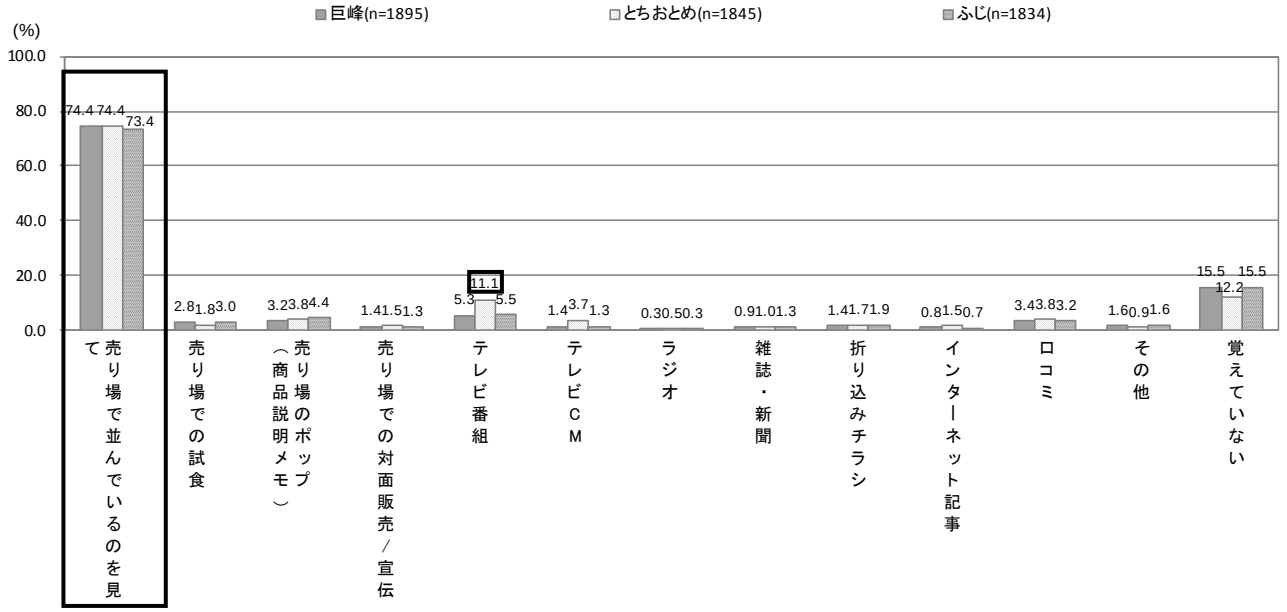
②ー９認知上位3品種・下位3品種（認知者ベース）

- 認知者では、認知上位の３品種（「巨峰」「とちおとめ」「ふじ」）、下位３品種（「ゆら早生」「太秋」「紅まどんな」）のいずれの品種においても、「売り場で並んでいるのを見て」が突出している。
- 「売り場で並んでいるのを見て」以外の認知経路では「とちおとめ」で「テレビ番組」が１１．１％と唯一１割を超えている点が目立つ。
- 下位３品種では「売場で並んでいるのを見て」以外の認知経路では、「売場での試食」「売場のポップ」「テレビ番組」「インターネット記事」が比較的高い。

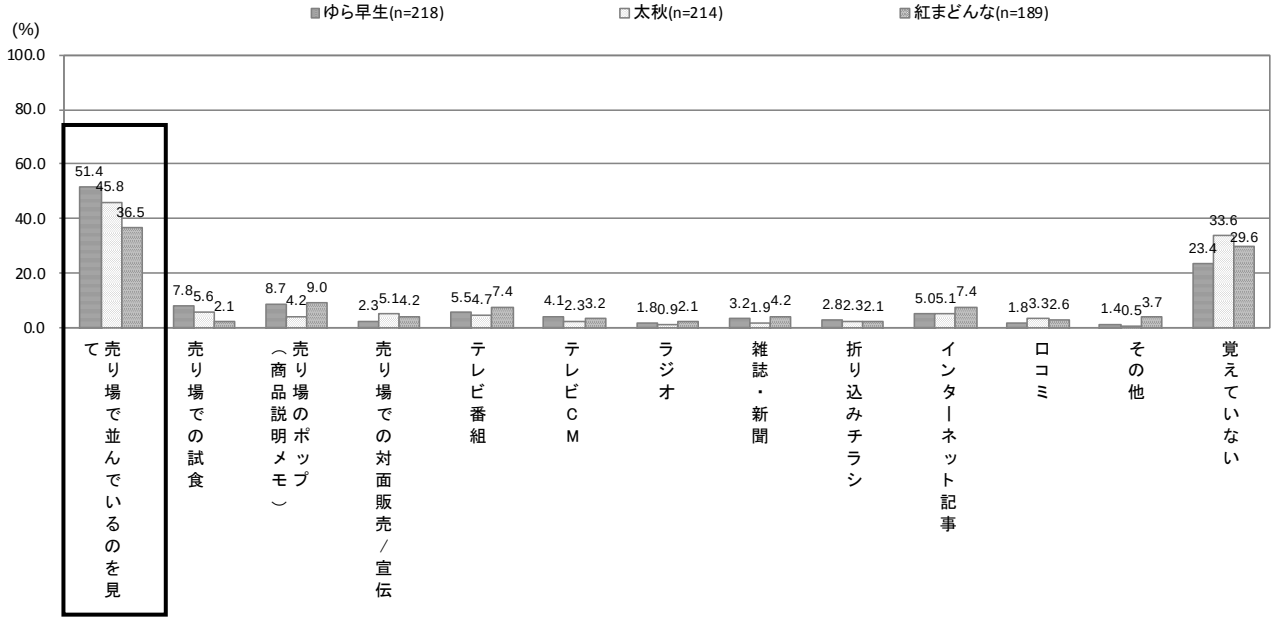
Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

【上位3品種】

※コメントで触れている箇所は□



【下位3品種】



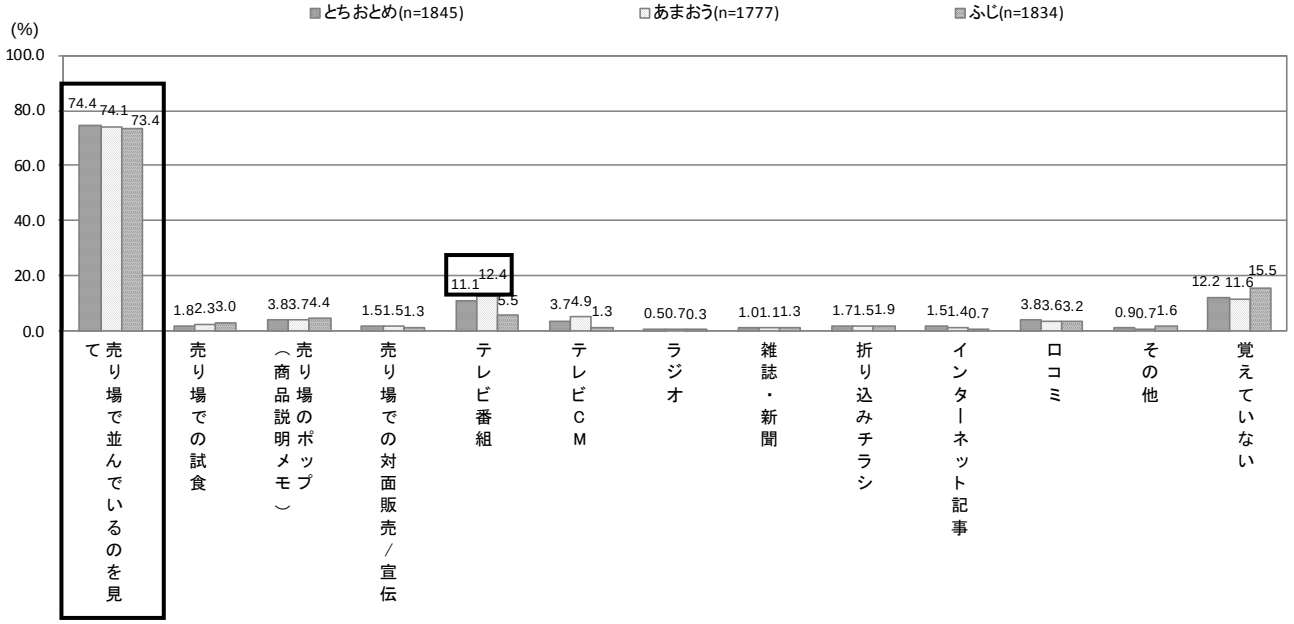
②ー１０購入意向上位3品種・下位3品種（認知者ベース）

- 認知者では、購入意向上位の３品種（「とちおとめ」「あまおう」「ふじ」）、下位３品種（「ゆら早生」「太秋」「紅まどんな」）のいずれの品種においても、「売り場で並んでいるのを見て」が突出している。「売り場で並んでいるのを見て」以外の認知経路では、「とちおとめ」「あまおう」で、「テレビ番組」が１割を超えている点が目立つ。

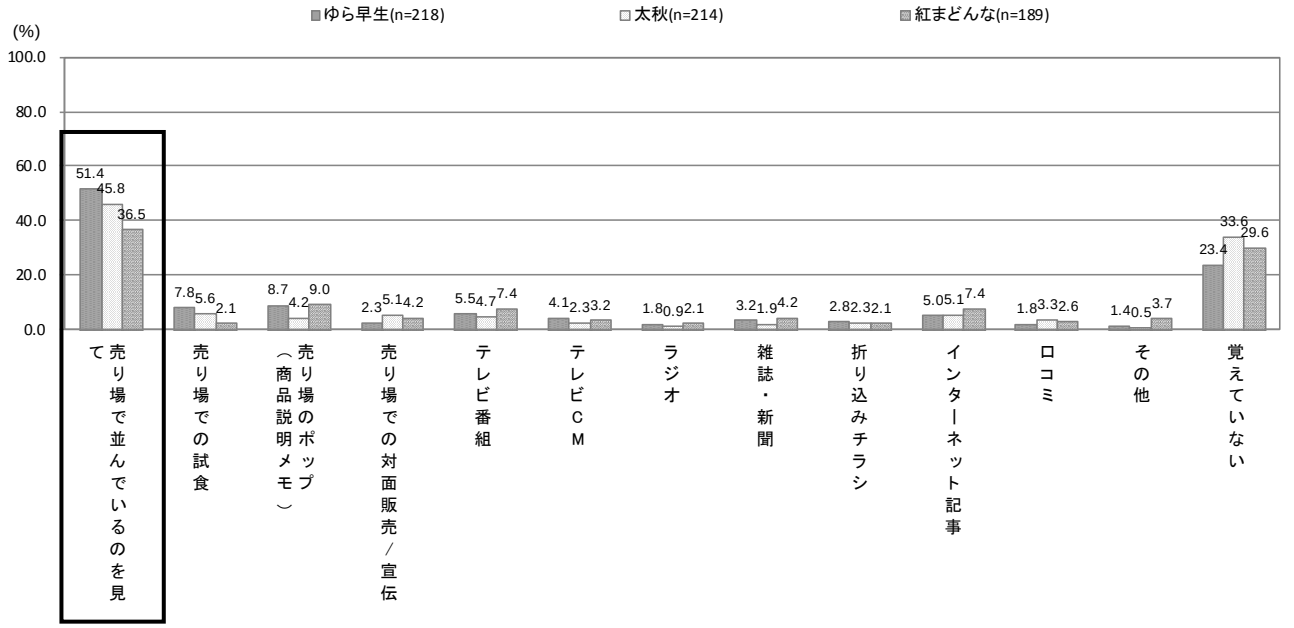
Ｑ３２．下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

【上位3品種】

※コメントで触れている箇所は



【下位3品種】

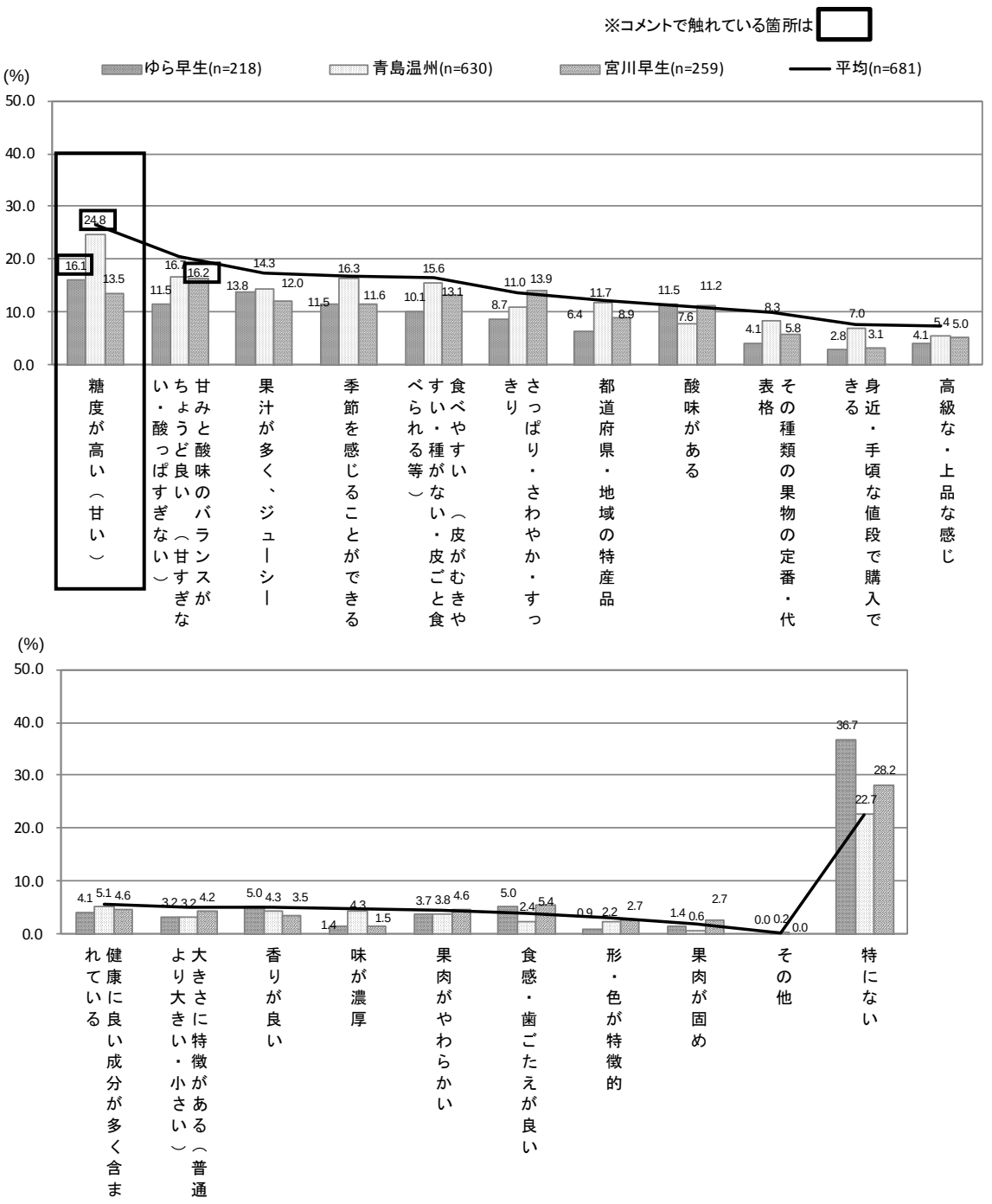


③ー１ “温州みかん”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 平均では、「糖度が高い（甘い）」が最も高い。次いで、「甘みと酸味のバランスがちょうど良い　（甘すぎない・酸っぱすぎない）」「果汁が多く、ジューシー」の順。
- 「ゆら早生」「青島温州」は「糖度が高い（甘い）」が最も高く、「宮川早生」は「甘みと酸味のバランスがちょうど良い　（甘すぎない・酸っぱすぎない）」が最も高い。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は

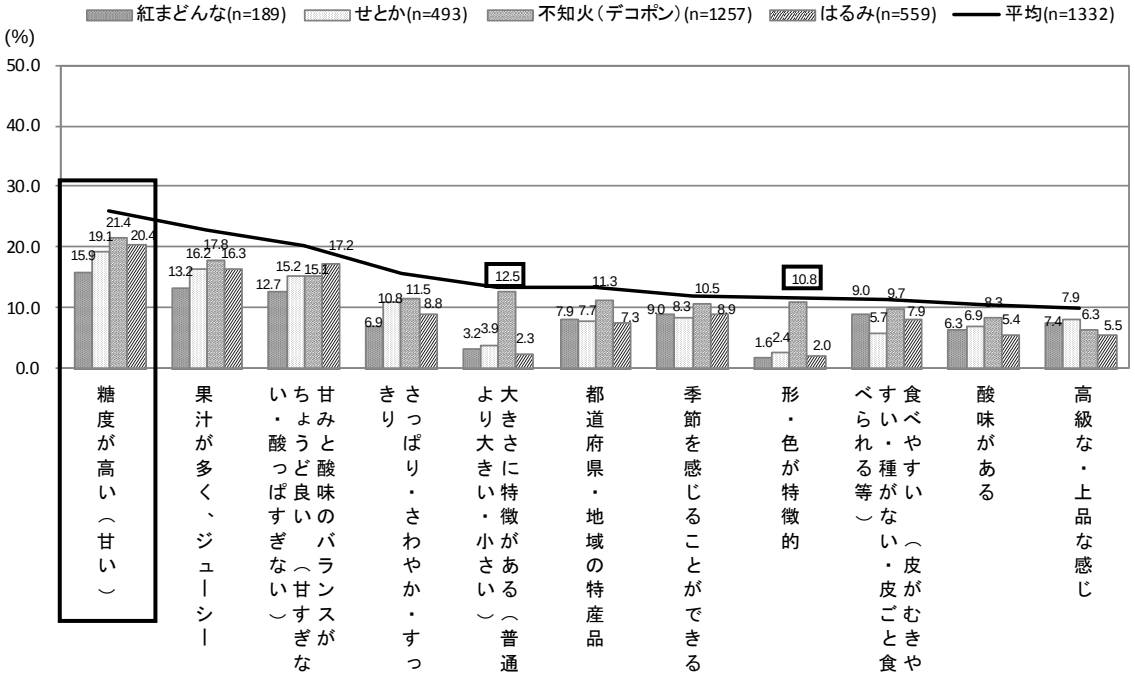


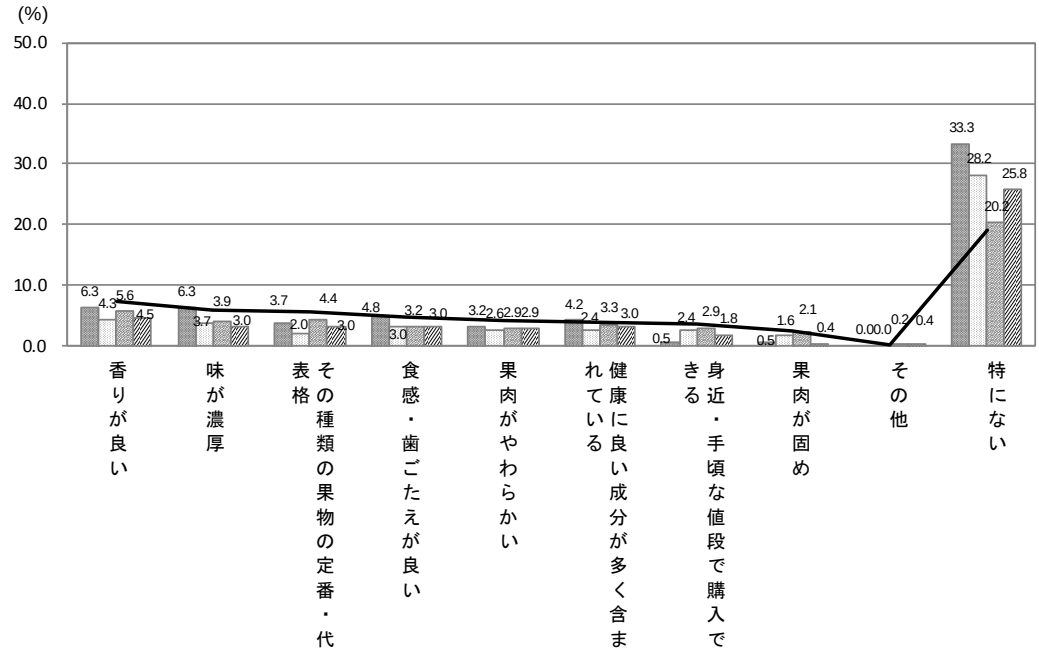
③ー２ “その他かんきつ類”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 平均では、「糖度が高い（甘い）」が最も高い。次いで、「果汁が多く、ジューシー」「甘みと酸味のバランスがちょうど良い　（甘すぎない・酸っぱすぎない）」の順。
- どの品種も、「糖度が高い（甘い）」が最も高い。２位、３位も全体と同じ傾向。（「はるみ」だけは２位と３位の順位が入れ替わる。）
- 「不知火（デコポン）」は、「大きさに特徴がある（普通より大きい・小さい）」「形・色が特徴的」が、他の品種と比べて高くなっている。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は



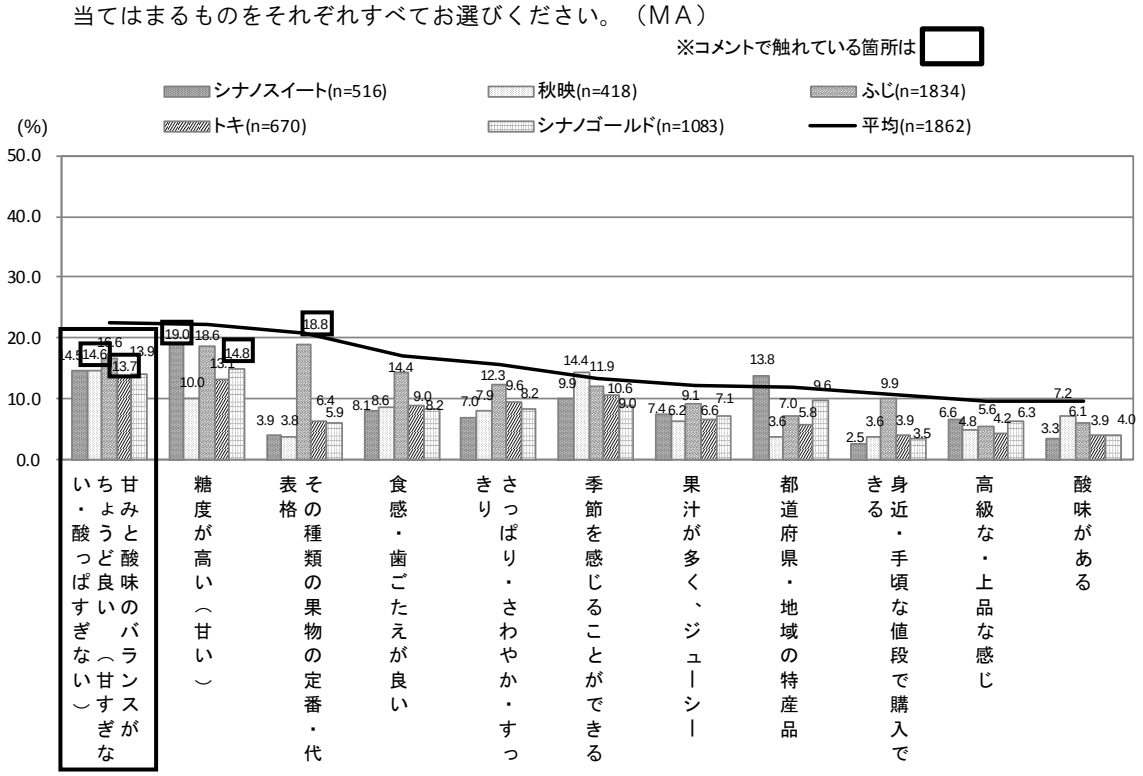


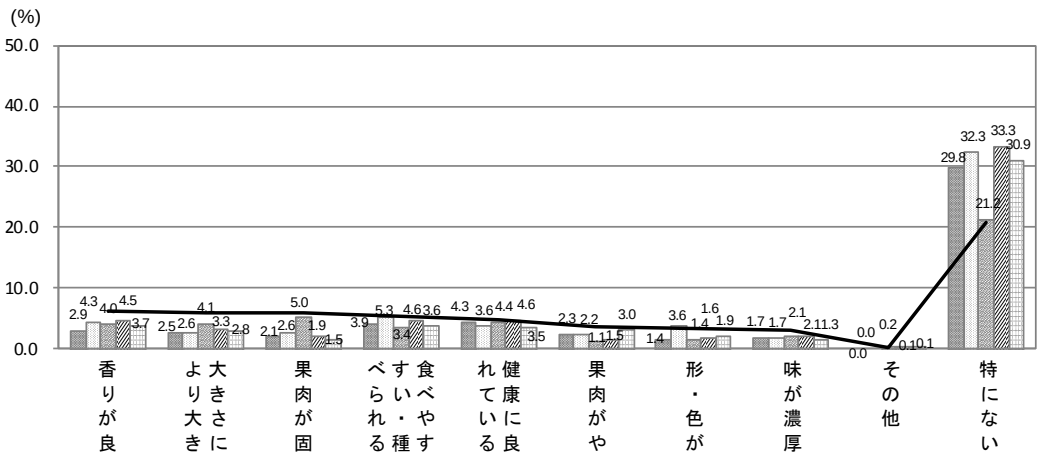
③ー３ “りんご”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 平均では、「甘みと酸味のバランスがちょうど良い　（甘すぎない・酸っぱすぎない）」が最も高い。次いで、「糖度が高い（甘い）」「その種類の果物の定番・代表格」の順。
- 最も高いイメージは品種によって異なっている。「シナノスイート」「シナノゴールド」では「糖度が高い（甘い）」、「秋映」「トキ」では「甘みと酸味のバランスがちょうど良い　（甘すぎない・酸っぱすぎない）」、「ふじ」では「その種類の果物の定番・代表格」がそれぞれ最も高い。
- 「ふじ」は、「その種類の果物の定番・代表格」のイメージで、他の品種よりも頭一つ抜けて高い。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は



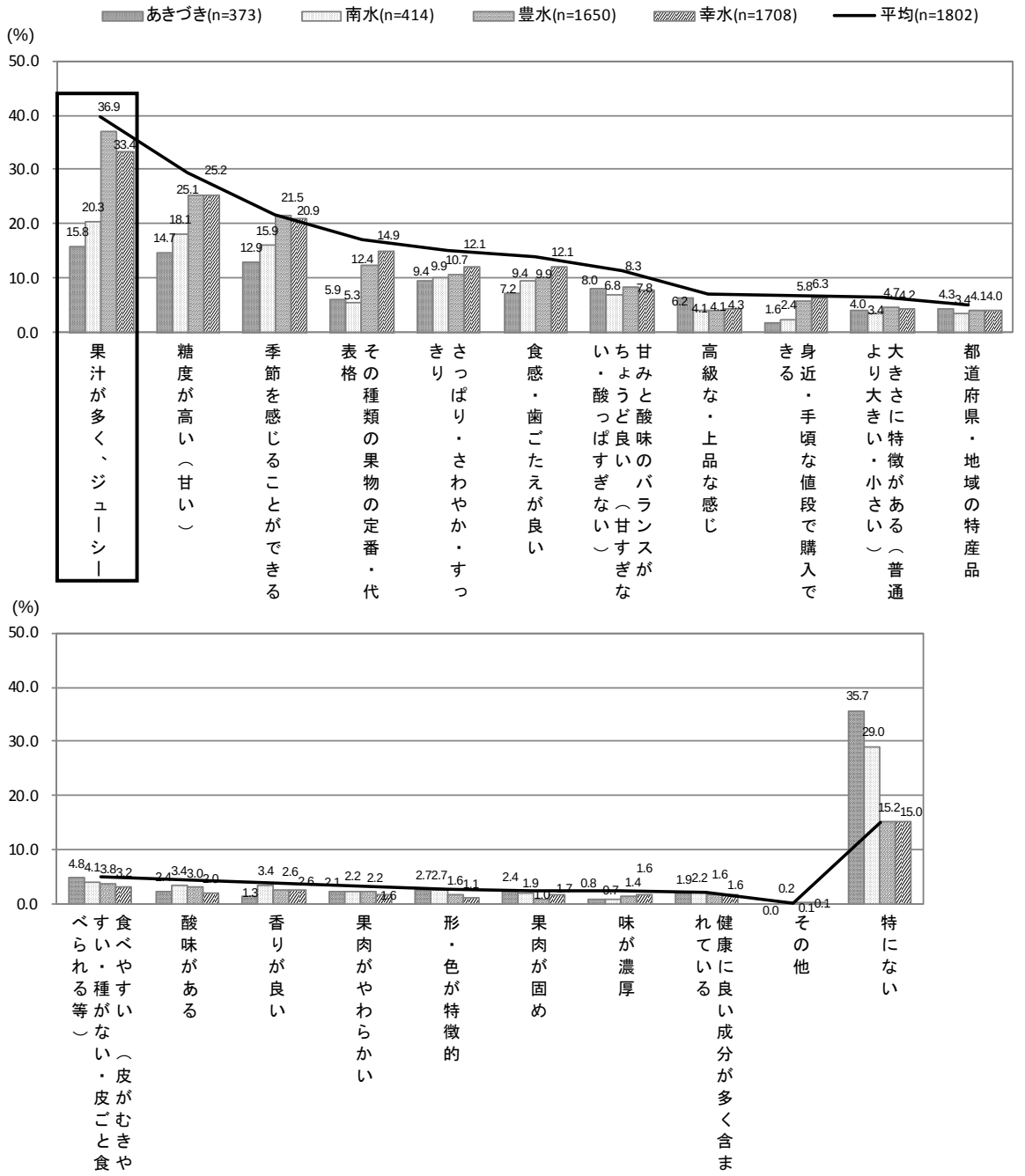


③ー４“梨（なし）”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- いずれの品種も、「果汁が多く、ジューシー」が最も高く、次いで、「糖度が高い（甘い）」「季節を感じることができる」の順となっている。
- 「豊水」「幸水」は、「あきづき」「南水」と比べて全体的に高いスコアとなっている。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は

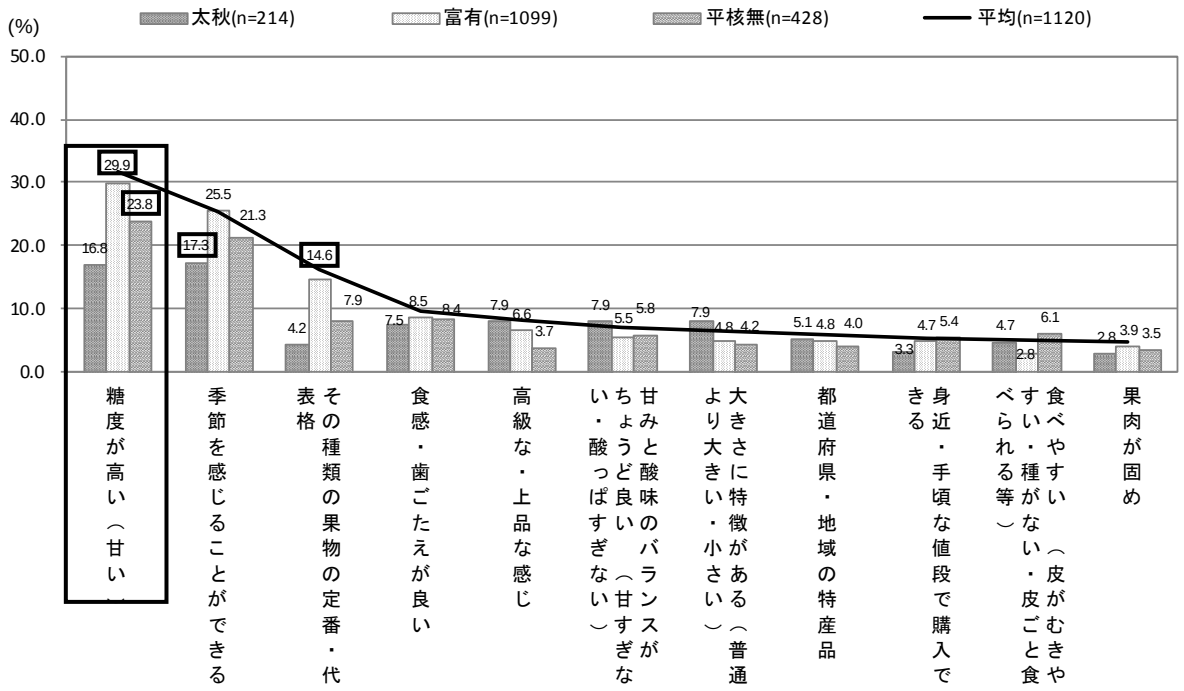


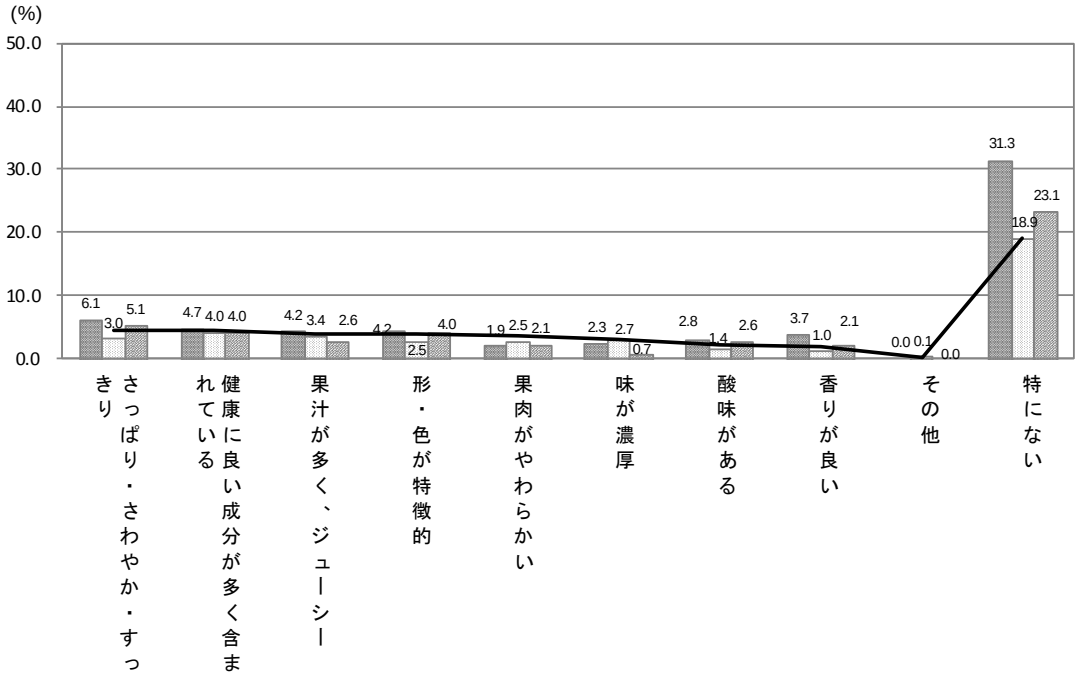
③ー５“柿（かき）”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 平均では、「糖度が高い（甘い）」が最も高い。次いで、「季節を感じることができる」「その種類の果物の定番・代表格」の順。
- 「富有」「平核無」は「糖度が高い（甘い）」が最も高く、「太秋」は「季節を感じることができる」が最も高い。
- 「その種類の果物の定番・代表格」については、「富有」が抜きん出て高い。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は



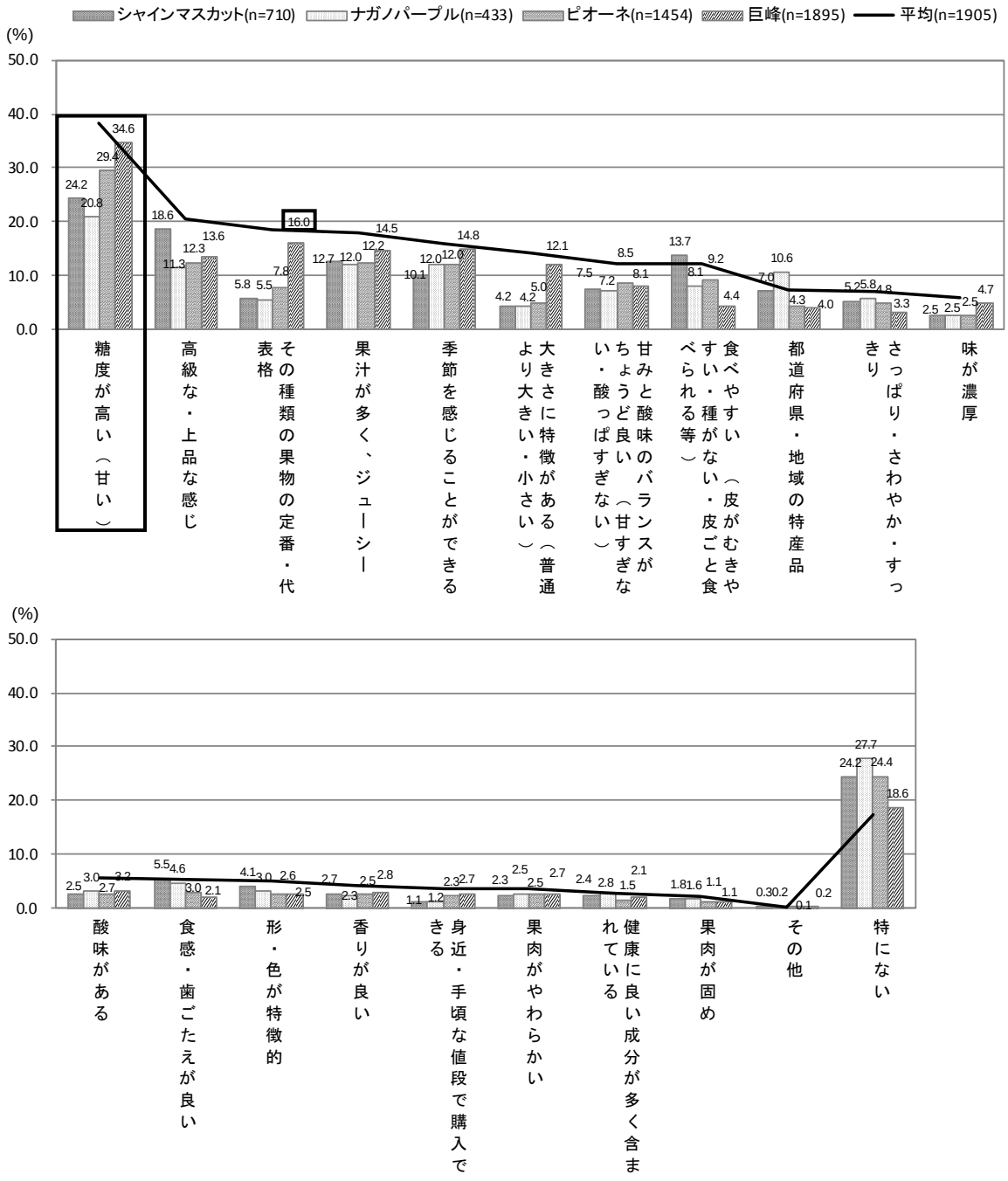


③ー６ “ぶどう”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 平均では、「糖度が高い（甘い）」が最も高い。次いで、「高級な・上品な感じ」「その種類の果物の定番・代表格」の順。
- いずれの品種も「糖度が高い（甘い）」が最も高い。
- 「巨峰」は、「その種類の果物の定番・代表格」が他の品種と比べて突出して高い。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は

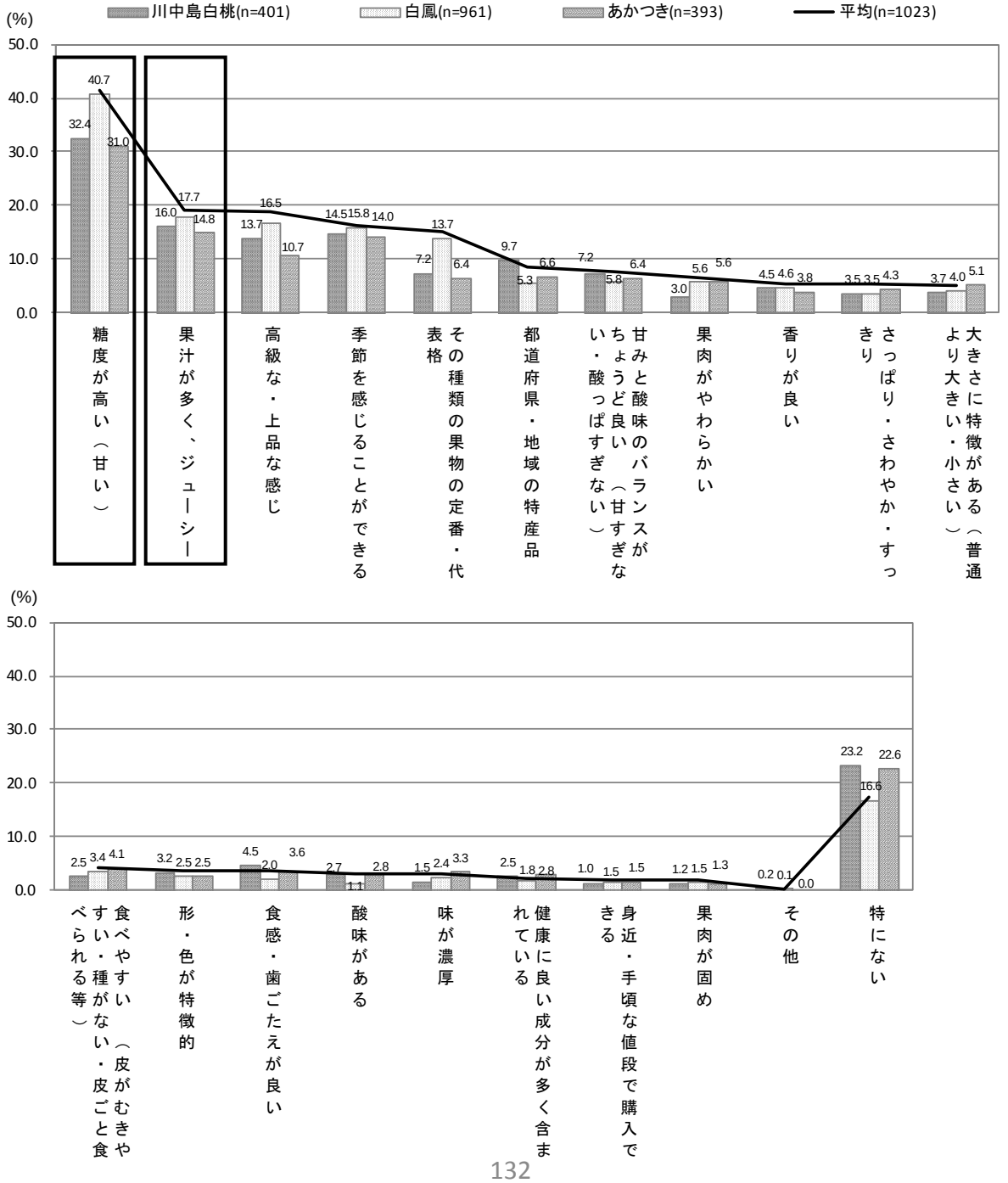


③ー７“桃（もも）”のイメージ（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 平均では、「糖度が高い（甘い）」が最も高い。次いで、「果汁が多く、ジューシー」「高級な・上品な感じ」の順。
- いずれの品種も「糖度が高い（甘い）」が最も高く、次いで「果汁が多く、ジューシー」が高い。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

※コメントで触れている箇所は□

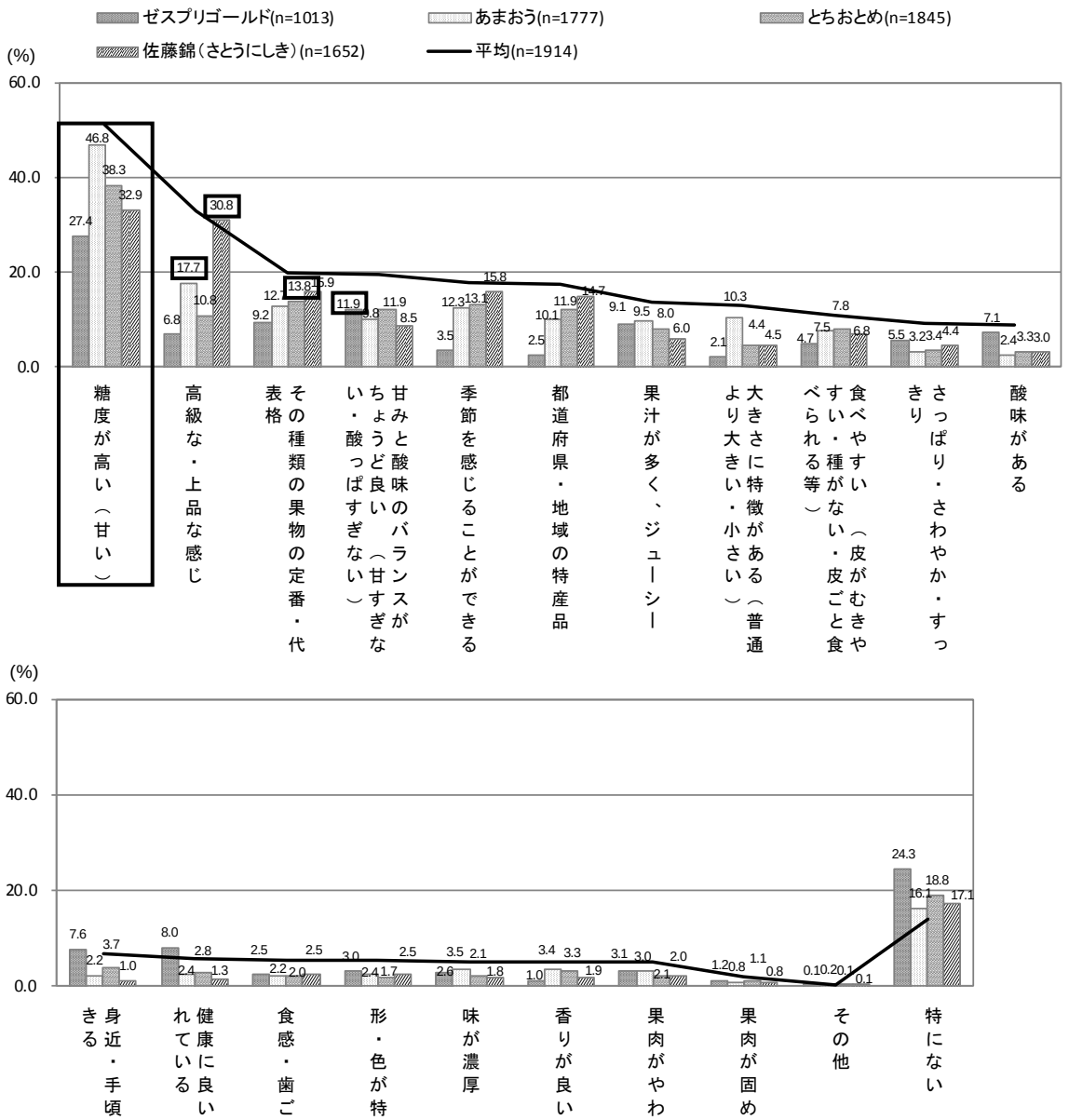


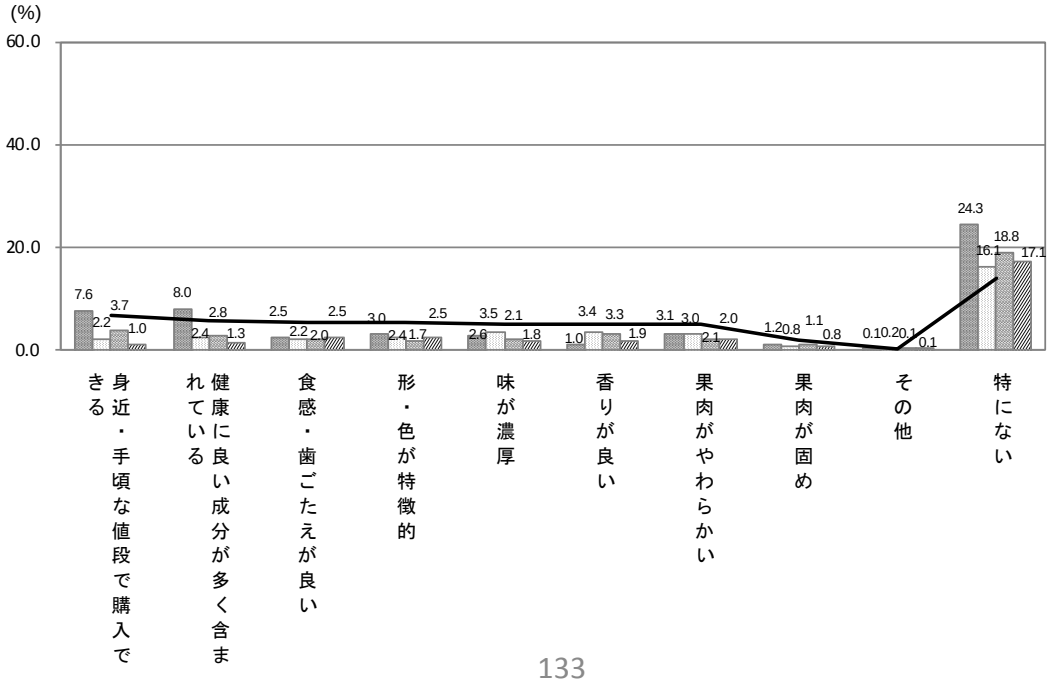
③ー８ “キウイフルーツ・いちご・さくらんぼのイメージ

（認知者ベース：品種別比較／平均値比較）

- 平均では、「糖度が高い（甘い）」が最も高い。次いで、「高級な・上品な感じ」「その種類の果物の定番・代表格」の順。
- いずれの品種も「糖度が高い（甘い）」が最も高いが、２番目に高いイメージは品種ごとに異なる。「ゼスプリゴールド」は「甘みと酸味のバランスがちょうど良い（甘すぎない・酸っぱすぎない）」、「あまおう」「佐藤錦（さとうにしき）」は「高級な・上品な感じ」、「とちおとめ」は「その種類の果物の定番・代表格」がそれぞれ２番目に高いイメージとなっている。
- 「佐藤錦」は、「高級な・上品な感じ」が他の品種と比べ突出して高い。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）
※コメントで触れている箇所は





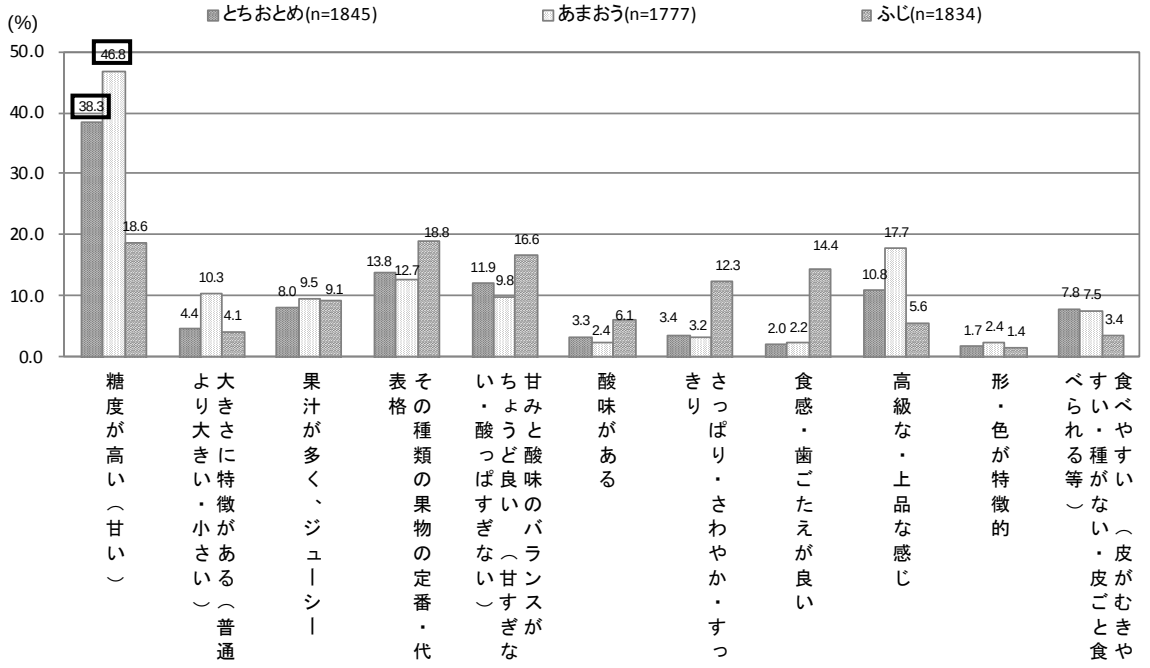
③ー９購入意向上位3品種・下位3品種（認知者ベース）

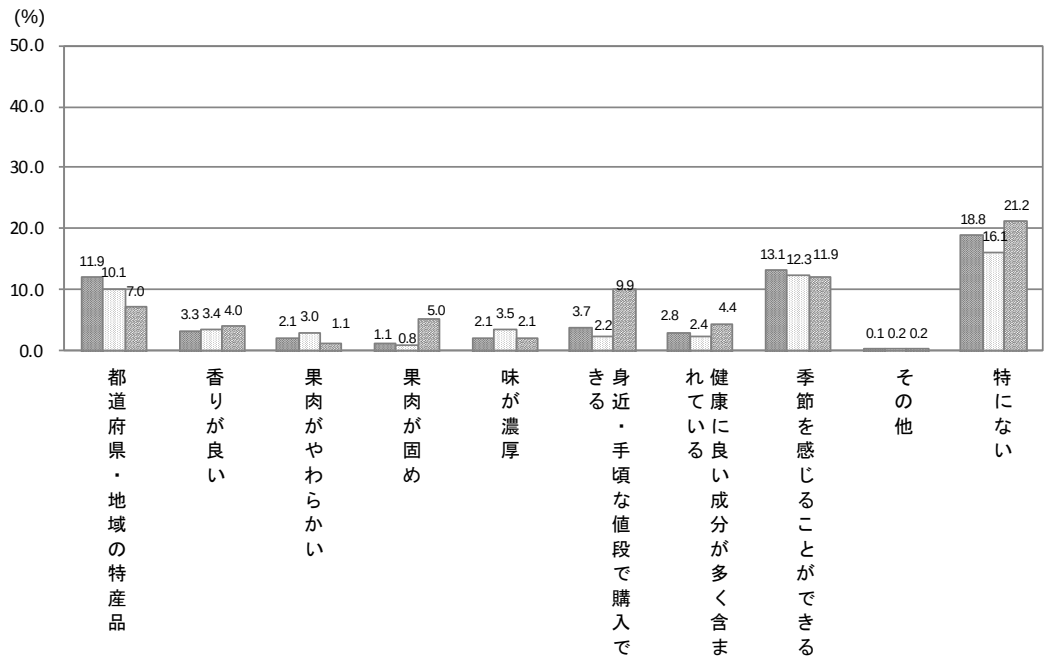
- 購入意向上位の品種である、とちおとめ、あまおうは、いずれも「糖度が高い（甘い）」が最も高く、スコアをみても突出している。
- 一方で、購入意向下位の品種に関しては、いずれも際立って高いイメージがなく、「特にない」のスコアが、上位の品種の場合と比べて高くなっている。

Ｑ３３．下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。（ＭＡ）

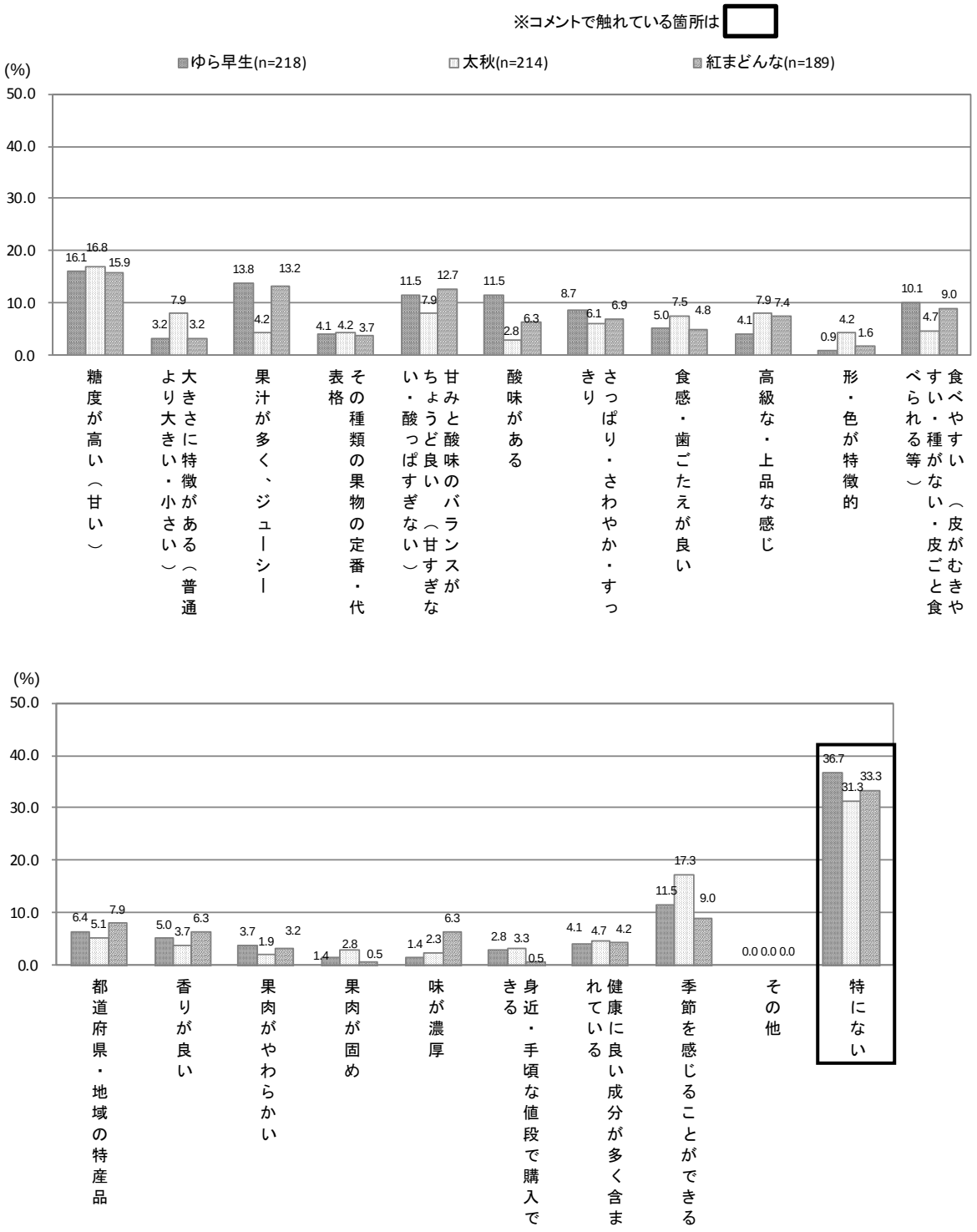
【上位3品種】

※コメントで触れている箇所は





【下位3品種】

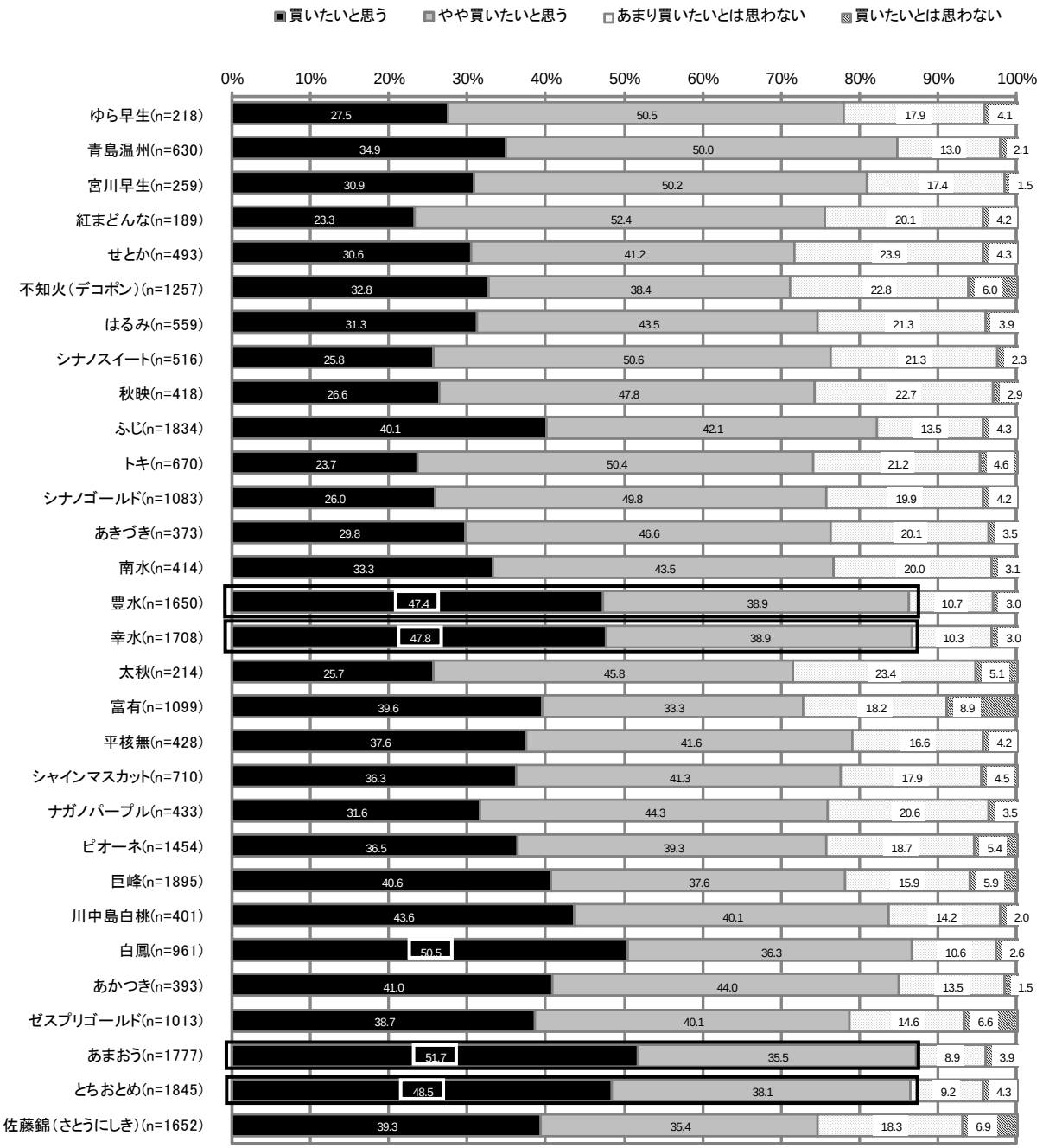

※コメントで触れている箇所は
ゆら早生(n=218)
太秋(n=214)
紅まどんな(n=189)
(%)
50.0
40.0
30.0
20.0
10.0
0.0
糖度が高い（甘い）
大きさに特徴がある（普通より大きい・小さい）
果汁が多く、ジューシー
その種類の果物の定番・代表格
甘みと酸味のバランスがちょうど良い（甘すぎない・酸っぱすぎない）
酸味がある
さっぱり・さわやか・すっきり
食感・歯ごたえが良い
高級な・上品な感じ
形・色が特徴的
食べやすい（皮がむきやすい・種がない・皮ごと食べられる等）
都道府県・地域の特産品
香りが良い
果肉がやわらかい
果肉が固め
味が濃厚
身近・手頃な値段で購入できる
健康に良い成分が多く含まれている
季節を感じることができる
その他
特にない

④ー１品種別果物の購入意向（品種別／認知者ベース）

- 認知者では、なしの「豊水」「幸水」、ももの「白鳳」、いちごの「あまおう」「とちおとめ」は、「買いたいと思う」が約５割で他の品種と比べて高い。
- 「買いたいと思う」「やや買いたいと思う」の合計でみた場合「あまおう」「幸水」「とちおとめ」「豊水」の順に高く、いずれも９割近くに達している。

Ｑ３４．下記の果物の品種を、あなたは今後買ってみたいと思いますか。
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）

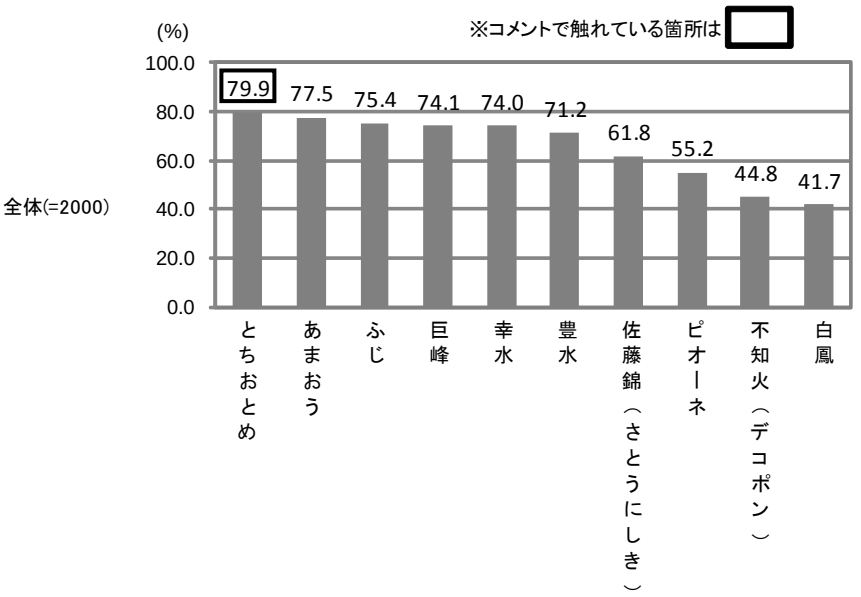
※コメントで触れている箇所は□



④ー２品種別果物の購入意向（全体ベース）

- 全体では、「とちおとめ」が最も高い。次いで「あまおう」「ふじ」の順。
- 性別では、全ての品種について、女性の方が高い。
- 年代別では、全体的に、年代が上がるほど高い傾向で、「ふじ」「巨峰」「幸水」「豊水」など、６０代のスコアが２０代より２０ポイント以上高い品種も複数みられる。

Ｑ３４．下記の果物の品種を、あなたは今後買ってみたいと思いますか。
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）

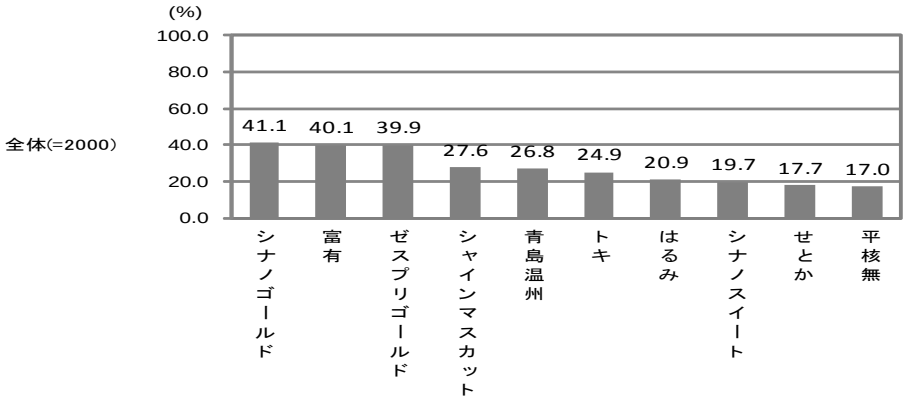


(%)

全体		(n=2000)	79.9	77.5	75.4	74.1	74.0	71.2	61.8	55.2	44.8	41.7
性別	男性	(n=1002)	*71.8*	*66.1*	*68.9*	*68.7*	*65.5*	*62.4*	*54.8*	*43.2*	*33.3*	*31.4*
	女性	(n=998)	88.0	89.0	82.0	79.6	82.6	80.1	68.7	67.1	56.2	52.0
年代	20代	(n=336)	*73.2*	73.5	*64.3*	*64.9*	*60.4*	*54.8*	*50.9*	*43.2*	*36.6*	*28.6*
	30代	(n=449)	78.4	79.5	74.8	72.8	75.7	73.1	60.4	52.8	42.3	*33.0*
	40代	(n=408)	78.2	*72.3*	72.3	*68.4*	70.3	68.6	58.8	53.2	40.7	36.8
	50代	(n=379)	81.3	78.6	76.3	75.2	76.8	74.7	62.0	57.0	45.9	52.5
	60代	(n=428)	86.9	82.5	86.9	87.1	83.9	81.5	74.3	67.3	56.5	56.3
意識別	摂取を意識している	(n=969)	86.0	84.1	81.7	80.4	80.0	78.9	67.7	63.0	52.2	48.5
	摂取を意識していない	(n=1031)	*74.1*	*71.3*	*69.4*	*68.2*	*68.4*	*63.9*	*56.2*	*47.8*	*37.7*	*35.3*
行動別	果物を食べている	(n=1292)	85.7	83.0	82.2	81.9	80.3	78.6	69.6	62.7	52.5	48.8
	果物を食べていない	(n=708)	*69.2*	*67.5*	*63.0*	*59.9*	*62.4*	*57.8*	*47.5*	*41.4*	*30.6*	*28.7*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	87.5	84.7	87.9	85.5	85.5	83.1	73.7	69.9	57.7	57.2
	果物200g以上摂取層	(n=272)	85.7	83.8	80.9	83.1	82.7	80.1	73.9	66.5	56.6	57.4

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

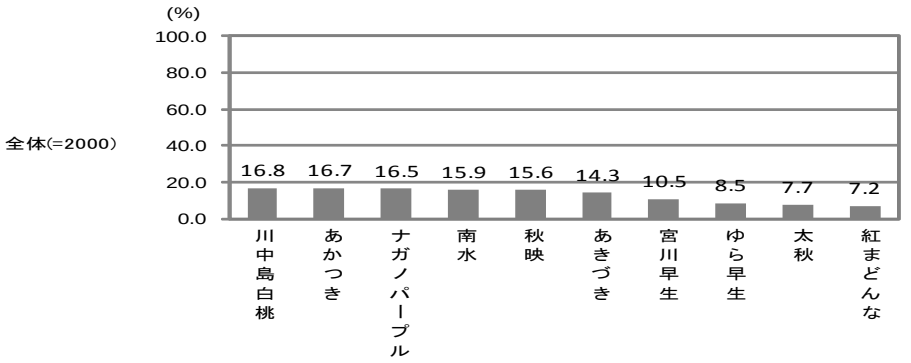
全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて5～10ポイント未満低い。



(%)

全体		(n=2000)	41.1	40.1	39.9	27.6	26.8	24.9	20.9	19.7	17.7	17.0
性別	男性	(n=1002)	*32.6*	*32.0*	*25.4*	*22.2*	*20.6*	21.5	*13.2*	*13.6*	*10.7*	*11.6*
	女性	(n=998)	49.5	48.1	54.4	33.0	33.0	28.3	28.7	25.9	24.7	22.3
年代	20代	(n=336)	*33.6*	*11.9*	38.7	27.1	*17.6*	23.8	*13.1*	17.3	13.4	*6.5*
	30代	(n=449)	41.6	*24.9*	50.6	25.8	*21.6*	28.1	18.9	21.8	17.1	12.0
	40代	(n=408)	37.0	**30.6**	39.5	23.0	*20.8*	25.0	*14.7*	16.7	*12.5*	*11.5*
	50代	(n=379)	41.7	54.9	36.4	30.6	34.8	22.7	24.0	17.2	18.5	22.7
	60代	(n=428)	49.5	73.8	*33.2*	31.3	37.9	24.1	32.2	24.5	25.9	30.4
意識別	摂取を意識している	(n=969)	48.3	47.2	48.0	32.3	32.8	30.4	25.4	24.8	21.8	20.4
	摂取を意識していない	(n=1031)	*34.2*	*33.4*	*32.3*	23.1	*21.0*	*19.6*	16.7	14.9	13.9	13.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	47.1	48.3	44.5	33.4	32.0	29.0	26.1	24.1	21.8	21.8
	果物を食べていない	(n=708)	*30.1*	*25.0*	**31.5**	*16.8*	*17.1*	*17.2*	*11.4*	*11.6*	*10.2*	*8.1*
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	52.8	59.0	**50.2**	38.1	39.7	32.0	34.0	30.5	29.4	30.1
	果物200g以上摂取層	(n=272)	53.3	55.1	44.9	38.6	40.4	35.3	36.0	34.2	31.6	30.5

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



(%)

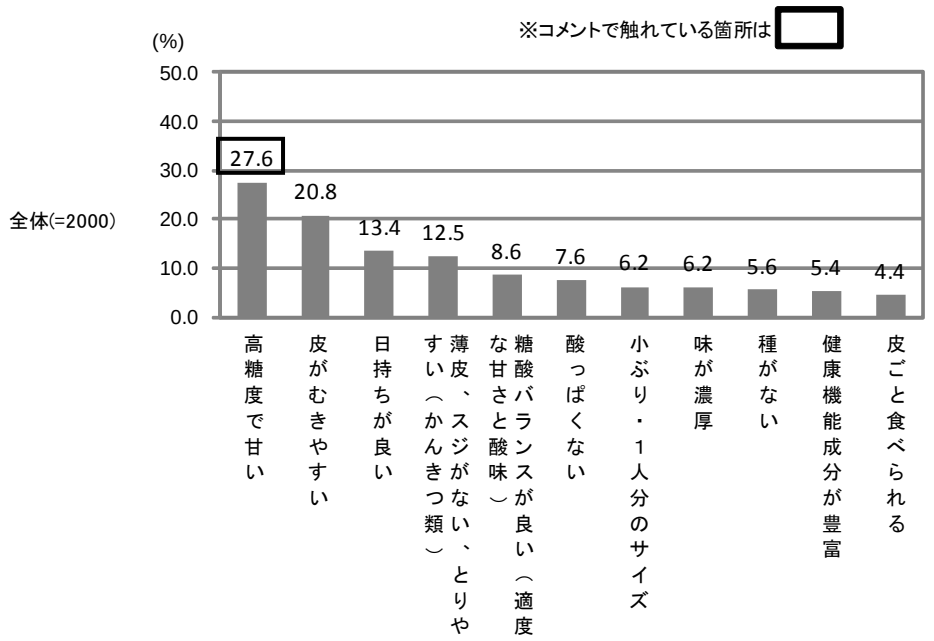
全体		(n=2000)	16.8	16.7	16.5	15.9	15.6	14.3	10.5	8.5	7.7	7.2
性別	男性	(n=1002)	14.6	13.7	12.5	14.6	10.7	11.6	10.0	8.1	7.8	6.3
	女性	(n=998)	19.0	19.7	20.4	17.2	20.4	16.9	11.0	8.9	7.5	8.0
年代	20代	(n=336)	*9.2*	12.5	13.7	15.5	12.8	14.9	10.1	8.3	6.3	8.0
	30代	(n=449)	15.8	15.6	18.0	17.8	15.1	16.0	10.0	10.2	7.3	7.1
	40代	(n=408)	14.2	14.5	14.2	14.0	13.2	10.5	9.3	6.4	5.1	6.4
	50代	(n=379)	19.5	20.1	15.6	15.8	14.5	16.9	11.1	8.2	10.0	6.3
	60代	(n=428)	23.8	20.3	19.9	16.1	21.3	13.1	11.9	9.1	9.3	7.9
意識別	摂取を意識している	(n=969)	19.4	20.6	21.9	20.1	20.9	19.0	13.7	11.1	10.3	9.5
	摂取を意識していない	(n=1031)	14.4	13.0	*11.3*	11.9	*10.5*	9.8	7.5	6.0	5.1	4.9
行動別	果物を食べている	(n=1292)	21.1	20.3	20.7	18.9	19.7	17.6	12.8	10.8	10.0	9.1
	果物を食べていない	(n=708)	*8.9*	*10.2*	*8.6*	*10.5*	*7.9*	*8.1*	6.4	4.2	3.4	3.5
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	28.7	27.0	26.7	21.7	26.3	22.2	16.2	13.6	13.4	11.9
	果物200g以上摂取層	(n=272)	30.1	30.9	30.5	29.0	31.6	27.2	22.8	19.5	18.0	15.8

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

⑤ー１新品種“温州みかん”に期待すること

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高い。次いで「皮がむきやすい」「日持ちが良い」の順。
- 各属性別でみても、大筋として全体と同じ傾向を示している。

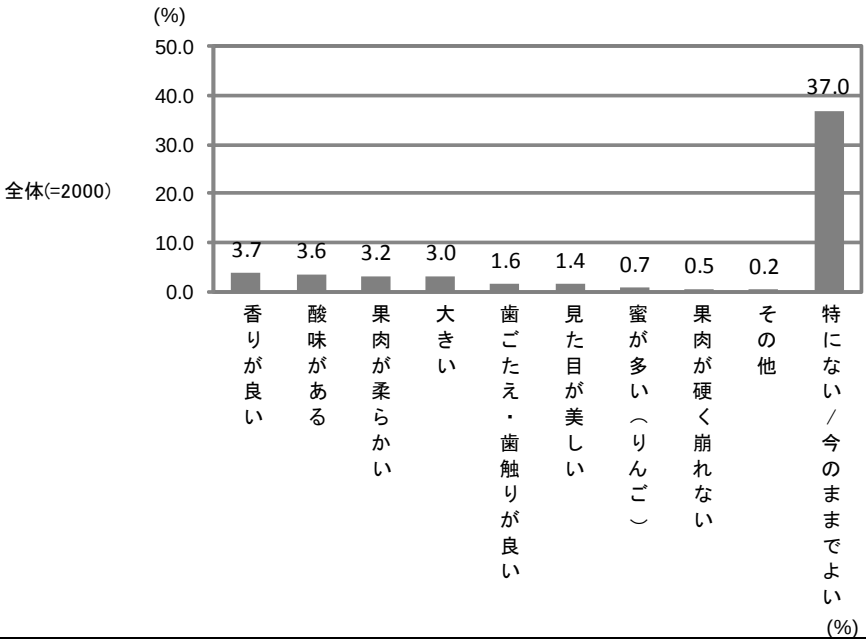
Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）



(%)

全体		(n=2000)	27.6	20.8	13.4	12.5	8.6	7.6	6.2	6.2	5.6	5.4	4.4
性別	男性	(n=1002)	24.1	16.2	10.9	9.5	6.6	6.9	4.6	4.9	5.2	3.7	3.9
	女性	(n=998)	31.1	25.4	15.8	15.5	10.5	8.2	7.8	7.4	5.9	7.0	4.9
年代	20代	(n=336)	27.7	20.8	15.8	14.0	8.3	7.1	7.4	7.7	3.9	3.3	4.5
	30代	(n=449)	27.6	17.1	14.7	10.5	7.1	6.5	5.8	5.1	5.8	6.2	2.4
	40代	(n=408)	27.0	19.6	10.3	10.8	7.6	7.6	6.9	4.2	6.9	5.1	4.4
	50代	(n=379)	28.2	22.7	12.1	10.8	8.7	6.3	5.5	6.6	6.6	5.3	5.0
	60代	(n=428)	27.3	23.8	14.0	16.6	11.0	10.0	5.6	7.5	4.4	6.3	5.8
意識別	摂取を意識している	(n=969)	30.3	24.7	14.3	14.1	9.8	7.4	6.6	6.2	5.9	6.5	5.8
	摂取を意識していない	(n=1031)	24.9	17.1	12.4	11.0	7.4	7.7	5.8	6.1	5.2	4.3	3.1
行動別	果物を食べている	(n=1292)	29.0	22.4	14.1	13.5	9.7	7.4	6.5	7.1	5.7	5.9	4.7
	果物を食べていない	(n=708)	24.9	17.8	12.0	10.7	6.5	7.9	5.6	4.4	5.2	4.4	3.8
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	30.0	23.3	15.1	14.0	11.4	7.9	7.5	8.3	7.2	6.6	5.3
	果物200g以上摂取層	(n=272)	31.6	26.5	13.6	12.1	9.2	7.7	8.8	6.6	6.6	4.4	4.8

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



(%)

全体		(n=2000)	3.7	3.6	3.2	3.0	1.6	1.4	0.7	0.5	0.2	37.0
性別	男性	(n=1002)	3.0	3.2	2.4	2.9	2.0	1.8	0.9	0.4	0.0	45.0
	女性	(n=998)	4.3	3.9	3.9	3.1	1.1	0.9	0.4	0.6	0.3	*28.9*
年代	20代	(n=336)	4.2	2.4	4.5	4.8	3.3	1.8	0.9	1.2	0.0	34.2
	30代	(n=449)	4.0	4.2	3.3	4.9	1.8	0.4	0.9	0.2	0.0	39.0
	40代	(n=408)	2.9	3.4	2.5	1.7	0.5	0.5	1.0	0.7	0.0	42.6
	50代	(n=379)	4.0	3.4	3.2	3.2	1.1	1.8	0.5	0.5	0.8	34.3
	60代	(n=428)	3.3	4.0	2.6	0.7	1.4	2.3	0.0	0.0	0.0	33.9
意識別	摂取を意識している	(n=969)	4.1	4.4	4.1	3.7	2.0	1.5	1.1	0.8	0.2	*29.0*
	摂取を意識していない	(n=1031)	3.2	2.7	2.2	2.3	1.2	1.2	0.2	0.2	0.1	44.4
行動別	果物を食べている	(n=1292)	4.3	4.0	2.6	3.2	1.8	1.4	0.8	0.5	0.2	33.4
	果物を食べていない	(n=708)	2.5	2.7	4.2	2.7	1.1	1.3	0.4	0.6	0.0	43.4
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	4.4	3.9	2.8	3.5	1.7	1.7	0.6	0.9	0.4	*29.0*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	4.8	4.0	1.5	4.0	1.5	0.7	0.4	1.1	0.0	*29.0*

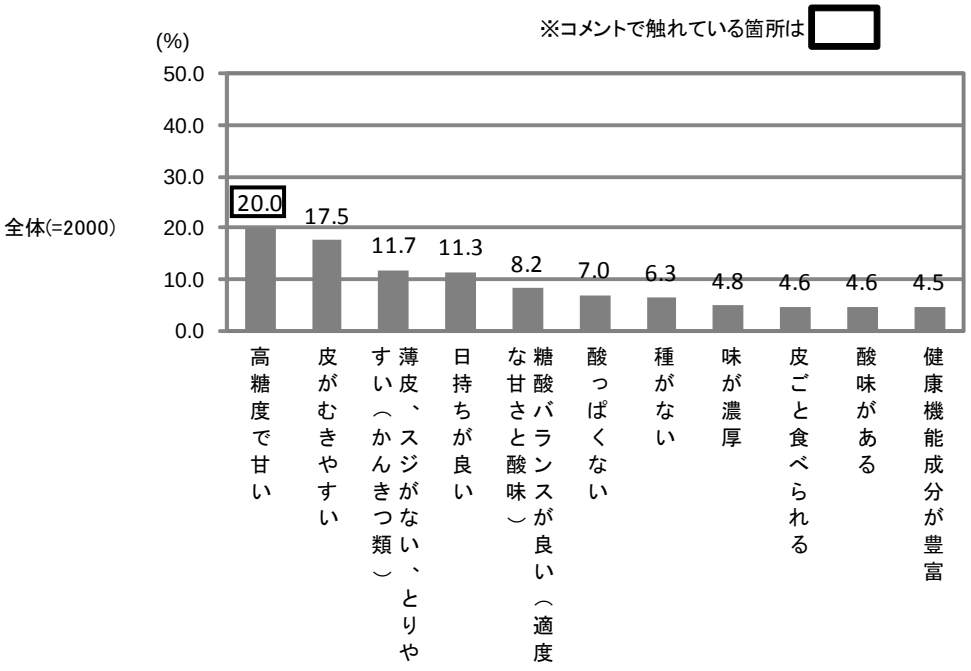
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑤ー２新品種“その他かんきつ類”に期待すること

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高い。次いで、「皮がむきやすい」「薄皮、スジがない、とりやすい（かんきつ類）」の順。
- 年代別では、６０代は「皮がむきやすい」が、「高糖度で甘い」をわずかに上回っている。

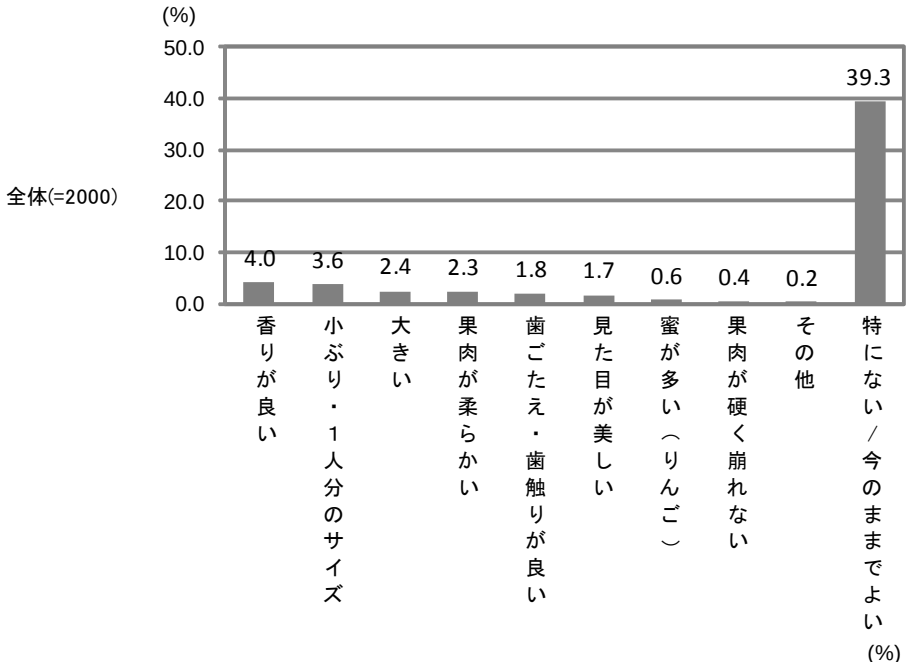
Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）



(%)

全体		(n=2000)	20.0	17.5	11.7	11.3	8.2	7.0	6.3	4.8	4.6	4.6	4.5
性別	男性	(n=1002)	17.5	12.7	8.2	10.1	5.9	5.9	5.4	4.0	4.2	4.7	3.0
	女性	(n=998)	22.4	22.3	15.2	12.5	10.4	8.0	7.1	5.5	5.0	4.4	6.0
年代	20代	(n=336)	18.8	18.2	11.3	13.4	6.0	6.3	9.5	6.0	4.5	4.5	2.7
	30代	(n=449)	21.4	15.4	10.5	12.0	7.1	5.8	6.9	4.0	4.2	4.7	5.3
	40代	(n=408)	19.6	16.7	11.3	11.0	7.6	6.6	5.9	3.7	3.9	3.9	4.9
	50代	(n=379)	21.4	18.7	11.1	9.2	9.2	6.6	4.7	5.5	5.5	4.7	3.7
	60代	(n=428)	18.5	18.9	14.3	11.0	10.5	9.3	4.7	4.9	4.9	4.9	5.4
意識別	摂取を意識している	(n=969)	21.8	20.5	14.3	13.0	9.2	7.3	6.7	4.9	6.5	4.9	5.8
	摂取を意識していない	(n=1031)	18.2	14.6	9.2	9.7	7.2	6.6	5.8	4.7	2.8	4.3	3.3
行動別	果物を食べている	(n=1292)	22.3	18.4	12.3	11.7	8.8	7.4	6.3	5.7	4.6	5.3	5.0
	果物を食べていない	(n=708)	15.7	15.8	10.6	10.6	6.9	6.1	6.2	3.1	4.7	3.2	3.7
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	24.6	18.8	12.7	12.3	10.7	9.0	5.5	6.6	4.4	5.7	5.7
	果物200g以上摂取層	(n=272)	24.6	15.8	9.6	10.3	8.1	8.1	4.4	5.5	5.1	5.1	2.9

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



(%)

全体		(n=2000)	4.0	3.6	2.4	2.3	1.8	1.7	0.6	0.4	0.2	39.3
性別	男性	(n=1002)	3.4	2.4	2.3	1.7	2.1	2.0	0.7	0.4	0.1	48.5
	女性	(n=998)	4.6	4.8	2.5	2.8	1.5	1.3	0.5	0.4	0.3	*30.0*
年代	20代	(n=336)	4.8	5.7	6.0	3.3	3.3	1.5	0.6	0.3	0.0	39.6
	30代	(n=449)	3.1	4.2	2.9	2.2	2.4	1.6	0.7	0.0	0.2	39.9
	40代	(n=408)	2.5	2.5	1.0	2.0	0.7	1.7	0.7	0.5	0.0	42.2
	50代	(n=379)	4.0	3.4	2.1	2.4	1.3	1.8	0.8	1.1	0.8	37.5
	60代	(n=428)	5.8	2.6	0.7	1.6	1.4	1.6	0.2	0.2	0.0	37.1
意識別	摂取を意識している	(n=969)	3.9	4.6	2.7	3.1	2.4	2.5	0.6	0.6	0.3	*31.8*
	摂取を意識していない	(n=1031)	4.1	2.6	2.1	1.5	1.3	0.9	0.6	0.2	0.1	46.3
行動別	果物を食べている	(n=1292)	4.9	3.2	2.7	2.0	2.2	1.7	0.6	0.5	0.2	35.1
	果物を食べていない	(n=708)	2.4	4.4	1.8	2.7	1.1	1.6	0.6	0.3	0.1	46.8
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	5.1	4.2	2.2	2.4	2.2	2.9	0.2	0.7	0.4	*30.3*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	6.3	4.4	3.7	1.8	1.5	1.8	0.7	0.4	0.0	*32.0*

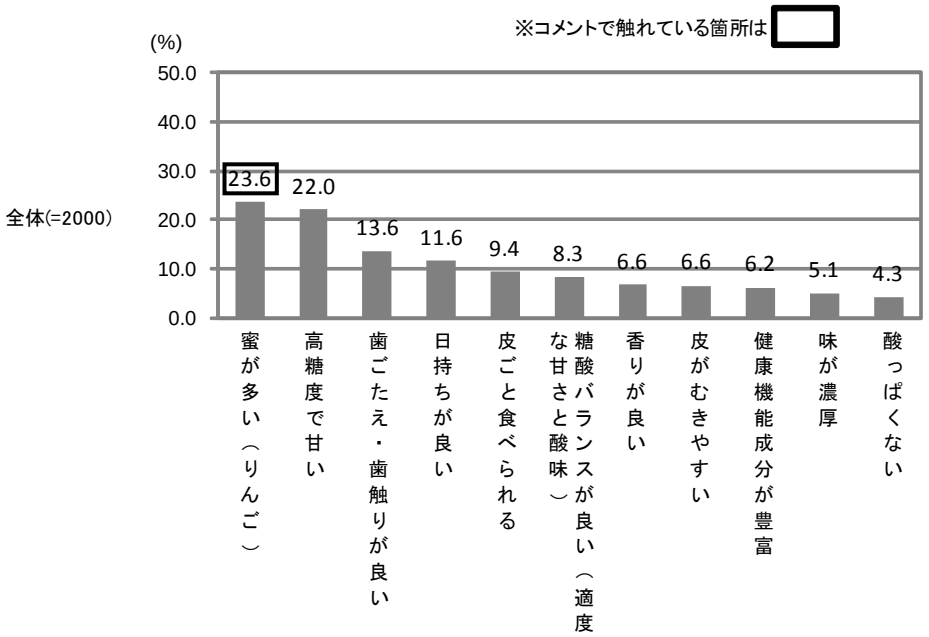
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑤ー３新品種“りんご”に期待すること

- 全体では、「蜜が多い（りんご）」が最も高い。次いで、「高糖度で甘い」「歯ごたえ・歯触りが良い」の順。
- 性別では、女性は「蜜が多い（りんご）」が男性を大きく上回っている。
- 年代別では、高年層ほど「蜜が多い（りんご）」が高くなっている。

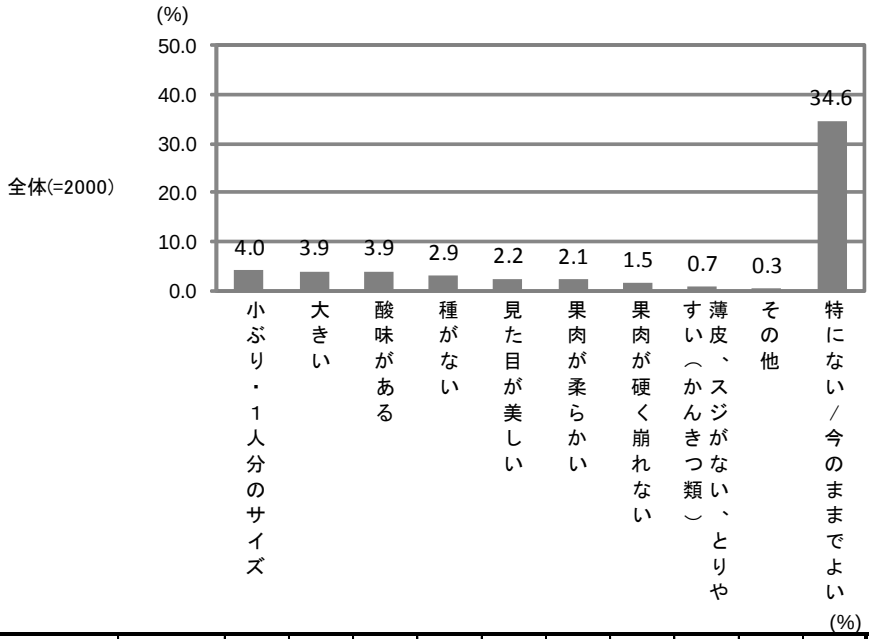
Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）



(%)

			蜜が多い（りんご）	高糖度で甘い	歯ごたえ・歯触りが良い	日持ちが良い	皮ごと食べられる	糖酸バランスが良い（適度な甘さと酸味）	香りが良い	皮がむきやすい	健康機能成分が豊富	味が濃厚	酸っぱくない
全体		(n=2000)	23.6	22.0	13.6	11.6	9.4	8.3	6.6	6.6	6.2	5.1	4.3
性別	男性	(n=1002)	*16.6*	20.6	10.7	10.8	9.6	6.4	5.6	6.4	4.1	4.9	3.6
	女性	(n=998)	30.6	23.4	16.5	12.4	9.1	10.1	7.6	6.7	8.2	5.2	4.9
年代	20代	(n=336)	19.0	26.5	11.6	13.7	8.9	8.0	9.5	9.5	4.2	7.4	4.2
	30代	(n=449)	20.7	22.7	11.8	11.8	7.6	8.0	5.8	5.8	6.2	5.8	3.8
	40代	(n=408)	21.6	21.8	10.3	9.8	8.6	6.4	5.4	5.9	6.6	3.4	5.9
	50代	(n=379)	24.3	19.8	15.8	11.1	11.3	9.0	7.1	6.3	5.8	5.3	4.2
	60代	(n=428)	31.3	19.9	18.2	11.9	10.5	9.8	5.8	5.8	7.5	3.7	3.3
意識別	摂取を意識している	(n=969)	23.4	25.6	15.8	12.7	10.9	9.5	7.0	7.5	8.4	5.0	4.7
	摂取を意識していない	(n=1031)	23.7	18.6	11.5	10.6	7.9	7.1	6.2	5.6	4.1	5.1	3.8
行動別	果物を食べている	(n=1292)	26.5	22.9	15.9	12.1	10.4	9.5	7.3	6.6	6.9	6.0	4.6
	果物を食べていない	(n=708)	*18.2*	20.3	9.3	10.7	7.5	5.9	5.4	6.5	4.8	3.4	3.7
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	28.7	25.4	15.8	11.2	10.3	11.2	6.6	6.1	8.3	6.6	5.5
	果物200g以上摂取層	(n=272)	25.0	24.3	15.4	11.4	9.6	9.9	6.3	7.7	5.1	7.7	3.7

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



(%)

全体		(n=2000)	4.0	3.9	3.9	2.9	2.2	2.1	1.5	0.7	0.3	34.6
性別	男性	(n=1002)	3.7	4.3	3.7	2.7	2.6	2.7	1.5	0.5	0.1	42.2
	女性	(n=998)	4.3	3.5	4.0	3.0	1.8	1.5	1.5	0.9	0.5	*26.9*
年代	20代	(n=336)	5.1	6.8	2.4	3.0	3.3	1.8	0.9	1.5	0.3	31.8
	30代	(n=449)	5.3	3.6	3.3	4.9	2.4	1.6	1.6	0.7	0.2	35.9
	40代	(n=408)	4.2	3.4	2.7	2.9	0.2	1.5	1.7	0.5	0.0	39.2
	50代	(n=379)	2.9	3.2	5.5	1.8	2.9	2.9	1.1	0.3	0.8	33.0
	60代	(n=428)	2.6	3.0	5.1	1.4	2.3	2.8	2.1	0.7	0.2	32.2
意識別	摂取を意識している	(n=969)	4.6	4.2	3.7	3.6	2.7	1.9	2.0	0.9	0.4	*26.9*
	摂取を意識していない	(n=1031)	3.4	3.6	4.0	2.1	1.7	2.3	1.1	0.5	0.2	41.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	3.3	4.0	4.6	2.3	2.2	2.4	1.6	0.5	0.2	30.4
	果物を食べていない	(n=708)	5.2	3.7	2.5	3.8	2.1	1.6	1.3	1.1	0.4	42.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	3.1	4.2	4.2	2.8	2.6	2.4	1.7	0.7	0.6	*26.3*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	5.1	5.5	6.3	3.7	2.2	1.8	1.8	0.0	0.0	*25.0*

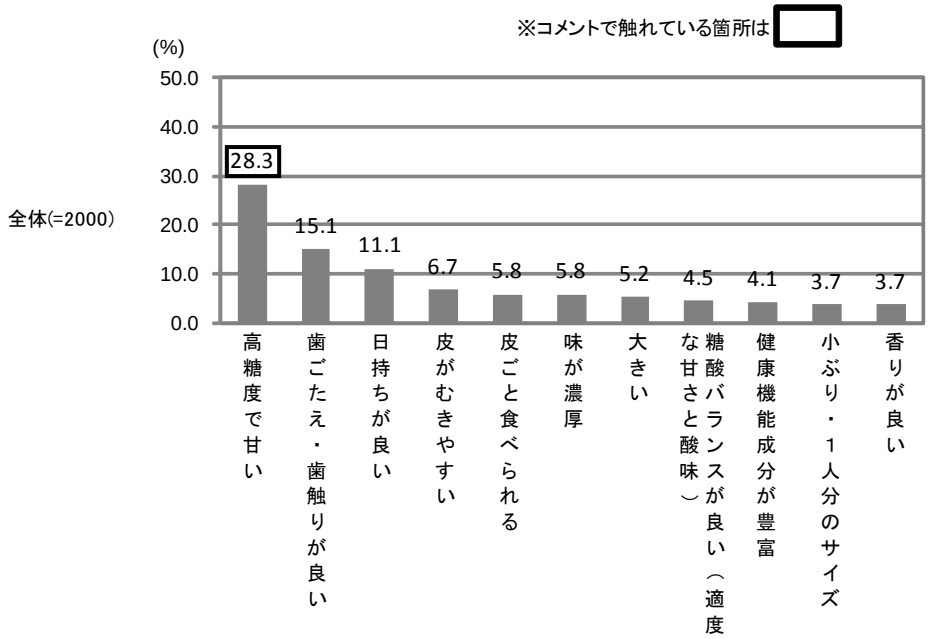
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑤ー４新品種“梨（なし）”に期待すること

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高い。次いで、「歯ごたえ・歯触りが良い」「日持ちが良い」の順。
- 年代別では、６０代は「歯ごたえ・歯触りが良い」が他の年代と比べて高い。
- 「果物２００ｇ以上摂取層」では、「高糖度で甘い」が全体よりも高くなっている。

Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）

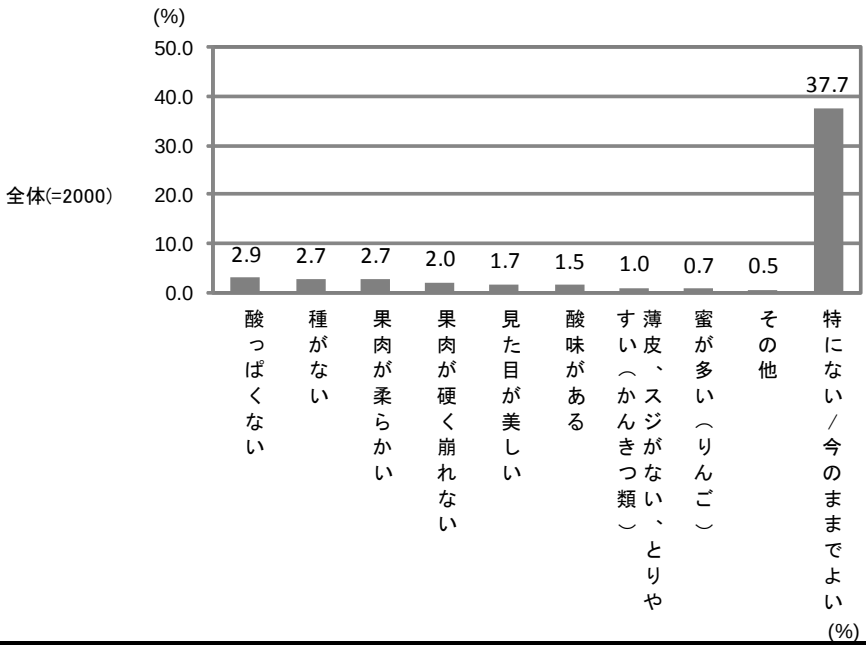


(%)

			高糖度で甘い	歯ごたえ・歯触りが良い	日持ちが良い	皮がむきやすい	皮ごと食べられる	味が濃厚	大きい	糖酸バランスが良い（適度な甘さと酸味）	健康機能成分が豊富	小ぶり・1人分のサイズ	香りが良い
全体		(n=2000)	28.3	15.1	11.1	6.7	5.8	5.8	5.2	4.5	4.1	3.7	3.7
性別	男性	(n=1002)	24.8	13.1	9.4	6.2	6.6	5.0	5.1	3.3	2.4	2.5	2.5
	女性	(n=998)	31.9	17.0	12.7	7.2	4.9	6.5	5.2	5.6	5.8	4.8	4.8
年代	20代	(n=336)	28.9	15.2	13.4	6.8	8.9	7.4	8.6	4.8	3.3	5.4	6.3
	30代	(n=449)	28.7	13.6	11.6	7.6	5.6	6.5	4.9	4.9	5.1	5.1	3.3
	40代	(n=408)	29.2	10.8	9.3	6.1	5.6	4.2	3.9	3.2	3.7	2.5	2.5
	50代	(n=379)	28.5	15.6	10.6	7.7	4.5	6.9	4.0	5.0	3.2	2.6	3.2
	60代	(n=428)	26.4	20.1	10.7	5.4	4.7	4.2	4.9	4.4	4.9	2.8	3.5
意識別	摂取を意識している	(n=969)	32.2	17.8	12.4	8.4	6.6	5.6	5.7	5.4	5.4	4.0	3.1
	摂取を意識していない	(n=1031)	24.6	12.5	9.8	5.1	4.9	5.9	4.7	3.6	2.9	3.3	4.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	30.7	17.3	11.2	7.0	5.7	6.6	5.9	4.3	4.3	3.3	4.0
	果物を食べていない	(n=708)	23.9	11.0	10.7	6.2	5.8	4.2	3.8	4.7	3.7	4.4	3.0
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	33.1	18.6	11.4	6.1	4.6	7.0	4.6	6.1	5.3	3.1	3.1
	果物200g以上摂取層	(n=272)	34.9	18.4	8.1	9.9	4.4	6.3	5.9	5.5	3.7	3.7	3.7

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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



(%)

全体		(n=2000)	2.9	2.7	2.7	2.0	1.7	1.5	1.0	0.7	0.5	37.7
性別	男性	(n=1002)	3.5	3.0	3.1	1.5	2.0	2.1	1.4	0.7	0.5	44.7
	女性	(n=998)	2.2	2.3	2.2	2.4	1.3	0.9	0.5	0.7	0.5	*30.6*
年代	20代	(n=336)	2.7	4.5	1.8	0.3	2.4	3.6	0.6	1.2	0.0	32.7
	30代	(n=449)	2.4	4.0	2.2	2.9	1.8	1.1	1.6	0.9	0.2	35.9
	40代	(n=408)	3.2	2.0	2.5	1.7	1.0	1.7	1.2	0.5	0.5	43.6
	50代	(n=379)	3.4	1.8	4.0	1.3	2.1	1.1	0.3	0.5	1.1	37.5
	60代	(n=428)	2.6	1.2	2.8	3.0	1.2	0.5	0.9	0.5	0.7	37.9
意識別	摂取を意識している	(n=969)	3.1	2.4	2.9	2.3	1.9	2.2	1.4	1.0	0.3	*30.7*
	摂取を意識していない	(n=1031)	2.6	2.9	2.4	1.6	1.5	0.9	0.5	0.4	0.7	44.2
行動別	果物を食べている	(n=1292)	3.2	2.7	2.7	2.2	1.9	1.5	0.8	0.8	0.7	33.8
	果物を食べていない	(n=708)	2.3	2.5	2.5	1.6	1.3	1.4	1.3	0.6	0.1	44.6
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	3.9	3.5	2.2	2.4	1.8	1.7	0.6	0.9	0.6	*30.7*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	3.3	3.3	2.2	2.2	0.4	1.8	0.7	1.8	1.1	*28.7*

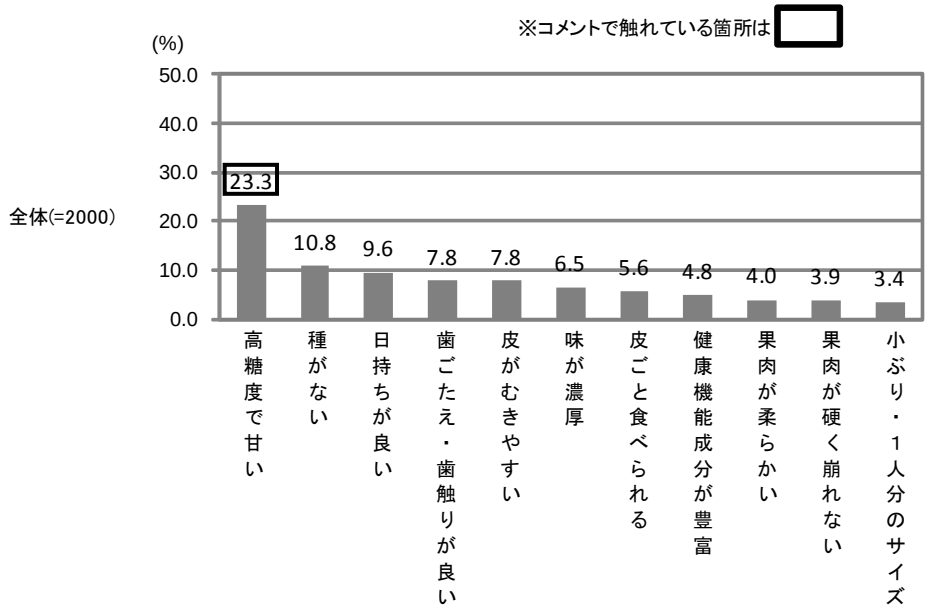
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑤ー５新品種“柿（かき）”に期待すること

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高い。次いで、「種がない」「日持ちが良い」の順。
- 「果物２００ｇ以上摂取層」では、「高糖度で甘い」が全体よりも高くなっている。

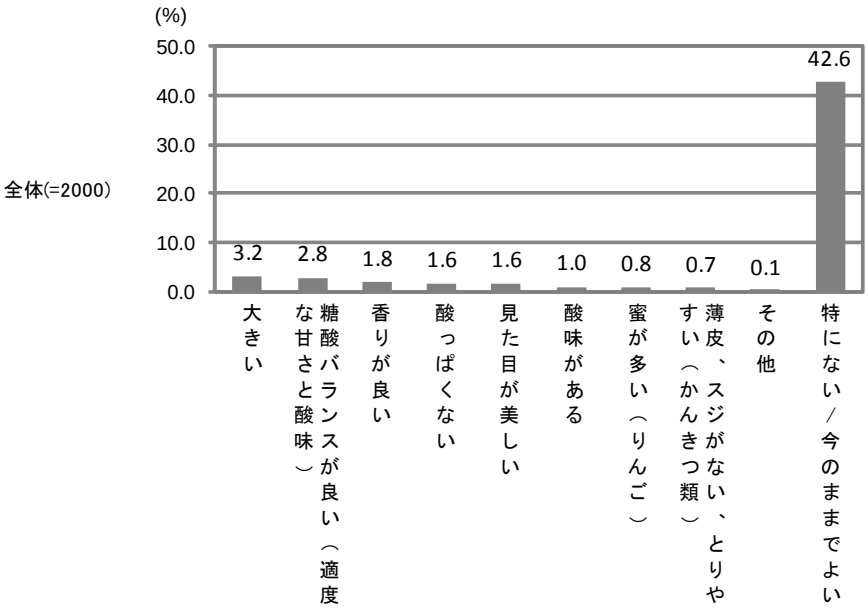
Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）



(%)

全体		(n=2000)	23.3	10.8	9.6	7.8	7.8	6.5	5.6	4.8	4.0	3.9	3.4
性別	男性	(n=1002)	19.9	7.9	7.6	6.8	7.2	5.0	5.7	2.9	4.1	2.7	3.4
	女性	(n=998)	26.7	13.6	11.5	8.8	8.3	7.9	5.5	6.7	3.8	5.0	3.3
年代	20代	(n=336)	24.1	10.4	10.4	5.7	8.3	8.3	8.6	3.6	4.8	2.7	5.1
	30代	(n=449)	20.7	11.6	10.7	6.0	9.6	4.5	5.1	5.8	4.0	2.4	3.6
	40代	(n=408)	22.3	8.6	7.6	6.1	8.6	4.9	4.4	4.2	3.7	4.7	3.9
	50代	(n=379)	24.0	10.0	10.6	10.6	6.6	7.7	5.3	3.7	4.5	4.7	2.4
	60代	(n=428)	25.5	12.9	8.6	10.5	5.6	7.5	5.1	6.3	3.0	4.7	2.1
意識別	摂取を意識している	(n=969)	27.9	11.9	10.6	10.1	8.3	6.6	6.5	6.3	5.0	4.2	4.3
	摂取を意識していない	(n=1031)	18.9	9.7	8.5	5.6	7.3	6.3	4.8	3.4	3.0	3.5	2.4
行動別	果物を食べている	(n=1292)	26.0	11.7	10.2	8.6	8.0	7.1	6.6	5.4	4.4	4.3	2.9
	果物を食べていない	(n=708)	*18.2*	9.0	8.3	6.4	7.3	5.2	3.8	3.7	3.1	3.0	4.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	30.5	12.9	10.1	7.9	5.7	9.0	5.9	5.3	4.8	4.8	3.9
	果物200g以上摂取層	(n=272)	30.9	9.9	6.6	11.0	8.5	8.1	8.1	3.3	3.7	3.3	3.7

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



(%)

全体		(n=2000)	3.2	2.8	1.8	1.6	1.6	1.0	0.8	0.7	0.1	42.6
性別	男性	(n=1002)	3.0	2.9	1.3	2.0	1.5	1.2	0.8	1.0	0.0	49.7
	女性	(n=998)	3.3	2.7	2.2	1.1	1.6	0.7	0.7	0.4	0.2	*35.5*
年代	20代	(n=336)	5.1	4.2	2.4	1.5	1.2	0.9	0.6	1.8	0.0	40.5
	30代	(n=449)	3.8	2.9	2.2	2.0	0.9	0.9	0.7	0.7	0.0	43.9
	40代	(n=408)	1.7	1.2	1.0	1.2	0.7	1.5	0.5	0.5	0.0	47.3
	50代	(n=379)	3.2	3.2	0.8	1.3	2.1	1.1	1.1	0.3	0.5	40.9
	60代	(n=428)	2.3	2.8	2.3	1.6	2.8	0.5	0.9	0.5	0.0	40.0
意識別	摂取を意識している	(n=969)	4.0	3.3	1.8	1.4	1.5	1.1	0.8	0.9	0.2	*33.7*
	摂取を意識していない	(n=1031)	2.3	2.3	1.7	1.6	1.6	0.8	0.7	0.5	0.0	50.9
行動別	果物を食べている	(n=1292)	3.3	3.3	1.9	1.5	1.9	0.7	0.8	0.7	0.2	38.1
	果物を食べていない	(n=708)	3.0	1.8	1.4	1.7	0.8	1.4	0.7	0.7	0.0	50.8
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	3.5	3.3	1.7	1.1	1.7	0.7	0.9	0.6	0.2	*33.6*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	4.4	4.0	2.6	1.5	2.2	0.7	1.8	1.1	0.0	*31.6*

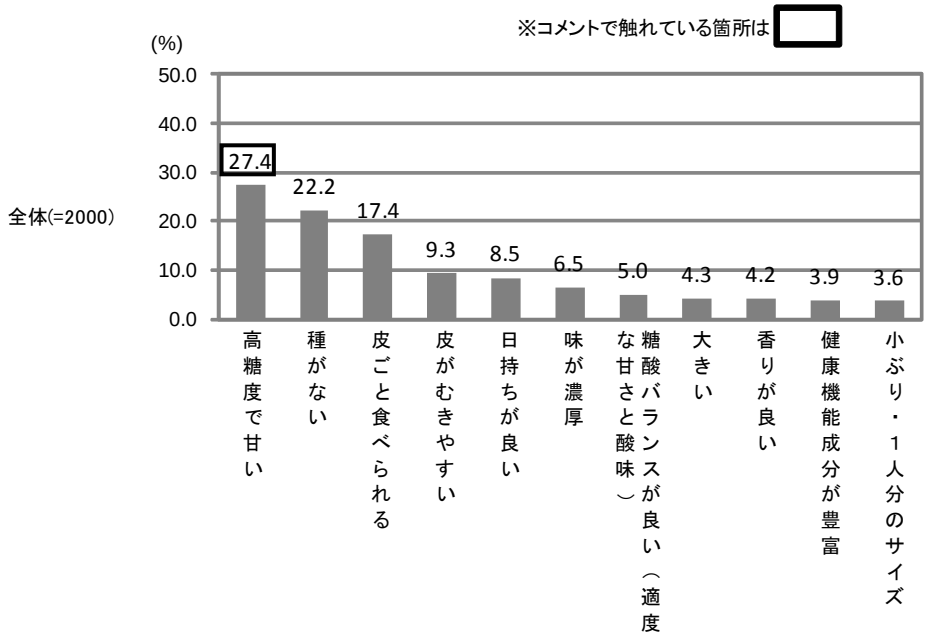
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑤ー６新品種“ぶどう”に期待すること

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高い。次いで、「種がない」「皮ごと食べられる」の順。
- 年代別では、２０代で「皮ごと食べられる」「皮がむきやすい」が他の年代と比べて高くなっている。
- 「果物２００ｇ以上摂取層」では、「高糖度で甘い」が全体よりも高くなっている。

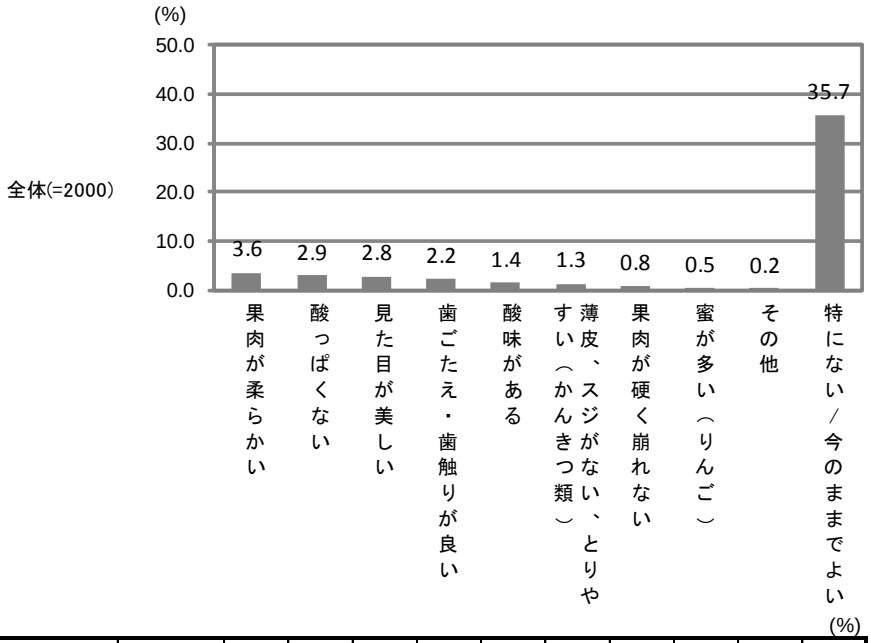
Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）



(%)

			高糖度で甘い	種がない	皮ごと食べられる	皮がむきやすい	日持ちが良い	味が濃厚	糖酸バランスが良い（適度な甘さと酸味）	大きい	香りが良い	健康機能成分が豊富	小ぶり・1人分のサイズ
全体		(n=2000)	27.4	22.2	17.4	9.3	8.5	6.5	5.0	4.3	4.2	3.9	3.6
性別	男性	(n=1002)	24.2	17.3	12.6	8.7	7.2	5.4	4.3	4.5	3.0	2.9	3.9
	女性	(n=998)	30.6	27.2	22.2	9.9	9.7	7.5	5.7	4.1	5.3	4.8	3.3
年代	20代	(n=336)	26.5	22.9	21.7	14.9	13.1	6.8	4.8	7.4	4.8	3.3	4.8
	30代	(n=449)	26.7	22.3	16.3	11.8	8.7	6.2	5.6	5.1	2.9	4.5	5.1
	40代	(n=408)	25.7	16.2	14.0	6.1	8.1	5.4	3.9	3.4	3.2	3.4	3.4
	50代	(n=379)	28.2	24.0	16.1	8.2	7.1	7.1	5.5	2.1	5.5	3.2	2.9
	60代	(n=428)	29.4	25.7	19.6	6.3	6.1	6.8	5.1	3.7	4.7	4.7	1.9
意識別	摂取を意識している	(n=969)	31.3	23.3	18.8	10.8	8.8	6.7	6.0	4.9	4.7	4.5	3.5
	摂取を意識していない	(n=1031)	23.7	21.1	16.1	7.9	8.1	6.2	4.1	3.8	3.6	3.2	3.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	30.2	23.2	19.2	9.8	9.0	7.6	6.1	4.9	5.1	4.6	3.0
	果物を食べていない	(n=708)	22.2	20.3	14.1	8.5	7.5	4.4	3.0	3.2	2.4	2.5	4.7
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	34.6	22.2	19.3	10.3	7.9	7.5	6.8	4.8	5.5	4.6	3.1
	果物200g以上摂取層	(n=272)	32.4	22.8	15.8	12.1	5.9	8.1	5.9	5.1	6.3	1.5	3.7

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



(%)

全体		(n=2000)	3.6	2.9	2.8	2.2	1.4	1.3	0.8	0.5	0.2	35.7
性別	男性	(n=1002)	3.7	2.9	2.6	3.1	1.9	1.7	0.3	0.4	0.0	43.6
	女性	(n=998)	3.4	2.9	3.0	1.3	0.9	0.9	1.2	0.5	0.3	*27.7*
年代	20代	(n=336)	4.5	2.4	3.9	3.6	2.7	1.5	0.9	0.6	0.0	31.0
	30代	(n=449)	3.1	4.0	3.1	2.2	0.2	2.0	0.7	0.4	0.0	37.2
	40代	(n=408)	3.4	2.7	2.0	2.5	1.7	0.7	1.0	0.5	0.0	42.2
	50代	(n=379)	4.2	2.9	3.2	1.8	2.1	0.8	0.5	0.5	0.8	33.5
	60代	(n=428)	2.8	2.3	2.1	1.2	0.7	1.4	0.7	0.2	0.0	33.4
意識別	摂取を意識している	(n=969)	5.5	2.6	3.3	3.0	1.5	1.7	1.0	0.8	0.2	*28.4*
	摂取を意識していない	(n=1031)	1.7	3.2	2.3	1.5	1.3	1.0	0.5	0.1	0.1	42.5
行動別	果物を食べている	(n=1292)	3.7	3.2	3.2	2.2	1.8	1.2	0.8	0.5	0.2	31.6
	果物を食べていない	(n=708)	3.2	2.4	2.1	2.3	0.7	1.4	0.7	0.4	0.0	43.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	4.8	2.9	3.7	2.2	1.1	1.3	0.9	0.6	0.4	*27.2*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	4.4	3.7	4.4	2.2	1.5	3.3	1.8	0.7	0.0	*26.8*

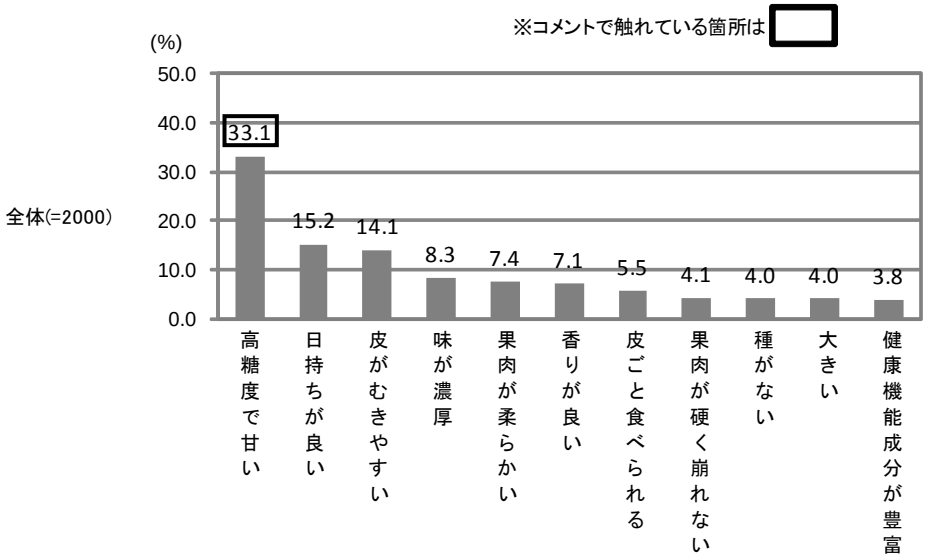
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑤ー７新品種“桃（もも）”に期待すること

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高い。次いで、「日持ちが良い」「皮がむきやすい」の順。
- 「果物２００ｇ以上摂取層」では、「高糖度で甘い」が全体よりも高くなっている。

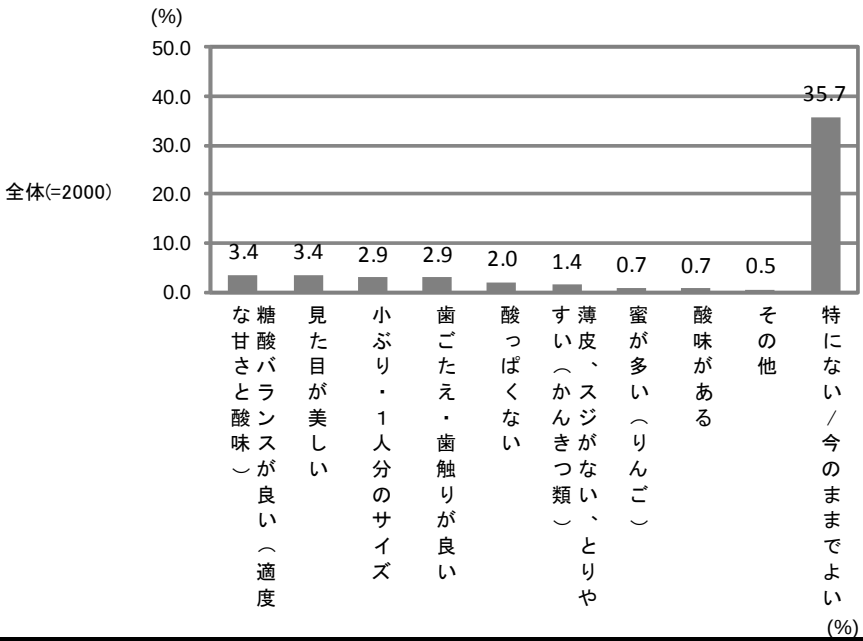
Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）



(%)

全体		(n=2000)	33.1	15.2	14.1	8.3	7.4	7.1	5.5	4.1	4.0	4.0	3.8
性別	男性	(n=1002)	28.8	12.0	10.5	6.6	6.8	5.7	5.5	2.0	4.1	4.9	2.8
	女性	(n=998)	37.4	18.4	17.6	9.9	8.0	8.4	5.5	6.1	3.9	3.1	4.7
年代	20代	(n=336)	33.3	18.5	15.8	8.9	7.7	6.8	6.8	3.6	3.9	5.4	3.0
	30代	(n=449)	33.6	16.5	13.6	7.1	4.9	7.1	6.0	3.1	6.7	3.8	4.7
	40代	(n=408)	30.9	13.7	12.3	7.8	5.1	4.7	5.6	3.9	3.2	3.4	3.7
	50代	(n=379)	33.8	14.8	15.0	9.0	10.6	8.2	6.1	4.2	3.7	3.2	2.4
	60代	(n=428)	33.9	13.1	14.0	8.6	9.1	8.4	3.3	5.4	2.3	4.4	4.7
意識別	摂取を意識している	(n=969)	37.0	16.8	15.9	9.5	8.0	7.4	5.6	4.5	3.6	4.3	4.7
	摂取を意識していない	(n=1031)	29.4	13.7	12.3	7.1	6.8	6.7	5.4	3.6	4.4	3.7	2.8
行動別	果物を食べている	(n=1292)	36.1	15.9	13.9	9.5	8.6	7.2	6.2	4.5	3.9	4.6	4.1
	果物を食べていない	(n=708)	*27.7*	14.0	14.3	5.9	5.2	6.8	4.2	3.2	4.2	3.0	3.1
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	38.4	15.3	15.4	9.9	7.7	8.5	5.5	4.8	2.9	5.0	3.7
	果物200g以上摂取層	(n=272)	38.2	14.0	13.2	12.1	8.1	7.7	4.4	4.4	3.3	4.0	2.6

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



(%)

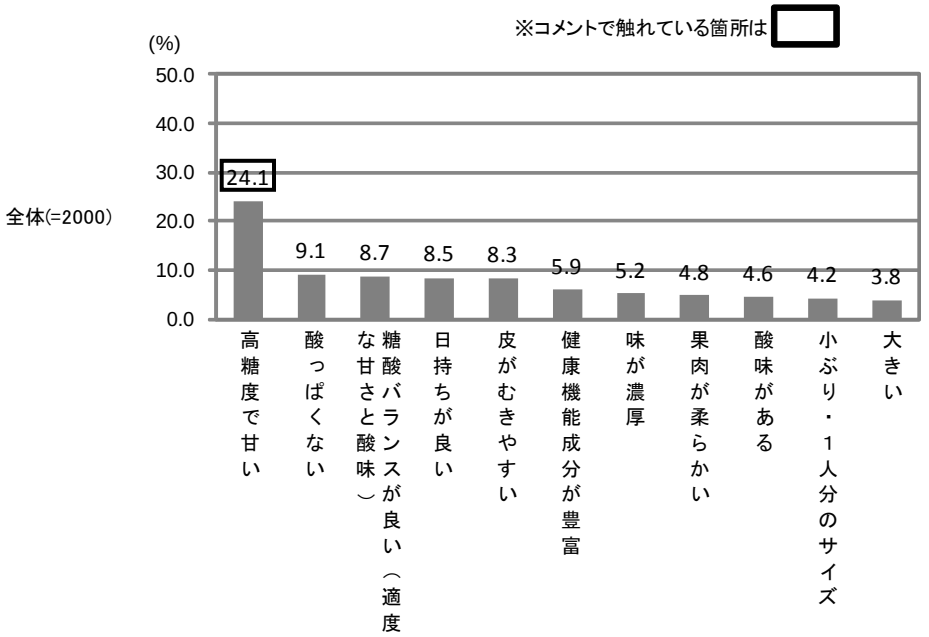
全体		(n=2000)	3.4	3.4	2.9	2.9	2.0	1.4	0.7	0.7	0.5	35.7
性別	男性	(n=1002)	3.5	2.7	3.0	4.0	2.3	1.8	0.7	1.0	0.3	43.0
	女性	(n=998)	3.3	4.0	2.8	1.8	1.6	0.9	0.7	0.3	0.7	*28.4*
年代	20代	(n=336)	3.6	2.7	6.3	5.4	2.1	2.4	0.9	0.6	0.3	31.8
	30代	(n=449)	3.8	2.7	3.6	3.6	3.3	2.0	0.7	0.9	0.7	34.5
	40代	(n=408)	3.4	1.7	2.2	1.5	1.2	1.0	0.0	0.5	0.5	41.9
	50代	(n=379)	3.2	3.4	1.8	2.4	1.3	0.5	1.1	0.8	0.8	33.8
	60代	(n=428)	3.0	6.1	1.2	2.1	1.6	0.9	0.9	0.5	0.2	35.7
意識別	摂取を意識している	(n=969)	4.2	4.3	3.5	3.6	1.5	2.0	1.1	0.9	0.6	*28.7*
	摂取を意識していない	(n=1031)	2.6	2.4	2.3	2.2	2.3	0.8	0.3	0.4	0.4	42.3
行動別	果物を食べている	(n=1292)	3.3	3.9	2.2	3.2	1.9	1.0	0.9	0.8	0.5	31.6
	果物を食べていない	(n=708)	3.5	2.4	4.2	2.4	2.0	2.0	0.4	0.4	0.4	43.2
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	4.4	4.4	2.0	3.5	2.0	1.1	1.3	0.9	0.6	*28.1*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	4.0	5.5	2.9	3.3	2.2	1.5	1.5	1.5	0.4	*26.5*

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

⑤ー８新品種“キウイフルーツ”に期待すること

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高い。次いで、「酸っぱくない」「糖酸バランスが良い（適度な甘さと酸味）」の順。
- 年代別では、２０代と３０代は「日持ちが良い」が、５０代と６０代は「糖酸バランスが良い（適度な甘さと酸味）」がそれぞれ他の年代よりも高めとなっている。

Ｑ３５．今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大５つまでお選びください。（ＭＡ）

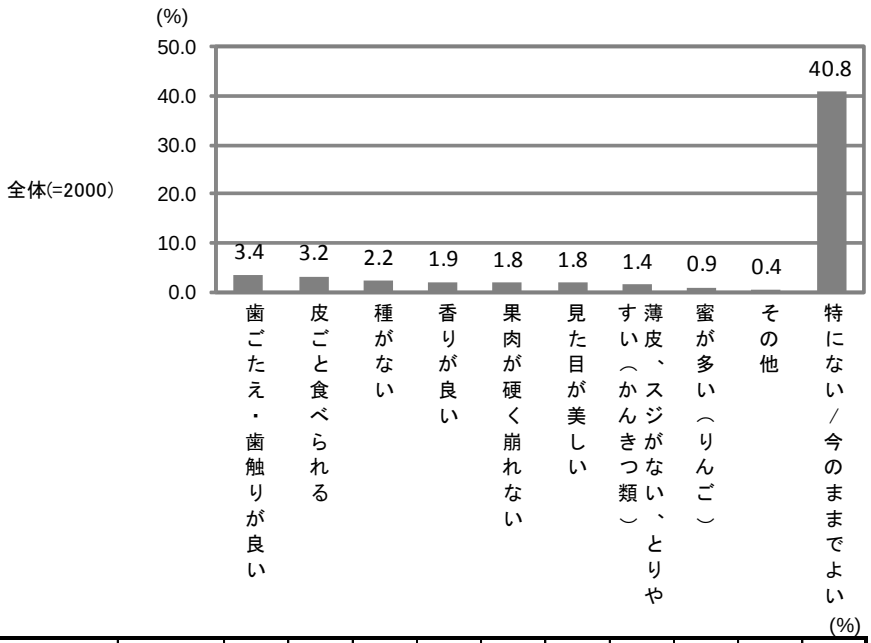


(%)

全体		(n=2000)	24.1	9.1	8.7	8.5	8.3	5.9	5.2	4.8	4.6	4.2	3.8
性別	男性	(n=1002)	20.0	7.8	6.4	7.8	7.0	3.8	3.9	4.4	5.6	3.2	3.4
	女性	(n=998)	28.3	10.4	11.0	9.1	9.6	7.9	6.4	5.1	3.5	5.1	4.1
年代	20代	(n=336)	25.6	10.7	7.4	11.3	11.0	4.5	7.7	4.8	4.5	5.4	5.7
	30代	(n=449)	25.6	9.4	6.9	10.2	8.2	5.1	4.9	3.3	4.5	5.3	4.5
	40代	(n=408)	24.3	8.3	7.4	7.6	7.8	5.4	3.7	2.9	4.7	3.2	1.5
	50代	(n=379)	25.1	7.9	11.6	7.4	6.6	5.0	4.7	6.9	4.2	4.0	2.9
	60代	(n=428)	20.3	9.3	10.3	6.1	8.2	8.9	5.1	6.1	4.9	3.0	4.4
意識別	摂取を意識している	(n=969)	28.8	8.9	10.3	9.8	9.4	7.1	5.3	5.1	4.4	4.3	4.9
	摂取を意識していない	(n=1031)	19.7	9.3	7.2	7.2	7.3	4.7	5.0	4.5	4.7	4.0	2.7
行動別	果物を食べている	(n=1292)	26.1	10.0	9.9	8.4	7.7	6.5	5.7	5.0	5.5	4.3	3.9
	果物を食べていない	(n=708)	20.5	7.5	6.5	8.5	9.3	4.7	4.1	4.4	2.8	3.8	3.5
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	29.0	12.3	11.4	7.9	6.8	7.0	5.9	4.8	4.8	4.8	4.4
	果物200g以上摂取層	(n=272)	26.5	9.2	10.3	8.1	7.0	5.1	5.9	4.0	5.1	5.9	3.7

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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



(%)

全体		(n=2000)	3.4	3.2	2.2	1.9	1.8	1.8	1.4	0.9	0.4	40.8
性別	男性	(n=1002)	4.1	3.3	2.5	1.5	0.8	2.0	1.6	0.9	0.4	48.5
	女性	(n=998)	2.6	3.1	1.9	2.2	2.8	1.5	1.1	0.8	0.4	*33.1*
年代	20代	(n=336)	3.9	5.1	3.0	1.8	1.8	3.6	1.2	1.2	0.3	*35.4*
	30代	(n=449)	4.0	4.7	3.1	1.8	1.6	1.6	1.8	0.9	0.2	40.3
	40代	(n=408)	2.7	2.9	1.7	1.5	1.5	0.7	2.2	0.7	0.2	44.9
	50代	(n=379)	4.0	1.8	1.6	1.8	2.6	1.1	0.8	0.0	1.1	40.9
	60代	(n=428)	2.3	1.6	1.6	2.3	1.6	2.1	0.7	1.4	0.2	41.6
意識別	摂取を意識している	(n=969)	3.8	3.9	2.3	2.1	2.0	1.5	1.4	1.2	0.4	*33.7*
	摂取を意識していない	(n=1031)	2.9	2.5	2.1	1.6	1.6	1.9	1.3	0.5	0.4	47.4
行動別	果物を食べている	(n=1292)	3.3	3.8	2.7	1.9	2.0	2.4	1.5	0.9	0.5	36.2
	果物を食べていない	(n=708)	3.4	2.1	1.3	1.7	1.4	0.6	1.0	0.8	0.3	49.2
果物摂取状況別	毎日果物摂取層	(n=544)	3.7	3.3	2.2	1.8	1.7	2.8	1.3	0.4	0.6	*33.6*
	果物200g以上摂取層	(n=272)	2.6	3.7	3.7	2.6	0.4	1.8	2.6	1.8	0.0	*35.3*

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

品種別果物について　まとめ

- 売り場が最大の認知経路であり、その他のチャネルはあまり機能していない。
- 果物に求められている共通の価値は「甘さ」。
- 「その種類の果物の定番・代表格」のイメージが強い品種は、それぞれの果物の種類の中で最も認知・購買経験・購入意向が高い。（ふじ、幸水、富有、巨峰、白鳳）

- 認知度 １位「巨峰」（９５％）、２位「とちおとめ」（９３％）、３位「ふじ」（９２％）（p120）
- 購入経験 １位「巨峰」（７１％）、２位「ふじ」（７０％）、３位「とちおとめ」（６９％）（p123）
- 今後の購入意向 １位「とちおとめ」（８０％）、２位「あまおう」（７８％）、３位「ふじ」（７５％）（p146）

- 認知者の認知経路は、どの種類の果物においても、「売り場で並んでいるのを見て」が突出して高い。（p125-134）
- 「売り場で並んでいるのを見て」以外では、「テレビ番組」「売り場のポップ（商品説明メモ）」「口コミ」などが上位に挙がっているが、スコアはほとんどの品種で１割に満たない。 （p125-134）
  →現状では、売り場が最大の認知経路であり、その他のチャネルはあまり機能していない。

- 認知者の各果物の最も高いイメージは、ほとんどの果物では「糖度が高い（甘い）」となっているが、「りんご」では「甘みと酸味のバランスがちょうど良い」、梨（なし）では「果汁が多く、ジューシー」。（p135-144）

- 各果物の新品種に最も期待されていることは、りんごでは、「蜜が多い（りんご）」、その他の果物では「高糖度で甘い」であり、共通して“甘さに”関する項目である。２位以降では、温州みかんとその他かんきつ類では「皮のむきやすさ」、りんご、梨（なし）では「歯ごたえ」、柿（かき）、ぶどうでは「種がない」など、果物の特性に応じた内容が上位となっている。（p148-163）
  →果物に求められている共通の価値は「甘さ」である。

各果物に期待されていることトップ３は以下の通り。

	１位	２位	３位
温州みかん	高糖度で甘い	皮がむきやすい	日持ちが良い
その他かんきつ類	高糖度で甘い	皮がむきやすい	薄皮、スジがない、とりやすい
りんご	蜜が多い	高糖度で甘い	歯ごたえ、歯ざわりが良い
梨（なし）	高糖度で甘い	歯ごたえ・歯ざわりが良い	日持ちが良い
柿（かき）	高糖度で甘い	種がない	日持ちが良い
ぶどう	高糖度で甘い	種がない	皮ごと食べられる
桃（もも）	高糖度で甘い	日持ちが良い	皮がむきやすい
キウイフルーツ	高糖度で甘い	酸っぱくない	糖酸バランスが良い

（２）ヒアリング調査による分析

ヒアリング調査の実施概要

【１】調査概要

品種別訴求による果物の消費拡大の可能性をさぐるため、代表品種の生産・流通・小売に対してヒアリング調査を実施した。

【２】主なヒアリング内容

- 小売業者等の評価「果物の売れ筋ランキング」（日農新聞2014.1.10版）と、全国の消費者2,000名を対象とした「果物に関するアンケート調査」（本調査）における品種認知・購買意向ランキングの結果の差異について
- 各県代表品種のプロモーション活動について（生産に対して）
- 店頭における品種別訴求について（流通・小売に対して）

【３】ヒアリング対象

《生産》

- ＪＡ全農とちぎ（「とちおとめ」）
- 山梨県農産物インフォメーション（「巨峰」「シャインマスカット」「ピオーネ」等）
- ＪＡ全農えひめ（「紅まどんな」「清見」「せとか」「はるか」等）
- ＪＡ全農長野（「シャインマスカット」「ナガノパープル」「シナノスイート」等）

《流通・小売》

- 東京青果株式会社
- 東急ストア
- 銀座千疋屋

【４】調査時期

2014年11月-12月

ヒアリング結果

【１】小売（日農新聞「果物の売れ筋ランキング」）で高評価を得ている品種について

- **主に、贈答用として普及することを目的に生産された品種が高評価を得ている。**
  ーアンケートの聴取先によって期待値は違う。ギフト用であれば、高価格帯の商品（「ナガノパープル」「紅まどんな」等）の期待値が高くなってくる。［流通・小売］

- **「食味が良い」「簡単に食べられる」等の消費者のニーズを反映した品種が高評価を得ている。**
  ー「シャインマスカット」は食味もよく、皮ごと食べられる手間いらずなところが消費者にも評価され、よく売れている。　［流通・小売］
  ー「シャインマスカット」は味の評価が高く、作付面積も頭打ちなく伸びている。［生産］

【２】消費者の間で認知・購買意向が高い品種（本調査「果物に関するアンケート調査」で高評価を得ている）について

- **店頭で名称を目にする機会が圧倒的に多い**
  ー「とちおとめ」はほとんど全ての店頭に並んでいる。食味・供給量が安定しているので、小売としても扱いやすく、「とちおとめ」は店頭に必ず並ぶ。　［流通・小売］
  ー「貴陽」などの出回り数量が少ない物については、消費者に認知されるまでには時間がかかる傾向があるのではないか。　［生産］

- **宣伝・ＰＲが巧みである**
  ー店頭に並べる品種を選定する市場へのアピールが上手なところは、県知事やタレントを市場に連れてきてＰＲさせるなど、県をあげてやっている。そこに知事やタレントをフックとしてマスコミを集めることができれば、一般消費者の間にもその品種の認知は拡大することになる。　［流通・小売］
  ー店頭だけではなく、通販等のネット検索でひっかかるようなアピールをしているものは消費者の評価が高いと思う。　［流通・小売］

- **食味が優れているものは、最終的には消費者の間に定着し残っていく。**

  ー最終的には食味。おいしいと消費者が評価するものは永く定着する。　［流通・小売］

  ー認知度が高いものは「巨峰」「ピオーネ」「白鳳」など昔ながらの定番商品が多い。　［生産］

【３】品種プロモーションについて

- **広告塔となる人物を立てる**

  ー県知事・産地代表者によるトップセールスを実施している。　［生産］

  ータレントを使ったＣＭ等を行い、認知の拡大を図った。現在も“とちおとめ”というアイドルによるＣＭを放映している。　［生産］

- **店頭以外での試食機会の提供**

  ー都内デパートのレストラン街とコラボし、各店舗に県産品種を用いたメニューをつくっておいてもらった。［生産］

  ー市場と連携し、すし屋で「紅まどんな」を試食してもらえるようにした。　［生産］

- **テレビ番組等のマスコミで取り上げてもらう**

  ⇒タレント等による品種以外の話題提供から「興味喚起のきっかけ」をつくる

  ⇒催事や季節等のマスコミが取り上げたいネタを切り口に品種を紹介する

  ー店頭に並べる品種を選定する市場でのアピールが上手なところは、県知事やタレントを市場に連れてきてＰＲさせるなど、県をあげてやっている。そこに知事やタレントをきっかけとしてマスコミを集めることができれば、一般消費者の間にもその品種の認知は拡大することになる。　［流通・小売］

  ーみかんの季節がくると、季節をきっかけに新聞社・テレビ局等にリリースをする。また、「紅まどんな」はゼリーのような食感に特徴があり贈答に相応しいため、情報番組等で紹介されたことがある。　［生産］

【３】店頭における品種別訴求について

- **品種の名前を全面に押し出すのではなく、糖度・食感等の消費者が果物を買う際に知りたい情報を、品種別に店頭で紹介**

  ー消費者にとっては品種はさほど重要ではない。その品種を買うことでどのような体験ができるか（甘いのか、皮ごと食べられるのか…等）が分かるように特徴ごとに売るのが良いのではないか。　［流通・小売］

  ー各品種の糖度や、産地が分かるようなカードを品種ごとにつくり、それを店頭で紹介している。　［流通・小売］

- **たくさんの品種を「選ぶ楽しみ」として消費者に提供**

  ー柿の季節に、全国の様々な柿の品種を取りそろえたフェアをやった。チラシや店頭で、それぞれの品種にどのような特徴（甘さ・固さ・食べごろ等）があるかを紹介したところ大変好評となった。消費者は、それぞれの好みに合わせて柿を買ったり、いくつかの柿を買って味の違いを楽しんでいるようだった［流通・小売］

【４】その他の取り組みについて

- **銀座千疋屋監修：果物歳時記「くらしのくだもの12カ月」**

  季節の切り口で、月に１～２の果物を紹介する本。それぞれの果物は品種ごとに紹介され、どのような味わいや特徴のある品種なのかが分かるようになっている。出版社からの提案で実現した企画。

- **ＪＡ全農長野「女子力向上project」**

  長野県産の果物の消費拡大のために、まずは果物そのものの喫食機会を多くしようと、果物の主な購買層である女性をターゲットとして展開されているプロジェクト。外面だけではなく、内面から溢れだす自然な輝きを持った女性となるため「毎朝の習慣に、太陽の恵み信州のくだものをいただこう」をテーマに各施策を展開。女子マラソン大会での果物の提供や、facebookでの情報発信を行っている。

（３）調査のまとめ

ー果物の品種別訴求についてー

【品種別訴求について】

■品種の認知・購入意向について

《認知》

- 最も高かった３品種：「巨峰」（94.8%）「とちおとめ」（92.3%）「ふじ」（91.7%）
- 最も低かった３品種：「ゆら早生」（10.9%）「太秋」（10.7%）「紅まどんな」（9.5%）

《購入意向》

- 最も高かった３品種：「とちおとめ」（79.9%）「あまおう」（77.5%）「ふじ」（75.4%）
- 最も低かった３品種：「ゆら早生」（8.5%）「太秋」（7.7%）「紅まどんな」（7.2%）

《認知経路》

- いずれの品種も「店頭」が最も高い。
- それ以降は、「試食」「ポップ」「テレビ番組」「テレビＣＭ]が続くが、それぞれのスコア差はあまりみられない。取り組み不足の面も考えられる。

⇒認知・購入意向の高い品種は、いずれも店頭で名称を目にすることが多い。
品種の認知を拡大する最大のポイントは「店頭に並ぶこと」である。
そしてさらに、売場での「試食」「ポップ」なども併せて強化することが必要である。

■店頭に品種が並ぶためのポイント

- 常に安定した数量・食味が供給できること
- 市場において、小売のバイヤーに対して適切なアプローチができていること

⇒高品質で、食味の優れた品種は「おいしい果物」として生活者の中に残っていく。
出荷量としてつねに安定して供給できる品種についても、店頭の定番となっていく。
また特に新品種の場合は、市場においていかにバイヤーの目にとまり、
買い付けてもらえるかが肝。
供給量が少ない新品種は、複数産地や県によるリレー出荷も肝要。

■店頭で品種別の訴求をするためのポイント

- 生活者は「品種名」のみで購入へ至るわけではない。店頭で「生活者が欲しい情報」（糖度・食べごろ等）を明記したカード等のポップを用意する
- 品種を利用して、生活者に「選ぶ楽しみ」を提供する

■市場において品種をアピールする際のポイント

- 試食を実施し、実際の食味を体感してもらう。
- 品種そのもの以外の「興味喚起のきっかけ」を用意する。
- マスコミを招待する。

⇒すぐれた食味の品種であることをアピールする他に、話題となる「興味喚起のきっかけ」を用意するなど工夫が必要である。

県知事やタレントによる品種以外の話題の提供をきっかけとして、果物の魅力をアピールする例がみられた。

また、こうしたきっかけを用意することは、マスコミが積極的に市場に取材に訪れるきっかけにもなる。

⇒店頭に並ぶ＆マスコミ取材による全国放送を組み合わせることが、品種の認知の向上に効果的であると思われる。

４．調査票（調査画面）

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50％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

4．調査票（調査画面）

【現在の果物摂取についてお聞きします】

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食べますか。
【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(月1日未満)

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 その他
1. 多い時間帯（いくつでも） →	□	□	□	□	□ 具体的に
2. その中で最も多い時間帯（ひとつだけ） →	○	○	○	○	○ 具体的に

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 旬や味覚を楽しめるから	5 美容に良いから	6 習慣になっているから	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） →	□	□	□	□	□	□	□	□	□ 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由（ひとつだけ） →	○	○	○	○	○	○	○	○	○ 具体的に

Q4 果物を(毎日は)食べない理由は何ですか。
【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 日持ちがせず買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) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ) →	○	○	○	○	○	○	○	○	○ 具体的に

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

Q6 あなたが一日あたりで【【Q5の選択内容】】の果物を食べるようになったきっかけを教えてください。(いくつでも)
【必須入力】

- ☐ 1. 家族が習慣的に食べていたから
- ☐ 2. 友人・知人に習慣的に食べている人がいたから
- ☐ 3. 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
- ☐ 4. ダイエットに効くと聞いた・ダイエットを始めたから
- ☐ 5. 健康に良いと聞いたから
- ☐ 6. 生活習慣病の予防になると聞いたから
- ☐ 7. 美容に良いと聞いたから
- ☐ 8. その他 (具体的に:)

Q7 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 他に食べる食品があるから	2 値段が高く食費に余裕がないから	3 一度にそんなに量を食べられないから	4 太るといけないから	5 食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから	6 あまり好きでないから	7 その他
1. あてはまる理由（いくつでも） →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由（ひとつだけ） →	○	○	○	○	○	○	○ 具体的に

Q8 あなたは食事をする中で、果物を食べることを意識していますか。
【必須入力】

- ○ 1. 意識していて、食べている
- ○ 2. 意識しているが、食べていない
- ○ 3. 意識していないが、食べている
- ○ 4. 意識していないし、食べていない

Q9 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 そのままで	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） →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に
2. 最もあてはまるもの（ひとつだけ） →	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○ 具体的に

4．調査票（調査画面）

Q10 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こと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。
【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. 果物を使ったスイーツ
- □ 5. 普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし
- □ 6. 歩きながら手軽に食べられるもの
- □ 7. ヨーグルトをかけて/ヨーグルトの中に入れて
- □ 8. その他 （具体的に: ）

Q11 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. 打ち身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が気になる
- □ 37. その他（具体的に: ）

Q12 あなたが果物を食べるとき、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

Q13 あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。
【必須入力】

	1 スーパーマーケット	2 デパート	3 八百屋	4 生協宅配	5 果物専門店	6 コンビニエンスストア	7 ミニスーパー	8 直売所	9 通販・ネット販売	10 レストラン・食堂	11 ファーストフード店	12 弁当販売店・所	13 その他	14 生鮮果物は購入しない（食べない）
1. 購入する（食べる）ことが多い場所（いくつでも） →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に	☐
2. その中で最も多い場所（ひとつだけ） →	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○ 具体的に	○

Q14 あなたはどの場所で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 スーパーマーケット	2 デパート	3 八百屋	4 生協宅配	5 果物専門店	6 コンビニエンスストア	7 ミニスーパー	8 直売所	9 通販・ネット販売	10 レストラン・食堂	11 ファーストフード店	12 弁当販売店・所	13 その他	14 果物加工品は購入しない（食べない）
1. 購入する（食べる）ことが多い場所（いくつでも） →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に	☐
2. その中で最も多い場所（ひとつだけ） →	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○ 具体的に	○

Q15 **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)

Q16 **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又はこれらに砂糖類、はちみつ等を加えたもの。

- ☐ 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. 果物缶詰
- ☐ 4. カットフルーツ
- ☐ 5. フルーツゼリー
- ☐ 6. フルーツヨーグルト
- ☐ 7. フルーツケーキ
- ☐ 8. ドライフルーツ
- ☐ 9. ジャム類(フルーツジャム)
- ☐ 10. その他 (具体的に:)

Q17 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と、果物加工品全体について、それぞれ理由を2つまで選んでください。

※前問の回答によっては、「果物加工品全体」だけが表示されている場合もございます。
※この質問は縦方向にご回答ください。
【必須入力】(2個まで選択)

	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 果物缶詰	4 カットフルーツ	5 フルーツゼリー	6 フルーツヨーグルト	7 フルーツケーキ	8 ドライフルーツ	9 ジャム類(フルーツジャム)	10 果物加工品全体
1. 簡単に食べられる(飲める)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(飲める)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)	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□

Q18 1年前と比較すると、以下の果物加工品を食べる(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。
※この質問は縦方向にご回答ください。
【必須入力】

	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 果物缶詰	4 カットフルーツ	5 フルーツゼリー	6 フルーツヨーグルト	7 フルーツケーキ	8 ドライフルーツ	9 ジャム類(フルーツジャム)	10 果物加工品全体
1. 増えた	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2. 変わらない	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
3. 減った	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
4. ほとんど食べなく(飲まなく)なった	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Q19 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。
※この質問は縦方向にご回答ください。
【必須入力】

	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 果物缶詰	4 カットフルーツ	5 フルーツゼリー	6 フルーツヨーグルト	7 フルーツケーキ	8 ドライフルーツ	9 ジャム類(フルーツジャム)	10 果物加工品全体
1. 増やしたい	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2. 変えようと思わない	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
3. 減らしたい	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Q20 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) →	○	○	○	○	○
2. 果汁(100%ジュース／ストレート) →	○	○	○	○	○
3. カットフルーツ →	○	○	○	○	○
4. ドライフルーツ →	○	○	○	○	○

【今後の果物摂取についての意向をお聞きします】

Q21 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

Q22 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 旬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） →	□	□	□	□	□	□	□	□ 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由（ひとつだけ） →	○	○	○	○	○	○	○	○ 具体的に

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. 色つきが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物
- [ ] 2. 色・形がよくて、見た目の美しい果物
- [ ] 3. 少々値段が高くても、おいしいさが確かな果物(味にバラつきがない)
- [ ] 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. 今よりも1つの実が大ぶりの果物
- [ ] 6. 今よりも1つの実が小ぶりで1人分サイズの果物
- [ ] 7. 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
- [ ] 8. 産直(宅配)、直売などによるより新鮮な果物
- [ ] 9. 生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物
- [ ] 10. 農薬をできるだけ使っていない果物
- [ ] 11. 料理や調理方法に合った果物(品種)
- [ ] 12. 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
- [ ] 13. 購入後傷みにくい果物(日持ちがする果物)
- [ ] 14. 季節を問わず、1年中購入できる果物
- [ ] 15. その他(具体的に: ）

- [ ] 16. 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

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. 果物の持っている栄養素や食べ方、保存方法などの情報を表示して販売
- [ ] 7. 店頭で試食ができる販売
- [ ] 8. 袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売
- [ ] 9. 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
- [ ] 10. 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にして販売
- [ ] 11. 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
- [ ] 12. 自動販売機による駅等での販売
- [ ] 13. インターネットでの販売
- [ ] 14. 職場での販売(おやつにデスクで食べられるみかん等)
- [ ] 15. その他(具体的に: ）

- [ ] 16. 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

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 そう思う	2 ややそう思う	3 あまりそう思わない	4 そう思わない
1. 日本人の食生活のバランスに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/袋ごとたべられる…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「ナガノパープル」は皮が薄く、皮ごと食べられる。 →	○	○	○	○
25. その他 [ ] →	○	○	○	○

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、今おすすめの果物のアピールが欲しい →	○	○	○	○
2. 品種の違う同じ果物が並ぶ場合は、その違いが分かる表示が欲しい →	○	○	○	○
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 →	○	○	○	○
4. 試食してから購入したい →	○	○	○	○
5. 産地表示が欲しい →	○	○	○	○
6. 食べ方や食べごろを表示して欲しい →	○	○	○	○
7. 家庭での保存方法を表示して欲しい →	○	○	○	○
8. 小袋やバラ売りがあると良い →	○	○	○	○
9. 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 →	○	○	○	○
10. 売り場に商品を説明宣伝する人がいると、買いやすい →	○	○	○	○
11. 果物売り場を見て回るのが楽しい →	○	○	○	○

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 →	○	○	○	○
2. スーパーマーケットより価格が高い →	○	○	○	○
3. スーパーマーケットより新鮮に見えない →	○	○	○	○
4. 24時間、いつでも買えるから便利 →	○	○	○	○
5. 1回で食べきれる量なので、買いやすい →	○	○	○	○
6. 果物の種類が十分ではない →	○	○	○	○
7. コンビニ等では果物は買いたくない →	○	○	○	○

Q28 あなたは、日頃の食生活や食品の購買行動で下記のことを気にかけていますか。(いくつでも)
【必須入力】

- [ ] 1. 主食を適量食べるよう意識している
- [ ] 2. 副菜(野菜)を適量食べるよう意識している
- [ ] 3. 主菜を適量食べるよう意識している
- [ ] 4. 牛乳・乳製品を適量食べるよう意識している
- [ ] 5. 果物を適量食べるよう意識している
- [ ] 6. 油や脂肪の多い料理を控えている
- [ ] 7. 主食の中でも特にごはん(米)を食べるようにしている
- [ ] 8. 塩分の多い料理を控えている
- [ ] 9. 適量な量とバランスを考えて食事をしている
- [ ] 10. 一日の摂取カロリー量を考えて食事をしている
- [ ] 11. 国産品を購入するよう意識している
- [ ] 12. 旬の食材を食べるように意識している
- [ ] 13. 出来合いのものではなく、自分で調理するように意識している
- [ ] 14. "健康に良い"と言われるものは積極的に食べるようにしている
- [ ] 15. その他(具体的に:

- [ ] 16. 特に気にかけていることはない

Q29 あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えて下さい。
【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. 人生を楽しんでいる →	○	○	○	○
2. 年齢よりも若く見られる →	○	○	○	○
3. 自分のことを健康だと思う →	○	○	○	○
4. 疲れがたまりにくい →	○	○	○	○
5. 規則正しい生活をしている →	○	○	○	○
6. うちこめる趣味がある →	○	○	○	○
7. 国内産の食料を購入するよう心がけている →	○	○	○	○
8. 輸入食品はあまり購入しない →	○	○	○	○
9. 家族とのコミュニケーションを積極的に図っている →	○	○	○	○
10. 肌がキレイだと言われることがある →	○	○	○	○
11. 季節の行事や旬を大切にしている →	○	○	○	○
12. 暮らしや食生活が楽しくなるよう、自分で色々と工夫している →	○	○	○	○
13. 太っていない →	○	○	○	○
14. 血糖値が高くない →	○	○	○	○
15. 血圧が高くない →	○	○	○	○

Q30 あなたは、日頃の健全な食生活を実践するため、どのような指針等を参考にしていますか。
下記から3つまで選んでください。
【必須入力】(3個まで選択)

- [ ] 1.「食事バランスガイド」
- [ ] 2.「食生活指針」
- [ ] 3.「3色分類」
- [ ] 4.「六つの基礎食品」
- [ ] 5.「日本人の食事摂取基準」
- [ ] 6. その他の指針

- [ ] 7. 特に参考にしていない

Q31 下記の果物の品種について、あなたに当てはまるものをそれぞれ一つずつお答えください。
【必須入力】

	1 知っていて、購入したことがある	2 知っているが、購入した事はない	3 知っているが、購入したことがあるかないか覚えていない	4 知らない
【温州みかん】				
1. ゆら早生 →	○	○	○	○
2. 青島温州 →	○	○	○	○
3. 宮川早生 →	○	○	○	○
【その他かんきつ類】				
4. 紅まどんな →	○	○	○	○
5. せとか →	○	○	○	○
6. 不知火（デコポン） →	○	○	○	○
7. はるみ →	○	○	○	○
【りんご】				
8. シナノスイート →	○	○	○	○
9. 秋映 →	○	○	○	○
10. ふじ →	○	○	○	○
11. トキ →	○	○	○	○
12. シナノゴールド →	○	○	○	○
【梨（なし）】				
13. あきづき →	○	○	○	○
14. 南水 →	○	○	○	○
15. 豊水 →	○	○	○	○
16. 幸水 →	○	○	○	○
【柿（かき）】				
17. 太秋 →	○	○	○	○
18. 富有 →	○	○	○	○
19. 平核無 →	○	○	○	○
【ぶどう】				
20. シャインマスカット →	○	○	○	○
21. ナガノパープル →	○	○	○	○
22. ピオーネ →	○	○	○	○
23. 巨峰 →	○	○	○	○
【桃（もも）】				
24. 川中島白桃 →	○	○	○	○
25. 白鳳 →	○	○	○	○
26. あかつき →	○	○	○	○
【キウイフルーツ】				
27. ゼスプリゴールド →	○	○	○	○
【いちご】				
28. あまおう →	○	○	○	○
29. とちおとめ →	○	○	○	○
【さくらんぼ】				
30. 佐藤錦（さとうにしき） →	○	○	○	○

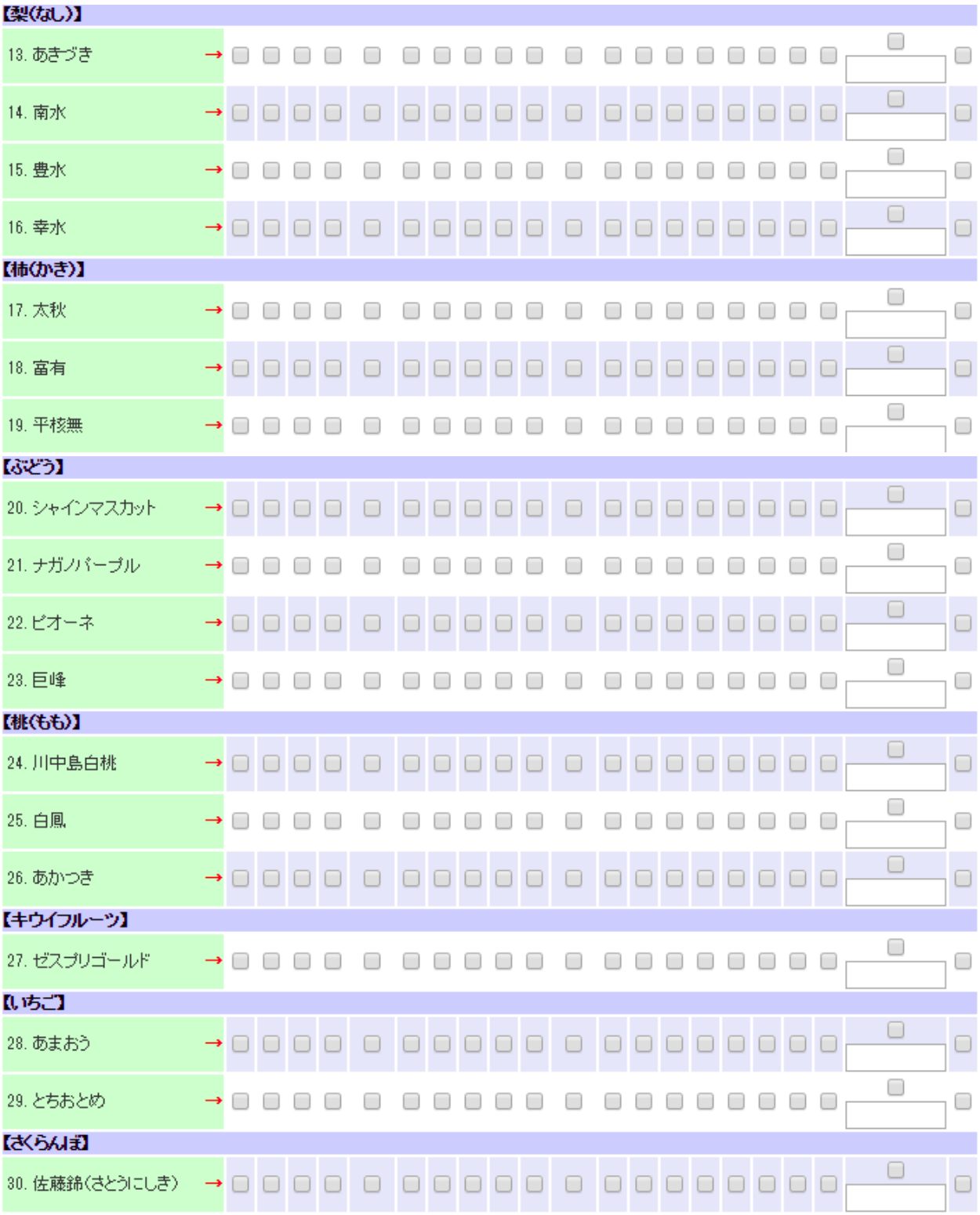
Q32 下記の果物の品種について、あなたはどのようにしてその存在を知りましたか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。
【必須入力】

	1 売り場で並んでいるのを見て	2 売り場での試食	3 売り場のポップ(商品説明メモ)	4 売り場での対面販売／宣伝	5 テレビ番組	6 テレビCM	7 ラジオ	8 雑誌・新聞	9 折り込みチラシ	10 インターネット記事	11 口コミ	12 その他	13 覚えていない
【温州みかん】													
1. ゆら早生 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
2. 青島温州 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
3. 宮川早生 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
【その他かんきつ類】													
4. 紅まどんな →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
5. せとか →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
6. 不知火(デコポン) →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
7. はるみ →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
【りんご】													
8. シナノスイート →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
9. 秋映 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
10. ふじ →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
11. トキ →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
12. シナノゴールド →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
【梨(なし)】													
13. あきづき →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
14. 南水 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
15. 豊水 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
16. 幸水 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□

【柿(かき)】														
17. 太秋	→													
18. 富有	→													
19. 平核無	→													
【ぶどう】														
20. シャインマスカット	→													
21. ナガノパープル	→													
22. ピオーネ	→													
23. 巨峰	→													
【桃(もも)】														
24. 川中島白桃	→													
25. 白鳳	→													
26. あかつき	→													
【キウイフルーツ】														
27. ゼスプリゴールド	→													
【いちご】														
28. あまおう	→													
29. とちおとめ	→													
【さくらんぼ】														
30. 佐藤錦(さとうにしき)	→													

Q33 下記の果物の品種について、あなたはどのようなイメージをお持ちですか。
当てはまるものをそれぞれすべてお選びください。
【必須入力】

	1 糖度が高い(甘い)	2 大きさに特徴がある(普通より大きい・小さい)	3 果汁が多く、ジューシー	4 その種類の果物の定番・代表格	5 甘みと酸味のバランスがちょうど良い(甘すぎない・酸っぱすぎない)	6 酸味がある	7 さっぱり・さわやか・すっきり	8 食感・歯ごたえが良い	9 高級な・上品な感じ	10 形・色が特徴的	11 食べやすい(皮がむきやすい・種がない・皮ごと食べられる等)	12 都道府県・地域の特産品	13 香りが良い	14 果肉がやわらかい	15 果肉が固め	16 味が濃厚	17 身近・手頃な値段で購入できる	18 健康に良い成分が多く含まれている	19 季節を感じることができる	20 その他	21 特にない
【温州みかん】																					
1. ゆら早生 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
2. 青島温州 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
3. 宮川早生 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
【その他かんきつ類】																					
4. 紅まどんな →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
5. せとか →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
6. 不知火(デコポン) →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
7. はるみ →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
【りんご】																					
8. シナノスイート →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
9. 秋映 →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
10. ふじ →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
11. トキ →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□
12. シナノゴールド →	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□


【梨(なし)】
13. あきづき
14. 南水
15. 豊水
16. 幸水
【柿(かき)】
17. 太秋
18. 富有
19. 平核無
【ぶどう】
20. シャインマスカット
21. ナガノパープル
22. ピオーネ
23. 巨峰
【桃(もも)】
24. 川中島白桃
25. 白鳳
26. あかつき
【キウイフルーツ】
27. ゼスプリゴールド
【いちご】
28. あまおう
29. とちおとめ
【さくらんぼ】
30. 佐藤錦(さとうにしき)

Q34 下記の果物の品種を、あなたは今後買ってみたいと思いますか。
当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。
【必須入力】

	1 買いたいと思う	2 やや買いたいと思う	3 あまり買いたいとは思わない	4 買いたいとは思わない
【温州みかん】				
1. ゆら早生 →	○	○	○	○
2. 青島温州 →	○	○	○	○
3. 宮川早生 →	○	○	○	○
【その他かんきつ類】				
4. 紅まどんな →	○	○	○	○
5. せとか →	○	○	○	○
6. 不知火（デコポン） →	○	○	○	○
7. はるみ →	○	○	○	○
【りんご】				
8. シナノスイート →	○	○	○	○
9. 秋映 →	○	○	○	○
10. ふじ →	○	○	○	○
11. トキ →	○	○	○	○
12. シナノゴールド →	○	○	○	○
【梨（なし）】				
13. あきづき →	○	○	○	○
14. 南水 →	○	○	○	○
15. 豊水 →	○	○	○	○
16. 幸水 →	○	○	○	○
【柿（かき）】				
17. 太秋 →	○	○	○	○
18. 富有 →	○	○	○	○
19. 平核無 →	○	○	○	○
【ぶどう】				
20. シャインマスカット →	○	○	○	○
21. ナガノパープル →	○	○	○	○
22. ピオーネ →	○	○	○	○
23. 巨峰 →	○	○	○	○
【桃（もも）】				
24. 川中島白桃 →	○	○	○	○
25. 白鳳 →	○	○	○	○
26. あかつき →	○	○	○	○
【キウイフルーツ】				
27. ゼスプリゴールド →	○	○	○	○
【いちご】				
28. あまおう →	○	○	○	○
29. とちおとめ →	○	○	○	○
【さくらんぼ】				
30. 佐藤錦（さとうにしき） →	○	○	○	○

Q35 今後、果物の新品種が開発・販売されるにあたって、
あなたはそれぞれの果物にどのような新品種が開発されることを期待しますか。
それぞれの果物について、当てはまるものを最大5つまでお選びください。
【必須入力】

	1 高糖度で甘い	2 種がない	3 皮がむきやすい	4 日持ちが良い	5 皮ごと食べられる	6 大きい	7 小ぶり・1人分のサイズ	8 歯ごたえ・歯触りが良い	9 糖酸バランスが良い(適度な甘さと酸味)	10 果肉が柔らかい	11 薄皮、スジがない、とりやすい(かんきつ類)	12 酸味がある	13 酸っぱくない	14 蜜が多い(りんご)	15 香りが良い	16 見た目が美しい	17 味が濃厚	18 健康機能成分が豊富	19 果肉が硬く崩れない	20 その他	21 特にない/今のままでよい
1. 温州みかん →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. その他かんきつ類 →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. りんご →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. 梨(なし) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. 柿(かき) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. ぶどう →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. 桃(もも) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. キウイフルーツ →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Q36 以下の果物に関する事を、あなたはご存知でしたか。
当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。
【必須入力】

	1 知っていた（見たことがある）	2 何となく聞いたことがある（見たことがあるような気がする）	3 知らなかった（見たことはない）
1. 国は「食事バランスガイド」で、健康増進のために果物を毎日２つ（概ね200g）食べることを勧めている 「食事バランスガイド」：「何を」「どれだけ」食べたらよいかを分かりやすくコマで示したもの 	○	○	○
2.「毎日くだもの200グラム！」という標語	○	○	○
3.「くだもの200グラム運動」のロゴマーク 	○	○	○

参考：経年分析

１．これまでの調査の実施概要

【１】とりまとめ内容

公益財団法人中央果実協会において、過去に実施した「果物の消費に関するアンケート調査」及び今回の調査について、３年以上調査している共通項目の調査結果の推移をとりまとめた。

なお、調査実施年度により「問い」の表現が多少異なる場合があります。

【２】各年の調査客体

実施年度	調査時期	対象地域	調査方法	回収サンプル数	発行年月
Ｈ１６	6/2～6/16	関東近県	郵送	670	Ｈ１６．７
Ｈ１７	12/2～12/14	全国	郵送	2236	Ｈ１８．１
Ｈ１９	12/20～1/23	全国	郵送	2482	Ｈ２０．２
Ｈ２０	12/12～1/19	全国	郵送	2055	Ｈ２１．３
Ｈ２１	12/18～1/13	全国	郵送	2086	Ｈ２２．３
Ｈ２２	８月下旬	全国	Ｗｅｂ	1374	Ｈ２３．２
Ｈ２４	10/17～10/19	全国	Ｗｅｂ	2000	Ｈ２５．１
Ｈ２６	9/27～9/29	全国	Ｗｅｂ	2000	Ｈ２７．２

（注）調査は、一般生活者を対象に実施。

（注）調査時期が異なるため、回答結果にも多少の影響を及ぼしていると思われる。

【３】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５０％以上を含んだ果実・野菜ミックスジュースを含む）。

【４】経年で調査している主な調査項目

※平成２５年現在で、３年以上調査している項目を対象としました。

① 果物の摂取頻度
② 果物の摂取量
③ 果物の摂取理由
④ 果物を毎日は摂取しない理由
⑤ 果物の購入場所
⑥ 果物加工品の摂取頻度
⑦ 購入機会の多い果物加工品
⑧ 果物の摂取時間（摂取機会）
⑨ 今後の果物摂取の意向
⑩ 果物の消費量を増やすための提供方法
⑪ 果物の消費量を増やすための販売方法
⑫ 果物加工品の今後の摂取意向
⑬ 果物を毎日２００グラム以上摂取することと健康との関係の認知
⑭ 「毎日くだもの２００グラム！」標語の認知
⑮ ロゴマークの認知

【５】回答選択数の表示

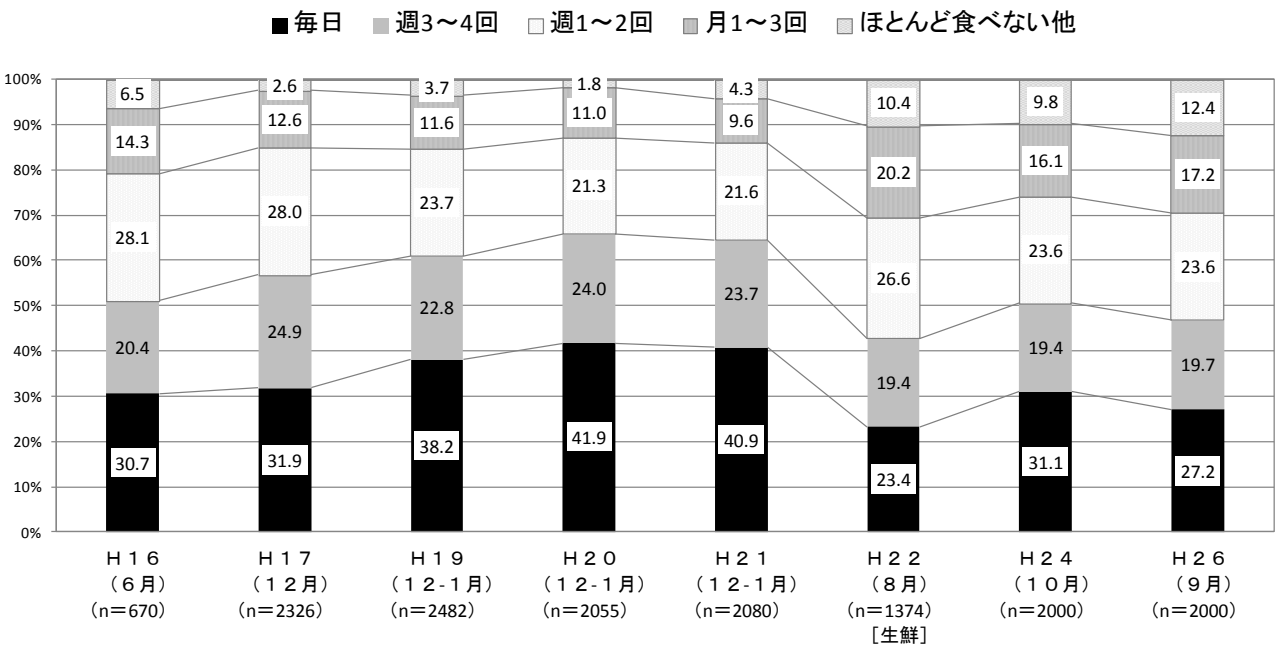
単数選択は（ＳＡ）、複数選択は（ＭＡ）と表示した。

２．調査の経年分析結果

①果物の摂取頻度

- Ｈ２４年度と比較して、Ｈ２６年度は全体的に摂取頻度は低下。
- Ｈ２６年度の「毎日」のスコアは、過去２番目に低調。

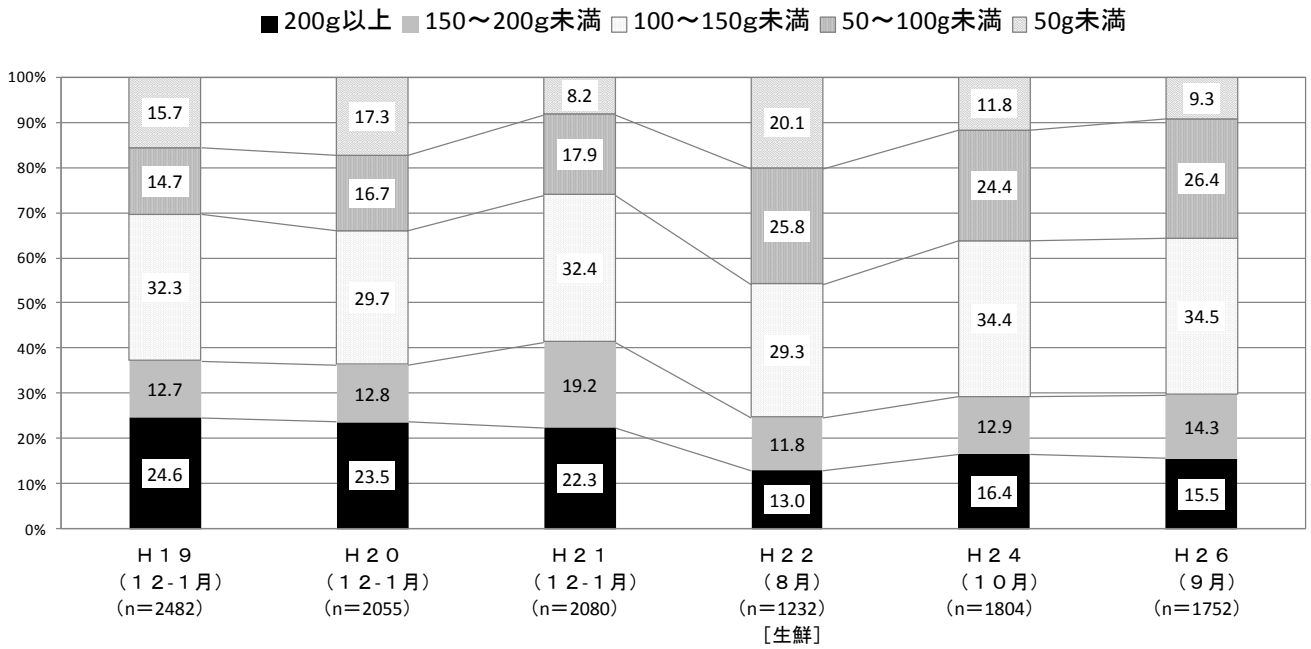
Ｑ．あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で摂りますか。（Ｈ２６）（ＳＡ）



②果物の摂取量

- 全ての調査において、「１００～１５０ｇ」がボリュームゾーン。
- 「２００ｇ以上」は近年やや微減傾向にある。
- 「５０～１００ｇ未満」は近年増加傾向にある。

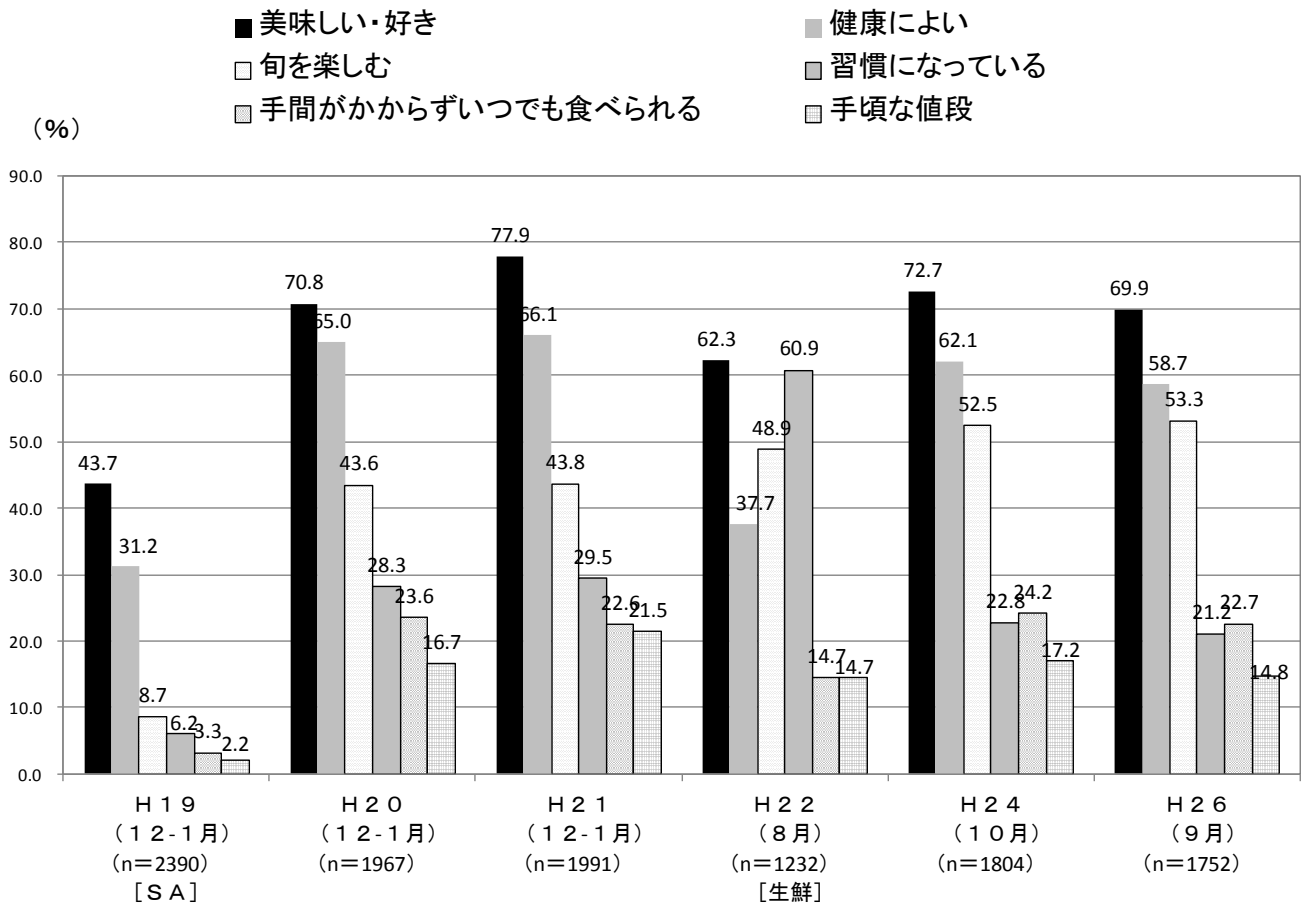
Q．あなたが果物を摂る場合、（一日平均にして）どの程度の量を摂っていますか。（Ｈ２６）（ＳＡ）



③果物の摂取理由

- 全ての調査において、「美味しい・好き」が最も高い。
- 「旬を楽しむ」は近年、緩やかな増加傾向にある。
- 「美味しい・好き」「健康に良い」は総じて高い。

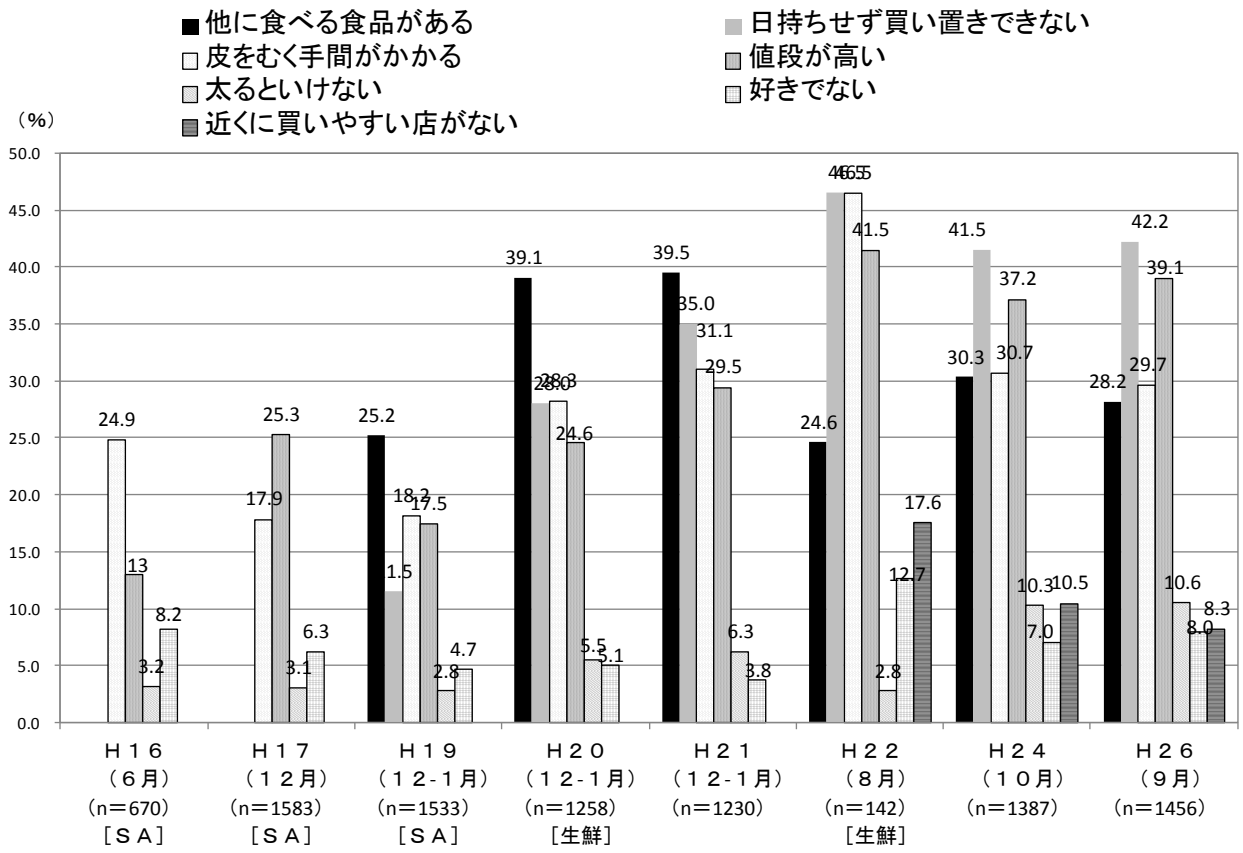
Q．果物を摂る理由は何ですか。（Ｈ２６）（ＭＡ；Ｈ１９はＳＡ）



④果物を毎日は摂らない理由

- 「他に食べる食品がある」はＨ２１調査までは最も高かったが、近年は「日持ちせず買い置きできない」「皮をむく手間がかかる」「値段が高い」を下回っている。
- 「日持ちせず買い置きできない」「値段が高い」ともに近年増加傾向にある。
- 「太るといけない」はＨ２４年度より増加に転じ、Ｈ２６年度にかけても微増。

Ｑ．果物を（毎日は）摂らない理由は何ですか。（Ｈ２６）（ＭＡ；Ｈ１６、１７、１９はＳＡ）

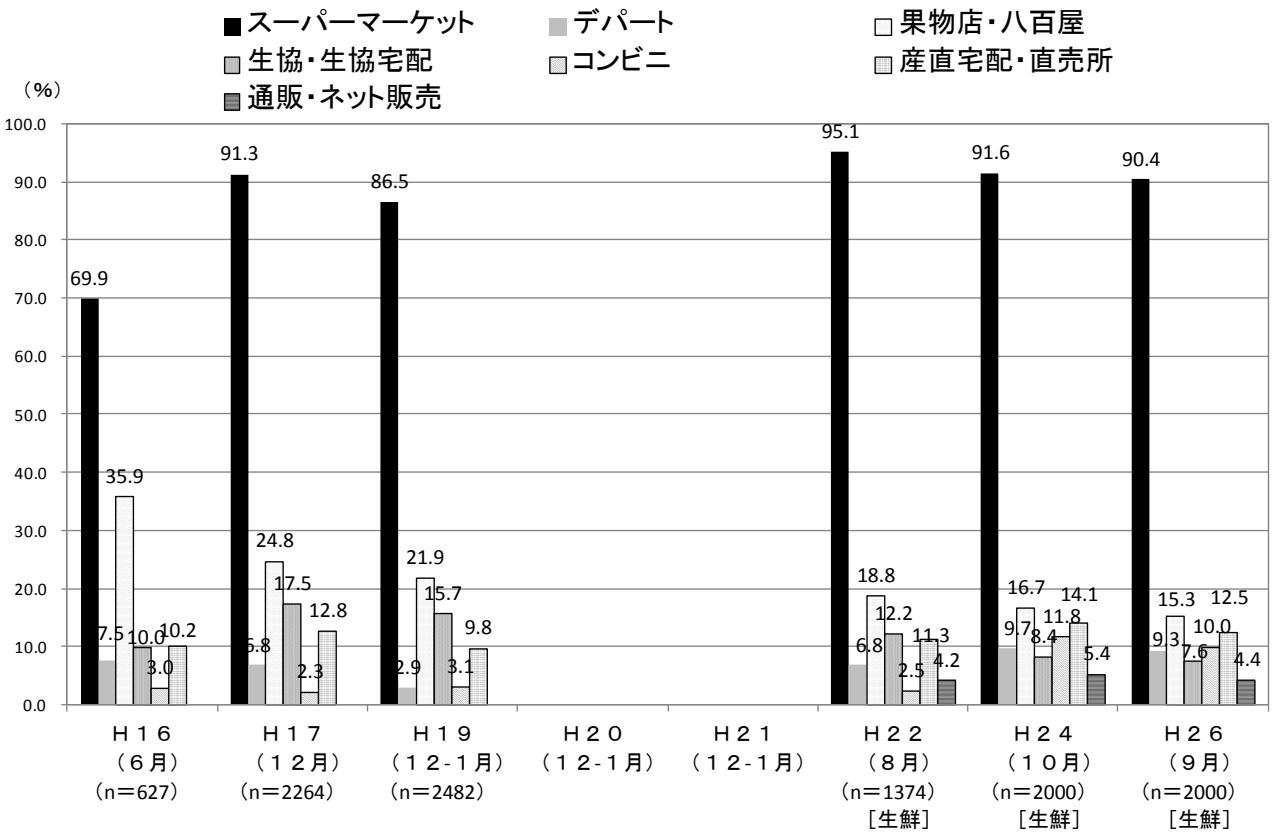


※H22は「日持ちせず買い置きできない」と「皮をむく手間がかかる」を合せて聞いている。

⑤果物の購入場所

- 全ての調査において、「スーパーマーケット」が突出して高い。
- 「果物店・八百屋」は２０％を超えていたが、近年、２０％を下回り、微減傾向。
- 「コンビニエンスストア」はこれまで３％前後だったが、Ｈ２４年度に大きく増加。Ｈ２６年度にかけては微減傾向にある。
- 「通販・ネット販売」は、近年数％で横ばい。

Q．あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。（Ｈ２４）（ＭＡ）

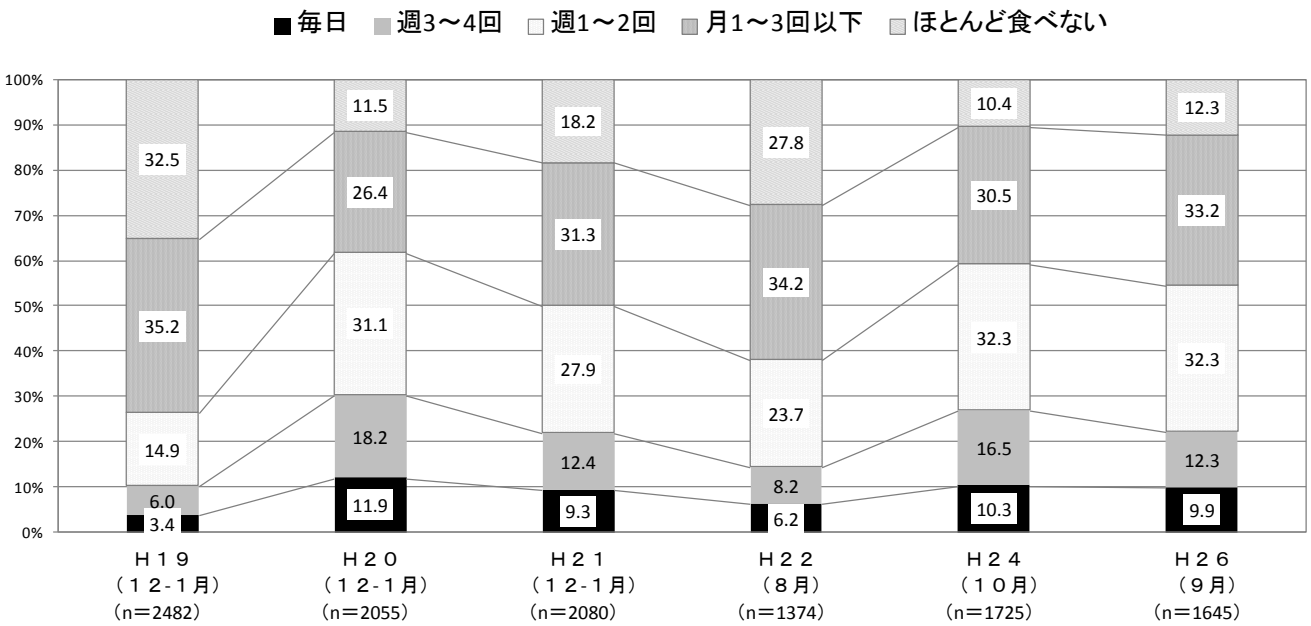


※Ｈ１６、１７、１９は回答時に２つずつ選択。

⑥果物加工品の摂取頻度

- 「毎日」と「週１～４回」の合計は２０%前後、「週１～２回」を加えると５０%前後の水準にあるが、増減傾向は明確ではない。
- Ｈ２６年度にかけて「ほとんど食べない」、「月１～３回以下」が増加し、果物加工品の摂取頻度はＨ２４年度より全体的に低下した。

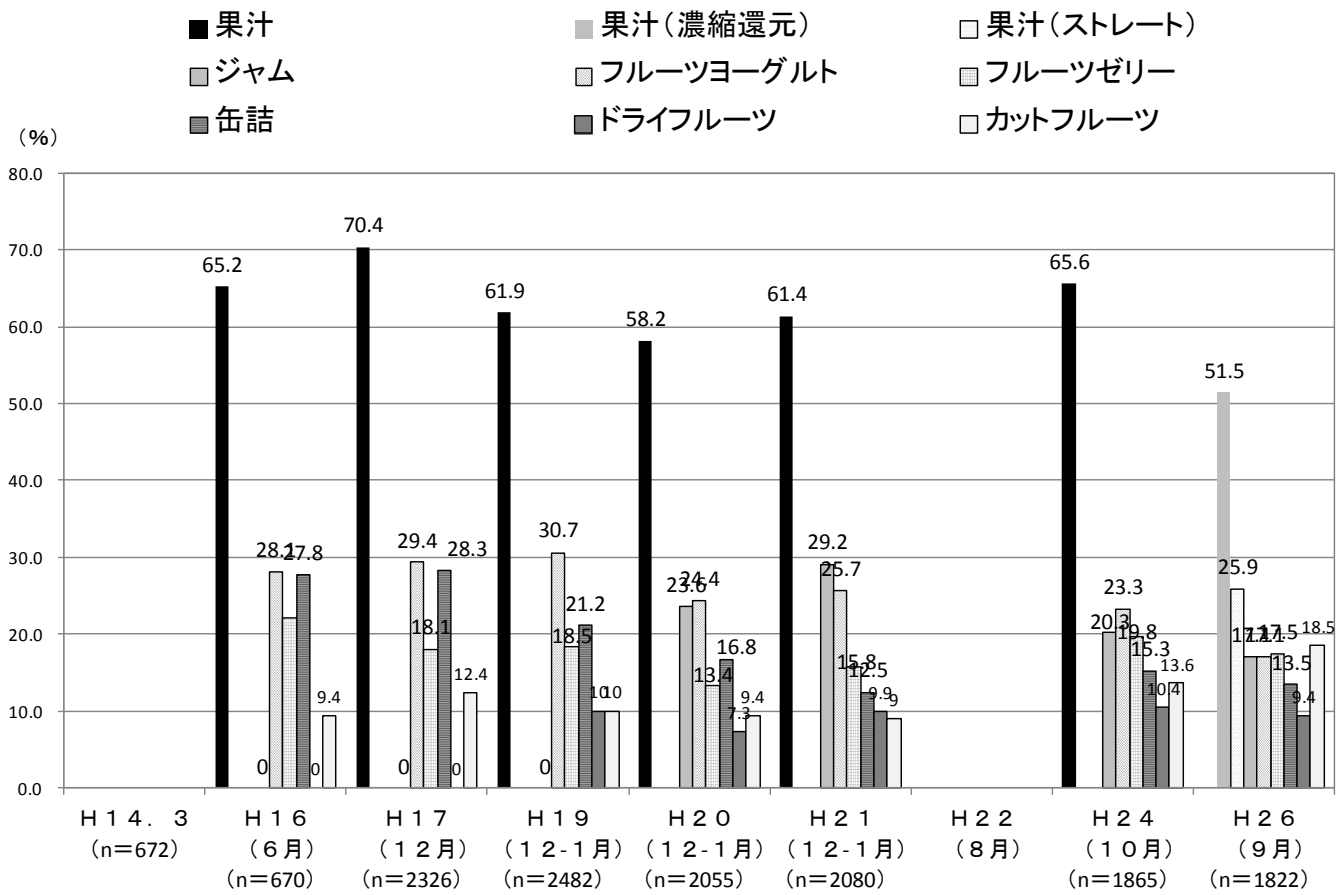
Q．あなたは果物加工品をどの程度の頻度で食べますか（飲みますか）。（Ｈ２４）（ＳＡ）



⑦購入機会の多い果物加工品

- Ｈ２６年度の調査より、果汁を濃縮還元とストレートの２種類に分けて聴取。これまで、果汁のスコアは６割前後であったが、Ｈ２６年度においては濃縮還元が５割、ストレートが２割半ばとなった。
- 「缶詰」は減少傾向にある。
- 「カットフルーツ」は、近年増加傾向にあり、Ｈ２４年度からＨ２６年度にかけて５ポイント近く増加した。
- 他の品目は、増減傾向は明確ではない。

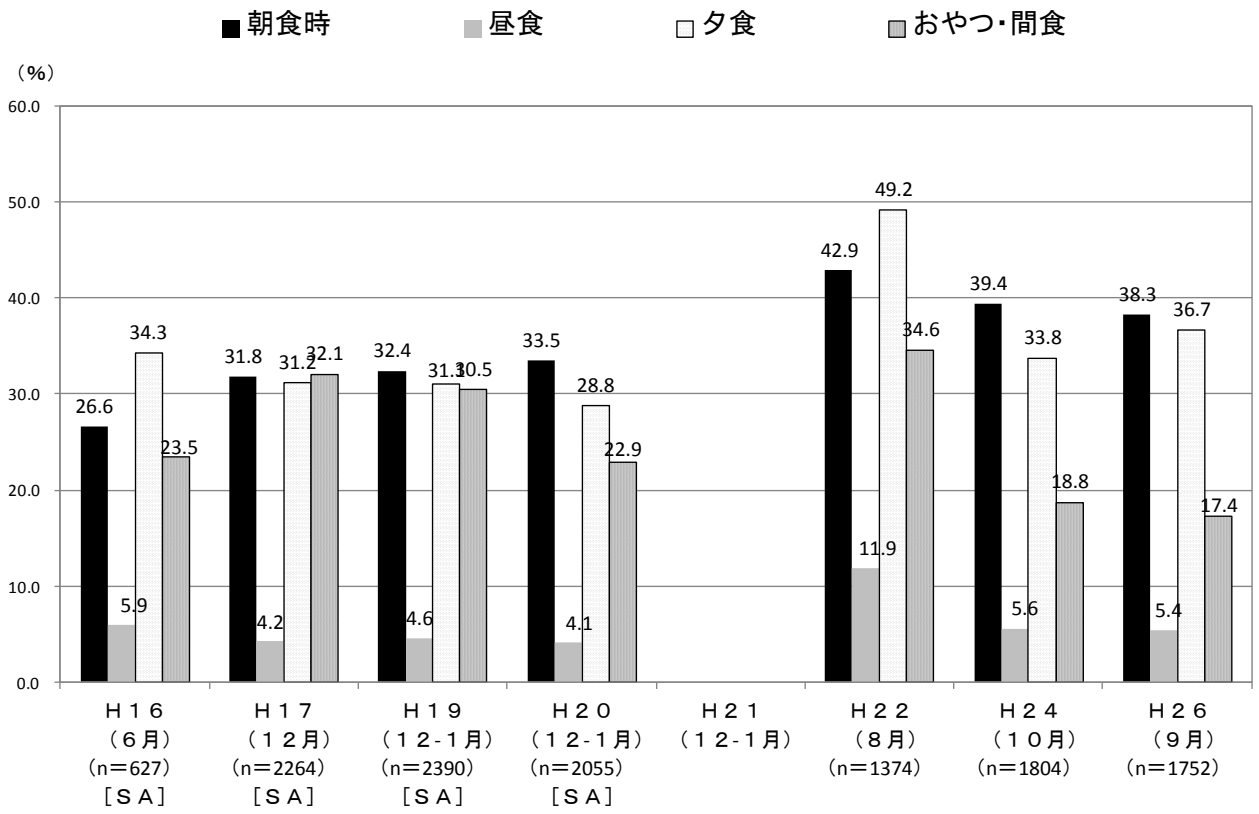
Ｑ．あなたがよく購入する果物加工品は何ですか。購入することが多いものから順に下記から２つまで選んでください。（Ｈ２４）（ＭＡ）



⑧果物の摂取時間（摂取場面）

- 「朝食時」「夕食」が高い。
- Ｈ２６年度の傾向は、Ｈ２４年度とほぼ同等。

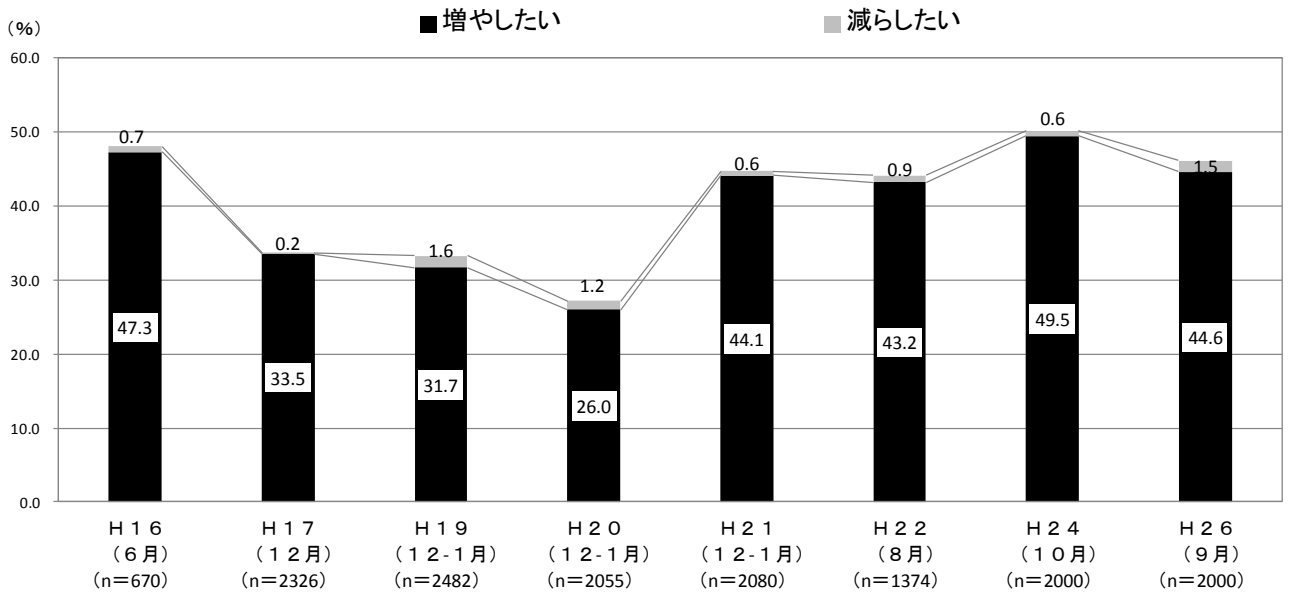
Q．果物を摂るのはいつが多いですか。（Ｈ２４）（ＭＡ、Ｈ１６、１７、１９、２０はＳＡ）



⑨今後の果物摂取の意向

- 「増やしたい」はＨ２０調査まで減少しておりその後増加傾向にあったが、Ｈ２６年度にかけて５ポイント近く減少した。
- 「減らしたい」は、すべての調査において、１%前後の低い割合で推移しているが、Ｈ２６年度のスコアは過去２番目に高い。

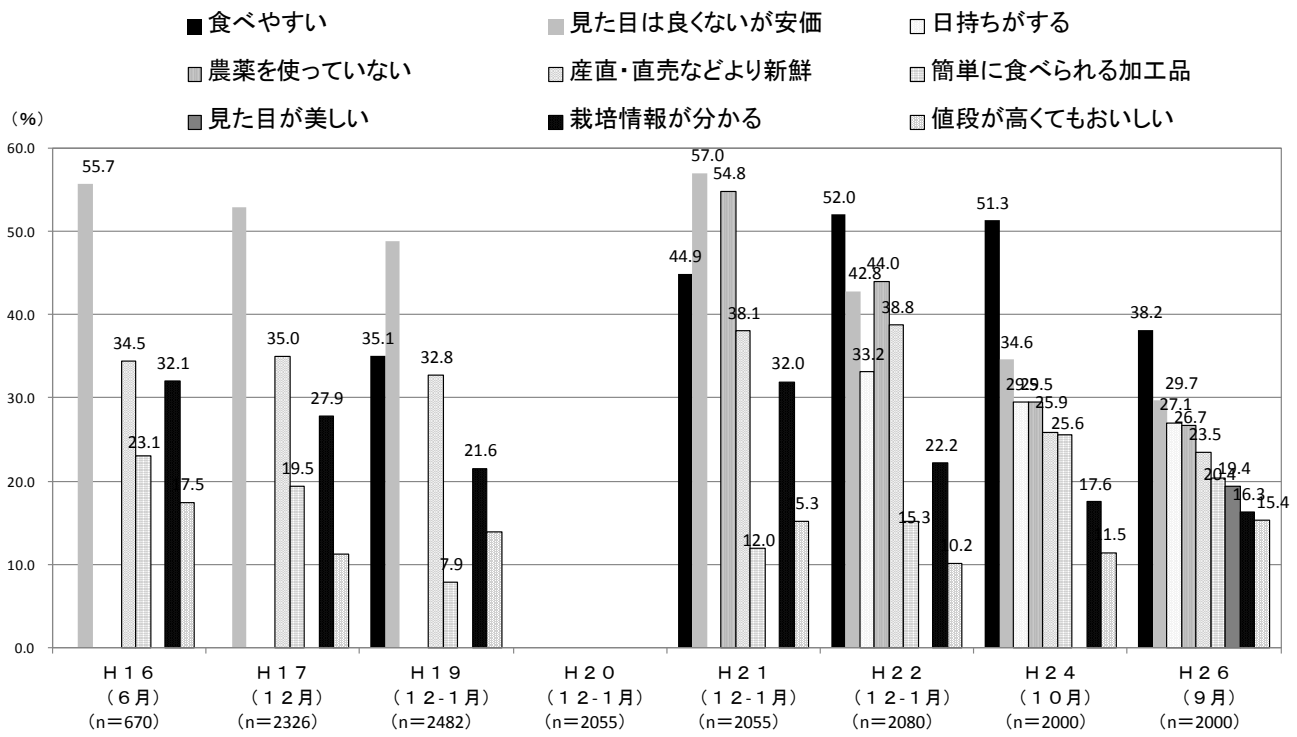
Ｑ．あなたは今後、果物を摂る量を増やしたいと思いますか。（Ｈ２４）（ＳＡ）



⑩果物の消費量を増やすための提供方法

- Ｈ２１年度までは「（見た目は良くないが）安価」が最も高かったが、Ｈ２２年度よえい「食べやすい」が最も高い結果となっている。Ｈ２２年度より設問文が変更になったことも影響していると思われる。
- Ｈ２６年度は全体的にスコアが低い結果となった。
- 「産直・直販」は、Ｈ２２年度からＨ２４年度にかけて大きく減少している。
- 「簡単に食べられる加工品」は、Ｈ２２年度からＨ２４年度にかけて大きく増加したが、Ｈ２６年度で再び減少した。

Ｑ．どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂るようになりますか。（Ｈ２６）（ＭＡ）

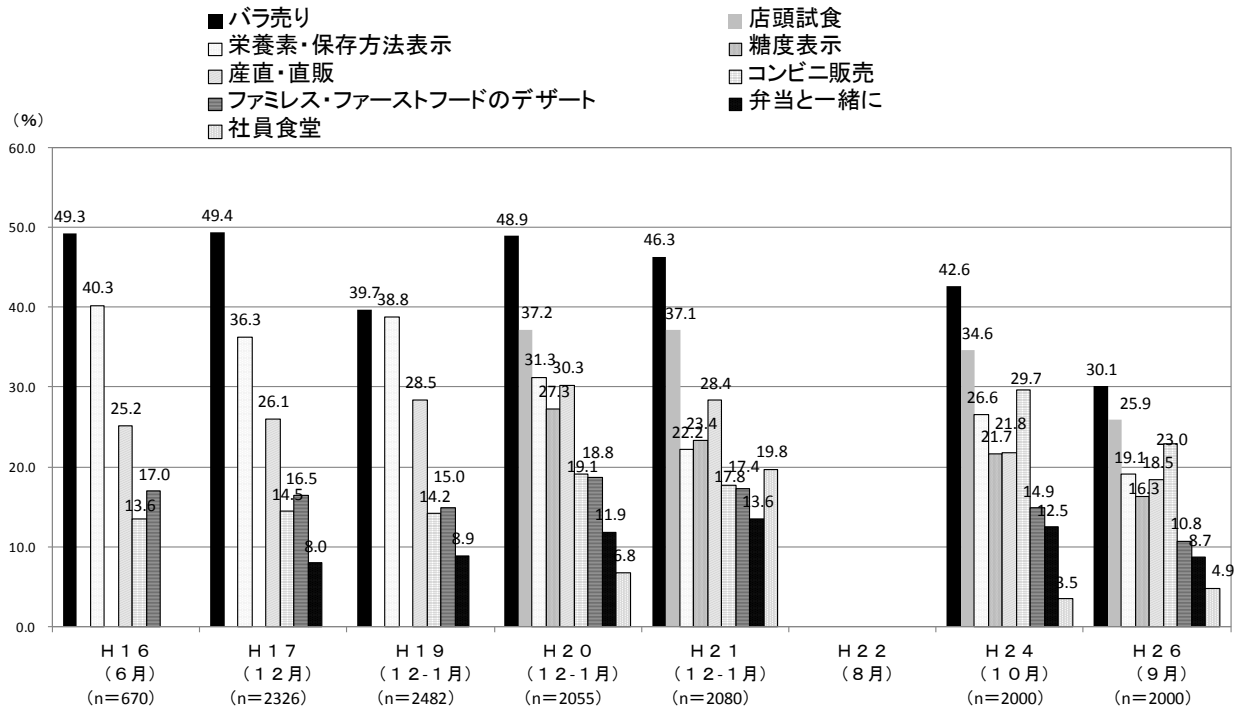


※Ｈ１６、１７、１９は回答時に２つずつ選択。
※「見た目はよくないが安価」について
～Ｈ２１：「今より値段の安いくだもの」等値段についてのみ言及。
Ｈ２２～：「見た目はよくないが割安なくだもの」と見た目についても言及。

⑪果物の消費量を増やすための販売方法

- 全ての調査において、「バラ売り」が最も高く、次いで「店頭試食」の順である。
- Ｈ２６年度は全体的にスコアが低い結果となった。
- 「産直・直販」は近年、減少傾向。
- 「コンビニ販売」は近年増加傾向にあったが、Ｈ２６年度にかけて５ポイント近く減少した。
- 「栄養素・保存方法表示」「糖度表示」は２０～３０％の水準を維持していたが、Ｈ２６年度に初めて２割を切った。

Q．どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになりますか。（Ｈ２４）（ＭＡ）

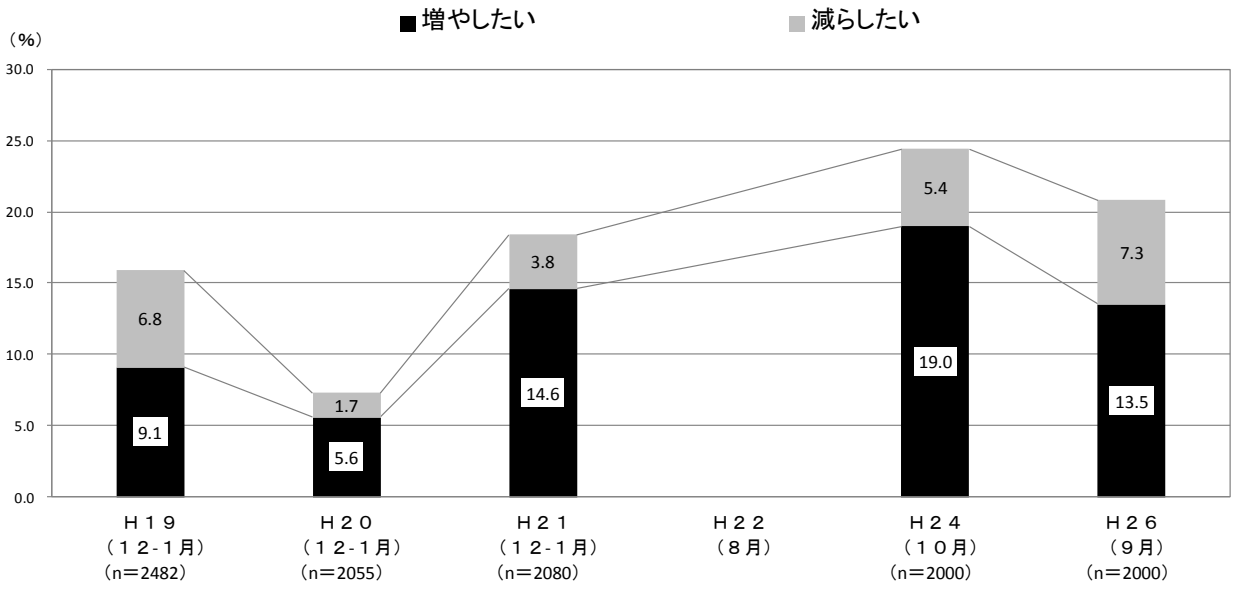


※Ｈ１６、１７、１９は回答時に２つずつ選択。

⑫果物加工品の今後の摂取意向

- Ｈ２６年度にかけて「増やしたい」が５ポイント近く減少し、１３．５%となった。
- 「減らしたい」は近年増加し、今回７．３%となった。

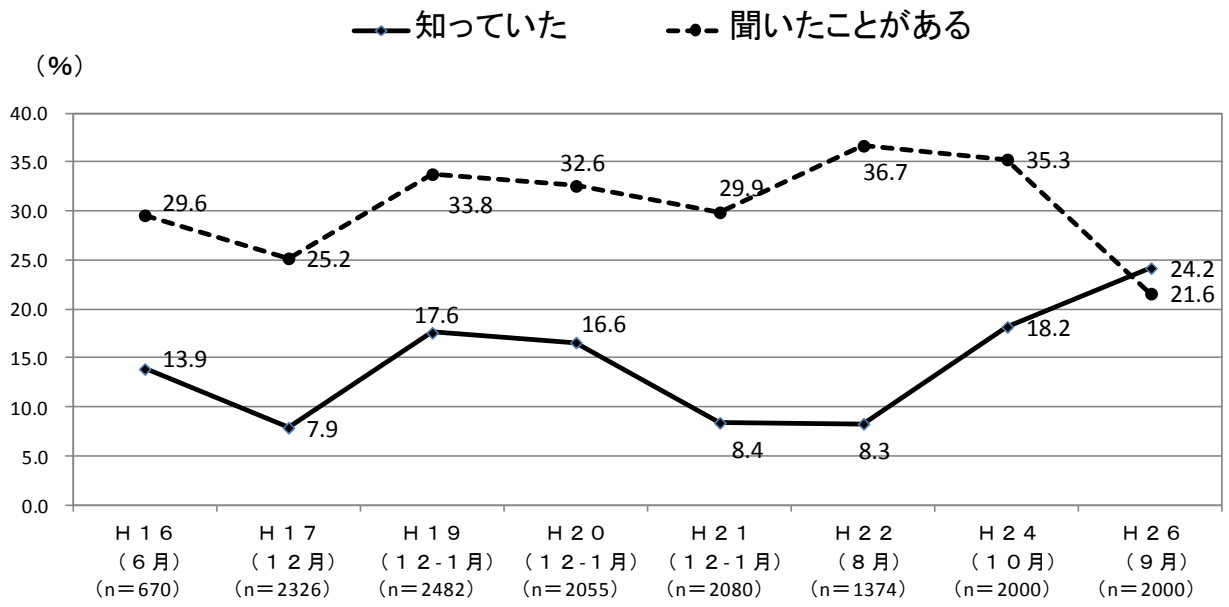
Ｑ．今後、以下の果物加工品の食べる（飲む）量を増やしたいと思いますか。【果物加工品全体】
（Ｈ２４）（ＳＡ）



⑬果物を毎日２００グラム以上摂取することと健康との関係の認知

- Ｈ２６年度において、これまでで初めて「知っていた」と「聞いたことがある」のスコアが逆転し、「知っていた」が２４．２％となった。

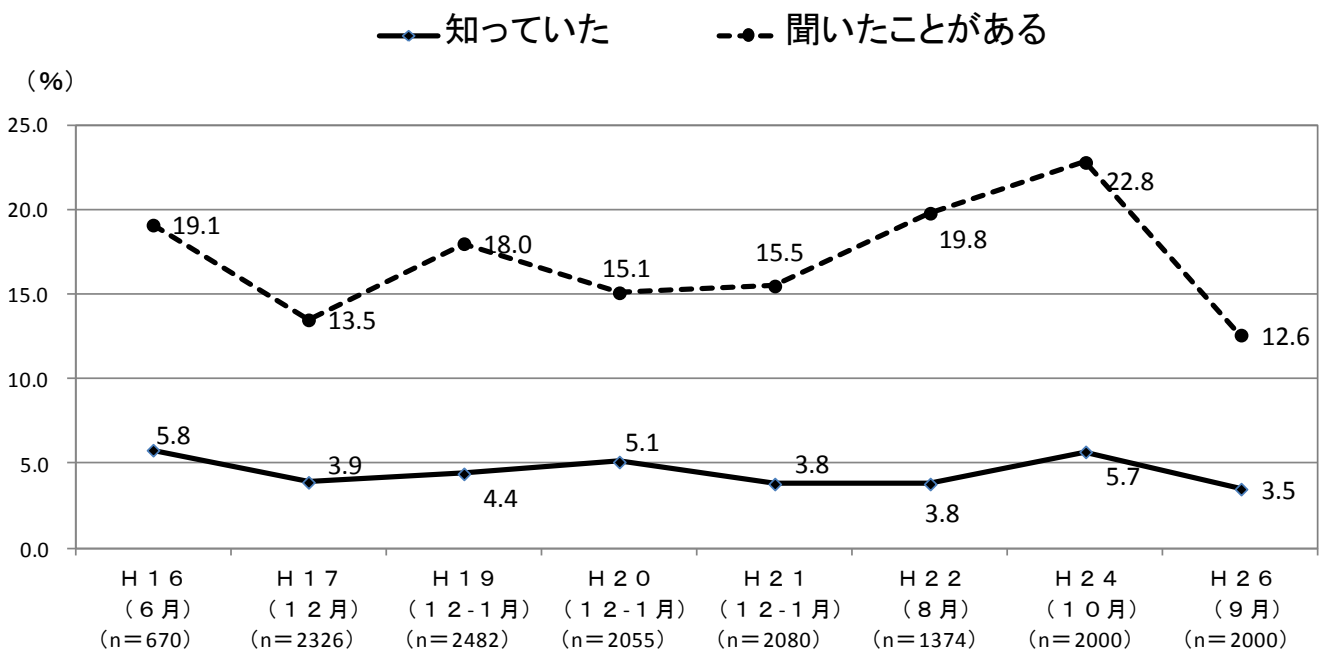
Ｑ．国は「食事バランスガイド」で、健康増進のため果物を毎日２つ（概ね２００ｇ）摂ることを勧めていますが、ご存知でしたか。（Ｈ２４）（ＳＡ）



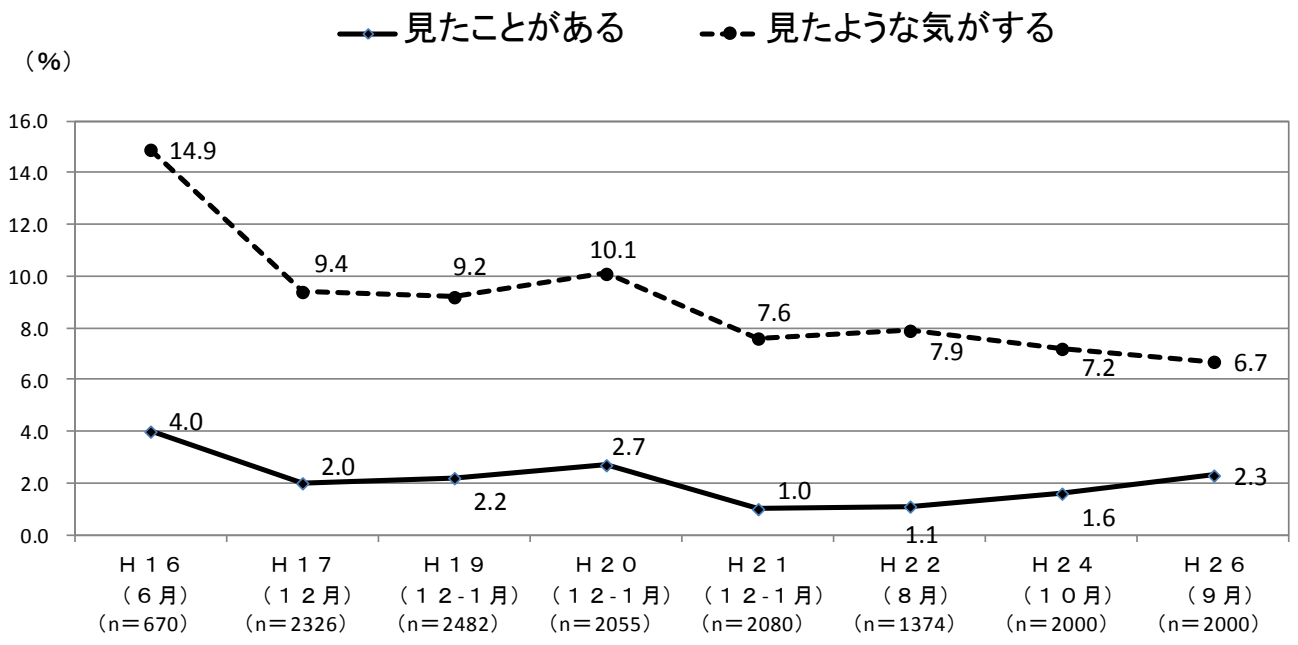
⑭「毎日くだもの２００グラム！」標語の認知

- 「知っていた」は、特に大きな変化はなく、５%前後の低い水準にある。
- 「聞いたことがある」は近年増加傾向にあったが、Ｈ２６年度にかけて１０ポイントと近くスコアを落とした。

Q．「毎日くだもの２００グラム！」という標語をご存知でしたか。（Ｈ２４）（ＳＡ）



⑮ロゴマークの認知

- 「見たことがある」「見たような気がする」ともに減少傾向にある。
- 「見たことがある」は２%前後の非常に低い水準でほとんど認知されていないが、近年わずかに増加傾向にある。

Q．「毎日くだもの２００グラム！」のロゴマークを見たことがありますか。（Ｈ２４）（ＳＡ）