

平成29年度

# 果物の消費に関するアンケート調査報告書

平成30年3月

公益財団法人中央果実協会

# はしがき

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

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

一方、単身世帯や夫婦のみの世帯の増加、世帯員数の減少などの世帯構成の変化、食の外部化、簡便化の進行、安全志向、健康志向の高まり等、果物消費を取り巻く社会経済情勢が大きく変化しており、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に的確に対応した商品提供や販売方法等の工夫が重要です。

こうしたもとの、平成27年度、28年度の調査では、特に果物の消費が少ない20～40歳代の働き盛り世代に焦点を当てて、生活スタイルに着目した消費動向・消費意向等の調査分析、幼少期の果物の消費動向・消費意識、食育の状況の調査分析を行いました。

29年度においては、経年で調査を行っている果物の摂取状況、摂取意向・意識及び「毎日くだもの200グラム運動」の周知状況等について調査を行い、前回調査（26年度）との比較分析を行うとともに、カットフルーツ、スムージー、フレッシュジュース等近年増加している果物の新たな摂取方法やβ-クリプトキサンチン等機能性成分表示等に対する消費者の意識について調査を行い、今後の果物の消費拡大のための基礎資料とすることにしました。

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

本調査の実施に当たり、「果物の消費に関する調査検討会」委員をはじめ、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30年3月  
公益財団法人中央果実協会  
理事長 弦間 洋



<b>1. アンケート調査の実施概要</b>	
【1】調査目的	… … 7
【2】本調査で把握すべきこと	… … 7
【3】調査方法	… … 7
【4】本調査における言葉の定義	… … 8
【5】調査項目	… … 8
【6】回答者プロフィール	… … 11
【7】分析軸について	… … 12
【8】果物の消費に関するアンケート調査検討会	… … 12
<b>2. アンケート調査の分析結果</b>	
(1) 日常の果物の消費行動	
①果物の摂取量（一日平均）	… … 15
②果物の摂取量（一日平均）が現状である理由	… … 16
③果物の摂取方法	… … 18
④果物の購入頻度	… … 19
⑤果物の摂取頻度	… … 20
⑥果物を摂取するようになったきっかけ	… … 21
⑦果物の摂取時間帯（摂取場面）	… … 22
⑧果物の摂取理由	… … 24
⑨果物を毎日は摂らない理由	… … 26
⑩果物の摂取を増加できると思う方法	… … 28
⑪果物のイメージ	… … 29
まとめ	… … 33
(2) 日常の果物加工品の消費行動	
①生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか	… … 35
②生鮮果物の購入（摂取）場所	… … 36
③果物加工品の購入（摂取）場所	… … 38
④果物加工品の摂取頻度	… … 40
⑤購入機会の多い果物加工品	… … 41
⑥果物加工品の摂取理由	… … 42
⑦-1 果物加工品の摂取頻度の変化（果物加工品全体について）	… … 43
⑦-2 生鮮果物・果物加工品の摂取頻度の変化（種類別）	… … 44
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）	… … 45
⑧-2 果物加工品の今後の摂取意向（果物加工品の種類別）	… … 46
⑨-1 果汁（100%ジュース／濃縮還元）の購入頻度	… … 47
⑨-2 果汁（100%ジュース／ストレート）の購入頻度	… … 48
⑨-3 果汁10%以上のジュースの購入頻度	… … 49
⑨-4 カットフルーツの購入頻度	… … 50
⑨-5 ドライフルーツの購入頻度	… … 51
まとめ	… … 52

<b>(3) 今後の果物の摂取意向</b>	
①今後の果物の摂取量の変化	… … 54
②果物の摂取を増やしたい理由	… … 55
③果物の摂取を増やしたい場面	… … 56
④果物の摂取を減らしたい理由	… … 57
まとめ	… … 58
<b>(4) 果物の消費を増やすために</b>	
①果物の消費量を増やすための提供方法	… … 60
②果物の消費量を増やすための販売方法	… … 62
③果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法	… … 64
④スーパーにおける果物販売についての印象	… … 66
⑤コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向	… … 67
まとめ	… … 68
<b>(5) 現在の食生活・生活について</b>	
①-1 朝食・昼食・夕食の摂取状況【平日】	… … 70
①-2 間食の摂取状況【平日】	… … 71
①-3 朝食・昼食・夕食の摂取状況【休日】	… … 72
①-4 間食の摂取状況【休日】	… … 73
②一日あたりの食事回数	… … 74
③食生活の改善についての意識	… … 76
④食生活を改善しようと思ったきっかけ	… … 77
⑤食生活・食品の購買行動における留意点	… … 79
⑥自身の健康・生活への充足感についての印象	… … 81
⑦生活の中における経験値	… … 83
⑧健康な食生活を実践するために参考にしている指針等	… … 84
まとめ	… … 85
<b>(6) 「毎日くだもの200グラム運動」について</b>	
①果物を毎日200g摂取することと健康との関係の認知	… … 87
②「デスクdeみかん」の認知	… … 88
③「毎日くだもの200グラム！」標語の認知	… … 89
④ロゴマークの認知	… … 90
⑤みかん機能性表示の認知	… … 91
まとめ	… … 92
<b>(7) その他</b>	
①「旬」時期の果物喫食量	… … 94
②一日の果物喫食回数	… … 95
③果物に関する俗説の認知	… … 96
④果物の購入者	… … 98
⑤「皮むき」について	… … 99
まとめ	… … 100

3. 調査のまとめ	… …	102
4. 品種別果物についての調査の分析		
①-1 品種別果物の認知・購入経験	… …	106
①-2 品種別果物の認知	… …	107
①-3 品種別果物の購入経験	… …	109
②品種別果物の購入意向	… …	111
③果物の新品種について期待すること	… …	114
5. 調査票（調査画面）	… …	134

[参考] 調査の経年分析結果

巻末

## 1. アンケート調査の実施概要

## アンケート調査の実施概要

### 【1】調査目的

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

なお、本調査は、株式会社読売広告社へ委託して実施した。

### 【2】本調査で把握すべきこと

- 消費者の果物摂取の現状
- 消費者ニーズの変化等に対応した商品提供や販売方法
- 果物を摂取できている人の現状
- 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名を以下性別・年齢の割付により抽出した。

- 調査地域：全国
- 調査対象：満20歳以上70歳未満の男女個人
- 集計・分析者数：合計2,000名
- 抽出方法：平成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) 調査方法

インターネット調査

#### (3) 調査期間

平成29年9月27日（水）～9月29日（金）

#### (4) 回収状況

有効票 合計：2,000サンプル

#### 【4】本調査における言葉の定義

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

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

また、単数選択は（SA）、複数選択は（MA）と表示した。

#### 【5】調査項目

##### （1）日常の果物の消費行動

- ①果物の摂取量（一日平均）
- ②果物の摂取量（一日平均）が現状である理由
- ③果物の摂取方法
- ④果物の購入頻度
- ⑤果物の摂取頻度
- ⑥果物を摂取するようになったきっかけ
- ⑦果物の摂取時間帯（摂取場面）
- ⑧果物の摂取理由
- ⑨果物を毎日は摂らない理由
- 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
- ⑦-1 果物加工品の摂取頻度の変化(果物加工品全体について)
- ⑦-2 生鮮果物・果物加工品の摂取頻度の変化(種類別)
- 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)
- ⑧-2 果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品の種類別)
- ⑨-1 果汁(100%ジュース/濃縮還元)の購入頻度
- ⑨-2 果汁(100%ジュース/ストレート)の購入頻度
- ⑨-3 果汁10%以上のジュースの購入頻度
- ⑨-4 カットフルーツの購入頻度
- ⑨-5 ドライフルーツの購入頻度

(3) 今後の果物の摂取意向

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

(4) 果物の消費を増やすために

- ①果物の消費量を増やすための提供方法
- ②果物の消費量を増やすための販売方法
- ③果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法
- ④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

- ①-1 朝食・昼食・夕食の摂取状況【平日】
- ①-2 間食の摂取状況【平日】
- ①-3 朝食・昼食・夕食の摂取状況【休日】
- ①-4 間食の摂取状況【休日】
- ②一日あたりの食事回数
- ③食生活の改善についての意識
- ④食生活を改善しようと思ったきっかけ
- ⑤食生活・食品の購買行動における留意点
- ⑥自身の健康・生活への充足感についての印象
- ⑦生活の中における経験値
- ⑧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) 「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
- ②「デスクdeみかん」の認知
- ③「毎日くだもの200グラム！」標語の認知
- ④ロゴマークの認知
- ⑤みかん機能性表示の認知

(7) 品種別の果物について

- ①-1 品種別果物の認知・購入経験
- ①-2 品種別果物の認知
- ①-3 品種別果物の購入経験
- ②品種別果物の購入意向
- ③果物の新品種について期待すること

(8) その他

- ①「旬」時期の果物喫食量
- ②一日の果物喫食回数
- ③果物に関する俗説の認知
- ④果物の購入者
- ⑤「皮むき」について

1. アンケート調査の実施概要

【6】回答者プロフィール（構成割合：％）

<性別>

	男性	女性
全体 (n=2,000)	50.1	50.0

<年齢>

	20-24歳	25-29歳	30-34歳	35-39歳	40-44歳	45-49歳	50-54歳	55-59歳	60歳以上
全体 (n=2,000)	4.9	10.7	8.2	11.3	10.3	12.7	10.5	8.9	22.7

<未既婚>

	未婚	既婚
全体 (n=2,000)	40.8	59.3

<子供有無>

	子供なし	子供あり
全体 (n=2,000)	49.1	51.0

<職業>

	公務員	経営者・役員	会社員(事務系)	会社員(技術系)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦(主夫)	パート、アルバイト	学生	その他	無職
全体 (n=2,000)	0.4	1.9	13.9	11.4	10.7	7.8	2.2	21.6	12.0	3.2	3.3	12.0

<世帯年収>

	200万円未満	200～400万円未満	400～600万円未満	600～800万円未満	800～1000万円未満	1000～1200万円未満	1200～1500万円未満	1500～2000万円未満	2000万円以上	わからない	無回答
全体 (n=2,000)	7.9	21.3	21.1	14.6	7.9	3.6	1.9	0.9	1.2	10.7	9.2

<個人年収>

	200万円未満	200～400万円未満	400～600万円未満	600～800万円未満	800～1000万円未満	1000～1200万円未満	1200～1500万円未満	1500～2000万円未満	2000万円以上	わからない	無回答
全体 (n=2,000)	40.3	22.0	12.6	5.8	2.7	0.7	0.5	0.2	0.4	5.7	9.4

<居住地>

	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県
全体 (n=2,000)	5.0	0.9	0.3	1.8	0.7	1.0	0.8	1.3	1.4	0.9	6.9	5.1
	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県
	14.2	10.1	1.6	0.6	0.8	0.6	0.3	1.1	1.3	2.7	6.6	1.1
	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県
	1.0	2.8	7.1	4.4	1.4	0.9	0.5	0.4	1.4	2.8	0.8	0.3
	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県	
0.4	0.8	0.5	4.2	0.2	0.9	0.8	0.5	0.5	0.7	0.6		

## 【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
- 性別×年代別
- 果物摂取量別

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

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

→100g未満：Q 5で「50g～100g未満」「50g未満」と回答した層

とする。

また、必要に応じて適宜、平成26年・平成27年の調査結果を時系列比較のために掲載した。

## 【8】果物の消費に関するアンケート調査検討会

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

「果物の消費に関するアンケート調査検討会」委員（敬称略）

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



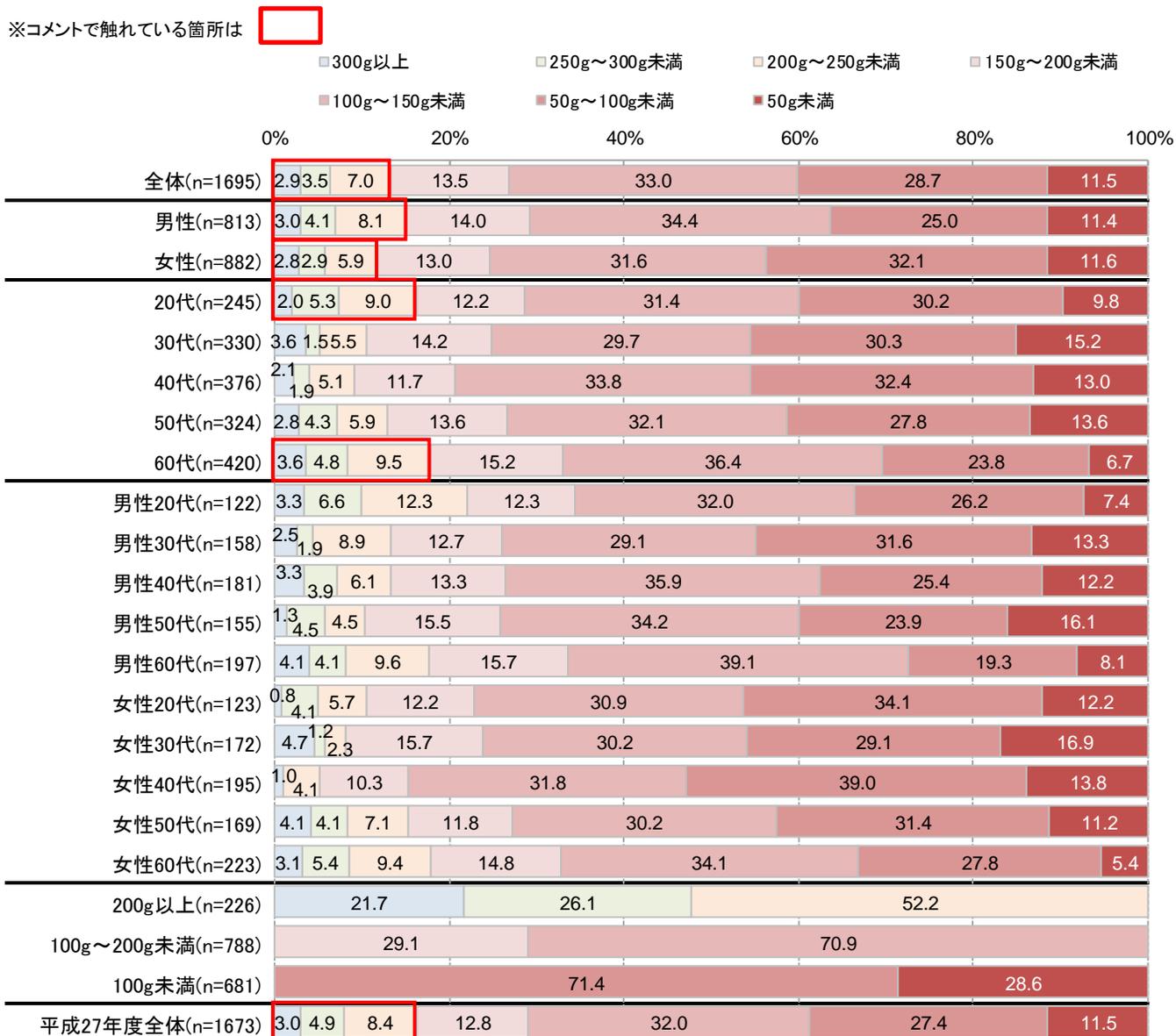
## (1) 日常の果物の消費行動

①果物の摂取量（一日平均）〔果物月1回以上喫食層〕

- 果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体では13.3%。
- 全体では「100g～150g未満」「50g～100g未満」の順に高く、これらを合わせた「50g～150g未満」で全体の約6割を占めている。
- 全体では、平均200g以上摂取の割合は、平成27年度（16.3%）から低下した。属性別には、『20代』で200g以上が増加、『50代』『60代』では減少している。
- 200g以上摂取できている割合を性別でみると、『男性』の方が女性よりも高い。また、年代別でみると『20代』『60代』では、他の層と比べて高めとなっている。

Q5. あなたが果物を食べる場合、一日あたりどの程度の量を食べていますか。

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



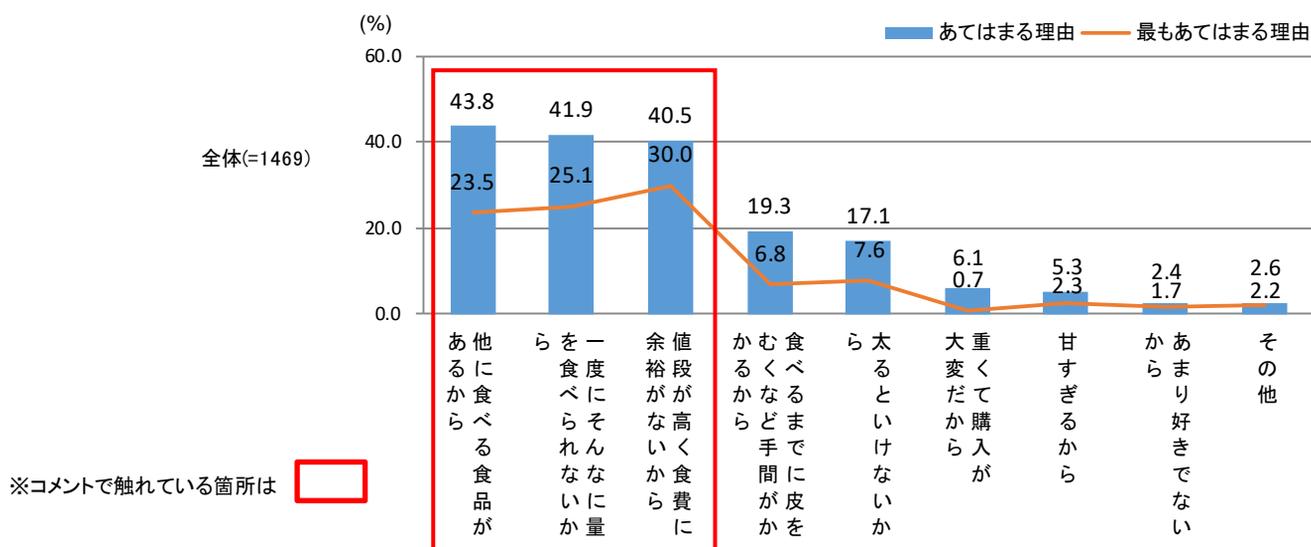
## ②果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- あてはまる理由(複数回答)では、全体で「他に食べる食品があるから」「一度にそんなに量を食べられないから」「値段が高く食費に余裕がないから」が上位の理由となっている。
- あてはまる理由の上位は、平成27年度結果と同様の傾向となっている。
- 各分析軸別で見ると、若年層では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が他の層と比べて高い傾向がみられる。一方、高齢層では「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」の割合が、それぞれ他の層と比べて高い傾向となっている。

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

あなたが現状の果物摂取量にとどまっている理由をお教え下さい。(MA)

その中で最もあてはまる理由。(SA)



※コメントで触れている箇所は



あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1469)	43.8	41.9	40.5	19.3	17.1	6.1	5.3	2.4	2.6
性別	男性 (n=690)		42.5	38.7	38.7	17.8	13.6	4.1	5.8	1.7	2.6
	女性 (n=779)		45.1	44.8	42.1	20.7	20.2	7.8	4.9	3.0	2.6
年代	20代 (n=205)		35.1	43.4	44.4	19.0	15.1	5.4	3.4	2.4	3.4
	30代 (n=295)		39.3	38.6	44.7	19.0	12.2	7.1	5.1	2.4	3.4
	40代 (n=342)		39.2	39.5	48.0	24.3	14.9	7.0	4.4	2.3	2.0
	50代 (n=282)		48.2	40.4	36.5	18.8	19.9	6.4	3.5	2.1	2.5
	60代 (n=345)		53.9	47.5	30.4	15.4	22.3	4.3	9.0	2.6	2.0
性別年齢	男性20代 (n=95)		31.6	38.9	43.2	16.8	13.7	6.3	5.3	2.1	2.1
	男性30代 (n=137)		42.3	34.3	39.4	20.4	6.6	8.0	5.8	0.0	3.6
	男性40代 (n=157)		39.5	36.9	43.9	19.1	11.5	3.2	6.4	1.9	0.6
	男性50代 (n=139)		42.4	38.8	34.5	20.9	16.5	2.2	4.3	2.2	2.2
	男性60代 (n=162)		51.9	43.8	34.0	12.3	19.1	1.9	6.8	2.5	4.3
	女性20代 (n=110)		38.2	47.3	45.5	20.9	16.4	4.5	1.8	2.7	4.5
	女性30代 (n=158)		36.7	42.4	49.4	17.7	17.1	6.3	4.4	4.4	3.2
	女性40代 (n=185)		38.9	41.6	51.4	28.6	17.8	10.3	2.7	2.7	3.2
女性50代 (n=143)		53.8	42.0	38.5	16.8	23.1	10.5	2.8	2.1	2.8	
女性60代 (n=183)		55.7	50.8	27.3	18.0	25.1	6.6	10.9	2.7	0.0	
果物摂取量	200g以上 (n=0)		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	100g~200g未満 (n=788)		44.9	45.7	38.7	17.9	19.8	7.9	4.3	2.0	2.8
	100g未満 (n=681)		42.6	37.6	42.6	21.0	14.0	4.0	6.5	2.8	2.3
平成27年度全体 (n=1400)			43.4	44.9	40.9	22.9	15.8			2.3	2.0

※2015年は「200g<sup>2</sup>に達していない理由」で聴取

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

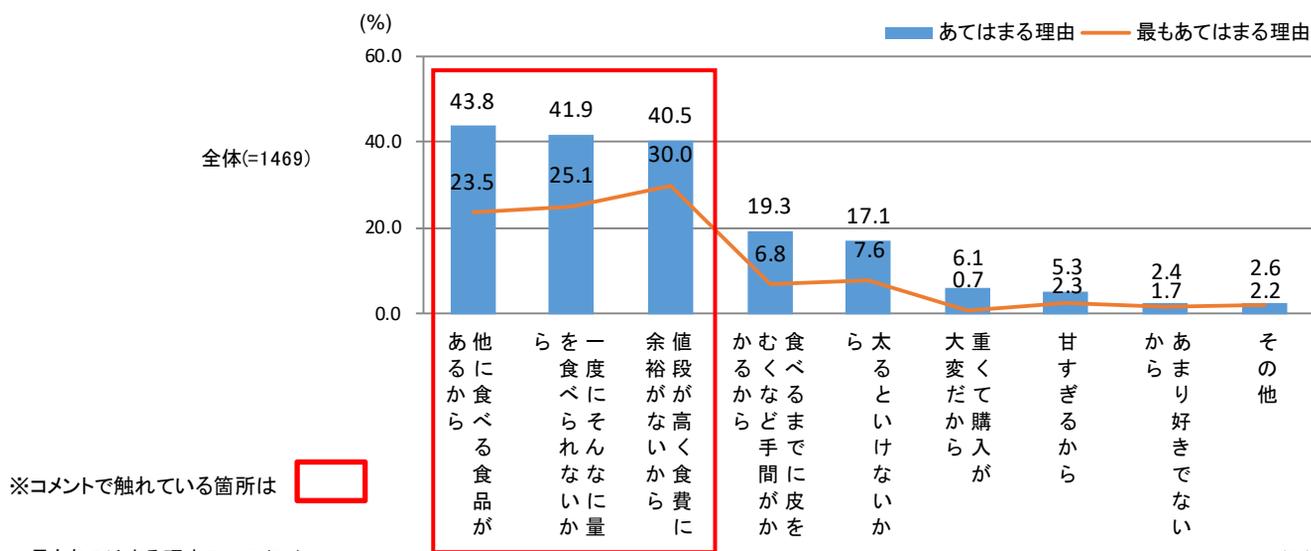
## ②果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 最もあてはまる理由では、全体で「値段が高く食費に余裕がないから」が最も高く、「一度にそんなに量を食べられないから」「他に食べる食品があるから」が続き、あてはまる理由とは順位が異なる結果となった。
- 最もあてはまる理由の上位は、平成27年度結果と同様の傾向となっている。
- 各分析軸別でみると、『20～50代』では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が最も高い。一方、『60代』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」の割合が、「値段が高く食費に余裕がないから」を上回っている。

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

あなたが現状の果物摂取量にとどまっている理由をお教え下さい。(MA)

その中で最もあてはまる理由。(SA)



※コメントで触れている箇所は

最もあてはまる理由スコア (SA)

		全体 (n=1469)	23.5	25.1	30.0	6.8	7.6	0.7	2.3	1.7	2.2
性別	男性 (n=690)	24.6	25.1	29.4	7.1	6.5	0.9	2.6	1.3	2.5	
	女性 (n=779)	22.5	25.0	30.6	6.5	8.6	0.6	2.1	2.1	2.1	
年代	20代 (n=205)	18.5	23.9	36.1	9.3	4.4	1.5	2.0	1.0	3.4	
	30代 (n=295)	22.4	24.4	31.9	7.8	7.1	1.0	1.7	1.7	2.0	
	40代 (n=342)	19.6	23.4	37.7	7.9	5.3	0.9	1.2	2.3	1.8	
	50代 (n=282)	25.2	23.8	27.3	6.4	10.3	0.4	2.1	2.1	2.5	
	60代 (n=345)	29.9	29.0	19.4	3.8	10.1	0.3	4.3	1.2	2.0	
性別年齢	男性20代 (n=95)	16.8	24.2	38.9	8.4	3.2	3.2	2.1	1.1	2.1	
	男性30代 (n=137)	27.7	23.4	27.7	9.5	4.4	2.2	2.2	0.0	2.9	
	男性40代 (n=157)	22.9	24.8	35.7	7.6	4.5	0.0	1.9	1.9	0.6	
	男性50代 (n=139)	23.7	23.7	27.3	8.6	9.4	0.0	2.9	2.2	2.2	
	男性60代 (n=162)	29.0	28.4	21.0	2.5	9.9	0.0	3.7	1.2	4.3	
	女性20代 (n=110)	20.0	23.6	33.6	10.0	5.5	0.0	1.8	0.9	4.5	
	女性30代 (n=158)	17.7	25.3	35.4	6.3	9.5	0.0	1.3	3.2	1.3	
	女性40代 (n=185)	16.8	22.2	39.5	8.1	5.9	1.6	0.5	2.7	2.7	
女性50代 (n=143)	26.6	23.8	27.3	4.2	11.2	0.7	1.4	2.1	2.8		
女性60代 (n=183)	30.6	29.5	18.0	4.9	10.4	0.5	4.9	1.1	0.0		
果物摂取量	200g以上 (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	100g～200g未満 (n=788)	23.2	27.5	28.6	5.1	9.3	0.9	1.9	1.3	2.3	
	100g未満 (n=681)	23.8	22.2	31.7	8.8	5.7	0.6	2.8	2.2	2.2	
平成27年度全体 (n=1400)		23.1	28.5	29.2	8.6	7.1			1.6	1.9	

※2015年は「200gに達していない理由」で聴取

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

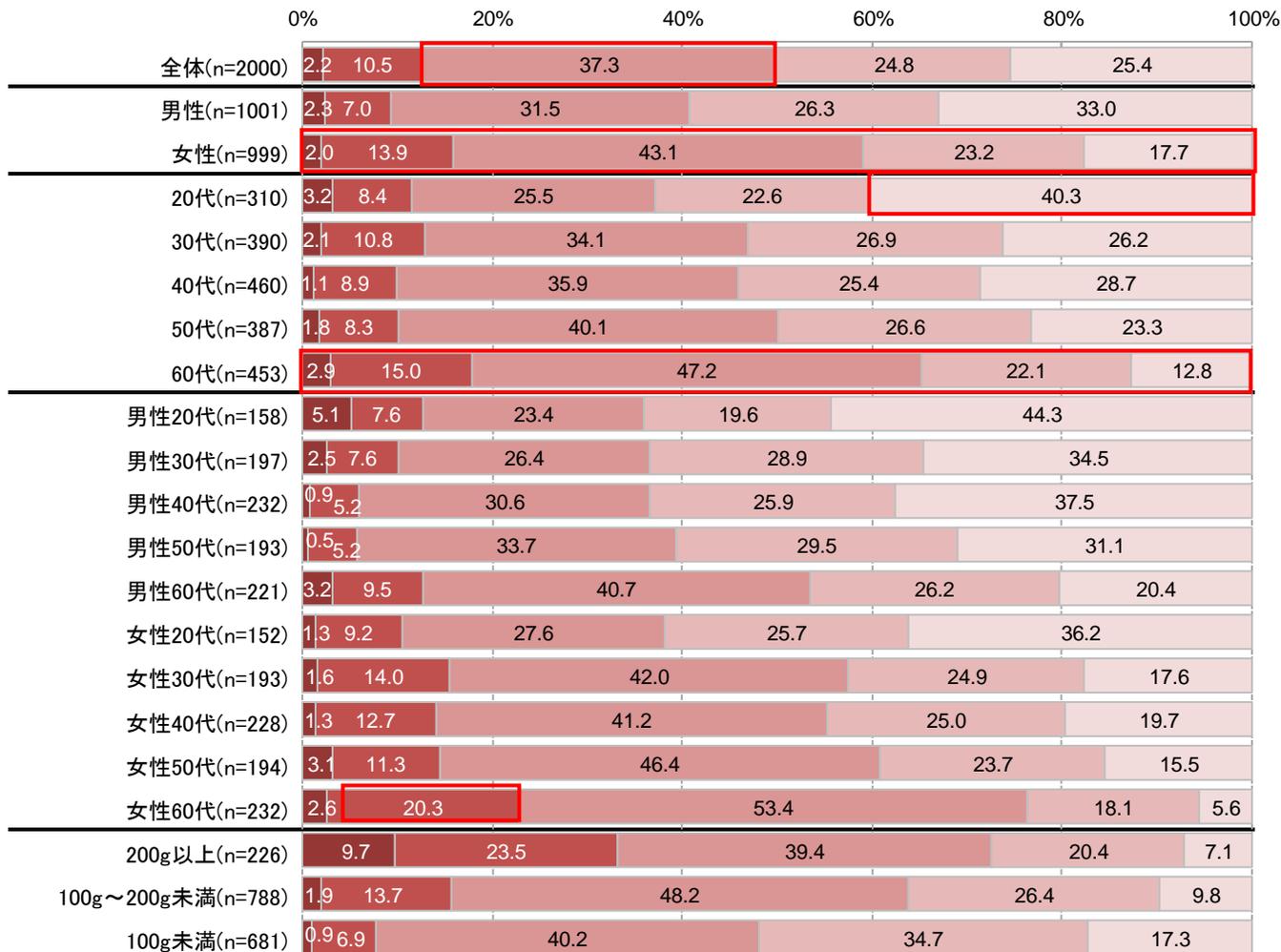
### ③果物の購入頻度

- 全体では「週1～2日」が最も高く、以下「ほとんど買わない」「月1～3日」の順となっている。
- 性別で見ると、『女性』は男性と比べて購入頻度が高い傾向がうかがえ、「ほとんど買わない」の割合も低くなっている。
- 年代別で見ると『60代』は、他の層と比べて購入頻度が高い傾向がうかがえる。一方、『20代』は「ほとんど買わない」の割合が高くなっている。
- 性別年齢で見ると『女性60代』は「週3～4日」の割合が他の層と比べて高くなっている。

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買い、また食べますか。（SA）

■ ほぼ毎日（週5日以上） ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月1～3日 ■ ほとんど買わない／食べない（月1日未満）

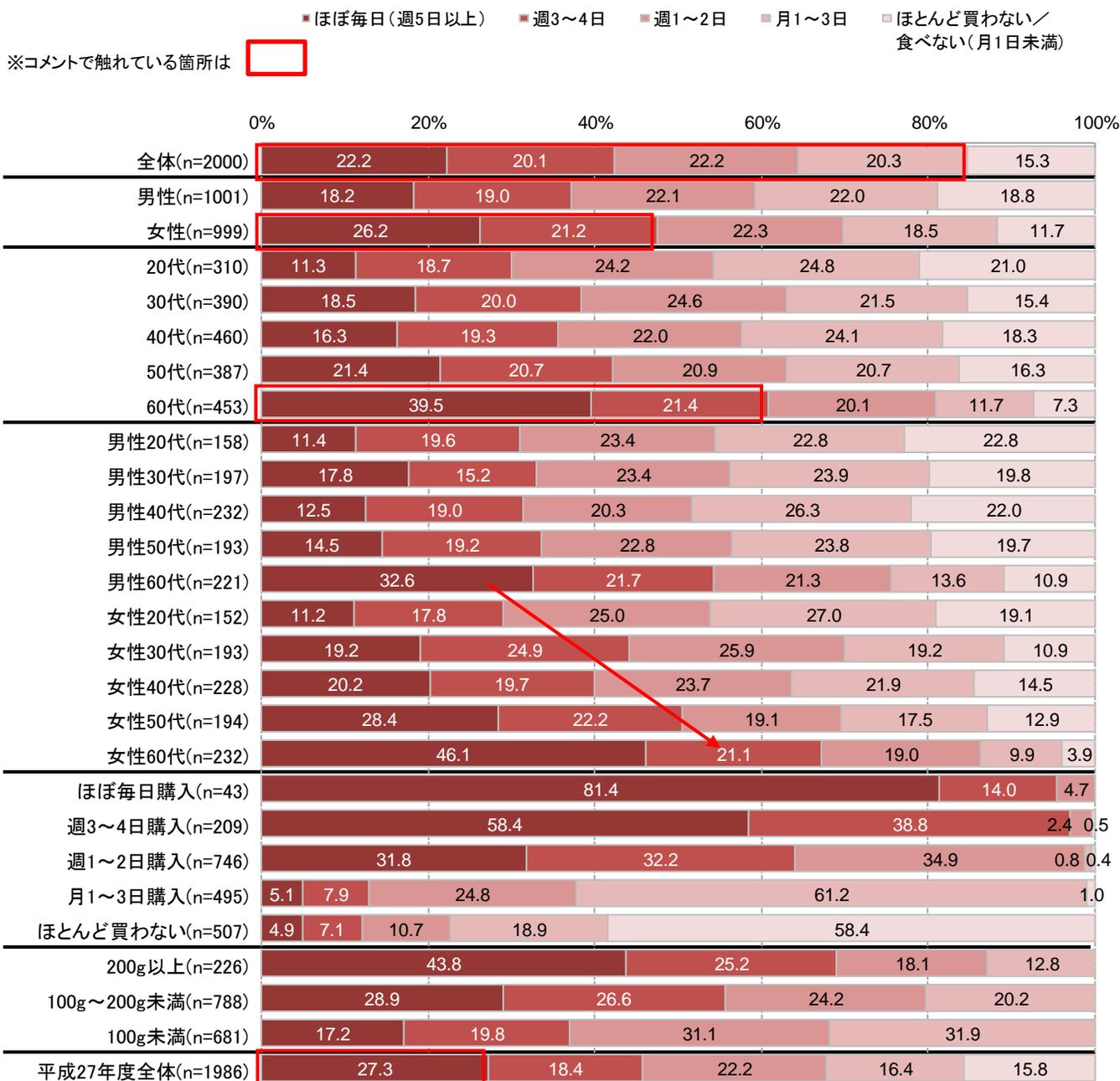
※コメントで触れている箇所は  



### ④果物の摂取頻度

- 全体では「ほぼ毎日」「週3～4日」「週1～2日」「月1～3日」がそれぞれ2割強で大差ない割合となっている。
- 全体では、平成27年度結果と比較して、「ほぼ毎日」という高頻度の割合が下がった。
- 性別でみると、『女性』は、男性と比べて「ほぼ毎日」「週3～4日」の割合が高く、摂取頻度が高い傾向がうかがえる。
- 年代別でみると、『60代』は、他の層と比べて「ほぼ毎日」「週3～4日」の割合が高く、摂取頻度が高い傾向がうかがえる。
- 性別年齢でみると、『女性』は年代が上がるほど「ほぼ毎日」の割合が高くなる傾向。

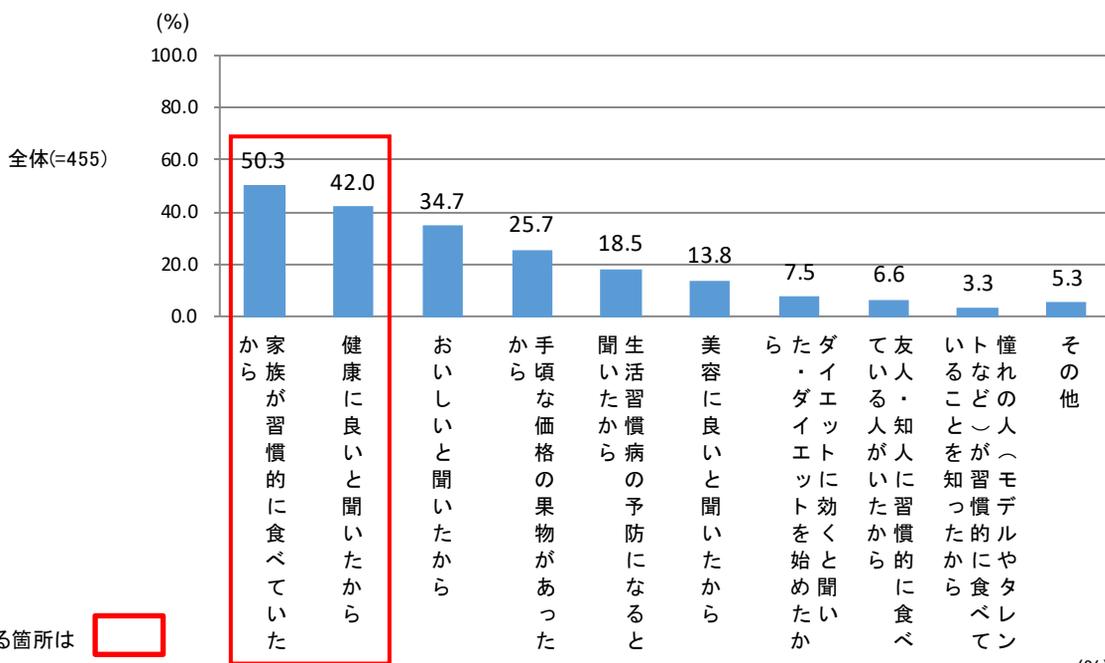
Q1. あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で買い、また食べますか。（SA）



⑤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5割。次いで、「健康に良いと聞いたから」が高くなっている。
- 平成26年度結果と比較すると、「家族が習慣的に食べていたから」の割合が低下した。
- 性別で見ると、『男性』は「おいしいと聞いたから」が女性と比べて高い。また、『女性』は「美容に良いと聞いたから」が男性と比べて高い。
- 性別年齢で見ると、『女性30代』と『女性60代』は「家族が習慣的に食べていたから」が、他の層と比べて高くなっている。

Q16. あなたが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)



※コメントで触れている箇所は  

		全体	(n=455)	50.3	42.0	34.7	25.7	18.5	13.8	7.5	6.6	3.3	5.3
性別	男性	(n=237)	46.0	42.2	42.6	27.8	19.0	6.8	7.6	9.3	4.2	5.5	
	女性	(n=218)	55.0	41.7	26.1	23.4	17.9	21.6	7.3	3.7	2.3	5.0	
年代	20代	(n=70)	45.7	47.1	40.0	25.7	11.4	20.0	18.6	15.7	11.4	4.3	
	30代	(n=82)	52.4	32.9	32.9	35.4	11.0	12.2	12.2	6.1	4.9	3.7	
	40代	(n=78)	47.4	38.5	35.9	19.2	16.7	15.4	5.1	6.4	1.3	9.0	
	50代	(n=86)	47.7	46.5	33.7	14.0	22.1	16.3	3.5	3.5	1.2	2.3	
	60代	(n=139)	54.7	43.9	33.1	30.9	25.2	9.4	2.9	4.3	0.7	6.5	
	性別年齢	男性20代	(n=42)	50.0	45.2	47.6	33.3	16.7	14.3	21.4	23.8	11.9	2.4
男性30代		(n=41)	43.9	34.1	43.9	43.9	12.2	4.9	12.2	12.2	7.3	2.4	
男性40代		(n=48)	45.8	37.5	39.6	16.7	14.6	8.3	4.2	6.3	2.1	8.3	
男性50代		(n=40)	42.5	47.5	42.5	12.5	20.0	2.5	2.5	7.5	2.5	2.5	
男性60代		(n=66)	47.0	45.5	40.9	31.8	27.3	4.5	1.5	1.5	0.0	9.1	
女性20代		(n=28)	39.3	50.0	28.6	14.3	3.6	28.6	14.3	3.6	10.7	7.1	
女性30代		(n=41)	61.0	31.7	22.0	26.8	9.8	19.5	12.2	0.0	2.4	4.9	
女性40代		(n=30)	50.0	40.0	30.0	23.3	20.0	26.7	6.7	6.7	0.0	10.0	
女性50代		(n=46)	52.2	45.7	26.1	15.2	23.9	28.3	4.3	0.0	0.0	2.2	
女性60代		(n=73)	61.6	42.5	26.0	30.1	23.3	13.7	4.1	6.8	1.4	4.1	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	48.7	39.8	38.9	24.8	18.6	14.6	8.0	8.8	3.5	3.1	
	100g~200g未満	(n=229)	52.0	44.1	30.6	26.6	18.3	13.1	7.0	4.4	3.1	7.4	
平成26年度全体		(n=522)	58.0	44.8			17.8	11.7	5.2	5.0	1.7	13.4	

※2014年は今回と設問形態が異なる

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

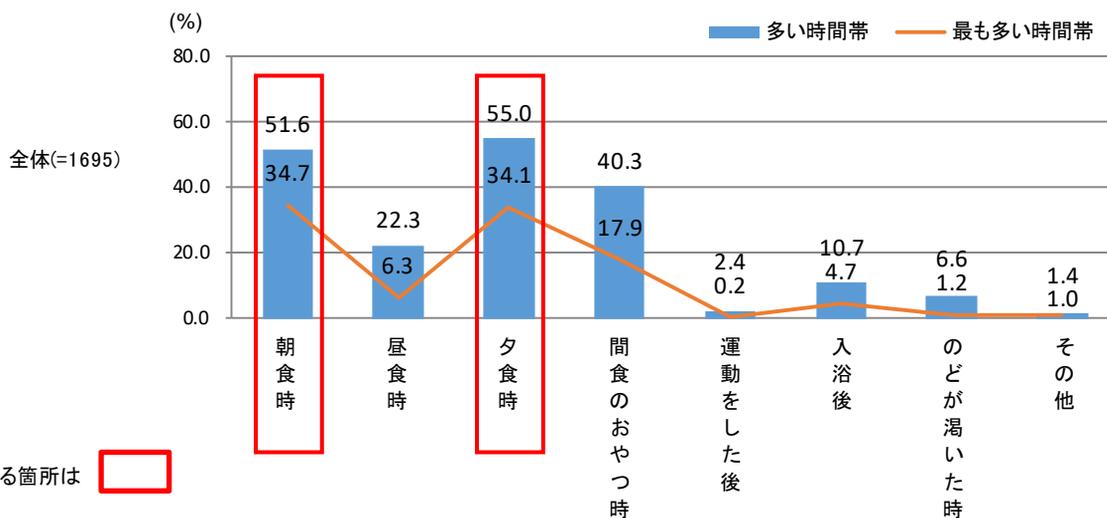
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ⑥果物の摂取時間帯（摂取場面） [果物月1回以上喫食層]

- 多い時間帯（複数回答）では、全体で「朝食時」「夕食時」が並んで高く、「間食のおやつ時」がそれに続くかたちとなっている。
- 平成27年度結果と比較すると、「朝食時」「夕食時」の割合が低下した。
- 性別年齢で見ると、『男性20～50代』と『女性20～30代』は「夕食時」の割合が最も高く、『男性60代』『女性40代』『女性60代』は「朝食時」の割合が最も高くなっている。

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



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=1695)	51.6	22.3	55.0	40.3	2.4	10.7	6.6	1.4
性別	男性 (n=813)	46.5	19.2	56.1	38.5	3.4	12.8	7.3	1.5	
	女性 (n=882)	56.3	25.2	54.0	42.0	1.4	8.8	6.0	1.4	
年代	20代 (n=245)	50.6	22.0	63.3	41.2	4.1	12.7	11.0	1.2	
	30代 (n=330)	52.4	20.0	64.5	38.2	3.3	11.2	7.9	0.6	
	40代 (n=376)	53.5	17.8	56.1	37.5	1.3	11.2	4.8	0.8	
	50代 (n=324)	45.7	24.1	50.9	42.0	2.5	12.0	4.3	1.2	
	60代 (n=420)	54.5	26.9	44.8	42.6	1.4	7.9	6.4	2.9	
性別年齢	男性20代 (n=122)	53.3	20.5	67.2	41.0	5.7	13.1	11.5	0.0	
	男性30代 (n=158)	48.1	17.1	66.5	34.8	3.8	12.0	8.2	0.6	
	男性40代 (n=181)	43.6	16.0	59.1	32.6	2.8	13.3	5.0	0.6	
	男性50代 (n=155)	38.1	20.0	49.0	41.9	3.2	16.8	5.8	1.9	
	男性60代 (n=197)	50.3	22.3	43.7	42.6	2.5	9.6	7.1	3.6	
	女性20代 (n=123)	48.0	23.6	59.3	41.5	2.4	12.2	10.6	2.4	
	女性30代 (n=172)	56.4	22.7	62.8	41.3	2.9	10.5	7.6	0.6	
	女性40代 (n=195)	62.6	19.5	53.3	42.1	0.0	9.2	4.6	1.0	
	女性50代 (n=169)	52.7	27.8	52.7	42.0	1.8	7.7	3.0	0.6	
	女性60代 (n=223)	58.3	30.9	45.7	42.6	0.4	6.3	5.8	2.2	
果物摂取量	200g以上 (n=226)	54.4	33.6	52.2	51.3	6.2	14.6	13.3	0.4	
	100g～200g未満 (n=788)	52.7	21.4	57.7	40.5	2.5	11.5	6.5	1.8	
	100g未満 (n=681)	49.5	19.5	52.7	36.4	0.9	8.5	4.6	1.3	
平成27年度全体 (n=1673)		56.2	22.1	56.5	38.0				2.2	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

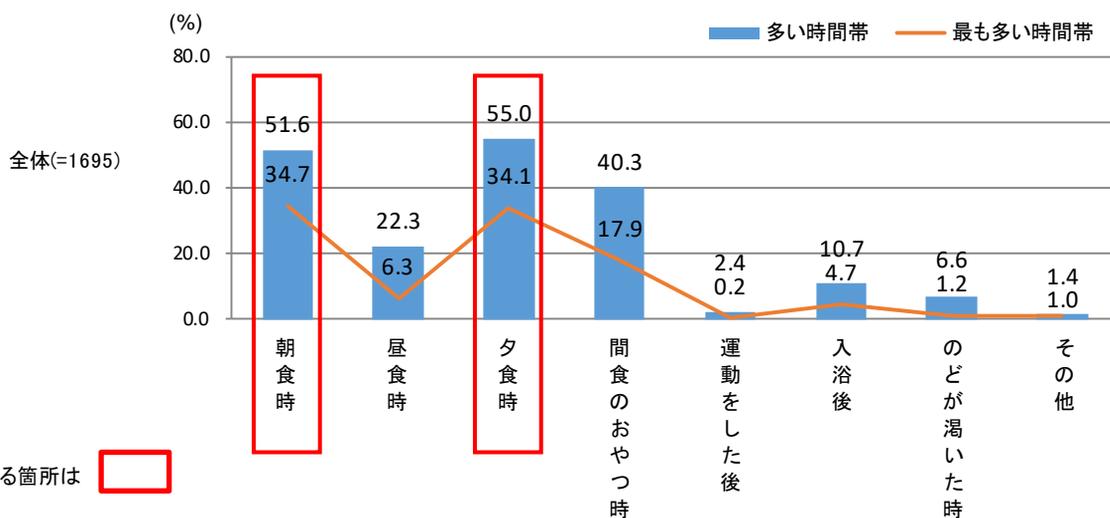
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

### ⑥果物の摂取時間帯（摂取場面） [果物月1回以上喫食層]

- 最も多い時間帯では、全体で「朝食時」「夕食時」が並んで高く、「間食のおやつ時」がそれに続くかたちとなっている。
- 平成27年度結果と比較すると、「朝食時」「夕食時」の割合が低下した。
- 性別年齢で見ると、『男性20～50代』と『女性20～30代』は「夕食時」の割合が最も高く、『男性60代』『女性40～60代』は「朝食時」の割合が最も高くなっている。

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



※コメントで触れている箇所は



最も多い時間帯スコア (SA)

(%)

		全体 (n=1695)	34.7	6.3	34.1	17.9	0.2	4.7	1.2	1.0
性別	男性 (n=813)	30.0	4.8	37.1	19.3	0.4	5.7	1.5	1.2	
	女性 (n=882)	39.0	7.7	31.3	16.6	0.0	3.7	0.9	0.8	
年代	20代 (n=245)	29.4	5.7	40.4	17.6	0.8	4.1	1.2	0.8	
	30代 (n=330)	33.6	5.8	40.0	14.8	0.0	3.9	1.2	0.6	
	40代 (n=376)	34.3	3.5	36.7	18.1	0.3	6.1	0.5	0.5	
	50代 (n=324)	34.0	7.4	31.8	17.6	0.0	5.9	2.5	0.9	
	60代 (n=420)	39.5	8.8	25.2	20.5	0.0	3.3	0.7	1.9	
性別年齢	男性20代 (n=122)	27.9	3.3	44.3	18.9	1.6	4.1	0.0	0.0	
	男性30代 (n=158)	32.3	3.8	42.4	13.9	0.0	5.1	1.9	0.6	
	男性40代 (n=181)	26.0	2.8	42.0	20.4	0.6	6.6	1.1	0.6	
	男性50代 (n=155)	28.4	6.5	32.3	18.7	0.0	8.4	3.9	1.9	
	男性60代 (n=197)	34.5	7.1	27.9	23.4	0.0	4.1	0.5	2.5	
	女性20代 (n=123)	30.9	8.1	36.6	16.3	0.0	4.1	2.4	1.6	
	女性30代 (n=172)	34.9	7.6	37.8	15.7	0.0	2.9	0.6	0.6	
	女性40代 (n=195)	42.1	4.1	31.8	15.9	0.0	5.6	0.0	0.5	
	女性50代 (n=169)	39.1	8.3	31.4	16.6	0.0	3.6	1.2	0.0	
	女性60代 (n=223)	43.9	10.3	22.9	17.9	0.0	2.7	0.9	1.3	
果物摂取量	200g以上 (n=226)	34.5	8.0	24.8	24.8	0.9	5.3	1.8	0.0	
	100g～200g未満 (n=788)	35.4	6.1	34.9	16.1	0.1	5.3	0.8	1.3	
	100g未満 (n=681)	33.9	6.0	36.3	17.6	0.0	3.7	1.5	1.0	
平成27年度全体 (n=1673)		38.8	6.6	35.8	17.4				1.4	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

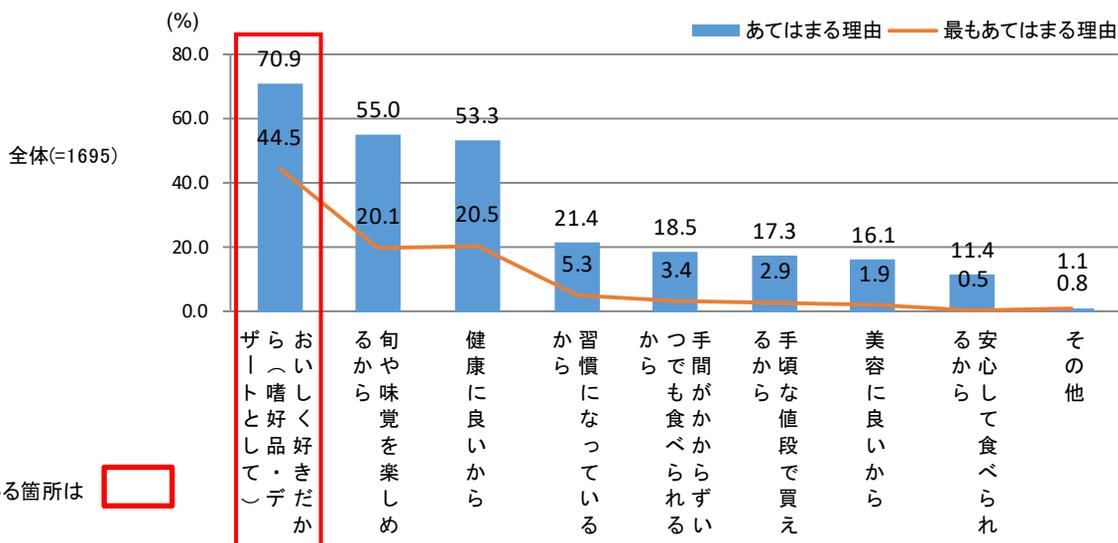
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑦果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「おいしく好きだから」が最も高く、2番手に「匂や味覚を楽しめるから」「健康に良いから」が続いている。
- 平成27年度結果と比較すると「匂や味覚を楽しめるから」が上昇し、「健康によいから」が低下した。
- 性別年齢で見ると、『女性20～40代』では「美容に良いから」が他の層と比べて高くなっている。

Q3. 果物を食べ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)



※コメントで触れている箇所は

あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1695)	70.9	55.0	53.3	21.4	18.5	17.3	16.1	11.4	1.1
性別	男性 (n=813)	67.2	50.1	51.3	18.2	18.8	19.1	8.7	10.8	0.9	
	女性 (n=882)	74.3	59.5	55.2	24.4	18.3	15.6	22.9	12.0	1.4	
年代	20代 (n=245)	73.1	42.0	55.5	17.6	18.4	20.4	21.2	12.7	1.6	
	30代 (n=330)	74.8	52.4	53.9	20.3	18.5	15.5	21.5	13.0	1.2	
	40代 (n=376)	71.5	59.6	55.3	17.0	14.1	16.0	17.6	10.4	0.8	
	50代 (n=324)	67.3	54.3	49.4	18.5	17.3	17.6	13.6	9.0	1.5	
	60代 (n=420)	68.6	61.0	52.9	30.7	23.6	17.9	9.5	12.4	0.7	
性別年齢	男性20代 (n=122)	68.9	39.3	55.7	20.5	18.0	22.1	18.0	14.8	0.8	
	男性30代 (n=158)	70.9	46.2	49.4	19.6	17.1	17.1	10.8	11.4	0.0	
	男性40代 (n=181)	66.3	51.9	47.5	13.3	14.9	17.1	6.1	6.6	0.6	
	男性50代 (n=155)	61.9	52.9	51.6	15.5	16.1	21.3	7.1	9.0	1.3	
	男性60代 (n=197)	68.0	55.8	53.3	22.3	26.4	18.8	5.1	13.2	1.5	
	女性20代 (n=123)	77.2	44.7	55.3	14.6	18.7	18.7	24.4	10.6	2.4	
	女性30代 (n=172)	78.5	58.1	58.1	20.9	19.8	14.0	31.4	14.5	2.3	
	女性40代 (n=195)	76.4	66.7	62.6	20.5	13.3	14.9	28.2	13.8	1.0	
女性50代 (n=169)	72.2	55.6	47.3	21.3	18.3	14.2	19.5	8.9	1.8		
女性60代 (n=223)	69.1	65.5	52.5	38.1	21.1	17.0	13.5	11.7	0.0		
果物摂取量	200g以上 (n=226)	73.0	58.0	56.2	30.1	24.3	19.9	20.8	15.0	0.4	
	100g~200g未満 (n=788)	73.6	56.7	57.0	23.1	20.4	18.4	17.1	11.9	0.6	
	100g未満 (n=681)	67.0	52.0	48.2	16.6	14.4	15.1	13.4	9.7	1.9	
平成27年度全体 (n=1673)		66.9	48.9	59.5	21.3	22.0	15.3	16.8	13.1	1.1	

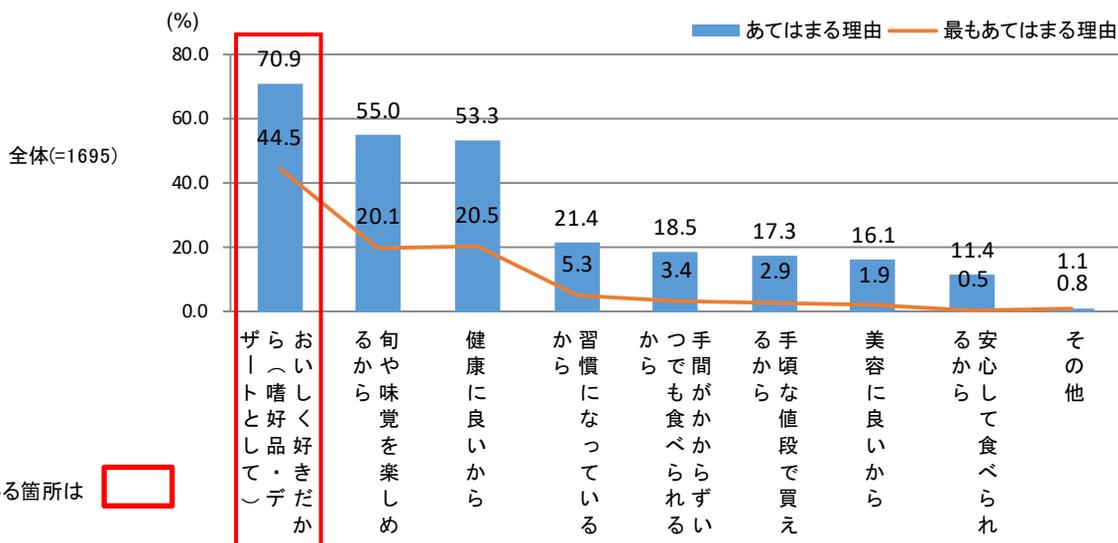
全体と比べて10ポイント以上高い。      全体と比べて5～10ポイント未満高い。

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

⑦果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]

- 最もあてはまる理由では、全体で「おいしく好きだから」が最も高く、2番手に「匂や味覚を楽しめるから」「健康に良いから」が続いている。
- 平成27年度結果と比較すると「匂や味覚を楽しめるから」が上昇し、「健康によいから」が低下した。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』では「おいしく好きだから」が他の層と比べて高くなっている。

Q3. 果物を食べる理由は何ですか。(MA) Q3SQ1. その中で最もあてはまる理由。(SA)



※コメントで触れている箇所は

最もあてはまる理由スコア (SA)

		全体 (n=1695)	44.5	20.1	20.5	5.3	3.4	2.9	1.9	0.5	0.8
性別	男性 (n=813)	44.8	18.2	20.7	5.8	4.4	3.7	1.1	0.6	0.7	
	女性 (n=882)	44.2	21.8	20.4	4.9	2.4	2.3	2.7	0.5	0.9	
年代	20代 (n=245)	51.0	13.5	19.2	4.5	3.3	3.7	3.7	0.0	1.2	
	30代 (n=330)	49.4	17.3	19.1	5.2	2.7	1.2	3.0	1.2	0.9	
	40代 (n=376)	44.4	22.1	19.4	4.5	3.7	3.5	1.6	0.3	0.5	
	50代 (n=324)	42.6	21.3	22.5	2.5	3.1	4.6	1.5	0.6	1.2	
	60代 (n=420)	38.3	23.3	21.9	8.8	3.8	2.1	0.7	0.5	0.5	
性別年齢	男性20代 (n=122)	52.5	10.7	20.5	5.7	3.3	2.5	4.1	0.0	0.8	
	男性30代 (n=158)	48.7	11.4	20.9	8.2	5.1	1.9	1.3	2.5	0.0	
	男性40代 (n=181)	45.3	19.9	18.2	5.5	5.0	5.0	0.6	0.0	0.6	
	男性50代 (n=155)	39.4	24.5	23.2	0.6	3.2	6.5	0.6	0.6	1.3	
	男性60代 (n=197)	40.6	21.8	20.8	8.1	5.1	2.5	0.0	0.0	1.0	
	女性20代 (n=123)	49.6	16.3	17.9	3.3	3.3	4.9	3.3	0.0	1.6	
	女性30代 (n=172)	50.0	22.7	17.4	2.3	0.6	0.6	4.7	0.0	1.7	
	女性40代 (n=195)	43.6	24.1	20.5	3.6	2.6	2.1	2.6	0.5	0.5	
女性50代 (n=169)	45.6	18.3	21.9	4.1	3.0	3.0	2.4	0.6	1.2		
女性60代 (n=223)	36.3	24.7	22.9	9.4	2.7	1.8	1.3	0.9	0.0		
果物摂取量	200g以上 (n=226)	50.9	16.4	19.5	4.0	2.7	2.7	2.7	0.9	0.4	
	100g~200g未満 (n=788)	44.5	19.8	20.9	6.3	2.9	2.8	1.9	0.4	0.4	
	100g未満 (n=681)	42.3	21.6	20.4	4.6	4.1	3.2	1.8	0.6	1.5	
平成27年度全体 (n=1673)		41.1	16.7	25.7	6.5	3.6	2.4	2.0	1.1	0.9	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

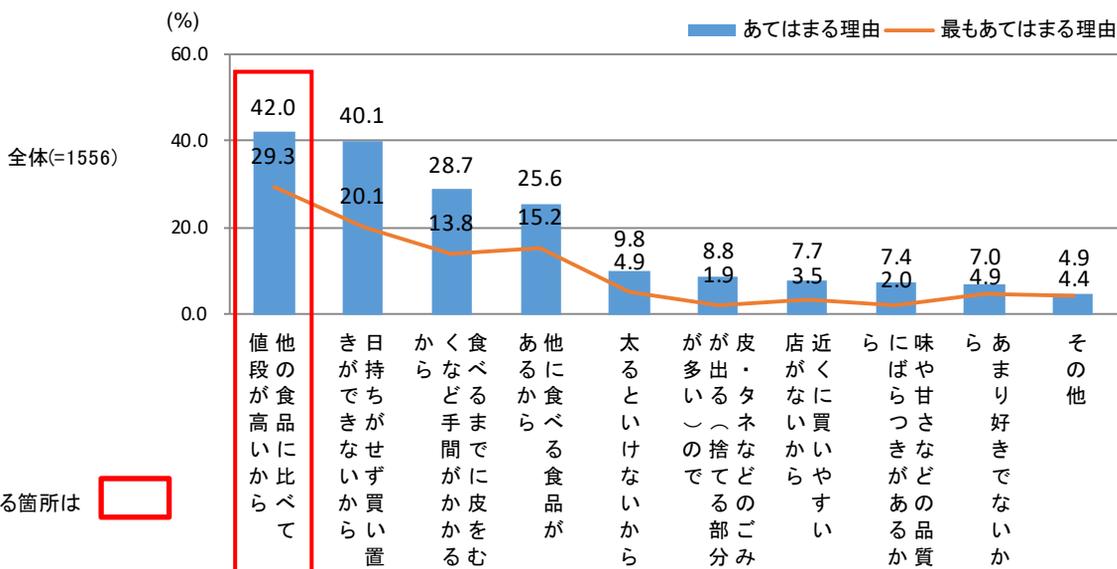
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑧果物を毎日摂らない理由〔毎日摂取者を除く〕

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「他の食品に比べて値段が高いから」が最も高く、次いで「日持ちがせず買い置きができないから」となっている。
- あてはまる理由は、平成27年度結果とほぼ同様の傾向となっている。
- 性別年齢で見ると、『女性20～50代』は「他の食品に比べて値段が高いから」が他の層と比べて高くなっている。『女性20代』は「他に食べる食品があるから」の割合が低めとなっている。

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



※コメントで触れている箇所は 42.0

あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1556)	42.0	40.1	28.7	25.6	9.8	8.8	7.7	7.4	7.0	4.9
性別	男性 (n=819)	36.5	36.8	26.0	26.3	9.5	9.9	10.3	6.3	7.6	4.4	
	女性 (n=737)	48.0	43.8	31.8	24.8	10.0	7.6	4.9	8.5	6.4	5.4	
年代	20代 (n=275)	41.1	42.5	28.4	17.1	8.4	12.0	9.1	6.2	10.5	4.7	
	30代 (n=318)	41.8	39.3	29.9	23.6	8.2	8.8	7.5	6.9	6.3	4.1	
	40代 (n=385)	47.0	39.7	30.6	24.2	7.5	10.1	8.1	7.8	7.0	3.9	
	50代 (n=304)	41.8	38.8	28.3	29.3	12.8	5.9	6.6	6.6	6.3	5.9	
	60代 (n=274)	36.1	40.5	25.5	34.3	12.8	6.9	7.3	9.5	5.1	6.2	
	性別年齢	男性20代 (n=140)	33.6	38.6	27.9	18.6	9.3	12.1	11.4	5.7	12.1	3.6
男性30代 (n=162)		36.4	40.7	27.8	25.9	8.0	10.5	8.6	6.2	6.8	3.1	
男性40代 (n=203)		37.9	32.5	26.6	26.1	6.9	10.3	10.8	5.9	7.4	3.4	
男性50代 (n=165)		35.8	33.9	26.7	27.3	11.5	6.7	9.1	5.5	7.3	6.1	
男性60代 (n=149)		38.3	39.6	20.8	32.9	12.8	10.1	11.4	8.7	4.7	6.0	
女性20代 (n=135)		48.9	46.7	28.9	15.6	7.4	11.9	6.7	6.7	8.9	5.9	
女性30代 (n=156)		47.4	37.8	32.1	21.2	8.3	7.1	6.4	7.7	5.8	5.1	
女性40代 (n=182)		57.1	47.8	35.2	22.0	8.2	9.9	4.9	9.9	6.6	4.4	
果物摂取量	200g以上 (n=127)	37.8	44.1	29.9	29.1	15.7	4.7	5.5	11.8	3.9	1.6	
	100g～200g未満 (n=560)	42.9	44.1	26.3	29.3	11.6	7.3	8.4	6.3	2.1	3.6	
	100g未満 (n=564)	44.0	41.3	30.0	26.6	8.5	9.0	6.0	7.3	4.1	5.0	
	平成27年度全体 (n=1444)	41.0	37.7	31.5	23.3	9.9	9.5	6.3	7.3	4.0		

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

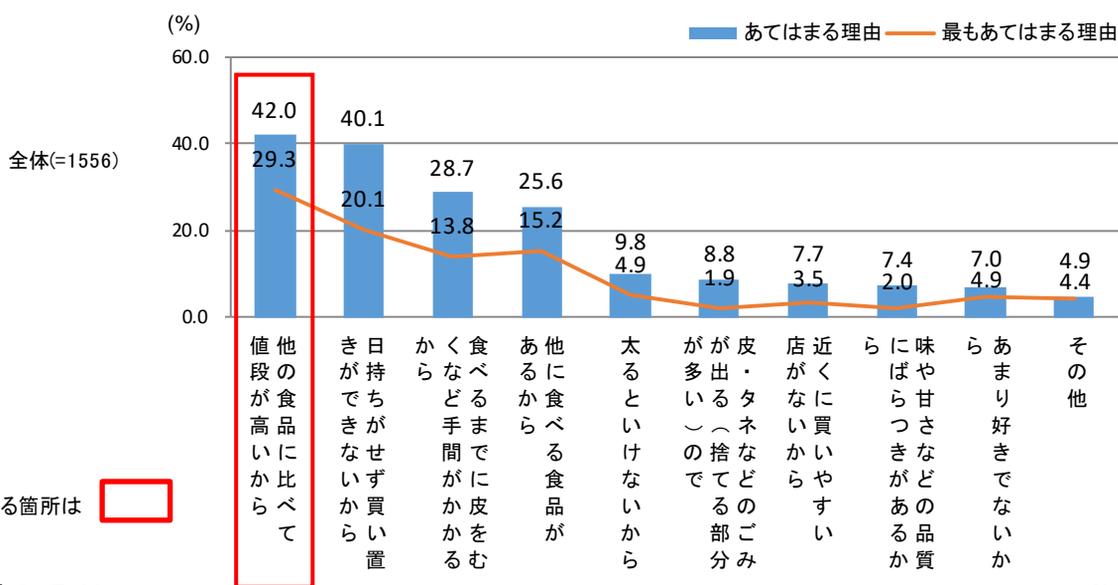
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑧果物を毎日摂らない理由〔毎日摂取者を除く〕

- 最もあてはまる理由では、全体で「他の食品に比べて値段が高いから」が最も高く、次いで「日持ちがせず買い置きができないから」となっている。
- 最もあてはまる理由は、平成27年度結果とほぼ同様の傾向となっている。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の摂取量が多い層では、「日持ちがせず買い置きができないから」「他に食べる食品があるから」が、「他の食品に比べて値段が高いから」を上回っている。

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



※コメントで触れている箇所は



最もあてはまる理由スコア (SA)

		全体 (n=1556)	29.3	20.1	13.8	15.2	4.9	1.9	3.5	2.0	4.9	4.4
性別	男性 (n=819)	25.3	20.6	14.0	16.6	5.0	2.6	4.8	1.7	5.3	4.2	
	女性 (n=737)	33.8	19.4	13.4	13.7	4.9	1.2	2.0	2.3	4.5	4.7	
年代	20代 (n=275)	26.5	22.9	13.8	10.9	4.4	3.6	4.7	1.8	7.3	4.0	
	30代 (n=318)	30.2	20.1	14.5	15.1	5.3	1.9	3.1	2.2	4.4	3.1	
	40代 (n=385)	33.0	18.4	14.8	13.5	4.2	1.8	3.4	2.3	4.9	3.6	
	50代 (n=304)	31.6	18.1	13.8	15.5	4.6	1.6	3.3	0.7	4.9	5.9	
	60代 (n=274)	23.4	21.5	11.3	21.9	6.6	0.7	2.9	2.9	2.9	5.8	
	性別年齢	男性20代 (n=140)	24.3	20.0	14.3	12.1	4.3	4.3	6.4	2.1	8.6	3.6
男性30代 (n=162)		20.4	24.7	16.0	18.5	5.6	1.9	3.7	2.5	4.9	1.9	
男性40代 (n=203)		28.1	18.7	14.8	15.8	4.9	2.5	4.9	1.5	5.4	3.4	
男性50代 (n=165)		27.3	17.0	14.5	16.4	4.8	3.0	4.2	1.2	5.5	6.1	
男性60代 (n=149)		25.5	23.5	10.1	20.1	5.4	1.3	4.7	1.3	2.0	6.0	
女性20代 (n=135)		28.9	25.9	13.3	9.6	4.4	3.0	3.0	1.5	5.9	4.4	
女性30代 (n=156)		40.4	15.4	12.8	11.5	5.1	1.9	2.6	1.9	3.8	4.5	
女性40代 (n=182)		38.5	18.1	14.8	11.0	3.3	1.1	1.6	3.3	4.4	3.8	
果物摂取量	女性50代 (n=139)	36.7	19.4	12.9	14.4	4.3	0.0	2.2	0.0	4.3	5.8	
	女性60代 (n=125)	20.8	19.2	12.8	24.0	8.0	0.0	0.8	4.8	4.0	5.6	
	200g以上 (n=127)	19.7	26.0	17.3	22.0	8.7	0.0	1.6	2.4	0.8	1.6	
	100g~200g未満 (n=560)	30.9	23.9	11.3	15.9	6.3	2.0	3.2	2.1	1.4	3.0	
100g未満 (n=564)	31.6	19.7	14.7	17.2	4.1	1.6	2.7	1.2	2.8	4.4		
平成27年度全体 (n=1444)	28.7	18.3	16.4	14.8	5.3		5.1	1.9	5.9	3.6		

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

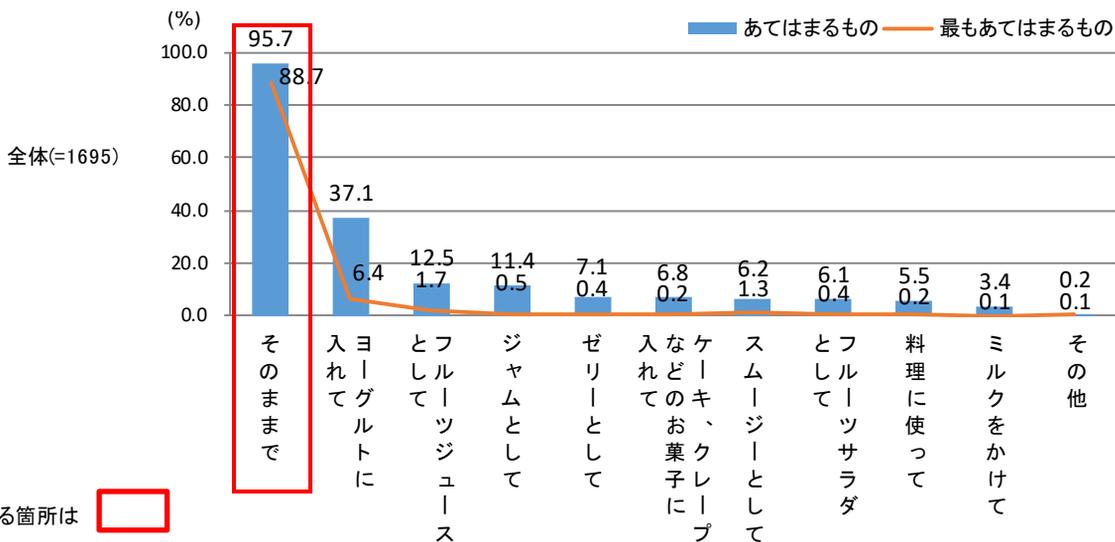
### ⑨果物の摂取方法 [果物月1回以上喫食層]

- あてはまるものは、全体では「そのまま」が突出しており、次いで「ヨーグルトに入れて」が高い。最もあてはまるものは、全体では「そのまま」が突出して高く、それ以外の食べ方はいずれも1割に満たない。
- 最もあてはまる摂取方法は、平成26年度結果と同様の傾向となっている。
- 分析軸別でみると、『女性』は「ヨーグルトに入れて」の割合が『男性』よりも高めとなっている。

Q7. あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を食べていますか？

当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

また、最も当てはまるものをひとつお選びください。(SA)



※コメントで触れている箇所は

あてはまる理由スコア (MA)

(%)

		全体 (n=1695)	31.6	10.5	8.7	5.2	4.6	4.4	6.9	4.9	3.6	0.2
性別	男性 (n=813)	95.3	31.6	10.5	8.7	5.2	4.6	4.4	6.9	4.9	3.6	0.2
	女性 (n=882)	96.0	42.1	14.4	13.8	8.8	8.8	7.8	5.4	6.0	3.2	0.2
年代	20代 (n=245)	93.5	40.8	15.1	12.2	11.0	10.6	9.0	4.5	6.1	4.5	0.0
	30代 (n=330)	95.5	37.6	15.8	11.2	12.1	8.8	8.2	8.2	7.0	3.3	0.0
	40代 (n=376)	97.6	34.3	12.8	11.4	4.5	8.5	5.1	2.1	4.8	2.7	0.5
	50代 (n=324)	96.0	36.1	9.9	6.2	5.2	2.8	4.3	4.6	3.4	3.7	0.0
	60代 (n=420)	95.2	37.6	10.2	15.0	4.5	4.5	5.5	10.2	6.2	3.1	0.5
性別年齢	男性20代 (n=122)	92.6	37.7	17.2	13.1	11.5	10.7	7.4	5.7	9.0	8.2	0.0
	男性30代 (n=158)	93.0	32.9	10.8	7.0	8.2	4.4	5.7	9.5	3.8	2.5	0.0
	男性40代 (n=181)	96.7	29.8	8.8	9.4	4.4	6.6	3.3	3.3	3.9	1.1	0.6
	男性50代 (n=155)	98.7	25.2	7.7	2.6	2.6	1.3	1.9	4.5	3.9	3.2	0.0
	男性60代 (n=197)	94.9	33.5	9.6	11.7	1.5	1.5	4.6	10.7	5.1	4.1	0.5
	女性20代 (n=123)	94.3	43.9	13.0	11.4	10.6	10.6	10.6	3.3	3.3	0.8	0.0
	女性30代 (n=172)	97.7	41.9	20.3	15.1	15.7	12.8	10.5	7.0	9.9	4.1	0.0
	女性40代 (n=195)	98.5	38.5	16.4	13.3	4.6	10.3	6.7	1.0	5.6	4.1	0.5
女性50代 (n=169)	93.5	46.2	11.8	9.5	7.7	4.1	6.5	4.7	3.0	4.1	0.0	
女性60代 (n=223)	95.5	41.3	10.8	17.9	7.2	7.2	6.3	9.9	7.2	2.2	0.4	
果物摂取量	200g以上 (n=226)	90.7	41.6	17.3	15.0	10.2	9.3	8.8	13.3	9.3	7.1	0.0
	100g~200g未満 (n=788)	96.4	38.8	13.2	11.3	7.0	6.5	7.6	6.9	5.8	3.3	0.1
	100g未満 (n=681)	96.5	33.5	10.1	10.3	6.2	6.3	3.7	2.9	3.8	2.2	0.4
平成26年度全体 (n=1292)		95.0	40.5	18.0	14.2	11.8	6.3	6.2	8.8	5.8	4.3	0.5

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

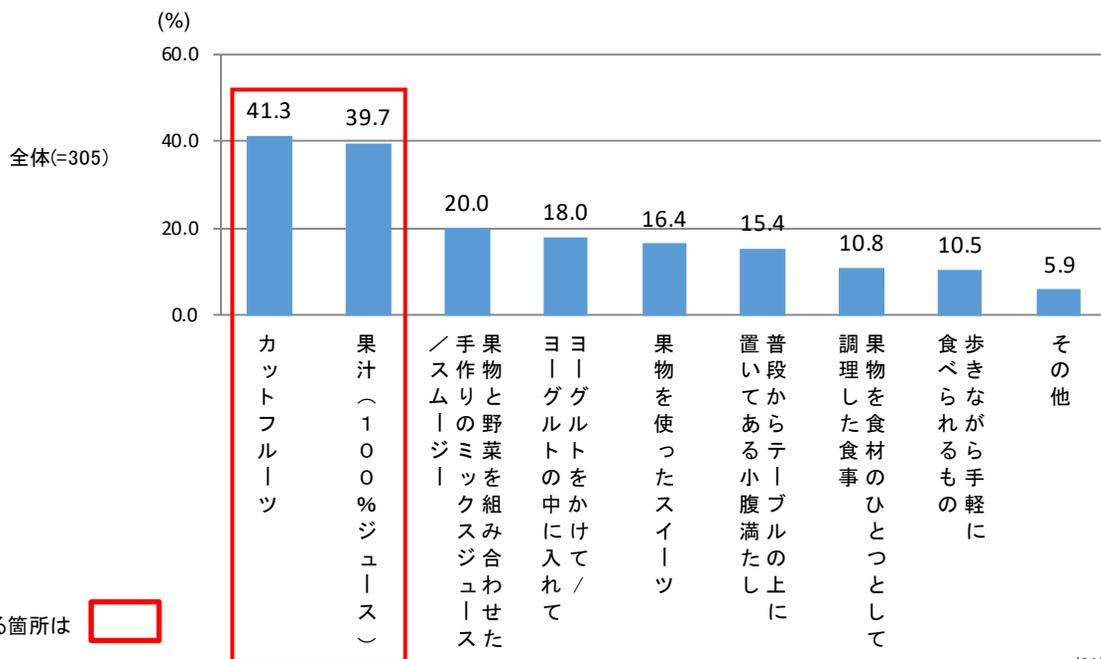
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ⑩果物の摂取を増加できると思う方法 [果物非喫食層]

- 全体では、「カットフルーツ」「果汁（100%ジュース）」が並んで高く、以下「果物と野菜を組み合わせた手作りのミックスジュース/スムージー」「ヨーグルトをかけて/ヨーグルトの中に入れて」の順となっている。
- 各分析軸別でみると、『女性』『40代』『50代』『60代』では「カットフルーツ」がトップで、『男性』『20代』『30代』では「果汁（100%ジュース）」がトップとなっている。また、『女性』『20代』は「果物を使ったスイーツ」が他の層を大きく上回っている。

Q8. どのような食べ方であれば、今までよりも多く果物を食べる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)



※コメントで触れている箇所は

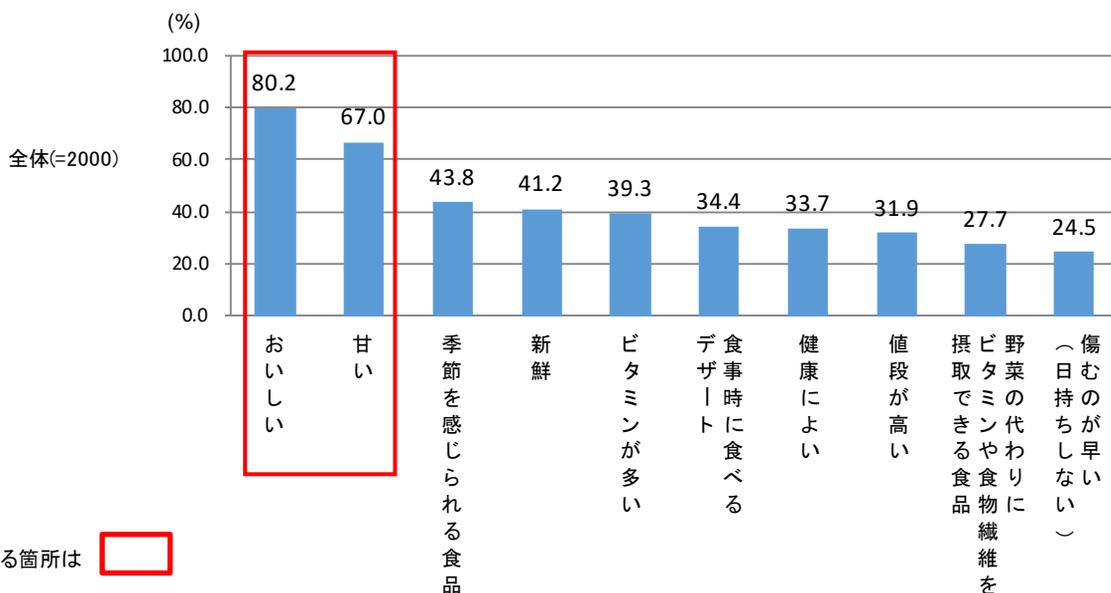
		全体 (n=305)	41.3	39.7	20.0	18.0	16.4	15.4	10.8	10.5	5.9
性別	男性 (n=188)	40.4	42.6	20.7	15.4	11.7	12.8	10.6	9.6	6.4	
	女性 (n=117)	42.7	35.0	18.8	22.2	23.9	19.7	11.1	12.0	5.1	
年代	20代 (n=65)	41.5	53.8	29.2	18.5	26.2	12.3	20.0	15.4	3.1	
	30代 (n=60)	28.3	41.7	16.7	26.7	10.0	13.3	10.0	8.3	3.3	
	40代 (n=84)	48.8	39.3	22.6	20.2	16.7	15.5	9.5	10.7	3.6	
	50代 (n=63)	46.0	34.9	17.5	12.7	15.9	15.9	4.8	11.1	7.9	
	60代 (n=33)	36.4	18.2	6.1	6.1	9.1	24.2	9.1	3.0	18.2	
性別年齢	男性20代 (n=36)	41.7	50.0	19.4	11.1	16.7	0.0	22.2	5.6	5.6	
	男性30代 (n=39)	25.6	46.2	20.5	23.1	5.1	7.7	10.3	10.3	5.1	
	男性40代 (n=51)	49.0	41.2	27.5	17.6	11.8	15.7	9.8	13.7	3.9	
	男性50代 (n=38)	44.7	44.7	21.1	13.2	21.1	15.8	2.6	10.5	5.3	
	男性60代 (n=24)	37.5	25.0	8.3	8.3	0.0	29.2	8.3	4.2	16.7	
	女性20代 (n=29)	41.4	58.6	41.4	27.6	37.9	27.6	17.2	27.6	0.0	
	女性30代 (n=21)	33.3	33.3	9.5	33.3	19.0	23.8	9.5	4.8	0.0	
	女性40代 (n=33)	48.5	36.4	15.2	24.2	24.2	15.2	9.1	6.1	3.0	
	女性50代 (n=25)	48.0	20.0	12.0	12.0	8.0	16.0	8.0	12.0	12.0	
女性60代 (n=9)	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	11.1	11.1	0.0	22.2		
平成26年度全体 (n=708)		46.3	30.1	24.0	24.9	28.4	12.4	12.0	5.9		

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

### ⑪果物のイメージ

- 全体では、「おいしい」が最も高く、次いで「甘い」が高い。以下「季節を感じられる食品」「新鮮」「ビタミンが多い」の順。
- 性別で見ると、『女性』は「季節を感じられる食品」「ビタミンが多い」「健康によい」「値段が高い」といったイメージを持っている割合が男性と比べて高い。
- 『女性30代以上』や果物摂取量が多い層では、「季節を感じられる食品」が高い傾向がみられる。

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



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2000)	80.2	67.0	43.8	41.2	39.3	34.4	33.7	31.9	27.7	24.5
性別	男性	(n=1001)	78.2	67.2	33.9	38.2	33.8	30.3	28.5	26.3	22.9	19.7	
	女性	(n=999)	82.1	66.7	53.7	44.2	44.8	38.4	38.8	37.5	32.5	29.3	
年代	20代	(n=310)	78.4	70.6	38.7	42.6	39.4	32.9	33.5	31.3	34.2	27.1	
	30代	(n=390)	83.3	73.8	39.5	40.3	42.1	39.5	34.6	33.1	32.3	30.3	
	40代	(n=460)	79.6	67.8	46.1	39.3	39.8	36.5	33.3	37.6	31.3	27.6	
	50代	(n=387)	78.8	64.3	41.9	40.8	38.2	29.5	29.7	33.1	19.9	22.2	
	60代	(n=453)	80.4	59.8	50.1	43.3	37.3	32.9	36.6	24.5	22.3	16.6	
性別年齢	男性20代	(n=158)	74.7	69.6	32.9	38.6	31.0	27.8	26.6	22.8	24.1	16.5	
	男性30代	(n=197)	84.3	74.6	29.4	36.0	36.0	36.5	27.4	25.9	26.9	23.9	
	男性40代	(n=232)	74.6	68.1	34.9	34.9	33.2	34.1	26.7	26.7	22.8	21.6	
	男性50代	(n=193)	76.7	67.4	29.0	42.0	34.7	23.8	20.7	28.0	17.1	18.7	
	男性60代	(n=221)	80.5	57.9	41.6	39.8	33.5	28.1	39.4	27.1	23.5	17.2	
	女性20代	(n=152)	82.2	71.7	44.7	46.7	48.0	38.2	40.8	40.1	44.7	38.2	
	女性30代	(n=193)	82.4	73.1	49.7	44.6	48.2	42.5	42.0	40.4	37.8	36.8	
	女性40代	(n=228)	84.6	67.5	57.5	43.9	46.5	39.0	39.9	48.7	39.9	33.8	
	女性50代	(n=194)	80.9	61.3	54.6	39.7	41.8	35.1	38.7	38.1	22.7	25.8	
	女性60代	(n=232)	80.2	61.6	58.2	46.6	40.9	37.5	34.1	22.0	21.1	15.9	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	86.3	66.4	50.0	47.3	42.5	33.2	37.6	22.6	30.5	20.4	
	100g~200g未満	(n=788)	86.8	69.9	47.2	46.3	42.8	41.0	39.7	31.3	32.7	24.0	
	100g未満	(n=681)	81.5	66.4	45.4	37.7	37.6	34.5	32.3	32.3	24.2	26.3	

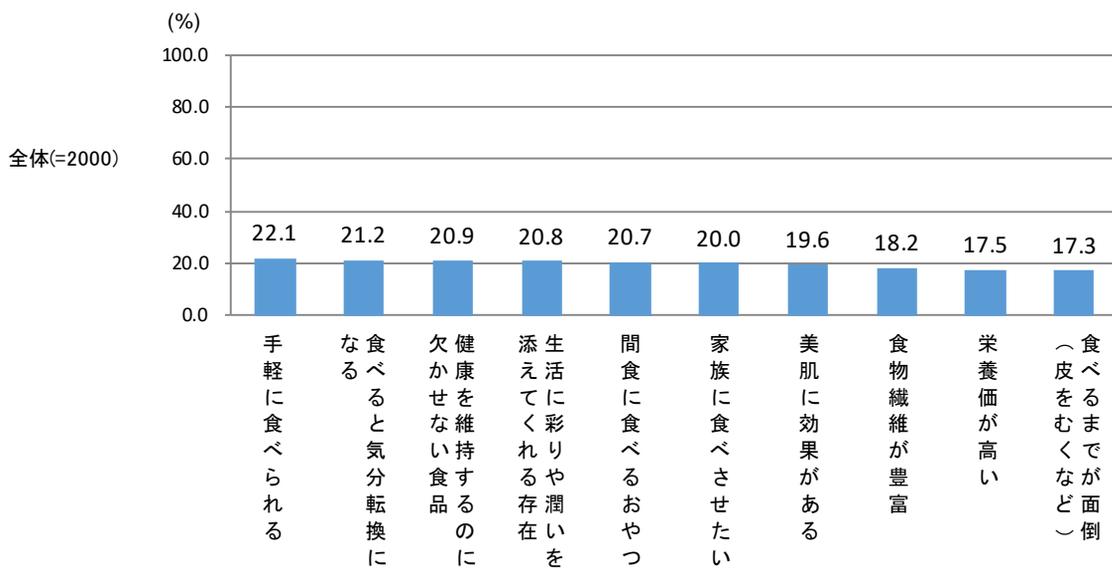
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動



		全体	(n=2000)	22.1	21.2	20.9	20.8	20.7	20.0	19.6	18.2	17.5	17.3
性別	男性	(n=1001)	17.2	17.8	18.7	14.3	18.9	12.5	9.0	17.7	17.1	15.6	
	女性	(n=999)	27.0	24.6	23.1	27.2	22.4	27.4	30.2	18.6	17.8	19.0	
年代	20代	(n=310)	17.1	28.4	22.6	18.4	24.8	15.5	27.4	17.7	25.2	19.0	
	30代	(n=390)	17.7	24.1	22.3	20.0	21.8	25.4	25.4	20.5	24.1	19.2	
	40代	(n=460)	19.1	18.9	19.8	25.4	20.2	28.3	21.5	17.0	18.0	21.7	
	50代	(n=387)	22.2	16.3	18.9	17.6	13.7	14.5	16.3	16.8	12.1	14.7	
	60代	(n=453)	32.2	20.3	21.4	21.0	23.2	14.6	10.2	18.8	10.4	12.1	
性別年齢	男性20代	(n=158)	9.5	24.1	18.4	12.0	22.2	10.8	14.6	15.8	21.5	15.8	
	男性30代	(n=197)	16.8	20.8	24.4	14.7	18.8	17.3	13.7	19.8	25.4	17.3	
	男性40代	(n=232)	13.4	14.2	15.5	17.2	18.1	16.4	8.6	14.7	17.2	19.0	
	男性50代	(n=193)	18.7	13.0	16.6	10.4	13.0	8.8	6.7	17.6	12.4	13.5	
	男性60代	(n=221)	25.8	18.6	19.0	15.8	22.6	8.6	3.2	20.4	10.4	12.2	
	女性20代	(n=152)	25.0	32.9	27.0	25.0	27.6	20.4	40.8	19.7	28.9	22.4	
	女性30代	(n=193)	18.7	27.5	20.2	25.4	24.9	33.7	37.3	21.2	22.8	21.2	
	女性40代	(n=228)	25.0	23.7	24.1	33.8	22.4	40.4	34.6	19.3	18.9	24.6	
	女性50代	(n=194)	25.8	19.6	21.1	24.7	14.4	20.1	25.8	16.0	11.9	16.0	
女性60代	(n=232)	38.4	22.0	23.7	25.9	23.7	20.3	16.8	17.2	10.3	12.1		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	30.5	31.4	26.5	27.4	28.8	25.2	22.1	23.5	18.6	14.2	
	100g~200g未満	(n=788)	27.7	23.6	25.9	24.0	24.4	22.0	22.5	20.6	18.7	16.5	
	100g未満	(n=681)	21.0	20.4	18.2	19.8	18.1	21.4	18.9	16.3	17.8	17.9	

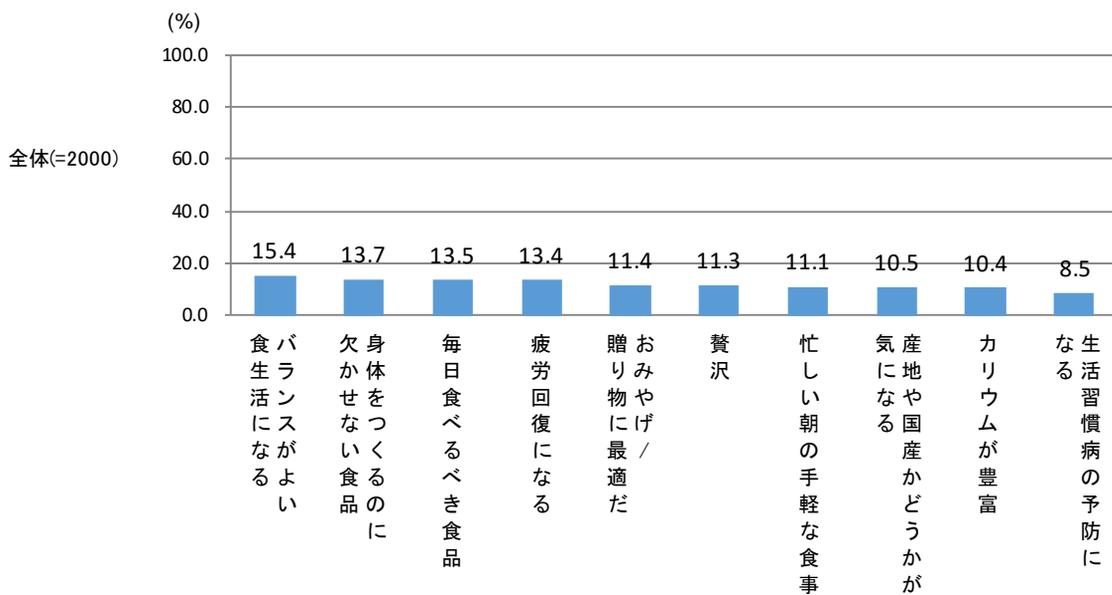
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動



		全体	(n=2000)	15.4	13.7	13.5	13.4	11.4	11.3	11.1	10.5	10.4	8.5
性別	男性	(n=1001)	12.6	12.8	11.4	12.1	8.5	8.1	9.1	8.1	8.7	6.8	
	女性	(n=999)	18.1	14.6	15.5	14.7	14.3	14.4	13.0	12.8	12.1	10.1	
年代	20代	(n=310)	18.4	15.8	14.5	14.8	14.5	15.2	15.8	8.7	10.3	8.1	
	30代	(n=390)	16.9	14.9	14.4	15.4	14.1	11.5	14.9	12.3	10.0	8.5	
	40代	(n=460)	16.3	10.9	10.0	11.5	12.2	15.0	10.4	13.5	8.7	8.0	
	50代	(n=387)	13.7	13.7	12.4	10.6	8.8	10.1	7.2	7.0	8.8	8.0	
	60代	(n=453)	12.4	14.1	16.3	15.0	8.4	5.5	8.4	9.9	13.9	9.5	
性別年齢	男性20代	(n=158)	18.4	17.1	15.8	14.6	13.9	10.1	12.0	5.7	8.9	7.0	
	男性30代	(n=197)	14.7	13.7	11.2	14.7	10.2	7.6	14.7	9.1	8.1	7.1	
	男性40代	(n=232)	11.6	9.9	8.2	8.6	7.8	9.9	6.5	11.6	7.8	5.2	
	男性50代	(n=193)	9.3	12.4	9.8	10.9	7.8	7.3	5.7	3.6	7.3	6.7	
	男性60代	(n=221)	10.4	12.2	13.1	12.7	4.5	5.9	7.7	9.0	11.3	8.1	
	女性20代	(n=152)	18.4	14.5	13.2	15.1	15.1	20.4	19.7	11.8	11.8	9.2	
	女性30代	(n=193)	19.2	16.1	17.6	16.1	18.1	15.5	15.0	15.5	11.9	9.8	
	女性40代	(n=228)	21.1	11.8	11.8	14.5	16.7	20.2	14.5	15.4	9.6	11.0	
	女性50代	(n=194)	18.0	14.9	14.9	10.3	9.8	12.9	8.8	10.3	10.3	9.3	
女性60代	(n=232)	14.2	15.9	19.4	17.2	12.1	5.2	9.1	10.8	16.4	10.8		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	22.1	21.7	23.0	21.2	17.7	10.6	15.0	13.7	14.2	14.2	
	100g~200g未満	(n=788)	19.2	16.5	17.6	16.0	12.2	9.3	13.6	10.7	11.8	9.6	
	100g未満	(n=681)	13.5	10.4	10.1	10.9	10.4	11.7	9.8	10.3	9.8	7.6	

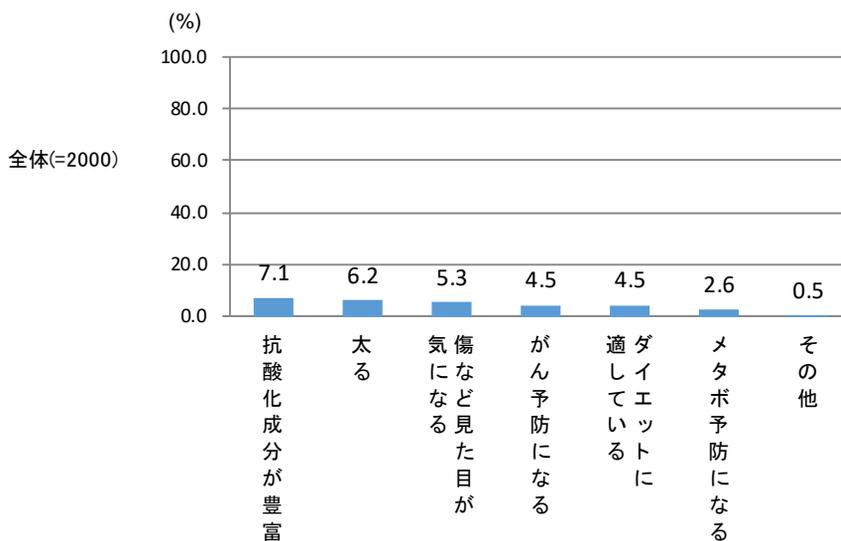
全体と比べて10ポイント以上高い。

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。

2. アンケート調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動



		全体	(n=2000)	7.1	6.2	5.3	4.5	4.5	2.6	0.5
性別	男性	(n=1001)	5.9	4.1	4.9	3.1	3.4	2.8	0.4	
	女性	(n=999)	8.3	8.2	5.6	5.8	5.5	2.3	0.6	
年代	20代	(n=310)	8.1	5.2	9.0	3.9	7.7	3.5	0.3	
	30代	(n=390)	8.7	2.6	5.6	4.9	6.9	3.3	0.3	
	40代	(n=460)	8.3	6.3	4.3	4.3	3.9	2.2	0.4	
	50代	(n=387)	4.9	8.5	4.4	4.9	3.1	2.6	0.8	
	60代	(n=453)	5.7	7.7	4.0	4.2	1.8	1.5	0.7	
性別年齢	男性20代	(n=158)	8.2	3.8	7.6	3.8	5.1	3.8	0.6	
	男性30代	(n=197)	8.1	2.0	5.1	4.1	5.6	4.6	0.5	
	男性40代	(n=232)	5.6	4.3	3.4	2.6	2.6	2.2	0.0	
	男性50代	(n=193)	2.1	5.7	4.1	3.6	2.1	2.1	0.5	
	男性60代	(n=221)	5.9	4.5	5.0	1.8	2.3	1.8	0.5	
	女性20代	(n=152)	7.9	6.6	10.5	3.9	10.5	3.3	0.0	
	女性30代	(n=193)	9.3	3.1	6.2	5.7	8.3	2.1	0.0	
	女性40代	(n=228)	11.0	8.3	5.3	6.1	5.3	2.2	0.9	
	女性50代	(n=194)	7.7	11.3	4.6	6.2	4.1	3.1	1.0	
女性60代	(n=232)	5.6	10.8	3.0	6.5	1.3	1.3	0.9		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	10.2	5.8	9.7	8.8	9.3	6.2	0.0	
	100g~200g未満	(n=788)	7.6	7.0	5.3	4.8	4.6	3.2	0.5	
	100g未満	(n=681)	7.0	4.6	4.4	3.7	3.1	0.7	0.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### (1) 日常の果物の消費行動 まとめ

- 果物を200g以上摂取できている人の割合は13.3%で、平成27年度調査の16.3%から若干低下している。  
→果物摂取の状況は、頻度、摂取量ともに、平成27年度調査から低下傾向がうかがえる。
  - 果物をほぼ毎日摂取している人は22.2%で、週1回以上摂取している人は64.5%。ほぼ毎日摂取している人の割合は、平成27年度調査の27.3%から低下している。
  - 女性は、摂取頻度が男性よりも高い。また、「季節を感じられる食品」「ビタミンが多い」「健康に良い」など、果物に対するポジティブなイメージが男性よりも強い。
- 
- 1日あたりの果物の摂取量では、「100g～150g未満」が33.0%で最多。次いで「50g～100g未満」が28.7%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13.3%にとどまる。(p15)
  - 200g以上摂取できている人の割合は、平成27年度調査の16.3%から若干低下している。(p15)
  - 1日あたりの摂取量が200g未満の人の摂取できていない理由は、「他に食べる食品があるから」「一度にそんなに量を食べられないから」「値段が高く食費に余裕がないから」が上位となっている。(p16～17)
  - 果物の摂取頻度では「ほぼ毎日」「週3～4日」「週1～2日」がいずれも2割強で、週1日以上摂取している人が6割台半ばに及ぶ。(p19)
  - 平成27年度調査と比較すると、「ほぼ毎日」の割合が低下している。(p19)
  - 女性や60代は、男性や若年層よりも摂取頻度が高い傾向が見られる。(p19)
  - 摂取している時間帯では「朝食時」「夕食時」がほぼ同水準。次に「間食のおやつ時」が続く。(p21～22)
  - 男性女性ともに若年層は「夕食時」の割合が高く、高齢層は「朝食時」の割合が高い傾向となっている。(p21～22)
  - 摂取理由は「おいしく好きだから」「旬や味覚を楽しめるから」「健康に良いから」の順。(p23～24)
  - 平成27年度調査と比較すると、全体では「旬や味覚を楽しめるから」が上昇し、「健康に良いから」が低下した。(p23～24)
  - 果物摂取量が多い層は「おいしく好きだから」が高い傾向にある。(p24)
  - 一方、果物を毎日摂らない理由は、「他の食品に比べて値段が高いから」「日持ちがせず買い置きができないから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」の順。(p25～26)
  - 若年層では「値段が高く食費に余裕がないから」が高く、高齢層では「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」が高い傾向となっている。(p25)
  - 果物のイメージでは「おいしい」が80.2%でトップ。次いで「甘い」が67.0%で、この2つがイメージの中心である(p29)
  - 女性はほとんどのイメージのスコアが男性を上回っており、特に「季節を感じられる食品」「ビタミンが多い」「健康に良い」「値段が高い」などで、その差が大きい。また、女性30代以上や果物摂取量が多い層では「季節を感じられる食品」が高い。(p29)

## (2) 日常の果物加工品の消費行動

### ①生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか

- 全体では「生鮮果物が主体」が最も高く3分の2を占めている。以下、「同程度」「果物加工品が主体」の順となっている。
- 生鮮果物と果物加工品の摂取の割合は、平成27年度と比べると「生鮮果物が主体」の割合が高くなった。
- 性別で見ると、『女性』は「生鮮果物が主体」の割合が男性よりも高い。
- 高齢層や、果物摂取量が多い層ほど「生鮮果物が主体」の割合が高い傾向がみられる。

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

※コメントで触れている箇所は

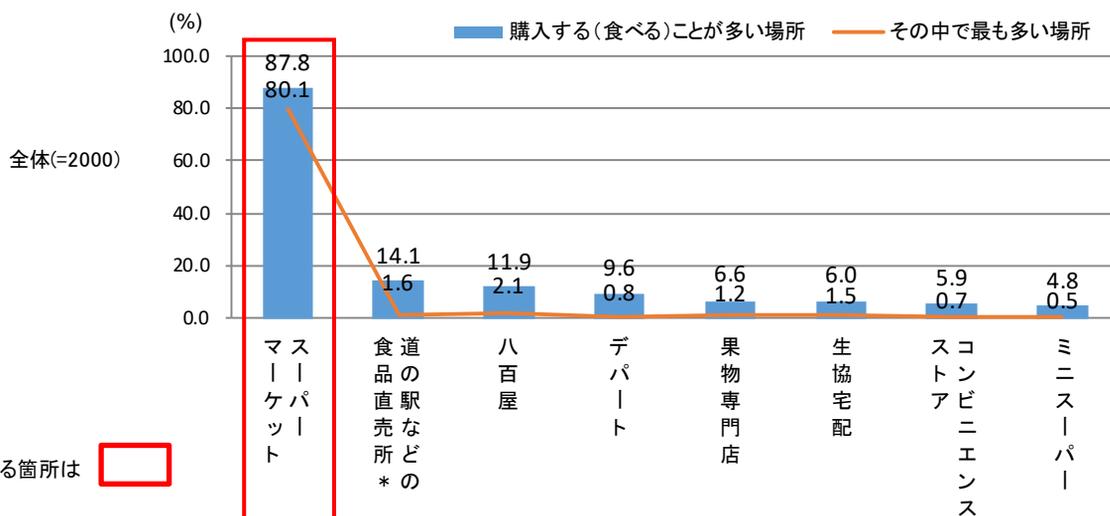
■生鮮果物が主体 ■同程度 ■果物加工品が主体 ■どちらもほとんど食べない



## ②生鮮果物の購入（摂取）場所

- 購入することが多い場所、最も多い場所のいずれにおいても、全体では「スーパーマーケット」が突出して高い。
- 購入することが最も多い場所は、平成26年度と同様の傾向となっている。
- 年代別にみると、『20代』は「スーパーマーケット」が他の層と比べて低い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』では、「八百屋」「デパート」「果物専門店」の割合が他の層と比べて高い傾向となっている。

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



※コメントで触れている箇所は



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA)

		全体 (n=2000)	87.8	14.1	11.9	9.6	6.6	6.0	5.9	4.8
性別	男性 (n=1001)		83.7	11.3	10.8	10.1	6.9	4.6	7.2	5.6
	女性 (n=999)		91.9	16.9	13.0	9.1	6.2	7.4	4.5	3.9
年代	20代 (n=310)		80.3	6.1	10.3	11.0	5.8	2.9	8.7	4.2
	30代 (n=390)		87.7	13.8	9.7	8.5	6.2	5.9	6.7	4.1
	40代 (n=460)		87.6	15.9	11.3	9.6	4.3	6.3	4.6	4.8
	50代 (n=387)		89.4	12.4	12.7	7.8	6.7	4.7	5.7	5.2
	60代 (n=453)		91.8	19.4	14.8	11.3	9.5	9.1	4.6	5.3
性別年齢	男性20代 (n=158)		74.7	7.0	12.7	14.6	9.5	5.1	10.1	6.3
	男性30代 (n=197)		84.3	9.1	8.6	9.1	5.1	5.1	7.6	4.1
	男性40代 (n=232)		81.5	9.9	8.6	7.3	3.4	3.9	6.5	6.5
	男性50代 (n=193)		86.0	11.4	11.9	6.7	7.8	3.6	7.3	5.2
	男性60代 (n=221)		90.0	17.6	12.7	13.6	9.5	5.4	5.4	5.9
	女性20代 (n=152)		86.2	5.3	7.9	7.2	2.0	0.7	7.2	2.0
	女性30代 (n=193)		91.2	18.7	10.9	7.8	7.3	6.7	5.7	4.1
	女性40代 (n=228)		93.9	21.9	14.0	11.8	5.3	8.8	2.6	3.1
女性50代 (n=194)		92.8	13.4	13.4	8.8	5.7	5.7	4.1	5.2	
女性60代 (n=232)		93.5	21.1	16.8	9.1	9.5	12.5	3.9	4.7	
果物摂取量	200g以上 (n=226)		92.0	16.8	27.0	16.8	12.4	7.5	10.2	8.4
	100g~200g未満 (n=788)		95.1	16.5	14.1	12.1	8.2	7.1	7.2	6.0
	100g未満 (n=681)		91.8	15.3	8.8	7.5	4.4	6.5	4.4	3.5
平成26年度全体 (n=2000)			90.4	12.5	15.3	9.3	5.6	7.6	10.0	4.4

全体と比べて10ポイント以上高い。

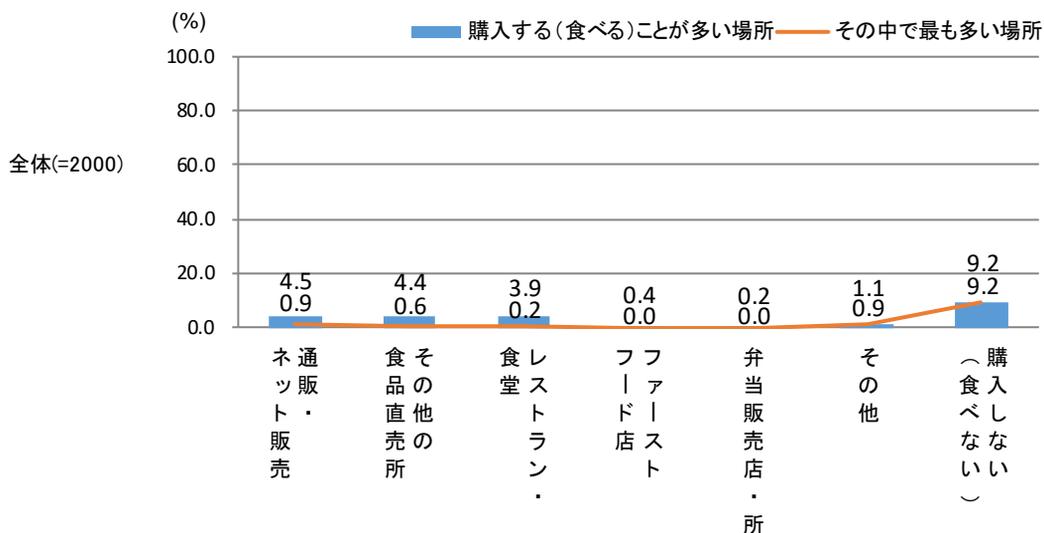
全体と比べて5~10ポイント未満高い。

\*2014年は「直売所」で聴取

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (2) 日常の果物加工品の消費行動



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA)

(%)

		全体 (n=2000)	4.5	4.4	3.9	0.4	0.2	1.1	9.2
性別	男性 (n=1001)		3.7	4.2	4.5	0.6	0.3	0.9	13.2
	女性 (n=999)		5.2	4.5	3.2	0.2	0.0	1.3	5.1
年代	20代 (n=310)		1.9	3.5	4.5	1.0	0.3	0.3	15.2
	30代 (n=390)		4.1	2.1	3.8	0.0	0.3	0.5	10.5
	40代 (n=460)		3.5	3.7	2.6	0.4	0.0	1.1	9.6
	50代 (n=387)		4.9	4.7	3.6	0.3	0.3	1.8	8.3
	60代 (n=453)		7.1	7.3	4.9	0.4	0.0	1.5	4.2
性別年齢	男性20代 (n=158)		2.5	5.1	6.3	1.9	0.6	0.6	19.6
	男性30代 (n=197)		3.6	2.0	4.1	0.0	0.5	0.0	14.7
	男性40代 (n=232)		2.2	3.9	2.2	0.4	0.0	1.3	14.7
	男性50代 (n=193)		4.7	4.1	5.2	0.5	0.5	1.6	11.4
	男性60代 (n=221)		5.4	5.9	5.4	0.5	0.0	0.9	7.2
	女性20代 (n=152)		1.3	2.0	2.6	0.0	0.0	0.0	10.5
	女性30代 (n=193)		4.7	2.1	3.6	0.0	0.0	1.0	6.2
	女性40代 (n=228)		4.8	3.5	3.1	0.4	0.0	0.9	4.4
女性50代 (n=194)		5.2	5.2	2.1	0.0	0.0	2.1	5.2	
女性60代 (n=232)		8.6	8.6	4.3	0.4	0.0	2.2	1.3	
果物摂取量	200g以上 (n=226)		6.2	8.0	7.5	1.8	0.9	0.9	3.1
	100g~200g未満 (n=788)		6.0	5.3	4.8	0.3	0.1	1.4	2.2
	100g未満 (n=681)		4.0	3.8	2.5	0.3	0.0	1.2	5.7
平成26年度全体 (n=2000)			4.4	4.2	4.2	1.0	0.2	2.1	5.0

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

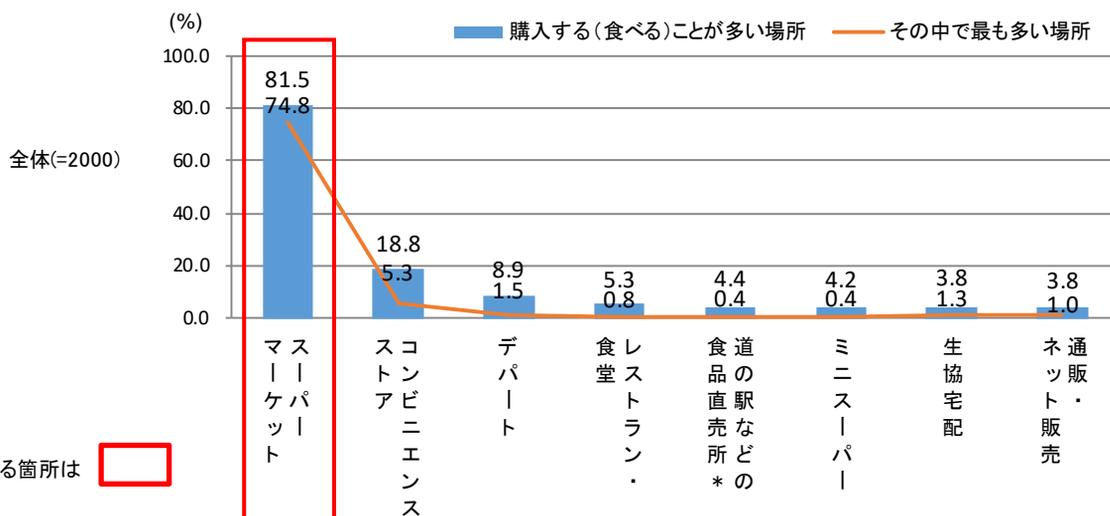
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ③果物加工品の購入（摂取）場所

- 購入することが多い場所、最も多い場所のいずれにおいても、全体では「スーパーマーケット」が突出して高く、以下「コンビニエンスストア」「デパート」の順となっている。
- 購入することが最も多い場所は、平成26年度と同様の傾向となっている。
- 性別で見ると、女性では「スーパーマーケット」が男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、『20代』『30代』は他の層と比べて「スーパーマーケット」が低く、「コンビニエンスストア」が高い。
- 摂取量『200g以上』の層は「スーパーマーケット」の割合が低い傾向がみられる。

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



※コメントで触れている箇所は



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA)

		全体 (n=2000)	81.5	18.8	8.9	5.3	4.4	4.2	3.8	3.8
性別	男性 (n=1001)	77.7	20.0	8.5	4.3	3.8	4.8	3.0	2.9	
	女性 (n=999)	85.3	17.5	9.2	6.2	4.9	3.5	4.6	4.7	
年代	20代 (n=310)	77.1	26.8	12.3	9.4	3.2	3.5	2.9	2.6	
	30代 (n=390)	82.3	24.4	8.2	4.9	4.9	4.1	3.1	3.8	
	40代 (n=460)	83.5	19.3	7.4	4.1	3.0	5.0	5.0	1.7	
	50代 (n=387)	82.9	16.3	7.2	3.9	3.6	5.4	3.4	5.4	
	60代 (n=453)	80.6	9.9	9.9	5.1	6.6	2.6	4.2	5.3	
性別年齢	男性20代 (n=158)	69.6	24.7	13.3	9.5	3.8	5.1	4.4	5.1	
	男性30代 (n=197)	78.2	25.4	7.6	5.1	5.1	3.6	2.0	2.5	
	男性40代 (n=232)	78.0	21.1	6.0	2.2	2.2	6.0	3.4	0.9	
	男性50代 (n=193)	78.8	17.6	5.2	3.1	3.1	6.7	2.6	2.6	
	男性60代 (n=221)	81.9	12.7	11.3	3.2	5.0	2.7	2.7	4.1	
	女性20代 (n=152)	84.9	28.9	11.2	9.2	2.6	2.0	1.3	0.0	
	女性30代 (n=193)	86.5	23.3	8.8	4.7	4.7	4.7	4.1	5.2	
	女性40代 (n=228)	89.0	17.5	8.8	6.1	3.9	3.9	6.6	2.6	
女性50代 (n=194)	87.1	14.9	9.3	4.6	4.1	4.1	4.1	8.2		
女性60代 (n=232)	79.3	7.3	8.6	6.9	8.2	2.6	5.6	6.5		
果物摂取量	200g以上 (n=226)	81.9	20.4	14.2	7.1	5.8	6.6	3.1	5.3	
	100g~200g未満 (n=788)	87.9	21.2	11.3	6.7	6.2	5.2	4.3	5.1	
	100g未満 (n=681)	85.5	17.5	6.9	4.0	3.4	3.4	4.6	3.2	
平成26年度全体 (n=2000)		85.9	24.0	9.7	6.4	3.4	4.9	5.5	3.4	

全体と比べて10ポイント以上高い。

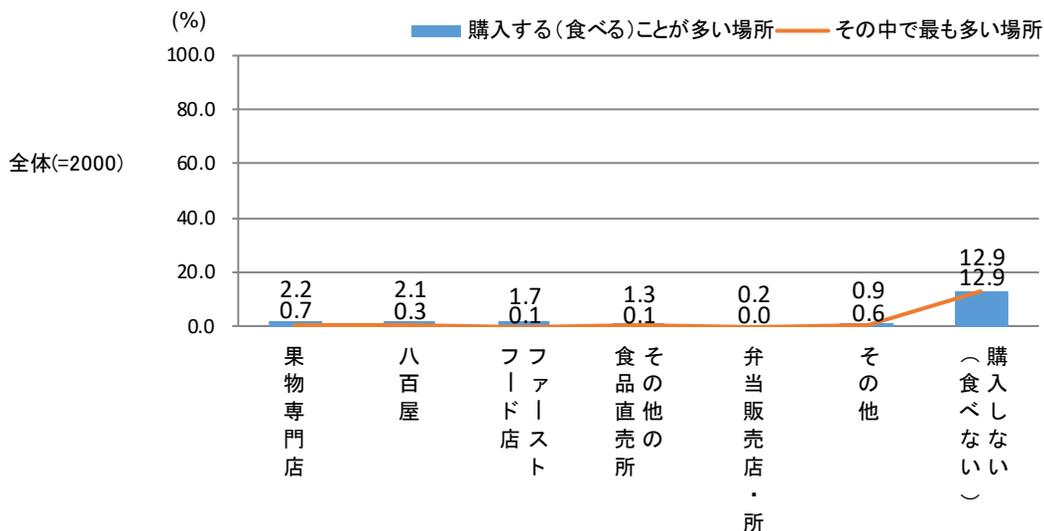
全体と比べて5~10ポイント未満高い。

\*2014年は「直売所」で聴取

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 ー (2) 日常の果物加工品の消費行動



購入する(食べる)ことが多い場所スコア (MA)

(%)

		全体 (n=2000)	2.2	2.1	1.7	1.3	0.2	0.9	12.9
性別	男性 (n=1001)		2.4	2.0	2.2	1.1	0.3	0.5	16.2
	女性 (n=999)		1.9	2.1	1.2	1.5	0.0	1.2	9.6
年代	20代 (n=310)		3.9	3.5	3.5	2.3	0.6	0.6	13.9
	30代 (n=390)		2.6	2.3	2.1	1.0	0.0	0.8	12.1
	40代 (n=460)		1.3	1.1	1.1	1.5	0.2	1.1	12.6
	50代 (n=387)		1.6	2.1	1.0	0.5	0.0	0.5	13.2
	60代 (n=453)		2.0	1.8	1.3	1.3	0.0	1.1	13.0
性別年齢	男性20代 (n=158)		5.7	4.4	4.4	1.9	1.3	0.6	19.0
	男性30代 (n=197)		2.5	2.0	2.5	1.0	0.0	0.5	16.8
	男性40代 (n=232)		1.3	0.4	1.3	0.9	0.4	0.4	17.2
	男性50代 (n=193)		2.1	2.6	1.6	0.5	0.0	0.0	16.1
	男性60代 (n=221)		1.4	1.4	1.8	1.4	0.0	0.9	12.7
	女性20代 (n=152)		2.0	2.6	2.6	2.6	0.0	0.7	8.6
	女性30代 (n=193)		2.6	2.6	1.6	1.0	0.0	1.0	7.3
	女性40代 (n=228)		1.3	1.8	0.9	2.2	0.0	1.8	7.9
	女性50代 (n=194)		1.0	1.5	0.5	0.5	0.0	1.0	10.3
女性60代 (n=232)		2.6	2.2	0.9	1.3	0.0	1.3	13.4	
果物摂取量	200g以上 (n=226)		4.9	7.1	4.0	2.7	0.0	0.9	9.7
	100g~200g未満 (n=788)		2.8	2.5	2.2	2.0	0.3	1.1	6.3
	100g未満 (n=681)		0.9	0.7	1.0	0.4	0.0	0.7	9.8
平成26年度全体 (n=2000)			2.8	2.8	2.0		0.3	1.5	8.9

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

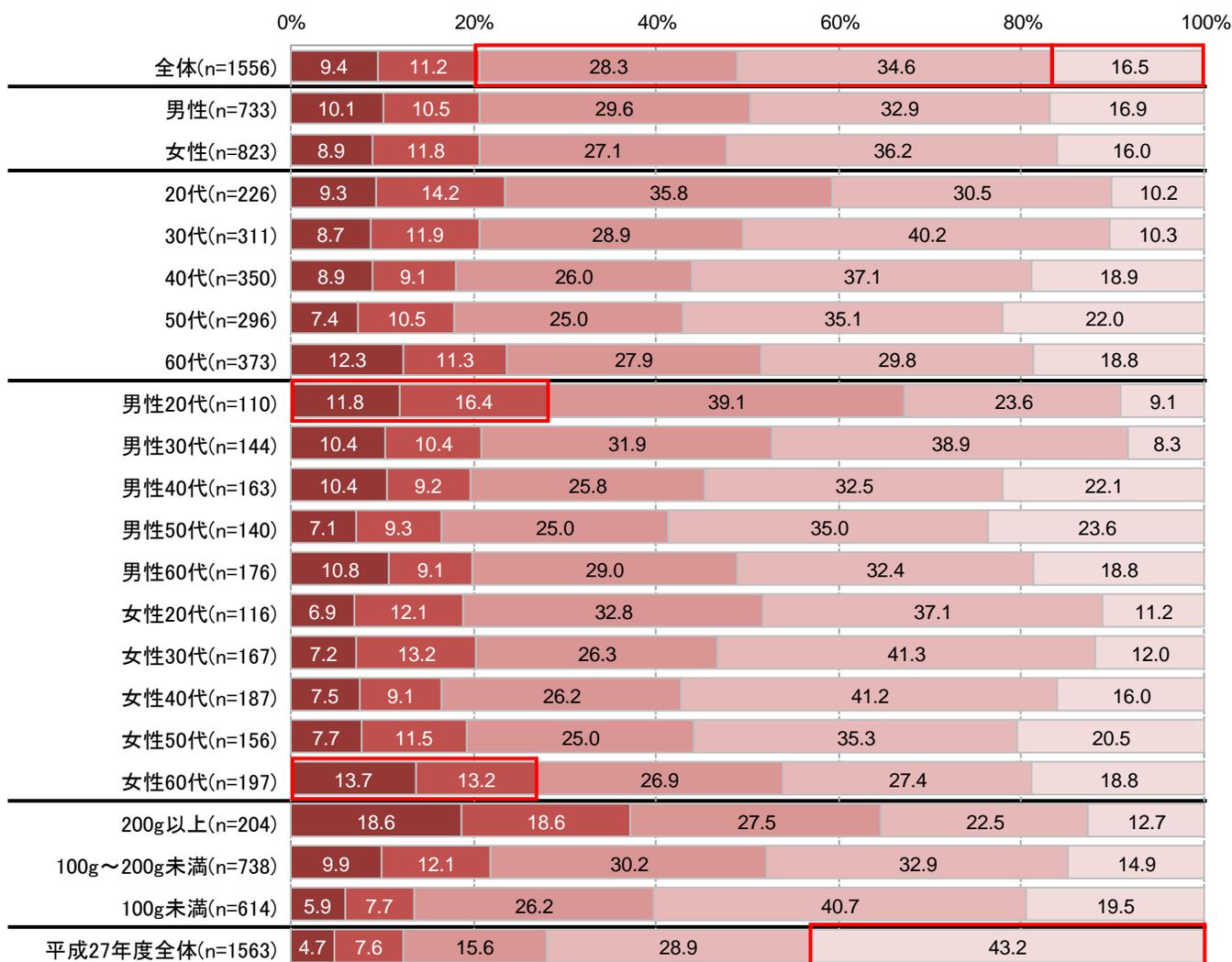
④果物加工品の摂取頻度 [果物月1回以上喫食&果物加工品喫食層]

- 全体では、「月1～3日」「週1～2日」の順に高く、これらを合わせると6割強を占めている。
- 果物加工品の摂取頻度は、平成27年度と比べると高頻度の割合が高くなっており、4割以上を占めていた「ほとんど食べない」の割合は大幅に減少した。
- 性別年齢で見ると、概ね若年層ほど摂取頻度が高い傾向がうかがえる。例外として『女性60代』は「ほとんど食べない」が高めである一方で「週3～4日」以上の高頻度の割合が『男性20代』と同等に高くなっている。

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

※コメントで触れている箇所は

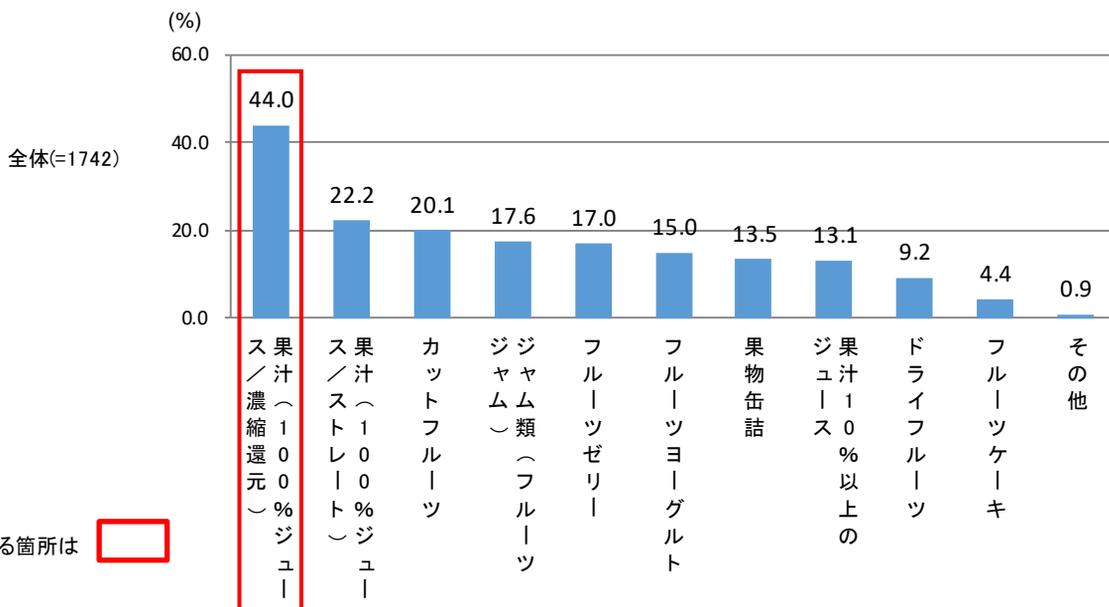
■ ほぼ毎日(週5日以上) ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月1～3日 ■ ほとんど食べない(飲まない)  
(月1日未満)



⑤購入機会の多い果物加工品 [果物加工品喫食層]

- 全体では、「果汁（100%ジュース/濃縮還元）」が突出して高く、以下「果汁（100%ジュース/ストレート）」「カットフルーツ」の順。
- 購入機会の多い果物加工品は、平成26年度結果では5割を超えていた「果汁100%ジュース/濃縮還元」の割合が低下した。
- 年代別、性別年齢で見ると、若年層ほど「果汁（100%ジュース/濃縮還元）」が高くなっている。

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



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=1742)	44.0	22.2	20.1	17.6	17.0	15.0	13.5	13.1	9.2	4.4	0.9
性別	男性 (n=839)		44.3	22.5	19.9	15.3	14.4	14.2	12.8	17.6	6.8	4.4	1.3
	女性 (n=903)		43.6	21.8	20.3	19.7	19.5	15.7	14.2	9.0	11.5	4.4	0.6
年代	20代 (n=267)		50.9	21.7	16.9	10.1	22.5	14.6	11.6	18.7	5.6	3.7	1.1
	30代 (n=343)		52.8	21.6	24.8	13.7	18.7	12.5	9.6	14.9	8.7	2.9	0.6
	40代 (n=402)		46.0	19.2	18.4	19.7	17.9	15.4	13.4	12.4	7.2	5.0	1.2
	50代 (n=336)		39.3	22.0	22.6	16.1	15.5	16.4	16.4	11.9	9.8	4.5	0.6
	60代 (n=394)		33.5	26.1	17.8	25.1	12.4	15.7	15.7	9.6	13.7	5.6	1.0
性別年齢	男性20代 (n=128)		50.8	20.3	19.5	10.2	18.0	13.3	12.5	22.7	3.9	5.5	0.8
	男性30代 (n=164)		51.8	20.7	18.9	14.6	17.1	12.8	7.3	21.3	7.3	3.7	0.6
	男性40代 (n=192)		42.7	19.3	19.3	16.1	13.5	15.6	12.5	17.2	4.7	5.2	2.1
	男性50代 (n=162)		44.4	25.9	21.0	13.0	11.7	12.3	18.5	16.7	6.8	2.5	0.6
	男性60代 (n=193)		35.2	25.9	20.7	20.2	13.0	16.1	13.0	12.4	10.4	5.2	2.1
	女性20代 (n=139)		51.1	23.0	14.4	10.1	26.6	15.8	10.8	15.1	7.2	2.2	1.4
	女性30代 (n=179)		53.6	22.3	30.2	12.8	20.1	12.3	11.7	8.9	10.1	2.2	0.6
	女性40代 (n=210)		49.0	19.0	17.6	22.9	21.9	15.2	14.3	8.1	9.5	4.8	0.5
	女性50代 (n=174)		34.5	18.4	24.1	19.0	19.0	20.1	14.4	7.5	12.6	6.3	0.6
女性60代 (n=201)		31.8	26.4	14.9	29.9	11.9	15.4	18.4	7.0	16.9	6.0	0.0	
果物摂取量	200g以上 (n=204)		46.6	28.4	23.5	12.3	15.2	15.2	13.7	11.3	6.9	6.9	0.5
	100g~200g未満 (n=738)		46.5	22.9	19.6	18.2	18.3	14.9	13.4	10.6	10.2	4.7	0.9
	100g未満 (n=614)		42.2	19.1	19.5	18.6	16.9	15.5	14.2	15.1	9.8	3.3	1.1
平成26年度全体 (n=1822)			51.5	25.9	18.5	17.1	17.5	17.1	13.5	9.4	3.8	1.2	

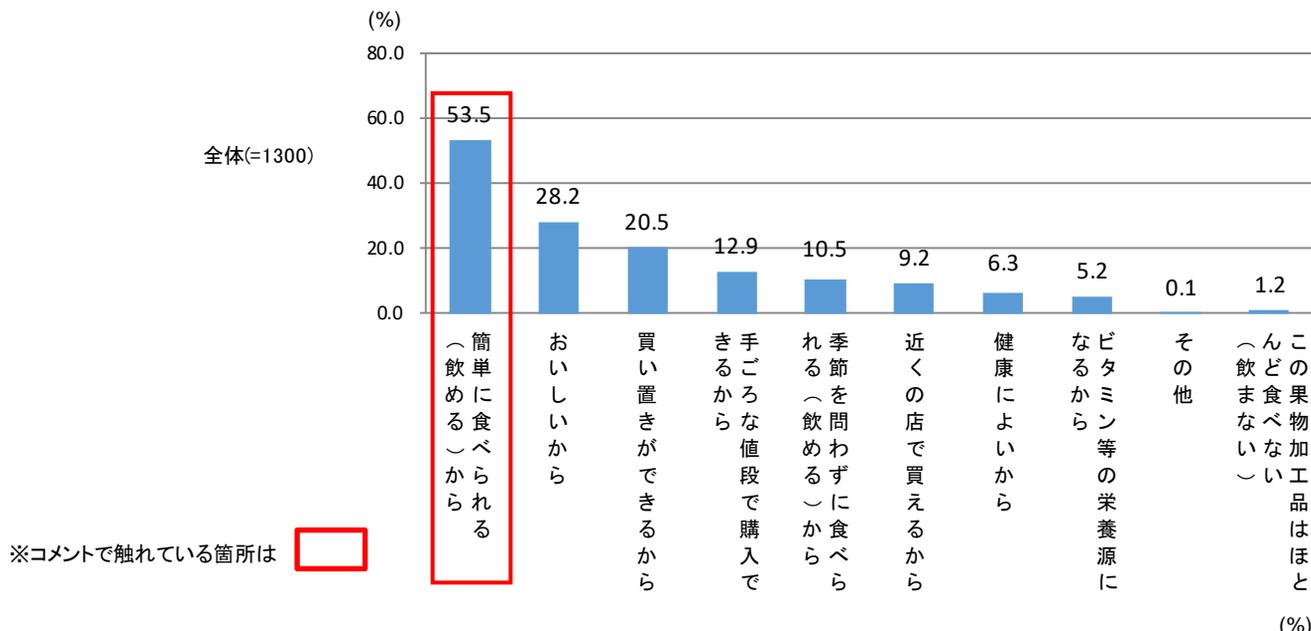
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5~10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### 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（飲む）から」が突出して高く、以下「おいしいから」「買い置きができるから」の順に続いている。
- 摂取理由の順位は、4位の「手ごろな値段で購入できるから」と5位の「季節を問わずに食べられる（飲む）から」が平成27年度と逆転している。
- 年代別でみると、『20代』は「おいしいから」が他の年代と比べて高い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層は、摂取量が少ない層と比べて「簡単に食べられるから」が低く、「おいしいから」が高くなっている。

Q14. あなたが果物加工品を食べる（飲む）理由は何ですか。下にあげたそれぞれの果物加工品と、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）



全体		(n=1300)	53.5	28.2	20.5	12.9	10.5	9.2	6.3	5.2	0.1	1.2
性別	男性	(n=609)	53.9	26.3	19.5	13.0	10.8	11.7	7.2	5.7	0.0	1.1
	女性	(n=691)	53.3	30.0	21.3	12.9	10.1	7.1	5.5	4.8	0.1	1.2
年代	20代	(n=203)	49.3	36.5	16.3	12.8	8.4	10.3	6.4	6.4	0.0	0.5
	30代	(n=279)	57.0	26.5	19.0	14.7	9.7	11.1	7.9	6.1	0.0	0.7
	40代	(n=284)	55.6	28.9	22.2	14.4	8.1	9.5	5.3	4.2	0.0	1.4
	50代	(n=231)	54.1	27.3	20.3	10.0	10.8	7.8	4.3	5.2	0.0	2.6
	60代	(n=303)	50.8	24.4	23.1	12.2	14.5	7.6	7.3	4.6	0.3	0.7
性別年齢	男性20代	(n=100)	39.0	36.0	18.0	13.0	10.0	14.0	8.0	10.0	0.0	1.0
	男性30代	(n=132)	56.1	28.0	16.7	14.4	9.8	11.4	10.6	6.1	0.0	0.0
	男性40代	(n=127)	61.4	23.6	21.3	12.6	8.7	11.0	1.6	3.9	0.0	0.8
	男性50代	(n=107)	60.7	23.4	16.8	11.2	11.2	11.2	5.6	4.7	0.0	3.7
	男性60代	(n=143)	50.3	22.4	23.8	13.3	14.0	11.2	9.8	4.9	0.0	0.7
	女性20代	(n=103)	59.2	36.9	14.6	12.6	6.8	6.8	4.9	2.9	0.0	0.0
	女性30代	(n=147)	57.8	25.2	21.1	15.0	9.5	10.9	5.4	6.1	0.0	1.4
	女性40代	(n=157)	51.0	33.1	22.9	15.9	7.6	8.3	8.3	4.5	0.0	1.9
女性50代	(n=124)	48.4	30.6	23.4	8.9	10.5	4.8	3.2	5.6	0.0	1.6	
女性60代	(n=160)	51.3	26.3	22.5	11.3	15.0	4.4	5.0	4.4	0.6	0.6	
果物摂取量	200g以上	(n=178)	48.3	34.8	21.3	10.7	14.6	9.0	4.5	3.9	0.0	0.0
	100g～200g未満	(n=628)	56.5	28.5	20.9	11.0	9.6	9.4	7.5	5.9	0.2	1.1
	100g未満	(n=494)	51.6	25.5	19.6	16.2	10.1	9.1	5.5	4.9	0.0	1.6
平成27年度全体		(n=888)	49.4	30.4	19.7	9.0	14.3	9.6	8.0	7.2	0.2	5.2

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

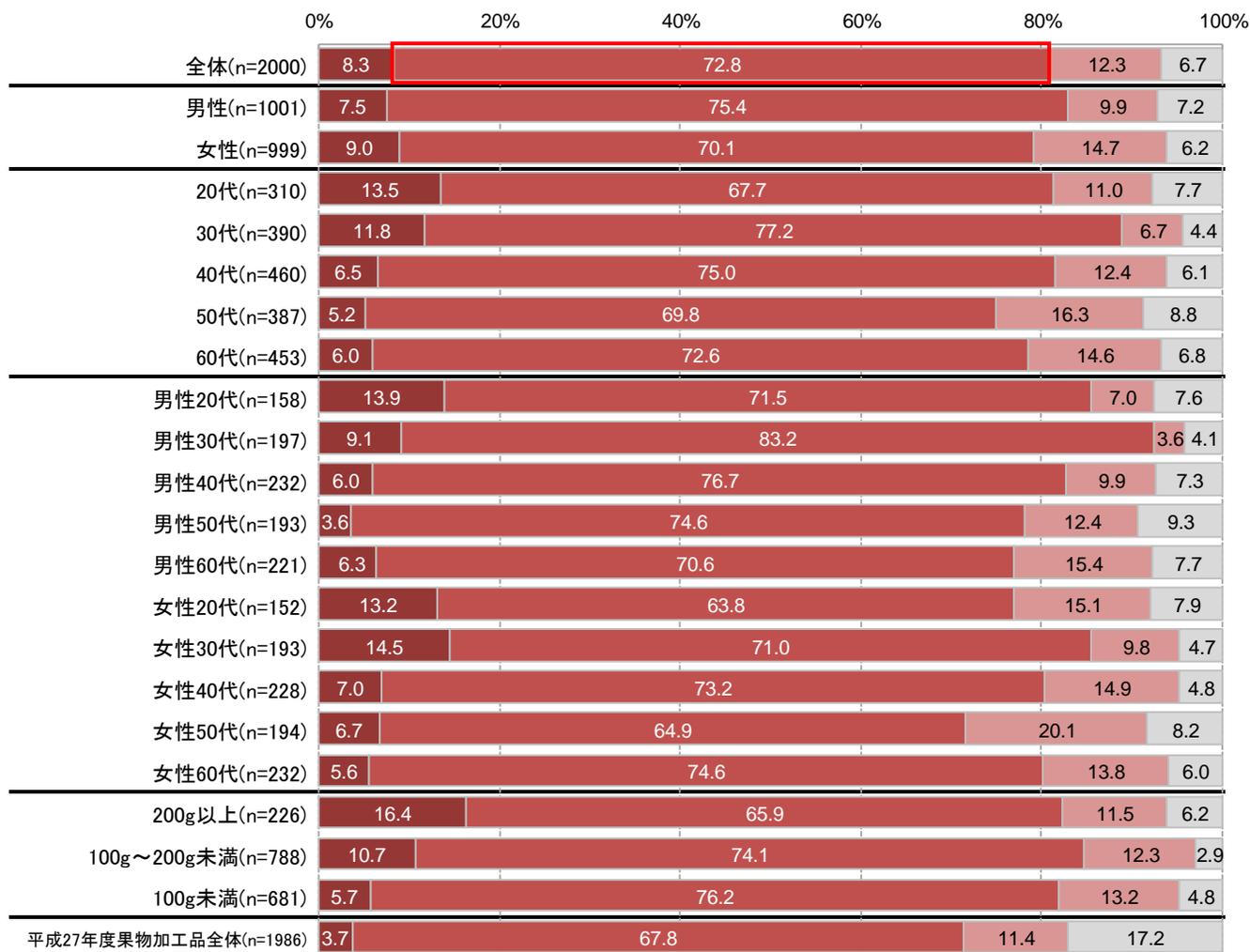
⑦-1 果物加工品の摂取頻度の変化(果物加工品全体について)

- 全体では、「変わらない」が7割強を占める。以下「減った」「増えた」「ほとんど食べなく(飲まなく)なった」の順となっている。
- 果物加工品の摂取頻度の変化は、平成27年度と比べて、「増えた」「変わらない」の割合が増加し、「ほとんど食べなく(飲まなく)なった」が減少した。
- 各分析軸別で見ると、若年層、摂取量が多い層ほど「増えた」の割合が高い傾向がみられる。

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

※コメントで触れている箇所は

■ 増えた ■ 変わらない ■ 減った ■ ほとんど食べなく(飲まなく)なった

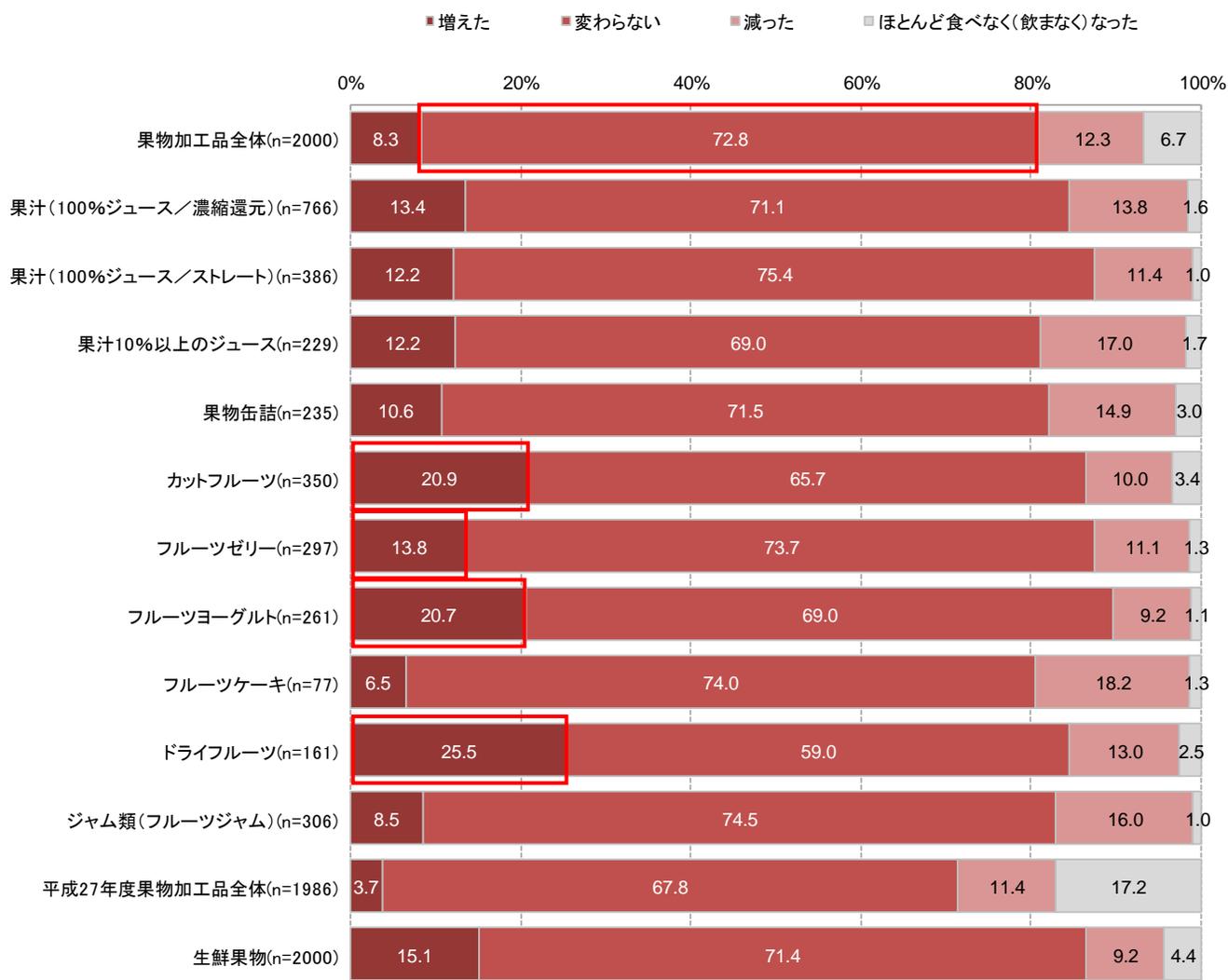


⑦-2 果物加工品の摂取頻度の変化(果物加工品の種類別)

- いずれの品目についても、「変わらない」が概ね6～7割前後の高い割合を占めている。
- 『カットフルーツ』『フルーツゼリー』『フルーツヨーグルト』『ドライフルーツ』は「増えた」の割合が高めとなっており、「減った」と「ほとんど食べなく(飲まなく)なった」の合計を上回っている。

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

※コメントで触れている箇所は

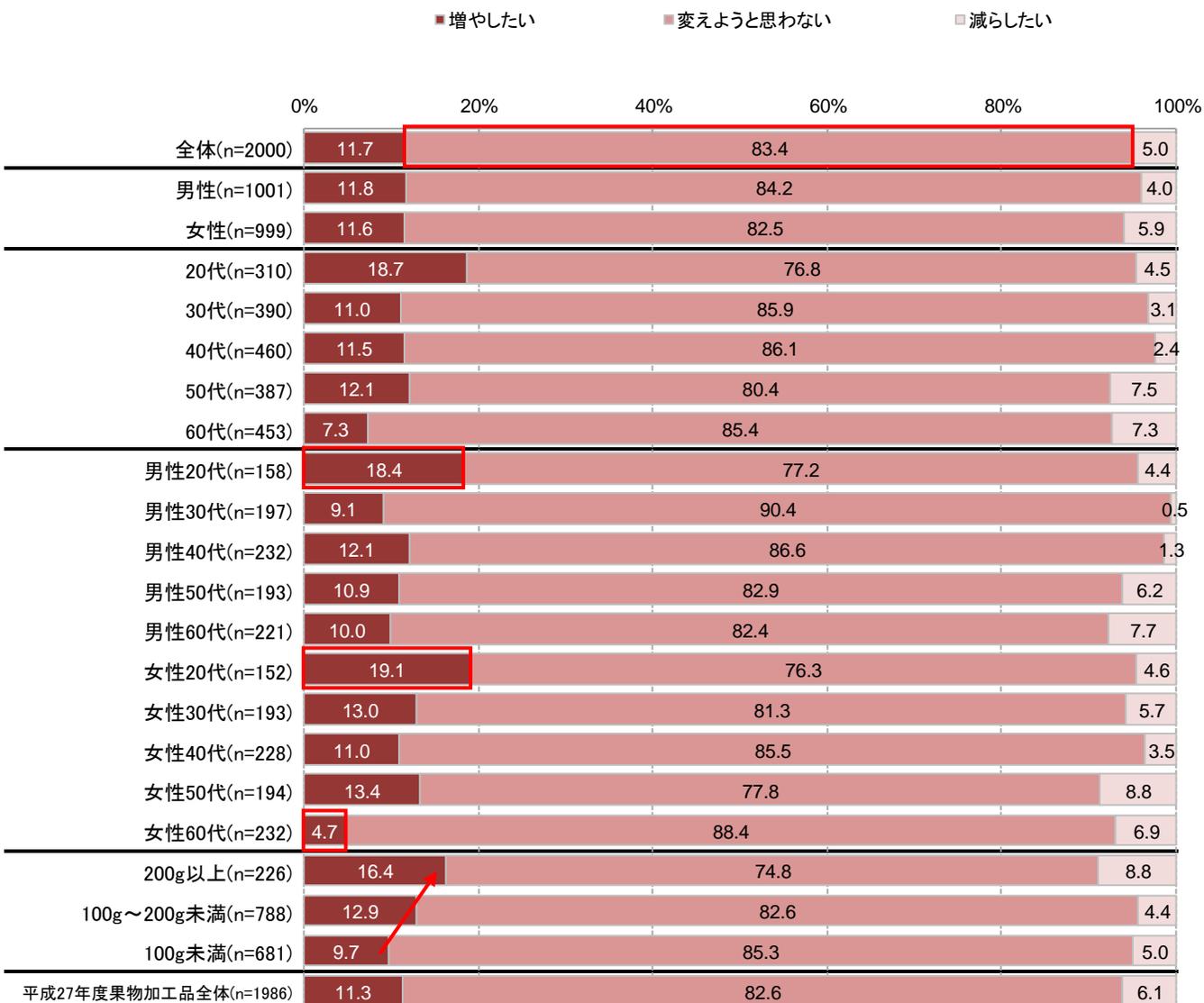


### ⑧-1 果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品全体について)

- 全体では、「変えようと思わない」が8割強を占めている。また、「増やしたい」は1割強で、「減らしたい」を上回っている。
- 果物加工品の今後の摂取意向は、平成27年度と同様の傾向となっている。
- 性別年齢で見ると、「増やしたい」の割合は『男女20代』では高く、『女性60代』では低くなっている。
- 果物摂取量別にみると、摂取量が多い層ほど「増やしたい」の割合が高い傾向となっている。

Q17. 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

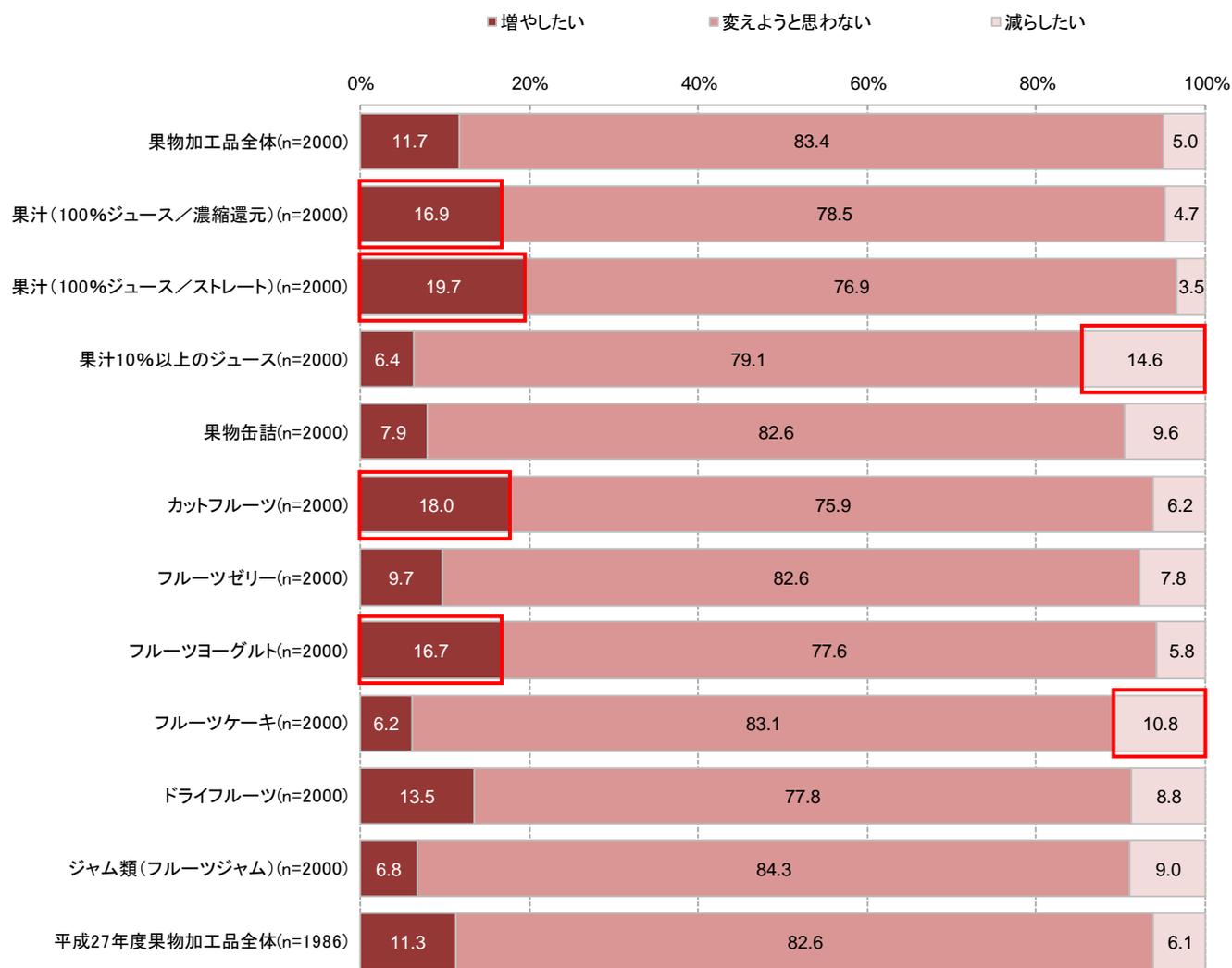


### ⑧-2 果物加工品の今後の摂取意向(果物加工品の種類別)

- 「増やしたい」割合でみると、「果汁(100%ジュース/ストレート)」「カットフルーツ」「果汁(100%ジュース/濃縮還元)」「フルーツヨーグルト」といった品目が上位となっている。
- 逆に、「果汁10%以上のジュース」「フルーツケーキ」などは「減らしたい」の割合が高めとなっている。

Q17. 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せんか。(SA)

※コメントで触れている箇所は



### ⑨ー1 果汁(100%ジュース/濃縮還元)の購入頻度

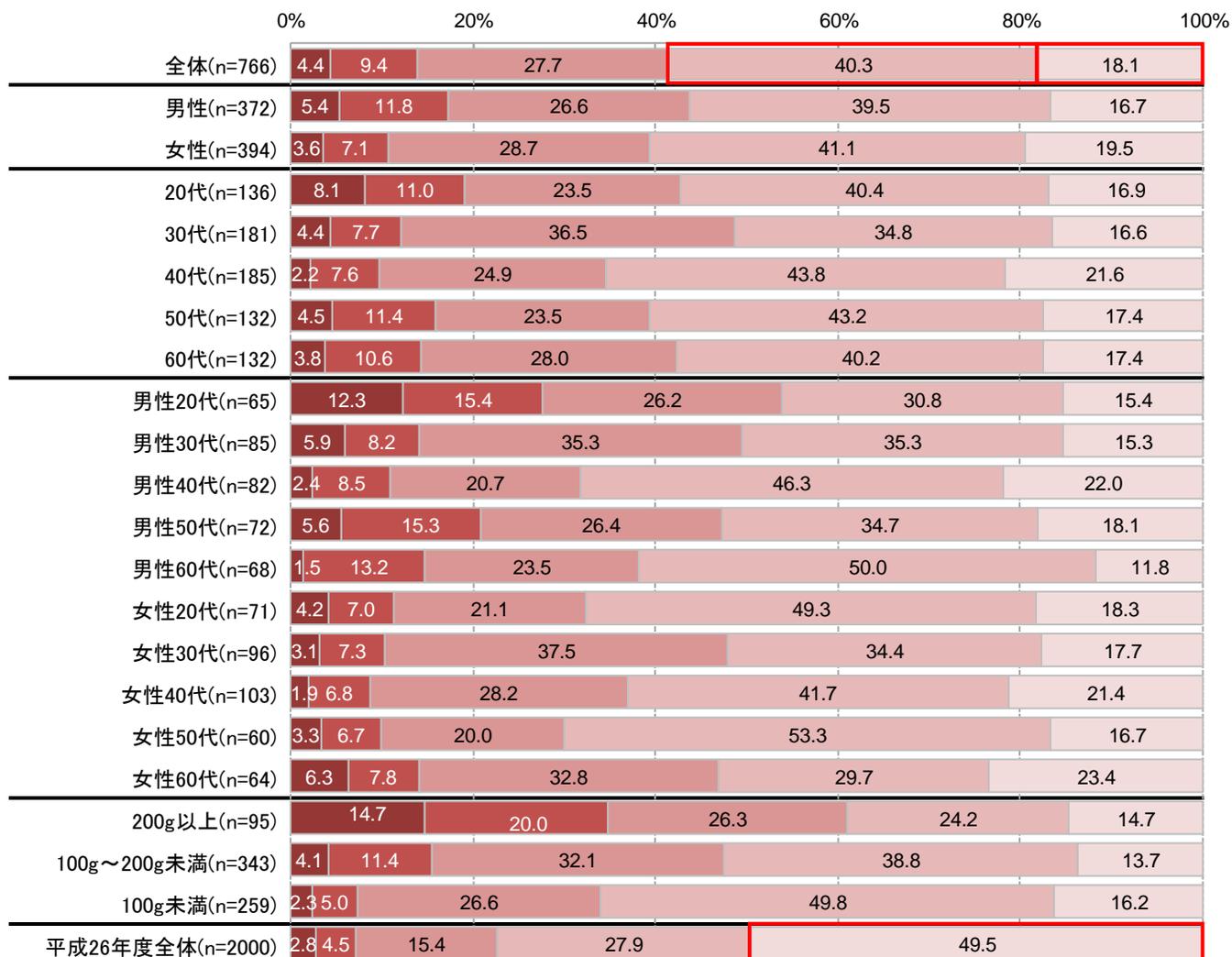
[果汁(100%ジュース/濃縮還元)購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く4割を占めている。次いで「週3～4日」が3割弱となっている。
- 購入頻度は、平成26年度と比べて上昇傾向がみられ、「ほとんど買わない」は平成26年度の約5割から2割弱にまで減少した。
- 性別でみると、『男性』の方が女性よりも購入頻度が高い傾向がみられる。
- 果物摂取量の多い層ほど、購入頻度も高い傾向がみられる。

Q18. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は  

■ ほぼ毎日(週5日以上) ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月1～3日 ■ ほとんど買わない(月1未満)



### ⑨-2 果汁(100%ジュース/ストレート)の購入頻度

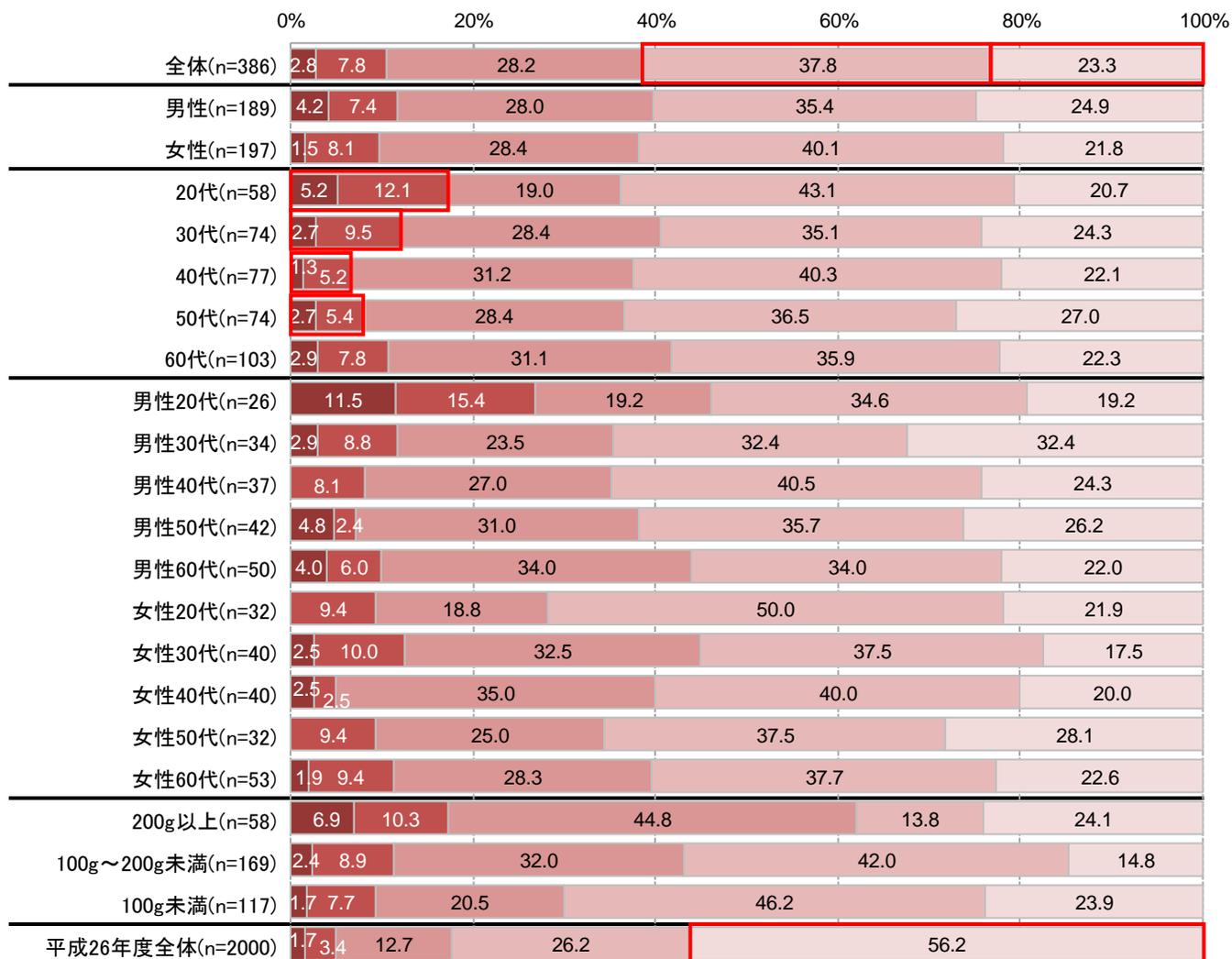
[果汁(100%ジュース/ストレート)購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く4割弱を占めている。次いで「週1～2日」が3割弱となっている。
- 購入頻度は、平成26年度と比べて上昇傾向がみられ、「ほとんど買わない」は平成26年度には過半数を占めていたが、今回調査では4分の1程度にとどまった。
- 年代別でみると、「週3～4日以上」の高頻度の割合は『20代』『30代』で高く、『40代』『50代』は低くなっている。
- 果物摂取量の多い層ほど、購入頻度も高い傾向がみられる。

Q18. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は  

■ ほぼ毎日(週5日以上) ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月1～3日 ■ ほとんど買わない(月1日未満)



### ⑨-3 果汁(果汁10%以上のジュース)の購入頻度

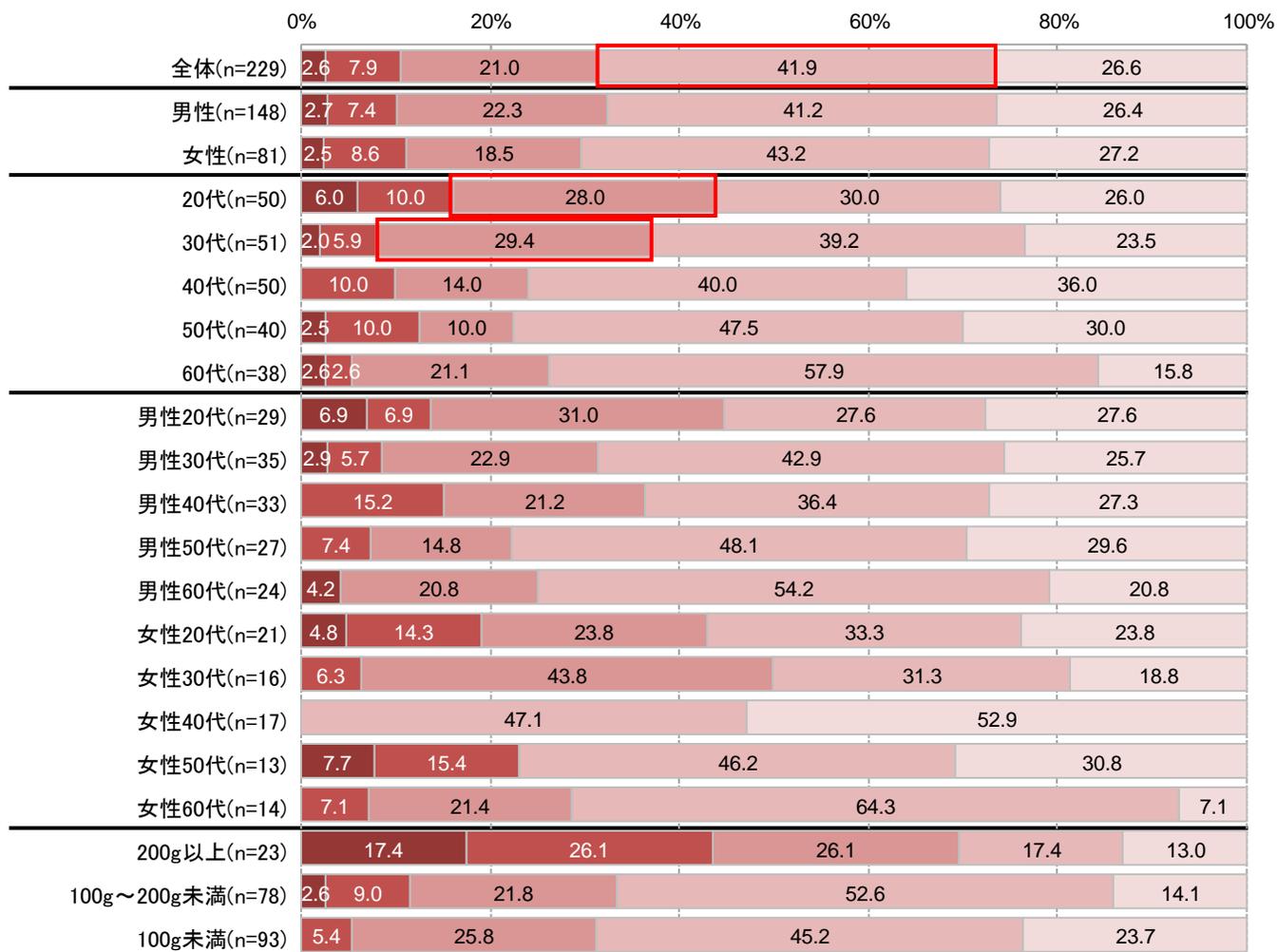
[果汁(果汁10%以上のジュース)購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く4割強を占めている。次いで「ほとんど買わない」が2割台半ばとなっている。
- 年代別でみると、「週1～2日以上」の割合は若年層ほど高い傾向がみられる。

Q18. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■ ほぼ毎日(週5日以上) ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月1～3日 ■ ほとんど買わない(月1日未満)



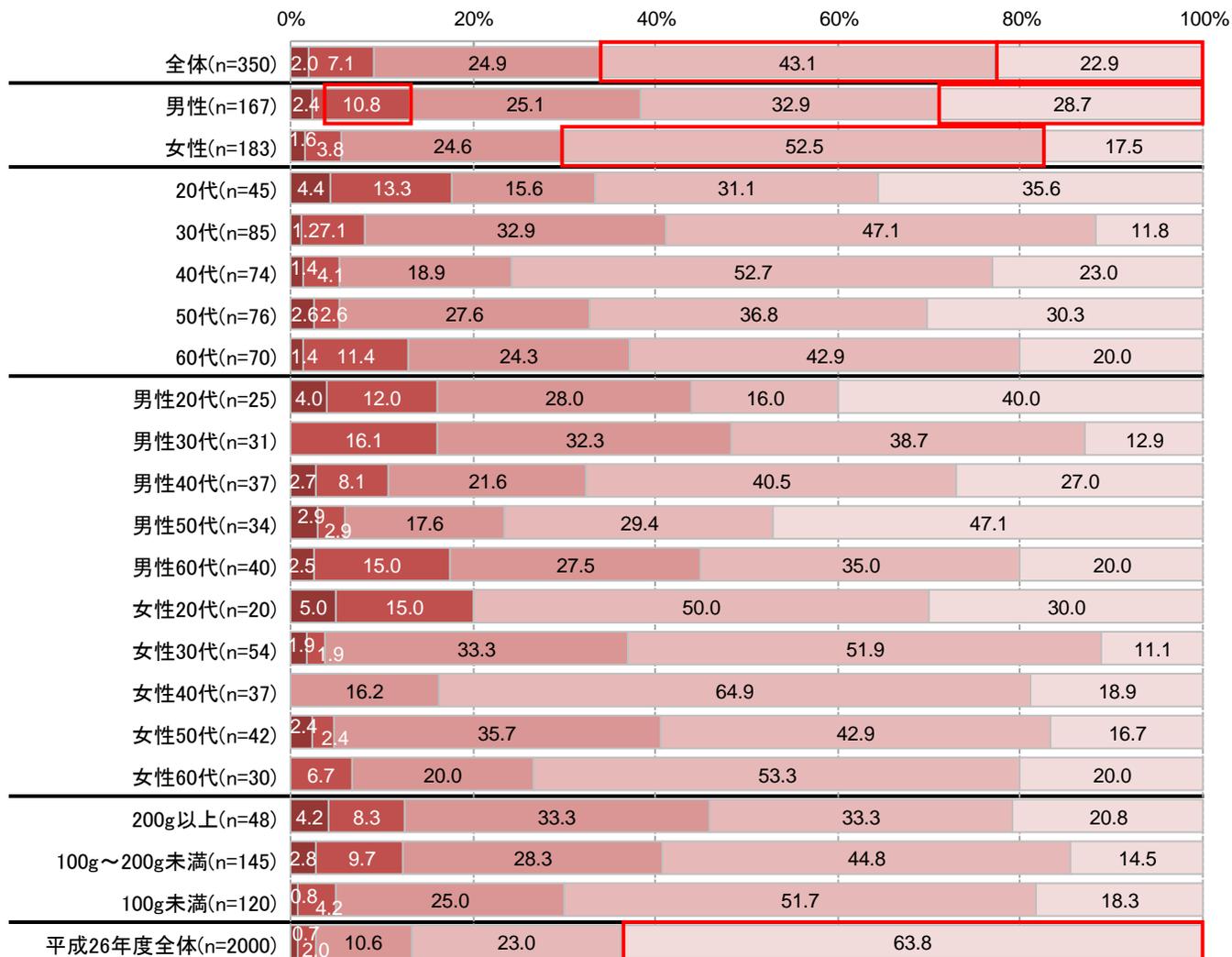
⑨ー4 カットフルーツの購入頻度 [カットフルーツ購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く4割強を占めている。次いで「週1～2日」が2割台半ばとなっている。
- 購入頻度は、平成26年度と比べて上昇傾向がみられ、平成26年度は「ほとんど買わない」が6割以上を占めていたが、今回調査では2割強にとどまった。
- 性別でみると、『男性』は「週3～4日」以上の高頻度の割合が女性よりも高いが、一方で「ほとんど買わない」の割合も高くなっている。また、『女性』は「月1～3日」という低頻度での購入の割合が高く半数を超えている。
- 果物摂取量が多い層ほど、購入頻度は高い傾向がみられる。

Q18. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■ ほぼ毎日(週5日以上) ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月1～3日 ■ ほとんど買わない(月1未満)



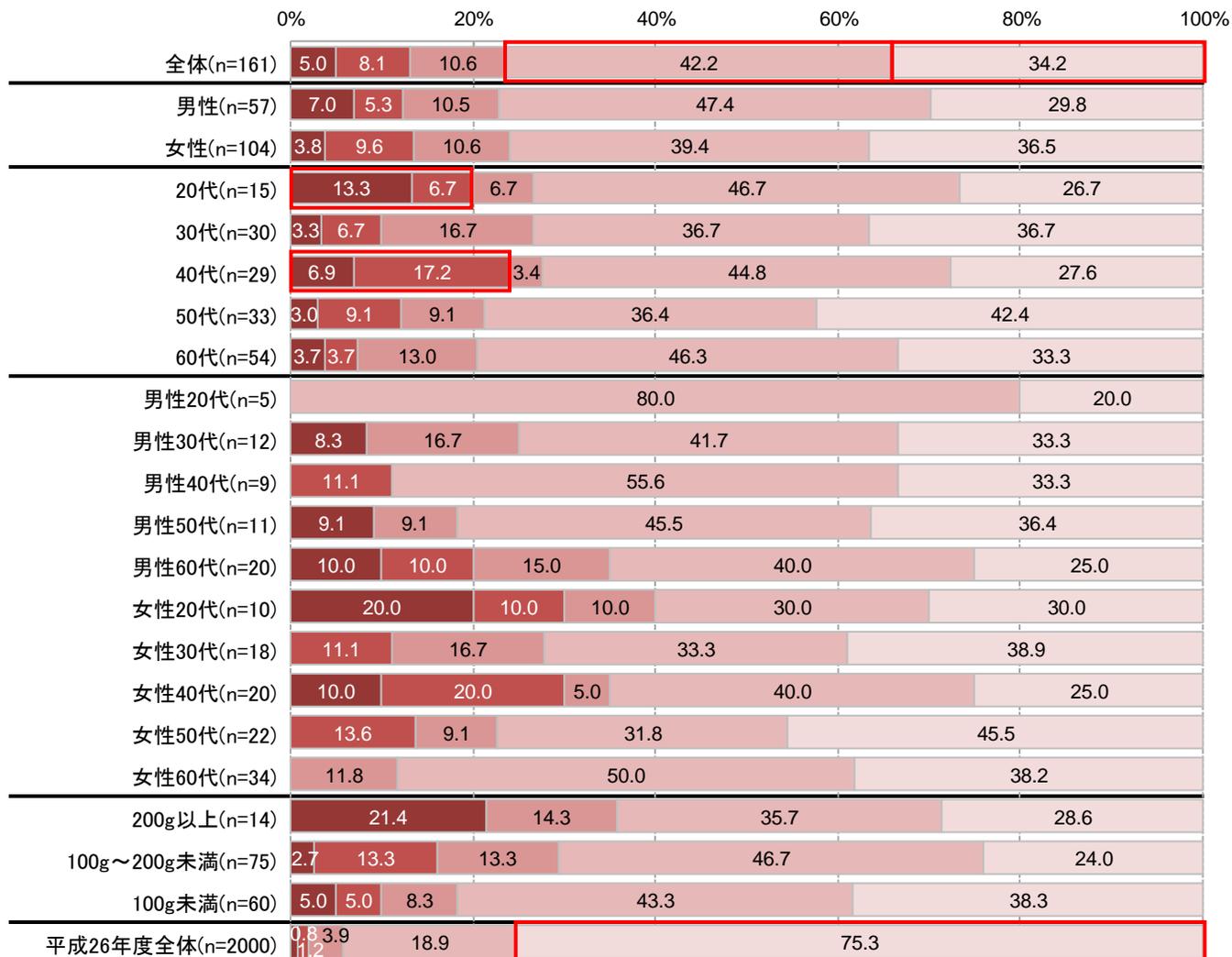
### ⑨-5 ドライフルーツの購入頻度 [ドライフルーツ購入層]

- 全体では「月1～3日」が最も高く4割強を占めている。次いで「ほとんど買わない」が3割台半ばとなっている。
- 購入頻度は、平成26年度と比べて上昇傾向がみられ、平成26年度は「ほとんど買わない」が大半を占めていたが、今回調査では3分の1程度にとどまった。
- 年代別でみると、『20代』『40代』で「週3～4日以上」の高頻度の割合が高くなっている。

Q18. あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■ ほぼ毎日(週5日以上) ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月1～3日 ■ ほとんど買わない(月1日未満)



## (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約1割にとどまる。
- 特に女性や高齢層、果物をよく摂取する層ほど、果物加工品主体の人の割合が低い。
- 購入場所は生鮮果物と同様にスーパーマーケット中心だが、生鮮果物よりコンビニエンスストアの割合が高い。
- 果物加工品の摂取頻度は、平成27年度との比較では増加傾向が見られる。
- 今後の摂取意向は、増加意向が減少意向を上回る。

- ・ 生鮮果物／果物加工品では、「生鮮果物が主体」が67.3%。「果物加工品が主体」は9.7%にとどまっており、生鮮果物としての摂取が中心である。(p35)  
→果物加工品は日常の果物摂取の中で生鮮果物を補完する程度の役割である。
- ・ 女性、高齢層、果物摂取量が多い層は「生鮮果物が主体」の割合が高い傾向がみられる。(p35)
- ・ 「生鮮果物が主体」の割合は、平成27年度調査の60.5%から、67.3%に増加した。(p35)
- ・ 生鮮果物の購入場所は「スーパーマーケット」が87.8%にのぼり突出。以下、「直売所」「八百屋」「デパート」がそれぞれ1割前後となっている。(p36)
- ・ 果物加工品の購入場所でも「スーパーマーケット」が81.5%で突出。次いで「コンビニエンスストア」が18.8%。それ以外はいずれも1割未満となっている。(p38)  
→いずれもスーパーマーケットが中心だが、果物加工品は、生鮮果物と比較すると、コンビニエンスストアで購入される割合が高い。
- ・ 果物加工品の摂取頻度では、「月1～3日」が34.6%で最多。次いで「週1～2日」が28.3%。(p40)
- ・ 平成27年度調査と比較すると、摂取頻度が高くなっている傾向が見られ、「ほとんど食べない」は、平成27年度の43.2%から16.5%に下がった。(p40)
- ・ 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53.5%で最多。次いで、「おいしいから」が28.2%、「買い置きができるから」が20.5%で続く。(p42)
- ・ 20代や果物摂取量が多い層では、他の層と比べて「おいしいから」が高めとなっている。(p42)
- ・ 果物加工品の摂取頻度の変化では、「変わらない」が72.8%を占める。(p43)
- ・ 平成27年度調査と比べると、「増えた」「変わらない」の割合が増加し、「ほとんど食べなく(飲まなく)なった」が減少した。(p43)
- ・ 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83.4%。「増やしたい」は11.7%で「減らしたい」(5.0%)を上回る。(p45)
- ・ 「増やしたい」は、男女20代では高く、女性60代では低い。また、果物摂取量が多い層ほど「増やしたい」の割合が高い傾向となっている。(p45)
- ・ 「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」がそれぞれ2割弱程度で、「減らしたい」を大きく上回る。(p46)
- ・ 一方、「フルーツケーキ」「果汁10%以上のジュース」においては、「減らしたい」が「増やしたい」を上回る。(p46)

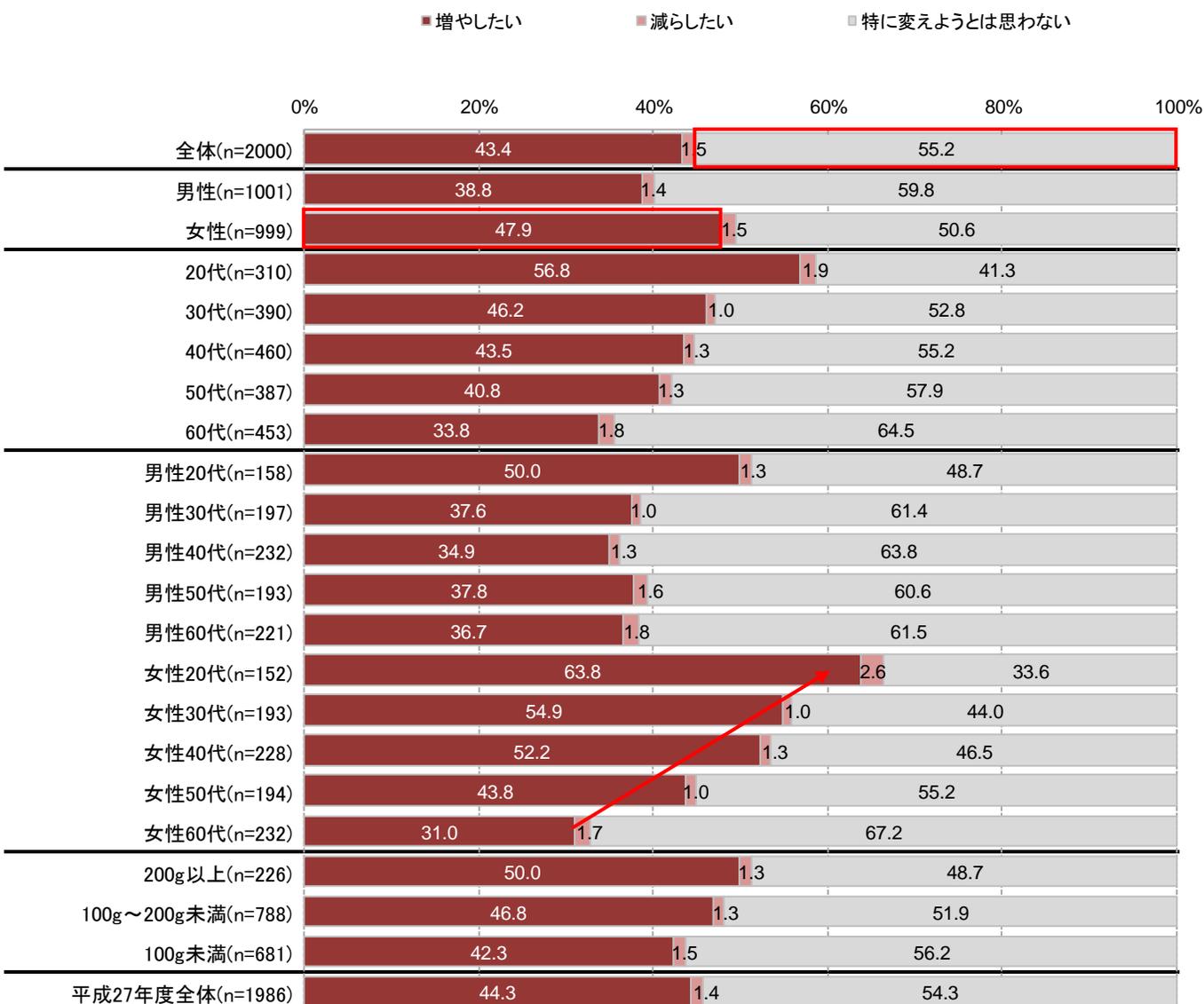
### (3) 今後の果物の摂取意向

### 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」が過半数の55.2%を占めている。また、「増やしたい」が43.4%で、「減らしたい」はごくわずかとなっている。
- 今後の果物の摂取量の変化は、平成27年度調査とほぼ同様の結果となっている。
- 性別で見ると、『男性』は「増やしたい」の割合が女性よりも低い。
- 性別年齢で見ると、女性は高年代層ほど「増やしたい」の割合が低い。
- 大筋として、摂取量が少ない層ほど、「増やしたい」の割合が低い傾向がみられる。

Q19. あなたは今後、果物を食べる量を増やしたいと思いますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

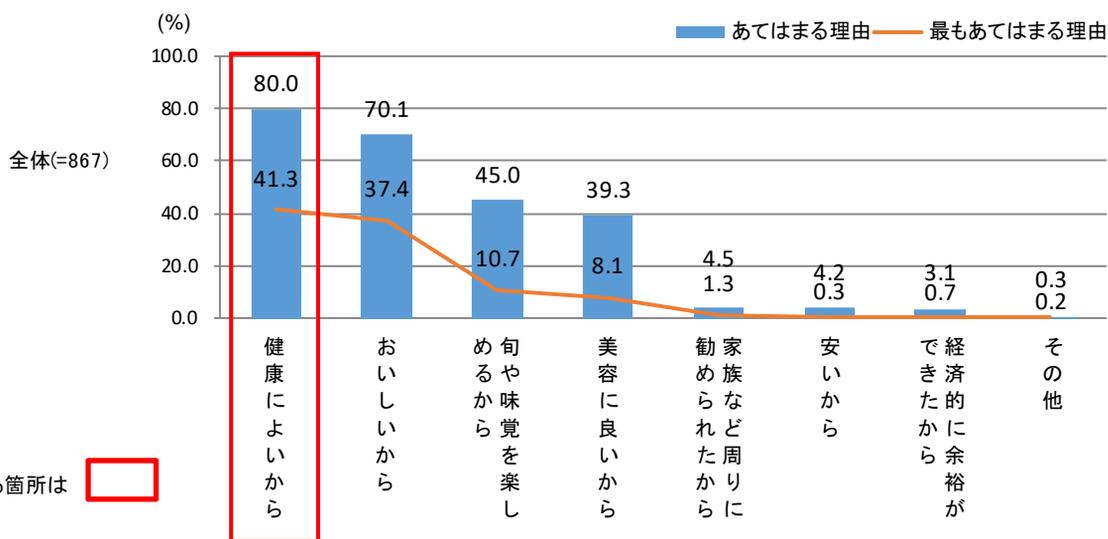


## ②果物の摂取を増やしたい理由 [摂取量増加意向層]

- 全体では、あてはまる理由、最もあてはまる理由のいずれにおいても、「健康によいから」が最も高く、次いで「おいしいから」が高い。
- あてはまる理由を平成27年度と比べると、全体的な順位は同様の傾向だが、スコアで見ると「健康によいから」は下がり、「おいしいから」は上がっている。

Q20. 今後果物を食べる量を増やしたいと思う理由は何ですか。(MA)

その中で最もあてはまる理由。(SA)



※コメントで触れている箇所は



あてはまるものスコア (MA)

		全体 (n=867)	80.0	70.1	45.0	39.3	4.5	4.2	3.1	0.3
性別	男性 (n=388)		78.4	70.6	38.7	24.7	5.2	7.0	5.2	0.0
	女性 (n=479)		81.4	69.7	50.1	51.1	4.0	1.9	1.5	0.6
年代	20代 (n=176)		78.4	70.5	40.9	51.7	5.1	8.5	5.7	0.6
	30代 (n=180)		77.2	71.1	44.4	49.4	2.8	2.2	2.8	0.0
	40代 (n=200)		80.5	70.5	44.5	39.5	4.0	3.5	1.0	0.5
	50代 (n=158)		82.3	65.8	39.9	36.1	8.2	3.2	3.2	0.6
	60代 (n=153)		82.4	72.5	56.2	16.3	2.6	3.3	3.3	0.0
性別年齢	男性20代 (n=79)		69.6	74.7	36.7	35.4	5.1	12.7	11.4	0.0
	男性30代 (n=74)		79.7	67.6	36.5	35.1	4.1	5.4	4.1	0.0
	男性40代 (n=81)		77.8	71.6	39.5	22.2	2.5	4.9	1.2	0.0
	男性50代 (n=73)		82.2	64.4	26.0	21.9	11.0	5.5	4.1	0.0
	男性60代 (n=81)		82.7	74.1	53.1	9.9	3.7	6.2	4.9	0.0
	女性20代 (n=97)		85.6	67.0	44.3	64.9	5.2	5.2	1.0	1.0
	女性30代 (n=106)		75.5	73.6	50.0	59.4	1.9	0.0	1.9	0.0
	女性40代 (n=119)		82.4	69.7	47.9	51.3	5.0	2.5	0.8	0.8
果物摂取量	200g以上 (n=113)		81.4	79.6	45.1	39.8	8.8	10.6	9.7	0.9
	100g~200g未満 (n=369)		81.6	74.5	49.9	39.0	4.9	4.9	3.5	0.3
	100g未満 (n=288)		79.2	67.7	44.8	40.6	3.1	2.1	1.0	0.3
	平成27年度全体 (n=880)		84.7	65.5	46.6	41.0	5.2	4.7	4.1	0.3

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

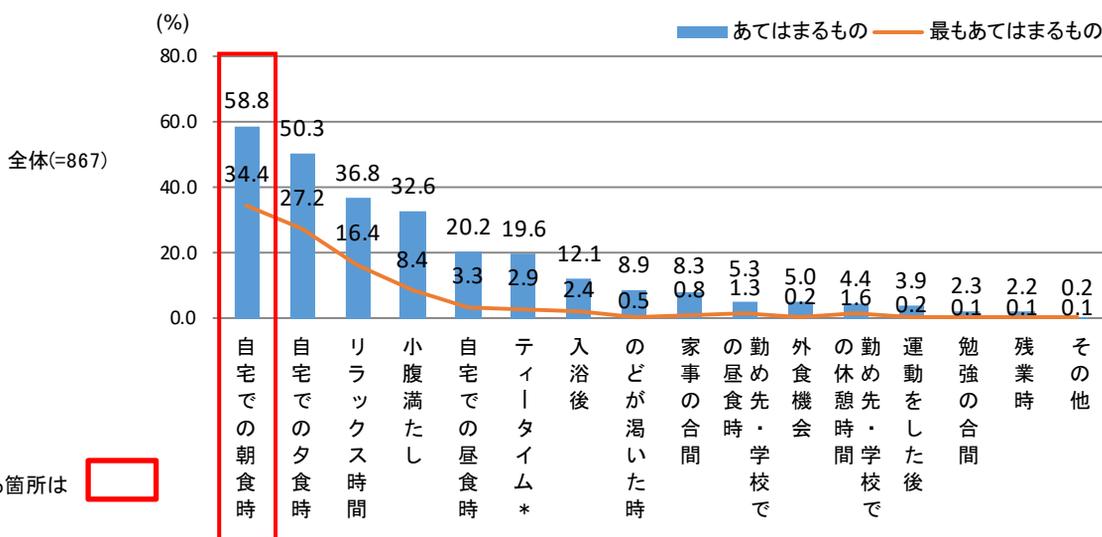
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ③果物の摂取を増やしたい場面 [摂取量増加意向層]

- 全体では、あてはまるもの、最もあてはまるものともに、「自宅での朝食時」が最も高く、以下、「自宅での夕食時」「リラックス時間」の順に続いている。
- 最もあてはまるものを平成27年度と比べると、全体的な順位は同様の傾向だが、スコアでみると「自宅での朝食時」は下がり、「自宅での夕食時」「リラックス時間」は上がっている。
- 性別でみると、『男性』は「自宅での夕食時」が最も高く、『女性』は「自宅での朝食時」が最も高くなっている。

Q 2 1. あなたは今後、日常生活の中のどのような場面で果物の摂取を増やしたいと思いますか。(MA)  
 その中で最もあてはまる場面。(SA)



※コメントで触れている箇所は

あてはまるもののスコア (MA)

		(n=867)	58.8	50.3	36.8	32.6	20.2	19.6	12.1	8.9	8.3	5.3	5.0	4.4	3.9	2.3	2.2	0.2
性別	全体	(n=867)	58.8	50.3	36.8	32.6	20.2	19.6	12.1	8.9	8.3	5.3	5.0	4.4	3.9	2.3	2.2	0.2
	男性	(n=388)	51.8	55.9	35.8	27.3	18.6	16.5	15.7	11.6	4.9	4.4	5.9	5.7	7.5	2.8	3.6	0.0
	女性	(n=479)	64.5	45.7	37.6	37.0	21.5	22.1	9.2	6.7	11.1	6.1	4.2	3.3	1.0	1.9	1.0	0.4
年代	20代	(n=176)	58.0	54.0	37.5	43.8	20.5	22.7	14.8	13.6	8.5	12.5	8.5	9.7	5.1	6.8	6.3	0.0
	30代	(n=180)	63.3	48.9	35.0	37.8	18.3	20.0	11.7	8.9	8.9	5.6	4.4	3.3	3.9	1.7	1.7	0.0
	40代	(n=200)	59.5	49.5	35.5	26.0	16.5	16.5	9.5	5.5	9.0	4.0	2.5	4.5	2.0	1.0	2.0	1.0
	50代	(n=158)	53.2	53.2	34.8	24.1	19.6	14.6	10.1	5.1	4.4	3.2	4.4	2.5	1.3	1.3	0.6	0.0
	60代	(n=153)	59.5	45.8	41.8	31.4	27.5	24.8	15.0	11.8	10.5	0.7	5.2	1.3	7.8	0.7	0.0	0.0
性別年齢	男性20代	(n=79)	55.7	51.9	39.2	40.5	21.5	21.5	15.2	16.5	8.9	8.9	11.4	13.9	11.4	10.1	11.4	0.0
	男性30代	(n=74)	55.4	60.8	33.8	29.7	21.6	18.9	13.5	10.8	6.8	6.8	4.1	4.1	8.1	1.4	2.7	0.0
	男性40代	(n=81)	48.1	54.3	27.2	17.3	14.8	12.3	13.6	11.1	2.5	2.5	4.9	7.4	4.9	0.0	3.7	0.0
	男性50代	(n=73)	43.8	61.6	31.5	21.9	9.6	8.2	16.4	5.5	2.7	2.7	1.4	1.4	2.7	1.4	0.0	0.0
	男性60代	(n=81)	55.6	51.9	46.9	27.2	24.7	21.0	19.8	13.6	3.7	1.2	7.4	1.2	9.9	1.2	0.0	0.0
	女性20代	(n=97)	59.8	55.7	36.1	46.4	19.6	23.7	14.4	11.3	8.2	15.5	6.2	6.2	0.0	4.1	2.1	0.0
	女性30代	(n=106)	68.9	40.6	35.8	43.4	16.0	20.8	10.4	7.5	10.4	4.7	4.7	2.8	0.9	1.9	0.9	0.0
	女性40代	(n=119)	67.2	46.2	41.2	31.9	17.6	19.3	6.7	1.7	13.4	5.0	0.8	2.5	0.0	1.7	0.8	1.7
	女性50代	(n=85)	61.2	45.9	37.6	25.9	28.2	20.0	4.7	4.7	5.9	3.5	7.1	3.5	0.0	1.2	1.2	0.0
	女性60代	(n=72)	63.9	38.9	36.1	36.1	30.6	29.2	9.7	9.7	18.1	0.0	2.8	1.4	5.6	0.0	0.0	0.0
果物摂取量	200g以上	(n=113)	60.2	54.0	39.8	33.6	29.2	27.4	18.6	18.6	12.4	8.0	9.7	9.7	6.2	5.3	7.1	0.9
	100g~200g未満	(n=369)	62.3	54.5	38.5	31.4	21.7	20.6	13.8	9.2	8.9	6.0	5.1	4.9	5.7	2.7	1.9	0.0
	100g未満	(n=288)	61.8	47.2	31.6	32.3	17.0	16.3	8.3	5.6	6.9	4.5	2.8	2.4	1.7	1.0	1.4	0.3
平成27年度全体		(n=880)	68.3	44.2	31.0	31.5	23.1	14.0			10.9	8.4	6.1	3.4		5.1	2.6	0.2

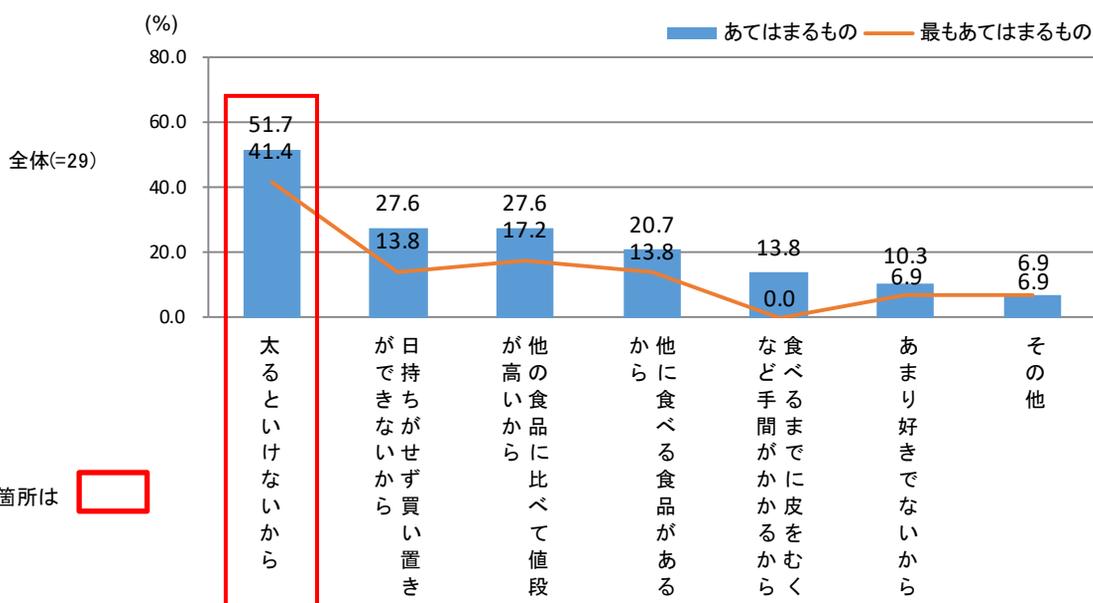
\*2015年は「コーヒーブレイク」で聴取

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

④果物の摂取を減らしたい理由 [摂取量減少意向層]

- 全体では、あてはまるもの、最もあてはまるものともに、「太るといけないから」が最も高い。また、その他に「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」などが上位に挙がっている。

Q 2 2. 今後果物を食べる量を減らしたい（または、減らさざるを得ない）と思う理由は何ですか。（MA）  
 その中で最もあてはまる理由。（SA）



※コメントで触れている箇所は



あてはまるものスコア (MA)

		全体 (n=29)	51.7	27.6	27.6	20.7	13.8	10.3	6.9
性別	男性 (n=14)		50.0	28.6	14.3	21.4	28.6	14.3	7.1
	女性 (n=15)		53.3	26.7	40.0	20.0	0.0	6.7	6.7
年代	20代 (n=6)		50.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7
	30代 (n=4)		0.0	0.0	0.0	75.0	25.0	25.0	0.0
	40代 (n=6)		50.0	33.3	50.0	0.0	16.7	16.7	16.7
	50代 (n=5)		60.0	40.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	60代 (n=8)		75.0	25.0	37.5	25.0	12.5	12.5	0.0
性別年齢	男性20代 (n=2)		100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性30代 (n=2)		0.0	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0
	男性40代 (n=3)		33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3
	男性50代 (n=3)		33.3	66.7	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0
	男性60代 (n=4)		75.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0
	女性20代 (n=4)		25.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	女性30代 (n=2)		0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	女性40代 (n=3)		66.7	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
女性50代 (n=2)		100.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
女性60代 (n=4)		75.0	25.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	
果物摂取量	200g以上 (n=3)		66.7	0.0	66.7	66.7	33.3	0.0	0.0
	100g~200g未満 (n=10)		70.0	20.0	20.0	20.0	10.0	0.0	0.0
	100g未満 (n=10)		50.0	50.0	20.0	0.0	10.0	0.0	10.0

### (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。
- 摂取量を増やしたいと考えている人の割合は、平成27年度調査から横ばい傾向。
- なお、果物摂取量の少ない者ほど「増やしたい」の割合は低くなっている。
- 女性では5割近くが摂取量を増やしたいと考えており、男性を大きく上回る。
- 摂取量を増やしたい最大の理由は「健康によいから」。
- 果物摂取量が多い層は「おいしいから」が「健康によいから」を上回っている。
- 摂取を増やしたい場面の中心は「自宅での朝食時」。ただし、男性は「自宅での夕食時」が高い傾向にある。

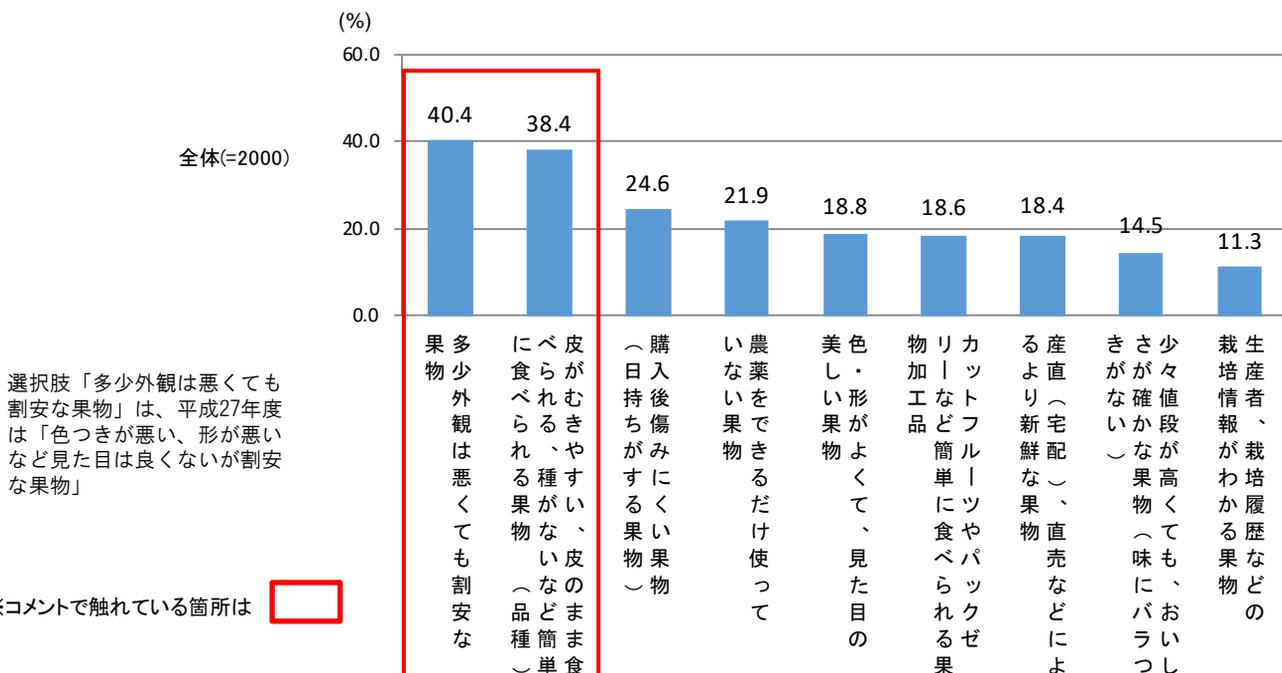
- 今後の果物の摂取量についての意向では、「特に変えようとは思わない」が55.2%と過半数を占めるが、「増やしたい」も43.4%にのぼっており、「減らしたい」という人はほとんどいない。(p54)
- しかし、果物摂取量が少ない層は、「増やしたい」という意向の割合が低くなる点が指摘できる。(p54)
- 摂取量を増やしたい人の割合は前回調査と同水準。(p54)
- 男性では「増やしたい」が38.8%にとどまり、女性の47.9%をかなり下まわっている。(p54)
- 果物の摂取量を増やしたい人の理由では、「健康によいから」が最も高い。以下、「おいしいから」「旬や味覚を楽しめるから」「美容に良いから」の順で続く。(p55)
- 果物の摂取を増やしたい場面では、「自宅での朝食時」が最も高い。以下、「自宅での夕食時」「リラックス時間」の順で続く。(p56)
- 男性は「自宅での夕食時」が最も高く、女性は「自宅での朝食時」が最も高くなっている。(p56)

(4) 果物の消費を増やすために

### ①果物の消費量を増やすための提供方法

- 全体では「多少外観は悪くても割安な果物」が最も高く、「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」が僅差で続く。以下、「購入後傷みにくい果物」「農薬をできるだけ使っていない果物」の順となっている。
- 平成27年度調査では「多少外観は悪くても割安な果物」は27%で2位であったが、今回調査でスコアが14ポイント上昇し、トップとなった。
- 性別で見ると、『女性』では「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」が男性と比べて高く、「多少外観は悪くても割安な果物」とほぼ同率でトップとなっている。

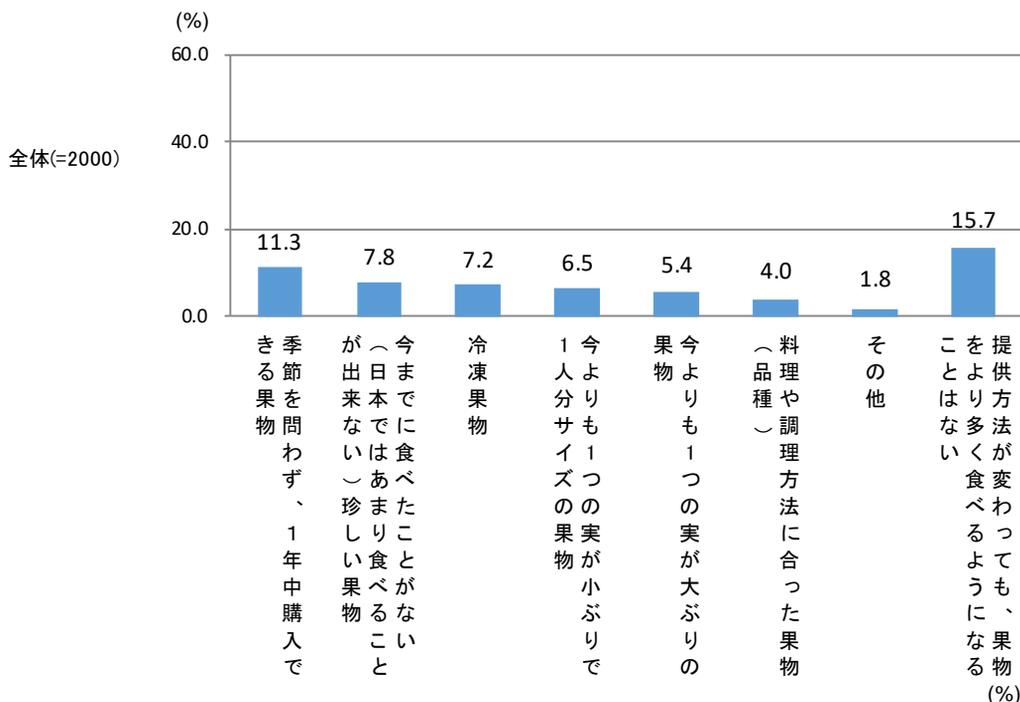
Q23. どのような果物が提供されれば、果物をより多く食べるようになると思いますか。(いくつでも)  
(MA)



		全体 (n=2000)	40.4	38.4	24.6	21.9	18.8	18.6	18.4	14.5	11.3
性別	男性 (n=1001)		36.5	31.9	20.6	16.4	19.7	18.4	13.6	13.7	8.8
	女性 (n=999)		44.2	44.8	28.6	27.3	17.8	18.7	23.1	15.3	13.8
年代	20代 (n=310)		36.5	38.1	24.2	19.4	27.7	22.3	12.6	15.8	9.0
	30代 (n=390)		36.7	39.2	25.9	17.4	19.7	24.6	13.3	13.1	11.0
	40代 (n=460)		41.1	41.1	25.4	22.4	17.0	19.8	17.2	13.3	10.4
	50代 (n=387)		40.6	36.7	23.3	20.2	16.5	15.5	16.3	13.2	11.4
	60代 (n=453)		45.3	36.4	24.1	28.3	15.5	12.1	29.6	17.2	13.9
性別年齢	男性20代 (n=158)		32.3	32.3	17.7	12.7	32.9	20.3	9.5	17.1	6.3
	男性30代 (n=197)		32.0	30.5	23.9	11.7	15.2	20.8	11.2	12.2	7.6
	男性40代 (n=232)		35.3	30.6	22.4	16.4	19.0	18.5	12.1	12.5	6.5
	男性50代 (n=193)		36.3	32.1	17.6	16.6	19.2	16.6	8.8	10.4	8.8
	男性60代 (n=221)		44.8	33.9	20.4	23.1	15.4	16.3	24.4	16.7	14.0
	女性20代 (n=152)		40.8	44.1	30.9	26.3	22.4	24.3	15.8	14.5	11.8
	女性30代 (n=193)		41.5	48.2	28.0	23.3	24.4	28.5	15.5	14.0	14.5
	女性40代 (n=228)		46.9	51.8	28.5	28.5	14.9	21.1	22.4	14.0	14.5
女性50代 (n=194)		44.8	41.2	28.9	23.7	13.9	14.4	23.7	16.0	13.9	
女性60代 (n=232)		45.7	38.8	27.6	33.2	15.5	8.2	34.5	17.7	13.8	
果物摂取量	200g以上 (n=226)		44.2	42.9	23.5	29.6	25.7	19.0	23.9	22.6	21.7
	100g~200g未満 (n=788)		43.9	40.4	26.4	25.4	20.7	18.4	23.0	18.3	14.0
	100g未満 (n=681)		41.4	40.1	27.2	22.0	17.2	17.9	17.5	11.5	8.8
平成27年度全体 (n=1986)			26.8	37.2	23.9	23.6	18.8	16.9	20.7	14.4	14.8

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

2. アンケート調査の分析結果 — (4) 果物の消費を増やすために



全体		(n=2000)	11.3	7.8	7.2	6.5	5.4	4.0	1.8	15.7
性別	男性	(n=1001)	8.9	7.2	6.4	5.0	5.8	3.5	2.3	22.1
	女性	(n=999)	13.7	8.4	7.9	8.0	4.9	4.5	1.2	9.3
年代	20代	(n=310)	13.5	9.0	10.3	10.6	8.7	6.1	1.3	14.5
	30代	(n=390)	12.1	9.2	8.2	6.7	6.2	5.1	1.0	16.2
	40代	(n=460)	7.8	8.0	8.9	4.8	5.7	3.3	1.5	16.7
	50代	(n=387)	10.1	5.9	4.9	6.7	3.6	2.8	2.3	16.3
	60代	(n=453)	13.7	7.1	4.2	5.1	3.5	3.3	2.4	14.6
性別年齢	男性20代	(n=158)	8.2	11.4	9.5	9.5	9.5	6.3	1.9	22.8
	男性30代	(n=197)	12.7	9.1	7.1	5.6	7.6	2.5	1.5	22.3
	男性40代	(n=232)	6.0	5.6	7.8	3.0	5.2	3.9	2.2	24.6
	男性50代	(n=193)	6.2	4.7	3.6	5.2	3.6	3.1	2.6	22.3
	男性60代	(n=221)	11.3	6.3	4.5	3.2	4.1	2.3	3.2	18.6
	女性20代	(n=152)	19.1	6.6	11.2	11.8	7.9	5.9	0.7	5.9
	女性30代	(n=193)	11.4	9.3	9.3	7.8	4.7	7.8	0.5	9.8
	女性40代	(n=228)	9.6	10.5	10.1	6.6	6.1	2.6	0.9	8.8
女性50代	(n=194)	13.9	7.2	6.2	8.2	3.6	2.6	2.1	10.3	
女性60代	(n=232)	15.9	7.8	3.9	6.9	3.0	4.3	1.7	10.8	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	14.2	14.2	6.6	7.5	11.9	7.5	0.9	6.2
	100g~200g未満	(n=788)	13.3	9.9	7.0	7.0	6.7	4.9	1.4	11.4
	100g未満	(n=681)	10.7	5.9	8.2	6.2	3.7	3.2	1.6	15.0
平成27年度全体		(n=1986)	10.9	8.1	6.8	6.5	4.1	3.2	21.5	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

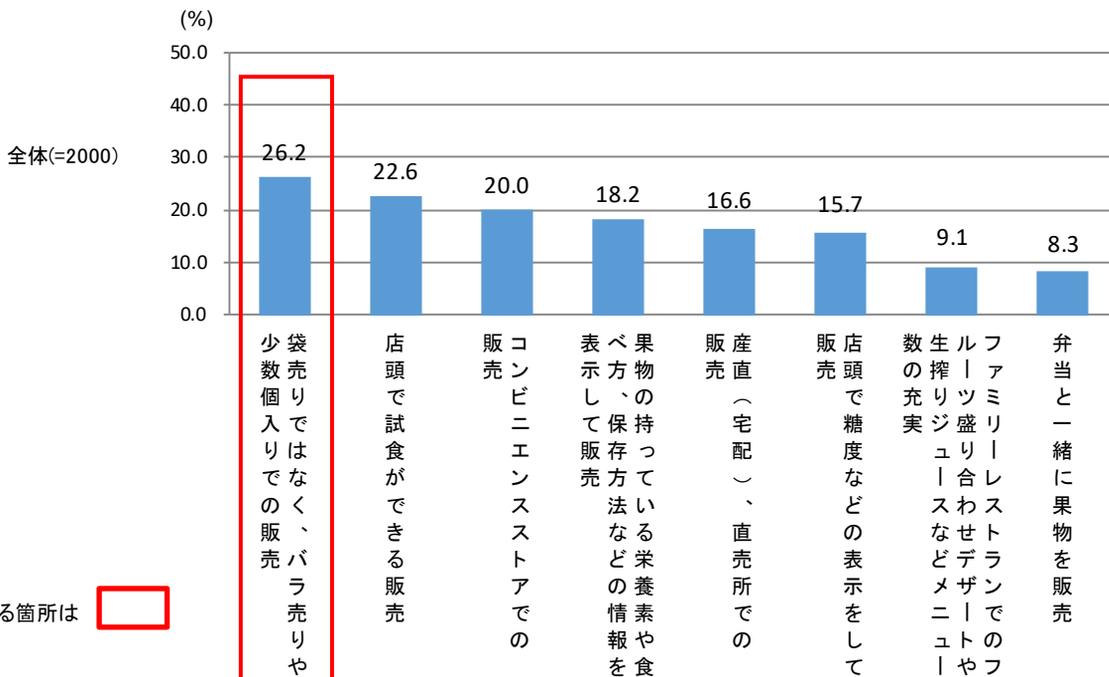
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

## ②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。以下、「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」の順となっている。
- 上記の順位は、前回調査と同様となっている。
- 性別で見ると、『女性』では特に「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」のスコアが高く、男性を大きく上回っている。また、『男性』では「コンビニエンスストアでの販売」が高く、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」とほぼ同率でトップとなっている。
- 果物摂取量が「100g未満」の層では「バラ売りや少数個入り」が最も高い。

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)

(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体 (n=2000)	26.2	22.6	20.0	18.2	16.6	15.7	9.1	8.3
性別	男性 (n=1001)	20.7	19.5	21.1	13.6	13.6	12.5	8.3	7.8	7.8
	女性 (n=999)	31.7	25.7	18.8	22.7	19.5	18.9	9.8	8.7	8.7
年代	20代 (n=310)	28.1	22.6	31.9	20.6	12.3	14.2	14.8	11.0	11.0
	30代 (n=390)	26.4	17.7	23.8	18.5	14.9	11.8	12.8	11.3	11.3
	40代 (n=460)	25.7	20.2	19.3	16.7	14.8	15.2	7.4	7.0	7.0
	50代 (n=387)	26.9	23.8	17.6	16.3	14.2	15.8	5.7	7.8	7.8
	60代 (n=453)	24.7	28.3	11.0	19.2	24.7	20.5	6.4	5.5	5.5
性別年齢	男性20代 (n=158)	20.9	20.3	33.5	15.8	11.4	11.4	13.9	10.1	10.1
	男性30代 (n=197)	20.3	16.8	24.4	16.2	11.2	11.7	10.7	10.7	10.7
	男性40代 (n=232)	19.4	18.5	19.8	11.6	13.4	12.5	6.5	5.2	5.2
	男性50代 (n=193)	20.2	16.6	18.7	8.8	11.9	9.8	4.7	7.8	7.8
	男性60代 (n=221)	22.6	24.9	12.7	15.8	19.0	16.3	7.2	6.3	6.3
	女性20代 (n=152)	35.5	25.0	30.3	25.7	13.2	17.1	15.8	11.8	11.8
	女性30代 (n=193)	32.6	18.7	23.3	20.7	18.7	11.9	15.0	11.9	11.9
	女性40代 (n=228)	32.0	21.9	18.9	21.9	16.2	18.0	8.3	8.8	8.8
女性50代 (n=194)	33.5	30.9	16.5	23.7	16.5	21.6	6.7	7.7	7.7	
女性60代 (n=232)	26.7	31.5	9.5	22.4	30.2	24.6	5.6	4.7	4.7	
果物摂取量	200g以上 (n=226)	25.2	28.8	20.4	22.1	21.7	24.8	13.7	10.2	10.2
	100g~200g未満 (n=788)	28.6	26.9	21.8	22.2	20.4	19.2	10.4	9.9	9.9
	100g未満 (n=681)	27.2	22.0	18.1	17.6	15.4	13.2	7.8	7.5	7.5
平成27年度全体 (n=1986)		26.4	22.0	21.7	18.8	17.3	15.6	8.3	9.5	9.5

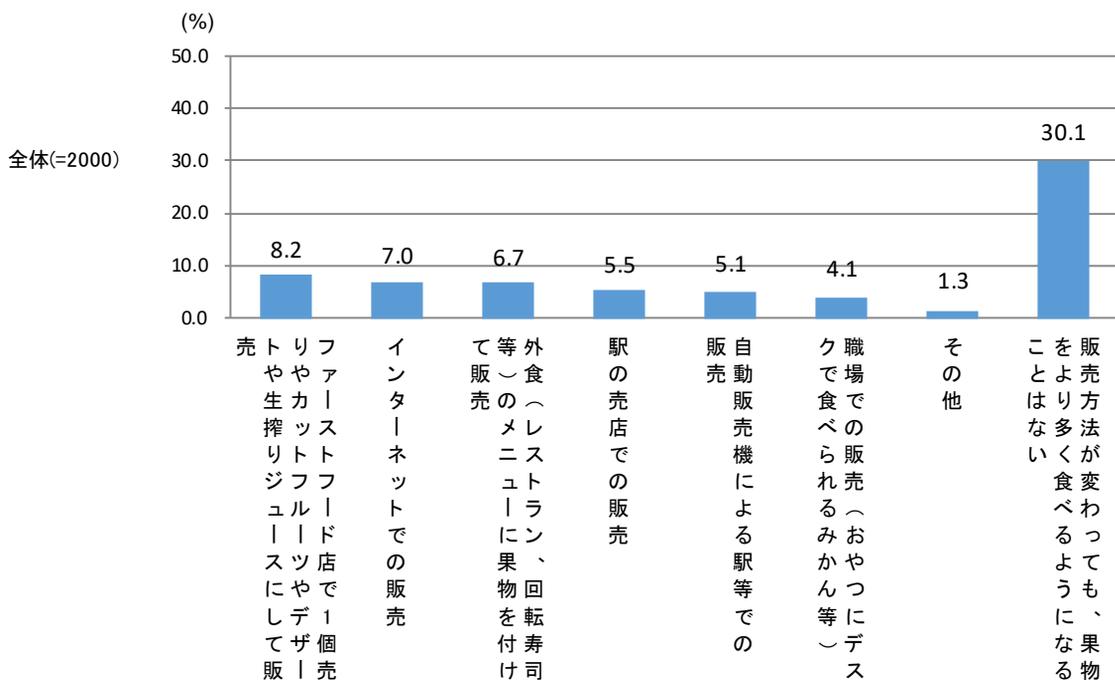
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (4) 果物の消費を増やすために



全体		(n=2000)	8.2	7.0	6.7	5.5	5.1	4.1	1.3	30.1
性別	男性	(n=1001)	6.6	8.4	6.1	5.8	6.8	3.8	1.6	36.0
	女性	(n=999)	9.7	5.6	7.3	5.1	3.4	4.3	1.0	24.2
年代	20代	(n=310)	12.6	6.8	11.9	9.4	9.0	8.7	0.3	25.2
	30代	(n=390)	11.5	7.9	8.7	6.4	7.2	5.6	1.0	28.2
	40代	(n=460)	8.0	5.2	4.8	4.3	4.8	2.8	1.7	30.7
	50代	(n=387)	6.7	6.7	4.9	4.4	2.8	2.8	1.6	31.5
	60代	(n=453)	3.5	8.4	4.9	4.0	2.9	1.8	1.5	33.3
性別年齢	男性20代	(n=158)	10.8	8.2	12.7	11.4	13.9	7.0	0.6	29.7
	男性30代	(n=197)	8.1	9.1	7.1	6.6	8.1	5.1	2.0	34.5
	男性40代	(n=232)	6.9	6.9	5.2	4.7	6.9	3.4	2.2	36.6
	男性50代	(n=193)	5.2	8.8	3.1	3.6	3.6	2.6	1.6	37.3
	男性60代	(n=221)	3.2	9.0	4.1	4.1	3.2	1.8	1.4	39.8
	女性20代	(n=152)	14.5	5.3	11.2	7.2	3.9	10.5	0.0	20.4
	女性30代	(n=193)	15.0	6.7	10.4	6.2	6.2	6.2	0.0	21.8
	女性40代	(n=228)	9.2	3.5	4.4	3.9	2.6	2.2	1.3	24.6
女性50代	(n=194)	8.2	4.6	6.7	5.2	2.1	3.1	1.5	25.8	
女性60代	(n=232)	3.9	7.8	5.6	3.9	2.6	1.7	1.7	27.2	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	10.6	10.6	9.7	11.5	5.3	4.9	0.9	21.7
	100g~200g未満	(n=788)	9.8	9.1	7.1	6.5	6.6	5.7	1.3	23.0
	100g未満	(n=681)	7.0	5.1	6.6	3.8	4.1	2.6	1.3	31.1
平成27年度全体		(n=1986)	7.2	7.6	5.6	3.6	4.3	4.9	1.4	33.2

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

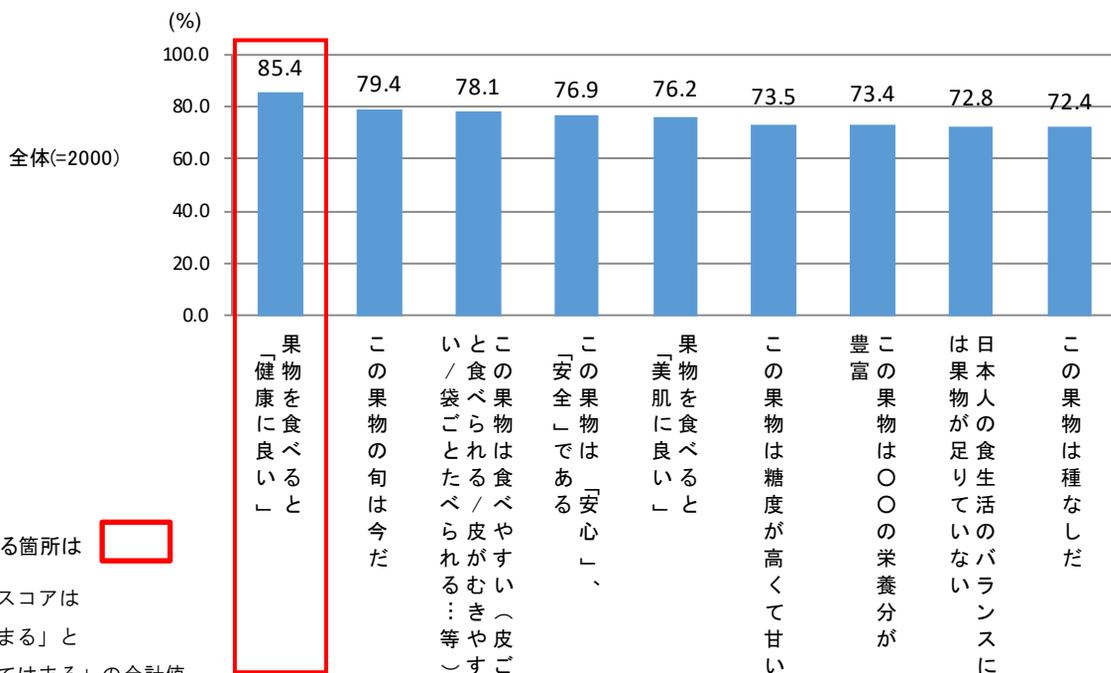
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ③果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法

- 全体では、「果物を食べると『健康に良い』」が最も高く、唯一8割以上となっている。また、次いで高い「この果物の匂は今だ」をはじめとして、複数の項目が7割を超えている。上記の結果は、平成27年度調査と同様の傾向となっている。
- 性別でみると、『女性』では複数の項目が8割を超えているのに対して、『男性』では「果物を食べると『健康に良い』」以外は高くとも7割台前半にとどまっている。
- 『女性20～40代』は、「果物を食べると『美肌に良い』」が9割前後と高い。
- 果物摂取量100g未満層は「果物を食べると『健康に良い』」のみが8割台となる。

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)	85.4	79.4	78.1	76.9	76.2	73.5	73.4	72.8	72.4
性別	男性	(n=1001)	82.6	73.4	72.3	72.4	67.8	70.3	67.3	69.5	65.7	
	女性	(n=999)	88.1	85.4	83.8	81.3	84.5	76.6	79.5	76.0	79.1	
年代	20代	(n=310)	85.2	78.4	78.1	76.1	79.7	74.2	73.2	75.5	75.2	
	30代	(n=390)	84.6	77.7	78.7	75.6	80.0	74.4	72.6	75.1	74.1	
	40代	(n=460)	85.0	80.2	80.0	79.6	79.8	76.3	73.0	74.8	73.9	
	50代	(n=387)	87.1	76.5	74.9	72.4	72.6	72.1	72.4	71.6	65.9	
	60代	(n=453)	85.0	83.2	78.1	79.5	69.8	70.4	75.5	67.8	73.1	
性別年齢	男性20代	(n=158)	79.7	73.4	73.4	72.8	69.0	66.5	67.7	70.3	72.2	
	男性30代	(n=197)	81.2	69.0	73.1	70.6	72.6	70.1	67.5	71.1	69.0	
	男性40代	(n=232)	80.6	73.3	72.8	73.3	70.3	75.9	64.7	69.0	65.5	
	男性50代	(n=193)	84.5	70.5	68.9	65.8	65.8	67.9	64.8	73.6	56.5	
	男性60代	(n=221)	86.4	80.1	73.3	78.7	62.0	69.7	71.9	64.7	66.5	
	女性20代	(n=152)	90.8	83.6	82.9	79.6	90.8	82.2	78.9	80.9	78.3	
	女性30代	(n=193)	88.1	86.5	84.5	80.8	87.6	78.8	77.7	79.3	79.3	
	女性40代	(n=228)	89.5	87.3	87.3	86.0	89.5	76.8	81.6	80.7	82.5	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	89.8	85.0	84.1	83.6	77.0	79.6	81.4	76.5	77.4	
	100g～200g未満	(n=788)	90.4	86.2	85.0	83.5	80.7	78.9	79.8	76.8	76.8	
	100g未満	(n=681)	85.6	78.9	76.2	76.8	77.7	71.2	72.7	72.2	72.2	
平成27年度全体		(n=1986)	85.1	78.2	75.4	75.8	74.5	73.6	74.0	71.1	71.2	

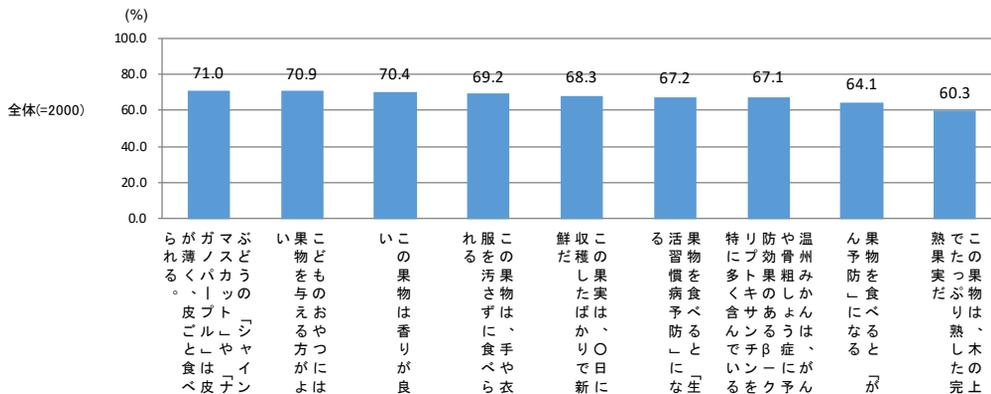
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

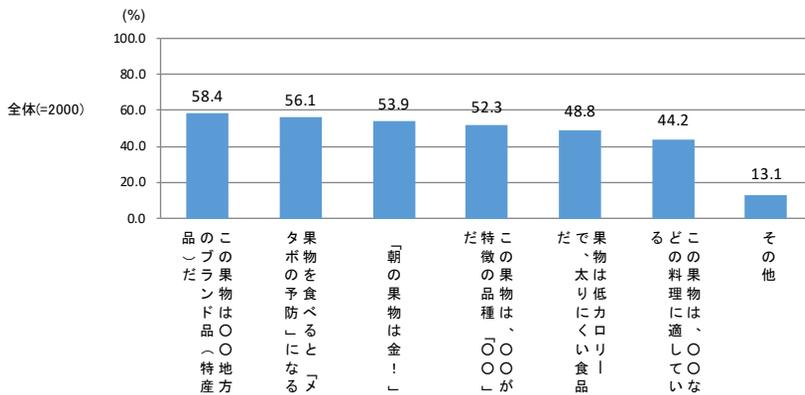
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (4) 果物の消費を増やすために



		(n=2000)	71.0	70.9	70.4	69.2	68.3	67.2	67.1	64.1	60.3	
性別	男性	(n=1001)	64.1	66.3	68.6	63.5	63.9	62.9	60.3	57.0	55.5	
	女性	(n=999)	77.8	75.4	72.2	74.9	72.6	71.4	73.8	71.1	65.1	
年代	20代	(n=310)	69.4	72.3	72.6	73.2	68.1	70.3	63.5	66.1	53.9	
	30代	(n=390)	74.6	73.3	72.8	68.5	70.5	67.4	65.9	63.3	60.5	
	40代	(n=460)	70.9	69.3	68.9	72.6	66.7	65.2	66.3	63.9	58.5	
	50代	(n=387)	68.0	69.0	67.7	66.7	64.3	66.1	66.1	64.6	60.5	
	60代	(n=453)	71.5	70.9	70.6	65.8	71.3	67.5	72.0	62.9	66.2	
	性別年齢	男性20代	(n=158)	65.2	66.5	70.3	69.6	64.6	64.6	56.3	55.7	53.8
男性30代		(n=197)	68.0	67.5	69.5	64.5	67.0	63.5	61.4	56.9	59.4	
男性40代		(n=232)	62.5	64.7	66.4	64.7	58.6	61.6	57.3	59.1	52.6	
男性50代		(n=193)	61.7	68.4	65.3	60.1	61.7	62.2	60.6	57.5	54.9	
男性60代		(n=221)	63.8	65.2	71.9	60.2	68.3	63.3	65.2	55.7	57.0	
女性20代		(n=152)	73.7	78.3	75.0	77.0	71.7	76.3	71.1	77.0	53.9	
女性30代		(n=193)	81.3	79.3	76.2	72.5	74.1	71.5	70.5	69.9	61.7	
女性40代		(n=228)	79.4	74.1	71.5	80.7	75.0	68.9	75.4	68.9	64.5	
女性50代		(n=194)	74.2	69.6	70.1	73.2	67.0	70.1	71.6	71.6	66.0	
女性60代		(n=232)	78.9	76.3	69.4	71.1	74.1	71.6	78.4	69.8	75.0	
果物摂取量		200g以上	(n=226)	75.2	73.9	78.3	77.9	75.2	77.9	74.8	71.2	70.4
		100g~200g未満	(n=788)	77.7	74.9	76.5	73.9	74.1	73.0	74.1	69.8	66.4
	100g未満	(n=681)	70.6	73.3	67.1	69.2	69.5	67.0	65.3	65.1	58.3	
平成27年度全体		(n=1986)	67.4	72.2	67.8	68.0	66.0	67.7	64.0	64.2	59.6	

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。



		(n=2000)	58.4	56.1	53.9	52.3	48.8	44.2	13.1	
性別	男性	(n=1001)	55.8	51.8	45.3	48.6	44.8	43.0	13.4	
	女性	(n=999)	60.9	60.3	62.5	56.0	52.8	45.3	12.7	
年代	20代	(n=310)	58.1	67.1	47.7	52.6	62.3	47.7	13.9	
	30代	(n=390)	61.0	61.3	50.5	53.6	51.0	50.5	16.2	
	40代	(n=460)	61.3	53.9	54.1	53.5	47.6	44.3	11.5	
	50代	(n=387)	58.1	55.3	56.1	51.9	43.7	39.0	11.1	
	60代	(n=453)	53.4	46.8	58.7	49.9	43.0	40.4	13.0	
	性別年齢	男性20代	(n=158)	58.2	57.6	48.1	54.4	58.9	46.8	14.6
男性30代		(n=197)	57.4	58.9	43.1	49.7	50.3	51.3	16.8	
男性40代		(n=232)	59.9	48.3	41.8	48.3	42.7	42.7	12.1	
男性50代		(n=193)	56.0	53.4	45.1	47.2	39.9	39.9	10.9	
男性60代		(n=221)	48.4	43.9	48.9	44.8	36.2	35.7	13.1	
女性20代		(n=152)	57.9	77.0	47.4	50.7	65.8	48.7	13.2	
女性30代		(n=193)	64.8	63.7	58.0	57.5	51.8	49.7	15.5	
女性40代		(n=228)	62.7	59.6	66.7	58.8	52.6	46.1	11.0	
女性50代		(n=194)	60.3	57.2	67.0	56.7	47.4	38.1	11.3	
女性60代		(n=232)	58.2	49.6	68.1	54.7	49.6	44.8	12.9	
果物摂取量		200g以上	(n=226)	61.9	65.9	65.9	63.7	54.4	51.3	14.2
		100g~200g未満	(n=788)	62.4	59.9	61.0	58.0	53.4	47.2	13.7
	100g未満	(n=681)	59.8	55.1	51.7	51.5	47.9	44.1	12.8	
平成27年度全体		(n=1986)	56.4	58.2	55.8	51.8	49.2	44.9	15.5	

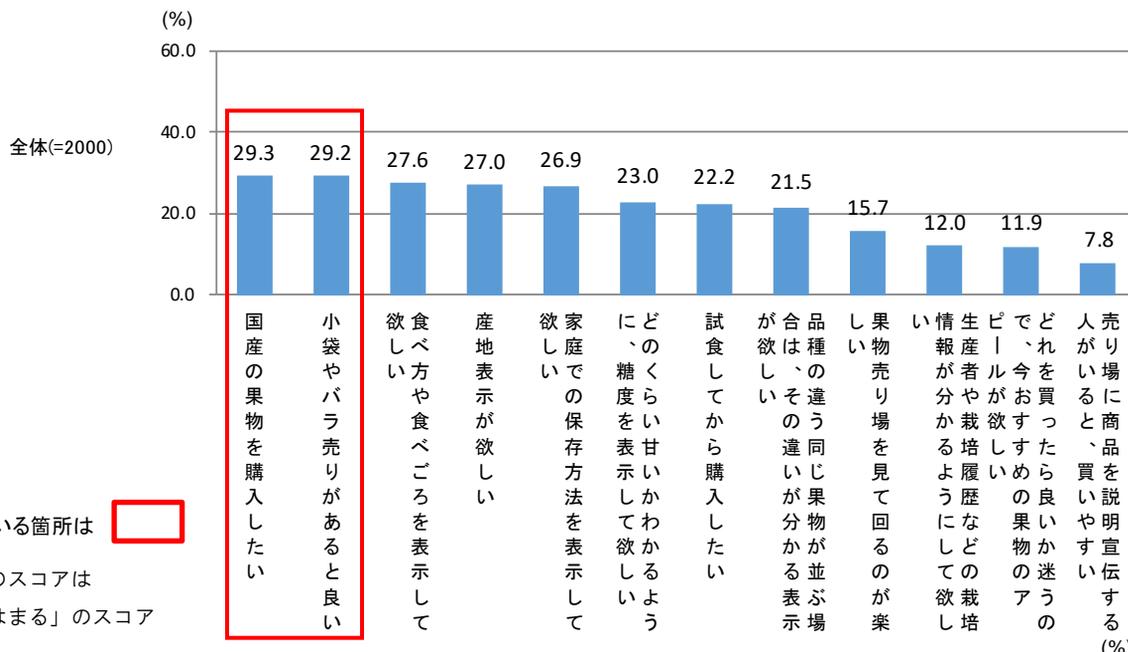
全体と比べて10ポイント以上高い。 全体と比べて5~10ポイント未満高い。  
 全体と比べて10ポイント以上低い。 全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ④スーパーにおける果物販売についての印象

- 全体では「国産の果物を購入したい」「小袋やバラ売りがあると良い」が並んで高く、以下、「食べ方や食べごろを表示して欲しい」「産地表示が欲しい」など複数の項目がいずれも大差ないスコアで続いている。
- 平成27年度調査と比べると、総じてスコアが上昇している。
- 性別で見ると、総じて『女性』のスコアは『男性』を大きく上回っている。
- 『女性20～30代』は、全体的にスコアが高めである中で、「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」では、他の層と比べて特に高くなっている。

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

全体		(n=2000)	29.3	29.2	27.6	27.0	26.9	23.0	22.2	21.5	15.7	12.0	11.9	7.8
性別	男性	(n=1001)	23.1	21.7	19.8	20.9	19.5	15.8	17.5	15.2	12.3	10.5	10.3	6.7
	女性	(n=999)	35.4	36.7	35.3	33.0	34.3	30.1	26.8	27.7	19.0	13.5	13.5	8.8
年代	20代	(n=310)	28.4	36.5	35.2	26.8	38.1	27.1	27.7	28.7	22.9	15.2	17.7	10.3
	30代	(n=390)	31.8	31.0	31.3	29.0	31.5	22.1	21.5	25.1	17.4	14.6	15.9	8.5
	40代	(n=460)	29.8	29.3	26.3	27.2	23.0	21.3	23.5	19.8	14.8	10.9	10.4	6.5
	50代	(n=387)	24.5	26.1	22.5	24.0	21.7	20.2	19.9	17.8	13.7	8.8	10.3	7.8
	60代	(n=453)	31.1	25.2	24.7	27.6	23.6	24.9	19.4	18.1	11.7	11.5	7.3	6.6
性別年齢	男性20代	(n=158)	24.1	27.2	28.5	23.4	25.3	19.0	25.9	18.4	17.7	15.2	17.1	12.0
	男性30代	(n=197)	25.4	19.8	20.8	17.8	22.3	15.7	16.2	16.2	12.2	10.7	13.2	6.1
	男性40代	(n=232)	21.1	21.6	17.2	18.1	16.4	13.8	17.7	12.9	12.9	10.8	7.3	6.5
	男性50代	(n=193)	18.1	19.7	13.5	20.7	14.0	10.9	12.4	14.5	9.8	6.2	9.3	5.7
	男性60代	(n=221)	26.7	21.3	20.8	24.9	20.8	19.9	16.7	14.9	10.0	10.4	6.8	4.5
	女性20代	(n=152)	32.9	46.1	42.1	30.3	51.3	35.5	29.6	39.5	28.3	15.1	18.4	8.6
	女性30代	(n=193)	38.3	42.5	42.0	40.4	40.9	28.5	26.9	34.2	22.8	18.7	18.7	10.9
	女性40代	(n=228)	38.6	37.3	35.5	36.4	29.8	28.9	29.4	26.8	16.7	11.0	13.6	6.6
	女性50代	(n=194)	30.9	32.5	31.4	27.3	29.4	29.4	27.3	21.1	17.5	11.3	11.3	9.8
女性60代	(n=232)	35.3	28.9	28.4	30.2	26.3	29.7	22.0	21.1	13.4	12.5	7.8	8.6	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	33.6	31.9	31.9	32.7	31.0	27.0	24.8	27.0	24.3	15.9	16.8	8.0
	100g～200g未満	(n=788)	32.6	30.5	31.2	31.2	31.9	25.8	26.3	26.6	20.2	14.3	13.8	10.3
	100g未満	(n=681)	29.7	29.7	27.0	26.4	24.7	23.5	20.6	18.6	12.8	10.6	10.7	6.3
平成27年度全体		(n=1986)	25.3	23.0	22.0	21.9	22.1	22.9	19.4	12.3	12.0	11.7	7.4	

全体と比べて10ポイント以上高い。 全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。 全体と比べて5～10ポイント未満低い。

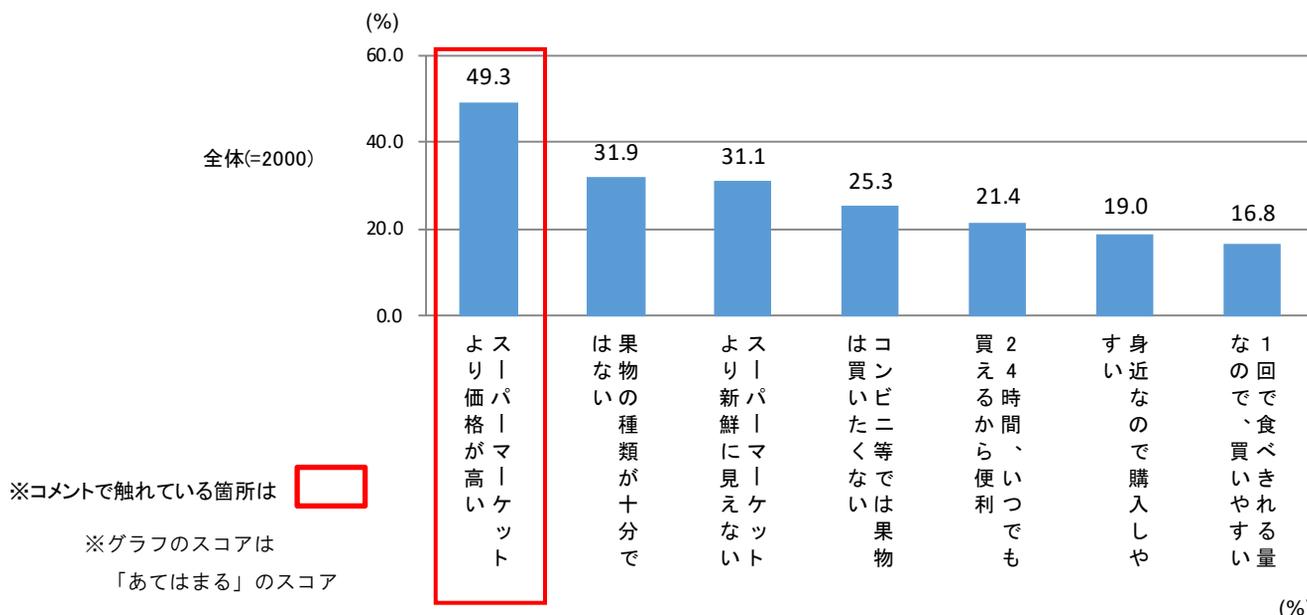
### ⑤ コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向

- 全体では、「スーパーマーケットより価格が高い」が最も高い。次いで、「果物の種類が十分ではない」と「スーパーマーケットより新鮮に見えない」がほぼ同スコアで並んでいる。
- 上記結果は、平成27年度調査と同様の傾向となっている。
- 性別で見ると、『女性』では、「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」のスコアが男性を10ポイント以上、上回っている。
- 果物摂取量が多い層ほど、「果物の種類が十分ではない」のスコアが高くなる傾向がみられる。

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てください。

普段購入することがない方もイメージでお答えください。(SA)



		全体 (n=2000)	49.3	31.9	31.1	25.3	21.4	19.0	16.8
性別	男性 (n=1001)	46.6	26.4	25.9	25.2	19.1	16.9	13.4	
	女性 (n=999)	52.1	37.4	36.3	25.3	23.6	21.1	20.1	
年代	20代 (n=310)	51.3	29.4	33.2	23.5	28.1	30.3	25.2	
	30代 (n=390)	52.1	30.3	34.9	22.1	26.4	21.5	16.9	
	40代 (n=460)	53.3	33.3	32.6	23.9	20.9	17.8	16.5	
	50代 (n=387)	47.3	32.0	30.5	26.1	19.1	15.5	14.7	
	60代 (n=453)	43.3	33.6	25.4	29.8	14.8	13.2	12.8	
	性別年齢	男性20代 (n=158)	43.7	22.2	25.9	23.4	22.8	25.9	20.3
	男性30代 (n=197)	45.2	23.4	27.9	20.8	20.3	15.7	11.2	
	男性40代 (n=232)	47.8	27.2	26.3	23.3	18.5	16.4	14.2	
	男性50代 (n=193)	47.7	28.0	26.9	25.4	17.1	14.5	11.9	
	男性60代 (n=221)	47.5	29.9	22.6	32.1	17.6	14.0	10.9	
	女性20代 (n=152)	59.2	36.8	40.8	23.7	33.6	34.9	30.3	
	女性30代 (n=193)	59.1	37.3	42.0	23.3	32.6	27.5	22.8	
	女性40代 (n=228)	58.8	39.5	39.0	24.6	23.2	19.3	18.9	
	女性50代 (n=194)	46.9	36.1	34.0	26.8	21.1	16.5	17.5	
	女性60代 (n=232)	39.2	37.1	28.0	27.6	12.1	12.5	14.7	
果物摂取量	200g以上 (n=226)	54.4	42.9	34.5	28.3	26.1	25.7	19.5	
	100g~200g未満 (n=788)	51.3	36.4	32.5	27.3	23.5	22.0	19.5	
	100g未満 (n=681)	49.2	28.3	32.3	23.3	20.0	17.0	14.8	
平成27年度全体 (n=1986)		45.4	29.6	29.9	23.9	19.3	18.6	14.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

#### (4) 果物の消費を増やすために まとめ

- 割安な果物、手軽に食べやすい果物が求められている。
- 特に女性では、小ロットの販売を希望する人が多い。
- 現状、コンビニにおける果物販売に対しては、「高価格」「種類が少ない」「新鮮に見えない」といったネガティブ評価がポジティブ評価を上回る。

- 果物の消費を増やすための提供方法では、「多少外観は悪くても割安な果物」が40.4%で最も高く、次いで「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」が38.4%と僅差で続いている。(p60)
  - 平成27年度調査では、「多少外観は悪くても割安な果物」は26.8%で2位であったが、今回調査で40.4%に上昇し、トップとなった。(p60)
  - 女性では「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」が男性と比べて高く、「多少外観は悪くても割安な果物」とほぼ同率でトップとなっている。(p60)
  - 果物の消費を増やすための販売方法で最もスコアが高いのは、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」。以下、「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。(p62)
  - 特に女性では「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」のスコアが、男性と比べて高い。(p62)
  - 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法では、「果物を食べると『健康に良い』」が唯一8割を超え、最も高い。以下、「この果物は旬は今だ」「この果物は食べやすい」「この果物は『安心』、『安全』である」などが上位に挙げられている。(p64)
  - スーパーにおける果物販売についての印象では、「国産の果物を購入したい」「小袋やバラ売りがあると良い」が並んでトップとなっている。以下、「食べ方や食べごろを表示して欲しい」「産地表示が欲しい」「家庭での保存方法を表示して欲しい」などが上位に挙げられている。(p66)
  - コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向では、「スーパーマーケットより価格が高い」が突出して高く。次位には「果物の種類が十分ではない」「スーパーマーケットより新鮮に見えない」がほぼ同スコアで並んでいる。(p67)
- 現状のコンビニにおける果物販売に対しては、ネガティブ評価がポジティブ評価を上回っている。

## (5) 現在の食生活・生活について

### ①-1 朝食・昼食・夕食の摂取状況【平日】

- 全体では、「毎日欠かさず食べる」割合は、【平日／朝食】は54.6%、【平日／昼食】は58.8%、【平日／夕食】は65.1%。
- 平成27年度調査と比べると、平日の朝食、昼食、夕食のいずれについても、「毎日欠かさず食べる」の割合は低下している。
- 平日の朝食は、高齢層や、果物摂取頻度が高い層、果物摂取量が多い層ほど「毎日欠かさずに食べる」が高い傾向がみられる。

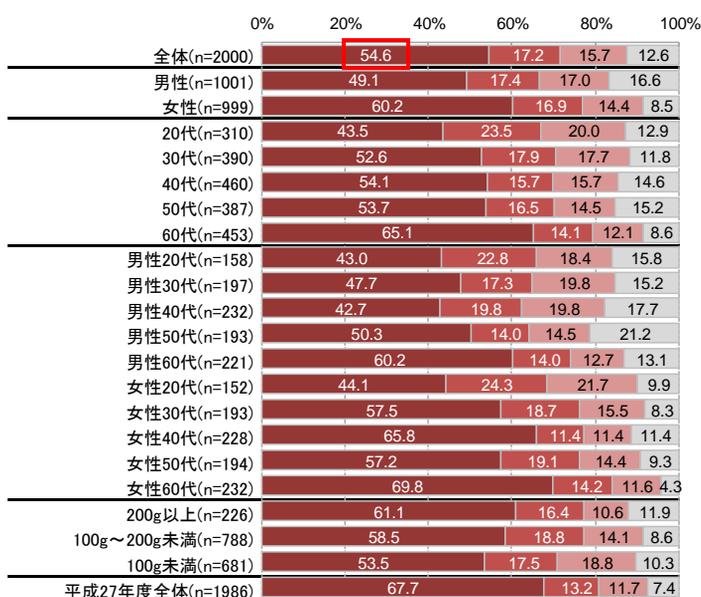
Q31. あなたの朝食・昼食・間食・夕食の摂取状況を、平日と休日それぞれお教えてください。

※平日：仕事、学校等がある日、休日：仕事、学校等がお休みの日としてお答えください。

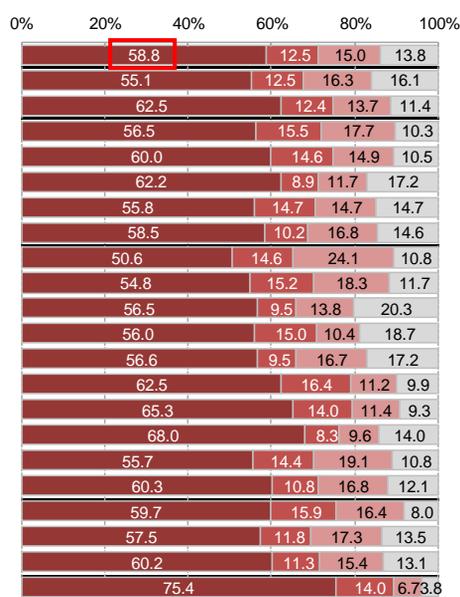
※また現在お仕事をされていない、もしくは学校等に通っていない方は、

平日：月～金曜日、休日：土日祝日としてお答えください。（SA）

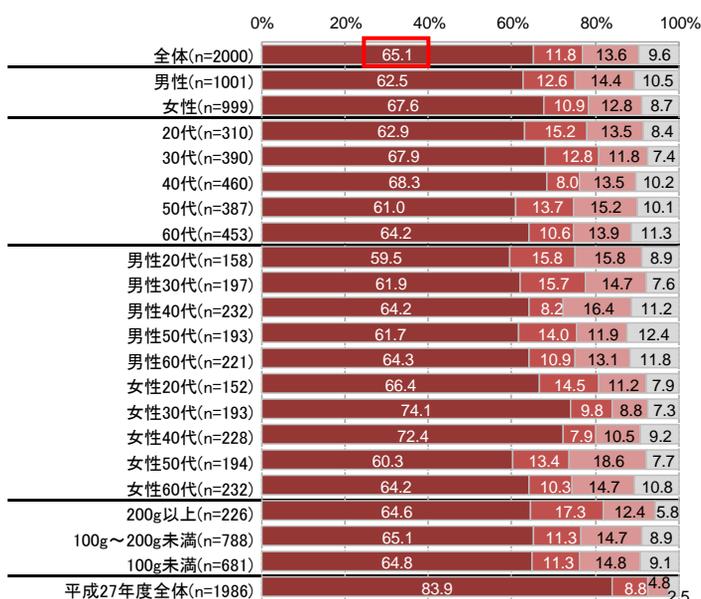
【平日／朝食】



【平日／昼食】



【平日／夕食】



- 毎日欠かさず食べる
- 食べることの方が多いが、たまに食べないことがある
- 食べないことの方が多い
- まったく食べない

※コメントで触れている箇所は



### ①-2 間食の摂取状況【平日】

- 全体では、いずれの間食についても、食べない（「食べないことの方が多い」と「まったく食べない」の合計）割合が高く、それぞれ7～8割を占めている。また、食べることが多い（「毎日欠かさず食べる」と「食べることの方が多いが、たまに食べないことがある」の合計）は、昼食～夕食間の間食、夕食後の夜食、朝食～昼食間の間食の順に高い。
- 性別でみると、『女性』は、朝食～昼食間の間食や昼食～夕食間の間食を、男性よりもよく食べていて、『男性』は、夕食後の夜食をよく食べている傾向がみられる。
- いずれの間食についても、果物摂取量が多い層ほど、よく食べている傾向がみられる。

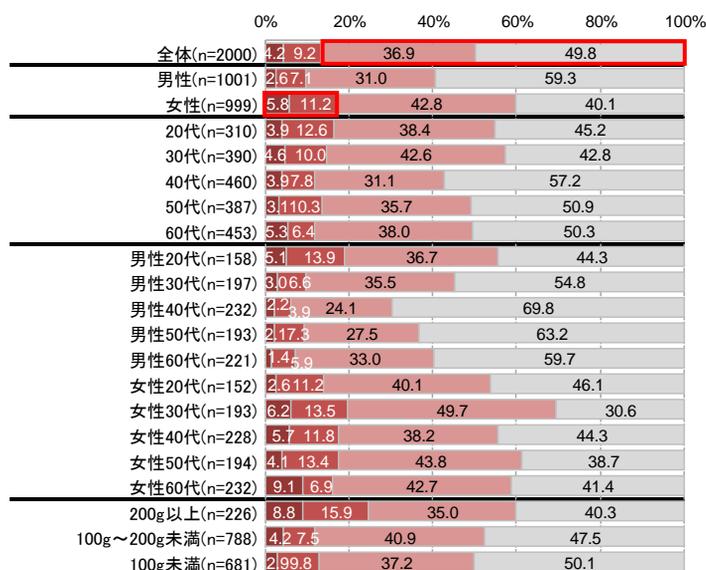
Q31. あなたの朝食・昼食・間食・夕食の摂取状況を、平日と休日それぞれお教えてください。

※平日：仕事、学校等がある日、休日：仕事、学校等がお休みの日としてお答えください。

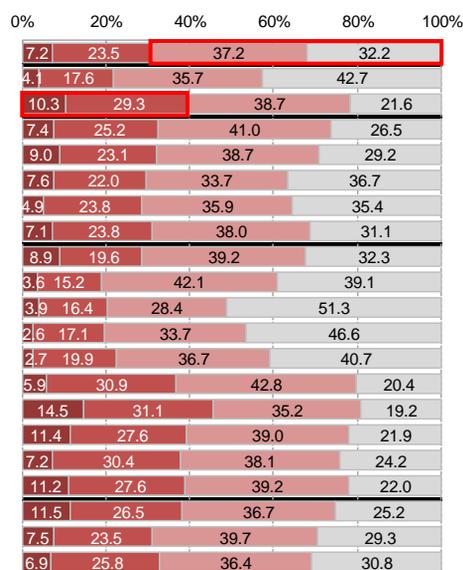
※また現在お仕事をされていない、もしくは学校等に通っていない方は、

平日：月～金曜日、休日：土日祝日としてお答えください。（SA）

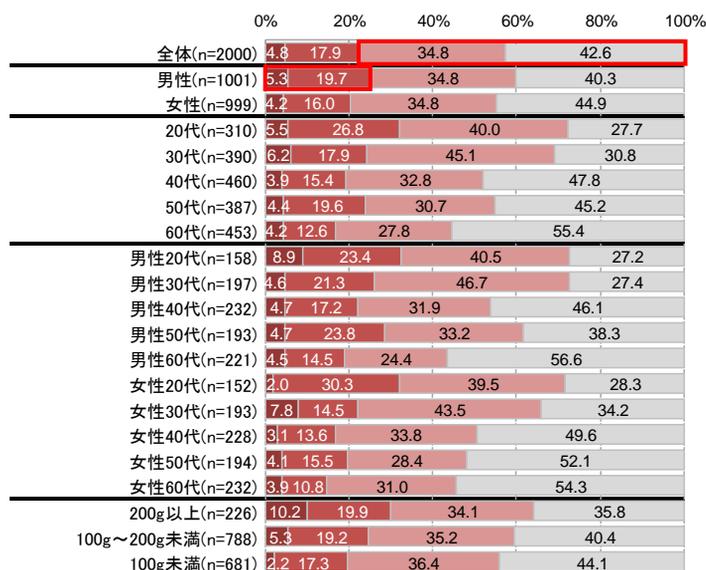
【平日】朝食～昼食間の間食



【平日】昼食～夕食間の間食



【平日】夕食後の夜食



- 毎日欠かさず食べる
- 食べることの方が多いが、たまに食べないことがある
- 食べないことの方が多い
- まったく食べない

※コメントで触れている箇所は



### ①-3 朝食・昼食・夕食の摂取状況【休日】

- 全体では、「毎日欠かさず食べる」割合は、【休日／朝食】は49.0%、【休日／昼食】は56.4%、【休日／夕食】は64.6%。
- 平成27年度調査と比べると、休日の朝食、昼食、夕食のいずれについても、「毎日欠かさず食べる」の割合は低下している。
- 休日の朝食は、『男性60代』『女性30代以上』『毎日欠かさずに食べる』が他の層を大きく上回っている。

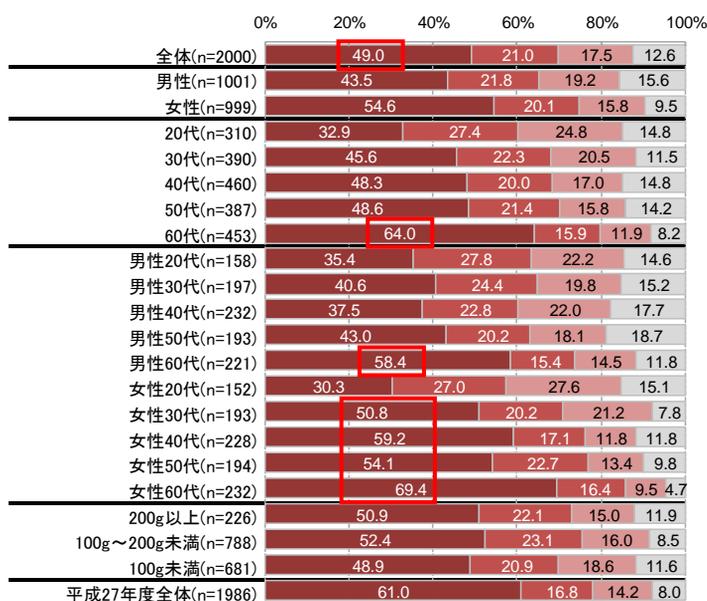
Q31. あなたの朝食・昼食・間食・夕食の摂取状況を、平日と休日それぞれお教えてください。

※平日：仕事、学校等がある日、休日：仕事、学校等がお休みの日としてお答えください。

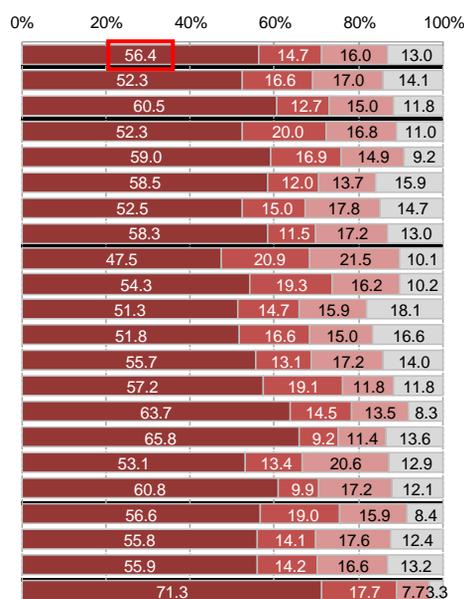
※また現在お仕事をされていない、もしくは学校等に通っていない方は、

平日：月～金曜日、休日：土日祝日としてお答えください。（SA）

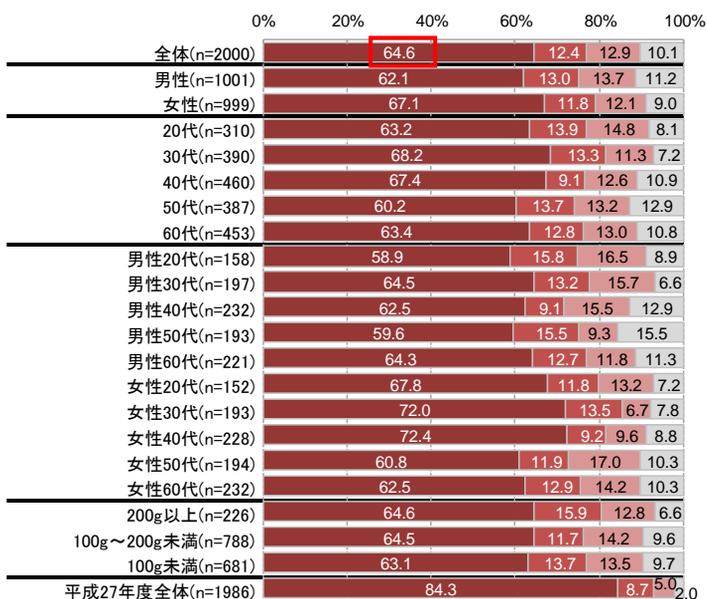
【休日/朝食】



【休日/昼食】



【休日/夕食】



- 毎日欠かさず食べる
- 食べることも多いが、たまに食べないことがある
- 食べないことの方が多い
- まったく食べない

※コメントで触れている箇所は



### ①-4 間食の摂取状況【休日】

- 全体では、いずれの間食についても、食べない（「食べないことの方が多い」と「まったく食べない」の合計）割合が高く、それぞれ6割半～8割半を占めている。また、食べることが多い（「毎日欠かさず食べる」と「食べることの方が多いが、たまに食べないことがある」の合計）は、昼食～夕食間の間食、夕食後の夜食、朝食～昼食間の間食の順に高い。
- 性別で見ると、『女性』は、朝食～昼食間の間食や昼食～夕食間の間食を、男性よりもよく食べていて、『男性』は、夕食後の夜食をよく食べている傾向がみられる。
- いずれの間食についても、果物摂取量が多い層ほど、よく食べている傾向がみられる。

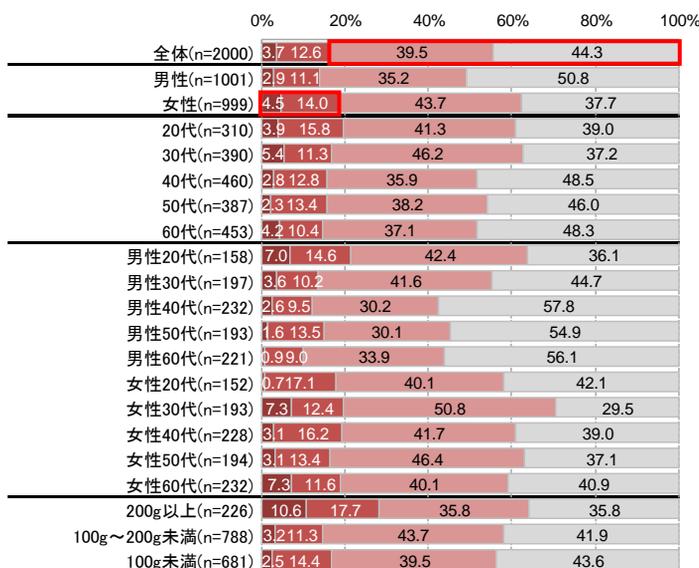
Q31. あなたの朝食・昼食・間食・夕食の摂取状況を、平日と休日それぞれお教えてください。

※平日：仕事、学校等がある日、休日：仕事、学校等がお休みの日としてお答えください。

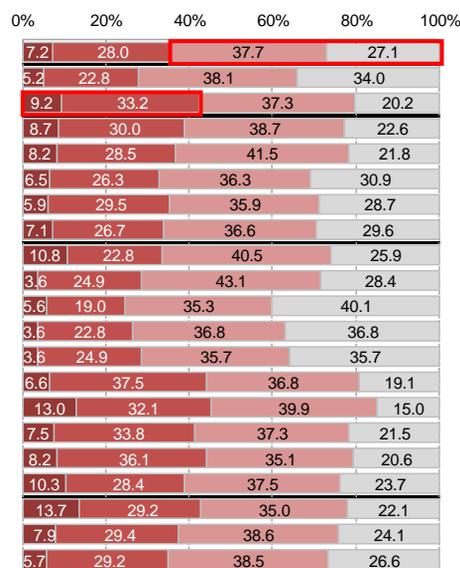
※また現在お仕事をされていない、もしくは学校等に通っていない方は、

平日：月～金曜日、休日：土日祝日としてお答えください。（SA）

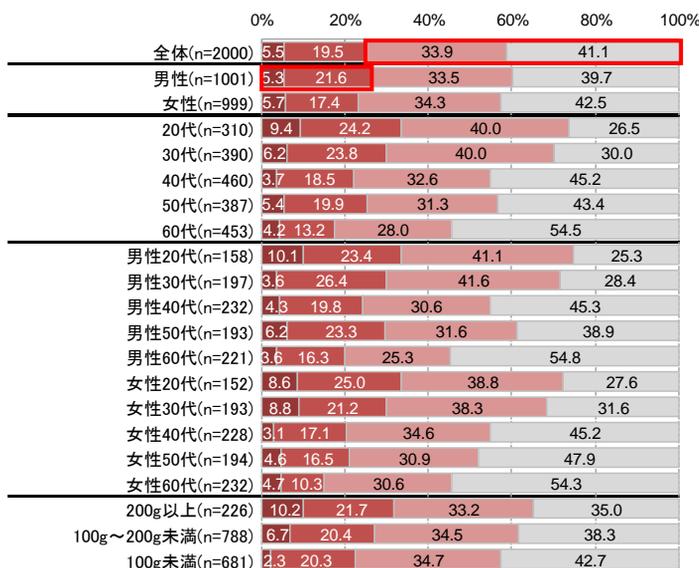
【休日】朝食～昼食間の間食



【休日】昼食～夕食間の間食



【休日】夕食後の夜食



- 毎日欠かさず食べる
- 食べることの方が多いが、たまに食べないことがある
- 食べないことの方が多い
- まったく食べない

※コメントで触れている箇所は

## ②-1 一日あたり（平日／休日）の食事回数

- 全体では、【平日】は「3回」が35.4%で最も高い割合を占めている。
- 性別で見ると、『女性』は、男性と比べて「4回」以上の割合が高い。
- 大筋の傾向としては、若年層、果物摂取量が多い層ほど、「4回」以上の割合が高めとなっている。

Q31. あなたの朝食・昼食・間食・夕食の摂取状況を、平日と休日それぞれ教えてください。

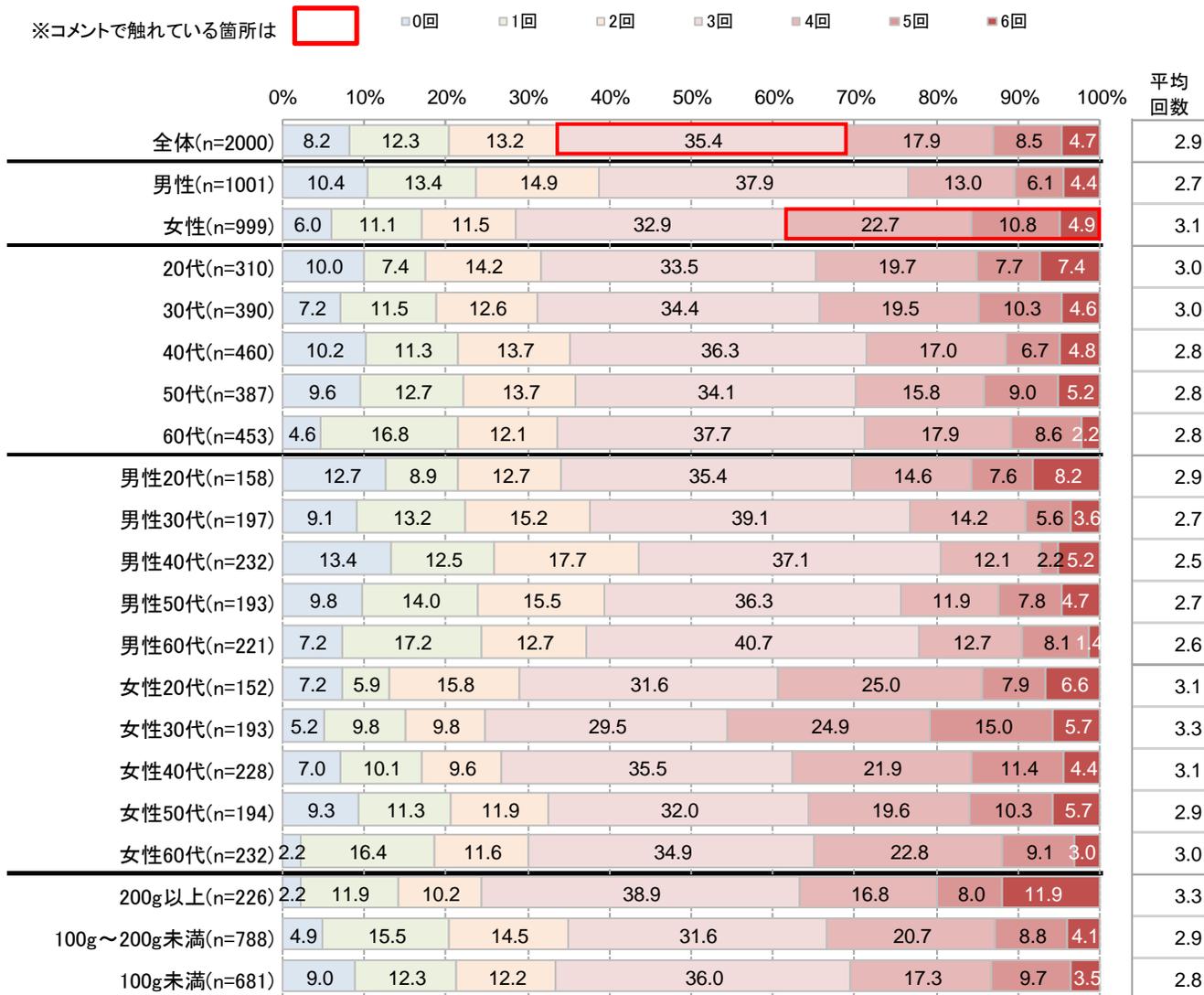
※平日：仕事、学校等がある日、休日：仕事、学校等がお休みの日としてお答えください。

※また現在お仕事をされていない、もしくは学校等に通っていない方は、

平日：月～金曜日、休日：土日祝日としてお答えください。（SA）

### 【平日】

※コメントで触れている箇所は



【平成27年度全体】※平成27年度数値は聴取方法相違につき参考値 (%)

n=	1回	2回	3回	4回	5-6回	7-8回	9-10回	それ以上
(1,986)	10.3	15.2	40.4	18.6	12.6	1.4	0.7	0.7

## ②-2 一日あたり（平日／休日）の食事回数

- 全体では、【休日】は「3回」が32.8%で最も高い割合を占めている。
- 性別で見ると、『女性』は、男性と比べて「4回」以上の割合が高い。
- 果物摂取量が多い層ほど、「4回」以上の割合が高めとなっている。

Q31. あなたの朝食・昼食・間食・夕食の摂取状況を、平日と休日それぞれ教えてください。

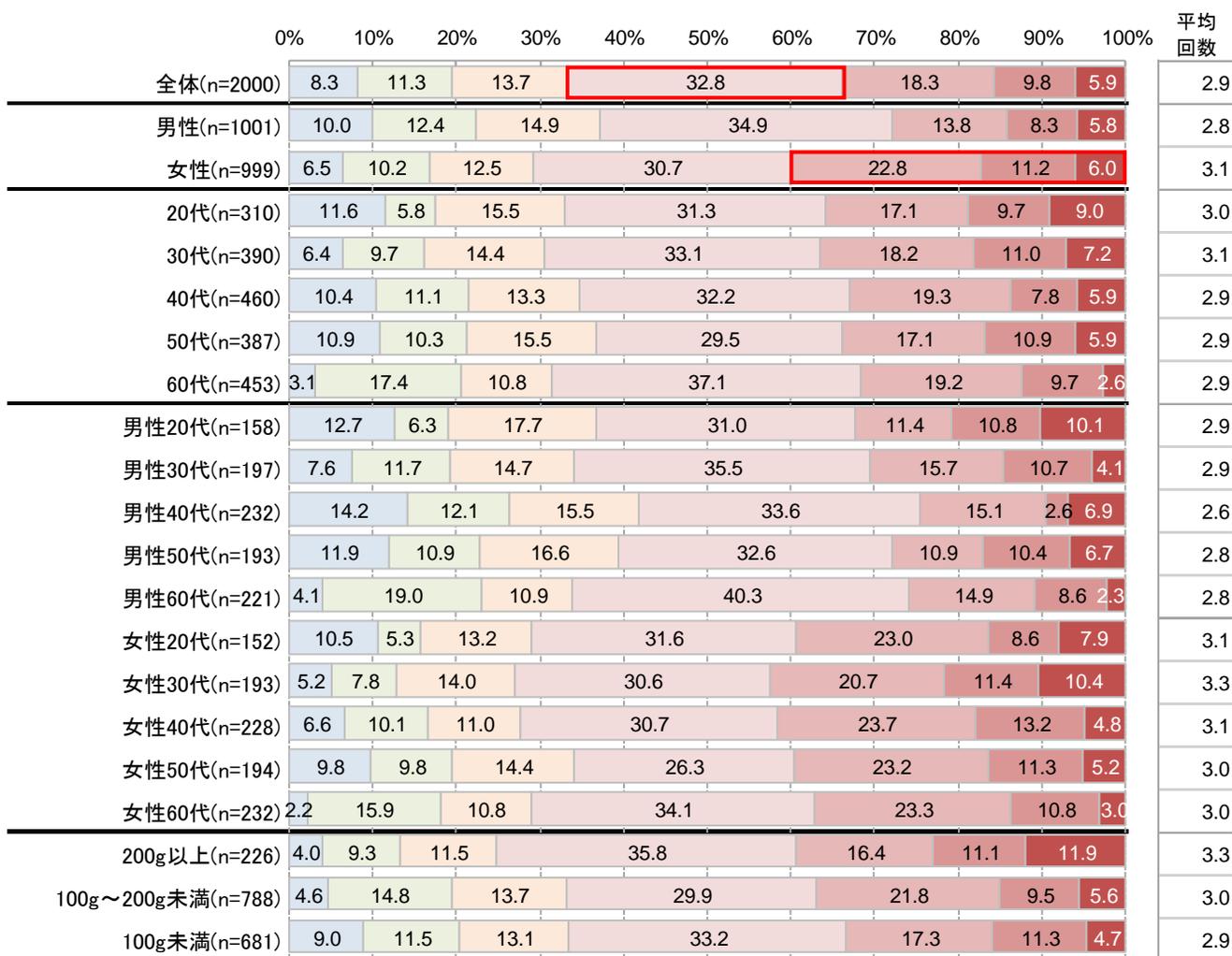
※平日：仕事、学校等がある日、休日：仕事、学校等がお休みの日としてお答えください。

※また現在お仕事をされていない、もしくは学校等に通っていない方は、

平日：月～金曜日、休日：土日祝日としてお答えください。（SA）

### 【休日】

※コメントで触れている箇所は   □0回 □1回 □2回 □3回 □4回 □5回 □6回



【平成27年度全体】※平成27年度数値は聴取方法相違につき参考値 (%)

n=	1回	2回	3回	4回	5-6回	7-8回	9-10回	それ以上
(1,986)	10.0	14.6	38.4	19.4	13.9	2.3	0.4	0.9

### ③食生活の改善についての意識

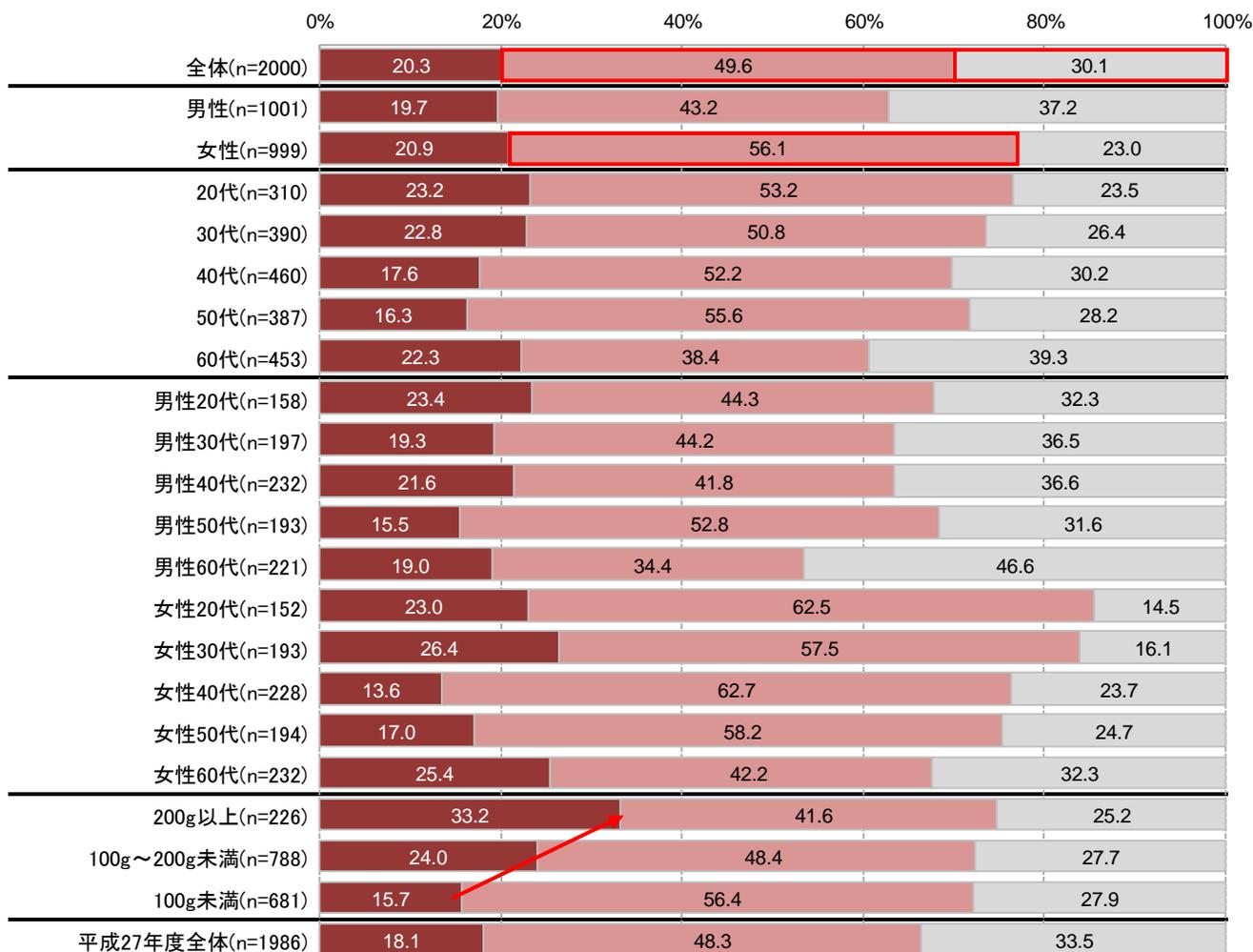
- 全体では、「改善しようと思っているが、改善できていない」が最多で49.6%を占める。また、「改善しようと思い、実際に改善した」が20.3%で、これらを合わせた改善意識を持っている人の割合は、69.9%である。
- 性別で見ると、「改善しようと思い、実際に改善した」は男女同程度で、「改善しようと思っているが、改善できていない」は『女性』の方が高い。
- 果物摂取量が多い層ほど、「改善しようと思い、実際に改善した」の割合が高くなっている。

Q32. あなたは自分の食生活を改善しようと思ったことがありますか。

あなたに最も近いものをひとつお選びください。(SA)

※コメントで触れている箇所は  

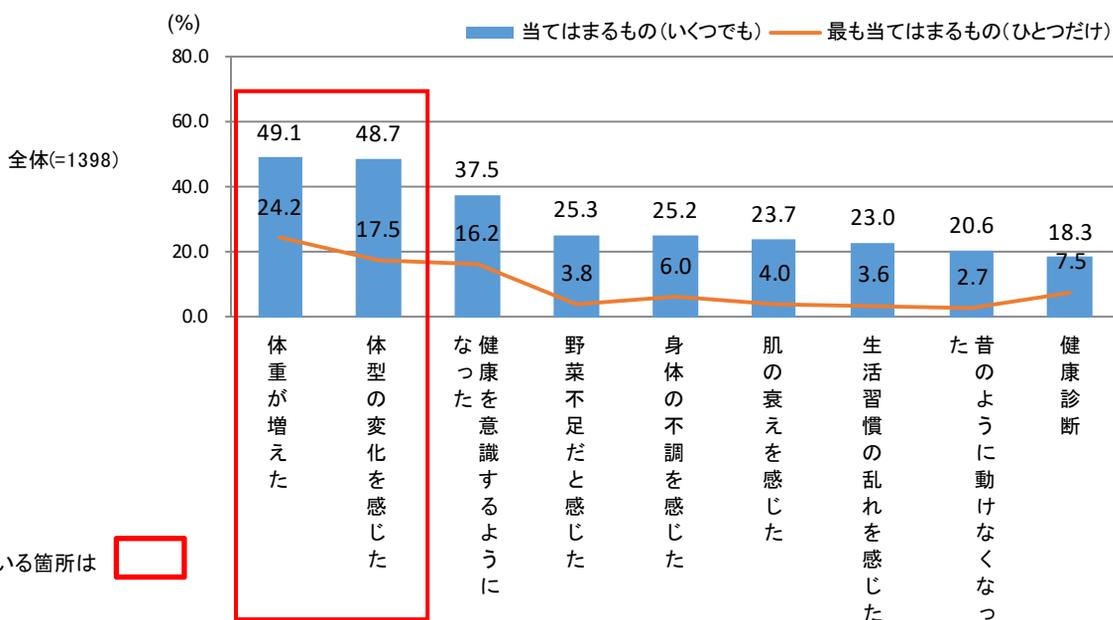
- 改善しようと思い、実際に改善した
- 改善しようと思っているが、改善できていない
- 改善しようと思ったことはない



### ④食生活を改善しようと思ったきっかけ

- 全体では、当てはまるものは「体重が増えた」「体型の変化を感じた」がほぼ同率のトップで、次いで「健康を意識するようになった」の順となっている。また、最も当てはまるものは「体重が増えた」が最も高く、以下、「体型の変化を感じた」「健康を意識するようになった」「身体の不調を感じた」が続く。
- 平成27年度調査の当てはまるものとして突出していた「体型の変化を感じた」は、今回調査では「体型の変化を感じた」と新規選択肢「体重が増えた」に分散したと考えられ、これら2項目は今回調査の1位、2位となっている。

Q33. あなたが食生活を改善しようと思ったきっかけは何ですか。(MA)



※コメントで触れている箇所は

当てはまるものスコア (MA)

		全体 (n=1398)	49.1	48.7	37.5	25.3	25.2	23.7	23.0	20.6	18.3
性別	男性	(n=629)	49.4	45.9	34.0	26.1	21.0	14.5	24.8	20.5	22.9
	女性	(n=769)	48.8	51.0	40.3	24.7	28.6	31.3	21.5	20.7	14.6
年代	20代	(n=237)	43.5	41.8	33.8	30.4	30.8	27.8	30.8	14.3	8.4
	30代	(n=287)	44.3	51.2	32.4	23.7	32.1	28.9	27.9	18.8	13.6
	40代	(n=321)	53.6	53.9	36.8	25.2	27.4	26.2	21.2	28.7	21.8
	50代	(n=278)	57.2	55.4	39.9	21.9	25.2	21.6	19.4	23.0	23.0
	60代	(n=275)	45.5	39.3	44.4	26.2	10.5	14.2	16.7	16.0	22.9
性別年齢	男性20代	(n=107)	33.6	38.3	26.2	25.2	20.6	20.6	31.8	15.9	9.3
	男性30代	(n=125)	48.0	47.2	31.2	26.4	28.0	20.8	33.6	20.8	18.4
	男性40代	(n=147)	55.1	51.0	33.3	23.8	20.4	10.2	19.0	24.5	25.9
	男性50代	(n=132)	57.6	49.2	33.3	23.5	22.7	12.9	19.7	22.0	28.8
	男性60代	(n=118)	49.2	41.5	45.8	32.2	12.7	9.3	22.0	17.8	29.7
	女性20代	(n=130)	51.5	44.6	40.0	34.6	39.2	33.8	30.0	13.1	7.7
	女性30代	(n=162)	41.4	54.3	33.3	21.6	35.2	35.2	23.5	17.3	9.9
	女性40代	(n=174)	52.3	56.3	39.7	26.4	33.3	39.7	23.0	32.2	18.4
果物摂取量	200g以上	(n=169)	49.7	47.3	37.3	22.5	24.9	20.7	23.7	23.7	18.9
	100g~200g未満	(n=570)	48.4	48.9	39.8	26.3	22.5	23.9	24.2	19.6	15.3
	100g未満	(n=491)	47.3	47.3	36.5	24.6	25.7	24.8	22.4	21.8	21.0
	平成27年度全体	(n=1320)		67.5	50.2	33.7	39.7	31.8	35.3	31.1	22.7

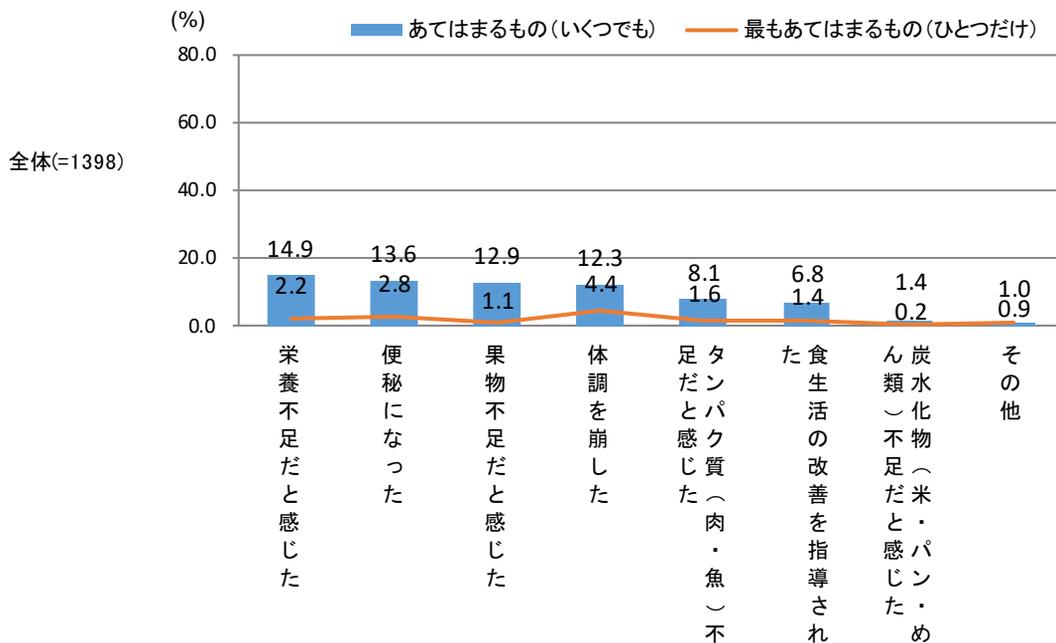
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (5) 現在の食生活・生活について



あてはまるものスコア (MA)

(%)

		全体 (n=1398)	14.9	13.6	12.9	12.3	8.1	6.8	1.4	1.0
性別	男性 (n=629)		13.7	9.2	13.8	11.0	5.6	10.7	1.3	0.6
	女性 (n=769)		16.0	17.2	12.2	13.4	10.1	3.6	1.4	1.3
年代	20代 (n=237)	27.8	17.7	16.9	17.3	11.4	5.9	1.7	1.3	
	30代 (n=287)	17.4	13.6	15.7	13.9	8.4	5.6	1.4	1.0	
	40代 (n=321)	14.0	12.1	12.1	13.4	6.9	6.2	1.6	0.6	
	50代 (n=278)	10.4	9.7	12.2	9.0	7.9	6.8	1.4	0.4	
	60代 (n=275)	6.9	15.6	8.4	8.4	6.5	9.5	0.7	1.8	
性別年齢	男性20代 (n=107)	20.6	12.1	15.9	17.8	7.5	10.3	0.0	0.9	
	男性30代 (n=125)	20.8	8.0	18.4	13.6	8.0	8.8	1.6	0.0	
	男性40代 (n=147)	12.2	8.8	12.2	12.2	4.1	9.5	2.7	0.7	
	男性50代 (n=132)	10.6	6.8	13.6	5.3	5.3	11.4	1.5	0.0	
	男性60代 (n=118)	5.1	11.0	9.3	6.8	3.4	13.6	0.0	1.7	
	女性20代 (n=130)	33.8	22.3	17.7	16.9	14.6	2.3	3.1	1.5	
	女性30代 (n=162)	14.8	17.9	13.6	14.2	8.6	3.1	1.2	1.9	
	女性40代 (n=174)	15.5	14.9	12.1	14.4	9.2	3.4	0.6	0.6	
	女性50代 (n=146)	10.3	12.3	11.0	12.3	10.3	2.7	1.4	0.7	
女性60代 (n=157)	8.3	19.1	7.6	9.6	8.9	6.4	1.3	1.9		
果物摂取量	200g以上 (n=169)	11.2	18.3	12.4	16.0	8.3	9.5	1.8	0.6	
	100g~200g未満 (n=570)	15.1	14.0	12.1	11.1	7.2	6.7	1.8	1.2	
	100g未満 (n=491)	14.3	11.8	13.4	12.2	8.4	5.3	0.4	1.2	
平成27年度全体 (n=1320)		22.1	18.8	18.3	14.9	13.1	10.6	2.1	1.7	

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。

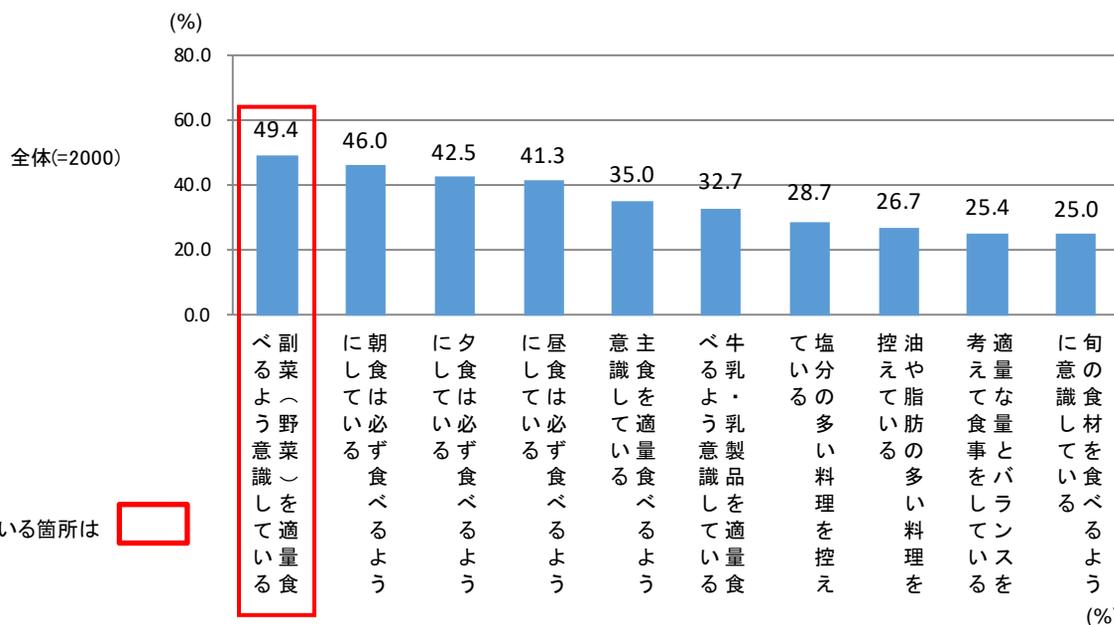
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### 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。以下、「朝食は必ず食べるようにしている」「夕食は必ず食べるようにしている」「昼食は必ず食べるようにしている」と続く。
- 上記順位は平成27年度調査と同様の傾向となっている。
- 『女性』『60代』や果物摂取量が多い層ほど、総じてスコアが高く、日頃の食生活について様々なことを意識している様子がうかがえる。
- 果物摂取量が「200g」以上の層では、「主食を適量食べるよう意識している」が高く、「副菜(野菜)を適量食べるよう意識している」に次ぐ第2位となっている。

Q34. 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。

下記の中から、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも) (MA)



※コメントで触れている箇所は



全体		(n=2000)	49.4	46.0	42.5	41.3	35.0	32.7	28.7	26.7	25.4	25.0
性別	男性	(n=1001)	42.8	39.1	37.8	35.7	35.8	27.6	22.8	22.4	19.4	15.2
	女性	(n=999)	56.0	52.9	47.2	46.9	34.1	37.7	34.5	30.9	31.3	34.8
年代	20代	(n=310)	41.0	32.3	30.0	31.3	32.9	24.2	19.4	19.7	17.7	14.8
	30代	(n=390)	44.4	41.5	39.2	37.4	33.3	27.7	21.3	18.7	22.3	19.5
	40代	(n=460)	48.3	40.2	37.6	35.2	30.2	26.7	25.2	29.3	23.0	24.8
	50代	(n=387)	48.3	46.0	40.1	38.8	35.4	32.6	29.5	27.6	24.3	22.7
	60代	(n=453)	61.4	64.9	60.9	59.8	42.2	48.8	44.2	34.7	36.4	38.9
性別年齢	男性20代	(n=158)	36.7	30.4	28.5	29.1	31.0	22.2	15.8	16.5	14.6	10.8
	男性30代	(n=197)	36.0	36.0	35.0	33.0	34.0	25.9	16.2	18.3	17.3	12.7
	男性40代	(n=232)	38.4	28.9	31.5	26.7	33.2	22.4	21.1	26.7	15.5	13.4
	男性50代	(n=193)	40.4	38.3	35.8	35.2	37.3	24.4	21.8	18.1	17.6	11.4
	男性60代	(n=221)	59.7	59.3	55.2	52.5	42.1	41.2	36.2	29.4	30.3	25.8
	女性20代	(n=152)	45.4	34.2	31.6	33.6	34.9	26.3	23.0	23.0	21.1	19.1
	女性30代	(n=193)	52.8	47.2	43.5	42.0	32.6	29.5	26.4	19.2	27.5	26.4
	女性40代	(n=228)	58.3	51.8	43.9	43.9	27.2	31.1	29.4	32.0	30.7	36.4
女性50代	(n=194)	56.2	53.6	44.3	42.3	33.5	40.7	37.1	37.1	30.9	34.0	
女性60代	(n=232)	62.9	70.3	66.4	66.8	42.2	56.0	51.7	39.7	42.2	51.3	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	56.6	42.0	42.0	39.8	45.6	36.3	37.2	31.9	27.0	31.9
	100g~200g未満	(n=788)	54.8	52.2	47.5	46.1	37.6	40.0	32.7	27.3	31.9	31.0
	100g未満	(n=681)	47.4	48.0	43.8	42.6	31.6	29.5	25.8	28.6	24.4	23.8
平成27年度全体		(n=1986)	52.4	43.4	38.1	36.7	34.8	31.8	27.5	28.8	24.4	22.6

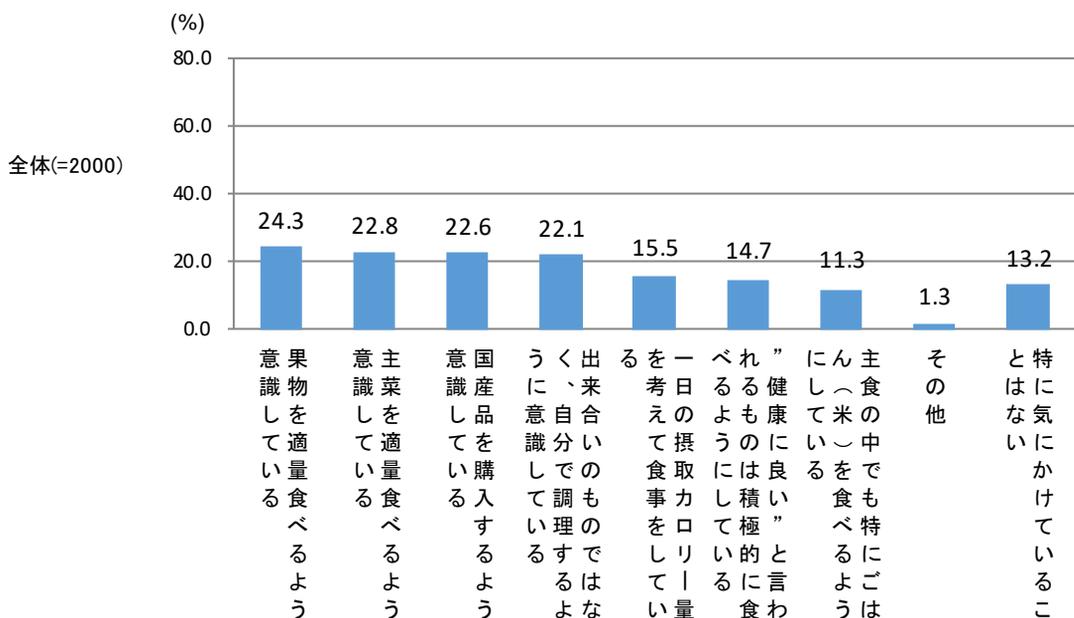
全体と比べて10ポイント以上高い。

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。

2. アンケート調査の分析結果 — (5) 現在の食生活・生活について



全体		(n=2000)	24.3	22.8	22.6	22.1	15.5	14.7	11.3	1.3	13.2
性別	男性	(n=1001)	19.2	19.8	14.9	12.0	14.6	10.7	10.2	1.1	18.3
	女性	(n=999)	29.4	25.8	30.2	32.1	16.3	18.7	12.4	1.5	8.1
年代	20代	(n=310)	18.4	21.6	14.2	19.4	12.9	13.2	14.2	1.0	17.7
	30代	(n=390)	22.8	18.7	17.7	19.2	14.6	14.9	12.8	1.8	16.2
	40代	(n=460)	17.6	19.1	20.2	21.5	16.5	10.7	11.7	0.9	12.6
	50代	(n=387)	21.4	20.7	22.7	18.3	16.5	14.2	9.3	2.1	14.0
	60代	(n=453)	38.9	32.7	34.7	30.0	15.9	20.1	9.3	0.9	7.5
性別年齢	男性20代	(n=158)	18.4	21.5	13.3	9.5	12.7	10.1	12.7	0.6	20.3
	男性30代	(n=197)	14.2	15.7	9.6	12.2	13.7	12.2	10.2	1.5	23.4
	男性40代	(n=232)	14.7	15.1	9.1	11.6	17.2	7.8	11.6	0.4	17.7
	男性50代	(n=193)	16.1	16.6	15.5	9.3	14.5	8.3	7.8	2.6	19.7
	男性60代	(n=221)	31.7	29.9	26.2	16.3	14.0	14.9	9.0	0.5	11.8
	女性20代	(n=152)	18.4	21.7	15.1	29.6	13.2	16.4	15.8	1.3	15.1
	女性30代	(n=193)	31.6	21.8	25.9	26.4	15.5	17.6	15.5	2.1	8.8
	女性40代	(n=228)	20.6	23.2	31.6	31.6	15.8	13.6	11.8	1.3	7.5
女性50代	(n=194)	26.8	24.7	29.9	27.3	18.6	20.1	10.8	1.5	8.2	
女性60代	(n=232)	45.7	35.3	42.7	43.1	17.7	25.0	9.5	1.3	3.4	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	40.7	31.0	26.5	24.3	21.2	21.7	16.4	0.9	6.6
	100g~200g未満	(n=788)	33.2	26.4	25.4	25.9	17.6	17.0	10.4	1.1	7.7
	100g未満	(n=681)	18.8	20.1	22.6	21.4	12.9	14.1	11.0	1.8	14.1
平成27年度全体		(n=1986)	25.5	22.3	22.5	20.4	14.5	13.7	11.2	1.2	13.3

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

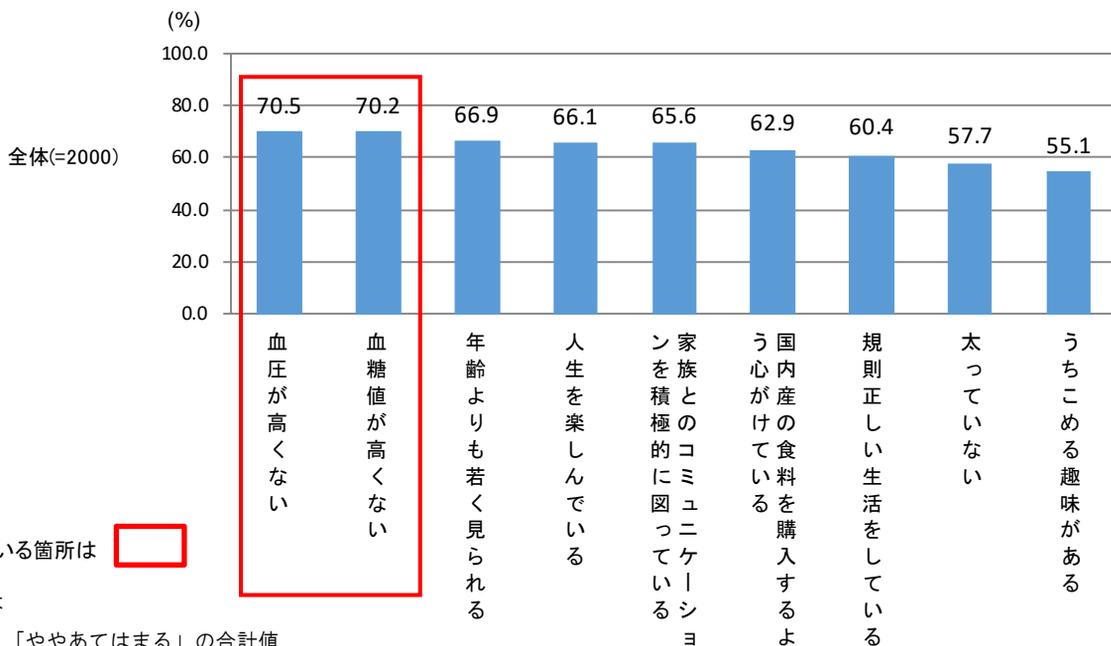
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ⑥自身の健康・生活への充足感についての印象

- 全体では、「血圧が高くない」「血糖値が高くない」がいずれも約7割で最も高く、以下、「年齢よりも若く見られる」「人生を楽しんでいる」などが上位となっている。
- 各分析軸別でみると、『女性』や果物摂取量が多い層ほど、多くの項目でスコアが高くなっており、自身の健康・生活への充足感が高い傾向にあることがうかがえる。

Q35. 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)	70.5	70.2	66.9	66.1	65.6	62.9	60.4	57.7	55.1
性別	男性	(n=1001)	61.9	63.1	61.2	63.4	59.1	55.9	55.9	55.7	59.2
	女性	(n=999)	79.0	77.2	72.5	68.8	72.0	69.9	64.9	59.7	51.0
年代	20代	(n=310)	75.2	71.9	57.4	65.8	58.4	54.8	46.5	61.3	57.4
	30代	(n=390)	78.2	75.1	64.1	62.1	60.8	55.1	51.8	60.3	47.9
	40代	(n=460)	70.2	70.0	67.4	62.0	68.5	60.0	58.3	53.3	52.2
	50代	(n=387)	64.3	67.7	71.8	63.6	65.9	64.1	63.0	51.4	50.1
	60代	(n=453)	66.0	66.9	70.9	76.2	71.3	77.0	77.3	62.9	66.9
性別年齢	男性20代	(n=158)	70.3	69.6	50.0	63.3	53.2	51.9	50.0	67.1	60.8
	男性30代	(n=197)	68.5	68.5	55.8	58.4	49.2	49.2	44.7	60.9	54.8
	男性40代	(n=232)	64.7	64.2	65.1	59.1	61.2	50.9	51.3	50.9	57.3
	男性50代	(n=193)	52.8	59.6	68.9	63.2	62.2	58.0	59.6	47.7	56.0
	男性60代	(n=221)	55.2	55.7	63.3	72.9	67.4	68.3	71.9	55.2	67.0
	女性20代	(n=152)	80.3	74.3	65.1	68.4	63.8	57.9	42.8	55.3	53.9
	女性30代	(n=193)	88.1	81.9	72.5	65.8	72.5	61.1	59.1	59.6	40.9
	女性40代	(n=228)	75.9	75.9	69.7	64.9	75.9	69.3	65.4	55.7	46.9
	女性50代	(n=194)	75.8	75.8	74.7	63.9	69.6	70.1	66.5	55.2	44.3
女性60代	(n=232)	76.3	77.6	78.0	79.3	75.0	85.3	82.3	70.3	66.8	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	71.7	73.9	74.8	79.6	68.1	74.8	69.0	66.8	68.1
	100g~200g未満	(n=788)	73.0	71.6	70.6	72.5	73.0	69.8	65.4	58.1	59.3
	100g未満	(n=681)	72.2	72.1	66.1	63.0	64.9	61.4	58.7	58.7	49.8
平成27年度全体		(n=1986)	69.1	71.5	66.5	67.0	62.9	60.7	56.9	56.5	54.7

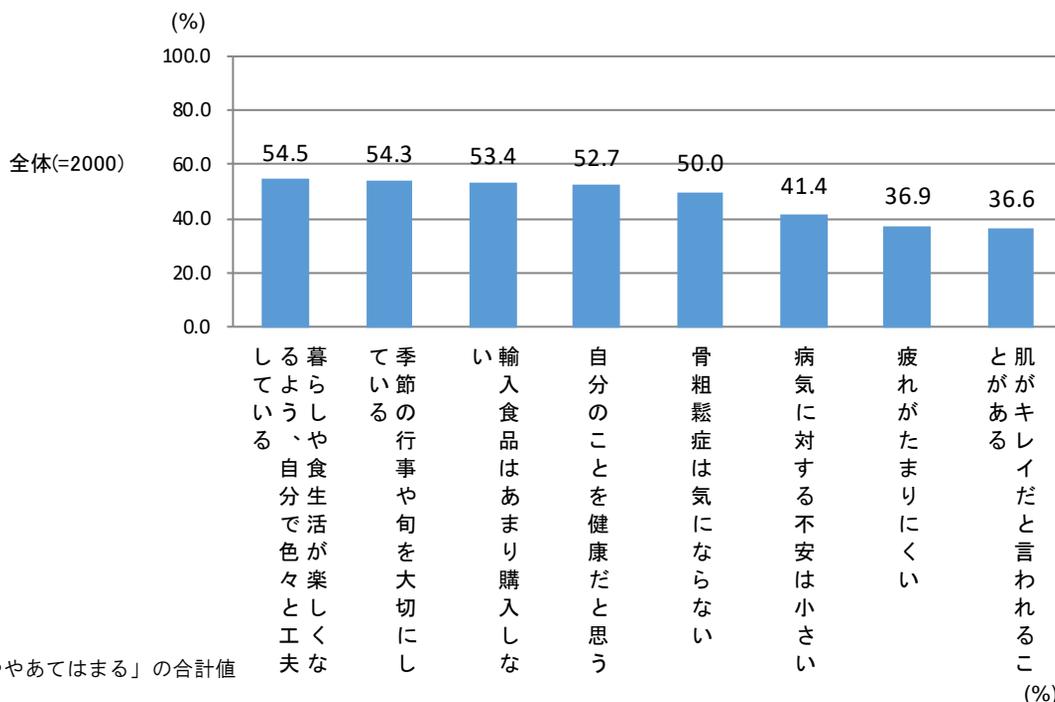
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (5) 現在の食生活・生活について



		全体	(n=2000)	54.5	54.3	53.4	52.7	50.0	41.4	36.9	36.6
性別	男性	(n=1001)	49.6	47.1	47.9	47.4	62.8	41.0	37.4	28.0	
	女性	(n=999)	59.5	61.6	59.0	58.0	37.1	41.8	36.3	45.1	
年代	20代	(n=310)	53.2	48.7	47.1	47.4	51.0	44.5	32.3	43.2	
	30代	(n=390)	53.8	57.2	47.9	50.5	49.0	41.0	33.3	36.9	
	40代	(n=460)	51.5	53.5	49.1	51.5	48.7	37.2	31.7	31.7	
	50代	(n=387)	50.6	48.6	55.3	50.1	48.3	37.5	39.5	35.1	
	60代	(n=453)	62.3	61.4	65.1	61.4	53.0	47.2	45.9	37.7	
性別年齢	男性20代	(n=158)	50.6	41.8	46.8	45.6	61.4	45.6	34.2	36.1	
	男性30代	(n=197)	44.2	45.2	44.2	44.2	55.8	43.1	35.5	26.9	
	男性40代	(n=232)	47.0	45.3	40.9	48.3	63.8	38.8	37.1	27.6	
	男性50代	(n=193)	49.7	44.6	52.3	43.5	62.2	35.8	38.3	29.0	
	男性60代	(n=221)	56.1	56.6	55.2	53.8	69.7	42.5	40.7	22.6	
	女性20代	(n=152)	55.9	55.9	47.4	49.3	40.1	43.4	30.3	50.7	
	女性30代	(n=193)	63.7	69.4	51.8	57.0	42.0	38.9	31.1	47.2	
	女性40代	(n=228)	56.1	61.8	57.5	54.8	33.3	35.5	26.3	36.0	
女性50代	(n=194)	51.5	52.6	58.2	56.7	34.5	39.2	40.7	41.2		
女性60代	(n=232)	68.1	65.9	74.6	68.5	37.1	51.7	50.9	52.2		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	69.5	65.9	62.4	68.6	59.7	56.2	50.4	52.7	
	100g~200g未満	(n=788)	62.2	60.9	55.6	55.8	54.4	42.8	39.0	39.5	
	100g未満	(n=681)	51.4	54.5	54.0	49.9	42.9	37.9	32.9	33.0	
平成27年度全体		(n=1986)	50.7	50.1	52.8	48.0			33.4	36.0	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

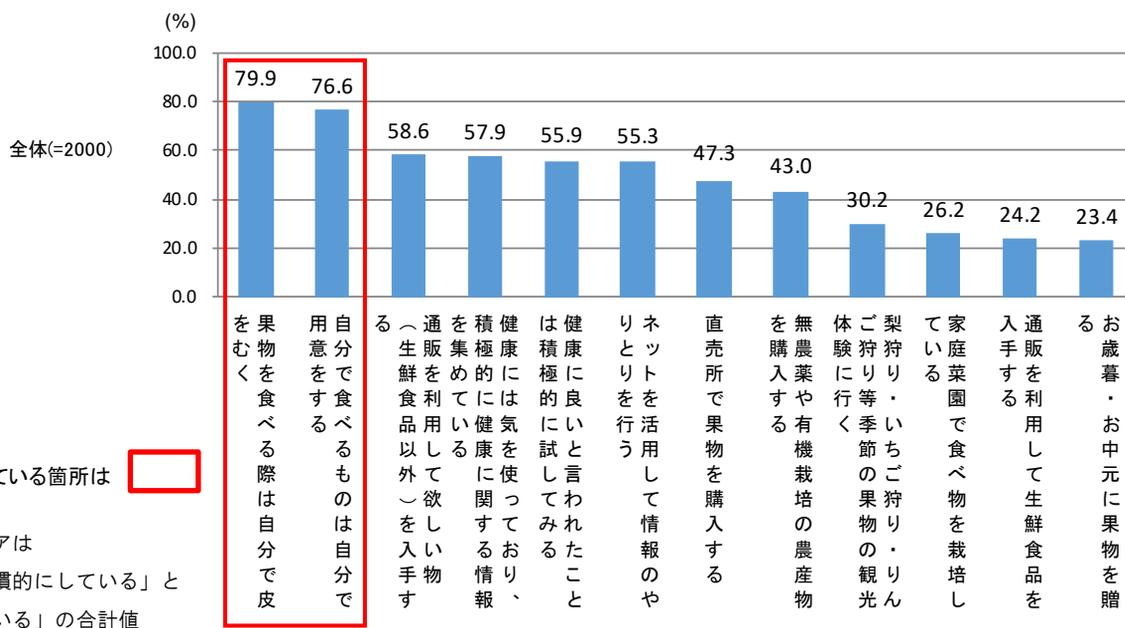
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ⑦生活の中における経験値

- 全体では、「果物を食べる際は自分で皮をむく」が最も高く、次いで「自分で食べるものは自分で用意をする」が高い。以下、「通販を利用して欲しいもの（生鮮食品以外）を入手する」「健康には気を使っており、積極的に健康に関する情報を集めている」「健康には積極的に試してみたい」と続く。
- 上記結果は、平成27年度調査と同様の傾向となっている。
- 性別年齢で見ると、全体的に『女性』の方が男性よりもスコアが高いが、「ネットを活用して情報のやりとりを行う」は『男性30代』が最も高くなっている。

Q36. 下記の行動について、あなたに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

「日常的・習慣的にしている」と「たまにしている」の合計値

全体		(n=2000)	79.9	76.6	58.6	57.9	55.9	55.3	47.3	43.0	30.2	26.2	24.2	23.4
性別	男性	(n=1001)	69.3	65.0	54.8	48.8	46.5	55.8	41.9	35.8	26.3	24.7	21.3	22.8
	女性	(n=999)	90.4	88.2	62.3	67.0	65.3	54.8	52.8	50.3	34.1	27.6	27.1	24.0
年代	20代	(n=310)	71.9	73.2	54.2	48.1	48.1	59.7	28.7	34.5	30.6	21.9	22.3	16.5
	30代	(n=390)	79.0	75.4	63.8	57.2	54.1	67.7	43.8	40.8	30.8	23.1	25.6	19.2
	40代	(n=460)	79.6	75.4	59.3	59.3	54.6	59.1	49.8	42.0	31.7	25.7	23.9	21.1
	50代	(n=387)	82.7	78.6	58.1	56.1	54.3	54.5	46.8	42.9	25.8	21.2	22.0	20.9
	60代	(n=453)	83.9	79.5	56.5	65.1	65.3	38.4	60.9	51.9	31.6	36.4	26.5	36.2
性別年齢	男性20代	(n=158)	66.5	68.4	49.4	40.5	41.8	55.1	26.6	31.0	28.5	22.2	24.7	20.3
	男性30代	(n=197)	69.0	65.5	60.9	49.7	45.7	70.6	36.0	36.0	23.4	21.8	21.8	19.3
	男性40代	(n=232)	66.8	62.5	55.2	50.4	45.7	59.9	41.8	34.1	26.7	23.3	20.7	22.8
	男性50代	(n=193)	73.1	66.3	53.4	42.0	40.9	54.9	40.9	36.8	25.4	20.7	20.2	19.7
	男性60代	(n=221)	71.0	63.8	54.3	57.9	56.1	39.8	58.8	39.8	27.6	33.9	19.9	30.3
	女性20代	(n=152)	77.6	78.3	59.2	55.9	54.6	64.5	30.9	38.2	32.9	21.7	19.7	12.5
	女性30代	(n=193)	89.1	85.5	66.8	64.8	62.7	64.8	51.8	45.6	38.3	24.4	29.5	19.2
	女性40代	(n=228)	92.5	88.6	63.6	68.4	63.6	58.3	57.9	50.0	36.8	28.1	27.2	19.3
	女性50代	(n=194)	92.3	90.7	62.9	70.1	67.5	54.1	52.6	49.0	26.3	21.6	23.7	22.2
女性60代	(n=232)	96.1	94.4	58.6	72.0	74.1	37.1	62.9	63.4	35.3	38.8	32.8	41.8	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	83.6	79.6	62.4	68.6	65.5	55.3	59.7	54.0	42.0	35.0	33.6	35.8
	100g~200g未満	(n=788)	85.2	79.4	61.0	64.6	62.4	56.3	55.5	49.6	35.2	30.7	29.6	29.8
	100g未満	(n=681)	81.5	78.1	60.1	58.3	56.5	57.0	47.3	41.9	29.8	24.8	21.4	18.6
平成27年度全体		(n=1986)	77.2	74.0	56.3	55.8	53.7	53.4	44.7	41.3	29.5	26.5	22.6	22.7

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。

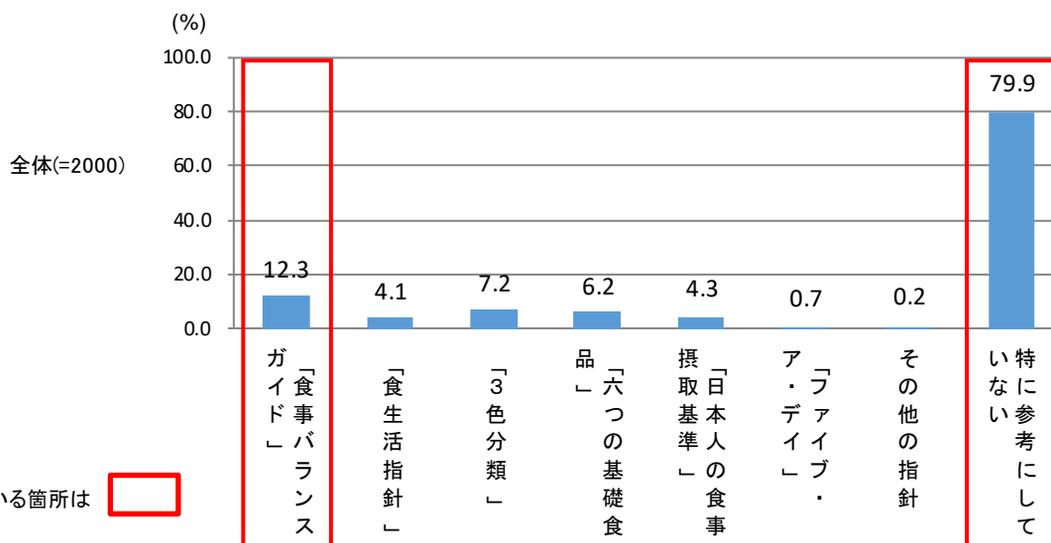
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ⑧健康な食生活を実践するために参考にしている指針等

- 全体では、「特に参考にしていない」が79.9%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」が最も高く、唯一1割を超えている。
- 年代別で見ると、『20代』は全体的に他の層よりもスコアが高い。
- 果物摂取量が多い層ほど、「食事バランスガイド」をはじめとした各指針を参考にしている割合が高い傾向がみられる。

Q37. 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)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2000)	12.3	4.1	7.2	6.2	4.3	0.7	0.2	79.9
性別	男性	(n=1001)	9.9	4.9	6.0	4.9	5.1	0.6	0.1		83.1
	女性	(n=999)	14.7	3.2	8.3	7.4	3.5	0.7	0.3		76.6
年代	20代	(n=310)	21.3	7.1	12.6	7.7	8.1	1.9	0.0		68.1
	30代	(n=390)	13.1	5.6	6.2	6.4	6.7	0.3	0.5		77.7
	40代	(n=460)	10.9	2.6	6.5	4.8	2.8	0.9	0.0		82.8
	50代	(n=387)	7.8	2.6	3.6	3.6	2.6	0.3	0.3		87.6
	60代	(n=453)	10.8	3.3	7.9	8.4	2.6	0.2	0.2		80.1
性別年齢	男性20代	(n=158)	19.0	8.9	16.5	8.9	9.5	2.5	0.0		67.1
	男性30代	(n=197)	9.6	7.1	5.1	6.1	7.1	0.5	0.0		81.7
	男性40代	(n=232)	7.8	3.4	5.6	4.7	3.0	0.4	0.0		86.6
	男性50代	(n=193)	7.8	2.1	1.6	2.6	3.6	0.0	0.5		89.1
	男性60代	(n=221)	7.7	4.1	3.6	3.2	3.6	0.0	0.0		86.9
	女性20代	(n=152)	23.7	5.3	8.6	6.6	6.6	1.3	0.0		69.1
	女性30代	(n=193)	16.6	4.1	7.3	6.7	6.2	0.0	1.0		73.6
	女性40代	(n=228)	14.0	1.8	7.5	4.8	2.6	1.3	0.0		78.9
	女性50代	(n=194)	7.7	3.1	5.7	4.6	1.5	0.5	0.0		86.1
	女性60代	(n=232)	13.8	2.6	12.1	13.4	1.7	0.4	0.4		73.7
果物摂取量	200g以上	(n=226)	20.4	8.8	11.5	10.2	8.0	2.2	0.0		68.1
	100g~200g未満	(n=788)	15.2	4.7	7.7	7.4	5.1	0.8	0.4		75.0
	100g未満	(n=681)	10.0	2.8	7.0	5.6	3.4	0.3	0.1		83.1
平成26年度全体		(n=2000)	12.7	4.9	6.5	6.7	4.9		0.8		79.0

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

## (5) 現在の食生活・生活について まとめ

- 一日3回食事をする人の割合は3割台半ば。朝食を抜く人が最も多い。
- 約7割の人が食生活の改善意向を持っているが、実際に改善できた人は2割程度にとどまる。特に女性は意識はしながらも改善できていないケースが多い。
- 改善意向が芽生える主なきっかけは、体重増加と体型の変化。
- 日頃の食生活で意識しているポイントは「副菜(野菜)を適量食べる」ことで、半数程度の人が意識している。また、「果物を適量食べる」は2割台半ばにとどまる。  
→果物の摂取が、野菜の摂取と同様に食生活改善に寄与することが訴求できれば、摂取量拡大につながる可能性がある。

- 食事を、平日、毎日欠かさず食べる割合は、朝食が54.6%、昼食が58.8%、夕食が65.1%。(p70)
- 食事を、休日、毎日欠かさず食べる割合は、朝食が49.0%、昼食が56.4%、夕食が64.6%。(p72)
- 間食については、平日、休日ともに、時間帯にかかわらず「食べないことの方が多い」か「ほとんど食べない」が大半を占めるが、食べている割合が高い時間帯としては、昼食～夕食間の間食、夕食後の夜食、朝食～昼食間の間食の順となっている。(p71,73)
- 食事回数は、平日、休日のいずれについても、「3回」の割合が3割台半ばで最も高く、平均回数は2.9回。(p74,75)
- 女性は、男性よりも「4回」以上の割合が高い。(p74,75)
- 約半数(49.6%)の人が食生活について「改善しようと思っているが、改善できていない」と回答。また、「改善しようと思ひ、実際に改善した」が20.3%。合わせて約7割が改善意向を持っている。(p76)
- 「改善しようと思ひ、実際に改善した」は男女同程度で、「改善しようと思っているが、改善できていない」は女性の方が高い。(p76)
- 食生活を改善しようとしたきっかけは、「体重が増えた」「体型の変化を感じた」がほぼ同率でトップ。以下に、「健康を意識するようになった」「野菜不足だと感じた」などが続いている。(p77)
- 食生活・食品の購買行動における留意点では、「副菜(野菜)を適量食べるよう意識している」が49.4%で最も高い。以下、「朝食は必ず食べるようにしている」「夕食は必ず食べるようにしている」「昼食は必ず食べるようにしている」がそれぞれ4割台で続いている。(p79)
- 「果物を適量食べるよう意識している」は24.3%にとどまる。(p80)
- 自身の健康・生活への充足感についての印象では、「血圧が高くない」「血糖値が高くない」「年齢よりも若く見られる」「人生を楽しんでいる」などが上位。(p81)
- 女性や、果物摂取量が多い層は全体的にスコアが高めで、より自身の健康・生活にポジティブな印象を持っている傾向がうかがえる。(p81)
- 「果物を食べる際は自分で皮をむく」人は約8割、「自分で食べるものは自分で用意をする」は8割弱。(p83)
- 健康な食生活を実践するために参考になっている指針等は、「特に参考にしていない」が約8割を占める。また、参考になっている指針としては「食事バランスガイド」が、唯一1割を超えている。(p84)

(6) 「毎日くだもの200グラム運動」について」

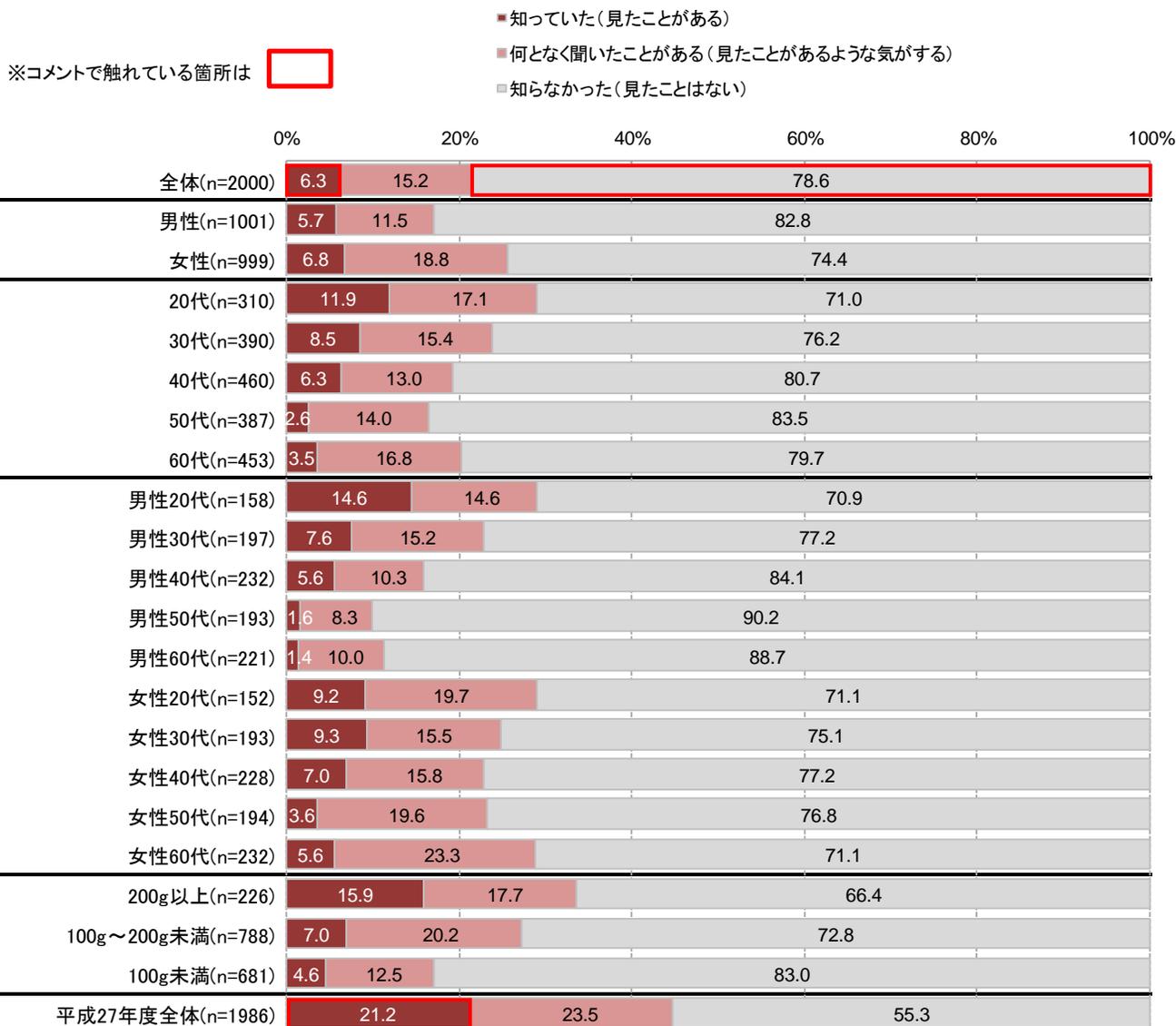
### ①果物を毎日200g摂取することと健康との関係の認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が78.6%と大半を占めている。また、「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）」は15.2%、「知っていた（見たことがある）」は6.3%となっている。
- 平成27年度調査と比較すると、「知っていた（見たことがある）」は21.2%から6.3%と大きく低下した。
- 各分析軸別でみると、若年層、果物摂取量が多い層ほど、認知率が高い傾向がみられる。

Q38. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。

当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。

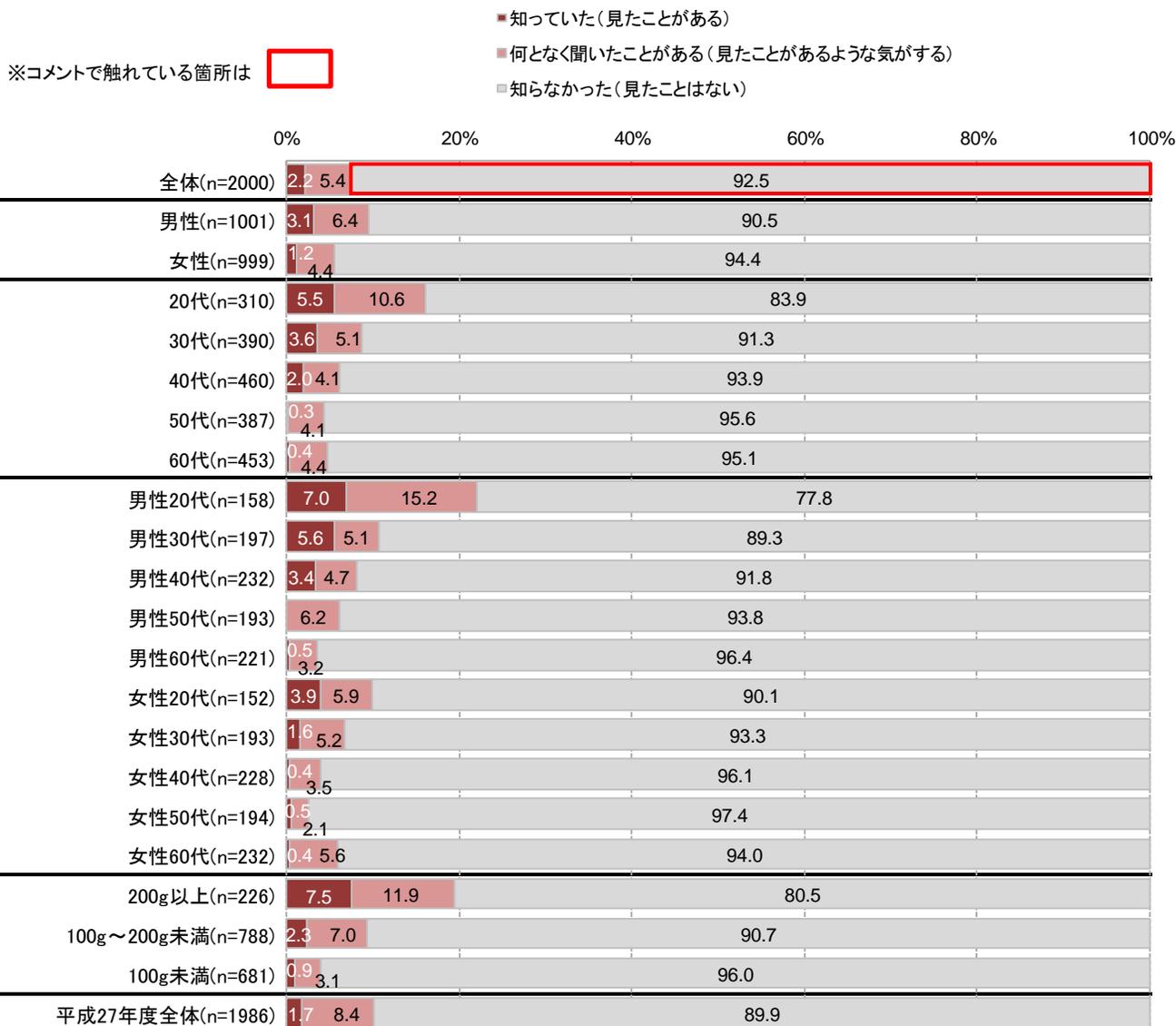
【国は「食事バランスガイド」で、健康増進のために果物を毎日200g（例えば、みかんであれば2個、りんごであれば1個程度）食べることを勧めている】（SA）



## ② 「デスクdeみかん」の認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が92.5%を占めている。また、「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）」は5.4%、「知っていた（見たことがある）」は2.2%であった。
- 上記結果は、平成27年度調査とほぼ同様の傾向となっている。
- 各分析軸別でみると、男性、若年層、果物摂取量が多い層ほど、認知率が高めではあるが、いずれの層でも「知らなかった（見たことはない）」が大半を占めており認知度は低い。

Q38. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。  
 当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。  
 【「デスクdeみかん」という取り組み】（SA）



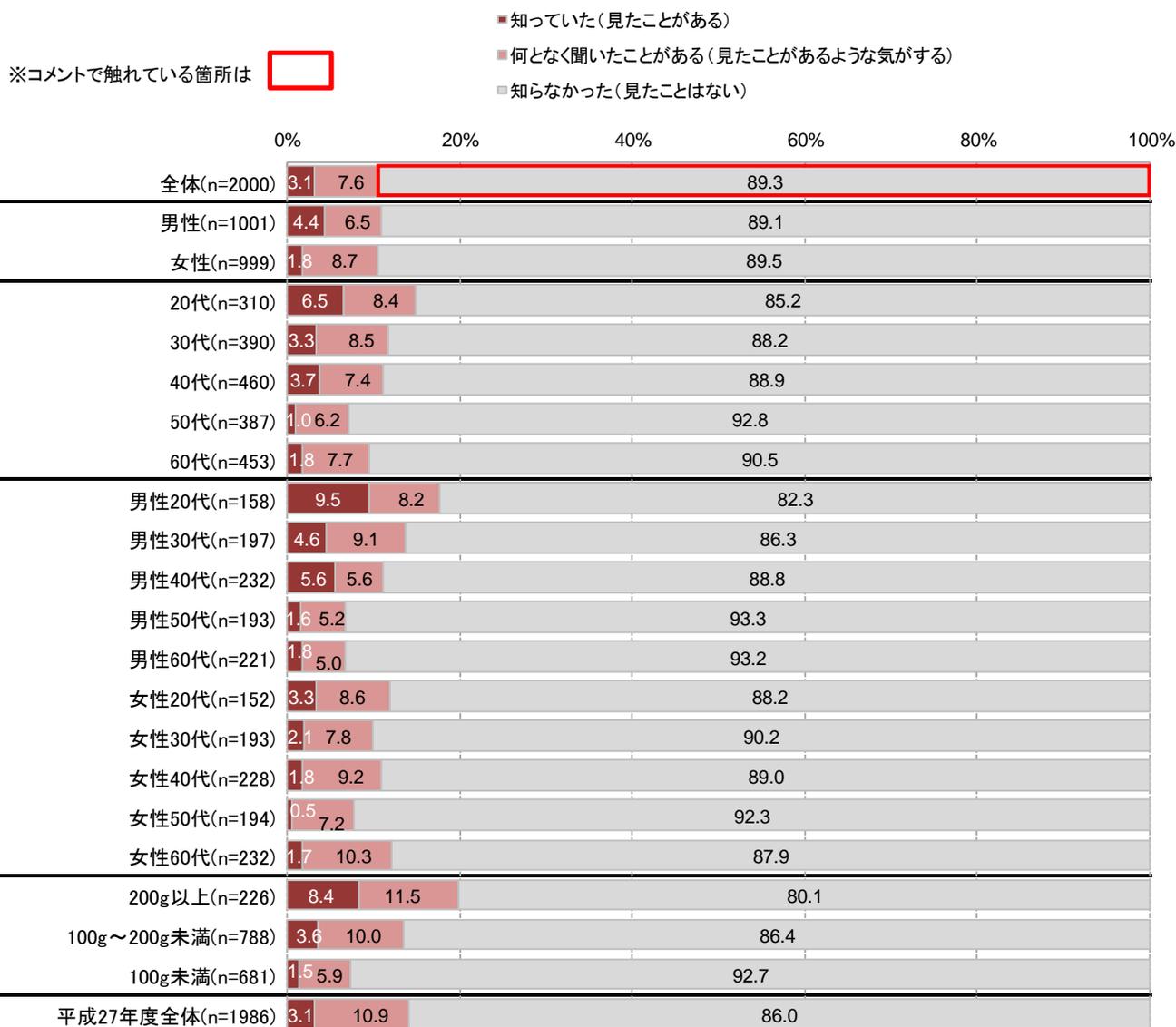
### ③ 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が89.3%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3.1%。
- 上記結果は、平成27年度調査とほぼ同様の傾向となっている。
- 各分析軸別でみると、男性、若年層、果物摂取量が多い層ほど、認知率が高めではあるが、いずれの層でも「知らなかった（見たことはない）」が大半を占めており認知度は低い。

Q38. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。

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）



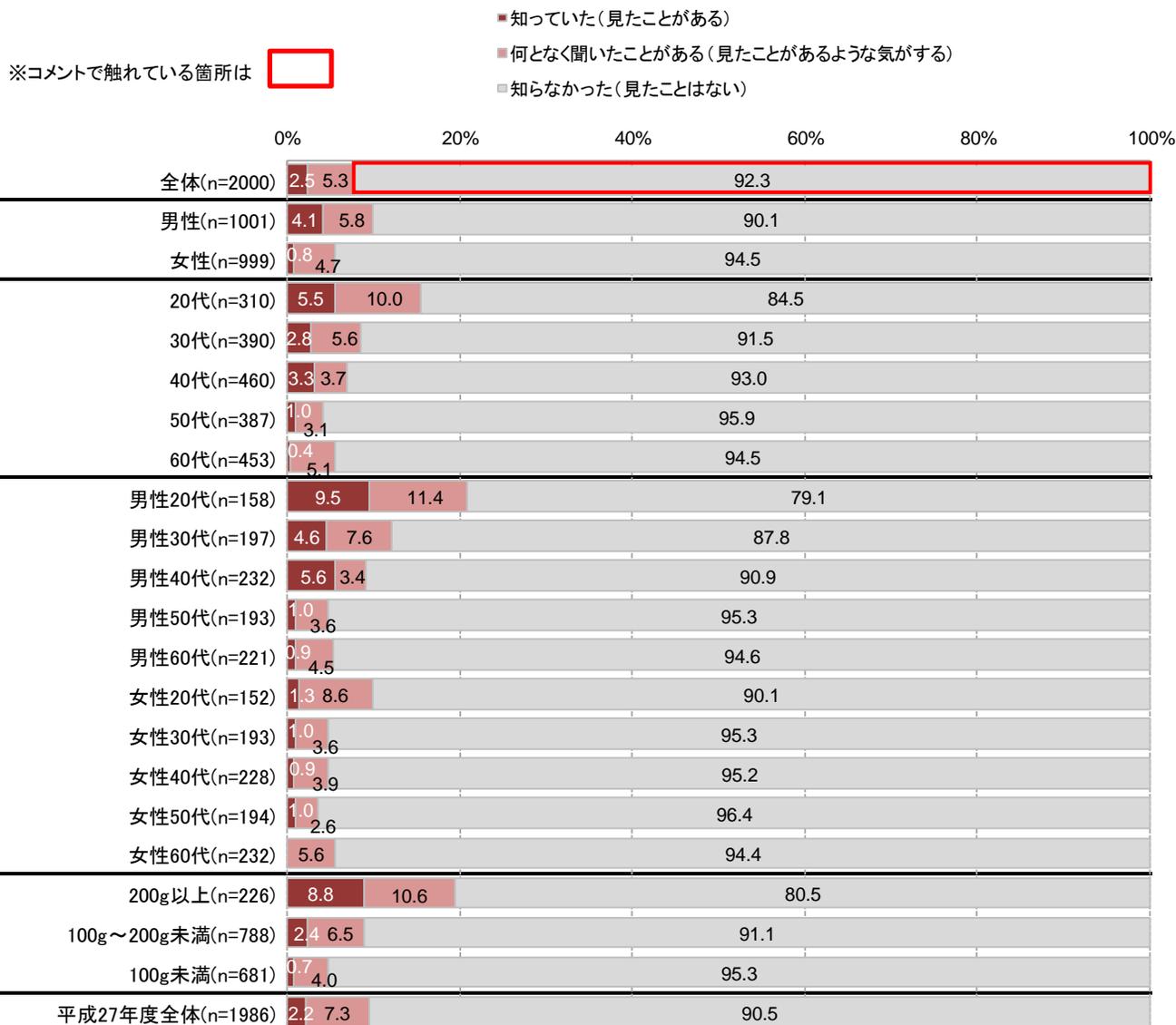
### ④ ロゴマークの認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が92.3%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2.5%。
- 上記結果は、平成27年度調査とほぼ同様の傾向となっている。
- 各分析軸別でみると、男性、若年層、果物摂取量が多い層ほど、認知率が高めではあるが、いずれの層でも「知らなかった（見たことはない）」が大半を占めており認知度は低い。

Q38. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。

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グラム運動」のロゴマーク】（SA）



### ⑤みかん機能性表示の認知

- 全体では、「知らなかった（見たことはない）」が91.2%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2.6%。
- 各分析軸別でみると、男性、若年層、果物摂取量が多い層ほど、認知率が高めではあるが、いずれの層でも「知らなかった（見たことはない）」が大半を占めており認知度は低い。

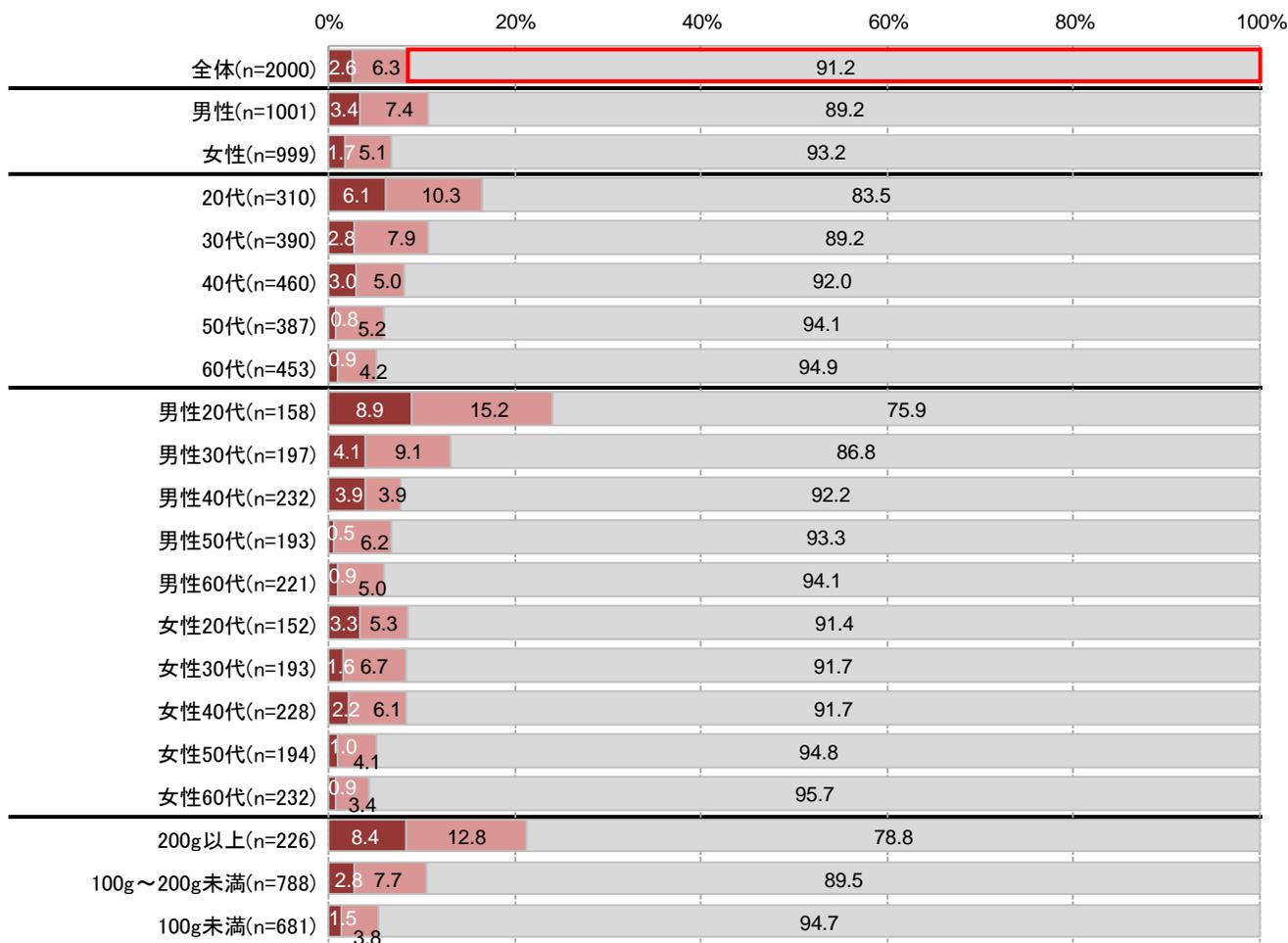
Q38. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。

当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。

【 みかんで機能性表示(β-クリプトキサンチン)をしているものがある 】 (SA)

※コメントで触れている箇所は   

- 知っていた(見たことがある)
- 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)
- 知らなかった(見たことはない)



## (6) 「毎日くだもの200グラム運動」について まとめ

- 毎日200g以上の摂取が推奨されていることについて、認知率は2割強で、浸透が進んでいるとは言い難い状況。
  - 『デスクdeみかん』、『毎日くだもの200グラム!』の標語・ロゴマーク、みかんの機能性表示の認知率はいずれも1割前後の低水準で、普及・浸透の余地は大きい。また、これらの認知率は、若干ではあるが、男性、若年層、果物摂取量が多い層で高めとなっている。
- 
- ・ 「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200g食べることを勧めている」ことの認知率は21.5%。うち、明確な認知である「知っていた(見たことがある)」は6.3%にとどまる。(p87)
  - ・ 平成27年度調査と比較して認知率は低下しており、特に「知っていた(見たことがある)」は平成27年度調査の21.2%から6.3%に大きく低下した。(p87)
  - ・ 果物摂取量が多い層ほど、認知率が高くなっている。(p87)
  - ・ 「『デスクdeみかん』という取り組み」の認知率は7.6%。うち、明確な認知である「知っていた(見たことがある)」は2.2%にとどまる。(p88)
  - ・ 20代や、果物摂取量の多い層では、他の層と比べて認知率が高い。(p88)
  - ・ 「『毎日くだもの200グラム!』という標語」の認知率は10.7%。うち、明確な認知である「知っていた(見たことがある)」は3.1%にとどまる。(p89)
  - ・ 男性、若年層、果物摂取量が多い層では、他の層と比べて認知率が高めの傾向が見られる。(p89)
  - ・ 「『毎日くだもの200グラム運動』のロゴマーク」の認知率は7.8%。うち、明確な認知である「知っていた(見たことがある)」は2.5%にとどまる。(p90)
  - ・ 男性、若年層、果物摂取量が多い層では、他の層と比べて認知率が高めの傾向が見られる。(p90)
  - ・ 「みかんで機能性表示( $\beta$ -クリプトキサンチン)をしているものがある」の認知率は8.9%。うち、明確な認知である「知っていた(見たことがある)」は2.6%にとどまる。(p91)
  - ・ 男性、若年層、果物摂取量が多い層では、他の層と比べて認知率が高めの傾向が見られる。(p91)

## (7) その他

① 「旬」 時期の果物喫食量

- 全体では、「温州みかん」が3.7個で最多。また、「温州みかん」「その他の果物」を除いてはいずれも1～2個程度となっている。
- 各分析軸別で見ると、『女性』『60代』は、それぞれ他の層と比べて平均摂取量が多い。

Q39. あなたは、以下のそれぞれを、旬の時期には1週間に平均してどのくらい食べていますか。(FA)

※コメントで触れている箇所は

		温州みかん	その他かんきつ類	りんご	梨(なし)	柿(かき)	ぶどう	桃(もも)	キウイフルーツ	その他の果物	果物加工品
		(個)	(個)	(個)	(個)	(個)	(房)	(個)	(個)	(個)	(グラム)
全体		(n=2000) 3.7	1.7	1.8	1.6	1.5	1.3	1.3	1.4	3.3	123.7
性別	男性	(n=1001) 3.3	1.5	1.6	1.6	1.3	1.2	1.2	1.2	2.8	132.3
	女性	(n=999) 4.2	1.9	1.9	1.7	1.7	1.4	1.3	1.6	3.7	115.2
年代	20代	(n=310) 2.2	1.3	1.7	1.5	1.0	1.1	1.2	1.7	1.9	117.1
	30代	(n=390) 2.7	1.4	1.5	1.5	1.2	1.1	1.1	1.3	3.9	134.4
	40代	(n=460) 3.0	1.4	1.5	1.6	1.2	1.1	1.2	1.3	2.8	136.3
	50代	(n=387) 4.0	1.5	1.7	1.5	1.5	1.4	1.1	1.3	3.0	107.2
	60代	(n=453) 6.2	2.7	2.4	2.1	2.4	1.8	1.6	1.5	4.4	120.3
性別年齢	男性20代	(n=158) 2.2	1.5	1.6	1.6	1.1	1.4	1.3	1.8	2.1	136.8
	男性30代	(n=197) 2.1	1.3	1.5	1.4	1.1	1.0	1.1	1.2	3.1	134.4
	男性40代	(n=232) 2.5	1.3	1.3	1.6	1.1	1.0	1.2	1.0	2.3	159.5
	男性50代	(n=193) 3.5	1.1	1.4	1.2	1.1	1.0	0.9	1.0	2.8	111.5
	男性60代	(n=221) 5.9	2.3	2.1	2.0	1.8	1.7	1.6	1.2	3.7	116.6
	女性20代	(n=152) 2.2	1.1	1.7	1.3	1.0	0.8	1.1	1.5	1.7	96.6
	女性30代	(n=193) 3.3	1.5	1.5	1.5	1.3	1.1	1.1	1.4	4.7	134.4
	女性40代	(n=228) 3.5	1.5	1.7	1.6	1.3	1.2	1.2	1.7	3.3	112.8
	女性50代	(n=194) 4.6	2.0	2.0	1.8	1.9	1.7	1.2	1.6	3.1	103.0
	女性60代	(n=232) 6.5	3.0	2.6	2.1	2.9	1.9	1.7	1.8	5.1	123.9
果物摂取量	200g以上	(n=226) 6.1	3.2	2.9	2.7	2.6	2.4	2.5	2.7	4.1	217.1
	100g～200g未満	(n=788) 4.4	2.0	2.2	1.9	1.9	1.6	1.4	1.7	4.3	141.9
	100g未満	(n=681) 3.4	1.4	1.5	1.5	1.2	1.1	1.1	1.2	2.8	114.9

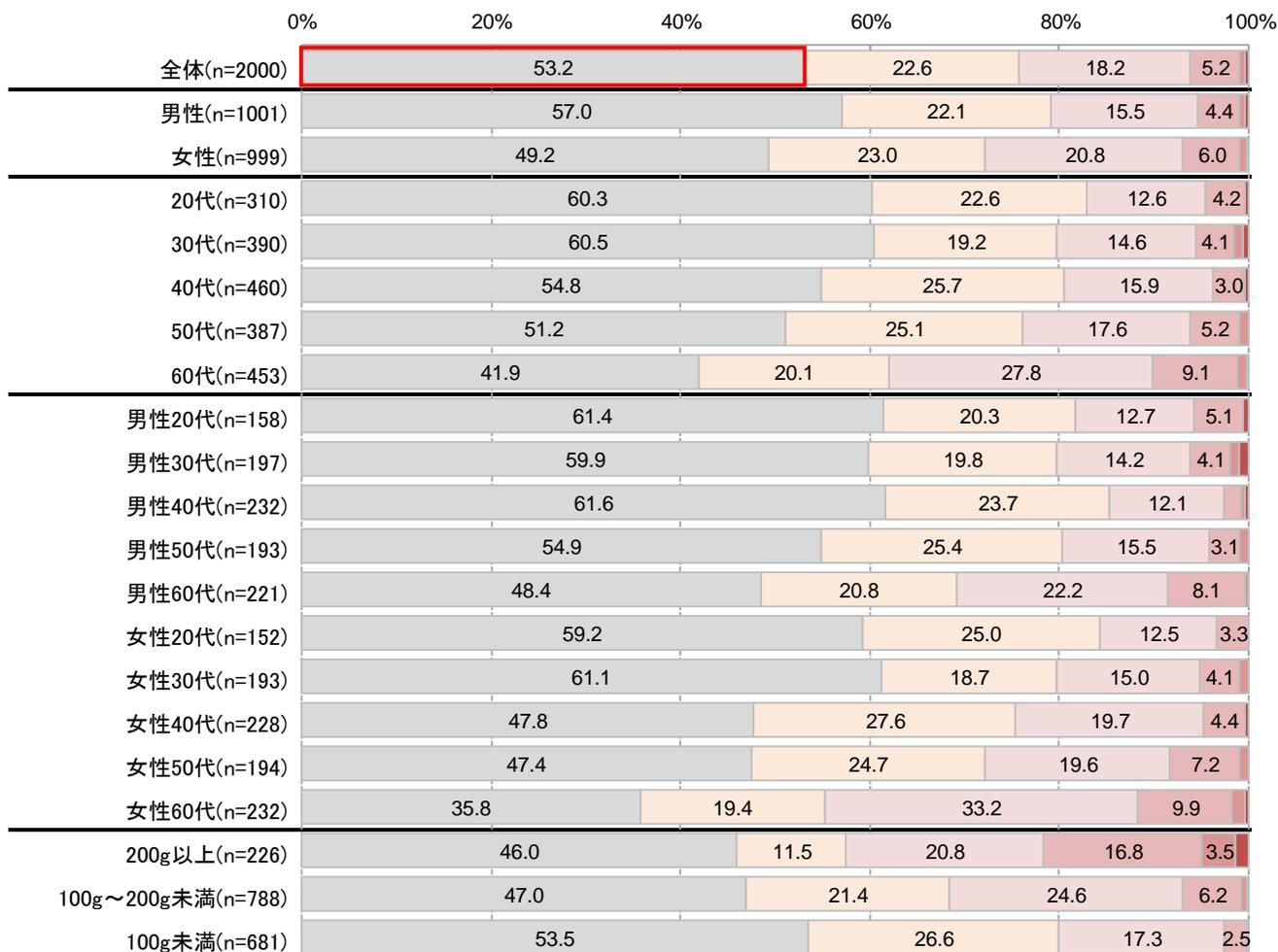
## ②一日の果物喫食回数

- 全体では、「ばらばらで、回数は決まっていない」が過半数で、以下、「1日1回未満」「1日1回」の順となっており、ここまですでに9割以上を占めている。
- 各分析軸別でみると、『女性』『60代』では、それぞれ他の層と比べて摂取回数が多い傾向となっている。

Q40. あなたはふだん、1日に何回くらい、果物を食べますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■ばらばらで、回数は決まっていない ■1日1回未満 ■1日1回 ■1日2回 ■1日3回 ■1日4回以上



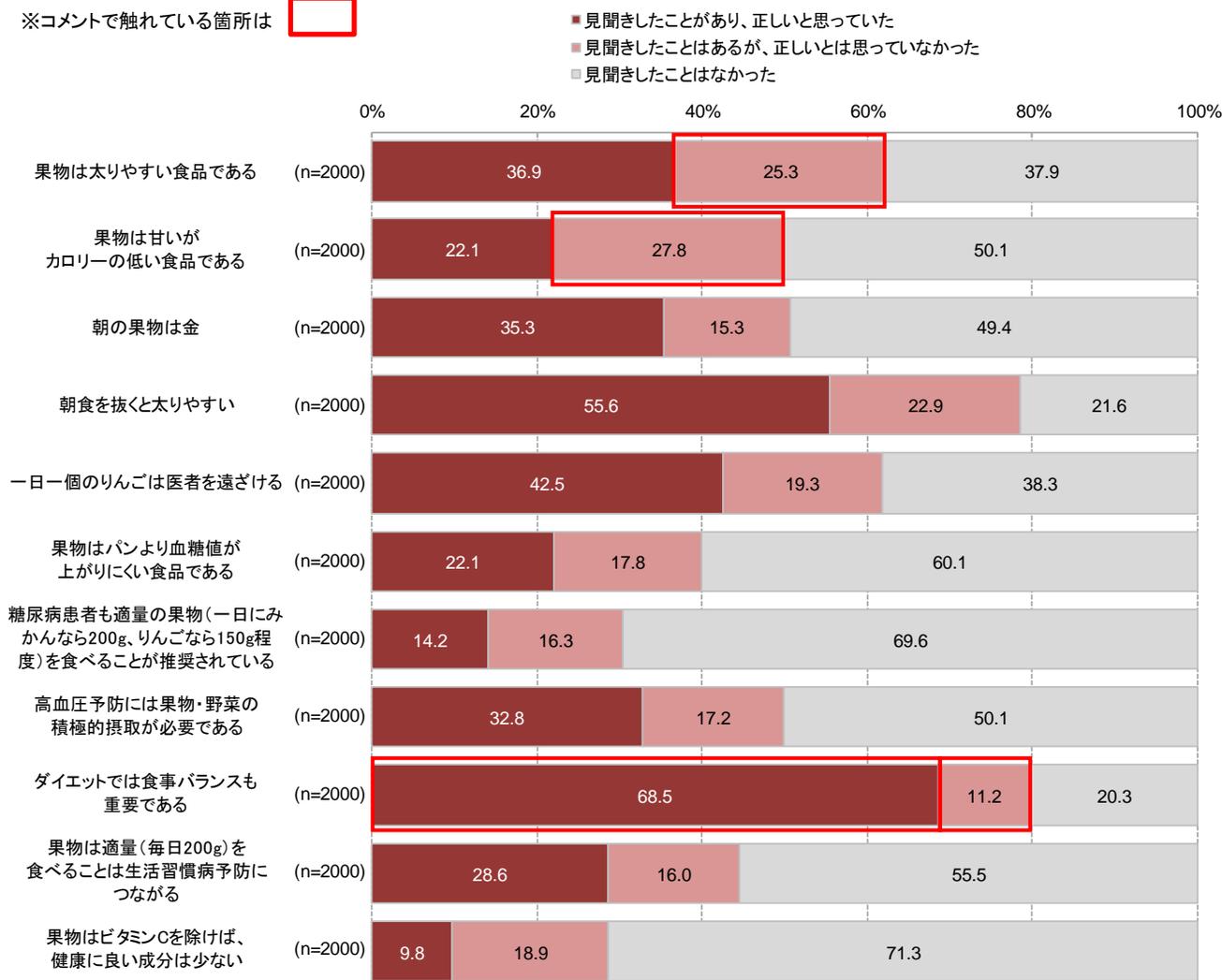
※2.0%未満はスコア非表示

### ③-1 果物に関する情報の認知

- 「見聞きしたことがあり、正しいと思っていた」は、『ダイエットでは食事バランスも重要である』が最も高く、以下、『朝食を抜くと太りやすい』『一日一個のりんごは医者を遠ざける』『果物は太りやすい食品である』などが上位となっている。
- 「見聞きしたことはあるが、正しいとは思っていなかった」は、「果物は甘いが高カロリーの低い食品である」「果物は太りやすい食品である」が高く、『ダイエットでは食事バランスも重要である』が低い。

Q41. あなたは、以下のような「医学・健康情報」を見聞きしたことがありますか。  
また、その内容は正しいと思っていましたか。(SA)

※コメントで触れている箇所は  



### ③-2 果物に関する情報の認知（認知割合）

- 全体では、『ダイエットでは食事バランスも重要である』『朝食を抜くと太りやすい』がほぼ同率で最も高く、以下、『果物は太りやすい食品である』『一日一個のりんごは医者を見逃さず』などが上位となっている。
- 性別で見ると、『女性』は、総じて男性よりもスコアが高く、特に「果物は太りやすい食品である」「一日一個のりんごは医者を見逃さず」については、それぞれ男性を20ポイント以上、上回っている。
- 各分析軸別で見ると、女性高齢層、果物摂取量が多い層では、それぞれ他の層と比べて、総じてスコアが高い傾向にある。

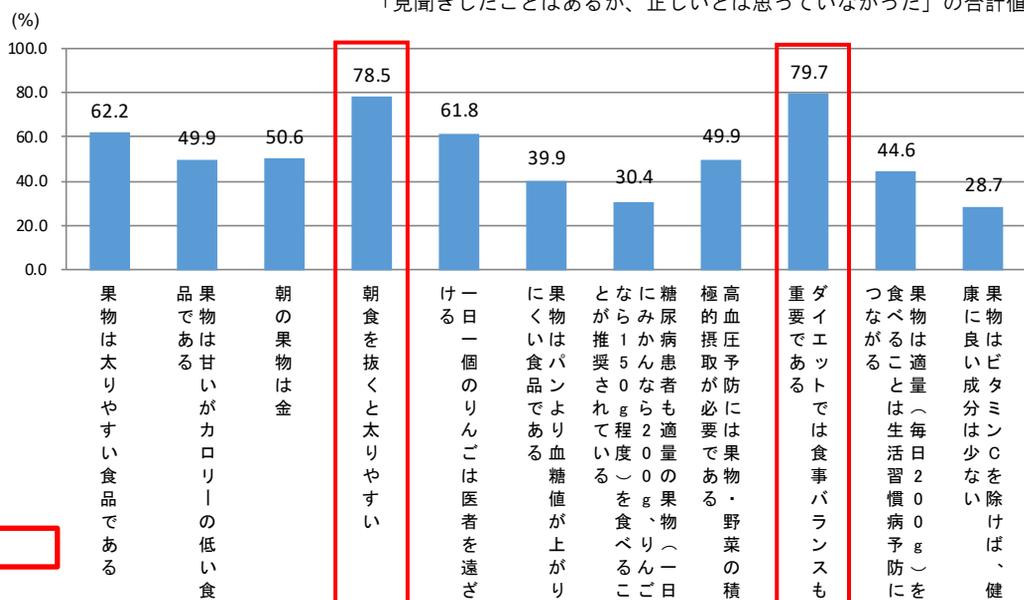
Q41. あなたは、以下のような「医学・健康情報」を見聞きしたことがありますか。

また、その内容は正しいと思っていましたか。（SA）

※グラフのスコアは

「見聞きしたことがあり、正しいと思っていた」と

「見聞きしたことはあるが、正しいとは思っていなかった」の合計値



※コメントで触れている箇所は



全体		(n=2000)	62.2	49.9	50.6	78.5	61.8	39.9	30.4	49.9	79.7	44.6	28.7
性別	男性	(n=1001)	50.9	46.5	41.8	69.1	51.7	36.7	29.9	47.8	72.8	41.0	29.2
	女性	(n=999)	73.4	53.4	59.5	87.8	71.8	43.1	30.9	52.1	86.6	48.1	28.2
年代	20代	(n=310)	56.5	50.6	37.4	79.7	47.4	40.0	34.5	50.0	78.7	44.8	31.0
	30代	(n=390)	58.2	52.1	43.6	81.0	59.5	40.3	29.7	51.5	81.5	44.4	27.7
	40代	(n=460)	63.3	47.6	46.7	78.5	64.8	38.7	29.1	44.1	77.0	39.1	25.0
	50代	(n=387)	61.0	46.8	59.7	76.7	68.2	36.7	28.4	49.6	78.8	45.2	29.2
	60代	(n=453)	69.3	52.5	61.8	76.8	64.9	43.5	31.1	54.5	82.3	49.4	31.3
性別年齢	男性20代	(n=158)	49.4	50.6	40.5	71.5	48.1	41.8	41.1	51.3	72.2	46.8	34.8
	男性30代	(n=197)	48.7	50.8	40.1	72.6	53.3	38.6	29.4	53.3	75.1	45.7	29.4
	男性40代	(n=232)	51.7	41.8	36.2	70.3	51.7	32.3	30.2	40.9	68.5	33.6	25.0
	男性50代	(n=193)	46.6	41.5	43.0	64.8	53.4	34.7	26.9	45.6	70.5	40.9	29.0
	男性60代	(n=221)	57.0	48.9	48.9	67.0	51.6	37.6	24.4	49.3	77.8	40.3	29.4
	女性20代	(n=152)	63.8	50.7	34.2	88.2	46.7	38.2	27.6	48.7	85.5	42.8	27.0
	女性30代	(n=193)	67.9	53.4	47.2	89.6	65.8	42.0	30.1	49.7	88.1	43.0	25.9
	女性40代	(n=228)	75.0	53.5	57.5	86.8	78.1	45.2	28.1	47.4	85.5	44.7	25.0
果物摂取量	200g以上	(n=226)	72.1	63.7	63.3	83.2	69.5	54.9	45.6	64.6	86.3	61.1	46.5
	100g~200g未満	(n=788)	65.7	54.2	57.9	79.3	67.4	45.2	34.9	55.5	84.3	49.6	30.2
	100g未満	(n=681)	62.3	47.3	48.3	80.9	60.5	36.0	25.0	45.8	79.9	40.1	25.4

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

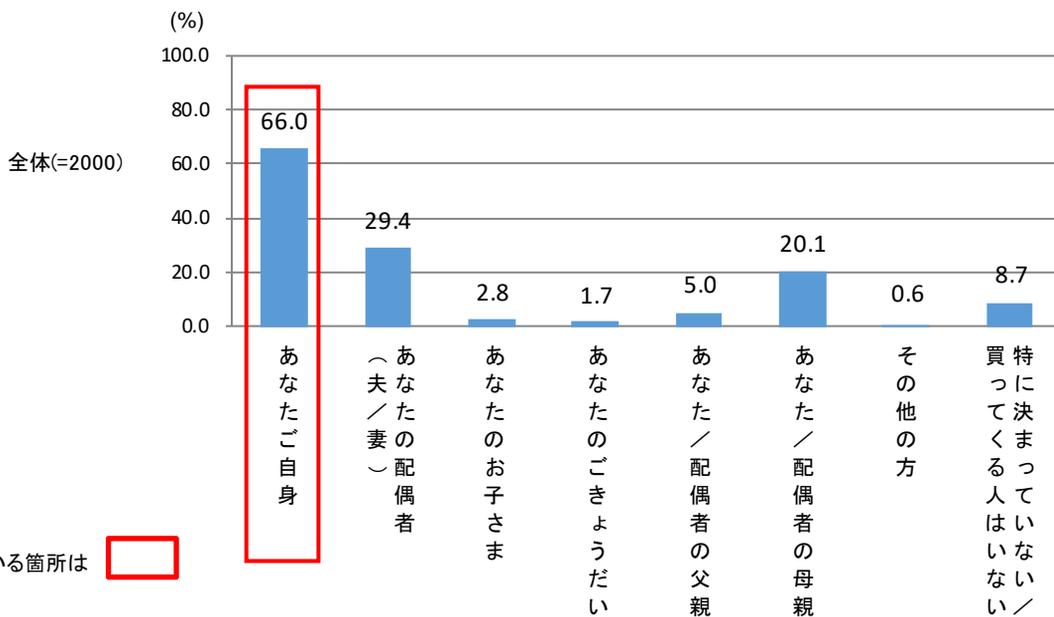
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ④果物の購入者

- 全体では、「あなたご自身」が突出して高く、以下、「あなたの配偶者（夫／妻）」「あなた／配偶者の母親」の順となっている。
- 性別で見ると、『女性』では「あなたご自身」が82.7%で突出しているのに対して、『男性』では「あなたご自身」と「あなたの配偶者（夫／妻）」の2つがそれぞれ4割台となっている。
- 果物摂取量が多い層ほど、「あなたご自身」が高い傾向がみられる。

Q42. あなたのお宅で、果物を買ってくることはあるのは、どなたですか。

あなたから見た続柄でお答えください。（MA）



※コメントで触れている箇所は



		全体 (n=2000)	66.0	29.4	2.8	1.7	5.0	20.1	0.6	8.7
性別	男性 (n=1001)	49.4	43.5	2.8	2.0	6.2	21.4	0.7	11.9	
	女性 (n=999)	82.7	15.3	2.7	1.4	3.8	18.8	0.5	5.5	
年代	20代 (n=310)	53.2	9.0	2.3	2.6	11.6	41.6	1.6	15.2	
	30代 (n=390)	63.6	24.9	2.3	2.1	8.5	30.5	1.3	10.3	
	40代 (n=460)	67.0	28.7	1.7	2.0	6.3	22.4	0.0	8.0	
	50代 (n=387)	70.5	31.8	2.3	1.6	0.5	11.4	0.3	8.3	
	60代 (n=453)	72.0	45.9	4.9	0.7	0.0	1.5	0.2	4.0	
性別年齢	男性20代 (n=158)	46.8	7.6	2.5	3.8	12.7	42.4	1.9	20.9	
	男性30代 (n=197)	49.2	34.0	2.5	2.5	11.2	31.0	1.0	14.2	
	男性40代 (n=232)	47.8	41.4	1.7	1.7	8.2	26.3	0.0	11.6	
	男性50代 (n=193)	50.8	52.8	2.6	1.6	0.5	11.4	0.5	10.4	
	男性60代 (n=221)	51.6	71.5	4.5	0.9	0.0	1.4	0.5	5.0	
	女性20代 (n=152)	59.9	10.5	2.0	1.3	10.5	40.8	1.3	9.2	
	女性30代 (n=193)	78.2	15.5	2.1	1.6	5.7	30.1	1.6	6.2	
	女性40代 (n=228)	86.4	15.8	1.8	2.2	4.4	18.4	0.0	4.4	
	女性50代 (n=194)	90.2	10.8	2.1	1.5	0.5	11.3	0.0	6.2	
女性60代 (n=232)	91.4	21.6	5.2	0.4	0.0	1.7	0.0	3.0		
果物摂取量	200g以上 (n=226)	78.3	28.3	5.3	1.8	5.8	17.7	0.9	3.1	
	100g～200g未満 (n=788)	74.0	33.1	3.4	2.3	4.8	19.7	0.5	4.3	
	100g未満 (n=681)	68.3	28.3	1.8	1.0	5.7	22.0	0.7	4.7	

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。

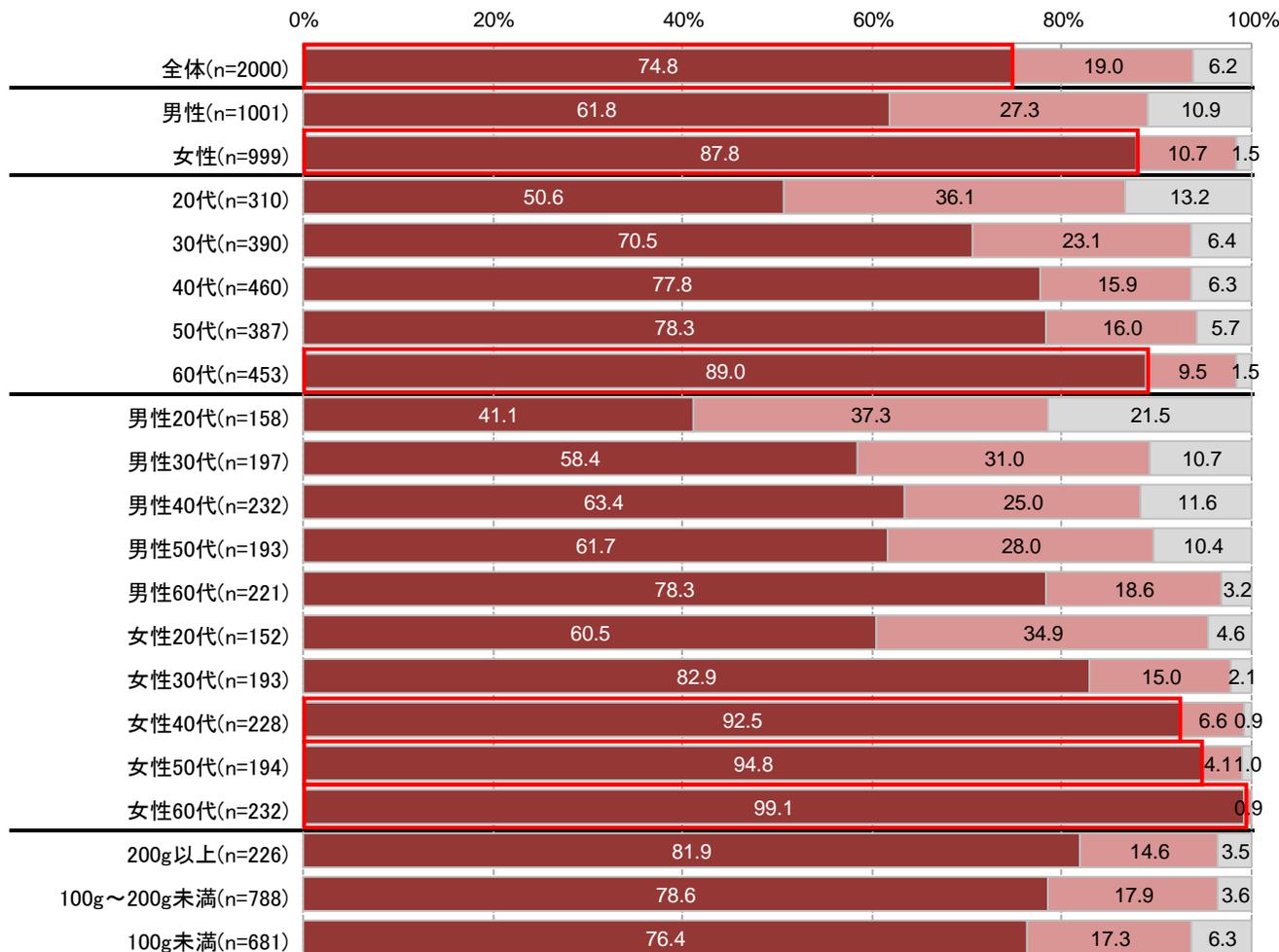
### ⑤ 「皮むき」について

- 全体では、「問題なくむくことができる」が74.8%で大半を占めている。また、次いで「むくことはできるが、ぎこちない」が19.0%となっており、これらを合わせると9割以上が、果物の皮をむくことができると回答している。
- 各分析軸別でみると、『女性』や高齢層、果物摂取量が多い層ほど、「問題なくむくことができる」の割合が、それぞれ他の層よりも高い傾向がみられる。中でも、『女性40代以上』では「問題なくむくことができる」がいずれも9割を超える結果となった。

Q43. あなたは、「りんご」「なし」などの果物の皮をむくことができますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■問題なくむくことができる ■むくことはできるが、ぎこちない ■むくことができない/体験したことがない



## (7) その他について まとめ

- 「旬」時期の果物喫食量は、「温州みかん」が3.7個で最多。また、「温州みかん」と「その他の果物」以外の果物は、いずれも1～2個程度となっている。(p94)
- 一日の果物喫食回数は、「ばらばらで、回数は決まっていない」が過半数を占める。また、決まっている場合に関しては「1日1回未満」と「1日1回」以内の人が大半を占める。(p95)
- 女性や60代では、喫食回数が多い傾向が見られる。(p95)
- 果物に関する情報として、「見聞きしたことがあり、正しいと思っていた」の割合が高いのは、「ダイエットでは食事バランスも重要である」「朝食を抜くと太りやすい」「一日一個のりんごは医者を遠ざける」「果物は太りやすい食品である」など。また、「見聞きしたことはあるが、正しいとは思っていなかった」の割合が高いのは、「果物は甘い、カロリーの低い食品である」「果物は太りやすい食品である」などである。(p96)
- 女性は、「果物は太りやすい食品である」「一日一個のりんごは医者を遠ざける」が男性を大きく上回っている。(p97)
- 果物の購入者は、「あなたご自身」が突出して高く、以下、「あなたの配偶者(夫/妻)」「あなた/配偶者の母親」の順となっている。(p98)
- 女性は自分自身で買っている人が8割以上であるのに対して、男性は自分自身と配偶者(妻)が半々程度となっている。(p98)
- 「皮むき」については、「問題なくむくことができる」が74.8%で大半を占めている。また、「むくことはできるが、ぎこちない」が19.0%。これらを合わせると9割以上が、果物の皮をむくことができると回答している。(p99)



## (参考) 過去調査との関係について

- この調査は、公営財団法人中央果実協会の調査研究事業として、過去より継続的に実施されてきているものであるが、その内容については、各年度の事業施策に応じて、適宜設定される。
- 昨年度（平成28年度）においては、若年層と教育を主軸とした調査が実施されたため、本年度の調査は平成27年度（2014年実施）及び平成28年度（2015年実施）調査の内容を継続するものとなっている。
- なお、個別の設問内容については、平成27年度・平成28年度の事業施策に合わせて適宜変更・改廃が行われているため、過去調査との比較においては、平成28年度との比較を原則とするが、一部については平成27年度との比較となっている点に留意されたい。

## (1) 日常の果物の消費行動について

- 果物の（ほぼ）毎日摂取者は22.2%（平成28年度からは5.1ポイント低下）、週1回以上摂取者は64.5%（同3.4ポイント低下）。
- 摂取頻度、ポジティブイメージ共に、女性が男性よりも強い。



男性を中心として、果物の摂取動向は低迷基調にある。また、イメージ面においても、男性を中心に果物摂取のモチベーションが確立されていない。このような状況が続くことにより、果物の消費は低迷の度合いを強めることになりかねない。

## (2) 日常の果物加工品の消費行動

- 果物加工品を主体に摂取する者は約1割。
- 女性や高齢層、果物高頻度摂取層では果物加工品主体者割合が低い。
- 果物加工品購入場所はスーパーマーケット中心だが、コンビニエンスストアの割合が相対的に高い。



果物加工品は、流通全体の中での位置づけは従となっているが、生鮮果物を敬遠する層で相対的に購入が多い。また、コンビニエンスストアでの購買も多くなっており、購入の敷居は生鮮果物より低いものと推察される。この点から、現状で生鮮果物の消費の低調な層に対して、突破口として果物加工品を活用することが考えられる。

### (3) 今後の果物の摂取意向

- 4割超が果物の摂取量増加の意向を持つ（43.4%、平成28年度は0.9ポイント減の横這い）。摂取量減少意向は皆無に近い（1.5%）。
- 増加意向の最大理由は「健康によいから」。元々摂取の多い層では「おいしいから」も増加要因に。
- 男性や、果物摂取低頻度層では「自宅での夕食時」の増加意向も。



果物消費の増加意向は伸び悩み状態にある。消費の多い層の増加意向を支える「おいしさ」訴求に加えて、健康とバランスを考慮した食生活実現などの訴求方向も考えられよう。

### (4) 果物の消費を増やすために

- 提供方法では「外観悪くても割安」「皮に煩わされない」、販売方法では「バラ売り・少数個売り」などの希望が上位に挙げられる。
- スーパーにおける果物販売イメージは「国産果物」「小袋・バラ売り」。
- コンビニエンスストアでの果物販売イメージは「割高」。



消費拡大への要素として、「割安」「小ロット」が多い。裏を返すと、現状の提供形態のイメージが「大ロット」「割高」なものとして映っている可能性が指摘できる。

また、こうした供給方向に好適な、コンビニにおける現状のネガティブイメージの払拭も望まれる。

### (5) 現在の食生活・生活について

- 一日3食実現は3割程で、食事は不規則が主流。
- 生活改善意向は7割に対して、実際の改善実現は2割程度。



食生活を中心とした生活は、理想的なものとなっていないが、現実として改善は進んでいない。解決のための一方策としての果物の摂取の有効性は浸透しておらず、この面の訴求は急務と思われる。

## (6) 「毎日くだもの200グラム運動」について

- 『毎日200g以上の果物摂取推奨』の認知率は2割強。
- 『デスクdeみかん』、『毎日くだもの200グラム!』の標語・ロゴマーク、みかんの機能性表示の認知率はいずれも1割前後の低水準。



長年の運動展開にもかかわらず、運動そのもの及びその訴求内容の認知浸透は進んでいない。特に、果物消費の低調な層に対する訴求を進める必要があると考えられる。

## (7) その他

- “旬”の時期の平均喫食量は、男性・低年代層で相対的に少ない。
- また、一日の果物喫食回数についても、「ばらばら」が最多となる。
- 果物については、ネガティブなイメージも存在。



全体として、果物喫食の“習慣化”がなされていないことに起因した消費の低迷が認められる。習慣化の促進と、正しい認識の浸透をはかりたい。



4. 品種別果物についての調査の分析

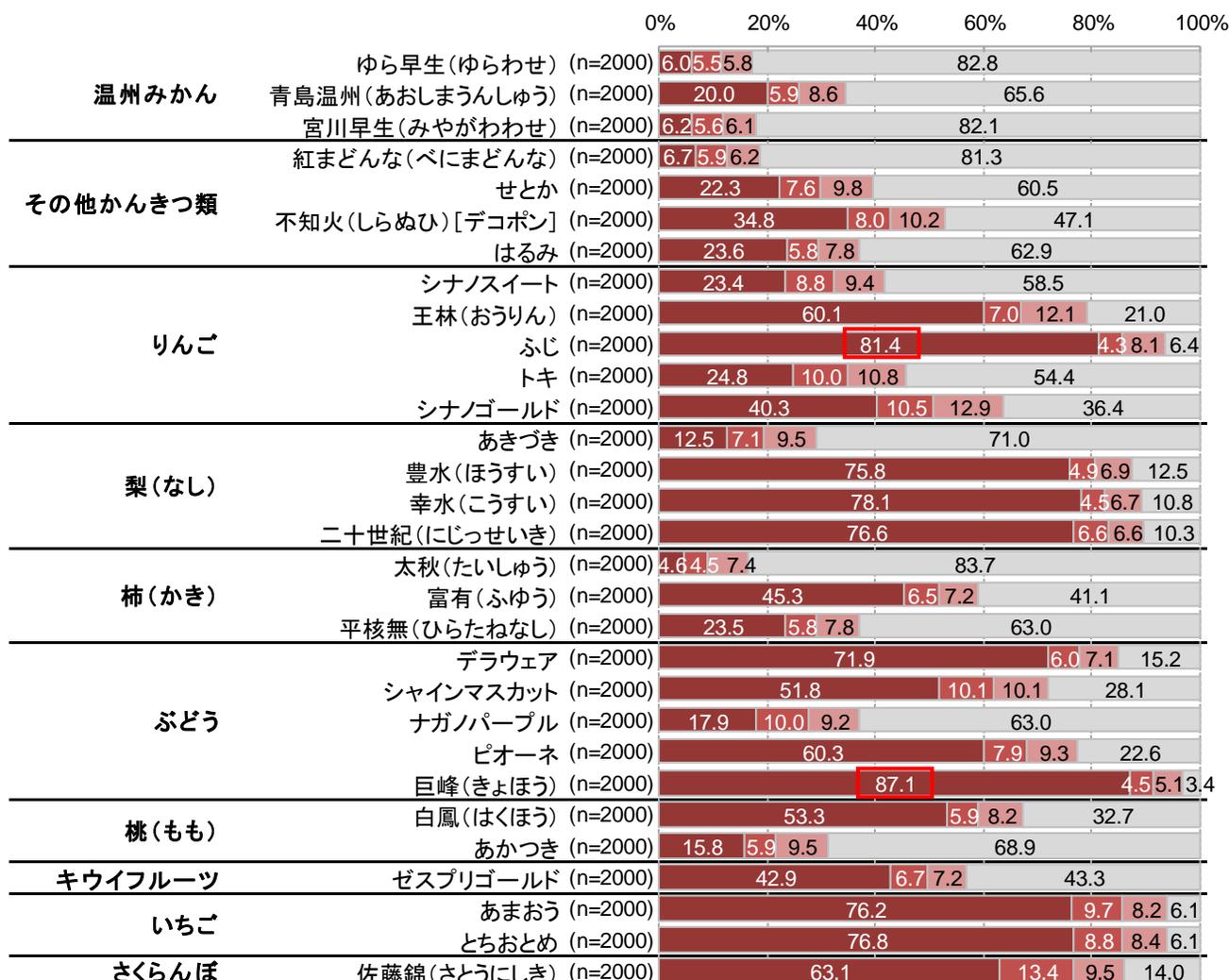
①-1 品種別果物の認知・購入経験

- 「知っている食べたことがある」は、「巨峰（きよほう）」が87.1%で最も高く、次いで「ふじ」が81.4%で、これら2品種のみ8割を超えている。
- 認知度の高い品種が揃っているりんご、梨、ぶどう、いちごなどに対して、温州みかん、その他かんきつ類、柿、桃などはいずれの品種も認知度が低めにとどまっている。

Q28. 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

- 知っている、食べたことがある
- 知っているが、食べた事はない
- 知っているが、食べたことがあるかないか覚えていない
- 知らない



4. 品種別果物についての調査の分析

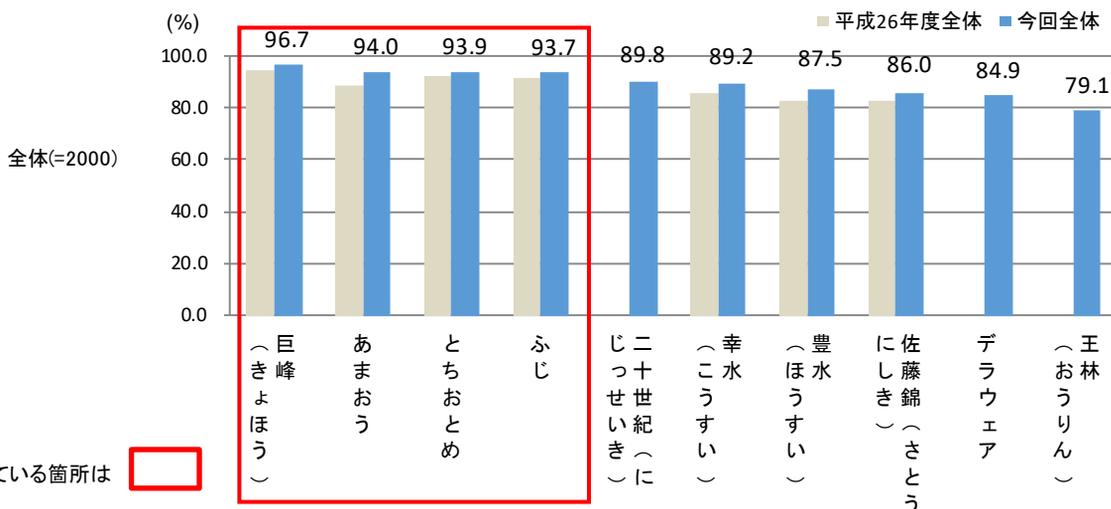
①-2 品種別果物の認知

- 全体では、「巨峰（きょほう）」が96.7%で最も高く、以下「あまおう」「とちおとめ」「ふじ」も9割を超えている。
- 平成26年度調査結果と比較すると、「あまおう」（88.9%→94.0%）「豊水（ほうすい）」（82.5%→87.5%）などは認知率が上昇した。
- 年代別でみると、『20代』では、「巨峰」「あまおう」「とちおとめ」「ふじ」の認知率は高いが、それ以外の品種の認知率が他の層と比べて低めとなっている。

Q28. 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

「知っている、食べたことがある」と「知っているが、食べた事はない」と「知っているが、食べたことがあるかないか覚えていない」の合計値



※コメントで触れている箇所は



		全体 (n=2000)	96.7	94.0	93.9	93.7	89.8	89.2	87.5	86.0	84.9	79.1
性別	男性 (n=1001)		95.3	90.3	90.7	90.3	87.8	84.7	82.7	81.0	78.6	69.3
	女性 (n=999)		98.0	97.6	97.1	97.0	91.7	93.7	92.3	91.0	91.1	88.8
年代	20代 (n=310)		91.9	90.3	88.7	85.2	68.1	73.2	74.5	72.6	65.8	71.9
	30代 (n=390)		95.1	94.1	94.9	92.1	84.1	87.4	83.6	85.4	80.3	76.2
	40代 (n=460)		97.2	94.1	93.9	94.1	93.7	91.7	89.3	86.7	87.8	77.8
	50代 (n=387)		98.4	95.3	94.6	95.3	98.2	93.0	91.0	88.9	90.2	80.1
	60代 (n=453)		99.1	94.9	96.0	98.9	98.2	95.8	94.9	92.5	94.3	86.8
性別年齢	男性20代 (n=158)		90.5	87.3	85.4	79.7	68.4	71.5	72.2	67.1	62.7	64.6
	男性30代 (n=197)		92.9	89.3	90.4	86.8	81.7	81.2	78.2	80.2	72.6	66.5
	男性40代 (n=232)		95.3	90.1	90.1	91.8	90.1	86.6	83.2	79.7	80.2	67.7
	男性50代 (n=193)		97.9	92.2	91.2	92.2	96.9	88.1	85.0	83.4	83.9	68.4
	男性60代 (n=221)		98.6	91.9	95.0	97.7	96.8	92.3	91.9	91.0	89.1	77.8
	女性20代 (n=152)		93.4	93.4	92.1	90.8	67.8	75.0	77.0	78.3	69.1	79.6
	女性30代 (n=193)		97.4	99.0	99.5	97.4	86.5	93.8	89.1	90.7	88.1	86.0
	女性40代 (n=228)		99.1	98.2	97.8	96.5	97.4	96.9	95.6	93.9	95.6	88.2
	女性50代 (n=194)		99.0	98.5	97.9	98.5	99.5	97.9	96.9	94.3	96.4	91.8
女性60代 (n=232)		99.6	97.8	97.0	100.0	99.6	99.1	97.8	94.0	99.1	95.3	
果物摂取量	200g以上 (n=226)		99.1	96.0	97.8	96.9	93.4	94.2	92.0	90.7	88.9	83.2
	100g~200g未満 (n=788)		98.0	95.8	96.1	96.8	93.3	93.0	91.6	90.4	88.5	84.1
	100g未満 (n=681)		96.2	94.4	93.7	93.5	88.3	89.0	87.1	84.7	86.8	80.5
平成26年度全体 (n=2000)			94.8	88.9	92.3	91.7	85.4	82.5	82.6			

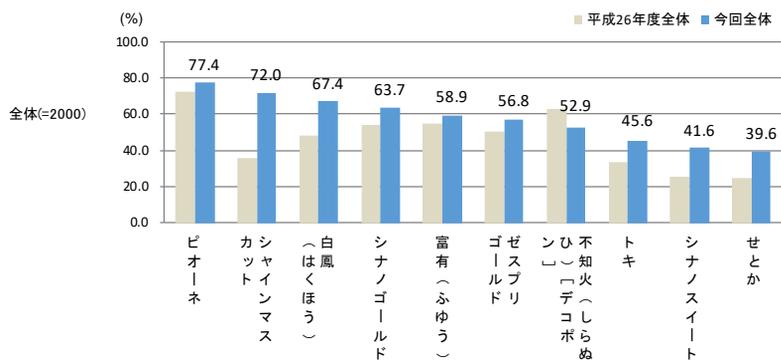
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

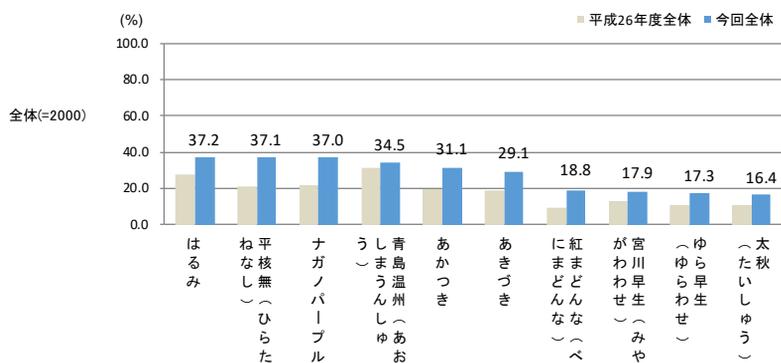
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		(%)											
全体		(n=2000)	77.4	72.0	67.4	63.7	58.9	56.8	52.9	45.6	41.6	39.6	
性別	男性	(n=1001)	66.9	63.0	59.8	54.7	51.0	47.2	43.9	38.1	31.5	29.1	
	女性	(n=999)	87.9	80.9	74.9	72.6	66.8	66.4	62.0	53.2	51.7	50.1	
年代	20代	(n=310)	66.8	68.1	58.7	59.7	25.8	56.8	43.9	49.7	39.0	30.6	
	30代	(n=390)	76.2	73.1	57.2	62.3	40.5	64.6	55.4	46.7	40.5	39.2	
	40代	(n=460)	80.9	74.3	64.3	66.1	57.4	65.7	54.6	47.4	43.0	39.8	
	50代	(n=387)	76.2	70.3	71.8	61.5	69.8	55.6	50.1	42.6	37.2	38.0	
	60代	(n=453)	83.2	72.6	81.2	66.9	89.6	41.9	57.6	42.6	46.4	47.0	
	性別年齢	男性20代	(n=158)	60.8	63.9	57.0	60.8	29.7	54.4	44.3	46.8	37.3	28.5
男性30代		(n=197)	66.0	65.0	51.8	54.3	37.6	52.3	50.3	41.6	32.0	32.0	
男性40代		(n=232)	69.4	63.4	55.2	52.2	41.4	53.0	41.8	36.6	29.3	27.2	
男性50代		(n=193)	64.2	54.9	60.1	52.8	54.9	42.0	38.9	35.8	26.4	22.8	
男性60代		(n=221)	71.9	67.4	73.8	55.2	85.1	35.7	44.3	32.1	33.5	34.4	
女性20代		(n=152)	73.0	72.4	60.5	58.6	21.7	59.2	43.4	52.6	40.8	32.9	
女性30代		(n=193)	86.5	81.3	62.7	70.5	43.5	77.2	60.6	51.8	49.2	46.6	
女性40代		(n=228)	92.5	85.5	73.7	80.3	73.7	78.5	67.5	58.3	57.0	52.6	
女性50代		(n=194)	88.1	85.6	83.5	70.1	84.5	69.1	61.3	49.5	47.9	53.1	
女性60代		(n=232)	94.0	77.6	88.4	78.0	94.0	47.8	70.3	52.6	58.6	59.1	
果物摂取量		200g以上	(n=226)	82.7	80.5	78.8	79.2	68.6	61.9	66.8	62.4	55.3	54.0
		100g~200g未満	(n=788)	81.6	77.3	73.1	68.5	65.5	61.5	58.8	50.8	48.0	45.4
	100g未満	(n=681)	79.0	71.1	66.7	63.7	58.0	55.9	52.6	41.1	38.6	38.0	
平成26年度全体		(n=2000)	72.7	35.5	48.1	54.2	55.0	50.7	62.9	33.5	25.8	24.7	

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。



		(%)											
全体		(n=2000)	37.2	37.1	37.0	34.5	31.1	29.1	18.8	17.9	17.3	16.4	
性別	男性	(n=1001)	27.1	27.7	31.9	31.1	28.5	28.2	17.5	19.3	18.3	17.7	
	女性	(n=999)	47.2	46.4	42.1	37.8	33.7	29.9	20.0	16.5	16.2	15.0	
年代	20代	(n=310)	29.7	24.5	35.2	30.0	28.7	32.3	20.6	19.0	18.4	16.8	
	30代	(n=390)	31.5	25.4	38.7	27.9	33.8	33.6	19.0	17.4	16.4	17.7	
	40代	(n=460)	33.7	37.4	41.5	35.7	32.4	27.2	21.7	16.3	15.9	15.2	
	50代	(n=387)	38.2	39.3	33.3	34.1	28.2	23.0	13.4	16.0	15.5	14.7	
	60代	(n=453)	49.7	53.4	35.3	42.2	31.6	30.0	18.8	20.8	20.1	17.4	
	性別年齢	男性20代	(n=158)	27.8	27.2	34.2	32.9	29.7	34.8	24.1	22.2	20.9	22.2
男性30代		(n=197)	26.9	24.9	33.0	27.4	33.0	34.0	19.3	18.8	19.8	20.8	
男性40代		(n=232)	23.7	24.6	36.6	32.8	30.6	26.7	20.3	18.5	17.7	15.5	
男性50代		(n=193)	23.3	23.3	27.5	26.9	22.3	20.7	9.8	16.1	13.5	13.0	
男性60代		(n=221)	33.5	37.6	28.1	34.8	26.7	26.2	14.9	21.3	19.9	18.1	
女性20代		(n=152)	31.6	21.7	36.2	27.0	27.6	29.6	17.1	15.8	15.8	11.2	
女性30代		(n=193)	36.3	25.9	44.6	28.5	34.7	33.2	18.7	16.1	13.0	14.5	
女性40代		(n=228)	43.9	50.4	46.5	38.6	34.2	27.6	23.2	14.0	14.0	14.9	
女性50代		(n=194)	53.1	55.2	39.2	41.2	34.0	25.3	17.0	16.0	17.5	16.5	
女性60代		(n=232)	65.1	68.5	42.2	49.1	36.2	33.6	22.4	20.3	20.3	16.8	
果物摂取量		200g以上	(n=226)	55.3	55.3	49.6	57.1	48.7	42.9	31.4	34.1	34.1	31.0
		100g~200g未満	(n=788)	42.8	43.4	43.7	40.5	36.7	35.5	24.2	21.8	20.3	19.8
	100g未満	(n=681)	34.2	33.2	31.7	27.6	26.0	23.9	13.1	11.7	12.0	11.2	
平成26年度全体		(n=2000)	28.0	21.4	21.7	31.5	19.7	18.7	9.5	13.0	10.9	10.7	

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

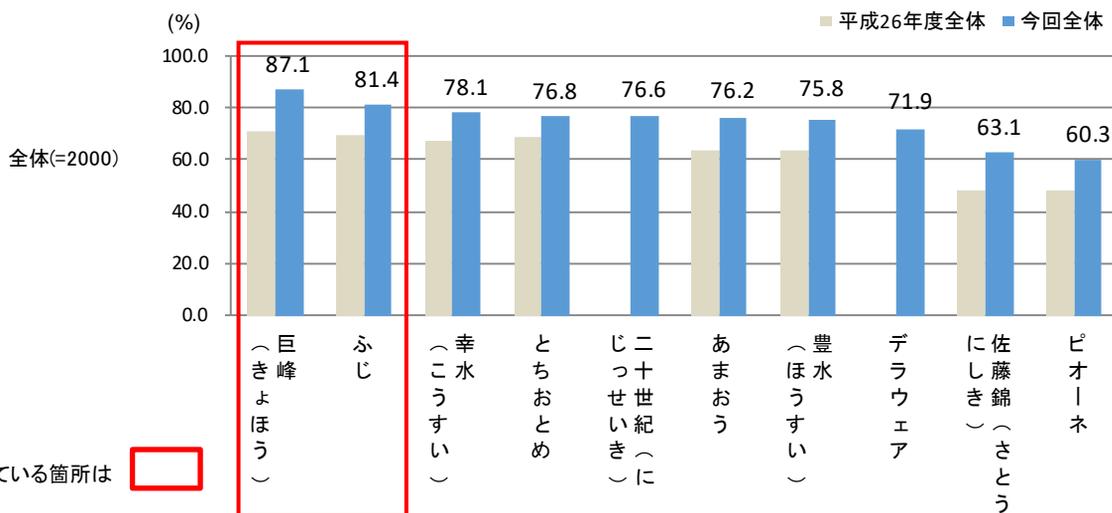
4. 品種別果物についての調査の分析

①-3 品種別果物の購入経験

- 全体では、「巨峰（きょほう）」が87.1%で最も高く、次いで「ふじ」も81.4%と8割を超えている。以下、上位には「幸水（こうすい）」「とちおとめ」など、複数の品種が7割台で並んでいる。
- 平成26年度調査結果と比較すると、上記順位は同様の傾向ながら、スコアは総じて上昇している。
- 各分析軸別でみると、『女性40代以上』では、総じて他の層と比べて購入経験率が高い。また、果物摂取量が多い層ほど購入経験率が高い。

Q28. 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、食べたことがある」のスコア



※コメントで触れている箇所は



		全体 (n=2000)	87.1	81.4	78.1	76.8	76.6	76.2	75.8	71.9	63.1	60.3
性別	男性 (n=1001)		81.6	73.7	70.8	69.1	72.2	66.1	68.0	61.3	53.1	48.1
	女性 (n=999)		92.5	89.0	85.4	84.4	81.0	86.2	83.5	82.4	73.1	72.5
年代	20代 (n=310)		74.5	65.5	51.3	61.9	44.2	65.2	51.0	44.8	41.9	40.3
	30代 (n=390)		84.4	76.9	73.1	72.8	63.6	74.1	70.8	64.6	56.2	57.4
	40代 (n=460)		87.8	82.2	82.2	79.3	81.3	76.3	78.9	74.8	64.6	64.8
	50代 (n=387)		89.7	84.5	86.0	78.8	90.7	77.5	82.7	79.8	66.9	62.3
	60代 (n=453)		94.9	92.5	89.8	85.9	93.2	84.1	87.9	86.8	78.8	70.0
性別年齢	男性20代 (n=158)		68.4	57.6	48.1	56.3	43.7	57.0	48.7	40.5	32.9	34.2
	男性30代 (n=197)		76.6	65.5	62.4	62.9	58.4	61.9	61.9	50.8	45.2	43.7
	男性40代 (n=232)		80.6	75.9	73.7	68.5	74.6	62.1	68.1	60.8	52.2	51.7
	男性50代 (n=193)		85.5	75.1	78.2	70.5	86.0	68.4	73.1	68.9	56.5	48.2
	男性60代 (n=221)		93.2	89.1	85.1	83.3	90.5	78.7	82.8	79.6	72.9	57.9
	女性20代 (n=152)		80.9	73.7	54.6	67.8	44.7	73.7	53.3	49.3	51.3	46.7
	女性30代 (n=193)		92.2	88.6	83.9	82.9	68.9	86.5	79.8	78.8	67.4	71.5
	女性40代 (n=228)		95.2	88.6	90.8	90.4	88.2	90.8	89.9	89.0	77.2	78.1
	女性50代 (n=194)		93.8	93.8	93.8	87.1	95.4	86.6	92.3	90.7	77.3	76.3
	女性60代 (n=232)		96.6	95.7	94.4	88.4	95.7	89.2	92.7	93.5	84.5	81.5
果物摂取量	200g以上 (n=226)		89.8	88.1	85.8	85.4	82.3	83.6	81.9	77.4	73.5	66.4
	100g~200g未満 (n=788)		91.4	87.4	83.6	82.7	81.7	81.6	81.9	77.7	69.0	66.6
	100g未満 (n=681)		89.9	82.7	80.5	77.7	78.3	76.9	76.9	75.0	63.6	63.1
平成26年度全体 (n=2000)			71.2	69.6	67.4	68.6		63.9	64.0		47.9	48.4

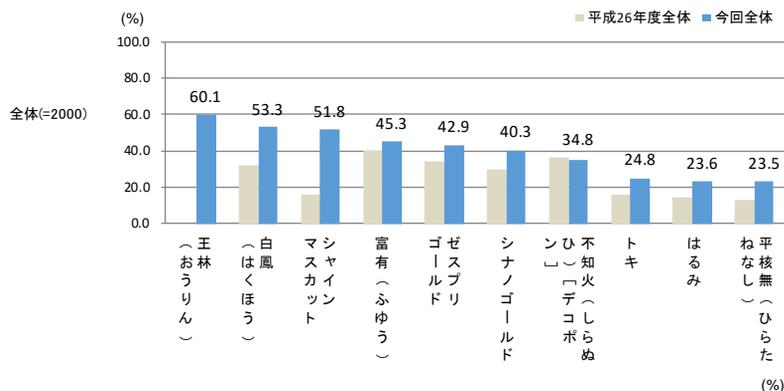
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

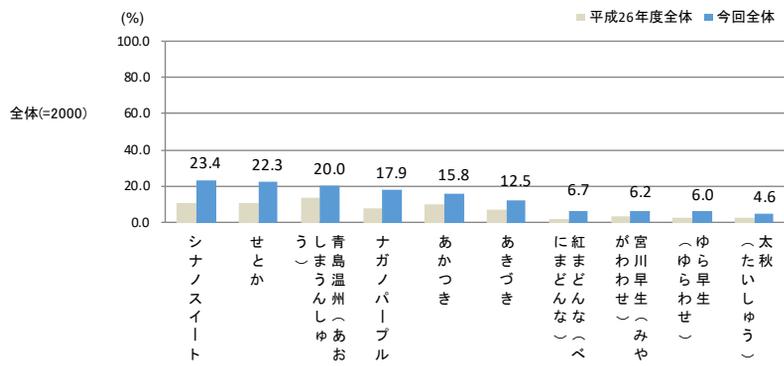
4. 品種別果物についての調査の分析



		(%)										
性別	全体 (n=2000)	60.1	53.3	51.8	45.3	42.9	40.3	34.8	24.8	23.6	23.5	
	男性 (n=1001)	47.8	45.4	42.1	36.4	31.4	31.9	24.8	19.0	14.3	13.4	
	女性 (n=999)	72.4	61.3	61.6	54.2	54.4	48.7	44.7	30.6	32.8	33.6	
年代	20代 (n=310)	43.2	37.7	38.4	11.9	37.7	30.6	20.3	23.2	12.3	8.7	
	30代 (n=390)	53.8	41.0	52.3	24.4	52.6	40.0	35.1	26.2	16.9	12.6	
	40代 (n=460)	60.7	49.8	53.0	40.0	49.3	42.2	35.7	25.2	20.4	22.2	
	50代 (n=387)	61.8	59.4	53.0	57.4	43.2	40.6	34.6	24.3	27.4	26.1	
	60代 (n=453)	74.8	72.8	58.3	81.0	31.1	45.0	43.5	24.7	36.9	42.2	
	性別年齢	男性20代 (n=158)	35.4	39.9	34.8	13.3	31.6	27.8	17.1	21.5	11.4	8.9
男性30代 (n=197)		41.6	36.5	41.6	22.3	39.1	30.5	28.4	21.3	13.2	10.7	
男性40代 (n=232)		47.0	37.9	42.2	25.9	33.6	31.0	23.3	18.5	11.2	10.8	
男性50代 (n=193)		49.2	47.2	38.3	40.4	30.1	34.2	21.2	17.6	13.0	9.3	
男性60代 (n=221)		61.5	63.3	50.7	72.9	23.1	34.8	31.7	16.7	21.7	25.3	
女性20代 (n=152)		51.3	35.5	42.1	10.5	44.1	33.6	23.7	25.0	13.2	8.6	
女性30代 (n=193)		66.3	45.6	63.2	26.4	66.3	49.7	42.0	31.1	20.7	14.5	
女性40代 (n=228)		74.6	61.8	64.0	54.4	65.4	53.5	48.2	32.0	29.8	33.8	
女性50代 (n=194)		74.2	71.6	67.5	74.2	56.2	46.9	47.9	30.9	41.8	42.8	
女性60代 (n=232)		87.5	81.9	65.5	88.8	38.8	54.7	54.7	32.3	51.3	58.2	
果物摂取量		200g以上 (n=226)	69.0	63.3	61.1	52.7	46.9	54.0	45.6	43.4	38.5	36.7
		100g~200g未満 (n=788)	68.0	60.2	58.2	51.9	48.5	46.2	41.2	29.1	27.8	27.8
	100g未満 (n=681)	61.1	53.9	52.0	45.5	43.0	40.8	34.4	21.3	22.0	22.2	
平成26年度全体 (n=2000)			32.4	15.6	40.0	34.0	29.8	36.3	16.0	14.6	13.0	

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

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



		(%)										
性別	全体 (n=2000)	23.4	22.3	20.0	17.9	15.8	12.5	6.7	6.2	6.0	4.6	
	男性 (n=1001)	15.0	13.0	15.5	13.9	13.6	11.4	5.2	6.0	6.1	4.6	
	女性 (n=999)	31.8	31.5	24.4	21.8	17.9	13.5	8.1	6.4	5.9	4.5	
年代	20代 (n=310)	15.8	11.9	12.6	10.6	11.9	12.3	5.5	4.8	5.5	4.5	
	30代 (n=390)	22.8	20.8	16.4	19.0	15.9	15.4	7.2	6.9	6.7	5.1	
	40代 (n=460)	25.0	20.7	17.8	21.1	16.7	10.9	7.8	3.9	3.7	4.1	
	50代 (n=387)	22.2	23.8	21.2	16.5	14.7	9.6	5.4	5.2	6.2	4.1	
	60代 (n=453)	28.5	30.9	29.1	19.6	18.1	14.1	6.8	9.7	7.9	4.9	
	性別年齢	男性20代 (n=158)	11.4	10.1	12.0	8.9	13.9	13.9	6.3	3.8	7.0	7.0
男性30代 (n=197)		16.2	12.7	16.8	15.7	15.2	15.7	7.6	9.1	9.6	6.1	
男性40代 (n=232)		16.4	10.8	12.9	16.8	15.1	11.6	6.0	3.9	2.6	3.9	
男性50代 (n=193)		11.4	10.4	13.5	11.9	11.9	6.2	3.1	3.6	5.7	2.1	
男性60代 (n=221)		18.1	19.9	21.3	14.5	11.8	10.0	3.2	9.0	6.3	4.5	
女性20代 (n=152)		20.4	13.8	13.2	12.5	9.9	10.5	4.6	5.9	3.9	2.0	
女性30代 (n=193)		29.5	29.0	16.1	22.3	16.6	15.0	6.7	4.7	3.6	4.1	
女性40代 (n=228)		33.8	30.7	22.8	25.4	18.4	10.1	9.6	3.9	4.8	4.4	
女性50代 (n=194)		33.0	37.1	28.9	21.1	17.5	12.9	7.7	6.7	6.7	6.2	
女性60代 (n=232)		38.4	41.4	36.6	24.6	24.1	18.1	10.3	10.3	9.5	5.2	
果物摂取量		200g以上 (n=226)	36.3	35.4	35.4	29.2	27.0	22.1	11.1	14.2	16.8	14.2
		100g~200g未満 (n=788)	27.5	26.8	24.2	20.7	19.0	16.4	9.5	7.9	6.7	4.8
	100g未満 (n=681)	22.2	20.6	16.4	16.7	13.7	9.4	3.8	3.7	3.7	2.9	
平成26年度全体 (n=2000)		10.6	10.8	14.1	7.6	10.2	7.3	1.9	3.3	3.0	2.7	

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

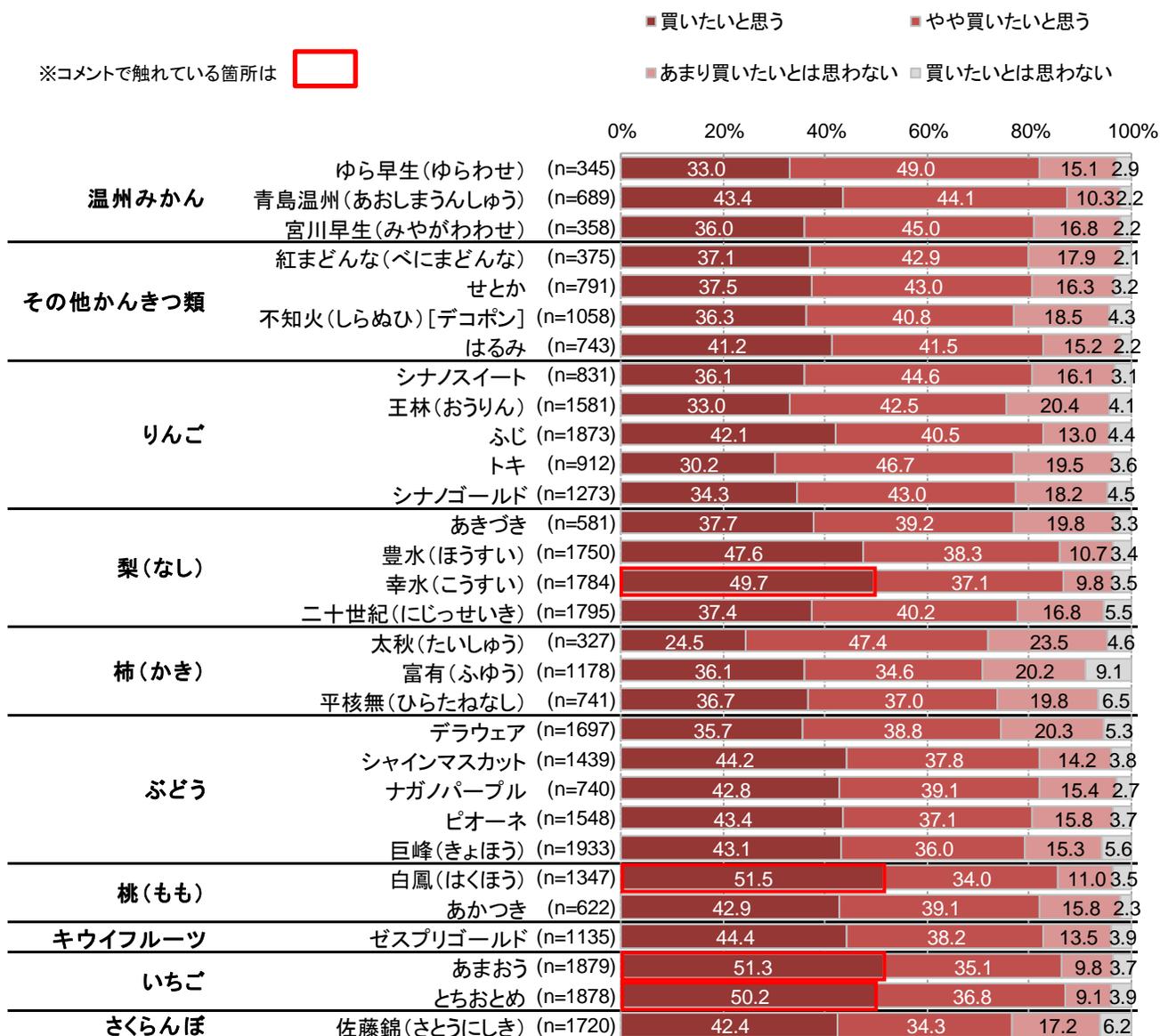
全体と比べて10ポイント以上低い。      全体と比べて5~10ポイント未満低い。

②-1 品種別果物の購入意向 [各果物認知層]

- 全体では、「買いたいと思う」は、『白鳳（はくほう）』『あまおう』『とちおとめ』『幸水（こうすい）』などが、それぞれ5割前後で上位に挙がっている。

Q 2 9. 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。（S A）

※コメントで触れている箇所は  

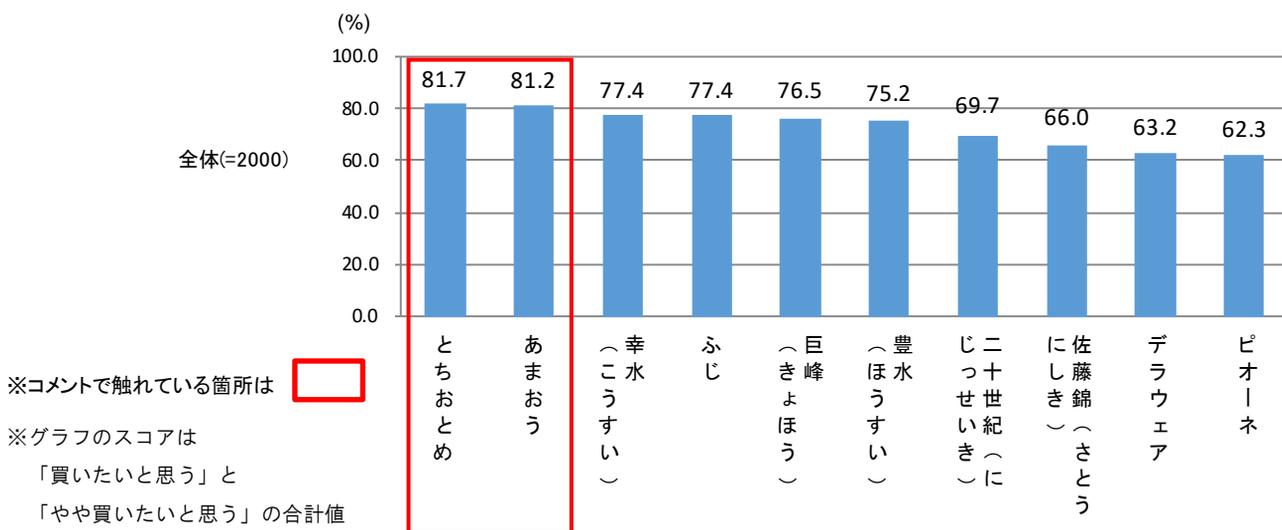


4. 品種別果物についての調査の分析

②-2 品種別果物の購入意向 [全ベース]

- 全体では、「とちおとめ」「あまおう」がほぼ同率の8割強で最も高く、以下「幸水（こうすい）」「ふじ」「巨峰（きよほう）」など、複数の品種が7割以上で続いている。
- 各分析軸別でみると、『女性30代以上』では、総じて購入意向が高い傾向にある。また、果物摂取量が多い層ほど購入意向が高い。

Q29. 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)	81.7	81.2	77.4	77.4	76.5	75.2	69.7	66.0	63.2	62.3
性別	男性	(n=1001)	74.7	73.2	71.2	72.2	72.1	69.8	68.0	57.9	59.1	52.4
	女性	(n=999)	88.7	89.2	83.6	82.5	80.9	80.5	71.4	74.0	67.2	72.2
年代	20代	(n=310)	70.3	73.9	60.0	70.6	71.6	60.6	52.3	57.1	53.2	52.9
	30代	(n=390)	80.8	78.5	76.4	74.4	73.3	74.1	66.7	64.6	58.7	62.8
	40代	(n=460)	83.3	83.3	80.0	76.3	75.7	77.0	74.1	63.9	66.3	64.8
	50代	(n=387)	82.2	80.9	80.1	77.3	74.2	77.3	74.4	66.1	60.5	57.1
	60代	(n=453)	88.3	86.8	85.2	85.7	85.4	82.3	75.7	75.1	72.8	70.2
性別年齢	男性20代	(n=158)	63.3	66.5	56.3	66.5	69.0	57.6	50.6	50.0	50.6	48.1
	男性30代	(n=197)	71.6	69.0	68.0	66.0	66.5	69.0	62.9	55.8	51.8	52.8
	男性40代	(n=232)	75.0	73.3	73.3	70.7	70.7	69.8	69.0	53.9	59.5	53.4
	男性50代	(n=193)	75.6	73.1	74.1	72.5	69.4	71.5	73.6	57.0	59.6	44.6
	男性60代	(n=221)	84.6	81.9	80.1	83.3	83.3	77.8	79.2	70.6	71.0	61.1
	女性20代	(n=152)	77.6	81.6	63.8	75.0	74.3	63.8	53.9	64.5	55.9	57.9
	女性30代	(n=193)	90.2	88.1	85.0	82.9	80.3	79.3	70.5	73.6	65.8	73.1
	女性40代	(n=228)	91.7	93.4	86.8	82.0	80.7	84.2	79.4	74.1	73.2	76.3
女性50代	(n=194)	88.7	88.7	86.1	82.0	78.9	83.0	75.3	75.3	61.3	69.6	
女性60代	(n=232)	91.8	91.4	90.1	87.9	87.5	86.6	72.4	79.3	74.6	78.9	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	89.4	88.5	85.8	87.2	85.0	84.1	79.2	78.8	73.9	73.0
	100g~200g未満	(n=788)	89.5	88.2	84.0	86.5	84.1	82.7	76.9	75.0	70.9	70.1
	100g未満	(n=681)	82.4	82.4	79.3	77.8	75.9	75.6	69.5	64.2	62.8	63.4

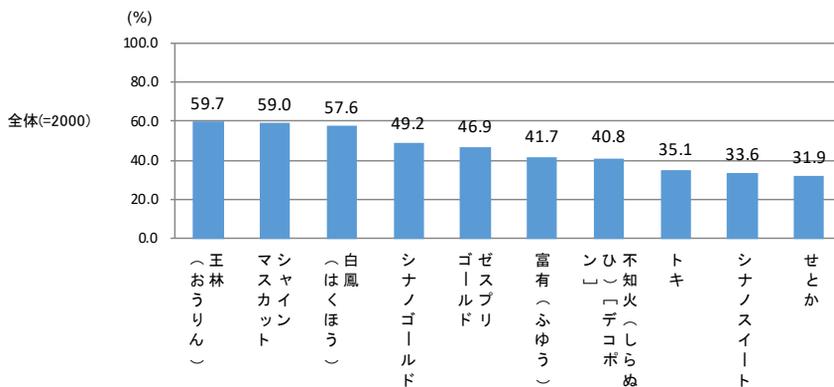
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

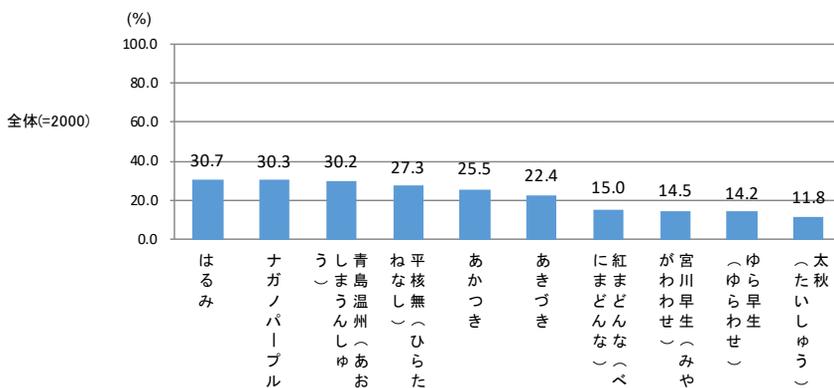
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



全体		(n=2000)	59.7	59.0	57.6	49.2	46.9	41.7	40.8	35.1	33.6	31.9
性別	男性	(n=1001)	53.1	50.0	50.8	41.6	36.1	35.6	31.0	29.7	25.3	21.9
	女性	(n=999)	66.3	68.0	64.4	56.9	57.8	47.7	50.7	40.4	41.8	41.8
年代	20代	(n=310)	57.4	55.2	48.4	46.1	43.5	19.4	30.3	39.7	31.3	22.9
	30代	(n=390)	58.2	60.3	50.3	47.7	54.4	25.1	43.6	36.2	33.1	33.8
	40代	(n=460)	57.4	59.8	53.9	51.3	54.6	36.3	42.8	35.9	35.2	32.4
	50代	(n=387)	57.4	56.1	61.2	44.4	45.7	48.6	39.5	31.8	27.9	31.3
	60代	(n=453)	66.9	62.3	70.9	54.5	36.0	70.6	44.6	32.9	38.6	36.2
性別年齢	男性20代	(n=158)	53.2	50.6	46.2	46.8	41.1	22.2	31.0	38.6	31.0	20.9
	男性30代	(n=197)	52.3	52.8	44.2	42.6	41.1	24.9	37.6	34.0	27.9	28.4
	男性40代	(n=232)	49.1	48.7	45.3	38.8	39.2	25.9	28.9	27.2	23.3	19.8
	男性50代	(n=193)	48.2	42.5	51.3	36.8	31.1	36.3	26.9	26.4	18.1	17.6
	男性60代	(n=221)	62.4	55.2	65.6	43.9	29.0	64.3	30.8	24.9	27.1	22.6
	女性20代	(n=152)	61.8	59.9	50.7	45.4	46.1	16.4	29.6	40.8	31.6	25.0
	女性30代	(n=193)	64.2	67.9	56.5	52.8	67.9	25.4	49.7	38.3	38.3	39.4
	女性40代	(n=228)	65.8	71.1	62.7	64.0	70.2	46.9	57.0	44.7	47.4	45.2
	女性50代	(n=194)	66.5	69.6	71.1	52.1	60.3	60.8	52.1	37.1	37.6	44.8
	女性60代	(n=232)	71.1	69.0	75.9	64.7	42.7	76.7	57.8	40.5	49.6	49.1
果物摂取量	200g以上	(n=226)	69.5	71.2	72.6	65.9	55.3	52.7	56.6	50.4	46.0	49.1
	100g~200g未満	(n=788)	69.2	67.9	65.1	56.2	54.1	50.9	46.7	42.3	40.7	38.8
	100g未満	(n=681)	59.2	57.1	57.4	48.9	44.5	39.8	40.1	30.7	30.7	28.3

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



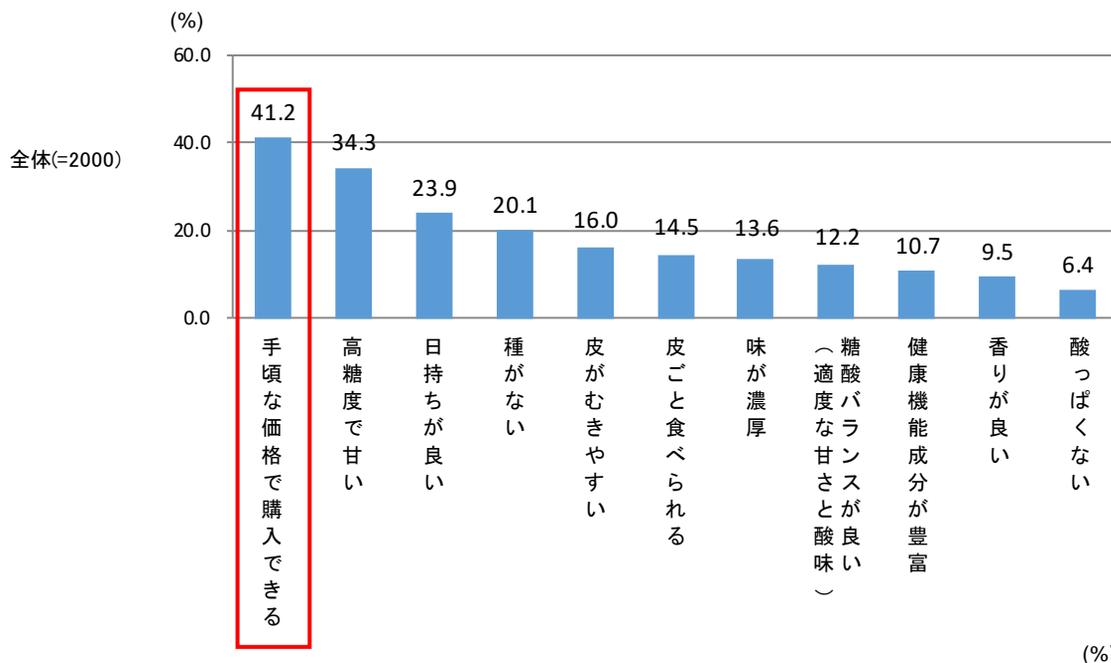
全体		(n=2000)	30.7	30.3	30.2	27.3	25.5	22.4	15.0	14.5	14.2	11.8
性別	男性	(n=1001)	21.3	25.0	26.0	18.3	22.9	21.8	13.3	15.3	15.4	12.6
	女性	(n=999)	40.1	35.6	34.3	36.3	28.1	22.9	16.7	13.7	12.9	10.9
年代	20代	(n=310)	22.6	28.4	27.4	18.7	23.5	24.5	15.2	16.1	17.1	13.2
	30代	(n=390)	27.9	31.5	24.6	16.9	27.9	28.5	16.2	14.4	14.6	12.1
	40代	(n=460)	27.6	34.1	31.5	25.4	26.3	21.1	17.8	12.0	12.8	10.4
	50代	(n=387)	31.3	26.4	29.7	29.5	22.2	16.8	11.1	13.4	13.4	9.8
	60代	(n=453)	41.3	30.0	35.8	42.2	26.7	21.6	14.3	17.0	13.7	13.5
性別年齢	男性20代	(n=158)	21.5	27.8	29.7	20.9	25.3	26.6	17.1	19.0	20.3	17.7
	男性30代	(n=197)	25.4	25.4	24.4	15.2	26.9	29.9	16.8	15.2	18.3	15.7
	男性40代	(n=232)	15.5	28.0	27.2	14.2	22.4	19.8	14.7	12.5	14.2	9.5
	男性50代	(n=193)	18.1	19.7	21.2	15.5	17.6	14.0	8.3	13.5	12.4	7.8
	男性60代	(n=221)	26.2	24.0	27.6	25.8	22.6	19.9	10.4	17.2	13.1	13.6
	女性20代	(n=152)	23.7	28.9	25.0	16.4	21.7	22.4	13.2	13.2	13.8	8.6
	女性30代	(n=193)	30.6	37.8	24.9	18.7	29.0	26.9	15.5	13.5	10.9	8.3
	女性40代	(n=228)	39.9	40.4	36.0	36.8	30.3	22.4	21.1	11.4	11.4	11.4
	女性50代	(n=194)	44.3	33.0	38.1	43.3	26.8	19.6	13.9	13.4	14.4	11.9
	女性60代	(n=232)	55.6	35.8	43.5	57.8	30.6	23.3	18.1	16.8	14.2	13.4
果物摂取量	200g以上	(n=226)	49.6	43.4	51.8	44.2	42.5	36.3	25.2	27.9	28.8	26.1
	100g~200g未満	(n=788)	36.4	38.2	36.7	33.5	30.5	27.7	21.3	18.8	17.9	14.5
	100g未満	(n=681)	27.0	25.1	23.3	23.5	21.6	18.5	9.0	9.0	9.1	7.8

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

### ③-1 果物の新品種全般について期待すること

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「高糖度で甘い」「日持ちが良い」「種がない」「皮がむきやすい」と続いている。
- 各分析軸別でみると、『男性』『20代』『200g以上』では、「手頃な価格で購入できる」は順位は1位～2位ではあるが、スコアは全体と比べると低めで、「高糖度で甘い」と同程度にとどまっている。

Q30. 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。果物全般についてと、以下の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)	41.2	34.3	23.9	20.1	16.0	14.5	13.6	12.2	10.7	9.5	6.4
性別	男性	(n=1001)	35.3	31.4	22.6	17.2	13.8	11.6	12.2	9.9	8.9	9.4	4.0	
	女性	(n=999)	47.1	37.1	25.2	22.9	18.2	17.4	15.0	14.4	12.5	9.5	8.7	
年代	20代	(n=310)	31.9	31.0	20.3	18.7	16.1	9.7	12.3	10.3	12.3	6.5	4.5	
	30代	(n=390)	43.6	40.0	26.7	20.0	16.2	14.1	13.6	11.3	9.2	9.5	6.2	
	40代	(n=460)	43.3	33.9	21.7	18.7	18.5	12.4	12.6	9.1	10.7	9.6	7.8	
	50代	(n=387)	40.8	30.5	23.3	19.1	13.2	15.2	13.7	13.7	7.8	8.8	5.9	
	60代	(n=453)	43.7	35.1	26.7	23.2	15.7	19.6	15.5	15.9	13.5	11.9	6.6	
性別年齢	男性20代	(n=158)	22.2	26.6	18.4	15.8	12.0	8.2	10.8	8.2	10.8	5.7	1.9	
	男性30代	(n=197)	38.1	36.0	26.4	16.8	14.2	13.2	11.7	9.1	7.6	9.6	5.6	
	男性40代	(n=232)	36.2	28.4	17.7	11.6	14.2	7.8	10.8	6.0	6.9	9.1	6.0	
	男性50代	(n=193)	31.1	32.1	22.3	20.2	11.4	11.4	12.4	8.8	5.2	7.3	3.6	
	男性60代	(n=221)	44.8	33.0	27.6	21.7	16.3	16.7	14.9	16.7	14.0	14.0	2.3	
	女性20代	(n=152)	42.1	35.5	22.4	21.7	20.4	11.2	13.8	12.5	13.8	7.2	7.2	
	女性30代	(n=193)	49.2	44.0	26.9	23.3	18.1	15.0	15.5	13.5	10.9	9.3	6.7	
	女性40代	(n=228)	50.4	39.5	25.9	25.9	22.8	17.1	14.5	12.3	14.5	10.1	9.6	
	女性50代	(n=194)	50.5	28.9	24.2	18.0	14.9	19.1	14.9	18.6	10.3	10.3	8.2	
	女性60代	(n=232)	42.7	37.1	25.9	24.6	15.1	22.4	15.9	15.1	12.9	9.9	10.8	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	37.2	37.6	26.1	22.1	19.0	16.4	15.5	17.3	11.9	10.6	6.2	
	100g～200g未満	(n=788)	44.9	40.1	27.9	22.5	17.9	15.2	15.5	16.4	14.2	11.2	6.1	
	100g未満	(n=681)	44.6	33.2	22.5	20.1	15.3	15.0	14.2	9.4	9.1	8.8	6.9	

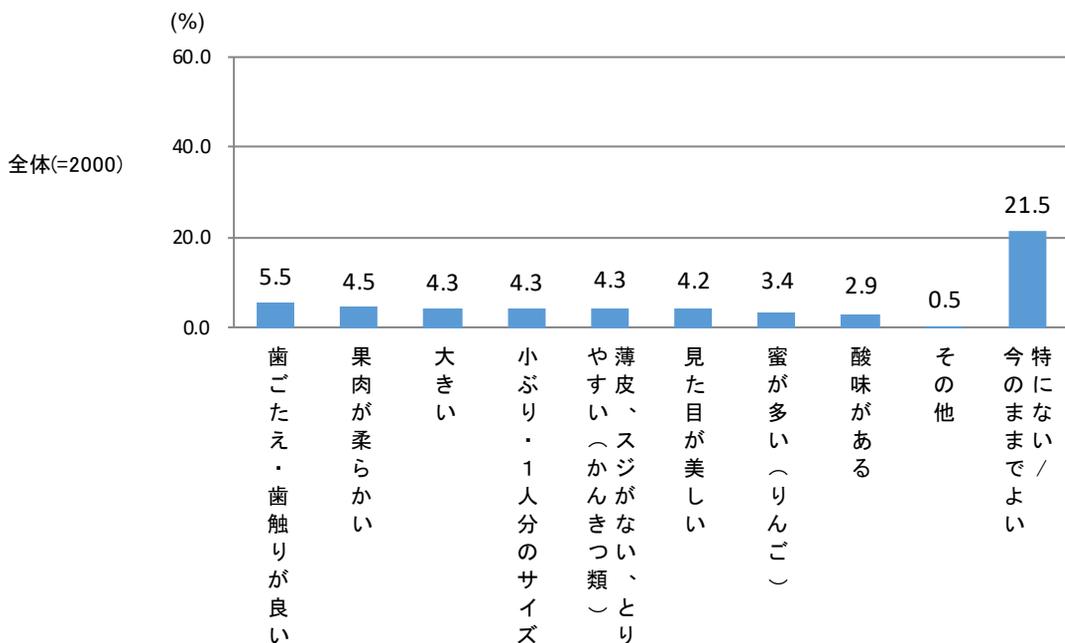
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体	(n=2000)	5.5	4.5	4.3	4.3	4.3	4.2	3.4	2.9	0.5	21.5
性別	男性	(n=1001)	6.8	5.3	4.8	3.4	3.1	4.5	3.1	2.9	0.3	27.1	
	女性	(n=999)	4.2	3.7	3.7	5.1	5.4	3.8	3.7	2.9	0.6	15.9	
年代	20代	(n=310)	5.5	6.5	5.5	4.8	3.2	5.5	4.5	2.3	0.0	25.8	
	30代	(n=390)	4.4	6.4	5.1	3.8	4.6	6.2	3.1	3.1	0.3	17.2	
	40代	(n=460)	3.3	3.3	4.8	4.3	5.7	3.3	2.4	2.8	0.4	24.1	
	50代	(n=387)	5.2	3.4	3.4	4.4	3.1	3.1	2.6	1.6	1.0	24.0	
	60代	(n=453)	9.1	3.8	2.9	4.0	4.2	3.3	4.6	4.4	0.4	17.4	
性別年齢	男性20代	(n=158)	7.0	7.6	7.0	4.4	2.5	5.1	4.4	1.9	0.0	33.5	
	男性30代	(n=197)	5.6	8.6	5.1	2.0	4.1	7.6	3.0	2.5	0.5	20.8	
	男性40代	(n=232)	3.9	3.4	4.7	3.4	3.9	3.9	1.3	3.0	0.4	32.8	
	男性50代	(n=193)	6.2	2.6	4.7	3.1	2.1	2.6	3.1	1.6	0.5	29.0	
	男性60代	(n=221)	11.3	5.0	3.2	4.1	2.7	3.6	4.1	5.0	0.0	20.4	
	女性20代	(n=152)	3.9	5.3	3.9	5.3	3.9	5.9	4.6	2.6	0.0	17.8	
	女性30代	(n=193)	3.1	4.1	5.2	5.7	5.2	4.7	3.1	3.6	0.0	13.5	
	女性40代	(n=228)	2.6	3.1	4.8	5.3	7.5	2.6	3.5	2.6	0.4	15.4	
	女性50代	(n=194)	4.1	4.1	2.1	5.7	4.1	3.6	2.1	1.5	1.5	19.1	
女性60代	(n=232)	6.9	2.6	2.6	3.9	5.6	3.0	5.2	3.9	0.9	14.7		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	8.4	5.8	6.6	6.2	3.1	5.8	4.4	3.5	0.9	13.7	
	100g~200g未満	(n=788)	7.0	5.2	5.2	4.8	4.2	3.4	4.6	3.6	0.1	14.7	
	100g未満	(n=681)	4.7	3.8	3.7	3.4	4.7	5.3	2.1	2.2	0.4	20.9	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

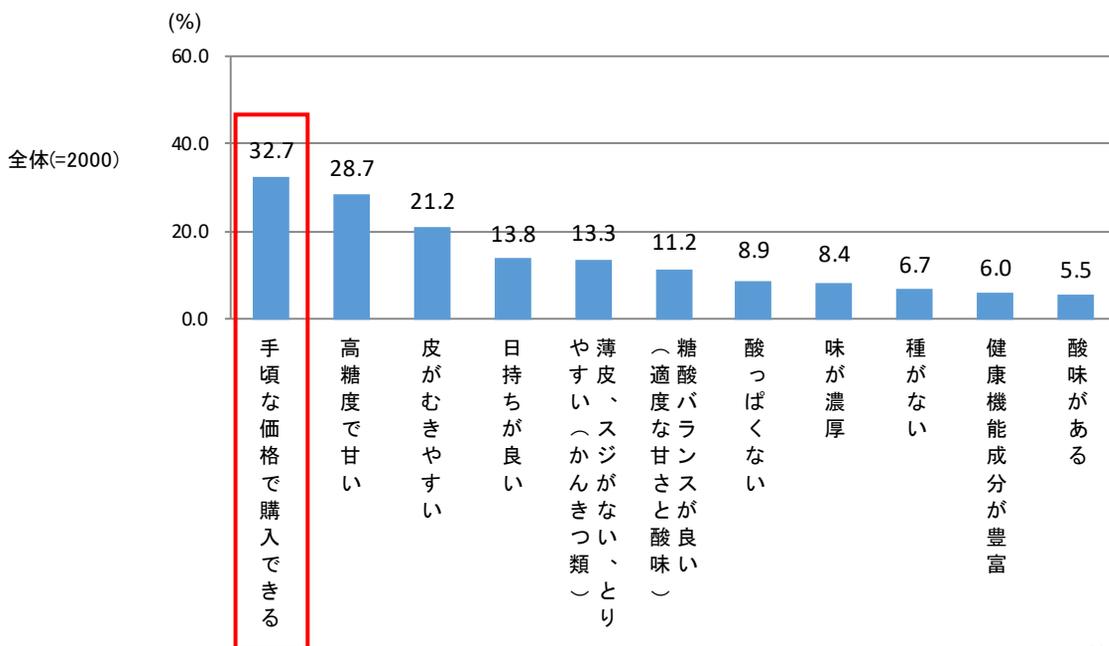
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析

③-2 “温州みかん”

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「高糖度で甘い」「皮がむきやすい」「日持ちが良い」と続いている。
- 上記結果は、平成26年度調査と同様の傾向となっている。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 性別年齢で見ると、『男性20代』では、「手頃な価格で購入できる」のスコアが他の層と比べて低くなっている。

Q30. 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。果物全般についてと、以下の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)	32.7	28.7	21.2	13.8	13.3	11.2	8.9	8.4	6.7	6.0	5.5
性別	男性 (n=1001)	28.6	26.9	17.6	13.6	10.2	9.0	6.1	6.6	7.1	5.6	5.6	
	女性 (n=999)	36.7	30.5	24.7	13.9	16.4	13.3	11.6	10.2	6.3	6.4	5.3	
年代	20代 (n=310)	22.6	26.1	21.6	12.6	9.4	8.7	7.7	6.1	7.4	6.8	6.1	
	30代 (n=390)	33.6	33.6	21.3	15.6	13.8	11.5	10.0	7.4	6.9	5.1	5.9	
	40代 (n=460)	35.0	26.7	20.2	12.8	14.8	10.9	10.0	8.9	6.5	6.7	3.9	
	50代 (n=387)	33.6	26.4	18.1	14.5	9.8	8.0	6.2	8.5	6.2	4.1	4.4	
	60代 (n=453)	35.5	30.2	24.3	13.2	17.0	15.5	9.7	10.2	6.6	7.1	7.1	
性別年齢	男性20代 (n=158)	15.2	23.4	15.8	10.8	8.9	6.3	3.8	4.4	8.9	8.9	7.0	
	男性30代 (n=197)	32.5	31.5	17.3	15.7	10.7	11.2	8.1	7.1	8.1	4.6	6.6	
	男性40代 (n=232)	28.9	21.1	15.5	12.5	11.2	7.8	7.8	7.8	4.3	4.7	3.4	
	男性50代 (n=193)	29.0	28.0	16.1	14.0	5.2	5.2	3.1	5.7	6.2	3.6	3.1	
	男性60代 (n=221)	33.9	30.3	22.6	14.5	14.0	13.6	6.8	7.2	8.6	6.8	8.1	
	女性20代 (n=152)	30.3	28.9	27.6	14.5	9.9	11.2	11.8	7.9	5.9	4.6	5.3	
	女性30代 (n=193)	34.7	35.8	25.4	15.5	17.1	11.9	11.9	7.8	5.7	5.7	5.2	
	女性40代 (n=228)	41.2	32.5	25.0	13.2	18.4	14.0	12.3	10.1	8.8	8.8	4.4	
女性50代 (n=194)	38.1	24.7	20.1	14.9	14.4	10.8	9.3	11.3	6.2	4.6	5.7		
女性60代 (n=232)	37.1	30.2	25.9	12.1	19.8	17.2	12.5	12.9	4.7	7.3	6.0		
果物摂取量	200g以上 (n=226)	29.2	27.9	21.7	10.2	14.2	12.4	12.8	11.5	10.2	5.8	6.2	
	100g~200g未満 (n=788)	34.4	34.1	25.0	15.9	15.2	14.5	7.6	10.0	7.4	7.6	7.2	
	100g未満 (n=681)	35.8	29.8	21.9	14.5	13.4	10.3	10.1	7.5	5.7	5.7	4.1	
平成26年度全体 (n=2000)			27.6	20.8	13.4	12.5	8.6	7.6	6.2	5.6	5.4	3.6	

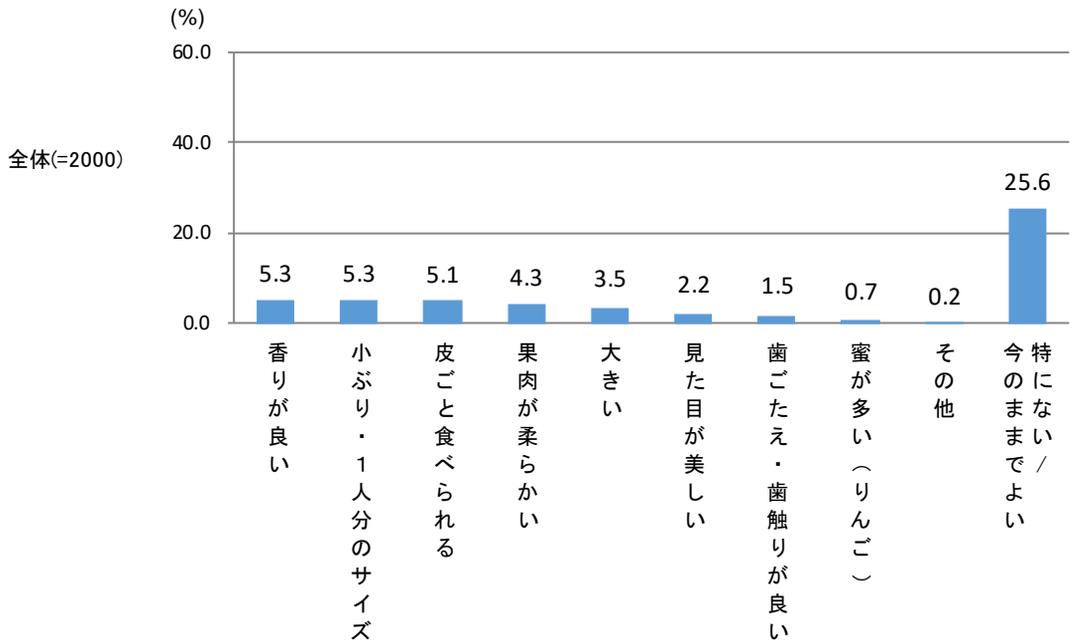
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体	(n=2000)	5.3	5.3	5.1	4.3	3.5	2.2	1.5	0.7	0.2	25.6
性別	男性	(n=1001)	5.8	4.2	5.5	4.8	3.8	2.6	2.2	1.2	0.3	0.1	31.5
	女性	(n=999)	4.8	6.3	4.7	3.7	3.2	1.7	0.8	0.2	0.1	0.1	19.6
年代	20代	(n=310)	4.2	3.9	4.5	4.8	4.8	3.5	2.3	0.6	0.0	0.0	28.7
	30代	(n=390)	7.2	5.4	4.4	5.9	5.1	3.1	3.1	0.8	0.0	0.0	21.5
	40代	(n=460)	5.2	5.4	4.1	3.3	2.8	1.7	0.7	0.4	0.2	0.2	27.4
	50代	(n=387)	2.8	5.9	4.9	2.8	2.1	0.8	1.6	1.0	0.8	0.8	29.7
	60代	(n=453)	6.6	5.3	7.3	4.6	3.1	2.0	0.4	0.7	0.0	0.0	21.4
性別年齢	男性20代	(n=158)	5.1	1.3	3.8	7.0	5.7	5.1	3.2	0.6	0.0	0.0	36.1
	男性30代	(n=197)	7.1	5.6	5.6	5.6	4.1	4.1	4.1	1.5	0.0	0.0	24.9
	男性40代	(n=232)	5.2	3.9	4.3	3.9	3.0	2.2	1.3	0.9	0.4	0.4	36.2
	男性50代	(n=193)	2.6	4.7	6.7	3.6	2.1	0.5	2.1	1.6	1.0	1.0	35.8
	男性60代	(n=221)	8.6	5.0	6.8	4.5	4.5	1.8	0.9	1.4	0.0	0.0	25.3
	女性20代	(n=152)	3.3	6.6	5.3	2.6	3.9	2.0	1.3	0.7	0.0	0.0	21.1
	女性30代	(n=193)	7.3	5.2	3.1	6.2	6.2	2.1	2.1	0.0	0.0	0.0	18.1
	女性40代	(n=228)	5.3	7.0	3.9	2.6	2.6	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	18.4
	女性50代	(n=194)	3.1	7.2	3.1	2.1	2.1	1.0	1.0	0.5	0.5	0.5	23.7
女性60代	(n=232)	4.7	5.6	7.8	4.7	1.7	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	17.7	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	4.9	5.8	8.0	5.8	5.8	1.8	3.1	0.9	0.0	0.0	19.0
	100g～200g未満	(n=788)	6.6	4.9	5.7	5.6	3.8	2.9	1.9	0.9	0.3	0.3	17.9
	100g未満	(n=681)	4.8	6.5	4.3	3.2	3.2	1.6	0.9	0.4	0.1	0.1	24.1
平成26年度全体		(n=2000)	3.7	6.2	4.4	3.2	3.0	1.4	1.6	0.7	0.2	0.2	37.0

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

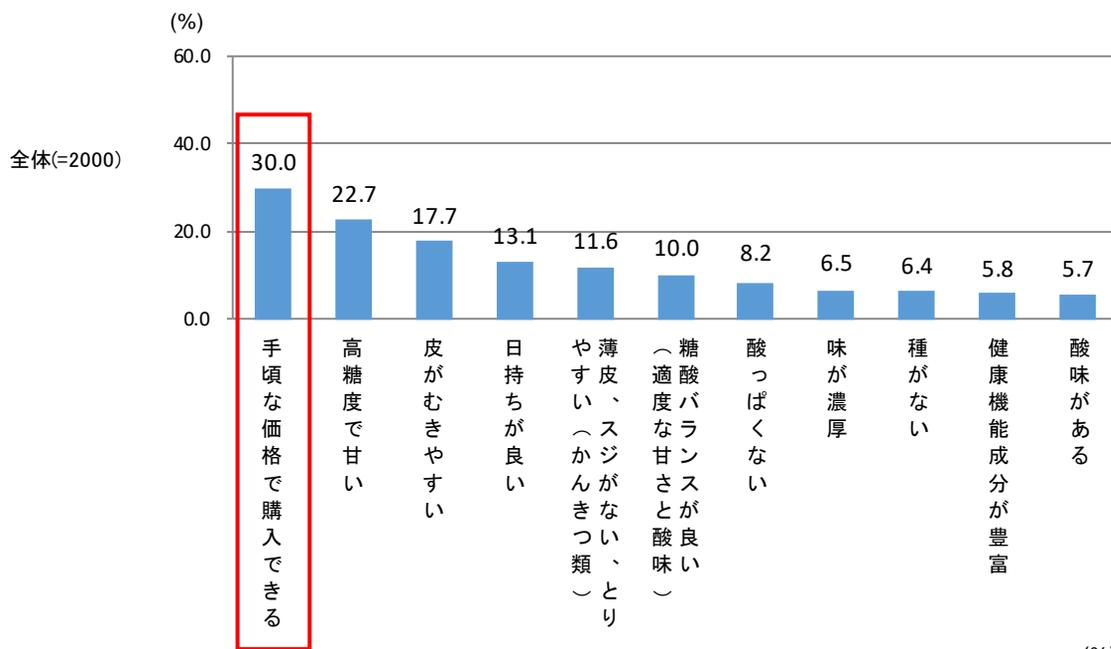
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

### ③-3 “その他かんきつ類”

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「高糖度で甘い」「皮がむきやすい」「日持ちが良い」と続いている。
- 上記結果は、平成26年度調査と同様の傾向となっている。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 性別年齢で見ると、『男性20代』は「手頃な価格で購入できる」のスコアが他の層と比べて低めとなっている。

Q30. 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。果物全般についてと、以下の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)	30.0	22.7	17.7	13.1	11.6	10.0	8.2	6.5	6.4	5.8	5.7
性別	男性 (n=1001)	26.5	21.6	14.5	13.2	8.7	7.2	5.5	5.7	6.7	5.8	5.8	
	女性 (n=999)	33.5	23.8	20.9	13.0	14.4	12.7	10.8	7.2	6.0	5.8	5.5	
年代	20代 (n=310)	20.3	19.0	15.8	13.9	7.7	8.7	5.8	5.8	6.1	6.8	7.7	
	30代 (n=390)	30.3	25.1	19.2	13.3	13.6	9.5	9.5	5.9	6.9	5.6	5.6	
	40代 (n=460)	34.3	21.5	20.9	11.3	11.3	10.2	9.3	7.0	6.7	4.8	4.6	
	50代 (n=387)	30.5	21.2	12.7	14.0	9.6	8.3	5.4	5.7	5.7	3.9	4.1	
	60代 (n=453)	31.6	25.6	18.8	13.5	14.3	12.4	9.7	7.5	6.2	7.9	6.6	
性別年齢	男性20代 (n=158)	13.3	16.5	10.8	13.9	4.4	5.7	2.5	7.0	7.0	7.6	8.9	
	男性30代 (n=197)	28.4	24.9	15.7	13.7	12.2	8.1	7.6	6.6	8.1	6.1	6.1	
	男性40代 (n=232)	30.2	18.5	14.7	11.6	8.6	7.3	7.3	6.0	4.3	4.3	4.3	
	男性50代 (n=193)	25.4	23.3	10.9	13.5	4.1	4.7	2.6	3.1	5.7	3.6	3.1	
	男性60代 (n=221)	31.2	24.0	19.0	13.6	12.7	9.5	6.3	5.9	8.6	7.7	7.2	
	女性20代 (n=152)	27.6	21.7	21.1	13.8	11.2	11.8	9.2	4.6	5.3	5.9	6.6	
	女性30代 (n=193)	32.1	25.4	22.8	13.0	15.0	10.9	11.4	5.2	5.7	5.2	5.2	
	女性40代 (n=228)	38.6	24.6	27.2	11.0	14.0	13.2	11.4	7.9	9.2	5.3	4.8	
女性50代 (n=194)	35.6	19.1	14.4	14.4	14.9	11.9	8.2	8.2	5.7	4.1	5.2		
女性60代 (n=232)	31.9	27.2	18.5	13.4	15.9	15.1	12.9	9.1	3.9	8.2	6.0		
果物摂取量	200g以上 (n=226)	27.9	24.8	21.2	10.6	12.8	11.1	10.6	6.6	10.2	6.6	7.1	
	100g~200g未満 (n=788)	32.6	27.4	21.6	15.7	12.6	12.8	7.9	8.4	6.9	7.7	7.5	
	100g未満 (n=681)	32.0	22.2	17.0	12.9	12.6	9.3	8.8	5.7	5.6	4.8	4.0	
平成26年度全体 (n=2000)			20.0	17.5	11.3	11.7	8.2	7.0	4.8	6.3	4.5	4.6	

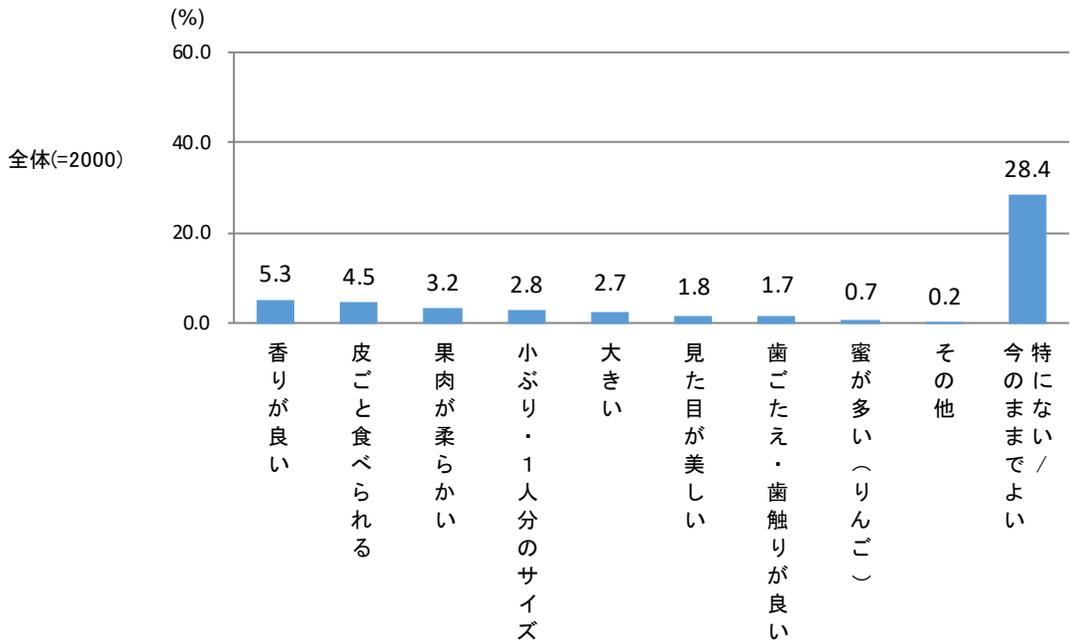
全体と比べて10ポイント以上高い。

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。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体	(n=2000)	5.3	4.5	3.2	2.8	2.7	1.8	1.7	0.7	0.2	28.4
性別	男性	(n=1001)	6.1	4.7	3.6	2.3	2.3	1.7	2.2	1.2	0.3	0.3	35.2
	女性	(n=999)	4.5	4.3	2.7	3.3	3.0	1.8	1.2	0.2	0.1	0.1	21.5
年代	20代	(n=310)	6.5	5.5	2.9	3.9	4.5	1.6	4.5	1.9	0.0	0.0	31.3
	30代	(n=390)	5.1	2.8	6.4	2.6	3.6	3.3	1.3	0.8	0.0	0.0	24.1
	40代	(n=460)	4.8	5.4	2.2	2.4	1.7	0.9	1.3	0.2	0.2	0.2	30.0
	50代	(n=387)	4.1	5.2	1.8	3.4	2.6	0.8	1.0	0.3	0.5	0.5	32.3
	60代	(n=453)	6.2	3.8	2.6	2.2	1.5	2.2	1.1	0.7	0.2	0.2	24.9
性別年齢	男性20代	(n=158)	6.3	7.0	3.2	1.3	2.5	1.3	7.0	3.2	0.0	0.0	40.5
	男性30代	(n=197)	6.6	2.5	9.1	2.0	3.0	4.6	2.0	1.5	0.0	0.0	26.9
	男性40代	(n=232)	5.2	4.3	2.6	2.2	0.9	0.9	1.7	0.0	0.4	0.4	38.4
	男性50代	(n=193)	5.2	6.2	1.6	5.2	3.6	1.0	0.0	0.5	0.5	0.5	40.4
	男性60代	(n=221)	7.2	4.1	1.8	0.9	1.8	0.9	1.4	1.4	0.5	0.5	30.8
	女性20代	(n=152)	6.6	3.9	2.6	6.6	6.6	2.0	2.0	0.7	0.0	0.0	21.7
	女性30代	(n=193)	3.6	3.1	3.6	3.1	4.1	2.1	0.5	0.0	0.0	0.0	21.2
	女性40代	(n=228)	4.4	6.6	1.8	2.6	2.6	0.9	0.9	0.4	0.0	0.0	21.5
	女性50代	(n=194)	3.1	4.1	2.1	1.5	1.5	0.5	2.1	0.0	0.5	0.5	24.2
女性60代	(n=232)	5.2	3.4	3.4	3.4	1.3	3.4	0.9	0.0	0.0	0.0	19.4	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	6.2	6.6	6.6	3.1	2.7	3.5	2.2	2.7	0.0	0.0	19.0
	100g～200g未満	(n=788)	6.7	5.6	4.1	3.6	2.9	1.9	2.0	0.5	0.3	0.3	20.7
	100g未満	(n=681)	4.3	2.8	1.6	2.3	2.9	1.5	1.6	0.4	0.1	0.1	27.8
平成26年度全体		(n=2000)	4.0	4.6	2.3	3.6	2.4	1.7	1.8	0.6	0.2	0.2	39.3

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

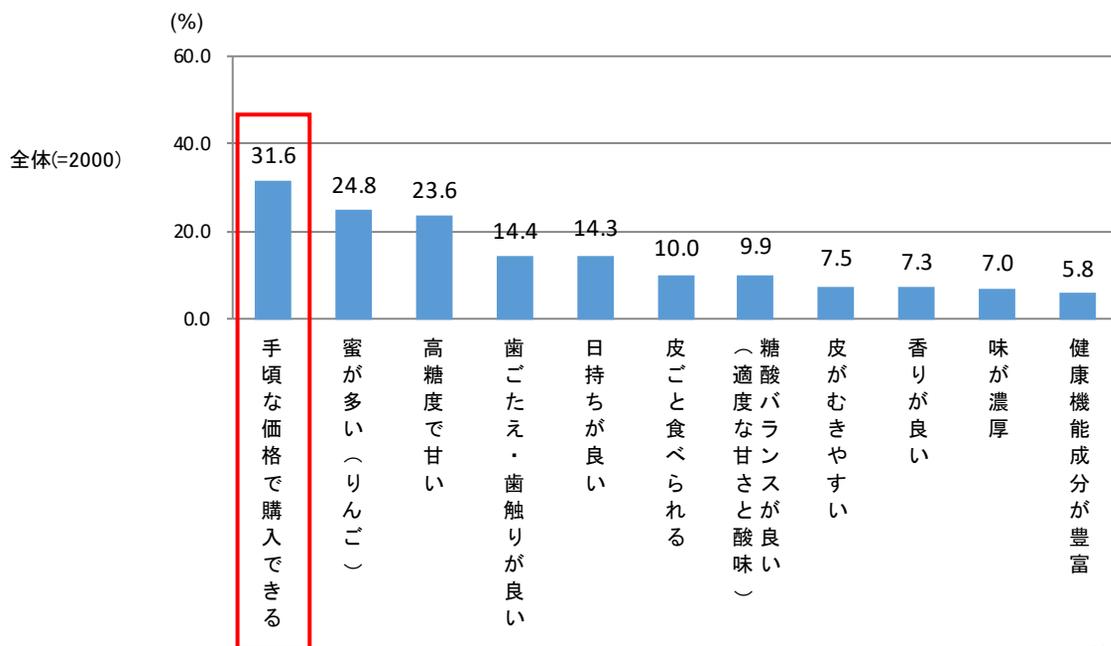
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析

③-4 “りんご”

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「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」と続いている。
- 上記結果は、平成26年度調査と同様の傾向となっている。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 性別年齢で見ると、『女性20～40代』『女性60代』は「蜜が多い（りんご）」のスコアが高めとなっている。

Q30. 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。果物全般についてと、以下の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)	31.6	24.8	23.6	14.4	14.3	10.0	9.9	7.5	7.3	7.0	5.8
性別	男性	(n=1001)	28.0	17.3	22.6	12.7	14.9	9.5	8.0	6.8	6.8	7.2	5.6	
	女性	(n=999)	35.1	32.2	24.6	16.0	13.7	10.4	11.7	8.2	7.8	6.8	6.0	
年代	20代	(n=310)	21.9	21.0	23.9	11.6	12.9	10.6	8.1	9.7	6.1	6.8	5.8	
	30代	(n=390)	33.3	26.9	25.1	14.9	13.8	9.2	11.8	6.2	10.8	7.9	5.4	
	40代	(n=460)	35.2	24.3	23.9	11.7	14.3	7.2	9.1	8.0	8.5	7.0	5.4	
	50代	(n=387)	32.8	18.9	21.2	11.6	14.7	9.8	7.0	7.5	3.4	6.7	4.1	
	60代	(n=453)	31.8	30.9	23.8	20.8	15.2	13.0	12.6	6.6	7.3	6.6	7.9	
性別年齢	男性20代	(n=158)	14.6	11.4	20.3	10.1	14.6	7.6	7.6	6.3	5.7	8.2	7.0	
	男性30代	(n=197)	31.0	21.8	21.3	13.2	14.7	9.1	10.2	5.6	11.7	7.6	5.1	
	男性40代	(n=232)	31.0	14.7	21.6	9.9	13.4	6.5	6.9	6.9	7.3	8.2	4.3	
	男性50代	(n=193)	27.5	10.9	23.8	7.8	16.1	10.9	6.2	8.3	2.6	5.2	4.7	
	男性60代	(n=221)	32.1	25.8	25.3	21.3	15.8	13.1	9.0	6.8	6.3	6.8	7.2	
	女性20代	(n=152)	29.6	30.9	27.6	13.2	11.2	13.8	8.6	13.2	6.6	5.3	4.6	
	女性30代	(n=193)	35.8	32.1	29.0	16.6	13.0	9.3	13.5	6.7	9.8	8.3	5.7	
	女性40代	(n=228)	39.5	34.2	26.3	13.6	15.4	7.9	11.4	9.2	9.6	5.7	6.6	
	女性50代	(n=194)	38.1	26.8	18.6	15.5	13.4	8.8	7.7	6.7	4.1	8.2	3.6	
女性60代	(n=232)	31.5	35.8	22.4	20.3	14.7	12.9	15.9	6.5	8.2	6.5	8.6		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	27.4	23.0	22.1	14.6	12.4	10.6	11.1	9.3	6.2	7.5	7.1	
	100g～200g未満	(n=788)	33.9	28.2	29.1	17.3	17.4	12.1	11.9	8.6	9.4	8.1	7.5	
	100g未満	(n=681)	34.7	27.2	22.5	14.5	13.4	9.4	10.1	7.2	6.3	6.6	5.1	
平成26年度全体		(n=2000)		23.6	22.0	13.6	11.6	9.4	8.3	6.6	6.6	5.1	6.2	

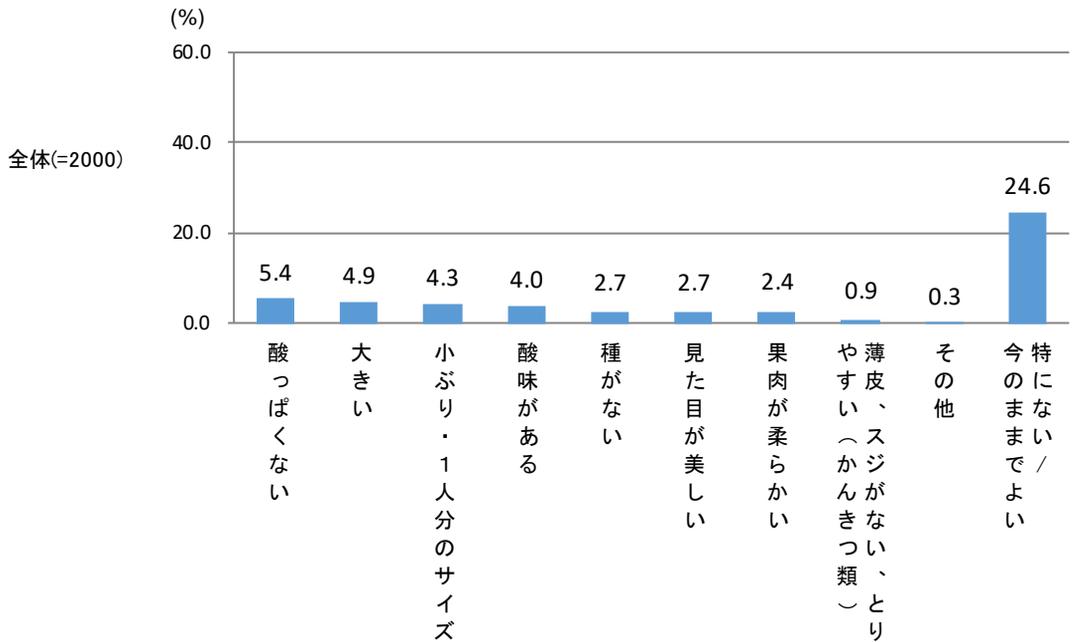
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体	(n=2000)	5.4	4.9	4.3	4.0	2.7	2.7	2.4	0.9	0.3	24.6
性別	男性	(n=1001)	4.6	5.2	3.5	3.9	4.0	2.7	2.8	0.9	0.3	30.5	
	女性	(n=999)	6.1	4.5	5.0	4.0	1.3	2.6	1.9	0.8	0.2	18.6	
年代	20代	(n=310)	5.8	6.1	5.5	2.3	3.2	3.5	2.6	1.3	0.0	28.4	
	30代	(n=390)	5.1	4.6	5.4	2.6	4.6	4.9	3.3	0.3	0.0	19.7	
	40代	(n=460)	6.5	4.1	3.5	3.7	1.1	1.3	2.2	1.1	0.2	27.8	
	50代	(n=387)	4.4	3.9	4.4	5.9	2.3	2.1	1.3	1.3	0.8	27.1	
	60代	(n=453)	4.9	5.7	3.1	4.9	2.4	2.0	2.4	0.4	0.2	20.5	
性別年齢	男性20代	(n=158)	5.7	7.0	4.4	3.2	5.1	4.4	4.4	1.9	0.0	36.7	
	男性30代	(n=197)	3.6	5.1	3.6	2.5	7.6	6.1	3.0	0.0	0.0	23.9	
	男性40代	(n=232)	6.0	4.7	3.4	2.6	1.3	1.3	2.2	0.9	0.4	36.6	
	男性50代	(n=193)	3.1	3.1	4.7	4.7	3.1	1.6	2.1	1.6	0.5	32.6	
	男性60代	(n=221)	4.5	6.3	1.8	6.3	3.6	0.9	2.7	0.5	0.5	23.5	
	女性20代	(n=152)	5.9	5.3	6.6	1.3	1.3	2.6	0.7	0.7	0.0	19.7	
	女性30代	(n=193)	6.7	4.1	7.3	2.6	1.6	3.6	3.6	0.5	0.0	15.5	
	女性40代	(n=228)	7.0	3.5	3.5	4.8	0.9	1.3	2.2	1.3	0.0	18.9	
	女性50代	(n=194)	5.7	4.6	4.1	7.2	1.5	2.6	0.5	1.0	1.0	21.6	
女性60代	(n=232)	5.2	5.2	4.3	3.4	1.3	3.0	2.2	0.4	0.0	17.7		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	6.6	6.6	5.3	5.3	4.9	3.1	4.9	1.8	0.9	19.5	
	100g~200g未満	(n=788)	4.9	5.8	4.3	4.2	3.3	2.7	2.9	1.0	0.1	17.0	
	100g未満	(n=681)	5.6	3.7	4.3	3.5	1.8	2.5	1.8	0.7	0.1	22.6	
平成26年度全体		(n=2000)	4.3	3.9	4.0	3.9	2.9	2.2	2.1	0.7	0.3	34.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

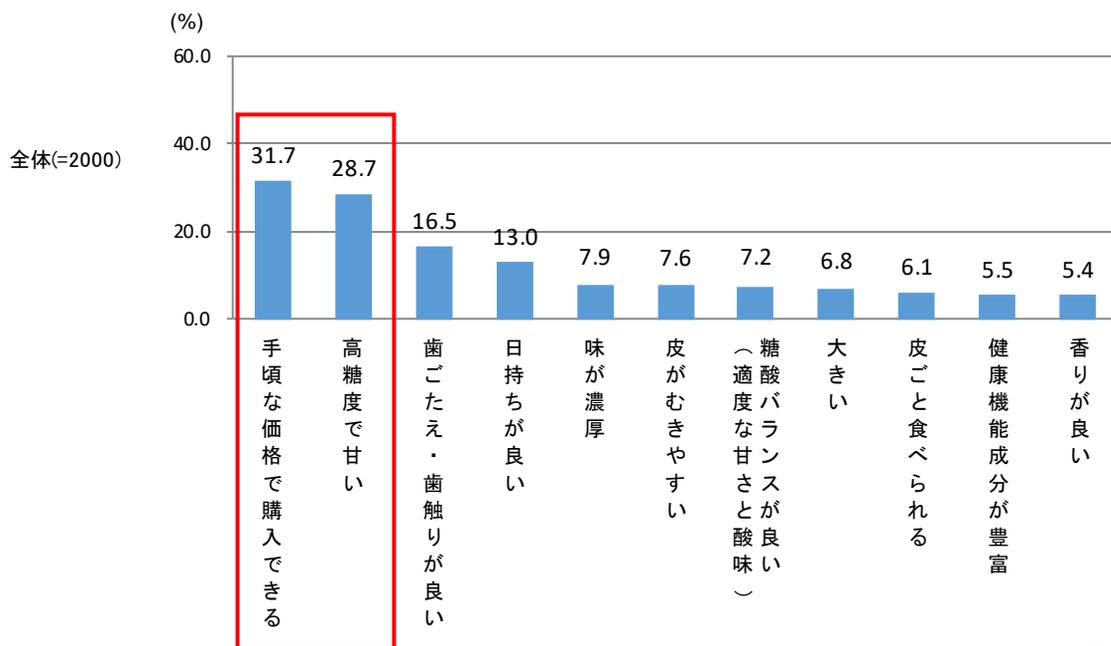
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析

③-5 “梨（なし）”

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、次いで「高糖度で甘い」が高い。以下、やや離れて「歯ごたえ・歯触りが良い」などが続いている。
- 上記結果は、平成26年度調査と同様の傾向となっている。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 性別年齢で見ると、『男性20代』では「手頃な価格で購入できる」が、他の層と比べて低くなっている。

Q30. 今後、果物の新品种が開発・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种が開発されることを期待しますか。果物全般についてと、以下の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)	31.7	28.7	16.5	13.0	7.9	7.6	7.2	6.8	6.1	5.5	5.4
性別	男性	(n=1001)	27.9	26.9	14.7	13.0	7.1	6.5	5.9	7.2	7.5	5.2	5.4	
	女性	(n=999)	35.4	30.5	18.3	13.0	8.7	8.7	8.4	6.4	4.7	5.7	5.4	
年代	20代	(n=310)	22.9	24.8	12.3	10.6	6.8	10.0	5.8	5.2	7.7	6.5	6.1	
	30代	(n=390)	33.3	31.8	16.4	12.8	9.7	7.7	7.9	7.2	6.7	5.9	8.5	
	40代	(n=460)	35.7	27.4	13.7	13.0	7.4	7.8	7.6	7.8	4.3	5.2	3.7	
	50代	(n=387)	33.1	26.4	14.7	14.2	7.2	5.4	6.2	4.9	6.2	4.1	2.8	
	60代	(n=453)	30.9	32.0	23.8	13.7	8.2	7.5	7.7	8.2	6.2	5.7	6.2	
性別年齢	男性20代	(n=158)	13.9	22.2	10.8	8.9	6.3	6.3	5.7	6.3	10.8	5.7	4.4	
	男性30代	(n=197)	31.0	29.4	15.2	12.2	10.2	5.6	7.1	8.1	8.1	5.6	10.7	
	男性40代	(n=232)	29.3	23.3	12.1	11.2	6.9	7.3	5.6	8.2	3.4	5.2	3.4	
	男性50代	(n=193)	28.5	26.9	10.4	15.0	5.7	5.7	6.2	4.1	8.8	3.6	2.1	
	男性60代	(n=221)	33.0	31.7	23.5	16.7	6.3	7.2	5.0	8.6	7.7	5.9	6.3	
	女性20代	(n=152)	32.2	27.6	13.8	12.5	7.2	13.8	5.9	3.9	4.6	7.2	7.9	
	女性30代	(n=193)	35.8	34.2	17.6	13.5	9.3	9.8	8.8	6.2	5.2	6.2	6.2	
	女性40代	(n=228)	42.1	31.6	15.4	14.9	7.9	8.3	9.6	7.5	5.3	5.3	3.9	
女性50代	(n=194)	37.6	25.8	19.1	13.4	8.8	5.2	6.2	5.7	3.6	4.6	3.6		
女性60代	(n=232)	28.9	32.3	24.1	10.8	9.9	7.8	10.3	7.8	4.7	5.6	6.0		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	30.1	28.3	18.6	11.5	11.5	8.4	9.3	8.0	9.3	6.6	7.1	
	100g～200g未満	(n=788)	33.0	34.9	20.9	14.6	7.7	8.8	8.8	8.8	7.4	6.5	5.8	
	100g未満	(n=681)	35.1	28.0	15.0	13.8	8.7	7.8	6.2	5.9	5.1	5.3	5.0	
平成26年度全体		(n=2000)		28.3	15.1	11.1	5.8	6.7	4.5	5.2	5.8	4.1	3.7	

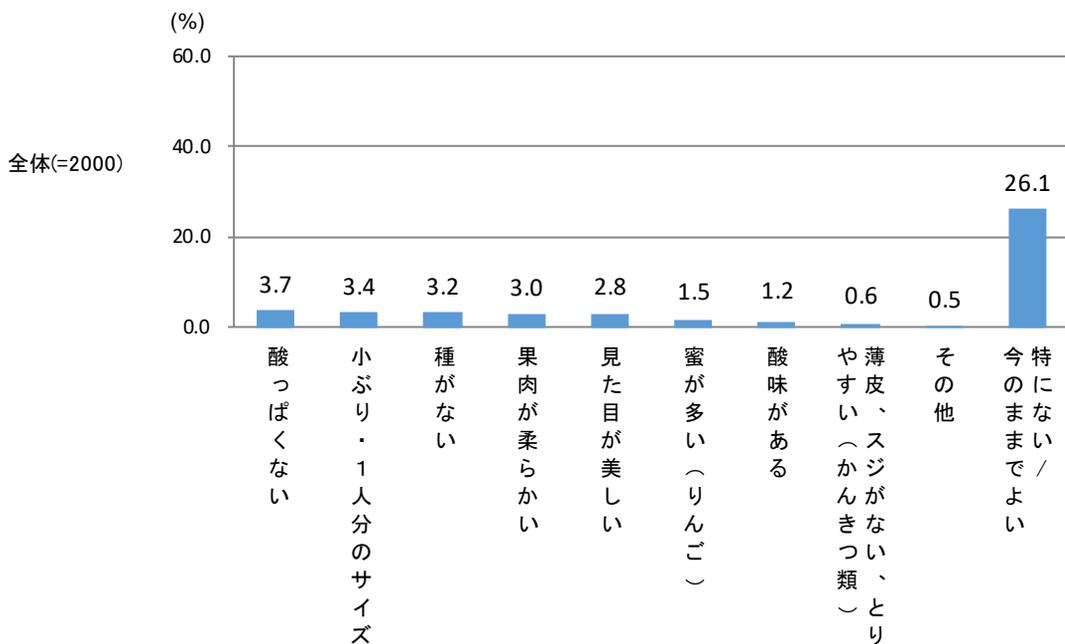
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体 (n=2000)	3.7	3.4	3.2	3.0	2.8	1.5	1.2	0.6	0.5	26.1
性別	男性 (n=1001)		3.1	3.1	4.3	3.6	2.6	1.6	0.7	0.9	0.3	31.7
	女性 (n=999)		4.2	3.6	2.0	2.4	2.9	1.3	1.6	0.3	0.6	20.5
年代	20代 (n=310)		4.2	5.2	3.9	4.5	3.5	1.6	1.9	1.6	0.6	29.0
	30代 (n=390)		2.8	3.6	4.1	4.4	3.3	2.1	1.3	0.8	0.3	22.1
	40代 (n=460)		5.2	2.6	2.6	2.6	2.2	1.3	1.1	0.0	0.7	30.2
	50代 (n=387)		4.4	2.3	2.3	1.3	2.8	0.8	0.8	0.5	0.5	27.4
	60代 (n=453)		1.8	3.5	3.1	2.6	2.2	1.5	0.9	0.4	0.2	22.3
性別年齢	男性20代 (n=158)		2.5	5.1	5.1	5.7	3.2	1.9	0.6	2.5	0.0	36.1
	男性30代 (n=197)		2.0	3.0	7.6	4.1	4.1	1.5	1.0	1.0	0.0	25.4
	男性40代 (n=232)		5.2	2.6	1.7	4.3	1.3	1.3	1.3	0.0	0.9	38.8
	男性50代 (n=193)		3.6	2.1	3.1	1.0	3.6	1.6	0.0	1.0	0.5	32.1
	男性60代 (n=221)		1.8	3.2	4.5	3.2	1.4	1.8	0.5	0.5	0.0	26.2
	女性20代 (n=152)		5.9	5.3	2.6	3.3	3.9	1.3	3.3	0.7	1.3	21.7
	女性30代 (n=193)		3.6	4.1	0.5	4.7	2.6	2.6	1.6	0.5	0.5	18.7
	女性40代 (n=228)		5.3	2.6	3.5	0.9	3.1	1.3	0.9	0.0	0.4	21.5
	女性50代 (n=194)		5.2	2.6	1.5	1.5	2.1	0.0	1.5	0.0	0.5	22.7
女性60代 (n=232)		1.7	3.9	1.7	2.2	3.0	1.3	1.3	0.4	0.4	18.5	
果物摂取量	200g以上 (n=226)		4.0	4.0	7.1	6.6	2.7	2.7	2.7	0.9	0.0	18.6
	100g~200g未満 (n=788)		3.0	2.5	2.7	3.4	3.0	1.6	1.4	0.8	0.6	18.7
	100g未満 (n=681)		4.1	4.1	2.9	2.5	2.9	1.3	0.4	0.4	0.4	24.7
平成26年度全体 (n=2000)			2.9	3.7	2.7	2.7	1.7	0.7	1.5	1.0	0.5	37.7

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

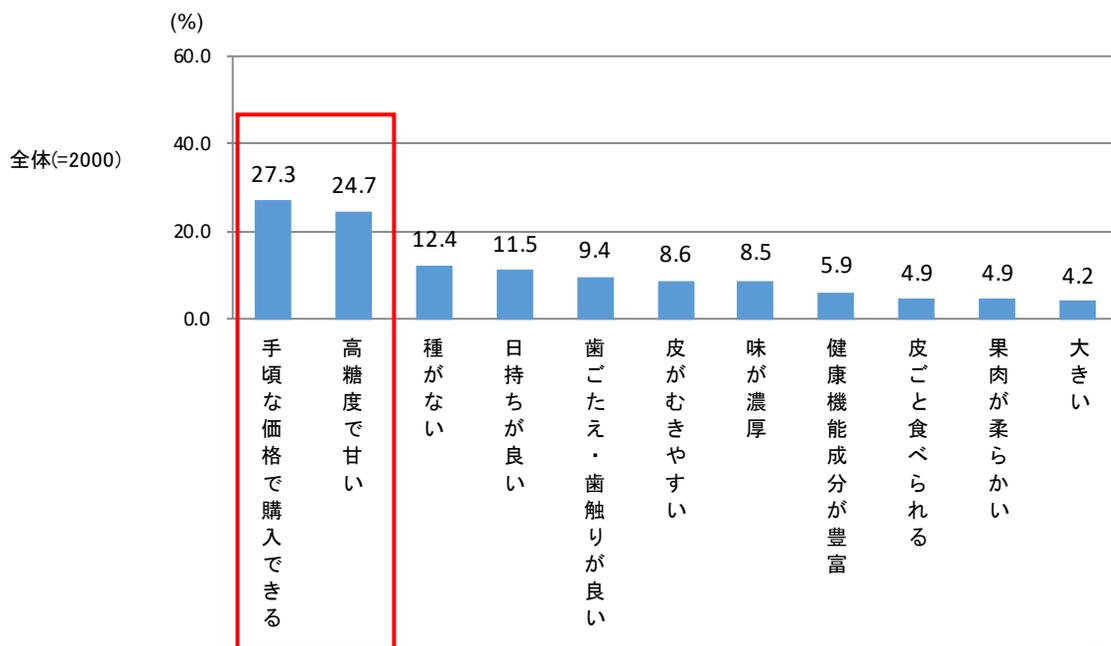
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析

③-6 “柿（かき）”

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、次いで、「高糖度で甘い」が高い。以下、やや離れて「種がない」「日持ちが良い」と続いている。
- 上記結果は、平成26年度調査と同様の傾向となっている。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 性別年齢で見ると、『男性20代』では、「手頃な価格で購入できる」「高糖度で甘い」が、他の層と比べて低めで2割を下回っている。

Q30. 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。果物全般についてと、以下の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)	27.3	24.7	12.4	11.5	9.4	8.6	8.5	5.9	4.9	4.9	4.2
性別	男性	(n=1001)	25.0	23.1	10.3	12.4	9.2	7.6	8.4	5.6	5.5	4.9	3.8	
	女性	(n=999)	29.6	26.3	14.5	10.5	9.5	9.6	8.5	6.2	4.2	4.8	4.5	
年代	20代	(n=310)	18.7	19.7	11.0	10.0	6.8	8.4	7.4	5.8	7.4	6.1	4.8	
	30代	(n=390)	26.7	25.9	10.0	12.8	9.7	7.4	9.0	5.6	3.8	6.7	3.8	
	40代	(n=460)	29.3	23.9	12.4	10.0	6.7	9.8	8.0	5.9	3.0	4.3	3.7	
	50代	(n=387)	28.2	23.5	11.9	11.6	7.8	8.0	7.0	4.9	4.7	3.4	3.6	
	60代	(n=453)	30.9	28.9	15.9	12.6	14.8	9.1	10.4	7.1	6.0	4.2	4.9	
性別年齢	男性20代	(n=158)	13.3	17.1	10.1	9.5	8.2	7.0	9.5	5.7	7.6	5.7	5.1	
	男性30代	(n=197)	25.9	25.4	9.1	14.7	9.6	5.6	10.7	6.1	4.1	7.6	3.6	
	男性40代	(n=232)	25.9	21.6	6.5	10.3	6.0	8.6	7.3	5.2	3.9	5.2	3.4	
	男性50代	(n=193)	23.8	22.3	10.9	11.4	5.7	8.8	5.7	3.1	4.7	2.6	2.1	
	男性60代	(n=221)	32.6	27.6	14.9	15.4	15.8	7.7	9.0	7.7	7.7	3.6	5.0	
	女性20代	(n=152)	24.3	22.4	11.8	10.5	5.3	9.9	5.3	5.9	7.2	6.6	4.6	
	女性30代	(n=193)	27.5	26.4	10.9	10.9	9.8	9.3	7.3	5.2	3.6	5.7	4.1	
	女性40代	(n=228)	32.9	26.3	18.4	9.6	7.5	11.0	8.8	6.6	2.2	3.5	3.9	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	27.0	26.5	14.6	9.3	8.4	9.3	11.1	6.2	7.5	7.5	6.2	
	100g~200g未満	(n=788)	28.6	30.6	13.5	13.7	12.3	10.0	9.6	7.5	6.0	5.6	4.9	
	100g未満	(n=681)	30.1	23.3	14.1	12.5	8.8	9.1	8.8	5.7	4.0	4.6	3.8	
	平成26年度全体	(n=2000)		23.3	10.8	9.6	7.8	7.8	6.5	4.8	5.6	4.0	3.2	

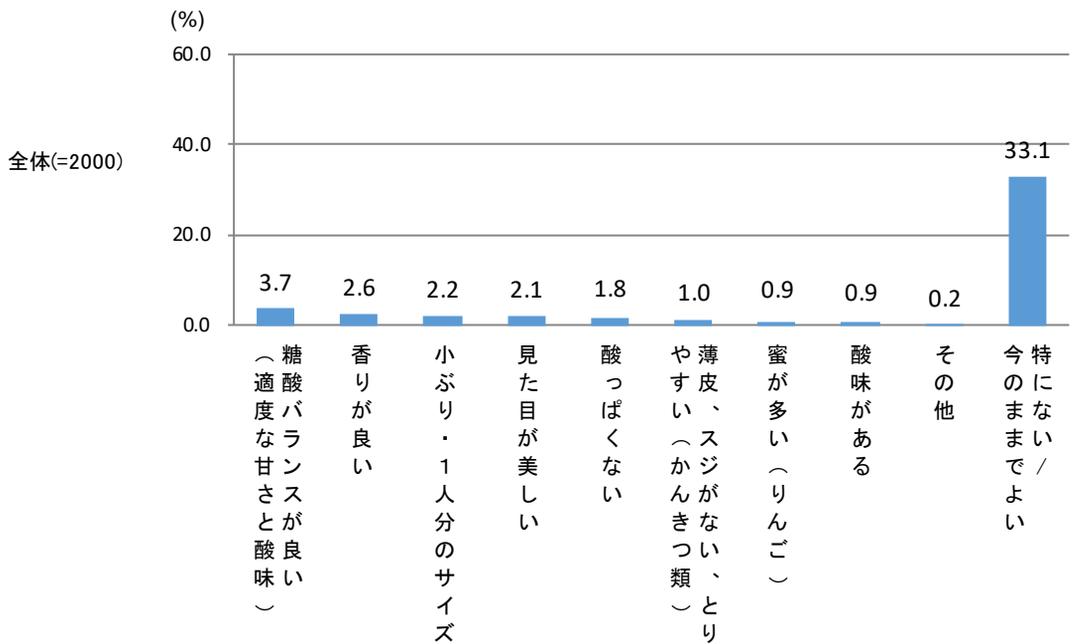
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体 (n=2000)	3.7	2.6	2.2	2.1	1.8	1.0	0.9	0.9	0.2	33.1
性別	男性 (n=1001)		3.9	2.9	2.0	2.0	1.3	1.2	1.2	1.1	0.2	38.1
	女性 (n=999)		3.5	2.3	2.3	2.1	2.3	0.7	0.6	0.6	0.1	28.1
年代	20代 (n=310)		5.8	2.6	2.3	2.3	1.9	1.9	2.9	1.6	0.0	35.5
	30代 (n=390)		3.6	4.1	3.1	2.8	2.8	1.3	0.8	1.0	0.0	31.0
	40代 (n=460)		3.3	1.5	1.7	0.4	2.0	0.7	0.0	0.7	0.2	38.0
	50代 (n=387)		3.1	2.1	2.1	3.4	1.0	0.8	0.8	1.0	0.5	34.9
	60代 (n=453)		3.3	2.9	1.8	1.8	1.3	0.4	0.7	0.2	0.0	26.7
性別年齢	男性20代 (n=158)		7.0	3.8	2.5	2.5	0.6	1.9	2.5	1.9	0.0	40.5
	男性30代 (n=197)		3.6	4.6	2.5	2.0	3.0	1.0	1.0	2.0	0.0	33.0
	男性40代 (n=232)		1.7	1.3	1.7	0.9	1.7	1.3	0.0	0.9	0.4	45.3
	男性50代 (n=193)		4.7	3.1	2.1	4.1	0.5	1.6	1.6	1.0	0.5	39.9
	男性60代 (n=221)		3.6	2.3	1.4	0.9	0.5	0.5	1.4	0.0	0.0	31.7
	女性20代 (n=152)		4.6	1.3	2.0	2.0	3.3	2.0	3.3	1.3	0.0	30.3
	女性30代 (n=193)		3.6	3.6	3.6	3.6	2.6	1.6	0.5	0.0	0.0	29.0
	女性40代 (n=228)		4.8	1.8	1.8	0.0	2.2	0.0	0.0	0.4	0.0	30.7
	女性50代 (n=194)		1.5	1.0	2.1	2.6	1.5	0.0	0.0	1.0	0.5	29.9
女性60代 (n=232)		3.0	3.4	2.2	2.6	2.2	0.4	0.0	0.4	0.0	22.0	
果物摂取量	200g以上 (n=226)		5.8	4.9	2.7	4.0	1.8	1.8	2.7	1.3	0.0	25.2
	100g~200g未満 (n=788)		4.9	2.9	1.9	2.7	1.8	1.3	1.0	0.8	0.1	24.9
	100g未満 (n=681)		2.6	2.2	2.3	1.5	2.2	0.4	0.4	0.7	0.1	31.3
平成26年度全体 (n=2000)			2.8	1.8	3.4	1.6	1.6	0.7	0.8	1.0	0.1	42.6

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

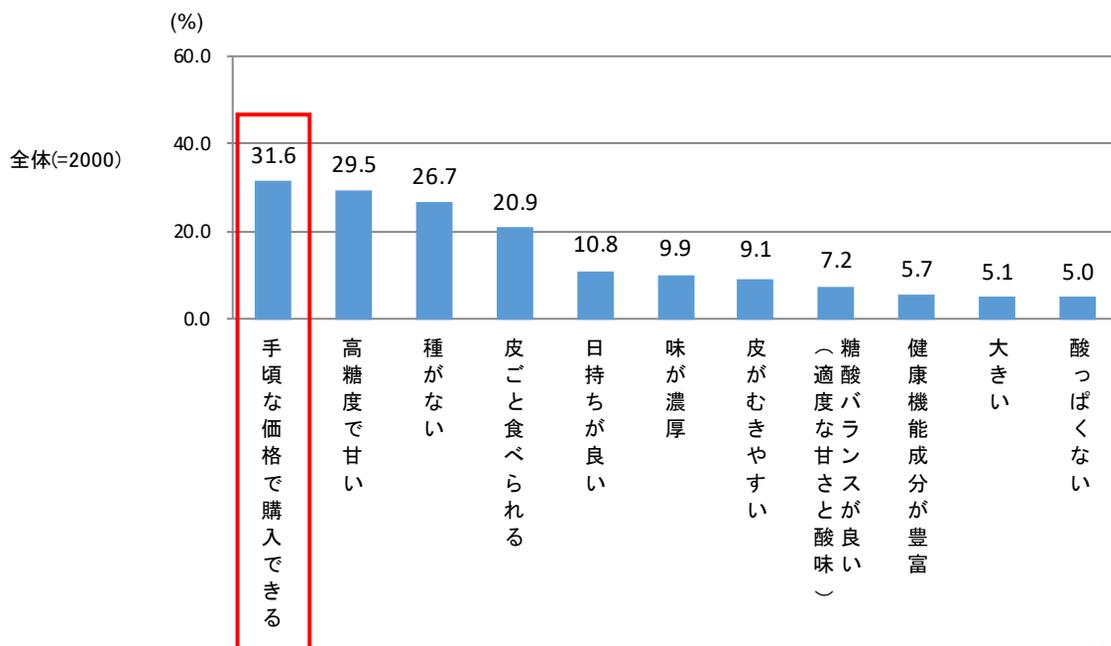
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析

③-7 “ぶどう”

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「高糖度で甘い」「種がない」「皮ごと食べられる」と続いている。
- 上記結果は、平成26年度調査と同様の傾向となっている。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 年代別で見ると、『60代』では「種がない」「皮ごと食べられる」といった項目が他の層と比べて高めとなっており、手軽に食べられることが重視されている。

Q30. 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。果物全般についてと、以下の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)	31.6	29.5	26.7	20.9	10.8	9.9	9.1	7.2	5.7	5.1	5.0
性別	男性	(n=1001)	27.5	27.6	21.2	17.4	12.0	9.9	7.4	6.5	5.8	4.2	4.0	
	女性	(n=999)	35.6	31.4	32.2	24.4	9.5	9.8	10.8	7.9	5.6	5.9	6.0	
年代	20代	(n=310)	23.2	24.2	21.9	14.5	13.5	8.1	13.9	6.5	6.1	6.1	6.1	
	30代	(n=390)	33.6	32.3	26.4	20.0	10.0	11.5	10.5	9.0	4.9	6.4	4.6	
	40代	(n=460)	34.1	28.3	24.8	21.3	10.2	9.8	9.1	6.1	5.4	4.3	5.4	
	50代	(n=387)	31.3	28.7	22.7	20.2	12.1	10.1	7.0	6.7	5.7	3.4	2.8	
	60代	(n=453)	33.1	32.7	35.5	26.3	8.8	9.5	6.4	7.7	6.4	5.3	6.0	
性別年齢	男性20代	(n=158)	15.8	20.9	13.9	12.7	13.9	8.2	12.0	7.0	5.7	3.8	5.1	
	男性30代	(n=197)	29.9	31.0	21.3	19.3	10.7	13.7	9.6	7.6	5.6	4.6	3.6	
	男性40代	(n=232)	27.2	22.0	14.2	15.1	10.3	8.2	7.8	5.6	5.2	3.9	5.2	
	男性50代	(n=193)	25.9	28.5	20.2	14.0	13.5	8.8	4.1	5.7	5.2	2.6	1.6	
	男性60代	(n=221)	35.3	34.4	34.4	24.4	12.2	10.4	4.5	6.8	7.2	5.9	4.5	
	女性20代	(n=152)	30.9	27.6	30.3	16.4	13.2	7.9	15.8	5.9	6.6	8.6	7.2	
	女性30代	(n=193)	37.3	33.7	31.6	20.7	9.3	9.3	11.4	10.4	4.1	8.3	5.7	
	女性40代	(n=228)	41.2	34.6	35.5	27.6	10.1	11.4	10.5	6.6	5.7	4.8	5.7	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	31.4	30.1	29.6	20.4	8.8	10.2	8.8	6.6	6.2	8.4	4.0	
	100g~200g未満	(n=788)	33.8	36.0	29.4	25.3	12.8	10.4	9.1	10.4	7.2	6.6	5.2	
	100g未満	(n=681)	33.9	28.0	29.4	20.9	10.6	11.2	11.2	6.2	5.1	3.8	5.9	
	平成26年度全体	(n=2000)		27.4	22.2	17.4	8.5	6.5	9.3	5.0	3.9	4.3	2.9	

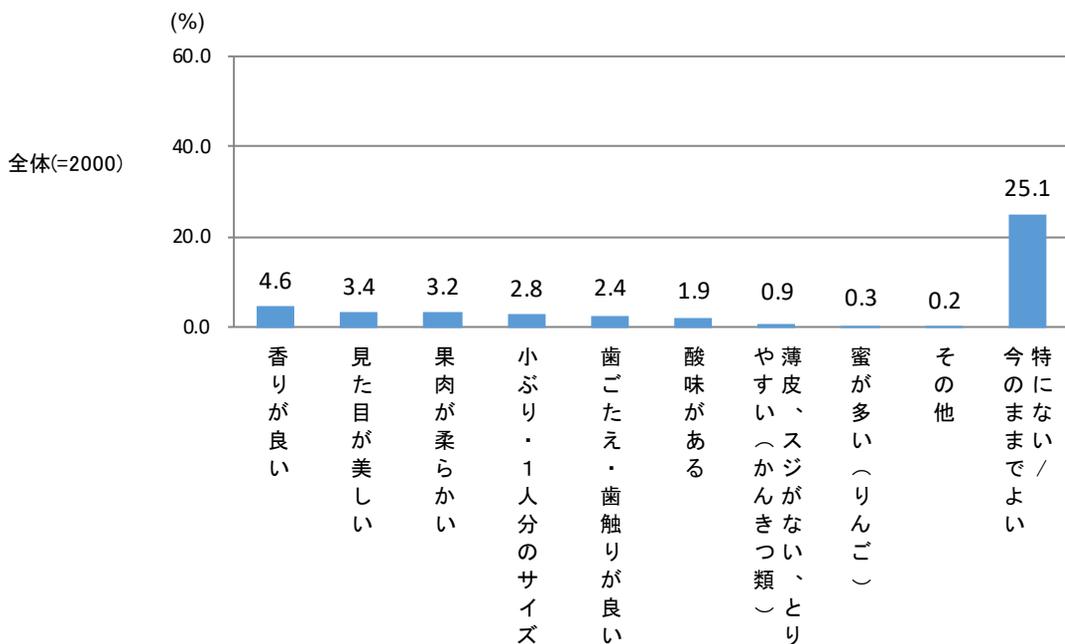
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体	(n=2000)	4.6	3.4	3.2	2.8	2.4	1.9	0.9	0.3	0.2	25.1
性別	男性	(n=1001)	4.7	3.3	3.6	2.4	2.9	2.7	1.3	0.4	0.3	0.3	31.3
	女性	(n=999)	4.5	3.4	2.8	3.1	1.9	1.0	0.5	0.2	0.1	0.1	18.9
年代	20代	(n=310)	5.8	3.5	4.8	3.2	3.9	4.2	2.6	0.3	0.0	0.0	27.4
	30代	(n=390)	5.1	3.6	4.4	3.6	4.4	2.3	0.8	0.3	0.0	0.0	20.8
	40代	(n=460)	5.4	3.3	2.8	2.4	1.7	1.3	0.7	0.2	0.2	0.2	28.3
	50代	(n=387)	2.6	3.6	1.3	2.3	1.0	1.0	0.5	0.3	0.5	0.5	27.1
	60代	(n=453)	4.2	2.9	3.1	2.4	1.5	1.1	1.1	0.4	0.4	0.2	22.3
性別年齢	男性20代	(n=158)	4.4	4.4	5.7	3.2	4.4	5.7	4.4	0.6	0.0	0.0	34.8
	男性30代	(n=197)	6.6	4.1	5.6	2.5	6.1	2.5	0.5	0.5	0.0	0.0	23.9
	男性40代	(n=232)	4.3	2.6	3.0	1.7	1.7	2.2	0.9	0.4	0.4	0.4	39.2
	男性50代	(n=193)	3.1	3.1	0.5	3.1	1.6	2.1	1.0	0.5	0.5	0.5	33.2
	男性60代	(n=221)	5.0	2.7	3.6	1.8	1.4	1.8	0.5	0.0	0.5	0.5	25.3
	女性20代	(n=152)	7.2	2.6	3.9	3.3	3.3	2.6	0.7	0.0	0.0	0.0	19.7
	女性30代	(n=193)	3.6	3.1	3.1	4.7	2.6	2.1	1.0	0.0	0.0	0.0	17.6
	女性40代	(n=228)	6.6	3.9	2.6	3.1	1.8	0.4	0.4	0.0	0.0	0.0	17.1
	女性50代	(n=194)	2.1	4.1	2.1	1.5	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	21.1
女性60代	(n=232)	3.4	3.0	2.6	3.0	1.7	0.4	0.4	0.4	0.9	0.0	19.4	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	4.9	4.0	4.0	2.7	2.2	1.8	1.3	0.4	0.0	0.0	21.7
	100g~200g未満	(n=788)	6.3	3.2	3.0	2.2	3.7	2.9	0.8	0.5	0.1	0.1	17.3
	100g未満	(n=681)	3.7	4.4	3.5	3.2	1.9	1.0	0.9	0.0	0.3	0.3	22.9
平成26年度全体		(n=2000)	4.2	2.8	3.6	3.6	2.2	1.4	1.3	0.5	0.2	0.2	35.7

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

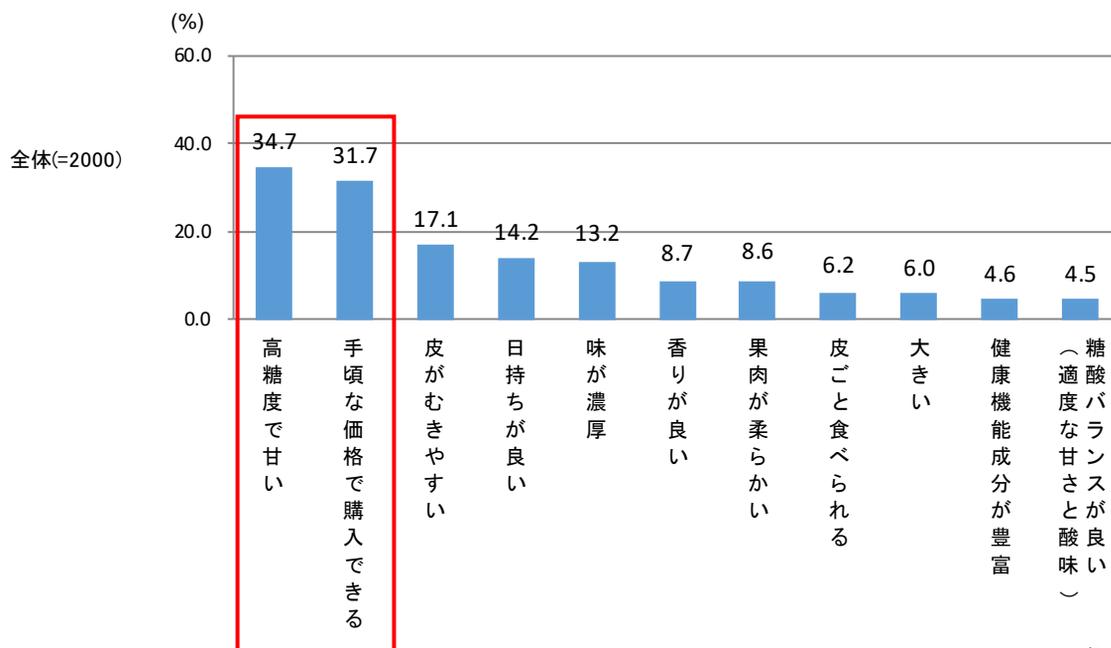
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析

③-8 “桃（もも）”

- 全体では、「高糖度で甘い」が最も高く、次いで「手頃な価格で購入できる」が高い。以下、やや離れて「皮がむきやすい」「日持ちが良い」と続いている。
- 平成26年度調査と同様、「高糖度で甘い」が突出して高い結果となった。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 性別年齢で見ると、『男性20代』では、「高糖度で甘い」「手軽な価格で購入できる」のスコアが他の層と比べて低い。

Q30. 今後、果物の新品种が開発・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种が開発されることを期待しますか。果物全般についてと、以下の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)	34.7	31.7	17.1	14.2	13.2	8.7	8.6	6.2	6.0	4.6	4.5
性別	男性	(n=1001)	31.8	27.3	13.2	13.3	11.8	7.5	7.7	6.8	6.3	4.8	4.6
	女性	(n=999)	37.5	36.0	20.9	15.0	14.6	9.8	9.4	5.5	5.6	4.4	4.4
年代	20代	(n=310)	28.1	22.6	15.8	15.2	11.9	8.4	7.1	6.8	7.4	5.5	5.2
	30代	(n=390)	38.7	34.1	16.9	13.1	14.4	10.5	11.3	6.2	5.9	4.6	6.4
	40代	(n=460)	33.5	35.2	18.7	14.8	13.0	9.1	7.8	5.4	5.0	4.8	3.7
	50代	(n=387)	32.0	30.0	12.9	15.8	11.6	5.4	6.5	7.5	4.4	3.9	5.2
	60代	(n=453)	39.1	33.6	19.9	12.4	14.6	9.5	9.7	5.3	7.3	4.4	2.6
性別年齢	男性20代	(n=158)	22.8	13.3	12.0	13.3	10.8	7.0	6.3	5.7	8.9	5.1	5.7
	男性30代	(n=197)	35.5	30.5	13.7	13.2	15.2	11.2	9.1	6.6	6.1	5.6	6.1
	男性40代	(n=232)	26.7	30.6	14.7	10.8	7.3	8.2	4.7	5.6	4.7	3.0	
	男性50代	(n=193)	32.6	24.9	9.3	13.5	7.8	5.7	5.7	9.3	4.1	4.1	6.2
	男性60代	(n=221)	39.4	33.0	15.4	15.8	14.0	6.3	8.6	7.7	7.2	4.5	2.7
	女性20代	(n=152)	33.6	32.2	19.7	17.1	13.2	9.9	7.9	7.9	5.9	5.9	4.6
	女性30代	(n=193)	42.0	37.8	20.2	13.0	13.5	9.8	13.5	5.7	5.7	3.6	6.7
	女性40代	(n=228)	40.4	39.9	22.8	18.9	15.4	11.0	7.5	6.1	4.4	4.8	4.4
	女性50代	(n=194)	31.4	35.1	16.5	18.0	15.5	5.2	7.2	5.7	4.6	3.6	4.1
女性60代	(n=232)	38.8	34.1	24.1	9.1	15.1	12.5	10.8	3.0	7.3	4.3	2.6	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	37.2	30.1	16.4	13.3	13.7	9.3	9.3	8.4	8.8	4.9	5.8
	100g~200g未満	(n=788)	42.4	35.0	21.1	16.9	14.7	10.4	9.9	7.1	7.4	6.0	5.7
	100g未満	(n=681)	33.5	33.0	16.9	13.8	14.1	8.5	8.8	5.9	5.3	4.1	4.0
平成26年度全体		(n=2000)	33.1	31.7	14.1	15.2	8.3	7.1	7.4	5.5	4.0	3.8	3.4

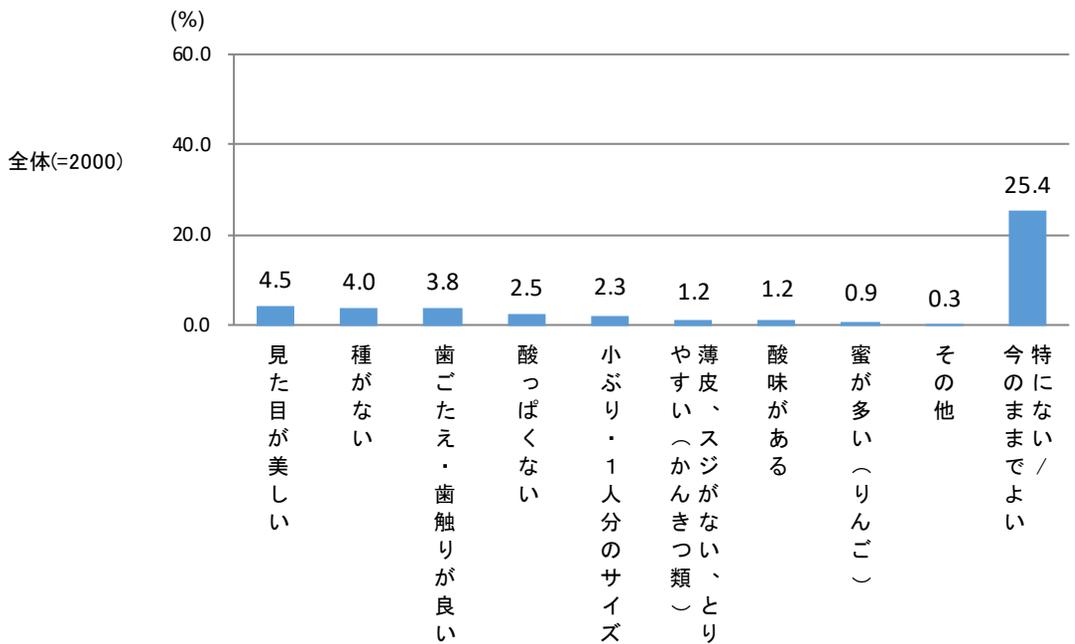
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



		全体	(n=2000)	4.5	4.0	3.8	2.5	2.3	1.2	1.2	0.9	0.3	25.4
性別	男性	(n=1001)	4.0	4.3	4.0	1.9	2.5	1.6	1.3	1.3	0.2	31.0	
	女性	(n=999)	4.9	3.7	3.6	3.1	2.0	0.8	1.1	0.4	0.3	19.7	
年代	20代	(n=310)	4.5	3.9	4.5	2.6	2.9	2.3	3.2	1.3	0.0	29.0	
	30代	(n=390)	4.4	4.6	5.1	2.8	3.3	1.5	1.5	1.5	0.0	21.3	
	40代	(n=460)	4.3	3.3	2.8	3.7	2.2	1.1	1.3	0.2	0.2	28.3	
	50代	(n=387)	4.4	4.4	2.6	2.1	1.3	0.8	0.3	0.5	0.5	27.6	
	60代	(n=453)	4.6	4.0	4.2	1.3	1.8	0.7	0.2	0.9	0.4	21.4	
性別年齢	男性20代	(n=158)	5.1	5.1	6.3	1.3	3.8	2.5	3.8	1.9	0.0	35.4	
	男性30代	(n=197)	5.1	4.1	6.6	2.5	2.5	2.0	1.0	2.0	0.0	24.9	
	男性40代	(n=232)	3.4	3.0	2.2	3.4	3.4	0.9	1.7	0.0	0.4	37.5	
	男性50代	(n=193)	3.6	5.7	1.0	1.0	1.6	1.6	0.5	1.0	0.5	32.6	
	男性60代	(n=221)	3.2	4.1	4.5	0.9	1.4	1.4	0.0	1.8	0.0	24.9	
	女性20代	(n=152)	3.9	2.6	2.6	3.9	2.0	2.0	2.6	0.7	0.0	22.4	
	女性30代	(n=193)	3.6	5.2	3.6	3.1	4.1	1.0	2.1	1.0	0.0	17.6	
	女性40代	(n=228)	5.3	3.5	3.5	3.9	0.9	1.3	0.9	0.4	0.0	18.9	
	女性50代	(n=194)	5.2	3.1	4.1	3.1	1.0	0.0	0.0	0.0	0.5	22.7	
女性60代	(n=232)	6.0	3.9	3.9	1.7	2.2	0.0	0.4	0.0	0.9	18.1		
果物摂取量	200g以上	(n=226)	4.9	8.0	4.0	4.4	4.0	1.8	2.7	3.1	0.0	18.1	
	100g~200g未満	(n=788)	4.7	4.1	4.7	1.9	1.4	1.4	1.6	1.0	0.1	17.3	
	100g未満	(n=681)	4.7	3.8	3.5	2.9	2.5	1.0	0.4	0.3	0.3	24.7	
平成26年度全体		(n=2000)	3.4	4.0	2.9	2.0	2.9	1.4	0.7	0.7	0.5	35.7	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

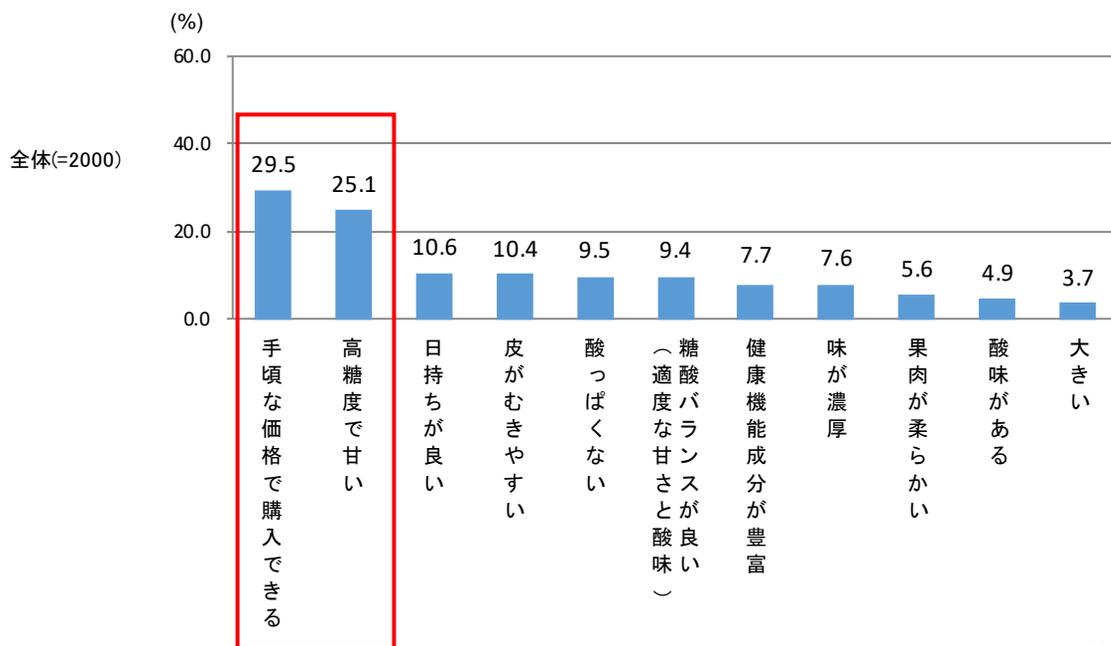
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析

③-9 “キウイフルーツ”

- 全体では、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、次いで「高糖度で甘い」が高い。以下、やや離れて「日持ちが良い」「皮がむきやすい」などが続いている。
- 上記結果は、平成26年度調査と同様の傾向となっている。（新規選択肢「手頃な価格で購入できる」を除く）
- 性別年齢で見ると、『男性20代』では、「手軽な価格で購入できる」「高糖度で甘い」のスコアが他の層と比べて低い。

Q30. 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。果物全般についてと、以下の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)	29.5	25.1	10.6	10.4	9.5	9.4	7.7	7.6	5.6	4.9	3.7
性別	男性	(n=1001)	26.4	22.6	11.9	9.0	7.0	8.5	6.1	7.8	6.1	5.2	3.6	
	女性	(n=999)	32.6	27.5	9.3	11.7	12.0	10.3	9.2	7.4	5.1	4.5	3.8	
年代	20代	(n=310)	21.6	19.4	9.0	11.6	10.0	11.3	6.8	8.4	5.5	5.5	3.5	
	30代	(n=390)	29.7	28.2	10.0	10.8	10.5	9.5	6.2	7.9	8.2	4.6	3.8	
	40代	(n=460)	32.6	25.4	10.2	10.9	9.1	8.9	8.5	7.6	5.4	3.9	4.1	
	50代	(n=387)	30.2	23.3	11.4	9.8	6.7	7.8	9.0	7.0	3.1	5.2	2.6	
	60代	(n=453)	30.9	27.4	11.9	9.1	11.0	9.9	7.5	7.3	5.7	5.3	4.2	
性別年齢	男性20代	(n=158)	14.6	14.6	7.6	7.6	7.0	10.8	7.0	10.1	8.2	5.1	4.4	
	男性30代	(n=197)	27.9	26.4	11.2	8.6	8.6	8.1	5.6	9.1	9.1	5.1	3.6	
	男性40代	(n=232)	28.9	20.7	11.2	10.8	6.9	6.0	5.6	7.3	6.0	4.3	4.3	
	男性50代	(n=193)	25.4	23.8	12.4	9.8	2.1	6.2	5.7	5.7	2.1	7.3	1.6	
	男性60代	(n=221)	31.7	25.8	15.8	7.7	10.0	11.8	6.8	7.2	5.4	4.5	4.1	
	女性20代	(n=152)	28.9	24.3	10.5	15.8	13.2	11.8	6.6	6.6	2.6	5.9	2.6	
	女性30代	(n=193)	31.6	30.1	8.8	13.0	12.4	10.9	6.7	6.7	7.3	4.1	4.1	
	女性40代	(n=228)	36.4	30.3	9.2	11.0	11.4	11.8	11.4	7.9	4.8	3.5	3.9	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	27.0	25.7	9.3	15.9	10.6	12.8	9.3	7.5	8.0	4.0	6.2	
	100g~200g未満	(n=788)	31.6	31.7	13.3	9.9	9.5	12.1	9.6	9.4	6.5	6.1	4.1	
	100g未満	(n=681)	31.9	23.8	9.7	11.2	11.5	8.4	7.2	7.0	5.4	4.8	3.2	
	平成26年度全体	(n=2000)		24.1	8.5	8.3	9.1	8.7	5.9	5.2	4.8	4.6	3.8	

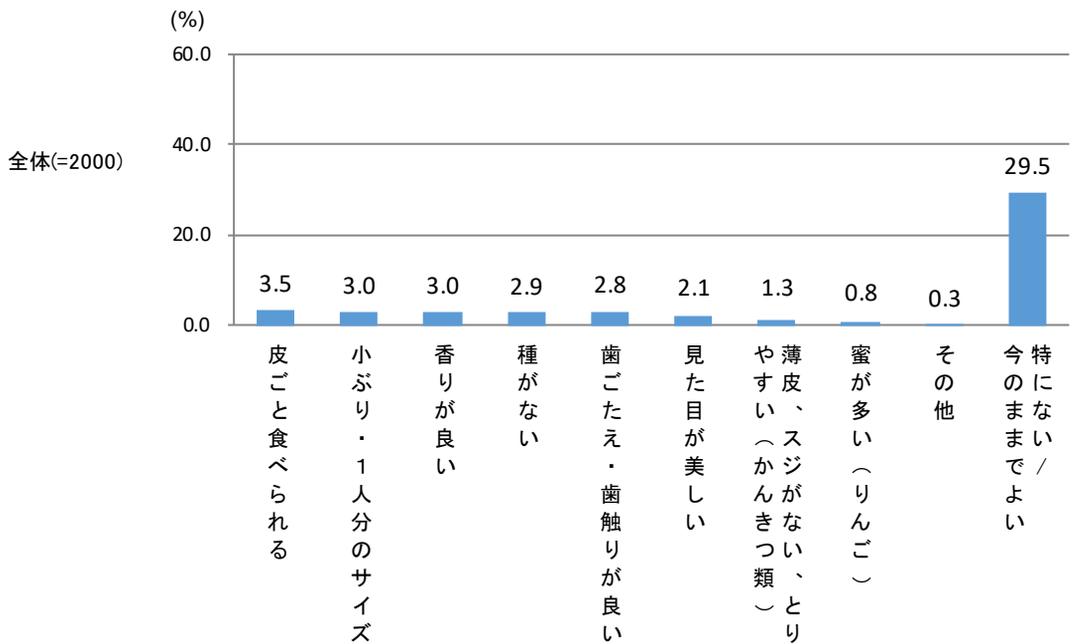
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

4. 品種別果物についての調査の分析



全体		(n=2000)	3.5	3.0	3.0	2.9	2.8	2.1	1.3	0.8	0.3	29.5
性別	男性	(n=1001)	4.0	2.4	3.6	3.0	3.0	2.2	2.0	0.8	0.2	34.9
	女性	(n=999)	2.9	3.6	2.4	2.8	2.5	1.9	0.6	0.8	0.3	24.1
年代	20代	(n=310)	2.9	4.5	3.9	3.9	1.9	2.6	2.3	1.0	0.0	32.9
	30代	(n=390)	4.9	4.6	3.6	3.3	4.1	3.1	0.3	1.3	0.0	25.6
	40代	(n=460)	2.2	1.7	1.7	2.4	2.0	1.3	1.5	0.2	0.4	30.9
	50代	(n=387)	5.7	1.3	2.6	2.3	3.1	1.6	1.3	1.0	0.5	32.0
	60代	(n=453)	2.0	3.3	3.5	2.9	2.6	2.0	1.3	0.7	0.2	26.9
性別年齢	男性20代	(n=158)	2.5	3.8	3.2	3.8	1.9	3.8	3.2	1.3	0.0	39.2
	男性30代	(n=197)	5.6	4.6	4.6	4.1	5.6	3.6	0.5	0.5	0.0	27.9
	男性40代	(n=232)	2.6	1.3	2.2	1.7	0.9	0.9	2.2	0.4	0.4	39.7
	男性50代	(n=193)	7.8	2.1	4.7	2.6	2.6	1.6	2.6	1.6	0.5	36.3
	男性60代	(n=221)	1.8	0.9	3.6	3.2	4.1	1.8	1.8	0.5	0.0	31.7
	女性20代	(n=152)	3.3	5.3	4.6	3.9	2.0	1.3	1.3	0.7	0.0	26.3
	女性30代	(n=193)	4.1	4.7	2.6	2.6	2.6	2.6	0.0	2.1	0.0	23.3
	女性40代	(n=228)	1.8	2.2	1.3	3.1	3.1	1.8	0.9	0.0	0.4	21.9
	女性50代	(n=194)	3.6	0.5	0.5	2.1	3.6	1.5	0.0	0.5	0.5	27.8
女性60代	(n=232)	2.2	5.6	3.4	2.6	1.3	2.2	0.9	0.9	0.4	22.4	
果物摂取量	200g以上	(n=226)	3.5	3.1	4.0	7.5	1.8	4.0	1.3	0.9	0.0	22.1
	100g～200g未満	(n=788)	4.4	3.4	3.6	2.4	3.6	1.9	1.6	0.9	0.3	21.7
	100g未満	(n=681)	3.4	2.8	2.9	2.8	2.5	2.2	1.3	1.0	0.1	28.0
平成26年度全体		(n=2000)	3.2	4.2	1.9	2.2	3.4	1.8	1.4	0.9	0.4	40.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

## 品種別果物について まとめ

- 認知度上位は、「巨峰（きよほう）」「あまおう」「とちおとめ」「ふじ」など。
- 喫食経験上位は、「巨峰（きよほう）」「ふじ」「幸水（こうすい）」「とちおとめ」など。
- 購入意向上位は、「とちおとめ」「あまおう」「幸水（こうすい）」「ふじ」「巨峰（きよほう）」など。
- 新品種の果物に期待することは、いずれの品種においても「手頃な価格で購入できる」「高糖度で甘い」が上位に挙げられている。

- ・ 知っている（「知っていて、食べたことがある」＋「知っているが、食べた事はない」＋「知っているが、食べたことがあるかないか覚えていない」）品種は、「巨峰（きよほう）」が96.7%で最も高く、以下「あまおう」「とちおとめ」「ふじ」も9割を超えている。（p110）
- ・ 平成26年度調査結果と比較すると、「あまおう」（88.9%→94.0%）「豊水（ほうすい）」（82.5%→87.5%）などは認知率が上昇した。（p110）
- ・ 「知っていて食べたことがある」品種は、「巨峰（きよほう）」が87.1%で最も高く、次いで「ふじ」も81.4%と8割を超えている。以下、上位には「幸水（こうすい）」「とちおとめ」など、複数の品種が7割台で並んでいる。（p112）
- ・ 平成26年度調査結果と比較すると、上記順位は同様の傾向ながら、スコアは総じて上昇している。（p112）
- ・ 品種別果物の購入意向は、「とちおとめ」「あまおう」がほぼ同率の8割強で最も高く、以下「幸水（こうすい）」「ふじ」「巨峰（きよほう）」など、複数の品種が7割以上で続いている。（p115）
- ・ 女性30代以上では、他の層と比べて全体的に購入意向が高い傾向が見られる。（p115）
- ・ 果物の新品種全般について期待することは、「手頃な価格で購入できる」が41.2%で最も高い。以下、「高糖度で甘い」「日持ちが良い」「種がない」「皮がむきやすい」などが上位に挙がっている。（p117）
- ・ 果物の種類別でみていくと、温州みかんについては、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「高糖度で甘い」「皮がむきやすい」「日持ちが良い」と続く。（p119）
- ・ その他かんきつ類は、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「高糖度で甘い」「皮がむきやすい」「日持ちが良い」と続く。（p121）
- ・ りんごは、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「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」と続く。（p123）
- ・ 梨は、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、次いで「高糖度で甘い」が高い。以下、やや離れて「歯ごたえ・歯触りが良い」などが続いている。（p125）
- ・ 柿は、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、次いで、「高糖度で甘い」が高い。以下、やや離れて「種がない」「日持ちが良い」が続く。（p127）
- ・ ぶどうは、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、以下、「高糖度で甘い」「種がない」「皮ごと食べられる」と続いている。（p129）
- ・ 桃は、「高糖度で甘い」が最も高く、次いで「手頃な価格で購入できる」が高い。以下、やや離れて「皮がむきやすい」「日持ちが良い」と続く。（p131）
- ・ キウイフルーツは、「手頃な価格で購入できる」が最も高く、次いで「高糖度で甘い」が高い。以下、やや離れて「日持ちが良い」「皮がむきやすい」などが続いている。（p133）



## 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得た情報については、決して第三者に口外しないよう(掲示板やホームページへの書き込みを含む)、ご協力お願いします。

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

#### ※「生鮮果物」の主な例

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

#### ※「果物加工品」の主な例

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

- ① 必須入力(全項目)

### 【現在の果物摂取についてお聞きします】

- 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買い、また食べますか。  
**【必須入力】**

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



ここで改ページ

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

**Q2** 果物を食べるの1日が多いですか。  
【必須入力】

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

✂ ここまで改ページ

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

**Q3** 果物を食べる理由は何ですか。  
【必須入力】

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

✂ ここまで改ページ

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

**Q4** 果物を(毎日)食べない理由は何ですか。  
【必須入力】

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

✂️ ここで改ページ

- セレクト条件：【Q1項目2】で1-4と答えた方
- ①必須入力

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

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

✂️ ここで改ページ

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

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

【必須入力】

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

✂️ ここで改ページ

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

**Q7** あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を食べていますか？

当てはまるものをすべてお選びください。

また、最も当てはまるものをひとつお選びください。

【必須入力】

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

✂ ここで改ページ

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

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

当てはまるものを全て選んでください。

【必須入力】

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

✂ ここで改ページ



- ① 必須入力

#### ※「生鮮果物」の主な例

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

#### ※「果物加工品」の主な例

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

Q10

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

【必須入力】

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



ここで改ページ

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

※「生鮮果物」の主な例

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

※「果物加工品」の主な例

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

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

【必須入力】

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

ここで改ページ

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

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

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

✂️ ここで改ページ

- セレクト条件：【Q11項目3】で1-14と答えた方
- ①必須入力
- ①11\_FA: 必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【2】個まで選択
- 画像必須

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

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

※濃縮還元果汁の例



※ストレート果汁の例



※カットフルーツの例



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

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

✂️ ここで改ページ

- セレクト条件：【Q12】で1-4と答えた方
- セレクト条件 項目【1】：【Q13】で1と答えた方
- セレクト条件 項目【2】：【Q13】で2と答えた方
- セレクト条件 項目【3】：【Q13】で3と答えた方
- セレクト条件 項目【4】：【Q13】で4と答えた方
- セレクト条件 項目【5】：【Q13】で5と答えた方
- セレクト条件 項目【6】：【Q13】で6と答えた方
- セレクト条件 項目【7】：【Q13】で7と答えた方
- セレクト条件 項目【8】：【Q13】で8と答えた方
- セレクト条件 項目【9】：【Q13】で9と答えた方
- セレクト条件 項目【10】：【Q13】で10と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【2】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【3】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【4】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【5】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【6】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【7】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【8】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【9】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【10】 9\_FA: 必須入力
- ①項目【11】 9\_FA: 必須入力
- マルチの選択数:  
上限を設定→【2】個まで選択
- 排他選択肢: 10. この果物加工品はほとんど食べない(飲まない)

**Q14** あなたが果物加工品を食べる(飲む)理由は何ですか。  
下にあげたそれぞれの果物加工品と、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。  
【必須入力】(2個まで選択)

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

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

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

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

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

- セレクト条件：【Q5】で1-4と答えた方
- ①必須入力
- ⑩10\_FA: 必須入力

**Q16** あなたが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. おいしいと聞いたから
- 2. 家族が習慣的に食べていたから
- 3. 友人・知人に習慣的に食べている人がいたから
- 4. 手頃な価格の果物があったから
- 5. 憧れの人(モデルやタレントなど)が習慣的に食べていることを知ったから
- 6. ダイエットに効くと聞いた・ダイエットを始めたから
- 7. 健康に良いと聞いたから
- 8. 生活習慣病の予防になると聞いたから
- 9. 美容に良いと聞いたから
- 10. その他(具体的に: )



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)

**Q17** 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せんか。  
【必須入力】

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



ここで改ページ

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

**Q18** あなたは以下の果物加工品を、どの程度の頻度で購入しますか。  
【必須入力】

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

✂ ここまで改ページ

- ①必須入力

【今後の果物摂取についての意向をお聞きます】

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

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

✂ ここまで改ページ

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

**Q20** 今後果物を食べる量を増やしたいと思う理由は何ですか。  
【必須入力】

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

✂ ここまで改ページ

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

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

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

✂ ここまで改ページ

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

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

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

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

- ①必須入力
- ①16\_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 17. 提供方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはない

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

- 1. 色・形がよくて、見た目の美しい果物
- 2. 多少外観が悪くても割安な果物
- 3. 少々値段が高くても、おいしさが確かな果物(味コバラつきがない)
- 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つの実が小ぶりでも1人分サイズの果物
- 7. 冷凍果物
- 8. 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
- 9. 産直(宅配)、直売などによるより新鮮な果物
- 10. 生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物
- 11. 農薬をできるだけ使っていない果物
- 12. 料理や調理方法に合った果物(品種)
- 13. 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
- 14. 購入後傷みにくい果物(日持ちがする果物)
- 15. 季節を問わず、1年中購入できる果物
- 16. その他(具体的に: \_\_\_\_\_)
- 17. 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



ここで改ページ

- ①必須入力
- ①15\_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 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

**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として販売
- 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

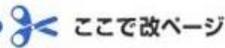


ここで改ページ

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

- 025 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 そう思わない	2 ややそう思わない	3 あまりそう思わない	4 そう思う
1. 日本人の食生活のバランスは果物が足りていない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果物を食べると「健康に良い」	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 果物を食べると「がん予防」になる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 果物を食べると「生活習慣病予防」になる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 果物を食べると「メタボの予防」になる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 果物を食べると「美肌が良い」	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. この果物は〇〇地方のブランド品(特産品)だ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 果物は低カロリーで、太りにくい食品だ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. こどものおやつには果物を与える方がよい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. この果物は糖度が高くて甘い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. この果物は香りが良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. この果物は食べやすい(皮ごと食べられる/皮がむきやすい/袋ごと食べられる…等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. この果物は、手や衣服を汚さずに食べられる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. この果物は種なしだ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. この果物は〇〇の栄養分が豊富	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. この果物の旬は今だ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. この果物は「安心」、「安全」である	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. 「朝の果物は金！」	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. この果物は、〇〇が特徴の品種「〇〇」だ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. この果物は、〇〇などの料理に適している	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. この果物は、木の上でたっぷり熟した完熟果実だ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. この果実は、〇日に収穫したばかりで新鮮だ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
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。	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. その他 <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)

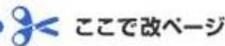
Q26

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



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)

Q27

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

それぞれ当てはまるものを教えてください。

普段購入することがない方もイメージでお答えください。

【必須入力】

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



ここで改ページ

● ①必須入力(全項目)

**Q28** 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 食べたことがある	2 知っているが 食べた事はない	3 知っているが、 食べたところがあるかないか覚えていない	4 知らない
<b>【温州みかん】</b>				
1. ゆら早生(ゆらわせ)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 香島温州(あおしまんしゅう)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 宮川早生(みやがわわせ)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【その他かんざつ類】</b>				
4. 紅まどんなく(べにまどんな)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. せとか	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 不知火(しらぬひ) [デコボン]	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. はるみ	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【りんご】</b>				
8. シナノスイート	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 王林(おうりん)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ふじ	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. トキ	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. シナノゴールド	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【梨(なし)】</b>				
13. あきづき	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. 豊水(ほうすい)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. 幸水(こうすい)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. 二十世紀(にじっせいき)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【柿(かき)】</b>				
17. 太秋(たいしゅう)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. 富有(ふゆう)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. 平核無(ひらたねなし)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【ぶどう】</b>				
20. デラウェア	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. シャインマスカット	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. ナガノパープル	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. ピオーネ	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. 巨峰(きよほう)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【桃(もも)】</b>				
25. 白鳳(はくほう)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. あかつき	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【キウイフルーツ】</b>				
27. ゼスプリゴールド	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【いちご】</b>				
28. あまおう	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. とちおとめ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【さくらんぼ】</b>					
30. 佐藤錦(さとうこしき)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



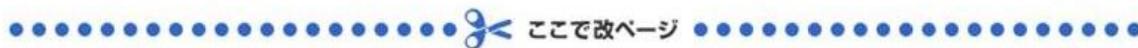
ここで改ページ

- セレクト条件 項目【1】-【30】：Q28項目【1】-【30】で1-3と答えた方
- ①必須入力(全項目)

**Q29** 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 買いたくはない
<b>【温州みかん】</b>					
1. ゆら早生(ゆらわせ)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 青島温州(あおしまんしゅう)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 宮川早生(みやがわわせ)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【その他かんきつ類】</b>					
4. 紅まどんな(べにまどんな)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. せとか	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 不知火(しらぬひ)【デコボン】	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. はるみ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【りんご】</b>					
8. シナノスイート	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 玉林(おうりん)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. ふじ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. トキ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. シナノゴールド	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【梨(なし)】</b>					
13. あぎつき	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. 豊水(ほうすい)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. 幸水(こうすい)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. 二十世紀(にじっせいき)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【柿(かき)】</b>					
17. 太秋(たいしゅう)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. 富有(ふゆう)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19. 平核無(ひらたねなし)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>【ぶどう】</b>					
20. デラウェア	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. シャインマスカット	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22. ナガノパープル	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23. ピオーネ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24. 巨峰(きよほう)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

【桃(もも)】				
25. 白鳳(はくほう)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. あかつき	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
【キウイフルーツ】				
27. ゼスプリゴールド	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
【いちご】				
28. あまおう	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29. とちおとめ	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
【さくらんぼ】				
30. 佐藤錦(さとうしき)	→	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【2】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【3】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【4】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【5】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【6】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【7】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【8】 20\_FA: 必須入力
- ①項目【9】 20\_FA: 必須入力
- マルチの選択数:  
項目【1】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【2】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【3】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【4】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【5】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【6】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【7】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【8】上限を設定→【5】個まで選択  
項目【9】上限を設定→【5】個まで選択
- 排他選択数: 21. 特にない/今のままでよい

**Q30** 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。果物全般について、以下の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	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
	高糖度で甘い	種がない	皮がむきやすい	日持ちが良い	皮ごと食べられる	大きい	小ぶり・1人分のサイズ	歯ごたえ・歯触りが良い	糖酸バランスが良い(適度な甘さと酸味)	果肉が柔らかい	薄皮 スジがない、とりやすい(かんきつ類)	酸味がある	酸っぱくない	蜜が多い(りんご)	香りが良い	見た目が美しい	味が濃厚	健康機能成分が豊富	手頃な価格で購入できる	その他	特にない/今のままでよい
1. 果物の新品種全般について	→	<input type="checkbox"/>																			
2. 温州みかん	→	<input type="checkbox"/>																			
3. その他かんきつ類	→	<input type="checkbox"/>																			



- ①必須入力

**Q32** あなたは自分の食生活を改善しようと思ったことがありますか。  
あなたに最も近いものをひとつお選びください。

【必須入力】

- 1. 改善しようと思い、実際に改善した
- 2. 改善しようと思っているが、改善できていない
- 3. 改善しようと思ったことはない

ここで改ページ

- セレクト条件：【Q32】で1,2と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目【1】 17\_FA: 必須入力
- ①項目【2】 17\_FA: 必須入力
- 包含チェック: 項目【1】×項目【2】
- 包含チェックする選択肢: 1-17
- SA 項目【2】

**Q33** あなたが食生活を改善しようと思ったきっかけは何ですか。

【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
	体型の変化を感じた	体重が増えた	肌の衰えを感じた	身体の不調を感じた	生活習慣の乱れを感じた	便秘になった	昔のように動けなくなった	健康を意識するようになった	体調を崩した	健康診断	食生活の改善を指導された	栄養不足だと感じた	野菜不足だと感じた	果物不足だと感じた	タンパク質肉・魚不足だと感じた	炭水化物米・パン・めん類不足だと感じた	その他
1. 当てはまるもの (いくつでも)	→ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>															
2. 最もあてはまるもの (ひとつだけ)	→ <input type="radio"/>	<input type="radio"/>															

ここで改ページ

- ①必須入力
- ①18\_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 19. 特に気にかけていることはない

**Q34** 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。  
下記の中から、あてはまるものをすべてお選びください。(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. 朝食は必ず食べるようにしている
- 16. 昼食は必ず食べるようにしている
- 17. 夕食は必ず食べるようにしている
- 18. その他(具体的に: )
- 19. 特に気にかけていることはない

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

- ①必須入力(全項目)

**Q35** 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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 年齢よりも若く見られる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 自分のことを健康だと思う	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 疲れがたまりにくい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 病気に対する不安は小さい	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 規則正しい生活をしている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. うちこめる趣味がある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 国内産の食料を購入するよう心がけている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 輸入食品はあまり購入しない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 骨粗鬆症は気にならない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. 家族とのコミュニケーションを積極的に図っている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. 肌がキレイだと言われることがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. 季節の行事や旬を大切にしている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. 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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. 太っていない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. 血糖値が高くない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. 血圧が高くない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

- ①必須入力(全項目)

**Q36** 下記の行動について、あなたに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 日常的・習慣的にしている	2 たまにしている	3 1度だけしたことがある	4 1度もしたことがないが、いつかしてみたいと思っている	5 1度もしたことがないし、したいと思っただことがない
1. 通販を利用して生鮮食品を入手する →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 通販を利用して欲しい物(生鮮食品以外)を入手する →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ネットを活用して情報のやりとりを行う →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 無農薬や有機栽培の農産物を購入する →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 自分で食べるものは自分で用意をする →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 果物を食べる際は自分で皮をむく →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 家庭菜園で食べ物を栽培している →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 健康には気を使っており、積極的に健康に関する情報を集めている →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 健康に良いと言われたことは積極的に試してみる →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 梨狩り・いちご狩り・りんご狩り等季節の果物の観光体験に行く →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. お歳暮・お中元に果物を贈る →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. 直売所で果物を購入する →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



ここで改ページ

- ①必須入力
- ⑦.FA: 必須入力
- マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択数: 8. 特に参考にしていない

**Q37** 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. 「ファイブ・ア・デイ」
- 7. その他の指針
- 8. 特に参考にしていない



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)

**Q38** 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. 国は健康増進のために果物を毎日200g(例えば、みかんであれば2個、りんごであれば1個程度)食べることを勧めている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 「デスクdeみかん」という取り組み	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 「毎日くだもの200グラム！」という標語	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク 	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. みかんで機能性表示(β-クリプトキサンチン)をしているものがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



ここで改ページ

- ①必須にする(全てのFA欄)
- 1\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 2\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 3\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 4\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 5\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 6\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 7\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 8\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 10\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり
- 11\_N: 半角数字 / 最小0 / 小数点入力あり

**Q39** あなたは、以下のそれぞれを、旬の時期には1週間に平均してどのくらい食べていますか。

【 全て必須 】

温州みかん  個 (半角数字)

その他かんきつ類  個 (半角数字)

りんご  個 (半角数字)

梨(なし)  個 (半角数字)

柿(かき)  個 (半角数字)

ぶどう  房 (半角数字)

桃(もも)  個 (半角数字)

キウイフルーツ  個 (半角数字)

その他の果物   個 (半角数字)

果物加工品  グラム (半角数字)



ここで改ページ

- ①必須入力

**Q40** あなたはふだん、1日に何回くらい、果物を食べますか。

【 必須入力 】

- 1. ばらばらで、回数が決まっていない
- 2. 1日1回未満
- 3. 1日1回
- 4. 1日2回
- 5. 1日3回
- 6. 1日4回以上



ここで改ページ

- ①必須入力(全項目)
- 項目ランダムイズ: 項目 1-11

**Q41** あなたは、以下のような「医学・健康情報」を見聞きしたことがありますか。また、その内容は正しいと思っていましたか。  
**【必須入力】**

	1 見聞きしたことがあり、 正しいと思っていた	2 見聞きしたことはあるが、 正しいとは思っていません	3 見聞きしたことはなかった
1. 果物は太りやすい食品である →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果物は甘いがカロリーの高い食品である →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 朝の果物は金 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 朝食を抜くと太りやすい →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 一日一個のりんごは医者を送らせる →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 果物より血糖値が上がりにくい食品である →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 糖尿病患者も適量の果物(一日にみかんなら200g、りんごなら150g程度)を食べることが推奨されている →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 高血圧予防には果物・野菜の積極的摂取が必要である →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. ダイエットでは食事バランスも重要である →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. 果物は適量(毎日200g)を食べることは生活習慣病予防につながる →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. 果物はビタミンCを削れば、健康に良い成分は少ない →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

✂️ ここで改ページ

- ①必須入力
- ⑦\_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 8. 特に決まっていない/買ってくる人はいない

**Q42** あなたのお宅で、果物を買ってくることがあるのは、どなたですか。  
 あなたから見た統制でお答えください。

**【必須入力】**

- 1. あなたご自身
- 2. あなたの配偶者(夫/妻)
- 3. あなたのお子さま
- 4. あなたのごきょうだい
- 5. あなた/配偶者の父親
- 6. あなた/配偶者の母親
- 7. その他の方
- 8. 特に決まっていない/買ってくる人はいない

✂️ ここで改ページ

- ①必須入力

**Q43** あなたは、「りんご」「なし」などの果物の皮をむくことができますか。  
【必須入力】

- 1. 問題なくむくことができる
- 2. むくことはできるが、ぎこちない
- 3. むくことができない／体験したことがない

アンケートは以上で終わりです。ご協力ありがとうございました。  
回答もれがないか確認し、よろしければ「送信」ボタンをクリックしてください。

送 信

参考：経年分析

### 【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
H 1 6	6/2～6/16	関東近県	郵送	670	H 1 6. 7
H 1 7	12/2～12/14	全国	郵送	2236	H 1 8. 1
H 1 9	12/20～1/23	全国	郵送	2482	H 2 0. 2
H 2 0	12/12～1/19	全国	郵送	2055	H 2 1. 3
H 2 1	12/18～1/13	全国	郵送	2086	H 2 2. 3
H 2 2	8月下旬	全国	W e b	1374	H 2 3. 2
H 2 4	10/17～10/19	全国	W e b	2000	H 2 5. 1
H 2 6	9/27～9/29	全国	W e b	2000	H 2 7. 2
H 2 7	9/26-9/28	全国	W e b	1986	H 2 8. 2
H 2 9	9/27～9/29	全国	W e b	2000	H 3 0. 3

(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。

(注) H 2 8 調査は、別テーマ（若年層向け調査）であったため、掲載していない。

### 【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 果物の摂取時間（摂取機会）
- ⑦ 今後の果物摂取の意向
- ⑧ 果物の消費量を増やすための提供方法
- ⑨ 果物の消費量を増やすための販売方法
- ⑩ 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
- ⑪ 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知
- ⑫ ロゴマークの認知

#### 【5】回答選択数の表示

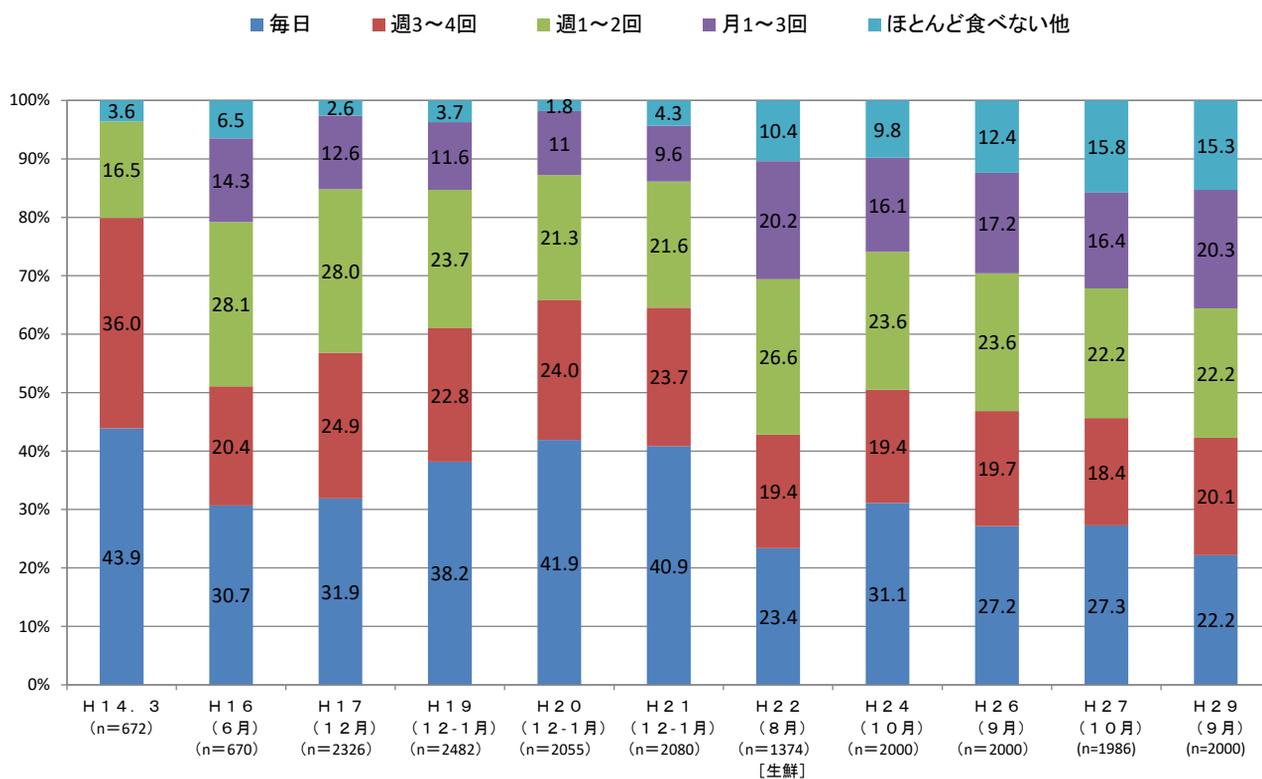
単数選択は（SA）、複数選択は（MA）と表示した。

## [参考] 調査の経年分析結果

## ①果物の摂取頻度

- ・ H 2 7 年度より高頻度摂取層がやや減少。

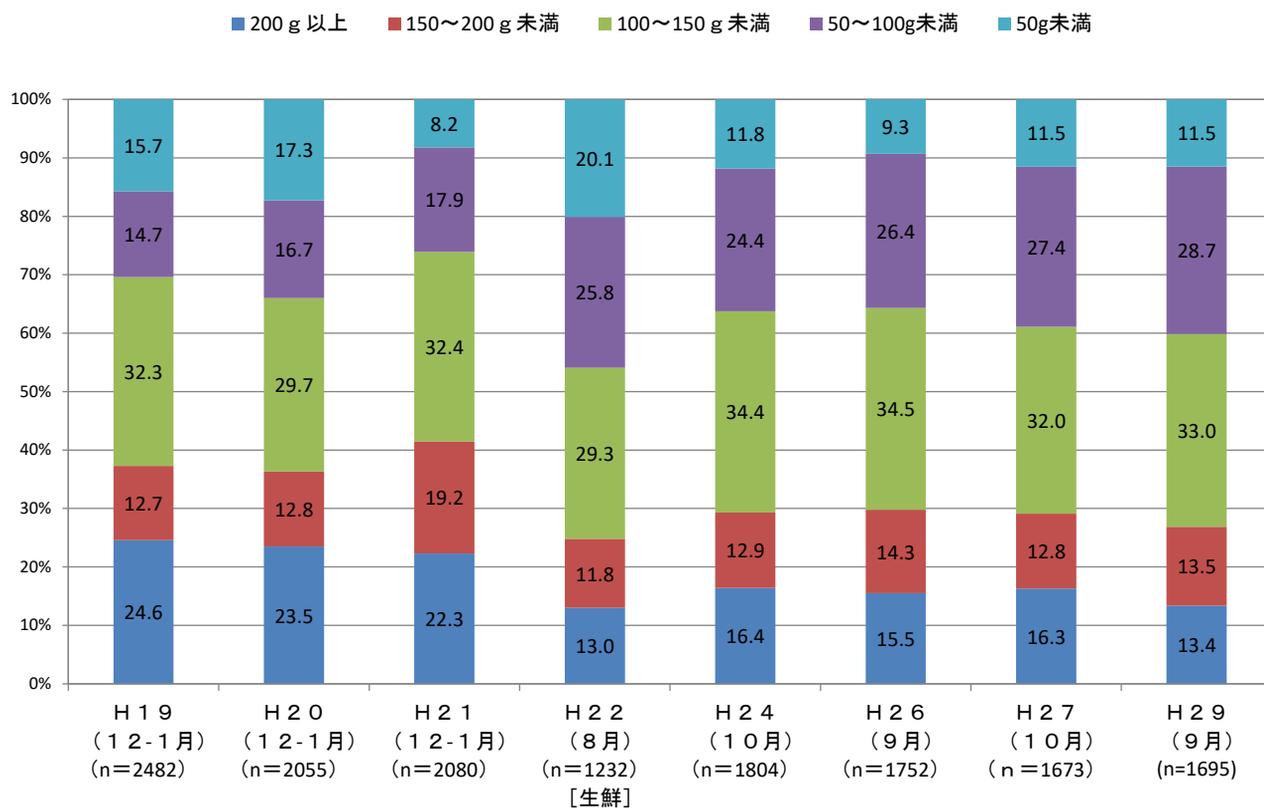
Q. あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で買い、また食べますか。（H 2 9）（S A）



## 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H27年度からは3ポイントの減少。

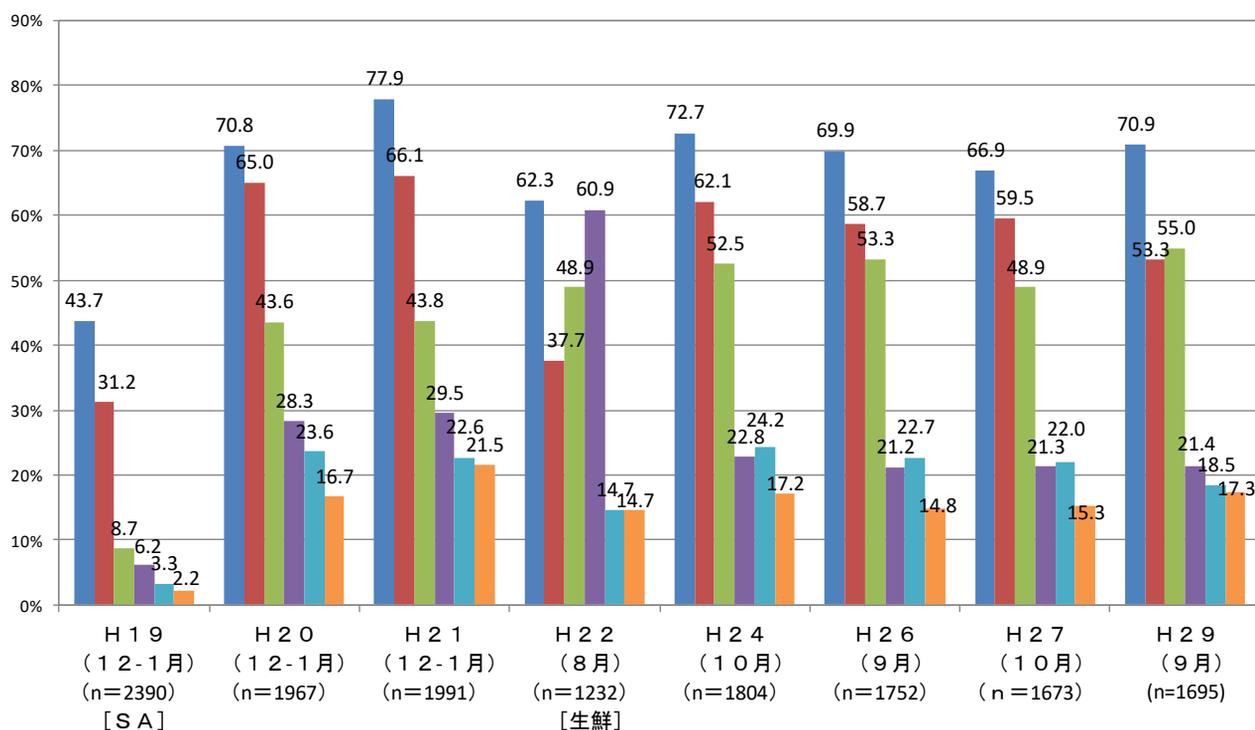
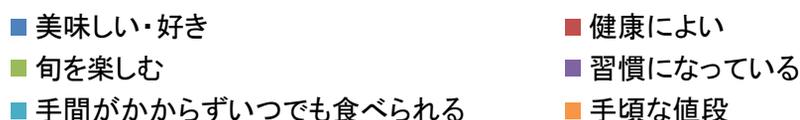
Q. あなたが果物を食べる場合、一日あたりどの程度の量を食べていますか。(H29)(SA)



### 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。
- 「美味しい・好き」「健康によい」は総じて高いが、H29は例年より低下。

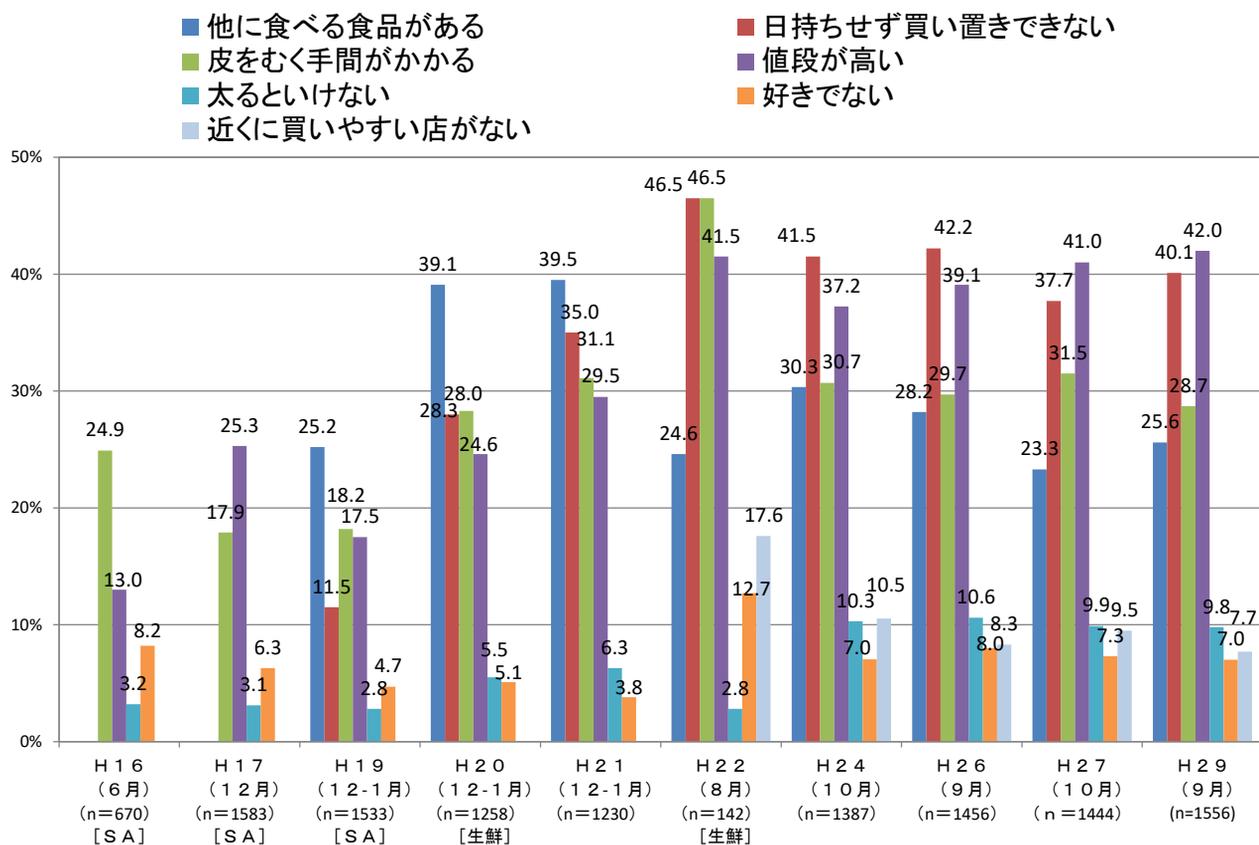
Q. 果物を食べる理由は何ですか。(H29) (MA; H19はSA)



#### 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年度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。
- 「値段が高い」は、H24年度から増加傾向にある。
- 「日持ちせず買い置きできない」はH22年度がピークで、以降は4割前後で推移している。

Q. 果物を（毎日）食べない理由は何ですか。（H29）（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。

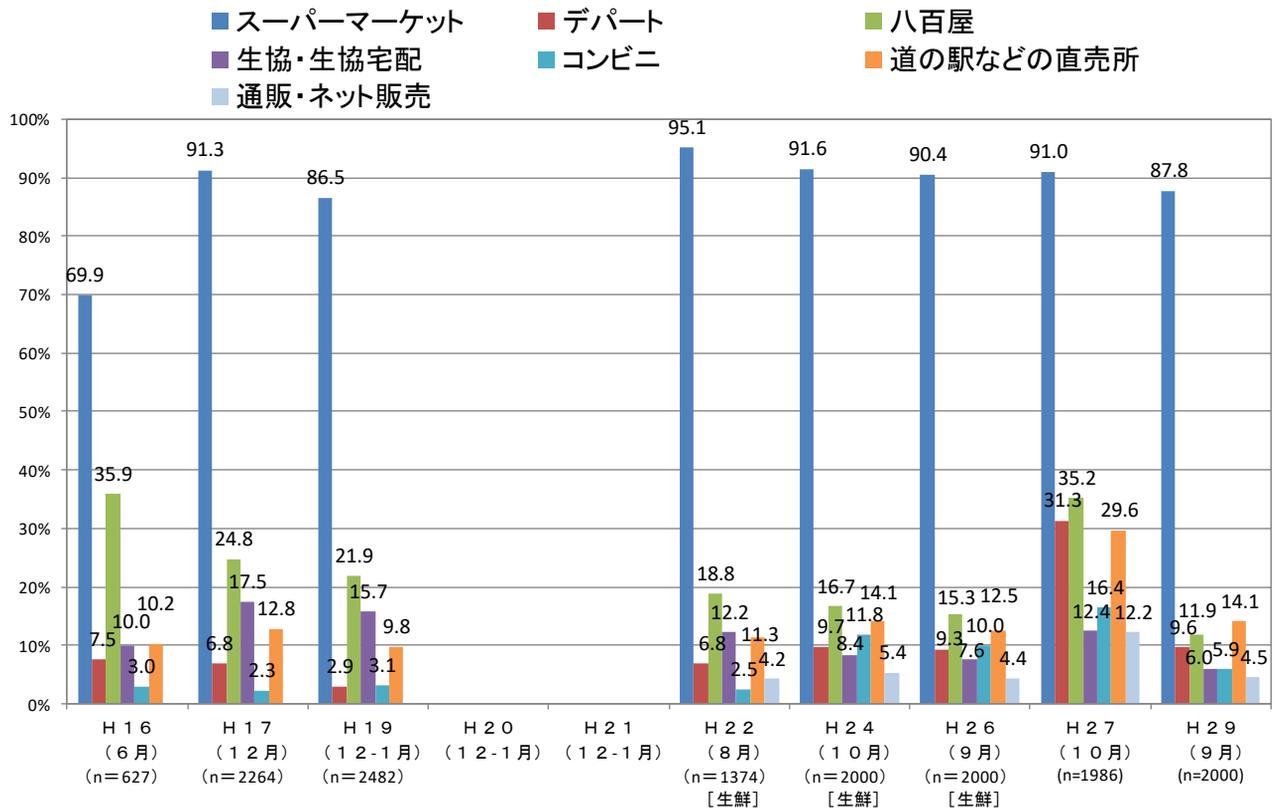
### ⑤果物の購入場所

- 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。
- 「八百屋」は20%を超えていたが、微減傾向からH29は1割ほどに。
- 「通販・ネット販売」は、近年数%で横ばい。

※H27年度は「果物を買ったことがある場所」というすべての経験を聴取しているため、過去調査に比べてスコアが高めの結果。

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。（H29）

あなたはどの場所で果物を買ったことがありますか。（H27）（MA）

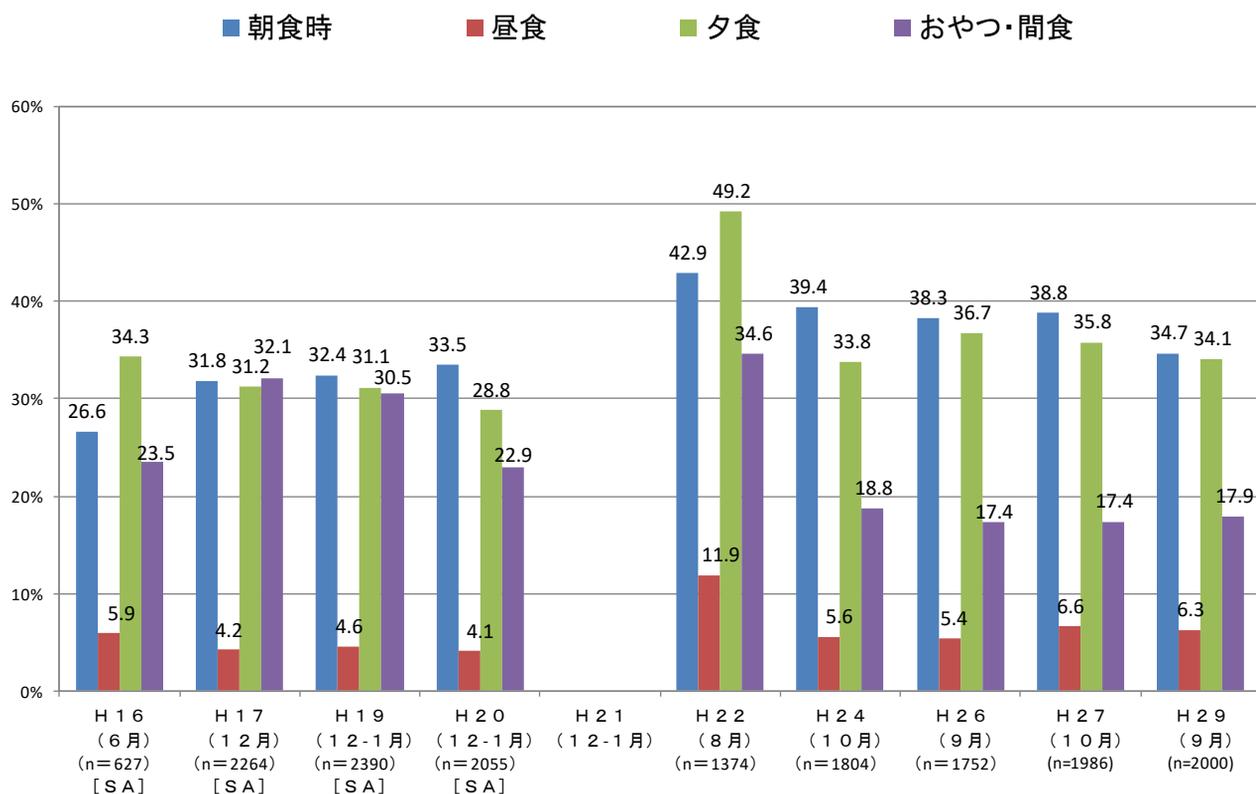


※H16、17、19は回答時に2つずつ選択。

## ⑥果物の摂取時間（摂取場面）

- 「朝食時」「夕食」が高い。
- H29年度の傾向は、H27年度とほぼ同等。

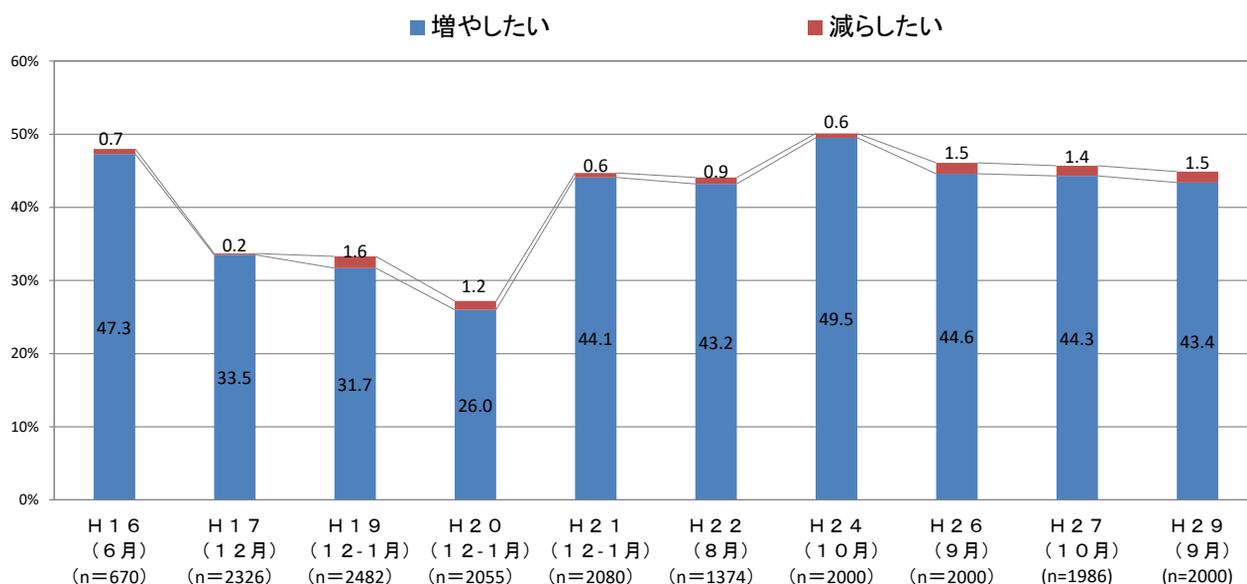
Q. 果物を食べるのはいつが多いですか。（H29）（SA；H22はMA）



## ⑦今後の果物摂取の意向

- 「増やしたい」はH20年度まで減少していたが、H21年度は、前年から18ポイント増加し、H24年度には5割近くに達した。しかし、H24年度から緩やかに減少に転じ、H29年度もその傾向が続いている。

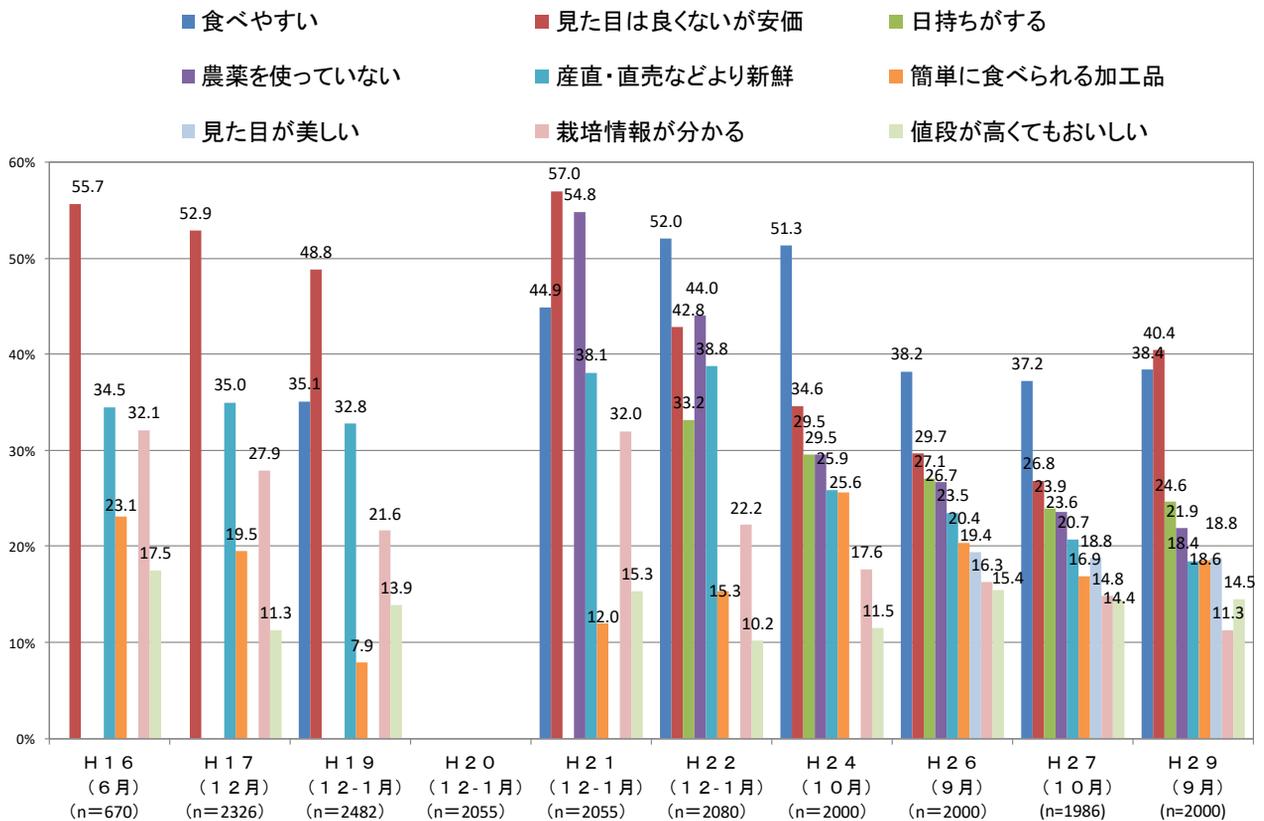
Q. あなたは今後、果物を食べる量を増やしたいと思いますか。(H29) (SA)



## ⑧果物の消費量を増やすための提供方法

- ・ H 2 1 年度までは「見た目は良くないが安価」、H 2 2 年度より「食べやすい」が最も高い結果となっていたが、H 2 9 年度はふたたび「見た目は良くないが安価」が最多となった。H 2 2 年度より選択肢が変更になったことも影響していると思われる。（選択肢については図下注記参照）
- ・ 「産直・直売」は、H 2 2 年度から、「栽培情報」は、H 2 1 年度から減少傾向にある。

Q. 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りますか。（H 2 9）（MA）



※H 1 6、1 7、1 9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

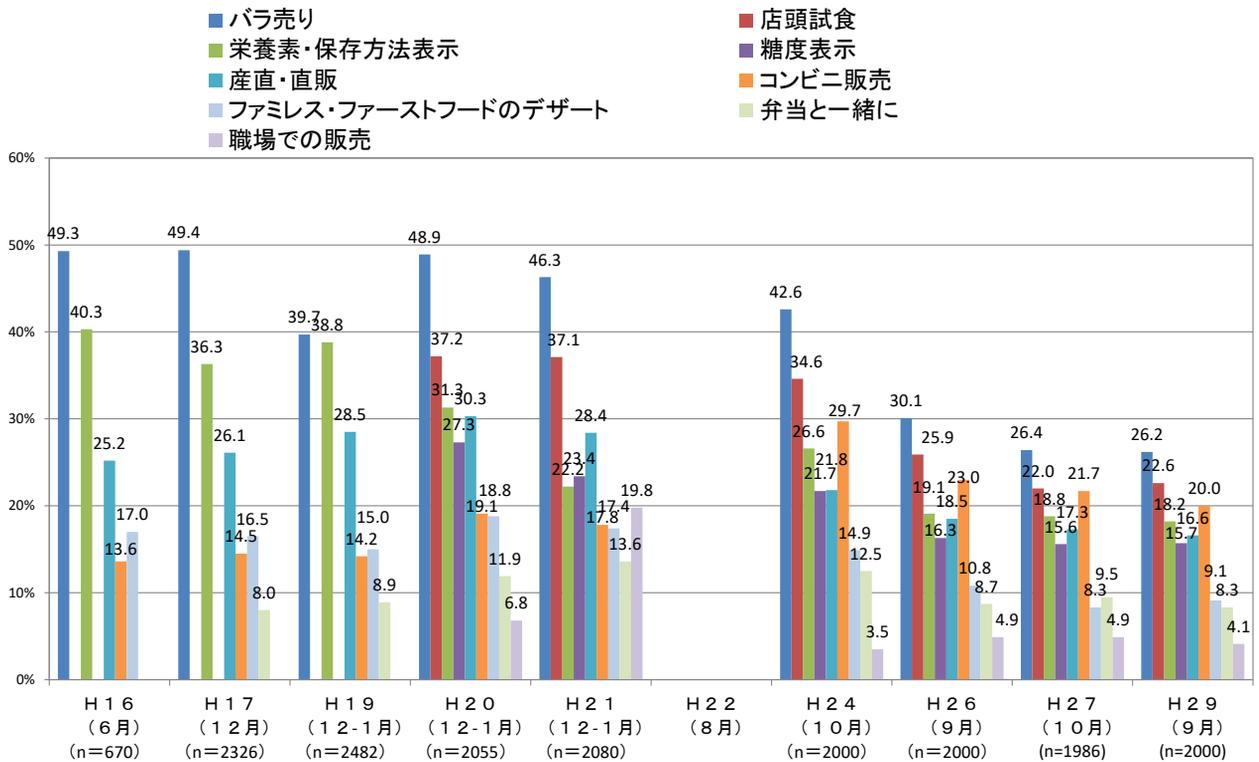
～H 2 1：「今より値段の安いくだもの」等値段についてのみ言及。

H 2 2～：「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。

## ⑨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」が最も高いが、その割合は漸減を続けている。
- 「コンビニ販売」はH24年度から減少傾向。
- 「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年度以降は2割を切った水準で推移。

Q. 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。(H29) (MA)



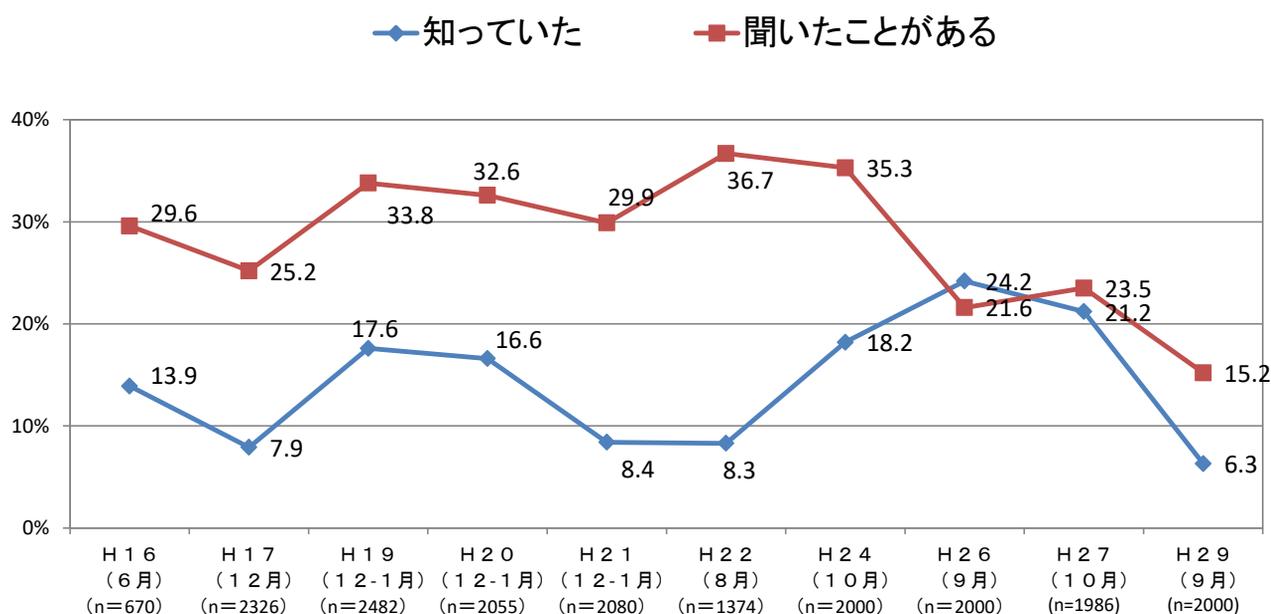
※H16、17、19は回答時に2つずつ選択。

※H27までは職場での販売＝社員食堂

### ⑩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

- H27年度→29年度は「知っていた」と「聞いたことがある」がともに減少。

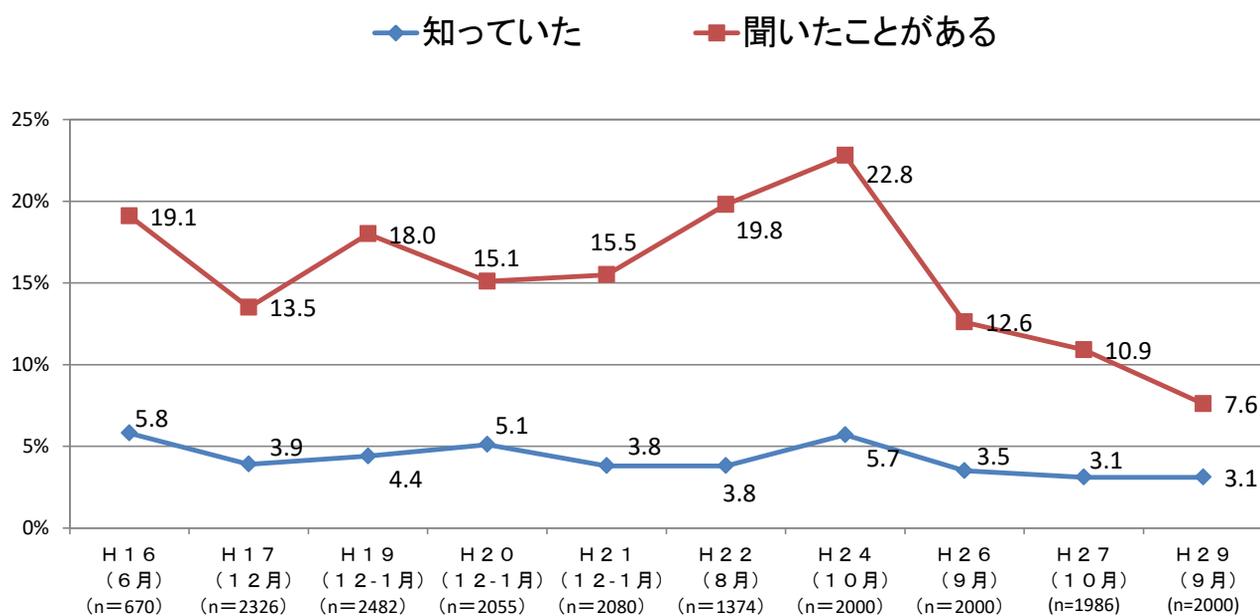
Q. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。【国は「食事バランスガイド」で、健康増進のために果物を毎日200g（例えば、みかんであれば2個、りんごであれば1個程度）食べることを勧めている】（H29）（SA）



### ⑪ 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知

- H27→29年度は「知っていた」は横這いだが、「聞いたことがある」は減少が続いており、認知率は大きく減じている。

Q. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。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】（H29）（SA）



## ⑫ロゴマークの認知

- 「見たような気がする」の低下により、総体として認知率は低下し続けている。

Q. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。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グラム運動」のロゴマーク】（H29）（SA）

