

令和四年度

# 果物の消費に関するアンケート調査報告書

令和5年2月

公益財団法人中央果実協会

# はしがき

日本人の果物離れが指摘されるようになってから久しくなりました。

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

また、果物の消費に関して、消費者はもっと増やしたいという意向があるものの、実際の購買行動につながっていないのが現状です。また、供給側でその消費者の意向や趣向の変化に対応できていないという事実があるのではないかと思います。

すなわち、単身世帯や夫婦のみの世帯の増加、食の外部化・簡便化の進行、安全志向、健康志向の高まり等、果物消費を取り巻く社会経済情勢が大きく変化しています。さらに、今年度も、前年に引き続いて新型コロナウイルスの感染拡大が繰り返され、消費者の消費形態も大きな影響を及ぼし、果物の巣ごもり需要の拡大、その栄養的、機能的価値の再確認も見られます。

このため、令和4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の調査、前年度に引き続いての新型コロナウイルス感染拡大に関連した調査を行うとともに、食の簡便化の進行に関連して注目されているカットフルーツ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、生産者、流通、小売の関係者が消費者のニーズ、趣向の変化を捉え、果物の消費拡大につなげ、ひいては我が国の果樹農業の発展につながることを期待しています。

令和5年3月

公益財団法人 中央果実協会

理事長 村上秀徳



<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
②-1 果物の摂取量（一日平均）が現状である理由	… … 16
②-2 果物の摂取量（一日平均）が現状である理由	… … 17
③果物の購入頻度	… … 18
④果物の摂取頻度	… … 19
⑤-1 果物の摂取理由	… … 20
⑤-2 果物の摂取理由	… … 21
⑥-1 果物を毎日は摂らない理由	… … 22
⑥-2 果物を毎日は摂らない理由	… … 23
⑦果物の摂取方法	… … 24
⑧果物のイメージ	… … 25
まとめ	… … 29
(2) 今後の果物の摂取意向	
①今後の果物の摂取量の変化	… … 31
②果物の消費量を増やすための提供方法	… … 32
③果物喫食増加のための販売方法	… … 34
④-1 果物加工品の消費意向	… … 36
④-2 果物加工品の消費意向（増やしたい）	… … 37
まとめ	… … 38

(3) 果樹振興法14品目について	
①-1 果樹振興法14品目の喫食	… … 40
①-2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）	… … 41
②果樹振興法14品目のうち増やしたいもの	… … 42
まとめ	… … 43
(4) 果物消費拡大施策について	
①果物購入時の希望情報	… … 45
②-1 果物消費拡大施策の認知	… … 46
②-2 果物消費拡大施策の認知（認知計）	… … 47
まとめ	… … 48
(5) コロナウィルス感染症の果物消費への影響	
①新型コロナウイルスの感染拡大に伴う果物摂取量の変化	… … 50
②摂取量増加者の増加理由	… … 51
③摂取量が増加した品目	… … 52
まとめ	… … 53
(6) カットフルーツについて	
①カットフルーツの購入・頻度	… … 55
②カットフルーツの購入チャネル	… … 57
③カットフルーツ購入理由	… … 58
④カットフルーツ非購入理由	… … 59
⑤カットフルーツの適価値感	… … 60
⑥カットフルーツの購入品目	… … 61
⑦カットフルーツの希望品目	… … 62
まとめ	… … 63
3. 調査のまとめ	… … 64
4. 調査票（調査画面）	… … 68

## 1. アンケート調査の実施概要



## アンケート調査の実施概要

### 【1】調査目的

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

なお、本調査は、株式会社読売広告社へ委託して実施した。

### 【2】本調査で把握すべきこと

- 消費者の果物摂取の現状
- 消費者ニーズの変化等に対応した商品提供や販売方法
- 果物を摂取できている人の現状
- 果物購入行動
- コロナウイルス感染症の果物消費への影響

### 【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：令和2年度国勢調査の調査対象都府県ごとの人口構成比に合わせて、性・年齢別に割付を行い、無作為抽出する。

#### (2) 調査方法

インターネット調査

#### (3) 調査期間

令和4年10月28日（金）～10月30日（日）

#### (4) 回収状況

有効票 合計：2,062サンプル



#### 【4】本調査における言葉の定義

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

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

また、単数選択は（SA）、複数選択は（MA）と表示した。

#### 【5】調査項目

##### （1）日常の果物の消費行動

- ①果物の摂取量（一日平均）
- ②果物の摂取量（一日平均）が現状である理由
- ③果物の購入頻度
- ④果物の摂取頻度
- ⑤果物の摂取理由
- ⑥果物を毎日は摂らない理由
- ⑦果物の摂取方法
- ⑧果物のイメージ

##### （2）今後の果物の摂取意向

- ①今後の果物の摂取量の変化
- ②果物の消費量を増やすための提供方法
- ③果物喫食増加のための販売方法
- ④果物加工品の消費意向

## 1. アンケート調査の実施概要

### (3) 果樹振興法14品目について

- ①果樹振興法14品目の喫食
- ②果樹振興法14品目のうち増やしたいもの

### (4) 果物消費拡大施策について

- ①果物購入時の希望情報
- ②果物消費拡大施策の認知

### (5) コロナウィルス感染症の果物消費への影響

- ①新型コロナウイルスの感染拡大に伴う果物摂取量の変化
- ②摂取量増加者の増加理由
- ③摂取量が増加した品目

### (6) カットフルーツについて

- ①カットフルーツの購入・頻度
- ②カットフルーツの購入チャンネル
- ③カットフルーツ購入理由
- ④カットフルーツ非購入理由
- ⑤カットフルーツの適価値感
- ⑥カットフルーツの購入品目
- ⑦カットフルーツの希望品目



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=2,062)	50.0	50.0										
<年齢>												
	20才 ～24才	25才 ～29才	30才 ～34才	35才 ～39才	40才 ～44才	45才 ～49才	50才 ～54才	55才 ～59才	60才以上			
全体 (n=2,062)	6.3	9.3	8.3	11.2	8.7	14.3	10.0	9.4	22.6			
<未既婚>												
	未婚	既婚										
全体 (n=2,062)	48.6	51.4										
<子供有無>												
	子供なし	子供あり										
全体 (n=2,062)	56.5	43.5										
<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=2,062)	0.6	1.8	17.8	12.8	13.6	3.8	3.0	15.6	12.8	3.6	2.6	11.9
<世帯年収>												
	200万未満	200～400万 未満	400～600万 未満	600～800万 未満	800～ 1000万未満	1000～ 1200万未満	1200～ 1500万未満	1500～ 2000万未満	2000万円 以上	わからない	無回答	
全体 (n=2,062)	8.8	17.6	19.1	13.2	8.5	4.0	2.8	1.6	0.7	12.0	11.7	
<個人年収>												
	200万未満	200～400万 未満	400～600万 未満	600～800万 未満	800～ 1000万未満	1000～ 1200万未満	1200～ 1500万未満	1500～ 2000万未満	2000万円 以上	わからない	無回答	
全体 (n=2,062)	35.9	19.6	14.9	6.9	2.4	1.6	0.7	0.3	0.0	6.0	11.5	
<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=2,062)	4.2	0.6	0.6	1.6	0.5	0.5	0.9	1.8	0.7	0.9	7.1	6.5
	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
	17.1	10.0	1.6	0.3	0.6	0.6	0.3	1.1	1.2	2.4	5.9	1.2
	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県
	0.7	1.4	7.7	4.8	1.1	0.5	0.3	0.5	1.5	2.6	0.9	0.5
	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県	
	0.6	0.8	0.3	3.6	0.5	0.7	0.8	0.4	0.4	0.8	0.4	

## 【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、令和3年の調査結果を時系列比較のために掲載した。



## (1) 日常の果物の消費行動

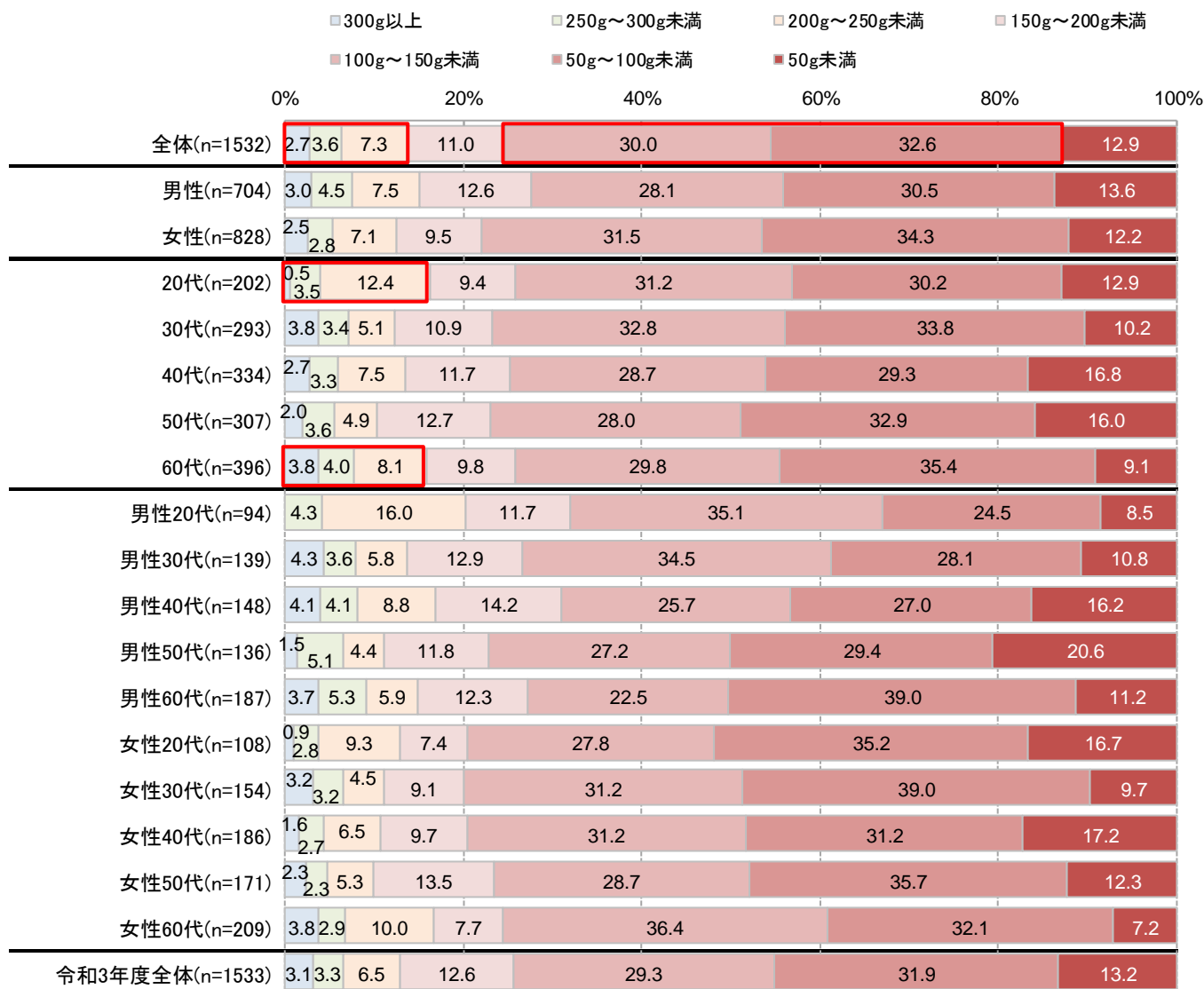
①果物の摂取量（一日平均） [果物月1回以上喫食層]

- 果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体では13.6%。
- 全体では「50g～100g未満」「100g～150g未満」の順に高く、これらを合わせた「50g～150g未満」で全体の6割台前半を占めている。
- 令和3年度結果と比較すると、一日平均200g以上摂取の割合は、横ばい。
- 果物喫食者のうち、一日平均200g以上摂取できている割合を年代別で見ると、『20代』と『60代』がそれ以外の年代と比べて高めとなっている。

Q4. あなたが果物を食べる場合、一日あたりどの程度の量を食べていますか。

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

※コメントで触れている箇所は





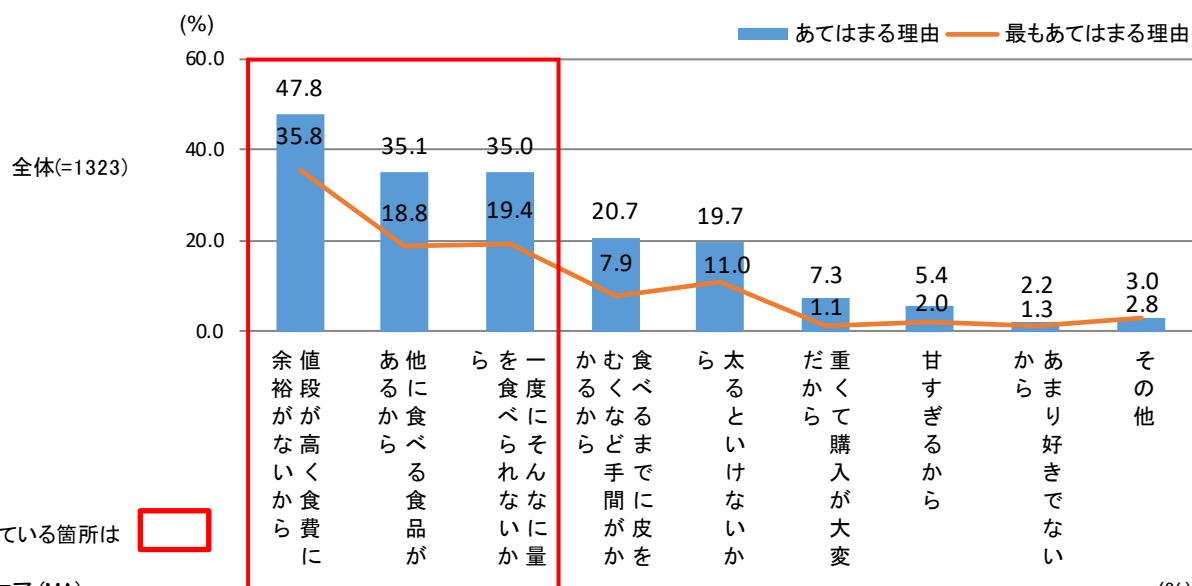
②-1 果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- あてはまる理由(複数回答)では、全体で「値段が高く食費に余裕がないから」が最も高い。次いで、「他に食べる食品があるから」「一度にそんなに量を食べられないから」が3割台半ばで続いており、3大理由を形成している。
- 令和3年度結果と比較すると、「値段が高く食費に余裕がないから」が増加し、「一度にそんなに量を食べられないから」が減少した。
- 年代別でみると、『20~30代』では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が、他の年代と比べて高い。一方、『60代』では「他に食べる食品があるから」が4割台半ばで、他の年代と比べて高い。

Q6. 国では一日に【Q4の回答】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てください。(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=1323)	47.8	35.1	35.0	20.7	19.7	7.3	5.4	2.2	3.0
性別	男性 (n=598)	40.3	35.5	32.3	19.6	17.9	5.5	5.5	2.5	3.5	
	女性 (n=725)	54.1	34.9	37.2	21.7	21.1	8.8	5.2	1.9	2.6	
年代	20代 (n=169)	57.4	32.0	31.4	19.5	13.6	7.1	3.6	0.6	1.2	
	30代 (n=257)	61.1	27.6	33.9	22.6	17.1	7.8	6.6	2.3	1.6	
	40代 (n=289)	43.9	30.1	29.8	24.2	20.4	7.3	4.5	3.1	3.1	
	50代 (n=275)	49.8	37.8	38.9	22.5	18.9	9.5	4.7	2.5	2.9	
	60代 (n=333)	34.5	44.7	39.0	15.3	24.6	5.4	6.6	1.8	5.1	
性別年代	男性20代 (n=75)	50.7	36.0	30.7	20.0	9.3	8.0	2.7	1.3	1.3	
	男性30代 (n=120)	50.8	25.8	33.3	21.7	19.2	4.2	7.5	2.5	1.7	
	男性40代 (n=123)	33.3	30.9	30.9	25.2	18.7	5.7	4.9	2.4	5.7	
	男性50代 (n=121)	44.6	35.5	32.2	22.3	15.7	8.3	3.3	5.0	1.7	
	男性60代 (n=159)	29.6	45.9	33.3	11.3	22.0	3.1	7.5	1.3	5.7	
	女性20代 (n=94)	62.8	28.7	31.9	19.1	17.0	6.4	4.3	0.0	1.1	
	女性30代 (n=137)	70.1	29.2	34.3	23.4	15.3	10.9	5.8	2.2	1.5	
	女性40代 (n=166)	51.8	29.5	28.9	23.5	21.7	8.4	4.2	3.6	1.2	
女性50代 (n=154)	53.9	39.6	44.2	22.7	21.4	10.4	5.8	0.6	3.9		
女性60代 (n=174)	39.1	43.7	44.3	19.0	27.0	7.5	5.7	2.3	4.6		
果物摂取量	100g~200g未満 (n=627)	44.5	35.6	37.8	19.6	23.9	7.0	5.1	1.1	3.2	
	100g未満 (n=696)	50.9	34.8	32.5	21.7	15.8	7.6	5.6	3.2	2.9	
令和3年度全体 (n=1334)		44.9	36.8	38.1	22.0	17.2	6.8	5.2	1.6	2.8	

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。

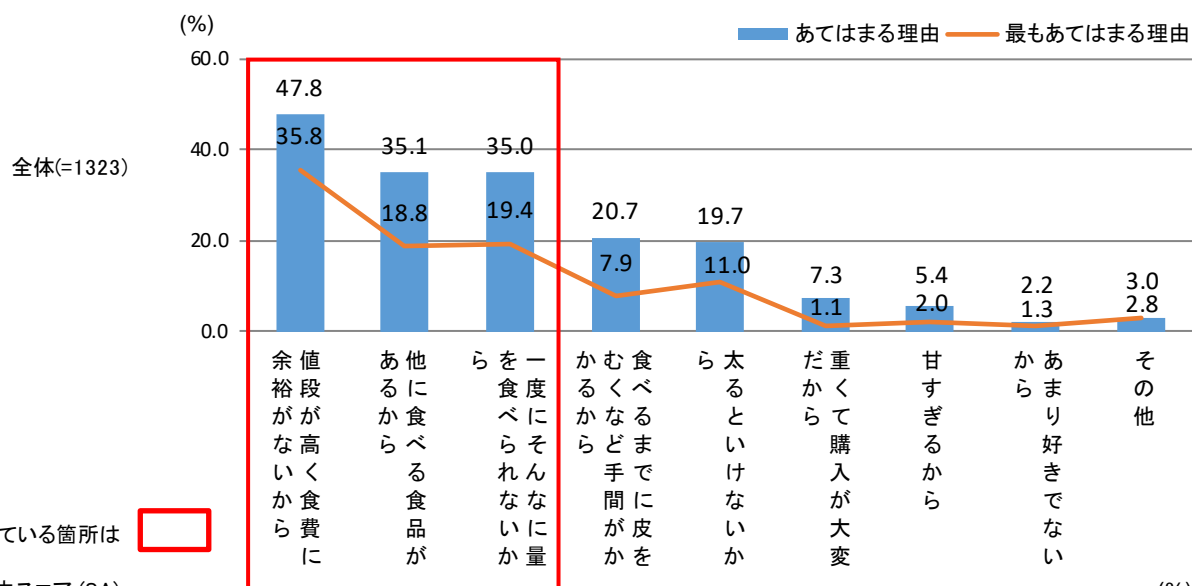
②-2 果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 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」が最も高い。「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」が続いており、あてはまる理由と同一の構成となった。
- 年代別で見ると、『20～50代』では共通して「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が最も高い中、『60代』では「他に食べる食品があるから」の割合が最も高い。
- 性別×年代で見ると、『女性20～30代』では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が5割を超えており、他の層と比べて高め。

Q6. 国では一日に【Q4の回答】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てください。(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=1323)	35.8	18.8	19.4	7.9	11.0	1.1	2.0	1.3	2.8
性別	男性 (n=598)	30.3	22.9	17.6	9.4	11.0	1.2	2.5	1.8	3.3	
	女性 (n=725)	40.3	15.4	21.0	6.6	10.9	1.1	1.5	0.8	2.3	
年代	20代 (n=169)	47.3	14.8	17.8	8.9	7.1	1.8	1.2	0.0	1.2	
	30代 (n=257)	45.9	13.2	17.5	9.3	7.8	0.8	2.3	1.6	1.6	
	40代 (n=289)	33.9	15.6	19.0	10.0	13.1	1.0	2.1	2.1	3.1	
	50代 (n=275)	37.8	20.4	18.5	8.0	7.6	1.1	2.5	1.5	2.5	
	60代 (n=333)	21.9	26.7	22.8	4.2	16.2	1.2	1.5	0.9	4.5	
性別年代	男性20代 (n=75)	42.7	18.7	18.7	10.7	4.0	2.7	1.3	0.0	1.3	
	男性30代 (n=120)	35.8	15.8	18.3	11.7	10.8	0.0	4.2	1.7	1.7	
	男性40代 (n=123)	23.6	20.3	19.5	12.2	13.0	0.8	2.4	2.4	5.7	
	男性50代 (n=121)	37.2	20.7	14.9	10.7	8.3	0.8	2.5	3.3	1.7	
	男性60代 (n=159)	20.1	34.0	17.0	3.8	15.1	1.9	1.9	1.3	5.0	
	女性20代 (n=94)	51.1	11.7	17.0	7.4	9.6	1.1	1.1	0.0	1.1	
	女性30代 (n=137)	54.7	10.9	16.8	7.3	5.1	1.5	0.7	1.5	1.5	
	女性40代 (n=166)	41.6	12.0	18.7	8.4	13.3	1.2	1.8	1.8	1.2	
女性50代 (n=154)	38.3	20.1	21.4	5.8	7.1	1.3	2.6	0.0	3.2		
女性60代 (n=174)	23.6	20.1	28.2	4.6	17.2	0.6	1.1	0.6	4.0		
果物摂取量	100g～200g未満 (n=627)	32.5	18.7	21.5	7.7	13.7	0.6	2.1	0.5	2.7	
	100g未満 (n=696)	38.6	19.0	17.5	8.0	8.5	1.6	1.9	2.0	2.9	
令和3年度全体 (n=1334)		35.3	19.1	21.0	8.9	8.6	1.1	2.3	1.0	2.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

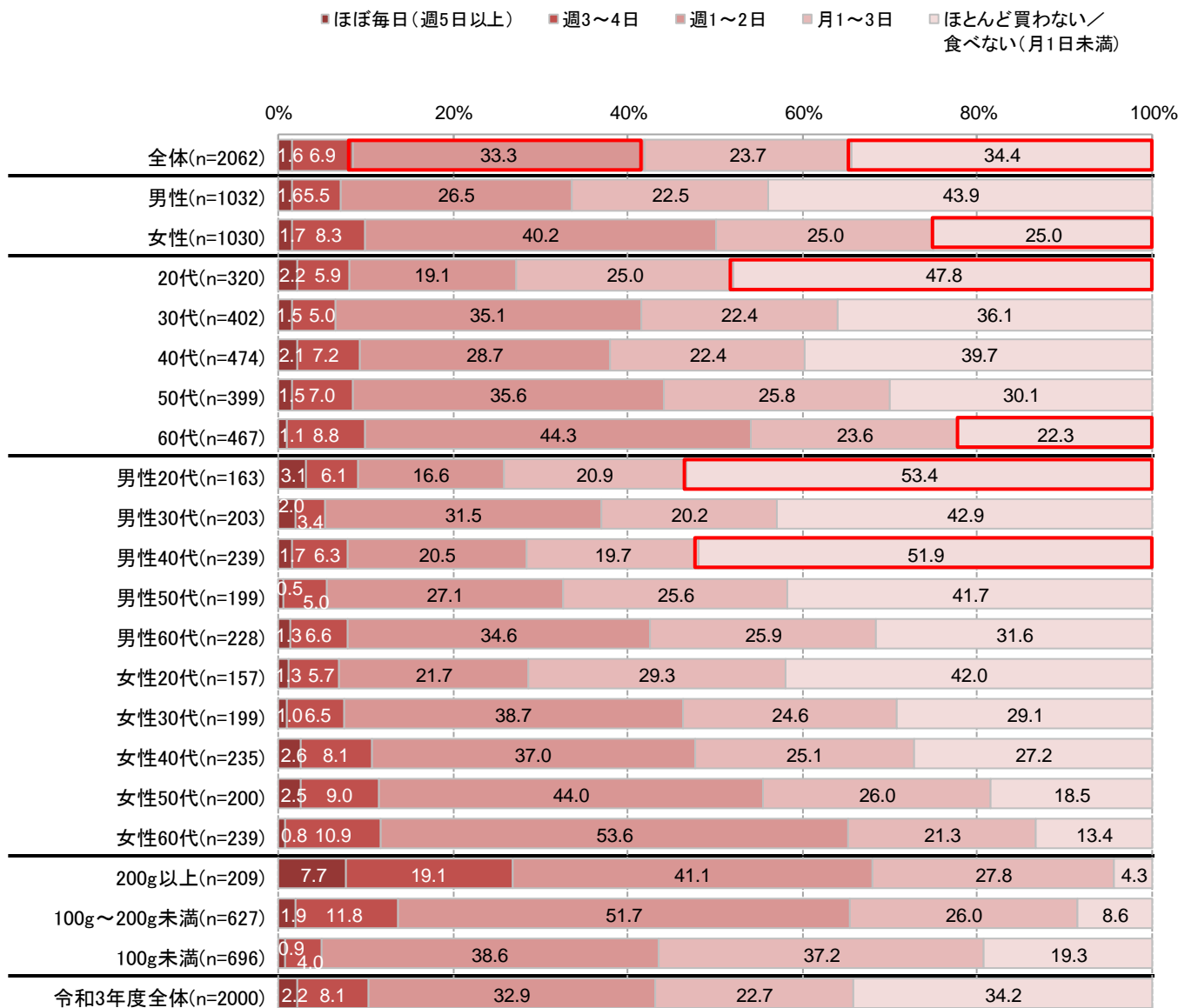
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

### ③果物の購入頻度

- 全体では「ほとんど買わない」が最も高い。次いで、「週1～2日」が続いている。
- 性別で見ると、『女性』は男性と比べて購入頻度が高い傾向であり、「ほとんど買わない」人の割合は2割台半ばにとどまっている。
- 年代別で見ると、『60代』は他の層と比べて購入頻度が高い傾向であり、「ほとんど買わない」人の割合は2割台前半にとどまる。一方、『20代』は「ほとんど買わない」の割合が4割台後半で、他の年代と比べて高い。
- 性別×年代で見ると、『男性20代』『男性40代』では「ほとんど買わない」人の割合が5割を超えている。

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）

※コメントで触れている箇所は

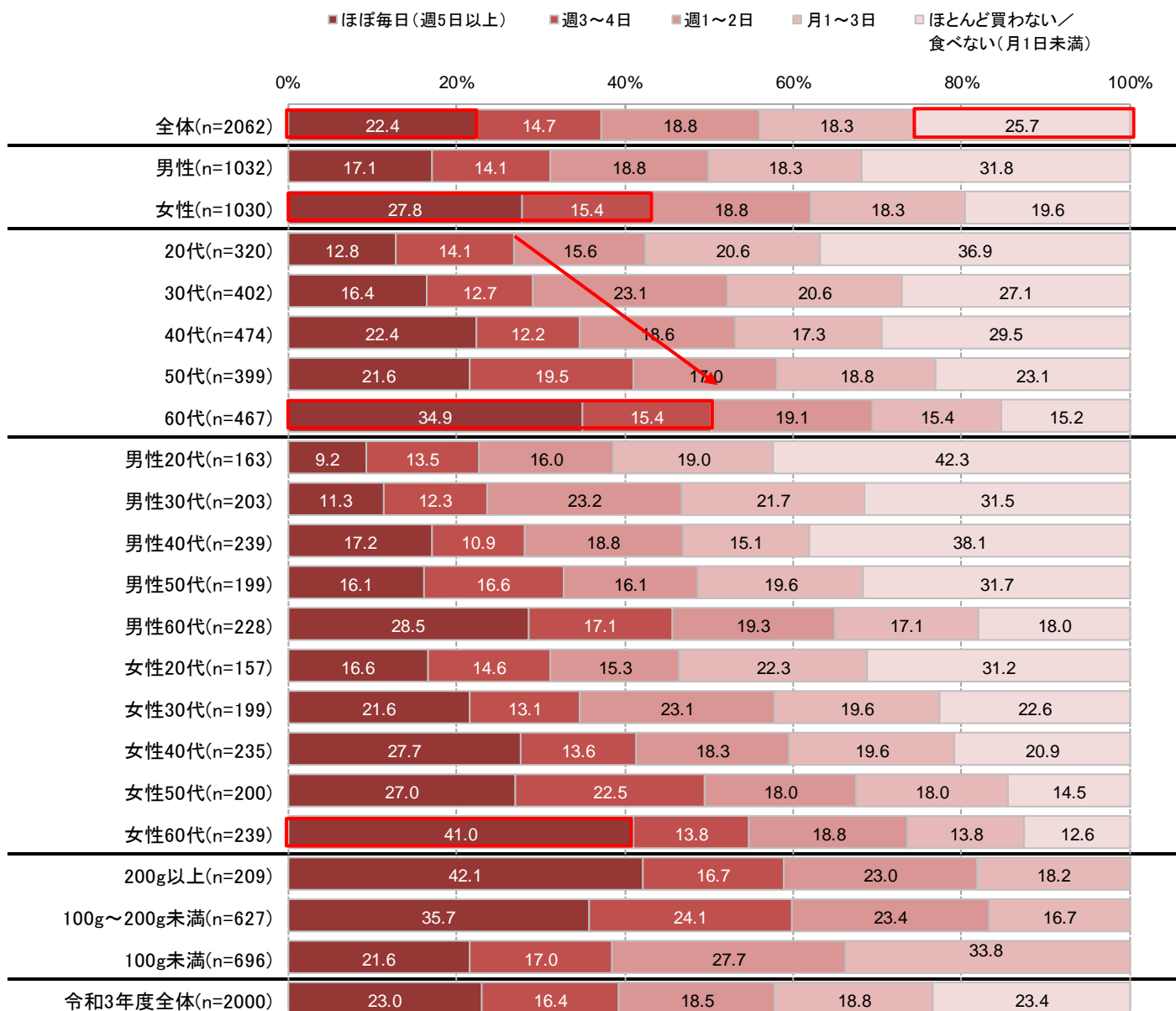


#### ④果物の摂取頻度

- 全体では「ほとんど食べない」が最も高く、「ほぼ毎日」が2割台前半で続く。次いで、「週1～2日」が2割弱となった。
- 性別で見ると、『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。
- 年代別で見ると、年代が高くなるほど「週3～4日」以上の割合が増加する傾向が見られ、『60代』では「ほぼ毎日」が3割台半ば、「週3～4日」が1割台半ばで、5割が「週3～4日」以上摂取している。
- 性別×年代で見ると、『女性60代』では、「ほぼ毎日」が4割を超えており、摂取頻度が高い。

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

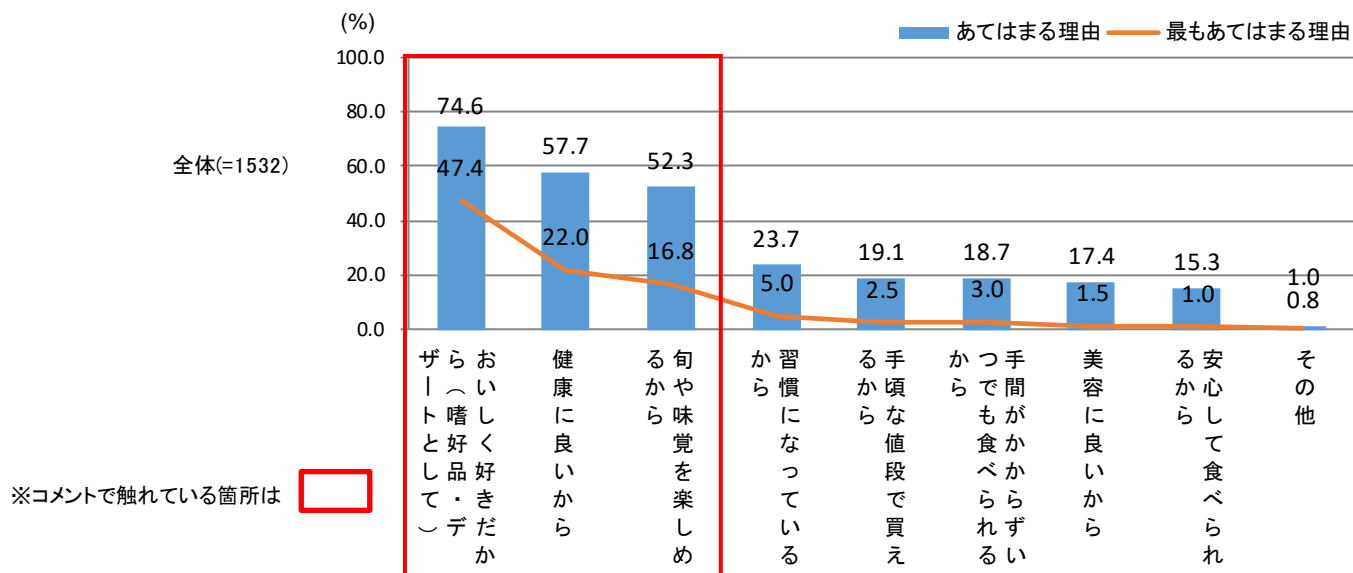
※コメントで触れている箇所は  



⑤-1 果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「おいしく好きだから」が最も高く、「健康に良いから」「匂や味覚を楽しめるから」が続いている。
- 令和3年度結果と比較すると、「おいしく好きだから」が増加した。
- 性別でみると、『女性』では「おいしく好きだから」「匂や味覚を楽しめるから」「美容に良いから」が男性より顕著に高い。
- 性別×年代でみると、『男性60代』では「手頃な値段で買えるから」が他の層より高い。
- 果物摂取量別でみると、『100g未満』の層は、他の層と比べて全般的に低スコア。

Q2. 果物を食べる理由は何ですか。（MA） その中で最もあてはまる理由。（SA）



あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1532)	74.6	57.7	52.3	23.7	19.1	18.7	17.4	15.3	1.0
性別	男性 (n=704)	69.6	56.0	46.7	21.4	22.2	17.6	11.6	14.3	0.9	
	女性 (n=828)	78.9	59.2	57.0	25.6	16.4	19.7	22.3	16.2	1.1	
年代	20代 (n=202)	79.7	60.4	47.5	15.8	19.3	13.4	26.7	18.3	1.0	
	30代 (n=293)	75.4	61.1	50.9	22.2	19.1	18.4	20.8	13.3	1.7	
	40代 (n=334)	70.7	58.1	51.8	25.7	15.3	14.7	20.7	14.7	1.2	
	50代 (n=307)	75.2	57.3	50.8	22.1	18.2	20.8	14.0	16.3	1.0	
	60代 (n=396)	74.2	53.8	57.3	28.3	22.7	23.5	10.1	15.2	0.3	
性別年代	男性20代 (n=94)	75.5	56.4	45.7	11.7	21.3	9.6	23.4	17.0	1.1	
	男性30代 (n=139)	69.1	54.0	44.6	24.5	19.4	19.4	15.8	12.9	2.2	
	男性40代 (n=148)	60.8	61.5	41.2	23.0	17.6	14.2	14.2	12.8	1.4	
	男性50代 (n=136)	72.1	54.4	50.0	17.6	16.9	18.4	4.4	13.2	0.0	
	男性60代 (n=187)	72.2	54.0	50.8	25.7	32.1	22.5	5.9	16.0	0.0	
	女性20代 (n=108)	83.3	63.9	49.1	19.4	17.6	16.7	29.6	19.4	0.9	
	女性30代 (n=154)	81.2	67.5	56.5	20.1	18.8	17.5	25.3	13.6	1.3	
	女性40代 (n=186)	78.5	55.4	60.2	28.0	13.4	15.1	25.8	16.1	1.1	
女性50代 (n=171)	77.8	59.6	51.5	25.7	19.3	22.8	21.6	18.7	1.8		
女性60代 (n=209)	76.1	53.6	63.2	30.6	14.4	24.4	13.9	14.4	0.5		
果物摂取量	200g以上 (n=209)	72.2	59.3	57.4	30.1	18.7	20.1	24.9	21.5	1.4	
	100g~200g未満 (n=627)	81.3	63.0	56.5	28.5	20.3	22.6	19.3	18.2	1.0	
	100g未満 (n=696)	69.3	52.4	47.0	17.4	18.1	14.8	13.5	10.9	0.9	
令和3年度全体 (n=1533)		68.0	56.9	49.1	22.8	17.3	18.2	16.6	13.0	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。

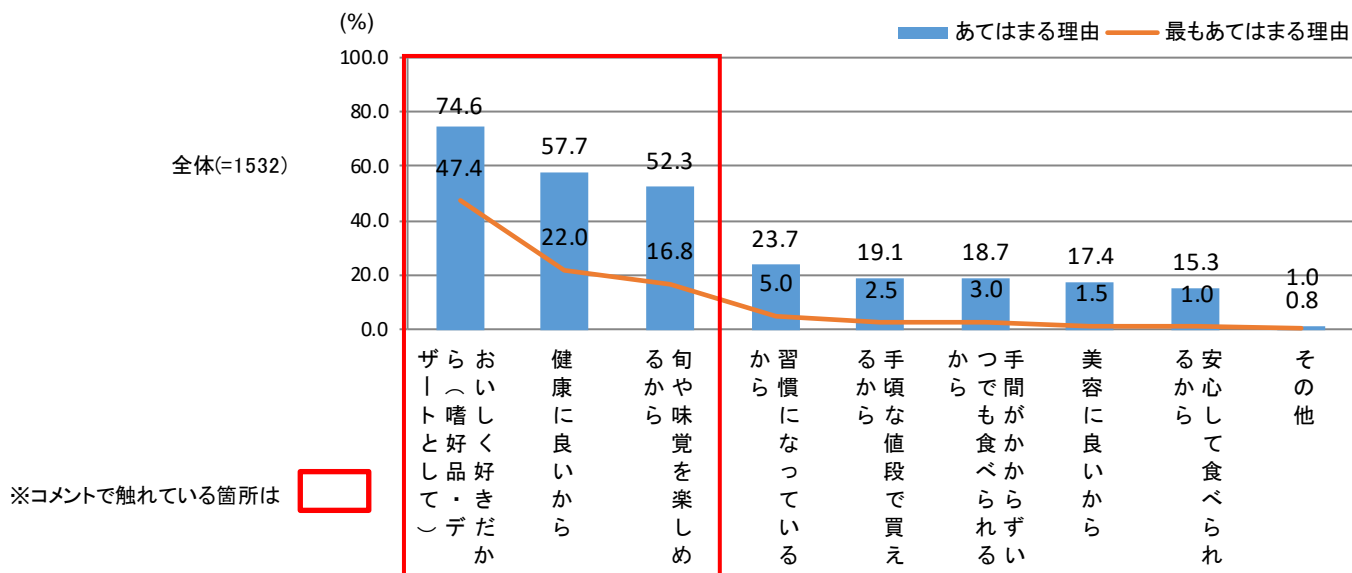
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑤-2 果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]

- 最もあてはまる理由では、全体で「おいしく好きだから」が最も高く、「健康に良いから」「旬や味覚を楽しめるから」が続いている。
- 令和3年度結果と比較すると、「おいしく好きだから」が増加し、「健康に良いから」が減少した。
- 年代別でみると、『20代』では「おいしく好きだから」が5割台半ば。また、『60代』では「旬や味覚を楽しめるから」が2割を超えており、他の年代より高い。
- 性別×年代でみると、『女性20代』では「おいしく好きだから」が6割を超えており、他の層より高い。

Q2. 果物を食べる理由は何ですか。(MA) その中で最もあてはまる理由。(SA)



最もあてはまる理由スコア (SA)

		全体 (n=1532)	47.4	22.0	16.8	5.0	2.5	3.0	1.5	1.0	0.8
性別	男性 (n=704)	44.3	26.1	16.6	3.8	2.8	2.8	1.0	1.7	0.7	
	女性 (n=828)	50.0	18.5	17.0	5.9	2.2	3.1	1.9	0.5	0.8	
年代	20代 (n=202)	56.4	19.3	10.9	4.0	2.0	2.5	3.0	1.5	0.5	
	30代 (n=293)	46.4	23.2	15.7	4.1	2.4	3.4	2.4	1.0	1.4	
	40代 (n=334)	45.2	24.3	15.0	6.6	2.4	1.8	2.7	1.2	0.9	
	50代 (n=307)	49.2	21.2	17.3	5.2	2.6	2.6	0.3	0.7	1.0	
	60代 (n=396)	43.9	21.2	22.0	4.5	2.8	4.3	0.0	1.0	0.3	
性別年代	男性20代 (n=94)	50.0	23.4	11.7	2.1	3.2	3.2	3.2	2.1	1.1	
	男性30代 (n=139)	46.0	25.9	16.5	2.2	2.2	2.9	0.7	1.4	2.2	
	男性40代 (n=148)	37.8	31.8	11.5	8.1	3.4	2.0	2.0	2.7	0.7	
	男性50代 (n=136)	47.8	23.5	19.9	2.9	2.2	2.2	0.0	1.5	0.0	
	男性60代 (n=187)	42.8	25.1	20.9	3.2	3.2	3.7	0.0	1.1	0.0	
	女性20代 (n=108)	62.0	15.7	10.2	5.6	0.9	1.9	2.8	0.9	0.0	
	女性30代 (n=154)	46.8	20.8	14.9	5.8	2.6	3.9	3.9	0.6	0.6	
	女性40代 (n=186)	51.1	18.3	17.7	5.4	1.6	1.6	3.2	0.0	1.1	
女性50代 (n=171)	50.3	19.3	15.2	7.0	2.9	2.9	0.6	0.0	1.8		
女性60代 (n=209)	45.0	17.7	23.0	5.7	2.4	4.8	0.0	1.0	0.5		
果物摂取量	200g以上 (n=209)	46.4	22.0	14.8	5.3	1.9	2.4	4.3	1.9	1.0	
	100g~200g未満 (n=627)	50.1	21.5	16.1	4.0	2.7	3.0	1.1	0.8	0.6	
	100g未満 (n=696)	45.3	22.4	18.1	5.7	2.4	3.2	1.0	1.0	0.9	
令和3年度全体 (n=1533)		41.4	24.9	18.3	5.5	3.0	3.1	1.8	0.9	1.0	

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。

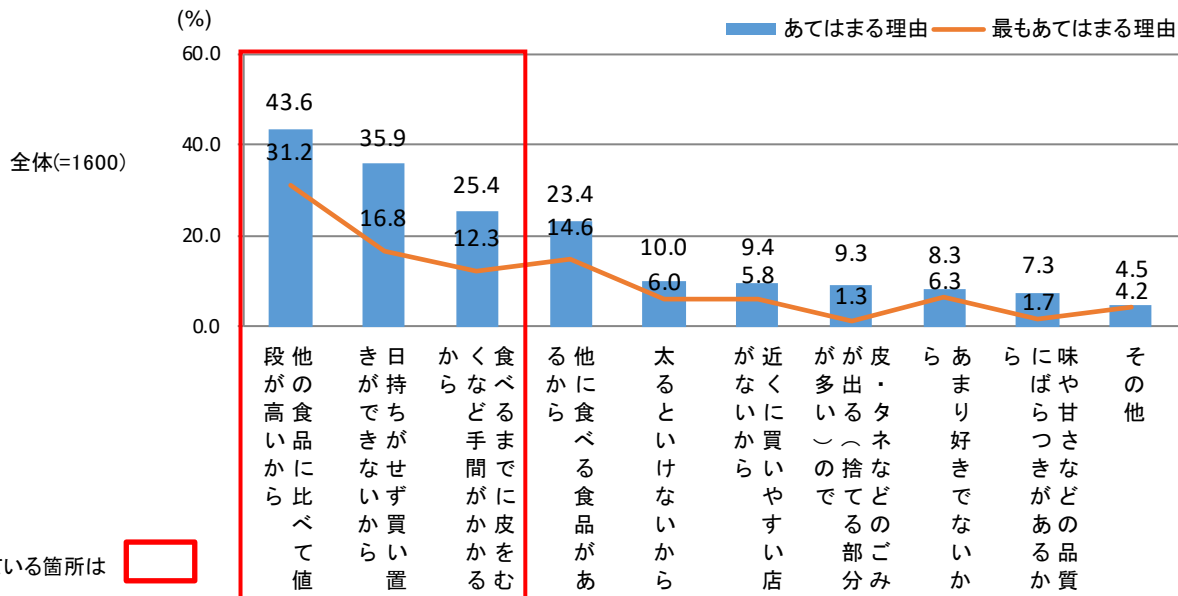
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑥-1 果物を毎日摂らない理由 [毎日摂取者を除く]

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「他の食品に比べて値段が高いから」が最も高く、次いで「日持ちがせず買い置きができないから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」が続いている。
- 令和3年度結果と比較すると、「他の食品に比べて値段が高いから」が増加している。
- 性別で見ると、『女性』は「他の食品に比べて値段が高いから」が『男性』と比べて顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』では「日持ちがせず買い置きができないから」が4割を超えており、最大の理由になっている。

Q3. 果物を（毎日）食べない理由は何ですか。（MA） その中で最もあてはまる理由。（SA）



※コメントで触れている箇所は



あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1600)	43.6	35.9	25.4	23.4	10.0	9.4	9.3	8.3	7.3	4.5
性別	男性 (n=856)	35.3	32.8	24.8	25.0	9.7	9.9	10.2	10.3	5.5	5.1	
	女性 (n=744)	53.2	39.4	26.2	21.5	10.3	8.9	8.2	5.9	9.3	3.8	
年代	20代 (n=279)	50.2	36.9	21.1	19.4	6.8	14.7	9.0	6.8	4.7	4.7	
	30代 (n=336)	48.5	36.3	28.3	17.6	9.2	7.4	10.1	7.7	4.2	4.5	
	40代 (n=368)	41.0	33.2	28.0	20.9	10.9	8.4	8.7	11.4	7.9	3.5	
	50代 (n=313)	43.5	32.9	25.9	30.0	11.5	8.9	7.7	9.3	7.0	3.2	
	60代 (n=304)	35.5	40.8	22.7	29.6	11.2	8.6	10.9	5.3	12.5	6.9	
性別年代	男性20代 (n=148)	39.2	31.8	22.3	21.6	3.4	14.2	8.8	8.1	4.7	4.7	
	男性30代 (n=180)	37.8	32.2	26.7	22.8	10.6	7.2	11.1	10.0	3.3	4.4	
	男性40代 (n=198)	34.3	29.3	24.7	22.2	11.6	10.1	10.6	15.7	7.1	3.5	
	男性50代 (n=167)	33.5	31.7	26.9	29.9	10.8	10.8	9.0	12.6	6.0	4.2	
	男性60代 (n=163)	31.9	39.9	22.7	28.8	11.0	8.0	11.0	3.7	6.1	9.2	
	女性20代 (n=131)	62.6	42.7	19.8	16.8	10.7	15.3	9.2	5.3	4.6	4.6	
	女性30代 (n=156)	60.9	41.0	30.1	11.5	7.7	7.7	9.0	5.1	5.1	4.5	
	女性40代 (n=170)	48.8	37.6	31.8	19.4	10.0	6.5	6.5	6.5	8.8	3.5	
女性50代 (n=146)	54.8	34.2	24.7	30.1	12.3	6.8	6.2	5.5	8.2	2.1		
女性60代 (n=141)	39.7	41.8	22.7	30.5	11.3	9.2	10.6	7.1	19.9	4.3		
果物摂取量	200g以上 (n=121)	38.0	38.8	24.8	25.6	15.7	9.9	9.1	1.7	8.3	4.1	
	100g~200g未満 (n=403)	43.4	44.2	20.6	28.8	15.4	8.9	8.4	2.0	7.4	3.7	
	100g未満 (n=546)	45.8	39.2	27.8	23.1	9.3	8.2	8.1	3.1	7.7	5.5	
令和3年度全体 (n=1541)		38.1	36.2	26.2	25.0	11.2	8.8	8.4	8.1	7.6	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。

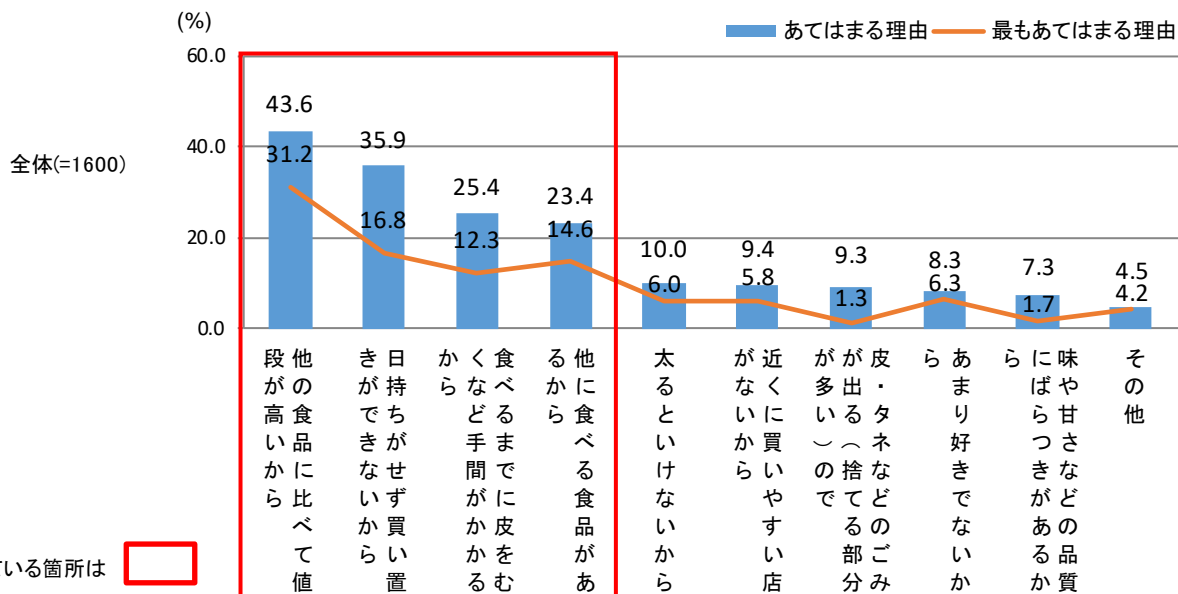
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑥-2 果物を毎日は摂らない理由 [毎日摂取者を除く]

- 最もあてはまる理由では、全体で「他の食品に比べて値段が高いから」が最も高く、次いで「日持ちがせず買い置きができないから」「他に食べる食品があるから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」が続いている。
- 令和3年度結果と比較すると、「他の食品に比べて値段が高いから」が増加している。
- 性別でみると、『女性』は「他の食品に比べて値段が高いから」が『男性』と比べて顕著に高い。
- 年代別でみると、『60代』では「他の食品に比べて値段が高いから」が他の年代より低い。
- 性別×年代でみると、『女性30代』では「他の食品に比べて値段が高いから」が4割台半ばで、他の層より高い。

Q3. 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=1600)	31.2	16.8	12.3	14.6	6.0	5.8	1.3	6.3	1.7	4.2
性別	男性 (n=856)	24.8	16.8	13.4	16.4	6.2	6.9	1.8	7.7	1.1	5.0	
	女性 (n=744)	38.6	16.7	10.9	12.6	5.8	4.6	0.7	4.6	2.4	3.2	
年代	20代 (n=279)	34.1	18.3	9.3	12.5	3.9	8.6	1.1	6.8	1.1	4.3	
	30代 (n=336)	37.2	15.2	14.3	11.3	5.4	4.5	0.9	5.7	1.2	4.5	
	40代 (n=368)	31.3	15.5	15.8	10.6	7.9	5.2	1.4	8.2	1.1	3.3	
	50代 (n=313)	30.4	14.7	10.2	19.2	6.4	5.4	1.3	7.7	2.2	2.6	
	60代 (n=304)	22.7	20.7	10.5	20.4	5.9	5.9	1.6	2.6	3.0	6.6	
性別年代	男性20代 (n=148)	27.7	20.3	10.1	14.2	2.7	9.5	2.0	8.1	0.7	4.7	
	男性30代 (n=180)	29.4	13.9	16.1	15.6	6.1	5.0	1.7	6.7	1.1	4.4	
	男性40代 (n=198)	24.2	15.7	15.7	12.1	8.6	6.6	2.5	10.6	0.5	3.5	
	男性50代 (n=167)	21.6	16.2	12.0	19.2	7.2	7.2	1.2	10.2	1.8	3.6	
	男性60代 (n=163)	20.9	19.0	12.3	21.5	5.5	6.7	1.2	2.5	1.2	9.2	
	女性20代 (n=131)	41.2	16.0	8.4	10.7	5.3	7.6	0.0	5.3	1.5	3.8	
	女性30代 (n=156)	46.2	16.7	12.2	6.4	4.5	3.8	0.0	4.5	1.3	4.5	
	女性40代 (n=170)	39.4	15.3	15.9	8.8	7.1	3.5	0.0	5.3	1.8	2.9	
女性50代 (n=146)	40.4	13.0	8.2	19.2	5.5	3.4	1.4	4.8	2.7	1.4		
女性60代 (n=141)	24.8	22.7	8.5	19.1	6.4	5.0	2.1	2.8	5.0	3.5		
果物摂取量	200g以上 (n=121)	25.6	24.0	12.4	15.7	9.9	4.1	2.5	0.0	1.7	4.1	
	100g~200g未満 (n=403)	29.5	23.1	8.4	17.4	8.9	5.5	1.0	1.0	2.0	3.2	
	100g未満 (n=546)	33.9	18.1	13.9	15.2	5.3	4.8	0.9	1.3	1.5	5.1	
令和3年度全体 (n=1541)		26.9	18.2	13.4	15.5	6.0	5.4	2.1	6.5	1.6	4.5	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。



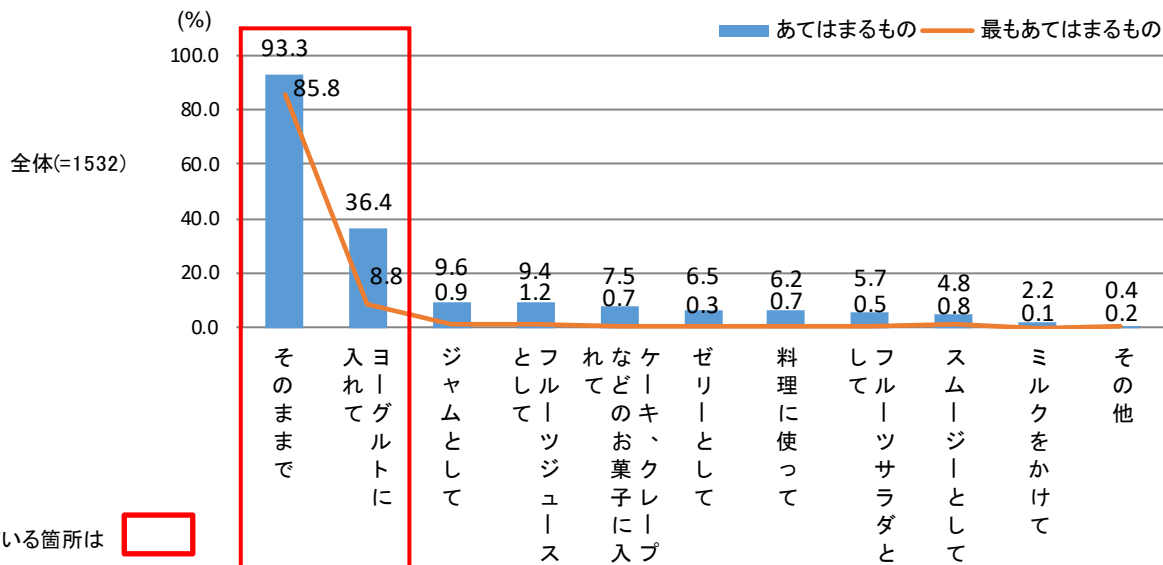
⑦果物の摂取方法 [果物月1回以上喫食層]

- あてはまるものは、全体では「そのまま」が突出しており、次いで「ヨーグルトに入れて」が高い。最もあてはまるものも、全体では「そのまま」が突出して高く、次いで、「ヨーグルトに入れて」が1割弱で続く。
- 性別で見ると、『女性』は「ヨーグルトに入れて」が4割超で、『男性』より高い。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では、他の層と比べて「そのまま」がやや低く、「フルーツジュースとして」が顕著に高い。

Q7. あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を食べていますか？

当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

また、最も当てはまるものをひとつお選びください。(SA)



※コメントで触れている箇所は

あてはまるものスコア (MA)

		全体 (n=1532)	36.4	9.6	9.4	7.5	6.5	6.2	5.7	4.8	2.2	0.4
性別	男性 (n=704)	91.8	31.7	8.7	9.9	6.8	5.7	7.2	5.7	3.7	2.7	0.3
	女性 (n=828)	94.6	40.5	10.4	8.9	8.1	7.1	5.3	5.8	5.7	1.8	0.5
年代	20代 (n=202)	90.1	38.1	10.9	12.9	13.4	10.9	7.9	5.9	7.9	1.5	0.0
	30代 (n=293)	91.1	40.3	11.3	11.3	13.0	10.2	7.8	7.2	7.5	1.4	0.0
	40代 (n=334)	92.2	33.2	9.9	8.1	5.4	7.2	5.4	5.4	3.9	2.7	0.6
	50代 (n=307)	94.5	32.6	7.5	7.5	5.9	3.9	4.6	3.9	2.3	2.3	0.7
	60代 (n=396)	96.5	38.4	9.1	8.8	3.5	2.8	6.1	6.3	3.8	2.8	0.5
性別年代	男性20代 (n=94)	88.3	30.9	12.8	17.0	11.7	11.7	11.7	8.5	4.3	2.1	0.0
	男性30代 (n=139)	86.3	36.7	7.9	12.9	14.4	8.6	8.6	7.9	5.8	2.2	0.0
	男性40代 (n=148)	89.9	32.4	9.5	9.5	6.1	7.4	8.8	4.7	4.7	2.7	0.7
	男性50代 (n=136)	94.9	25.7	5.9	8.1	3.7	2.2	4.4	5.1	2.2	2.2	0.7
	男性60代 (n=187)	96.8	32.1	8.6	5.9	1.6	1.6	4.8	3.7	2.1	3.7	0.0
	女性20代 (n=108)	91.7	44.4	9.3	9.3	14.8	10.2	4.6	3.7	11.1	0.9	0.0
	女性30代 (n=154)	95.5	43.5	14.3	9.7	11.7	11.7	7.1	6.5	9.1	0.6	0.0
	女性40代 (n=186)	94.1	33.9	10.2	7.0	4.8	7.0	2.7	5.9	3.2	2.7	0.5
女性50代 (n=171)	94.2	38.0	8.8	7.0	7.6	5.3	4.7	2.9	2.3	2.3	0.6	
女性60代 (n=209)	96.2	44.0	9.6	11.5	5.3	3.8	7.2	8.6	5.3	1.9	1.0	
果物摂取量	200g以上 (n=209)	87.6	42.1	15.3	20.1	15.3	10.0	14.8	11.5	9.6	6.2	0.0
	100g~200g未満 (n=627)	95.2	37.6	10.2	9.9	6.7	6.5	6.2	7.3	4.9	1.9	0.5
	100g未満 (n=696)	93.2	33.6	7.3	5.7	5.9	5.3	3.6	2.6	3.2	1.3	0.4
令和3年度全体 (n=1533)		94.7	37.8	9.4	8.5	7.6	5.5	5.0	5.7	4.6	2.7	0.4

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。

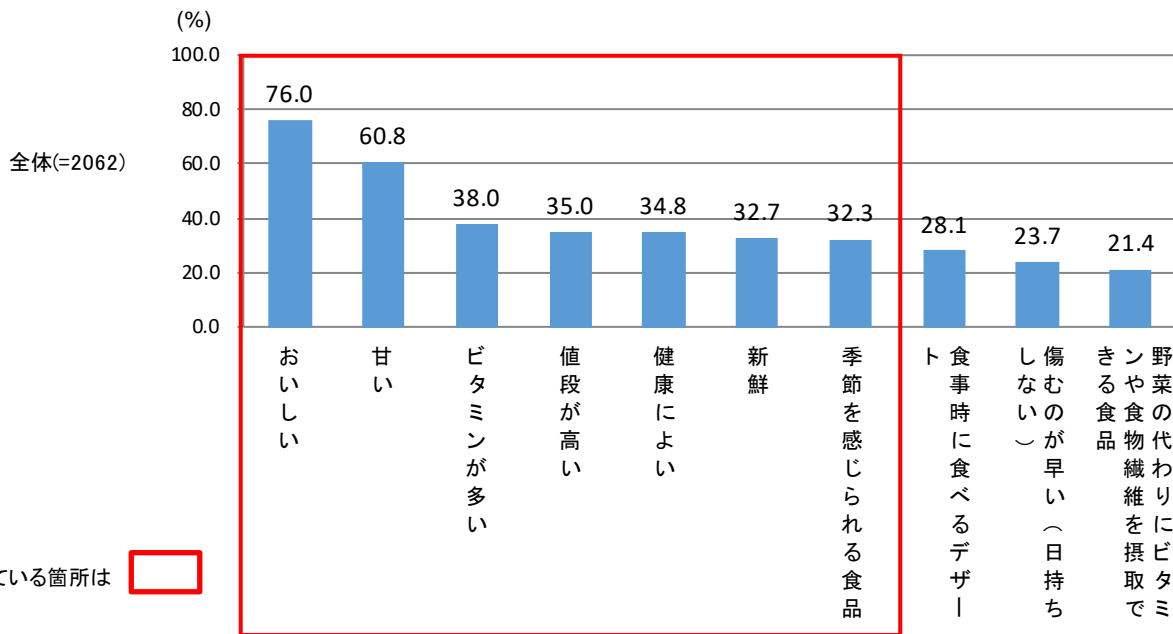
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ⑧果物のイメージ

- 全体では、「おいしい」が最も高く、次いで「甘い」が続く。以下、「ビタミンが多い」「値段が高い」「健康によい」「新鮮」「季節を感じられる食品」の順となった。
- 令和3年度結果と比較すると、「値段が高い」が増加し、「新鮮」「季節を感じられる食品」が減少した。
- 性別で見ると、『女性』は「おいしい」「ビタミンが多い」「値段が高い」「健康によい」「新鮮」「季節を感じられる食品」「手軽に食べられる」「美肌に効果がある」などのイメージが『男性』より顕著に高い。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では、「新鮮」が5割で、他の層と比べて高く、「値段が高い」が2割台前半で、他の層より低い。

Q8. あなたは果物にどのようなイメージがありますか。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2062)	76.0	60.8	38.0	35.0	34.8	32.7	32.3	28.1	23.7	21.4
性別	男性	(n=1032)	70.0	58.7	29.4	27.3	29.4	25.6	21.3	23.4	20.2	17.3	
	女性	(n=1030)	82.0	62.9	46.7	42.7	40.3	39.8	43.4	32.8	27.3	25.4	
年代	20代	(n=320)	73.8	67.2	35.9	36.6	38.8	34.1	24.1	29.1	25.0	23.4	
	30代	(n=402)	75.9	65.7	38.1	36.3	34.8	33.8	32.6	29.1	24.4	24.6	
	40代	(n=474)	74.1	59.1	36.3	33.1	29.7	27.8	32.7	25.1	23.0	21.7	
	50代	(n=399)	78.7	59.6	39.6	38.3	33.3	33.1	33.1	26.8	26.6	20.3	
	60代	(n=467)	77.3	55.0	39.8	31.9	38.5	35.3	36.8	30.6	20.6	17.8	
性別年代	男性20代	(n=163)	67.5	60.1	26.4	31.3	30.7	31.9	17.2	26.4	19.0	16.6	
	男性30代	(n=203)	68.0	61.6	32.0	25.6	25.6	24.1	21.2	24.1	22.2	17.7	
	男性40代	(n=239)	63.2	55.2	27.2	25.9	23.8	22.2	20.5	19.2	17.2	20.9	
	男性50代	(n=199)	72.4	58.8	28.1	29.6	28.6	24.6	22.1	20.6	24.1	16.1	
	男性60代	(n=228)	78.5	58.8	32.5	25.4	38.2	26.8	24.6	27.2	18.9	14.9	
	女性20代	(n=157)	80.3	74.5	45.9	42.0	47.1	36.3	31.2	31.8	31.2	30.6	
	女性30代	(n=199)	83.9	69.8	44.2	47.2	44.2	43.7	44.2	34.2	26.6	31.7	
	女性40代	(n=235)	85.1	63.0	45.5	40.4	35.7	33.6	45.1	31.1	28.9	22.6	
	女性50代	(n=200)	85.0	60.5	51.0	47.0	38.0	41.5	44.0	33.0	29.0	24.5	
女性60代	(n=239)	76.2	51.5	46.9	38.1	38.9	43.5	48.5	33.9	22.2	20.5		
果物摂取量	200g以上	(n=209)	81.3	57.9	38.8	22.0	36.4	50.2	32.1	23.4	20.1	24.4	
	100g~200g未満	(n=627)	87.4	61.4	47.4	33.8	44.0	40.2	40.7	34.9	23.0	26.2	
	100g未満	(n=696)	81.0	63.2	37.9	38.1	37.4	31.9	32.9	28.3	24.7	21.0	
令和3年度全体		(n=2000)	75.8	62.8	36.7	32.5	33.8	36.3	36.3	30.1	22.9	25.3	

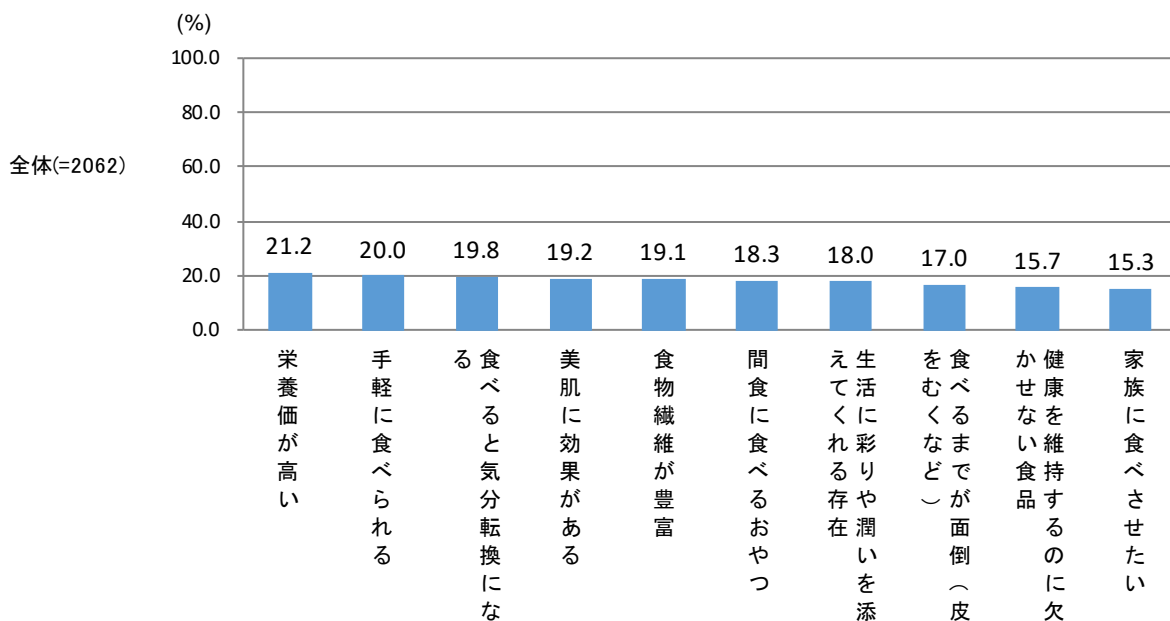
全体と比べて10ポイント以上高い。

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=2062)	21.2	20.0	19.8	19.2	19.1	18.3	18.0	17.0	15.7	15.3
性別	男性	(n=1032)	18.8	14.6	14.9	10.3	15.1	15.6	10.5	14.1	14.3	8.6	
	女性	(n=1030)	23.6	25.4	24.8	28.1	23.0	21.1	25.6	19.8	17.1	22.0	
年代	20代	(n=320)	27.5	14.4	24.1	26.3	17.8	21.9	16.6	18.1	16.6	10.9	
	30代	(n=402)	27.9	17.7	17.9	24.1	21.4	21.9	19.9	19.2	15.9	19.4	
	40代	(n=474)	18.1	16.0	19.0	18.6	15.8	16.0	18.4	17.1	15.0	18.4	
	50代	(n=399)	19.5	21.8	20.3	15.0	20.1	15.5	15.5	17.3	15.0	13.3	
	60代	(n=467)	15.6	28.5	19.1	14.1	20.3	17.6	19.3	13.9	16.3	13.5	
性別年代	男性20代	(n=163)	25.8	10.4	18.4	12.3	12.9	19.0	9.2	16.6	17.2	10.4	
	男性30代	(n=203)	24.6	14.8	9.9	13.8	17.2	18.2	15.3	16.3	12.8	11.8	
	男性40代	(n=239)	15.9	12.6	15.5	12.6	10.5	13.4	10.9	12.1	15.9	10.0	
	男性50代	(n=199)	15.1	12.1	14.1	4.0	18.1	10.6	7.0	13.1	10.6	5.0	
	男性60代	(n=228)	14.9	21.9	17.1	8.8	17.1	17.5	9.6	13.6	15.4	6.1	
	女性20代	(n=157)	29.3	18.5	29.9	40.8	22.9	24.8	24.2	19.7	15.9	11.5	
	女性30代	(n=199)	31.2	20.6	26.1	34.7	25.6	25.6	24.6	22.1	19.1	27.1	
	女性40代	(n=235)	20.4	19.6	22.6	24.7	21.3	18.7	26.0	22.1	14.0	26.8	
	女性50代	(n=200)	24.0	31.5	26.5	26.0	22.0	20.5	24.0	21.5	19.5	21.5	
女性60代	(n=239)	16.3	34.7	20.9	19.2	23.4	17.6	28.5	14.2	17.2	20.5		
果物摂取量	200g以上	(n=209)	25.4	27.3	28.7	24.4	24.4	25.4	23.0	10.5	26.8	17.2	
	100g~200g未満	(n=627)	28.4	28.1	26.6	23.8	27.1	22.6	25.4	13.9	21.2	20.4	
	100g未満	(n=696)	18.1	21.8	18.4	19.7	16.4	17.7	17.8	17.7	15.1	17.7	
令和3年度全体		(n=2000)	20.8	20.6	21.0	18.3	18.0	20.3	19.0	15.1	20.0	13.1	

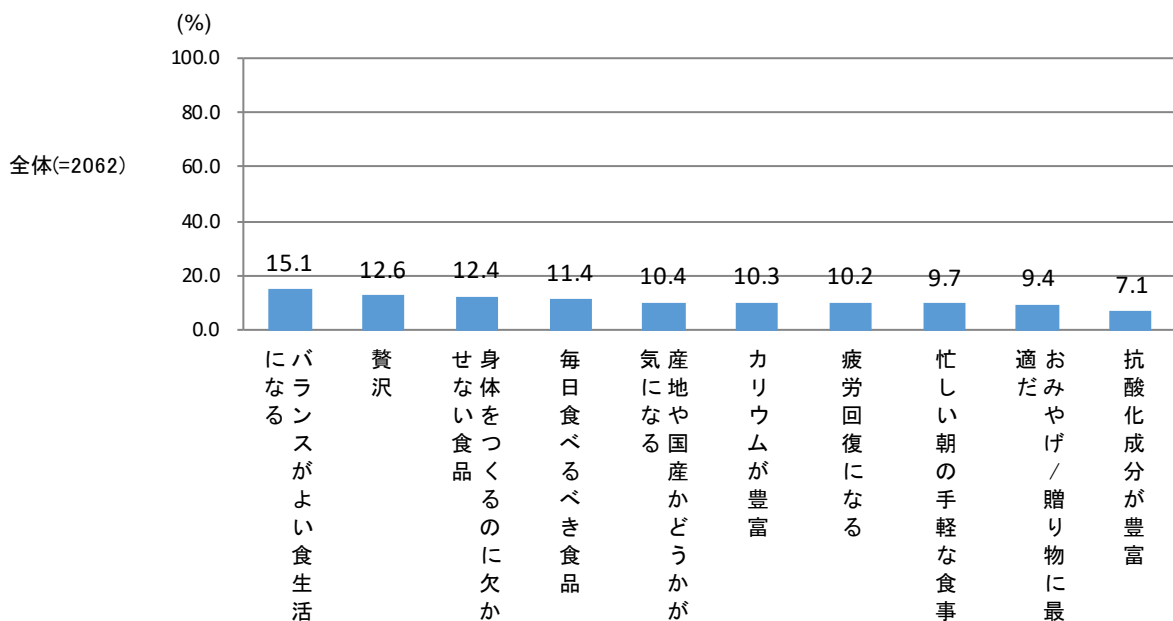
全体と比べて10ポイント以上高い。

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。

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=2062)	15.1	12.6	12.4	11.4	10.4	10.3	10.2	9.7	9.4	7.1
性別	男性	(n=1032)	11.6	8.2	11.8	9.0	7.6	7.2	8.2	6.3	7.1	6.0	
	女性	(n=1030)	18.6	17.0	13.0	13.8	13.2	13.5	12.2	13.2	11.7	8.3	
年代	20代	(n=320)	19.1	15.9	18.8	10.0	6.6	8.4	11.6	13.1	9.1	5.9	
	30代	(n=402)	17.9	14.4	15.2	11.9	7.2	10.0	10.2	12.4	10.0	6.7	
	40代	(n=474)	12.2	12.4	11.6	11.2	12.4	8.0	9.9	8.0	8.2	8.2	
	50代	(n=399)	12.8	13.3	10.5	11.8	13.5	10.0	11.5	7.8	8.5	7.5	
	60代	(n=467)	15.0	8.4	8.1	11.8	10.9	14.6	8.6	8.6	11.1	6.9	
性別年代	男性20代	(n=163)	16.0	9.2	19.0	7.4	5.5	5.5	11.0	5.5	6.7	6.1	
	男性30代	(n=203)	16.3	10.3	15.8	11.8	5.9	6.4	9.4	9.4	9.4	5.9	
	男性40代	(n=239)	7.9	9.2	10.9	10.5	7.9	5.9	7.5	4.6	5.4	7.5	
	男性50代	(n=199)	9.0	8.0	8.0	7.5	9.5	7.0	7.0	4.5	5.0	5.0	
	男性60代	(n=228)	10.5	4.8	7.5	7.5	8.3	10.5	7.0	7.5	8.8	5.3	
	女性20代	(n=157)	22.3	22.9	18.5	12.7	7.6	11.5	12.1	21.0	11.5	5.7	
	女性30代	(n=199)	19.6	18.6	14.6	12.1	8.5	13.6	11.1	15.6	10.6	7.5	
	女性40代	(n=235)	16.6	15.7	12.3	11.9	17.0	10.2	12.3	11.5	11.1	8.9	
	女性50代	(n=200)	16.5	18.5	13.0	16.0	17.5	13.0	16.0	11.0	12.0	10.0	
女性60代	(n=239)	19.2	11.7	8.8	15.9	13.4	18.4	10.0	9.6	13.4	8.4		
果物摂取量	200g以上	(n=209)	20.1	10.0	25.8	20.6	10.5	17.2	15.8	15.8	13.9	13.9	
	100g~200g未満	(n=627)	20.9	12.6	15.3	17.5	14.2	14.5	13.7	13.6	11.5	9.3	
	100g未満	(n=696)	13.4	12.5	10.3	9.8	11.1	9.3	9.8	9.5	7.5	6.2	
令和3年度全体		(n=2000)	15.3	12.2	14.4	13.7	10.5	8.9	12.0	11.0	10.2	7.0	

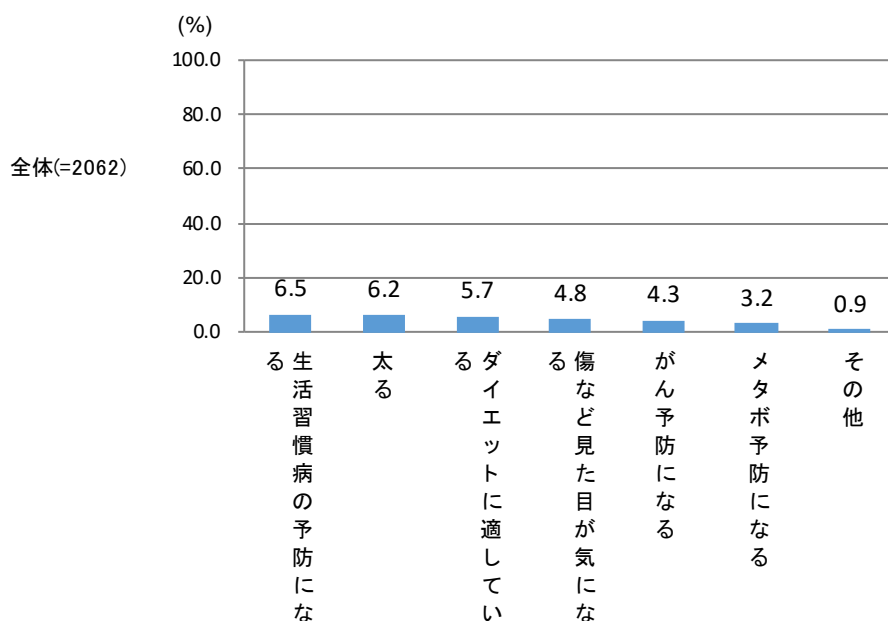
全体と比べて10ポイント以上高い。

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。

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=2062)	6.5	6.2	5.7	4.8	4.3	3.2	0.9
性別	男性	(n=1032)	6.3	5.4	5.0	5.0	4.3	3.5	1.1	
	女性	(n=1030)	6.6	7.0	6.4	4.5	4.3	2.8	0.7	
年代	20代	(n=320)	6.9	3.8	15.9	6.9	3.8	4.4	0.6	
	30代	(n=402)	7.5	4.5	6.2	5.2	3.7	3.7	0.7	
	40代	(n=474)	6.1	5.1	4.2	5.1	5.7	3.6	0.8	
	50代	(n=399)	5.5	8.0	1.8	3.3	2.8	2.0	0.3	
	60代	(n=467)	6.4	9.0	3.2	3.9	4.9	2.4	1.7	
性別年代	男性20代	(n=163)	6.7	3.7	9.2	7.4	3.7	3.1	0.0	
	男性30代	(n=203)	8.9	4.9	5.9	5.9	5.4	5.4	1.0	
	男性40代	(n=239)	6.3	4.6	5.4	5.9	7.1	4.6	1.7	
	男性50代	(n=199)	3.5	5.5	2.0	2.5	1.0	2.0	0.5	
	男性60代	(n=228)	6.1	7.9	3.5	3.9	3.5	2.2	1.8	
	女性20代	(n=157)	7.0	3.8	22.9	6.4	3.8	5.7	1.3	
	女性30代	(n=199)	6.0	4.0	6.5	4.5	2.0	2.0	0.5	
	女性40代	(n=235)	6.0	5.5	3.0	4.3	4.3	2.6	0.0	
女性50代	(n=200)	7.5	10.5	1.5	4.0	4.5	2.0	0.0		
女性60代	(n=239)	6.7	10.0	2.9	3.8	6.3	2.5	1.7		
果物摂取量	200g以上	(n=209)	11.5	6.7	12.4	8.1	9.1	8.6	0.0	
	100g~200g未満	(n=627)	9.9	8.6	7.5	4.8	5.4	4.3	0.6	
	100g未満	(n=696)	4.3	4.6	3.9	3.6	2.9	1.4	0.3	
令和3年度全体		(n=2000)	7.5	4.9	5.1	4.7	4.2	2.8	1.0	

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。

### (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13.6%で、令和3年度調査(13.0%)からわずかながら増加している。
  - 果物をほぼ毎日摂取している人は22.4%。週1回以上摂取している人は56.0%で、令和3年度調査(57.9%)からわずかながら減少している。
  - 女性、高齢層は、男性、若年層よりも摂取頻度が高い。
  - 「おいしく好きだから」果物を摂取する人が増加傾向。
  - 果物を毎日摂らない理由では、「他の食品に比べて値段が高いから」が最多。
  - 大半の場合において、果物は「そのまま」で摂取されている。
- 
- 1日あたりの果物の摂取量では、「50g～100g未満」が32.6%で最多。次いで「100g～150g未満」が30.0%で、50g～150g未満が6割台前半を占めるボリュームゾーン。200g以上摂取できている人は13.6%。(p15)
  - 200g以上摂取できている人の割合は、令和3年度調査の13.0%からわずかながら増加している。(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、「値段が高く食費に余裕がないから」「他に食べる食品があるから」「一度にそんなに量を食べられないから」が上位となっている。(p16～17)
- 
- 果物の摂取頻度では、「ほとんど食べない」(25.7%)が最も高く、「ほぼ毎日」(22.4%)が続く。次いで、「週1～2日」が2割弱。(p19)
  - 女性や60代は、男性や若年層よりも摂取頻度が高い傾向がみられる。(p19)
  - 摂取理由は「おいしく好きだから」「健康に良いから」「旬や味覚を楽しめるから」の順。(p21)
  - 令和3年度調査と比較すると、「おいしく好きだから」が増加。(p20～21)
  - 一方、果物を毎日摂らない理由は、「他の食品に比べて値段が高いから」「日持ちがせず買い置きができないから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」が中心。(p22～23)
  - 令和3年度調査と比較すると、「他の食品に比べて値段が高いから」が増加。(p22～23)
- 
- 果物の摂取方法では「そのまま」が突出して高い。(p24)
- 
- 果物のイメージでは「おいしい」が76.0%でトップ。次いで「甘い」が60.8%で、この2つがイメージの中心である。(p25～28)
  - 女性は「おいしい」「ビタミンが多い」「値段が高い」「健康によい」「新鮮」「季節を感じられる食品」「手軽に食べられる」「美肌に効果がある」などのイメージが男性より顕著に高い。(p25～28)

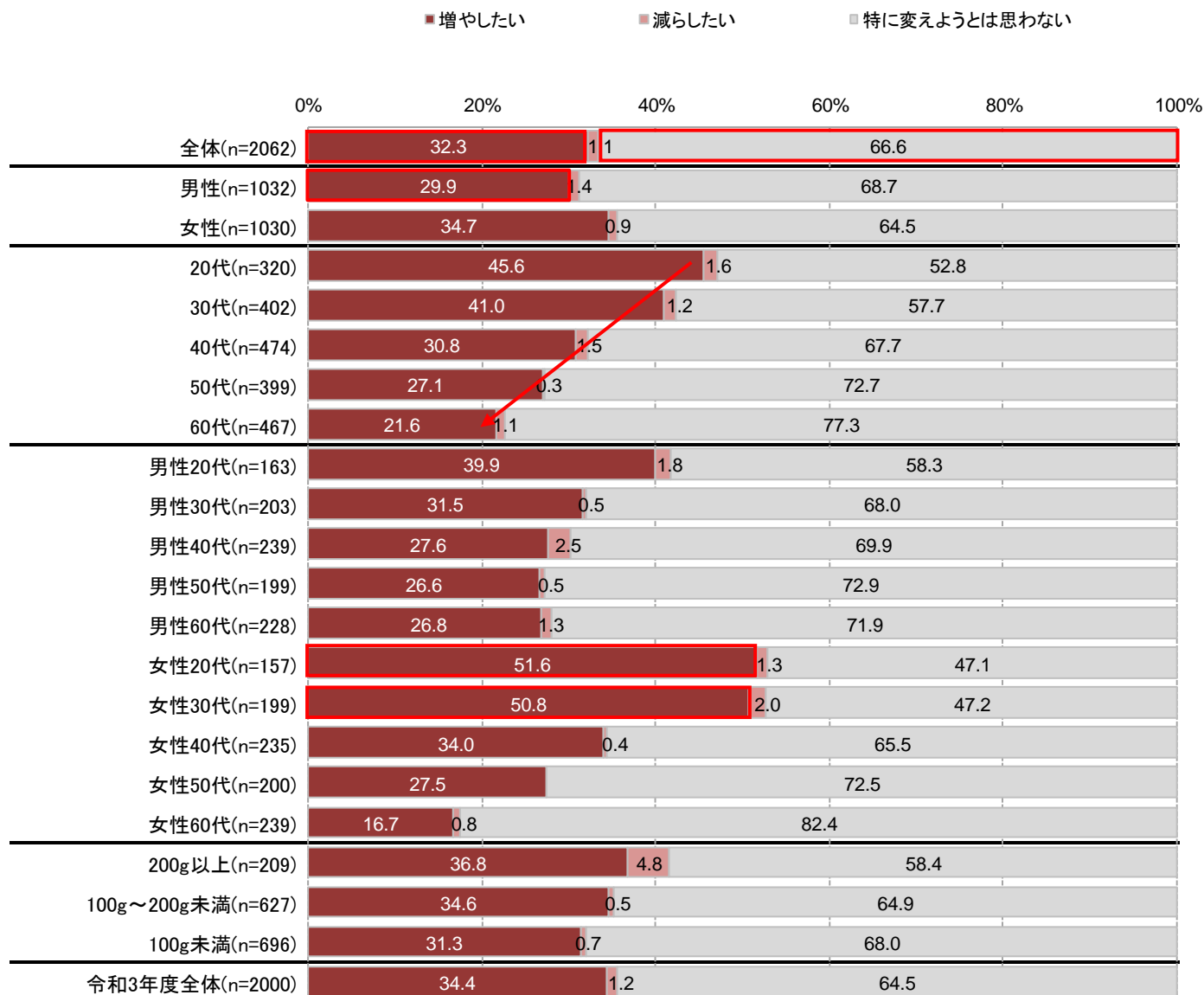
## (2) 今後の果物の摂取意向

### ①今後の果物の摂取量の変化

- 全体では、「特に変えようとは思わない」が6割後半を占めている。次いで、「増やしたい」が3割前半で、「減らしたい」はごくわずか。
- 性別で見ると、『男性』は「増やしたい」の割合が『女性』よりも低い。
- 年代別にみると、高年代層ほど「増やしたい」の割合が低く、『60代』では2割台前半にとどまる。
- 性別×年代で見ると、『女性20～30代』では「増やしたい」が5割を超えており、他の層より高い。

Q5. 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

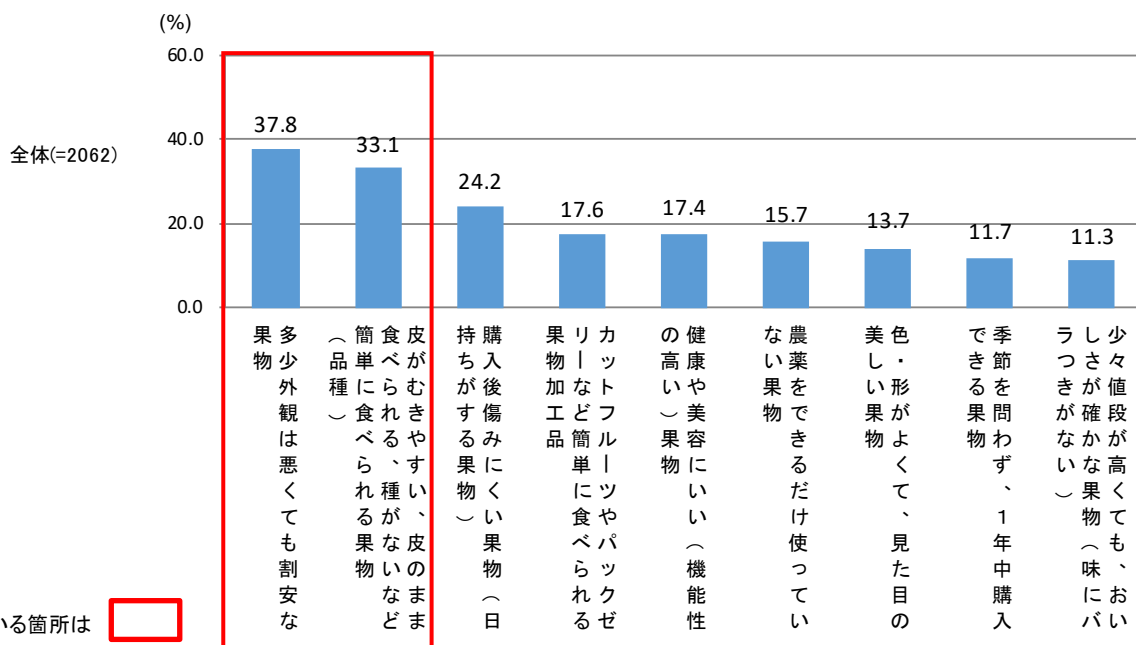




## ②果物の消費量を増やすための提供方法

- 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」が続く。
- 性別で見ると、『女性』は「多少外観は悪くても割安な果物」「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」の割合が『男性』より顕著に高い。
- 果物摂取量が多いほど「健康や美容にいい果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q9. 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。(MA)

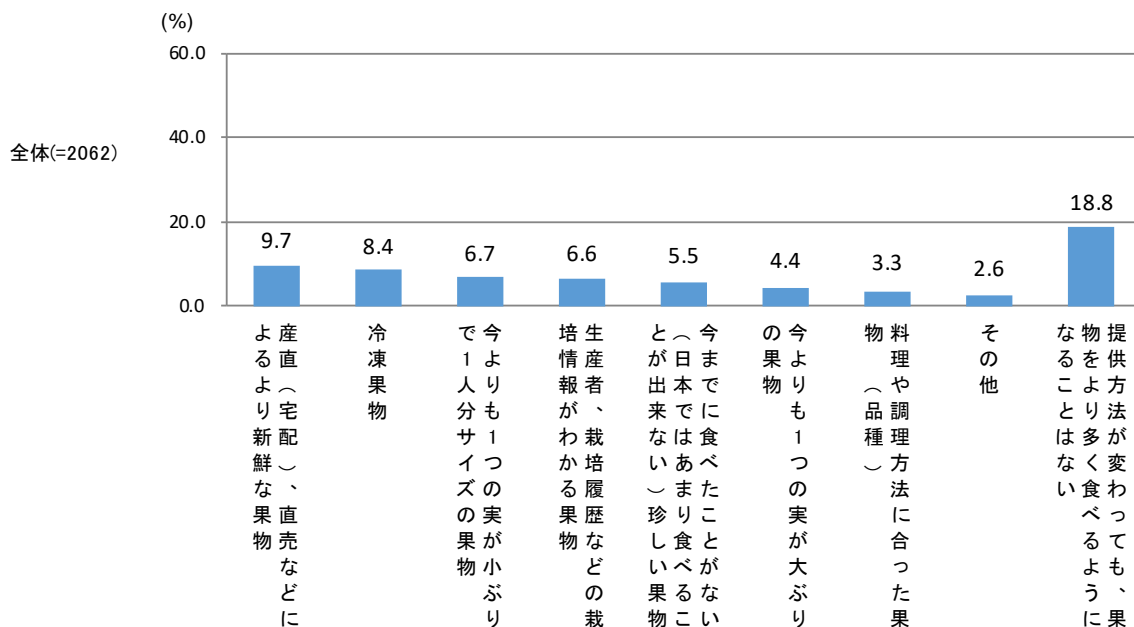


※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2062)	37.8	33.1	24.2	17.6	17.4	15.7	13.7	11.7	11.3
性別	男性 (n=1032)	30.3	28.0	20.8	16.2	13.1	12.9	15.6	9.9	9.8	
	女性 (n=1030)	45.3	38.3	27.7	19.0	21.7	18.5	11.8	13.6	12.7	
年代	20代 (n=320)	35.9	31.9	20.6	22.5	18.1	9.4	23.8	11.3	12.8	
	30代 (n=402)	37.1	36.1	27.4	22.4	19.4	10.7	17.4	11.9	14.2	
	40代 (n=474)	34.8	31.6	23.0	15.4	15.0	14.3	11.0	10.8	9.5	
	50代 (n=399)	44.1	33.6	24.8	13.5	15.8	19.0	8.8	11.3	7.5	
	60代 (n=467)	37.5	32.5	24.8	15.8	18.8	22.9	10.7	13.3	12.6	
性別年代	男性20代 (n=163)	26.4	28.2	15.3	22.7	13.5	8.0	28.8	9.2	13.5	
	男性30代 (n=203)	31.5	30.5	21.7	18.2	15.8	10.8	17.2	9.4	13.3	
	男性40代 (n=239)	21.8	24.3	19.2	13.8	9.6	12.6	14.6	9.2	8.8	
	男性50代 (n=199)	36.2	25.6	20.6	12.6	9.5	13.1	9.0	8.0	5.5	
	男性60代 (n=228)	36.0	31.6	25.9	15.4	17.1	18.4	11.4	13.2	8.8	
	女性20代 (n=157)	45.9	35.7	26.1	22.3	22.9	10.8	18.5	13.4	12.1	
	女性30代 (n=199)	42.7	41.7	33.2	26.6	23.1	10.6	17.6	14.6	15.1	
	女性40代 (n=235)	48.1	39.1	26.8	17.0	20.4	16.2	7.2	12.3	10.2	
女性50代 (n=200)	52.0	41.5	29.0	14.5	22.0	25.0	8.5	14.5	9.5		
女性60代 (n=239)	38.9	33.5	23.8	16.3	20.5	27.2	10.0	13.4	16.3		
果物摂取量	200g以上 (n=209)	40.7	34.4	17.2	21.1	27.8	23.9	26.8	13.9	22.0	
	100g~200g未満 (n=627)	42.6	39.4	29.3	16.6	21.7	22.0	15.9	16.3	14.4	
	100g未満 (n=696)	42.7	34.3	26.9	17.8	17.7	14.8	11.8	9.9	9.5	
令和3年度全体 (n=2000)		39.8	32.3	22.5	19.1	16.8	16.8	12.5	11.1	11.2	

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 — (2) 今後の果物の摂取意向



		全体	(n=2062)	9.7	8.4	6.7	6.6	5.5	4.4	3.3	2.6	18.8
性別	男性	(n=1032)	6.6	6.9	5.7	5.5	5.1	5.2	3.4	3.2	24.6	
	女性	(n=1030)	12.9	10.0	7.7	7.7	5.9	3.5	3.2	1.9	12.9	
年代	20代	(n=320)	6.3	12.5	6.6	5.9	4.4	5.9	3.4	1.3	21.3	
	30代	(n=402)	8.2	8.2	8.5	5.5	6.2	6.0	5.0	3.0	14.9	
	40代	(n=474)	8.9	8.4	6.1	6.1	6.1	3.4	3.4	2.7	21.9	
	50代	(n=399)	11.0	8.5	6.5	6.5	4.8	3.3	2.0	2.8	17.8	
	60代	(n=467)	13.3	5.8	6.0	8.6	5.8	3.9	2.8	2.8	18.0	
性別年代	男性20代	(n=163)	4.9	9.8	5.5	6.7	4.3	6.7	3.1	2.5	24.5	
	男性30代	(n=203)	5.4	7.9	6.9	6.4	4.9	7.9	4.9	3.4	21.7	
	男性40代	(n=239)	7.5	5.0	6.7	6.7	5.9	3.8	3.8	2.9	29.3	
	男性50代	(n=199)	7.5	7.5	6.5	3.5	5.0	3.5	2.5	3.5	26.1	
	男性60代	(n=228)	7.0	5.3	3.1	4.4	5.3	4.8	2.6	3.5	21.1	
	女性20代	(n=157)	7.6	15.3	7.6	5.1	4.5	5.1	3.8	0.0	17.8	
	女性30代	(n=199)	11.1	8.5	10.1	4.5	7.5	4.0	5.0	2.5	8.0	
	女性40代	(n=235)	10.2	11.9	5.5	5.5	6.4	3.0	3.0	2.6	14.5	
女性50代	(n=200)	14.5	9.5	6.5	9.5	4.5	3.0	1.5	2.0	9.5		
女性60代	(n=239)	19.2	6.3	8.8	12.6	6.3	2.9	2.9	2.1	15.1		
果物摂取量	200g以上	(n=209)	16.3	9.6	11.0	12.9	11.5	9.6	9.1	1.9	4.8	
	100g~200g未満	(n=627)	15.6	10.8	7.0	10.7	7.3	5.9	4.9	2.4	10.5	
	100g未満	(n=696)	8.2	7.3	6.3	4.7	4.6	2.7	2.0	1.9	17.4	
令和3年度全体		(n=2000)	11.8	8.9	6.1	8.6	5.5	5.3	3.6	1.7	19.3	

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。

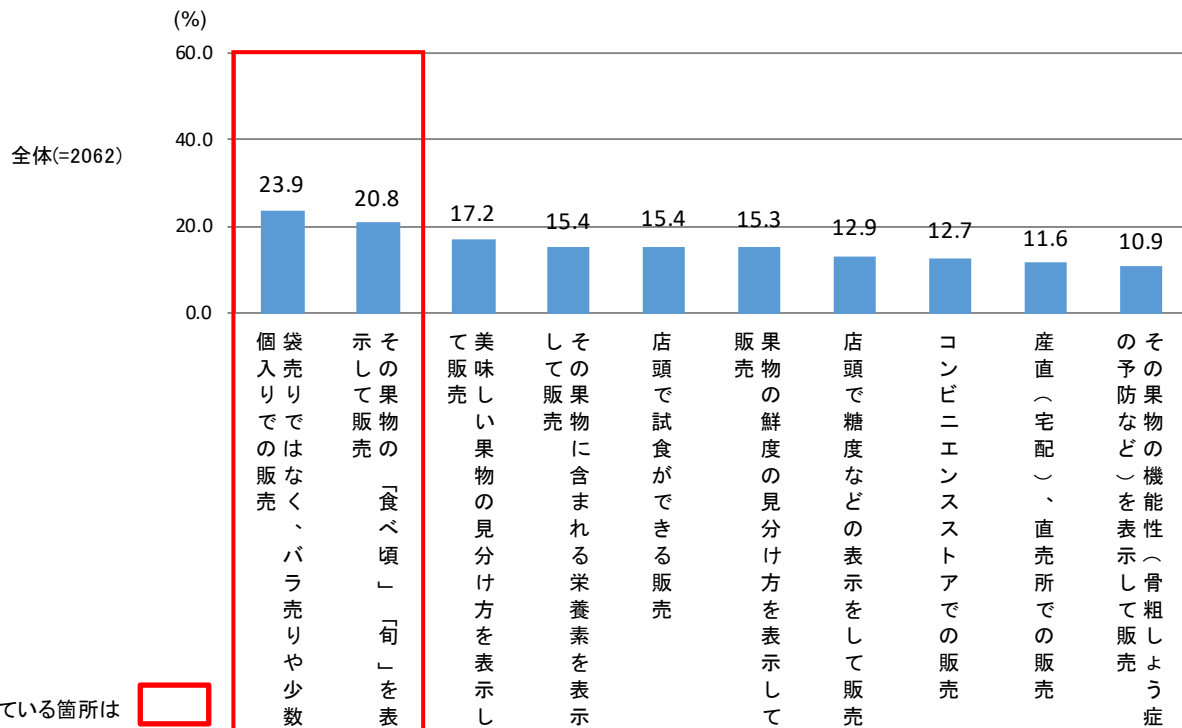
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ③果物喫食増加のための販売方法

- 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」が最も高く、「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が続く。
- 性別で見ると、『女性』は「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」の割合が『男性』より顕著に高い。
- 年代別にみると、20代では「コンビニエンスストアでの販売」が2割を超えた。
- 果物摂取量が多いほど「美味しい果物の見分け方を表示して販売」「果物の鮮度の見分け方を表示して販売」「店頭で糖度などの表示をして販売」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q10. 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ると思いますか。(MA)



※コメントで触れている箇所は

全体		(n=2062)	23.9	20.8	17.2	15.4	15.4	15.3	12.9	12.7	11.6	10.9
性別	男性	(n=1032)	17.5	15.6	13.5	11.5	14.9	11.6	9.9	12.2	9.6	8.1
	女性	(n=1030)	30.2	26.0	20.9	19.3	15.9	19.0	15.9	13.1	13.6	13.7
年代	20代	(n=320)	24.1	19.4	15.6	10.6	15.0	16.3	11.3	20.6	7.8	7.8
	30代	(n=402)	22.9	23.4	17.4	16.2	15.4	12.7	11.4	13.2	11.2	10.0
	40代	(n=474)	22.6	16.7	15.6	16.2	12.9	14.1	11.6	12.9	11.0	11.4
	50代	(n=399)	26.6	21.6	16.8	17.0	15.5	15.0	13.3	10.8	13.5	11.3
	60代	(n=467)	23.6	23.1	19.9	15.8	18.2	18.4	16.3	8.1	13.5	13.1
性別年代	男性20代	(n=163)	19.0	14.7	12.3	9.2	16.6	12.9	8.6	20.9	8.6	6.7
	男性30代	(n=203)	14.3	18.7	10.3	11.8	15.8	7.4	7.9	13.3	9.9	7.4
	男性40代	(n=239)	15.5	9.6	14.2	12.6	12.6	10.5	9.2	12.6	8.4	8.4
	男性50代	(n=199)	22.1	15.6	13.6	10.6	12.6	10.6	11.1	7.0	11.1	8.5
	女性20代	(n=157)	29.3	24.2	19.1	12.1	13.4	19.7	14.0	20.4	7.0	8.9
	女性30代	(n=199)	31.7	28.1	24.6	20.6	15.1	18.1	15.1	13.1	12.6	12.6
	女性40代	(n=235)	29.8	23.8	17.0	20.0	13.2	17.9	14.0	13.2	13.6	14.5
	女性50代	(n=200)	31.0	27.5	20.0	23.5	18.5	19.5	15.5	14.5	16.0	14.0
女性60代	(n=239)	29.3	26.4	23.4	18.8	18.8	20.1	20.1	7.1	16.7	16.7	
果物摂取量	200g以上	(n=209)	25.8	25.4	32.5	21.5	21.5	25.8	23.4	15.8	21.5	17.2
	100g~200g未満	(n=627)	25.5	26.0	20.9	19.1	19.1	20.4	16.1	13.6	16.4	14.0
	100g未満	(n=696)	27.0	23.6	17.2	15.5	16.4	14.4	13.4	11.6	10.6	11.1

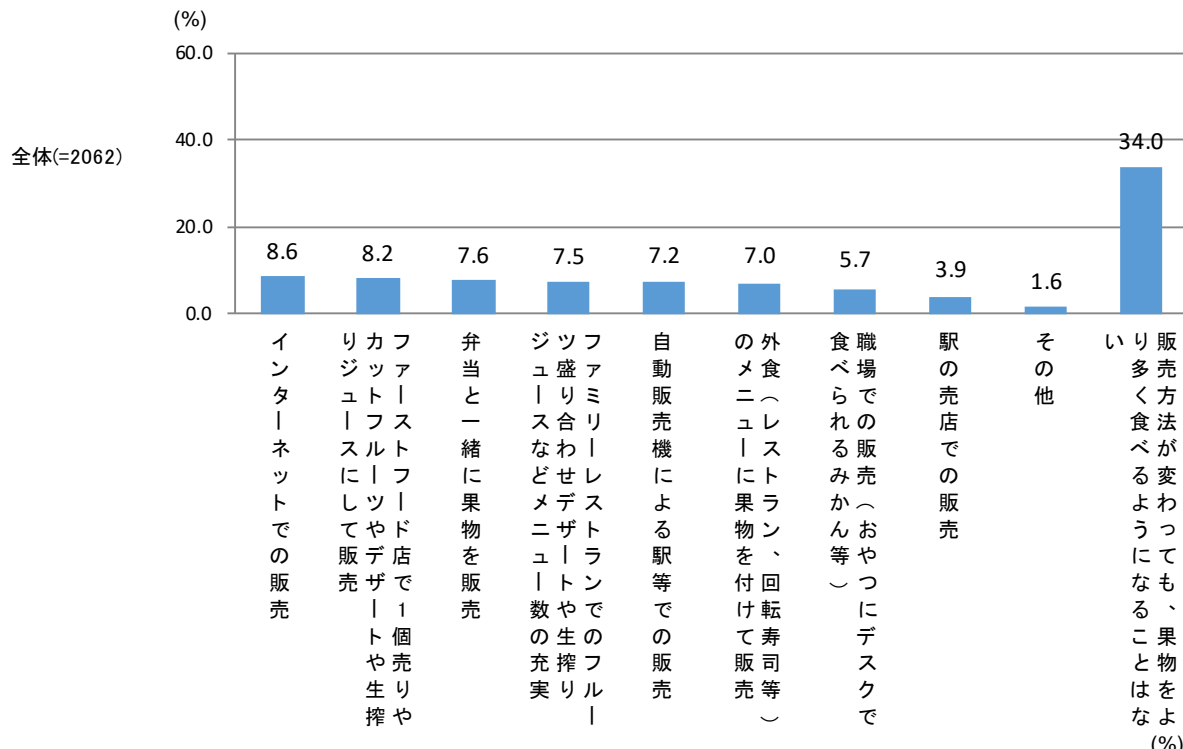
全体と比べて10ポイント以上高い。

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。

2. アンケート調査の分析結果 — (2) 今後の果物の摂取意向



全体		(n=2062)	8.6	8.2	7.6	7.5	7.2	7.0	5.7	3.9	1.6	34.0
性別	男性	(n=1032)	8.8	6.7	7.0	6.5	6.9	6.1	5.0	4.0	1.5	40.2
	女性	(n=1030)	8.4	9.8	8.2	8.5	7.5	7.9	6.3	3.8	1.8	27.8
年代	20代	(n=320)	10.6	10.9	12.5	10.3	12.5	9.4	8.4	5.9	1.3	30.6
	30代	(n=402)	10.4	9.0	8.2	8.0	9.5	8.5	6.7	5.7	0.7	32.3
	40代	(n=474)	7.8	8.2	8.2	7.4	8.0	5.7	6.8	4.0	1.9	37.1
	50代	(n=399)	7.5	8.3	5.5	8.3	5.0	8.3	5.8	2.5	2.0	32.1
	60代	(n=467)	7.5	5.8	4.7	4.7	2.6	4.3	1.7	1.9	2.1	36.2
性別年代	男性20代	(n=163)	13.5	6.7	12.9	7.4	12.9	8.0	6.1	8.0	1.2	31.9
	男性30代	(n=203)	8.4	7.4	5.9	8.9	9.4	7.4	5.9	6.4	1.0	40.4
	男性40代	(n=239)	8.4	6.3	8.4	5.0	7.1	4.6	6.3	4.2	2.1	42.3
	男性50代	(n=199)	6.0	7.0	4.0	7.5	4.0	7.0	5.0	1.0	1.0	43.7
	男性60代	(n=228)	8.8	6.1	4.8	4.4	2.6	4.4	2.2	1.3	1.8	40.8
	女性20代	(n=157)	7.6	15.3	12.1	13.4	12.1	10.8	10.8	3.8	1.3	29.3
	女性30代	(n=199)	12.6	10.6	10.6	7.0	9.5	9.5	7.5	5.0	0.5	24.1
	女性40代	(n=235)	7.2	10.2	8.1	9.8	8.9	6.8	7.2	3.8	1.7	31.9
女性50代	(n=200)	9.0	9.5	7.0	9.0	6.0	9.5	6.5	4.0	3.0	20.5	
女性60代	(n=239)	6.3	5.4	4.6	5.0	2.5	4.2	1.3	2.5	2.5	31.8	
果物摂取量	200g以上	(n=209)	15.8	13.4	13.9	12.9	12.9	11.0	10.0	8.6	1.9	12.4
	100g~200g未満	(n=627)	12.1	9.7	8.6	9.9	10.2	8.9	7.8	5.1	2.1	25.0
	100g未満	(n=696)	5.5	8.0	6.5	6.5	5.0	6.2	4.3	2.9	1.4	34.1

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。

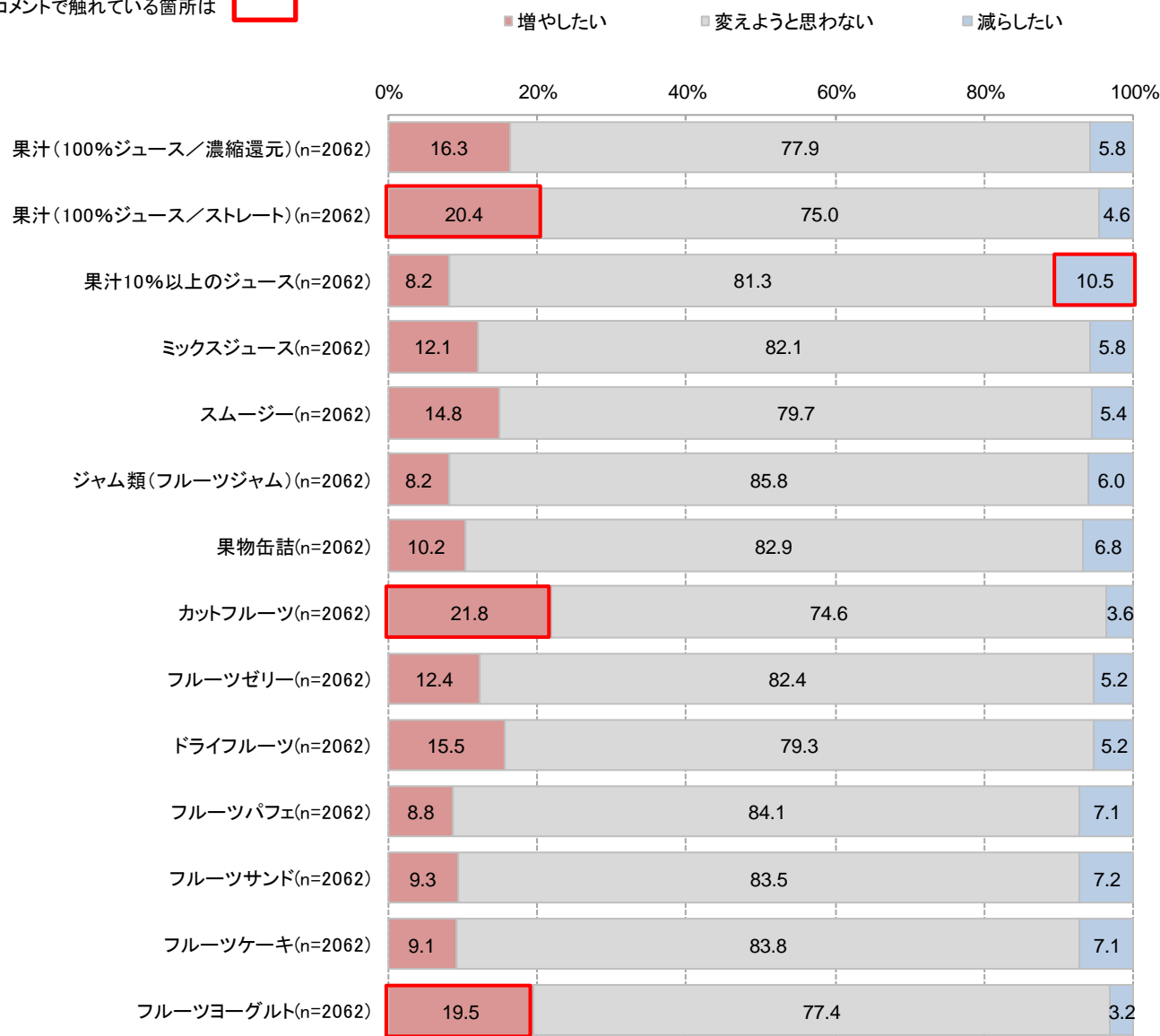
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ④-1 果物加工品の消費意向

- 『カットフルーツ』『果汁(100%ジュース/ストレート)』『フルーツヨーグルト』の「増やしたい」の割合が2割以上と高め。
- 一方、『果汁10%以上のジュース』は「減らしたい」の割合が1割を超えた。

Q11. 果物を手軽に摂取できる方法として果物加工品がありますが、  
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えますか。(SA)

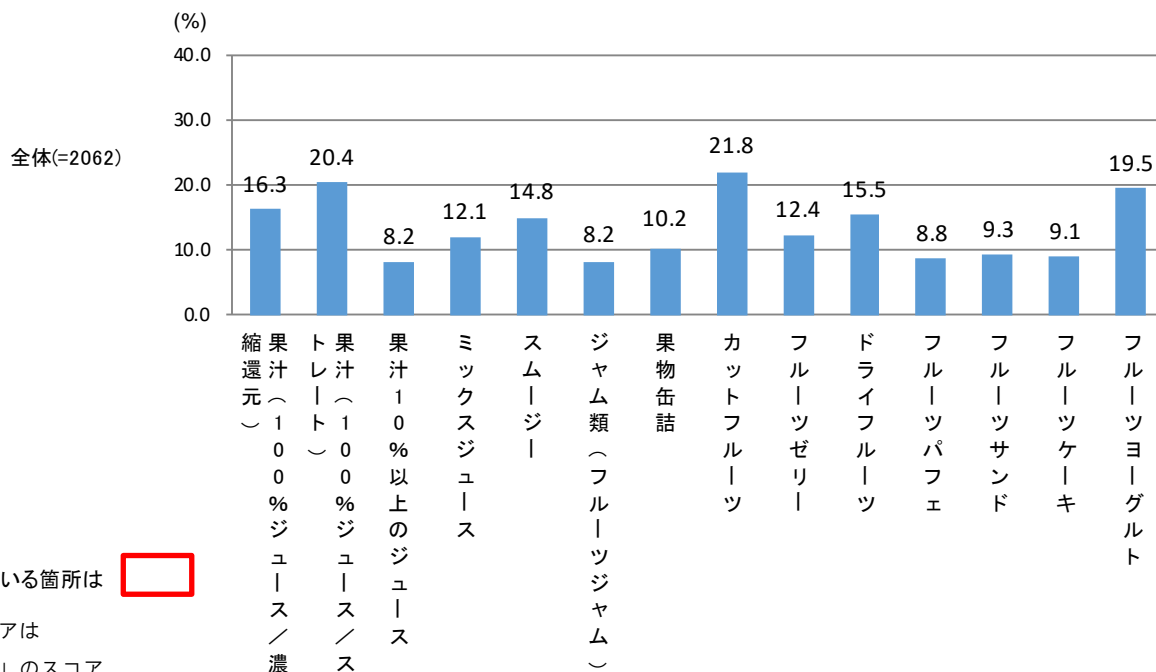
※コメントで触れている箇所は  



### ④-2 果物加工品の消費意向 (増やしたい)

- 性別で見ると、『女性』は「カットフルーツ」「ドライフルーツ」の割合が、『男性』より高い。
- 性別×年代で見ると、『女性20代』では「カットフルーツ」が4割となるなど、一般的にスコアが高く、果物加工品の消費を増やしたい意向の高さがうかがわれる。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では、「果汁(100%ジュース/ストレート)」が3割となるなど、一般的にスコアが高め。

Q11. 果物を手軽に摂取できる方法として果物加工品がありますが、  
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

※グラフのスコアは「増やしたい」のスコア

		全体 (n=2062)	16.3	20.4	8.2	12.1	14.8	8.2	10.2	21.8	12.4	15.5	8.8	9.3	9.1	19.5
性別	男性 (n=1032)	17.4	20.9	10.4	13.6	13.4	8.3	10.3	18.3	12.7	11.8	8.1	8.9	9.2	18.4	
	女性 (n=1030)	15.1	19.8	6.1	10.6	16.3	8.1	10.2	25.3	12.0	19.2	9.4	9.7	8.9	20.6	
年代	20代 (n=320)	24.7	30.9	17.8	16.3	23.8	12.2	16.9	31.6	21.9	19.1	16.6	14.7	15.9	28.4	
	30代 (n=402)	19.4	18.7	8.2	13.9	15.7	9.2	11.4	25.9	15.9	16.4	10.4	10.7	10.7	21.6	
	40代 (n=474)	13.7	18.1	8.2	11.2	15.6	8.6	9.3	17.9	10.5	15.2	8.6	11.0	9.5	18.8	
	50代 (n=399)	14.5	20.1	4.5	9.8	10.3	6.3	8.3	17.8	9.0	13.5	5.8	5.8	6.8	18.0	
	60代 (n=467)	12.0	17.1	4.9	10.5	11.1	5.8	7.3	19.1	7.5	14.3	4.7	5.8	4.5	13.5	
性別年代	男性20代 (n=163)	24.5	31.3	22.1	18.4	20.2	12.9	16.0	23.3	23.3	16.0	12.9	12.9	15.3	24.5	
	男性30代 (n=203)	19.2	17.2	9.4	13.8	13.3	8.4	10.8	19.7	14.3	11.3	7.9	9.9	10.3	16.3	
	男性40代 (n=239)	15.9	20.1	10.9	13.4	15.1	8.8	10.9	17.2	11.3	13.0	8.8	10.9	9.6	18.4	
	男性50代 (n=199)	16.1	19.1	5.5	12.6	11.1	6.5	6.5	11.6	9.0	9.0	6.5	6.0	7.5	18.6	
	男性60代 (n=228)	13.6	19.3	6.6	11.0	8.8	6.1	8.3	20.6	8.3	10.5	5.7	5.7	4.8	15.8	
	女性20代 (n=157)	24.8	30.6	13.4	14.0	27.4	11.5	17.8	40.1	20.4	22.3	20.4	16.6	16.6	32.5	
	女性30代 (n=199)	19.6	20.1	7.0	14.1	18.1	10.1	12.1	32.2	17.6	21.6	13.1	11.6	11.1	27.1	
	女性40代 (n=235)	11.5	16.2	5.5	8.9	16.2	8.5	7.7	18.7	9.8	17.4	8.5	11.1	9.4	19.1	
	女性50代 (n=200)	13.0	21.0	3.5	7.0	9.5	6.0	10.0	24.0	9.0	18.0	5.0	5.5	6.0	17.5	
女性60代 (n=239)	10.5	15.1	3.3	10.0	13.4	5.4	6.3	17.6	6.7	18.0	3.8	5.9	4.2	11.3		
果物摂取量	200g以上 (n=209)	25.8	29.7	13.9	18.7	29.2	17.7	13.4	24.9	17.2	20.6	13.4	16.3	16.3	26.8	
	100g~200g未満 (n=627)	20.1	25.2	11.3	14.8	16.6	9.9	12.4	26.0	15.6	20.7	11.0	12.1	11.5	21.2	
	100g未満 (n=696)	13.6	18.0	6.0	10.1	13.5	6.2	9.2	21.3	10.6	15.5	7.6	6.8	6.3	18.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

## (2) 今後の果物の摂取意向 まとめ

- 32.3%の人が果物の摂取量を増やしたいと考えている。
- 摂取量を増やしたいと考えている人の割合は、前回調査からわずかに減少。
- 高齢層、特に女性の「増やしたい」の割合は低め。
- 果物の摂取量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」「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」が中心。
- 果物摂取量が多いほど「健康や美容にいい果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」の割合が高い。→品質向上や機能性の訴求強化により、ヘビーユーザーの摂取量をより拡大できる可能性がうかがわれる。
- 果物加工品の消費意向は「カットフルーツ」「果汁(100%ジュース/ストレート)」「フルーツヨーグルト」を増やしたい人が2割程度でやや高め。
- 女性では「カットフルーツ」「ドライフルーツ」を増やしたいと考えている人の割合が男性より高い。特に20代女性では「カットフルーツ」が40.1%に上り、全般的にもスコアが高いことから、果物加工品の消費を増やしたい意向の高さがうかがわれる。
- 果物摂取量が多いほど、全般的に果物加工品の消費も増やしたい意向が高い。

- 今後の果物の摂取量についての意向では、「特に変えようとは思わない」が66.6%を占めるが、「増やしたい」も32.3%に上っており、「減らしたい」という人はほとんどいない。(p31)
- 摂取量を増やしたい人の割合は令和3年度調査(34.4%)からわずかながら減少している。(p31)
- 男性では「増やしたい」が29.9%にとどまり、女性の34.7%を下回っている。(p31)
- 年代が高くなるほど、摂取量を増やしたい人の割合が低くなる傾向。(p31)
- 果物の摂取量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」が続く。(p32~33)
- 女性は「多少外観は悪くても割安な果物」「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」の割合が男性より顕著に高い。(p32~33)
- 果物摂取量が多いほど、「健康や美容にいい果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」の割合が高くなる傾向が顕著。(p32~33)
- 果物喫食増加のための販売方法では、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が中心。(p34~35)
- 果物加工品の消費意向は「カットフルーツ」「果汁(100%ジュース/ストレート)」「フルーツヨーグルト」を増やしたい人が2割程度で、他の果物加工品と比較するとやや高め。(p36)
- 女性は「カットフルーツ」「ドライフルーツ」を増やしたいと考えている人の割合が男性より顕著に高い。特に20代女性では「カットフルーツ」が40.1%に上り、他の果物加工品も全般的にもスコアが高いことから、果物加工品の消費を増やしたい意向の高さがうかがわれる。
- 果物摂取量が「200g以上」の層では、「果汁(100%ジュース/ストレート)」が3割と高く、他の果物加工品も全般的に高いことから、果物加工品の消費も増やしたい意向の高さがうかがわれる。(p37)

### (3) 果樹振興法14品目について



①-1 果樹振興法14品目の喫食

- 「月に1日程度」以上の割合を比較すると、『りんご』が45.7%で最も高く、『みかん』が41.6%で続く。以下、『キウイフルーツ』『ぶどう台半』『なし』『その他のかんきつ類』『かき』が3割弱で続いている。

Q13. 以下のそれぞれの食材について、あなたがそれを召し上がる量・頻度をお答えください。(SA)

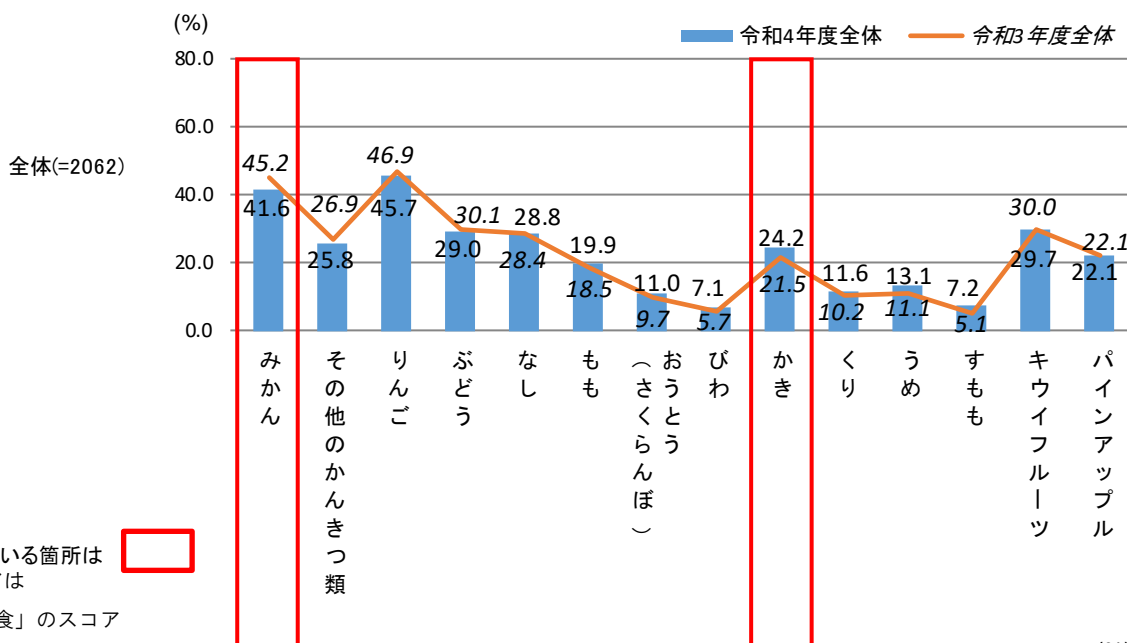
※コメントで触れている箇所は

		(%)							
n=		ほぼ毎日	週に3〜4日	週に1〜2日	月に2〜3日	月に1日程度	1〜2日/3ヶ月に	ほとんど食べない	月に1日程度以上
みかん	2,062	3.9	5.7	11.4	9.9	10.7	25.3	33.1	41.6
その他のかんきつ類	2,062	1.1	1.7	5.3	8.1	9.5	23.3	51.0	25.8
りんご	2,062	5.0	5.0	11.1	11.5	12.9	23.2	31.1	45.7
ぶどう	2,062	1.0	1.4	6.3	8.9	11.3	28.7	42.4	29.0
なし	2,062	0.8	1.2	6.8	8.3	11.6	30.5	40.7	28.8
もも	2,062	0.5	0.7	3.8	6.1	8.7	29.7	50.4	19.9
おうとう(さくらんぼ)	2,062	0.4	0.5	2.1	2.7	5.2	19.4	69.6	11.0
びわ	2,062	0.5	0.4	1.2	2.2	2.8	11.2	81.7	7.1
かき	2,062	1.6	2.6	5.7	6.3	8.1	21.0	54.8	24.2
くり	2,062	0.5	0.6	1.6	3.2	5.7	20.8	67.6	11.6
うめ	2,062	1.1	1.1	2.2	3.6	5.1	10.7	76.2	13.1
すもも	2,062	0.5	0.3	1.2	2.0	3.2	10.3	82.4	7.2
キウイフルーツ	2,062	2.1	2.7	6.7	7.9	10.2	21.3	49.0	29.7
パインアップル	2,062	1.0	0.9	3.7	6.6	9.9	25.4	52.5	22.1

①-2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）

- 令和3年度結果と比較すると、「かき」が増加し、「みかん」が減少した。
- 性別で見ると、『女性』は「キウイフルーツ」「りんご」「みかん」「かき」を月1回以上喫食している割合が『男性』より顕著に高い。
- 年代別にみると、『60代』の月1回以上喫食している割合が全般的に高く、特に「りんご」「みかん」は5割超となっている。
- 果物摂取量別で見ると、全品目で摂取量が多いほど月1回以上喫食している割合が高く、特に「りんご」「みかん」については、『200g以上』の層の月1回以上喫食している割合がともに7割を超えている。

Q13. 以下のそれぞれの食材について、あなたがそれを召し上がる量・頻度をお答えください。（SA）



※コメントで触れている箇所は  
※グラフのスコアは  
「月1回以上喫食」のスコア

全体		(n=2062)	41.6	25.8	45.7	29.0	28.8	19.9	11.0	7.1	24.2	11.6	13.1	7.2	29.7	22.1
性別	男性	(n=1032)	36.5	22.9	39.1	25.3	25.9	19.1	11.4	8.2	19.5	11.8	13.1	7.8	22.7	19.2
	女性	(n=1030)	46.7	28.6	52.3	32.6	31.7	20.7	10.5	5.9	29.0	11.5	13.1	6.6	36.8	25.0
年代	20代	(n=320)	35.0	21.6	37.8	23.4	22.8	16.9	12.8	10.0	18.1	12.2	16.9	10.3	25.0	19.1
	30代	(n=402)	39.6	20.1	43.5	26.1	24.4	17.9	11.4	7.0	19.9	10.0	11.4	7.5	28.4	24.4
	40代	(n=474)	37.3	23.4	43.7	25.7	27.6	19.0	12.4	7.6	22.8	10.5	12.4	7.6	27.8	19.4
	50代	(n=399)	41.1	25.8	44.9	28.6	28.3	18.0	8.0	5.0	22.3	8.5	11.8	4.5	28.6	22.1
	60代	(n=467)	52.7	35.8	55.7	38.8	38.3	26.1	10.3	6.4	35.3	16.5	13.7	6.9	37.0	25.1
性別年代	男性20代	(n=163)	33.1	23.9	33.1	22.1	22.7	17.2	14.1	12.3	16.0	14.1	16.0	12.3	21.5	20.2
	男性30代	(n=203)	34.5	17.7	37.9	22.7	24.1	19.2	11.3	8.4	15.8	10.3	13.3	8.4	20.7	22.2
	男性40代	(n=239)	31.4	18.8	33.9	20.5	22.6	16.3	12.6	9.6	17.6	10.9	12.6	8.4	20.9	16.7
	男性50代	(n=199)	33.7	20.6	35.7	24.6	24.6	17.1	9.5	5.0	16.1	7.5	11.6	5.0	20.6	17.1
	男性60代	(n=228)	48.7	32.9	52.6	35.5	34.2	25.0	10.1	6.6	30.3	16.2	12.7	6.1	28.9	20.2
	女性20代	(n=157)	36.9	19.1	42.7	24.8	22.9	16.6	11.5	7.6	20.4	10.2	17.8	8.3	28.7	17.8
	女性30代	(n=199)	44.7	22.6	49.2	29.6	24.6	16.6	11.6	5.5	24.1	9.5	9.5	6.5	36.2	26.6
	女性40代	(n=235)	43.4	28.1	53.6	31.1	32.8	21.7	12.3	5.5	28.1	10.2	12.3	6.8	34.9	22.1
女性50代	(n=200)	48.5	31.0	54.0	32.5	32.0	19.0	6.5	5.0	28.5	9.5	12.0	4.0	36.5	27.0	
女性60代	(n=239)	56.5	38.5	58.6	41.8	42.3	27.2	10.5	6.3	40.2	16.7	14.6	7.5	44.8	29.7	
果物摂取量	200g以上	(n=209)	70.8	55.0	74.2	57.9	53.6	45.5	31.1	25.8	48.8	34.4	33.5	27.8	56.9	46.4
	100g~200g未満	(n=627)	61.6	42.1	67.8	41.8	43.5	30.8	17.9	10.4	38.3	17.4	19.6	10.4	44.5	33.5
	100g未満	(n=696)	43.8	21.0	49.4	30.0	28.3	16.8	6.8	3.6	22.0	7.5	9.6	3.4	29.9	20.7
令和3年度全体		(n=2000)	45.2	26.9	46.9	30.1	28.4	18.5	9.7	5.7	21.5	10.2	11.1	5.1	30.0	22.1

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。

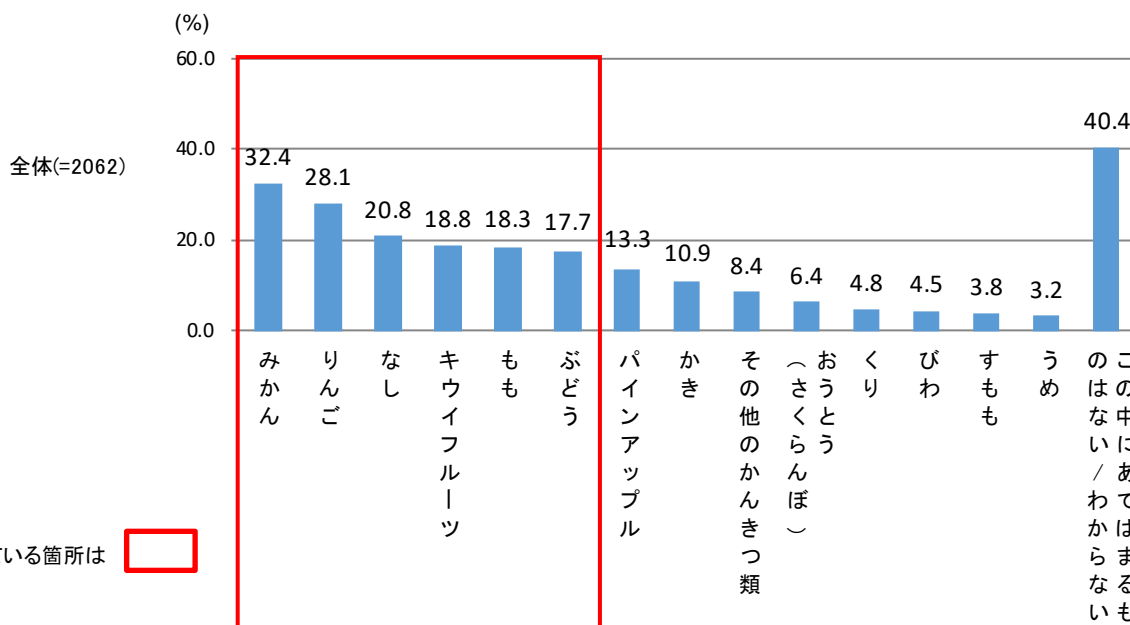
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

## ②果樹振興法14品目のうち増やしたいもの

- 全体では、「みかん」が3割台前半で最も高く、「りんご」が2割台後半で続く。以下、「なし」「キウイフルーツ」「もも」「ぶどう」がいずれも2割前後で続いた。
- 性別で見ると、『女性』は「キウイフルーツ」の割合が『男性』より顕著に高い。
- 年代別にみると、低年代ほど「なし」「パイナップル」の割合が高くなる傾向がみられる。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど、「みかん」「りんご」「ぶどう」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q14. 以下のそれぞれの果物のうち、あなたが今後、買う量を増やしたいと思うものがありましたら、すべてお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2062)	32.4	28.1	20.8	18.8	18.3	17.7	13.3	10.9	8.4	6.4	4.8	4.5	3.8	3.2	40.4
性別	男性	(n=1032)	29.7	24.5	18.2	11.1	16.2	15.4	11.9	8.4	5.3	5.3	4.6	3.3	3.7	3.5	3.5	46.4
	女性	(n=1030)	35.1	31.7	23.4	26.5	20.5	19.9	14.8	13.3	11.6	7.4	5.0	5.6	3.9	3.0	3.0	34.5
年代	20代	(n=320)	42.2	31.3	25.0	19.4	23.1	21.9	17.2	10.6	7.8	10.9	5.3	5.3	4.1	4.7	4.7	34.4
	30代	(n=402)	36.3	30.1	22.4	20.9	18.9	18.7	16.2	9.7	7.0	6.5	4.2	5.0	4.5	4.2	4.2	40.5
	40代	(n=474)	28.5	26.8	21.5	18.8	19.6	17.3	13.7	8.9	7.8	5.9	6.1	4.6	4.2	3.8	3.8	43.9
	50代	(n=399)	28.8	25.8	21.1	17.3	17.3	13.5	12.0	9.8	9.8	6.5	5.5	4.5	3.3	1.8	1.8	42.9
	60代	(n=467)	29.6	27.4	15.6	18.0	14.1	17.8	9.0	15.0	9.6	3.4	3.0	3.2	3.0	2.1	2.1	39.0
性別年代	男性20代	(n=163)	39.3	30.7	18.4	12.9	16.6	19.0	12.9	9.2	6.7	9.8	5.5	5.5	4.3	6.7	6.7	41.7
	男性30代	(n=203)	32.0	25.6	17.2	12.8	15.8	14.3	14.8	5.4	3.4	4.9	3.4	3.0	3.0	3.0	3.0	47.8
	男性40代	(n=239)	25.1	23.0	20.9	10.5	15.5	14.2	11.7	7.1	3.8	4.6	5.9	2.9	3.3	4.2	4.2	49.4
	男性50代	(n=199)	24.6	18.1	19.1	9.0	17.1	11.6	12.6	4.5	5.5	5.5	4.0	2.0	4.5	1.5	1.5	51.3
	男性60代	(n=228)	30.3	26.3	15.4	11.0	16.2	18.4	8.3	15.4	7.5	3.1	3.9	3.5	3.5	2.6	2.6	41.2
	女性20代	(n=157)	45.2	31.8	31.8	26.1	29.9	24.8	21.7	12.1	8.9	12.1	5.1	5.1	3.8	2.5	2.5	26.8
	女性30代	(n=199)	40.7	34.7	27.6	29.1	22.1	23.1	17.6	14.1	10.6	8.0	5.0	7.0	6.0	5.5	5.5	33.2
	女性40代	(n=235)	31.9	30.6	22.1	27.2	23.8	20.4	15.7	10.6	11.9	7.2	6.4	6.4	5.1	3.4	3.4	38.3
	女性50代	(n=200)	33.0	33.5	23.0	25.5	17.5	15.5	11.5	15.0	14.0	7.5	7.0	7.0	2.0	2.0	2.0	34.5
女性60代	(n=239)	28.9	28.5	15.9	24.7	12.1	17.2	9.6	14.6	11.7	3.8	2.1	2.9	2.5	1.7	1.7	36.8	
果物摂取量	200g以上	(n=209)	46.4	40.7	29.2	25.8	24.9	31.6	16.3	18.7	15.3	11.0	9.1	8.6	9.6	8.6	8.6	20.1
	100g~200g未満	(n=627)	37.8	35.1	24.7	24.2	23.3	21.4	18.5	14.5	10.4	8.9	5.9	6.4	5.1	4.3	3.1	31.1
	100g未満	(n=696)	31.9	27.2	20.0	20.0	16.7	16.8	12.2	10.3	8.6	5.3	4.3	3.2	2.4	1.7	1.7	37.6
令和3年度全体		(n=2000)	35.5	28.6	20.0	21.8	17.7	19.1	14.3	10.8	9.1	6.4	4.0	4.1	2.9	3.0	3.0	36.5

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### (3) 果樹振興法14品目について まとめ

- 月に1回以上喫食している割合が高い品目は「りんご」と「みかん」。
- 今後、購入量を増やしたい品目でもトップ2は「みかん」「りんご」であり、この2品目中心の傾向が継続すると考えられる。

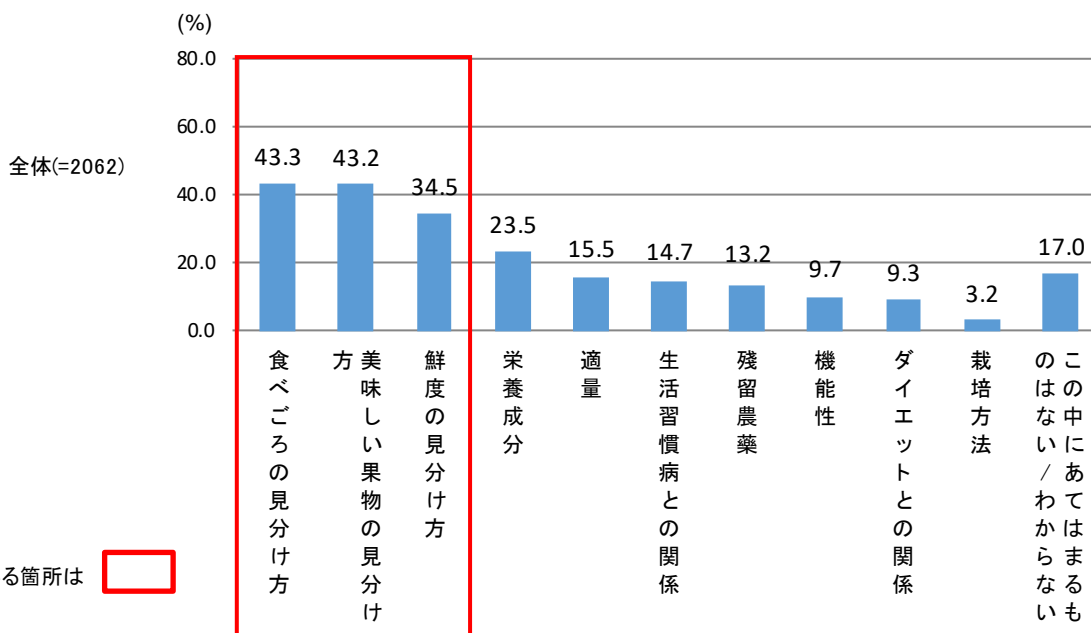
- 果樹振興法14品目の月1日程度以上喫食している割合では、「りんご」が45.7%で最も高く、「みかん」が41.6%で続く。以下、「キウイフルーツ」「ぶどう」「なし」「その他のかんきつ類」「かき」を月に1日程度以上喫食している割合が、3割弱で続いている。(p40)
- 令和3年度結果と比較すると、「かき」が増加し、「みかん」が減少。(p41)
- 女性は「キウイフルーツ」「りんご」「みかん」「かき」を月1回以上喫食している割合が男性より顕著に高い。(p41)
- 60代は、月1回以上喫食している割合が全般的に高く、特に「りんご」「みかん」は5割超。(p41)
- 今後、購入量を増やしたい品目では「みかん」が32.4%でトップ。次いで、「りんご」が28.1%で続く。(p42)
- 女性は「キウイフルーツ」の割合が男性より顕著に高い。(p42)
- 低年代ほど「なし」「パイナップル」の割合が高くなる傾向。(p42)
- 果物摂取量が多いほど、「みかん」「りんご」「ぶどう」の割合が高くなる傾向が顕著。(p42)

#### (4) 果物消費拡大施策について

### ①果物購入時の希望情報

- 全体では、「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」が4割台前半で並んだ。次いで、「鮮度の見分け方」が3割台半ばで続く。
- 性別で見ると、『女性』では「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」の割合が、『男性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』では「鮮度の見分け方」が4割を超えており、他の年代より高い。
- 性別×年代で見ると、『女性20代』では「ダイエットとの関係」が2割で、他の層より高い。

Q12. 果物について知っておきたいことは何ですか。上位3つまでお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2062)	43.3	43.2	34.5	23.5	15.5	14.7	13.2	9.7	9.3	3.2	17.0
性別	男性	(n=1032)	36.5	35.9	29.9	21.6	15.2	15.0	10.5	8.7	7.8	3.7	23.6	
	女性	(n=1030)	50.1	50.5	39.1	25.3	15.7	14.4	15.9	10.8	10.8	2.6	10.3	
年代	20代	(n=320)	39.1	44.7	31.6	29.1	17.2	9.7	7.2	9.1	14.4	4.4	20.3	
	30代	(n=402)	44.5	40.8	34.6	26.1	18.7	14.4	9.7	12.7	10.7	3.5	15.9	
	40代	(n=474)	37.1	38.6	31.9	21.5	14.6	13.9	14.6	9.7	10.1	3.0	19.0	
	50代	(n=399)	46.6	46.1	33.1	23.3	11.5	16.3	14.5	9.0	7.8	3.8	16.5	
	60代	(n=467)	48.6	46.5	40.5	19.5	15.8	17.8	17.8	8.4	6.2	1.7	13.9	
性別年代	男性20代	(n=163)	30.1	38.7	28.2	33.7	17.2	11.0	7.4	8.0	9.2	6.7	23.9	
	男性30代	(n=203)	36.5	32.0	29.6	23.2	17.7	14.3	6.9	12.3	9.4	4.4	23.6	
	男性40代	(n=239)	30.1	33.9	25.9	15.9	13.8	16.3	9.6	11.3	9.2	2.9	26.4	
	男性50代	(n=199)	41.7	36.2	27.1	20.1	10.6	17.1	11.6	6.0	5.0	4.0	25.1	
	男性60代	(n=228)	43.4	39.5	38.2	18.9	17.1	15.4	15.8	5.7	6.6	1.3	19.3	
	女性20代	(n=157)	48.4	51.0	35.0	24.2	17.2	8.3	7.0	10.2	19.7	1.9	16.6	
	女性30代	(n=199)	52.8	49.7	39.7	29.1	19.6	14.6	12.6	13.1	12.1	2.5	8.0	
	女性40代	(n=235)	44.3	43.4	37.9	27.2	15.3	11.5	19.6	8.1	8.9	3.0	11.5	
果物摂取量	200g以上	(n=209)	43.1	46.4	33.0	28.2	14.4	24.4	18.7	13.4	12.9	6.2	5.7	
	100g~200g未満	(n=627)	49.1	50.6	42.6	28.5	19.6	15.3	16.6	10.8	7.7	4.3	6.9	
	100g未満	(n=696)	46.3	45.4	36.2	22.3	15.4	14.7	14.2	10.5	10.6	2.4	14.1	
令和3年度全体		(n=2000)	44.9	42.0	35.4	23.2	14.1	12.9	14.4	7.6	9.6	3.8	16.2	

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。

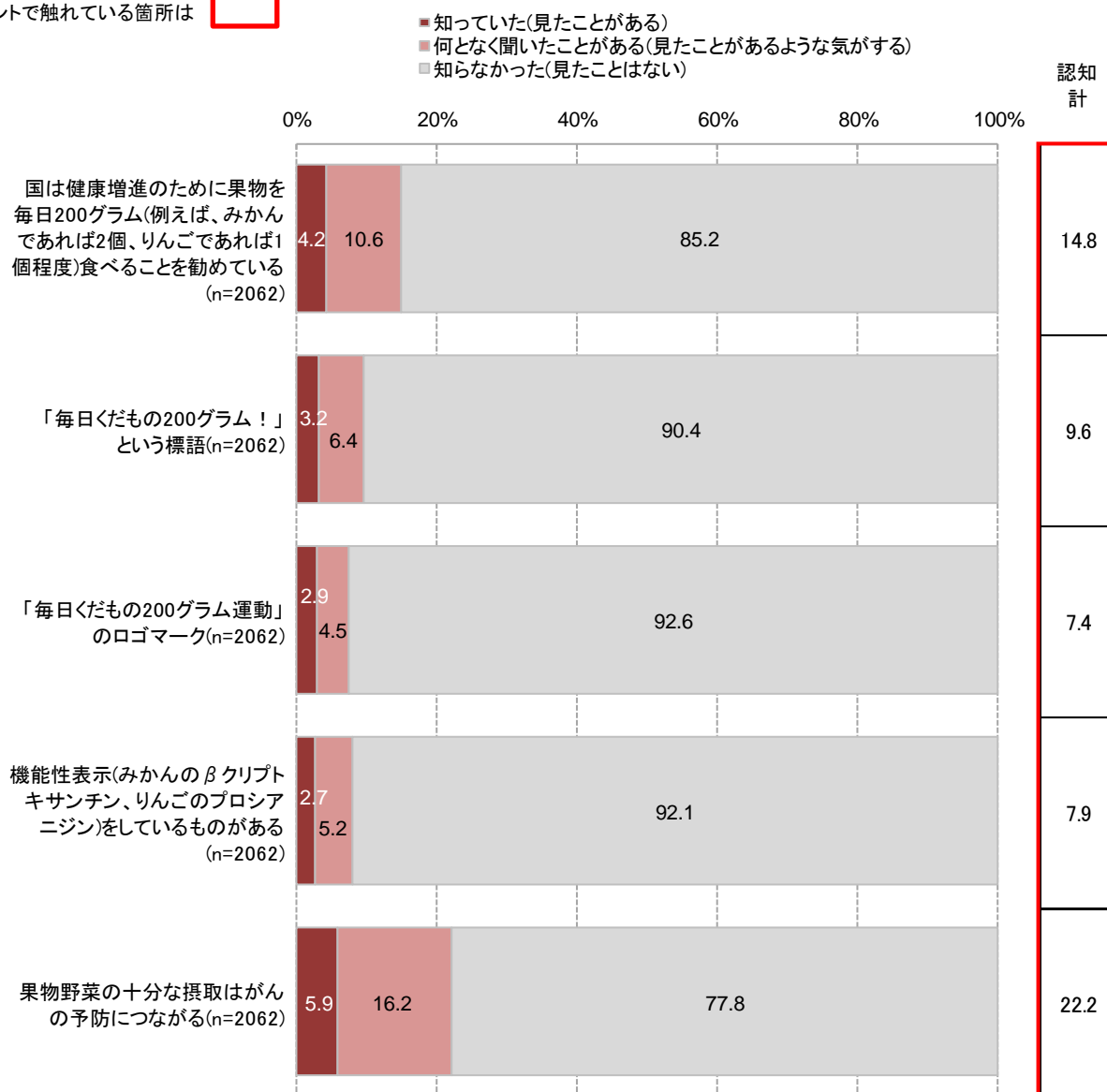
## ②-1 果物消費拡大施策の認知

- 果物消費拡大施策に関する事柄では、『果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる』の認知が2割台前半で最も高い。次いで、『国は健康増進のために果物を毎日200グラム食べることを勧めている』の認知が1割台で続く。
- 『「毎日くだもの200グラム！」という標語』の認知は1割弱、『「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク』『機能性表示をしているものがある』の認知はともに1割未満となった。

Q15. 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。(SA)

※コメントで触れている箇所は  



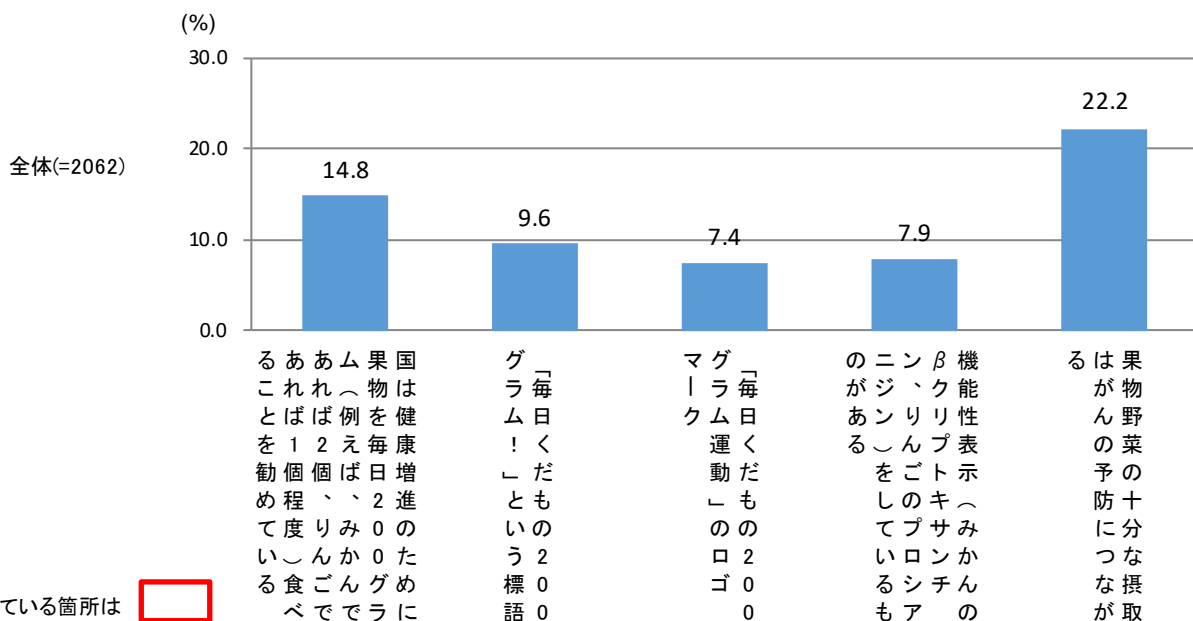
※「認知計」=「知っていた(見たことがある)」+「何となく聞いたことがある(見たことがあるような気がする)」

### ②-2 果物消費拡大施策の認知（認知計）

- 性別にみると、『女性』は「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」の認知の割合が男性より高い。
- 年代別にみると、全ての事柄で『20代』の認知が最も高く、特に「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」の認知は2割台後半となっている。
- 果物摂取量別でみると、全ての事柄で摂取量が多いほど認知が高くなる傾向が顕著であり、特に「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」については『200g以上』の層の認知が4割を超えている。

Q15. 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。（SA）



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2062)	14.8	9.6	7.4	7.9	22.2
性別	男性 (n=1032)	13.7	10.1	8.8	9.1	18.9	
	女性 (n=1030)	16.0	9.0	6.0	6.6	25.4	
年代	20代 (n=320)	22.2	15.3	12.5	12.8	28.1	
	30代 (n=402)	19.9	12.7	10.7	11.4	22.1	
	40代 (n=474)	13.3	9.9	7.2	7.4	19.2	
	50代 (n=399)	10.0	5.5	3.0	3.5	19.3	
	60代 (n=467)	11.1	6.0	5.1	5.6	23.6	
性別年代	男性20代 (n=163)	23.3	17.2	13.5	14.1	25.8	
	男性30代 (n=203)	21.7	13.8	14.3	13.3	20.7	
	男性40代 (n=239)	13.0	12.1	11.3	10.9	18.8	
	男性50代 (n=199)	5.0	5.0	2.5	4.5	12.1	
	男性60代 (n=228)	7.9	3.9	3.5	3.9	18.4	
	女性20代 (n=157)	21.0	13.4	11.5	11.5	30.6	
	女性30代 (n=199)	18.1	11.6	7.0	9.5	23.6	
	女性40代 (n=235)	13.6	7.7	3.0	3.8	19.6	
	女性50代 (n=200)	15.0	6.0	3.5	2.5	26.5	
女性60代 (n=239)	14.2	7.9	6.7	7.1	28.5		
果物摂取量	200g以上 (n=209)	33.5	29.2	23.9	25.8	41.6	
	100g~200g未満 (n=627)	19.8	12.9	11.2	10.8	29.8	
	100g未満 (n=696)	12.4	6.6	4.0	4.6	20.3	

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) 果物消費拡大施策について まとめ

- 果物購入時の希望情報では、「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」がトップ2。
- 高年代層では「鮮度の見分け方」への関心も高い。
- 果物消費拡大施策に関する事柄の中では、「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」ことの認知が2割を超えたが、全般的に認知が低い。  
→果物消費拡大を実現するためには、施策のさらなる周知が必須であると考えられる。

- 果物購入時の希望情報では、「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」が4割台前半で並んだ。(p45)
- 女性は「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」の割合が、男性より顕著に高い。(p45)
- 60代では「鮮度の見分け方」の割合が4割を超えている。(p45)
- 果物消費拡大施策に関する事柄の中では、「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」の認知が22.2%で最も高く、『国は健康増進のために果物を毎日200グラム食べることを勧めている』の認知が14.8%で続く。(p46)
- 「『毎日くだもの200グラム!』という標語」の認知は1割、「『毎日くだもの200グラム運動』のロゴマーク」「機能性表示をしているものがある」の認知はともに1割未満にとどまった。(p46)
- 女性は、「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」の認知が男性より高い。(p47)
- 全ての事柄で20代の認知が最も高く、特に「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」の認知は2割台後半。(p47)
- 全ての事柄で摂取量が多いほど認知が高くなる傾向が顕著。(p47)

## (5) コロナウィルス感染症の果物消費への影響

### ①新型コロナウイルスの感染拡大に伴う果物摂取量の変化

- 全体では「変わらない」が8割台半ばを占める。「増加した」は1割未満にとどまった。
- 年代別でみると、『20代』では「増加した」の割合が1割台前半で、他の年代よりやや高い。
- 性別×年代でみると、『女性20～30代』では「増加した」の割合が1割超で、他の層よりやや高い。
- 果物摂取量別でみると、摂取量が多いほど「増加した」の割合が高くなる傾向が顕著であり、『200g以上』の層では2割強となった。

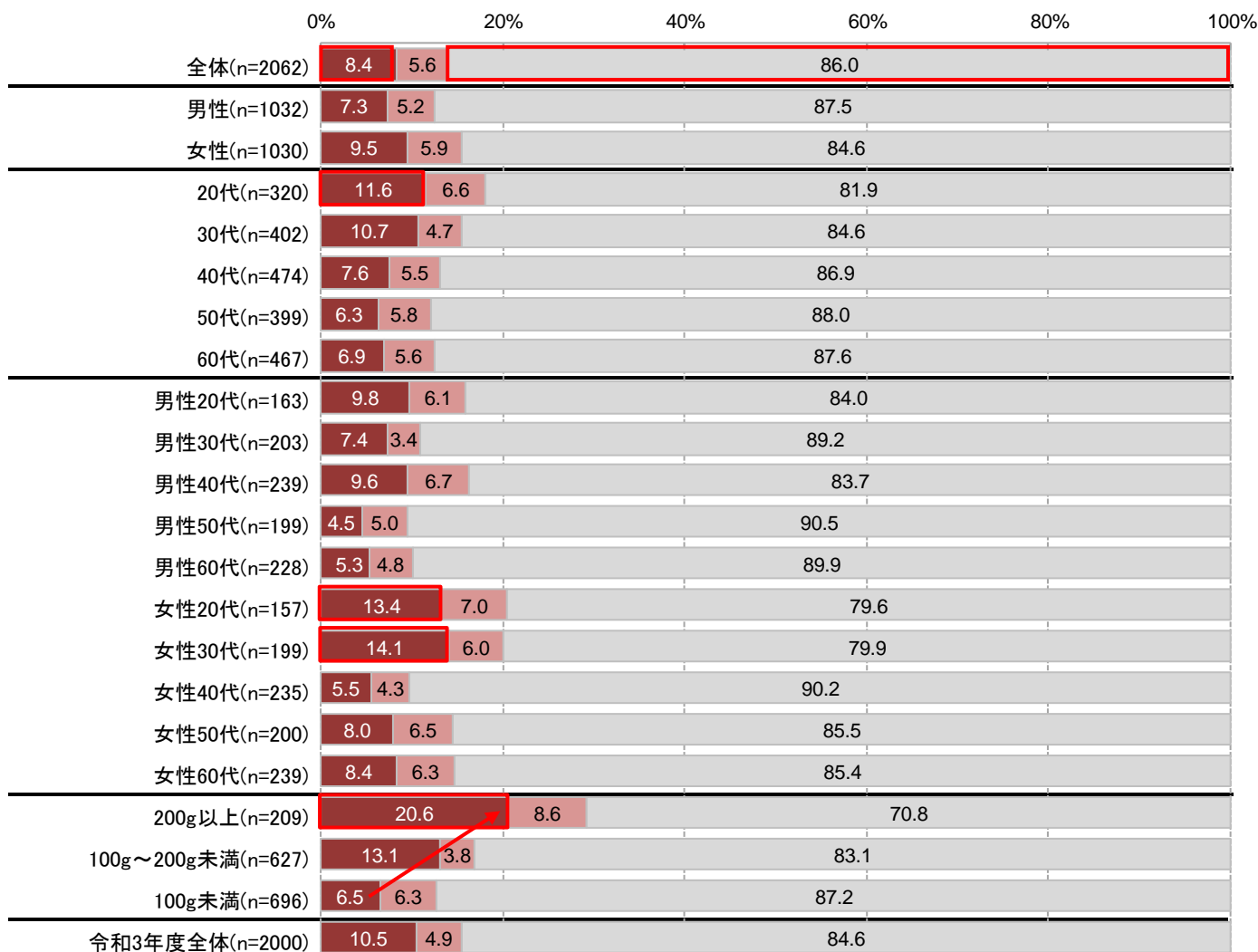
Q16. 新型コロナウイルスの感染拡大に伴って、果物の摂取量は変化しましたか。(SA)

※コメントで触れている箇所は  

■ 増加した

■ 減少した

■ 変わらない

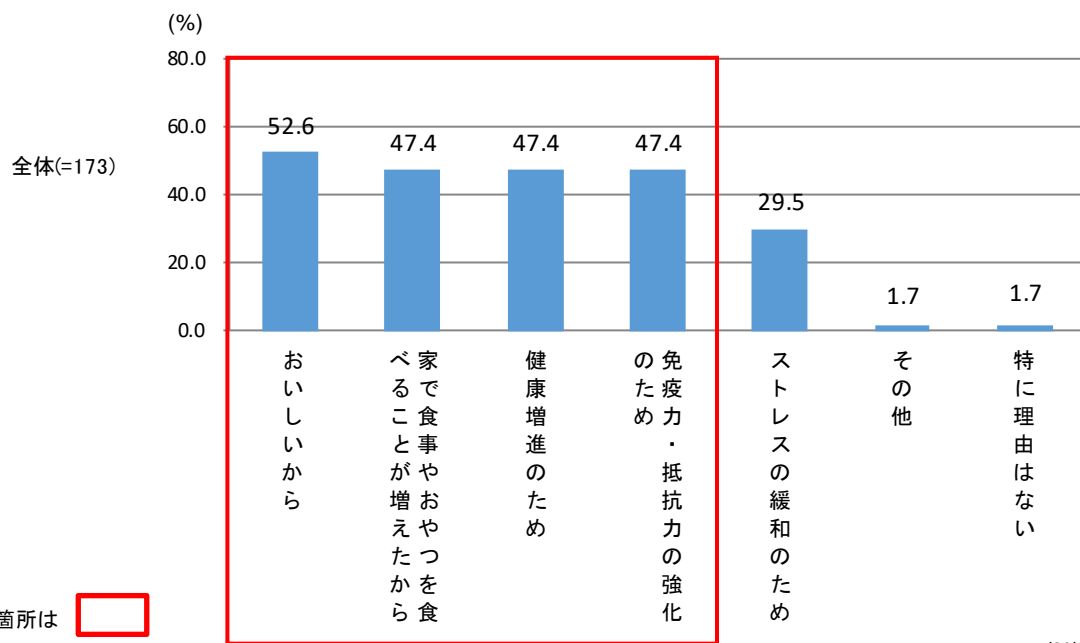


四捨五入の関係上、横方向の合計が100%とならない場合がある。

### ②摂取量増加者の増加理由〔果物摂取量増加層〕

- 全体では「おいしいから」が5割前半で最も高く、次いで、「家で食事やおやつを食べることが増えたから」「健康増進のため」「免疫力・抵抗力の強化のため」がいずれも4割台後半で続く。
- 性別で見ると、『男性』は「免疫力・抵抗力の強化のため」「ストレスの緩和のため」が『女性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『20代』では「ストレスの緩和のため」が5割弱で、他の年代より顕著に高い。

Q17. 果物の摂取量が増えた方にお聞きます。増えた理由は何ですか。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=173)	52.6	47.4	47.4	47.4	29.5	1.7	1.7	(%)
性別	男性	(n=75)	54.7	44.0	46.7	56.0	34.7	0.0	0.0	1.3	
	女性	(n=98)	51.0	50.0	48.0	40.8	25.5	3.1	2.0		
年代	20代	(n=37)	54.1	35.1	48.6	43.2	48.6	0.0	0.0		
	30代	(n=43)	53.5	60.5	51.2	46.5	18.6	7.0	0.0		
	40代	(n=36)	47.2	33.3	50.0	41.7	30.6	0.0	0.0		
	50代	(n=25)	68.0	48.0	40.0	56.0	24.0	0.0	0.0		
	60代	(n=32)	43.8	59.4	43.8	53.1	25.0	0.0	9.4		
性別年代	男性20代	(n=16)	62.5	31.3	43.8	50.0	62.5	0.0	0.0		
	男性30代	(n=15)	53.3	60.0	53.3	66.7	26.7	0.0	0.0		
	男性40代	(n=23)	52.2	30.4	47.8	52.2	34.8	0.0	0.0		
	男性50代	(n=9)	44.4	55.6	55.6	77.8	22.2	0.0	0.0		
	男性60代	(n=12)	58.3	58.3	33.3	41.7	16.7	0.0	8.3		
	女性20代	(n=21)	47.6	38.1	52.4	38.1	38.1	0.0	0.0		
	女性30代	(n=28)	53.6	60.7	50.0	35.7	14.3	10.7	0.0		
	女性40代	(n=13)	38.5	38.5	53.8	23.1	23.1	0.0	0.0		
女性50代	(n=16)	81.3	43.8	31.3	43.8	25.0	0.0	0.0			
女性60代	(n=20)	35.0	60.0	50.0	60.0	30.0	0.0	10.0			
果物摂取量	200g以上	(n=43)	69.8	51.2	55.8	58.1	41.9	0.0	2.3		
	100g~200g未満	(n=82)	50.0	43.9	48.8	52.4	28.0	2.4	0.0		
	100g未満	(n=45)	42.2	51.1	40.0	26.7	22.2	2.2	4.4		
令和3年度全体		(n=210)	48.6	50.0	47.1	43.3	25.2	3.8	4.8		

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。

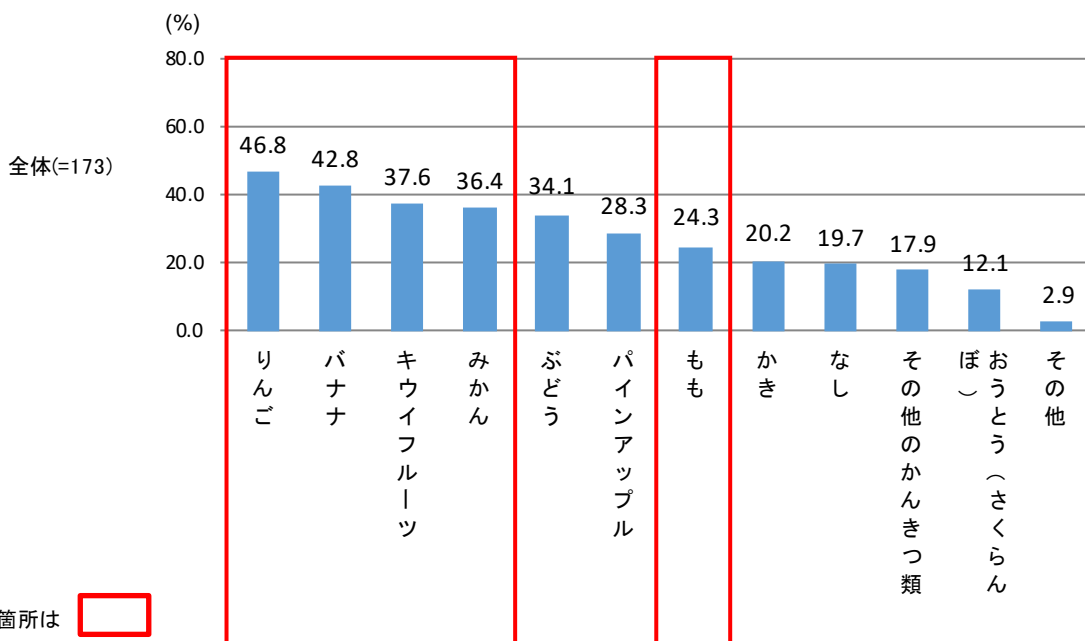
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ③摂取量が増加した品目〔果物摂取量増加層〕

- 全体では「りんご」が4割台後半で最も高い。次いで、「バナナ」が4割台前半、「キウイフルーツ」「みかん」がともに3割台後半で続く。
- 令和3年度結果と比較すると、「もも」が顕著に増加した。
- 性別で見ると、『男性』は「みかん」「パイナップル」「もも」「その他のかんきつ類」の割合が『女性』より顕著に高い。一方、『女性』は「キウイフルーツ」の割合が『男性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』は「バナナ」が6割弱で、他の年代より顕著に高い。

Q18. 果物の摂取量が増えた方にお聞きます。どんな果物の摂取が増えましたか。(MA)



※コメントで触れている箇所は

		全体	(n=173)	46.8	42.8	37.6	36.4	34.1	28.3	24.3	20.2	19.7	17.9	12.1	2.9
性別	男性	(n=75)	50.7	44.0	32.0	46.7	34.7	34.7	30.7	18.7	21.3	25.3	16.0	0.0	
	女性	(n=98)	43.9	41.8	41.8	28.6	33.7	19.4	21.4	18.4	12.2	9.2	5.1		
年代	20代	(n=37)	43.2	27.0	45.9	29.7	29.7	29.7	32.4	27.0	13.5	24.3	10.8	5.4	
	30代	(n=43)	55.8	46.5	51.2	44.2	27.9	37.2	23.3	23.3	30.2	11.6	14.0	0.0	
	40代	(n=36)	38.9	36.1	25.0	25.0	41.7	25.0	19.4	11.1	13.9	25.0	16.7	0.0	
	50代	(n=25)	44.0	48.0	40.0	40.0	48.0	24.0	36.0	16.0	20.0	12.0	20.0	8.0	
	60代	(n=32)	50.0	59.4	21.9	43.8	28.1	21.9	12.5	21.9	18.8	15.6	0.0	3.1	
性別年代	男性20代	(n=16)	56.3	31.3	37.5	37.5	31.3	43.8	43.8	25.0	18.8	43.8	12.5	0.0	
	男性30代	(n=15)	73.3	53.3	40.0	80.0	40.0	40.0	26.7	26.7	40.0	26.7	20.0	0.0	
	男性40代	(n=23)	43.5	34.8	26.1	26.1	30.4	34.8	21.7	8.7	13.0	26.1	21.7	0.0	
	男性50代	(n=9)	44.4	44.4	44.4	55.6	44.4	11.1	55.6	11.1	22.2	0.0	22.2	0.0	
	男性60代	(n=12)	33.3	66.7	16.7	50.0	33.3	33.3	16.7	25.0	16.7	16.7	0.0	0.0	
	女性20代	(n=21)	33.3	23.8	52.4	23.8	28.6	19.0	23.8	28.6	9.5	9.5	9.5	9.5	
	女性30代	(n=28)	46.4	42.9	57.1	25.0	21.4	35.7	21.4	21.4	25.0	3.6	10.7	0.0	
	女性40代	(n=13)	30.8	38.5	23.1	23.1	61.5	7.7	15.4	15.4	15.4	23.1	7.7	0.0	
	女性50代	(n=16)	43.8	50.0	37.5	31.3	50.0	31.3	25.0	18.8	18.8	18.8	18.8	12.5	
女性60代	(n=20)	60.0	55.0	25.0	40.0	25.0	15.0	10.0	20.0	20.0	15.0	0.0	5.0		
果物摂取量	200g以上	(n=43)	46.5	48.8	51.2	41.9	41.9	37.2	34.9	30.2	30.2	27.9	18.6	0.0	
	100g~200g未満	(n=82)	52.4	42.7	35.4	45.1	35.4	24.4	23.2	18.3	18.3	19.5	11.0	1.2	
	100g未満	(n=45)	35.6	35.6	28.9	13.3	26.7	28.9	15.6	15.6	13.3	6.7	8.9	8.9	
令和3年度全体		(n=210)	40.0	41.4	29.0	39.0	27.6	21.9	11.4	14.8	14.3	10.5	4.3	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。

## (5) コロナウィルス感染症の果物消費への影響 まとめ

- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、果物摂取量が「増加した」人は全体の1割弱。
- 果物摂取量が多い層では「増加した」割合が高い。
- 摂取量増加者の増加理由は「おいしいから」「家で食事やおやつを食べることが増えたから」「健康増進のため」「免疫力・抵抗力の強化のため」など。
- 摂取量が増加した品目は「りんご」「バナナ」「キウイフルーツ」「みかん」など。

- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴う果物摂取量の変化では、大半が「変わらない」。「増加した」(8.4%)が「減少した」(5.6%)を上回った。(p50)
- 20代では、「増加した」が11.6%で、他年代よりやや高い。(p50)
- 果物摂取量が多い層では「増加した」割合が2割強。(p50)
- 摂取量増加者の増加理由では「おいしいから」(52.6%)、「家で食事やおやつを食べることが増えたから」「健康増進のため」「免疫力・抵抗力の強化のため」(いずれも47.4%)が中心。(p51)
- 男性は「免疫力・抵抗力の強化のため」「ストレス緩和のため」が高い。(p51)
- 摂取量が増加した品目は「りんご」(46.8%)、「バナナ」(42.8%)、「キウイフルーツ」(37.6%)、「みかん」(36.4%)が中心。(p52)
- 男性は「みかん」「パイナップル」「もも」「その他のかんきつ類」、女性は「キウイフルーツ」の割合が高い。(p52)
- 60代では「バナナ」の割合が特に高い。(p52)

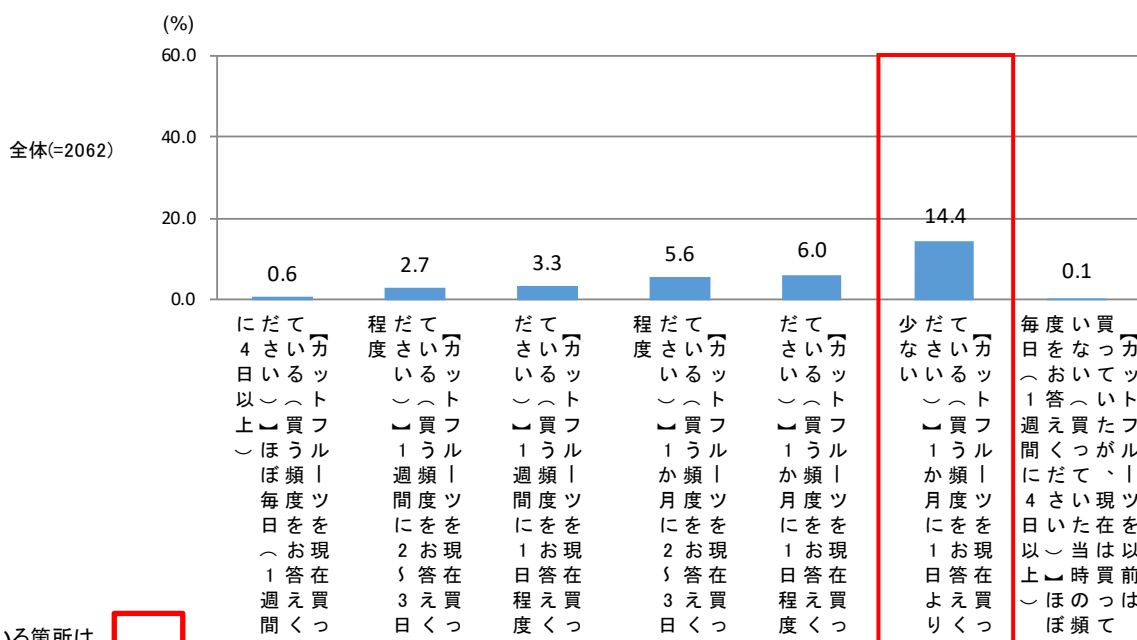
## (6) カットフルーツについて

### ①カットフルーツの購入・頻度

- 全体では「【カットフルーツを買ってたことはない】カットフルーツを買ったことはない」が4割前半を占める。次いで、「【カットフルーツを以前は買っていたが、現在は買っていない】1か月に1日より少なかった」が2割で続く。
- 1割台半ばの「【カットフルーツを現在買っている】1か月に1日より少ない」など、「現在購入計」は3割前半となった。
- 性別でみると、『男性』は「【カットフルーツを買ってたことはない】カットフルーツを買ったことはない」が5割で、『女性』より顕著に高い。

Q19. あなたは、カットフルーツを、どれくらいの頻度で購入していますか。

現在は買われていない方は、買っていた当時の頻度をお答えください。(SA)



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2062)	0.6	2.7	3.3	5.6	6.0	14.4	0.1
性別	男性 (n=1032)	0.8	2.5	3.2	5.1	5.0	12.3	0.1	
	女性 (n=1030)	0.4	2.9	3.5	6.1	6.9	16.4	0.1	
年代	20代 (n=320)	1.9	3.1	2.5	5.0	5.0	14.7	0.0	
	30代 (n=402)	0.7	2.2	3.7	8.5	6.2	14.4	0.0	
	40代 (n=474)	0.4	3.0	3.4	3.6	7.0	13.5	0.2	
	50代 (n=399)	0.3	2.3	3.5	4.3	6.3	15.8	0.0	
	60代 (n=467)	0.0	3.0	3.4	6.9	5.1	13.7	0.2	
性別年代	男性20代 (n=163)	1.8	3.7	3.1	4.3	4.9	12.3	0.0	
	男性30代 (n=203)	1.5	2.0	3.0	8.4	4.9	13.3	0.0	
	男性40代 (n=239)	0.8	2.5	2.9	4.6	5.9	8.8	0.4	
	男性50代 (n=199)	0.0	2.5	3.0	2.5	4.5	11.6	0.0	
	男性60代 (n=228)	0.0	2.2	3.9	5.7	4.8	15.8	0.0	
	女性20代 (n=157)	1.9	2.5	1.9	5.7	5.1	17.2	0.0	
	女性30代 (n=199)	0.0	2.5	4.5	8.5	7.5	15.6	0.0	
	女性40代 (n=235)	0.0	3.4	3.8	2.6	8.1	18.3	0.0	
女性50代 (n=200)	0.5	2.0	4.0	6.0	8.0	20.0	0.0		
女性60代 (n=239)	0.0	3.8	2.9	7.9	5.4	11.7	0.4		
果物摂取量	200g以上 (n=209)	2.9	9.1	6.7	8.1	8.6	13.4	0.5	
	100g~200g未満 (n=627)	1.0	3.2	5.9	8.8	8.5	15.2	0.0	
	100g未満 (n=696)	0.0	2.3	2.4	5.9	6.9	17.2	0.1	

全体と比べて10ポイント以上高い。

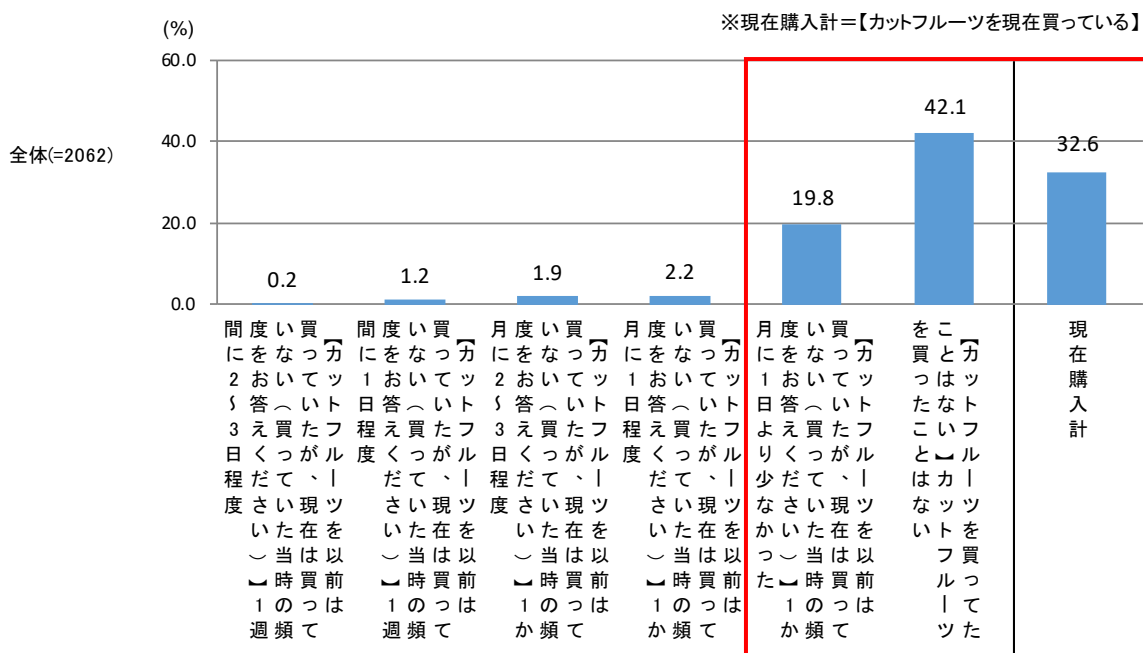
全体と比べて5~10ポイント未満高い。

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。



2. アンケート調査の分析結果 — (6) カットフルーツについて



		全体	(n=2062)	0.2	1.2	1.9	2.2	19.8	42.1	32.6
性別	男性	(n=1032)	0.1	0.7	1.6	2.2	16.0	50.3	29.0	
	女性	(n=1030)	0.3	1.7	2.1	2.1	23.6	33.9	36.2	
年代	20代	(n=320)	0.3	0.6	1.3	2.8	19.7	43.1	32.2	
	30代	(n=402)	0.5	1.0	2.5	2.7	24.1	33.3	35.8	
	40代	(n=474)	0.2	0.6	1.5	1.5	19.8	45.4	30.8	
	50代	(n=399)	0.0	2.0	1.5	1.5	20.1	42.6	32.3	
	60代	(n=467)	0.0	1.5	2.6	2.6	15.8	45.2	32.1	
性別年代	男性20代	(n=163)	0.0	0.6	1.2	3.1	16.0	49.1	30.1	
	男性30代	(n=203)	0.5	0.0	3.0	3.0	17.2	43.3	33.0	
	男性40代	(n=239)	0.0	0.0	1.7	1.7	17.6	53.1	25.5	
	男性50代	(n=199)	0.0	1.5	1.0	1.0	15.6	56.8	24.1	
	男性60代	(n=228)	0.0	1.3	1.3	2.6	13.6	48.7	32.5	
	女性20代	(n=157)	0.6	0.6	1.3	2.5	23.6	36.9	34.4	
	女性30代	(n=199)	0.5	2.0	2.0	2.5	31.2	23.1	38.7	
	女性40代	(n=235)	0.4	1.3	1.3	1.3	22.1	37.4	36.2	
果物摂取量	200g以上	(n=209)	0.0	2.4	3.3	2.9	14.4	27.8	48.8	
	100g~200g未満	(n=627)	0.3	1.9	2.7	2.9	18.0	31.7	42.4	
	100g未満	(n=696)	0.3	0.9	1.6	2.0	22.1	38.2	34.8	

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。

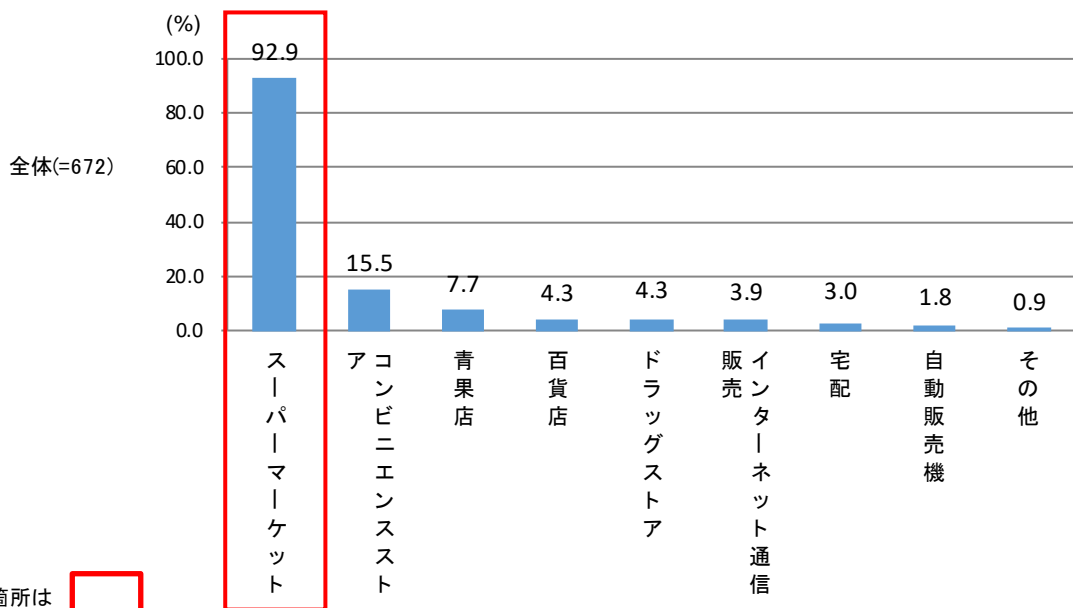
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ②カットフルーツの購入チャネル [カットフルーツ購入者]

- 全体では「スーパーマーケット」が9割台前半で、突出して高い。
- 年代別でみると、『20代』は「コンビニエンスストア」が2割台後半で、他の年代より高い。
- 性別×年代でみると、『女性20代』では「コンビニエンスストア」が3割を超えている。
- 果物摂取量別でみると、摂取量が多いほど「青果店」の割合が高くなる傾向が明らかである。

Q20. あなたは、カットフルーツをどこで購入しますか。

購入することのある店をすべてお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=672)	92.9	15.5	7.7	4.3	4.3	3.9	3.0	1.8	0.9
性別	男性	(n=299)	92.6	16.4	10.4	6.4	7.0	6.4	3.3	3.0	1.3	
	女性	(n=373)	93.0	14.7	5.6	2.7	2.1	1.9	2.7	0.8	0.5	
年代	20代	(n=103)	85.4	27.2	9.7	10.7	7.8	4.9	4.9	4.9	1.0	
	30代	(n=144)	93.8	16.0	9.0	5.6	5.6	5.6	3.5	2.1	0.7	
	40代	(n=146)	92.5	14.4	11.6	0.7	5.5	6.2	2.7	2.7	0.7	
	50代	(n=129)	95.3	11.6	2.3	1.6	2.3	1.6	1.6	0.0	2.3	
	60代	(n=150)	95.3	11.3	6.0	4.7	1.3	1.3	2.7	0.0	0.0	
性別年代	男性20代	(n=49)	89.8	22.4	10.2	16.3	8.2	8.2	6.1	6.1	2.0	
	男性30代	(n=67)	91.0	19.4	17.9	7.5	9.0	9.0	6.0	4.5	0.0	
	男性40代	(n=61)	88.5	21.3	18.0	1.6	11.5	11.5	3.3	4.9	1.6	
	男性50代	(n=48)	93.8	12.5	2.1	2.1	6.3	2.1	0.0	0.0	4.2	
	男性60代	(n=74)	98.6	8.1	2.7	5.4	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	
	女性20代	(n=54)	81.5	31.5	9.3	5.6	7.4	1.9	3.7	3.7	0.0	
	女性30代	(n=77)	96.1	13.0	1.3	3.9	2.6	2.6	1.3	0.0	1.3	
	女性40代	(n=85)	95.3	9.4	7.1	0.0	1.2	2.4	2.4	1.2	0.0	
女性50代	(n=81)	96.3	11.1	2.5	1.2	0.0	1.2	2.5	0.0	1.2		
女性60代	(n=76)	92.1	14.5	9.2	3.9	1.3	1.3	3.9	0.0	0.0		
果物摂取量	200g以上	(n=102)	85.3	26.5	18.6	12.7	14.7	9.8	5.9	5.9	1.0	
	100g~200g未満	(n=266)	93.6	14.3	9.8	4.9	3.4	5.3	3.0	1.5	1.1	
	100g未満	(n=242)	95.0	11.6	2.1	1.2	2.1	0.8	2.1	0.4	0.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

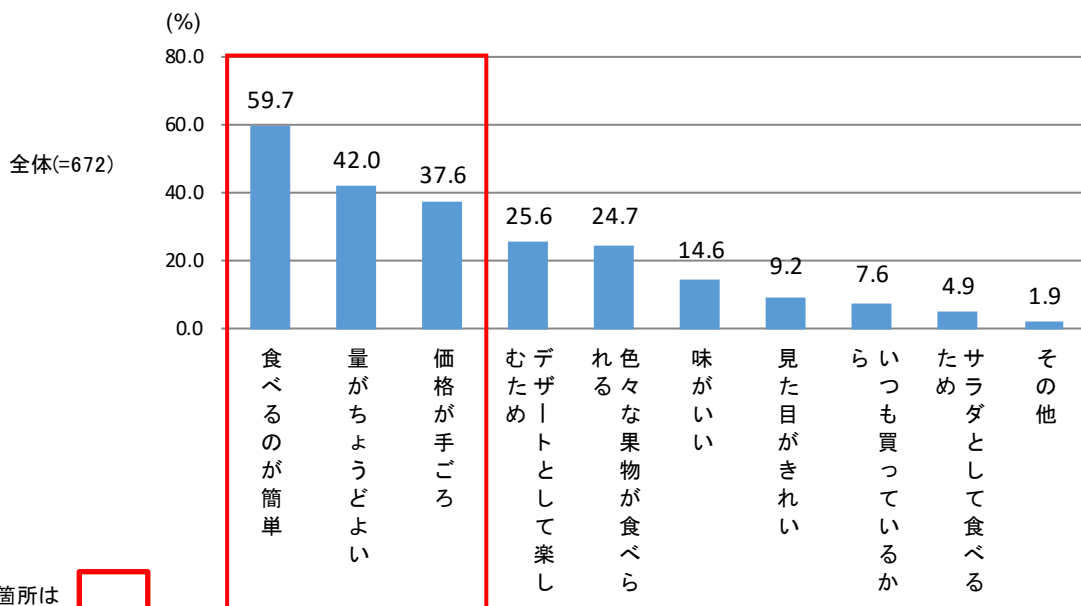
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ③カットフルーツ購入理由 [カットフルーツ購入者]

- 全体では「食べるのが簡単」が6割で最も高い。次いで、「量がちょうどよい」が4割前半、「価格が手ごろ」が3割後半で続く。
- 性別で見ると、『女性』では「量がちょうどよい」が5割弱で、『男性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『50～60代』は「食べるのが簡単」が6割台半ばで、他の年代より高い。
- 性別×年代で見ると、『男性50代』では「価格が手ごろ」が5割で、他の層より高い。

Q21. カットフルーツを購入した理由は何ですか。あてはまるものをすべてお答えください。 (MA)



※コメントで触れている箇所は

		全体	(n=672)	59.7	42.0	37.6	25.6	24.7	14.6	9.2	7.6	4.9	1.9
性別	男性	(n=299)	55.5	33.8	39.1	25.8	27.4	16.1	10.4	9.4	7.7	0.7	
	女性	(n=373)	63.0	48.5	36.5	25.5	22.5	13.4	8.3	6.2	2.7	2.9	
年代	20代	(n=103)	45.6	39.8	33.0	28.2	25.2	23.3	12.6	9.7	5.8	1.0	
	30代	(n=144)	57.6	46.5	41.0	29.2	20.8	20.1	8.3	6.3	4.2	0.7	
	40代	(n=146)	59.6	39.7	35.6	24.7	20.5	11.6	10.3	9.6	4.1	2.1	
	50代	(n=129)	65.9	38.0	44.2	23.3	27.1	14.0	6.2	6.2	5.4	1.6	
	60代	(n=150)	66.0	44.7	34.0	23.3	30.0	6.7	9.3	6.7	5.3	4.0	
性別年代	男性20代	(n=49)	36.7	32.7	36.7	22.4	24.5	24.5	18.4	14.3	6.1	2.0	
	男性30代	(n=67)	43.3	41.8	44.8	23.9	26.9	23.9	11.9	10.4	9.0	0.0	
	男性40代	(n=61)	59.0	32.8	32.8	27.9	24.6	11.5	9.8	14.8	9.8	0.0	
	男性50代	(n=48)	66.7	18.8	50.0	29.2	31.3	16.7	2.1	4.2	6.3	0.0	
	男性60代	(n=74)	68.9	37.8	33.8	25.7	29.7	6.8	9.5	4.1	6.8	1.4	
	女性20代	(n=54)	53.7	46.3	29.6	33.3	25.9	22.2	7.4	5.6	5.6	0.0	
	女性30代	(n=77)	70.1	50.6	37.7	33.8	15.6	16.9	5.2	2.6	0.0	1.3	
	女性40代	(n=85)	60.0	44.7	37.6	22.4	17.6	11.8	10.6	5.9	0.0	3.5	
	女性50代	(n=81)	65.4	49.4	40.7	19.8	24.7	12.3	8.6	7.4	4.9	2.5	
女性60代	(n=76)	63.2	51.3	34.2	21.1	30.3	6.6	9.2	9.2	3.9	6.6		
果物摂取量	200g以上	(n=102)	48.0	40.2	38.2	34.3	34.3	23.5	15.7	17.6	16.7	1.0	
	100g～200g未満	(n=266)	63.2	43.2	39.5	25.2	27.1	16.9	10.9	7.1	4.5	1.9	
	100g未満	(n=242)	60.7	43.4	37.2	26.0	19.0	10.7	6.6	5.0	0.8	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。

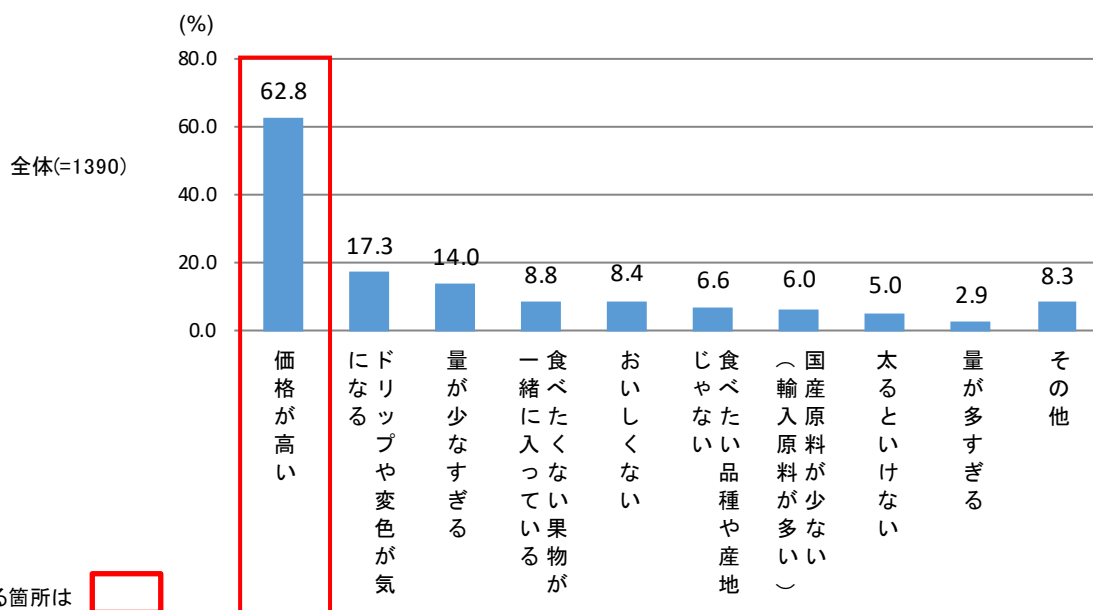
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

④カットフルーツ非購入理由 [カットフルーツ非購入者]

- 全体では「価格が高い」が6割前半で、突出して高い。
- 性別で見ると、『女性』では「ドリップや変色が気になる」が2割前半で、『男性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』は「ドリップや変色が気になる」が2割を超えている。
- 性別×年代で見ると、『女性20～30代』では「価格が高い」の割合が7割を超えており、他の層より高い。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では「価格が高い」の割合が4割台半ばで、他の層を顕著に下回っている。

Q22. カットフルーツを購入しない理由は何ですか。あてはまるものをすべてお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は  

		全体	(n=1390)	62.8	17.3	14.0	8.8	8.4	6.6	6.0	5.0	2.9	8.3	(%)
性別	男性	(n=733)	61.1	12.1	11.1	7.6	8.2	6.7	5.3	5.3	3.7	3.7	9.3	
	女性	(n=657)	64.7	23.1	17.2	10.0	8.7	6.5	6.8	4.7	2.1	7.3		
年代	20代	(n=217)	64.5	8.8	9.7	10.1	11.1	4.6	5.1	5.1	4.1	5.5		
	30代	(n=258)	67.4	16.3	13.2	7.4	8.1	5.0	5.0	5.4	2.7	8.5		
	40代	(n=328)	61.6	15.5	13.4	9.8	7.0	5.8	5.8	6.7	1.8	9.1		
	50代	(n=270)	62.6	20.4	15.2	8.5	7.4	7.0	6.3	5.6	4.4	8.9		
	60代	(n=317)	59.3	23.3	17.0	8.2	9.1	9.8	7.6	2.5	2.2	8.8		
性別年代	男性20代	(n=114)	58.8	7.0	9.6	14.0	13.2	6.1	7.9	1.8	5.3	6.1		
	男性30代	(n=136)	63.2	11.0	11.0	7.4	10.3	3.7	5.9	6.6	2.9	10.3		
	男性40代	(n=178)	60.1	10.1	9.6	5.6	5.6	7.3	2.8	7.9	2.2	10.1		
	男性50代	(n=151)	60.9	15.9	12.6	6.6	6.6	6.0	6.0	7.9	5.3	9.9		
	男性60代	(n=154)	62.3	15.6	12.3	6.5	7.1	9.7	5.2	1.3	3.2	9.1		
	女性20代	(n=103)	70.9	10.7	9.7	5.8	8.7	2.9	1.9	8.7	2.9	4.9		
	女性30代	(n=122)	72.1	22.1	15.6	7.4	5.7	6.6	4.1	4.1	2.5	6.6		
	女性40代	(n=150)	63.3	22.0	18.0	14.7	8.7	4.0	9.3	5.3	1.3	8.0		
女性50代	(n=119)	64.7	26.1	18.5	10.9	8.4	8.4	6.7	2.5	3.4	7.6			
女性60代	(n=163)	56.4	30.7	21.5	9.8	11.0	9.8	9.8	3.7	1.2	8.6			
果物摂取量	200g以上	(n=107)	45.8	27.1	21.5	6.5	15.0	3.7	8.4	3.7	4.7	8.4		
	100g～200g未満	(n=361)	62.0	21.9	16.1	10.5	9.7	6.4	8.3	4.4	3.3	7.5		
	100g未満	(n=454)	63.7	22.2	14.5	9.0	5.9	6.8	6.4	3.3	1.8	8.1		

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。

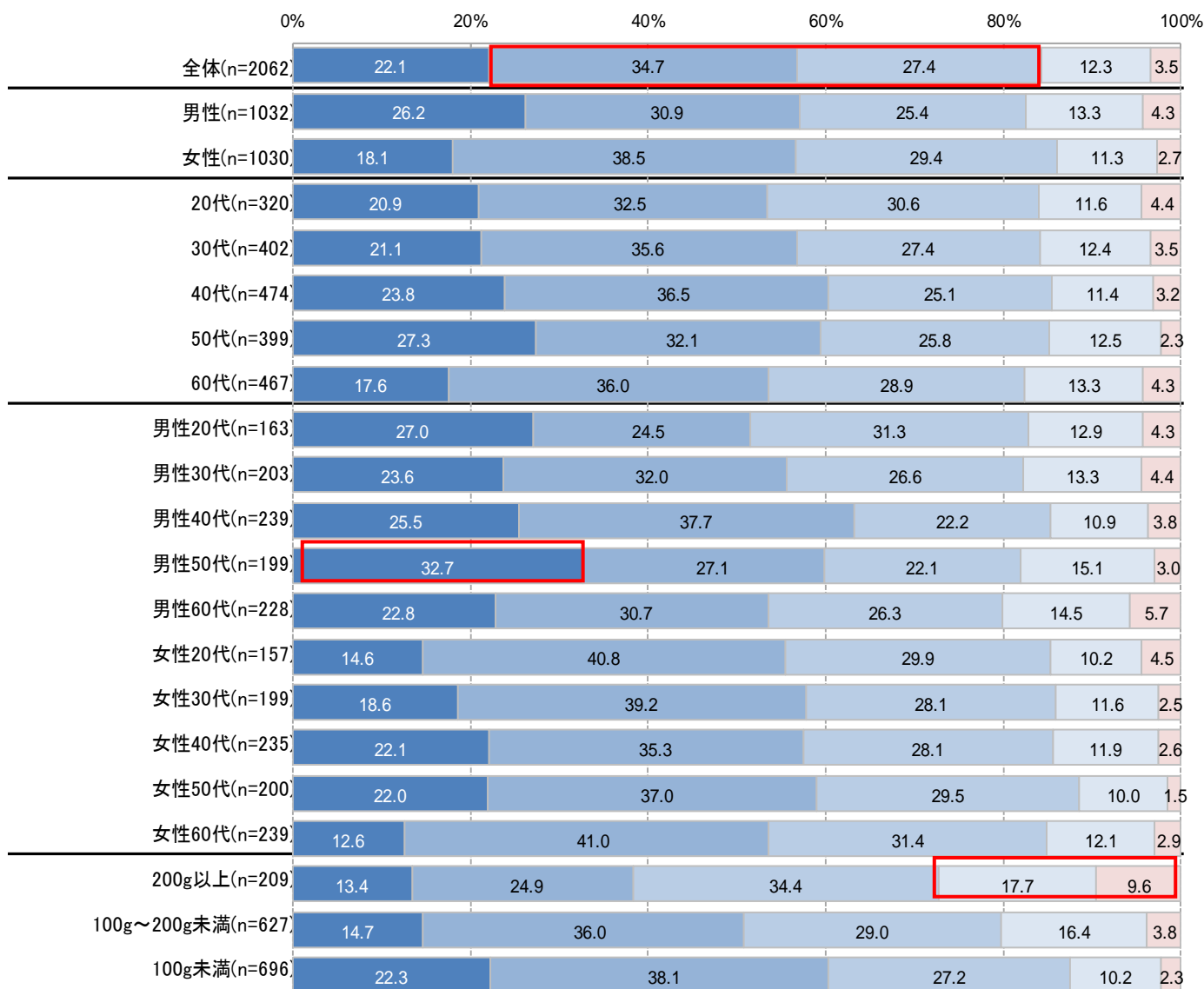
### ⑤ カットフルーツの適価値感

- 全体では「100円～199円（税込）」が3割台半ばで最も高い。「200円～299円（税込）」が2割台後半で続き、100円～299円（税込）がボリュームゾーンとなった。
- 性別×年代でみると、『男性50代』では「100円（税込）未満」が3割台前半で最も高く、他の層とやや異なる傾向となっている。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では「300円～499円（税込）」以上の割合が2割台後半で、他の層より高い。

Q23. カットフルーツの購入を考える場合、1パッケージ（一人分）の値段としてどれくらいが買いやすいと思われますか。（SA）

※コメントで触れている箇所は

■ 100円(税込)未満 ■ 100円～199円(税込) ■ 200円～299円(税込) ■ 300円～499円(税込) ■ 500円(税込)以上

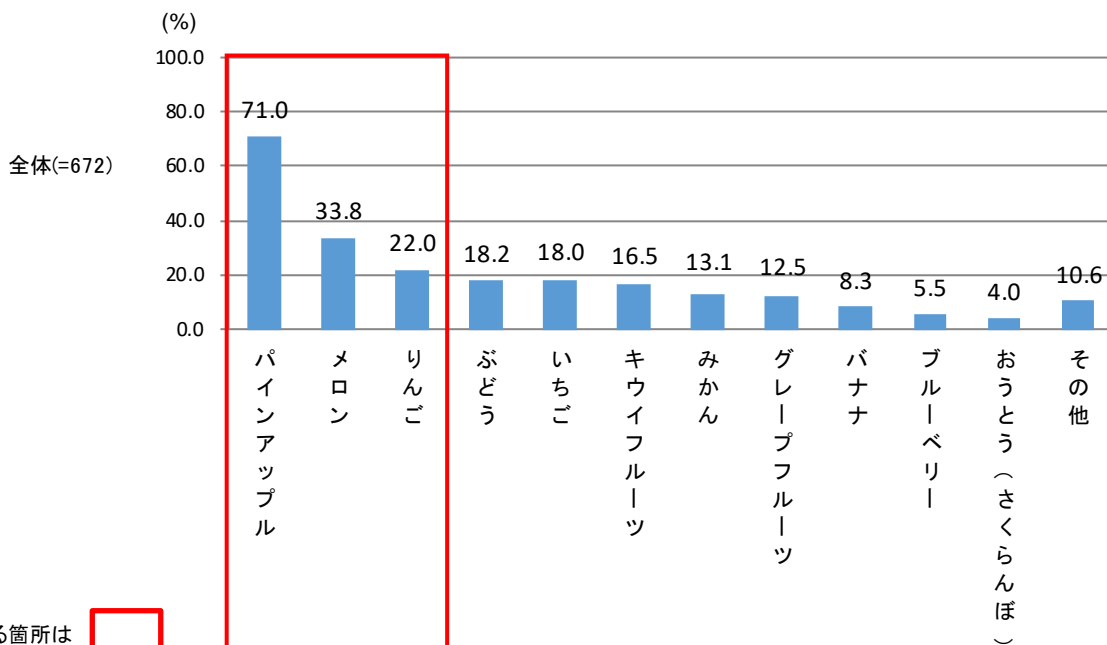


### ⑥カットフルーツの購入品目 [カットフルーツ購入者]

- 全体では「パイナップル」が7割強で、突出して高い。次いで、「メロン」が3割台半ば、「りんご」が2割台前半で続く。
- 性別で見ると、『男性』では「りんご」が3割弱で『女性』より顕著に高い。一方、『女性』では「メロン」が3割台後半で、『男性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』は「メロン」が4割台半ばで、他の年代より高い。
- 性別×年代で見ると、『女性60代』では「メロン」が5割で、他の層より高い。

Q 2 4. カットフルーツで購入することの多い品目は何ですか。(最大5つまで)

(ミックスフルーツの場合はミックスされていることの多い品目) (MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=672)	71.0	33.8	22.0	18.2	18.0	16.5	13.1	12.5	8.3	5.5	4.0	10.6
性別	男性	(n=299)	67.2	28.8	29.1	21.1	22.4	19.4	17.7	10.4	13.0	6.4	4.3	5.7	
	女性	(n=373)	74.0	37.8	16.4	15.8	14.5	14.2	9.4	14.2	4.6	4.8	3.8	14.5	
年代	20代	(n=103)	67.0	27.2	27.2	15.5	25.2	16.5	26.2	14.6	12.6	5.8	8.7	5.8	
	30代	(n=144)	72.2	30.6	27.8	16.0	16.0	11.1	16.7	6.9	6.9	4.9	1.4	5.6	
	40代	(n=146)	73.3	28.8	19.9	18.5	13.7	24.0	9.6	11.6	10.3	9.6	5.5	10.3	
	50代	(n=129)	69.0	36.4	20.9	19.4	17.1	16.3	9.3	13.2	3.9	1.6	2.3	16.3	
	60代	(n=150)	72.0	44.0	16.0	20.7	20.0	14.7	7.3	16.7	8.7	5.3	3.3	14.0	
性別年代	男性20代	(n=49)	57.1	30.6	30.6	20.4	30.6	20.4	26.5	10.2	14.3	4.1	12.2	2.0	
	男性30代	(n=67)	68.7	28.4	34.3	16.4	20.9	14.9	19.4	7.5	11.9	6.0	0.0	1.5	
	男性40代	(n=61)	70.5	16.4	29.5	18.0	18.0	31.1	19.7	11.5	21.3	11.5	4.9	3.3	
	男性50代	(n=48)	66.7	29.2	31.3	20.8	14.6	16.7	14.6	6.3	4.2	0.0	2.1	12.5	
	男性60代	(n=74)	70.3	37.8	21.6	28.4	27.0	14.9	10.8	14.9	12.2	8.1	4.1	9.5	
	女性20代	(n=54)	75.9	24.1	24.1	11.1	20.4	13.0	25.9	18.5	11.1	7.4	5.6	9.3	
	女性30代	(n=77)	75.3	32.5	22.1	15.6	11.7	7.8	14.3	6.5	2.6	3.9	2.6	9.1	
	女性40代	(n=85)	75.3	37.6	12.9	18.8	10.6	18.8	2.4	11.8	2.4	8.2	5.9	15.3	
女性50代	(n=81)	70.4	40.7	14.8	18.5	18.5	16.0	6.2	17.3	3.7	2.5	2.5	18.5		
女性60代	(n=76)	73.7	50.0	10.5	13.2	13.2	14.5	3.9	18.4	5.3	2.6	2.6	18.4		
果物摂取量	200g以上	(n=102)	59.8	27.5	31.4	23.5	25.5	24.5	24.5	17.6	15.7	12.7	8.8	4.9	
	100g~200g未満	(n=266)	77.1	39.5	21.8	19.5	20.3	15.4	9.8	14.7	8.6	6.8	4.1	9.8	
	100g未満	(n=242)	72.3	31.8	18.6	14.0	13.2	13.6	12.4	8.3	6.2	2.5	2.5	12.0	

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。

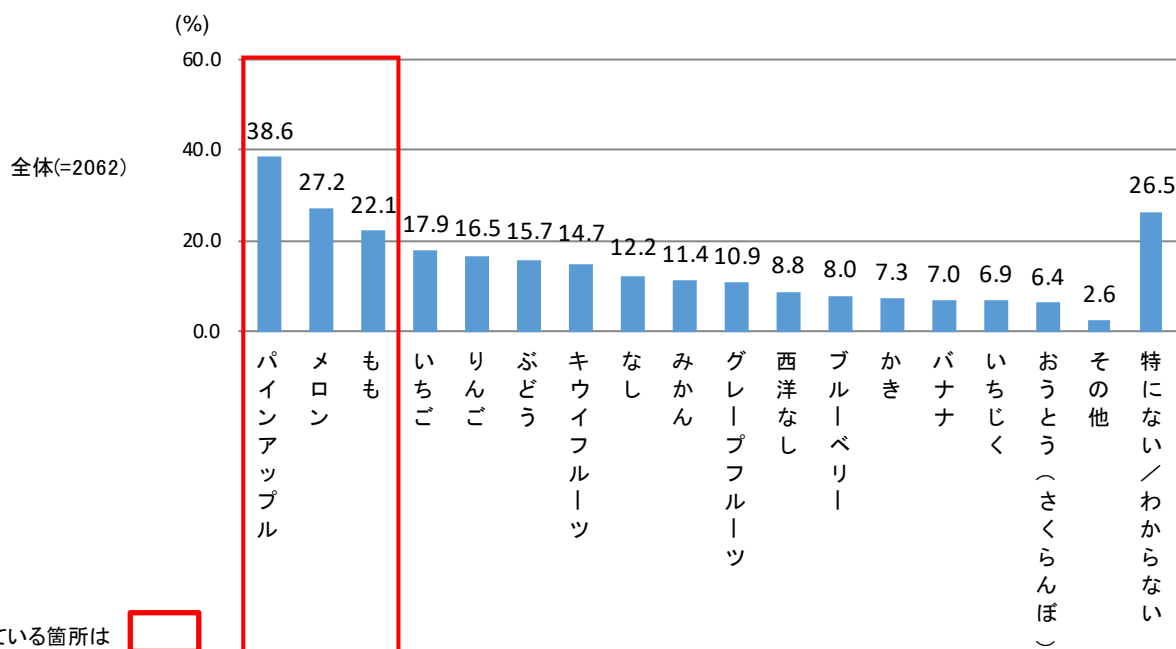
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

### ⑦カットフルーツの希望品目

- 全体では「パイナップル」が4割弱で、最も高い。次いで、「メロン」が2割台後半、「もも」が2割台前半で続く。
- 性別で見ると、『女性』では「メロン」が3割台前半で、『男性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』は「メロン」が3割台半ばで、他の年代より高い。
- 性別×年代で見ると、『女性20～50代』では「パイナップル」が4割を超えている。

Q25. カットフルーツとして、是非とも食べたい品目は何ですか。(最大5つまで) (MA)



※コメントで触れている箇所は

		全体	(n=2062)	38.6	27.2	22.1	17.9	16.5	15.7	14.7	12.2	11.4	10.9	8.8	8.0	7.3	7.0	6.9	6.4	2.6	26.5
性別	男性	(n=1032)	34.1	22.1	20.3	15.3	19.5	12.9	12.2	13.7	12.9	7.8	8.0	6.5	6.4	10.0	3.9	4.2	1.5	32.2	
	女性	(n=1030)	43.0	32.3	23.9	20.6	13.5	18.5	17.2	10.8	9.9	14.0	9.6	9.4	8.2	4.1	9.9	8.5	3.8	20.8	
年代	20代	(n=320)	38.4	22.2	26.6	26.3	18.8	18.4	14.1	19.7	11.3	9.7	8.1	5.6	9.1	5.9	7.8	1.3	24.1		
	30代	(n=402)	41.0	27.4	26.9	20.1	22.9	17.7	15.2	14.7	16.2	12.9	9.7	6.2	7.2	9.0	7.0	6.5	1.7	18.4	
	40代	(n=474)	39.0	22.8	22.8	20.7	15.2	16.0	14.8	12.9	8.2	12.0	8.9	9.5	8.4	5.9	8.2	6.5	2.5	25.9	
	50代	(n=399)	38.6	26.1	20.6	16.8	10.8	14.3	15.0	11.0	10.0	12.8	11.0	8.5	6.3	6.5	7.5	6.5	3.3	28.8	
	60代	(n=467)	36.0	36.0	15.6	12.4	10.5	12.8	11.3	9.2	6.0	6.0	5.6	7.3	8.1	5.6	5.6	4.9	3.9	33.6	
性別年代	男性20代	(n=163)	30.7	17.8	23.3	16.6	29.4	17.2	16.6	12.9	20.9	6.7	11.7	5.5	5.5	11.0	3.1	6.1	0.6	29.4	
	男性30代	(n=203)	35.5	21.7	22.2	15.8	26.1	13.8	11.8	16.7	19.2	10.3	9.4	6.9	4.9	14.8	4.4	3.9	0.5	22.7	
	男性40代	(n=239)	34.3	15.5	21.3	17.2	19.7	10.5	13.0	14.6	10.0	10.5	6.7	7.1	7.5	8.4	2.9	5.0	0.4	32.6	
	男性50代	(n=199)	31.7	23.1	20.6	13.6	11.6	9.0	11.6	12.1	11.6	8.5	8.0	5.0	3.0	7.5	6.0	2.5	2.5	39.2	
	男性60代	(n=228)	37.3	31.6	15.4	13.6	13.2	14.9	9.2	11.8	5.7	2.6	5.7	7.5	10.1	8.8	3.1	3.5	3.1	36.0	
	女性20代	(n=157)	46.5	26.8	29.9	24.8	22.9	20.4	20.4	15.3	18.5	15.9	7.6	10.8	5.7	7.0	8.9	9.6	1.9	18.5	
	女性30代	(n=199)	46.7	33.2	31.7	24.6	19.6	21.6	18.6	12.6	13.1	15.6	10.1	5.5	9.5	3.0	9.5	9.0	3.0	14.1	
	女性40代	(n=235)	43.8	30.2	24.3	24.3	10.6	21.7	16.6	11.1	6.4	13.6	11.1	11.9	9.4	3.4	13.6	8.1	4.7	19.1	
	女性50代	(n=200)	45.5	29.0	20.5	20.0	10.0	19.5	18.5	10.0	8.5	17.0	14.0	12.0	9.5	5.5	9.0	10.5	4.0	18.5	
	女性60代	(n=239)	34.7	40.2	15.9	11.3	7.9	10.9	13.4	6.7	6.3	9.2	5.4	7.1	6.3	2.5	7.9	6.3	4.6	31.4	
果物摂取量	200g以上	(n=209)	39.2	28.7	21.5	23.0	18.7	18.7	21.1	14.4	12.4	10.0	11.0	10.0	11.5	8.6	9.6	6.2	3.3	17.7	
	100g～200g未満	(n=627)	46.9	30.8	23.8	18.3	18.3	15.5	16.7	10.2	9.3	13.1	10.8	10.4	7.5	6.2	7.7	7.7	2.7	19.3	
	100g未満	(n=696)	40.2	30.7	22.6	18.1	13.6	17.2	14.5	12.5	12.4	11.9	7.9	8.0	7.3	7.2	8.2	7.5	2.6	22.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

## (6) カットフルーツについて まとめ

- カットフルーツを現在購入している人は32.6%。
  - 購入頻度は1か月に1回未満が最多。
  - 購入場所は「スーパーマーケット」が中心。
  - 購入理由では「食べるのが簡単」「量がちょうどよい」「価格が手ごろ」がTOP3。
  - 非購入理由では「価格が高い」が突出。
  - 適価感では100円～299円(税込)がボリュームゾーン。
- 値ごろ感の訴求により、新たな需要を開拓できる可能性がある。
- 購入品目は「パイナップル」「メロン」「りんご」など。
  - 希望品目は「パイナップル」「メロン」「もも」など。

- カットフルーツを現在購入している人は32.6%。購入経験がない人が42.1%を占める。(p55～56)
- 現在購入している人の頻度では、「1か月に1日より少ない」の割合が14.4%で最も高い。(p55～56)
- 購入場所は「スーパーマーケット」が突出。(p57)
- 20代では「コンビニエンスストア」の割合が高め。(p57)
- 果物摂取量が多い層では「青果店」の割合が高め。(p57)
- 購入理由では「食べるのが簡単」が59.7%で最も高く、「量がちょうどよい」が42.0%、「価格が手ごろ」が37.6%で続く。(p58)
- 非購入理由では「価格が高い」が62.8%で、突出して高い。(p59)
- 適価感では、100円～299円(税込)がボリュームゾーン。(p60)
- 購入品目では「パイナップル」が突出。「メロン」「りんご」が続く。(p61)
- 男性は「りんご」、女性は「メロン」が高め。(p61)
- 60代は「メロン」が4割超と高め。(p61)
- 希望品目では「パイナップル」「メロン」「もも」が中心。(p62)
- 女性は「メロン」が高め。(p62)
- 60代は「メロン」が3割超と高め。(p62)





## (1) 日常の果物の消費行動について

- 果物を200g以上摂取できている人の割合は13.6%（令和3年度調査13.0%）からわずかながら増加）。
- 果物のほぼ毎日摂取者は22.4%（令和3年度23.0%からは0.8ポイント減少）、週1回以上摂取者は56.0%（同1.9ポイント減少）。
- 女性、高齢層は依然として、男性、若年層よりも摂取頻度が高い。
- 「おいしく好きだから」果物を摂取する人が増加傾向。
- 毎日喫食の阻害要因は、従前と同様に「他の食品に比べて値段が高いから」が最多。



果物摂取頻度・摂取量は、長期にわたり僅かな増減を繰り返す状況が続いており、女性・高齢層優位の傾向も変わらないなど、消費の構造は変化していない。主な阻害要因として「値段が高い」はずっと継続しているが、特に昨今の物価高騰なども悪影響となり得る。果物の摂取のための動機の形成が必要な状況は変わっていない。

## (2) 今後の果物の摂取意向

- 3人に1人が果物の摂取量を増やしたいと考えているが、その割合は、前回調査からわずかに減少している。
- 摂取量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」「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」が中心。
- 元々の摂取量が多いほど「健康や美容にいい果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」の割合が高い。
- 果物加工品の消費意向は「カットフルーツ」「果汁（100%ジュース/ストレート）」「フルーツヨーグルト」を増やしたい人が2割程度でやや高め。
- 果物摂取量が多いほど、全般的に果物加工品の消費も増やしたい意向が高い。



果物摂取意向は漸減の兆しもみられ、食べやすさを考えた商品の展開など、中長期的なてこ入れは必要と思われる。また、果物消費量の高い者は果物加工品の消費量も高いなどの連動も認められることから、関連商品との相乗効果も考慮したい。

### (3) 果樹振興法14品目について

- 月に1回以上喫食している割合が高い品目は「りんご」47.5%と「みかん」41.6%。
- 今後、購入量を増やしたい品目でもトップ2は「みかん」「りんご」であり、この2品目中心の傾向が継続すると考えられる。



両定番品の喫食・意向は安定しているが、続くものとしてはキウイフルーツ・パインアップルなど輸入果物も目立つ。こうした点から、販促施策の展開において輸入果物との連携をはかることなども考慮しながら、国産果物の訴求を引き続き進めたい。

### (4) 果物消費拡大施策について

- 果物購入時希望情報の上位は「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」。高年代層では「鮮度の見分け方」も。
- 果物消費拡大施策については「果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる」の認知が2割を超えたが、全般的に認知が低い。



消費拡大施策については、過去にも指摘した通り、認知の低さは解消されていない。引き続き施策の立て直し・強化が必要と思われる。

## (5) コロナウィルス感染症の果物消費への影響

- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、果物摂取量が「増加した」人は全体の1割弱。
- 増加理由は「おいしいから」「家で食事やおやつを食べることが増えたから」「健康増進のため」「免疫力・抵抗力の強化のため」など。
- 摂取量が増加した品目は「りんご」「バナナ」「キウイフルーツ」「みかん」など。



昨年指摘した『感染の落ち着き』による消費低迷は顕在化していないが、今後の物価高騰による消費の低迷なども懸念されるため、感染の動向にも留意しつつ、果物摂取のメリットをはかることが望まれる。

## (6) カットフルーツについて

- カットフルーツ現在購入割合は32.6%。購入頻度は1か月に1回未満、購入場所はスーパーマーケットが、それぞれ中心。
- 購入理由上位は「食べるのが簡単」「量がちょうどよい」「価格が手ごろ」。
- 非購入理由では「価格が高い」が突出。
- 適価感では100円～299円（税込）がボリュームゾーン。
- 購入品目は「パインアップル」「メロン」「りんご」など。
- 希望品目は「パインアップル」「メロン」「もも」など。



“食べやすさ”感を高めるものとしてのカットフルーツであるが、購入は3人に1人程度。男性が少ないなどの弱点もみられる。また、割高感が購入阻害要因になる傾向も認められるため、原価等の問題もあると思われるが、量目や加工方法を工夫するなど、適切かつ手頃な価格での提供が望まれるところである。



## 果物についてのアンケート

下記アンケートにご協力お願いいたします。

## 当アンケートの回答者の皆様へお願い

マグロミルモニタの各種モニタ機能にはモニタ規約にて「調査についての守秘義務」の趣意をお願いしています。

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

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

## ※「生鮮果物」の主な例

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

## ※「果物加工品」の主な例

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

・ ①必須入力(全項目)

## 【現在の果物摂取についてお聞きます】

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

【必須入力】

	1 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/食べない(月1日未満)
1. 果物を買う頻度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果物を食べる頻度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



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】 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】

**Q2** 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 美音に良いから	6 習慣になっているから	7 手間がかからずいつでも食べられるから	8 安心して食べられるから	9 その他
1. あてはまる理由(いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に

..... ✂ ここ改ページ .....

- ・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】

**Q3** 果物を(毎日)食べる理由は何ですか。  
【必須入力】

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





- ・ セレクト条件：【Q4】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: 【Q4】
- ・ SA 項目【2】

**Q6** 国で毎日【Q4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 値段が高く食費に余裕がないから	4 一度にそんなに量を食べられないから	5 太るといけないから	6 食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから	7 重くて購入が大変だから	8 あまり好きでないから	9 その他
1. あてはまる理由(いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
									<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="checkbox"/> 具体的に



- ・ セレクト条件：【Q1項目2】で1-4と答えた方
- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ ①項目【1】 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ご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 料理に使用して	7 フルーツサラダとして	8 ゼリーとして	9 スムージーとして	10 ミルクをかけて	11 その他
1. あてはまるもの(いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に
2. 最もあてはまるもの(ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に

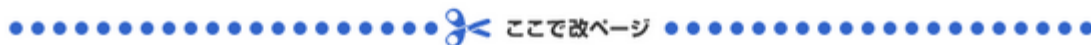


・ ①: 必須入力  
 ・ ①37\_FA: 必須入力

**Q8** あなたは果物どのようなイメージがありますか。(いくつでも)

【必須入力】

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



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

**Q9** 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(味にバラつきがない)
- 4. 皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がない(など)簡単に食べられる果物(品種)
- 5. 健康や美容(エイジング)機能性の高い果物
- 6. 今よりも1つの実が大きい果物
- 7. 今よりも1つの実が小さい(1人分サイズ)の果物
- 8. 冷凍果物
- 9. カットフルーツやパックゼリーなど簡単に食べられる果物加工品
- 10. 産直(宅配)、直売などにより新鮮な果物
- 11. 生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物
- 12. 農業をできるだけ使っていない果物
- 13. 料理や調理方法に合った果物(品種)
- 14. 今までに食べたことがない(日本ではあまり食べることが出来ない)珍しい果物
- 15. 購入後傷みにくい果物(日持ちがする果物)
- 16. 季節を問わず、1年中購入できる果物
- 17. その他(具体的に: )
- 18. 提供方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはい



ここで改ページ

- ・ ①必須入力
- ・ ①19\_FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 20. 販売方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはい
- ・ 選択肢リバースランダムイズ: 選択肢1-18

**Q10** 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ると思いますか。(いくつでも)

【必須入力】

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



ここで改ページ

- ・ ①必須入力(全項目)
- ・ 項目リバーシランダムイズ : 項目1-14

**Q11** 果物を手軽に摂取できる方法として果物加工品がありますが、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えますか。

【必須入力】

	1 増やしたい	2 変えようと思わない	3 減らしたい
1. 果汁(100%ジュース/濃縮還元) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果汁(100%ジュース/ストレート) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 果汁10%以上のジュース →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. ミックスジュース →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. スムージー →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. ジャム類(フルーツジャム) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 果物缶詰 →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. カットフルーツ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. フルーツゼリー →	<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"/>
11. フルーツパフェ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. フルーツサンド →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. フルーツケーキ →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. フルーツヨーグルト →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

..... ✂ ここまで改ページ .....

- ・ ①必須入力
- ・ マルチの選択数: 上限を設定→【3】個まで選択
- ・ 排他選択数: 11.この中であてはまるものはない✓わからない
- ・ 選択数ランダムイズ : 選択数1-10

**Q12** 果物について知っておきたいことは何ですか。  
上位3つまでお答え下さい。

【必須入力】(0個まで選択)

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

..... ✂ ここまで改ページ .....

・ ①必須入力(全項目)

**Q13** 以下のそれぞれの食材について、あなたがそれを召し上がる量・頻度をお答えください。

【必須入力】

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



ここで改ページ

・ ①必須入力

・ 排他選択肢: 15. この中にあてはまるものはなし/わからない

**Q14** 以下のそれぞれの果物のうち、あなたが今後、買う量を増やしたいと思うものがありましたら、  
全てお答えください。

【必須入力】


1. みかん
2. その他のかんきつ類
3. りんご
4. ぶどう
5. なし
6. もも
7. おうとう(さくらんぼ)
8. びわ
9. かき
10. くり
11. うめ
12. すもも
13. キウイフルーツ
14. バイナップル
15. この中にあてはまるものはなし/わからない




ここで改ページ

①必須入力(全項目)

**Q15** 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かもしれない気がする	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200グラム(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. 「毎日くだもの200グラム！」という標語	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 「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"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 機能性表示(みかんのβクリプトキサンチン、りんごのプロシアニジン)をしているものがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

.....  ここまで改ページ .....

・ ①必須入力

**Q16** 新型コロナウイルスの感染拡大に伴って、果物の摂取量は変化しましたか。

【必須入力】

1. 増加した  
 2. 減少した  
 3. 変わらない

..... ✂ ここまで改ページ .....

- ・ セレクト条件：【Q16】で1と答えた方  
 ・ ①必須入力  
 ・ ①6.FA: 必須入力  
 ・ 排他選択肢: 7. 特に理由はない  
 ・ 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-5

**Q17** 果物の摂取量が増えた方にお聞きます。  
 増えた理由は何ですか。(いくつでも)

【必須入力】

1. 家で食事やおやつを食べることが増えたから  
 2. 健康増進のため  
 3. 免疫力・抵抗力の強化のため  
 4. おいしいから  
 5. ストレスの緩和のため  
 6. その他(具体的に: )  
 7. 特に理由はない

..... ✂ ここまで改ページ .....

- ・ セレクト条件：【Q16】で1と答えた方  
 ・ ①必須入力  
 ・ ①12.FA: 必須入力  
 ・ 選択肢ランダムイズ: 選択肢13-11

**Q18** 果物の摂取量が増えた方にお聞きます。  
 どんな果物の摂取が増えましたか。(いくつでも)

【必須入力】

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. みかん       | <input type="checkbox"/> 7. なし                                |
| <input type="checkbox"/> 2. その他のかんきつ類 | <input type="checkbox"/> 8. かき                                |
| <input type="checkbox"/> 3. りんご       | <input type="checkbox"/> 9. キウイフルーツ                           |
| <input type="checkbox"/> 4. ぶどう       | <input type="checkbox"/> 10. パインアップル                          |
| <input type="checkbox"/> 5. もも        | <input type="checkbox"/> 11. バナナ                              |
| <input type="checkbox"/> 6. おうとうさくらんぼ | <input type="checkbox"/> 12. その他(具体的に: <input type="text"/> ) |

..... ✂ ここまで改ページ .....

①必須入力

**Q19** あなたは、カットフルーツを、どれくらいの頻度で購入していますか。  
現在は買われていない方は、買っていた当時の頻度をお答えください。

【必須入力】

【カットフルーツを現在買っている(買う頻度をお答えください)】

1. 1割ほ毎日(1週間に4日以上)  
 2. 1週間に2～3日程度  
 3. 1週間に1日程度  
 4. 1か月に2～3日程度  
 5. 1か月に1日程度  
 6. 1か月に1日より少ない

【カットフルーツを以前は買っていたが、現在は買っていない(買っていた当時の頻度をお答えください)】

7. 1割ほ毎日(1週間に4日以上)  
 8. 1週間に2～3日程度  
 9. 1週間に1日程度  
 10. 1か月に2～3日程度  
 11. 1か月に1日程度  
 12. 1か月に1日より少なかった

【カットフルーツを買ったことはない】

13. カットフルーツを買ったことはない

..... ✂ ここまで改ページ .....

- ・ セレクト条件：【Q19】で1-6と答えた方
- ・ ①必須入力
- ・ ④9\_FA: 必須入力
- ・ 選択肢ランダムイズ：選択肢1-8

**Q20** あなたは、カットフルーツをどこで購入しますか。  
購入することのある店を全てお答えください。(いくつでも)

【必須入力】

1. スーパーマーケット  
 2. コンビニエンスストア  
 3. 青果店  
 4. 百貨店  
 5. ドラッグストア  
 6. 宅配  
 7. インターネット通信販売  
 8. 自動販売機  
 9. その他

..... ✂ ここまで改ページ .....



- ・ セレクト条件：【Q19】で1-6と答えた方
- ・ ①必須入力
- ・ ⑩ FA: 必須入力
- ・ 選択肢ランダムイズ：選択肢1-9

**Q21** カットフルーツを購入した理由はなんですか。  
あてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも)  
【必須入力】

- 1. 食べるのが簡単
- 2. 色々な果物が食べられる
- 3. 量がちょうどよい
- 4. 価格が手ごろ
- 5. 味がいい
- 6. 見た目がきれい
- 7. いつも買っているから
- 8. サラダとして食べるため
- 9. デザートとして楽しむため
- 10. その他



ここで改ページ

- ・ セレクト条件：【Q19】で7-13と答えた方
- ・ ①必須入力
- ・ ⑩ FA: 必須入力
- ・ 選択肢ランダムイズ：選択肢1-9

**Q22** カットフルーツを購入しない理由はなんですか。  
あてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも)  
【必須入力】

- 1. 価格が高い
- 2. 量が多すぎる
- 3. 量が少なすぎる
- 4. 食べたくない果物が一緒に入っている
- 5. おいしくない
- 6. 太るといけない
- 7. ドリップや実色が気になる
- 8. 国産原料が少ない(輸入原料が多い)
- 9. 食べたい品種や産地じゃない
- 10. その他



ここで改ページ

・ ①必須入力

**Q23** カットフルーツの購入を考慮する場合、パッケージ(一人分)の値段としてどれくらいが買やすいと思われますか。  
※普段購入しない方は、購入を想定してお答えください。

【必須入力】

- 1. 100円(税込)未満
- 2. 100円～199円(税込)
- 3. 200円～299円(税込)
- 4. 300円～499円(税込)
- 5. 500円～699円(税込)
- 6. 700円～899円(税込)
- 7. 900円(税込)以上



ここで改ページ

- ・ セレクト条件：【Q19】で1-6と答えた方
- ・ ①必須入力
- ・ ①I2\_FA: 必須入力
- ・ マルチの選択数：上限を設定→【5】個まで選択
- ・ 選択語ランダムイズ：選択語1-11

**Q24** カットフルーツで購入することの多い品目は何ですか。(最大5つまで)  
(ミックスフルーツの場合はミックスされていることの多い品目)

【必須入力】(5個まで選択)

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. リンゴ     | <input type="checkbox"/> 7. パナナ                       |
| <input type="checkbox"/> 2. バインアップル | <input type="checkbox"/> 8. グレープフルーツ                  |
| <input type="checkbox"/> 3. ぶどう     | <input type="checkbox"/> 9. ブルーベリー                    |
| <input type="checkbox"/> 4. キウイフルーツ | <input type="checkbox"/> 10. おうとう(さくらんぼ)              |
| <input type="checkbox"/> 5. メロン     | <input type="checkbox"/> 11. みかん                      |
| <input type="checkbox"/> 6. いちご     | <input type="checkbox"/> 12. その他 <input type="text"/> |



ここで改ページ

- ・ ①必須入力
- ・ ①17\_FA: 必須入力
- ・ マルチの選択数: 上限を設定→【5】個まで選択
- ・ 排他選択数: 18. 特になし/わからない
- ・ 選択数ランダムイズ : 選択数1-16

**Q25** カットフルーツとして、是非とも(今後も)食べたい品目は何ですか。(最大5つまで)

【必須入力】(5個まで選択)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. りんご          | <input type="checkbox"/> 11. みかん                      |
| <input type="checkbox"/> 2. バイナップル       | <input type="checkbox"/> 12. もも                       |
| <input type="checkbox"/> 3. ぶどう          | <input type="checkbox"/> 13. なし                       |
| <input type="checkbox"/> 4. キウイフルーツ      | <input type="checkbox"/> 14. かき                       |
| <input type="checkbox"/> 5. メロン          | <input type="checkbox"/> 15. 西洋なし                     |
| <input type="checkbox"/> 6. いちご          | <input type="checkbox"/> 16. いちじく                     |
| <input type="checkbox"/> 7. バナナ          | <input type="checkbox"/> 17. その他 <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> 8. グレープフルーツ     |   |
| <input type="checkbox"/> 9. ブルーベリー       | <input type="checkbox"/> 18. 特になし/わからない               |
| <input type="checkbox"/> 10. おうとうく(くらんぼ) |   |

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

送 信