

令和五年度

果物の消費に関するアンケート調査報告書

令和6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が、なかなかその解消の兆しは見ておりません。

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。一方で、円安の影響で輸入果実の価格が上昇し、国産果実との価格差が縮小してきております。

国内の果実産業はこのような状況を活用し消費者のニーズに応えた商品提供を通じて果実の潜在的な需要を顕在化させ、輸入果実の市場を取り戻すことが求められています。

中央果実協会では、果実の消費拡大と国内生産の拡大に資するため、従来から毎年、果実消費のアンケート調査を実施しております。

令和5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を行うとともに、近年、若い人たちの間で話題となっているフルーツパフェの消費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、上記のような状況の中で、果実の生産者、流通、小売の関係者にとって消費者のニーズ、趣向の変化を捉え、果物の消費を拡大する取り組みの一助となり、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6年3月

公益財団法人 中央果実協会

理事長 村上秀徳

1. アンケート調査の実施概要

【1】調査目的	… …	7
【2】本調査で把握すべきこと	… …	7
【3】調査方法	… …	7
【4】本調査における言葉の定義	… …	8
【5】調査項目	… …	8
【6】回答者プロフィール	… …	10
【7】分析軸について	… …	11

2. アンケート調査の分析結果

(1) 日常の果物の消費行動

①－1 果物の摂取量(一日平均)喫食者ベース	… …	14
①－2 果物の摂取量(一日平均)全体ベース	… …	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 果物を毎日摂らない理由	… …	22
⑥－2 果物を毎日摂らない理由	… …	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品目の平均喫食量	… … 42
② 果樹振興法15品目の平均喫食量　n数表	… … 43
まとめ	… … 44
（４）果物消費拡大施策について	
① 果物購入時の希望情報	… … 46
②－１ 果物消費拡大施策の認知	… … 47
②－２ 果物消費拡大施策の認知（認知計）	… … 48
まとめ	… … 49
（５）フルーツパフェについて	
① フルーツパフェ好意度	… … 51
② フルーツパフェ喫食頻度	… … 52
③ フルーツパフェ購入・喫食チャネル	… … 53
④ フルーツパフェで好む果物	… … 54
⑤ フルーツパフェの価格帯	… … 55
⑥ フルーツパフェ喫食理由	… … 56
まとめ	… … 58
（６）情報手段について	
① 果物情報の希望チャネル	… … 60
② SNS・インターネットの利用	… … 61
③ 果物消費促進情報	… … 62
④ 果物消費促進イベント	… … 63
まとめ	… … 64
３．調査のまとめ	… … 66
４．調査票（調査画面）	… … 71

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

【3】調査方法

（1）調査客体

全国2,062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2,062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5年10月26日（木）～10月30日（月）

（4）回収状況

有効票 合計：2,000サンプル

【4】本調査における言葉の定義

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

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

また、単数選択は（ＳＡ）、複数選択は（ＭＡ）と表示した。

【5】調査項目

（１）日常の果物の消費行動

- ①果物の摂取量
- 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

(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品目の平均喫食量

(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) フルーツパフェについて

- ① フルーツパフェ好意度
- ② フルーツパフェ喫食頻度
- ③ フルーツパフェ購入・喫食チャネル
- ④ フルーツパフェで好む果物
- ⑤ フルーツパフェの価格帯
- ⑥ フルーツパフェ喫食理由

(6) 情報手段について

- ① 果物情報の希望チャネル
- ② SNS・インターネットの利用
- ③ 果物消費促進情報
- ④ 果物消費促進イベント

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)	6.0	9.6	7.5	12.0	9.0	14.0	8.6	10.8	22.6

<未婚婚>

	未婚	既婚
全体 (n=2,062)	49.4	50.6

<子供有無>

	子供なし	子供あり
全体 (n=2,062)	58.2	41.8

<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)	0.8	1.6	19.6	12.9	13.7	4.6	2.4	13.0	13.6	3.8	2.8	11.3

<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)	8.7	17.7	18.2	12.9	8.8	4.2	1.9	1.3	1.1	14.5	10.7

<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)	34.6	21.8	14.1	6.8	2.5	1.2	0.5	0.3	0.1	7.6	10.4

<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=2,062)	5.0	0.6	0.6	1.6	0.5	0.5	0.7	1.5	1.5	1.0	7.6	5.2
	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
	16.2	9.1	1.6	0.9	0.8	0.7	0.2	1.0	1.3	2.5	6.7	1.0
	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県
	1.2	1.9	8.2	4.6	1.1	0.6	0.3	0.4	1.6	1.6	0.8	0.6
	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	
	0.2	0.8	0.3	3.2	0.3	0.7	0.6	0.8	0.5	0.6	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4年の調査結果を時系列比較のために掲載した。

2. アンケート調査の分析結果

（１）日常の果物の消費行動

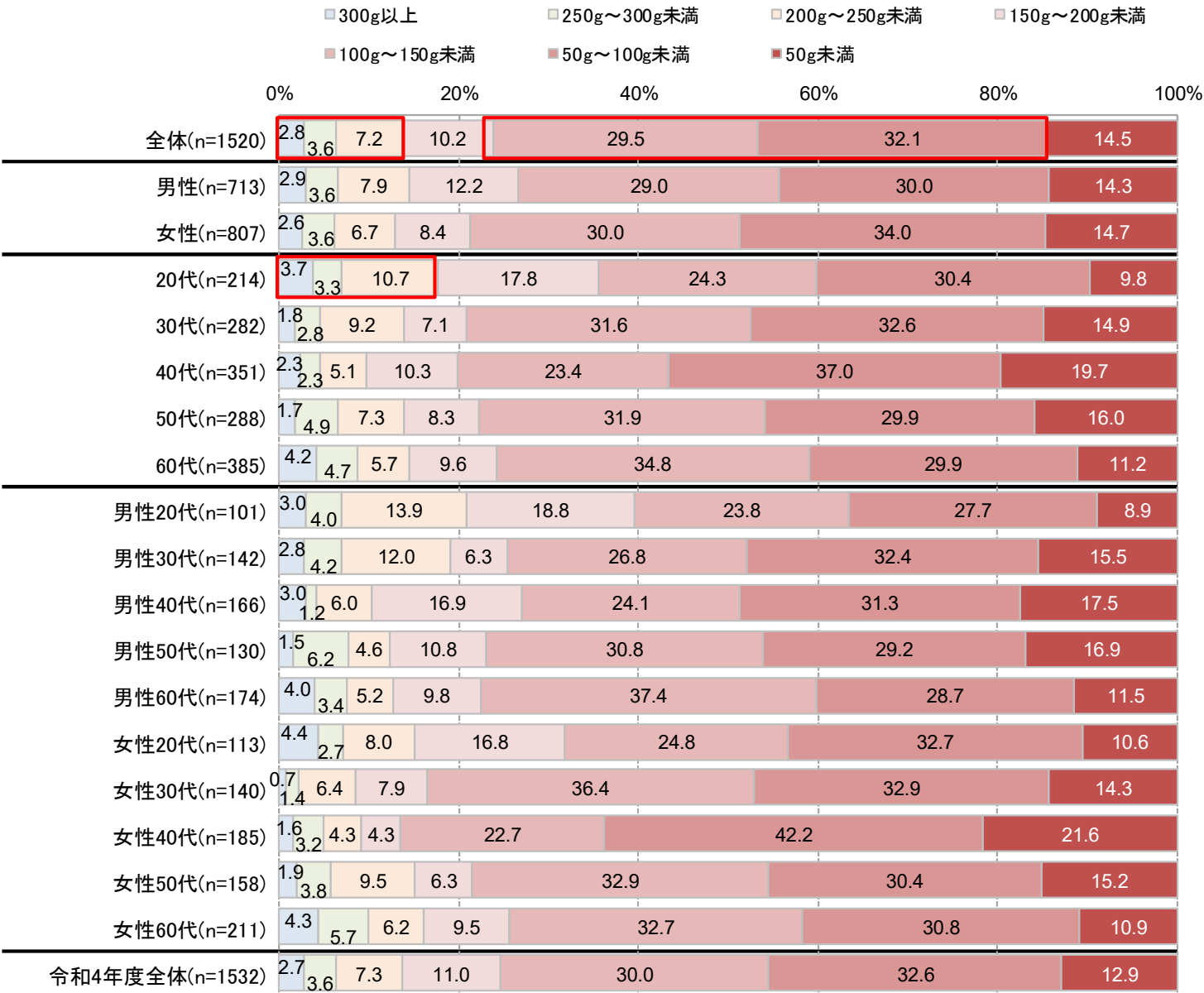
①ー1 果物の摂取量（一日平均）喫食者ベース [果物月1回以上喫食層]

- 月1回以上喫食者ベースでみると、果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体の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4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。
- 一日平均200g以上摂取できている割合を年代別でみると、『20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



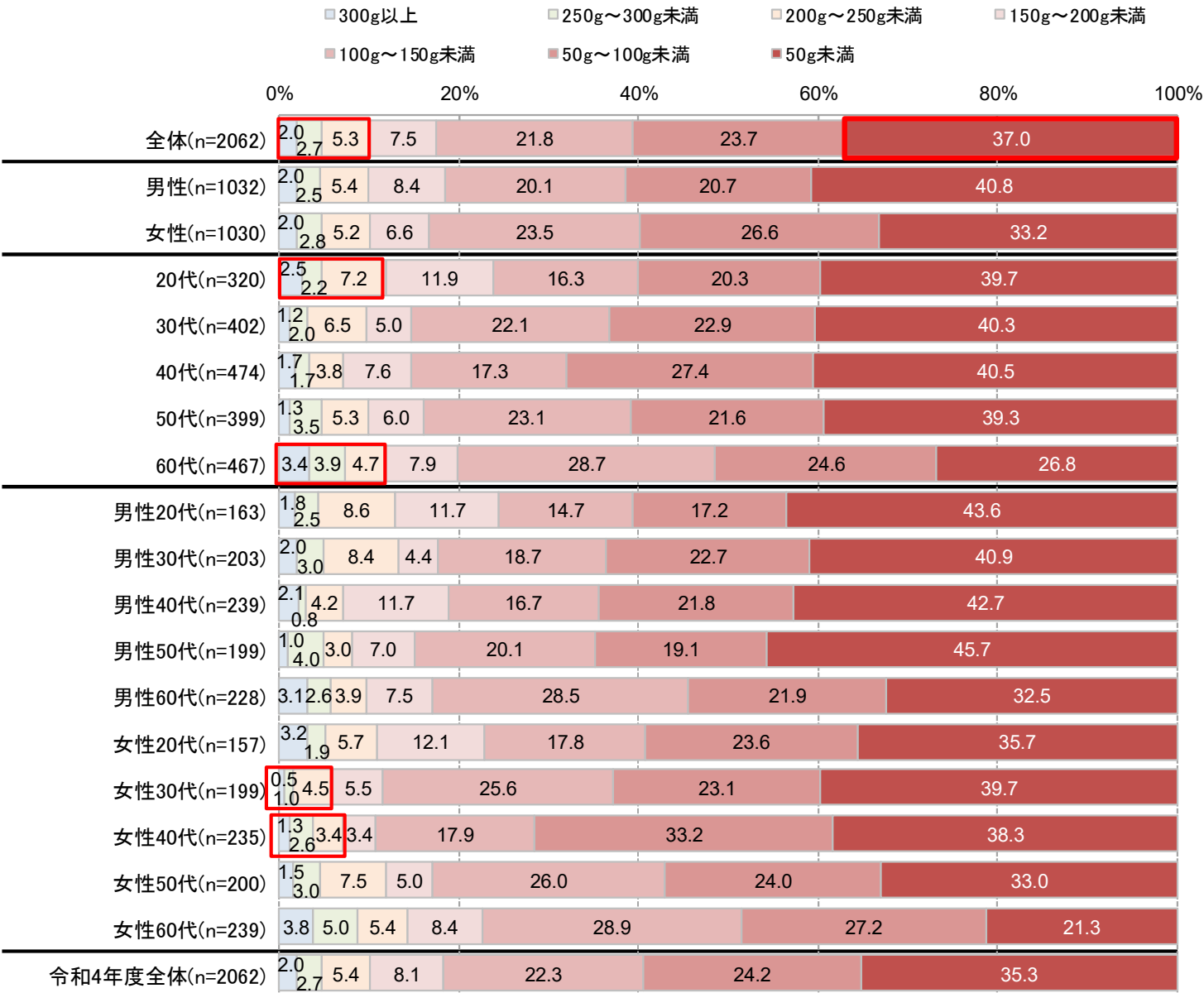
①ー2 果物の摂取量（一日平均）全体ベース

- 果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体では10.0%。
- 全体では、「50g未満」が37.0%と最も高く、以下「50g～100g未満」「100g～150g未満」の順に高い。
- 令和4年度結果と比較すると、一日平均200g以上摂取の割合は、ほぼ横ばい。（2021年10.1%→2022年10.0%→2023年10.0%）
- 一日平均200g以上摂取できている割合を年代別でみると、『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。
- 30代、40代の女性は、一日平均200g以上摂取できている割合は、それぞれ6.0%、7.3%にとどまっており、特に40代の女性では1日100g未満が71.5%と、他の世代に比べて高くなっている。

Q 4. 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。（S A）

※コメントで触れている箇所は



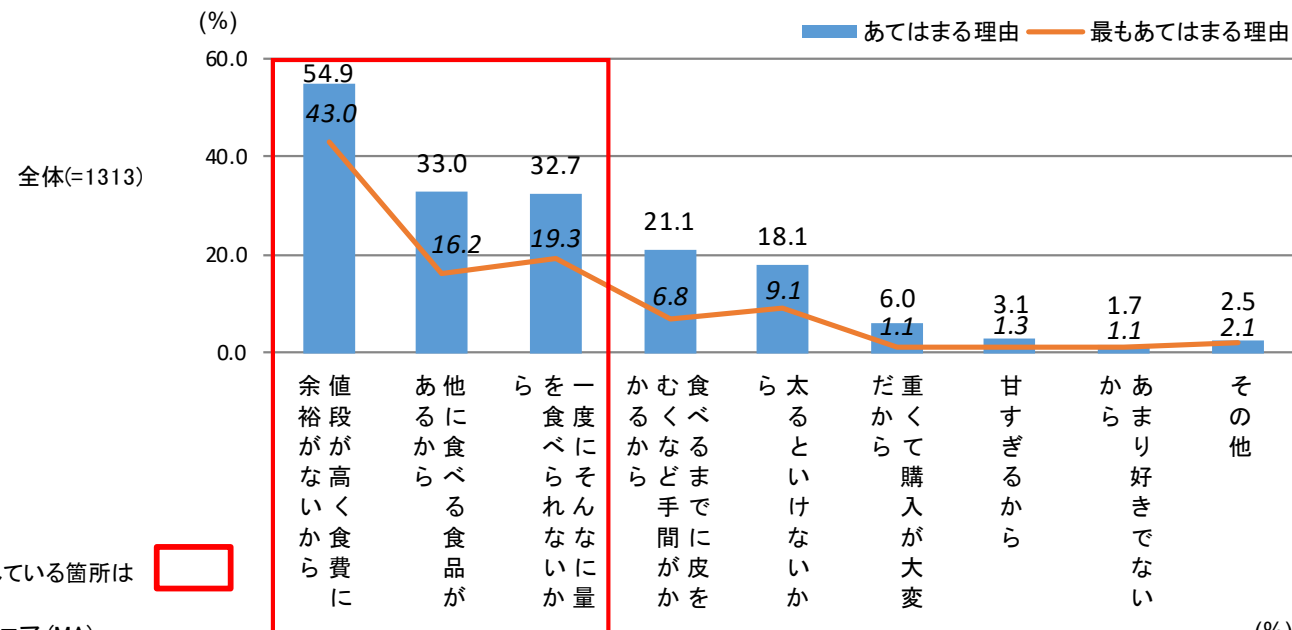
②－1 果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 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割台前半で続いており、3大理由を形成している。
- 令和4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、「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」「一度にそんなに量を食べられないから」が4割台と他の年代と比べて高く、唯一「他に食べる食品があるから」が「値段が高く食費に余裕がないから」を上回る。

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)



あてはまる理由スコア (MA)

全体		(n=1313)	54.9	33.0	32.7	21.1	18.1	6.0	3.1	1.7	2.5
性別	男性	(n=610)	51.6	32.5	32.0	18.7	15.6	4.6	2.5	2.0	2.8
	女性	(n=703)	57.8	33.4	33.3	23.2	20.2	7.3	3.7	1.4	2.3
年代	20代	(n=176)	60.2	25.6	27.3	18.2	15.9	3.4	1.1	0.6	5.1
	30代	(n=243)	66.7	31.7	25.1	22.6	16.0	9.1	3.7	1.6	1.2
	40代	(n=317)	57.7	27.1	30.9	25.2	18.0	6.6	3.2	2.5	1.3
	50代	(n=248)	53.6	33.9	36.3	20.6	19.0	5.2	2.0	2.0	0.4
	60代	(n=329)	41.6	42.9	40.1	17.9	20.1	5.2	4.6	1.2	4.9
性別年代	男性20代	(n=80)	51.3	21.3	31.3	12.5	10.0	3.8	1.3	1.3	5.0
	男性30代	(n=115)	64.3	31.3	23.5	20.0	14.8	7.0	4.3	2.6	1.7
	男性40代	(n=149)	50.3	29.5	31.5	16.1	20.1	4.0	3.4	0.7	0.7
	男性50代	(n=114)	48.2	32.5	32.5	21.1	15.8	3.5	1.8	4.4	0.9
	男性60代	(n=152)	46.1	42.1	38.8	21.7	14.5	4.6	1.3	1.3	5.9
	女性20代	(n=96)	67.7	29.2	24.0	22.9	20.8	3.1	1.0	0.0	5.2
	女性30代	(n=128)	68.8	32.0	26.6	25.0	17.2	10.9	3.1	0.8	0.8
	女性40代	(n=168)	64.3	25.0	30.4	33.3	16.1	8.9	3.0	4.2	1.8
	女性50代	(n=134)	58.2	35.1	39.6	20.1	21.6	6.7	2.2	0.0	0.0
女性60代	(n=177)	37.9	43.5	41.2	14.7	24.9	5.6	7.3	1.1	4.0	
果物摂取量	100g～200g未満	(n=604)	50.0	34.3	38.7	21.0	22.5	5.1	3.1	1.0	2.8
	100g未満	(n=709)	59.1	31.9	27.5	21.2	14.2	6.8	3.1	2.3	2.3
令和4年度全体		(n=1323)	47.8	35.1	35.0	20.7	19.7	7.3	5.4	2.2	3.0

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。

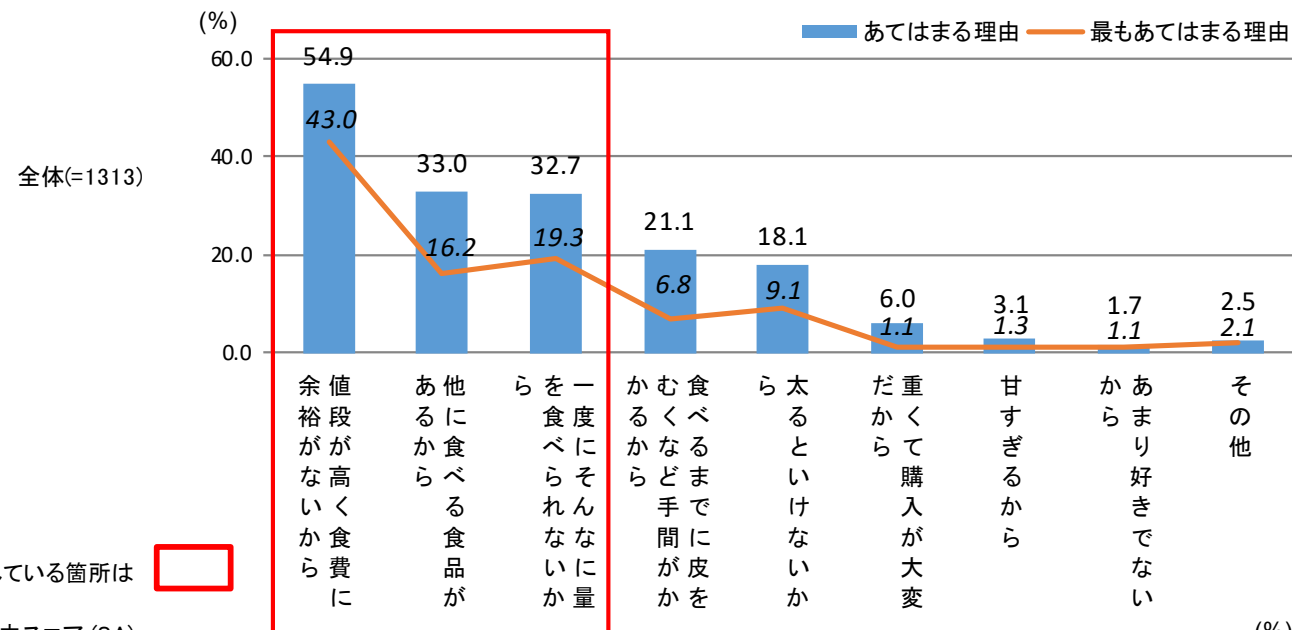
②－2 果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 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。
- 年代別でみると、全ての年代で「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が最も高いが、『20～50代』のスコアが他の理由を圧倒しているのに対して、『60代』では「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」とのスコア差が小さい。
- 性別×年代でみると、『女性20～40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)



最もあてはまる理由スコア (SA)			理由スコア (%)								
全体 (n=1313)			43.0	16.2	19.3	6.8	9.1	1.1	1.3	1.1	2.1
性別	男性 (n=610)		41.3	17.9	18.2	7.9	8.5	1.1	1.0	1.5	2.6
	女性 (n=703)		44.4	14.8	20.2	5.8	9.7	1.1	1.6	0.7	1.7
年代	20代 (n=176)		51.7	13.6	15.3	6.3	5.7	1.1	0.6	0.6	5.1
	30代 (n=243)		54.7	12.8	14.0	7.0	5.8	1.6	2.1	1.2	0.8
	40代 (n=317)		47.6	12.0	17.7	8.8	9.8	0.6	1.3	1.3	0.9
	50代 (n=248)		38.3	17.7	22.2	7.7	10.5	1.2	0.8	1.2	0.4
	60代 (n=329)		28.6	23.1	24.6	4.3	11.9	1.2	1.5	0.9	4.0
性別年代	男性20代 (n=80)		46.3	15.0	22.5	5.0	3.8	0.0	1.3	1.3	5.0
	男性30代 (n=115)		53.9	13.0	12.2	7.0	7.0	1.7	1.7	1.7	1.7
	男性40代 (n=149)		43.0	16.1	17.4	8.7	12.1	0.7	0.7	0.7	0.7
	男性50代 (n=114)		36.0	20.2	15.8	11.4	10.5	1.8	0.9	2.6	0.9
	男性60代 (n=152)		31.6	23.0	23.0	6.6	7.2	1.3	0.7	1.3	5.3
	女性20代 (n=96)		56.3	12.5	9.4	7.3	7.3	2.1	0.0	0.0	5.2
	女性30代 (n=128)		55.5	12.5	15.6	7.0	4.7	1.6	2.3	0.8	0.0
	女性40代 (n=168)		51.8	8.3	17.9	8.9	7.7	0.6	1.8	1.8	1.2
	女性50代 (n=134)		40.3	15.7	27.6	4.5	10.4	0.7	0.7	0.0	0.0
	女性60代 (n=177)		26.0	23.2	26.0	2.3	15.8	1.1	2.3	0.6	2.8
果物摂取量	100g～200g未満 (n=604)		38.4	15.7	22.8	6.3	11.3	1.2	1.3	0.7	2.3
	100g未満 (n=709)		46.8	16.6	16.2	7.2	7.3	1.1	1.3	1.4	2.0
令和4年度全体 (n=1323)			35.8	18.8	19.4	7.9	11.0	1.1	2.0	1.3	2.8

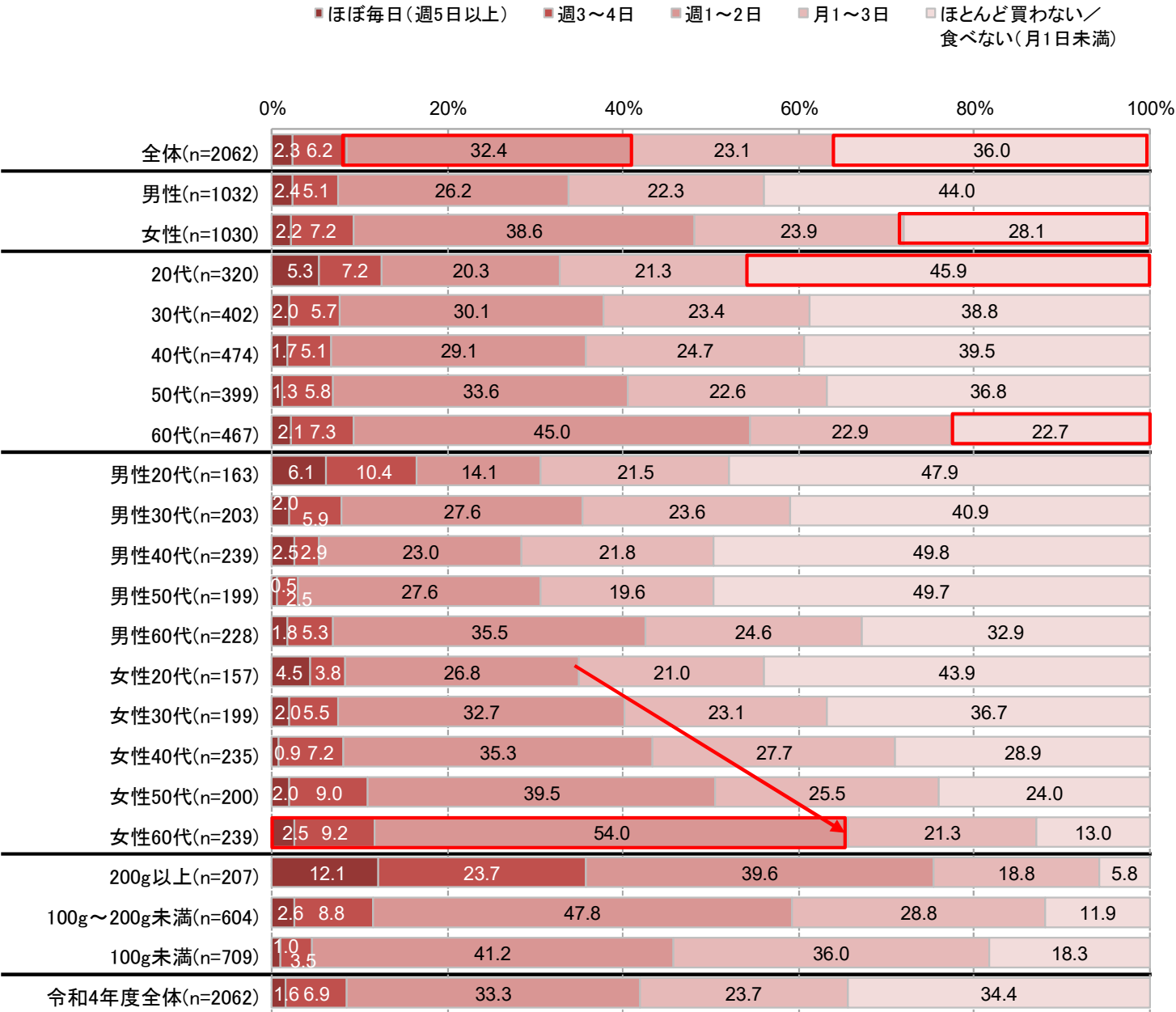
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5～10ポイント未満低い。

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。
- 性別でみると、『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割台後半にとどまっている。
- 年代別でみると、『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割台半ばで、他の年代と比べて高い。
- 性別×年代でみると、女性では高年代ほど「週1～2日」以上の割合が高くなる傾向があり、『女性60代』では6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

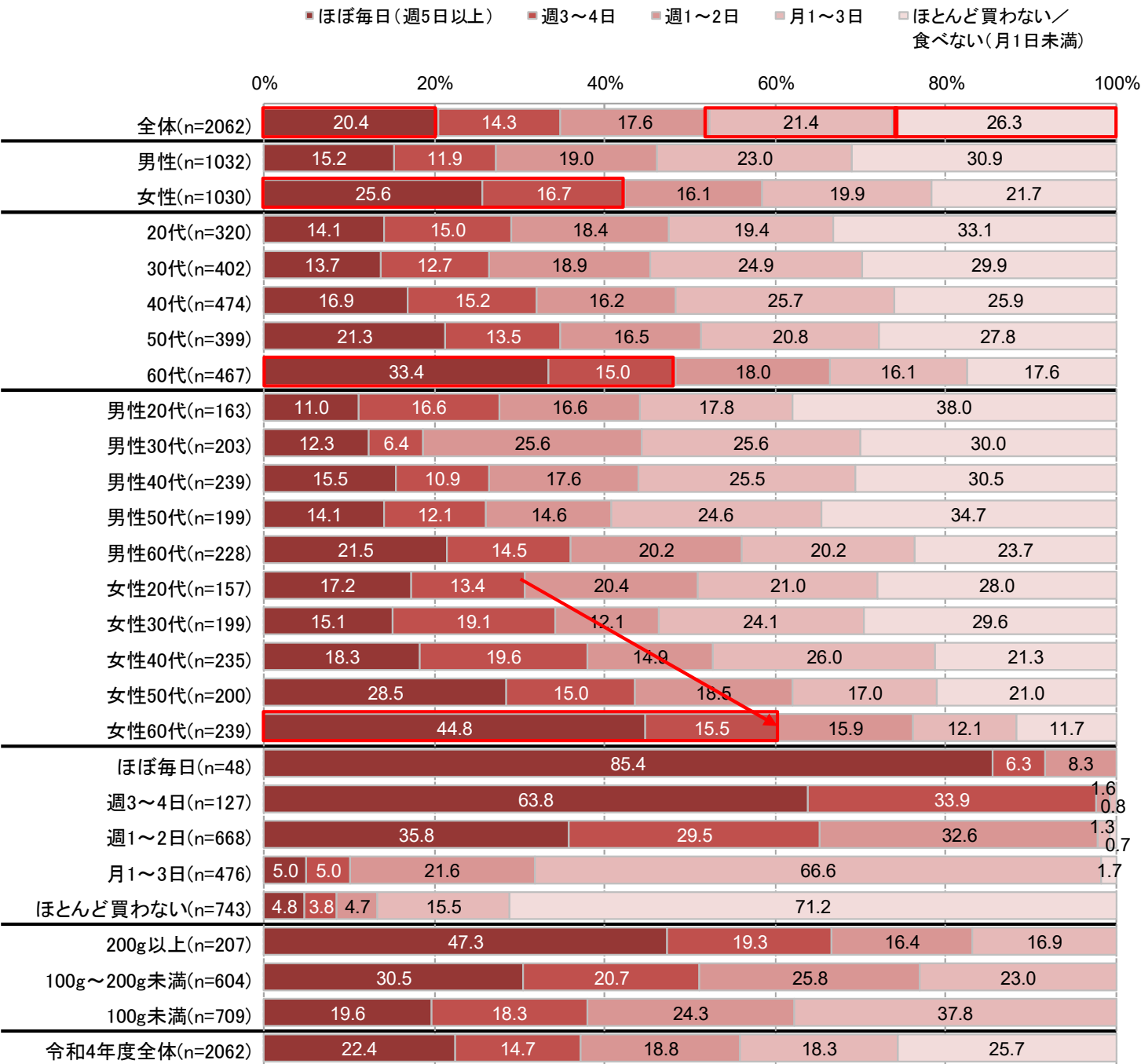


④果物の摂取頻度

- 全体では、「ほとんど食べない」が最も高く、「月1～3日」が2割強で続く。次いで「ほぼ毎日」が2割となった。
- 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』では「ほぼ毎日」が3割台前半、「週3～4日」が1割台半ばで、5割近くが「週3～4日」以上摂取している。
- 性別×年代でみると、女性では高年代ほど「週3～4日」以上の割合が高くなる傾向があり、『女性60代』では6割が「週3～4日」以上摂取している。

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。（S A）

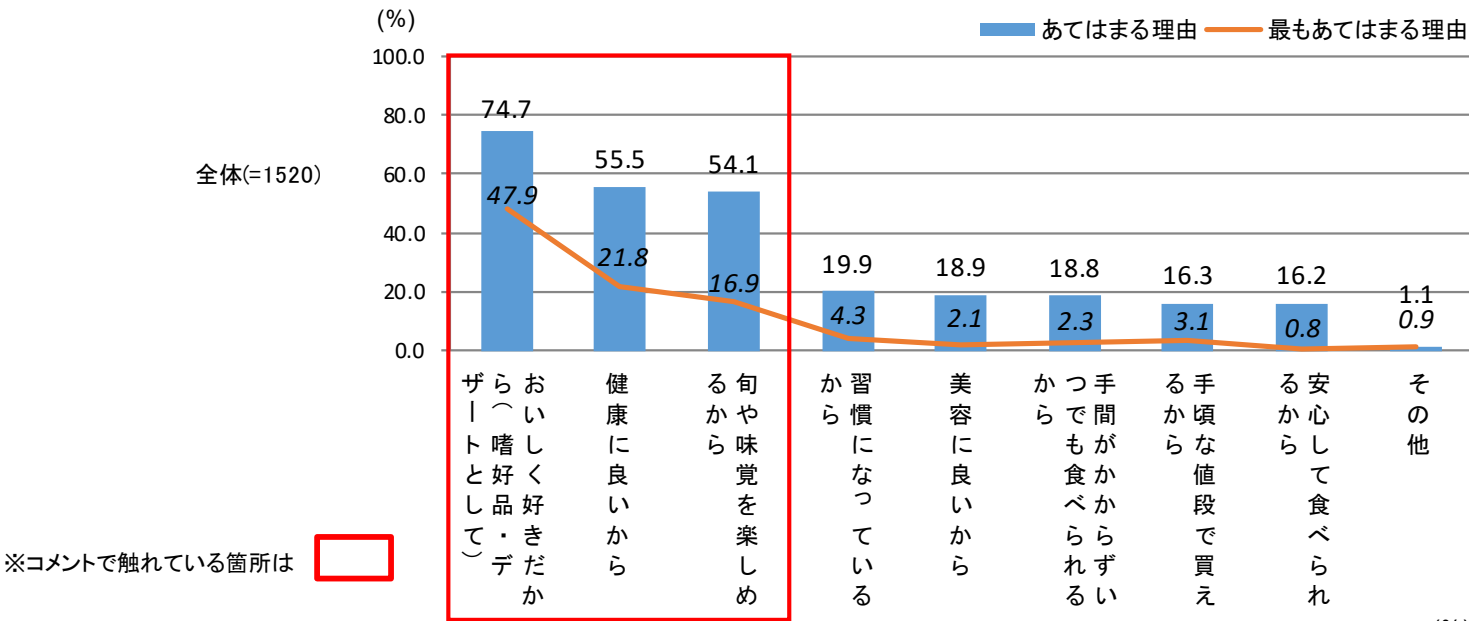
※コメントで触れている箇所は



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」「旬や味覚を楽しめるから」が続いている。
- 令和4年度結果と比較すると、「習慣になっているから」が減少した。
- 性別でみると、『女性』では「旬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。
- 年代でみると、高年代ほど「旬や味覚を楽しめるから」が高くなる傾向がある。また、『60代』では「習慣になっているから」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。特に「旬や味覚を楽しめるから」のスコアの相対的な低さが目立つ。

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）



※コメントで触れている箇所は

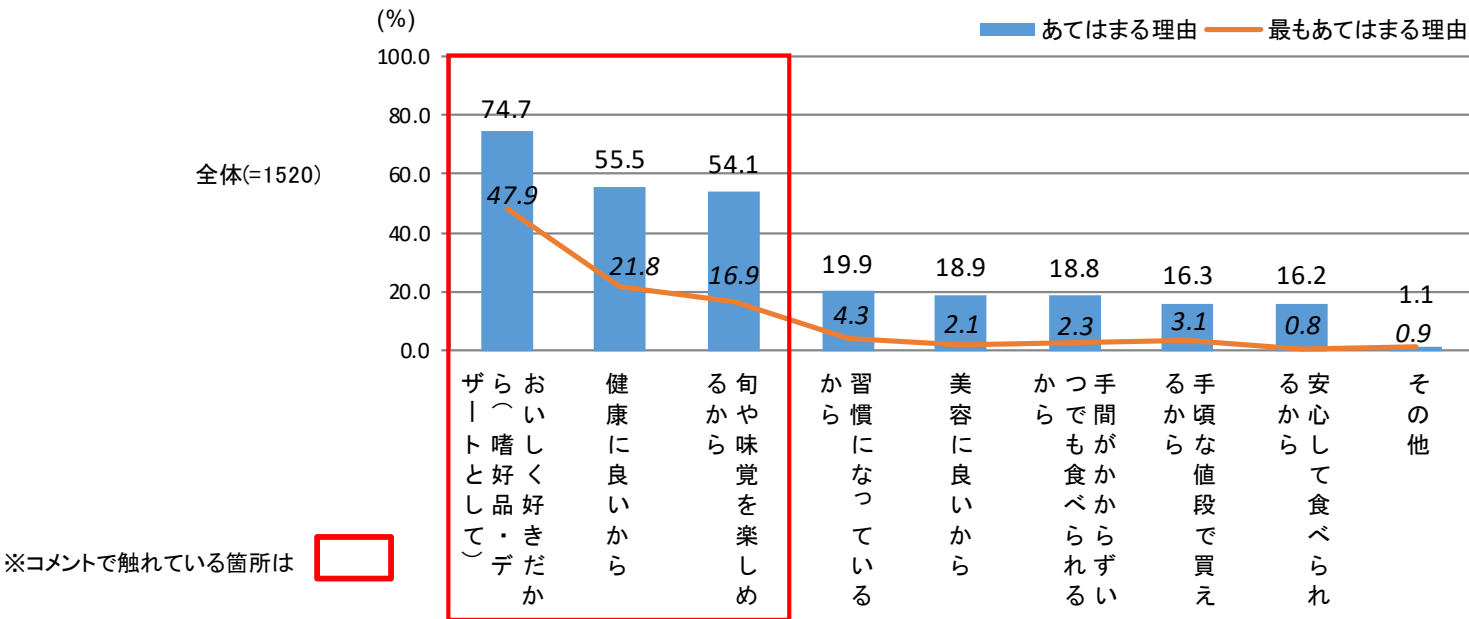
あてはまる理由スコア (MA)						(%)					
全体		(n=1520)	74.7	55.5	54.1	19.9	18.9	18.8	16.3	16.2	1.1
性別	男性	(n=713)	70.8	55.0	47.5	17.0	11.4	17.8	19.1	15.3	1.0
	女性	(n=807)	78.1	56.0	59.9	22.6	25.5	19.6	13.8	17.0	1.1
年代	20代	(n=214)	72.9	58.9	47.2	18.7	25.2	13.1	14.0	15.9	0.9
	30代	(n=282)	75.2	56.7	47.5	16.0	25.5	19.1	15.2	16.0	1.1
	40代	(n=351)	72.6	53.3	53.8	17.7	21.9	16.5	13.7	14.5	1.7
	50代	(n=288)	78.8	51.4	58.0	20.8	15.6	20.5	18.4	15.6	0.3
	60代	(n=385)	74.0	57.9	60.0	24.9	10.1	22.3	19.0	18.4	1.0
性別年代	男性20代	(n=101)	67.3	49.5	43.6	13.9	9.9	11.9	21.8	11.9	2.0
	男性30代	(n=142)	71.1	59.9	38.0	14.1	23.2	13.4	19.0	16.2	1.4
	男性40代	(n=166)	72.3	55.4	48.8	17.5	15.7	15.1	15.1	16.3	0.0
	男性50代	(n=130)	76.9	50.8	49.2	17.7	3.8	24.6	20.0	14.6	0.8
	男性60代	(n=174)	66.7	56.9	55.2	20.1	4.0	22.4	20.7	16.1	1.1
	女性20代	(n=113)	77.9	67.3	50.4	23.0	38.9	14.2	7.1	19.5	0.0
	女性30代	(n=140)	79.3	53.6	57.1	17.9	27.9	25.0	11.4	15.7	0.7
	女性40代	(n=185)	73.0	51.4	58.4	17.8	27.6	17.8	12.4	13.0	3.2
	女性50代	(n=158)	80.4	51.9	65.2	23.4	25.3	17.1	17.1	16.5	0.0
女性60代	(n=211)	80.1	58.8	64.0	28.9	15.2	22.3	17.5	20.4	0.9	
果物摂取量	200g以上	(n=207)	76.8	54.1	54.6	23.7	23.2	23.7	23.2	21.7	0.0
	100g～200g未満	(n=604)	78.8	58.6	60.4	21.7	19.4	19.2	16.7	18.0	1.3
	100g未満	(n=709)	70.5	53.3	48.5	17.3	17.2	16.9	13.8	13.0	1.1
令和4年度全体		(n=1532)	74.6	57.7	52.3	23.7	17.4	18.7	19.1	15.3	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。

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。
- 年代別でみると、『20～30代』では「旬や味覚を楽しめるから」が1割強にとどまっており、他の年代より低い。
- 性別×年代でみると、『女性50代』では「健康に良いから」が1割台前半にとどまっており、他の層より低い。

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)



※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=1520)	47.9	21.8	16.9	4.3	2.1	2.3	3.1	0.8	0.9
性別	男性	(n=713)	45.9	22.4	16.3	4.6	1.3	2.8	4.6	1.3	0.8
	女性	(n=807)	49.7	21.2	17.5	4.0	2.9	1.9	1.7	0.4	0.9
年代	20代	(n=214)	52.8	21.5	11.2	3.3	4.7	1.9	2.8	0.9	0.9
	30代	(n=282)	50.7	23.0	11.0	4.3	2.8	3.5	1.8	2.1	0.7
	40代	(n=351)	43.9	23.6	18.8	3.7	2.3	2.0	4.0	0.3	1.4
	50代	(n=288)	50.7	18.1	19.8	3.5	1.4	1.7	4.2	0.7	0.0
	60代	(n=385)	44.7	22.1	20.5	6.0	0.5	2.3	2.6	0.3	1.0
性別年代	男性20代	(n=101)	53.5	17.8	12.9	5.0	1.0	2.0	5.0	1.0	2.0
	男性30代	(n=142)	49.3	22.5	8.5	6.3	4.2	2.8	1.4	3.5	1.4
	男性40代	(n=166)	47.0	25.3	15.1	3.0	1.2	1.8	6.0	0.6	0.0
	男性50代	(n=130)	43.8	23.1	20.0	3.8	0.0	3.1	5.4	0.8	0.0
	男性60代	(n=174)	39.1	21.8	23.0	5.2	0.0	4.0	5.2	0.6	1.1
	女性20代	(n=113)	52.2	24.8	9.7	1.8	8.0	1.8	0.9	0.9	0.0
	女性30代	(n=140)	52.1	23.6	13.6	2.1	1.4	4.3	2.1	0.7	0.0
	女性40代	(n=185)	41.1	22.2	22.2	4.3	3.2	2.2	2.2	0.0	2.7
	女性50代	(n=158)	56.3	13.9	19.6	3.2	2.5	0.6	3.2	0.6	0.0
女性60代	(n=211)	49.3	22.3	18.5	6.6	0.9	0.9	0.5	0.0	0.9	
果物摂取量	200g以上	(n=207)	52.7	20.3	15.0	2.9	2.4	1.9	3.4	1.4	0.0
	100g～200g未満	(n=604)	49.0	21.9	16.2	4.6	1.7	1.8	3.1	0.7	1.0
	100g未満	(n=709)	45.6	22.1	18.1	4.4	2.4	2.8	3.0	0.7	1.0
令和4年度全体		(n=1532)	47.4	22.0	16.8	5.0	1.5	3.0	2.5	1.0	0.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

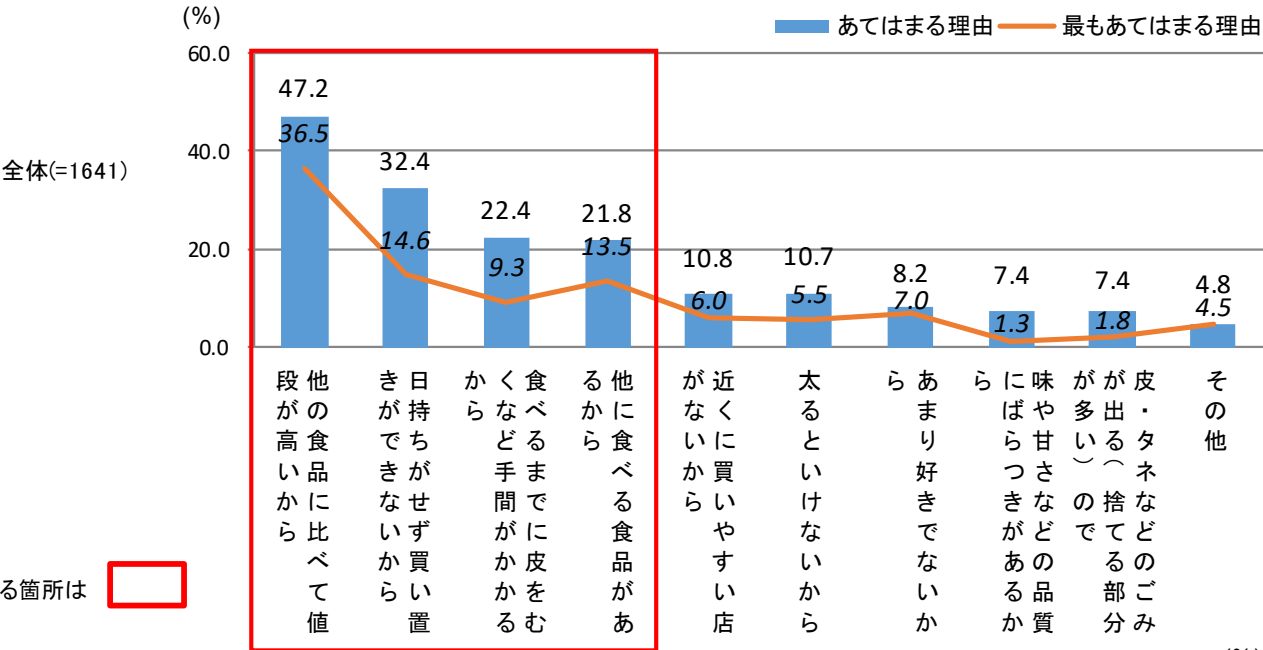
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑥ー1 果物を毎日は摂らない理由〔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」「他に食べる食品があるから」が続いている。
- 令和4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、「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」が減少している。
- 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。
- 性別×年代でみると、『女性20代』『女性40代』では「他の食品に比べて値段が高いから」が6割を超えており、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

あてはまる理由スコア (MA)

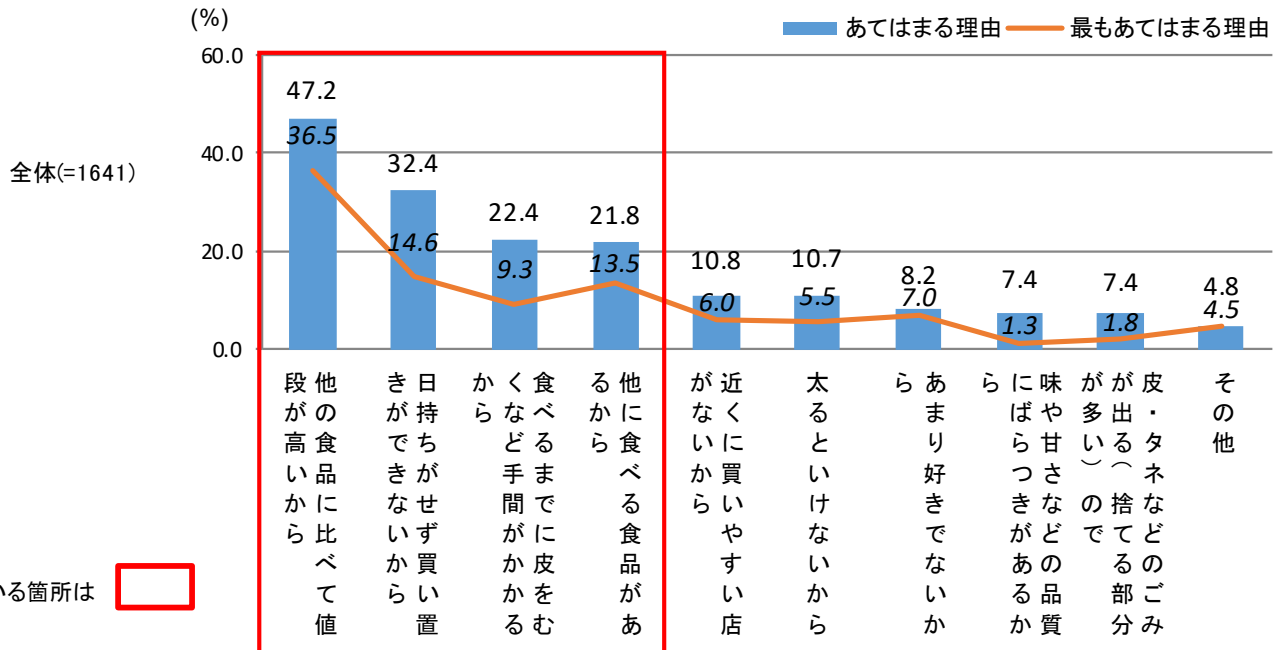
全体		(n=1641)	47.2	32.4	22.4	21.8	10.8	10.7	8.2	7.4	7.4	4.8
性別	男性	(n=875)	39.2	29.9	20.5	23.1	13.5	10.3	9.6	5.0	7.5	4.3
	女性	(n=766)	56.3	35.2	24.7	20.2	7.7	11.1	6.7	10.1	7.2	5.4
年代	20代	(n=275)	49.1	30.5	22.2	20.0	14.5	8.0	5.8	5.1	5.5	5.5
	30代	(n=347)	48.7	30.5	23.9	21.3	11.8	8.6	10.1	7.2	8.4	4.0
	40代	(n=394)	52.3	33.5	23.6	19.0	9.1	13.2	8.6	7.6	8.6	2.8
	50代	(n=314)	41.4	31.8	18.5	22.0	11.1	12.1	8.6	5.4	6.4	4.5
	60代	(n=311)	43.1	35.4	23.5	27.0	8.0	10.6	7.4	11.3	7.4	8.0
	女性60代	(n=132)	48.5	34.8	27.3	28.0	3.0	10.6	4.5	16.7	6.1	8.3
性別年代	男性20代	(n=145)	37.2	27.6	22.1	26.2	17.2	8.3	7.6	4.1	4.8	4.1
	男性30代	(n=178)	46.6	26.4	23.6	19.7	13.5	7.9	11.2	6.7	9.0	3.4
	男性40代	(n=202)	41.1	29.2	18.3	22.8	10.9	14.4	9.4	3.0	6.9	1.5
	男性50代	(n=171)	31.0	30.4	18.1	21.1	15.2	9.4	9.9	4.1	8.2	5.3
	男性60代	(n=179)	39.1	35.8	20.7	26.3	11.7	10.6	9.5	7.3	8.4	7.8
	女性20代	(n=130)	62.3	33.8	22.3	13.1	11.5	7.7	3.8	6.2	6.2	6.9
	女性30代	(n=169)	50.9	34.9	24.3	23.1	10.1	9.5	8.9	7.7	7.7	4.7
	女性40代	(n=192)	64.1	38.0	29.2	15.1	7.3	12.0	7.8	12.5	10.4	4.2
	女性50代	(n=143)	53.8	33.6	18.9	23.1	6.3	15.4	7.0	7.0	4.2	3.5
	女性60代	(n=132)	48.5	34.8	27.3	28.0	3.0	10.6	4.5	16.7	6.1	8.3
果物摂取量	200g以上	(n=109)	34.9	35.8	24.8	22.9	18.3	15.6	4.6	6.4	5.5	6.4
	100g～200g未満	(n=420)	48.6	40.5	21.7	25.0	9.5	17.1	1.2	8.6	7.4	3.1
	100g未満	(n=570)	53.9	35.1	22.3	23.0	9.8	9.8	1.4	7.4	6.1	5.3
令和4年度全体		(n=1600)	43.6	35.9	25.4	23.4	9.4	10.0	8.3	7.3	9.3	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。

⑥ー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4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、『50代』では「日持ちがせず買い置きができないから」が2割で、他の年代より高い。
- 性別×年代でみると、『女性20代』『女性40代』では「他の食品に比べて値段が高いから」が5割を超えており、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）



最もあてはまる理由スコア (SA)

全体		(n=1641)	36.5	14.6	9.3	13.5	6.0	5.5	7.0	1.3	1.8	4.5
性別	男性	(n=875)	29.9	14.6	9.5	16.0	8.5	6.2	8.5	1.0	1.9	3.9
	女性	(n=766)	44.0	14.6	9.0	10.6	3.3	4.7	5.4	1.6	1.7	5.2
年代	20代	(n=275)	39.6	12.7	9.5	13.5	7.6	4.4	5.5	0.4	1.5	5.5
	30代	(n=347)	38.9	11.8	11.0	11.0	6.9	4.6	9.5	0.9	1.7	3.7
	40代	(n=394)	41.9	15.0	8.9	11.7	4.6	6.6	6.3	1.0	1.3	2.8
	50代	(n=314)	29.6	19.7	8.6	15.0	7.6	5.4	7.3	1.3	1.6	3.8
	60代	(n=311)	31.2	13.8	8.4	17.0	3.9	6.1	6.1	2.9	3.2	7.4
	男性20代	(n=145)	28.3	13.1	10.3	20.0	11.0	4.8	6.9	0.7	0.7	4.1
性別年代	男性30代	(n=178)	34.8	12.9	12.9	10.7	8.4	3.9	10.1	1.1	1.7	3.4
	男性40代	(n=202)	33.2	14.9	7.9	16.8	7.4	7.9	7.9	0.5	2.0	1.5
	男性50代	(n=171)	24.0	18.1	9.9	15.8	10.5	6.4	8.8	0.6	1.8	4.1
	男性60代	(n=179)	28.5	14.0	6.7	17.3	5.6	7.3	8.4	2.2	3.4	6.7
	女性20代	(n=130)	52.3	12.3	8.5	6.2	3.8	3.8	3.8	0.0	2.3	6.9
	女性30代	(n=169)	43.2	10.7	8.9	11.2	5.3	5.3	8.9	0.6	1.8	4.1
	女性40代	(n=192)	51.0	15.1	9.9	6.3	1.6	5.2	4.7	1.6	0.5	4.2
	女性50代	(n=143)	36.4	21.7	7.0	14.0	4.2	4.2	5.6	2.1	1.4	3.5
	女性60代	(n=132)	34.8	13.6	10.6	16.7	1.5	4.5	3.0	3.8	3.0	8.3
	女性20代	(n=130)	52.3	12.3	8.5	6.2	3.8	3.8	3.8	0.0	2.3	6.9
果物摂取量	200g以上	(n=109)	25.7	20.2	11.0	13.8	9.2	6.4	1.8	3.7	1.8	6.4
	100g～200g未満	(n=420)	35.7	20.7	7.9	14.5	6.2	8.6	1.2	1.2	1.4	2.6
	100g未満	(n=570)	44.0	14.0	9.5	15.6	4.0	5.1	0.5	1.4	1.1	4.7
令和4年度全体		(n=1600)	31.2	16.8	12.3	14.6	5.8	6.0	6.3	1.7	1.3	4.2

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

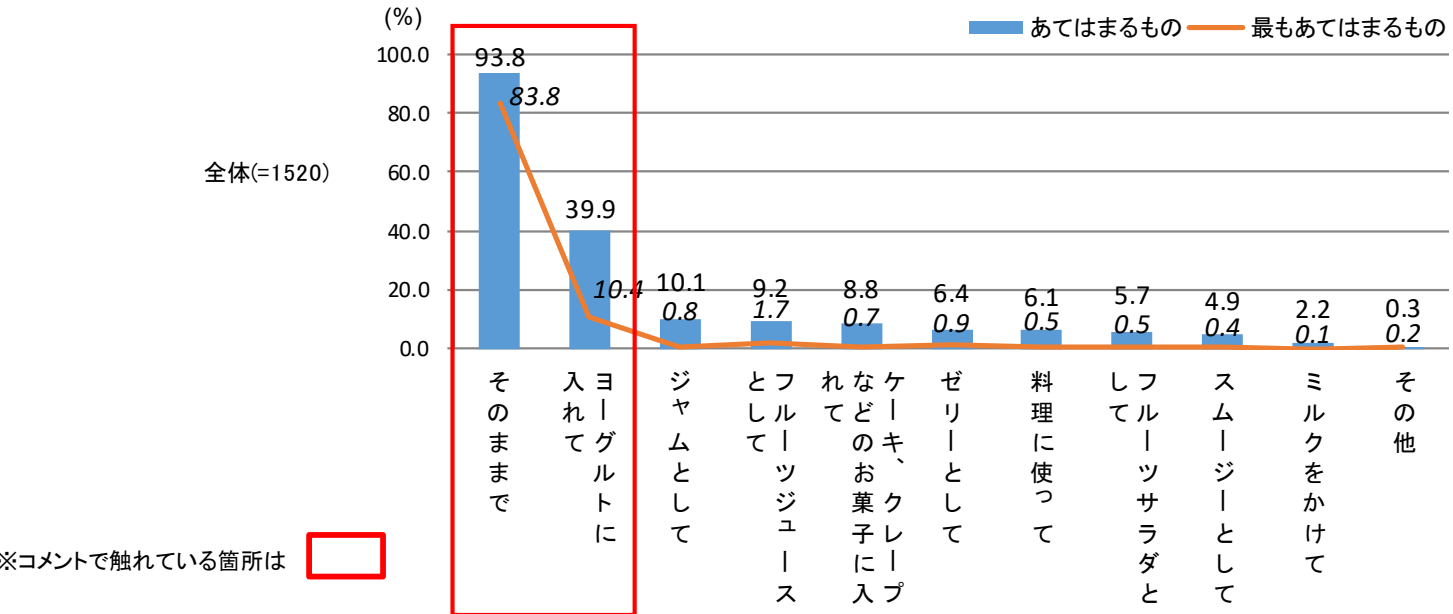
⑦果物の摂取方法 [果物月1回以上喫食層]

- 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割で続く。
- 令和4年度結果と比較すると、「ヨーグルトに入れて」が増加している。
- 性別でみると、『女性』は「ヨーグルトに入れて」が4割台半ばで、『男性』より顕著に高い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層は「そのまま」以外の全ての摂取方法のスコアが、他の層を上回っている。

Q 7. 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

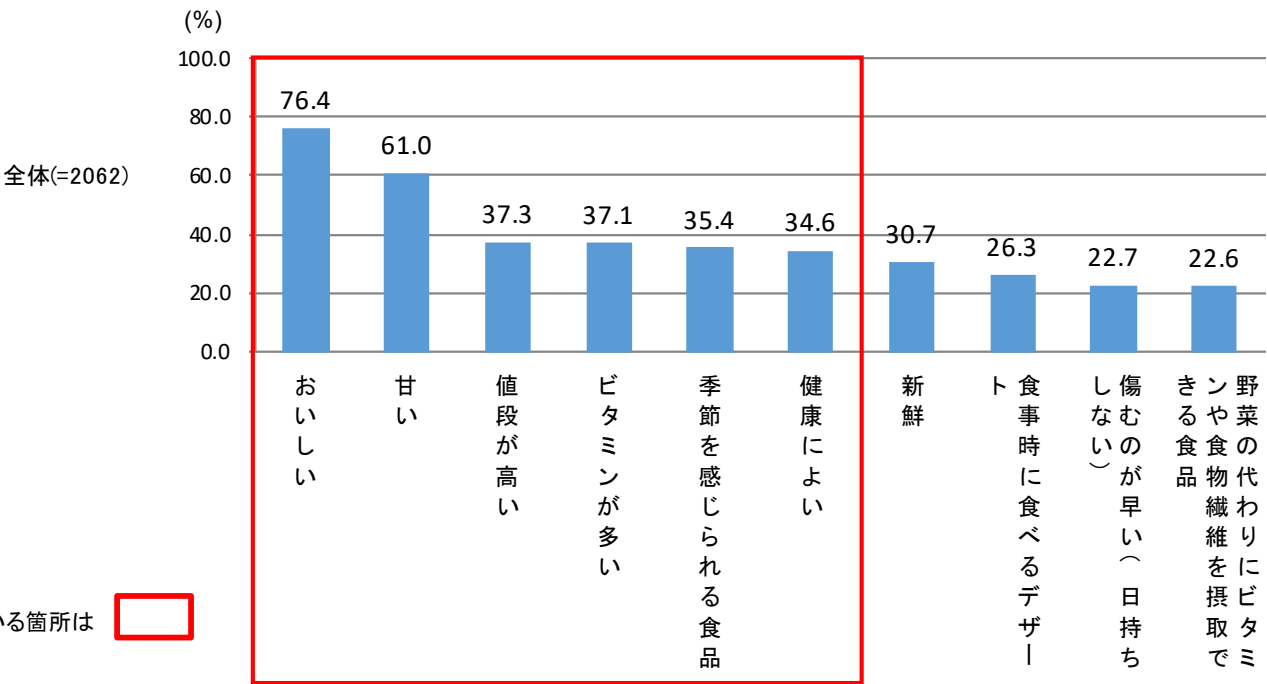
あてはまるもののスコア (MA)			(%)										
全体		(n=1520)	93.8	39.9	10.1	9.2	8.8	6.4	6.1	5.7	4.9	2.2	0.3
性別	男性	(n=713)	91.0	35.9	8.0	10.1	8.0	5.8	6.7	5.9	3.1	2.0	0.3
	女性	(n=807)	96.2	43.5	12.0	8.4	9.4	7.1	5.6	5.6	6.4	2.4	0.4
年代	20代	(n=214)	86.0	38.3	7.5	12.6	15.0	7.9	8.4	7.0	6.1	1.9	0.0
	30代	(n=282)	93.3	40.4	8.9	14.5	12.4	9.9	7.4	7.8	7.8	1.8	0.0
	40代	(n=351)	95.4	38.5	10.8	8.3	9.4	6.3	4.8	4.0	4.3	2.6	0.9
	50代	(n=288)	95.5	37.5	8.7	8.0	6.9	6.3	5.2	4.2	4.5	1.7	0.0
	60代	(n=385)	95.6	43.6	13.0	5.2	3.4	3.4	5.7	6.2	2.9	2.6	0.5
性別年代	男性20代	(n=101)	78.2	35.6	8.9	16.8	17.8	9.9	8.9	11.9	3.0	2.0	0.0
	男性30代	(n=142)	91.5	41.5	9.9	14.8	11.3	9.2	8.5	7.0	5.6	1.4	0.0
	男性40代	(n=166)	94.6	33.7	7.8	8.4	7.8	6.6	4.8	3.6	2.4	1.8	0.6
	男性50代	(n=130)	93.1	30.8	5.4	9.2	3.8	4.6	7.7	3.8	3.1	2.3	0.0
	男性60代	(n=174)	93.1	37.4	8.0	4.6	2.9	0.6	5.2	5.2	1.7	2.3	0.6
	女性20代	(n=113)	92.9	40.7	6.2	8.8	12.4	6.2	8.0	2.7	8.8	1.8	0.0
	女性30代	(n=140)	95.0	39.3	7.9	14.3	13.6	10.7	6.4	8.6	10.0	2.1	0.0
	女性40代	(n=185)	96.2	42.7	13.5	8.1	10.8	5.9	4.9	4.3	5.9	3.2	1.1
	女性50代	(n=158)	97.5	43.0	11.4	7.0	9.5	7.6	3.2	4.4	5.7	1.3	0.0
	女性60代	(n=211)	97.6	48.8	17.1	5.7	3.8	5.7	6.2	7.1	3.8	2.8	0.5
果物摂取量	200g以上	(n=207)	91.8	44.0	17.9	16.9	16.9	9.7	12.1	11.1	8.2	4.3	0.0
	100g～200g未満	(n=604)	93.5	42.5	10.1	9.6	7.8	6.6	7.1	7.0	5.8	2.8	0.2
	100g未満	(n=709)	94.5	36.5	7.9	6.6	7.2	5.4	3.5	3.1	3.1	1.0	0.6
令和4年度全体		(n=1532)	93.3	36.4	9.6	9.4	7.5	6.5	6.2	5.7	4.8	2.2	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「値段が高い」「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」「健康によい」の順となった。
- 令和4年度結果と比較すると、「季節を感じられる食品」が増加した。
- 性別でみると、『女性』は「おいしい」「値段が高い」「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」「健康によい」「新鮮」「傷むのが早い」「手軽に食べられる」「美肌に効果がある」「生活に彩りや潤いを添えてくれる存在」「家族に食べさせたい」などのイメージが『男性』より顕著に高い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では、「新鮮」が4割台前半で、他の層と比べて高く、「値段が高い」が2割台半ばで、他の層より低い。

Q 8. あなたは果物にどのようなイメージがありますか。(MA)

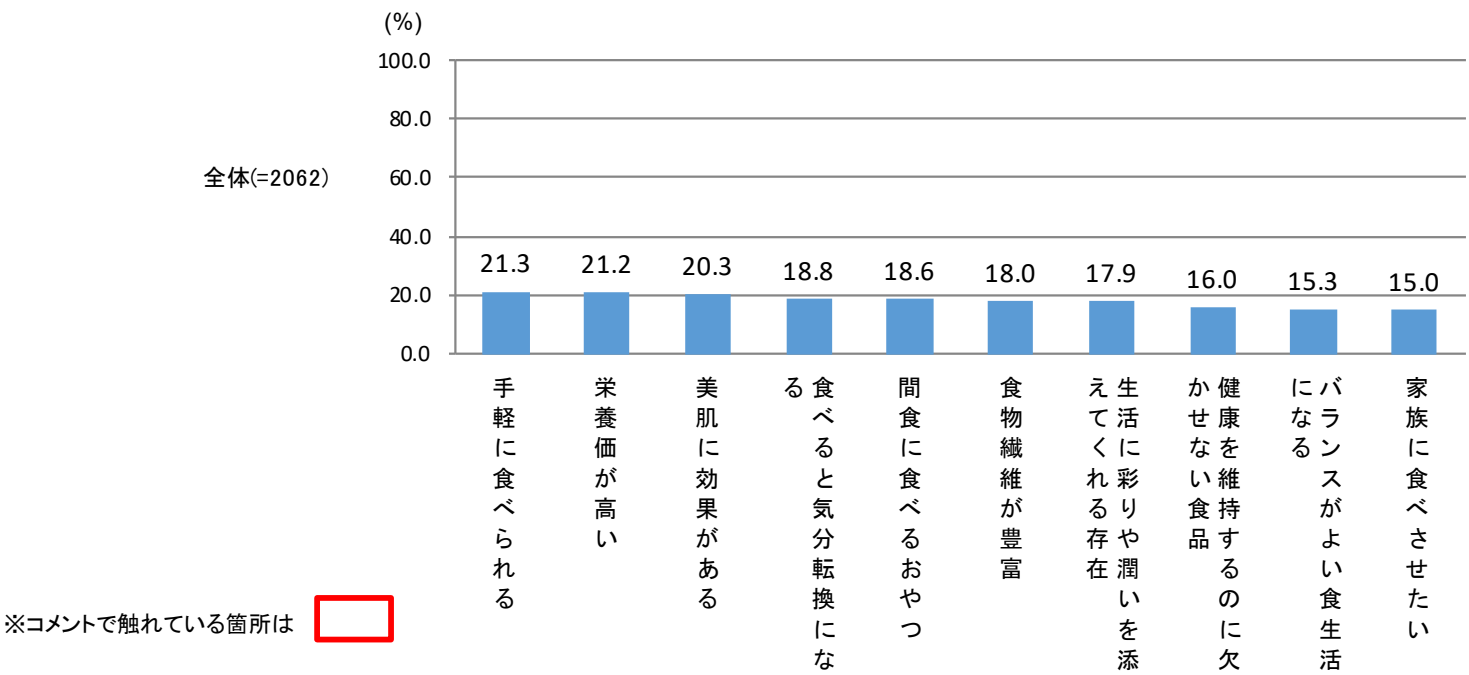


※コメントで触れている箇所は

全体		(n=2062)	76.4	61.0	37.3	37.1	35.4	34.6	30.7	26.3	22.7	22.6
性別	男性	(n=1032)	70.9	59.0	30.8	26.6	25.7	28.5	24.9	21.7	16.3	18.2
	女性	(n=1030)	81.8	63.0	43.9	47.6	45.1	40.7	36.5	31.0	29.2	27.1
年代	20代	(n=320)	76.6	63.4	36.9	34.7	29.7	32.2	37.2	27.5	20.0	27.8
	30代	(n=402)	76.6	62.4	35.1	39.1	33.3	35.8	32.3	29.4	24.4	26.6
	40代	(n=474)	76.4	63.3	40.5	36.9	33.8	33.5	26.4	22.6	25.7	24.5
	50代	(n=399)	76.4	62.4	35.8	33.3	34.3	29.3	27.1	27.3	23.3	17.5
	60代	(n=467)	76.0	54.6	37.7	40.5	43.7	40.7	32.3	25.9	19.7	18.2
	60代	(n=467)	76.0	54.6	37.7	40.5	43.7	40.7	32.3	25.9	19.7	18.2
性別年代	男性20代	(n=163)	69.3	55.2	25.2	19.6	19.6	22.7	27.6	20.2	12.3	17.8
	男性30代	(n=203)	71.9	60.6	26.6	32.0	26.1	34.5	30.5	24.6	17.2	22.7
	男性40代	(n=239)	71.5	61.9	33.5	28.5	23.8	28.0	21.8	15.9	16.7	20.1
	男性50代	(n=199)	71.4	64.3	33.2	20.6	24.1	22.6	20.1	23.6	17.1	13.6
	男性60代	(n=228)	70.2	52.6	33.8	30.3	32.9	32.9	25.4	24.6	17.1	16.7
	女性20代	(n=157)	84.1	72.0	49.0	50.3	40.1	42.0	47.1	35.0	28.0	38.2
	女性30代	(n=199)	81.4	64.3	43.7	46.2	40.7	37.2	34.2	34.2	31.7	30.7
	女性40代	(n=235)	81.3	64.7	47.7	45.5	43.8	39.1	31.1	29.4	34.9	28.9
	女性50代	(n=200)	81.5	60.5	38.5	46.0	44.5	36.0	34.0	31.0	29.5	21.5
	女性60代	(n=239)	81.6	56.5	41.4	50.2	54.0	48.1	38.9	27.2	22.2	19.7
果物摂取量	200g以上	(n=207)	78.7	57.0	25.6	35.3	40.6	34.3	42.0	21.7	17.4	24.2
	100g～200g未満	(n=604)	87.9	64.2	33.4	44.0	44.0	45.2	36.3	34.8	25.8	29.1
	100g未満	(n=709)	79.0	60.9	41.5	40.3	37.2	37.1	31.0	28.2	24.8	23.0
令和4年度全体		(n=2062)	76.0	60.8	35.0	38.0	32.3	34.8	32.7	28.1	23.7	21.4

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

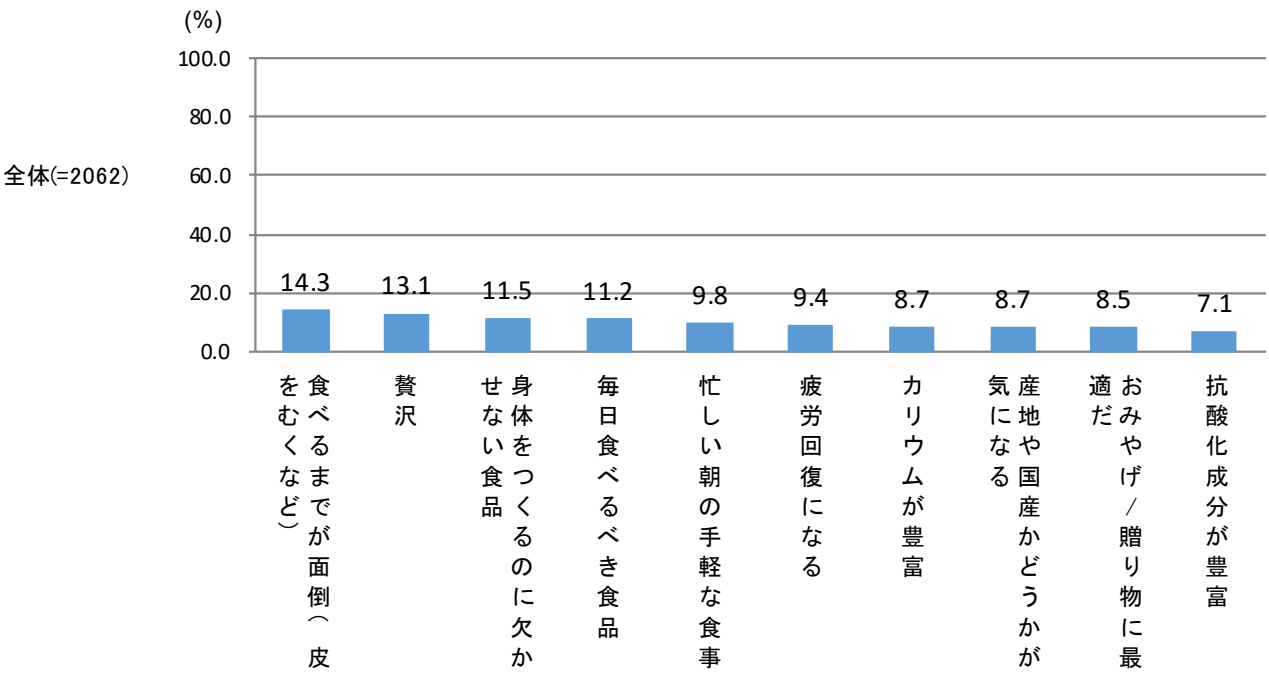
2. アンケート調査の分析結果 ―（１）日常の果物の消費行動



全体		(n=2062)	21.3	21.2	20.3	18.8	18.6	18.0	17.9	16.0	15.3	15.0
性別	男性	(n=1032)	14.8	18.7	10.9	14.8	15.8	14.8	12.1	14.3	11.0	9.8
	女性	(n=1030)	27.8	23.7	29.7	22.7	21.5	21.2	23.7	17.6	19.6	20.2
年代	20代	(n=320)	15.0	25.9	25.9	21.3	21.9	15.0	21.9	17.8	18.8	12.5
	30代	(n=402)	19.9	26.9	25.6	19.7	20.4	15.9	17.9	15.9	17.4	16.4
	40代	(n=474)	17.5	23.8	24.7	15.0	16.5	18.8	17.3	15.0	14.6	17.7
	50代	(n=399)	20.6	13.0	13.5	18.5	16.8	16.8	15.3	11.3	11.8	13.0
	60代	(n=467)	31.3	17.3	13.3	20.3	18.6	22.1	18.0	19.7	15.0	14.3
性別年代	男性20代	(n=163)	10.4	17.8	15.3	11.7	16.0	10.4	16.0	14.1	11.0	9.2
	男性30代	(n=203)	16.3	27.6	19.7	18.7	20.2	16.3	13.3	14.3	15.8	12.8
	男性40代	(n=239)	12.6	22.6	10.9	11.7	12.1	15.1	10.5	12.1	9.2	12.6
	男性50代	(n=199)	12.6	9.0	4.0	15.6	13.1	12.1	9.5	10.1	9.0	6.5
	男性60代	(n=228)	21.1	15.8	6.1	16.2	18.0	18.9	12.3	20.6	10.5	7.5
	女性20代	(n=157)	19.7	34.4	36.9	31.2	28.0	19.7	28.0	21.7	26.8	15.9
	女性30代	(n=199)	23.6	26.1	31.7	20.6	20.6	15.6	22.6	17.6	19.1	20.1
	女性40代	(n=235)	22.6	25.1	38.7	18.3	20.9	22.6	24.3	17.9	20.0	23.0
	女性50代	(n=200)	28.5	17.0	23.0	21.5	20.5	21.5	21.0	12.5	14.5	19.5
	女性60代	(n=239)	41.0	18.8	20.1	24.3	19.2	25.1	23.4	18.8	19.2	20.9
果物摂取量	200g以上	(n=207)	31.9	21.7	21.7	24.2	19.3	25.6	22.2	23.2	15.5	18.4
	100g～200g未満	(n=604)	30.1	25.5	24.3	24.5	25.7	21.0	23.8	24.0	22.2	19.2
	100g未満	(n=709)	22.1	22.6	23.3	18.3	18.6	18.3	17.5	13.3	16.4	16.8
令和4年度全体		(n=2062)	20.0	21.2	19.2	19.8	18.3	19.1	18.0	15.7	15.1	15.3

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

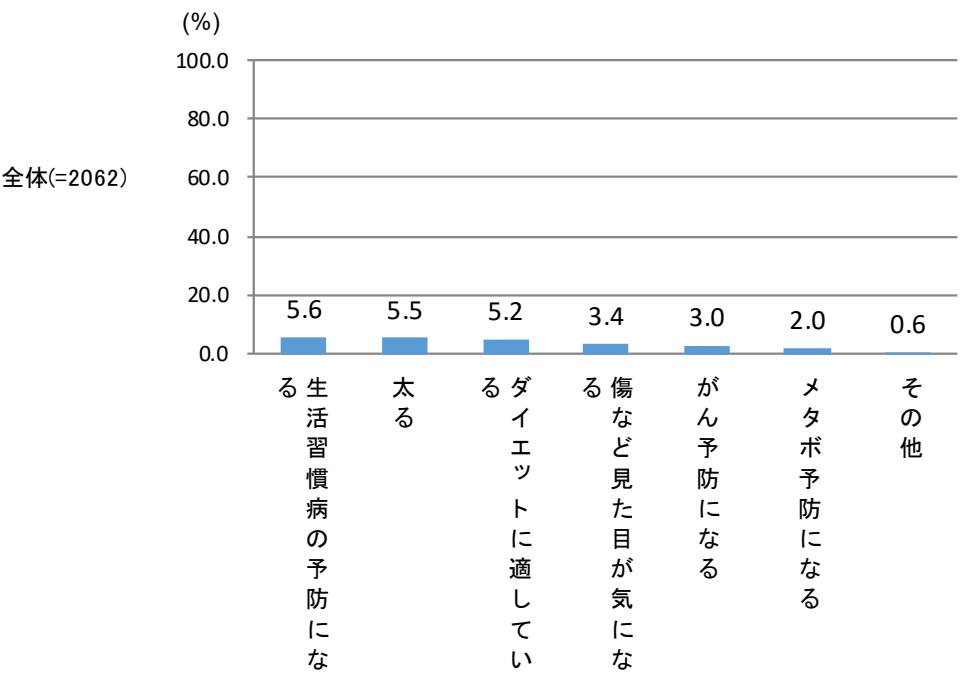
2. アンケート調査の分析結果 ―（１）日常の果物の消費行動



全体		(n=2062)	14.3	13.1	11.5	11.2	9.8	9.4	8.7	8.7	8.5	7.1
性別	男性	(n=1032)	9.8	8.3	10.0	10.0	6.0	7.3	5.5	6.5	6.1	4.9
	女性	(n=1030)	18.7	17.9	13.1	12.3	13.6	11.5	11.9	11.0	11.0	9.2
年代	20代	(n=320)	13.1	21.6	13.4	14.7	12.2	10.0	6.6	6.6	10.3	6.6
	30代	(n=402)	17.9	14.2	14.4	10.9	12.9	9.5	9.5	7.7	9.5	7.5
	40代	(n=474)	16.7	16.9	11.4	8.9	11.4	10.3	7.8	8.9	10.3	9.1
	50代	(n=399)	11.8	10.3	8.3	7.5	5.5	8.0	7.5	8.0	6.8	6.0
	60代	(n=467)	11.6	4.9	10.7	14.3	7.5	9.0	11.6	11.6	6.2	6.0
性別年代	男性20代	(n=163)	9.2	13.5	13.5	12.9	7.4	9.2	5.5	6.1	8.0	3.7
	男性30代	(n=203)	14.8	8.9	13.3	11.3	7.4	8.9	7.4	7.4	9.4	6.4
	男性40代	(n=239)	7.9	10.0	8.8	7.5	6.3	8.8	5.9	3.3	7.5	5.4
	男性50代	(n=199)	7.0	6.0	5.0	6.5	3.0	5.0	2.5	6.0	2.5	4.5
	男性60代	(n=228)	10.1	4.4	10.1	12.3	6.1	4.8	6.1	9.6	3.5	4.4
	女性20代	(n=157)	17.2	29.9	13.4	16.6	17.2	10.8	7.6	7.0	12.7	9.6
	女性30代	(n=199)	21.1	19.6	15.6	10.6	18.6	10.1	11.6	8.0	9.5	8.5
	女性40代	(n=235)	25.5	23.8	14.0	10.2	16.6	11.9	9.8	14.5	13.2	12.8
	女性50代	(n=200)	16.5	14.5	11.5	8.5	8.0	11.0	12.5	10.0	11.0	7.5
	女性60代	(n=239)	13.0	5.4	11.3	16.3	8.8	13.0	16.7	13.4	8.8	7.5
果物摂取量	200g以上	(n=207)	9.2	6.8	17.9	25.1	12.6	15.0	12.6	10.1	10.1	10.1
	100g～200g未満	(n=604)	12.4	12.9	14.1	15.2	13.2	12.7	11.1	9.8	11.6	9.4
	100g未満	(n=709)	15.7	14.4	11.6	9.4	10.7	8.9	9.0	10.6	9.3	5.8
令和4年度全体		(n=2062)	17.0	12.6	12.4	11.4	9.7	10.2	10.3	10.4	9.4	7.1

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)	5.6	5.5	5.2	3.4	3.0	2.0	0.6
性別	男性	(n=1032)	4.4	4.1	4.6	1.9	3.2	2.5	1.0
	女性	(n=1030)	6.9	6.9	5.9	4.9	2.7	1.5	0.3
年代	20代	(n=320)	5.9	3.4	9.7	4.4	3.4	2.2	0.3
	30代	(n=402)	7.0	3.7	7.5	4.5	3.2	2.7	0.2
	40代	(n=474)	5.3	7.2	5.7	4.2	3.6	2.1	0.6
	50代	(n=399)	3.5	6.3	3.0	1.8	2.0	1.3	1.3
	60代	(n=467)	6.4	6.0	1.7	2.4	2.6	1.7	0.6
	70代	(n=100)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
性別年代	男性20代	(n=163)	4.3	1.8	6.1	3.1	4.9	3.7	0.6
	男性30代	(n=203)	7.9	3.0	8.4	3.0	4.4	3.9	0.5
	男性40代	(n=239)	3.8	6.3	5.0	2.1	4.2	2.5	0.8
	男性50代	(n=199)	2.0	4.0	2.5	0.0	1.5	1.5	1.5
	男性60代	(n=228)	3.9	4.4	1.3	1.8	1.3	1.3	1.3
	女性20代	(n=157)	7.6	5.1	13.4	5.7	1.9	0.6	0.0
	女性30代	(n=199)	6.0	4.5	6.5	6.0	2.0	1.5	0.0
	女性40代	(n=235)	6.8	8.1	6.4	6.4	3.0	1.7	0.4
	女性50代	(n=200)	5.0	8.5	3.5	3.5	2.5	1.0	1.0
	女性60代	(n=239)	8.8	7.5	2.1	2.9	3.8	2.1	0.0
果物摂取量	200g以上	(n=207)	9.2	3.9	8.7	2.4	4.8	2.9	0.5
	100g～200g未満	(n=604)	7.0	7.5	6.6	4.5	4.3	2.6	0.0
	100g未満	(n=709)	5.5	5.5	3.8	3.8	2.7	2.1	0.4
令和4年度全体		(n=2062)	6.5	6.2	5.7	4.8	4.3	3.2	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。

(1) 日常の果物の消費行動 まとめ

- 月1回以上喫食者ベースでみると、果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体の13.6%（令和4年度調査から横ばい）。
 - 全回答者のうち、果物を200g以上摂取できている人の割合は10.0%で、令和4年度調査からほぼ横ばい。
 - 果物をほぼ毎日摂取している人は20.4%。週1回以上摂取している人は52.3%で、令和4年度調査（56.0%）から減少している。
 - 女性、高齢層は、男性、若年層よりも摂取頻度が高い。
 - 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」「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」「他に食べる食品があるから」が中心。
 - 大半の場合において、果物は「そのまま」で摂取されている。
-
- ・ 月1回以上喫食者ベースでみると、果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体の13.6%。（p14）
 - ・ 月一回以上喫食者ベースで見た場合も200g以上摂取できている人の割合は、令和4年度調査から横ばい。
（今回含め3回の調査でいずれも10%前後）（p14）
 - ・ 全回答者のうち、1日あたりの果物の摂取量では、「50g未満」が37.0%と最も高く、以下「50g～100g未満」「100g～150g未満」の順に高い。200g以上摂取できている人は10.0%。（p15）
 - ・ 全回答者のうち、200g以上摂取できている人の割合は、令和4年度調査からほぼ横ばい。（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）
 - ・ 果物の購入頻度では、「ほとんど買わない」（36.0%）が最も高く、「週1～2日」（32.4%）が続く。（p18）
 - ・ 果物の摂取頻度では、「ほとんど食べない」（26.3%）が最も高く、「月1～3日」（21.4%）、「ほぼ毎日」（20.4%）が続く。（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。（p20～21）
 - ・ 令和4年度調査と比較すると、「習慣になっているから」が減少。（p20）
 - ・ 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」「他に食べる食品があるから」が中心。（p22～23）
 - ・ 令和4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」が増加し、「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」が減少。（p22）
 - ・ 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76.4%でトップ。次いで「甘い」が61.0%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」「値段が高い」「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」「健康によい」「新鮮」「傷むのが早い」「手軽に食べられる」「美肌に効果がある」「生活に彩りや潤いを添えてくれる存在」「家族に食べさせたい」などのイメージが男性より顕著に高い。（p25～28）

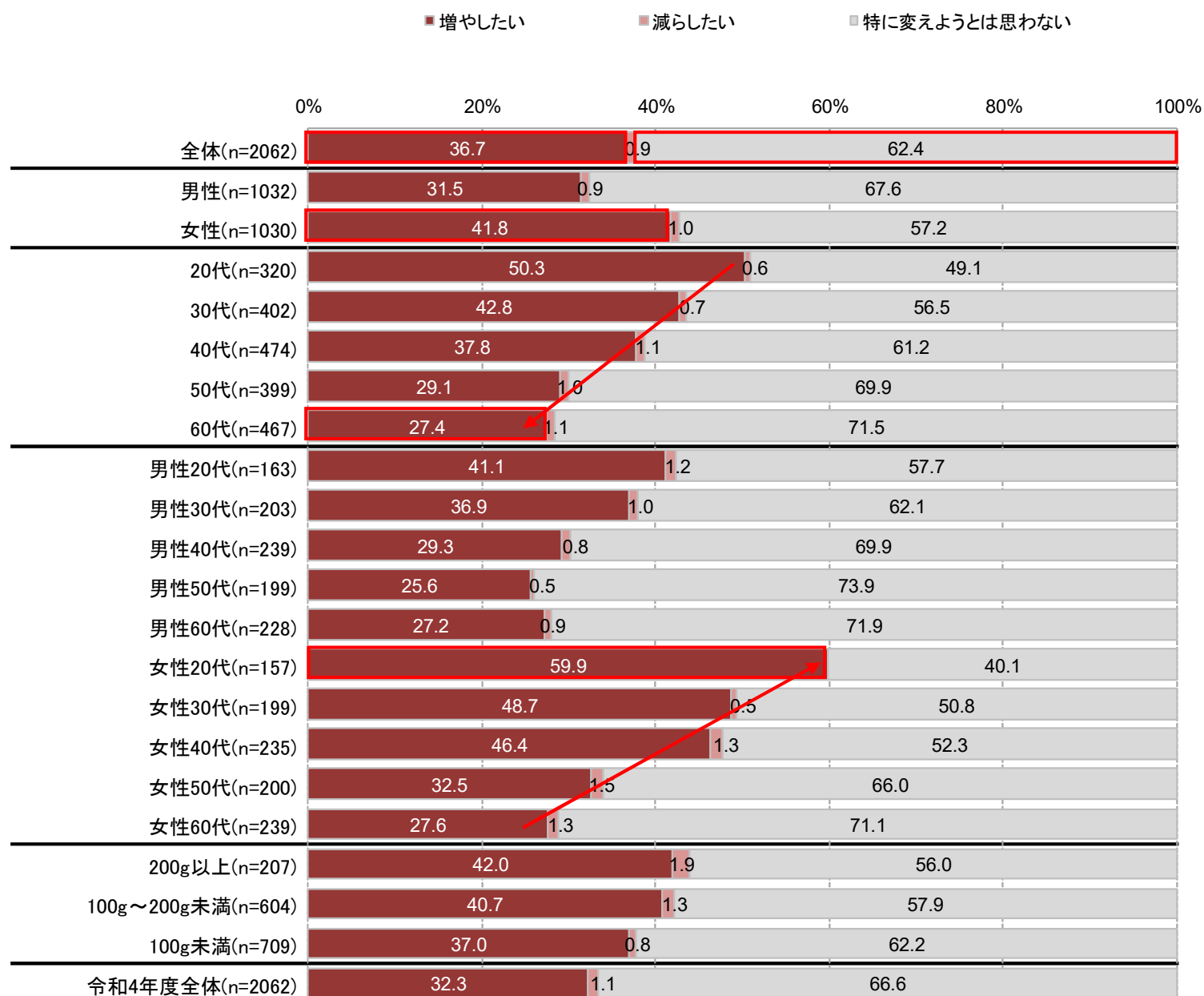
(2) 今後の果物の摂取意向

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割台前半を占めている。次いで「増やしたい」が3割台後半で、「減らしたい」はごくわずか。
- ・ 令和4年度結果と比較すると、「増やしたい」の割合が増加している。
- ・ 性別でみると、『女性』は「増やしたい」の割合が4割を超えており、『男性』よりも高い。
- ・ 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割台後半にとどまる。
- ・ 性別×年代でみると、女性では低年代ほど「増やしたい」の割合が高く、『女性20代』では約6割を占めている。

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)

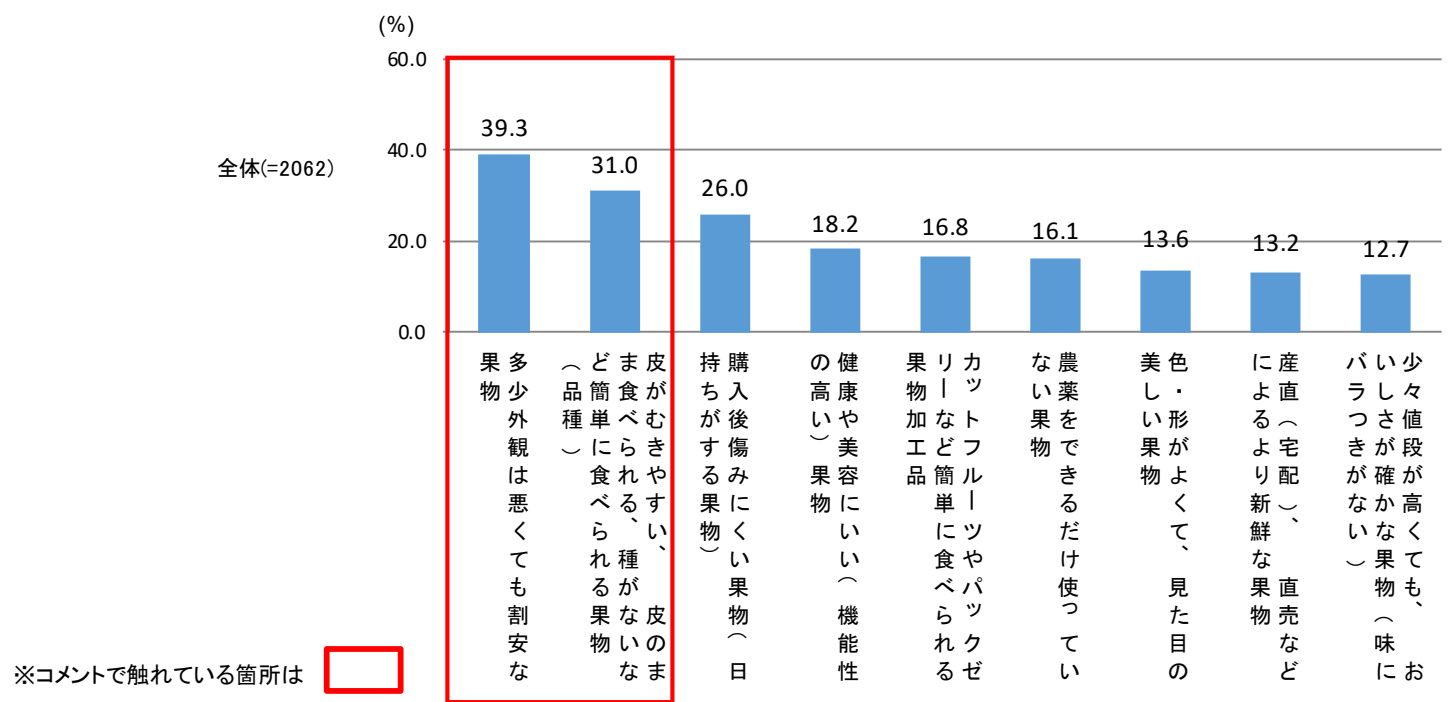
※コメントで触れている箇所は



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。
- 性別でみると、『女性』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」「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」の割合が『男性』より顕著に高い。
- 果物摂取量が多いほど、「農薬をできるだけ使っていない果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「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。

Q 9. 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。（MA）

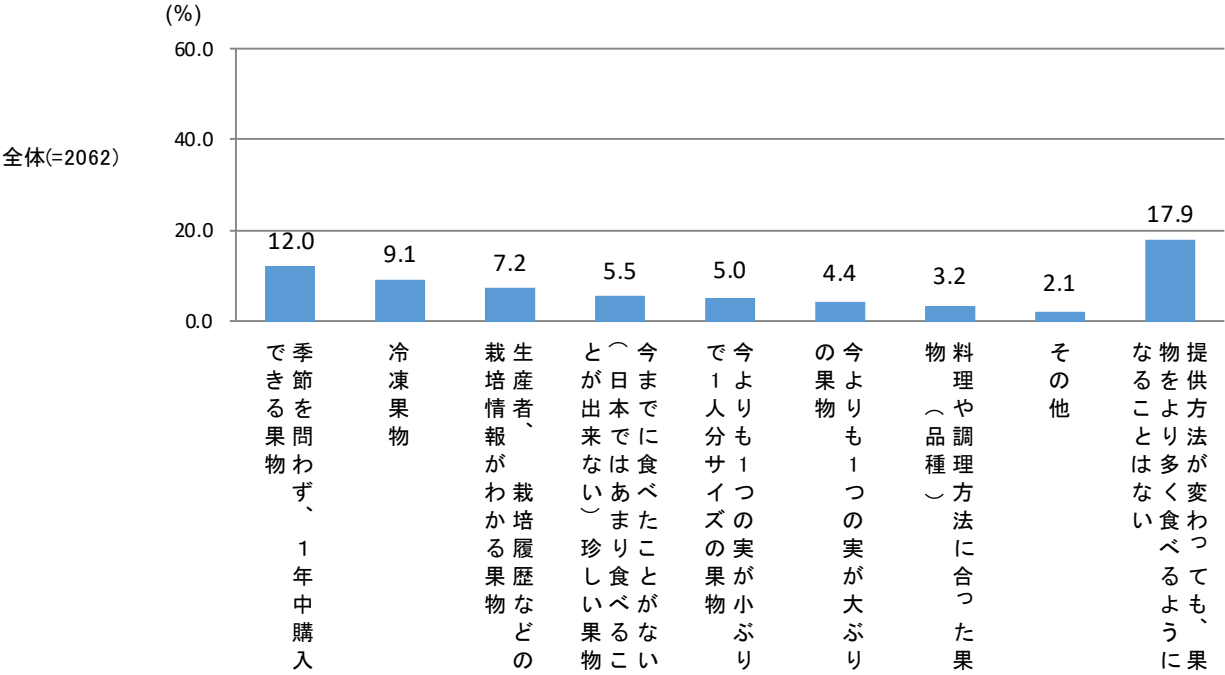


※コメントで触れている箇所は

全体		(n=2062)	39.3	31.0	26.0	18.2	16.8	16.1	13.6	13.2	12.7
性別	男性	(n=1032)	34.4	24.1	19.3	13.6	16.2	10.9	15.8	8.8	11.1
	女性	(n=1030)	44.2	38.0	32.7	22.8	17.4	21.4	11.4	17.7	14.2
年代	20代	(n=320)	36.6	29.1	23.1	17.2	21.6	8.1	20.0	6.3	10.9
	30代	(n=402)	40.8	32.3	28.1	21.1	17.7	13.7	17.7	11.9	13.2
	40代	(n=474)	40.7	32.3	28.1	19.0	18.8	14.6	12.0	11.4	12.7
	50代	(n=399)	36.1	28.1	25.1	13.8	16.5	17.3	9.5	12.8	11.5
	60代	(n=467)	41.1	32.5	24.8	19.3	10.9	24.2	10.7	21.4	14.3
性別年代	男性20代	(n=163)	28.2	19.6	13.5	11.0	19.0	4.9	20.9	4.9	10.4
	男性30代	(n=203)	37.9	26.6	21.2	18.2	18.2	10.3	20.7	10.3	14.8
	男性40代	(n=239)	39.3	23.0	20.1	13.8	15.1	8.8	14.6	8.4	10.9
	男性50代	(n=199)	31.2	18.6	19.1	9.0	17.6	12.1	11.6	7.0	9.0
	男性60代	(n=228)	33.3	31.1	21.1	14.9	12.3	16.7	12.7	12.3	10.5
	女性20代	(n=157)	45.2	38.9	33.1	23.6	24.2	11.5	19.1	7.6	11.5
	女性30代	(n=199)	43.7	38.2	35.2	24.1	17.1	17.1	14.6	13.6	11.6
	女性40代	(n=235)	42.1	41.7	36.2	24.3	22.6	20.4	9.4	14.5	14.5
	女性50代	(n=200)	41.0	37.5	31.0	18.5	15.5	22.5	7.5	18.5	14.0
	女性60代	(n=239)	48.5	33.9	28.5	23.4	9.6	31.4	8.8	30.1	18.0
果物摂取量	200g以上	(n=207)	39.6	31.9	23.7	20.8	21.3	24.6	22.2	20.8	23.2
	100g～200g未満	(n=604)	45.4	37.6	30.3	23.8	17.5	22.4	16.4	18.9	16.1
	100g未満	(n=709)	43.7	31.2	28.6	19.0	13.7	15.7	12.4	13.5	12.1
令和4年度全体		(n=2062)	37.8	33.1	24.2	17.4	17.6	15.7	13.7	9.7	11.3

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 ― (2) 今後の果物の摂取意向



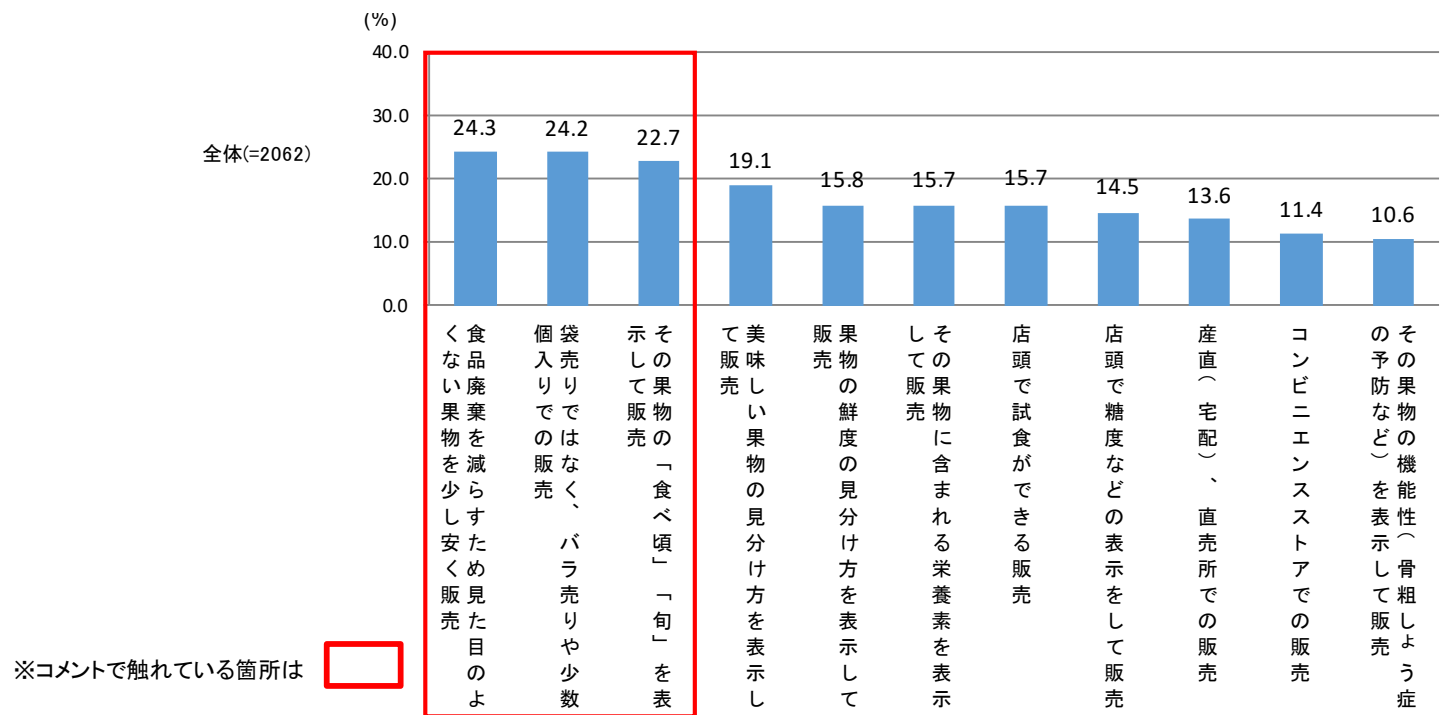
全体		(n=2062)	12.0	9.1	7.2	5.5	5.0	4.4	3.2	2.1	17.9
性別	男性	(n=1032)	9.5	8.5	5.9	4.6	3.9	5.4	2.7	1.6	24.1
	女性	(n=1030)	14.5	9.7	8.4	6.4	6.2	3.3	3.8	2.5	11.7
年代	20代	(n=320)	12.5	13.1	2.8	7.5	6.3	6.9	4.4	1.6	17.5
	30代	(n=402)	11.9	10.7	7.5	5.0	6.7	5.7	5.7	0.7	18.9
	40代	(n=474)	14.8	9.9	5.7	4.6	4.9	2.5	3.4	2.3	16.9
	50代	(n=399)	10.5	7.5	7.3	4.3	4.0	3.0	2.0	3.0	20.6
	60代	(n=467)	10.1	5.6	11.3	6.4	3.9	4.5	1.3	2.6	16.1
性別年代	男性20代	(n=163)	10.4	12.9	4.3	6.7	6.7	8.0	4.3	0.6	27.6
	男性30代	(n=203)	9.9	9.4	6.9	4.4	5.9	7.9	6.9	1.0	23.2
	男性40代	(n=239)	10.9	7.9	3.8	1.7	2.9	2.5	1.7	1.7	22.6
	男性50代	(n=199)	7.0	7.5	6.0	4.0	1.5	4.0	1.0	1.5	27.1
	男性60代	(n=228)	9.2	6.1	8.3	6.6	3.1	5.7	0.4	3.1	21.5
	女性20代	(n=157)	14.6	13.4	1.3	8.3	5.7	5.7	4.5	2.5	7.0
	女性30代	(n=199)	14.1	12.1	8.0	5.5	7.5	3.5	4.5	0.5	14.6
	女性40代	(n=235)	18.7	11.9	7.7	7.7	6.8	2.6	5.1	3.0	11.1
	女性50代	(n=200)	14.0	7.5	8.5	4.5	6.5	2.0	3.0	4.5	14.0
	女性60代	(n=239)	10.9	5.0	14.2	6.3	4.6	3.3	2.1	2.1	10.9
果物摂取量	200g以上	(n=207)	11.1	9.7	14.5	8.2	5.8	9.7	4.8	1.9	8.2
	100g～200g未満	(n=604)	14.9	9.8	9.9	7.8	5.8	6.3	4.0	1.8	9.4
	100g未満	(n=709)	14.7	9.0	6.1	4.9	5.6	3.0	3.5	2.0	14.8
令和4年度全体		(n=2062)	11.7	8.4	6.6	5.5	6.7	4.4	3.3	2.6	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。

③果物喫食増加のための販売方法

- 全体では、「食品廃棄を減らすため見た目のよくない果物を少し安く販売」が僅差で最多、特に女性では男性の2倍に及んだ。以下は「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」が2割台半ばでほぼ並んだ。次いで「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」も僅差で続く。
- 性別でみると、『女性』は「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」など上位項目の大半で、スコアが『男性』より顕著に高い。
- 年代別にみると、『60代』では「産直、直売所での販売」が2割強で、他の年代より高い。

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)



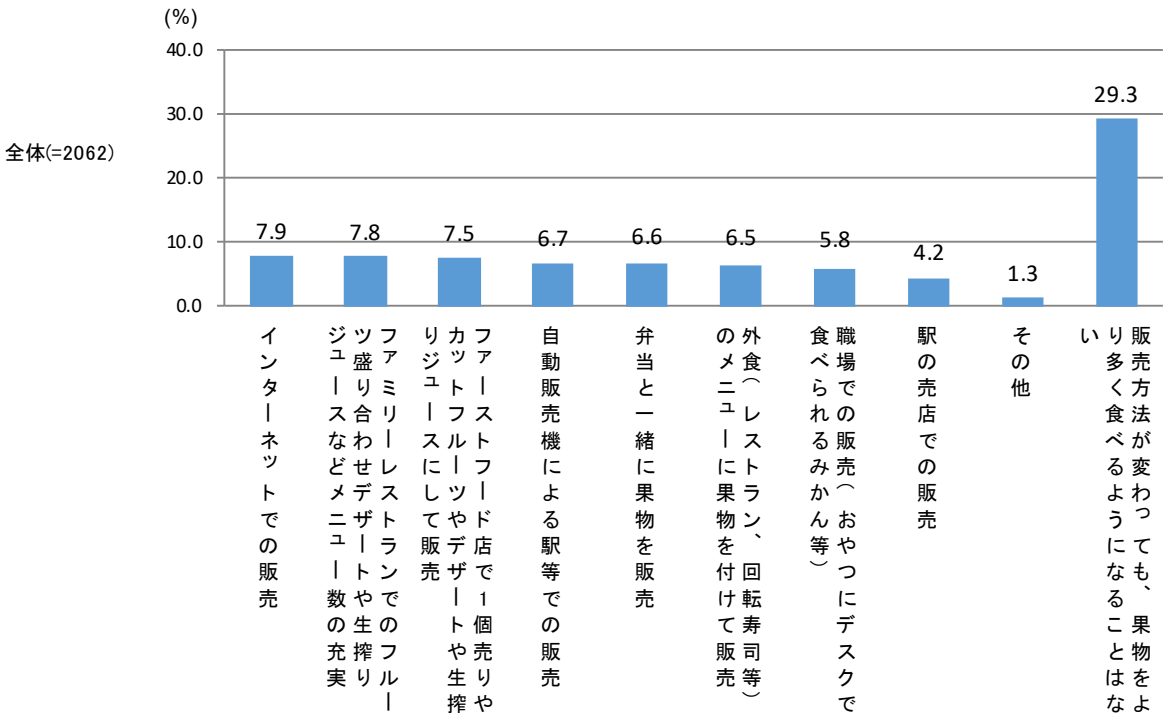
※コメントで触れている箇所は

全体		(n=2062)	24.3	24.2	22.7	19.1	15.8	15.7	15.7	14.5	13.6	11.4	10.6
性別	男性	(n=1032)	16.2	16.9	16.7	13.2	11.2	10.2	14.9	10.6	10.4	10.7	6.3
	女性	(n=1030)	32.4	31.6	28.8	25.0	20.4	21.3	16.5	18.5	16.8	12.1	14.9
年代	20代	(n=320)	20.0	20.9	20.9	19.7	15.0	12.2	12.8	11.3	7.5	16.6	7.2
	30代	(n=402)	25.9	23.6	24.6	22.1	17.4	18.2	14.2	16.9	11.2	13.2	10.0
	40代	(n=474)	22.4	24.9	23.4	18.1	15.8	17.3	14.8	12.7	13.1	10.8	11.6
	50代	(n=399)	22.6	24.3	20.6	16.0	12.3	11.0	16.0	12.8	13.3	10.0	8.0
	60代	(n=467)	29.3	26.1	23.6	19.5	18.0	18.4	19.7	18.2	20.6	8.1	14.6
	60代	(n=467)	29.3	26.1	23.6	19.5	18.0	18.4	19.7	18.2	20.6	8.1	14.6
性別年代	男性20代	(n=163)	13.5	12.9	14.1	14.1	9.8	6.1	12.3	6.7	5.5	14.1	4.9
	男性30代	(n=203)	21.2	17.2	19.7	17.7	14.3	17.2	15.8	15.8	10.3	11.3	7.9
	男性40代	(n=239)	13.8	14.6	16.3	11.7	9.6	11.7	13.8	8.8	11.3	10.0	8.4
	男性50代	(n=199)	13.6	17.1	15.6	9.0	7.5	4.0	15.1	9.5	10.6	8.0	4.0
	男性60代	(n=228)	18.4	21.5	17.1	13.6	14.5	10.5	17.1	11.4	12.7	10.5	5.7
	女性20代	(n=157)	26.8	29.3	28.0	25.5	20.4	18.5	13.4	15.9	9.6	19.1	9.6
	女性30代	(n=199)	30.7	30.2	29.6	26.6	20.6	19.1	12.6	18.1	12.1	15.1	12.1
	女性40代	(n=235)	31.1	35.3	30.6	24.7	22.1	23.0	15.7	16.6	14.9	11.5	14.9
	女性50代	(n=200)	31.5	31.5	25.5	23.0	17.0	18.0	17.0	16.0	16.0	12.0	12.0
	女性60代	(n=239)	39.7	30.5	29.7	25.1	21.3	25.9	22.2	24.7	28.0	5.9	23.0
果物摂取量	200g以上	(n=207)	30.0	22.2	29.0	25.1	21.3	24.6	18.4	22.7	24.2	12.6	16.4
	100g～200g未満	(n=604)	29.8	28.1	31.6	27.6	19.9	22.0	20.9	17.9	19.2	14.7	14.4
	100g未満	(n=709)	26.4	26.7	23.3	19.5	17.9	15.7	16.4	15.7	12.3	10.9	10.2
令和4年度全体		(n=2062)	*	23.9	20.8	17.2	15.3	15.4	15.4	12.9	11.6	12.7	10.9

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。

※「食品廃棄を減らすため見た目のよくない果物を少し安く販売」は今回調査からの新規選択肢

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)	7.9	7.8	7.5	6.7	6.6	6.5	5.8	4.2	1.3	29.3
性別	男性	(n=1032)	7.8	6.3	7.1	6.2	6.1	5.2	5.8	3.7	0.9	37.4
	女性	(n=1030)	7.9	9.2	8.0	7.3	7.2	7.8	5.7	4.8	1.7	21.3
年代	20代	(n=320)	10.3	12.2	10.0	10.9	9.1	9.1	9.1	5.9	0.0	30.3
	30代	(n=402)	9.2	7.5	9.5	8.2	9.0	9.0	7.5	6.7	0.7	29.1
	40代	(n=474)	7.6	9.5	9.7	7.4	6.5	8.2	6.1	3.0	1.9	26.2
	50代	(n=399)	6.0	6.3	4.0	3.8	4.3	3.3	4.3	3.0	1.3	36.1
	60代	(n=467)	6.9	4.5	4.9	4.5	5.1	3.6	3.0	3.2	2.1	26.3
性別年代	男性20代	(n=163)	10.4	8.6	11.0	10.4	9.2	6.7	8.0	7.4	0.0	39.3
	男性30代	(n=203)	9.4	6.9	9.9	6.4	8.4	8.9	8.9	6.9	0.5	34.5
	男性40代	(n=239)	7.5	6.7	5.9	6.7	6.3	5.0	6.7	2.1	0.8	34.7
	男性50代	(n=199)	3.5	4.0	2.5	2.5	2.0	2.5	4.0	1.0	1.0	46.7
	男性60代	(n=228)	8.8	5.7	7.0	5.7	5.3	3.5	2.2	2.2	1.8	33.3
	女性20代	(n=157)	10.2	15.9	8.9	11.5	8.9	11.5	10.2	4.5	0.0	21.0
	女性30代	(n=199)	9.0	8.0	9.0	10.1	9.5	9.0	6.0	6.5	1.0	23.6
	女性40代	(n=235)	7.7	12.3	13.6	8.1	6.8	11.5	5.5	3.8	3.0	17.4
	女性50代	(n=200)	8.5	8.5	5.5	5.0	6.5	4.0	4.5	5.0	1.5	25.5
	女性60代	(n=239)	5.0	3.3	2.9	3.3	5.0	3.8	3.8	4.2	2.5	19.7
果物摂取量	200g以上	(n=207)	13.0	11.1	12.6	6.8	13.5	9.2	7.7	9.2	2.4	14.0
	100g～200g未満	(n=604)	10.6	11.1	10.4	9.1	8.1	9.4	8.6	5.6	1.0	17.1
	100g未満	(n=709)	5.8	6.2	6.6	6.9	5.8	5.5	4.8	3.5	1.4	26.5
令和4年度全体		(n=2062)	8.6	7.5	8.2	7.2	7.6	7.0	5.7	3.9	1.6	34.0

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。

④ー1 果物加工品の消費意向

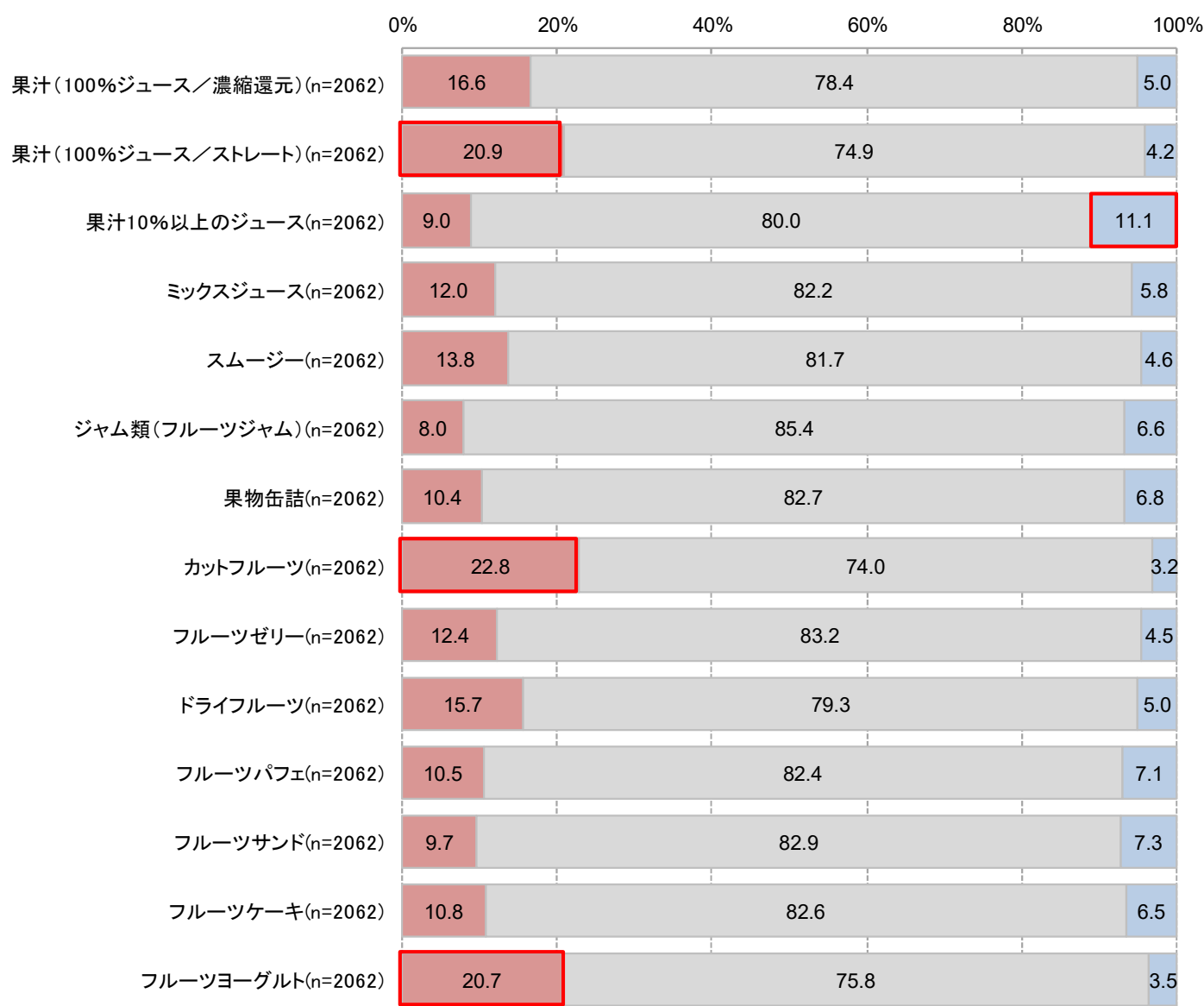
- ・ 『カットフルーツ』『果汁(100%ジュース/ストレート)』『フルーツヨーグルト』の「増やしたい」の割合が2割超と高め。
- ・ 一方、『果汁10%以上のジュース』は「減らしたい」の割合が1割を超えた。

Q 1 1. 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すか。(S A)

※コメントで触れている箇所は



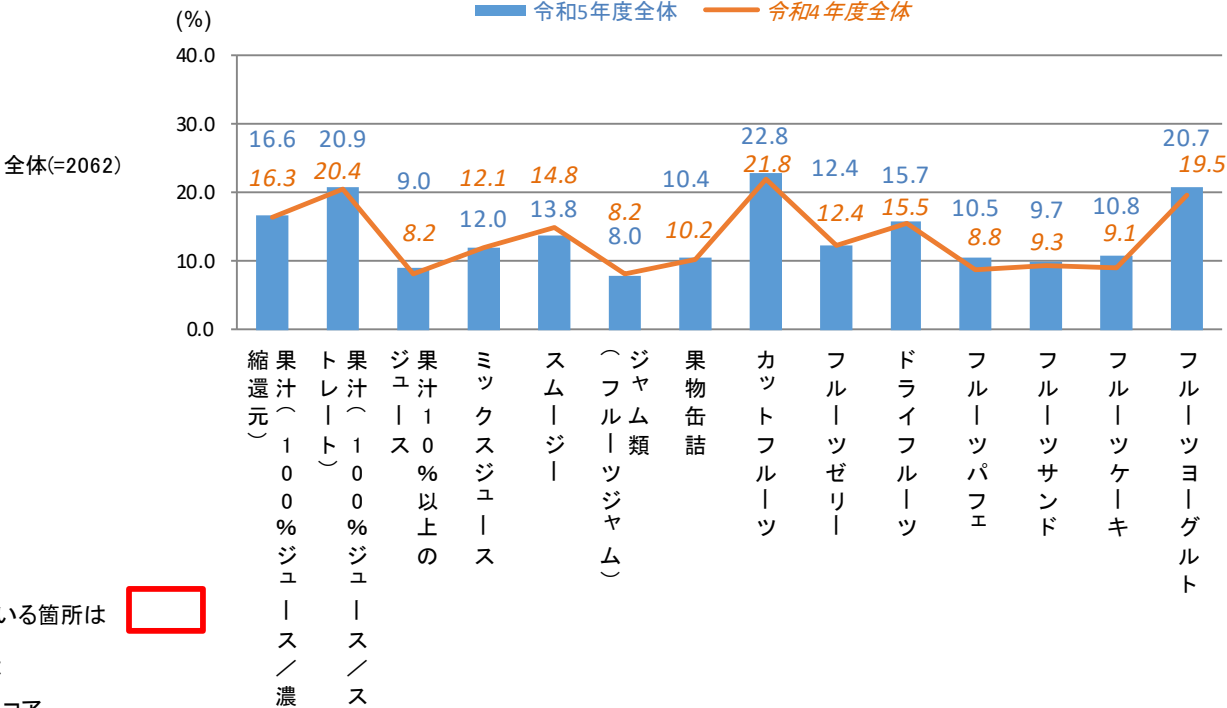
■ 増やしたい ■ 変えようと思わない ■ 減らしたい



④ー2 果物加工品の消費意向（増やしたい）

- 性別でみると、『男性』は「果汁10%以上のジュース」の割合が、『女性』より高い。
- 年代別でみると、『20代』では「カットフルーツ」が3割台前半となるなど、全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。

Q 1 1. 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すか。（S A）



※コメントで触れている箇所は 11.3

※グラフのスコアは
「増やしたい」のスコア

			(%)															
全体			(n=2062)	16.6	20.9	9.0	12.0	13.8	8.0	10.4	22.8	12.4	15.7	10.5	9.7	10.8	20.7	
性別	男性	(n=1032)	18.4	21.3	11.3	13.7	11.2	8.9	12.4	21.2	12.1	13.8	10.9	10.9	12.0	20.5		
	女性	(n=1030)	14.9	20.5	6.6	10.3	16.3	7.0	8.4	24.5	12.6	17.7	10.2	8.5	9.6	20.8		
年代	20代	(n=320)	25.0	27.8	15.3	18.1	20.6	12.8	17.2	31.9	18.4	21.3	16.9	16.3	17.5	26.6		
	30代	(n=402)	20.6	24.1	11.2	16.9	17.4	10.9	13.9	29.6	17.9	19.7	14.9	11.7	14.2	27.4		
	40代	(n=474)	15.6	19.0	6.8	10.8	13.5	8.0	8.2	21.5	11.0	11.6	8.4	8.4	9.3	18.4		
	50代	(n=399)	14.0	18.8	6.5	8.5	8.8	5.0	7.3	17.0	9.8	13.0	9.0	8.0	9.0	16.3		
	60代	(n=467)	10.7	17.1	7.1	7.7	10.5	4.5	7.7	17.1	7.1	15.0	5.8	6.4	6.4	16.9		
性別年代	男性20代	(n=163)	25.8	26.4	15.3	17.8	14.7	14.1	17.8	25.8	16.0	20.9	17.2	17.2	20.2	27.6		
	男性30代	(n=203)	24.1	26.1	14.3	19.2	14.3	14.3	16.3	27.1	19.2	20.2	16.3	10.3	16.7	28.1		
	男性40代	(n=239)	13.4	15.9	7.9	12.1	10.0	8.4	9.2	18.0	12.6	9.2	9.2	11.7	10.9	18.0		
	男性50代	(n=199)	14.6	18.1	8.0	10.1	8.5	5.0	7.0	16.6	9.0	7.5	5.5	7.5	6.5	13.6		
	男性60代	(n=228)	16.7	21.9	12.3	10.5	9.6	4.4	13.2	20.2	5.3	13.2	7.9	9.2	7.9	17.5		
	女性20代	(n=157)	24.2	29.3	15.3	18.5	26.8	11.5	16.6	38.2	21.0	21.7	16.6	15.3	14.6	25.5		
	女性30代	(n=199)	17.1	22.1	8.0	14.6	20.6	7.5	11.6	32.2	16.6	19.1	13.6	13.1	11.6	26.6		
	女性40代	(n=235)	17.9	22.1	5.5	9.4	17.0	7.7	7.2	25.1	9.4	14.0	7.7	5.1	7.7	18.7		
	女性50代	(n=200)	13.5	19.5	5.0	7.0	9.0	5.0	7.5	17.5	10.5	18.5	12.5	8.5	11.5	19.0		
女性60代	(n=239)	5.0	12.6	2.1	5.0	11.3	4.6	2.5	14.2	8.8	16.7	3.8	3.8	5.0	16.3			
果物摂取量	200g以上	(n=207)	21.7	24.6	13.5	16.9	18.4	14.0	16.4	27.5	19.3	24.2	17.9	14.0	18.8	26.1		
	100g～200g未満	(n=604)	19.4	27.0	11.1	15.7	19.5	8.6	11.8	30.0	17.5	20.7	13.4	11.9	13.9	26.5		
	100g未満	(n=709)	16.9	21.0	7.9	11.6	12.8	7.5	10.2	21.3	9.2	14.5	8.9	8.7	9.2	20.6		
令和4年度全体			(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	

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

- 36.7%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、前回調査から増加。
- 男性、高齢層の「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。
- 果物喫食増加のための販売方法では、「食品廃棄を減らすため見た目のよくない果物を少し安く販売」「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が中心。
- 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割超でやや高め。
- 男性では、「果汁10%以上のジュース」を増やしたいと考えている人の割合が女性より高い。
- 20代は、全般的に果物加工品の消費を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」という現状維持派が62.4%を占めるが、「増やしたい」も36.7%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4年度調査(32.3%)から増加している。(p31)
- 女性では、「増やしたい」の割合が41.8%と4割を超えており、男性の31.5%を大きく上回っている。(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、「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」「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」の割合が男性より顕著に高い。(p32~33)
- 果物摂取量が多いほど、「農薬をできるだけ使っていない果物」「色・形がよくて、見た目の美しい果物」「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、「食品廃棄を減らすため見た目のよくない果物を少し安く販売」「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「その果物の『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割超で、他の果物加工品と比較するとやや高め。(p36)
- 20代は、「カットフルーツ」が31.9%となるなど、全般的にもスコアが高く、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。(p37)

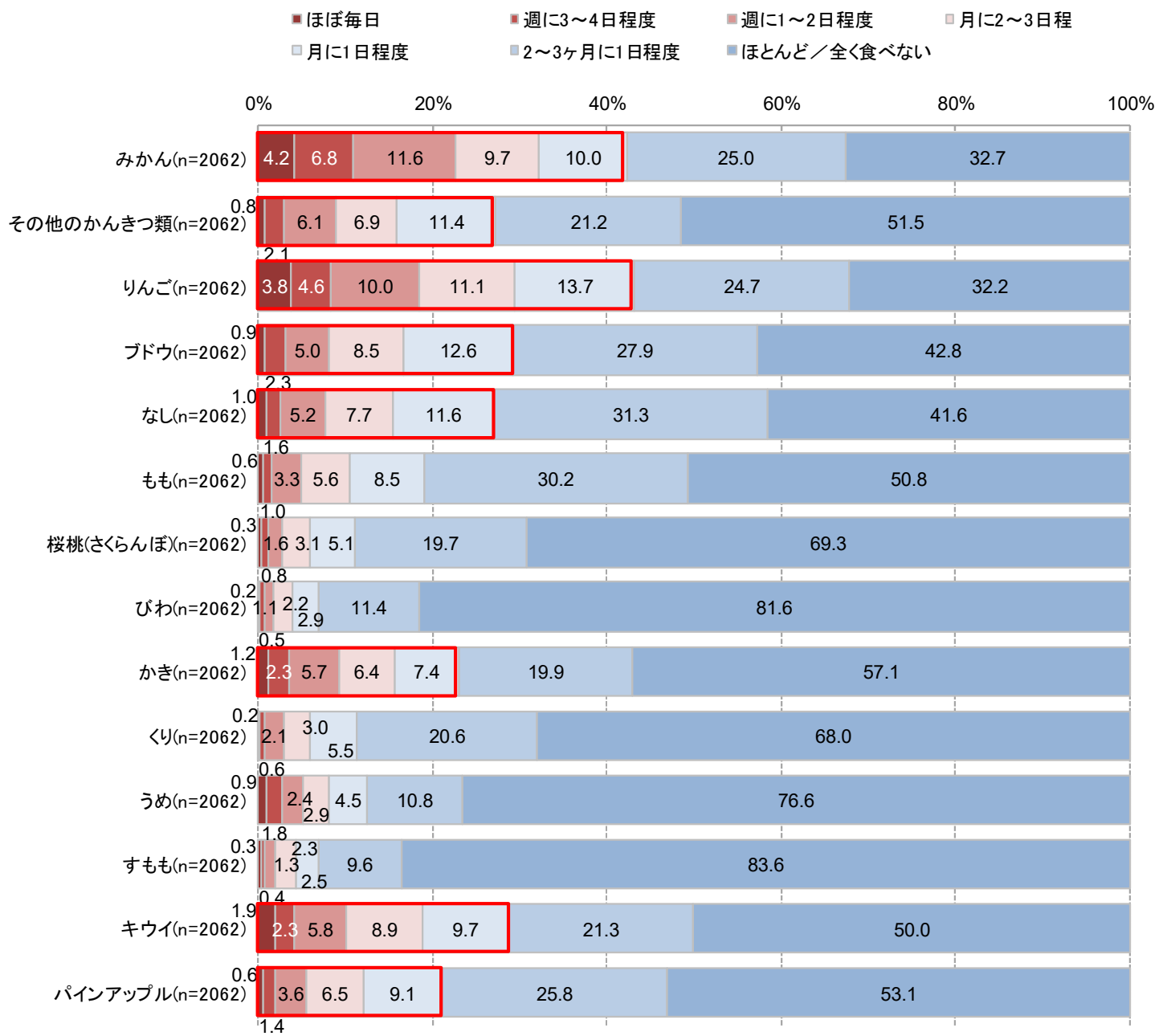
(3) 果樹振興法14品目について

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』『みかん』が4割台前半でほぼ並んだ。以下、『ブドウ』『キウイ』『その他のかんきつ類』『なし』『かき』『パイナップル』が3割弱～2割強で続いている。

Q 1 3. 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頻度をお答えください。(S A)
※生鮮果物についてお答えください(N)

※コメントで触れている箇所は

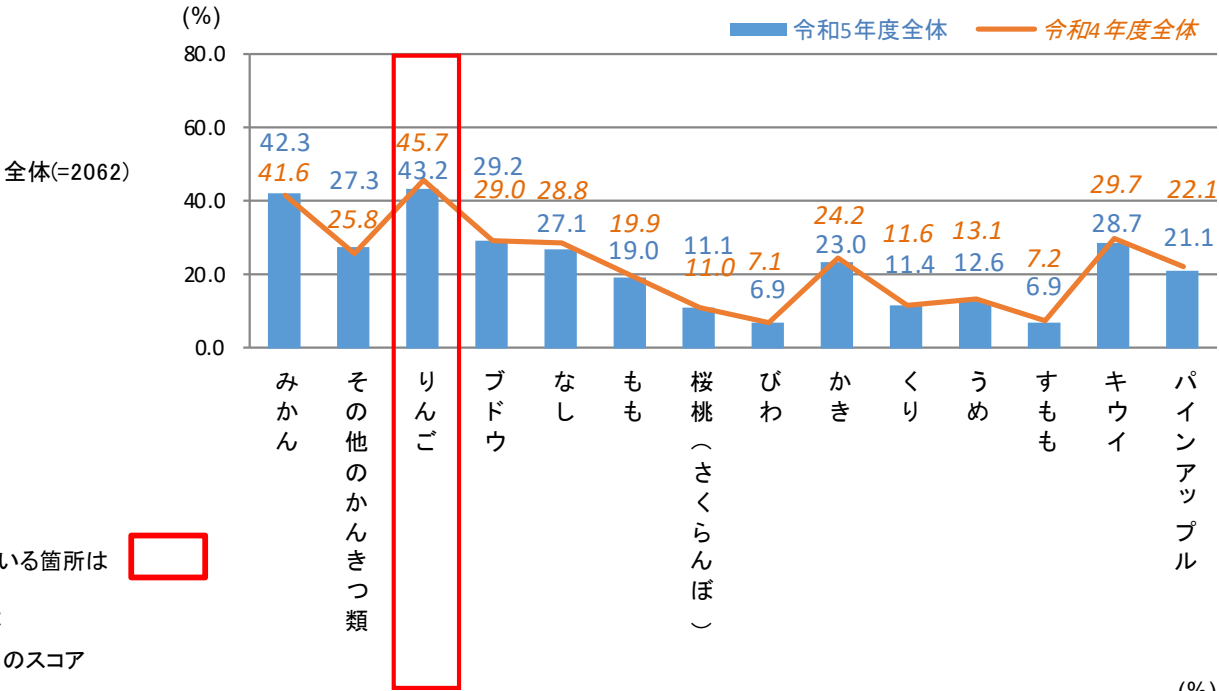


①ー2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）

- 令和4年度結果と比較すると、「りんご」が減少した。
- 性別でみると、『女性』は「みかん」「その他のかんきつ類」「かき」「キウイ」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「みかん」「りんご」は5割超となっている。
- 果物摂取量別でみると、全品目で摂取量が多いほど月1回以上喫食している割合が高く、特に「みかん」「りんご」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）

※生鮮果物についてお答えください（N）



※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)	42.3	27.3	43.2	29.2	27.1	19.0	11.1	6.9	23.0	11.4	12.6	6.9	28.7	21.1
性別	男性	(n=1032)	38.6	24.4	40.6	27.3	26.4	19.0	11.2	7.8	19.5	10.8	13.6	7.7	23.6	20.9
	女性	(n=1030)	46.0	30.2	45.7	31.2	27.8	19.0	10.9	6.1	26.6	12.0	11.6	6.1	33.7	21.3
年代	20代	(n=320)	40.9	24.1	38.8	25.9	25.0	21.3	15.6	12.2	21.6	14.4	15.6	13.1	30.0	26.6
	30代	(n=402)	37.3	25.1	39.8	24.9	22.6	14.4	9.7	5.5	14.7	9.5	13.2	7.0	25.4	20.4
	40代	(n=474)	36.9	25.1	38.6	25.1	23.6	15.6	8.2	5.3	18.1	9.9	11.6	5.1	27.2	17.3
	50代	(n=399)	39.1	23.3	41.6	26.3	24.3	19.3	8.5	4.0	18.5	9.3	9.5	4.3	27.3	18.3
	60代	(n=467)	55.7	37.0	55.0	42.0	38.1	24.6	14.1	8.8	40.0	14.3	13.5	6.6	33.2	24.2
	60代	(n=467)	55.7	37.0	55.0	42.0	38.1	24.6	14.1	8.8	40.0	14.3	13.5	6.6	33.2	24.2
性別年代	男性20代	(n=163)	39.3	24.5	39.3	27.0	23.9	20.9	17.2	13.5	18.4	14.1	17.2	13.5	22.7	28.8
	男性30代	(n=203)	34.5	22.7	38.9	23.6	21.2	17.2	9.9	5.4	13.3	9.9	13.3	7.4	22.2	20.2
	男性40代	(n=239)	34.7	23.8	40.2	26.4	25.5	16.7	10.0	7.9	17.2	9.6	12.6	6.3	24.3	16.3
	男性50代	(n=199)	34.7	18.6	36.2	22.1	23.6	18.1	6.0	4.0	14.1	6.0	8.5	4.0	20.6	17.6
	男性60代	(n=228)	49.1	31.6	47.4	36.4	36.0	22.4	14.0	8.8	32.9	14.5	16.7	8.3	27.6	23.7
	女性20代	(n=157)	42.7	23.6	38.2	24.8	26.1	21.7	14.0	10.8	24.8	14.6	14.0	12.7	37.6	24.2
	女性30代	(n=199)	40.2	27.6	40.7	26.1	24.1	11.6	9.5	5.5	16.1	9.0	13.1	6.5	28.6	20.6
	女性40代	(n=235)	39.1	26.4	37.0	23.8	21.7	14.5	6.4	2.6	19.1	10.2	10.6	3.8	30.2	18.3
	女性50代	(n=200)	43.5	28.0	47.0	30.5	25.0	20.5	11.0	4.0	23.0	12.5	10.5	4.5	34.0	19.0
	女性60代	(n=239)	61.9	42.3	62.3	47.3	40.2	26.8	14.2	8.8	46.9	14.2	10.5	5.0	38.5	24.7
果物摂取量	200g以上	(n=207)	74.4	56.0	77.8	58.9	57.5	47.3	34.8	25.6	50.2	32.9	32.4	24.2	54.1	48.8
	100g～200g未満	(n=604)	63.2	42.4	63.7	46.7	44.5	30.1	17.2	9.6	37.4	17.2	17.9	10.1	44.5	31.0
	100g未満	(n=709)	43.0	25.2	45.8	26.9	22.7	14.7	6.6	4.1	19.5	8.2	10.2	3.7	28.3	19.6
令和4年度全体		(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

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品目の平均喫食量

- 1日当たりの平均喫食量をみると、全体では「ブドウ」は0.9房、10.2粒、「桜桃（さくらんぼ）」は5.7個、「くり」は3.5個、「びわ」は1.6個、「すもも」は1.5個、「みかん」は1.4個。その他の果物はいずれも0.9～1.3個となっており、1日1個前後の喫食が中心となった。
- 果物摂取量別でみると、全ての果物で『200g以上』の層の平均喫食量が他の層より多い。

Q14. 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時に、1日当たりに平均して食べる量をお答えください。

※生鮮果物についてお答えください（N）

※コメントで触れている箇所は

※数表は平均値(単位:個 ※「ブドウ」のみ房・粒)

		みかん	その他のかんきつ類	りんご	ブドウ（房数）	ブドウ（粒数）	なし	もも	桜桃（さくらんぼ）	びわ	かき	くり	うめ	すもも	キウイ	パイナップル
全体		1.4	1.0	0.9	0.9	10.2	0.9	1.0	5.7	1.6	1.1	3.5	1.3	1.5	1.0	0.9
性別	男性	1.4	1.1	0.9	0.9	9.8	0.9	1.0	4.7	1.5	1.1	3.0	1.3	1.5	1.0	0.9
	女性	1.5	1.0	0.9	0.8	10.5	1.0	0.9	6.7	1.8	1.0	3.9	1.3	1.4	1.0	0.8
年代	20代	1.5	1.6	1.0	1.1	9.5	1.0	1.1	4.6	1.7	1.1	2.3	1.4	1.9	1.2	1.1
	30代	1.3	0.9	0.9	0.9	8.9	1.0	1.1	4.8	1.4	1.4	3.1	1.2	1.5	1.0	0.9
	40代	1.4	0.9	1.0	0.8	9.8	1.1	0.9	4.6	1.6	1.3	3.5	1.3	1.3	1.0	0.8
	50代	1.5	0.9	0.8	0.8	10.8	0.8	0.9	6.3	1.5	0.9	3.6	1.2	1.2	1.0	0.8
	60代	1.5	1.0	0.8	0.8	11.2	0.8	0.9	7.4	1.9	0.9	4.1	1.3	1.4	0.9	0.8
	60代	1.5	1.0	0.8	0.8	11.2	0.8	0.9	7.4	1.9	0.9	4.1	1.3	1.4	0.9	0.8
性別年代	男性20代	1.4	2.1	1.2	1.1	10.0	1.1	1.3	3.9	1.8	1.3	2.1	1.5	2.4	1.3	1.2
	男性30代	1.3	0.9	1.0	0.9	8.3	0.9	1.0	4.3	1.2	1.7	2.8	1.2	1.3	1.0	0.9
	男性40代	1.2	0.9	0.9	0.9	9.1	0.9	0.9	3.8	1.3	0.9	3.1	1.2	1.1	1.0	0.8
	男性50代	1.4	1.0	0.9	0.8	10.8	0.9	0.9	5.2	1.3	0.9	3.0	1.2	1.2	1.0	0.8
	男性60代	1.6	0.9	0.8	0.8	10.7	0.8	0.9	6.2	1.7	1.0	3.5	1.2	1.4	1.0	0.8
	女性20代	1.5	1.0	0.9	1.1	9.0	0.9	0.9	5.4	1.4	0.9	2.5	1.2	1.3	1.1	0.9
	女性30代	1.3	0.9	0.8	0.8	9.4	1.1	1.3	5.6	1.7	0.9	3.5	1.2	1.7	1.0	0.8
	女性40代	1.5	0.9	1.2	0.8	10.4	1.3	0.9	5.6	1.9	1.6	3.8	1.5	1.5	1.0	0.8
	女性50代	1.5	0.9	0.8	0.9	10.9	0.8	0.9	7.2	1.6	0.9	4.0	1.2	1.2	1.0	0.8
	女性60代	1.5	1.0	0.8	0.8	11.6	0.8	0.9	8.5	2.1	0.9	4.7	1.3	1.4	0.9	0.9
果物摂取量	200g以上	1.9	1.6	1.1	1.1	13.2	1.1	1.2	6.4	1.8	1.2	3.7	1.7	2.1	1.2	1.1
	100g～200g未満	1.4	0.9	0.9	0.8	10.3	0.8	0.9	6.0	1.6	1.0	3.5	1.2	1.3	1.0	0.8
	100g未満	1.3	0.9	0.9	0.8	9.1	0.9	0.8	5.1	1.5	1.0	3.2	1.1	1.1	0.9	0.8

②果樹振興法14品目の平均喫食量 n数表

※数表はn数

		みかん	その他のかんきつ類	りんご	ブドウ(房数)	ブドウ(粒数)	なし	もも	桜桃(さくらんぼ)	びわ	かき	くり	うめ	すもも	キウイ	パインアップル
全体		1388	1001	1399	1179	1179	1204	1015	634	379	885	659	482	339	1031	968
性別	男性	650	479	652	551	551	580	496	325	201	410	332	264	177	452	471
	女性	738	522	747	628	628	624	519	309	178	475	327	218	162	579	497
年代	20代	207	144	208	166	166	173	155	114	68	116	86	84	70	156	153
	30代	251	168	254	205	205	206	175	100	57	115	111	91	61	181	181
	40代	307	221	310	262	262	268	216	135	82	183	134	96	62	238	222
	50代	262	188	264	219	219	234	200	120	65	178	130	85	60	191	175
	60代	361	280	363	327	327	323	269	165	107	293	198	126	86	265	237
性別年代	男性20代	102	75	100	84	84	86	76	59	40	56	46	49	39	68	81
	男性30代	124	86	124	99	99	101	91	56	31	62	63	46	34	76	90
	男性40代	141	106	147	125	125	136	110	74	45	89	66	52	32	110	113
	男性50代	120	84	114	96	96	106	90	55	33	76	58	41	27	78	74
	男性60代	163	128	167	147	147	151	129	81	52	127	99	76	45	120	113
	女性20代	105	69	108	82	82	87	79	55	28	60	40	35	31	88	72
	女性30代	127	82	130	106	106	105	84	44	26	53	48	45	27	105	91
	女性40代	166	115	163	137	137	132	106	61	37	94	68	44	30	128	109
	女性50代	142	104	150	123	123	128	110	65	32	102	72	44	33	113	101
	女性60代	198	152	196	180	180	172	140	84	55	166	99	50	41	145	124
果物 摂取 量	200g以上	193	160	198	171	171	173	166	126	93	149	121	96	90	153	156
	100g～200g未満	537	413	539	477	477	486	414	268	167	375	266	196	138	427	388
	100g未満	539	380	560	471	471	470	390	218	105	322	241	168	100	397	368

(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」。
- 女性は、「みかん」「その他のかんきつ類」「かき」「キウイ」を月1回以上喫食している割合が、男性より顕著に高い。
- 全ての果物において、果物摂取量200g以上の層の1日当たりの平均喫食量が他の層より多い。

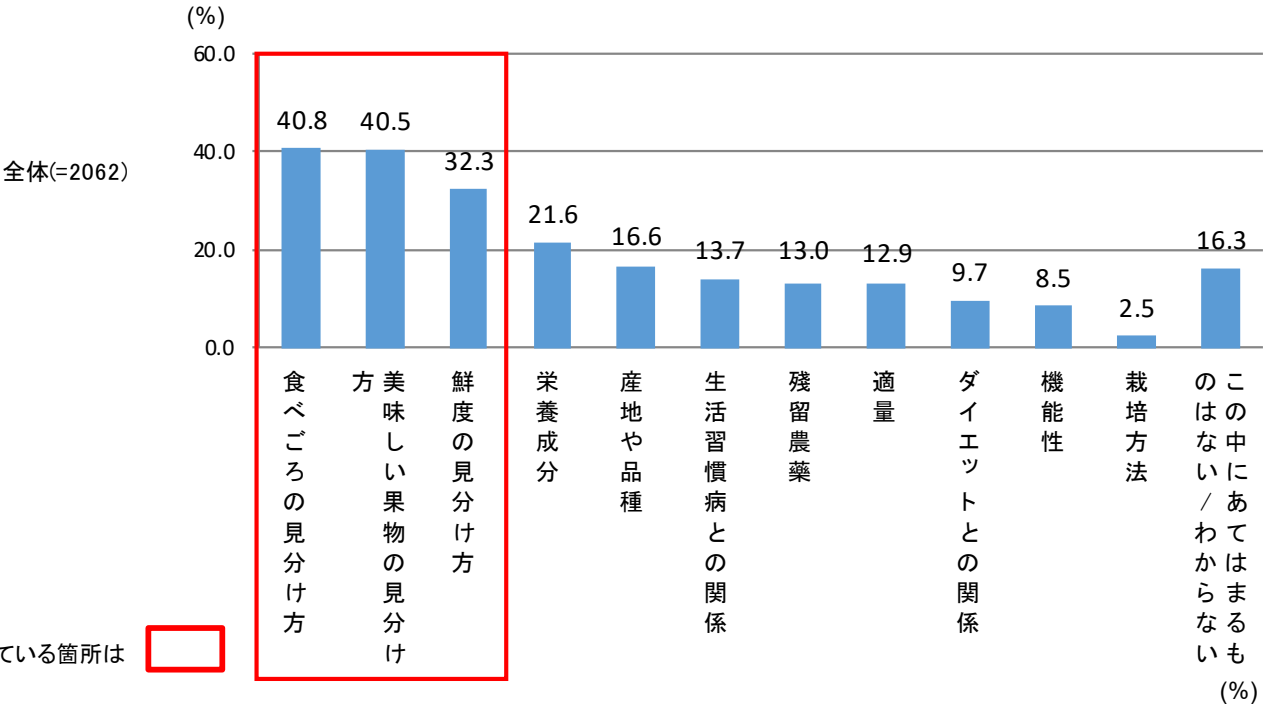
- ・ 果樹振興法14品目の月1日程度以上喫食している割合では、「りんご」(43.2%)と「みかん」(42.3%)がほぼ並んだ。以下、「ブドウ」「キウイ」「その他のかんきつ類」「なし」「かき」「パインアップル」が3割弱～2割強で続いている。(p40)
- ・ 令和4年度結果と比較すると、「りんご」が減少。(p41)
- ・ 女性は、「みかん」「その他のかんきつ類」「かき」「キウイ」を月1回以上喫食している割合が、男性より顕著に高い。(p41)
- ・ 60代は、月1回以上喫食している割合が全般的に高く、特に「みかん」「りんご」は5割超。(p41)
- ・ 1日当たりの平均喫食量をみると、全体では「ブドウ」は0.9房、10.2粒、「桜桃(さくらんぼ)」は5.7個、「くり」は3.5個、「びわ」は1.6個、「すもも」は1.5個、「みかん」は1.4個。その他の果物はいずれも0.9～1.3個となっており、1日1個前後の喫食が中心。(p42)
- ・ 全ての果物において、果物摂取量200g以上の層の1日当たりの平均喫食量が他の層より多い。(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割強で並んだ。次いで「鮮度の見分け方」が3割台前半で続く。
- 性別でみると、『女性』では「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」の割合が、『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、『60代』では「産地や品種」「残留農薬」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50代』では「美味しい果物の見分け方」が5割を超えており、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)	40.8	40.5	32.3	21.6	16.6	13.7	13.0	12.9	9.7	8.5	2.5	16.3
性別	男性	(n=1032)	34.8	34.2	29.1	20.3	14.0	14.3	10.7	13.4	8.5	8.8	2.7	22.4
	女性	(n=1030)	46.9	46.8	35.6	22.8	19.2	13.1	15.3	12.5	10.9	8.2	2.2	10.2
年代	20代	(n=320)	38.1	40.3	28.1	22.5	9.4	9.1	5.3	13.4	17.8	9.7	1.9	20.9
	30代	(n=402)	41.5	38.3	35.1	25.9	12.9	13.4	8.2	14.4	10.9	11.7	2.7	17.4
	40代	(n=474)	38.6	39.0	32.7	21.3	17.1	15.8	13.1	12.2	11.4	9.1	3.0	15.2
	50代	(n=399)	44.6	43.6	32.6	20.3	16.3	10.8	13.8	10.8	5.3	5.8	2.0	18.0
	60代	(n=467)	41.1	41.3	32.3	18.6	24.4	17.6	21.6	13.9	5.1	6.6	2.6	11.8
性別年代	男性20代	(n=163)	29.4	32.5	22.7	20.9	9.8	8.6	3.7	12.9	13.5	9.2	2.5	29.4
	男性30代	(n=203)	35.5	33.0	32.5	28.1	14.8	14.8	6.4	16.3	8.9	15.3	3.4	19.7
	男性40代	(n=239)	32.2	30.5	31.4	21.8	13.4	18.8	9.6	13.4	10.0	7.9	2.9	21.8
	男性50代	(n=199)	40.7	33.7	27.1	13.1	14.1	10.6	14.1	9.0	5.5	6.5	2.0	26.6
	男性60代	(n=228)	35.5	40.8	29.8	18.0	16.7	16.7	17.5	14.9	5.7	5.7	2.6	16.7
	女性20代	(n=157)	47.1	48.4	33.8	24.2	8.9	9.6	7.0	14.0	22.3	10.2	1.3	12.1
	女性30代	(n=199)	47.7	43.7	37.7	23.6	11.1	12.1	10.1	12.6	13.1	8.0	2.0	15.1
	女性40代	(n=235)	45.1	47.7	34.0	20.9	20.9	12.8	16.6	11.1	12.8	10.2	3.0	8.5
	女性50代	(n=200)	48.5	53.5	38.0	27.5	18.5	11.0	13.5	12.5	5.0	5.0	2.0	9.5
	女性60代	(n=239)	46.4	41.8	34.7	19.2	31.8	18.4	25.5	13.0	4.6	7.5	2.5	7.1
果物摂取量	200g以上	(n=207)	42.0	36.7	28.5	25.6	21.7	15.5	19.3	17.4	11.1	11.1	6.3	6.3
	100g～200g未満	(n=604)	42.9	45.5	38.1	25.8	18.4	14.4	16.7	15.6	9.6	11.3	3.1	8.4
	100g未満	(n=709)	46.0	46.4	35.3	23.7	18.3	15.1	13.5	12.6	10.2	7.8	2.0	10.2
令和4年度全体		(n=2062)	43.3	43.2	34.5	23.5	*	14.7	13.2	15.5	9.3	9.7	3.2	17.0

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。

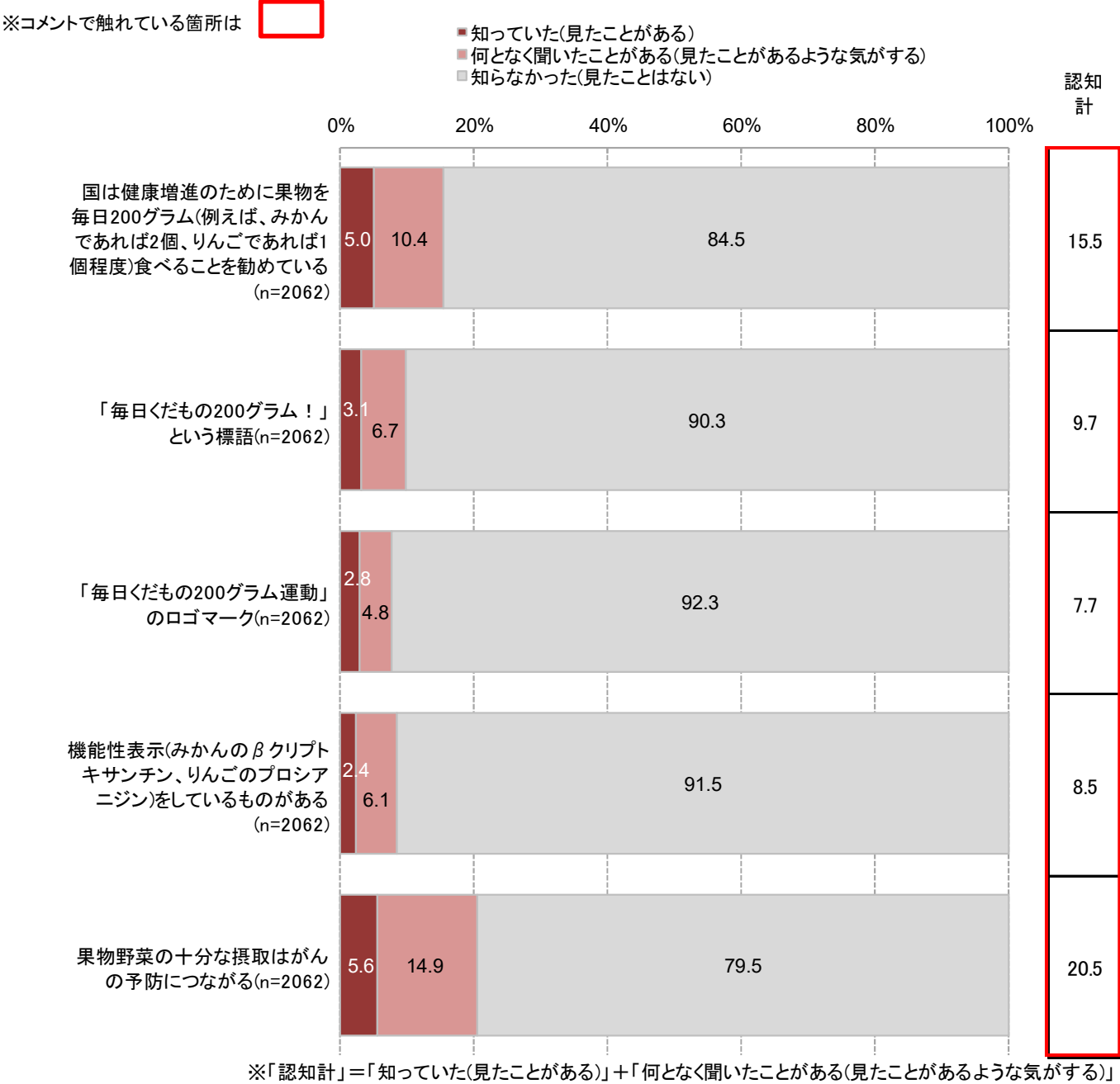
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

※「産地や品種」は今回調査からの新規選択肢

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割強で最も高い。次いで『国は健康増進のために果物を毎日200グラム食べをを勧めている』の認知が1割台半ばで続く。
- ・ 『「毎日くだもの200グラム！」という標語』の認知は約1割、『機能性表示をしているものがある』『「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク』の認知は、ともに1割未満となった。

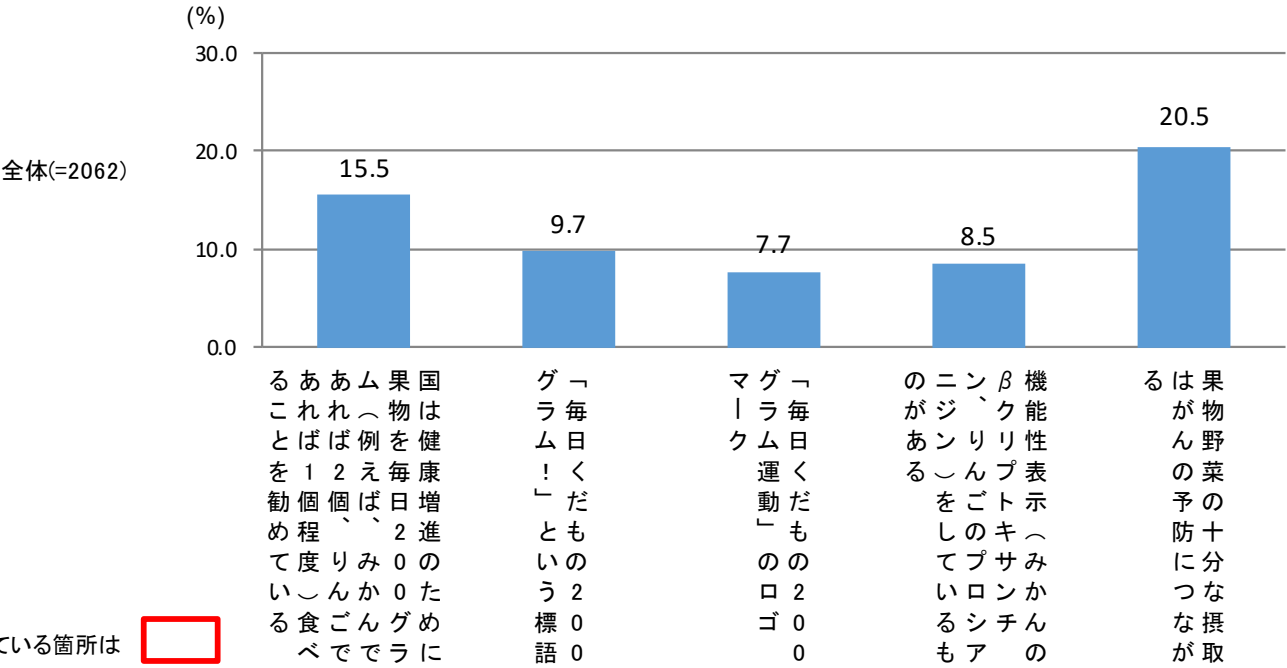
Q 1 5. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。
当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。（S A）



②ー2 果物消費拡大施策の認知（認知計）

- 性別でみると、『男性』は「『毎日くだもの200グラム！』という標語」「『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」の認知の割合が『女性』より高い。一方『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。
- 年代別でみると、全ての事柄で『20代』の認知が最も高い。
- 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割弱となっている。

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。（SA）



※コメントで触れている箇所は

全体		(n=2062)	15.5	9.7	7.7	8.5	20.5
性別	男性	(n=1032)	14.3	11.9	9.9	10.7	18.4
	女性	(n=1030)	16.6	7.6	5.4	6.3	22.5
年代	20代	(n=320)	23.4	17.5	15.0	18.1	26.6
	30代	(n=402)	22.4	14.2	11.7	13.9	25.1
	40代	(n=474)	11.4	7.2	5.9	5.9	17.1
	50代	(n=399)	12.3	5.0	3.3	3.5	15.3
	60代	(n=467)	10.9	7.3	4.7	4.1	20.1
性別年代	男性20代	(n=163)	27.0	23.9	21.5	21.5	30.1
	男性30代	(n=203)	23.6	18.2	15.8	19.2	25.6
	男性40代	(n=239)	13.0	9.6	7.5	7.9	18.0
	男性50代	(n=199)	6.5	4.5	3.5	3.5	8.0
	男性60代	(n=228)	5.3	6.6	4.4	4.4	13.2
	女性20代	(n=157)	19.7	10.8	8.3	14.6	22.9
	女性30代	(n=199)	21.1	10.1	7.5	8.5	24.6
	女性40代	(n=235)	9.8	4.7	4.3	3.8	16.2
	女性50代	(n=200)	18.0	5.5	3.0	3.5	22.5
	女性60代	(n=239)	16.3	7.9	5.0	3.8	26.8
果物摂取量	200g以上	(n=207)	37.2	29.5	25.1	24.6	38.6
	100g～200g未満	(n=604)	22.7	14.2	11.4	12.1	30.0
	100g未満	(n=709)	11.8	6.2	4.4	6.3	17.2

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) 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、「産地や品種」「残留農薬」への関心が相対的に高い。
- 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。
- 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割強で並んだ。(p 46)
- ・ 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。(p 46)
- ・ 60代では、「産地や品種」「残留農薬」が2割を超えている。(p 46)
- ・ 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20.5%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15.5%で続く。(p 47)
- ・ 「『毎日くだもの200グラム!』という標語」の認知は約1割、「機能性表示をしているものがある」「『毎日くだもの200グラム運動』のロゴマーク」の認知は、ともに1割未満にとどまった。(p 47)
- ・ 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。(p 48)
- ・ 全ての事柄で、20代の認知が最も高い。(p 48)
- ・ 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。(p 48)

(5) フルーツパフェについて

①フルーツパフェ好意度

- 全体では、「好き」が約6割を占める。「どちらでもない」が3割台前半で続いており、「嫌い」は1割未満にとどまった。
- 性別でみると、『女性』は「好き」の割合が6割台後半で、『男性』より高い。
- 年代別でみると、『20代』では「好き」の割合が6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「好き」の割合が7割を超えており、他の層より高い。
- 果物摂取量別でみると、摂取量が多いほど「好き」の割合が高く、『200g以上』の層では7割を超えた。

Q16. あなたは、フルーツパフェは好きですか。 (SA)

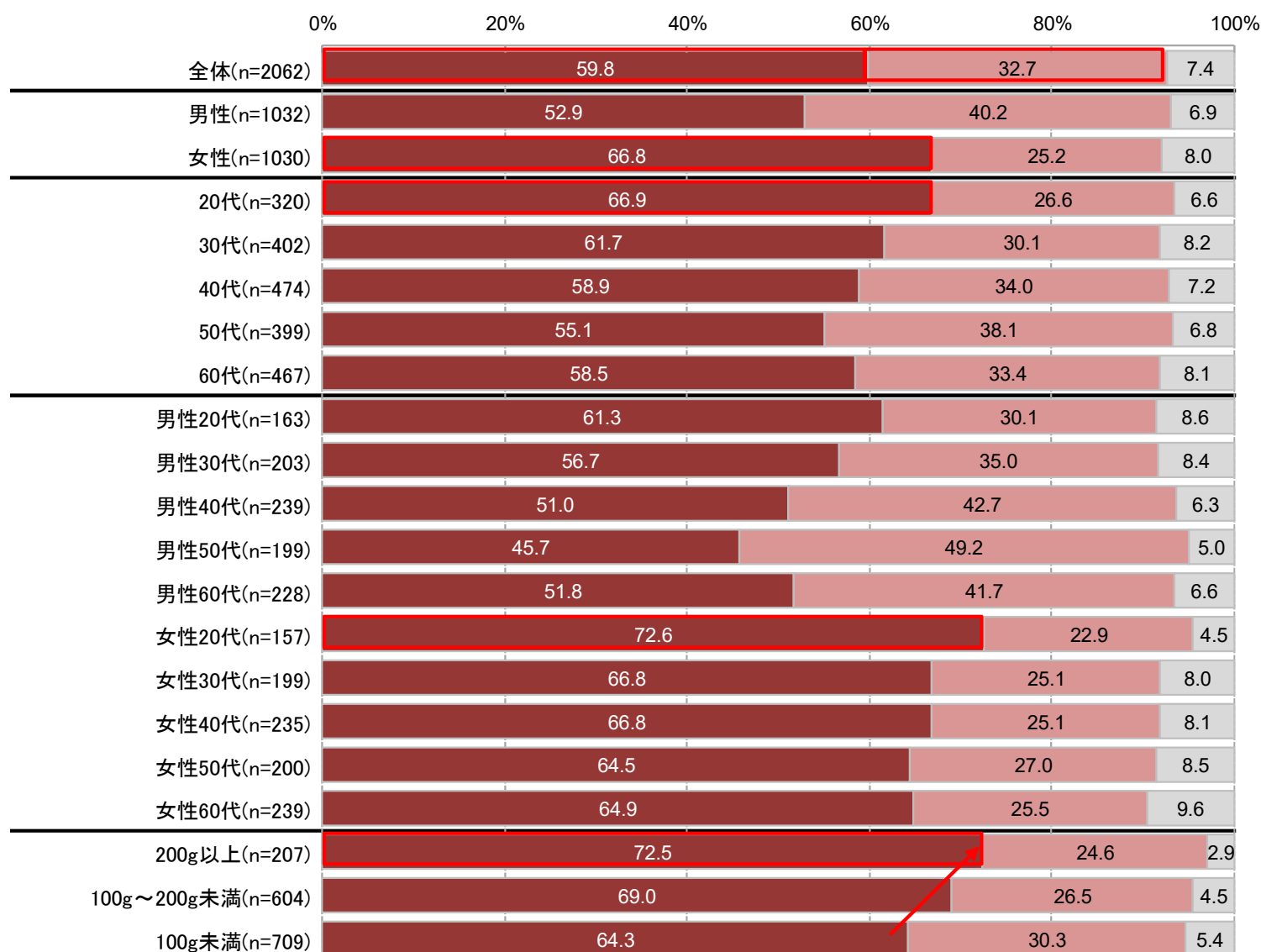
※コメントで触れている箇所は



■好き

■どちらでもない

■嫌い



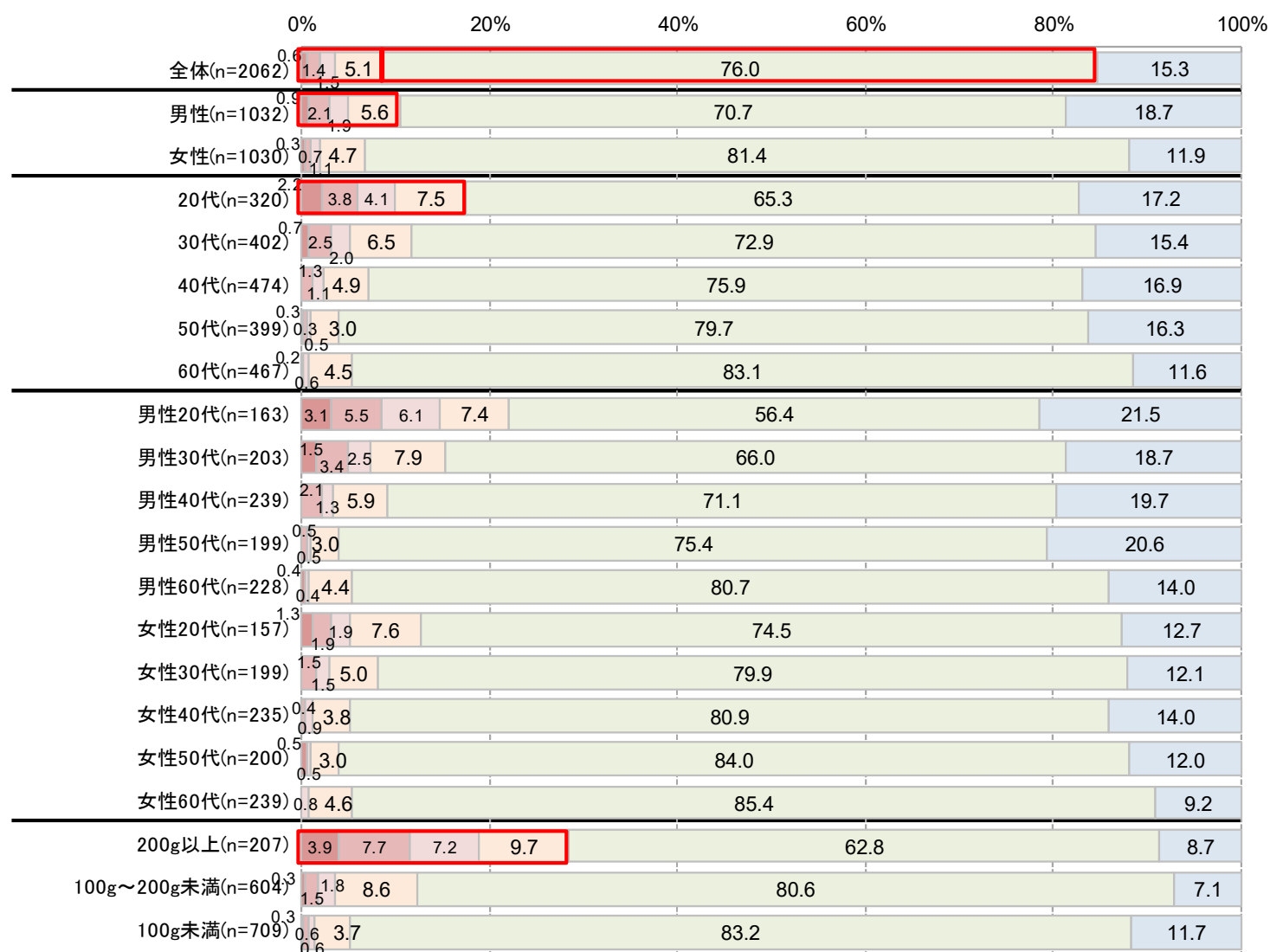
②フルーツパフェ喫食頻度

- 全体では、「それ（1か月に1回程度）以下」が7割台半ばを占める。「1か月に1回程度」以上の割合は1割弱となった。
- 性別でみると、『男性』では「1か月に1回程度」以上の割合が1割強で、『女性』より高い。
- 年代別でみると、『20代』では「1か月に1回程度」以上の割合が1割台後半で、他の年代より高い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では「1か月に1回程度」以上の割合が3割弱で、他の層より高い。

Q17. あなたは、フルーツパフェを、どれくらいの頻度で食べますか。（SA）

※コメントで触れている箇所は

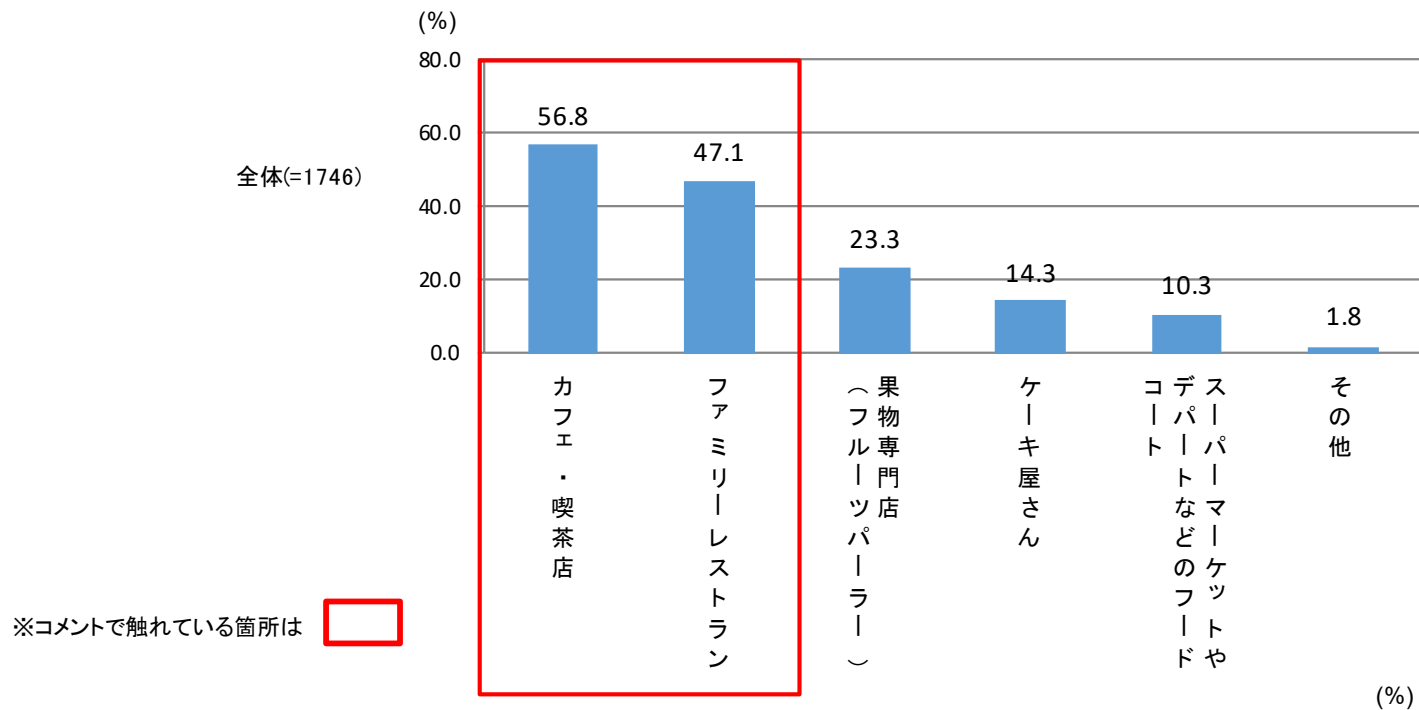
■ 1週間に2回以上 ■ 1週間に1回程度 ■ 1か月に2～3回程度 ■ 1か月に1回程度 ■ それ以下 ■ 食べたことがない



③フルーツパフェ購入・喫食チャネル [フルーツパフェ喫食者]

- 全体では、「カフェ・喫茶店」が5割台後半で最も高く、「ファミリーレストラン」が4割台後半で続く。
- 性別でみると、『女性』では「カフェ・喫茶店」が6割を超えており、『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、『30代』では「カフェ・喫茶店」が6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20～40代』では「カフェ・喫茶店」が6割台半ばで、他の層より高い。

Q18. フルーツパフェはどこで食べますか(購入しますか)。 (MA)



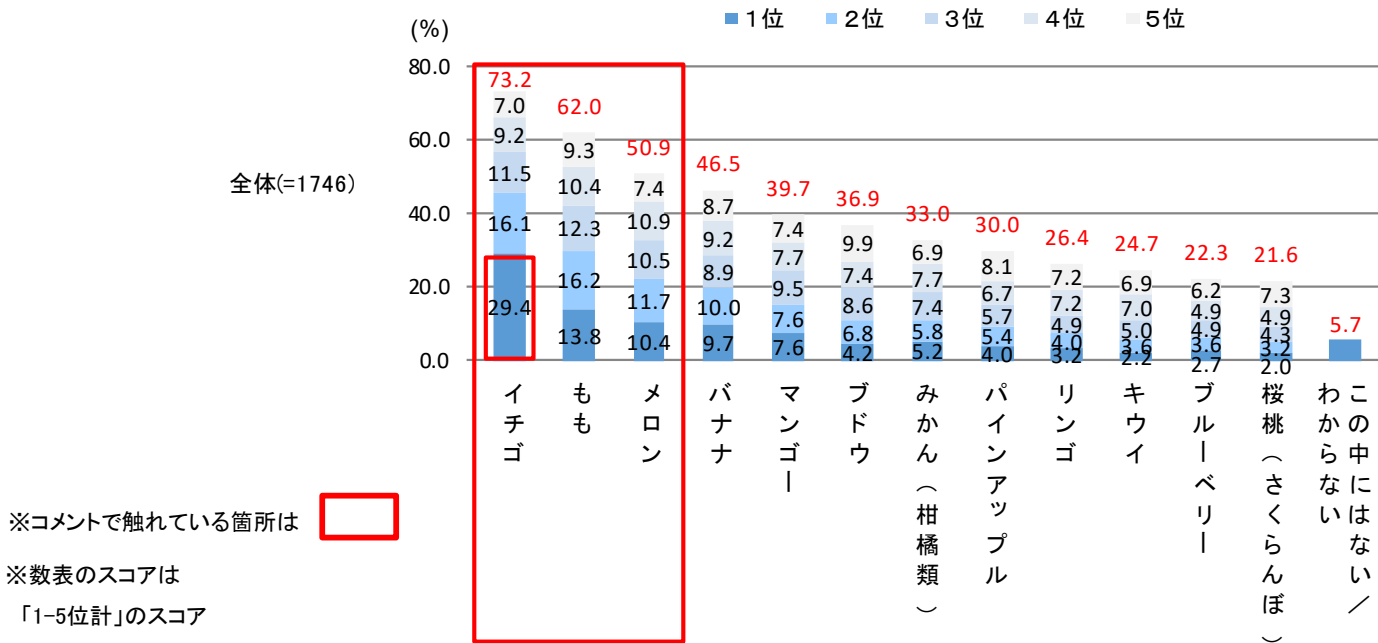
全体		(n=1746)	56.8	47.1	23.3	14.3	10.3	1.8
性別	男性	(n=839)	51.5	47.0	18.7	14.3	15.1	1.4
	女性	(n=907)	61.7	47.2	27.6	14.2	5.7	2.2
年代	20代	(n=265)	55.8	46.0	21.1	20.0	15.1	0.8
	30代	(n=340)	62.4	52.9	22.4	16.2	13.2	1.5
	40代	(n=394)	57.1	52.5	26.4	15.5	10.9	0.8
	50代	(n=334)	55.4	43.1	21.0	10.8	5.4	2.1
	60代	(n=413)	53.8	40.9	24.5	10.7	8.0	3.6
	性別年代							
性別年代	男性20代	(n=128)	46.9	42.2	14.8	22.7	20.3	0.0
	男性30代	(n=165)	58.8	53.9	17.0	18.2	18.2	0.6
	男性40代	(n=192)	49.5	55.2	23.4	10.9	15.6	0.0
	男性50代	(n=158)	53.2	46.2	14.6	10.1	8.9	2.5
	男性60代	(n=196)	49.0	36.7	21.4	12.2	13.8	3.6
	女性20代	(n=137)	64.2	49.6	27.0	17.5	10.2	1.5
	女性30代	(n=175)	65.7	52.0	27.4	14.3	8.6	2.3
	女性40代	(n=202)	64.4	50.0	29.2	19.8	6.4	1.5
	女性50代	(n=176)	57.4	40.3	26.7	11.4	2.3	1.7
	女性60代	(n=217)	58.1	44.7	27.2	9.2	2.8	3.7
果物摂取量	200g以上	(n=189)	58.7	49.7	30.7	20.6	15.9	1.1
	100g～200g未満	(n=561)	59.4	46.2	27.5	16.4	10.2	1.4
	100g未満	(n=626)	56.1	48.4	23.5	13.6	8.6	1.6

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フルーツパフェで好む果物〔フルーツパフェ喫食者〕

- 1～5位合計の全体では、「イチゴ」が7割台前半で最も高く、「もも」が6割台前半、「メロン」が5割強で続く。
- 1位のみスコアでも「イチゴ」が3割弱で最も高い。
- 性別でみると、『男性』は「パイナップル」の割合が『女性』より顕著に高い。一方、『女性』は「イチゴ」「もも」の割合が『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、高年代ほど「イチゴ」「メロン」の割合が高い。
- 性別×年代でみると、『女性30～50代』では「イチゴ」の割合が8割を超えており、他の層より高い。

Q19. フルーツパフェを選ぶ際に好むフルーツの種類は何ですか。上位5つまでお答えください。（SA）



全体		(n=1746)	73.2	62.0	50.9	46.5	39.7	36.9	33.0	30.0	26.4	24.7	22.3	21.6	5.7
性別	男性	(n=839)	65.7	55.2	49.8	50.1	36.5	32.2	37.5	37.5	29.8	23.5	17.5	19.0	8.6
	女性	(n=907)	80.2	68.4	51.8	43.2	42.7	41.3	28.8	22.9	23.3	25.8	26.8	24.1	3.1
年代	20代	(n=265)	68.7	61.9	41.5	40.4	37.0	43.8	41.1	28.3	26.0	23.0	23.4	23.4	7.2
	30代	(n=340)	71.5	62.1	45.0	49.4	36.5	38.2	37.4	32.4	28.5	21.8	18.8	22.6	6.5
	40代	(n=394)	72.6	62.4	48.0	42.6	42.4	37.1	37.6	32.2	23.4	26.4	23.9	24.1	4.6
	50代	(n=334)	76.9	64.7	49.4	43.4	45.5	33.2	26.9	28.1	26.6	24.3	22.5	22.2	6.9
	60代	(n=413)	75.1	59.6	65.6	54.2	36.8	34.4	24.7	28.3	27.6	26.9	23.0	16.9	4.4
	60代	(n=413)	75.1	59.6	65.6	54.2	36.8	34.4	24.7	28.3	27.6	26.9	23.0	16.9	4.4
性別年代	男性20代	(n=128)	57.0	50.0	42.2	42.2	40.6	44.5	43.8	28.9	32.0	25.0	18.0	17.2	10.9
	男性30代	(n=165)	61.2	56.4	42.4	53.9	30.9	33.3	42.4	38.8	29.1	22.4	13.9	24.2	9.7
	男性40代	(n=192)	63.0	56.3	45.8	47.4	35.9	29.2	42.7	40.6	27.6	24.0	22.4	20.8	7.8
	男性50代	(n=158)	70.3	56.3	50.6	44.9	39.2	27.8	31.0	34.8	30.4	25.3	17.7	17.1	10.8
	男性60代	(n=196)	74.0	55.6	64.3	58.7	36.7	29.6	29.6	41.3	30.6	21.4	15.3	15.3	5.1
	女性20代	(n=137)	79.6	73.0	40.9	38.7	33.6	43.1	38.7	27.7	20.4	21.2	28.5	29.2	3.6
	女性30代	(n=175)	81.1	67.4	47.4	45.1	41.7	42.9	32.6	26.3	28.0	21.1	23.4	21.1	3.4
	女性40代	(n=202)	81.7	68.3	50.0	38.1	48.5	44.6	32.7	24.3	19.3	28.7	25.2	27.2	1.5
	女性50代	(n=176)	83.0	72.2	48.3	42.0	51.1	38.1	23.3	22.2	23.3	23.3	26.7	26.7	3.4
	女性60代	(n=217)	76.0	63.1	66.8	50.2	36.9	38.7	20.3	16.6	24.9	31.8	30.0	18.4	3.7
果物摂取量	200g以上	(n=189)	68.8	59.3	48.7	51.3	42.3	41.8	35.4	26.5	32.3	32.3	25.4	18.5	3.2
	100g～200g未満	(n=561)	76.1	64.5	54.2	46.0	40.1	38.3	34.0	29.4	24.6	25.5	22.3	23.7	3.7
	100g未満	(n=626)	77.2	64.2	51.4	47.6	41.9	39.1	29.2	30.0	26.4	23.2	22.2	21.1	4.6

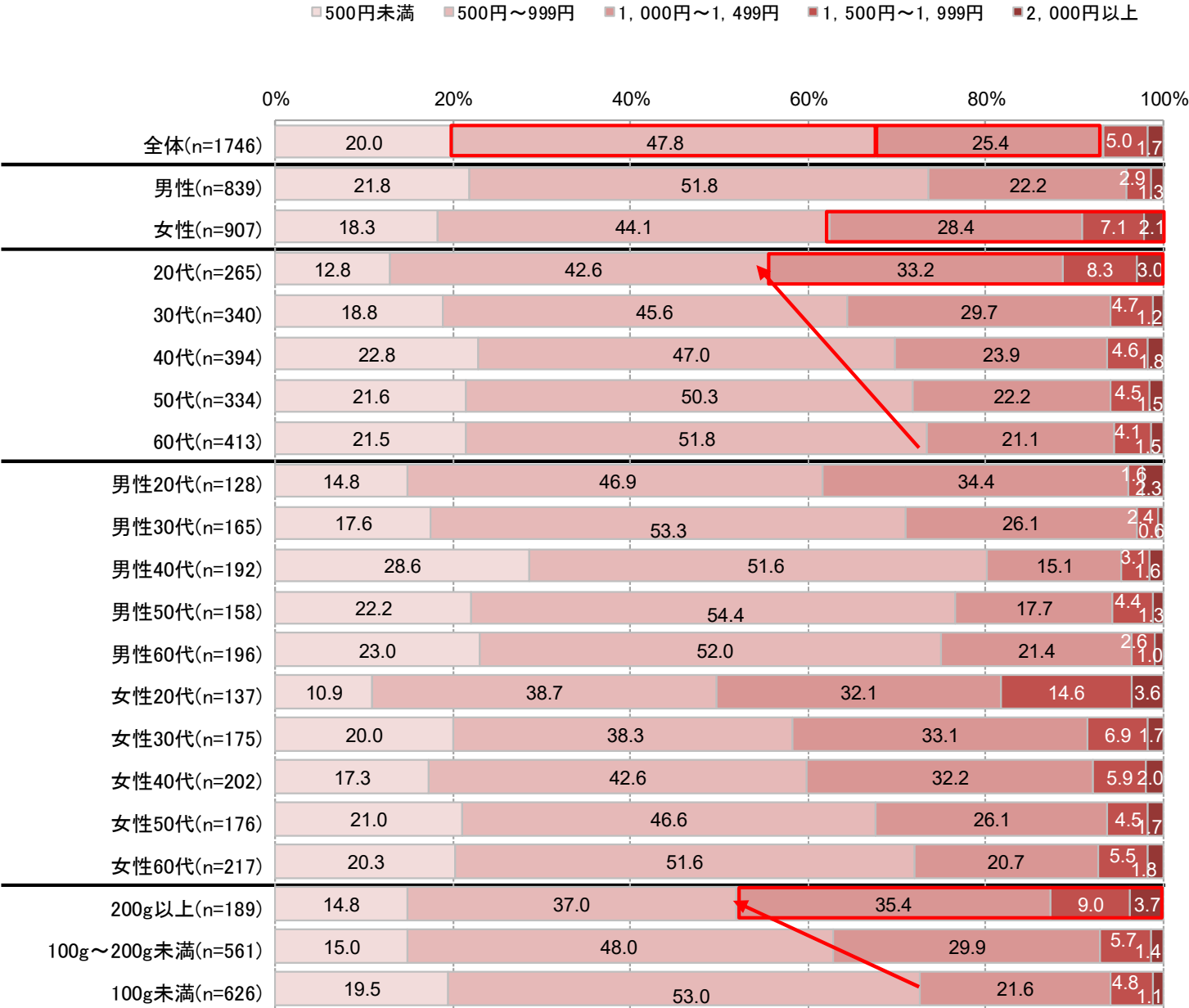
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑤ フルーツパフェの価格帯 [フルーツパフェ喫食者]

- 全体では、「500～999円」が4割台後半で最多。「1,000～1,499円」が2割台半ばで続いており、500～1,499円が7割以上を占める。
- 性別でみると、『女性』では1,000円以上の割合が3割台後半で、『男性』より高い。
- 年代別でみると、低年代ほど1,000円以上の割合が高くなる傾向であり、『20代』では4割台半ばを占める。
- 果物摂取量別でみると、摂取量が多いほど1,000円以上の割合が高くなる傾向であり、『200g以上』の層では4割台後半を占める。

Q20. 普段食べるフルーツパフェの値段は、税込みでどれくらいの価格帯ですか。平均でお答えください。 (SA)

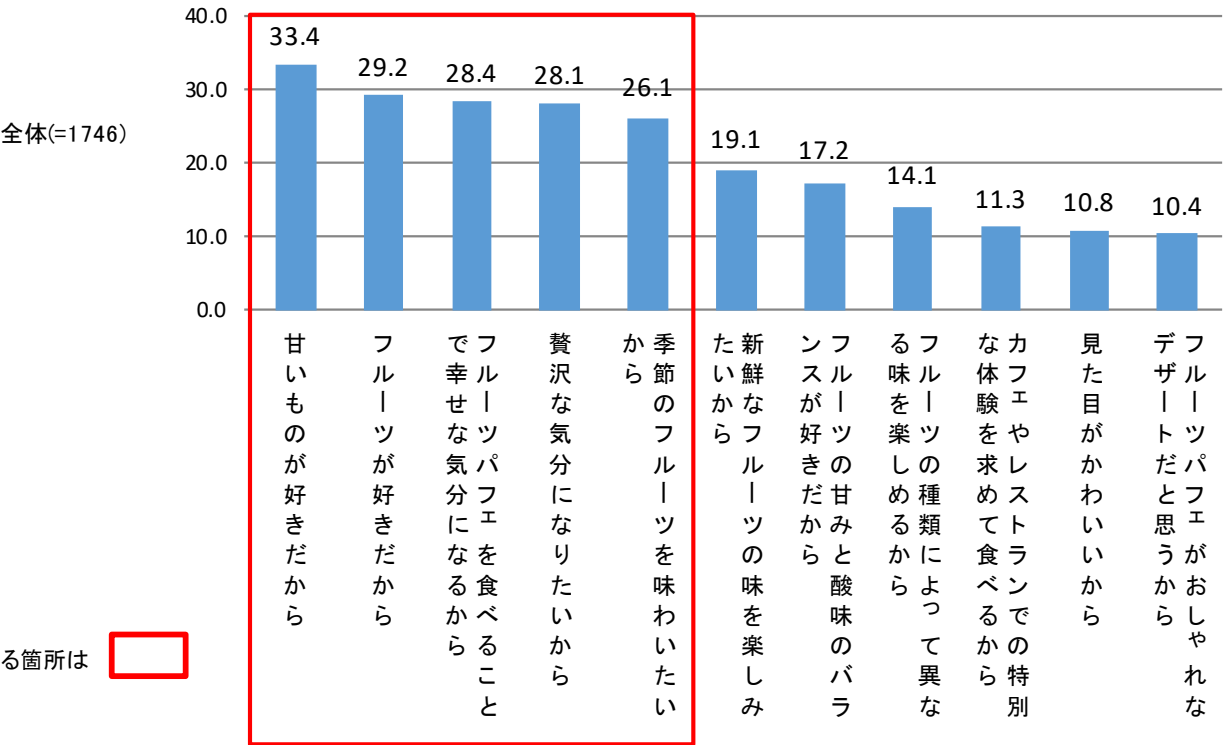
※コメントで触れている箇所は



⑥ フルーツパフェ喫食理由 [フルーツパフェ喫食者]

- 全体では、「甘いものが好きだから」が3割台前半で最も高い。次いで「フルーツが好きだから」「フルーツパフェを食べることで幸せな気分になるから」「贅沢な気分になりたいから」「季節のフルーツを味わいたいから」が3割弱～2割台半ばで続く。
- 性別でみると、『女性』は「フルーツパフェを食べることで幸せな気分になるから」「贅沢な気分になりたいから」「季節のフルーツを味わいたいから」が『男性』より顕著に高い。
- 性別×年代でみると、『女性20代』では「甘いものが好きだから」が4割台後半で、他の層より高い。

Q 2 1. あなたがフルーツパフェを食べる理由はなんですか。 (MA)
(%)



※コメントで触れている箇所は

全体		(n=1746)	33.4	29.2	28.4	28.1	26.1	19.1	17.2	14.1	11.3	10.8	10.4
性別	男性	(n=839)	29.6	24.3	18.7	22.4	18.2	16.0	15.4	12.8	7.9	5.5	8.7
	女性	(n=907)	36.9	33.7	37.4	33.4	33.4	22.1	18.9	15.3	14.6	15.8	12.0
年代	20代	(n=265)	43.0	35.5	27.2	31.3	22.3	16.2	15.5	12.1	14.7	17.4	16.2
	30代	(n=340)	38.2	30.3	32.1	33.8	24.1	16.5	15.0	16.5	13.8	13.5	12.6
	40代	(n=394)	34.0	26.1	29.2	28.9	27.9	20.1	20.3	13.2	13.2	10.2	8.1
	50代	(n=334)	29.9	26.6	26.6	24.0	26.0	18.3	16.2	13.2	8.1	6.6	7.5
	60代	(n=413)	25.4	29.3	26.9	24.0	28.6	23.0	17.9	15.0	8.0	8.5	9.4
性別年代	男性20代	(n=128)	37.5	31.3	21.9	22.7	14.8	12.5	14.1	10.9	9.4	10.9	16.4
	男性30代	(n=165)	37.0	27.3	18.2	27.3	18.8	15.2	15.8	20.0	9.1	6.7	12.1
	男性40代	(n=192)	29.7	18.8	17.7	25.0	16.7	16.7	15.6	9.4	8.9	3.1	7.3
	男性50代	(n=158)	22.2	22.8	17.1	20.9	15.8	13.9	13.3	11.4	5.7	1.9	5.1
	男性60代	(n=196)	24.0	24.0	19.4	16.8	23.5	19.9	17.3	12.2	6.6	6.1	5.1
	女性20代	(n=137)	48.2	39.4	32.1	39.4	29.2	19.7	16.8	13.1	19.7	23.4	16.1
	女性30代	(n=175)	39.4	33.1	45.1	40.0	29.1	17.7	14.3	13.1	18.3	20.0	13.1
	女性40代	(n=202)	38.1	33.2	40.1	32.7	38.6	23.3	24.8	16.8	17.3	16.8	8.9
	女性50代	(n=176)	36.9	30.1	35.2	26.7	35.2	22.2	18.8	14.8	10.2	10.8	9.7
	女性60代	(n=217)	26.7	34.1	33.6	30.4	33.2	25.8	18.4	17.5	9.2	10.6	13.4
果物摂取量	200g以上	(n=189)	32.8	38.6	31.7	28.6	29.6	22.2	25.9	21.7	11.1	10.6	15.9
	100g～200g未満	(n=561)	36.4	37.1	32.8	31.2	32.1	24.2	19.6	20.0	14.4	12.7	11.9
	100g未満	(n=626)	34.5	27.8	30.8	31.2	27.8	20.6	16.1	11.5	11.7	12.0	9.7

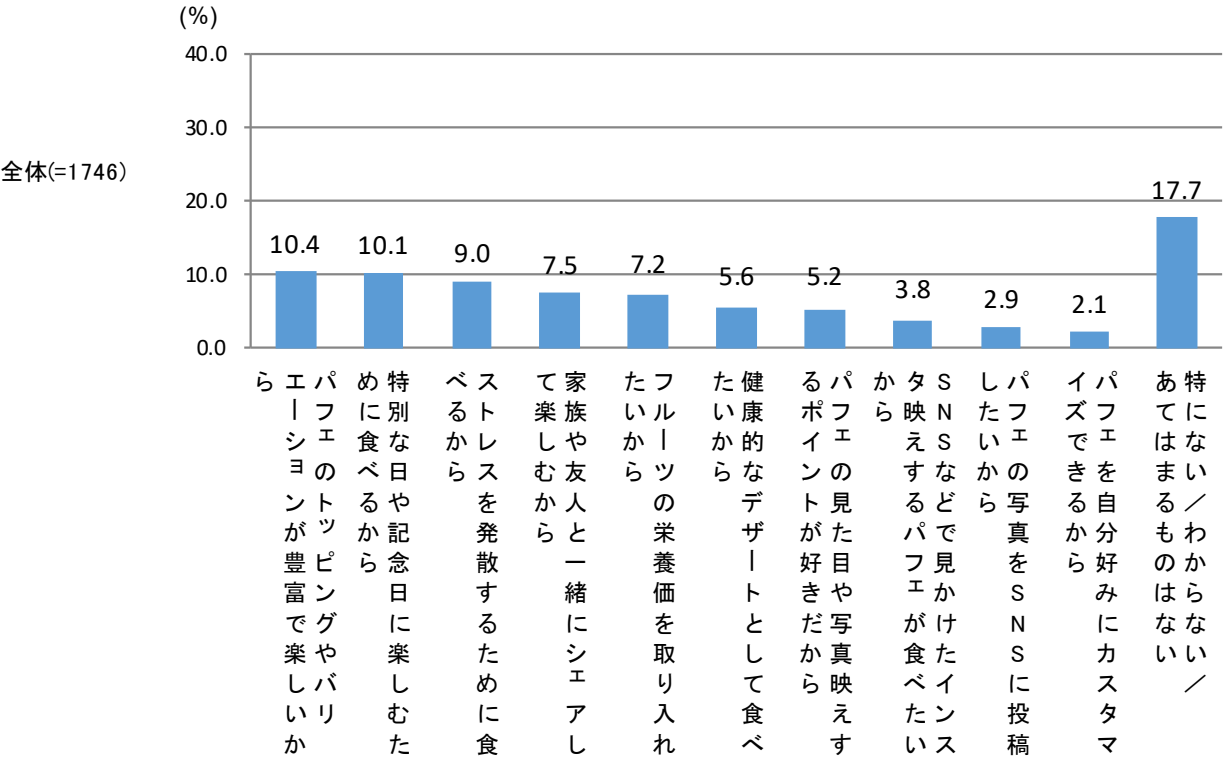
全体と比べて10ポイント以上高い。

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) フルーツパフェについて



全体		(n=1746)	10.4	10.1	9.0	7.5	7.2	5.6	5.2	3.8	2.9	2.1	17.7
性別	男性	(n=839)	8.3	8.6	8.9	7.2	8.6	5.8	3.8	3.2	2.7	2.9	23.2
	女性	(n=907)	12.2	11.6	9.2	7.8	6.0	5.3	6.4	4.3	3.0	1.4	12.6
年代	20代	(n=265)	11.3	14.0	11.7	7.9	7.2	6.4	11.7	7.5	8.3	1.9	10.9
	30代	(n=340)	12.9	12.6	11.8	8.8	9.7	6.2	5.6	8.2	4.4	4.4	14.4
	40代	(n=394)	8.9	11.2	11.4	8.4	10.9	6.6	5.1	2.3	1.5	2.5	17.8
	50代	(n=334)	9.6	6.6	6.3	7.2	3.0	2.4	2.4	1.8	1.5	1.2	23.4
	60代	(n=413)	9.7	7.5	5.1	5.6	5.1	6.1	2.9	0.7	0.5	0.7	20.1
性別年代	男性20代	(n=128)	8.6	10.9	10.2	7.0	9.4	10.2	7.8	3.9	7.8	2.3	10.9
	男性30代	(n=165)	11.5	10.3	13.3	8.5	12.7	7.3	4.2	8.5	5.5	6.7	20.0
	男性40代	(n=192)	7.3	9.4	12.0	8.3	12.0	5.7	3.1	1.6	1.0	3.6	26.0
	男性50代	(n=158)	8.9	5.7	7.6	7.6	3.8	1.3	1.9	1.3	1.3	1.3	31.6
	男性60代	(n=196)	6.1	7.1	2.6	4.6	5.1	5.6	3.1	1.5	0.0	0.5	24.5
	女性20代	(n=137)	13.9	16.8	13.1	8.8	5.1	2.9	15.3	10.9	8.8	1.5	10.9
	女性30代	(n=175)	14.3	14.9	10.3	9.1	6.9	5.1	6.9	8.0	3.4	2.3	9.1
	女性40代	(n=202)	10.4	12.9	10.9	8.4	9.9	7.4	6.9	3.0	2.0	1.5	9.9
	女性50代	(n=176)	10.2	7.4	5.1	6.8	2.3	3.4	2.8	2.3	1.7	1.1	15.9
	女性60代	(n=217)	12.9	7.8	7.4	6.5	5.1	6.5	2.8	0.0	0.9	0.9	16.1
果物摂取量	200g以上	(n=189)	12.2	9.5	11.6	7.4	13.2	8.5	10.1	5.8	5.3	5.8	8.5
	100g～200g未満	(n=561)	12.5	12.7	11.2	8.6	10.5	7.7	6.8	5.0	3.4	3.6	11.8
	100g未満	(n=626)	11.2	9.6	8.9	8.0	4.3	4.6	5.0	3.0	2.9	0.6	15.7

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) フルーツパフェについて まとめ

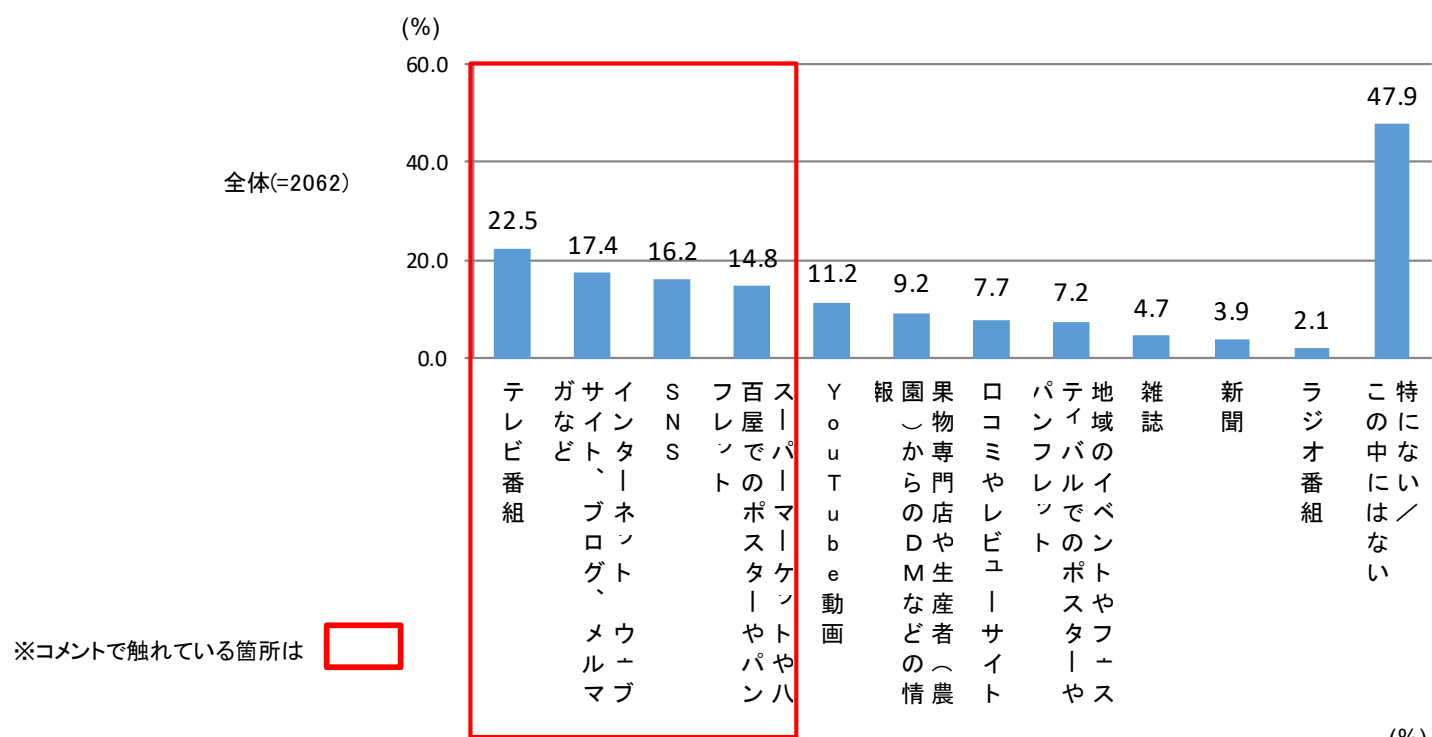
- 全体の約6割がフルーツパフェを「好き」と回答。
 - 果物摂取量が多いほど「好き」の割合が高い。
 - 喫食頻度は、1か月に1回程度以下が76.0%を占める。
 - 購入・喫食チャンネルでは、「カフェ・喫茶店」「ファミリーレストラン」が中心。
 - フルーツパフェで好む果物の中心は、「イチゴ」「もも」「メロン」。
 - 価格帯では、500～1,499円が7割以上を占める。
 - 低年代、果物摂取量別が多いほど1,000円以上の割合が高くなる傾向。
 - 喫食理由は、「甘いものが好きだから」「フルーツが好きだから」「フルーツパフェを食べることで幸せな気分になるから」「贅沢な気分になりたいから」「季節のフルーツを味わいたいから」など。
-
- ・ フルーツパフェについては、「好き」が59.8%を占める。「どちらでもない」が32.7%で続いており、「嫌い」は1割未満にとどまった。(p51)
 - ・ 女性は、「好き」の割合が66.8%で、男性より高い。(p51)
 - ・ 20代は、「好き」の割合が66.9%で、他の年代より高い。(p51)
 - ・ 果物摂取量が多いほど「好き」の割合が高く、200g以上の層では7割を超えた。(p51)
-
- ・ 喫食頻度は、1か月に1回程度以下が76.0%を占める。(p52)
 - ・ 果物摂取量が200g以上の層では、「1か月に1回程度」以上の割合が3割に近い。(p52)
-
- ・ 購入・喫食チャンネルでは、「カフェ・喫茶店」が56.8%で最も高く、「ファミリーレストラン」が47.1%で続く。(p53)
-
- ・ フルーツパフェで好む果物(1～5位合計)では、「イチゴ」が73.2%で最も高く、「もも」が62.0%、「メロン」が50.9%で続く。(p54)
 - ・ 性別でみると、『男性』は「パイナップル」の割合が『女性』より顕著に高い。一方、『女性』は「イチゴ」「もも」の割合が『男性』より顕著に高い。(p54)
-
- ・ 価格帯は、「500～999円」が47.8%で最多。「1,000～1,499円」が25.4%で続いており、500～1,499円が7割以上を占める。(p55)
 - ・ 低年代ほど1,000円以上の割合が高くなる傾向。(p55)
 - ・ 果物摂取量が多いほど1,000円以上の割合が高くなる傾向。(p55)
-
- ・ 喫食理由は、「甘いものが好きだから」「フルーツが好きだから」「フルーツパフェを食べることで幸せな気分になるから」「贅沢な気分になりたいから」「季節のフルーツを味わいたいから」など。(p56～57)
 - ・ 女性は、「フルーツパフェを食べることで幸せな気分になるから」「贅沢な気分になりたいから」「季節のフルーツを味わいたいから」が『男性』より顕著に高い。(p56～57)

(6) 情報手段について

①果物情報の希望チャネル

- 全体では、「テレビ番組」が2割台前半で最も高い。次いで「インターネット」「SNS」「スーパーマーケットや八百屋でのポスターやパンフレット」が1割台半ば以上で続く。
- 性別でみると、『女性』では「SNS」が2割で、『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、低年代ほど「SNS」の割合が高くなる傾向が顕著である。
- 性別×年代でみると、『女性20代』では「SNS」が4割を超えており、他の層より高い。

Q 2 2. 果物をもっと食べたいような情報を入手する方法として、どのようなものを利用していますか。 (MA)



※コメントで触れている箇所は

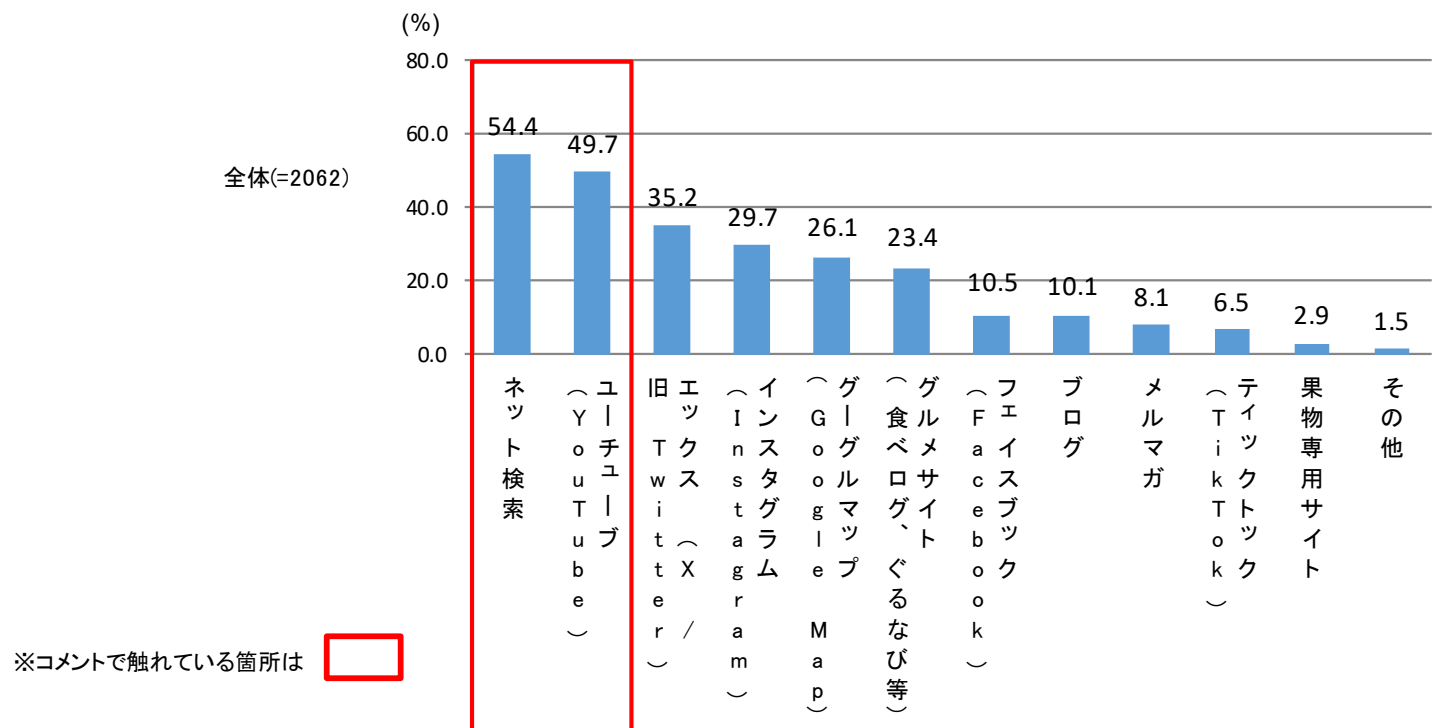
全体		(n=2062)	22.5	17.4	16.2	14.8	11.2	9.2	7.7	7.2	4.7	3.9	2.1	47.9
性別	男性	(n=1032)	21.2	17.7	12.1	13.5	12.9	8.1	7.5	6.3	4.3	4.1	3.1	51.0
	女性	(n=1030)	23.7	17.0	20.3	16.2	9.4	10.2	8.0	8.1	5.0	3.8	1.1	44.8
年代	20代	(n=320)	18.1	18.1	34.1	10.9	17.5	5.6	7.5	4.4	2.2	2.2	1.9	38.8
	30代	(n=402)	19.7	18.7	24.9	16.2	15.7	10.0	11.4	9.2	6.5	2.7	2.0	44.3
	40代	(n=474)	23.0	19.4	13.9	15.0	10.5	9.1	10.3	7.4	4.6	2.7	2.5	49.4
	50代	(n=399)	21.8	15.8	8.5	14.5	5.5	10.3	4.0	7.5	2.3	4.5	2.0	54.4
	60代	(n=467)	27.8	15.0	5.4	16.5	8.4	10.1	5.1	6.9	6.9	6.9	1.9	50.1
性別年代	男性20代	(n=163)	17.2	20.9	25.8	9.8	17.8	6.1	8.0	6.7	3.7	3.1	3.1	42.9
	男性30代	(n=203)	18.7	20.2	18.2	18.2	20.2	10.8	10.8	9.9	5.9	3.0	3.0	46.3
	男性40代	(n=239)	23.4	19.2	9.6	15.5	13.0	7.9	8.8	5.4	3.8	3.3	4.2	52.7
	男性50代	(n=199)	15.6	14.6	6.5	9.5	5.5	7.5	3.0	5.0	1.5	3.5	2.0	63.3
	男性60代	(n=228)	28.9	14.5	4.4	13.2	9.2	7.9	6.6	4.8	6.1	7.0	3.1	48.2
	女性20代	(n=157)	19.1	15.3	42.7	12.1	17.2	5.1	7.0	1.9	0.6	1.3	0.6	34.4
	女性30代	(n=199)	20.6	17.1	31.7	14.1	11.1	9.0	12.1	8.5	7.0	2.5	1.0	42.2
	女性40代	(n=235)	22.6	19.6	18.3	14.5	8.1	10.2	11.9	9.4	5.5	2.1	0.9	46.0
	女性50代	(n=200)	28.0	17.0	10.5	19.5	5.5	13.0	5.0	10.0	3.0	5.5	2.0	45.5
	女性60代	(n=239)	26.8	15.5	6.3	19.7	7.5	12.1	3.8	8.8	7.5	6.7	0.8	51.9
果物摂取量	200g以上	(n=207)	24.6	23.2	20.8	17.9	18.8	14.5	10.1	11.1	7.2	6.3	4.3	34.3
	100g～200g未満	(n=604)	27.5	25.0	18.7	21.4	15.2	13.7	12.4	10.4	7.5	5.5	3.0	36.6
	100g未満	(n=709)	26.8	16.4	16.9	15.1	7.6	8.7	6.2	7.1	3.9	4.1	1.8	45.6

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。

②SNS・インターネットの利用

- 全体では、「ネット検索」が5割台半ばで最も高く、「ユーチューブ」が約5割で続く。
- 性別でみると、『女性』では「インスタグラム」が3割台後半で、『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、低年代ほど「エックス」「インスタグラム」の割合が高くなる傾向が顕著である。
- 性別×年代でみると、『女性20代』では「エックス」「インスタグラム」が6割台後半で、他の層より高い。

Q23. これらのうち、SNS、インターネットについて、どのようなものを利用することが多いですか。 (MA)



※コメントで触れている箇所は



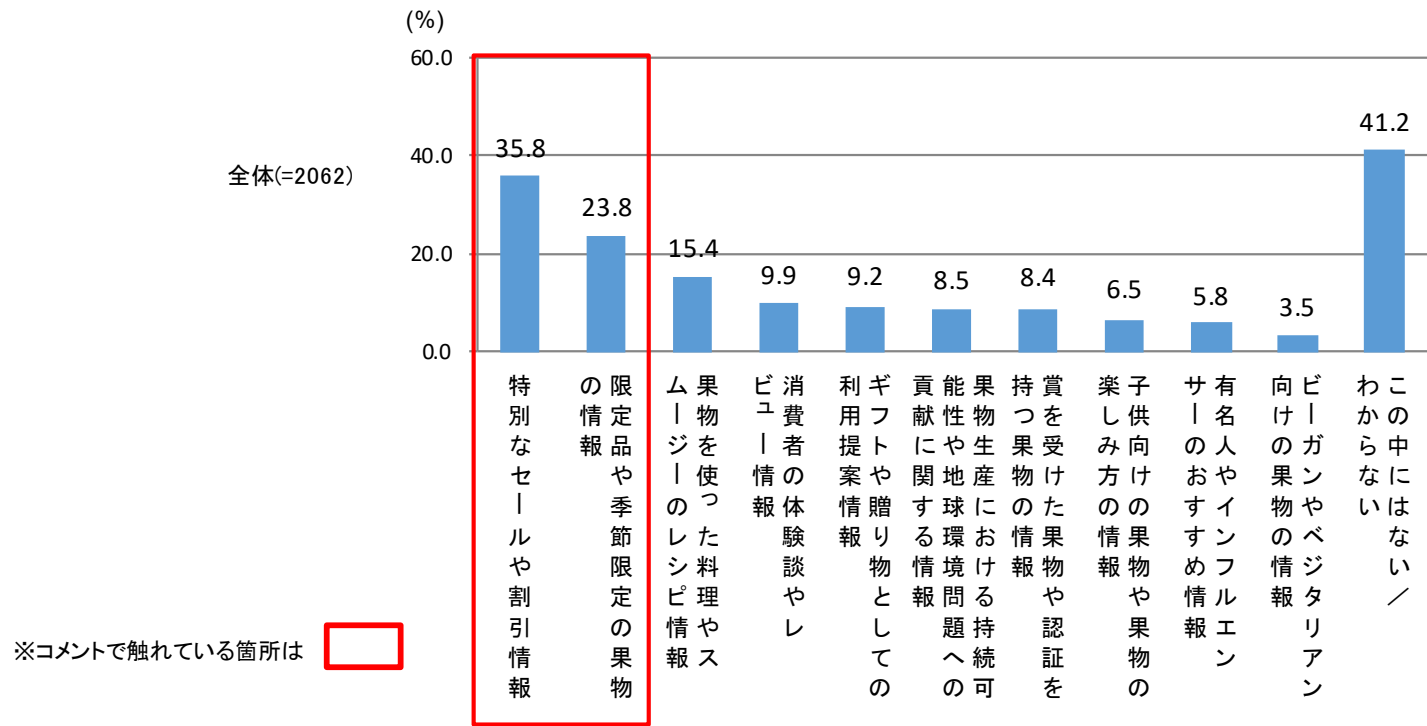
			全体 (n=2062)											
性別	男性	(n=1032)	53.6	53.5	33.6	20.9	29.1	21.7	13.2	8.6	9.4	6.2	4.1	1.1
	女性	(n=1030)	55.2	45.9	36.7	38.4	23.1	25.0	7.9	11.7	6.8	6.9	1.7	1.8
年代	20代	(n=320)	44.4	56.3	57.8	51.3	31.6	19.4	5.3	6.6	4.7	15.3	4.1	0.6
	30代	(n=402)	54.5	54.0	49.5	39.3	30.1	24.1	11.2	12.4	6.0	9.7	3.7	0.7
	40代	(n=474)	61.6	50.6	35.2	29.1	26.2	26.4	12.7	12.0	7.6	4.9	2.1	0.4
	50代	(n=399)	52.4	44.6	25.6	20.3	21.8	22.6	10.0	11.0	8.0	3.0	2.0	2.0
	60代	(n=467)	55.7	45.0	15.4	15.2	22.5	23.1	11.8	7.9	12.8	2.6	3.0	3.2
性別年代	男性20代	(n=163)	41.7	51.5	49.1	35.0	28.8	19.6	4.9	8.0	6.7	11.7	5.5	0.6
	男性30代	(n=203)	58.1	60.1	48.3	25.6	37.4	23.2	12.3	13.8	8.4	9.4	5.4	1.0
	男性40代	(n=239)	62.3	59.4	33.5	18.4	27.6	22.6	16.3	9.6	10.0	4.6	3.3	0.0
	男性50代	(n=199)	48.7	49.7	28.1	17.1	24.1	20.1	14.1	7.0	6.5	5.0	2.5	2.0
	男性60代	(n=228)	53.1	46.1	14.5	12.7	27.6	22.4	15.8	4.8	14.0	2.2	3.9	1.8
	女性20代	(n=157)	47.1	61.1	66.9	68.2	34.4	19.1	5.7	5.1	2.5	19.1	2.5	0.6
	女性30代	(n=199)	50.8	47.7	50.8	53.3	22.6	25.1	10.1	11.1	3.5	10.1	2.0	0.5
	女性40代	(n=235)	60.9	41.7	37.0	40.0	24.7	30.2	8.9	14.5	5.1	5.1	0.9	0.9
	女性50代	(n=200)	56.0	39.5	23.0	23.5	19.5	25.0	6.0	15.0	9.5	1.0	1.5	2.0
果物摂取量	200g以上	(n=207)	45.9	46.9	30.0	28.0	25.6	25.6	14.5	13.5	12.1	10.1	7.2	0.5
	100g～200g未満	(n=604)	58.1	52.3	36.1	32.9	30.6	28.6	11.3	12.7	10.3	7.6	4.0	1.2
	100g未満	(n=709)	59.0	46.4	34.8	29.8	25.7	25.1	10.0	10.4	6.8	4.8	1.7	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。

③果物消費促進情報

- 全体では、「特別なセールや割引情報」が3割台半ばで最も高く、「限定品や季節限定の果物の情報」が2割台半ばで続く。
- 性別でみると、『女性』は「限定品や季節限定の果物の情報」が3割弱で、『男性』より顕著に高い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では「果物生産における持続可能性や地球環境問題への貢献に関する情報」「賞を受けた果物や認証を持つ果物の情報」がともに1割台半ばで、他の層より高い。

Q 2 4 . 入手すればもっと果物が食べたい情報として、一般的な果物に関する情報以外に、
どのような情報が欲しいですか。 (MA)



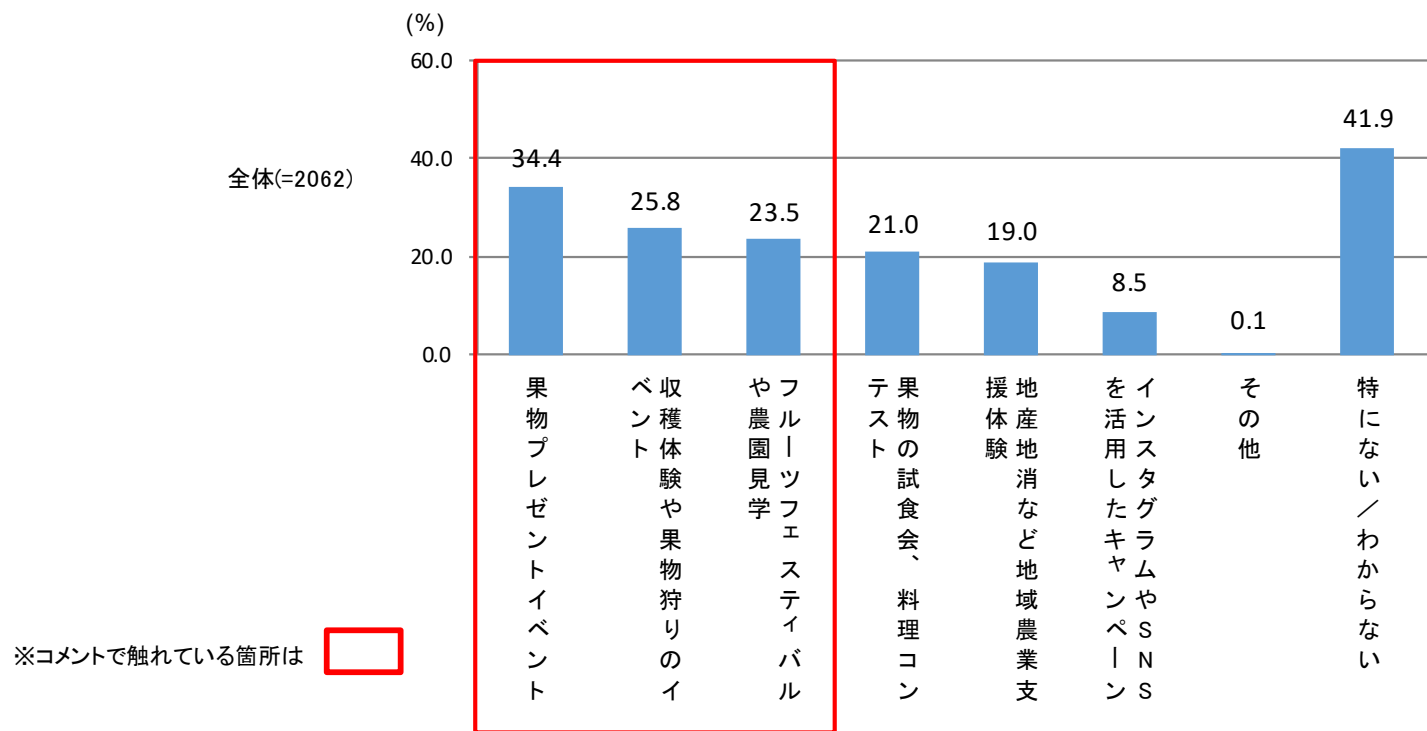
全体		(n=2062)	35.8	23.8	15.4	9.9	9.2	8.5	8.4	6.5	5.8	3.5	41.2
性別	男性	(n=1032)	31.5	18.5	13.0	9.3	6.8	7.6	8.0	5.4	6.0	3.7	48.0
	女性	(n=1030)	40.2	29.0	17.8	10.6	11.7	9.4	8.8	7.5	5.6	3.3	34.4
年代	20代	(n=320)	34.4	19.7	17.2	10.9	12.5	5.6	12.2	7.5	9.4	5.3	38.1
	30代	(n=402)	37.3	26.9	21.6	12.4	11.2	11.2	9.5	10.9	8.7	6.0	37.8
	40代	(n=474)	35.7	23.2	15.2	13.1	8.9	10.5	7.4	10.8	5.7	4.0	41.1
	50代	(n=399)	33.6	21.6	11.3	7.5	7.3	7.3	7.0	1.3	3.5	1.0	46.1
	60代	(n=467)	37.7	26.3	12.4	6.0	7.3	7.1	7.3	1.9	3.0	1.7	42.0
性別年代	男性20代	(n=163)	28.2	14.1	12.3	8.0	11.7	4.9	12.3	5.5	9.2	6.1	46.6
	男性30代	(n=203)	37.4	25.1	21.7	14.8	9.4	11.8	9.4	7.9	10.8	6.9	39.9
	男性40代	(n=239)	28.9	15.9	13.8	11.3	6.7	10.0	6.3	10.5	5.9	4.2	48.5
	男性50代	(n=199)	29.6	14.1	5.0	6.5	2.5	4.0	5.5	1.0	3.0	0.5	56.8
	男性60代	(n=228)	32.9	22.4	11.8	5.7	4.8	6.1	7.9	1.8	2.2	1.3	47.8
	女性20代	(n=157)	40.8	25.5	22.3	14.0	13.4	6.4	12.1	9.6	9.6	4.5	29.3
	女性30代	(n=199)	37.2	28.6	21.6	10.1	13.1	10.6	9.5	14.1	6.5	5.0	35.7
	女性40代	(n=235)	42.6	30.6	16.6	14.9	11.1	11.1	8.5	11.1	5.5	3.8	33.6
	女性50代	(n=200)	37.5	29.0	17.5	8.5	12.0	10.5	8.5	1.5	4.0	1.5	35.5
	女性60代	(n=239)	42.3	30.1	13.0	6.3	9.6	7.9	6.7	2.1	3.8	2.1	36.4
果物摂取量	200g以上	(n=207)	34.3	34.3	18.8	13.0	11.1	15.5	14.5	7.7	10.6	5.8	30.4
	100g～200g未満	(n=604)	43.9	32.8	24.5	13.1	13.2	13.1	10.9	7.8	9.1	6.0	27.6
	100g未満	(n=709)	40.5	23.4	12.8	11.0	9.4	6.9	8.9	7.9	4.2	2.1	36.8

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果物消費促進イベント

- 全体では、「果物プレゼントイベント」が3割台半ばで最も高く、「収穫体験や果物狩りのイベント」「フルーツフェスティバルや農園見学」が2割台半ばで続く。
- 性別でみると、『女性』は「果物プレゼントイベント」「収穫体験や果物狩りのイベント」の割合が『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、低年代ほど「インスタグラムやSNSを活用したキャンペーン」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q 2 5. 果物をもっと食べたいようになるためのイベントとして、どのようなイベントに参加したいですか。 (MA)



※コメントで触れている箇所は

			(%)								
全体		(n=2062)	34.4	25.8	23.5	21.0	19.0	8.5	0.1	41.9	
性別	男性	(n=1032)	27.6	19.0	19.1	18.1	17.1	7.7	0.2	49.3	
	女性	(n=1030)	41.3	32.5	28.0	24.0	20.9	9.4	0.1	34.6	
年代	20代	(n=320)	29.4	25.6	24.7	24.1	13.4	15.9	0.0	43.1	
	30代	(n=402)	37.1	30.6	27.6	23.9	21.1	12.9	0.0	38.6	
	40代	(n=474)	39.0	26.6	22.4	21.1	21.7	7.6	0.4	40.3	
	50代	(n=399)	32.1	21.6	23.3	19.0	15.3	5.3	0.3	45.4	
	60代	(n=467)	33.0	24.4	20.6	18.2	21.2	3.4	0.0	42.8	
性別年代	男性20代	(n=163)	22.7	19.0	16.0	20.2	12.3	13.5	0.0	52.1	
	男性30代	(n=203)	32.5	22.7	25.1	22.7	22.7	12.8	0.0	41.4	
	男性40代	(n=239)	31.8	19.7	19.7	17.6	19.7	5.9	0.8	49.0	
	男性50代	(n=199)	23.1	14.1	17.6	13.6	10.1	4.5	0.0	57.3	
	男性60代	(n=228)	26.3	19.3	16.7	17.1	18.9	3.5	0.0	47.8	
	女性20代	(n=157)	36.3	32.5	33.8	28.0	14.6	18.5	0.0	33.8	
	女性30代	(n=199)	41.7	38.7	30.2	25.1	19.6	13.1	0.0	35.7	
	女性40代	(n=235)	46.4	33.6	25.1	24.7	23.8	9.4	0.0	31.5	
	女性50代	(n=200)	41.0	29.0	29.0	24.5	20.5	6.0	0.5	33.5	
女性60代	(n=239)	39.3	29.3	24.3	19.2	23.4	3.3	0.0	38.1		
果物摂取量	200g以上	(n=207)	38.6	33.8	32.4	27.1	25.6	13.5	0.5	29.5	
	100g～200g未満	(n=604)	44.7	36.1	32.5	28.6	26.2	11.8	0.0	27.2	
	100g未満	(n=709)	37.0	25.4	24.7	21.3	19.2	7.6	0.1	38.9	

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。

(6) 情報手段について まとめ

- 果物情報の希望チャネルは、「テレビ番組」「インターネット」「SNS」「スーパーマーケットや八百屋でのポスターやパンフレット」など。
- SNS・インターネット利用の中心は、「ネット検索」「ユーチューブ」。
- 求めている果物消費促進情報は、「特別なセールや割引情報」「限定品や季節限定の果物の情報」など。
- 参加したい果物消費促進イベントは、「果物プレゼントイベント」「収穫体験や果物狩りのイベント」「フルーツフェスティバルや農園見学」など。

- ・ 果物情報の希望チャネルは、「テレビ番組」が22.5%で最も高く、「インターネット」(17.4%)、「SNS」(16.2%)、「スーパーマーケットや八百屋でのポスターやパンフレット」(14.8%)が続く。(p60)
- ・ 年代別でみると、低年代ほど「SNS」の割合が高くなる傾向が顕著。(p60)
- ・ SNS・インターネットの利用では、「ネット検索」が54.4%で最も高く、「ユーチューブ」が49.7%が続く。(p61)
- ・ 年代別でみると、低年代ほど「エックス」「インスタグラム」の割合が高くなる傾向が顕著。(p61)
- ・ 求めている果物消費促進情報は、「特別なセールや割引情報」が35.8%で最も高く、「限定品や季節限定の果物の情報」が23.8%が続く。(p62)
- ・ 性別でみると、『女性』では「限定品や季節限定の果物の情報」が29.0%で、『男性』より顕著に高い。(p62)
- ・ 参加したい果物消費促進イベントは、「果物プレゼントイベント」が34.4%で最も高く、「収穫体験や果物狩りのイベント」(25.8%)、「フルーツフェスティバルや農園見学」(23.5%)が続く。(p63)
- ・ 性別でみると、女性は「果物プレゼントイベント」「収穫体験や果物狩りのイベント」の割合が男性より顕著に高い。(p63)
- ・ 年代別でみると、低年代ほど「インスタグラムやSNSを活用したキャンペーン」の割合が高くなる傾向が顕著。(p63)

3. 調査のまとめ

—果物の消費拡大に向けて—

(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10.0%で、令和4年度調査からほぼ横ばい。
- 果物の（ほぼ）毎日摂取者は20.4%。週1回以上摂取している人は52.3%で、令和4年度調査（56.0%）から減少している。
- 女性、高齢層は、男性、若年層よりも摂取頻度が高い。しかし、30代、40代の女性は一日摂取量で見ると低い。
- 毎日摂取の阻害要因は、「値段が高い」「日持ちしない」を中心に、手間がかかるなどが続く。また、女性は男性に比べ値段が高いと感じる人が多い。



深刻化する物価高騰などの中で、摂取阻害要因として果物が他の食品に比べ値段が高いことがあげられており、特に女性でその傾向が強い。女性は購入頻度が高く消費量への影響は大きいと考えられる。

その中で、消費のあり方には大きな変化はつくり得ていない状況にある。現状、女性・高齢者などでの摂取頻度は維持されているが、消費の少ない若年層や男性へのアプローチを挺に消費の拡大に繋げたい。

(2) 今後の果物の摂取意向

- 36.7%の人が果物の摂取量を増やしたいと考えている。この割合は前回調査から増加。但し、男性、高齢層の「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」「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。
- 果物加工品の消費意向は、「カットフルーツ」「果汁100%」「フルーツヨーグルト」を増やしたい人がやや高め。



今後、更なる消費拡大のためには、果物の種類ごとに、どのような商品か、アピールポイントを適切に伝えることが重要と考えられる。

例えば、外観の悪い果物ならば、なぜ外観が悪くなったのか、食べごろが重要な果物ならば、その食べごろの見分け方、生産者のこだわりがあれば、そのこだわりの内容…などを知らせるなど、適時適切な情報提供を心掛けることが重要と考えられる。

（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」と「みかん」。
- ・ 女性は、「みかん」「その他のかんきつ類」「かき」「キウイ」を月1回以上喫食している割合が、男性より顕著に高い。
- ・ 全ての果物において、果物摂取量200g以上の層の1日当たりの平均喫食量が他の層より多い。



果物高頻度喫食層では、定番商品を月1回以上喫食するとした割合が高い。
こうした状況をも考慮の上で、摂取訴求・提案が必要か。

（４）果物消費拡大施策について

- ・ 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、「産地や品種」「残留農薬」への関心が相対的に高い。
- ・ 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。
- ・ 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。



消費拡大施策は、既存の高頻度摂取層にはリーチしているものの、他の層への浸透が低いという課題は継続している。
一方で、「食べごろ」や「美味しいもの」への情報希望もみられることから、これまでの情報に加えて、産地・品種・安全性など、さまざまな要素を織り交ぜて、多くの人に興味を持ってもらうための工夫が望まれる。
令和5年5月に改正された「健康日本21(第3次)」において、果物の摂取目標が新たに「200グラム」と示され、目標が具体的になったことも考慮されるべきである。

(5) フルーツパフェについて

- 全体の約6割がフルーツパフェを「好き」と回答。果物摂取量が多いほど「好き」の割合が高い。
- 喫食頻度は、1か月に1回程度以下が76.0%。
- 価格帯の上限は1,499円程度まで。低年代、果物摂取量別が多いほど1,000円以上の割合が高くなる。
- 喫食理由は、「甘いものが好き」「フルーツが好き」「フルーツパフェを食べることで幸せな気分になり」「贅沢な気分になりたい」「季節のフルーツを味わいたい」など。



果物消費習慣の醸成に「フルーツパフェ」が有効であることが示される。また、高単価化の余地も大きいと思われ、消費拡大・定着などの積極的に活用して行きたい。

(6) 情報手段について

- 果物情報の希望チャネルは、「テレビ番組」「インターネット」「SNS」「スーパーマーケットや八百屋でのポスターやパンフレット」など。
- SNS・インターネット利用の中心は、「ネット検索」「ユーチューブ」。
- 求めている果物消費促進情報は、「特別なセールや割引情報」「限定品や季節限定の果物の情報」など。
- 参加したい果物消費促進イベントは、「果物プレゼントイベント」「収穫体験や果物狩りのイベント」「フルーツフェスティバルや農園見学」など。



既存媒体に加えて、デジタル系媒体の活用も一考の要あり。

4. 調査票（調査画面）

果物についてのアンケート

下記アンケートにご協力お願いいたします。

当アンケートの回答者の皆様へお願い

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

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

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

※「生鮮果物」の主な例

・温州(うんしゅう)みかん	・りんご	・おとう(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 (いはかん、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 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	☐	☐	☐	☐	☐
2. 果物を食べる頻度	☐	☐	☐	☐	☐

- 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贈り品・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) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に

..... ✂ 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】

Q3 果物を(毎日)食べない理由は何ですか。
【必須入力】

	1 あまり好きでないから	2 他に食べる食品があるから	3 食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから	4 太るといけないから	5 日持ちがせず買い置きができないから	6 他の食品に比べて値段が高いから	7 味や甘さなどの品質にばらつきがあるから	8 皮・タネなどの「み」が出る捨てる部分が多いので	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) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に

..... ✂ 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

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

【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】

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。

【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：【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 国では一日に【【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 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) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ) →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に

..... ✂ ここて改ページ>

- 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 そのままで	2 ヨーグルトに入れて	3 フルーツジュースとして	4 ケーキ、クレープなどのお菓子に入れて	5 ジャムとして	6 料理に使う	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)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に
2. 最もあてはまるもの(ひとつだけ)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐ 具体的に

.....  ここまで改ページ

- ① 必須入力
- ① 37_FA: 必須入力

Q8 あなたは果物にどのようなイメージがありますか。(いくつでも)
【必須入力】

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. おいしい | ☐ 20. ダイエットに適している |
| ☐ 2. 甘い | ☐ 21. 美肌に効果がある |
| ☐ 3. 新鮮 | ☐ 22. 健康によい |
| ☐ 4. 身体をつくるのに欠かせない食品 | ☐ 23. バランスがよい食生活になる |
| ☐ 5. 毎日食べるべき食品 | ☐ 24. 栄養価が高い |
| ☐ 6. 健康を維持するのに欠かせない食品 | ☐ 25. 食物繊維が豊富 |
| ☐ 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 | ☐ 26. ビタミンが多い |
| ☐ 8. 食事時に食べるデザート | ☐ 27. 抗酸化成分が豊富 |
| ☐ 9. 間食に食べるおやつ | ☐ 28. カリウムが豊富 |
| ☐ 10. 忙しい朝の手軽な食事 | ☐ 29. 手軽に食べられる |
| ☐ 11. 季節を感じられる食品 | ☐ 30. 食べるまでが面倒(皮をむくなど) |
| ☐ 12. 生活に彩りや潤いを添えてくれる存在 | ☐ 31. 傷など見た目が気になる |
| ☐ 13. 食べると気分転換になる | ☐ 32. 傷むのが早い(日持ちしない) |
| ☐ 14. 家族に食べさせたい | ☐ 33. 太る |
| ☐ 15. おみやげ/贈り物に最適だ | ☐ 34. 値段が高い |
| ☐ 16. 生活習慣病の予防になる | ☐ 35. 贅沢 |
| ☐ 17. がん予防になる | ☐ 36. 産地や国産かどうか気になる |
| ☐ 18. メタボ予防になる | ☐ 37. その他(具体的に: |
| ☐ 19. 疲労回復になる | <div style="border: 1px solid black; height: 15px; width: 150px;"></div> |

.....  ここで改ページ>

- ①必須入力
- ①7_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 18. 提供方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはない

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. 多少外観は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. 健康や美容にいい(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つの実が小さいで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. 農薬をできるだけ使っていない果物
- ☐ 13. 料理や調理方法に合った果物(品種)
- ☐ 14. 今までに食べたことがない(日本ではあまり食べることが出来ない)珍しい果物
- ☐ 15. 購入後傷みにくい果物(日持ちがする果物)
- ☐ 16. 季節を問わず、1年中購入できる果物
- ☐ 17. その他(具体的に:)
- ☐ 18. 提供方法が変わっても、果物をより多く食べるようになることはない



- ①必須入力
- ②20.FA: 必須入力
- 排他選択肢: 21. 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
- 選択肢リバーシブルマイズ: 選択肢 1-19

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. 食品廃棄を減らすため見た目のよくない果物を少し安く販売
- ☐ 14. 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
- ☐ 15. ファーストフード店で1個売りやカットフルーツやデザートや生搾りジュースにして販売
- ☐ 16. 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
- ☐ 17. 自動販売機による駅等での販売
- ☐ 18. インターネットでの販売
- ☐ 19. 職場での販売(おやつにデスクで食べられるみかん等)
- ☐ 20. その他
- ☐ 21. 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(全項目)
- 項目リバーシランダム化 : 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いますか。

【必須入力】

	1 増やしたい	2 変えずとも思わない	3 減らしたい
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. ミックスジュース →	☐	☐	☐
5. スムージー →	☐	☐	☐
6. ジャム類(フルーツジャム) →	☐	☐	☐
7. 果物缶詰 →	☐	☐	☐
8. カットフルーツ →	☐	☐	☐
9. フルーツゼリー →	☐	☐	☐
10. ドライフルーツ →	☐	☐	☐
11. フルーツパフェ →	☐	☐	☐
12. フルーツサンド →	☐	☐	☐
13. フルーツケーキ →	☐	☐	☐
14. フルーツヨーグルト →	☐	☐	☐

..... ✂ 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
- 排他選択肢: 12. この中にあてはまるものはない/わからない
- 選択肢ランダム化 : 選択肢 1-11

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】(3個まで選択)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. 食べごろの見分け方 | ☐ 8. 機能性 |
| ☐ 2. 美味しい果物の見分け方 | ☐ 9. 産地や品種 |
| ☐ 3. 鮮度の見分け方 | ☐ 10. 栽培方法 |
| ☐ 4. 栄養成分 | ☐ 11. 残留農薬 |
| ☐ 5. 生活習慣病との関係 | |
| ☐ 6. ダイエットとの関係 | ☐ 12. この中にあてはまるものはない/わからない |
| ☐ 7. 適量 | |

..... ✂ 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頻度をお答えください。
※生鮮果物についてお答えください。

【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 日程度	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 →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. その他のかんきつ類 →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. リンゴ →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. ブドウ →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. なし →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. もも →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. 桜桃(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 →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. ナインアップル →	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

..... ✂ ここて改ページ

- セレクト条件 1_FA : Q13項目【1】で1-6と答えた方
- セレクト条件 2_FA : any(Q13S2, "1-6")
- セレクト条件 3_FA : any(Q13S3, "1-6")
- セレクト条件 4_FA : any(Q13S4, "1-6")
- セレクト条件 5_FA : any(Q13S4, "1-6")
- セレクト条件 6_FA : any(Q13S5, "1-6")
- セレクト条件 7_FA : any(Q13S6, "1-6")
- セレクト条件 8_FA : any(Q13S7, "1-6")
- セレクト条件 9_FA : any(Q13S8, "1-6")
- セレクト条件 10_FA : any(Q13S9, "1-6")
- セレクト条件 11_FA : any(Q13S10, "1-6")
- セレクト条件 12_FA : any(Q13S11, "1-6")
- セレクト条件 13_FA : any(Q13S12, "1-6")
- セレクト条件 14_FA : any(Q13S13, "1-6")
- セレクト条件 15_FA : any(Q13S14, "1-6")
- ①必須にする(全てのFA欄)
- 1_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 2_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 3_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 4_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 5_N: 半角数字 / 最小1 / 最大299 / 整数
- 6_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 7_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 8_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 9_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 10_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 11_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 12_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 13_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 14_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり
- 15_N: 半角数字 / 最小0.1 / 最大99 / 小数点入力あり

Q14 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時に、1日あたりに平均して食べる量をお答えください。
※生鮮果物についてお答えください。

【 全て必須 】

みかん 個(半角数字)
 その他のかんきつ類 個(半角数字)
 りんご 個(半角数字)
 ブドウ(房数) 房(半角数字)
 ブドウ(粒数) 粒(半角数字)
 なし 個(半角数字)
 もも 個(半角数字)
 桜桃(さくらんぼ) 個(半角数字)
 びわ 個(半角数字)
 かき 個(半角数字)
 くり 個(半角数字)
 うめ 個(半角数字)
 すもも 個(半角数字)
 キウイ 個(半角数字)
 パインアップル 個(半角数字)

.....  ここまで改ページ

- 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/見たことがある/なんとなく気がする	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	☐	☐	☐
2. 「毎日くだもの200グラム!」という標語	☐	☐	☐
3. 「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク			
	☐	☐	☐
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	☐	☐	☐
5. 果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる	☐	☐	☐

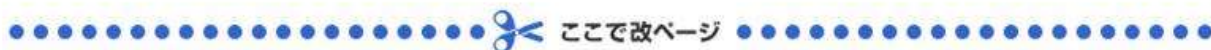
..... ✂ ここまで改ページ

- ①必須入力

Q16 あなたは、フルーツパフェは好きですか。

【必須入力】

- ☐ 1. 好き
- ☐ 2. どちらでもない
- ☐ 3. 嫌い

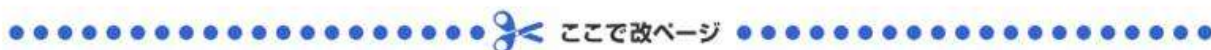


- ①必須入力

Q17 あなたは、フルーツパフェを、どれくらいの頻度で食べますか。

【必須入力】

- ☐ 1. 1週間に2回以上
- ☐ 2. 1週間に1回程度
- ☐ 3. 1か月に2～3回程度
- ☐ 4. 1か月に1回程度
- ☐ 5. それ以下
- ☐ 6. 食べたことがない



- セレクト条件：【Q17】で1-5と答えた方
- ①必須入力
- ⑥.F.A: 必須入力
- 選択肢ランダムイズ：選択肢1-5

Q18 フルーツパフェはどこで食べますか(購入しますか)。(いくつでも)

【必須入力】

- ☐ 1. ケーキ屋さん
- ☐ 2. カフェ・喫茶店
- ☐ 3. 果物専門店(フルーツバーラー)
- ☐ 4. スーパーマーケットやデパートなどのフードコート
- ☐ 5. ファミリーレストラン
- ☐ 6. その他



- セレクト条件：【Q17】で1-5と答えた方
- ①必須にする(全入力欄)
- 5位まで有効
- 選択肢ランダムイズ：選択肢1-12
- 排他選択肢：13. この中にはない／わからない

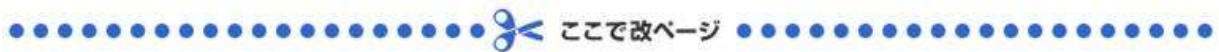
Q19 フルーツパフェを選ぶ際に好むフルーツの種類は何ですか。
上位5つまでお答えください。

【必須入力】

☐ イチゴ	☐ 桜桃(さくらんぼ)
☐ バナナ	☐ ブルーベリー
☐ マンゴー	☐ もも
☐ キウイ	☐ リンゴ
☐ パインアップル	☐ みかん(柑橘類)
☐ メロン	
☐ ブドウ	☐ この中にはない／わからない

1位から順番に選択肢の左にあるボタンをクリックしてください。
クリックするとボタン上に順位の数字が表示されます。

クリア



- セレクト条件：【Q17】で1-5と答えた方
- ①必須入力

Q20 普段食べるフルーツパフェの値段は、税込みでどれくらいの価格帯ですか。
平均でお答えください。

【必須入力】

- ☐ 1. 500円未満
☐ 2. 500円～999円
☐ 3. 1,000円～1,499円
☐ 4. 1,500円～1,999円
☐ 5. 2,000円以上



- セレクト条件：【Q17】で1-5と答えた方
- ①必須入力
- 排他選択肢: 22. 特にない/わからない/あてはまるものはない
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-21

Q21 あなたがフルーツパフェを食べる理由は何ですか。(いくつでも)
【必須入力】

- ☐ 1. フルーツが好きだから
- ☐ 2. フルーツの甘みと酸味のバランスが好きだから
- ☐ 3. 甘いものが好きだから
- ☐ 4. 健康的なデザートとして食べたいから
- ☐ 5. 新鮮なフルーツの味を楽しみたいから
- ☐ 6. フルーツの栄養価を取り入れたいから
- ☐ 7. 季節のフルーツを味わいたいから
- ☐ 8. フルーツの種類によって異なる味を楽しめるから
- ☐ 9. パフェのトッピングやバリエーションが豊富で楽しいから
- ☐ 10. カフェやレストランでの特別な体験を求めて食べるから
- ☐ 11. SNSなどで見かけたインスタ映えするパフェが食べたいから
- ☐ 12. 見た目がかわいいから
- ☐ 13. フルーツパフェがおしゃれなデザートだと思うから
- ☐ 14. パフェの見た目や写真映えするポイントが好きだから
- ☐ 15. パフェの写真をSNSに投稿したいから
- ☐ 16. 家族や友人と一緒にシェアして楽しむから
- ☐ 17. 贅沢な気分になりたいから
- ☐ 18. ストレスを発散するために食べるから
- ☐ 19. 特別な日や記念日に楽しむために食べるから
- ☐ 20. パフェを自分好みにカスタマイズできるから
- ☐ 21. フルーツパフェを食べることで幸せな気分になるから
- ☐ 22. 特にない/わからない/あてはまるものはない

.....  ここで改ページ

- ①必須入力
- 排他選択肢: 12. 特になし/この中ではない
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-11

Q22 果物をもっと食べたいような情報を入手する方法として、どのようなものを利用していますか。(いくつでも)

【必須入力】

- ☐ 1. SNS(ソーシャルメディア)(例: Instagram、X(旧Twitter)、Facebookなど)
- ☐ 2. YouTube動画
- ☐ 3. インターネット(ウェブサイト、ブログ、メルマガなど)
- ☐ 4. 口コミやレビューサイト
- ☐ 5. テレビ番組
- ☐ 6. ラジオ番組
- ☐ 7. 新聞
- ☐ 8. 雑誌
- ☐ 9. スーパーマーケットや八百屋でのポスターやパンフレット
- ☐ 10. 果物専門店や生産者(農園)からのDMなどの情報
- ☐ 11. 地域のイベントやフェスティバルでのポスターやパンフレット
- ☐ 12. 特になし/この中ではない

..... ✂ ここまで改ページ

- ①必須入力
- ①12_FA: 必須入力
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-11

Q23 これらのうち、SNS、インターネットについて、どのようなものを利用することが多いですか。(いくつでも)

【必須入力】

- ☐ 1. インスタグラム(Instagram)
- ☐ 2. エックス(X/旧 Twitter)
- ☐ 3. フェイスブック(Facebook)
- ☐ 4. ティックトック(TikTok)
- ☐ 5. ユーチューブ(YouTube)
- ☐ 6. グーグルマップ(Google Map)
- ☐ 7. ネット検索
- ☐ 8. メルマガ
- ☐ 9. ブログ
- ☐ 10. 果物専用サイト
- ☐ 11. グルメサイト(食べログ、ぐるなび等)
- ☐ 12. その他

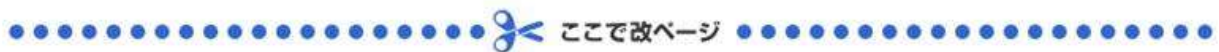
..... ✂ ここまで改ページ

- ①必須入力
- 排他選択肢: 11. この中ではない／わからない
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢 1-10

Q24 入手すればもっと果物が食べたい情報として、一般的な果物に関する情報以外に、どのような情報が欲しいですか。(いくつでも)

【必須入力】

- ☐ 1. 特別なセールや割引情報
- ☐ 2. 限定品や季節限定の果物の情報
- ☐ 3. ギフトや贈り物としての利用提案情報
- ☐ 4. 消費者の体験談やレビュー情報
- ☐ 5. 有名人やインフルエンサーのおすすめ情報
- ☐ 6. 果物生産における持続可能性や地球環境問題への貢献に関する情報
- ☐ 7. 賞を受けた果物や認証を持つ果物の情報
- ☐ 8. 果物を使った料理やスムージーのレシピ情報
- ☐ 9. ビーガンやベジタリアン向けの果物の情報
- ☐ 10. 子供向けの果物や果物の楽しみ方の情報
- ☐ 11. この中ではない／わからない



- ①必須入力
- ⑦FA: 必須入力
- 排他選択肢: 8. 特にない／わからない
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢 1-6

Q25 果物をもっと食べたいためのイベントとして、どのようなイベントに参加したいですか。(いくつでも)

【必須入力】

- ☐ 1. フルーツフェスティバルや農園見学
- ☐ 2. 果物の試食会、料理コンテスト
- ☐ 3. 収穫体験や果物守りのイベント
- ☐ 4. インスタグラムやSNSを活用したキャンペーン
- ☐ 5. 果物プレゼントイベント
- ☐ 6. 地産地消など地域農業支援体験
- ☐ 7. その他
- ☐ 8. 特にない／わからない

アンケートは以上で終わります。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