

中央果実協会調査資料 No. 273

令和六年度

果物の消費に関するアンケート調査報告書

令和7年3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。さらに、生産資材費や運送費等の高騰により国産果物の価格が上昇する中で円安の影響で輸入果実の価格も上昇し、果物全般に価格が上昇してきています。

こうした状況の中で国内の果実産業は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ていく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6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、若い人たちの環境問題への関心の高まりに関連していわゆるエシカル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、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7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	8
【2】 本調査で把握すべきこと	8
【3】 調査方法	8
【4】 本調査における言葉の定義	9
【5】 調査項目	9
【6】 回答者プロフィール	11
【7】 分析軸について	12
2. アンケート調査の分析結果	
(1) 日常の果物の消費行動	
①-1 果物の摂取量（一日平均）全体ベース	15
①-2 果物の摂取量（一日平均）喫食者ベース	16
②-1 果物の摂取量（一日平均）が現状である理由	17
②-2 果物の摂取量（一日平均）が現状である理由	18
③果物の購入頻度	19
④果物の摂取頻度	20
⑤-1 果物の摂取理由	21
⑤-2 果物の摂取理由	22
⑥-1 果物を毎日は摂らない理由	23
⑥-2 果物を毎日は摂らない理由	24
⑦果物の摂取方法	25
⑧果物のイメージ	26
まとめ	30
(2) 今後の果物の摂取意向	
①今後の果物の摂取量の変化	32
②果物の消費量を増やすための提供方法	33
③果物喫食増加のための販売方法	35
④-1 果物加工品の消費意向	37
④-2 果物加工品の消費意向（増やしたい）	38
まとめ	39

(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	… … 41
①-2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）	… … 42
②果樹振興法14品目の平均喫食量	… … 43
②果樹振興法14品目の平均喫食量 n数表	… … 44
まとめ	… … 45
(4) 果物消費拡大施策について	
①果物購入時の希望情報	… … 47
②-1 果物消費拡大施策の認知	… … 48
②-2 果物消費拡大施策の認知（認知計）	… … 49
まとめ	… … 50
(5) エシカルフルーツについて	
①エシカルフルーツ認知度	… … 52
②エシカルフルーツに関する情報 [エシカルフルーツ認知者]	… … 53
③エシカルフルーツ購入経験 [エシカルフルーツ認知者]	… … 54
④エシカルフルーツ購入頻度 [エシカルフルーツ購入者]	… … 55
⑤エシカルフルーツ購入理由 [エシカルフルーツ購入者]	… … 56
⑥エシカルフルーツの購入場所 [エシカルフルーツ購入者]	… … 57
⑦エシカルフルーツの重視点 [エシカルフルーツ購入者]	… … 58
⑧エシカルフルーツ購入時の参考情報 [エシカルフルーツ購入者]	… … 59
⑨エシカルフルーツの購入意向	… … 60
⑩エシカルフルーツ購入促進の有効な取り組み	… … 61
まとめ	… … 62
3. 調査のまとめ	… … 63
(1) 日常の果物の消費行動について	… … 64
(2) 今後の果物の摂取意向	… … 64
(3) 果樹振興法14品目について	… … 65
(4) 果物消費拡大施策について	… … 65
(5) エシカルフルーツについて	… … 66
4. 調査票（調査画面）	… … 67

5. 【参考】調査の経年分析結果	… …	86
1 経年分析結果の掲載について	… …	88
2 掲載項目	… …	88
①果物の摂取頻度	… …	89
②果物の摂取量	… …	90
③果物の摂取理由	… …	91
④果物を毎日摂らない理由	… …	92
⑤今後の果物の摂取意向	… …	93
⑥果物の消費量を増やすための提供方法	… …	94
⑦果物の消費量を増やすための販売方法	… …	95
⑧果物を毎日200グラム以上摂取することと健康との関係の認知	… …	96
⑨「毎日くだもの200グラム！」標語の認知	… …	97
⑩「毎日くだもの200グラム！」運動のロゴマーク	… …	98
経年分析掲載データ(表形式)	… …	99

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、今後の果物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道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6年10月25日（金）～10月28日（月）

(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

1. アンケート調査の実施概要

(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) エシカルフルーツについて

- ①エシカルフルーツ認知度
- ②エシカルフルーツに関する情報
- ③エシカルフルーツ購入経験
- ④エシカルフルーツ購入頻度
- ⑤エシカルフルーツ購入理由
- ⑥エシカルフルーツの購入場所
- ⑦エシカルフルーツの重視点
- ⑧エシカルフルーツ購入時の参考情報
- ⑨エシカルフルーツの購入意向
- ⑩エシカルフルーツ購入促進の有効な取り組み

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)	5.6	9.9	7.9	11.6	9.1	13.9	9.0	10.3	22.6	

<未既婚>		
	未婚	既婚
全体 (n=2,062)	53.2	46.8

<子供有無>		
	子供なし	子供あり
全体 (n=2,062)	62.0	38.0

<職業>												
	公務員	経営者 ・役員	会社員 (事務系)	会社員 (技術系)	会社員 (その他)	自営業	自由業	専業主婦 (主夫)	パート・アル バイト	学生	その他	無職
全体 (n=2,062)	0.1	1.3	19.3	13.2	13.0	5.8	2.4	11.6	13.8	3.2	3.6	12.7

<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	19.5	17.6	13.8	7.2	3.5	2.9	1.4	0.9	13.8	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)	35.7	22.0	13.7	6.6	2.3	1.0	1.0	0.4	0.2	6.7	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)	3.9	0.7	0.5	0.9	0.5	0.4	1.0	1.6	1.2	0.8	6.7	5.3	
	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	
	16.4	9.5	1.7	0.9	0.6	0.3	0.3	1.2	1.0	2.2	7.3	0.8	
	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	
	1.1	2.2	8.9	5.2	0.6	0.5	0.7	0.1	1.4	2.7	0.8	0.5	
	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県		
	0.6	1.2	0.3	3.8	0.4	1.0	0.7	0.2	0.3	0.4	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5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

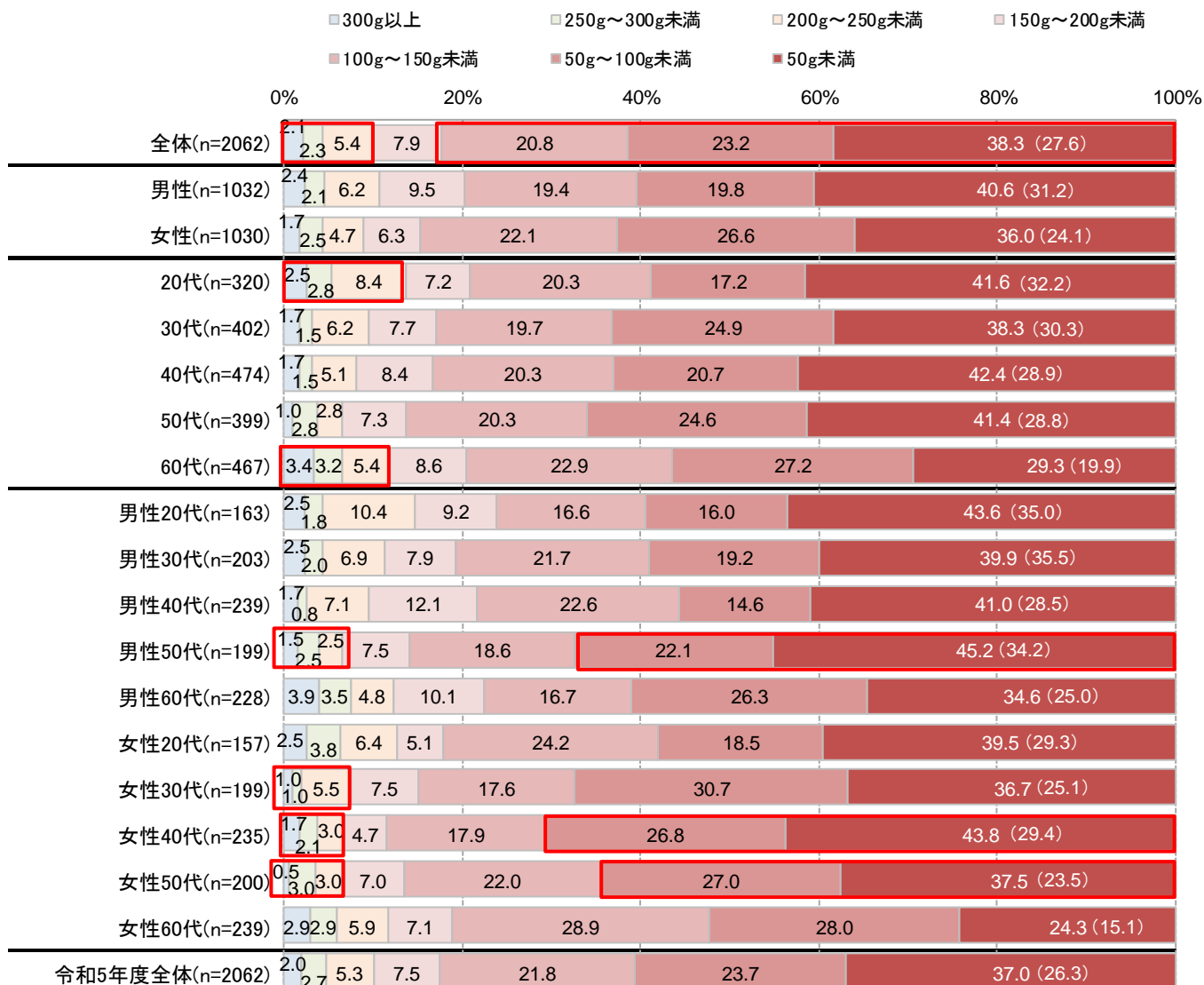
①-1 果物の摂取量（一日平均）全体ベース

- 果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体では9.8%。
- 全体では、「50g未満」が38.3%と最も高く、以下「50g～100g未満」「100g～150g未満」の順に高い。
- 約1/4の人は、果物をほとんど食べない。（月1日未満）
- 男性50代、女性30、40、50代は果物摂取量が少ない。（200g以上の割合が少なく、100g未満の割合が多い）
- 令和5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。
- 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。

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



() 内は、ほとんど食べないの割合

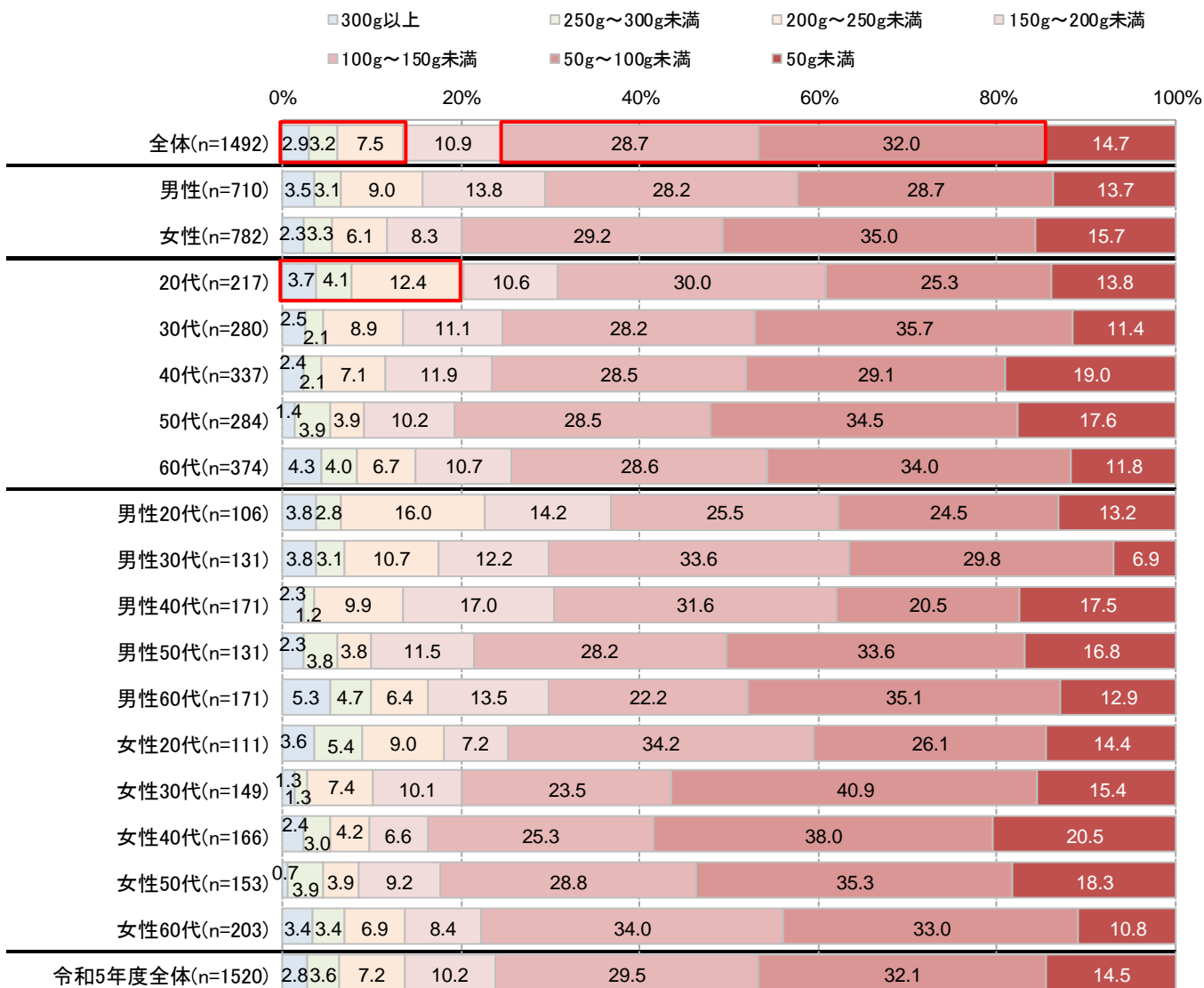
①-2 果物の摂取量（一日平均）喫食者ベース [果物月1回以上喫食層]

- 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割強を占めている。
- 令和5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



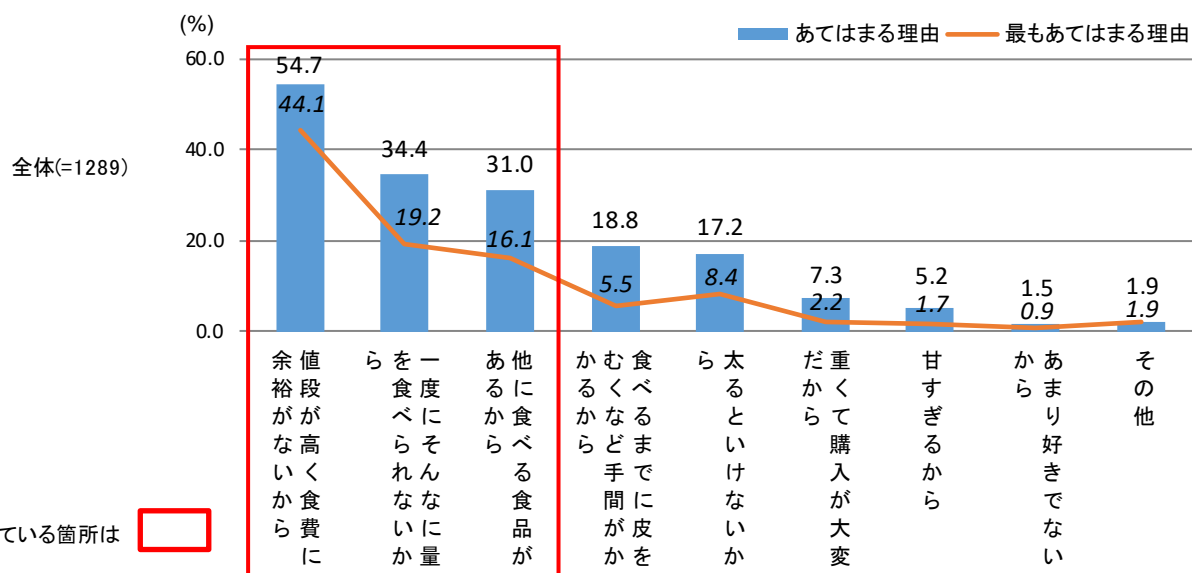
②-1 果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 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「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3割台で続いており、3大理由を形成している。
- 令和5年度結果と比較すると、「一度にそんなに量を食べられないから」が微増する一方、「他に食べる食品があるから」が微減し、順序が逆転した。
- 年代別でみると、『20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「値段が高く食費に余裕がないから」は5割を下回っており、「一度にそんなに量を食べられないから」が4割と他の年代と比べて高め。

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=1289)			54.7	34.4	31.0	18.8	17.2	7.3	5.2	1.5	1.9		
性別	男性 (n=599)		48.7	34.7	29.9	16.4	16.0	5.3	4.5	1.5	1.5		
	女性 (n=690)		59.9	34.2	32.0	20.9	18.3	9.0	5.8	1.4	2.3		
年代	20代 (n=173)		64.7	33.5	20.2	24.3	13.9	8.1	1.7	2.3	1.2		
	30代 (n=242)		59.9	30.2	25.2	17.8	14.9	7.4	3.7	1.2	1.7		
	40代 (n=298)		56.0	29.9	29.2	18.5	17.4	7.7	6.0	2.0	1.0		
	50代 (n=258)		50.8	37.2	38.4	17.1	19.4	5.4	4.7	1.2	2.3		
	60代 (n=318)		47.2	40.3	37.1	18.2	18.9	7.9	7.9	0.9	3.1		
性別年代	男性20代 (n=82)		61.0	34.1	14.6	23.2	12.2	7.3	1.2	4.9	1.2		
	男性30代 (n=108)		50.9	24.1	24.1	13.9	15.7	5.6	4.6	0.9	0.9		
	男性40代 (n=148)		54.1	31.8	34.5	16.2	12.2	6.1	3.4	1.4	1.4		
	男性50代 (n=118)		45.8	42.4	36.4	15.3	24.6	4.2	4.2	0.8	0.0		
	男性60代 (n=143)		37.1	39.9	32.9	15.4	15.4	4.2	7.7	0.7	3.5		
	女性20代 (n=91)		68.1	33.0	25.3	25.3	15.4	8.8	2.2	0.0	1.1		
	女性30代 (n=134)		67.2	35.1	26.1	20.9	14.2	9.0	3.0	1.5	2.2		
	女性40代 (n=150)		58.0	28.0	24.0	20.7	22.7	9.3	8.7	2.7	0.7		
女性50代 (n=140)		55.0	32.9	40.0	18.6	15.0	6.4	5.0	1.4	4.3			
女性60代 (n=175)		55.4	40.6	40.6	20.6	21.7	10.9	8.0	1.1	2.9			
果物摂取量	100g~200g未満 (n=591)		53.1	36.7	33.0	19.1	21.0	6.8	5.4	0.8	2.4		
	100g未満 (n=698)		56.0	32.5	29.4	18.5	14.0	7.7	5.0	2.0	1.6		
令和5年度全体 (n=1313)			54.9	32.7	33.0	21.1	18.1	6.0	3.1	1.7	2.5		

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

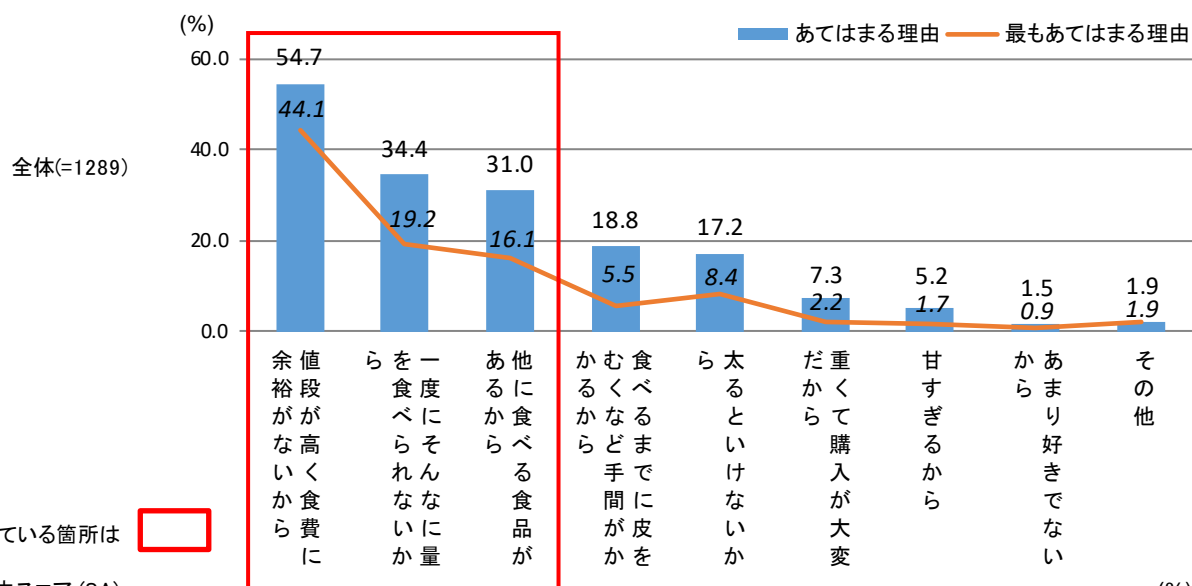
②-2 果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 最もあてはまる理由でも、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、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」とのスコア差が小さい。
- 性別×年代で見ると、『女性20代』では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が6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=1289)	44.1	19.2	16.1	5.5	8.4	2.2	1.7	0.9	1.9
性別	男性 (n=599)	40.4	21.2	17.5	5.5	8.8	2.5	1.5	1.2	1.3	
	女性 (n=690)	47.4	17.5	14.9	5.5	8.0	1.9	1.9	0.6	2.3	
年代	20代 (n=173)	58.4	15.0	6.4	8.1	5.2	2.3	1.7	1.7	1.2	
	30代 (n=242)	50.4	17.8	13.2	5.4	7.0	2.5	1.2	0.8	1.7	
	40代 (n=298)	45.6	16.1	15.1	7.7	9.7	2.3	1.7	1.0	0.7	
	50代 (n=258)	39.5	19.0	21.7	3.5	10.1	2.3	1.2	0.4	2.3	
	60代 (n=318)	34.0	25.8	20.1	3.8	8.5	1.6	2.5	0.6	3.1	
性別年代	男性20代 (n=82)	54.9	14.6	7.3	7.3	7.3	2.4	1.2	3.7	1.2	
	男性30代 (n=108)	46.3	18.5	14.8	5.6	8.3	2.8	1.9	0.9	0.9	
	男性40代 (n=148)	43.9	18.9	18.9	6.1	6.8	2.7	0.7	1.4	0.7	
	男性50代 (n=118)	34.7	23.7	22.0	2.5	13.6	3.4	0.0	0.0	0.0	
	男性60代 (n=143)	28.7	27.3	20.3	6.3	8.4	1.4	3.5	0.7	3.5	
	女性20代 (n=91)	61.5	15.4	5.5	8.8	3.3	2.2	2.2	0.0	1.1	
	女性30代 (n=134)	53.7	17.2	11.9	5.2	6.0	2.2	0.7	0.7	2.2	
	女性40代 (n=150)	47.3	13.3	11.3	9.3	12.7	2.0	2.7	0.7	0.7	
	女性50代 (n=140)	43.6	15.0	21.4	4.3	7.1	1.4	2.1	0.7	4.3	
女性60代 (n=175)	38.3	24.6	20.0	1.7	8.6	1.7	1.7	0.6	2.9		
果物摂取量	100g～200g未満 (n=591)	42.3	21.2	15.7	4.4	9.6	2.5	1.4	0.5	2.4	
	100g未満 (n=698)	45.7	17.6	16.5	6.4	7.3	1.9	2.0	1.1	1.4	
令和5年度全体 (n=1313)		43.0	19.3	16.2	6.8	9.1	1.1	1.3	1.1	2.1	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5～10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

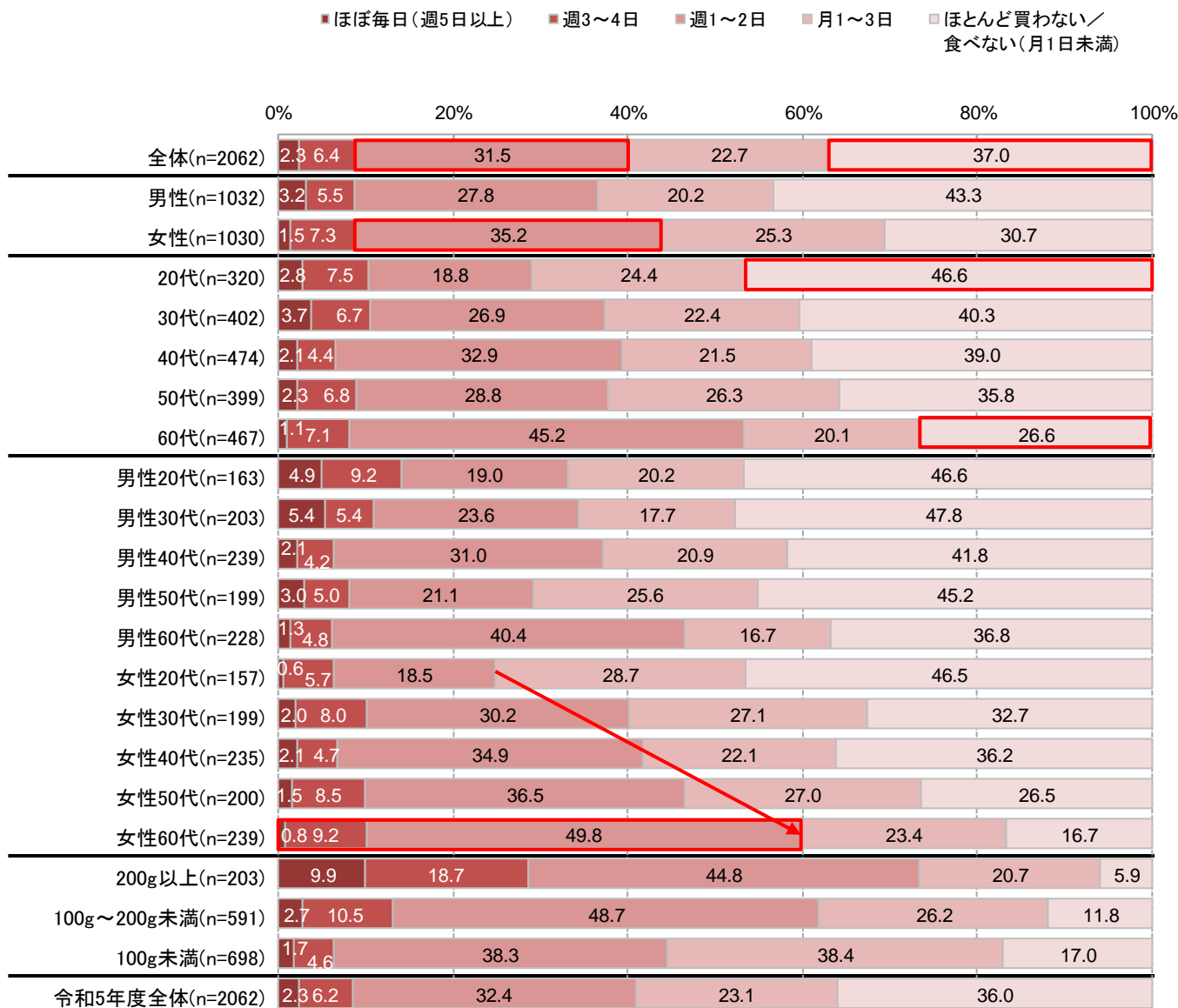
全体と比べて5～10ポイント未満低い。

③果物の購入頻度

- 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、「週1～2日」が3割台半ばで最も高い。
- 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割台後半にとどまる。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、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割を占めている。

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

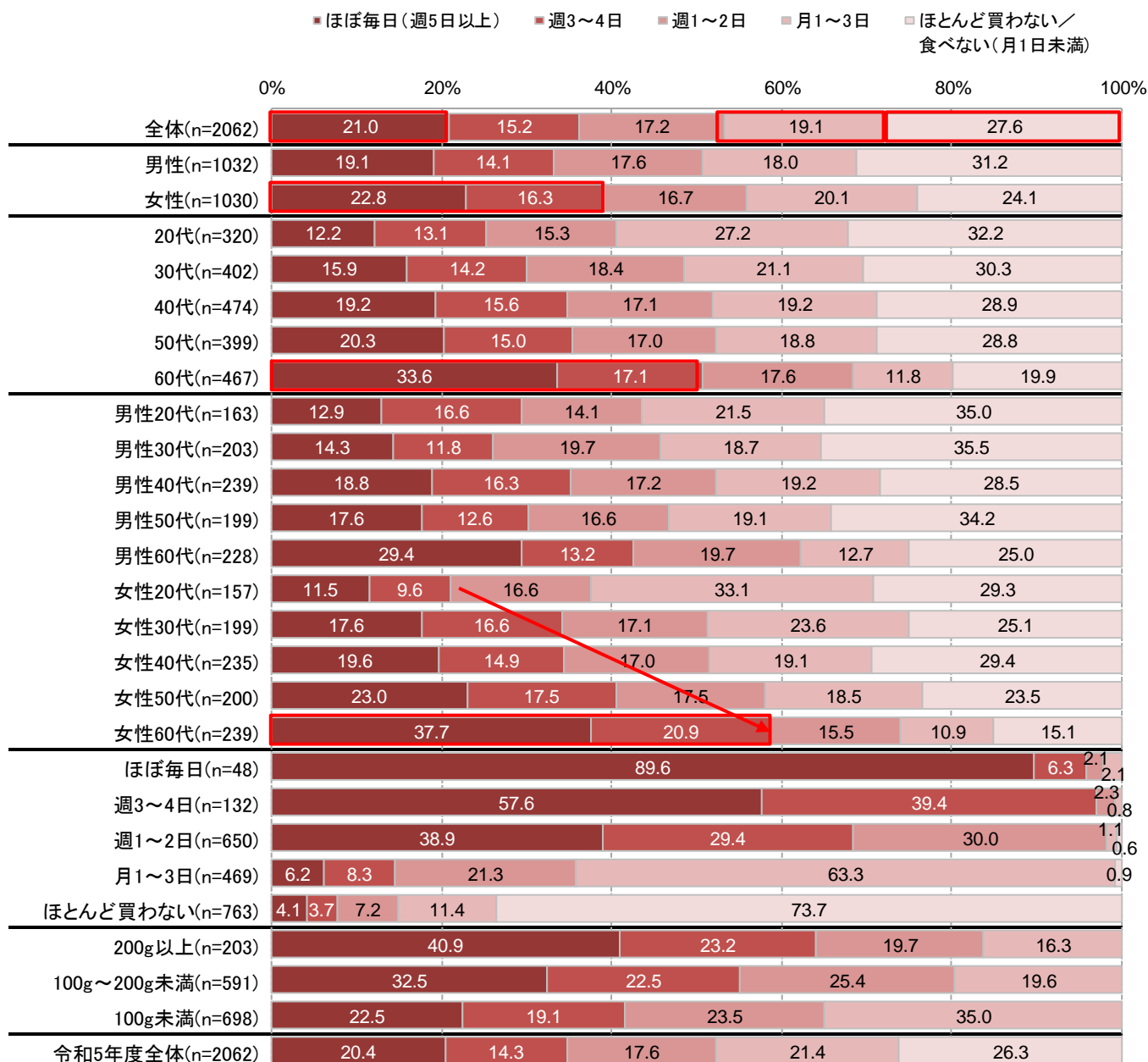


④果物の摂取頻度

- 全体では、「ほとんど食べない」が最も高く、「ほぼ毎日」が2割強で続く。次いで「月1～3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、『60代』では「ほぼ毎日」が3割台半ば、「週3～4日」が1割台後半で、5割強が「週3～4日」以上摂取している。
- 性別×年代で見ると、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割弱が「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。（SA）

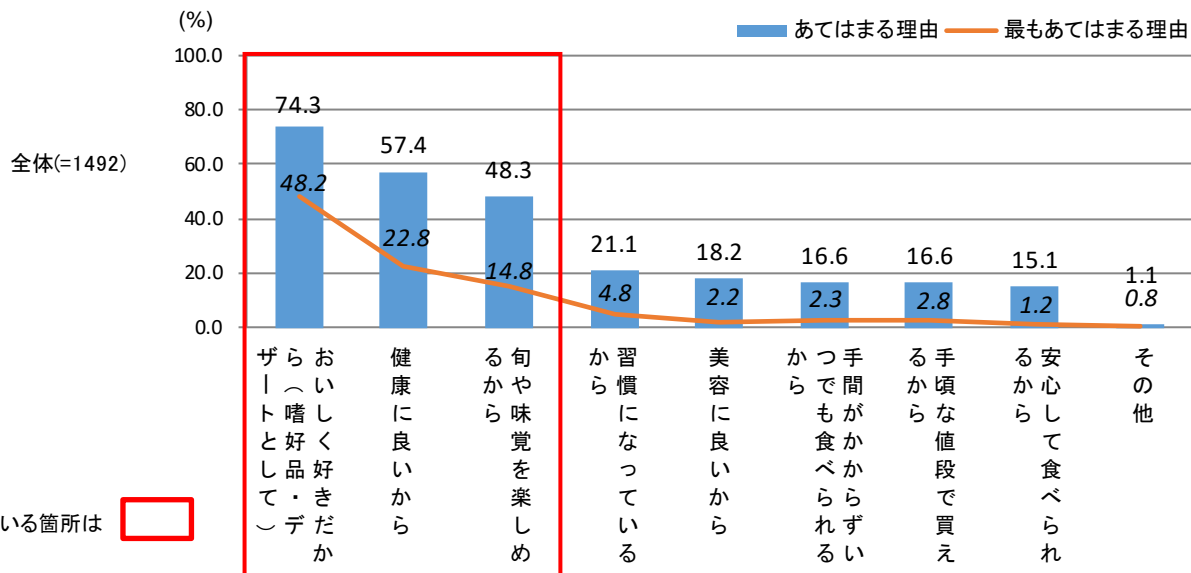
※コメントで触れている箇所は



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5年度結果と比較すると、「匂や味覚を楽しめるから」が減少した。
- 性別で見ると、『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。
- 年代別で見ると、高年代ほど「匂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。
- 果物摂取量別で見ると、『100g未満』の層は「習慣になっているから」のスコアが他の層と比べて低い。

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

あてはまる理由スコア (MA)

		全体 (n=1492)	74.3	57.4	48.3	21.1	18.2	16.6	16.6	15.1	1.1
性別	男性 (n=710)	68.0	57.3	39.6	18.5	11.7	16.8	20.4	13.1	0.8	
	女性 (n=782)	79.9	57.4	56.1	23.5	24.0	16.5	13.0	16.9	1.3	
年代	20代 (n=217)	72.4	53.5	35.5	19.8	23.0	16.6	18.9	19.8	0.9	
	30代 (n=280)	76.8	52.9	44.6	16.1	23.9	15.0	12.5	13.6	1.8	
	40代 (n=337)	76.0	62.3	48.7	23.1	17.8	16.9	19.3	15.1	0.9	
	50代 (n=284)	76.1	62.0	52.5	17.6	19.4	13.0	15.1	11.3	1.1	
	60代 (n=374)	70.6	55.1	54.8	26.5	10.4	20.3	16.8	16.3	0.8	
性別年代	男性20代 (n=106)	67.9	55.7	28.3	22.6	15.1	16.0	25.5	20.8	0.9	
	男性30代 (n=131)	67.2	51.1	30.5	13.7	16.8	13.0	12.2	9.9	0.8	
	男性40代 (n=171)	71.9	61.4	46.2	23.4	12.9	20.5	22.8	17.0	1.2	
	男性50代 (n=131)	76.3	64.1	48.9	16.0	13.0	13.0	19.8	10.7	0.8	
	男性60代 (n=171)	58.5	53.8	39.8	16.4	3.5	19.3	21.6	8.8	0.6	
	女性20代 (n=111)	76.6	51.4	42.3	17.1	30.6	17.1	12.6	18.9	0.9	
	女性30代 (n=149)	85.2	54.4	57.0	18.1	30.2	16.8	12.8	16.8	2.7	
	女性40代 (n=166)	80.1	63.3	51.2	22.9	22.9	13.3	15.7	13.3	0.6	
女性50代 (n=153)	75.8	60.1	55.6	19.0	24.8	13.1	11.1	11.8	1.3		
女性60代 (n=203)	80.8	56.2	67.5	35.0	16.3	21.2	12.8	22.7	1.0		
果物摂取量	200g以上 (n=203)	76.4	52.2	54.2	28.6	28.1	18.2	24.1	19.2	2.0	
	100g~200g未満 (n=591)	76.8	59.2	51.1	25.5	18.3	19.3	15.6	15.4	0.8	
	100g未満 (n=698)	71.5	57.3	44.1	15.2	15.2	13.9	15.2	13.6	1.0	
令和5年度全体 (n=1520)		74.7	55.5	54.1	19.9	18.9	18.8	16.3	16.2	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。

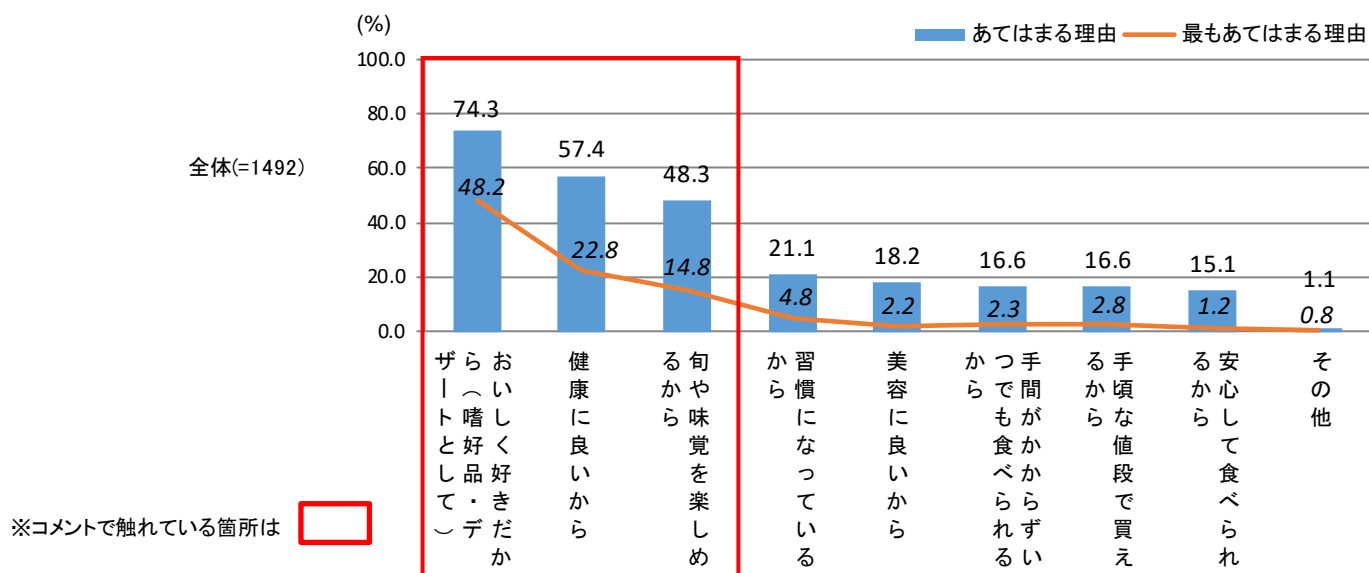
全体と比べて10ポイント以上低い。

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」「匂や味覚を楽しめるから」が続いている。
- 年代別でみると、『60代』では「匂や味覚を楽しめるから」が2割強で、他の年代より高い。
- 性別×年代でみると、『男性60代』では「おいしく好きだから」が3割台半ば、『女性30代』では「健康に良いから」が1割台前半にとどまっており、それぞれ他の層より低い。

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)



最もあてはまる理由スコア (SA)

		全体 (n=1492)	48.2	22.8	14.8	4.8	2.2	2.3	2.8	1.2	0.8
性別	男性 (n=710)		43.7	27.0	12.5	4.9	2.1	3.0	4.5	1.7	0.6
	女性 (n=782)		52.3	18.9	16.9	4.7	2.3	1.8	1.3	0.8	1.0
年代	20代 (n=217)		49.8	22.6	8.8	5.5	3.7	2.8	4.1	2.3	0.5
	30代 (n=280)		51.1	18.9	14.6	3.9	5.4	1.8	2.1	0.7	1.4
	40代 (n=337)		49.6	26.1	10.7	6.2	0.6	1.8	2.7	1.5	0.9
	50代 (n=284)		50.4	22.2	16.2	3.2	2.5	1.4	2.1	1.4	0.7
	60代 (n=374)		42.2	23.3	21.1	5.1	0.3	3.7	3.2	0.5	0.5
性別年代	男性20代 (n=106)		44.3	28.3	5.7	6.6	1.9	2.8	7.5	2.8	0.0
	男性30代 (n=131)		47.3	26.0	9.2	4.6	6.1	1.5	3.1	1.5	0.8
	男性40代 (n=171)		45.0	28.7	9.9	7.6	0.0	2.3	3.5	1.8	1.2
	男性50代 (n=131)		48.9	24.4	16.0	2.3	3.1	0.8	3.1	1.5	0.0
	男性60代 (n=171)		35.1	27.5	19.3	3.5	0.6	6.4	5.8	1.2	0.6
	女性20代 (n=111)		55.0	17.1	11.7	4.5	5.4	2.7	0.9	1.8	0.9
	女性30代 (n=149)		54.4	12.8	19.5	3.4	4.7	2.0	1.3	0.0	2.0
	女性40代 (n=166)		54.2	23.5	11.4	4.8	1.2	1.2	1.8	1.2	0.6
果物摂取量	200g以上 (n=203)		46.3	19.7	17.7	1.0	3.9	1.5	6.9	1.5	1.5
	100g~200g未満 (n=591)		50.9	21.8	12.9	6.4	2.9	2.4	1.7	0.7	0.3
	100g未満 (n=698)		46.4	24.5	15.6	4.6	1.1	2.6	2.6	1.6	1.0
令和5年度全体 (n=1520)			47.9	21.8	16.9	4.3	2.1	2.3	3.1	0.8	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。

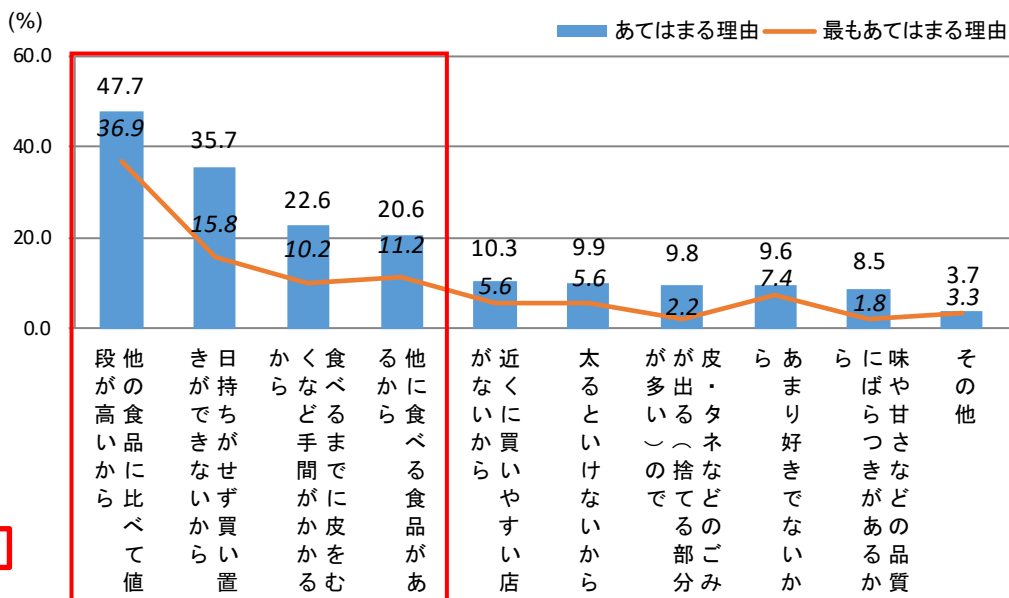
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

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」「他に食べる食品があるから」が続いている。
- 令和5年度結果と比較すると、「日持ちがせず買い置きができないから」がやや増加している。
- 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。
- 性別×年代で見ると、『女性60代』では「他に食べる食品があるから」が3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=1630)	47.7	35.7	22.6	20.6	10.3	9.9	9.8	9.6	8.5	3.7
性別	男性 (n=835)	38.6	33.2	20.2	21.8	11.4	9.1	9.6	12.1	6.0	3.4	
	女性 (n=795)	57.4	38.4	25.0	19.4	9.2	10.8	9.9	7.0	11.1	4.0	
年代	20代 (n=281)	52.3	30.6	25.6	12.5	13.2	9.3	11.0	7.5	10.0	3.6	
	30代 (n=338)	48.2	34.0	18.9	16.9	11.2	8.9	10.4	10.9	7.1	3.3	
	40代 (n=383)	49.6	38.9	27.2	21.9	9.1	10.4	9.1	10.2	7.8	2.9	
	50代 (n=318)	45.9	36.5	21.1	23.6	8.5	11.3	10.7	8.8	8.8	2.8	
	60代 (n=310)	42.6	37.4	19.7	27.4	10.0	9.7	7.7	10.3	9.0	6.1	
性別年代	男性20代 (n=142)	47.2	27.5	26.8	16.9	11.3	9.9	9.2	9.9	7.0	2.8	
	男性30代 (n=174)	39.1	28.7	13.8	16.1	14.4	9.8	10.9	13.8	4.6	2.9	
	男性40代 (n=194)	40.7	36.1	25.3	25.8	11.3	7.7	9.8	12.9	8.2	2.6	
	男性50代 (n=164)	34.1	34.8	14.0	27.4	8.5	11.0	8.5	9.8	4.9	3.7	
	男性60代 (n=161)	32.3	37.9	21.7	21.7	11.2	7.5	9.3	13.7	5.0	5.0	
	女性20代 (n=139)	57.6	33.8	24.5	7.9	15.1	8.6	12.9	5.0	12.9	4.3	
	女性30代 (n=164)	57.9	39.6	24.4	17.7	7.9	7.9	9.8	7.9	9.8	3.7	
	女性40代 (n=189)	58.7	41.8	29.1	18.0	6.9	13.2	8.5	7.4	7.4	3.2	
女性50代 (n=154)	58.4	38.3	28.6	19.5	8.4	11.7	13.0	7.8	13.0	1.9		
女性60代 (n=149)	53.7	36.9	17.4	33.6	8.7	12.1	6.0	6.7	13.4	7.4		
果物摂取量	200g以上 (n=120)	39.2	35.0	27.5	24.2	8.3	13.3	7.5	4.2	12.5	3.3	
	100g~200g未満 (n=399)	48.4	42.9	23.3	25.1	10.3	14.0	10.3	1.3	7.5	3.0	
	100g未満 (n=541)	51.4	41.6	21.1	21.1	7.8	11.8	9.6	2.2	8.3	3.3	
令和5年度全体 (n=1641)		47.2	32.4	22.4	21.8	10.8	10.7	7.4	8.2	7.4	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。

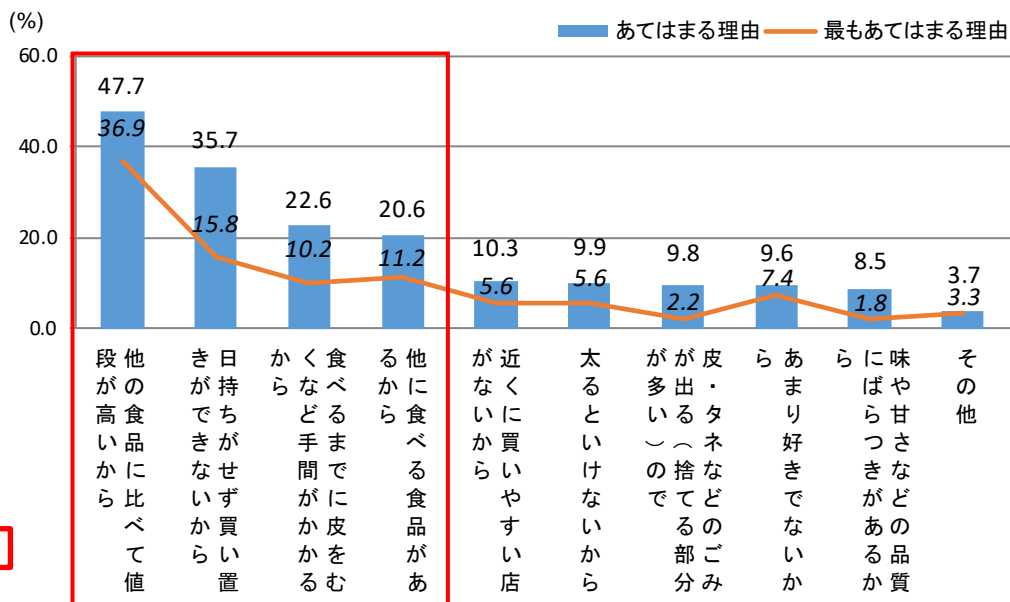
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

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。
- 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、『20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、他の年代より高い。
- 性別×年代で見ると、『男性60代』では「他の食品に比べて値段が高いから」が2割にとどまっており、他の層より低い。

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=1630)	36.9	15.8	10.2	11.2	5.6	5.6	2.2	7.4	1.8	3.3
性別	男性 (n=835)	28.7	17.8	9.9	12.8	7.5	5.6	2.9	10.3	1.3	3.0	
	女性 (n=795)	45.4	13.7	10.4	9.4	3.6	5.7	1.5	4.3	2.4	3.5	
年代	20代 (n=281)	44.1	12.5	13.2	6.4	5.7	5.3	2.1	5.0	2.5	3.2	
	30代 (n=338)	39.3	14.5	8.0	9.2	6.8	5.3	3.8	8.6	1.5	3.0	
	40代 (n=383)	36.6	17.2	12.8	9.7	5.7	4.7	1.6	7.3	2.1	2.3	
	50代 (n=318)	34.9	16.4	7.5	14.5	5.3	7.5	1.9	7.2	2.2	2.5	
	60代 (n=310)	30.0	18.1	9.4	16.1	4.5	5.5	1.6	8.4	1.0	5.5	
性別年代	男性20代 (n=142)	38.7	12.7	14.1	8.5	5.6	6.3	2.8	7.0	1.4	2.8	
	男性30代 (n=174)	31.6	16.7	5.2	9.2	10.9	5.2	5.2	12.6	1.1	2.3	
	男性40代 (n=194)	27.3	18.0	11.9	14.4	7.7	3.6	2.1	10.3	2.6	2.1	
	男性50代 (n=164)	27.4	19.5	4.9	18.3	6.7	7.9	1.8	9.1	0.6	3.7	
	男性60代 (n=161)	19.9	21.7	14.3	13.0	6.2	5.6	2.5	11.8	0.6	4.3	
	女性20代 (n=139)	49.6	12.2	12.2	4.3	5.8	4.3	1.4	2.9	3.6	3.6	
	女性30代 (n=164)	47.6	12.2	11.0	9.1	2.4	5.5	2.4	4.3	1.8	3.7	
	女性40代 (n=189)	46.0	16.4	13.8	4.8	3.7	5.8	1.1	4.2	1.6	2.6	
女性50代 (n=154)	42.9	13.0	10.4	10.4	3.9	7.1	1.9	5.2	3.9	1.3		
女性60代 (n=149)	40.9	14.1	4.0	19.5	2.7	5.4	0.7	4.7	1.3	6.7		
果物摂取量	200g以上 (n=120)	32.5	17.5	15.8	10.8	4.2	9.2	0.8	0.8	5.0	3.3	
	100g~200g未満 (n=399)	36.8	19.8	9.0	13.8	4.8	7.5	3.3	0.3	1.8	3.0	
	100g未満 (n=541)	41.0	18.9	8.5	12.9	3.9	7.0	1.8	1.3	1.7	3.0	
令和5年度全体 (n=1641)		36.5	14.6	9.3	13.5	6.0	5.5	1.8	7.0	1.3	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。

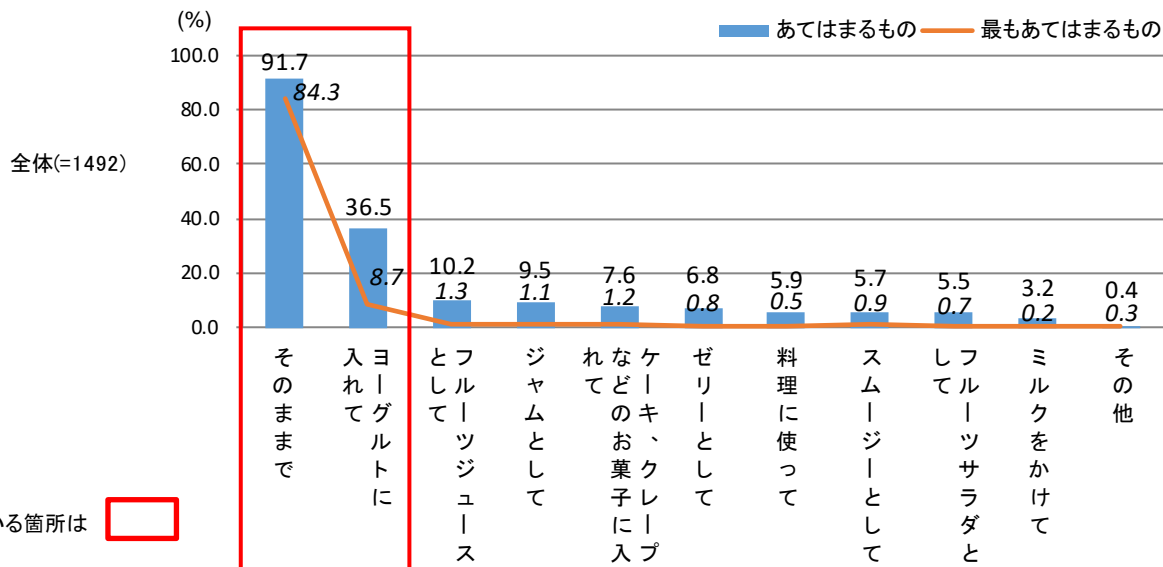
⑦果物の摂取方法 [果物月1回以上喫食層]

- 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割台前半で、『男性』より顕著に高い。
- 果物摂取量別で見ると、『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。

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=1492)	91.7	36.5	10.2	9.5	7.6	6.8	5.9	5.7	5.5	3.2	0.4
性別	男性 (n=710)	89.4	29.6	10.3	8.6	8.3	6.1	6.2	4.9	5.1	3.2	0.3	
	女性 (n=782)	93.7	42.8	10.1	10.2	7.0	7.5	5.6	6.4	5.9	3.1	0.5	
年代	20代 (n=217)	83.9	34.1	13.8	10.1	14.3	11.1	9.7	7.4	5.5	5.5	0.0	
	30代 (n=280)	88.6	38.2	17.1	10.7	8.6	8.9	7.1	7.5	6.1	3.9	0.4	
	40代 (n=337)	92.0	38.6	9.5	10.7	8.6	7.4	5.0	6.5	5.6	1.8	0.6	
	50代 (n=284)	94.7	34.9	6.7	7.4	5.6	5.6	5.3	4.2	4.6	2.1	0.4	
	60代 (n=374)	96.0	36.1	6.1	8.6	3.7	3.2	4.0	3.7	5.6	3.2	0.5	
性別年代	男性20代 (n=106)	81.1	24.5	14.2	10.4	17.0	12.3	12.3	7.5	5.7	4.7	0.0	
	男性30代 (n=131)	86.3	29.8	17.6	11.5	12.2	6.1	6.1	7.6	5.3	4.6	0.8	
	男性40代 (n=171)	87.7	36.3	10.5	10.5	9.4	8.2	6.4	7.0	6.4	2.9	0.0	
	男性50代 (n=131)	93.9	27.5	6.1	4.6	3.8	4.6	5.3	1.5	2.3	1.5	0.0	
	男性60代 (n=171)	95.3	27.5	5.3	6.4	2.3	1.2	2.9	1.8	5.3	2.9	0.6	
	女性20代 (n=111)	86.5	43.2	13.5	9.9	11.7	9.9	7.2	7.2	5.4	6.3	0.0	
	女性30代 (n=149)	90.6	45.6	16.8	10.1	5.4	11.4	8.1	7.4	6.7	3.4	0.0	
	女性40代 (n=166)	96.4	41.0	8.4	10.8	7.8	6.6	3.6	6.0	4.8	0.6	1.2	
女性50代 (n=153)	95.4	41.2	7.2	9.8	7.2	6.5	5.2	6.5	6.5	2.6	0.7		
女性60代 (n=203)	96.6	43.3	6.9	10.3	4.9	4.9	4.9	5.4	5.9	3.4	0.5		
果物摂取量	200g以上 (n=203)	83.7	42.9	20.2	17.7	19.7	8.9	11.8	10.8	11.8	5.9	1.0	
	100g~200g未満 (n=591)	94.6	37.9	12.2	9.3	6.8	8.0	6.4	6.3	6.1	4.2	0.5	
	100g未満 (n=698)	91.5	33.5	5.6	7.2	4.9	5.3	3.7	3.7	3.2	1.4	0.1	
令和5年度全体 (n=1520)		93.8	39.9	9.2	10.1	8.8	6.4	6.1	4.9	5.7	2.2	0.3	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

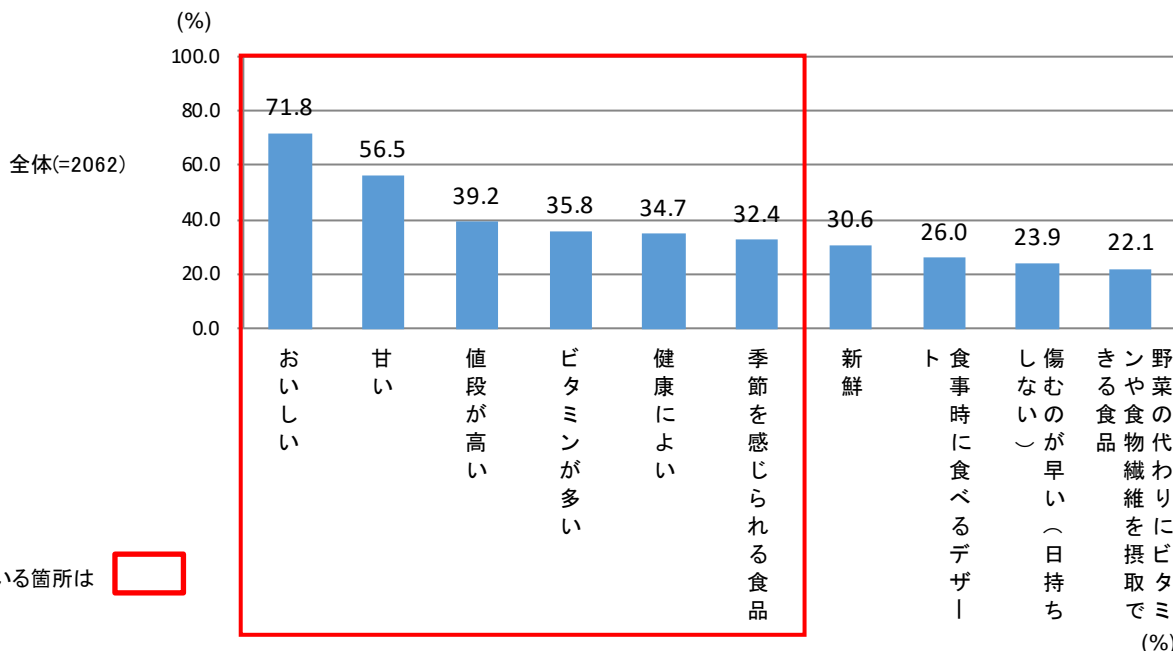
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

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」「健康によい」「季節を感じられる食品」の順となった。
- 令和5年度結果と比較すると、「おいしい」「甘い」「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」が減少した。
- 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」「健康によい」「季節を感じられる食品」「傷むのが早い」「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」のイメージが『男性』より顕著に高い。
- 女性はすべてで回答割合が多く（その他を除く）、果物のイメージが幅広く関心が高い傾向がある。

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)	71.8	56.5	39.2	35.8	34.7	32.4	30.6	26.0	23.9	22.1
性別	男性	(n=1032)	66.3	53.2	31.5	28.5	29.7	23.6	25.8	22.4	18.5	18.6	
	女性	(n=1030)	77.4	59.8	46.9	43.1	39.7	41.3	35.3	29.6	29.3	25.5	
年代	20代	(n=320)	72.2	60.9	37.2	35.3	35.6	24.4	31.9	27.8	24.7	30.9	
	30代	(n=402)	71.1	60.2	35.3	35.6	34.3	32.6	29.9	25.9	22.9	20.6	
	40代	(n=474)	72.6	57.6	38.4	34.4	30.0	27.0	29.1	27.4	25.1	21.1	
	50代	(n=399)	70.7	53.6	42.9	37.6	34.3	38.8	30.3	22.6	23.3	19.8	
	60代	(n=467)	72.4	51.6	41.5	36.2	39.4	37.9	31.9	26.3	23.6	20.1	
性別年代	男性20代	(n=163)	66.9	56.4	33.7	34.4	30.7	18.4	28.2	23.9	22.7	25.2	
	男性30代	(n=203)	61.6	53.2	24.6	22.7	32.0	23.6	22.2	19.2	11.8	15.8	
	男性40代	(n=239)	66.9	56.1	33.5	32.6	24.3	21.8	27.6	28.0	23.0	19.2	
	男性50代	(n=199)	68.8	54.3	34.2	29.1	30.7	28.6	24.1	21.1	16.6	19.1	
	男性60代	(n=228)	67.1	46.9	31.6	24.6	31.6	25.0	26.8	19.3	18.4	15.4	
	女性20代	(n=157)	77.7	65.6	40.8	36.3	40.8	30.6	35.7	31.8	26.8	36.9	
	女性30代	(n=199)	80.9	67.3	46.2	48.7	36.7	41.7	37.7	32.7	34.2	25.6	
	女性40代	(n=235)	78.3	59.1	43.4	36.2	35.7	32.3	30.6	26.8	27.2	23.0	
	女性50代	(n=200)	72.5	53.0	51.5	46.0	38.0	49.0	36.5	24.0	30.0	20.5	
女性60代	(n=239)	77.4	56.1	51.0	47.3	46.9	50.2	36.8	33.1	28.5	24.7		
果物摂取量	200g以上	(n=203)	71.9	51.2	29.1	37.4	39.4	33.0	37.9	29.1	18.7	25.6	
	100g~200g未満	(n=591)	83.6	62.1	38.7	45.7	43.5	38.4	37.7	34.7	26.9	30.3	
	100g未満	(n=698)	77.7	58.2	38.8	36.0	38.1	34.4	31.4	26.1	23.5	21.3	
令和5年度全体		(n=2062)	76.4	61.0	37.3	37.1	34.6	35.4	30.7	26.3	22.7	22.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

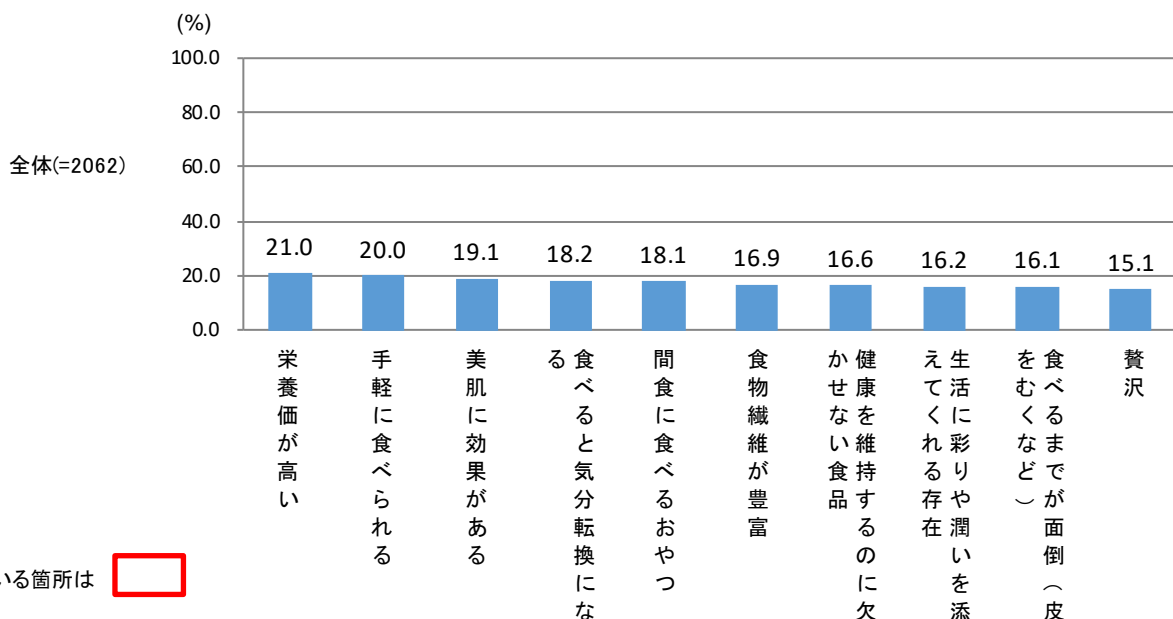
全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動

- 「生活習慣病の予防になる」は、6.9%にとどまっております、果物との関係がイメージされていない。
- 果物摂取量別で見ると、『200g以上』の層では、「値段が高い」が3割弱で、他の層より低い。



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2062)	21.0	20.0	19.1	18.2	18.1	16.9	16.6	16.2	16.1	15.1
性別	男性 (n=1032)	19.1	17.2	8.6	14.3	13.6	15.7	16.0	10.9	13.3	12.4	
	女性 (n=1030)	23.0	22.7	29.5	22.1	22.6	18.1	17.2	21.7	19.0	17.8	
年代	20代 (n=320)	27.8	16.6	25.6	20.0	21.9	16.9	21.6	20.0	16.9	22.2	
	30代 (n=402)	23.1	15.4	23.4	19.4	18.9	15.4	14.2	16.4	16.9	17.4	
	40代 (n=474)	21.1	18.4	17.5	18.1	15.4	14.8	15.2	15.0	17.3	13.9	
	50代 (n=399)	18.5	18.5	20.1	15.0	17.3	18.5	15.3	13.5	14.5	14.0	
	60代 (n=467)	16.7	29.1	11.6	18.8	18.2	18.8	17.8	17.1	15.2	10.3	
性別年代	男性20代 (n=163)	26.4	16.0	12.3	16.6	16.0	18.4	22.7	17.2	16.6	18.4	
	男性30代 (n=203)	18.7	10.8	11.3	14.3	13.3	11.3	10.3	9.4	9.4	13.3	
	男性40代 (n=239)	22.2	20.1	12.1	17.2	14.6	16.7	17.2	12.6	19.7	13.0	
	男性50代 (n=199)	15.6	17.1	7.0	12.6	12.1	19.1	17.1	8.0	9.0	10.1	
	男性60代 (n=228)	14.0	21.1	1.3	11.4	12.3	13.6	14.0	8.3	11.4	8.8	
	女性20代 (n=157)	29.3	17.2	39.5	23.6	28.0	15.3	20.4	22.9	17.2	26.1	
	女性30代 (n=199)	27.6	20.1	35.7	24.6	24.6	19.6	18.1	23.6	24.6	21.6	
	女性40代 (n=235)	20.0	16.6	23.0	19.1	16.2	12.8	13.2	17.4	14.9	14.9	
	女性50代 (n=200)	21.5	20.0	33.0	17.5	22.5	18.0	13.5	19.0	20.0	18.0	
女性60代 (n=239)	19.2	36.8	21.3	25.9	23.8	23.8	21.3	25.5	18.8	11.7		
果物摂取量	200g以上 (n=203)	23.2	31.5	24.6	27.6	20.7	24.1	23.2	27.1	13.3	9.9	
	100g~200g未満 (n=591)	26.9	28.9	21.7	23.9	24.2	22.8	24.9	21.7	17.3	15.7	
	100g未満 (n=698)	21.5	21.5	21.1	17.8	15.8	17.3	15.3	17.2	14.2	14.5	
令和5年度全体 (n=2062)			21.2	21.3	20.3	18.8	18.6	18.0	16.0	17.9	14.3	13.1

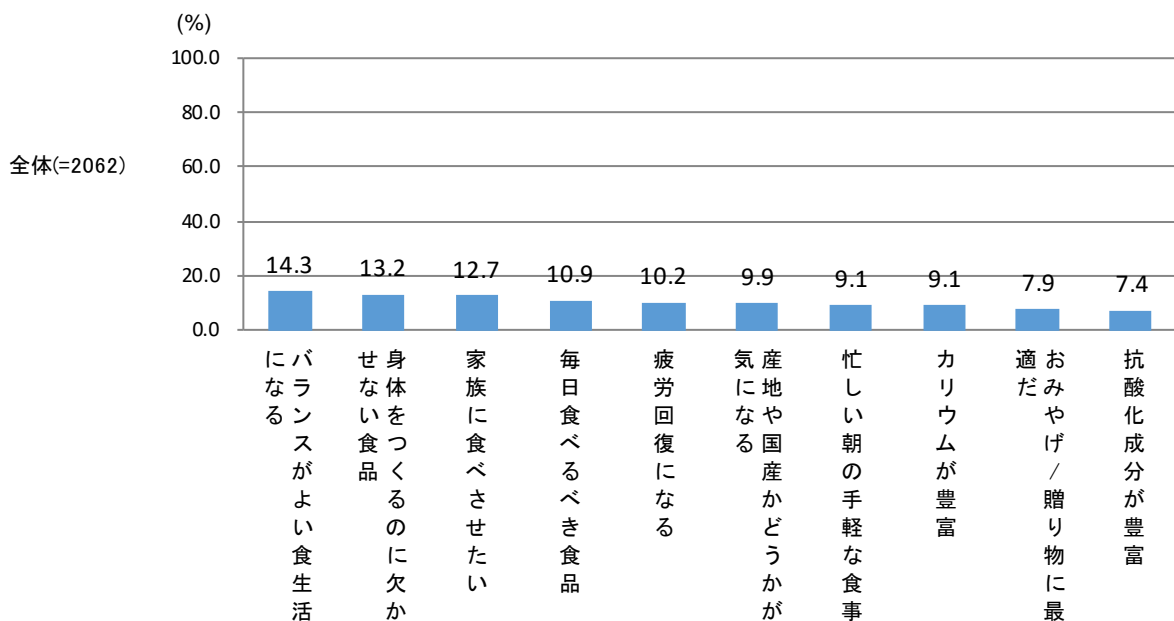
全体と比べて10ポイント以上高い。

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)	14.3	13.2	12.7	10.9	10.2	9.9	9.1	9.1	7.9	7.4
性別	男性	(n=1032)	11.2	12.2	6.5	9.7	9.8	7.0	7.6	7.5	7.2	6.4	
	女性	(n=1030)	17.3	14.2	18.8	12.1	10.7	12.9	10.7	10.8	8.6	8.4	
年代	20代	(n=320)	15.6	16.9	8.8	11.9	11.3	7.2	15.3	7.8	10.6	9.4	
	30代	(n=402)	12.2	14.7	12.4	10.4	10.4	12.2	10.7	8.2	8.0	9.5	
	40代	(n=474)	13.1	12.7	14.8	10.5	10.5	9.5	6.1	9.5	7.2	5.9	
	50代	(n=399)	14.3	12.5	13.8	9.5	9.5	9.8	7.3	8.3	6.8	5.8	
	60代	(n=467)	16.3	10.5	12.4	12.2	9.6	10.5	8.1	11.1	7.7	7.3	
性別年代	男性20代	(n=163)	12.3	16.6	6.1	12.3	12.3	8.0	14.1	8.6	9.8	9.2	
	男性30代	(n=203)	9.9	10.8	5.4	9.9	7.9	8.9	9.4	4.9	7.4	6.4	
	男性40代	(n=239)	13.0	13.4	9.2	11.3	13.0	7.9	6.7	9.6	8.4	7.1	
	男性50代	(n=199)	11.6	12.6	8.0	7.5	9.5	4.0	4.5	6.0	5.0	5.0	
	男性60代	(n=228)	9.6	8.8	3.5	7.9	6.6	6.1	4.8	7.9	5.7	4.8	
	女性20代	(n=157)	19.1	17.2	11.5	11.5	10.2	6.4	16.6	7.0	11.5	9.6	
	女性30代	(n=199)	14.6	18.6	19.6	11.1	13.1	15.6	12.1	11.6	8.5	12.6	
	女性40代	(n=235)	13.2	11.9	20.4	9.8	8.1	11.1	5.5	9.4	6.0	4.7	
	女性50代	(n=200)	17.0	12.5	19.5	11.5	9.5	15.5	10.0	10.5	8.5	6.5	
女性60代	(n=239)	22.6	12.1	20.9	16.3	12.6	14.6	11.3	14.2	9.6	9.6		
果物摂取量	200g以上	(n=203)	22.2	21.7	17.7	19.2	18.2	14.3	12.3	17.7	13.3	12.3	
	100g~200g未満	(n=591)	18.6	16.8	15.9	17.9	13.2	10.8	12.7	12.2	10.5	9.6	
	100g未満	(n=698)	14.8	12.6	15.3	8.9	9.0	10.0	9.6	9.0	6.7	7.7	
令和5年度全体		(n=2062)	15.3	11.5	15.0	11.2	9.4	8.7	9.8	8.7	8.5	7.1	

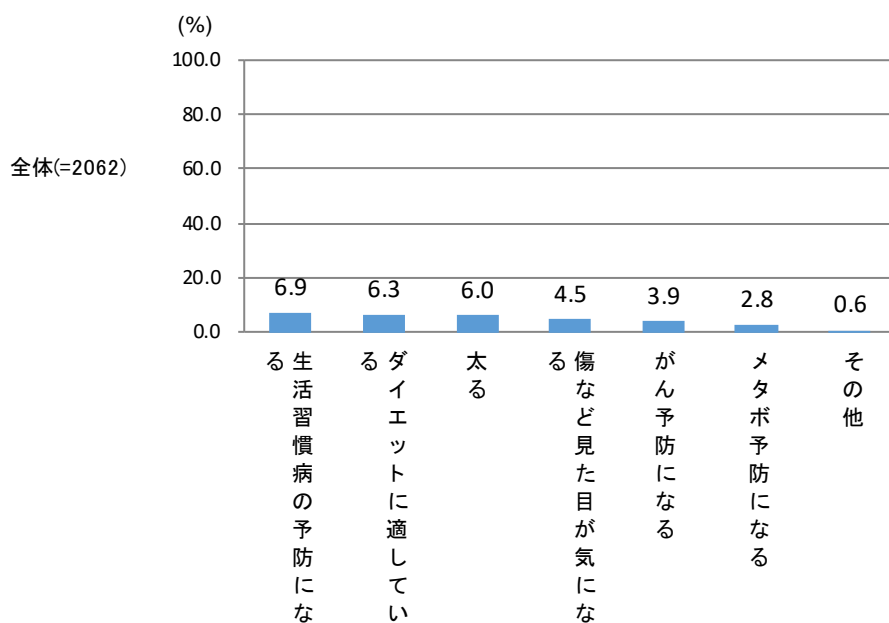
全体と比べて10ポイント以上高い。

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)	6.9	6.3	6.0	4.5	3.9	2.8	0.6
性別	男性	(n=1032)	5.8	5.0	4.6	3.4	2.8	2.1	0.8	
	女性	(n=1030)	8.1	7.6	7.5	5.6	5.0	3.4	0.5	
年代	20代	(n=320)	9.1	15.9	4.4	6.3	3.8	4.1	0.0	
	30代	(n=402)	6.0	8.2	3.5	5.7	4.7	3.5	0.7	
	40代	(n=474)	7.0	4.9	6.3	3.2	4.2	3.4	0.6	
	50代	(n=399)	5.3	3.3	8.5	3.5	2.5	1.3	0.5	
	60代	(n=467)	7.7	2.1	6.9	4.5	4.1	1.9	1.1	
性別年代	男性20代	(n=163)	8.6	11.0	2.5	4.9	3.7	4.3	0.0	
	男性30代	(n=203)	3.9	4.9	2.0	3.9	3.4	2.0	0.5	
	男性40代	(n=239)	7.9	5.9	3.8	3.8	5.0	3.3	1.3	
	男性50代	(n=199)	4.0	3.5	8.0	1.5	1.0	0.5	0.5	
	男性60代	(n=228)	4.8	1.3	6.1	3.1	0.9	0.9	1.3	
	女性20代	(n=157)	9.6	21.0	6.4	7.6	3.8	3.8	0.0	
	女性30代	(n=199)	8.0	11.6	5.0	7.5	6.0	5.0	1.0	
	女性40代	(n=235)	6.0	3.8	8.9	2.6	3.4	3.4	0.0	
女性50代	(n=200)	6.5	3.0	9.0	5.5	4.0	2.0	0.5		
女性60代	(n=239)	10.5	2.9	7.5	5.9	7.1	2.9	0.8		
果物摂取量	200g以上	(n=203)	11.8	9.4	5.9	8.4	7.9	5.9	0.0	
	100g~200g未満	(n=591)	9.3	8.8	7.8	5.6	6.6	4.2	0.0	
	100g未満	(n=698)	6.6	4.6	4.3	3.4	2.7	2.0	0.6	
令和5年度全体		(n=2062)	5.6	5.2	5.5	3.4	3.0	2.0	0.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

(1) 日常の果物の消費行動 まとめ

- 果物を200g以上摂取できている人の割合は9.8%で、令和5年度調査からほぼ横ばい。
 - 月1回以上喫食者ベースで見ると、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5年度調査から横ばい）。
 - 果物をほぼ毎日摂取している人は21.0%。週1回以上摂取している人は53.4%で、令和5年度調査（52.3%）からわずかに増加している。
 - 女性は男性よりも摂取頻度は高く、性年代別では女性は年代が上がるにつれて頻度は多くなる傾向があるが、40代、50代の摂取量は少ない。
 - 果物を毎日は摂らない理由では、前回に引き続き「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。
-
- 1日あたりの果物の摂取量では、「50g未満」が38.3%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9.8%。（p15）
 - 200g以上摂取できている人の割合は、令和5年度調査からほぼ横ばい。（p15）
 - 女性は年代が上がるにつれ摂取頻度は増える傾向にあるが、40代、50代の摂取量は少ない。（p15）
 - 月1回以上喫食者ベースで見ると、果物を一日平均200g以上摂取できている人は、全体の13.6%。（p16）
 - 200g以上摂取できている人の割合は、令和5年度調査から横ばい。（p16）
 - 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」「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」が上位となっている。（p17～18）
 - 果物の購入頻度では、「ほとんど買わない」（37.0%）が最も高く、「週1～2日」（31.5%）が続く。（p19）
 - 果物の摂取頻度では、「ほとんど食べない」（27.6%）が最も高く、「ほぼ毎日」（21.0%）、「月1～3日」（19.1%）が続く。（p20）
 - 前回同様、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。（p20）
 - 摂取理由は「おいしく好きだから」「健康に良いから」「匂や味覚を楽しめるから」の順。（p21～22）
 - 令和5年度調査と比較すると、「匂や味覚を楽しめるから」が減少。（p21）
 - 一方、果物を毎日は摂らない理由は、「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。（p23～24）
 - 令和5年度調査と比較すると、「日持ちがせず買い置きができないから」がやや増加している。（p23）
 - 果物の摂取方法では、「そのまま」が突出しているものの、令和5年度調査と比較するとわずかに減少している。（p25）
 - 果物のイメージでは、「おいしい」が71.8%でトップ。次いで「甘い」が56.5%で、この2つがイメージの中心である。（p26～29）
 - 女性は、「おいしい」「値段が高い」「ビタミンが多い」「健康によい」「季節を感じられる食品」「傷むのが早い」「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。（p26～29）

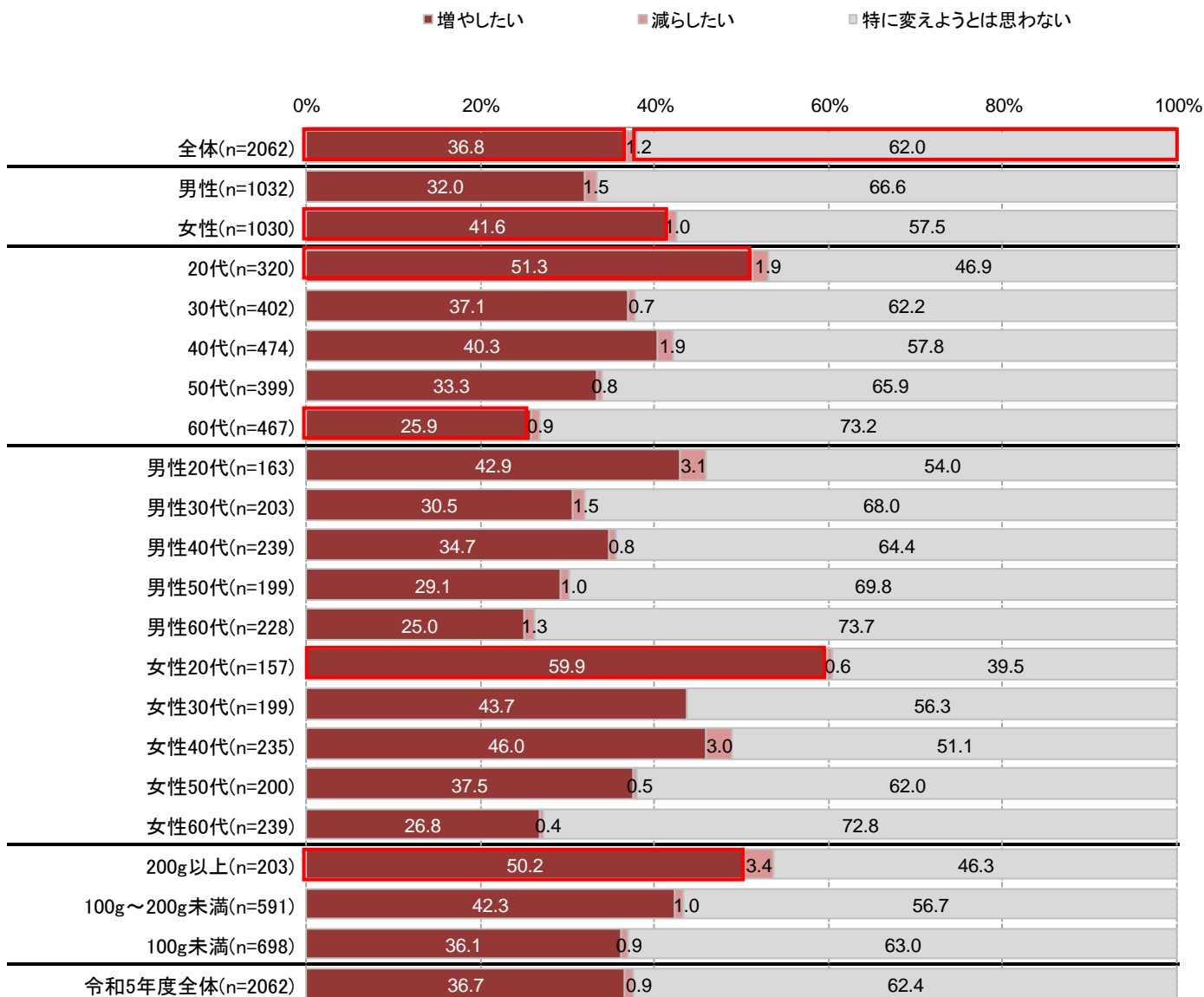
(2) 今後の果物の摂取意向

①今後の果物の摂取量の変化

- 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。
- 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、「増やしたい」の割合が『20代』では5割を超えるのに対し、『60代』では2割台半ばにとどまっている。
- 性別×年代でみると、『女性20代』では「増やしたい」が6割を占めている。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では、「増やしたい」が5割で、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)

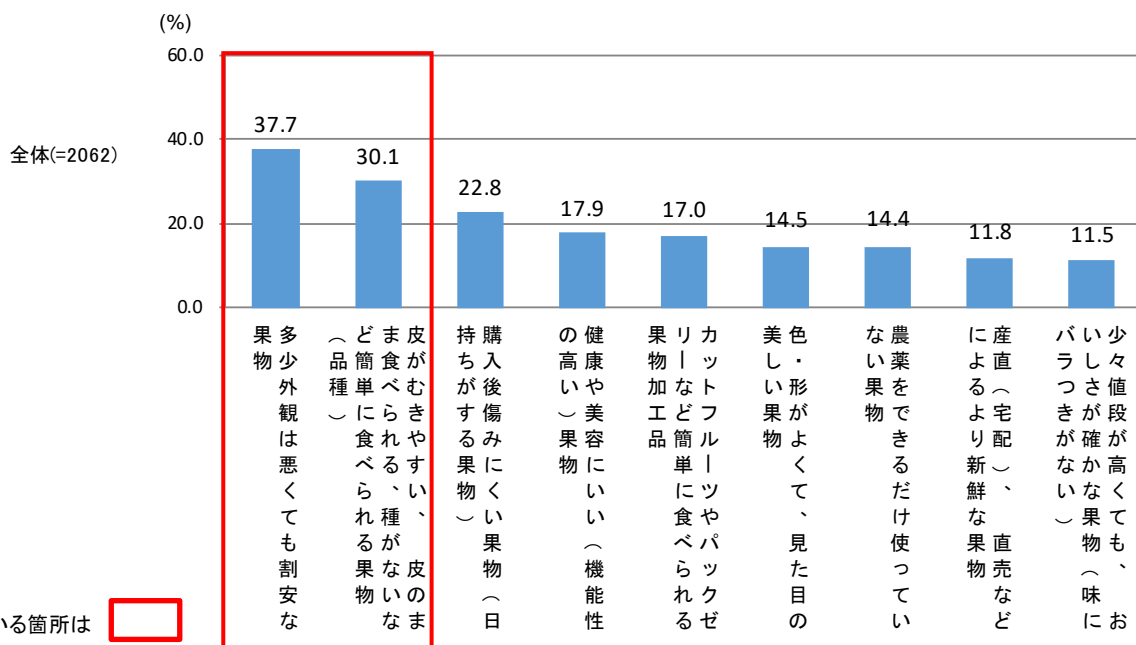
※コメントで触れている箇所は



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」「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、「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」「生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物」の割合が高くなる傾向が顕著である。

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)

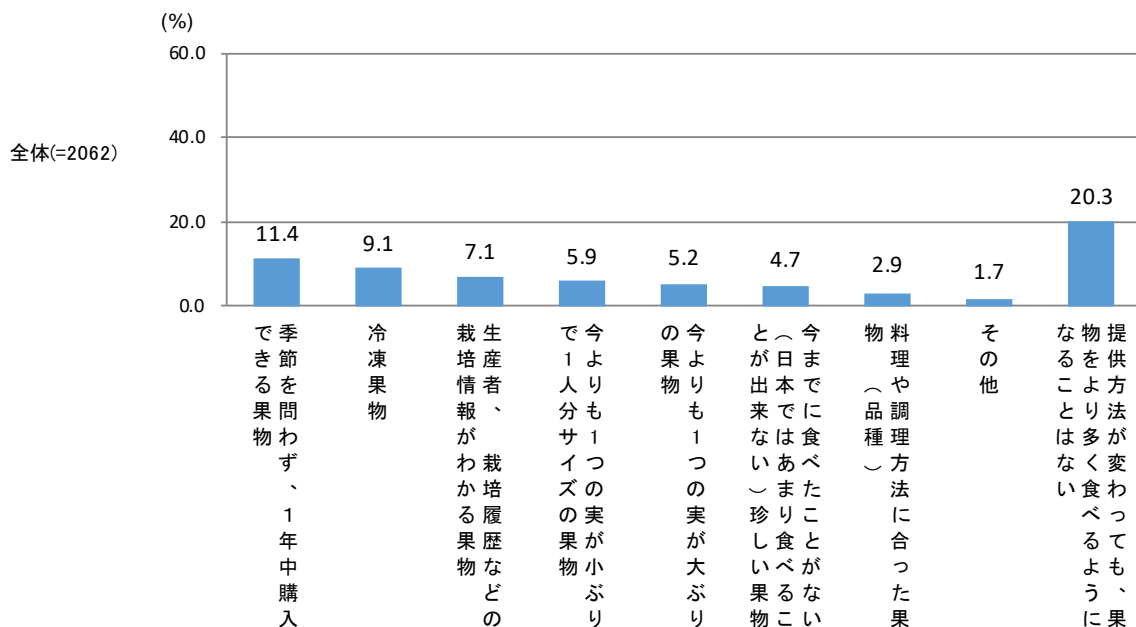


※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2062)	37.7	30.1	22.8	17.9	17.0	14.5	14.4	11.8	11.5
性別	男性 (n=1032)	31.7	23.6	16.9	14.4	15.2	15.3	9.3	7.9	10.1	
	女性 (n=1030)	43.7	36.6	28.7	21.4	18.8	13.7	19.4	15.7	12.9	
年代	20代 (n=320)	36.3	30.6	19.1	17.8	23.4	24.1	11.3	6.6	11.9	
	30代 (n=402)	32.8	28.1	19.2	16.9	18.4	18.4	11.2	9.0	11.4	
	40代 (n=474)	39.2	29.3	24.5	15.8	17.5	12.4	11.2	9.7	8.9	
	50代 (n=399)	40.4	32.3	26.1	20.1	15.8	11.0	16.0	14.0	13.5	
	60代 (n=467)	39.0	30.4	24.0	19.1	12.0	9.6	21.0	18.2	12.2	
性別年代	男性20代 (n=163)	28.2	25.8	13.5	17.8	23.9	20.9	12.3	4.3	11.7	
	男性30代 (n=203)	26.6	20.2	9.9	13.8	14.8	18.7	6.9	5.4	11.3	
	男性40代 (n=239)	36.8	28.5	18.8	14.6	17.2	13.8	7.5	9.2	9.6	
	男性50代 (n=199)	35.2	21.1	21.6	15.1	12.6	15.1	9.5	9.5	11.6	
	男性60代 (n=228)	30.3	22.4	19.3	11.8	9.6	10.1	11.0	10.1	7.0	
	女性20代 (n=157)	44.6	35.7	24.8	17.8	22.9	27.4	10.2	8.9	12.1	
	女性30代 (n=199)	39.2	36.2	28.6	20.1	22.1	18.1	15.6	12.6	11.6	
	女性40代 (n=235)	41.7	30.2	30.2	17.0	17.9	11.1	14.9	10.2	8.1	
女性50代 (n=200)	45.5	43.5	30.5	25.0	19.0	7.0	22.5	18.5	15.5		
女性60代 (n=239)	47.3	38.1	28.5	25.9	14.2	9.2	30.5	25.9	17.2		
果物摂取量	200g以上 (n=203)	39.4	29.1	24.1	27.1	19.7	23.6	21.2	22.7	22.2	↑
	100g~200g未満 (n=591)	43.5	38.2	25.9	23.0	19.1	16.4	20.6	14.9	16.1	
	100g未満 (n=698)	41.0	31.2	26.6	19.8	15.8	15.5	13.2	12.6	9.6	
令和5年度全体 (n=2062)		39.3	31.0	26.0	18.2	16.8	13.6	16.1	13.2	12.7	

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

2. アンケート調査の分析結果 — (2) 今後の果物の摂取意向



		全体	(n=2062)	11.4	9.1	7.1	5.9	5.2	4.7	2.9	1.7	20.3
性別	男性	(n=1032)	9.1	8.3	4.8	5.9	5.8	4.3	2.2	1.6	27.7	
	女性	(n=1030)	13.8	9.9	9.3	5.9	4.6	5.0	3.5	1.8	12.8	
年代	20代	(n=320)	12.8	11.6	5.9	6.6	9.4	5.0	4.7	0.9	17.5	
	30代	(n=402)	12.4	9.7	5.7	5.7	6.0	4.5	4.0	2.7	20.9	
	40代	(n=474)	11.4	10.5	7.0	6.3	5.5	4.4	3.0	2.1	20.9	
	50代	(n=399)	8.5	9.3	6.5	7.0	2.8	6.3	1.3	1.3	19.5	
	60代	(n=467)	12.2	5.4	9.6	4.3	3.4	3.4	1.9	1.5	21.6	
性別年代	男性20代	(n=163)	12.3	11.7	7.4	6.1	8.0	4.9	4.9	0.6	25.2	
	男性30代	(n=203)	7.4	6.4	3.4	4.9	6.9	3.0	2.0	3.0	30.0	
	男性40代	(n=239)	10.5	10.5	5.9	8.8	6.7	4.2	2.9	1.7	28.0	
	男性50代	(n=199)	6.5	7.5	3.5	5.5	3.5	6.0	0.5	1.5	25.1	
	男性60代	(n=228)	9.2	6.1	4.4	3.9	4.4	3.5	1.3	1.3	29.4	
	女性20代	(n=157)	13.4	11.5	4.5	7.0	10.8	5.1	4.5	1.3	9.6	
	女性30代	(n=199)	17.6	13.1	8.0	6.5	5.0	6.0	6.0	2.5	11.6	
	女性40代	(n=235)	12.3	10.6	8.1	3.8	4.3	4.7	3.0	2.6	13.6	
女性50代	(n=200)	10.5	11.0	9.5	8.5	2.0	6.5	2.0	1.0	14.0		
女性60代	(n=239)	15.1	4.6	14.6	4.6	2.5	3.3	2.5	1.7	14.2		
果物摂取量	200g以上	(n=203)	12.8	9.4	18.7	12.8	12.8	8.9	7.4	1.5	8.9	
	100g~200g未満	(n=591)	16.2	11.3	9.6	6.6	7.8	6.8	4.1	1.9	9.8	
	100g未満	(n=698)	11.6	9.7	5.7	4.7	3.7	4.0	1.6	1.1	16.8	
令和5年度全体		(n=2062)	12.0	9.1	7.2	5.0	4.4	5.5	3.2	2.1	17.9	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

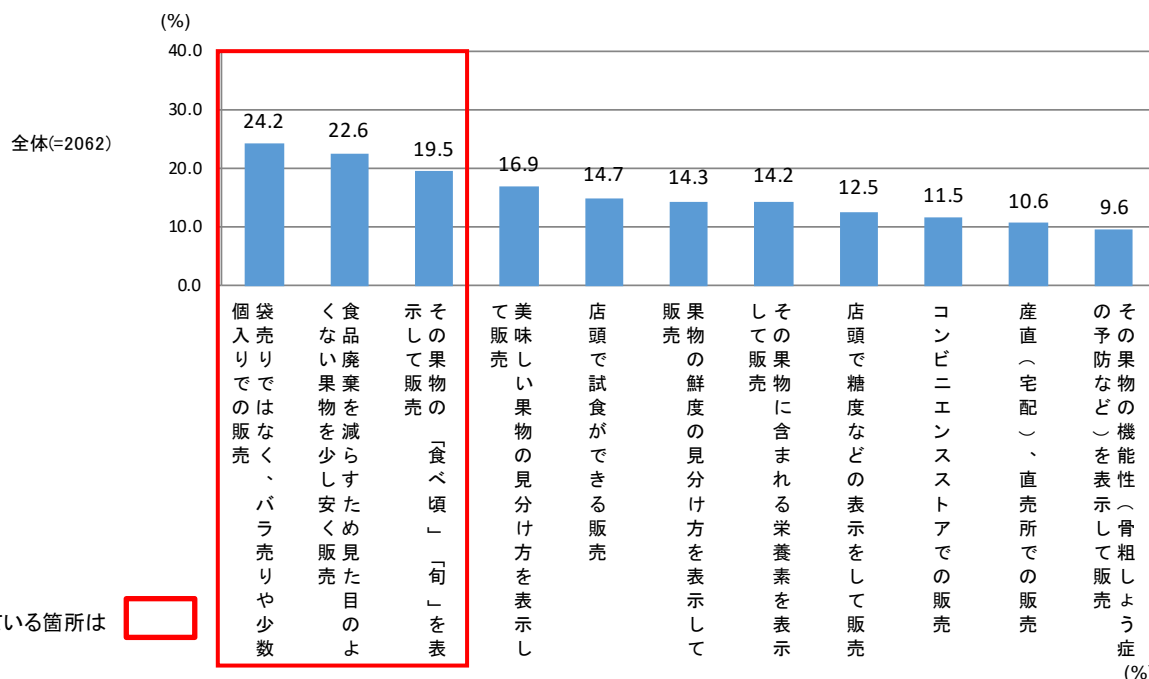
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

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2割台半ばで最も高く、「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」が僅差で続く。次いで「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」も2割で続く。
- 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」などの上位項目で、スコアが『男性』より顕著に高い。
- 性別×年代で見ると、『女性50代』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3割台半ば、『女性60代』では「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が3割台前半で、それぞれ他の層より高い。

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)



全体		(n=2062)	24.2	22.6	19.5	16.9	14.7	14.3	14.2	12.5	11.5	10.6	9.6	
性別	男性	(n=1032)	18.6	15.8	14.6	12.7	12.2	10.4	10.1	9.1	10.8	8.5	6.5	
	女性	(n=1030)	29.9	29.5	24.4	21.1	17.3	18.2	18.3	15.9	12.3	12.7	12.6	
年代	20代	(n=320)	22.2	21.6	19.4	13.4	15.0	12.8	11.9	9.1	16.6	6.9	10.0	
	30代	(n=402)	21.4	17.4	19.4	17.9	11.7	12.9	13.7	11.2	13.4	9.0	8.0	
	40代	(n=474)	24.5	24.5	17.7	14.8	15.0	12.4	14.8	12.9	9.5	11.0	9.1	
	50代	(n=399)	26.8	25.6	17.3	15.3	14.8	14.8	14.0	11.0	10.5	12.3	9.3	
	60代	(n=467)	25.7	23.6	23.3	21.8	16.9	17.8	15.8	16.9	9.4	12.8	11.3	
	性別年代	男性20代	(n=163)	18.4	17.2	18.4	11.0	13.5	9.8	11.7	7.4	15.3	6.1	9.8
男性30代		(n=203)	14.8	9.9	12.3	12.8	9.4	8.4	10.3	9.9	11.3	6.9	4.9	
男性40代		(n=239)	21.3	20.5	17.2	12.6	15.9	11.7	10.9	13.0	9.2	8.8	7.1	
男性50代		(n=199)	21.1	16.1	11.6	12.1	12.6	12.1	10.1	7.0	10.6	12.1	5.5	
男性60代		(n=228)	17.1	14.9	14.0	14.5	9.6	9.6	7.9	7.5	8.8	8.3	5.7	
女性20代		(n=157)	26.1	26.1	20.4	15.9	16.6	15.9	12.1	10.8	17.8	7.6	10.2	
女性30代		(n=199)	28.1	25.1	26.6	23.1	14.1	17.6	17.1	12.6	15.6	11.1	11.1	
女性40代		(n=235)	27.7	28.5	18.3	17.0	14.0	13.2	18.7	12.8	9.8	13.2	11.1	
女性50代		(n=200)	32.5	35.0	23.0	18.5	17.0	17.5	18.0	15.0	10.5	12.5	13.0	
女性60代		(n=239)	33.9	31.8	32.2	28.9	23.8	25.5	23.4	25.9	10.0	17.2	16.7	
果物摂取量		200g以上	(n=203)	25.6	29.1	24.6	28.1	28.1	21.2	15.8	18.7	16.3	24.6	15.8
		100g~200g未満	(n=591)	27.2	29.3	27.4	21.8	19.8	20.3	21.2	15.9	12.9	13.9	12.7
	100g未満	(n=698)	27.8	22.6	19.8	17.5	13.2	14.2	14.5	13.3	10.7	10.2	9.3	
令和5年度全体		(n=2062)	24.2	24.3	22.7	19.1	15.7	15.8	15.7	14.5	11.4	13.6	10.6	

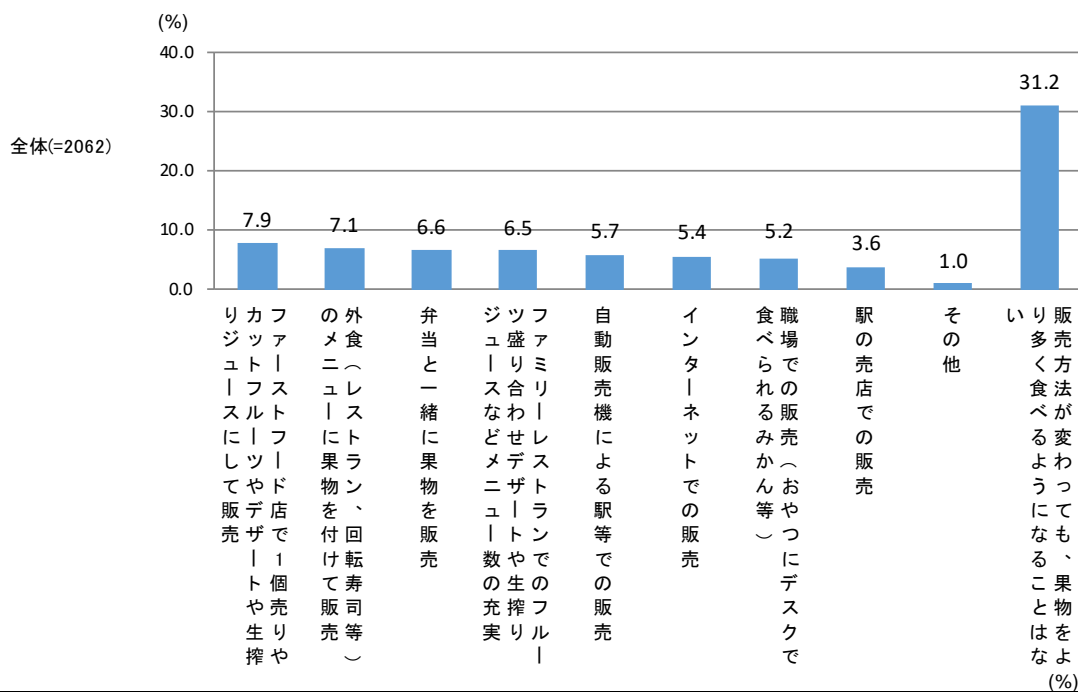
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 — (2) 今後の果物の摂取意向



全体		(n=2062)	7.9	7.1	6.6	6.5	5.7	5.4	5.2	3.6	1.0	31.2
性別	男性	(n=1032)	6.2	5.5	5.8	5.8	5.2	5.4	5.0	2.8	1.2	39.4
	女性	(n=1030)	9.6	8.6	7.5	7.3	6.1	5.3	5.3	4.4	0.8	22.9
年代	20代	(n=320)	13.1	10.3	11.6	7.2	8.4	8.8	11.6	5.9	1.3	23.4
	30代	(n=402)	9.5	9.2	8.0	8.5	6.7	6.2	5.2	4.5	0.7	32.3
	40代	(n=474)	7.8	6.8	5.9	6.3	5.7	6.1	5.7	3.8	1.1	31.0
	50代	(n=399)	6.5	5.3	5.8	5.5	3.8	3.8	3.8	2.3	1.0	31.6
	60代	(n=467)	4.3	4.9	3.6	5.6	4.5	3.0	1.5	2.1	0.9	35.3
	性別年代	男性20代	(n=163)	11.7	10.4	11.0	7.4	9.2	8.0	9.8	4.9	1.8
	男性30代	(n=203)	6.4	6.9	4.9	5.4	4.4	5.9	4.4	3.0	1.0	40.9
	男性40代	(n=239)	7.5	4.6	5.0	7.5	5.9	7.1	5.4	4.2	1.3	38.1
	男性50代	(n=199)	4.5	4.0	7.0	4.5	3.5	3.5	5.5	1.5	1.0	39.2
	男性60代	(n=228)	2.2	3.1	2.6	4.4	3.9	3.1	1.3	0.9	0.9	47.4
	女性20代	(n=157)	14.6	10.2	12.1	7.0	7.6	9.6	13.4	7.0	0.6	17.8
	女性30代	(n=199)	12.6	11.6	11.1	11.6	9.0	6.5	6.0	6.0	0.5	23.6
	女性40代	(n=235)	8.1	8.9	6.8	5.1	5.5	5.1	6.0	3.4	0.9	23.8
	女性50代	(n=200)	8.5	6.5	4.5	6.5	4.0	4.0	2.0	3.0	1.0	24.0
	女性60代	(n=239)	6.3	6.7	4.6	6.7	5.0	2.9	1.7	3.3	0.8	23.8
果物摂取量	200g以上	(n=203)	11.3	12.3	10.3	11.3	9.9	10.8	7.4	7.9	0.5	11.8
	100g～200g未満	(n=591)	8.8	8.5	8.1	8.0	5.1	6.8	7.8	5.6	1.5	19.8
	100g未満	(n=698)	9.9	7.0	6.6	6.3	5.2	4.9	4.6	2.9	0.6	29.5
令和5年度全体		(n=2062)	7.5	6.5	6.6	7.8	6.7	7.9	5.8	4.2	1.3	29.3

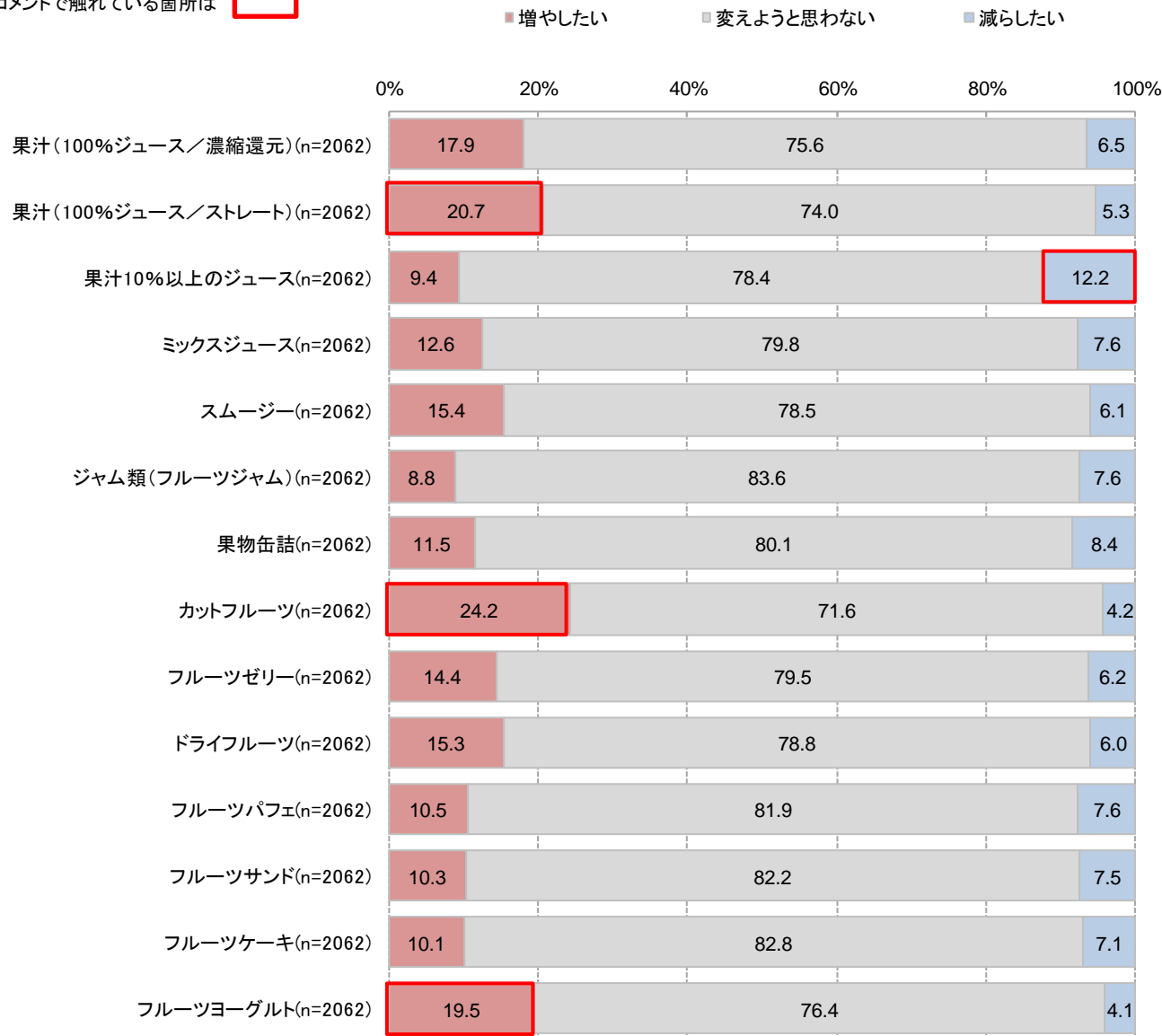
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5～10ポイント未満低い。

④-1 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」の割合が約2割と高め。
- 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)

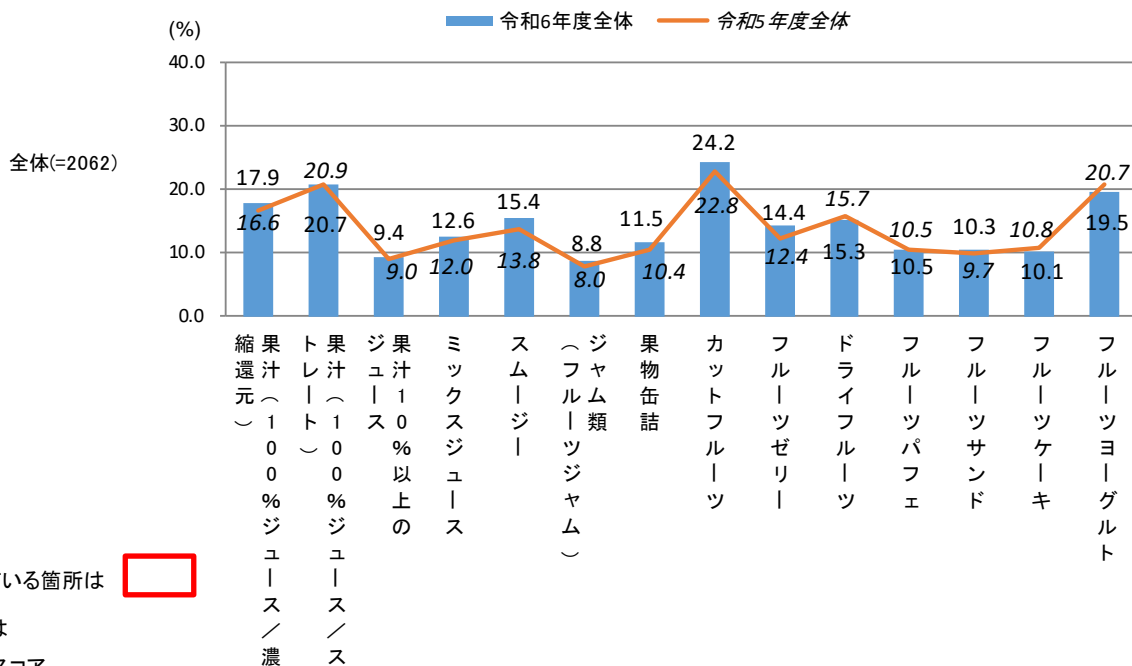
※コメントで触れている箇所は



④-2 果物加工品の消費意向 (増やしたい)

- 性別で見ると、『男性』は「果汁10%以上のジュース」の割合が『女性』より高い。一方、『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。
- 年代別で見ると、『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。
- 性別×年代で見ると、『女性20代』では一般的にスコアが高く、特に「カットフルーツ」の割合は4割を超えている。

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)



		全体 (n=2062)	17.9	20.7	9.4	12.6	15.4	8.8	11.5	24.2	14.4	15.3	10.5	10.3	10.1	19.5
性別	男性 (n=1032)	19.1	20.6	11.2	13.5	14.2	8.8	12.2	22.0	14.2	12.8	9.8	10.3	9.5	17.4	
	女性 (n=1030)	16.8	20.8	7.5	11.7	16.6	8.8	10.9	26.4	14.5	17.8	11.3	10.4	10.7	21.6	
年代	20代 (n=320)	26.6	28.4	18.1	19.7	24.4	16.6	19.4	40.0	22.5	21.9	17.8	17.8	16.9	29.1	
	30代 (n=402)	18.9	21.9	11.2	13.4	17.9	8.7	12.9	25.6	14.4	15.7	14.7	14.2	13.7	20.6	
	40代 (n=474)	19.4	18.4	9.5	12.0	14.1	8.2	10.5	21.3	15.0	14.6	9.1	8.9	9.5	18.6	
	50代 (n=399)	15.8	20.3	4.8	10.3	14.5	6.0	10.3	19.8	11.5	11.8	6.0	7.0	5.5	15.3	
	60代 (n=467)	11.6	17.1	5.6	9.4	9.2	6.6	7.1	18.8	10.5	14.1	7.3	6.2	6.9	16.5	
	性別年代	男性20代 (n=163)	28.2	25.2	18.4	20.9	22.7	14.7	21.5	35.6	20.2	19.6	17.2	19.0	17.8	22.7
	男性30代 (n=203)	18.2	23.2	15.3	15.8	19.7	10.3	16.3	26.1	15.3	17.7	15.8	15.8	14.3	19.2	
	男性40代 (n=239)	20.9	18.8	12.1	13.4	13.0	8.4	11.3	17.6	17.6	9.6	7.9	8.4	8.8	20.1	
	男性50代 (n=199)	16.6	20.6	4.5	10.6	11.1	6.5	9.5	18.6	9.5	7.5	4.5	5.5	4.0	12.6	
	男性60代 (n=228)	13.6	17.1	7.5	8.8	7.5	5.7	5.3	16.2	9.6	11.4	5.7	5.3	4.8	13.6	
	女性20代 (n=157)	24.8	31.8	17.8	18.5	26.1	18.5	17.2	44.6	24.8	24.2	18.5	16.6	15.9	35.7	
	女性30代 (n=199)	19.6	20.6	7.0	11.1	16.1	7.0	9.5	25.1	13.6	13.6	13.6	12.6	13.1	22.1	
	女性40代 (n=235)	17.9	17.9	6.8	10.6	15.3	8.1	9.8	25.1	12.3	19.6	10.2	9.4	10.2	17.0	
	女性50代 (n=200)	15.0	20.0	5.0	10.0	18.0	5.5	11.0	21.0	13.5	16.0	7.5	8.5	7.0	18.0	
	女性60代 (n=239)	9.6	17.2	3.8	10.0	10.9	7.5	8.8	21.3	11.3	16.7	8.8	7.1	8.8	19.2	
果物摂取量	200g以上 (n=203)	29.6	31.0	20.7	26.6	25.6	16.7	18.7	30.0	22.2	21.2	21.2	19.2	17.2	27.6	
	100g~200g未満 (n=591)	20.5	26.2	10.0	15.1	17.4	10.3	16.2	30.8	18.1	19.6	11.2	11.8	12.2	25.9	
	100g未満 (n=698)	16.3	18.6	7.9	9.7	15.2	7.7	9.2	22.2	11.9	14.5	9.5	9.3	8.9	17.9	
令和5年度全体 (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	

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

- 36.8%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、前回調査横ばい。
- 性別×年代では女性20代の約6割が増やしたいと考えている。
- 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、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「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」「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」を増やしたい人が約2割とやや高め。
- 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く、特に「カットフルーツ」の割合は40.0%となっている。

- 今後の果物の摂取量についての意向では、「特に変えようとは思わない」という現状維持派が62.0%を占め、「増やしたい」も36.8%で、「減らしたい」という人はほとんどいない。(p32)
- 摂取量を増やしたい人の割合は、令和5年度調査(36.7%)と前回から横ばい。(p32)
- 女性では、「増やしたい」の割合が41.6%と4割を超えており、男性の32.0%を大きく上回っている。(p32)
- 20代は「増やしたい」の割合が5割を超えるのに対し、60代では2割台半ばにとどまっている。(p32)
- 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。(p33~34)
- 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」「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。(p33~34)
- 果物摂取量が多いほど、「少々値段が高くても、おいしさが確かな果物」、「生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物」の割合が高くなる傾向がある。(p33~34)
- 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」「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」その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が中心。(p35~36)
- 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」を増やしたい人が約2割で、他の果物加工品と比較するとやや高め。(p37)
- 20代は、「カットフルーツ」が40.0%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。(p38)

(3) 果樹振興法14品目について

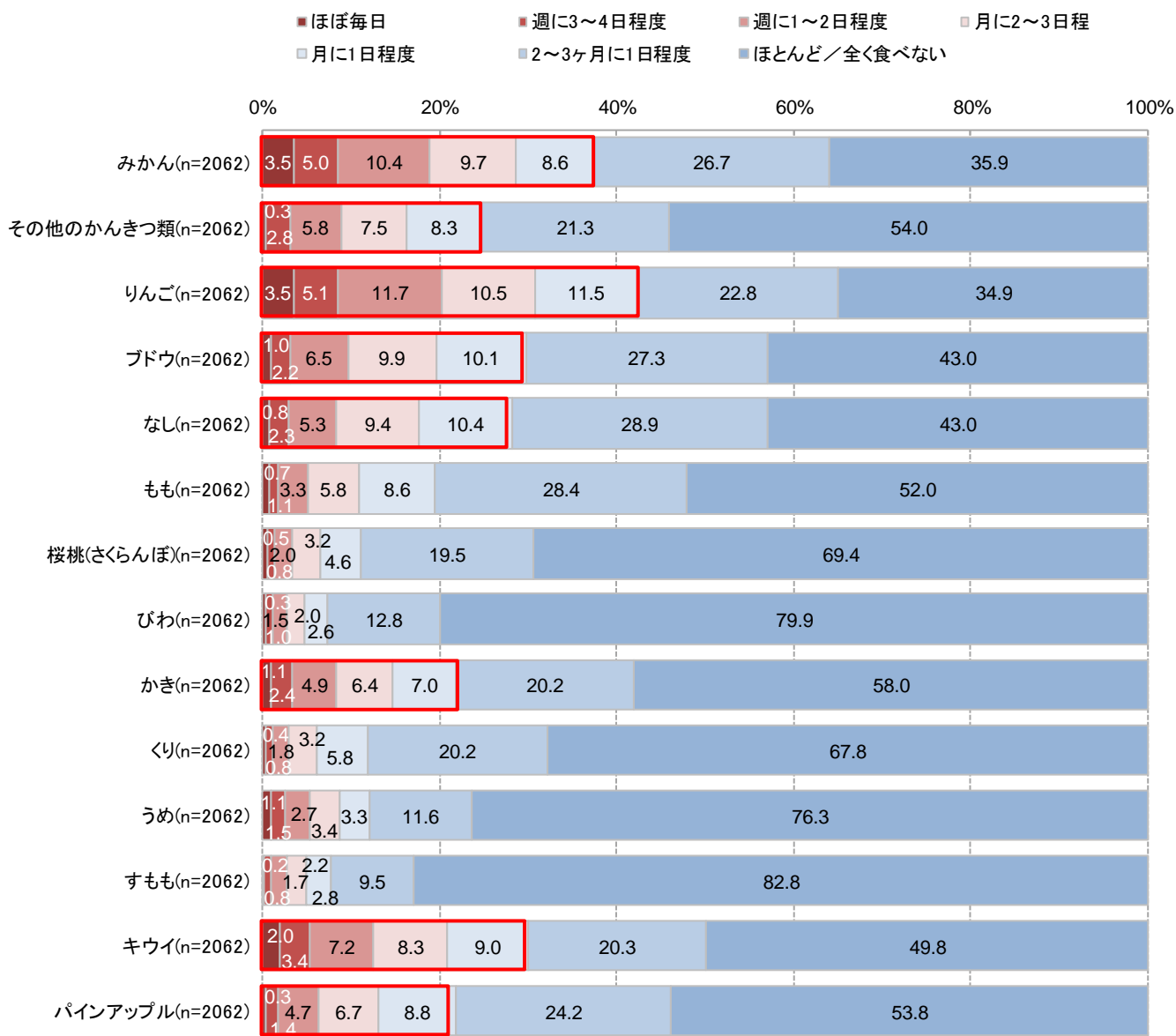
①-1 果樹振興法14品目の喫食

- 「月に1日程度」以上の割合を比較すると、『りんご』が4割台前半で最も高く、『みかん』が3割台後半で続く。以下、『キウイ』『ブドウ』『なし』『その他のかんきつ類』『パインアップル』『かき』が3割～2割台前半が続いている。

Q 13. 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。(SA)

※コメントで触れている箇所は

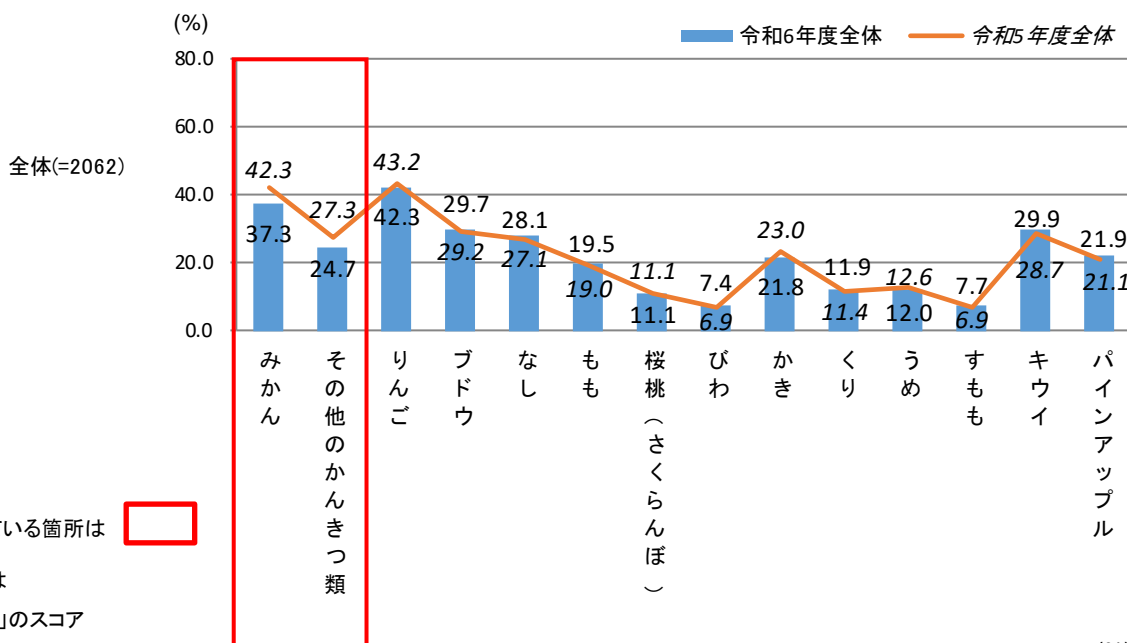


①-2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）

- 令和5年度結果と比較すると、「みかん」「その他のかんきつ類」が減少した。
- 性別で見ると、『女性』は「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「りんご」は5割台半ばとなっている。
- 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7割以上となっている。

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。

※生鮮果物についてお答えください。（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)	37.3	24.7	42.3	29.7	28.1	19.5	11.1	7.4	21.8	11.9	12.0	7.7	29.9	21.9
性別	男性 (n=1032)	35.1	23.6	40.6	28.5	27.7	19.1	12.5	8.5	19.0	12.1	13.4	9.1	24.8	22.7	
	女性 (n=1030)	39.6	25.7	44.0	31.0	28.5	20.0	9.7	6.2	24.7	11.7	10.7	6.3	35.0	21.2	
年代	20代 (n=320)	35.3	25.0	36.3	30.6	28.8	19.4	17.2	12.5	22.5	16.3	17.5	12.8	29.7	25.6	
	30代 (n=402)	33.3	22.4	37.3	25.9	24.9	16.9	11.9	9.2	16.4	12.7	14.9	10.4	25.1	21.9	
	40代 (n=474)	35.7	21.3	39.0	28.3	23.6	17.5	9.7	5.7	16.7	10.3	11.0	5.9	28.9	20.0	
	50代 (n=399)	35.1	23.8	42.6	26.1	25.8	17.3	8.5	5.5	19.0	7.8	8.3	5.3	31.1	20.3	
	60代 (n=467)	45.8	30.6	53.7	37.0	37.0	25.9	9.9	5.6	33.6	13.5	10.1	5.8	34.3	22.7	
性別年代	男性20代 (n=163)	36.2	27.6	41.1	29.4	30.1	19.6	19.6	15.3	22.1	17.2	19.0	17.2	28.2	27.0	
	男性30代 (n=203)	32.5	22.7	37.4	26.6	24.6	18.2	14.8	11.3	16.7	14.3	16.7	13.3	23.6	23.6	
	男性40代 (n=239)	38.1	23.0	40.2	30.1	25.9	18.4	11.7	6.7	19.2	10.5	11.3	6.3	25.1	22.2	
	男性50代 (n=199)	32.7	22.6	38.7	25.1	25.1	16.6	10.1	6.5	14.1	7.5	10.6	6.5	24.1	21.6	
	男性60代 (n=228)	35.5	23.2	45.2	30.7	32.9	22.4	8.3	4.8	22.8	12.3	11.0	4.8	23.7	20.2	
	女性20代 (n=157)	34.4	22.3	31.2	31.8	27.4	19.1	14.6	9.6	22.9	15.3	15.9	8.3	31.2	24.2	
	女性30代 (n=199)	34.2	22.1	37.2	25.1	25.1	15.6	9.0	7.0	16.1	11.1	13.1	7.5	26.6	20.1	
	女性40代 (n=235)	33.2	19.6	37.9	26.4	21.3	16.6	7.7	4.7	14.0	10.2	10.6	5.5	32.8	17.9	
	女性50代 (n=200)	37.5	25.0	46.5	27.0	26.5	18.0	7.0	4.5	24.0	8.0	6.0	4.0	38.0	19.0	
女性60代 (n=239)	55.6	37.7	61.9	43.1	41.0	29.3	11.3	6.3	43.9	14.6	9.2	6.7	44.4	25.1		
果物摂取量	200g以上 (n=203)	70.0	60.6	75.9	62.1	63.5	50.7	36.9	27.1	52.7	37.4	34.0	32.5	56.7	50.7	
	100g~200g未満 (n=591)	58.7	35.2	64.3	46.5	44.2	30.3	15.4	9.5	33.2	16.2	15.4	8.6	44.5	31.0	
	100g未満 (n=698)	37.7	24.5	46.3	29.5	26.2	16.9	8.7	5.6	20.3	9.5	10.9	5.4	32.5	22.3	
令和5年度全体 (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	

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、「みかん」は1.4個であり、「その他かんきつ類」、「りんご」、「ぶどう」、「なし」、「もも」、「かき」、「キウイ」、「パイナップル」は約1個(房)である。
- 「桜桃(さくらんぼ)」は5.7個、「くり」は3.6個、「びわ」は1.5個である。
- 性別×年代でみると、『女性60代』の1日当たりの平均喫食量は「桜桃(さくらんぼ)」が8.2個、「くり」は5.4個と、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	0.8	10.1	0.9	1.0	5.7	1.5	1.0	3.6	1.3	1.3	1.0	0.8
性別	男性	1.3	1.0	1.0	0.9	10.8	0.9	0.9	4.9	1.4	1.0	3.1	1.3	1.2	1.0	0.9
	女性	1.4	1.0	0.8	0.8	9.5	0.9	1.0	6.6	1.6	1.0	4.1	1.2	1.4	1.1	0.8
年代	20代	1.5	1.0	1.1	1.0	9.3	0.9	1.0	4.3	1.2	1.0	2.1	1.2	1.2	1.1	0.9
	30代	1.3	1.0	0.9	0.9	9.3	0.9	0.9	4.7	1.4	1.0	3.3	1.4	1.3	1.0	1.0
	40代	1.3	1.0	0.9	0.8	9.9	0.8	0.9	5.3	1.4	1.0	3.5	1.2	1.3	1.0	0.9
	50代	1.3	0.9	0.9	0.8	11.3	0.9	0.9	6.7	1.7	0.9	3.8	1.3	1.3	1.0	0.8
	60代	1.5	1.1	0.9	0.8	10.5	1.0	1.0	6.9	1.7	1.1	4.3	1.2	1.4	1.1	0.8
性別年代	男性20代	1.3	1.1	1.3	1.1	10.7	1.0	1.0	3.4	1.2	1.0	1.4	1.3	1.1	1.1	1.0
	男性30代	1.3	1.0	1.0	1.0	9.6	1.0	1.0	4.1	1.5	1.0	3.0	1.4	1.2	1.1	1.0
	男性40代	1.2	1.0	0.9	0.9	11.0	0.9	1.0	5.0	1.3	1.0	3.7	1.3	1.3	1.0	0.8
	男性50代	1.4	1.0	0.9	0.9	11.8	1.0	0.9	6.2	1.6	1.0	3.9	1.3	1.1	1.0	0.8
	男性60代	1.3	0.9	0.9	0.8	10.6	0.8	0.8	5.4	1.5	0.9	3.0	1.2	1.1	1.0	0.7
	女性20代	1.7	0.9	0.9	0.8	8.0	0.9	0.9	5.3	1.2	0.9	2.8	1.1	1.2	1.1	0.9
	女性30代	1.3	0.9	0.8	0.8	9.0	0.8	0.9	5.3	1.3	0.9	3.7	1.3	1.3	1.0	0.9
	女性40代	1.3	0.9	0.9	0.7	8.7	0.8	0.8	5.7	1.6	0.9	3.3	1.1	1.3	1.0	0.9
	女性50代	1.2	0.9	0.8	0.8	10.9	0.9	0.9	7.2	1.8	0.9	3.8	1.3	1.5	1.0	0.7
女性60代	1.7	1.3	0.9	0.8	10.4	1.1	1.2	8.2	1.9	1.2	5.4	1.3	1.6	1.2	0.8	
果物摂取量	200g以上	1.7	1.1	1.2	1.0	11.4	1.0	1.0	6.3	1.7	1.0	3.8	1.4	1.5	1.1	1.1
	100g~200g未満	1.5	1.1	0.9	0.8	11.1	1.0	1.0	6.2	1.5	1.1	3.9	1.3	1.3	1.1	0.8
	100g未満	1.2	0.9	0.8	0.8	8.6	0.8	0.8	4.8	1.3	0.9	3.2	1.2	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	パイナップル
全体		1321	948	1342	1175	1175	1176	989	632	415	866	663	488	354	1035	952
性別	男性	624	436	642	551	551	565	468	326	226	403	326	263	189	451	468
	女性	697	512	700	624	624	611	521	306	189	463	337	225	165	584	484
年代	20代	185	122	185	172	172	160	134	98	73	113	93	87	69	153	139
	30代	247	163	246	211	211	206	177	110	73	129	112	98	73	181	171
	40代	299	211	309	267	267	272	224	140	83	178	138	109	77	227	214
	50代	254	188	257	226	226	230	191	120	84	167	123	83	58	213	188
	60代	336	264	345	299	299	308	263	164	102	279	197	111	77	261	240
性別年代	男性20代	91	62	97	81	81	80	67	52	42	58	45	46	40	74	76
	男性30代	120	73	120	103	103	106	84	58	44	65	60	54	43	81	85
	男性40代	145	109	155	134	134	139	110	76	48	93	76	61	43	105	110
	男性50代	120	79	119	106	106	109	92	63	41	72	58	47	29	91	92
	男性60代	148	113	151	127	127	131	115	77	51	115	87	55	34	100	105
	女性20代	94	60	88	91	91	80	67	46	31	55	48	41	29	79	63
	女性30代	127	90	126	108	108	100	93	52	29	64	52	44	30	100	86
	女性40代	154	102	154	133	133	133	114	64	35	85	62	48	34	122	104
	女性50代	134	109	138	120	120	121	99	57	43	95	65	36	29	122	96
	女性60代	188	151	194	172	172	177	148	87	51	164	110	56	43	161	135
果物摂取量	200g以上	178	160	184	170	170	178	163	133	107	151	133	107	102	156	158
	100g~200g未満	504	370	519	451	451	458	393	260	168	355	252	184	140	403	362
	100g未満	527	375	545	472	472	473	387	218	125	318	241	162	98	417	375

(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、「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く、特に「りんご」と「みかん」が顕著に高い。

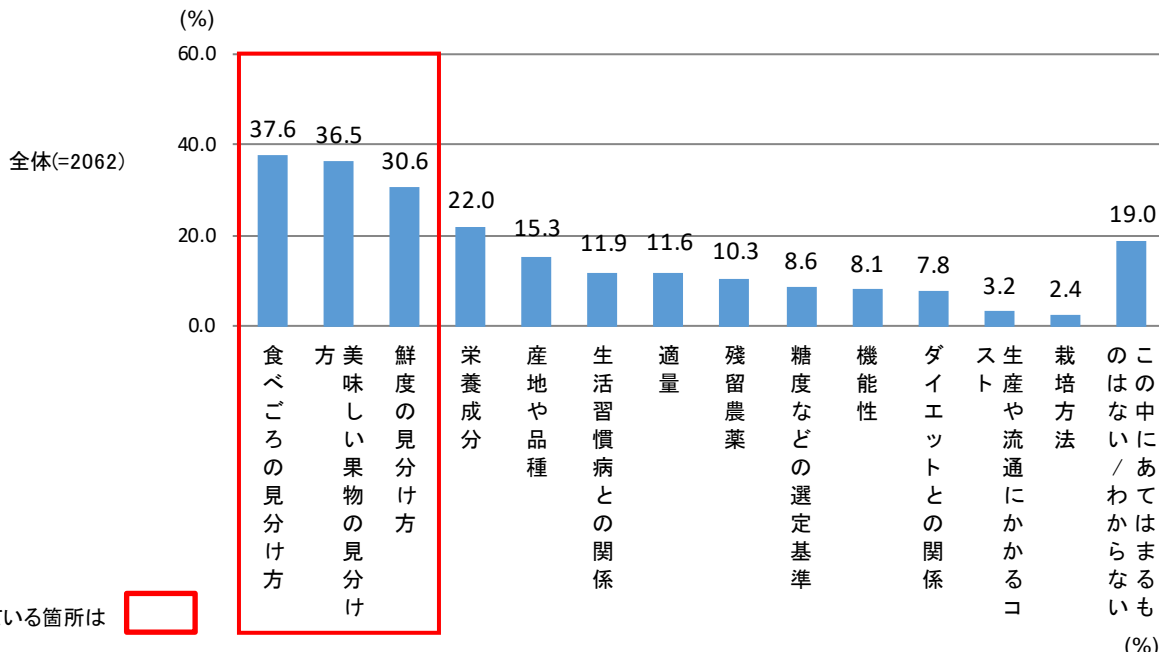
- 果樹振興法14品目の月1日程度以上喫食している割合では、「りんご」42.3%、「みかん」37.3%が多く、以下、「キウイ」「ブドウ」「なし」「その他のかんきつ類」「パイナップル」「かき」が3割～2割台前半で続いている。(p41)
- 令和5年度結果と比較すると、「みかん」「その他のかんきつ類」が減少。(p42)
- 女性は、「キウイ」を月1回以上喫食している割合が、男性より顕著に高い。(p42)
- 60代は、月1回以上喫食している割合が全般的に高く、特に「りんご」は5割超。(p42)
- 1日当たりの平均喫食量をみると、「みかん」は1.4個であり、「その他かんきつ類」、「りんご」、「ぶどう」、「なし」、「もも」、「かき」、「キウイ」、「パイナップル」は約1個(房)である。(p43)
- 「桜桃(さくらんぼ)」は5.7個、「くり」は3.6個、「びわ」は1.5個である。(p43)
- 女性60代の1日当たりの平均喫食量は「桜桃(さくらんぼ)」が8.2個、「くり」は5.4個と、他の層より多い。(p43)

(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3割台後半でほぼ並んだ。次いで「鮮度の見分け方」が3割強で続く。
- 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」「鮮度の見分け方」の割合が、『男性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、『60代』では「食べごろの見分け方」が4割を超えており、他の年代より高い。
- 性別×年代でみると、『女性20代』『女性60代』では「食べごろの見分け方」が4割台後半で、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)	37.6	36.5	30.6	22.0	15.3	11.9	11.6	10.3	8.6	8.1	7.8	3.2	2.4	19.0
性別	男性	(n=1032)	32.8	31.5	26.2	19.7	13.9	10.9	12.6	6.7	7.1	7.6	6.4	3.9	2.4	25.6
	女性	(n=1030)	42.4	41.5	35.1	24.4	16.7	13.0	10.6	13.9	10.2	8.5	9.1	2.4	2.4	12.4
年代	20代	(n=320)	38.1	34.1	29.1	25.0	9.7	7.8	13.1	6.3	7.5	9.7	10.9	5.0	3.1	21.6
	30代	(n=402)	35.3	35.3	26.1	24.4	17.4	8.5	10.4	8.7	8.0	6.2	8.7	5.0	3.7	21.6
	40代	(n=474)	34.6	36.3	32.3	21.7	14.6	15.0	12.2	7.6	8.2	11.2	6.8	3.8	1.5	18.6
	50代	(n=399)	38.8	39.1	31.1	19.5	18.0	13.0	10.8	12.8	8.3	8.5	8.5	1.5	1.8	16.5
	60代	(n=467)	41.3	37.0	33.6	20.3	15.6	13.7	11.6	15.0	10.7	4.9	5.1	1.1	2.4	17.6
性別年代	男性20代	(n=163)	28.8	27.6	27.6	24.5	10.4	6.7	12.9	5.5	7.4	10.4	8.0	4.9	4.3	27.6
	男性30代	(n=203)	31.5	29.6	19.7	22.2	15.8	7.9	11.8	4.4	6.4	4.4	4.9	7.9	3.9	28.1
	男性40代	(n=239)	33.5	31.8	28.5	20.5	12.1	15.9	13.8	3.8	7.1	11.3	5.4	3.8	1.7	25.1
	男性50代	(n=199)	34.7	35.2	27.1	17.6	16.1	9.0	12.1	8.5	8.5	7.5	8.5	2.0	1.5	21.6
	男性60代	(n=228)	34.6	32.5	27.6	14.9	14.5	12.7	12.3	11.0	6.1	4.4	5.7	1.3	1.3	25.9
	女性20代	(n=157)	47.8	40.8	30.6	25.5	8.9	8.9	13.4	7.0	7.6	8.9	14.0	5.1	1.9	15.3
	女性30代	(n=199)	39.2	41.2	32.7	26.6	19.1	9.0	9.0	13.1	9.5	8.0	12.6	2.0	3.5	15.1
	女性40代	(n=235)	35.7	40.9	36.2	23.0	17.0	14.0	10.6	11.5	9.4	11.1	8.1	3.8	1.3	11.9
女性50代	(n=200)	43.0	43.0	35.0	21.5	20.0	17.0	9.5	17.0	8.0	9.5	8.5	1.0	2.0	11.5	
女性60代	(n=239)	47.7	41.4	39.3	25.5	16.7	14.6	10.9	18.8	15.1	5.4	4.6	0.8	3.3	9.6	
果物摂取量	200g以上	(n=203)	37.9	36.0	34.5	26.1	23.2	15.3	9.4	14.3	11.8	8.4	8.9	6.9	3.9	8.4
	100g~200g未満	(n=591)	41.8	46.7	33.2	24.7	17.8	14.6	16.1	12.2	9.8	9.1	8.5	3.4	3.4	8.1
	100g未満	(n=698)	41.0	36.4	31.7	24.9	16.2	11.9	12.0	10.6	9.9	9.2	8.3	2.9	2.3	14.2
令和5年度全体		(n=2062)	40.8	40.5	32.3	21.6	16.6	13.7	12.9	13.0	*	8.5	9.7	*	2.5	16.3

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。

※「糖度などの選定基準」「生産や流通にかかるコスト」は今回調査からの新規選択肢

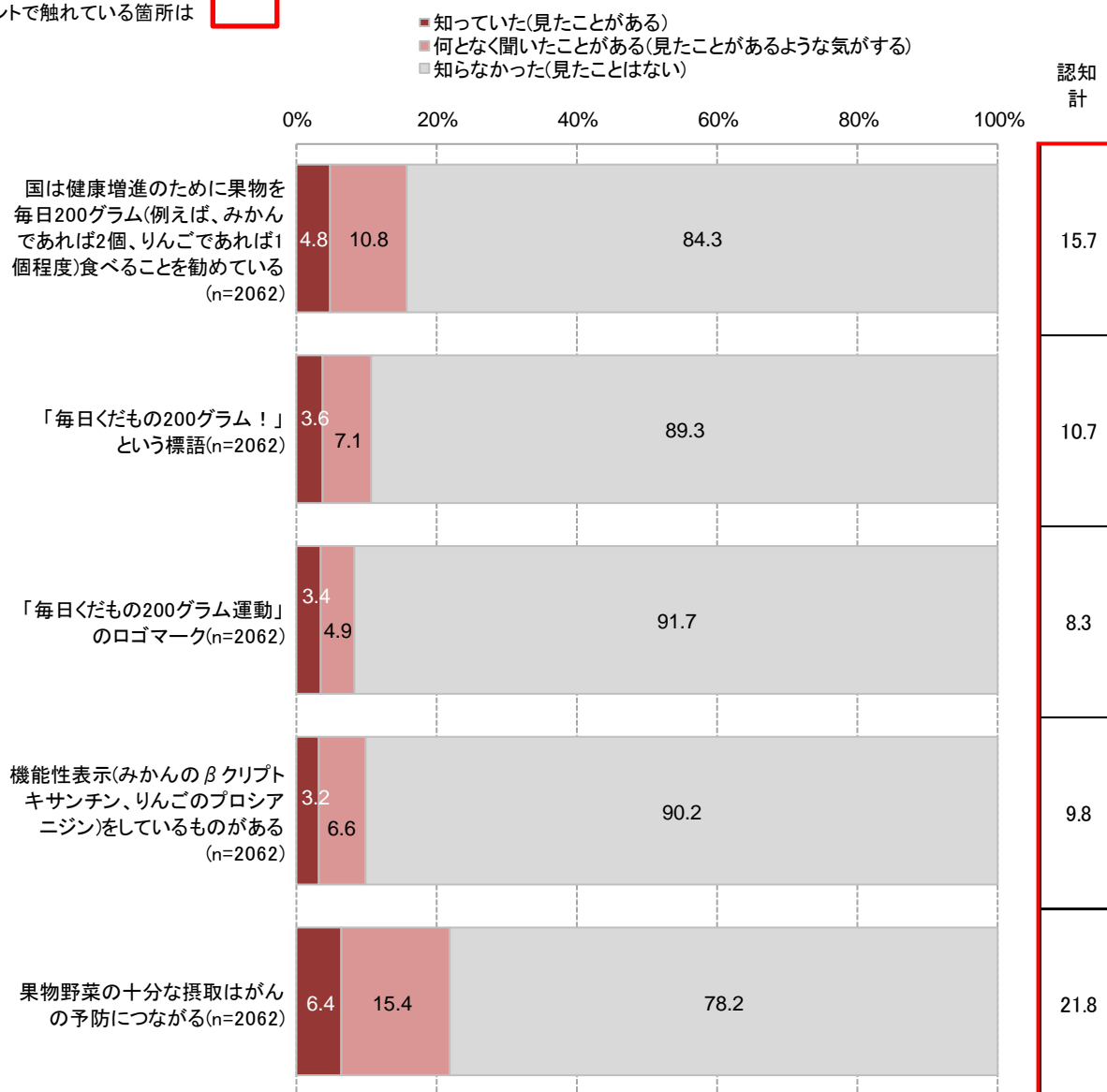
②-1 果物消費拡大施策の認知

- 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割台半ばで続く。
- 『「毎日くだもの200グラム!」という標語』の認知は1割強、『機能性表示をしているものがある』の認知は1割、『「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク』の認知は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



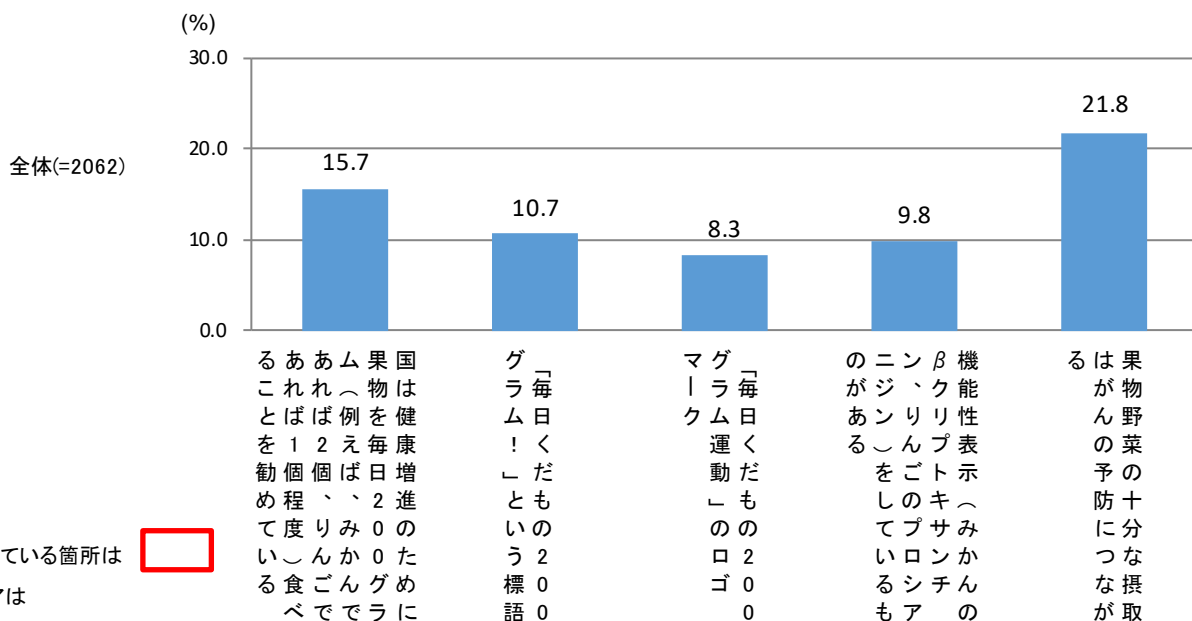
※「認知計」=「知っている(見たことがある)」+「何となく聞いたことがある(見たことがあるような気がする)」

②-2 果物消費拡大施策の認知（認知計）

- 性別で見ると、『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。
- 年代別で見ると、全ての事柄で『20代』の認知が最も高い。
- 果物摂取量別で見ると、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割台半ばとなっている。

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

※グラフのスコアは「認知計」のスコア

		全体 (n=2062)	15.7	10.7	8.3	9.8	21.8
性別	男性 (n=1032)	14.8	11.9	10.2	11.6	22.3	
	女性 (n=1030)	16.5	9.4	6.5	8.0	21.3	
年代	20代 (n=320)	21.9	15.3	14.1	15.9	27.2	
	30代 (n=402)	20.9	14.9	13.2	14.4	24.1	
	40代 (n=474)	14.8	11.8	8.6	9.7	20.5	
	50代 (n=399)	12.3	6.8	4.5	5.3	19.3	
	60代 (n=467)	10.7	6.0	3.2	5.6	19.5	
性別年代	男性20代 (n=163)	21.5	17.8	17.2	19.0	31.3	
	男性30代 (n=203)	24.1	19.7	18.2	18.7	25.1	
	男性40代 (n=239)	15.1	13.8	11.3	11.3	24.7	
	男性50代 (n=199)	9.0	6.0	4.5	6.0	16.6	
	男性60代 (n=228)	6.6	3.9	1.8	5.3	15.8	
	女性20代 (n=157)	22.3	12.7	10.8	12.7	22.9	
	女性30代 (n=199)	17.6	10.1	8.0	10.1	23.1	
	女性40代 (n=235)	14.5	9.8	6.0	8.1	16.2	
	女性50代 (n=200)	15.5	7.5	4.5	4.5	22.0	
女性60代 (n=239)	14.6	7.9	4.6	5.9	23.0		
果物摂取量	200g以上 (n=203)	36.5	33.0	31.0	30.5	43.8	
	100g~200g未満 (n=591)	23.2	16.6	12.4	14.7	30.6	
	100g未満 (n=698)	12.9	6.9	5.0	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。

(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」が多い。
- 60代では、「食べごろの見分け方」が他の年代よりも高い。
- 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。
- 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。
→施策のさらなる周知は、果物消費拡大に貢献すると考えられる。

- 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3割台後半でほぼ並んだ。(p47)
- 女性は、「食べごろの見分け方」「美味しい果物の見分け方」「鮮度の見分け方」の割合が、男性より顕著に高い。(p47)
- 60代では、「食べごろの見分け方」4割を超えている。(p47)
- 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21.8%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15.7%で続く。(p48)
- 「『毎日くだもの200グラム!』という標語」の認知は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。(p48)
- 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も高い。(p49)
- 全ての事柄で、20代の認知が最も高い。(p49)
- 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。(p49)

(5) エシカルフルーツについて

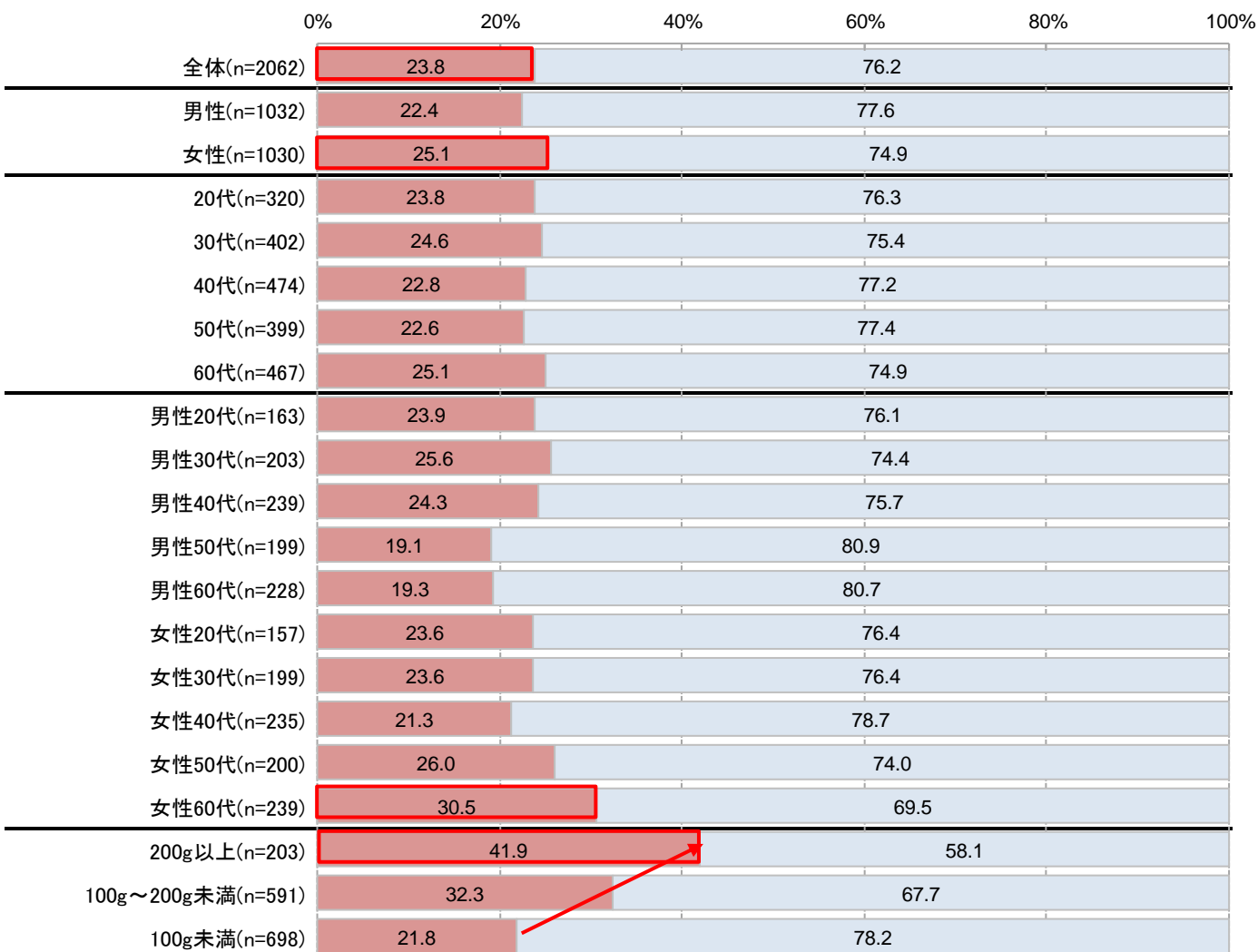
① エシカルフルーツ認知度

- 全体では、「知っている」の割合は2割台半ばとなった。
- 性別で見ると、『女性』は「知っている」の割合が2割台半ばで、『男性』より高い。
- 性別×年代で見ると、『女性60代』では「知っている」の割合が3割を超えており、他の層より高い。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど「知っている」の割合が高く、『200g以上』の層では4割を超えた。

Q16. あなたは、見た目の良くない規格外品などを使った果実加工品が、食品廃棄を減らすエシカル（倫理的）なフルーツとして商品化されていることを、ご存知ですか。（SA）

※コメントで触れている箇所は

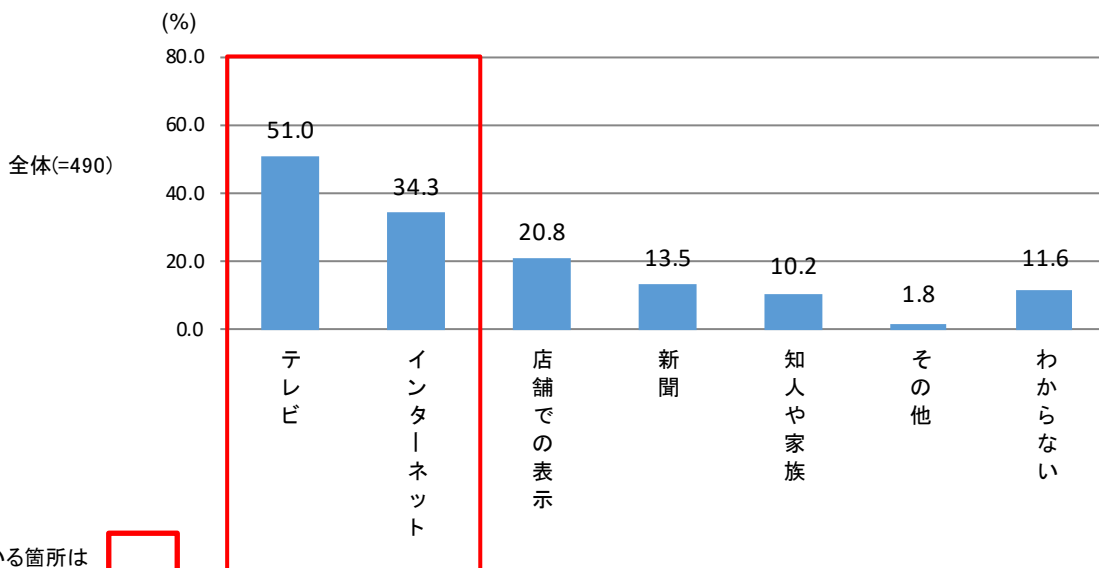
■ 知っている □ 知らない



②エシカルフルーツに関する情報 [エシカルフルーツ認知者]

- 全体では、「テレビ」が5割強で最も高い。次いで「インターネット」が3割台半ばで続く。
- 性別で見ると、『男性』では「インターネット」「新聞」の割合が『女性』より顕著に高い。
- 年代別で見ると、『60代』では「テレビ」の割合が6割を超えており、他の年代より高い。また、『20代』『40代』では「インターネット」の割合が4割を超えており、他の年代より高い。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど「インターネット」「店舗での表示」「新聞」「知人や家族」の割合が高くなる傾向が顕著である。

Q17. あなたは、エシカルフルーツに関する情報をどのように知りましたか。(MA)



		全体	(n=490)	51.0	34.3	20.8	13.5	10.2	1.8	11.6
性別	男性	(n=231)	51.1	38.5	22.1	18.2	11.3	0.9	10.0	
	女性	(n=259)	51.0	30.5	19.7	9.3	9.3	2.7	13.1	
年代	20代	(n=76)	39.5	44.7	26.3	13.2	17.1	3.9	7.9	
	30代	(n=99)	38.4	33.3	30.3	12.1	16.2	1.0	11.1	
	40代	(n=108)	53.7	45.4	18.5	17.6	8.3	0.9	13.0	
	50代	(n=90)	55.6	23.3	20.0	6.7	6.7	1.1	14.4	
	60代	(n=117)	63.2	26.5	12.0	16.2	5.1	2.6	11.1	
性別年代	男性20代	(n=39)	41.0	53.8	25.6	20.5	17.9	0.0	5.1	
	男性30代	(n=52)	32.7	34.6	25.0	17.3	17.3	1.9	7.7	
	男性40代	(n=58)	56.9	46.6	19.0	24.1	8.6	1.7	10.3	
	男性50代	(n=38)	60.5	31.6	23.7	5.3	5.3	0.0	13.2	
	男性60代	(n=44)	65.9	25.0	18.2	20.5	6.8	0.0	13.6	
	女性20代	(n=37)	37.8	35.1	27.0	5.4	16.2	8.1	10.8	
	女性30代	(n=47)	44.7	31.9	36.2	6.4	14.9	0.0	14.9	
	女性40代	(n=50)	50.0	44.0	18.0	10.0	8.0	0.0	16.0	
女性50代	(n=52)	51.9	17.3	17.3	7.7	7.7	1.9	15.4		
女性60代	(n=73)	61.6	27.4	8.2	13.7	4.1	4.1	9.6		
果物摂取量	200g以上	(n=85)	51.8	43.5	32.9	24.7	24.7	0.0	3.5	
	100g~200g未満	(n=191)	47.6	38.2	21.5	15.2	11.5	2.1	8.9	
	100g未満	(n=152)	52.0	27.6	19.1	9.2	3.3	2.6	16.4	

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エシカルフルーツ購入経験 [エシカルフルーツ認知者]

- エシカルフルーツを知っている人のうち、「購入したことがある」の割合は4割台後半となった。
- 年代別でみると、『60代』の「購入したことがある」の割合は3割台後半にとどまっている。
- 性別×年代でみると、男性では高年代ほど「購入したことがある」の割合が低くなる傾向があり、『60代』の「購入したことがある」の割合は2割台前半にとどまった。
- 果物摂取量別でみると、摂取量が多いほど「購入したことがある」の割合が高くなる傾向が顕著であり、『200g以上』の層の「購入したことがある」の割合は7割を超えた。

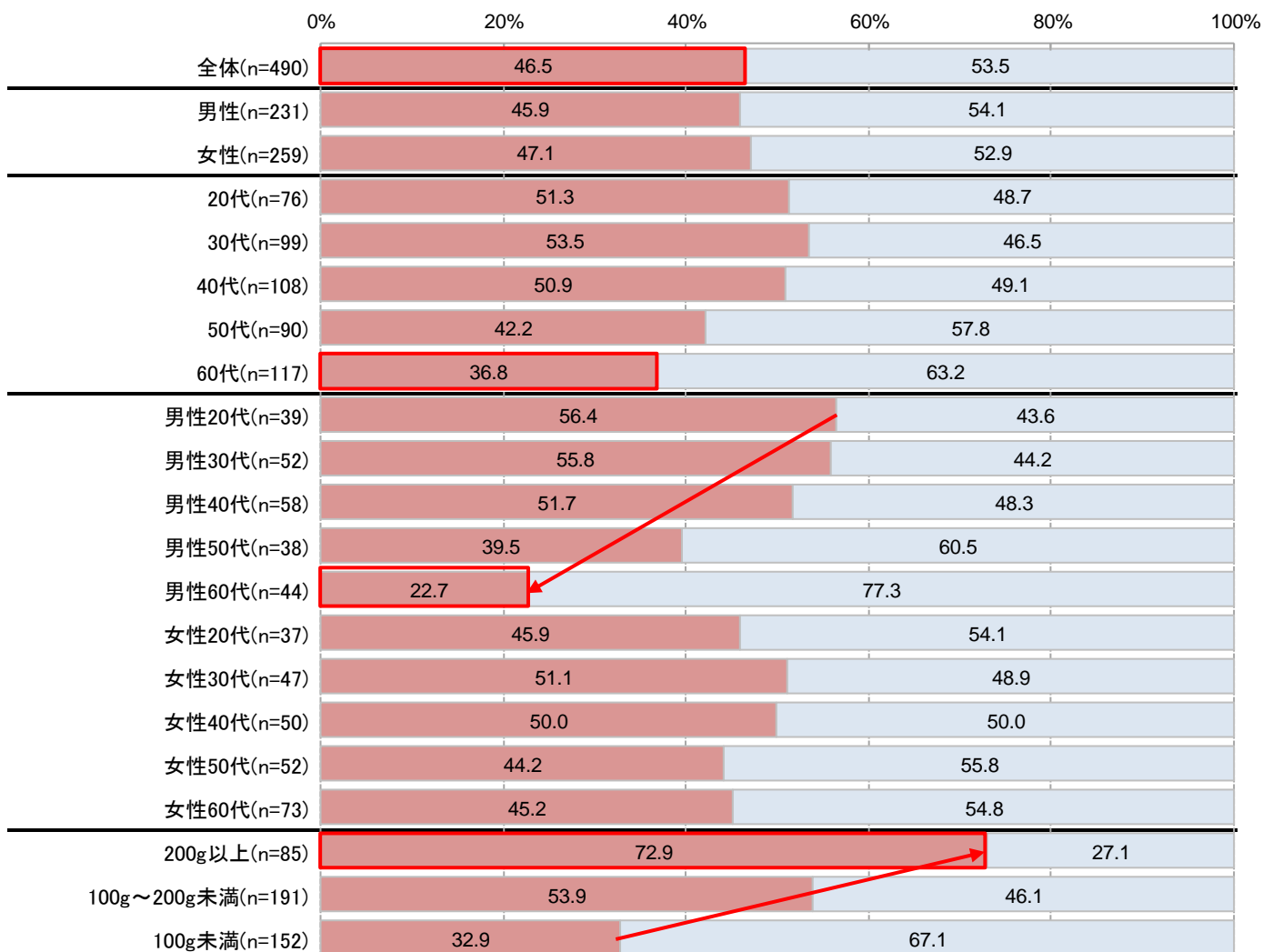
Q18. あなたは今まで、エシカルフルーツを購入したことがありますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は



■ 購入したことがある

□ 購入したことがない



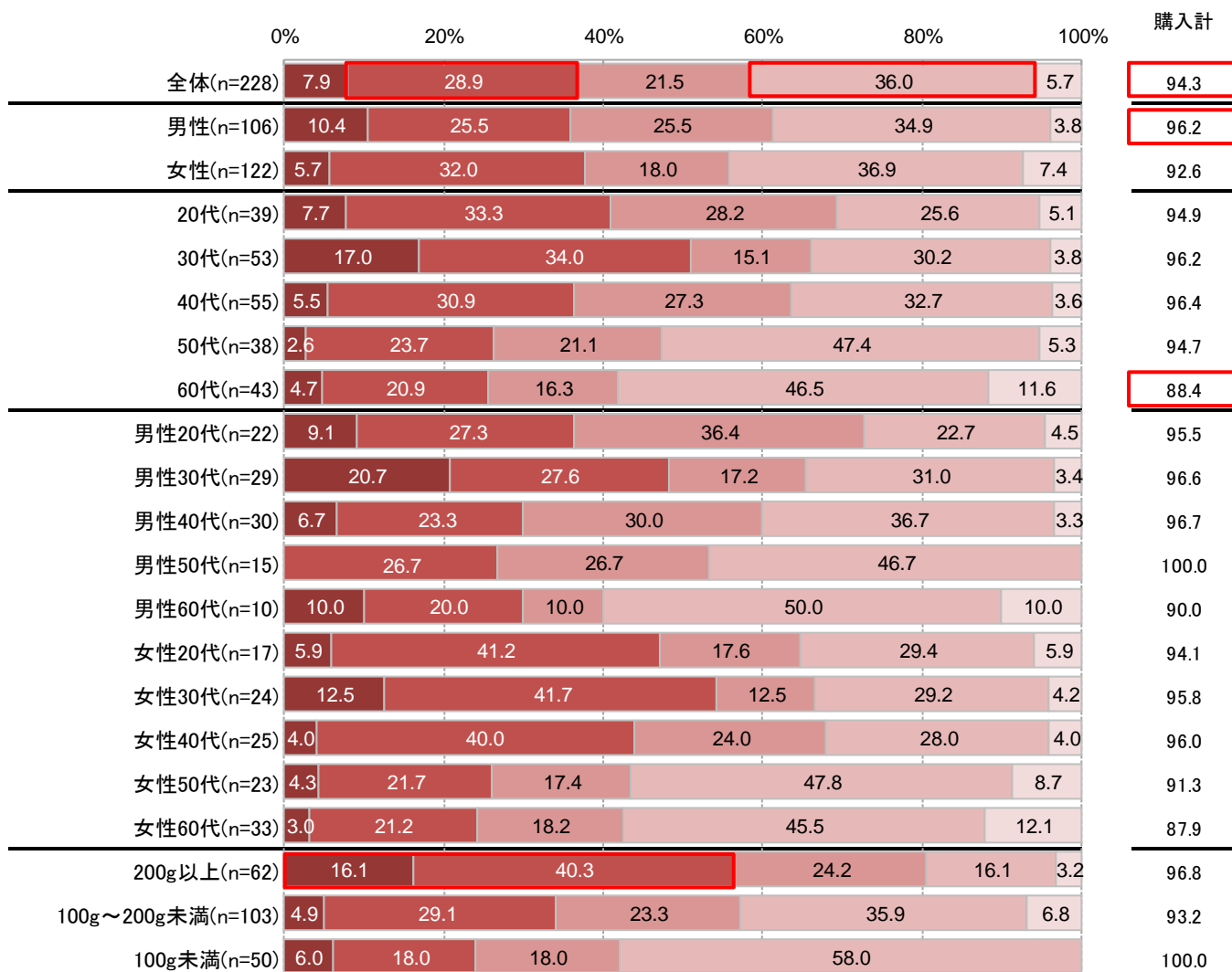
④ エシカルフルーツ購入頻度 [エシカルフルーツ購入者]

- 全体では、月に1回未満を示す「それ未満程度」が最も高い。次いで「月に2～3回程度」が続いている。購入計は9割台半ばとなった。
- 性別でみると、『男性』は『女性』と比べて購入頻度が高く、9割台半ばが購入している。
- 年代別でみると、『60代』は他の層と比べて購入頻度が低く、購入計は9割未満にとどまった。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では「月に2～3回程度」以上の割合が5割台半ばを占めている。

Q19. あなたは、エシカルフルーツをどのくらいの頻度で購入しますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■週に1回以上 ■月に2～3回程度 ■月に1回程度 ■それ未満の頻度 ■現在は購入していない



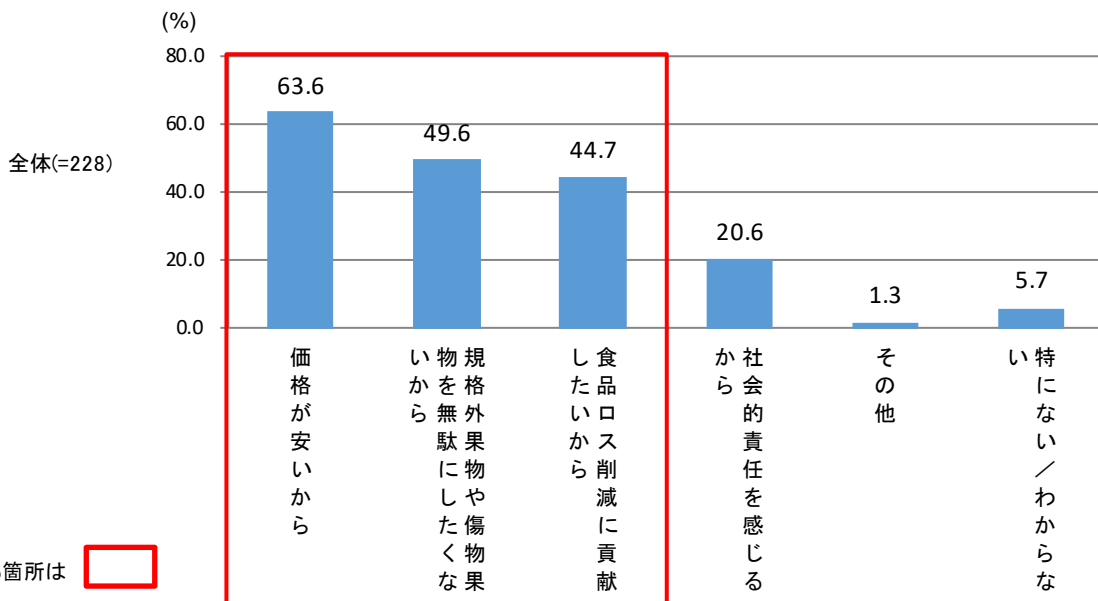
※「購入計」=「週に1回以上」～「それ未満の頻度」

⑤ エシカルフルーツの購入理由 [エシカルフルーツ購入者]

- 全体では、「価格が安いから」が6割台半ばで最も高い。次いで「規格外果物や傷物果物を無駄にしたくないから」が5割、「食品ロス削減に貢献したいから」が4割台半ばで続く。
- 性別でみると、『女性』は「価格が安いから」が『男性』より顕著に高い。一方、『男性』は「社会的責任を感じるから」が『女性』より顕著に高い。
- 年代別でみると、『40代』では「価格が安いから」、『50代』では「規格外果物や傷物果物を無駄にしたくないから」の割合がそれぞれ7割を超えている。
- 果物摂取量別でみると、『100g未満』の層では「価格が安いから」が7割超。

Q20. あなたが、エシカルフルーツを購入する主な理由は何ですか。

※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体 (n=228)	63.6	49.6	44.7	20.6	1.3	5.7
性別	男性 (n=106)	58.5	46.2	45.3	27.4	0.9	4.7	
	女性 (n=122)	68.0	52.5	44.3	14.8	1.6	6.6	
年代	20代 (n=39)	48.7	46.2	43.6	38.5	0.0	5.1	
	30代 (n=53)	58.5	47.2	50.9	22.6	1.9	3.8	
	40代 (n=55)	72.7	36.4	36.4	18.2	1.8	3.6	
	50代 (n=38)	65.8	71.1	42.1	10.5	2.6	7.9	
	60代 (n=43)	69.8	53.5	51.2	14.0	0.0	9.3	
性別年代	男性20代 (n=22)	45.5	54.5	50.0	27.3	0.0	9.1	
	男性30代 (n=29)	51.7	34.5	48.3	34.5	3.4	6.9	
	男性40代 (n=30)	70.0	40.0	40.0	26.7	0.0	0.0	
	男性50代 (n=15)	60.0	60.0	40.0	20.0	0.0	6.7	
	男性60代 (n=10)	70.0	60.0	50.0	20.0	0.0	0.0	
	女性20代 (n=17)	52.9	35.3	35.3	52.9	0.0	0.0	
	女性30代 (n=24)	66.7	62.5	54.2	8.3	0.0	0.0	
	女性40代 (n=25)	76.0	32.0	32.0	8.0	4.0	8.0	
女性50代 (n=23)	69.6	78.3	43.5	4.3	4.3	8.7		
女性60代 (n=33)	69.7	51.5	51.5	12.1	0.0	12.1		
果物摂取量	200g以上 (n=62)	56.5	50.0	51.6	32.3	3.2	3.2	
	100g~200g未満 (n=103)	63.1	53.4	44.7	20.4	1.0	3.9	
	100g未満 (n=50)	74.0	46.0	38.0	10.0	0.0	8.0	

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。

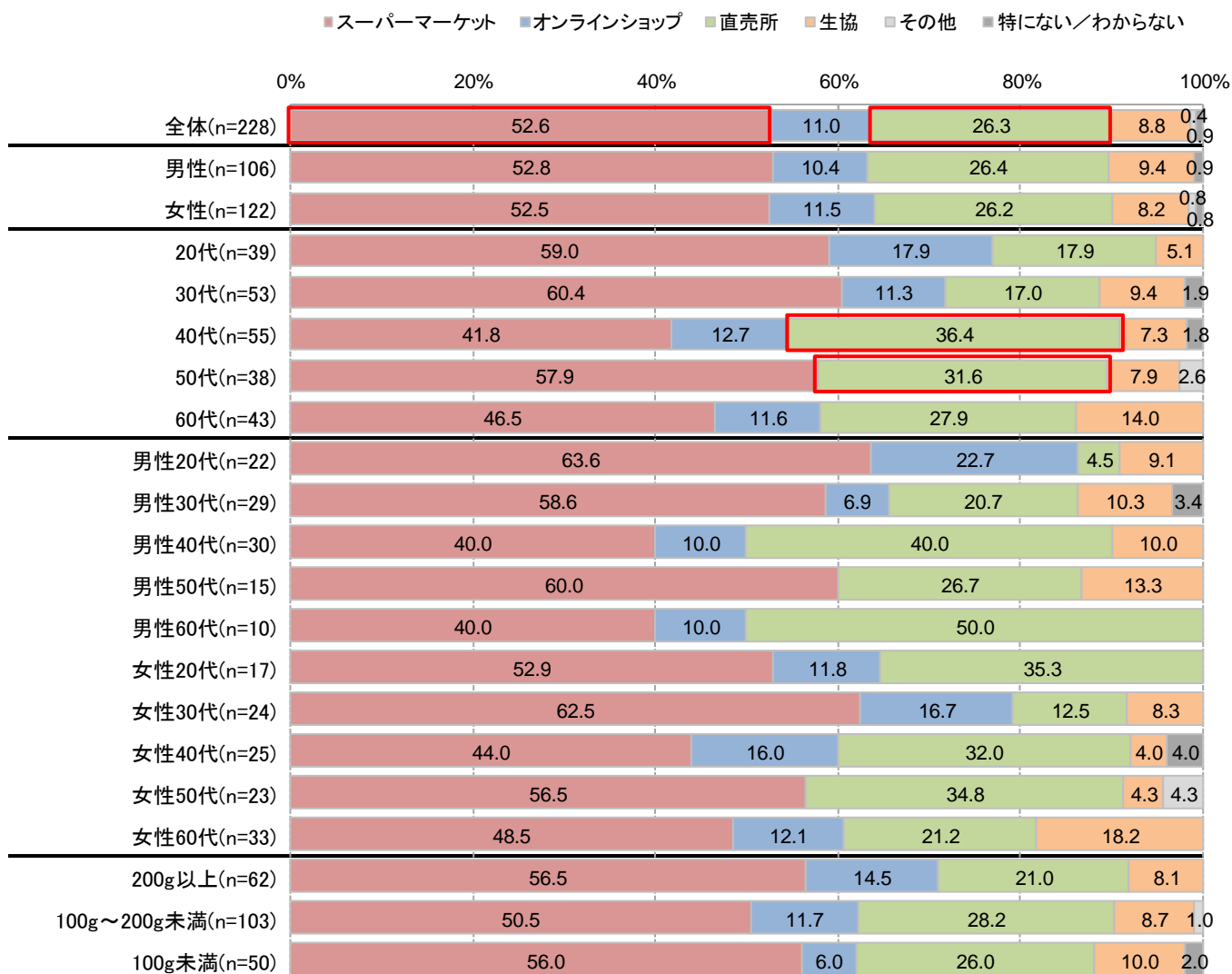
⑥ エシカルフルーツの購入場所 [エシカルフルーツ購入者]

- 全体では、「スーパーマーケット」が5割前半で最多。次いで「直売所」が2割台半ばで続く。
- 年代別で見ると、『40～50代』では「直売所」の割合が3割超と高め。

Q 2 1. あなたは普段、エシカルフルーツを主にどこで購入しますか。

※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。(S A)

※コメントで触れている箇所は



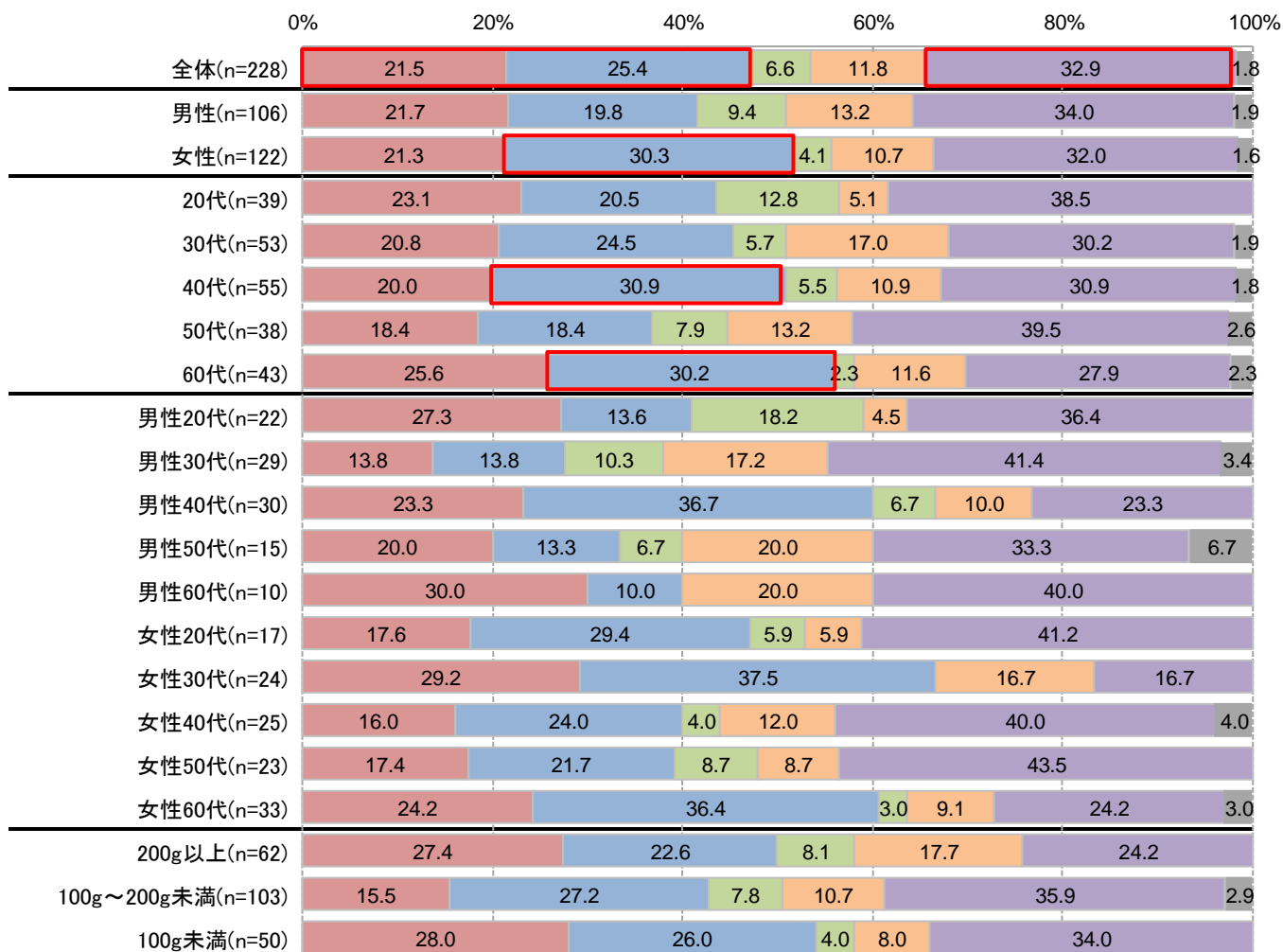
⑦ エシカルフルーツの重視点 [エシカルフルーツ購入者]

- 全体では、「価格」が3割前半で最多。「味」と「果物の種類」も2割を超えた。
- 性別で見ると、『女性』では「味」が3割で、『男性』より高い。
- 年代別で見ると、『40代』『60代』では「味」が3割以上となった。

Q 2 2. あなたが、エシカルフルーツを選ぶ際に最も重視するポイントの一つお選びください。
 ※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■ 果物の種類 ■ 味 ■ 見た目(外観) ■ 産地 ■ 価格 ■ その他 ■ 特にない/わからない

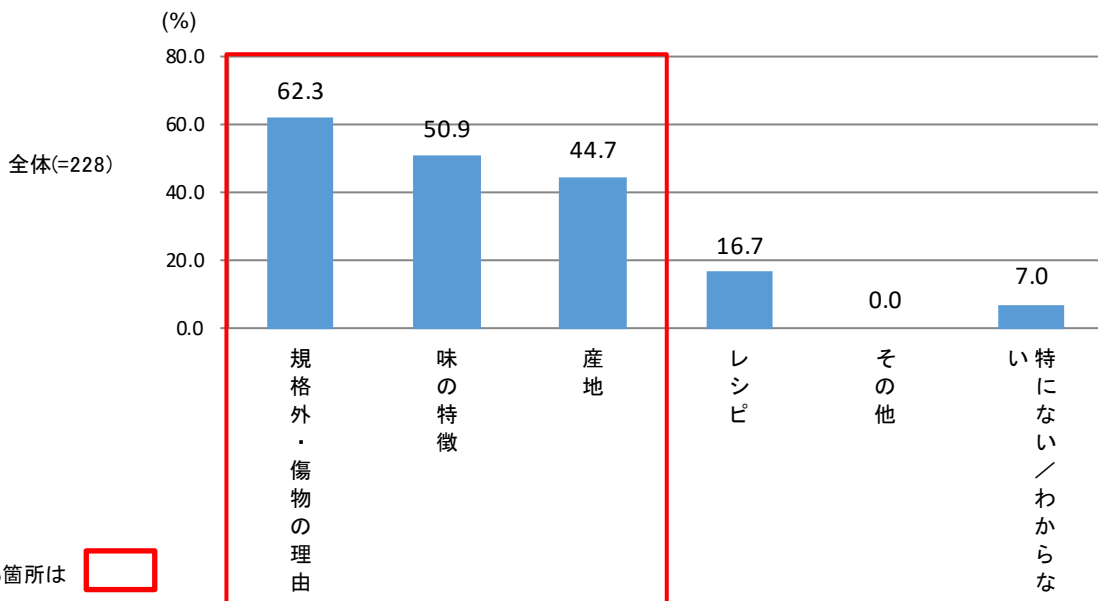


⑧エシカルフルーツ購入時の参考情報 [エシカルフルーツ購入者]

- 全体では、「規格外・傷物の理由」が6割前半で最も高い。次いで「味の特徴」が5割強、「産地」が4割台半ばで続く。
- 性別でみると、『女性』は「規格外・傷物の理由」が『男性』より高い。一方、『男性』は「レシピ」が『女性』より高い。
- 年代別でみると、『50代』では「規格外・傷物の理由」が7割台半ば、「産地」が6割台後半で、ともに他の年代より高い。
- 果物摂取量別でみると、『200g以上』の層では「レシピ」の割合が4割で他の層より高い。

Q23. あなたが、エシカルフルーツを購入する際に、どのような情報が参考になりますか。

※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。(MA)



※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=228)	62.3	50.9	44.7	16.7	0.0	7.0
性別	男性	(n=106)	57.5	51.9	42.5	20.8	0.0	6.6	
	女性	(n=122)	66.4	50.0	46.7	13.1	0.0	7.4	
年代	20代	(n=39)	53.8	48.7	33.3	38.5	0.0	5.1	
	30代	(n=53)	64.2	54.7	49.1	22.6	0.0	5.7	
	40代	(n=55)	56.4	47.3	45.5	10.9	0.0	3.6	
	50代	(n=38)	76.3	52.6	68.4	7.9	0.0	5.3	
	60代	(n=43)	62.8	51.2	27.9	4.7	0.0	16.3	
性別年代	男性20代	(n=22)	54.5	50.0	36.4	40.9	0.0	0.0	
	男性30代	(n=29)	65.5	48.3	34.5	20.7	0.0	6.9	
	男性40代	(n=30)	46.7	56.7	46.7	10.0	0.0	6.7	
	男性50代	(n=15)	60.0	53.3	73.3	20.0	0.0	13.3	
	男性60代	(n=10)	70.0	50.0	20.0	10.0	0.0	10.0	
	女性20代	(n=17)	52.9	47.1	29.4	35.3	0.0	11.8	
	女性30代	(n=24)	62.5	62.5	66.7	25.0	0.0	4.2	
	女性40代	(n=25)	68.0	36.0	44.0	12.0	0.0	0.0	
果物摂取量	200g以上	(n=62)	54.8	58.1	40.3	40.3	0.0	0.0	
	100g~200g未満	(n=103)	68.0	50.5	44.7	8.7	0.0	6.8	
	100g未満	(n=50)	64.0	50.0	48.0	8.0	0.0	10.0	

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。

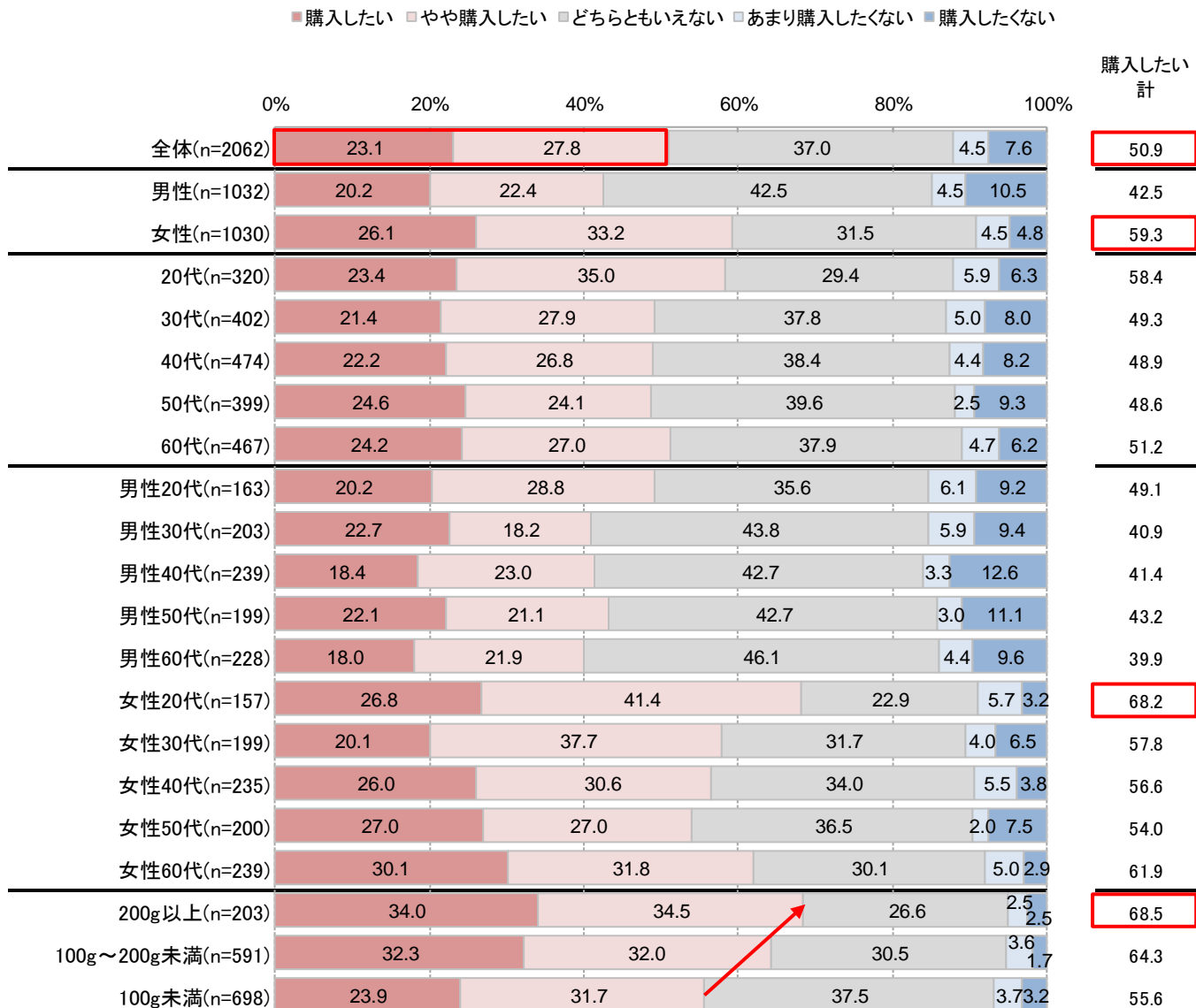
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑨ エシカルフルーツの購入意向

- 全体では、「購入したい」が2割前半、「やや購入したい」が2割後半で、購入したい計は5割強となった。
- 性別で見ると、『女性』の購入したい計が6割弱で、4割前半の『男性』を大きく上回った。
- 性年代別で見ると、『女性20代』の購入したい計が6割後半で、他の性年代より高い。
- 果物摂取量別で見ると、摂取量が多いほど購入意向が高くなる傾向で、『200g以上』の層の購入したい計は7割弱となった。

Q24. あなたは今後(も)、エシカルフルーツを購入したいと思いますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

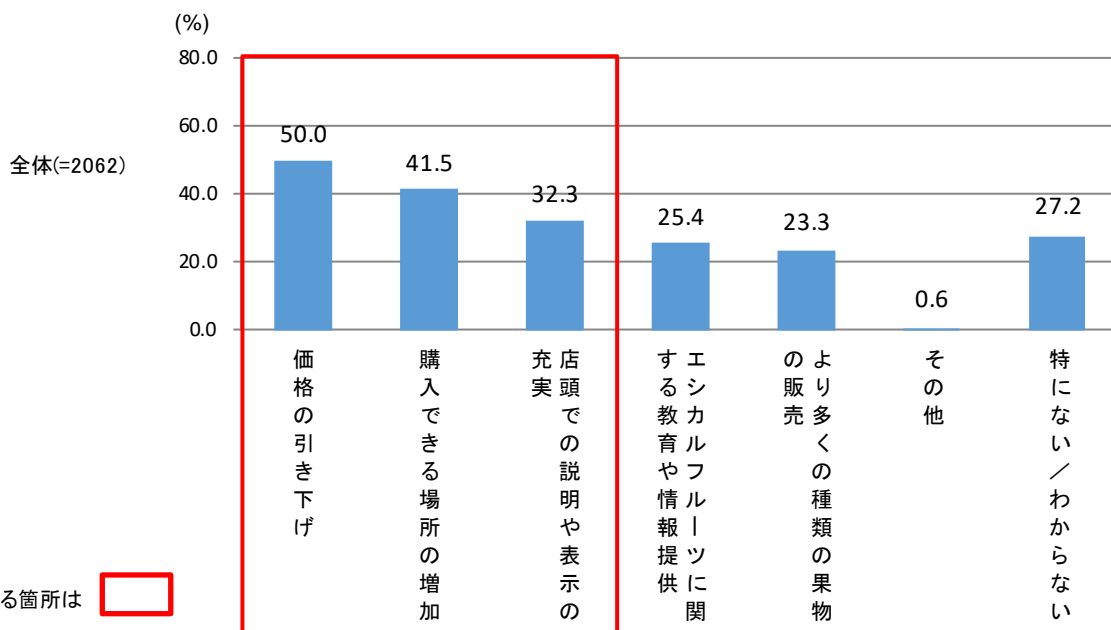


※「購入したい計」=「購入したい」+「やや購入したい」

⑩ エシカルフルーツ購入促進の有効な取り組み

- 全体では、「価格の引き下げ」が5割で最も高い。次いで「購入できる場所の増加」が4割前半、「店頭での説明や表示の充実」が3割前半で続く。
- 性別で見ると、『女性』は上位の「価格の引き下げ」「購入できる場所の増加」「店頭での説明や表示の充実」の割合が、いずれも『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「エシカルフルーツに関する教育や情報提供」「より多くの種類の果物の販売」の割合がともに3割を超えており、他の層より高い。

Q25. エシカルフルーツの購入を促進するためにどのような取り組みが有効だと思いますか。(MA)



※コメントで触れている箇所は

		全体 (n=2062)	50.0	41.5	32.3	25.4	23.3	0.6	27.2
性別	男性 (n=1032)	44.4	34.0	26.1	22.1	20.3	0.5	33.5	
	女性 (n=1030)	55.6	48.9	38.6	28.6	26.4	0.8	20.8	
年代	20代 (n=320)	49.4	40.9	34.7	29.1	21.9	0.3	23.8	
	30代 (n=402)	49.3	36.8	28.4	24.1	22.4	0.5	28.9	
	40代 (n=474)	51.7	40.9	32.5	23.4	21.5	1.1	25.5	
	50代 (n=399)	49.1	45.6	32.3	25.1	25.1	0.5	27.3	
	60代 (n=467)	50.1	42.8	34.0	26.1	25.5	0.6	29.6	
性別年代	男性20代 (n=163)	47.9	35.6	30.1	28.8	20.9	0.6	28.8	
	男性30代 (n=203)	41.4	27.6	20.7	19.2	21.2	0.5	33.5	
	男性40代 (n=239)	45.2	35.1	27.6	21.3	21.8	1.3	31.8	
	男性50代 (n=199)	45.2	40.2	27.1	24.1	20.1	0.0	31.2	
	男性60代 (n=228)	43.0	32.0	25.4	18.9	17.5	0.0	40.8	
	女性20代 (n=157)	51.0	46.5	39.5	29.3	22.9	0.0	18.5	
	女性30代 (n=199)	57.3	46.2	36.2	29.1	23.6	0.5	24.1	
	女性40代 (n=235)	58.3	46.8	37.4	25.5	21.3	0.9	19.1	
	女性50代 (n=200)	53.0	51.0	37.5	26.0	30.0	1.0	23.5	
	女性60代 (n=239)	56.9	53.1	42.3	33.1	33.1	1.3	18.8	
果物摂取量	200g以上 (n=203)	50.2	50.7	39.9	35.5	34.5	0.5	14.3	
	100g~200g未満 (n=591)	54.8	49.1	40.1	29.9	31.3	0.8	16.6	
	100g未満 (n=698)	52.9	42.6	33.5	26.5	22.9	0.4	24.8	

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。

(5) エシカルフルーツについて まとめ

- 全体の約2割がエシカルフルーツを「知っている」と回答。
 - 果物摂取量が多いほど「知っている」の割合が高い。
 - エシカルフルーツに関する情報は、「テレビ」が半数を超えて高く、「インターネット」と続く。
 - エシカルフルーツを知っている人のうち、4割台後半の人が、エシカルフルーツを購入したことがある。
 - 購入頻度は「月に1回未満」が多く、性別では、男性が女性よりも購入頻度は高い。
 - 購入理由は「価格が安いから」が高く、特に女性が男性よりも顕著に高い。
 - 購入場所は、「スーパーマーケット」が約半数を占める。
 - 購入重視点は、全体の約3割が「価格」で、「味」「果物の種類」と続く。年代別でみると、40代と60代では「味」が3割以上。
 - エシカルフルーツの購入時の参考情報は、「規格外・傷物の理由」が6割を超えて最も高い。
 - 果物の摂取量別でみると、200g以上の層は、「レシピ」が他の層より高い。
 - 全体のエシカルフルーツ購入意向は5割を超えている。
 - 果物摂取量が多いほど、購入意向が高まる傾向がある。
 - 「価格の引き下げ」が購入促進において最も有効な取り組み。次いで「購入できる場所の増加」。
-
- ・ エシカルフルーツを「知っている」と回答した割合は2割台半ば。(p52)
 - ・ 果物摂取量別でみると、摂取量が多いほど認知率は高く、200g以上の層で4割を超えた。(p52)
 - ・ エシカルフルーツに関する情報は、「テレビ」「インターネット」「店舗での表示」と続く。(p53)
 - ・ エシカルフルーツを知っている人のうち、「購入したことがある」の割合は4割台後半。(p54)
 - ・ 性別×年代でみると、男性は高年代ほど「購入したことがある」の割合が低くなる傾向があり、特に60代の「購入したことがある」の割合は2割台前半。(p54)
 - ・ 購入頻度は「月に1回未満」が36.0%で最も高い。(p55)
 - ・ 果物摂取量でみると、200g以上の層では、「月に2~3回程度」以上の割合が5割台半ばを占めている。(p55)
 - ・ 購入理由は「価格が安いから」が63.6%で最も高く、「規格外果物や傷物果物を無駄にたくないから」49.6%と続く。(p56)
 - ・ 購入場所は「スーパーマーケット」が52.6%と最も高い。(p57)
 - ・ 年代別では、40~50代の「直売所」の割合が3割超と高い。(p57)
 - ・ 購入の重視点は、「価格」が32.9%で最も高く、「味」25.4%、「果物の種類」21.5%と続く。(p58)
 - ・ 参考情報は、「規格外・傷物の理由」が6割を超えて最も高い。(p59)
 - ・ 果物摂取量別でみると、200g以上の層では「レシピ」が40.3%と他の層よりも高い。(p59)
 - ・ 購入意向は、全体では購入したい計が50.9%。(p60)
 - ・ 果物摂取量別でみると、200g以上の層の購入したい計は約7割で、摂取量が多くなるほど購入意向は高くなる傾向。(p60)
 - ・ 購入促進の有効な取り組みとして、「価格の引き下げ」が50.0%で最も高く、「購入できる場所の追加」「店頭での説明や表示の充実」が続く。(p61)
 - ・ エシカルフルーツについて、「規格外品などを使った果実加工品」としていたが、認知度が2割台と高い。購入理由として「価格が安いから」としていることから、傷果やわけありの生果をイメージして回答している人も何割か含まれている可能性がある。

(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9.8%で、令和5年度調査からほぼ横ばい。
- ほとんど果物を食べない人の割合は27.6%。男性50代、女性40代、50代は果物摂取量が少ない(200g以上の割合が少なく、100g未満の割合が多い)。
- 果物の(ほぼ)毎日摂取者は21.0%。週1回以上摂取している人は53.4%で、令和5年度調査(52.3%)からはわずかに増加している。
- 女性は男性よりも摂取頻度が高く、女性は年代が上がるにつれて頻度は多くなる。
- 毎日摂取の阻害要因は、「値段が高い」「日持ちしない」「食べるまでに手間がかかる」「他に食べる商品があるから」が多い。



物価高騰が進む中で、果物の割高感はあるものの、前年の200g以上摂取者の割合は維持している。

ほとんど果物を食べない人の割合は、27.6%と多い。年代別にみると、特に40代、50代の摂取量が少ない傾向があり、こうした人たちへの取組が重要である

また、毎日摂取しない理由として挙がっていたもののうち、「手間がかかる」の要因は果物の提供・販売方法などで、解決の余地はあると考える。

(2) 今後の果物の摂取意向

- 36.8%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と横ばい。20代が半数近くの人が増やしたいと考えている。
- 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」「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」「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%」「フルーツヨーグルト」を増やしたい人がやや高め。



摂取意向は、前回から大きくは変わらず。ただし、20代の半数近くの人が増やしたいと思っている為、若年層の摂取量に伸びしろを感じる。

提供方法については、価格コンシャスの一面は見受けられるが、簡単に手間なく食べられる提供を強化して、摂取のハードルを下げていきたい。

販売方法については、昨今のフードロスへの関心の高まりを活かした消費者へのアプローチも検討していきたい。

(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」と「みかん」。
- 女性は、「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。特に「りんご」と「みかん」が顕著に高い。



月1回以上喫食する品目として現状、割合が高い「りんご」「みかん」に加えて、定番商品となる品目を増やしていきたい。前回から喫食している割合が増加している「キウイ」はその候補となりうる。女性の喫食割合が高いので、今後は男性にも広げていくことが優先順位としては高そうといえる。

(4) 果物消費拡大施策について

- 果物のイメージとして、おいしい、甘い、値段が高いとの回答が多い。健康に良いは34.7%で比較的多いものの、生活習慣病との関係は11.9%で少ない。
- 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。



令和6年度より健康日本21第三次が実施され、果物摂取量を現状の令和元年度99gから令和14年度に200gとする目標が設定された。その説明資料の中で、「果物の摂取は、高血圧、肥満、2型糖尿病などの生活習慣病の発症リスク低下との関連が報告されているが、日本人の平均摂取量は増加していない。さらに、日本人の全死亡に寄与する食事要因として、食塩の過剰摂取、全粒穀類の摂取量の少なさに次いで、果物摂取量の少なさが報告されており、日本人における果物摂取量の増加は、食生活改善の重要な課題の1つである」とされている。こうした点も踏まえ、果物のよさを積極的に伝えていく必要がある。

果物のイメージとして、生活習慣病発症や死亡のリスク低下との関係は十分に認知されていない。果物をほとんど食べない人、摂取量が少ない人のこれらリスクは高いことから、こうした層への取組が特に重要と考える。

(5) エシカルフルーツについて

- 全体の約2割がエシカルフルーツを「知っている」と回答。
- 果物摂取量が多いほど「知っている」の割合が高い。
- エシカルフルーツに関する情報は「テレビ」がメインで「インターネット」と続く。
- 購入頻度は、「月に1回未満」が多く、性別では男性が女性よりも頻度は高い。
- 購入理由としては、「価格が安いから」が高い。
- 購入場所は「スーパーマーケット」が約半数を占めている。
- 購入重視点は全体の約3割が「価格」で「味」「果物の種類」と続く。
- 購入時の参考情報としては、「規格外・傷物の理由」が高い。
- 摂取量が200g以上の層は、「レシピ」の割合が他の層よりも高い。
- 全体のエシカルフルーツ購入意向は5割を超え、果物の摂取量が増えることで、購入意向も高まる傾向がある。
- 「価格の引き下げ」が購入促進において最も有効な取り組み。



エシカルフルーツの認知度は全体の約2割程度。認知度としてはまだ低いため、テレビやSNSを通じて、まずは規格外品などを使った果実加工品＝エシカルフルーツの浸透を深めていきたい。

購入場所である「スーパーマーケット」が消費者と最も接触できるチャネルの為、店頭販促なども効果的そうといえる。

購入時には、「規格外・傷物の理由」の提示は必須要素であるが、エシカルフルーツを使用した「レシピ」などの発信も、果物摂取量が200g以上の方は、響く可能性はある。

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

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

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

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

※「生鮮果物」の主な例

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

※「果物加工品」の主な例

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

- ① 必須入力(全項目)

【現在の果物摂取についてお聞きします】

- 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 →	<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 匂や味覚を楽しめるから	5 美容に良いから	6 習慣になっているから	7 手間がかからずいつでも食べられるから	8 安心して食べられるから	9 その他
1. あてはまる理由(いくつでも) →	<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

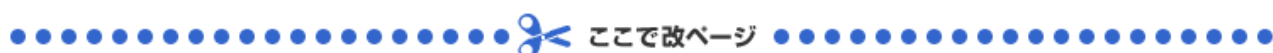


ここで改ページ

- ・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 味や甘みなどの品質にはりつきがあるから	8 皮・タネなどのご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) →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="text"/>
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に <input type="text"/>



- ・ 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せんか。

【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



ここで改ページ

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

Q7 あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を食べていますか？

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

【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	そのまま	ヨーグルトに入れて	フルーツジュースとして	ケーキ、クレープなどのお菓子に入れて	ジャムとして	料理に使う	フルーツサラダとして	ゼリーとして	スムージーとして	ミルクをかけて	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"/>
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="checkbox"/>
											<input type="checkbox"/>
											具体的に
											<input type="checkbox"/>
											具体的に

✂ ここまで改ページ

- ①必須入力
- ①37_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】

- | | |
|--|---|
| <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. 生活に彩りや潤いを添えてくれる存在 | <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. 替沢 |
| <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 | |

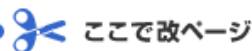


ここで改ページ

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

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(味がバラつきがない)
- 4. 皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物(品種)
- 5. 健康や美容(おいしく機能性の高い)果物
- 6. 今よりも1つの実が大ぶりの果物
- 7. 今よりも1つの実が小ぶりで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



ここで改ページ

- ①必須入力
- ①20_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
- 選択肢リパースランダムイズ : 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. 美味しい果物を見分け方を表示して販売
- 8. その果物の「食べ頃」「旬」を表示して販売
- 9. その果物に含まれる栄養素を表示して販売
- 10. その果物の機能性(骨粗しょう症の予防など)を表示して販売
- 11. 店頭で試食ができる販売
- 12. 袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売
- 13. 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いませんか。
【必須入力】

	1 増やしたい	2 変えようと思わない	3 減らしたい
1. 果汁(100%ジュース/濃縮還元) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 果汁(100%ジュース/ストレート) →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 果汁10%以上のジュース →	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 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: 14. この中にあてはまるものはない/わからない
- 選択肢ランダムイズ : 選択肢 1-13

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)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 食べごろの見分け方 | <input type="checkbox"/> 9. 機能性 |
| <input type="checkbox"/> 2. 美味しい果物の見分け方 | <input type="checkbox"/> 10. 産地や品種 |
| <input type="checkbox"/> 3. 鮮度の見分け方 | <input type="checkbox"/> 11. 栽培方法 |
| <input type="checkbox"/> 4. 糖度などの選定基準 | <input type="checkbox"/> 12. 残留農薬 |
| <input type="checkbox"/> 5. 栄養成分 | <input type="checkbox"/> 13. 生産や流通にかかるコスト |
| <input type="checkbox"/> 6. 生活習慣病との関係 | <input type="checkbox"/> 14. この中にあてはまるものはない/わからない |
| <input type="checkbox"/> 7. ダイエットとの関係 | |
| <input type="checkbox"/> 8. 適量 | |

✂️ ここで改ページ

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	<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. ブドウ	<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. 桜桃(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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. パインアップル	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

- ・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。

【 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)



Q15 以下の果物に関する事を、あなたにご存知でしたか。
当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。
【必須入力】


	1 知っていた見たことがある	2 何となく聞いたことがある見たことがあるような気がする	3 知らなかった見たことはない
1. 国は健康増進のために果物を毎日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"/>
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"/>

- ・ ①必須入力

Q16 あなたは、見た目の良くない規格外品などを使った果実加工品が、食品廃棄を減らすエシカル(倫理的)なフルーツとして商品化されていることを、ご存知ですか。

【必須入力】

- 1. 知っている
- 2. 知らない

 ここで改ページ

- ・ 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. わからない
- ・ 選択肢ランダマイズ: 選択肢 1-5

Q17 あなたは、エシカルフルーツに関する情報をどのように知りましたか。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. インターネット
- 2. テレビ
- 3. 新聞
- 4. 知人や家族
- 5. 店舗での表示
- 6. その他
- 7. わからない

 ここで改ページ

- ・ セレクト条件：【Q16】で1と答えた方
- ・ ①必須入力

Q18 あなたは今まで、エシカルフルーツを購入したことがありますか。

【必須入力】

- 1. 購入したことがある
- 2. 購入したことがない

 ここで改ページ

- ・ セレクト条件：【Q18】で1と答えた方
- ・ ①必須入力

Q19 あなたは、エシカルフルーツをどのくらいの頻度で購入しますか。

【必須入力】

- 1. 週に1回以上
- 2. 月に2～3回程度
- 3. 月に1回程度
- 4. それ未満の頻度
- 5. 現在は購入していない



ここで改ページ

- ・ セレクト条件：【Q18】で1と答えた方
- ・ ①必須入力
- ・ ⑤ FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 6. 特になし/わからない
- ・ 選択肢ランダムサイズ: 選択肢 1-4

Q20 あなたが、エシカルフルーツを購入する主な理由は何ですか。(いくつでも)
※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。

【必須入力】

- 1. 食品ロス削減に貢献したいから
- 2. 規格外果物や傷物果物を無駄にしないから
- 3. 社会的責任を感じるから
- 4. 価格が安いから
- 5. その他
- 6. 特になし/わからない



ここで改ページ

- ・セレクト条件：【Q18】で1と答えた方
- ・①必須入力
- ・①5_FA: 必須入力
- ・選択肢ランダムサイズ：選択肢1-4

Q21 あなたは普段、エシカルフルーツを主にどこで購入しますか。
※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。

【必須入力】

- 1. スーパーマーケット
- 2. オンラインショップ
- 3. 直売所
- 4. 生協
- 5. その他
- 6. 特になし／わからない



ここで改ページ

- ・セレクト条件：【Q18】で1と答えた方
- ・①必須入力
- ・①6_FA: 必須入力
- ・選択肢ランダムサイズ：選択肢1-5

Q22 あなたが、エシカルフルーツを選ぶ際に最も重視するポイントの一つをお選びください。
※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。

【必須入力】

- 1. 果物の種類
- 2. 味
- 3. 見た目(外観)
- 4. 産地
- 5. 価格
- 6. その他
- 7. 特になし／わからない



ここで改ページ

- ・セレクト条件：【Q18】で1と答えた方
- ・①必須入力
- ・①5_FA：必須入力
- ・排他選択肢：6. 特にない/わからない
- ・選択肢ランダムイズ：選択肢1-4

Q23 あなたが、エシカルフルーツを購入する際に、どのような情報が参考になりますか。(いくつでも)
※現在は購入していない方は、購入していた当時を思い出してお答えください。

【必須入力】

- 1. 規格外・傷物の理由
- 2. 産地
- 3. 味の特徴
- 4. レシピ
- 5. その他
- 6. 特にない/わからない



ここで改ページ

- ・①必須入力

Q24 あなたは今後(も)、エシカルフルーツを購入したいと思いますか。

【必須入力】

- 1. 購入したい
- 2. やや購入したい
- 3. どちらともいえない
- 4. あまり購入したくない
- 5. 購入したくない



ここで改ページ

- ・ ①必須入力
- ・ ⑥_FA: 必須入力
- ・ 排他選択肢: 7. 特になし/わからない
- ・ 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-5

Q25 エシカルフルーツの購入を促進するためにどのような取り組みが有効だと思いますか。(いくつでも)
【必須入力】

- 1. より多くの種類の果物の販売
- 2. 購入できる場所の増加
- 3. 店頭での説明や表示の充実
- 4. エシカルフルーツに関する教育や情報提供
- 5. 価格の引き下げ
- 6. その他
- 7. 特になし/わからない

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

送 信

5. 【参考】調査の経年分析結果

1 経年分析結果の掲載について

「平成29年度果物の消費に関する調査報告書」の巻末に、それまで継続的にアンケート調査を行ってきた項目について経年分析結果を掲載している。

今年度は、平成29年度と同様の考え方により、平成30年度から令和6年度まで継続的にアンケート調査を行ってきた項目について経年分析結果を掲載する。

なお、調査結果の変化が分かりやすくなるように、適宜、平成30年よりも以前のデータを掲載している。

また、一部、継続性が欠けている調査項目もある。

2 掲載項目

- ① 果物の摂取頻度
- ② 果物の摂取量
- ③ 果物の摂取理由
- ④ 果物を毎日は摂らない理由
- ⑤ 今後の果物の摂取意向
- ⑥ 果物の消費量を増やすための提供方法
- ⑦ 果物の消費量を増やすための販売方法
- ⑧ 果物を毎日200グラム以上摂取することと健康との関係の認知
- ⑨ 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知
- ⑩ 「毎日くだもの200グラム！」運動のロゴマーク

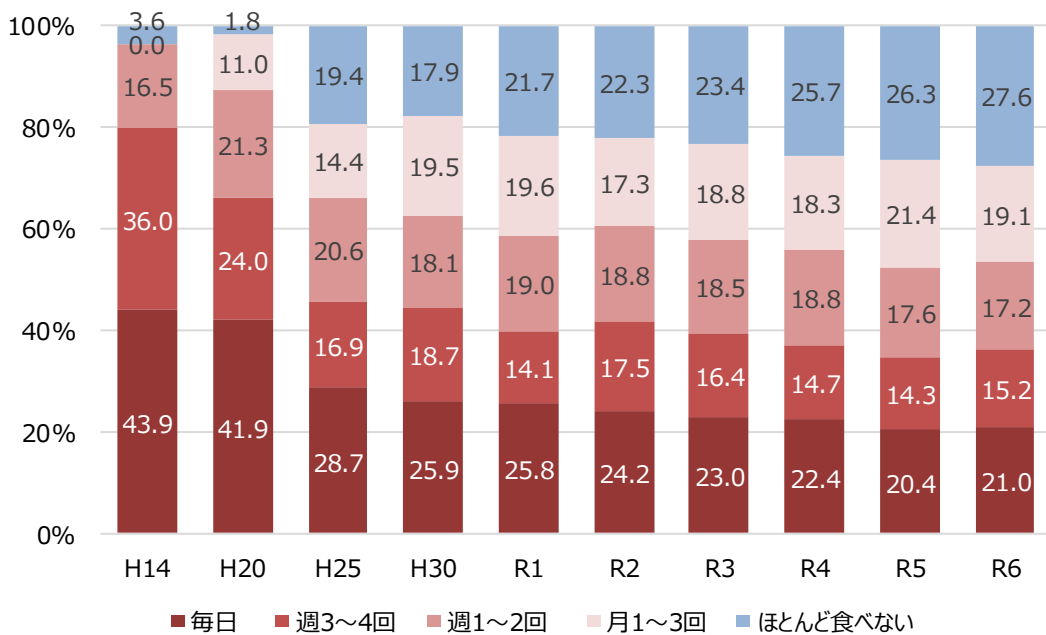
(参考)

掲載データ(表形式)

①果物の摂取頻度

- 平成20年(2008年)までは、ほとんど食べない人の割合は5%未満であったが、その後、食べない人の割合が大きく増加して平成25年(2013年)は19.4%、令和元年(2019年)は21.7%となり、令和4年(2022年)以降は25%を超え、令和6年(2024年)は27.6%と増加傾向が続いている。
- 一方、毎日食べる人の割合は平成20年(2008年)には40%を超えていたが、徐々に減少して平成25年(2013年)は28.7%、平成30年(2018年)は25.9%となり、その後も減少傾向が続き、令和6年(2024年)は21.0%まで低下した。

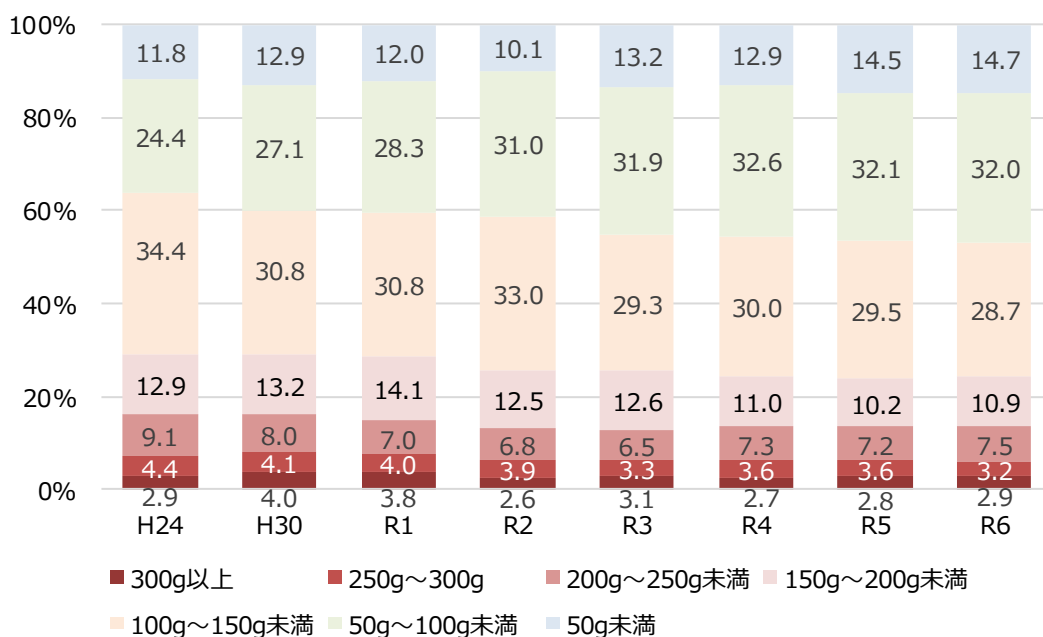
Q あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で食べますか。



②果物の摂取量

- 一日当たりの果物摂取量は、50g以上から300g以上までの50g刻みに各喫食層の割合に大きな変動は見られないものの、平成24年(2012年)以降、令和2年(2020年)までは100g～150gを食べる人が30%を超えて最多層であったが、令和3年(2021年)以降は50g～100gが30%を超えて最多層になった。
- また、50グラム未満も微増傾向にあることから一日当たり100g未満の層が増加しつつある。

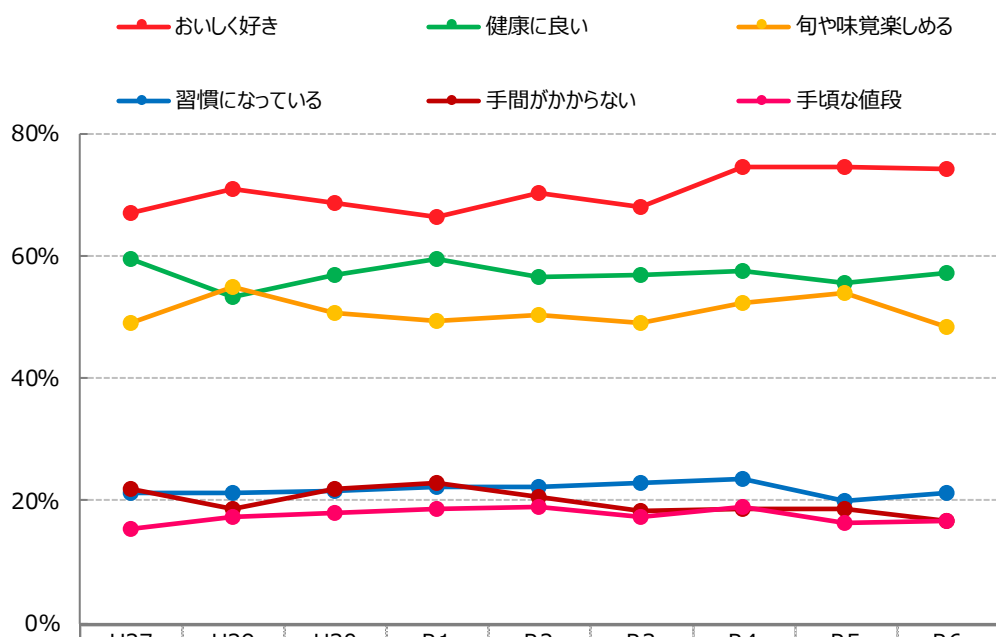
Q あなたが果物を食べる場合、一日当たりどの程度の量をたべていますか。



③果物の摂取理由

- おいしく好き、健康に良い、匂や味覚を楽しめるの上位3項目は、多少の順位の変動はあるものの48%から75%と他に比べてかなり高い割合で推移している。特に、おいしく好きは常に第1位で平成27年の66.9%から令和4年以降は75%程度まで上昇している。
- 一方、習慣になっている、手間がかからない、手頃な値段の低位3項目は多少の順位の変動はあるものの15%から23%程度で推移しており、大きな変化はない。

Q 果物を食べる理由は何ですか。

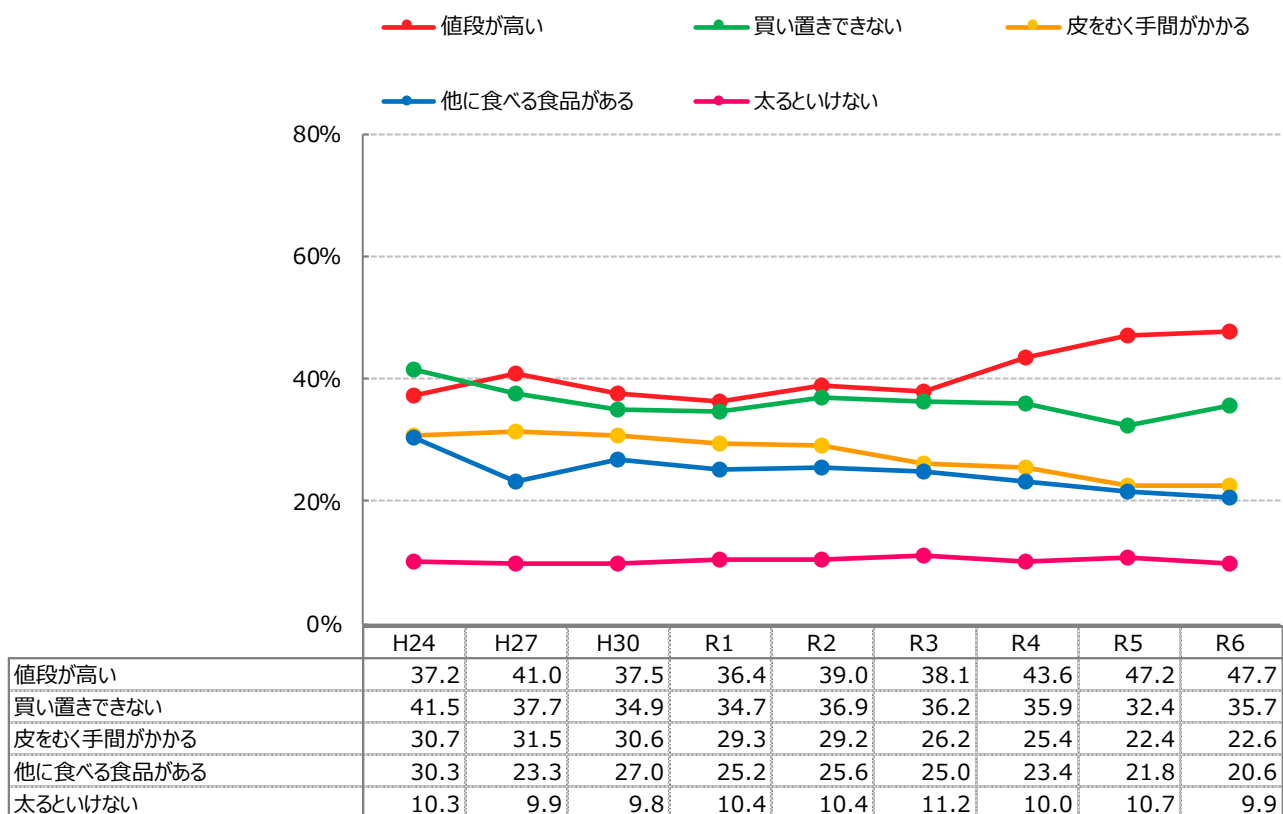


	H27	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
おいしく好き	66.9	70.9	68.7	66.4	70.2	68.0	74.6	74.7	74.3
健康に良い	59.5	53.3	57.1	59.5	56.7	56.9	57.7	55.5	57.4
匂や味覚楽しめる	48.9	55.0	50.7	49.3	50.5	49.1	52.3	54.1	48.3
習慣になっている	21.3	21.4	21.6	22.2	22.2	22.8	23.7	19.9	21.1
手間がかからない	22.0	18.5	21.9	22.8	20.6	18.2	18.7	18.8	16.6
手頃な値段	15.3	17.3	18.1	18.6	19.1	17.3	19.1	16.3	16.6

④果物を毎日は摂らない理由

- 平成24年は買い置きできないが40%を超えて第1位であったが、平成27年以降は値段が高いが第1位になっており、令和3年以降、その割合が徐々に高くなり、令和6年には47.7%になって、他の理由を大きく上回っている。
- 平成30年以降は、買い置きできない、皮をむく手間がかかる、他に食べる食品があるの3項目が第1位に続く項目として20%から37%程度で推移しているが、いずれの項目もわずかずつではあるが、減少傾向にある。

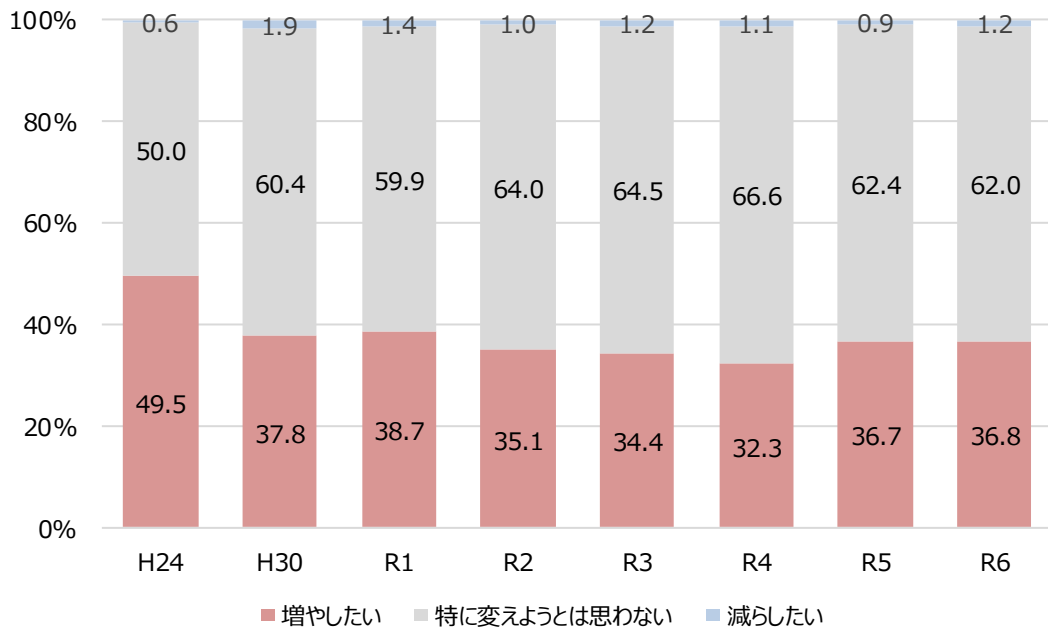
Q 果物を（毎日）食べない理由は何ですか。



⑤今後の果物の摂取意向

- 平成24年(2012年)は、「特に変えようと思わない」と「増やしたい」がほぼ50%で並んでいたが、平成30年(2018年)には「特に変えようと思わない」が60%を超える一方、「増やしたい」が37.8%に低下し、その後も令和4年までは「増やしたい」の割合が少しずつ減少傾向で推移してきたが、令和5年、6年は増加している。

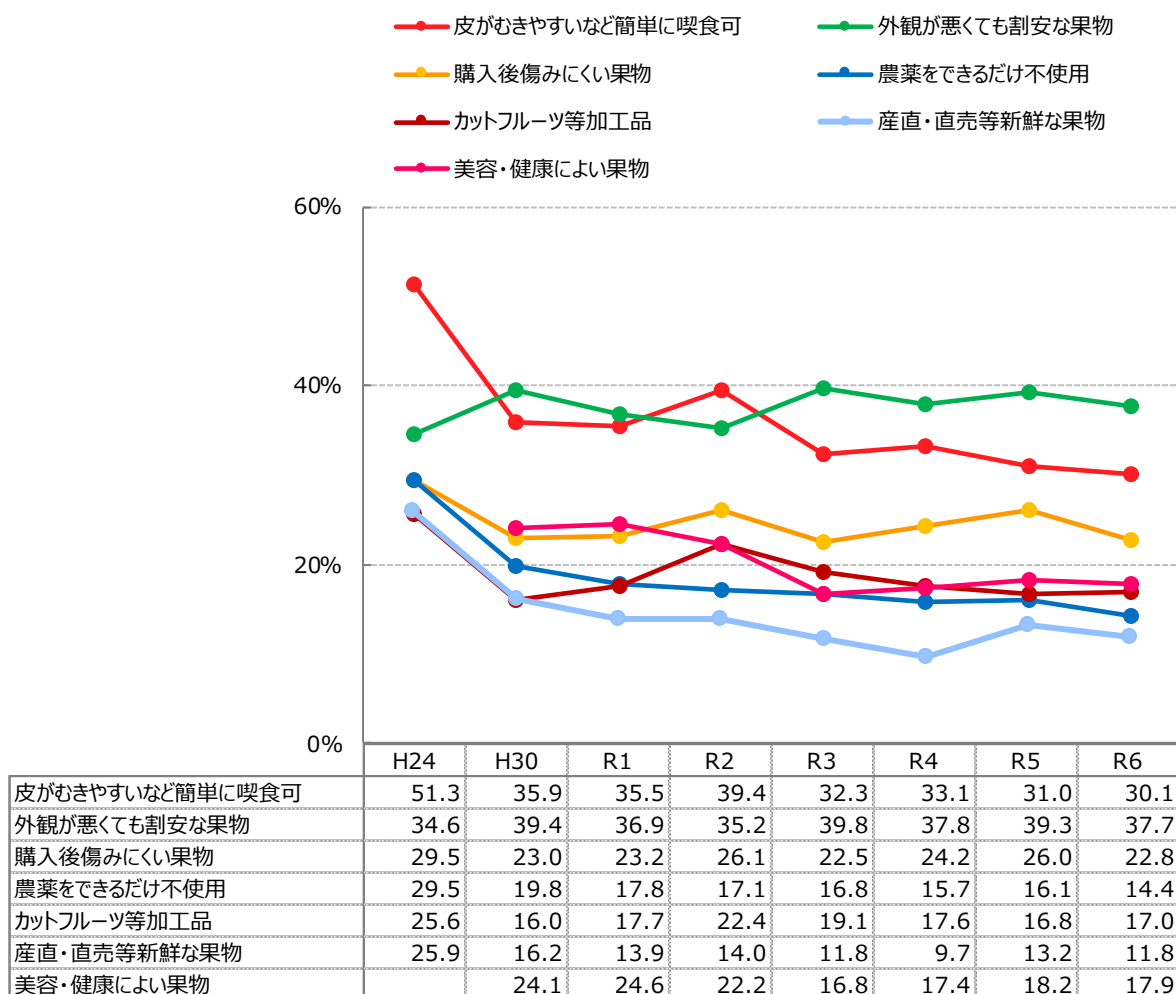
Q あなたは今後、果物を食べる量を増やしたいと思いますか。



⑥果物の消費量を増やすための提供方法

- 平成24年(2012年)は皮がむきやすいなど簡単に食べられるが51.3%と第1位であったが、平成30年(2018年)には外観が悪くても割安な果物が39.4%で第1位となり、令和2年を除いて40%弱で第1位となっており、順位が入れ替わっている。第3位は購入後傷みにくい果物で20%台であり、農薬をできるだけ不使用、カットフルーツ等加工品、産直・直売等新鮮な果物の3項目は、順位に多少の変動はあるものの概ね10%台で推移している。
- 平成30年(2018年)から選択肢に追加した美容・健康によい果物は当初は25%程度と高かったが約18%と低下してきている。

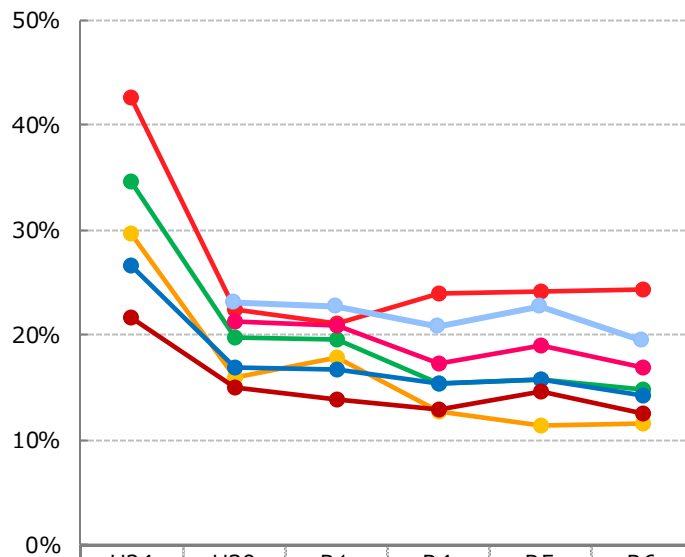
Q どのような果物が提供されれば、果物をより多く食べるようになると思いますか。



⑦果物の消費量を増やすための販売方法

- 平成24年（2012年）はバラで販売が42.6%と他の項目よりもかなり高く第1位であったが、平成30年（2018年）には新たに選択肢を追加した食べごろ・旬を表示が第1位となったが、令和4年（2022年）に再びバラで販売が第1位となった。
- 平成30年（2018年）以降、順位の変動はあるものの、バラで販売、食べごろ・旬を表示、美味しさの見分け方の表示が上位3項目となっている。
- 平成24年（2012年）にはコンビニで販売が29.7%あったが、令和6年は11.5%と半分以下にまで低下している。

Q どのように果物が販売されれば、果物をより多く食べるようになりますか。

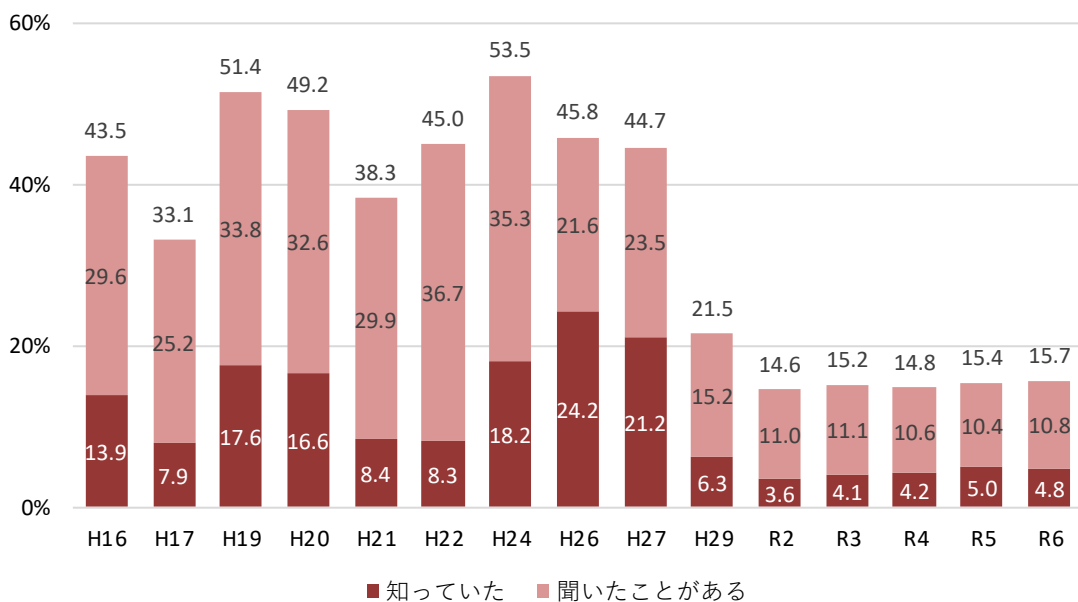


	H24	H30	R1	R4	R5	R6
バラで販売	42.6	22.5	21.0	23.9	24.2	24.2
店頭で試食	34.6	19.7	19.6	15.4	15.7	14.7
コンビニで販売	29.7	15.9	17.8	12.7	11.4	11.5
栄養素を表示	26.6	16.8	16.8	15.4	15.7	14.2
糖度などを表示	21.7	14.9	13.8	12.9	14.5	12.5
食べ頃・旬を表示		23.2	22.7	20.8	22.7	19.5
美味しさ見分け方を表示		21.2	20.8	17.2	19.1	16.9

⑧果物を毎日200グラム以上摂取することと健康との関係の認知

- ・ [国は食事バランスガイドで健康増進のために果物を毎日200グラム食べることを勧めている] ことの認知度(知っていた・聞いたことがある)の割合は、平成16年(2004年)から平成27年(2015年)までは33%から54%で推移していたが、令和2年(2020年)以降15%程度と低く推移している。
- ・ 特に、知っていた人の割合は平成29年(2017年)以降4%から6%と非常に低くなっている。

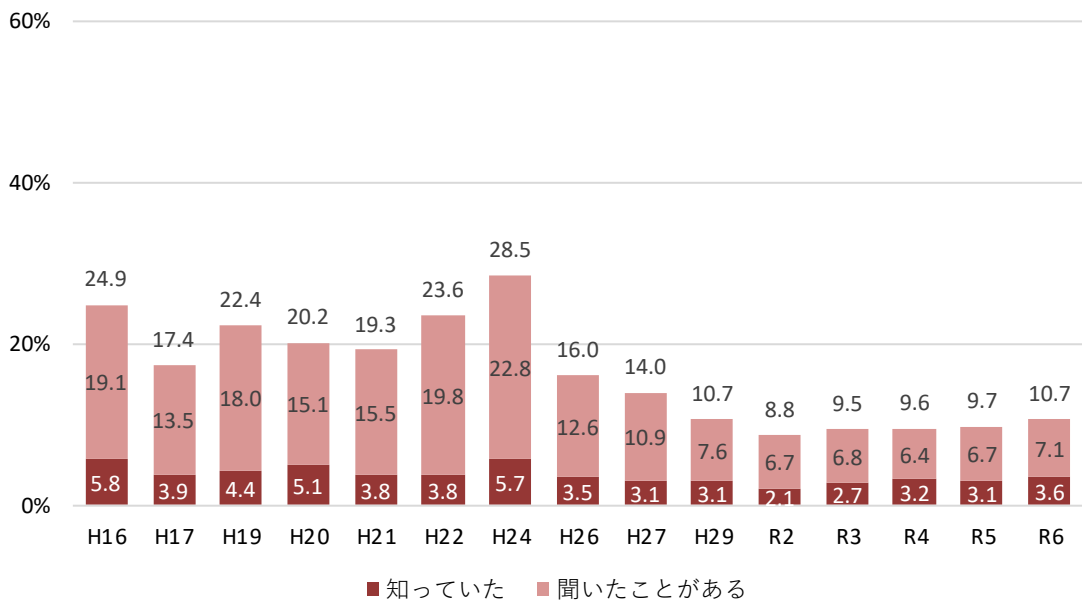
Q 国は食事バランスガイドで健康増進のために果物を毎日200グラム食べることを勧めていることを知っていましたか。



⑨ 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知

- 「毎日くだもの200グラム！」という標語の認知度(知っていた・聞いたことがある)の割合は、平成16年(2004年)から平成24年(2012年)までは17%から29%で推移していたが、平成26年(2016年)に16%に下がり、令和2年からは10%前後で推移している。

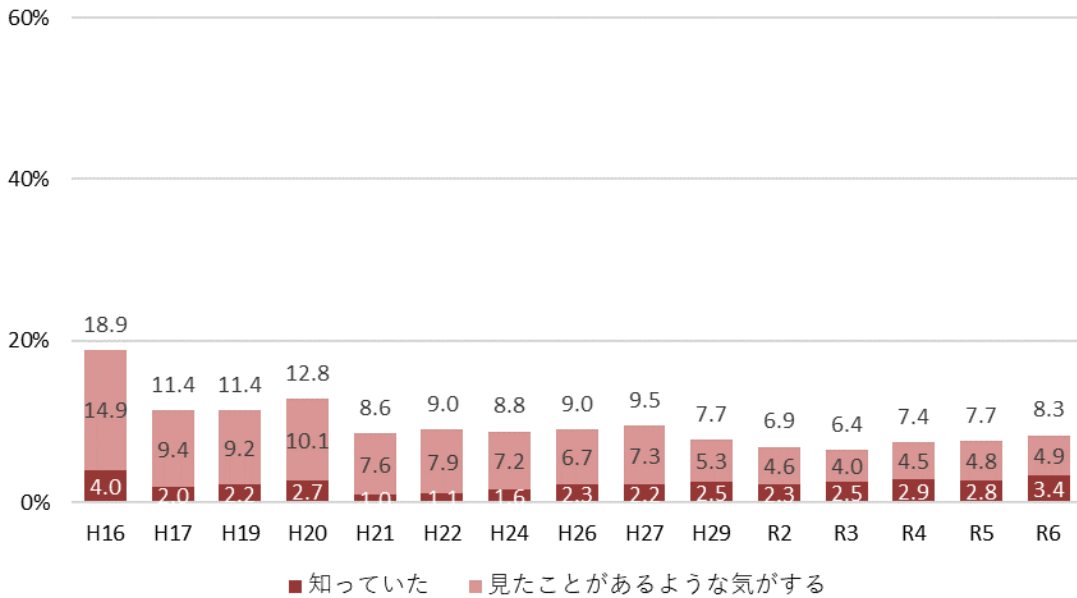
Q 「毎日くだもの200グラム！」という標語を知っていましたか。



⑩ 「毎日くだもの200グラム！」運動のロゴマーク

- 「毎日くだもの200グラム！」運動のロゴマークの認知度(知っていた・見たことがあるような気がする)の割合は、平成16年(2004年)は約19%で、その後、平成20年(2008年)までは10%を超えていたが、平成21年(2009)年以降10%を下回って推移し、令和に入ってからも10%弱でほぼ横ばいで推移している。

Q 「毎日くだもの200グラム！」運動のロゴマークを知っていましたか。



経年分析掲載データ(表形式)

① 果物の摂取頻度

(単位：%)

	H14	H20	H25	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
毎日	43.9	41.9	28.7	25.9	25.8	24.2	23.0	22.4	20.4	21.0
週3～4回	36.0	24.0	16.9	18.7	14.1	17.5	16.4	14.7	14.3	15.2
週1～2回	16.5	21.3	20.6	18.1	19.0	18.8	18.5	18.8	17.6	17.2
月1～3回	0.0	11.0	14.4	19.5	19.6	17.3	18.8	18.3	21.4	19.1
ほとんど食べない	3.6	1.8	19.4	17.9	21.7	22.3	23.4	25.7	26.3	27.6

② 果物の摂取量

(単位：%)

	H24	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
300g以上	2.9	4.0	3.8	2.6	3.1	2.7	2.8	2.9
250g～300g	4.4	4.1	4.0	3.9	3.3	3.6	3.6	3.2
200g～250g未満	9.1	8.0	7.0	6.8	6.5	7.3	7.2	7.5
150g～200g未満	12.9	13.2	14.1	12.5	12.6	11.0	10.2	10.9
100g～150g未満	34.4	30.8	30.8	33.0	29.3	30.0	29.5	28.7
50g～100g未満	24.4	27.1	28.3	31.0	31.9	32.6	32.1	32.0
50g未満	11.8	12.9	12.0	10.1	13.2	12.9	14.5	14.7

③ 果物の摂取理由

(単位：%)

	H27	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
おいしく好き	66.9	70.9	68.7	66.4	70.2	68.0	74.6	74.7	74.3
健康に良い	59.5	53.3	57.1	59.5	56.7	56.9	57.7	55.5	57.4
旬や味覚楽しめる	48.9	55.0	50.7	49.3	50.5	49.1	52.3	54.1	48.3
習慣になっている	21.3	21.4	21.6	22.2	22.2	22.8	23.7	19.9	21.1
手間がかからない	22.0	18.5	21.9	22.8	20.6	18.2	18.7	18.8	16.6
手頃な値段	15.3	17.3	18.1	18.6	19.1	17.3	19.1	16.3	16.6

④ 果物を毎日は摂らない理由

(単位：%)

	H24	H27	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
値段が高い	37.2	41.0	37.5	36.4	39.0	38.1	43.6	47.2	47.7
買い置きできない	41.5	37.7	34.9	34.7	36.9	36.2	35.9	32.4	35.7
皮など手間がかかる	30.7	31.5	30.6	29.3	29.2	26.2	25.4	22.4	22.6
他に食べる食品あり	30.3	23.3	27.0	25.2	25.6	25.0	23.4	21.8	20.6
太るといけない	10.3	9.9	9.8	10.4	10.4	11.2	10.0	10.7	9.9

⑤ 果物の摂取意向

(単位：%)

	H24	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
増やしたい	49.5	37.8	38.7	35.1	34.4	32.3	36.7	36.8
特に変えようとは思わない	50.0	60.4	59.9	64.0	64.5	66.6	62.4	62.0
減らしたい	0.6	1.9	1.4	1.0	1.2	1.1	0.9	1.2

経年分析掲載データ(表形式)

⑥ 果物の消費量を増やすための提供方法

(単位：%)

	H24	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
皮がむきやすいなど簡単に喫食可	51.3	35.9	35.5	39.4	32.3	33.1	31.0	30.1
外観が悪くても割安な果物	34.6	39.4	36.9	35.2	39.8	37.8	39.3	37.7
購入後傷みにくい果物	29.5	23.0	23.2	26.1	22.5	24.2	26.0	22.8
農薬をできるだけ不使用	29.5	19.8	17.8	17.1	16.8	15.7	16.1	14.4
カットフルーツ等加工品	25.6	16.0	17.7	22.4	19.1	17.6	16.8	17.0
産直・直売等新鮮な果物	25.9	16.2	13.9	14.0	11.8	9.7	13.2	11.8
美容・健康によい果物		24.1	24.6	22.2	16.8	17.4	18.2	17.9

⑦ 果物の消費量を増やすための販売方法

(単位：%)

	H24	H30	R1	R4	R5	R6
バラで販売	42.6	22.5	21.0	23.9	24.2	24.2
店頭で試食	34.6	19.7	19.6	15.4	15.7	14.7
コンビニで販売	29.7	15.9	17.8	12.7	11.4	11.5
栄養素を表示	26.6	16.8	16.8	15.4	15.7	14.2
糖度などを表示	21.7	14.9	13.8	12.9	14.5	12.5
食べ頃・旬を表示		23.2	22.7	20.8	22.7	19.5
美味しさ見分け方を表示		21.2	20.8	17.2	19.1	16.9

⑧ 果物を毎日200グラム以上摂取することと健康との関係の認知

(単位：%)

	H16	H17	H19	H20	H21	H22	H24	H26
知っていた	13.9	7.9	17.6	16.6	8.4	8.3	18.2	24.2
聞いたことがある	29.6	25.2	33.8	32.6	29.9	36.7	35.3	21.6
計	43.5	33.1	51.4	49.2	38.3	45.0	53.5	45.7

⑧ 続き

(単位：%)

	H27	H29	R2	R3	R4	R5	R6
知っていた	21.2	6.3	3.6	4.1	4.2	5.0	4.8
聞いたことがある	23.5	15.2	11.0	11.1	10.6	10.4	10.8
計	44.7	21.4	14.6	15.1	14.8	15.5	15.7

経年分析掲載データ(表形式)

⑨ 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知 (単位：%)

	H16	H17	H19	H20	H21	H22	H24	H26
知っていた	5.8	3.9	4.4	5.1	3.8	3.8	5.7	3.5
聞いたことがある	19.1	13.5	18.0	15.1	15.5	19.8	22.8	12.6
計	24.9	17.4	22.4	20.2	19.3	23.6	28.5	16.0

⑨ 続き (単位：%)

	H27	H29	R2	R3	R4	R5	R6
知っていた	3.1	3.1	2.1	2.7	3.2	3.1	3.6
聞いたことがある	10.9	7.6	6.7	6.8	6.4	6.7	7.1
計	14.0	10.7	8.8	9.5	9.6	9.7	10.7

⑩ 「毎日くだもの200グラム！」ロゴマーク (単位：%)

	H16	H17	H19	H20	H21	H22	H24	H26
知っていた	4.0	2.0	2.2	2.7	1.0	1.1	1.6	2.3
見たことがあるような気がする	14.9	9.4	9.2	10.1	7.6	7.9	7.2	6.7
計	18.9	11.4	11.4	12.8	8.6	9.0	8.8	9.0

⑩ 続き (単位：%)

	H27	H29	R2	R3	R4	R5	R6
知っていた	2.2	2.5	2.3	2.5	2.9	2.8	3.4
見たことがあるような気がする	7.3	5.3	4.6	4.0	4.5	4.8	4.9
計	9.5	7.7	6.9	6.4	7.4	7.7	8.3