

中央果実協会調査資料 No. 278

令和7年度

果物の消費に関するアンケート調査報告書

令和8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、現状ではその半分よりも更に下回っています。

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7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、冷凍果物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8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（構成割合：％）	9
【7】 分析軸について	10

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	14
①－2 果物の摂取量（一日平均）喫食者ベース	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 果物を毎日は摂らない理由	22
⑥－2 果物を毎日は摂らない理由	23
⑦果物の摂取方法	24
⑧果物のイメージ	25
まとめ	29

（2） 今後の果物の摂取意向

①今後の果物の摂取量の変化	31
②果物の消費量を増やすための提供方法	32
③果物喫食増加のための販売方法	34
④－1 果物加工品の消費意向	36
④－2 果物加工品の消費意向（増やしたい）	37
まとめ	38

(3) 果樹振興法14品目について	
①-1 果樹振興法14品目の喫食	40
①-2 果樹振興法14品目の喫食（月1回以上喫食）	41
②果樹振興法14品目の平均喫食量	42
②果樹振興法14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) 冷凍フルーツについて	
①冷凍フルーツの購入頻度	51
②冷凍フルーツの摂取頻度	52
③冷凍フルーツの購入場所	53
④冷凍フルーツの購入理由	54
⑤冷凍フルーツの非購入理由	55
⑥冷凍フルーツに支払える金額	56
⑦冷凍フルーツの利用方法	57
⑧購入している冷凍フルーツの種類	58
⑨冷凍フルーツの重視点	59
⑩冷凍フルーツの購入意向	60
⑪購入したい冷凍フルーツの種類	61
まとめ	62
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	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) 冷凍フルーツについて	66
4. 調査票（調査画面）	67

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

- 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7年10月24日（金）～10月27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) 冷凍フルーツについて

- ① 冷凍フルーツ認知度
- ② 冷凍フルーツに関する情報
- ③ 冷凍フルーツ購入経験
- ④ 冷凍フルーツ購入頻度
- ⑤ 冷凍フルーツ購入理由
- ⑥ 冷凍フルーツの購入場所
- ⑦ 冷凍フルーツの重視点
- ⑧ 冷凍フルーツ購入時の参考情報
- ⑨ 冷凍フルーツの購入意向
- ⑩ 冷凍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)	4.7	10.8	7.3	12.2	8.6	14.4	9.7	9.7	22.6

<未婚婚>		
	未婚	既婚
全体 (n=2,062)	54.2	45.8

<子供有無>		
	子供なし	子供あり
全体 (n=2,062)	61.3	38.7

<職業>												
	公務員	経営者・ 役員	会社員 (事務系)	会社員 (技術系)	会社員 (その他)	自営業	自由業	専業主婦 (主夫)	パート・ アルバイト	学生	その他	無職
全体 (n=2,062)	0.2	1.4	19.6	12.9	12.3	4.7	2.8	13.0	12.9	3.2	3.2	13.8

<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)	9.2	18.7	17.5	11.0	7.8	4.7	3.1	1.5	1.5	14.1	11.1

<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)	34.0	20.8	14.2	6.4	2.4	1.7	0.5	0.2	0.4	8.3	11.1

<居住地>												
	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県
全体 (n=2,062)	4.1	0.4	0.6	1.7	0.4	0.7	0.9	1.6	1.3	1.2	6.2	5.4
	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	三重県
	17.4	9.3	1.6	0.8	0.9	0.7	0.4	1.2	1.5	2.6	6.8	1.4
	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県
	1.0	2.0	8.6	4.5	1.2	0.5	0.1	0.3	1.4	1.6	0.6	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	
0.3	0.8	0.3	3.2	0.3	0.7	0.6	0.4	0.6	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6年の調査結果を時系列比較のために掲載した。

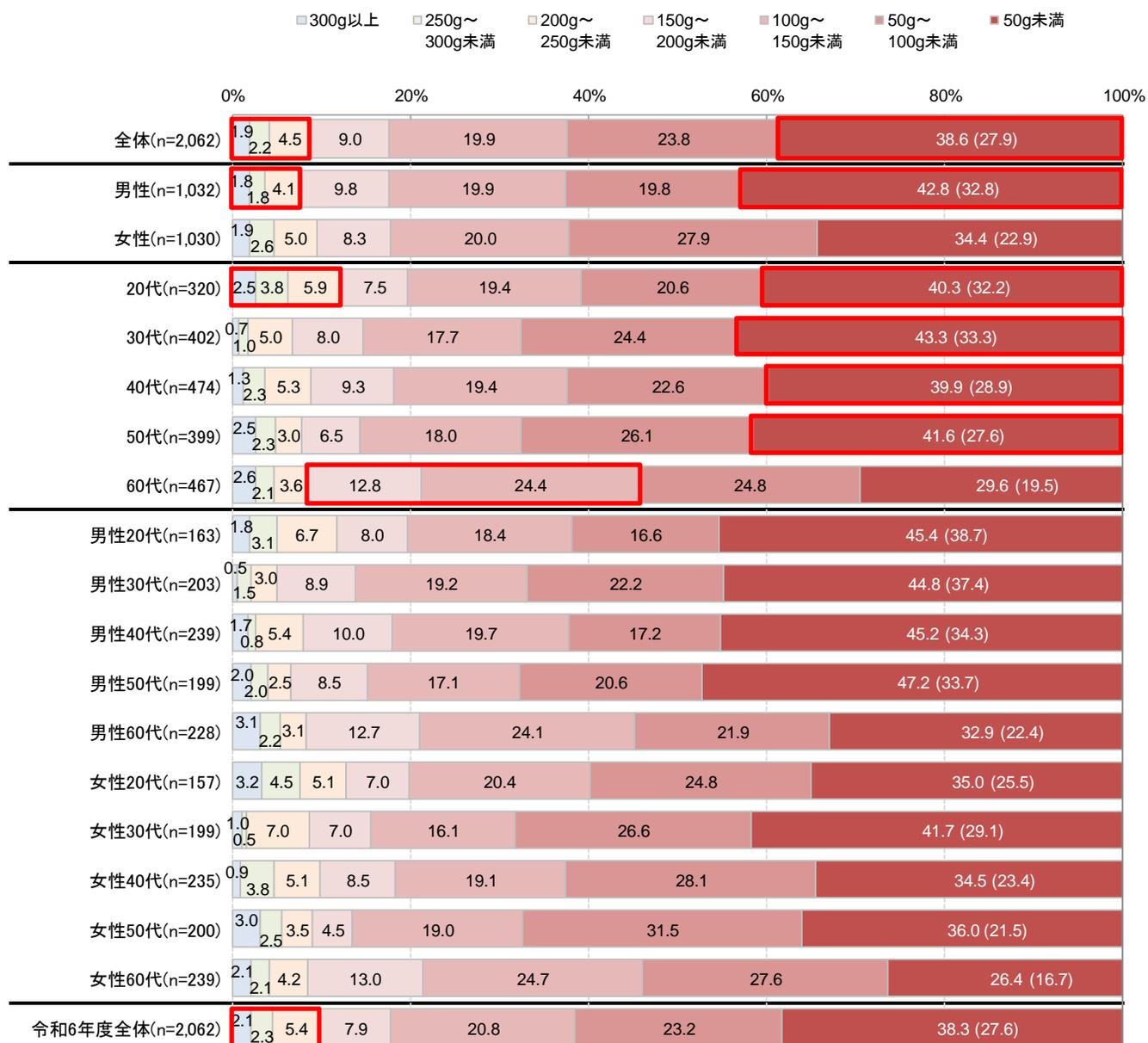
(1) 日常の果物の消費行動

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8.6%。
- 令和6年度結果をみると、一日平均200g以上摂取の割合は9.8%。また令和5年度結果をみると、10.0%であり、令和5年度からかなりの減少がみられる。
- 全体では、「50g未満」が38.6%と最も高く、以下「50g～100g未満」「100g～150g未満」の順に高い。
- 全体の27.9%の人は、果物をほとんど食べない。（月1日未満）
- 男性は女性と比べ200g以上摂取割合が低く、「50g未満」割合が高い。
- 年代別で見ると、一日平均200g以上摂取できている割合は20代が他の年代と比べて高い。また、100g以上～200g未満摂取している割合は、60代が高い。
- 一方、「50g未満」は20代も高く、20代から50代まで約40%と非常に高い。

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



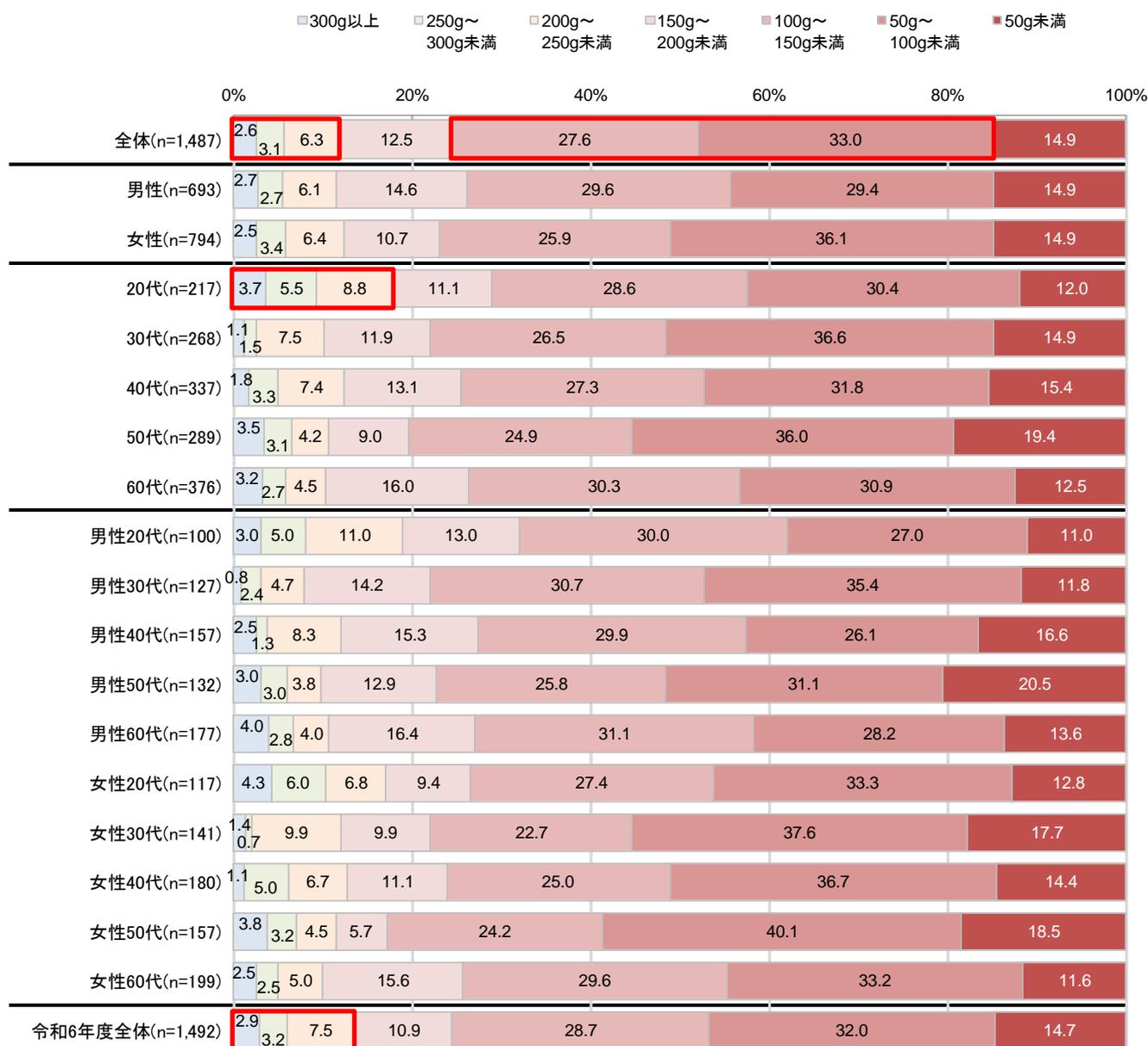
()内は、ほとんど食べないの割合

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12.0%。
- ・ 令和6年度結果をみると、一日平均200g以上摂取の割合は13.6%。また令和4～5年度では13.6%、令和3年度で12.9%であり、経年でかなりの減少がみられる。
- ・ 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60.6%を占めている。
- ・ 一日平均200g以上摂取できている割合を年代別でみると、全体ベースと同様に20代が他の年代と比べて高い。

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

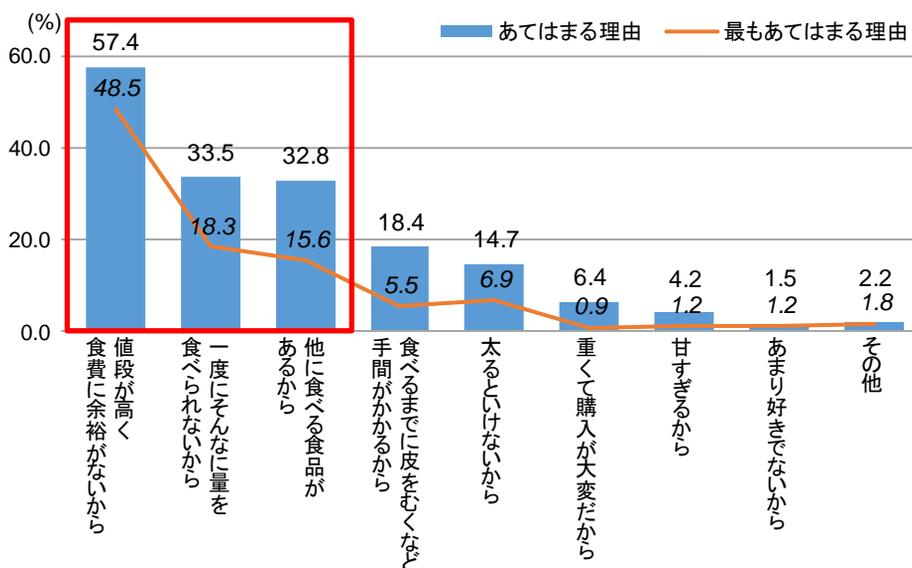


②-1 果物の摂取量(一日平均)が現状である理由 [1日摂取量200g未満層]

- 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」が続いており、3大理由を形成している。
- 令和6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」が微増する一方、「太るといけないから」が微減した。
- 年代別で見ると、60代で「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低い。一方で「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」が高い。
- 性年代別で見ると、女性の20~40代で「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が、70.0%前後で、他の性年代と比べて高い。
- 果物摂取量別で見ると、100g~200g未満の摂取者で、「他に食べる食品があるから」が全体と比べて高い。

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=1,309)	57.4	33.5	32.8	18.4	14.7	6.4	4.2	1.5	2.2
性別	男性 (n=613)	53.2	34.9	32.8	15.3	10.4	4.9	3.4	1.8	1.6	
	女性 (n=696)	61.2	32.3	32.8	21.1	18.4	7.8	4.9	1.3	2.7	
年代別	20代 (n=178)	60.7	30.9	27.0	18.5	9.6	6.7	1.7	1.1	2.2	
	30代 (n=241)	63.9	33.2	26.6	19.5	14.9	6.2	5.8	1.7	0.8	
	40代 (n=295)	64.4	31.2	26.8	20.3	13.2	8.1	2.7	1.4	1.4	
	50代 (n=258)	58.1	26.7	32.6	15.9	15.5	3.5	3.5	0.4	2.3	
	60代 (n=337)	44.5	42.4	45.7	17.8	17.8	7.1	6.2	2.7	3.9	
性年代別	男性20代 (n=81)	50.6	30.9	22.2	14.8	3.7	6.2	2.5	1.2	3.7	
	男性30代 (n=117)	56.4	35.0	23.9	17.9	12.0	5.1	4.3	1.7	0.9	
	男性40代 (n=138)	60.9	30.4	28.3	18.8	10.1	4.3	1.4	1.4	-	
	男性50代 (n=119)	54.6	28.6	37.0	8.4	8.4	3.4	2.5	0.8	2.5	
	男性60代 (n=158)	44.3	45.6	45.6	15.8	14.6	5.7	5.7	3.2	1.9	
	女性20代 (n=97)	69.1	30.9	30.9	21.6	14.4	7.2	1.0	1.0	1.0	
	女性30代 (n=124)	71.0	31.5	29.0	21.0	17.7	7.3	7.3	1.6	0.8	
	女性40代 (n=157)	67.5	31.8	25.5	21.7	15.9	11.5	3.8	1.3	2.5	
	女性50代 (n=139)	61.2	25.2	28.8	22.3	21.6	3.6	4.3	-	2.2	
女性60代 (n=179)	44.7	39.7	45.8	19.6	20.7	8.4	6.7	2.2	5.6		
果物摂取量別	100g~200g未満 (n=597)	52.1	36.9	39.0	21.1	16.8	8.2	4.5	1.0	2.0	
	100g未満 (n=712)	61.9	30.8	27.5	16.2	12.9	4.9	3.9	2.0	2.4	
令和6年度全体 (n=1289)		54.7	34.4	31.0	18.8	17.2	7.3	5.2	1.5	1.9	

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

②-2 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]

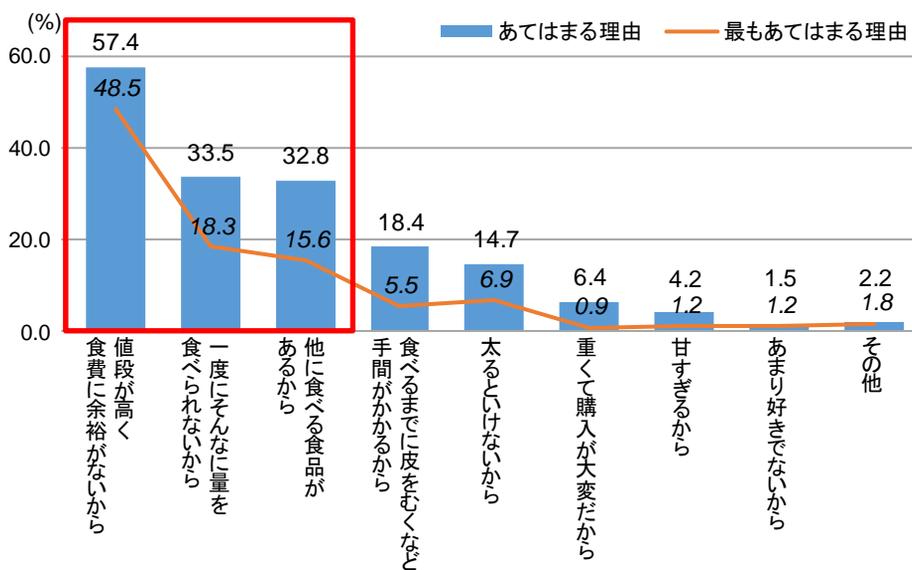
- 最もあてはまる理由でも、全体で「値段が高く食費に余裕がないから」が最も高い。「一度にそんなに量を食べられないから」「他に食べる食品があるから」が続いており、あてはまる理由と同一の構成となった。
- 令和6年度結果と比較すると、あてはまる理由と同様に「値段が高く食費に余裕がないから」が増加する一方、「太るといけないから」が微減した。
- 年代別で見ると、30代~40代では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が他の年代と比べて高い。一方で、60代では低い。
- 性年代別で見ると、男性40代、女性20代~50代では「値段が高く食費に余裕がないから」の割合が他の性年代と比べて高い。

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=1,309)	48.5	18.3	15.6	5.5	6.9	0.9	1.2	1.2	1.8
性別	男性 (n=613)	46.3	20.2	18.3	5.5	4.7	1.0	1.3	1.3	1.3	1.3
	女性 (n=696)	50.4	16.7	13.2	5.5	8.8	0.9	1.1	1.1	2.3	
年代別	20代 (n=178)	51.1	21.9	11.2	4.5	4.5	2.8	0.6	1.1	2.2	
	30代 (n=241)	54.8	16.2	12.0	5.8	7.5	0.4	1.7	1.2	0.4	
	40代 (n=295)	56.9	16.3	12.2	6.4	5.1	0.3	0.7	1.4	0.7	
	50代 (n=258)	50.4	15.5	16.3	7.0	7.0	0.4	1.2	0.4	1.9	
	60代 (n=337)	33.8	22.0	22.8	3.9	9.2	1.2	1.8	1.8	3.6	
性年代別	男性20代 (n=81)	43.2	25.9	13.6	3.7	2.5	4.9	1.2	1.2	3.7	
	男性30代 (n=117)	49.6	19.7	16.2	6.8	6.0	-	0.9	0.9	-	
	男性40代 (n=138)	57.2	15.9	13.0	7.2	5.1	-	-	1.4	-	
	男性50代 (n=119)	46.2	19.3	20.2	4.2	4.2	0.8	1.7	0.8	2.5	
	男性60代 (n=158)	36.1	22.2	25.3	5.1	5.1	0.6	2.5	1.9	1.3	
	女性20代 (n=97)	57.7	18.6	9.3	5.2	6.2	1.0	-	1.0	1.0	
	女性30代 (n=124)	59.7	12.9	8.1	4.8	8.9	0.8	2.4	1.6	0.8	
	女性40代 (n=157)	56.7	16.6	11.5	5.7	5.1	0.6	1.3	1.3	1.3	
	女性50代 (n=139)	54.0	12.2	12.9	9.4	9.4	-	0.7	-	1.4	
女性60代 (n=179)	31.8	21.8	20.7	2.8	12.8	1.7	1.1	1.7	5.6		
果物摂取量別	100g~200g未満 (n=597)	43.6	19.6	18.8	6.0	7.5	1.0	1.2	0.7	1.7	
	100g未満 (n=712)	52.7	17.3	12.9	5.1	6.3	0.8	1.3	1.7	2.0	
令和6年度全体 (n=1289)		44.1	19.2	16.1	5.5	8.4	2.2	1.7	0.9	1.9	

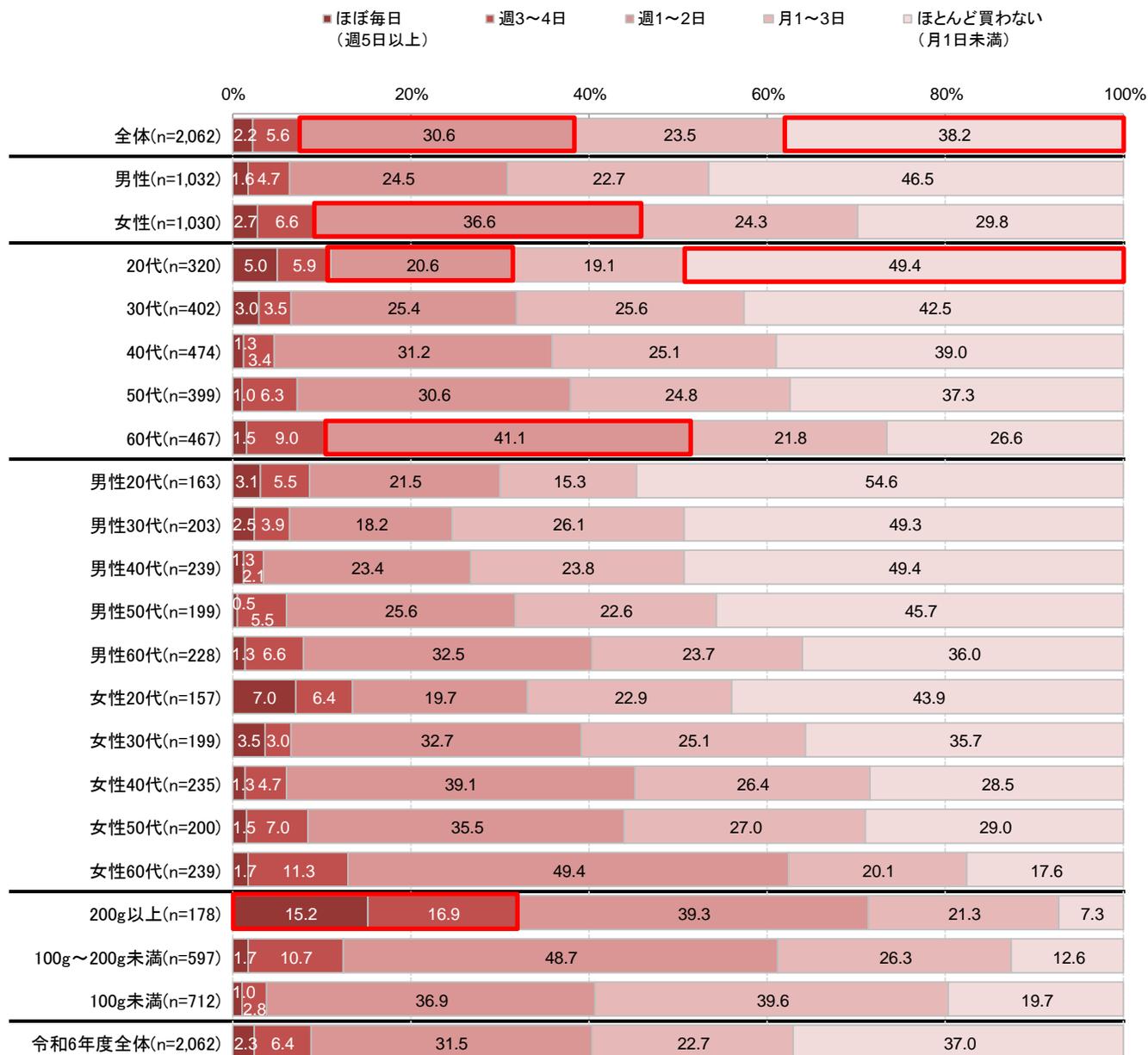
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5~10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5~10ポイント未満低い。

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36.6%で最も高い。
- 年代別で見ると、60代は他の年代と比べて購入頻度が高い傾向であり、「週1～2日」は41.1%。一方、20代は「週1～2日」は20.6%にとどまり、「ほとんど買わない」の割合が49.4%で、他の年代と比べて高い。
- 果物摂取量別で見ると、200g以上摂取者では、週3日以上以上の割合が32.1%で、他の層と比べて高い。

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

※コメントで触れている箇所は

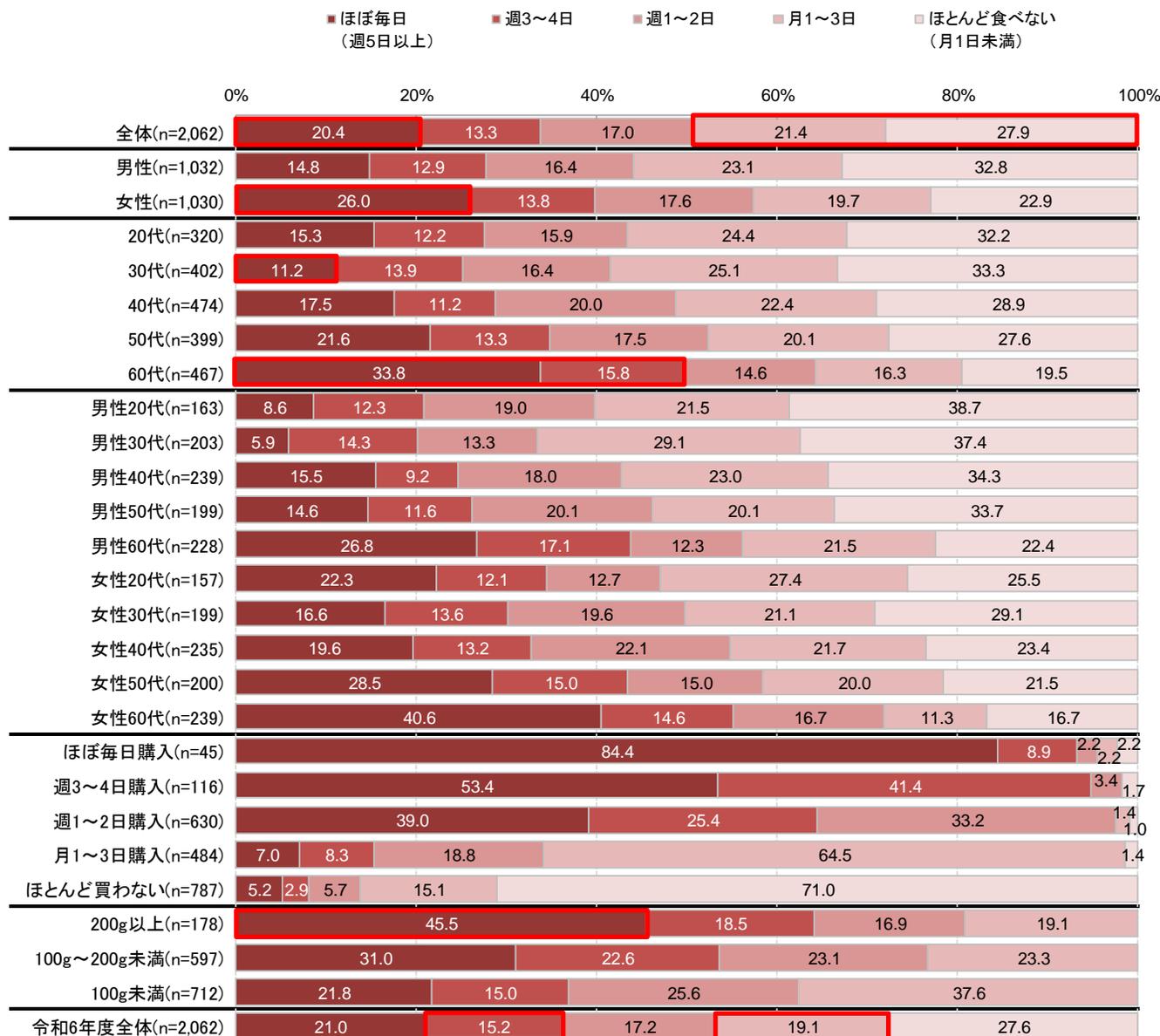


④果物の摂取頻度

- 全体では、「ほとんど食べない」が最も高く、次いで「月1～3日」が21.4%、「ほぼ毎日」が20.4%で続く。
- 令和6年度結果と比較すると、「週3～4日」が微減する一方、「月1～3日」が微増した。
- 性別で見ると、女性は男性と比べて「ほぼ毎日」の割合が高く、女性の方がより習慣的に果物を摂取していることがうかがえる。
- 年代別で見ると、60代では、週3～4日以上摂取している割合が49.6%で、他の年代と比べて高い。一方で、30代では他年代より低い。
- 果物摂取量別で見ると、200g以上摂取者は、「ほぼ毎日」摂取している人が45.5%。果物摂取量が多い人ほど、果物の摂取頻度が高い。

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

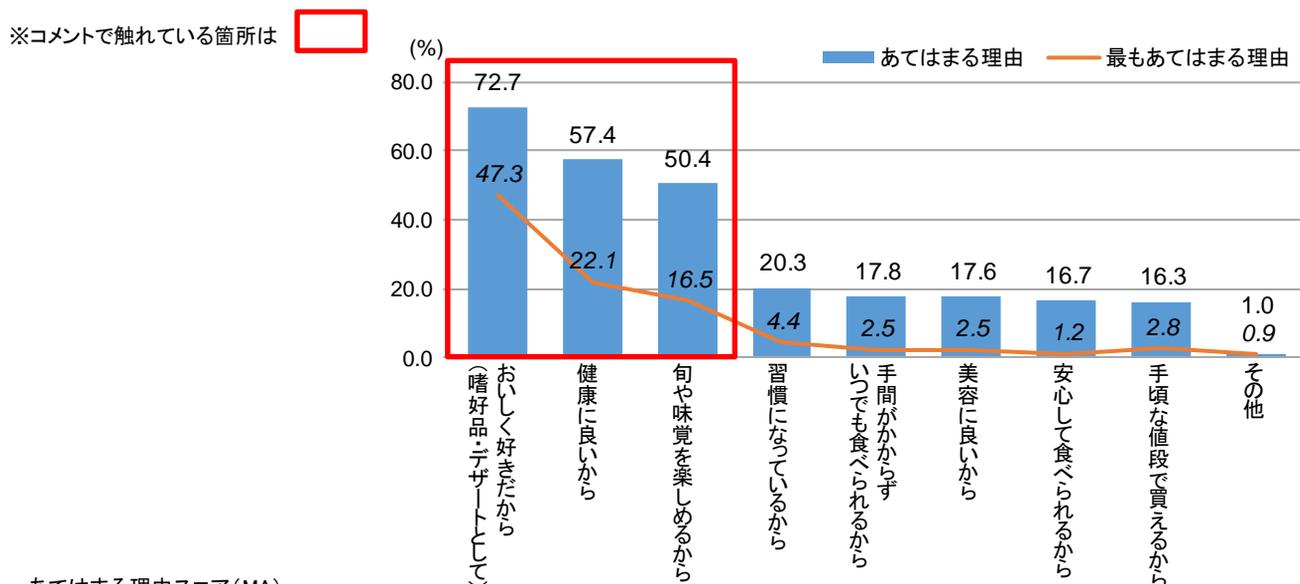
※コメントで触れている箇所は



⑤-1 果物の摂取理由 [果物月1回以上喫食層]

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「おいしく好きだから」が最も高く、「健康に良いから」「匂や味覚を楽しめるから」が続いている。
- 令和6年度結果と比較すると、「匂や味覚を楽しめるから」が微増した。
- 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」が男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、60代では「匂や味覚を楽しめるから」「習慣になっているから」「手間がかからずいつでも食べられるから」が他の年代と比べて高い。
- 果物摂取量別で見ると、200g以上摂取者で「習慣になっている」「美容に良いから」「安心して食べられるから」「手頃な値段で買えるから」が全体と比べて高い。

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



あてはまる理由スコア (MA)

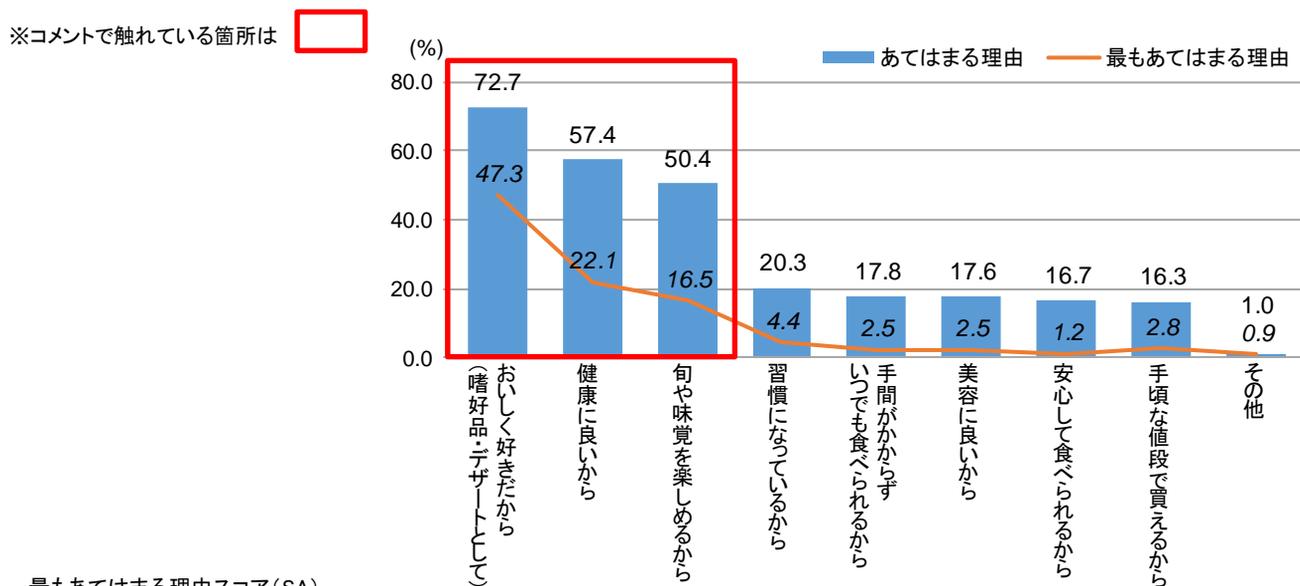
		全体 (n=1,487)	72.7	57.4	50.4	20.3	17.8	17.6	16.7	16.3	1.0
性別	男性 (n=693)	66.2	56.0	43.9	17.2	17.6	10.0	16.2	18.9	0.7	
	女性 (n=794)	78.3	58.6	56.2	23.0	17.9	24.3	17.1	14.0	1.3	
年代別	20代 (n=217)	69.6	55.8	34.1	18.0	15.2	23.5	10.1	16.6	0.9	
	30代 (n=268)	72.0	61.6	46.3	15.3	17.9	21.3	20.1	13.4	1.5	
	40代 (n=337)	76.0	54.3	49.0	14.5	16.3	18.7	17.8	17.8	0.6	
	50代 (n=289)	73.0	60.9	52.6	21.8	14.5	17.0	15.2	16.6	0.7	
	60代 (n=376)	71.8	55.3	62.5	29.3	22.9	11.2	18.1	16.5	1.3	
性年代別	男性20代 (n=100)	65.0	56.0	29.0	16.0	19.0	10.0	12.0	21.0	2.0	
	男性30代 (n=127)	66.9	61.4	44.1	16.5	17.3	15.0	17.3	15.0	0.8	
	男性40代 (n=157)	70.7	53.5	40.1	12.7	15.3	14.0	21.0	19.7	-	
	男性50代 (n=132)	62.9	61.4	43.2	16.7	14.4	7.6	13.6	17.4	-	
	男性60代 (n=177)	65.0	50.3	55.9	22.6	21.5	4.5	15.3	20.9	1.1	
	女性20代 (n=117)	73.5	55.6	38.5	19.7	12.0	35.0	8.5	12.8	-	
	女性30代 (n=141)	76.6	61.7	48.2	14.2	18.4	27.0	22.7	12.1	2.1	
	女性40代 (n=180)	80.6	55.0	56.7	16.1	17.2	22.8	15.0	16.1	1.1	
女性50代 (n=157)	81.5	60.5	60.5	26.1	14.6	24.8	16.6	15.9	1.3		
女性60代 (n=199)	77.9	59.8	68.3	35.2	24.1	17.1	20.6	12.6	1.5		
果物摂取量別	200g以上 (n=178)	77.0	56.2	55.1	30.9	21.3	23.6	22.5	21.3	1.1	
	100g~200g未満 (n=597)	76.7	60.5	52.9	22.6	21.6	18.6	17.8	18.4	0.2	
	100g未満 (n=712)	68.3	55.1	47.2	15.7	13.6	15.3	14.3	13.2	1.7	
令和6年度全体 (n=1492)		74.3	57.4	48.3	21.1	16.6	18.2	15.1	16.6	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、あてはまる理由と同様に、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。
- 年代別で見ると、60代では「旬や味覚を楽しめるから」が、他の年代と比べて高い。
- 性年代別で見ると、女性20代、女性40代で「おいしく好きだから」が、他の性年代と比べて高い。

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



最もあてはまる理由スコア(SA)

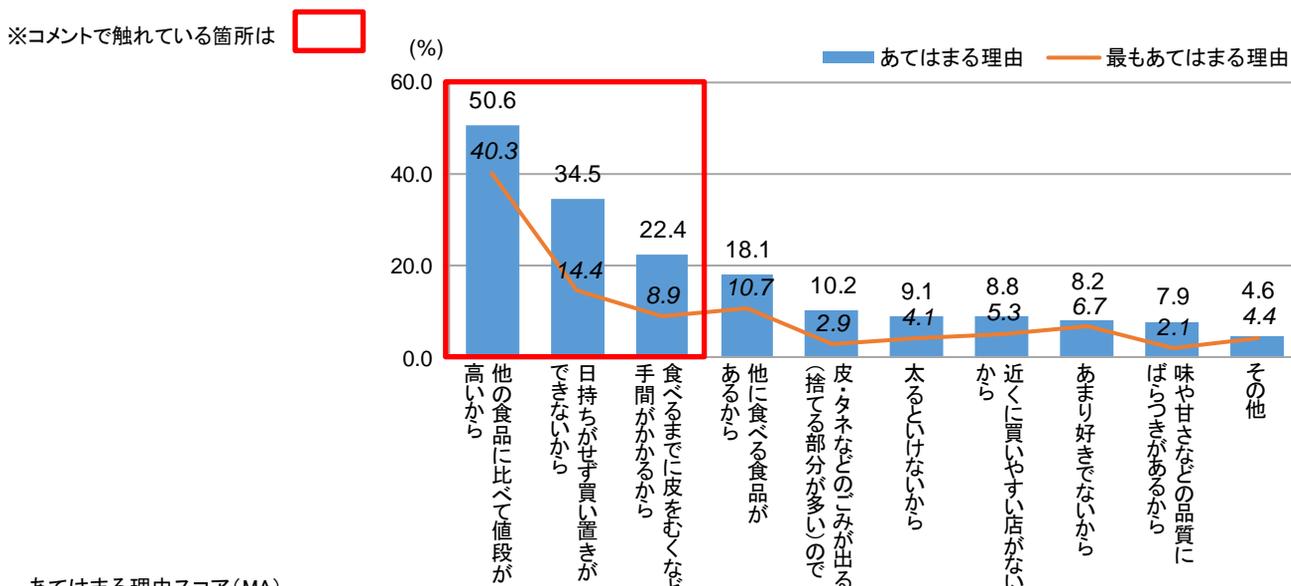
		全体 (n=1,487)	47.3	22.1	16.5	4.4	2.5	2.5	1.2	2.8	0.9
性別	男性 (n=693)		45.0	25.0	14.9	4.3	3.9	1.2	1.4	3.6	0.7
	女性 (n=794)		49.2	19.5	17.9	4.4	1.3	3.7	1.0	2.0	1.0
年代別	20代 (n=217)		50.2	21.7	8.3	3.2	2.3	6.5	1.8	5.1	0.9
	30代 (n=268)		47.0	26.1	12.7	3.0	3.4	3.4	1.5	1.9	1.1
	40代 (n=337)		51.6	22.0	13.9	4.2	1.8	0.9	1.8	3.6	0.3
	50代 (n=289)		44.6	25.6	15.9	4.8	2.1	2.8	1.0	2.4	0.7
	60代 (n=376)		43.9	16.8	26.6	5.9	2.9	0.8	0.3	1.6	1.3
性年代別	男性20代 (n=100)		47.0	24.0	7.0	1.0	5.0	4.0	2.0	8.0	2.0
	男性30代 (n=127)		47.2	26.8	13.4	1.6	4.7	1.6	0.8	3.1	0.8
	男性40代 (n=157)		49.0	26.1	11.5	3.8	3.2	-	2.5	3.8	-
	男性50代 (n=132)		43.2	31.1	12.9	6.8	1.5	0.8	1.5	2.3	-
	男性60代 (n=177)		40.1	18.6	24.9	6.8	5.1	0.6	0.6	2.3	1.1
	女性20代 (n=117)		53.0	19.7	9.4	5.1	-	8.5	1.7	2.6	-
	女性30代 (n=141)		46.8	25.5	12.1	4.3	2.1	5.0	2.1	0.7	1.4
	女性40代 (n=180)		53.9	18.3	16.1	4.4	0.6	1.7	1.1	3.3	0.6
	女性50代 (n=157)		45.9	21.0	18.5	3.2	2.5	4.5	0.6	2.5	1.3
女性60代 (n=199)		47.2	15.1	28.1	5.0	1.0	1.0	-	1.0	1.5	
果物摂取量別	200g以上 (n=178)		48.9	20.2	11.8	5.6	1.7	4.5	1.7	5.1	0.6
	100g~200g未満 (n=597)		49.1	20.6	17.3	3.7	2.3	2.8	1.0	3.0	0.2
	100g未満 (n=712)		45.4	23.7	17.0	4.6	2.8	1.7	1.3	2.0	1.5
令和6年度全体 (n=1492)			48.2	22.8	14.8	4.8	2.3	2.2	1.2	2.8	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。

⑥-1 果物を毎日摂らない理由 [毎日摂取者を除く]

- あてはまる理由（複数回答）では、全体で「他の食品に比べて値段が高いから」が最も高く、次いで「日持ちがせず買い置きができないから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」が続いている。
- 令和6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」が微増している。一方で、「他に食べる食品があるから」は微減している。
- 性別で見ると、女性は「他の食品に比べて値段が高いから」が男性と比べて高い。
- 性年代別で見ると、女性20代～40代では「他の食品に比べて値段が高いから」が他の性年代と比べて高く、女性若年層・中年層は価格が毎日摂取しない一因になっている様子。

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）



あてはまる理由スコア (MA)

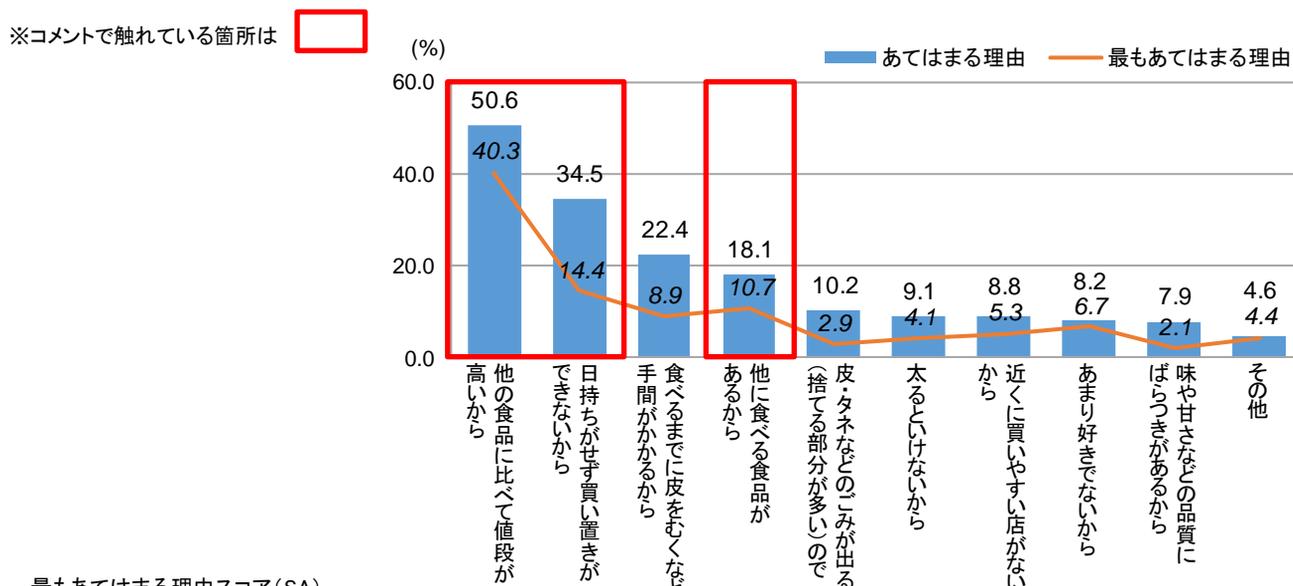
		全体 (n=1,641)	50.6	34.5	22.4	18.1	10.2	9.1	8.8	8.2	7.9	4.6
性別	男性 (n=879)		43.5	32.9	20.9	21.0	10.9	7.7	9.6	9.0	6.7	4.0
	女性 (n=762)		58.8	36.4	24.1	14.7	9.4	10.6	8.0	7.3	9.2	5.2
年代別	20代 (n=271)		50.9	33.2	26.6	14.0	11.4	8.5	13.3	7.4	6.3	3.3
	30代 (n=357)		54.3	32.5	20.7	14.3	8.7	8.1	8.7	9.5	8.7	3.9
	40代 (n=391)		53.5	39.9	22.0	16.9	11.0	7.9	8.4	9.2	5.9	2.8
	50代 (n=313)		46.6	31.3	22.7	16.3	11.8	10.9	8.3	8.3	7.7	7.0
	60代 (n=309)		46.3	34.3	21.0	29.4	8.4	10.4	6.1	6.1	11.0	6.1
性年代別	男性20代 (n=149)		40.3	28.9	26.8	13.4	10.1	7.4	12.8	9.4	6.0	4.0
	男性30代 (n=191)		46.6	30.4	16.2	15.7	9.4	6.8	8.9	9.9	6.8	3.7
	男性40代 (n=202)		45.5	38.1	21.8	20.3	12.4	6.4	11.9	9.4	3.5	2.0
	男性50代 (n=170)		39.4	32.4	18.8	20.6	11.8	8.2	9.4	9.4	5.9	4.7
	男性60代 (n=167)		44.3	33.5	22.2	35.3	10.8	10.2	4.8	6.6	12.0	6.0
	女性20代 (n=122)		63.9	38.5	26.2	14.8	13.1	9.8	13.9	4.9	6.6	2.5
	女性30代 (n=166)		63.3	34.9	25.9	12.7	7.8	9.6	8.4	9.0	10.8	4.2
	女性40代 (n=189)		61.9	41.8	22.2	13.2	9.5	9.5	4.8	9.0	8.5	3.7
	女性50代 (n=143)		55.2	30.1	27.3	11.2	11.9	14.0	7.0	7.0	9.8	9.8
女性60代 (n=142)		48.6	35.2	19.7	22.5	5.6	10.6	7.7	5.6	9.9	6.3	
果物摂取量別	200g以上 (n=97)		47.4	41.2	14.4	20.6	7.2	13.4	6.2	3.1	4.1	4.1
	100g～200g未満 (n=412)		53.9	41.3	24.3	23.5	9.7	12.9	5.1	1.2	8.7	3.6
	100g未満 (n=557)		56.2	36.4	20.5	16.5	8.3	10.1	8.3	1.8	8.8	4.3
令和6年度全体 (n=1630)			47.7	35.7	22.6	20.6	9.8	9.9	10.3	9.6	8.5	3.7

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

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」が続いている。
- 令和6年度結果と比較すると、「他の食品に比べて値段が高いから」が増加している。
- 性別で見ると、女性は「他の食品に比べて値段が高いから」が、男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、60代では「他に食べる食品があるから」が他の年代と比べて高い。
- 性年代別で見ると、男性60代では「他に食べる食品があるから」が他の性年代と比べて高い。

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



最もあてはまる理由スコア (SA)

		全体 (n=1,641)	40.3	14.4	8.9	10.7	2.9	4.1	5.3	6.7	2.1	4.4
性別	男性 (n=879)	35.0	14.9	9.4	12.7	4.0	3.5	6.6	7.7	2.2	3.9	
	女性 (n=762)	46.5	13.9	8.3	8.3	1.7	4.9	3.8	5.5	2.1	5.1	
年代別	20代 (n=271)	38.7	14.0	11.4	9.2	4.1	4.1	8.1	5.5	1.5	3.3	
	30代 (n=357)	43.4	16.0	7.8	7.3	1.4	4.2	6.2	7.3	2.5	3.9	
	40代 (n=391)	44.8	14.3	8.4	10.5	3.3	3.3	4.9	7.4	0.5	2.6	
	50代 (n=313)	38.7	11.8	9.3	10.2	4.5	4.5	4.5	7.3	2.6	6.7	
	60代 (n=309)	34.3	15.9	8.1	16.5	1.6	4.9	3.2	5.5	3.9	6.1	
性年代別	男性20代 (n=149)	31.5	14.8	14.1	9.4	4.0	4.0	8.7	7.4	2.0	4.0	
	男性30代 (n=191)	37.2	18.8	7.9	8.4	2.1	4.2	7.9	7.9	2.1	3.7	
	男性40代 (n=202)	38.6	13.4	9.4	13.4	5.0	3.0	7.4	7.9	0.5	1.5	
	男性50代 (n=170)	34.1	13.5	9.4	13.5	6.5	1.8	5.9	8.8	1.8	4.7	
	男性60代 (n=167)	32.3	13.8	7.2	19.2	2.4	4.8	3.0	6.6	4.8	6.0	
	女性20代 (n=122)	47.5	13.1	8.2	9.0	4.1	4.1	7.4	3.3	0.8	2.5	
	女性30代 (n=166)	50.6	12.7	7.8	6.0	0.6	4.2	4.2	6.6	3.0	4.2	
	女性40代 (n=189)	51.3	15.3	7.4	7.4	1.6	3.7	2.1	6.9	0.5	3.7	
	女性50代 (n=143)	44.1	9.8	9.1	6.3	2.1	7.7	2.8	5.6	3.5	9.1	
女性60代 (n=142)	36.6	18.3	9.2	13.4	0.7	4.9	3.5	4.2	2.8	6.3		
果物摂取量別	200g以上 (n=97)	39.2	21.6	7.2	11.3	4.1	6.2	3.1	1.0	2.1	4.1	
	100g～200g未満 (n=412)	42.5	18.2	8.5	13.6	1.9	6.3	2.2	0.7	2.4	3.6	
	100g未満 (n=557)	46.3	16.5	8.1	10.4	2.7	5.0	3.1	1.4	2.3	4.1	
令和6年度全体 (n=1630)		36.9	15.8	10.2	11.2	2.2	5.6	5.6	7.4	1.8	3.3	

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。

⑦果物の摂取方法 [果物月1回以上喫食層]

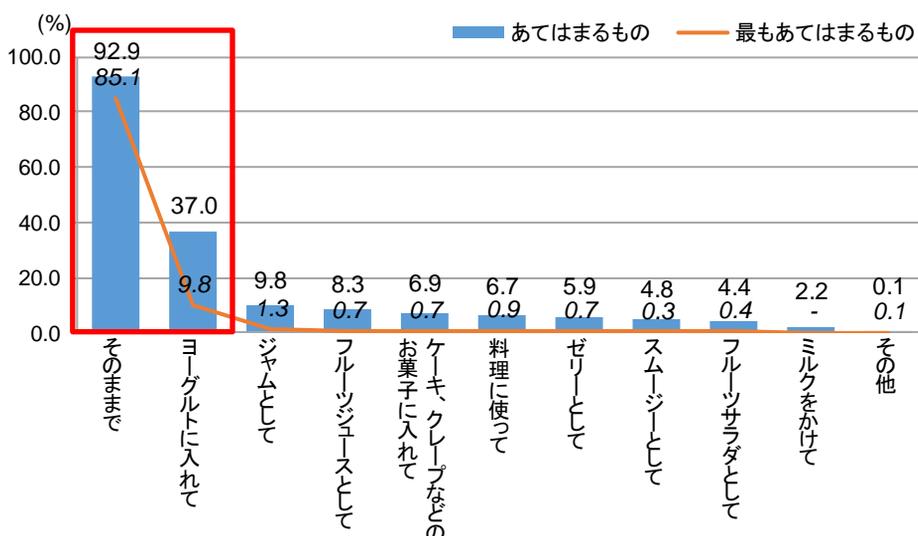
- あてはまるものは、全体では「そのまま」が突出しており、次いで「ヨーグルトに入れて」が高い。最もあてはまるものも、全体では「そのまま」が突出して高く、次いで、「ヨーグルトに入れて」が続いている。
- 令和6年度結果と比較すると、いずれの摂取方法も横ばい。
- 性別で見ると、女性は「ヨーグルトに入れて」が、男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、20代は「そのまま」が、他の年代と比べて低い。
- 果物摂取量別で見ると、200g以上摂取者は「フルーツジュースとして」「ケーキ、クレープなどのお菓子に入れて」「料理に使って」「フルーツサラダとして」摂取する人が、全体と比べて高い。

Q7. あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を食べていますか？

当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

また、最も当てはまるものをひとつお選びください。(SA)

※コメントで触れている箇所は



あてはまるものスコア (MA)

全体		(n=1,487)	92.9	37.0	9.8	8.3	6.9	6.7	5.9	4.8	4.4	2.2	0.1
性別	男性	(n=693)	92.2	29.7	7.9	7.4	5.8	6.9	5.3	3.6	3.6	2.0	0.1
	女性	(n=794)	93.6	43.3	11.5	9.2	7.8	6.4	6.3	5.8	5.2	2.4	0.1
年代別	20代	(n=217)	85.3	37.8	13.8	11.5	11.1	10.6	9.7	5.1	5.1	2.8	-
	30代	(n=268)	94.4	34.3	7.5	10.1	8.2	6.7	6.7	8.6	5.6	1.9	-
	40代	(n=337)	93.8	36.5	9.2	8.9	8.3	7.4	6.8	4.7	4.7	2.7	-
	50代	(n=289)	95.2	37.4	10.7	8.0	5.5	3.8	4.5	3.8	1.7	2.8	-
	60代	(n=376)	93.9	38.6	9.0	5.1	3.2	5.9	3.2	2.7	5.1	1.3	0.5
性年代別	男性20代	(n=100)	83.0	29.0	15.0	12.0	10.0	14.0	11.0	4.0	5.0	2.0	-
	男性30代	(n=127)	92.9	29.9	4.7	8.7	5.5	7.9	8.7	3.9	5.5	2.4	-
	男性40代	(n=157)	92.4	29.3	8.9	7.6	9.6	8.9	6.4	5.1	3.2	3.2	-
	男性50代	(n=132)	96.2	29.5	8.3	7.6	3.0	3.8	1.5	2.3	2.3	3.0	-
	男性60代	(n=177)	93.8	30.5	5.1	3.4	2.3	2.8	1.7	2.8	2.8	-	0.6
	女性20代	(n=117)	87.2	45.3	12.8	11.1	12.0	7.7	8.5	6.0	5.1	3.4	-
	女性30代	(n=141)	95.7	38.3	9.9	11.3	10.6	5.7	5.0	12.8	5.7	1.4	-
	女性40代	(n=180)	95.0	42.8	9.4	10.0	7.2	6.1	7.2	4.4	6.1	2.2	-
	女性50代	(n=157)	94.3	43.9	12.7	8.3	7.6	3.8	7.0	5.1	1.3	2.5	-
女性60代	(n=199)	94.0	45.7	12.6	6.5	4.0	8.5	4.5	2.5	7.0	2.5	0.5	
果物摂取量別	200g以上	(n=178)	89.3	40.4	14.0	20.2	13.5	15.7	7.3	8.4	10.1	5.6	-
	100g~200g未満	(n=597)	93.6	40.9	8.7	7.9	7.0	6.5	6.2	4.4	4.0	2.8	0.2
	100g未満	(n=712)	93.3	32.9	9.7	5.8	5.1	4.5	5.2	4.2	3.4	0.8	0.1
令和6年度全体		(n=1492)	91.7	36.5	9.5	10.2	7.6	5.9	6.8	5.7	5.5	3.2	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。

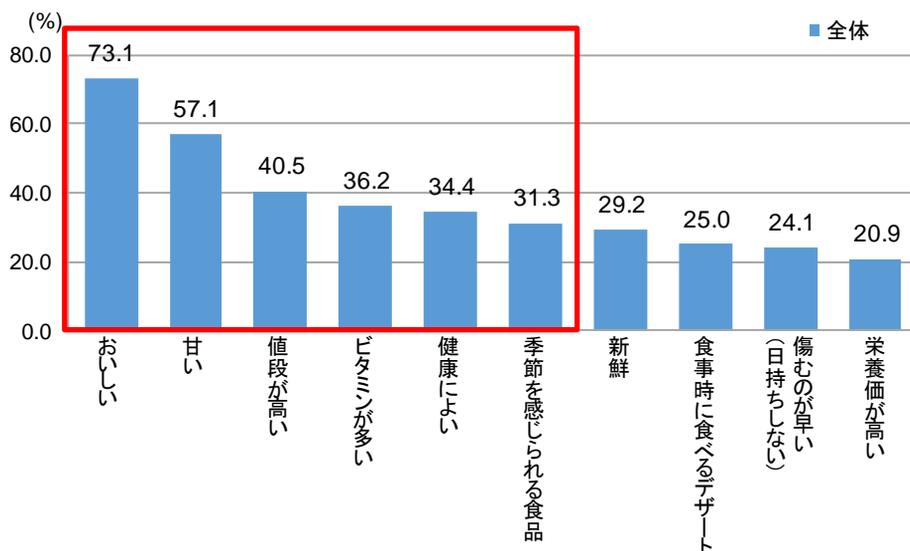
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

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」「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」が続く。
- 令和6年度結果と比較すると、「身体をつくるのに欠かせない食品」で減少がみられる。
- 性別で見ると、女性は「値段が高い」「ビタミンが多い」「季節を感じられる食品」のイメージが全体と比べて高い。
- 女性は、その他を除く、すべてのイメージでスコアが、男性より高く、果物への関心が高い様子がうかがえる。
- 果物摂取量別をみると、200g以上摂取者で、「バランスがよい食生活になる」「家族に食べさせたい」「毎日食べきるべき食品」「身体をつくるのに欠かせない食品」が他の層と比べて高い。

Q8. あなたは果物にどのようなイメージがありますか。(MA)

※コメントで触れている箇所は



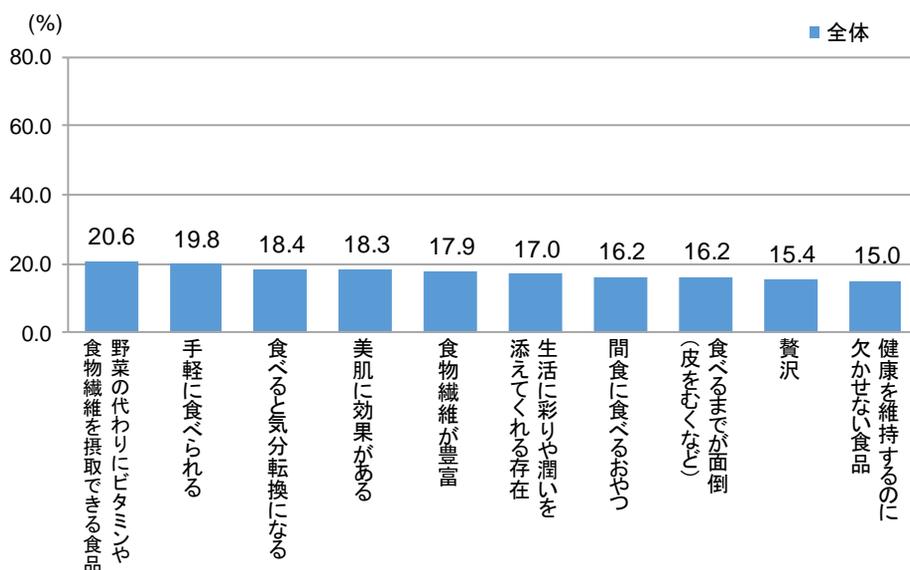
		全体	(n=2,062)	73.1	57.1	40.5	36.2	34.4	31.3	29.2	25.0	24.1	20.9
性別	男性	(n=1,032)	68.2	53.6	34.5	30.3	31.7	22.1	24.8	22.2	20.7	18.8	
	女性	(n=1,030)	78.1	60.6	46.5	42.0	37.2	40.5	33.7	27.9	27.4	23.0	
年代別	20代	(n=320)	70.9	59.1	33.1	30.6	33.1	22.5	27.2	21.9	20.0	21.3	
	30代	(n=402)	69.9	61.2	39.6	38.1	31.8	26.9	25.6	25.1	23.6	24.4	
	40代	(n=474)	72.8	58.9	42.6	34.0	34.0	30.0	28.9	25.3	26.6	20.9	
	50代	(n=399)	76.7	55.4	43.1	38.6	36.3	36.8	29.6	24.3	26.8	22.1	
	60代	(n=467)	74.7	51.8	42.0	38.5	36.4	37.7	33.8	27.4	22.3	16.7	
性年代別	男性20代	(n=163)	66.9	53.4	28.2	23.9	31.3	16.6	25.8	19.0	18.4	20.9	
	男性30代	(n=203)	64.0	54.2	29.1	31.0	30.0	16.7	21.7	20.2	18.7	22.2	
	男性40代	(n=239)	66.5	55.2	36.8	29.3	31.0	22.2	26.8	21.3	20.9	17.6	
	男性50代	(n=199)	70.4	53.3	37.2	31.7	30.7	25.1	23.6	19.6	25.1	19.6	
	男性60代	(n=228)	72.8	51.8	39.0	34.2	35.1	28.1	25.9	29.4	20.2	14.9	
	女性20代	(n=157)	75.2	65.0	38.2	37.6	35.0	28.7	28.7	24.8	21.7	21.7	
	女性30代	(n=199)	75.9	68.3	50.3	45.2	33.7	37.2	29.6	30.2	28.6	26.6	
	女性40代	(n=235)	79.1	62.6	48.5	38.7	37.0	37.9	31.1	29.4	32.3	24.3	
	女性50代	(n=200)	83.0	57.5	49.0	45.5	42.0	48.5	35.5	29.0	28.5	24.5	
女性60代	(n=239)	76.6	51.9	44.8	42.7	37.7	46.9	41.4	25.5	24.3	18.4		
果物摂取量別	200g以上	(n=178)	76.4	55.1	30.3	37.6	38.2	33.1	36.0	30.9	21.3	23.6	
	100g~200g未満	(n=597)	83.8	61.8	38.5	44.1	43.2	38.2	39.7	31.3	24.1	27.1	
	100g未満	(n=712)	79.5	59.8	43.5	37.9	37.6	34.3	29.1	27.7	25.1	20.8	
令和6年度全体		(n=2,062)	71.8	56.5	39.2	35.8	34.7	32.4	30.6	26.0	23.9	21.0	

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

2. アンケート調査の分析結果 - (1) 日常の果物の消費行動

- 「生活習慣病の予防になる」は、6.3%にとどまっており、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以上摂取者では、「値段が高い」が30.3%で、他の層より低い。

※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2,062)	20.6	19.8	18.4	18.3	17.9	17.0	16.2	16.2	15.4	15.0
性別	男性	(n=1,032)	16.6	15.6	14.8	9.7	16.0	10.1	13.5	13.5	10.3	14.2	
	女性	(n=1,030)	24.6	24.1	21.9	27.0	19.8	24.0	19.0	18.9	20.5	15.8	
年代別	20代	(n=320)	20.6	15.9	18.4	25.3	12.5	19.4	16.9	13.1	16.6	15.9	
	30代	(n=402)	27.1	17.7	19.9	21.1	18.7	18.9	19.7	16.7	16.4	14.7	
	40代	(n=474)	19.8	16.9	16.5	19.2	15.6	13.9	14.8	19.4	21.3	12.4	
	50代	(n=399)	19.0	20.3	17.8	17.3	21.6	17.8	15.3	19.0	15.3	18.5	
	60代	(n=467)	16.9	27.0	19.5	11.1	20.1	16.3	15.2	12.2	7.7	14.3	
性年代別	男性20代	(n=163)	18.4	13.5	14.7	12.3	10.4	17.2	17.2	11.7	12.9	16.6	
	男性30代	(n=203)	22.2	15.3	15.8	14.8	15.8	7.9	14.3	13.3	10.8	13.3	
	男性40代	(n=239)	15.5	11.3	12.6	11.3	14.2	8.8	10.9	15.5	15.1	10.9	
	男性50代	(n=199)	15.1	15.6	17.1	7.0	20.6	8.5	12.1	14.6	8.0	17.6	
	男性60代	(n=228)	12.7	21.9	14.5	3.9	18.0	9.6	14.0	11.8	4.8	14.0	
	女性20代	(n=157)	22.9	18.5	22.3	38.9	14.6	21.7	16.6	14.6	20.4	15.3	
	女性30代	(n=199)	32.2	20.1	24.1	27.6	21.6	30.2	25.1	20.1	22.1	16.1	
	女性40代	(n=235)	24.3	22.6	20.4	27.2	17.0	19.1	18.7	23.4	27.7	14.0	
	女性50代	(n=200)	23.0	25.0	18.5	27.5	22.5	27.0	18.5	23.5	22.5	19.5	
女性60代	(n=239)	20.9	31.8	24.3	18.0	22.2	22.6	16.3	12.6	10.5	14.6		
果物摂取量別	200g以上	(n=178)	23.6	24.7	20.8	23.0	22.5	19.1	21.3	11.8	10.1	24.7	
	100g~200g未満	(n=597)	29.1	28.5	24.3	22.6	26.8	21.9	21.1	16.4	13.7	24.1	
	100g未満	(n=712)	20.4	21.9	18.5	19.4	16.0	18.5	15.2	14.7	16.6	12.2	
令和6年度全体		(n=2,062)	22.1	20.0	18.2	19.1	16.9	16.2	18.1	16.1	15.1	16.6	

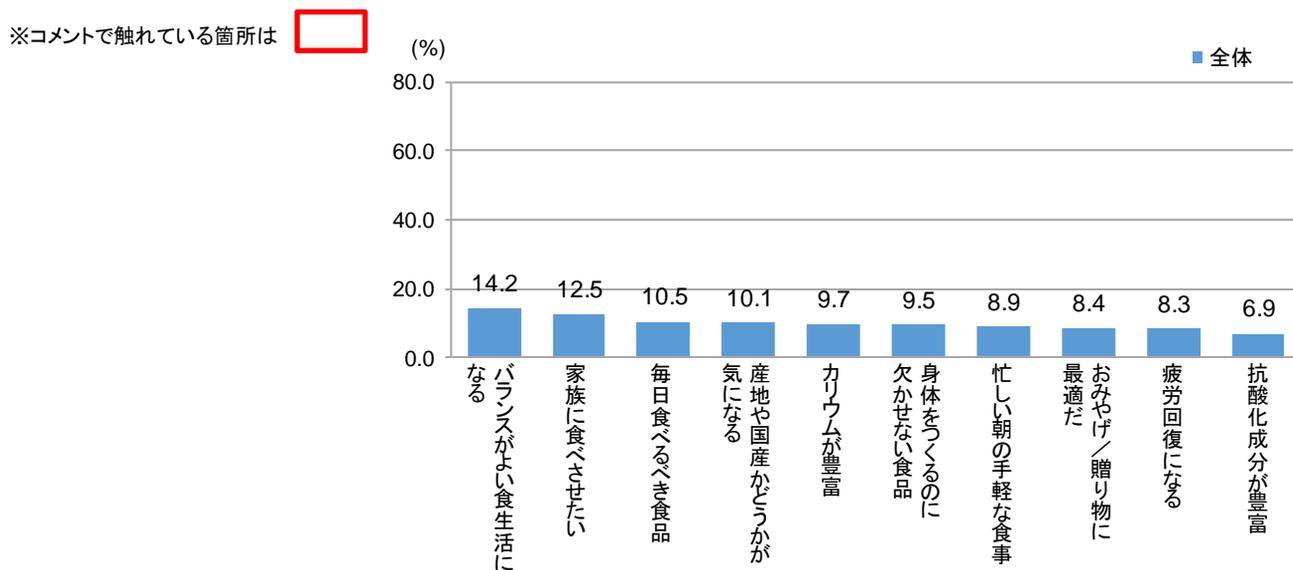
全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

2. アンケート調査の分析結果 - (1) 日常の果物の消費行動

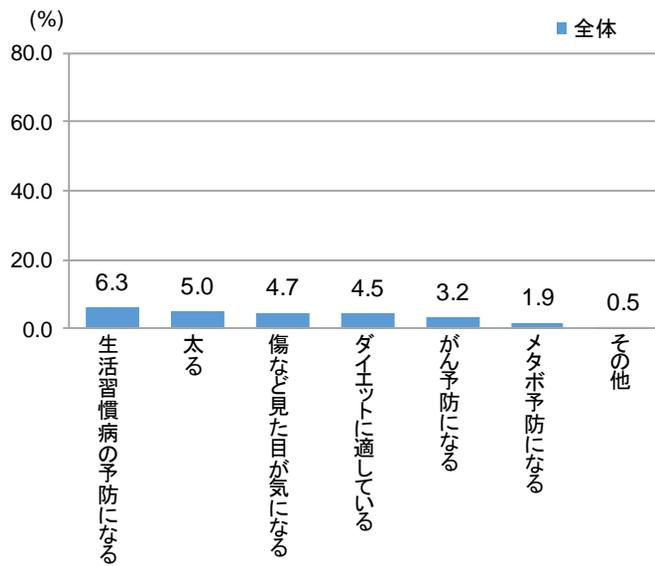


		全体	(n=2,062)	14.2	12.5	10.5	10.1	9.7	9.5	8.9	8.4	8.3	6.9
性別	男性	(n=1,032)	10.6	6.9	9.1	7.0	6.4	6.9	6.5	6.2	7.5	4.3	
	女性	(n=1,030)	17.9	18.2	11.8	13.2	12.9	12.1	11.3	10.6	9.1	9.6	
年代別	20代	(n=320)	13.1	7.5	11.6	6.6	6.6	11.9	9.4	10.0	8.1	5.0	
	30代	(n=402)	15.4	14.9	9.0	10.7	11.2	11.9	12.9	9.0	8.0	10.0	
	40代	(n=474)	12.4	14.1	7.6	11.6	8.4	8.4	8.4	8.9	9.5	7.0	
	50代	(n=399)	15.8	14.0	10.0	10.3	9.0	10.5	5.5	9.0	8.8	7.5	
	60代	(n=467)	14.3	10.9	14.3	10.3	12.2	6.0	8.4	5.8	7.1	5.1	
性年代別	男性20代	(n=163)	9.8	4.9	11.0	6.1	4.9	9.8	7.4	11.0	9.8	4.3	
	男性30代	(n=203)	12.8	7.4	9.9	8.4	6.9	9.4	8.4	6.4	6.9	6.4	
	男性40代	(n=239)	9.2	7.9	5.9	8.4	4.6	6.3	7.9	5.4	8.8	4.2	
	男性50代	(n=199)	11.1	9.0	7.5	4.5	3.0	6.5	2.5	6.0	7.0	3.5	
	男性60代	(n=228)	10.1	4.8	11.8	7.0	11.8	3.5	6.1	3.5	5.3	3.1	
	女性20代	(n=157)	16.6	10.2	12.1	7.0	8.3	14.0	11.5	8.9	6.4	5.7	
	女性30代	(n=199)	18.1	22.6	8.0	13.1	15.6	14.6	17.6	11.6	9.0	13.6	
	女性40代	(n=235)	15.7	20.4	9.4	14.9	12.3	10.6	8.9	12.3	10.2	9.8	
	女性50代	(n=200)	20.5	19.0	12.5	16.0	15.0	14.5	8.5	12.0	10.5	11.5	
	女性60代	(n=239)	18.4	16.7	16.7	13.4	12.6	8.4	10.5	7.9	8.8	7.1	
果物 摂取量別	200g以上	(n=178)	20.8	18.0	20.2	13.5	13.5	17.4	12.9	10.1	12.9	11.8	
	100g～200g未満	(n=597)	18.9	15.9	16.6	13.7	15.9	12.9	11.7	10.2	12.1	8.7	
	100g未満	(n=712)	15.9	13.8	8.4	9.1	8.4	8.6	10.7	8.0	6.6	6.5	
令和6年度全体		(n=2,062)	14.3	12.7	10.9	9.9	9.1	13.2	9.1	7.9	10.2	7.4	

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

2. アンケート調査の分析結果 - (1) 日常の果物の消費行動

※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2,062)	6.3	5.0	4.7	4.5	3.2	1.9	0.5
性別	男性	(n=1,032)	4.9	3.1	4.1	2.8	2.4	1.7	0.8	
	女性	(n=1,030)	7.6	6.9	5.3	6.1	4.1	2.0	0.3	
年代別	20代	(n=320)	7.2	2.2	6.9	8.4	2.5	1.9	0.6	
	30代	(n=402)	7.0	3.0	5.0	8.0	4.2	2.7	0.2	
	40代	(n=474)	4.9	4.4	4.2	3.4	2.5	2.1	-	
	50代	(n=399)	5.5	9.0	5.3	2.0	4.5	1.8	0.8	
	60代	(n=467)	7.1	5.8	3.0	1.9	2.6	1.1	1.1	
性年代別	男性20代	(n=163)	8.0	2.5	7.4	3.7	3.1	2.5	0.6	
	男性30代	(n=203)	5.4	1.0	4.4	5.9	4.4	2.5	0.5	
	男性40代	(n=239)	3.8	2.9	3.8	2.5	1.3	1.7	-	
	男性50代	(n=199)	4.5	5.0	3.5	2.0	2.5	1.5	1.5	
	男性60代	(n=228)	3.9	3.9	2.2	0.4	1.3	0.9	1.3	
	女性20代	(n=157)	6.4	1.9	6.4	13.4	1.9	1.3	0.6	
	女性30代	(n=199)	8.5	5.0	5.5	10.1	4.0	3.0	-	
	女性40代	(n=235)	6.0	6.0	4.7	4.3	3.8	2.6	-	
	女性50代	(n=200)	6.5	13.0	7.0	2.0	6.5	2.0	-	
女性60代	(n=239)	10.0	7.5	3.8	3.3	3.8	1.3	0.8		
果物 摂取量別	200g以上	(n=178)	6.7	3.4	5.1	6.7	6.2	3.9	0.6	
	100g~200g未満	(n=597)	10.1	6.2	5.5	5.4	4.5	2.7	0.3	
	100g未満	(n=712)	5.2	5.2	4.6	4.1	2.7	1.3	0.4	
令和6年度全体		(n=2,062)	6.9	6.0	4.5	6.3	3.9	2.8	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、全体で8.6%。
令和5年10.0%、令和6年9.8%であり、かなりの減少がみられる。
 - 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12.0%。令和6年は13.6%であり、かなりの減少がみられる。
 - 果物摂取量が「50g未満」の方は、20代から50代まで約40%と非常に高い。
 - 果物の摂取頻度は「ほとんど食べない」が最も高い。
令和6年度結果と比較すると「月1～3日」が微増している。
 - 果物を現状よりも多く摂取できない理由と毎日は摂らない理由では、「値段が高いから」が最も高く、令和6年度調査と比べて増加傾向にある。
次いで「一度にそんなに量を食べられない」や「日持ちがしない」が続く。
 - 大半の場合において、果物は「そのまま」で摂取されている。
 - 果物へのイメージをみると、「生活習慣病の予防になる」は、6.3%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。
-
- 1日あたりの果物の摂取量では、「50g未満」が38.6%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8.6%。(P14)
 - 200g以上摂取できている人の割合は、令和5年度からかなり減少している。(P14)
 - 全体の27.9%の人は、果物をほとんど食べない。(月1日未満)(P14)
 - 年代別で見ると、一日平均200g以上摂取できている割合は20代が他の年代と比べて高い。また、100g以上～200g未満摂取している割合は、60代が高い。(P14)
 - 一方、「50g未満」は20代も高く、20代から50代まで約40%と非常に高い。(P14)
-
- 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12.0%。令和6年は13.6%であり、かなりの減少がみられる。(P15)
-
- 1日あたりの果物摂取量が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。(P16)
 - 果物摂取量が200g未満の理由として、「値段が高く食費に余裕がないから」は令和6年度結果より増加。特に20代～40代でその割合が高い。(P16)
-
- 果物の購入頻度では、「ほとんど買わない」が最も高く、「週1～2日」が続く。
女性や60代は購入頻度が高い傾向にある。(P18)
-
- 果物の摂取頻度では、「ほとんど食べない」が最も高く、「月1～3日」「ほぼ毎日」が続く。
令和6年度結果と比較すると「月1～3日」が微増。(P19)
-
- 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。
令和6年度結果と比較すると、「匂や味覚を楽しめるから」が微増。(P20)
-
- 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」が中心。(P22)
 - 令和6年度結果と比較すると、毎日摂らない理由として「他の食品に比べて値段が高いから」が微増している。(P22)
-
- 果物の摂取方法では、「そのまま」が突出しているものの、女性は「ヨーグルトに入れて」摂取する割合も男性に比べて高い。(P24)
-
- 果物のイメージでは、「おいしい」がトップ。次いで「甘い」「値段が高い」「ビタミンが多い」「健康によい」が続く。また、「生活習慣病の予防になる」は、6.3%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。(P25, P28)

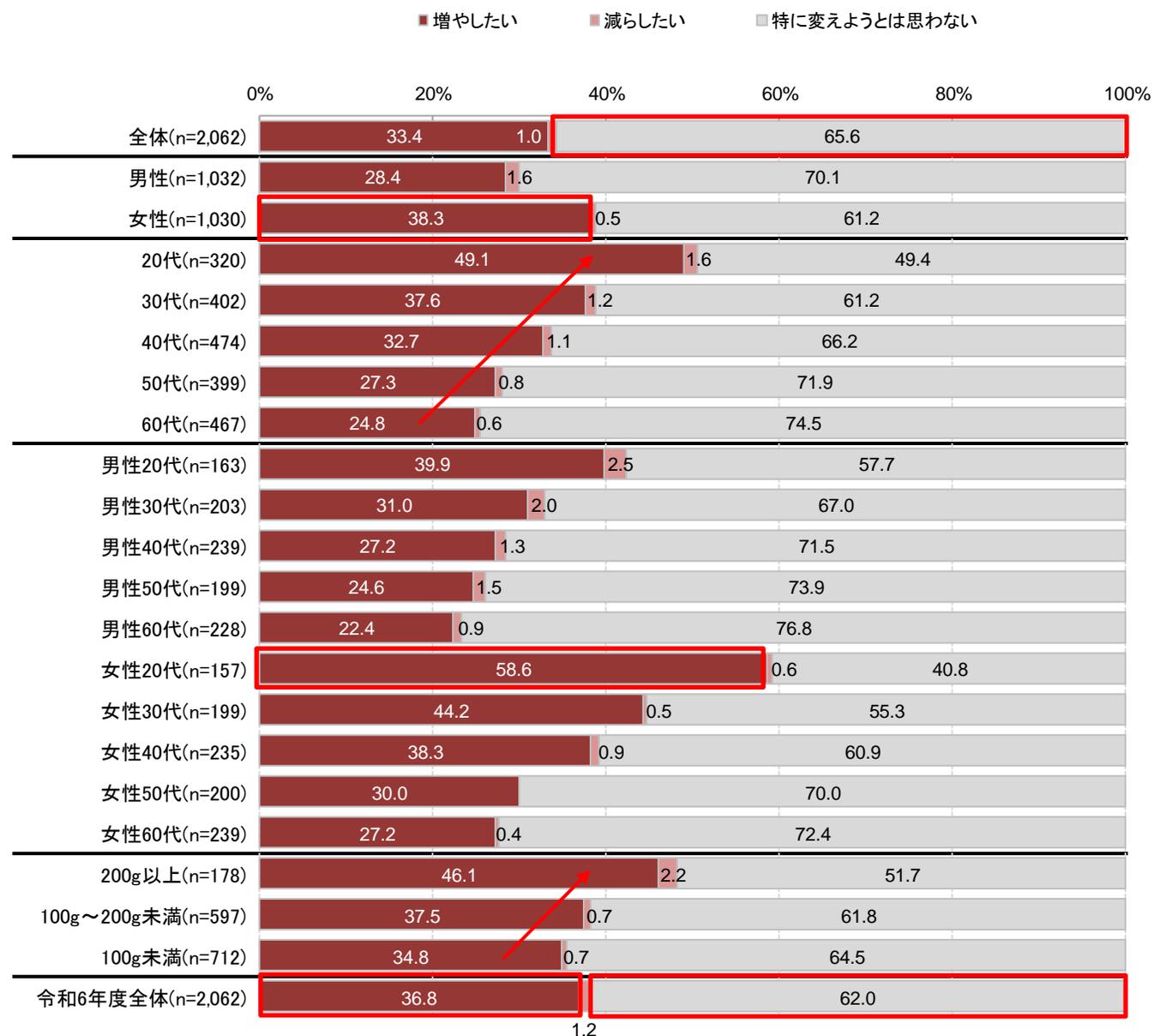
(2) 今後の果物の摂取意向

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65.6%。
次いで「増やしたい」が33.4%で、「減らしたい」はごくわずか。
- 令和6年度結果と比較すると、「増やしたい」で減少がみられる。
また、「特に変えようとは思わない」で増加がみられる。
- 性別でみると、女性では「増やしたい」の割合が38.3%で、
男性の28.4%と比べて高い。
- 年代別でみると、「増やしたい」の割合は、若年層になるほど高い。
- 性年代別でみると、女性20代では「増やしたい」が58.6%を占めている。
- 果物摂取量別でみると、「増やしたい」の割合は、摂取量が多いほど高い。

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

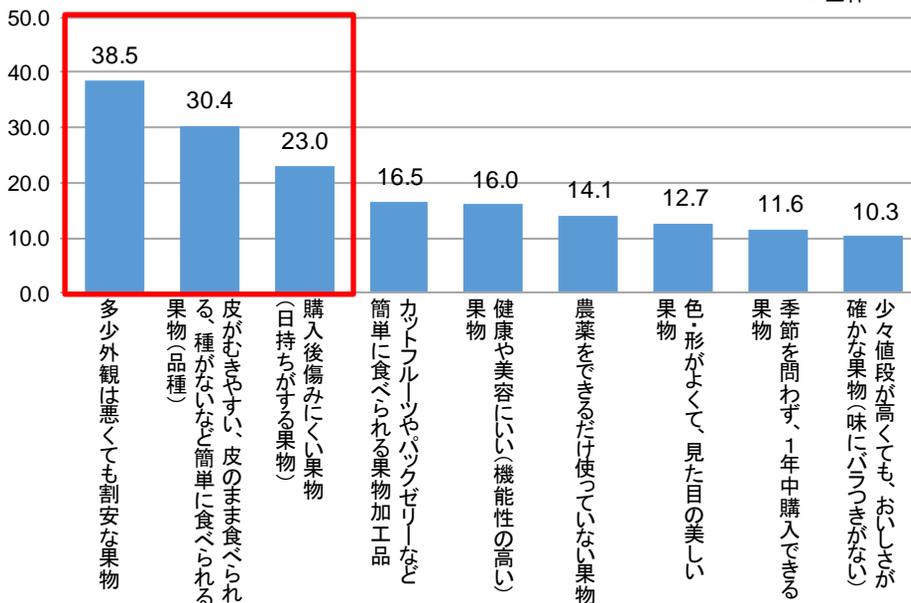
- 全体では、「多少外観は悪くても割安な果物」が最も高く、「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」「購入後傷みにくい果物」が続く。
- 令和6年度結果と比較すると、「産直（宅配）、直売などによるより新鮮な果物」で微減。
- 性別で見ると、女性は「多少外観は悪くても割安な果物」「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」の割合が全体と比べて高い。
- 果物摂取量別を全体で上位の方法で見ると、200g以上摂取者で、「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」「農薬をできるだけ使っていない果物」「色・形がよくて、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」の割合が他の層と比べて高い。

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。(MA)

※コメントで触れている箇所は



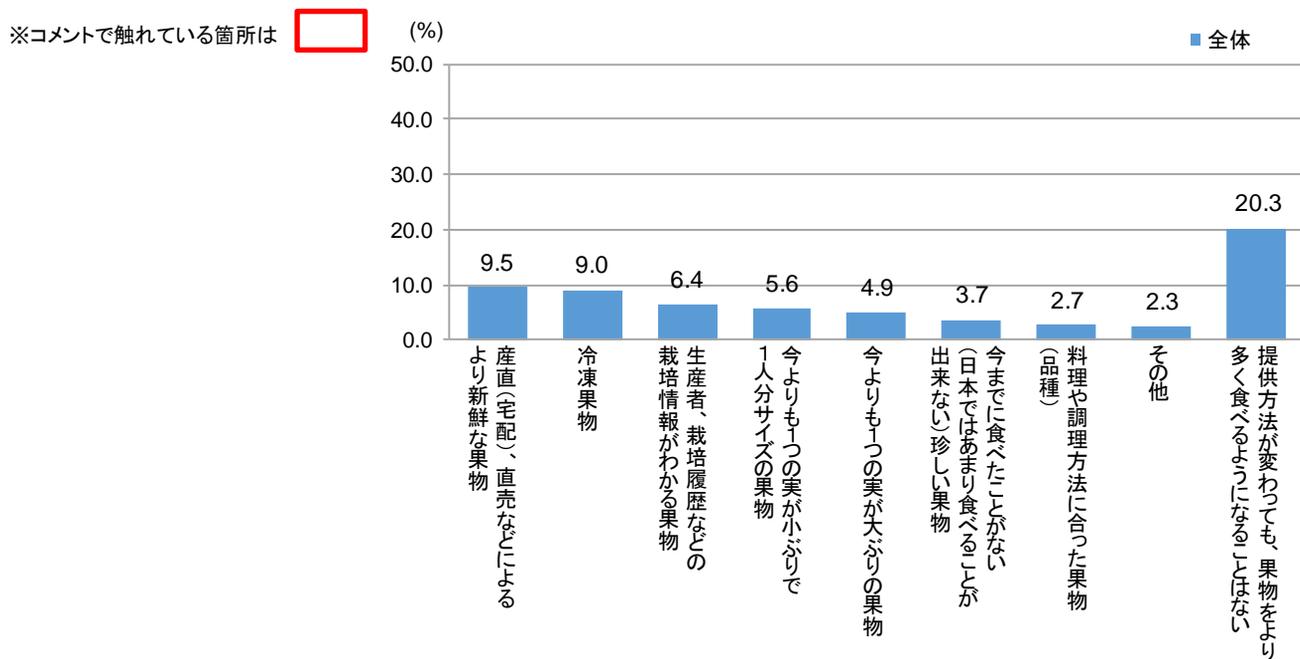
(%)



		全体	(n=2,062)	38.5	30.4	23.0	16.5	16.0	14.1	12.7	11.6	10.3
性別	男性	(n=1,032)	33.1	25.4	18.5	16.5	11.7	9.5	12.9	9.4	7.8	
	女性	(n=1,030)	43.9	35.4	27.5	16.5	20.3	18.7	12.4	13.9	12.8	
年代別	20代	(n=320)	29.4	27.2	20.0	22.5	16.9	9.1	20.0	10.6	11.3	
	30代	(n=402)	37.3	31.1	22.1	14.9	16.2	10.9	14.7	11.2	9.5	
	40代	(n=474)	38.2	34.2	26.8	16.9	14.6	13.5	11.6	13.5	8.2	
	50代	(n=399)	41.1	28.8	20.1	14.3	15.3	14.3	9.0	9.8	10.5	
	60代	(n=467)	43.9	29.6	24.4	15.2	17.3	20.8	10.1	12.4	12.2	
性年代別	男性20代	(n=163)	24.5	20.9	16.6	20.9	12.9	6.7	20.2	11.0	11.0	
	男性30代	(n=203)	27.1	28.6	12.8	14.3	11.3	8.4	16.7	10.3	6.9	
	男性40代	(n=239)	36.0	28.9	22.2	18.0	8.8	9.2	11.7	9.2	6.3	
	男性50代	(n=199)	34.2	19.6	18.6	12.1	10.1	7.0	7.5	8.5	7.5	
	男性60代	(n=228)	40.8	27.2	21.1	17.5	15.8	14.9	10.1	8.3	7.9	
	女性20代	(n=157)	34.4	33.8	23.6	24.2	21.0	11.5	19.7	10.2	11.5	
	女性30代	(n=199)	47.7	33.7	31.7	15.6	21.1	13.6	12.6	12.1	12.1	
	女性40代	(n=235)	40.4	39.6	31.5	15.7	20.4	17.9	11.5	17.9	10.2	
	女性50代	(n=200)	48.0	38.0	21.5	16.5	20.5	21.5	10.5	11.0	13.5	
女性60代	(n=239)	46.9	31.8	27.6	13.0	18.8	26.4	10.0	16.3	16.3		
果物摂取量別	200g以上	(n=178)	43.3	39.3	23.6	18.0	23.0	23.6	20.8	15.7	17.4	
	100g~200g未満	(n=597)	45.6	34.3	26.8	18.8	23.8	20.4	16.9	14.7	14.9	
	100g未満	(n=712)	44.2	32.2	26.5	15.7	15.7	13.3	11.2	12.2	8.8	
令和6年度全体		(n=2,062)	37.7	30.1	22.8	17.0	17.9	14.4	14.5	11.4	11.5	

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

2. アンケート調査の分析結果 - (2) 今後の果物の摂取意向



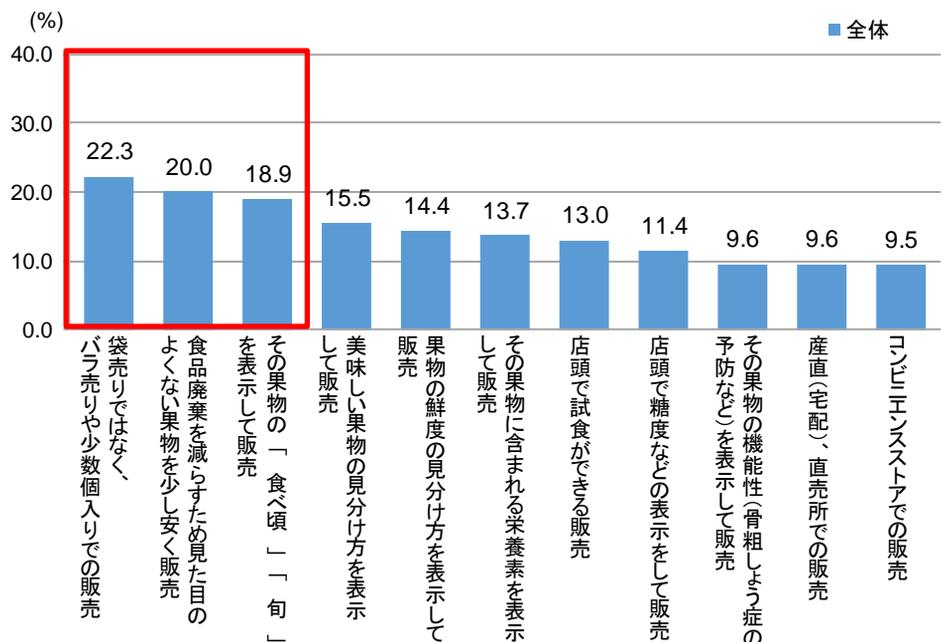
		全体	(n=2,062)	9.5	9.0	6.4	5.6	4.9	3.7	2.7	2.3	20.3
性別	男性	(n=1,032)	6.3	6.6	5.2	6.3	5.9	3.8	2.8	2.5	26.0	
	女性	(n=1,030)	12.7	11.5	7.5	4.9	3.9	3.6	2.5	2.1	14.6	
年代別	20代	(n=320)	5.6	13.4	5.6	5.3	8.1	4.4	3.8	2.2	16.9	
	30代	(n=402)	6.2	12.7	5.5	6.0	4.7	3.5	2.7	1.5	24.1	
	40代	(n=474)	8.4	6.8	6.1	7.0	4.9	3.2	2.1	2.5	19.8	
	50代	(n=399)	10.8	6.5	8.3	5.5	4.0	4.8	2.3	3.5	21.8	
	60代	(n=467)	15.0	7.3	6.2	4.1	3.6	3.0	2.8	1.9	18.4	
性年代別	男性20代	(n=163)	3.7	9.8	6.7	6.1	9.8	4.9	3.7	1.8	22.1	
	男性30代	(n=203)	3.9	6.9	5.9	6.4	6.9	2.5	2.5	1.5	31.5	
	男性40代	(n=239)	5.4	5.9	5.0	7.9	5.4	4.2	3.3	2.5	24.3	
	男性50代	(n=199)	4.5	5.5	4.5	5.5	3.5	4.5	2.0	4.5	30.2	
	男性60代	(n=228)	12.7	5.7	4.4	5.3	4.8	3.1	2.6	2.2	21.9	
	女性20代	(n=157)	7.6	17.2	4.5	4.5	6.4	3.8	3.8	2.5	11.5	
	女性30代	(n=199)	8.5	18.6	5.0	5.5	2.5	4.5	3.0	1.5	16.6	
	女性40代	(n=235)	11.5	7.7	7.2	6.0	4.3	2.1	0.9	2.6	15.3	
	女性50代	(n=200)	17.0	7.5	12.0	5.5	4.5	5.0	2.5	2.5	13.5	
女性60代	(n=239)	17.2	8.8	7.9	2.9	2.5	2.9	2.9	1.7	15.1		
果物 摂取量別	200g以上	(n=178)	13.5	12.4	12.9	6.7	11.2	13.5	5.6	1.1	8.4	
	100g~200g未満	(n=597)	15.2	9.5	9.2	7.0	9.0	4.9	3.9	2.5	11.2	
	100g未満	(n=712)	9.1	9.8	5.6	5.1	2.4	1.8	1.3	2.1	15.7	
令和6年度全体		(n=2,062)	11.8	9.1	7.1	5.9	5.2	4.7	2.9	1.7	20.3	

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

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22.3%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」「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が続いている。
- 令和6年度結果と比較すると、「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」といった上位項目で微減した。
- 性別でみると、女性は全体の上位項目で、スコアが男性より顕著に高い。
- 年代別でみると、60代で「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」が、50代で「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」が、他の年代と比べて高い。

※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=2,062)	22.3	20.0	18.9	15.5	14.4	13.7	13.0	11.4	9.6	9.6	9.5
性別	男性	(n=1,032)	18.5	14.5	14.3	11.4	11.3	9.9	10.7	8.1	6.9	6.7	9.0	
	女性	(n=1,030)	26.0	25.5	23.5	19.6	17.5	17.5	15.3	14.7	12.3	12.4	10.0	
年代別	20代	(n=320)	15.3	14.1	17.2	16.3	15.6	10.9	13.1	8.4	7.5	4.7	12.5	
	30代	(n=402)	18.9	19.2	17.2	16.7	15.4	15.7	10.2	10.7	9.5	8.7	9.0	
	40代	(n=474)	23.4	18.4	19.8	14.8	14.3	12.9	11.4	10.8	8.4	10.5	11.4	
	50代	(n=399)	23.3	25.8	20.1	15.3	12.8	14.8	13.3	11.5	10.0	9.3	8.8	
	60代	(n=467)	27.8	21.6	19.7	15.0	14.1	13.7	16.7	14.6	12.0	12.8	6.6	
性年代別	男性20代	(n=163)	6.7	12.9	14.7	12.3	13.5	9.8	14.1	8.6	8.6	4.3	14.1	
	男性30代	(n=203)	15.3	14.3	13.3	11.8	11.3	11.3	8.9	5.9	6.9	6.4	6.9	
	男性40代	(n=239)	23.0	12.6	16.7	13.0	13.8	12.1	9.2	10.0	5.9	7.9	10.5	
	男性50代	(n=199)	17.6	16.6	12.6	9.0	7.5	7.5	9.5	6.0	5.5	5.0	7.0	
	男性60代	(n=228)	25.9	16.2	14.0	11.0	10.5	8.3	12.3	9.6	7.9	8.8	7.5	
	女性20代	(n=157)	24.2	15.3	19.7	20.4	17.8	12.1	12.1	8.3	6.4	5.1	10.8	
	女性30代	(n=199)	22.6	24.1	21.1	21.6	19.6	20.1	11.6	15.6	12.1	11.1	11.1	
	女性40代	(n=235)	23.8	24.3	23.0	16.6	14.9	13.6	13.6	11.5	11.1	13.2	12.3	
	女性50代	(n=200)	29.0	35.0	27.5	21.5	18.0	22.0	17.0	17.0	14.5	13.5	10.5	
女性60代	(n=239)	29.7	26.8	25.1	18.8	17.6	18.8	20.9	19.2	15.9	16.7	5.9		
果物 摂取量別	200g以上	(n=178)	21.3	26.4	24.7	24.7	24.2	22.5	19.7	20.2	13.5	17.4	15.7	
	100g~200g未満	(n=597)	27.5	24.3	24.5	18.6	17.9	19.8	17.1	14.9	13.9	13.7	13.9	
	100g未満	(n=712)	23.3	23.5	20.9	16.3	14.6	13.6	12.2	10.7	8.6	8.4	7.9	
令和6年度全体		(n=2,062)	24.2	22.6	19.5	16.9	14.3	14.2	14.7	12.5	9.6	10.6	11.5	

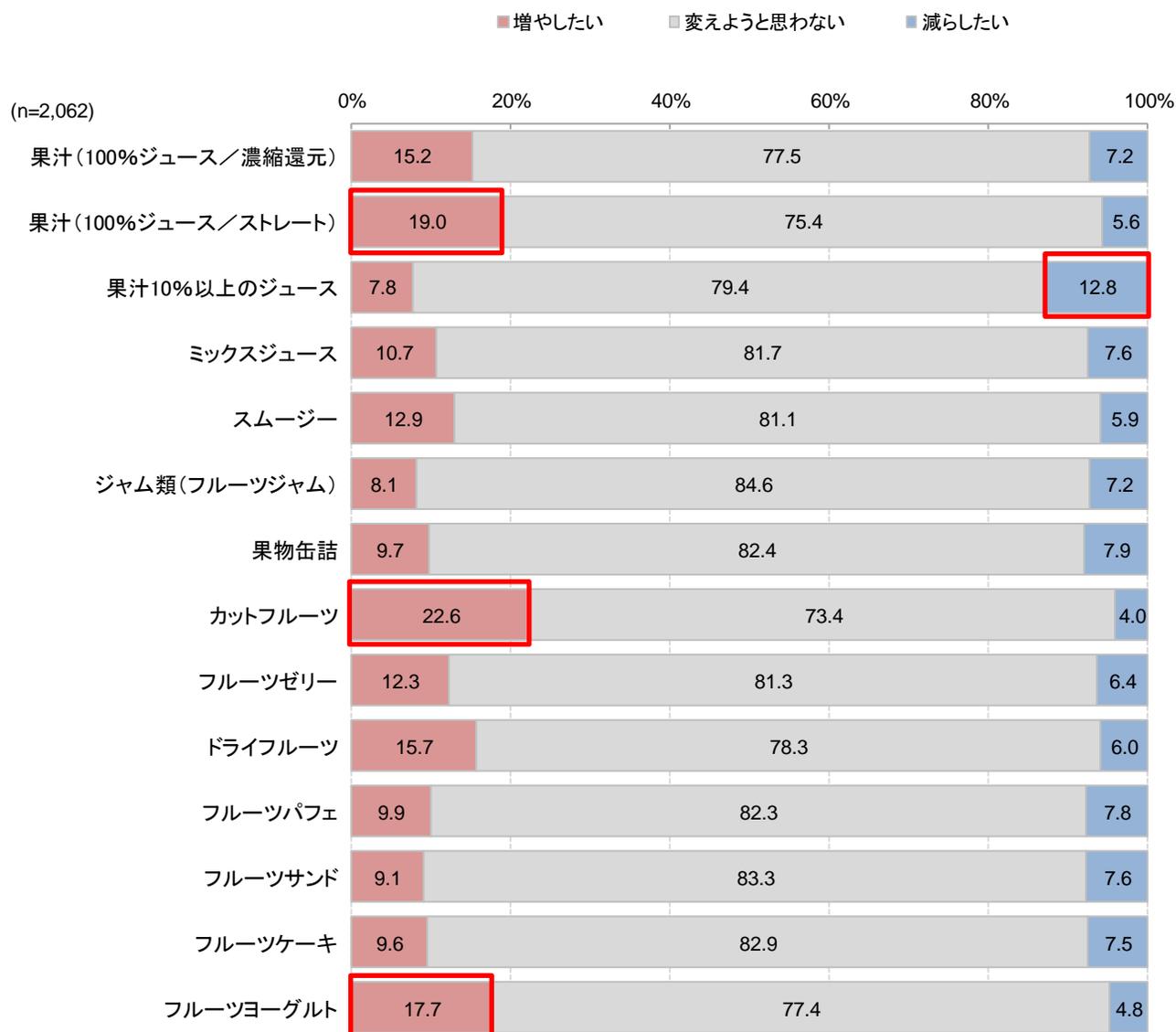
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5~10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5~10ポイント未満低い。

④-1 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20.0%前後と高め。
- 一方、果汁10%以上のジュースは「減らしたい」の割合が12.8%で、他の果物加工品と比べて高い。

Q11. 果物を手軽に摂取できる方法として果物加工品がありますが、今後、以下の果物加工品の食べる（飲む）量を増やしたいと思いませんか。（SA）

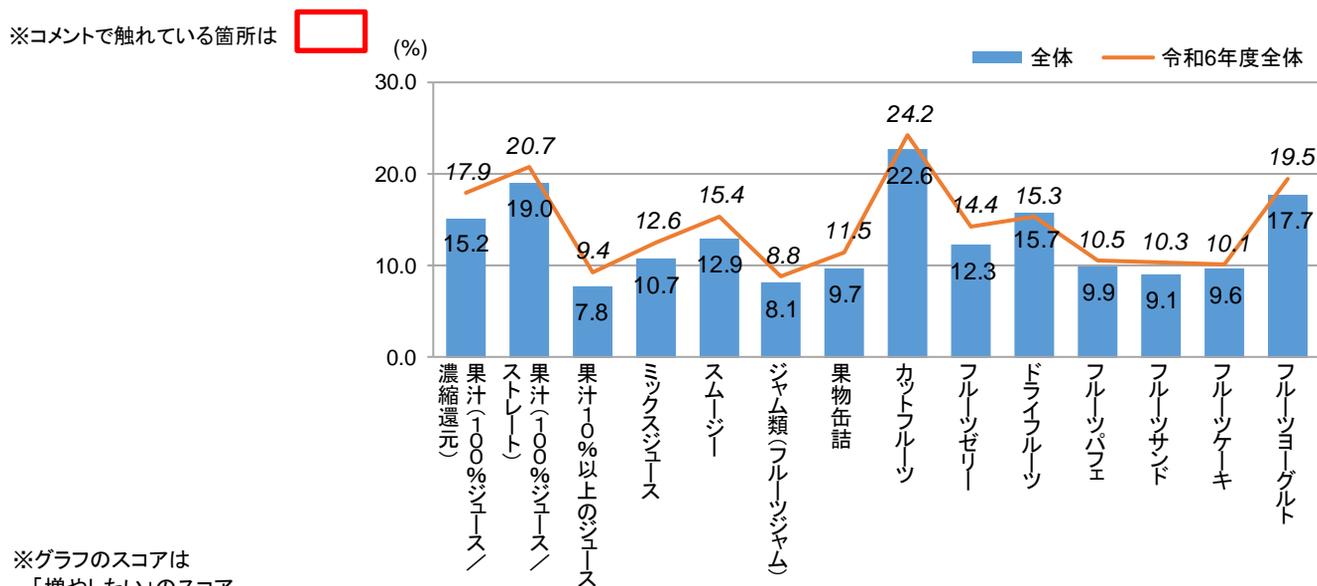
※コメントで触れている箇所は



④-2 果物加工品の消費意向 (増やしたい)

- 令和6年度結果と比較すると、「果汁(100%ジュース/濃縮還元)」「フルーツゼリー」で微減がみられる。
- 年代別でみると、20代では、全般的にスコアが高い。
- 果物摂取量別でみると、200g以上摂取者が、全般的に他の層より高い。
- 20代や200g以上摂取者は、果物加工品の消費を増やしたい意向が高いことがうかがえる。

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すか。(SA)



全体		(n=2,062)	15.2	19.0	7.8	10.7	12.9	8.1	9.7	22.6	12.3	15.7	9.9	9.1	9.6	17.7
性別	男性	(n=1,032)	15.9	18.1	8.8	10.9	9.9	8.0	9.8	21.6	11.6	11.7	8.8	7.8	9.0	17.7
	女性	(n=1,030)	14.6	19.9	6.8	10.6	16.0	8.3	9.6	23.6	12.9	19.7	11.1	10.4	10.2	17.8
年代別	20代	(n=320)	25.6	25.0	14.1	16.9	20.3	13.4	14.1	30.6	20.6	19.1	14.1	13.1	13.8	23.4
	30代	(n=402)	12.9	17.2	9.0	11.4	16.9	9.5	12.2	24.4	13.2	15.7	11.2	10.2	10.9	18.7
	40代	(n=474)	16.9	21.5	7.8	11.4	12.9	8.0	9.5	19.8	12.9	14.8	9.3	8.9	8.9	16.2
	50代	(n=399)	14.3	19.0	5.8	9.3	9.3	6.5	8.5	21.3	10.0	15.3	10.5	9.0	8.5	15.5
	60代	(n=467)	9.2	13.9	4.3	6.4	7.7	4.9	5.8	19.5	7.1	14.8	6.2	5.6	7.3	16.5
性年代別	男性20代	(n=163)	27.0	21.5	12.9	16.0	16.6	10.4	12.3	25.8	17.8	14.7	10.4	12.3	9.8	21.5
	男性30代	(n=203)	12.3	15.8	11.8	10.8	11.8	9.4	13.8	21.2	13.8	14.3	11.3	9.4	11.8	17.7
	男性40代	(n=239)	18.0	22.6	8.8	12.6	10.5	7.5	9.2	18.0	11.7	10.0	8.4	6.7	7.5	13.8
	男性50代	(n=199)	14.6	17.6	6.0	10.6	6.5	8.0	7.0	20.6	8.5	8.0	8.5	8.0	6.0	14.6
	男性60代	(n=228)	10.1	13.6	5.7	5.7	5.7	5.7	7.5	23.7	7.9	12.3	6.1	3.9	10.1	21.9
	女性20代	(n=157)	24.2	28.7	15.3	17.8	24.2	16.6	15.9	35.7	23.6	23.6	17.8	14.0	17.8	25.5
	女性30代	(n=199)	13.6	18.6	6.0	12.1	22.1	9.5	10.6	27.6	12.6	17.1	11.1	11.1	10.1	19.6
	女性40代	(n=235)	15.7	20.4	6.8	10.2	15.3	8.5	9.8	21.7	14.0	19.6	10.2	11.1	10.2	18.7
	女性50代	(n=200)	14.0	20.5	5.5	8.0	12.0	5.0	10.0	22.0	11.5	22.5	12.5	10.0	11.0	16.5
女性60代	(n=239)	8.4	14.2	2.9	7.1	9.6	4.2	4.2	15.5	6.3	17.2	6.3	7.1	4.6	11.3	
果物摂取量別	200g以上	(n=178)	26.4	27.5	16.3	19.1	25.8	18.5	18.0	33.7	20.2	29.2	19.1	18.5	16.3	27.0
	100g~200g未満	(n=597)	17.1	23.3	8.0	13.7	17.6	9.7	10.7	27.6	13.1	16.1	10.7	11.1	10.1	22.9
	100g未満	(n=712)	13.8	17.4	7.6	8.6	10.3	6.2	8.7	21.6	12.2	16.4	8.4	6.9	8.7	16.9
令和6年度全体		(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

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

- 今後の果物の摂取量を「増やしたい」と考えている人は33.4%。
 - 「増やしたい」人の割合は、令和6年度調査より微減し、「特に変えようと思わない」が増加した。
 - 性年代別でみると、女性20代の58.6%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」が最も高く、次いで「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」「購入後傷みにくい果物」が続く。
 - 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20.0%前後と高め。
 - 20代および摂取量が多い層(200g以上)は、全般的に果物加工品の消費を増やしたい意向が高い傾向にある。
-
- 今後の果物の摂取量についての意向では、「特に変えようと思わない」という現状維持派が65.6%を占め、「増やしたい」は33.4%、「減らしたい」という人はごくわずか。(P31)
 - 摂取量を増やしたい人の割合は、令和6年度調査と比較すると減少が見られ、一方で「特に変えようと思わない」人の割合で増加がみられる。(P31)
 - 女性では、「増やしたい」の割合が38.3%となっており、男性よりも高い。(P31)
 - 20代女性は「増やしたい」の割合が58.6%を占めるのに対し、年代が上がるにつれて割合は低くなる傾向にある。また、現在の摂取量が多い層ほど「増やしたい」意向が高い。(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」「購入後傷みにくい果物」が続く。(P32)
 - 女性は、「多少外観は悪くても割安な果物」「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」の割合が全体より高い。(P32)
 - 果物摂取量が多い層(200g以上)では、「皮がむきやすい、皮のまま食べられる、種がないなど簡単に食べられる果物」「農薬をできるだけ使っていない果物」「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」への意識が他の層より高い。(P32)
 - 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」が22.3%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」「その果物の『食べ頃』『旬』を表示して販売」が中心。(P34)
 - 年代別に見ると、60代では「バラ売りや少数個入りでの販売」、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」の意向が、他の年代と比較して高い。(P34)
 - 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20.0%前後で、他の果物加工品と比較すると高め。(P36)
 - 一方で、「果汁10%以上のジュース」については「減らしたい」の割合が12.8%。(P36)
 - 20代は、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える。また、女性は「カットフルーツ」「ドライフルーツ」の意向が男性より高い。(P37)

(3) 果樹振興法14品目について

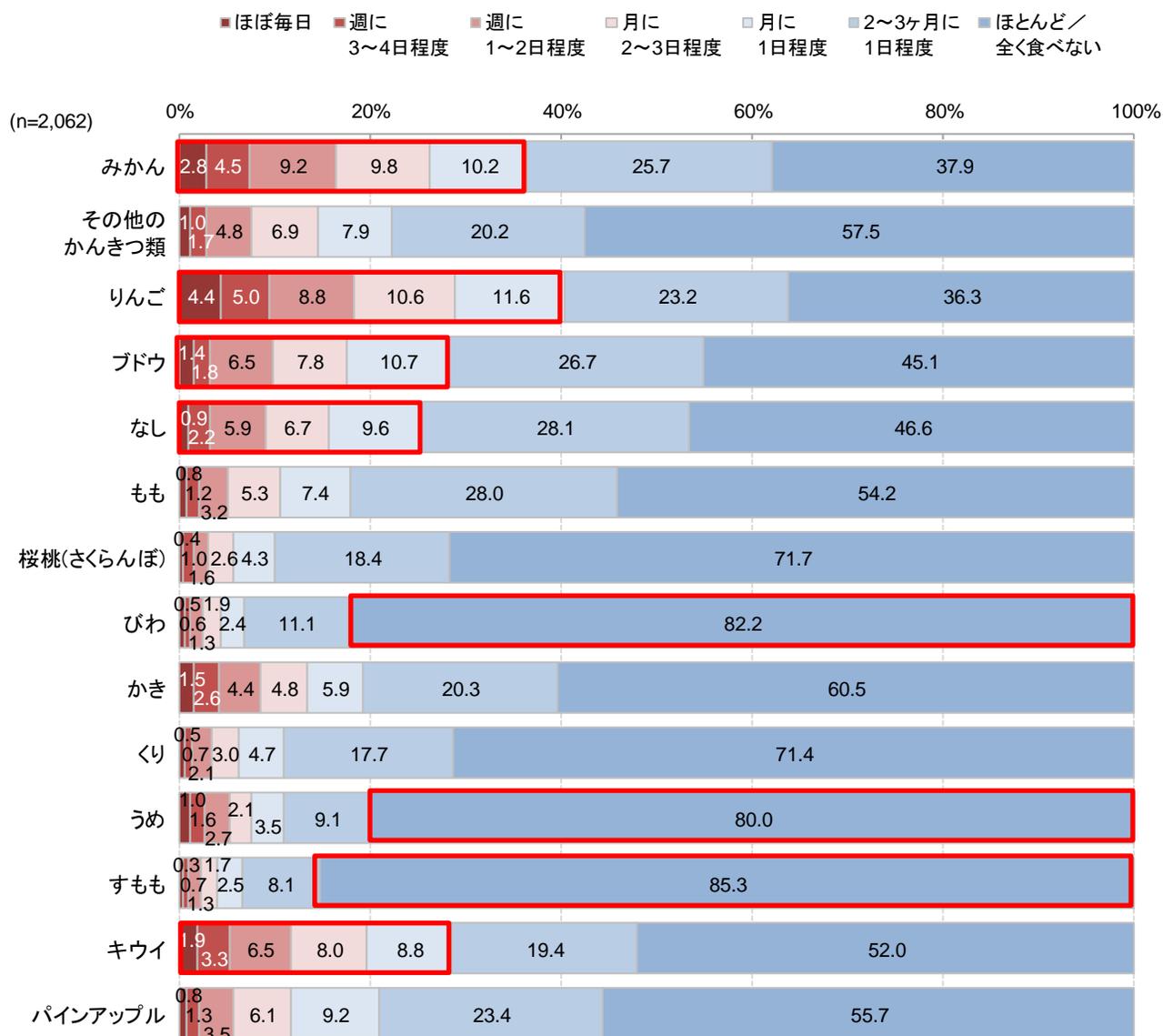
①-1 果樹振興法14品目の喫食

- 「月に1日程度」以上の割合を比較すると、りんごが40.4%で最も高く、次いで、みかん、キウイ、ブドウ、なしが続く。
- 一方で、すもも、びわ、うめでは、「ほとんど/全く食べない」が80.0%以上で高く、喫食頻度は高くない。

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。(SA)

※コメントで触れている箇所は

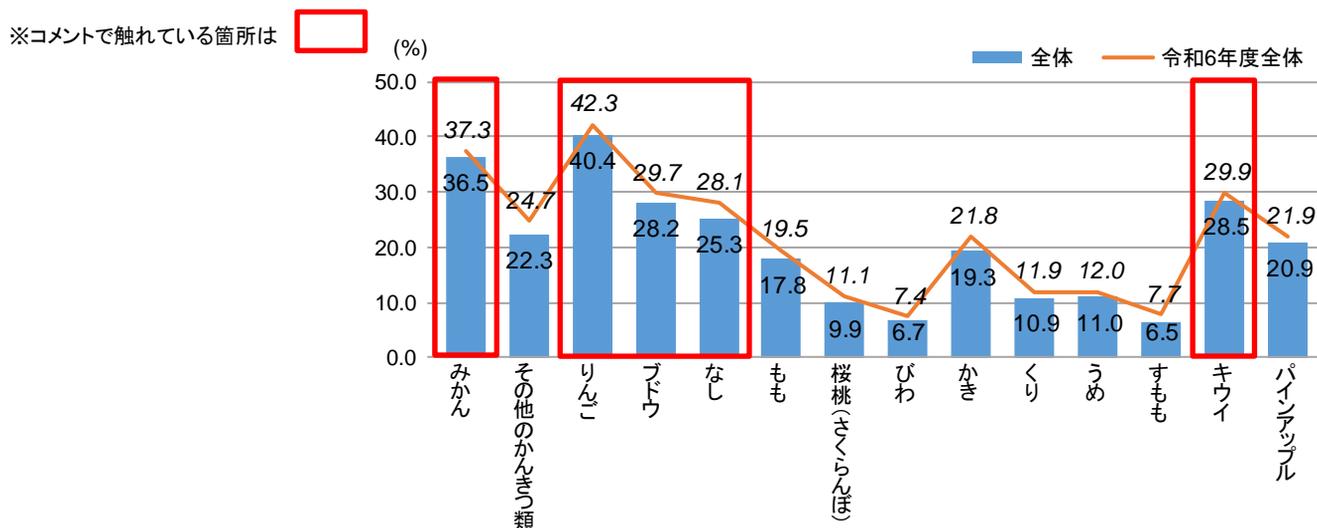


①-2 果樹振興法14品目の喫食 (月1回以上喫食)

- 令和6年度結果と比較すると、すべての品目で微減がみられる。特に、「その他のかんきつ類」「なし」「かき」で減少幅が大きい。
- 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、全体と比べて高い。
- 年代別で見ると、60代で「みかん」「りんご」「ブドウ」「なし」が他年代と比べて高い。また、20代で「桜桃(さくらんぼ)」「びわ」「うめ」「すもも」が高い。
- 性年代別で見ると、全体で上位の品目である「りんご」「みかん」「キウイ」「ブドウ」「なし」では、女性60代の割合が高い。

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。(SA)



※グラフのスコアは「月1回以上喫食」のスコア

		全体	(n=2,062)	36.5	22.3	40.4	28.2	25.3	17.8	9.9	6.7	19.3	10.9	11.0	6.5	28.5	20.9
性別	男性	(n=1,032)	34.9	20.4	37.1	25.6	22.8	17.3	10.7	7.7	14.5	11.2	10.9	7.3	22.6	18.5	
	女性	(n=1,030)	38.1	24.2	43.8	30.9	27.8	18.3	9.2	5.7	24.0	10.6	11.0	5.8	34.5	23.3	
年代別	20代	(n=320)	36.3	23.4	38.4	28.4	23.8	21.3	16.3	13.8	16.9	14.1	16.3	14.7	26.3	24.4	
	30代	(n=402)	32.6	18.7	34.1	22.9	20.9	16.4	10.4	7.5	15.7	10.9	11.9	9.2	25.1	20.4	
	40代	(n=474)	33.1	17.9	38.8	23.8	22.2	15.4	8.9	4.6	15.6	9.5	9.7	4.2	27.4	17.3	
	50代	(n=399)	32.8	21.6	36.3	26.6	22.8	15.0	5.5	3.8	17.8	7.0	8.8	3.3	26.8	19.5	
	60代	(n=467)	46.5	29.8	52.5	38.5	35.3	21.6	10.1	5.8	28.9	13.5	9.6	3.9	35.5	23.8	
性年代別	男性20代	(n=163)	37.4	23.3	36.8	28.2	22.7	20.9	17.2	17.8	16.6	14.7	16.0	16.0	25.2	23.3	
	男性30代	(n=203)	33.0	21.2	32.0	23.2	20.7	18.2	14.3	10.3	14.8	13.3	13.8	12.3	23.2	23.6	
	男性40代	(n=239)	32.2	14.2	36.8	20.5	20.9	15.9	10.0	5.0	10.9	8.8	8.8	5.4	22.2	14.2	
	男性50代	(n=199)	30.7	19.6	31.2	21.1	18.6	13.1	5.0	3.5	12.6	7.5	9.5	2.5	17.6	17.1	
	男性60代	(n=228)	41.2	25.0	47.4	35.1	30.3	19.3	8.3	4.4	18.4	12.7	8.3	2.6	25.0	16.2	
	女性20代	(n=157)	35.0	23.6	40.1	28.7	24.8	21.7	15.3	9.6	17.2	13.4	16.6	13.4	27.4	25.5	
	女性30代	(n=199)	32.2	16.1	36.2	22.6	21.1	14.6	6.5	4.5	16.6	8.5	10.1	6.0	27.1	17.1	
	女性40代	(n=235)	34.0	21.7	40.9	27.2	23.4	14.9	7.7	4.3	20.4	10.2	10.6	3.0	32.8	20.4	
	女性50代	(n=200)	35.0	23.5	41.5	32.0	27.0	17.0	6.0	4.0	23.0	6.5	8.0	4.0	36.0	22.0	
女性60代	(n=239)	51.5	34.3	57.3	41.8	40.2	23.8	11.7	7.1	38.9	14.2	10.9	5.0	45.6	31.0		
果物 摂取量別	200g以上	(n=178)	71.3	53.9	73.6	59.6	56.7	48.9	33.1	27.0	47.8	34.8	25.8	23.6	59.0	49.4	
	100g~200g未満	(n=597)	56.3	35.3	61.8	44.6	39.4	28.3	15.4	8.9	31.5	16.4	15.2	9.9	44.9	32.5	
	100g未満	(n=712)	36.7	19.7	43.0	27.4	24.2	14.3	6.5	4.1	15.7	7.4	10.0	3.5	27.1	19.7	
令和6年度全体		(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	

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。「その他かんきつ類」「りんご」「ブドウ」「なし」「もも」「かき」、「キウイ」「パイナップル」は約1個(房)。
- 「桜桃(さくらんぼ)」は5.4個、「くり」は3.6個で比較的多い。
- 年代別でみると、50代～60代では、「ブドウ(粒数)」「桜桃(さくらんぼ)」「くり」の割合が、全体と比べてやや高く、特徴的。

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

		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
※数表は平均値(単位:個) ※「ブドウ」のみ房・粒																
全体		1.4	1.1	0.9	0.9	10.1	0.9	1.0	5.4	1.6	1.0	3.6	1.3	1.5	1.0	0.9
性別	男性	1.4	1.2	1.0	1.0	10.9	1.0	1.0	4.6	1.4	1.1	3.4	1.4	1.6	1.0	0.9
	女性	1.3	1.0	0.9	0.8	9.4	0.9	0.9	6.0	1.8	1.0	3.9	1.3	1.4	1.0	0.8
年代別	20代	1.5	1.5	1.0	0.9	9.4	1.1	1.3	4.4	1.6	1.2	2.9	1.7	2.2	1.2	1.1
	30代	1.3	1.0	1.0	1.0	8.1	1.0	1.0	4.2	1.7	1.1	2.9	1.3	1.4	1.0	0.9
	40代	1.2	1.0	0.9	0.9	10.2	0.9	0.9	5.1	1.5	0.9	3.7	1.2	1.2	1.0	0.8
	50代	1.3	1.0	0.9	0.8	10.7	0.9	0.9	6.8	1.7	1.0	4.2	1.5	1.5	1.0	1.0
	60代	1.5	1.1	1.0	0.9	11.2	0.9	0.9	6.0	1.6	0.9	4.1	1.1	1.3	0.9	0.7
性年代別	男性20代	1.3	1.7	1.1	1.1	8.3	1.5	1.7	2.7	1.6	1.5	2.2	1.9	3.2	1.2	1.3
	男性30代	1.2	1.1	1.0	1.0	7.7	1.0	1.0	3.1	1.3	1.1	2.3	1.3	1.3	1.0	1.0
	男性40代	1.2	0.9	0.9	0.9	11.9	0.9	0.9	5.1	1.2	0.9	3.5	1.3	1.3	1.0	0.9
	男性50代	1.3	1.0	0.9	0.9	12.9	0.9	0.9	6.0	1.5	1.1	3.9	1.5	1.1	1.0	1.0
	男性60代	1.8	1.2	1.1	1.0	12.4	1.0	0.9	5.9	1.3	0.9	4.1	1.1	1.1	0.9	0.7
	女性20代	1.6	1.3	1.0	0.8	10.4	0.8	0.9	6.0	1.6	0.9	3.4	1.6	1.2	1.1	0.8
	女性30代	1.4	1.0	0.9	1.0	8.5	1.0	1.0	5.5	2.1	1.1	3.4	1.3	1.6	1.1	0.8
	女性40代	1.3	1.0	0.9	0.9	8.8	0.8	0.9	5.1	1.9	1.0	3.9	1.1	1.1	1.0	0.8
	女性50代	1.2	0.9	0.9	0.7	8.9	0.8	0.9	7.5	1.9	0.9	4.4	1.5	1.7	1.0	1.0
	女性60代	1.3	1.0	0.8	0.8	10.2	0.8	0.9	6.2	1.8	0.9	4.1	1.2	1.5	1.0	0.8
果物 摂取量別	200g以上	1.8	1.3	1.2	1.2	11.8	1.3	1.4	5.6	1.8	1.3	3.9	1.9	2.4	1.3	1.2
	100g～200g未満	1.4	1.0	0.9	0.9	10.9	0.9	0.9	5.7	1.6	1.0	4.0	1.3	1.3	1.0	0.8
	100g未満	1.2	1.0	0.9	0.8	8.9	0.9	0.9	5.1	1.5	0.9	3.4	1.2	1.1	0.9	0.8
令和6年度全体		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

②果樹振興法14品目の平均喫食量 n数表

※数表はn数(単位:n)

		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		(1,281)	(876)	(1,313)	(1,133)	(1,133)	(1,101)	(945)	(584)	(367)	(815)	(590)	(413)	(303)	(989)	(914)
性別	男性	(621)	(399)	(641)	(514)	(514)	(526)	(462)	(284)	(178)	(355)	(288)	(205)	(158)	(425)	(425)
	女性	(660)	(477)	(672)	(619)	(619)	(575)	(483)	(300)	(189)	(460)	(302)	(208)	(145)	(564)	(489)
年代別	20代	(193)	(134)	(195)	(170)	(170)	(153)	(144)	(103)	(72)	(103)	(85)	(78)	(65)	(145)	(152)
	30代	(230)	(154)	(235)	(195)	(195)	(188)	(165)	(107)	(64)	(121)	(95)	(75)	(63)	(175)	(169)
	40代	(295)	(179)	(302)	(251)	(251)	(254)	(215)	(124)	(78)	(183)	(135)	(97)	(62)	(227)	(194)
	50代	(245)	(173)	(242)	(214)	(214)	(200)	(166)	(95)	(63)	(148)	(108)	(68)	(42)	(184)	(170)
	60代	(318)	(236)	(339)	(303)	(303)	(306)	(255)	(155)	(90)	(260)	(167)	(95)	(71)	(258)	(229)
性年代別	男性20代	(99)	(63)	(100)	(79)	(79)	(75)	(69)	(49)	(39)	(50)	(41)	(36)	(33)	(66)	(70)
	男性30代	(116)	(78)	(122)	(94)	(94)	(94)	(87)	(57)	(36)	(56)	(47)	(41)	(36)	(81)	(84)
	男性40代	(144)	(78)	(141)	(110)	(110)	(117)	(107)	(62)	(37)	(76)	(61)	(44)	(33)	(97)	(90)
	男性50代	(114)	(79)	(119)	(97)	(97)	(92)	(76)	(42)	(25)	(59)	(52)	(31)	(18)	(76)	(73)
	男性60代	(148)	(101)	(159)	(134)	(134)	(148)	(123)	(74)	(41)	(114)	(87)	(53)	(38)	(105)	(108)
	女性20代	(94)	(71)	(95)	(91)	(91)	(78)	(75)	(54)	(33)	(53)	(44)	(42)	(32)	(79)	(82)
	女性30代	(114)	(76)	(113)	(101)	(101)	(94)	(78)	(50)	(28)	(65)	(48)	(34)	(27)	(94)	(85)
	女性40代	(151)	(101)	(161)	(141)	(141)	(137)	(108)	(62)	(41)	(107)	(74)	(53)	(29)	(130)	(104)
	女性50代	(131)	(94)	(123)	(117)	(117)	(108)	(90)	(53)	(38)	(89)	(56)	(37)	(24)	(108)	(97)
	女性60代	(170)	(135)	(180)	(169)	(169)	(158)	(132)	(81)	(49)	(146)	(80)	(42)	(33)	(153)	(121)
果物 摂取量別	200g以上	(156)	(134)	(156)	(148)	(148)	(147)	(137)	(91)	(74)	(121)	(93)	(72)	(64)	(135)	(124)
	100g~200g未満	(495)	(366)	(515)	(446)	(446)	(437)	(399)	(252)	(152)	(335)	(235)	(160)	(132)	(400)	(364)
	100g未満	(514)	(332)	(537)	(469)	(469)	(441)	(354)	(212)	(119)	(301)	(222)	(143)	(89)	(398)	(366)
令和6年度全体		(1,321)	(948)	(1,342)	(1,175)	(1,175)	(1,176)	(989)	(632)	(415)	(866)	(663)	(488)	(354)	(1,035)	(952)

(3) 果樹振興法14品目について まとめ

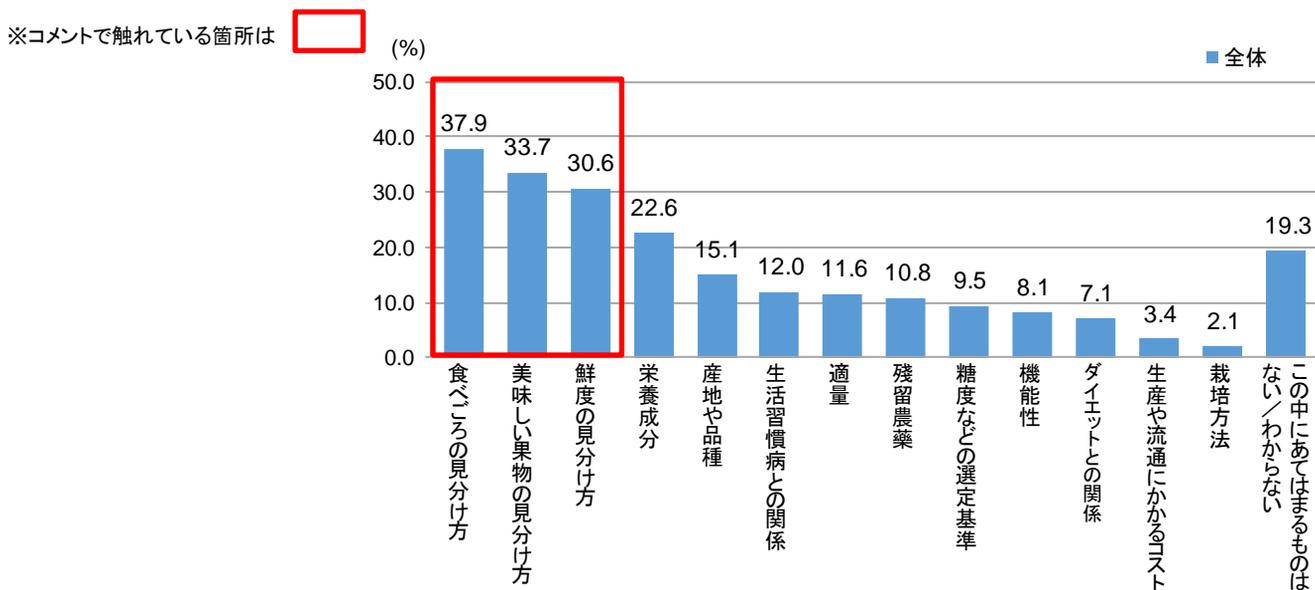
- 月に1日程度以上喫食している割合が高い品目は、「りんご」であり、次いで「みかん」「キウイ」「ブドウ」「なし」が続く。
 - 令和6年度結果と比較すると、すべての品目で微減がみられる。
 - 女性は、「キウイ」を月1回以上喫食している割合が、全体と比べて高い。
 - 60代で「みかん」「りんご」「ブドウ」「なし」が他年代と比べて高い。
-
- ・ 果樹振興法14品目の月に1日程度以上喫食している割合では、「りんご」が40.4%で最も多く、以下、「みかん」「キウイ」「ブドウ」「なし」が続いている。一方で、「すもも」「びわ」「うめ」は「ほとんど／全く食べない」が80.0%以上で高く、喫食頻度は高くない。(P40)
 - ・ 品目ごとの喫食状況では、令和6年度結果と比較すると、すべての品目で微減がみられる。特に、「その他のかんきつ類」「なし」「かき」で減少幅が大きい。(P41)
 - ・ 女性は、「キウイ」を月1回以上喫食している割合が、全体と比べて高い。(P41)
 - ・ 60代で「みかん」「りんご」「ブドウ」「なし」が他年代と比べて高い。また、20代で「桜桃(さくらんぼ)」「びわ」「うめ」「すもも」が高い。(P41)
 - ・ 全体で上位の品目(「りんご」「みかん」「キウイ」「ブドウ」「なし」)では、女性60代の割合が高い。(P41)
 - ・ 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」、「ブドウ」、「なし」、「もも」、「かき」、「キウイ」、「パイナップル」は約1個(房)である。(P42)
 - ・ 「桜桃(さくらんぼ)」は5.4個、「くり」は3.6個であり、比較的多い。(P42)
 - ・ 50代・60代では、「ブドウ(粒数)」「桜桃(さくらんぼ)」「くり」の1日当たりの平均喫食量の割合が、全体と比べてやや高く、特徴的である。(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」「鮮度の見分け方」が、30.0%以上で高い。
- 令和6年度結果と比較すると、いずれの情報も横ばい。
- 性別で見ると、女性が、全体の上位項目で男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、60代では「鮮度の見分け方」が、他の年代より高い。
- 果物摂取量別で見ると、200g以上摂取者で、「生活習慣病との関係」「機能性」の割合が、他の層と比べて高い。

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)



		全体	(n=2,062)	37.9	33.7	30.6	22.6	15.1	12.0	11.6	10.8	9.5	8.1	7.1	3.4	2.1	19.3
性別	男性	(n=1,032)	34.8	27.3	27.0	22.2	13.6	12.3	11.3	7.8	7.0	9.1	5.6	3.3	2.1	25.4	
	女性	(n=1,030)	41.1	40.0	34.3	23.1	16.6	11.7	11.9	13.9	11.9	7.1	8.6	3.5	2.1	13.2	
年代別	20代	(n=320)	31.6	35.0	28.1	25.0	9.1	10.0	13.4	3.1	8.8	9.7	10.0	4.7	3.1	22.5	
	30代	(n=402)	38.3	34.6	28.6	24.9	11.9	7.5	11.2	5.7	8.7	8.0	9.2	4.7	2.2	23.4	
	40代	(n=474)	35.9	32.3	30.2	25.1	16.9	10.5	12.4	12.0	8.2	7.6	7.4	3.8	1.7	19.0	
	50代	(n=399)	39.6	32.1	29.1	19.5	16.8	15.5	10.3	15.3	9.3	8.5	6.3	1.3	2.8	19.0	
	60代	(n=467)	42.6	34.7	36.0	19.3	18.6	15.8	11.1	15.4	12.0	7.3	3.9	2.8	1.3	14.1	
性年代別	男性20代	(n=163)	30.1	25.2	22.1	23.9	10.4	8.6	12.9	1.8	8.0	10.4	4.3	5.5	5.5	27.0	
	男性30代	(n=203)	33.5	32.5	26.6	21.7	13.3	7.4	8.9	2.0	5.4	8.4	5.4	5.4	1.0	29.6	
	男性40代	(n=239)	31.4	23.4	25.9	25.5	12.6	10.5	11.3	8.8	7.5	9.2	7.1	3.3	2.1	27.2	
	男性50代	(n=199)	37.2	25.6	26.6	19.1	14.1	16.1	9.0	11.1	6.0	9.0	5.0	1.5	1.5	26.6	
	男性60代	(n=228)	40.8	29.8	32.5	20.6	16.7	18.0	14.5	13.2	7.9	8.8	5.7	1.3	1.3	17.5	
	女性20代	(n=157)	33.1	45.2	34.4	26.1	7.6	11.5	14.0	4.5	9.6	8.9	15.9	3.8	0.6	17.8	
	女性30代	(n=199)	43.2	36.7	30.7	28.1	10.6	7.5	13.6	9.5	12.1	7.5	13.1	4.0	3.5	17.1	
	女性40代	(n=235)	40.4	41.3	34.5	24.7	21.3	10.6	13.6	15.3	8.9	6.0	7.7	4.3	1.3	10.6	
	女性50代	(n=200)	42.0	38.5	31.5	20.0	19.5	15.0	11.5	19.5	12.5	8.0	7.5	1.0	4.0	11.5	
	女性60代	(n=239)	44.4	39.3	39.3	18.0	20.5	13.8	7.9	17.6	15.9	5.9	2.1	4.2	1.3	10.9	
果物摂取量別	200g以上	(n=178)	34.3	30.3	33.1	20.2	19.7	18.0	13.5	13.5	9.0	14.6	7.3	5.1	6.7	8.4	
	100g~200g未満	(n=597)	40.5	37.0	32.8	26.8	21.1	15.4	14.7	13.4	12.6	8.9	8.2	5.4	3.0	9.0	
	100g未満	(n=712)	44.7	39.5	35.4	25.4	16.0	11.0	11.8	11.7	10.1	8.7	6.9	2.7	1.5	11.9	
令和6年度全体		(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	

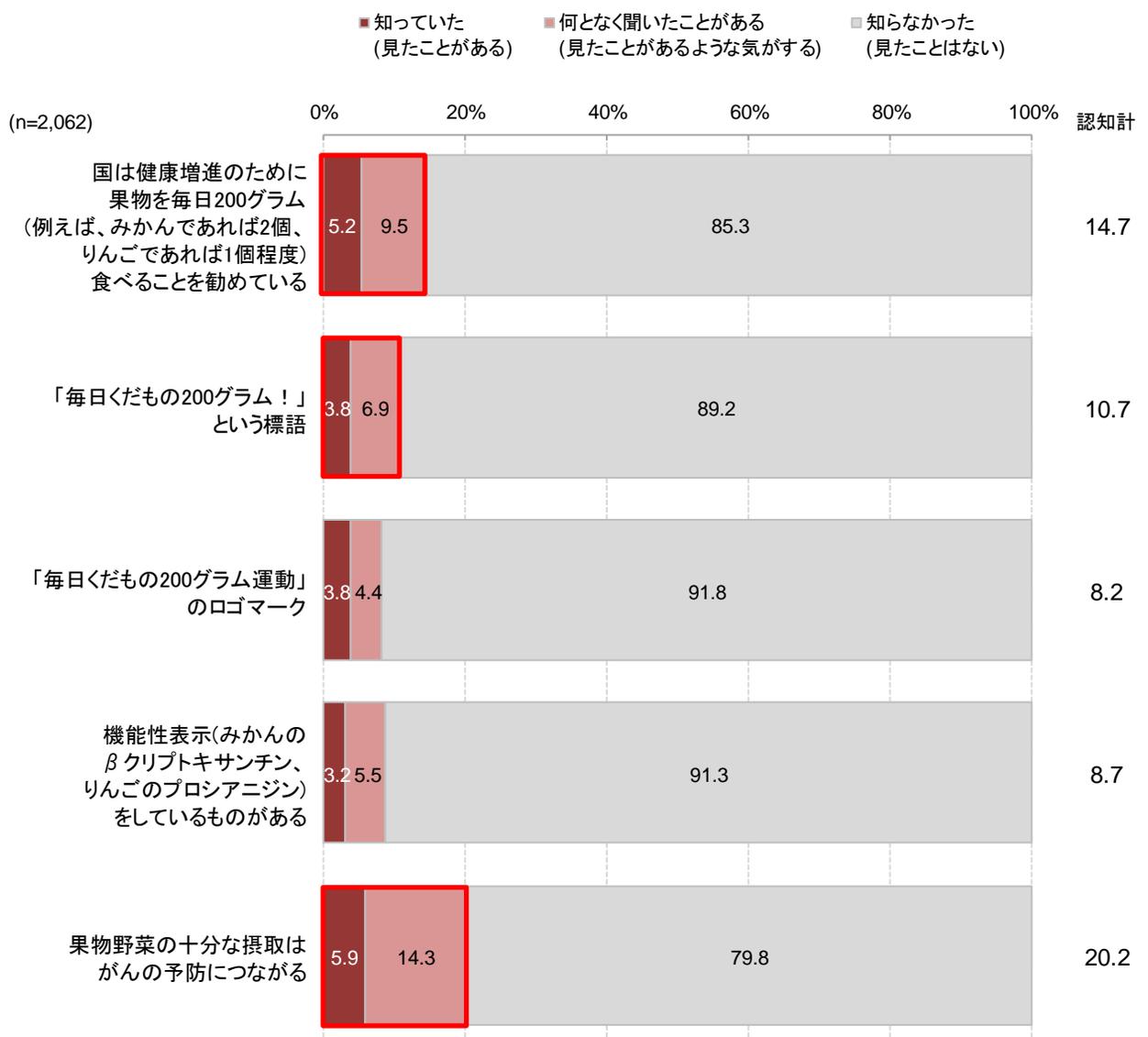
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5~10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5~10ポイント未満低い。

②-1 果物消費拡大施策の認知

- 果物消費拡大施策に関する施策では、『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20.2%で最も高い。次いで『国は健康増進のために果物を毎日200グラム食えることを勧めている』が14.7%、『「毎日くだもの200グラム!」という標語』が10.7%で続く。
- 『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10.0%未満にとどまった。

Q15. 以下の果物に関する事を、あなたをご存知でしたか。
 当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(SA)

※コメントで触れている箇所は

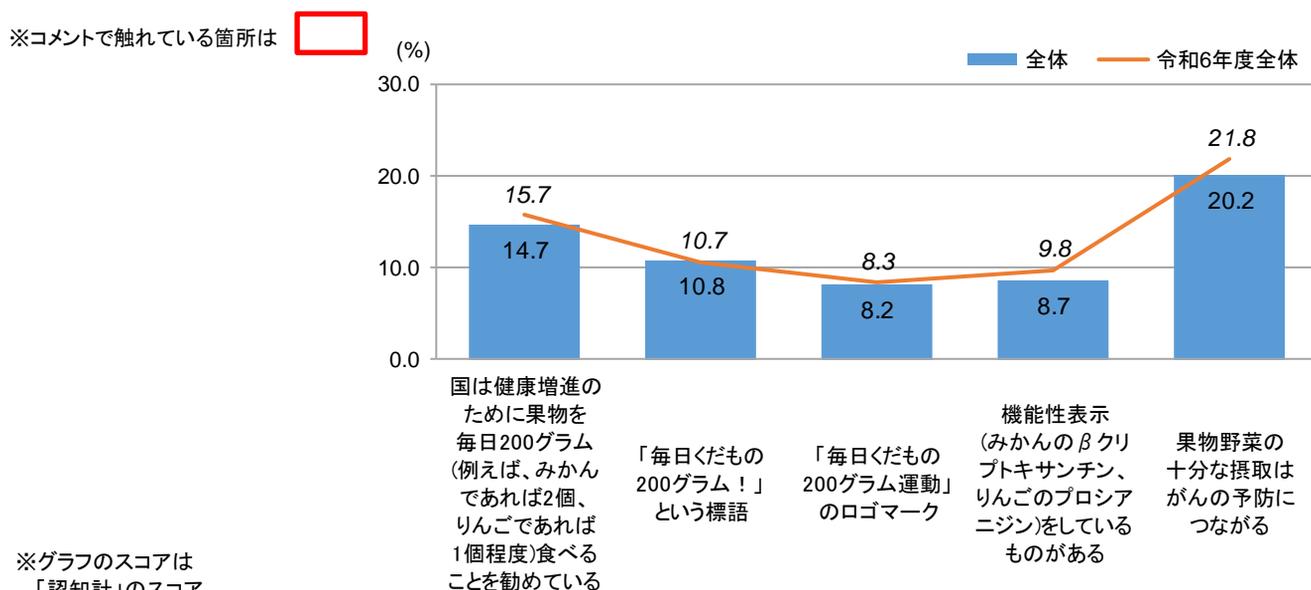


※認知計=「知っていた(見たことがある)」+「何となく聞いたことがある(見たことがあるような気がする)」

②-2 果物消費拡大施策の認知 (認知計)

- 令和6年度結果と比較すると、いずれの施策認知も横ばい。
- 年代別で見ると、いずれの施策で20代の認知が最も高い。
- 果物摂取量別で見ると、いずれの施策で摂取量が多いほど認知が高い。
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以上摂取者で38.8%、『100g~200g未満』で28.5%で、全体と比べて高い。

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)



※グラフのスコアは「認知計」のスコア

		全体 (n=2,062)	14.7	10.8	8.2	8.7	20.2
性別	男性 (n=1,032)	13.4	10.7	9.3	9.5	19.6	
	女性 (n=1,030)	16.0	10.9	7.1	7.9	20.8	
年代別	20代 (n=320)	23.8	18.1	16.3	18.1	28.8	
	30代 (n=402)	19.2	13.4	9.7	11.2	20.9	
	40代 (n=474)	12.9	10.5	8.9	9.1	18.4	
	50代 (n=399)	8.3	5.8	3.5	3.0	14.0	
	60代 (n=467)	12.0	7.9	4.7	4.5	20.8	
性年代別	男性20代 (n=163)	23.3	20.9	20.2	19.6	28.8	
	男性30代 (n=203)	18.2	14.8	12.8	13.3	22.2	
	男性40代 (n=239)	13.0	10.5	9.6	10.0	18.4	
	男性50代 (n=199)	7.5	4.5	3.5	3.5	13.1	
	男性60代 (n=228)	7.5	5.3	3.1	3.5	17.5	
	女性20代 (n=157)	24.2	15.3	12.1	16.6	28.7	
	女性30代 (n=199)	20.1	12.1	6.5	9.0	19.6	
	女性40代 (n=235)	12.8	10.6	8.1	8.1	18.3	
	女性50代 (n=200)	9.0	7.0	3.5	2.5	15.0	
女性60代 (n=239)	16.3	10.5	6.3	5.4	23.8		
果物摂取量別	200g以上 (n=178)	37.1	32.6	29.2	28.7	38.8	
	100g~200g未満 (n=597)	19.1	14.7	11.2	12.7	28.5	
	100g未満 (n=712)	13.5	8.8	5.8	6.6	19.0	
令和6年度全体 (n=2062)		15.7	10.7	8.3	9.8	21.8	

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」「鮮度の見分け方」が多い。
 - 60代では、「鮮度の見分け方」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20.2%で最も高いが、その他の認知は20.0%に達していない。
 - 全ての施策で、摂取量が多いほど認知が高くなる傾向がみられる。特に20代の認知が最も高い。
-
- 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」「鮮度の見分け方」が30.0%以上で高く、令和6年度結果と比較しても横ばいである。(P46)
 - 女性は、全体の上位項目(食べごろ・美味しさ・鮮度)の割合が、男性より顕著に高い。(P46)
 - 60代では、「鮮度の見分け方」が他の年代より高い。また、200g以上摂取者では、「生活習慣病との関係」「機能性」といった健康情報の割合が他の層と比べて高い。(P46)
-
- 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20.2%で最も高く、『国は健康増進のために果物を毎日200グラム食べることを勧めている』が14.7%、『「毎日くだもの200グラム!」という標語』が10.7%で続く。(P47)
 - 『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10.0%未満にとどまった。(P47)
 - 施策認知全体として、令和6年度結果と比較すると横ばいで推移している。(P48)
 - いずれの施策でも、20代の認知が最も高い。(P48)
 - いずれの施策でも、摂取量が多いほど認知が高くなる傾向がみられる。(P48)
 - 「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以上摂取者で38.8%、100g~200g未満摂取者で28.5%となり、全体と比べて高い。(P48)

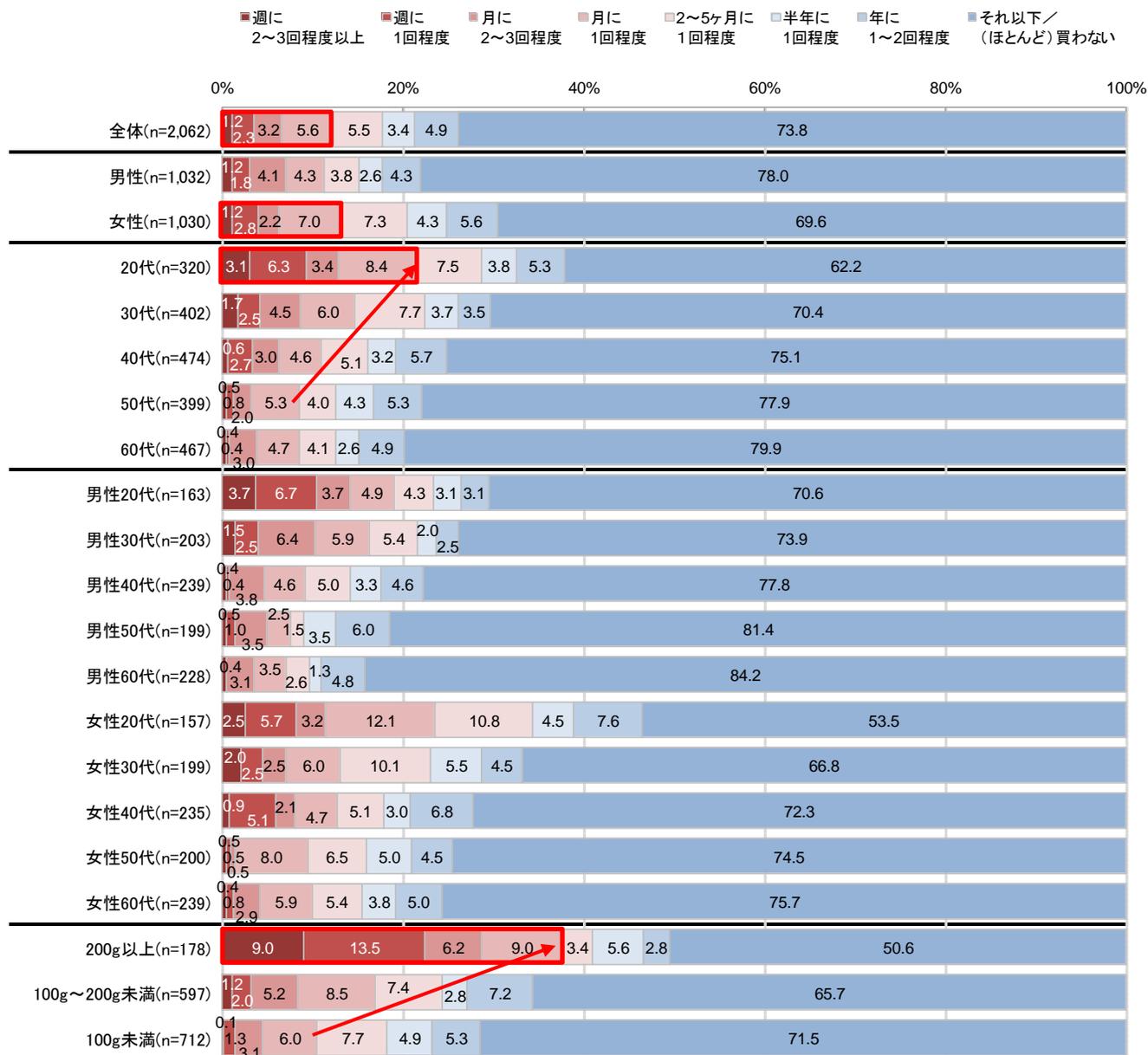
(5) 冷凍フルーツについて

①冷凍フルーツの購入頻度

- ・月に1回以上冷凍フルーツを購入している人は、全体で12.3%。
- ・性別で見ると、月に1回以上冷凍フルーツを購入している人の割合は、女性が13.2%で、男性の11.4%と比べてやや高い。
- ・年代別で見ると、20代の割合は21.2%と、他の年代と比べて高い。また、50代から20代と、若年層になるほど高い。
- ・果物摂取量別で見ると、200g以上摂取者の割合が、他の層と比べて高い。果物摂取量が多いほど、冷凍フルーツの購入頻度も高い。

Q16. あなたは、どのくらいの頻度で冷凍フルーツを買い、また食べますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

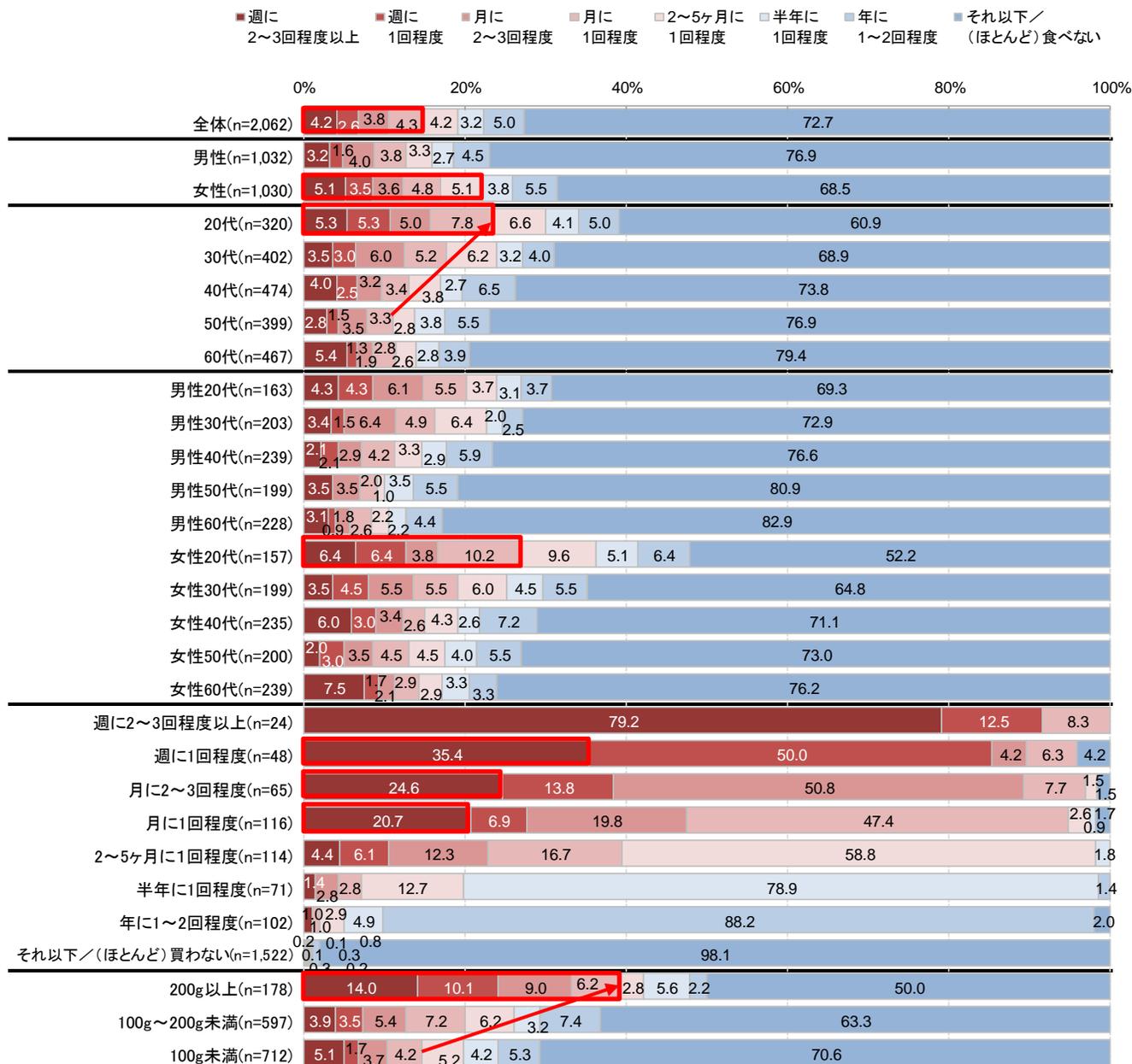


②冷凍フルーツの摂取頻度

- ・月に1回以上冷凍フルーツを摂取している人は、全体で14.9%。
- ・性別をみると、月に1回以上冷凍フルーツを購入している人の割合は、女性で17.0%で、男性の12.6%と比べて高い。
- ・年代別をみると、20代の割合が23.4%と、他の年代と比べて高く、性年代別でみると、女性20代が、他の層と比べて高い。
- ・冷凍フルーツ購入頻度別（前頁の冷凍フルーツ購入頻度別で、摂取頻度を確認したもの）でみると、冷凍フルーツの購入頻度が高いほど、冷凍フルーツの喫食頻度も高い。
- ・果物摂取量別でみると、200g以上摂取者では、月1回以上冷凍フルーツの割合が、他の層と比べて高い。また、果物摂取量が多いほど、冷凍フルーツの摂取頻度も高くなる。

Q16. あなたは、どのくらいの頻度で冷凍フルーツを買い、また食べますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

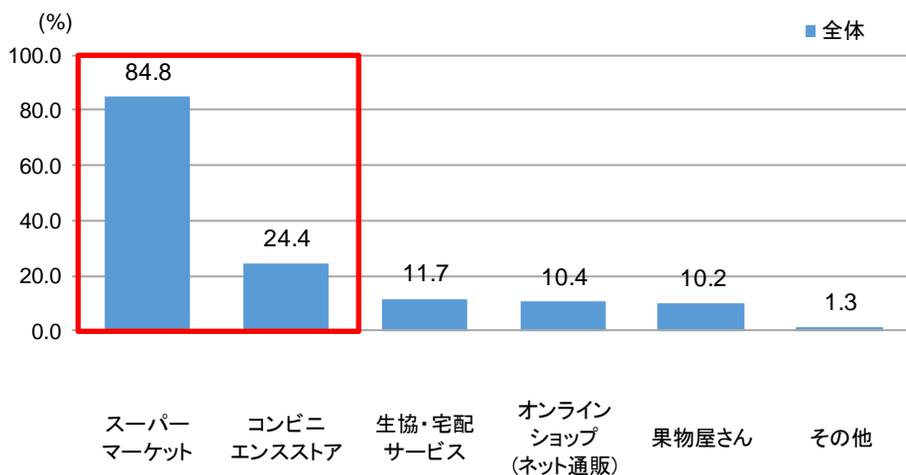


③冷凍フルーツの購入場所 [冷凍フルーツ年1回以上購入層]

- 全体では、「スーパーマーケット」で冷凍フルーツを購入する人の割合が、84.8%で最も高く、次いで「コンビニエンスストア」の割合が、24.4%で続いている。
- 年代別で見ると、60代で「スーパーマーケット」の割合が全体と比べて高い。また、20代で「コンビニエンスストア」、30代で「果物屋さん」の割合が、全体と比べて高い。
- 果物摂取量別で見ると、200g以上摂取者では「スーパーマーケット」以外の場所で、購入する割合が、他の層と比べて高い。

Q17. 冷凍フルーツを主にどこで購入することが多いですか。(MA)

※コメントで触れている箇所は



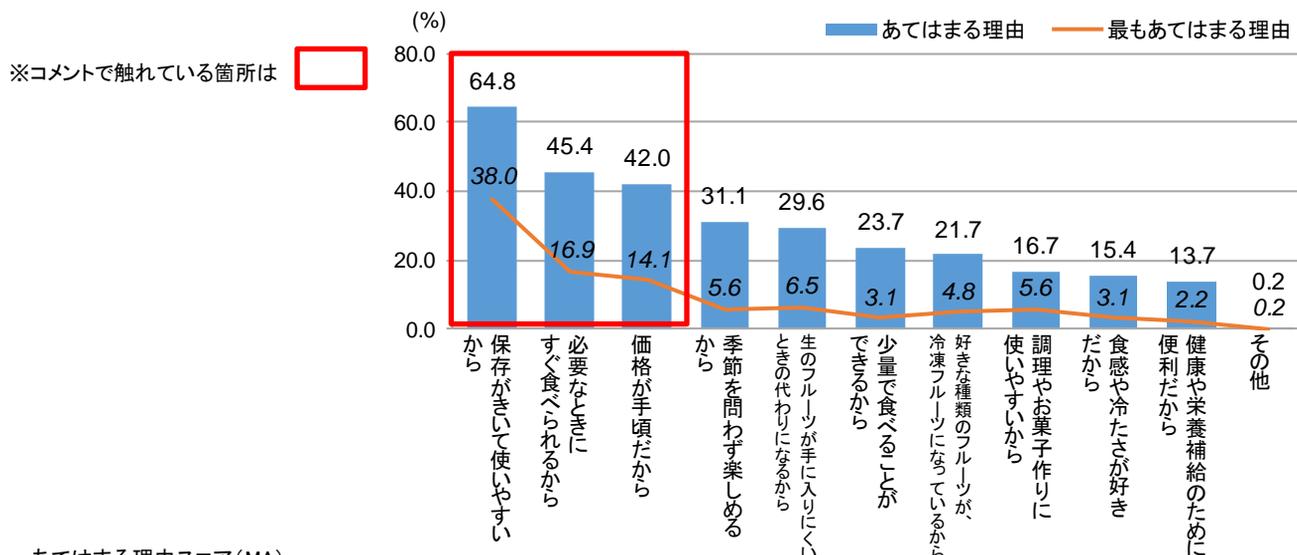
	全体	(n=540)	84.8	24.4	11.7	10.4	10.2	1.3
性別	男性	(n=227)	82.4	23.3	9.3	11.0	12.3	2.6
	女性	(n=313)	86.6	25.2	13.4	9.9	8.6	0.3
年代別	20代	(n=121)	79.3	33.9	14.0	14.0	12.4	0.8
	30代	(n=119)	84.9	27.7	10.1	10.9	16.8	0.8
	40代	(n=118)	86.4	21.2	13.6	11.0	11.0	1.7
	50代	(n=88)	83.0	20.5	8.0	5.7	2.3	2.3
	60代	(n=94)	91.5	16.0	11.7	8.5	5.3	1.1
性年代別	男性20代	(n=48)	75.0	31.3	16.7	18.8	14.6	2.1
	男性30代	(n=53)	81.1	34.0	7.5	13.2	20.8	1.9
	男性40代	(n=53)	86.8	18.9	11.3	9.4	15.1	3.8
	男性50代	(n=37)	81.1	16.2	2.7	5.4	-	5.4
	男性60代	(n=36)	88.9	11.1	5.6	5.6	5.6	-
	女性20代	(n=73)	82.2	35.6	12.3	11.0	11.0	-
	女性30代	(n=66)	87.9	22.7	12.1	9.1	13.6	-
	女性40代	(n=65)	86.2	23.1	15.4	12.3	7.7	-
女性50代	(n=51)	84.3	23.5	11.8	5.9	3.9	-	
女性60代	(n=58)	93.1	19.0	15.5	10.3	5.2	1.7	
果物摂取量別	200g以上	(n=88)	77.3	34.1	19.3	18.2	23.9	1.1
	100g~200g未満	(n=205)	85.9	26.8	15.6	13.7	12.2	1.0
	100g未満	(n=203)	88.7	18.2	5.9	4.9	3.9	1.5

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

④冷凍フルーツの購入理由 [冷凍フルーツ年1回以上購入層]

- 全体では、「保存がきいて使いやすいから」が64.8%で最も高く、次いで、「必要なときにすぐ食べられるから」「価格が手頃だから」が続いている。
- 性別で見ると、男性では「保存がきいて使いやすいから」「必要なときにすぐ食べられるから」の割合が、全体と比べて低い。
- 年代別で見ると、40代～50代で「保存がきいて使いやすいから」の割合が、全体と比べて高い。
- 性年代別で見ると、女性40代～50代で「保存がきいて使いやすいから」の割合が高い。

Q18. あなたが冷凍フルーツを購入する理由を教えてください。(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=540)	64.8	45.4	42.0	31.1	29.6	23.7	21.7	16.7	15.4	13.7	0.2
性別	男性 (n=227)	58.1	36.6	40.5	27.3	25.6	21.6	21.1	17.2	15.4	16.7	-	-
	女性 (n=313)	69.6	51.8	43.1	33.9	32.6	25.2	22.0	16.3	15.3	11.5	0.3	-
年代別	20代 (n=121)	47.1	44.6	43.0	25.6	28.1	18.2	19.0	27.3	19.0	9.1	-	-
	30代 (n=119)	67.2	39.5	40.3	26.1	26.9	16.8	21.8	16.8	10.1	16.0	-	-
	40代 (n=118)	70.3	49.2	46.6	29.7	30.5	28.0	26.3	12.7	16.1	16.9	0.8	-
	50代 (n=88)	73.9	44.3	38.6	37.5	22.7	29.5	25.0	11.4	18.2	12.5	-	-
	60代 (n=94)	69.1	50.0	40.4	40.4	40.4	28.7	16.0	12.8	13.8	13.8	-	-
性年代別	男性20代 (n=48)	35.4	35.4	41.7	33.3	31.3	14.6	22.9	33.3	20.8	14.6	-	-
	男性30代 (n=53)	58.5	32.1	30.2	15.1	22.6	11.3	20.8	15.1	7.5	18.9	-	-
	男性40代 (n=53)	64.2	39.6	50.9	30.2	26.4	34.0	32.1	13.2	18.9	20.8	-	-
	男性50代 (n=37)	70.3	32.4	32.4	29.7	8.1	29.7	18.9	10.8	13.5	10.8	-	-
	男性60代 (n=36)	66.7	44.4	47.2	30.6	38.9	19.4	5.6	11.1	16.7	16.7	-	-
	女性20代 (n=73)	54.8	50.7	43.8	20.5	26.0	20.5	16.4	23.3	17.8	5.5	-	-
	女性30代 (n=66)	74.2	45.5	48.5	34.8	30.3	21.2	22.7	18.2	12.1	13.6	-	-
	女性40代 (n=65)	75.4	56.9	43.1	29.2	33.8	23.1	21.5	12.3	13.8	13.8	1.5	-
	女性50代 (n=51)	76.5	52.9	43.1	43.1	33.3	29.4	29.4	11.8	21.6	13.7	-	-
	女性60代 (n=58)	70.7	53.4	36.2	46.6	41.4	34.5	22.4	13.8	12.1	12.1	-	-
果物摂取量別	200g以上 (n=88)	58.0	51.1	42.0	38.6	33.0	21.6	27.3	28.4	20.5	12.5	-	-
	100g～200g未満 (n=205)	63.9	47.3	39.5	35.6	27.3	22.4	23.9	18.0	16.1	12.7	-	-
	100g未満 (n=203)	69.5	41.9	43.8	25.1	33.5	25.1	19.7	9.4	13.8	16.7	0.5	-

最もあてはまる理由スコア (SA)

全体	(n=540)	38.0	16.9	14.1	5.6	6.5	3.1	4.8	5.6	3.1	2.2	0.2
----	---------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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。

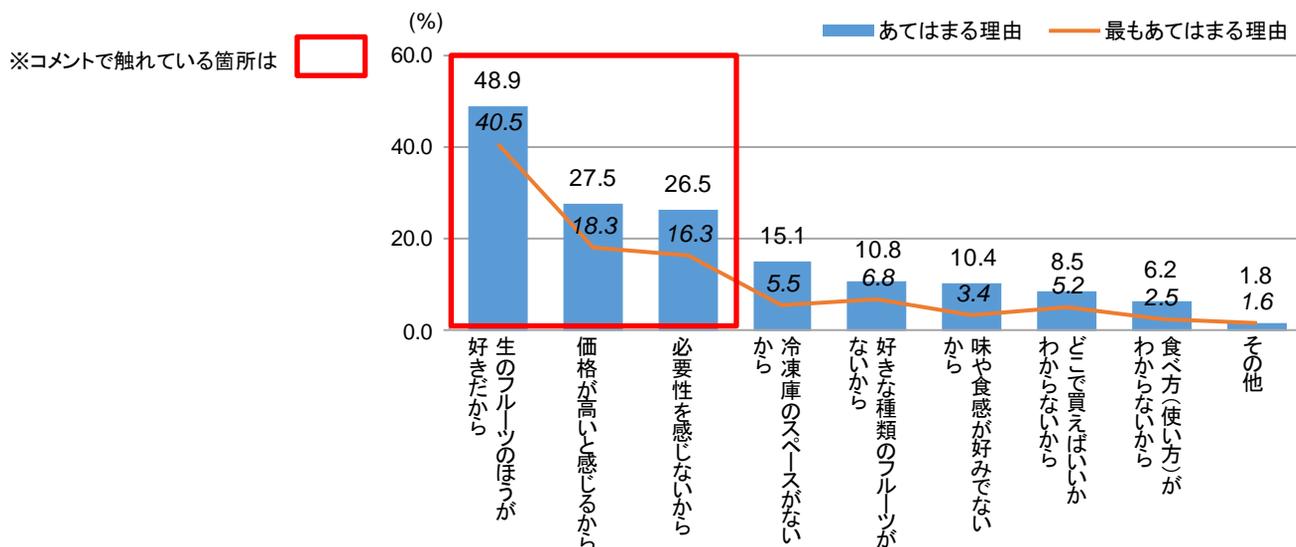
全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑤ 冷凍フルーツの非購入理由 [冷凍フルーツ非購入層]

- 全体では、「生のフルーツのほうが好きだから」が48.9%で最も高く、次いで「価格が高いと感じるから」「必要性を感じないから」が27.0%前後で高い。
- 性別で見ると、男性では「生のフルーツのほうが好きだから」が、女性と比べて低い。
- 年代別で見ると、20代～30代では「生のフルーツのほうが好きだから」が、他の年代と比べて低い一方で、60代では高い。また30代では「価格が高いと感じるから」が他の年代と比べて高い。
- 性年代別で見ると、男性20代～30代では「生のフルーツのほうが好きだから」が他の層と比べて低く、女性40代～60代では高い。
- 果物摂取量別で見ると、いずれの層も「生のフルーツのほうが好きだから」が全体より高い。

Q19. あなたが冷凍フルーツを購入しない理由を教えてください。(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=1,522)	48.9	27.5	26.5	15.1	10.8	10.4	8.5	6.2	1.8
性別	男性 (n=805)	42.0	27.3	28.8	12.0	9.3	7.7	10.8	6.0	2.6	
	女性 (n=717)	56.8	27.8	23.8	18.5	12.4	13.4	6.0	6.6	0.8	
年代別	20代 (n=199)	36.2	26.1	23.6	16.1	13.1	9.5	9.5	6.0	3.0	
	30代 (n=283)	40.6	35.0	21.6	15.2	10.6	10.2	7.4	9.5	2.5	
	40代 (n=356)	49.2	27.8	26.1	16.0	11.0	10.1	11.0	7.3	0.6	
	50代 (n=311)	49.8	27.0	29.6	15.8	7.4	8.0	8.0	4.8	2.3	
	60代 (n=373)	61.1	22.8	29.5	13.1	12.3	13.1	7.0	4.0	1.3	
性年代別	男性20代 (n=115)	29.6	21.7	24.3	12.2	11.3	8.7	12.2	7.8	4.3	
	男性30代 (n=150)	34.7	36.0	26.7	14.7	7.3	6.7	6.0	6.7	2.7	
	男性40代 (n=186)	44.1	26.9	29.0	14.0	10.2	7.5	15.1	7.0	0.5	
	男性50代 (n=162)	42.6	28.4	30.9	10.5	6.8	6.8	9.9	4.3	3.7	
	男性60代 (n=192)	52.6	23.4	31.3	9.4	10.9	8.9	10.4	4.7	2.6	
	女性20代 (n=84)	45.2	32.1	22.6	21.4	15.5	10.7	6.0	3.6	1.2	
	女性30代 (n=133)	47.4	33.8	15.8	15.8	14.3	14.3	9.0	12.8	2.3	
	女性40代 (n=170)	54.7	28.8	22.9	18.2	11.8	12.9	6.5	7.6	0.6	
女性50代 (n=149)	57.7	25.5	28.2	21.5	8.1	9.4	6.0	5.4	0.7		
女性60代 (n=181)	70.2	22.1	27.6	17.1	13.8	17.7	3.3	3.3	-		
果物摂取量別	200g以上 (n=90)	71.1	16.7	23.3	12.2	13.3	11.1	6.7	2.2	-	
	100g～200g未満 (n=392)	69.1	24.0	25.3	19.1	8.4	14.3	10.2	6.9	1.0	
	100g未満 (n=509)	58.2	26.5	23.6	18.1	7.3	9.8	8.8	5.9	1.0	

最もあてはまる理由スコア(SA)

全体 (n=540)	40.5	18.3	16.3	5.5	6.8	3.4	5.2	2.5	1.6
------------	------	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

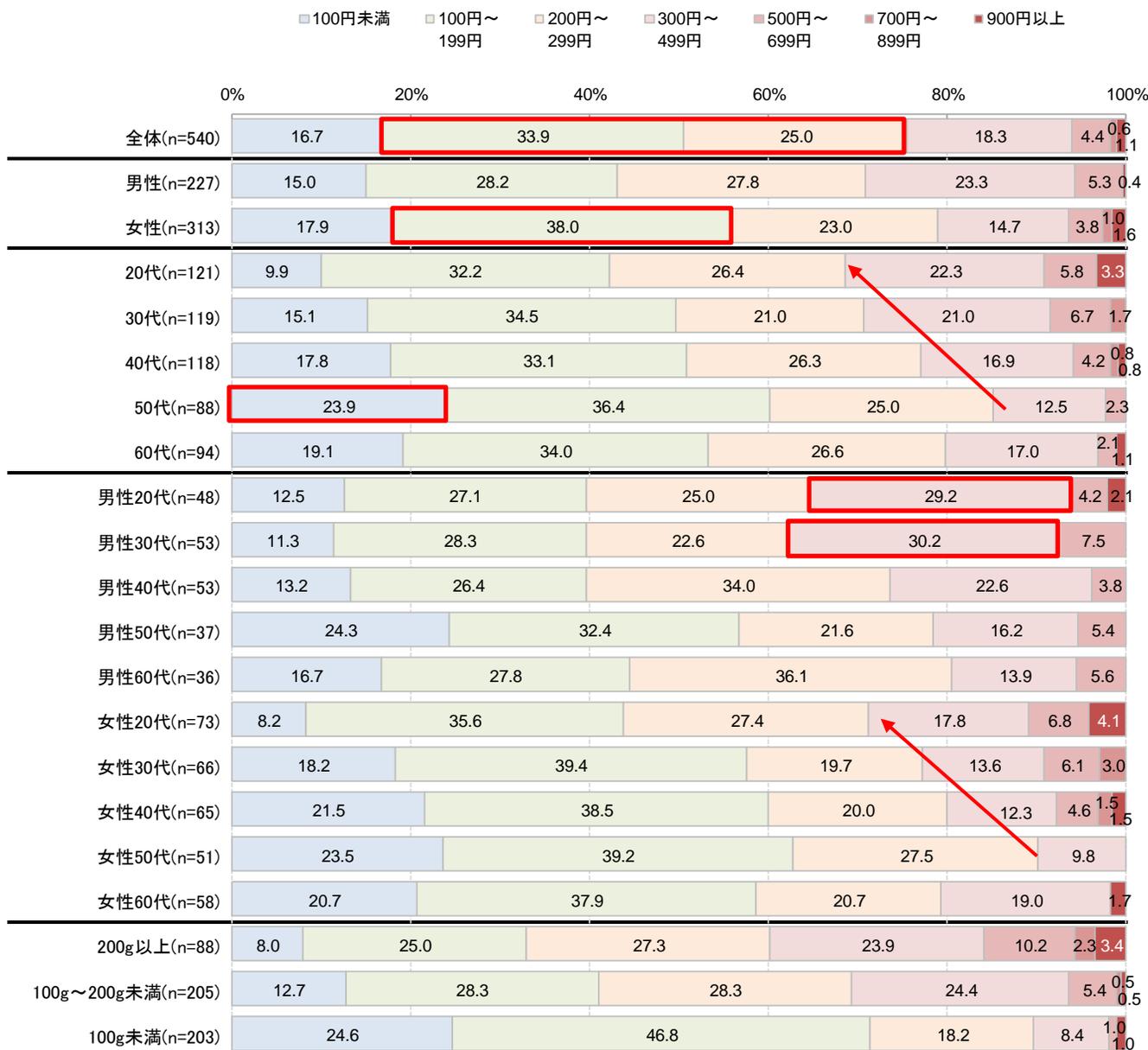
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑥ 冷凍フルーツに支払える金額 [冷凍フルーツ年1回以上購入層]

- 全体では、冷凍フルーツに「100円～199円」を支払える人の割合が、33.9%で最も高く、次いで「200円～299円」が25.0%で高い。
- 性別で見ると、女性では「100円～199円」の割合が、男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、50代では「100円未満」の割合が、他の年代と比べて高い。300円以上支払える人の割合は、50代から20代と若年になるほど高くなる。特に、女性50代から女性20代と女性の若年になるほど高くなる。
- また、性年代別で見ると、男性20代～30代で「300円～499円」の割合が他の性年代と比べて高い。

Q20. 冷凍フルーツの値段について、一人一食分の値段としてどれくらいが買いやすいですか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

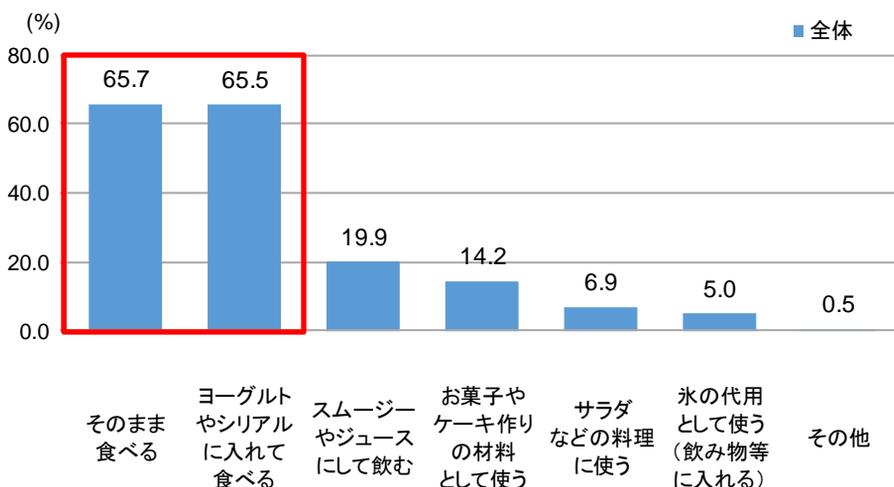


⑦冷凍フルーツの利用方法 [冷凍フルーツ年1回以上喫食層]

- 全体では、「そのまま食べる」が65.7%、「ヨーグルトやシリアルに入れて食べる」が65.5%で上位。
- 年代別でみると、50代では「そのまま食べる」が他の年代と比べて高い。60代では「ヨーグルトやシリアルに入れて食べる」、30代では「スムージーやジュースにして飲む」「サラダなどの料理に使う」が他の年代と比べて高い。
- 性年代別でみると、男性50代では「そのまま食べる」が、他の層と比べて高い。また、男性60代と女性60代ともに、「ヨーグルトやシリアルに入れて食べる」が他の年代と比べて高い。

Q21. 冷凍フルーツをどのように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=562)	65.7	65.5	19.9	14.2	6.9	5.0	0.5
性別	男性	(n=238)	66.8	61.3	16.8	12.6	7.6	2.9	0.8	
	女性	(n=324)	64.8	68.5	22.2	15.4	6.5	6.5	0.3	
	年代別	20代	(n=125)	62.4	55.2	20.8	18.4	4.0	4.8	-
	30代	(n=125)	68.8	62.4	29.6	12.8	12.0	7.2	0.8	
	40代	(n=124)	66.9	66.1	19.4	18.5	4.8	5.6	-	
	50代	(n=92)	75.0	67.4	14.1	9.8	4.3	2.2	1.1	
	60代	(n=96)	55.2	80.2	12.5	9.4	9.4	4.2	1.0	
性年代別	男性20代	(n=50)	60.0	50.0	20.0	22.0	4.0	2.0	-	
	男性30代	(n=55)	65.5	61.8	27.3	14.5	12.7	5.5	1.8	
	男性40代	(n=56)	73.2	57.1	17.9	16.1	7.1	1.8	-	
	男性50代	(n=38)	78.9	63.2	5.3	2.6	2.6	-	-	
	男性60代	(n=39)	56.4	79.5	7.7	2.6	10.3	5.1	2.6	
	女性20代	(n=75)	64.0	58.7	21.3	16.0	4.0	6.7	-	
	女性30代	(n=70)	71.4	62.9	31.4	11.4	11.4	8.6	-	
	女性40代	(n=68)	61.8	73.5	20.6	20.6	2.9	8.8	-	
	女性50代	(n=54)	72.2	70.4	20.4	14.8	5.6	3.7	1.9	
女性60代	(n=57)	54.4	80.7	15.8	14.0	8.8	3.5	-		
果物 摂取量別	200g以上	(n=89)	66.3	66.3	28.1	22.5	12.4	13.5	-	
	100g~200g未満	(n=219)	63.0	69.9	20.5	16.0	9.1	3.7	0.5	
	100g未満	(n=209)	68.9	64.1	17.2	9.1	2.9	3.8	1.0	

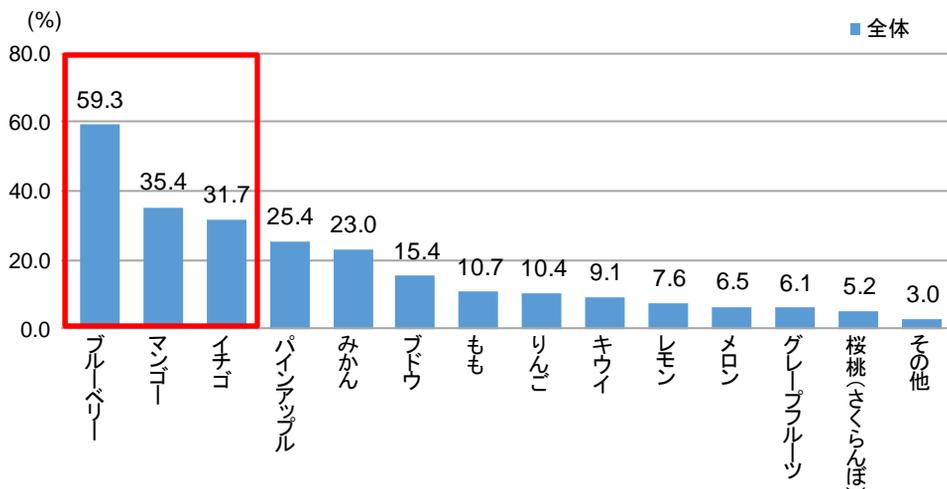
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5~10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑧購入している冷凍フルーツの種類 [冷凍フルーツ年1回以上購入層]

- 全体では、「ブルーベリー」が59.3%で最も高く、次いで「マンゴー」が35.4%、「イチゴ」が31.7%が続いている。
- 性別で見ると、女性では、全体の上位項目である「ブルーベリー」「マンゴー」「イチゴ」の割合が、男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、50代～60代の割合では、「ブルーベリー」が他の年代と比べて高い。また、20代で「ブドウ」、30代で「りんご」の割合が、他の年代と比べて高い。
- 性年代別で見ると、男性20代～40代は、「パイナップル」「みかん」が他の性年代と比べて高い。また、女性40代～60代では、「ブルーベリー」が高い。

Q22. あなたが購入している冷凍フルーツの種類を教えてください。(MA)

※コメントで触れている箇所は



全体		(n=540)	59.3	35.4	31.7	25.4	23.0	15.4	10.7	10.4	9.1	7.6	6.5	6.1	5.2	3.0
性別	男性	(n=227)	45.8	31.7	27.3	30.8	32.6	15.4	14.1	17.6	12.3	10.1	11.5	7.9	6.6	0.9
	女性	(n=313)	69.0	38.0	34.8	21.4	16.0	15.3	8.3	5.1	6.7	5.8	2.9	4.8	4.2	4.5
年代別	20代	(n=121)	50.4	38.0	28.9	29.8	20.7	21.5	13.2	14.9	11.6	10.7	9.9	7.4	9.1	1.7
	30代	(n=119)	53.8	28.6	35.3	28.6	22.7	12.6	14.3	16.0	13.4	10.1	8.4	10.1	6.7	4.2
	40代	(n=118)	56.8	36.4	37.3	26.3	32.2	16.1	11.9	10.2	5.9	6.8	3.4	6.8	4.2	5.9
	50代	(n=88)	72.7	38.6	26.1	22.7	18.2	12.5	4.5	2.3	4.5	1.1	2.3	2.3	1.1	-
	60代	(n=94)	68.1	36.2	28.7	17.0	19.1	12.8	7.4	5.3	8.5	7.4	7.4	2.1	3.2	2.1
	性年代別	男性20代	(n=48)	33.3	37.5	31.3	33.3	29.2	18.8	12.5	22.9	12.5	14.6	12.5	6.3	8.3
男性30代		(n=53)	41.5	30.2	22.6	37.7	34.0	15.1	22.6	26.4	22.6	17.0	17.0	15.1	9.4	-
男性40代		(n=53)	43.4	39.6	26.4	34.0	45.3	17.0	13.2	18.9	5.7	9.4	3.8	9.4	7.5	1.9
男性50代		(n=37)	62.2	24.3	21.6	27.0	21.6	8.1	8.1	5.4	8.1	-	5.4	2.7	2.7	-
男性60代		(n=36)	55.6	22.2	36.1	16.7	27.8	16.7	11.1	8.3	11.1	5.6	19.4	2.8	2.8	-
女性20代		(n=73)	61.6	38.4	27.4	27.4	15.1	23.3	13.7	9.6	11.0	8.2	8.2	8.2	9.6	1.4
女性30代		(n=66)	63.6	27.3	45.5	21.2	13.6	10.6	7.6	7.6	6.1	4.5	1.5	6.1	4.5	7.6
女性40代		(n=65)	67.7	33.8	46.2	20.0	21.5	15.4	10.8	3.1	6.2	4.6	3.1	4.6	1.5	9.2
女性50代		(n=51)	80.4	49.0	29.4	19.6	15.7	15.7	2.0	-	2.0	2.0	-	2.0	-	-
女性60代		(n=58)	75.9	44.8	24.1	17.2	13.8	10.3	5.2	3.4	6.9	8.6	-	1.7	3.4	3.4
果物 摂取量別	200g以上	(n=88)	55.7	42.0	34.1	26.1	28.4	28.4	18.2	20.5	17.0	17.0	14.8	10.2	9.1	2.3
	100g～200g未満	(n=205)	58.0	35.1	34.6	29.3	28.3	18.0	14.6	12.2	11.2	7.8	7.8	8.8	6.8	3.4
	100g未満	(n=203)	63.5	33.0	27.1	23.2	16.7	8.9	5.4	5.9	4.4	3.4	3.0	1.5	2.5	2.5

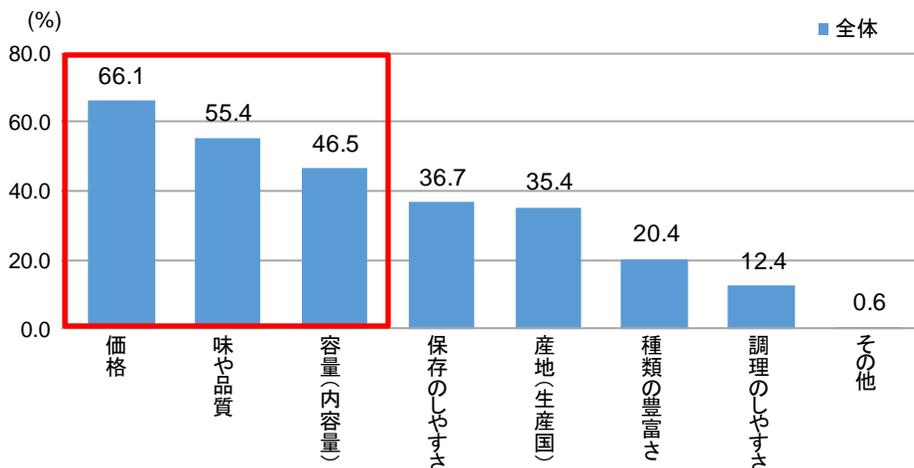
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑨冷凍フルーツの重視点 [冷凍フルーツ年1回以上購入層]

- 全体では、冷凍フルーツに対して「価格」を重視する人の割合が66.1%と最も高い。次いで、「味や品質」「容量」の割合が高い。
- 性年代別で見ると、男性40代～50代、女性30代では「価格」が他の層と比べて高い。また、女性50代～60代では「味や品質」が、女性40代～60代では「産地」が他の性年代と比べて高い。
- 果物摂取量別で見ると、100g未満摂取者では「価格」の割合が、100g～200g未満摂取者では「味や品質」が、200g以上摂取者では「産地」「種類の豊富さ」が、他の層と比べて高い。

Q24. 冷凍フルーツを購入する際に、特に重視する点を教えてください。(MA)

※コメントで触れている箇所は



		全体	(n=540)	66.1	55.4	46.5	36.7	35.4	20.4	12.4	0.6
性別	男性	(n=227)	61.7	55.1	44.1	33.0	29.5	24.7	15.0	0.4	
	女性	(n=313)	69.3	55.6	48.2	39.3	39.6	17.3	10.5	0.6	
年代別	20代	(n=121)	62.0	39.7	44.6	34.7	25.6	23.1	10.7	-	
	30代	(n=119)	62.2	54.6	46.2	37.8	28.6	24.4	16.8	0.8	
	40代	(n=118)	70.3	58.5	45.8	39.8	45.8	25.4	14.4	-	
	50代	(n=88)	69.3	69.3	43.2	31.8	35.2	12.5	6.8	-	
	60代	(n=94)	68.1	59.6	53.2	38.3	43.6	12.8	11.7	2.1	
性年代別	男性20代	(n=48)	52.1	45.8	45.8	29.2	33.3	27.1	8.3	-	
	男性30代	(n=53)	45.3	56.6	37.7	34.0	24.5	37.7	22.6	1.9	
	男性40代	(n=53)	71.7	58.5	50.9	39.6	39.6	28.3	20.8	-	
	男性50代	(n=37)	75.7	64.9	35.1	24.3	18.9	10.8	8.1	-	
	男性60代	(n=36)	69.4	50.0	50.0	36.1	27.8	11.1	11.1	-	
	女性20代	(n=73)	68.5	35.6	43.8	38.4	20.5	20.5	12.3	-	
	女性30代	(n=66)	75.8	53.0	53.0	40.9	31.8	13.6	12.1	-	
	女性40代	(n=65)	69.2	58.5	41.5	40.0	50.8	23.1	9.2	-	
	女性50代	(n=51)	64.7	72.5	49.0	37.3	47.1	13.7	5.9	-	
女性60代	(n=58)	67.2	65.5	55.2	39.7	53.4	13.8	12.1	3.4		
果物摂取量別	200g以上	(n=88)	56.8	46.6	39.8	40.9	44.3	27.3	15.9	-	
	100g～200g未満	(n=205)	58.0	62.9	45.4	38.0	35.6	21.5	14.1	1.5	
	100g未満	(n=203)	79.8	53.7	50.7	31.5	30.5	16.3	8.9	-	

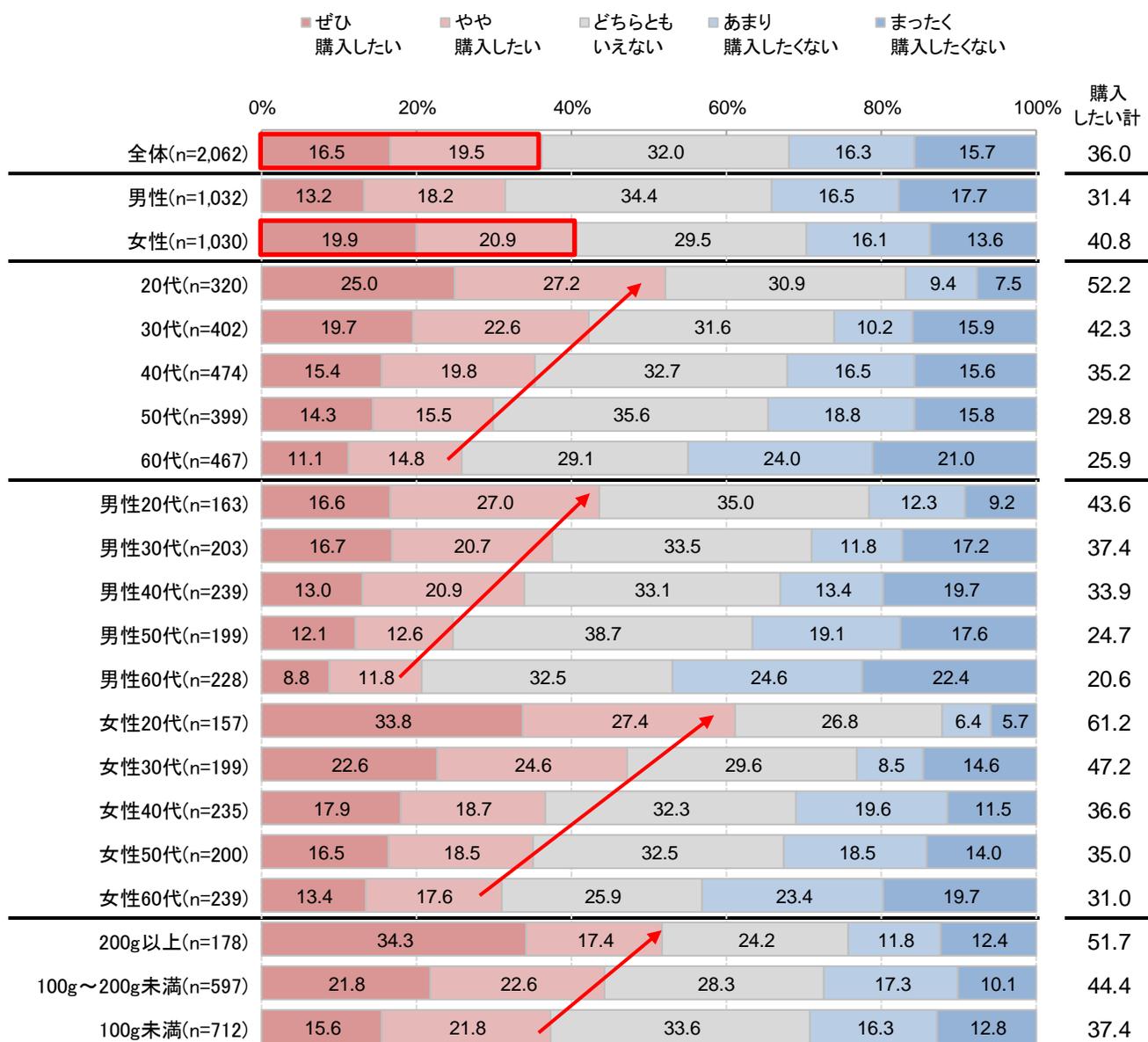
全体と比べて10ポイント以上高い。	全体と比べて5～10ポイント未満高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。	全体と比べて5～10ポイント未満低い。

⑩冷凍フルーツの購入意向

- 全体では、冷凍フルーツを購入したいと思う人の割合（購入したい）は、36.0%。
- 性別で見ると、女性では「購入したい」が、男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、若年層になるほど、「購入したい」の割合が高くなる。
- 性年代別で見ると、男性と女性ともに、若年層になるほど、「購入したい」の割合が高くなる。
- 果物摂取量別で見ると、果物摂取量が増えるほど、冷凍フルーツの「購入したい」の割合が高くなる。

Q25. 今後(も)、冷凍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



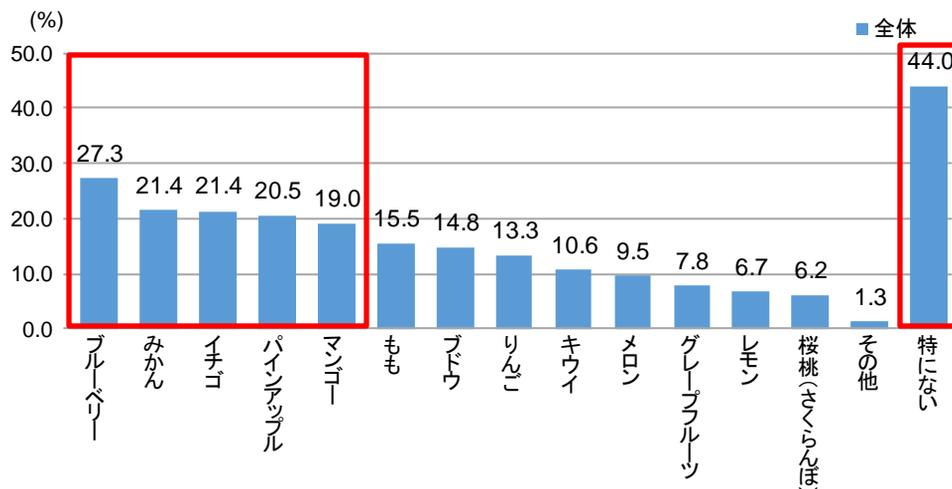
※購入したい計=「ぜひ購入したい」+「やや購入したい」

⑪購入したい冷凍フルーツの種類

- 全体では、「特にない」が44.0%で最も高く、冷凍フルーツへの購入意向が低い層が一定みられる。次いで、「ブルーベリー」が27.3%で、「みかん」「イチゴ」「パイナップル」「マンゴー」が20.0%前後で続く。
- 性別で見ると、女性では「ブルーベリー」の割合が、男性と比べて高い。
- 年代別で見ると、20代では「パイナップル」「りんご」の割合が高く、「特にない」の割合は、他の年代と比べて低い。
- 性年代別で見ると、女性20代では「ブルーベリー」「イチゴ」「パイナップル」「ブドウ」「りんご」「桜桃(さくらんぼ)」が、他の性年代と比べて高い。

Q23. 今後(も)、購入したい冷凍フルーツの種類を教えてください。(MA)

※コメントで触れている箇所は



全体		(n=2,062)	27.3	21.4	21.4	20.5	19.0	15.5	14.8	13.3	10.6	9.5	7.8	6.7	6.2	1.3	44.0
性別	男性	(n=1,032)	20.0	23.4	17.5	19.6	15.2	15.9	13.9	14.6	9.8	10.3	7.3	7.1	5.9	0.9	49.2
	女性	(n=1,030)	34.6	19.5	25.2	21.5	22.8	15.1	15.8	11.9	11.5	8.7	8.3	6.3	6.4	1.7	38.8
年代別	20代	(n=320)	28.8	25.6	25.9	28.1	20.6	18.8	19.7	18.8	10.0	11.6	7.8	7.2	9.4	1.3	31.3
	30代	(n=402)	28.4	21.6	22.6	23.9	19.9	19.9	13.9	15.9	12.9	10.7	9.0	9.5	7.5	1.5	40.5
	40代	(n=474)	27.0	24.9	23.0	20.9	18.6	15.4	15.2	13.5	11.0	8.6	10.3	7.2	5.5	1.3	44.3
	50代	(n=399)	28.3	20.3	21.3	19.0	21.6	13.0	13.3	11.3	10.3	8.8	6.5	6.0	6.0	1.3	46.1
	60代	(n=467)	24.6	15.8	15.6	13.3	15.4	11.8	13.3	8.8	9.0	8.6	5.1	4.1	3.6	1.3	53.7
	性年代別	男性20代	(n=163)	19.6	25.2	20.9	25.2	19.0	17.8	17.2	17.2	9.2	11.7	4.3	4.9	7.4	1.8
男性30代		(n=203)	22.7	24.6	17.7	24.1	17.2	19.7	13.3	17.7	13.8	10.8	9.4	11.8	6.4	1.0	44.8
男性40代		(n=239)	19.2	28.5	17.6	20.5	14.6	15.1	14.6	16.3	8.4	10.5	10.9	8.4	6.7	0.8	49.0
男性50代		(n=199)	20.6	21.1	18.6	18.6	15.6	13.6	13.6	12.6	10.1	8.5	6.5	6.0	6.0	-	53.8
男性60代		(n=228)	18.0	17.5	14.0	11.4	11.0	14.0	11.4	10.1	7.9	10.1	4.4	3.9	3.5	0.9	59.2
女性20代		(n=157)	38.2	26.1	31.2	31.2	22.3	19.7	22.3	20.4	10.8	11.5	11.5	9.6	11.5	0.6	26.8
女性30代		(n=199)	34.2	18.6	27.6	23.6	22.6	20.1	14.6	14.1	12.1	10.6	8.5	7.0	8.5	2.0	36.2
女性40代		(n=235)	34.9	21.3	28.5	21.3	22.6	15.7	15.7	10.6	13.6	6.8	9.8	6.0	4.3	1.7	39.6
女性50代		(n=200)	36.0	19.5	24.0	19.5	27.5	12.5	13.0	10.0	10.5	9.0	6.5	6.0	6.0	2.5	38.5
女性60代		(n=239)	31.0	14.2	17.2	15.1	19.7	9.6	15.1	7.5	10.0	7.1	5.9	4.2	3.8	1.7	48.5
果物 摂取量別	200g以上	(n=178)	38.8	28.7	32.0	25.8	27.0	21.9	23.0	24.2	19.1	17.4	12.9	14.6	14.0	1.1	28.7
	100g~200g未満	(n=597)	33.5	26.6	27.1	26.6	22.6	20.8	20.1	16.2	14.1	13.1	10.9	8.5	8.2	0.7	34.2
	100g未満	(n=712)	29.6	19.2	20.9	20.6	20.8	14.3	13.9	11.2	9.0	7.4	6.5	5.5	5.2	2.2	41.7

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) 冷凍フルーツについて まとめ

- 全体の12.3%が冷凍フルーツを月に1回以上購入、14.9%が月に1回以上摂取している。
 - 年代別では若年層（特に20代）、果物摂取量別では摂取量が多い層ほど購入・摂取頻度が高い。
 - 購入場所は、「スーパーマーケット」が84.8%を占め、圧倒的に多いが、20代では「コンビニエンスストア」の利用も目立つ。
 - 購入理由は「保存がきいて使いやすい」「必要なときにすぐ食べられる」の利便性が高い。
 - 非購入理由は、「生のフルーツのほうが好きだから」が48.9%で最も高い。
 - 購入されている種類は、「ブルーベリー」が59.3%でトップ。「マンゴー」「イチゴ」と続く。
 - 購入時の重視点は、全体の66.1%が「価格」と回答。「味」「容量」と続く。
 - 今後の購入意向は36.0%。若年層や果物摂取量が多い層ほど、意向が高まる傾向がある。
-
- ・ 月1回以上購入している割合は12.3%。年代別では20代、果物摂取量別では200g以上摂取者で割合が高い。(P51)
 - ・ 月1回以上摂取している割合は14.9%。性年代別では女性20代が高く、購入頻度同様、果物摂取量が多いほど摂取頻度も高い。(P52)
 - ・ 購入場所は「スーパーマーケット」が84.8%で最も高い。20代では「コンビニエンスストア」、30代では「果物屋さん」の割合が全体より高い。(P53)
 - ・ 購入理由は「保存がきいて使いやすいから」が64.8%でトップ。女性40～50代でその傾向が顕著である。(P54)
 - ・ 非購入理由は「生のフルーツのほうが好きだから」が48.9%でトップ。30代では「価格が高い」を挙げる割合も高い。(P55)
 - ・ 支払える金額は「100円～199円」が33.9%でトップ。女性の若年層ほど300円以上支払える割合が高くなる。(P56)
 - ・ 利用方法は「そのまま食べる」「ヨーグルトやシリアルに入れる」が上位。30代は「スムージー」や「料理」への利用が他の年代より高い。(P57)
 - ・ 購入種類は「ブルーベリー」が59.3%で最も高く、女性や50～60代での購入率が高い。(P58)
 - ・ 重視点は「価格」が66.1%で最も高い。200g以上の果物摂取者では「産地」「種類の豊富さ」を重視する傾向がある。(P59)
 - ・ 購入意向（購入したい）は36.0%。性別では女性、年代別では若年層になるほど意向が高い。(P60)
 - ・ 購入したい種類は「ブルーベリー」が27.3%でトップ。女性20代では多品目への購入意向が高い。(P61)

(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、全体で8.6%。
令和5年10.0%、令和6年9.8%であり、かなりの減少がみられる。
- また、27.9%の人は果物をほとんど食べない(20代から50代で多め)。
- 現状より摂取量を増やす阻害要因、毎日摂取の阻害要因としては
値段が高いことが最も高く、令和6年度調査と比べて増加傾向にある。
- 性年代別で見ると、女性の20~40代で「値段が高く食費に余裕がないから」の
割合が、70.0%前後で、他の性年代と比べて高い。
- 果物を現状よりも多く摂取できない理由と毎日摂らない理由では、
「値段が高いから」が最も高く、令和6年度調査と比べて増加傾向にある。
次いで「一度にそんなに量を食べられない」や「日持ちがしない」が続く。



令和6年度と比べて、200g以上摂取者の割合はかなりの減少。
物価高騰の影響が色濃く、「値段」を理由とした摂取控えの傾向がみられる。
特に、女性20~40代の割合が高い。
また、現状よりも多く摂取できない、毎日摂取しない理由では、
「値段の高さ」「日持ちしにくい」「手間がかかる」が上位に挙がっており、
手ごろな価格の果物生産、日持ちしやすい品種や流通技術、おいしく手軽に
食べれる品種(例:シャインマスカット)等について消費者目線でも対応を
考えていく必要がある

(2) 今後の果物の摂取意向

- 果物の摂取量を「増やしたい」人は33.4%にとどまり、前回より減少。
「女性20代」では58.6%と高い意向を示している。
- 摂取量を増やすための提供方法では、「多少外観は悪くても割安」が最も高い。
次いで「皮がむきやすい・種がない」等の簡便性、「日持ち」が求められている。
- 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」が高い。



摂取意向は、令和6年度調査と比べて「増やしたい」は減少。昨今の物価高騰による買い控えの影響が推察され、提供方法としても「多少外観は悪くても割安」が最も高い。一方で、20代女性の摂取意向は高く、若年層をターゲットとしたアプローチが推奨される。
特に、「多少外観が悪くても割安」の値ごろ感、「皮がむきやすい・種がない」等の簡便性、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」等は消費拡大のキーワードとして対応を考える必要がある

(3) 果樹振興法14品目について

- ・ 月に1回以上喫食する定番の品目は「りんご」と「みかん」。
次いで「キウイ」が続く。上位の品目は、特に60代が市場を支えている。
- ・ 女性は「キウイ」の喫食率が男性に比べ顕著に高い。



令和6年度と同様に、「りんご」「みかん」が定番の2品目。
次いで「キウイ」が続くため、今後の3品目になることが期待される。
「キウイ」は女性のスコアが高く、健康に強みがあるから支持されているのではないかと推察される。女性の喫食割合が高いことから、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

- ・ 果物の摂取量の変化を年代別でみると、「増やしたい」の割合は、60代から20代と若年層になるほど高い。
- ・ 果物へのイメージをみると、「生活習慣病の予防になる」は、6.3%にとどまっており、果物との関係がイメージされていない。
- ・ 「生活習慣病」や「機能性」への関心は、摂取量が多い層(200g以上)では高いものの、全体としては低い。
- ・ 果物消費拡大施策に関する認知は、「がんの予防につながる」を除き、全体的に低調である。
- ・ いずれの施策でも、摂取量が多いほど認知が高くなる傾向が見られた。また、年代別では「20代」の施策認知が最も高いという特徴が見られた。



施策の認知率では、いずれの施策でも摂取量が多いほど、認知が高くなる傾向が見られ、既に果物を多く食べている層には一定伝わっている様子。
特に、20代の施策認知率が総じて高く、今後果物の摂取量を増やしたい人は若年層ほど高くなることから、今後の果物購入や摂取に拡大余地があるのではないかと推察される。
また、令和6年度より「健康日本21第三次」が実施され、「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一つ」であり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。こうした点も踏まえ、果物の良さを積極的に伝えていく必要がある。
一方で、果物のイメージでは、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、摂取量が少ない人にとって、これらリスクは高いことから、こうした層への取り組みが特に重要と考えている。

(5) 冷凍フルーツについて

- 全体の12.3%が冷凍フルーツを「月1回以上購入」しており、若年層や果物摂取量が多い層ほど頻度が高い。
- 全体の14.9%が冷凍フルーツを「月1回以上摂取」している。20代の摂取頻度が他の年代と比べて高い。
- 購入場所は「スーパーマーケット」が84.8%で圧倒的だが、20代では「コンビニエンスストア」の利用も目立つ。
- 購入理由は「保存がきく」「すぐに食べられる」といった利便性の割合が高く、支持されている。
- 一方で非購入理由は「生のフルーツの方が好き」がトップであり、生鮮果実との味や食感の比較がハードルとなっている。
- 支払額は100～200円台が主流だが、20代女性など若年層は300円以上への価格受容性が高い。
- 利用方法は「そのまま」「ヨーグルト」が中心。30代では「スムージー」「料理」への活用もみられる。
- 人気品目は「ブルーベリー」が59.3%でトップ。若年層は「マンゴー」「イチゴ」など多様な種類を好む傾向がある。
- 今後の購入意向は36.0%。特に若年層での意向が高く、今後の市場拡大の鍵となる層と考えられる。



冷凍フルーツの摂取は14.9%に留まるが、「保存がきく」「すぐ食べられる」という利便性が重視され、若年層でよく摂取されている様子。また、全体では「生のフルーツの方が好き」が非購入理由で最も高いが、20代は他の年代と比べて低く、生のフルーツと比べた冷凍フルーツへのネガティブなイメージは他年代より持たれていない。購入場所はスーパーマーケットが多いが、20代ではコンビニエンスストアでの購入が多く、コンビニエンスストアで20代の購入を促すことが、新規摂取者の獲得に有効なのではないか。

果物についてのアンケート

下記アンケートにご協力お願いします。

当アンケートの回答者の皆様へお願い

- 「調査についての守秘義務」の徹底をお願いします。決して第三者に口外しないよう、ご協力をお願いします。
- 回答内容は調査依頼元に提供されます。設問とは関係のない情報が入力されていないかご確認ください。
- 回答内容の取扱いには、プライバシーポリシーをご確認ください。

主催：株式会社マクロミル

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(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6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"/>				
2. 果物を食べる頻度 →	<input type="radio"/>				

4. 調査票（調査画面）

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

.....  ここまで改ページ

4. 調査票（調査画面）

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

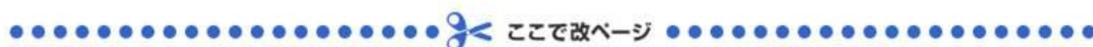
.....  ここまで改ページ

4. 調査票（調査画面）

- 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

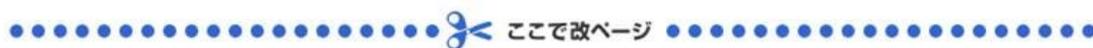


- ①必須入力

【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



4. 調査票（調査画面）

- 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 食べるまでに疲をむくなど手間がかかるから	7 重くて購入が大変だから	8 あまり好きでないから	9 その他
1. あてはまる理由(いくつでも) →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 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"/> 具体的に <input type="text"/>					

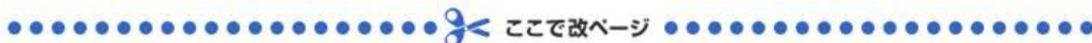


4. 調査票（調査画面）

- 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"/>										
2. 最もあてはまるもの(ひとつだけ)	<input type="radio"/>										
											<input type="checkbox"/> 具体的に <input type="radio"/> 具体的に

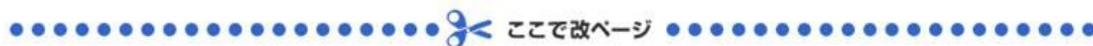


4. 調査票（調査画面）

- ①必須入力
- ③37_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】

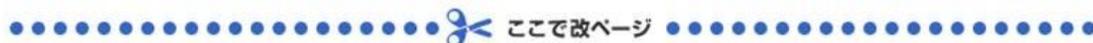
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. おいしい | <input type="checkbox"/> 20. ダイエットに適している |
| <input type="checkbox"/> 2. 甘い | <input type="checkbox"/> 21. 美肌に効果がある |
| <input type="checkbox"/> 3. 新鮮 | <input type="checkbox"/> 22. 健康によい |
| <input type="checkbox"/> 4. 身体をつくるのに欠かせない食品 | <input type="checkbox"/> 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. 贅沢 |
| <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 | |



- 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. 健康や美容にいい(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つの実が小さめで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)、直売などによるより新鮮な果物
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

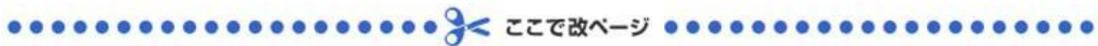


4. 調査票（調査画面）

- ① 必須入力
- ②0_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
- 選択肢リバーシランダマイズ: 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



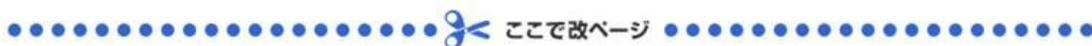
4. 調査票（調査画面）

- ①必須入力(全項目)
- 項目リバーランダムイズ：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"/>

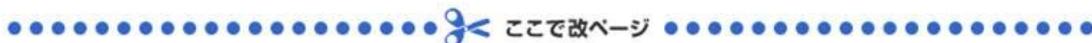


- ①必須入力
- マルチの選択数：上限を設定→【3】個まで選択
- 排他選択肢：14. この中にあてはまるものはない/わからない
- 選択肢ランダムイズ：選択肢 1-13

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. 糖度などの測定基準 | <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 | |



4. 調査票（調査画面）

● 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 →	<input type="radio"/>						
2. その他のかんきつ類 →	<input type="radio"/>						
3. リんご →	<input type="radio"/>						
4. ブドウ →	<input type="radio"/>						
5. なし →	<input type="radio"/>						
6. もも →	<input type="radio"/>						
7. 桜桃(さくらんぼ) →	<input type="radio"/>						
8. びわ →	<input type="radio"/>						
9. かき →	<input type="radio"/>						
10. くり →	<input type="radio"/>						
11. うめ →	<input type="radio"/>						
12. すもも →	<input type="radio"/>						
13. キウイ →	<input type="radio"/>						
14. バインアップル →	<input type="radio"/>						

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

4. 調査票（調査画面）

● ①必須入力(全項目)

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つた見たことがあつたがあまりよくない	3 知らなかった見たことはない
1. 国は健康増進のために果物を毎日200グラム(例えば、みかんであれば2個、りんごであれば1個程度)食べることを勧めている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 「毎日くだもの200グラム！」という標語	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 機能性表示(みかんのβクリプトキサンチン、りんごのプロシアニジン)をしているものがある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 果物野菜の十分な摂取はがんの予防につながる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

..... ✂ ここまで改ページ

4. 調査票（調査画面）

- ①必須入力(全項目)

Q16 あなたは、どのくらいの頻度で冷凍フルーツを買い、また食べますか。
【必須入力】

	1 週に2~3 回程度以上	2 週に1 回程度	3 月に2~3 回程度	4 月に1 回程度	5 2~5ヶ月に1 回程度	6 半年に1 回程度	7 年に1~2 回程度	8 それ以下／ほとんど 買わない・食べない
1. 冷凍フルーツを買う頻度 →	<input type="radio"/>							
2. 冷凍フルーツを食べる頻度 →	<input type="radio"/>							



ここで改ページ

- セレクト条件：【Q16項目1】で1-7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

Q17 冷凍フルーツを主にどこで購入することが多いですか。(いくつでも)
【必須入力】

- 1. スーパーマーケット
- 2. コンビニエンスストア
- 3. 果物屋さん
- 4. オンラインショップ(ネット通販)
- 5. 生協・宅配サービス
- 6. その他



ここで改ページ

4. 調査票（調査画面）

- セレクト条件：【Q16項目1】で1-7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】

Q18 あなたが冷凍フルーツを購入する理由を教えてください。
【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	保存がきいて使いやすいから	価格が手頃だから	必要なときにすぐ食べられるから	調理やお菓子作りに使いやすいから	生のフルーツが手に入りにくいときの代わりになるから	好きな種類のフルーツが、冷凍フルーツになっているから	季節を問わず楽しめるから	食感や冷たさが好きだから	健康や栄養補給のために便利だから	少量で食べることでできるから	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"/>	<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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に

.....  ここまで改ページ

4. 調査票（調査画面）

- セレクト条件：【Q16項目1】で8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】

Q19 あなたが冷凍フルーツを購入しない理由を教えてください。
【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	生のフルーツのほうが好きだから	必要性を感じないから	冷凍庫のスペースがないから	味や食感が好きでないから	価格が高いと感じるから	どこで買えばいいかわからないから	食べ方使い方がわからないから	好きな種類のフルーツがないから	その他
1. あてはまる理由(いくつでも)	<input type="checkbox"/>								
2. その中で最もあてはまる理由(ひとつだけ)	<input type="radio"/>								
									<input type="checkbox"/> 具体的に
									<input type="radio"/> 具体的に

..... ✂ ここまで改ページ

- セレクト条件：【Q16項目1】で1-7と答えた方
- ①必須入力

Q20 冷凍フルーツの値段について、一人一食分の値段としてどれくらいが買いやすいですか。
【必須入力】

- 100円未満
- 100円～199円
- 200円～299円
- 300円～499円
- 500円～699円
- 700円～899円
- 900円以上

..... ✂ ここまで改ページ

4. 調査票（調査画面）

- セレクト条件：【Q16項目2】で1-7と答えた方
- ①必須入力
- ⑦7_FA: 必須入力

Q21 冷凍フルーツをどのように利用することが多いですか。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. そのまま食べる
- 2. ヨーグルトやシリアルに入れて食べる
- 3. スムージーやジュースにして飲む
- 4. お菓子やケーキ作りの材料として使う
- 5. サラダなどの料理に使う
- 6. 氷の代用として使う(飲み物等に入れる)
- 7. その他



ここで改ページ

- セレクト条件：【Q16項目1】で1-7と答えた方
- ①必須入力
- ⑭14_FA: 必須入力
- 選択肢ランダムサイズ：選択肢1-13

Q22 あなたが購入している冷凍フルーツの種類を教えてください。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. ブルーベリー
- 2. ブドウ
- 3. マンゴー
- 4. バインアップル
- 5. もも
- 6. りんご
- 7. みかん
- 8. グレープフルーツ
- 9. レモン
- 10. 桜桃(さくらんぼ)
- 11. キウイ
- 12. イチゴ
- 13. メロン
- 14. その他



ここで改ページ

4. 調査票（調査画面）

- ①必須入力
- ①14_FA: 必須入力
- 排他選択肢: 15. 特にない
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-13

Q23 今後(も)、購入したい冷凍フルーツの種類を教えてください。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. ブルーベリー
- 2. ブドウ
- 3. マンゴー
- 4. バインアップル
- 5. もも
- 6. りんご
- 7. みかん
- 8. グレープフルーツ
- 9. レモン
- 10. 桜桃(さくらんぼ)
- 11. キウイ
- 12. イチゴ
- 13. メロン
- 14. その他
- 15. 特にない



ここで改ページ

- セレクト条件: 【Q16項目1】で1-7と答えた方
- ①必須入力
- ①8_FA: 必須入力
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-7

Q24 冷凍フルーツを購入する際に、特に重視する点を教えてください。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. 価格
- 2. 味や品質
- 3. 容量(内容量)
- 4. 種類の豊富さ
- 5. 保存のしやすさ
- 6. 調理のしやすさ
- 7. 産地(生産国)
- 8. その他



ここで改ページ

4. 調査票（調査画面）

• ①必須入力

Q25 今後(も)、冷凍フルーツを購入したいと思いますか。

【必須入力】

- 1. ぜひ購入したい
- 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. まったく購入したくない

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