

平成 24 年度

果実加工流通消費調査報告書

－果物の消費に関するアンケート調査－

平成 25 年 1 月

公益財団法人中央果実協会

はしがき

国民の健康増進と生活習慣病予防等を目的として、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」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、消費者の購買行動に繋がっていないのが現状です。

一方、最近の単身世帯や夫婦のみの世帯の増加、世帯員人員の減少などの世帯構成の変化、食の外部化、簡便化の進展、経済性志向、健康・安全志向の高まり等、果物消費を取り巻く社会経済情勢が大きく変化しており、今後、果物の消費拡大を図っていくためには、消費者ニーズの変化等に的確に対応した商品提供や販売方法等の工夫が重要です。

このため、全国の消費者を対象に、果物に関する消費動向、消費形態、購買行動等についてアンケート調査を行い、今後の果物消費拡大の基礎資料とすることとしました。

本調査は、株式会社読売広告社に委託して実施いたしました。

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

本調査の実施に当たり、「果物の消費に関するアンケート調査検討会」委員をはじめ、関係者の皆様にご協力頂きましたことに厚くお礼申し上げます。

平成25年1月
公益財団法人中央果実協会

目次

1. 調査の実施概要	5
(1) 調査目的	7
(2) 本調査で把握すべきこと	7
(3) 調査方法	7
(4) 本調査における言葉の定義	8
(5) 調査項目	8
(6) 回答者プロフィール	10
(7) 分析軸について	11
(8) 果物の消費に関するアンケート調査検討会	11
2. 調査の分析結果	13
(1) 日常の果物の消費行動	
① 果物の摂取頻度	16
② 果物の摂取時間帯（摂取場面）	17
③ 果物の摂取理由	18
④ 果物を毎日摂らない理由（毎日摂取者を除く）	19
⑤ 果物の摂取量（一日平均）	20
⑥-1 果物を摂取するようになったきっかけ（1日摂取量150g以上層）	21
⑥-2 果物を摂取するようになったきっかけ （1日150g以上摂取層の意識・摂取状態別）	22
⑦ 果物の摂取量（一日平均）が200グラムに達していない理由 （1日摂取量200g未満層）	23
⑧-1 果物を意識的に摂っているか	24
⑧-2 果物を意識的に摂っているか（今後の摂取意向別）	25
⑨-1 果物の摂取方法（摂れている者の自由回答の全体傾向）	26
⑨-2 果物の摂取方法（摂れている者の詳細傾向）	27
⑨-3 果物の摂取方法（摂れていない者の増加方法）	28
⑨-4 果物の摂取方法（⑨-3の意識有無別）	29
⑩-1 果物のイメージ	30
⑩-2 果物のイメージ（意識・摂取状態別）	32
⑩-3 果物のイメージ（今後の摂取意向別）	33
まとめ	34
(2) 日常の果物加工品の消費行動	
① 生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか	36
② 生鮮果物の購入（摂取）場所	37
③ 果物加工品の購入（摂取）場所	38
④ 果物加工品の摂取頻度	39
⑤ 購入機会の多い果物加工品	40
⑥ 果物加工品の摂取理由	41
⑦-1 果物加工品の摂取頻度の変化（果物加工品の種類別）	42
⑦-2 果物加工品の摂取頻度の変化 （果物加工品全体についての回答者の属性別）	43
⑧-1 果物加工品の今後の摂取意向（果物加工品の種類別）	44
⑧-2 果物加工品の今後の摂取意向 （果物加工品全体についての回答者の属性別）	45
⑨ 果汁（100%ジュース）の摂取頻度	46
⑩ カットフルーツの購入経験（頻度）	47
まとめ	48

（３） 今後の果物の摂取意向	
① 今後の果物の摂取量の変化	50
② 増やしたい理由（増やしたい者に対する設問）	51
まとめ	52
（４） 果物の消費を増やすために	
①-1 果物の消費量を増やすための提供方法	54
①-2 果物の消費量を増やすための提供方法（意識・摂取状態別）	55
①-3 果物の消費量を増やすための提供方法（全体と摂取量増加意向者）	56
②-1 果物の消費量を増やすための販売方法	57
②-2 果物の消費量を増やすための販売方法（意識・摂取状態別）	58
②-3 果物の消費量を増やすための販売方法（全体と摂取量増加意向者）	59
③-1 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向	60
③-2 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向（男女別）	61
③-3 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向 （今後の摂取意向別）	62
④-1 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法	64
④-2 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法 （全体と摂取量増加意向者）	66
⑤-1 果物の摂取意向増進に寄与する摂取方法	67
⑤-2 果物の摂取意向増進に寄与する摂取方法（全体と摂取量増加意向者）	68
まとめ	69
（５） 日常のデザートやおやつ購入状況	
① デザートやおやつとしてよく購入する商品	72
② デザートやおやつ購入理由（果物以外の商品の種類別）	73
まとめ	74
（６） 果物に関する購買行動	
① 売り場へ生鮮果物を購入しに行き、別の食品を購入したことがあるか	76
② 果物を購入しなかった理由	77
まとめ	78
（７） 現在の食生活・生活について	
① 食生活・食品の購買行動における留意点	80
②-1 自身の健康・生活への充足感についての印象	81
②-2 自身の健康・生活への充足感についての印象（摂取頻度別）	82
②-3 自身の健康・生活への充足感についての印象（摂取量別）	83
③ 健康な食生活を実践するために参考になっている指針等	84
まとめ	85
（８） 「毎日くだもの２００グラム運動」について	
① 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	88
② 「毎日くだもの２００グラム！」標語の認知	89
③ ロゴマークの認知	90
まとめ	91
３． 調査のまとめ	93
４． 調査票（調査画面）	113
参考：経年分析	135

1. 調査の実施概要

【1】調査目的

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

なお、本調査は、株式会社読売広告社へ委託して実施した。

【2】本調査で把握すべきこと

- 消費者の果物摂取の現状
- 消費者ニーズの変化等に対応した商品提供や販売方法
- 果物を摂取できている人の現状
- 「毎日くだもの200グラム」運動の浸透・普及率

【3】調査方法

(1) 調査客体

全国2,000名を次の①と②に分けて抽出した。

①首都圏・近畿圏

- 調査地域：首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）及び近畿圏（大阪、京都）
- 調査対象：上記都府県に居住する満20歳以上70歳未満の男女個人
- 集計・分析者数：合計1,200名
- 抽出方法：平成22年度国勢調査の調査対象都府県ごとの人口構成比に合わせて、性・年齢別に割付を行い、無作為抽出する。

②地方圏

- 調査地域

地方都市：札幌市、仙台市、名古屋市、岡山市、福岡市（計5地域）

農山漁村：東北地方、北陸地方、九州地方の町村部（計3地域）

- 調査対象：上記各地域に居住する満20歳以上70歳未満の男女個人
- 集計・分析者数：合計800名
- 抽出方法

地方都市：平成22年度国勢調査の地域別人口構成比に合わせて性、年代別に割付を行い、無作為抽出する。

農山漁村：平成22年度国勢調査の地方別人口構成比に合わせて性、年代別に割付を行い、無作為抽出する。

※地方別人口構成比は、各地方に該当する県の人口構成の合計をもとに算出する。

1. 調査の実施概要

(2) 調査方法

インターネット調査

(3) 調査期間

平成24年10月17日(水)～10月19日(金)

(4) 回収状況

有効票 首都圏・近畿圏：1,200サンプル

地方都市・農山漁村：800サンプル

合計：2,000サンプル

【4】本調査における言葉の定義

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

- ・ 「生鮮果物」の主な例：温州(うんしゅう)みかん、オレンジ、グレープフルーツ、その他かんきつ類(いよかん、はっさく等)、りんご、ぶどう、日本なし、西洋なし(ラ・フランス等)、もも、おうとう(さくらんぼ)、びわ、柿、栗、うめ、すもも、キウイフルーツ、パインアップル、いちじく、バナナ、いちご、すいか、メロン
- ・ 「果物加工品」の主な例：果汁(ジュース)、果物缶詰、カットフルーツ、ジャム類(フルーツジャム)、ドライフルーツ、フルーツゼリー、フルーツヨーグルト、フルーツケーキ
※なお、果汁(ジュース)については、果汁100%のものに限る(果物分50%以上を含んだ果実・野菜ミックスジュースを含む)。

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果物の摂取頻度
- ②果物の摂取時間帯(摂取場面)
- ③果物の摂取理由

1. 調査の実施概要

- ④果物を毎日は摂らない理由
- ⑤果物の摂取量（一日平均）
- ⑥果物を摂取するようになったきっかけ
- ⑦果物の摂取量（一日平均）が200グラムに達していない理由
- ⑧果物を意識的に摂っているか
- ⑨果物の摂取方法
- ⑩果物のイメージ

（2）日常の果物加工品の消費行動

- ①生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか
- ②生鮮果物の購入（摂取）場所
- ③果物加工品の購入（摂取）場所
- ④果物加工品の摂取頻度
- ⑤購入機会の多い果物加工品
- ⑥果物加工品・各種類および全体の摂取理由
- ⑦果物加工品の摂取頻度の変化
- ⑧果物加工品の今後の摂取意向
- ⑨果汁（100%ジュース）の摂取頻度
- ⑩カットフルーツの購入経験（頻度）

（3）今後の果物の摂取意向

- ①今後の果物の摂取量の変化
- ②増やしたい理由

（4）果物の消費を増やすために

- ①果物の消費量を増やすための提供方法
- ②果物の少量を増やすための販売方法
- ③コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向
- ④果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法

（5）日常のデザートやおやつの購入状況

- ①デザートやおやつとしてよく購入する商品
- ②デザートやおやつの購入理由

1. 調査の実施概要

(6) 果物に関する購買行動

- ①売り場へ生鮮果物を購入しに行き、別の食品を購入したことがあるか
- ②果物を購入しなかった理由

(7) 現在の食生活・生活について

- ①食生活・食品の購買行動における留意点
- ②自身の健康・生活への充足感についての印象
- ③健康な食生活を実践するために参考にしている指針等

(8) 「毎日くだもの200グラム運動」について

- ①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
- ②「毎日くだもの200グラム！」標語の認知
- ③ロゴマークの認知

【6】回答者プロフィール

<性別>

	男性	女性
全体(n=2000)	50.1	49.9

(%)

<年代>

	20代	30代	40代	50代	60才以上
全体(n=2000)	16.7	22.5	20.5	18.9	21.5

(%)

<未既婚>

	未婚	既婚
全体(n=2000)	40.6	59.4

(%)

<子供の有無>

	子供なし	子供あり
全体(n=2000)	47.7	52.3

(%)

<家族構成>

	単身	2人(夫婦のみ)	2人(夫婦のみ以外)	3人	4人	5人以上
全体(n=2000)	19.1	20.3	7.6	24.7	18.7	9.7

(%)

1. 調査の実施概要

<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=2000)	0.5	2.2	13.1	10.0	11.1	7.0	2.5	22.3	11.9	4.7	5.8	9.2

(%)

<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=2000)	9.1	22.9	22.1	12.8	7.9	4.3	2.3	0.9	0.5	8.3	9.2

(%)

【7】分析軸について

すべての設問（ただし、Q9を除く）で分析するものは、

- ・ 全体
- ・ 性別
- ・ 年代別
- ・ エリア別
- ・ 果物の摂取量別

とする。

また、設問によって適宜分析するものは、

- ・ 果物摂取についての意識別
- ・ 今後の果物摂取意向別
- ・ 果物の摂取頻度別

とする。

【8】果物の消費に関するアンケート調査検討会

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

「果物の消費に関するアンケート調査検討会」委員（敬称略）

伊藤 嘉子 株式会社エスピーリーブ代表取締役会長

櫻井 清一 千葉大学大学院園芸学研究科教授

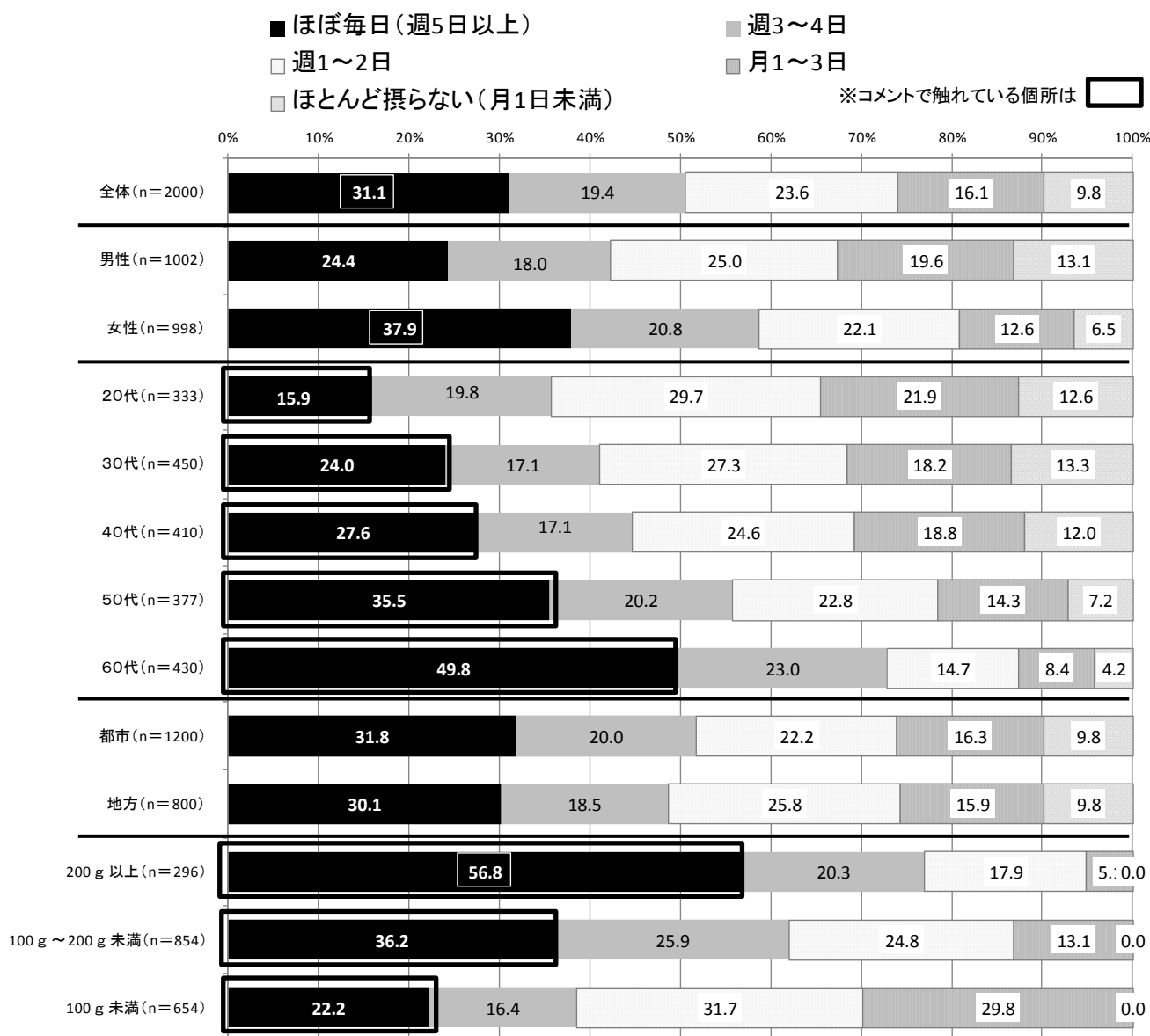
鈴木 秀明 日本園芸農業協同組合連合会参事

(1) 日常の果物の消費行動

①果物の摂取頻度

- 全体では「ほぼ毎日」が最も高い。次いで「週1～2日」「週3～4日」の順。
- 性別では女性の方が男性より摂取頻度が高く、特に「ほぼ毎日」は、女性が男性を13.5ポイント上回っている。
- 年代別では「ほぼ毎日」は年代が上がるにつれて高くなっている。
- 摂取量別では、摂取量が多くなるにつれて、摂取頻度も高くなっており、特に摂取量200g以上は「ほぼ毎日」で全体を25.7ポイント上回っている。

Q1. あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で摂りますか。（SA）



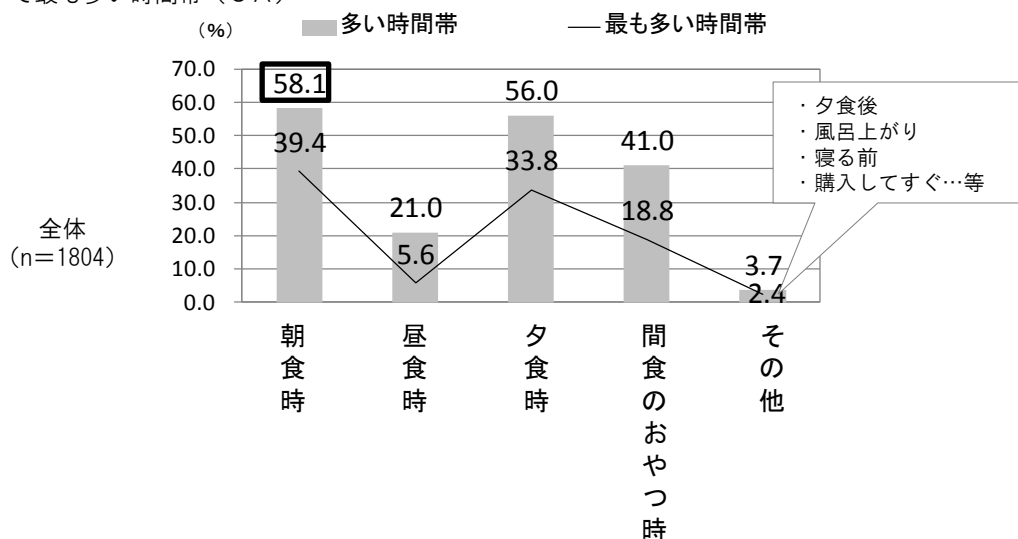
②果物の摂取時間帯（摂取場面）

- 全体では「朝食時」が最も高く、次いで「夕食時」「間食のおやつ時」の順。
- 性別では、女性の方が男性と比べて「朝食時」が高い。
- 年代別では、「朝食時」について60代が最も高く、20代が最も低い。「間食のおやつ時」については20代が最も高い。

Q2. (Q1で1~4を選んだ方へ) 果物を摂るのはいつが多いですか。(MA)

Q2SQ1. その中で最も多い時間帯(SA)

※コメントで触れている箇所は



最も多い時間帯スコア(SA)

		全体 (n=1804)	39.4	5.6	33.8	18.8	2.4
性別	男性 (n=871)	<u>32.6</u>	6.0	38.8	19.3	3.3	
	女性 (n=933)	<u>45.7</u>	5.3	29.2	18.4	1.5	
年代	20代 (n=291)	<u>33.0</u>	4.1	37.8	<u>24.1</u>	1.0	
	30代 (n=390)	38.7	3.8	38.5	16.9	2.1	
	40代 (n=361)	40.4	5.5	32.4	18.0	3.6	
	50代 (n=350)	38.0	4.9	37.4	16.9	2.9	
	60代 (n=412)	<u>44.7</u>	9.0	<u>24.8</u>	19.4	2.2	
エリア	都市 (n=1082)	41.1	4.8	34.4	17.3	2.4	
	地方 (n=722)	36.7	6.8	33.0	21.2	2.4	
摂取量	200g以上 (n=296)	40.2	5.7	30.7	20.9	2.4	
	100g~200g未満 (n=854)	41.0	5.3	34.4	17.1	2.2	
	100g未満 (n=654)	36.9	6.0	34.4	20.2	2.6	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

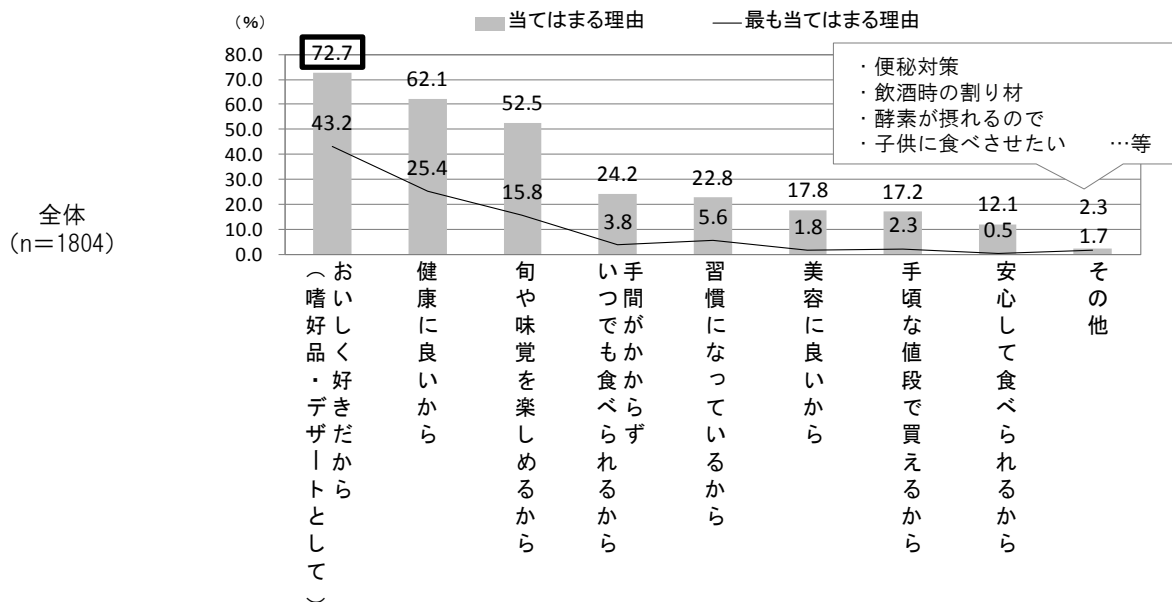
③果物の摂取理由

- 全体では「おいしく好きだから」が最も高く、次いで「健康に良いから」「旬や味覚を楽しめるから」の順。
- 年代別では、若年層ほど「おいしく好きだから」が高くなっている。特に20代は57.7%と全体と比べて14.5ポイント高くなっている。「旬や味覚を楽しめるから」は、年代が上がっていくにつれて高くなっている。

Q3. (Q1で1~4を選んだ方へ) 果物を摂る理由はなんですか。(MA)

Q3SQ1. その中で最もあてはまる理由。(SA)

※コメントで触れている箇所は



最も当てはまる理由スコア(SA)

(%)

全体		(n=1804)	43.2	25.4	15.8	3.8	5.6	1.8	2.3	0.5	1.7
性別	男性	(n=871)	40.0	28.9	14.5	4.8	6.3	0.5	2.5	0.9	1.6
	女性	(n=933)	46.2	22.1	17.0	2.9	4.9	3.0	2.0	0.1	1.7
年代	20代	(n=291)	57.7	22.0	7.2	3.1	4.8	2.7	0.7	0.3	1.4
	30代	(n=390)	45.1	25.6	11.3	3.6	5.6	3.1	3.3	0.5	1.8
	40代	(n=361)	44.0	25.5	16.1	2.5	3.9	2.5	2.8	0.6	2.2
	50代	(n=350)	34.6	29.4	19.4	5.7	4.9	0.3	2.3	0.9	2.6
	60代	(n=412)	37.6	24.0	22.8	4.1	8.3	0.5	1.9	0.2	0.5
エリア	都市	(n=1082)	45.0	24.7	15.4	3.3	5.9	1.4	2.3	0.3	1.7
	地方	(n=722)	40.4	26.5	16.3	4.6	5.1	2.4	2.2	0.8	1.7
摂取量	200g以上	(n=296)	45.3	22.0	15.9	4.1	8.8	1.7	1.7	0.3	0.3
	100g~200g未満	(n=854)	44.5	25.5	16.3	3.3	5.0	2.1	1.8	0.1	1.4
	100g未満	(n=654)	40.5	26.8	15.1	4.4	4.9	1.4	3.2	1.1	2.6

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

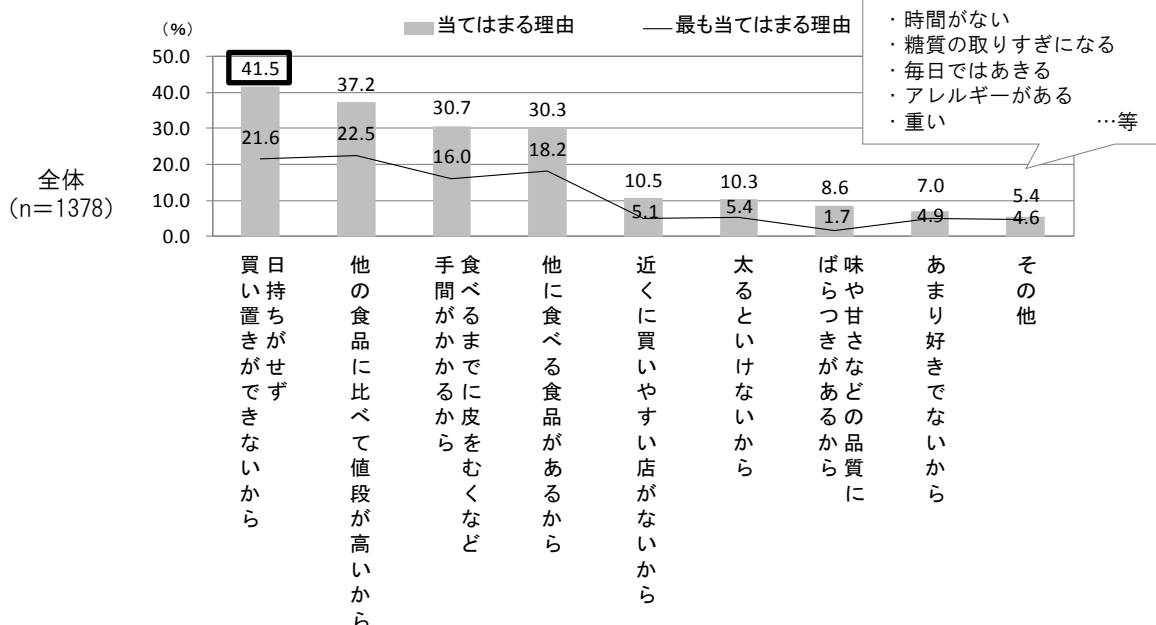
④果物を毎日は摂らない理由（毎日摂取者を除く）

- 全体では、「日持ちがせず、買い置きができないから」が最も高い、次いで「他の食品に比べて値段が高いから」「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」の順。
- 性別では、「他の食品に比べて値段が高いから」で、女性の方が男性よりも8.9ポイント高い。
- 摂取量別では、「他の食品に比べて値段が高いから」で、摂取量100g未満の方が摂取量200g以上よりも6.2ポイント高い。

Q4. (Q1で2~5を選んだ方へ) 果物を(毎日は)摂らない理由はなんですか。(MA)

Q4SQ1. 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



最も当てはまる理由スコア (SA)

(%)

全体		(n=1378)	21.6	22.5	16.0	18.2	5.1	5.4	1.7	4.9	4.6
性別	男性	(n=758)	21.9	18.5	15.3	21.1	6.9	5.1	1.3	4.9	5.0
	女性	(n=620)	21.1	27.4	16.9	14.7	2.9	5.6	2.1	5.0	4.2
年代	20代	(n=280)	22.5	23.6	18.6	18.6	5.0	2.9	0.7	3.9	4.3
	30代	(n=342)	22.8	25.1	17.3	13.7	7.3	4.1	1.8	4.7	3.2
	40代	(n=297)	18.9	25.9	13.8	16.2	5.4	7.7	1.3	5.7	5.1
	50代	(n=243)	23.5	16.9	16.5	22.6	3.3	4.5	0.4	7.8	4.5
	60代	(n=216)	19.9	18.5	13.4	22.7	3.2	8.3	4.6	2.3	6.9
エリア	都市	(n=819)	20.5	21.7	16.5	18.6	5.6	6.0	1.5	4.6	5.0
	地方	(n=559)	23.1	23.6	15.4	17.7	4.3	4.5	2.0	5.4	4.1
摂取量	200g以上	(n=128)	22.7	19.5	13.3	25.8	4.7	6.3	2.3	0.0	5.5
	100g~200g未満	(n=545)	25.0	22.8	14.3	18.9	4.6	7.7	1.3	1.3	4.2
	100g未満	(n=509)	20.4	25.7	16.1	17.9	5.3	4.1	2.2	3.5	4.7

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

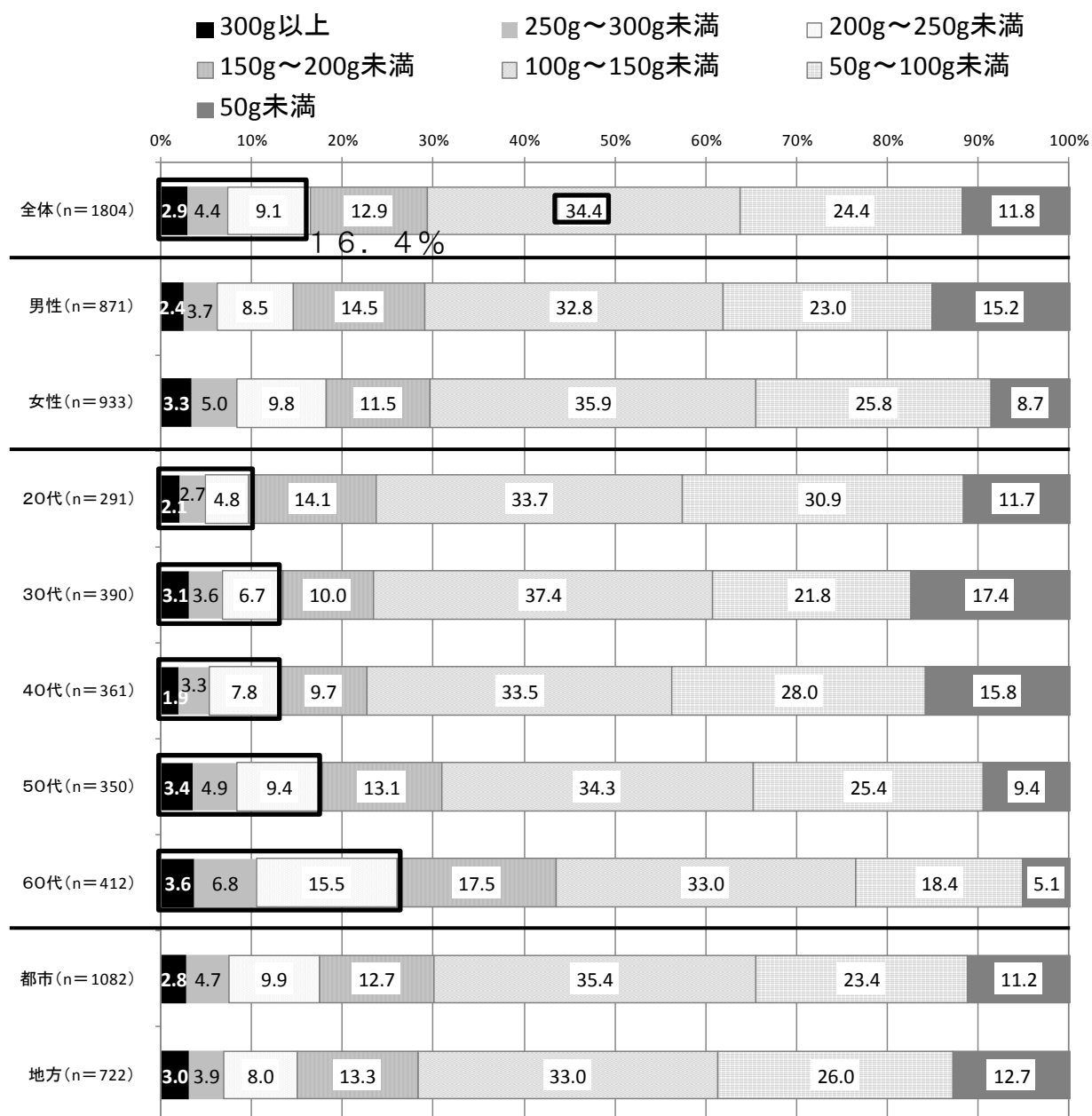
全体と比べて5~10ポイント未満高い。
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑤果物の摂取量（一日平均）

- 200g以上果物を摂取できている人は、全体では16.4%。
- 全体では、「100g～150g未満」が最も高い。次いで「50g～100g未満」「150g～200g未満」の順。
- 年代別では、年代が上がっていくにつれて「200g以上」が高くなっている。60代は20代よりも16.3ポイント高く、割合では約2.7倍の25.9%。

Q5. (Q1で1～4を選んだ方へ) あなたが果物を摂る場合、(一日平均にして)どの程度の量を摂っていますか。(SA)

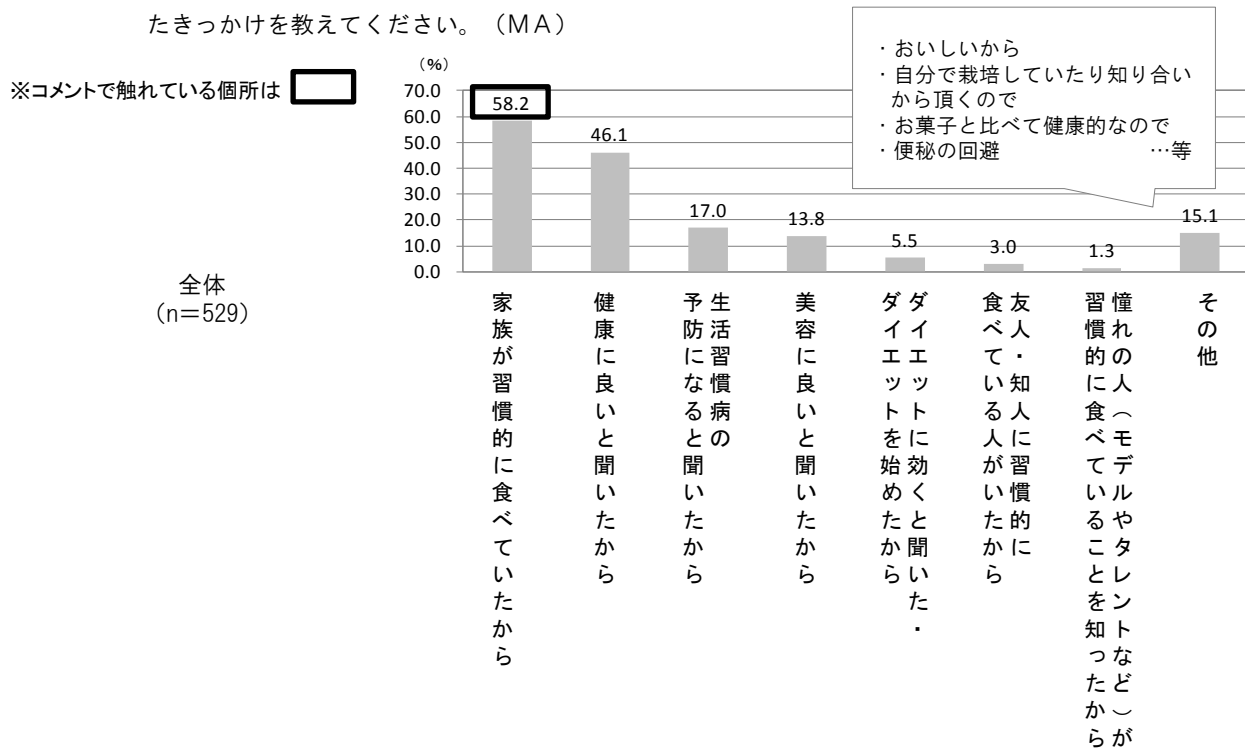
※コメントで触れている箇所は



⑥—1 果物を摂取するようになったきっかけ（1日摂取量150g以上層）

- 全体では、「家族が習慣的に食べていたから」が最も高く約6割、次いで「健康に良いと聞いたから」「生活習慣病の予防になると聞いたから」の順。
- 年代別では、「健康に良いと聞いたから」「生活習慣病の予防になると聞いたから」で60代が相対的に高く、全体と比べて5～10ポイント高い。
- 「美容に良いと聞いたから」では、女性は男性と比べて4倍以上高い。

Q6. (Q5で1～4を選んだ方へ) あなたが一日平均で【Q5の選択内容】の果物を摂取するようになったきっかけを教えてください。(MA)



全体		(n=529)	58.2	46.1	17.0	13.8	5.5	3.0	1.3	15.1
性別	男性	(n=253)	59.7	47.4	18.6	<u>5.1</u>	6.7	4.7	1.2	13.8
	女性	(n=276)	56.9	44.9	15.6	21.7	4.3	1.4	1.4	16.3
年代	20代	(n=69)	63.8	<u>40.6</u>	<u>7.2</u>	15.9	10.1	5.8	2.9	11.6
	30代	(n=91)	68.1	<u>37.4</u>	<u>8.8</u>	12.1	9.9	6.6	1.1	13.2
	40代	(n=82)	63.4	43.9	17.1	19.5	3.7	1.2	4.9	13.4
	50代	(n=108)	46.3	44.4	17.6	14.8	4.6	0.9	0.0	21.3
	60代	(n=179)	55.9	54.7	24.6	10.6	2.8	2.2	0.0	14.5
エリア	都市	(n=325)	57.5	45.8	17.8	13.5	5.8	2.5	1.5	13.2
	地方	(n=204)	59.3	46.6	15.7	14.2	4.9	3.9	1.0	18.1
摂取量	200g以上	(n=296)	60.1	44.6	17.2	13.9	6.4	3.7	1.7	18.2
	150g～200g未満	(n=233)	55.8	48.1	16.7	13.7	4.3	2.1	0.9	11.2

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

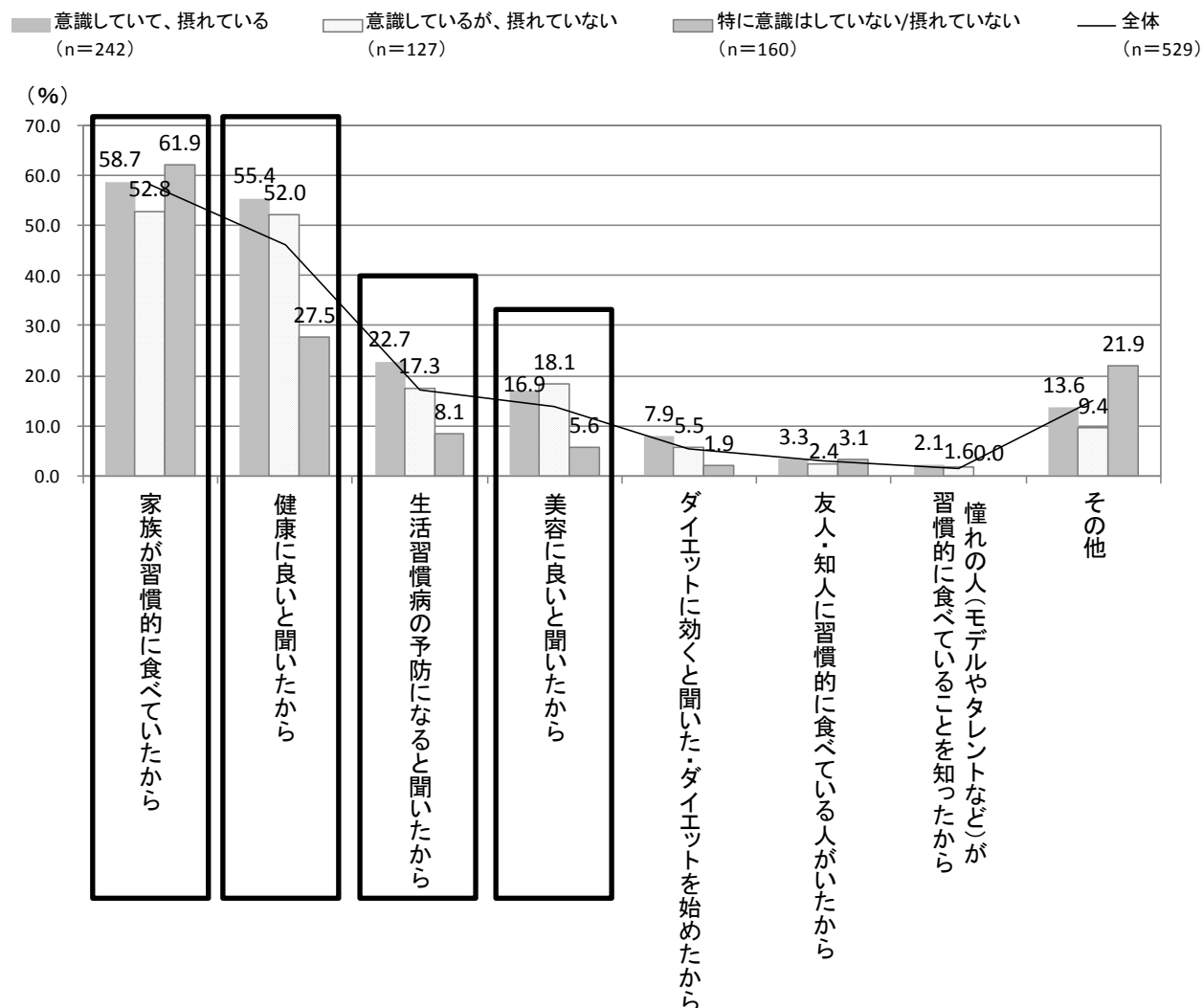
⑥-2 果物を摂取するようになったきっかけ (1日150g以上摂取層の意識・摂取状態別)

果物摂取についての意識別にみると…

- ・ 「家族が習慣的に食べていたから」が各区分で高い。
- ・ 特に「健康に良いと聞いたから」「生活習慣病の予防になると聞いたから」「美容に良いと聞いたから」について、「意識している」が「意識していない」を大きく上回っており、果物摂取を意識している人は健康に留意している人が多いと推察される。

Q6. (Q5で1~4を選んだ方へ) あなたが一日平均で【Q5の選択内容】の果物を摂取するようになったきっかけを教えてください。(MA)

※コメントで触れている箇所は



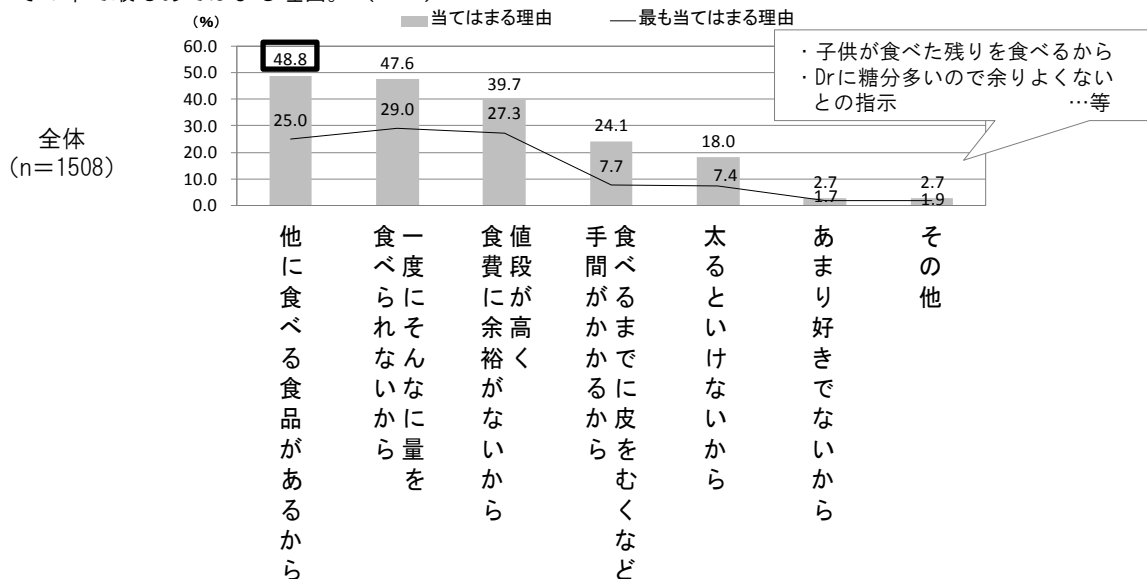
⑦果物の摂取量（一日平均）が200グラムに達していない理由 （1日摂取量200g未満層）

- 全体では「他に食べる食品があるから」が最も高く約半数、次いで「一度にそんなに量を食べられないから」「値段が高く食費に余裕がないから」の順。
- 年代別では、「一度にそんなに量を食べられないから」が高年層ほど高く、60代は20代と比べて13.1ポイント高い。また「値段が高く食費に余裕がないから」は高年層ほど低く、60代は全体と比べて13.2ポイント低い。
- 「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」では、20代が全体と比べてやや高い。

Q7. (Q5で4~7を選んだ方へ) 国では一日に【Q5での選択内容】と比べて多く果物を摂取することを推奨しています。あなたが現状の果物摂取量にとどまっている理由をお教え下さい。(MA)

Q7SQ1. 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



・子供が食べた残りを食べるから
・Drに糖分多いので余りよくないとの指示
…等

最もあてはまる理由スコア(SA)

全体		(n=1508)	25.0	29.0	27.3	7.7	7.4	1.7	1.9
性別	男性	(n=744)	28.8	28.1	24.6	7.9	6.3	1.9	2.4
	女性	(n=764)	21.3	29.8	30.0	7.5	8.4	1.6	1.4
年代	20代	(n=263)	25.1	21.3	33.1	14.1	3.8	1.1	1.5
	30代	(n=338)	18.6	27.8	35.2	8.0	7.1	1.8	1.5
	40代	(n=314)	20.7	27.4	33.4	6.7	7.3	2.2	2.2
	50代	(n=288)	28.1	33.3	20.1	6.3	8.0	2.4	1.7
	60代	(n=305)	33.4	34.4	14.1	4.3	10.2	1.0	2.6
エリア	都市	(n=894)	24.3	29.1	26.7	7.7	8.5	1.5	2.2
	地方	(n=614)	26.1	28.8	28.2	7.7	5.7	2.1	1.5
摂取量	100g~200g未満	(n=854)	24.2	33.4	24.1	7.1	8.3	0.7	2.1
	100g未満	(n=654)	26.0	23.2	31.5	8.4	6.1	3.1	1.7

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

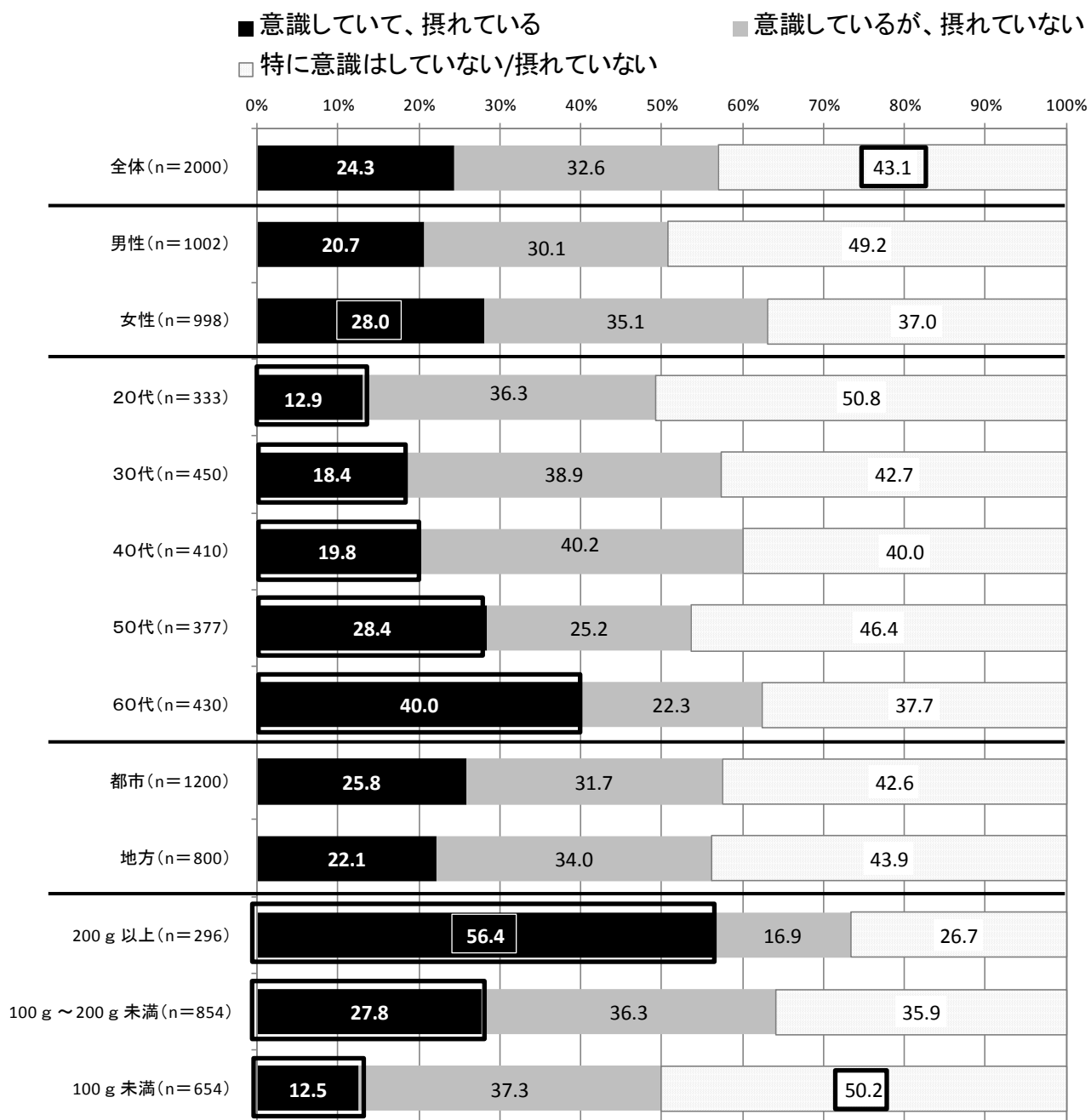
全体と比べて5~10ポイント未満高い。
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑧-1 果物を意識的に摂っているか

- 全体では、「特に意識はしていない/摂れていない」が最も高く、次いで「意識しているが、摂れていない」「意識して、摂れている」の順。
- 性別では、女性の方が男性と比べて「意識して、摂れている」が高い。
- 年代別では、年代が上がっていくにつれて「意識して、摂れている」は高くなっていく。
- 摂取量別では、摂取量が高くなるにつれて、「意識して、摂れている」が高くなっており、特に摂取量200g以上は全体と比べて32.1ポイント高い。

Q8. あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。(SA)

※コメントで触れている箇所は



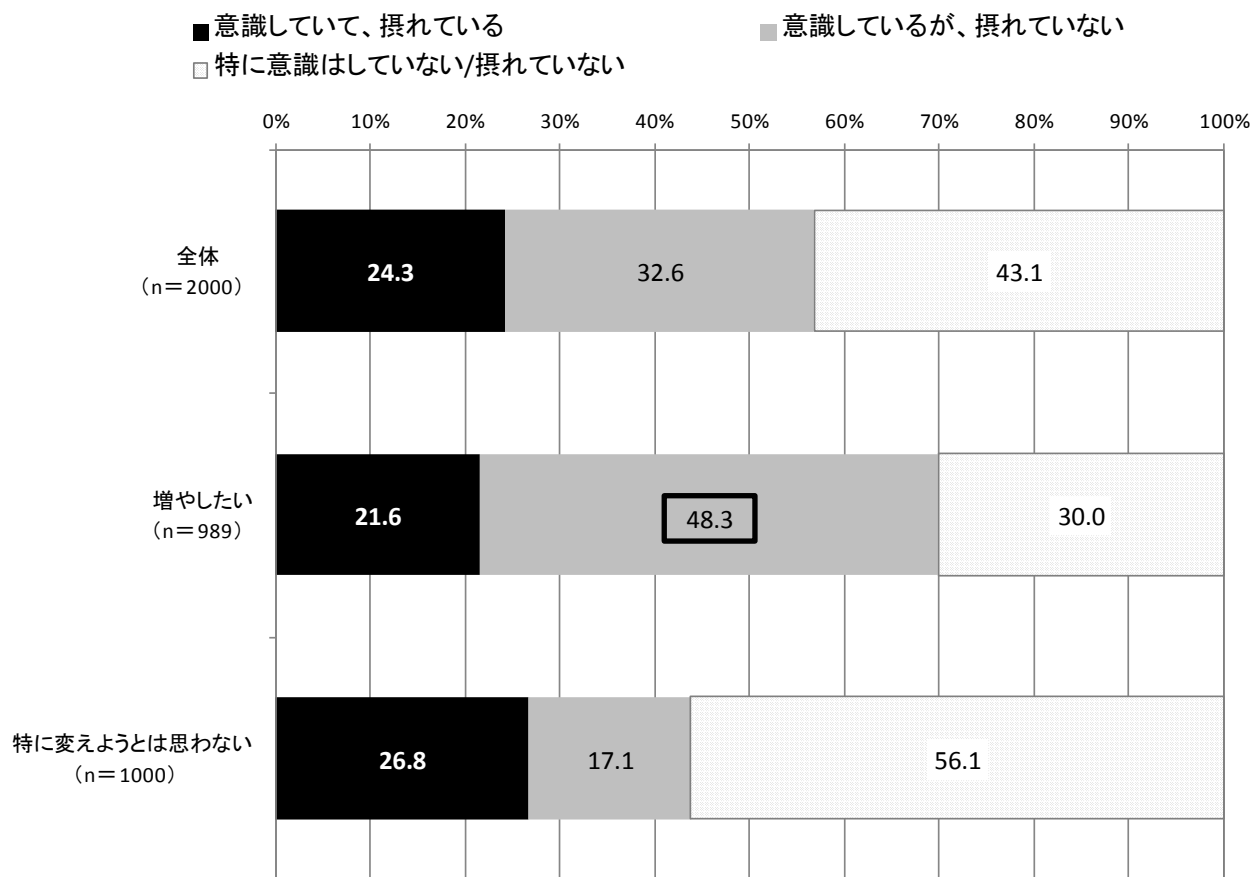
⑧-2 果物を意識的に摂っているか（今後の摂取意向別）

今後の果物摂取の意向別に見てみると…

- 「増やしたい」は「意識しているが摂れていない」が最も高く約半数、全体より15.7ポイント高い。次いで「特に意識はしていない/摂れていない」「意識していて、摂れている」の順。

Q8. あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。（SA）

※コメントで触れている箇所は

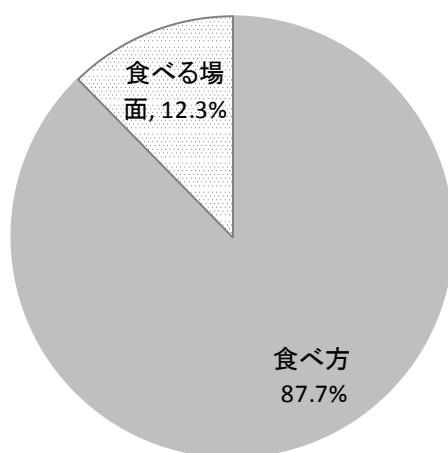


※「減らしたい」に関しては、「n=11」とサンプル数が少ないため、分析対象から除外した。

⑨-1 果物の摂取方法（摂れている者の自由回答の全体傾向）

- 果物の摂取方法について、有効回答のうち、87.7%が「食べ方」に関するものであり、12.3%が「食べる場面」に関するものだった。

Q9. (Q8で1を選んだ方へ) あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を摂っていますか？普段の生活を思い出して、思いつくものを上の記入欄からいくつでもご自由にお書き下さい。(FA)



食べ方についての回答 825件
食べる場面についての回答 116件
をもとに、次頁で詳細を分析。

⑨-2 果物の摂取方法（摂れている者の詳細傾向）

食べ方について…

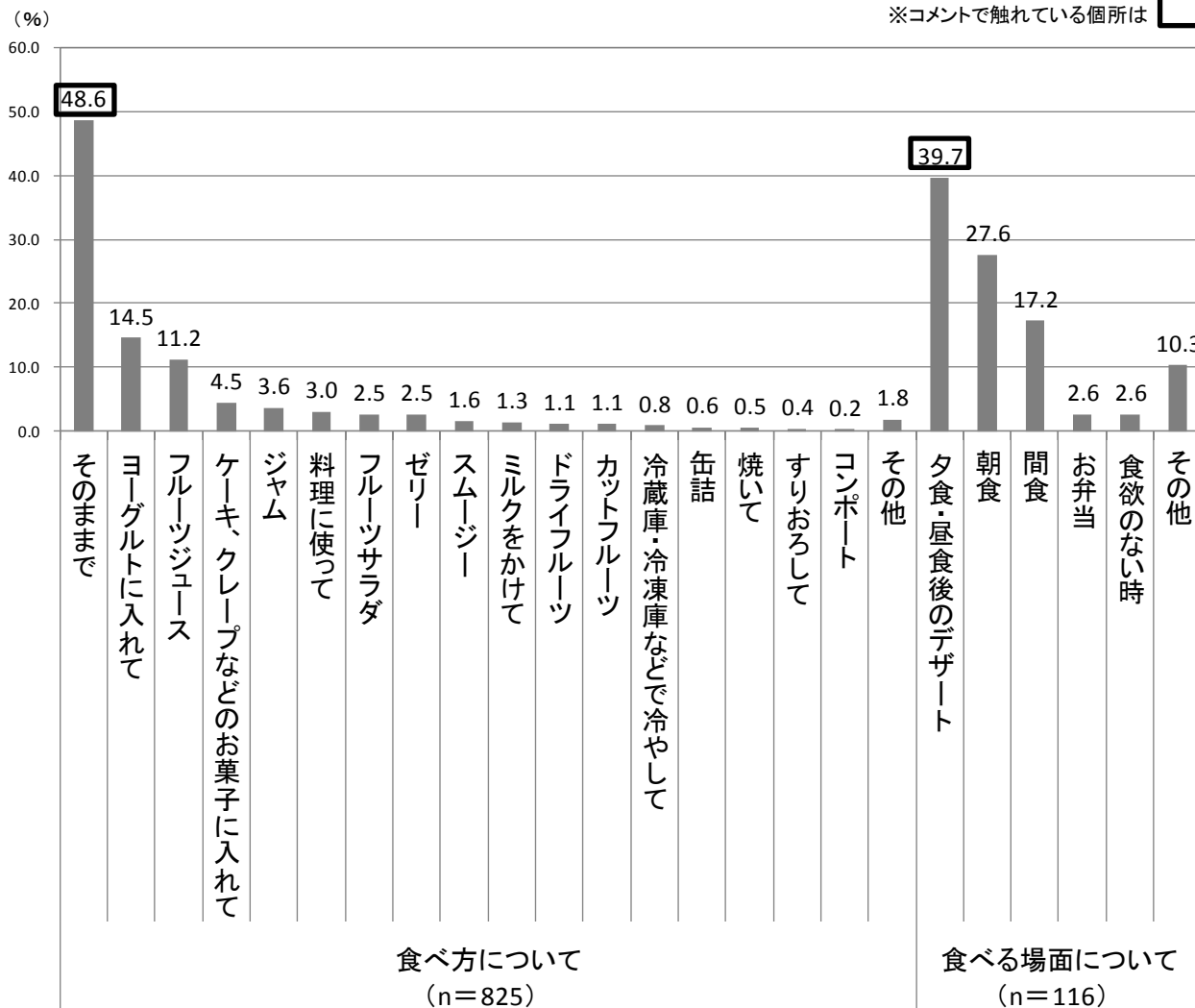
- 全体では、「そのまま」が突出して高く約半数。次いで「ヨーグルトに入れて」「フルーツジュース」の順。
- 少数意見としては「焼いて」「コンポート」等の意見があった。

食べる場面について…

- 全体では、「夕食・昼食後のデザート」が最も高く約4割。次いで「朝食」が約3割、「間食」が約2割の順。
- 少数意見としては「お弁当」、「食欲のない時の食事代わり」などがあった。

Q9. (Q8で1を選んだ方へ) あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を摂っていますか？普段の生活を思い出して、思いつくものを上の記入欄からいくつでもご自由にお書き下さい。(FA)

※コメントで触れている箇所は

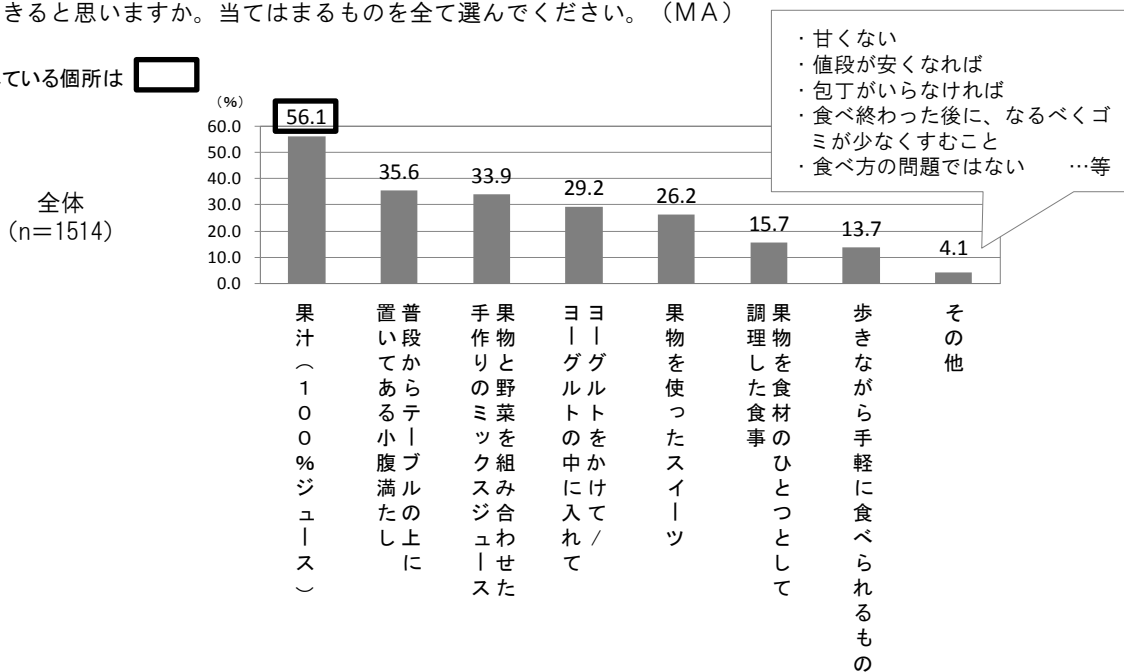


⑨-3 果物の摂取方法（摂れていない者の増加方法）

- 全体では、「果汁（100%ジュース）」が最も高く56%、次いで「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」、「果物と野菜を組み合わせた手作りのミックスジュース」の順。
- 年代別では、20代で「果物を使ったスイーツ」が全体と比較して高く、次いで「果汁（100%ジュース）」「歩きながら手軽に食べられるもの」が若年層ほど高い。
- 「果物を使ったスイーツ」では、20代は全体より15.9ポイント高い。
- 「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」では、摂取量200g以上が、全体より14ポイント高い。

Q10. (Q8で2、3を選んだ方へ) どのような食べ方であれば、今までと比べて多く果物を摂ることができると思いますか。当てはまるものを全て選んでください。(MA)

※コメントで触れている箇所は



全体		(n=1514)	56.1	35.6	33.9	29.2	26.2	15.7	13.7	4.1
性別	男性	(n=795)	56.0	32.2	31.6	21.8	22.5	16.6	13.8	5.0
	女性	(n=719)	56.3	39.4	36.4	37.4	30.3	14.6	13.5	3.1
年代	20代	(n=290)	65.5	37.6	42.1	32.8	42.1	15.5	21.0	2.1
	30代	(n=367)	59.9	31.3	36.8	29.7	27.5	13.1	16.3	2.7
	40代	(n=329)	60.5	34.7	29.5	28.0	23.7	11.6	12.8	4.3
	50代	(n=270)	46.7	34.1	27.4	27.8	18.1	20.4	8.1	4.4
	60代	(n=258)	44.6	42.2	32.9	27.5	18.2	19.8	8.5	7.8
エリア	都市	(n=891)	57.4	34.9	33.6	28.7	26.3	14.3	14.3	4.6
	地方	(n=623)	54.4	36.6	34.3	29.9	26.2	17.7	12.8	3.4
摂取量	200g以上	(n=129)	55.8	49.6	37.2	28.7	24.8	15.5	12.4	4.7
	100g~200g未満	(n=617)	56.2	40.2	37.6	32.4	26.6	19.3	15.2	3.7
	100g未満	(n=572)	56.6	32.9	33.0	30.2	28.3	13.5	12.8	3.5

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

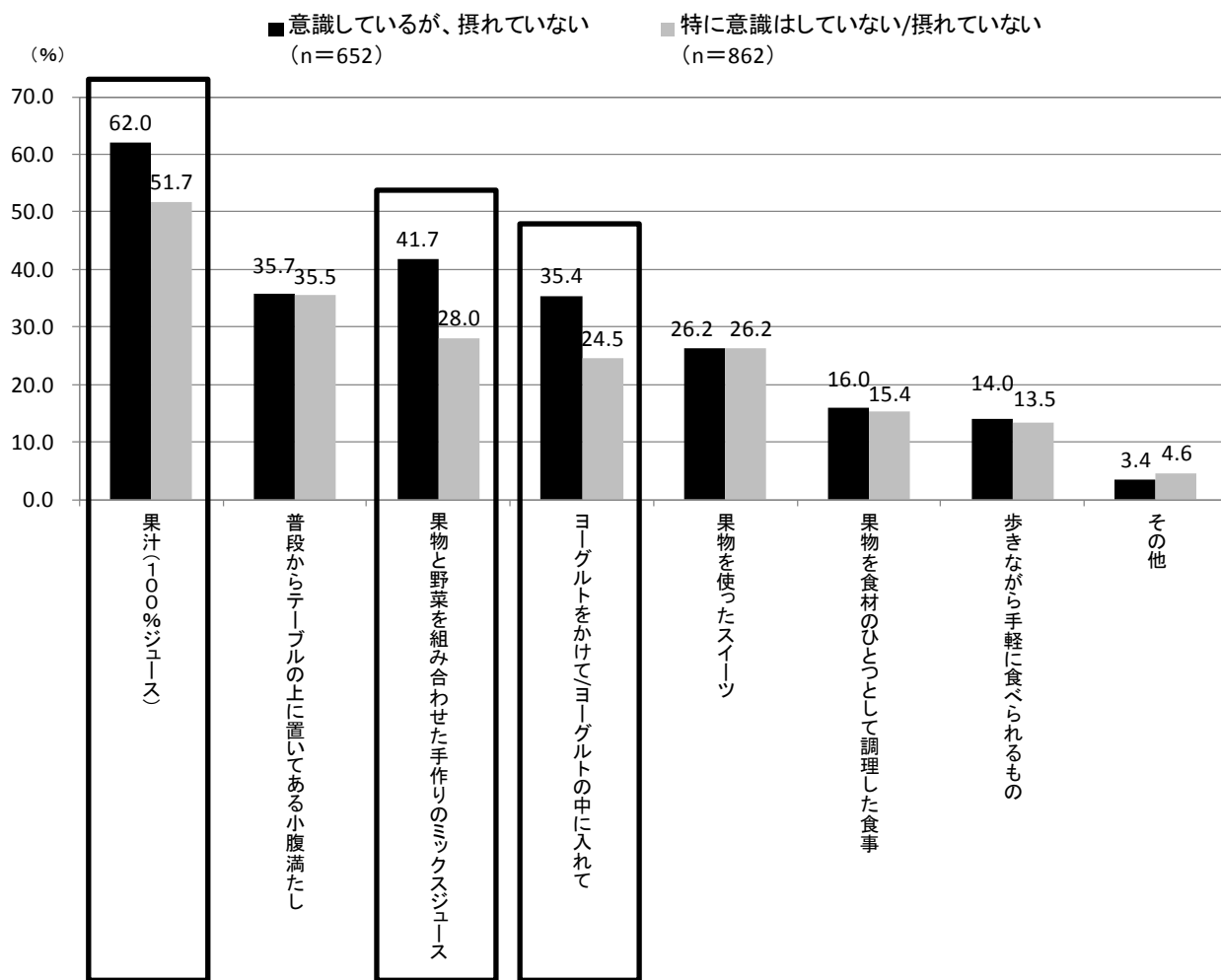
⑨-4 果物の摂取方法 (⑨-3の意識有無別)

果物摂取についての意識別にみると…

- 「意識しているが、摂れていない」では、「果汁(100%ジュース)」が最も高い。次いで「果物と野菜を組み合わせた手作りのミックスジュース」「普段からテーブルの上に置いてある小腹満たし」の順。
- 「意識しているが摂れていない」と「特に意識していない/摂れていない」で、特に差がついている(10ポイント以上)のは、「果汁(100%ジュース)」「果物と野菜を組み合わせたミックスジュース」「ヨーグルトをかけて/ヨーグルトの中に入れて」となっている。

Q10. (Q8で2、3を選んだ方へ) どのような食べ方であれば、今までと比べて多く果物を摂ることができると思いますか。当てはまるものを全て選んでください。(MA)

※コメントで触れている箇所は

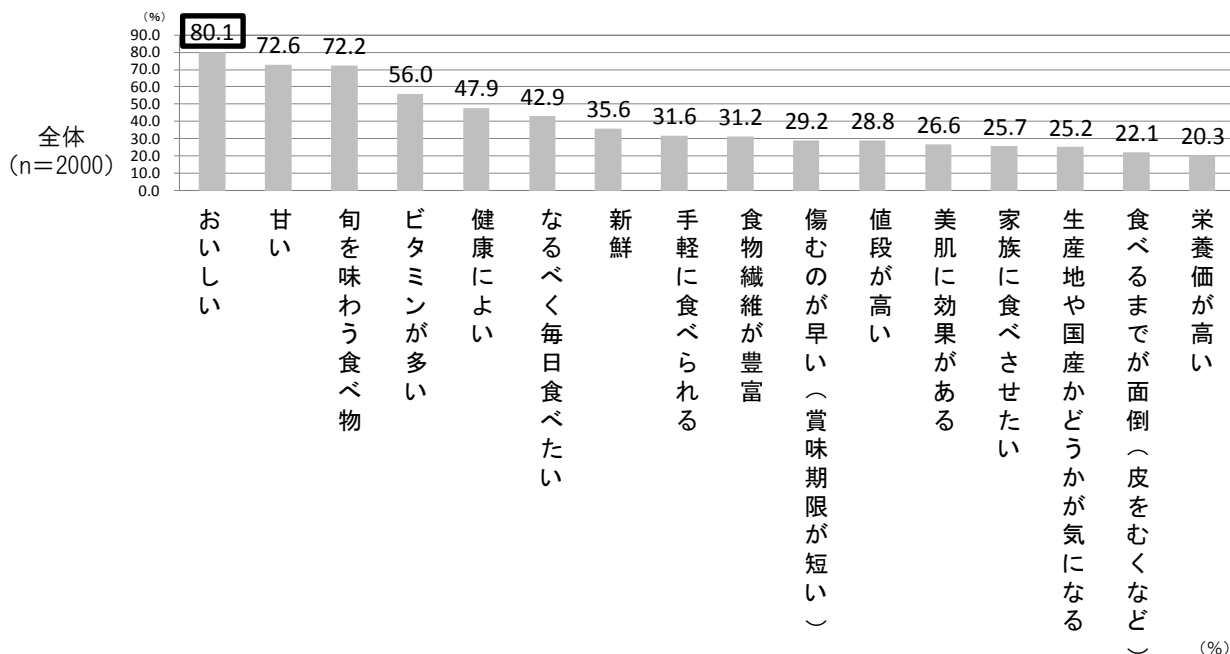


⑩-1 果物のイメージ

- 全体では、「おいしい」が最も高く、次いで「甘い」「旬を味わう食べ物」の順。
- 性別では、多くの項目で女性の方が男性よりも高い。特に「美肌効果がある」「家族に食べさせたい」では女性が男性を大きく上回っている。
- 年代別では「手軽に食べられる」「食物繊維が豊富」は、高年層ほど高く、特に60代は全体と比べて10ポイント以上高い。
- 摂取量200g以上は全体と比べて、「なるべく毎日食べたい」「新鮮」「手軽に食べられる」などのポジティブなイメージで10ポイント以上高い一方、「値段が高い」というネガティブなイメージでは全体と比べて10ポイント以上低い。

Q11. 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

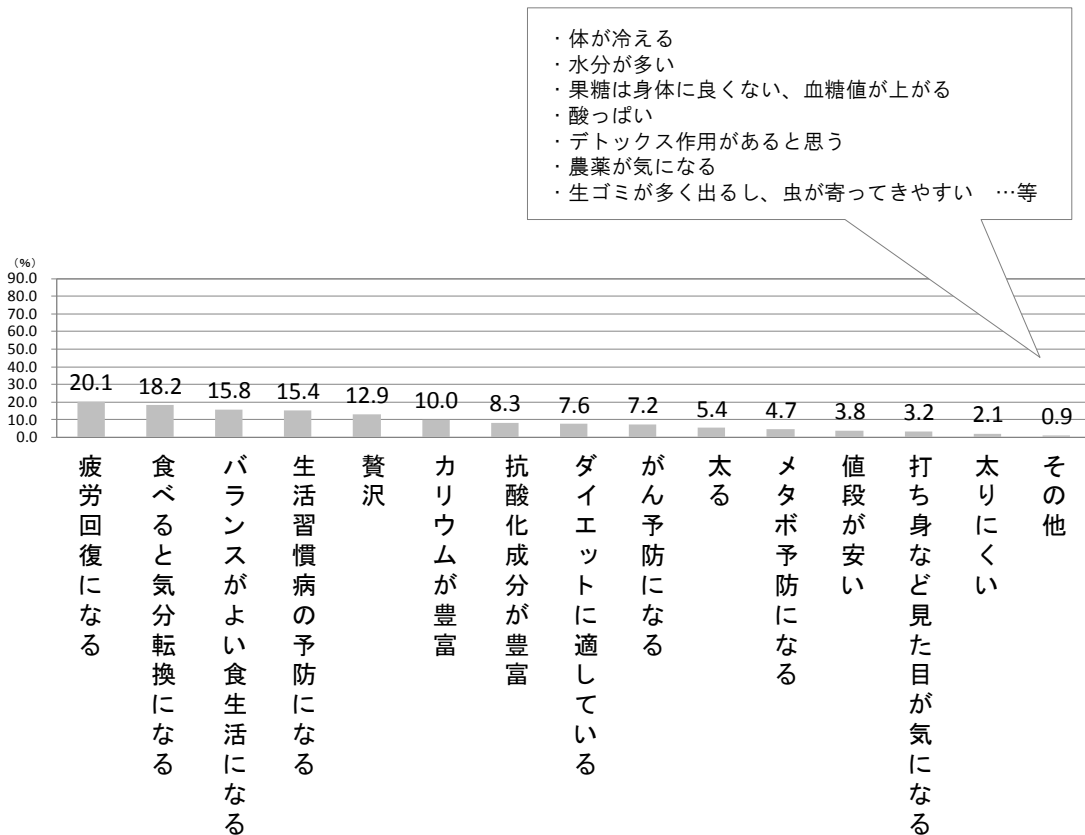


全体		(n=2000)	80.1	72.6	72.2	56.0	47.9	42.9	35.6	31.6	31.2	29.2	28.8	26.6	25.7	25.2	22.1	20.3
性別	男性	(n=1002)	75.4	73.8	64.1	48.2	41.6	33.0	30.0	25.4	27.4	26.3	22.9	10.1	13.3	18.1	19.4	19.6
	女性	(n=998)	84.7	71.4	80.4	63.7	54.1	52.8	41.2	37.8	34.9	32.0	34.8	43.1	38.2	32.3	24.8	21.0
年代	20代	(n=333)	85.0	83.8	67.6	61.0	52.6	41.4	37.2	27.6	24.9	33.0	32.7	36.3	16.8	19.8	25.8	26.7
	30代	(n=450)	80.9	78.0	70.0	61.3	46.9	42.7	33.1	25.1	28.4	31.8	32.4	31.8	31.3	27.3	26.2	26.4
	40代	(n=410)	77.1	72.9	70.7	56.1	44.4	40.7	30.0	26.8	28.5	27.6	31.2	27.1	31.5	28.8	22.7	18.0
	50代	(n=377)	77.5	69.0	73.2	52.3	43.2	39.3	35.5	30.8	29.7	28.1	26.3	19.4	23.1	23.9	21.0	14.3
	60代	(n=430)	80.5	61.2	78.6	49.5	52.6	49.5	42.3	46.7	42.6	25.8	21.9	19.3	23.5	24.7	15.3	16.3
エリア	都市	(n=1200)	80.8	73.7	73.6	55.9	46.8	43.9	36.4	31.6	29.9	29.1	28.1	26.0	25.7	24.9	23.8	20.3
	地方	(n=800)	78.9	71.0	70.1	56.0	49.4	41.4	34.4	31.6	33.0	29.3	29.9	27.4	25.8	25.5	19.6	20.3
摂取量	200g以上	(n=296)	89.9	73.6	81.1	58.1	52.0	62.8	49.0	54.7	42.6	26.7	18.6	29.7	29.4	36.5	16.2	24.7
	100g~200g未満	(n=854)	87.5	72.8	78.8	57.7	51.5	48.1	38.9	35.7	34.7	28.5	27.8	28.8	29.6	25.8	20.8	20.5
	100g未満	(n=654)	76.5	73.7	67.9	56.7	46.6	35.8	29.8	23.9	27.4	32.0	35.2	25.5	23.9	22.9	23.9	20.0

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

2. 調査の分析結果 — (1) 日常の果物の消費行動



		(%)															
全体		(n=2000)	20.1	18.2	15.8	15.4	12.9	10.0	8.3	7.6	7.2	5.4	4.7	3.8	3.2	2.1	0.9
性別	男性	(n=1002)	18.2	14.0	12.4	15.0	10.1	6.9	4.7	6.0	5.2	3.3	4.3	3.7	2.8	2.1	1.1
	女性	(n=998)	22.0	22.4	19.1	15.7	15.7	13.0	11.9	9.2	9.1	7.4	5.1	3.9	3.6	2.1	0.7
年代	20代	(n=333)	19.5	25.5	17.7	10.5	18.9	6.3	7.2	14.4	5.7	3.3	4.2	3.0	3.9	3.6	0.6
	30代	(n=450)	18.2	17.6	16.2	16.7	15.8	8.0	8.4	8.4	7.6	4.2	5.1	3.8	3.6	2.7	0.7
	40代	(n=410)	20.0	18.0	16.8	13.9	14.6	7.6	7.8	7.6	6.6	5.9	4.9	3.4	4.1	2.7	1.2
	50代	(n=377)	16.7	15.9	11.4	13.5	10.1	12.5	6.9	5.0	5.8	6.4	4.2	4.5	3.2	1.1	1.6
	60代	(n=430)	25.6	15.3	16.5	20.7	<u>6.0</u>	14.9	10.7	3.7	9.5	6.7	4.9	4.2	1.4	0.7	0.5
エリア	都市	(n=1200)	19.1	18.8	15.8	15.2	12.4	9.8	8.1	7.3	6.8	5.3	4.3	4.1	2.8	2.1	1.0
	地方	(n=800)	21.6	17.3	15.8	15.6	13.6	10.1	8.6	8.0	7.6	5.5	5.3	3.4	3.9	2.1	0.8
摂取量	200g以上	(n=296)	29.1	29.1	20.3	22.0	9.8	16.2	12.2	12.2	12.2	4.4	7.1	7.1	2.7	3.0	1.0
	100g~200g未満	(n=854)	21.9	20.7	17.9	16.9	12.4	11.2	9.7	7.5	7.4	5.7	5.3	3.9	2.7	2.0	0.7
	100g未満	(n=654)	17.3	13.5	13.6	13.5	15.3	7.6	6.3	7.3	6.3	5.7	3.7	3.1	3.8	2.0	0.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

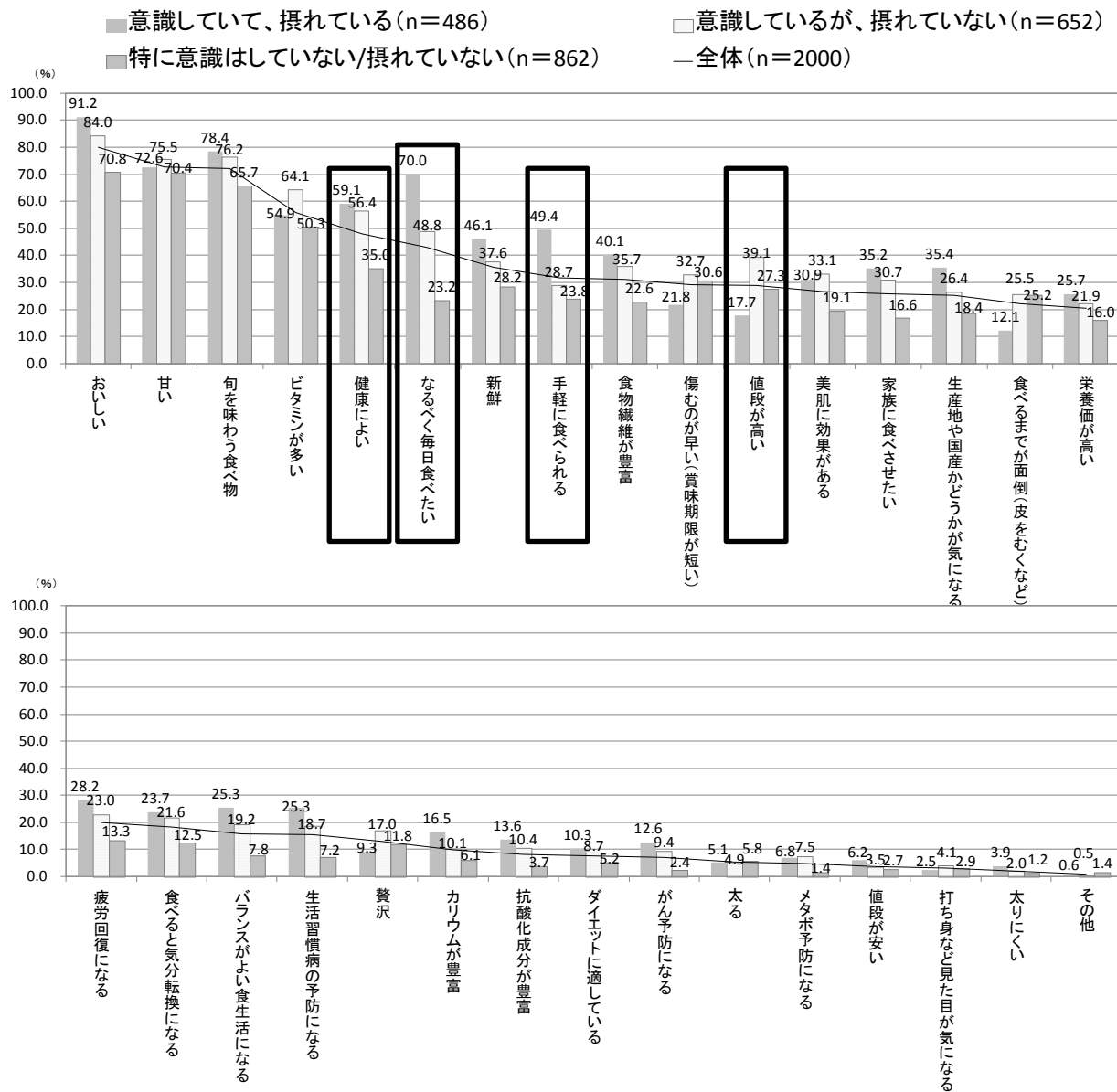
⑩-2 果物のイメージ（意識・摂取状態別）

果物摂取についての意識別にみると…

- ・ 「健康に良い」は「意識している」方が「特に意識していない/摂れていない」と比べて高い。
- ・ 「なるべく毎日食べたい」「手軽に食べられる」は「意識していて、摂れている」が突出して高い。
- ・ 「値段が高い」は「意識しているが、摂れていない」が「意識していて、摂れている/意識していない・摂れていない」と比べて高い。

Q11. 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



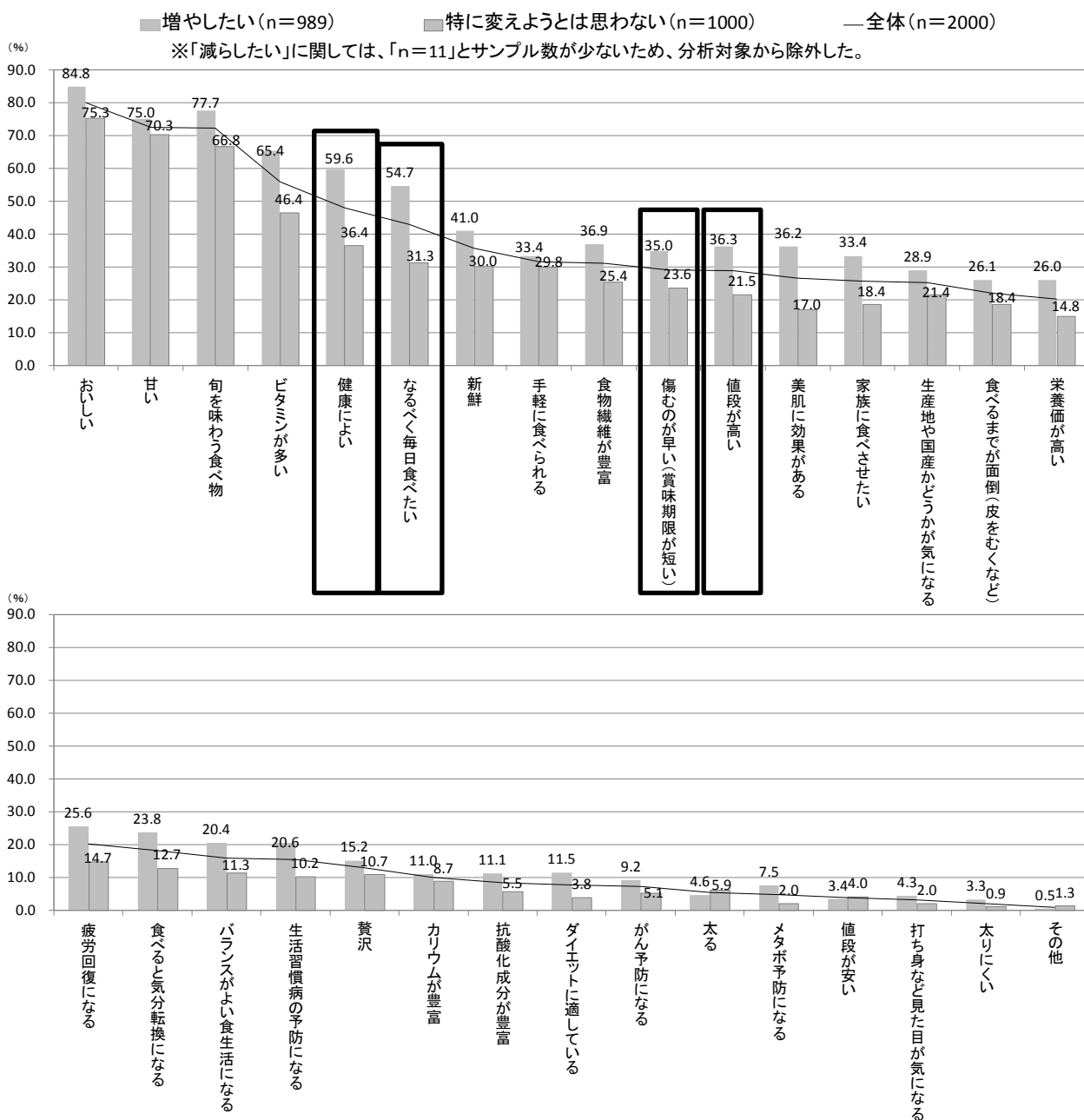
⑩-3 果物のイメージ（今後の摂取意向別）

今後の果物摂取意向別に見てみると…

- 「健康に良い」「なるべく毎日食べたい」などのポジティブなイメージで、「増やしたい」は「特に変えようとは思わない」と比べて23ポイント以上高い。
- 一方、「傷むのが早い（賞味期限が早い）」「値段が高い」などのネガティブなイメージにおいても「特に変えようとは思わない」よりも11ポイント以上高い。

Q11. 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



(1) 日常の果物の消費行動 —— まとめ

- 果物を嗜好品として捉えている人が多い。
 - 積極的に取ろうとされていないことが大きな要因として考えられる。
- ⇒生活者に向けて、果物は健康のために食べる必要のあるものという理解促進が必要。
- ・ 果物の摂取頻度は全体で最も高いのが、「ほぼ毎日」の約3割。「週3～4日」も2割。(p16)
→頻度では、果物は少なからず摂取されている。
 - ・ その中でも、特に頻度が高いのは、性別では女性、年代では60代。(p16)
 - ・ 摂取している時間では、朝食が最も高く、6割弱。
 - ・ 女性の方が男性よりも「朝食時」が約13ポイント高い。20代の「間食のおやつ時」のスコアが全体よりも約5ポイント高い。(p17)
 - ・ 果物の摂取理由としては、「おいしく好きだから」という嗜好品として評価が7割を超えて、最も高い。また、「健康にいいから」も6割を超えており、【美味しく健康にいい】という認識はある様子が見える。(p18)
 - ・ 毎日食べない理由としては「日持ちがせず買い置きができない」及び「他の食品に比べて値段が高い」が約4割と高い。「他に食べる食品がある」、「食べるまでに皮をむくなど手間がかかる」、「太るといけない」など積極的に摂取されていない様子が見える。(p19)
 - ・ 1日当たりの果物摂取量については、全体で、もっともボリュームを占めるのは100g～150gの約34%。(p20)
 - ・ 150g以上摂取できている人が、摂取できている理由は、「習慣」によるものが大きい。(p21)
→「家族が習慣的に」、「健康に良いと聞いた」、「生活習慣病の予防になると聞いた」など、上位は外的な影響によるもの。何かしらの刺激が、摂取につながっていると思われる。
 - ・ 200g以上に達していない理由で、注目したいのはもっとも高い「他に食べる食品があるから」の約半数、次点の「一度にそんなに量を食べられないから」(ともにスコアは約半数)。(p23)
→果物は食べる必要のあるもの、1日の摂取回数を増やすなど、日常の中の果物の取り入れ方を説明することが必要。(p23)
 - ・ 果物摂取の意識は、「特に意識していない／摂れていない」が、全体で約4割。まだまだ意識啓発を行う必要がある。(p24)
 - ・ 果物を摂取できていない対象の中で、「意識している」と「意識していない」では、「果汁」、「ミックスジュース」、「ヨーグルトをかけて／中にいれて」でスコアが大きく異なっている。(p29)
 - ・ 果物に対するイメージでは、「意識しているが、摂れていない対象者」が「意識していて、摂れている／意識していない・摂れていない対象者」と比べて、「値段が高い」のスコアが高い。(p32)
→意識しているが、摂れていない対象者には、果物の値段も阻害要因の一つ。果物について、値段が高いから食べないのではなく、食べる必要があるものとして認識されていくことが必要。

(2) 日常の果物加工品の消費行動

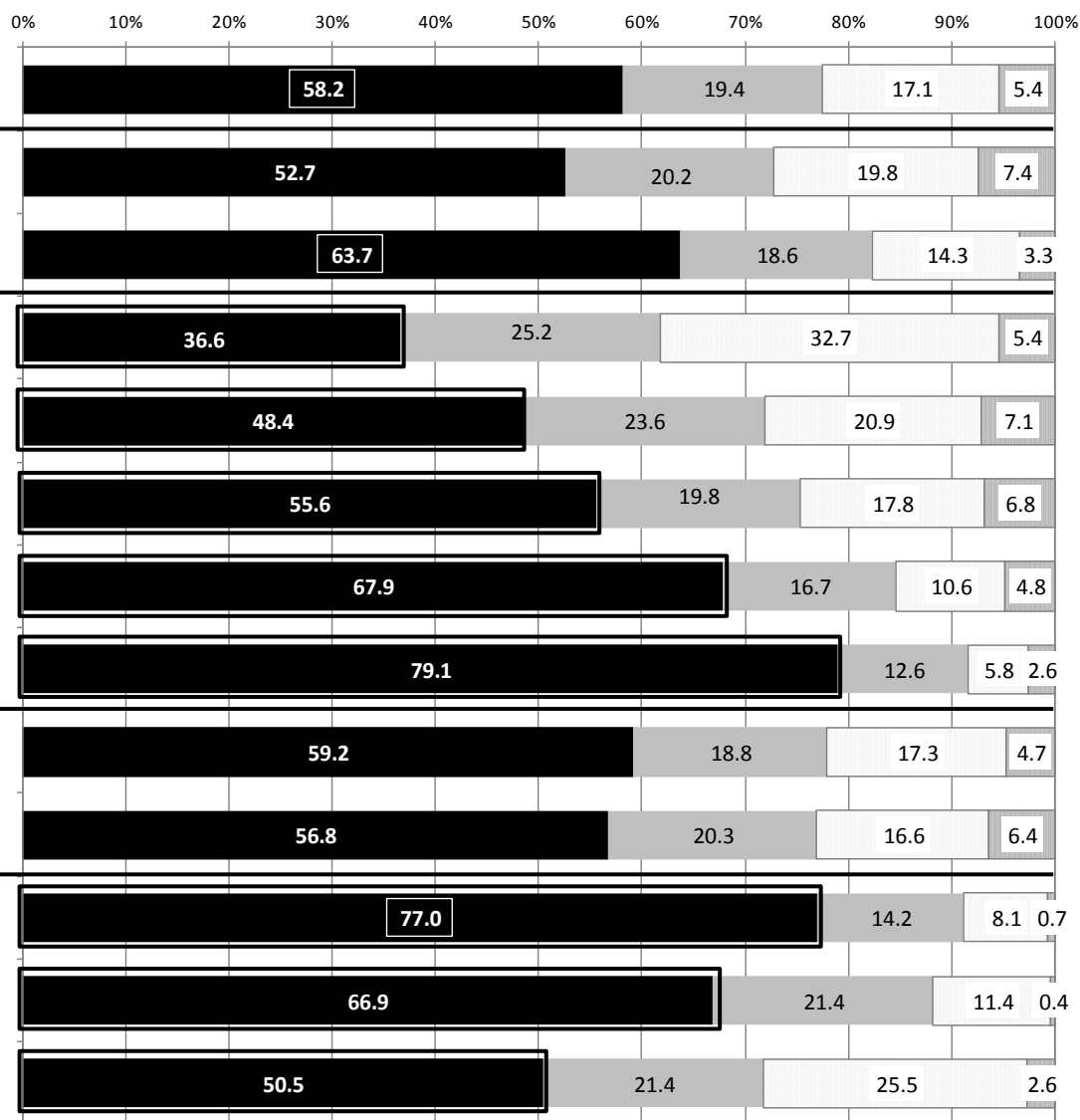
①生鮮果物と果物加工品のどちらを摂取することが多いか

- 全体では「生鮮果物が主体」が最も高く約6割。次いで「同程度」「果物加工品が主体」の順。
- 性別では、女性の方が男性と比べて「生鮮果物が主体」が11ポイント高い。
- 年代別では、年代が上がっていくにつれて「生鮮果物が主体」が高くなっている。逆に「果物加工品が主体」は年代が上がっていくにつれて低くなっている。
- 摂取量別では、摂取量が高くなるにつれて「生鮮果物が主体」が高くなっている。特に摂取量200g以上は、全体と比べて18.8ポイント高い。

Q12. あなたが果物を摂るとき、生鮮果物と果物加工品のどちらを摂ることが多いですか。(SA)

※コメントで触れている箇所は

■ 生鮮果物が主体 ■ 同程度 □ 果物加工品が主体 ■ どちらもほとんど摂らない



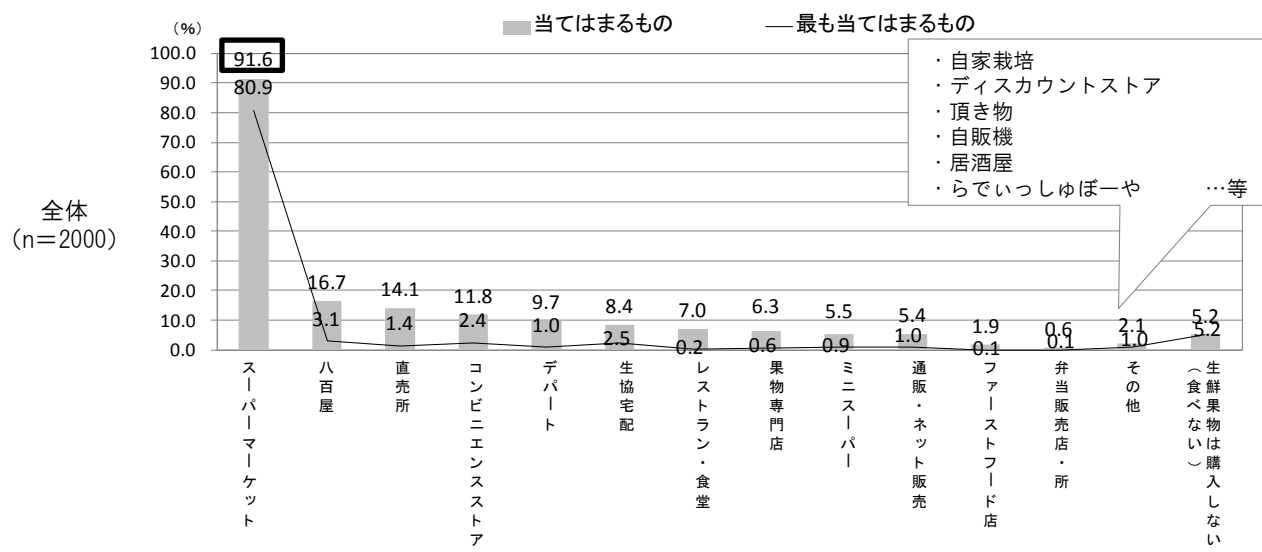
②生鮮果物の購入（摂取）場所

- 全体では、「スーパーマーケット」が突出して高い。次いで「八百屋」「直売所」の順。
- 年代別では「コンビニエンスストア」は年代が上がっていくにつれて低くなっている。特に20代は全体と比べて10.1ポイント高い。直売所は高年層ほど高く、特に60代は全体と比べて11.9ポイント高い。
- 摂取量200g以上では、「コンビニエンスストア」を除くすべての項目で全体と比べて高く、様々な場所で果物を購入していると推察される。

Q13. あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。（MA）

Q13SQ1. その中で最も多い場所（SA）

※コメントで触れている個所は



当てはまるもの(いくつでも)スコア (MA)

全体		(n=2000)	91.6	16.7	14.1	11.8	9.7	8.4	7.0	6.3	5.5	5.4	1.9	0.6	2.1	5.2
性別	男性	(n=1002)	87.6	12.5	10.8	15.9	7.0	5.1	6.8	4.9	6.9	3.6	1.9	0.6	2.1	8.4
	女性	(n=998)	95.5	20.8	17.3	7.7	12.4	11.6	7.1	7.6	4.0	7.1	1.8	0.6	2.0	1.9
年代	20代	(n=333)	87.7	10.8	3.3	21.9	10.5	3.6	10.2	3.0	6.9	0.9	3.3	1.2	0.6	7.8
	30代	(n=450)	90.0	14.9	8.9	14.0	8.7	5.6	6.0	2.9	5.1	3.6	2.7	0.2	1.1	6.2
	40代	(n=410)	91.5	14.1	16.1	11.7	8.8	8.0	7.3	6.1	4.1	4.1	1.7	1.2	1.7	6.3
	50代	(n=377)	93.6	18.6	13.8	8.5	9.5	11.1	7.4	9.8	5.8	8.2	1.1	0.5	2.1	3.7
	60代	(n=430)	94.4	23.7	26.0	4.7	11.2	12.8	4.7	9.3	5.6	9.3	0.7	0.0	4.4	2.1
エリア	都市	(n=1200)	91.1	18.8	10.9	13.1	10.3	9.5	7.7	6.6	6.2	6.1	1.9	0.5	1.6	5.3
	地方	(n=800)	92.3	13.5	18.8	9.9	8.8	6.6	5.9	5.8	4.4	4.3	1.8	0.8	2.8	4.9
摂取量	200g以上	(n=296)	95.3	25.7	24.3	10.1	16.2	9.1	8.1	13.9	8.1	11.5	3.0	1.0	3.7	1.0
	100g~200g未満	(n=854)	96.6	20.1	14.3	12.2	11.0	10.0	6.8	6.7	6.0	5.6	1.4	0.8	1.8	1.2
	100g未満	(n=654)	92.8	12.4	11.9	12.7	6.4	7.8	7.6	3.7	4.7	3.5	2.4	0.3	2.0	3.2

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

※SAでは結果分析が難しかったため、MAで分析した。

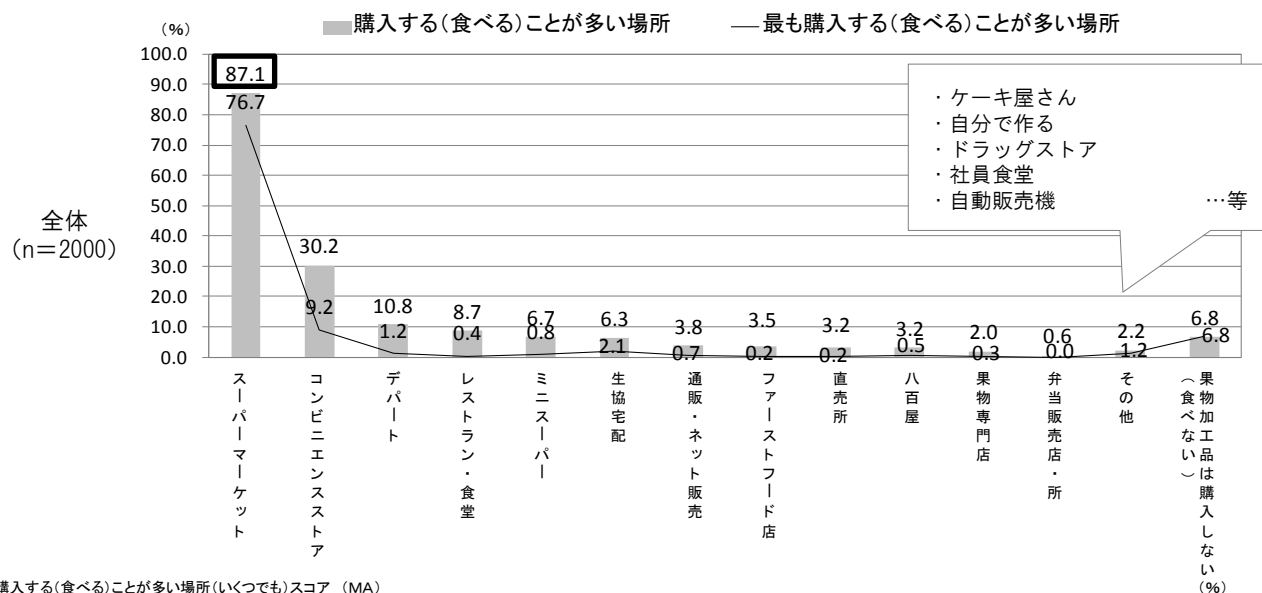
③果物加工品の購入（摂取）場所

- 全体では、「スーパーマーケット」が最も高い。次いで「コンビニエンスストア」「デパート」の順。
- 年代別では、「コンビニエンスストア」について、年代が上がっていくにつれて低くなっており、20代の方が60代より32ポイント高い。
- 摂取量200g以上では「コンビニエンスストア」「生協宅配」を除く全ての項目で全体と比べて高く、様々な場所で果物加工品を購入していると推察される。

Q14. あなたはどの場所で果物加工品を購入する（食べる）ことが多いですか。（MA）

Q14SQ1. その中で最も多い場所（SA）

※コメントで触れている箇所は



購入する(食べる)ことが多い場所(いくつでも)スコア (MA)

全体 (n=2000)		87.1	30.2	10.8	8.7	6.7	6.3	3.8	3.5	3.2	3.2	2.0	0.6	2.2	6.8
性別	男性 (n=1002)	83.4	31.9	7.0	6.8	7.6	3.9	2.7	3.4	3.2	3.1	1.7	0.4	1.8	9.0
	女性 (n=998)	90.7	28.5	14.5	10.5	5.8	8.7	4.9	3.6	3.1	3.2	2.2	0.7	2.6	4.5
年代	20代 (n=333)	86.5	45.3	11.7	12.0	7.8	2.7	1.5	4.2	0.6	2.4	1.8	1.5	1.2	6.3
	30代 (n=450)	86.7	36.2	10.2	8.7	6.4	5.1	3.3	4.4	2.9	2.2	1.3	0.4	1.8	6.0
	40代 (n=410)	87.1	33.2	9.8	9.3	5.9	5.6	4.1	4.1	3.4	1.7	1.5	0.7	2.0	6.1
	50代 (n=377)	85.7	25.7	9.5	7.7	7.2	7.4	4.2	2.4	3.2	3.4	2.9	0.3	2.9	8.2
	60代 (n=430)	89.1	13.3	12.6	6.3	6.5	10.0	5.3	2.3	5.1	5.8	2.3	0.0	3.0	7.2
エリア	都市 (n=1200)	86.4	30.8	12.4	9.3	7.2	7.5	4.8	3.4	2.4	3.3	1.9	0.5	2.7	6.5
	地方 (n=800)	88.0	29.3	8.3	7.8	6.0	4.5	2.3	3.6	4.3	3.0	2.0	0.6	1.5	7.1
摂取量	200g以上 (n=296)	91.9	29.7	18.9	10.8	14.5	6.1	7.4	4.7	6.8	4.4	5.7	1.0	3.7	4.1
	100g~200g未満 (n=854)	91.2	33.4	11.7	9.0	6.6	8.1	4.3	3.3	3.4	3.9	1.6	0.7	2.1	3.7
	100g未満 (n=654)	87.5	28.7	7.8	9.0	4.4	5.2	2.4	4.0	1.8	2.6	1.1	0.3	1.5	5.4

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

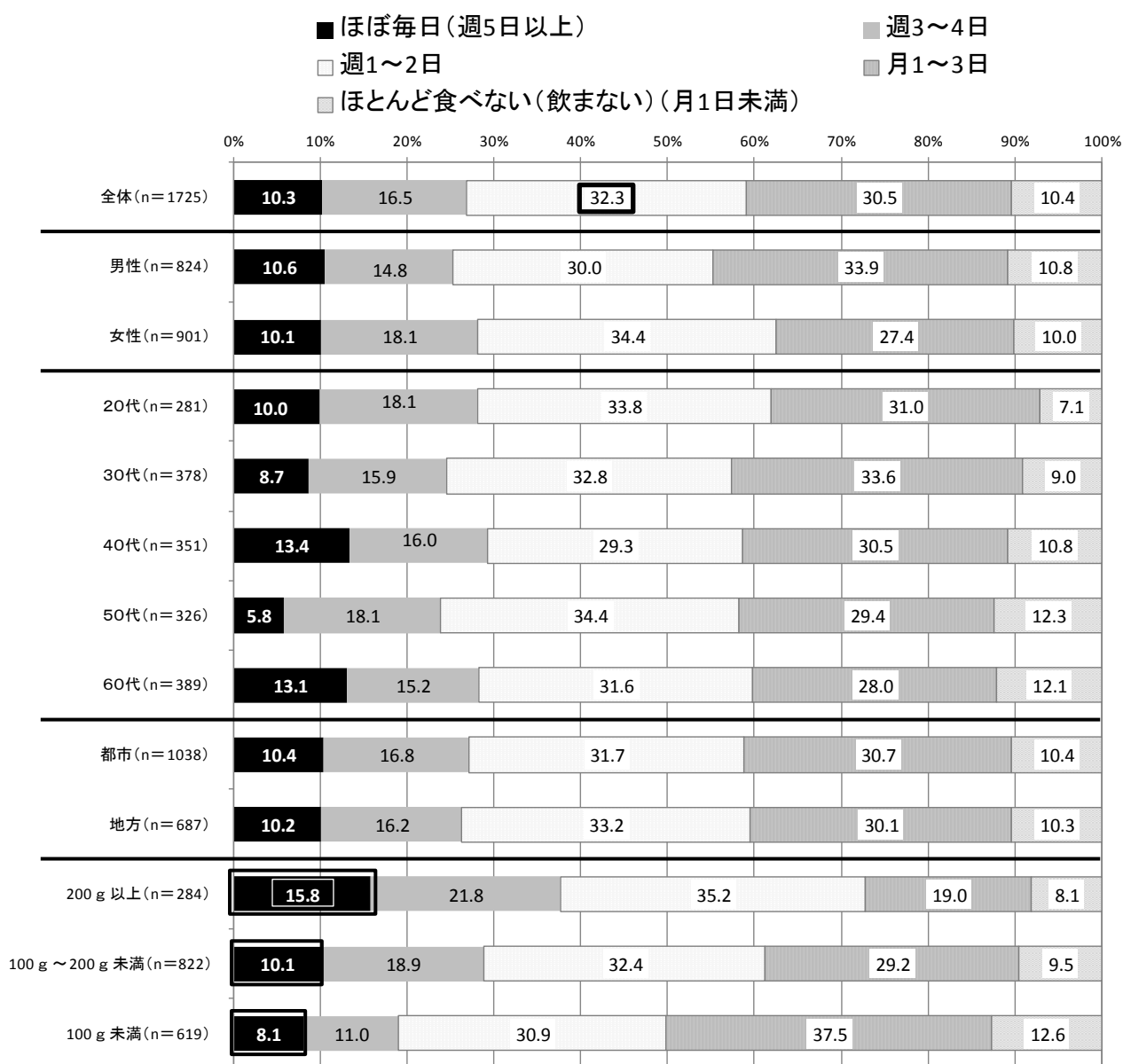
※SAでは結果分析が難しかったため、MAで分析した。

④果物加工品の摂取頻度

- 全体では、「週1～2日」が最も高い。次いで「月1～3日」「週3～4日」の順。
- 摂取量別では、摂取量が高くなるにつれて、果物加工品の摂取頻度も高くなっており、特に摂取量200g以上は「ほぼ毎日(週5日以上)」が全体と比べて5.5ポイント高い。

Q15. (Q1で1～4かつ、Q14で1～13を選んだ方へ) あなたは果物加工品をどの程度の頻度で食べますか(飲みますか)。(SA)

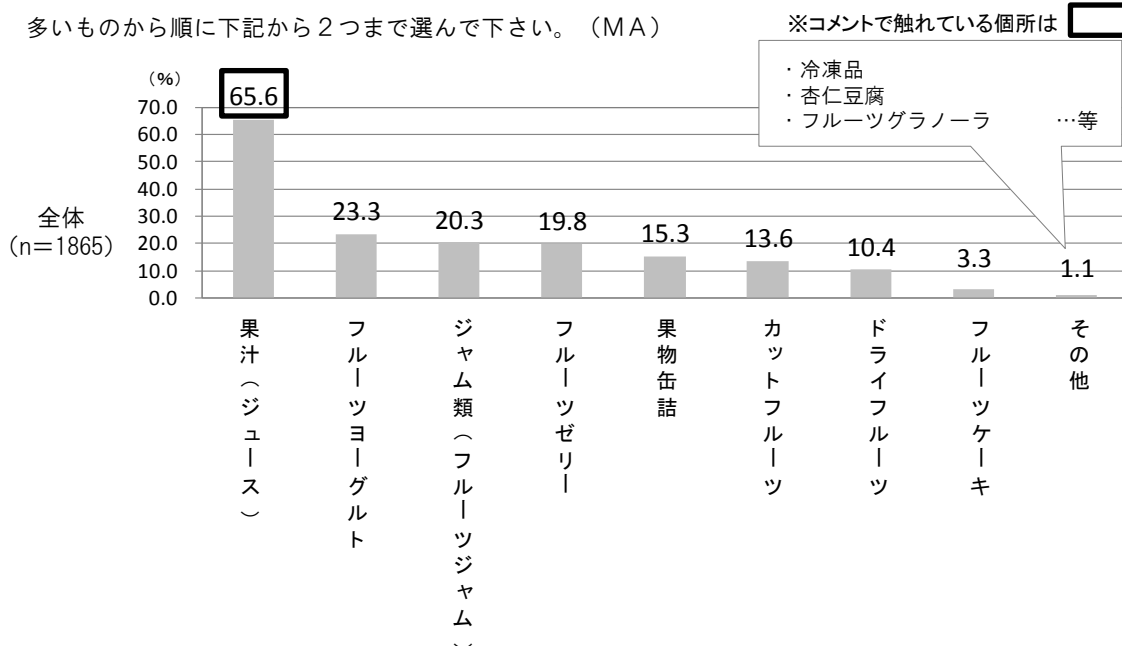
※コメントで触れている箇所は



⑤購入機会の多い果物加工品

- 全体では、「果汁（ジュース）」が最も高い。次いで「フルーツヨーグルト」「ジャム類（フルーツジャム）」の順。
- 年代別では、「果汁（ジュース）」は、年代が上がるにつれて低くなっている。特に20代は全体と比べて12.3ポイント高い。「ジャム類（フルーツジャム）」は、高年層ほど高く、特に60代は全体と比べて12ポイント高い。

Q16. (Q14で1~13を選んだ方へ) あなたがよく購入する果物加工品は何ですか。購入することが多いものから順に下記から2つまで選んで下さい。(MA)



購入することが多いもの(2つ)スコア

全体		(n=1865)	65.6	23.3	20.3	19.8	15.3	13.6	10.4	3.3	1.1
性別	男性	(n=912)	69.8	19.5	17.3	18.9	15.4	13.2	5.5	3.4	0.9
	女性	(n=953)	61.5	27.0	23.1	20.7	15.3	14.1	15.1	3.3	1.3
年代	20代	(n=312)	77.9	24.0	11.2	25.6	9.0	13.8	7.1	3.2	0.6
	30代	(n=423)	67.8	27.2	13.9	21.5	13.9	12.5	8.7	3.5	0.5
	40代	(n=385)	65.5	23.1	21.3	18.7	16.1	13.8	8.3	2.9	0.8
	50代	(n=346)	60.4	22.8	21.1	18.5	17.6	15.6	13.0	3.8	1.2
	60代	(n=399)	58.1	19.3	32.3	15.5	19.0	12.8	14.5	3.3	2.3
エリア	都市	(n=1122)	65.6	22.7	21.4	21.7	12.6	14.4	10.8	3.6	0.5
	地方	(n=743)	65.5	24.2	18.6	17.0	19.5	12.4	9.8	3.0	1.9
摂取量	200g以上	(n=284)	66.2	25.7	22.9	21.8	17.3	13.7	14.8	2.5	0.4
	100g~200g未満	(n=822)	63.0	23.8	20.8	21.8	15.5	15.7	10.6	3.6	1.6
	100g未満	(n=619)	67.2	22.8	20.0	17.4	15.2	11.8	9.0	2.6	0.8

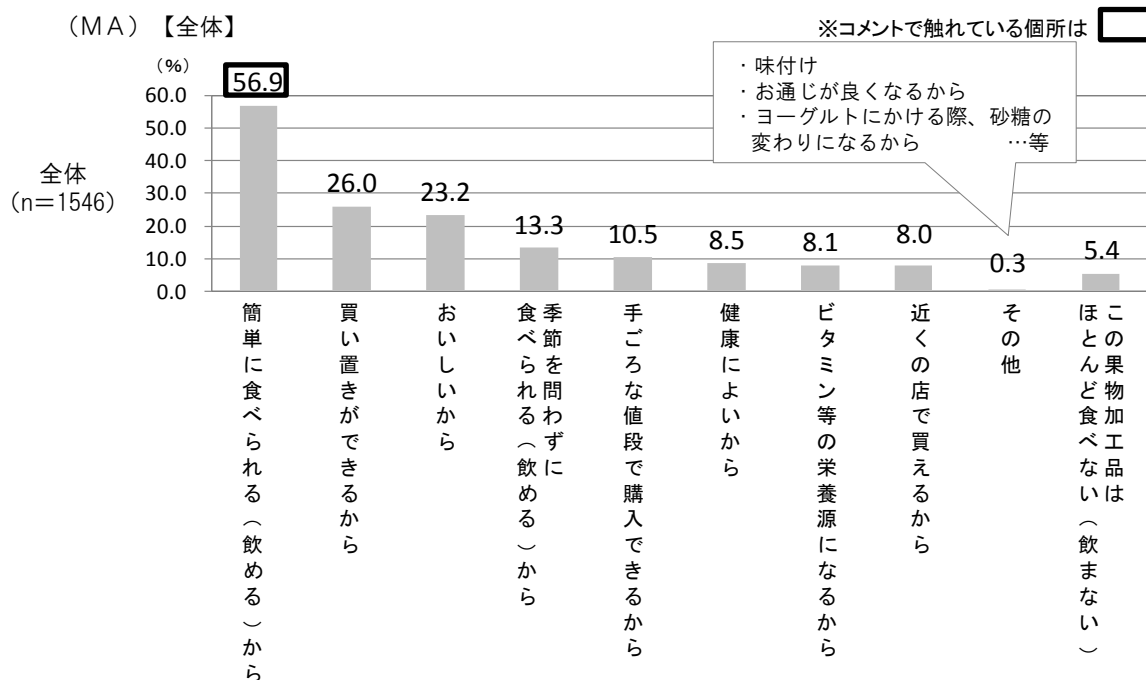
全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

⑥果物加工品の摂取理由

- 全体では、「簡単に食べられる（飲む）から」が最も高く56.9%。次いで「買い置きができるから」「おいしいから」の順。
- 年代別では、「おいしいから」は、若年層ほど高く、特に20代は全体と比べて12ポイント高い。「買い置きができるから」「季節を問わずに食べられる（飲む）から」は、高年層ほど高く、特に60代は全体と比べて約9ポイント高い。
- 「近くの店で買えるから」では20代が全体と比べてやや高い。

Q17. (Q15で1~4を選んだ方へ) あなたが果物加工品を食べる(飲む)理由は何ですか。下にあげたそれぞれの果物加工品と、果物加工品全体について、それぞれ理由を2つまで選んで下さい。



全体		(n=1546)	56.9	26.0	23.2	13.3	10.5	8.5	8.1	8.0	0.3	5.4
性別	男性	(n=735)	58.0	23.0	19.6	10.3	9.9	9.4	8.7	11.8	0.3	5.6
	女性	(n=811)	55.9	28.7	26.5	15.9	11.1	7.8	7.5	4.4	0.4	5.2
年代	20代	(n=261)	51.3	19.9	35.2	8.0	14.2	10.0	8.4	14.2	0.0	2.7
	30代	(n=344)	56.4	24.4	24.4	9.3	7.6	8.7	8.1	10.2	0.6	7.0
	40代	(n=313)	61.0	24.6	21.1	10.5	11.5	6.4	9.9	7.0	0.0	5.4
	50代	(n=286)	61.5	24.5	20.6	14.7	9.1	8.4	8.0	3.8	0.7	4.9
	60代	(n=342)	53.8	34.8	17.0	22.5	11.1	9.4	6.1	5.3	0.3	6.1
エリア	都市	(n=930)	56.8	25.6	24.6	12.2	10.1	8.7	8.6	8.0	0.2	4.9
	地方	(n=616)	57.0	26.6	21.1	14.9	11.2	8.3	7.3	8.0	0.5	6.0
摂取量	200g以上	(n=261)	57.5	29.9	24.5	19.5	10.0	8.8	8.0	7.7	0.4	2.3
	100g~200g未満	(n=744)	57.0	26.1	24.6	12.4	10.2	9.4	8.3	8.1	0.5	4.8
	100g未満	(n=541)	56.4	24.0	20.7	11.5	11.3	7.2	7.8	7.9	0.0	7.6

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

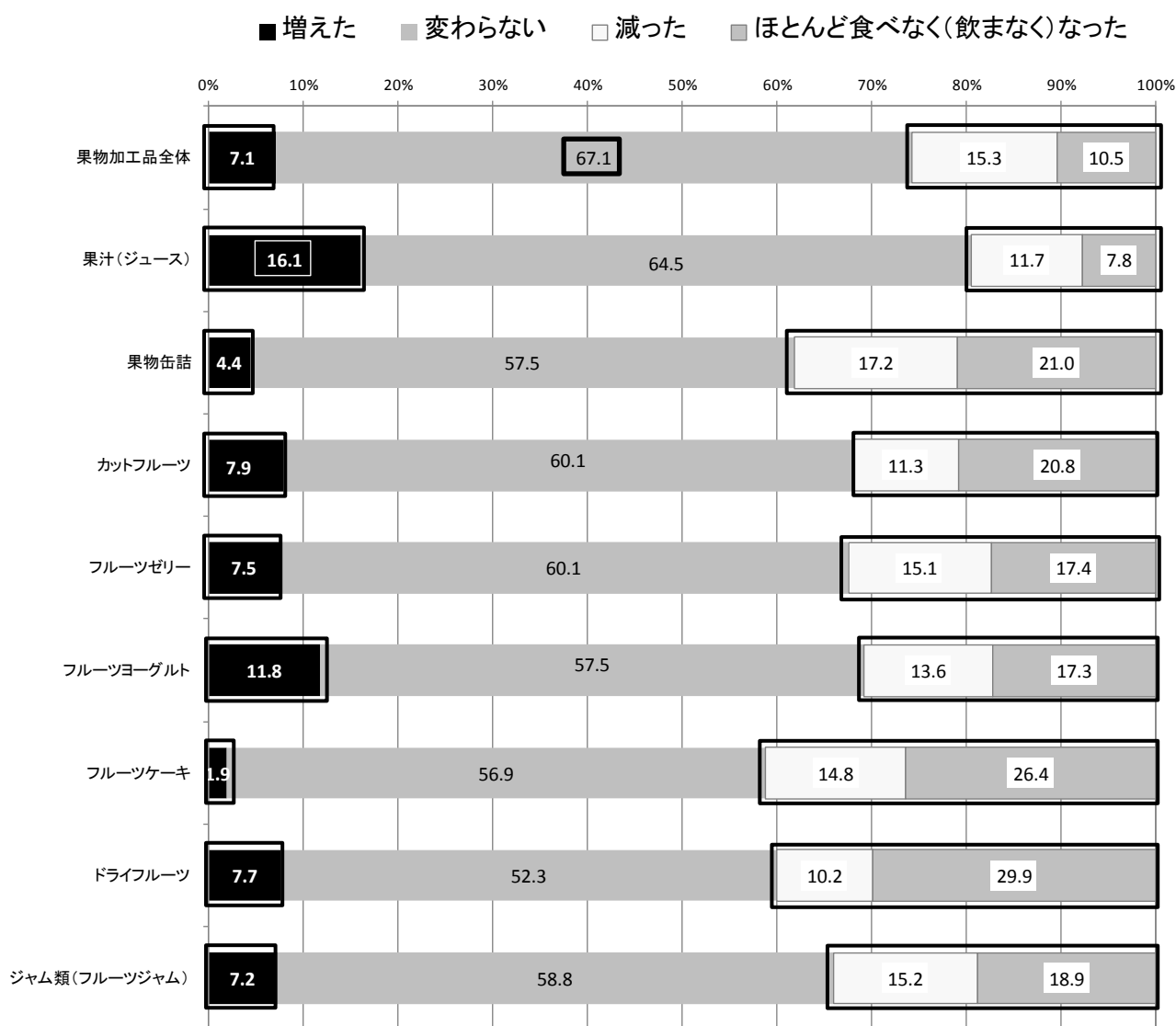
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑦-1 果物加工品の摂取頻度の変化（果物加工品の種類別）

- 「果物加工品全体」では、「変わらない」が最も高く7割弱。次いで「減った」「ほとんど食べなく（飲まなく）なった」の順。
- すべての項目で「減った」、「ほとんど食べなく（飲まなく）なった」の合計スコアの方が「増えた」のスコアより高く、全体的に果物加工品の摂取頻度は1年前と比べて低くなっていると推察される。
- 「増えた」では、「果汁（ジュース）」が果物加工品全体に比べてやや高い。

Q18. 1年前と比較すると、以下の果物加工品を食べる（飲む）回数は増えましたか、減りましたか。1年前も現在も食べて（飲んで）いないという場合は、「変わらない」を選んでください。（SA）

※コメントで触れている個所は



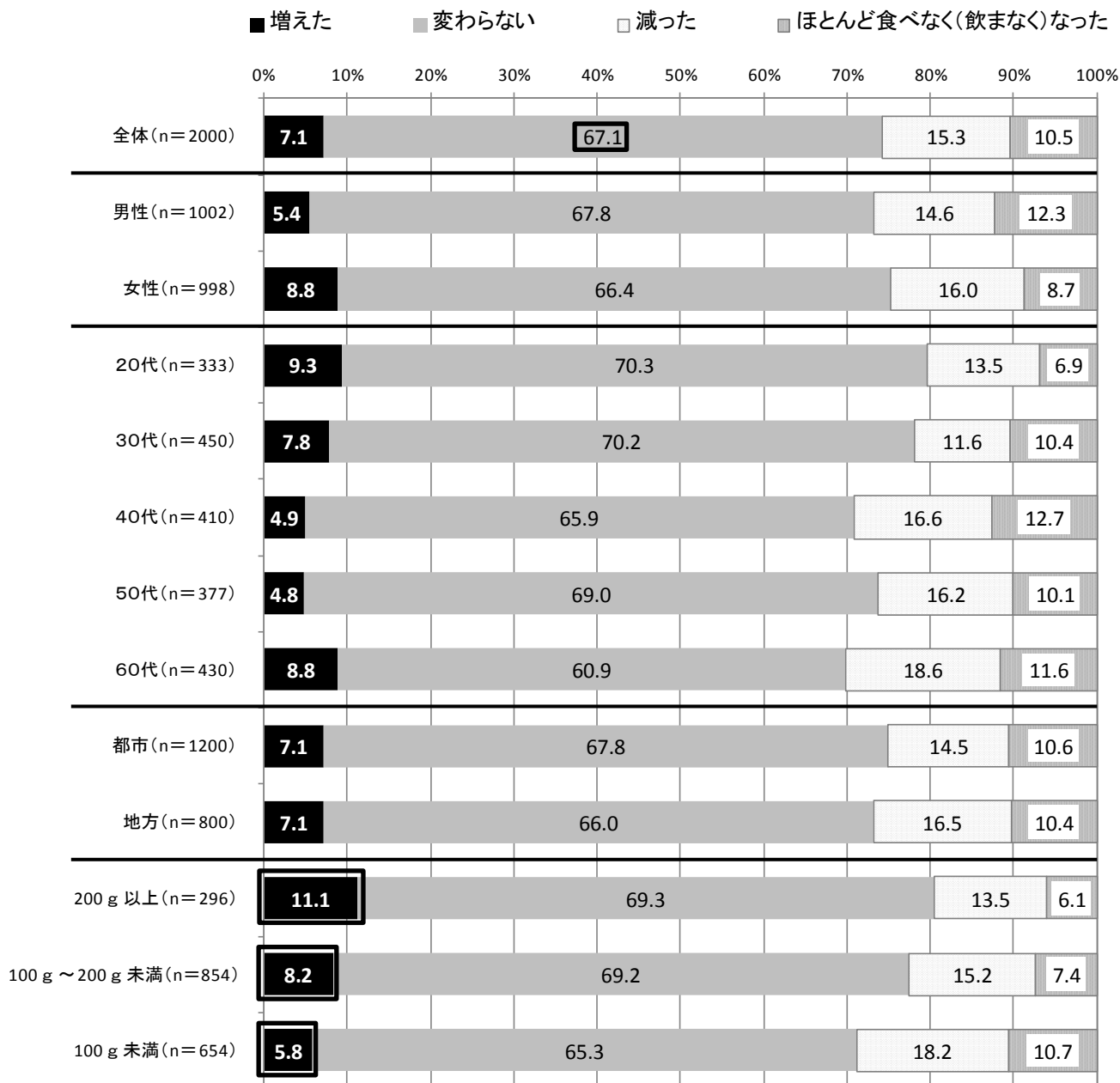
(n=2000)

⑦-2 果物加工品の摂取頻度の変化 (果物加工品全体についての回答者の属性別)

- 全体では、「変わらない」が最も高い。次いで「減った」「ほとんど食べなく(飲まなく)なった」の順。
- 摂取量別では、摂取量が増えるにつれて「増えた」のスコアも高くなっている。

p. 40の「果物加工品全体」について、回答者の属性別で分析したものを以下に記載する。

※コメントで触れている箇所は

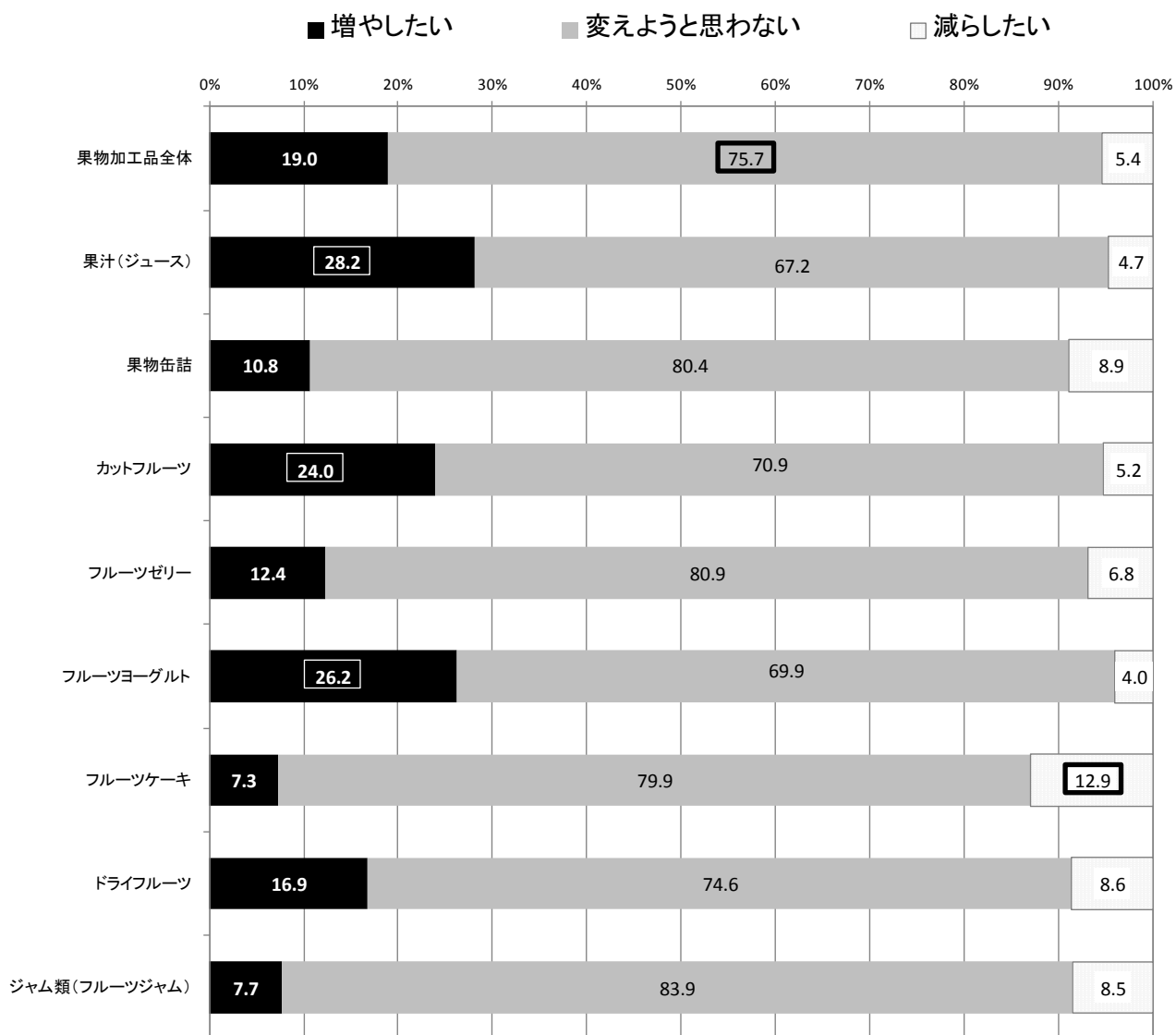


⑧ー1 果物加工品の今後の摂取意向（果物加工品の種類別）

- ・ 「果物加工品全体」では、「変えようと思わない」が最も高く、次いで「増やしたい」「減らしたい」の順。
- ・ 「増やしたい」では、「果汁（ジュース）」「カットフルーツ」「フルーツヨーグルト」が「果物加工品全体」に比べてやや高い。
- ・ 「減らしたい」では、「フルーツケーキ」が「果物加工品全体」に比べてやや高い。

Q19. 今後、以下の果物加工品の食べる（飲む）量を増やしたいと思いますか。（SA）

※コメントで触れている個所は



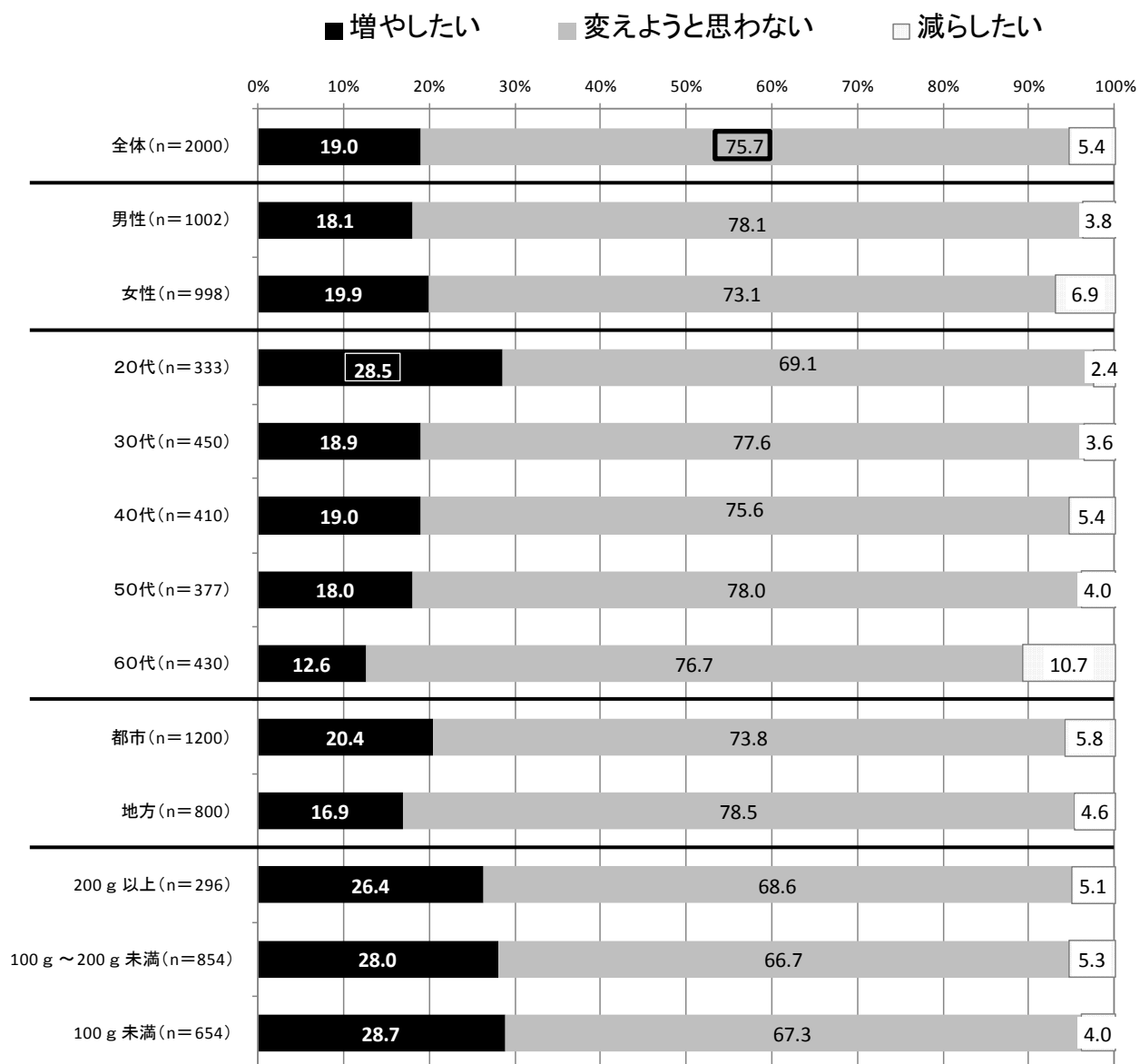
(n=2000)

⑧-2 果物加工品の今後の摂取意向 (果物加工品全体についての回答者の属性別)

- 全体では、「変えようと思わない」が最も高い。次いで「増やしたい」「減らしたい」の順。
- 「増やしたい」では、20代が全体に比べてやや高い。

p. 42の「果物加工品全体」について、回答者の属性別で分析したものを以下に記載する。

※コメントで触れている箇所は

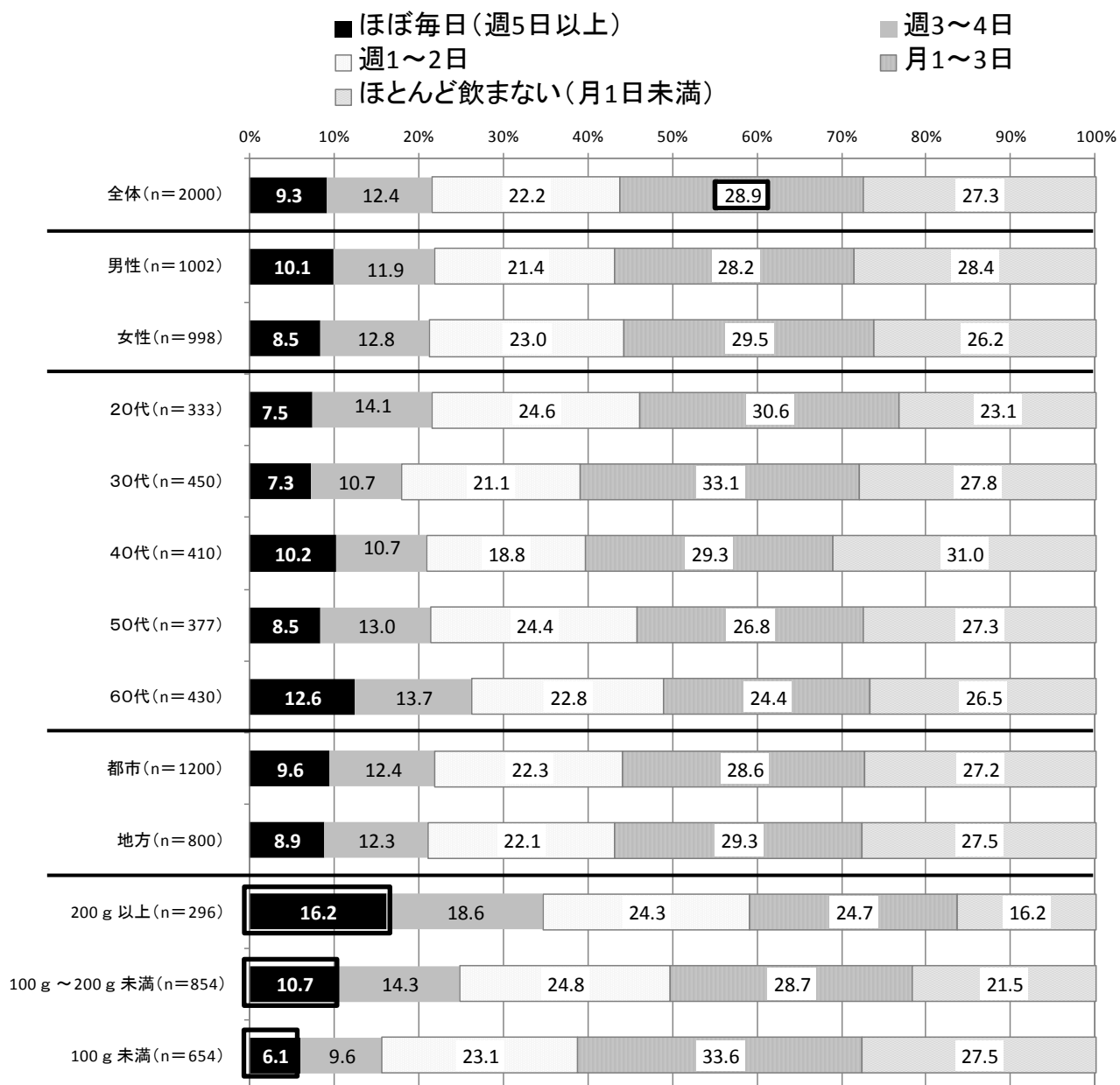


⑨果汁（100%ジュース）の摂取頻度

- 全体では、「月1～3日」が最も高い。次いで「ほとんど飲まない（月1日未満）」「週1～2日」の順。
- 摂取量別では、摂取量が増えるほど、果汁の摂取頻度は高くなっている。

Q20. あなたは果汁（果汁100%ジュース）（果実・野菜ミックスジュース（果実分50%以上を含む））をどの程度の頻度で飲みますか。（SA）

※コメントで触れている個所は

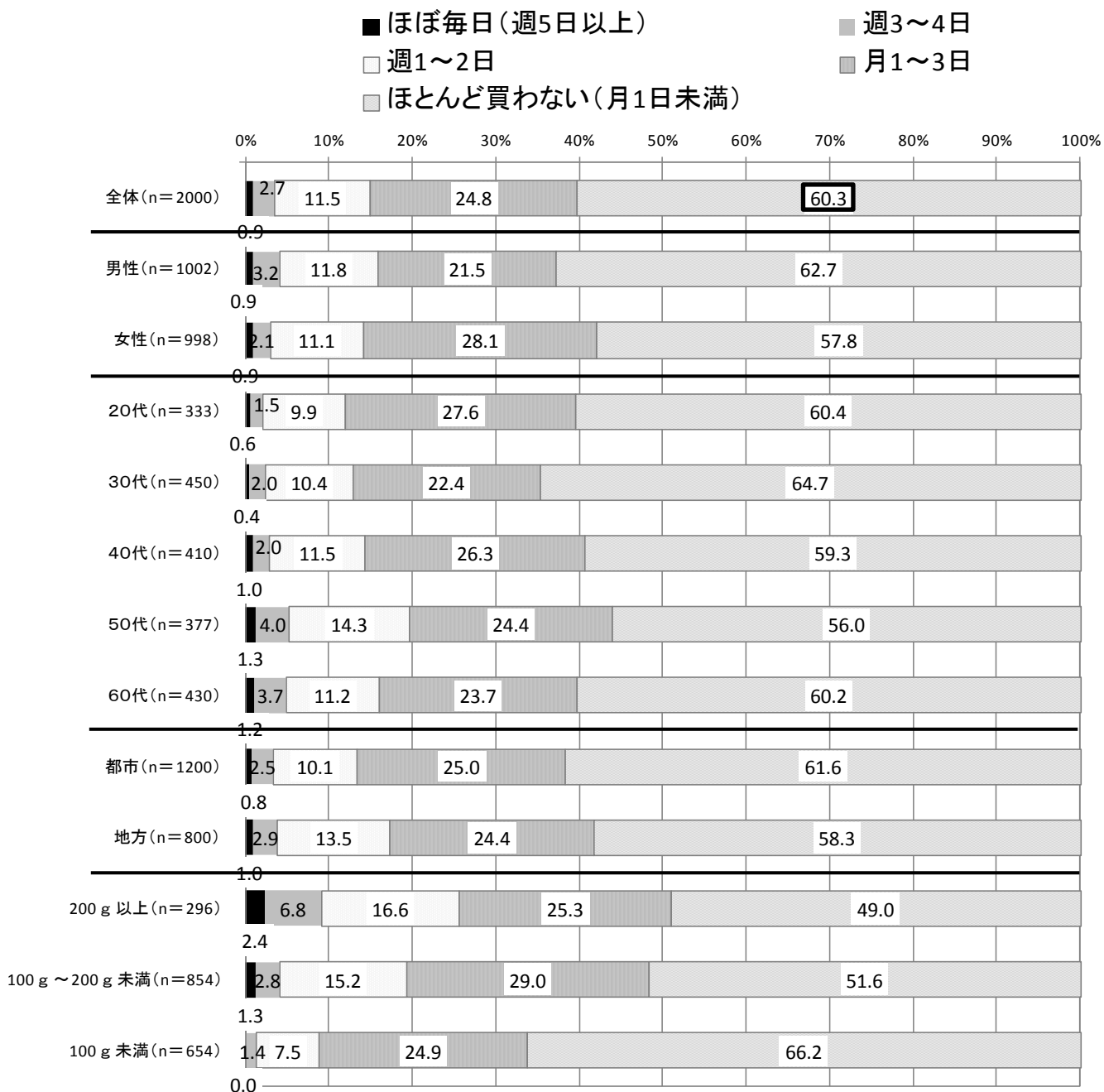


⑩カットフルーツの購入経験（頻度）

- 全体では、「ほとんど買わない（月1日未満）」が最も高い。次いで「月1～3日」「週1～2日」の順。

Q 2 1. あなたはカットフルーツをどの程度の頻度で買いますか。（S A）

※コメントで触れている個所は 60.3



(2) 日常の果物加工品の消費行動 —— まとめ

- 果物を摂取する中で「果物加工品が主体」は「生鮮果物が主体」に比べ1/3以下の水準である。特に60代では「果物加工品が主体」は「生鮮果物が主体」の1割以下と極めて少ない。
 - 一方、20代では、両者がほぼ同数であり、年齢層による差が鮮明になっている。
- 生鮮果物／果物加工品では、生鮮果物の摂取が非常に高く、全体の約6割。次いで同程度が約2割で続く。(p36)
 - 年代別では、年代が上がっていくにつれて「生鮮果物が主体」が高くなっている。逆に「果物加工品が主体」は年代が上がっていくにつれて低くなっている。(p36)
 - 生鮮果物の購入場所は、全体ではスーパーマーケットが9割と突出して高い。各世代の中でコンビニエンスストアの利用は20代がもっとも高く約2割。(p37)
 - 購入機会の多い果物加工品は、果汁がトップで65%。中でも20代が飲んでいる。(p40)
 - その果物加工品の摂取理由は、「簡単(約6割)」、「買い置きができるから(26%)」の順。(p41)
→果物加工品の摂取理由になると、手間と備蓄性についての用途で選ばれている様子がうかがえる。
 - 全体的に果物加工品の摂取頻度は1年前と比べて低くなっていると推察される。(p42)
 - 果物加工品の摂取量については、「変えようと思わない」がもっと高く75.7%。
→「果汁」、「カットフルーツ」、「フルーツヨーグルト」については、「増やしたい」が全体よりもやや高め。(p44)

(3) 今後の果物の摂取意向

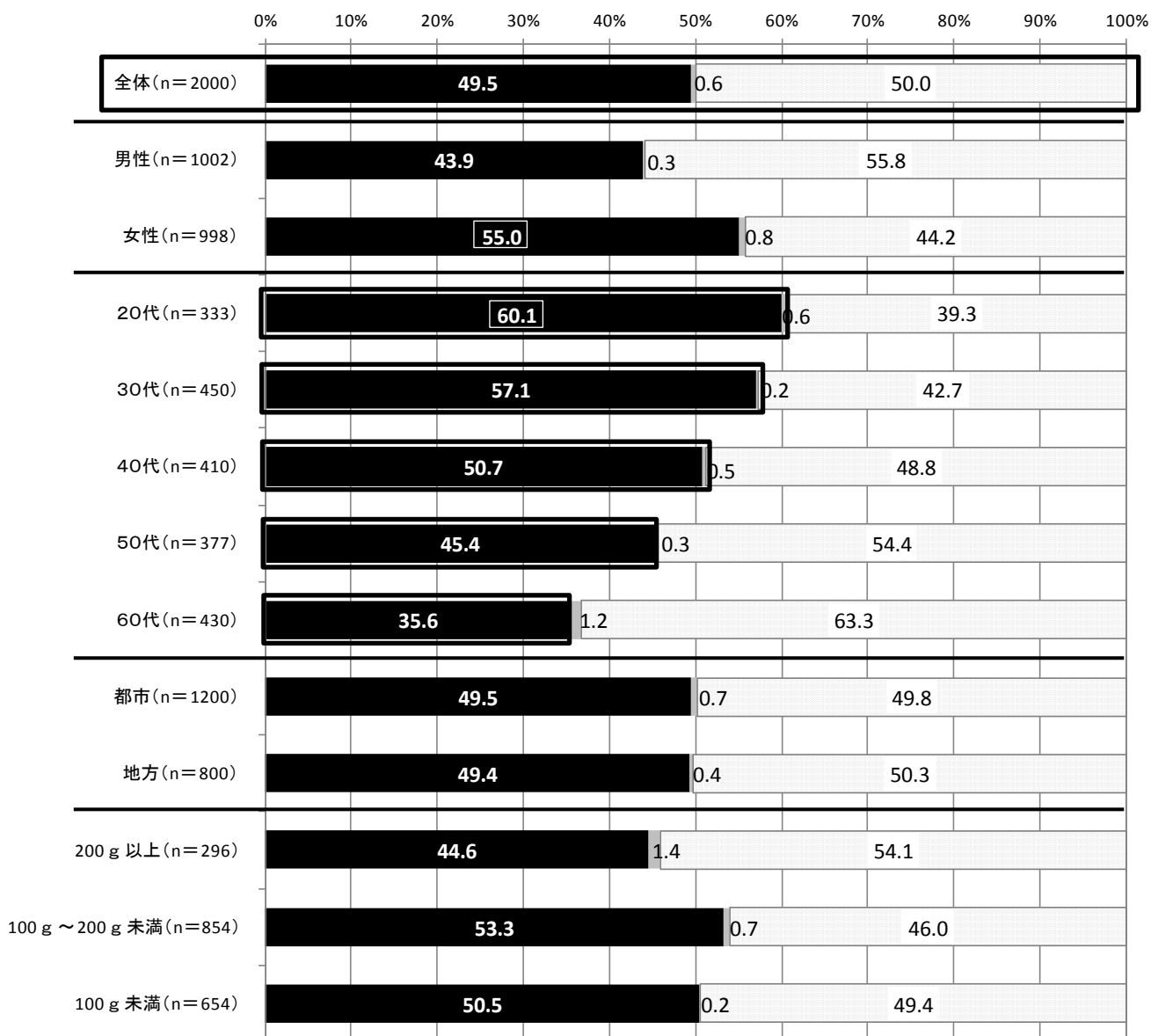
① 今後の果物の摂取量の変化

- 全体では、「特に変えようとは思わない」「増やしたい」でほぼ2分している。
- 性別では、女性の方が男性と比べて「増やしたい」が11.1ポイント高い。
- 年代別では、年代が上がっていくにつれて「増やしたい」が低くなっている。
- 「増やしたい」では、20代は全体と比べて10.6ポイント高い。

Q22. あなたは今後、果物を摂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

■ 増やしたい ■ 減らしたい □ 特に変えようとは思わない



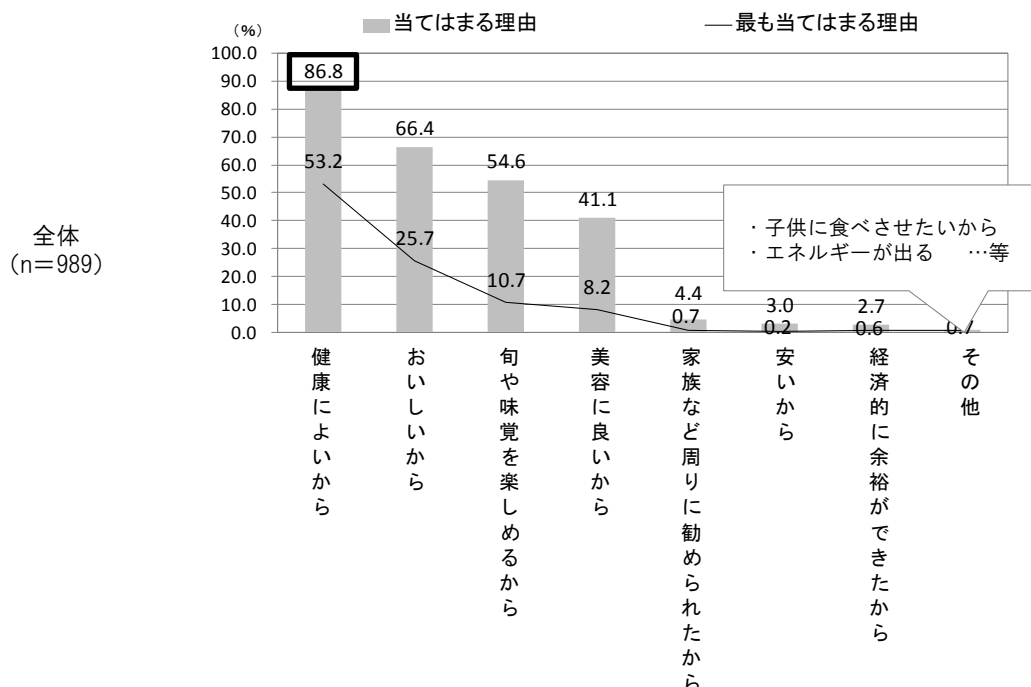
②増やしたい理由（増やしたい者に対する設問）

- 全体では、「健康によいから」が最も高い。次いで「おいしいから」「匂や味覚を楽しめるから」の順。
- 性別では、女性より男性の方が「健康に良いから」がやや高い。反対に、男性より女性の方が「美容に良いから」が11.9ポイント高い。
- 年代別では、「匂や味覚を楽しめるから」は高年層ほど高く、特に60代は全体と比べて12.8ポイント高い。

Q23. (Q22で1を選んだ方へ) 今後果物を食べる量を増やしたいと思う理由は何ですか。(MA)

Q23SQ1. その中で最もあてはまる理由。(SA)

※コメントで触れている個所は



最もあてはまる理由スコア(SA) (%)

全体		(n=989)	53.2	25.7	10.7	8.2	0.7	0.2	0.6	0.7
性別	男性	(n=440)	58.6	28.0	9.8	<u>1.6</u>	0.5	0.5	0.5	0.7
	女性	(n=549)	48.8	23.9	11.5	13.5	0.9	0.0	0.7	0.7
年代	20代	(n=200)	48.5	32.0	<u>4.0</u>	13.5	1.0	0.5	0.5	0.0
	30代	(n=257)	55.3	23.3	6.6	11.3	1.2	0.0	1.2	1.2
	40代	(n=208)	57.2	23.1	10.1	7.2	0.5	0.5	0.0	1.4
	50代	(n=171)	55.0	25.7	14.0	3.5	0.0	0.0	1.2	0.6
	60代	(n=153)	48.4	24.8	23.5	<u>2.6</u>	0.7	0.0	0.0	0.0
エリア	都市	(n=549)	52.2	26.3	11.3	8.1	0.8	0.2	0.3	0.8
	地方	(n=395)	54.7	24.8	9.9	8.4	0.5	0.3	1.0	0.5
摂取量	200g以上	(n=132)	<u>47.0</u>	32.6	12.9	6.1	0.0	0.0	0.8	0.8
	100g~200g未満	(n=455)	48.8	27.9	11.9	8.6	1.3	0.4	0.7	0.4
	100g未満	(n=330)	59.7	22.1	9.1	7.9	0.3	0.0	0.0	0.9

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

(3) 今後の果物の摂取意向 —— まとめ

- 若い世代は果物を摂取できていないが、本当は摂らなければならないと思っている。
 - この気持ちを捉えることが肝要である。
-
- 全体では、今後果物の摂取を「増やしたい」は約半数、一方で「特に変えようと思わない」も約半数。その一方で、20代で「増やしたい」が6割を占めている。(p50)
→20代で「増やしたい」が高いのは、現状足りていないという意識があるからと思われる。顕在化したニーズを確実にとることが必要と思われる。

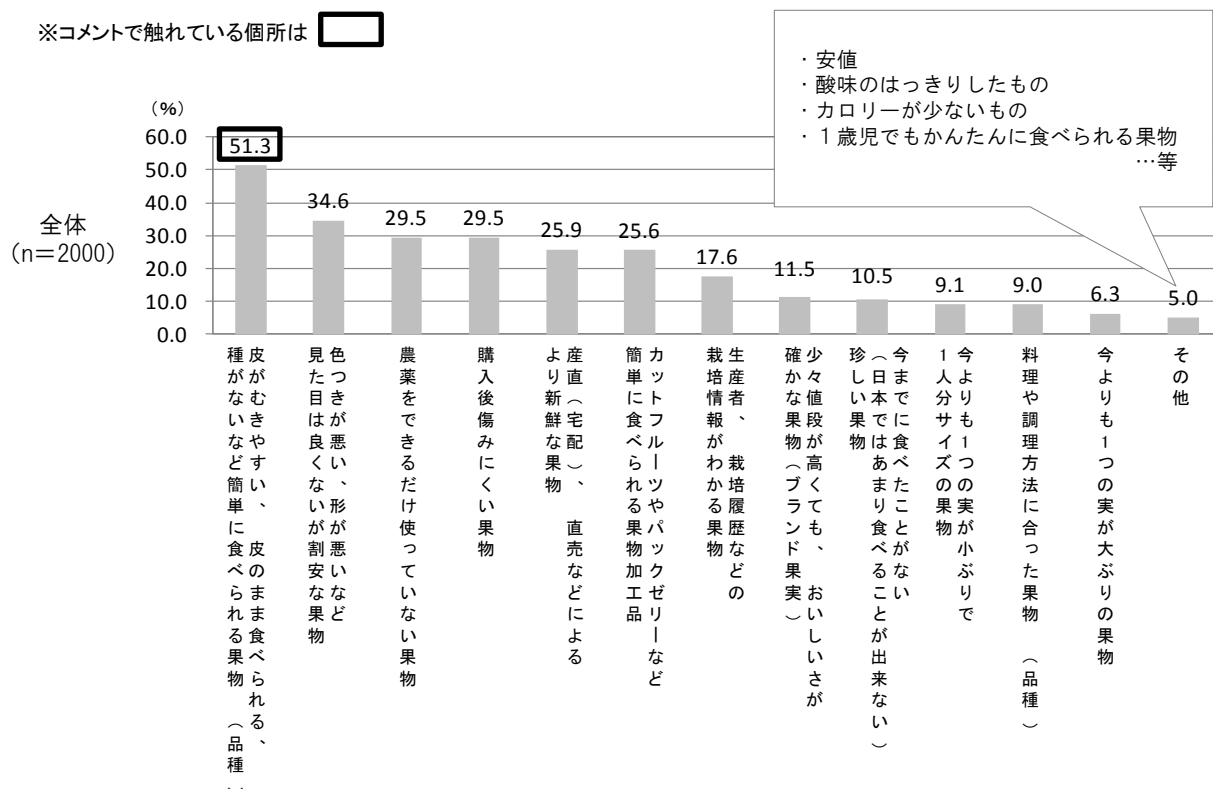
(4) 果物の消費を増やすために

①-1 果物の消費量を増やすための提供方法

- 全体では、「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（品種）」が最も高く約半数。次いで「色付きが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物」「農薬をできるだけ使っていない果物」の順。
- 年代別では「カットフルーツやバックゼリーなど簡単に食べられる果物加工品」は、若年層ほど高く、反対に「農薬をできるだけ使っていない果物」「産直（宅配）、直売などによる新鮮な果物」「生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物」は高年層ほど高い。

Q24. どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（MA）

※コメントで触れている個所は



		全体 (n=2000)	51.3	34.6	29.5	29.5	25.9	25.6	17.6	11.5	10.5	9.1	9.0	6.3	5.0
性別	男性 (n=1002)	<u>44.5</u>	31.8	<u>22.1</u>	28.5	<u>19.0</u>	25.2	13.5	10.8	11.4	7.5	8.6	6.4	5.7	
	女性 (n=998)	58.0	37.3	<u>36.9</u>	30.4	<u>32.8</u>	25.9	21.7	12.2	9.6	10.6	9.3	6.1	4.2	
年代	20代 (n=333)	57.4	39.6	<u>16.5</u>	30.6	<u>14.1</u>	<u>35.4</u>	<u>7.5</u>	8.7	12.3	11.4	8.7	6.3	3.6	
	30代 (n=450)	55.6	32.4	<u>27.8</u>	30.2	<u>20.9</u>	28.0	<u>14.4</u>	12.0	9.3	7.8	8.2	4.7	4.4	
	40代 (n=410)	48.8	35.1	<u>27.3</u>	29.8	<u>25.9</u>	28.3	18.5	10.5	8.3	9.3	9.5	5.6	6.6	
	50代 (n=377)	48.5	33.7	<u>28.4</u>	27.6	<u>26.0</u>	22.8	18.8	13.3	10.1	9.5	7.2	6.6	5.6	
	60代 (n=430)	46.7	33.0	<u>44.2</u>	29.1	<u>40.0</u>	<u>15.1</u>	<u>26.7</u>	12.6	12.8	7.9	10.9	8.1	4.4	
エリア	都市 (n=1200)	53.3	34.1	<u>28.8</u>	29.7	<u>24.8</u>	25.8	17.0	12.3	10.8	9.4	8.6	6.7	5.2	
	地方 (n=800)	48.1	35.3	30.5	29.1	27.5	25.3	18.5	10.3	10.1	8.5	9.5	5.6	4.6	
摂取量	200g以上 (n=296)	56.1	35.1	<u>42.6</u>	29.1	<u>38.9</u>	<u>19.3</u>	<u>27.7</u>	18.9	16.6	7.8	11.5	12.8	5.7	
	100g~200g未満 (n=854)	53.2	37.8	31.6	27.6	30.7	26.1	19.1	12.3	11.1	9.6	10.0	6.8	3.2	
	100g未満 (n=654)	49.2	35.3	26.0	33.0	<u>19.4</u>	26.8	14.2	9.5	8.1	9.2	7.2	3.7	5.0	

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

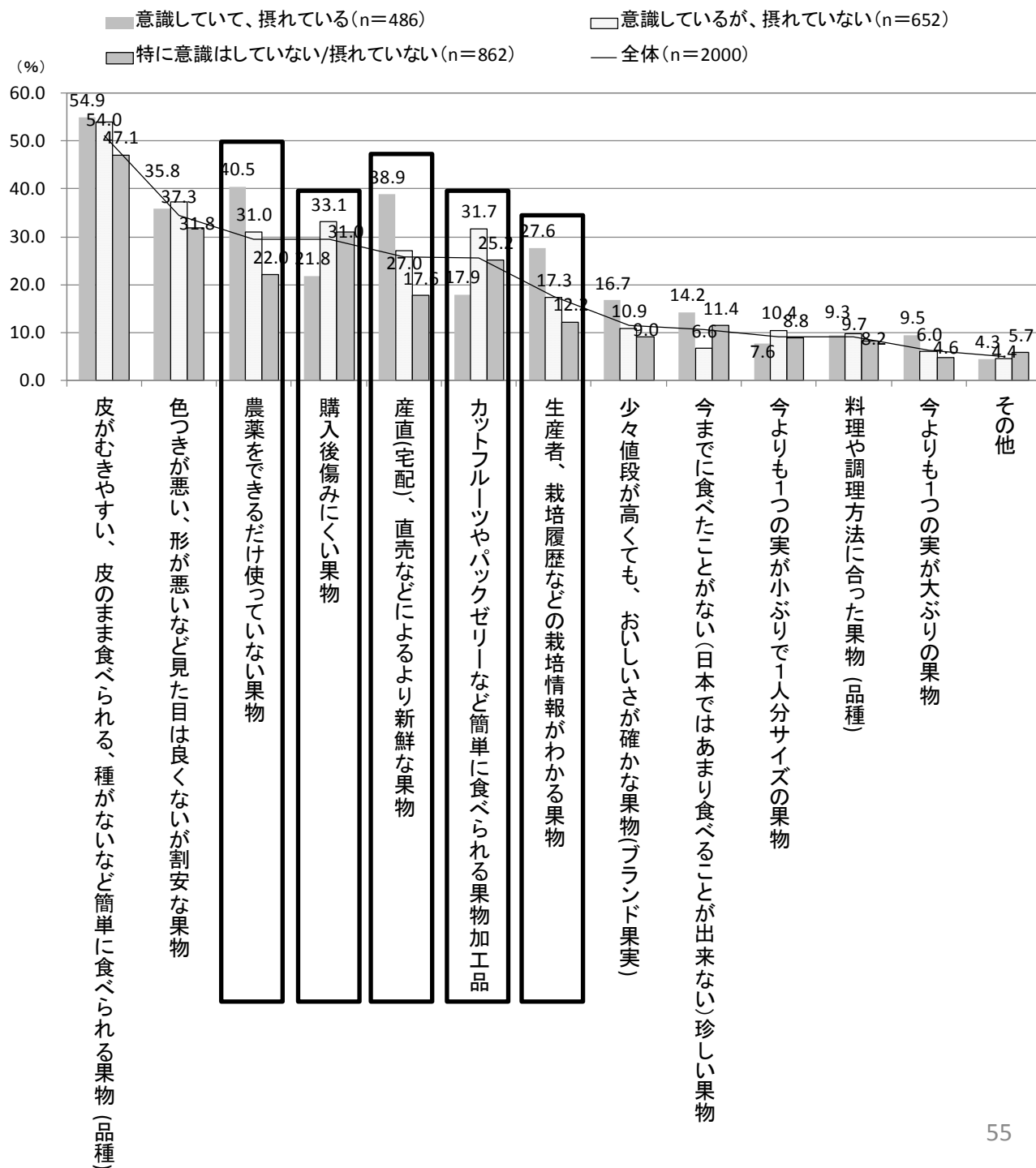
①-2 果物の消費量を増やすための提供方法（意識・摂取状態別）

果物摂取についての意識別にみると…

- 「農薬をできるだけ使っていない果物」「産直（宅配）、直売などによる新鮮な果物」「生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物」は「意識していて、摂れている」の方が「意識しているが、摂れていない」より10ポイント以上高い。
- 「購入後傷みにくい果物」「カットフルーツやパックゼリーなど簡単に食べられるもの」は「意識しているが、摂れていない」の方が「意識していて、摂れている」より11ポイント以上高い。

Q24. どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂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



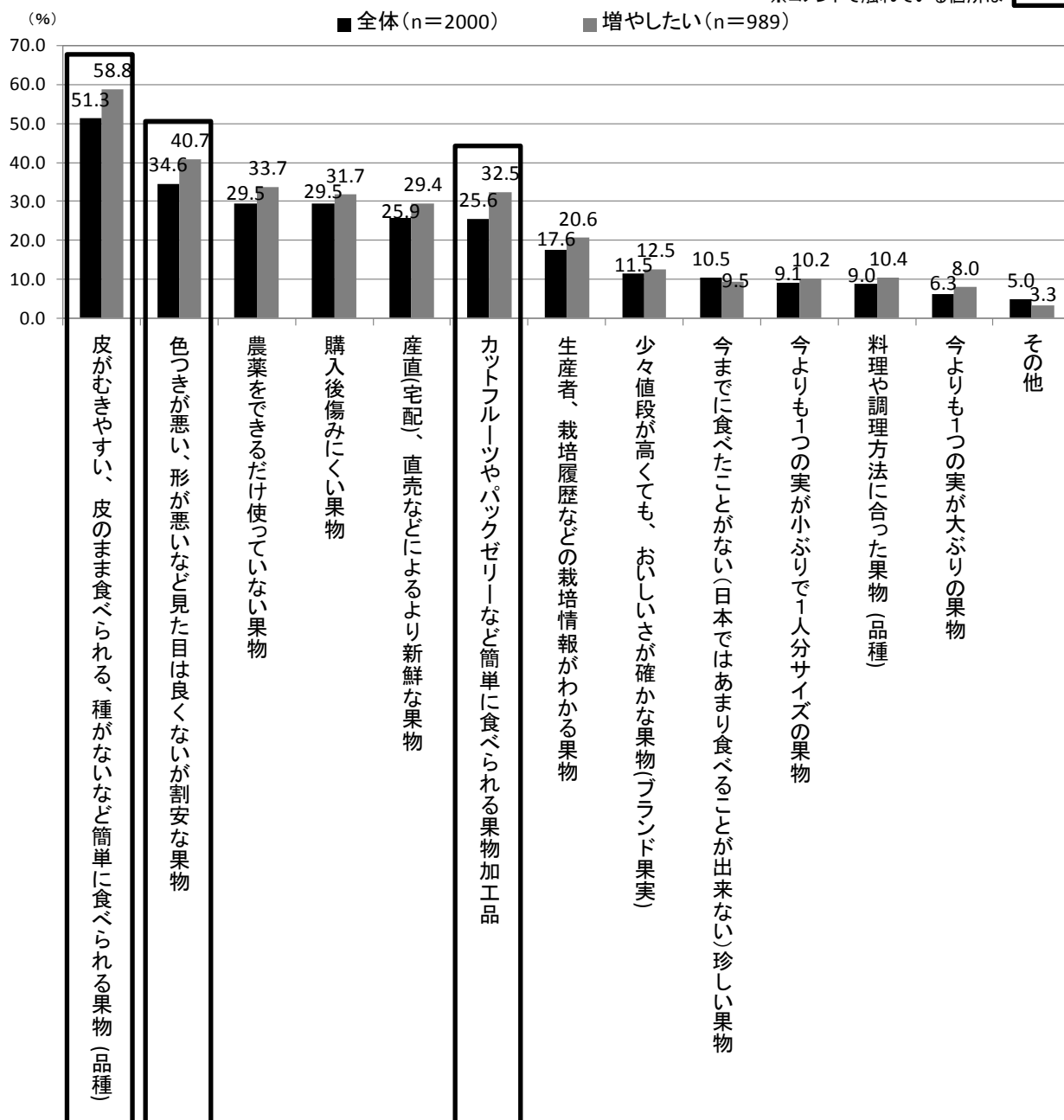
①-3 果物の消費量を増やすための提供方法（全体と摂取量増加意向者）

今後、果物の摂取量を「増やしたい」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（品種）」「色付きが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物」「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」について、全体と比べて6ポイント以上高い。

Q24. どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（MA）

※コメントで触れている個所は

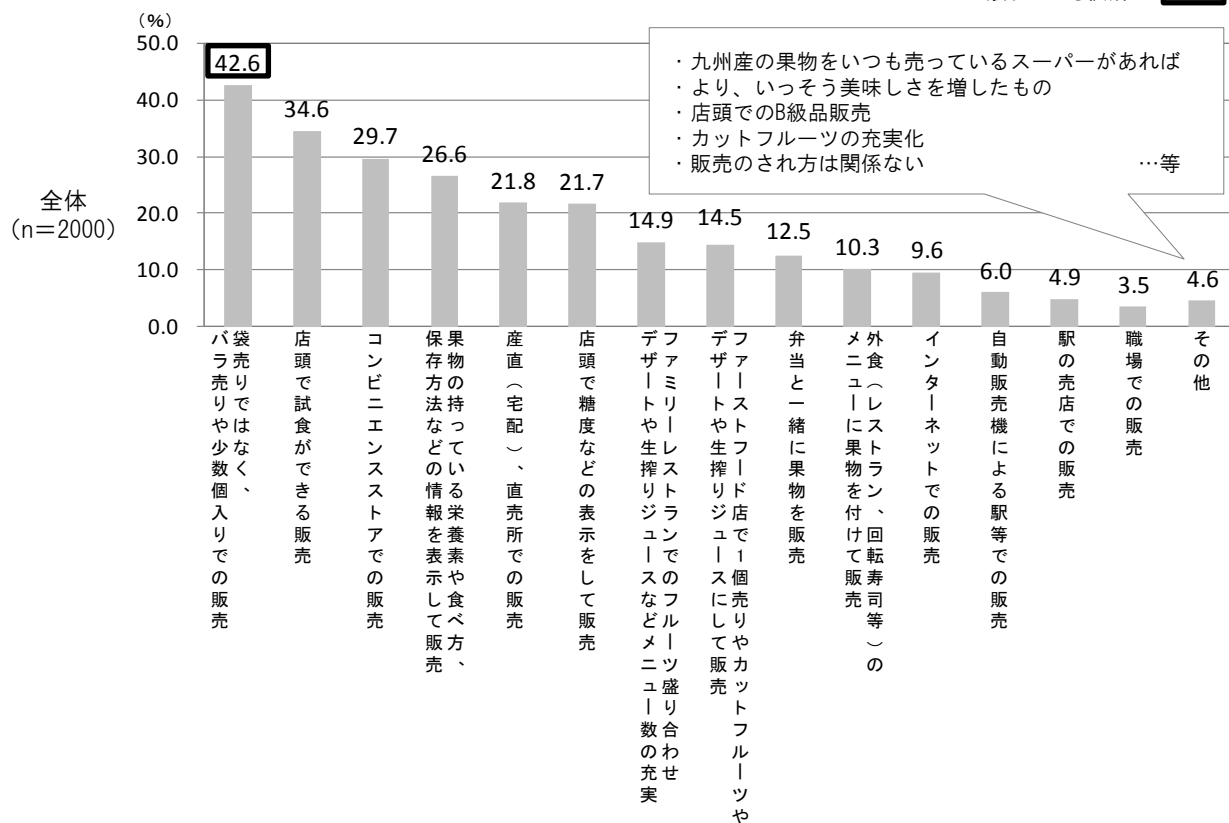


②-1 果物の消費量を増やすための販売方法

- 全体では、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」が最も高い。次いで「店頭で試食ができる販売」「コンビニエンスストアでの販売」の順。
- 性別では、多くの項目で女性の方が男性より高いが、「コンビニエンスストアでの販売」については男性の方が女性より12.2ポイント高い。
- 年代別では、「コンビニエンスストアでの販売」は、20代で特に高く約42%。「産直（宅配）、直売所での販売」は、約37%と特に60代が高い。
- 摂取量別でみると、「産直（宅配）、直売所での販売」については、摂取量200g以上は全体と比べて10.6ポイント高い。

Q 25. どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂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=2000)	42.6	34.6	29.7	26.6	21.8	21.7	14.9	14.5	12.5	10.3	9.6	6.0	4.9	3.5	4.6
性別	男性 (n=1002)	<u>36.2</u>	<u>27.9</u>	35.7	<u>18.7</u>	18.6	<u>13.9</u>	12.6	11.2	11.1	7.8	8.3	5.9	5.2	3.9	6.7	
	女性 (n=998)	48.9	41.2	<u>23.5</u>	34.6	25.1	29.5	17.2	17.7	13.9	12.7	10.9	6.1	4.6	3.0	2.5	
年代	20代 (n=333)	44.1	<u>25.5</u>	42.3	27.0	<u>8.1</u>	<u>14.1</u>	23.4	22.8	19.8	15.0	7.5	7.8	8.4	5.1	2.1	
	30代 (n=450)	<u>37.3</u>	33.3	36.0	24.7	<u>14.9</u>	18.2	18.2	19.3	15.3	13.1	8.9	8.2	5.6	4.7	3.1	
	40代 (n=410)	43.4	30.2	30.5	25.1	21.5	18.5	15.4	13.4	13.2	11.5	9.5	5.4	4.1	3.9	6.1	
	50代 (n=377)	44.3	36.3	<u>23.6</u>	24.1	24.7	25.2	10.1	11.1	8.5	6.1	12.5	5.6	4.2	3.2	5.3	
	60代 (n=430)	44.4	45.3	<u>17.7</u>	31.9	37.4	30.9	<u>8.6</u>	<u>6.7</u>	<u>6.7</u>	6.0	9.5	3.3	2.8	0.7	6.0	
エリア	都市 (n=1200)	43.0	33.8	29.6	25.8	20.8	20.8	15.6	14.8	12.8	11.6	9.7	6.0	5.8	3.4	4.8	
	地方 (n=800)	41.9	35.8	29.8	27.9	23.3	22.9	13.9	14.0	12.1	8.3	9.5	6.0	3.5	3.5	4.3	
摂取量	200g以上 (n=296)	45.6	39.9	27.4	33.8	32.4	31.4	15.5	14.9	11.5	10.8	12.8	6.4	7.4	4.7	4.1	
	100g~200g未満 (n=854)	42.7	38.3	27.8	30.6	27.3	24.1	15.5	14.9	13.2	10.1	11.1	6.2	4.4	3.3	3.4	
	100g未満 (n=654)	43.7	31.3	31.2	23.2	<u>14.4</u>	18.0	15.7	14.4	12.2	10.9	8.0	6.6	5.4	3.2	4.9	

全体と比べて10ポイント以上高い。
 全体と比べて10ポイント以上低い。

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

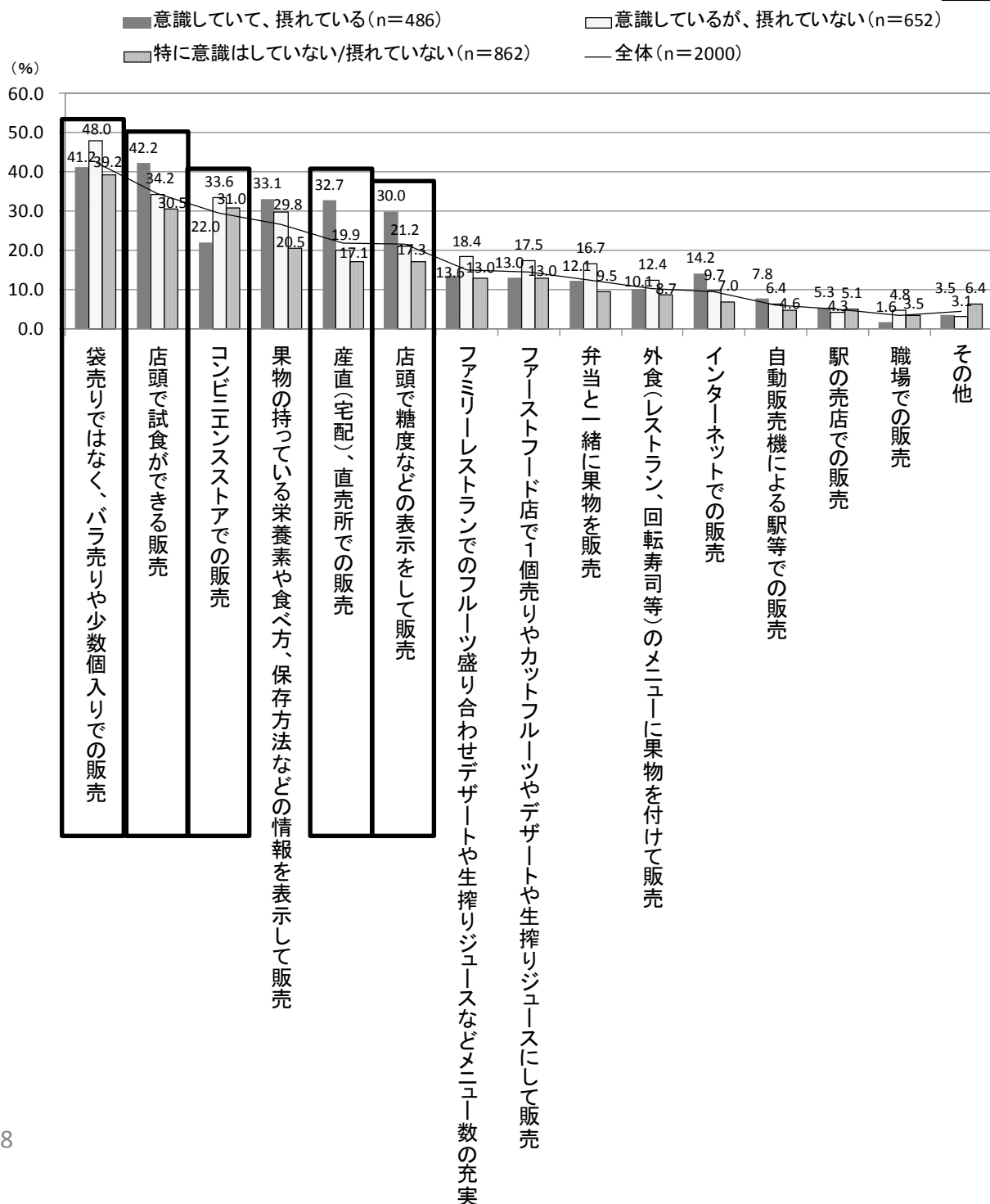
②-2 果物の消費量を増やすための販売方法（意識・摂取状態別）

果物摂取についての意識別にみると…

- 「店頭で試食ができる販売」「産直（宅配）、直売所での販売」「店頭で糖度などの表示をして販売」は、「意識していて、摂れている」の方が「意識しているが、摂れていない」と比べて8ポイント以上高い。
- 「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「コンビニエンスストアでの販売」は、「意識しているが、摂れていない」の方が「意識していて、摂れている」と比べて各々6ポイント、11ポイント以上高い。
- 「特に意識はしていない/摂れていない」は、「コンビニエンスストアでの販売」以外は総じて低い。

Q25. どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（MA）

※コメントで触れている個所は



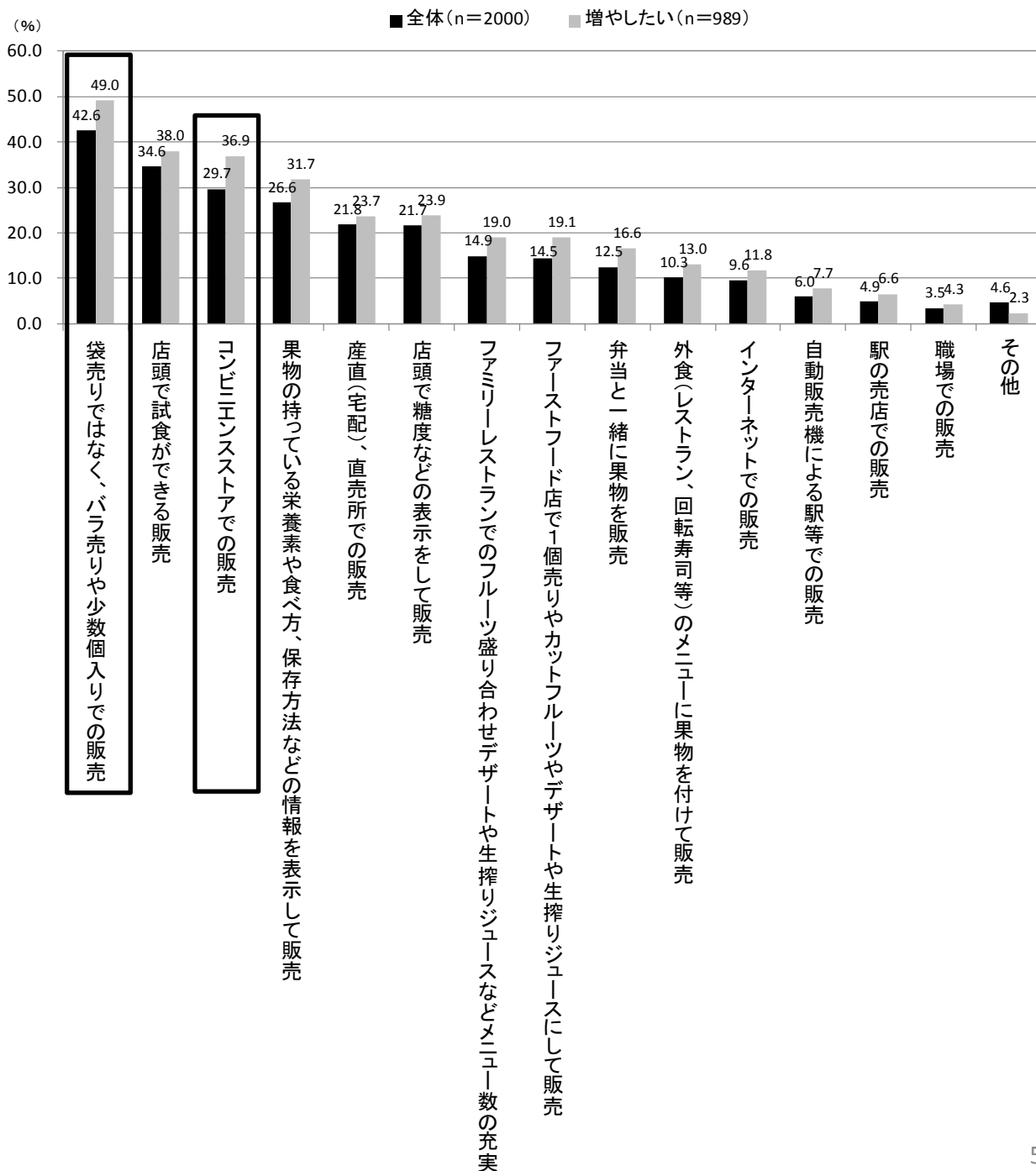
②-3 果物の消費量を増やすための販売方法（全体と摂取量増加意向者）

今後、果物摂取量を「増やしたい」では…

- ・ 「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」「コンビニエンスストアでの販売」は、全体と比べて6ポイント以上高い。

Q25. どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。（MA）

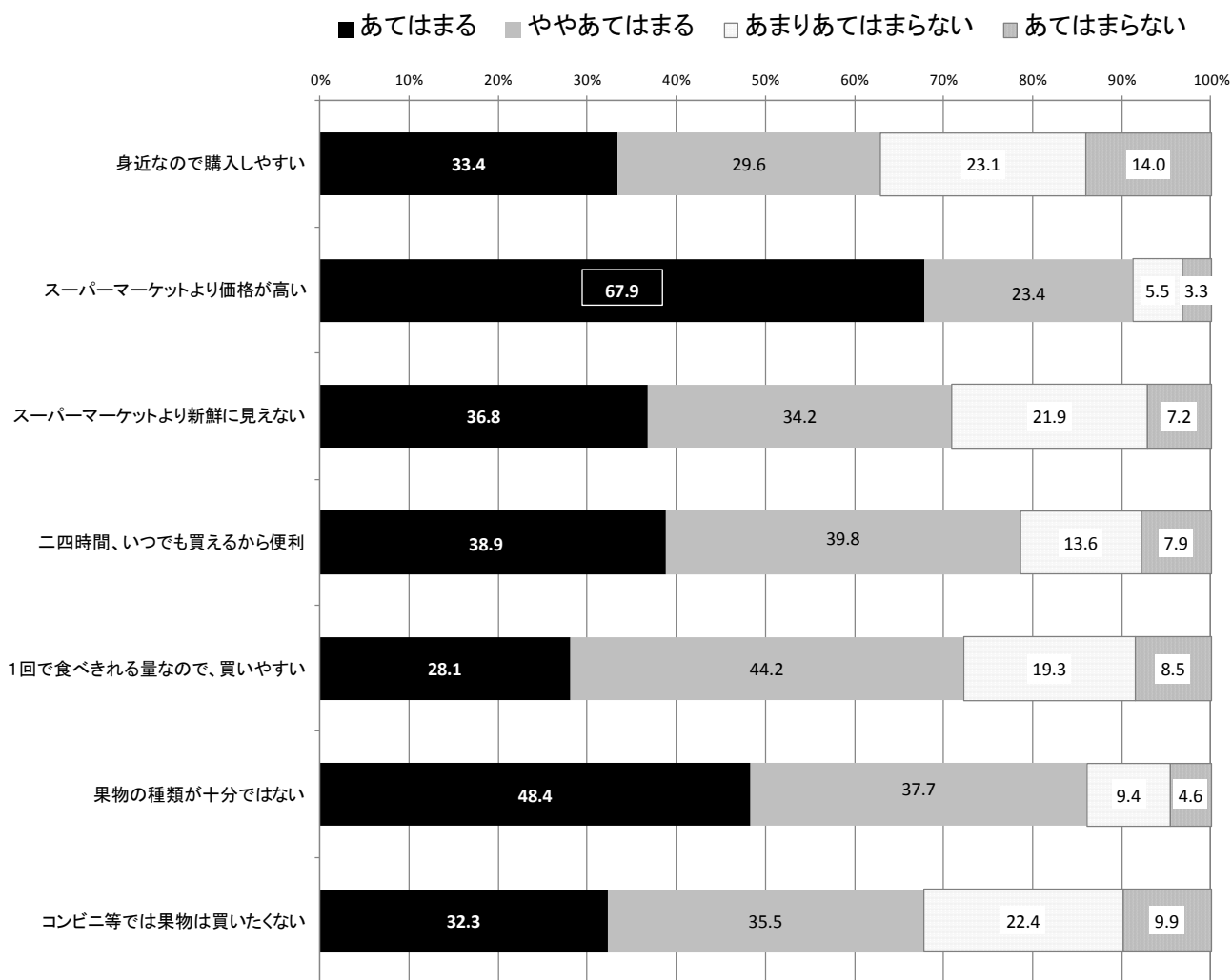
※コメントで触れている個所は



③-1 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向

- 「スーパーマーケットより価格が高い」「果物の種類が十分ではない」「二四時間、いつでも買えるから便利」の順で「あてはまる」が高い。

Q26. コンビニエンスストアやミニスーパーにおける果物販売についてどのように感じていますか。ふそれぞれ当てはまるものを教えてください。普段購入することがない方もイメージでお答えください。(SA) ※コメントで触れている箇所は

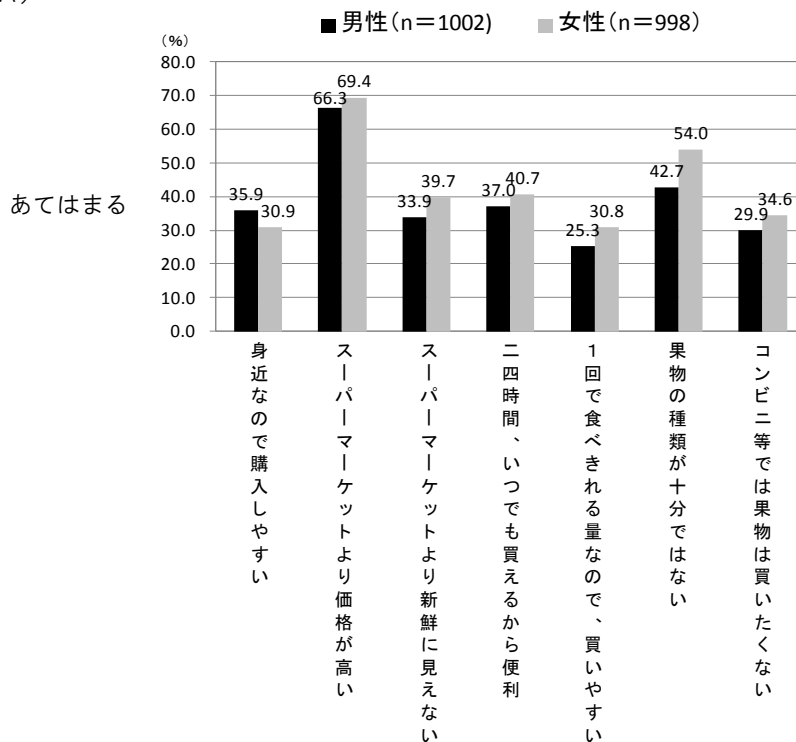


(n=2000)

③-2 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向（男女別）

- 性別では、多くの項目で女性の方が男性より高い。特に「果物の種類が十分ではない」は女性の方が男性と比べて11.3ポイント高い。
- 年代別では、「身近なので購入しやすい」については年代が下がっていくにつれて高くなっており、特に20代は全体と比べて11.3ポイント高い。
- 摂取量別では、「二四時間、いつでも買えるから便利」「1回で食べきれる量なので、買いやすい」「果物の種類が十分ではない」は、摂取量が増えるにつれてスコアが高くなっている。特に摂取量200g以上は「二四時間、いつでも買えるから便利」「果物の種類が十分ではない」について全体と比べると5ポイント以上高い。

Q26. コンビニエンスストアやミニスーパーにおける果物販売についてどのように感じていますか。ふそれぞれ当てはまるものを教えてください。普段購入することがない方もイメージでお答えください。（SA）
※コメントで触れている個所は



属性	性別	スコア	スコア	スコア	スコア	スコア	スコア	スコア
全体	全体 (n=2000)	33.4	67.9	36.8	38.9	28.1	48.4	32.3
	男性 (n=1002)	35.9	66.3	33.9	37.0	25.3	42.7	29.9
性別	女性 (n=998)	30.9	69.4	39.7	40.7	30.8	54.0	34.6
	20代 (n=333)	44.7	64.0	34.5	43.8	33.3	41.4	23.1
年代	30代 (n=450)	38.7	70.4	40.0	39.3	27.3	49.3	31.3
	40代 (n=410)	32.2	71.0	39.5	35.9	24.4	48.0	34.4
	50代 (n=377)	29.7	70.3	38.7	36.9	30.0	49.3	34.7
	60代 (n=430)	23.5	63.0	30.9	39.1	26.5	52.1	36.0
	エリア	都市 (n=1200)	34.4	65.8	37.6	38.2	27.7	48.3
	地方 (n=800)	31.9	71.0	35.6	39.9	28.6	48.4	33.5
摂取量	200g以上 (n=296)	34.5	65.2	35.5	44.3	32.8	54.4	33.1
	100g~200g未満 (n=854)	36.2	67.2	35.1	40.2	28.9	51.4	30.1
	100g未満 (n=654)	31.7	72.5	39.9	37.3	25.4	45.4	34.3

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。

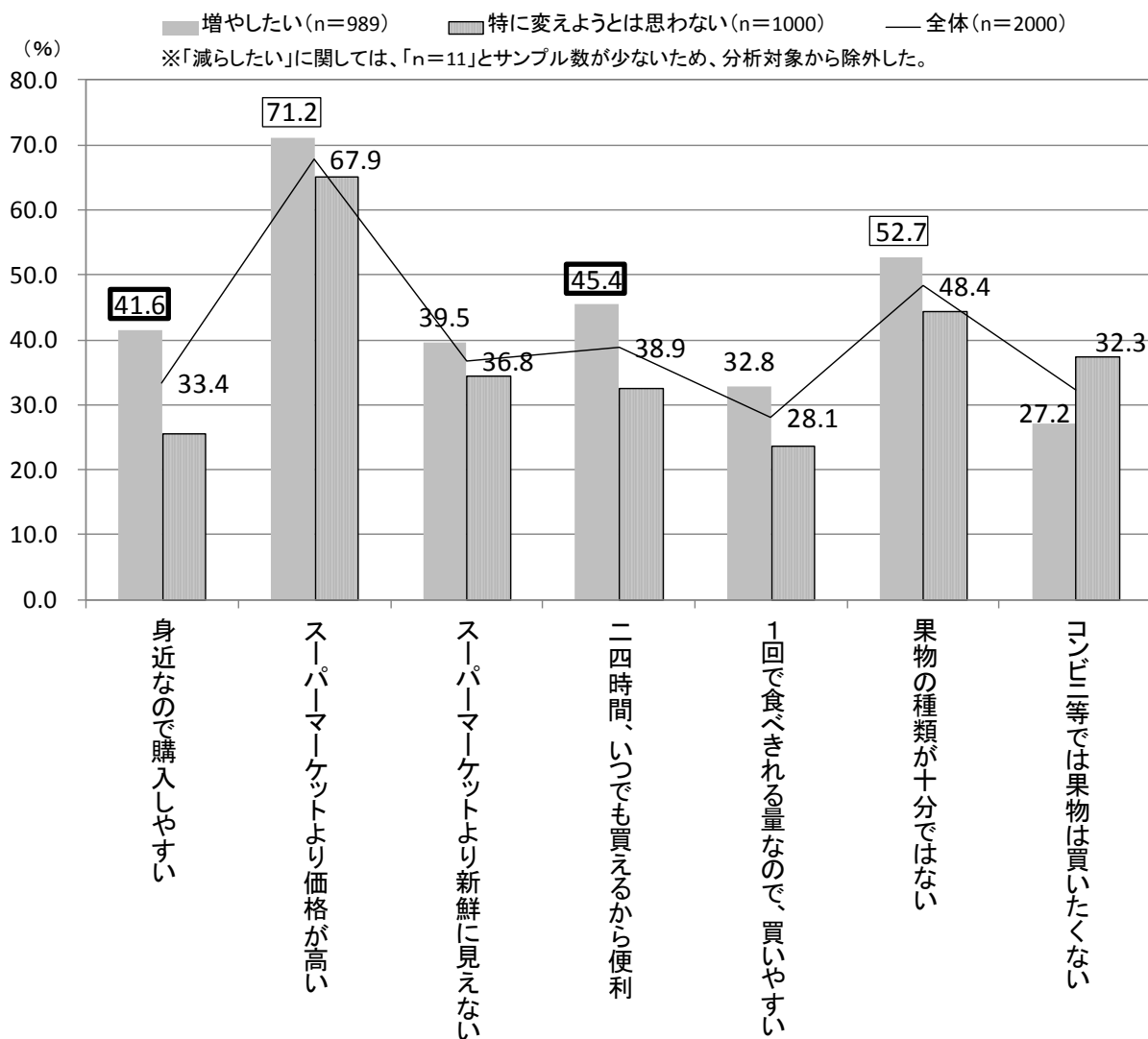
③-3 コンビニにおける果物販売についての印象・購入意向 (今後の摂取意向別)

今後の果物摂取意向別にみると…

- 「スーパーマーケットより価格が高い」「果物の種類が十分ではない」等のネガティブなイメージで、「増やしたい」は全体と比べてやや高い。一方、「身近なので購入しやすい」「二四時間、いつでも買えるから便利」等のポジティブなイメージでも、「増やしたい」は全体よりやや高い。

Q26. コンビニエンスストアやミニスーパーにおける果物販売についてどのように感じていますか。ふそれぞれ当てはまるものを教えてください。普段購入することがない方もイメージでお答えください。(SA)

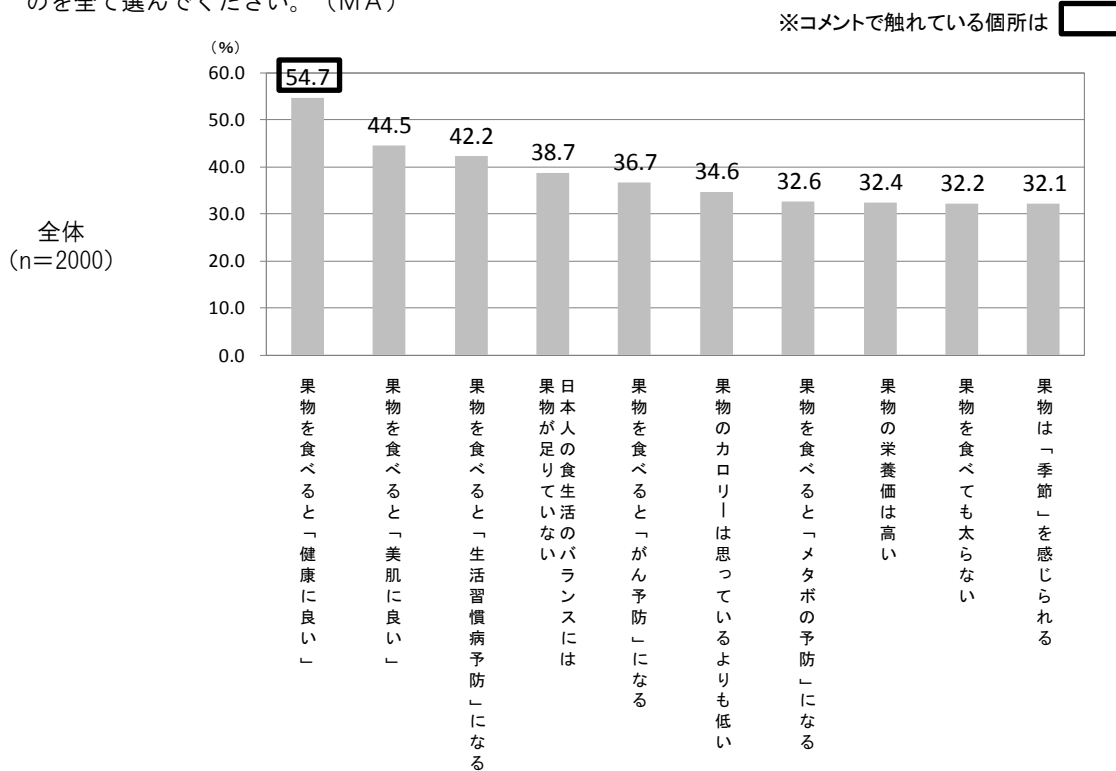
※コメントで触れている箇所は



④-1 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法

- 全体では、「果物を食べると『健康に良い』」が最も高い。次いで「果物を食べると『美肌』にいい」「果物を食べると『生活習慣病予防』になる」の順。
- 性別では、全ての項目で女性の方が男性と比べて高い。特に「果物を食べると『美肌に良い』」は女性の方が男性と比べて27.6ポイント高い。
- 年代別では、「果物を食べると『美肌に良い』」「日本人の食生活のバランスには果物が足りていない」は若年層ほど高い。反対に「果物は『季節』を感じられる」は高年層ほど高く、特に60代は全体と比べて10.7ポイント高い。
- 摂取量別では「果物は『季節』を感じられる」は摂取量が多いほどスコアが高く、特に摂取量200g以上は全体と比べて11.5ポイント高い。

Q27. どのように伝えられれば、今と比べて果物を摂ろうと思う人が増えると思いますか。当てはまるものを全て選んでください。(MA)

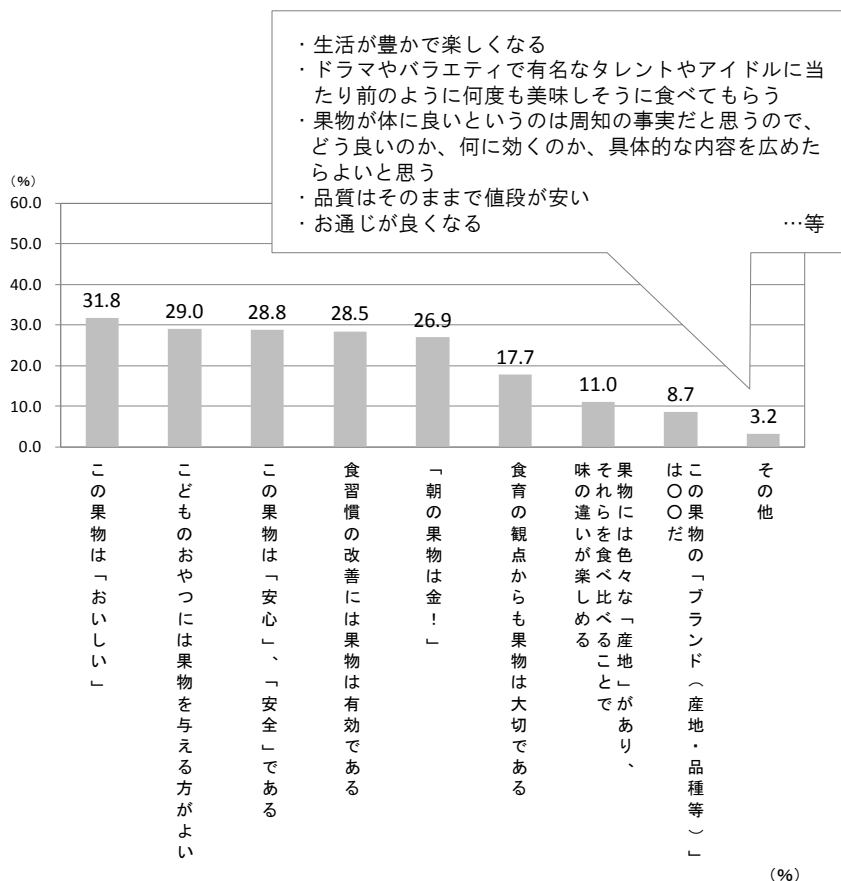


全体		(n=2000)	54.7	44.5	42.2	38.7	36.7	34.6	32.6	32.4	32.2	32.1
性別	男性	(n=1002)	53.4	30.7	40.0	38.5	31.9	27.2	31.7	28.0	28.4	25.9
	女性	(n=998)	55.9	58.3	44.4	38.8	41.5	42.0	33.4	36.7	35.9	38.3
年代	20代	(n=333)	60.1	52.6	38.4	43.8	37.2	35.7	36.9	36.6	33.6	28.5
	30代	(n=450)	55.1	49.1	40.4	42.7	35.3	34.9	34.7	36.0	32.4	24.9
	40代	(n=410)	54.6	44.9	38.3	39.0	34.9	31.2	30.5	32.4	29.8	32.2
	50代	(n=377)	52.5	40.8	46.7	35.3	40.8	34.0	34.5	26.5	33.7	31.6
	60代	(n=430)	51.9	36.3	46.7	33.0	35.8	37.2	27.2	30.2	31.6	42.8
エリア	都市	(n=1200)	55.4	42.8	41.8	37.8	34.8	33.1	31.4	32.0	31.9	34.3
	地方	(n=800)	53.5	47.0	42.9	39.9	39.6	36.9	34.3	32.9	32.5	28.8
摂取量	200g以上	(n=296)	58.8	47.0	47.0	36.5	40.2	40.2	33.4	35.5	32.4	43.6
	100g~200g未満	(n=854)	57.3	45.7	45.6	40.0	38.9	38.2	34.8	34.1	34.0	36.3
	100g未満	(n=654)	52.3	46.6	41.9	41.0	37.5	32.1	33.8	31.3	33.8	26.6

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

2. 調査の分析結果 — (4) 果物の消費を増やすために



全体		(n=2000)	31.8	29.0	28.8	28.5	26.9	17.7	11.0	8.7	3.2
性別	男性	(n=1002)	27.4	21.0	20.9	23.6	17.5	12.8	8.1	7.5	4.5
	女性	(n=998)	36.2	37.1	36.8	33.4	36.4	22.6	13.9	9.8	1.8
年代	20代	(n=333)	33.3	31.8	26.4	27.3	21.9	17.7	8.7	6.6	0.6
	30代	(n=450)	30.9	33.1	26.2	28.7	22.2	16.2	9.6	8.4	2.9
	40代	(n=410)	32.4	28.5	27.3	28.8	27.8	18.0	9.8	7.6	5.6
	50代	(n=377)	32.4	24.9	30.0	29.4	30.0	15.6	10.3	10.9	4.0
	60代	(n=430)	30.5	26.5	33.7	27.9	32.1	20.7	16.0	9.5	2.3
エリア	都市	(n=1200)	32.9	29.8	28.7	28.9	27.1	17.3	9.7	8.8	3.3
	地方	(n=800)	30.1	27.9	29.0	27.8	26.6	18.4	13.0	8.4	3.0
摂取量	200g以上	(n=296)	41.2	34.5	35.1	31.1	33.4	20.6	16.9	12.8	2.0
	100g~200g未満	(n=854)	33.8	30.9	29.4	31.3	28.5	18.6	11.7	9.3	2.5
	100g未満	(n=654)	28.9	27.5	28.9	26.5	25.5	17.9	8.9	7.2	2.8

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

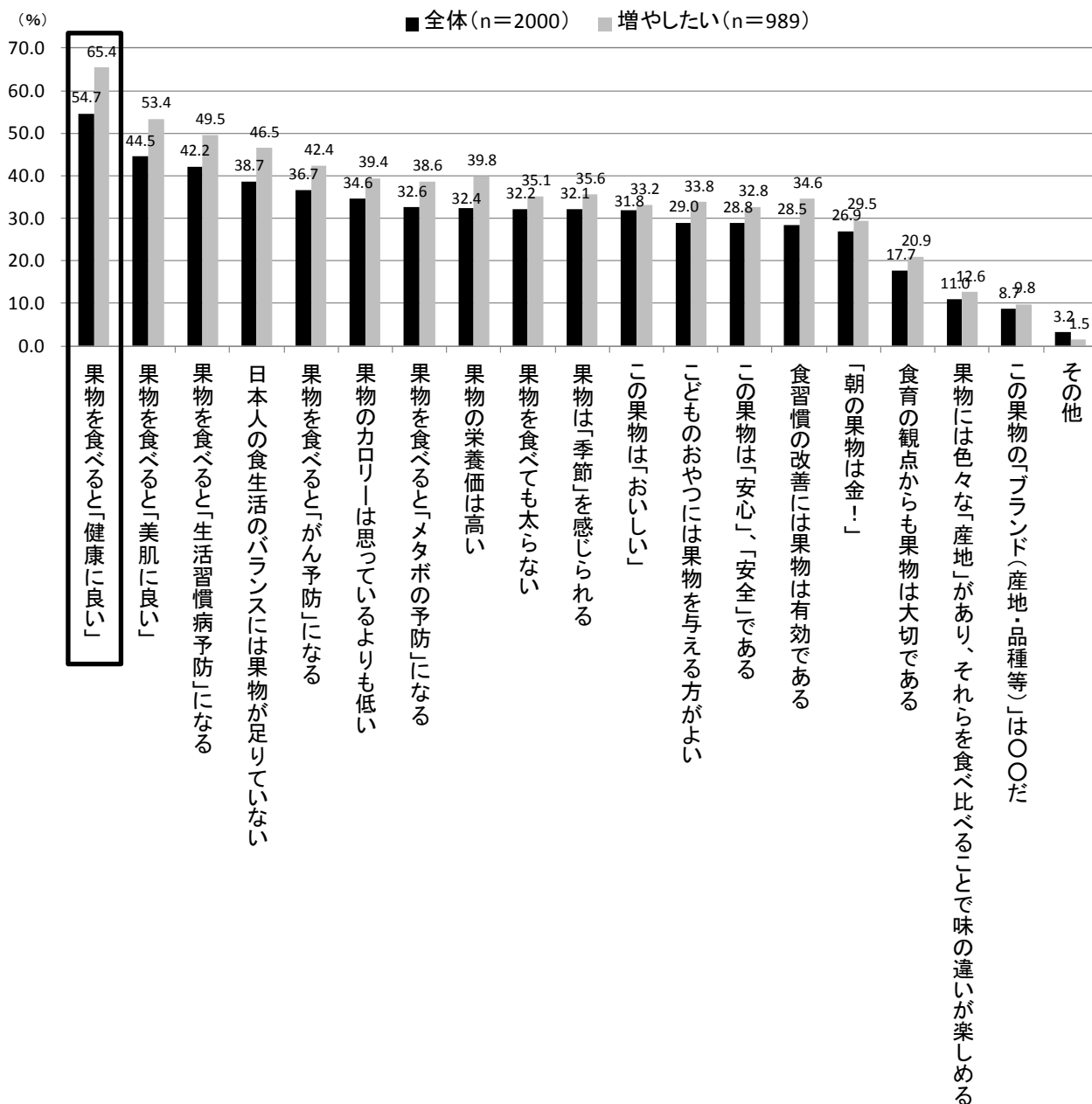
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

④-2 果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法 (全体と摂取量増加意向者)

今後、果物の摂取量を増やしたいと回答した人では…

- ・ 「果物を食べると『健康に良い』」が最も高い。次いで、「果物を食べると『美肌に良い』」「果物を食べると『生活習慣病予防になる』」の順。
- ・ 全ての項目で5ポイント前後全体を上回っている。
- ・ 特に「果物を食べると『健康に良い』」は全体を10.7ポイント上回っている。

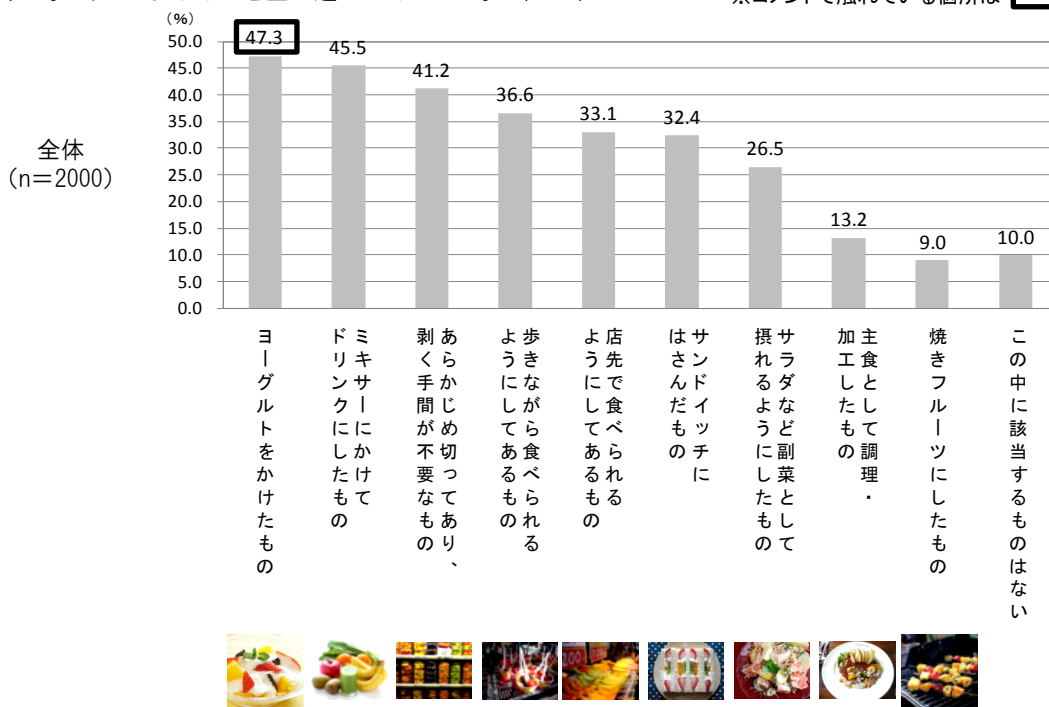
Q27. どのように伝えられれば、今と比べて果物を摂ろうと思う人が増えると思いますか。当てはまるものを全て選んでください。(MA) ※コメントで触れている個所は



⑤-1 果物の摂取意向増進に寄与する摂取方法

- 全体では、「ヨーグルトをかけたもの」が最も高い。次いで「ミキサーにかけてドリンクにしたもの」「あらかじめ切っており、剥く手間が不要なもの」の順。
- 性別では、多くの項目で女性の方が男性より高いが、「この中に該当するものは無い」は男性の方が女性と比べて高い。
- 年代別では、若年層ほど「あらかじめ切っており、剥く手間が不要なもの」「歩きながら食べられるようにしてあるもの」が高く、特に20代は、ともに全体と比べて12ポイント以上高い。反対に「サラダなど副菜として摂れるようにしたもの」は高年層ほど高く、特に60代は全体と比べて10.2ポイント高い。
- 「サラダなど副菜として摂れるようにしたもの」では、摂取量200g以上が全体と比べて約9ポイント高い。

Q28. 以下の中で、あなたが「手に取ってみたい」「食べてみたい」と思う、果物の加工のされ方はどれですか。当てはまるものを全て選んでください。(MA) ※コメントで触れている箇所は



全体		(n=2000)	47.3	45.5	41.2	36.6	33.1	32.4	26.5	13.2	9.0	10.0
性別	男性	(n=1002)	43.3	36.4	34.6	31.4	31.4	24.9	22.6	10.9	7.1	13.2
	女性	(n=998)	51.2	54.5	47.7	41.7	34.7	39.9	30.4	15.4	10.9	6.7
年代	20代	(n=333)	49.2	53.2	54.1	54.7	40.8	37.2	20.1	14.7	15.6	5.7
	30代	(n=450)	49.1	54.0	42.2	41.3	35.6	34.7	20.2	12.4	10.0	6.7
	40代	(n=410)	45.4	45.6	43.7	40.0	35.4	33.2	22.7	12.0	7.1	9.5
	50代	(n=377)	52.0	39.0	39.0	29.2	29.7	28.6	31.8	13.0	5.8	11.4
	60代	(n=430)	41.4	36.0	29.5	20.7	25.1	28.6	36.7	14.0	7.4	15.8
エリア	都市	(n=1200)	46.8	45.1	41.8	37.4	34.8	33.3	26.3	13.1	9.2	8.8
	地方	(n=800)	48.0	46.0	40.1	35.3	30.4	31.0	26.6	13.3	8.8	11.8
摂取量	200g以上	(n=296)	50.0	48.3	36.1	33.1	34.8	33.1	35.8	20.3	11.1	9.5
	100g~200g未満	(n=854)	51.9	48.8	44.0	39.8	37.2	32.8	29.3	13.5	9.5	7.7
	100g未満	(n=654)	45.4	44.6	41.4	36.9	30.6	34.3	22.2	11.2	8.0	8.3

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。

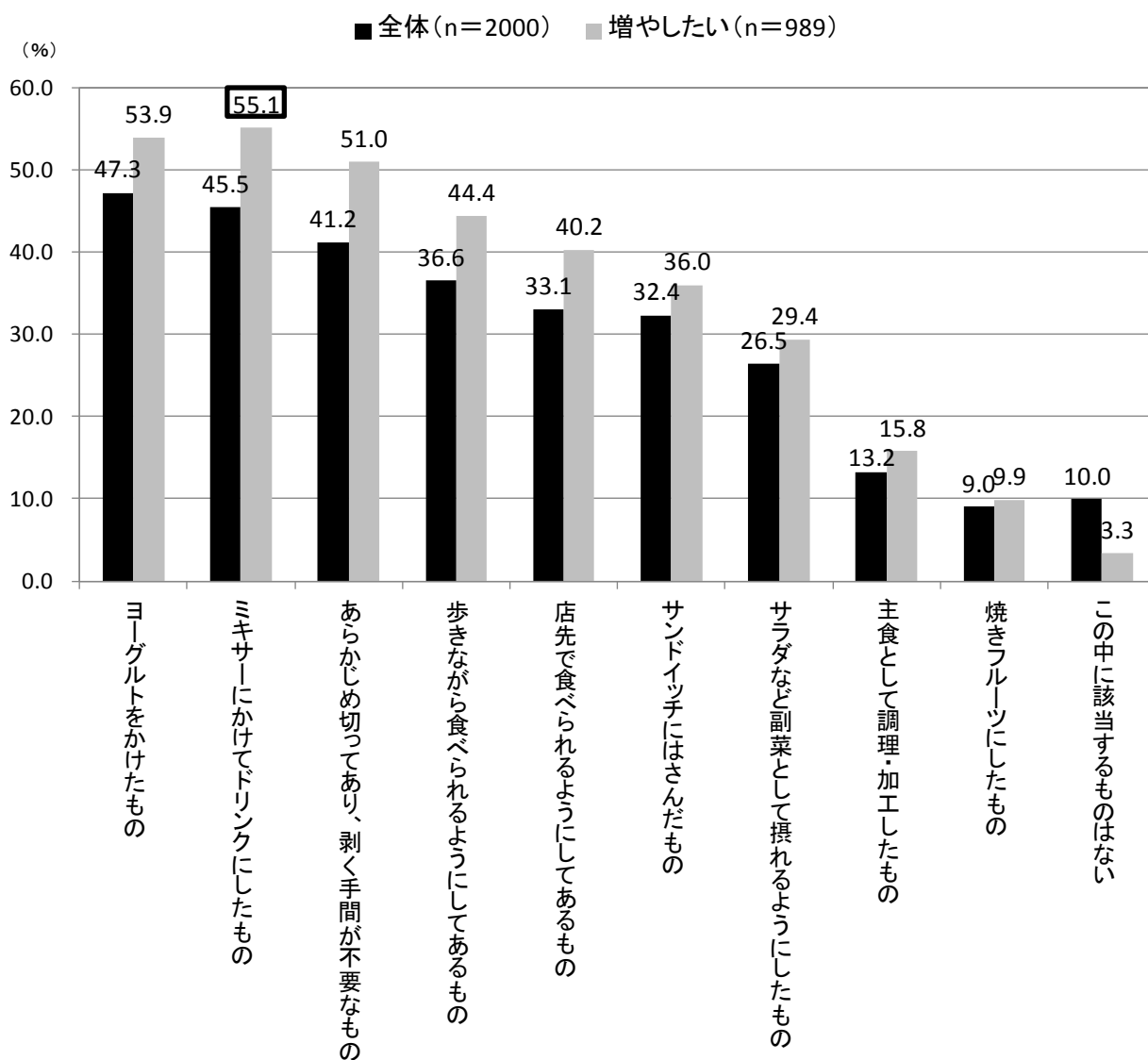
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

⑤-2 果物の摂取意向増進に寄与する摂取方法（全体と摂取量増加意向者）

今後、果物摂取量を「増やしたい」でみると…

- 「ミキサーにかけてドリンクにしたもの」が最も高い。次いで「ヨーグルトにかけたもの」「あらかじめ切っており、剥く手間が不要なもの」の順。
- ほとんど全ての項目で全体と比べて5ポイント前後高い。

Q 2 8. 以下の中で、あなたが「手に取ってみたい」「食べてみたい」と思う、果物の加工のされ方はどれですか。当てはまるものを全て選んでください。（MA） ※コメントで触れている箇所は



(4) 果物の消費を増やすために —— まとめ

- 手軽さ、気軽さ、簡単さのような、手に取りやすさを感じられる若者に向けた果物の呈示の仕方の検討が必要。
 - ある程度習慣化してはいるが、200gは食べきれていない50代60代。食べることの習慣化を守りつつ、量の習慣化を図っていくことが必要。
- ・ 果物の消費を増やすための提供方法で、最もスコアが高いのは「簡単に食べられる」、次いで「割安な」、「農薬をできるだけ使っていない」の順。(p54)
 - ・ 「意識しているが、摂れていない」では、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のスコアが高いのが特徴。(p55)
→極力簡単に食べられる手段を望んでいることが推察される。
 - ・ 果物の消費を増やすための販売方法で、全体では、「袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売」が最も高い。次いで「店頭で試食ができる販売」、「コンビニエンスストアでの販売」の順。(p57)
→中でも年代で大きく分かれたのが、20代におけるコンビニ、60代における産直(宅配)・直売所での販売である。両者とも、全体よりも10ポイント以上高いスコアがついた。また性別では、「コンビニエンスストアでの販売」で、男性の方が女性よりも12.2ポイント高い。(p57)
 - ・ コンビニのイメージは、全体では「スーパーマーケットより価格が高い」、「果物の種類が十分ではない」などのネガティブなイメージ。(p60)
→コンビニでの販売を望んでいる若年層ではあるが、実際には「価格が高い」などの不満を具体的に払拭していくことが必要である。

<果物の摂取意向増進に寄与するアピール方法>

- ・ 「果物を食べると『健康に良い』」が最も高い(55%)。次いで「果物を食べると『美肌』にいい」「果物を食べると『生活習慣病予防』になる」の順。(p64)
→全体的に、スコアが分散化しており、生活者の関心がさまざまであることがわかる。

<果物の摂取意向増進に寄与する摂取方法>

- ・ 「ヨーグルトをかけたもの」が最も高く、約半数。次いで、「ミキサーにかけてドリンクにしたもの」、「予め切っているもの」の順。
→身近に手軽に摂取できるものとしてイメージできるものが上位に。(p67) (調査時呈示資料：p128参照)

(5) 日常のデザートやおやつの購入状況

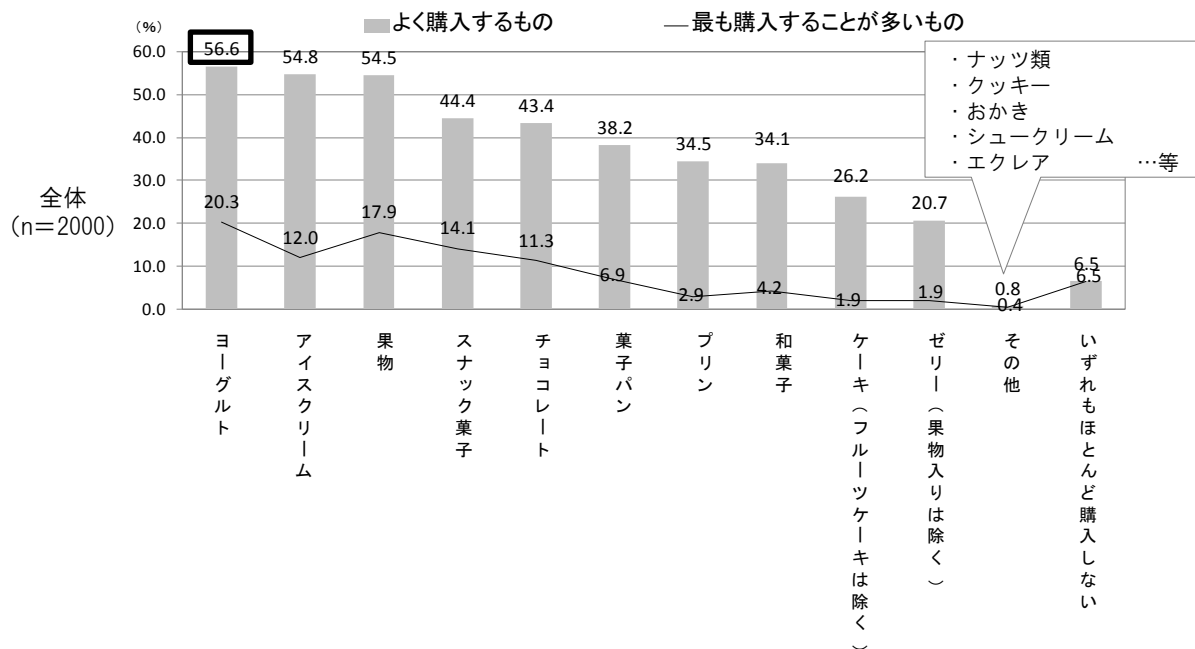
① デザートやおやつとしてよく購入する商品

- 全体では、よく購入するものは「ヨーグルト」が最も高い。次いで「アイスクリーム」「果物」の順。
- 年代別では、「ヨーグルト」「果物」は年代が高くなるにつれて、おおむねスコアも高くなっている。特に「果物」では60代は全体と比べると16.3ポイント高い。
- 摂取量別では、摂取量が多いほど「果物」のスコアが高くなっており、特に摂取量200g以上は全体と比べて19.6ポイント高い。

Q29. 以下にあげる食品で、デザートやおやつとしてよく購入するものはどれですか。(MA)

Q29SQ1. その中で最も購入することが多い。(SA)

※コメントで触れている個所は



最も購入することが多いもののスコア (SA)

(%)

全体		(n=2000)	20.3	12.0	17.9	14.1	11.3	6.9	2.9	4.2	1.9	1.9	0.4	6.5
性別	男性	(n=1002)	18.9	12.4	15.1	15.1	8.9	8.2	3.1	3.1	1.5	2.3	0.5	11.1
	女性	(n=998)	21.6	11.5	20.7	13.1	13.6	5.6	2.7	5.2	2.2	1.5	0.3	1.8
年代	20代	(n=333)	14.7	17.7	8.4	18.6	16.2	7.2	4.5	0.9	1.2	4.5	0.0	6.0
	30代	(n=450)	20.2	12.9	10.9	18.0	12.7	6.4	2.0	4.2	2.0	2.9	0.2	7.6
	40代	(n=410)	19.3	12.4	12.9	16.3	13.9	10.0	3.4	2.0	1.5	0.7	0.5	7.1
	50代	(n=377)	19.4	11.9	21.5	10.9	9.8	6.4	3.4	5.0	3.7	1.1	1.1	5.8
	60代	(n=430)	26.3	6.0	34.2	7.2	4.7	4.7	1.6	7.9	0.9	0.7	0.2	5.6
エリア	都市	(n=1200)	18.8	11.9	19.2	14.1	11.6	6.4	2.7	4.1	2.3	1.8	0.6	6.7
	地方	(n=800)	22.4	12.0	16.0	14.1	10.8	7.6	3.3	4.3	1.3	2.1	0.1	6.1
摂取量	200g以上	(n=296)	19.9	11.1	37.5	6.1	8.1	6.1	1.7	4.1	1.7	1.4	0.3	2.0
	100g~200g未満	(n=854)	21.5	11.9	19.6	12.5	12.6	5.4	2.8	5.6	1.3	2.6	0.5	3.6
	100g未満	(n=654)	21.4	12.7	11.6	19.0	11.0	6.7	3.8	2.8	2.9	1.2	0.3	6.6

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。

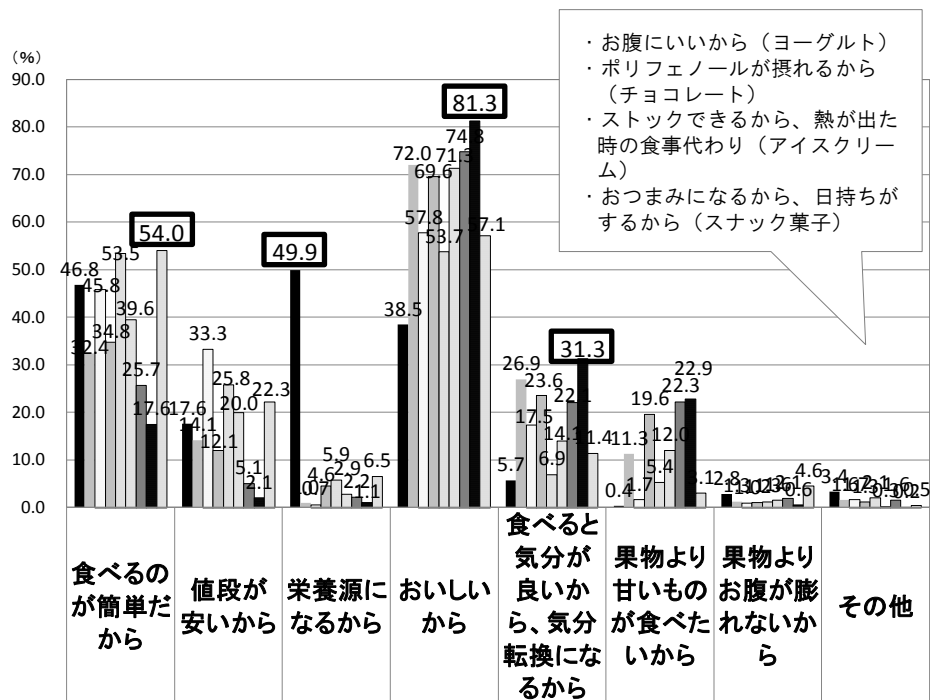
全体と比べて5~10ポイント未満低い。

②デザートやおよつ購入理由（果物以外の商品の種類別）

- ・「おいしいから」では、「ケーキ（フルーツケーキは除く）」が最も高い。次いで「和菓子」「アイスクリーム」の順。
- ・「食べるのが簡単だから」では、「ゼリー（果物入りは除く）」が最も高い。次いで「菓子パン」「ヨーグルト」の順。
- ・「食べると気分が良いから、気分転換になるから」では、「ケーキ（フルーツケーキを除く）」が最も高い。次いで「アイスクリーム」「チョコレート」の順。
- ・「栄養源になるから」では「ヨーグルト」が突出して高い。

Q30. 前問でお答えになった食品を購入する理由は何ですか。それぞれあてはまるものを2つまでお選びください。（MA）

※コメントで触れている個所は



	食べるのが簡単だから	値段が安いから	栄養源になるから	おいしいから	食べると気分が良いから、気分転換になるから	果物より甘いものが食べたいから	果物よりお腹が膨れないから	その他
■ヨーグルト(n=1131)	46.8	17.6	49.9	38.5	5.7	0.4	2.8	3.4
■アイスクリーム(n=1096)	32.4	14.1	1.0	72.0	26.9	11.3	1.3	1.6
□スナック菓子(n=888)	45.8	33.3	0.7	57.8	17.5	1.7	1.0	1.7
■チョコレート(n=868)	34.8	12.1	4.6	69.6	23.6	19.6	1.2	1.3
□菓子パン(n=763)	53.5	25.8	5.9	53.7	6.9	5.4	1.3	2.1
□プリン(n=690)	39.6	20.0	2.9	71.3	14.1	12.0	1.6	0.3
■和菓子(n=682)	25.7	5.1	2.2	74.8	22.1	22.3	2.1	1.6
■ケーキ(フルーツケーキは除く)(n=524)	17.6	2.1	1.1	81.3	31.3	22.9	0.6	0.2
□ゼリー(果物入りは除く)(n=413)	54.0	22.3	6.5	57.1	11.4	3.1	4.6	0.5

※「その他」に関しては、「n=15」とサンプル数が少ないため、分析対象から除外した。

(5) 日常のデザートやおやつ購入状況 —— まとめ

- 果物はデザートやおやつとして食べられている。しかし、年齢層でその割合が異なり、高年齢層は高いが、若年層はそれほど高くない。
- 全体では、よく購入するものは「ヨーグルト」が最も高い。次いで「アイスクリーム」「果物」の順。(p72)
- 特に50代、60代では、デザートやおやつに食べられるものとして「果物」は1位であり、よく食べられている。(p72)
→習慣化されていることで、果物もデザート・おやつとして、上位にあがっている。
- 40代以下では、デザートやおやつとしての「果物」の順位は高くない。(p72)
- 全体的に見て、「おいしい」「手軽に食べられる」ことがおやつには求められていると推察される。(p73)
→果物もこれらの条件を満たすことができれば、おやつとしての需要の拡大も図れると思われる。

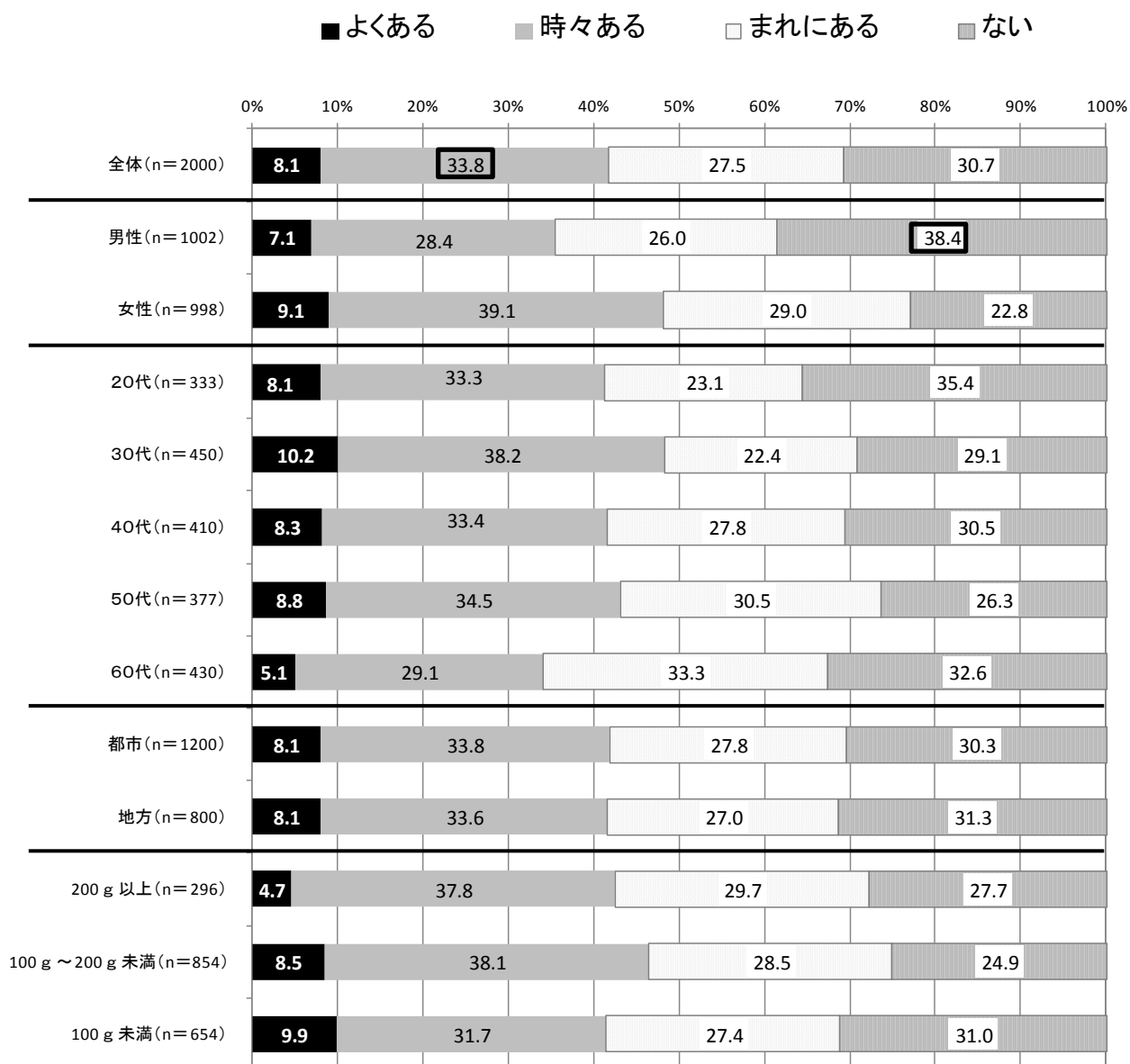
(6) 果物に関する購買行動

① 売り場へ生鮮果物を購入しに行き、別の食品を購入したことがあるか

- 全体では、「時々ある」が最も高い。次いで「ない」「まれにある」の順。
- 性別では、女性の方が男性と比べて別の食品を購入した頻度が高い。
- 「ない」では、男性の方が女性と比べて15.6ポイント高い。

Q 3 1. あなたは生鮮果実を買う目的で売り場に行ったが、生鮮果実を買わずに他の食品を買った経験がありますか。(S A)

※コメントで触れている個所は

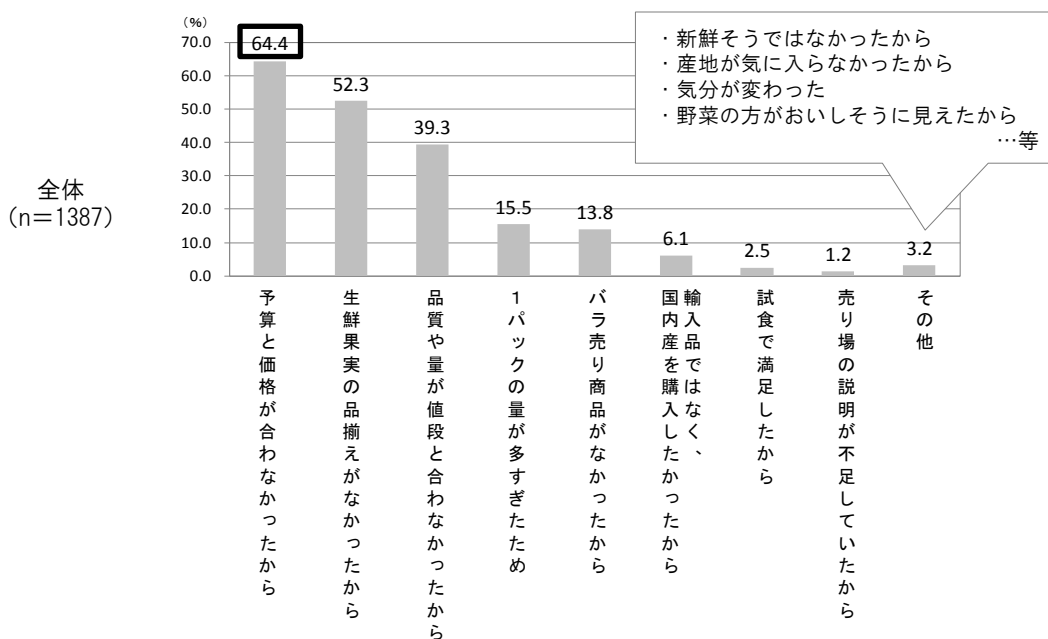


②果物を購入しなかった理由

- 全体では、「予算と価格が合わなかったから」が最も高い。次いで「生鮮果実の品揃えがなかったから」「品質や量が値段と合わなかったから」の順。
- 性別では、女性の方が男性より「予算と価格が合わなかったから」が13.2ポイント高い。
- 年代別では、「品質や量が値段と合わなかったから」が年代が上がっていくにつれて高くなっている。
- 摂取量別では、摂取量が多いほど「生鮮果実の品揃えがなかったから」のスコアが高く、特に摂取量200g以上は全体と比べて14.5ポイント高い。

Q32. (Q31で1~3を選んだ方へ) 前問で「生鮮果実を買う目的で売り場に行ったが、生鮮果実を買わずに他の食品を買った経験が【Q31の選択内容】」とお答えになりましたが、そのような行動をとった理由はなんですか。(MA)

※コメントで触れている個所は



全体		(n=1387)	64.4	52.3	39.3	15.5	13.8	6.1	2.5	1.2	3.2
性別	男性	(n=617)	57.1	51.4	34.8	13.8	15.1	3.7	3.7	1.3	3.2
	女性	(n=770)	70.3	53.1	42.9	16.9	12.9	8.1	1.4	1.2	3.1
年代	20代	(n=215)	61.9	40.9	32.1	15.8	14.9	4.2	4.2	2.8	3.3
	30代	(n=319)	69.6	48.6	32.9	13.2	10.3	4.1	3.1	1.3	4.1
	40代	(n=285)	67.7	58.2	38.6	16.8	13.0	7.7	1.8	0.4	3.2
	50代	(n=278)	65.1	52.9	45.3	13.7	14.0	6.8	1.1	0.7	2.5
	60代	(n=290)	56.6	58.6	46.6	18.3	17.6	7.6	2.4	1.4	2.8
エリア	都市	(n=837)	63.8	52.9	40.7	14.9	12.2	6.6	2.0	1.1	3.1
	地方	(n=550)	65.3	51.5	37.1	16.4	16.4	5.5	3.1	1.5	3.3
摂取量	200g以上	(n=214)	57.0	66.8	44.9	13.6	13.6	8.9	2.3	2.3	3.3
	100g~200g未満	(n=641)	63.0	55.4	39.5	14.7	13.1	6.6	2.2	0.9	2.3
	100g未満	(n=451)	70.7	45.9	39.2	16.4	13.7	4.9	2.4	1.1	4.0

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

(6) 果物に関する購買行動 —— まとめ

- 果物は必ず買うべきものにはなっていない。毎日の食品としての位置づけを明確にしていくことが必要。
- 売り場に行って、果物を購入しなかった理由は、「予算と価格が合わなかったから」が最も高く約65%。次いで、「生鮮果実の品揃えがなかったから」、「品質や量が値段と合わなかったから」の順。(p77)
→販売方法の改善や、果物の購買のされ方の意識を変えることが必要。
 - ① 果物は毎日の食生活にとって必要なモノ
 - ② 果物は生鮮だけでなく果物加工品もある。今や選択肢は非常に豊富
 - ③ 自分だけの定番果物を見つけよう

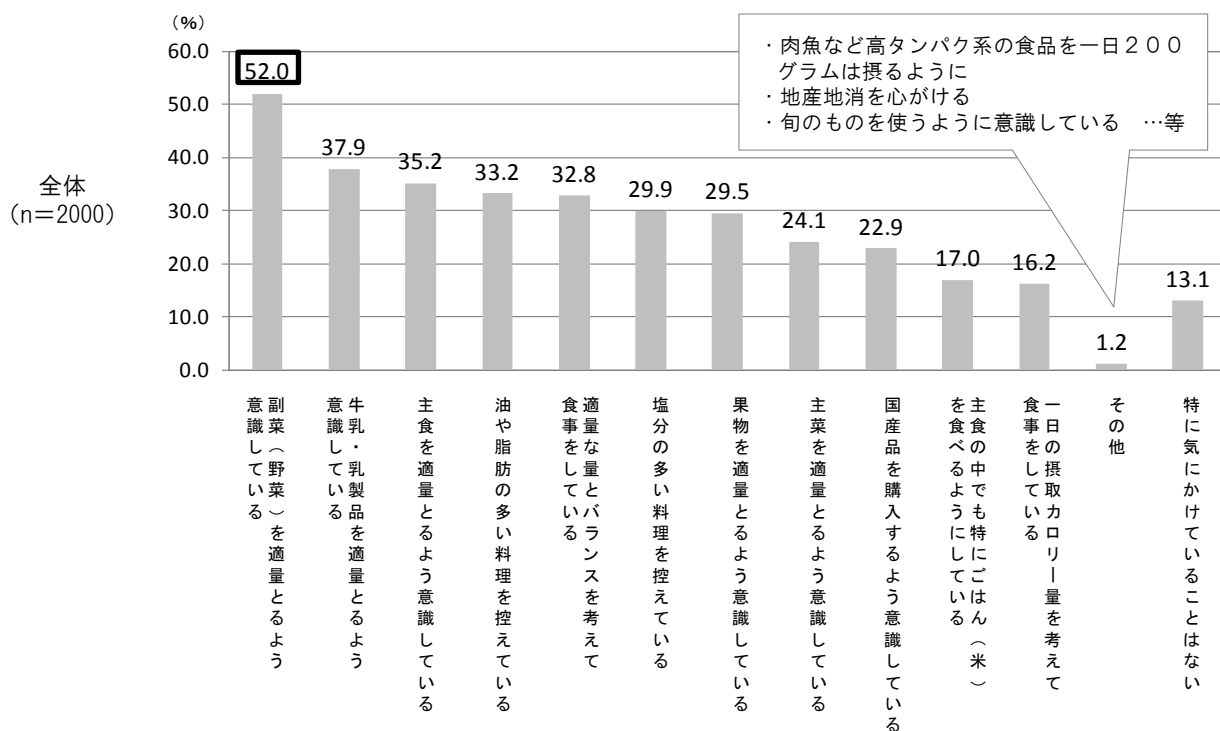
(7) 現在の食生活・生活について

①食生活・食品の購買行動における留意点

- 全体では、「副菜（野菜）を適量とるよう意識している」が最も高い。次いで「牛乳・乳製品を適量とるよう意識している」「主食を適量とるよう意識している」の順。
- 性別では、「主食を適量とるよう意識している」「特に気にかけていることはない」を除く全ての項目で、女性の方が男性より高い。
- 年代別では、多くの項目で高年層ほど高いが、「主食の中でも特にごはん（米）を食べるようにしている」は若年層の方が高い。
- 摂取量別では、摂取量200g以上は多くの項目で全体よりも高く、食事内容に関して意識が高いと推察される。

Q33. あなたは、日頃の食生活や食品の購買行動で下記のことを気にかけていますか。（MA）

※コメントで触れている個所は



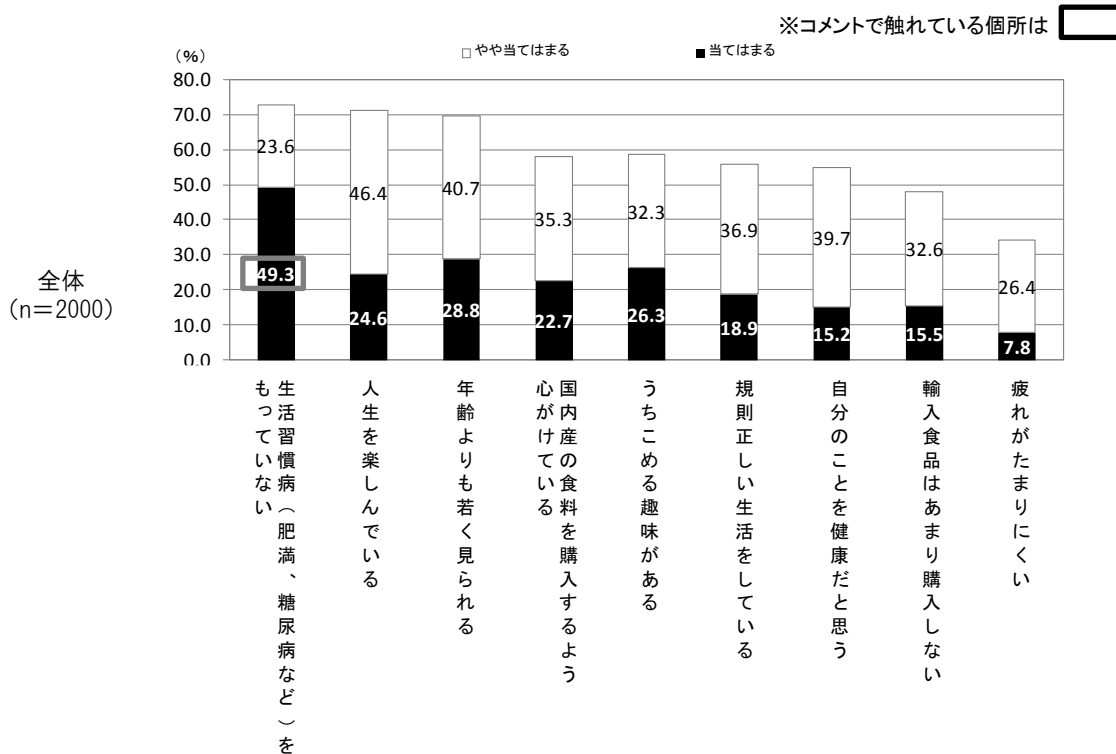
全体		(n=2000)	52.0	37.9	35.2	33.2	32.8	29.9	29.5	24.1	22.9	17.0	16.2	1.2	13.1
性別	男性	(n=1002)	40.9	29.3	35.3	25.1	21.9	22.1	22.9	18.6	13.2	16.8	13.7	0.9	19.6
	女性	(n=998)	63.1	46.4	35.1	41.3	43.8	37.8	36.2	29.6	32.6	17.2	18.7	1.5	6.5
年代	20代	(n=333)	40.5	30.9	35.4	23.4	20.4	18.3	20.4	22.8	13.2	25.2	13.8	0.6	17.1
	30代	(n=450)	49.1	29.3	33.8	29.3	27.8	24.7	21.1	22.4	16.7	17.8	15.6	1.8	15.3
	40代	(n=410)	52.4	34.6	34.4	32.0	32.4	25.4	27.1	23.9	24.6	14.1	13.4	1.5	15.1
	50代	(n=377)	53.6	41.4	30.0	36.3	33.4	35.3	28.9	21.5	26.0	13.0	15.6	1.3	12.7
	60代	(n=430)	62.1	52.1	41.9	43.3	47.4	44.0	48.1	29.1	32.3	16.0	21.9	0.7	5.8
エリア	都市	(n=1200)	53.3	38.1	35.9	34.2	32.7	30.0	30.6	24.8	22.3	16.5	16.3	1.3	13.1
	地方	(n=800)	50.0	37.5	34.1	31.8	33.0	29.8	27.9	22.9	23.6	17.8	16.0	1.1	13.0
摂取量	200g以上	(n=296)	63.5	50.7	40.9	41.2	39.9	40.5	51.4	31.4	35.1	15.9	22.0	1.7	4.4
	100g~200g未満	(n=854)	57.0	42.5	38.8	37.8	37.1	31.3	37.1	25.8	24.0	16.6	16.4	1.4	9.0
	100g未満	(n=654)	46.8	31.7	31.3	28.9	29.1	27.7	18.0	22.6	20.0	19.1	15.1	0.9	14.5

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。

②-1 自身の健康・生活への充足感についての印象

- 全体では、「生活習慣病（肥満、糖尿病など）をもっていない」「年齢よりも若く見られる」「うちこめる趣味がある」の順で「当てはまる」が高い。
- 性別では、「うちこめる趣味がある」「疲れがたまりにくい」を除いたすべての項目で女性の方が男性よりも高く、特に「生活習慣病をもっていない」では女性が男性を23.2ポイント上回っている。
- 「国内産の食料を購入するよう心がけている」では、女性、60代、摂取量200g以上のスコアが高く、特に摂取量200g以上は全体と比べて12.4ポイント高い。

Q34. あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えてください。（SA）



あてはまるスコア

		全体 (n=2000)	49.3	24.6	28.8	22.7	26.3	18.9	15.2	15.5	7.8
性別	男性 (n=1002)	37.7	23.1	24.0	16.7	27.7	16.0	11.3	13.7	8.0	
	女性 (n=998)	60.9	26.2	33.7	28.7	24.8	21.7	19.1	17.2	7.6	
年代	20代 (n=333)	61.6	27.3	26.7	17.1	27.6	13.5	21.3	11.7	5.1	
	30代 (n=450)	55.3	21.3	29.3	20.9	24.0	16.2	13.8	14.4	5.1	
	40代 (n=410)	45.4	19.8	30.7	22.7	25.6	12.7	12.9	15.1	9.5	
	50代 (n=377)	41.1	24.4	30.2	19.9	21.5	19.4	11.7	16.4	7.4	
	60代 (n=430)	44.4	30.7	26.7	31.2	32.6	31.2	17.2	18.8	11.4	
エリア	都市 (n=1200)	50.8	25.0	28.3	22.1	26.4	19.1	15.9	14.3	7.3	
	地方 (n=800)	47.1	24.0	29.5	23.5	26.1	18.5	14.1	17.1	8.5	
摂取量	200g以上 (n=296)	49.3	34.5	34.1	35.1	34.8	25.0	18.9	19.9	10.1	
	100g~200g未満 (n=854)	50.8	24.4	30.3	22.1	26.2	19.2	16.0	14.6	7.0	
	100g未満 (n=654)	49.1	22.9	25.4	20.0	24.2	17.7	13.9	15.3	7.8	

全体と比べて10ポイント以上高い。

全体と比べて5~10ポイント未満高い。

全体と比べて10ポイント以上低い。

全体と比べて5~10ポイント未満低い。

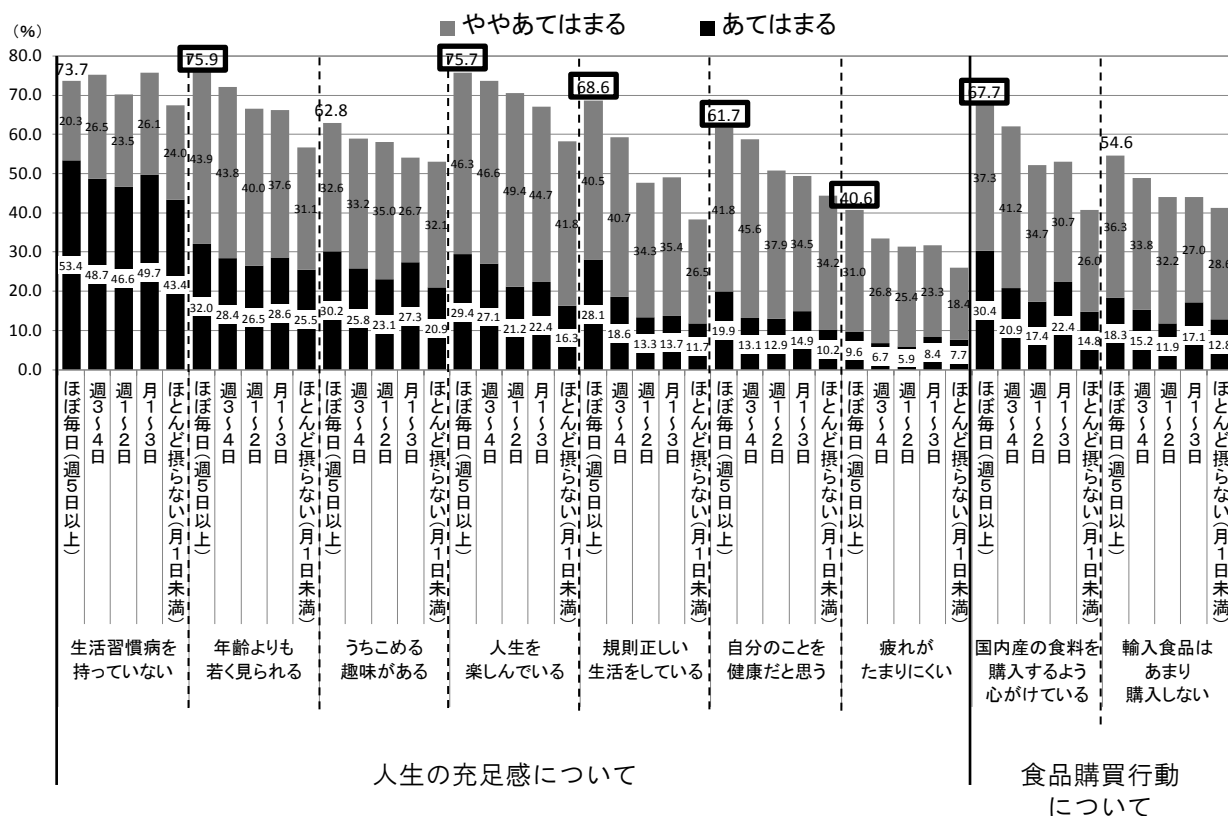
②-2 自身の健康・生活への充足感についての印象（摂取頻度別）

果物の摂取頻度別にみると…

- 「年齢よりも若く見られる」「人生を楽しんでいる」「規則正しい生活をしている」「自分のことを健康だと思う」「国内産の食料を購入するよう心がけている」では、「ほぼ毎日（週5日以上）」が「ほとんど摂らない（月1日未満）」を17ポイント以上、「疲れがたまりにくい」も14ポイント以上上回っている。

Q34. あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えてください。（SA）

※コメントで触れている箇所は



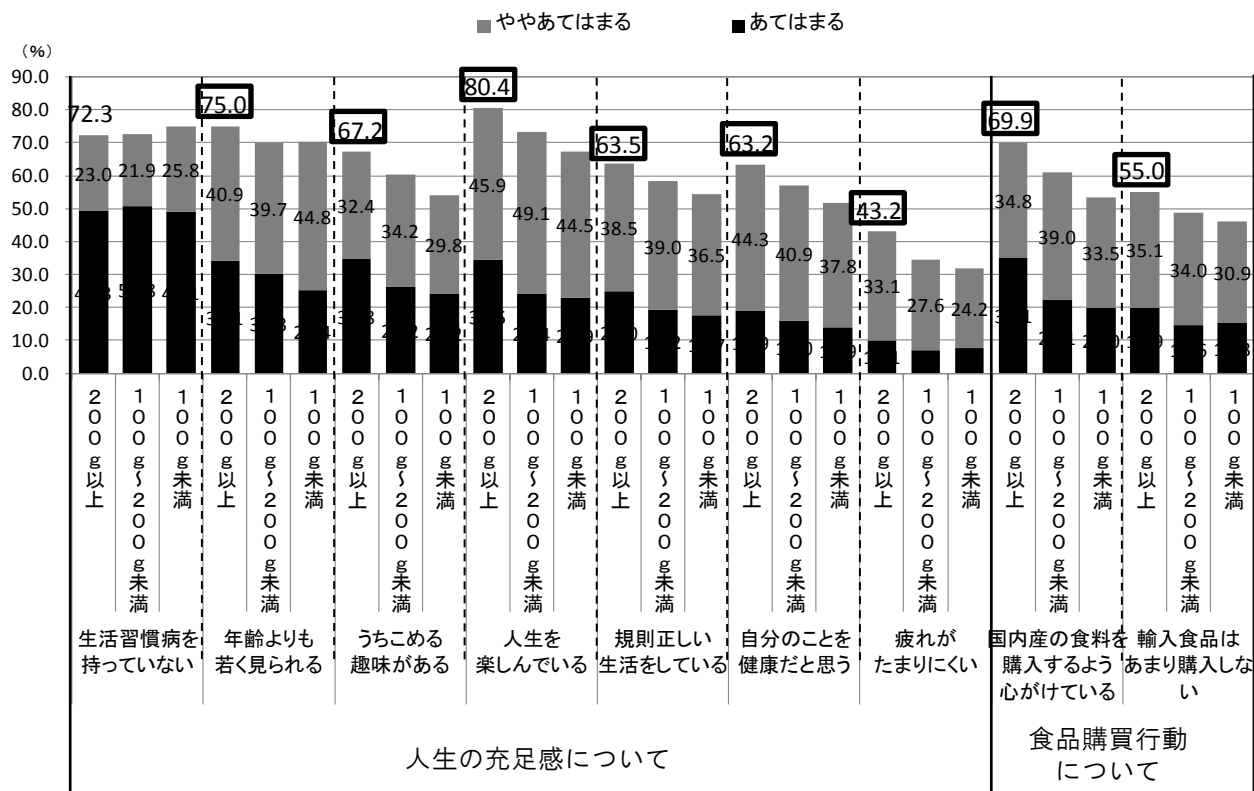
②-3 自身の健康・生活への充足感についての印象（摂取量別）

果物の摂取量別にみると…

- ・ 「生活習慣病を持っていない」を除く全ての項目で、果物摂取量が下がるにつれてスコアも低くなる傾向にある。
- ・ 特に「うちこめる趣味がある」「人生を楽しんでいる」「自分のことを健康だと思う」「疲れがたまりにくい」「国内産の食料を購入するよう心がけている」では、「200g以上」の方が「100g未満」と比べて11ポイント以上高い。

Q34. あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えてください。（SA）

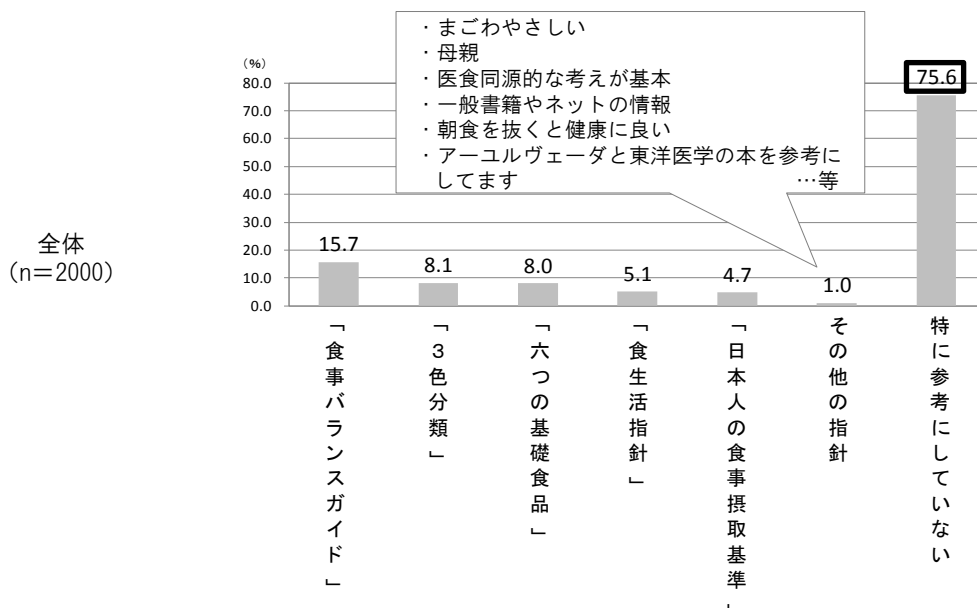
※コメントで触れている箇所は



③健康な食生活を実践するために参考にしている指針等

- 全体では、「特に参考にしていない」が突出して高い。次いで「食事バランスガイド」「3色分類」の順。
- 摂取量200g以上は、「特に参考にしていない」を除く全ての項目で全体を上回っており、特に「食事バランスガイド」は全体を10ポイント上回っている。

Q35. あなたは、日頃の健全な食生活を実践するため、どのような指針等を参考にしていますか。下記から3つまで選んでください。(MA) ※コメントで触れている箇所は



全体		(n=2000)	15.7	8.1	8.0	5.1	4.7	1.0	75.6
性別	男性	(n=1002)	12.0	5.3	5.4	5.1	4.1	0.7	80.9
	女性	(n=998)	19.4	10.8	10.6	5.1	5.3	1.2	70.1
年代	20代	(n=333)	11.4	6.9	8.1	6.3	4.8	0.6	78.7
	30代	(n=450)	15.3	5.1	6.4	5.1	4.0	1.1	76.4
	40代	(n=410)	13.9	8.8	6.1	3.7	3.7	0.2	78.0
	50代	(n=377)	12.5	8.0	6.6	4.5	4.2	0.8	78.2
	60代	(n=430)	24.0	11.4	12.6	6.0	6.7	1.9	67.4
エリア	都市	(n=1200)	15.4	8.2	7.0	4.8	3.9	1.1	75.8
	地方	(n=800)	16.1	7.9	9.5	5.6	5.9	0.8	75.3
摂取量	200g以上	(n=296)	25.7	15.2	14.5	9.1	5.1	1.7	62.2
	100g~200g未満	(n=854)	18.9	8.4	9.5	5.2	5.9	0.5	73.1
	100g未満	(n=654)	9.9	6.1	4.7	3.7	3.8	1.2	81.8

全体と比べて10ポイント以上高い。
全体と比べて10ポイント以上低い。

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

(7) 現在の食生活・生活について —— まとめ

● 果物と健康・生活への充足感との相関関係は高い。

- 果物200gを摂取できている対象者は、以下のような傾向がある。(p83)
 - ① 人生を楽しんでいる(80.4%:果物摂取「100g未満」と比較して+13ポイント)
 - ② 年齢よりも若く見える(75.0%:果物摂取「100g未満」と比較して+4.8ポイント)
 - ③ うちこめる趣味がある(67.2%:果物摂取「100g未満」と比較して+13.2ポイント)
 - ④ 自分のことを健康だと思う(63.2%:果物摂取「100g未満」と比較して+11.5ポイント)
 - ⑤ 疲れがたまりにくい(43.2%:果物摂取「100g未満」と比較して+11.2ポイント)

→総合すると、日常の生活が充実できている人、疲れにくく健康を自覚している人と思われる。結果的に、年齢よりも若く見られている。

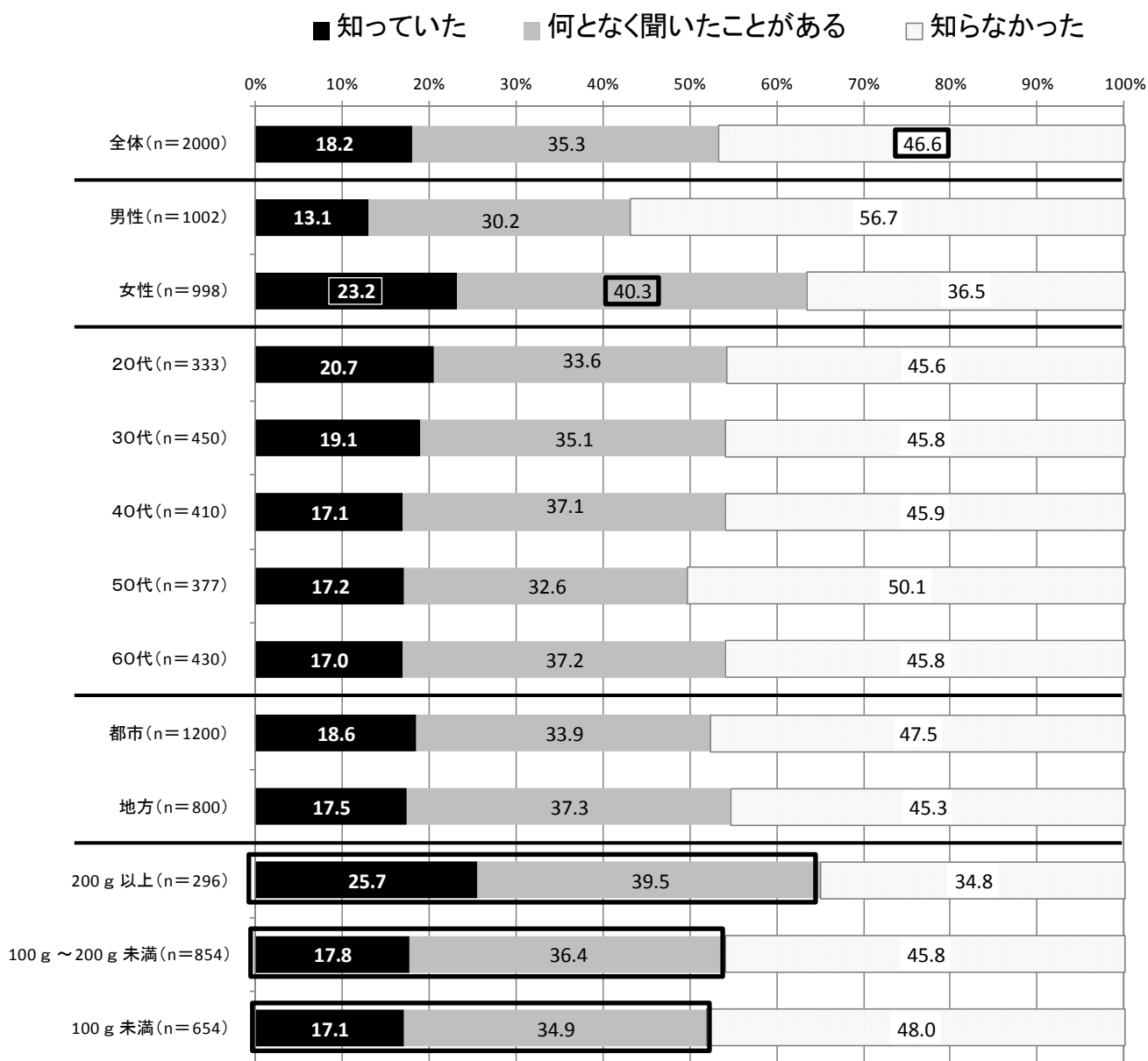
(8) 「毎日くだもの200グラム運動」について

①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

- 全体では、「知らなかった」が最も高い。次いで「何となく聞いたことがある」「知っていた」の順。
- 性別では、女性の方が男性と比べて「知っていた」「何となく知っていた」が高い。
- 摂取量別では、摂取量が多くなるほど認知度も高くなっている。

Q36. 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2つ（概ね200g）摂ることを勧めています。ご存知でしたか。（SA）

※コメントで触れている個所は

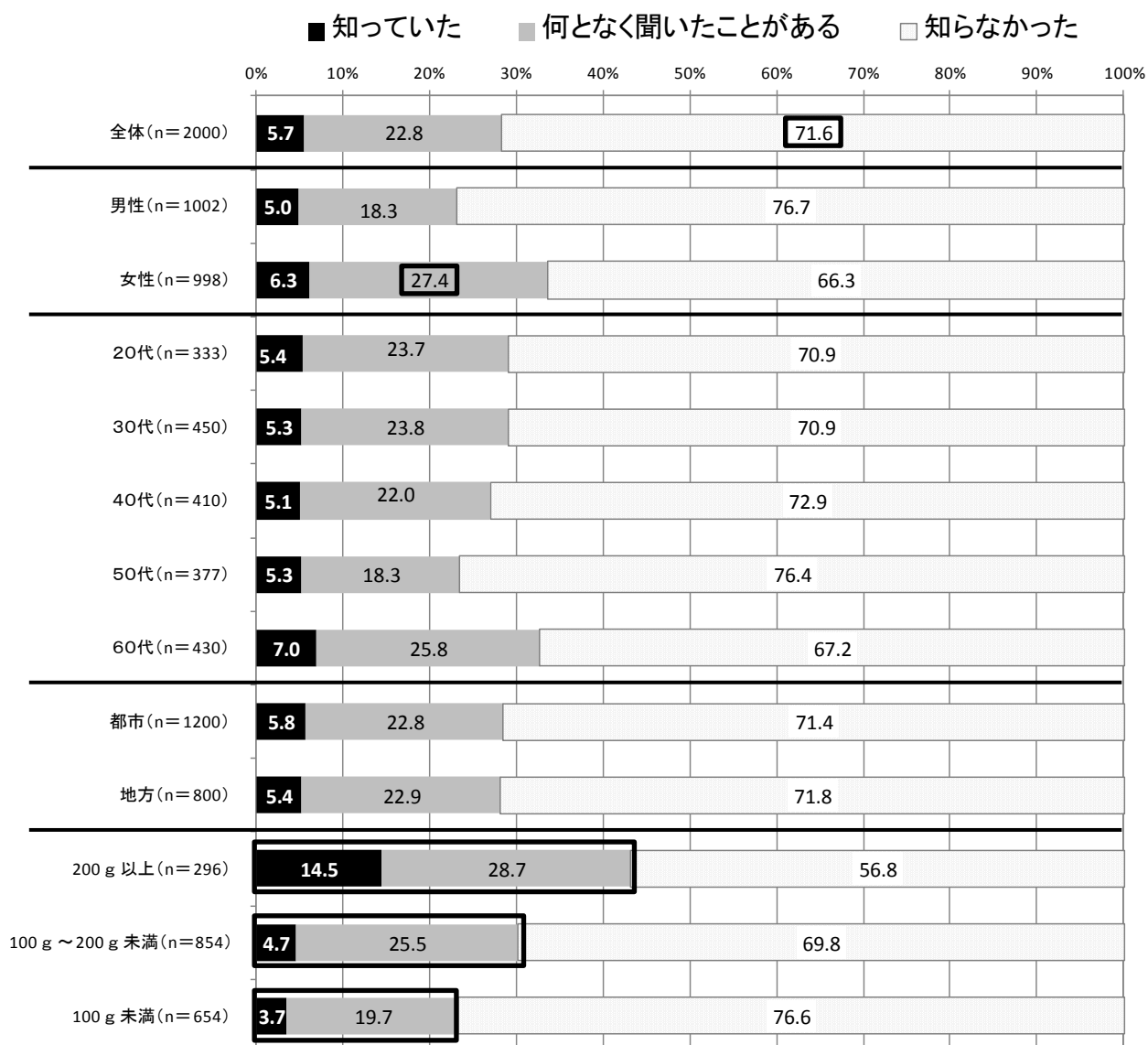


② 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知

- 全体では、「知らなかった」が最も高い。次いで「何となく聞いたことがある」「知っていた」の順。
- 性別では、女性の方が男性と比べて「何となく聞いたことがある」が約9ポイント高い。
- 摂取量別では、摂取量が多くなるほど認知度が高くなっている。

Q37. 「毎日くだもの200グラム！」という標語をご存じでしたか。(SA)

※コメントで触れている個所は

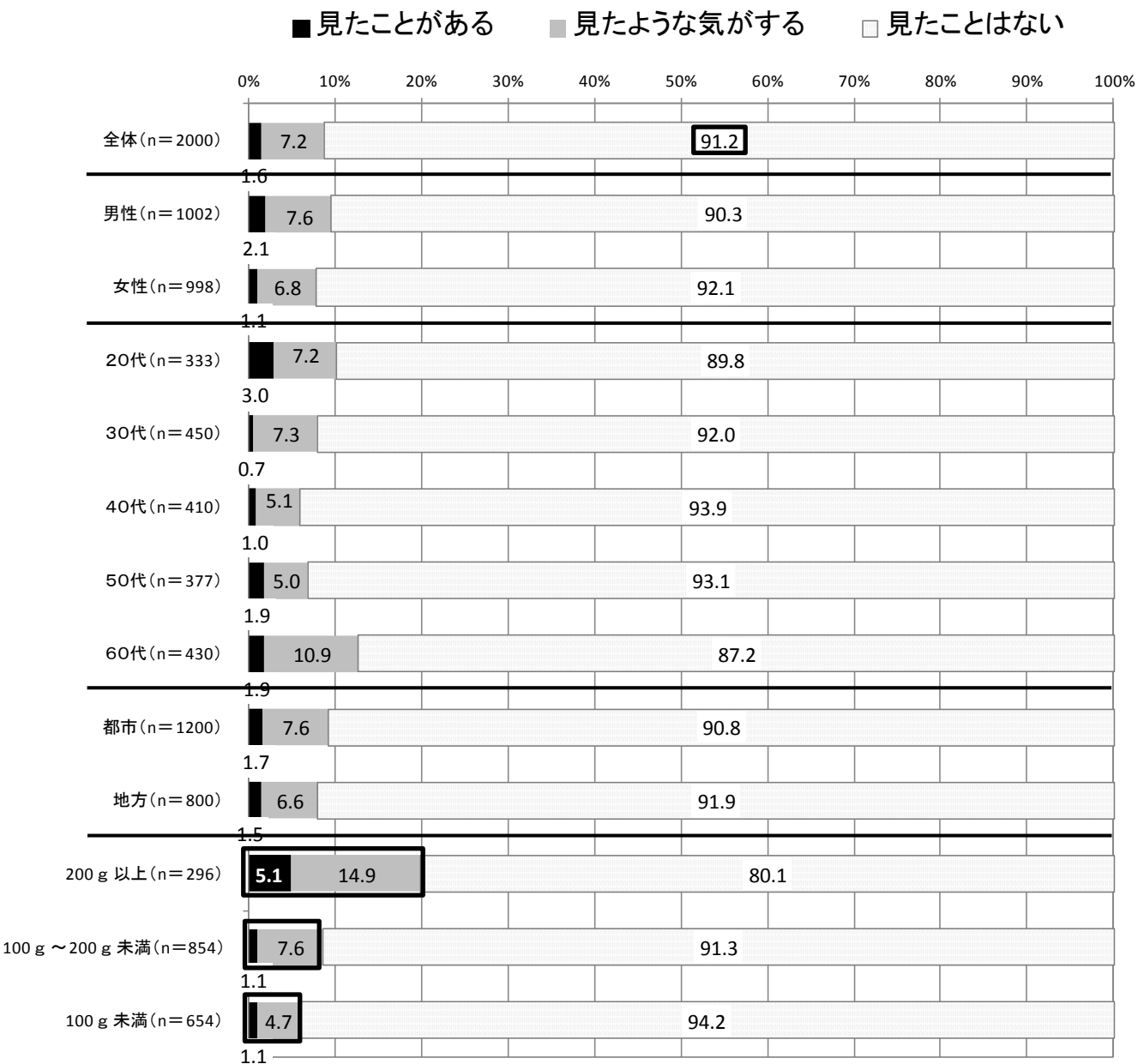


③ ロゴマークの認知

- 全体では、「見たことはない」が突出して高い。次いで「見たような気がする」「見たことがある」の順。
- 摂取量別では、摂取量が多くなるほど、認知度が高くなっている。

Q38. 「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク（上記）を見たことがありますか。（SA）

※コメントで触れている個所は



(8) 「毎日くだもの200グラム運動」について—— まとめ

- 認知度は未だ低く、情報発信により、認知度や理解を広める余地は多い。
- 全体では活動を知らなかったという回答が47%。(p88)
- 毎日くだもの200グラム!の標語認知は、「知っていた」「何となく聞いたことがある」で約3割。(p89)
- ロゴマークの認知は、約1割。(p90)

【果物摂取を達成できている人】

果物を摂取できている人は、そうでない人に比べて「疲れがたまりにくい」「自分のことを健康だと思う」「年齢よりも若く見られる」などの項目で「あてはまる」「ややあてはまる」の合計スコアが高く、健康と果物摂取には関連性があると推察される。

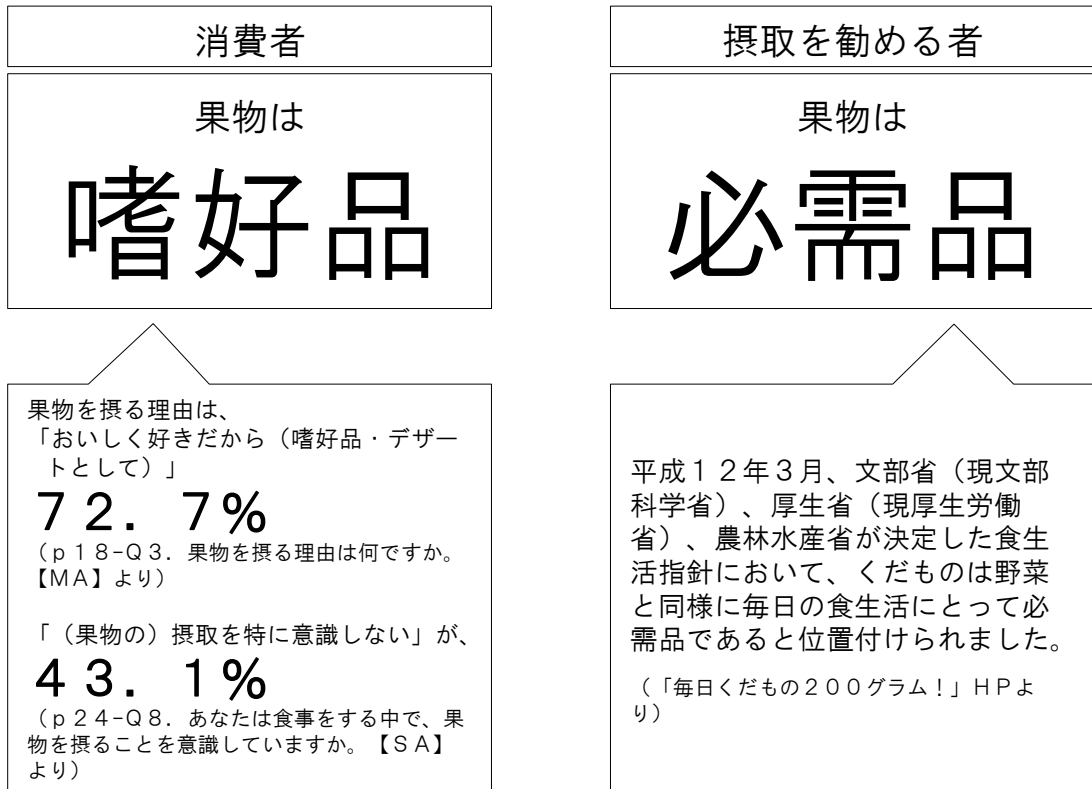
参照としたスコア（「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計）は以下の通り。

- 果物を毎日摂取している人…
 - ・ 「疲れがたまりにくい」：40.6%（「ほとんど摂らない」と比較して+14.5ポイント）
 - ・ 「自分のことを健康だと思う」：61.7%（「ほとんど摂らない」と比較して+17.3ポイント）
 - ・ 「年齢よりも若く見られる」：75.9%（「ほとんど摂らない」と比較して+19.3ポイント）
（p 82-Q34. あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えてください。【SA】）

- 果物を一日平均あたり200g以上摂取している人…
 - ・ 「疲れがたまりにくい」：43.2%（「100g未満」と比較して+11.2ポイント）
 - ・ 「自分のことを健康だと思う」：63.2%（「100g未満」と比較して+11.5ポイント）
 - ・ 「年齢よりも若く見られる」：75.0%（「100g未満」と比較して+4.8ポイント）
（p 83-Q34. あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えてください。【SA】）

【果物の捉えられ方について】

今回の調査から明らかになった消費者の果物の捉え方と、摂取を勧める者による果物の捉え方を見ていきたい。両者には以下のような相違がある。



果物は野菜と同様に食生活において必需品であるにも関わらず、必ずしも消費者の間ではそのような捉え方はされていない。「摂っても摂らなくてもよい嗜好品」のポジションにある。そのため、積極的には購入に至っていない層では、

- 日持ちがせず買い置きができないから。(41.5%)
- 他の食品に比べて値段が高いから。(37.2%)
- 食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから。(30.7%)
- 他に食べる食品があるから。(30.3%)

(p19-Q4. 果物を(毎日)は摂らない理由はなんですか。【MA】より)

などの理由で毎日摂られていない。本来は「毎日食べなくてはならないもの」であるにも関わらず「他の食品」と比べられたり、「手間がかかる」ので食べなくてよいものとされている。また、「特に意識はしていない/摂れていない」が全体で43.1%、男性では49.2%、20代では50.8%(p24)から、果物摂取を特に意識しない嗜好品と捉える層が4割以上、若者や男性ではさらに多い。

果物を

➔ **食生活必需品**

のポジションに押し上げる必要がある。

3. 調査のまとめ

一方で、消費者の間には「果物を摂らなければならない」という意識も高く見られる。

果物摂取についての意識に関する設問では、

- 意識していて、摂れている。(24.3%)
- 意識しているが、摂れていない。(32.6%)

と、計56.9%の回答者が「果物を摂ろう/摂らなければならない」と考えていると推察される。

(p24-Q8. あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。【SA】より)

また、その理由としては、

- 健康によいから。(86.8%)

(p51-Q23. 今後果物を食べる量を増やしたいと思う理由は何ですか。【MA】より)

が最も多く挙げられている。

また果物を摂る人が増えると思うアピール方法に関する設問においても、

- 果物を食べると『健康に良い』。(54.7%)

(p64-Q27. どのように伝えられれば、今と比べて果物を摂ろうと思う人が増えると思いますか。【MA】より)
が最も高く挙げられている。

消費者の中には

➡ **果物は健康のためにも摂らなければならないもの**
という潜在的な理解はある。

以上を踏まえ、果物を「嗜好品」から「食生活必需品」のポジションに押し上げるためには

**しっかり摂らなければ「いけない」ものとして
果物の価値を提示していく必要がある。**



ヒトのカラダの1/10は、果物が支える。

人の身体には果物が必要です。



※「食事バランスガイド」では、一日に摂らなければならない食事量は「17つ～22つ」。果物はその内の「2つ」です。

【消費者へのアプローチ方法について】

果物を消費者の中で「嗜好品」から「食生活必需品」にしていくにあたって、一日当たり果物が200g必要であることは、あまり知られていない。

国が果物の「200g/日」摂取を推奨していることを知っているかという設問では、

- 知っている。(18.2%)
- 知らなかった。(46.6%)

という結果になっている。

(p88-Q36. 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2つ(概ね200g)摂ることを勧めていますが、ご存知でしたか。【SA】)

果物への認識を「嗜好品」から「食生活必需品」へ変えるスローガン



「野菜は必需品。実は、果物も。」

—1日に必要な野菜は350g・果物は200gです。知っていましたか?—

などを消費者に投げかけていくことが重要である。

また、今回の調査では、年代別での分析軸で各項目それぞれに特徴がでており、若年層と高年層では果物への接し方が大きく違うことが分かった。

ライフステージが異なれば、食事のシーンや摂取の仕方も全く異なっている。全ての消費者に同じ投げかけをするのではなく、それぞれの層に合った投げかけが必要である。

若年層（20代）に対して

[若年層（20代）に対して]

<若年層（20代）の特徴>

- 果物摂取を特に意識はしていない/摂れていない。（50.8%：全体+7.7ポイント）
（p24-Q8. あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。【SA】）
- 今後、果物の摂取を増やしたい。（60.1%：全体+10.6ポイント）
（p50-Q22. あなたは今後、果物を摂る量を増やしたいと思いませんか。【SA】）
- 果物は値段が高いので、たくさん摂取できない。（33.1%：全体+5.8ポイント）
- 果物は皮をむくなど手間がかかるので、摂取できない。（14.1%：全体+6.4ポイント）
（p23-Q7. 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。【SA】）
- タッチポイントはコンビニエンスストア。（45.3%：全体+15.1ポイント）
（p38-Q14. あなたはどの場所で果物加工品を購入する（食べる）ことが多いですか。【MA】）
- 果物の摂取機会はおやつ時。（24.1%：全体+5.3ポイント）
（p17-Q2. 果物を摂るのはいつが多いですか。【SA】）

<ポイント>

摂取量は低いものの、「果物は摂らなくてはいけない」と思っている。だが、「値段」や「手間」などがハードルとなり、普段からなかなか食べる機会を作れていない。

<アプローチ方法>

果物は意外と摂りやすい。

→若年層には、いきなり「果物を1日200g摂るべきである」というアプローチではなく、身の回りにあるドリンク、お菓子、ヨーグルト等の果物加工品から摂り入れていくようアプローチすることも肝要である。

<コンセプト>

果物を選ぼう！！

→果物を「食べよう！！」ではなく、「選ぼう！！」。お菓子やドリンクを選ぶ際、果物の入ったものを、自身の身体のため、身近なところから積極的に選ぶよう促していく。

中年層（30代～50代）に対して

[中年層（30代～50代）に対して]

<中年層（30代～50代）の各項目における特徴>

- 果物の摂取を特に意識はしていない/摂れていない。（42.9%：全体-0.2ポイント）
（p106-Q8. あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。【SA】）
- 今後、果物摂取量を「増やしたい」と「特に変えようと思わない」は同程度。（それぞれ、51.4%、48.3%）
（p109-Q22. あなたは今後、果物を摂る量を増やしたいと思いますか。【SA】）
- 果物は値段が高く食費に余裕がない。（30.0%：全体+2.7ポイント）
（p105-Q7. 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。【SA】）
- 果物を摂る理由は「おいしく好きだから」（41.4%：全体-1.8ポイント）。次いで、「健康に良いから」（25.4%：全体+1.4ポイント）。
（p104-Q3. 果物を摂る理由は何ですか。【SA】）
- 果物おいしい。（78.6%：全体-1.5%）
（p107-Q11. あなたは果物にどのようなイメージがありますか。【MA】）
- タッチポイントはスーパーマーケット。（91.6%：全体±0.0ポイント）
（p108-Q13. あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。【MA】）
- 果物の摂取機会は朝食時。（39.1%：全体-0.3ポイント）
（p103-Q2. 果物を摂るのはいつが多いですか。【SA】）

いずれの結果も全体スコアと大差なく、20代と60代の中間に位置し、中年層全体でみると、大きな特徴は捉えづらい。

<ポイント>

若年層と高年層の両方のアプローチが必要であろう。また、果物を摂る理由として「健康に良いから」をあげる割合が他の年齢層よりも高い（p104）ことから、高年層への過渡期である中年層には将来顕在化してくる生活習慣病への予防として、果物を訴求していきたい。

<アプローチ方法>

健康面からのアプローチが効果的

→健康に不安を感じ始めて自身の健康を意識し始める中年層には、健康改善・増進へのきっかけとして「果物の摂取」という方法があることを、気づきとして与えていく。

<コンセプト>

毎日の果物がメタボを防ぐ

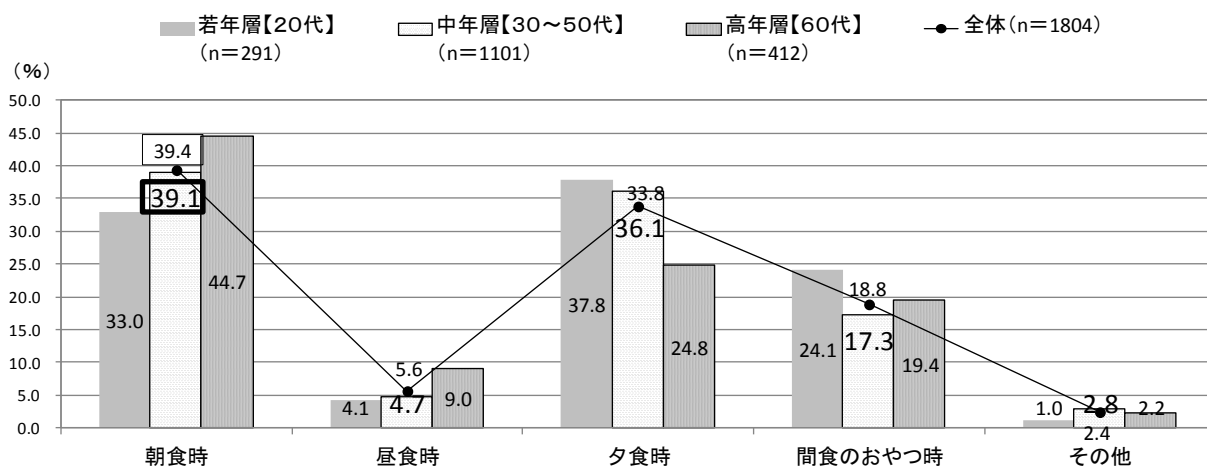
→体型などの外見にも影響し、中年層に特に関心が高いと考えられるメタボリック症候群からのアプローチが最も効果的であると思われる。

（参考）①果物の摂取時間帯（摂取場面）

- 全体では「朝食時」（39.4％）が最も高く、次いで「夕食時」（33.8％）「間食のおやつ時」（18.8％）の順。
- 中年層では、「朝食時」（39.1％：全体比較－0.3ポイント）が最も高く、次いで「夕食時」（36.1％：全体比較＋2.3ポイント）「間食のおやつ時」（17.3％：全体比較－1.5ポイント）の順。

Q2.（Q1で1～4を選んだ方へ）果物を摂るのはいつが多いですか。（SA）

※コメントで触れている箇所は

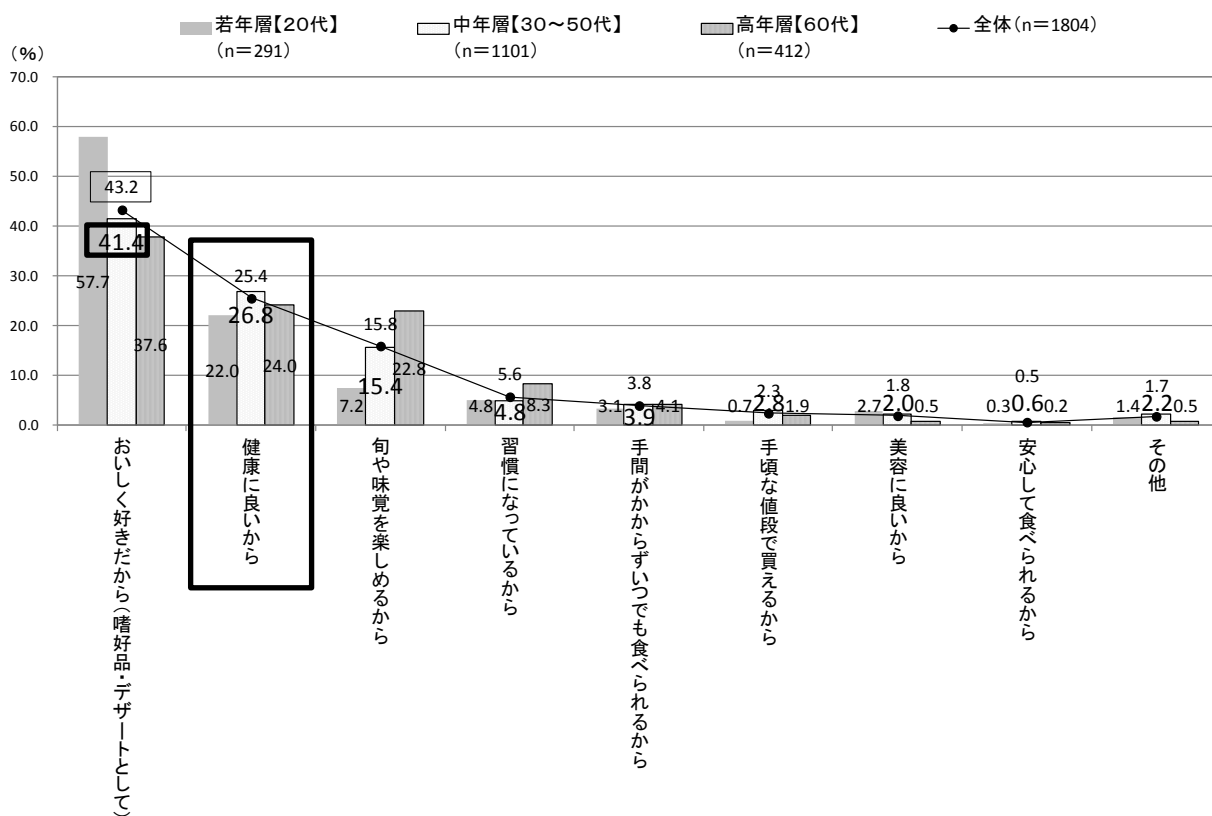


（参考） ②果物の摂取理由

- 全体では「おいしく好きだから」（43.2%）が最も高く、次いで「健康に良いから」（25.4%）「匂や味覚を楽しめるから」（15.8%）の順。
- 中年層では「おいしく好きだから」（41.4%：全体比較-1.8ポイント）が最も高く、次いで「健康に良いから」（26.8%：全体比較+1.4ポイント）「匂や味覚を楽しめるから」（15.4%：全体比較-0.4ポイント）の順。
- 特に「健康に良いから」は若年層、高年層と比べて中年層は高い。

Q3.（Q1で1～4を選んだ方へ）果物を摂る理由はなんですか。（SA）

※コメントで触れている個所は

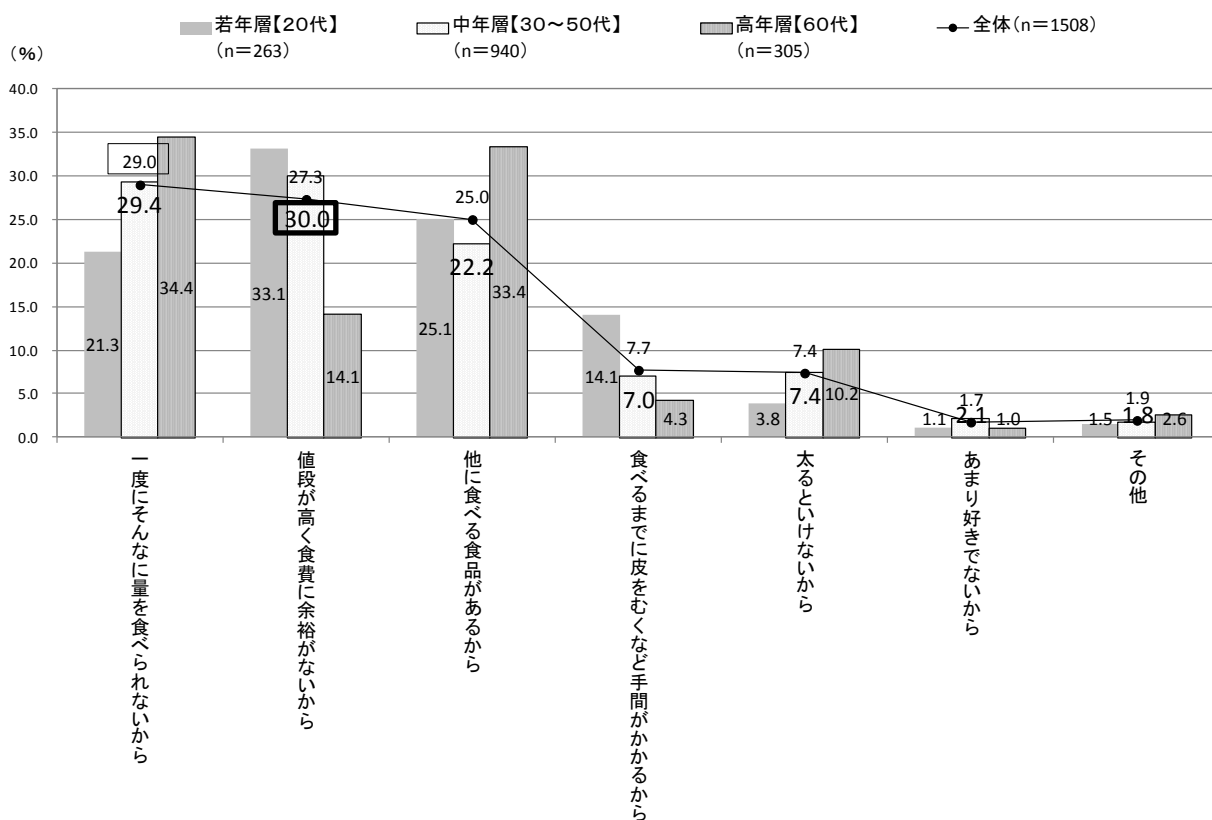


（参考） ③果物の摂取量（一日平均）が200グラムに達していない理由

- 全体では「一度にそんなに量を食べられないから」（29.0%）が最も高く、次いで「値段が高く食費に余裕がないから」（27.3%）「他に食べる食品があるから」（25.0%）の順。
- 中年層では、「値段が高く食費に余裕がないから」（30.0%：全体比較+2.7ポイント）が最も高く、次いで「一度にそんなに量を食べられないから」（29.4%：全体比較+0.4ポイント）「他に食べる食品があるから」（22.2%：全体比較-2.8ポイント）

Q7.（Q5で4～7を選んだ方へ）国では一日に【Q5での選択内容】と比べて多く果物を摂取す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。（SA）

※コメントで触れている箇所は

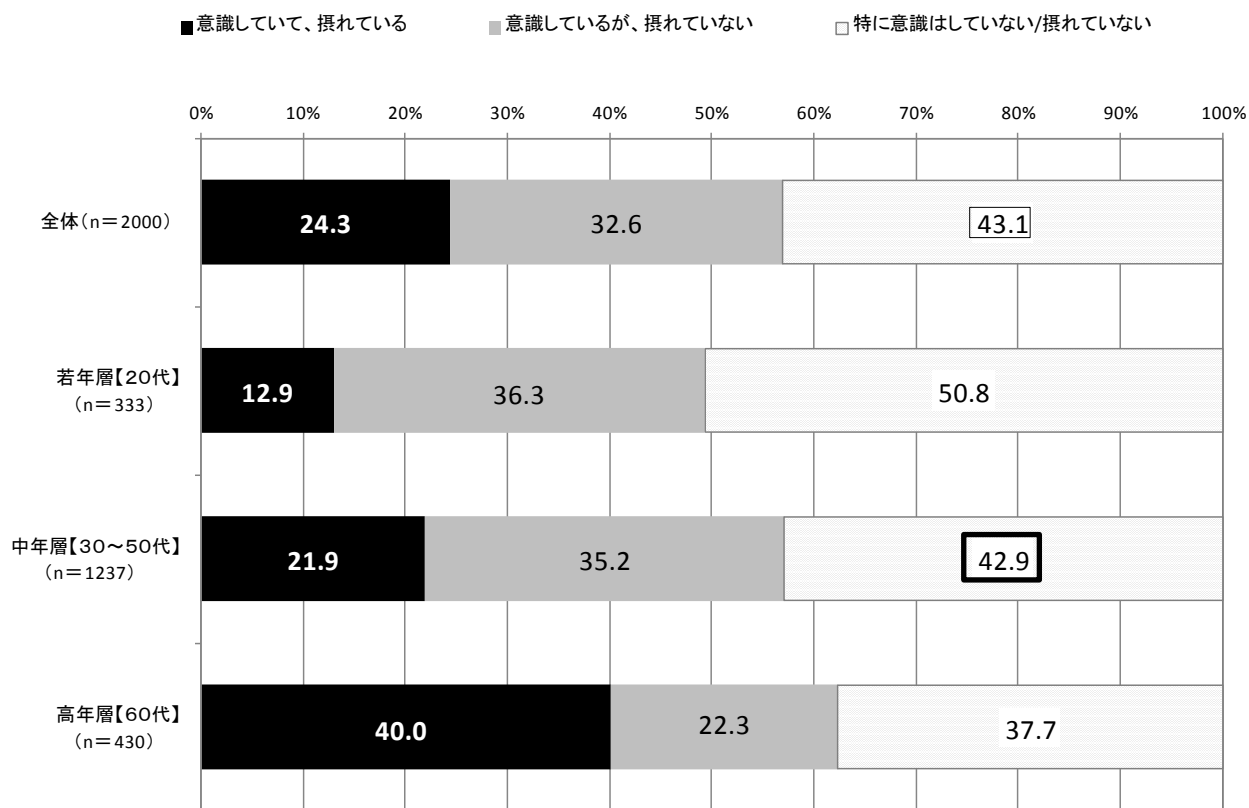


（参考） ④果物を意識的に摂っているか

- 全体では、「特に意識はしていない/摂れていない」（43.1%）が最も高く、次いで「意識しているが、摂れていない」（32.6%）「意識していて、摂れている」（24.3%）の順。
- 中年層では、「特に意識はしていない/摂れていない」（42.9%：全体比較－0.2ポイント）が最も高く、次いで「意識しているが、摂れていない」（35.2%：全体比較＋2.6ポイント）「意識していて、摂れている」（21.9%：全体比較－2.4ポイント）の順。

Q8. あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。（SA）

※コメントで触れている個所は



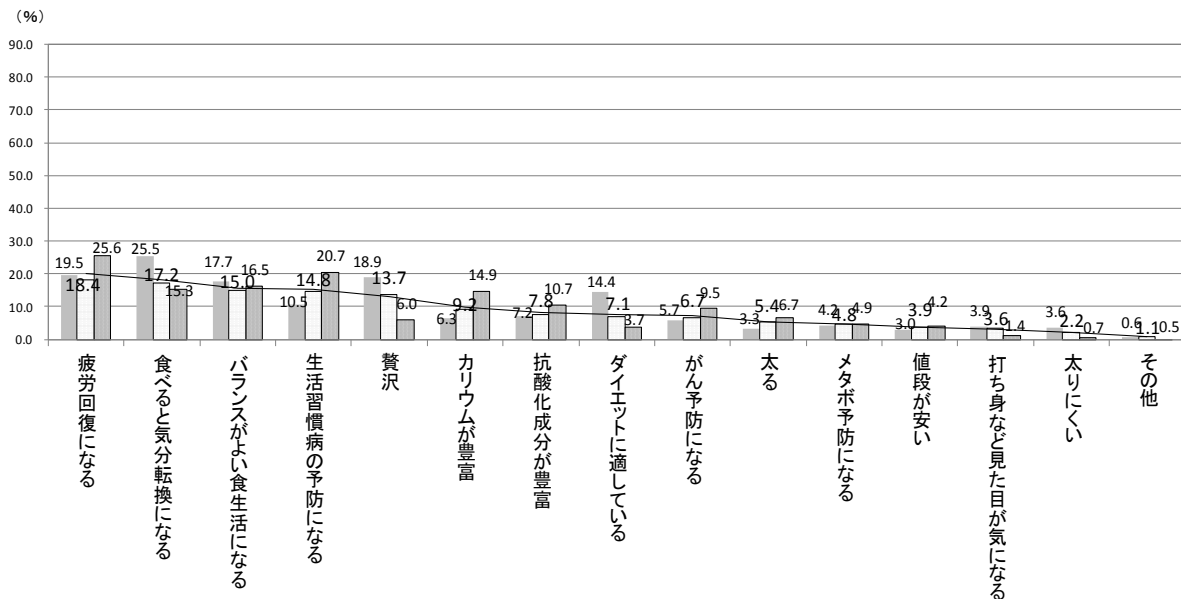
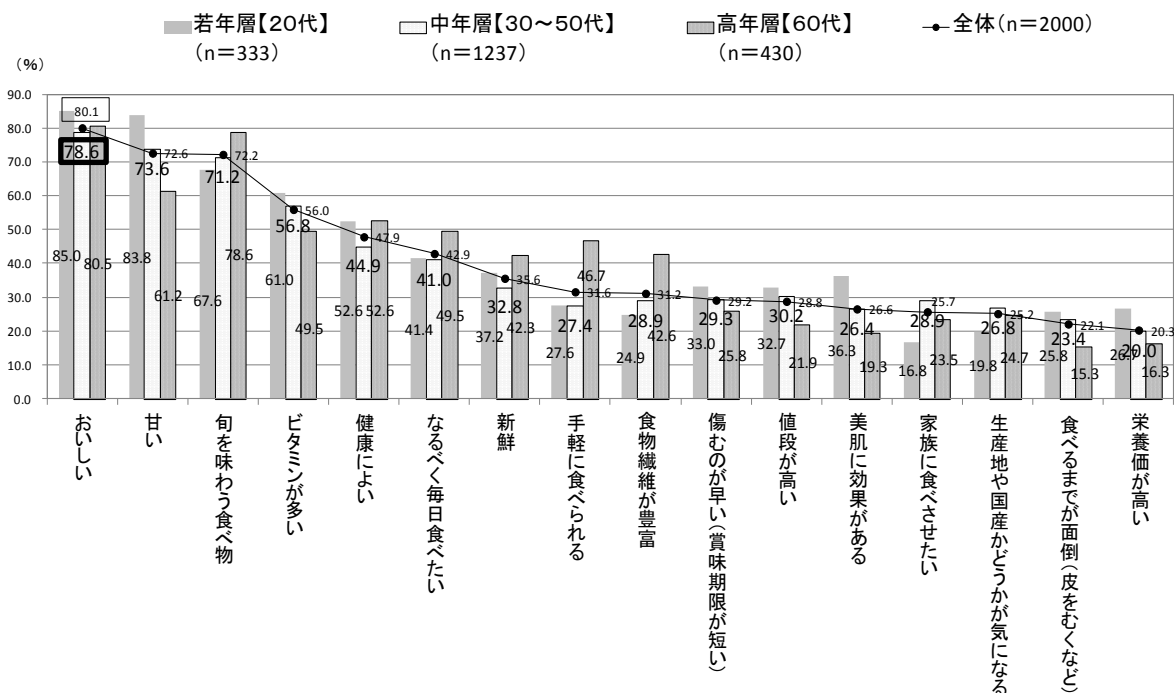
3. 調査のまとめ一（参考）

（参考） ⑤果物のイメージ

- 全体では、「おいしい」（80.1%）が最も高く、次いで「甘い」（72.6%）「旬を味わう食べ物」（72.2%）の順。
- 中年層では、「おいしい」（78.6%：全体比較-1.5ポイント）が最も高く、次いで「甘い」（73.6%：全体比較+1.0ポイント）「旬を味わう食べ物」（71.2%：全体比較-1.0ポイント）の順。

Q11. 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個所は

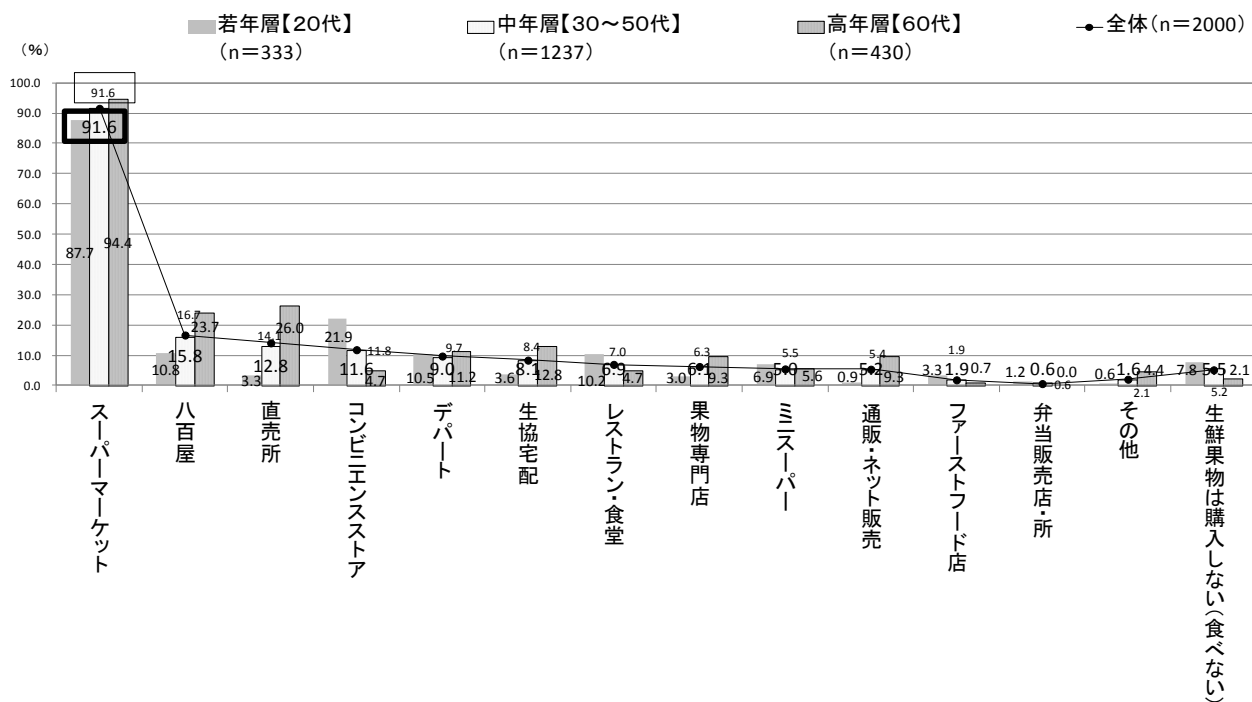


（参考） ⑥生鮮果物の購入（摂取）場所

- 全体では、「スーパーマーケット」（91.6%）が突出して高い。次いで「八百屋」（16.7%）「直売所」（14.1%）の順。
- 中年層では、「スーパーマーケット」（91.6%：全体比較±0.0ポイント）が突出して高い。次いで「八百屋」（15.8%：全体比較-0.9ポイント）「直売所」（12.8%：全体比較-1.3ポイント）の順。

Q13. あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。（MA）

※コメントで触れている箇所は



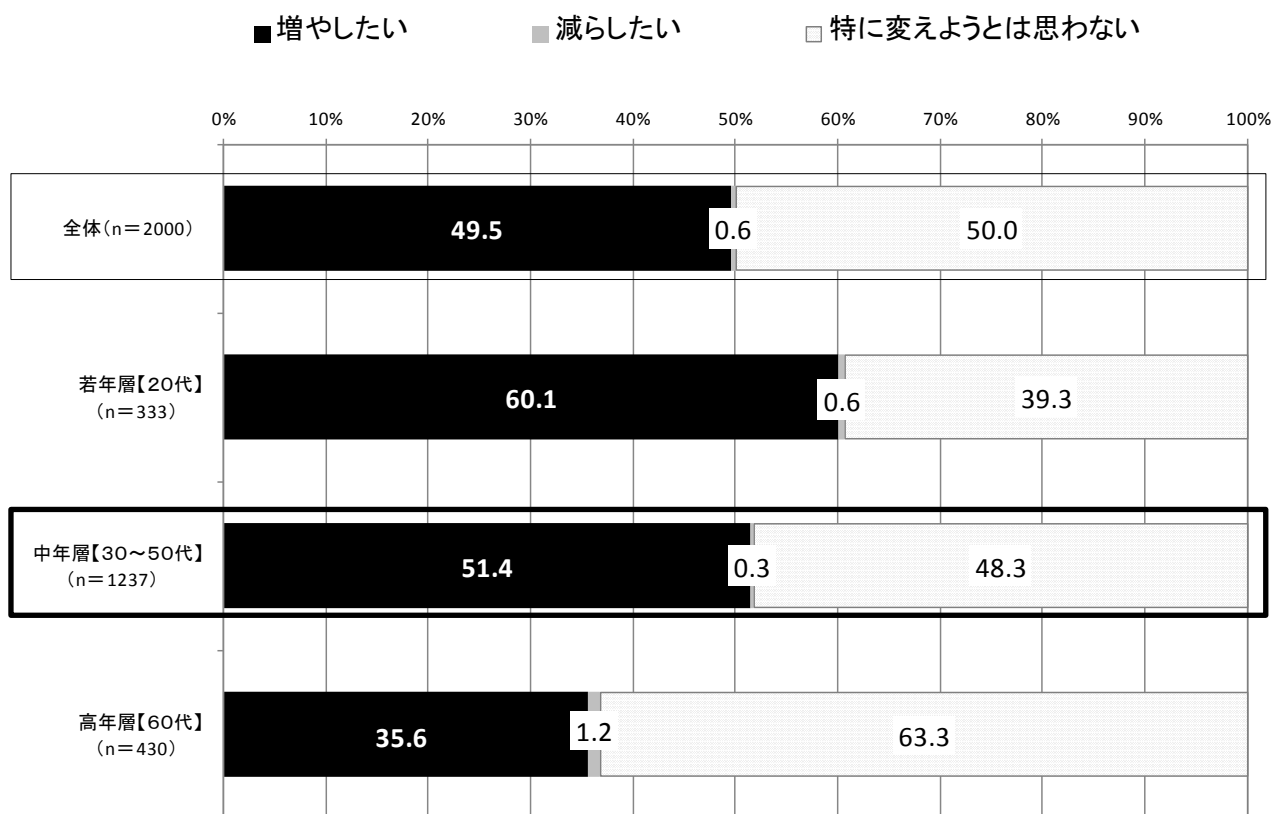
※SAでは結果分析が難しかったため、MAで分析した。

（参考） ⑦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」（50.0%）と「増やしたい」（49.5%）でほぼ2分しており、「減らしたい」（0.6%）はほとんどない。
- 中年層では、「増やしたい」（51.4%：全体比較+1.9ポイント）と「特に変えようとは思わない」（48.3%：全体比較-1.7ポイント）でほぼ2分しており、「減らしたい」（0.3%）はほとんどない。

Q22. あなたは今後、果物を摂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個所は



高年層（60代）に対して

3. 調査のまとめ

[高年層（60代）に対して]

<高年層（60代）の特徴>

- 果物摂取は意識していて、摂れている（40.0%：全体+15.7ポイント）であるが、1日摂取量「200g以上」層は25.9%、「100g～200g未満」層は50.5%（p20）。
（p24-Q8. あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。【SA】）
- 今後、果物の摂取量は特に変えようとは思わない。（63.3%：全体+13.3ポイント）
（p50-Q22. あなたは今後、果物を摂る量を増やしたいと思いますか。【SA】）
- 果物の摂取は習慣になっている。（8.3%：全体+2.7ポイント）
（p18-Q3. 果物を摂る理由はなんですか。【SA】）
- 果物はなるべく毎日食べたい。（49.5%：全体+6.6ポイント）
（p30-Q11. あなたは果物にどのようなイメージがありますか。【MA】）
- タッチポイントはスーパーマーケット。（94.4%：全体+2.8ポイント）
（p37-Q13. あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。【MA】）
- 果物の摂取機会は朝食時。（44.7%：全体+5.3ポイント）
（p17-Q2. 果物を摂るのはいつが多いですか。【SA】）

<ポイント>

果物は「摂取した方がよい」と思っており、実際に自分は摂れていると考えているため、これ以上果物は摂取しなくても現状で十分という認識を持っている。また、果物を摂取することがある程度習慣化されているが、実際は1日200gまではあと少し足りていない。

<アプローチ方法>

果物200gのイメージ化

→高年層は「毎日くだもの200g」達成に近いところにいるが、「現状の摂取量で充分摂れている」という認識にあるため、「あと少し足りていない」ということを気付かせる必要がある。果物200gが具体的にどの程度の量なのか、肌感覚での理解に至るよう、店頭での本物の「200gの果物」の提示や、分かりやすいビジュアル化で「健康まであともう一歩」をアピールすることが肝要である。

<コンセプト>

+50gプロジェクト

→現状の摂取量にあと少し付け加えて果物を摂れば、生活習慣病の予防や、健康的な生活、家族の健康につながるとしてアプローチしていく。果物摂取が習慣化されているため、継続的に+50gを摂取してもらえると推察される。また、習慣化により同居している若年層にも果物摂取の影響を与えられると考えられる。

果物についてのアンケート

下記アンケートにご協力をお願いいたします。

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）、ご協力をお願いします。

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 50% 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	・ぶめ	・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

【現在の果物摂取についてお聞きます】

Q1 あなたは果物(生鮮果物と果物加工品)をどの程度の頻度で摂りますか。

【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. ほとんど摂らない(月1日未満)

Q2 果物を摂るのはいつが多いですか。 (Q1で1~4と答えた方)

【必須入力】

	1 朝食時	2 昼食時	3 夕食時	4 間食のおやつ時	5 その他
1. 多い時間帯 (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 具体的に
2. その中で最も多い時間帯 (ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/> 具体的に

Q3 果物を摂る理由は何ですか。 (Q1で1~4と答えた方)

【必須入力】

	1 健康に良いから	2 嗜好品・デザートとして おいしく好きだから	3 手頃な値段で買えるから	4 匂いや味覚を楽しめるから	5 美容に良いから	6 習慣になっているから	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

Q4 果物を(毎日)摂らない理由は何ですか。(Q1で2～5と答えた方)
【必須入力】

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

Q5 あなたが果物を摂る場合、(一日平均にして)どの程度の量を摂っていますか。
※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】

- (Q1で1～4と答えた方)
- 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

Q6 あなたが一日平均で【Q5の選択内容】の果物を摂取するようになったきっかけを教えてください。(いくつでも)
【必須入力】

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

- Q7** 国では一日に【Q5の選択内容】よりも多く果物を摂取す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】 (Q5で4～7と答えた方)

	1 他に食べる 食品があるから	2 値段が高く 食費に余裕がないから	3 一度にそんなに 量を食べられないから	4 太るといけないから	5 食べるまでに 皮をむくなど 手間がかかるから	6 あまり好きでないから	7 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"/> 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"/> 具体的に <input type="text"/>

- Q8** あなたは食事をする中で、果物を摂ることを意識していますか。
 【必須入力】

1. 意識していて、摂れている
 2. 意識しているが、摂れていない
 3. 特に意識していない/摂れていない

- Q9** あなたは主にどのような食べ方・手段で、果物を摂っていますか？
 普段の生活を思い出して、思いっくものを上の記入欄から順にいくつでもご自由にお書き下さい。
 【1個以上必須入力】

1. (必須入力)

2.

3.

4.

5.

(Q8で1と答えた方)

Q10 どのような食べ方であれば、今までよりも多く果物を摂ることができると思いますか。（Q8で2、3と答えた方）
当てはまるものを全て選んでください。

【必須入力】

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

Q11 あなたは果物にどのようなイメージがありますか。（いくつでも）

【必須入力】

- 1. おいしい
- 2. 甘い
- 3. 匂を味わう食べ物
- 4. なるべく毎日食べたい
- 5. 生産地や国産かどうか気になる
- 6. 食べると気分転換になる
- 7. 値段が安い
- 8. 新鮮
- 9. 家族に食べさせたい
- 10. 手軽に食べられる
- 11. 生活習慣病の予防になる
- 12. がん予防になる
- 13. メタボ予防になる
- 14. 疲労回復になる
- 15. ダイエットに適している
- 16. 美肌に効果がある
- 17. 健康によい
- 18. 太りにくい
- 19. 食物繊維が豊富
- 20. 栄養価が高い
- 21. ビタミンが多い
- 22. 抗酸化成分が豊富
- 23. カリウムが豊富
- 24. バランスがよい食生活になる
- 25. 値段が高い
- 26. 替沢
- 27. 打ち身など見た目が気になる
- 28. 傷むのが早い(賞味期限が短い)
- 29. 食べるまでが面倒(皮をむくなど)
- 30. 太る
- 31. その他(具体的に：

※「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

Q12 あなたが果物を摂るとき、生鮮果物と果物加工品のどちらを摂ることが多いですか。

【必須入力】

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

Q13 あなたはどの場所で生鮮果物を購入する(食べる)ことが多いですか。

【必須入力】

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

※「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

Q14 あなたはどの場所で果物加工品を購入する(食べる)ことが多いですか。

【必須入力】

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

Q15 あなたは果物加工品をどの程度の頻度で食べますか(飲みますか)。

【必須入力】

(Q1で1~4と答えた方、かつQ14で1~13と答えた方)

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. ほとんど食べない(飲まない)(月1日未満)

Q16 あなたがよく購入する果物加工品は何ですか。
購入することが多いものから順に下記から2つまで選んでください。（Q14項目1で1～13と答えた方）
【必須入力】（2個まで選択）

1. 果汁(ジュース)
 2. 果物缶詰
 3. カットフルーツ
 4. フルーツゼリー
 5. フルーツヨーグルト
 6. フルーツケーキ
 7. ドライフルーツ
 8. ジャム類(フルーツジャム)
 9. その他（具体的に：)

Q17 あなたが果物加工品を食べる(飲む)理由は何ですか。
下にあげたそれぞれの果物加工品と、果物加工品全体について、それぞれ理由を2つまで選んでください。

※前問の回答によっては、「果物加工品全体」だけが表示されている場合もございます。

※この質問は縦方向にご回答ください。

【必須入力】（2個まで選択）

（Q15で1～4と答えた方）

	1 果汁ジュース	2 果物缶詰	3 カットフルーツ	4 フルーツゼリー	5 フルーツヨーグルト	6 フルーツケーキ	7 ドライフルーツ	8 ジャム類(フルーツジャム)	9 果物加工品全体
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
1. 簡単に食べられる(飲む)から	<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. 買い置きができるから	<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"/>
3. 近くの店で買えるから	<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"/>
4. 季節を問わずに食べられる(飲む)から	<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"/>
5. 手ごろな値段で購入できるから	<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"/>
6. ビタミン等の栄養源になるから	<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"/>
7. おいしいから	<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"/>
8. 健康によいから	<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"/>
9. その他	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
10. この果物加工品はほとんど食べない(飲まない)	<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"/>

Q18 1年前と比較すると、以下の果物加工品を食べる(飲む)回数は増えましたか、減りましたか。
1年前も現在も食べて(飲んで)いないという場合は、「変わらない」をお選びください。

※この質問は縦方向にご回答ください。

【必須入力】

	1 果汁ジュース	2 果物缶詰	3 カットフルーツ	4 フルーツゼリー	5 フルーツヨーグルト	6 フルーツケーキ	7 ドライフルーツ	8 ジャム類(フルーツジャム)	9 果物加工品全体
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	
1. 増えた	<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"/>
2. 変わらない	<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"/>
3. 減った	<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"/>
4. ほとんど食べなく(飲まなく)なった	<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"/>

Q19 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。

※この質問は縦方向にご回答ください。

【必須入力】

	1 果汁ジュース	2 果物缶詰	3 カットフルーツ	4 フルーツゼリー	5 フルーツヨーグルト	6 フルーツケーキ	7 ドライフルーツ	8 ジャム類(フルーツジャム)	9 果物加工品全体
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	
1. 増やしたい	<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"/>
2. 変えようと思わない	<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"/>
3. 減らしたい	<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"/>

Q20 あなたは【果汁（果汁100%ジュース）（果実・野菜ミックスジュース（果実分50%以上を含む））】をどの程度の頻度で飲みますか。

【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. ほとんど飲まない（月1日未満）

Q21 あなたは、カットフルーツをどの程度の頻度で買いますか。

【必須入力】

- 1. ほぼ毎日（週5日以上）
- 2. 週3～4日
- 3. 週1～2日
- 4. 月1～3日

- 5. ほとんど買わない（月1日未満）

【今後の果物摂取についての意向をお聞きます】

Q22 あなたは今後、果物を摂る量を増やしたいと思いますか。

【必須入力】

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

Q23 今後果物を食べる量を増やしたいと思う理由は何ですか。
【必須入力】

（Q22項目で1と答えた方）

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

Q24 どのような果物が提供されれば、果物をより多く摂るようになると思いますか。(いくつでも)
【必須入力】

- 1. 色つきが悪い、形が悪いなど見た目は良くないが割安な果物
- 2. 少々値段が高くても、おいしさが確かな果物(ブランド果実)
- 3. 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)
- 4. 今よりも1つの実が大ぶりの果物
- 5. 今よりも1つの実が小ぶりで1人分サイズの果物
- 6. 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
- 7. 産直(宅配)、直売などによるより新鮮な果物
- 8. 生産者、栽培履歴などの栽培情報がわかる果物
- 9. 農薬をできるだけ使っていない果物
- 10. 料理や調理方法に合った果物(品種)
- 11. 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
- 12. 購入後傷みにくい果物
- 13. その他具体的に:

Q25 どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになりますか。（いくつでも）
【必須入力】

1. コンビニエンスストアでの販売
2. 駅の売店での販売
3. 産直（宅配）、直売所での販売
4. 弁当と一緒に果物を販売
5. 店頭で糖度などの表示をして販売
6. 果物の持っている栄養素や食べ方、保存方法などの情報を表示して販売
7. 店頭で試食ができる販売
8. 袋売りではなく、バラ売りや少数個入りでの販売
9. ファミリーレストランでのフルーツ盛り合わせデザートや生搾りジュースなどメニュー数の充実
10. ファーストフード店で1個売りやカットフルーツやデザートや生搾りジュースにして販売
11. 外食（レストラン、回転寿司等）のメニューに果物を付けて販売
12. 自動販売機による駅等での販売
13. インターネットでの販売
14. 職場での販売
15. その他（具体的に：)

Q26 コンビニエンスストアやミニスーパー等における果物販売についてどのように感じていますか。
 それぞれ当てはまるものを教えて下さい。
 普段購入することがない方もイメージでお答えください。
※この質問は縦方向にご回答ください。
【必須入力】

	1 身近なので購入しやすい	2 スーパーマーケットより価格が高い	3 スーパーマーケットより新鮮に見えない	4 二四時間いつでも買えるから便利	5 1回で食べきれる量なので、買いやすい	6 果物の種類が十分ではない	7 コンビニ等では果物は買いたくない
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
1. あてはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ややあてはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. あまりあてはまらない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. あてはまらない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q27 どのように伝えられれば、今よりも果物を摂ろうと思う人が増えると思いますか。
当てはまるものを全て選んでください。

【必須入力】

- 1. 日本人の食生活のバランスには果物が足りていない
- 2. 果物を食べると「健康に良い」
- 3. 果物を食べると「がん予防」になる
- 4. 果物を食べると「生活習慣病予防」になる
- 5. 果物を食べると「メタボの予防」になる
- 6. 果物を食べると「美肌に良い」
- 7. この果物の「ブランド(産地・品種等)」は○○だ
- 8. 果物のカロリーは思っているよりも低い
- 9. 果物を食べても太らない
- 10. こどものおやつには果物を与える方がよい
- 11. この果物は「おいしい」
- 12. 果物の栄養価は高い
- 13. 果物は「季節」を感じられる
- 14. この果物は「安心」、「安全」である
- 15. 「朝の果物は金！」
- 16. 食習慣の改善には果物は有効である
- 17. 食育の観点からも果物は大切である
- 18. 果物には色々な「産地」があり、それらを食べ比べることで味の違いが楽しめる
- 19. その他（具体的に：）

▼ 以下の画像をご覧ください。 ▼

1. 歩きながら食べられるようにしてあるもの



2. ヨーグルトをかけたもの



3. 店で食べられるようにしてあるもの



4. ミキサーにかけてドリンクにしたもの



5. あらかじめ切っており、剥く手間が不要なもの



6. サラダなど副菜として摂れるようにしたもの



7. サンドイッチにはさんだもの



8. 焼きフルーツにしたもの



9. 主食として調理・加工したもの



Q28 以下の中で、あなたが「手に取ってみたい」「食べてみたい」と思う、果物の加工のされ方はどれですか。当てはまるものを全て選んでください。

【必須入力】

- 1. 歩きながら食べられるようにしてあるもの
- 2. ヨーグルトをかけたもの
- 3. 店で食べられるようにしてあるもの
- 4. ミキサーにかけてドリンクにしたもの
- 5. あらかじめ切っており、剥く手間が不要なもの
- 6. サラダなど副菜として摂れるようにしたもの
- 7. サンドイッチにはさんだもの
- 8. 焼きフルーツにしたもの
- 9. 主食として調理・加工したもの

10. この中に該当するものはない

【毎日の食生活や購買行動についてお聞きします】

Q29 以下にあげる食品で、デザートやおやつとしてよく購入するものはどれですか。
【必須入力】

	1 果物	2 ヨーグルト	3 ゼリー (果物入りは除く)	4 プリン	5 チョコレート	6 アイスクリーム	7 菓子パン	8 スナック菓子	9 ケーキ (フルーツケーキは除く)	10 和菓子	11 その他	12 いずれも ほとんど購入しない
1. よく購入するもの (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"/>	<input type="checkbox"/>
											具体的 <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
2. その中で最も購入することが多い もの(ひとつだけ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
											具体的 <input type="text"/>	<input type="radio"/>

Q30

前問でお答えになった食品を購入する理由は何ですか。
それぞれあてはまるものを2つまでお選びください。

【必須入力】（2個まで選択）

	1 食べるのが簡単だから	2 値段が安いから	3 栄養源になるから	4 おいしいから	5 食べると気分が良いから、気分転換になるから	6 果物より甘いものが食べたいから	7 果物よりお腹が膨れないから	8 その他
1. ヨーグルト →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. ゼリー(果物入りは除く) →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. プリン →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. チョコレート →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. アイスcream →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. 菓子パン →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. スナック菓子 →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. ケーキ(フルーツケーキは除く) →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. 和菓子 →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. その他【Q29S1の選択内容】 →	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Q31

あなたは生鮮果実を買う目的で売り場に行ったが、生鮮果実を買わずに他の食品を買った経験がありますか。

【必須入力】

1
よくある

○

2
時々ある

○

3
まれにある

○

4
ない

○

Q32

前問で「生鮮果実を買う目的で売り場に行ったが、生鮮果実を買わずに他の食品を買った経験が

【【Q31の選択内容】】とお答えになりましたが、
そのような行動をとった理由は何ですか。（いくつでも）

（Q31で1～3と答えた方）

【必須入力】

- 1. 生鮮果実の品揃えがなかったから
- 2. 予算と価格が合わなかったから
- 3. 品質や量が値段と合わなかったから
- 4. 売り場の説明が不足していたから
- 5. 試食で満足したから
- 6. 1パックの量が多すぎたため
- 7. バラ売り商品がなかったから
- 8. 輸入品でまなく、国内産を購入したかったから
- 9. その他(具体的に:)

Q33

あなたは、日頃の食生活や食品の購買行動で下記のことを気にかけていますか。（いくつでも）

【必須入力】

- 1. 主食を適量とるよう意識している
- 2. 副菜(野菜)を適量とるよう意識している
- 3. 主菜を適量とるよう意識している
- 4. 牛乳・乳製品を適量とるよう意識している
- 5. 果物を適量とるよう意識している
- 6. 油や脂肪の多い料理を控えている
- 7. 主食の中でも特にごはん(米)を食べるようにしている
- 8. 塩分の多い料理を控えている
- 9. 適量な量とバランスを考えて食事をしている
- 10. 一日の摂取カロリー量を考えて食事をしている
- 11. 国産品を購入するよう意識している
- 12. その他(具体的に:)
- 13. 特に気にかけていることはない

- Q34** あなたの普段の生活について、それぞれ当てはまるものを教えて下さい。
 ※この質問は縦方向にご回答ください。
 【必須入力】

	1 人生を楽しんでいる	2 生活習慣病(肥満、糖尿病など)を患っていない	3 年齢よりも若く見られる	4 自分のことを健康だと思う	5 疲れがたまりにくい	6 規則正しい生活をしている	7 うちこめる趣味がある	8 国内産の食料を購入するよう心がけている	9 輸入食品はあまり購入しない
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	
1. あてはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
2. ややあてはまる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
3. あまりあてはまらない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
4. あてはまらない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

- Q35** あなたは、日頃の健全な食生活を実践するため、どのような指針等を参考にしていますか。
 下記から3つまで選んでください。
 【必須入力】(3個まで選択)

1. 「食事バランスガイド」
 2. 「食生活指針」
 3. 「3色分類」
 4. 「六つの基礎食品」
 5. 「日本人の食事摂取基準」
 6. その他の指針
7. 特に参考にしていない

【「毎日くだもの200グラム運動」についてお聞きします】

▼ 以下の画像をご覧ください。 ▼

「食事バランスガイド」：
「何を」「どれだけ」食べたらよいか
を分かりやすくコマで示したもの



Q36 国は「食事バランスガイド」で、健康増進のため果物を毎日2つ（概ね200g）摂ることを勧めていますが、ご存じでしたか。
【必須入力】

1
知っていた



2
何となく聞いたことがある



3
知らなかった



Q37 「毎日くだもの200グラム!」という標語をご存じでしたか。
【必須入力】

1
知っていた



2
何となく聞いたことがある



3
知らなかった



▼ 以下の画像をご覧ください。 ▼



Q38 「毎日くだもの200グラム運動」のロゴマーク(上記)を見たことがありますか。
【必須入力】

1
見たことがある

2
見たような気がする

3
見たことはない

Q39 現在、一緒にお住まいの(同居の)ご家族の構成をお知らせください。
※ご自身を含めた人数でお答えください。
【必須入力】

- 1. 単身
- 2. 2人(夫婦のみ)
- 3. 2人(夫婦のみ以外)
- 4. 3人
- 5. 4人
- 6. 5人以上

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

送 信

1. これまでの調査の実施概要

【1】とりまとめ内容

公益財団法人中央果実協会において、過去に実施した「果物の消費に関するアンケート調査」及び今回の調査について、3年以上調査している共通項目の調査結果の推移をとりまとめた。

なお、調査実施年度により「問い」の表現が多少異なる場合があります。

【2】各年の調査客体

実施年度	調査時期	対象地域	調査方法	回収サンプル数	発行年月
H16	6/2～6/16	関東近県	郵送	670	H16.7
H17	12/2～12/14	全国	郵送	2236	H18.1
H19	12/20～1/23	全国	郵送	2482	H20.2
H20	12/12～1/19	全国	郵送	2055	H21.3
H21	12/18～1/13	全国	郵送	2086	H22.3
H22	8月下旬	全国	Web	1374	H23.2
H24	10/17～10/19	全国	Web	2000	H25.1

(注) 調査は、一般生活者を対象に実施。

(注) 調査時期が異なるため、回答結果にも多少の影響を及ぼしていると思われる。

【3】本調査における言葉の定義

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

- ・ 「生鮮果物」の主な例：温州（うんしゅう）みかん、オレンジ、グレープフルーツ、その他かんきつ類（いよかん、はっさく等）、りんご、ぶどう、日本なし、西洋なし（ラ・フランス等）、もも、おうとう（さくらんぼ）、びわ、柿、栗、うめ、すもも、キウイフルーツ、パイナップル、いちじく、バナナ、いちご、すいか、メロン

- ・ 「果物加工品」の主な例：果汁（ジュース）、果物缶詰、カットフルーツ、ジャム類（フルーツジャム）、ドライフルーツ、フルーツゼリー、フルーツヨーグルト、フルーツケーキ
※なお、果汁（ジュース）については、果汁100%のものに限る（果物分50%以上を含んだ果実・野菜ミックスジュースを含む）。

【4】経年で調査している主な調査項目

※平成25年現在で、3年以上調査している項目を対象としました。

- ① 果物の摂取頻度
- ② 果物の摂取量
- ③ 果物の摂取理由
- ④ 果物を毎日は摂取しない理由
- ⑤ 果物の購入場所
- ⑥ 果物加工品の摂取頻度
- ⑦ 購入機会の多い果物加工品
- ⑧ 果物の摂取時間（摂取機会）
- ⑨ 今後の果物摂取の意向
- ⑩ 果物の消費量を増やすための販売方法
- ⑪ 果物加工品の今後の摂取意向
- ⑫ 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
- ⑬ 「毎日くだもの200グラム！」標語の認知
- ⑭ ロゴマークの認知

【5】回答選択数の表示

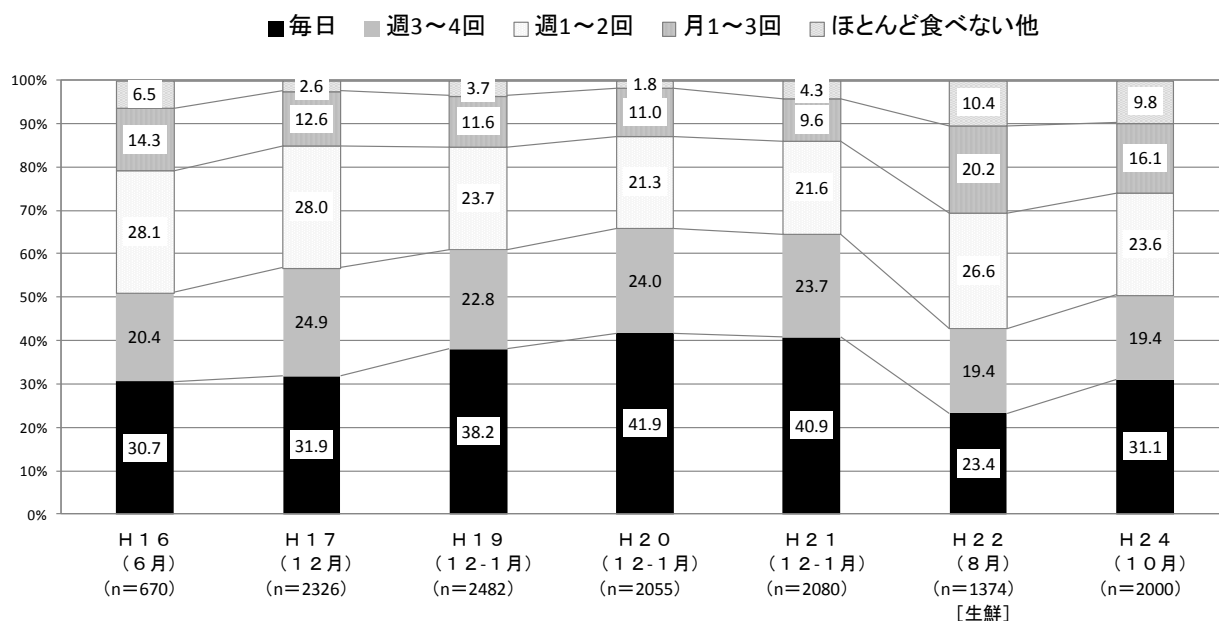
単数選択は（SA）、複数選択は（MA）と表示した。

2. 調査の経年分析結果

①果物の摂取頻度

- H22以外の調査において、「毎日」が最も高い。ただし、前回及び今回の調査においては、毎日のスコアがやや低調。
- 調査日が、H17、H19、H20、H21は果物の出回り量の多い12月～1月であるが、前は8月下旬、今回は10月中旬であることが、多少影響していると思われる。

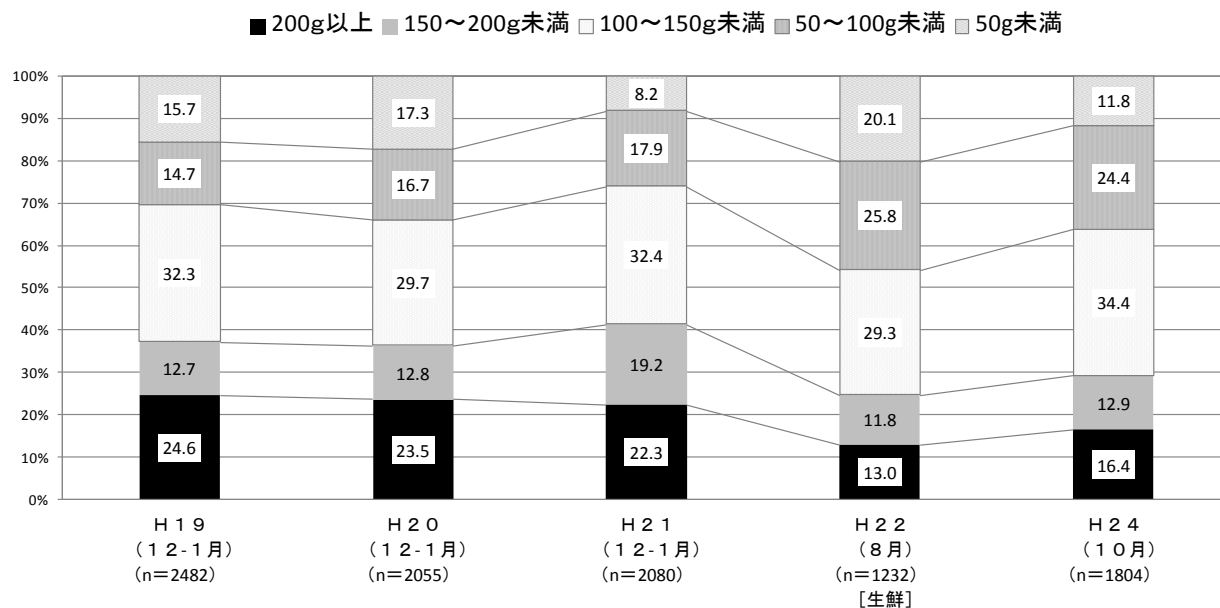
Q. あなたは果物（生鮮果物と果物加工品）をどの程度の頻度で摂りますか。（H24）（SA）



②果物の摂取量

- 全ての調査において、「100～150g」がボリュームゾーン。
- 「200g以上」は近年やや微減傾向にある。
- 「50～100g未満」は近年増加傾向にある。
- 上記については、「①果物の摂取頻度」と同様、調査日の影響がうかがわれる。

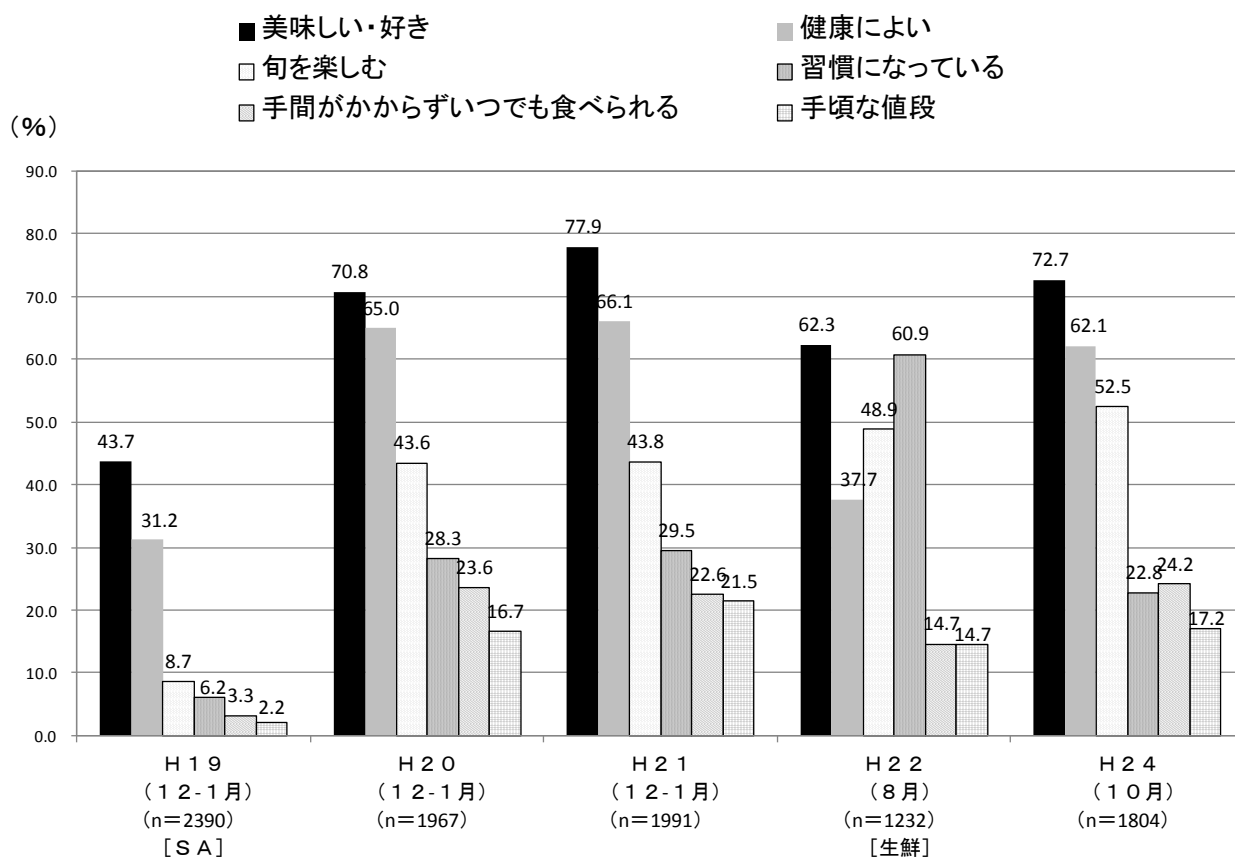
Q. あなたが果物を摂る場合、（一日平均にして）どの程度の量を摂っていますか。（H24）（SA）



③果物の摂取理由

- 全ての調査において、「美味しい・好き」が最も高い。
- 「旬を楽しむ」は近年、緩やかな増加傾向にある。
- 「美味しい・好き」「健康に良い」は総じて高い。

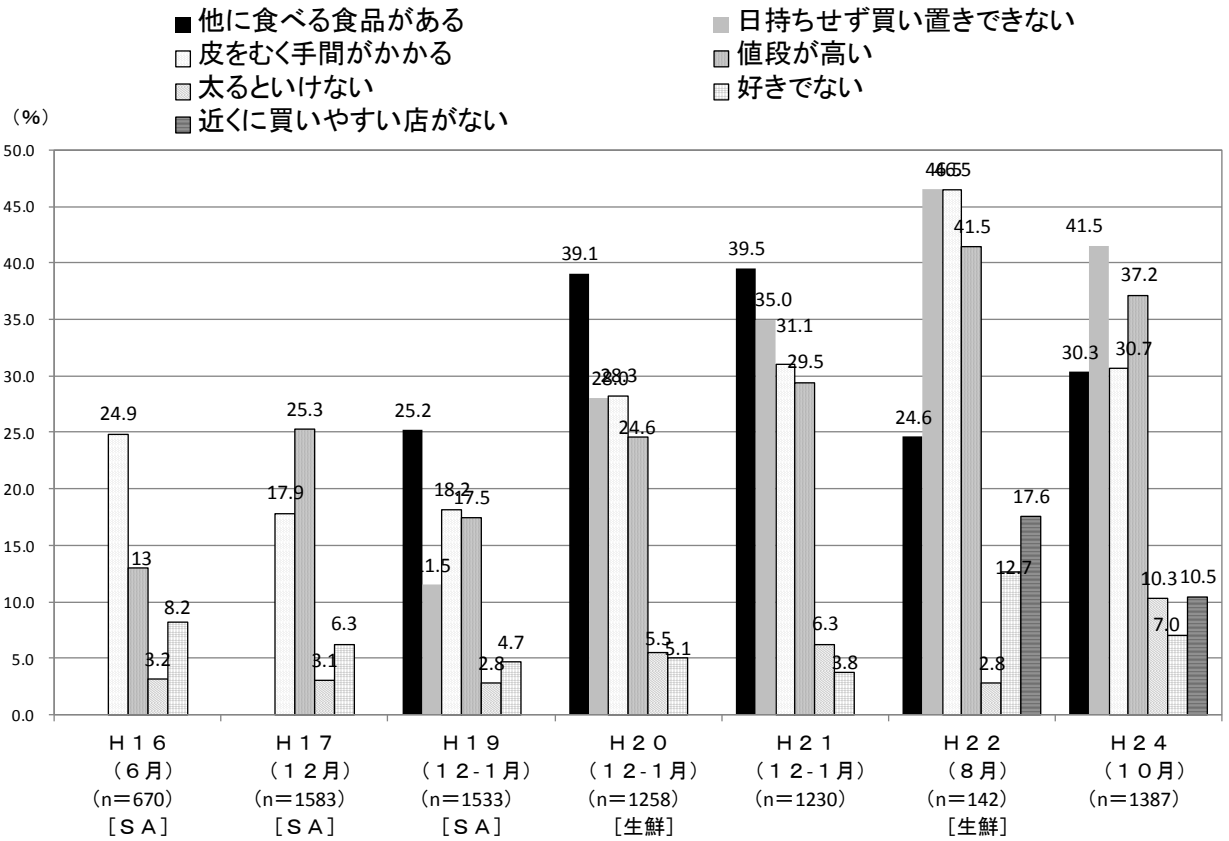
Q. 果物を摂る理由は何ですか。(H24)(MA; H19はSA)



④ 果物を毎日は摂らない理由

- 「他に食べる食品がある」はH21調査までは最も高かったが、近年は「日持ちせず買い置きできない」「皮をむく手間がかかる」「値段が高い」を下回っている。
- 「日持ちせず買い置きできない」「皮をむく手間がかかる」「値段が高い」ともに近年増加傾向にある。
- 「太るといけない」は今回増加に転じた。

Q. 果物を（毎日は）摂らない理由は何ですか。（H24）（MA；H16、17、19はSA）

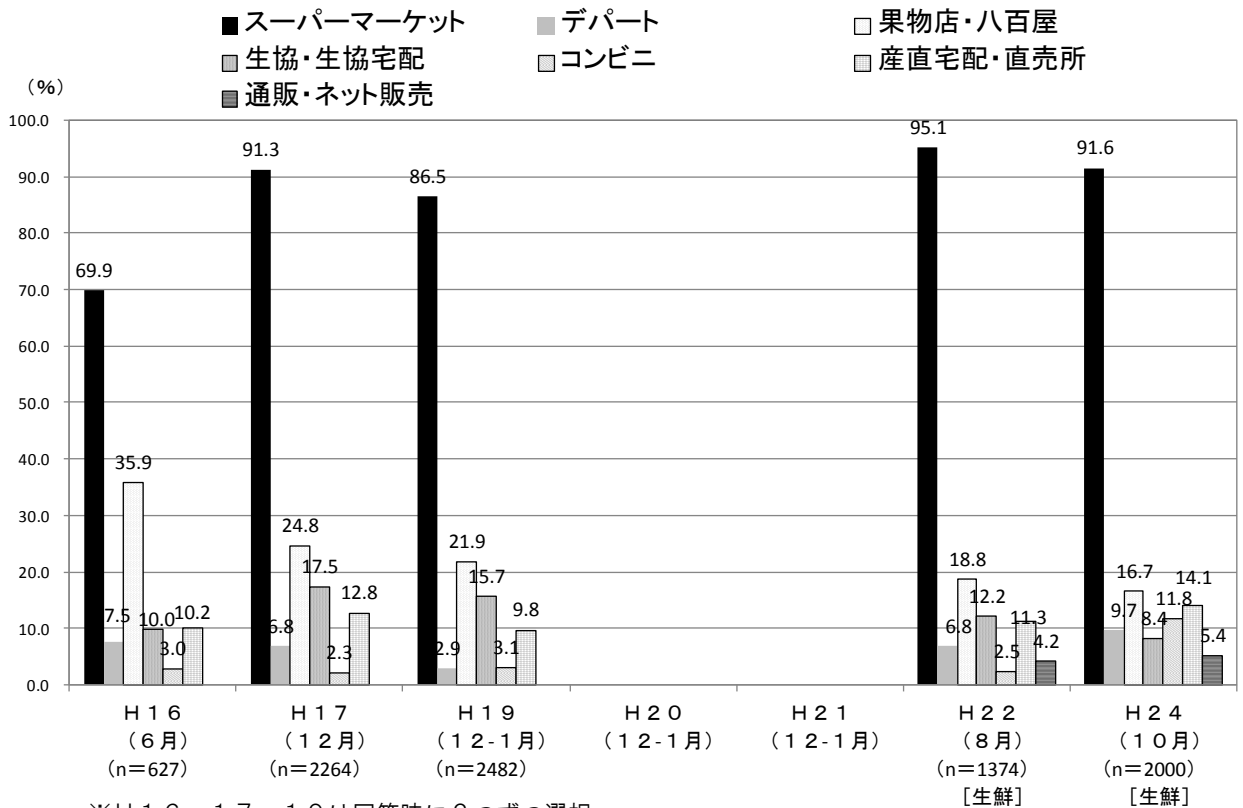


※H22は「日持ちせず買い置きできない」と「皮をむく手間がかかる」を合せて聞いている。

⑤果物の購入場所

- 全ての調査において、「スーパーマーケット」が突出して高い。
- 「果物店・八百屋」は20%を超えていたが、近年、20%を下回っている。
- 「コンビニエンスストア」はこれまで3%前後だったが、今回の調査において11.8%と大きく増加した。
- 「通販・ネット販売」は数%となっている。

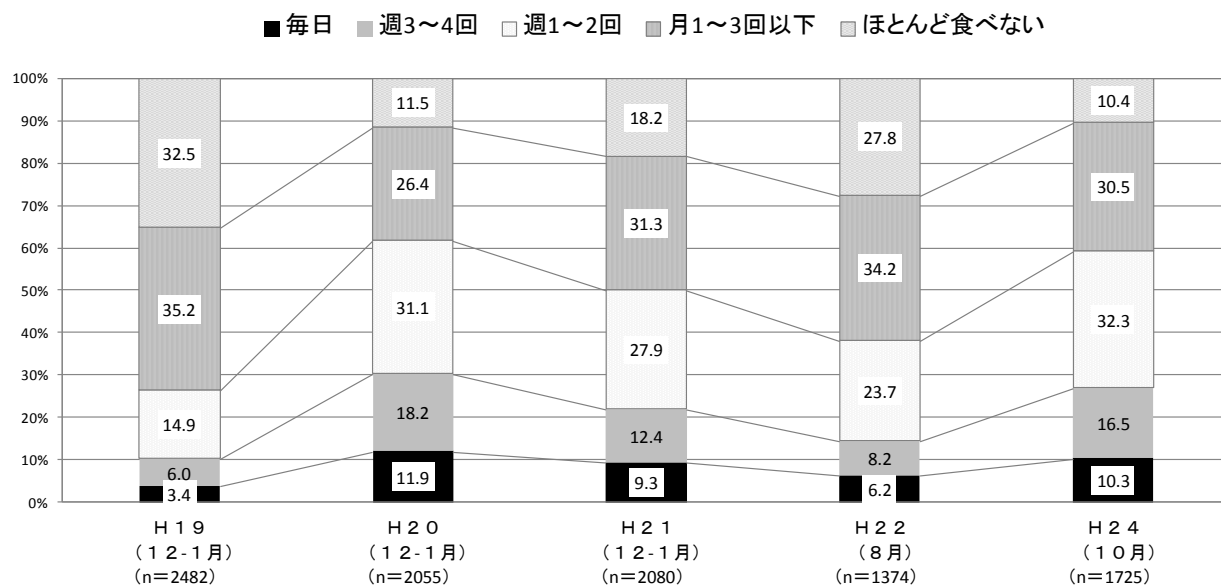
Q. あなたはどの場所で生鮮果物を購入する（食べる）ことが多いですか。（H24）（MA）



⑥果物加工品の摂取頻度

- 「毎日」と「週1～4回」の合計は20%前後、「週1～2回」を加えると50%前後の水準にあるが、増減傾向は明確ではない。
- 「ほとんど食べない」、「月1～3回以下」は、今回減少した。

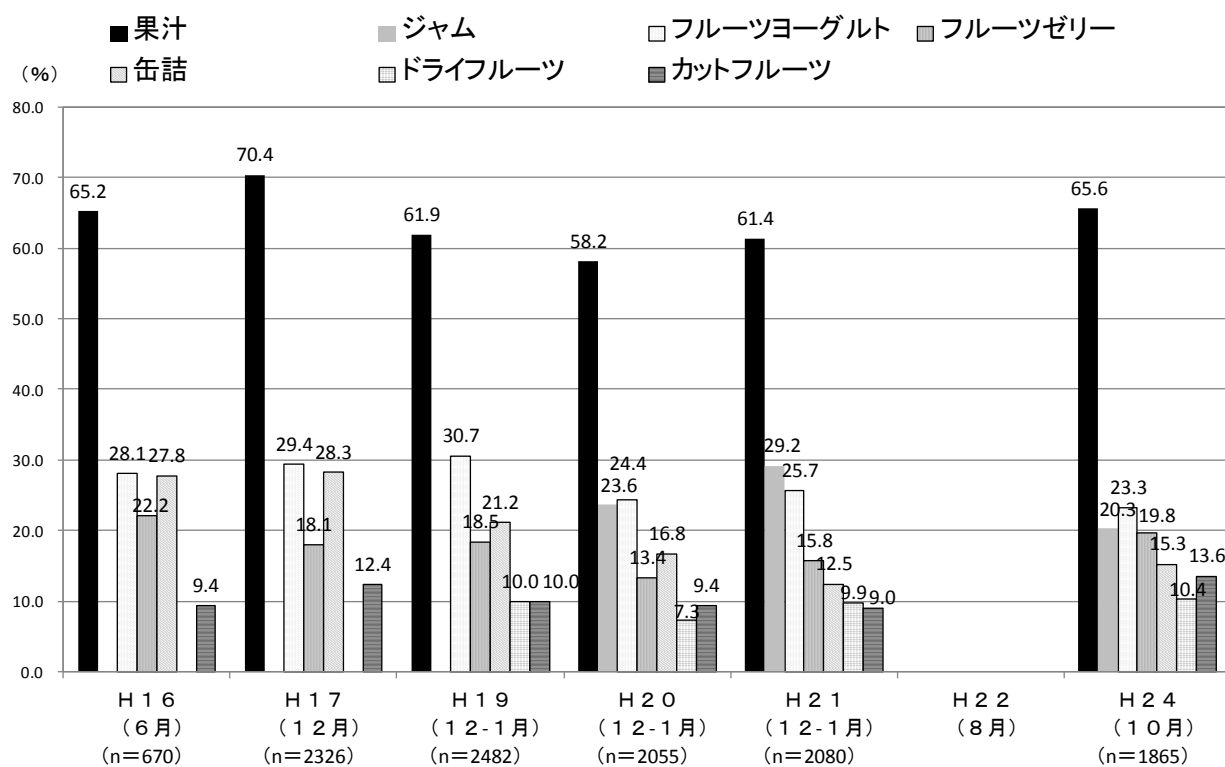
Q. あなたは果物加工品をどの程度の頻度で食べますか（飲みますか）。（H24）（SA）



⑦購入機会の多い果物加工品

- 全ての調査において、「果汁」が最も高く、60%前後の水準にある。
- 「缶詰」は減少傾向にある。
- 「カットフルーツ」は、今回の調査において、多少増加がみられた。
- 他の品目は、増減傾向は明確ではない。

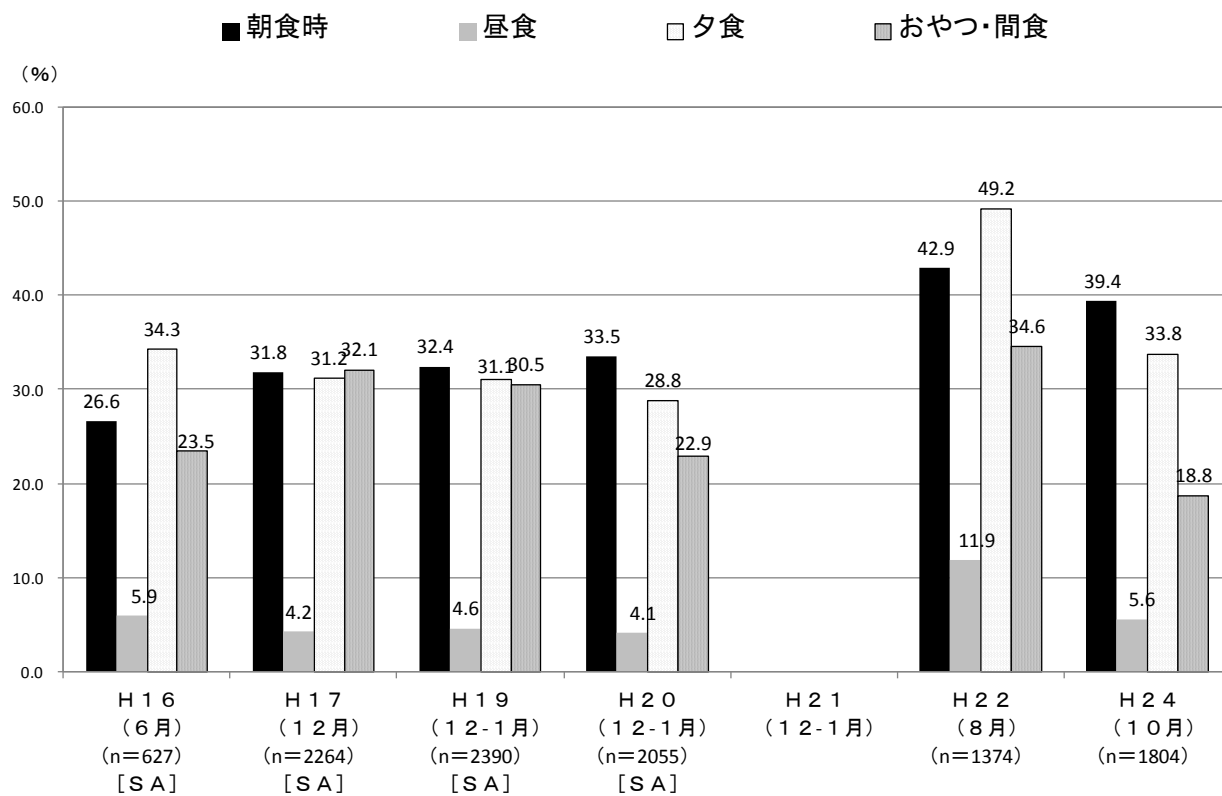
Q. あなたがよく購入する果物加工品は何ですか。購入することが多いものから順に下記から2つまで選んでください。(H24)(MA)



⑧果物の摂取時間（摂取場面）

- 「朝食時」「夕食」が高い。
- 「おやつ・間食」は今回、低くなった。

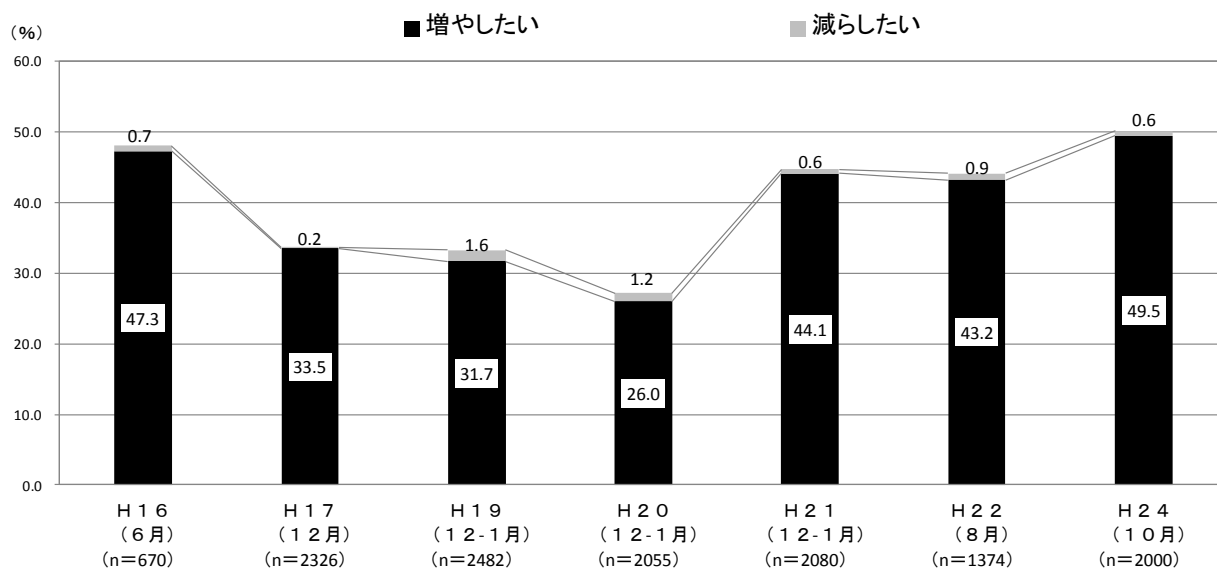
Q. 果物を摂るのはいつが多いですか。（H24）（MA、H16、17、19、20はSA）



⑨今後の果物摂取の意向

- 「増やしたい」はH20調査まで減少していたが、その後、増加傾向にある。
- 「減らしたい」は、すべての調査において、1%前後の低い割合で推移している。

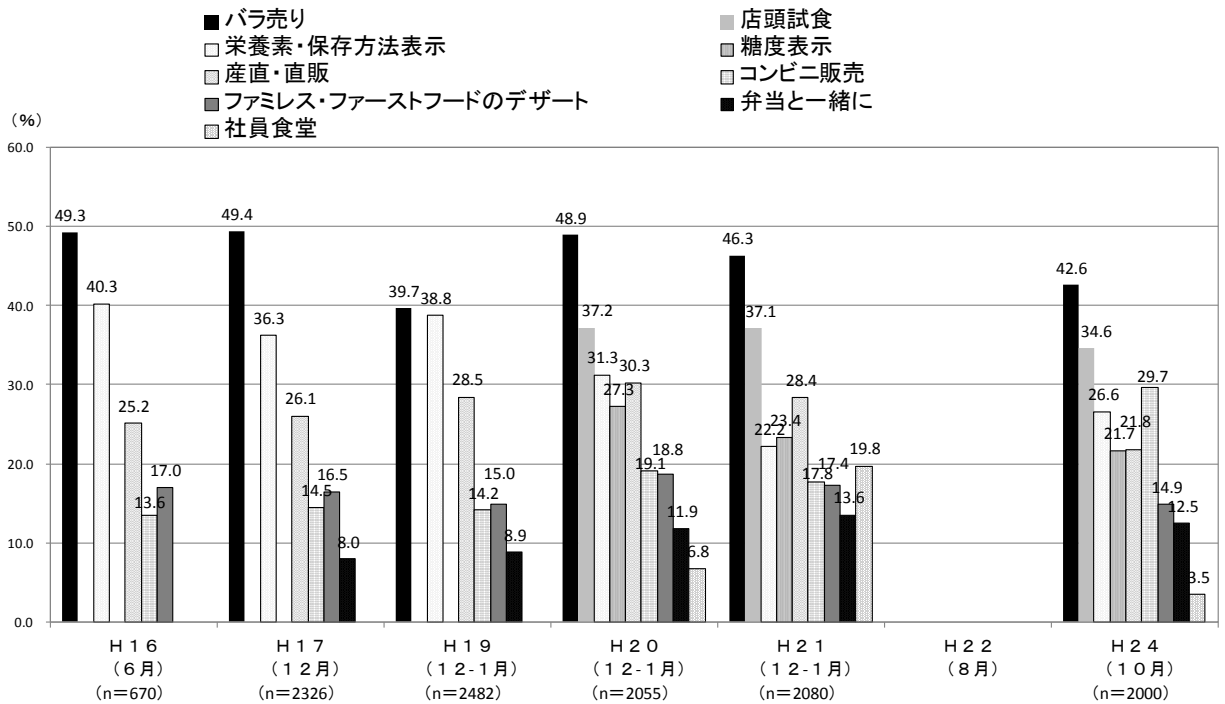
Q. あなたは今後、果物を摂る量を増やしたいと思いますか。(H24) (SA)



⑩果物の消費量を増やすための販売方法

- 全ての調査において、「バラ売り」が最も高く、次いで「店頭試食」の順である。
- 「産直・直販」は近年、上止まっている。
- 「コンビニ販売」は近年増加傾向にあり、今回大きく増加した。
- 「栄養素・保存方法表示」「糖度表示」は20～30%の水準を維持している。
- 「弁当と一緒に」は増加傾向。
- 「社員食堂」は、今回減少した。

Q. どのように果物が販売されれば、果物をより多く摂るようになりますか。(H24)(MA)

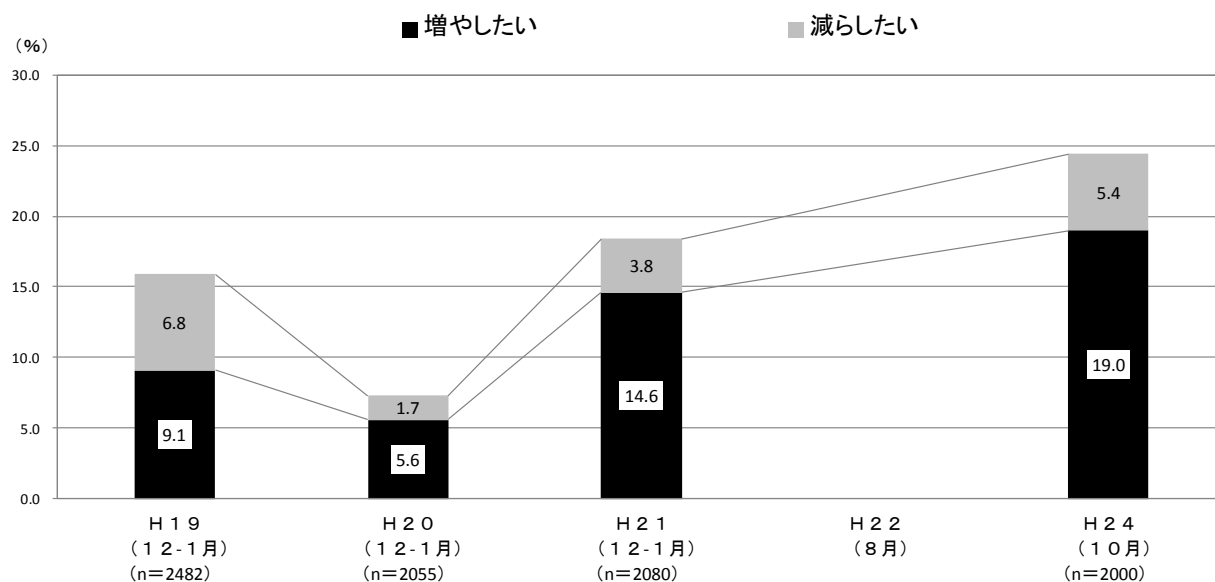


※H16、17、19は回答時に2つずつ選択。

⑪果物加工品の今後の摂取意向

- 「増やしたい」は「減らしたい」の4倍近くあり、近年増加傾向となっており、今回19%となった。
- 「減らしたい」は近年増加し、今回5.4%となった。

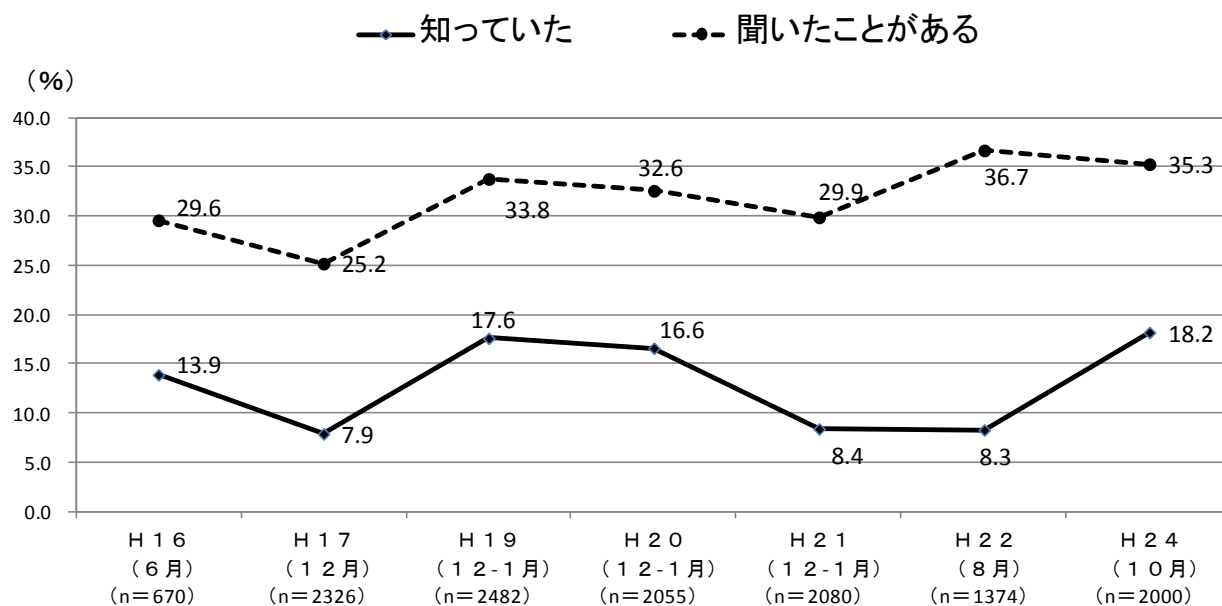
Q. 今後、以下の果物加工品の食べる（飲む）量を増やしたいと思いますか。【果物加工品全体】
(H24) (SA)



⑫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

- 「知っていた」「聞いたことがある」ともに近年微増傾向がみられるが、「知っていた」は20%以下の低い水準に止まっている。

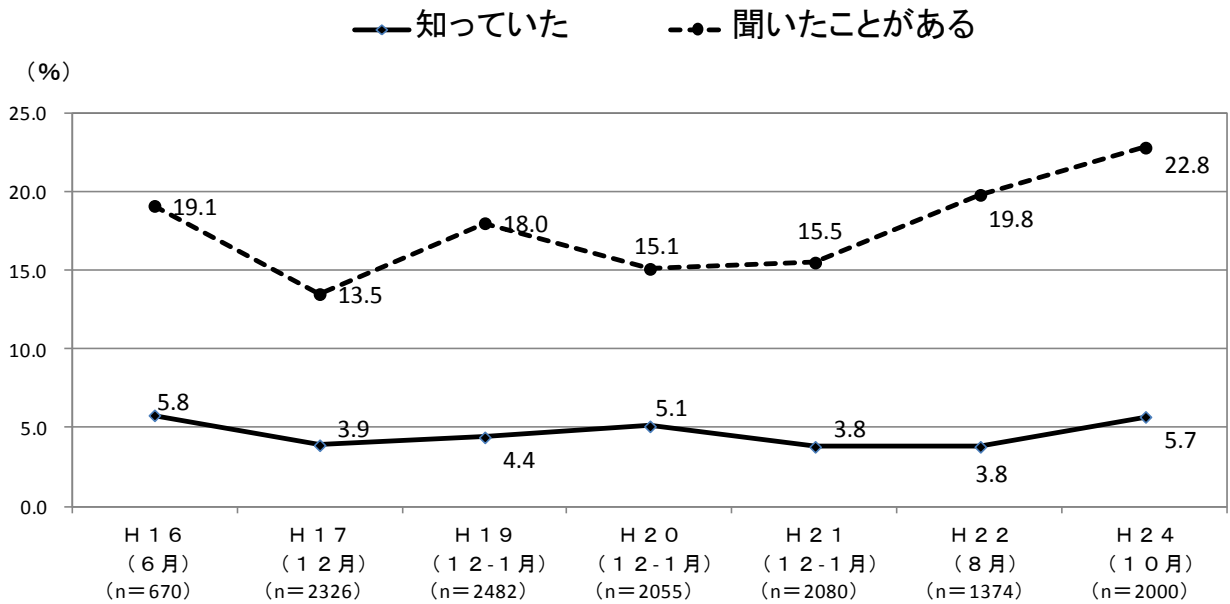
Q. 国は「食事バランスガイド」で、健康増進のため果物を毎日2つ（概ね200g）摂ることを勧めています。ご存知でしたか。（H24）（SA）



⑬ 「毎日くだもの２００グラム！」標語の認知

- 「知っていた」は、特に大きな変化はなく、５％前後の低い水準にある。
- 「聞いたことがある」は近年増加傾向にある。

Q. 「毎日くだもの２００グラム！」という標語をご存知でしたか。（H24）（SA）



⑭ ロゴマークの認知

- 「見たことがある」「見たような気がする」とともに減少傾向にあり、「見たことがある」は2%前後の非常に低い水準で、ほとんど認知されていない。

Q. 「毎日くだもの200グラム！」のロゴマークを見たことがありますか。(H24)(SA)

