

# 20代女性の6割

## 「果物をもっと食べたい」

果物を毎日食べる必需品として位置づけたい。

この思いは青果業界全体の願いでもある。この実現に向けた普及・促進活動が2001年から行われている。「毎日くだもの200g運動(果物のある食生活推進全国協議会)だ。しかし依然として、国民1人当たりの果物の平均摂取量は113.0g(09年度国民・健康栄養調査)と、運動で掲げる目標量(可食部200g)には届いていないのが現状だ。

こうしたなか中央果実生産出荷安定基金協会では、全国の消費者を対象に、果物の嗜好や消費行動、消費形態などについてのアンケート調査を実施し、その結果をまとめ発表した。新鮮果物を毎日200g以上摂っているのは全体の13%程度と依然として低い。しかし20代女性においては60%の人が「今後、果物を食べる量を増やしたい」と答えているなど、明るい兆しも明らかとなっている。同調査結果は今後、果物の消費拡大に向けた販促活動において把握しておきたいものとなっている。

アンケートによると、生20〜40歳代が低くなっていく鮮果物の摂取頻度は全体の。とくに20歳代の男性に約4割の人が「ほぼ毎日」については23%が「ほとんど(週に3〜4回)摂取すると、食べていない」と答えている。年齢別の傾向を見る。

と男女とも60歳代、50歳代「果物を食べない理由」に代の摂取頻度が高く、逆に、全体の約半数の人が

が「手間の問題」を挙げており、具体的に「食べるのに面倒」「保存がきかない」「生ゴミが出る」と答えている。また4割が「価格の問題」と答え、「高い」「割高感がある」と回答。男女別では、男性が「手間」、女性が「価格」を上位に挙げた。さらに若年層は高齢者に比べ「価格」を挙げる割合が高い。これは若年層における正社員率や年収の低下が大きく影響していると思われる。

一方、生産者が最も重要視する味や甘さ、食感のバラツキなど「品質の問題」を挙げたのは7%と1割にも満たず、消費者との意識の違いが浮き彫りになった。

**購入は女性が主体**  
**男性の自己購入率3割**

新鮮果物を手りする際、自分で購入する男性は3割に満たず、6割以上が「同居

家族に購入してもらっている」と答えている。反面、女性では自己購入率が30歳以上で7割以上と高い。最も低い20歳代でも51%と半数を超えており、圧倒的に女性が主体となって果物を購入していることがわかる。

品目別の食べ方についてはバナナ、イチゴ、アボカド、温州ミカンなど13品目を挙げ、いずれも「生鮮で食べる」と6割以上が答えている。次いで「ジュース」でリンゴ20%、グレープフルーツで16%と高くなった。

今後の消費意向については、これまで比べて「増やしたい」が全体で43%。男女別で見ると、男性よりも女性のほうが高い傾向にある。

また、果物に関する情報ターネット・アンケートの登録モニターに対し、2段階に分けて実施。1次調査期間11月中旬・回収数819。(関連記事2面)

上の人が答えている。「知っている」と答えた人は全体の1割にも満たない8%で、そのうち男性の認知は約6%ときわめて低い。最も認知度が高かったのは女性の30歳代で15%。次いで20歳代の14%。男性で最も高かった年代は20歳代の8%となった。

「知らなかった」と半数以上

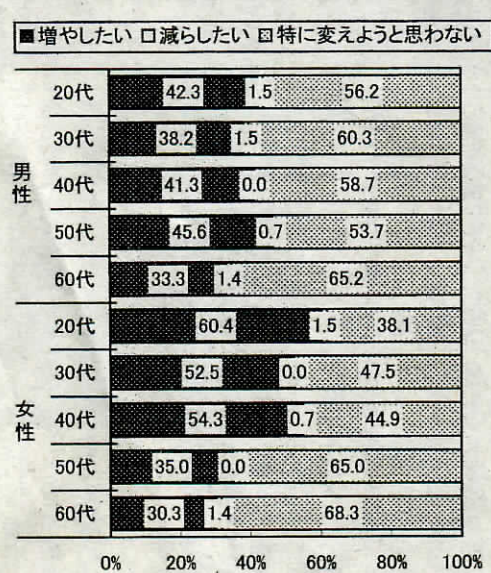
が全体で43%。

男女別で見ると、男性よりも女性のほうが高い傾向にある。

最も「増やしたい」と答えた

の割合は

【質問】今後「くだもの」を食べる量をこれまでと比べてどのようになりたいか



0% 20% 40% 60% 80% 100%