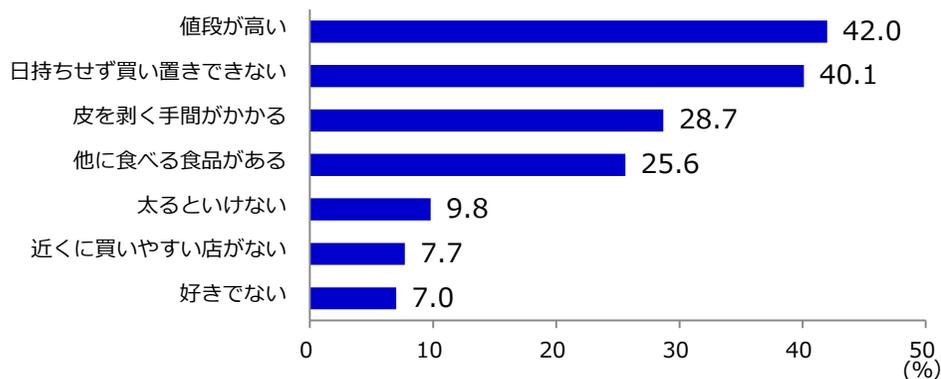


## (参考4) 果実の消費動向 ② (多様な消費者ニーズの動向)

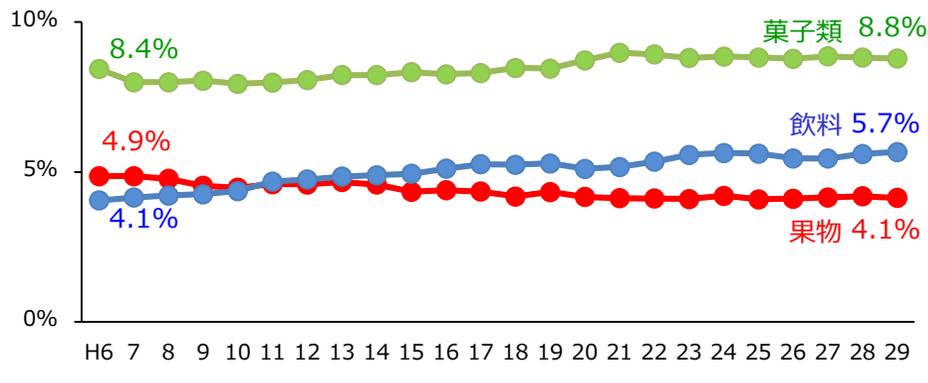
- 消費者が生鮮果実を毎日食べない理由として、買い置きできないことや価格、手間のほか、食べる食品が他にあることをあげている。食料支出に占める支出割合は、果物は減少傾向にあるが、菓子類や飲料は増加。
- 消費者は、①手頃な価格、②日持ちがよい、③食べやすい果実の提供を特に求めており、販売方法では、バラ売りや店頭での試食販売、コンビニエンスストアでの販売、栄養素・保存方法や糖度の表示へのニーズが高い。
- 学校給食1回の果物摂取量は、小学校、中学校とも、望ましいとされる摂取量の半分以下と少ない状況。

### ○生鮮果物を毎日摂らない理由



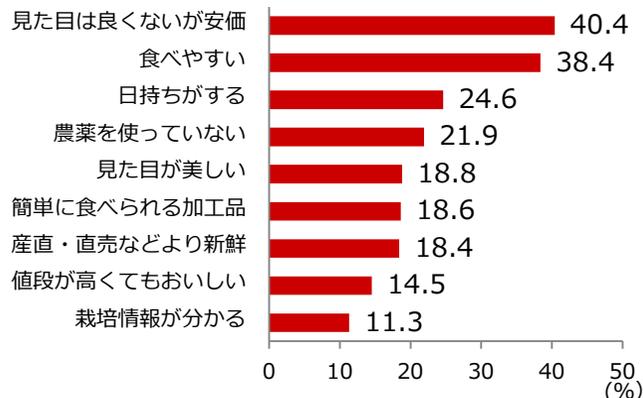
資料：(公財)中央果実協会「果実の消費に関するアンケート調査」(平成29年度)

### ○食料支出に占めるデザート類の支出割合



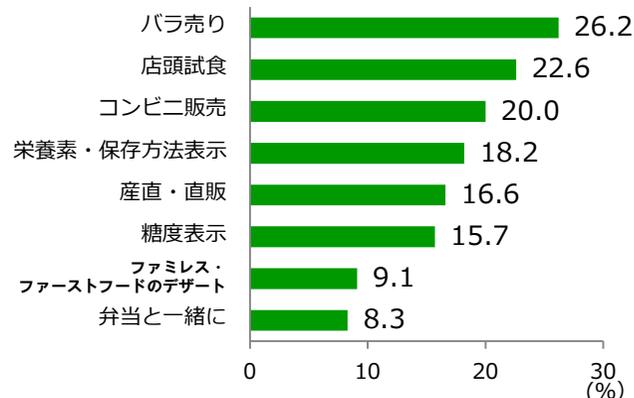
資料：総務省「家計調査」

### ○消費者に聞いた果物の消費量を増やすための提供方法

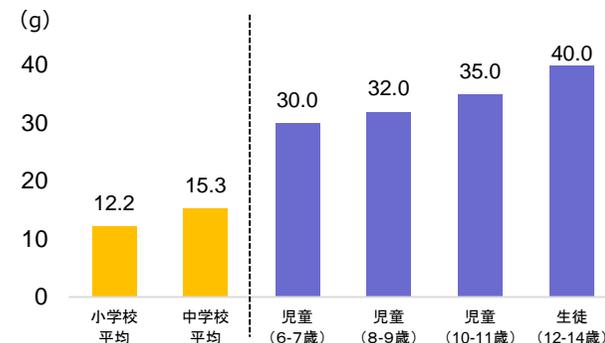


資料：(公財)中央果実協会「果実の消費に関するアンケート調査」(平成29年度)

### ○消費者に聞いた果物の消費量を増やすための販売方法



### ○1回の学校給食における果物類摂取状況



資料：文部科学省「平成29年度学校給食栄養報告」  
注：青色は1回の学校給食で望ましいとされる摂取量  
(学校給食における食事摂取基準等について(報告)  
(平成23年3月)学校給食の標準食品構成表より抜粋)

# (参考4) 果実の消費動向 ③ (消費拡大対策)

- 児童・生徒への食育や摂取量が少ない世代を対象とした食習慣の醸成による果物消費拡大の推進。
- 量販店や企業の健康管理部門と連携し、社食への果実供給・「デスクdeみかん」等の新たな消費スタイルの提案。
- 食べやすい品種の育成、新たな加工品の開発及び果実の機能性成分の解明などの研究成果の認知・啓発活動。



## 果物消費拡大対策(毎日くだもの200グラム運動等の推進)

ターゲットを絞った消費者層への効果的な啓発活動の展開

生活・就業スタイルに合わせた摂取方法の提案

消費者ニーズに合わせた品種の育成、商品開発

健康志向に対応した果実の機能性成分の啓発

### 子どもや摂取の少ない世代の果実への関心の醸成

○ 児童・生徒を対象にした出前授業やくだもの作文・かべ新聞コンクール等の実施

○ 果物摂取量が少ない世代を対象とした料理教室や講座の開催



ターゲットを絞った料理教室



児童・生徒への出前授業

### 量販店や企業健康管理部門等と連携した取組

○ 量販店等での果物摂取方法の提案や栄養成分等の啓発活動の実施

○ 社食等への果実供給と「デスクdeみかん」キャンペーン(デスクやキャンパスの間食でみかんを食べる)取組

デスクdeみかん



量販店での啓発・提案



### 食べやすい品種の育成や新たな加工品の認知

○ 皮が剥きやすいみかんとオレンジを交配した高糖度で高品質なかんきつ品種、鬼皮・渋皮と実がきれいにはく離するくり等の認知・啓発活動

○ 新たな果実加工品の開発・改良や栽培方法

○ 民間企業によるカットりんごの自動販売機



くり「ぼろたん」



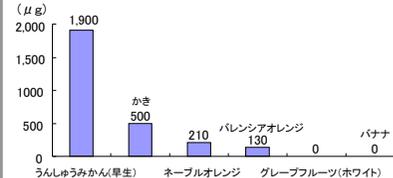
酵素剥皮



カットりんご自動販売機

### 果実の機能性成分の解明と研究成果の啓発

○ かんきつのβ-クリプトキサンチン骨粗しょう症の原因となる骨密度の低下を予防する効果の研究等



○ りんごの機能性

便秘の解消(食物繊維)

血液中の総コレステロールと中性脂肪を正常化(りんごペクチン)

アトピー性皮膚炎や花粉症などアレルギー予防(プロシアニン類)

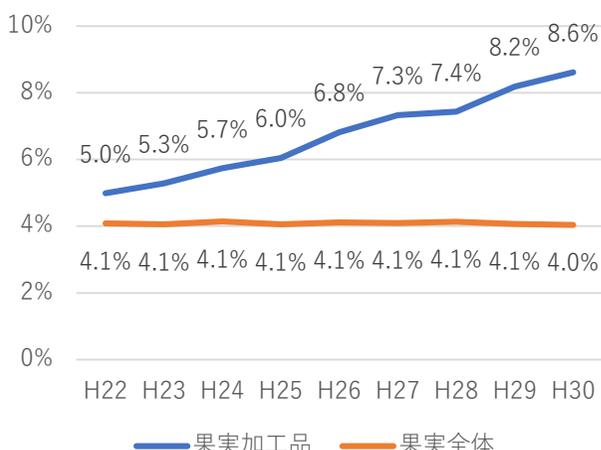


新たな消費スタイルや意識して食生活に果物を取り入れる者の割合の向上=農家の所得・果実の自給率の向上

# (参考5) 果実の加工動向 ① (果実加工品の現状)

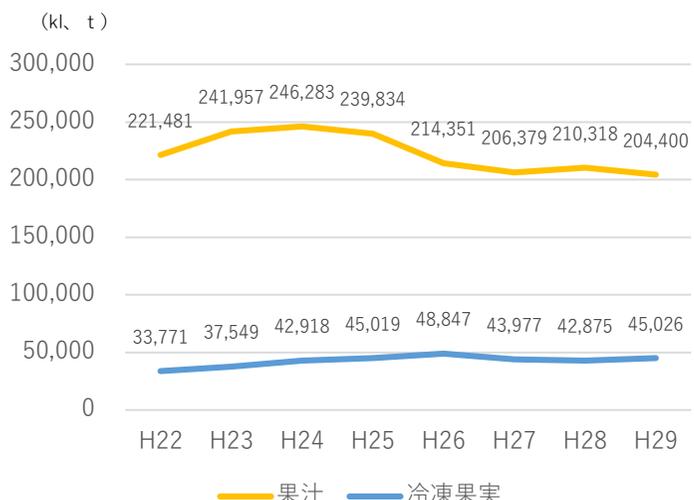
- 果実加工品の生産量は減少傾向 (平成25年：320万トン→平成28年：291万トン)にあるが、食料消費に占める果実加工品への支出割合は増加傾向。果実の消費意欲は底堅いが、摂取しやすい果実加工品が選択されていると考えられる。また、国内で作られた全ての加工食品に原料原産地表示を行うことが必須となること等から (経過措置は令和4年3月まで)、今後も国産果実加工品の需要が増加すると考えられる。
- 一方、国産果実の卸売数量は総じて減少傾向にある中、卸売価格は上昇傾向にあり、加工用果実の入手が困難な状況。
- 輸入果実加工品については、果汁、ジャム、缶詰は横ばい又は減少傾向にあるが、冷凍果実は増加傾向。
- 青森県の加工用りんごにおいては、ケーキやシロップ漬け用途の「プレザーブ」が増加傾向で推移。

## ○食料支出に占める果実の割合、果実支出に占める果実加工品の割合(総世帯)



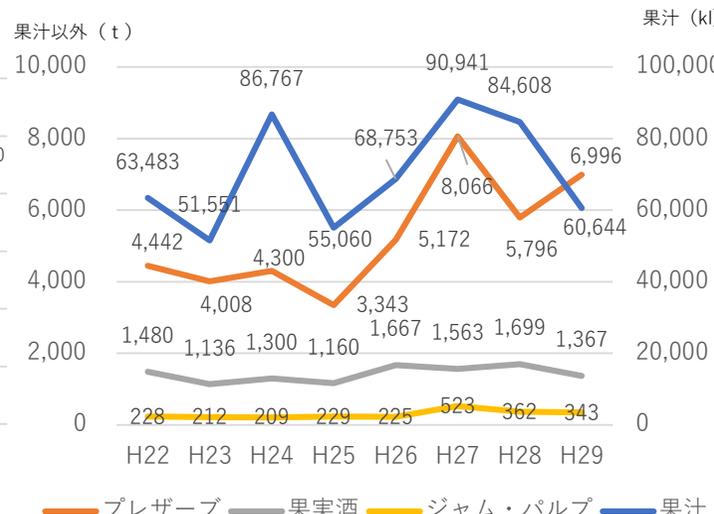
(出典)総務省家計調査  
注. 果実加工品にジュースは含まれない。

## ○果実加工品の輸入量の推移



(出典)財務省貿易統計  
注. 冷凍果実にいちごは含まない。

## ○青森県における加工品別原料使用量



(出典)青森県りんご課  
注. プレザーブ(下図):カットした果実の原型を残したもので、アップルパイ等の材料になる。



<加工食品の原料原産地表示制度について>  
平成29年9月に食品表示基準が改正・施行され、国内で作られたすべての加工食品に対して、原料原産地表示を行うことが義務付け。原材料が国産品である場合は「国産である旨」を、輸入品である場合は「原産国名」を表示。