

**令和4年度「アフターコロナ」を見据えた
野菜・果物の消費動向調査結果
(卸売・仲卸業者)**

令和5年4月

農林水産省

目次

■ 調査概要	3	■ 果物に関するアンケート	11
■ 野菜に関するアンケート	4	■ 果物の仕入れ先割合の変化	12
■ 野菜の仕入れ先割合の変化	5	■ 果物の販売先割合の変化	13
■ 野菜の販売先割合の変化	6	■ 新型コロナウイルス感染拡大による果物のニーズ変化	14
■ 新型コロナウイルス感染拡大による野菜のニーズ変化	7	■ 新型コロナウイルス感染拡大による産地の供給内容の変化	15
■ 新型コロナウイルス感染拡大による産地の供給内容の変化	8	■ 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移	16
■ 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移	9	■ 新型コロナウイルス感染終息後の果物のニーズ	17
■ 新型コロナウイルス感染終息後の野菜のニーズ	10		

調査概要

■ 調査目的

- 野菜・果物の1人1日当たりの平均摂取量（令和元年）は野菜280.5g、果物100.2gで、「健康日本21（第二次）」（厚生労働省策定）等で目標とする野菜350g、果物200gにいずれも達しておらず、1人当たりの野菜・果物の摂取量の増加が課題となっている。
- 本調査は、新型コロナウイルス感染拡大の影響による野菜・果物の需要の変化を把握し、家庭需要の伸びている品目等について産地へ情報提供するとともに、国産野菜・果物の消費拡大施策の検討のための基礎資料とすることを目的とする。

■ 調査方法

- 郵送によるアンケート調査

■ 調査対象

- 卸売・仲卸業者10社

■ 調査日程

- 2023年1月31日～2023年2月7日

■ 調査委託先

- 株式会社イード iid

野菜に関するアンケート

Q1. 野菜の仕入れ先割合の変化

- 新型コロナウイルス感染拡大直後から現在までの野菜の仕入れ先割合の変化について、10事業者中6者が変化したと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、業務加工については急激に減少したが、量販店での取扱は増加し、バラ売りより袋やパッケージでの対応が増えたとの回答や、内食の増加により貯蔵性が高く調理の汎用性も高いたまねぎ、ばれいしょなどが利用頻度の点からも堅調な仕入れが続いたとの回答などがあった。

全体	変化した	変化しなかった
10	6	4
100%	60%	40%

どのような変化か(回答6者)	
1	一定の割合で業務関係の仕入れがあったが、コロナ禍では大きく減った年もあり、平均しても減少が顕著。ただし、量販店・スーパーにとっては極端に増えた年もあり、総じて悪い年ではなく、前年以上の仕入れは確保され、好成績で推移した様に考える。
2	世界的な新型コロナウイルス感染により、輸入野菜の物流の停滞や物流コストの上昇により、輸入野菜が以前に比べ減少した。国内野菜については概ね変化はしていない。
3	一般野菜の栽培状況は特に大きな変化は見られなかったが、業務関係で主力の野菜(漬物、ワサビ、山菜他)は、長引く需要の減退から作付面積を減らした産地も少なくない。
4	仕入先に大きな変化はなかったものの、業務用の生産減少や作付終了した物は見受けられた。
5	JA主体の仕入れではあるが、天候不順や生産経費の高騰、物流事情・運搬費の高騰を受け、法人組合や生産企業、市場間輸送などのウエイトが増加した。
6	<ul style="list-style-type: none"> ・業務加工については急激に減少したが、量販店での取扱は増加した。バラ売りより袋、パッケージでの対応が増えた。 ・内食の増加で貯蔵性が高く調理の汎用性も高いたまねぎ、ばれいしょなどが、利用頻度の点からも堅調な仕入れが続いた。 ・健康志向が高まり、仕入れが安定した品目ではピーマン、人参などの品目で購入回数が増加した。

Q1.新型コロナウイルス感染拡大前(令和元年)から現在(令和4年)で、一年間の野菜の仕入れ先の割合に変化はありましたか。

Q2. 野菜の販売先割合の変化

- 新型コロナウイルス感染拡大直後から現在までの野菜の販売先割合の変化について、10事業者中8者が変化したと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、巣ごもり需要により業務向需要が減少した一方、量販店・一般小売店の割合が増加し、量販店においても非接触販売であるEC（電子商取引）・宅配の需要が高かったと回答があった。また、コロナによる外食の営業制限が緩和され始めてからは回復の傾向にあるとの回答があった。

全体	変化した	変化しなかった
10	8	2
100%	80%	20%

どのような変化か(回答8者)	
1	・特に業務向需要が減少し、ホテル・レストラン等への納品を主にしている仲卸、小売は一時的に業績が半分程度までになったと聞いている。 ・2020年春先から外食需要が落ち込み、対症的に家庭内需要(いわゆる巣ごもり需要)が大きく伸び、販売先の量販店等の業績は拡大した。
2	極端な変化は見られなかったが、需給の関係から量販向けの販売の割合が増加。
3	令和2年のコロナウイルス当初は巣ごもり需要により、量販店、一般小売の割合が増加し、業務関係の割合は減少した。令和3年については、依然として業務関係は厳しい状況が続き、量販店についても、人と接することがないネット・宅配の割合が増加した。令和4年になるとウイズコロナにより、徐々に業務関係の需要も増加している。
4	コロナ元年は業務需要が大きく減退したが、一方で、内食が増え、巣ごもり需要上昇による特需効果が見られた。昨年に入って、コロナによる営業制限も緩和され、業務筋は8割強回復されている。
5	行動規制により飲食業向け、ホテル等宿泊業、給食関係は大幅減少。一方、規制初期の量販店は、家庭内需要の増加により販売割合が増加。中小の小売店は販売割合が減少。非接触の宅配型は大幅増加。
6	量販店主体の販売シェアがさらに拡大。また、業務関係の納品については、コロナの影響により大きく減少。現在、徐々に業務関係は回復の傾向が見られるものの撤退した店舗も多い。
7	ホテル納品や飲食店などは減少。中食や量販店など家庭消費向けは増加。
8	・業務加工向需要は、レストラン・ホテル関係などで大きく減少した。 ・感染者数が減少し、自粛が和らぐと一時的に回復は見られたが、現在も回復までに時間を要している。観光・旅行など人の動きが活発になれば、コロナ前に近い状態に戻ると思う。量販店の仕入れは徐々に戻ってきているが、価格に対する厳しさも増しており、購入量の増加には至っていない。

Q2.新型コロナウイルス感染拡大前（令和元年）から現在（令和4年）で、一年間の野菜の販売先の割合は変化しましたか。

Q3. 新型コロナウイルス感染拡大による野菜のニーズ変化

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、野菜に関する実需者や消費者ニーズの変化を感じたか聞いたところ、10事業者中9者が変化を感じたと回答。
- 変化を感じたと回答した事業者からは、家庭での食事が増えたことで、労力や時間の短縮に、「カット野菜」、「冷凍野菜」、「惣菜・弁当」の需要の増加が感じられたとの回答があった。また、家庭内調理の増加も感じられ、一定期間保存可能で調理の汎用性がある「ばれいしょ」、「たまねぎ」などの土物の需要が伸びたとの回答があった。

全体	変化を感じた	変化を感じなかった
10	9	1
100%	90%	10%

どのような変化を感じたか(回答9者)

1	量販店で販売される冷凍野菜が売上を伸ばしたと聞いている。
2	ここ数年の傾向でもあったが、より一層弁当などを中心に消費者のニーズが増え、その扱ひも、各事業者も含め量販店など重きを置いた販売に推移。
3	コロナの拡大により、消費者の買物の回数が減少し、保存できる冷凍野菜やテイクアウトの弁当の需要が伸びた。カット野菜や惣菜は、コロナ以前から簡便性、利便性により年々需要が伸びている。
4	カット野菜、冷凍野菜への関心度は高まっている。
5	カット野菜、冷凍野菜、弁当・惣菜でニーズの変化を感じた。巣ごもり初期は家庭内調理の増加を感じられたが、徐々に冷凍食品、調理食品の宅配も増加。R3年以降は業務スーパーの台頭と家庭内の調理も簡便化の傾向が強くなり、原料の生野菜の需要は以前に戻りつつも100%には到底届いていない。
6	カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当でニーズの変化を感じた。コロナ禍の中、巣ごもり消費や非接触型の消費により外出の規制、滞在時間の短縮により簡便性や時短といった購買行動が強くなった様に感じる。また、現在では食品全般の値上げやエネルギー価格の高騰から生活防衛意識も高まり、「値頃感」も含め更にその傾向が強くなっている。
7	カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当でニーズの変化を感じた。コロナ禍で外出機会が減少したため、日持ちのする冷凍野菜の需要が高いと感じた。また外食が減り、家庭での食事が増えたことで、労力や時間の短縮に惣菜・弁当、カット野菜の利用も増えている。
8	原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当でニーズの変化を感じた。個人向けでの消費は、コロナウイルスの影響を受け、巣ごもり需要が増加している。特に家庭での調理が増えたことにより、一定期間保存が可能で調理の汎用性があるばれいしょ、たまねぎなどの土物や、カット野菜、長期保存が可能な冷凍野菜などの需要が伸びている。
9	内食機会の増加からカット野菜中心に購入頻度は増加した。カット野菜については家事負担の軽減からも利用度が伸びた。同じく惣菜、冷凍野菜も利用頻度が増加した。

Q3.新型コロナウイルス感染拡大により、野菜（原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど）に関する実需者や消費者のニーズの変化を感じましたか。

Q4. 新型コロナウイルス感染拡大による産地の供給内容の変化

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、産地の供給内容の変化を感じたか聞いたところ、10事業者中6者が変化を感じたと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、輸入野菜の減少、価格高により、加工向けの野菜について国内産の需要が伸びているとの回答があった。また、特にコロナ禍による業務需要の極端な減少や、加工食品の納入先の販売不振から、従来の市場で取扱いの無い規格の商品が産地から供給されるものも散見された。

全体	変化を感じた	変化を感じなかった
10	6	4
100%	60%	40%

どのような変化を感じたか(回答6者)	
1	需要の増加に対応するため、供給元においても、カット野菜、惣菜、弁当などの材料の供給も増えてきているのは顕著。
2	コロナ感染拡大により、輸入野菜が減少により価格高になり、カット野菜・冷凍野菜などの加工向けの野菜について国内産の需要が伸びている。
3	大きな変化はないが、品目によっては供給量を減らしている傾向にある。
4	対応力があり、計画生産出荷の出来る産地はカット野菜、冷凍への対応は確立されつつある。また、円安等もあり、業務用の大型品種への対応要望は強い品目もある。
5	原体、カット野菜の供給に変化を感じた。特にコロナ禍による業務需要の極端な減少や加工食品の納入先の販売不振から、従来の市場で取扱いの無い規格の商品を産地が供給しているのが散見された。
6	原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当などの供給に変化を感じた。産地における労働力不足から、作業軽減を目的とした加工業務向けの販売が増加傾向となっており、特にコロナでの影響ではないと考えている。

Q4.新型コロナウイルス感染拡大により、産地における野菜（原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど）の供給内容に変化を感じましたか。

Q5. 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移

- 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移について、10事業者中5者が感染拡大前の状況に戻りつつあると回答し、残りの5者は新型コロナウイルス感染拡大後の変化が継続していると回答。

全体	感染拡大前 に戻った	感染拡大前の状 況に戻りつつある	継続している
10	—	5	5
100%	—	50%	50%

Q5.現在、新型コロナウイルス感染拡大直後に比べて、Q1～4で回答いただいた内容はどのように推移していますか。

Q6. 新型コロナウイルス感染終息後の野菜のニーズ

- 新型コロナウイルス感染拡大前と終息後の実需者や消費者ニーズの変化について、10事業者中8者が変化すると思うと回答。
- 変化すると思うと回答した事業者からは、3年間でライフスタイルに変化が生じ、コロナ感染症が終息してもすぐには元に戻らず、非接触型の購入方法は増加し、特に「冷凍食品」はゴミにならず使い切りで、長期保存が出来るため、食生活の中で占める割合が今後も増加するとの回答などがあった。

全体	変化と思う	変化と思わない
10	8	2
100%	80%	20%

どのように変化と思うか(回答8者)

1	家庭内需要に比例して、カット野菜や冷凍野菜などのニーズは増していると考える。
2	今後も利便性、簡便性のある野菜の需要が伸びていく。特に、冷凍野菜については、ゴミにならず使い切りで、若い消費者を中心に需要が増えていくと思う。
3	野菜原体の一口売り、もしくは一本売り、量目売りから、直接手で触れないパック物や袋物(カット野菜)等への指向が強まっている。
4	定着した宅配や簡便化のニーズは変わらないが、調味料や家庭用品の大幅値上の中、生鮮野菜は需給バランスが価格の変動要因であるため、生産経費、運賃資材等の値上がり、高齢化もあり、(生鮮野菜の需要は)急速に減少する可能性が高い。
5	コロナ禍により、この3年間の商習慣は大きく変わった。未だ終息がなされない中で、この商習慣での慣れや定着が当たり前となり、なかなかコロナ前に消費に戻るとは考えづらい。簡便性や時短等の消費動向が更に加速するのではないかと思う。
6	物価が高騰している中、消費者のニーズも変化が出ると思われる。しかし、今まで控えていた外出・外食の増加により、野菜原体の需要は少しずつ戻るのではないかと思う。
7	簡単・便利に利用でき、保存がきいてフードロス低減につながるカット野菜、冷凍野菜については更に伸びていくと考える。
8	3年間でライフスタイルに変化が生じているため、コロナ感染症が終息してもすぐには元に戻らない。非接触型の購入方法は進化を続けると考えている。特に冷凍食品はコストも良く、長期保存が出来る為、食生活の中で占める割合が今後も増加する。原体を購入するよりも利便性の高いカット野菜はゴミ事情も含め、安定した購入が続いている。また、家事負担の軽減に於いても同様である。

Q6.新型コロナウイルス感染症が終息した後、野菜（原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど）の実需者や消費者のニーズは、コロナ前と変化すると思いますか。

果物に関するアンケート

Q1. 果物の仕入れ先割合の変化

- 新型コロナウイルス感染拡大直後から現在までの果物の仕入れ先割合の変化について、10事業者中8者が変化しなかったと回答。
- 一方、変化したと回答した事業者からは、巣ごもり需要で生果の需要が増加し、天候等による輸入果実の生産量の減少や物流の停滞により国産果実の需要が増加したとの回答や、業務関係の商材で1個売りが減少し、袋詰め、パック加工を行った商品の需要が増加したとの回答などがあった。

全体	変化した	変化しなかった
10	2	8
100%	20%	80%

どのような変化か(回答2者)	
1	令和2年は、巣ごもり需要のピークで外食が減少し各家庭での食事が増加したことで果実生果の需要が増えた。国産果実は、この数年生産量が減少し、また、輸入果実は、天候不順、各国産地でもコロナ禍の影響で人手不足による出荷や輸送の停滞により激減したことから、国産果実の需要が増え、順調な年だった。
2	業務関係の商材において、コロナ感染がピークに入ると販売数は減少する(レモン等)。R元年、2年においては、1個売が減少、袋詰め、パック加工を行った商品の要望が多かった。

Q1.新型コロナウイルス感染拡大前(令和元年)から現在(令和4年)で、一年間の果物の仕入れ先の割合に変化はありましたか。

Q2. 果物の販売先割合の変化

- 新型コロナウイルス感染拡大直後から現在までの果物の販売先割合の変化について、10事業者中8者が変化したと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、外食需要から家庭内需要へのシフトによる販売先の変化があったとの回答や、自宅で食事をする傾向が高まり、ネット販売、量販店への販売量が増えたが、現時点ではその傾向はおさまっているとの回答、百貨店の売上が下がり輸出関係やインターネットギフト等量販店の売上が伸びたが、最近では外国からの入国者も増加し百貨店業界はコロナ以前に戻りつつあるとの回答などがあつた。

全体	変化した	変化しなかった
10	8	2
100%	80%	20%

どのような変化か(回答8者)	
1	ホテル、レストラン等のデザート需要が減少。外食需要→家庭内需要へのシフト(巣ごもり需要)による販売先の変化はあったと思う。
2	業務関係(給食、披露宴、パーティー等イベント)の低迷。4年夏頃よりやや回復。
3	令和2年以降、コロナの影響で外食産業の流通が減少し業務納品業者の仕入れが激減。また、輸入果実は、円安、輸送コストの高騰により近年にない高値と輸入品物流業者の人手不足により入荷が減少した為、国産果実の販売数量は、微増だが増えた。
4	流行直後～第4波頃まで外食が減り、自宅で食事をする傾向が高まったため、ネット販売、量販店への販売量が増えた。現時点ではその傾向はおさまっている。外国人観光客が減ったため、それらの層が購入していたと思われる単価の高い果実はかなり苦戦した。今はそれらが輸出される数量が増えたため状況は立ち直っている。
5	・百貨店の売上げが下がり輸出関係やインターネットギフト等量販店の売上げが伸びる結果となった。 ・最近では外国からの入国者も増加し百貨店業界はコロナ以前に戻りつつある。
6	コロナ禍1年目は巣ごもり需要も多少感じられたが、2年目以降は変化なし。
7	ホテル、学校給食、外食等の納品が減少。現在は回復傾向。
8	トータル的には大きな変化はないが、行動規制のあった時期については、業務関係が大幅に減少し、量販店での販売が好調でした。現在は通常に戻っている。

Q2.新型コロナウイルス感染拡大前(令和元年)から現在(令和4年)で、一年間の果物の販売先の割合は変化しましたか。

Q3. 新型コロナウイルス感染拡大による果物のニーズ変化

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、果物に関する実需者や消費者ニーズの変化を感じたか聞いたところ、10事業者中7者が変化を感じたと回答。
- 変化を感じたと回答した事業者からは、巣ごもり需要の影響で、食味の良い簡便性に優れた生果が好まれ、また、生ごみが発生しないカットフルーツの需要も増加したとの回答や、生果は感染対策からパック、袋詰めの販売が増え、特に行動制限があった時期は買物回数が減少し、大袋の需要が増えたとの回答などがあった。

全体	変化を感じた	変化を感じなかった	取り扱っていない
10	7	2	1
100%	70%	20%	10%

どのような変化を感じたか(回答7者)	
1	一次的にカットフルーツの需要が激減した。
2	令和2年から巣ごもり需要が増え各家庭での在宅時間の増えた影響で特に生果の需要が増えた。食味の良い簡便性に優れた生果が好まれ、また、生ごみが発生しないカットフルーツも需要が増えた。
3	流行直後にカットフルーツの取り扱いが減り、その原料となる品目の販売不振が目立ったが、一時的なものだった。
4	コロナ禍のなかテレワーク等在宅が増加し、運動不足による体型の悩みから、栄養バランスを考えた野菜・果実飲料の需要が増加。
5	生果、カットフルーツ、ドライフルーツにニーズの変化を感じた。巣ごもり需要で加工商品中心に伸長したが、現状は落ち着きつつある。健康需要でバナナなどが売れている。
6	生果は感染対策からパック、袋詰めの販売が増えた。特に行動制限があった時期は、買物回数が減少し、大袋の需要が増えた。
7	生果、カットフルーツ、ドライフルーツにニーズの変化を感じた。今まで以上に調理器具を使わずに食べる傾向が強くなっている。ドライフルーツにすることで多種品目の果物が食べやすくなった。栄養バランスが取りやすい他商品とのセットメニューが出来た。

Q3.新型コロナウイルス感染拡大により、果物（生果、カットフルーツ、冷凍フルーツ、ドライフルーツ、果汁飲料など）に関する実需者や消費者のニーズの変化を感じましたか。

Q4. 新型コロナウイルス感染拡大による産地の供給内容の変化

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、産地の供給内容の変化を感じたか聞いたところ、10事業者中5者が変化を感じたと回答。
- 変化を感じたと回答した事業者からは、果実はふるさと納税、ネット販売、巣ごもりの影響で、食味が良い本物志向の生果を消費者も好むようになり、フルーツサンドの流行から生果を好む消費者が増えたとの回答や、巣ごもり需要のあと高級な果実の需要が伸びたが、販売価格が上がり販売数量は減少したとの回答、また、港湾荷役作業員の人手不足、海上コンテナの不足等の原因で輸入品の供給量は減ったと感じるとの回答などがあつた。

全体	変化を感じた	変化を感じなかった	取り扱っていない
10	5	4	1
100%	50%	40%	10%

どのような変化を感じたか(回答5者)	
1	<ul style="list-style-type: none"> ・生果、カットフルーツで供給内容の変化を感じた。果実は、ふるさと納税、ネット販売、巣ごもりの影響で、食味が良い本物志向の生果を消費者も好むようになった。また、フルーツサンドの流行から生果を好む消費者が増えた。 ・シャインマスカット、あまおう、紅まどんな等の売り場が広がり購入しやすくなったことも考えられる。
2	港湾荷役作業員の人手不足、海上コンテナの不足等の要因で輸入品の供給量は減ったと感じる。
3	<ul style="list-style-type: none"> ・巣ごもり需要後、高級な果実も需要が伸びたが、販売価格が上がり販売数量は減少。 ・果実の中でもキウイフルーツはビタミンCや食物繊維などの栄養素が豊富でヨーグルトやスムージーに簡単にアレンジできることから幅広い世代に人気。
4	<ul style="list-style-type: none"> ・生果、カットフルーツ、ドライフルーツで供給内容が変化した。輸入関係の入荷の乱れであらゆるものが高騰した。 ・生鮮物は菓子類とは異なり売価調整が難しい。
5	生果、カットフルーツで供給内容が変化した。巣ごもり需要が増えたが、近年、気象変動が激しく、果物は数量減の単価高で推移。

Q4.新型コロナウイルス感染拡大により、産地における果物（生果、カットフルーツ、冷凍フルーツ、ドライフルーツ、果汁飲料など）の供給内容に変化を感じましたか。

Q5. 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移

- 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移について、10事業者中5者が感染拡大前の状況に戻りつつあると回答し、残りの5者は新型コロナウイルス感染拡大後の変化が継続していると回答。

全体	感染拡大前 に戻った	感染拡大前の状 況に戻りつつある	継続している
10	—	5	5
100%	—	50%	50%

Q5.現在、新型コロナウイルス感染拡大直後に比べて、問1～4で回答いただいた内容はどのように推移していますか。

Q6. 新型コロナウイルス感染終息後の果物のニーズ

- 新型コロナウイルス感染拡大前と終息後の実需者や消費者ニーズの変化について、10事業者中7者が変化すると思うと回答。
- 変化すると思うと回答した事業者からは、現在の消費者は多くの量は求めず、味を重視し、食べやすさを求めており、残さず食べきれぬカットフルーツの需要はあるとの回答や、コロナウイルス感染症に関係なく、果実の生産量減少と輸出量増加もあって卸売価格は上昇傾向にあり、インターネット需要の増加も手伝って市場経由率は低下し続け、品目にもよるが、果実は消費者にとって高嶺の花になっていく見方もあるとの回答などがあった。

全体	変化すると思う	変化すると思わない
10	7	3
100%	70%	30%

どのように変化すると思うか(回答7者)

1	ネット販売、ふるさと納税等、市場外流通が増加。
2	大きな違いはないが、今後も国産果実の生産量が減少していくと、果実離れなどで消費が減ると思う。また、以前に比べ、予想以上に高値が続き、少量多品目の購入が主流になると思う。また、簡便化されたものや、食味に信用性が感じられる果実商品を一般消費者は、好むのではないかと思う。
3	コロナによる経済への影響は大きいと思う。国内向けの高単価の商品は販売が厳しくなり、その品物は輸出に向けられる割合が増えると思う。
4	コロナウイルス感染症に関係なく、果実の生産量減少と輸出量増加もあって果実の卸売価格は上昇傾向。最近の物価および生産資材高騰の煽りもあり産地からの価格訴求は高まる一方。インターネット需要の増加も手伝って市場経由率は低下し続け、品目にもよるが、果実は消費者にとって高嶺の花になっていく見方もある。
5	一度値上した価格は、元には戻らないと思う。消費者の賃金が変わらない限り、現状のままだと思う。
6	生果、カットフルーツでニーズが異なると思う。円安等から、諸物価高騰の傾向にあり、加えて輸入食品の高騰もあり、生産コストの上昇、消費マインドの冷え込みから、形状・形態の少量化が進むものと思われる。
7	ニーズは完全には元に戻らないと思う。現在の消費者は、多くの量は求めず、味を重視し、食べやすさを求めている。残さず食べきれぬ量がカットフルーツは求められている。調理器具を使わず、食べやすい果物は今後も求められる。栄養バランスや一度に食べる量を考えると、ドライフルーツの扱いは伸びると思われる。

Q6.新型コロナウイルス感染症が終息した後、果物（生果、カットフルーツ、冷凍フルーツ、ドライフルーツ、果汁飲料など）の実需者や消費者のニーズは、コロナ前と変化すると思いますか。