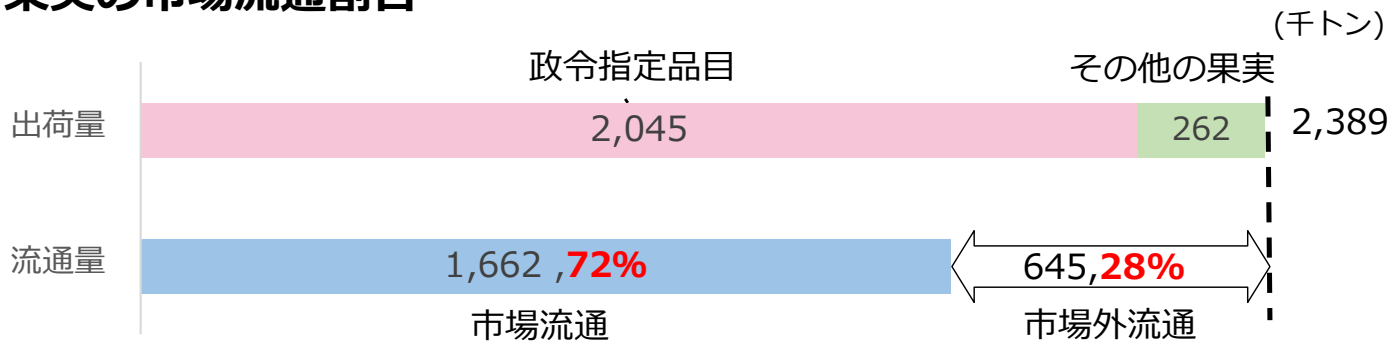
果実の流通動向

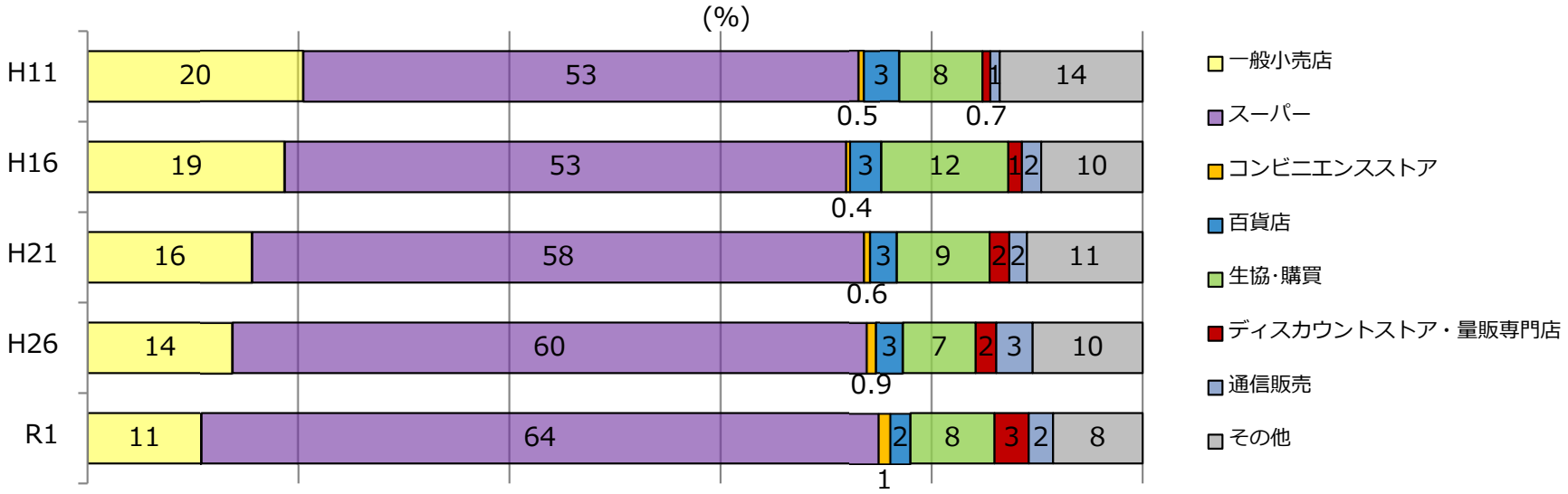
○出荷量と流通量から推計した果実の市場内流通の割合は７割となっている。
○生鮮果実の購入先別支出はスーパーが過半を占め、果物屋等一般小売店の割合は減少傾向にある。

○果実の市場流通割合



果樹・茶グループで推計
資料：令和３年作物統計
令和３年特産果樹生産動態等調査
令和３年青果物卸売市場調査

○生鮮果実の購入先別支出割合

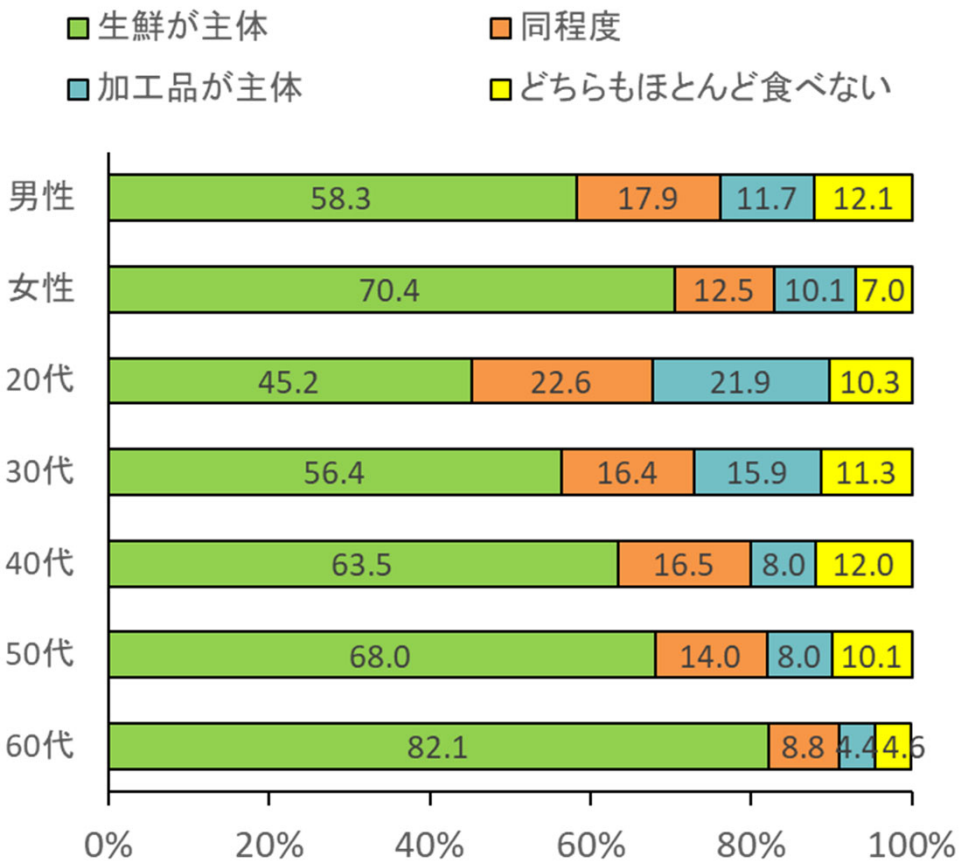


資料： 総務省「全国消費実態調査」
注：令和元年から統計調査方法・対象が変わっているため、26年以前と比べ連続性はない。

果実加工品の動向 （果実加工品の利用・技術開発）

○果実は、どの年代も生鮮果実を主体に摂取され、高年齢層ほど多い。果実加工品は、特に20歳代で好まれている。
○果実の需要を掘り起こすには、消費者ニーズに合致した果実加工品の開発が必要であり、最近では新技術の導入により、新たな果実加工品の開発が進められている。

○生鮮果実と果実加工品の購入度合い



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」（令和元年度）

○国内における果実加工技術の開発

① 青森県　（独）青森県産業技術センター等　（りんご）

・容器内に充填した不活性ガス及びカテキン、ポリフェノールを利用した混合液等により果肉の褐変を防止し、２週間品質を保つカットりんごを開発。

（資料：　（独）青森県産業技術センター）

② 和歌山県　和歌山県工業技術センター　（かき）

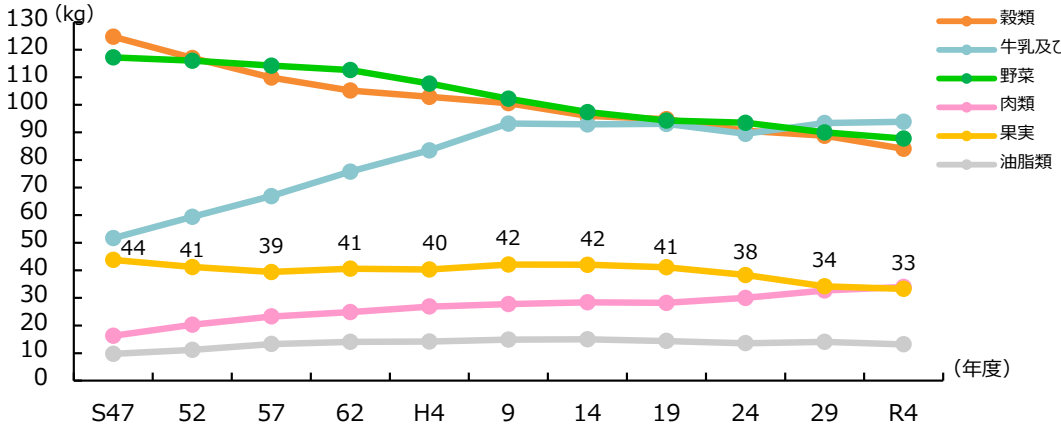
・熱水処理及びペクチン質分解酵素処理を行うことで、刃物を使わずにかきの果皮を除去する技術を開発。
・今後は装置化、果実加工の省力化につながる技術として期待。

（資料：和歌山県工業技術センター）

果実の消費動向 ①（消費動向の推移）

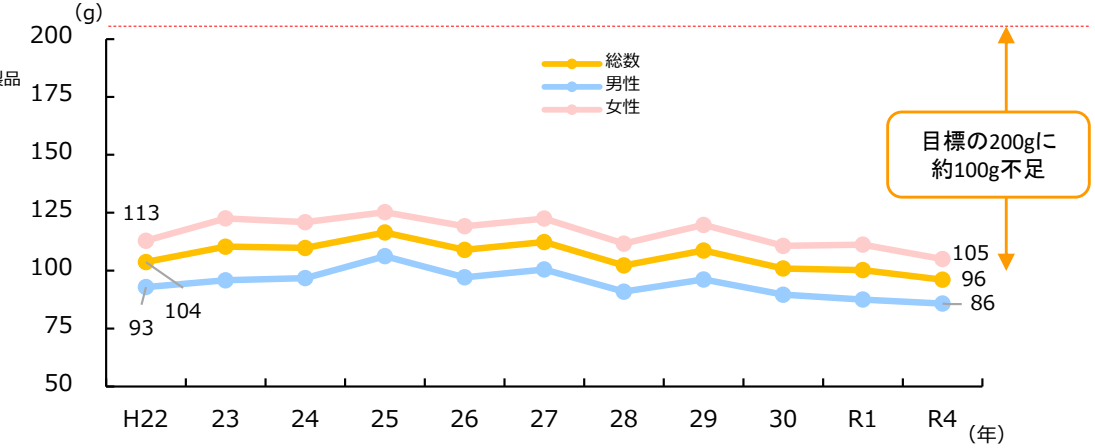
○主要農産物の消費動向をみると、果実の消費は減少傾向で推移。
○購入数量をみると、うんしゅうみかん、りんご等の国産果実が減少する一方、バナナが増加傾向。
○健康づくりの指標「健康日本21（第三次）」において新たに設定された20歳以上１人１日当たりの果物摂取目標量200gに対し、現状の摂取量は100g程度で、特に20～50歳代で不足が目立っている。

○主要農産物の１人１年当たりの消費動向



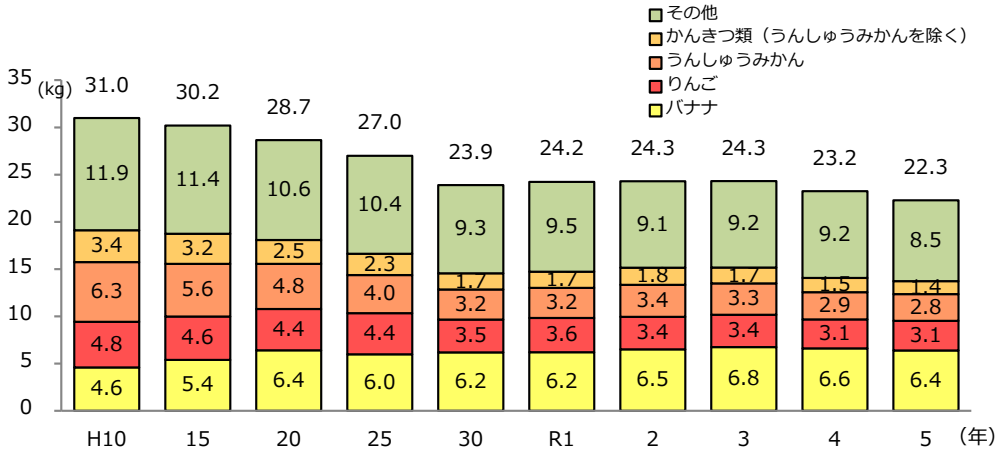
資料：農林水産省「食料需給表」
注：データは供給数量（＝消費者に到達した食料）であり、実際に摂取された食料の数量ではない。

○１人１日当たりの果実摂取量の推移



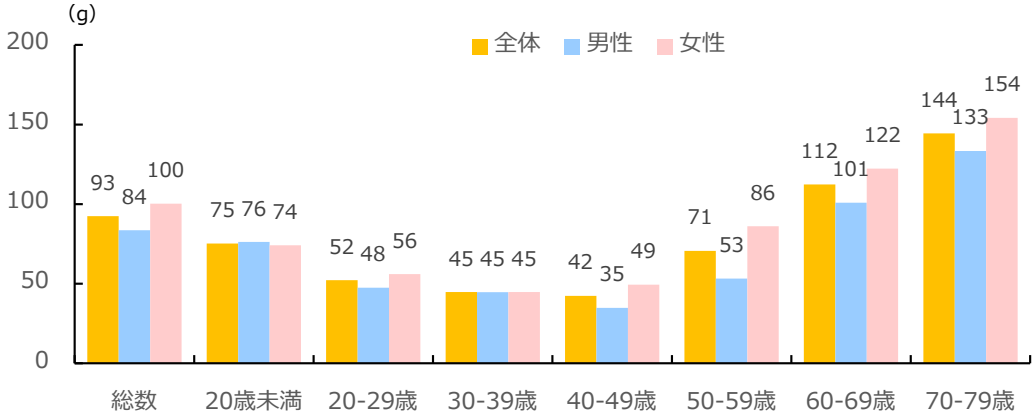
資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」(令和２年及び３年は調査中止)
注：データは20歳以上の者。「果実摂取量」とは、生果、果汁・果汁飲料の合計。

○果実１人１年当たりの購入数量



資料：総務省「家計調査」
注：データは「二人以上の世帯」の１世帯当たりの支出金額を世帯人員で除して算出。

○世代別の果実類摂取量

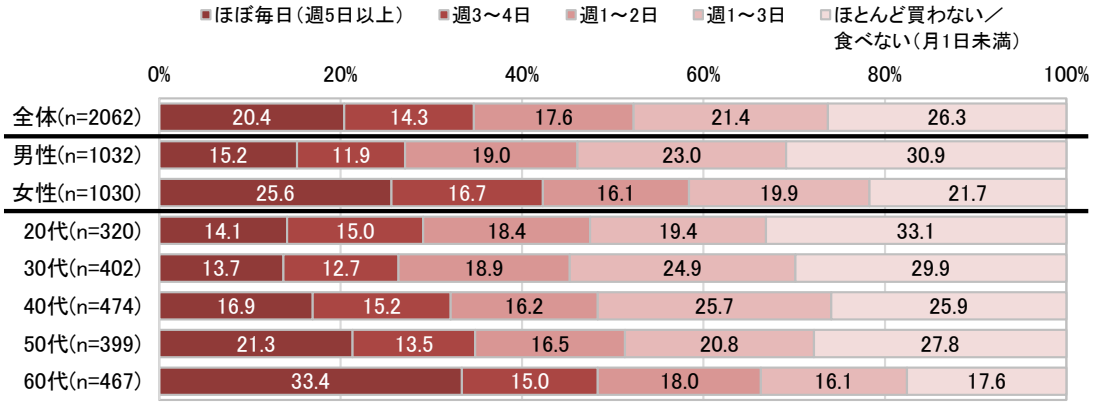


資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」(令和４年)
注：「果実類摂取量」とは、生果、ジャム、果汁・果汁飲料の合計。
「総数」は20歳以上の者を対象にした値。

果実の消費動向 ②（消費者ニーズの動向）

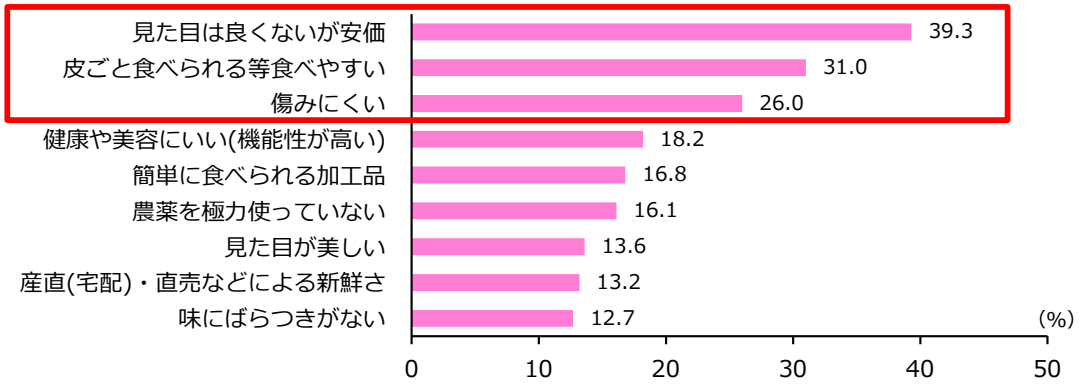
○果物の摂取頻度は、男性では「ほとんど食べない」、女性では「ほぼ毎日」という回答が最も多い。また、20～50代では「ほとんど食べない」、60代では「ほぼ毎日」という回答が最も多い。
○果物を毎日食べない理由として、「値段が高い」、「日持ちせず買い置きできない」、「皮を剥くなど手間がかかる」、「他に食べる食品がある」等があげられている。
○消費者は、「安価」「食べやすい」「傷みにくい」ことを特に求めており、購入時の情報として、「食べごろの見分け方」、「美味しい果物の見分け方」、「鮮度の見分け方」を特に求めている。

○果物の摂取頻度



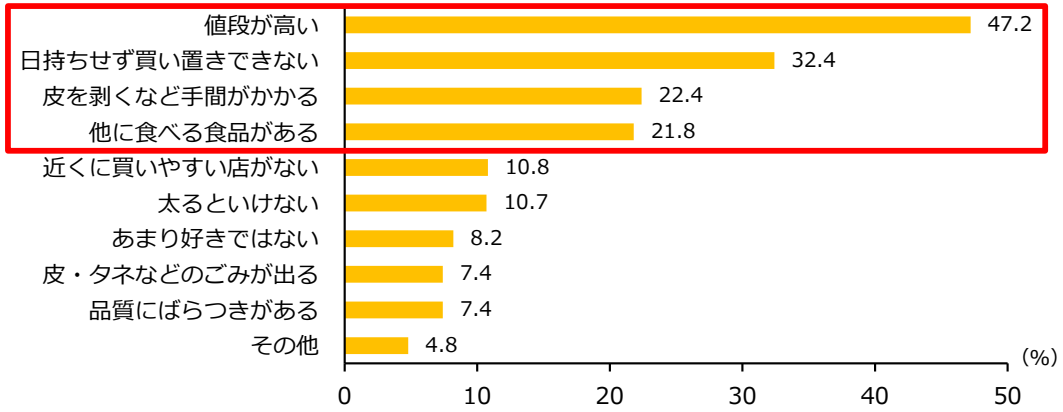
資料：（公財)中央果実協会「果物の消費に関するアンケート調査」(令和５年度)

○消費者が求める果物の提供方法



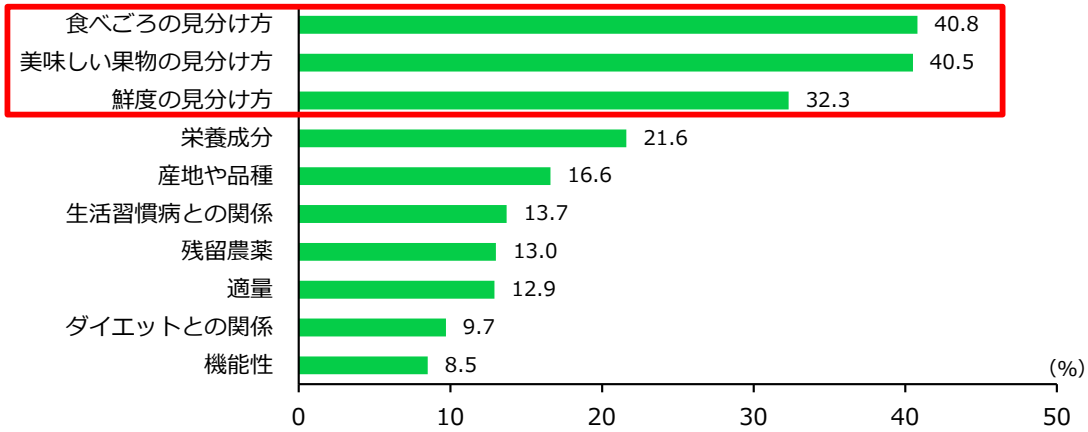
資料：（公財)中央果実協会「果物の消費に関するアンケート調査」(令和５年度)

○果物を毎日食べない理由



資料：（公財)中央果実協会「果物の消費に関するアンケート調査」（令和５年度)

○消費者が果物購入時に知りたい情報



資料：（公財)中央果実協会「果物の消費に関するアンケート調査」(令和５年度)

果実の消費動向 ③（消費拡大対策）

○生産者団体等と協力し、「毎日くだもの200グラム運動」により、家庭や学校等における普及啓発活動や、摂取不足が目立つ世代に向けた食べ方の提案・情報発信等の果実の消費拡大対策を推進。
○若い世代をターゲットに「カフェメニューコンテスト」を実施し、受賞レシピの実店舗でのメニュー化や、フルーツに関する様々な情報をSNSで発信。
○消費者ニーズに合わせた品種の育成や研究開発、栄養・機能性成分等の情報を発信。

家庭や学校等における普及啓発、生活・就業スタイルに合わせた食べ方の提案

消費者ニーズに合わせた品種の育成や研究開発、栄養・機能性成分の情報発信

「毎日くだもの200グラム運動」の推進等

○「毎日くだもの200グラム運動」により、出前授業やくだもの作文・かべ新聞コンクール等の普及啓発活動の実施

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

○国産果物の消費拡大に関するポスターデザインの作成・公表

「毎日くだもの200グラム運動」ロゴマーク

デスクdeみかん

国産果物の消費拡大に関するポスター

若い世代をターゲットにした取組やSNSを活用した情報発信等

○年間を通して販売されている「りんご」を用いた「カフェメニューコンテスト」を実施し、実店舗でメニュー化、提供

○農林水産省公式SNS等において、果実に関する様々な情報の発信

「カフェメニューコンテスト」で市販化された「りんゴロっとボロネーゼ」

フルーツと美容の対談をSNSで発信

農林水産省公式SNS等で情報発信

食べやすい品種の育成や機能性成分の調査・研究等

○皮が剥きやすい高糖度で高品質なかんきつ類や、鬼皮・渋皮と実がきれいに剥離するくりの育成・開発

○果実に含まれる機能性成分の調査・研究（例：かんきつ類に含まれるβ-クリプトキサンチン、りんごに含まれるプロシアニジン等）

○果実加工品向けの新たな皮剥き技術「酵素剥皮」の実証と普及

かんきつ類「せとか」

くり「ぽろたん」

ももの酵素剥皮

健康志向に対応した栄養素等の情報発信

○一般の小売店において、栄養素等の表示による消費者への情報発信

（R５年度から、規制のサンドボックス制度※の成果物「野菜・果実の栄養素の一般的な特徴に関するPOP表示マニュアル」の研修、表示を支援）

小売店等への研修

店舗でのPOP表示、消費者の理解促進

※規制のサンドボックス制度とは、新たなビジネスモデルの実施が現行規制との関係で困難である場合に、新しい技術やビジネスモデルの社会実装に向け、事業者の申請に基づき規制官庁の認定を受けた実証を行い、実証により得られた情報やデータを用いて規制の見直しに繋げていく制度。