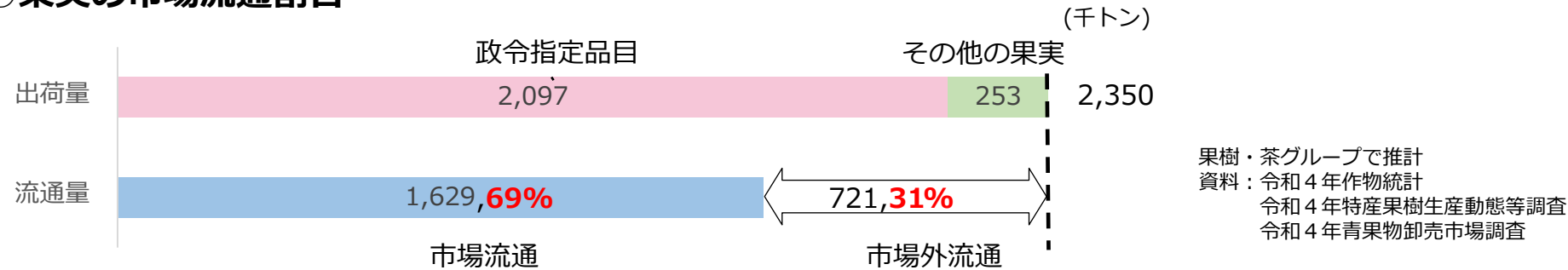


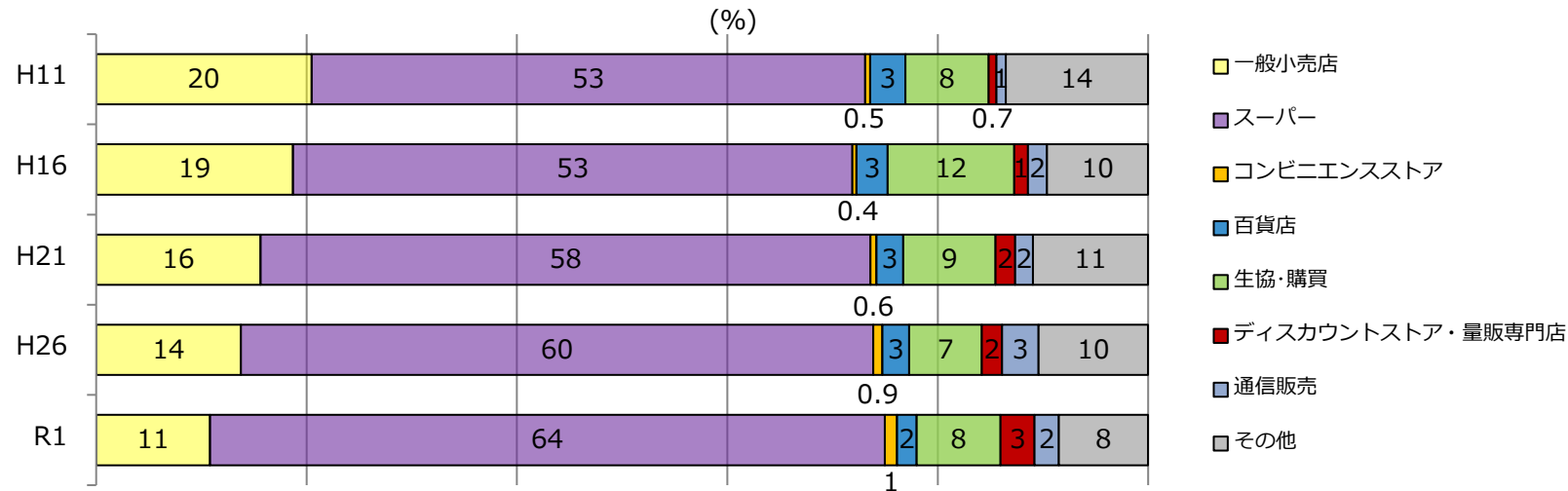
果実の流通動向

- 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



○生鮮果実の購入先別支出割合

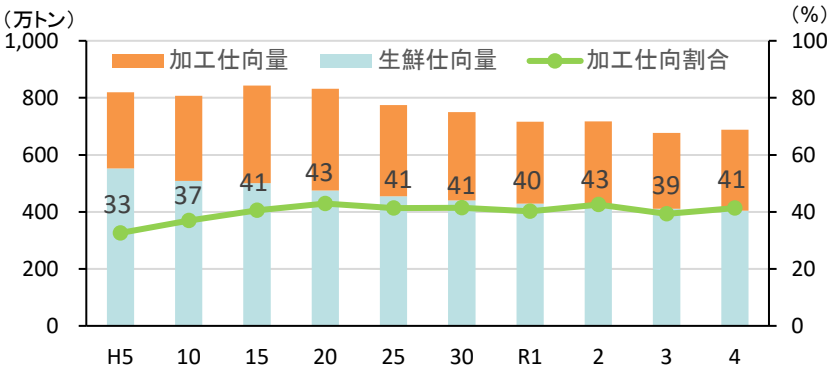


資料：総務省「全国消費実態調査」
注：令和元年から統計調査方法・対象が変わっているため、26年以前と比べ連続性はない。

果実加工品の動向（果実加工品の利用・技術開発）

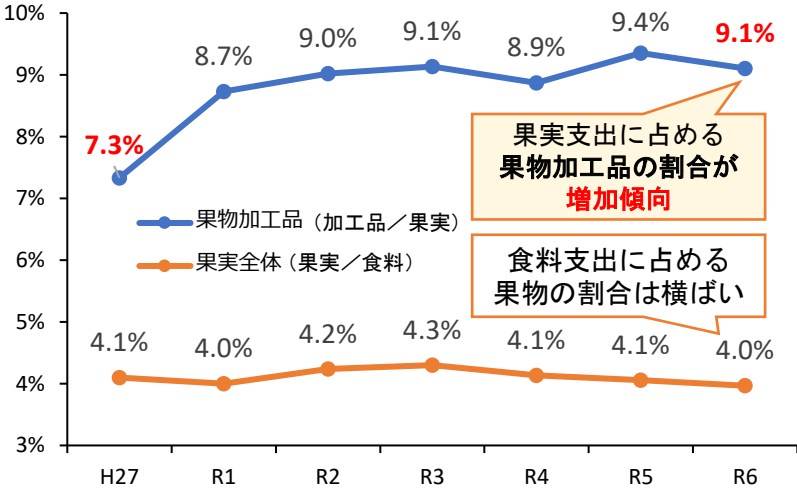
- 果実加工品の動向について、需要量に占める割合は3～4割で推移しているが、家庭の支出においては、果実全体の支出に占める割合が徐々に増加しており、果実加工品に対するニーズが高まっている。
- 消費者の多様なニーズに対応するため、様々な加工技術の開発や利用が進められている。

○果実需要量に占める果実加工品の割合



資料：農林水産省「食料需給表」から果樹・茶グループで推計

○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

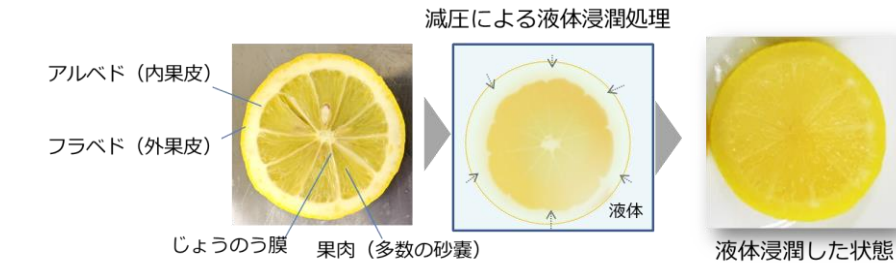


資料：総務省家計調査 注：データは総世帯。果物加工品にジュースは含まれない。

○国内における果実加工技術の開発・利用

- ① 広島県 広島県立総合技術研究所 食品工業技術センター（レモン）
 - ・レモンの果皮アルベド（白いスポンジ状組織）に液体を浸潤させることで、果皮を噛みきりやすく、苦みを軽減できる、皮ごと美味しく食べられる技術を開発（特許第7137878号、関連特許第7329888号）。

（資料：広島県立総合技術研究所 食品工業技術センター）



（商品化例：アルベドコンフィチュール「白檸檬」）



- ② （一社）長野県農村工業研究所（白桃、ワッサー、りんご）
 - ・脱気中高压処理による液体含浸と中温殺菌により、生食感・風味を活かした長期冷蔵保存可能なコンポート製造技術を用いて、長野県産果実を使用した高品質果実シロップ漬け製品を開発。

※本開発製品は農研機構生研支援センターの「革新的技術開発・緊急展開事業（うち経営体強化プロジェクト）：加工食品等の賞味期限大幅拡大延長技術」の支援を受けて実施した成果によるものである。

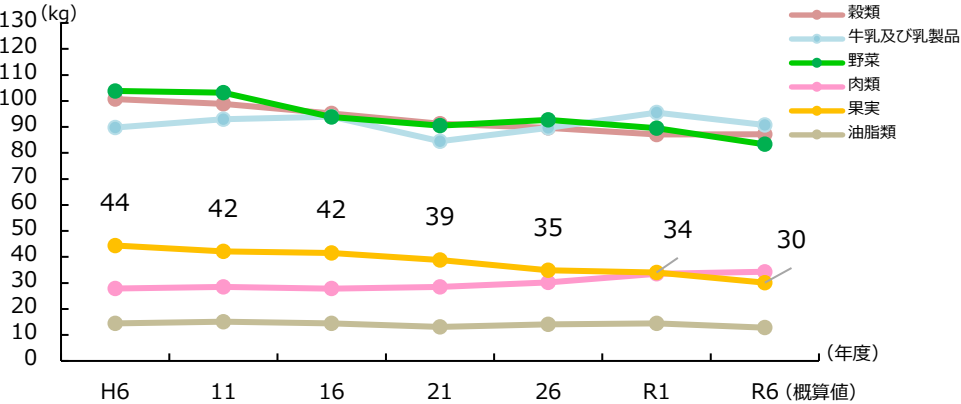


（写真：（一社）長野県農村工業研究所）

果実の消費動向 ①（消費動向の推移）

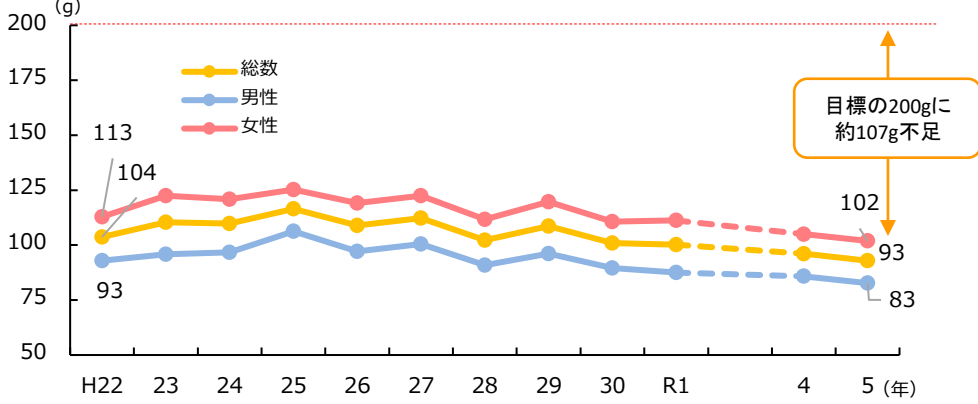
- 主要農産物の消費動向をみると、果実の消費は減少傾向で推移しており、また、購入数量においても減少傾向で推移している。
- 国民健康づくり運動である「健康日本21（第三次）」における果実摂取量の目標値200g（20歳以上、1人1日当たり、令和14年度）に対する状況をみると、令和5年の果実摂取量は約93gで、特に20～50歳代で不足が目立っている。

○主要農産物の1人1年当たりの消費動向



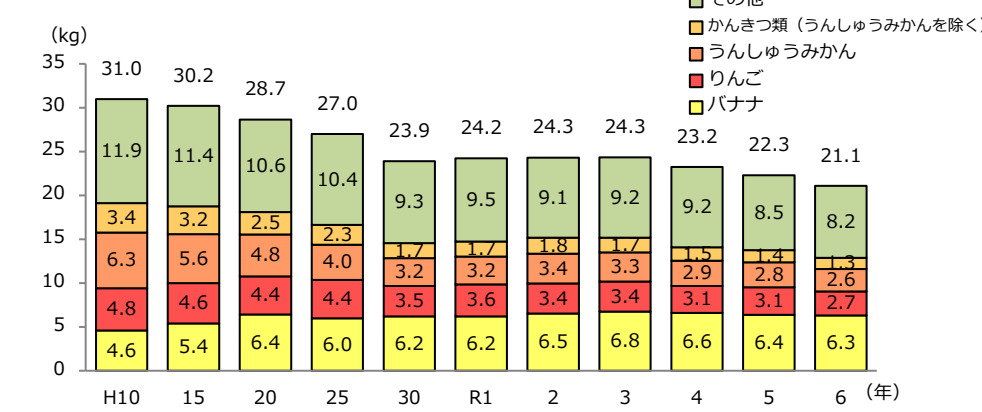
資料：農林水産省「食料需給表」
注：データは供給数量（＝消費者に到達した食料）であり、実際に摂取された食料の数量ではない。

○1人1日当たりの果実類摂取量の推移



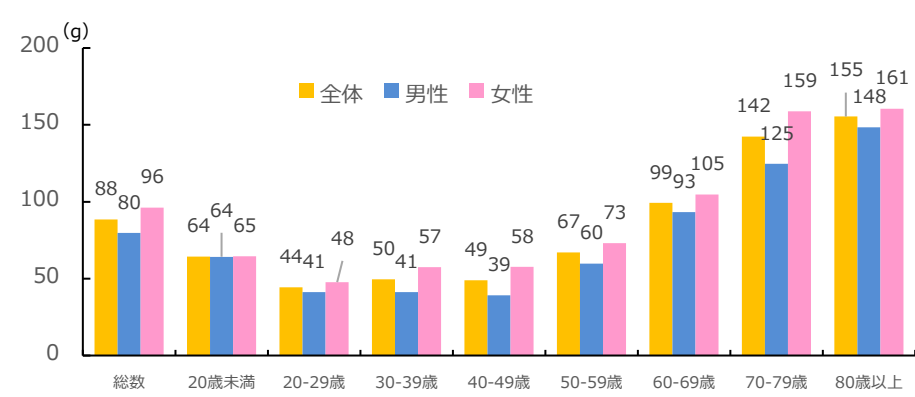
資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」（令和2年及び3年は調査中止）
注：データは20歳以上の者。「果実類摂取量」とは、生果、ジャム、果汁・果汁飲料の合計。

○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

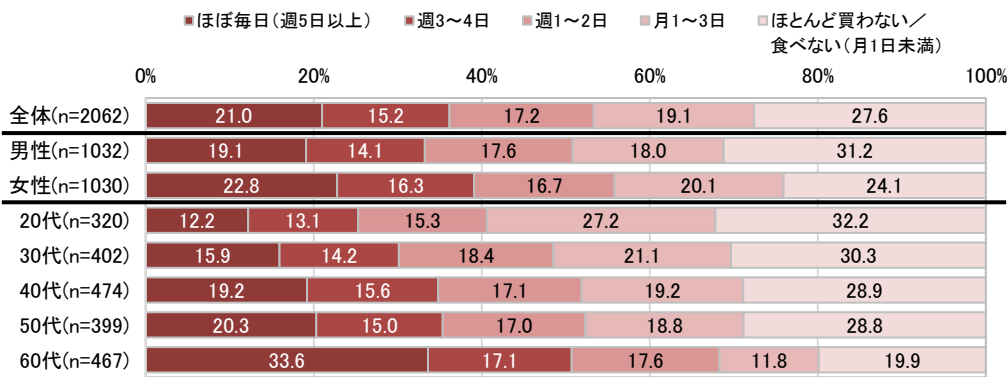


資料：厚生労働省「国民健康・栄養調査」（令和5年）
注：「果実類摂取量」とは、生果、ジャム、果汁・果汁飲料の合計。
「総数」は20歳以上の者を対象にした値。

果実の消費動向 ②（消費者ニーズの動向）

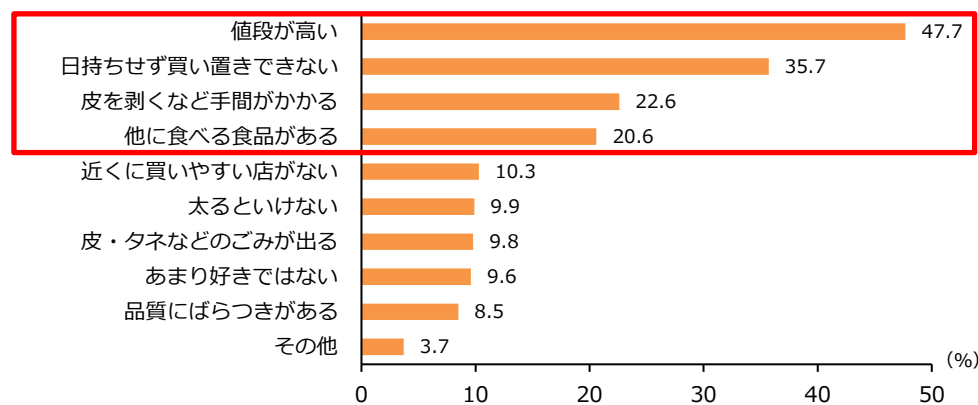
- 果物の摂取頻度は、男女とも「ほとんど食べない」という回答が最も多い。また、20～50代では「ほとんど食べない」、60代では「ほぼ毎日」という回答が最も多い。
- 果物を毎日食べない理由として、「値段が高い」、「日持ちせず買い置きできない」、「皮を剥くなど手間がかかる」、「他に食べる食品がある」等があげられている。
- 消費者は、「安価」「食べやすい」「傷みにくい」ことを特に求めており、購入時の情報として、「食べごろの見分け方」、「美味しい果物の見分け方」、「鮮度の見分け方」を特に求めている。

○果物の摂取頻度



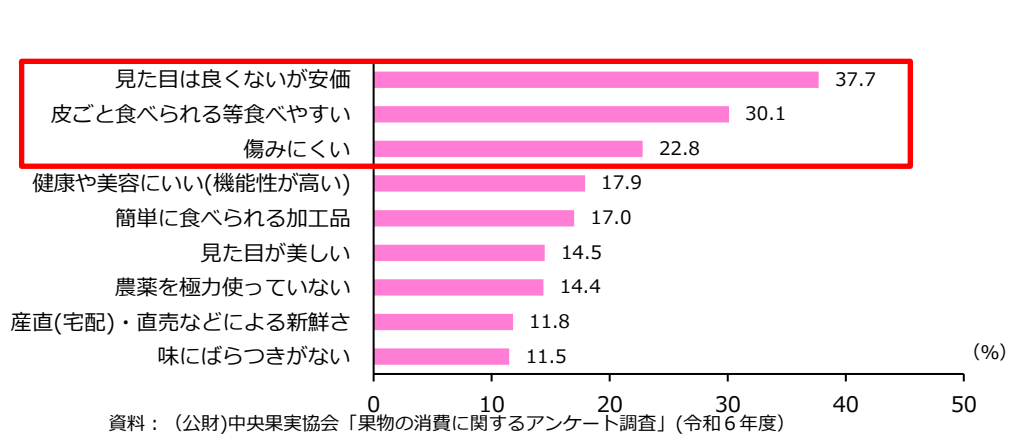
資料：（公財）中央果実協会「果物の消費に関するアンケート調査」（令和6年度）

○果物を毎日食べない理由



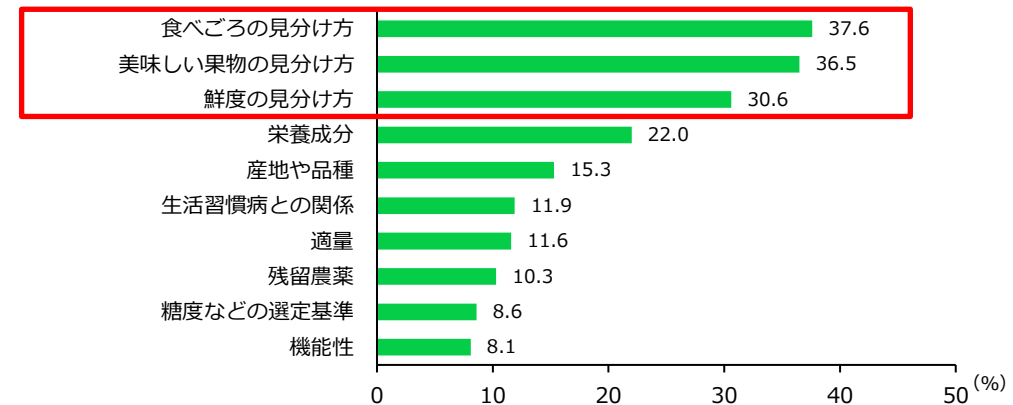
資料：（公財）中央果実協会「果物の消費に関するアンケート調査」（令和6年度）

○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6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6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・機能性関与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

「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

消費拡大ポスター

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

○国内生産量の多い「みかん」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」で市販化されたメニュー

フルーツと美容の発信

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「ぼろたん」

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