

摂取頻度高まる

カットフルーツ購入頻度アップ

中央果実協会

中央果実協会の果物消費に関する2017年度調査によると、15年度に比べて果物加工品の摂取頻度が高まっていること

がうかがえる結果となった。品目では、カットフルーツやドライフルーツの摂取頻度や購入頻度にも上昇傾向が見られた。また

た、20代では男女ともに「今後果物加工品の摂取を増やしたい」とする回答が約2割となった。

調査は昨年9月に実施し、男女合計2000人が回答した。

果物加工品の摂取頻度は「月1〜3日」(34.6%)、「週1〜2日」(28.3%)の順に高くなった。

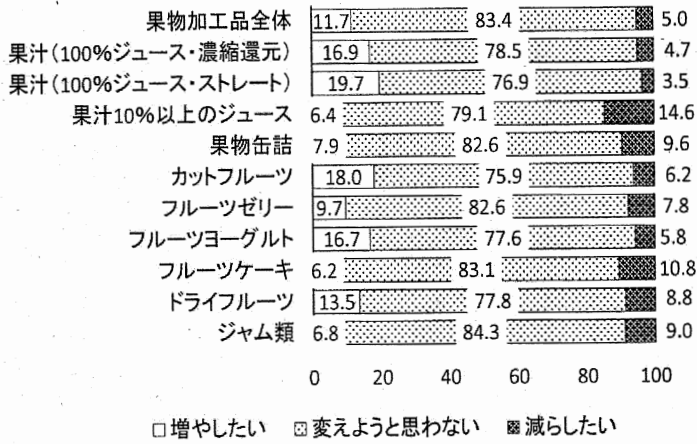
「ほとんど食べない(飲まない)」は16.5%存在したが、15年度に比べ26.7ポイント低下。一方、高頻度の割合が高まっており、「ほぼ毎日」(9.4%)は15年に比べ4.7ポイント、「週3〜4日」(11.2%)は3.6ポイント上昇。年

若年層ほど摂取頻度が高い傾向となっている。よく購入する果物加工品は「果汁(100%ジュース・濃縮還元)」(44%)が突出し、「果汁(100%ジュース・ストレート)」(22.2%)、「カットフルーツ」(20.1%)が続いた。購入する理由は「簡単に食べられる(飲める)」(53.5%)が2位の「おいしいから」(28.2%)を大きく上回り、手軽さが好まれていることがうかがえる。

品目別の1年前と比べた摂取頻度の変化は全10品目で「変わらない」が6〜7割となった。一方、「増えた」はカットフルーツ20.9%、ドライフルーツ25.5%、フルーツヨーグルト20.7%となり、それぞれ「減った」「ほとんど食べなくなった」の合計を上回った。

今後の摂取意向は全品では「変えようとは思わない」が8割となった。「増やしたい」は11.7%で、「減らしたい」(5%)を上回った。年代別では20代で「増やしたい」割合が男女とも約2割となり、他の年代より割合が高くなっている。品目別(上グラフ)では「果汁(100%ジュース・ストレート)」(19.7%)、「カットフルーツ」(18.0%)などで「増やしたい」とする割合が高かった。

果物加工品の今後の摂取意向 (%)



□増やしたい ▨変えようと思わない ■減らしたい