

# 若年層の生鮮果物消費 — 2019年の大学生の食生活調査から —

佐藤 康一郎

## 1. はじめに

果物は健康の面から日々の生活に必要なものであると位置づけられている。

例えば、厚生労働省と農林水産省の共同により2005年に策定された「食事バランスガイド」において一日あたり2単位(200g)の果物摂取が推奨されている<sup>i</sup>。この「食事バランスガイド」では料理区分として、主食や副菜、主菜、牛乳・乳製品と並んで果物が5つ目の項目とされている。

2013年度から2022年度まで厚生労働省が推進している健康日本21(第二次)においても果物は野菜とともに生活習慣病の予防や社会生活機能の維持及び向上、生活の質の向上の観点から国民の果物の摂取量を増加させることを目標(果物摂取量100g未満の者の割合を30%以下にすること)に掲げている<sup>ii</sup>。

また、澤田ら(2022)の研究によると、果物・野菜摂取量が少ないグループに比べ、果物摂取量が多いグループでは全死亡リスクが約8.9%低く、心臓血管死亡リスクが約9%低いことが明らかになっている<sup>iii</sup>。

しかし、消費者の健康志向は高いにもかかわらず生鮮果物の家計消費量の減少が指摘されるようになって久しい。

本稿の目的の一つは各種統計資料から若年層(特に20代)の果物消費を考察することである。そしてもう一つは専修大学生を対象とした食生活調査のデータから大学生の果物消費の実態を

明らかにするものである。

なお、本稿では対象者について20代を中心とする「若年層」とし、年齢階層別のデータおよびその記述に限定して「20代」という語を用いる。

第2節では既存研究から生鮮果物の消費減少の理由について示す。次いで第3節では若年層の「果物離れ」の実態について厚生労働省による「栄養摂取状況調査」をもとに概括する。以上のことを基にして第4節ではなぜ20代は果物を食べないのかを要因を分析し、第5節では専修大学生の食生活調査結果から果物消費を考察する。

なお、本稿では栄養物などを体内に取り入れる意味で「摂取」という語を、果物を費消する意味で「消費」という語を用いる。

## 2. 既存研究レビュー

生鮮果物の家計消費量が減少している点に着目した研究として、まず森(1996)や森ら(2001)があげられる。

森(1996)は、家計調査の「年間収入5分位階級別」データ等から「生鮮果物の消費量と家計総支出との間に明確な正の相関関係が読みとれること」と「時系列データから消費量と総支出との関係を見ると、家計の実質所得が増加している時期でも生鮮果物の消費量は減少していること」を示している。この矛盾しているように見える関係を年齢階層間の消費量の違いから

説明している<sup>iv</sup>。

次いで森ら（2001）では家計調査の個票データを活用してコホート分析を行なっている。ここでは「生鮮果物消費量の減少が、その大半は『年齢効果』と『世代効果』で説明されること」と「『世代効果』が『年齢効果』を上回っていることから、世代による果物離れが消費量減少の主要因であること」が示されている<sup>v</sup>。

また、阪本ら（2007）は、「食べるためにかかるコスト」に着目して生鮮果物消費の減少要因を検討した<sup>vi</sup>。「食べるためにかかるコスト」とは「食べるために必要な手間」や「時間制約としての消費期限」などである。

この阪本ら（2007）の研究では、時間の価格が上昇することに伴って「食べるために必要な手間」や「消費期限による時間制約」などからなるコストも上昇するという仮説に基づいて分析され、生鮮果物は価格について非弾力的な必需財（弾力性は自己価格が-0.4255、総支出が0.8779）であることが示された。

一方、八木ら（2015）は、食べるまでに皮をむくなど手間がかかるといった「調理負担感」が生鮮果物消費を減退させる大きな要因になっていることも定量的に明らかにしている<sup>vii</sup>。

八木らが「調理負担感」に生鮮果物消費を減退させる要因を求めているのに対して、小峰ら（2020）は「商品選択時の負担感」に着目した。若年層の果物購買場面において、「商品選択時の負担感」が生鮮果物の消費減少の要因を検討する上で重要な視点となっていることを示している<sup>viii</sup>。そして小峰ら（2021）は、この「商品選択時の負担感」は主に購入頻度に影響し、負担感が大きいと購入頻度が低くなることを明らかにした<sup>ix</sup>。

### 3. 若年層の「果物離れ」

若年層での「果物離れ」という語が初めて大きく取り上げられたのは、1995年4月に提出された「農業の動向に関する年次報告 平成6年度農業白書」であるとしばしば指摘される。具体的には、以下の通りである。

家庭における生鮮果実（「家計調査」に記載されている生鮮果実のうち果実の野菜を除く。）の1人1年当たり購入量は、[昭和：引用者注]58年から[平成：引用者注]5年の10年間に34.4kgから28.2kgと約2割の減少となっている。

これを世帯主の年齢別にみると、年齢が高くなるにつれて購入量が多くなるという傾向は変わらないものの、同期間に世帯主年齢が34歳以下では約半減するなど若年層での「果物離れ」がうかがわれる<sup>x</sup>。

次いでこの農業白書は、1993年の世帯主年齢階級別データとその10年前にあたる1983年の世帯主年齢階級別データの比較を試みている。

これは、1983年の「25歳から29歳」の数値がそのまま10年後の1993年の「35歳から39歳」の数値として維持されると仮定して比較している。つまり、10年間に食習慣が加齢により変わらないと仮定して世帯主年齢階級の曲線を10年間平行移動して比較するものである。

その結果、代表的な果実であるみかんとりんごについてみると、りんごの購入量は、1993年において世帯主年齢が44歳以下の層では減少しているものの、1993年において世帯主年齢45歳以上の層では増加している。また、みかんについては、すべての年齢層で減少しているが、減少率はやはり若年層ほど大きくなっている<sup>xi</sup>。

ただし、世帯主年齢階級別という区分のデータには限界がある。仮に夫婦ともに同じ年齢で食べる量が同等であったとしても、子供の分を

	0 g	50 g 未満	50 ~ 100 g 未満	100 ~ 150 g 未満	150 ~ 200 g 未満	200 g 未満の 総計
2004年	53.4%	12.3%	10.1%	9.8%	6.2%	91.9%
2005年	54.0%	11.6%	12.0%	8.2%	6.6%	92.4%
2006年	55.4%	11.0%	12.6%	9.4%	5.6%	94.0%
2007年	49.8%	15.9%	13.1%	7.5%	5.4%	91.7%
2008年	53.9%	12.1%	11.1%	8.8%	4.6%	90.5%
2009年	50.1%	15.6%	12.9%	8.8%	5.5%	92.9%
2010年	58.6%	14.0%	9.6%	9.2%	4.0%	95.4%
2011年	57.1%	14.5%	9.9%	7.2%	5.3%	93.9%
2012年	54.0%	10.2%	11.1%	8.2%	6.0%	89.5%
2013年	56.9%	7.9%	11.1%	6.8%	3.4%	86.2%
2014年	59.9%	8.1%	7.1%	10.0%	5.3%	90.4%
2015年	58.3%	8.1%	10.4%	7.9%	4.7%	89.4%
2016年	58.4%	9.9%	11.1%	7.1%	3.7%	90.2%
2017年	56.9%	8.4%	9.8%	8.1%	5.7%	89.0%
2018年	58.4%	13.1%	11.4%	4.0%	3.5%	90.4%
2019年	60.8%	13.7%	8.8%	4.4%	4.4%	92.1%

図表 3.1 総数

	0 g	50 g 未満	50 ~ 100 g 未満	100 ~ 150 g 未満	150 ~ 200 g 未満	200 g 未満の 総計
2004年	62.9%	9.9%	7.9%	7.4%	5.9%	94.1%
2005年	60.7%	11.8%	10.0%	7.0%	4.0%	93.5%
2006年	62.1%	10.4%	10.9%	9.0%	3.8%	96.2%
2007年	55.9%	12.2%	13.5%	6.9%	3.9%	92.4%
2008年	64.1%	11.3%	9.5%	4.2%	4.5%	93.5%
2009年	52.5%	16.2%	11.4%	9.8%	3.0%	92.9%
2010年	62.3%	14.5%	8.4%	6.8%	3.9%	95.8%
2011年	63.7%	14.3%	6.9%	5.4%	3.9%	94.2%
2012年	61.9%	9.1%	8.6%	5.8%	5.2%	90.5%
2013年	63.4%	6.2%	7.7%	5.1%	4.0%	86.4%
2014年	69.4%	5.9%	7.3%	7.8%	4.6%	95.0%
2015年	64.4%	7.6%	10.2%	6.2%	4.4%	92.9%
2016年	64.5%	9.2%	8.2%	5.6%	2.5%	90.0%
2017年	64.4%	6.4%	7.3%	6.8%	6.8%	91.8%
2018年	63.5%	10.0%	8.5%	4.7%	3.8%	90.5%
2019年	67.8%	12.0%	4.9%	3.8%	4.9%	93.4%

図表 3.2 男性

	0 g	50 g 未満	50 ~ 100 g 未満	100 ~ 150 g 未満	150 ~ 200 g 未満	200 g 未満の 総計
2004年	46.0%	14.2%	11.8%	11.8%	6.4%	90.2%
2005年	47.5%	11.4%	13.9%	9.4%	9.2%	91.3%
2006年	49.4%	11.6%	14.0%	9.7%	7.3%	92.0%
2007年	44.6%	19.1%	12.7%	8.0%	6.6%	91.1%
2008年	44.5%	12.8%	12.6%	13.1%	4.6%	87.7%
2009年	48.1%	15.2%	14.1%	8.0%	7.5%	92.8%
2010年	55.2%	13.6%	10.6%	11.5%	4.1%	95.0%
2011年	51.8%	14.6%	12.2%	8.5%	6.4%	93.6%
2012年	46.8%	11.1%	13.4%	10.5%	6.7%	88.6%
2013年	50.7%	9.5%	14.4%	8.5%	2.8%	85.9%
2014年	52.2%	9.9%	7.0%	11.8%	5.9%	86.8%
2015年	52.7%	8.6%	10.6%	9.4%	4.9%	86.1%
2016年	52.8%	10.7%	13.9%	8.3%	4.7%	90.4%
2017年	48.7%	10.6%	12.6%	9.5%	4.5%	85.9%
2018年	53.5%	16.1%	14.3%	3.2%	3.2%	90.3%
2019年	53.8%	15.4%	12.6%	4.9%	3.8%	90.7%

図表 3.3 女性

どのように計算するかは困難である。食べる量が大人の半分程度なのか、ティーンエイジャーのように食べる量が大人並なのか、わからない。

このような限界はあるものの、1983年の世帯消費と1993年の世帯消費を世帯主年齢階級別に分析して「若年層での『果物離れ』がうかがわれる」と述べている。

次に、若年層の果物消費の現状について触れたい。毎年11月中の1日（日曜日及び祝日は除く）を調査日として厚生労働省が栄養摂取状況調査を実施しており、果実類（ジャムを除く）の摂取量を年齢階級別に調査している。2020年と2021年は新型コロナウイルス感染症の影響で実施されていないため、2019年の調査結果が最新のものとなる。

果実類（ジャムを除く）の摂取量についての調査が現行のものになった2004年以降の20代の摂取量をまとめたものが、図表3-1から図表3-3である。

20代全体では、60%弱が0gであり、約90%が先述の「食事バランスガイド」で基準として示している200gの果物を食べていない（図表3.1）。

また、男性に目を向けると、70%近くが0gである（図表3.2）。女性も約90%が「食事バランスガイド」で基準として示している200gの果物を食べていないものの、100g未満に目を向けると男性に比べ食べている割合は高い（図表3.3）。

#### 4. なぜ若年層は果物を食べないのか

公益財団法人中央果実協会も果物の消費について毎年調査を行なっている<sup>1</sup>。この調査の中に、一日平均の果物の摂取量と一日平均が現状である理由を問う質問がある<sup>ii</sup>。なお、この調査では果物の中に、果物加工品が含まれる<sup>2</sup>。

調査のQ5において「あなたが果物を食べる

	全体 (n=1334)	20代 (n=184)	男性 20代 (n=86)	女性 20代 (n=98)
「一度にそんなに量を食べられないから」	38.1%	35.3%	30.2%	39.8%
「太るといけないから」	17.2%	14.7%	9.3%	19.4%
「甘すぎるから」	5.2%	6.0%	10.5%	2.0%
「値段が高く食費に余裕がないから」	44.9%	46.2%	37.2%	54.1%

図表 4-1 現状の果物摂取量にとどまっている理由

	全体 (n=1334)	20代 (n=184)	男性 20代 (n=86)	女性 20代 (n=98)
「値段が高く食費に余裕がないから」	35.3%	37.5%	27.9%	45.9%
「一度にそんなに量を食べられないから」	21.0%	14.7%	12.8%	16.3%
「他に食べる食品があるから」	19.1%	20.7%	25.6%	16.3%
「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」	8.9%	12.5%	16.3%	9.2%
「太るといけないから」	8.6%	7.1%	7.0%	7.1%

図表 4-2 現状の果物摂取量にとどまっている理由の中で最もあてはまる理由

場合、一日あたりどの程度の量を食べていますか。」と尋ね、この問いに「200g未満を選択した層」に対してQ7を設けている。Q7は「国では一日に200gよりも多く果物を食べることを推奨しているが、現状の果物摂取量にとどまっている理由はなぜか」について複数回答で尋ねている。また、「その中で最もあてはまる理由」を尋ねている。結果は以下の通りである（年齢階層は20代のみ抽出）。

図表4-1から読み取れるのは、選択された理由の割合は全世代合計と20代全体の合計とでは、傾向に大差はないことである。ただし、性別に着目すると異なる理由が読み取れる。

つまり、20代男性は「一度にそんなに量を食べられないから（年代別でも最も低い値）」や「太るといけないから（年代別で30代に次いで2番目に低い値）」、「値段が高く食費に余裕がないから」については全世代合計の率を下回り、「甘すぎるから」の選択者の割合は明らかに大きい（年代別で最も高い値）。一方で20代女性は「値段が高く食費に余裕がないから」については全世代合計の率を上回り、「甘すぎ

るから」の選択者の割合は小さい。

図表4-2からは、20代男性は「値段が高く食費に余裕がないから」と「一度にそんなに量を食べられないから」については全世代合計の率を下回り、「他に食べる食品があるから」と「食べるまでに皮をむくなど手間がかかるから」については全世代合計の率を上回ることが読み取れる。また、20代女性は「値段が高く食費に余裕がないから」については全世代合計の率を大きく上回っている。このように、20代の男女が果物を食べない理由が大きく異なることが明らかである。

## 5. 2019年の大学生の食生活調査から

2009年より5年おきに専修大学より研究助成を受けて専修大学生を対象に写真分析による食生活調査を行なっている。2009年度の成果は「写真分析による大学生の食生活調査」のタイトルで論文として<sup>xiii</sup>、2014年度の成果は外山・長谷川らと共同研究を行なった著作である「若者たちの食卓」として公表している<sup>xiv</sup>。

	自宅①	自宅②	自宅外①	自宅外②
1年 男性	ケース1	ケース2	ケース3	ケース4
	2回	0回	0回	0回
1年 女性	ケース5	ケース6	ケース7	ケース8
	3回	2回	0回	1回
2年 男性	ケース9	ケース10	ケース11	ケース12
	0回	0回	1回	4回
2年 女性	ケース13	ケース14	ケース15	ケース16
	0回	0回	0回	0回
3年 男性	ケース17	ケース18	ケース19	ケース20
	0回	0回	0回	0回
3年 女性	ケース21	ケース22	ケース23	ケース24
	0回	0回	0回	2回
4年 男性	ケース25	ケース26	ケース27	ケース28
	0回	9回	3回	0回
4年 女性	ケース29	ケース30	ケース31	ケース32
	0回	1回	0回	1回

図表 5-1 生鮮果物の喫食回数

2019年度の調査は、学生32人を被験者として7日間<sup>3</sup>に口にしたすべての飲物・食べ物について携帯電話を用いて記録してもらい、LINEのトーク機能を用いてデータの収集を行った。被験者は「性別」と「自宅通学・自宅外通学」の種別ごとに2名ずつ募った。

調査結果から明らかになった果物の喫食回数は図表5-1の通りである。

この中で特に目立つのは「ケース12」と「ケース26」である。前者は「自宅外通学」の

中では生鮮果物の喫食回数が明らかに多く、後者は（自宅通学であるにしても）平均すると1日1回以上の喫食がある。

ケース12は朝夕食付きの学生マンションに住んでいるので喫食機会が4回あっても驚かないが、4回とも異なる果物が出てきている。また、食事が出るという点で共通点のある「ケース11」は体育部の寮の学生であるが、1週間で生鮮果物の喫食機会は1回だけであった。



写真1 10月21日 20時28分 (夕食の一部としてネーブルオレンジ)



写真2 10月23日 19時39分 (夕食の一部としてみかん)



写真3 10月24日8時47分（朝食の一部としてバナナ）



写真5 10月21日20時17分（夕食後のデザートとしてバナナ）



写真4 10月24日20時15分（夕食の一部としてピンクグレープフルーツ）



写真6 10月24日8時19分（朝食の一部としてみかん）

「ケース26」は、1週間で9回の喫食機会があった。この学生の場合は食事の一部としても、間食としても喫食機会がある。

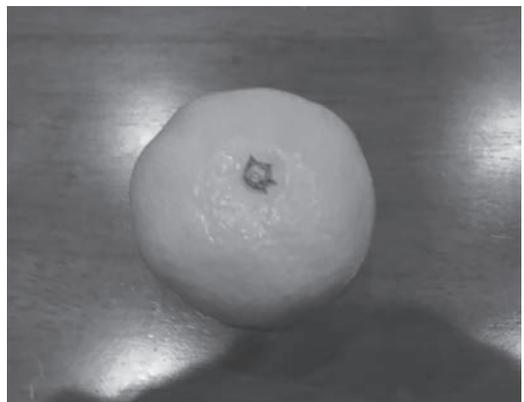


写真7 10月24日22時27分（遅い夕食の前に間食としてみかん・大学からの帰宅が遅く夕食は23時28分から）



写真8 10月25日0時6分(間食としてバナナ)



写真11 10月26日16時6分(在宅時に母が皮を剥いてくれたので・間食として柿)



写真9 10月25日9時54分(朝食の一部としてバナナ・目覚めたら家族全員が不在のため一人で簡潔に朝食を済ませる)



写真12 10月26日23時55分(夕食の一部として柿・23時までアルバイトをして帰宅)



写真10 10月26日6時32分(朝食の一部としてバナナ・母親が早くに出かけてしまうため一人で簡潔に朝食を済ませる)



写真13 10月27日8時25分(あまり空腹ではなかったが朝食として柿)

次に、果物加工品の喫食回数をまとめたものが図表5-2である。「ケース22」は生鮮果物の喫食は0回であったが、果物加工品は5回あった（なお、先述の「ケース26」は生鮮果物の喫食機会が9回あったが果物加工品は0回であった）。

	自宅①	自宅②	自宅外①	自宅外②
1年 男性	ケース 1	ケース 2	ケース 3	ケース 4
	0回	0回	0回	0回
1年 女性	ケース 5	ケース 6	ケース 7	ケース 8
	0回	0回	2回	0回
2年 男性	ケース 9	ケース 10	ケース 11	ケース 12
	0回	0回	0回	1回
2年 女性	ケース 13	ケース 14	ケース 15	ケース 16
	0回	0回	1回	1回
3年 男性	ケース 17	ケース 18	ケース 19	ケース 20
	0回	0回	1回	0回
3年 女性	ケース 21	ケース 22	ケース 23	ケース 24
	1回	5回	0回	1回
4年 男性	ケース 25	ケース 26	ケース 27	ケース 28
	0回	0回	1回	0回
4年 女性	ケース 29	ケース 30	ケース 31	ケース 32
	0回	0回	0回	1回

図表 5-2 果物加工品の出現回数



写真 14 10月22日9時44分（朝食時にりんご入りヨーグルト）



写真 15 10月23日7時8分（朝食時にりんご入りヨーグルト）



写真 16 10月24日7時54分（朝食時にりんご入りヨーグルト）



写真 17・写真 18 10月24日22時21分（アルバイト先で余ったケーキをもらい、間食としてケーキ2個）



写真 19 10月25日17時12分（間食としてかき氷・イチゴのトッピング）

ケース 1	生鮮果物のみ	2回	みかん1個×1回・柿1/4個×1回
	果物加工品	0回	
ケース 5	生鮮果物のみ	3回	みかん1個×2回・ぶどう6粒×1回
	果物加工品	0回	
ケース 6	生鮮果物のみ	2回	バナナ1本×2回
	果物加工品	0回	
ケース 7	生鮮果物のみ	0回	
	果物加工品	2回	100%果汁のジュース200ml×2回
ケース 8	生鮮果物のみ	1回	カットパイナップル5個×1回
	果物加工品	0回	
ケース 11	生鮮果物のみ	1回	ネーブルオレンジ3/8個×1回
	果物加工品	0回	
ケース 12	生鮮果物のみ	4回	ネーブルオレンジ1/2個×1回・みかん1個×1回・バナナ1本×1回・ピンクグレープフルーツ1/4個×1回
	果物加工品	1回	100%果汁のジュース200ml×1回
ケース 15	生鮮果物のみ	0回	
	果物加工品	1回	フルーツミックスサンド(セブンイレブン)×1回
ケース 16	生鮮果物のみ	0回	
	果物加工品	1回	フルーツパンケーキのトッピングとして(イチゴ4粒+バナナ1/2個+ブルーベリー6粒)×1回
ケース 19	生鮮果物のみ	0回	
	果物加工品	1回	ヨーグルトに加えて(冷凍ミカン3粒+ブルーベリー12粒)×1回
ケース 21	生鮮果物のみ	0回	
	果物加工品	1回	ケーキの上にイチゴ3粒×1回
ケース 22	生鮮果物のみ	0回	
	果物加工品	5回	リング入りヨーグルト3回・(イチゴとラズベリーとブルーベリーのトッピングのケーキ+バナナ1/2個を使ったタルト)・かき氷のトッピングとしてイチゴ1粒
ケース 24	生鮮果物のみ	2回	りんご1個×2回
	果物加工品	1回	のむヨーグルトイチゴ(ざく切りのイチゴ果肉入り)
ケース 26	生鮮果物のみ	9回	バナナ1本×4回・みかん1個×2回・柿3/4個×2回・柿1/2個×1回
	果物加工品	0回	
ケース 27	生鮮果物のみ	3回	バナナ1本×3回
	果物加工品	1回	ヨーグルトに加えて(オレンジ1/16切れ+ブルーベリー1粒)×1回
ケース 30	生鮮果物のみ	1回	カットパイナップル6個×1
	果物加工品	0回	
ケース 32	生鮮果物のみ	1回	みかん1個×1
	果物加工品	1回	ケーキの上に(イチゴ1粒+ラズベリー1粒+ブルーベリー1粒)+ケーキの上にメロン1/16切れ

図表 5-3 生鮮果物および果物加工品の喫食の内訳

## 6. おわりに

本稿では、既存研究から生鮮果物の消費減少の理由を整理し、若年層の「果物離れ」の実態について厚生労働省による「栄養摂取状況調査」をもとに概括した。次いでなぜ若年層は果物を食べないのかを要因を分析し、専修大学生の食生活調査結果から果物消費を考察した。

生鮮果物については、「約65%の学生は全く摂取しないこと」と「約3割の学生は一日に直すと50g未満しか摂取しないこと」が明らかになり、各種統計・調査と同様の結果が得られた。他方で、生鮮果物の摂取は全くあるいはほとんどしないものの、果物加工品のみ摂取する学生もいた。

若年層は決して果物自体を食べないわけではない。先行研究や大学生の食生活調査からもわかるように「食べるために必要な手間」や「調理負担感」が摂取拡大のネックになっている。（誰かが）皮を剥いてくれば彼らは生鮮果物をより食べるであろうし、バナナやみかんといった「食べるために必要な手間」や「調理負担感」の小さい果物の写真も散見された。また、カットフルーツの利用も見られる。

八木ら（2016）は2014年に実施したアンケート調査を用いて構造方程式モデリングによる分析を行ない、果物は年齢が高いほど消費が多い一方で、カットフルーツは若い人による消費が多いことを明らかにした。その理由は、高年齢層や女性の方は「健康志向」が高く、「調理負担感」が低いいため、果物摂取量が多いからであり、若い人の方は一人当たり食費が低く「経済性志向」が高いため、適量の果物を安価に購入できるカットフルーツを購入するからである<sup>xx</sup>。

そして、2014年の調査にも多く見られたが100%果汁のジュースも多く飲まれている。図表5-2および図表5-3には100%果汁のジュース

のみをカウントし掲載したが、野菜果実ミックス飲料はもっと多く出現している。野菜果実ミックス飲料は野菜を摂取するために飲んでいるのか、果物を摂取するために飲んでいるのか判別が難しいが、いずれにしても健康のことを気にしつつ、野菜や果物を摂取しようとする意図は汲み取れる。

また、果物加工品においてはフルーツサンド（ケース15）やパンケーキのトッピング（ケース16）、進化系かき氷（ケース22・写真19）といった近年若年層が好むデザート類には果物がしばしば使用されている。これらは単に食べる対象であるだけでなく、その情報を写真や映像で共有・拡散する対象にもなっている。

高級果物専門店として有名な銀座千疋屋（東京都）はインスタグラムに自社商品を投稿した顧客に接触し、商品の魅力を伝える写真があれば、オンラインショップへの掲載を依頼している<sup>4</sup>。また、青木フルーツホールディングス（福島県）のカフェ事業（フルーツピークス）でも季節限定のパフェ等の商品の写真を顧客がSNS（インスタグラム・ツイッター・Facebook）に投稿すると当該商品が割引される<sup>5</sup>。このように顧客と企業が価値共創し、協力して情報発信している。

生鮮果物の消費だけではなく、果物加工品の消費の在り方や価値に目を向ければ果物は摂取拡大の余地はまだあり、これらの方策についても検討していく必要がある。このことについては稿を改めたい。

### 謝辞

本稿は、2019年度（平成31年度）専修大学研究助成（個別研究）「写真分析による大学生の食生活調査」の成果の一部である。

## 参考文献

- <sup>i</sup> 厚生労働省「『食事バランスガイド』について」  
<https://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/eiyousyokuji.html> 2022年10月1日参照。
- <sup>ii</sup> 厚生労働省「告示第430号（平成24年7月10日）」  
[https://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/dl/kenkou\\_nippon21\\_01.pdf](https://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/dl/kenkou_nippon21_01.pdf) 2022年10月1日参照。
- <sup>iii</sup> 国立研究開発法人国立がん研究センター(2022)「果物・野菜摂取と死亡リスクとの関連について」  
[https://www.ncc.go.jp/jp/information/pr\\_release/2022/0908/index.html](https://www.ncc.go.jp/jp/information/pr_release/2022/0908/index.html) 2022年10月1日参照。
- <sup>iv</sup> 森宏(1996)「近年における果物需要の停滞と年齢—若者の『果物離れ』は最近のことか」『専修経済学論集』第30巻3号, pp.131-162。
- <sup>v</sup> 森宏・稲葉敏夫・田中正光(2001)「生鮮果物及び生鮮魚のコウホート分析」『2001年度日本農業経済学会論文集』pp.172-174。
- <sup>vi</sup> 阪本亮・中祐子・草苺仁(2007)「家計における生鮮果物消費の減少要因」『農林業問題研究』43巻1号, pp.151-155。
- <sup>vii</sup> 八木浩平・山本淳子・河野 恵伸(2015)「生鮮果物及びカットフルーツに関する購買行動の規定要因—首都圏の消費者を対象として—」『フードシステム研究』22巻3号, pp.231-236。
- <sup>viii</sup> 小峰彩奈・若林英里・大浦裕二・玉木志穂・山本淳子(2020)「若年層の果物購買場面における情報過負荷の発生状況に関する研究」『フードシステム研究』26巻4号, pp.295-300。
- <sup>ix</sup> 小峰彩奈・若林英里・玉木志穂・山本淳子・大浦裕二(2021)「生鮮果物消費における負担感と購入・喫食頻度の関係」『フードシステム研究』27巻4号, pp.244-249。
- <sup>x</sup> 農林水産省(1995)「農業の動向に関する年次報告 平成6年度 農業白書」p.152。
- <sup>xi</sup> 農林水産省(1995)「農業の動向に関する年次報告 平成6年度 農業白書」pp.152-153。
- <sup>xii</sup> 中央果実協会(2022)『令和三年度 果物の消費に関するアンケート調査報告書』pp.15-16。
- <sup>xiii</sup> 佐藤康一郎(2012)「写真分析による大学生の食生活調査」専修大学社会科学研究所『社会科学年報』第46号, pp.35-52。
- <sup>xiv</sup> 外山紀子・長谷川智子・佐藤康一郎(編)(2017)『若者たちの食卓』ナカニシヤ出版
- <sup>xv</sup> 八木 浩平・山本 淳子・河野 恵伸(2016)「年齢・性別間で果物及びカットフルーツ消費が偏在する要因—構造方程式モデリングを用いた分析—」『農林水産政策研究』第25号, pp.19-33。
- 
- <sup>1</sup> 満20歳以上70歳未満の男女個人を対象にインターネット調査で2000サンプルを集めている。
- <sup>2</sup> ここで言う果物加工品とは、果汁100%のジュースや果物缶詰、カットフルーツ、ジャム類（フルーツジャム）、ドライフルーツ、フルーツゼリー、フルーツヨーグルト、フルーツケーキを指す。
- <sup>3</sup> 2019年10月21日月曜日0時から10月27日曜日24時まで
- <sup>4</sup> 「Instagram Repost Gallery」のコーナーで写真を紹介し、「Instagramで#銀座千疋屋 商品のハッシュタグ、@ginzasembikiyal894 のメンションが付いている投稿をご紹介します。紹介時にはスタッフからご連絡後、写真を掲載させていただきます。」としている。<https://ginza-sembikiya.jp/> 2022年10月1日参照。
- <sup>5</sup> <https://fruitspeaks.jp/> 2022年10月1日参照。