

日本の果物消費と利便性について

情 ■■■ 増田 晴彦
指導教員 宋 財汰

1. はじめに

本研究は、日本における果物消費の低迷に対して、世帯構成と果物の利便性からその要因を明らかにすることを目的とする。日本は先進国の中でも果物の消費量が少ない国として知られており、政府が推奨する 1 日あたり 200g に対して 5~6 割程度にとどまっているという深刻な状況にある。この低い果物消費量の原因は、経済的要因だけでなく、生活環境や社会構造の変化が複雑に関係していると考えられる。核家族化や一人世帯の増加により世帯規模が縮小したこと、大きい容量の果物を購入しても食べきれないという問題が生じやすくなる。また、メロンやスイカなどの果物は調理や皮むきの食べるための準備段階に時間を要するため、手間がかかる食べ物として食べることを敬遠される傾向にある。一方で、近年ではカットフルーツや果物スムージーといった即食・簡便型の果物商品が急速に普及しており、コンビニエンスストアやスーパー・マーケットにおいて利便性を高めた果物消費スタイルの広がりが、日本人の果物離れに新たな変化をもたらしている可能性がある。

2. 研究方法

説明変数となる果物消費量のデータは、農林水産省「青果物卸売市場調査」(2003~2023 年)に基づく中央卸売市場統計であり、36 中央卸売市場のある 31 都道府県について年度別の果物卸売数量を収集したものである。応答変数には 1 万人あたり果物卸売数量を用い、果物全体に加えて、利便性が高い果物（みかん、いちご、バナナ）、中程度の果物（りんご、日本なし、ぶどう等）、低い果物（メロン、すいか、パインアップル）の三区分ごとの卸売量をそれぞれ応答変数として設定し、線形回帰分析を行った。さらに、果物消費の水準だけでなく変化にも着目するため、前年からの卸売数量の増加率を応答変数とした回帰分析も行った。説明変数には、国勢調査に基づく世帯構成指標として、一人世帯割合、核家族世帯割合、これらを差し引いて定義した大家族世帯割合を用いる。所得要因としては、一人あたり県民所得を導入するが、県民所得には平成 23 年基準系列と平成 27 年基準系列の二種類が存在するため、まず平成 27 年基準系列に平成 23 年基準系列を補完する形で推計を行い、その後、基準年ごとに別々のモデルを推計することで、基準変更による影響の有無を検証した。加えて、果物消費に影響を与える気候条件および人口構成を統制するため、平均気温、年間日照時間、年間降水量、年齢階層別人口比（0~19 歳、20~39 歳、40~64 歳、65 歳以上）および男女比も説明変数として投入した。

3. 調査結果

本研究の回帰分析の結果、まず世帯構成と果物消費量の関係について、表 1 の回帰表より、単独世帯および核家族世帯の割合が高い地域ほど、果物全体の卸売量が有意に減少することが確認された。利便性別にみても、いずれの区分においても小規模世帯の増加は消費量に負の影響を与えており、世帯規模の縮小が果物消費の低迷と結びついていることが示された。一方で、表 2 の回帰表より、前年からの増加率に着目した分析では、一人世帯の割合が高い地域ほど、利便性の高い果物の消費増加率が有意に大きくなることが明らかになった。これに対して、中程度および低利便性果物では、有意な効果は確認されなかった。このことから、世帯規模の縮

小は果物消費全体を押し下げる一方で、カットフルーツやそのまま食べやすい果物など、利便性の高い果物への需要を相対的に押し上げていると解釈できる。また、一人あたり県民所得が果物消費に与える影響は小さく、果物全体および高・低利便性果物については統計的に有意な効果は見られなかった。中程度の利便性を持つ果物についてのみ、所得に対してわずかな正の影響が確認されたが、その大きさは世帯構成変数に比べて限定的であった。基準年によるデータの違いも小さいことから、所得が果物消費に対して影響がないことが、一貫して確認されたといえる。

表 1. 果物全体と利便性ごとの果物消費の回帰表（カッコ内は p 値）

	全体	利便性		
		高	中	低
切片	2098.468 (<0.001)	816.530 (<0.001)	789.042 (<0.001)	256.610 (<0.001)
一人世帯の割合	-4.668 (<0.001)	-2.050 (<0.001)	-2.191 (<0.001)	-0.587 (<0.001)
核家族世帯の割合	-9.292 (<0.001)	-4.363 (<0.001)	-2.108 (<0.001)	-1.288 (<0.001)
一人当たり県民所得	0.004 (0.583)	0.001 (0.880)	0.009 (0.001)	0.001 (0.371)

表 2. 果物の利便性別による前年比の果物消費割合の回帰表（カッコ内は p 値）

	全体	利便性		
		高	中	低
切片	-42.526 (0.120)	-28.760 (0.485)	-78.643 (0.022)	-23.142 (0.607)
一人世帯の割合	0.117 (0.156)	0.278 (0.025)	-0.116 (0.260)	0.137 (0.311)
核家族世帯の割合	-0.012 (0.889)	0.001 (0.994)	-0.039 (0.708)	-0.035 (0.802)
一人当たり県民所得	-0.001 (0.308)	-0.002 (0.080)	0.001 (0.457)	0.000 (0.951)

4. 結論

分析の結果、単独世帯および核家族世帯の割合が高い地域ほど、果物消費量は全体として有意に減少していることが明らかになった。一方で、世帯構成の縮小は利便性が高い果物の消費増加率を有意にもたらしていることから、世帯規模の縮小が果物消費量の減少と同時に高利便性が高い果物への需要の変化をもたらしていることも分かった。一人世帯・核家族世帯の増加という世帯規模の縮小化が利便性の高い果物の消費量の増加を引き起こしているため、食べきりサイズのカットフルーツやジュース・スムージーなどの利便性を高める工夫が、果物消費の促進にとって不可欠であると考えられる。