消費・需要拡大対策に当たっては、平成13年度から「毎日くだもの200グラム運動」や「ファイブ・ア・デイ運動」における摂取目標量等の正しい知識の普及を図るなど、消費者への直接的な対策を中心に取り組んできた。今後は、特に、果物は嗜好品ではなく、適量を毎日の食生活に取り入れるべき必需品であるということについて、科学的見地から理解を広める必要がある。

さらに、若年層が皮を剥くといった手間のかかる生鮮果実よりもカットフルーツ等の果実加工品を好んでいること、コンビニエンスストアでの購入機会が増加していること等の流通・消費構造の変化を踏まえた、新たな消費・需要拡大対策を講じていく必要がある。

具体的には、食味や品目などに対する消費者の嗜好の変化を的確に把握し、利便性、値頃感等の消費者ニーズに即応できるサプライチェーンを構築するという視点に立った施策を講じる必要がある。

例えば、コンビニエンスストアでの消費行動の特徴である少量で安価な商品の多頻度での購入に対応し、出荷規格の簡素化や生産の低コスト化により低価格・大量の出荷ができる体制を整備することや、地産地消を活用した地場産果実の学校給食への供給体制の整備、箱単位から小分け方式に変化している販売形態の現状を踏まえた出荷体制の見直し等に係る施策を講じる必要がある。

⑵　対象を明確化した消費・需要拡大対策の推進

果物を毎日の食生活に欠かせない品目として定着させるため、前述のとおり、平成13年度から「毎日くだもの200グラム運動」を展開してきたところである。しかしながら、１人当たりの１日摂取量は、依然として目標に達していない状況にあることから、本運動については、これまでの取組成果及び課題を整理・分析し、生産・流通・加工・販売・消費の各分野間の「連携」の視点から、さらなる運動を展開していくこととする。

例えば、りんごについて、食べる機会が減った理由として価格、皮を剥く手間等を挙げる消費者がいることを踏まえ、産地における低コストでの加工専用りんごの生産技術やカット設備の導入、流通・販売におけるカットりんごの取扱いや自動販売機による提供等を一体的に推進する必要がある。

また、西洋なし、キウイフルーツ等の追熟させる果実については、流通段階で適熟となるための加工を行い、食べ頃に学校給食や量販店での販売用に供給することにより消費意欲を高める取組を推進する必要がある。

さらに、科学的知見に基づく果実の健康への有益性を検証するため、医療関係の有識者等との「連携」という視点から、意見交換を通じた新たなネットワークの構築を図り、消費者への効果的な訴求手法を健康面から検討することが重要である。

今後の消費・需要の拡大に当たっては、産地側の対応と消費者・実需者のニーズのギャップを検証した上で、対象を明確化した対策を講じる必要がある。例えば、他の世代と比較して果実の摂取量が少ない働く世代を対象とした取組としては、仕事の合間に職場でうんしゅうみかん、りんご等を食べることや、社員食堂の食材やデザートメニューとして生鮮果実を提供すること等の取組により、習慣的に果実を摂取することを促進するとともに、産地間で連携し、果実を職場、社員食堂等に周年的に供給できる体制の整備を図る必要がある。

⑶　食育の一層の推進

家庭での食事、学校給食等で果物を摂取し、生涯にわたる食習慣として定着させることは、健康的な生活を維持する上でも重要であることから、幼少期から果物の食べ方を身に付ける機会を作り、食生活に取り入れやすい環境を整備するなど、各世代の特性に応じた食育の取組が必要となっている。ある産地では、栄養教諭のアンケートを基に、児童の評判が良かった地場産のかきを産地や民間企業が連携してカットフルーツに加工し、学校給食に導入する取組が見られるようになっている。

今後も、関係省庁、栄養士、栄養教諭等の関係者と連携し、学校給食を有効活用した食育を推進するとともに、消費者の果樹農業への理解促進につながる取組を推進することが重要である。例えば、産地における未就学児童や小学生を対象とした農業体験、家庭内での食育を推進するための保護者を対象として果実の総合的な良さ等に係る知識の普及等の幅広い食育の取組を推進する必要がある。

特に、今後は、小学校を中心とした出前授業等の取組に加え、中学生以上を対象とした食育においても、科学的知見に基づく果実の健康への有益性に係る情報提供を関係機関が連携して行うこと等により、日常的な果実摂取につながる啓発活動を推進することが重要である。

また、機能性関与成分については、サプリメント等の補助的な食品に頼らず、生鮮果実を取り入れたバランスの良い食生活を実践することの重要性を併せて啓発する必要がある。

⑷　果実加工品等を活用した新需要の創出

果物の消費・需要拡大においては、消費者、生産者、食品事業者、試験研究機関等が連携し、果実加工品等を活用した新需要を創出することが重要である。例えば、褐変しにくいりんごの品種を開発・育成し、カットりんご、シャーベット、ジュース、離乳食等の用に供することで、加工・業務用への新需要を創出する動きが見られる。

今後も、地域の特産果実を使用した洋菓子、濃縮還元ではないストレート果汁等の関連商品を増やすなど、加工品需要に応じた商品開発を推進するとともに供給体制の整備を図る必要がある。特に、新たな果物に対する需要として、ホテル・レストラン等の外食産業や学校給食等の集団給食における生鮮果実等の利用拡大が期待されていることから、ニーズの把握等を的確に行う必要がある。

また、世代別のニーズに合わせた果実加工品等を開発し、提供方法を普及させるための支援を図ることも重要である。例えば、若年層のニーズに対応した果実加工品等の提供に関して、①コンビニエンスストアや量販店におけるカットフルーツや食べきりパック、丸かじりりんご、②酵素剥皮技術を応用した皮を剥かずに食べられるかんきつ類を使ったデザートといった買いやすさや食べやすさを重視した商品の開発や、③自動販売機での生鮮果実の販売の実証等に対する支援が挙げられる。

さらに、高齢者層については、各世代の中で最も多く果物を消費する世代であり、今後も中核となる購買層であることから、その特徴に配慮した食べやすい形状、量及びサイズに加え、持ち運びや開封のしやすい容器包装を含め、新商品の開発を進めるとともに、商品を選択しやすいよう、品種の特徴、機能性関与成分等の情報を分かりやすく提供する必要がある。

⑸　加工食品の原料原産地表示等の食品表示制度への適切な対応

果実加工品の原料原産地表示は、消費者の商品選択に資する情報提供の取組として重要である。近年、消費者は国産品を選好する傾向を強めていることから、果実加工品においても、こうした消費者の意向に的確に応えられるよう、食品事業者等における実行可能性を確保しつつ、原料原産地表示の拡大に向けた検討を行う必要がある。

生鮮果実等に係る機能性関与成分の表示は、果物の新需要創出に向けた取組としても重要であり、消費者に強くアピールできる有効な手法になり得ることから、例えば、健康の維持・増進に係る成分の研究が進んでいるうんしゅうみかんのβ－クリプトキサンチンについては、新たな機能性表示制度の活用を強力に推進することとする。

また、りんごのプロシアニジン等の他の品目・成分においても新たな機能性表示制度の活用が図られるよう、機能性に関する科学的根拠・情報等の蓄積、成分の定量方法の標準化等の取組を、試験研究機関等の関係機関が連携して推進する必要がある。

なお、果物の健康への有益性を機能性関与成分の表示により訴求する際には、消費者の意識が生鮮果実よりも手軽なサプリメント等に偏重することのないよう留意し、適切に情報提供を行う必要がある。