



平成 28 年 7 月 27 日

野菜に関するアンケート「サラダ白書 2016」調査結果

- ◎ 約 7 割が国産もしくは地元の野菜を買うと回答
輸入野菜の購入は 1%未満に
- ◎ 生野菜で国産を選ぶ理由 1位は「安全性の高さ」 2位は「新鮮さ」
夫婦のみ世帯や TPP 不安層は国産意識が高い
- ◎ 野菜購入時に知りたい情報 TOP 3
1位「保存方法」 2位「農薬関連」 3位「詳細な産地」

株式会社サラダクラブ

パッケージサラダの株式会社サラダクラブ（代表取締役社長：萩芳彰、本社：東京都調布市）は、野菜の日（8月31日）に合わせ、サラダの食文化の把握を目的とした年次調査を2010年より毎年実施し、その結果を「サラダ白書」として発表しています。今回は、WEB アンケート調査で全国の20歳～69歳の男女2,055名を対象に行いました。

今回の調査では「国産意識」、「パッケージサラダに対する認識」について調べました。また、パッケージサラダの利用頻度や利用意向など、定点観測を行い、データを蓄積しています。

※パッケージサラダとは・・・野菜などを食べやすくカットした、そのまま食べられるサラダのこと

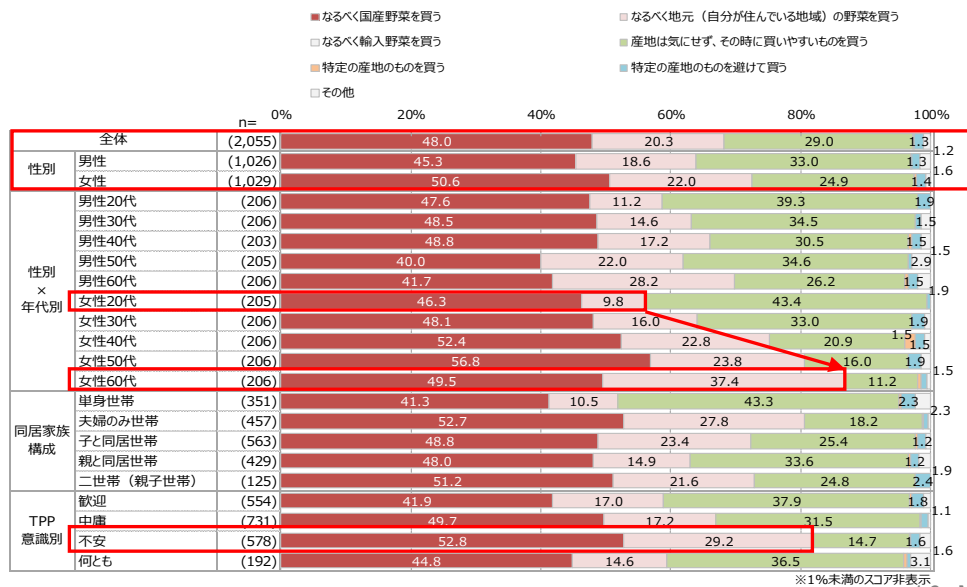
～主な調査結果～

① 約 7 割が国産もしくは地元の野菜を買うと回答 輸入野菜の購入は 1%未満に

野菜購入時の産地意識について尋ねたところ、「なるべく国産野菜を買う」（全体の48.0%）と回答した人が約半数を占める一方、「なるべく輸入野菜を買う」と答えた人は全体の1%未満となり、「国産志向」が高いことが分かりました。特に、女性は年代が高くなるにつれて「地元志向(国産+地元)」が高くなる傾向がみられます。また、環太平洋経済連携協定(以下、TPP)による関税撤廃に不安を持つ層は、他の層に比べて「地元志向(国産+地元)」が高いことが分かりました。

Q. 全般に野菜を購入するとき、産地についてはどの程度意識されますか。あなた自身に最も近いものを1つだけお選びください。

※全員ベース
※単一回答



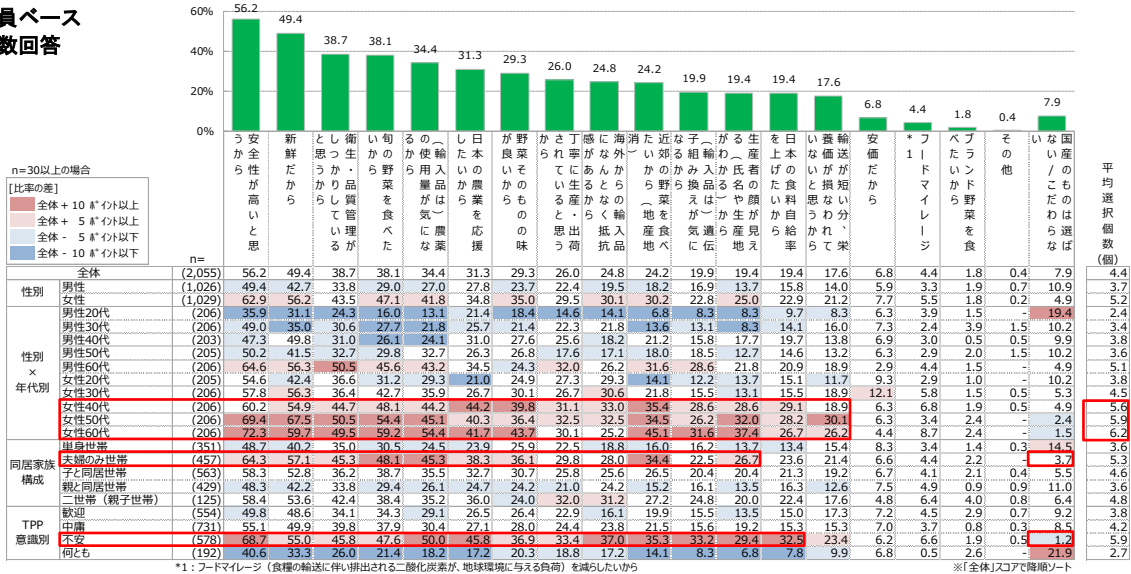
② 生野菜で国産を選ぶ理由 1位は「安全性の高さ」 2位は「新鮮さ」

夫婦のみ世帯や TPP 不安層は国産意識が高い

生で食べる野菜について、国産のものを選ぶ理由を尋ねたところ、最も多かった回答が「安全性の高さ」（全体の 56.2%）で、次いで「新鮮さ」（49.4%）、「衛生・品質管理」（38.7%）、「旬」（38.1%）、「農薬使用量への懸念」（34.4%）でした。女性は年代が高い層ほど多くの項目を選択しており、様々な観点から国産のものを意識して選んでいる傾向がうかがえます。また、家族構成別では「夫婦のみ世帯」が、TPP 意識別では関税撤廃への不安層が、他の層に比べて多くの項目でスコアが高く、「国産のものは選ばない・こだわらない」との回答率が最も低いことから、国産意識が高いことが分かります。

Q 特に生で食べる野菜について、あなたが国産のものを選ぶ理由として、あてはまるものを全てお選びください。

※全員ベース
※複数回答



③ 野菜購入時に知りたい情報TOP3

1位「保存方法」 2位「農薬関連*」 3位「詳細な産地」

野菜購入時に知りたい情報について尋ねたところ、1位は「保存方法」（全体の 36.4%）、次いで「農薬関連*」（35.5%）、「詳細な産地」（34.9%）、「賞味期限」（33.6%）、「遺伝子組み換え作物の使用有無」（33.1%）が続きました。女性は「保存方法」や「その野菜を使った簡単なレシピ」のポイントが男性と比べて顕著に高い結果となりました。一方、男性は年代が高いほど、「農薬関連*」や「遺伝子組み換え作物の使用有無」といった情報に関心が高まる傾向がみられます。

* 農薬関連（農薬使用の有無/オーガニックかどうか）

Q 野菜購入時に、どんな情報があつたら嬉しい/役に立つと思いますか。あてはまるものを全てお選びください。

※野菜購入者ベース
※複数回答

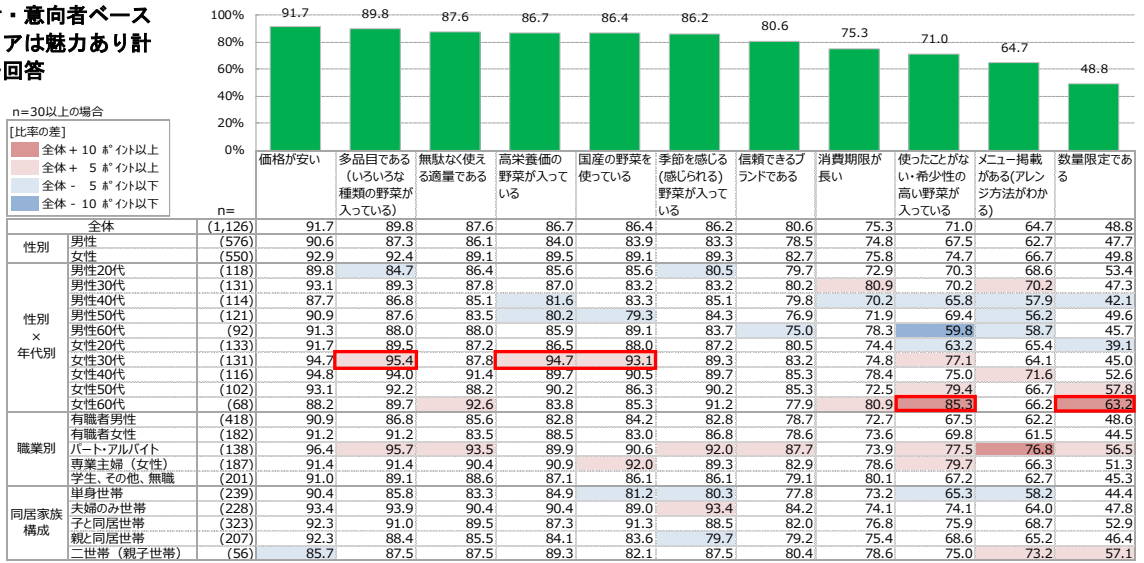


④ 女性 30 代は「多品目」「高栄養価の野菜入り」「国産野菜使用」のパッケージサラダに魅力を感じ、女性 60 代は「希少性の高い野菜」「数量限定」に魅力を感じる傾向に

パッケージサラダ喫食者・利用意向者にパッケージサラダについて尋ね、魅力的であると回答したスコアを項目毎に集計しました。最も多かった項目は「価格が安い」（全体の 91.7%）、次いで「多品目である」（89.8%）、「無駄なく使える適量」（87.6%）でした。女性 30 代は「多品目である」、「高栄養価の野菜が入っている」、「国産の野菜を使っている」パッケージサラダを魅力的に感じる傾向が見られ、女性 60 代は「使ったことがない・希少性の高い野菜が入っている」、「数量限定である」パッケージサラダを魅力的に感じる傾向がみられます。

Q 以下のようなパッケージサラダを、あなたはどのように感じますか。それぞれあてはまるものをお選びください。

※パッケージサラダ喫食者・意向者ベース
※スコアは魅力あり計
※単一回答



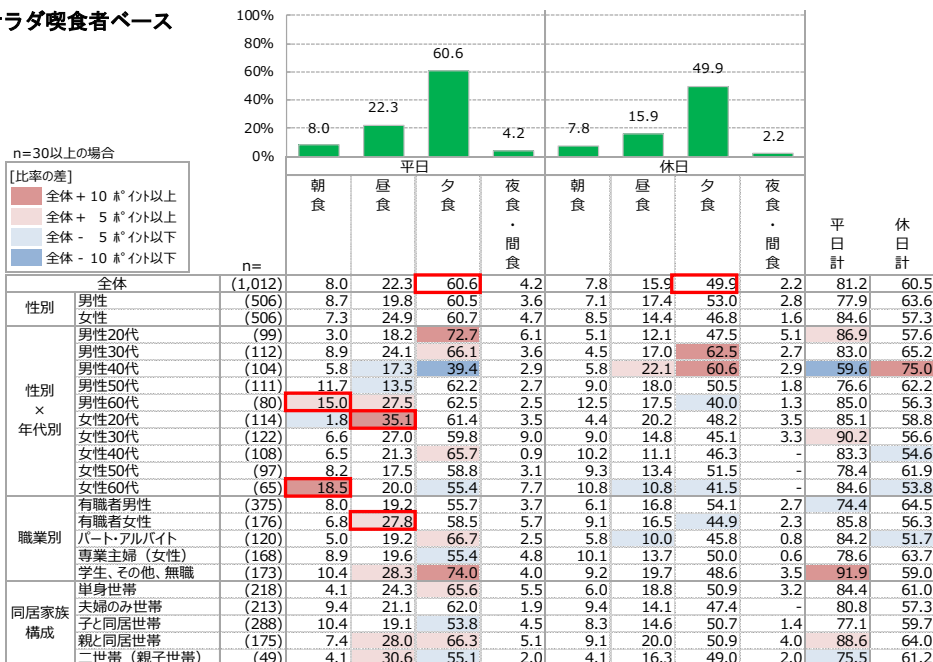
⑤ パッケージサラダは夕食に食べる人が多い

60代は朝食に、20代女性と有職者女性は平日の昼食に食べる人が多い傾向に

パッケージサラダを利用したことがある人に、パッケージサラダの喫食機会について尋ねたところ、「平日の夕食」（全体の 60.6%）と「休日の夕食」（49.9%）と答えた人が最も多く、夕食でパッケージサラダを食べる人が多いことが分かりました。男女ともに 60 代は朝食にパッケージサラダを食べる人が多い一方、女性 20 代と有職者女性は平日の昼食の喫食機会が多い傾向がうかがえます。

Q パッケージサラダを利用されるのは、どのような時ですか。当てはまるものを全てお選びください。

※パッケージサラダ喫食者ベース
※複数回答



■サラダ白書 2016 調査概要

調査方法 : ウェブアンケート調査
調査対象 : 全国の 20 歳～69 歳の男女 合計 2,055 名
調査期間 : 2016 年 4 月 4 日 (月) ～6 日 (水)

■サラダ白書について

サラダ白書とは、サラダの食文化把握のため、サラダクラブが毎年野菜の日 (8 月 31 日) に合わせて行っている調査です。その年ごとのテーマトピックスと、パッケージサラダの認知・利用経験・購入経験についての定点観測を行います。

調査結果は、サラダクラブで得意先向けに配布している冊子と、サラダクラブ公式ホームページ (<http://saladclub.jp/know/hakusyo.html>) にて紹介しています。

■株式会社サラダクラブについて

株式会社サラダクラブは、野菜の鮮度とおいしさにこだわり、色々な種類の野菜を組み合わせ、洗わずにそのまま食べられる「パッケージサラダ」を製造・販売しています。キューピー株式会社と三菱商事株式会社の共同出資により 1999 年に設立されました。利便性と価格が一定という経済性が支持され、需要が拡大しているパッケージサラダ市場で、サラダクラブは国内最大のシェア率*を誇り、販売店舗数は 12,500 店 (2015 年 11 月現在) に及びます。

* マクロミル QPR : サラダメーカー別 2015 年平均

サラダクラブのパッケージサラダは、国産野菜を中心に使用しています。(自社工場における全体使用量の約 98%) 春夏秋冬、途切れることのない産地リレーにより、年間を通して旬の野菜を調達しています。産地はパッケージの表面に記載しています。

<本件に関する問い合わせ先>

株式会社サラダクラブ 商品部 日置・杉本・荒金

TEL. 03-5384-7690 (直通) FAX. 03-5384-7805

〒182-0002 東京都調布市仙川町 2-5-7

<http://www.saladclub.jp> E-mail. info@saladclub.jp

<お客様からの問い合わせ先>

お客様相談室 TEL. 0120-662-831