



【野菜に関するアンケート「サラダ白書 2017」調査結果】

- ◇ 全体の約7割、20代女性の約9割が野菜不足を意識
- ◇ レシピに関する悩みは「レシピがマンネリである」が突出
- ◇ “あったら嬉しい” サラダのトッピングトップ3はすべてたんぱく質を多く含む食材 1位「生ハム」2位「えび」3位「スモークサーモン」

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。Web アンケート調査で全国の20歳～69歳の男女2,057名を対象に行いました。

今回の調査テーマは「野菜や料理に対する意識」、「家で作って食べるサラダ」についてです。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

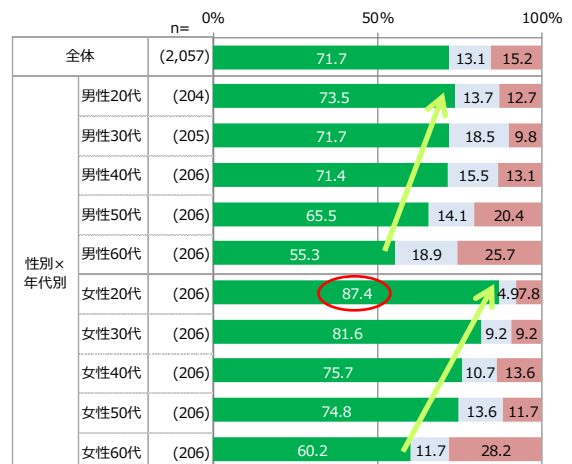
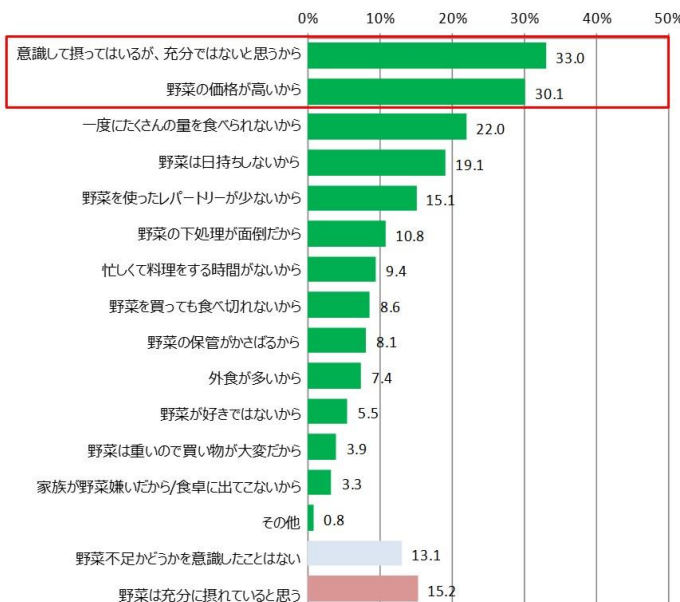
～主な調査結果～

① 全体の約7割、20代女性の約9割が野菜不足を意識

野菜不足の意識について尋ねたところ、野菜不足を意識しているのは7割強（72%）を占め、「野菜不足を意識したことはない」（13%）「野菜は十分に摂れていると思う」（15%）と回答した人は合計しても3割未満でした。男女ともに、年代が若いほど野菜不足の意識が強く、特に20代女性の約9割（87%）が野菜不足を意識していることが分かりました。野菜不足の理由として上位に挙がった回答は、「意識して摂ってはいるが、充分ではないと思うから」（33%）「野菜の価格が高いから」（30%）でした。

Q. あなたご自身は現在の食生活で、野菜不足を意識することはありますか。野菜不足だと思われる場合はその理由について、
あてはまるものをすべてお選びください。（複数回答）

※全体ベース（n=2,057）

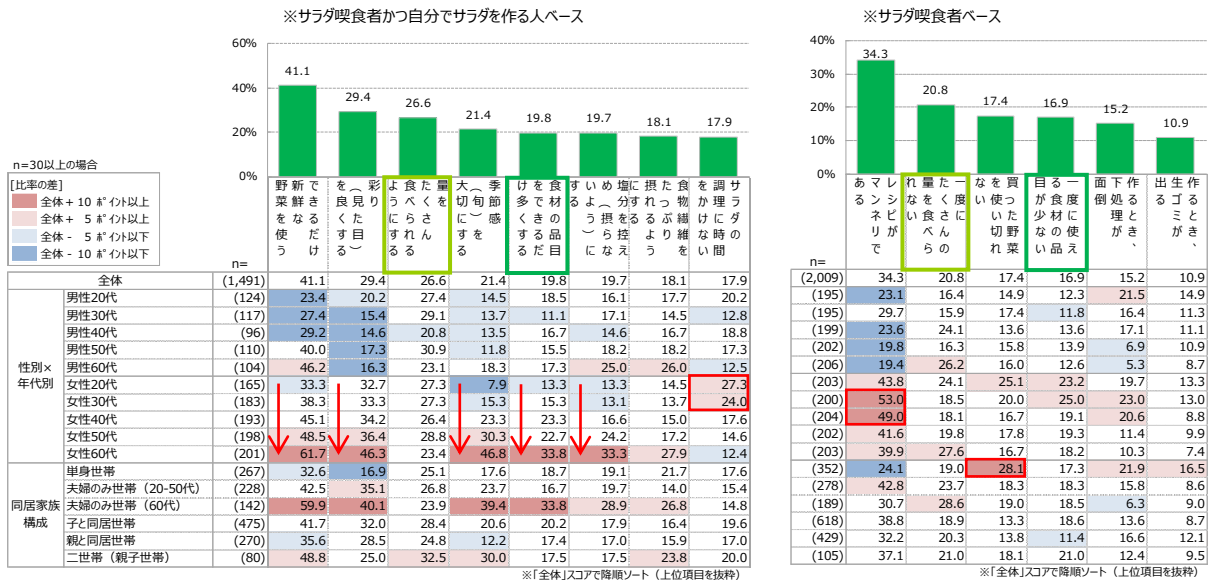


② サラダに関する悩みは「レシピがマンネリである」が突出 単身世帯では「買った野菜を使いきれない」

サラダを作るときに心掛けていることを尋ねたところ、女性は年代が高くなるほど「新鮮さ」「彩り」「季節感」「多品目」「減塩」を心掛けているのに対し、20代~30代では「時短」意識が強いことが分かりました。サラダに関する悩みは、「レシピがマンネリである」(34%)が突出しており、単身世帯では「買った野菜を使いきれない」(28%)ことが最も大きな悩みとして挙がりました。また、「量をたくさん食べられるようにする」「食材の品目をできるだけ多くする」と心掛けている一方で、それができないことを悩みとして挙げている人も比較的多いことがうかがえます。

Q あなたがご自分でサラダを作るときに心がけていることをお選びください。(複数回答) ※左グラフ

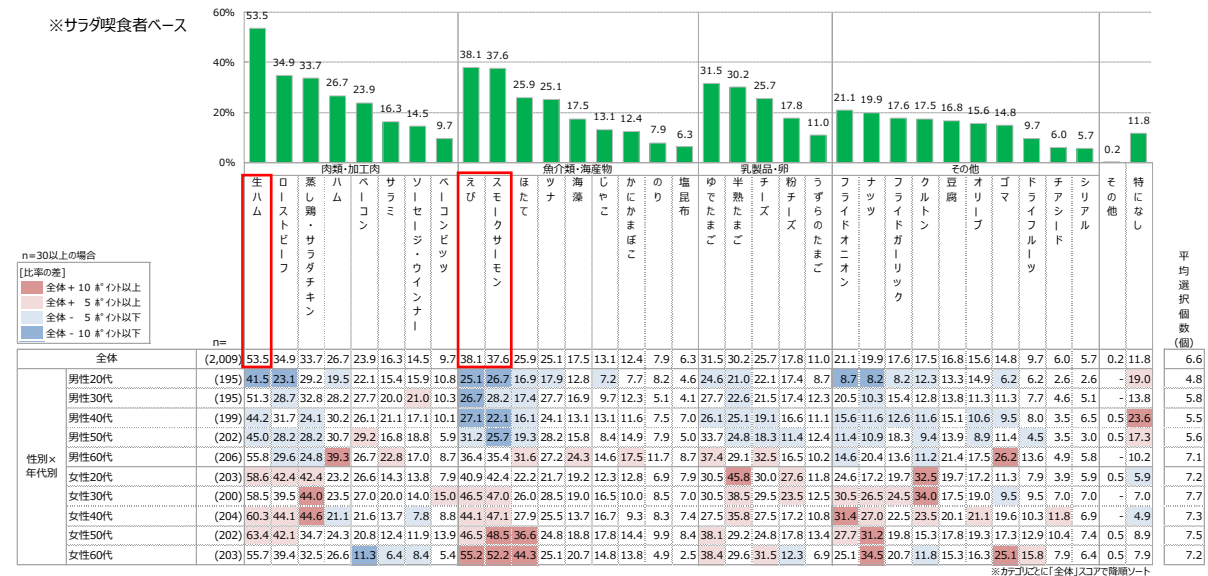
Q 家で食べるサラダに関するお悩みや不満として、以下の中からあてはまるものを全てお選びください。(複数回答) ※右グラフ



③ “あったら嬉しい” サラダのトッピングのトップ3はすべてたんぱく質を多く含む食材 1位「生ハム」 2位「えび」 3位「スモークサーモン」

サラダのトッピングとして“あったら嬉しい”と思うものについて尋ねたところ、最も多かった項目が「生ハム」(53%)、次いで「えび」(38%)、「スモークサーモン」(38%)と続き、トップ3はすべてたんぱく質を多く含む肉類、魚介類であるという結果になりました。

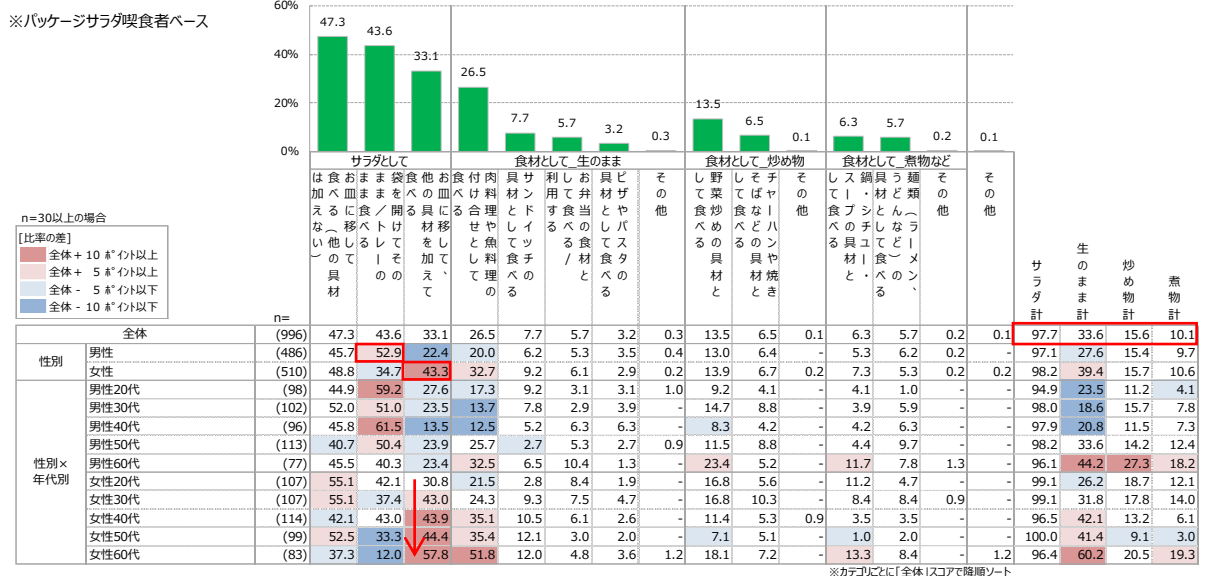
Q あなたが家で「ちょっと贅沢なサラダを作りたい/食べたい」と思った時に、サラダのトッピング(野菜類は除く)としてあったら嬉しいと思うものを以下の中からお選びください。(複数回答)



④ パッケージサラダを食べる際、男性はそのまま、女性はお皿に移したり他の具材を加えるなど、ひと手間加える傾向が強い

パッケージサラダの利用方法として、男性は「袋を開けてそのまま/トレーのまま食べる」が半数以上（53%）である一方、女性は「お皿に移して食べる」（49%）の選択率が最も高くなりました。また、女性は「お皿に移して、他の具材を加えて食べる」が4割以上（43%）と多く、年代が高くなるほど、その傾向が強いことが分かりました。

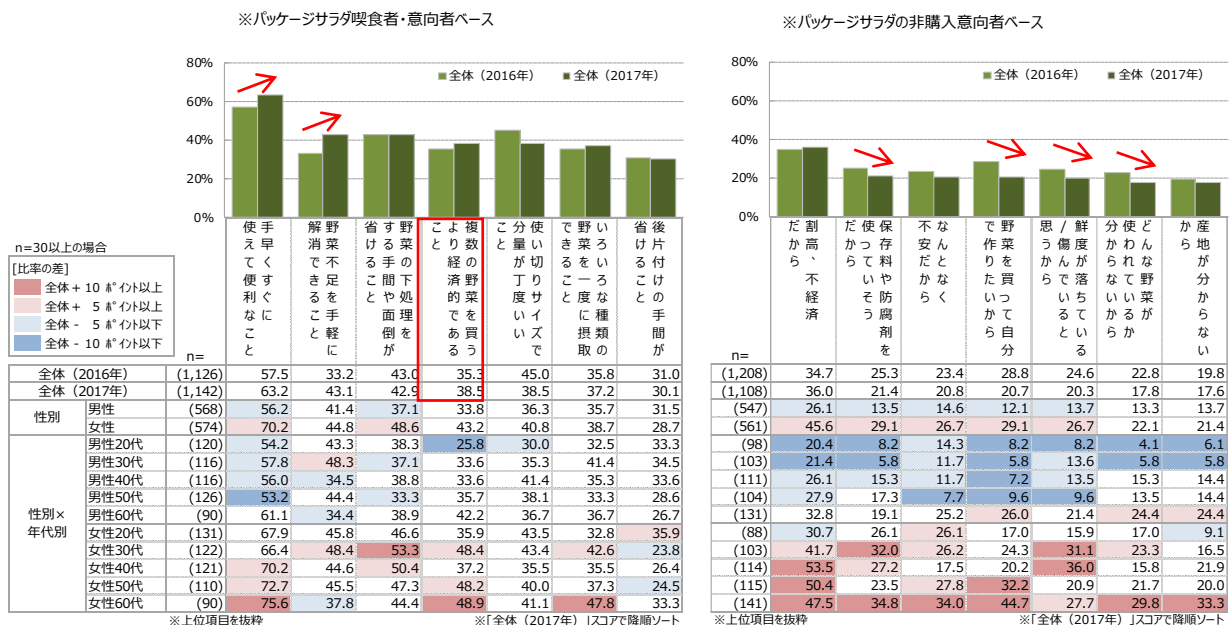
Q あなたご自身は、どのように食べる人が多いですか。あてはまるものを全てお選びください。（複数回答）



⑤ パッケージサラダのメリットは増加、デメリットは減少傾向に

パッケージサラダを利用するメリットを尋ねたところ、「手早くすぐに使えて便利なこと」（63%）がトップになりました。「野菜不足を手軽に解消できること」（43%）、「複数の野菜を買うより経済的であること」（39%）も選択率が高く、パッケージサラダの利便性や野菜不足解消、コストパフォーマンスをメリットに感じる人は昨年の調査よりも増加していることが読み取れます。一方、パッケージサラダの非購入意向者に利用したいと思わない理由を尋ねたところ、昨年同様「割高、不経済」が最も多い回答となりましたが、「保存料や防腐剤を使っていそう」など、他の項目の選択率は昨年の調査よりも減少していることが分かりました。

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。（複数回答）



■サラダ白書 2017 調査概要

調査方法 : Web アンケート調査
調査対象 : 全国の 20 歳～69 歳の男女 合計 2,057 名
調査期間 : 2017 年 2 月 28 日 (火) ～3 月 2 日 (木)

※本資料中のパーセンテージは小数点以下を四捨五入して表記しています。

■サラダ白書について

サラダ白書はサラダの食文化を把握するために行っている年次調査です。野菜の日 (8 月 31 日) にあわせて調査結果を発表しています。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(金額)*1を誇り、販売店舗数は 13,500 店 (2016 年 11 月現在) に及びます。

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 95%*2) 春夏秋冬、途切れることのない産地リレーで、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。

*1 : マクロミル QPR (サラダメーカー別 2016 年 1 月-12 月) *2 : 2016 年度実績

<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 藤田・荒金・佐々木

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