No. 15
2019 年 8 月 6 日

野菜に関するアンケート
「サラダ白書 2019」調査結果

株式会社サラダクラブ

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 年から毎年実施し、その結果を「サラダ白書」として発表しています。

今年は、オーガニック野菜に対する意識などについて、全国 2,060 人の 20～69 歳の男女に WEB アンケート調査を行いました。また、サラダ白書 10 周年にあたり、過去の調査結果との比較も行いました。

＜主なトピックス＞

■ 最も購入したいオーガニック食品カテゴリーは「野菜」

■ ４割の人がオーガニック野菜の購入経験あり
女性の５０～６０代は半数が購入

■ 好きな野菜＆ダイエットのために食べる野菜
６年前と同様「キャベツ」が１位

■ 平日夕方スーパーで購入する時短食品は５年前に比べ増加
最も購入率が伸びているのは「パッケージサラダ」

■ パッケージサラダの利用意向が高いのは若年層

＜主な調査結果＞

■ 最も購入したいオーガニック食品カテゴリーは「野菜」

今後購入したいと思う「オーガニック食品・飲料」について尋ねたところ、「野菜」（42.4%）が突出して高く、「サラダ」（22.3%）、「フルーツ」（21.4%）の順に続きました。また、オーガニック食品・飲料の購入意向率は、男性（50.5%）よりも女性（65.4%）が高い結果となりました。

Q あなたが今後（も）、購入したいと思う「オーガニック食品・飲料」をお選びください。（複数回答）

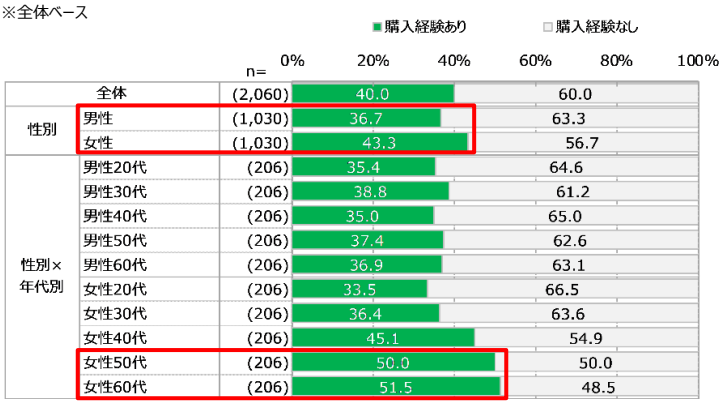
		n=	野菜	サラダ	フルーツ	米・パン・麺類など主食類	ジュース	コーヒー・茶類	お惣菜	ドレッシング	スムージー	クッキーなどの焼き菓子	ワイン	スープ	レトルト食品	ゼリーなどのデザート	その他	購入したいと思わない	オーガニック食品・飲料を購入意向あり計
全体		(2,060)	42.4	22.3	21.4	18.1	12.8	10.4	10.1	9.4	9.3	7.0	6.4	6.1	5.2	4.8	0.5	42.0	58.0
性別	男性	(1,030)	35.5	19.7	16.4	14.6	10.0	9.3	10.3	7.8	6.3	5.0	5.8	5.1	5.0	4.2	0.4	49.5	50.5
	女性	(1,030)	49.3	25.0	26.4	21.7	15.5	11.5	9.9	11.1	12.3	8.9	7.0	7.1	5.4	5.3	0.6	34.6	65.4

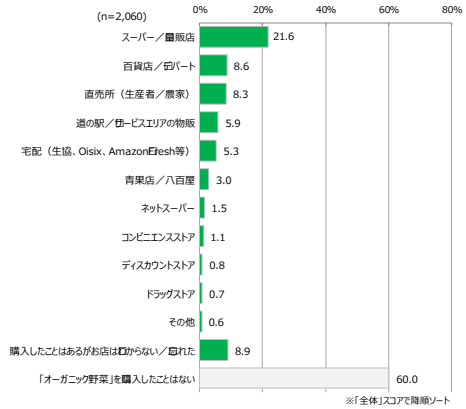
■　４割の人がオーガニック野菜の購入経験あり　女性の５０～６０代は半数が購入

オーガニック野菜を購入したことのある人は全体の 4 割で、男女別では女性の割合が高くなっています。特に女性の 50～60 代が高く、半数の人が購入したことがあると答えました。購入チャネルは「スーパー/量販店」（21.6）が突出していました。

Q あなたは「オーガニック野菜」を購入したことがありますか。あてはまるお店のタイプを全てお選びください（複数回答）

※全体ベース

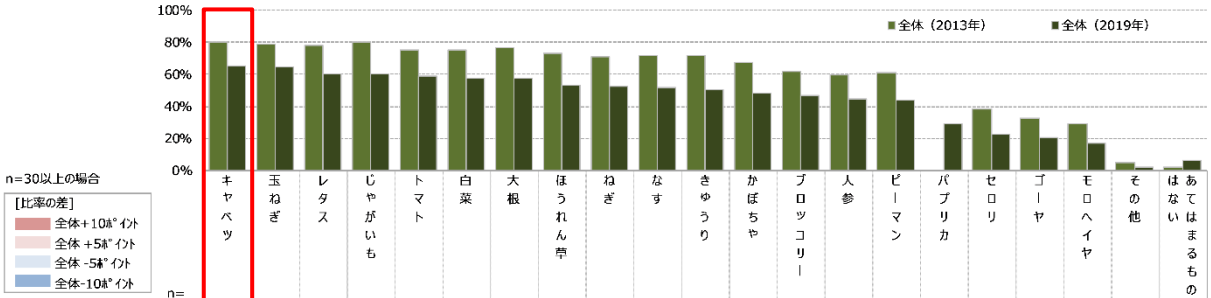




■　好きな野菜＆ダイエットのために食べる野菜　６年前と同様「キャベツ」が１位

好きな野菜は、2013 年の調査同様「キャベツ」（65.1%）が 1 位となりました。男女差が大きいのは「かぼちゃ」「ブロッコリー」「トマト」「なす」などで、いずれも男性より女性のスコアが高くなっています。

Q あなたの好きな野菜をお選びください。（複数回答）

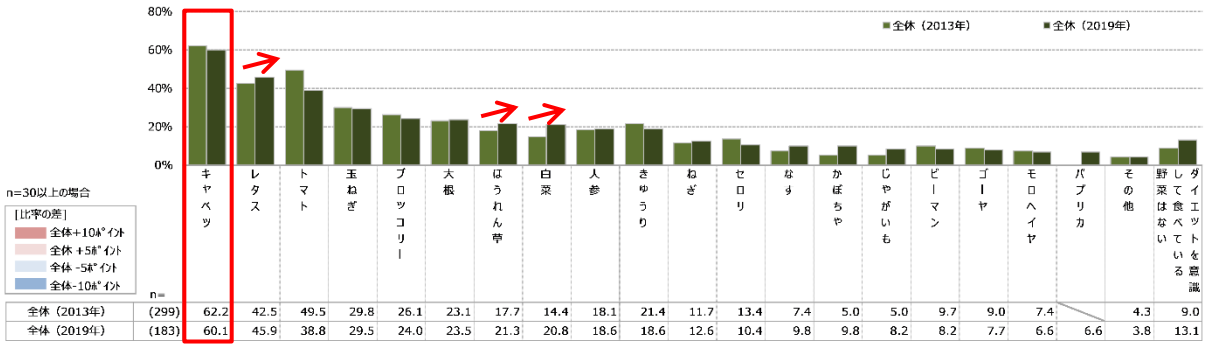


		n=	キャベツ	玉ねぎ	レタス	じゃがいも	トマト	白菜	大根	ほうれん草	ねぎ	なす	きゅうり	かぼちゃ	ブロッコリー	人参	ピーマン	パプリカ	セロリ	ゴーヤ	モロヘイヤ	その他	あてはまるものはない
全体（2013年）		(2,060)	80.5	78.6	77.8	80.3	75.4	75.2	76.9	73.2	71.0	71.8	71.7	67.5	61.7	59.5	61.1		38.2	32.6	29.2	4.7	2.3
全体（2019年）		(2,060)	65.1	64.8	60.3	60.1	58.6	57.4	57.3	53.0	52.7	51.5	50.4	48.4	46.6	44.9	43.8	29.3	22.7	20.8	16.8	2.2	6.6
性別	男性	(1,030)	65.0	63.3	59.1	58.7	52.5	55.1	54.2	48.3	51.6	43.8	45.8	38.0	36.2	40.9	40.1	21.7	19.7	18.4	13.4	1.1	10.4
	女性	(1,030)	65.2	66.2	61.6	61.5	64.8	59.7	60.5	57.6	53.9	59.1	55.0	58.8	57.0	48.9	47.6	36.8	25.6	23.2	20.3	3.4	2.8

ダイエットのために食べている野菜も、6 年前と同じく「キャベツ」（60.1%）が 1 位で、「レタス」（45.9%）、「トマト」（38.8%）と続きました。2013 年の調査と比べると「レタス」「ほうれん草」「白菜」などが増加しています。

Q ダイエットを意識して食べている野菜は何でしょうか。あてはまるものを全てお選びください。（野菜を食べる理由として「ダイエットのため」を選んだ人のみが回答）（複数回答）

※ダイエットのために野菜を食べる人ベース



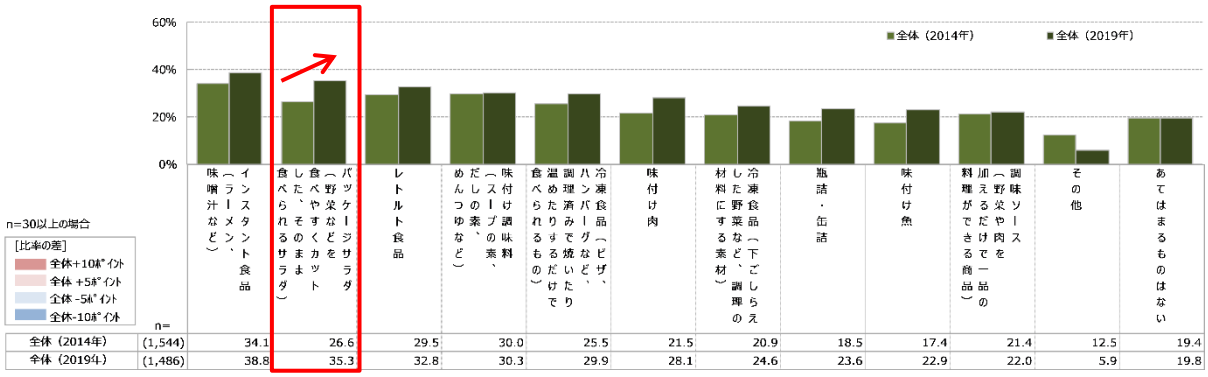
	n=	キャベツ	レタス	トマト	玉ねぎ	ブロッコリー	大根	ほうれん草	白菜	人参	きゅうり	ねぎ	セロリ	なす	かぼちゃ	じゃがいも	ピーマン	ゴーヤ	モロヘイヤ	パプリカ	その他	野菜はない	ダイエットを意識して食べている
全体（2013年）	(299)	62.2	42.5	49.5	29.8	26.1	23.1	17.7	14.4	18.1	21.4	11.7	13.4	7.4	5.0	5.0	9.7	9.0	7.4		4.3		9.0
全体（2019年）	(183)	60.1	45.9	38.8	29.5	24.0	23.5	21.3	20.8	18.6	18.6	12.6	10.4	9.8	9.8	8.2	8.2	7.7	6.6	6.6	3.8		13.1

■ 平日夕方スーパーで購入する時短食品は５年前に比べ増加
最も購入率が伸びているのは「パッケージサラダ」

レトルト食品や味付け調味料など、時短食品の中で、平日の夕方から夜にスーパーで購入するものについて尋ねました。結果、「インスタント食品」（38.8%）がトップで、2 位は「パッケージサラダ」（35.3%）、3 位は「レトルト食品」（32.8%）となりました。2014 年の調査と比べると、時短食品の購入率は全体的に上がっています。特に「パッケージサラダ」は最も購入率が伸びており、4 位から 2 位に上昇しました。

Q 平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで、以下のような食品を購入しますか。あなたが購入することがあるものをすべてお選びください（複数回答）

※平日の夕方スーパーで食料品を買う人ベース



	n=	味噌汁など）（インスタントラーメン、	食べられるサラダ）（パッケージサラダ食べやすくカットしたそのまま	レトルト食品	味付け調味料（スープの素、だしの素、めんつゆなど）	食べられるもの）（冷凍食品（ピザ、ハンバーグなど、調理済みたり温めたりするだけで	味付け肉	材料にする素材）（冷凍食品（下ごしらえした野菜など、調理の	瓶詰・缶詰	味付け魚	料理ができる商品）（調味ソースを加えるだけで野菜や肉を一品の	その他	あてはまるものはない
全体（2014年）	(1,544)	34.1	26.6	29.5	30.0	25.5	21.5	20.9	18.5	17.4	21.4	12.5	19.4
全体（2019年）	(1,486)	38.8	35.3	32.8	30.3	29.9	28.1	24.6	23.6	22.9	22.0	5.9	19.8

■ パッケージサラダの利用意向が高いのは若年層

パッケージサラダの利用意向は、男女ともに 20 代と 30 代が高く、若年層に支持を受けている傾向がみられます。男性は 20 代と 30 代が全体平均より高く、5 割以上の人が利用したいと回答しました。女性は 20 代（66.5%）が最も高く、全世代の中でもトップとなりました。同居家族構成別では、単身世帯や 20～50 代の夫婦のみ世帯の利用意向が他と比べて高くなっています。

Q あなたは今後（も）パッケージサラダを利用したいと思われますか。1 つだけお選びください。（単数回答）

■利用したい ■利用したくない □どちらともいえない・わからない

※全体ベース

		n=	利用したい	利用したくない	どちらともいえない・わからない
全体		(2,060)	50.4	14.3	35.3
性別	男性	(1,030)	48.1	12.5	39.4
	女性	(1,030)	52.7	16.1	31.2
性別×年代別	男性20代	(206)	55.3	8.3	36.4
	男性30代	(206)	58.7	8.7	32.5
	男性40代	(206)	44.2	13.6	42.2
	男性50代	(206)	39.3	16.5	44.2
	男性60代	(206)	42.7	15.5	41.7
	女性20代	(206)	66.5	10.7	22.8
	女性30代	(206)	59.2	15.5	25.2
	女性40代	(206)	47.1	13.1	39.8
	女性50代	(206)	52.4	13.6	34.0
	女性60代	(206)	38.3	27.7	34.0
同居家族構成	単身世帯	(390)	54.9	13.6	31.5
	夫婦のみ世帯（20-50代）	(268)	54.9	11.9	33.2
	夫婦のみ世帯（60代）	(193)	37.3	24.4	38.3
	子と同居世帯	(587)	50.8	14.3	34.9
	親と同居世帯	(473)	48.4	12.7	38.9
	二世帯（親子世帯）	(101)	51.5	12.9	35.6

■サラダ白書 2019 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 2,060 名

調査期間　:　2019 年 2 月 28 日（木）～3 月 2 日（土）

■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。キユ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(金額)*を誇り、販売店舗数は 15,840 店（2018 年 11 月現在）に及びます。

＊：マクロミル QPR（サラダメーカー別 2017 年 12 月-2018 年 11 月）

＜本件に関する問い合わせ先＞
株式会社サラダクラブ　広報・広告宣伝部　吉田・東小野・荒金・藤田
TEL. 03-5384-7690（直通）　FAX. 03-5384-7805
〒182-0002　東京都調布市仙川町 2-5-7
https://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