



No. 20

2022年8月23日

野菜の日(8月31日)に合わせ、野菜とサラダに対する意識調査を発表
「サラダ白書 2022」

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:金子俊浩、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、「野菜・料理に対する意識」や「サステナビリティに関する意識」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。

<主なトピックス>

- 料理工程で負担に感じること
1位「献立決め」2位「洗い物」3位「生ごみの処理」
- 献立決めで参考にしているもの
男女20~30代「SNS」女性60代「テレビ番組・CM」が他属性に比べて多い
- 料理をする際に罪悪感を感じることに
「カット野菜を使う」は総菜や冷凍食品より低い
- 野菜喫食時に意識していること 「毎日食べること」が過半数で1位
- 野菜調理時に困っていること・改善したいこと
「価格が高い(41.5%)」「日持ちしない(41.2%)」が2トップ
- パッケージサラダを利用したい人は53.3%で2013年以降最高値
- サステナビリティに関して、「興味・関心」と「実践」の差が大きいのは
「ふるさと納税」「被災地支援」「コロナの影響で困っている人への支援」

<主な調査結果>

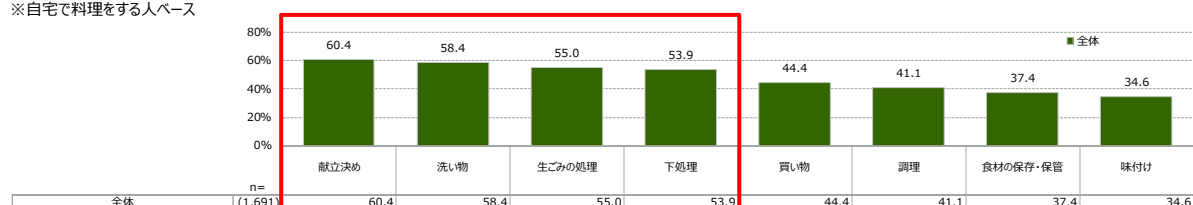
■ 料理工程で負担に感じること 1位「献立決め」2位「洗い物」3位「生ごみの処理」

自宅での料理工程で負担を感じることにについて尋ねたところ、1位が「献立決め(60.4%)」で、「洗い物(58.4%)」、「生ごみの処理(55%)」、「下処理(53.9%)」と続きました。

Q. あなたはご自宅での料理の以下の工程に対し、どのくらい負担を感じますか。それぞれの項目についてあてはまるものを1つずつ選んでください。(単数回答)

※自宅での料理をする人ベース

※スコアは「負担を感じる計(「とても負担を感じる」+「やや負担を感じる」)

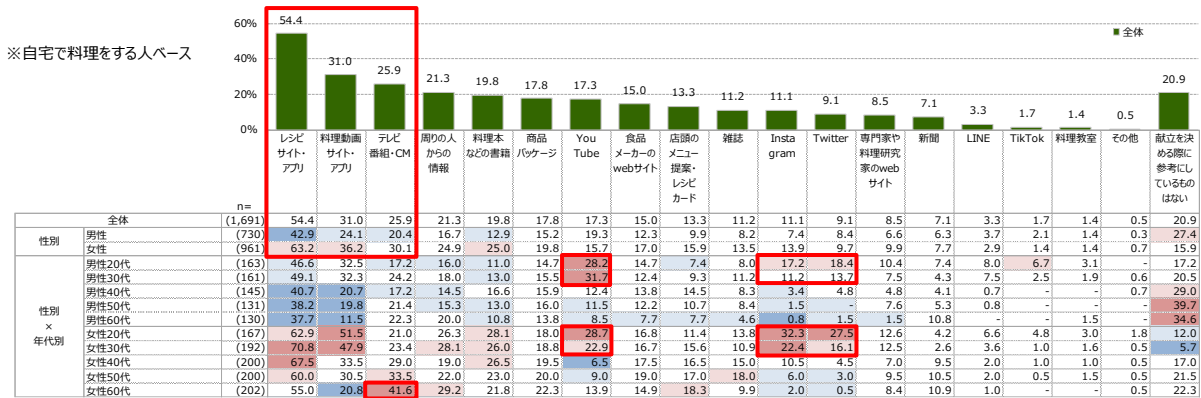


■ 献立決めで参考にしているもの

男女 20~30 代は「SNS」、女性 60 代は「テレビ番組・CM」が他属性に比べて多い

献立決めの際に参考にしているものについて、「レシピサイト・アプリ (54.4%)」が最も多く、「料理動画サイト・アプリ (31%)」、「テレビ番組・CM (25.9%)」と続きました。また、男女ともに 20 代~30 代は「YouTube」「Instagram」「Twitter」、女性 60 代は「テレビ番組・CM」を参考にする人が他の属性に比べ多くなっています。

Q あなたがご自宅での献立を決める際に参考にしているものはありますか。あてはまるものを全てお選びください。(複数回答)

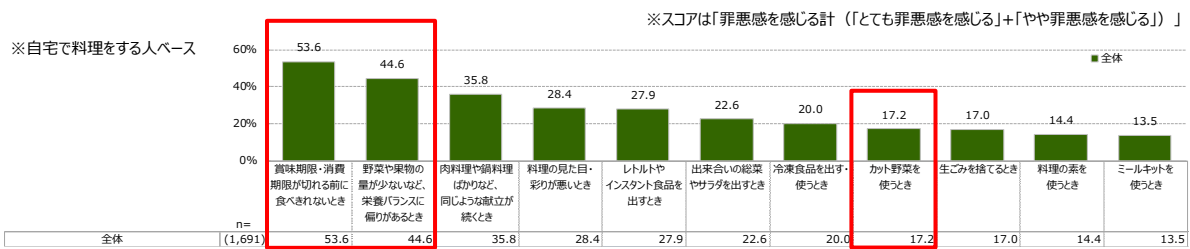


■ 料理をする際に罪悪感を感じること

「カット野菜を使う」は総菜や冷凍食品より低い結果に

自宅で料理をする際に罪悪感を感じることにについて、「賞味期限・消費期限が切れる前に食べきれないとき (53.6%)」が最も多く、次いで「栄養バランスに偏りがあるとき (44.6%)」となりました。「カット野菜を使うとき」に罪悪感を感じる人は 17.2% で、「レトルトやインスタント食品」「出来合いの総菜やサラダ」「冷凍食品」より少ない結果となっています。

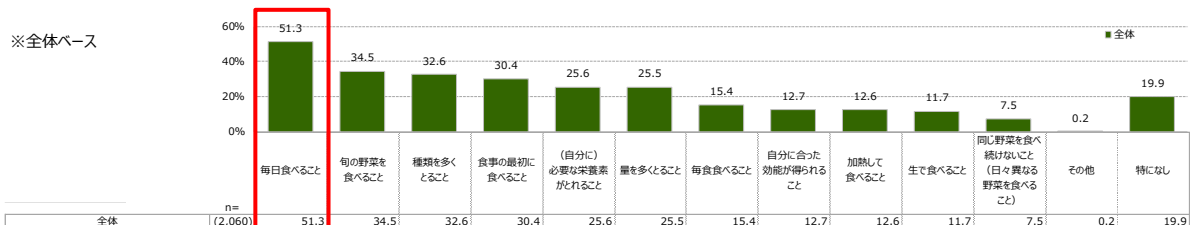
Q 普段ご自宅で料理をする際、以下のようなときにどのくらい罪悪感を感じますか。それぞれの項目についてあてはまるものを1つずつ選んでください。(単数回答)



■ 野菜喫食時に意識していること 「毎日食べること」が過半数で1位

約 8 割の人が野菜を食べるときに何らかの意識をしており、その中でも「毎日食べること (51.3%)」を意識している人が過半数でトップとなりました。

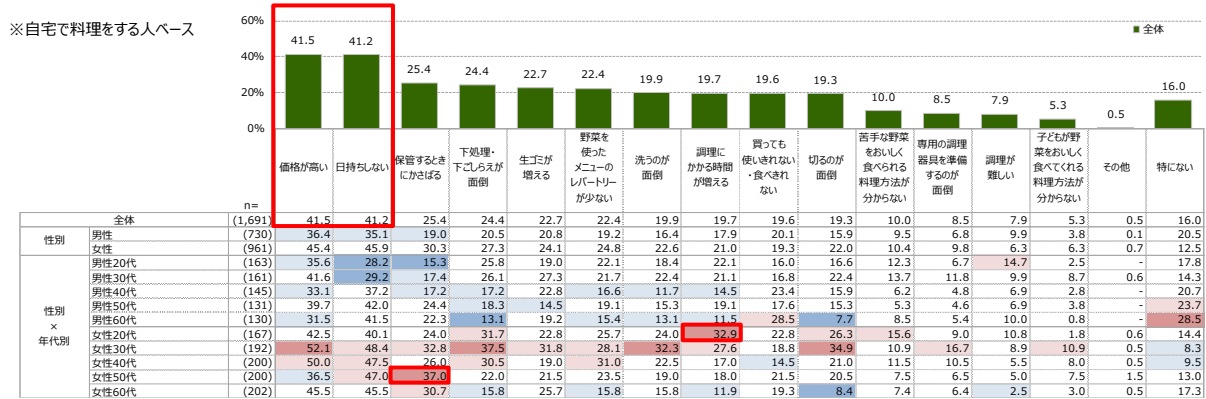
Q あなたが野菜を食べる際に意識していることとして、あてはまるものを全てお選びください。(複数回答)



■ 野菜調理時に困っていること・改善したいこと 「価格が高い (41.5%)」「日持ちしない (41.2%)」が2トップ

野菜調理時に困っていること・改善したいことについて、自宅で料理をする人の8割以上が何らかの困りごとを抱えていることがわかりました。その中でも、「価格が高い (41.5%)」「日持ちしない (41.2%)」が突出して高い結果となっており、女性20代は「調理にかかる時間が増える」、女性50代は「保管するときにかさばる」と感じる人が他属性より多くなっています。

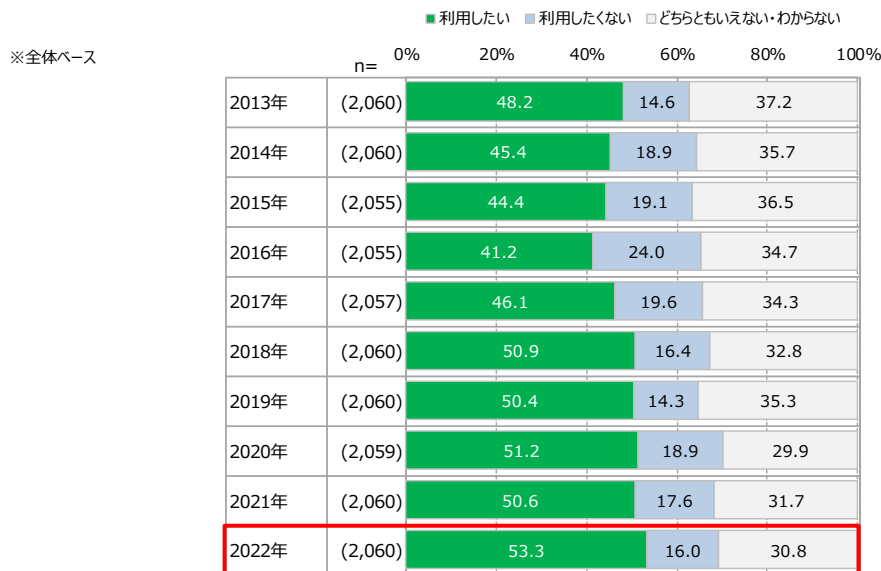
Q. あなたが自宅で野菜を調理するうえで、困っていること・改善されたいと思うことはありますか。あてはまるものを全てお選びください。(複数回答)



■ パッケージサラダを利用したい人は53.3%で2013年以降最高値

パッケージサラダの利用意向について尋ねたところ、53.3%と過半数の人が利用したいと答え、同じ設問を開始した2013年以降最も高い結果となりました。

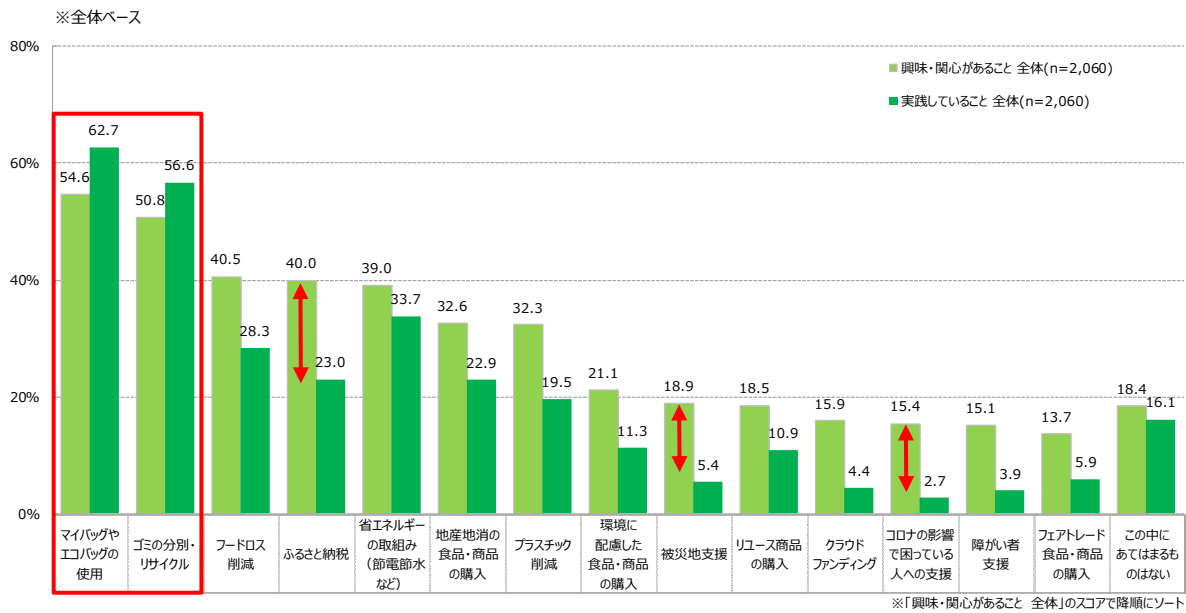
Q. あなたは今後(も)パッケージサラダを利用したいと思われませんか。1つだけお選びください。(単数回答)



■ サステナビリティに関して、「興味・関心」と「実践」の差が大きいのは「ふるさと納税」「被災地支援」「コロナの影響で困っている人への支援」

サステナビリティに関する事柄について、「興味・関心があること」「実践していること」共に1位が「マイバッグやエコバッグの使用」、2位が「ゴミの分別・リサイクル」となりました。興味があることの3位は「フードロス削減」で、実践していることの3位は「省エネルギーの取り組み(節電節水など)」でした。興味・関心があることと実践していることの乖離が大きかったのは「ふるさと納税」「被災地支援」「コロナの影響で困っている人への支援」でした。

Q. 以下の項目にあてはまるものを全てお選びください。【あなたが興味・関心があること/あなたが普段の生活で実践していること】
 (複数回答)



■サラダ白書 2022 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 : 2022 年 2 月 22 日 (火)～2 月 24 日 (木)

■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、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 年に設立しました。利便性と価格が一定という経済性が評価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)*を占め、販売店舗数は 16,838 店(2021 年 11 月現在)となっています。

* マクロミル QPR (サラダメーカー別 2020 年 12 月-2021 年 11 月)

■サステナビリティへの取り組み

当社では、産地からご家庭までのフードロスを低減し、サステナビリティへの取り組みを推進しています。産地との安定的な取引や増量企画を通じた、持続的な生産体制の維持や産地廃棄の削減。工場内で発生した野菜の未利用部を堆肥の材料にし、それをもとに作られた堆肥を使用して野菜の栽培を行う循環型農業の実現。パッケージサラダの鮮度保持延長の実現により、ご家庭・販売店での消費期限切れに伴う廃棄の低減などの取り組みを行っています*。

* 詳細はサステナビリティページ (<https://www.saladclub.jp/company/sustainability/>) をご参照ください。

<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・小宮・鳥塚・伊豆野

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