



No. 22

2023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 2023」

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・サラダの喫食実態と意識」や「パッケージサラダに関する意識」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>

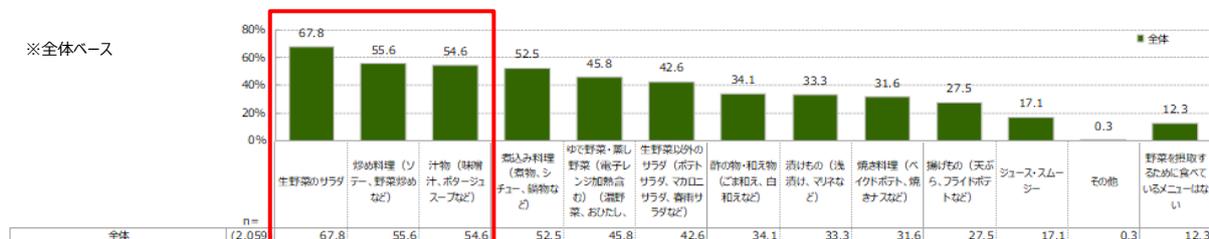
- 野菜を摂るために食べているメニュー
1位「生野菜のサラダ」2位「炒め物」3位「汁物」
- 野菜不足解消に利用したい商品 「パッケージサラダ」が2年連続1位
- サラダを作る時に重視していること 1位は「栄養バランスがとれる」
20~30代女性は“タイパ”や“コスパ”を求める傾向に
- 主にパッケージサラダを使う場面 約半数が「時間がない時」
 - ① 20代男性は「アウトドアで料理をする時」に利用
 - ② 60代女性は「少量だけ必要な時」「青果の価格が高い時」に利用
- 単身世帯の過半数はパッケージサラダの袋やトレーのまま食べる

<主な調査結果>

- 野菜を摂るために食べているメニュー
1位「生野菜のサラダ」2位「炒め物」3位「汁物」

野菜を摂取するために食べているメニューを尋ねたところ、1位が「生野菜のサラダ(67.8%)」と最も多く、「炒め物(55.6%)」、「汁物(54.6%)」と続きました。また、サラダで野菜を食べている理由として、美味しさや栄養価、調理の簡便性に加え、食事の最初に食べることで急激な血糖値上昇を抑える“ベジファースト”を実践できるからという意見もありました。

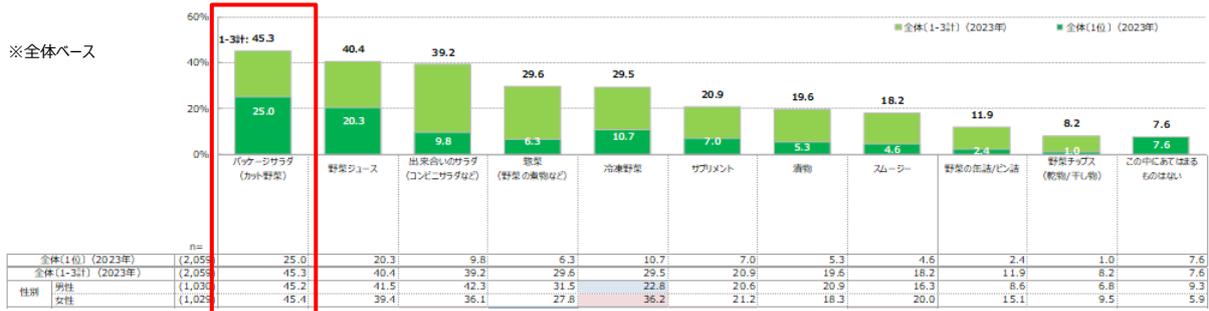
Q. あなたが、野菜を摂取するために食べているメニューとしてあてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)



■ 野菜不足解消に利用したい商品 「パッケージサラダ」が2年連続1位に

野菜不足解消に利用したい商品（1-3位計）は、「パッケージサラダ」が45.3%と最も多く、次いで「野菜ジュース」が40.4%、「出来合いのサラダ」が39.2%と続きます。2015年から同様の意識調査をするなかで、「野菜ジュース」が長年継続的に1位でしたが、昨年初めて「パッケージサラダ」が1位となりました。また、「パッケージサラダ」の利用意向は、男女共に差がなく最も高い結果となっています。

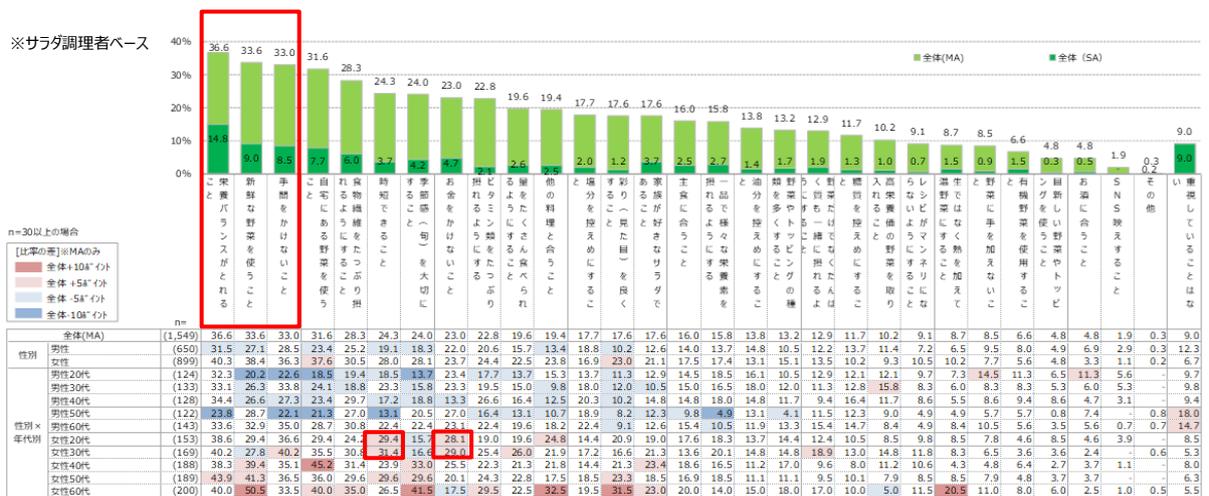
Q あなたが野菜不足を解消するために利用したい商品として、あてはまる順に3つまでお選びください。（単数回答）



■ サラダを作る時に重視していること 1位は「栄養バランスがとれる」 20~30代女性は「タイパ」や「コスパ」を求める傾向に

サラダを作る時に重視している点は「栄養バランスがとれること」（36.6%）が最も高く、続いて「新鮮な野菜を使うこと」（33.6%）、「手間をかけないこと」（33%）でした。性年代別にみると、20-30代女性は「時短できること」「お金をかけないこと」のスコアが高く、サラダ作りにタイムパフォーマンス（タイパ）やコストパフォーマンス（コスパ）を求める傾向が高いことがわかります。

Q あなたがサラダを作るときに重視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）また、その中で最も重視していることを1つお選びください。（単数回答）



■ パッケージサラダを使う場面 約半数が「時間がないとき」

- ① 20代男性は「アウトドアで料理をする時」に利用
- ② 60代女性は「少量だけ必要な時」「青果の価格が高い時」に利用

パッケージサラダを使う場面は1位が「時間がないとき」(49.2%)、2位が「料理をするのが面倒なとき」(46.5%)、4位に「疲れているとき」(37.7%)と、料理に時間をかけたくないときに使うアイテムとして活用されていることがわかります。性年代別にみると、20代男性は「アウトドアで料理をするとき」や「来客があるとき」が高く、女性60代は「少量だけ必要なとき」、「他に手間のかかる料理を作るとき」、「青果の価格が高いとき」が全体より高い結果となっており、性別や年代によって様々な理由やシーンで利用されていることが分かります。

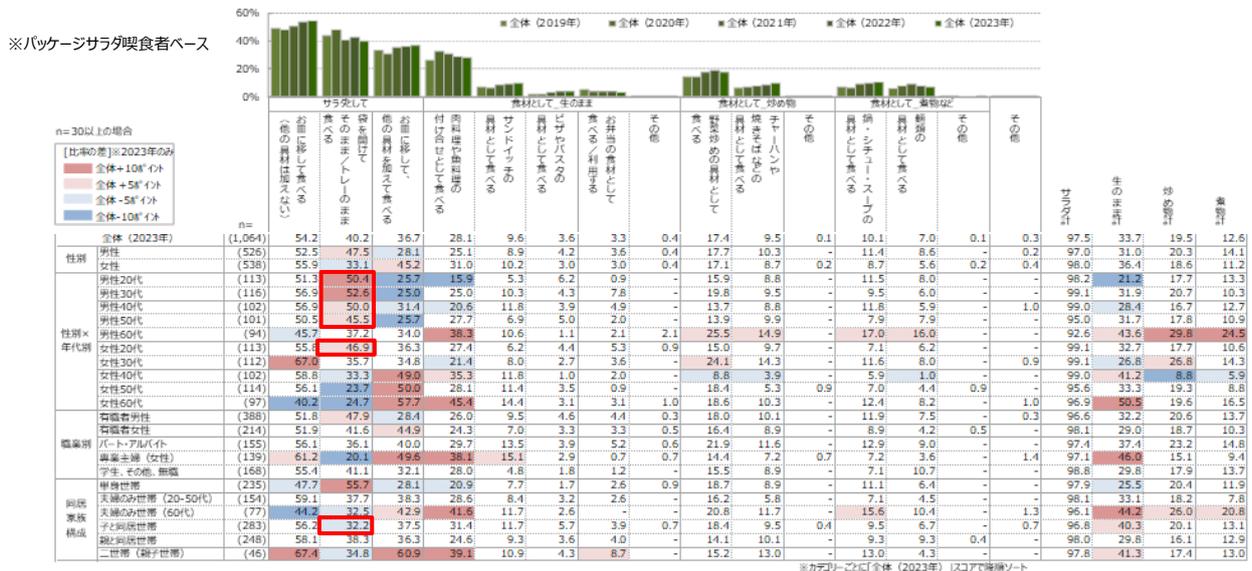
Q. あなたが、パッケージサラダ・加熱用カット野菜を利用するシーンとしてあてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)



■ 単身世帯の過半数はパッケージサラダを袋やトレーのまま食べる

パッケージサラダの利用方法について、女性40代~60代、専業主婦(女性)、二世帯(親子世帯)は「お皿に移して、他の具材を加えて」食えることが多い一方、男性20代~50代、女性20代、単身世帯は、パッケージサラダの「袋を開けてそのまま/トレーのまま」食えると答えた人が他属性より多い結果となりました。特に単身世帯は過半数がパッケージサラダを袋やトレーのまま食えると答えています。もともと時短アイテムとして使用されているパッケージサラダですが、“タイパ”を高めたい時流のなか、より手間や時間をかけず且つ洗い物も少なくする食べ方を好む人が多いことがわかります。

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



■サラダ白書 2023 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
有効回答数 : 2,059 名
調査期間 : 2023 年 2 月 21 日 (火) ～2 月 24 日 (金)
調査機関 : 株式会社マクロミル

■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 17,686 店(2022 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 2021 年 12 月-2022 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