



サラダ白書 2014

株式会社 サラダクラブ

資料の転載・使用につきましては、下記まで事前にお問い合わせください
株式会社 サラダクラブ 広報・広告宣伝チーム info@saladclub.jp



はじめに	2
調査概要	3
対象者属性	4
第1章 平日の夕食とパッケージサラダ	5
平日の夕食で「新鮮な野菜は必ず食べる」ように心がけている人は84.2%	6
「新鮮な野菜を食べたくても食べられない」傾向は男性で顕著	7
平日の夕食でなんらかの時短食品を活用している人は91.0%	8
女性は「一品増やす」「味を決める」を意識して時短食品を活用	9
パッケージサラダは時短以外にも様々な役割を期待される食品	10
第2章 平日夕方から夜の買い物行動	11
フルタイム就業女性の55.3%が平日夕方のスーパーマーケットで週1回以上食料品を購入	12
18時以降に食料品を買う人の30%以上がパッケージサラダを購入	13
平日夕方から夜、「買いたいのに売り切れている」時短食品の第1位はパッケージサラダ	14
平日夕方から夜の「売り切れ」が機会損失の発生につながる割合は42.8%	15
第3章 人気のあるサラダとパッケージサラダ利用経験・利用意向	16
よく食べるサラダ	17
パッケージサラダ利用経験者は50代以下男女すべての層で50%を超える	18
2010年から5年間、一貫してパッケージサラダ利用頻度は上昇中	19
女性よりも男性の方がパッケージサラダ利用意向率は高い	20
パッケージサラダを利用したい理由／利用したくない理由	21



サラダ白書とはー

サラダの食文化の把握のため、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。

本冊子の内容は、「サラダ白書」調査結果から抜粋して構成しております。

【各回のテーマトピックス】

第1回(2010年) 蒸し野菜

第2回(2011年) 野菜の買い方、サラダに入れる野菜

第3回(2012年) 野菜の購買と価格

第4回(2013年) 好きな野菜・嫌いな野菜、野菜を食べる理由

第5回(2014年) 平日の夕食とパッケージサラダ

※パッケージサラダの定義について

質問文に「パッケージサラダ」という言葉が出て来る都度、下記定義を同時に見える場所に提示
して調査を行いました。

パッケージサラダとは、「野菜などを食べやすくカットし、鮮度を保持するようにパックされている、洗わずにそのまま食べられるサラダ」のことを指します。



調査名 野菜に関するアンケート

目的 サラダの食文化の把握のため、野菜の日(8月31日)に合わせて年次調査を行っています。今回の調査では、「平日の夕食とパッケージサラダ」、「平日夕方以降の買い物」について実態を調べました。

実施期間 2014年4月9日(水)～4月11日(金)

方法 Webアンケート調査

対象者 全国の20歳～69歳の男女 合計2,060名

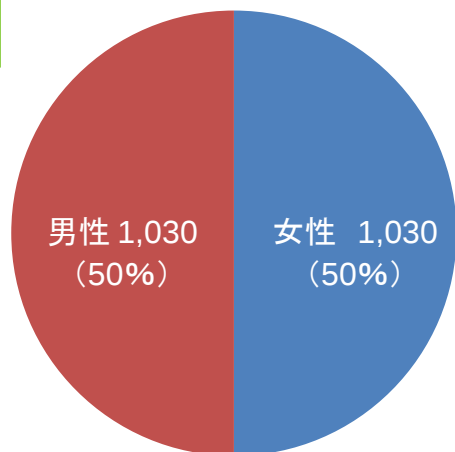
- 内容**
1. 平日の夕食で心がけていることと時短食品の活用状況
 2. 平日の夕方以降のスーパーマーケットにおける買い物行動
 3. サラダの食べ方(よく食べるサラダ、食頻度、食機会)
 4. パッケージサラダについて(利用経験、利用機会、今後の利用意向、購入時の重視点)
 5. 野菜の食べ方、購買行動(野菜の調理方法、野菜を買う店)

なお、本文中で提示しているグラフについて、対応する質問文を掲載しています。回答の形式により、あてはまるものをひとつだけ選んでいただく(シングルアンサー)質問には「SA」、当てはまるものを複数選んでいただく(マルチアンサー)質問には「MA」を質問文の末尾に付記しています。

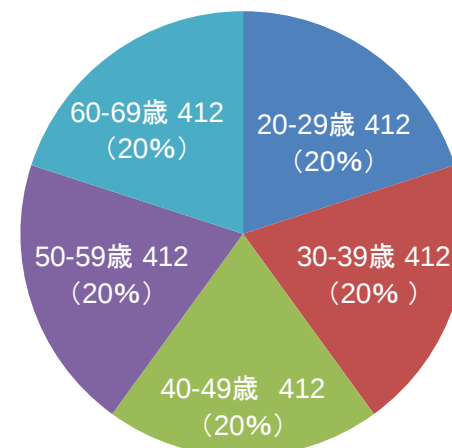


(N=2,060)

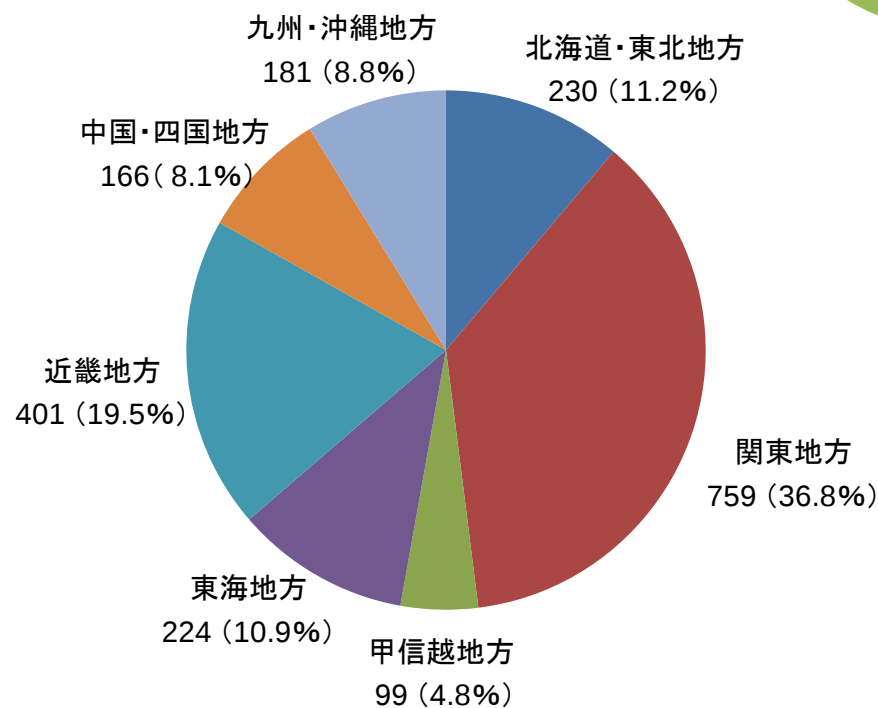
性別



年齢



居住地域





第1章 平日の夕食とパッケージサラダ

[この章のポイント]

- 平日の夕食で「新鮮な野菜は必ず食べる」ように心がけている人は84.2%
- 「新鮮な野菜を食べたくても食べられない」傾向は男性で顕著
- 平日の夕食でなんらかの時短食品を活用している人は91.0%
- 女性は「一品増やす」「味を決める」を意識して時短食品を活用
- パッケージサラダは時短以外にも様々な役割を期待される食品

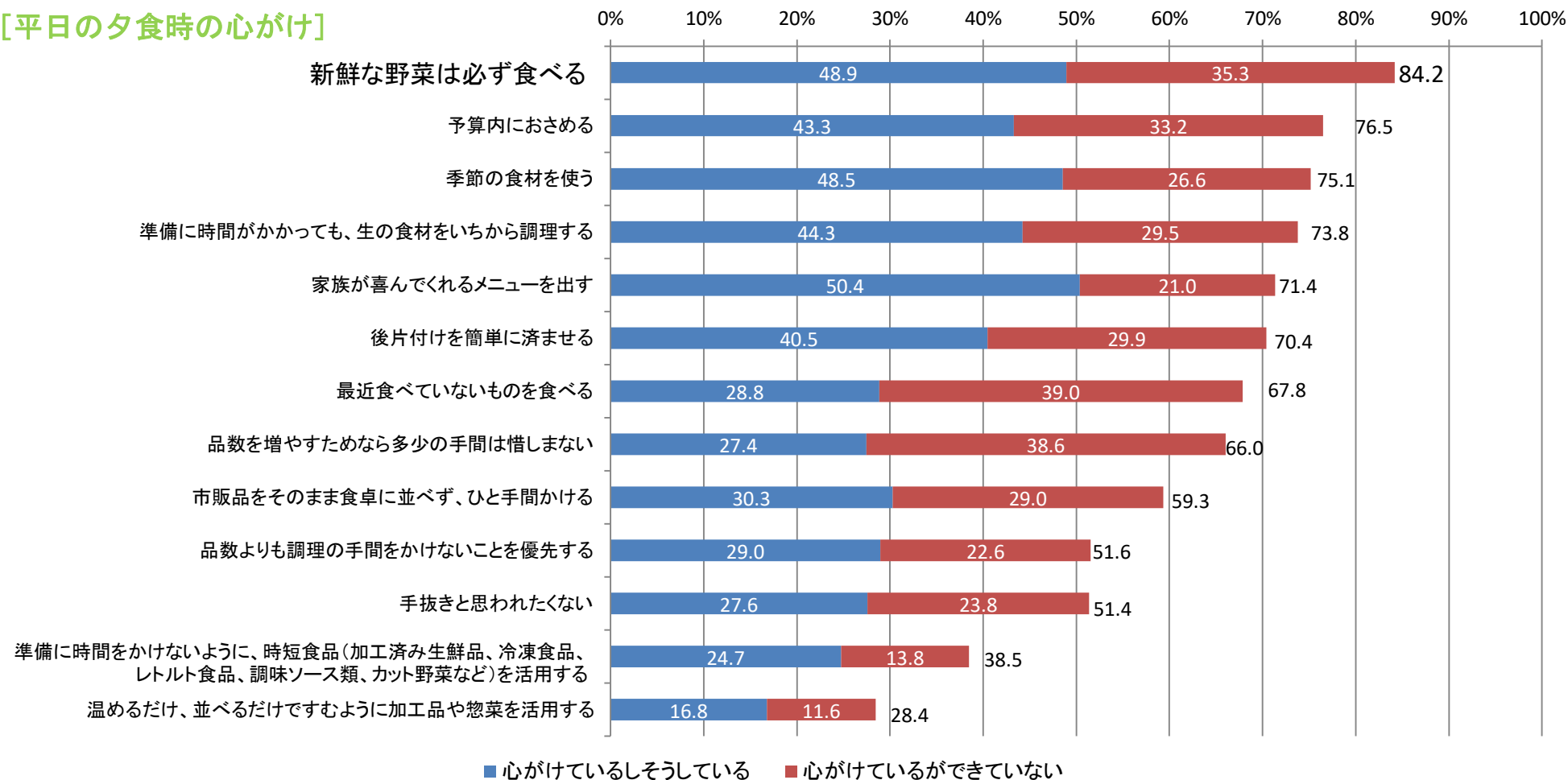
平日の夕食で「新鮮な野菜は必ず食べる」ように心がけている人は84.2%



- 平日の夕食を自分で調理する人のうち、平日の夕食で「新鮮な野菜は必ず食べる」ように心がけ、そうしている人は48.9%。
- 「心がけているができていない」人も含めると84.2%が「新鮮な野菜は必ず食べる」ことを心がけている。

Q4. 【平日の夕食の調理をする人に】あなたは普段、平日の夕食にどのようなことを心がけていますか。以下のそれぞれの文について、あなたにあてはまるものを1つずつお選びください。(各SA)

[平日の夕食時の心がけ]



「新鮮な野菜を食べたくても食べられない」傾向は男性で顕著

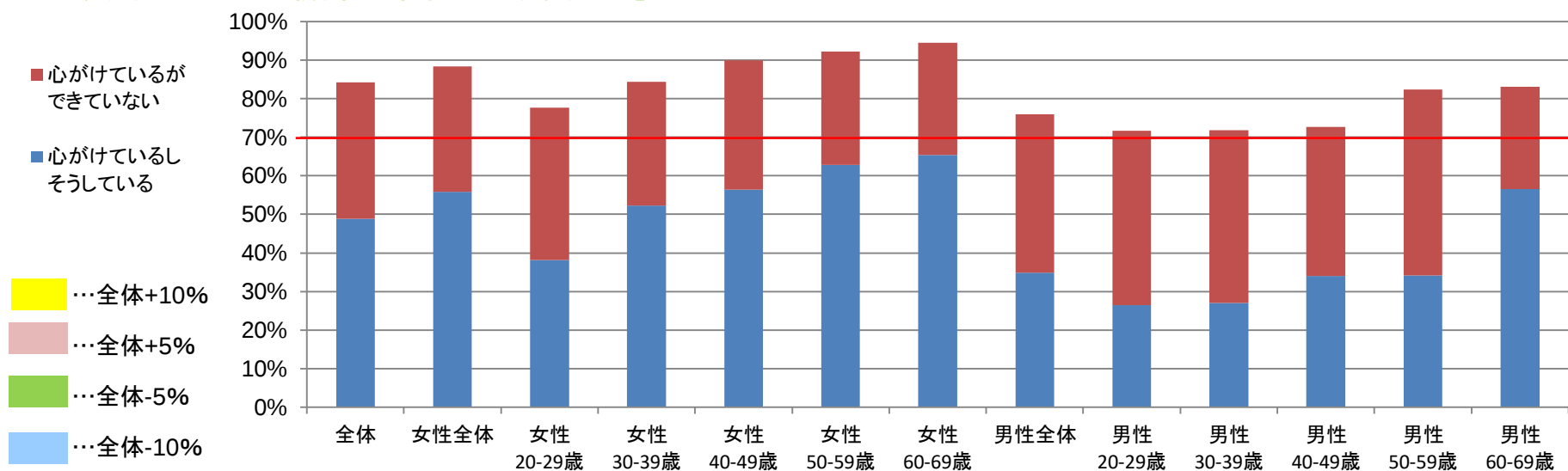


- 「新鮮な野菜は必ず食べる」よう心がけている人(※)はどの性別・年代でも7割以上。
- 20-50代男性は、心がけている人の過半数が「心がけているができていない」。

※「心がけている人」＝「心がけているしそうしている」と「心がけているができていない」の合計

Q4. 【平日の夕食の調理をする人に】あなたは普段、平日の夕食にどのようなことを心がけていますか。以下のそれぞれの文について、あなたにあてはまるものを1つずつお選びください。(各SA)

[平日の夕食時の心がけ・新鮮な野菜は必ず食べる]



	全体	女性全体	女性 20-29歳	女性 30-39歳	女性 40-49歳	女性 50-59歳	女性 60-69歳	男性全体	男性 20-29歳	男性 30-39歳	男性 40-49歳	男性 50-59歳	男性 60-69歳
N	1,374	916	152	180	188	194	202	458	106	96	88	85	83
心がけているし そうしている	48.9	55.9	38.2	52.2	56.4	62.9	65.3	34.9	26.4	27.1	34.1	34.1	56.6
心がけているが できていない	35.3	32.4	39.5	32.2	33.5	29.4	29.2	41.0	45.3	44.8	38.6	48.2	26.5
心がけている人合計	84.2	88.3	77.6	84.4	89.9	92.3	94.6	76.0	71.7	71.9	72.7	82.4	83.1
心がけている人のうち できていない人の比率	41.9	36.7	50.8	38.2	37.3	31.8	30.9	54.0	63.2	62.3	53.1	58.6	31.9



- 調理時間短縮のために活用している時短食品は、「味付け調味料」(69.4%)「インスタント食品」(37.8%)、「レトルト食品」(37.0%)の順。
- 「時短食品は使用しない」と回答した人は9.0%。
すなわち、91.0%がなんらかの時短食品を活用している。
- パッケージサラダを活用している人は25.9%。男女で比較すると男性の方がパッケージサラダを平日の夕食に活用している人の割合が高い。

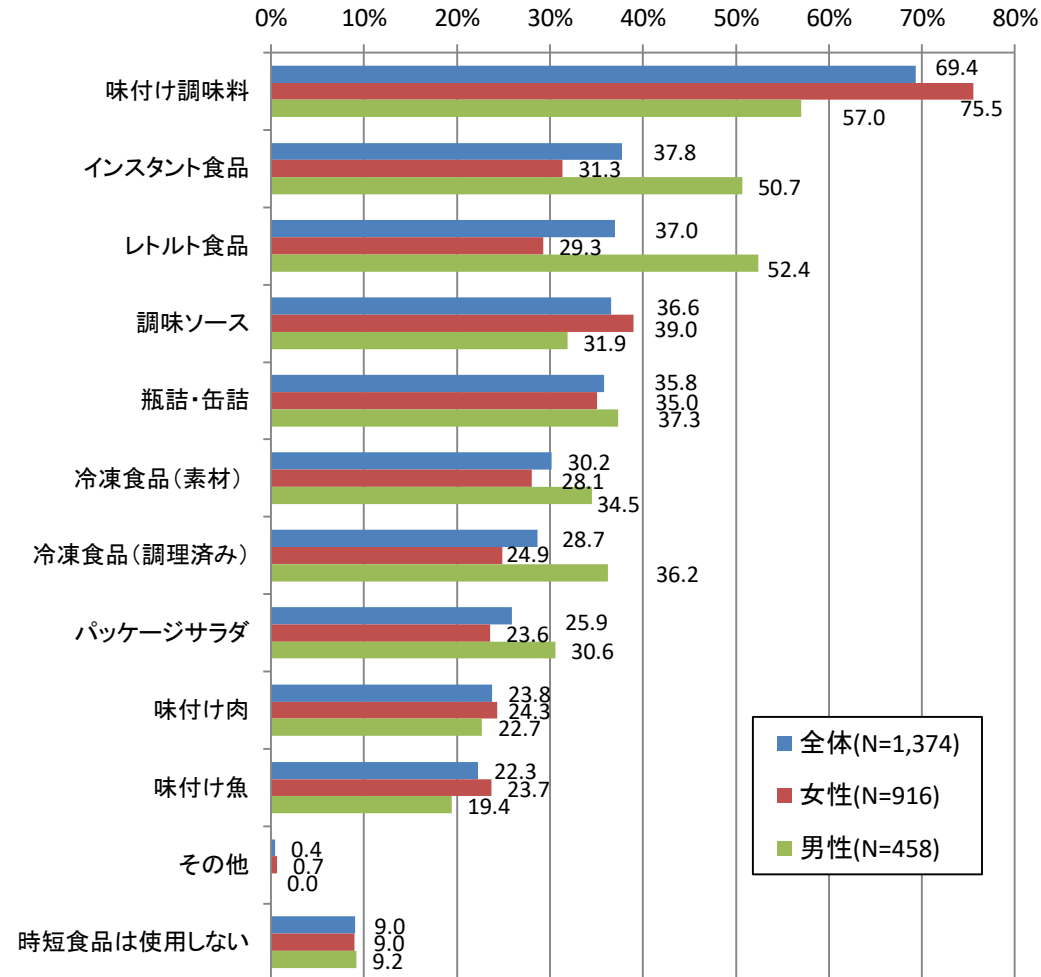
Q5.【平日の夕食の調理をする人に】調理時間を短縮するために活用している食料品(時短食品)はありますか。あなたが使用しているものをすべてお選びください。(MA)

※選択肢の表記について

調査票では一部選択肢について下表のとおりカッコ内に説明文を併記

味付け肉	味付け肉
味付け魚	味付け魚
瓶詰・缶詰	瓶詰・缶詰
冷凍食品(素材)	冷凍食品(下ごしらえした野菜など、調理の材料にする素材)
冷凍食品(調理済み)	冷凍食品(ピザ、ハンバーグなど、調理済みで焼いたり温めたりするだけで食べられるもの)
レトルト食品	レトルト食品
味付け調味料	味付け調味料(スープの素、だしの素、めんつゆなど)
調味ソース	調味ソース(野菜や肉を加えるだけで一品の料理ができる商品)
インスタント食品	インスタント食品(ラーメン、味噌汁など)
パッケージサラダ	パッケージサラダ(野菜などを食べやすくカットし、鮮度を保持するようにパックされている、洗わずにそのまま食べられるサラダ)

【活用している時短食品】



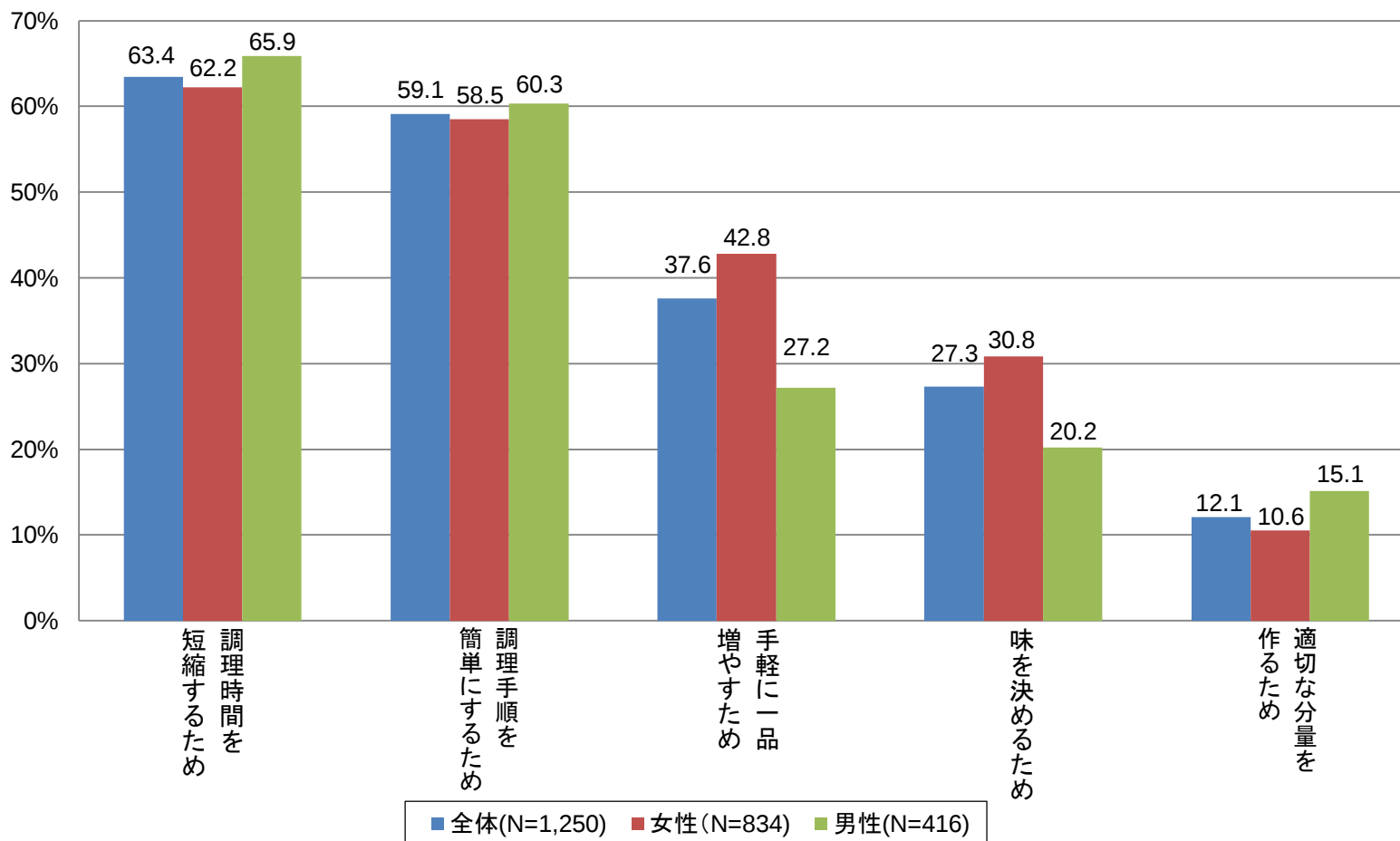
女性は「一品増やす」「味を決める」を意識して時短食品を活用



- 時短食品を活用する理由は「調理時間を短縮するため」(63.4%)、「調理手順を簡単にするため」(59.1%)、「手軽に一品増やすため」(37.6%)
- 男女を比較すると、女性は「手軽に一品増やすため」(42.8%)、「味を決めるため」(30.8%)など、時短、簡便性以外の目的を意識している様子がうかがえる。

Q6.【時短食品を活用している人に】Q5で選んだ時短食品を何のために活用していますか？あてはまるものをすべてお選びください。(MA)

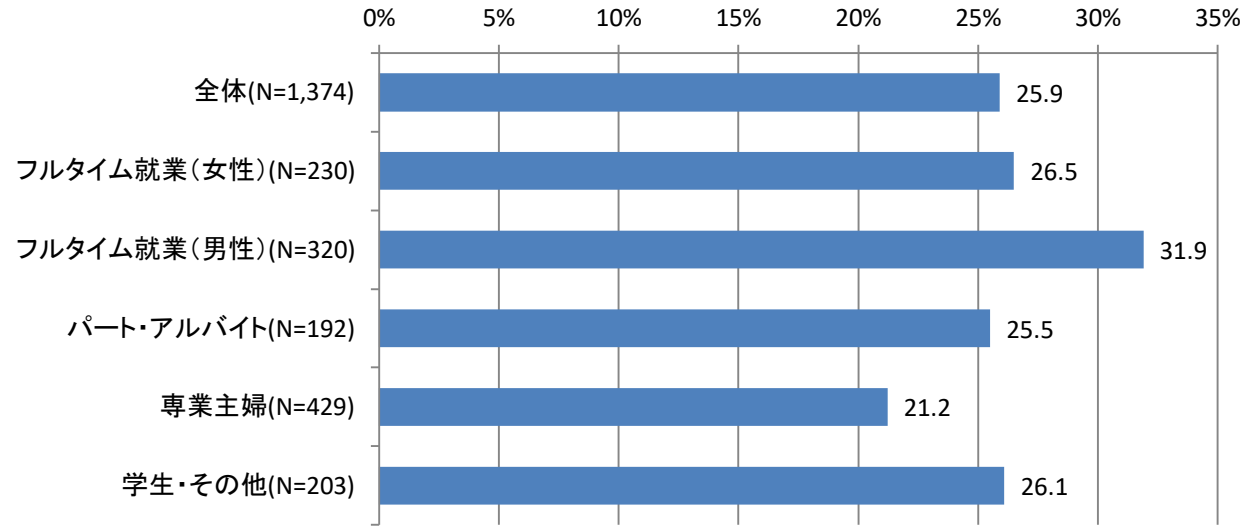
[平日夕食での時短食品活用理由]





- 「パッケージサラダを活用している人」の割合を就業形態別にみると、フルタイム就業(男性)＞フルタイム就業(女性)＞パート・アルバイト＞専業主婦の順に活用している割合が高くなっており、平日の夕食の準備に時間をかけられない人ほどパッケージサラダを活用している実態がうかがえる。
- 「パッケージサラダを活用している人」の時短食品活用理由は、全体に比べて「味を決めるため」以外の項目ですべてスコアが高くなっており、パッケージサラダには様々な役割が期待されていることが分かる。

[パッケージサラダを活用している割合・就業形態別]



- Q5. 【平日の夕食の調理をする人に】調理時間を短縮するために活用している食品(時短食品)はありますか。あなたが使用しているものをすべてお選びください。(MA)
- Q6. 【時短食品を活用している人に】Q5で選んだ時短食品を何のために活用していますか？あてはまるものをすべてお選びください。(MA)

[平日夕食での時短食品活用理由・食品別]

	全体	味付け肉	味付け魚	瓶詰・缶詰	冷凍食品 (素材)	冷凍食品 (調理済み)	レトルト食品	味付け調味料	調味ソース	インスタント食品	パッケージ サラダ
N	1,250	327	306	492	415	394	508	953	503	519	356
調理時間を短縮するため	63.4	78.9	75.8	69.5	76.6	78.7	76.0	62.2	74.4	73.0	75.0
調理手順を簡単にするため	59.1	64.8	64.1	65.4	69.4	71.3	71.1	63.0	68.0	69.6	70.2
味を決めるため	27.3	28.4	30.1	24.4	21.7	19.5	23.2	31.5	30.6	23.7	21.6
適切な分量を作るため	12.1	15.3	17.0	13.0	15.7	15.7	16.7	12.8	14.9	16.0	21.9
手軽に一品増やすため	37.6	43.7	49.0	45.1	45.1	45.4	40.6	42.1	50.1	41.0	47.8
その他	1.4	0.3	0.3	1.4	1.0	1.3	1.0	1.0	0.4	1.7	0.6

- …全体+10%
- …全体+5%
- …全体-5%
- …全体-10%



第2章 平日夕方から夜の買い物行動

[この章のポイント]

- フルタイム就業女性の55.3%が平日夕方のスーパーマーケットで週1回以上食料品を購入
- 18時以降に食料品を買う人の30%以上がパッケージサラダを購入
- 平日夕方から夜、「買いたいののに売り切れている」時短食品の第1位はパッケージサラダ
- 平日夕方から夜の「売り切れ」が機会損失の発生につながる割合は42.8%

※「平日夕方から夜」の定義

本調査では、平日の16:00以降を「平日夕方から夜」として調査を行っています

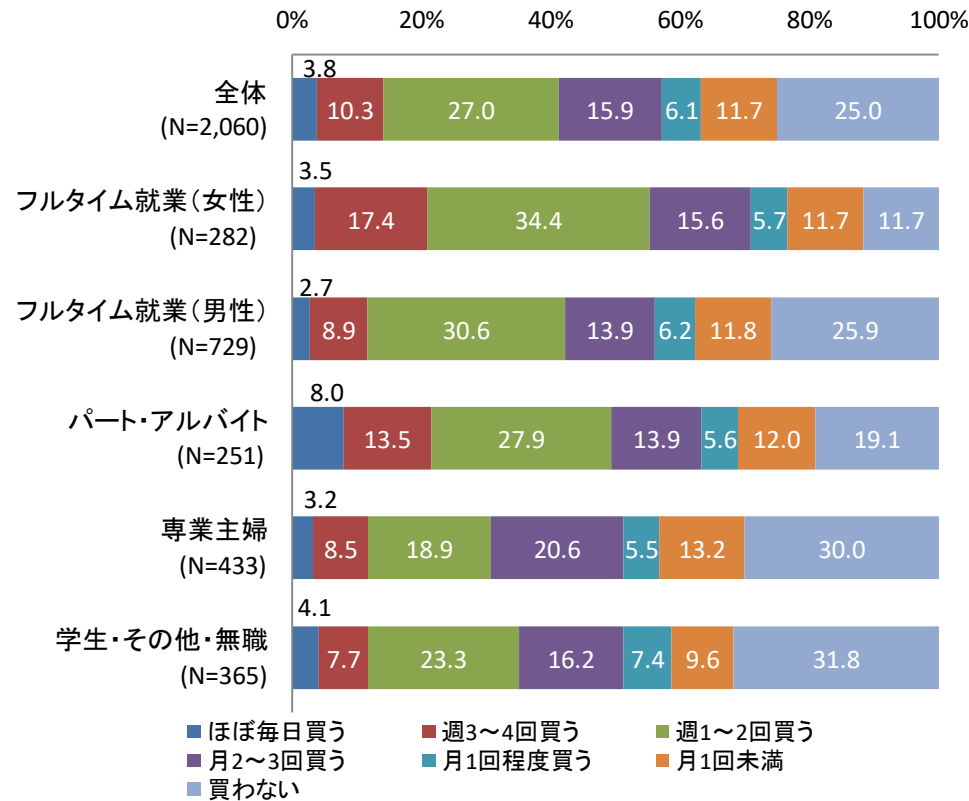


- 平日夕方から夜の時間帯に「週1回以上スーパーマーケットで食料品を買う人」の割合は全体の41.1%。
- フルタイム就業(女性)の55.3%、フルタイム就業(男性)の42.2%が週1回以上購入している。
- 専業主婦では週1回以上の割合が30.6%とすべての就業形態の中で最も少なく、そもそも「平日夕方には買わない」人が30.0%。
- 平日夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う主な目的は、「その日の夕・夜食に食べるものを買うため」が43.7%。ついで、「2-3日以内に食べるものを買うため」が27.2%。

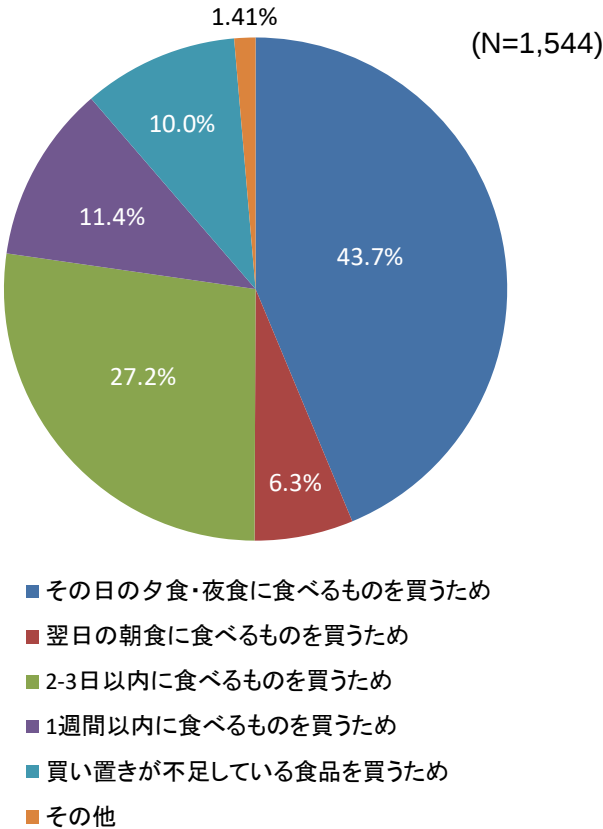
Q7. 平日の夕方(16時以降)から夜の時間帯に、スーパーマーケットで食料品を買うことがありますか？(SA)

Q9. 【平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで食料品を購入する人に】平日の夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う主な目的を教えてください。
もっとも近いものをひとつだけお選びください。(SA)

[平日夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う頻度]



[平日夕方から夜に食料品を購入する目的]



18時以降に食料品を買う人の30%以上がパッケージサラダを購入

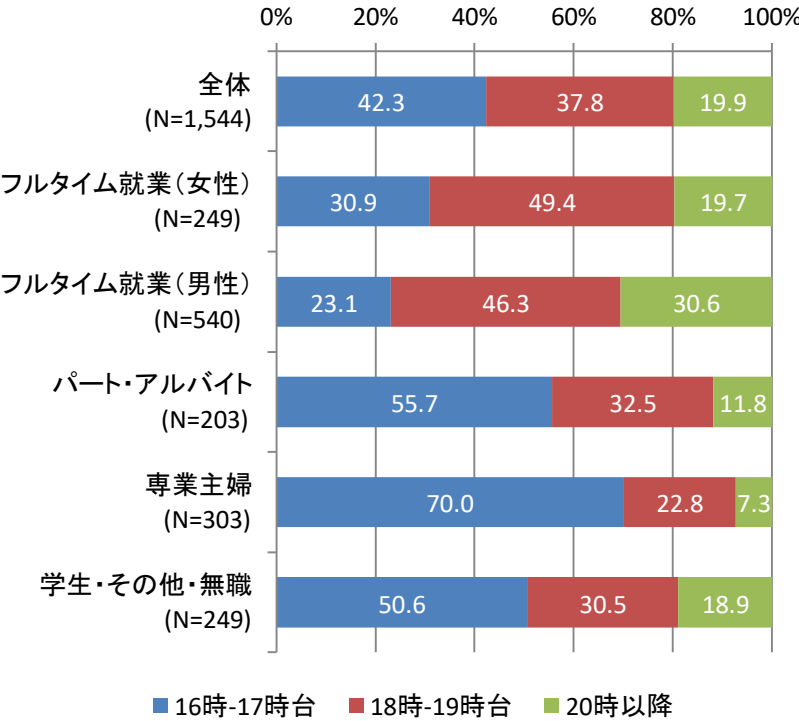


- 買い物に行く時間帯はフルタイム就業(女性)では「18-19時台」(49.4%)が最も多くなっているのに対し、パートアルバイト(55.7%)、専業主婦(70.0%)では「16-17時台」の早い時間帯が多くなっている。逆にフルタイム就業(男性)では30.6%が「20時以降」に購入している。
- 時間帯別に見られる食品を見ると、時間帯が遅くなるほど「インスタント食品」「パッケージサラダ」などすぐに食べられる商品の購入率が上がる。
- 主に「18-19時台」に買い物する人の30.3%、「20時以降」に買い物する人の31.3%が「パッケージサラダ」を購入することがある。

Q8.【平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで食料品を購入する人に】平日の夕方から夜に、スーパーマーケットに食料品を買いに行くのはだいたい何時台ですか。もっとも多い時間帯を1つお選びください。(SA)

Q10.【平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで食料品を購入する人に】平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで、以下のような食料品を購入しますか？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。(MA)

[平日夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う時間帯]



[平日夕方から夜にスーパーマーケットで購入する時短食品・時間帯別]

	全体	16時-17時台	18時-19時台	20時以降
N	1,544	653	584	307
インスタント食品	34.1	26.8	38.0	42.0
味付け調味料	30.0	31.2	32.9	21.8
レトルト食品	29.5	24.8	33.6	31.6
パッケージサラダ	26.6	21.0	30.3	31.3
冷凍食品(調理済み)	25.5	22.2	27.6	28.3
味付け肉	21.5	18.7	23.8	23.1
調味ソース	21.4	19.9	24.1	19.2
冷凍食品(素材)	20.9	18.8	24.5	18.6
瓶詰・缶詰	18.5	15.9	22.3	16.6
味付け魚	17.4	15.5	20.5	15.3
その他	12.5	11.3	12.5	15.0

(%)

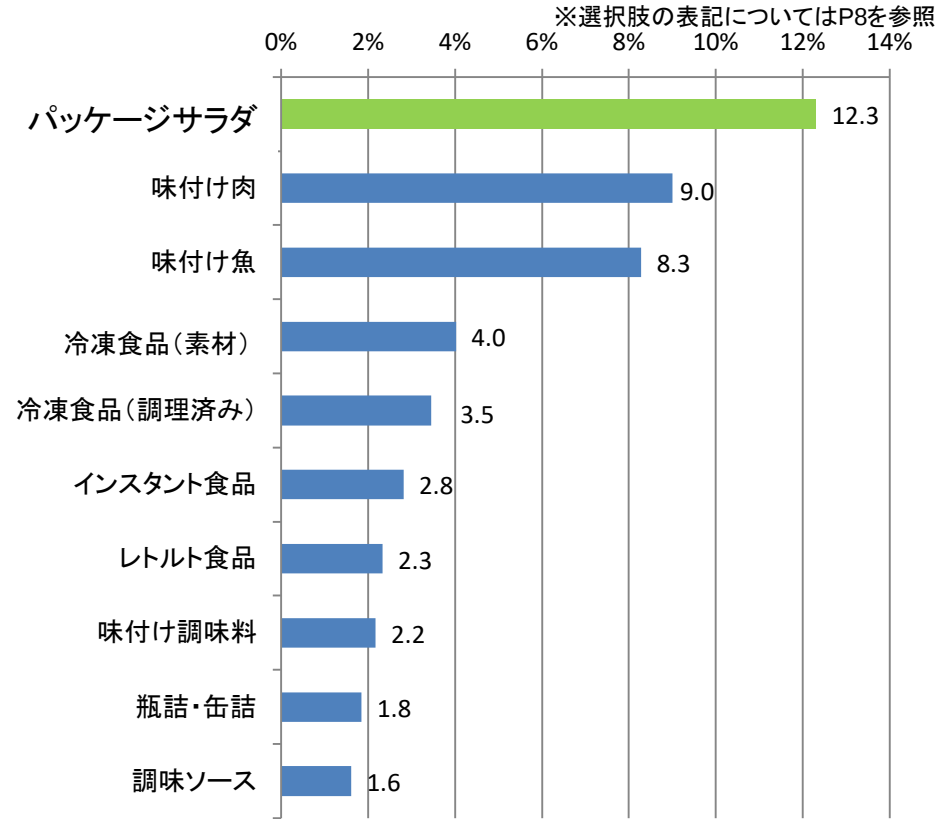
■ …全体+10% ■ …全体+5% ■ …全体-5% ■ …全体-10%



- 平日夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う際、買いたいののに売り切れていることがある時短食品を選択式で尋ねたところ、第1位は「パッケージサラダ」(12.3%)。次いで、「味付け肉」(9.0%)、「味付け魚」(8.3%)の順。
- 買い物をする時間帯別に見ると、18時-19時台では各品目とも売り切れの経験は10%未満だが、「パッケージサラダ」は18時-19時台での売り切れ経験率が14.5%に上昇している。また「パッケージサラダ」の売り切れ経験率は16時-17時台で既に8.2%に達しており、味付け肉、味付け魚に比べて売り切れの発生が早い様子がうかがえる。

Q11.【Q10でいずれかの食料品を「購入することがある」とした人に】平日の夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う時、買いたいののに売り切れていたことがあるものはありますか？ あてはまるものをすべてお選びください。(MA)

[平日夕方から夜に売り切れていたことがある時短食品]



[売り切れ発生経験率・時間帯別]

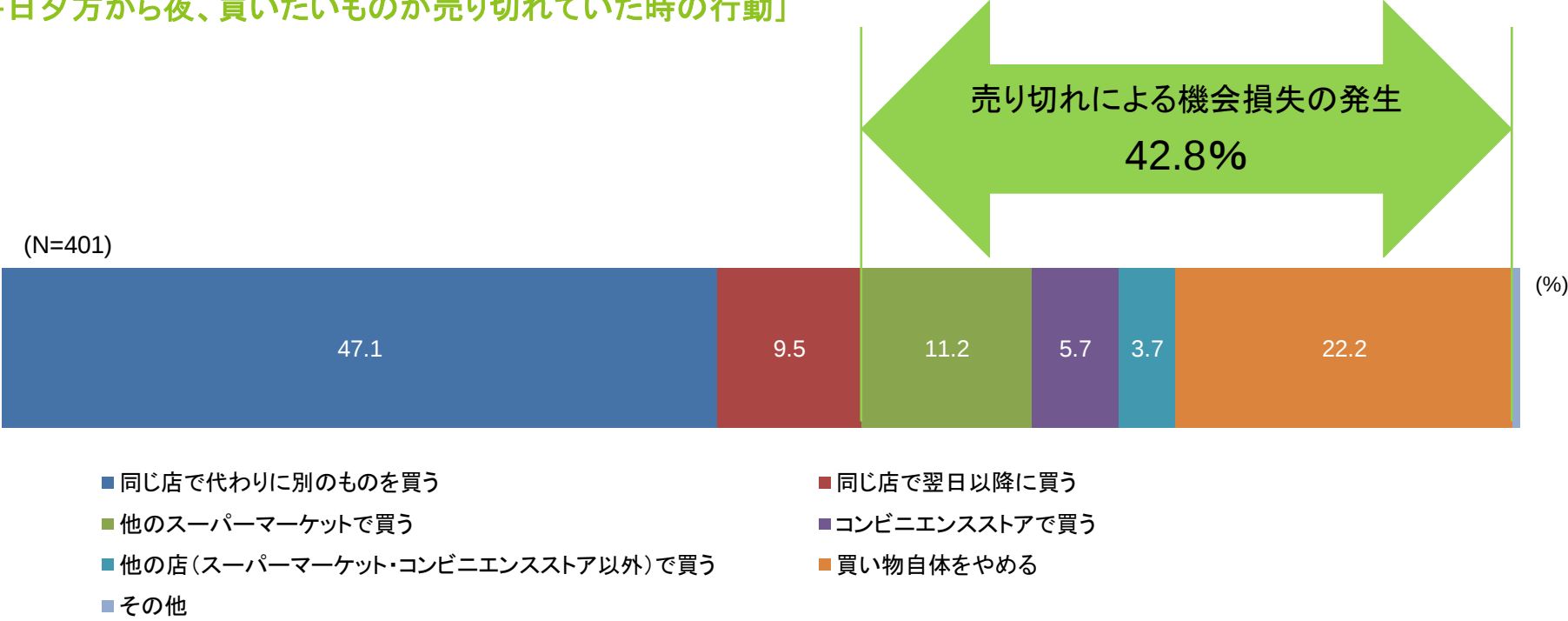
	全体	16時-17時台	18時-19時台	20時以降
N	1,244	501	484	259
パッケージサラダ	12.3	8.2	14.5	16.2
味付け肉	9.0	6.6	8.9	13.9
味付け魚	8.3	6.6	7.9	12.4
冷凍食品(素材)	4.0	3.4	3.9	5.4
冷凍食品(調理済み)	3.5	3.8	3.1	3.5
インスタント食品	2.8	2.2	2.9	3.9
レトルト食品	2.3	1.0	2.7	4.2
味付け調味料	2.2	2.2	2.5	1.5
瓶詰・缶詰	1.8	2.0	1.9	1.5
調味ソース	1.6	1.4	1.7	1.9



- 平日夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う際、買いたいのに売り切れていることがある時短食品があった場合の行動を訪ねたところ、「同じ店で代わりに別のものを買う」が最も多く47.1%。
- 「他のスーパーマーケットで買う」「コンビニエンスストアで買う」「他の店で買う」「買い物自体をやめる」という回答を合計すると42.8%に達しており、売り切れが売上の流出と機会損失につながる割合は4割を超える。

Q12.【Q11でいずれかの食料品が「売り切れていたことがある」とした人に】Q11で選んだ商品が買いたいと思っていたのに売り切れていた時、あなたは
どうしますか。もっともよくある行動をひとつだけお選びください。(SA)

[平日夕方から夜、買いたいものが売り切れていた時の行動]





第3章 人気のあるサラダと パッケージサラダ利用経験・利用意向

[この章のポイント]

- よく食べるサラダ
- パッケージサラダ利用経験者は50代以下男女すべての層で50%を超える
- 2010年から5年間、一貫してパッケージサラダ利用頻度は上昇中
- 女性よりも男性の方がパッケージサラダ利用意向率は高い
- パッケージサラダを利用したい理由／利用したくない理由



- よく食べるサラダのランキングは第1位が「グリーンサラダ」(72.4%)、次いで「ポテトサラダ」(54.7%)「大根サラダ」(31.2%)。上位3位までは昨年と変わらない。「マカロニサラダ」が昨年9位から4位にランクアップ。
- 男女とも20代で「シーザーサラダ」が5位以内にランクインしており、他の年代に比べ高い順位となっている。

Q15. あなたがよく食べるサラダは、どのようなサラダでしょうか。以下の中からあてはまるものを全てお選びください。(MA)

【よく食べるサラダ・全体ランキング】

N	全体 2,011	女性 1,015	男性 995	(%)
グリーンサラダ	72.4	74.3	70.5	
ポテトサラダ	54.7	58.4	51.1	
大根サラダ	31.2	39.6	22.6	
マカロニサラダ	26.3	31.9	20.5	
和風サラダ	25.0	27.8	22.1	
玉ねぎサラダ	22.6	24.6	20.5	
ツナサラダ	21.6	25.6	17.5	
シーザーサラダ	18.5	21.0	16.0	
海藻サラダ	17.5	21.2	13.8	
ゴボウサラダ	14.6	18.6	10.6	
コーンサラダ	13.0	12.9	13.2	
野菜スティック	11.0	14.2	7.7	
とうふサラダ	10.9	14.7	7.0	
春雨サラダ	10.1	13.7	6.4	
マリネ	8.5	12.1	4.7	
蒸しサラダ	6.6	10.8	2.2	
サラダ麺(麺サラダ)	4.9	5.9	3.9	
イタリアンサラダ	4.7	5.8	3.5	
のっけ盛りサラダ	4.0	5.1	2.8	
チョレギサラダ	2.9	3.3	2.4	
カプレーゼ	2.9	4.4	1.3	
コブサラダ	2.3	2.1	2.6	
バーニャカウダ	2.2	2.8	1.6	
ニース風サラダ	0.8	1.2	0.5	
サラダごはん	0.3	0.3	0.3	
その他	1.7	2.2	1.3	

全体+10%
全体+5%
全体-5%
全体-10%

【よく食べるサラダ・年齢性別ランキング(5位まで)】

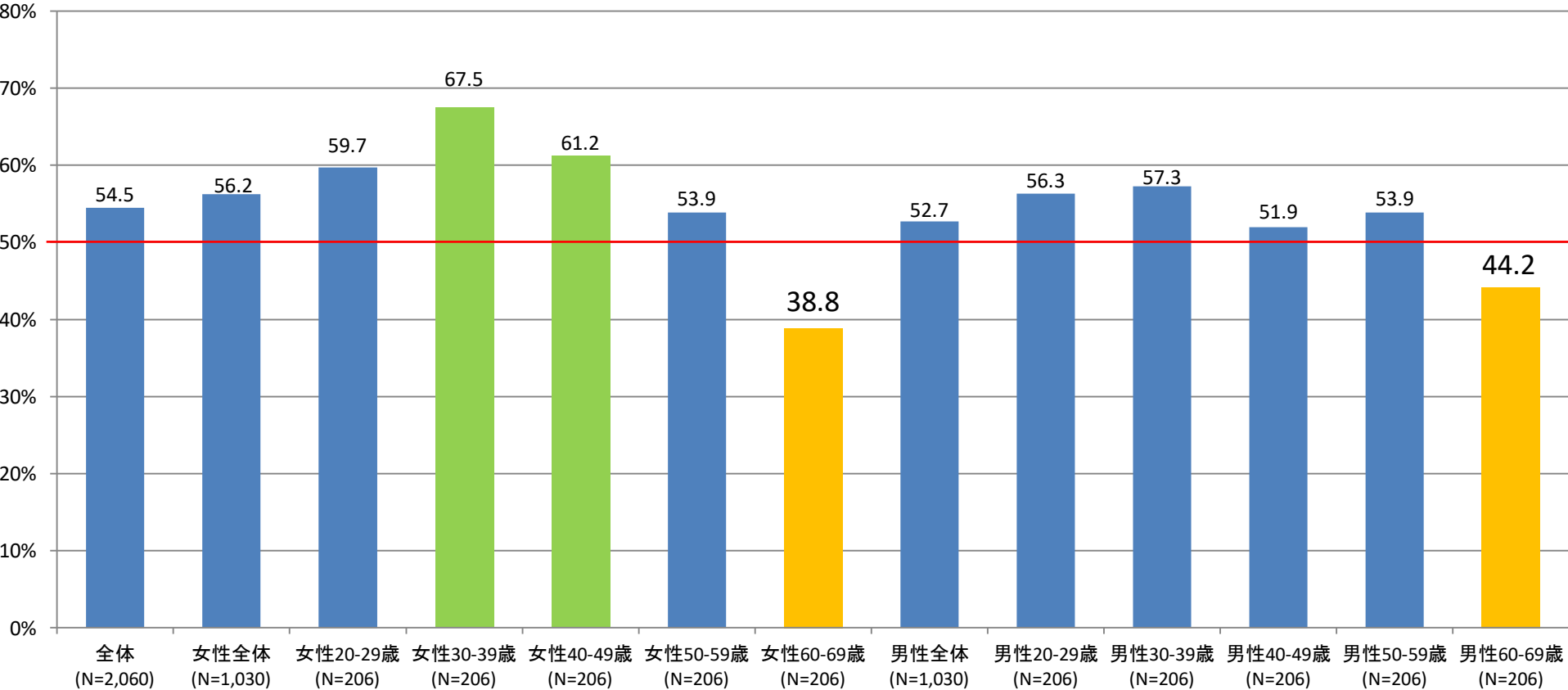
N	女性		男性		(%)
全体 女性:1,016 男性:995	1	グリーンサラダ 74.3	1	グリーンサラダ 70.5	
	2	ポテトサラダ 58.4	2	ポテトサラダ 51.1	
	3	大根サラダ 39.6	3	大根サラダ 22.6	
	4	マカロニサラダ 31.9	4	和風サラダ 22.1	
	5	和風サラダ 27.8	5	玉ねぎサラダ 20.5	
20-29歳 女性:201 男性:190	1	グリーンサラダ 63.2	1	グリーンサラダ 68.4	
	2	ポテトサラダ 49.8	2	ポテトサラダ 46.3	
	3	大根サラダ 32.8	3	シーザーサラダ 26.3	
	4	シーザーサラダ 30.3	4	和風サラダ 17.4	
	5	和風サラダ 26.9	5	コーンサラダ 15.8	
30-39歳 女性:204 男性:203	1	グリーンサラダ 75.5	1	グリーンサラダ 74.4	
	2	ポテトサラダ 58.3	2	ポテトサラダ 48.3	
	3	大根サラダ 35.3	3	大根サラダ 23.6	
	4	マカロニサラダ 27.5	4	和風サラダ 21.7	
	5	シーザーサラダ 23.5	5	マカロニサラダ 20.7	
40-49歳 女性:204 男性:198	1	グリーンサラダ 78.4	1	グリーンサラダ 67.2	
	2	ポテトサラダ 53.4	2	ポテトサラダ 47.5	
	3	大根サラダ 39.2	3	大根サラダ 24.7	
	4	マカロニサラダ 35.8	4	玉ねぎサラダ 23.2	
	5	和風サラダ 27.0	5	マカロニサラダ 21.2	
50-59歳 女性:201 男性:201	1	グリーンサラダ 80.1	1	グリーンサラダ 71.6	
	2	ポテトサラダ 63.2	2	ポテトサラダ 53.7	
	3	大根サラダ 44.8	3	和風サラダ 25.9	
	4	マカロニサラダ 41.8	4	大根サラダ 25.4	
	5	和風サラダ 32.8	5	マカロニサラダ 22.9	
60-69歳 女性:206 男性:203	1	グリーンサラダ 74.3	1	グリーンサラダ 70.4	
	2	ポテトサラダ 67.0	2	ポテトサラダ 59.1	
	3	大根サラダ 45.6	3	玉ねぎサラダ 26.6	
	4	玉ねぎサラダ 43.7	4	和風サラダ 26.6	
	5	ツナサラダ 34.0	5	マカロニサラダ 25.1	
	5	和風サラダ 34.0			



- パッケージサラダ利用経験率は54.5%と半数を超えている。性年代別にみても、50代以下のすべての層で50%を超える。
- 最も利用経験率が高いのは30代女性(67.5%)、次いで40代女性(61.2%)。
- 利用経験率が低いのは60代女性(38.8%)、60代男性(44.2%)であり、今後成長の余地がある市場といえる。

Q16. あなたは、パッケージサラダを利用したことはありますか。(SA)

[パッケージサラダ利用経験]

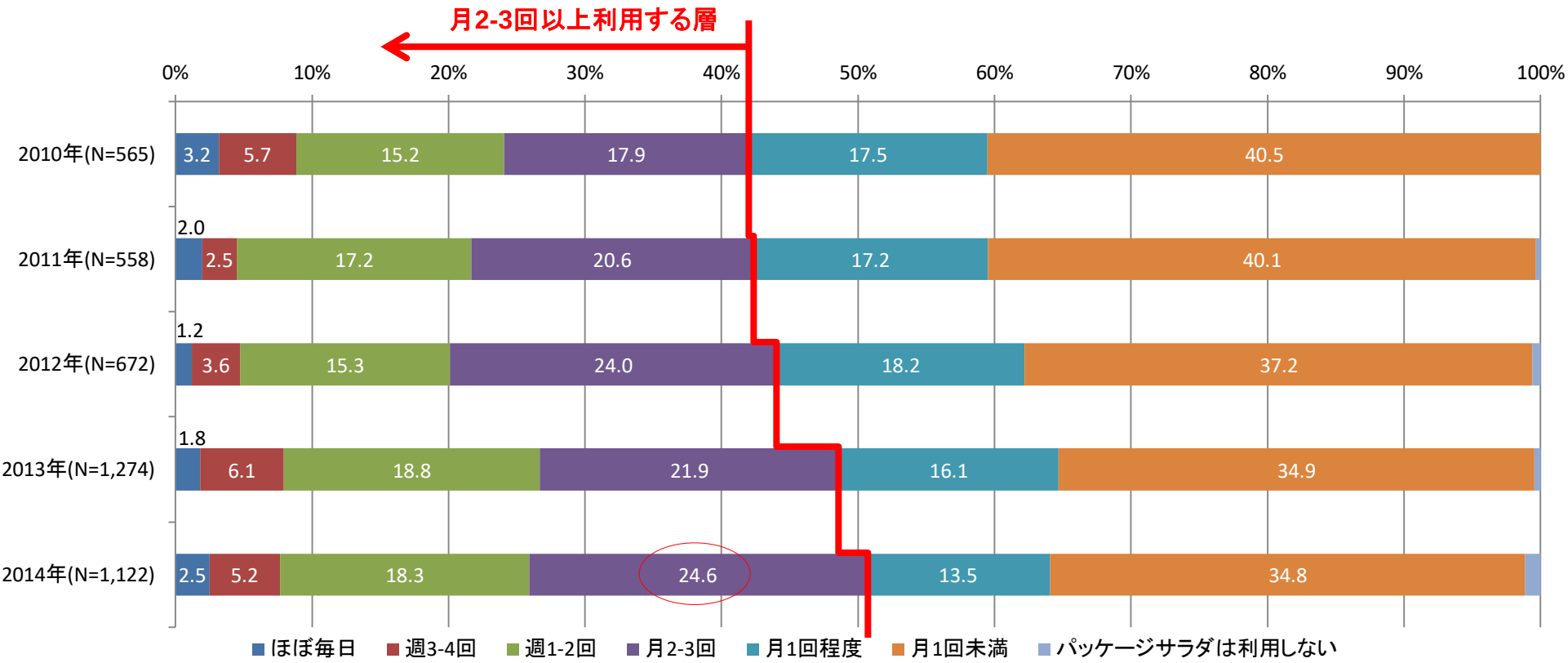




- パッケージサラダ利用頻度で最も多いのは「月2-3回」(24.6%)。
- 2010年からの変化を見ると、「月2-3回」以上利用する割合は一貫して上昇しており、利用頻度は徐々に上昇していることがうかがえる。
※調査対象について:
2010年から2012年については、1,030サンプル(首都圏(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県)の男女・20代~60代を対象に年代・性別各層103サンプル)。2013年からは、対象地域を全国に拡大し、2,060サンプル(年代・性別各層206サンプル)を対象に実施しています。

Q18. 【パッケージサラダ購入経験がある人に】パッケージサラダをどのくらいの頻度で利用されますか。最も近いものを1つだけお選びください。(SA)

[パッケージサラダ利用頻度・時系列]

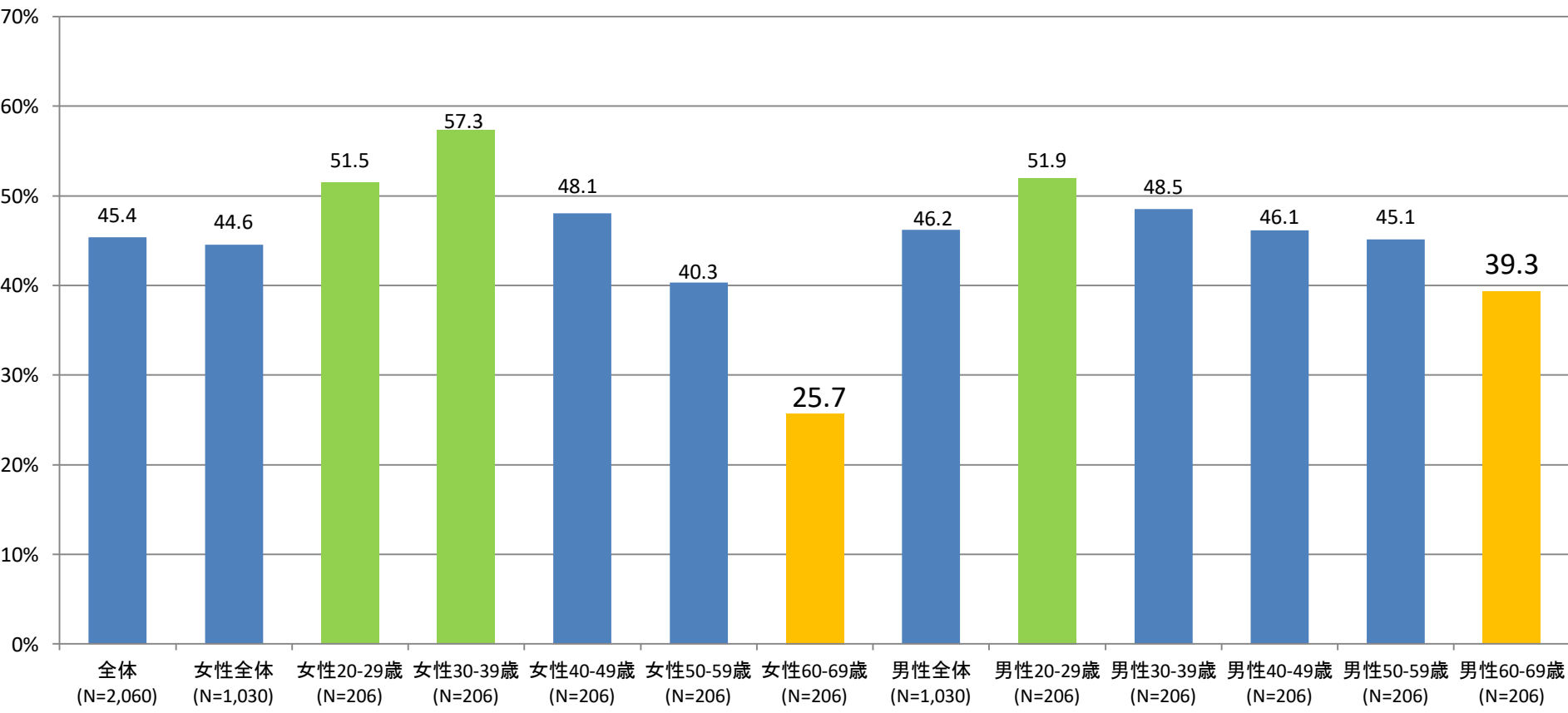




- 今後のパッケージサラダ利用意向は45.4%。男性全体(46.2%)の方が女性全体(44.6%)よりも利用意向が高い。
- 最も利用意向が高いのは30代女性(57.3%)、次いで20代男性(51.9%)、20代女性(51.5%)。
- 利用意向が低いのは60代女性(25.7%)、60代男性(39.3%)であり、今後さらに成長の可能性がある市場といえる。

Q21. 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。(SA)

[パッケージサラダ利用意向]

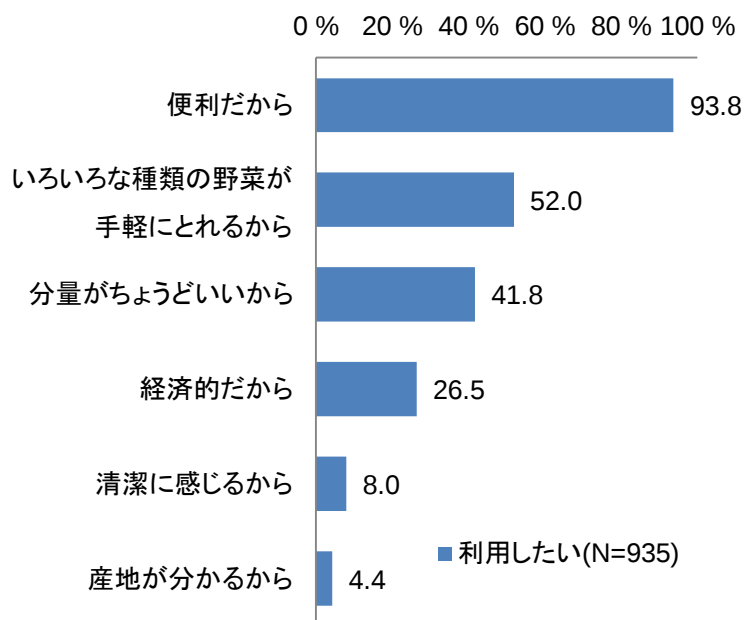




- パッケージサラダの利用意向について、そう思う理由を聞いた。
- パッケージサラダを利用したい人の理由は「便利だから」(93.8%)、「いろいろな種類の野菜が手軽にとれるから」(52.0%)、「分量がちょうどいいから」(41.8%)の順。
- 利用したくない人の理由は、「割高、不経済だから」(54.1%)、「なんとなく不安」(30.3%)、「不衛生に感じるから」(27.2%)の順。
- パッケージサラダに関する情報を提供することで「なんとなく不安」を解消することができれば、利用意向の向上につながる可能性がうかがえる。

Q22. パッケージサラダの利用意向についてQ21でお答えのように思われる理由を全てお選びください。(MA)

[パッケージサラダを利用したい理由]



[パッケージサラダを利用したくない理由]

