

# サラダ白書 2016

---

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](mailto:info@saladclub.jp)

# 目次

はじめに	・・・	2
調査概要	・・・	3
対象者属性	・・・	4
第1章 「国産」意識	・・・	5
第2章 パッケージサラダに対する認識	・・・	12
第3章 サラダ・パッケージサラダについて	・・・	20
APPENDIX	・・・	34

## サラダ白書とはー

サラダの食文化を把握するため、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
- 第6回（2015年） 野菜と健康、ケールについて
- 第7回（2016年） 「国産」意識、パッケージサラダに対する認識

#### ※調査対象について

2010年から2012年については、首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）の20代～60代を対象とし1,030サンプル（性・年代各層100サンプル程度）、2013年からは、対象地域を全国に拡大し、2,060サンプル（性・年代各層200サンプル程度）を対象に実施しています。

#### ※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」という言葉が出てくる都度、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た、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** サラダの食文化を把握するため、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、「国産」意識、パッケージサラダに対する認識について実態を調べました。

**実施期間** 2016年4月4日（月）～4月6日（水）

**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2,055名

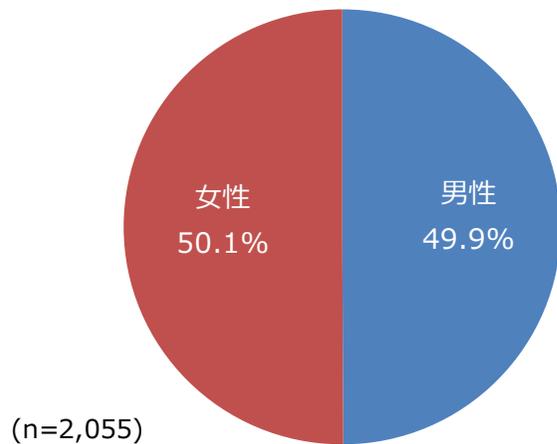
- 内容**
1. 「国産」意識
  2. パッケージサラダに対する認識
  3. サラダ・パッケージサラダについて

**調査機関** 株式会社マクロミル

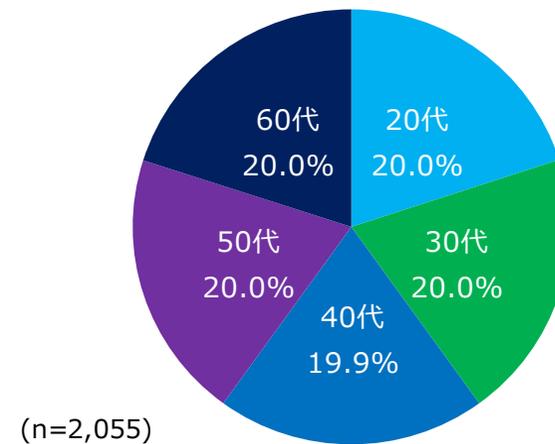
なお、本文中で提示しているグラフについて、対応する質問文を掲載しています。回答の形式により、あてはまるものをひとつだけ選んでいただく（シングルアンサー）質問には「SA」、当てはまるものを複数選んでいただく（マルチアンサー）質問には「MA」を質問文の末尾に付記しています。

# 対象者属性

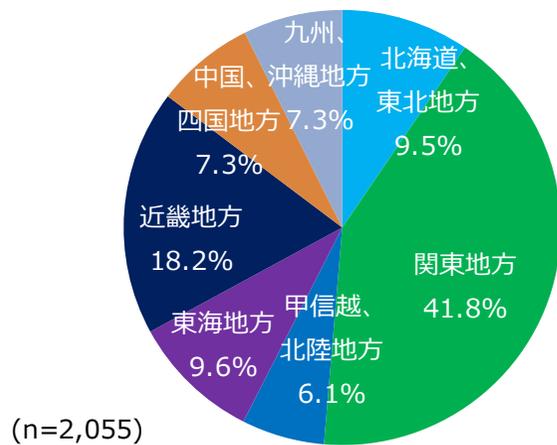
## 性別



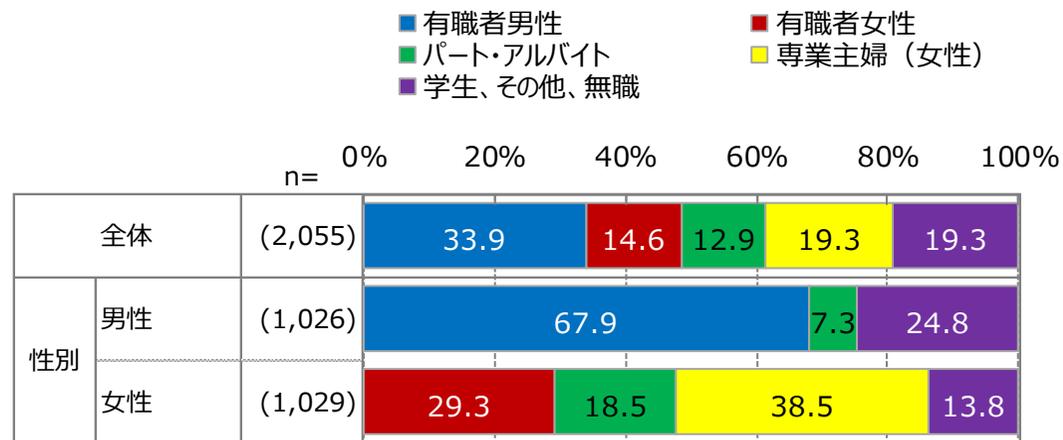
## 年齢



## 居住地域



## 職業





# 第1章 「国産」意識

・野菜の産地に対する意識	・・・	7
・野菜関連のTPP*に対する意識	・・・	8
・国産であることの魅力度と必須度	・・・	9
・国産こだわり度	・・・	10
・生野菜で国産にこだわる理由	・・・	11

\* TPP：環太平洋経済連携協定。主要な野菜約100品目にかかる輸入関税がすべて撤廃されることが決定している。（2016年4月現在）



[この章のポイント]

## 「野菜の国産志向は高い。安全性や新鮮さが国産野菜の重要な魅力」

- TPPに対しては、「どちらともいえない」といった中庸派が多く、歓迎派と不安層がそれぞれ3割弱でほぼ互角。歓迎派は男性に多く、年代が高くなるにつれ比率が高まる。女性は反対に、年代が高くなるにつれ不安層が多くなる。
- 食品としての加工度が低い（「生」に近い）ほど、国産であることに魅力を感じている。
- 「パッケージサラダ」が国産であることを魅力的と思う人は73%、輸入品であればイヤだと思う人が70%であり、国産志向の高い商品であると言える。
- 国産野菜を選ぶ理由としては、「安全性」「新鮮さ」「衛生・品質管理」「旬」「（輸入品は）農薬の使用量が気になる」が上位項目。

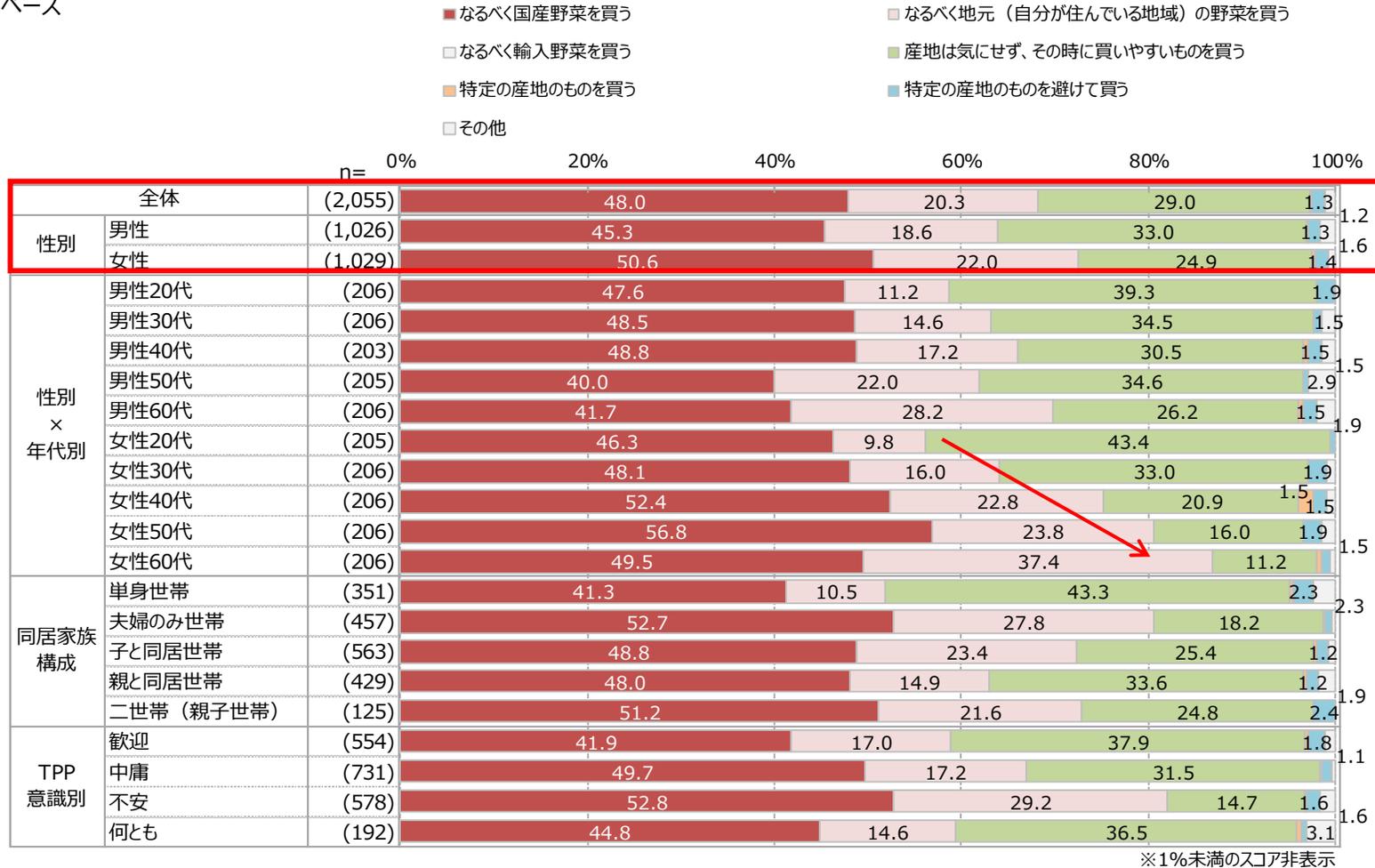
# 野菜の産地に対する意識

Q 全般に野菜を購入するとき、産地についてはどの程度意識されますか。あなたご自身に最も近いものを1つだけお選びください。

SA

- 野菜の産地に対する意識は、「なるべく国産野菜を買う」人が約半数を占める。次いで「産地は気にせず、その時に買いやすいものを買う」（29%）が多い。
- 女性は年代が高くなるにつれ、地元志向（国産+地元）が顕著に高くなっている。

※全員ベース



※1%未満のスコア非表示

# 野菜関連のTPPに対する意識

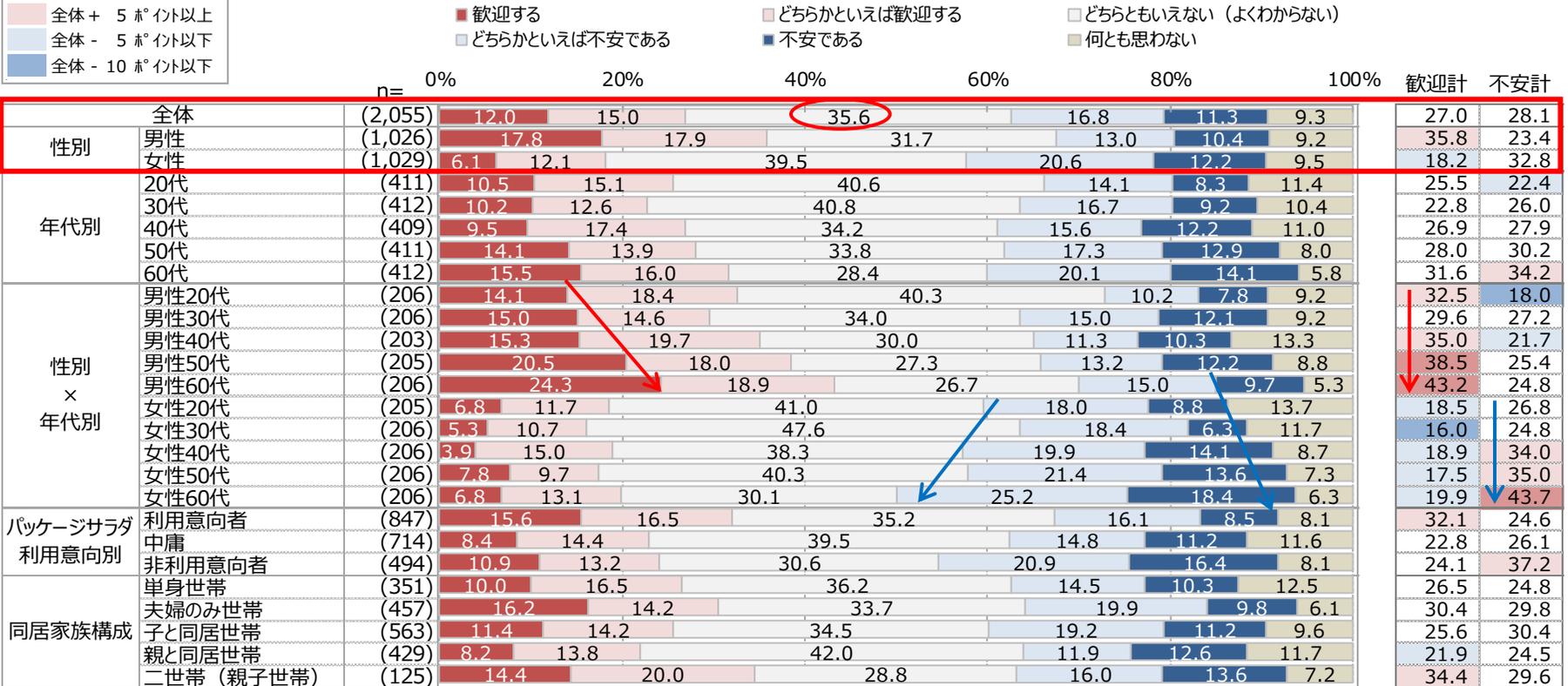
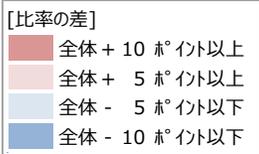
Q 環太平洋経済連携協定（TPP）で主要な野菜約100品目にかかる輸入関税がすべて撤廃されることが決まりましたが、このことに対するあなたのお考えに最も近いものをお選びください。

SA

- TPPによる関税撤廃に対する意識は、「どちらともいえない（よくわからない）」が36%と最も多く、漠然と捉えられている様子がうかがえる。
- 「歓迎する」人は12%、「どちらかといえば歓迎する」は15%で、歓迎派は27%。不安層（不安計）は28%で、ほぼ互角である。
- 歓迎派は女性より男性に多く、特に男性で年代が高いほど歓迎派が多くなる。一方、女性は年代が高いほど不安層が増える傾向。

## ※全員ベース

n=30以上の場合



※歓迎計（「歓迎する」+「どちらかといえば歓迎する」） ※不安計（「不安である」+「どちらかといえば不安である」）

# 国産であることの魅力度と必須度

Q 以下にあげる食品（野菜類）を購入する際、それが『国産である』ことについて、あなたはどのように感じますか。それぞれあてはまるものをお選びください。  
 Q 以下にあげる食品（野菜類）を購入する際、それが『輸入品である』ことについて、あなたはどのように感じますか。それぞれあてはまるものをお選びください。  
 [※提示画像P35]

SA

- 「パッケージサラダ」が国産であることを魅力的と思う人は73%。輸入品であることをイヤだと思う人は70%であり、国産派が多数を占める。
- 「漬物」「出来合いのサラダ」および「惣菜」に対する意識は、「パッケージサラダ」と同様の傾向。一方で、「野菜ジュース」はイヤだと思う人が少ない。
- 「パッケージサラダ」「漬物」「出来合いのサラダ」「惣菜」といった、比較的、加工度の低い食品ほど、国産であることに魅力を感じている。

※全員ベース

## 国産であることの魅力度

## 国産であることの必須度

■ かなり魅力的である ■ 魅力的である  
 ■ まあ魅力的である ■ あたりまえ  
 ■ 何とも思わない（無関心）

『輸入品である』ことについて  
 ■ かなりイヤだ ■ イヤだ  
 ■ 少しイヤだ ■ 仕方がない  
 ■ 何とも思わない（無関心）



※TOP3（「かなり魅力的である」+「魅力的である」+「まあ魅力的である」）  
 ※「かなり魅力的である」スコアで降順ソート

※TOP3（「かなりイヤだ」+「イヤだ」+「少しイヤだ」）  
 ※「かなり魅力的である」スコアで降順ソート

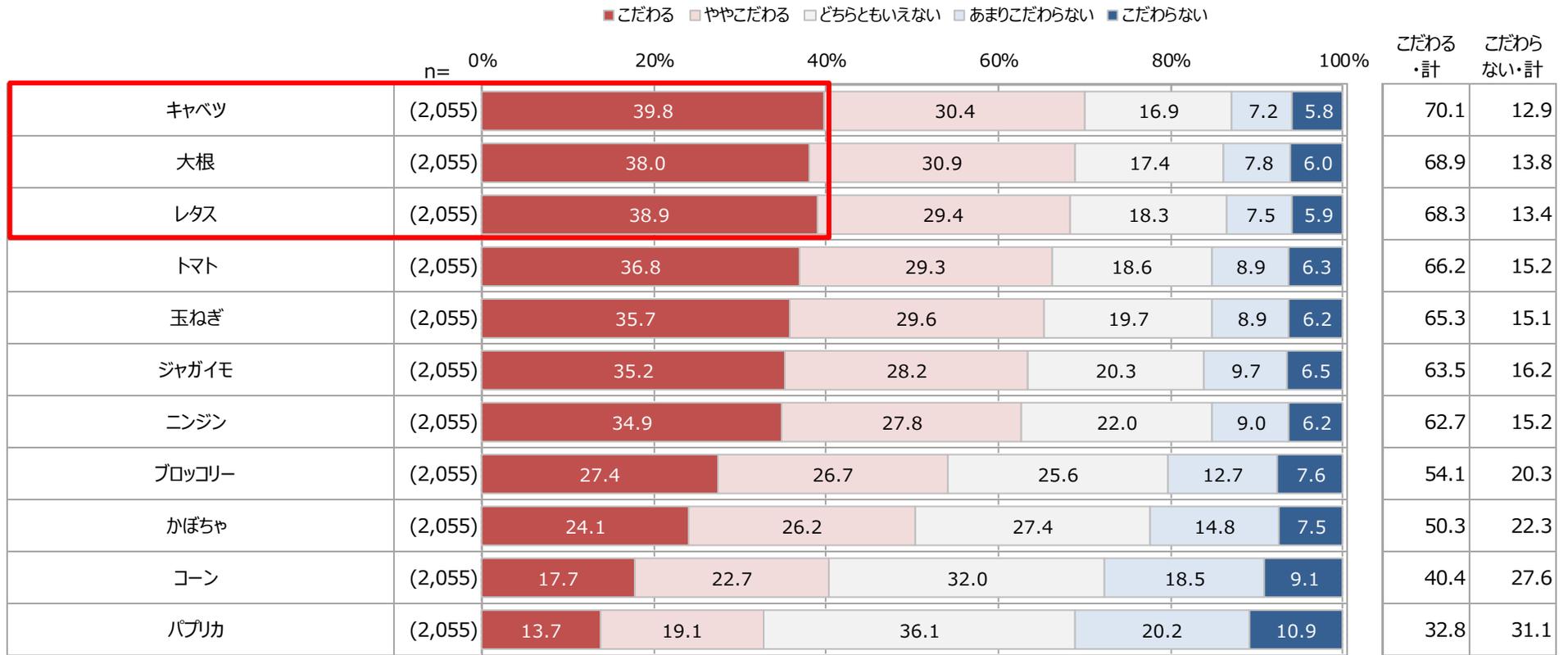
# 国産こだわり度

Q 以下にあげる野菜について、『国産であること』に対する、あなたのこだわり度合いをお知らせください。

SA

- 野菜が国産であることに対するこだわりは、主にサラダの素材となる、キャベツ、大根、レタスなどで特に高くなっている。
- 以下、トマト、玉ねぎ、ジャガイモ（ポテト）といったサラダに定番の素材が上位を占める。
- 一方、パプリカ、コーンでは、国産へのこだわり度合いが低い。

※全員ベース



※こだわる・計（「こだわる」+「ややこだわる」） ※こだわらない・計（「こだわらない」+「あまりこだわらない」）  
 ※「こだわる・計」スコアで降順ソート

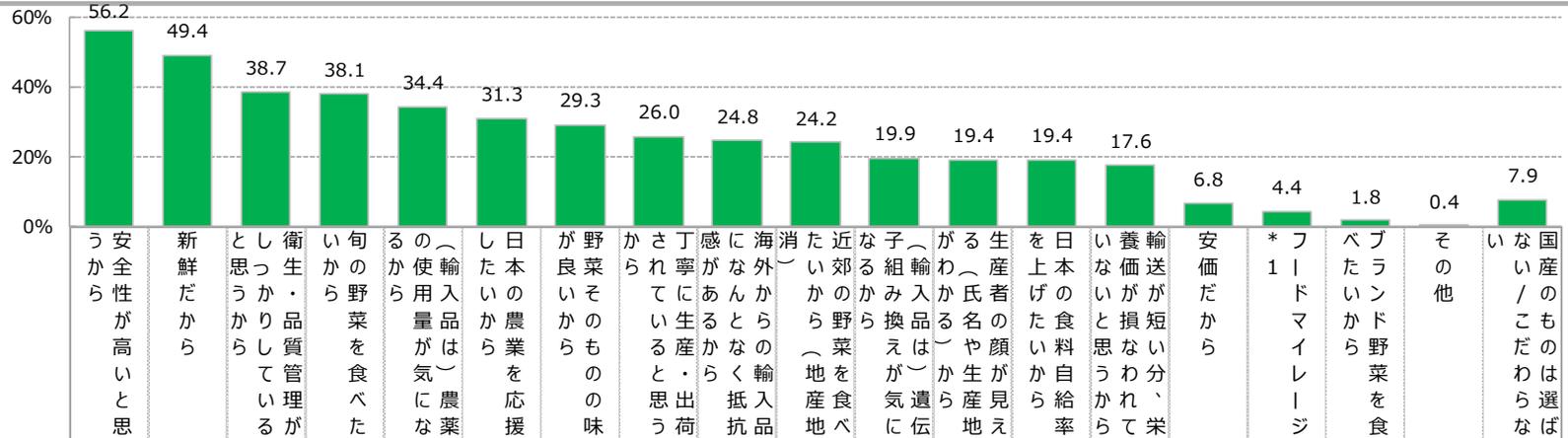
# 生野菜で国産にこだわる理由

Q 特に生で食べる野菜について、あなたが国産のものを選ぶ理由として、あてはまるものを全てお選びください。

MA

- 国産の野菜を選ぶ理由は、「安全性の高さ」(56%)「新鮮さ」(49%)「衛生・品質管理」(39%)「旬」(38%)「農薬使用量への懸念」(34%)。
- 女性は年代が高い層ほど多くの項目を選択しており、様々な観点から国産のものを意識して選んでいる傾向がうかがえる。
- 夫婦のみ世帯、TPPによる関税撤廃に不安を持つ層においても、国産選択意識が強い。

※全員ベース



n=30以上の場合  
[比率の差]  
全体 + 10ポイント以上  
全体 + 5ポイント以上  
全体 - 5ポイント以下  
全体 - 10ポイント以下

性別	n	理由																			平均選択個数(個)
		安全性が高いと思	新鮮だから	時々・品質管理が	旬の野菜を食べ	輸入品は農薬	日本の農業を	野菜そのものの	野菜の産地を	丁寧な生産	海外からの輸入	近郊の野菜(地産地消)	子(組)の交換(輸入品)	生産者の顔が見	日本食の自給率	養分が豊富	輸送のロス	安価だから	フードマイレージ	ベランダ野菜を	
全体	(2,055)	56.2	49.4	38.7	38.1	34.4	31.3	29.3	26.0	24.8	24.2	19.9	19.4	19.4	17.6	6.8	4.4	1.8	0.4	7.9	4.4
男性	(1,026)	49.4	42.7	33.8	29.0	27.0	27.8	23.7	22.4	19.5	18.2	16.9	13.7	15.8	14.0	5.9	3.3	1.9	0.7	10.9	3.7
女性	(1,029)	62.9	56.2	43.5	47.1	41.8	34.8	35.0	29.5	30.1	30.2	22.8	25.0	22.9	21.2	7.7	5.5	1.8	0.2	4.9	5.2
性別 × 年代別																					
男性20代	(206)	35.9	31.1	24.3	16.0	13.1	21.4	18.4	14.6	14.1	6.8	8.3	8.3	9.7	8.3	6.3	3.9	1.5	-	19.4	2.4
男性30代	(206)	49.0	35.0	30.6	27.7	21.8	25.7	21.4	22.3	21.8	13.6	13.1	8.3	14.1	16.0	7.3	2.4	3.9	1.5	10.2	3.4
男性40代	(203)	47.3	49.8	31.0	26.1	24.1	31.0	27.6	25.6	18.2	21.2	15.8	17.7	19.7	13.8	6.9	3.0	0.5	0.5	9.9	3.8
男性50代	(205)	50.2	41.5	32.7	29.8	32.7	26.3	26.8	17.6	17.1	18.0	18.5	12.7	14.6	13.2	6.3	2.9	2.0	1.5	10.2	3.6
男性60代	(206)	64.6	56.3	50.5	45.6	43.2	34.5	24.3	32.0	26.2	31.6	28.6	21.8	20.9	18.9	2.9	4.4	1.5	-	4.9	5.1
女性20代	(205)	54.6	42.4	36.6	31.2	29.3	21.0	24.9	27.3	29.3	14.1	12.2	13.7	15.1	11.7	9.3	2.9	1.0	-	10.2	3.8
女性30代	(206)	57.8	56.3	36.4	42.7	35.9	26.7	30.1	26.7	30.6	21.8	15.5	13.1	15.5	18.9	12.1	5.8	1.5	0.5	5.3	4.5
女性40代	(206)	60.2	54.9	44.7	48.1	44.2	39.8	31.1	33.0	35.4	28.6	28.6	29.1	18.9	6.3	6.8	1.9	0.5	4.9	5.6	
女性50代	(206)	69.4	67.5	50.5	54.4	45.1	40.3	36.4	32.5	32.5	34.5	26.2	32.0	28.2	30.1	6.3	3.4	2.4	-	2.4	5.9
女性60代	(206)	72.3	59.7	49.5	59.2	54.4	41.7	43.7	30.1	25.2	45.1	31.6	37.4	26.7	26.2	4.4	8.7	2.4	-	1.5	6.2
同居家族構成																					
単身世帯	(351)	48.7	40.2	35.0	30.5	24.5	23.9	25.9	22.5	18.8	16.0	16.2	13.7	13.4	15.4	8.3	3.4	1.4	0.3	14.5	3.6
夫婦のみ世帯	(457)	64.3	57.1	45.3	48.1	45.3	38.3	36.1	29.8	28.0	34.4	22.5	26.7	23.6	21.4	6.6	4.4	2.2	-	3.7	5.3
子と同居世帯	(563)	58.3	52.8	36.2	38.7	35.5	32.7	30.7	25.8	25.6	26.5	20.4	20.4	21.3	19.2	6.7	4.1	2.1	0.4	5.5	4.6
親と同居世帯	(429)	48.3	42.2	33.8	29.4	26.1	24.7	24.2	21.0	24.2	15.2	16.1	13.5	16.3	12.6	7.5	4.9	0.9	0.9	11.0	3.6
二世帯(親子世帯)	(125)	58.4	53.6	42.4	38.4	35.2	36.0	24.0	32.0	31.2	27.2	24.8	20.0	22.4	17.6	4.8	6.4	4.0	0.8	6.4	4.8
TPP意識別																					
歓迎	(554)	49.8	48.6	34.1	34.3	29.1	26.5	26.4	22.9	16.1	19.9	15.5	13.5	15.0	17.3	7.2	4.5	2.9	0.7	9.2	3.8
中庸	(731)	55.1	49.9	39.8	37.9	30.4	27.1	28.0	24.4	23.8	21.5	15.6	19.2	15.3	15.3	7.0	3.7	0.8	0.3	8.5	4.2
不安	(578)	68.7	55.0	45.8	47.6	50.0	45.8	36.9	33.4	37.0	35.3	33.2	29.4	32.5	23.4	6.2	6.6	1.9	0.5	1.2	5.9
何とも	(192)	40.6	33.3	26.0	21.4	18.2	17.2	20.3	18.8	17.2	14.1	8.3	6.8	7.8	9.9	6.8	0.5	2.6	-	21.9	2.7

\*1: フードマイレージ (食糧の輸送に伴い排出される二酸化炭素が、地球環境に与える負荷)を減らしたいから

※「全体」スコアを降順ソート



## 第2章 パッケージサラダに対する認識

- 野菜購入時に知りたい情報 … 14
- 野菜の代わりに購入したい商品 … 15
- パッケージサラダに抵抗感がない理由 … 16
- パッケージサラダに対する一般的な認識 … 17
- パッケージサラダを利用するメリット/利用したいと思わない理由 … 18
- 魅力的なパッケージサラダ … 19



[この章のポイント]

## 「パッケージサラダの利用を後押しする情報は、安全性と合理性」

- 野菜購入時に求められている情報は、「保存方法」「農薬関連」「詳細な産地」。
- 野菜の代わりに購入する商品として、抵抗感のないものは「野菜ジュース」と「パッケージサラダ」「出来合いのサラダ（コンビニサラダなど）」。
- 「水洗い不要である」「消費期限が切れたら食べられない」「栄養成分が保たれている」ことについては、認識が分かれるところである。
- パッケージサラダ喫食者・利用意向者は「多品目である」「国産の野菜を使っている」「無駄なく使える」ことに魅力を感じ、「複数の野菜を買うより経済的であること」からコストパフォーマンスも有効な訴求ポイントとなりうる。

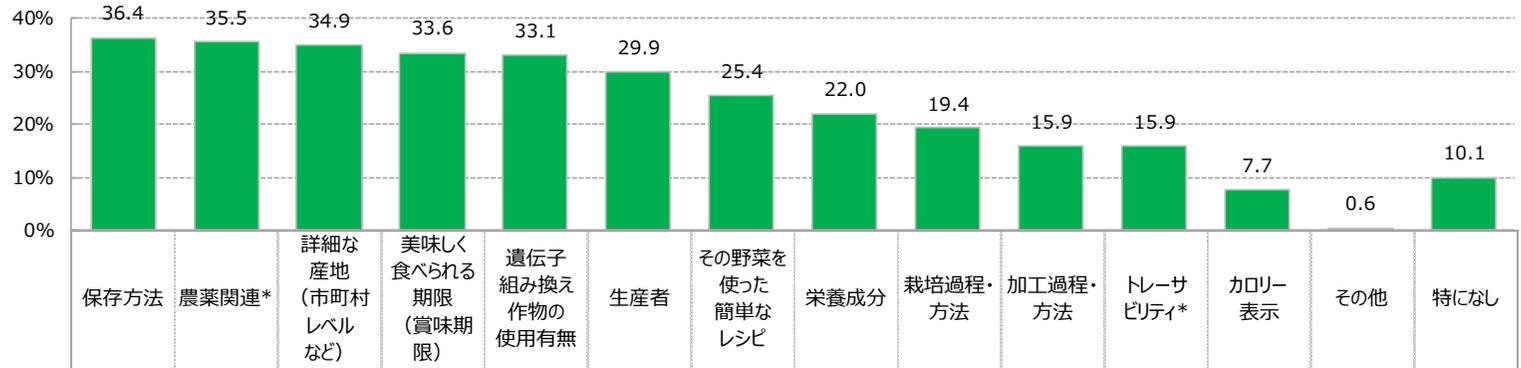
# 野菜購入時に知りたい情報

Q 野菜購入時に、どんな情報があったら嬉しい・役に立つと思いますか。あてはまるものを全てお選びください。

MA

- 野菜購入時に求められている情報は、「保存方法」「農薬関連\*」「詳細な産地」など。農薬関連や遺伝子組み換えに関しては、TPPの問題と相まって、正しい情報発信が今後より一層求められるものと考えられる。
- 女性は「保存方法」「その野菜を使った簡単なレシピ」が男性と比べて顕著に高い。一方、男性は概ね年代が高いほど、「農薬関連\*」「遺伝子組み換え作物の使用有無」といった情報に関心が高くなるようである。

## ※野菜購入者ベース



n=30以上の場合

[比率の差]

全体 + 10 ㊦ 以上
全体 + 5 ㊦ 以上
全体 - 5 ㊦ 以下
全体 - 10 ㊦ 以下

		n=	保存方法	農薬関連*	詳細な産地 (市町村レベルなど)	美味しく食べられる 期限 (賞味期限)	遺伝子 組み換え 作物の 使用有無	生産者	その野菜を 使った 簡単な レシピ	栄養成分	栽培過程・ 方法	加工過程・ 方法	トレーサ ビリティ*	カロリー 表示	その他	特になし	平均 選択 個数 (個)
全体		(1,942)	36.4	35.5	34.9	33.6	33.1	29.9	25.4	22.0	19.4	15.9	15.9	7.7	0.6	10.1	3.1
性別	男性	(933)	27.5	33.7	34.3	29.3	29.0	27.0	14.8	17.8	19.3	15.0	16.7	7.6	0.8	14.5	2.7
	女性	(1,009)	44.6	37.3	35.5	37.6	36.9	32.6	35.3	25.9	19.4	16.7	15.1	7.7	0.4	6.0	3.4
性別 × 年代別	男性20代	(169)	28.4	20.7	21.9	30.2	18.3	14.2	19.5	21.9	13.0	8.3	10.7	13.6	1.2	19.5	2.2
	男性30代	(190)	29.5	26.8	31.6	35.8	26.8	23.2	23.2	24.2	17.4	17.4	17.4	8.4	-	14.2	2.8
	男性40代	(187)	27.3	35.8	34.8	27.3	24.6	31.6	12.8	15.5	23.0	18.7	20.9	4.8	1.1	13.4	2.8
	男性50代	(191)	24.6	36.6	37.7	23.6	28.8	30.4	12.6	13.6	17.3	10.5	13.1	5.2	0.5	15.7	2.5
	男性60代	(196)	28.1	46.4	43.9	29.6	44.9	34.2	6.6	14.3	25.0	19.4	20.9	6.6	1.0	10.2	3.2
	女性20代	(195)	53.3	28.7	23.6	51.3	25.6	28.2	41.5	33.8	15.4	15.4	9.7	10.8	0.5	7.7	3.4
	女性30代	(201)	44.3	31.8	29.4	38.3	31.8	25.9	40.8	28.9	15.4	17.9	10.0	11.4	0.5	7.0	3.3
	女性40代	(204)	38.2	38.7	43.6	33.8	41.2	42.6	34.8	23.0	19.6	16.7	21.1	4.4	0.5	7.4	3.6
	女性50代	(205)	42.0	42.0	39.0	35.6	43.9	29.8	34.1	27.3	21.0	15.1	17.1	6.8	0.5	2.9	3.5
	女性60代	(204)	45.6	44.6	41.2	29.4	41.2	36.3	25.5	16.7	25.5	18.1	17.2	5.4	-	5.4	3.5
職業別	有職者男性	(655)	26.9	31.5	33.7	29.3	27.3	27.2	15.0	16.8	18.6	15.0	16.5	6.1	0.8	13.9	2.6
	有職者女性	(297)	46.1	30.6	32.3	38.0	34.0	29.0	36.4	24.6	18.2	16.8	17.2	7.4	-	6.7	3.3
	パート・アルバイト	(249)	39.4	39.0	40.6	32.1	32.9	33.7	34.1	23.7	18.1	16.9	12.9	8.0	0.8	6.0	3.3
	専業主婦 (女性)	(393)	44.3	41.5	36.9	36.6	42.0	35.1	35.1	25.7	21.6	15.8	14.8	6.6	0.5	5.3	3.6
	学生、その他、無職	(348)	35.1	38.2	33.0	35.3	33.3	27.3	18.7	24.1	20.1	16.1	17.0	11.8	0.6	14.1	3.1
同居家族 構成	単身世帯	(330)	40.9	29.1	27.9	37.0	26.7	24.5	20.9	23.0	18.2	15.8	12.4	8.8	0.3	13.6	2.9
	夫婦のみ世帯	(451)	39.5	42.8	41.9	33.3	36.6	34.8	25.7	23.9	22.0	16.6	18.6	5.5	0.2	5.3	3.4
	子と同居世帯	(547)	33.3	32.4	35.3	30.3	33.8	32.5	27.6	19.4	19.4	16.5	15.4	5.5	0.7	9.3	3.0
	親と同居世帯	(367)	37.6	36.0	33.2	34.9	30.2	25.1	25.3	24.0	18.5	15.8	15.5	10.9	0.8	13.9	3.1
	二世帯 (親子世帯)	(120)	27.5	35.8	36.7	31.7	34.2	28.3	23.3	15.8	20.0	12.5	18.3	9.2	0.8	12.5	2.9

\* : トレーサビリティ (栽培から加工、流通などの詳細過程がわかる) \* : 農薬関連 (農薬使用の有無/オーガニックかどうか)

# 野菜の代わりに購入したい商品

Q あなたが野菜の代わりに購入する商品として、抵抗感のない順に3つまでお選びください。[※提示画像P35]

MA\*

- 野菜の代わりに購入する商品として抵抗感のないものの上位は、「野菜ジュース」「パッケージサラダ」「出来合いのサラダ」。
- 「パッケージサラダ」に抵抗感がないのは、男女ともに年代が低い層。
- 一方、男女ともに60代は、「野菜ジュース」に抵抗感のない人が多い。

※全員ベース



※「全体(1-3位計)」スコアで降順ソート

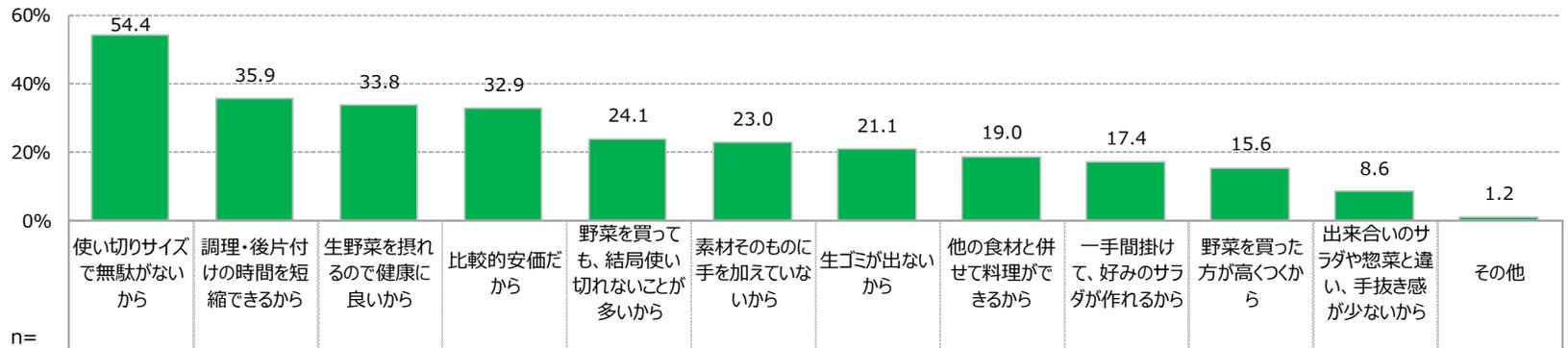
# パッケージサラダに抵抗感がない理由

Q あなたがパッケージサラダの購入に抵抗感がない理由として、あてはまるものを全てお選びください。

MA

- 野菜の代わりに購入するパッケージサラダに抵抗感がない理由は、「使い切りサイズで無駄がないから」が半数を超えて高い。
- 次いで「調理・後片付けの時間を短縮できるから」「生野菜を摂れるので健康に良いから」「比較的安価だから」が3割半ばで続く。
- 女性は「使い切りサイズで無駄がない」「調理・後片付けの時間を短縮できる」が男性に比べて顕著に高い。男女ともに年代が低いほど「比較的安価」なことが抵抗感を払拭する理由となりやすい。

※パッケージサラダの購入に抵抗がない人ベース



平均  
選択  
個数  
(個)

n=30以上の場合  
[比率の差]  
全体 + 10 ポイント以上  
全体 + 5 ポイント以上  
全体 - 5 ポイント以下  
全体 - 10 ポイント以下

		n=	使い切りサイズで無駄がないから	調理・後片付けの時間を短縮できるから	生野菜を摂れるので健康に良いから	比較的安価だから	野菜を買っても、結局使い切れないことが多いから	素材そのものに加えていないから	生ゴミが出ないから	他の食材と併せて料理ができるから	一手間掛けて、好みのサラダが作れるから	野菜を買った方が高くつくから	出来合いのサラダや惣菜と違い、手抜き感が少ないから	その他	平均 選択 個数 (個)	
全体		(897)	54.4	35.9	33.8	32.9	24.1	23.0	21.1	19.0	17.4	15.6	8.6	1.2	2.9	
性別	男性	(470)	48.7	31.1	31.3	31.7	23.0	22.8	20.6	15.1	14.7	12.3	8.3	0.6	2.6	
	女性	(427)	60.7	41.2	36.5	34.2	25.3	23.2	21.5	23.2	20.4	19.2	8.9	1.9	3.2	
性別 × 年代別	男性20代	(121)	39.7	27.3	24.8	43.0	14.9	17.4	18.2	14.0	11.6	5.0	9.1	-	2.2	
	男性30代	(101)	49.5	40.6	38.6	36.6	19.8	24.8	21.8	19.8	17.8	19.8	12.9	-	3.0	
	男性40代	(91)	52.7	31.9	28.6	25.3	25.3	16.5	17.6	11.0	16.5	14.3	4.4	-	2.4	
	男性50代	(85)	47.1	27.1	31.8	25.9	24.7	31.8	18.8	17.6	16.5	10.6	4.7	1.2	2.6	
	男性60代	(72)	59.7	27.8	34.7	20.8	36.1	26.4	29.2	12.5	11.1	13.9	9.7	2.8	2.8	
	女性20代	(109)	59.6	47.7	39.4	38.5	22.9	20.2	24.8	21.1	16.5	17.4	7.3	-	3.2	
	女性30代	(98)	61.2	37.8	39.8	36.7	21.4	17.3	21.4	25.5	13.3	21.4	8.2	1.0	3.1	
	女性40代	(93)	58.1	46.2	32.3	29.0	24.7	17.2	23.7	16.1	20.4	22.6	11.8	3.2	3.1	
	女性50代	(78)	60.3	35.9	34.6	32.1	30.8	28.2	19.2	20.5	28.2	16.7	7.7	5.1	3.2	
	女性60代	(49)	67.3	32.7	34.7	32.7	30.6	44.9	14.3	40.8	30.6	16.3	10.2	-	3.6	
	職業別	有職者男性	(321)	48.0	28.7	33.0	29.6	23.7	19.9	19.0	15.9	15.3	14.3	7.2	0.6	2.6
		有職者女性	(141)	53.9	36.2	30.5	39.0	25.5	22.0	22.0	24.8	18.4	22.0	7.8	0.7	3.0
パート・アルバイト		(119)	54.6	39.5	38.7	34.5	22.7	22.7	16.0	16.0	21.8	12.6	2.5	2.5	2.8	
専業主婦（女性）		(146)	70.5	47.3	37.0	28.8	25.3	23.3	22.6	26.0	21.9	18.5	14.4	2.7	3.4	
学生、その他、無職		(170)	52.9	37.1	31.8	36.5	23.5	29.4	26.5	15.9	13.5	12.4	11.2	0.6	2.9	
同居家族 構成	単身世帯	(168)	61.9	34.5	31.0	37.5	27.4	22.6	26.8	20.2	16.1	14.3	7.7	0.6	3.0	
	夫婦のみ世帯	(185)	58.9	36.8	34.1	34.6	30.3	25.4	21.1	21.1	17.8	18.4	7.0	1.6	3.1	
	子と同居世帯	(246)	54.1	36.6	37.8	30.1	21.5	17.9	20.7	19.1	19.9	18.3	9.3	1.2	2.9	
	親と同居世帯	(199)	43.7	35.7	31.2	35.2	19.1	23.1	16.1	17.1	13.6	12.1	8.5	-	2.6	
	二世帯（親子世帯）	(47)	53.2	40.4	27.7	17.0	21.3	25.5	21.3	10.6	8.5	10.6	8.5	4.3	2.5	

※「全体」スコアで降順ソート

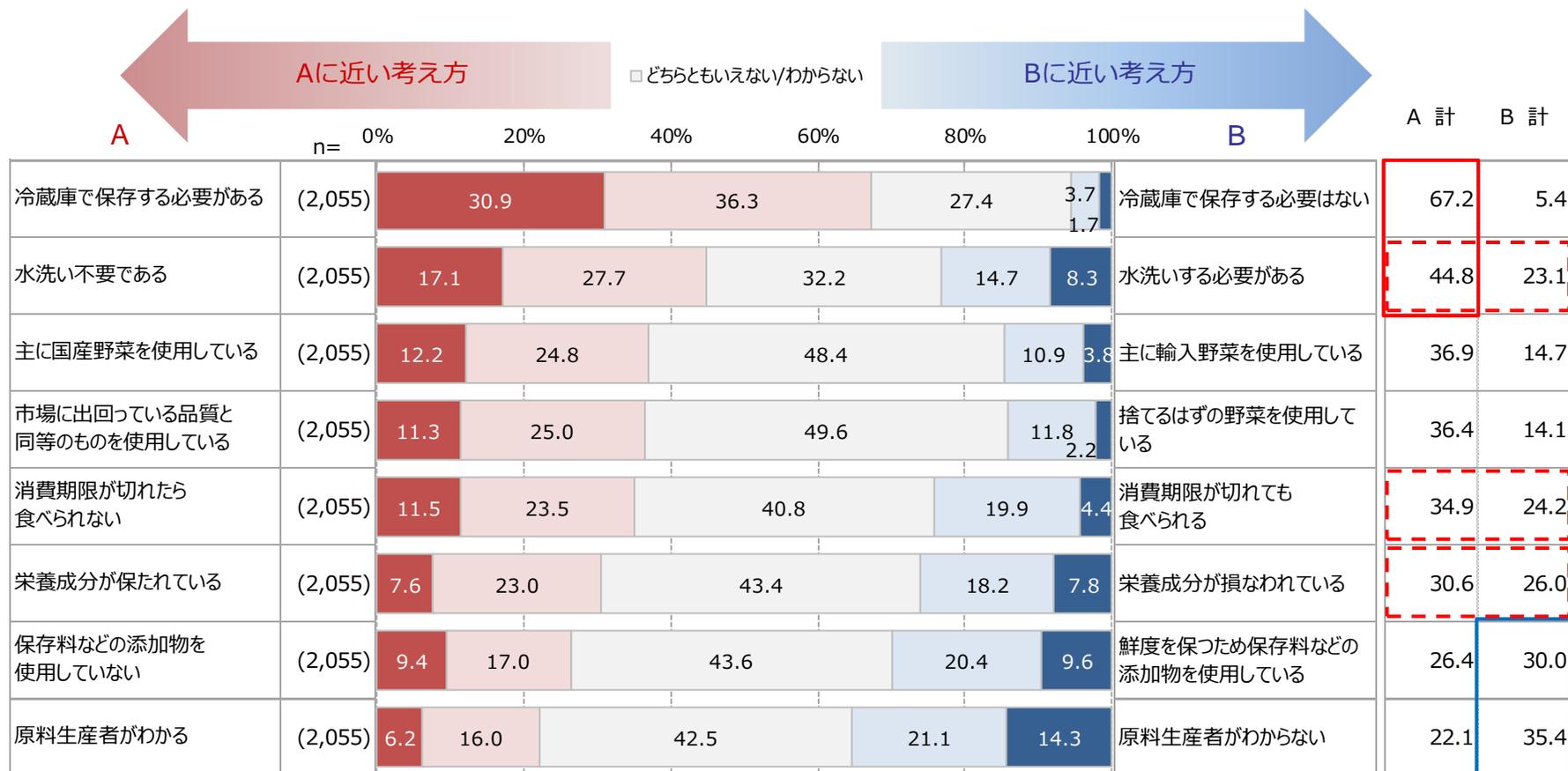
# パッケージサラダに対する一般的な認識

Q パッケージサラダについて、あてはまると思うものをそれぞれお選びください。

SA

- パッケージサラダに関して最も認識している人が多かった項目は、「冷蔵庫で保存する必要がある」(A計67%)。次いで「水洗い不要である」(A計45%)。
- 一方で、「原料生産者がわからない」(B計35%)、「保存料などの添加物を使用している」(B計30%)といった認識を持つ人も多い。
- 「水洗い不要である」「消費期限が切れたら食べられない」「栄養成分が保たれている」ことは認識の分かれるところである。

※全員ベース



※「A 計」はコアで降順ソート

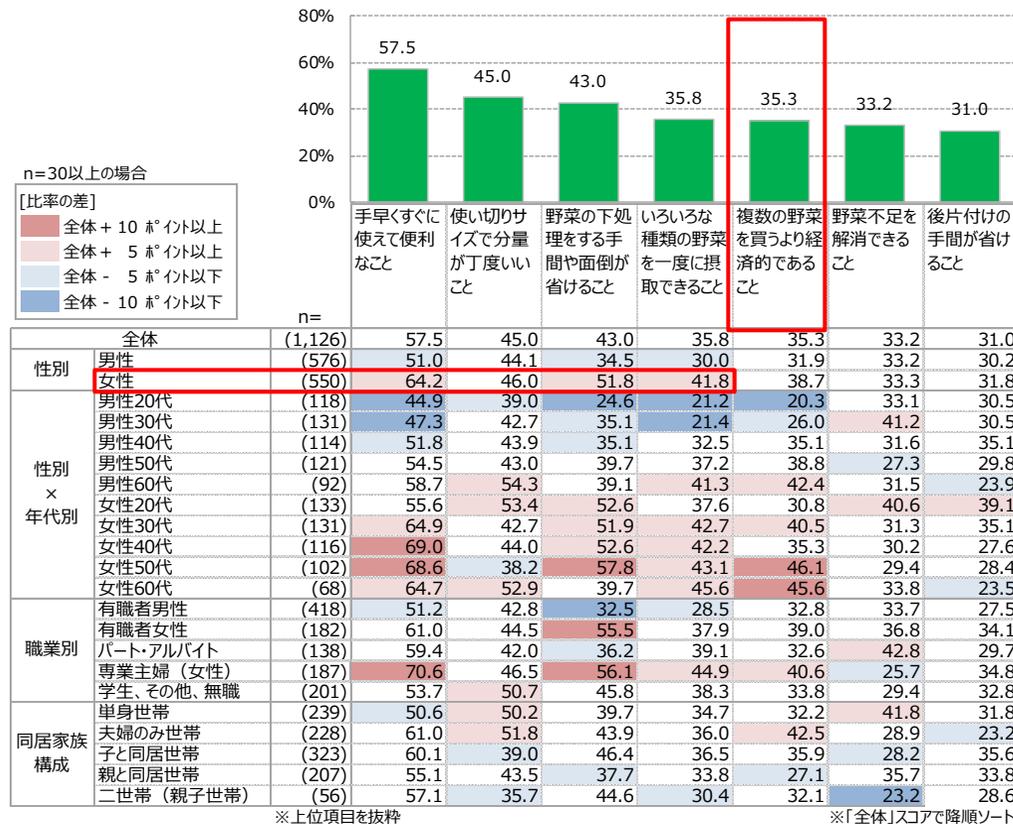
# パッケージサラダを利用するメリット/パッケージサラダを利用したいと思わない理由

Q あなたにとって、パッケージサラダを利用するメリットはどのようなことだと思いますか。特にあなたのお考えに近いものを5つまでお選びください。  
 Q あなたが、今後（も）パッケージサラダを『利用したくない』『どちらともいえない・わからない』とお答えになった方におうかがいします。  
 あなたが、そのように思われる理由としてあてはまるものを、全てお選びください。

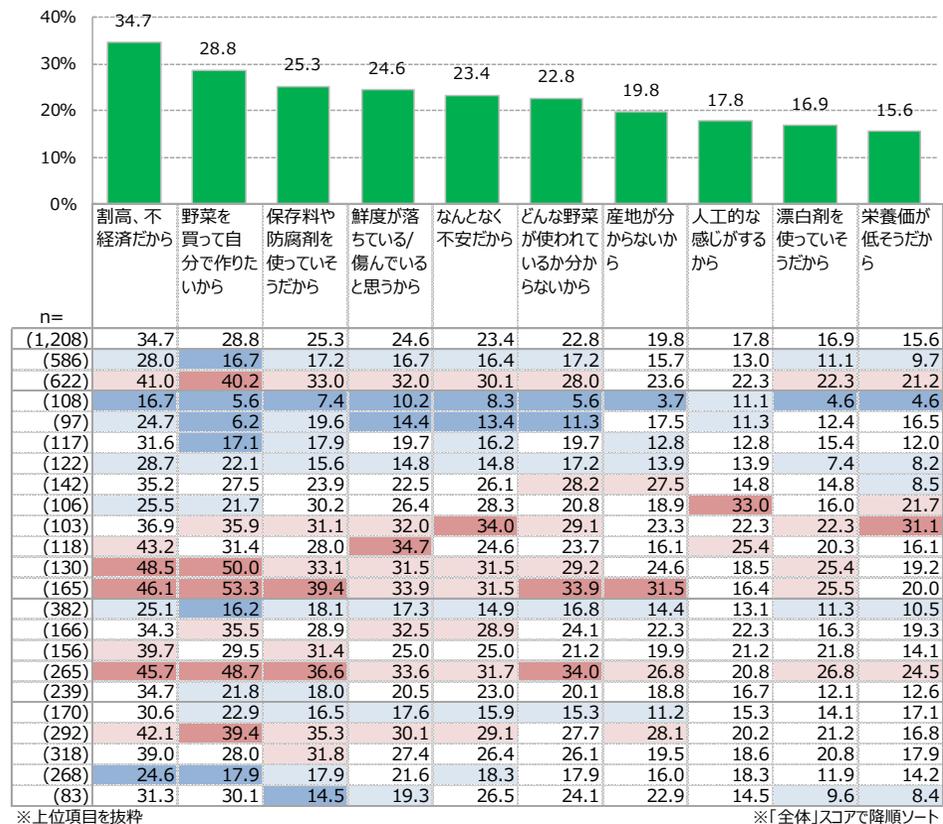
MA

- パッケージサラダを利用するメリットは、「手早くすぐに使えて便利なこと」（58%）、「使い切りサイズで分量が丁度いいこと」（45%）、「野菜の下処理をする手間や面倒が省けること」（43%）が上位。簡便性や適量であることにメリットを感じる人が多いようである。
- 「複数の野菜を買うより経済的であること」（35%）も比較的選択率が高く、コストパフォーマンスも訴求ポイントとなりうる。
- パッケージサラダを利用したいと思わない理由は、「割高、不経済だから」（35%）が最も高く、次いで「野菜を買って自分で作りたいから」（29%）、「保存料や防腐剤を使っているから」「鮮度が落ちている/傷んでいると思うから」（25%）と続く。

※パッケージサラダ喫食者・意向者ベース



※パッケージサラダの非購入意向者ベース



# 魅力的なパッケージサラダ

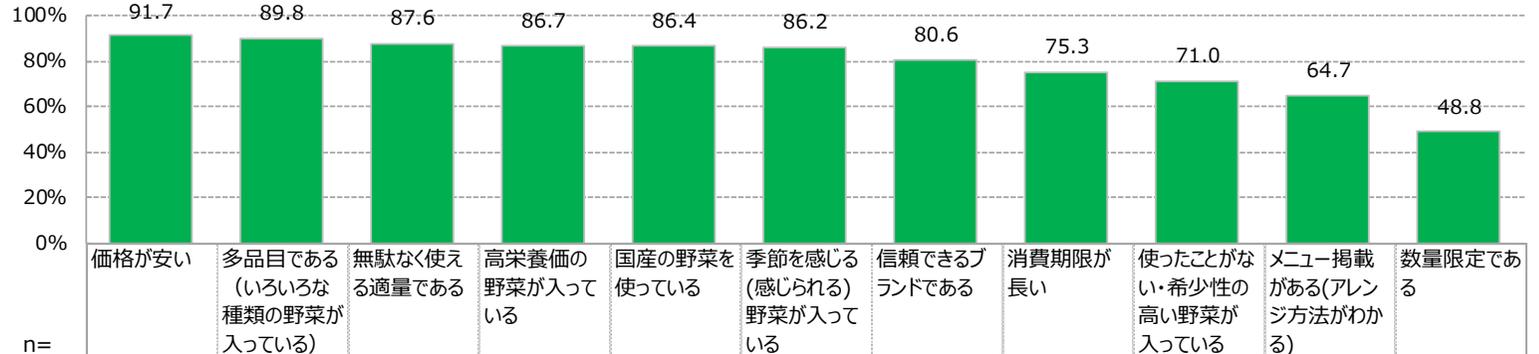
Q 以下のようなパッケージサラダを、あなたはどのように感じますか。それぞれあてはまるものをお選びください。

SA

- 女性30代は、「多品目である（いろいろな種類の野菜が入っている）」「高栄養価の野菜が入っている」「国産の野菜を使っている」パッケージサラダを魅力的と感じる人が多い。原材料である野菜そのものへの関心が高いようである。
- また、女性60代は、「使ったことがない・希少性の高い野菜が入っている」「数量限定である」パッケージサラダを魅力的と感じる傾向。

※パッケージサラダ喫食者  
・意向者ベース

※スコアは魅力あり計



n=30以上の場合



		n=	価格が安い	多品目である (いろいろな種類の野菜が入っている)	無駄なく使える (適量である)	高栄養価の野菜が入っている	国産の野菜を使っている	季節を感じる (感じられる) 野菜が入っている	信頼できるブランドである	消費期限が長い	使ったことがない・希少性の高い野菜が入っている	メニュー掲載がある (アレンジ方法がわかる)	数量限定である
全体		(1,126)	91.7	89.8	87.6	86.7	86.4	86.2	80.6	75.3	71.0	64.7	48.8
性別	男性	(576)	90.6	87.3	86.1	84.0	83.9	83.3	78.5	74.8	67.5	62.7	47.7
	女性	(550)	92.9	92.4	89.1	89.5	89.1	89.3	82.7	75.8	74.7	66.7	49.8
性別 × 年代別	男性20代	(118)	89.8	84.7	86.4	85.6	85.6	80.5	79.7	72.9	70.3	68.6	53.4
	男性30代	(131)	93.1	89.3	87.8	87.0	83.2	80.2	80.9	70.2	70.2	70.2	47.3
	男性40代	(114)	87.7	86.8	85.1	81.6	83.3	85.1	79.8	70.2	65.8	57.9	42.1
	男性50代	(121)	90.9	87.6	83.5	80.2	79.3	84.3	76.9	71.9	69.4	56.2	49.6
	男性60代	(92)	91.3	88.0	88.0	85.9	89.1	83.7	75.0	78.3	59.8	58.7	45.7
	女性20代	(133)	91.7	89.5	87.2	86.5	88.0	87.2	80.5	74.4	63.2	65.4	39.1
	女性30代	(131)	94.7	95.4	87.8	94.7	93.1	89.3	83.2	74.8	77.1	64.1	45.0
	女性40代	(116)	94.8	94.0	91.4	89.7	90.5	89.7	85.3	78.4	75.0	71.6	52.6
	女性50代	(102)	93.1	92.2	88.2	90.2	86.3	90.2	85.3	72.5	79.4	66.7	57.8
	女性60代	(68)	88.2	89.7	92.6	83.8	85.3	91.2	77.9	80.9	85.3	66.2	63.2
職業別	有職者男性	(418)	90.9	86.8	85.6	82.8	84.2	82.8	78.7	72.7	67.5	62.2	48.6
	有職者女性	(182)	91.2	91.2	83.5	88.5	83.0	86.8	78.6	73.6	69.8	61.5	44.5
	パート・アルバイト	(138)	96.4	95.7	93.5	89.9	90.6	92.0	87.7	73.9	77.5	76.8	56.5
	専業主婦 (女性)	(187)	91.4	91.4	90.4	90.9	92.0	89.3	82.9	78.6	79.7	66.3	51.3
	学生、その他、無職	(201)	91.0	89.1	88.6	87.1	86.1	86.1	79.1	80.1	67.2	62.7	45.3
同居家族構成	単身世帯	(239)	90.4	85.8	83.3	84.9	81.2	80.3	77.8	73.2	65.3	58.2	44.4
	夫婦のみ世帯	(228)	93.4	93.9	90.4	90.4	89.0	93.4	84.2	74.1	74.1	64.0	47.8
	子と同居世帯	(323)	92.3	91.0	89.5	87.3	91.3	88.5	82.0	76.8	75.9	68.7	52.9
	親と同居世帯	(207)	92.3	88.4	85.5	84.1	83.6	79.7	79.2	75.4	68.6	65.2	46.4
	二世帯 (親子世帯)	(56)	85.7	87.5	87.5	89.3	82.1	87.5	80.4	78.6	75.0	73.2	57.1

※「全体」スコアで降順ソート



# 第3章 サラダ・パッケージサラダについて

・よく食べるサラダ	・・・	22
・サラダの喫食頻度	・・・	23
・パッケージサラダの利用経験	・・・	24
・パッケージサラダの利用頻度	・・・	25
・パッケージサラダのロイヤリティ構造（QPR）	・・・	26
・パッケージサラダの喫食機会	・・・	27
・パッケージサラダの選択重視点	・・・	28
・食生活における健康意識	・・・	29
・食品の摂取不足意識	・・・	30
・高栄養価野菜の認知・摂取状況と購入意向	・・・	31
・パッケージサラダの購買チャネル分析（QPR）	・・・	33



【この章のポイント】

## 「20代女性は野菜不足を実感しており、平日昼食にパッケージサラダを利用する人が多い」

- パッケージサラダの1年以内喫食率は約5割。単身世帯や有職者の利用率が高い。
- パッケージサラダは夕食での利用がメインだが、20代女性は平日昼食の喫食率が比較的高い。
- パッケージサラダの選択重視点は、「価格」「品質」「価格当りの量の多さ」「食べやすさ」。「こだわりのある原料」や「ブランド」を重視する人が増えてきている。
- 野菜不足を実感している人は6割を占めているが、20代や単身世帯では7割を超えている。これらの属性は、パッケージサラダ利用意向の高い層と重なり、利便性やコストパフォーマンス面での訴求が、利用促進に有効であると考えられる。
- 「クレソン」「ケール」「キヌア」は認知率と摂取率に大きな差が見られる。

※調査対象について

2010年から2012年については、首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）の20代～60代を対象とし1,030サンプル（性・年代各層100サンプル程度）、2013年からは、対象地域を全国に拡大し、2,060サンプル（性・年代各層200サンプル程度）を対象に実施しています。

# よく食べるサラダ

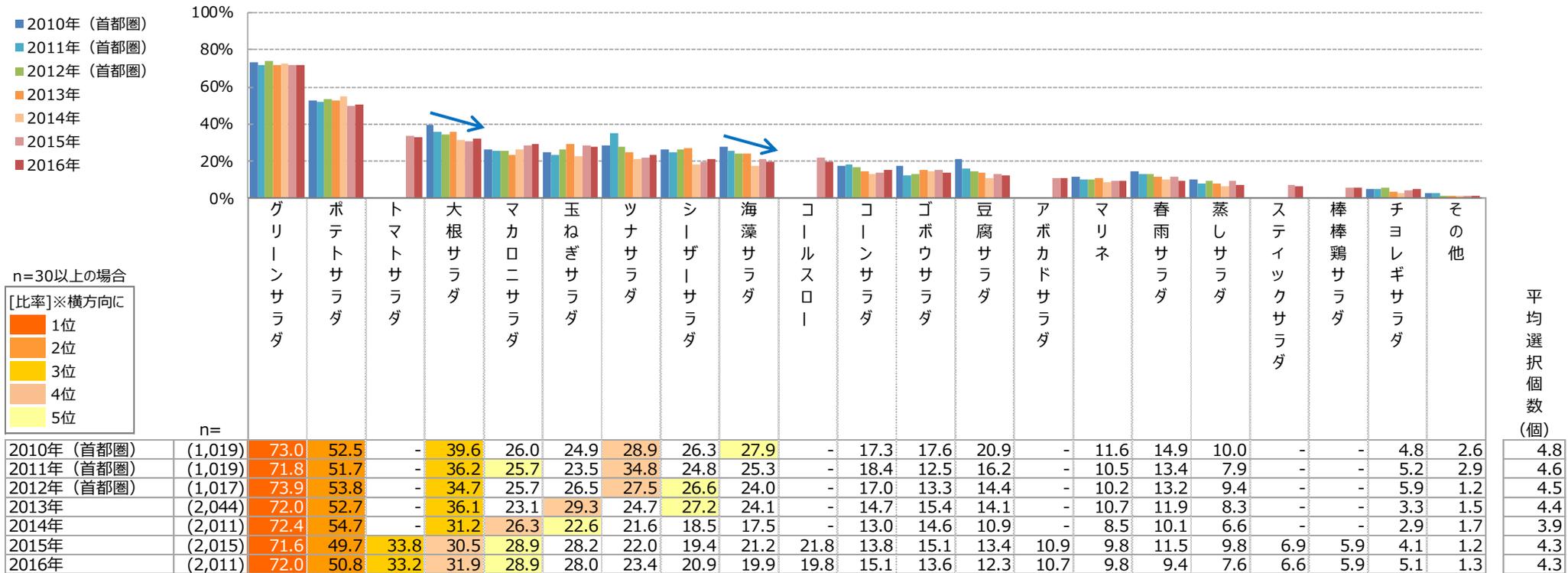
Q あなたがよく食べるサラダは、どのようなサラダでしょうか。以下の中からあてはまるものを全てお選びください。

MA

- 2016年、よく食べるサラダのランキングは「グリーンサラダ」(72%) が最も多く、次いで「ポテトサラダ」(51%)、「トマトサラダ」(33%)、「大根サラダ」(32%)と続く。国産へのこだわりが強い野菜を使ったサラダが上位を占めている。(⇒P10参照)
- 上位の「グリーンサラダ」「ポテトサラダ」は時系列比較でほぼ変化なし。「大根サラダ」「海藻サラダ」といったヘルシーなイメージのサラダが微減傾向となっている。

※サラダ喫食者ベース

## 時系列比較



※「2016年」スコアで降順ソート

# サラダの喫食頻度

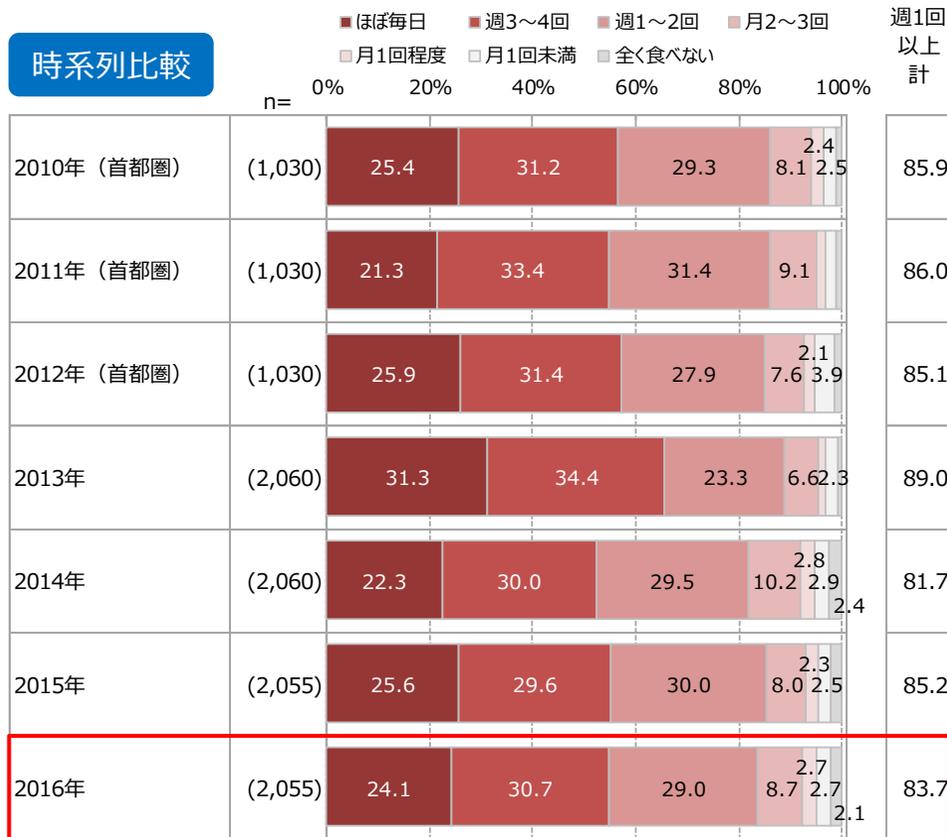
Q あなたは、普段の食生活で、サラダをどのくらいの頻度で食べますか。最も近いものを1つだけお選びください。

SA

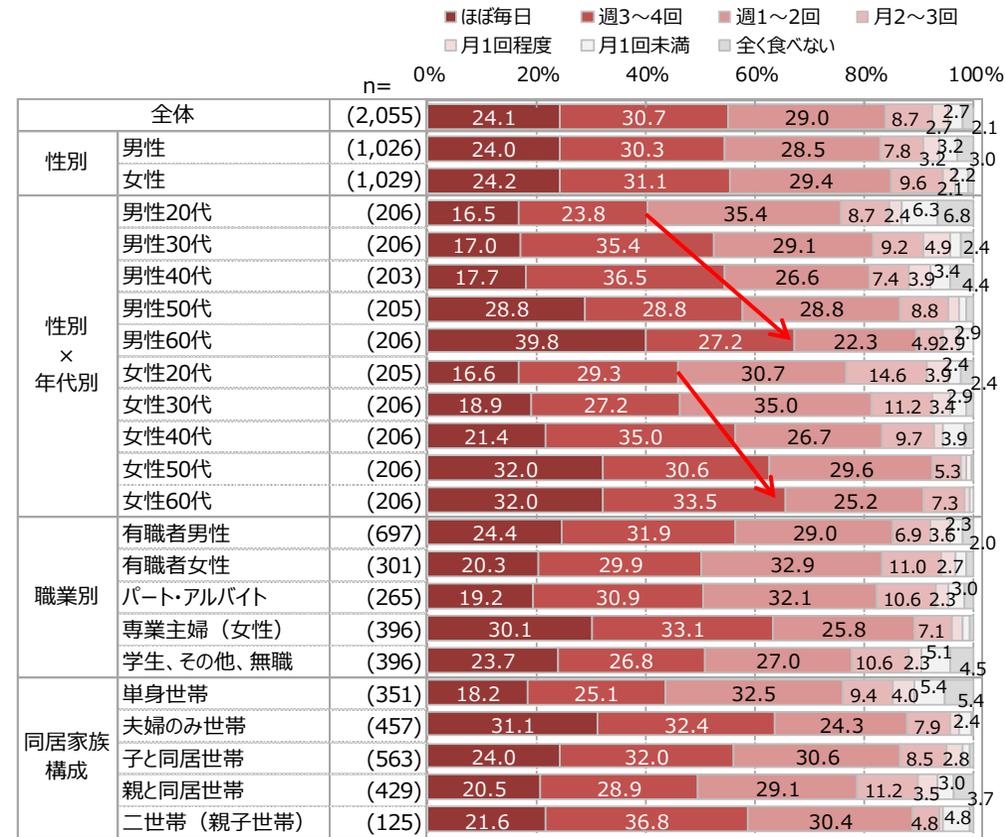
- 2016年、サラダの喫食頻度は「ほぼ毎日」食べる人が24%、「週3～4回」は31%、「週1～2回」が29%であった。8割半ばの人が週1回以上食べている。
- 「週3回以上」食べる人は、男女ともに年代が高くなるにつれ多くなる傾向が見られる。
- 時系列で見ても大きな変化はなく、サラダは食卓に定着している。

※全員ベース

## 時系列比較



※2%未満のスコア非表示



※2%未満のスコア非表示

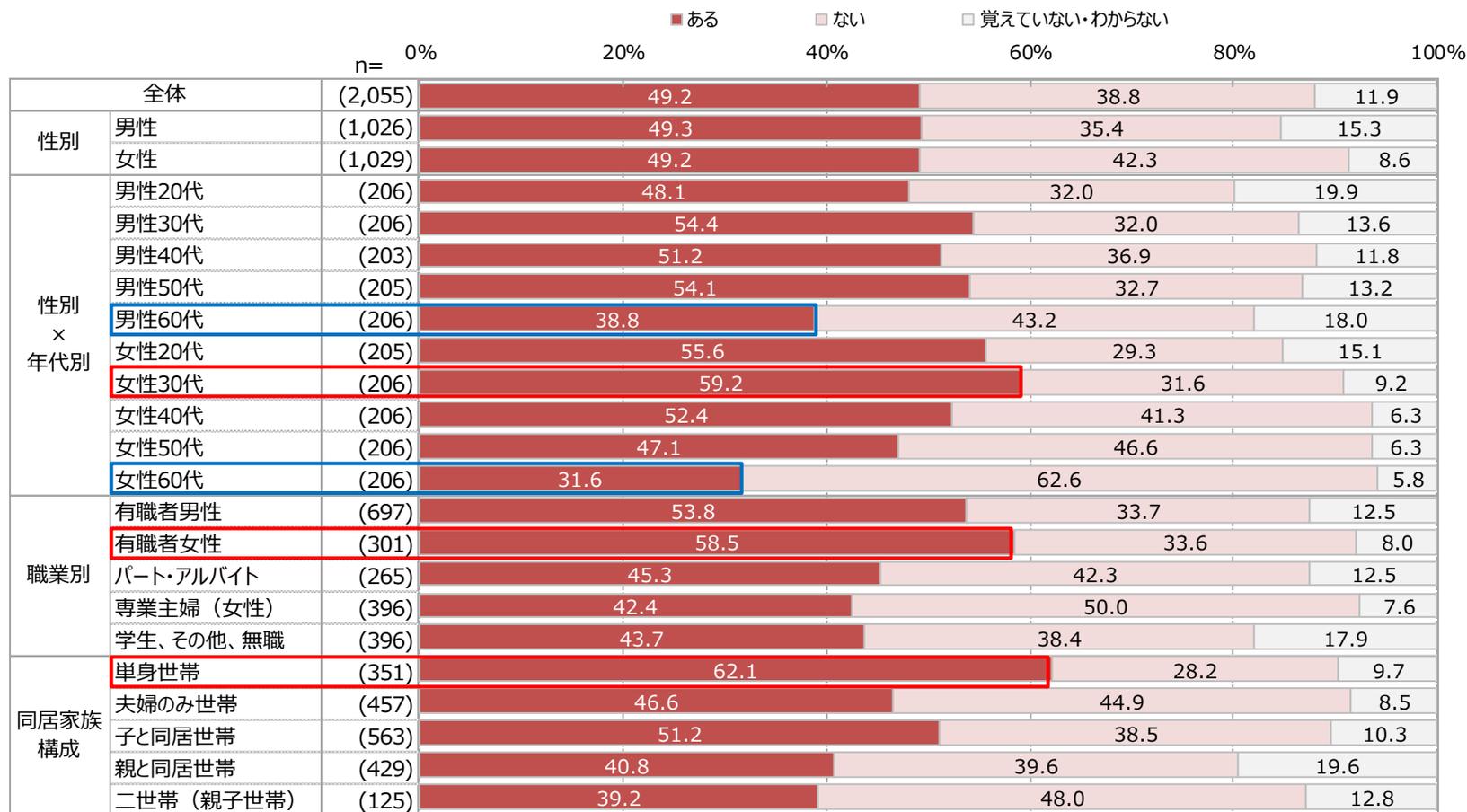
# パッケージサラダの利用経験

Q あなたは、過去1年ほどの間に、パッケージサラダを利用したことはありますか。

SA

- 2016年、パッケージサラダの1年以内利用経験は、49%。
- 男女による差は見られない。男女ともに60代で利用が極端に下がる。
- 単身世帯の利用率は6割を超え、突出して高くなっている。有職者（特に女性）、女性30代の利用経験も高い。

※全員ベース



# パッケージサラダの利用頻度

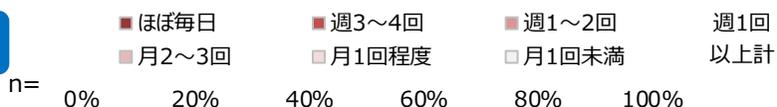
Q パッケージサラダをどのくらいの頻度で利用されますか。最も近いものを1つだけお選びください。

SA

- 2016年、パッケージサラダの利用頻度で最も多いものは「月2～3回」（27%）。また、喫食者のうち4人に1人（26%）は週1回以上食べている。
- 女性は、年代が高いほど週1回以上の利用者が減少傾向。一方、男女とも有職者の月2回以上利用者の比率は6割近くとなっている。
- 時系列でみると、週1回以上利用者割合は変わらず、月1～3回程度の利用者が、増加傾向。

※パッケージサラダ喫食者ベース

時系列比較



		n	ほぼ毎日	週3～4回	週1～2回	月2～3回	月1回程度	月1回未満
全体		(1,012)	2.9	5.5	17.8	26.8	19.5	27.6
性別	男性	(506)	3.6	5.9	18.6	29.6	18.4	23.9
	女性	(506)	2.2	5.1	17.0	23.9	20.6	31.2
性別 × 年代別	男性20代	(99)	2.0	11.1	24.2	27.3	20.2	15.2
	男性30代	(112)	5.4	5.4	18.8	32.1	17.0	21.4
	男性40代	(104)	5.8	13.5	27.9	18.3	32.7	
	男性50代	(111)	3.6	4.5	17.1	28.8	21.6	24.3
	男性60代	(80)	5.0	2.5	20.0	32.5	13.8	26.3
	女性20代	(114)	7.9	21.9	19.3	22.8	27.2	
	女性30代	(122)	3.3	4.1	18.0	22.1	19.7	32.8
	女性40代	(108)	4.6	13.9	29.6	21.3	28.7	
	女性50代	(97)	3.1	4.1	17.5	22.7	15.5	37.1
	女性60代	(65)	4.6	10.8	27.7	24.6	30.8	
職業別	有職者男性	(375)	4.3	6.9	18.1	28.5	18.1	24.0
	有職者女性	(176)	2.8	5.1	22.2	27.3	17.0	25.6
	パート・アルバイト	(120)	2.5	14.2	20.0	24.2	37.5	
	専業主婦 (女性)	(168)	7.1	13.7	23.2	22.6	32.7	
同居家族構成	学生、その他、無職	(173)	2.3	4.0	19.1	30.6	18.5	25.4
	単身世帯	(218)	3.2	8.7	17.4	26.1	20.6	23.9
	夫婦のみ世帯	(213)	2.8	5.2	16.0	27.7	18.3	30.0
	子と同居世帯	(288)	2.4	5.6	16.7	24.3	21.2	29.9
	親と同居世帯	(175)	4.0	3.4	21.1	28.0	17.1	26.3
二世帯 (親子世帯)	(49)	4.1	2.0	24.5	30.6	16.3	22.4	

※2%未満のスコア非表示

# パッケージサラダのロイヤリティ構造

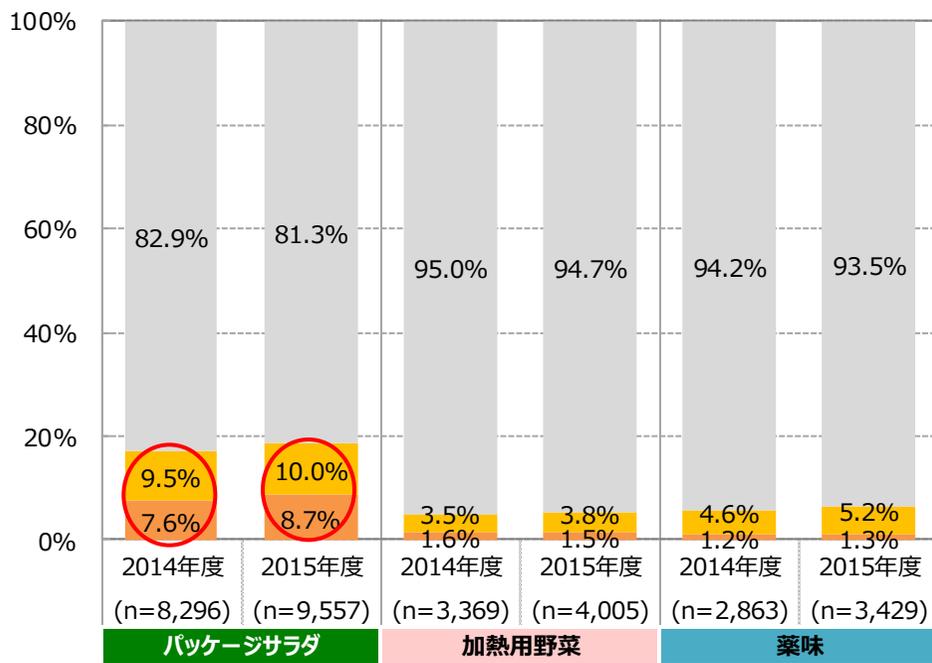
- パッケージサラダの購入者は、購入数量が多いヘビー層、ミドル層の割合が加熱用野菜、薬味より多い。
- それぞれのユーザーの購入数量の構成をみると、1割に満たないヘビー層の購入が半数近くを占めることから、パッケージサラダは一部のヘビー層の購入ウェイトが大きいといえる。

データ出典	QPR
品目名	カット野菜（パッケージサラダ/加熱用野菜/薬味）
対象期間 1	2014年度（2014/4/1～2015/3/31）
有効数 (n)	25,624
対象期間 2	2015年度（2015/4/1～2016/3/31）
有効数 (n)	26,696

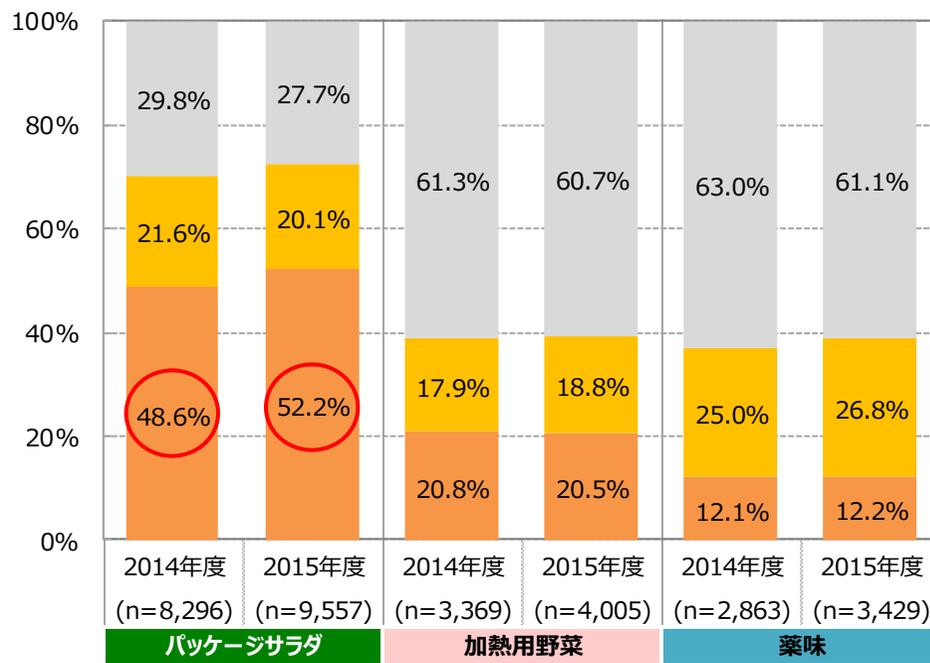
## ◆量層定義（期間中購入数量）

H（ヘビー層）	48個以上	…月平均4個以上
M（ミドル層）	24個以上	…月平均2個以上
L（ライト層）	それ以下	

### ヘビー/ミドル/ライト別 人数構成比



### ヘビー/ミドル/ライト別 購入数量構成比



## 消費者購買履歴データQPR とは・・・

30,000人が毎日記録する膨大なお買い物履歴をベースとした、購買者・購買行動・市場動向をトラッキングするデータサービスです。

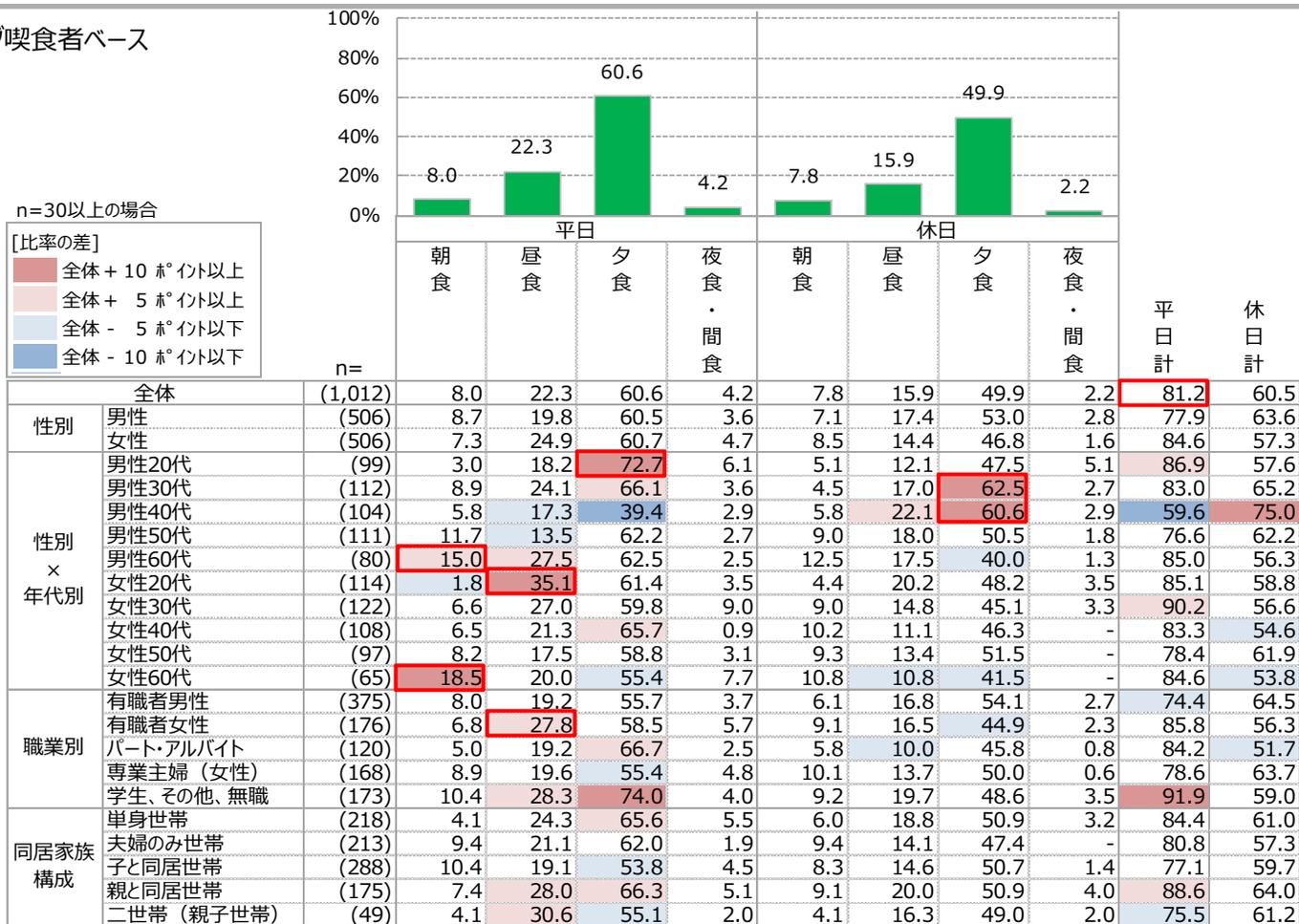
# パッケージサラダの喫食機会

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。

MA

- 2016年、パッケージサラダの喫食機会は、「平日の夕食」が6割と最も多く、次いで「休日の夕食」が5割。
- サラダの喫食機会と同様に、休日より平日の喫食割合が高い。
- 男女ともに60代は、朝食のタイミングにパッケージサラダを食べる人が多い。
- 男性20代は平日の夕食、男性30代・40代は休日の夕食、女性20代および有職者は平日の昼食の喫食機会が比較的多い。

※パッケージサラダ喫食者ベース



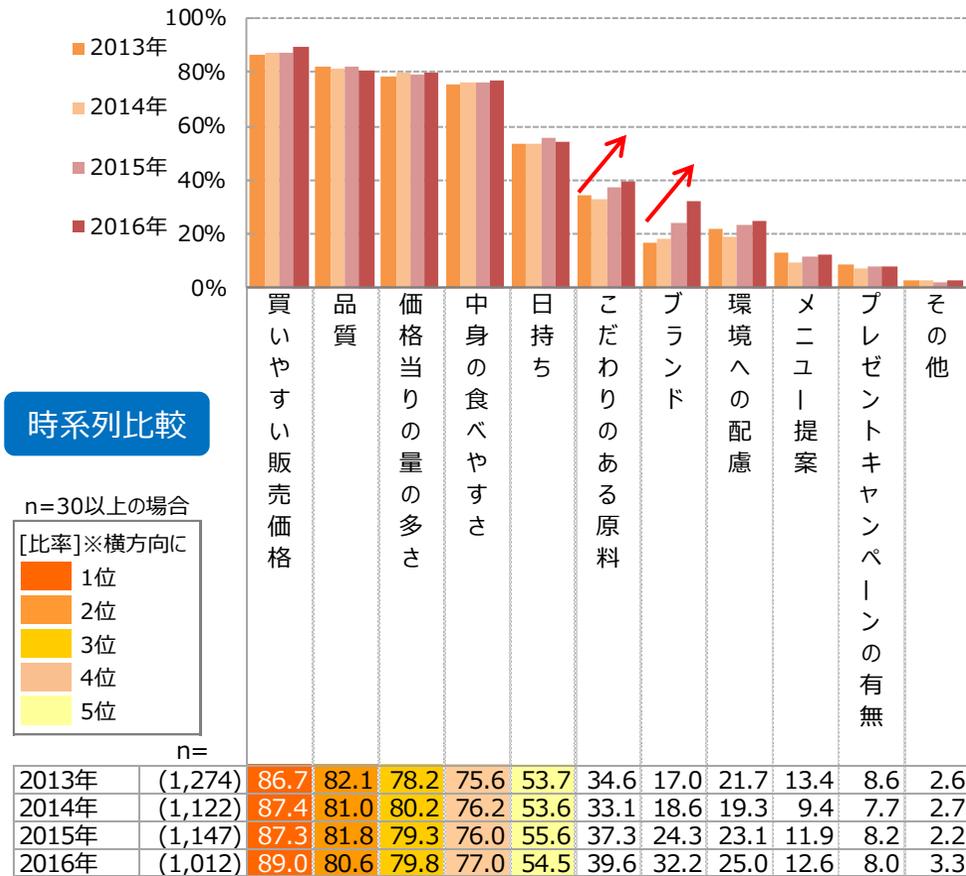
# パッケージサラダの選択重視点

Q あなたは、パッケージサラダを選ぶとき、以下の点をどの程度重視しますか。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。

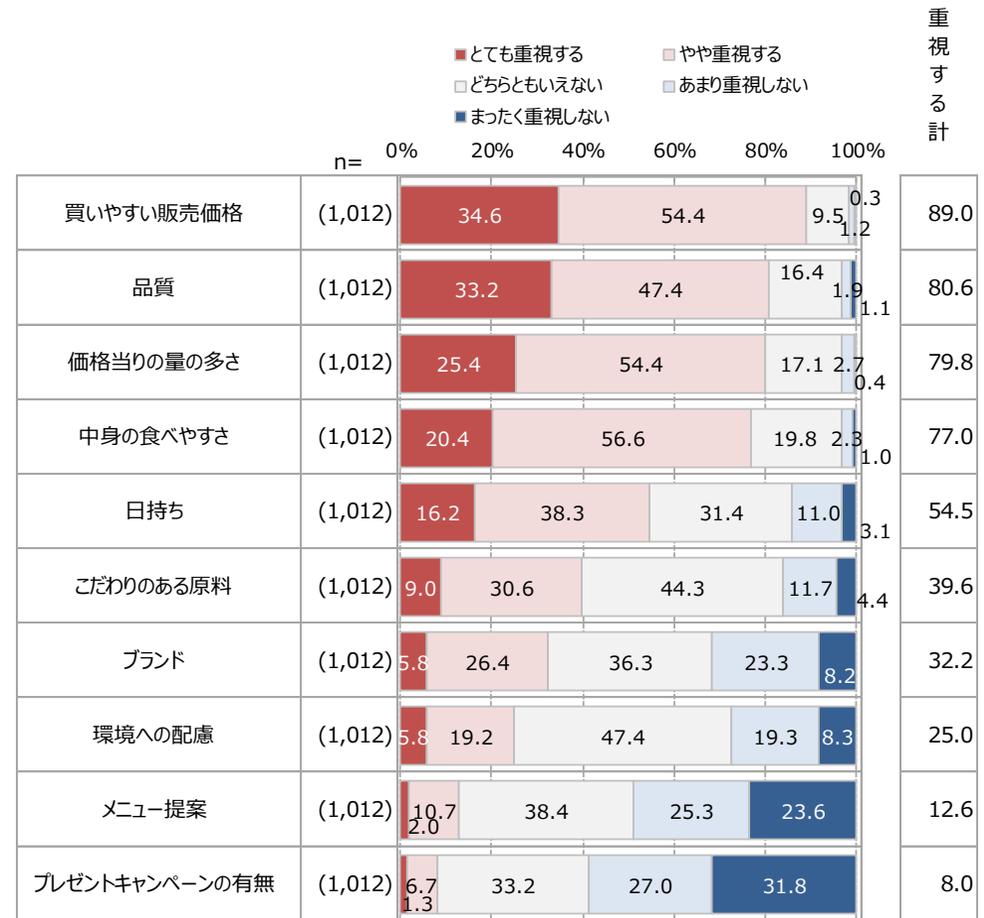
SA

- 2016年、パッケージサラダの選択重視点（重視する計）は、「買いやすい販売価格」（89%）、「品質」（81%）、「価格当りの量の多さ」（80%）、「中身の食べやすさ」（77%）と続く。
- 時系列で見ると「こだわりのある原料」「ブランド」が上昇傾向。上位項目に変動は見られない。

※パッケージサラダ喫食者ベース



※「2016年」スコアで降順ソート



※「重視する計」スコアで降順ソート

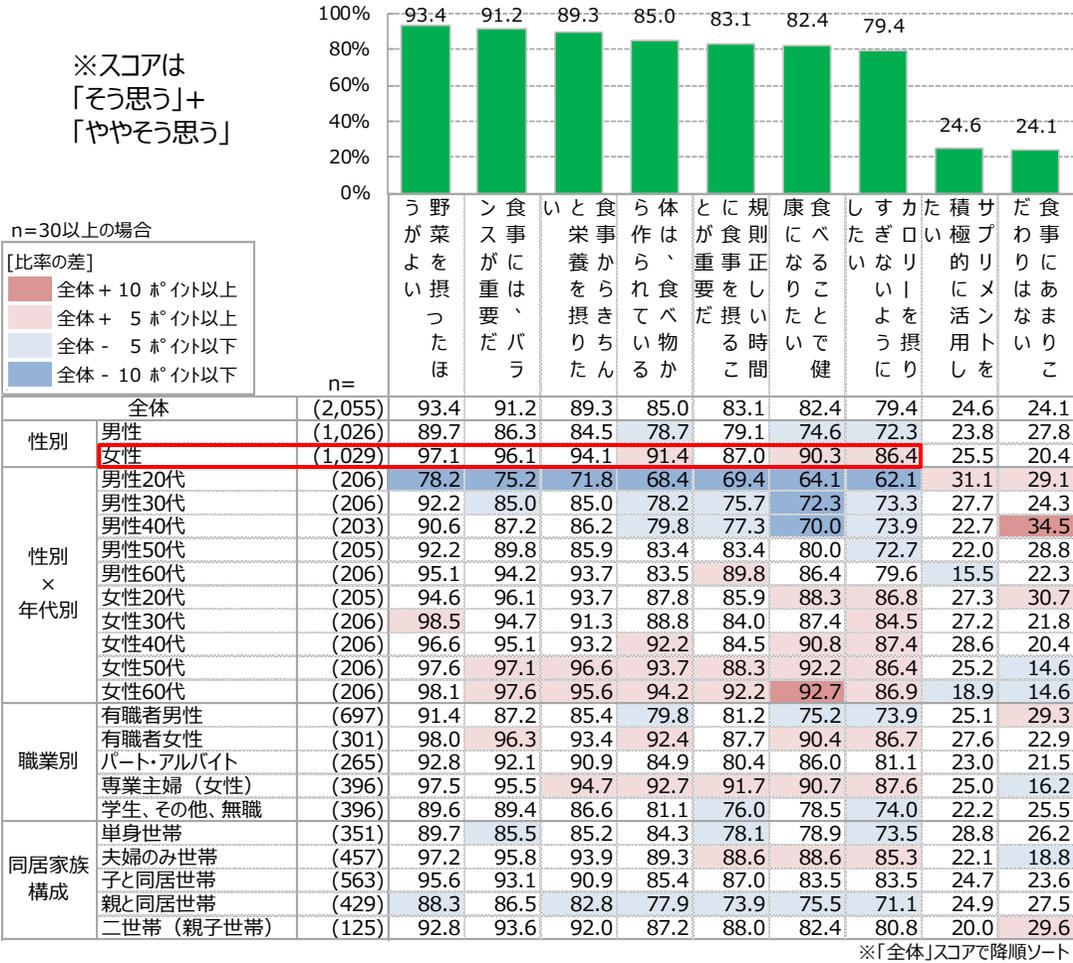
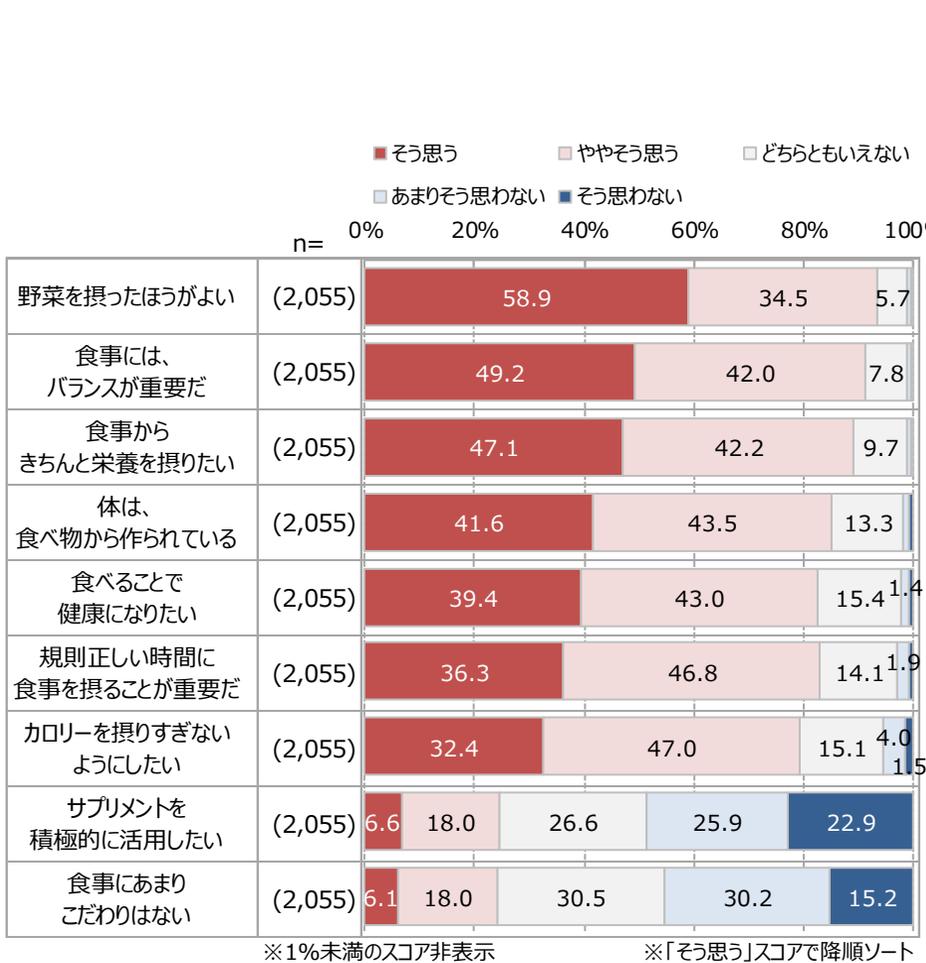
# 食生活における健康意識

Q 「食生活」に関する以下の項目について、あなたはどのようにお考えですか。各項目ごとにあてはまるものをひとつずつお選びください。

SA

■ 「野菜を摂ったほうがよい」という意識は男性より女性において強く、食事の重要性は概ね女性の方が強く感じている傾向。

※全員ベース



# 食品の摂取不足意識

Q あなたご自身は、現在の食生活で、上記の食品を十分に摂れていると思われますか。各項目ごとにあてはまるものをひとつずつお選びください。

SA

- 「野菜」不足を感じているのは、女性より男性に多い。また、男女とも年代が若いほど不足意識が高くなる。
- 同居家族構成では単身世帯の「野菜」不足意識が高いが、単身世帯では他食品においても不足意識が強みられる。

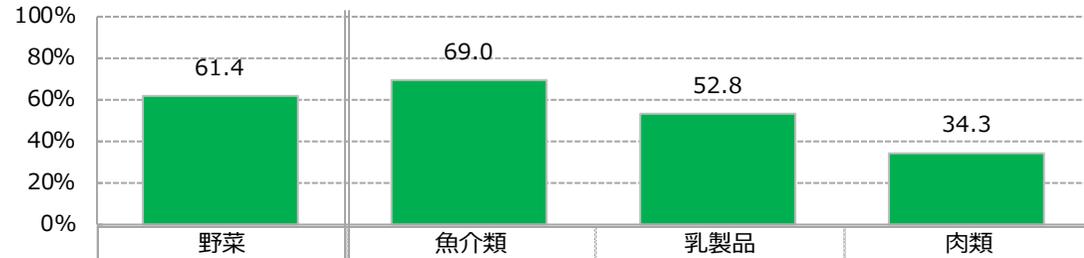
※全員ベース

※スコアは不足計  
「やや不足している」+  
「とても不足している」

n=30以上の場合

[比率の差]

全体 + 10 ポイント以上
全体 + 5 ポイント以上
全体 - 5 ポイント以下
全体 - 10 ポイント以下



		n=	野菜	魚介類	乳製品	肉類
全体		(2,055)	61.4	69.0	52.8	34.3
性別	男性	(1,026)	63.1	64.3	57.1	33.7
	女性	(1,029)	59.7	73.6	48.6	34.8
性別 × 年代別	男性20代	(206)	71.8	70.4	55.8	29.1
	男性30代	(206)	69.4	72.3	57.8	29.6
	男性40代	(203)	66.0	68.0	67.0	36.9
	男性50代	(205)	60.0	64.4	56.6	36.1
	男性60代	(206)	48.1	46.6	48.5	36.9
	女性20代	(205)	70.7	74.6	58.5	32.7
	女性30代	(206)	63.6	80.6	53.9	34.5
	女性40代	(206)	61.2	80.6	48.5	31.6
	女性50代	(206)	56.3	71.4	39.8	35.0
	女性60代	(206)	46.6	60.7	42.2	40.3
職業別	有職者男性	(697)	64.4	65.1	57.2	31.9
	有職者女性	(301)	63.8	75.7	54.5	37.2
	パート・アルバイト	(265)	63.4	72.8	50.2	35.1
	専業主婦（女性）	(396)	52.8	72.2	44.4	29.8
	学生、その他、無職	(396)	61.4	64.6	54.0	40.2
同居家族 構成	単身世帯	(351)	73.5	79.5	59.0	44.7
	夫婦のみ世帯	(457)	49.0	61.7	47.0	33.5
	子と同居世帯	(563)	61.1	73.4	51.5	28.8
	親と同居世帯	(429)	67.8	66.9	58.0	35.9
	二世帯（親子世帯）	(125)	53.6	58.4	48.0	29.6

※「野菜」以外「全体」スコアで降順ソート

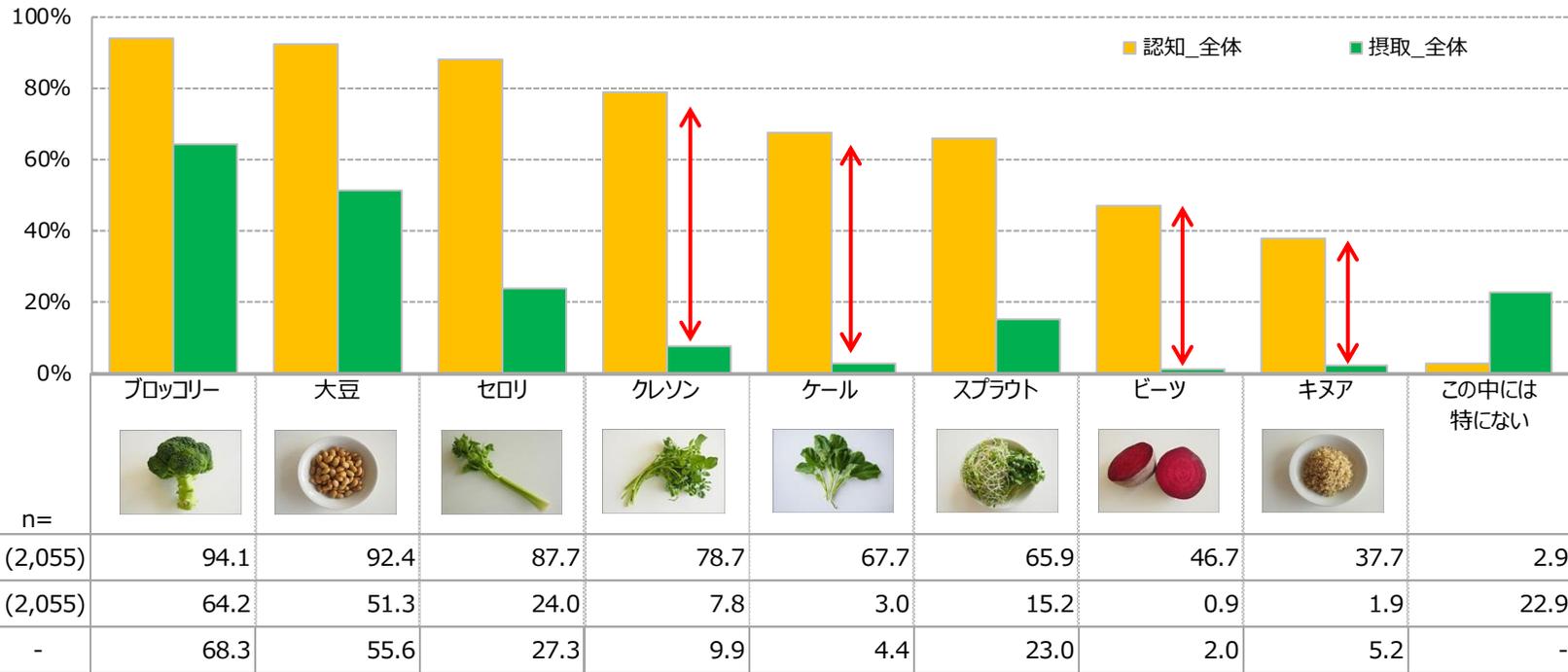
# 高栄養価野菜の認知・摂取状況

Q 下記の野菜について、以下の項目にあてはまるものをすべてお選びください。  
 [※提示画像P36]

MA

- 高栄養価野菜の認知・摂取状況をみると、「ブロッコリー」「大豆」は、認知率・摂取率ともに高い。
- 一方、「クレソン」「ケール」「ビーツ」「キヌア」は、認知率と摂取率に大きな差が見られる。

※全員ベース



n=		ブロッコリー	大豆	セロリ	クレソン	ケール	スプラウト	ビーツ	キヌア	この中には特にない
認知_全体	(2,055)	94.1	92.4	87.7	78.7	67.7	65.9	46.7	37.7	2.9
摂取_全体	(2,055)	64.2	51.3	24.0	7.8	3.0	15.2	0.9	1.9	22.9
摂取/認知 (%)	-	68.3	55.6	27.3	9.9	4.4	23.0	2.0	5.2	-

※「認知\_全体」スコアで降順ソート

# 高栄養価野菜が入っているサラダの購入意向

Q あなたは、以下の野菜が入っているパッケージサラダがあったら、購入したいと思いますか。

[※提示画像P36]

MA

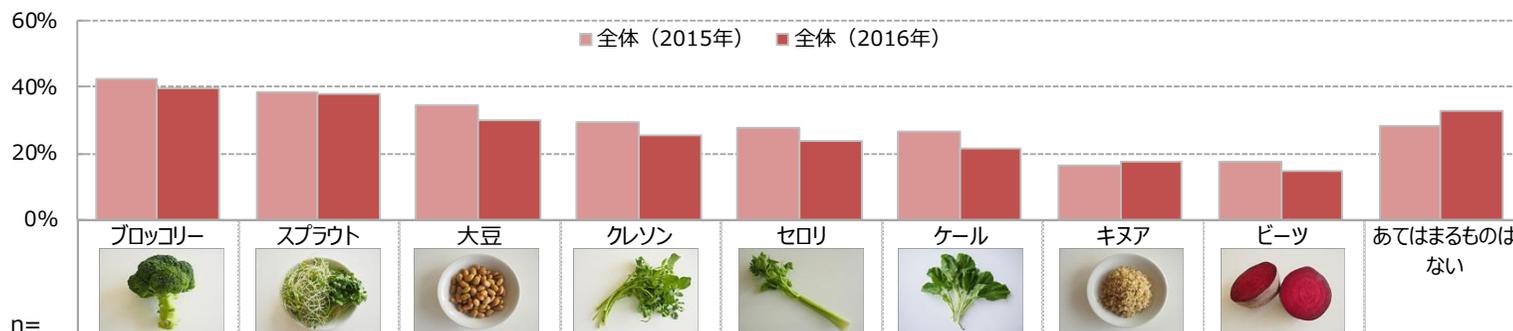
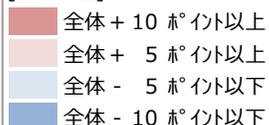
- 購入意向が最も高かったのは「ブロッコリー」(40%)が入っているサラダ。次いで「スプラウト」(38%)、「大豆」(30%)、「クレソン」(26%)と続く。
- 女性は「スプラウト」や「キヌア」入りパッケージサラダの購入意向が男性と比べて高めとなっている。

※全員ベース

時系列比較

n=30以上の場合

[比率の差]



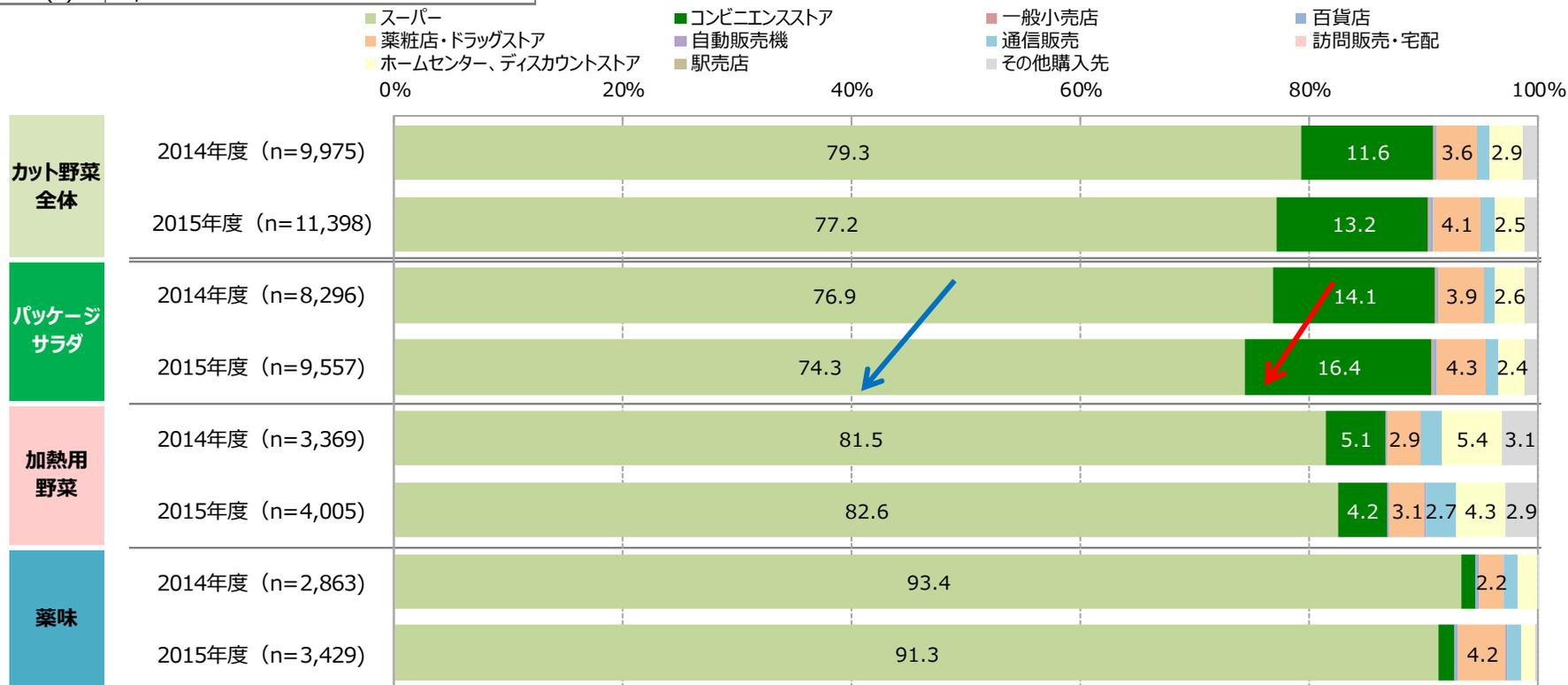
		n=	ブロッコリー	スプラウト	大豆	クレソン	セロリ	ケール	キヌア	ビーツ	あてはまるものはない
全体 (2015年)		(2,055)	42.3	38.5	34.7	29.5	27.5	26.5	16.4	17.2	28.0
全体 (2016年)		(2,055)	39.6	38.0	30.0	25.7	23.9	21.5	17.2	14.7	32.7
性別	男性	(1,026)	36.7	31.8	29.1	23.6	24.1	20.4	10.0	10.9	36.1
	女性	(1,029)	42.5	44.1	30.9	27.8	23.8	22.5	24.3	18.5	29.3
性別 × 年代別	男性20代	(206)	31.6	25.2	26.2	19.9	15.0	18.4	11.7	9.2	40.8
	男性30代	(206)	35.9	32.0	32.5	25.2	18.9	23.3	17.5	16.5	35.4
	男性40代	(203)	34.0	31.0	30.5	18.7	19.2	11.3	6.9	10.3	38.9
	男性50代	(205)	41.0	35.1	26.3	25.9	31.2	24.4	7.3	10.7	29.3
	男性60代	(206)	41.3	35.4	30.1	28.2	35.9	24.3	6.8	7.8	35.9
	女性20代	(205)	46.8	34.1	31.7	23.4	17.6	18.0	24.4	18.5	22.4
	女性30代	(206)	45.6	49.5	39.3	25.7	27.7	27.2	31.6	20.4	20.9
	女性40代	(206)	39.3	46.6	27.7	30.1	20.4	25.2	23.8	17.5	29.6
	女性50代	(206)	40.3	51.5	28.6	28.2	24.8	22.8	26.2	21.8	31.6
	女性60代	(206)	40.3	38.8	27.2	31.6	28.6	19.4	15.5	14.1	42.2
職業別	有職者男性	(697)	36.9	33.7	30.1	24.5	26.3	21.1	10.0	10.9	32.6
	有職者女性	(301)	43.9	43.9	31.9	27.2	26.2	21.9	25.6	22.9	27.6
	パート・アルバイト	(265)	40.8	42.6	27.5	30.6	18.9	25.7	17.7	15.8	29.4
	専業主婦 (女性)	(396)	42.2	42.7	30.8	26.3	24.5	21.7	26.8	16.4	33.8
	学生、その他、無職	(396)	37.9	33.1	29.3	22.7	21.0	18.7	13.4	12.6	37.9
同居家族構成	単身世帯	(351)	42.5	35.9	29.3	25.1	22.5	23.9	15.7	13.1	32.2
	夫婦のみ世帯	(457)	42.0	40.0	31.3	31.3	32.2	22.1	17.9	14.2	29.5
	子と同居世帯	(563)	37.3	41.4	32.3	24.5	22.2	21.7	20.4	15.6	31.8
	親と同居世帯	(429)	36.1	30.3	26.3	19.8	18.4	15.6	14.5	14.0	37.3
	二世帯 (親子世帯)	(125)	40.8	37.6	25.6	21.6	24.8	24.8	13.6	11.2	35.2

※「全体 (2016年)」スコアで降順ソート

# パッケージサラダの購買チャネル分析

- カット野菜全体、またパッケージサラダの購買チャネルは「スーパー」の構成比が高い。
- ただし、「スーパー」は減少傾向にあり、「コンビニエンスストア」の割合が上昇。

データ出典	QPR
集計ベース	購入数量
品目名	カット野菜（パッケージサラダ/加熱用野菜/薬味）
対象期間 1	2014年度（2014/4/1～2015/3/31）
有効数 (n)	25,624
対象期間 2	2015年度（2015/4/1～2016/3/31）
有効数 (n)	26,696



※構成比2.0%未満のスコアレベルは非表示

## 消費者購買履歴データQPR とは・・・

30,000人が毎日記録する膨大なお買い物履歴をベースとした、購買者・購買行動・市場動向をトラッキングするデータサービスです。



# APPENDIX

1. パッケージサラダ



2. 出来合いのサラダ (コンビニサラダなど)



3. 惣菜 (野菜の煮物など)



4. 冷凍野菜



5. 野菜ジュース



6. 野菜の缶詰/ビン詰



7. 野菜チップス (乾物/干し物)



8. 漬物



9. サプリメント (P.15)



10. 生野菜 (P.9)



1. ケール



2. キヌア



3. スプラウト



4. クレソン



5. ビーツ



6. ブロccoli



7. 大豆



8. セロリ



