

サラダ白書 2017

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 野菜や料理に対する意識	…	6
第2章 家で作って食べるサラダ	…	10
第3章 サラダ・パッケージサラダについて	…	20

サラダ白書とはー

サラダの食文化を把握するために行っている年次調査です。野菜の日（8月31日）にあわせて調査結果を発表しています。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
- 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
- 第8回（2017年） 野菜や料理に対する意識、家で作って食べるサラダ

※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 サラダ白書はサラダの食文化を把握するために行っている年次調査です。野菜の日（8月31日）にあわせて調査結果を発表しています。今回の調査では、野菜や料理に対する意識と、家で作って食べるサラダの実態を調べました。

実施期間 2017年2月28日（火）～3月2日（木）

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2,057名

内容

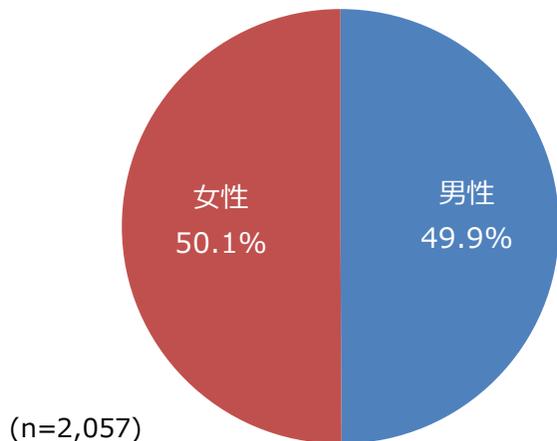
1. 野菜や料理に対する意識
2. 家で作って食べるサラダ
3. サラダ・パッケージサラダについて

調査機関 株式会社マクロミル

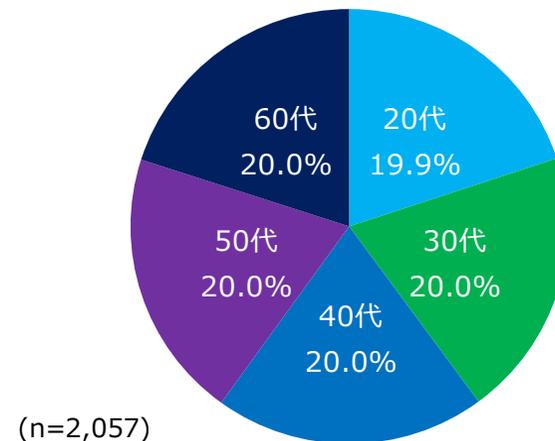
なお、本文中で提示しているグラフについて、対応する質問文を掲載しています。回答の形式により、あてはまるものをひとつだけ選んでいただく（シングルアンサー）質問には「SA」、当てはまるものを複数選んでいただく（マルチアンサー）質問には「MA」を質問文の末尾に付記しています。

対象者属性

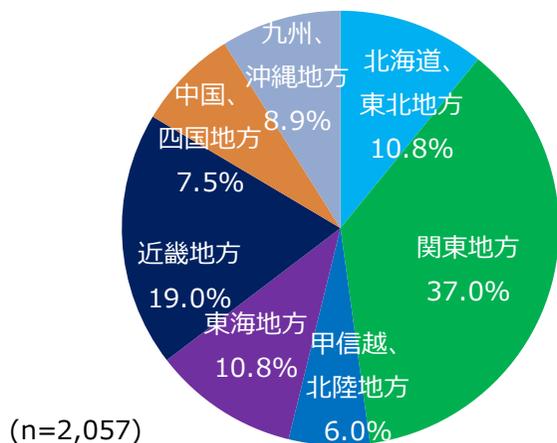
性別



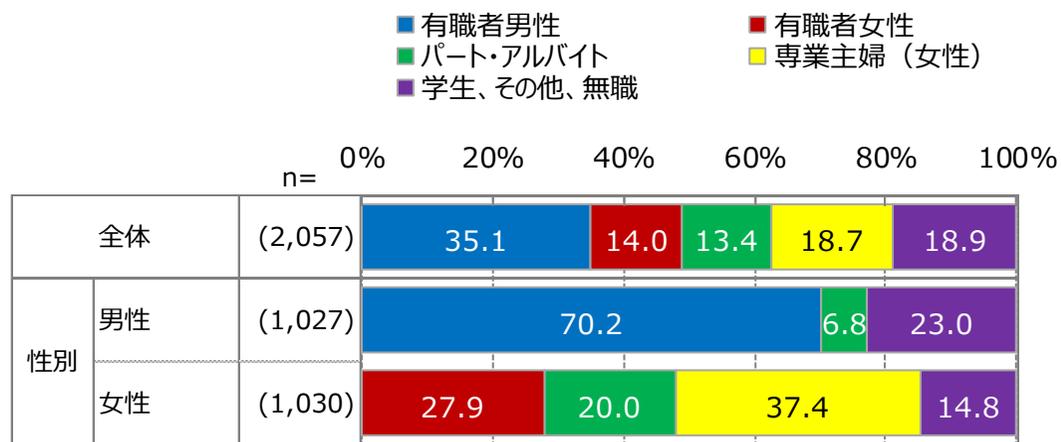
年齢



居住地域



職業



第1章 野菜や料理に対する意識

- 7割強が野菜不足を実感。
- 若年層ほど野菜不足を意識しており、野菜不足解消のためにパッケージサラダを利用したいと考える率も高い。
- 自宅で食べる野菜がメインの料理は、「サラダ／生野菜」がトップ。

第2章 家で作って食べるサラダ

- 家で食べるサラダのお悩みは、「レシピがマンネリ」であること。
- 「量をたくさん」「品目を多く」摂れるよう心掛けている一方、それが出来ないことを悩みと考える人も比較的多い。
- 単身世帯は「買った野菜を使い切れない」ことが大きな悩みとなっている。
- 普段家で食べているサラダと今後食べたいと思うサラダの上位食材は、ほぼ共通であったが、アクセント（きのこ類など）やトッピング（蒸し鶏・サラダチキン、フライドオニオンなど）は、“今後食べたい”と思う比率が高く、マンネリ回避のための潜在ニーズが高いアイテムであると考えられる。

第3章 サラダ・パッケージサラダについて

- パッケージサラダの利用意向率は46%で、前回より5ポイント増加。
- パッケージサラダ利用意向者は、利便性やコストパフォーマンスの良さなどにメリットを感じている人が多い。一方、利用意向がない層は安全性や産地などへの不安があり、これらを払拭するための情報発信が求められる。
- パッケージサラダの「水洗い不要」などといった認識には増加傾向が見られる。
- キヌアの認知率は年々増加しており、今回の調査では4割超えとなった。



第1章 野菜や料理に対する意識

【この章のポイント】

「全体の7割強が野菜不足を感じており、年代が若いほどその意識は強い。」

- 野菜不足の理由は、「意識して摂ってはいるが、充分ではないと思うから」「野菜の価格が高いから」が上位項目。
- 野菜不足解消に利用したい商品の上位は、「野菜ジュース」「パッケージサラダ」。
- 男女ともに若年層ほど野菜不足解消に利用したい商品として「パッケージサラダ」の利用意向が高く、20代～30代では5割超え。
- 自宅で食べる野菜がメインの料理は、「サラダ／生野菜」が70%でトップ。

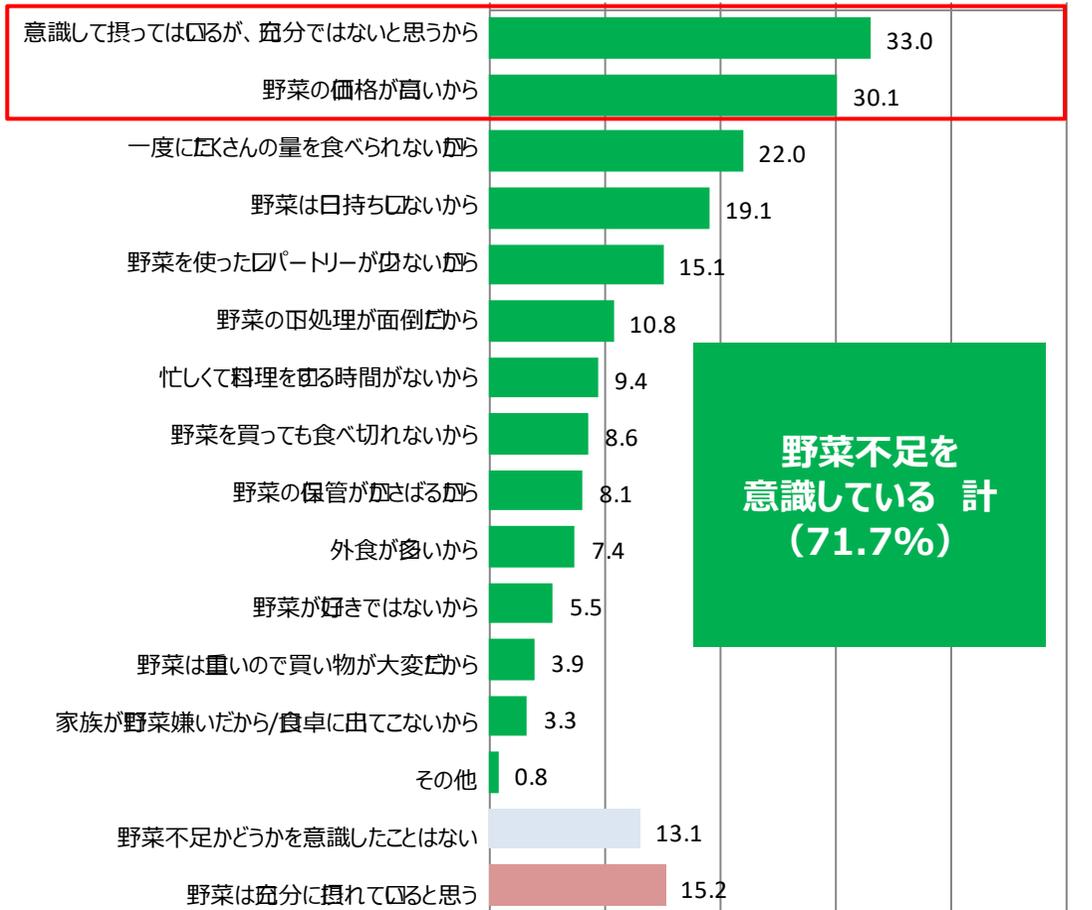
野菜不足意識

Q あなたご自身は現在の食生活で、野菜不足を意識することはありますか。野菜不足と思われる場合はその理由について、あてはまるものを全てお選びください。

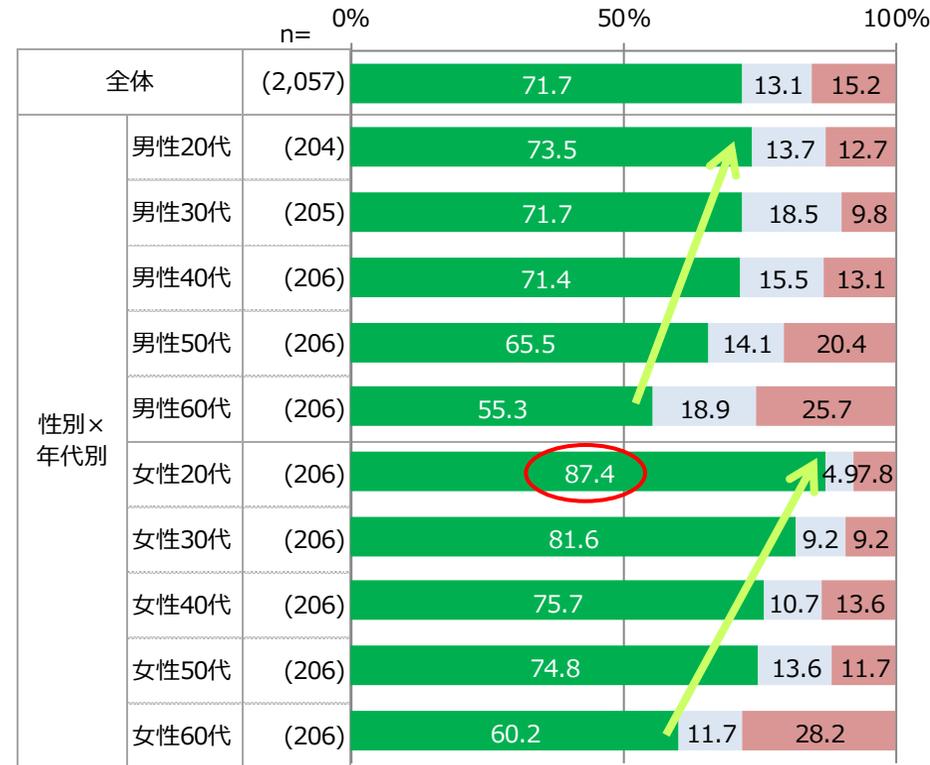
MA

- 野菜不足を意識している割合は、全体の72%を占める。（全体-意識したことはない（13%）-十分に摂れている（15%））
- 具体的な理由として、「意識して摂ってはいるが、充分ではないと思うから」「野菜の価格が高いから」が3割超えで上位に挙がる。
- 男女ともに、年代が若いほど野菜不足の意識が強く、特に女性20代は9割近くが野菜不足と感じている。

※全体ベース（n=2,057）



- 野菜不足を意識している
- 野菜不足かどうかを意識したことはない
- 野菜は十分に摂れていると思う



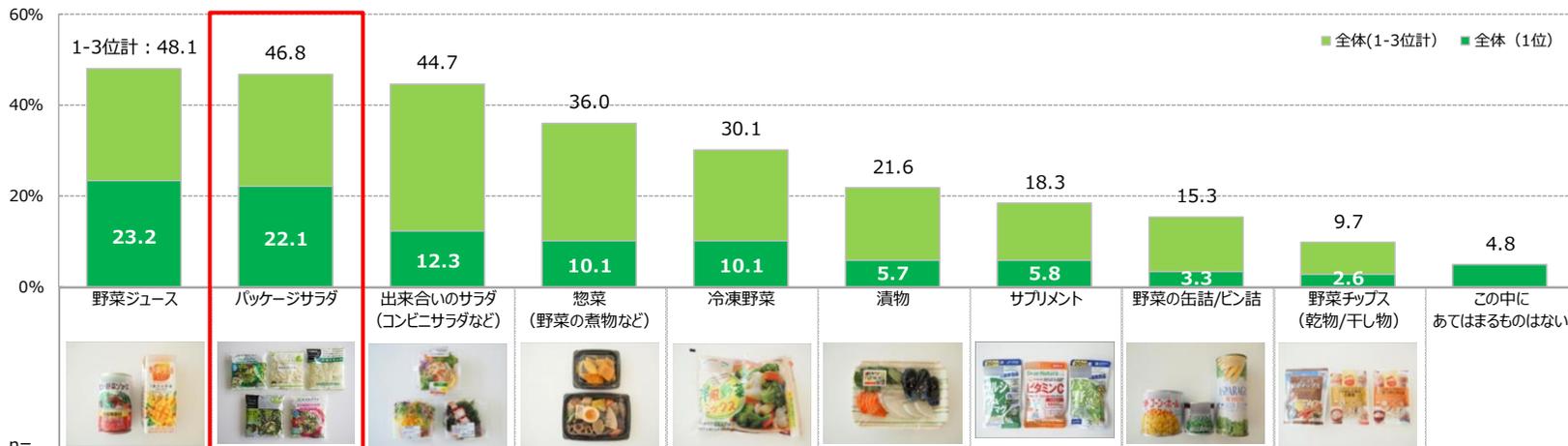
野菜不足解消に利用したい商品

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。

MA

- 野菜不足解消に利用したい商品を3位まで選んでもらった結果、1～3位の合計、1位ともに「パッケージサラダ」は「野菜ジュース」と同水準で上位。
- 1～3位の合計で見ると、男女ともに年代が若くなるほど「パッケージサラダ」の利用意向が高まっており、20代～30代では5割を超える。
- 夫婦のみ世帯（20-50代）は、全商品中「パッケージサラダ」を挙げる割合が最も高い。

※全体ベース



n=30以上の場合
[比率の差]
■ 全体 + 10%以上
■ 全体 + 5%以上
■ 全体 - 5%以上
■ 全体 - 10%以上

n=		野菜ジュース	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)	惣菜 (野菜の煮物など)	冷凍野菜	漬物	サプリメント	野菜の缶詰/ビン詰	野菜チップス (乾物/干し物)	この中にあてはまるものはない
全体 (1位)		(2,057) 23.2	(2,057) 22.1	12.3	10.1	10.1	5.7	5.8	3.3	2.6	4.8
全体 (1-3位計)		(2,057) 48.1	(2,057) 46.8	44.7	36.0	30.1	21.6	18.3	15.3	9.7	4.8
性別×年代別	男性20代	(204) 50.5	(204) 52.5	49.0	31.9	20.6	20.6	22.1	13.7	9.3	3.9
	男性30代	(205) 50.7	(205) 52.7	57.6	34.6	20.0	19.5	18.0	10.2	9.8	3.4
	男性40代	(206) 48.1	(206) 47.1	54.9	37.4	21.8	18.0	24.3	13.6	7.8	4.4
	男性50代	(206) 45.1	(206) 44.7	43.2	43.2	29.6	26.7	19.9	12.6	5.8	4.9
	男性60代	(206) 43.7	(206) 43.2	39.3	47.1	26.7	38.8	13.1	8.7	9.7	5.8
	女性20代	(206) 52.9	(206) 50.5	57.3	37.4	26.7	15.0	19.4	12.6	10.7	2.4
女性30代	(206) 47.1	(206) 51.0	42.2	32.5	35.0	13.1	20.4	14.6	13.6	4.9	
女性40代	(206) 47.1	(206) 44.7	35.4	32.0	45.1	19.4	17.0	21.8	12.1	2.4	
女性50代	(206) 48.1	(206) 44.7	37.4	29.6	41.7	20.4	16.5	20.4	11.2	4.9	
女性60代	(206) 47.6	(206) 36.9	30.6	34.0	34.0	24.8	12.1	24.8	7.3	11.2	
同居家族構成	単身世帯	(377) 51.2	(377) 48.0	48.8	43.5	29.7	15.9	21.5	12.2	8.8	2.9
	夫婦のみ世帯 (20-50代)	(280) 43.2	(280) 52.9	42.5	31.1	34.6	17.9	20.4	14.3	8.9	5.0
	夫婦のみ世帯 (60代)	(191) 44.5	(191) 38.7	34.6	38.2	32.5	28.3	12.0	19.4	7.9	9.9
	子と同居世帯	(622) 48.7	(622) 46.9	40.8	31.5	36.3	22.3	17.2	19.1	9.0	4.7
	親と同居世帯	(441) 48.8	(441) 45.4	53.5	35.8	18.1	25.4	20.2	11.6	12.5	3.9
二世帯 (親子世帯)	(107) 51.4	(107) 46.7	43.0	39.3	26.2	19.6	14.0	13.1	12.1	7.5	

※「全体(1-3位計)」スコアで降順ソート

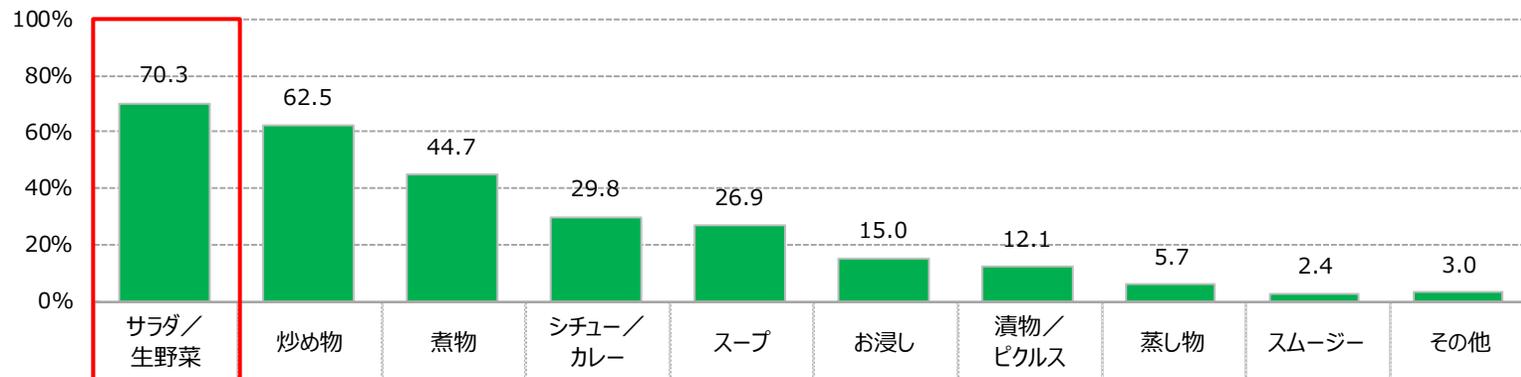
食べる機会が多い野菜料理

Q 野菜をメインに使った料理について、あなたご自宅食べる機会が多い順に3つまでお選びください。

MA

- 自宅で食べる野菜がメインの料理は、「サラダ／生野菜」(70%) がトップ。次いで「炒め物」(63%)、「煮物」(45%) と続く。
- 「サラダ／生野菜」は、男性20代や単身世帯で食べる機会が少ない一方、男性60代は多め。

※全体ベース



n=30以上の場合

[比率の差]	
全体 + 10 ポイント以上	赤
全体 + 5 ポイント以上	桃
全体 - 5 ポイント以下	青
全体 - 10 ポイント以下	紺

		n=	70.3	62.5	44.7	29.8	26.9	15.0	12.1	5.7	2.4	3.0
全体		(2,057)	70.3	62.5	44.7	29.8	26.9	15.0	12.1	5.7	2.4	3.0
性別× 年代別	男性20代	(204)	62.7	60.3	28.9	38.7	34.3	5.4	9.3	5.4	4.9	1.5
	男性30代	(205)	70.2	63.9	35.1	40.0	27.3	11.2	6.3	4.9	1.0	1.5
	男性40代	(206)	74.8	59.2	32.5	34.5	20.4	11.7	17.5	3.9	1.9	4.9
	男性50代	(206)	72.8	64.6	42.7	31.1	17.5	14.6	12.1	4.9	1.5	3.9
	男性60代	(206)	80.1	54.9	51.0	25.2	12.1	22.3	18.9	7.3	1.5	1.9
	女性20代	(206)	68.9	63.1	34.5	30.1	41.3	13.6	10.2	3.9	5.3	2.9
	女性30代	(206)	66.0	66.0	44.2	30.6	44.7	12.1	10.7	5.3	2.9	3.9
	女性40代	(206)	73.3	68.0	48.1	29.1	32.5	15.0	7.8	5.3	-	4.4
	女性50代	(206)	68.0	63.1	56.8	21.8	23.8	18.0	12.6	7.3	2.9	3.4
	女性60代	(206)	66.0	61.7	73.3	17.5	15.0	26.2	15.0	8.7	2.4	1.5
同居家族 構成	単身世帯	(377)	61.3	57.0	35.3	33.4	30.5	9.8	8.8	7.4	3.2	5.6
	夫婦のみ世帯 (20-50代)	(280)	73.9	65.7	42.9	27.5	28.9	15.4	11.4	5.4	3.6	2.9
	夫婦のみ世帯 (60代)	(191)	72.8	59.7	63.9	22.5	13.1	24.1	14.1	7.9	2.1	2.6
	子と同居世帯	(622)	72.5	64.1	47.3	30.1	30.2	14.0	10.6	4.7	1.8	1.9
	親と同居世帯	(441)	72.1	64.6	41.7	32.2	24.5	14.5	14.5	4.3	2.5	2.5
	二世帯 (親子世帯)	(107)	73.8	62.6	45.8	25.2	22.4	21.5	16.8	6.5	1.9	3.7

※「全体」スコアで降順ソート



第2章 家で作って食べるサラダ

【この章のポイント】

「家で食べるサラダは、レシピがマンネリ。単身世帯は野菜を使い切れないことが大きな悩み。」

- サラダを作るときに心掛けていることは、「新鮮な野菜を使う」こと。次いで「彩りを良くする」「量をたくさん食べられるようにする」が続く。女性20代～30代は「調理に時間をかけない」意識が強い。
- 家で食べるサラダに関する悩みは、「レシピがマンネリ」がトップ。次いで「量を食べられない」「買った野菜を使い切れない」「使える食材の品目が少ない」「下処理が面倒」が続く。
- 普段家で“食べているサラダ”と今後“食べたいと思うサラダ”の上位の食材は、ほぼ共通。
- “食べているサラダ”に比べて、“食べたいと思うサラダ”として挙げる人が特に多かった食材は、ベースとして「アボカド」「アスパラ」、アクセントとして「きのこ類」、トッピングとしては「蒸し鶏・サラダチキン」「フライドオニオン」「クルトン」など多岐にわたり、調味料としては「イタリアンドレッシング」「サウザンアイランドドレッシング」。
- アクセントやトッピングは、“今後食べたい”の選択率が高く、マンネリ回避への訴求に繋がりそうである。

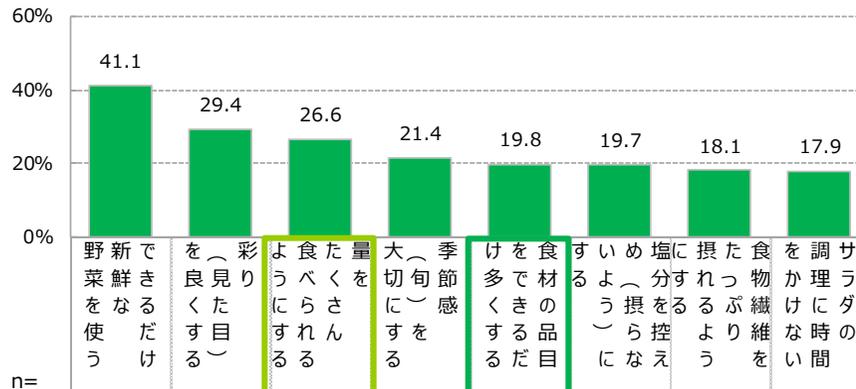
サラダを作るときに心掛けていること／サラダに関するお悩み

Q あなたがご自分でサラダを作るときに心掛けていることをお選びください。
 Q 家で食べるサラダに関するお悩みや不満として、以下の中からあてはまるものを全てお選びください。

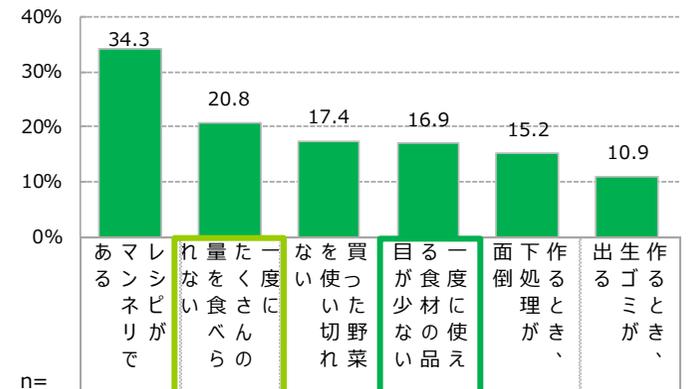
MA

- 女性は年代が高くなるほど「新鮮さ」「彩り」「季節感」「多品目」「減塩」を心掛けているのに対し、20代～30代では「時短」意識が強い。
- サラダに関する悩みは、「レシピがマンネリ」が34%で突出。単身世帯では「買った野菜を使い切れない」ことが、最も大きな悩み。
- 「量をたくさん」「品目を多く」摂れるよう心掛けている一方、それが出来ないことを悩みと考える人も比較的多い。

※サラダ喫食者かつ自分でサラダを作る人ベース



※サラダ喫食者ベース



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

		n=	新鮮さを大切に	野菜を上手に使う	色を良くする	量をたくさん摂る	多品目を摂る	季節感を出す	材料の切り方	味のバランス	減塩
全体		(1,491)	41.1	29.4	26.6	21.4	19.8	19.7	18.1	17.9	
性別×年代別	男性20代	(124)	23.4	20.2	27.4	14.5	18.5	16.1	17.7	20.2	
	男性30代	(117)	27.4	15.4	29.1	13.7	11.1	17.1	14.5	12.8	
	男性40代	(96)	29.2	14.6	20.8	13.5	16.7	14.6	16.7	18.8	
	男性50代	(110)	40.0	17.3	30.9	11.8	15.5	18.2	18.2	17.3	
	男性60代	(104)	46.2	16.3	23.1	18.3	17.3	25.0	26.0	12.5	
	女性20代	(165)	33.3	32.7	27.3	7.9	13.3	13.3	14.5	27.3	
	女性30代	(183)	38.3	33.3	27.3	15.3	15.3	13.1	13.7	24.0	
	女性40代	(193)	45.1	34.2	26.4	23.3	23.3	16.6	15.0	17.6	
女性50代	(198)	48.5	36.4	28.8	30.3	22.7	24.2	17.2	14.6		
女性60代	(201)	61.7	46.3	23.4	46.8	33.8	33.3	27.9	12.4		
同居家族構成	単身世帯	(267)	32.6	16.9	25.1	17.6	18.7	19.1	21.7	17.6	
	夫婦のみ世帯 (20-50代)	(228)	42.5	35.1	26.8	23.7	16.7	19.7	14.0	15.4	
	夫婦のみ世帯 (60代)	(142)	59.9	40.1	23.9	39.4	33.8	28.9	26.8	14.8	
	子と同居世帯	(475)	41.7	32.0	28.4	20.6	20.2	17.9	16.4	19.6	
	親と同居世帯	(270)	35.6	28.5	24.8	12.2	17.4	17.0	15.9	17.0	
	二世帯 (親子世帯)	(80)	48.8	25.0	32.5	30.0	17.5	17.5	23.8	20.0	

※「全体」スコアで降順ソート (上位項目を抜粋)

		n=	マネリなレシピ	量をたくさん摂れない	買った野菜を使い切れない	目が食事の準備に疲れる	面倒な調理	作る時間が長い
全体		(2,009)	34.3	20.8	17.4	16.9	15.2	10.9
性別×年代別	男性20代	(195)	23.1	16.4	14.9	12.3	21.5	14.9
	男性30代	(195)	29.7	15.9	17.4	11.8	16.4	11.3
	男性40代	(199)	23.6	24.1	13.6	13.6	17.1	11.1
	男性50代	(202)	19.8	16.3	15.8	13.9	6.9	10.9
	男性60代	(206)	19.4	26.2	16.0	12.6	5.3	8.7
	女性20代	(203)	43.8	24.1	25.1	23.2	19.7	13.3
	女性30代	(200)	53.0	18.5	20.0	25.0	23.0	13.0
	女性40代	(204)	49.0	18.1	16.7	19.1	20.6	8.8
	女性50代	(202)	41.6	19.8	17.8	19.3	11.4	9.9
	女性60代	(203)	39.9	27.6	16.7	18.2	10.3	7.4
同居家族構成	単身世帯	(352)	24.1	19.0	28.1	17.3	21.9	16.5
	夫婦のみ世帯 (20-50代)	(278)	42.8	23.7	18.3	18.3	15.8	8.6
	夫婦のみ世帯 (60代)	(189)	30.7	28.6	19.0	18.5	6.3	9.0
	子と同居世帯	(618)	38.8	18.9	13.3	18.6	13.6	8.7
	親と同居世帯	(429)	32.2	20.3	13.8	11.4	16.6	12.1
	二世帯 (親子世帯)	(105)	37.1	21.0	18.1	21.0	12.4	9.5

※「全体」スコアで降順ソート (上位項目を抜粋)

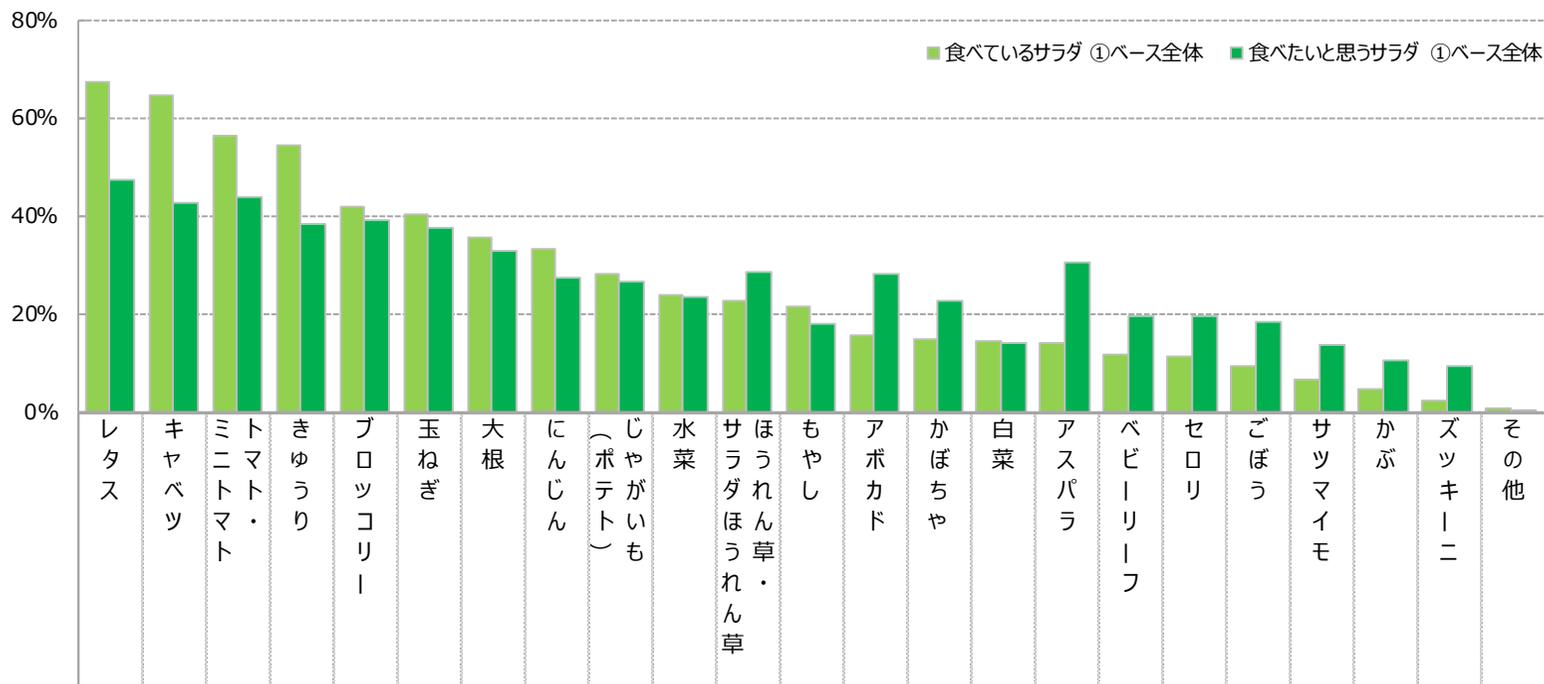
普段家で食べているサラダと食べたいと思うサラダ ①ベース

Q 普段、あなたが家で食べているサラダはどのようなものが多いですか。／あなたが今後、食べたいと思うサラダはどのようなものですか。

MA

- 普段家で“食べているサラダ”と今後“食べたいと思うサラダ”は、ベースではいずれも「レタス」「キャベツ」「トマト・ミニトマト」が上位であった。
- “食べたいと思うサラダ”と“食べているサラダ”のギャップ（差分）をみると、「アボカド」「アスパラ」で差が大きく、3割前後が今後食べたい食材として選んでいる。

※サラダ喫食者ベース



(n=2,009)

a. 食べているサラダ ①ベース全体	67.5	64.7	56.3	54.6	41.8	40.4	35.6	33.3	28.3	23.7	22.6	21.6	15.5	14.7	14.5	13.9	11.7	11.1	9.3	6.4	4.6	2.1	0.8	5.95
b. 食べたいと思うサラダ ①ベース全体	47.2	42.9	43.7	38.2	39.3	37.7	32.7	27.3	26.7	23.6	28.4	18.1	28.1	22.4	13.8	30.5	19.7	19.3	18.5	13.4	10.5	9.4	0.3	5.92
差分 (b-a)	-20.3	-21.9	-12.6	-16.4	-2.5	-2.7	-2.9	-6.0	-1.6	-0.1	5.7	-3.5	12.6	7.7	-0.6	16.5	8.0	8.2	9.2	7.0	5.8	7.3	-0.5	-0.04

※「a. 食べているサラダ ①ベース全体」スコアで降順ソート

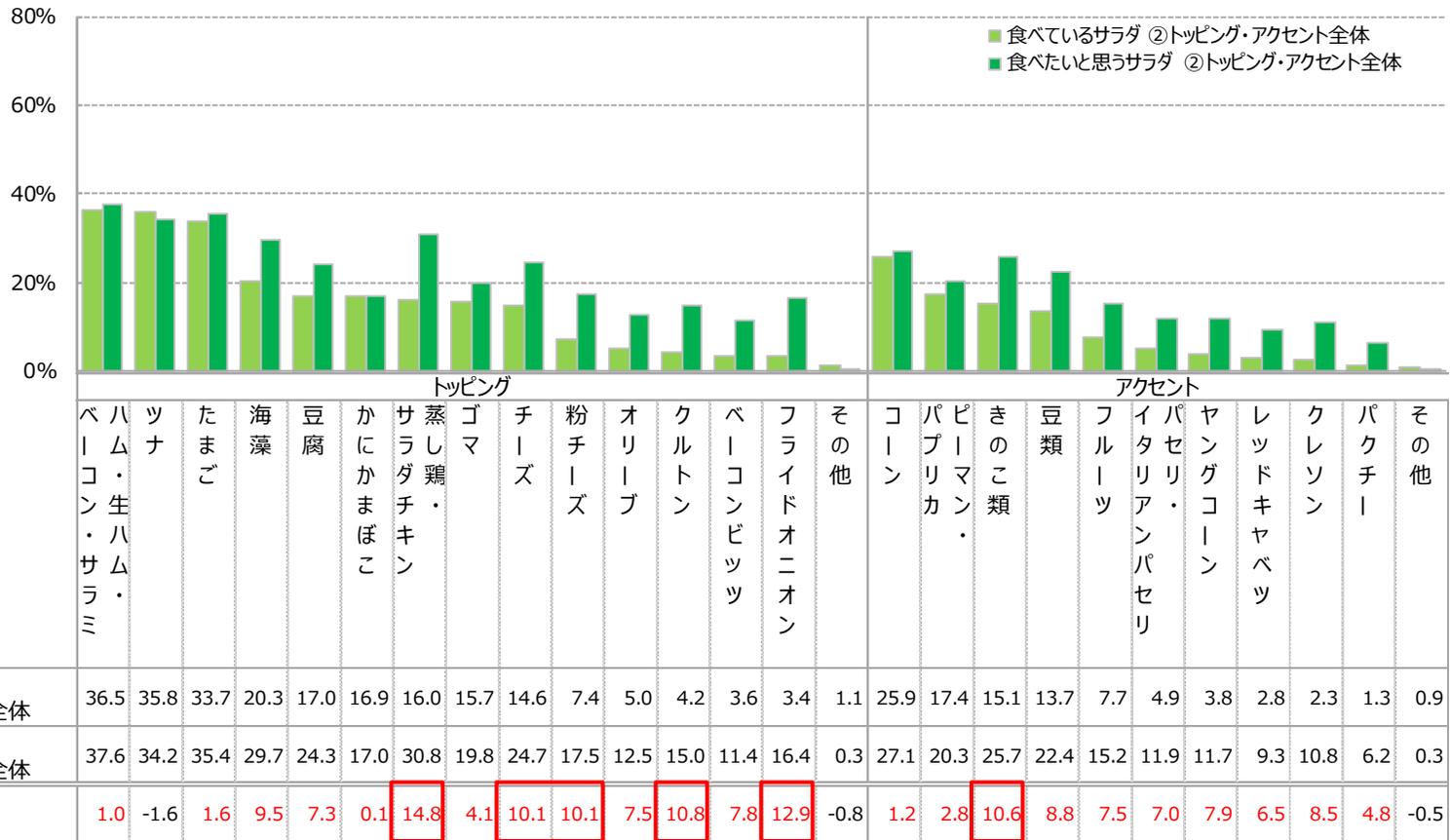
普段家で食べているサラダと食べたいと思うサラダ ②トッピング・アクセント

Q 普段、あなたが家で食べているサラダはどのようなものが多いですか。／あなたが今後、食べたいと思うサラダはどのようなものですか。

MA

- トッピングでは「ハム・生ハム・ベーコン・サラミ」「ツナ」「たまご」が上位、アクセントとしては「コーン」「ピーマン・パプリカ」「きのこ類」「豆類」が上位であった。
- “食べたいと思うサラダ”の平均選択個数が、“食べているサラダ”の平均選択個数を上回っており、マンネリ回避のためにもトッピングやアクセントは重要な位置づけとなる。
- 特にギャップ（差分）が大きい食材は、トッピングでは「蒸し鶏・サラダチキン」「フライドオニオン」「クルトン」など多岐にわたり、アクセントでは「きのこ類」であった。

※サラダ喫食者ベース



※カテゴリごとに「a. 食べているサラダ」②トッピング・アクセント全体」スコアで降順ソート

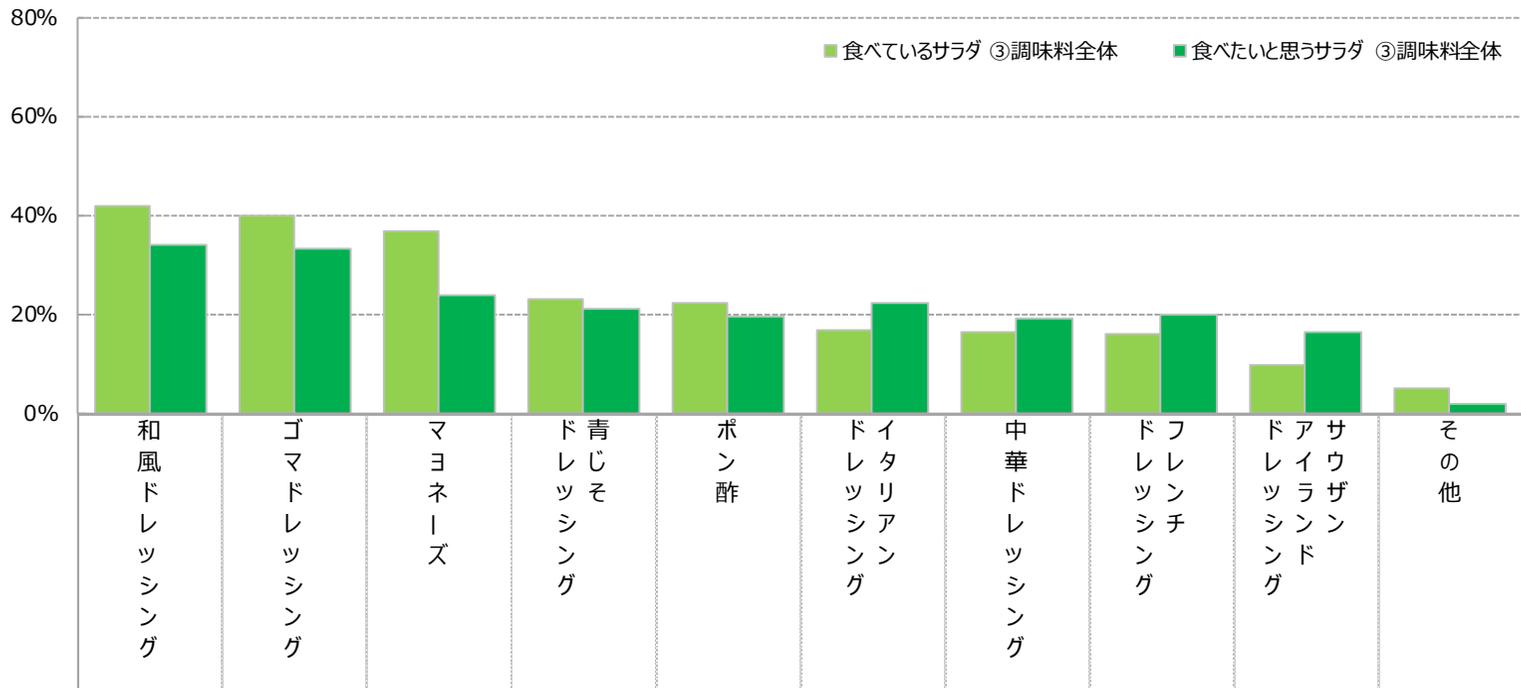
普段家で食べているサラダと食べたいと思うサラダ ③調味料

Q 普段、あなたが家で食べているサラダはどのようなものが多いですか。／あなたが今後、食べたいと思うサラダはどのようなものですか。

MA

- 調味料ではいずれも「和風ドレッシング」「ゴマドレッシング」「マヨネーズ」が上位であった。
- “食べたいと思うサラダ”と“食べているサラダ”のギャップ（差分）をみると、「イタリアンドレッシング」「サウザンアイランドドレッシング」で比較的差が大きい。

※サラダ喫食者ベース



(n=2,009)

	和風ドレッシング	ゴマドレッシング	マヨネーズ	青じそドレッシング	ポン酢	イタリアンドレッシング	中華ドレッシング	フランスドレッシング	サウザンアイランドドレッシング	その他	「調味料」平均選択個数(個)
a. 食べているサラダ ③調味料全体	42.0	39.8	36.7	22.9	22.3	16.8	16.2	16.0	9.7	5.0	2.28
b. 食べたいと思うサラダ ③調味料全体	34.2	33.1	23.7	21.0	19.7	22.3	18.9	19.7	16.2	1.6	2.10
差分 (b-a)	-7.8	-6.7	-13.0	-2.0	-2.6	5.5	2.7	3.7	6.5	-3.4	-0.17

※「a. 食べているサラダ ③調味料全体」スコアで降順ソート

普段家で食べているサラダと食べたいと思うサラダ ④まとめ（各上位5位）

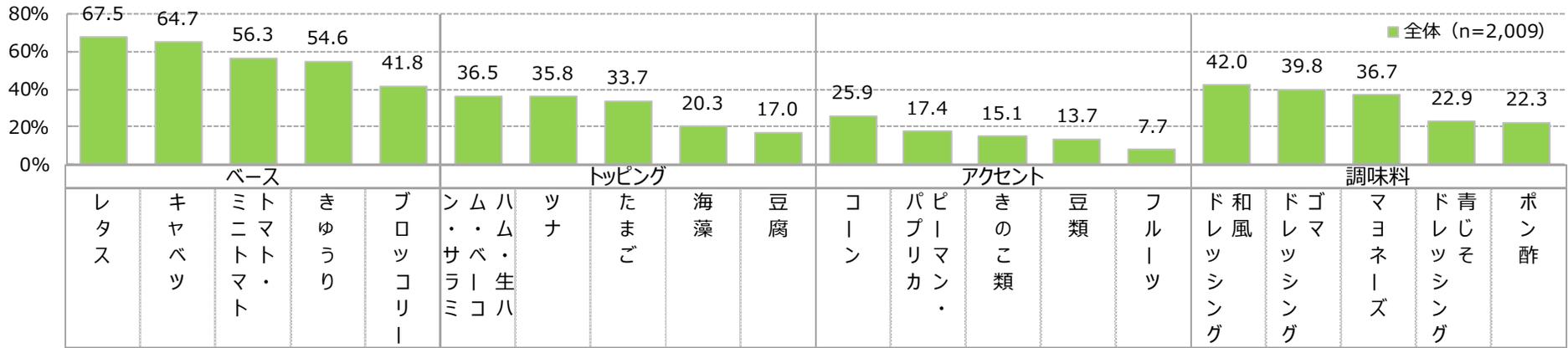
Q 普段、あなたが家で食べているサラダはどのようなものが多いですか。／あなたが今後、食べたいと思うサラダはどのようなものですか。

MA

- 普段家で“食べているサラダ”と今後“食べたいと思うサラダ”の上位は下図の通り。
- どちらもほぼ同じ食材が上位に挙がっているが、トッピングやアクセントで、“食べたいと思うサラダ”の選択率が高くなっているのが特徴的である。

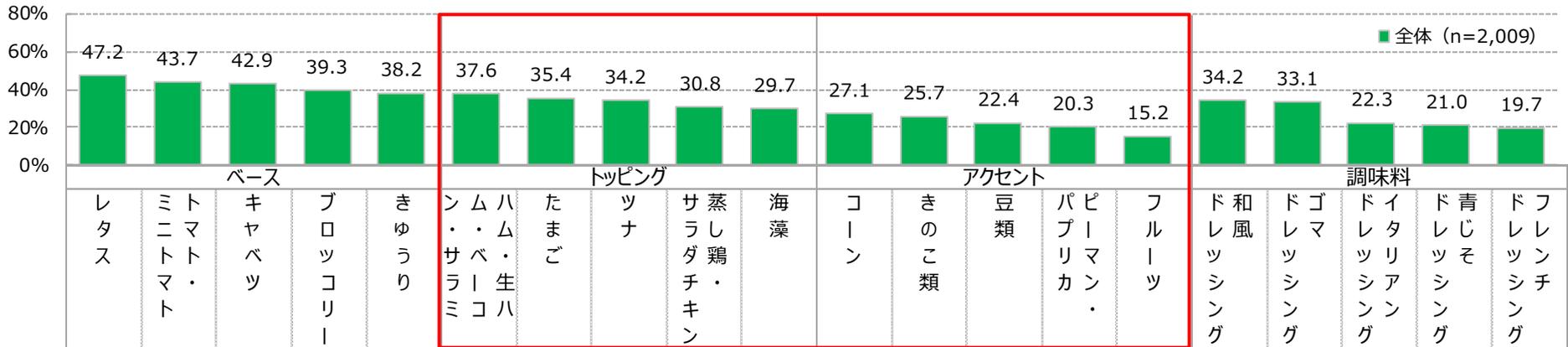
※サラダ喫食者ベース

食べているサラダ



※各カテゴリーの上位5位を掲載

食べたいと思うサラダ



※各カテゴリーの上位5位を掲載

食べたいと思うサラダ ⑤性年代別ランキング

Q 普段、あなたが家で食べているサラダはどのようなものが多いですか。／あなたが今後、食べたいと思うサラダはどのようなものですか。

MA

- 今後“食べたいと思うサラダ”について、性年代別にランキングしたものが下表である（男女とも30代・40代をピックアップ）。
- ベースとして、男性30代は「玉ねぎ」、女性30代は「ブロッコリー」「アボカド」、女性40代は「トマト・ミニトマト」がトップ食材となっており、それぞれの性年代の特徴となっている。
- トッピングとしては、女性30代・40代とも「蒸し鶏・サラダチキン」がトップで、トレンドに敏感な様子がうかがえる。
- 調味料としては、男性30代、女性30代・40代で「イタリアンドレッシング」が3位に入ってきているのが特徴的である。
- 男性40代は、全体とほぼ同様の傾向で、全般的に選択率は低めであった。

※サラダ喫食者ベース

	全体 (n=2009)	%	男性30代 (n=195)	%	男性40代 (n=199)	%	女性30代 (n=200)	%	女性40代 (n=204)	%
ベース	1 レタス	47.2	1 玉ねぎ	43.6	1 レタス	44.2	1 ブロッコリー	52.5	1 トマト・ミニトマト	48.0
	2 トマト・ミニトマト	43.7	2 レタス	41.5	2 キャベツ	41.7	1 アボカド	52.5	2 ブロッコリー	47.1
	3 キャベツ	42.9	3 キャベツ	40.5	3 トマト・ミニトマト	37.7	3 レタス	49.5	3 レタス	46.1
	4 ブロッコリー	39.3	4 トマト・ミニトマト	35.9	4 大根	32.7	4 トマト・ミニトマト	48.5	4 アスパラ	39.7
	5 きゅうり	38.2	5 きゅうり	31.8	5 玉ねぎ	32.2	5 キャベツ	46.0	5 キャベツ	39.2
トッピング	1 ハム・生ハム・ベーコン・サラミ	37.6	1 ハム・生ハム・ベーコン・サラミ	34.9	1 ツナ	36.2	1 蒸し鶏・サラダチキン	48.0	1 蒸し鶏・サラダチキン	42.2
	2 たまご	35.4	2 ツナ	32.3	2 たまご	28.6	2 ツナ	41.5	2 ハム・生ハム・ベーコン・サラミ	39.2
	3 ツナ	34.2	3 蒸し鶏・サラダチキン	26.7	3 ハム・生ハム・ベーコン・サラミ	28.1	3 たまご	40.5	3 たまご	35.8
	4 蒸し鶏・サラダチキン	30.8	4 たまご	24.6	4 蒸し鶏・サラダチキン	23.6	4 ハム・生ハム・ベーコン・サラミ	39.5	4 海藻	35.3
	5 海藻	29.7	5 海藻	22.1	5 海藻	21.1	5 海藻	34.5	5 ツナ	34.3
	6 チーズ	24.7	6 チーズ	21.5	6 チーズ	19.6	6 豆腐	34.5	6 豆腐	29.9
アクセント	1 コーン	27.1	1 コーン	23.6	1 コーン	26.6	1 コーン	34.5	1 きのこと類	36.3
	2 きのこと類	25.7	2 きのこと類	20.5	2 豆類	22.1	2 きのこと類	33.5	2 豆類	31.4
	3 豆類	22.4	3 ピーマン・パプリカ	14.4	3 きのこと類	21.1	3 豆類	30.5	3 コーン	28.9
調味料	1 和風ドレッシング	34.2	1 和風ドレッシング	32.3	1 和風ドレッシング	29.6	1 ゴマドレッシング	38.0	1 ゴマドレッシング	40.7
	2 ゴマドレッシング	33.1	2 ゴマドレッシング	27.2	2 ゴマドレッシング	25.6	2 和風ドレッシング	33.5	2 和風ドレッシング	31.4
	3 マヨネーズ	23.7	3 イタリアンドレッシング	22.6	3 マヨネーズ	20.1	3 イタリアンドレッシング	27.0	3 イタリアンドレッシング	24.0

【その他の性年代別トピックス】

- 男性60代も、ベースとして「玉ねぎ」を選択する人が多く、過半数を占める。全般的に選択率は高めであったが、「蒸し鶏・サラダチキン」は低人気。
- 女性20代は全体と比べて「アボカド」「ベビーリーフ」「蒸し鶏・サラダチキン」「クルトン」「粉チーズ」のスコアが高く、洋風志向がうかがえる。

n=30以上の場合

[比率の差]

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

普段家で食べているサラダと食べたいと思うサラダ ⑥組合せ（キャベツベース）

Q 普段、あなたが家で食べているサラダはどのようなものが多いですか。／あなたが今後、食べたいと思うサラダはどのようなものですか。

MA

- 普段家で“食べているサラダ”と今後“食べたいと思うサラダ”のベースとして「キャベツ」を選択した人を抽出し、他に何を選擇していたかをまとめたものが下表である。
- 上位に挙がった項目はほぼ同様の傾向であるが、“食べたいと思うサラダ”の方が一般的に平均選擇個数が多く、いろいろな食材を取り入れたい傾向がうかがえる。

※サラダ喫食者ベース

食べているサラダ
「キャベツ」選擇者
(n=1,300)

<ベース>	
1 キャベツ	100.0
2 レタス	71.7
3 きゅうり	62.5
4 トマト・ミニトマト	60.8
5 ブロッコリー	48.7
6 玉ねぎ	48.5
7 大根	44.9
8 にんじん	41.1
9 ジャがいも（ポテト）	33.6
平均選擇個数（個）	7.25

<トッピング>	
1 ツナ	43.0
2 ハム・生ハム・ベーコン・サラミ	42.8
3 たまご	38.9
平均選擇個数（個）	2.78
<アクセント>	
1 コーン	31.0
平均選擇個数（個）	1.17

<調味料>	
1 和風ドレッシング	48.2
2 ゴマドレッシング	45.7
3 マヨネーズ	43.1
平均選擇個数（個）	2.69

<合計> 平均選擇個数（個） 13.89

+約7品目

食べたいと思うサラダ
「キャベツ」選擇者
(n=861)

<ベース>	
1 キャベツ	100.0
2 レタス	74.1
3 トマト・ミニトマト	68.2
4 きゅうり	65.0
5 ブロッコリー	62.7
6 玉ねぎ	61.4
7 大根	55.6
8 にんじん	48.5
9 ほうれん草・サラダほうれん草	46.3
10 ジャがいも（ポテト）	45.4
11 アスパラ	44.7
12 水菜	38.9
13 アボカド	37.5
14 かぼちゃ	36.0
15 もやし	34.1
16 ごぼう	32.1
17 セロリ	30.7
平均選擇個数（個）	9.88

<トッピング>	
1 ハム・生ハム・ベーコン・サラミ	55.6
2 たまご	55.5
2 ツナ	55.5
4 海藻	46.8
5 蒸し鶏・サラダチキン	44.9
6 豆腐	38.9
7 チーズ	37.9
8 ゴマ	33.6
平均選擇個数（個）	5.06
<アクセント>	
1 コーン	42.3
2 きのこと類	40.3
3 ピーマン・パプリカ	33.2
3 豆類	33.2
平均選擇個数（個）	2.45

<調味料>	
1 和風ドレッシング	56.0
2 ゴマドレッシング	51.5
3 マヨネーズ	41.8
4 青じそドレッシング	35.8
5 イタリアンドレッシング	34.0
6 ポン酢	33.2
7 中華ドレッシング	33.0
8 フレンチドレッシング	32.5
平均選擇個数（個）	3.44

<合計> 平均選擇個数（個） 20.84

※それぞれ30%以上の項目を抜粋
※太字の項目は平均選擇個数を反映

50%以上
40%以上
30%以上

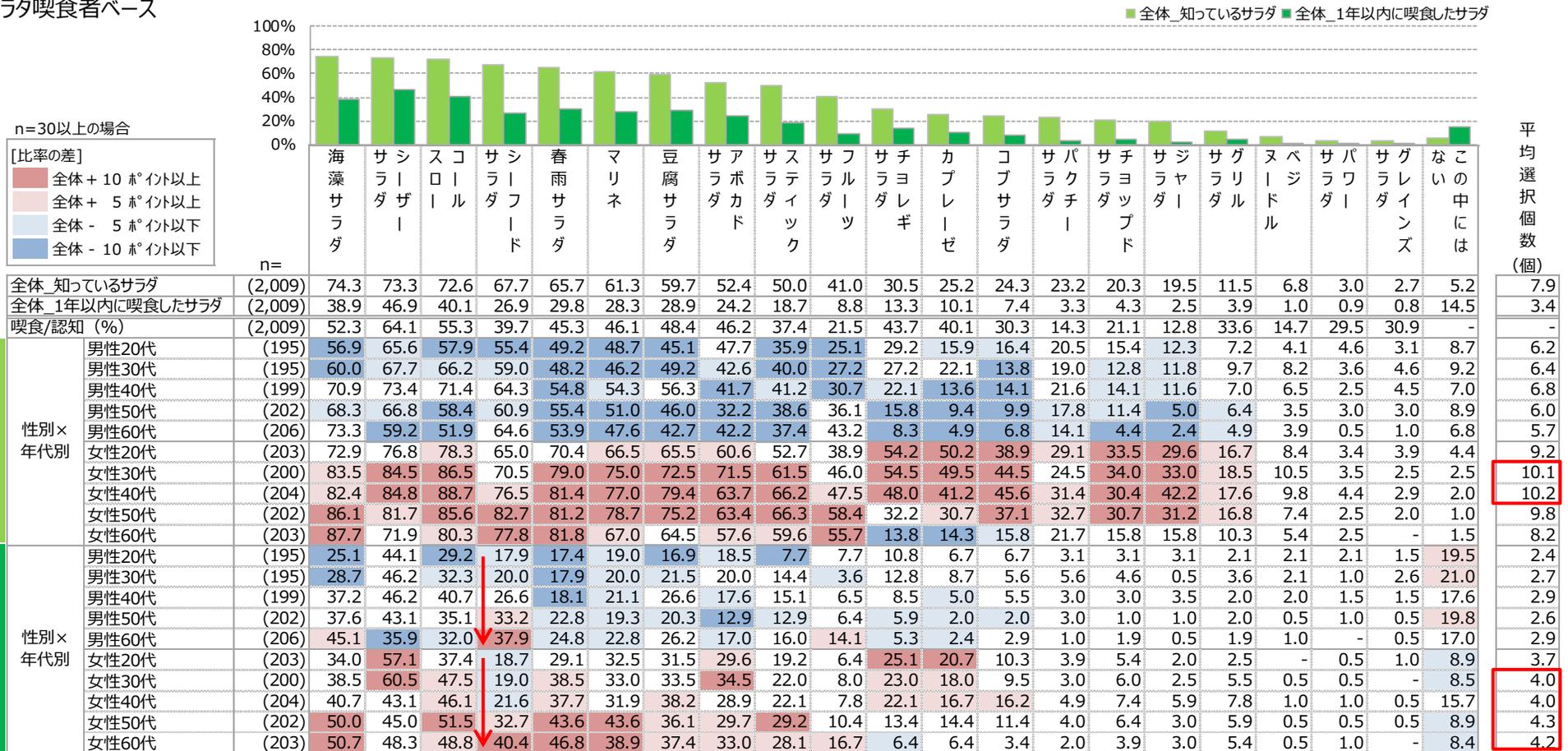
知っているサラダと食べたことのあるサラダ

Q あなたがご存知の（名前を知っている）サラダを全てお選びください。
 Q また、そのうち、1年以内くらいに食べたことのあるサラダを全てお選びください。

MA

- “知っているサラダ”と“1年以内に食べたことのあるサラダ”は、「海藻サラダ」「シーザーサラダ」「コールスロー」が上位でほぼ同様の傾向。
- 女性（特に30代以上）は“知っているサラダ”と“1年以内に食べたことのあるサラダ”の種類が相対的に多く、サラダに対する興味関心の高さが推察できる。
- 男女ともに、年代が高い層ほど「シーフードサラダ」の喫食率が高い。

※サラダ喫食者ベース



※「全体_知っているサラダ」スコアで降順ソート

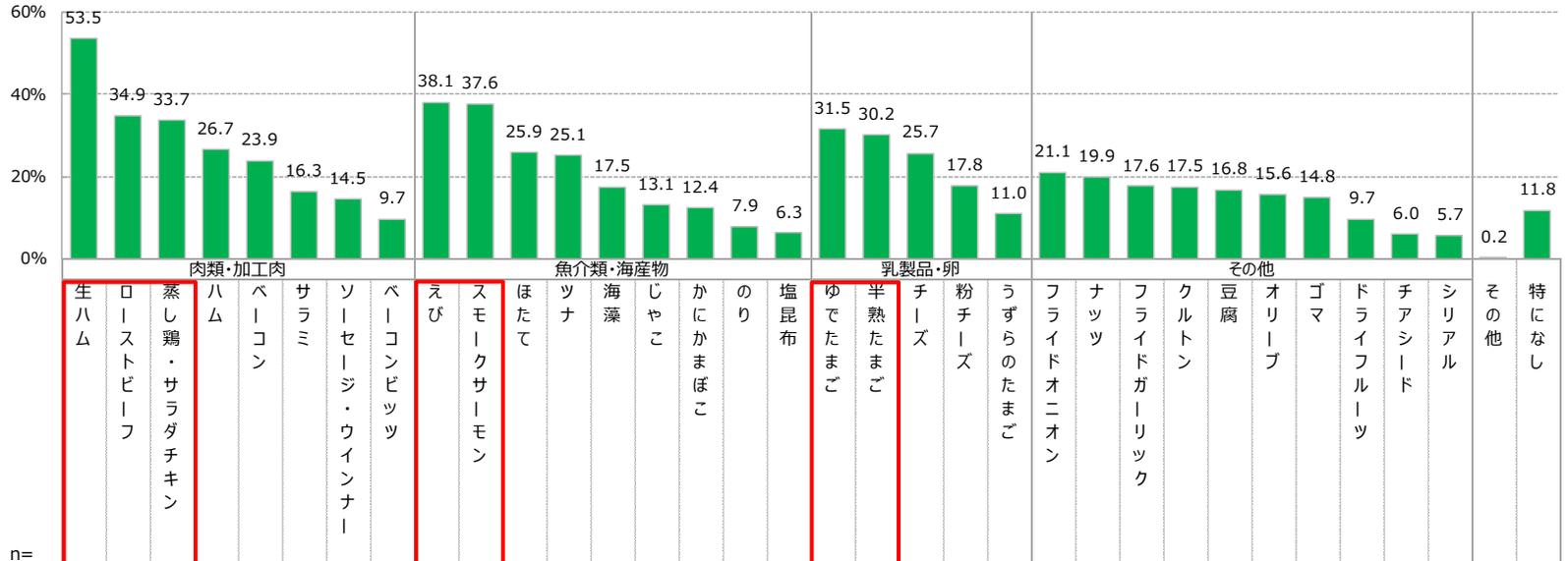
あったら嬉しいサラダのトッピング

Q あなたが家で「ちょっと贅沢なサラダを作りたい／食べたい」と思った時に、サラダのトッピング（野菜類は除く）としてあったら嬉しいと思うものを以下の中からお選びください。

MA

- あったら嬉しいサラダのトッピングは、「生ハム」が突出。次いで「えび」「スモークサーモン」「ローストビーフ」「蒸し鶏・サラダチキン」「ゆでたまご」「半熟たまご」が3割超え。
- 女性50代～60代は「えび」「スモークサーモン」「ほたて」といった魚介類や、「ナッツ」の選択率が高くなっている。

※サラダ喫食者ベース



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

		n=	生ハム	ローストビーフ	蒸し鶏・サラダチキン	ハム	ベーコン	サラミ	ソーセイジ・ウインナー	ベーコンピッツ	えび	スモークサーモン	ほたて	ツナ	海藻	じゃこ	かにかまぼこ	のり	塩昆布	ゆでたまご	半熟たまご	チーズ	粉チーズ	うずらのたまご	フライドオニオン	ナッツ	フライドガーリック	クルトン	豆腐	オリーブ	ゴマ	ドライフルーツ	チアシード	シリアル	その他	特になし	平均選択個数(個)
全体		(2,009)	53.5	34.9	33.7	26.7	23.9	16.3	14.5	9.7	38.1	37.6	25.9	25.1	17.5	13.1	12.4	7.9	6.3	31.5	30.2	25.7	17.8	11.0	21.1	19.9	17.6	17.5	16.8	15.6	14.8	9.7	6.0	5.7	0.2	11.8	6.6
性別×年代別	男性20代	(195)	41.5	23.1	29.2	19.5	22.1	15.4	15.9	10.8	25.1	26.7	16.9	17.9	12.8	7.2	7.7	8.2	4.6	24.6	21.0	22.1	17.4	8.7	8.7	8.2	8.2	12.3	13.3	14.9	6.2	6.2	2.6	2.6	-	19.0	4.8
	男性30代	(195)	51.3	28.7	32.8	28.2	27.7	20.0	21.0	10.3	26.7	28.2	17.4	27.7	16.9	9.7	12.3	5.1	4.1	27.7	22.6	21.5	17.4	12.3	20.5	10.3	15.4	12.8	13.8	11.3	11.3	7.7	4.6	5.1	-	13.8	5.8
	男性40代	(199)	44.2	31.7	24.1	30.2	26.1	21.1	17.1	10.1	27.1	22.1	16.1	24.1	13.1	13.1	11.6	7.5	7.0	26.1	25.1	19.1	16.6	11.1	15.6	11.6	12.6	11.6	15.1	10.6	9.5	8.0	3.5	6.5	0.5	23.6	5.5
	男性50代	(202)	45.0	28.2	28.2	30.7	29.2	16.8	18.8	5.9	31.2	25.7	19.3	28.2	15.8	8.4	14.9	7.9	5.0	33.7	24.8	18.3	11.4	12.4	11.4	10.9	18.3	9.4	13.9	8.9	11.4	4.5	3.5	3.0	0.5	17.3	5.6
	男性60代	(206)	55.8	29.6	24.8	39.3	26.7	22.8	17.0	8.7	36.4	35.4	31.6	27.2	24.3	14.6	17.5	11.7	8.7	37.4	29.1	32.5	16.5	10.2	14.6	20.4	13.6	11.2	21.4	17.5	26.2	13.6	4.9	5.8	-	10.2	7.1
	女性20代	(203)	58.6	42.4	42.4	23.2	26.6	14.3	13.8	7.9	40.9	42.4	22.2	21.7	19.2	12.3	12.8	6.9	7.9	30.5	45.8	30.0	27.6	11.8	24.6	17.2	19.7	32.5	19.7	17.2	11.3	7.9	3.9	5.9	0.5	5.9	7.2
	女性30代	(200)	58.5	39.5	44.0	23.5	27.0	20.0	14.0	15.0	46.5	47.0	26.0	28.5	19.0	16.5	10.0	8.5	7.0	30.5	38.5	29.5	23.5	12.5	30.5	26.5	24.5	34.0	17.5	19.0	9.5	9.5	7.0	7.0	-	7.0	7.7
	女性40代	(204)	60.3	44.1	44.6	21.1	21.6	13.7	7.8	8.8	44.1	47.1	27.9	25.5	13.7	16.7	9.3	8.3	7.4	27.5	35.8	27.5	17.2	10.8	31.4	27.0	22.5	23.5	20.1	21.1	19.6	10.3	11.8	6.9	-	4.9	7.3
	女性50代	(202)	63.4	42.1	34.7	24.3	20.8	12.4	11.9	13.9	46.5	48.5	36.6	24.8	18.8	17.8	14.4	9.9	8.4	38.1	29.2	24.8	17.8	13.4	27.7	31.2	19.8	15.3	17.8	19.3	17.3	12.9	10.4	7.4	0.5	8.9	7.5
	女性60代	(203)	55.7	39.4	32.5	26.6	11.3	6.4	8.4	5.4	55.2	52.2	44.3	25.1	20.7	14.8	13.8	4.9	2.5	38.4	29.6	31.5	12.3	6.9	25.1	34.5	20.7	11.8	15.3	16.3	25.1	15.8	7.9	6.4	0.5	7.9	7.2

※カテゴリごとに「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

【この章のポイント】

「パッケージサラダに対する認識は浸透しつつあるが、より一層の情報発信が求められている。」

- パッケージサラダの1年以内利用率は48%。前回とほぼ変わらず。
- パッケージサラダの利用意向率は46%。前回から5ポイントの増加。
- パッケージサラダ利用意向者は、利便性やコストパフォーマンスの良さ、いろいろな種類の野菜が入っていることなどにメリットを感じている人が多い。
- 利用意向がない層では、安全性や産地などへの不安があり、情報発信が求められている。
- パッケージサラダの「水洗い不要」「栄養成分が保たれている」「添加物を使用していない」「原料生産者がわかる」といった認識には増加傾向が見られる。
- 「キヌア」の認知率は4割を超えてきているが、摂取率はやや伸び悩んでいる。

※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。

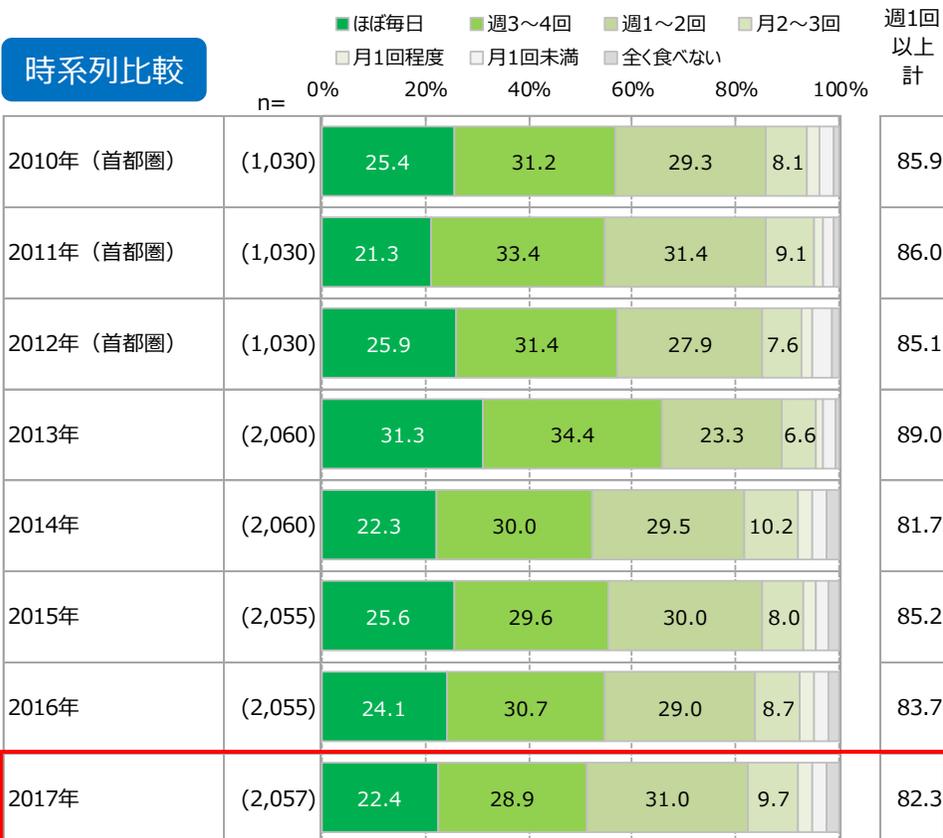
サラダの喫食頻度

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

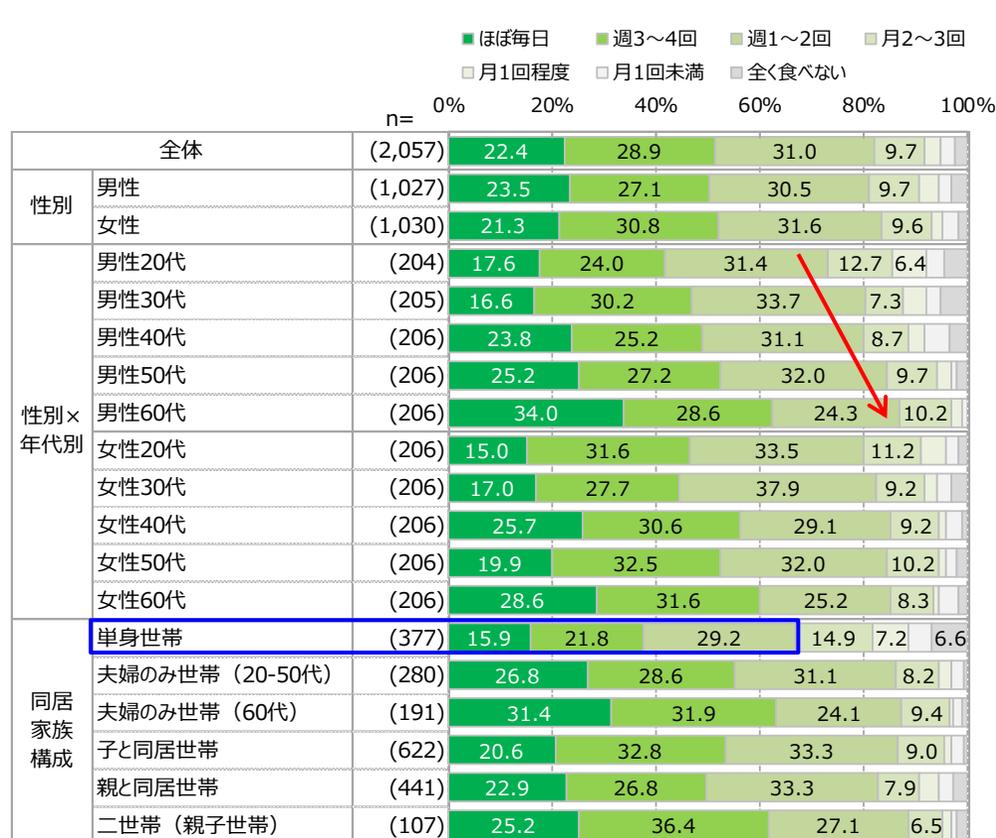
- サラダの喫食頻度は、「ほぼ毎日」食べる人が22%、「週3～4回」が29%、「週1～2回」が31%で、週1回以上食べる人は全体の82%となり、前回同水準で推移。
- 男性は年代が高いほど、サラダを食べる頻度が高くなる傾向。
- 単身世帯では、週1回以上サラダを食べる人が6割半ばと、少なめ。

※全体ベース



※5%未満のスコア非表示

※週1回以上計（「ほぼ毎日」+「週3～4回」+「週1～2回」）



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

- パッケージサラダを1年以内に利用した人は、全体の48%。
- 男女による差は見られない。男女ともに60代は、パッケージサラダの利用率が低くなっている。
- パッケージサラダを利用している割合が高い層は、男性50代、女性20代～40代、単身世帯、夫婦のみ世帯（20-50代）で、過半数を占める。

※全体ベース



カット野菜（カテゴリ別）ロイヤリティ構造

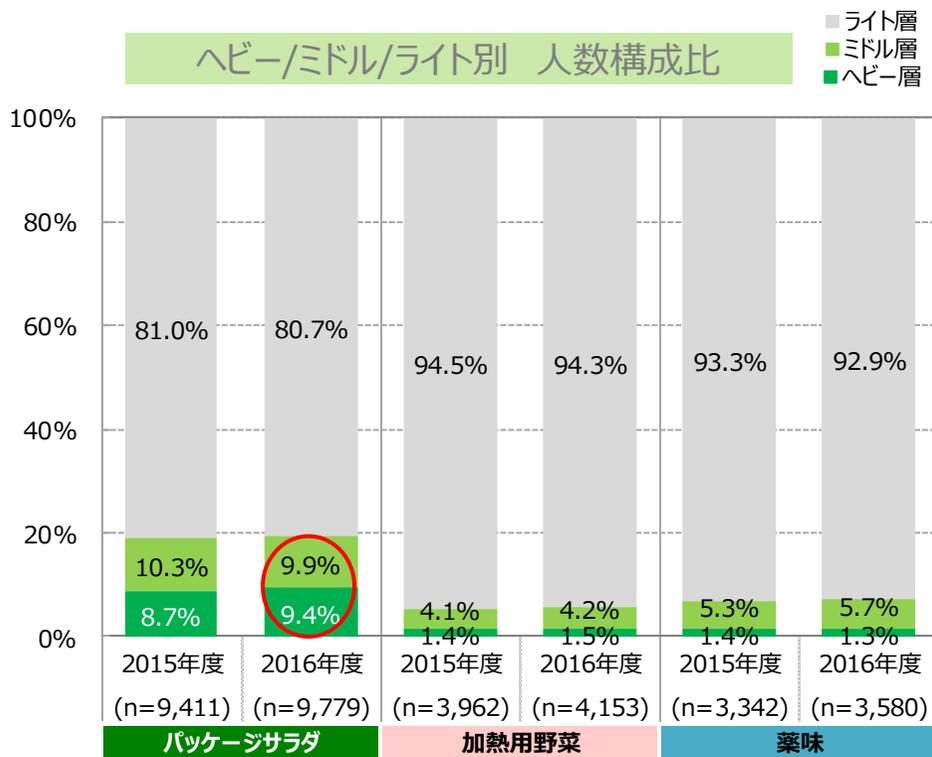
- パッケージサラダの購入者は、購入数量が多いヘビー層、ミドル層の割合が加熱用野菜、薬味より多い。
- それぞれのユーザーの購入数量の構成をみると、1割に満たないヘビー層の購入が過半数を占めることから、パッケージサラダは一部のヘビー層の購入ウェイトが大きいといえ、その傾向は昨年から更に強まっている。

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	2015年度（2015/3/1～2016/2/29）
有効数 (n)	25,789
対象期間 2	2016年度（2016/3/1～2017/2/28）
有効数 (n)	24,960

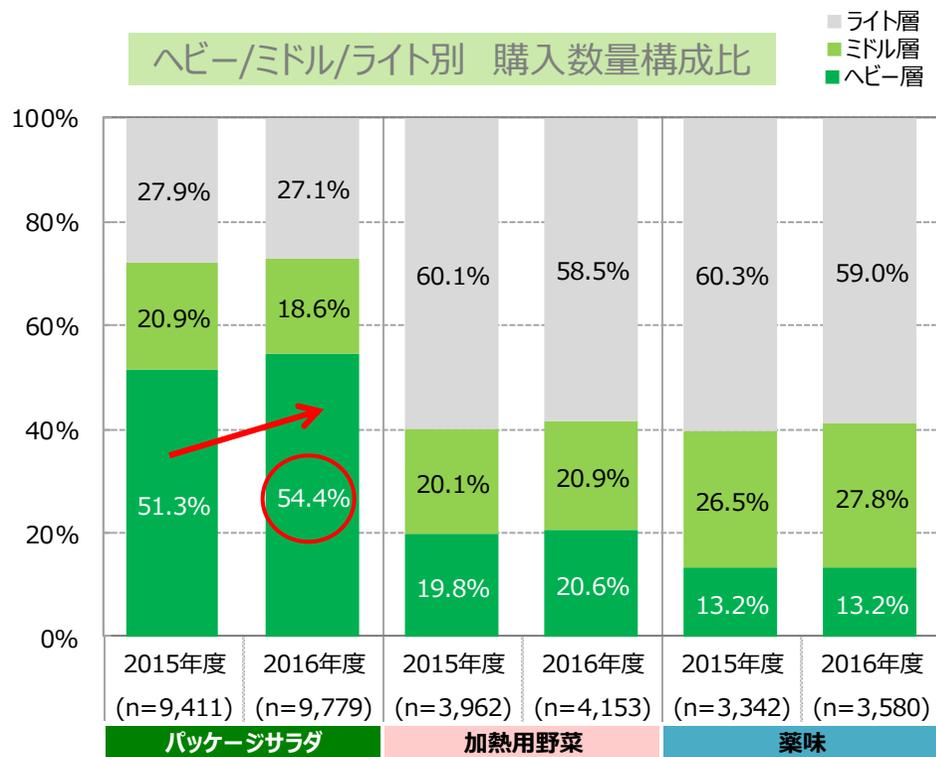
◆量層定義（期間中購入数量）

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

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。

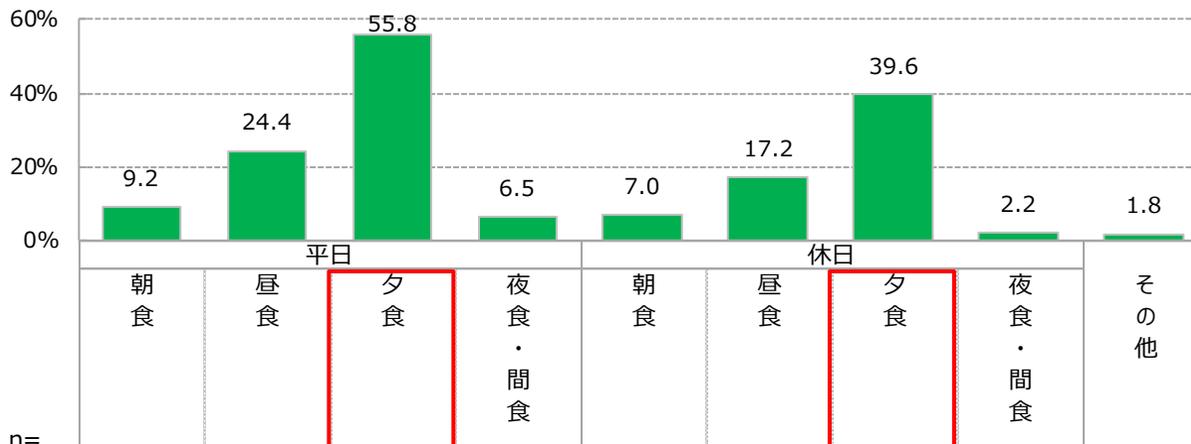
パッケージサラダの喫食機会

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

- パッケージサラダの喫食機会は、「平日の夕食」が56%、「休日の夕食」が40%で、夕食に利用している比率が高い。
- 平日と休日の比較では、圧倒的に平日の利用が多くなっている。
- 男性20代は「平日の夜食・間食」に食べる機会が比較的多い。

※パッケージサラダ喫食者ベース



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

		n=	朝食	昼食	夕食	夜食・間食	朝食	昼食	夕食	夜食・間食	その他	平日計	休日計
全体		(996)	9.2	24.4	55.8	6.5	7.0	17.2	39.6	2.2	1.8	81.1	53.2
性別	男性	(486)	9.7	23.7	52.1	8.0	6.0	17.9	39.3	3.3	1.0	79.6	53.5
	女性	(510)	8.8	25.1	59.4	5.1	8.0	16.5	39.8	1.2	2.5	82.5	52.9
性別×年代別	男性20代	(98)	10.2	21.4	49.0	17.3	9.2	18.4	40.8	6.1	-	77.6	57.1
	男性30代	(102)	9.8	15.7	59.8	3.9	2.0	14.7	43.1	1.0	1.0	80.4	50.0
	男性40代	(96)	8.3	24.0	51.0	7.3	6.3	17.7	38.5	5.2	1.0	77.1	56.3
	男性50代	(113)	8.8	27.4	49.6	8.0	7.1	19.5	38.9	3.5	1.8	79.6	54.0
	男性60代	(77)	11.7	31.2	50.6	2.6	5.2	19.5	33.8	-	1.3	84.4	49.4
	女性20代	(107)	3.7	29.0	62.6	10.3	3.7	15.0	38.3	2.8	0.9	88.8	50.5
	女性30代	(107)	8.4	23.4	61.7	4.7	12.1	15.0	41.1	0.9	1.9	83.2	52.3
	女性40代	(114)	10.5	24.6	50.9	4.4	7.9	16.7	35.1	-	2.6	75.4	50.9
	女性50代	(99)	12.1	25.3	61.6	1.0	11.1	20.2	43.4	1.0	2.0	81.8	57.6
	女性60代	(83)	9.6	22.9	61.4	4.8	4.8	15.7	42.2	1.2	6.0	84.3	54.2

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。

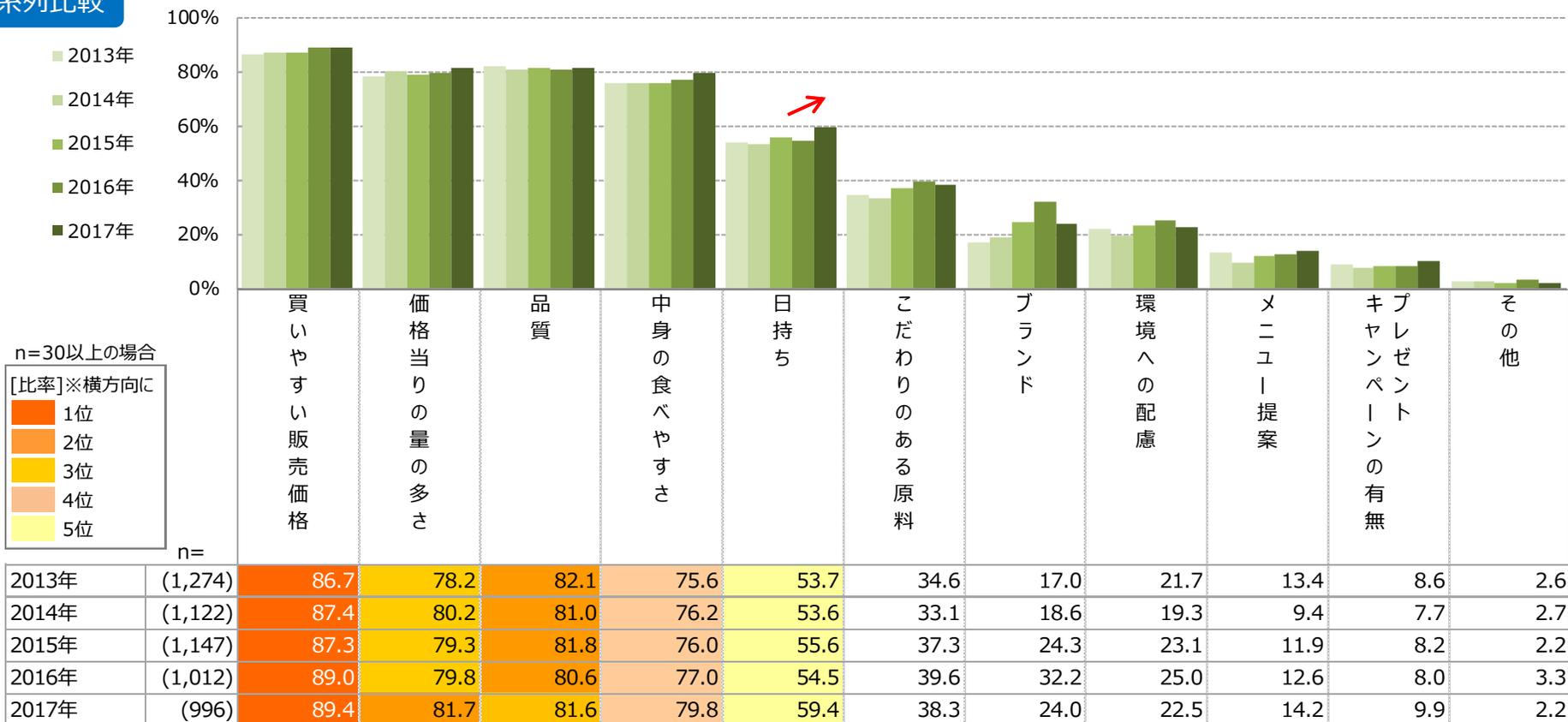
SA

- パッケージサラダ選択重視点（重視する計）は、「買いやすい販売価格」（89%）、「価格当りの量の多さ」（82%）、「品質」（82%）、「中身の食べやすさ」（80%）が上位項目。
- 時系列でみると上位4項目は変わらず、これまでと同様に重視されており、今回は「日持ち」の重視度がやや上昇した。

※パッケージサラダ喫食者ベース

※スコアは「重視する計」

時系列比較



※「2017年」スコアで降順ソート

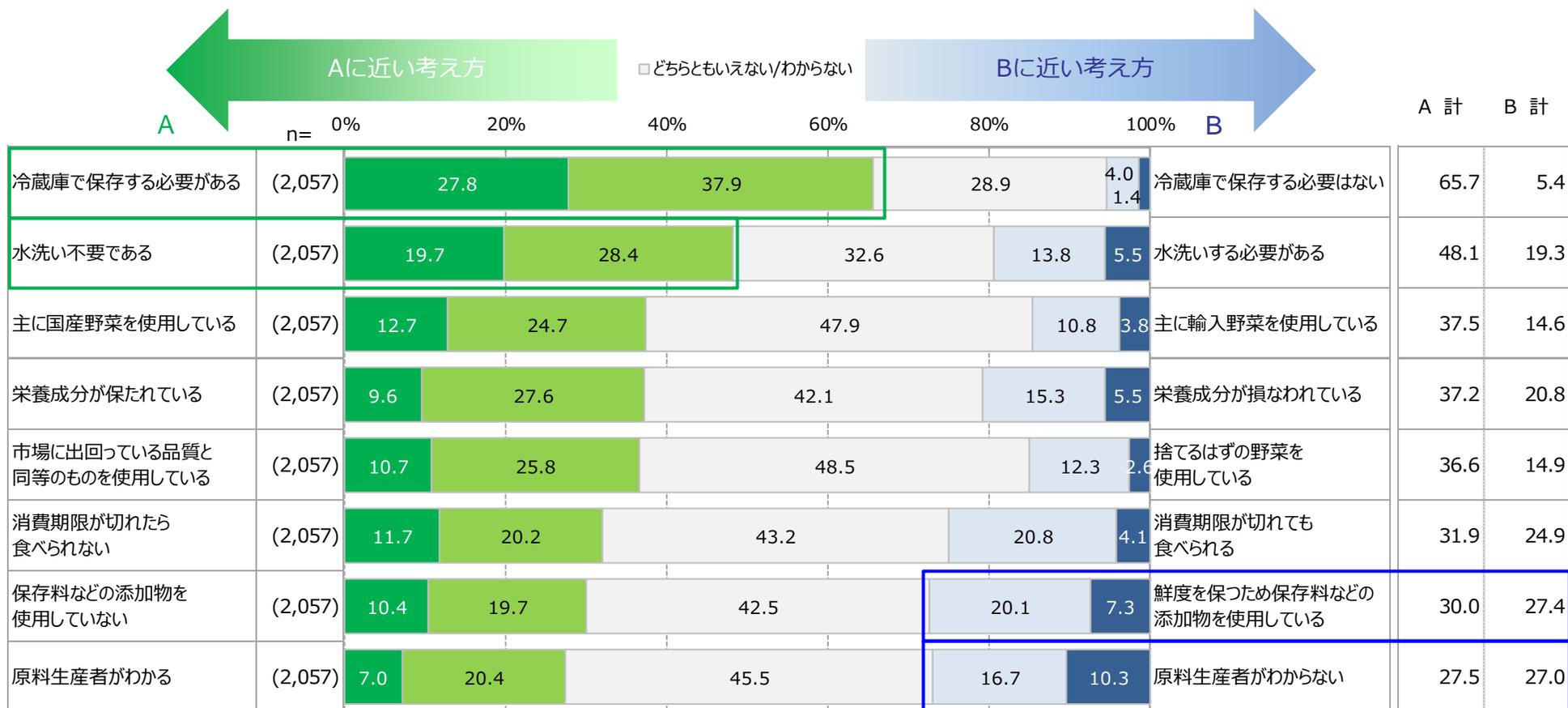
パッケージサラダに対する一般的な認識

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66%)。次いで「水洗い不要である」(A計48%)が続く。
- 一方で、「鮮度を保つため保存料などの添加物を使用している」「原料生産者がわからない」(B計27%)といった認識を持つ人も一定数存在している。

※全体ベース



※「A 計」はコアで降順ソート

パッケージサラダに対する一般的な認識 時系列比較 性年代別比較

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

- 時系列では、「水洗い不要」「栄養成分が保たれている」「添加物を使用していない」「原料生産者がわかる」といった認識に、増加傾向が見られる。
- 男性は「冷蔵庫で保存する必要がある」「水洗い不要」に対する認識が比較的薄い。女性は「栄養成分の損失」や「添加物」に対する不安が比較的強いようである。

※全体ベース

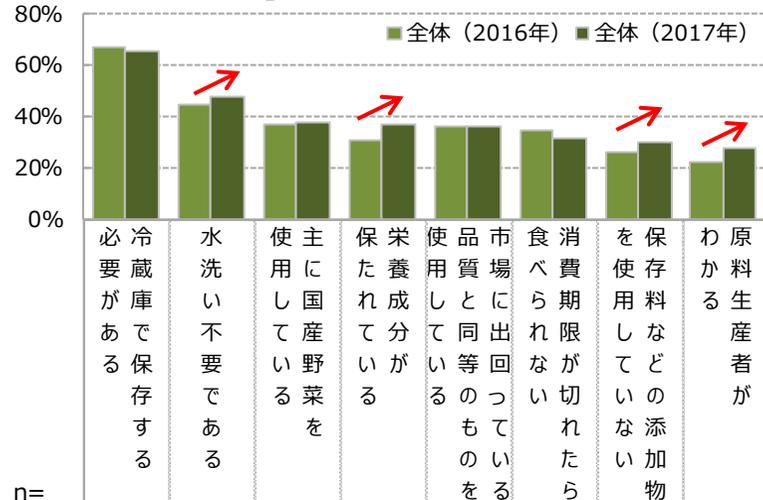
※スコアは「A 計」

※スコアは「B 計」

時系列比較

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=	必要が庫あ	冷蔵で保存する	水洗い不要である	主に国産野菜を使用している	栄養成分が保たれている	品質と同等のものがある	市場に出回っていない	食品から期限が切れたら消費期限が切れたら	保存料などいかなる添加物も使用しない	原料生産者がわかる
全体 (2016年)		(2,055)	67.2	44.8	36.9	30.6	36.4	34.9	26.4	22.1		
全体 (2017年)		(2,057)	65.7	48.1	37.5	37.2	36.6	31.9	30.0	27.5		
性別	男性	(1,027)	55.7	41.6	37.3	39.4	32.7	27.2	30.6	27.0		
	女性	(1,030)	75.6	54.7	37.7	35.0	40.4	36.6	29.5	28.0		
性別×年代別	男性20代	(204)	56.4	43.1	29.9	33.3	25.5	31.9	22.5	20.6		
	男性30代	(205)	56.1	42.4	31.7	39.5	38.0	30.7	25.4	22.9		
	男性40代	(206)	57.8	41.7	39.3	35.4	22.8	22.8	31.6	27.2		
	男性50代	(206)	53.4	40.3	41.3	42.2	36.4	25.7	35.0	27.7		
	男性60代	(206)	54.9	40.3	44.2	46.6	40.8	24.8	38.3	36.4		
	女性20代	(206)	74.3	61.2	32.5	38.8	34.5	39.8	21.8	28.2		
	女性30代	(206)	78.6	54.4	37.4	32.0	37.9	37.9	22.8	22.3		
	女性40代	(206)	77.2	54.4	36.4	34.0	37.9	32.5	32.5	28.6		
	女性50代	(206)	74.3	55.3	36.4	34.5	41.7	35.0	32.0	30.1		
	女性60代	(206)	73.8	48.1	45.6	35.4	50.0	37.9	38.3	30.6		

※「全体 (2017年)」スコアで降順ソート

		n=	を保存しな	鮮度を保つための追加物	原料生産者がわかる	消費期限が切れても	栄養成分が保たれている	水洗いがある	使用している野菜を	主に輸入野菜を	必要はない保存する	冷蔵で保存する
全体 (2016年)		(2,055)	30.0	35.4	24.2	26.0	23.1	14.1	14.7	5.4		
全体 (2017年)		(2,057)	27.4	27.0	24.9	20.8	19.3	14.9	14.6	5.4		
性別	男性	(1,027)	23.5	23.7	25.9	14.8	20.3	16.3	12.7	6.5		
	女性	(1,030)	31.4	30.4	24.0	26.7	18.3	13.6	16.6	4.3		
性別×年代別	男性20代	(204)	30.4	25.0	24.5	22.1	21.1	19.1	9.3	6.9		
	男性30代	(205)	24.4	27.3	25.9	16.1	20.5	16.6	15.6	8.3		
	男性40代	(206)	23.3	22.3	24.8	16.0	15.5	16.0	17.0	3.9		
	男性50代	(206)	19.4	21.8	24.8	10.2	18.0	11.7	10.7	6.8		
	男性60代	(206)	19.9	21.8	29.6	9.7	26.2	18.0	10.7	6.8		
	女性20代	(206)	32.5	31.6	19.9	24.3	16.5	16.0	18.4	6.3		
	女性30代	(206)	35.0	32.5	29.1	30.6	19.9	16.0	18.0	1.9		
	女性40代	(206)	34.5	30.6	24.3	23.8	18.4	17.0	17.5	3.4		
	女性50代	(206)	26.2	29.1	22.8	27.7	17.0	10.7	14.1	3.9		
	女性60代	(206)	28.6	28.2	23.8	27.2	19.4	8.3	15.0	5.8		

※「全体 (2017年)」スコアで降順ソート

単一素材嗜好と複数素材嗜好

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。

【A】一種類の野菜の方が汎用性があって使い勝手が良い ←→ 【B】複数の野菜が入っている方が使い勝手が良い】

SA

- パッケージサラダの素材の嗜好は、「一種類の野菜」(A計)が17%、「複数の野菜」(B計)が45%で、複数の野菜の方が使い勝手が良いと感じる人が多い。
- 特に女性は、男性と比べて「複数の野菜」に対する嗜好が強い。男性は「どちらともいえない/わからない」の比率が高かった。

※全体ベース

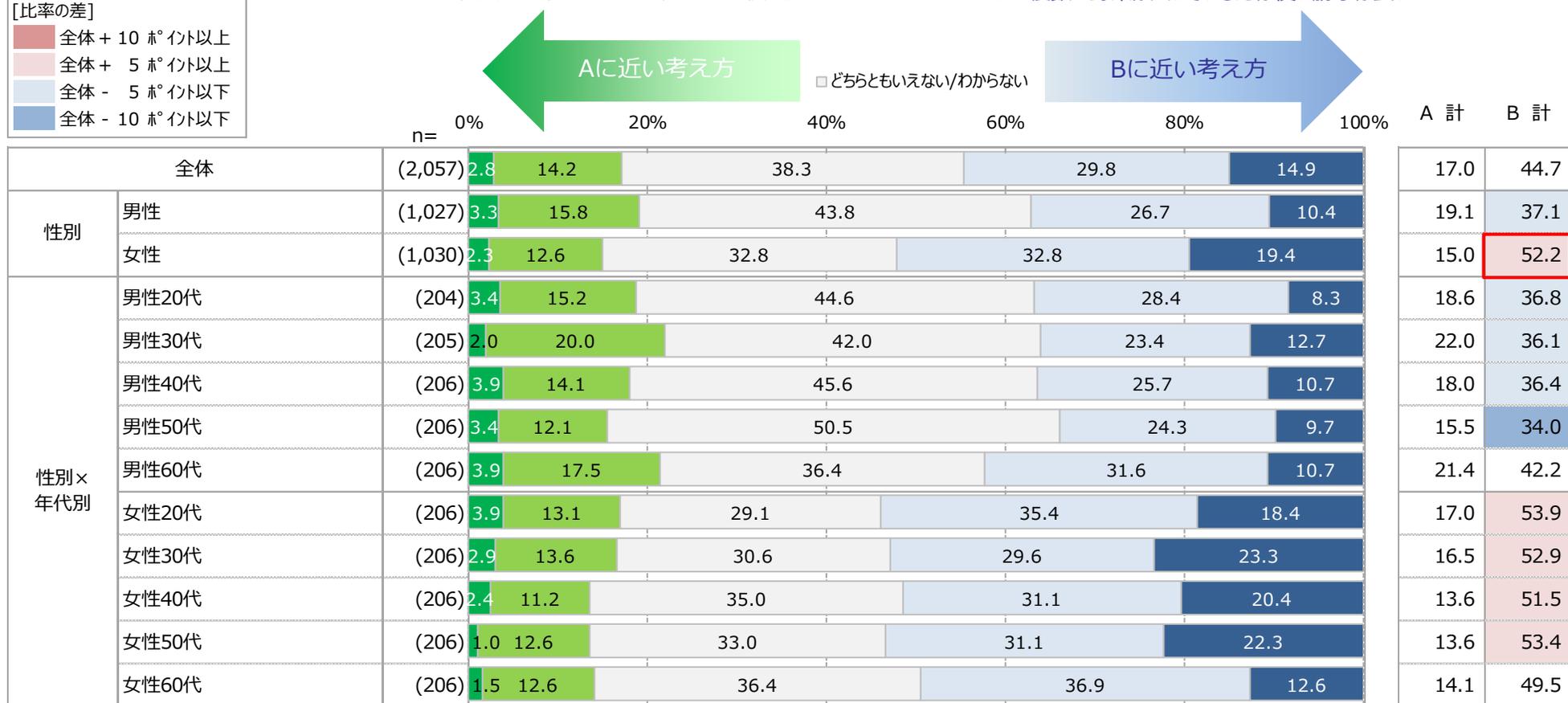
n=30以上の場合

A：一種類の野菜の方が汎用性あって使い勝手が良い

B：複数の野菜が入っている方が使い勝手が良い

[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



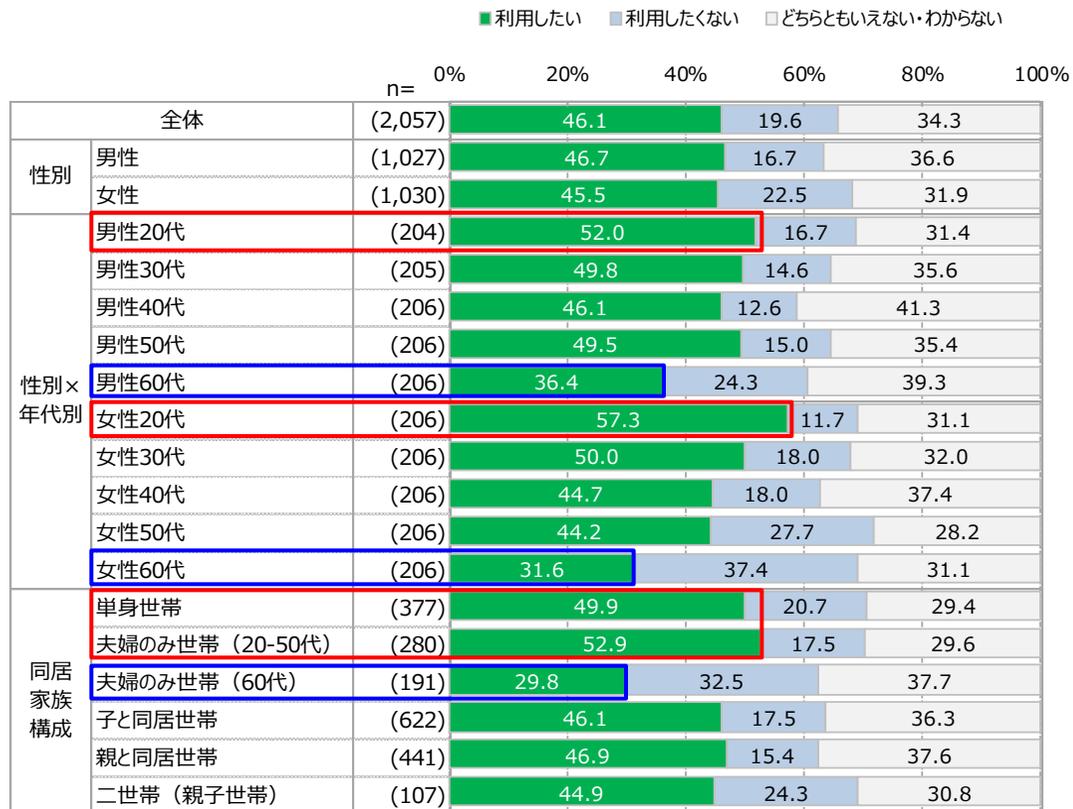
パッケージサラダの利用意向

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

SA

- パッケージサラダの利用意向は46%で、前回から5ポイントの増加。
- 男女ともに60代は利用意向が低く、夫婦のみ世帯（60代）も同様。
- 一方、男女とも20代は過半数、単身世帯や夫婦のみ世帯（20-50代）も半数前後が利用意向を示している。

※全体ベース



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。

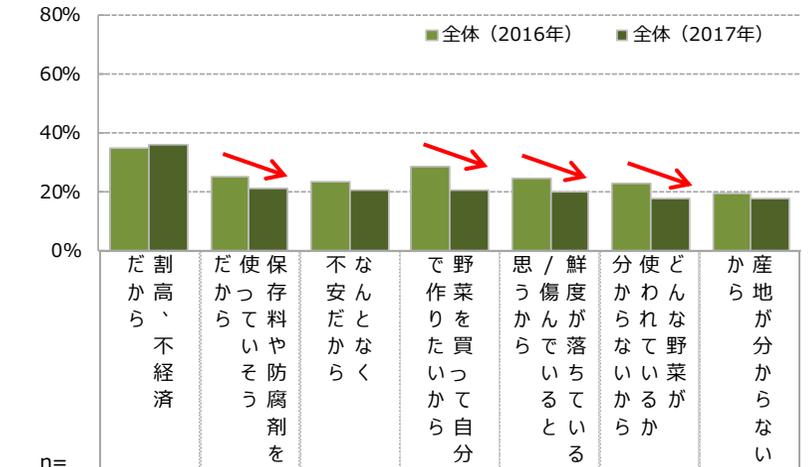
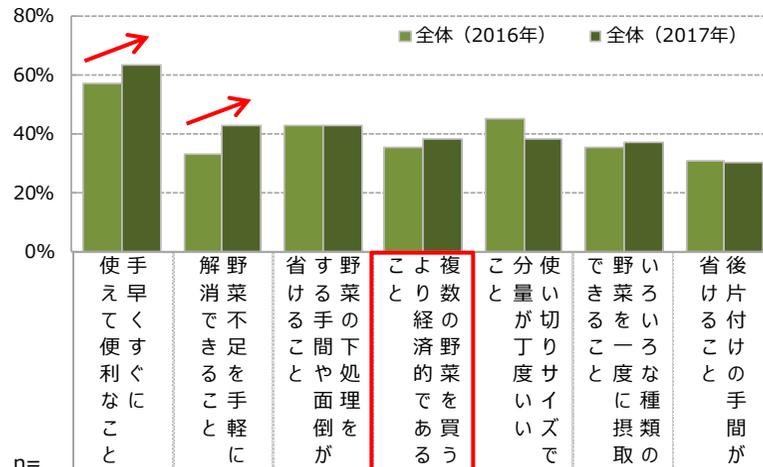
MA

- 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」が63%でトップ。「複数の野菜を買うより経済的」も比較的選択率が高く、コストパフォーマンスもメリットとして受け入れられやすい。時系列でみると、「手早くすぐに使えて便利」「野菜不足を手軽に解消できる」にメリットを感じる人が前回から増加している。
- 一方、利用したいと思わない理由としては「割高、不経済」が最も多かった。「保存料や防腐剤を使っていそう」など、その他のスコアは減少傾向。

※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

時系列比較



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	性別×年代別	n	使え早くて便利なこと	野菜不足を解消できること	省ける野菜の手間や面倒が	こよりの経済野菜を買う	分量が切りやすい	できる野菜の種類	後片付けの手間
全体	全体	(1,126)	57.5	33.2	43.0	35.3	45.0	35.8	31.0
全体	全体	(1,142)	63.2	43.1	42.9	38.5	38.5	37.2	30.1
性別	男性	(568)	56.2	41.4	37.1	33.8	36.3	35.7	31.5
	女性	(574)	70.2	44.8	48.6	43.2	40.8	38.7	28.7
性別×年代別	男性20代	(120)	54.2	43.3	38.3	25.8	30.0	32.5	33.3
	男性30代	(116)	57.8	48.3	37.1	33.6	35.3	41.4	34.5
	男性40代	(116)	56.0	34.5	38.8	33.6	41.4	35.3	33.6
	男性50代	(126)	53.2	44.4	33.3	35.7	38.1	33.3	28.6
	男性60代	(90)	61.1	34.4	38.9	42.2	36.7	36.7	26.7
	女性20代	(131)	67.9	45.8	46.6	35.9	43.5	32.8	35.9
	女性30代	(122)	66.4	48.4	53.3	48.4	43.4	42.6	23.8
	女性40代	(121)	70.2	44.6	50.4	37.2	35.5	35.5	26.4
女性50代	(110)	72.7	45.5	47.3	48.2	40.0	37.3	24.5	
女性60代	(90)	75.6	37.8	44.4	48.9	41.1	47.8	33.3	

理由	全体 (2016年)	全体 (2017年)	不安だから	野菜を買うから自分	思わぬ傷かからず	分量がわからない野菜が	産地がわからない
割高、不経済	34.7	21.4	23.4	28.8	24.6	22.8	19.8
保存料や防腐剤を	25.3	20.8	20.7	20.3	20.3	17.8	17.6
不安だから	23.4	20.8	20.7	20.3	20.3	17.8	17.6
野菜を買うから自分	28.8	20.7	20.3	20.3	20.3	17.8	17.6
思わぬ傷かからず	24.6	20.3	20.3	20.3	20.3	17.8	17.6
分量がわからない野菜が	22.8	17.8	17.8	17.8	17.8	17.8	17.6
産地がわからない	19.8	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6	17.6

※上位項目を抜粋

※「全体（2017年）」スコアで降順ソート

※上位項目を抜粋

※「全体（2017年）」スコアで降順ソート

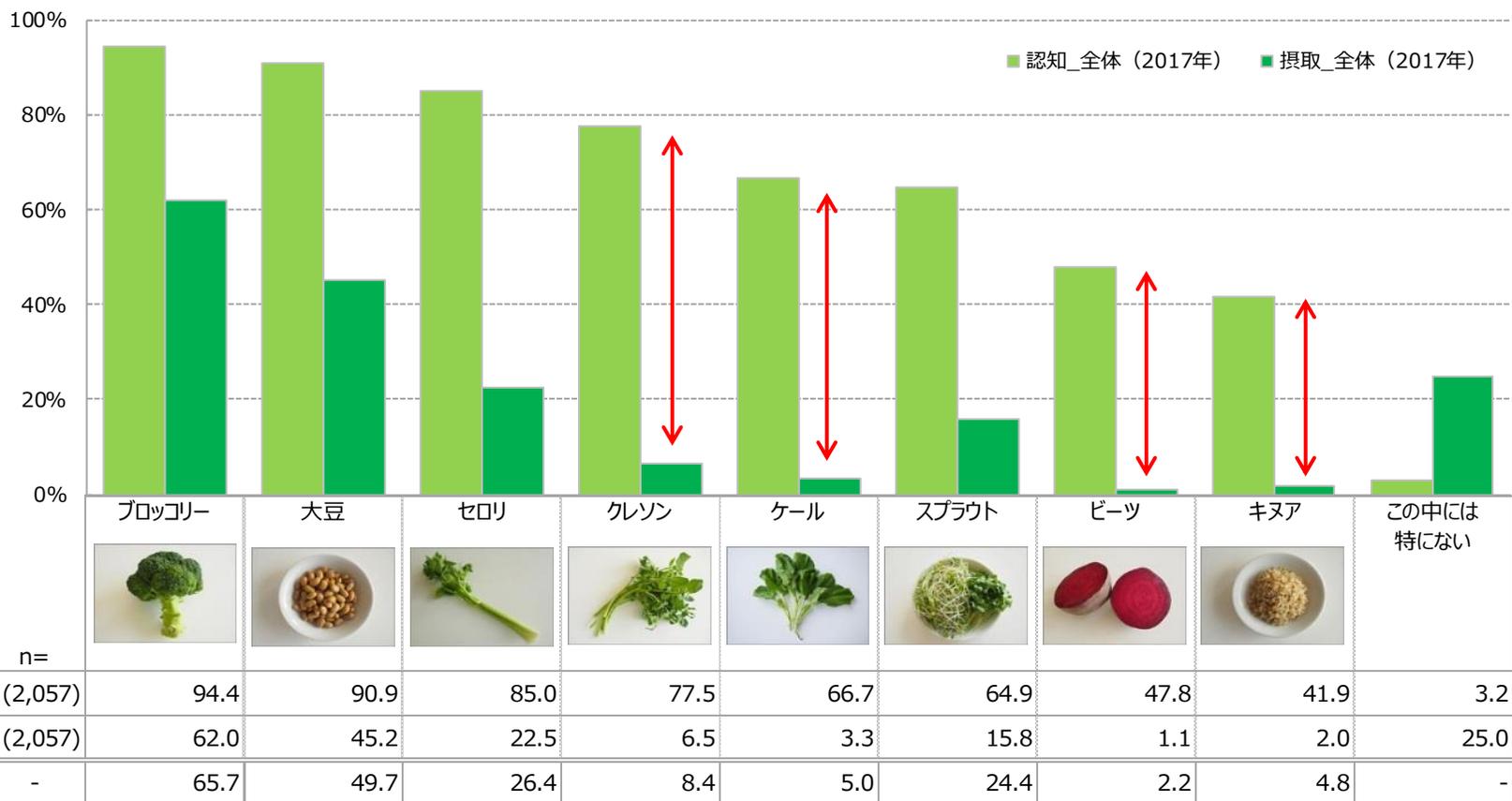
高栄養価野菜の認知・摂取状況

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。

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。

※全体ベース



※「認知_全体 (2017年)」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

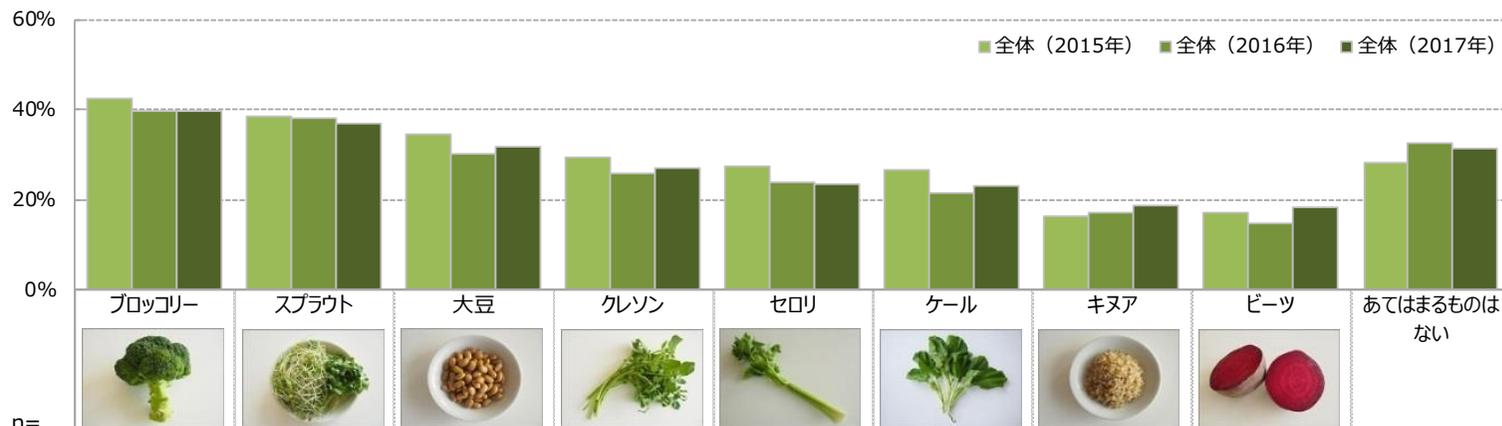
Q あなたは、以下の野菜が入っているパッケージサラダがあったら、購入したいと思いますか。

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」(37%)、「大豆」(32%)、「クレソン」(27%)が続く。
- 女性は、「スプラウト」「キヌア」「ビーツ」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。

※全体ベース

時系列比較



n=30以上の場合

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

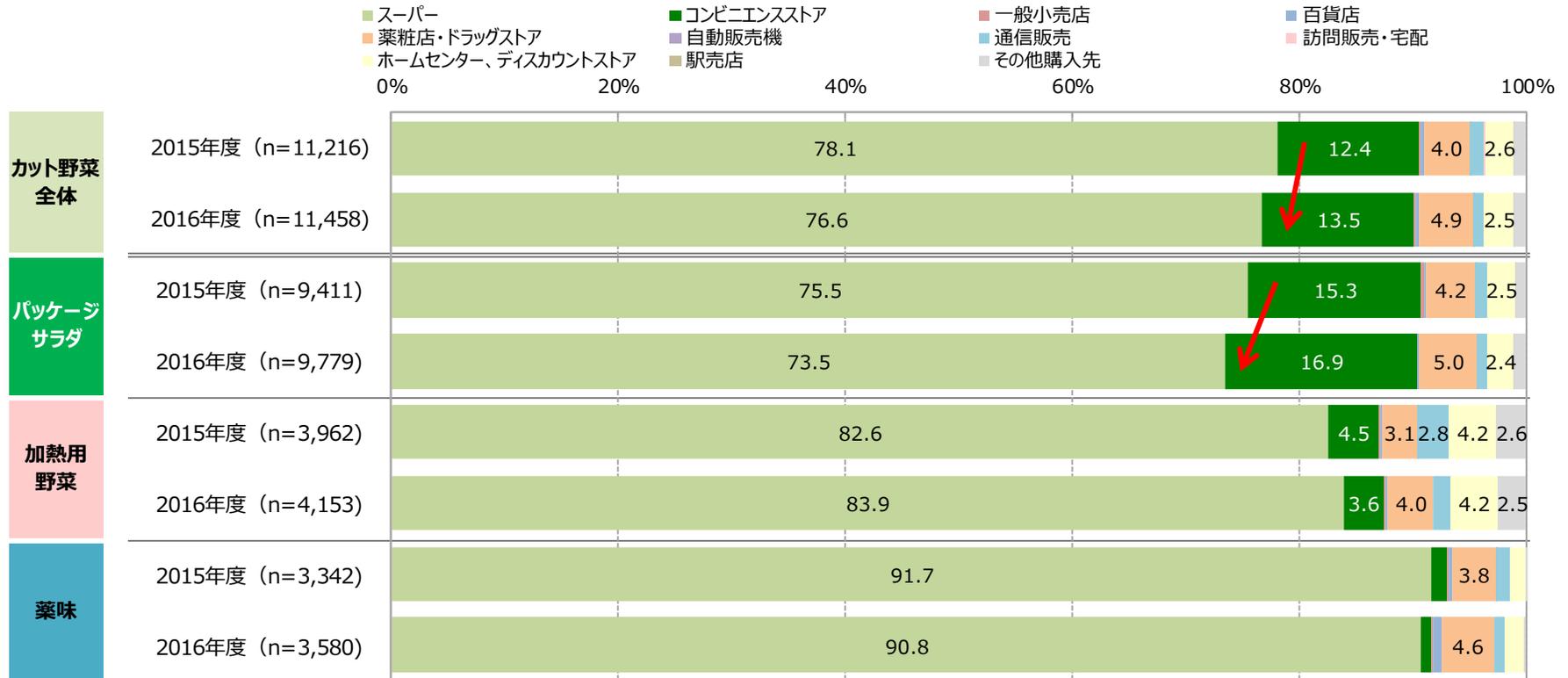
		n=	ブロッコリー	スプラウト	大豆	クレソン	セロリ	ケール	キヌア	ビーツ	あてはまるものはない
全体 (2015年)		(2,055)	42.3	38.5	34.7	29.5	27.5	26.5	16.4	17.2	28.0
全体 (2016年)		(2,055)	39.6	38.0	30.0	25.7	23.9	21.5	17.2	14.7	32.7
全体 (2017年)		(2,057)	39.9	37.0	31.6	27.0	23.3	23.1	18.8	18.1	31.4
性別	男性	(1,027)	37.2	30.4	30.2	24.4	22.7	20.5	12.2	11.4	35.5
	女性	(1,030)	42.5	43.6	33.0	29.5	24.0	25.6	25.3	24.9	27.2
性別×年代別	男性20代	(204)	32.4	29.4	27.5	20.6	15.7	23.5	11.3	15.2	35.3
	男性30代	(205)	41.0	32.7	29.8	23.4	19.5	21.5	12.7	11.7	35.1
	男性40代	(206)	35.0	28.2	35.4	23.8	19.9	16.5	15.5	9.2	37.9
	男性50代	(206)	35.9	33.0	27.2	27.2	24.8	21.4	12.6	9.2	36.4
	男性60代	(206)	41.7	28.6	31.1	27.2	33.5	19.9	8.7	11.7	33.0
	女性20代	(206)	39.8	33.5	25.7	25.2	18.4	22.3	20.4	19.9	30.1
	女性30代	(206)	42.7	45.6	36.4	23.8	19.4	25.2	26.7	21.8	22.8
	女性40代	(206)	43.7	50.5	33.5	33.5	23.3	28.2	33.0	31.6	23.3
	女性50代	(206)	39.8	44.7	34.5	29.6	32.5	29.1	25.2	27.2	26.7
	女性60代	(206)	46.6	43.7	35.0	35.4	26.2	23.3	21.4	23.8	33.0

※「全体 (2017年)」スコアで降順ソート

カット野菜（カテゴリ別）購買チャンネル分析

- カット野菜全体、またパッケージサラダの購買チャンネルは「スーパー」の構成比が7割台を占める。
- 昨年同様、「スーパー」は減少傾向、「コンビニエンスストア」が上昇傾向にある。

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	2015年度（2015/3/1～2016/2/29）
有効数 (n)	25,789
対象期間 2	2016年度（2016/3/1～2017/2/28）
有効数 (n)	24,960



※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。

