

年の瀬恒例！「今年の野菜消費」を振り返る

タキイ種苗「2017年の野菜の総括」

～今年最も食べられた野菜は…「たまねぎ」「キャベツ」がV3達成～

- ◎ 野菜の「値段高騰」、実感は昨年より21.3ptダウンで緩やかに
- ◎ 「カット野菜」の購入経験は3年連続7割超！「野菜の購入方法の定番」に
- ◎ 注目の「ミールキット」、若い世代ほど高い認知度と興味関心！

タキイ種苗株式会社（所在地：京都市下京区、代表取締役社長：瀧井傳一）は、2017年の年末を前に、今年の野菜の世相について、「食べる機会の多かった野菜」「野菜の値段感」「今後取り入れたい注目の野菜」や、流行の「カット野菜」、注目が高まる「ミールキット」など、310人の男女に調査を実施いたしました。

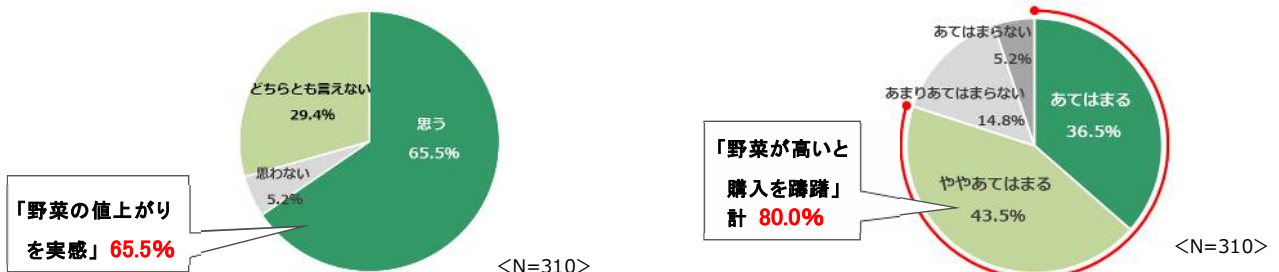
「2017年の野菜の総括」として、ご報告いたします。

調査結果 Topics !

■ 日本人が最もよく食べる野菜は…「たまねぎ」「キャベツ」が3年連続でトップ2！

2015年から3年連続で、1位「たまねぎ」、2位「キャベツ」が「最も食べる機会の多かった野菜」のトップ2でした。

■ 「野菜の値上がりを実感」は昨年比21.3ptダウン。しかし8割が「野菜が高いと購入を躊躇」



天候の影響などにより懸念された「野菜の値上がり」の実感は65.5%で、昨年より21.3ptダウン。

「野菜が高いと購入を躊躇」する人は8割に上りました。一方、「安い野菜を購入」「安価な野菜で代用」など、摂取量を減らさないための創意工夫では、特に女性の取り組みが多くみられ、取り組み内容・度合いで男女差が顕著に表れる結果となりました。

■ 野菜の「マンネリ化」「季節感の無さ」実感多数。今後取り入れたい野菜1位は「季節の野菜」！

「最近の野菜に季節感を感じない」(61.0%)、「同じ野菜ばかり購入する」(74.5%)が多数の中、これから取り入れたい注目の野菜で「季節の野菜」(33.2%)が1位になり、野菜に季節感が求められていることがわかりました。

■ 2017年注目を集めた「ミールキット」、認知度はまだ低いですが、若い世代から徐々に広がる予感

「ミールキット」の認知度は全体では17.1%にとどまりましたが、20代と40代女性では25.8%となり、4人に1人が知っていることがわかりました。また、20代、30代では、4割以上が「ミールキットに興味がある」と回答しました。

【タキイ種苗 野菜に関するアンケート調査】

- ◆ 調査期間: 2017年11月17日(金)～20日(月)
- ◆ 調査方法: インターネット調査
- ◆ 調査対象者: 全国の20～69歳の男女
- ◆ 有効回答数: 310サンプル

※グラフなどはすべて%

1. 2017年によく食べた「野菜」

① 2017年、最も食べられた野菜は3年連続「たまねぎ」!

「2017年に食べる機会が多かった野菜」では、1位「たまねぎ」(62.9%)、2位「キャベツ」(58.7%)となり、3年連続で1・2位を独占しています。上位の野菜に変動は見られませんでした。また、「トマト」(53.5%)は昨年4位から3位に、「大根」(51.9%)は昨年6位から4位にランクアップしました。

● 2017年 食べる機会が多かった野菜

<複数回答、トップ5 (N=310)>

| | | | |
|----|------|-------|---|
| 1位 | たまねぎ | 62.9% | → |
| 2位 | キャベツ | 58.7% | → |
| 3位 | トマト | 53.5% | ↑ |
| 4位 | 大根 | 51.9% | ↑ |
| 5位 | にんじん | 51.3% | → |

25位までにランクインした野菜のほとんどは女性の方が多く摂食しているという結果となりましたが、「枝豆」(22.9%)だけは、男性(25.8%)、女性(20.0%)と男性の方が5.8pt高く、「ビールのおつまみの定番」である「枝豆」が、男性により好まれていることがわかりました。

■ 2017年食べる機会が多かった野菜<複数回答、トップ25 (N=310、男性N=155、女性N=155)>



参照: 「2015年の野菜の総括」 http://www.takii.co.jp/info/news_151221.html

「2016年の野菜の総括」 http://www.takii.co.jp/info/news_161222_2.html

※本リリース上のスコアの構成比(%)は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合もあります。

2. 2017年「野菜の値段」

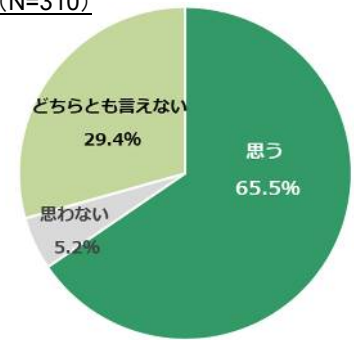
① 懸念された「野菜の値上がり」、実感度は昨年より低い

今年は全国的に雨量が多く、日照時間が少なかったことから、野菜の高騰が懸念されましたが、一年を振り返ると、実際には平年並みか値下がりした野菜も多くありました。*

野菜の値段が「例年に比べて高かった」(65.5%)は、2016年の86.8%から21.3pt下がっており(2015年は69.0%)、消費者の「野菜の高騰」の実感は、例年よりは緩やかであることがわかりました。

*参照: <http://www.maff.go.jp/kanto/press/seisan/engei/kakaku/171031.html> (関東農政局)

■今年は例年に比べて野菜の値段が高かったと思うか(N=310)



② 葉物野菜の値上がりは実感されるも、全体的な高騰感は薄い

「例年に比べて高いと感じた野菜」では、天候の影響を受けやすい葉物野菜を中心に上位にランクインする結果となりました。一方、「あてはまるものはない」(24.2%)は、昨年の10.0%から14.2pt上昇しており、ここでも昨年と比較して野菜の高騰への実感が少ないことがわかります。

「2017年に食べる機会が多かった野菜」でトップ5に入った「キャベツ」は1位(33.2%)、トマトは4位(26.1%)にランクインしており、値上がり実感が高かったことから、家計に影響を及ぼしたことがうかがえます。

● 例年に比べて高いと感じた野菜

<複数回答、トップ6(N=310)>

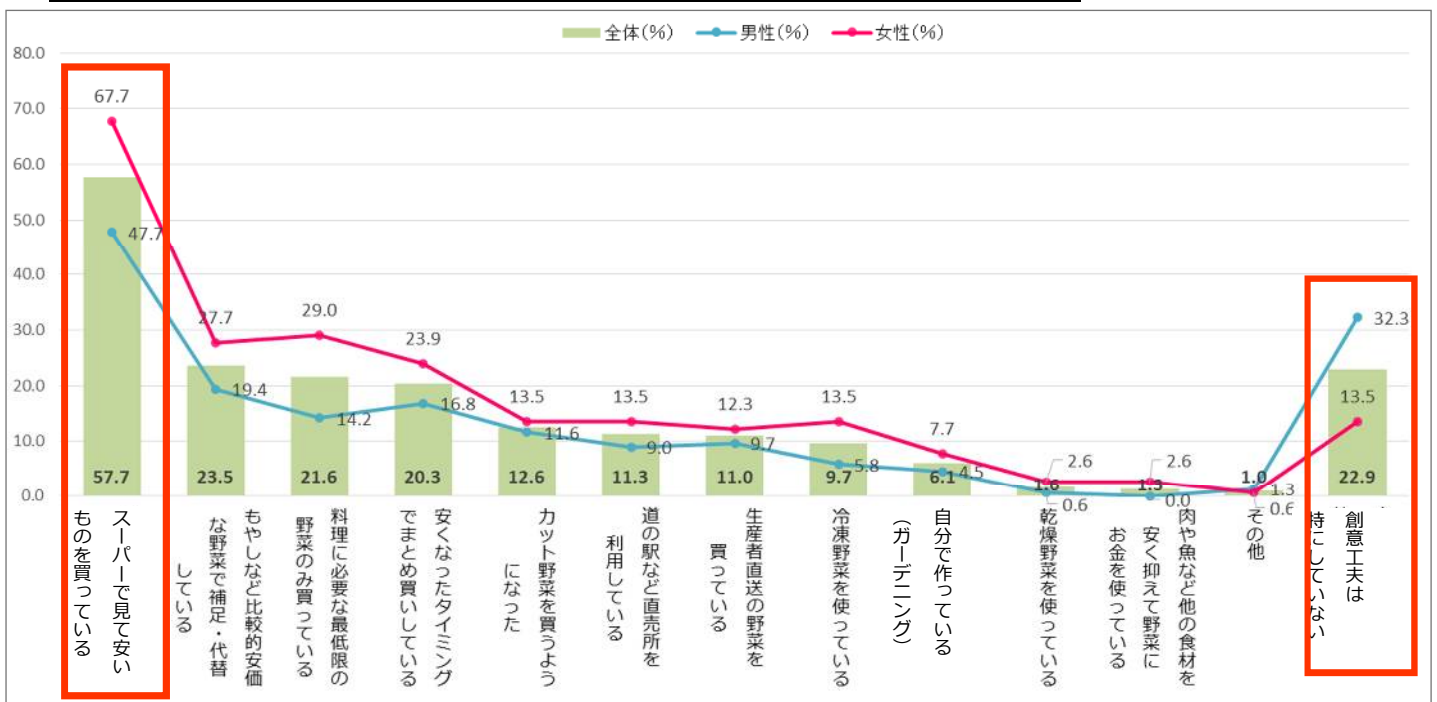
| 順位 | 野菜名 | 割合 | 変化 |
|----|------------|-------|----|
| 1位 | キャベツ | 33.2% | → |
| 2位 | レタス | 29.4% | ↑ |
| 3位 | きゅうり | 27.1% | ↑ |
| 4位 | トマト | 26.1% | ↑ |
| 5位 | ほうれん草 | 24.2% | → |
| 6位 | 白菜 | 23.5% | ↓ |
| — | あてはまるものはない | 24.2% | ↑ |

③ 「近年の野菜の高騰」を受け、女性の約7割が「安いものを買う」。摂取量を減らさず創意工夫も

「近年の野菜の高騰を受けて創意工夫していること」では、男女の行動に顕著な差が出る結果となりました。「スーパーで見えて安いものを買っている」(57.7%)は男女とも1位だったものの、女性(67.7%)と男性(47.7%)で20ptの差が開きました。一方、「(創意工夫は)特にしていない」(22.9%)と回答したのは、男性(32.3%)が女性(13.5%)を18.7pt大きく上回りました。上位に入った「比較的安価な野菜で補足・代替している」(23.5%)、「安くなったタイミングでまとめ買いしている」(20.3%)などから、野菜の摂取量自体は減らさないように工夫している様子がわかります。

「創意工夫」の全ての項目で女性の方が男性よりも取り組んでいる割合が高く、女性は野菜の値段の変動に、より敏感に反応し、食卓に野菜を並べる工夫を行っていることがわかりました。

■近年の野菜の高騰を受けて創意工夫していること<複数回答(N=310、男性N=155、女性N=155)>



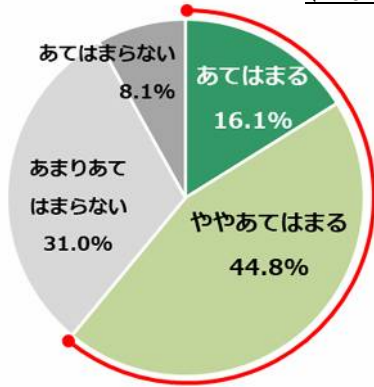
3. 最近の野菜に感じること

① 年代が上がるほど、「最近の野菜に季節感を感じない」と回答

最近の野菜に「季節感を感じない」と回答した人は、全体では61.0%^{*1}となりました。年代が上がるにつれて「野菜に季節感を感じない」人が多い結果となり、特に60代は75.8%^{*2}と、全体より14.8pt高く、多くの人が通年で回るようになった最近の野菜に季節感を感じていないことがわかりました。

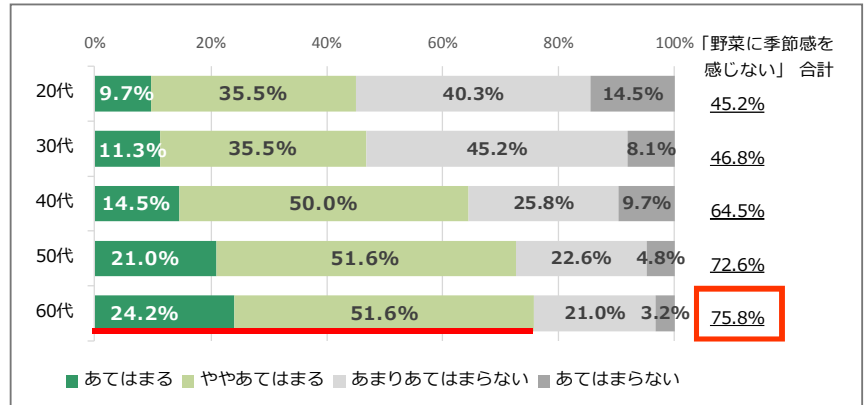
*1、2それぞれ「あてはまる」、「ややあてはまる」の合計。

■最近の野菜について「季節感を感じない」(N=310)



「最近の野菜に季節感を感じない」計 61.0%

■最近の野菜について「季節感を感じない」(年代別各N=62)



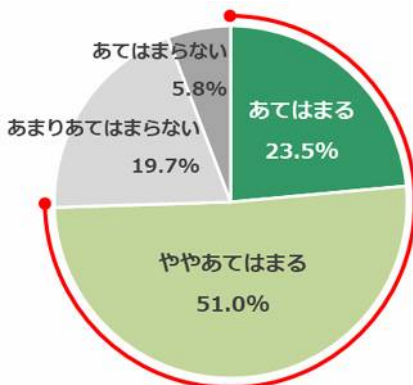
② 7割以上が「野菜のマンネリ化」を実感

最近の野菜について「いつも同じ野菜ばかり購入する」との回答は全体で74.5%^{*1}に上り、同じような野菜に偏ってしまう、「野菜のマンネリ化」を実感している人が多いことがわかりました。

性年代別で見ると、女性では20代(80.6%^{*2})、30代(83.9%^{*3})、40代(80.6%^{*4})が特に多いことがわかり、料理をよくする世代で「野菜のマンネリ化」を感じやすいと推測できます。また、男性では20代(83.9%^{*5})が突出して高いことがわかりました。

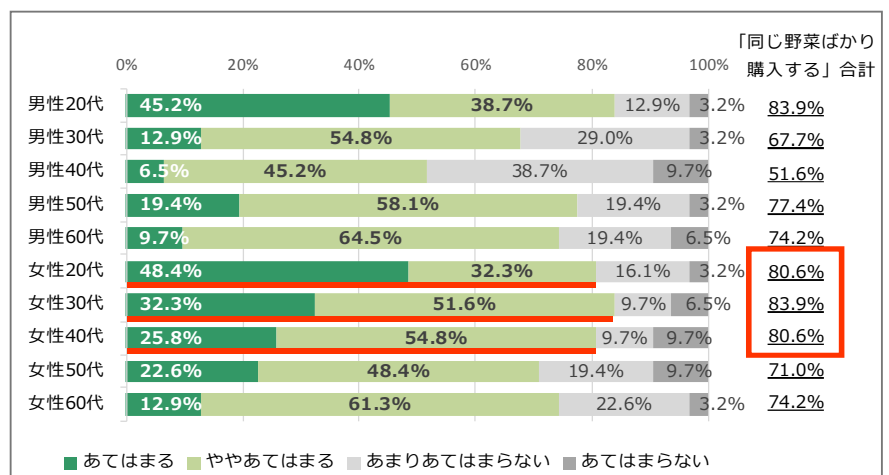
*1~5 それぞれ「あてはまる」、「ややあてはまる」の合計。

■最近の野菜について「いつも同じ野菜ばかり購入する」(N=310)



「いつも同じ野菜ばかり購入する」計 74.5%

■最近の野菜について「いつも同じ野菜ばかり購入する」(性年代別各N=31))



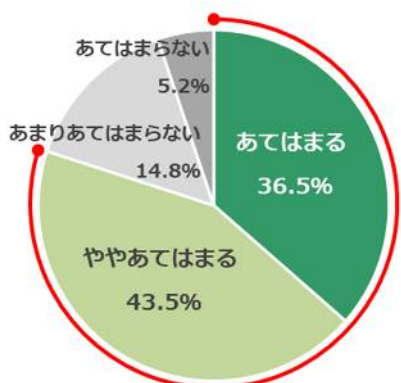
③ 全体で8割、女性だと約9割が「野菜が高いと購入を躊躇」

最近の野菜について、全体の8割^{*1}が「野菜が高ければ購入するのに躊躇する」と回答しており、値段が野菜選びや購入の有無において大きな要素になっていることがわかります。男女別では、男性が72.9%^{*2}であるのに対し、女性は87.1%^{*3}と14.2ptの差が付き、ここでも男女の意識の差が浮き彫りになりました。

性別・年代別で見ると、特に30代、40代女性では9割以上^{*4}が野菜の購入を「高いと躊躇する」と回答しており、子育て世代の女性に顕著な傾向であることがわかりました。

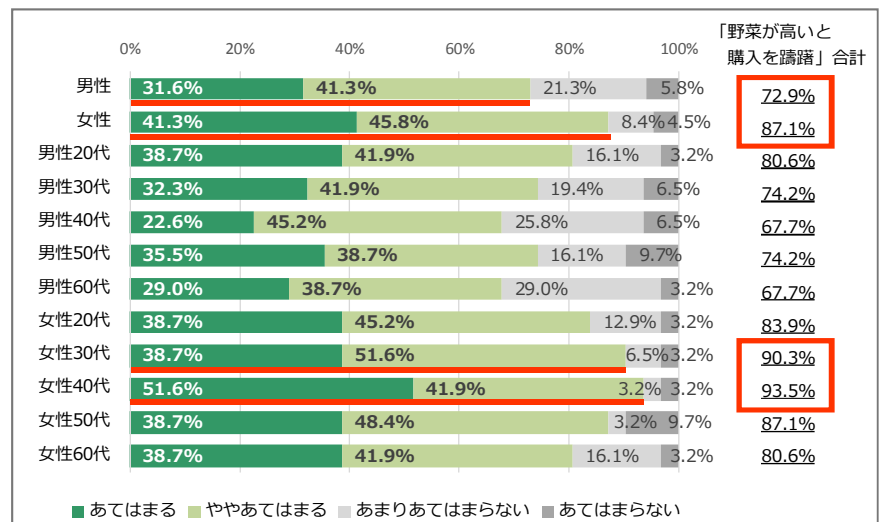
*1~4 それぞれ「あてはまる」、「ややあてはまる」の合計。

■最近の野菜について「野菜が高ければ、購入するのに躊躇する」(N=310)



「野菜が高ければ購入に躊躇する」
計 80.0%

■最近の野菜について「野菜が高ければ、購入するのに躊躇する」(性別各N=155、性年代別各N=31)



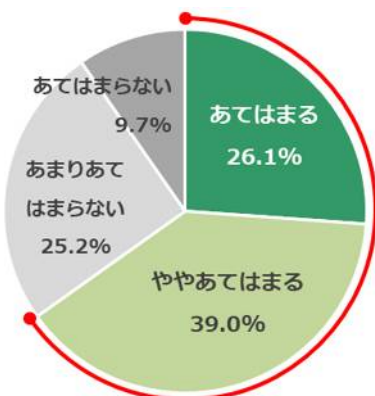
④ 「安さより国産であること」を重視するのは、特に高い年代の女性に多い

「同じ野菜でも安さよりできるだけ国産の野菜を購入する」人は全体の65.2%^{*1}となり、半数以上の方が野菜購入の際、安さより国産であることを重視していることがわかりました。男女別で見ると、男性60.0%^{*2}、女性は70.3%^{*3}となり、女性の方がより国産野菜を好む傾向にあるようです。

性年代別で見ると、20代では男性(41.9%^{*4})、女性(48.4%^{*5})といずれも半数を切り、若い世代では国産であることよりも安さを重視する様子がありました。国産野菜を好む傾向は女性の年齢層が高くなると顕著になり、50代女性(77.4%^{*6})、60代女性(83.9%^{*7})では特に多い結果となりました。

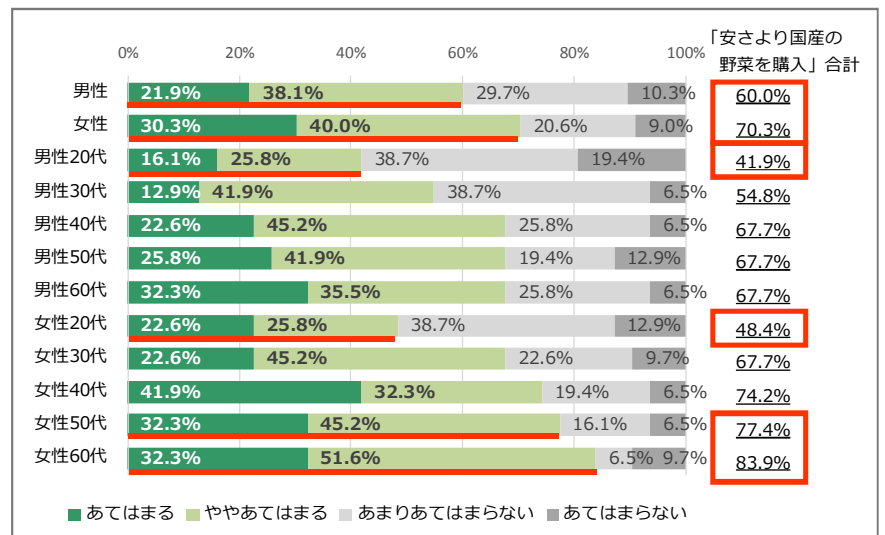
*1~7 それぞれ「あてはまる」、「ややあてはまる」の合計。

■最近の野菜について「同じ野菜でも安さよりできるだけ国産の野菜を購入する」(N=310)



「同じ野菜でも安さより国産の野菜を購入」
計 65.2%

■最近の野菜について「同じ野菜でも安さよりできるだけ国産の野菜を購入する」(性別各N=155、性年代別各N=31)

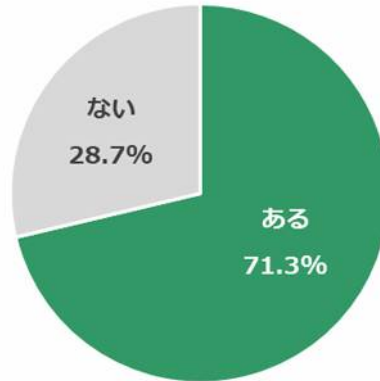


4. カット野菜について

① カット野菜の購入経験は、3年連続7割超えて、食卓に定着

カット野菜の購入経験については、71.3%が「ある」と回答しました。2016年は73.2%、2015年は75.8%と、3年連続で7割以上の方が「購入経験がある」と回答しており、野菜の購入方法として定着していることがわかります。

■カット野菜を購入したことがあるか(N=310)



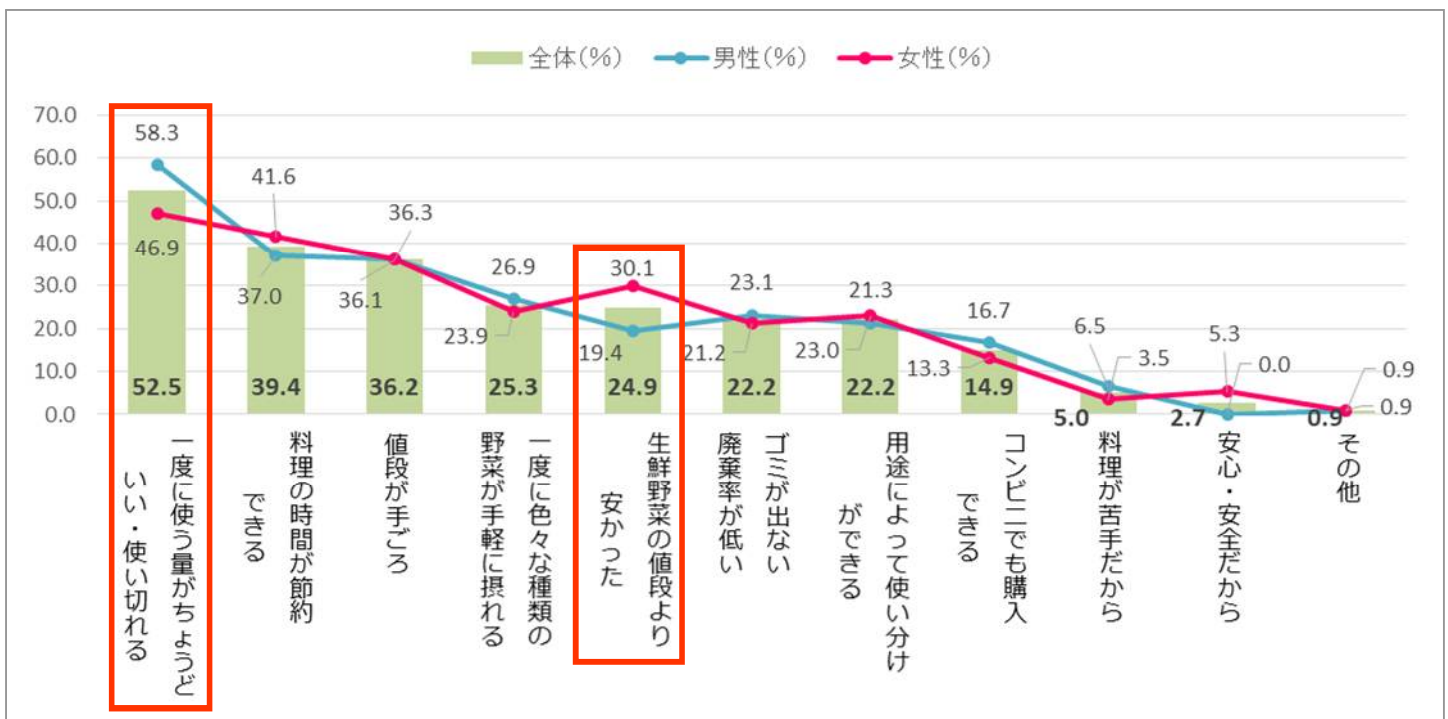
② カット野菜購入の理由は「ちょうどよい量」「料理時間の節約」「手ごろな値段」

カット野菜の購入理由については、1位「一度に使う量がちょうどいい、使い切れる」(52.5%)が最も多く、次いで「料理の時間が節約できる」(39.4%)、「値段が手ごろ」(36.2%)となりました。

男女別で見ると、「一度に使う量がちょうどいい・使い切れる」は、男性の58.3%に対し、女性は46.9%と、男性の方が11.4pt高く、より「使い切り」を重視していることがわかります。

一方で、「生鮮野菜の値段より安かった」との回答は男性19.4%に対して女性30.1%と10.6ptの差が開き、女性は「利便性」に加えて「リーズナブルであるか」を重視していることがわかりました。「近年の野菜の高騰を受けて創意工夫していること」(P.3)で明らかになった、賢く野菜を取り入れようとする女性の創意工夫は、カット野菜の導入にも表れているといえます。

■カット野菜を買った理由<複数回答(カット野菜購入者N=221、男性N=108、女性N=113)>



5. 「野菜の取り入れ方」のこれから

① これから取り入れたい野菜 No.1 は「季節の野菜」!

「これから取り入れたい、注目している野菜」で最も多くの注目を集めているのは「季節の野菜」(33.2%)でした。「最近の野菜に季節感を感じない」(P.4)人が6割を超えた結果からも、もっと季節の野菜を取り入れたいという要望がうかがえます。

昨年1位の「スプラウト」の注目度は引き続き高く、今年は2位にランクイン(16.1%)。5位には、野菜の栄養分を効率よく摂取できる「機能性野菜」(9.0%)が入りました。

● 今後取り入れたい、注目している野菜

| | | |
|----|--------|-------|
| 1位 | 季節の野菜 | 33.2% |
| 2位 | スプラウト | 16.1% |
| 3位 | ミニ野菜 | 10.0% |
| 4位 | ハーブ | 9.4% |
| 5位 | 機能性野菜 | 9.0% |
| 6位 | 伝統野菜 | 8.7% |
| 7位 | イタリア野菜 | 5.8% |
| 8位 | その他 | 0.6% |
| - | 特に無し | 45.2% |

<複数回答、
N=310>

タキイ種苗が開発した、機能性成分を豊富に含むおいしい健康野菜シリーズ「ファイトリッチ」

「ファイトリッチ」は、摂取する野菜の“量”ではなく、“質”を上げることを目指してタキイ種苗が開発した、機能性成分を豊富に含んだ、おいしい健康野菜シリーズです。約25年前に野菜の色素に注目し、機能性成分を多く含み、なおかつ食味に優れた野菜の研究プロジェクトをスタートさせました。現在は17種類の商品(品種)があります(2017年12月現在)。

<http://www.takii.co.jp/tsk/phytorich/>



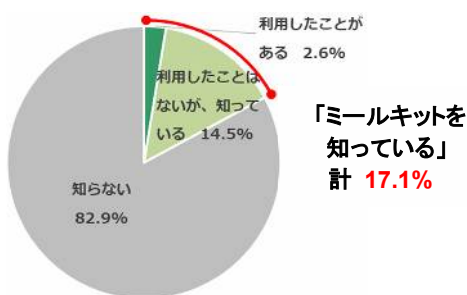
② 2017年ベストヒット商品ランクインの「ミールキット」、20代女性の4人に1人が知っている

「ミールキット」とは、1食分の必要食材とレシピが家に届く食材宅配サービス。食べたい料理を選んで注文すれば、料理に必要な食材が全て宅配されるため、買い物やレシピを考える手間が省け、また食材を余らせないことが強みのサービスです。

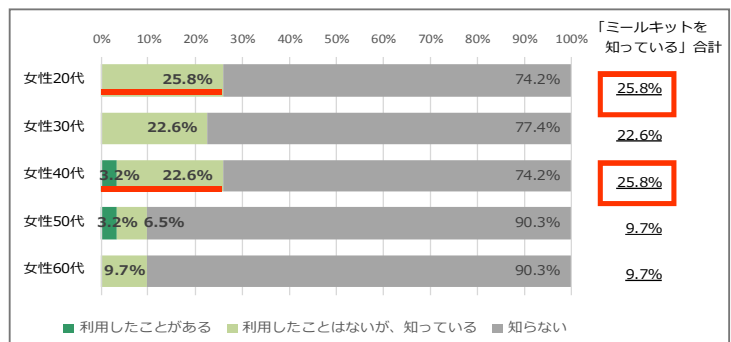
『日経トレンド』が発表した「2017年ヒット商品ベスト30」で第4位にランクインした「ミールキット」。野菜の新しい摂取方法としても注目の「ミールキット」の認知度を調べたところ、17.1%*¹にとどまる結果となりました。20代~40代女性では、それぞれ20%を超える認知度があり、特に20代女性(25.8%*²)、40代女性(25.8%*³)は、4人に1人が「ミールキットを知っている」ことがわかりました。

*1~3 「利用したことがある」、「利用したことはないが、知っている」の合計。

■ミールキットを知っている・利用したことがあるか (N=310)



■ミールキットを知っている・利用したことがあるか(女性年代別各N=31))

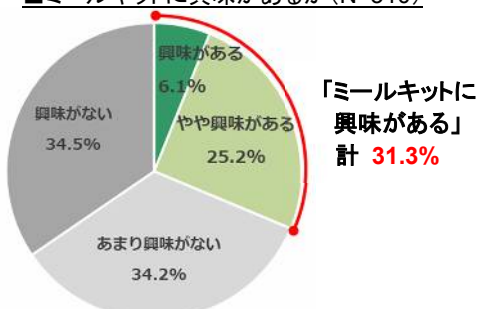


③ 「ミールキット」への興味は全体では3割にとどまるが、若い世代から徐々に広がる予感

「ミールキット」への興味の有無について、全体では「興味がある」(31.3%*¹)が3割にとどまったのに対し、年代別で見ると、20代、30代では4割*²を超えており、今後、若い世代から認知度・興味関心・利用度が高まるにつれて、さらなるトレンドとなっていくことも予感できる結果となりました。

*1~2 「興味がある」、「やや興味がある」の合計。

■ミールキットに興味があるか(N=310)



■ミールキットに興味があるか(年代別各N=62))

