

2012年11月29日

報道各位

社団法人 J C総研

— 野菜や果物を食べる頻度が増加 —

(野菜・果物の消費行動に関する調査結果—2012年調査—)

当研究所では、2008年より農畜産物の消費行動をテーマに全国の消費者を対象としたWeb調査を実施しています。

調査の15回目として「野菜・果物の消費行動に関する調査」を2012年7月に実施しました。このたび、調査結果の概要がまとまりましたので、ご報告いたします。

解禁日時：平成24年11月29日（木）14時

《添付資料》

野菜・果物の消費行動に関する調査結果の概要（プレスリリース）

<本件に関するお問合せ先>

東京都新宿区市谷船河原町11番地

飯田橋レインボービル5F

社団法人 J C総研

基礎研究部 主席研究員 藤本恭展

Tel 03-6280-7252

※なお、本資料は「農政クラブ」「農林記者会」「農協記者クラブ」および日頃お付き合いのある報道機関の関係各位等に配布します。

調査の概要

■調査方法	インターネットリサーチ
■調査地域	全 国
■調査主体	社団法人 JC総研
■実施機関	株式会社 インテージ
■調査年月日	2012年7月19日(木)～7月25日(水)
■調査対象	全国の主婦・既婚男性・単身女性・単身男性

■有効回答者数 インテージ・ネットモニター会員 n=2,011 単位:人(構成比%)

	TOTAL	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性
TOTAL	2,011	856	846	160	149
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
20代以下	143	42	38	35	28
	7.1	4.9	4.5	21.9	18.8
30代	294	116	126	25	27
	14.6	13.6	14.9	15.6	18.1
40代	319	139	143	19	18
	15.9	16.2	16.9	11.9	12.1
50代	328	137	151	20	20
	16.3	16.0	17.8	12.5	13.4
60代	414	186	180	25	23
	20.6	21.7	21.3	15.6	15.4
70代以上	513	236	208	36	33
	25.5	27.6	24.6	22.5	22.1

※年齢・属性構成比は2010年国勢調査を参考に実態に近くなるよう調整した。

【エリア区分】

北海道	全域
東北	(青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)
北関東	(茨城、栃木、群馬)
南関東	(埼玉、千葉、東京、神奈川)
甲信越・北陸	(新潟、富山、石川、福井、山梨、長野)
東海	(岐阜、静岡、愛知、三重)
京阪神	(滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山)
中国・四国	(鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知)
九州	(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄)

※前回調査まで震災の影響を考慮し調査対象から除外した地域があったが、今回調査から通常ベースに戻した。

【分析・報告書作成】

社団法人 JC総研 基礎研究部 主席研究員 藤本 恭展

野菜・果物の消費行動に関する調査結果の概要

1. 野菜を食べる頻度が増加

野菜を食べる頻度を具体的に聞いた。

野菜を「ほぼ毎食」食べる人はトータルで34.4%と前回調査より6.8ポイント増加した。主婦の7.8ポイント増が主な要因だが、単身男女とも増加している。ただし、単身男性は「ほぼ毎食」と「ほぼ毎日」が増加しているものの、「週に1日未満/食べない」の割合も前回の13.6%から16.8%へと増加しており、野菜を食べない人も増加しているのが気付きである。

(注)「週に1日未満/食べない」は、「月に2~3日」「月に1日程度」「年に数回」「全く食べない」を合算。

図2は年代別に前回2011年調査からの推移をみたものだが、50代の「ほぼ毎食」食べる割合が大きく減少しているほかは、トータル同様概ね増加傾向を示している。ただし、若干改善したとはいえ、年代が低下するほど摂食頻度が低くなる傾向はこれまでと同様で、今後子育てをする、あるいは子育て真っ最中の世代が野菜を食べる頻度が少ないことは、その子どもたちの健康も含め、不安の残る結果といえる。

図1 野菜の摂食頻度 (2009→2012 推移 主婦・単身男女ベース)

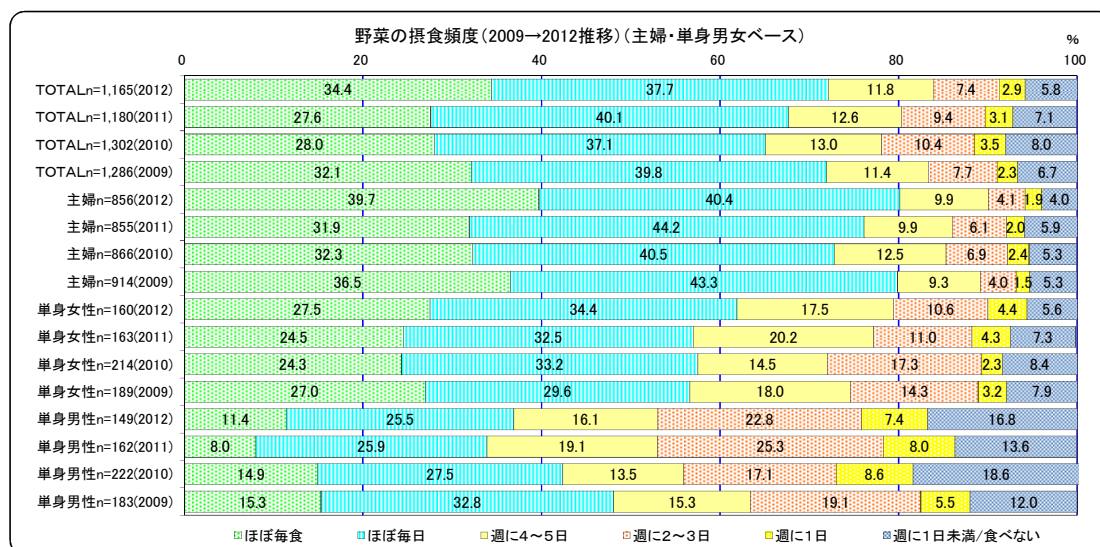
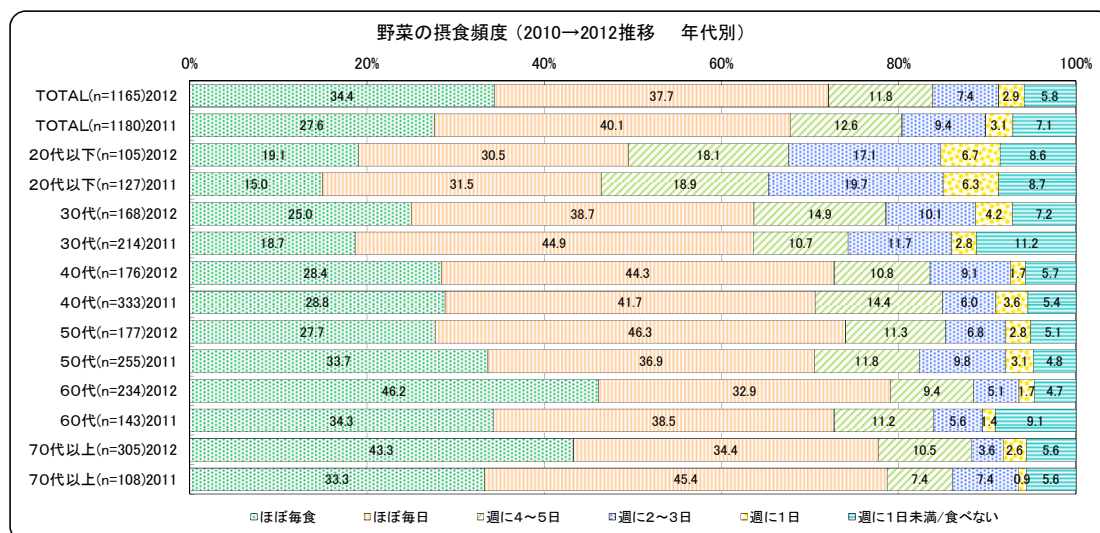


図2 野菜の摂食頻度 (2011→2012 推移・年代別 主婦・単身男女ベース)



2. 果物を食べる頻度は増加傾向に転じたものの、若年層に課題あり

果物を食べる頻度を具体的に聞いた。

図3のように、2009年からの推移では、減少傾向にあった果物の摂食頻度が今回2012年調査で反転したように見受けられる。この傾向は特に主婦に顕著で、「ほぼ毎日」+「ほぼ毎食」食べる人は2011年の30.0%から40.1%と10.1ポイント増加した。これに対し単身男性は2011年の13.6%から14.8%へと1.2ポイント増加しているものの、逆に「週に1日未満/食べない」人も2011年の44.4%から45.6%へと1.2ポイント増加しており、2極化傾向が見受けられる。単身男性の約半数が週に1度も果物を食べないのは、やはり健康面で大きな問題といえよう。

また、既婚男性を加えた年代別の推移(図4)を見ると、全体的には増加傾向にあるものの、40代~50代が減少または停滞気味であること、30代以下、特に20代以下の根本的な摂食頻度の低さが問題であり、若年層の消費を喚起しなければ、今後果物の需要が減少していくと推測される。

図3 果物の摂食頻度 (2009→2012 推移 主婦・単身男女ベース)

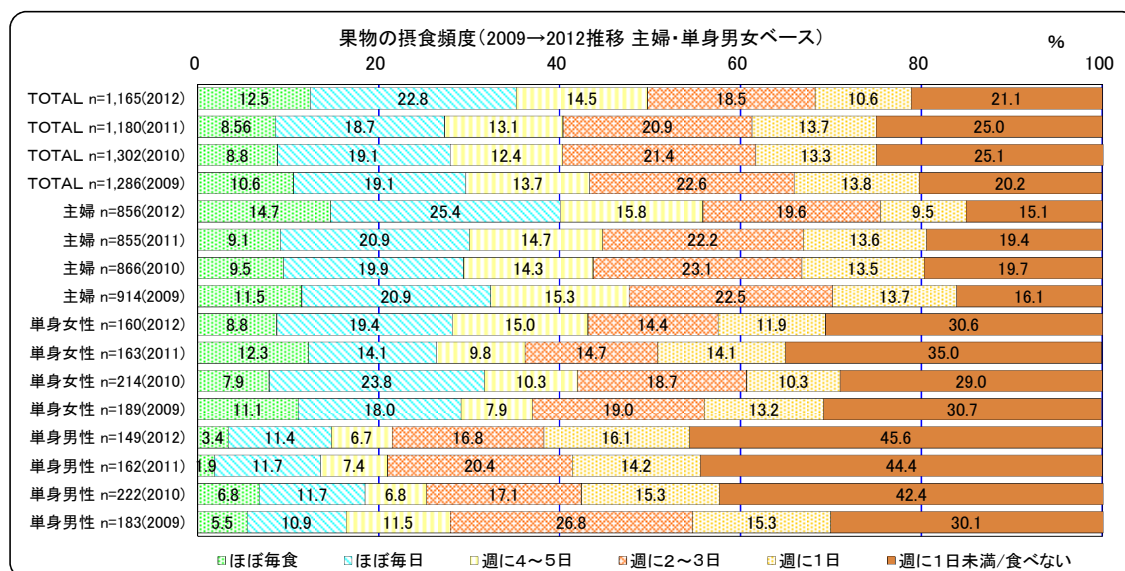
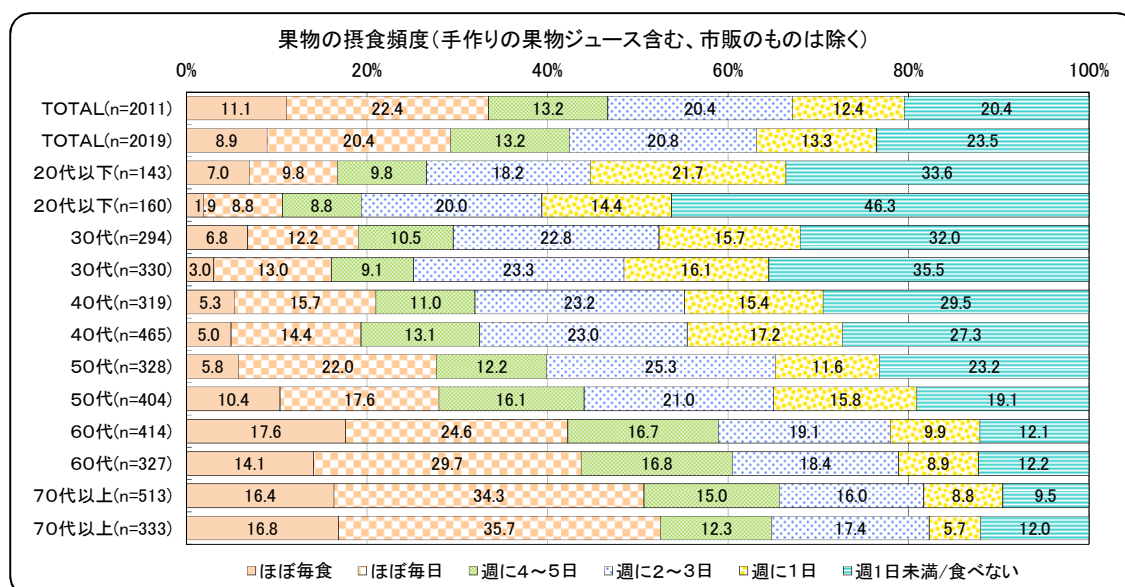


図4 果物の摂食頻度 (2011→2012 推移・年代別 既婚男性追加ベース) 上段:2012 下段:2011



3. 野菜をもっと食べるようになると思うきっかけは今回調査でもレシピ提供が鍵

野菜・果物を「もう少し(もっと)食べたい・食べる必要あり」と回答した人に、どのようなきっかけがあれば食べる量・頻度が増えるかを聞いた。

野菜・果物とも、「価格が安くなれば」との回答が1番多かった{野菜47.9%(前回50.2%)、果物62.4%(同66.2%)}が、いずれも価格の落ち着きを反映してか若干割合が減少している。

表1の野菜では、2番目に36.7%で「手間をかけずにいっぱい食べられるレシピが分かれば」が来ており、特に主婦は47.0%と42.3%の単身女性とともに高い。前回調査より若干割合は下がったが、依然として野菜が十分とれる献立に日々悩んでいる様子がうかがえる。前回の調査報告においても指摘したが、この設問がこれだけ高い割合になるということは、生産者や流通・販売者は、まだまだ情報発信の余地があるのではないかと。単身男女は「料理に使う分だけ野菜を買えるようになれば」が他の属性に比較して高く、カット野菜などを含め、少量のパッケージを期待する傾向がある。単身男性は「野菜料理を作ってくれる人がいれば」が45.3%でトップであり、時間に余裕がないことがうかがえる。

表2の果物では、「価格が安くなれば」が野菜よりもすべての属性で高い。2012年7月の総務省家計調査では生鮮果物の価格は前年同月より総じて下がったものの、野菜と比較すると高いというイメージが強いものと思われる。また、「皮をむいたり、カットしてくれる人がいれば」の回答は、単身女性以外では総じて高く、主に調理をすると思われる主婦でも21.2%に上る。皮をむきやすい、あるいは皮ごと食べられるなど、食べやすい果物の需要は、今後も続くように見受けられる。

表1 野菜をもっと食べるようになると思うきっかけ(MA) ※表1・表2とも20%以上の項目を網掛けした。

属性	(度数:人,他は%)					TOTAL
	TOTAL	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性	
生鮮野菜の価格が安くなれば	47.9	55.2	41.4	51.3	38.7	47.9
手間をかけずにいっぱい食べられるレシピが分かれば	36.7	47.0	26.1	42.3	28.0	36.7
自分の食習慣が変われば	28.9	24.7	31.3	32.1	33.3	28.9
野菜料理を作ってくれる人がいれば	23.9	20.1	23.3	19.2	45.3	23.9
時間に余裕ができれば/料理をする時間が取れば	22.0	28.0	10.4	37.2	22.7	22.0
収入が増えれば	20.3	18.6	16.9	34.6	22.7	20.3
加工野菜(カット・冷凍野菜等)の価格が安くなれば	18.7	19.0	16.1	18.0	26.7	18.7
野菜の惣菜(サラダ、煮物等)の価格が安くなれば	17.9	17.2	15.7	21.8	24.0	17.9
市販のお弁当等に使用されている野菜の量が多くなれば	17.6	14.7	20.1	18.0	20.0	17.6
料理に使う分だけ野菜を買えるようになれば	15.4	16.5	10.0	20.5	24.0	15.4
野菜の安全性がもっと高くなれば	11.2	16.9	8.0	10.3	1.3	11.2
プランターや家庭菜園等で野菜を自作するようになれば	10.4	15.1	7.2	11.5	2.7	10.4
野菜をいっぱい使ったデザート類やお菓子があれば	9.5	11.8	7.2	12.8	5.3	9.5
スライスしたり、刻んだりするのに便利な道具があれば	9.5	10.8	7.6	11.5	9.3	9.5
食事を一緒に食べる人がいれば	7.2	3.6	4.4	12.8	24.0	7.2
野菜嫌いを克服できれば	5.6	5.4	7.6	2.6	2.7	5.6
購入店で、洗浄・カットするようなサービスがあれば	5.3	8.2	3.2	2.6	4.0	5.3
加工野菜等に使用されている野菜が国産の野菜になれば	4.7	6.8	2.0	9.0	1.3	4.7
下ごしらえを店内で行った野菜を売ってほしい	4.7	7.2	2.4	2.6	5.3	4.7
野菜の摂取を増やすよう医師など専門家の指導があれば	3.2	4.3	2.4	1.3	4.0	3.2
その他	1.6	2.5	1.6	0.0	0.0	1.6
特に思い当たらない/特にな	7.1	5.0	10.8	2.6	6.7	7.1

表2 果物をもっと食べるようになると思うきっかけ(MA)

属性	(度数:人,他は%)					TOTAL
	TOTAL	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性	
果物の価格が安くなれば	62.4	72.2	52.1	71.4	47.6	62.4
カットフルーツの価格が安くなれば	30.8	32.5	26.6	33.8	34.5	30.8
食べたい量だけ果物を買えるようになれば	26.7	26.3	27.3	29.9	23.8	26.7
収入が増えれば	26.5	24.5	24.3	36.4	32.1	26.5
自分の食習慣が変われば	20.7	19.4	19.5	24.7	26.2	20.7
皮をむいたり、カットしたりしてくれる人がいれば	20.7	21.2	20.6	18.2	21.4	20.7
果物の味に当たりはずれがなくなれば	15.5	22.1	12.0	10.4	4.8	15.5
カットフルーツの種類がもっと充実すれば	15.1	16.4	13.5	15.6	14.3	15.1
果物を使ったデザート類の価格が安くなれば	13.9	14.0	12.7	14.3	16.7	13.9
皮ごと食べられる品種や種がない品種が増えれば	13.4	16.7	10.9	10.4	10.7	13.4
一緒に果物を食べてくれる人がいれば	11.4	9.9	10.1	13.0	20.2	11.4
皮をむいたり、カットするのに便利な道具があれば	10.2	11.6	9.4	7.8	9.5	10.2
時間に余裕ができれば/料理をする時間が取れば	9.6	8.7	9.0	14.3	10.7	9.6
ファストフード等に果物の手頃な単品メニューがあれば	9.2	7.5	10.1	10.4	11.9	9.2
外食のセットメニューに果物の選択肢があれば	8.4	8.7	7.9	9.1	8.3	8.4
果物をいっぱい使ったデザート類やお菓子があれば	8.0	8.4	7.5	10.4	6.0	8.0
果物の安全性がもっと高くなれば	7.0	11.6	4.9	0.0	1.2	7.0
国産果実のドライフルーツがあれば	4.9	6.3	3.8	5.2	2.4	4.9
購入店で、皮むき・カットするようなサービスがあれば	4.6	6.3	1.5	6.5	6.0	4.6
その他	2.1	2.7	1.1	0.0	4.8	2.1
特に思い当たらない/特にな	8.4	5.1	13.1	5.2	9.5	8.4

4. 野菜不足を感じる度合は減少に転じたものの、食べていない人の方が問題

日頃の食生活の中で自分自身は「野菜不足」だと思うか、4段階に分けて聞いた。

図5で「野菜不足」と思う人は既婚男性を除くトータルで13.2%と、前回の20.1%から大きく減少し、「野菜は不足気味」と思う人36.5%(前回39.2%)と合わせて49.7%(同59.3%)の人が野菜の摂取量が不足だと思うと回答している。前回と比較すると、今回は5割を切っており、野菜不足感はかなり改善されたと思われる。ただし、「ほぼ毎日」食べている人でも19.7%の人が「野菜不足」と感じているのに、「週に1日以下」の人が5.9%しか「野菜不足」と感じていないのは問題だろう。

図6のように、トータルでは「野菜不足」と思う人は10.4%だが、20代以下では21.0%と年代が低くなるほど「野菜不足」感は増加しており、今後の大きな課題といえるだろう。

図5 「野菜不足」を感じる程度(2009→2012 推移 トータルのみ既婚男性除く)

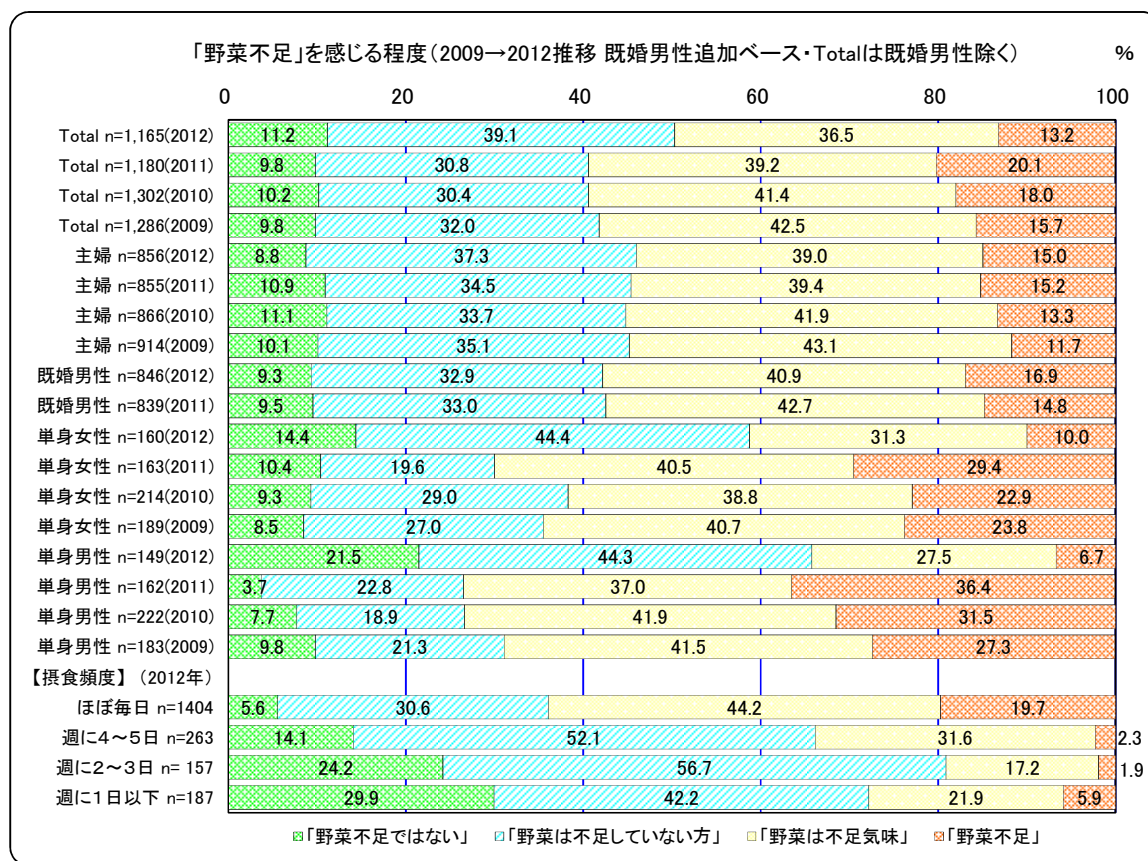
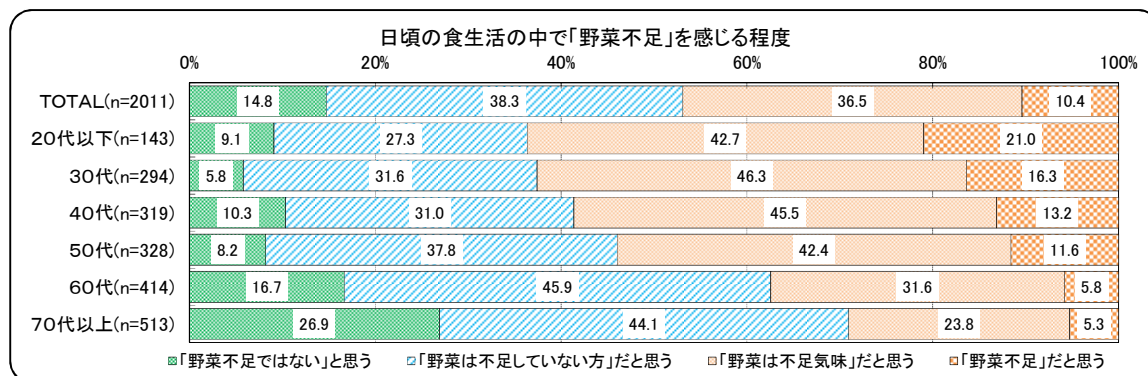


図6 日頃の食生活の中で「野菜不足」を感じる程度(年代別 既婚男性追加ベース)



5. 野菜の必要量の理解度が若干増加か／「野菜は不足していない」と思う理由

「野菜不足ではない」「野菜は不足していない方」と回答した人 (n=1068) に、不足していないと思う理由を聞いた。

表3をみると、「ほぼ毎食、野菜料理を食べているから」(63.5%)「家庭の食事で、使用する野菜の量が多いから」(53.2%)など、摂食頻度・摂食量・種類の多さなどを理由としている1～3番目は前回調査と同じ順位になっている。

具体的な摂食量を示した3つの選択肢を選んだ人は合わせて30.5% (前回調査では27.7%)で、「野菜を1日350gぐらいは食べているから」を選んだ人は8.9% (同7.1%)と、厚生労働省が「健康日本21」で掲げる野菜摂取量の目標の理解度は前年より若干増加しているようだ。ただし、1番多かったのは「野菜を1日250gぐらいは食べているから」(14.0%)であり、「野菜を1日150gぐらいは食べているから」(7.6%)とあわせ、野菜をどれだけ食べる必要があるかの消費者の認識率は依然低いといえるだろう。「サプリメントを飲んでいるから」は5.1% (前回6.9%)と減少しており、ある程度定着してはいるものの、一時期のサプリメントブームは去ったように思われる。

表3 「野菜不足ではない」と思う理由(MA・主婦・既婚男性・単身男女) トータルでソート

No.	属性 度数	TOTAL 1,068	主婦 462	既婚男性 489	単身女性 66	単身男性 51
1	ほぼ毎食、野菜料理を食べているから	63.5	70.6	57.9	66.7	49.0
2	家庭の食事で、使用する野菜の量が多いから	53.2	61.0	49.5	37.9	37.3
3	色々な種類の野菜を食べているから	42.5	48.7	38.2	33.3	39.2
4	果物を良く食べるから	27.8	32.3	25.4	27.3	11.8
5	野菜不足からくる身体の不調を感じていないから	20.8	22.3	20.0	21.2	13.7
6	市販の野菜ジュース等をよく飲んでいるから	18.1	20.1	15.5	19.7	21.6
7	野菜を1日250gぐらいは食べているから	14.0	11.5	14.9	15.2	25.5
8	プランターや家庭菜園等で自分で野菜を作っているから	12.4	14.3	12.1	7.6	3.9
9	中食や外食時に野菜が多いものを選んだりしているから	10.4	12.3	7.6	12.1	17.7
10	野菜を1日350gぐらいは食べているから	8.9	10.6	7.0	9.1	11.8
11	野菜を1日150gぐらいは食べているから	7.6	7.1	8.4	7.6	3.9
12	市販の果物ジュースをよく飲んでいるから	7.6	9.1	5.9	4.6	13.7
13	青汁を習慣的に飲んでいるから	5.3	5.8	4.5	9.1	3.9
14	サプリメント(主にビタミン類)を飲んでいるから	5.1	5.2	4.5	10.6	2.0
15	冷凍食品・加工食品は野菜が多いものを選んでいくから	3.1	2.6	2.3	7.6	9.8
16	その他	0.8	0.7	0.6	3.0	2.0
17	特に理由はない／何となく	6.1	4.3	7.6	7.6	5.9

(注) 表は、20%以上を網掛けした。

また、No.7・10・11の野菜のg数を回答した行を網掛けした(表4ではNo.9・10・12)。

表4 「野菜不足ではない」と思う理由(MA・既婚男性追加ベース:前回(2011)調査)

No.	属性 度数	TOTAL 962	主婦 388	既婚男性 482	単身女性 49	単身男性 43
1	ほぼ毎食、野菜料理を食べているから	61.1	63.1	60.2	57.1	58.1
2	家庭の食事で、使用する野菜の量が多いから	54.8	64.2	49.8	55.1	25.6
3	色々な種類の野菜を食べているから	38.9	42.0	36.5	40.8	34.9
4	果物を良く食べるから	27.9	28.9	28.0	26.5	18.6
5	野菜不足からくる身体の不調を感じていないから	18.6	19.6	17.2	18.4	25.6
6	市販の野菜ジュース等をよく飲んでいるから	16.5	18.3	15.6	10.2	18.6
7	プランターや家庭菜園等で自分で野菜を作っているから	12.8	14.2	13.1	6.1	4.7
8	中食や外食時に野菜が多いものを選んだりしているから	12.3	17.8	7.5	14.3	14.0
9	野菜を1日250gぐらいは食べているから	10.6	9.5	11.4	8.2	14.0
10	野菜を1日150gぐらいは食べているから	10.0	6.7	12.9	4.1	14.0
11	市販の果物ジュースをよく飲んでいるから	7.3	8.5	6.8	4.1	4.7
12	野菜を1日350gぐらいは食べているから	7.1	8.2	5.8	12.2	4.7
13	サプリメント(主にビタミン類)を飲んでいるから	6.9	9.3	5.4	4.1	4.7
14	青汁を習慣的に飲んでいるから	4.1	3.9	3.9	6.1	4.7
15	冷凍食品・加工食品は野菜が多いものを選んでいくから	2.6	1.8	2.3	4.1	11.6
16	その他	1.4	1.0	1.5	4.1	0.0
17	特に理由はない／何となく	4.6	3.4	5.4	4.1	7.0

6. 「野菜不足」の解消方法で「何もしない」人が減少

「野菜不足だと思う」「野菜は不足気味だと思う」と回答した人 (n=943) に、どのようにして不足を解消したいか聞いた。

図7を見ると「解消の必要性を感じない」人は4.2%で前回調査の3.6%から0.6ポイント増加、前々回調査からは2.1ポイント増加した。なかでも単身男性の割合が9.2%と前回の8.4%から0.8%、前々回(3.1%)に続き増加した。「対処の必要性を感じるが、特に何もしないと思う」人は22.5%でこちらは前回調査の24.9%から2.4ポイント減少している。特徴的なのは単身女性で、「何らかの対処をしたい」という人が前回の76.3%から83.0%に増加している。これは健康に対する意識が向上しているためと思われる。属性別に見ると、今回は対処の必要性を感じる属性が主婦と入れ替わって単身女性が1番になった。男性は概して「何らかの対処をしたい」と思う人の割合が低い、特に単身男性の意識が変わらず低いのが問題であろう。

表5の解消方法は、「家庭の食事で野菜料理や使用する野菜の量を多くしたい」が49.4%(前回47.9%)と1番多く、次いで「市販の野菜ジュース等を飲むようにしたい」が25.0%(同24.7%)で続いている。3番目が「果物を多く食べるようにしたい」(15.8%)となっており、順位は前回調査と同様である。今回野菜の摂取頻度が増加しているが、ジュースや果物摂取など、野菜不足の解消方法が楽なほうへと流れている傾向は変わっていないように見受けられる。

「サプリメント(主にビタミン類)を飲むようにしたい」との回答は前々回13.8%、前回10.3%で今回さらに9.3%に減少しており、このことからサプリメントブームが下火傾向のよう見受けられる。

図7 「野菜不足」解消に対する取り組み(属性別) 上段:2012 下段:2011

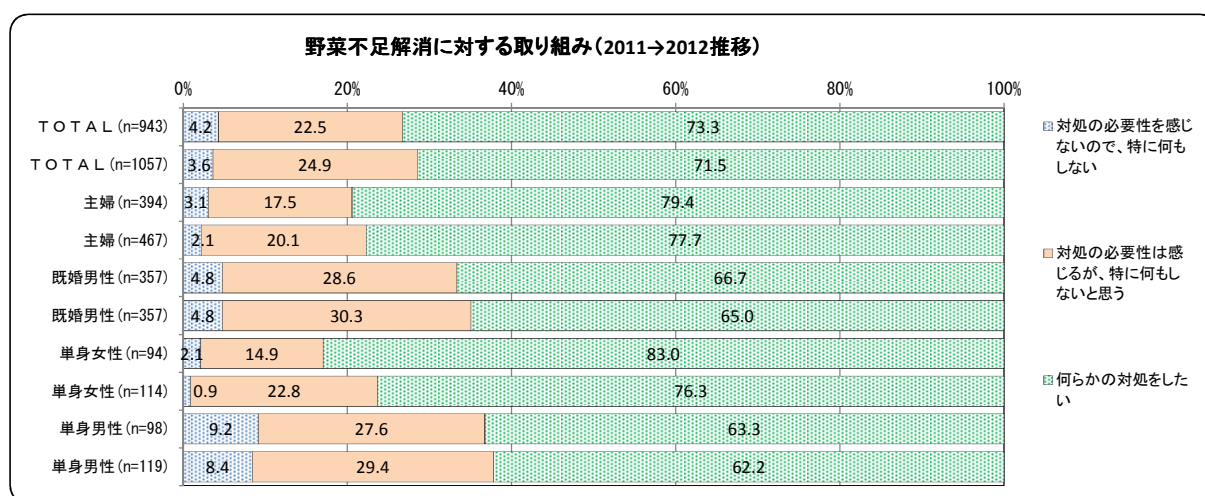


表5 「野菜不足」の解消方法(複数回答) (人・%) (注) 表の網掛けは、トータルの割合以上の数値

No.	属性 度数	TOTAL 943	主婦 394	既婚男性 357	単身女性 94	単身男性 98
1	家庭の食事で野菜料理や使用する野菜の量を多くしたい	49.4	58.1	45.9	51.1	25.5
2	市販の野菜ジュース等を飲むようにしたい	25.0	23.6	25.5	35.1	19.4
3	果物を多く食べるようにしたい	15.8	16.5	14.6	24.5	9.2
4	カット野菜をもっと利用するようにしたい	12.7	11.2	11.8	12.8	22.5
5	中食や外食時には、野菜が多いものを選んだりしたい	10.0	9.9	8.4	14.9	11.2
6	青汁を飲むようにしたい	10.0	12.4	6.2	17.0	7.1
7	市販の果物ジュースを飲むようにしたい	9.9	7.6	10.9	12.8	12.2
8	プランターや家庭菜園等で、自分で野菜を作りたい	9.8	12.2	7.6	14.9	3.1
9	サプリメント(主にビタミン類)を飲むようにしたい	9.3	10.7	5.0	18.1	11.2
10	冷凍野菜や水煮等の野菜の加工品をもっと利用したい	7.6	10.7	5.0	6.4	6.1
11	冷凍食品・加工食品は、野菜が多いものを選びたい	5.0	5.1	4.2	8.5	4.1
12	その他	1.0	1.0	0.8	0.0	2.0

7. 野菜の買い物1回当たりの購入金額が全体で増加、単身男性のみ減少

野菜の買い物1回あたりの購入金額を聞いた。

2009年調査からの年次推移(図8)を見ると、目に見えて1回あたりの購入金額が増加していることがわかる。特に主婦と単身女性では1回あたりの購入金額が相当程度上昇していることがわかる。これに対し単身男性は、購入金額が減少している。今回の調査で、野菜の購入頻度も増加しているので一概にはいえないが、単身男性の経済事情が厳しいことに変わりがないのかもしれない。とはいえ、摂食頻度が増加していることを考えれば、単身男性はそのとき安いものを賢く購入している可能性もある。しかし、1人分しか購入しないとはいえ、単身男性の48.9%と約半数が1回の購入金額が300円まで、というの少ないのではないだろうか。

図9の野菜購入の平均金額を見ても同様のことがいえる。2012年調査での平均はトータルが793円で、前回調査の730円から大きく増加した。主婦が826円、既婚男性886円、単身女性は600円と特に増加率が高い。単身男性が前回の506円から減少して463円となっている。

前回調査同様、既婚男性の1回あたりの平均購入金額が1番高く、主婦よりも60円高い。既婚男性は食べたいものであれば、ある程度価格にこだわらずに購入していることが分かる。主に野菜を購入するのは主婦であることは間違いないが、既婚男性をターゲットとしたマーケティングの検討の余地もあるのではないかと。

図8 野菜の買い物1回あたりの購入金額(2009→2012 推移 主婦・単身男女ベース)

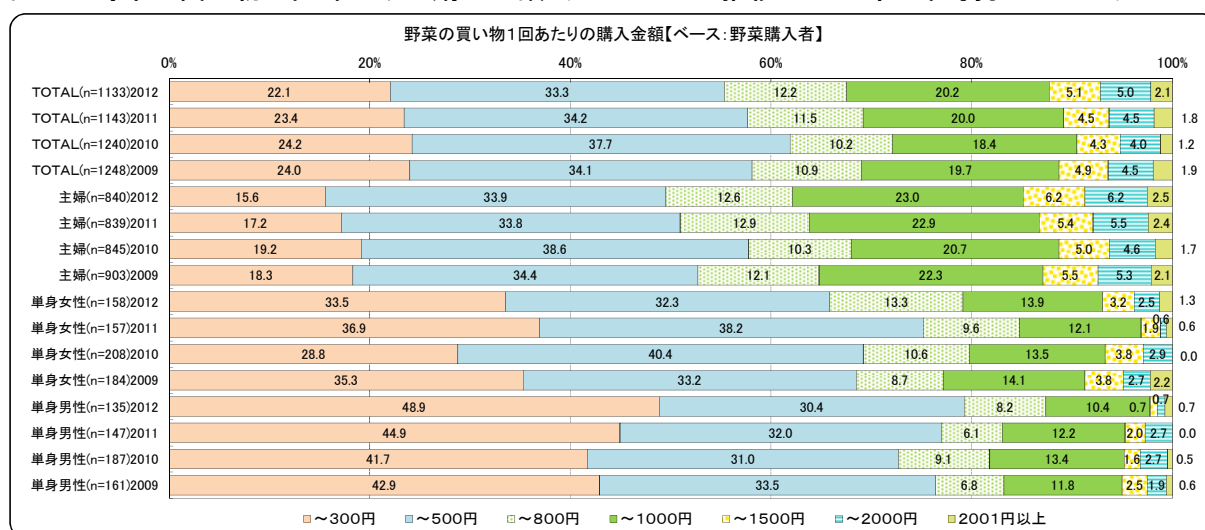
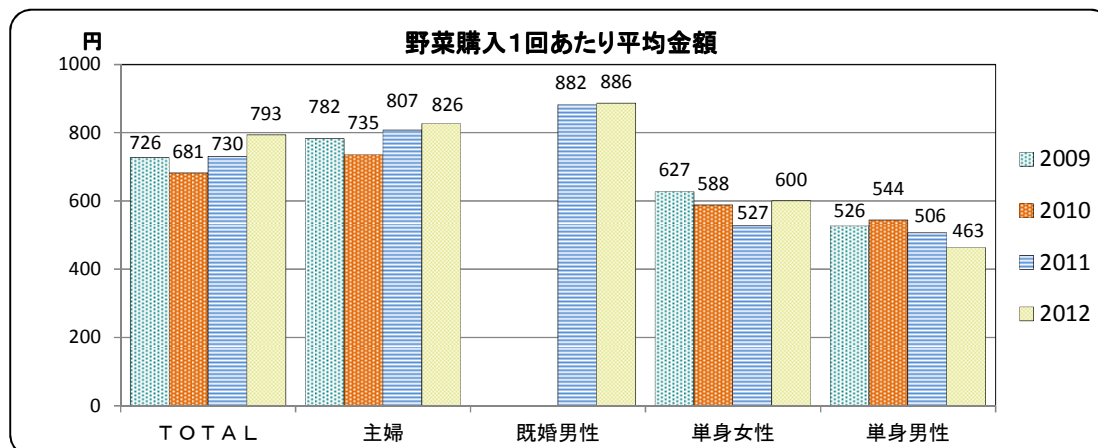


図9 野菜購入1回あたりの平均金額推移(2009→2012) ※TOTALはいずれも既婚男性を除くベース



8. 果物の買い物1回当たりの購入金額は増加に転じたが、単身男性に課題

果物の買い物1回あたりの購入金額を聞いた。

野菜同様、トータルで1回あたりの購入金額が上昇している。2010年、2011年と異なり、2012年の果物価格は落ち着きを見せている。ということは、購入量も増加していると推測できる。具体的には、前回調査ではトータルで300円までとする割合が43.8%（500円までが38.3%）と最多層だったものが、今回調査ではトータルで500円まで、とする割合が39.9%（300円までが38.5%）と最多層になっているのである。

図10で属性別にみると、主婦が前回調査の300円まで（40.1%）と500円まで（39.6%）の割合が逆転し、500円までとする層が42.5%（300円までが33.0%）となった。単身女性も前回調査では300円までが60.0%だったが、今回調査では51.7%とこちらも大きく減少した。ただし、単身男性は300円までが前回調査の48.1%から今回は59.1%と大きく増加した。若干安くなったとはいえ、300円では、たいした量の果物は購入できないだろう。健康維持のためには、もっと多くの果物を購入、摂取する必要があるのではなかろうか。

図11は属性別の購入平均金額の2009年からの推移である。トータルで1回あたりの平均購入金額は増加しているが、単身男性だけが減少している。果物でも既婚男性の1回あたりの購入金額が群を抜いており、野菜同様に既婚男性狙いのマーケティングも考えられよう。

図10 果物の買い物1回あたりの購入金額（2009→2012 推移 主婦・単身男女ベース）

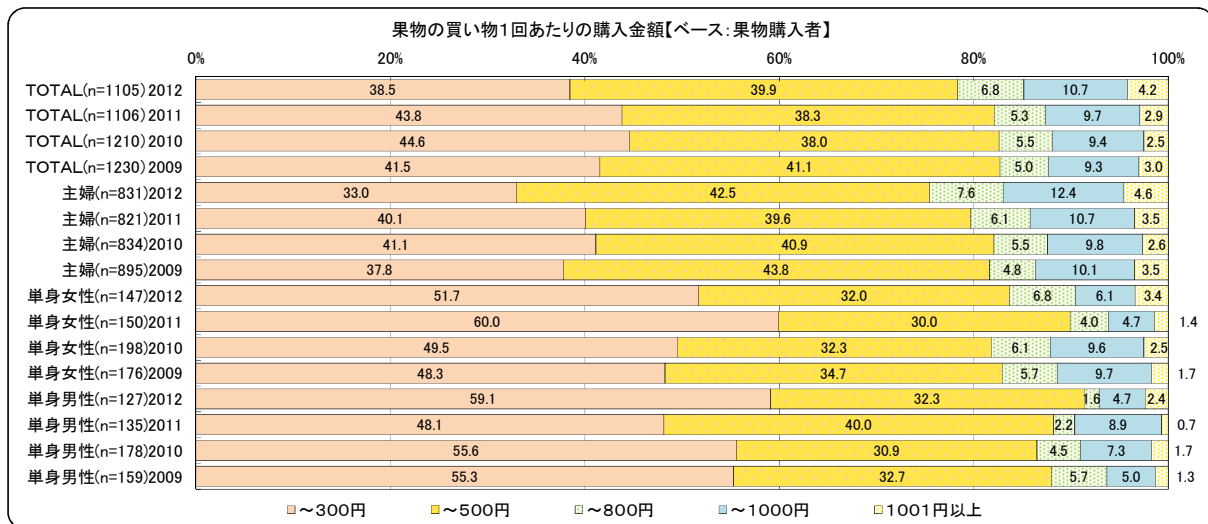
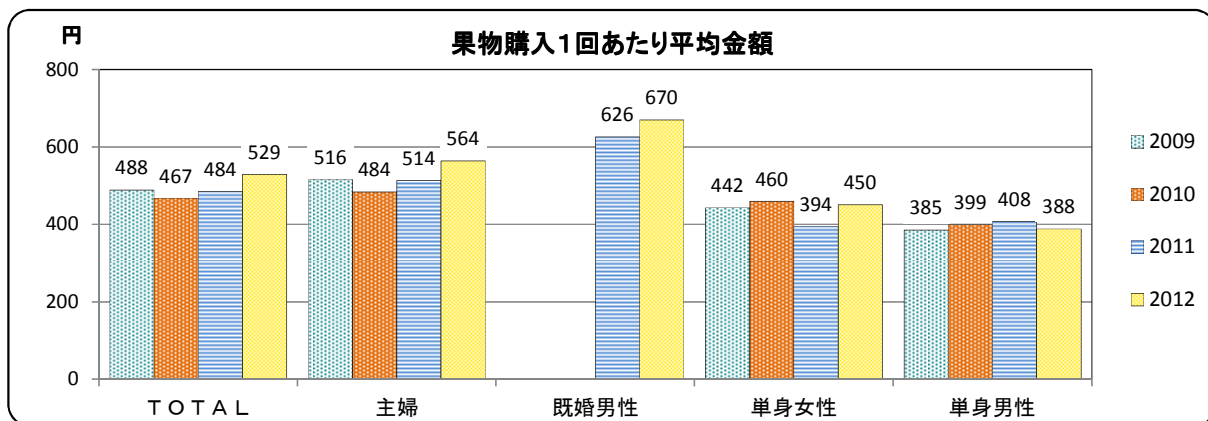


図11 果物購入1回あたりの平均金額推移（2009→2012） ※既婚男性は2011年から調査



※TOTALはいずれも既婚男性を除くベース

9. 野菜の購入先は上位3位合計で生協と農産物直売所が逆転

日頃、野菜を購入している人(n=1,133)に、主に購入している場所を聞いた。

1～3番目の上位3位の合計では、野菜の購入先トップ3は①スーパーマーケット/量販店(今回95.3%←前回97.0%)②青果専門店・八百屋(同25.1%←22.9%)③農産物直売所(同22.3%←20.1%)の順で、前回(2011)調査と比較すると、生協(20.4%)と農産物直売所の順位が逆転した。また、農協(8.0%)の順位が上がり、ネットスーパーやネット通販の割合も上昇している(図12)。

「青果専門店・八百屋」は前年に引き続き、割合が増加し、健闘している。大手スーパーに押されての経営難や後継者不足の問題があるとはいえ、地域密着で地元消費者を引き付けている青果専門店はいまだ健在といえるだろう。生協は単独1番目の購入店では2位だが、近年減少傾向に歯止めがかかっていないように思える。

「百貨店」(9.5%←9.0%)は、1番目に行く店ではないものの、若干ながら伸びており、「デパ地下繁盛」などの報道に見られるように、こだわりや高級志向など活性化の工夫により、一定の消費者の心をつかんでいるように見受けられる。

図12 野菜の主な購入先(2012年調査)

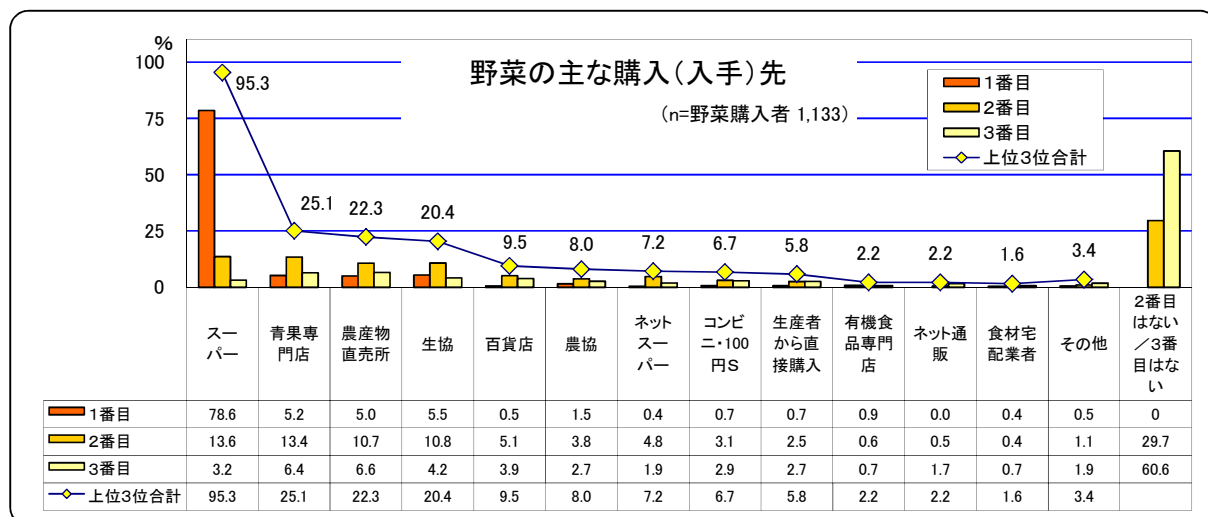
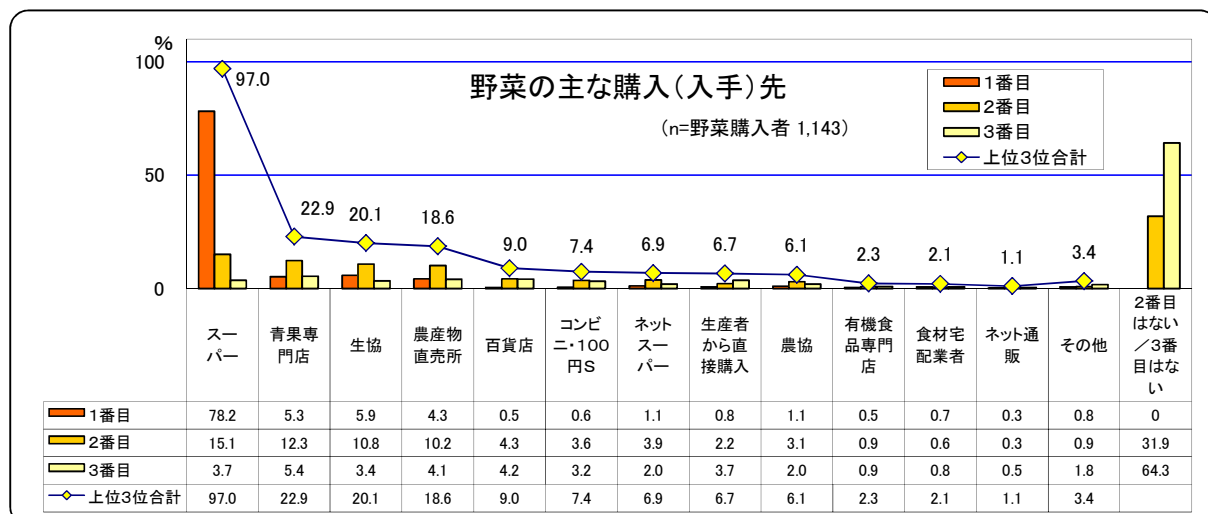


図13 野菜の主な購入先 前回(2011年)調査



10. 調理に使用した野菜・買い置きのある野菜のトップ3は不動

使用した野菜と買い置きのある野菜を合わせて「回答日当日に家庭にあった野菜」のトップ10は、表6のようになっている。トップ3のうち「玉ネギ」「ニンジン」は調査時点である2012年7月において前年同月よりも平均単価が上がっているにもかかわらず、前回順位を確保し、割合も上昇している。また、「ジャガイモ」は平均単価が下がっている（総務省家計調査・2人以上の世帯データから・表7を参照）。買い置き単体でも、前回に対し今回調査でも生鮮野菜の買い置きが増加しているが、これらトップ3の野菜は、家庭での調理になくてはならないものと思われる。

表6 使用+買い置き野菜トップ10（2009→2012推移）（主婦・単身男女ベース）

順位	今回(2012)		前回(2011)		前々回(2010)		前々々回(2009)	
	品目	(%)	品目	(%)	品目	(%)	品目	(%)
①	玉ネギ	79.7	玉ネギ	78.3	玉ネギ	74.7	玉ネギ	81.1
②	ジャガイモ	71.6	ジャガイモ	69.0	キュウリ	63.9	ジャガイモ	73.4
③	ニンジン	69.8	ニンジン	65.2	ジャガイモ	63.0	ニンジン	70.6
④	キャベツ	68.4	キュウリ	63.0	キャベツ	61.1	キャベツ	70.5
⑤	キュウリ	68.3	キャベツ	60.9	ニンジン	61.1	キュウリ	67.0
⑥	トマト	59.8	トマト	50.4	トマト	51.7	トマト	56.3
⑦	ピーマン	51.7	ショウガ	47.2	長ネギ類	45.4	ピーマン	53.0
⑧	ショウガ	50.9	長ネギ類	46.6	ショウガ	45.2	ショウガ	51.3
⑨	キノコ類	50.5	キノコ類	45.6	キノコ類	45.0	長ネギ類	49.4
⑩	長ネギ類	49.0	レタス類	45.5	ピーマン	41.4	キノコ類	47.5
度数	n=1133		n=1143		n=1430		n=1248	

表7 2012年7月の生鮮野菜購入状況（総務省家計調査・全国・二人以上の世帯）

品目分類	全国（平均）			前年同月対比増減率		平均単価騰落率
	購入頻度（100世帯当たり）	支出金額（円）	購入数量（g）	支出金額増減率	購入数量増減率	
生鮮野菜(全体)	3,434	5,070	13,258	-5.4	-0.7	-4.8
キャベツ	148	156	1,364	-18.3	9.5	-25.5
ほうれんそう	69	103	145	2.0	8.2	-5.9
はくさい	30	32	210	-5.9	0.0	-4.7
ねぎ	148	188	255	-9.2	-6.3	-2.9
レタス	179	198	694	-1.5	1.9	-3.5
フロッキー	85	117	247	7.3	13.8	-5.2
もやし	210	81	537	-3.6	-2.7	-0.6
かんしょ	18	41	92	-2.4	-1.1	0.3
ばれいしょ	77	124	621	-23.9	-13.4	-12.1
さといも	10	26	43	-7.1	-2.3	-7.0
だいこん	87	95	755	-5.9	7.7	-12.2
にんじん	127	178	574	11.3	-1.7	13.1
ごぼう	40	65	102	-4.4	-5.6	2.3
たまねぎ	117	205	906	25.0	-7.0	34.4
れんこん	9	22	22	-8.3	-15.4	3.7
たけのこ	15	37	37	-11.9	-17.8	7.0
さやまめ	127	272	351	-10.5	1.7	-12.1
かぼちゃ	95	162	525	-4.1	5.0	-8.9
きゅうり	207	268	888	-15.7	-3.3	-12.7
なす	139	246	621	-12.1	-10.8	-1.5
トマト	286	726	1,469	3.3	10.7	-6.7
ピーマン	141	167	272	-6.2	8.8	-13.7
生しいたけ	62	95	92	-9.5	1.1	-10.3

※野菜の表記は総務省家計調査のまま

11. 好きな果物のトップはみかん

好きな果物を聞いた（複数回答）。

表8は、主婦・単身男女のベースで、2008年から2012年の推移を見ている。2008年データは12月、2010年～2012年は7月に調査したものである。2010年調査結果を発表した際、2010年は夏に調査したため「桃」がトップになった可能性があるとしたが、その後の調査時期が夏にもかかわらず、2011年には「いちご」がトップ、2012年には「みかん」がトップになっていることから、調査時期が回答に与える影響は比較的少ないと推測される。

トップ3の「みかん」「桃」「いちご」は順位を入れ替えつつも不動だが、2012年調査では、前回トップ10にランクインしていたキウイフルーツに代わり、今回調査では柿がランクインした。また、価格の影響を受けた可能性がある「りんご」や「日本梨」などの順位が若干変動しているが、バナナは見事なまでにこの4回の調査で9位を堅持している。剥きやすさ、食べやすさで消費量がみかんを抜いてトップになったバナナは、コーヒーとバナナの朝食スタイルなど簡便な食事用も含め、しっかり定着したようだ。

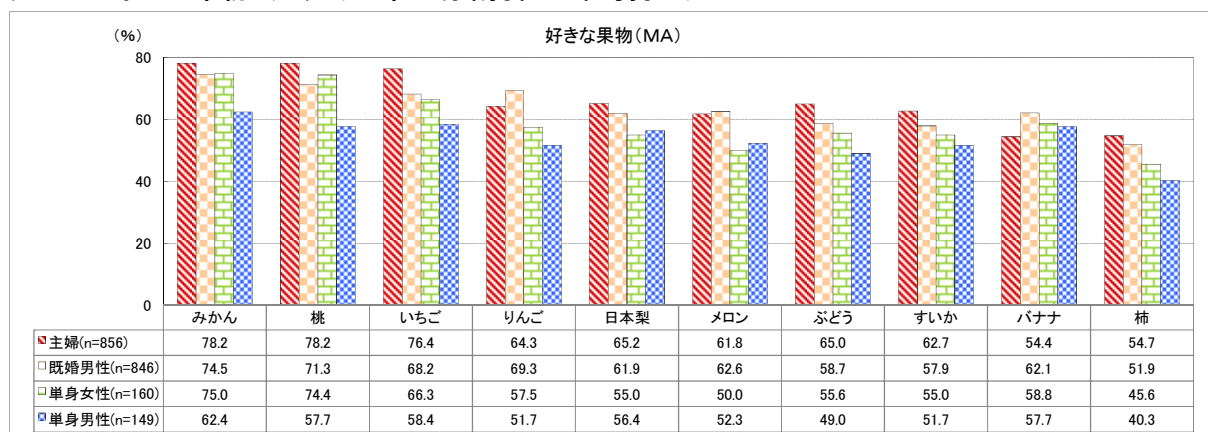
図14は、既婚男性も加えた属性別の好きな果物の順位である。これを見ると、属性別に好きな果物に特徴があることが分かる。主婦はみかん・桃・いちご・日本梨・ぶどう・すいか・柿と半分以上の果物で各属性のトップになっている。既婚男性はりんご・メロン・バナナでトップに、単身女性はトップの果物はないものの、みかん・桃・バナナなどが高い割合になっている。単身男性は果物を食べる頻度が少ないことを反映してか、全体的に割合が低い。この「好き」の割合を増やせば、消費拡大へとつながる可能性もあるだろう。

表8 好きな果物トップ10（2008→2012 推移） 主婦・単身男女ベース （単位：%）

順位	2008調査		2010調査		2011調査		2012調査	
1	いちご	84.5	桃	77.0	いちご	73.9	みかん	75.7
2	みかん	82.5	いちご	75.0	桃	73.5	桃	75.0
3	桃	82.5	みかん	72.9	みかん	72.2	いちご	72.7
4	日本梨	77.8	日本梨	67.3	りんご	63.1	日本梨	62.7
5	りんご	76.8	ぶどう	62.6	日本梨	63.0	りんご	61.7
6	ぶどう	71.7	りんご	62.5	ぶどう	61.9	ぶどう	61.6
7	さくらんぼ	70.8	メロン	59.1	メロン	57.3	すいか	60.3
8	メロン	69.7	すいか	58.7	すいか	57.2	メロン	59.0
9	バナナ	68.1	バナナ	56.2	バナナ	54.9	バナナ	55.5
10	すいか	66.0	さくらんぼ	52.6	キウイフルーツ	51.3	柿	51.6

※2009年調査では「好きな果物」の設問は設定しなかった。

図14 好きな果物（MA）（主婦・既婚男性・単身男女）



12. 好きな野菜は安さも手伝ってキャベツか

既婚男性も加えたベースで、好きな野菜を聞いた。

表9で上位10位をランキングし、前回(2011年)調査からの推移をみたところ、順位にかなりの変動が見られる。

トータルでのトップ3は、キャベツ(79.7%)、玉ねぎ(79.1%)、じゃがいも(78.7%)となっており、トップ3から大根がはずれ、ジャガイモがランクインした。以下トマト、大根、きゅうり、きのこ類と続く。調査月の2012年7月はキャベツが豊作で非常に安値だった。もしかしたら、価格が好みに反映した可能性もなきにしもあらず、である。

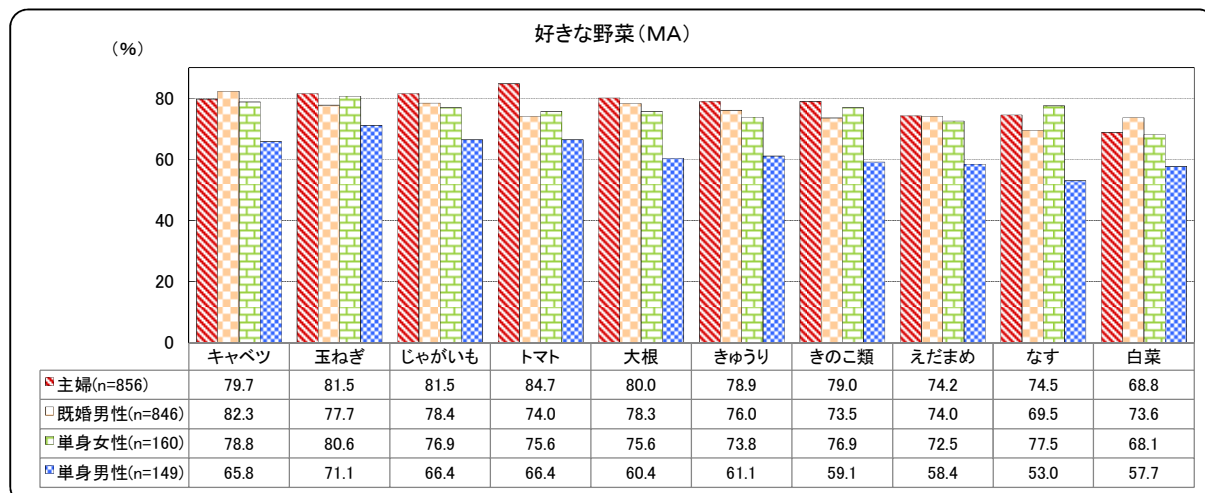
図15は、このランキングを主婦・既婚男性・単身男女別に見たものである。主婦は全体的に野菜好きと見られるが、主婦が1番好きなのはトマトという結果になっている。既婚男性ではキャベツがトップ、単身女性は玉ねぎが1番好きということになる。単身男性はこれも野菜の摂食頻度が少ないことを反映してか、概して割合が低いが、単身男性が1番好きな野菜は玉ねぎという結果になっている。「好き」イコール「消費」に直結するわけではないが、野菜を好きになるような情報提供や、健康のために野菜をもっと食べるべき、という訴求を生産・流通・販売・行政一体となって、これまで以上に展開する必要があるのではないだろうか。

表9 好きな野菜(2011→2012 推移 既婚男性追加ベース)

順位	2011調査		2012調査	
	品目	(%)	品目	(%)
1	玉ねぎ	79.2	キャベツ	79.7
2	キャベツ	78.7	玉ねぎ	79.1
3	大根	78.1	じゃがいも	78.7
4	じゃがいも	77.4	トマト	78.1
5	えだまめ	77.2	大根	77.5
6	トマト	76.6	きゅうり	75.9
7	きのこ類	75.8	きのこ類	75.0
8	きゅうり	75.4	えだまめ	72.8
9	なす	70.3	なす	71.1
10	しょうが	68.1	白菜	70.0
度数	n=2019		n=2011	

図15 好きな野菜トップ10(主婦・既婚男性・単身男女)

※トータルでソート。



13. 嫌いな野菜はセロリが変わらずトップ

既婚男性も加えたベースで、嫌いな野菜を聞いた。

上位10位をランキングしてみたところ、好きな野菜よりも属性別に特徴が出る結果となった。

1番嫌いな野菜は前回に引き続き「セロリ」だが、単身男性が特に嫌いと思っていることが分かる。2番目は「みょうが」だが、これも単身男性の「嫌い」度合いが高い。3番目の「パセリ」は単身女性が群を抜いて嫌いという結果だ。単身女性は「ししとう」も他の属性と比較して嫌いな度合いが高い。

年代別にみると、「セロリ」は見事に若年層ほど嫌い、という結果になっている。「みょうが」も同様だが、「パセリ」は20代以下の層の「嫌い」度合いがずば抜けて高い。図16と組み合わせると、「パセリ」は20代以下の単身女性が嫌い、ということになる。逆に「おくら」「にんにく」「にら」などは高齢層ほど嫌い、という結果になっている。組み合わせれば、「にんにく」は50代以上の主婦および単身女性、すなわち女性が嫌いな度合いが高い、ということになる。嫌いなものを好きになってもらうのは難しいが、これらの野菜は皆体にいいものばかりである。どうにかして好きになってもらう、あるいは嫌いではなくする方法を探し出したいものである。

図16 嫌いな野菜ベスト10 (既婚男性追加ベース)

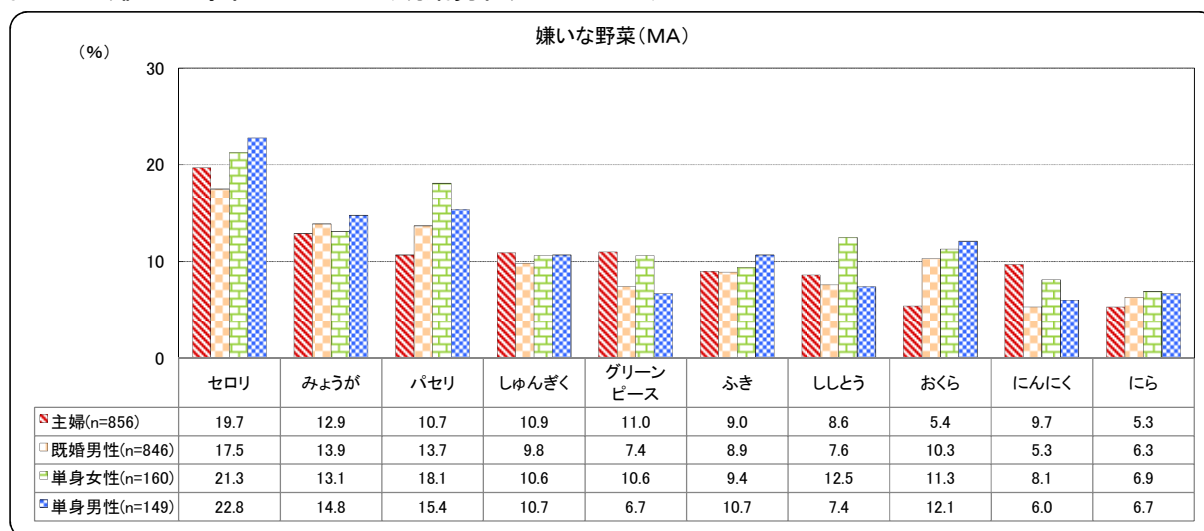
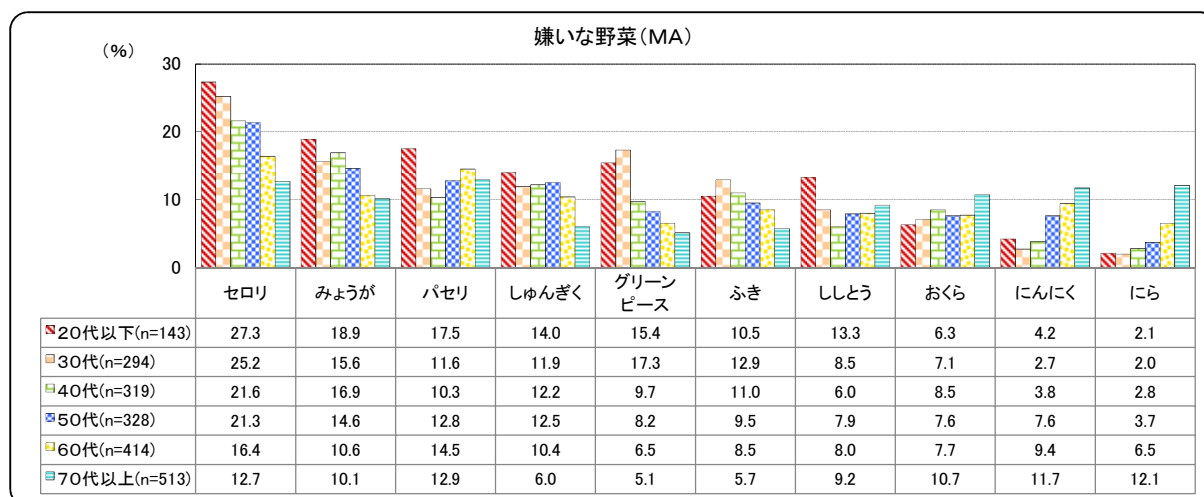


図17 嫌いな野菜ベスト10 (年代別) (既婚男性追加ベース)



14. 植物工場で生産される野菜や植物工場のイメージは肯定が多数

植物工場で生産される野菜や植物工場のイメージを聞いた。

2011年から2012年にかけて、東日本大震災からの復興を意図して、あるいは省力化や安定供給などを意図して、特に震災の被害を受けた東北地方を中心として「植物工場」の着工・計画が相次いだ。このことから、消費者の植物工場やそこで生産されるイメージを今回調査で初めて聞いたものである。

表10を見ると、全体的に肯定的なイメージが多数であるが、「太陽光を浴びないので栄養価が低いと思う」と回答した人の割合を年代別に見ると、20代以下では27.3%とトップになっており、30代でも22.1%と3位になっている。同様に「野菜は土で育てるべきだと思う」と回答した人も、20代以下が23.1%で4位、30代が18.0%で6位と、若年層のほうが、否定的意見が比較的上位になっている。また、トータルでは10位以下であった「コスト削減で栄養分などが操作される可能性が心配だ」という項目も20代以下で8位(14.7%)に、「工場でも事故の可能性もあり絶対に安全ではないと思う」が30代で10位(11.2%)にランクインしている。また、70代以上の高齢層でも、「太陽光を浴びないので栄養価が低いと思う」の割合が36.8%、「野菜は土で育てるべきだと思う」の割合が23.6%と比較的高位になっている。

とはいえ、全体的に肯定的なイメージが多いのは間違いなく、特に「安定的な価格で購入できると思う」はすべての年代層で1~2位となっているし、「食べてみたい」も全体的に上位となっている。これに対し、「食べたくない」はトータルで5.6%（「食べてみたい」は29.8%）と、かなり低い結果となった。

これらの結果をみると、消費者の植物工場あるいはそこで生産された野菜に対する期待は比較的大きいが、調査時点ではそれらの野菜が十分に市場に供給されているとはいえないと思われる。このため、今回の結果は主観的な評価が主だと推測される。今後こうした野菜が普及して行く可能性をふまえ、継続してイメージ調査を行ってみたい。

表10 植物工場で生産される野菜や植物工場のイメージ 年代別（既婚男性追加ベース）

年代	度数/順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20代以下	143	太陽光を浴びないので、栄養価が低いと思う	安定的な価格で購入できると思う	食べてみたい	野菜は土で育てるべきだと思う	工場で作るので天候に左右されず、安くなると思う	天候に左右されないの、農家のために良いと思う	衛生的だと思う	コスト削減で栄養分などが操作される可能性が心配だ	放射能や大気汚染の心配がなく、安全だと思う	農薬や肥料をきちんと管理できるので、安全だと思う
	(%)	27.3	25.9	23.1	23.1	21.0	18.9	18.2	14.7	13.3	9.8
30代	294	安定的な価格で購入できると思う	食べてみたい	太陽光を浴びないので、栄養価が低いと思う	衛生的だと思う	工場で作るので天候に左右されず、安くなると思う	野菜は土で育てるべきだと思う	天候に左右されないの、農家のために良いと思う	放射能や大気汚染の心配がなく、安全だと思う	農薬や肥料をきちんと管理できるので、安全だと思う	工場でも事故の可能性もあり絶対に安全ではないと思う
	(%)	33.0	26.9	22.1	21.8	20.4	18.0	18.0	11.9	11.9	11.2
40代	319	安定的な価格で購入できると思う	工場で作るので天候に左右されず、安くなると思う	衛生的だと思う	食べてみたい	天候に左右されないの、農家のために良いと思う	太陽光を浴びないので、栄養価が低いと思う	野菜は土で育てるべきだと思う	放射能や大気汚染の心配がなく、安全だと思う	農薬や肥料をきちんと管理できるので、安全だと思う	工場で機械的に作るの管理されていて、安全だと思う
	(%)	33.5	31.0	29.5	27.3	21.3	20.4	18.5	17.6	16.3	13.2
50代	328	衛生的だと思う	安定的な価格で購入できると思う	食べてみたい	工場で作るので天候に左右されず、安くなると思う	天候に左右されないの、農家のために良いと思う	太陽光を浴びないので、栄養価が低いと思う	農薬や肥料をきちんと管理できるので、安全だと思う	放射能や大気汚染の心配がなく、安全だと思う	野菜は土で育てるべきだと思う	工場で機械的に作るの管理されていて、安全だと思う
	(%)	44.5	40.6	30.8	29.3	25.9	23.8	23.2	21.7	17.4	16.8
60代	414	安定的な価格で購入できると思う	衛生的だと思う	工場で作るので天候に左右されず、安くなると思う	食べてみたい	天候に左右されないの、農家のために良いと思う	農薬や肥料をきちんと管理できるので、安全だと思う	太陽光を浴びないので、栄養価が低いと思う	放射能や大気汚染の心配がなく、安全だと思う	工場で機械的に作るの管理されていて、安全だと思う	野菜は土で育てるべきだと思う
	(%)	50.0	44.7	35.3	30.9	30.7	30.0	28.5	26.3	22.0	19.6
70代以上	513	衛生的だと思う	安定的な価格で購入できると思う	天候に左右されないの、農家のために良いと思う	太陽光を浴びないので、栄養価が低いと思う	食べてみたい	工場で作るので天候に左右されず、安くなると思う	農薬や肥料をきちんと管理できるので、安全だと思う	放射能や大気汚染の心配がなく、安全だと思う	野菜は土で育てるべきだと思う	工場で機械的に作るの管理されていて、安全だと思う
	(%)	49.3	47.8	38.6	36.8	33.5	32.8	32.4	31.0	23.6	22.8

目 次	ページ
1. 全体的には「好き」が増加／野菜や果物の好き嫌い	07
2. 目に見えて増加／野菜を食べる程度	08
3. 野菜同様、全体的に増加／果物を食べる程度	09
4. 感覚だけではなく、実際の頻度も増加／野菜を食べる頻度	10
5. やはり若年層と単身男性に課題／既婚男性を加えた野菜を食べる頻度	11
6. 増加傾向に転じたものの、若年層に課題／果物を食べる頻度	12
7. 野菜サラダなどは増加、果物ジュースは減少／野菜・果物の加工品を食べる頻度	13
8. 全属性で増加だが若干疑問／野菜を食べる頻度や量に対する満足度	14
9. 満足度は上昇／果物を食べる頻度や量に対する満足度	15
10. 今回調査でもレシピ提供が鍵／野菜をもっと食べるようになると思うきっかけ	16
11. 減少に転じたものの、食べていない人の方が問題／野菜不足を感じる程度	17
11. -1 野菜の必要量の理解度が若干増加か／「野菜は不足していない」と思う理由	18
11. -2 価格面での理由は若干減少／「野菜は不足している」と思う理由	19
11. -3 「何もしない人」が減少／「野菜不足」の解消方法	20
12. いずれも頻度が増加／野菜・果物の買い物の回数	21
13. 全体で増加、単身男性のみ減少／野菜の買い物1回当たりの購入金額	22
14. 増加に転じたが単身男性に課題／果物の買い物1回当たりの購入金額	23
15. 米、野菜、果物とも「増やした」が増加／買い物の予算を増やした?減らした?	24
15. -1 主菜の材料以外は反転して増加傾向／買い物予算の増減状況	25
16. 前回調査と比較してオーバーする割合は減少／買い物予算と実際の支出	26
17. 上位3位合計で生協と農産物直売所が逆転／野菜の購入先	27
18. 果物でも農協が順位アップ／果物の購入先	28
19. 利便性の追求は変わらず、若干品質志向に／野菜をその購入先から買う理由	29
20. 低価格よりも若干品質を求める傾向が見られる／果物をその購入先から買う理由	30
21. いずれも「国産」の割合が上昇／野菜・果物の購入に際して重視している点	31
22. 「国産原料」は増加／野菜・果物ジュースの購入に際して重視する点	32
23. 「価格」重視も、若干減少／カット野菜・冷凍野菜の購入に際して重視する点	33
24. 依然「味」が最優先／野菜・果物の加工食品の購入に際して重視する点	34
25. 調理・買い置きが増加／1日の調理で使用した野菜・買い置きのある野菜	35
25. -1 トップ3は不動／調理に使用した野菜・買い置きのある野菜	36
26. 買い置き割合は若干減少／調理に使用した・買い置きのある加工野菜	37
27. 野菜を栽培する人が増加／野菜の栽培状況と理由	38
28. みかんの逆襲／好きな果物は?	39
29. 総じて高齢者が果物好き／年代別好きな果物	40
30. 安さも手伝ってキャベツか／好きな野菜は?	41
31. 変わらずセロリがトップ／嫌いな野菜は?	42
32. 肯定的イメージが多数／植物工場で生産される野菜や植物工場のイメージ	43

※上記目次の内容はJC総研の会員向け調査報告書に掲載しています。報告書本冊をご希望の報道関係者の方は、JC総研 基礎研究部までご連絡ください。

これまでに公表した調査報告

J C 総研 基礎研究部では、研究テーマのひとつとして、生産農家等の生産・販売計画策定の参考となるデータを提供するため、農畜産物に関する消費者の購買行動・食品に関する知識・嗜好などを継続的に調査・分析しています。

【これまでに公表した調査報告と公表年月】

- | | |
|-------------------------------|--------------|
| ①「米の消費行動に関する調査報告」 | (2008年 3月公表) |
| ②「野菜の消費行動に関する調査報告」 | (2008年 6月公表) |
| ③「米の消費に関する調査報告」 | (2008年10月公表) |
| ④「肉の消費行動に関する調査報告」 | (2008年11月公表) |
| ⑤「果物の消費行動に関する調査報告」 | (2009年 2月公表) |
| ⑥「米の消費行動に関する調査報告-2009年調査-」 | (2009年 6月公表) |
| ⑦「野菜の消費行動について」 | (2009年 8月公表) |
| ⑧「野菜・果物の消費行動に関する調査報告」 | (2009年10月公表) |
| ⑨「畜産物等の消費行動に関する調査報告」 | (2010年 3月公表) |
| ⑩「米の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」 | (2010年 6月公表) |
| ⑪「野菜・果物の消費行動に関する調査報告 2010年調査」 | (2010年10月公表) |
| ⑫「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」 | (2011年 2月公表) |
| ⑬「米の消費行動に関する調査報告-2011年調査-」 | (2011年 9月公表) |
| ⑭「野菜・果物の消費行動に関する調査報告 2011年調査」 | (2011年11月公表) |
| ⑮「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2011年調査-」 | (2012年 3月公表) |
| ⑯「米の消費行動に関する調査報告-2012年調査-」 | (2012年 7月公表) |
| ⑰「野菜・果物の消費行動に関する調査報告 2012年調査」 | (2012年11月公表) |

公表内容は、J C 総研のホームページ (<http://www.jc-so-ken.or.jp>) でご覧いただけます。

社団法人 J C 総研は、平成18年4月1日に社団法人 J A 総合研究所として発足したシンクタンクで、平成23年1月に(財)協同組合経営研究所と合併し、J C 総研に名称を変更しました。

主な活動として、①農林水産業への寄与 ②協同組織の発展 ③J A の経営相談・支援を目的とした調査研究、セミナー、コンサルティングなどを行っています。

会員は、生活協同組合など各協同組合、同連合会およびJ A 全国機関、J A 都道府県中央会、J A などです。