



平成 26 年 8 月 22 日

野菜に関するアンケート「サラダ白書 2014」調査結果

◎平日の夕食の調理をする人の**8割以上**が
「新鮮な野菜は必ず食べる」よう心がけている

◎平日の夕食の調理をする人の**9割以上**が
「なんらかの時短食品を活用している」

株式会社サラダクラブ

パッケージサラダの株式会社サラダクラブ（代表取締役社長：萩芳彰、本社：東京都調布市）は、野菜の日（8月31日）に合わせ、サラダの食文化の把握を目的とした年次調査を2010年から毎年実施し、その結果を「サラダ白書」として発表しています。今回は、インターネットで全国の20歳～69歳の男女2,060名を対象に行いました。（調査期間：2014年4月9日（水）～11日（金））

今回の調査では、「平日の夕食とパッケージサラダ」、「平日夕方以降の買い物」について実態を調べました。また、「よく食べるサラダ」や「パッケージサラダ利用経験・利用意向」についても定点観測を行い、データを蓄積しています。

※パッケージサラダとは・・・

野菜などを食べやすくカットし、鮮度を保持するようにパックされている、洗わずにそのまま食べられるサラダのこと

～主な調査結果～

<調査結果①>

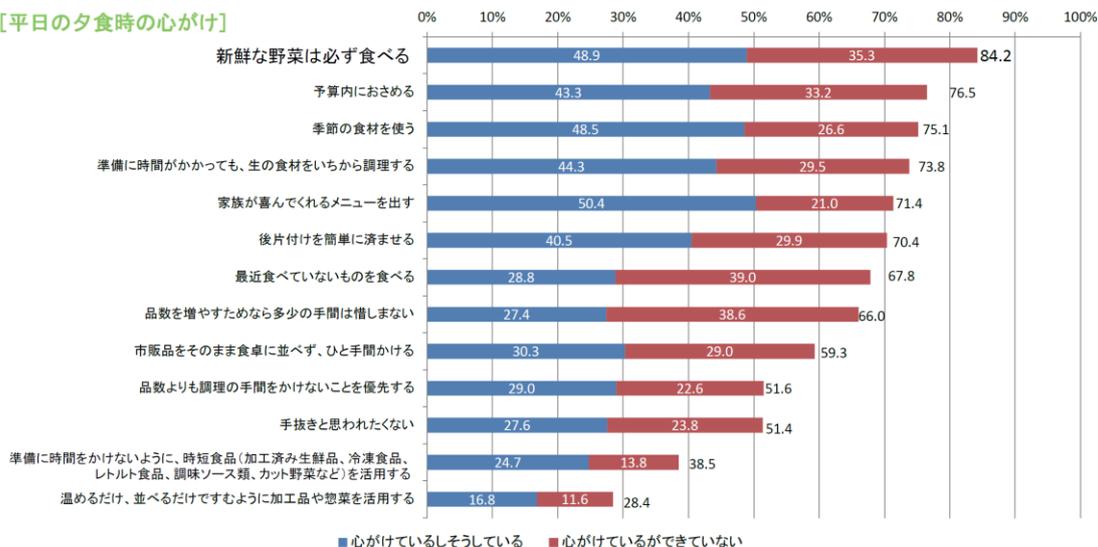
平日の夕食の調理をする人の8割以上が「新鮮な野菜は必ず食べる」よう心がけている

平日の夕食の調理をする人（1,374名）に、平日の夕食で心がけていることを尋ねたところ、「心がけているしそうしている」人（48.9%）と「心がけているができていない」人（35.3%）を合わせ、84.2%が「新鮮な野菜は必ず食べる」ことを心がけていると答えています。「予算内におさめる」（76.5%）、「季節の食材を使う」（75.1%）を上回り、新鮮な野菜を食べることを心がけている人が最も多い結果となりました。

Q【平日の夕食を調理をすると答えた人に】

あなたは普段、平日の夕食にどのようなことを心がけていますか。以下のそれぞれの文について、あなたにあてはまるものを1つずつお選びください。（各単一回答）

【平日の夕食時の心がけ】



※ 全体 (N=1,374)、女性 (N=916)、男性 (N=458)

<調査結果②>

平日の夕食の調理をする人の9割以上がなんらかの時短食品を活用している

平日の夕食の調理をする人(1,374人)に、調理時間を短縮するために活用している食料品について尋ねたところ、「時短食品は使用しない」と答えた人は全体の9%で、91%がなんらかの時短食品を活用していることがわかります。

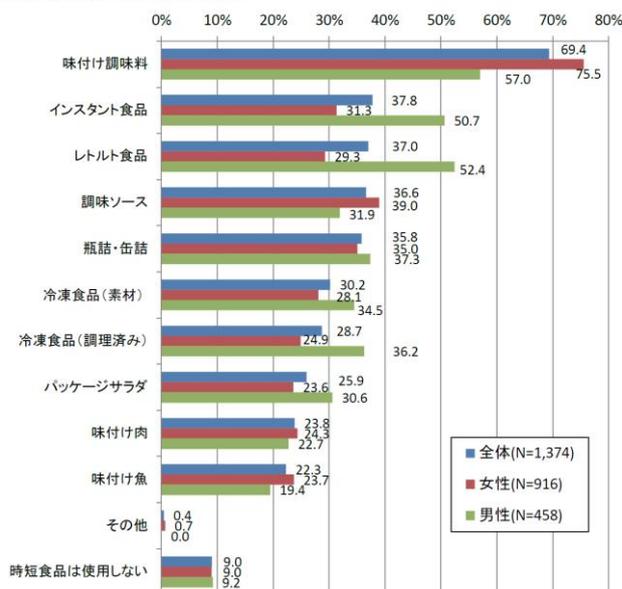
最も活用されているのはスープの素やだしの素などの「味付け調味料」(69.4%)で、ラーメンや味噌汁などの「インスタント食品」(37.8%)、「レトルト食品」(37.0%)と続きます。

全体の回答率に比べ、女性の回答率が高かったものが、「味付け調味料」や「調味ソース」「味付け肉」「味付け魚」で、女性は時短食品の中でも調理が必要なものを活用していることがうかがえます。それに比べて男性は、「インスタント食品」「レトルト食品」「瓶詰・缶詰」「冷凍食品(素材)」「冷凍食品(調理済み)」「パッケージサラダ」と、温めたりするだけで比較的簡単に食べることができる時短商品を活用している傾向が見取れます。

Q【平日の夕食を調理すると答えた人に】

調理時間を短縮するために活用している食料品(時短食品)はありますか。あなたが使用しているものをすべてお選びください。(複数回答)

【活用している時短食品】



※選択肢の表記について

調査票では一部選択肢について下表のとおりカッコ内に説明文を併記

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

<調査結果③>

平日夕方から夜、「買いたいののに売り切れている」時短食品の第1位は「パッケージサラダ」

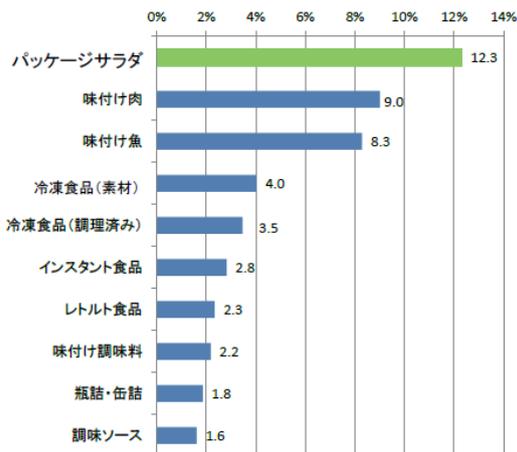
平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで食料品を購入する人の中で、時短食品を購入することがあると回答した人（1,244名）に、買いたいののに売り切れていることがある時短食品について尋ねたところ、第1位は「パッケージサラダ」（12.3%）で、次いで「味付け肉」（9.0%）、「味付け魚」（8.3%）という結果になりました。時間帯別に見ても、「パッケージサラダ」の売り切れ発生率が最も高い結果となっています。

Q【平日の夕方から夜に、スーパーマーケットで食料品を購入する人の中で、以下のような食料品※を購入することがあるとした人に】

平日の夕方から夜にスーパーマーケットで食料品を買う時、買いたいののに売り切れていたことがあるものはありますか？あてはまるものをすべてお選びください。（複数回答）

※ インスタント食品、味付け調味料、レトルト食品、パッケージサラダ、冷凍食品（調理済み）、味付け肉、調味ソース、冷凍食品（素材）、瓶詰・缶詰、味付け魚、その他

【平日夕方から夜に売り切れていたことがある時短食品】



【売り切れ発生経験率・時間帯別】

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

<調査結果④>

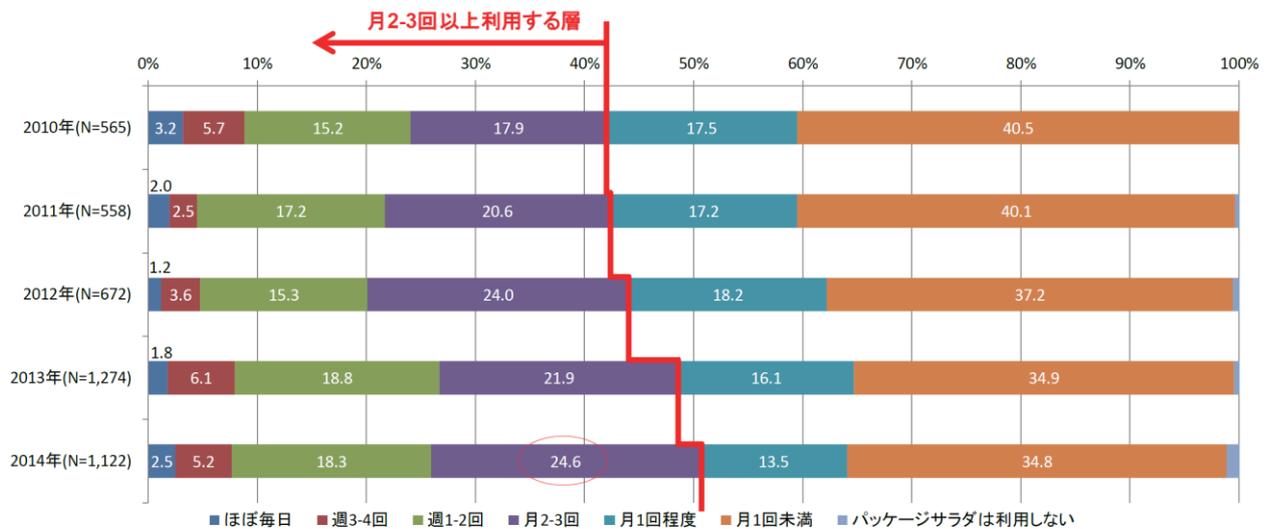
2010年から5年間、パッケージサラダの利用頻度は増加傾向

パッケージサラダを月2-3回以上利用する層は年々増加しており、利用頻度は徐々に上昇していることがうかがえます。逆に、「月1回未満」と答えた人の割合は年々減少しています。パッケージサラダが、より食卓に浸透していることが推測されます。

Q【パッケージサラダの購入経験がある人に】

パッケージサラダをどのくらいの頻度で利用されますか。最も近いものを1つだけお選びください。（単一回答）

[パッケージサラダ利用頻度・時系列]



【調査概要】

- ・調査方法：ウェブアンケート調査
- ・調査対象：全国の20歳～69歳の男女 合計2,060名
- ・調査期間：2014年4月9日（水）～11日（金）

※ 調査対象について

2010年から2012年については、1,030サンプル（首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県）の20歳～69歳の男女を対象に年代・性別各層103サンプル）。2013年からは、対象地域を全国に拡大し、2,060サンプル（年代・性別各層206サンプル）を対象に実施しています。

■株式会社サラダクラブについて

株式会社サラダクラブは、野菜の鮮度と美味しさにこだわり、色々な種類の野菜を組み合わせパッケージ化し、洗わずにそのまま食べられる「パッケージサラダ」を製造・販売しています。キューピー株式会社と三菱商事株式会社の共同出資により1999年に設立され、今年で15周年を迎えました。利便性と価格が一定という経済性が支持され、需要が拡大しているパッケージサラダ市場で、サラダクラブは国内最大のシェア率(*)を誇り、販売店舗数は11,000店（2013年12月現在）に及びます。(*) 日経POSデータ：サラダメーカー別 2013年平均

サラダクラブのパッケージサラダは、国産野菜を中心に使用しています。国内産地では安定的に確保しにくい野菜のみ、海外から調達しています。品目ごとに旬の時期に合わせて生産されているため、出荷のエリア、時期により産地は変動します。産地はパッケージに明記しています。

産地や製法にこだわり、安心でおいしいパッケージサラダをお届けしたいという想いを込めて、食卓に「もっと安心を」「もっと便利を」「もっと彩りを」「もっとエコを」という、4つの“もっと”をお届けすることをお約束しています。

＜本件に関する問い合わせ先＞

株式会社サラダクラブ 商品部 阿部・杉本 TEL. 03-5384-7690（直通） FAX. 03-5384-7805
 〒182-0002 東京都調布市仙川町2-5-7
<http://www.saladclub.jp> E-mail. info@saladclub.jp

＜お客様からの問い合わせ先＞

お客様相談室 TEL. 0120-662-831