



野菜に関するアンケート調査

2012年度「サラダ白書」 野菜が高騰したときの代替は 「冷凍野菜」「野菜ジュース」「パッケージサラダ」



株式会社サラダクラブ

株式会社サラダクラブ（本社：東京都府中市、代表取締役社長：兵藤透）では、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、結果を「サラダ白書」として発表しています。

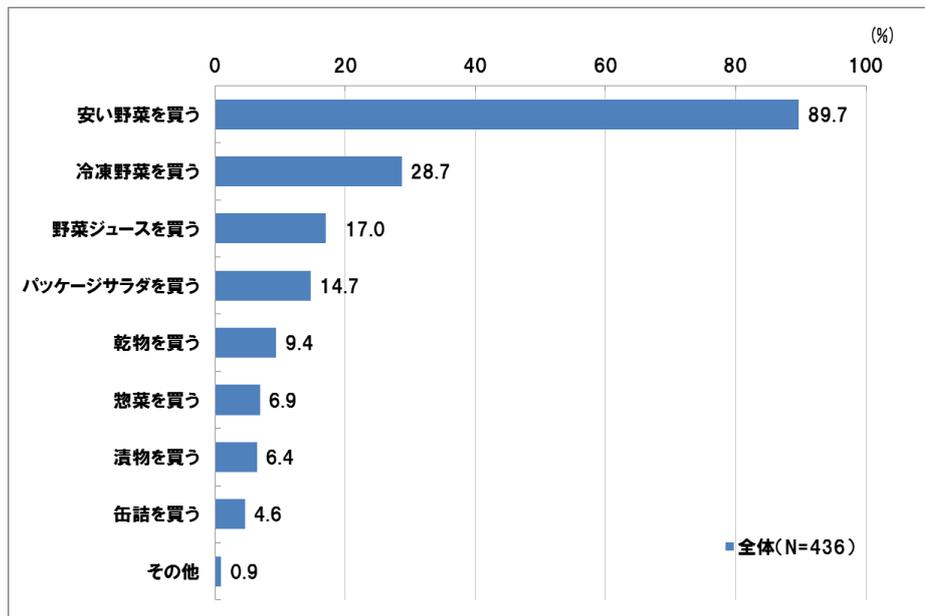
今回の調査では「最近の野菜の価格に対する消費者の感じ方と行動」について実態を調べました（実施期間：2012年5月30～31日）。

1. 買いたい野菜が高いとき、代わりに買うのは

「冷凍野菜」「野菜ジュース」「パッケージサラダ」

野菜が高いときの消費行動として47.9%の人が「代わりに他のものを購入する」と回答し、そのなかで具体的に買うものとして、「安い野菜」、「冷凍野菜」、「野菜ジュース」に続いて、「パッケージサラダ※」が挙げられました。

※パッケージサラダ…食べやすいサイズに切っており、パッケージから出してそのまま洗わずに食べられるサラダ

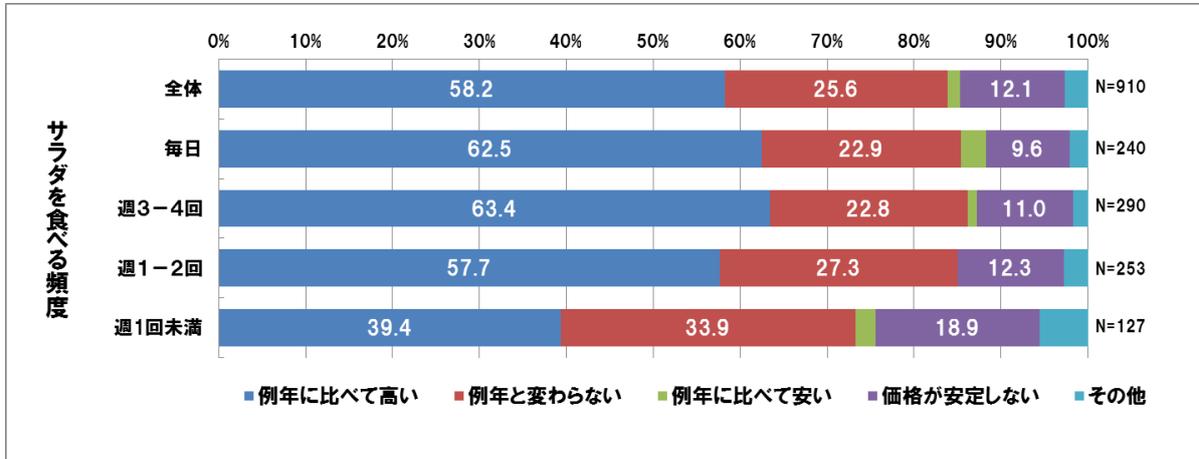


グラフ1. 野菜が高いとき、代わりに買うもの

「冷凍野菜」や「パッケージサラダ」は、生の野菜に比べて価格の変動が少なく野菜の価格高騰時には割安感があるので、消費者は代替商品として上手に活用して食卓に野菜を取り入れる工夫をしている様子が見受けられます。

2. 最近、野菜が「高い」と感じている人は約6割。サラダをよく食べる人ほど実感

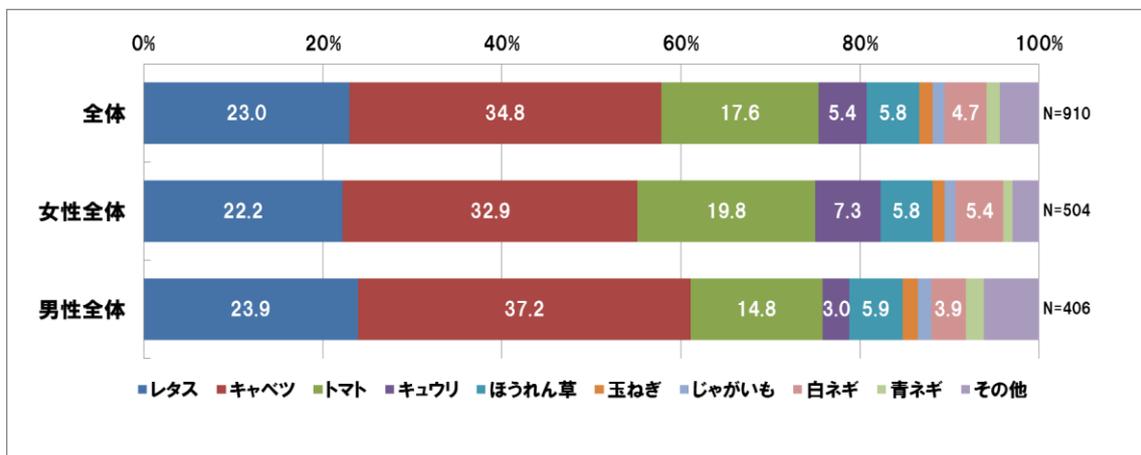
野菜の価格の全般的な印象としては、「例年に比べて高い」と感じている人が58.2%おり、中でもサラダを食べる頻度が高い人ほど野菜の高さを実感していることが分かりました。



グラフ2. 最近の野菜全般の価格に対する印象

3. 野菜の価格のバロメーターは「キャベツ」と「レタス」が大半

野菜が高くなったと感じる基準の野菜を尋ねたところ、キャベツ、レタスが全体の半数以上を占め、「葉もの野菜の価格」がそのバロメーターとなっている様子が見えられました。

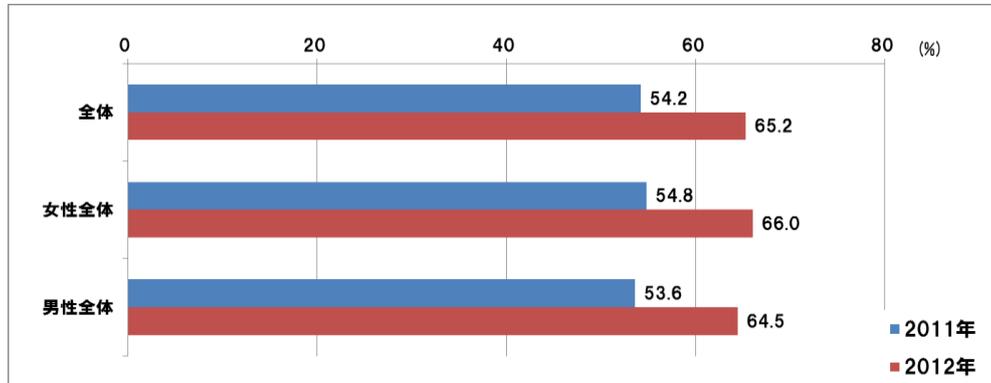


グラフ3. 価格が高くなったと感じる基準の野菜

4. パッケージサラダの「利用経験」は 2011 年に比べて大幅に増加

上記の調査内容のほかに、「サラダの食べ方」「パッケージサラダの利用経験」などについても定点観測を行い、データを蓄積しています。

中でも、パッケージサラダの利用経験率は年々増加しており、パッケージサラダ市場がさらなる成長を遂げる可能性がうかがえます。



グラフ4：パッケージサラダ利用経験ありと回答した人の割合

【調査概要】

- ① 調査方法：ウェブアンケート調査
- ② 調査対象：東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県に住む20歳以上の男女
合計1,000人
- ③ 調査期間：2012年5月30～31日

株式会社サラダクラブ 会社概要

株式会社サラダクラブは、キューピー株式会社と三菱商事株式会社との共同出資により設立、1999年4月から、袋をあけて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。1999年度に約6,000万円だった売上げは、2010年度には約117億円、2011年度には約132億円と伸張しています。

製造工場は、中河原工場（東京都府中市）、伊丹工場（兵庫県伊丹市）、五霞工場（茨城県猿島郡）、鳥栖工場（佐賀県鳥栖市）、真庭工場（岡山県真庭市）の直営工場5カ所に加え、協力工場5カ所と、計10工場の稼働により全国への供給体制が整い、サラダクラブ商品の取り扱い店舗は、約10,000店に上ります。（2012年1月現在）



本件に関するお問い合わせ先

株式会社サラダクラブ
商品部 湯浅紀綱／杉本紀子

〒183-0034 東京都府中市住吉町 5-13-1
TEL：042-364-2005（直通）
FAX：042-335-4862