

年の瀬恒例！令和元年の「野菜」を振り返る

タキイ種苗「2019年 野菜の総括」

約8割が「食品ロス削減」のために行動

ロス削減のために企業・店舗に望むことは「バラ・少量販売」「規格外・訳あり品販売」

今年注目が集まったSDGsへの意識の高まりも影響か

◎2019年、最も食べられた野菜は「たまねぎ」

◎カット野菜、約8割が購入経験あり。「食品ロス問題」への意識が高い人はより多く購入している

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、2019年の年末を前に、310人の男女を対象に「野菜」に関する調査を実施いたしました。今年で5回目となる本調査では、「2019年の野菜の世相に加え、関心が高まる「SDGs」から、「食品ロス問題」に関する意識や人々の行動を明らかにしました。

「2019年の野菜の総括」として、ご報告いたします。

調査結果 TOPICS !

<野菜×SDGs>

■ 全体で約 8 割、女性の約 9 割は「食品ロス削減」のために行動

2019 年、ますます注目された「SDGs」から、食品・農業業界でも取り組みが進む「食品ロス問題」について、「意識していた」人は 56.5%となりました。「食品ロス削減」のために何らかのアクションを起こしている人は約 8 割、女性は約 9 割にも上り、特に「食べ切れる量だけ購入する」(51.6%)は 2 人に 1 人が実践していることがわかりました。

■ 「食品ロス削減」のため、企業・店舗に望むこと 1 位「バラ・少量販売」、2 位「規格外・訳あり販売」

食品・農業業界の企業や店舗に「食品ロス削減」のために取り組んでほしいことの 1 位は「バラ売りや少量での販売」(43.2%)、2 位「規格外や訳あり品の販売」(42.3%)で、特に女性からの期待値が高いことがわかりました。

<2019 年 野菜の総括>

■ 「たまねぎ」「キャベツ」「トマト」は食べる機会が多く、値段が高くても購入されている

「今年食べる機会の多かった野菜ランキング」、「高くても買う野菜ランキング」の両方で、「たまねぎ」「キャベツ」「トマト」がトップ3となり、人気ぶりがうかがえる結果となりました。一方で、「例年に比べて高いと感じた野菜ランキング」でも「トマト」と「キャベツ」がトップ2となり、購入機会の多さから、値段の変動も感じやすかったことが考えられます。

■ 「カット野菜」の購入経験は約8割に。「食品ロス問題」意識が高い人はより購入している

カット野菜の購入経験がある人は2年連続増加で79.7%と約8割に上り、ますます浸透が進んでいると考えられます。また、「食品ロス問題」を意識していると答えた人では全体より7.2ポイント高い86.9%となり、よりカット野菜の購入経験があることが明らかになりました。「使い切れる量」というポイントで、カット野菜が支持されていることがわかりました。

【タキイ種苗 野菜に関するアンケート調査】

◆調査期間：2019 年 11 月 8 日（金）～12 日（火）

◆調査方法：インターネット調査

◆調査対象者：全国の 20～60 代の男女

◆有効回答数：310 サンプル

※グラフはすべて%。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。

1. 「野菜」×「SDGs」

2015 年採択の国際目標「SDGs※」(持続可能な開発目標)は今年、国連「SDGs サミット」の開催や、経済産業省の「SDGs 経営ガイド」発表で企業の取り組みが広がるなど、国内でも特に意識が高まった年となりました。

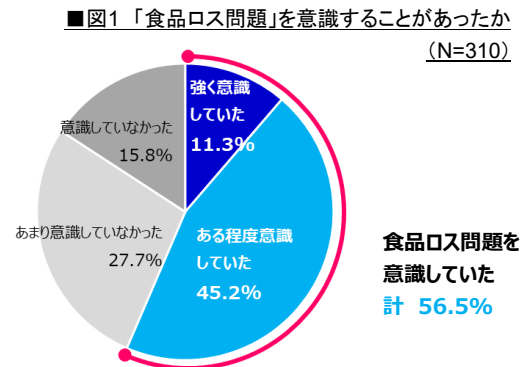
その SDGs にも含まれる「食品ロス」は、国内でも年間 643 万トン(農林水産省「平成 28 年度推計」)にも上り、近年大きな問題となっています。SDGs 内では「2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減」させると目標が設定されており、日本では今年 10 月に「食品ロス削減推進法」が施行されました。

本調査では、食品・農業業界としても取り組みが進む「食品ロス削減」についての意識を取り上げます。

※「SDGs」とは、2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」に記載された 2016 年から 2030 年までの国際目標。持続可能な世界を実現するための 17 のゴール・169 のターゲットから構成される。

① 半数以上が「食品ロス問題」を意識！

「食品ロス問題」への意識度について聞いたところ、「強く意識していた」(11.3%)、「ある程度意識していた」(45.2%)の合計が 56.5%となり、半数以上の方は 2019 年に「食品ロス問題」を意識していたことがわかりました。

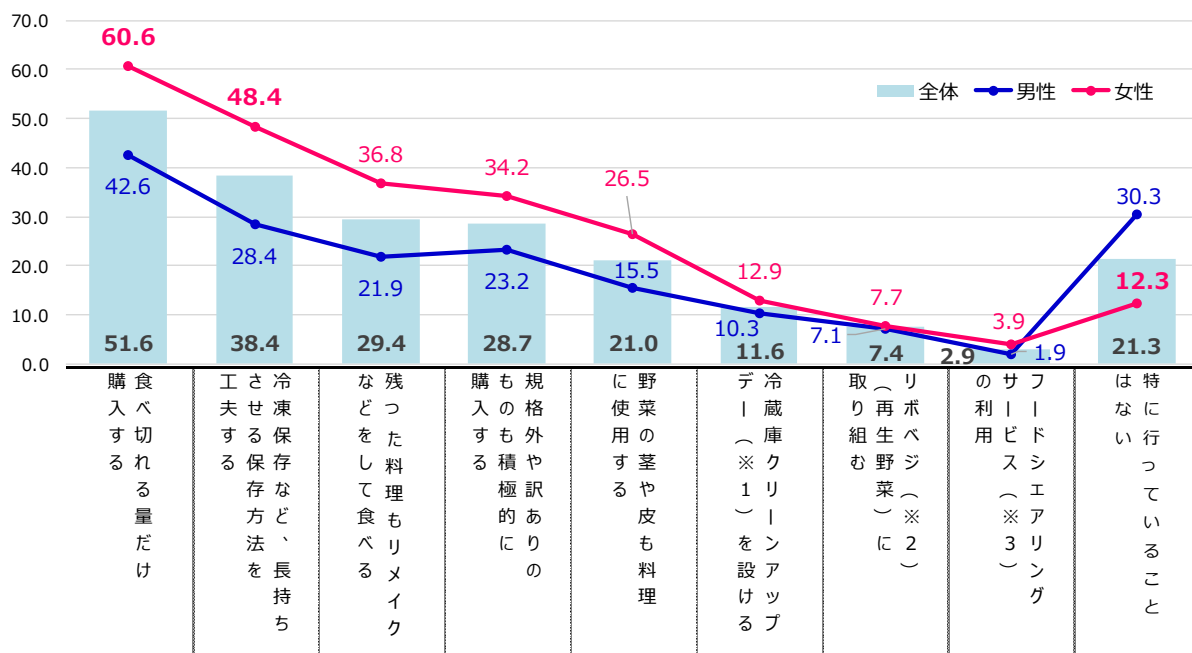


② 「食品ロス削減」のため、「食べ切れる量だけ購入」が5割。「保存方法を工夫」が約4割。

約8割は「食品ロス削減」のためのアクションを起こしている！

「食品ロス」の削減のために個人として実践していることでは、「食べ切れる量だけ購入する」(51.6%)が最も多く、半数以上の方が回答しました。特に女性は60.6%と、6割以上の方が食べ切れる量を意識して購入をしていることがわかりました。2位は「冷凍保存など、長持ちさせる保存方法を工夫」(38.4%)となり、これも女性では48.4%と、約2人に1人が実践していることがわかりました。4位は「規格外や訳ありのものも積極的に購入する」(28.7%)となり、3割近くの方が、購入する野菜を選ぶ際にも「食品ロス削減」を意識した行動を取っていることがわかります。

■図2 「食品ロス」削減のために実践していること (複数回答、N=310)



※1 冷蔵庫に入っている賞味期限や消費期限が短い食材、傷みやすい野菜・肉類を使い切る日のこと

※2 リポビタスの略で、再生させた野菜の意味。豆苗・青ネギなどの根や、ニンジン・ダイコンなどのヘタを水につけて栽培し、再生後に食すこと

※3 予約のキャンセルや売れ残りなどで発生した食品と食べたい人をマッチングし、無料や割引価格で提供されるサービス

また、「特に行っていることはない」(全体:21.3%、男性:30.3%、女性:12.3%)は、全体では2割にとどまり、約8割の人は何かしらのアクションを取っていることがわかりました。特に女性は87.7%と、約9割が「食品ロス削減」のために行動していることがわかります。

同質問で、「①食品ロス問題を意識していなかった人」の合計(43.5%)の回答を見ると、そのうち「特に行っていることはない」との回答は39.3%でした。そこから、約6割の人は、意識をしていなくても「食品ロス削減」につながる何かしらの行動を取っていたことが明らかになりました。「SDGs」への取り組みが今後ますます社会的に進むにつれて、「食品ロス問題」への意識もさらに高まり、削減に向けたアクションも広がることが期待されます。

③ 女性の約半数が「食品ロス削減」のために

「バラ・少量」、「規格外・訳あり品」の販売を希望！

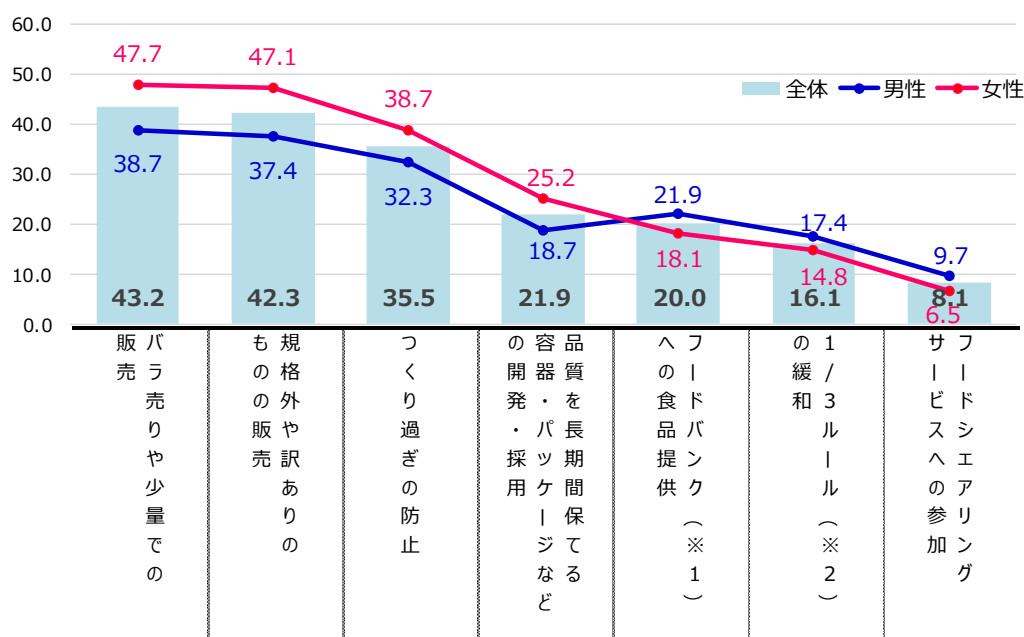
個人の行動にとどまらず、企業・団体を含む社会全体で取り組む「SDGs」。そこで、「食品ロス削減」について、食品・農業業界の企業や店舗に対して期待することを聞きました。

1位は「バラ売りや少量での販売」(43.2%)、2位「規格外や訳あり品の販売」(42.3%)、3位「つくり過ぎの防止」(35.5%)、4位「品質を長期間保てる容器・パッケージなどの開発・採用」(21.9%)となり、上位4つはいずれも女性の回答が多く、特に上位2つは女性の約半数(47.7%/47.1%)が回答しており、期待値が高いことがわかりました。

一方、5位「フードバンク(※1)への食品提供」(20.0%)、6位「1/3ルール(※2)の緩和」(16.1%)、7位「フードシェアリングサービスへの参加」(8.1%)といった、これから普及していくと考えられるサービスや制度面での期待は、男性の支持率が高いことがわかりました。

2位の「規格外や訳あり品の販売」においては、約3割の人がすでに購入していることが明らかになっており(図2参照)、生活者だけでなく企業や店舗の取り組みも今後さらに期待されます。

■図3 「食品ロス」削減のために食品・農業業界の企業や店舗に対して期待する取り組み (複数回答、N=310)



※1 食品企業の製造工程で発生する規格外品などを引き取り、福祉施設などへ無料で提供する団体・活動のこと

※2 メーカーが製造日から賞味期限までの最初の3分の1の期間内に小売店に納品しなければならず、期限を過ぎると返品できるという商慣習

その他、自由回答では「多段階な見切り品値引きなど、古いものを買いやすくする」(42歳 男性)、「賞味期限の廃止、消費期限の改善」(23歳 女性)、「持ち帰れるようにする」(37歳 女性)、といった声が寄せられました。

2. 2019 年によく食べた「野菜」

① 「たまねぎ」が1位に振り返り咲き！2019年、最も食べられた野菜

「2019年に食べる機会が多かった野菜」は、「たまねぎ」(68.7%)が1位に振り返り咲き、2位「キャベツ」(62.3%)、3位「トマト」(53.5%)となりました。トップ3の野菜は、順位の変動はあるものの5年連続でランキング入りを果たしており、「家庭の定番野菜」であるといえそうです。安定的な人気がわかる結果となりました。

4位には、価格の手ごろさや料理への使いやすさからか、「もやし」(50.0%)が5年間で初めてランクイン。「きゅうり」(49.0%)は昨年に続いて5位となりました。

■図4 「2019年に食べる機会が多かった野菜」
(トップ5、複数回答、N=310)

参考：2015～2018年「食べる機会が多かった野菜」(トップ5、複数回答、N=310)

2015年	2016年	2017年	2018年
1 たまねぎ 74.8%	1 たまねぎ 62.6%	1 たまねぎ 62.9%	1 キャベツ 64.8%
2 キャベツ 71.0%	1 キャベツ 62.6%	2 キャベツ 58.7%	2 たまねぎ 62.3%
3 大根 65.8%	3 じゃがいも 54.2%	3 トマト 53.5%	3 トマト 52.3%
4 じゃがいも 65.5%	4 トマト 53.5%	4 大根 51.9%	4 じゃがいも 51.9%
5 トマト 61.6%	5 にんじん 50.6%	5 にんじん 51.3%	5 きゅうり 49.0%

2019年		
1	たまねぎ	68.7%
2	キャベツ	62.3%
3	トマト	53.5%
4	もやし	50.0%
5	きゅうり	49.0%

※ 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
「2017年の野菜の総括」http://www.takii.co.jp/info/news_171212.html
「2018年の野菜の総括」https://www.takii.co.jp/info/news_181210.html

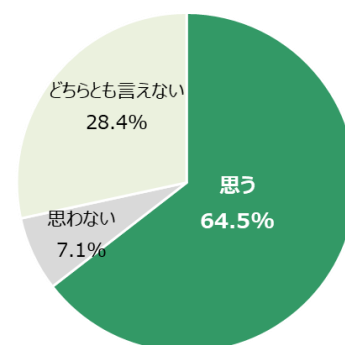
3. 2019 年「野菜の値段と購入意向」

① 「野菜の値上がり」やや落ち着いた2019年

ここ数年は天候不順により野菜の価格変動が大きくなっています。昨年は記録的な豪雨や災害級ともいわれた猛暑などの影響からか、77.7%が野菜の高騰を実感していた1年でした。

今年は、野菜の値段感について「例年に比べて高かったと思う」(64.5%)は6割強で、昨年度より13.2ポイント減少する結果になりました。約8割が野菜の価格高騰を実感していた昨年と比べると、消費者の2019年の「野菜の高騰」実感は少なかったようです。

■図5 「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 一番人気の「トマト」が、値上がり実感1位に

「野菜の価格高騰」を実感していた人は6割強となったなか、最も「値上がり」を感じた野菜の1位は「トマト」(29.4%)、2位は「キャベツ」(27.1%)、3位は「きゅうり」(25.5%)となりました。

「トマト」は、タキイ種苗が2008年より行っている「好きな野菜」の調査で11年連続1位となっています。また、「今年食べる機会が多かった野菜」(図4)でトップ5にランクインした「トマト」「キャベツ」「きゅうり」の値上がりは、購入機会の多さから値段の変動も感じやすかったことが考えられます。

■図6 (複数回答、N=310)

例年に比べて高いと感じた野菜	
1	トマト 29.4%
2	キャベツ 27.1%
3	きゅうり 25.5%
4	レタス 24.8%
5	ほうれん草 23.2%

③ 高くても買う！「たまねぎ」「キャベツ」「トマト」

「値段が高くても買う野菜」のトップ3は、「今年食べる機会が多かった野菜」(図4)と同様に、1位「たまねぎ」(29.0%)、2位「キャベツ」(25.8%)、3位「トマト」(24.5%)でした。これらは、定番野菜として値段にかかわらず購入したいと思う人が多いことがわかります。

4位は「にんじん」(23.5%)、5位は「じゃがいも」(21.9%)と、根菜類がランクインし、これらも食卓の定番であることがうかがえます。

■ 図7 (複数回答、N=310)

値段が高くても買う野菜		
1	たまねぎ	29.0%
2	キャベツ	25.8%
3	トマト	24.5%
4	にんじん	23.5%
5	じゃがいも	21.9%

④ 価格高騰の際には女性の9割、男性の7割が「工夫して野菜を食べている」！

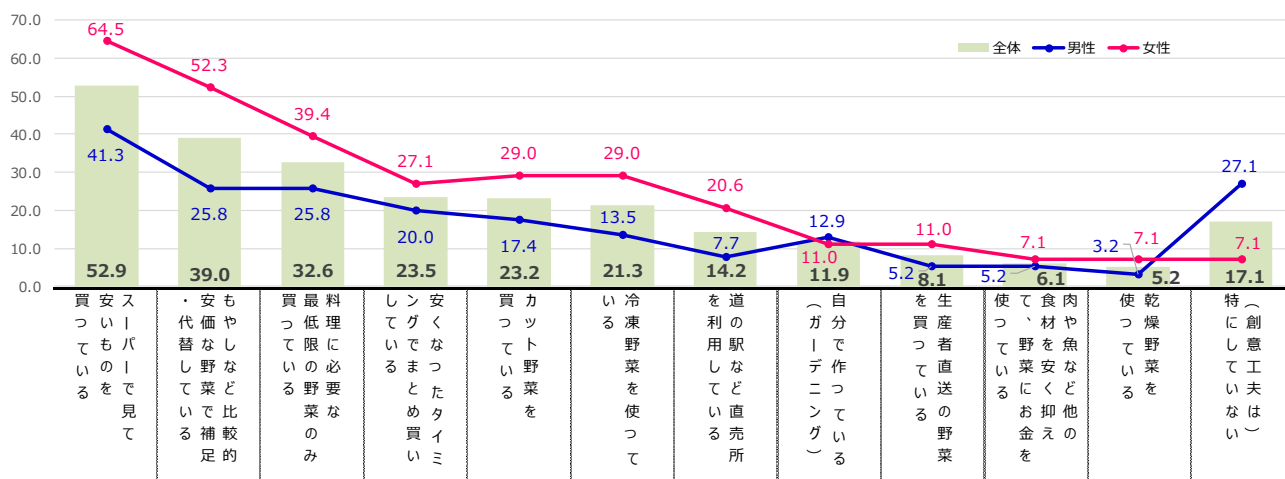
「野菜の価格が高騰した際に創意工夫していることはあるか」を聞いたところ、1位は「スーパーで見て安いものを買っている」(52.9%)で、男女別でも1位となりました。

各項目で見ていくと、全体的に女性の方が工夫をしている割合が高いようです。何かしらの工夫をしている割合は、女性は9割以上、男性は7割以上に上り、大多数は価格高騰の際には工夫をして野菜を摂取していることがわかりました(「(創意工夫は)特にしていない」男性:27.1%、女性:7.1%の結果から)。

男女差が顕著に表れたのはトップ2の項目で、「スーパーで見て安いものを買っている」(男性41.3%、女性:64.5%)が23.2ポイント差、「もやしなど比較的安価な野菜で補足・代替している」(男性:25.8%、女性:52.3%)が26.5ポイント差でした。野菜の価格高騰時には、女性は特に価格面で工夫をすることで、野菜を摂取しようとしている様子がうかがえます。

一方、若干の差ではあるものの、男性の方が高い割合になった項目は、9位「自分で作っている(ガーデニング)」(男性:12.9%、女性:11.0%)で、家庭菜園などでの野菜作りに取り組んでいる様子がわかりました。

■ 図8 「野菜の価格が高騰した際に創意工夫していること」(複数回答、N=310)



4. 野菜の取り入れ方

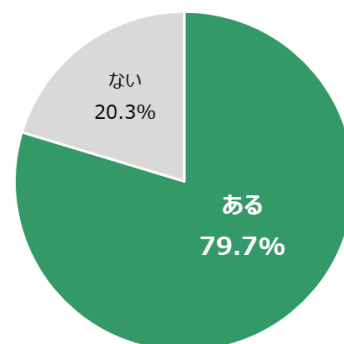
① 約8割が「カット野菜の購入経験あり」、幅広い年齢層で定着が進む

カット野菜の購入経験が「ある」と回答したのは 79.7%と約 8 割となり、昨年より 3.9 ポイント上昇し、2 年連続で増加しています。5 年連続で 7 割以上が「購入経験がある」と回答し、カット野菜は、食卓への定着が進んでいるようです(図 9)。

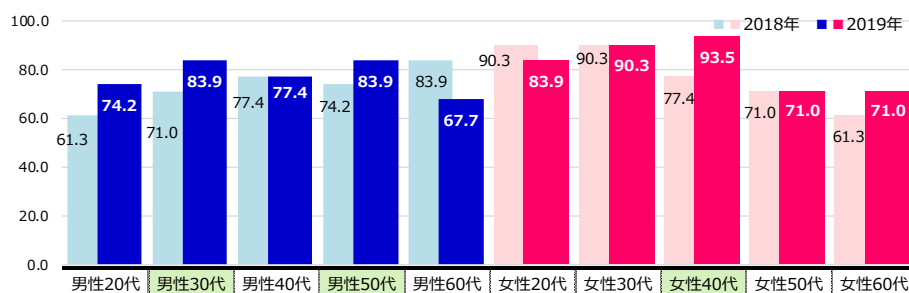
昨年と比較すると、特に 40 代女性(93.5%)は 16.1 ポイント、30 代男性(83.9%)は 12.9 ポイント、50 代男性(83.9%)も 9.7%増加しており、幅広い年齢層に浸透してきていることがわかります(図 10)。

1-①「食品ロス問題への意識」別に見ると、「意識していた」人は 86.9%、「意識していなかった」人は 70.4%が「カット野菜購入経験あり」と回答しており、食品ロス問題への意識が高い人の方がカット野菜を買う割合が 16.5 ポイント高い結果となりました。

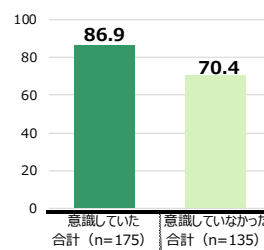
■図9 「カット野菜の購入経験」(N=310)



■図10 「カット野菜の購入経験」(性年代別 各N=31)



■図11 「カット野菜の購入経験」
(「食品ロス問題」意識別 N=310)

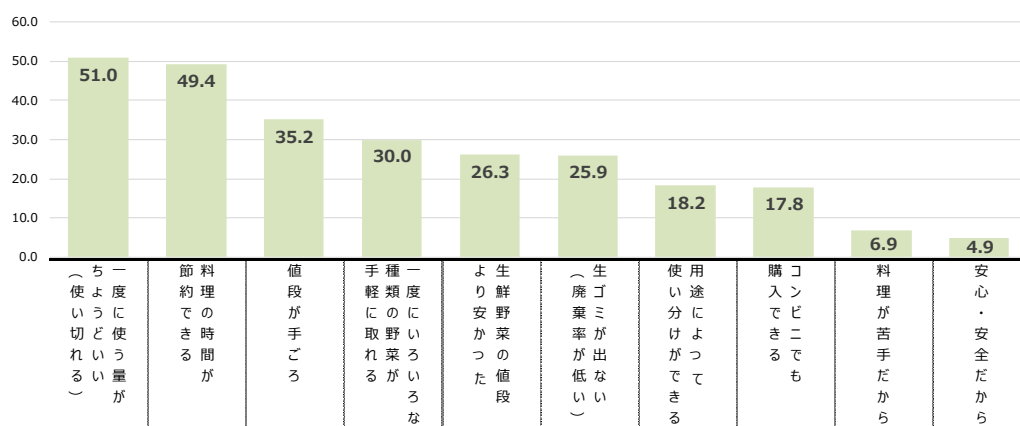


② カット野菜の購入理由、最も支持されているポイントは「使い切れる量」

「カット野菜の購入理由」では、「一度に使う量がちょうどいい(使い切れる)」(51.0%)が半数以上となり1位でした。続いて、2位「料理の時間が節約できる」(49.4%)、3位「値段が手ごろ」(35.2%)となりました。

購入理由を分類して見ていくと、1位、2位、4位では好みに合わせて量や種類を選んで購入できること、料理時間の節約ができることといった、カット野菜ならではの利便性が支持されています。その他には、3位、5位では値段の手ごろさも支持されていることがわかります。カット野菜は、個人のニーズに合わせて購入されていることがわかる結果となりました。

■図12 「カット野菜の購入理由」(複数回答、カット野菜の購入経験者 N=247)



③ 3割以上が「季節の野菜」に注目！摂取意向が高まる「スプラウト」「ミニ野菜」

「これから取り入れたい、注目している野菜」を聞いたところ、「季節の野菜」(31.9%)が昨年に続き 1 位となりました。2 位は「スプラウト」(22.6%)、3 位は「ミニ野菜」(15.2%)で、昨年 5 位よりランクアップしました。同じく 3 位には「ハーブ」(15.2%)がランクインしました。

1 位の「季節の野菜」は昨年より 5.8 ポイント減少しているものの、依然 1 位であり、摂取意欲が引き続き高いことがわかります。2 位以降の野菜については、全て昨年よりポイントアップする結果となりました。特に「スプラウト」は 5.2 ポイント、「ミニ野菜」は 4.6 ポイント増加しており、取り入れたい意向や注目度が高まっているといえそうです。

■図13（複数回答、N=310）

これから取り入れたい・注目している野菜			
1	季節の野菜	31.9%	- 5.8Pt
2	スプラウト	22.6%	+ 5.2Pt
3	ミニ野菜	15.2%	+ 4.6Pt
3	ハーブ	15.2%	+ 2.6Pt
5	機能性野菜	14.5%	+ 2.2Pt
6	伝統野菜	12.3%	+ 2.6Pt
7	イタリア野菜	9.4%	+ 2.6Pt



「野菜のひろば」

タキイ種苗の通販サイトでは、野菜タネや野菜苗の育て方や栽培管理方法、品種情報など家庭菜園の初心者から上級者まで、野菜栽培に役立つ特集が盛りだくさんの特設ページをご用意しています。



「ファイトリッチ」

タキイ種苗(株)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を紹介しています。