

## 「食卓における野菜の浸透度調査 2004」結果の速報

### 便利な野菜・子供に食べさせたい野菜・大出世の新野菜は何？

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：榮 武男 本社：東京都港区）の運営する情報提供サービス機関マーケティング・データ・バンクは、首都圏（一都三県）に在住する20～60代の主婦を対象に、「食卓における野菜の浸透度調査2004」を実施いたしました。1997年に実施した調査の継続調査で、主要野菜55品目の意識と利用実態、目新しい野菜68品目の食卓浸透度、冷凍野菜・カット野菜など加工野菜の簡便化ニーズ、野菜についての行動・意識と食生活について、網羅的に調査いたしました。その結果、下記のような実態が明らかになりました。

([http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\\_anq/hotanq20.html](http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/hotanq20.html))

**<便利>で<いつも買っておく>「じゃがいも」「たまねぎ」**

**<身体にいい> <子供にも食べさせたい>「ほうれん草」**

「じゃがいも」は<いつも買っておく>で1位、<便利>でも2位だった。「ほうれん草」は<身体にいい> <子供に食べさせたい>の両方で1位だった。「たまねぎ」は<便利>で1位、<いつも買っておく>でも2位だった。「じゃがいも」「たまねぎ」は便利なので常備され、「ほうれん草」は身体にいいので子供に食べさせたいと思われる、これらは食卓でおなじみの野菜といえる。

**「サラダ」より「煮物など和風野菜メニュー」**

**「具たくさんのみそ汁」で野菜を多く摂るよう心がけ。**

家族のために野菜摂取で心がけていることは「煮物など和風野菜メニューを多くする」が70%、「みそ汁を具たくさんにする」が68%とこの2項目は約7割となった。一方、「サラダで野菜を多く食べる」は3割となり、野菜メニューの代表格「サラダ」よりも、「煮物」「みそ汁」などの和風メニューで野菜を摂取しようとする人が多いといえる。

**「エリンギ」は大出世新野菜、**

**「水菜」「ゴーヤー」「フルーツトマト」「ルッコラ」も大躍進。**

前回調査と比べて購入経験が最も増えた新野菜は「エリンギ」で7% 64%と57ポイントも増加した。以下、「水菜」31% 64%、「フルーツトマト」16% 47%、「ゴーヤー」20% 50%、「ルッコラ」7% 35%と続き、これらの野菜は7年間で大出世を遂げたといえる。

#### 【調査概要】

- ・ 調査対象 : 首都圏（一都三県）在住の20～60代の主婦
- ・ 調査方法 : 日本能率協会総合研究所「J-FAXリサーチ」システム利用によるFAX調査
- ・ 有効回収数 : 1,077人（発送数1,400人、有効回収率76.9%）
- ・ 調査実施日 : 2003年11月28日（金）～12月4日（木）

《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所

マーケティング・データ・バンク

担当：土井・加納

〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-38 秀和芝公園3丁目ビル4F

TEL:03-3434-7508 FAX:03-3578-7506 E-mail:haruko\_doi@jmar.co.jp

<便利>で<いつも買っておく>「じゃがいも」「たまねぎ」

<身体にいい> <子供にも食べさせたい>「ほうれん草」

日常的な野菜 55 品目について、<常備(いつも買っておく)> <身体にいい> <便利> <子供に食べさせたい> <調理が面倒> <あまり使わない> <利用の増えた> <もっと利用したい> という聞き方で利用状況・イメージを聞いてみました。

「じゃがいも」は<いつも買っておく>で1位となり、<便利>でも2位でした。いろいろな食べ方ができて便利だから常備しておく野菜いえます。

「たまねぎ」は<便利>で1位となり、<いつも買っておく>でも2位にあがりました。<身体にいい>で6割強、<子供に食べさせたい>で6割弱となり、全体的にバランスの良い食材と言えます。

「ほうれん草」は<身体にいい> <子供に食べさせたい>の両方で1位でした。また、<便利>でも上位にあがっていますが、常備率は4割弱で13位と少し低めでした。

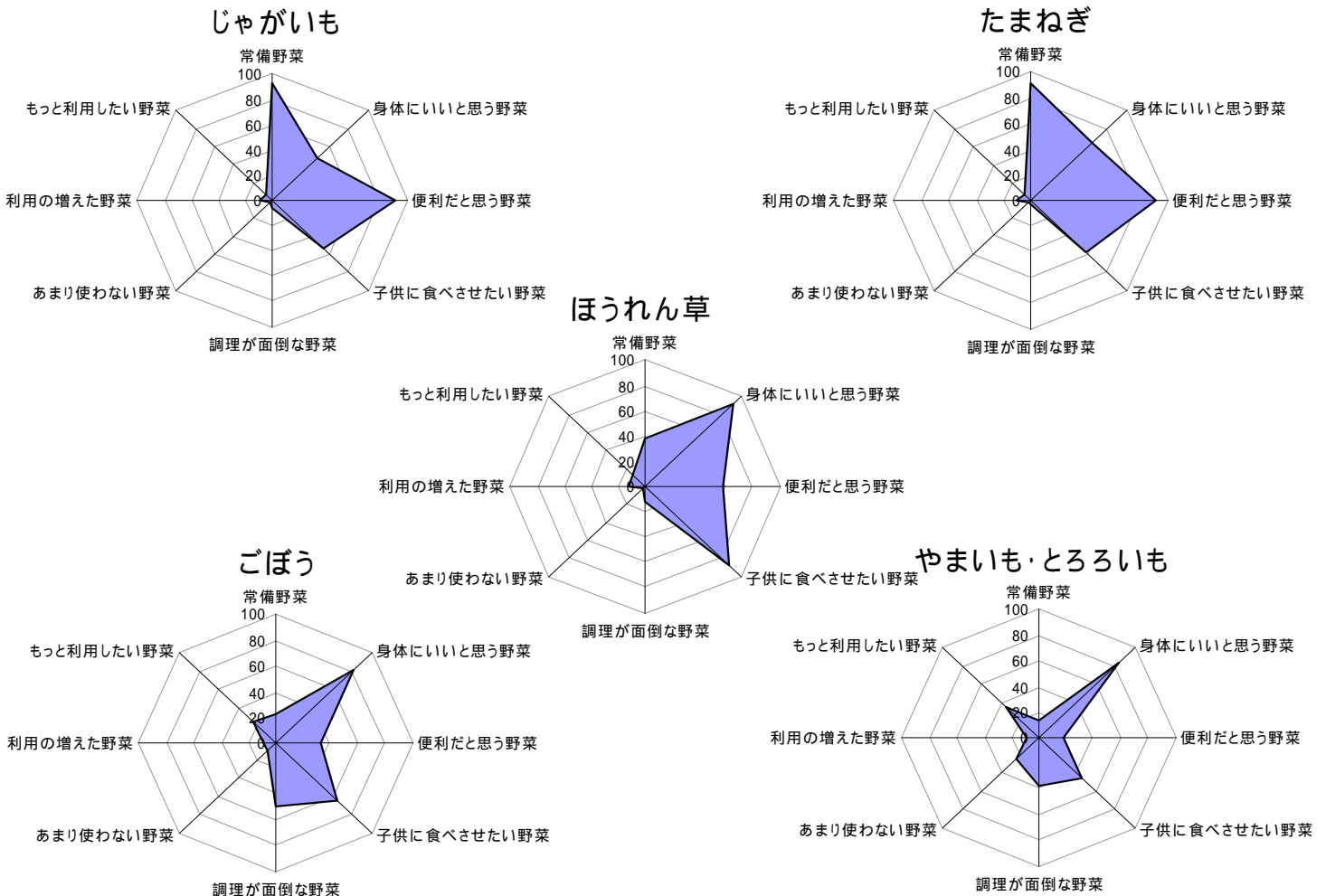
「ごぼう」は<調理が面倒>で1位でしたが、<身体にいい> <子供に食べさせたい>とも思われており、<もっと利用したい>も5位以内にあがっていることから今後の利用意向は高いようです。

「やまいも・とろろいも」は<もっと利用したい>で1位、<身体にいい>でも3位となりましたが、常備率は1割強しかありませんでした。普段あまり常備はしないが、身体にいいので利用したいという意向があるようです。

全体的に比率の高かった「じゃがいも」「たまねぎ」は便利なので常備され、「ほうれん草」は身体にいいので子供に食べさせたい野菜であり、食卓でおなじみの野菜といえるでしょう。

### 日常的な野菜 (MA)

(n=1,077)



## 「サラダ」より「煮物など和風野菜メニュー」

「具たくさんのみそ汁」で野菜を多く摂るよう心がけ。

普段の野菜の摂り方について、家族のために心がけていることを聞きました。

メニューによる工夫の項目の中でみると、「煮物・おひたし・あえものなどの和風野菜メニューを多くする」という人が最も多く70%、次いで「みそ汁を具たくさんにして野菜を多く食べるようにする」人が68%とこの2項目は約7割の人が回答しています。

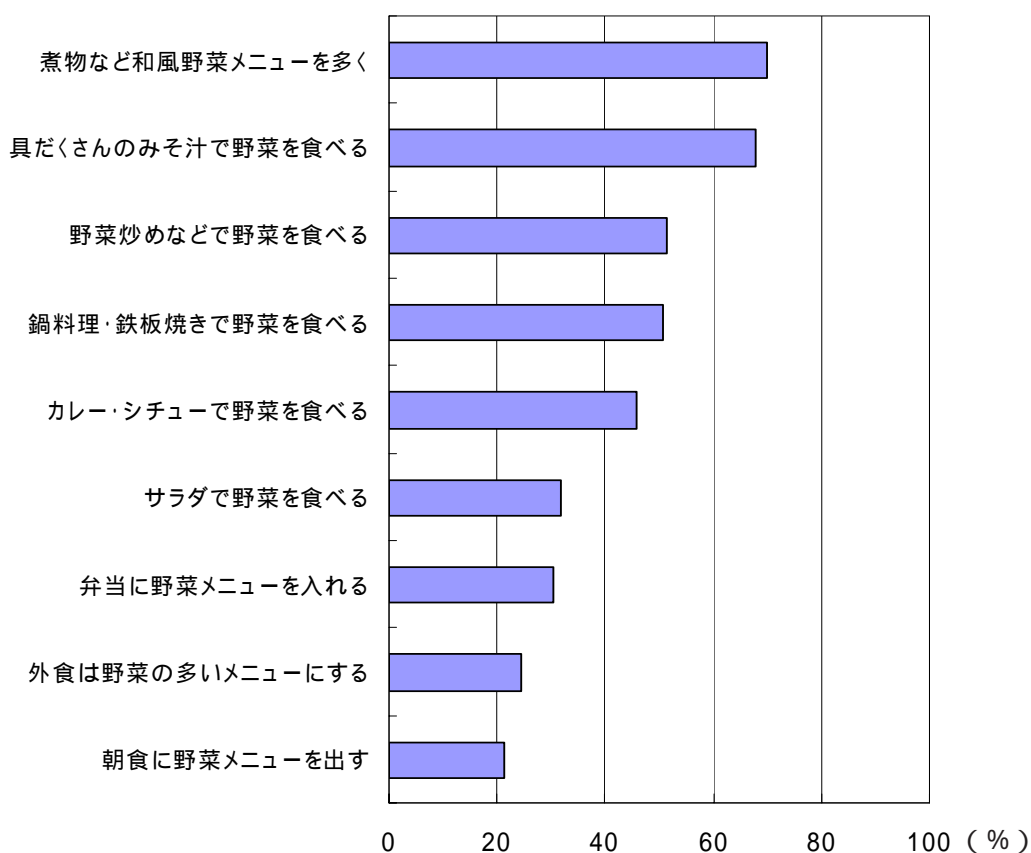
以下、「野菜炒めなどで、野菜を多く食べるようにする」「鍋料理・鉄板焼きなどで、野菜を多く食べるようにする」「カレー・シチューなどで、野菜を多く食べるようにする」が5割前後、「サラダで野菜を多く食べるようにする」「お弁当に野菜メニューを入れるようにする」が3割前後となりました。

主婦が野菜を多く意識したとき、野菜メニューの代表格「サラダ」よりも、「煮物」「みそ汁」など和風メニューの方が人気は高いようでした。

年代別にみると、40代は「具たくさんのみそ汁」「鍋料理など」「カレー・シチューなど」「弁当に野菜メニュー」の4項目で各年代中最も高かったのですが、一方30代は「和風野菜メニューを多くする」「具たくさんのみそ汁」「野菜炒め」「鍋料理など」の4項目で各年代中最も低い結果となりました。40代は、野菜を多く摂るためのメニューのバリエーションが和洋ともに一番多いようでした。

野菜摂取の心がけ (MA)

(n=1,077)



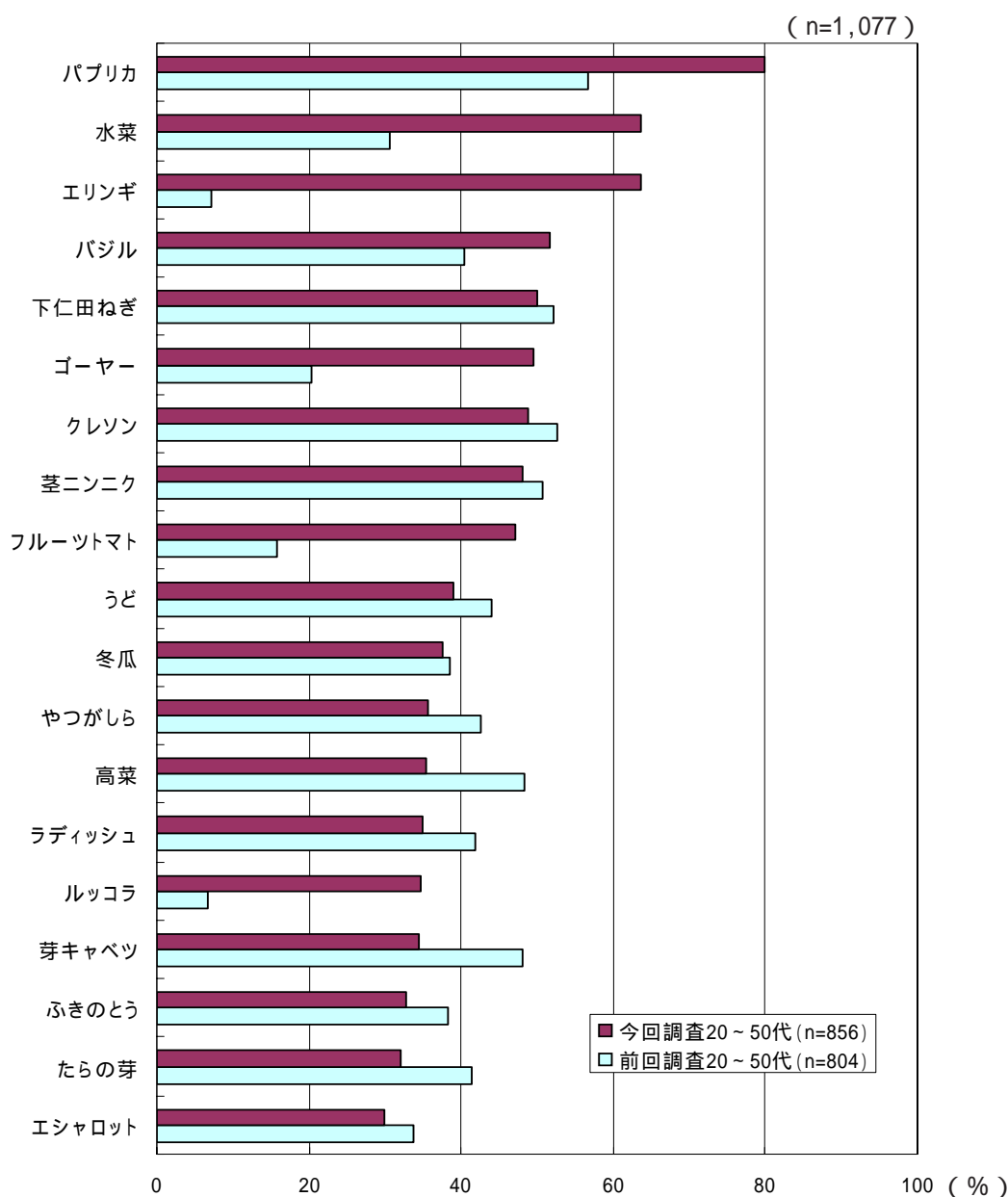
## 「エリンギ」は大出世新野菜、 「水菜」「ゴーヤー」「フルーツトマト」「ルッコラ」も大躍進。

西洋野菜、中国野菜、伝統（郷土）野菜など、首都圏で目新しい野菜68品目について、買ったことがあるものを聞き、1997年に行った前回調査と比較してみました。

今回調査で6割以上の方が購入したことがある野菜は、「パプリカ」「水菜」「エリンギ」の3品目、次いで3割以上の品目は下記のとおりでした。

前回調査と比べて購入経験が最も増えたのは「エリンギ」で7% 64%と57ポイントも増加しました。以下、「水菜」31% 64%、「フルーツトマト」16% 47%、「ゴーヤー」20% 50%、「ルッコラ」7% 35%と続き、これらの野菜は7年間で大出世を遂げたといえます。

目新しい野菜の購入経験（MA）



前回調査と調査対象を揃えるため、20代～50代の回答者に絞って比較しました。

「食卓における野菜の浸透度調査（1997年）」：首都圏在住の20代～50代の主婦804人（発送数1,000人・有効回収率80.4%）を対象に、1997年11月20日～26日にFAX調査を実施しました。

「食卓における野菜の浸透度調査 2004」は、一般家庭における野菜についての実態を明らかにするため、下記項目について調査を企画・実施いたしました。

主要野菜 55 品目の意識と利用実態：常備 / 身体にいい / 便利 / 子供に食べさせたい / 調理が面倒 / あまり使わない / 利用の増えた / もっと利用したい

目新しい野菜 68 品目の食卓浸透度：認知 / 購入経験

冷凍野菜・カット野菜など加工野菜：利用頻度 / 利用品目 / 利用する理由 / 利用しない理由 / ホームフリージング / 他の加工野菜 / 調理・下ごしらえ / 調理・下ごしらえで使う道具

野菜についての行動・意識と食生活：購入チャネル / 購入頻度 / 購入重視点 / 購入時の行動 /

野菜メニューの食卓登場頻度 / 野菜充足感 / 野菜摂取の心がけ / 食生活 / 料理や食材の考え方 / 不安

#### 【調査入手のご案内】

本調査は、弊社自主企画の調査のアウトプット一式を複数企業にご購入いただく方式です。

- ・調査購入費用：定価 400,000 円 / M D B メンバー価格 360,000 円（消費税別）
- ・調査のアウトプット

(1)調査報告書：A4 判・52 ページ・2004 年 2 月発行

(2)集計結果表：A4 判・555 ページ・2003 年 12 月発行

(3)磁気データ(C D - R O M)：クロス集計、ローデータ、他一式

本調査の報告書はご参加いただいた企業以外は入手できません。また、データのご利用は社内に限らせていただきます。

本調査は、今後の食卓のニーズを探るためのマーケティングの基礎データとして、必要不可欠な調査です。今回はその中から、「日常的な野菜」「野菜摂取の心がけ」「目新しい野菜の購入経験」に焦点を当てて結果の速報をご報告しております。

([http://www.jmar.co.jp/MDB/hot\\_anq/hotanq20.html](http://www.jmar.co.jp/MDB/hot_anq/hotanq20.html))

#### 【マーケティング・データ・バンクとは】

マーケティング・データ・バンクは、社団法人日本能率協会グループのシンクタンク、株式会社日本能率協会総合研究所（社長：榮 武男 本社：東京都港区）が運営する、国内最大級のメンバー制ビジネス情報提供サービス機関です (<http://www.jmar.co.jp/MDB/>)

開設以来 30 年以上、日本を代表する様々な業種の企業約 2,000 社の企画 / 調査 / 営業 / 技術部門の方々にご利用いただいております。官庁統計、公開調査資料、業界紙、各種民間企業発表資料など約 12 万点の蔵書を有し、独自の検索システムを構築いたしております。

各種業界事情に通じ検索手法をマスターしたスタッフにより、さまざまなビジネスデータを提供することが可能です。

電話 1 本で必要な情報を入手できるシステムとして、年間約 12 万件のお問い合わせに的確、迅速に対応し、情報収集のパートナーとして高い評価をいただいております。

#### 《本件についてのお問い合わせ先》

株式会社日本能率協会総合研究所

マーケティング・データ・バンク

担当：土井・加納

〒105-0011 東京都港区芝公園 3 - 1 - 3 8 秀和芝公園 3 丁目ビル 4 F

TEL:03-3434-7508 FAX:03-3578-7506 E-mail:haruko\_doi@jmar.co.jp

**本件引用の際は、お手数ですが、上記あて掲載紙をご送付ください。**