

平成23年11月24日

報道各位

社団法人 J C総研

## — 単身男性や若年層の野菜を食べる頻度がさらに減少 —

(野菜・果物の消費行動に関する調査結果—2011年調査—)

当研究所では、平成20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12回目として「野菜・果物の消費行動に関する調査」を2011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23年11月24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 主任研究員 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。

## 調査結果のまとめ

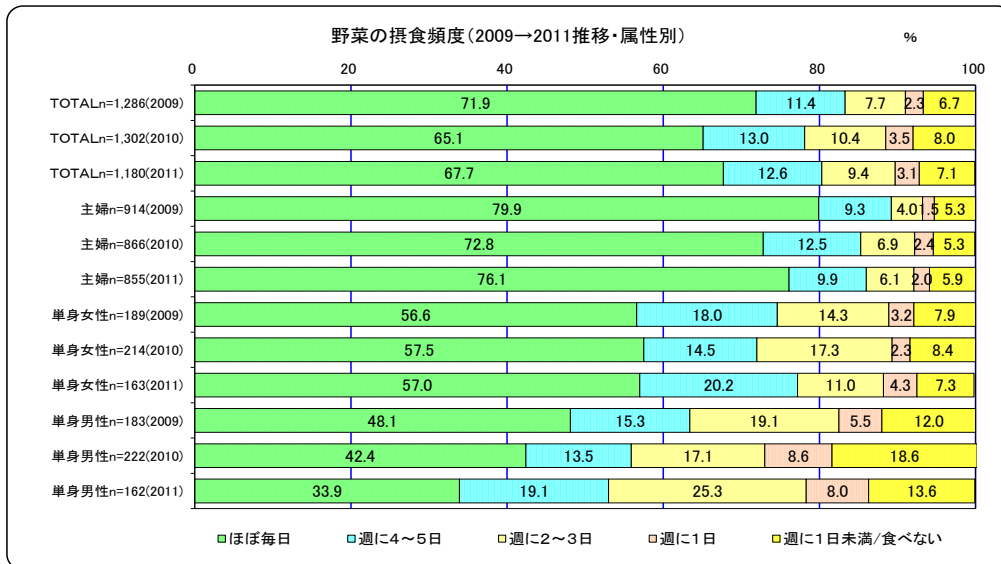
### 1. 単身男性が大きく減少／野菜を食べる頻度

野菜を食べる頻度を具体的に聞いた。

図Ⅰで、野菜を「ほぼ毎日」食べる人は全体で67.7%と2010年調査より2.6ポイント増加した。主婦の3.3ポイント増が主な要因だが、単身男性は8.5ポイント減と、2010年調査に続き大きく減少している。

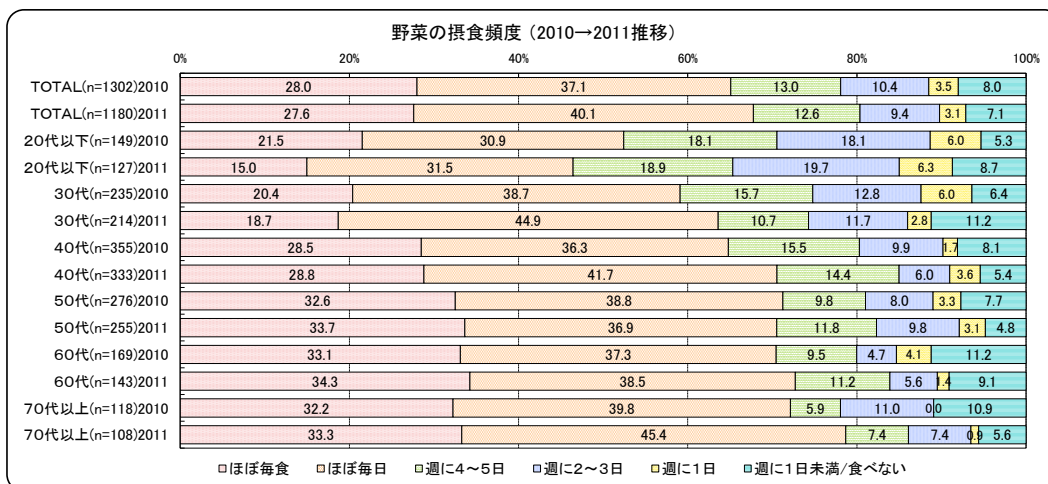
図Ⅱは年代別に前回(2010年)調査からの推移をみたものだが、20代以下と30代の「週に1日未満／食べない」の割合増加が懸念される結果となっている。「ほぼ毎食」や「ほぼ毎日」の割合も、年代が低下するほど低くなっている。これから子育てをする、あるいは子育て真っ最中の世代が野菜を食べないということは、その子どもたちも食べられないということだ。

図Ⅰ 野菜の摂食頻度(2009→2011 推移・属性別)(手作りの野菜ジュース含む、市販のものは除く)



(注)「ほぼ毎日」は「ほぼ毎食」「ほぼ毎日」を、「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」をまとめたもの。次ページ、果物の摂食頻度も同様。

図Ⅱ 野菜の摂食頻度(2010→2011 推移・年代別)



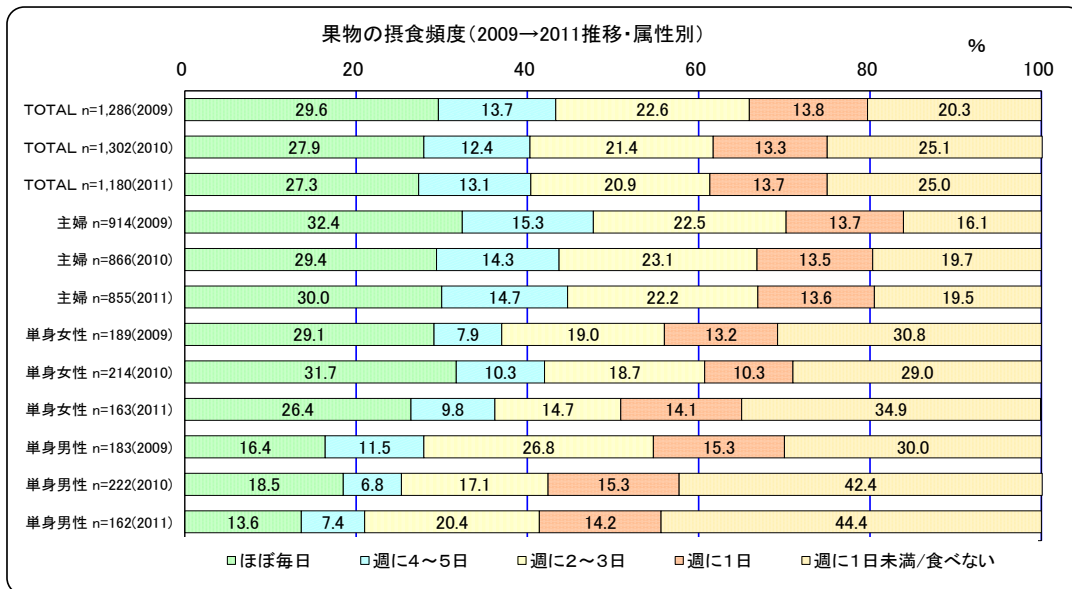
## 2. 若年層ほど端的に減少／果物を食べる頻度

果物を食べる頻度を具体的に聞いた。

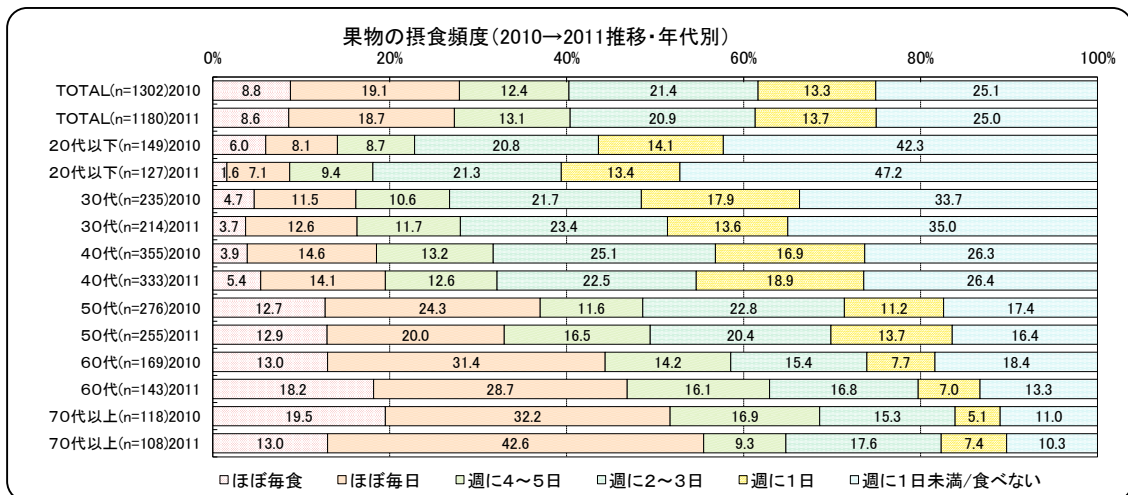
図Ⅲのように、ここ3年間の推移では、果物の摂食頻度は減少傾向にある。この傾向は特に単身男性に顕著で、2010年調査では18.5%と他の属性に比べても低かった「ほぼ毎日」（「ほぼ毎食」＋「ほぼ毎日」の合計）が13.6%に減少し、「週に1日未満／食べない」割合も44.4%と半数に近くなっている。また、比較的良好に果物を食べていた単身女性も2011年調査では目に見えて減少している。他の属性と比較して、ある程度金銭面で余裕があった単身女性にもデフレ経済の影響が及んできたものと思われる。

また、年代別の推移（図Ⅳ）を見ると、トータルでは大きな変化はないものの、20代以下の減少幅（「ほぼ毎食」が6.0%→8.1%など）が端的な結果となっている。これを高齢世代がカバーしている形だが、若年層になるほど果物を食べない傾向は顕著であり、こうした層に働きかけをしなければ、今後果物の需要は減少していくと推測される。

図Ⅲ 果物の摂食頻度(2009→2011 推移・属性別)



図Ⅳ 果物の摂食頻度(2010→2011 推移・年代別)



### 3. 「野菜は不足している」と思う理由

別な設問で「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=1057) に、不足していると思う理由を聞いた。「食べる野菜の種類が少ないから」(40.5%)のトップは前回調査と同様だが、「量の基準／どれだけ食べれば足りるかが分からないから」「家庭の食事で使用する野菜の量が少ないから」などの順位が前回調査と入れ替わった。前回5番目の「野菜の価格が高く十分な量や多くの種類を買えないから」は一つ順位を下げ、割合も若干下がった。これは前回(2010年)調査時点での猛暑による野菜高騰が、今年は台風などの影響はあったものの、前年よりは若干緩和されたためと推測される。

今回初めて設問に加えた「原発事故による放射能汚染が心配だから」はトータルで6.2%。属性別には主婦が7.7%、単身女性が7.9%と既婚男性の4.5%、単身男性の4.2%を3ポイント強上回った。この結果からみると、女性の方が男性よりも放射能汚染の心配をしていることが分かる。また、8番目の「野菜を買うと結局余らせてしまうから／無駄になるから」は、6番目の「野菜の価格が高く十分な量や多くの種類を買えないから」や7番目の「十分な量や多くの種類を買うと家計を圧迫するから」などと合わせ、前回調査同様、カット野菜が大きく需要を伸ばしている要因といえよう。

表I 「野菜は不足している」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 1057	主婦 467	既婚男性 357	単身女性 114	単身男性 119
1	食べる野菜の種類が少ないから	40.5	48.0	29.7	42.1	42.0
2	量の基準／どれだけ食べれば足りるかが分からないから	33.3	34.9	37.5	23.7	23.5
3	家庭の食事で、使用する野菜の量が少ないから	32.7	37.5	26.9	32.5	31.9
4	家庭の食事で、野菜を使った料理が少ないから	25.5	24.2	21.6	30.7	37.8
5	「健康日本21」目標摂取量に足りていないと思うから	23.9	29.1	20.7	21.9	15.1
6	野菜の価格が高く十分な量や多くの種類を買えないから	22.0	26.8	15.4	27.2	18.5
7	十分な量や多くの種類を買うと家計を圧迫するから	18.7	24.4	12.0	23.7	11.8
8	野菜を買うと結局余らせてしまうから／無駄になるから	14.9	14.8	7.6	28.9	24.4
9	「健康日本21」目標摂取量はとも食べきれないから	12.0	13.9	11.8	8.8	8.4
10	野菜の調理は面倒だから	11.7	11.1	6.2	23.7	19.3
11	仕事や家事が忙しくて、野菜を調理する時間がないから	10.5	11.3	5.3	18.4	15.1
12	ファストフードや外食・中食中心の食生活だから	7.9	3.4	7.0	15.8	21.0
13	家庭の食事に、冷凍・加工食品を用いることが多いから	6.4	4.5	6.4	7.9	12.6
14	家族が野菜料理を食べないから	6.4	12.4	2.8	0.0	0.0
15	原発事故による放射能汚染が心配だから	6.2	7.7	4.5	7.9	4.2
16	野菜が苦手／嫌いだから	5.7	3.9	8.1	4.4	6.7
17	野菜の下ごしらえの仕方や調理方法が分からないから	5.5	4.3	3.1	6.1	16.8
18	食が細いから／食事の量が少ないから	5.0	4.9	5.0	8.8	1.7
19	野菜不足からくる身体の不調を感じるから	3.3	2.8	2.2	4.4	7.6
20	冷凍や水煮等の野菜の加工品の安全性が気になるから	2.7	4.3	2.0	0.9	0.8
21	その他	1.9	1.5	1.7	4.4	1.7
22	特に理由はない／何となく	5.6	1.9	10.6	2.6	7.6

(注) 表I・IIは、40・30%台をパターン分けした。また、今回設問に加えたNo.15を網掛けした。

表II 「野菜は不足している」と思う理由 前回(2010)調査 10番目まで

「野菜は不足している」と思う理由(TOTALでソート)	TOTAL	主婦	単身女性	単身男性	
	n=773	n=478	n=132	n=163	
1	食べる野菜の種類が少ないから	46.4	49.6	47.0	36.8
2	家庭の食事で、使用する野菜の量が少ないから	36.5	38.3	36.4	31.3
3	量の基準／どれだけ食べれば足りるかが分からないから	30.1	31.0	31.1	27.0
4	家庭の食事で、野菜を使った料理が少ないから	27.9	26.2	30.3	31.3
5	野菜の価格が高く十分な量や多くの種類を買えないから	26.3	27.2	27.3	22.7
6	「健康日本21」目標摂取量に足りていないと思うから	24.5	26.4	25.0	18.4
7	十分な量や多くの種類を買うと家計を圧迫するから	20.7	19.7	23.5	21.5
8	野菜を買うと結局余らせてしまうから／無駄になるから	20.4	18.2	32.6	17.2
9	仕事や家事が忙しくて、野菜を調理する時間がないから	16.8	15.9	22.7	14.7
10	野菜の調理は面倒だから	14.4	12.3	17.4	17.8

#### 4. レシピ提供が鍵か／野菜をもっと食べるようになると思うきっかけ

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、どういう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」との回答が一番多かった(野菜50.2%、果物66.2%)。

表Ⅲの野菜では、2番目に「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55.8%と他の属性と比較して非常に高い。家族に野菜をしっかりと食べてもらいたいが、野菜がたっぷりとれる献立に日々悩んでいる様子が見ええる。テレビは毎日のようにグルメ番組を流し、雑誌でも様々なレシピを掲載しているが、この回答がこれだけ高い割合になるということは、生産者や販売者は、まだまだ情報発信の余地があるのではないかと。単身女性は「料理に使う分だけ野菜を買えるようになれば」が他の属性と比較して高く、米でも同様だが、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44.8%でトップであり、時間に余裕がないことがうかがえる。表Ⅳ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。昨夏に続く異常気象や災害の影響で割高感が強いたためと思われるが、なかでも特に家計を預かる主婦が76.0%と高い。また、「皮をむいたり、カットしたりしてくれる人がいれば」は全属性で平均的に高く、主婦でも21.5%に上る。最近では皮をむきやすい果物の評価が高いようだが、この傾向は今後も続きそうだ。

表Ⅲ 野菜をもっと食べるようになると思うきっかけ(MA)

属性	TOTAL	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性
度数	814	369	240	100	105
生鮮野菜の価格が安くなれば	50.2	56.1	48.3	44.0	40.0
手間をかけずにいっぱい食べられるレシピが分かれば	39.1	55.8	20.0	38.0	24.8
自分の食習慣が変われば	32.6	32.8	31.7	37.0	29.5
時間に余裕ができれば／料理をする時間が取れれば	26.7	31.4	14.2	34.0	31.4
野菜料理を作ってくれる人がいれば	25.2	18.2	27.5	25.0	44.8
収入が増えれば	24.1	26.6	15.8	34.0	24.8
野菜の惣菜(サラダ、煮物等)の価格が安くなれば	21.5	19.8	23.3	19.0	25.7
加工野菜(カット・冷凍野菜等)の価格が安くなれば	20.3	17.6	22.5	21.0	23.8
料理に使う分だけ野菜を買えるようになれば	19.9	18.4	15.4	30.0	25.7
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	19.4	16.5	16.7	24.0	31.4
野菜の安全性がもっと高くなれば	17.0	22.0	14.2	13.0	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	12.0	14.4	9.6	16.0	5.7
プランターや家庭菜園等で野菜を自作できるようになれば	11.7	14.9	12.1	9.0	1.9
野菜をいっぱい使ったデザート類やお菓子があれば	11.5	12.5	11.7	12.0	7.6
食事を一緒に食べる人がいれば	9.7	5.7	3.3	23.0	25.7
購入店で、洗浄・カットするようなサービスがあれば	6.5	7.9	3.8	9.0	5.7
下ごしらえを店内で行った野菜を売ってほしい	6.3	6.8	3.8	9.0	7.6
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	6.1	6.0	7.1	4.0	6.7
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	4.2	4.6	5.0	4.0	1.0
野菜嫌いを克服できれば	4.1	3.5	6.3	3.0	1.9
その他	3.4	3.8	2.5	6.0	1.9
特に思い当たらない／特になし	6.4	4.3	10.4	2.0	8.6

※表Ⅲ・表Ⅳとも特徴的なところを太字にした。

表Ⅳ 果物をもっと食べるようになると思うきっかけ(MA)

属性	TOTAL	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性
度数	897	409	270	103	115
果物の価格が安くなれば	66.2	76.0	55.9	68.0	53.9
食べたい量だけ果物を買えるようになれば	30.3	30.8	24.4	39.8	33.9
カットフルーツの価格が安くなれば	30.2	32.0	24.1	32.0	36.5
収入が増えれば	28.1	30.6	22.2	35.0	27.0
皮をむいたり、カットしたりしてくれる人がいれば	23.7	21.5	27.0	22.3	25.2
自分の食習慣が変われば	22.5	20.3	24.1	17.5	22.6
果物を使ったデザート類の価格が安くなれば	20.0	21.8	17.4	27.2	21.7
カットフルーツの種類がもっと充実すれば	17.8	18.8	12.2	25.2	20.9
果物の味に当たりはずれがなくなれば	15.9	20.5	15.2	13.6	3.5
果物をいっぱい使ったデザート類やお菓子が充実すれば	14.9	16.6	13.0	14.6	13.9
皮ごと食べられる品種や種がない品種が増えれば	13.6	15.6	14.1	9.7	8.7
一緒に果物を食べてくれる人がいれば	12.8	10.3	10.4	20.4	20.9
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	11.7	12.7	7.0	17.5	13.9
外食のセットメニューに果物の選択肢があれば	11.4	13.0	7.4	12.6	13.9
皮をむいたり、カットするのに便利な道具があれば	10.7	12.0	11.1	7.8	7.8
時間に余裕ができれば／料理をする時間が取れれば	9.7	11.7	4.4	10.7	13.9
果物の安全性がもっと高くなれば	8.6	10.5	7.8	7.8	4.3
国産果物のドライフルーツがあれば	5.4	6.4	5.2	6.8	0.9
購入店で、皮むき・カットするようなサービスがあれば	4.8	5.6	3.0	6.8	4.3
その他	1.8	1.0	2.6	4.9	0.0
特に思い当たらない／特になし	5.9	3.2	9.6	4.9	7.8

## 5. 「鮮度が良い」が上昇／野菜・果物購入時の重視点

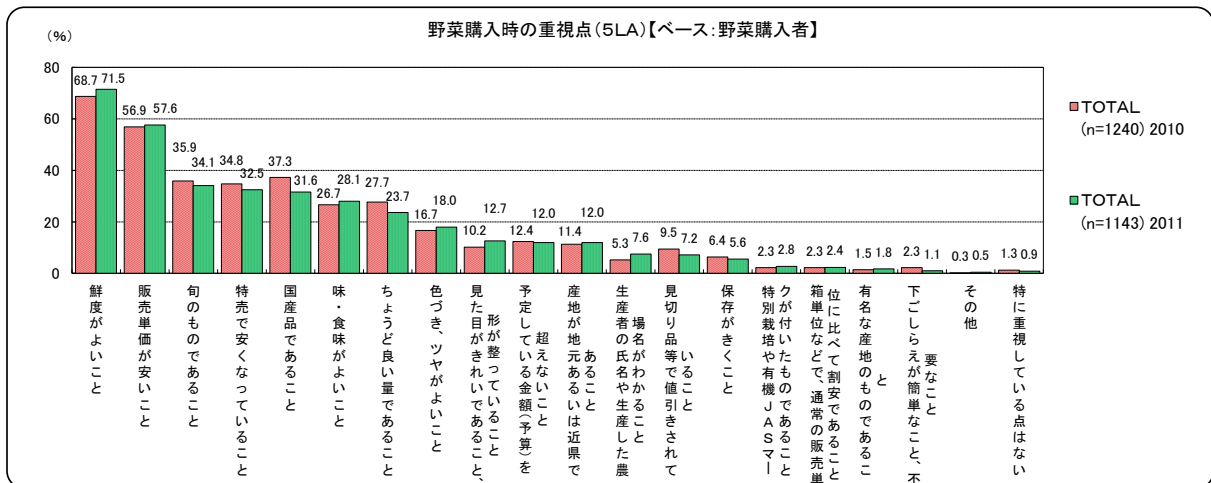
野菜・果物を購入している人(野菜 n=1,143、果物 n=1,106) に、購入に際して重視している点(複数回答、5つまで)を聞いた。2010年からの変化を見るため、ベースは主婦・単身男女としている。

野菜の重視点トップ5は①鮮度が良い(71.5%、前回 68.7%)②販売単価が安い(57.6%、同 56.9%)③旬のものである(34.1%、同 34.8%)④特売で安くなっている(32.5%、同 34.8%)⑤国産品である(31.6%、同 37.3%)となっている。

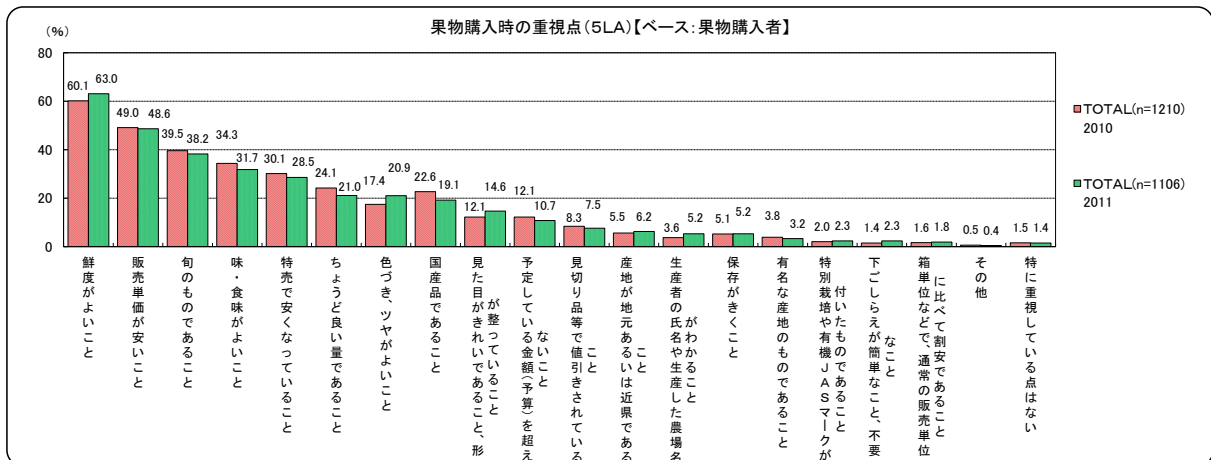
「国産であること」が、前回調査から比率の低下と併せ、順位を2つ落とした。原発事故の影響から、検査体制の整備により基準値を超える野菜は流通しないにも関わらず、国産農産物が安全であるというプラスイメージが若干低下している可能性がある。

果物についても、野菜と同じ傾向がみられ、「国産品である」(19.1%、同 22.6%)の比率と順位が下がっている。野菜同様「鮮度がよい」(63.0%、同 60.1%)を重視する人の比率が上がっているが、「販売単価が安いこと」(48.6%、同 49.0%)は比率が若干下がっている。果物は野菜よりある程度高くても仕方がないと思っている人が多く、何よりも「鮮度」を重視し、かつ、「安全」を求める人が増えていると推測される。

図V 野菜購入時の重視点(2010→2011 推移)2011年データでソート



図VI 果物購入時の重視点(2010→2011 推移)2011年データでソート



目 次	ページ
1. 単身男性の果物好きが減少／野菜や果物の好き嫌い	07
2. 野菜を食べない単身男性／野菜を食べる程度	08
3. 単身男性・若年層が果物を食べない／果物を食べる程度	09
4. 単身男性が大きく減少／野菜を食べる頻度	10
5. 「ほぼ毎日」は主婦、既婚男性、単身女性、単身男性の順／野菜を食べる頻度	11
6. 若年層ほど端的に減少／果物を食べる頻度	12
7. ジュース類が減少傾向／野菜・果物の加工品を食べる頻度	13
8. 単身男女が減少／野菜・果物を食べる頻度や量に対する満足度	14
9. 単身男女が減少幅大／果物を食べる頻度や量に対する満足度	15
10. レシピ提供が鍵か／野菜をもっと食べるようになると思うきっかけ	16
11. 年々増加している／野菜不足を感じる程度	17
11. -1 「野菜は不足していない」と思う理由	18
11. -2 「野菜は不足している」と思う理由	19
11. -3 「何もしない人」が増加／「野菜不足」の解消方法	20
12. 前回調査より若干頻度が増加／野菜・果物の買い物の回数	21
13. 全体で減少／野菜の買い物1回当たりの購入金額	22
14. 摂食頻度減少でも価格上昇で微減／果物の買い物1回当たりの購入金額	23
15. 「変わらない」が増加／買い物の予算を増やした?減らした?	24
15. -1 引きずるリーマン・ショックの影響／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が増加／買い物予算と実際の支出	26
17. スーパーがトップ、健闘する青果専門店／野菜の購入先	27
18. ネットスーパーが増加／果物の購入先	28
19. 前回調査よりもさらに利便性を追求／野菜をその購入先から買う理由	29
20. 安全・安心志向の高まりがみられる／果物をその購入先から買う理由	30
21. 「生産者や農場がわかること」が上昇／野菜・果物の購入に際して重視している点	31
22. 「国内製造」「国産原料」が減少／野菜・果物ジュースの購入に際して重視する点	32
23. 依然トップは「価格」／カット野菜・冷凍野菜の購入に際して重視する点	33
24. 加工食品は「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. 料理・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 買い置きが増えた要因に安価／調理に使用した野菜・買い置きのある野菜	36
26. 全体の買い置き割合は増加／調理に使用した加工野菜・買い置きのある加工野菜	37
27. その他回答でグリーンカーテン、エコの理由が増加／野菜の栽培理由	38
28. 総じてプラスイメージ／食卓に果物がある風景に対するイメージ	39
29. いちごがトップ／好きな果物は?	40
30. 玉ネギが全属性でベスト3にランクイン／好きな野菜は?	41
31. セロリがトップ／嫌いな野菜は?	42

※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。

## 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	2011年7月22日(金)～7月27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=2,019 単位:人(構成比%)

	合計	主婦	既婚男性	単身女性	単身男性
20代以下	160 (7.9)	50 (5.8)	33 (3.9)	40 (24.5)	37 (22.8)
30代	330 (16.3)	165 (19.3)	116 (13.8)	25 (15.3)	24 (14.8)
40代	465 (23.0)	283 (33.1)	132 (15.7)	25 (15.3)	25 (15.4)
50代	404 (20.0)	205 (24.0)	149 (17.8)	25 (15.3)	25 (15.4)
60代	327 (16.2)	94 (11.0)	184 (21.9)	25 (15.3)	24 (14.8)
70代以上	333 (16.5)	58 (6.8)	225 (26.8)	23 (14.1)	27 (16.7)
合計	2,019 (100.0)	855 (42.3)	839 (41.6)	163 (8.1)	162 (8.0)

※前回調査(米)から回答者に既婚男性を追加した。理由は、調査結果をより実態に近いものとするためである。詳細は「米の消費行動に関する調査結果—2011年調査—」に記載した。

### 【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)  
京浜 (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)

ただし、以下の地域は震災の影響を考慮し調査対象から除外している。

岩手 大船渡市・陸前高田市・上閉伊郡大槌町

宮城 亘理郡山元町・黒川郡大衡村・牡鹿郡女川町・本吉郡南三陸町

福島 南相馬市・双葉郡広野町・双葉郡楢葉町・双葉郡富岡町・双葉郡川内村(※)・  
双葉郡大熊町・双葉郡双葉町・双葉郡浪江町・双葉郡葛尾村(※)・相馬郡新  
地町・相馬郡飯舘村(※)

(※)は、原発事故による除外

### 【分析・報告書作成】

社団法人 JC総研 基礎研究部 主任研究員 藤本 恭展



## これまでに公表した調査報告

(社) 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」             | (平成20年 3月公表) |
| ②「野菜の消費行動に関する調査報告」            | (平成20年 6月公表) |
| ③「米の消費に関する調査報告」               | (平成20年10月公表) |
| ④「肉の消費行動に関する調査報告」             | (平成20年11月公表) |
| ⑤「果物の消費行動に関する調査報告」            | (平成21年 2月公表) |
| ⑥「米の消費行動に関する調査報告-2009年調査-」    | (平成21年 6月公表) |
| ⑦「野菜の消費行動について」                | (平成21年 8月公表) |
| ⑧「野菜・果物の消費行動に関する調査報告」         | (平成21年10月公表) |
| ⑨「畜産物等の消費行動に関する調査報告」          | (平成22年 3月公表) |
| ⑩「米の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」    | (平成22年 6月公表) |
| ⑪「畜産物等の消費行動に関する調査報告-2010年調査-」 | (平成23年 2月公表) |
| ⑫「米の消費行動に関する調査報告-2011年調査-」    | (平成23年 9月公表) |
| ⑬「野菜・果物の消費行動に関する調査報告」         | (平成23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、旧 J A 総合研究所から名称を変更しました。主な活動として、① J A の基本課題に関する理論構築 ②活力ある J A 運営の構築③農業・農村地域の活性化につながる調査研究 ④各種協同組合に関する調査研究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および J A 全中をはじめとする J A 全国機関9団体、J A 都道府県中央会、J A ・連合会などです。