



**野菜の日（8月31日）に合わせた野菜の調査  
 「サラダ白書 2020」 調査結果発表**

株式会社サラダクラブ

株式会社サラダクラブ（代表取締役社長：金子俊浩、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。

今年は、キャベツやパッケージサラダの「千切りキャベツ」に対する意識などについて、全国2,059人の20～69歳の男女にWEBアンケート調査を行いました。

<主なトピックス>

- 普段最も多く食べている野菜は「キャベツ」
- キャベツを食べる理由 1位「いろいろな料理に使えるから」  
 女性20代では「ダイエットのため」が多い結果に
- 千切りキャベツ（パッケージサラダ）購入理由「すぐに食べられるから」が突出  
 特に女性40～50代が「すぐに食べられる」ことに魅力を感じている
- 千切りキャベツ（パッケージサラダ）の用途 「サラダとして」が1位  
20代は「お好み焼き、もんじゃ焼きの具材として」が他年代より高い
- 単身世帯や夫婦のみ世帯（20～50代）の6割以上がパッケージサラダを利用
- 野菜不足解消のために利用したい商品 1位「野菜ジュース」2位「パッケージサラダ」

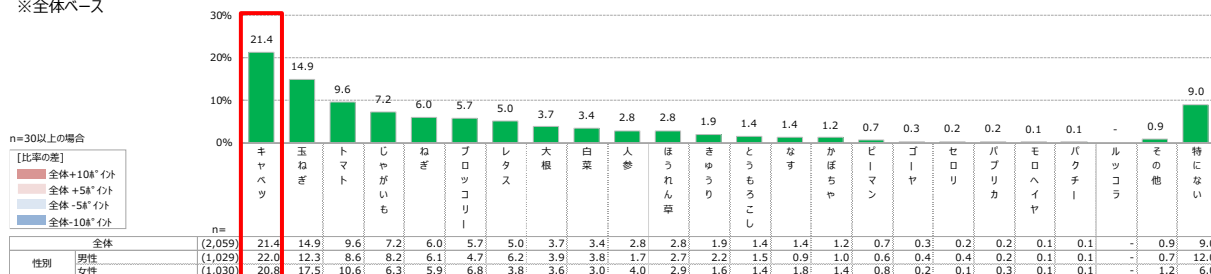
<主な調査結果>

■ 普段最も多く食べている野菜は「キャベツ」

普段最も多く食べていると思う野菜について尋ねたところ、「キャベツ」（21.4%）がトップとなりました。次いで「玉ねぎ」（14.9%）、「トマト」（9.6%）の順に続きました。

Q 普段最も多く（たくさん）食べていると思う野菜をお選びください。（単数回答）

※全体ベース



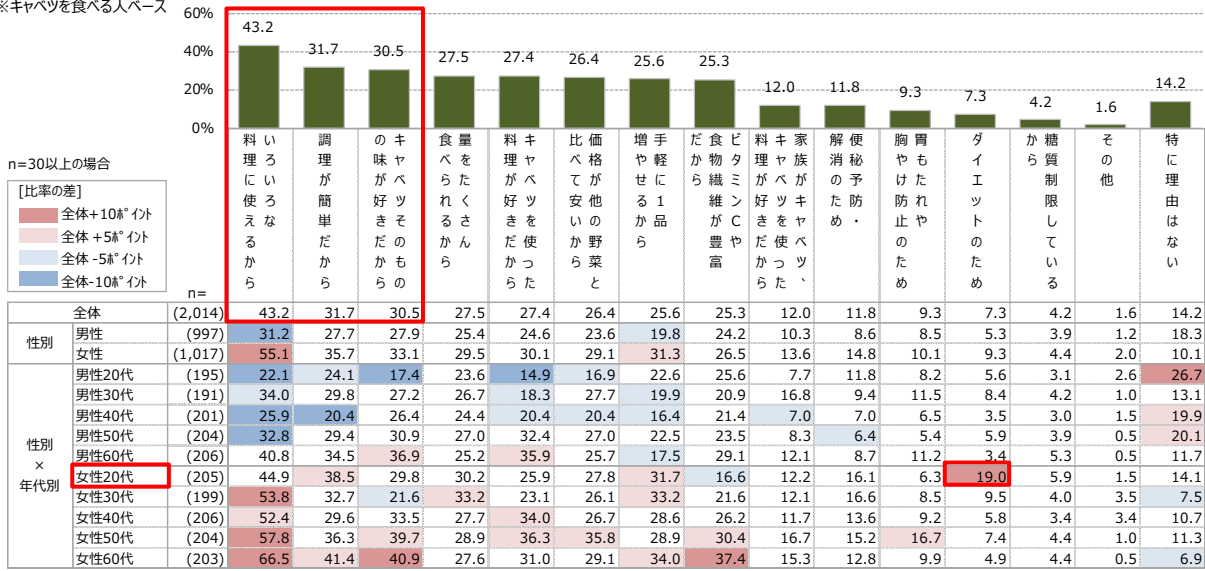
## ■ キャベツを食べる理由 1位「いろいろな料理に使えるから」

女性 20 代では「ダイエットのため」が多い結果に

キャベツを食べる理由として最も多かったのは「いろいろな料理に使えるから」(43.2%)でした。次いで「調理が簡単だから」(31.7%)、「味が好きだから」(30.5%)の順に続きました。女性 20 代では「ダイエットのため」(19.0%)が、他のセグメントに比べて突出して高い結果となりました。

Q あなたがキャベツを食べる理由として、当てはまるものを全てお選びください。(複数回答)

※キャベツを食べる人ベース



※「全体」のスコアで降順にソート

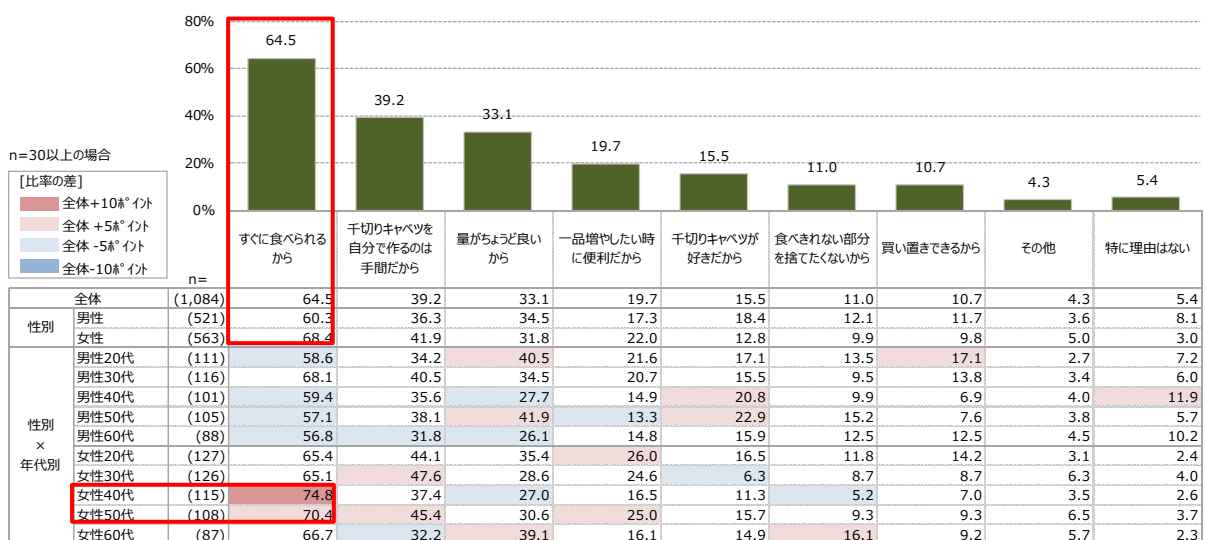
## ■ 千切りキャベツ (パッケージサラダ) 購入理由 「すぐに食べられるから」が突出

特に女性 40~50 代が「すぐに食べられる」ことに魅力を感じている

パッケージ化された「千切りキャベツ」の購入理由は、「すぐに食べられるから」(64.5%)が突出してトップとなりました。パッケージサラダの「千切りキャベツ」は、切る手間も洗う手間もないため、その長所を感じている人が多いことが見受けられます。「すぐに食べられるから」は、男性より女性の方がスコアが高く、特に女性 40~50 代が高くなっています。

Q あなたがパッケージ化された千切りキャベツを購入する理由として、当てはまるものを全てお選びください。(複数回答)

※パッケージ千切りキャベツ購入経験者ベース



※「全体」のスコアで降順にソート

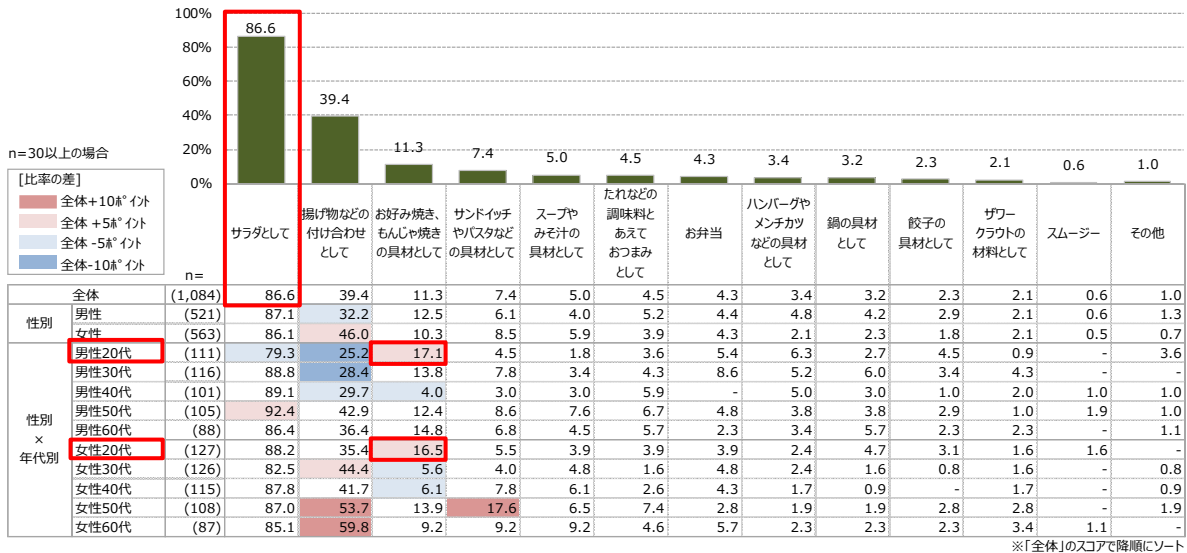
## ■ 千切りキャベツ（パッケージサラダ）の用途 「サラダとして」が1位

20代は「お好み焼き、もんじゃ焼きの具材として」が他年代より高い

パッケージ化された「千切りキャベツ」は、「サラダとして」（86.6%）食べている人が圧倒的に多いことがわかりました。また、男女ともに20代では「お好み焼き、もんじゃ焼きの具材として」のスコアが他の世代より高くなりました。

Q あなたはパッケージ化された千切りキャベツをどのように使っていますか。当てはまるものを全てお選びください。（複数回答）

※パッケージ千切りキャベツ購入経験者ベース

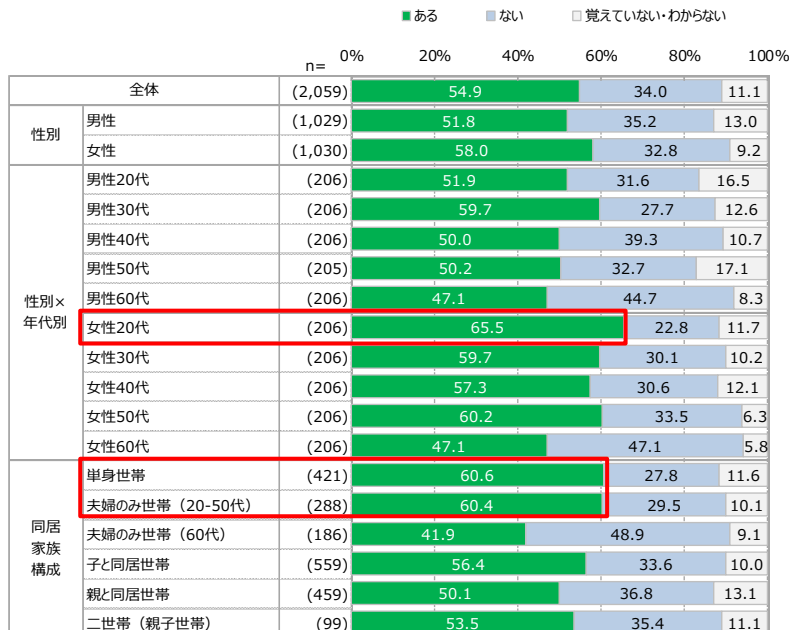
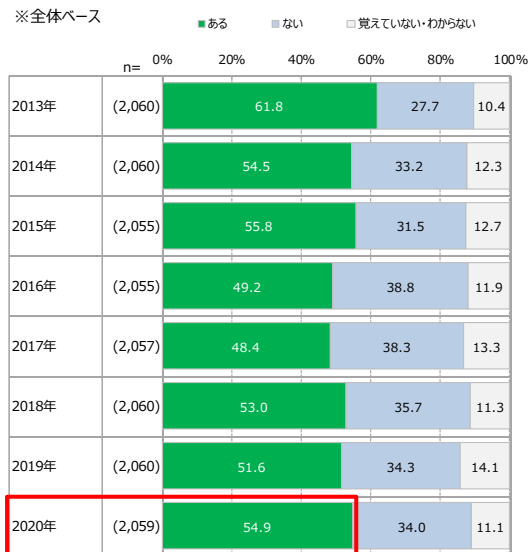


## ■ 単身世帯や夫婦のみ世帯（20～50代）の6割以上がパッケージサラダを利用

パッケージサラダを1年以内に利用した人は全体の54.9%で、昨年より約3ポイント増えました。男性より女性の利用経験率が高く、特に女性20代は65.5%で最も高くなりました。同居家族構成では、単身世帯や夫婦のみ世帯（20～50代）の利用経験率が高く、6割を超えています。

Q あなたは、過去1年ほどの間に、パッケージサラダを利用したことはありますか。（単数回答）

※全体ベース



## ■ 野菜不足解消のために利用したい商品 1位「野菜ジュース」2位「パッケージサラダ」

野菜不足解消に利用したい商品の1位は「野菜ジュース」(22.5%)で、2位は「パッケージサラダ」(20.7%)となり、ほぼ同水準で並ぶ結果となりました。「パッケージサラダ」は、男性に比べて女性のスコアが高く、特に女性20~30代で高い結果となりました。

Q あなたが野菜不足を解消するために利用したい商品として、あてはまる順に3つまでお選びください。



## ■ サラダ白書 2020 調査概要

調査方法 : WEB アンケート調査  
 調査対象 : 全国の20歳~69歳の男女 合計 2,059名  
 調査期間 : 2020年2月26日(水)~2月29日(土)

\* サラダ白書 2020 の全調査結果はこちらをご参照ください

[https://www.saladclub.jp/health/health03/hakusyo\\_2020.html](https://www.saladclub.jp/health/health03/hakusyo_2020.html)

<ご参考: “野菜の日”に向けた取り組み>

### ● 「てんこ盛りサラダ フォトコンテスト」

8月31日(月)まで開催中の Instagram キャンペーン。詳細は下記 URL をご参照ください。

<https://tagplus.biz/tenkomorisalad>

### ● 新商品 「1日分の野菜がとれる 緑黄色野菜ミックス」 (350g/398円)

8月31日(月)までの期間限定で発売中。詳細は下記リリースをご参照ください。

[https://www.saladclub.jp/company/press/release\\_20200728.html](https://www.saladclub.jp/company/press/release_20200728.html)

## ■ 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、野菜の鮮度とおいしさにこだわり、色々な種類の野菜を組み合わせ、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年に設立しました。利便性と価格が一定という経済性が評価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(金額)\*を占め、販売店舗数は16,303店(2019年11月現在)となっています。

\* : マクロミル QPR (サラダメーカー別 2019年1月-2019年12月)