

平成24年度カット野菜需要構造実態調査事業

報告概要

平成25年1月

独立行政法人 農畜産業振興機構

目次

I 調査概要

1. 調査目的	1
2. 調査方法	1
(1) アンケート調査	
(カット野菜・フルーツを製造していると思われる事業者、企業)	1
(2) 聞き取り調査 (カット野菜・フルーツ製造業者)	2
(3) 聞き取り調査 (実需者)	2

II 調査結果の概要

1. アンケート調査	3
(1) カット野菜・フルーツの製造・販売について	3
問 1 カット野菜・フルーツの製造・販売状況	3
問 2 カット野菜・フルーツの製造・販売事業についての考え	4
(2) カット野菜事業の概要について	4
問 3 売上高に占めるカット野菜販売額の割合	4
問 4 兼業事業者のカット野菜製造・販売以外の事業	5
(3) カット野菜の原料調達について	6
問 5 カット野菜原料の主な品目・数量と歩留まり率	6
問 6 取扱数量上位 3 品目の取引時の規格・規格外品が多い場合の対応	7
問 7 原料野菜不作時に必要な仕組み	8
問 8 原料野菜の調達先と構成割合 (調達額ベース)	9
問 9 原料野菜の取引方法と構成割合 (調達額ベース)	10
問 10 契約取引で調達している取扱数量上位 3 品目	11
問 11 契約取引で調達している取扱数量上位 3 品目の契約項目等	12
(4) 輸入原料について	13
問 12 輸入原料の使用状況	13
問 13 輸入原料の主な品目・数量と輸入先	14
問 14 輸入原料の使用理由	15
問 15 輸入原料使用についての納入先の意向	16
問 16 海外でカットされた野菜の使用状況	17
問 17 海外でカットされた野菜の使用品目 (1次加工品)・数量と輸入先	17
問 18 今後の輸入原料の使用計画	18

問19 使用を計画している輸入カット野菜原料の品目と数量	19
(5) カット野菜の製品・販売先について	19
問20 製造しているカット野菜製品の数量と野菜の構成割合	19
問21 カット野菜製品の販売先と構成割合（販売額ベース）	20
(6) カットフルーツの原料調達について	21
問22 カットフルーツ原料の主な品目・数量と歩留まり率	21
問23 売上高に占めるカットフルーツ販売額の割合	23
2. 聞き取り調査（カット野菜・フルーツ製造業者）	24
3. 聞き取り調査（実需者）	26

Ⅲ カット野菜を取り巻く市場規模

1. 市場規模推計の考え方	28
2. 市場規模の推計値	28

I 調査概要

1. 調査目的

この調査は、カット野菜・フルーツ製造業者における原料調達や輸入野菜原料の使用状況、製造・販売等の実態を把握することで、今後のカット野菜向け国産野菜の需給安定のための基礎資料とすることを目的に実施した。

なお、本調査における「カット野菜・フルーツ」の定義は以下のとおりとした。

本調査における「カット野菜・フルーツ」の定義

用途に応じて多様な形にカットした野菜（千切り、角切り、たんざく切り、乱切り等）及び皮むき・芯抜き等の簡易な前処理を行ったもの（剥きたまねぎ、芯抜きキャベツ等）とし、2分の1カットや4分の1カット等単価の逡減のためにカットした野菜は除く。また、メロン、すいか及びいちごは野菜に含めた。

2. 調査方法

(1) アンケート調査

（カット野菜・フルーツを製造していると思われる事業者・企業）

①調査時期：平成24年11月～平成25年1月

②調査年次：平成23年

③調査対象：青果物カット事業協議会が把握しているカット野菜・フルーツ製造業者、及び関東圏周辺に本社・事務所等を置き、カット野菜・フルーツを製造していると思われる事業者・企業

④調査方法：ゆうメールによる発送、郵送による回収

⑤調査内容：・カット野菜・フルーツの製造・販売について

- ・カット野菜事業の概要について
- ・カット野菜の原料調達について
- ・輸入原料について
- ・カット野菜の製品・販売先について
- ・カットフルーツの原料調達について

⑥回収状況：・調査票配布数：1,459件

・調査票回収数：329件（回収率：22.5%）

・有効回収数：327件（回収率：22.4%）

うち カット野菜・フルーツ製造業者：113件

〃 未製造業者：211件

無回答：3件

※集計に当たって

- ・比率はnを100%として集計した。
- ・小数点以下第2位を四捨五入して算出しているため、パーセントの合計が100%にならないことがある。
- ・複数回答の設問の集計は、回答者数（票数）に対する回答率で表すため、各項目比率の合計が100%を上回ることがある。
- ・グラフに示す各選択肢の件数は回答数であるため、複数回答の設問の場合には、件数の合計と基数となるべき実数（n）は一致しない。

(2) 聞き取り調査（カット野菜・フルーツ製造業者）

- ①調査時期：平成24年11月～平成25年1月
- ②調査対象：日本各地においてカット野菜・フルーツの製造を行う大小19社
- ③調査方法：直接面談方式による聞き取り調査
- ④調査内容：
 - ・原料調達について
 - ・製品製造について
 - ・輸入について
 - ・製品販売について
 - ・その他

(3) 聞き取り調査（実需者）

- ①調査時期：平成25年1月
- ②調査対象：販売規模の大きいカット野菜最終実需者5社
(スーパー2社、コンビニ1社、外食2社)
- ③調査方法：直接面談方式による聞き取り調査
- ④調査内容：
 - ・カット野菜製品の仕入形態・条件について
 - ・カット野菜製品の仕入額について
 - ・カット野菜製品の使用・販売動向について
 - ・カット野菜製品への要望、今後の仕入意向・規模について
 - ・その他

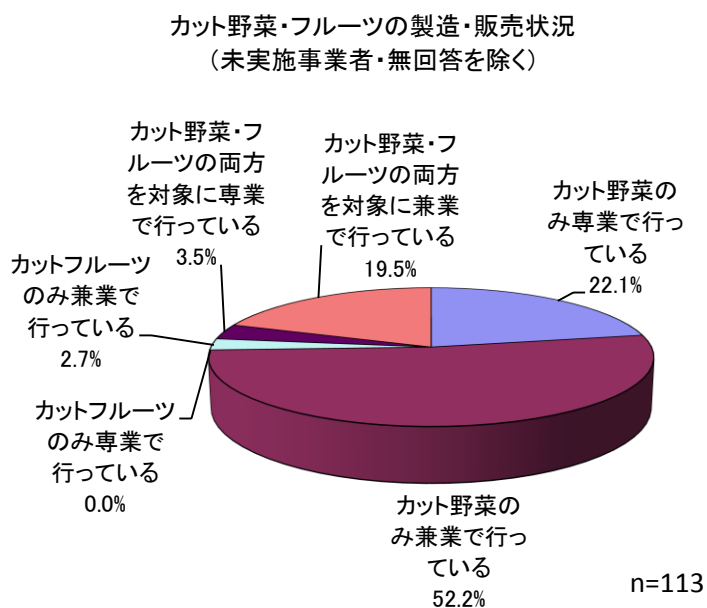
II 調査結果の概要

1. アンケート調査

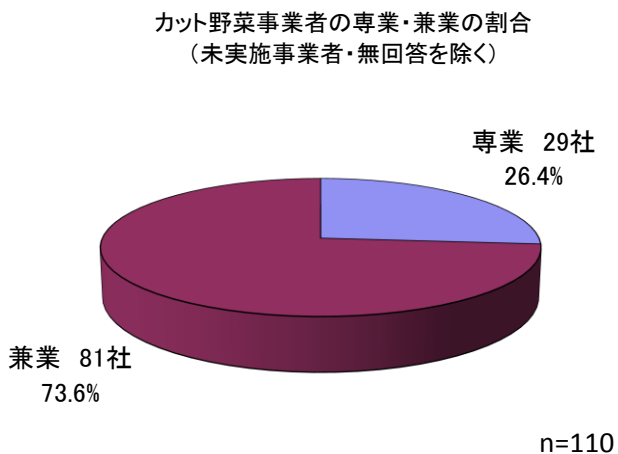
(1) カット野菜・フルーツの製造・販売について

問1 カット野菜・フルーツの製造・販売状況

カット野菜・フルーツの製造・販売状況については、「カット野菜のみ兼業で行っている」が 52.2%でもっとも多く、次いで「カット野菜のみ専業で行っている」が 22.1%となっている。



カット野菜・フルーツ事業者（フルーツのみ専業事業者を除く）の専業・兼業の割合で見ると、専業が 26.4%、兼業が 73.6%となっている。

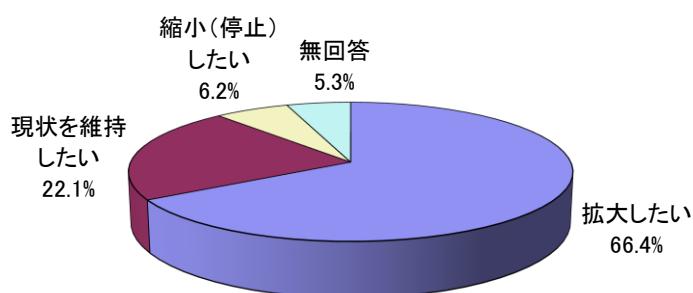


問2 カット野菜・フルーツの製造・販売事業についての考え

カット野菜・フルーツの製造・販売事業についての考えとしては、「拡大したい」が66.4%でもっとも多く、次いで「現状を維持したい」が22.1%、「縮小（停止）したい」は6.2%となっている。

なお、聞き取り調査においても、需要の増加を実感している業者の声は多く、今後も拡大意向を持つ業者が大半であった。

カット野菜・フルーツの製造・販売事業についての考え
(未実施事業者・無回答を除く)



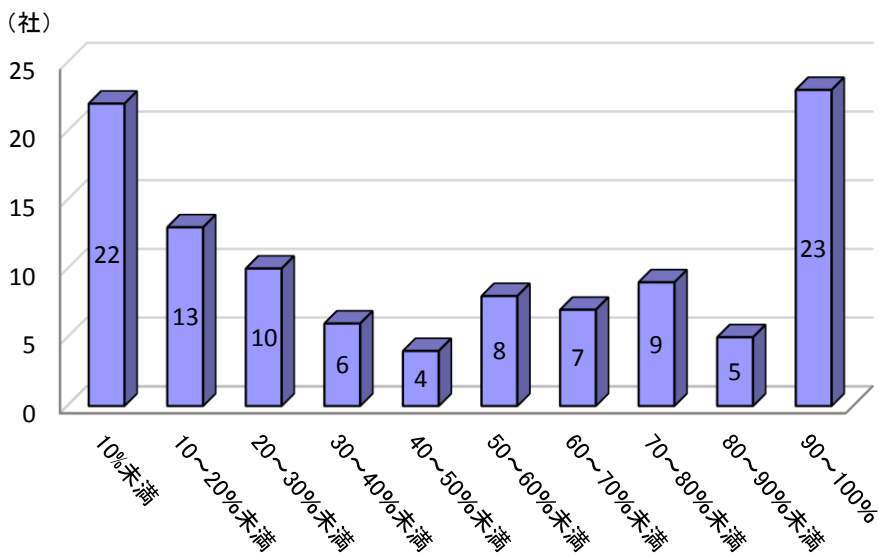
n=113

(2) カット野菜事業の概要について

問3 売上高に占めるカット野菜販売額の割合

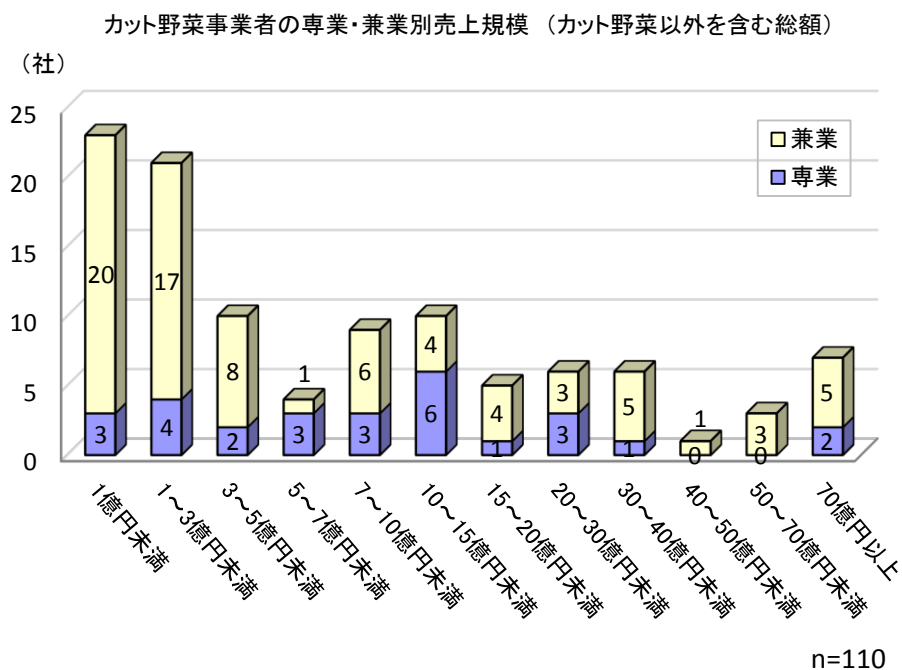
売上高に占めるカット野菜販売額の割合については、「90～100%」が23社でもっとも多く、次いで「10%未満」が22社となっている（問1の「専業」と回答した29社には、カットフルーツを含めて専業で行っている事業者もあるため、「90～100%」が29社未満となっている）。

問3 売上高に占めるカット野菜販売額の割合



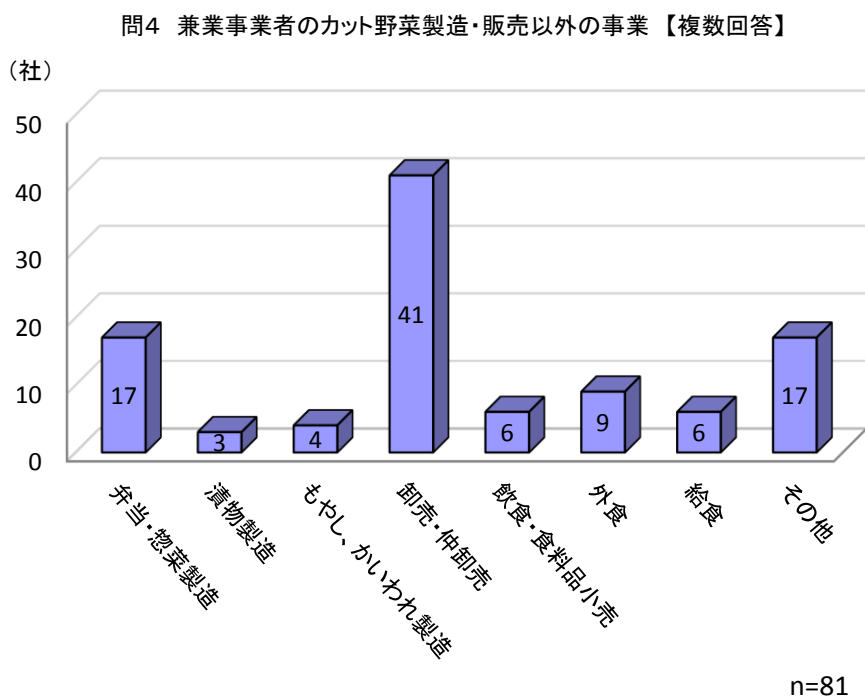
n=110

カット野菜事業者の専業・兼業別売上規模（カット野菜以外を含む総額）をみると、「1億円未満」が23社でもっとも多く、次いで「1～3億円未満」が21社となっている。なお、専業では「10～15億円未満」が6社で、兼業では「1億円未満」が20社でもっとも多くなっている。



問4 兼業事業者のカット野菜製造・販売以外の事業

兼業事業者のカット野菜製造・販売以外の事業としては、「卸売・仲卸売」が41社でもっとも多く、次いで「弁当・惣菜製造」が17社となっている。



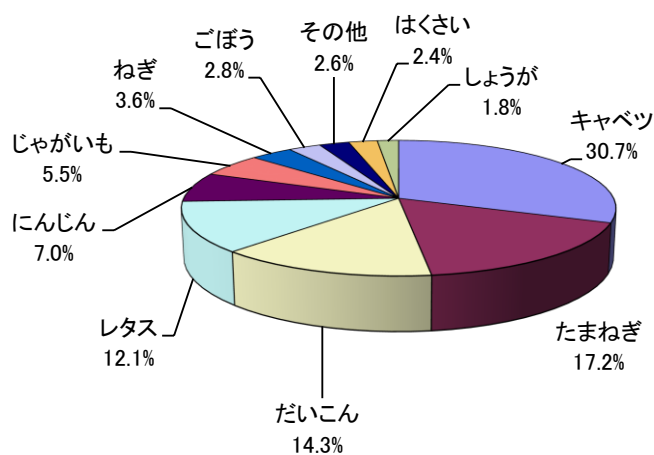
(3) カット野菜の原料調達について

問5 カット野菜原料の主な品目・数量と歩留まり率

カット野菜原料の品目別合計数量上位 10 品目については、「キャベツ」が 30.7%でもっとも多く、次いで「たまねぎ」が 17.2%となっている。なお、110 社の「その他」を含む合計数量は 223,656 トンとなった。

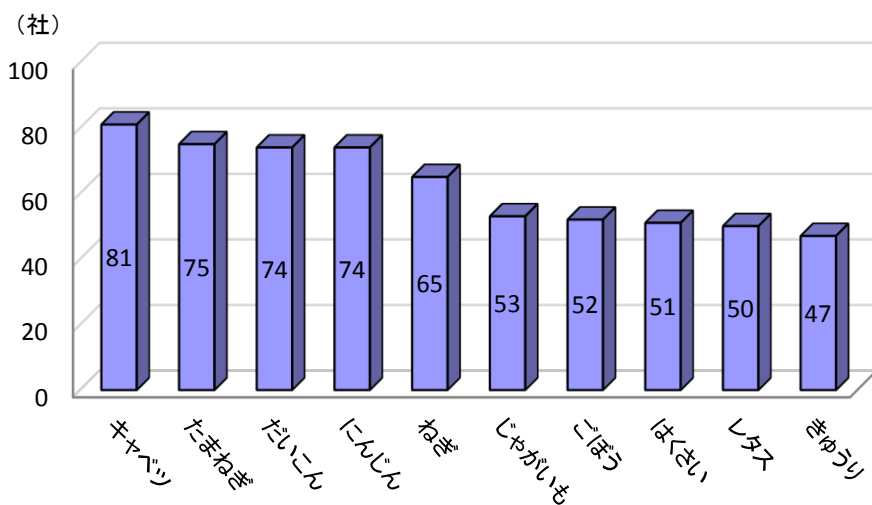
「ねぎ」については、「白ねぎ」、「青ねぎ」があり、関東地区では白ねぎ、関西地区では青ねぎを主流に加工されている傾向にある（今回の集計においては、「白ねぎ」と「青ねぎ」を合算して「ねぎ」として集計している）。

問5 カット野菜原料の主な品目（上位10品目）



利用者の多い国産原料（上位 10 品目）については、「キャベツ」が 81 社でもっとも多く、次いで「たまねぎ」が 75 社となっている。

利用業者の多いカット野菜原料（上位10品目）



n=110

カット野菜原料の歩留まり率については、「ねぎ」が平均で 81%ともっとも高く、次いで「たまねぎ」が平均で 78%となっている。なお、上位 10 品目の平均は 73%となっている。

なお、聞き取り調査では、同じ品目でもカットの内容によって歩留まりは大きく異なることがわかっている。また、一つの加工では不要な部分を他の販売チャネルで利用するなど、歩留まり率を上げるための工夫もみられた。

カット野菜原料の歩留まり率

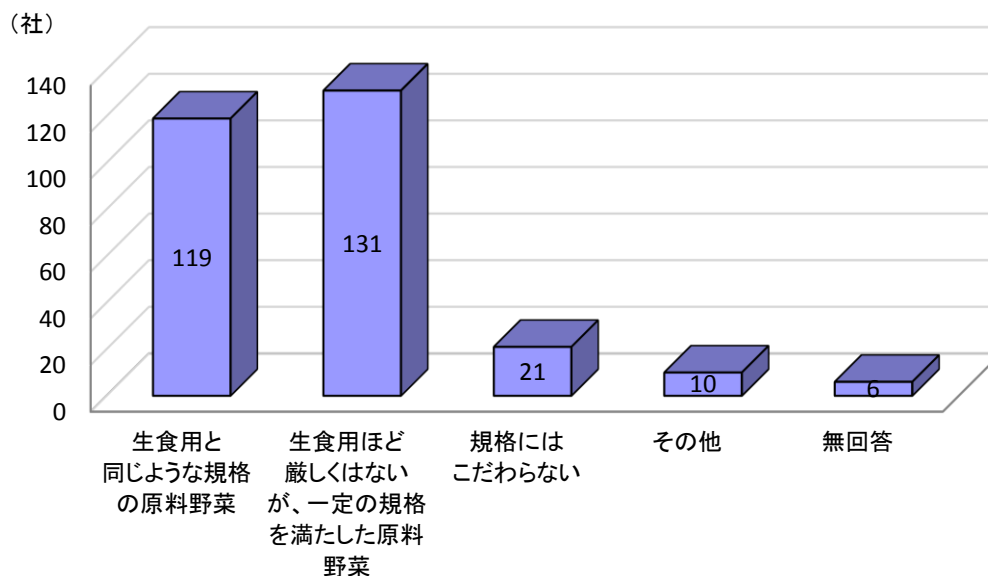
	平均	50%未 満	50~ 55%未 満	55~ 60%未 満	60~ 65%未 満	65~ 70%未 満	70~ 75%未 満	75~ 80%未 満	80~ 85%未 満	85~ 90%未 満	90%以 上	無回答
ねぎ	81%	0	4	1	7	7	16	2	6	7	10	4
キャベツ	72%	1	1	0	12	8	23	12	9	5	4	7
たまねぎ	78%	1	1	0	1	2	14	8	19	13	9	5
だいこん	73%	1	3	0	4	5	26	9	10	6	7	4
レタス	60%	7	9	7	10	3	7	2	2	2	1	1
にんじん	73%	1	1	1	4	8	21	11	10	7	4	5
じゃがいも	73%	0	1	1	6	11	10	4	6	4	6	3
ごぼう	73%	0	2	1	5	5	15	6	5	2	6	4
はくさい	74%	0	0	2	3	3	12	15	6	2	3	4
しょうが	70%	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
10品目全体	73%											

問6 取扱数量上位3品目の取引時の規格・規格外品が多い場合の対応

取扱数量上位3品目の取引時の規格（1位～3位品目合算）については、「生食用ほど厳しくはないが、一定の規格の規定を満たした原料野菜」が131社でもっとも多く、次いで「生食用と同じような規格の原料野菜」が119社となっている。

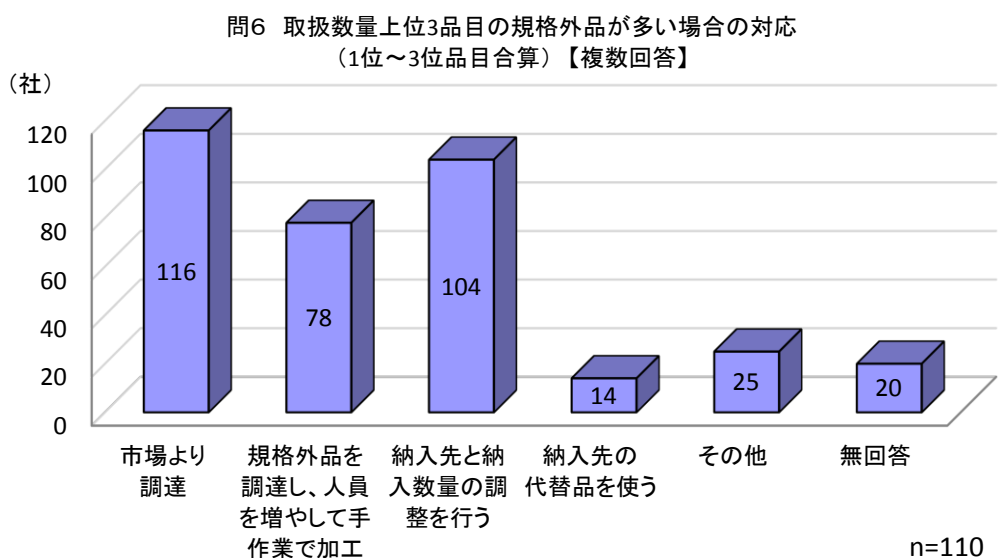
なお、聞き取り調査においても、不揃いな規格は品質や作業効率が落ちるため、比較的揃った規格を希望する声が多く聞かれた。

問6 取扱数量上位3品目の取引時の規格（1位～3位品目合算）【複数回答】



取扱数量上位3品目の規格外品が多い場合の対応については、「市場より調達」が116社でもっとも多く、次いで「納入先と納入数量の調整を行う」が104社となっている。

なお、聞き取り調査からは、不作時の原料確保が困難な場合でも、取引先（納入先）との納品数量や価格の交渉が難しく、不作時であっても「定量」、「定価格」での納品を要求されていることが伺える。また、歩留まりの悪いものを納品するため、人員を増やすことはコストの増加につながるとともに、急な人員の調達は困難であることから、市場からの調達を優先する傾向にあると推察される。



問7 原料野菜不作時に必要な仕組み

原料野菜不作時に必要な仕組みについては、「契約産地の複数化・自社生産の拡大」を必要とする意見がもっとも多く、次いで「緊急時における輸入原料の調達・使用」、「相場高騰時等の価格安定・補てん」等を必要とする声がみられる。

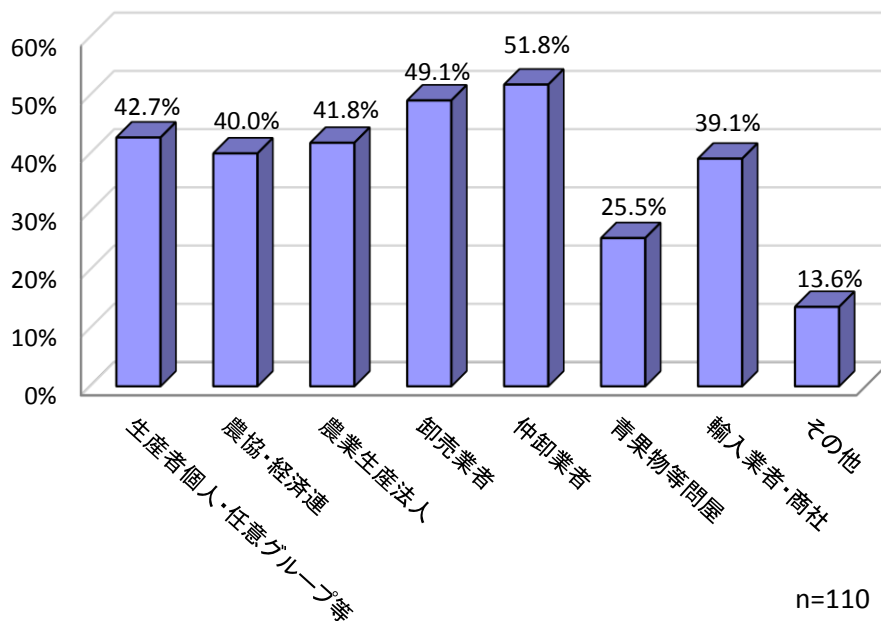
なお、聞き取り調査においても、調達におけるリスクを分散させる意味で、契約取引の強化・複数化を必要とする声が聞かれた。また、多くの業者が野菜卸売価格高騰時には一定価格であるカット野菜商品の需要が増大するとしており、産地や農業者だけでなく、販売リスクを背負う製造業者にも価格安定・補てん等の仕組みを望む声がみられた。

主な意見の分類	回答数
契約産地の複数化・自社生産の拡大	29
緊急時における輸入原料の調達・使用	20
相場高騰時等の価格安定・補てん	10
市場を含めた集荷・販売量の調整	9
代替品目の調達・使用	9
専用品種の開発を含む生産方法の見直し	6
その他	6
計	60

問8 原料野菜の調達先と構成割合（調達額ベース）

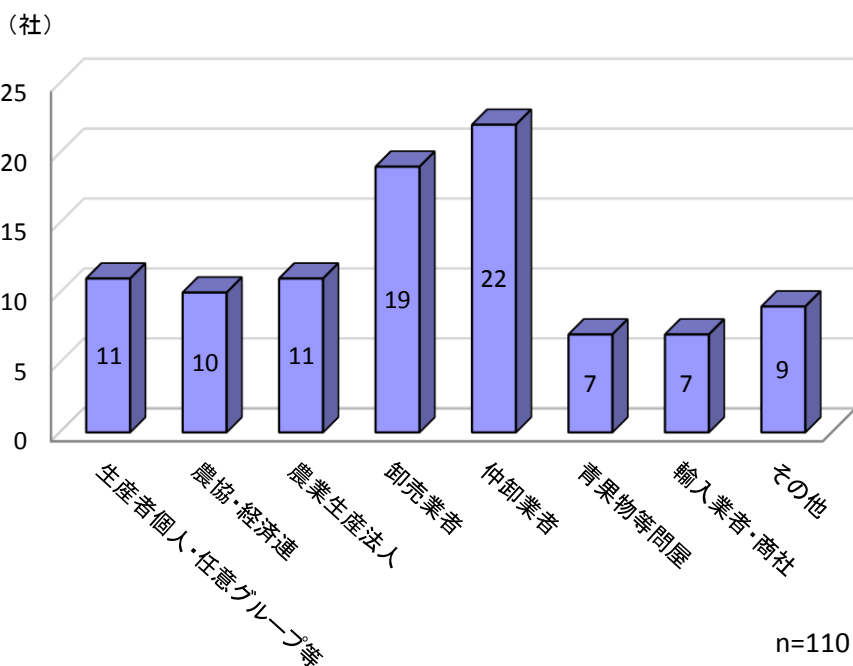
原料野菜の調達先は、「仲卸業者」が51.8%でもっとも多く、次いで「卸売業者」が49.1%となっている。

問8 原料野菜の調達先【複数回答】

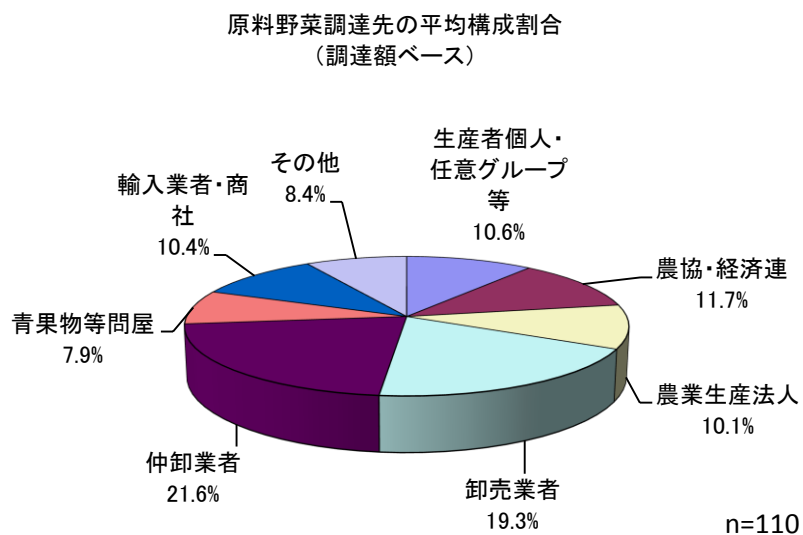


原料野菜の調達における第1位の調達先をみても、「仲卸業者」が22社でもっとも多く、次いで「卸売業者」が19社となっている。

原料野菜の調達における第1位の調達先

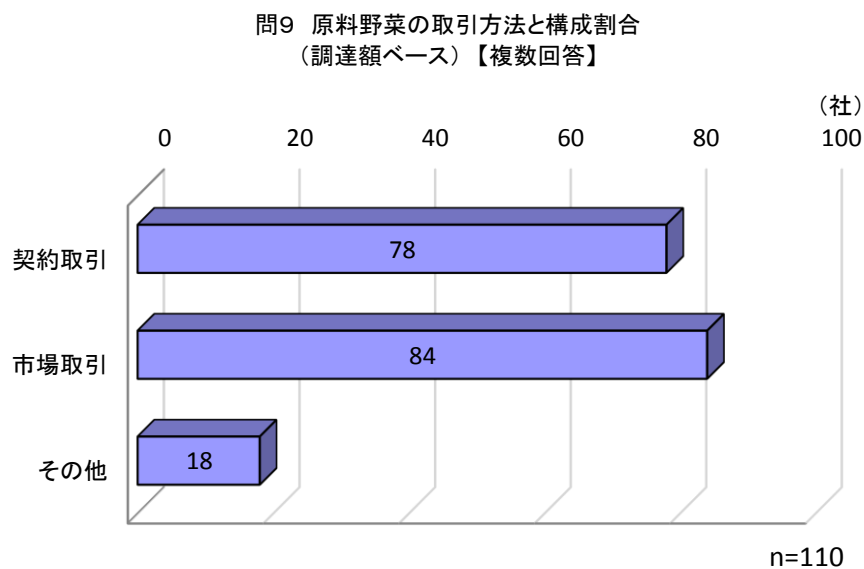


原料野菜調達先の平均構成割合（調達額ベース）をみると、「仲卸業者」が21.6%でもっとも高く、次いで「卸売業者」が19.3%となっている。



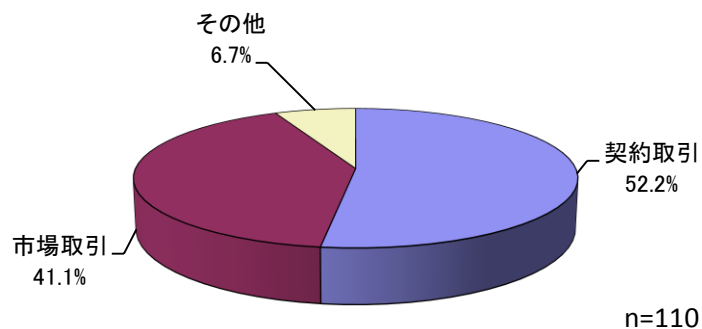
問9 原料野菜の取引方法と構成割合（調達額ベース）

原料野菜の取引方法と構成割合（調達額ベース）については、「市場取引」が84社、「契約取引」が78社となっている。



原料野菜取引方法の平均構成割合（調達額ベース）をみると、「契約取引」が 52.2%、「市場取引」が 41.1%となっている。

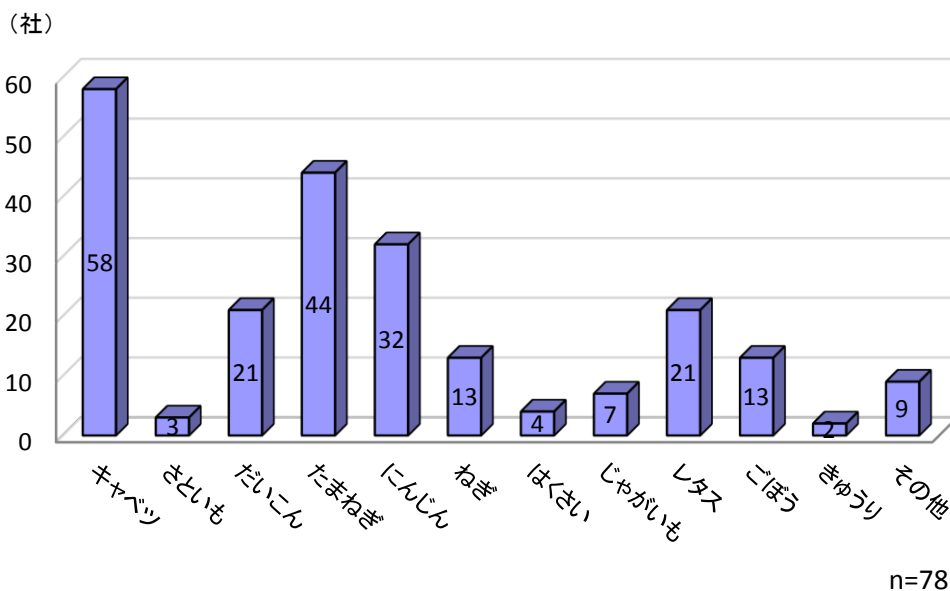
原料野菜取引方法の平均構成割合
（調達額ベース）



問10 契約取引で調達している取扱数量上位3品目

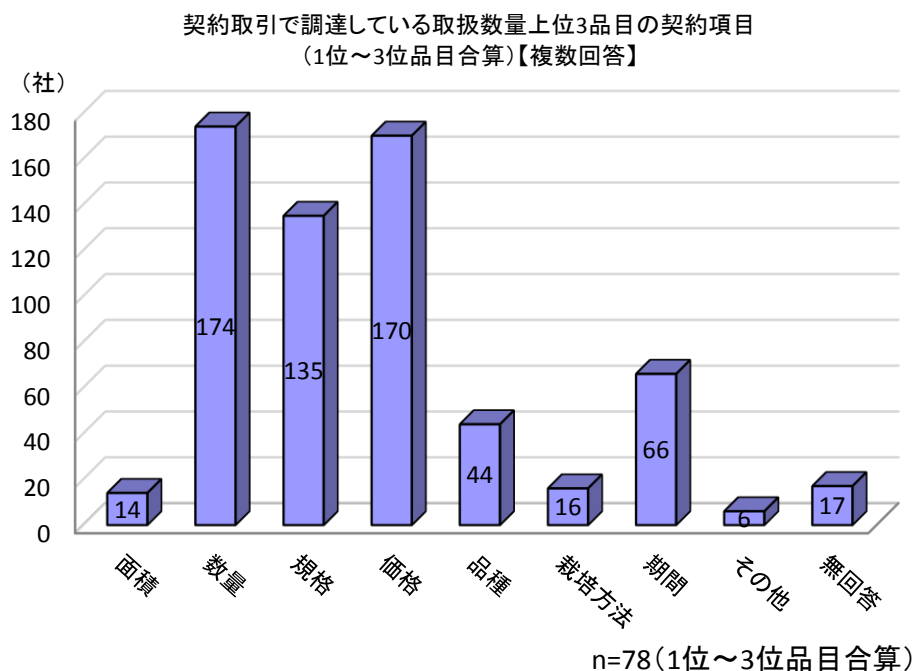
契約取引で調達している取扱数量上位3品目（1位～3位品目合算）については、「キャベツ」が58社でもっとも多く、次いで「たまねぎ」が44社となっている。

問10 契約取引で調達している取扱数量上位3品目（1位～3位品目合算）

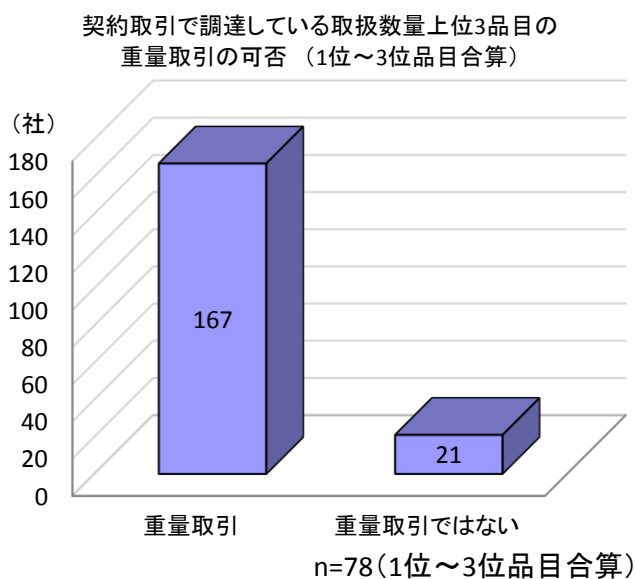


問 1 1 契約取引で調達している取扱数量上位 3 品目の契約項目等

契約取引で調達している取扱数量上位 3 品目の契約項目（1 位～3 位品目合算）については、「数量」が 174 社でもっとも多く、次いで「価格」が 170 社となっている。

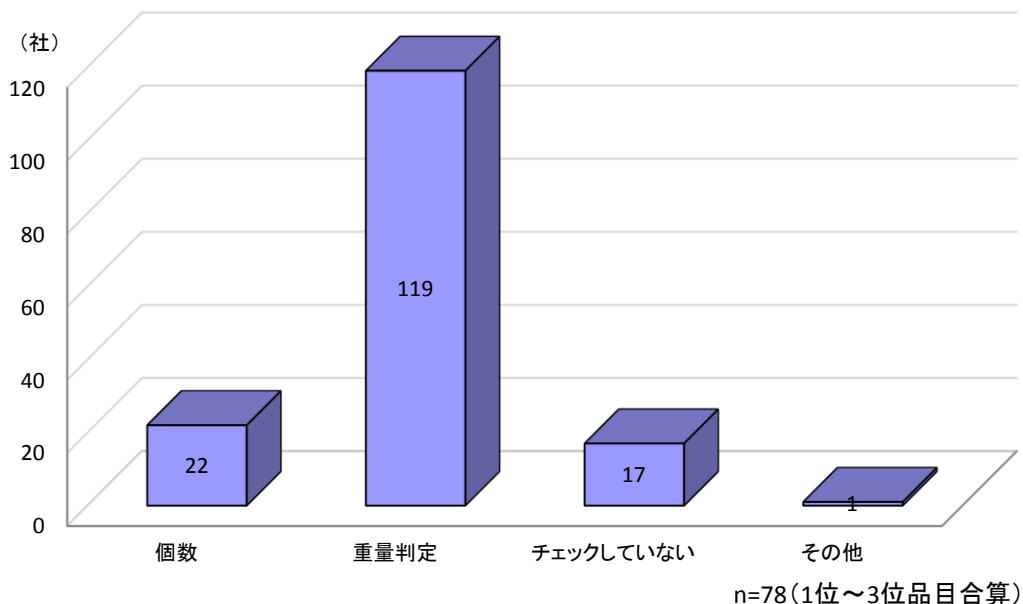


契約取引で調達している取扱数量上位 3 品目の重量取引の可否（1 位～3 位品目合算）については、「重量取引」が 167 社で、「重量取引ではない」が 21 社となっている。



契約取引で調達している取扱数量上位3品目の重量チェック方法（1位～3位品目合算）については、「重量判定」が119社でもっとも多く、次いで「個数」が22社となっている。

契約取引で調達している取扱数量上位3品目の重量チェック方法（1位～3位品目合算）

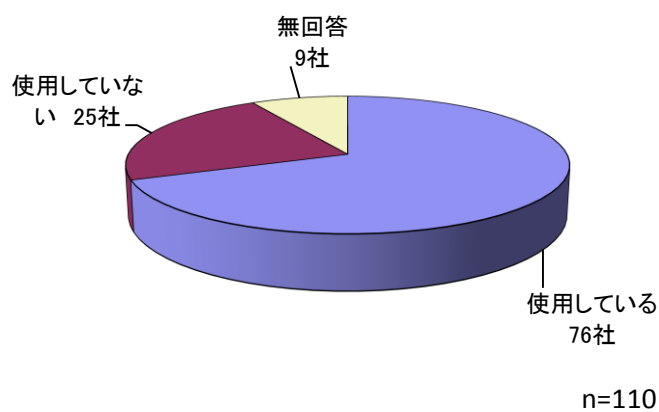


(4) 輸入原料について

問12 輸入原料の使用状況

輸入原料の使用状況については、「使用している」が76社、「使用していない」が25社となっている。

問12 輸入原料の使用状況

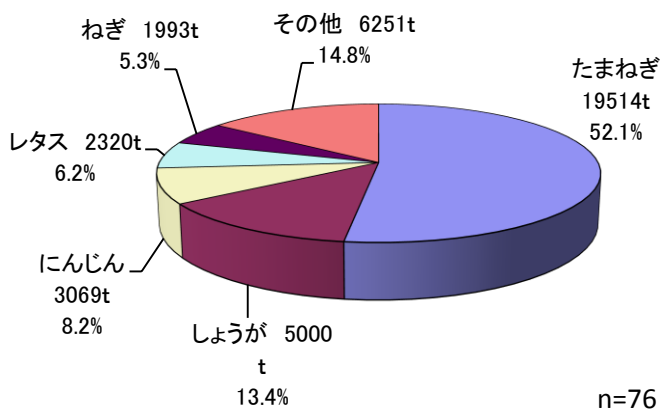


問13 輸入原料の主な品目・数量と輸入先

輸入原料の主な品目（上位5位）については、「たまねぎ」が52.1%でもっとも多く、次いで「しょうが」が13.4%となっている。なお、その他を含む25社の合計数量は37,420トンとなった。

なお、アンケート結果においては、数量ベースであることもあり、パプリカやトレビスなどの国内生産の少ない品目については上位には上がらないが、聞き取り調査においては、輸入原料を使用しているとの声が多く聞かれた。

問13 輸入原料の主な品目（上位5位）



輸入原料の輸入先については、品目ごとに異なるが、中国、アメリカ、ニュージーランド、韓国等が多くなっている。

輸入原料の輸入先

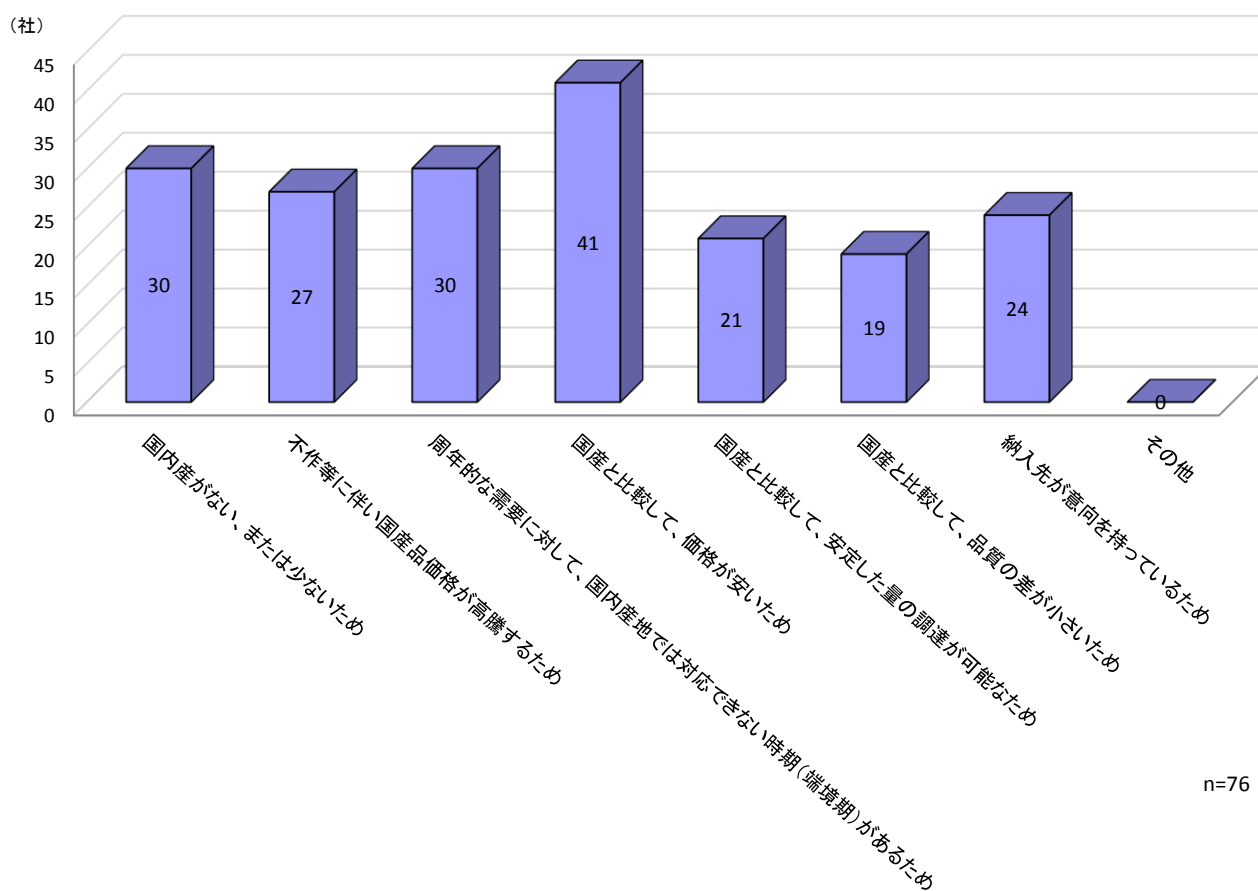
	輸入先国
たまねぎ	中国、アメリカ、ニュージーランド
しょうが	中国、タイ
にんじん	中国、台湾、オーストラリア、ニュージーランド
レタス	アメリカ、台湾
ねぎ	中国
メロン	アメリカ、メキシコ
ごぼう	中国、台湾
かぼちゃ	ニュージーランド、メキシコ、トンガ、中国、ニューカレドニア
パプリカ	韓国、オランダ、ニュージーランド
キャベツ	中国
ブロッコリー	アメリカ
レッドオニオン	アメリカ、ニュージーランド
トレビス	アメリカ、メキシコ、チリ
ピーマン	韓国、オランダ
しいたけ	中国
セロリ	アメリカ
クインベル	韓国
キングベル	韓国
にんにく	中国

問14 輸入原料の使用理由

輸入原料の使用理由については、「国産と比較して、価格が安い」とが41社でもっとも多く、次いで「国内産がない、または少ないため」、「周期的な需要に対して、国内産地では対応できない時期（端境期）があるため」が30社となっている。

なお、聞き取り調査においては、輸入原料の安全性や品質が向上しているとの声のほか、国内生産が少ない品目については輸入原料に頼らざるを得ないとの声が聞かれた。

問14 輸入原料の使用理由【複数回答】



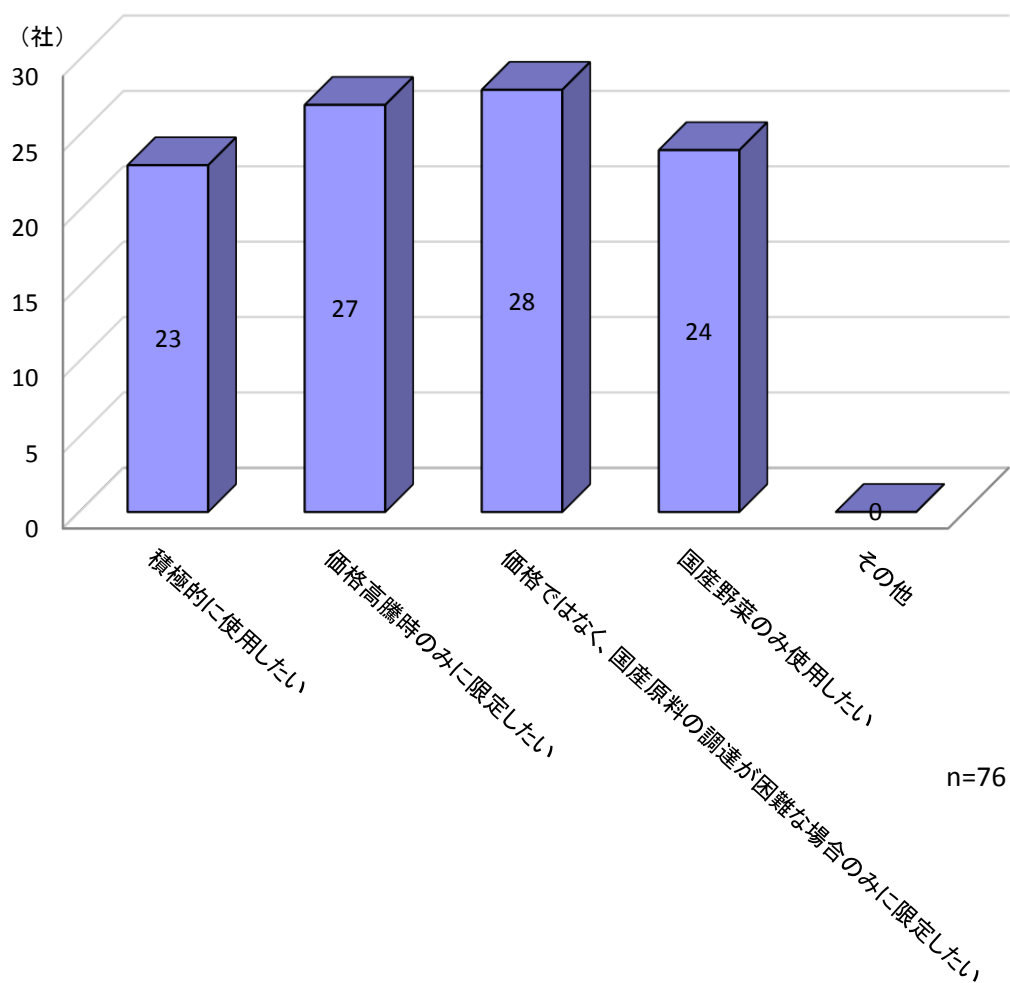
n=76

問15 輸入原料使用についての納入先の意向

輸入原料使用についての納入先の意向については、「価格ではなく、国産原料の調達が困難な場合のみに限定したい」が28社と最も多く、次いで「価格高騰時のみに限定したい」が27社となっている。

なお、聞き取り調査では、量販店のコンシューマパック等においては国産原料に対するこだわりが強く、外食事業者においては輸入原料を積極的に使用する傾向がみられた。

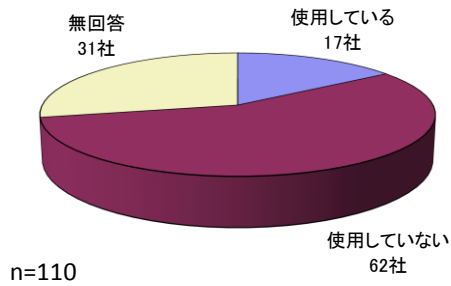
問15 輸入原料使用についての納入先の意向【複数回答】



問16 海外でカットされた野菜の使用状況

海外でカットされた野菜の使用状況については、「使用している」が17社で、「使用していない」が62社となっている。

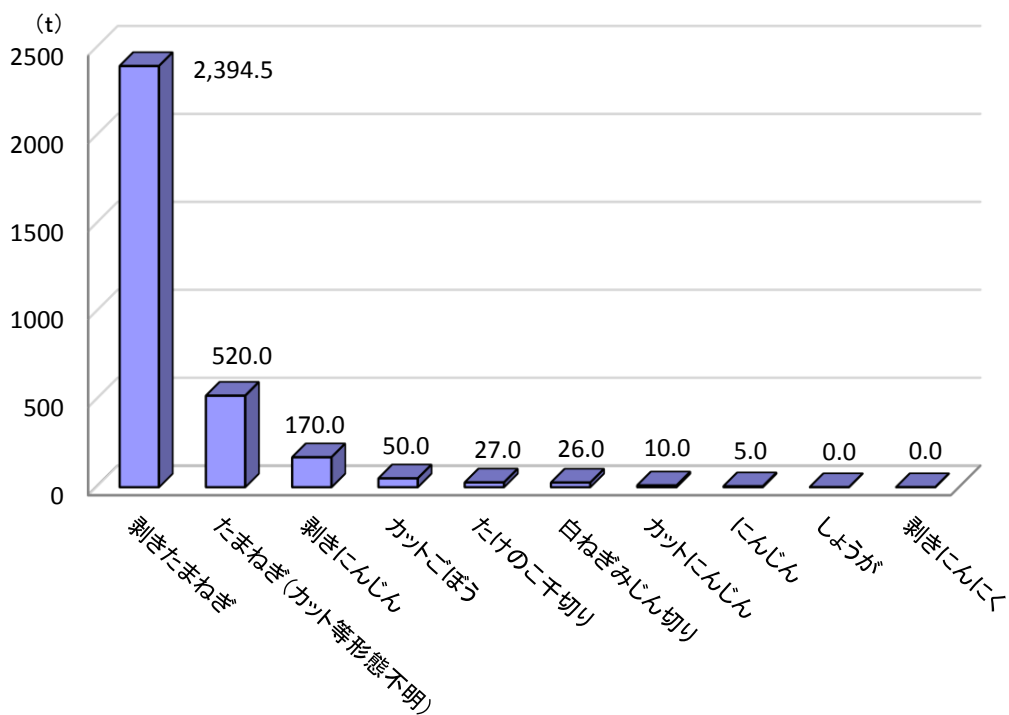
問16 海外でカットされた野菜の使用状況



問17 海外でカットされた野菜の使用品目（1次加工品）・数量と輸入先

海外でカットされた野菜の使用品目（1次加工品）・と数量については、「剥きたまねぎ」が2,394.5トンでもっとも多く、次いで「たまねぎ（カット等形態不明）」が520.0トンとなっている。

問17 海外でカットされた野菜の使用品目(1次加工品)と数量【複数回答】



海外でカットされた野菜の輸入先については、大半が中国となっている。

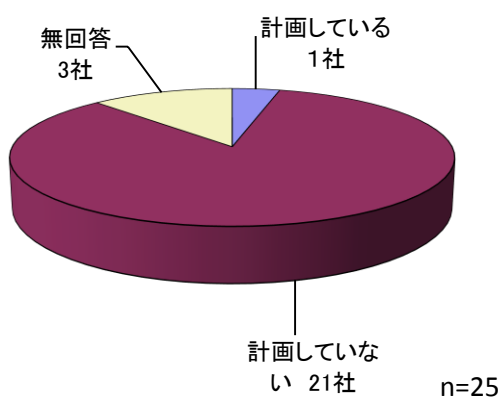
海外でカットされた野菜の使用品目(1次加工品)の輸入先一覧

	輸入先
剥きたまねぎ	中国等
たまねぎ(カット等形態不明)	中国
剥きにんじん	中国
カットごぼう	中国
たけのこ千切り	中国
白ねぎみじん切り	中国
カットにんじん	中国
にんじん	中国
しょうが	中国
剥きにんにく	中国

問18 今後の輸入原料の使用計画

現在、輸入原料を使用していない業者の今後の使用計画については、「計画している」が1社、「計画していない」が21社となっている。

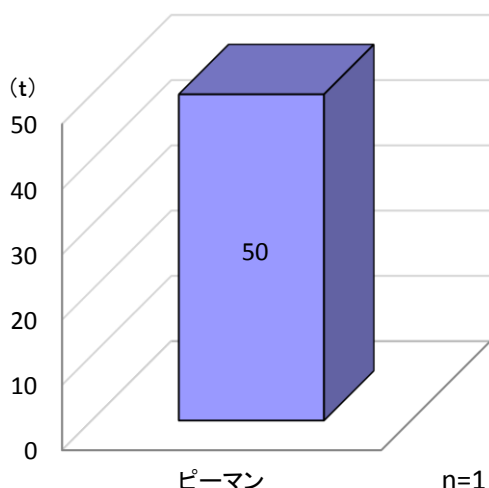
問18 今後の輸入原料の使用計画



問19 使用を計画している輸入カット野菜原料の品目と数量

現在、輸入原料を使用していない業者の中で、使用を計画している1社の輸入カット野菜原料の品目と数量については、「ピーマン」が50トンとなっている。

問19 使用を計画している輸入カット野菜原料の品目と数量



(5) カット野菜の製品・販売先について

問20 製造しているカット野菜製品の数量と野菜の構成

製造しているカット野菜製品の数量と野菜の構成については、「千切りキャベツ」が20,761トンでもっとも多く、次いで「だいこんつま」が11,123トンとなっている。

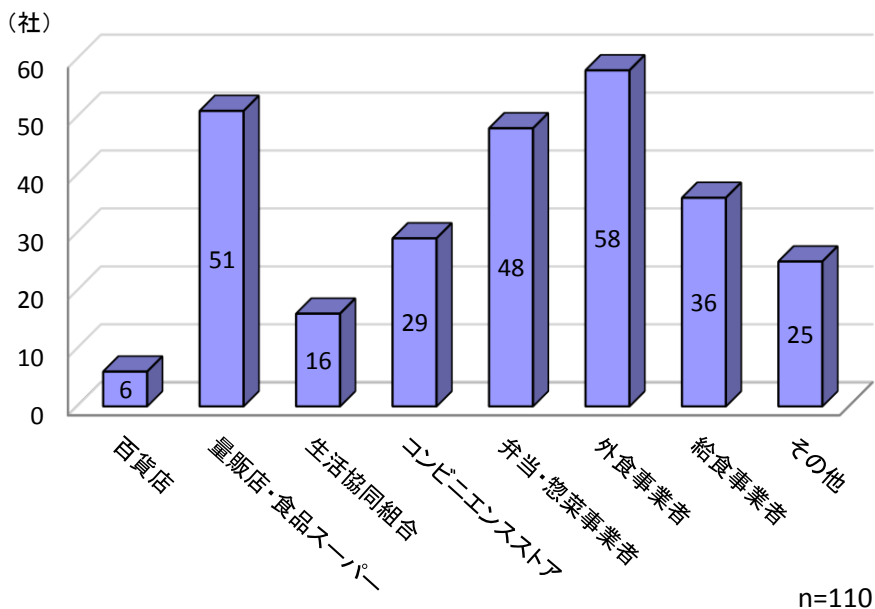
問20 製造しているカット野菜製品の数量と野菜の構成(上位10製品)

品目	回答数	年間数量(t)	構成
千切りキャベツ	18	20,761	キャベツ
だいこんつま	8	11,123	だいこん
剥きたまねぎ	8	10,700	たまねぎ
ミックス野菜	22	3,238	キャベツ、にんじん、レタス、サニーレタス、だいこん、トマト、レッドキャベツ、グリーンリーフ、きゅうり、紫キャベツ、たまねぎ
カットレタス	5	3,136	レタス
スライスレタス	4	2,500	レタス
カットキャベツ	8	2,259	キャベツ
オニオンスライス	13	1,927	たまねぎ
カットねぎ	6	1,185	ねぎ、長ねぎ
千切にんじん	5	960	にんじん

問21 カット野菜製品の販売先と構成割合（販売額ベース）

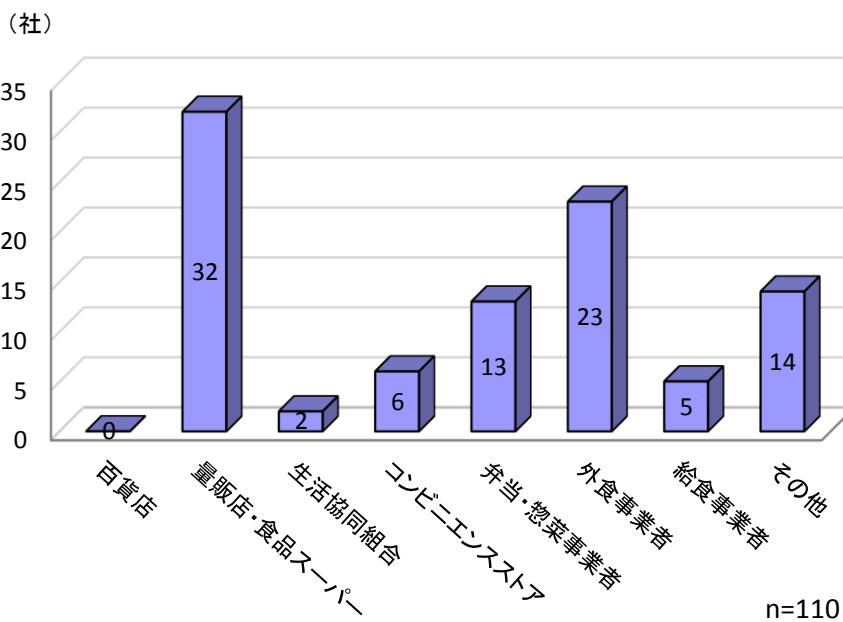
カット野菜製品の販売先については、「外食事業者」が 58 社でもっとも多く、次いで「量販店・食品スーパー」が 51 社となっている。

問21 カット野菜製品の販売先【複数回答】



カット野菜製品の販売における第1位の販売先をみると、「量販店・食品スーパー」が 32 社でもっとも多く、次いで「外食事業者」が 23 社となっている。

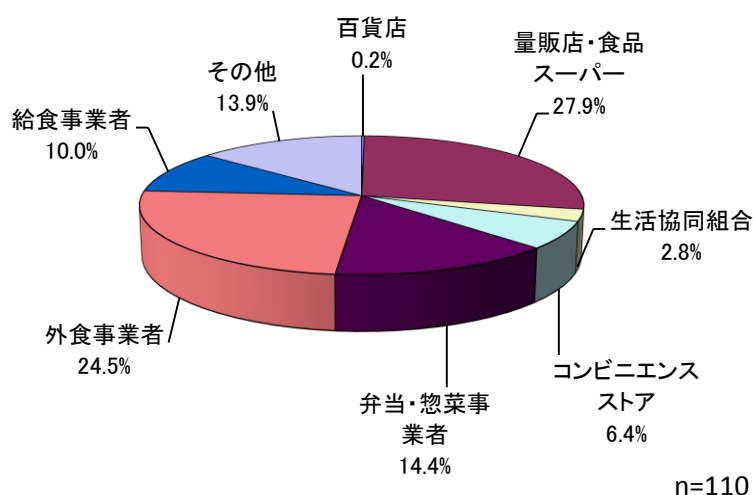
カット野菜製品の販売における第1位の販売先



カット野菜製品販売先の平均構成割合（調達額ベース）をみると、「量販店・食品スーパー」が27.9%でもっとも高く、次いで「外食事業者」が24.5%となっている。

なお、聞き取り調査によると、各主要取引先（納入先）によって、小売関係であればコンシューマパックやパックサラダ、中食・外食関係であれば天ぷら用や業務用パック等、カットの種類や製品・納入形態は異なり、カット野菜製造業者として取引先（納入先）の意向に特化しやすい製造体制をとっている傾向がみられる。

カット野菜製品販売先の平均構成割合
(調達額ベース)

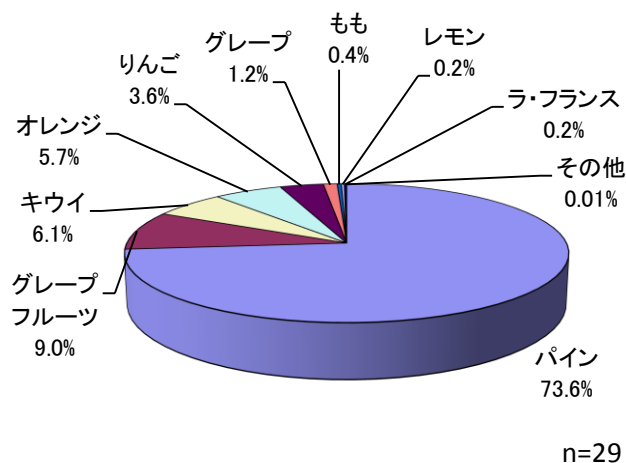


(6) カットフルーツの原料調達について

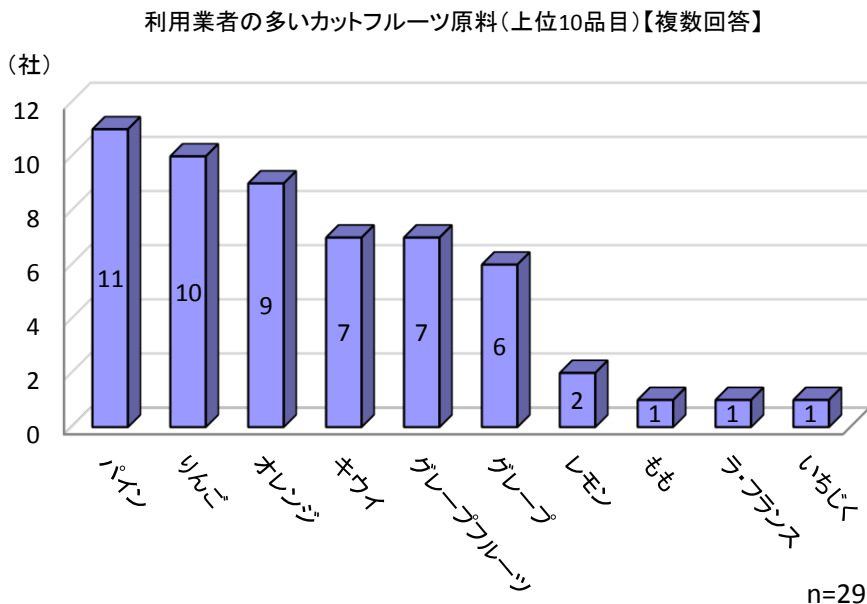
問22 カットフルーツ原料の主な品目・数量と歩留まり率

カットフルーツ原料の主な品目については、「パイナップル」が73.6%でもっとも多く、次いで「グレープフルーツ」が9.0%となっている。なお、29社の「その他」を含む合計数量は4,283トンとなった。

問22 カットフルーツ原料の主な品目



利用者の多いカットフルーツ原料（上位 10 品目）については、「パイナップル」が 11 社でもっとも多く、次いで「りんご」が 10 社となっている。



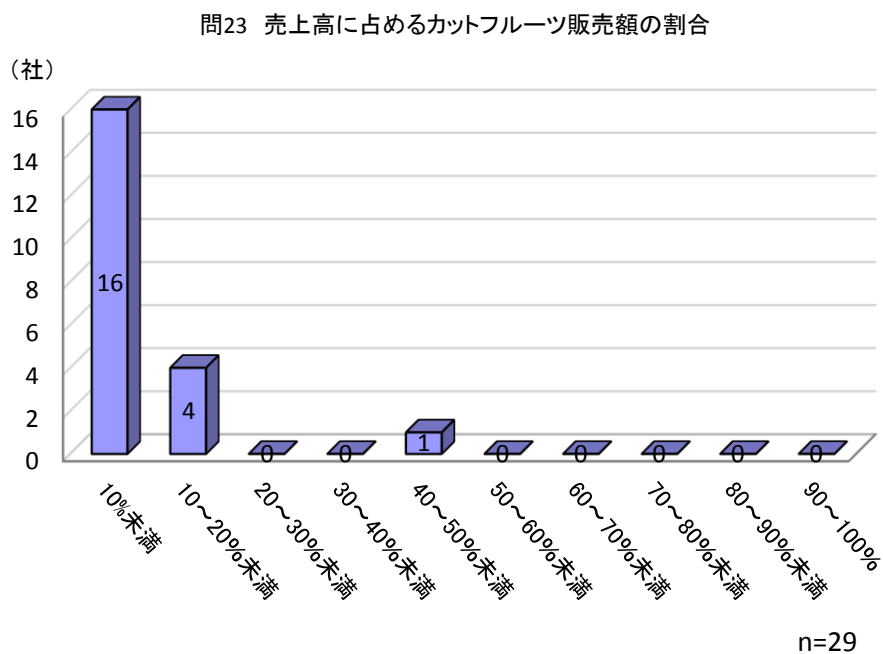
カットフルーツ原料の歩留まり率については、「グレープ」が平均で 76%ともっとも高く、次いで「キウイ」、「りんご」が平均で 74%となっている。なお、上位 10 品目の平均は 61%となっている。

カットフルーツ原料の歩留まり率

	平均	50%未満	50~55%未満	55~60%未満	60~65%未満	65~70%未満	70~75%未満	75~80%未満	80~85%未満	85~90%未満	90%以上	無回答
パイナップル	49%	6	1	1	0	0	2	0	0	0	0	1
グレープフルーツ	53%	3	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0
キウイ	74%	0	0	0	0	1	3	0	3	0	0	0
オレンジ	56%	3	1	0	2	0	1	0	0	0	1	1
りんご	74%	0	0	0	1	2	3	0	1	1	1	1
グレープ	76%	0	0	0	2	1	0	0	0	0	3	0
もも	60%	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
レモン	40%	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
ラ・フランス	70%	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
いちじく	60%	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
10品目全体	61%											

問23 売上高に占めるカットフルーツ販売額の割合

売上高に占めるカットフルーツ販売額の割合については、「10%未満」が16社で最も多く、次いで「10~20%未満」が4社となっている。



2. 聞き取り調査（カット野菜・フルーツ製造業者）

（1）原料調達について

国産原料の調達手段として、契約取引と市場取引を組み合わせているケースが多くみられた。特に、契約取引の割合を増やしているカット野菜製造業者が複数おり、自社で農業参入しているケースもみられた。売上高に占める原料調達額の割合は、品目によって差があるものの、通常 50%未満に抑えられているが、卸売価格の高騰時は、産地・農業者等と契約取引で決めている数量・金額の調整を行っているところも少なくない。また、多くのカット野菜製造業者が加工野菜専門産地の必要性を感じているものの、聞き取りを行った一部の業者は、作付分全量買取（面積契約）に対しては、難色を示している。

（2）製品製造について

カット野菜製品のアイテム数に関しては、品目とカットの種類（数センチ単位の違い等含む）、梱包方法（ミックスの種類等）を掛け合わせると、大半のカット野菜製造業者が百種類以上のアイテムに対応しており、取引先のニーズは多岐に渡っている。キャベツの千切りやたまねぎのスライス、だいこんのツマ等を中心に比較的機械化しやすいものもあるが、設備投資を躊躇し手作業で行っているところもある。乱切り等のカットを、取引先からの要望により機械化が可能なものについても、手づくり感を出すためにあえて手作業で行っているケースもみられる。また、皮むきや種取り等の1次加工に関しては他の加工業者に外注しているところも多く、特に土ものの品目については衛生面の問題もあり、1次加工をしたものを仕入れるなど、カット野菜製造業者間のつながりもみられる。歩留まりについては、ある程度大型の規格の方が良いという見解もあるが、大型化することによって味が落ちることや、規格が揃わないことによる作業ロスを危惧する意見も多かった。

（3）輸入について

いずれのカット野菜製造業者も極力国産原料を使用したいとする意向であるものの、不作時に必要な数量を納品できないリスクを勘案すると、輸入原料についても使用せざるを得ない状況にある。また、サラダ商材の中で国内では生産量が少ない品目（パプリカ、トレビス等）の調達は、安定数量を確保するという観点から輸入原料の使用が一般的で、今後も基本的なスタンスは変わらない。こうした点に関して取引先は、比較的理解を示している傾向にあるほか、安全性と品質が担保されれば、価格的なメリットのある輸入原料を使用したいという取引先もみられる。全体的な傾向として、量販店におけるコンシューマパック等については国産原料にこだわり、外食や業務用については輸入原料が比較的容認されている。

(4) 製品販売について

カット野菜製品を大きく分類すると、消費者向けの生食用（コンシューマパック、カップサラダ等）、業務用向け生食用（サラダ、添え物等）、業務用向け二次加工用（調理品、弁当・惣菜等）等に分けることができ、カット野菜製造業者はいずれかに特化している傾向がみられる。また、カット野菜製造業者は、品目や加工内容によっても、1次加工のみを行う業者や、土ものやねぎ等特定の品目に特化した業者、すべてに対応するオールラウンドの業者等に分かれる傾向がみられる。カット野菜製品の販売価格は、商品や取引先によって異なるものの、年間やシーズン（3か月等）で固定されているケースが多い。販売価格は、不作等による卸売価格高騰時には、一部交渉や相談の余地がある取引先もあるが、基本的には一度決めた価格・数量を変えずに納品することが基本となっている。なお、野菜の卸売価格高騰時には、カット野菜製品の価格を固定しているため需要が増加する傾向にあり、カット野菜製造業者は採算が合わなくなるが、一時的なものではなく、年間を通して採算性が合うか否かで取引をするかどうかの判断を行っている。取引先の条件としては、価格以外に品質を重視する中で、定量納品することが基本となっている。有機栽培（認証等）原料製品については、取引先から要望が上がることもあるが、認証等の基準が曖昧、野菜原料の安定調達が困難、販売数量が少ないなどの理由で、製品化しているところは少ない。

(5) その他

HACCPの取得については、一部の事業者は、事業所・工場等が立地する都道府県の簡易認証等を取得しているところ等がみられるが、取得していても取引先からの厳しい立ち入り検査があるため、維持管理コストの観点からも取得の必要性は少ないと判断しているところが多い。また、事業者の多くは、取得自体の重要性より、HACCPの考え方を従業員等に教育していくことを重要視している。

洗浄は、コストとその効果から次亜塩素水による洗浄を行っているところが多いほか、電解水や独自の洗浄水を使用しているところもあった。洗浄の基準に関しては、食中毒等の事故や問題を受けて、今後の法制度の整備等により、より厳格化された場合の対応等に不安を抱えるカット野菜製造業者も多い。

野菜等の残渣物の処理に関しては、大半のカット野菜製造業者が産廃処理を行っており、コスト的な負担を感じている。多くのカット野菜製造業者が堆肥化や飼料化等を検討しているが、設備投資が大きいため、実際に取り組んでいる業者は一部に留まっている。

カット野菜製品の鮮度保持に関しては、褐変対策等を含め各業者で取組を進めているが、特別な資材を使用しているところは少なく、温度管理を重視しているところが多かった。

3. 聞き取り調査（実需者）

※調査数が少ないため、参考意見として捉える必要がある。

（1）カット野菜製品の仕入形態・条件について

スーパーでは、カット野菜製造業者から製品を製造日当日や翌日に仕入れており、納入間隔は非常に短い。仕入は、主にコンシューマパックとカップ形態で、商品開発の要望や原料産地の指定（国産に限定）を行うケースもみられた。仕入価格は、原料野菜の卸売価格高騰時でも基本的に変更することはない。

コンビニエンスストアでは、商品開発したものの製造をベンダー等に委託する形態がある。仕入までの間隔は、製造日当日や翌日で、主にコンシューマパックとカップ形態である。極力国産原料を使用することを望んでいるが、卸売価格高騰時等には輸入品の使用を認めるケースもある。

セントラルキッチンを持つ外食では、各店舗やセントラルキッチンで対応不可能な製品、又は非効率なカットや製品の品質向上を目的に、具体的なカットの内容や容量等を定め、委託する形態がある。納品はセントラルキッチンへ行き、再加工したり、そのまま、他の配送物とともに各店舗へ配送されている。

（2）カット野菜製品の仕入額について

各社とも具体的な額や比率等は公表していない。スーパーやコンビニエンスストアの仕入値は生鮮野菜と同程度との話もある。外食においては、全国に店舗展開するところであれば、1品目で1～2億円規模の外注になると想定される。

（3）カット野菜製品の使用・販売動向について

スーパーでは、製品の販売価格を容量によって100～300円で設定しており、1店舗当たり平均で300～500点程度販売している。コンシューマパックとカップ形態では、コンシューマパックの方が売れ筋となっており、価格帯は100円前後の低価格帯のカット野菜製品が売れ筋となっている。販売動向としては、シニア世代や若年単身者の需要の高まりや、生鮮野菜価格の高騰の影響等もみられ、売れ行きを伸ばしている。

コンビニエンスストアでは、製品の販売価格を容量によって100～300円で設定しており、1店舗当たり平均で30～40点程度を販売している。コンシューマパックとカップ形態では、圧倒的にカップ形態の方が売れ筋となっている。販売動向としては、健康志向を背景に野菜摂取の習慣が消費者層に定着したほか、若い女性だけでなく主婦や高齢者まで購入層が広がり、売れ行きは倍増している。

外食では、セントラルキッチンがあれば、原料野菜を自社で加工できるため、外部委託される品目やカットの内容は限定されるが、スーパーやコンビニエンスストアと比較すると、使用量は安定している。

(4) カット野菜製品への要望、今後の仕入意向・規模について

特にスーパーやコンビニエンスストアでは、コンシューマパックやカップ形態等のカット野菜製品の需要拡大が著しく、今後も積極的に仕入れたいという意向を持っている。安全性については一定の基準により担保されているが、安定供給には不安を感じており、産地や協力工場の開拓・拡大が今後の課題であると感じている。また、カット野菜製造業者が協力工場として一定規模の対応をするには、多くの設備投資が必要になるため、国の事業等を活用する中で対応できる工場が増えることを期待している。

外食では、特にセントラルキッチンを持たない外食や調理場が限定的なファーストフード等は、残渣抑制、保管場所削減、人件費削減等の観点から、今後もある程度の需要が見込まれる。

(5) その他

いずれの業態でも原料野菜の安定調達の面を不安視しており、輸入ものや野菜工場からの調達を検討していくという声も聞かれた。

また、カット野菜製造業者が国内の産地を育成して、原料野菜の調達を拡大することを望む声も聞かれた。

Ⅲ カット野菜を取り巻く市場規模

1. 市場規模推計の考え方

各業界等における市場規模の算出においては、様々な算出手法が存在する。カット野菜業界においては、業界団体等がまだ未成熟であるとともに、「カット野菜」という定義*で業態や業種を分類しにくく、実態が捉えられていない状況から、極力本アンケート結果を生かし、聞き取り調査により得られた参考数値等を採用した方法で推計することとした。

なお、アンケートでは、カット野菜販売事業者の調達先と調達割合、及び取引先（納入先）と取引割合（納入割合）を把握していることから、「カット野菜製造」の市場規模だけでなく、調達先別の「カット野菜原料」、小売業におけるカット野菜関連販売額の市場規模についても推計することとする。

※本調査における「カット野菜」の定義は、用途に応じて多様な形にカットした野菜（千切り、角切り、たんざく切り、乱切り等）及び皮むき・芯抜き等の簡易な前処理を行ったもの（剥きたまねぎ、芯抜きキャベツ等）とし、2分の1カットや4分の1カット等単価の逡減のためにカットした野菜は除いている。また、メロン、すいか及びいちごは野菜に含めた。

2. 市場規模の推計値

市場規模の推計に当たっては、実需者への聞き取り調査において、比較的具体的な販売規模を確認できた「スーパー・百貨店等」の市場規模推計をベースに、アンケート結果から得られた数値や割合を生かして各種市場規模を推計した。

その結果、「カット野菜原料」、「カット野菜製造」、「カット野菜販売」の各市場規模を以下のとおり推計した。

「カット野菜原料」の市場規模	約600億円
↓	
「カット野菜製造」の市場規模	約1,330億円
↓	
「カット野菜販売」の市場規模	約1,900億円

謝辞

本調査報告書の作成に当たっては、多くのカット野菜製造業者の皆様や青果物カット事業協議会（会員各社及び（社）日本施設園芸協会）に、各種調査にご協力いただき、深く感謝申し上げます。また、実需者の皆様にも聞き取り調査に応じていただきました。とりわけ、調査時期が年末年始の繁忙期と重なり、ご担当者の皆様には業務多忙の中、丁寧にご対応いただきましたことを、重ねて厚くお礼申し上げます。

また、東京農業大学 藤島廣二教授、農林水産省農林水産政策研究所 小林茂典総括上席研究官におかれましても、調査全体について有益なご意見を頂戴し、深く感謝申し上げます。

ここに、調査報告書が完成したことをお知らせするとともに、調査にご協力いただきました皆様に、この場を借りてお礼を申し上げます。

独立行政法人農畜産業振興機構
株式会社流通研究所