

平成 24 年度カット野菜小売販売動向調査事業

報 告 概 要

平成 25 年 5 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) 調査対象期間	1
(2) 調査対象店舗	1
(3) 収集POSデータからカット野菜データを抽出する方法	1
(4) POSデータの分類方法	1
(5) POSデータの出力項目及び集計方法	2

## II 調査結果の概要

1 年別推移	3
(1) メーカー数とアイテム数の推移	3
(2) 千人当たりの販売金額と販売個数の推移	3
(3) 平均価格の推移	5
2 月別推移	6
(1) アイテム数とメーカー数の推移	6
(2) 千人当たりの販売金額の推移	7
3 品目別比率	8
4 品目別動向	9
(1) キャベツ	9
(2) レタス	10
(3) みずな	11
(4) たまねぎ	12
(5) ごぼう	13
(6) その他の品目	14

III カット野菜の市場規模の推計	15
-------------------	----

IV まとめ	15
--------	----

## I 調査概要

### 1 調査目的

近年、特に需要の伸びが注目されているカット野菜について、平成 21 年度から平成 24 年度までの POS（Point of Sales、販売時点情報管理）データを収集し、小売店におけるカット野菜の販売量、販売金額等を調査することで、カット野菜の直近の需要動向を把握し、今後の野菜の需給安定の取組みに当たっての基礎資料とすることを目的に実施した。

なお、調査対象とした「カット野菜」の範囲は以下のとおり。

スーパー等の生鮮野菜の売り場や総菜売り場で販売されている、

- ① カット野菜（きざみ野菜、ミックス野菜及び葉もの中心のサラダを含む。）
- ② 調理用カット野菜（鍋セット、野菜炒めセット及びつまものセット）

ただし、2分の1カットや4分の1カット等単価の逡減等のためにカットした野菜を除く。

### 2 調査方法

#### (1) 調査対象期間

平成 21 年 4 月から平成 25 年 3 月まで

#### (2) 調査対象店舗

（株）日本経済新聞デジタルメディア及び（財）流通システム開発センターが POS データを収集している全国のスーパーマーケット（平成 25 年 3 月時点で 156 チェーン約 683 店舗）

#### (3) 収集 POS データからカット野菜データを抽出する方法

JICFS 分類\*で「サラダカテゴリー」に属する POS データ（アイテム群）から、野菜中心のサラダを抽出。また、JICFS 分類で「その他農産カテゴリー」に属する POS データから、調理用野菜を抽出。

#### (4) POS データの分類方法

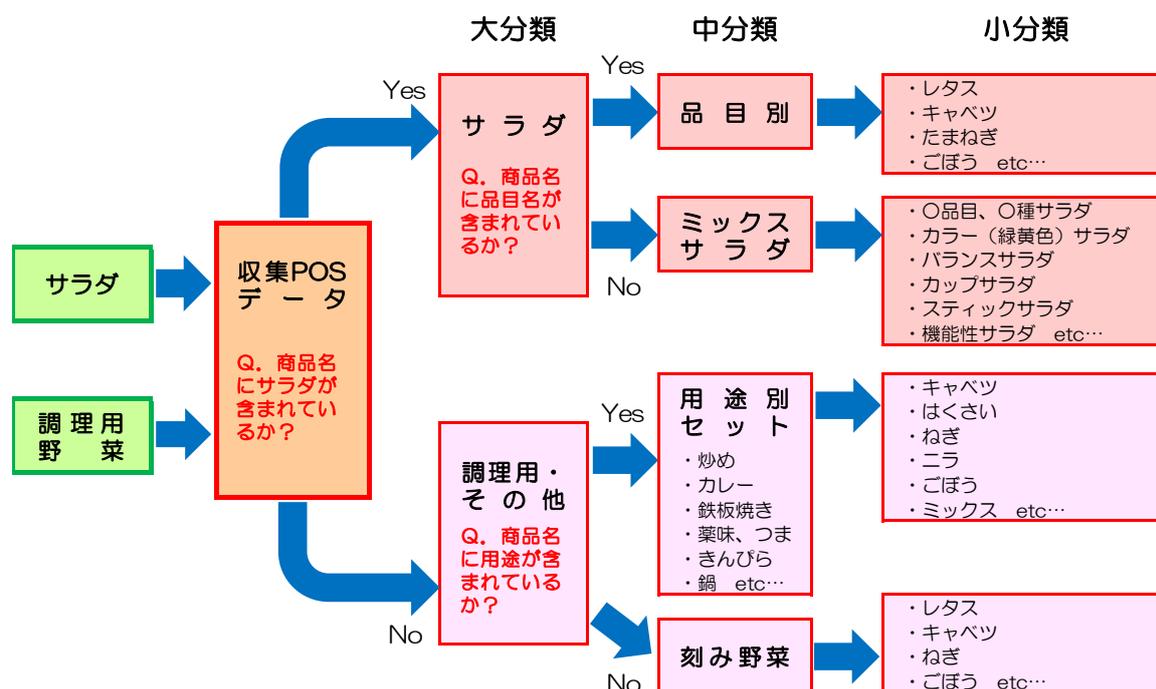
抽出した POS データを以下のとおり商品名により分類した。

- ① 商品名に「サラダ」というワードが含まれているアイテムを「サラダ」に分類し、それ以外は「調理用・その他」に分類した。
- ② 「サラダ」の中で、商品名に「キャベツ」や「レタス」等の品目名が含まれているものは「品目別」とし、品目名別に分類をした。その際、商品名に品目が複数含まれている場合は、先に記載されている品目名を優先した。また、品目名が含まれていないものは「ミックスサラダ」とし、「〇品目」、「バランス」等の商品名に含まれる主なキーワードにより分類した。
- ③ 「調理用・その他」の中で、商品名に「野菜炒め用」や「鍋用」等のように用途が含まれているものは「用途別セット」として用途別に分類し、それ以外は「刻み野菜」として分類した。それぞれ品目名が含まれている場合は品目別に分類し、品目名が含まれないものは「ミックス」とした。

品目別データの抽出に当たっては、「サラダ」と「調理用・その他」でそれぞれ抽出されたデータを足し上げており、例えばミックス野菜は、「サラダ」の中の「ミッ

クスサラダ」と「調理用・その他」の中の「ミックス」を合わせたものとなっている。

図1 POSデータの分類方法



(4) POSデータの出力項目及び集計方法

出力項目及び集計方法は表1のとおり。

表1 POSデータの出力項目及び集計方法

項目	月別データ	年別データ
アイテム数	商品コードの集計値	合計値は、月別の重複を避けた値
メーカー数	メーカーコードの集計値 合計値は、小分類の重複を避けた値	合計値は、月別の重複を避けた値
販売金額(税抜、円)	販売金額の集計値	月別集計値の合計
販売個数	販売個数の集計値	月別集計値の合計
来店客数	全店舗の来客数	月別集計値の合計
千人当たり販売金額(税抜、円)	月別販売金額の合計を月別来店客数で除して1000を乗じた値の集計値 (地域や業態の規模、収録店舗数の変動に影響なく商品の売れ行きを計ることができる指標)	年間販売金額の合計を年間来店客数で除して1000を乗じた値の集計値
千人当たり販売個数	月別販売個数の合計を月別来店客数で除して1000を乗じた値の集計値 (地域や業態の規模、収録店舗数の変動に影響なく商品の売れ行きを計ることができる指標)	年間販売個数の合計を年間来店客数で除して1000を乗じた値の集計値

※ JICFSとは、JAN Item Code File Serviceの略称で、財団法人流通システム開発センターが管理運営を行う「JANコード商品情報データベース」システムを指し、JICFS分類は、本データベースに収録されたJANコード商品情報を効率よく利用できるように設定されたJICFS用の商品分類コード。

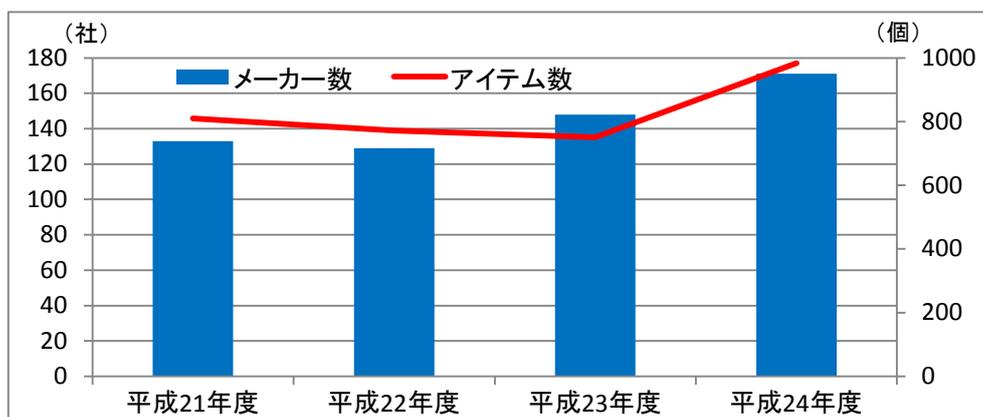
## II 調査結果の概要

### 1 年別推移

#### (1) メーカー数とアイテム数の推移

メーカー数は平成 22 年度に若干減少し、アイテム数は平成 22 年度、平成 23 年度と減少したものの、平成 24 年度はともに大きく増加している（図 2）。

図 2 メーカー数とアイテム数の推移



#### (2) 千人当たりの販売金額と販売個数の推移

千人当たりの販売金額は、全体では毎年度、前年度を上回って推移し、平成 24 年度は対前年度で 128% となっている。内訳で見ると、サラダは同 122% であるが、調理用・その他は同 140% となっており、調理用・その他の方の伸びが大きくなっている（表 2）。

また、千人当たりの販売個数は、全体では販売金額と同様に毎年度、前年度を上回っており、平成 24 年度は対前年度で 129% となっている。内訳で見ると、サラダは同 118%、調理用・その他は同 145% となっている（表 3）。

表 2 カット野菜の千人当たりの販売金額の年別推移

(単位：円、%)

	全 体		サ ラ ダ		調理用・その他	
	千人当たりの販売金額	対前年度	千人当たりの販売金額	対前年度	千人当たりの販売金額	対前年度
平成21年度	2,407		1696		712	
平成22年度	2,654	110	1776	105	878	123
平成23年度	3,336	126	2226	125	1,110	126
平成24年度	4,270	128 (177)	2716	122 (160)	1,554	140 (218)

注：( ) 内は対平成 21 年度の数値

表3 カット野菜の千人当たりの販売個数の年別推移

(単位：個、%)

	全 体		サ ラ ダ		調理用・その他	
	千人当たりの販売個数	対前年度	千人当たりの販売個数	対前年度	千人当たりの販売個数	対前年度
平成21年度	19		12		7	
平成22年度	22	116	13	108	9	129
平成23年度	28	127	17	131	11	122
平成24年度	36	129 (189)	20	118 (167)	16	145 (229)

注：( ) 内は対平成21年度の数値

図3 カット野菜の千人当たりの販売個数と販売金額の推移

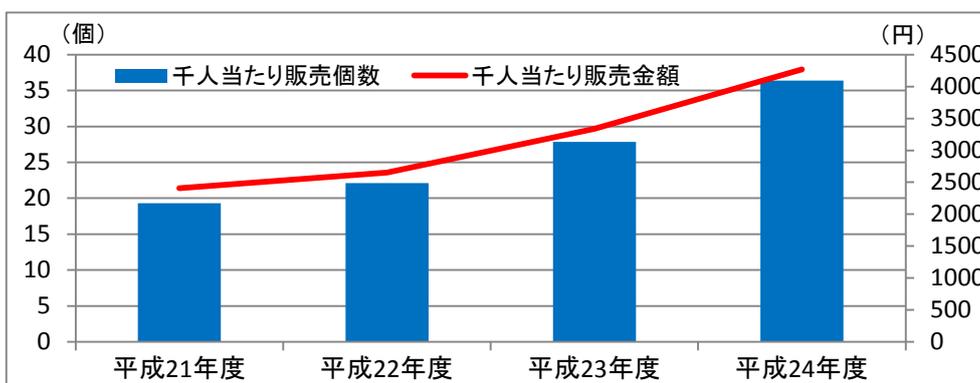


図4 サラダの千人当たりの販売個数と販売金額の推移

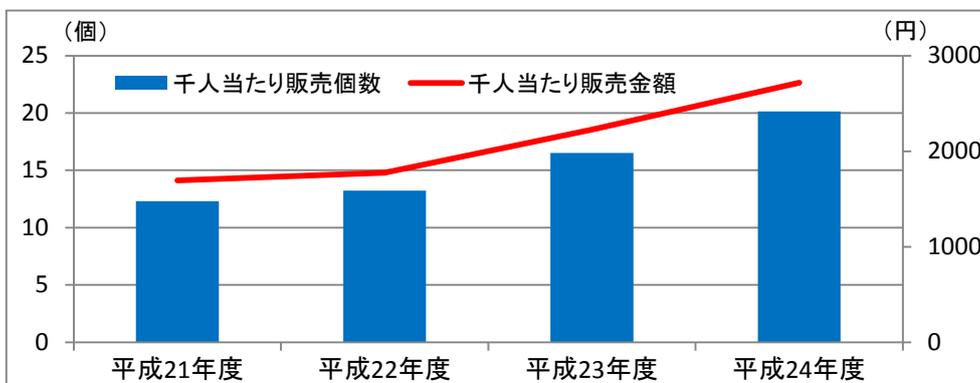
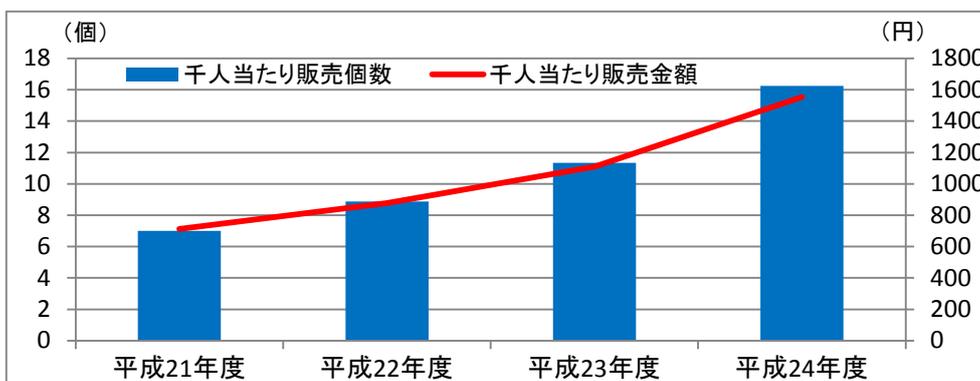


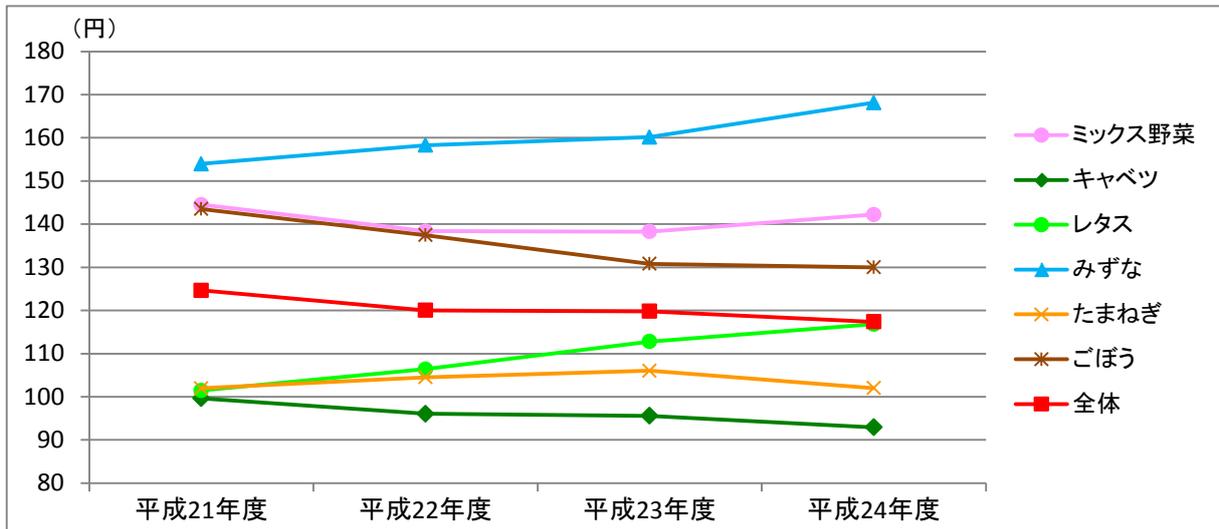
図5 調理用・その他の千人当たりの販売個数と販売金額の推移



### (3) 平均価格の推移

販売金額を販売個数で除した平均価格は、みずな及びレタスは上昇傾向となっている。一方、ミックス野菜は、平成24年度は上昇したものの平成21年度の価格に及んでおらず、ごぼう及びキャベツは下落傾向であり、全体の価格は年度を追うごとに下がっている(図6)。

図6 主な品目の平均価格の年別推移



注：平均価格は、品目別又は全体の販売金額を販売個数で除したものである。

## 2 年別推移

### (1) メーカー数とアイテム数の推移

アイテム数は、500 アイテム前後で推移していたが、平成 23 年 4 月に大きく落ち込んでおり、東日本大震災が大きく影響したものと思われる。その後は徐々に増加し、平成 23 年 12 月からは震災前の水準を上回り、その後も増加を続けて、平成 25 年 3 月には約 700 アイテムの水準に達している（図 7、表 4）。

図7 カット野菜のアイテム数の月別推移

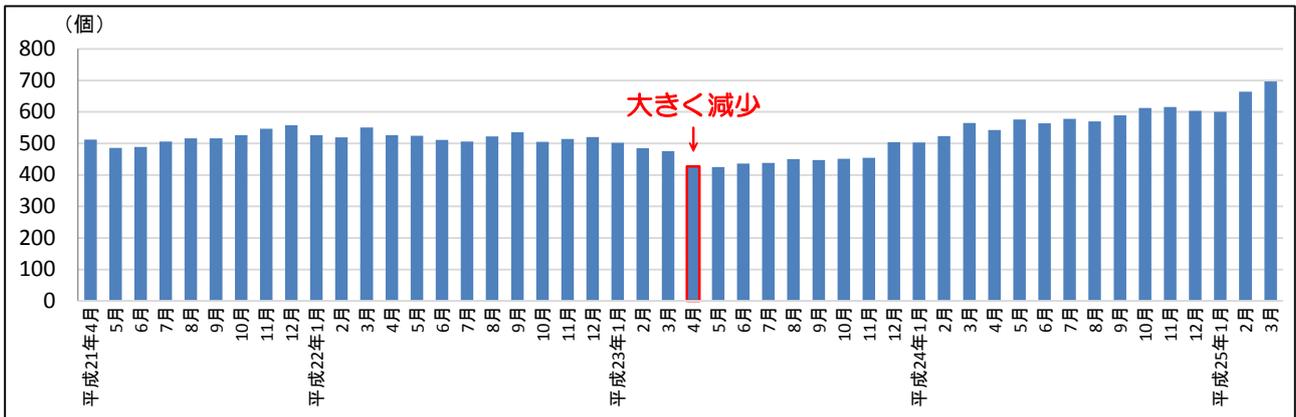


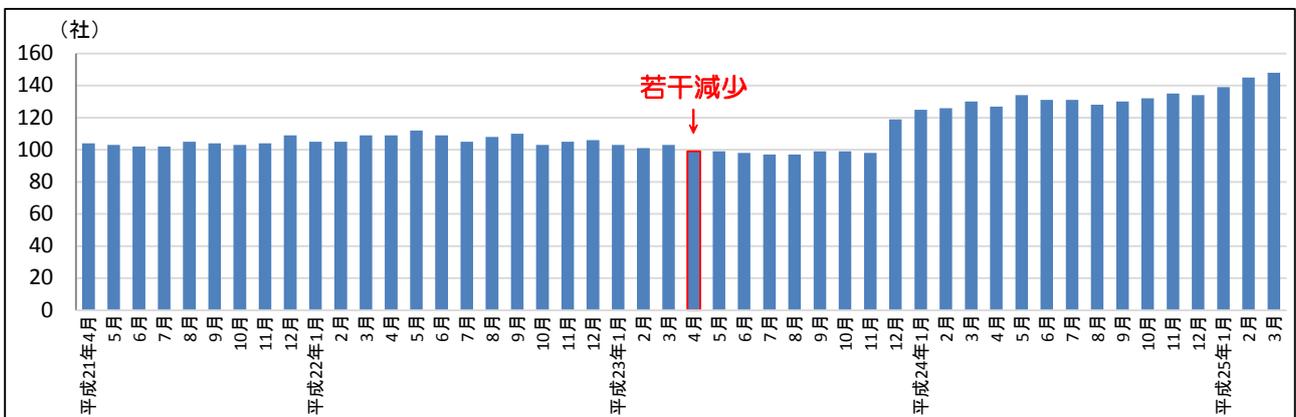
表4 カット野菜のアイテム数の月別推移

(単位: 個)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成21年度	512	486	489	506	516	516	527	547	558	527	519	551
平成22年度	527	524	511	506	522	536	505	514	520	502	485	476
平成23年度	427	425	436	438	450	447	451	455	504	503	523	565
平成24年度	543	576	564	578	570	589	613	616	604	601	664	697

一方、メーカー数は、平成 23 年 4 月に若干減少した後、100 社弱水準で推移していたが、平成 23 年 12 月以降増加傾向となり、平成 25 年 3 月には 148 社となっている（図 8、表 5）。

図8 カット野菜のメーカー数の月別推移



注：メーカー数は、一部重複

表5 カット野菜のアイテム数の月別推移

(単位：社)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成21年度	104	103	102	102	105	104	103	104	109	105	105	109
平成22年度	109	112	109	105	108	110	103	105	106	103	101	103
平成23年度	99	99	98	97	97	99	99	98	119	125	126	130
平成24年度	127	134	131	131	128	130	132	135	134	139	145	148

(2) 千人当たりの販売金額の推移

千人当たりの販売金額の推移は、平成21年度から平成22年度にかけてはゆるやかな増加で推移していたが、平成23年7月以降高い伸びを示している。

また、平成23年4月から数か月間は、アイテム数等が減少しているにも関わらず、千人当たりの販売金額は伸びている（図9、表6及び表7）。

図9 カット野菜の千人当たりの販売金額の月別推移

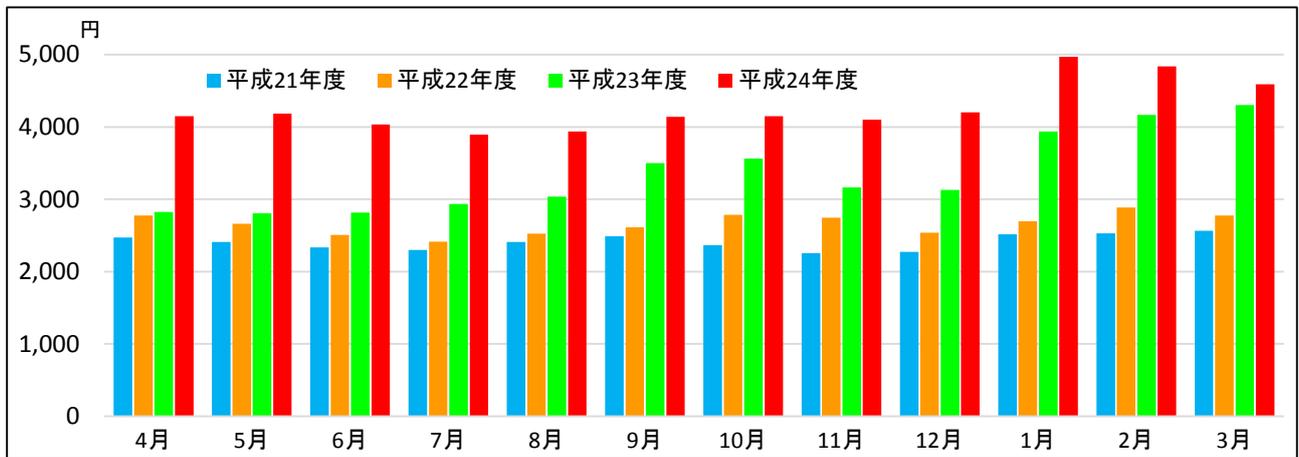


表6 カット野菜の千人当たり販売金額の月別推移

(単位：円)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成21年度	2,469	2,410	2,333	2,299	2,410	2,488	2,367	2,255	2,272	2,517	2,529	2,562
平成22年度	2,776	2,663	2,505	2,411	2,524	2,612	2,783	2,746	2,535	2,695	2,888	2,776
平成23年度	2,825	2,806	2,815	2,935	3,037	3,497	3,562	3,164	3,129	3,938	4,167	4,304
平成24年度	4,148	4,183	4,032	3,894	3,935	4,141	4,150	4,100	4,201	4,968	4,837	4,589

表7 カット野菜の千人当たり販売金額の対前年同月比の月別推移

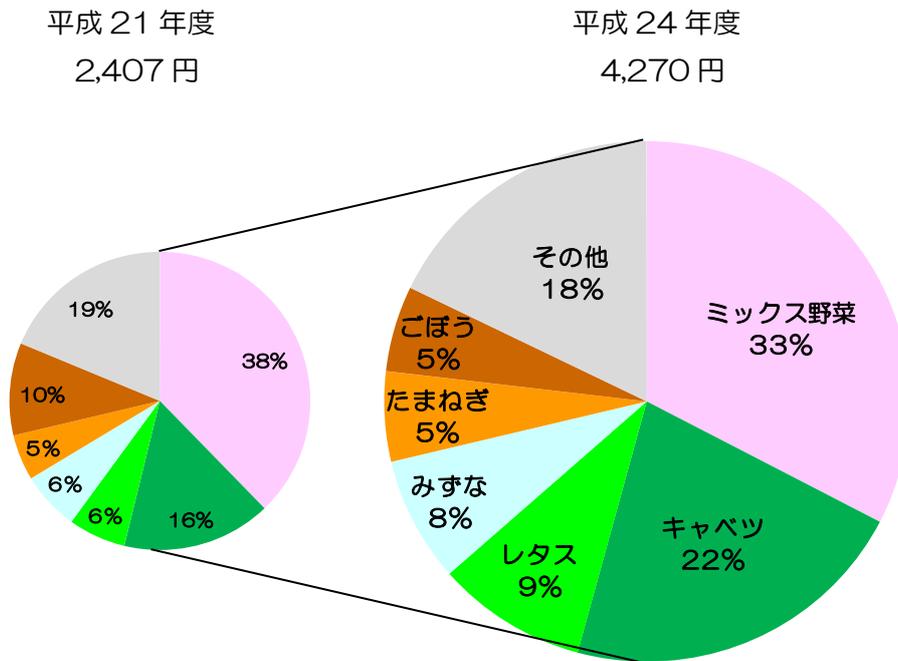
(単位：%)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
平成22年度	112	110	107	105	105	105	118	122	112	107	114	108
平成23年度	102	105	112	122	120	134	128	115	123	146	144	155
平成24年度	147	149	143	133	130	118	117	130	134	126	116	107

### 3 品目別比率

千人当たりの販売金額の品目別比率は、平成 24 年度では、ミックス野菜が一番高く、次いで、キャベツ、レタス、みずなの順になっており、平成 21 年度と比較すると、全体の販売金額が伸びる中で、ミックス野菜及びごぼうの比率が減り、キャベツ、レタス及びみずなの比率が高くなっている（図 10）。

図 10 千人当たりの販売金額の品目別比率  
（平成 21 年度と平成 24 年度の比較）



## 4 品目別動向

### (1) キャベツ

千人当たりの販売個数、販売金額ともに、平成24年度に大きく増加しており、平成24年度の販売金額は、対平成21年度で239%となっている。サラダが同272%、その他（刻みキャベツ等）が同256%と大きく伸長しており、炒め用の割合が減少し、サラダとその他の割合が増加している（図11～14、表8）。

図11 キャベツの千人当たりの販売個数と販売金額の推移

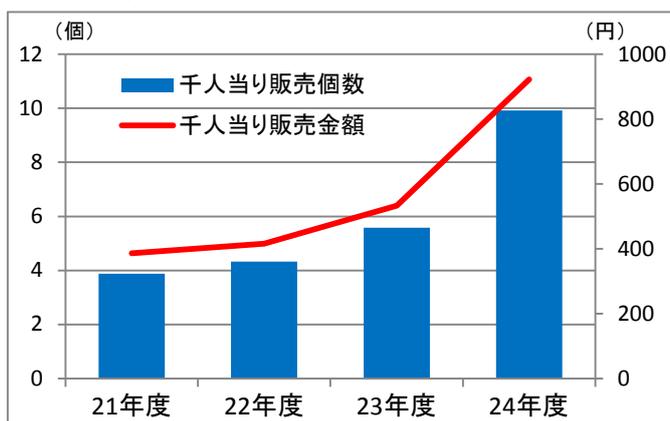


図12 キャベツの千人当たりの販売金額の内訳（平成24年度）

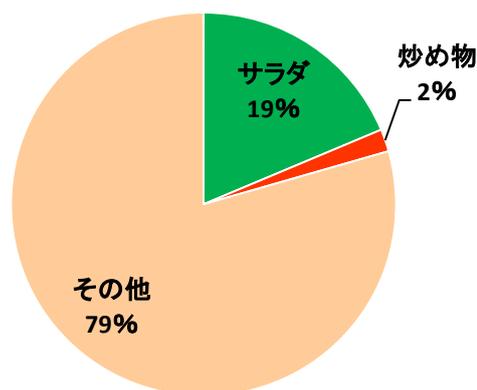


表8 キャベツの千人当たり販売金額の推移

(単位：円、%)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
全体	386	416	533	922 ( 239 )
うちサラダ	63	67	73	172 ( 272 )
炒め用	37	20	19	17 ( 47 )
その他	286	329	442	733 ( 256 )

注：( ) 内は対平成21年度増加率

図13 キャベツのアイテム数の年別推移

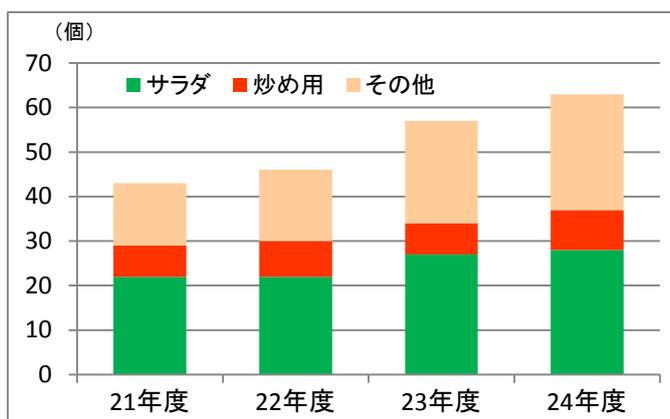
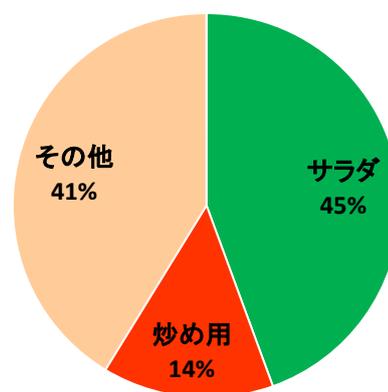


図14 キャベツのアイテム数の内訳（平成24年度）



(2) レタス

千人当たりの販売個数と販売金額は、毎年度増加傾向にあり、平成24年度の販売金額は、対平成21年度で266%と大きな伸びを示している(図15~18、表9)。

図15 レタスの千人当たりの販売個数と販売金額の推移

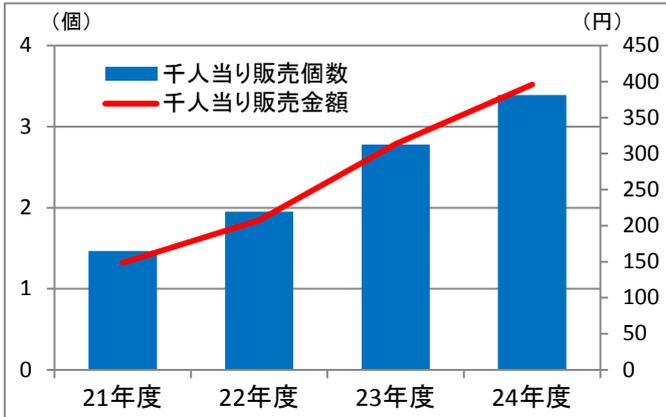


図16 レタスの千人当たりの販売金額の内訳(平成24年度)

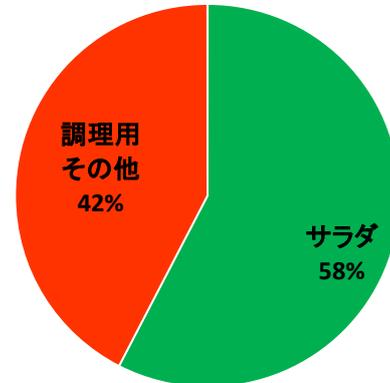


表9 レタスの千人当たり販売金額の推移

(単位:円、%)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
全体	149	207	314	396 ( 266 )
うちサラダ	74	102	187	228 ( 307 )
調理用・その他	74	106	126	168 ( 226 )

注:( )内は対平成21年度増加率

図17 レタスのアイテム数の年別推移

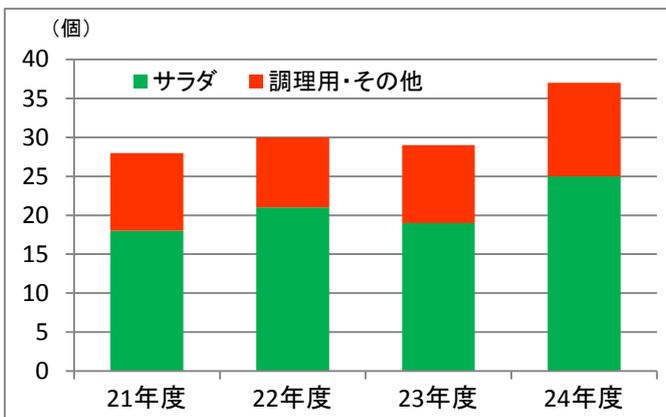
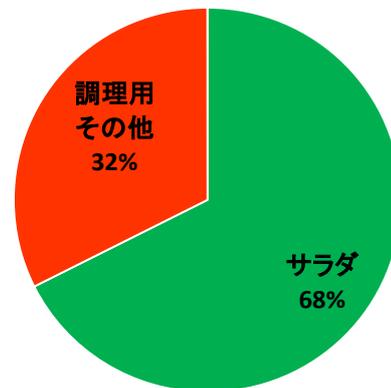


図18 レタスのアイテム数の内訳(平成24年度)



(3) みずな

千人当たりの販売個数と販売金額は、平成 22 年度は前年度と比べてほぼ横ばいであったが、平成 23 年度に大きく増加し、平成 24 年度も増加している。平成 24 年度の販売金額は、対平成 21 年度で 218%となった。

内訳としては、サラダが 100%を占めており、今回の調査では、調理用・その他は見られなかった。みずなは青菜として見た目も栄え、また味に癖がないことから、サラダ用商材として定着していることが伺える。また、商品名においてみずなが最初に来る場合にみずなとして抽出しているが、他の品目と違ってみずな単体としてのサラダではない傾向がある（図 19～22、表 10）。

図 19 みずなの千人当たりの販売個数と販売金額の推移

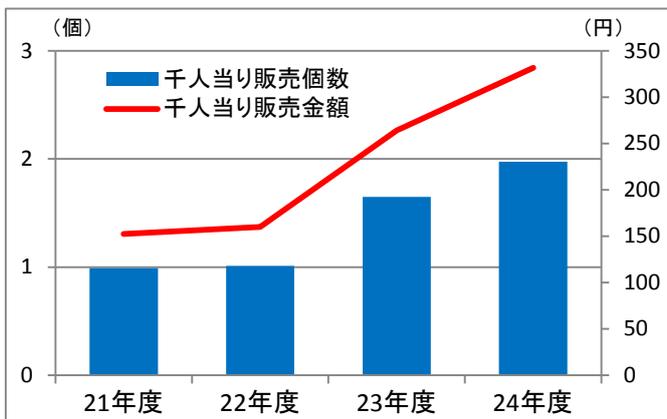


図 20 みずなの千人当たりの販売金額の内訳 (平成 24 年度)

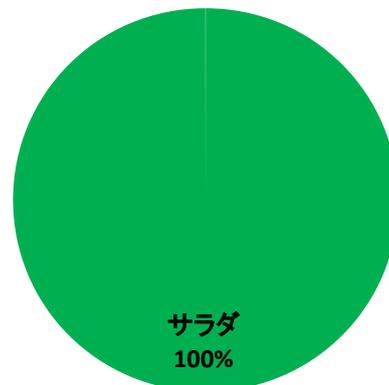


表 10 みずなの千人当たり販売金額の推移

(単位：円、%)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
サラダ	153	160	264	332 ( 218 )

注：( ) 内は対平成 21 年度増加率

図 21 みずなのアイテム数の年別推移

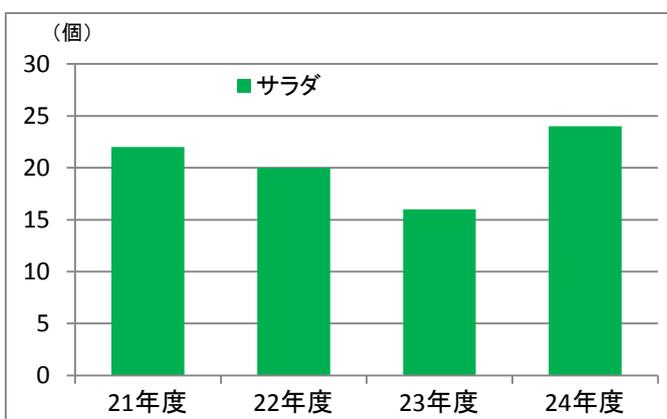
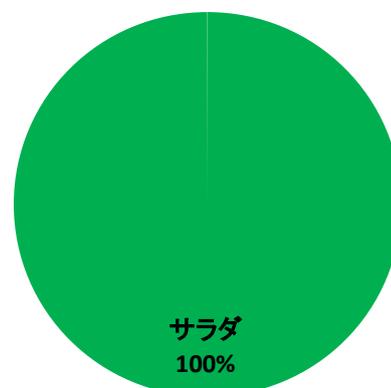


図 22 みずなのアイテム数の内訳 (平成 24 年度)



(4) たまねぎ

千人当たりの販売個数と販売金額は、平成 23 年度、平成 24 年度と大きく伸びており、平成 24 年度の販売金額は、対平成 21 年度で 200%となっている。内訳を見ると、サラダが 9 割以上を占めているが、調理用・その他の割合は年々増加している（図 23～26、表 11）。

図 23 たまねぎの千人当たりの販売個数と販売金額の推移

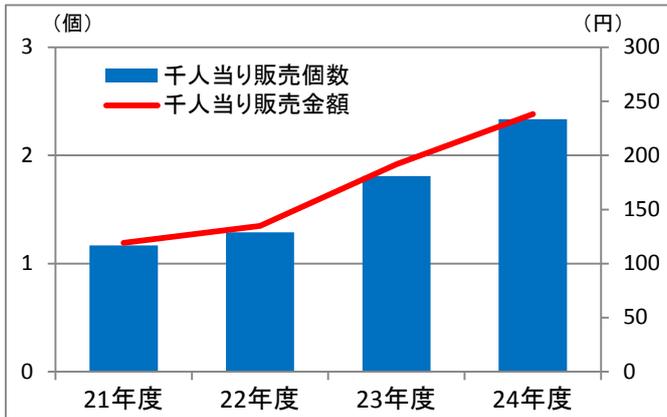


図 24 たまねぎの千人当たりの販売金額の内訳（平成 24 年度）

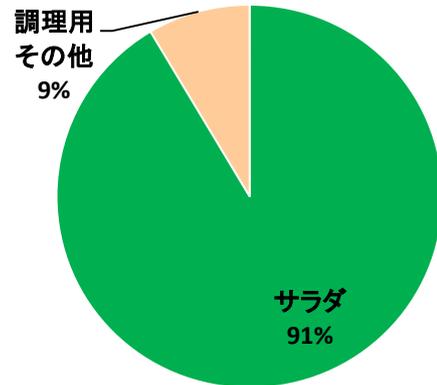


表 11 たまねぎの千人当たり販売金額の推移

(単位：円、%)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
全体	119	135	192	238 ( 200 )
うちサラダ	118	132	182	218 ( 185 )
調理用・その他	1	3	10	20 ( 1,378 )

注：( ) 内は対平成 21 年度増加率

図 25 たまねぎのアイテム数の年別推移

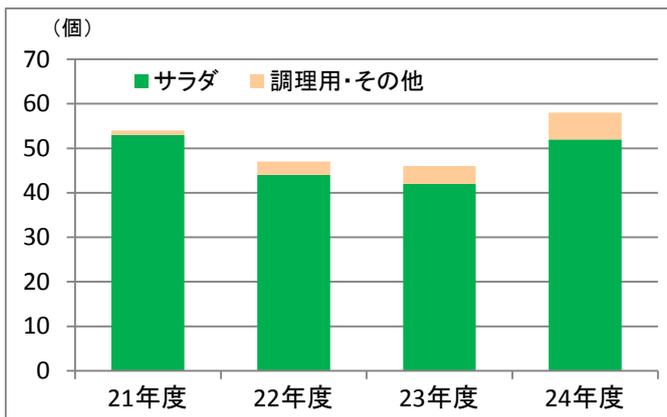
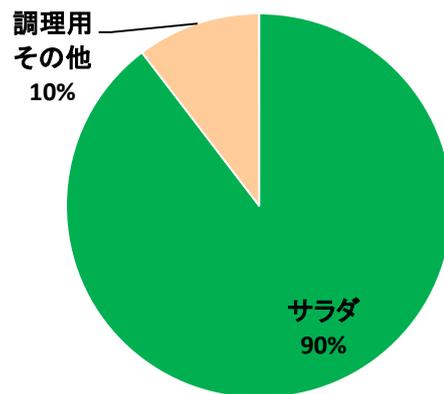


図 26 たまねぎのアイテム数の内訳（平成 24 年度）



(5) ごぼう

千人当たりの販売個数、販売金額とも、平成 23 年度に落ち込んでいるものの、平成 24 年度には回復した。しかし、平成 24 年度の販売金額は、対平成 21 年度で 94%となっている。一方で、販売個数では、平成 24 年度は同 104%と増加しており、平均価格が低下していることが伺える（図 27～30、表 12）。

図 27 ごぼうの千人当たりの販売個数と販売金額の推移

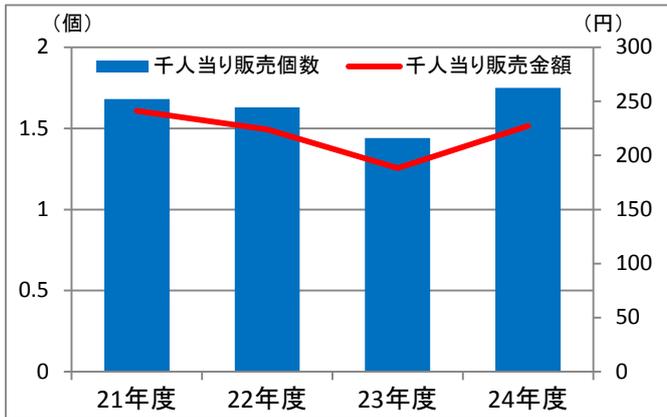


図 28 ごぼうの千人当たりの販売金額の内訳（平成 24 年度）

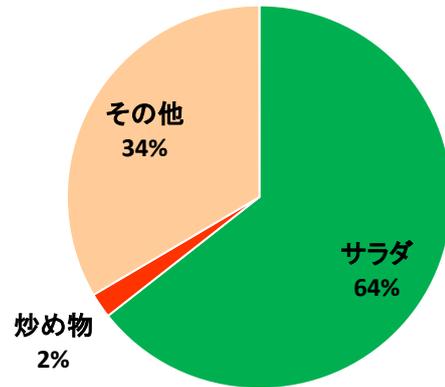


表 12 ごぼうの千人当たり販売金額の推移

(単位：円、%)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度
全体	241	224	188	227 ( 94 )
うちサラダ	176	164	120	146 ( 83 )
きんぴら用	7	6	5	5 ( 69 )
その他	58	54	64	76 ( 131 )

注：( ) 内は対平成 21 年度増加率

図 29 ごぼうのアイテム数の年別推移

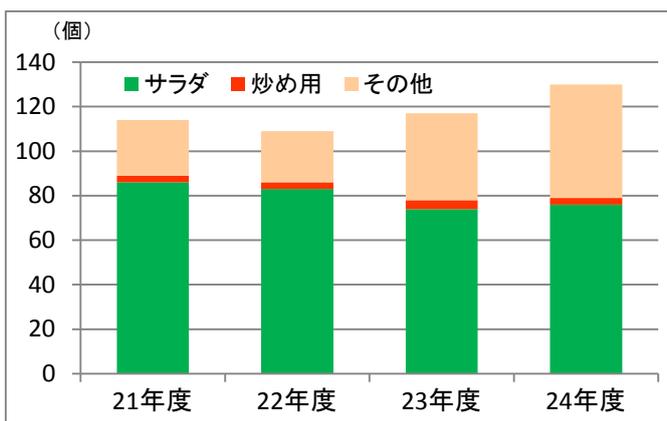
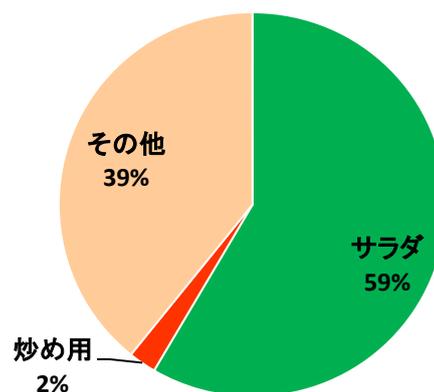


図 30 ごぼうのアイテム数の内訳（平成 24 年度）



(6) その他の品目

その他の主な品目の千人当たりの販売金額と販売個数は、以下のとおりとなっている。全体的に右肩上がりとなっているが、コーンは、平成 22 年度に販売個数、販売金額ともに減少している（図 31～35）。

図 31 ねぎの千人当たりの販売個数と販売金額の年別推移

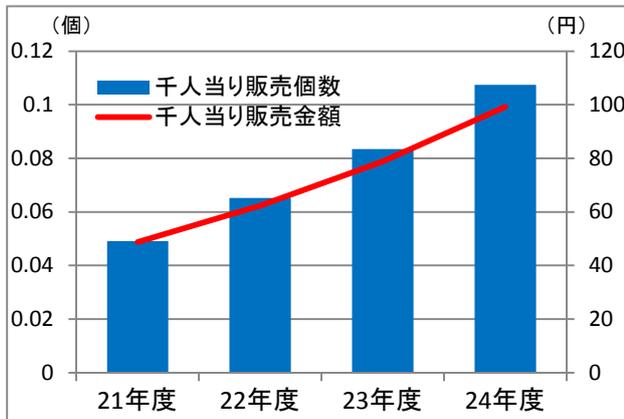


図 32 コーンの千人当たりの販売個数と販売金額の年別推移

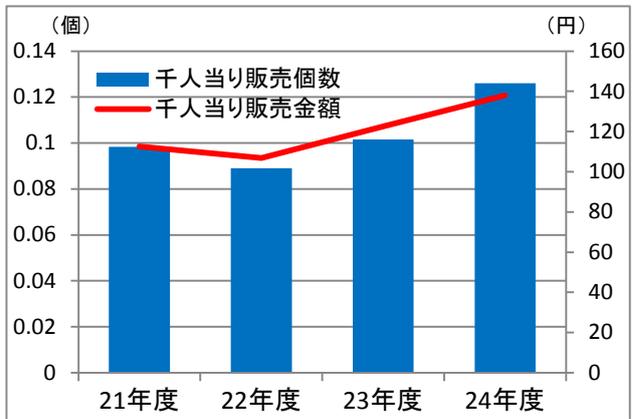


図 33 きこのこの千人当たりの販売個数と販売金額の年別推移

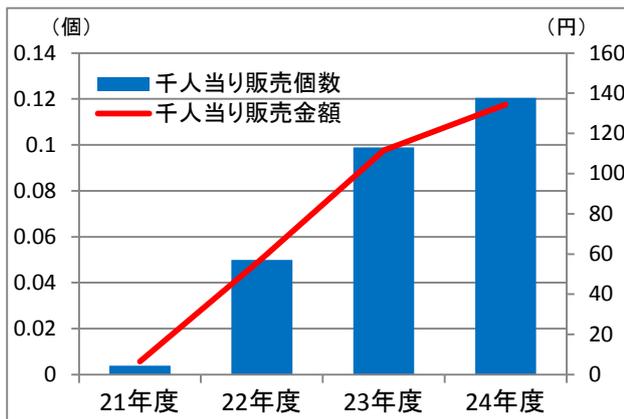


図 34 ミックス野菜の千人当たりの販売個数と販売金額の年別推移

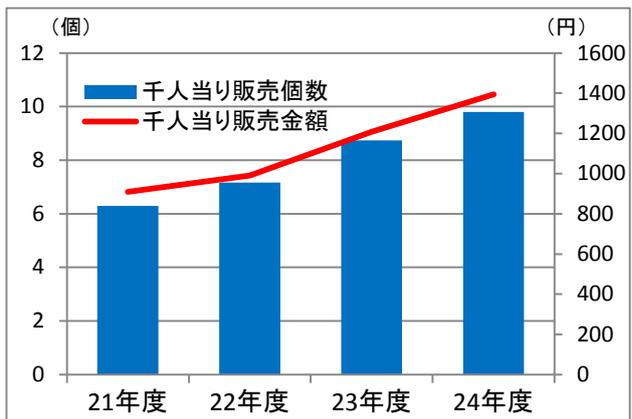
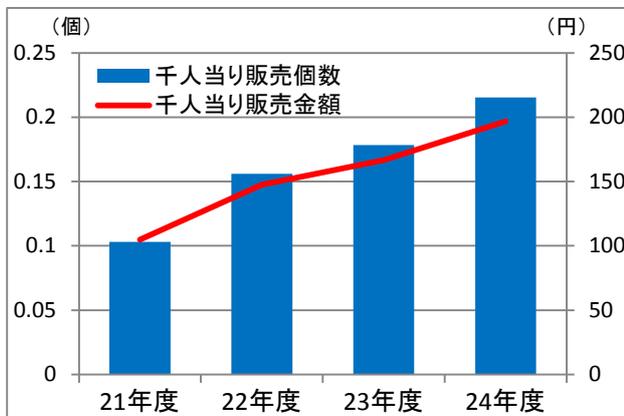


図 35 もやしの千人当たりの販売個数と販売金額の年別推移



### Ⅲ カット野菜の市場規模の推計

今回収集した POS データの販売金額は、全国の総合スーパー及び食料品スーパーの販売金額の約 4.53% に相当すると推計され、これをもとに平成 24 年度のカット野菜のスーパーにおける市場規模を算出したところ、約 605 億円と推計される。

注：当該 POS データの市場規模（4.53%）は、平成 19 年版商業統計の総合スーパー及び食料品スーパーの販売金額と、平成 22 年度の POS データ販売金額を基に算出した値である。

### Ⅳ まとめ

カット野菜は、これまで生鮮野菜の価格が高い時に代替品として販売が伸びると言われていた。月別のカット野菜の販売個数と生鮮野菜の卸売価格の推移を見ると、平成 23 年ぐらまではそのことが当てはまる。

しかし、平成 24 年以降は、卸売価格の高騰にあわせてカット野菜の販売個数の水準が上がり、かつ、卸売価格が下落しても販売個数はそれ程減少していない。簡便化志向の中で使いきりのできるカット野菜の利便性を知り、カット野菜の利用が定着して、需要が拡大していると最近言われるようになったが、そのことが十分に伺える推移となっている（図 36）。

図 36 カット野菜の千人当たり販売個数と生鮮野菜の卸売価格の月別推移



資料：農畜産業振興機構「カット野菜小売販売動向調査」、青果物情報センター  
 注：卸売価格は、東京都中央卸売市場の指定野菜合計の卸売価格