

平成27年度惣菜用野菜の需要構造実態調査

報告書

平成28年3月

独立行政法人 農畜産業振興機構

はじめに

我が国における野菜の需要は、単身世帯や有職主婦の増加等にもなう食の外部化の進展により、加工・業務用需要が増加傾向にある。農林水産省農林水産政策研究所の推計によると、野菜の加工・業務用需要の割合は、平成 22 年度には約 6 割を占めており、野菜全体の生産・流通・消費の動向に大きな影響をもたらしている。

このため、加工・業務用需要に対応した国産野菜の生産・流通・販売体制の確立・強化を図ることが重要な課題となっており、現在、様々な対策・事業が積極的に推進されている。

当機構では、このような状況を踏まえ、加工・業務用野菜の需要構造の実態を把握し、野菜の需給の安定等に資する観点から、これまでに、カット野菜、冷凍野菜に係る実態調査を実施しており、今般、その一環として、「野菜を使用した惣菜」の生産、流通、販売の実態に関するアンケート調査及びヒアリング調査を実施し、その成果を取りまとめたところである。

本調査は、アンケート調査をもとにした集計・分析並びに各事業者へのヒアリング調査という調査手法上の一定の制約はあるものの、調査結果からは、国内の製造、流通、販売の実情、今後の取組意向や課題など、野菜を使用した惣菜の生産・流通・販売の実態が一定程度明らかになっている。

調査の実施に当たっては、一般社団法人日本惣菜協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会の全面的なご協力とご助言をいただきながら、惣菜メーカー、惣菜を製造されているスーパーをはじめとして、数多くの皆様方に、企業として回答可能な項目の選択や該当数値の集計、調査票の取りまとめ、ヒアリング調査の受け入れなどに大変なご尽力とご協力を賜りましたことに対して、厚く御礼を申し上げます次第です。

本調査結果が、国産野菜を使用した惣菜の生産振興と販路の開拓・拡大、野菜の全体的な需給の安定に向けて、今後の関係者の皆様の取り組みの推進の一助になれば幸いである。

独立行政法人農畜産業振興機構

目 次

I. 調査の実施方法等	
1 調査の目的	1
2 調査方法	2
3 調査実施時期	2
4 調査対象者	2
5 調査内容	2
6 アンケート回収状況	2
II. 調査結果の概要	
1 惣菜の市場規模	4
2 野菜を使用した惣菜の販売動向および市場規模の推計	5
3 惣菜に使用される原料野菜	6
(1) 形態別原料野菜	6
(2) 原料野菜の仕入先	8
(3) 原料野菜の国産割合と理由	10
4 国産原料野菜の今後	14
まとめ	16

I. 調査の実施方法等

1. 調査の目的

野菜の需要動向において、加工・業務用の割合が高まりつつあるなかで、国内で幅広く利用されている野菜を使用した惣菜について、その生産、流通、販売の実態を明らかにすることによって、野菜の需給安定等に関する各般の取組を推進するための基礎資料とすることを目的に実施した。

調査を行う惣菜は、「一般社団法人日本惣菜協会」の定義に基づき、「そのまま食事として食べられる状態に調理されて販売されるもので、家庭、職場、屋外などに持ち帰って調理加熱されることなく食べられる、次に示す比較的消費期限の短い調理済食品をいう。ただし、容器包装後低温殺菌処理され、冷蔵にて1カ月程度の日持ちする調理済包装食品も含む。（調理済冷凍食品、レトルト食品〈包装後加熱調理殺菌食品を含む〉など比較的保存性の高い食品は含まれない。）」とした。具体的な調査対象は下記の通りである。

【調査対象の惣菜の範囲】

惣菜サラダ（味付け、調理されたサラダ）

（例）

ポテトサラダ、野菜サラダ、コールスロー、麺類サラダ等

和惣菜

（例）

煮物：筑前煮、野菜うま煮、煮浸し、うの花等

揚げ物：野菜天ぷら、野菜かきあげ、野菜コロッケ等

和え物：おひたし、なます、胡麻あえ等

茹で野菜：茹ほうれんそう等

その他和惣菜：肉じゃが、きんぴら、野菜炒め、茶わん蒸し、野菜の酢の物

煮豆

（例）

黒豆、金時豆、いんげん豆、えんどう豆、そら豆等

洋惣菜

（例）

コロッケ、ハッシュドポテト、ジャーマンポテト、ハンバーグ、ミートボール、マリネ、グラタン、野菜スープ等

中華惣菜

（例）

餃子、焼売、肉まん、春巻き、チンジャオロース、酢豚、回鍋肉、麻婆茄子等

韓国惣菜

（例）

ビビンバ、ナムル、キムチもやし等

弁当

(例)

幕の内弁当、海苔弁当等（寿司、お握り、麺類を除く）

その他惣菜

(例)

おでん、お好み焼き、たこ焼き、焼きそば等

2. 調査方法

調査対象企業に対して、委託会社(株工業市場研究所)を通じて、郵送によるアンケート調査を実施した。

3. 調査実施時期

2015年11月

4. 調査対象者

アンケート調査の対象者は、「惣菜、弁当マーケット年鑑、2014年版」に収録されている惣菜製造・卸売企業1,688社、「日本スーパーマーケット協会」「新日本スーパーマーケット」「日本チェーンストア協会」「オール日本スーパーマーケット協会」の会員471社。

5. 調査内容

- ・惣菜に使用する原料野菜の仕入・販売状況
- ・惣菜に使用する原料野菜の形態別仕入状況
- ・惣菜に使用する原料野菜の国産使用状況

6. アンケート回収状況

○調査票配布数 2,159件（惣菜事業者1,688、スーパー471）

※うち、宛先不明で返送されたもの79件

○調査票回収数 496件（惣菜事業者408、スーパー88）

※「野菜の取扱いなし」と確認された企業も含む

○回収率：23.8%

○調査票の集計・分析の対象数 239件

なお、アンケート回収に当たって以下のような回収率向上策を行った。

- ・調査票発送後、全ての調査対象先に督促ハガキを送付した。
- ・全ての未回収企業に対して電話による督促を実施した。

表 I 調査票回収事業者の惣菜の製造・販売状況

① 惣菜事業者

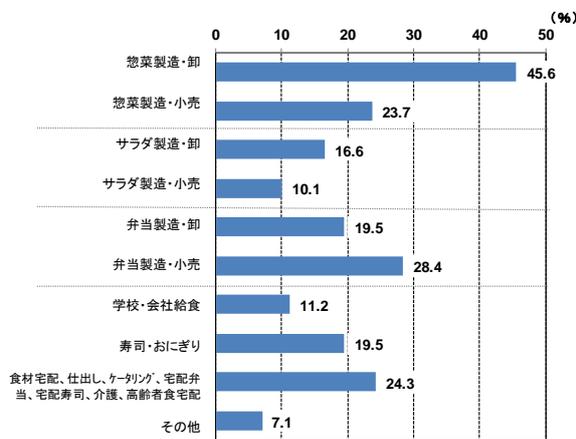
惣菜の製造・販売状況	件数	%	集計対象
惣菜を製造・販売している	129	31.6%	170
惣菜の製造はしていないが、販売はしている	21	5.1%	
不明だが、他の項目で回答	20	4.9%	
野菜を使用した惣菜は、製造も販売も行っていない	238	58.3%	
合計	408	100.0%	

② 惣菜を製造・販売しているスーパー

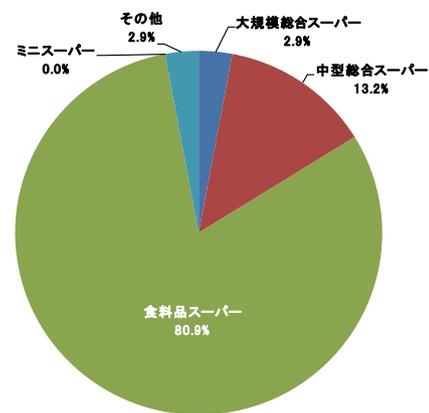
惣菜の製造・販売状況	件数	%	集計対象
プロセスセンターなどの直営製造工場で製造している	9	10.2%	69
販売店舗で製造している	15	17.0%	
一部を販売店舗もしくは直営工場で製造し、他は他社から仕入れている	33	37.5%	
全て、他社から仕入れている	8	9.1%	
不明だが、他の項目で回答	4	4.5%	
野菜を使用した惣菜は販売していない	19	21.6%	
合計	88	100.0%	

【参考】

惣菜事業者の事業形態別内訳



スーパーの規模別・形態別の内訳



【報告書中のアンケートの集計、記述及び活用上の注意点】

- ・各質問項目では「無回答」を除外した数値を母数として集計している。
- ・集計結果は、原則として小数点第2位以下を四捨五入して表記しているため、合計が100%にならない場合がある。
- ・本報調査結果については、回収できたアンケート調査（回収率23.8%）並びにヒアリング調査結果をもとに整理、分析を行っており、一部の調査項目の結果については、回答数が限られている。また、回答企業の業種や取扱品目、規模等の違いがあることから、本報告の活用に当たっては、これらの点に留意することが適当である。

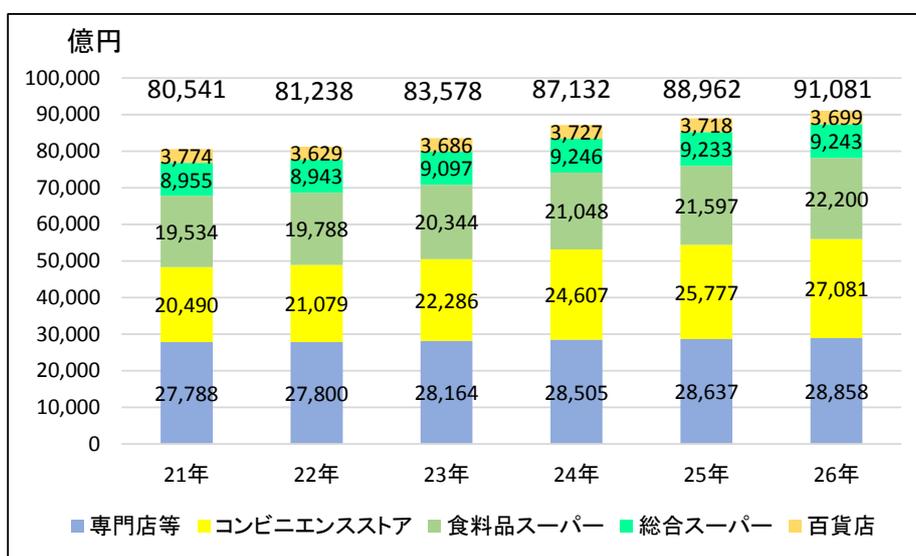
II. 調査結果の概要

1. 惣菜の市場規模

一般社団法人日本惣菜協会によれば、我が国における惣菜の販売額は増加傾向にあり、平成 25 年は対前年比 2.1%増加の 8 兆 8,962 億円、26 年は同 2.4%増の 9 兆 1,081 億円と見込まれている。

カテゴリ別にみると、お握りや弁当などの米飯類が 46%と最も多く、次いで野菜を多く使用している一般惣菜が 42%を占めている。販売業態別に見ると、専門店等および食料品スーパーの 2 業態で 76%を占めているが、販売額の増加率（26 年/21 年）を見ると、コンビニエンスストアが 32%増と最も高く、次いで食料品スーパーが 14%増、専門店等 4%増、総合スーパー 3%増となっている。

図 1 惣菜の市場規模の推移



資料：惣菜白書各年版、一般社団法人日本惣菜協会

注：26 年は見込み

図 2 カテゴリ別市場規模（25 年）

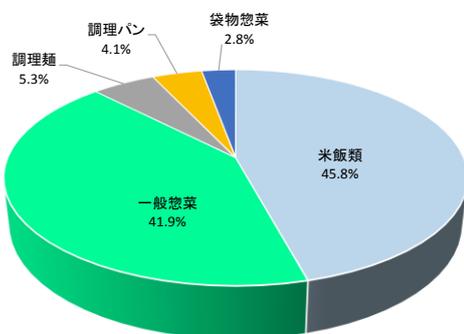
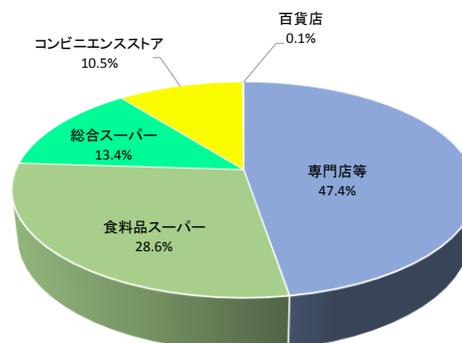


図 3 業態別市場規模（25 年）



資料：惣菜白書各年版、一般社団法人日本惣菜協会

注 1：カテゴリは、日本惣菜協会による。

注 2：日本惣菜協会では、袋物惣菜とは、「容器包装後低温殺菌処理され、冷蔵にて 1 ヶ月程度の日持ちする調理済包装品」とされている。

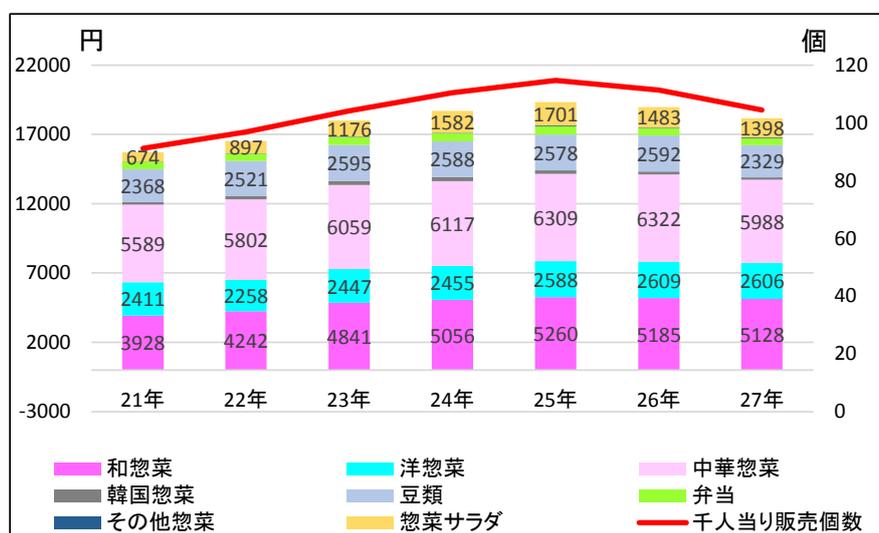
2. 野菜を使用した惣菜の販売動向および市場規模の推計

POS（Point of Sales、販売時点情報管理）データにより、近年におけるスーパーでの野菜を使用した惣菜の千人当たりの販売個数、販売金額の動向を見ると、販売金額、個数ともに 25 年をピークに減少しており、特に中華惣菜とサラダの販売金額の減少が比較的大きくなっている。

POS データにおける惣菜販売額に占める野菜を使用した惣菜販売額が 57.1%を占めることから、25 年における野菜を使用した惣菜の市場規模は 50,797 億円と推計される。

また、本アンケート調査における惣菜製造事業者の惣菜販売額に占める野菜仕入額の割合は 14.0%であることから、惣菜原料野菜の市場規模は 7,112 億円と推計される。本アンケート調査における国産野菜の割合は約 70%であることから、国産の惣菜原料野菜の市場規模は 4,978 億円と推計される。25 年の野菜の農業産出額は 25,159 億円（生産農業所得統計 野菜＋豆類＋いも類）であることから、国内野菜生産額の約 2 割が惣菜仕向けと推計される。

図 4 千人当たり販売金額・個数の推移



注 1：野菜を使用した惣菜

（財流通システム開発センターの分類（惣菜類：「和惣菜」「洋惣菜」「中華惣菜」「煮豆」「その他惣菜」「サラダ」）のうち、「一般社団法人日本惣菜協会」の惣菜の定義に基づくもの。

注 2：本調査の使用に際しては、集計に用いた POS データには、独自ブランドの販売が多い大型総合スーパーおよびコンビニエンスストアのデータが含まれていないことを考慮しておく必要がある。

3. 惣菜に使用される原料野菜

(1) 形態別原料野菜

アンケート調査によると、惣菜に使用されている原料野菜の形態は、生鮮野菜（ホール野菜）以外にもカット野菜、冷凍野菜、剥きたまねぎなどの一次加工野菜、水煮・缶詰などが使用されている。惣菜事業者における原料野菜の形態別使用割合を見ると、ホール野菜が47%を占め、次いでカット野菜22%、冷凍野菜15%、皮むき等一次加工野菜8.0%、水煮・缶詰等野菜5.7%となっている。一方、スーパーにおいては、カット野菜32%、キット野菜29%合計で約60%を占め、次いでホール野菜21%、冷凍野菜9.4%、皮むき等一次加工野菜5.4%、水煮・缶詰等野菜4.0%となっている。

(注：キット野菜：かき揚げや焼きそばなど、惣菜の材料がセットになっており調理場でフライや炒めなどの簡単な調理で惣菜を製造できるものを言う。)

各形態を使用する理由を見ると、惣菜事業者では鮮度とコストの面からホール野菜の割合が高く、スーパーでは調理の簡便性や価格と供給の安定性からカット野菜およびキット野菜の割合が高くなっている。

なお、スーパーへの聞き取りによると、特にプロセスセンターを持たないスーパーでは、各店舗での調理に係る衛生面、調理スペース・人員の確保の視点などから、調理が簡便なカット野菜、キット野菜の使用が多くなっている。

各原料野菜の形態別の使用比率を見ると、トマト、きゅうり、京菜、レタス、パプリカは、ほとんどでホール野菜が使用されており、たまねぎ、かぼちゃ、ごぼうは、5割以上がカット野菜および皮むき等一次加工野菜が使用され、えだまめ、オクラ、インゲンは、ほとんどで冷凍野菜が使用され、たけのこ、山菜は、ほとんどで水煮、缶詰が使用されている。

図5 原料野菜の形態別使用割合

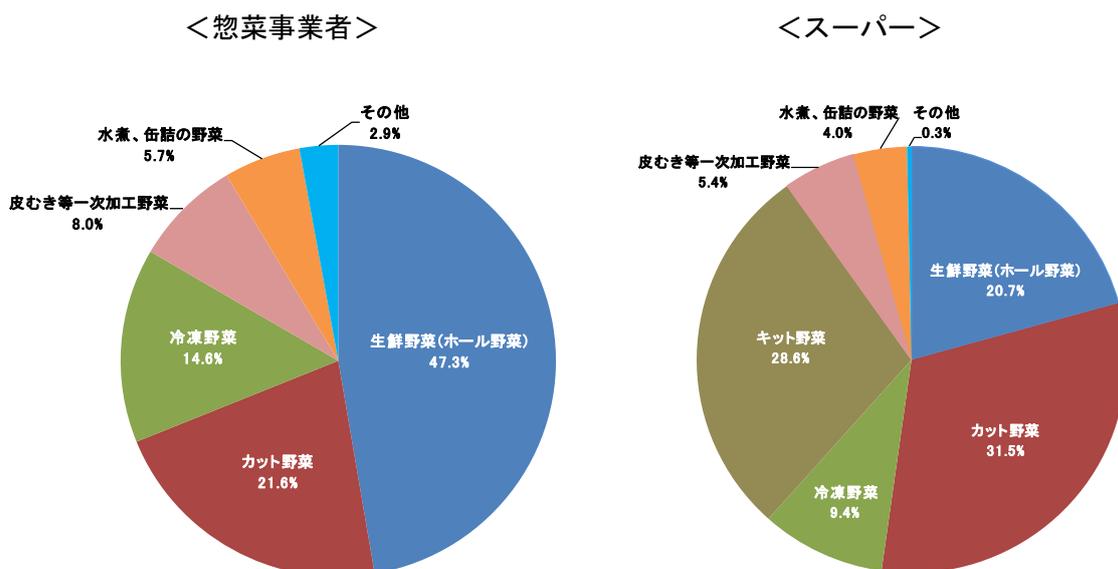


図6 ホール野菜（生鮮野菜）を使用する理由

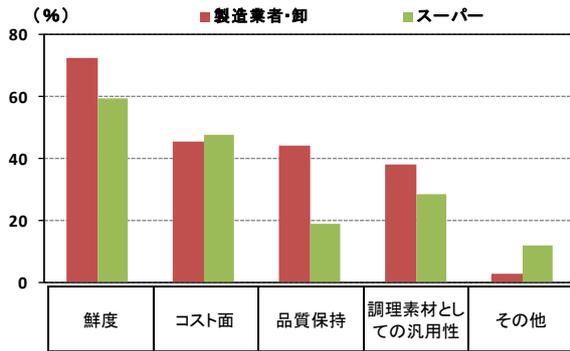


図7 カット野菜を使用する理由

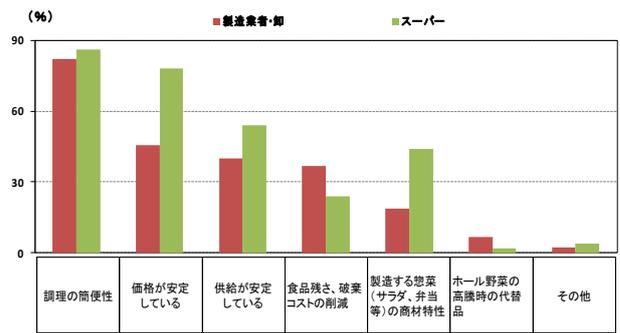


図8 冷凍野菜を使用する理由

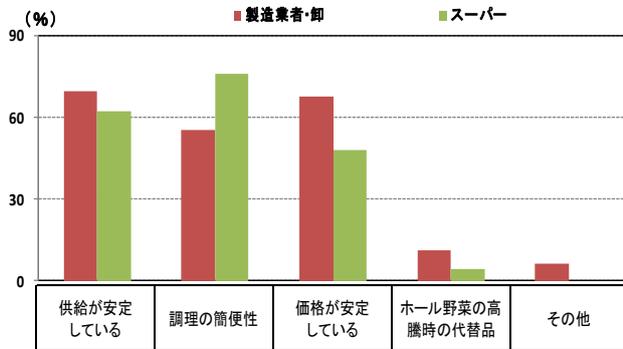


図9 皮むき等一次加工野菜を使用する理由

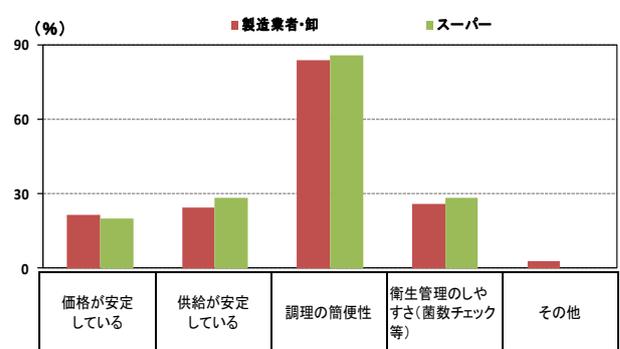


図10 水煮・缶詰野菜を使用する理由

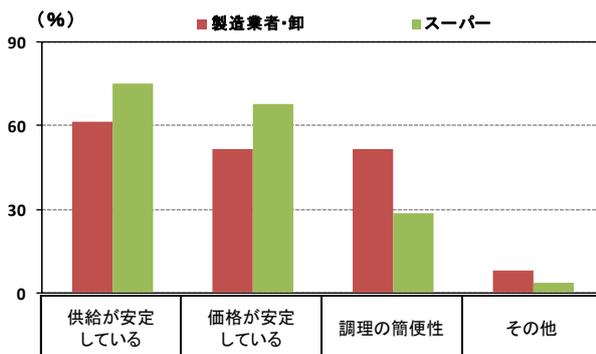


図11 キット野菜を使用する理由（スーパー）

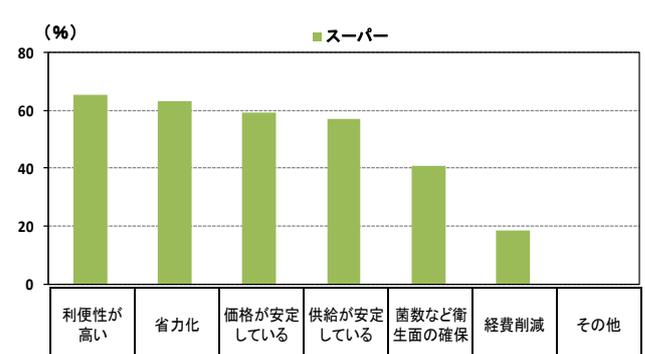


表1 原料野菜の形態別比率

	生鮮野菜	カットおよび皮むき等一次加工	冷凍野菜	水煮、缶詰	その他
ミニトマト	99.3	0.7	0.0	0.0	0.0
きゅうり	98.0	2.0	0.0	0.0	0.0
京菜(水菜)	95.9	3.9	0.2	0.0	0.0
結球レタス	95.4	4.6	0.0	0.0	0.0
普通トマト	95.0	0.1	0.0	4.9	0.0
サニーレタス	94.9	5.1	0.0	0.0	0.0
パプリカ	93.7	1.7	4.6	0.0	0.0
リーフレタス	92.8	7.2	0.0	0.0	0.0
なす	86.4	1.4	12.3	0.0	0.0
はくさい	83.1	15.1	1.8	0.0	0.0
ピーマン	81.4	6.0	12.7	0.0	0.0
キャベツ	80.2	19.8	0.0	0.0	0.0
ねぎ	79.5	19.7	0.8	0.0	0.0
だいこん	78.7	18.4	1.0	1.9	0.0
ばれいしょ	74.9	24.2	0.8	0.0	0.0
長芋・大和芋	56.1	34.7	7.0	2.2	0.0
にんじん	54.6	40.5	1.7	3.1	0.0
たまねぎ	37.1	59.0	3.9	0.0	0.0
かぼちゃ	36.1	56.0	7.0	0.9	0.0
ごぼう	31.1	53.5	0.8	14.6	0.0
ブロッコリー	30.3	8.7	61.0	0.0	0.0
さといも	29.4	2.3	68.3	0.0	0.0
アスパラガス	27.4	1.1	14.2	57.4	0.0
ほうれんそう	23.0	2.1	74.9	0.0	0.0
小松菜	21.1	44.8	34.1	0.0	0.0
カリフラワー	15.3	0.0	84.1	0.6	0.0
インゲン	8.1	0.2	91.5	0.2	0.0
オクラ	7.3	0.6	92.1	0.0	0.0
スイートコーン	5.3	0.2	25.5	68.9	0.0
れんこん	0.9	32.8	9.0	57.4	0.0
えだまめ	0.1	1.3	98.5	0.0	0.0
たけのこ	0.0	0.0	0.0	99.9	0.0
山菜	0.0	0.0	3.1	96.9	0.0

注：各品目別の総仕入量に対する形態別仕入量の割合

(2) 原料野菜の仕入先

惣菜事業者およびスーパーにおける原料野菜の主要仕入先（上位3業態）をみると、ホール野菜では、市場の卸売・仲卸売業者および青果物問屋の中間事業者が最も多く、次いで生産者や生産者団体（生産者個人・任意グループ等、農協・経済連、農業生産法人）となっている。カット野菜、皮むき等一次加工野菜では、加工業者が最も多く、次いで卸・中卸等の中間事業者となっている。冷凍野菜および水煮、缶詰の野菜では、卸・中卸等の中間事業者の割合が多く、次いで輸入業者・商社、加工業者となっている。

図 12 惣菜事業者における惣菜に使用する原料野菜の仕入先（複数回答）

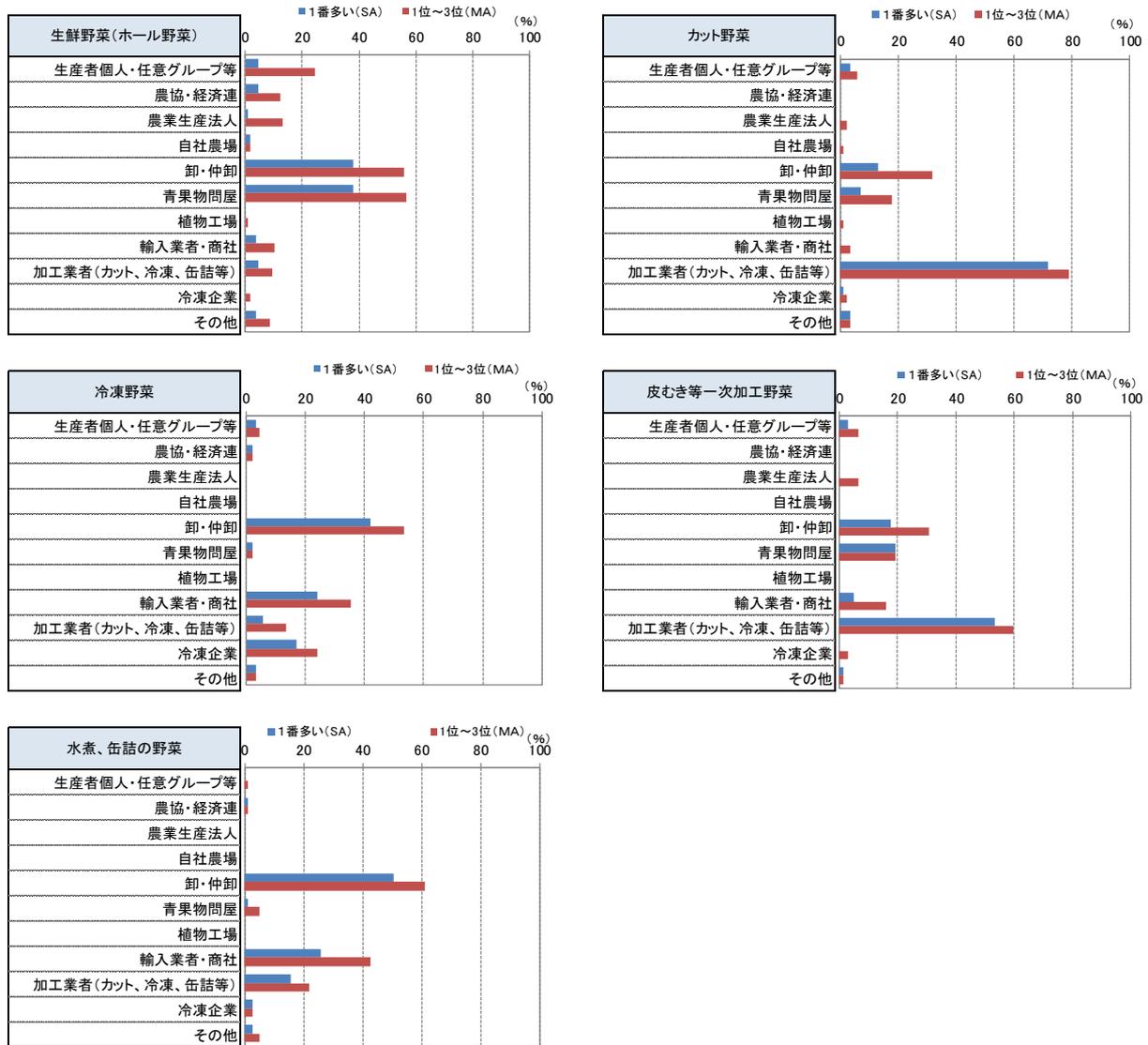
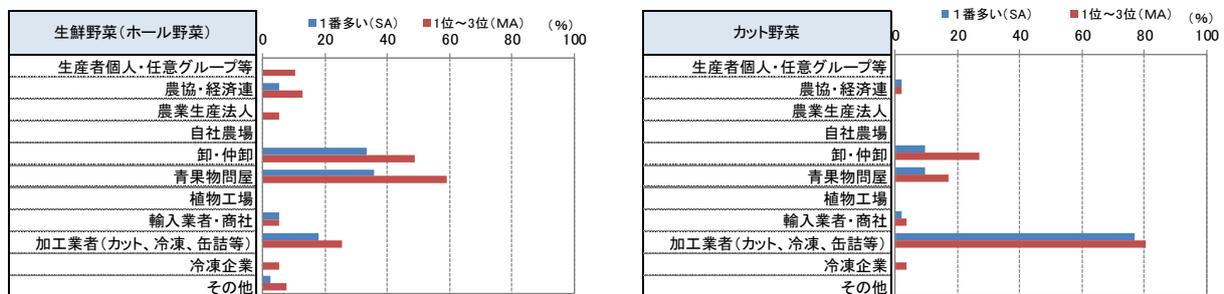
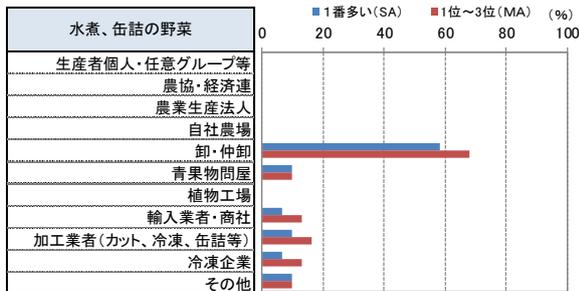
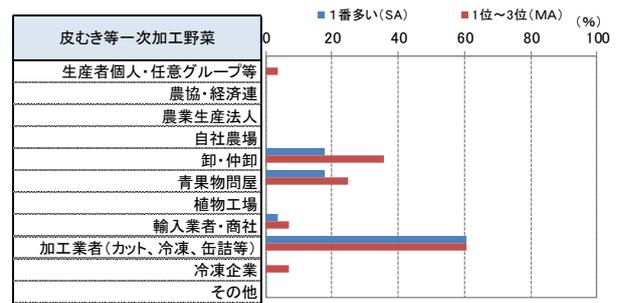
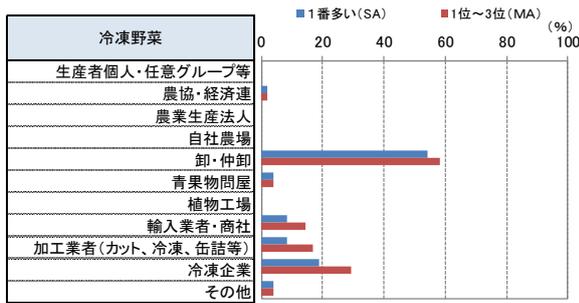


図 13 スーパーにおける惣菜に使用する原料野菜の仕入先（複数回答）

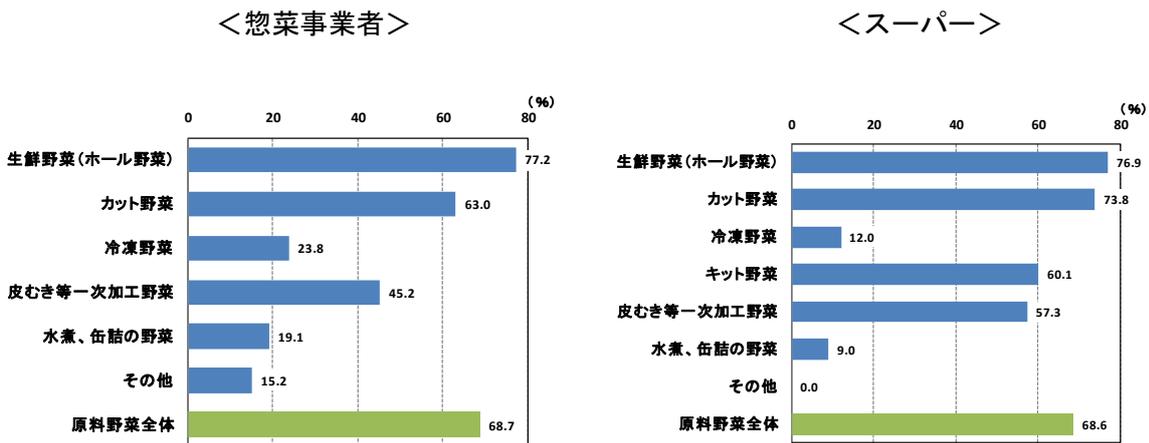




(3) 原料野菜の国産割合と理由

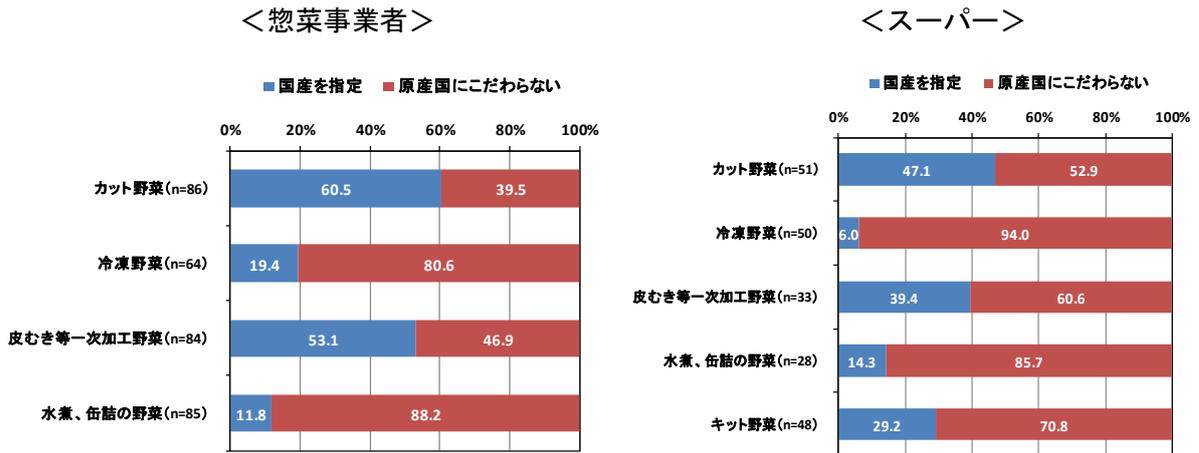
原料野菜に占める国産野菜の割合（重量ベース）をみると、全体では、惣菜事業者、スーパーともに約 7 割となっており、国産の比率が高い。原料野菜の形態別では、「鮮度を重視する」ホール野菜では、惣菜事業者、スーパーともに 77%となっている。カット野菜では、惣菜事業者で 63%、スーパーで 74%となっており、皮むき等一次加工野菜では、惣菜事業者で 45%、スーパーで 57%と高い比率となっている。また、スーパーにおいては、調理が簡便なことから仕入れが増加しているキット野菜でも 60%が国産となっている。

図 14 原料野菜の形態別の国産割合（重量ベース）



また、カット野菜、冷凍野菜、皮むき等一次加工野菜、キット野菜の原料仕入に当たり国産野菜を指定するかどうかをアンケート（企業数ベース）したところ、惣菜事業者におけるカット野菜、皮むき等一次加工野菜では「国産原料指定」の割合が 61%、53%と高いものの、冷凍野菜、水煮、缶詰では、惣菜事業者、スーパーともに「原産国にこだわらない」とする企業の割合が 8 割を超えている。

図 15 原料野菜の仕入における「国産」「外国産」の指定状況（企業数ベース）



次に、原料野菜の形態別に、国産指定の理由についてみる。

国産を指定する事業者の場合、全ての形態において、価格よりも、安全性や品質を重視する割合が高くなっている。特にスーパーでは、安全性を重視する割合が、冷凍野菜と水煮、缶詰で 100%、カット野菜、キット野菜、皮むき等一次加工野菜で 80%超と高くなっている。

一方、国産指定にこだわらない事業者では、スーパーにおけるカット野菜と皮むき等一次加工野菜を除いて価格を最も重視し、次いで品質が重視されている。スーパーにおけるカット野菜と皮むき等一次加工野菜の場合、品質が最も重視されているものの、価格を重視する割合は、国産を指定する事業者に比べ高くなっている。

図 16 カット野菜使用における国産・外国産の指定状況・理由（企業数ベース、複数回答）

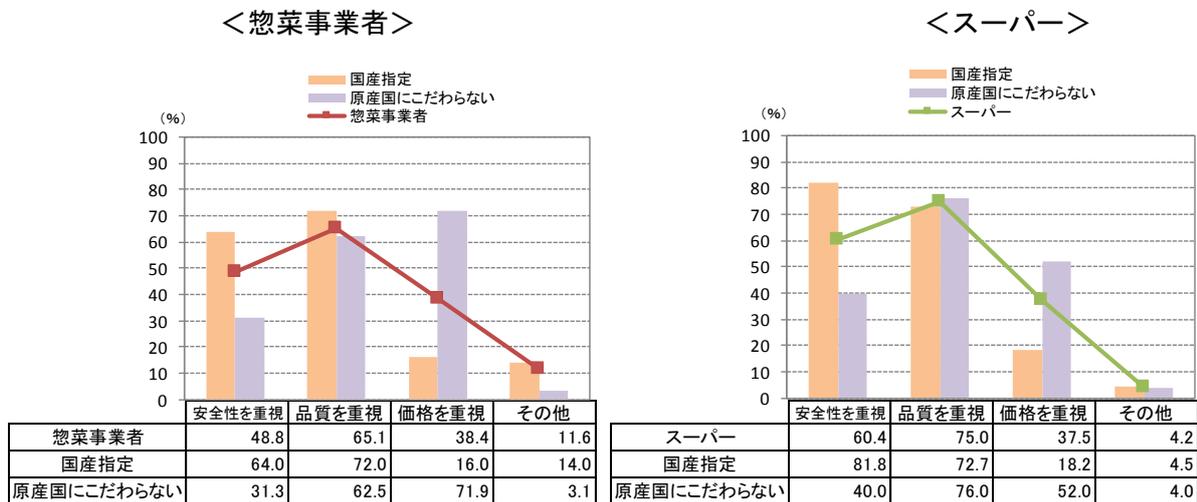


図 17 冷凍野菜使用における国産・外国産の指定状況・理由（企業数ベース、複数回答）

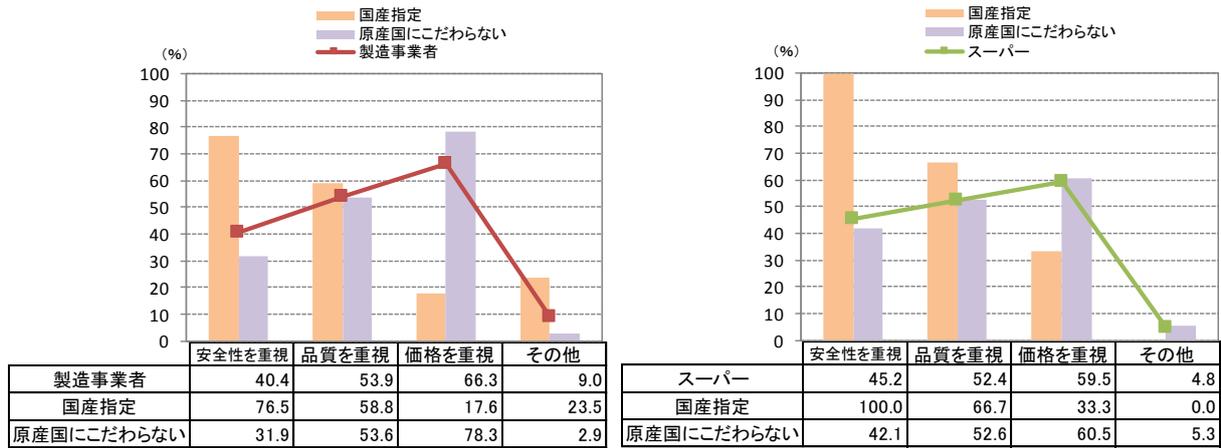


図 18 皮むき等一次加工野菜使用における国産・外国産の指定状況・理由（企業数ベース、複数回答）

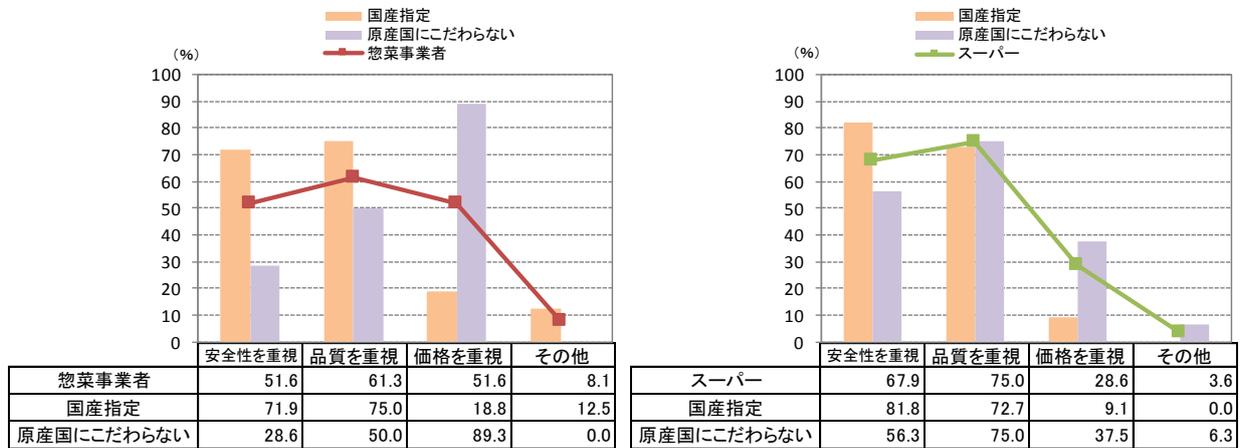


図 19 水煮、缶詰における国産・外国産の指定状況・理由（企業数ベース、複数回答）

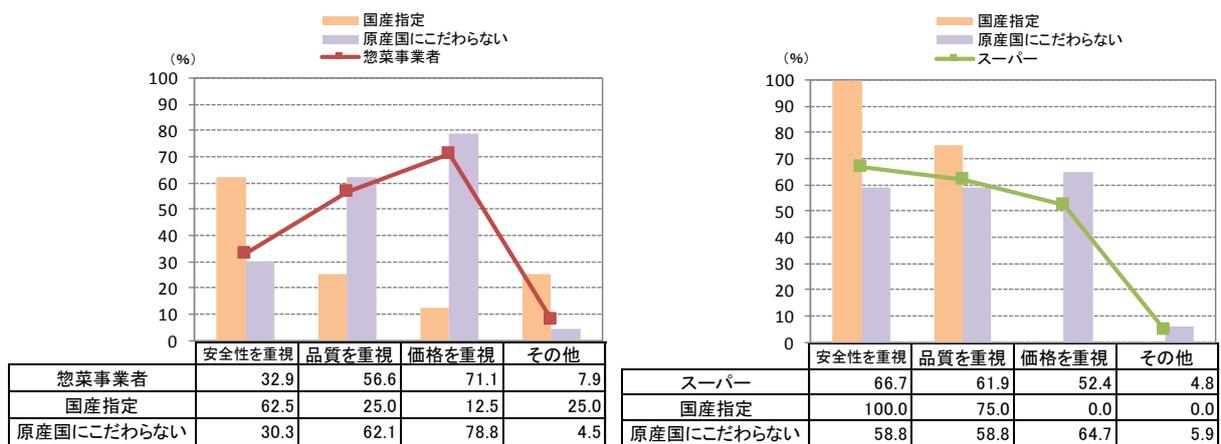


図 20 キット野菜における国産・外国産の指定状況・理由（複数回答）

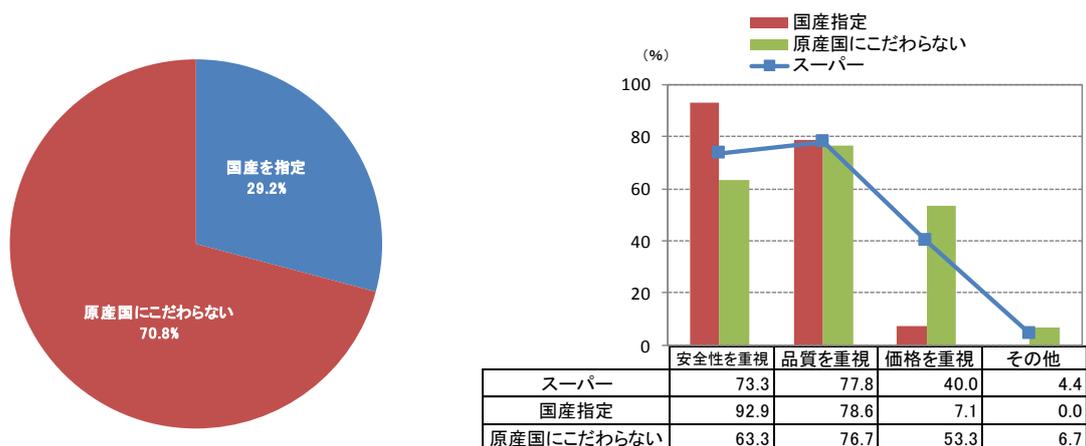


表 2 品目別の国産割合

(単位：%)

全 体		惣菜事業者		スーパー	
きゅうり	99.8	きゅうり	99.8	きゅうり	100.0
リーフレタス	98.0	サニーレタス	99.5	はくさい	100.0
サニーレタス	97.5	リーフレタス	97.4	だいこん	100.0
はくさい	97.0	はくさい	96.4	キャベツ	100.0
だいこん	96.8	だいこん	96.2	ばれいしょ	100.0
キャベツ	95.8	ばれいしょ	94.6	ミニトマト	100.0
ばれいしょ	95.7	結球レタス	94.5	結球レタス	100.0
ミニトマト	95.1	キャベツ	94.4	普通トマト	100.0
結球レタス	94.9	ミニトマト	93.3	ねぎ	99.5
普通トマト	94.0	普通トマト	93.1	リーフレタス	99.4
京菜(水菜)	89.0	京菜(水菜)	90.1	ピーマン	97.3
ねぎ	88.2	長芋・大和芋	88.1	なす	91.4
なす	87.1	なす	85.8	サニーレタス	88.9
長芋・大和芋	84.2	ねぎ	85.3	たまねぎ	86.0
ピーマン	81.4	ピーマン	76.8	京菜(水菜)	83.8
にんじん	76.4	にんじん	76.0	にんじん	77.7
たまねぎ	72.6	たまねぎ	69.1	小松菜	65.0
ほうれんそう	66.4	ほうれんそう	68.1	かぼちゃ	63.7
小松菜	61.3	ごぼう	61.2	ほうれんそう	59.4
かぼちゃ	61.2	小松菜	60.8	長芋・大和芋	56.7
ごぼう	59.2	かぼちゃ	60.4	ごぼう	49.3
オクラ	36.5	アスパラガス	34.1	オクラ	48.3
アスパラガス	35.5	オクラ	33.8	アスパラガス	41.3
カリフラワー	32.5	カリフラワー	32.4	スイートコーン	35.0
れんこん	29.0	れんこん	28.2	れんこん	33.4
インゲン	24.7	さといも	24.6	カリフラワー	33.3
ブロッコリー	24.0	ブロッコリー	24.4	インゲン	31.4
さといも	23.2	インゲン	23.7	パプリカ	24.4
スイートコーン	18.0	山菜	18.0	ブロッコリー	22.6
たけのこ	16.9	たけのこ	16.0	たけのこ	20.8
山菜	16.4	えだまめ	15.0	さといも	17.8
パプリカ	16.1	スイートコーン	14.9	山菜	11.3
えだまめ	13.0	パプリカ	14.4	えだまめ	7.5

4. 国産原料野菜の今後

国産比率が高い生鮮野菜（ホール野菜）を使用する事業者が国産原料野菜不作時にとる対応についてアンケートを行ったところ、惣菜事業者の場合は「仕入先を変更して国産野菜を調達」が58%と最も多く、次いで製品内容を減らすといった「製品仕様の変更」が39%、「輸入野菜の調達」が33%、「冷凍野菜の調達」が29%となっている。

スーパーの場合は、「製品仕様の変更」が38%で最も高く、次いで「仕入先を変更して国産野菜を調達」が35%、「カット野菜を調達」が33%、「冷凍野菜を調達」が23%、「輸入野菜を調達」が16%となっている。

このように国産野菜を主に調達していた事業者については、不作時においても輸入に頼るのではなく、産地や仕様を変更してでも国産野菜を使用する傾向がうかがえる。

一方、国産の生鮮野菜（ホール野菜）を調達する際の問題点としては、「価格変動が大きい」、「年間の安定調達が難しい」とする事業者が多い。

図 21 生鮮野菜（ホール野菜）が不足した場合の対処方法（複数回答）

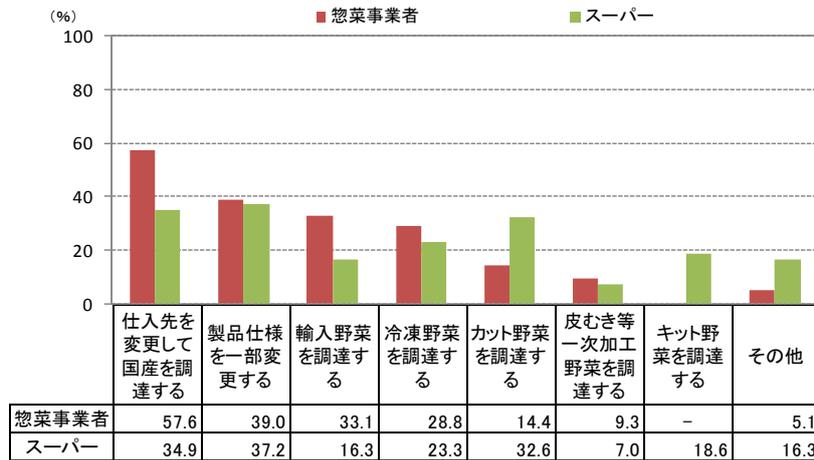
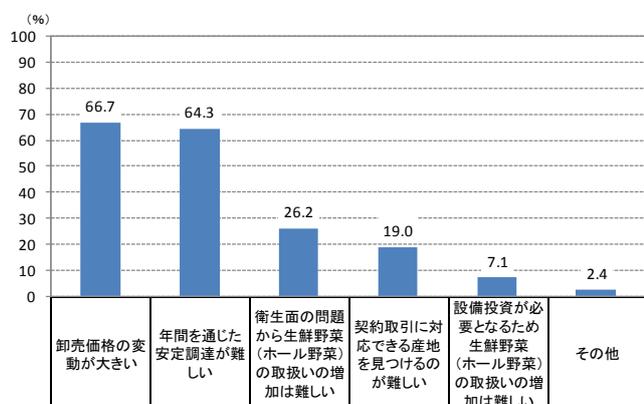
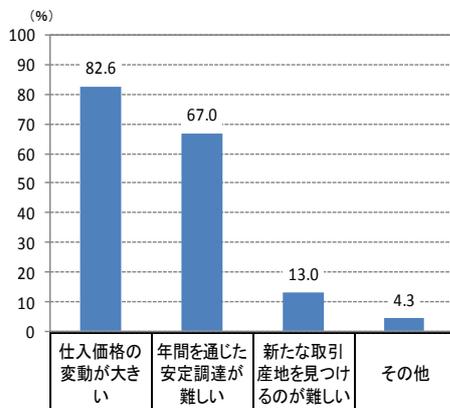


図 22 国産の生鮮野菜（ホール野菜）を調達する際の課題・問題点（複数回答）

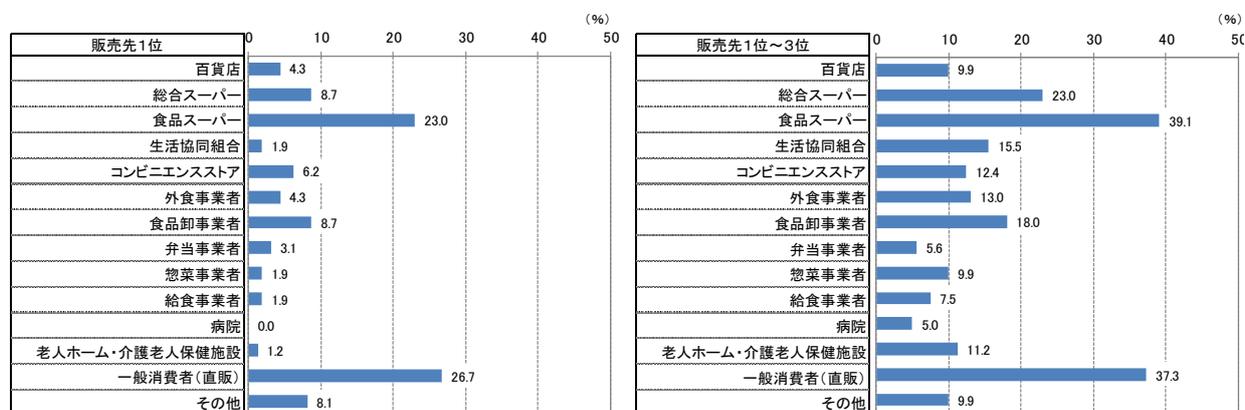
<惣菜事業者>

<スーパー>



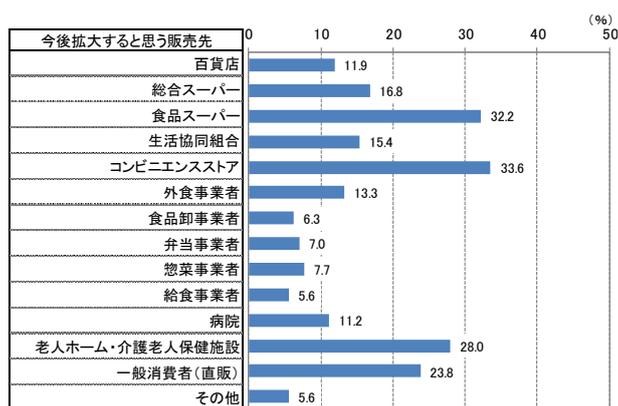
惣菜事業者の主な顧客、販売先をみると、アンケート回答者に製造・小売事業者が多いこともあって、第1位は「一般消費者」が27%と最も多く、次いで「食品スーパー」23%となっており、この2つで約5割を占め、次いで、「総合スーパー」「食品卸事業者」がそれぞれ9%となっている。

図 23 惣菜事業者の主な販売先



「今後、販売が拡大すると思われる販売先」としては、「コンビニエンスストア」が34%、「食品スーパー」が32%、「老人ホーム・介護老人保健施設」が28%、「一般消費者(直販)」が24%となっている。日本フランチャイズチェーン協会によれば、コンビニエンスストアの27年の年間売上高は、弁当・調理麺・惣菜等の中食等が好調に推移したことから、10兆1,927億円(前年比+4.7%)となり、初めて10兆円を超えたとされ、コンビニエンスストアにおける惣菜の販売は増加傾向にある。

図 24 惣菜事業者における今後拡大すると思われる販売先(複数回答)



まとめ

惣菜の市場規模は、一般社団法人日本惣菜協会によれば、26年は9兆円を越える見込まれている。今後とも、わが国は、女性の社会進出や高齢化の進展、単身世帯の増加などにもともない、調理の簡便化志向がより強まり、惣菜の需要がますます高まることが予測される。

また、惣菜製造における原料野菜では、特に鮮度や安全性が重視される生鮮野菜やカット野菜、皮むき等一次加工野菜等で国産野菜の需要が大きい。惣菜全体の原料野菜に占める国産化比率は7割と、消費者の品質や安全性に対する関心の高まりにもともない、惣菜製造における国産野菜への需要が今後、高まることが予想される。

一方、国産生鮮野菜の仕入においては、「価格変動が大きい」「年間の安定調達が難しい」といった課題が改めて明らかとなったところであり、今後、惣菜市場の拡大にもともない原料となる国産野菜の需要の高まりが見込まれる中、この需要を確実にキャッチするためには、加工・業務用国産野菜の安定供給を図る取り組みが重要となっている。