

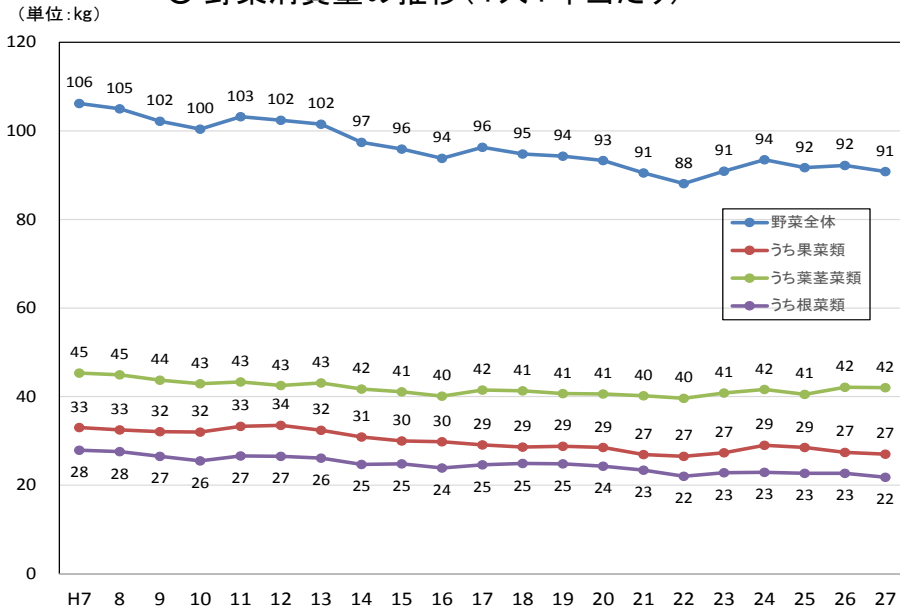
野菜をめぐる情勢 (消費について)

平成29年7月

農林水産省

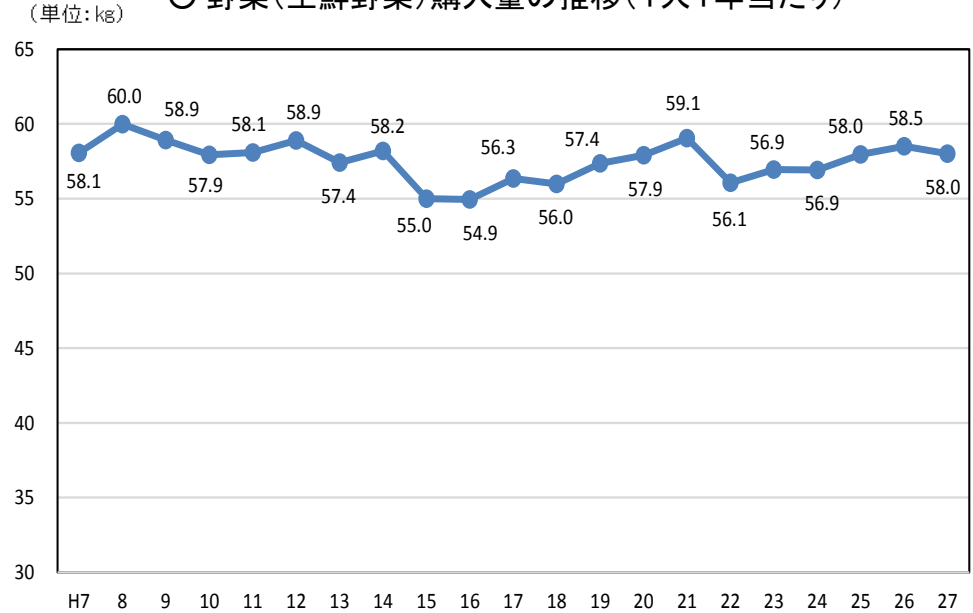
- 野菜の消費量は減少傾向で推移。平成27年は前年よりわずかに減少し、1人1年当たり91kg。
- 家庭での野菜の購入量は横ばい傾向で推移。

○ 野菜消費量の推移(1人1年当たり)



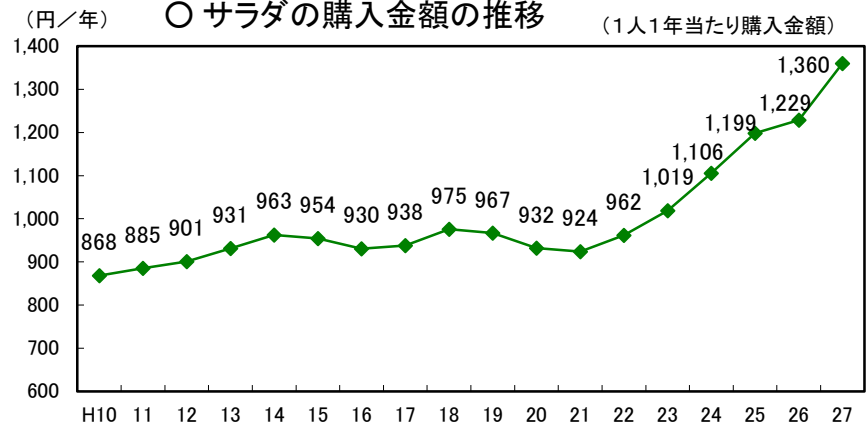
資料:農林水産省「食料需給表」

○ 野菜(生鮮野菜)購入量の推移(1人1年当たり)



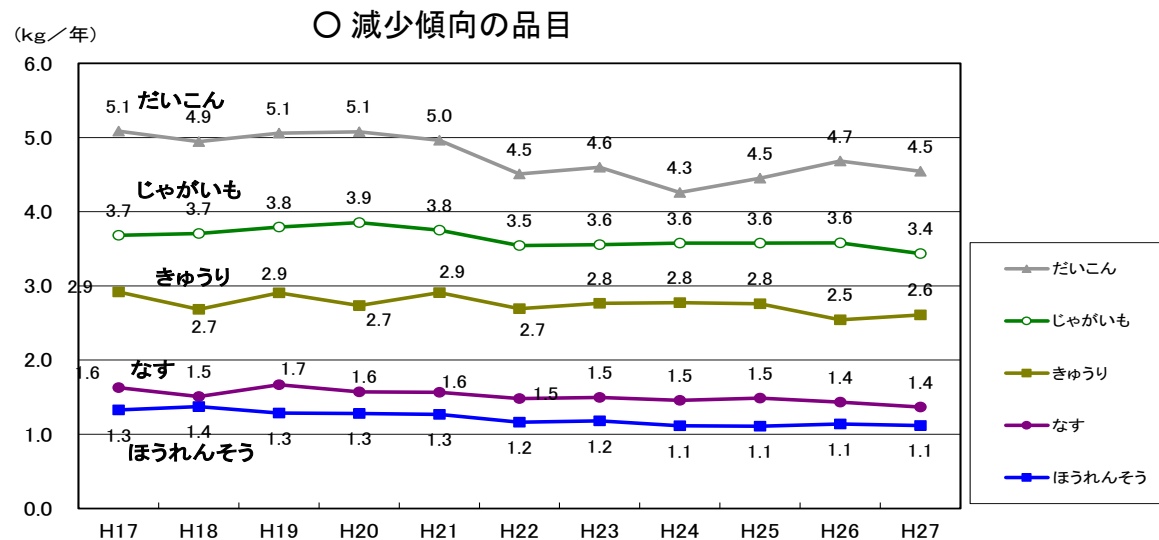
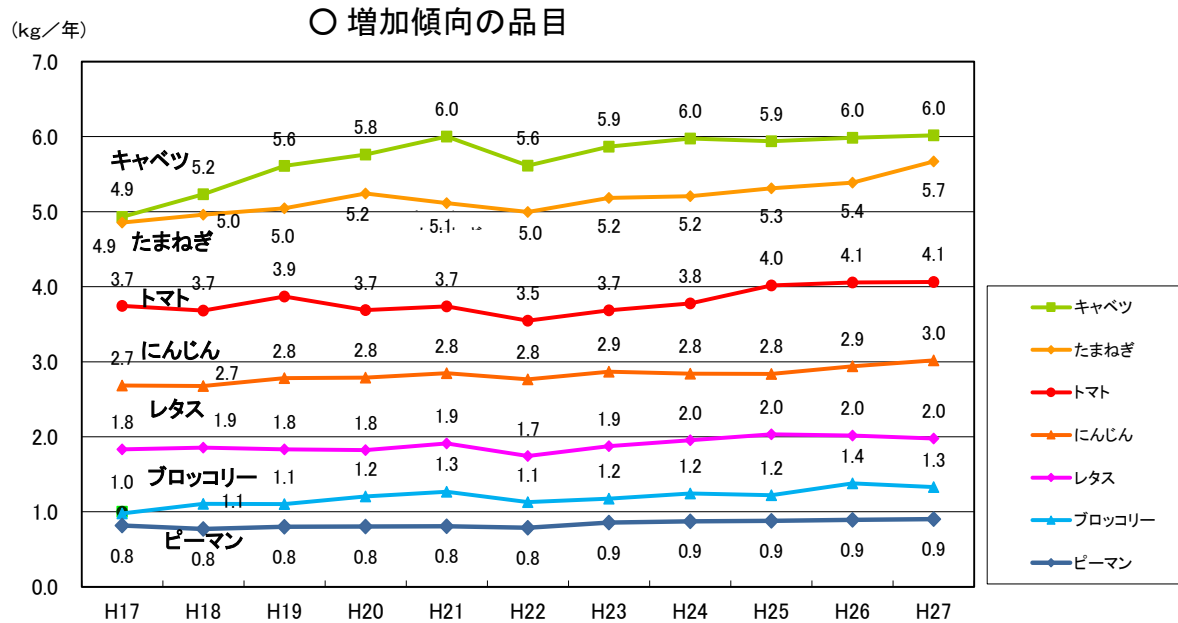
資料:総務省「家計調査」(農林漁家を除く2人以上の世帯)

○ サラダの購入金額の推移



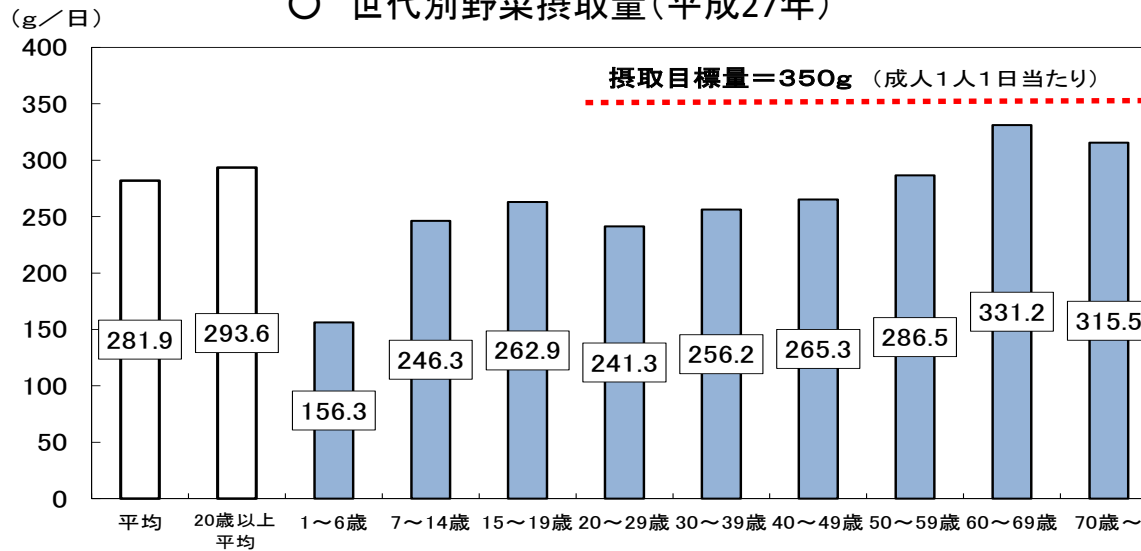
資料:総務省「家計調査」(農林漁家を除く2人以上の世帯)
 ただし、総務省「消費者物価指数(平成22年基準)」の
 サラダの指数により算出

- キャベツ、たまねぎ、トマトなどは増加傾向で推移。
- 一方、だいこん、じゃがいも、きゅうりなどは減少傾向で推移。

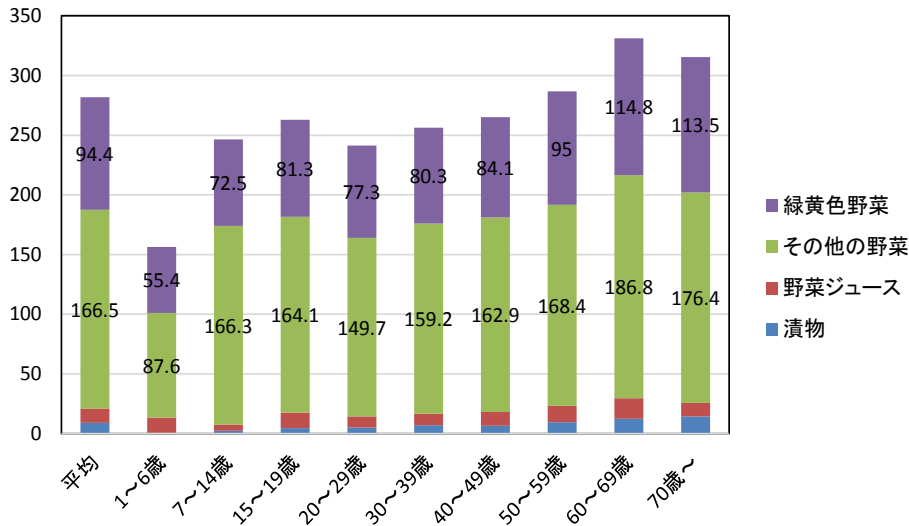


○ すべての年代で摂取目標量に達しておらず、特に20歳代、30歳代で不足が目立っている。

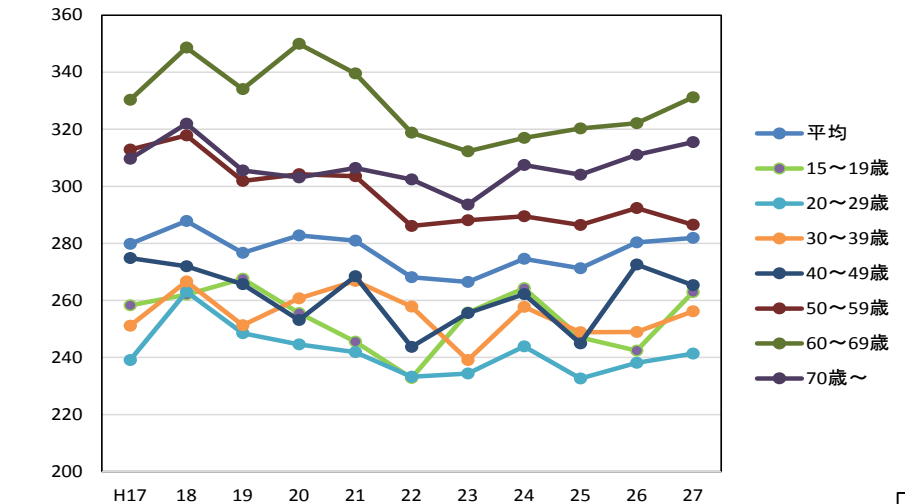
○ 世代別野菜摂取量(平成27年)



(g/日) 年代別野菜摂取量(平成27年)



(g/日) 年代別野菜摂取量の推移



資料:厚生労働省「国民健康・栄養調査報告」

○これまで、①成人や児童等の野菜摂取量の少ない世代を対象とした摂取拡大活動、②料理、調理特性等の産地側からの情報発信を通じ、食育と一体的に野菜の消費拡大対策を実施。

また、消費者が求める野菜の栄養成分等の情報提供を推進。

○さらに、食文化に根ざした活動や全国的な情報発信により、学校給食等への利用拡大を推進。

① 健康づくりを意識する企業が増加

野菜摂取量が少ない働き盛り世代への食生活改善の意識付けと摂取機会の拡大が必要

② 若年層における摂取不足が顕著

野菜の好き嫌いがある子どもが多く、「バランスのとれた食生活」の観点からも課題

③ 産地からの情報が求められている

煮物向き、サラダ向きといった料理用途別品種などの情報を望む声が多い

「健康」へのニーズに対応した栄養素等の情報発信

8割以上の消費者が、野菜摂取に「含まれる栄養成分の多少」が影響すると回答

日本食・食文化の魅力発信と併せた消費拡大

日本の食への関心が高まる中、地域の食文化や野菜の魅力を再発見し、消費拡大につなげることが重要

食育と連携した消費拡大の取組

① 働き盛り世代をターゲットとした野菜摂取拡大活動の推進

企業の保健指導や福利厚生部門と連携し、啓発セミナーの開催、社員食堂のメニュー開発等の取組を支援



② 児童等を対象とした食育体験活動等の推進

量販店の店頭や教育の場等を活用し、野菜の基礎知識や食と健康の大切さへの理解を深める取組を推進



③ 量販店、外食・小売業での情報提供の推進

品目ごとに品種の特徴や調理特性、料理レシピ等の情報提供を行い、国産野菜をアピールするとともに摂取拡大を啓発



栄養素、機能性成分等の情報発信の推進

食品表示基準に基づく表示やポップ、ポスター等の活用により、野菜の栄養素等を分かりやすく情報発信



伝統的な食文化等と結び付けた野菜の利用促進

産地、栄養士等が連携し、学校給食に郷土料理を導入する取組等を通じ、地場産野菜の利用拡大を推進

