



















資料：機構 POS 調査

注：令和2年千人当り販売金額－29～元年三か年平均千人当り販売金額

### 3 新型コロナウイルス感染症の影響による野菜消費の変化

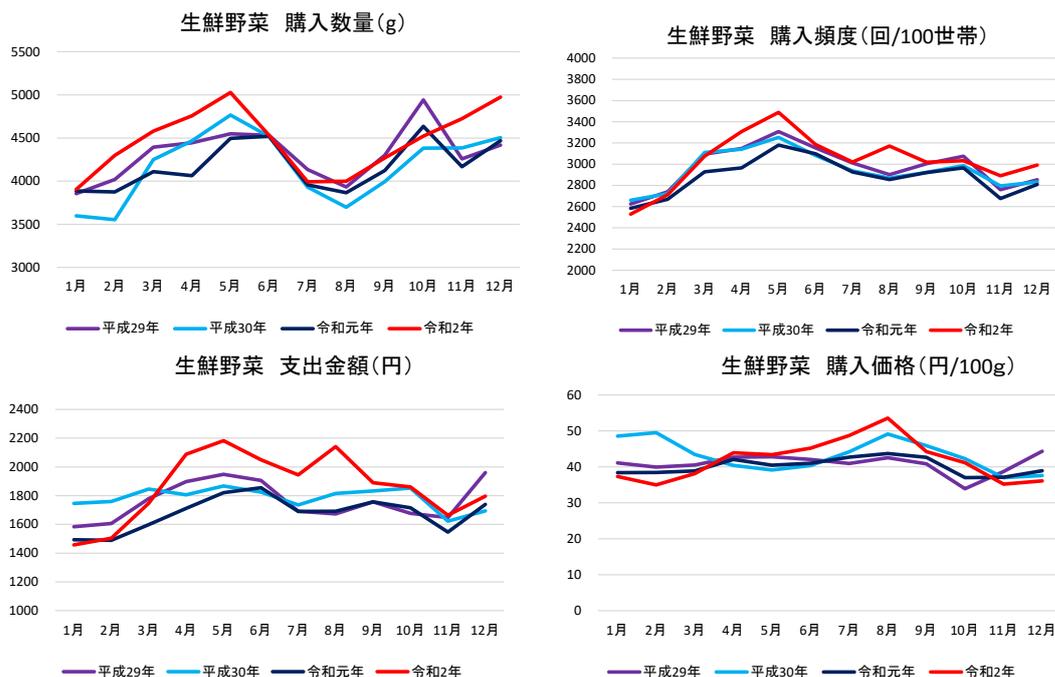
#### (1) 野菜の消費

##### ① 二人以上の世帯

令和2年の生鮮野菜（もやし、きのこを除く）の消費動向を月別で見ると、二人以上の世帯では、購入頻度ではほぼ過年度を上回って推移し、購入数量は新型コロナの影響が大きかった4～5月に過年度を上回り、支出金額は4月以降でほぼ過年度を上回って推移している。

新型コロナ禍における二人以上の世帯の生鮮野菜の消費は、4～5月において家庭内調理の増加により大きく増加し、6月以降も堅調に推移している。

図8 家計調査 二人以上の世帯



資料：総務省 家計調査報告

##### ③ 単身世帯

他方、単身世帯では、購入金額と購入頻度が第二四半期以降、過年度を上回って推移しており、特に単身勤労世帯において増加している。

図9 家計調査 単身世帯





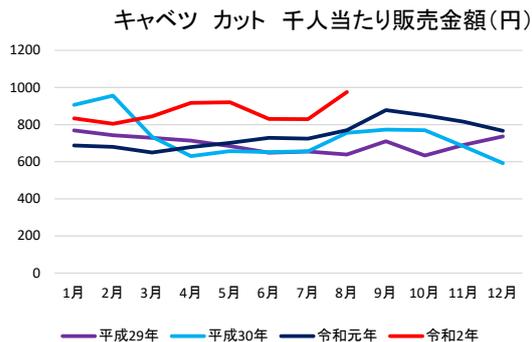




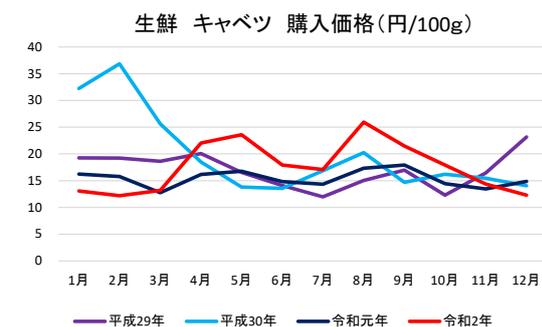


る。8月には、家計調査の購入数量の増加は見られず、POSではカットの購入金額が増加しており、原体の購入は減少しカットの購入が増加したと推察される。家計の令和2年のキャベツの消費は、カットの購入が4月以降で増加する中、生鮮購入価格が上昇した場合はカットが、低迷した場合は原体の購入が増加していると推察される。

図 14 POS カット 千人当たり販売金額

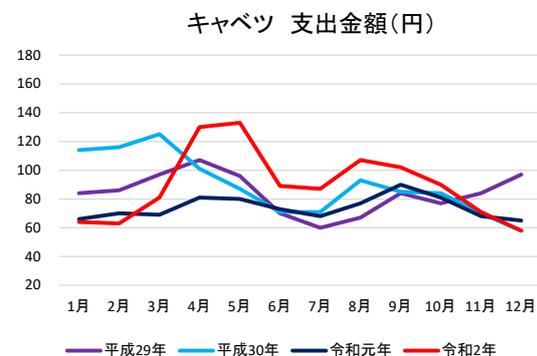
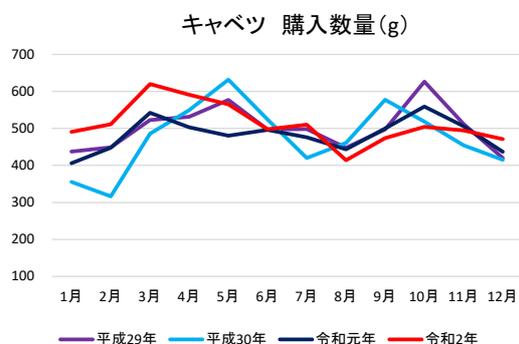


資料：機構 POS 調査



資料：総務省 家計調査報告

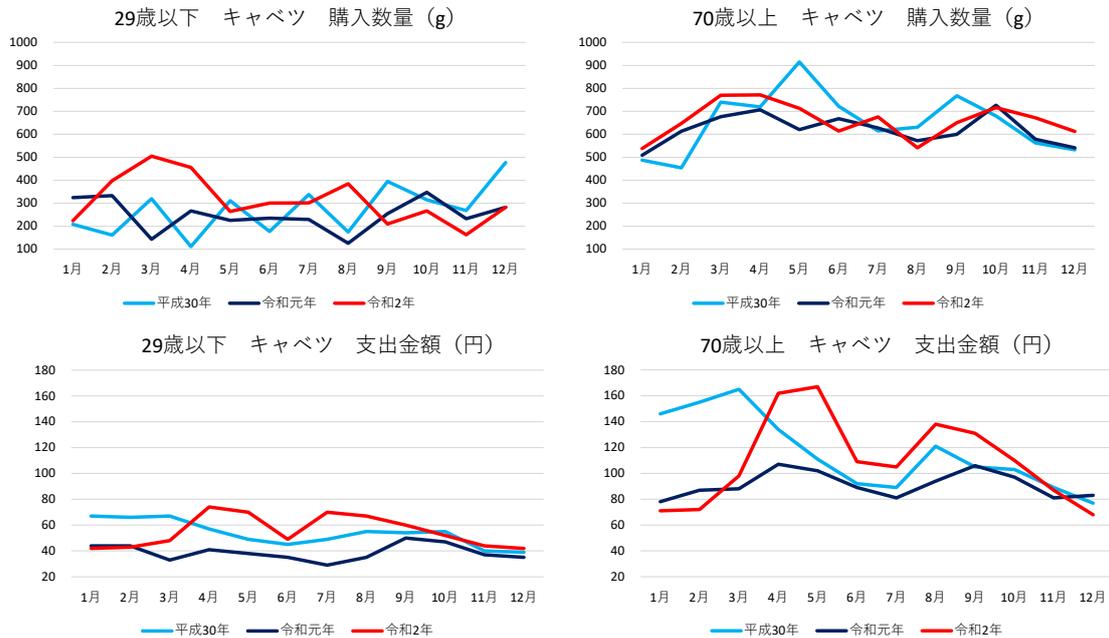
図 15 家計調査 二人以上の世帯 購入数量・支出金額



資料：総務省 家計調査報告

さらに世帯主の年齢階層別で見ると、消費が多い70歳以上の階層では、支出金額は購入数量に比べ購入価格の変動に従い大きく増減している。他方、29歳以下の階層では、支出金額は比較的安定して推移する中、購入数量は大きく変動している。29歳以下の世帯数分布数は他の年齢階層に比べ少なくサンプルの偏りが大きいことに注意しなければならないが、高齢世帯では原体の購入が多く、29歳以下では生鮮の購入価格の変動によりカットまたは原体を選択すると推察される。

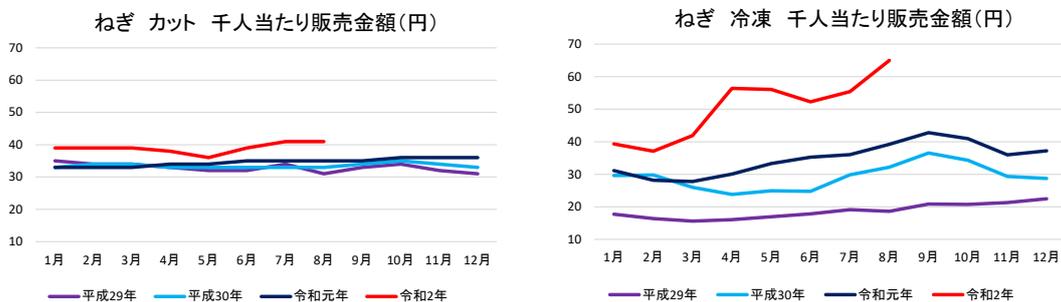
図 16 家計調査 二人以上の世帯 年齢階層別



イ ネギ：カットおよび冷凍の消費が増加

POS データのカット千人当たりの販売（購入）金額を見ると、カット（きざみ）の購入金額は過去 3 ヶ年では安定して推移していたが、令和 2 年はそれを上回って推移している。また、冷凍（きざみ）の千人当たりの販売金額も増加傾向で推移してきたが、令和 2 年では大幅な増加傾向となっている。

図 17 POS カットおよび冷凍 千人当たり販売金額

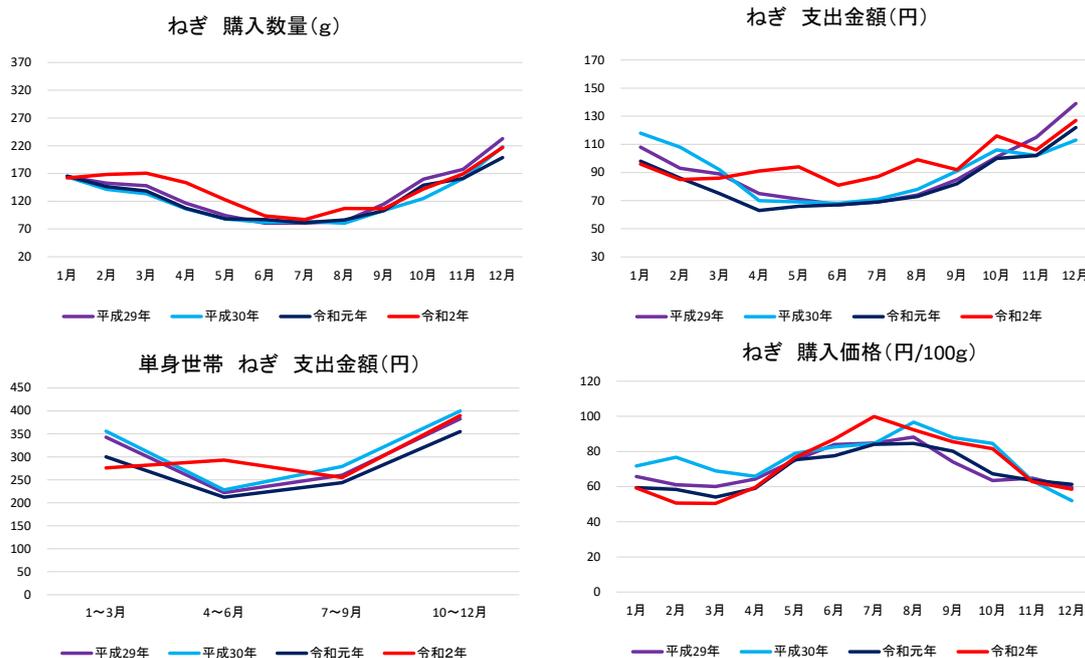


他方、家計調査における令和 2 年の生鮮の購入数量（カット、冷凍を含む）を見ると、購入数量は生鮮の購入価格が低迷した 1～3 月、自粛要請の影響が大きかった 4～5 月では過年度を上回って推移している

が、他の月では過年度と同程度で推移している。

家計におけるねぎの消費は、長ねぎの購入が主体となる冬季においては安定した需要で推移し、春・夏季においては生鮮の購入価格が上昇した場合はカットや冷凍が、低迷した場合は原体の購入が増加していると推察される。

図 18 家計調査 二人以上の世帯 購入数量・支出金額

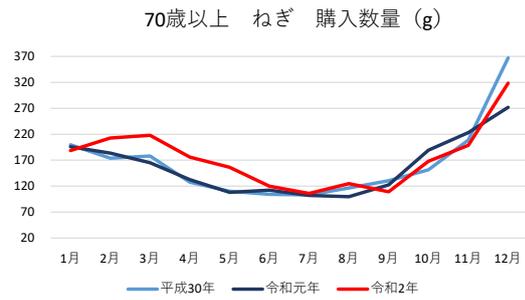
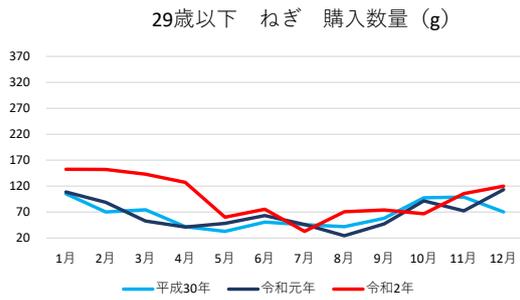


資料：総務省 家計調査報告

二人以上の世帯で世帯主年齢階層別を見ると、29歳以下の階層では年間を通じて安定した消費となっているが、消費が多い70歳以上の階層では冬季の購入が多い。年齢階層が高くなるに従い、季節性の消費変動が大きく、原体による購入が多いと推察される。

なお、パニック需要が生じた3～5月の購入数量は、両方の階層において過年度を上回って推移している。当該期間では、カット・冷凍の購入が増加したと推察される。

図 19 家計調査 二人以上の世帯 年齢階層別



資料：総務省 家計調査報告

ウ ほうれんそう：冷凍の消費が増加

POS データの冷凍の千人当たりの販売（購入）金額は、生鮮の購入価格の高騰時（30年1～2月）に増加し、他の期間では安定して推移している。令和2年では、冷凍の購入が大幅に増加している。

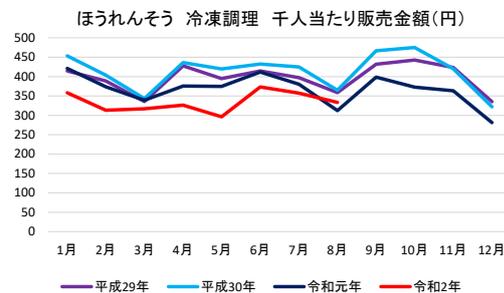
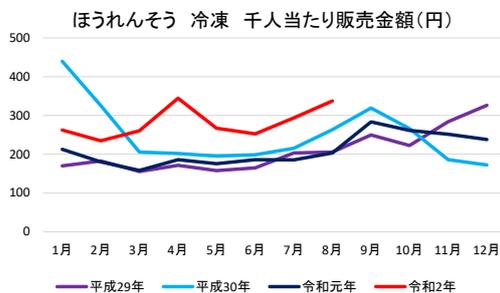
他方、家計調査、二人以上の世帯の令和2年の購入数量と支出金額は、過年度とほぼ同程度で推移している。

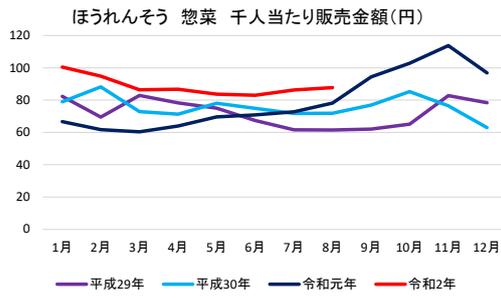
ほうれんそうの消費形態は、家庭内調理が増加するなか、冷凍の購入が増加し原体の購入は減少したと推察される。

しかしながら、ほうれんそうの消費形態は、冷凍調理（ほうれんそうが主体の冷凍調理食品）が減少傾向、惣菜（主に和惣菜）が増加傾向で推移している。

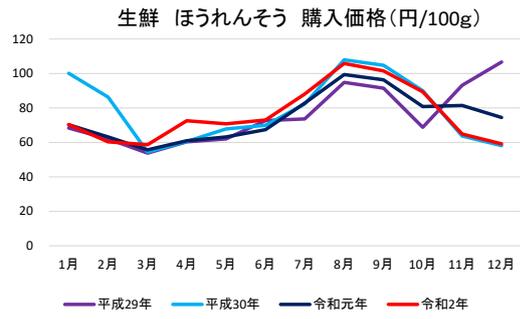
令和2年のほうれんそうの消費形態は、家庭内調理の増加により原体から冷凍に大きくシフトするとともに、過年度と同様に、冷凍調理から惣菜へのシフトが見られる。

図 20 POS 冷凍・冷凍調理・惣菜 千人当たり販売金額





資料：機構 POS 調査



資料：総務省 家計調査報告

図 21 家計調査 二人以上の世帯 購入数量・支出金額

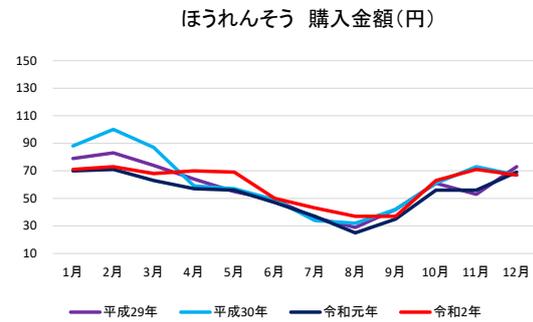
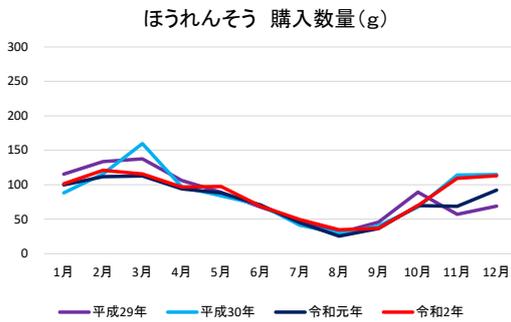


図 22 家計調査 二人以上の世帯 年齢階層別

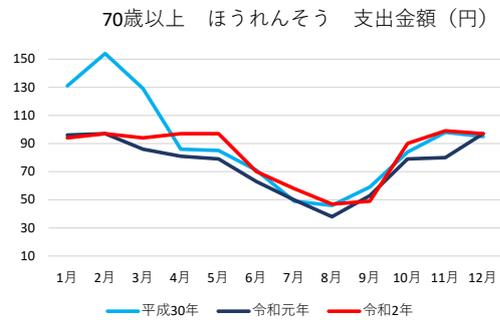
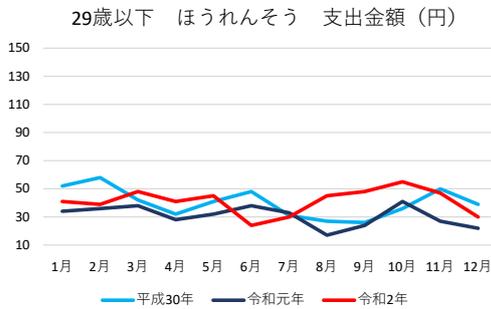
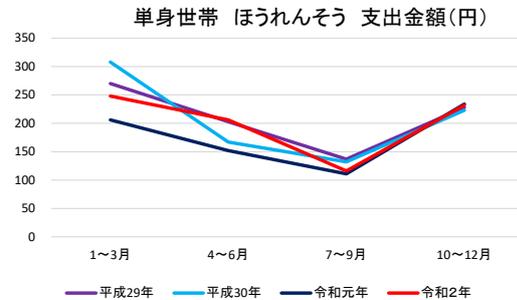
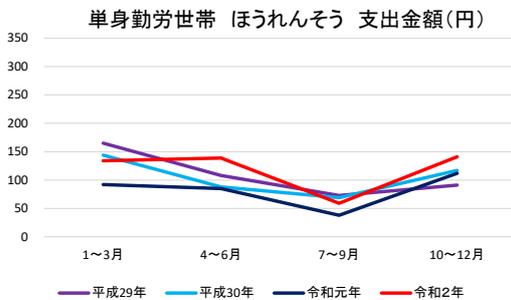


図 23 家計調査 単身世帯

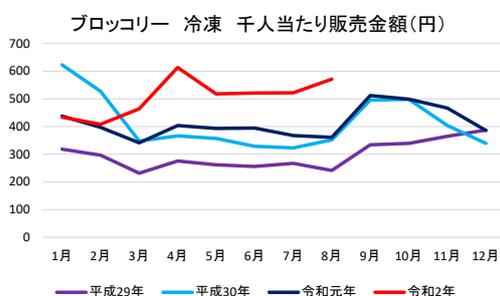


資料：総務省 家計調査報告

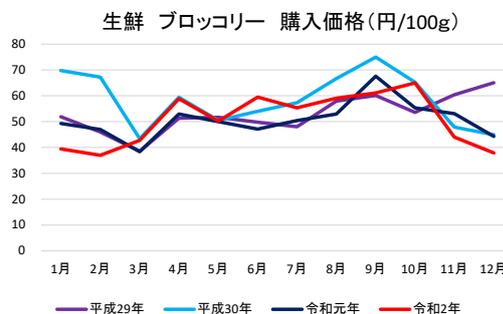
## エ ブロッコリー：冷凍の消費が増加

POSデータの冷凍の千人当たりの販売（購入）金額を見ると増加傾向で推移するなか、生鮮の購入価格上昇時（30年1～2月、30年と令和元年の9月）に大幅に増加し、令和2年では4月以降に大幅に増加して推移している。他方、家計調査二人以上の世帯の令和2年の購入数量・支出金額を見ると、生鮮の購入価格の変動が大きい1月～2月を除き、過年度と同様の季節性に沿って変動している。ブロッコリーの消費形態は、原体から冷凍にシフトしていると推察される。

図 24 POS 冷凍 千人当たり販売金額

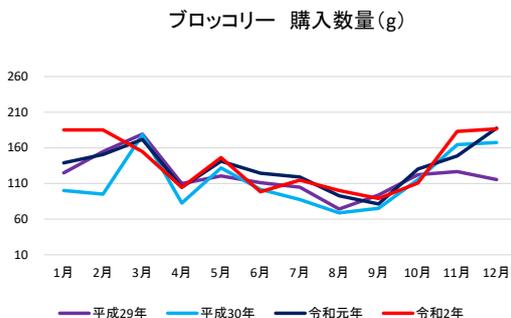


資料：機構 POS 調査

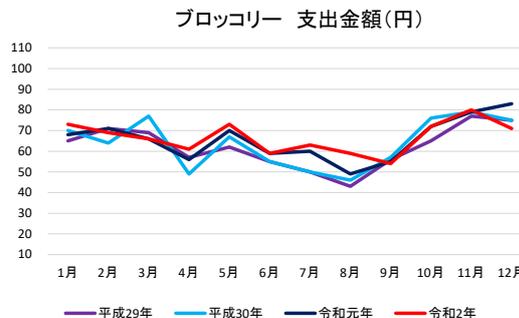


資料：総務省 家計調査報告

図 25 家計調査 二人以上の世帯 購入数量・支出金額



資料：機構 POS 調査



総務省 家計調査報告

また、世帯主の年齢階層を見ると、二人以上の世帯ではどの年齢階層も生鮮の購入価格の変動により冷凍と生鮮の購入が増減すると推察される。なお、29歳以下の令和2年7～10月の支出金額は、サンプルが少なく偏りがある数値と推察される。しかしながら、POS冷凍の千人当たり販売金額は増加傾向で推移しており、消費形態は、ほとんどの年齢階層で生鮮から冷凍にシフトしていると推察される。

図 26 家計調査 二人以上の世帯 年齢階層別

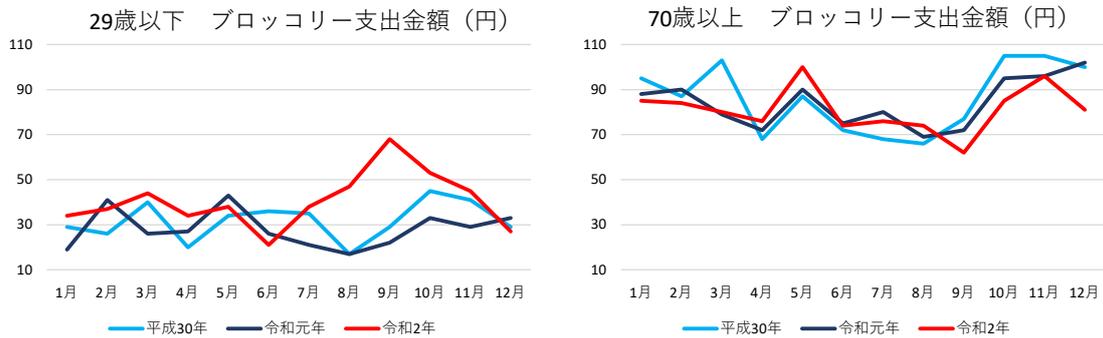
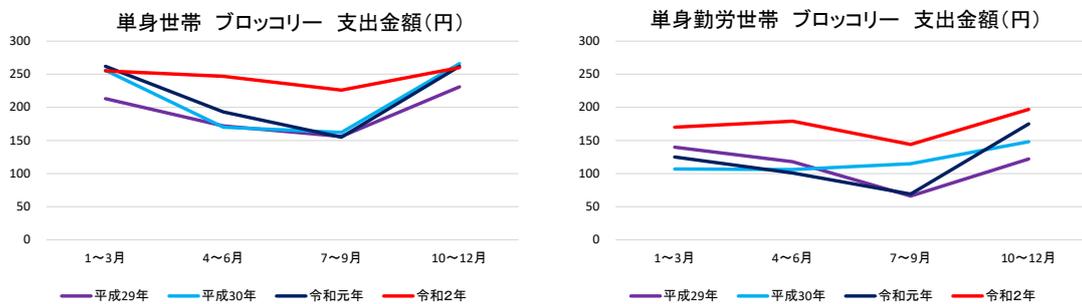


図 27 家計調査 単身世帯



資料：総務省 家計調査報告

② 原体の消費が増加した品目の消費動向

ア ばれいしょ

令和2年のばれいしょの購入は、自粛要請の影響により2~4月に増加しているが、5月以降では過年度と同程度の推移となっており、パニック需要が大きかったと推察される。

また、年齢階層で見ると、29歳以下の購入数量の変動は小さく、年齢階層が高くなるに従い季節性による変動が大きい。

図 28 家計調査 二人以上の世帯 購入数量・支出金額

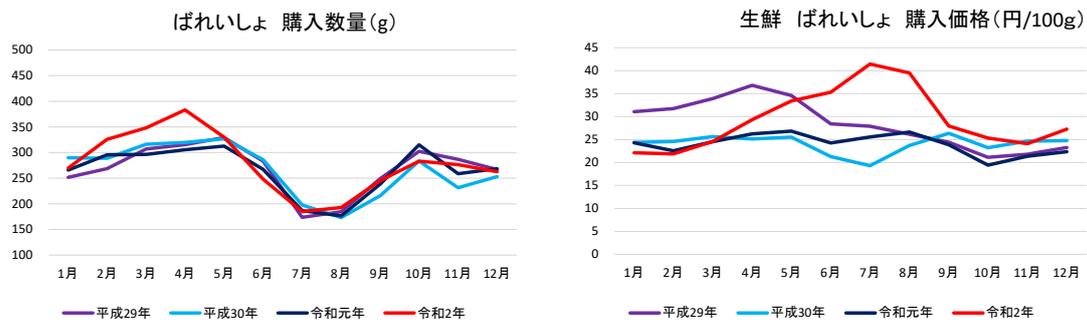


図 29 家計調査 二人以上の世帯 年齢階層別

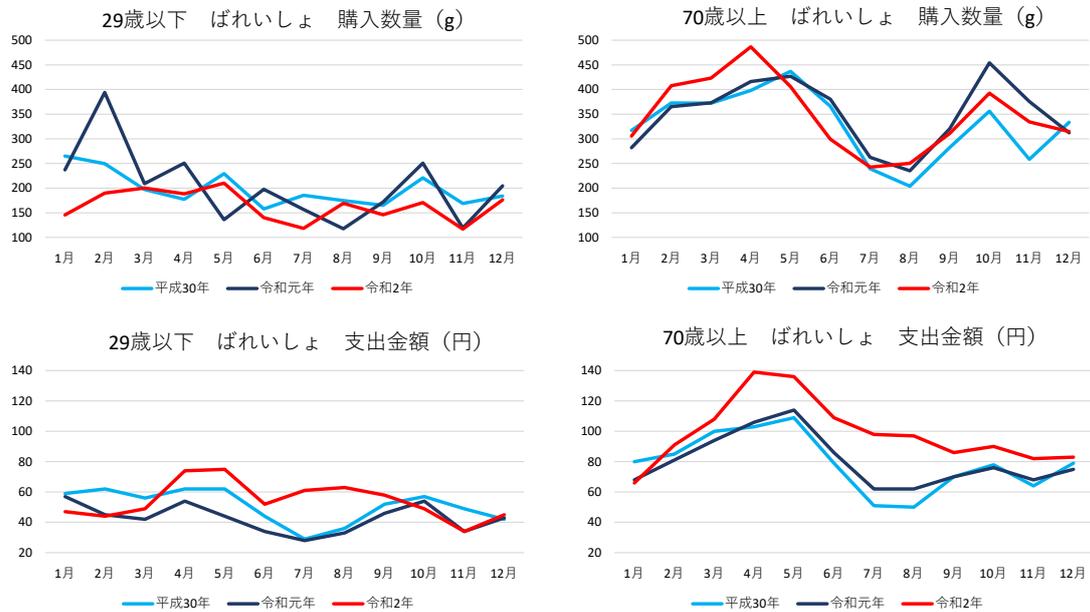
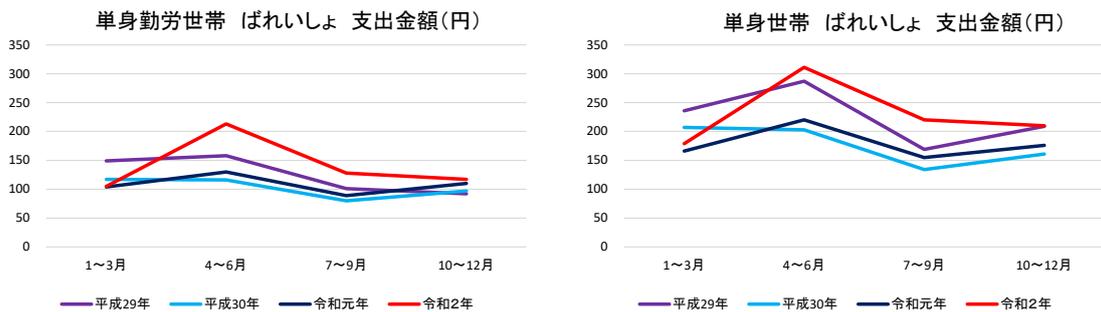


図 30 家計調査 単身世帯

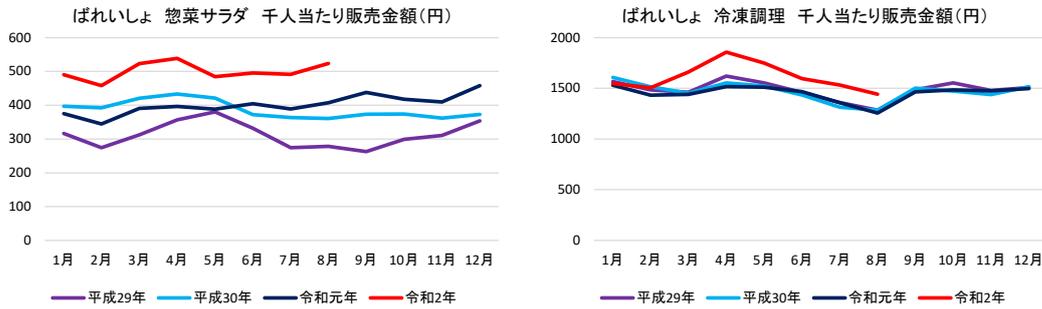


資料：総務省 家計調査報告

他方、ポテトサラダを含む味付け等の調理をした惣菜サラダとフライドポテトなどの冷凍調理の購入動向を POS データで見ると、生鮮の購入が堅調に推移するなか、惣菜サラダの消費は令和 2 年に大幅な増加に転じ、安定して推移していた冷凍調理の購入も増加に転じている。

ばれいしよの消費は、生鮮の需要が堅調に推移し、外食などの業務用需要が大幅に減少する中、惣菜サラダやポテトフライなど、調理された形態での消費も増加していると推察される。

図 31 POS 惣菜サラダ・冷凍調理 千人当たり販売金額

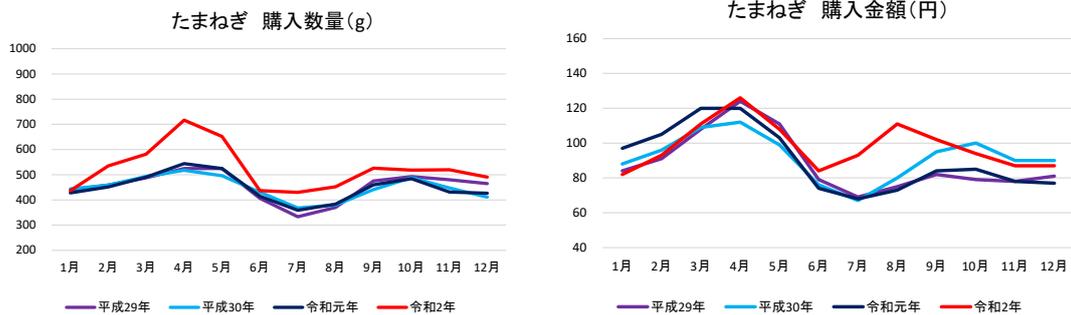


資料：機構 POS 調査

イ たまねぎ

令和2年のたまねぎの購入は、自粛要請の影響および生鮮の購入価格の低迷により2～5月は大幅に増加し、6月以降も堅調に推移している。

図 32 家計調査 二人以上の世帯 購入数量・支出金額



資料：総務省 家計調査報告

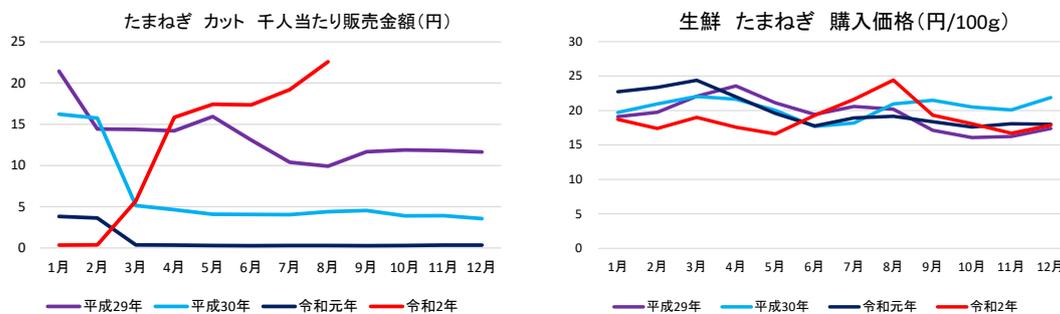
他方、カット野菜の購入動向をPOSデータの千人当たりの販売金額で見ると、減少傾向であったカットの購入が令和2年3月以降に金額は小さいものの増加に転じている。

また、サラダでは、過年度において増加傾向で推移するなか、令和2年は1～5月に大幅に増加し、6月以降になると前年並みに推移している。惣菜サラダもサラダ同様に過年度において増加傾向で推移するなか、3～4月は過年度を上回ったが6月以降は前年並みに推移している。

たまねぎの消費形態は、原体およびカットの購入による家庭内調理が増加したと推察されるが、サラダや惣菜サラダによる消費も自粛要

請にともない大幅に増加し、その後は前年並みの推移となっているものの、過年度からの増加傾向は継続していると推察される。

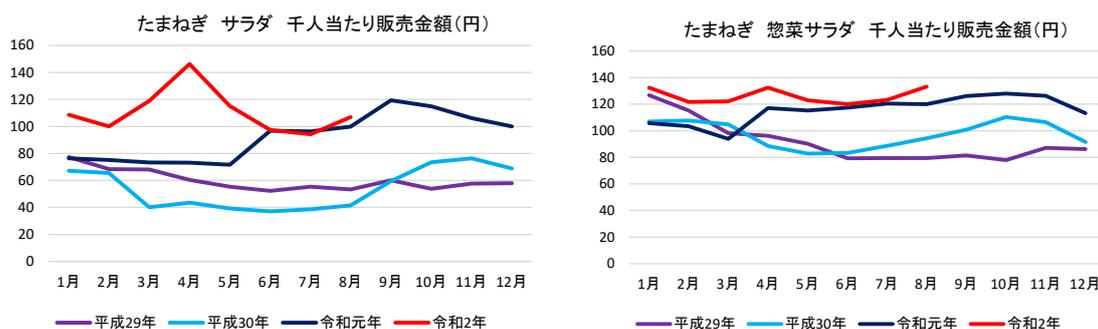
図 33 POS カット千人当たり販売金額、生鮮購入金額



資料：機構 POS 調査

資料：総務省 家計調査報告

図 34 POS サラダ・惣菜サラダ 千人当たり販売金額の推移



資料：機構 POS 調査

世帯主の年齢階層で見ると、二人以上の世帯では、各年齢階層において、自粛要請の影響で外食の支出が大幅に減少した3～5月の購入が大幅に増加し、6月以降も堅調に推移している。また、単身世帯全体の平均（単身世帯）では第二四半期の購入が大幅に増加し、59歳以下が主体の勤労単身世帯では単身世帯を上回って増加しており、高齢単身世帯よりも若い単身世帯において家庭内調理が増加したと推察される。

なお、29歳以下と70歳以上における5月の購入数量は800g前後であるが、支出金額では70歳以上が大幅に上回るのは、購入するお店が高齢者は近くの小売店が多く、29歳以下では足を延ばしてより安価な小売店での購入が多いと推察される。

図 35 家計調査 二人以上の世帯 年齢階層別

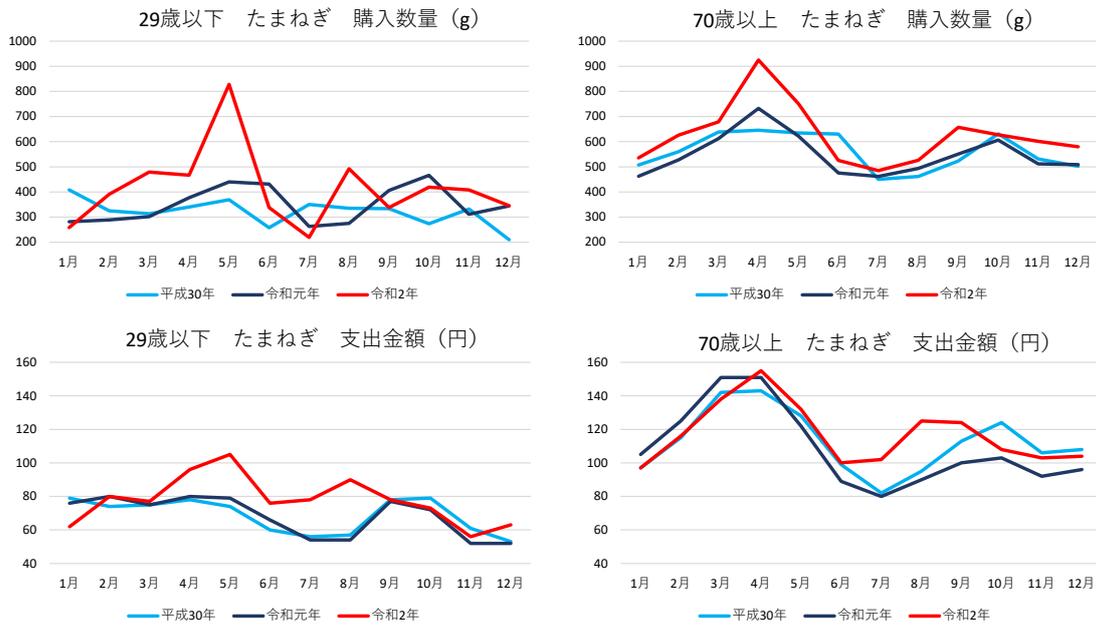
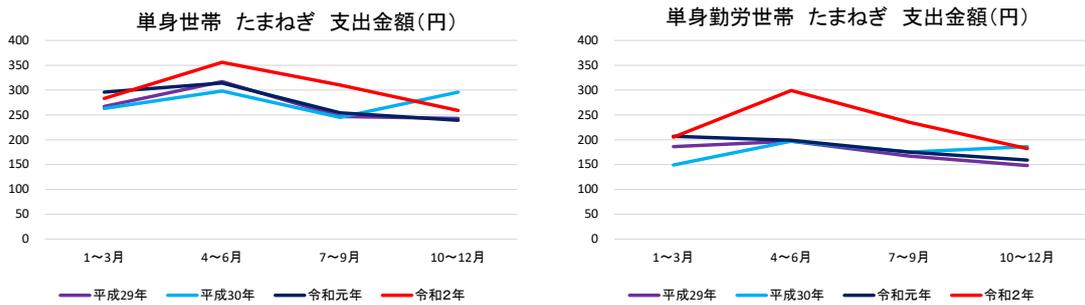


図 36 家計調査 単身世帯



資料：総務省 家計調査報告

ウ にんじん

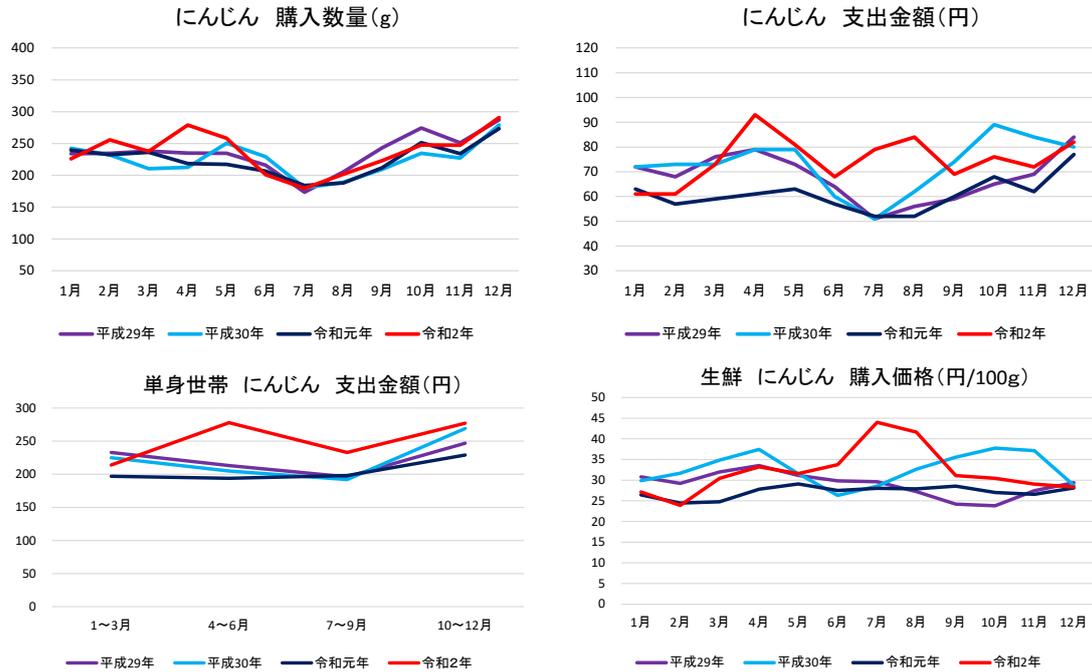
カット野菜による購入は、ミックスサラダや野菜ミックスが主体であることから、家計調査における数値は原体の購入と推察される。

令和2年の二人以上の世帯の購入数量は、自粛要請の影響が大きかった4~5月が増加し、6月以降はほぼ過年度の水準で推移している。

単身世帯（支出金額）では、自粛要請の影響が大きかった第二四半期に増加し、第三四半期以降においても過年度を上回って推移している。

にんじんの消費は、二人以上の世帯では堅調に推移し、単身世帯における増加が大きかった推察される。

図 37 家計調査 二人以上の世帯 購入数量・支出金額



資料：総務省 家計調査報告

世帯主の年齢階層別では、二人以上の世帯の 29 歳以下の購入数量は、4～10 月においては最も購入数量が多い 70 歳以上と同等に推移しており、若い階層において消費が増加したと推察される。

図 38 家計調査 二人以上の世帯 年齢階層別

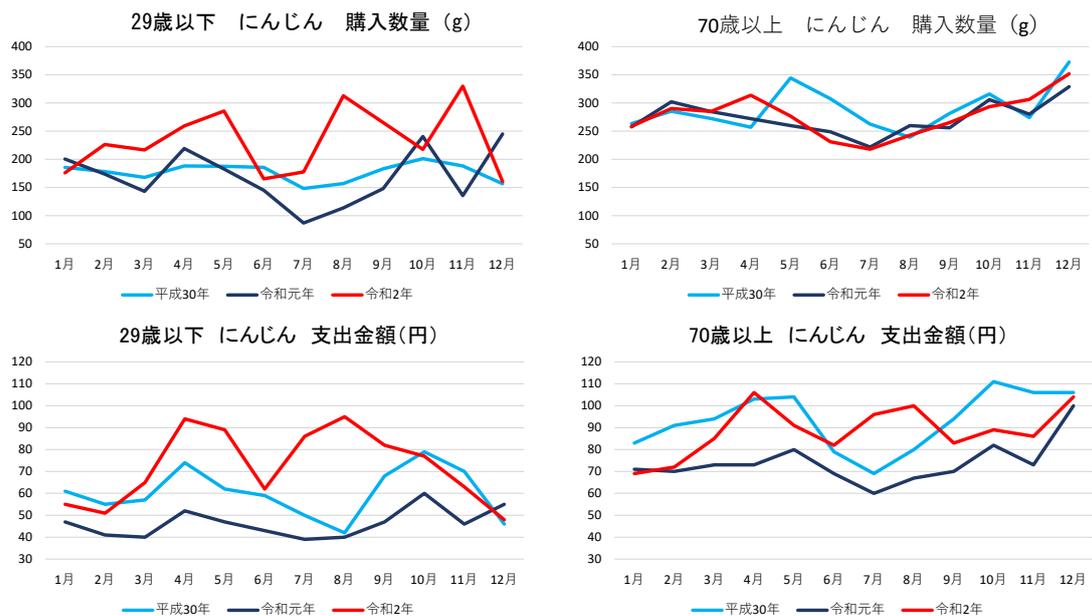
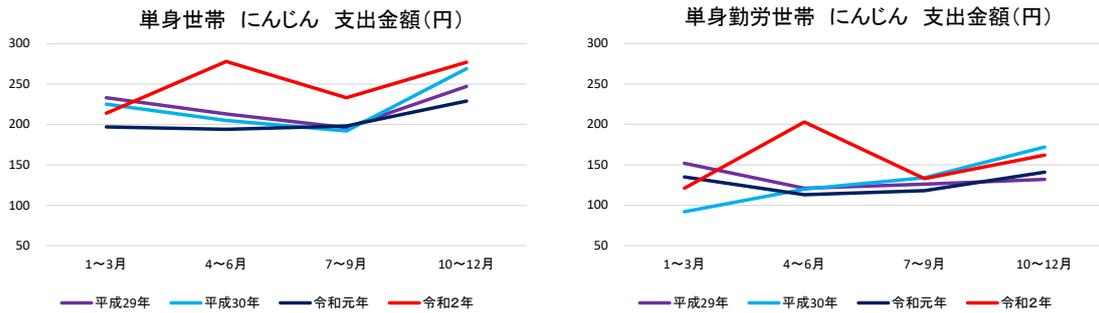


図 39 家計調査 単身世帯



資料：総務省 家計調査報告

### (3) 今後の野菜消費

日本の家計における野菜消費は、カット野菜が増加傾向、冷凍野菜がほぼ横ばいにあったなか、外出自粛要請のもと、家庭内調理の増加により原体の購入が増加するとともにカットや冷凍の購入が増加した。

また、複数のカットをパックしたサラダ、サラダの調理済食品である惣菜サラダの購入も増加している。

欧米の研究機関や青果物団体の調査によれば、都市封鎖や移動制限、レストラン等の休業により拡大してきたフードサービス産業の需要が消失する一方、家計による生鮮野菜および冷凍野菜の需要が急増し、パンデミック終息後も家庭内調理の定着により生鮮野菜の堅調な需要が継続すると予測されている。

また、フードサービス産業による需要減少で、生鮮や冷凍野菜の購入は、食品スーパーなど小売店を通じた購入が増加するとともに、インターネットによる E-business の拡大で、ネットスーパー、デジタルコンビニ、生産者と消費者の直接取引などが拡大している。外食においてはレストランによる店頭販売や宅配、客席を持たず調理・宅配に特化したゴーストキッチンなどが拡大している。

中国においても同様に E-business が拡大しているが、ネットを通じた消費者の共同購入サイト（拼多多）による生産者と消費者の直接取引が急拡大しており、生産、流通、消費に大きなインパクトを与えつつある。

日本においてもほぼ同様であるが、高齢化の進展や単身世帯の増加を背景に、家計部門における野菜の消費は、カット野菜、冷凍野菜、野菜惣菜による購入が今後も堅調に推移すると推察されるものの、外

食産業などフードサービス部門における需要は厳しい状況が継続すると推察され、新型コロナウイルス終息後の野菜の消費形態や流通経路は、新たなステージへと変化すると推測される。

また、生産・加工部門においては、移動制限による労働者不足、社会的距離の確保や非接触の必要性からオートメーション化の導入が急速に拡大すると推察される。

新型コロナウイルスによる生産・加工部門、流通部門、消費形態の変化は、野菜産業全体に大きな変化をもたらすと推察される。

注：International Food and Agribusiness Management Associationによれば、イタリアの家庭における fresh cut vegetables（カット野菜）の購入額は生鮮野菜購入額の16%を占める。

#### 参考資料

日本フードサービス協会 「外食産業市場動向調査」

[http://www.jfnet.or.jp/contents/pages/7\\_list\\_detail.html](http://www.jfnet.or.jp/contents/pages/7_list_detail.html)

農畜産業振興機構 「カット野菜・冷凍野菜・野菜総菜に係る小売販売動向調査」

[https://www.alic.go.jp/y-gyomu/yajukyu02\\_000176.html#9](https://www.alic.go.jp/y-gyomu/yajukyu02_000176.html#9)

拼多多 「<https://stories.pinduoduo-global.com/>」