

## ○野菜消費における今後のニーズ

- 1) 健康志向の高まりから、惣菜における野菜の使用量が増加傾向にある。
- 2) スーパーマーケット等の顧客先における労働力不足を背景に省力化に貢献する商品が求められており、業務用野菜でもミールキット、カット野菜等の需要が増加している。
- 3) SDGs の観点から食品残渣の削減に取り組む企業が増えたことから、業務用野菜でのカット野菜のニーズが増えている。
- 4) いわゆるZ世代（1990年代中盤から2010年代序盤までに生まれた世代）は環境問題への意識が非常に高いことから、環境への配慮について消費者へ訴求することが重要になってくる。
- 5) 外食産業では廃棄ロスを減らす必要があるため、消費期限が長く、切り口が変色しにくい品種等が人気である。
- 6) これまでの簡便化志向のほか、コロナ禍での行動制限の反動による高級志向の高まり等がみられる。
- 7) 行動制限が緩和されても在宅勤務は定着しており、自宅で食事を摂る機会が増加するという消費行動は継続すると考えられる。
- 8) 高齢化の進展に伴い、形態食に対応した業務用野菜の形状が求められるようになるのではないかと。（特に高齢者には、「細かく」、「柔らかく」といった要望が多くなっている）

資料：「令和4年度加工・業務用野菜における輸入野菜利用の実態、野菜消費形態の変化に関する調査結果について」  
（令和4年12月実施、独立行政法人農畜産業振興機構）より抜粋