

# 令和4年度「アフターコロナ」を見据えた 野菜の消費動向調査結果 前編（卸売・仲卸業者および小売業者）

農林水産省 農産局 園芸作物課

農林水産省は、野菜の消費拡大の推進に向け、新型コロナウイルス感染拡大の影響による野菜の需要の変化を把握するため、以下の調査を実施した。

①卸売・仲卸業者向け

野菜の販売方法や実需者・消費者ニーズの変化等に係るアンケート調査。

②小売業者向け

野菜の販売方法や消費者ニーズの変化等に係るアンケート調査。

③消費者向け

野菜摂取に関する変化や産地・小売業者等への要望等に係るアンケート調査。

本9月号では①卸売・仲卸業者向けおよび②小売業者向けのアンケート調査結果を報告し、次号（10月号）では③消費者向けのアンケート調査結果を報告する。

## 1 調査目的

野菜の1人1日当たりの平均摂取量（令和元年）は280.5グラムで、「健康日本21（第二次）」（厚生労働省策定）等で目標とする350グラムに達しておらず、1人当たりの野菜摂取量の増加が課題となっている。

本調査は、新型コロナウイルス感染拡大の影響による野菜の需要の変化を把握し、家庭需要の伸びている品目などについて産地へ情報提供するとともに、国産野菜の消費拡大施策の検討のための基礎資料とすることを目的とする。

## 2 卸売・仲卸業者向け調査

### （1）調査方法

郵送によるアンケート調査

### （2）調査対象

卸売・仲卸業者10社

### （3）調査期間

2023年1月31日～2023年2月7日

#### (4) 調査結果の概要

・販売先割合の変化として、野菜では、量販店・一般小売店の割合が増加し、また量販店においては非接触販売であるEC（電子商取引）や宅配の需要が高かった等の回答があった。

・実需者や消費者ニーズの変化として、野菜では、家庭での食事が増えたことで、労力や時間の短縮に「カット野菜」「冷凍野菜」「惣菜・弁当」に関する需要の増加が感じられた等の回答があった。

・新型コロナウイルス感染終息後の実需者や消費者ニーズの変化として、野菜では、3年間でライフスタイルに変化が生じ、感染が終息してもすぐには元に戻らず、非接触型の購入方法は増加し、「冷凍食品」は長期保存が出来るため食生活の中で占める割合は今後も増加する等の回答があった。

#### (5) アンケート結果

##### Q1. 野菜の仕入れ先割合の変化 （新型コロナウイルス感染拡大前（令和元年）から現在（令和4年）で、一年間の野菜の仕入れ先の割合に変化はありましたか。）

- 新型コロナウイルス感染拡大直後から現在までの野菜の仕入れ先割合の変化について、10事業者中6者が変化したと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、業務加工については急激に減少したが、量販店での取扱いは増加し、バラ売りより袋やパッケージでの対応が増えたとの回答や、内食の増加により貯蔵性が高く調理の汎用性も高いたまねぎ、ばれいしょなどが利用頻度の点からも堅調な仕入れが続いたとの回答などがあつた。

全体	変化した	変化しなかった
10	6	4
100%	60%	40%

##### どのような変化か（回答6者）

1	一定の割合で業務関係の仕入れがあつたが、コロナ禍では大きく減った年もあり、平均しても減少が顕著。ただし、量販店・スーパーにとっては極端に増えた年もあり、総じて悪い年ではなく、前年以上の仕入れは確保され、好成績で推移した様に考える。
2	世界的なコロナウイルス感染により、輸入野菜の物流の停滞や物流コストの上昇により、輸入野菜が以前に比べ減少した。国内野菜については概ね変化はしていない。
3	一般野菜の栽培状況は特に大きな変化は見られなかったが、業務関係で主力の野菜（漬物、ワサビ、山菜他）は、長引く需要の減退から作付面積を減らした産地も少なくない。
4	仕入れに大きな変化はなかったものの、業務用の生産減少や作付終了した物は見受けられた。
5	JA主体の仕入れではあるが、天候不順や生産経費の高騰、物流事情・運搬費の高騰を受け、法人組合や生産企業、市場間輸送などのウエイトが増加した。
6	・業務加工については急激に減少したが、量販店での取扱いは増加した。バラ売りより袋、パッケージでの対応が増えた。 ・内食の増加で貯蔵性が高く調理の汎用性も高いたまねぎ、ばれいしょなどが、利用頻度の点からも堅調な仕入れが続いた。 ・健康志向が高まり、仕入れが安定した品目ではピーマン、にんじんなどの品目で購入回数が増加した。

## Q2. 野菜の販売先割合の変化

(新型コロナウイルス感染拡大前(令和元年)から現在(令和4年)で、一年間の野菜の販売先の割合は変化しましたか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大直後から現在までの野菜の販売先割合の変化について、10事業者中8者が変化したと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、巣ごもり需要により業務向け需要が減少した一方、量販店・一般小売店の割合が増加し、量販店においても非接触販売であるEC(電子商取引)・宅配の需要が高かったと回答があった。また、コロナによる外食の営業制限が緩和され始めてからは回復の傾向にあるとの回答があった。

全体	変化した	変化しなかった
10	8	2
100%	80%	20%

### どのような変化か(回答8者)

1	・特に業務向け需要が減少し、ホテル・レストラン等への納品を主にしている仲卸・小売は一時的に業績が半分程度までになったと聞いている。 ・2020年春先から外食需要が落ち込み、対照的に家庭内需要(いわゆる巣ごもり需要)が大きく伸び、販売先の量販店等の業績は拡大した。
2	極端な変化は見られなかったが、需給の関係から量販向けの販売の割合が増加。
3	令和2年のコロナウイルス当初は巣ごもり需要により、量販店、一般小売の割合が増加し、業務関係の割合は減少した。令和3年については、依然として業務関係は厳しい状況が続く、量販店についても、人と接することがないネット・宅配の割合が増加した。令和4年になるとウイズコロナにより、徐々に業務関係の需要も増加している。
4	コロナ元年は業務需要が大きく減退したが、一方で、内食が増え、巣ごもり需要上昇による特需効果が見られた。昨年に入って、コロナによる営業制限も緩和され、業務筋は8割強回復されている。
5	行動規制により飲食業向け、ホテル等宿泊業、給食関係は大幅減少。一方、規制初期の量販店は、家庭内需要の増加により販売割合が増加。中小の小売店は販売割合が減少。非接触の宅配型は大幅増加。
6	量販店主体の販売シェアがさらに拡大。また、業務関係の納品については、コロナの影響により大きく減少。現在、徐々に業務関係は回復の傾向が見られるものの撤退した店舗も多い。
7	ホテル納品や飲食店などは減少。中食や量販店など家庭消費向けは増加。
8	・加工・業務用需要は、レストラン・ホテル関係などで大きく減少した。 ・感染者数が減少し、自粛が和らぐと一時的に回復は見られたが、現在も回復までに時間を要している。観光・旅行など人の動きが活発になれば、コロナ前に近い状態に戻ると思う。量販店の仕入れは徐々に戻ってきているが、価格に対する厳しさも増しており、購入量の増加には至っていない。

## Q3. 新型コロナウイルス感染拡大による野菜のニーズ変化

(新型コロナウイルス感染拡大により、野菜(原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど)に関する実需者や消費者のニーズの変化を感じましたか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、野菜に関する実需者や消費者ニーズの変化を感じたか聞いたところ、10事業者中9者が変化を感じたと回答。
- 変化を感じたと回答した事業者からは、家庭での食事が増えたことで、労力や時間の短縮に、「カット野菜」、「冷凍野菜」、「惣菜・弁当」の需要の増加が感じられたとの回答があった。また、家庭内調理の増加も感じられ、一定期間保存可能で調理の汎用性がある「ばれいしょ」、「たまねぎ」などの土物の需要が伸びたとの回答があった。

全体	変化を感じた	変化を感じなかった
10	9	1
100%	90%	10%

### どのような変化を感じたか(回答9者)

1	量販店で販売される冷凍野菜が売上を伸ばしたと聞いている。
2	ここ数年の傾向でもあったが、より一層弁当などを中心に消費者のニーズが増え、その扱ひも、各事業者も含め量販店など重きを置いた販売に推移。
3	コロナの拡大により、消費者の買物の回数が減少し、保存できる冷凍野菜やテイクアウトの弁当の需要が伸びた。カット野菜や惣菜は、コロナ以前から簡便性、利便性により年々需要が伸びている。
4	カット野菜、冷凍野菜への関心度は高まっている。
5	カット野菜、冷凍野菜、弁当・惣菜でニーズの変化を感じた。巣ごもり初期は家庭内調理の増加を感じられたが、徐々に冷凍食品、調理食品の宅配も増加。R3年以降は業務スーパーの台頭と家庭内の調理も簡便化の傾向が強くなり、原料の生野菜の需要は以前に戻りつつも100%には到底届いていない。
6	カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当でニーズの変化を感じた。コロナ禍の中、巣ごもり消費や非接触型の消費により外出の規制、滞在時間の短縮により簡便性や時短といった購買行動が強くなった様に感じる。また、現在では食品全般の値上げやエネルギー価格の高騰から生活防衛意識も高まり、「値頃感」も含め更にその傾向が強くなっている。
7	カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当でニーズの変化を感じた。コロナ禍で外出機会が減少したため、日持ちのする冷凍野菜の需要が高いと感じた。また外食が減り、家庭での食事が増えたことで、労力や時間の短縮に惣菜・弁当、カット野菜の利用も増えている。
8	原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当でニーズの変化を感じた。個人向けでの消費は、コロナウイルスの影響を受け、巣ごもり需要が増加している。特に家庭での調理が増えたことにより、一定期間保存が可能で調理の汎用性があるばれいしょ、たまねぎなどの土物や、カット野菜、長期保存が可能な冷凍野菜などの需要が伸びている。
9	内食機会の増加からカット野菜中心に購入頻度は増加した。カット野菜については家事負担の軽減からも利用度が伸びた。同じく惣菜、冷凍野菜も利用頻度が増加した。

#### Q4. 新型コロナウイルス感染拡大による産地の供給内容の変化

(新型コロナウイルス感染拡大により、産地における野菜(原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど)の供給内容に変化を感じましたか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、産地の供給内容の変化を感じたか聞いたところ、10事業者中6者が変化を感じたと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、輸入野菜の減少、価格高により、加工向けの野菜について国内産の需要が伸びているとの回答があった。また、特にコロナ禍による業務需要の極端な減少や、加工食品の納入先の販売不振から、従来の市場で取扱いの無い規格の商品が産地から供給されるものも散見された。

全体	変化を感じた	変化を感じなかった
10	6	4
100%	60%	40%

#### どのような変化を感じたか(回答6者)

1	需要の増加に対応するため、供給元においても、カット野菜、惣菜、弁当などの材料の供給も増えてきているのは顕著。
2	コロナ感染拡大により、輸入野菜が減少により価格高になり、カット野菜・冷凍野菜などの加工向けの野菜について国内産の需要が伸びている。
3	大きな変化はないが、品目によっては供給量を減らしている傾向にある。
4	対応力があり、計画生産出荷の出来る産地はカット野菜、冷凍への対応は確立されつつある。また、円安等もあり、業務用の大型品種への対応要望は強い品目もある。
5	原体、カット野菜の供給に変化を感じた。特にコロナ禍による業務需要の極端な減少や加工食品の納入先の販売不振から、従来の市場で取扱いの無い規格の商品を産地が供給しているのが散見された。
6	原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当などの供給に変化を感じた。産地における労働力不足から、作業軽減を目的とした加工業務向けの販売が増加傾向となっており、特にコロナでの影響ではないと考えている。

#### Q5. 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移

(現在、新型コロナウイルス感染拡大直後に比べて、Q1～4で回答いただいた内容はどのように推移していますか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移について、10事業者中5者が感染拡大前の状況に戻つつあると回答し、残りの5者は新型コロナウイルス感染拡大後の変化が継続していると回答。

全体	感染拡大前に戻った	感染拡大前の状況に戻つつある	継続している
10	-	5	5
100%	-	50%	50%

## Q6. 新型コロナウイルス感染終息後の野菜のニーズ

(新型コロナウイルス感染症が終息した後、野菜（原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど）の実需者や消費者のニーズは、コロナ前と変化すると思いますか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大前と終息後の実需者や消費者ニーズの変化について、10事業者中8者が変化すると思うと回答。
- 変化すると思うと回答した事業者からは、3年間でライフスタイルに変化が生じ、コロナ感染症が終息してもすぐには元に戻らず、非接触型の購入方法は増加し、特に「冷凍食品」はゴミにならず使い切りで、長期保存が出来るため、食生活の中で占める割合が今後も増加するとの回答などがあつた。

全体	変化と思う	変化と思わない
10	8	2
100%	80%	20%

### どのように変化と思うか(回答8者)

1	家庭内需要に比例して、カット野菜や冷凍野菜などのニーズは増していると考える。
2	今後も利便性、簡便性のある野菜の需要が伸びていく。特に、冷凍野菜については、ゴミにならず使い切りで、若い消費者を中心に需要が増えていくと思う。
3	野菜原体の一口売り、もしくは一本売り、量目売りから、直接手で触れないパック物や袋物(カット野菜)等への指向が強まっている。
4	定着した宅配や簡便化のニーズは変わらないが、調味料や家庭用品の大幅値上げの中、生鮮野菜は需給バランスが価格の変動要因であるため、生産経費、運賃資材等の値上がり、高齢化もあり、(生鮮野菜の需要は)急速に減少する可能性が高い。
5	コロナ禍により、この3年間の商習慣は大きく変わった。未だ終息がなされない中で、この商習慣での慣れや定着が当たり前となっており、なかなかコロナ前の消費に戻るとは考えづらい。簡便性や時短等の消費動向が更に加速するのではないかと考える。
6	物価が高騰している中、消費者のニーズも変化が出ると思われる。しかし、今まで控えていた外出・外食の増加により、野菜原体の需要は少しずつ戻るのはないかと思う。
7	簡単・便利に利用でき、保存がきいてフードロス低減につながるカット野菜、冷凍野菜については更に伸びていくと考える。
8	3年間でライフスタイルに変化が生じているため、コロナ感染症が終息してもすぐには元に戻らない。非接触型の購入方法は進化を続けると考えている。特に冷凍食品はコストも良く、長期保存が出来る為、食生活の中で占める割合が今後も増加する。原体を購入するよりも利便性の高いカット野菜はゴミ事情も含め、安定した購入が続いている。また、家事負担の軽減においても同様である。

## 3 小売業者向け調査

### (1) 調査方法

郵送によるアンケート調査

### (2) 調査対象

小売業者8社

### (3) 調査期間

2022年12月27日～2023年1月31日

### (4) 調査結果の概要

・販売方法の変化として、野菜では、買い物頻度の減少により一度に大量購入やネットスーパーの利用が増え、日持ちのする野菜、冷凍野菜、大容量パックなどが多く出るようになった等の回答があつた。

・新型コロナウイルス感染終息後の消費者ニーズの変化として、簡便化商品による家庭内調理の負担軽減や、国産商品の美味しさ、EC（電子商取引）購入の利便性などを消費者が経験したことから、これらの需要は終息後も続くなどの回答があつた。

## (5) アンケート結果

### Q1. 野菜の仕入れ先割合の変化

(新型コロナウイルス感染拡大前(令和元年)から現在(令和4年)で、一年間の野菜の仕入れ先の割合に変化はありましたか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大直後から現在までの野菜の仕入れ先割合の変化について、8事業者中5者が変化しなかったと回答。
- 一方、変化したと回答した事業者からは、国産仕入れ量や加工品仕入れ量が増加し、また全体の仕入れ量が増加したとの回答や、外食需要が減少し内食需要が増加したことにより販売点数が伸長したとの回答などがあった。

全体	変化した	変化しなかった
8	3	5
100%	37.5%	62.5%

#### どのような変化か(回答3者)

1	・国産仕入れ量、加工品(一次加工含む)仕入れ量は増加した。 ・輸入品仕入れ量は減少し、原体仕入れ量は微減した。
2	・外食需要が減少し、内食需要が増加したことにより、全体的に販売点数が伸長した。 ・外食規制の緩和と比例し、感染拡大前の状況に戻ってきている。
3	全体の仕入れ量が増加した。

### Q2. 野菜の販売方法の変化

(新型コロナウイルス感染拡大により、野菜(原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど)の販売方法(店頭販売、EC販売、移動販売等)に変化はありましたか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大による野菜の販売方法の変化について、8事業者中7者が変化したと回答。
- 変化したと回答した事業者からは、買い物頻度の減少により、一度に大量購入やネットスーパーの利用が増え、日持ちのする野菜、冷凍野菜、大容量パックなどが多く出るようになったという回答や、他人が触れることを避けるなどでバラ売りを好まなくなったため、パック売り、まとめ売りを実施したとの回答などがあった。

全体	変化した	変化しなかった
8	7	1
100%	87.5%	12.5%

#### どのような変化か(回答7者)

1	・カット・水煮(下ゆで含む)野菜の売場面積の拡大。 ・店頭販売よりEC販売が上昇。
2	買い物頻度の減少により、一度に大量購入やネットスーパーの利用が増え、日持ちのする野菜、冷凍野菜、大容量パックなどが多く出るようになった。
3	・袋売りの増加。 ・量目の増加。
4	・包装形態が変化した。バラ販売をしなくなった(控えた)。 ・他人が触れることを避け、バラ販売を好まなくなったためパック売り、まとめ売りを実施した。
5	大容量、少しグレードの高い商品の露出増の対応。
6	土物のバラ売り品、きゅうり、トマトなどは裸で販売しているが、パプリカ等は袋、ラップ等で包装をした。
7	・冷凍野菜に有機農産物を付加して訴求。 ・ECアイテムの増加。

### Q3. 新型コロナウイルス感染拡大による野菜のニーズ変化

(新型コロナウイルス感染拡大により、野菜(原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど)に関する消費者ニーズの変化を感じましたか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、野菜に関する消費者ニーズの変化を感じたか聞いたところ、8事業者中8社で変化を感じたと回答。
- 変化を感じたと回答した事業者からは、健康志向から「国産商品」や「オーガニック商品」の需要が増えたとの回答や、内食や中食が増えたことで、「カット野菜」、「冷凍野菜」、「ミールキット」、「大容量商品」の需要が増加したとの回答などがあつた。

全体	変化を感じた	変化を感じなかった
8	8	-
100%	100%	-

#### どのような変化を感じたか(回答8者)

1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バラ売り商品の需要が減った。</li> <li>・健康志向から「国産商品」や「オーガニック商品」の需要が増え、輸入品の需要が減少した。</li> <li>・内食需要の増加から、「手作り材料」や「薬味(大葉・にんにく・レモン)」の需要が増加し、簡便化商品(カット野菜・水煮等)の需要が増えた。</li> </ul>
2	外食から中食中心になり、野菜全体の購入が増加した。
3	「カット野菜」、「冷凍野菜」、「ミールキット」、「大容量商品」などのニーズが増加した。
4	全体の購入量が増加した。
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>・試食販売をしなくなったため、顧客の声を聞きにくい状況になった。</li> <li>・まとめ買いの意識が高まり、「大容量商品」の売上が好調に推移した。</li> </ul>
6	「大容量商品」や少しグレードの高い商品のニーズが高まった。
7	コロナ感染拡大1年目・2年目は内食が拡大することで、購入量が増加した。
8	健康軸、簡便軸のニーズが増えた。

### Q4. 新型コロナウイルス感染拡大による変化の推移

(現在、新型コロナウイルス感染拡大直後に比べて、Q1～3で回答いただいた内容はどのように推移していますか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大による供給内容の変化の推移について、8事業者中4者が感染拡大前の状況に戻りつつあると回答し、3者が新型コロナウイルス感染拡大後の変化が継続していると回答、1者が感染拡大前に戻ったと回答。

全体	感染拡大前に戻った	感染拡大前の状況に戻りつつある	継続している
8	1	4	3
100%	12.5%	50%	37.5%

## Q5. 新型コロナウイルス感染終息後の野菜のニーズ

(新型コロナウイルス感染症が終息した後、野菜（原体、カット野菜、冷凍野菜、惣菜・弁当、野菜ジュースなど）の消費者ニーズは、コロナ前と変化すると思いますか。)

- 新型コロナウイルス感染拡大前と終息後の消費者ニーズの変化について、8事業者中4者が変化すると思うと回答。
- 変化すると思うと回答した事業者からは、簡便化商品（「カット野菜」、「冷凍野菜」、「ミールキット」等）による家庭内調理の負担軽減や、国産商品の美味しさ、EC購入の利便性などを消費者が経験したことから、これらの需要は終息後も続くとの回答や、健康軸と簡便軸の需要はこれからも高まるとの回答などがあった。

全体	変化すると思う	変化すると思わない
8	4	4
100%	50%	50%

### どのように変化すると思うか(回答4者)

1	一度体験し利益のあったモノ・チャネル(簡便商品使用による家庭調理の負担軽減や国産商品の美味しさ、EC購入の利便性)はコロナ終息後も需要の高まりは続くと考える。
2	カット野菜、冷凍野菜、簡便キット等のニーズが増加し続けると考える。
3	国産、近郊地域の食材を好む傾向にある。輸入価格も影響した。
4	一般の店内販売はコロナ前に戻る、もしくは健康・簡便等の商品消費は高まると思う。

次号（10月号）では、消費者向けのアンケート調査結果を報告する。