

加工・業務用野菜を活用した漬物における国産野菜利用 の実態、消費形態の変化に関する調査結果について

令和5年9月



独立行政法人農畜産業振興機構

1 調査目的

近年、野菜は家計消費から加工・業務用に徐々に需要がシフトし、野菜需要の約6割が加工・業務用となっている。そのうち3割程度が輸入品で賄われており、今後も国産野菜の需要を安定的に確保するためには、この加工・業務用野菜の国産への切換えを推進する必要がある。

野菜加工品の中でも漬物はかなり古い歴史があり、和食文化になくってはならないものであるが、食生活の多様化、減塩志向などから、消費量は減少傾向にあった。しかし、令和2年以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による巣ごもり需要に加え、発酵食品としての魅力や手軽に食物繊維やビタミン類が摂取できることなど、消費者の健康志向の高まりにより、徐々に購入金額は回復傾向にある。

農林水産省では「野菜を食べようプロジェクト」の一環として、「漬物」で野菜の消費拡大を図るため、令和5年度は「漬物で野菜を食べよう！」の取組を実施していることから、当機構において、加工・業務用野菜を活用した漬物における国産野菜利用の実態、消費形態の変化に関する調査を行ったものである。

2 調査対象及び調査方法

本調査は、漬物製造業者団体及び漬物製造業者の計5者に対し、往訪によるインタビュー調査として実施。

3 調査期間

令和5年6月15日～7月14日

【調査内容】

- 1 今般売れ行きが伸びている商品と衰退している商品について
- 2 浅漬け原料野菜の国産比率が高い理由と主な調達先について
- 3 販売先の国産志向について
- 4 原料及び製造コスト上昇について
- 5 地域性の高い漬物の動向について
- 6 漬物向け加工・業務用野菜取引の有望性について

【調査結果の概要】

1 今般売れ行きが伸びている商品と衰退している商品について

売れ行きが伸びている商品	売れ行きが衰退している商品
<p>1) 「キムチ（キムチ風味の浅漬けを含む）」は、韓流ブームの再燃や日本人の味覚に合った甘めの味付けに変化していること、また、他の食材と合わせることで簡単におかずになり、調理の時短になることなどから、売れ行きが良い。</p> <p>2) だいこん漬のうち、近年クリームチーズと合わせて食される「いぶりがっこ」や、寿司のたくあん巻きや恵方巻で使用される「たくあん」の売れ行きが伸びている。</p> <p>3) 古漬けの中でも、「福神漬」はカレーの付け合わせとして定番となっており、需要は堅調。</p>	<p>1) 高まる健康志向、減塩志向の影響で漬物業界全体が縮小傾向にあり、中でも「奈良漬」や「だいこん漬け」などの古漬けは、塩分が高いイメージが根強く、需要が衰退している。</p> <p>2) 浅漬けにおいても、コンビニでいつでもカップサラダが手に入るようになったり、食味の良い野菜ジュースが出てきたりしたことから、手軽な野菜摂取を訴求する競合商品の増加より、売れ行きが頭打ちになっている。</p> <p>3) 福神漬のうち学校給食向けは、減塩志向と1食当たりの予算が制約されていることなどから、採用校数が減少している。</p>

2 浅漬け原料野菜の国産比率が高い理由と主な調達先について

- 1) 収穫後、鮮度を保ったまま短時間で漬け込み製造処理される浅漬けの原料野菜は、カット野菜等の商品と同様の鮮度感が求められる。そのため、浅漬け用原料野菜は国産比率が高く、その調達先は工場近隣の産地、生産者等が多い傾向にある。一方、通年で安定した量を調達するために、全国にわたる産地リレーを確立している製造業者も多い。
- 2) 漬物製造業者における原料野菜の調達は、産地、生産者等との播種前直接契約が主体となっており、一部中間業者を介した調達や、原料不足分や市場価格が比較的安価な時期は卸売市場からの調達も行われる。
- 3) 古漬けについても、差別化商材を中心に国産野菜を使用した商品がある。ただし、漬物製造業者は貯蔵性の高い塩蔵処理済み野菜を調達することから、契約先は産地、生産者等ではなく、塩蔵処理業者となっており、塩蔵処理業者の原料調達は浅漬け原料野菜同様に、播種前契約となっている。
- 4) 浅漬けの原料野菜のうちオクラやブロッコリーなど、国産の価格で対応できない品目は、輸入の塩蔵原料や冷凍原料を使用する傾向にある。

3 販売先の国産志向について

- 1) 消費者には、国産原料、国産製造品は安全、安心という意識が浸透していることから、量販店等も国産原料使用の漬物商品を取り扱いたいという要望が強い。
- 2) 浅漬けの原料野菜は国産比率が高いことから、量販店等も浅漬けは国産原料使用という認識が強い。
- 3) キムチについては、国産のキムチ風味の浅漬けと輸入品で、製造方法や発酵具合によって食味が異なるため、製造業者や量販店等は異なる商品と捉えている。一方、消費者は同じキムチ商品と認識しているものの、食味の志向により買い分けされており、近年どちらの需要も堅調。
- 4) 量販店等は、所得層の幅の広がりに応じて、訴求する所得層に合った価格の商品を取り扱う傾向にあるため、低所得層に訴求する量販店等は輸入原料使用商品を、その上位に訴求する量販店等は国産及び輸入原料使用商品の両方を要望している。

4 原料及び製造コスト上昇について

- 1) 今般の燃油高騰によって工場の光熱動力費が上昇、加えて人件費や原材料費、運搬費等の上昇により、商品の収益率が低下してきていることから、多くの漬物製造業者において商品の値上げをせざるを得ない状況。
- 2) 一方、漬物製造業者は中小規模が多く、量販店等への値上げ交渉は難しい面もあるが、理解を得た上で値上げを実施している。
- 3) 商品の値上げに当たり、特に輸入原料を含む原材料費の高騰の影響が大きな要因となっている。

5 地域性の高い漬物の動向について

- 1) 地域性の高い漬物は製造者が企業ではなく農家等で、規模が零細であるため、地域外流通が行われにくく、主に地域内の直売所等で販売される。
- 2) 一方、贈答品でも利用される「奈良漬」や、近年脚光を浴びている「いぶりがっこ」など、通販や物産展等で販売され、一般的な漬物商品ほどではないが全国的に流通しているものもある。
- 3) 一部の漬物製造業者は、大都市部に旗艦店として漬物販売店舗を持ち、全国の地域性の高い漬物商品を販売し、漬物のおいしさの発信による需要の掘り起こしを行っている。
- 4) 原料野菜の生産が原産地域内に限られているものが多いため、認知度が向上して需要が高まった場合、生産者や産地からの原料野菜調達だけでは間に合わなくなることから、漬物製造業者による自社生産を行う動きも出てきている。

6 漬物向け加工・業務用野菜取引の有望性について

- 1) 食生活の多様化や減塩志向などから、消費量は減少傾向にあった漬物だが、購入金額は徐々に回復傾向にある。
- 2) キムチの原料であるはくさいを含め、浅漬けの原料はほとんどが国産であること、また古漬けにおいても徐々に原料野菜の国産へのシフトが進んでいることなどから、漬物市場は国産加工・業務用野菜の供給先として今後も有望である。
- 3) カット野菜、冷凍野菜等と同様に、歩留まり率や、製造ラインの機械等に合致した規格である必要がある。一方、細かく刻む場合は厳格な規格を求めていなかったり、規格外や端材を使用した新商品を開発するなど、漬物製造業者は、原料向けに生産された野菜のロス率の低減を図ることで、農家の生産意欲を高める努力をしている。
- 4) 漬物の種類は多様であり、オールマイティに製造する業者は少ない。製造する漬物の種類によって、製造方法や原料野菜の調達方法は大きく異なるが、原料野菜の調達について、農家との直接契約ではない場合も、塩蔵処理業者や中間業者等を通じて、漬物製造業者と産地、生産者等はコミュニケーションを図る機会がある。
- 5) 生鮮野菜を使用する浅漬けにおいて、季節によって産地が減少している品目もあり、通年で安定した量の原料野菜を調達するための取引が、今後より一層課題になるとと思われる。

〈問い合わせ先〉

独立行政法人農畜産業振興機構

野菜振興部 需給業務課

TEL：03-3583-9482