



令和3年7月19日

新型コロナウイルス禍の加工・業務用野菜需要構造調査報告書について

- 1 新型コロナウイルス感染症の影響で野菜の外出、観光等の業務用需要が大きく落ち込む一方で、家庭内の巣ごもり需要が増加しています。家庭内需要も保存のきくたまねぎ、ばれいしょや冷凍食品、カット野菜、惣菜などが増えています。
- 2 機構では、新型コロナ禍における加工・業務用野菜の需要構造の変化を調べるため、①1回目の緊急事態宣言期間（令和2年4～5月）、②1回目の宣言後（令和2年6～12月）、③2回目の宣言期間（令和3年1～3月）に分けて、加工・業務用野菜の実需者への販売を担う中間事業者と消費者を対象にアンケート調査とヒアリング調査を実施しました。
- 3 本調査にご協力いただいた皆様に感謝申し上げますとともに、この報告書が野菜に携わる皆様の一助になればと思います。

【調査報告書のポイント】

- 新型コロナ禍で中間事業者の加工・業務用野菜の仕入・販売金額は、1回目の緊急事態宣言期間から2回目の宣言期間を通じて前年比2割程度減少した。
- 野菜の販売について1回目の緊急事態宣言期間中の影響が最も大きかったと回答した中間事業者が最大の約4割を占めた。
- 営業自粛・時短営業などの要請を受けた外食事業者向けの販売額の減少率が4～5割程度と最も大きかった。
- 新型コロナ前後で消費者の野菜の購入頻度に大きな変化はないが、カット野菜、野菜総菜、弁当、冷凍野菜などの購入頻度や、宅配業者、弁当・惣菜専門店・外食店の宅配サービスなど非接触型チャネルの利用頻度が高まる傾向がみられる。
- 消費者の野菜の購買意識は、「野菜を普段より多めに購入する」「食費の節約を心がける」「保存のきく冷凍野菜のストックをもつようにする」「免疫力アップを意識して野菜を多めの摂取する」などの関心の高まりがみられる。

○新型コロナウイルス禍の加工・業務用野菜需要構造調査報告書掲載先：

（機構 HP）https://www.alic.go.jp/y-gyomu/yajukyu02_000176.html

（添付資料）

新型コロナウイルス禍の加工・業務用野菜需要構造実態調査報告書の概要



<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 加畑、伊澤

TEL 03-3583-9793

新型コロナウイルス禍の加工・業務用野菜需要構造実態調査 報告書の概要

令和3年7月
農畜産業振興機構

【ポイント】

(中間事業者への調査)

- 1 新型コロナ禍で中間事業者（卸売・仲卸業者、商社、問屋、カット野菜業者等）の加工・業務用野菜の仕入・販売金額は、1回目の緊急事態宣言期間（令和2年4～5月）から2回目の宣言期間（令和3年1～3月）を通じて、前年比2割程度減少した。野菜全体（量販店向けなどの生鮮野菜）の減少率5%程度と比較して大きい。
- 2 野菜の販売について1回目の緊急事態宣言期間中の影響が最も大きかったと回答した中間事業者が最大の約4割を占めた。
- 3 販売先別には、営業自粛・時短営業などの要請を受けた外食事業者向けの販売額の減少率が4～5割程度と最も大きかった。中食・給食・加工食品製造者向けの減少率も1～4割程度と大きかったが、第1回宣言解除後の減少率は外食向けより小さいとの意見が多かった。

(消費者への調査)

- 4 新型コロナ前後で消費者の野菜の購入頻度に大きな変化はないが、カット野菜、野菜総菜、弁当、冷凍野菜などの購入頻度が徐々に高まる傾向がみられる。
- 5 新型コロナ禍でも購入先の8～9割を占めるスーパーの利用頻度が高まる一方、宅配業者（生協など）、弁当・惣菜専門店・外食店の宅配サービス、ネットスーパー・コンビニの宅配など非接触型チャネルの利用頻度の増加傾向がみられる。
- 6 消費者の野菜の購買意識については、「特に意識していない」が5割以上を占める一方、「野菜を普段より多めに購入する」「食費の節約を心がける」「保存のきく冷凍野菜のストックを持つようにする」「免疫力アップを意識して野菜を多めに摂取する」などがそれぞれ2割程度を占めた。

1 調査方法

(1) 調査期間：令和3年4～7月

(2) 調査方法

- ① 加工・業務用野菜の実需者への販売を担う中間事業者への調査
 - ・アンケート調査：634社に送付し192社から回答（回収率32.3%）
 - ・ヒアリング調査：主要10社（卸売・仲卸業者、カット野菜製造業者、出荷団体等）
- ② 消費者への調査
 - ・アンケート調査：全国の20歳以上の男女1000名

※① 1回目の緊急事態宣言期間（令和2年4～5月）、② 1回目の同宣言後（令和2年6～12月）、③ 2回目の同宣言期間（令和3年1～3月）に分けて意向を調査

2 中間事業者への調査結果

（1）新型コロナ禍で中間事業者の加工・業務用野菜の仕入・販売金額は、1回目の緊急事態宣言期間（令和2年4～5月）から2回目の同宣言期間（令和3年1～3月）を通じて、前年比2割程度減少した。野菜全体（量販店向けなどの生鮮野菜）の減少率5%程度と比較して大きい。

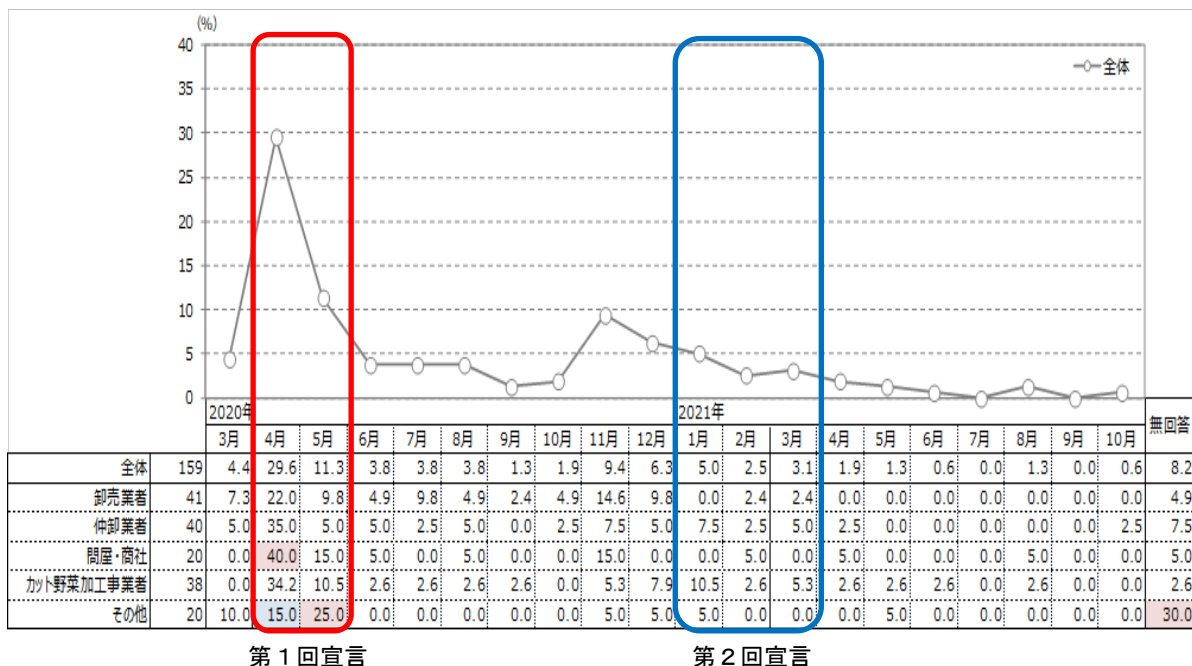
○加工・業務用野菜の仕入金額と販売金額の前年同期比

	仕入金額	販売金額
1回目の緊急事態宣言期間中 （令和2年4月～5月）	-16.0% （-4.7%）※	-19.4% （-6.4%）※
1回目の緊急事態宣言解除後 （令和2年6月～12月）	-13.9% （-3.3%）※	-17.6% （-3.9%）※
2回目の緊急事態宣言期間中 （令和3年1月～3月）	-16.3% （-6.7%）※	-18.0% （-7.0%）※

※（ ）内は野菜全体の仕入・販売金額における前年同期比

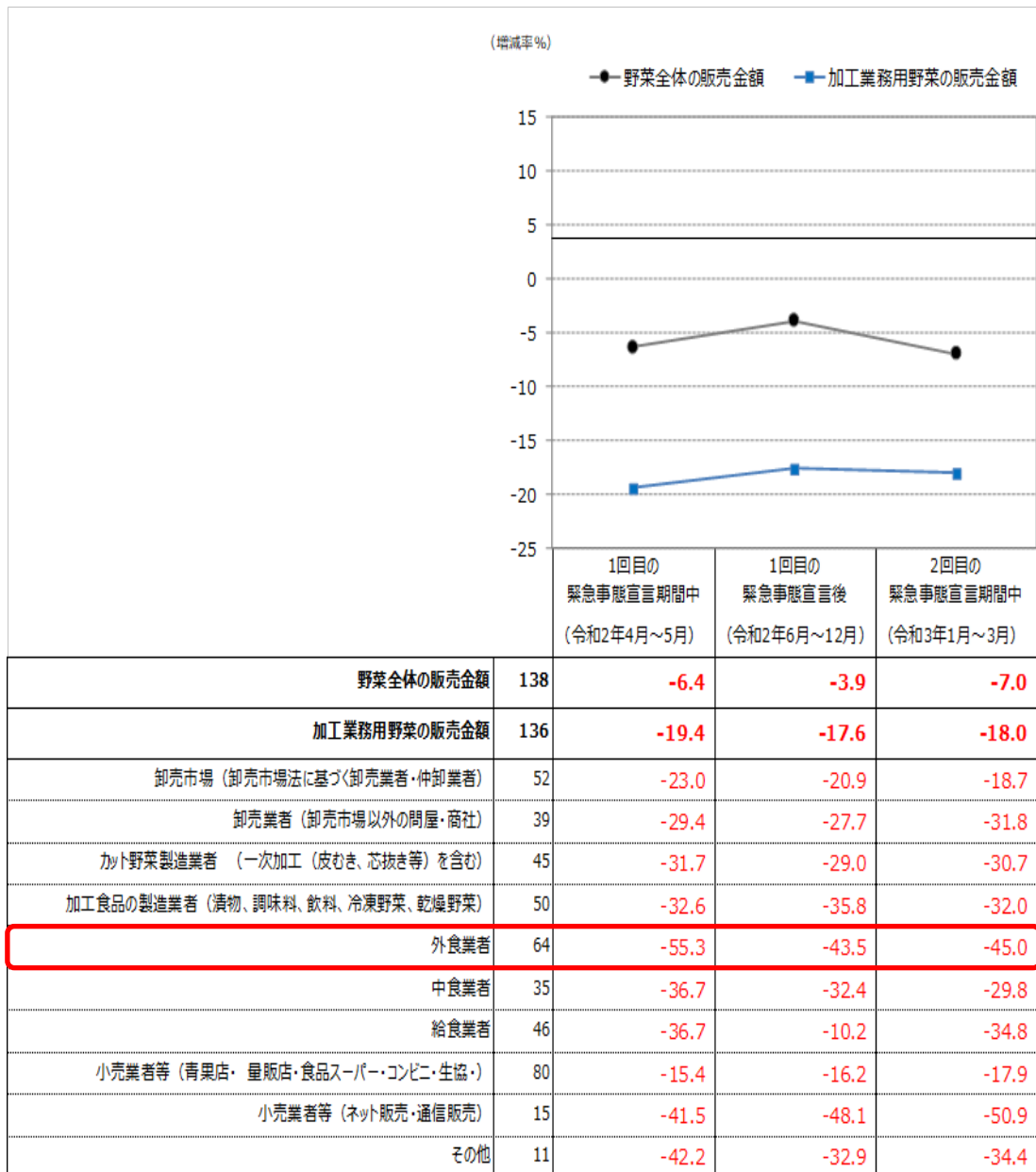
（2）野菜の販売について1回目の緊急事態宣言期間中の影響が最も大きかったと回答した中間事業者が最大の約4割（4月30%、5月11%）を占めた。2回目の宣言期間の11%と比較して大きい。

○新型コロナ禍で最も影響の大きかった時期



(3) 販売先別には、営業自粛・時短営業などの要請を受けた外食事業者向けの販売額の減少率が4～5割程度と最も大きかった。中食・給食・加工食品製造者向けの減少率も1～4割程度と大きかったが、第1回宣言解除以降の減少率は外食向けより小さいとの意見が多かった。

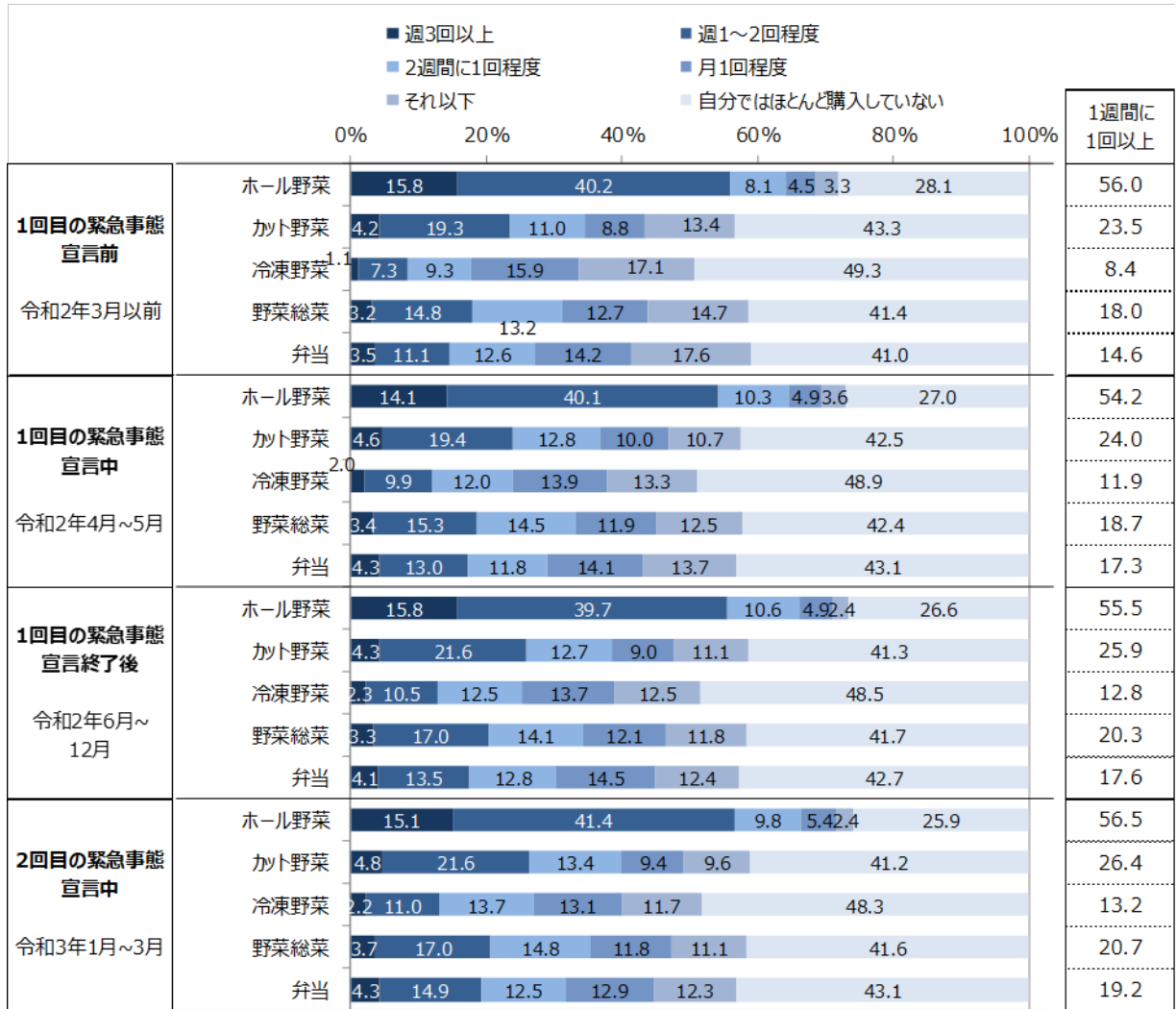
○新型コロナ禍における野菜の販売金額（前年同期比）



3 消費者への調査結果

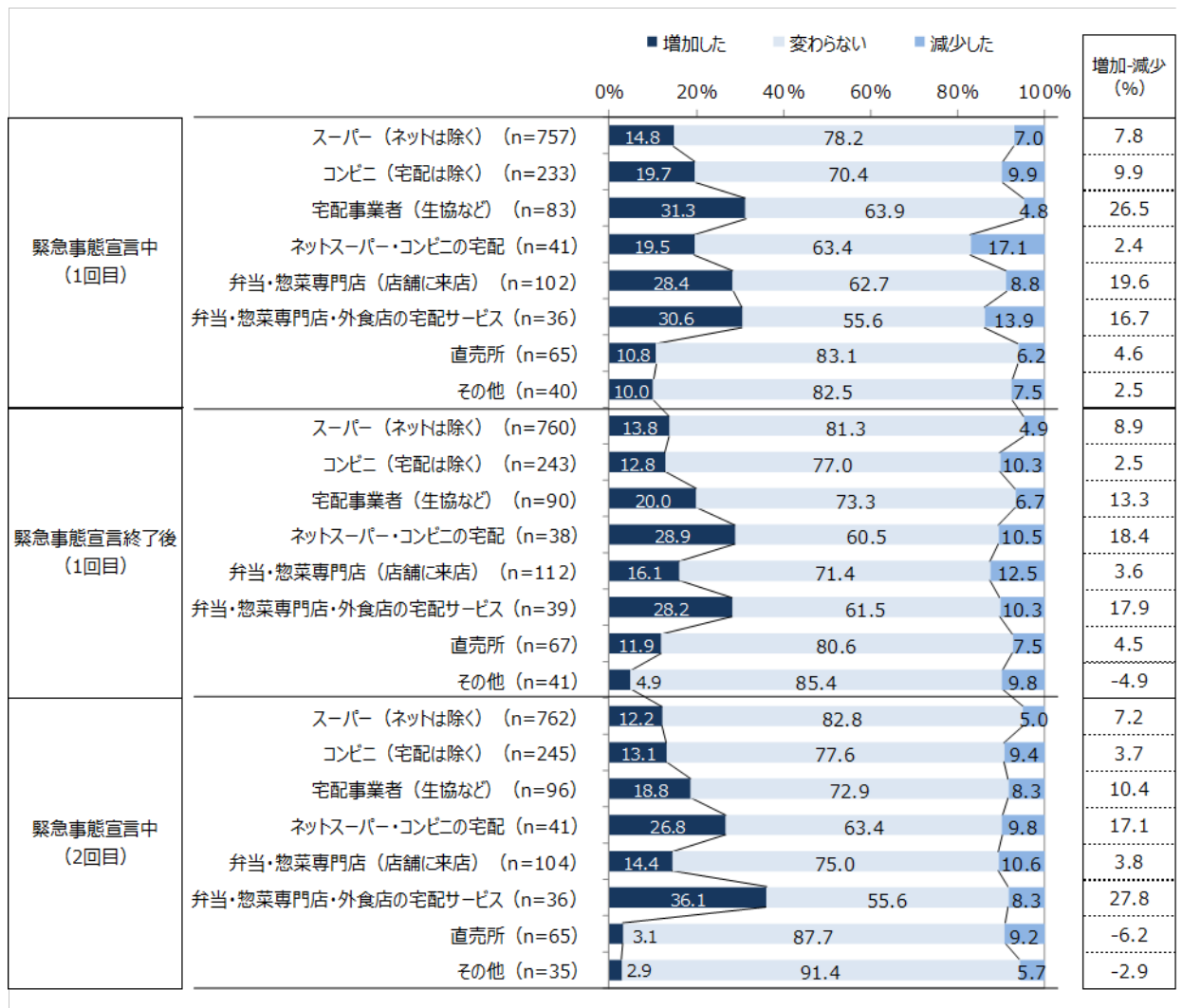
(1) 新型コロナ前後で消費者の野菜の購入頻度に大きな変化はないが、カット野菜、野菜総菜、弁当、冷凍野菜などの購入頻度が徐々に高まる傾向がみられる。

○野菜の購入頻度



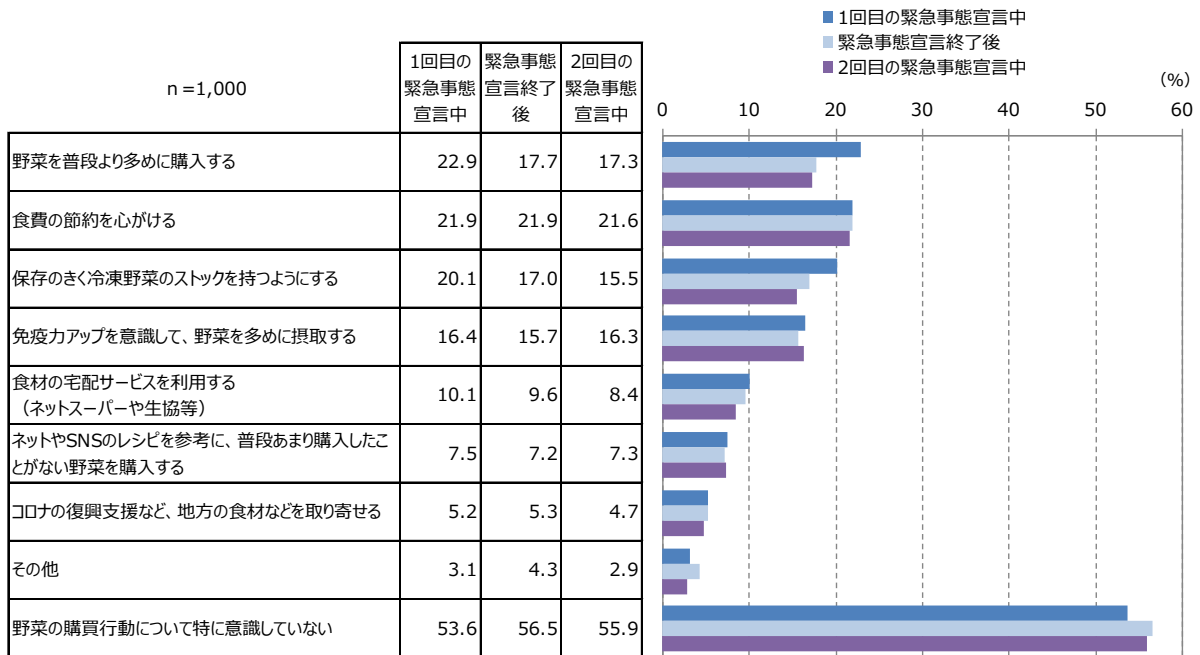
(2) 新型コロナ禍で購入先の8~9割を占めるスーパーの利用頻度が高まる一方、宅配業者(生協など)、弁当・惣菜専門店(店舗に来店)、弁当・惣菜専門店・外食店の宅配サービス、ネットスーパー・コンビニの宅配など非接触型チャネルの利用頻度の増加傾向がみられる。

○ 野菜の購入先の利用頻度の変化(各購入先の利用者ベース)

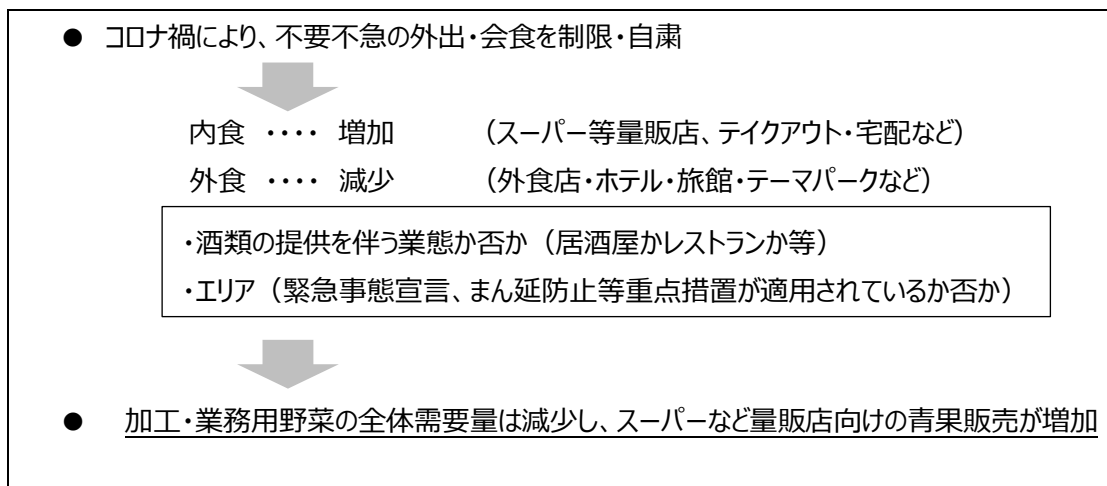


(3) 消費者の野菜の購買意識については、「特に意識していない」が5割以上を占める一方、「野菜を普段より多めに購入する」「食費の節約を心がける」「保存のきく冷凍野菜のストックを持つようにする」「免疫カアップを意識して野菜を多めに摂取する」などがそれぞれ2割程度を占めた。

○野菜の購買行動について意識したこと



(参考) 新型コロナ禍の加工・業務用野菜需要構造の変化 (イメージ)



〈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
 加畑、伊澤
 TEL 03-3583-9793