

# 働くお母さんへの全国Web調査 「買ったことのない野菜に関するアンケート」 集計レポート

令和2年度「香川県前向きに頑張る事業者を応援する総合補助金」採択  
「香川県産青果物を扱う全ての従業員向けオンラインセミナーカリキュラム作成事業」

2020年11月

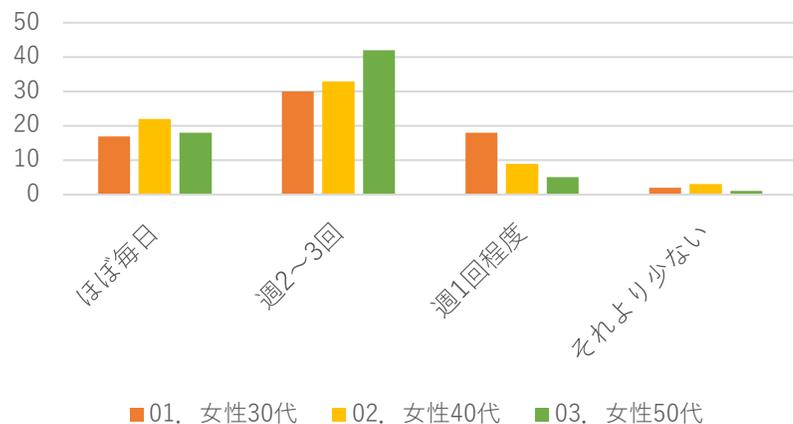
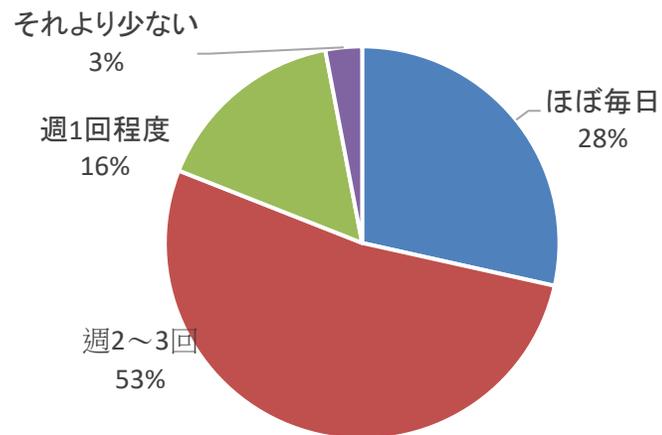
なあ～ちえ代表／野菜ソムリエPro, まるっと食プランナー 池田奈央

## Webアンケート調査実施概要

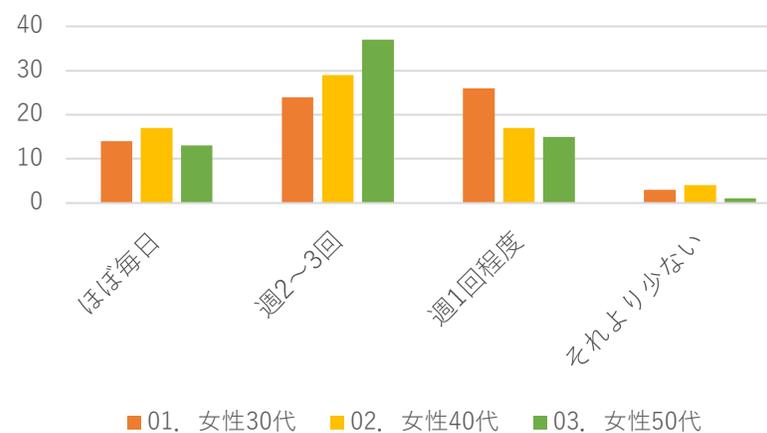
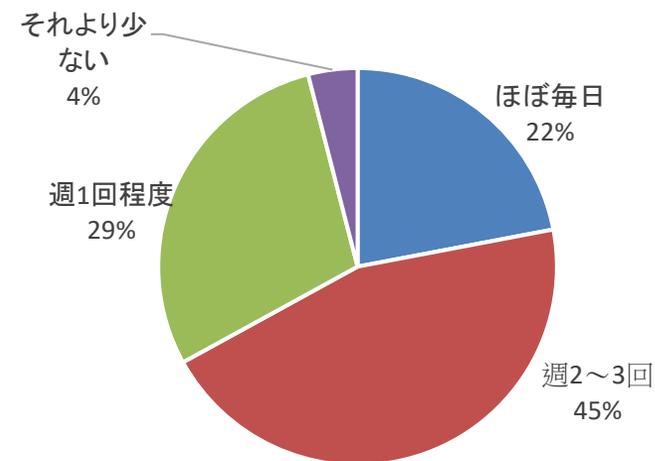
調査名	買ったことのない野菜に関するアンケート
対象者条件	【性別】 女性
	【年齢】 30, 40, 50歳代
	【地域】 全国
	【その他】 既婚、週に3, 4回以上料理をしている
調査項目	・ コロナ禍以前とウィズコロナでの買い物等の変化
	・ 買ったことがない野菜を購入する動機
	・ 買ったことがない野菜を購入するのに必要なこと
	・ 買ったことがない野菜の情報の入手の仕方
	・ 年代別の傾向
サンプル数	200サンプル
割付	年代均等
調査期間	2020年10月21日(水) ~10月22日(木)
調査方法	Webアンケート
調査企画・設問設計	なあ〜ちえ池田奈央、三野晃一演出事務所
調査機関	株式会社アスマーク (旧マーシュ)

# 1. コロナ禍前とウィズコロナの買い物回数の変化

Q1-1 コロナ禍前の買い物回数



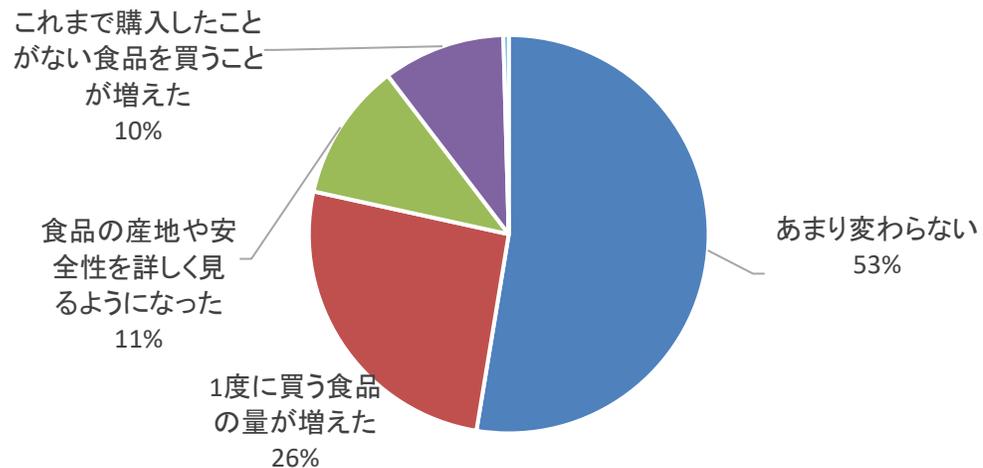
Q1-2 コロナ禍の買い物回数



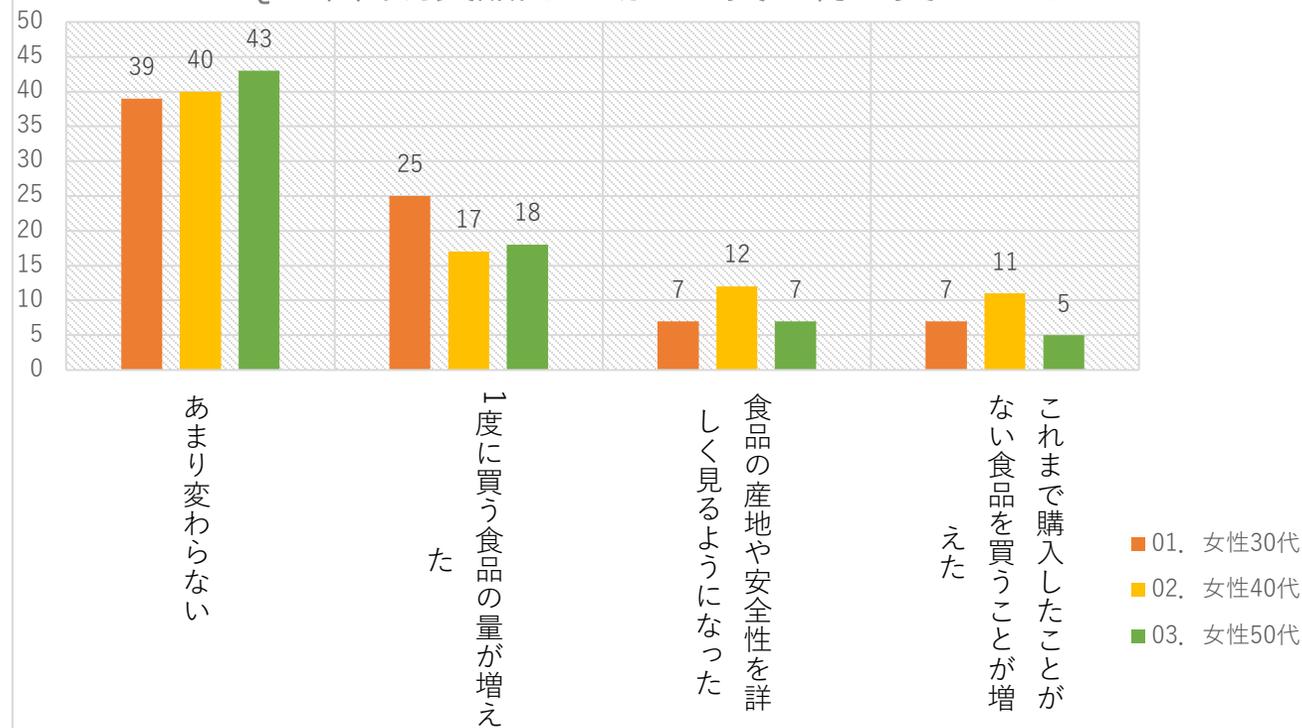
◆コロナ禍以前よりも「ほぼ毎日・週2~3回」が減り、減少分が「週1回」に移行し、週1回が16%から29%に増えている。

## 2. 食品売り場での買い物は変わったか（行動変容はあったか）

Q2 食品売り場での買い物は変わったか



Q2 年代別食品売り場での買い物は変わったか

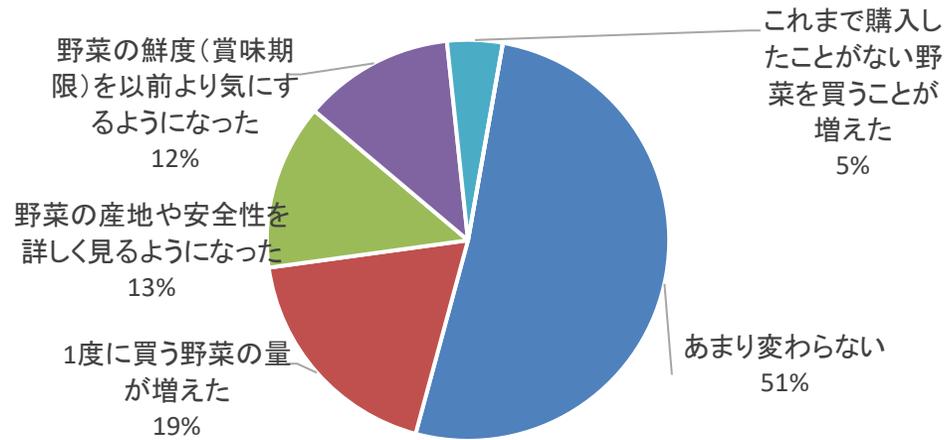


◆半数の方が「あまり変わらない」と答えているが、「これまで購入したことがない食品」購入する人、「産地や安全性」を詳しく見る人がそれぞれ10%。11%となっており、変容がうかがえる。

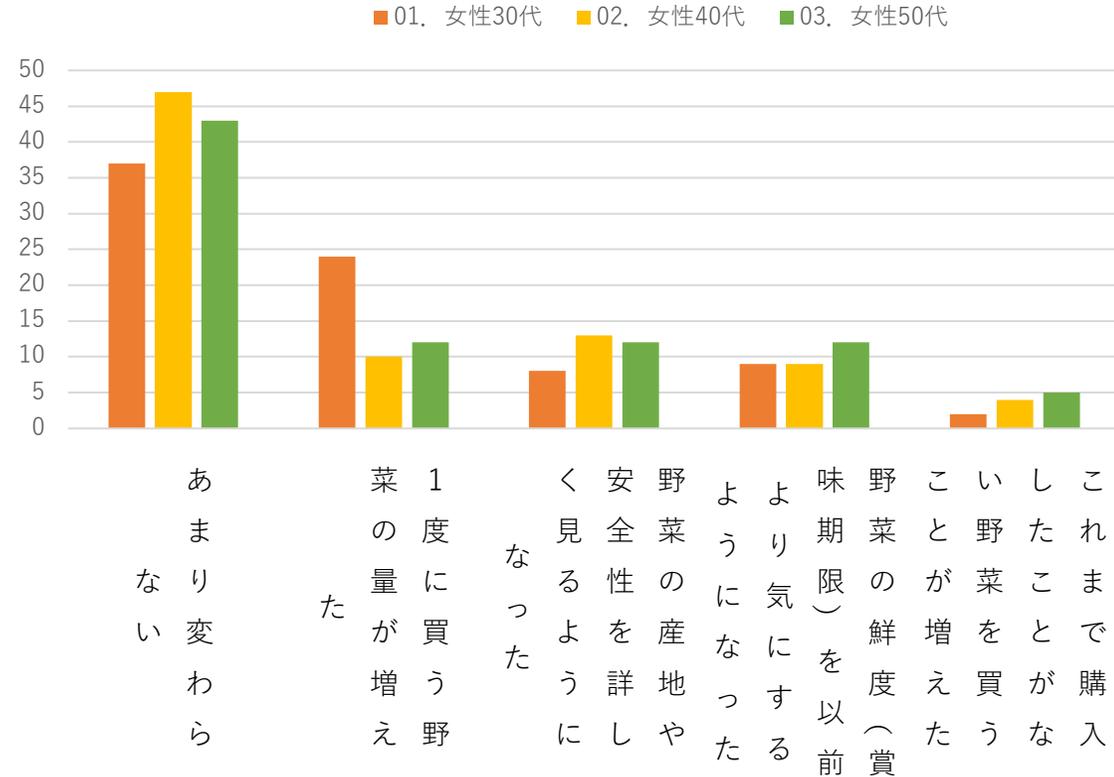
◆「これまで購入したことがない食品」購入は40代が最も多くなっている。

### 3. 野菜の買い方は変わったか（行動変容はあったか）

Q3野菜の買い方は変わったか



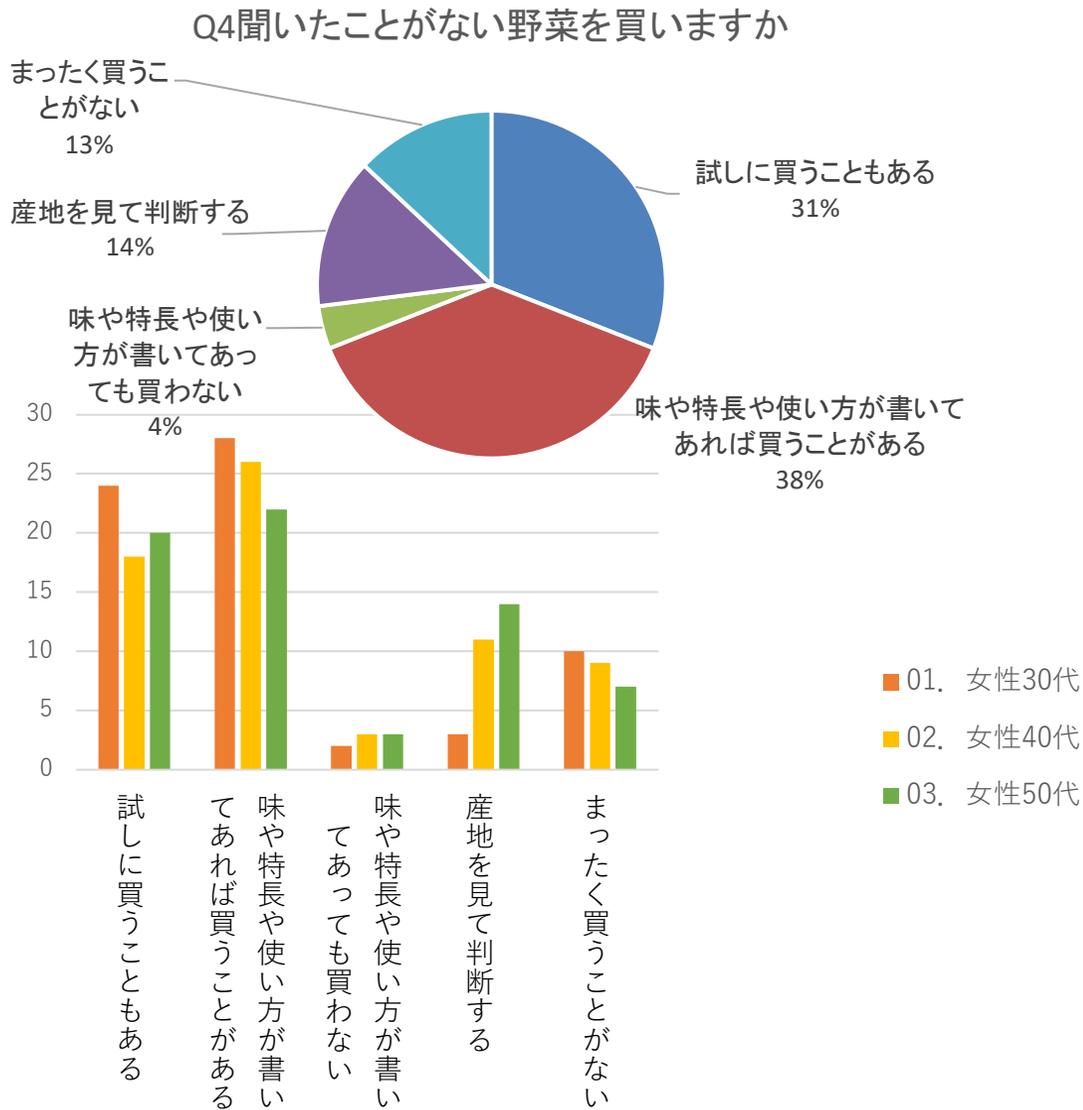
Q3 年代別野菜の買い方



◆食品全般の次に「野菜の買い方」を聞いた。食品全般の傾向と同じだが、野菜については、「産地・安全性・鮮度」を以前より気にしている人が多い結果となった。

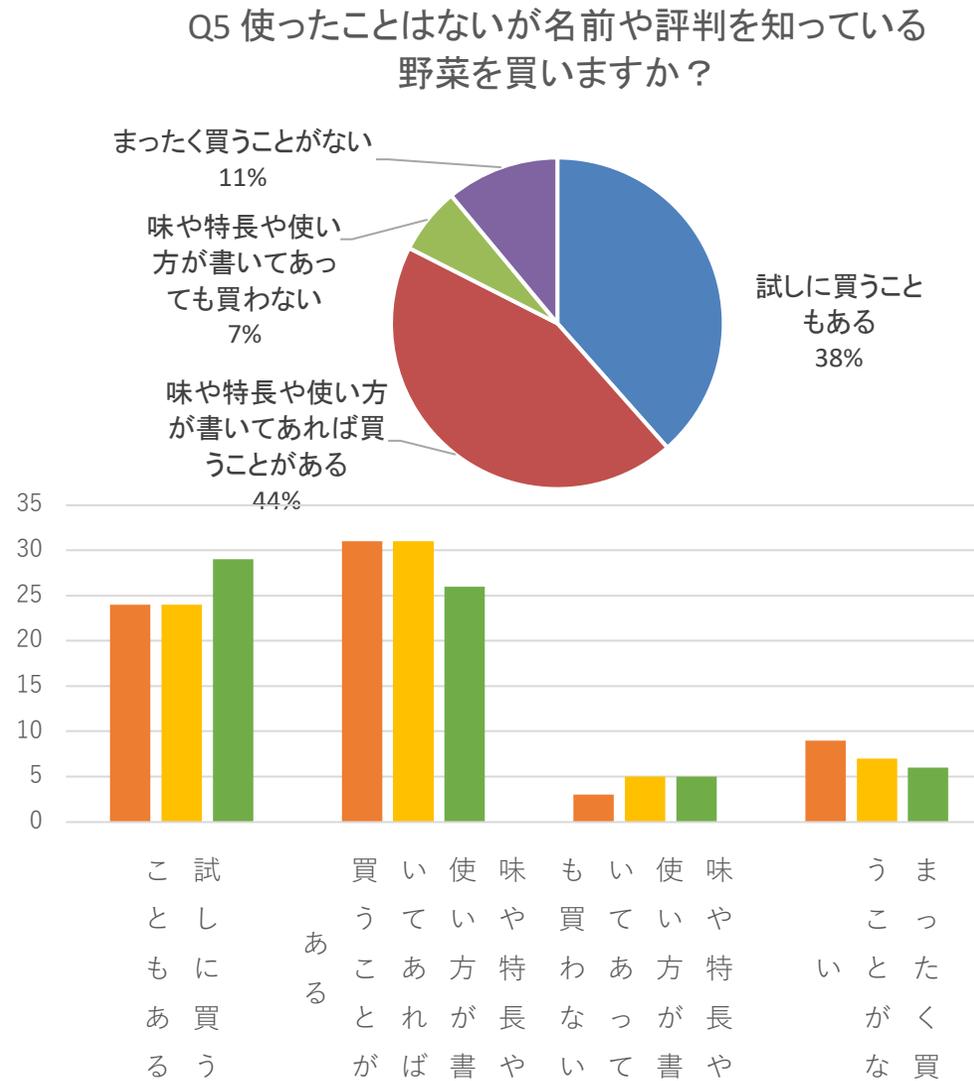
★また、「これまで購入したことがない野菜を買うことが増えた」と回答した人が5%。

#### 4. 聞いたことがない野菜を買いいますか



- ◆情報の有無にかかわらず「試しに買う」が31%。30代が最も多い。
- ◆買わない人は計17%、なんらかの情報があれば買う人の計は52%。

#### 5. 使ったことはないが名前や評判を知っている野菜を買いいますか？



- ◆名前を知っていれば「試しに買う」が31%から38%に増加。

6. 使ったことのない食材を使用する際に使用したいと思うきっかけをお知らせください。（自由回答）抜粋 ※末尾に全回答分類、有

ウィズコロナの時代にも前向きな方が多い

- 自炊する機会が増えたので、時短できてレシピがその場で手に入れば使ってみたいと思います
- 献立を考えていて、ネットで献立や作り方を検索した時、必要となっている食材があれば使用したことがなくても使用しようと思って購入する
- 料理の幅を広げたい
- 珍しい食材を食卓に出して話題を作りたいと思ったから
- マンネリ化したメニューをかえるため/いつもと違う料理を作れそうだから/新しいメニューが生まれるかもしれないから
- レパートリーを増やしたかったから
- たまには変わったものも食べてみたいとき
- 好奇心旺盛で、料理が好きなので
- 新しい味が食べたい
- 時間に余裕があり、新しい料理にチャレンジしてます

野菜売り場の現場での情報提供が大きなポイント

- 美味しそうなレシピの提案がある
- 作り方の表記があったりすると買いたいと思う
- 一緒に店頭に掲示されてるレシピが美味しそうだったら。一緒に店頭に掲示されてる情報で自分に不足している栄養素とわかったら。
- お店のポップに調理法や味のイメージがわきそうなコメントがあれば買ってみたくなる
- 旬のレシピや時短レシピの紹介があって、そのレシピのリーフレット等の提供があれば、使用したいと思う。
- やっぱり調理法があればいいです。しかも、短時間&簡単な調理法が魅力的です
- 下処理などなく簡単につかえるかどうか

テレビ・新聞などマスコミの力は、尚も健在

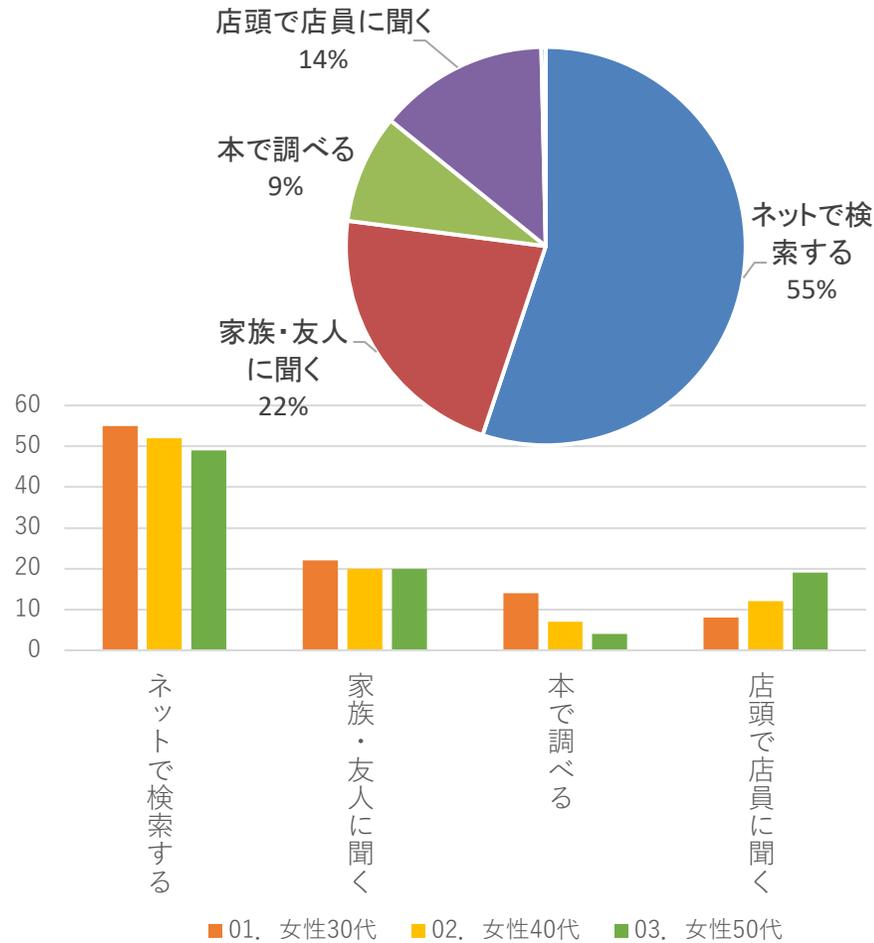
- テレビで調理しているところを見た時
- テレビでそれを使ったお料理が紹介されていて、美味しそう、食べてみたいと思ったとき
- テレビ、新聞などで免疫性を高める食材の特集を観て購入するようになりました

ネットでの情報提供は必須

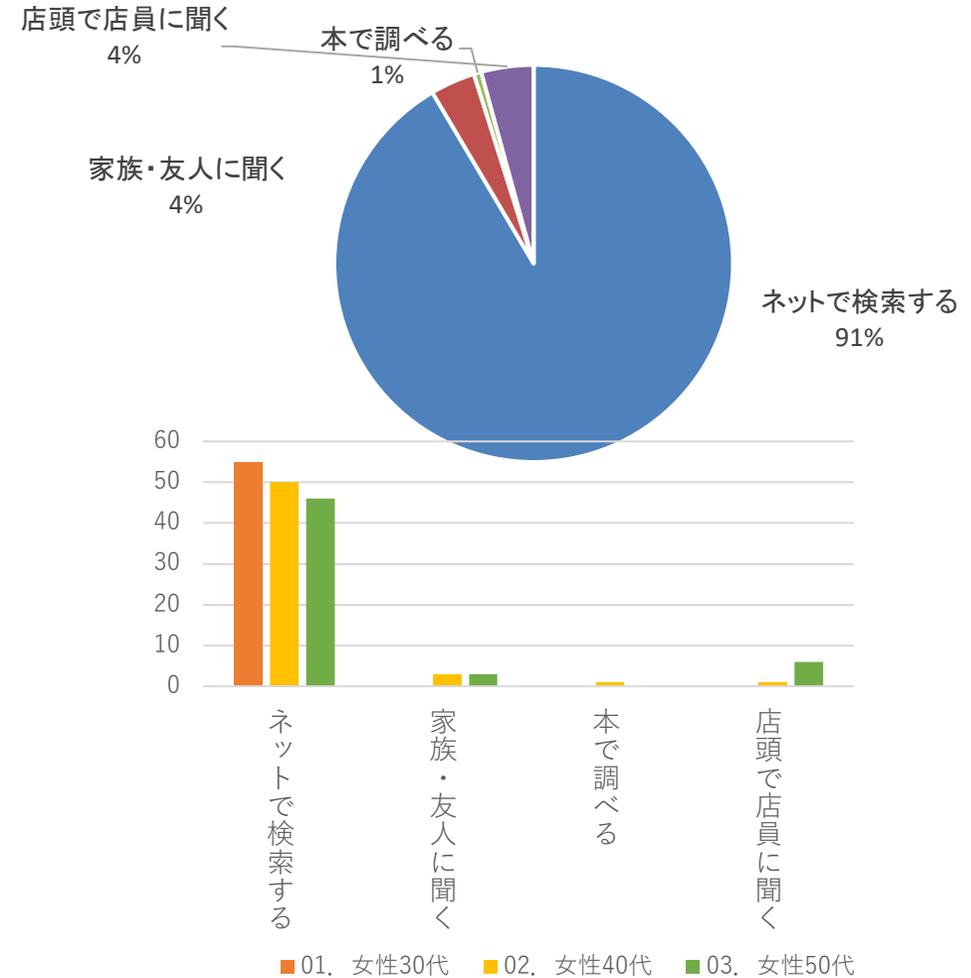
- ネットでその場で調べてレシピが出てきた時。

## 7. 調理法の調べ方法／複数回答／ひとつだけ回答

Q7-1 調理法の調べ方法いくつでも



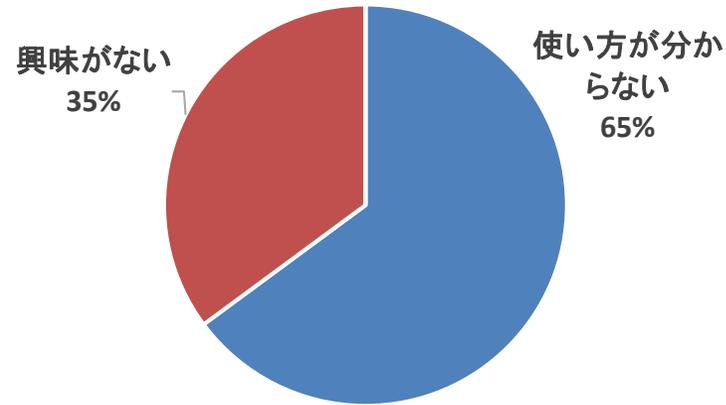
Q7-2 調理法の調べ方ひとつだけ



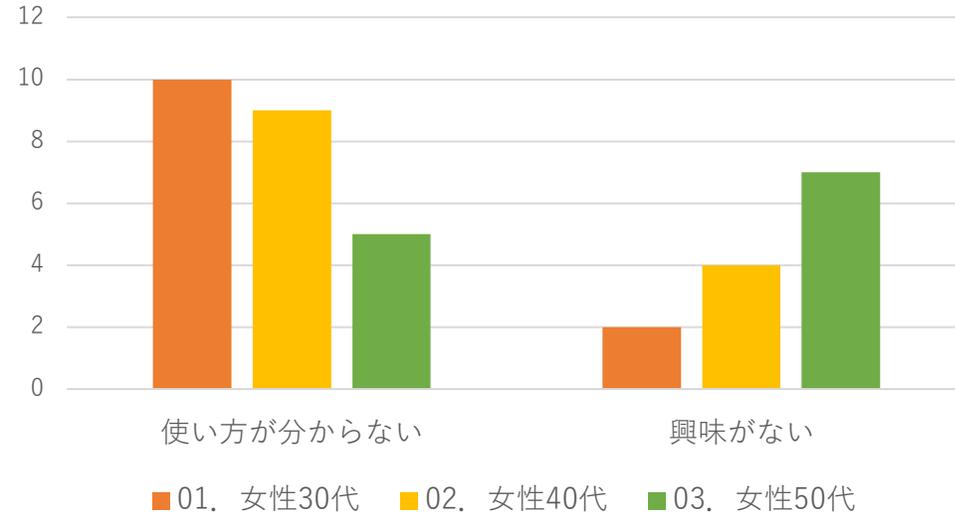
◆調理法の調べ方は、1回答の場合は圧倒的に「ネット検索」だが、複数回答では「家族・友人に聞く22%」「店員に聞く14%」「本で調べる9%」の回答があり、ネット以外での情報提供も探している実態が分かる。

## 8. (買ったことがない野菜・果物を) 買わない理由

Q8 買わない理由



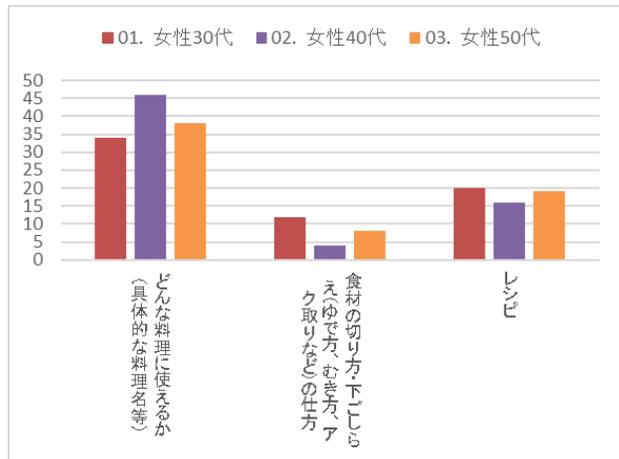
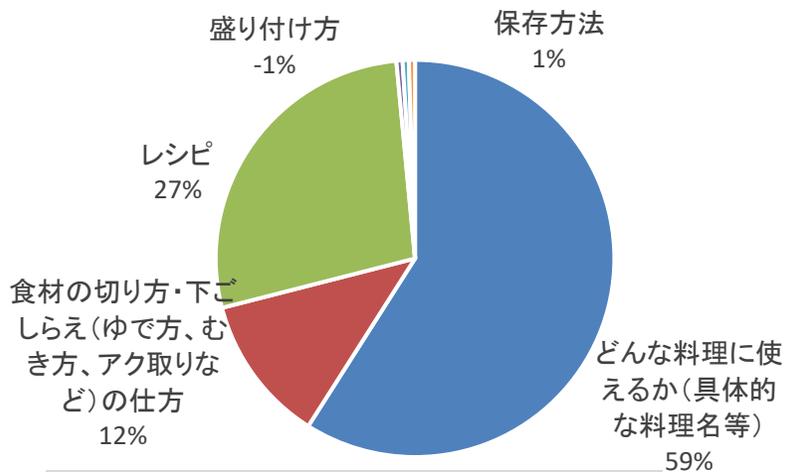
Q8 年代別買わない理由



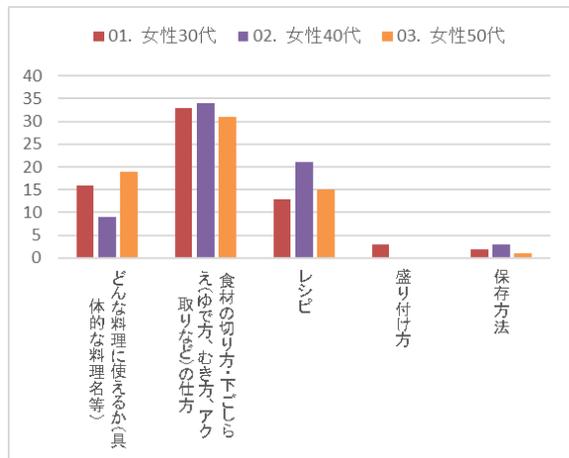
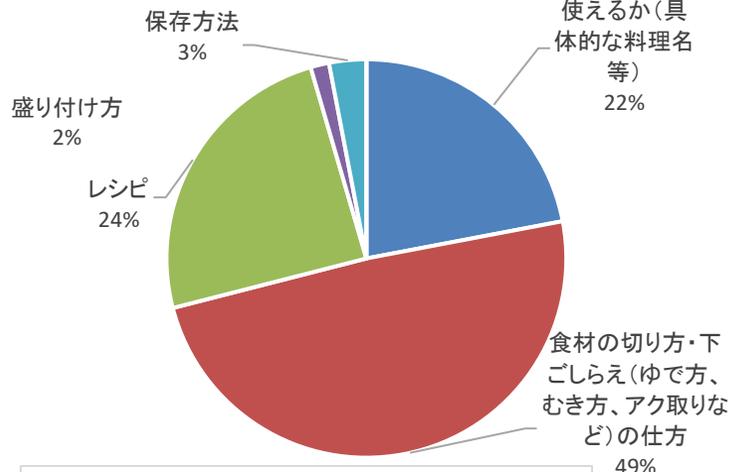
- ◆買ったことがない野菜・果物を買わない理由は、「使い方が分からない」が65%となり、情報提供次第で購入を促進できると判断できる。
- ◆また、年代別では「興味がない」のは50代が多く、「使い方が分からないのは30代、40代」が多くなっている。

## 9. 買ったことがない野菜を購入するために、知りたい情報

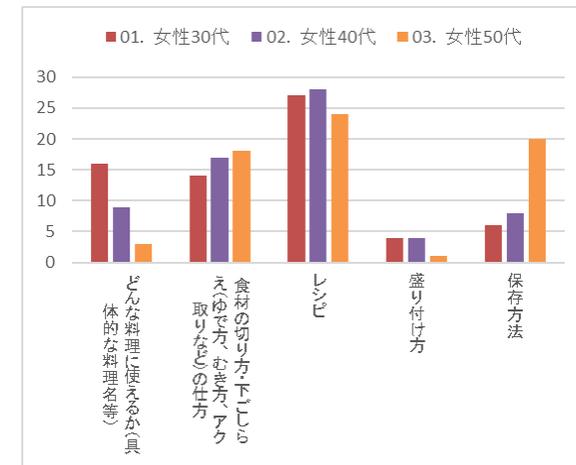
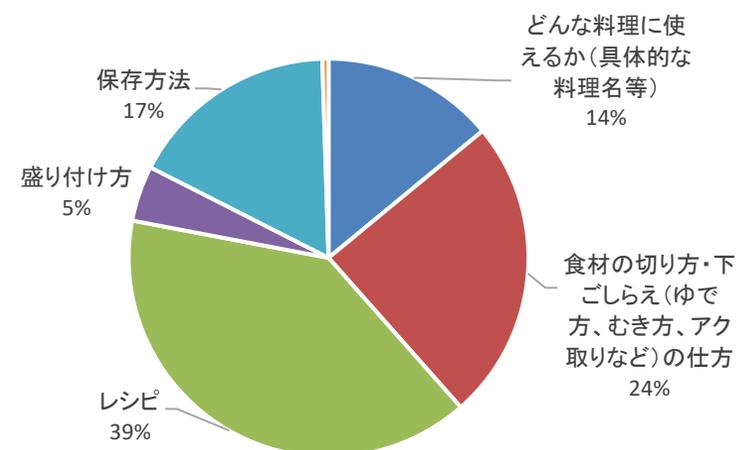
Q9-1知りたい情報 1位



Q9-2知りたい情報 2位



Q9-3知りたい情報 3位



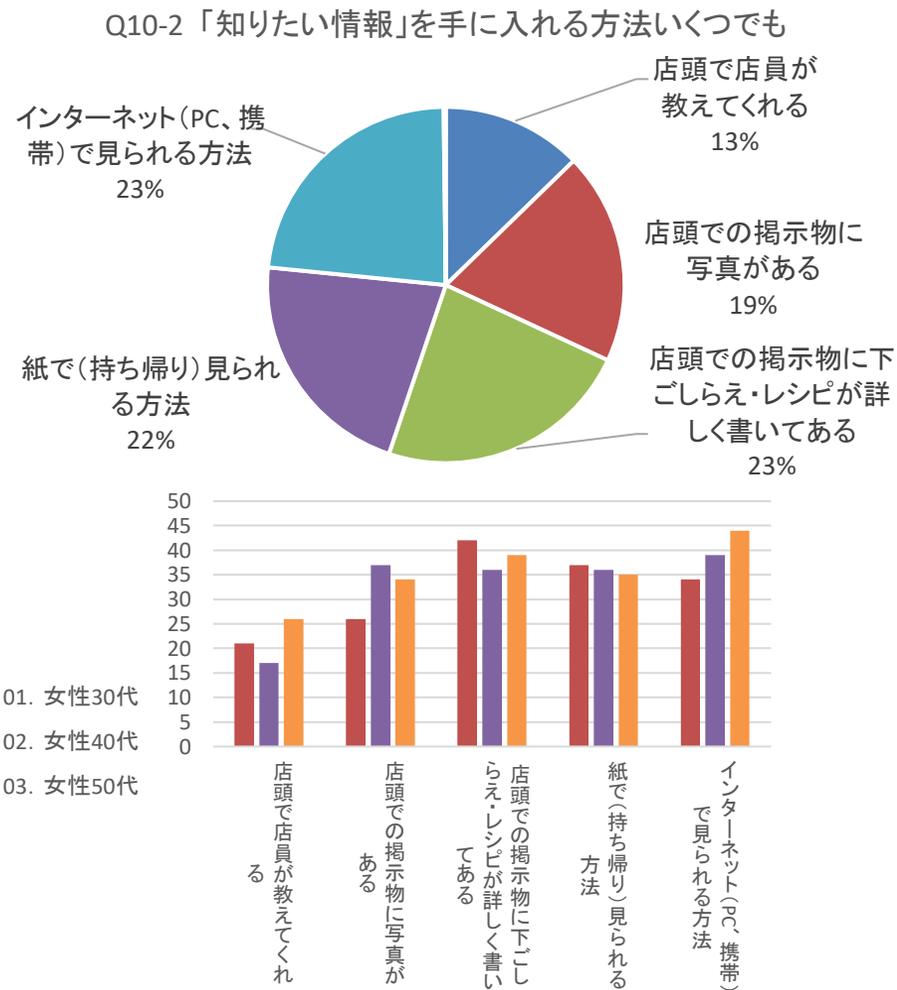
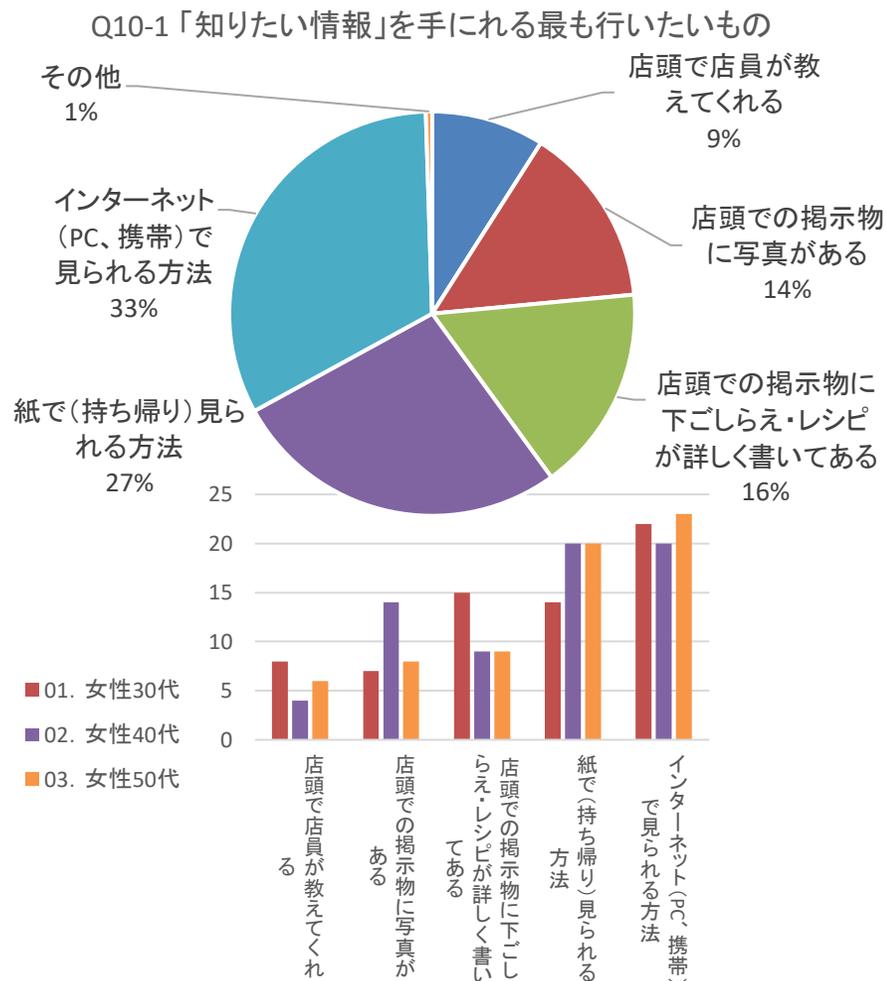
◆ いちばん知りたい情報のランキングは以下の結果となった

- 1位 どんな料理に使えるか(具体的な料理名等) 59%
- 2位 レシピ 27%
- 3位 食材の切り方・下ごしらえ(ゆで方、むき方、アク取りなど)の仕方 12%

◆ 2番目に知りたい情報 n TOPは「食材の切り方・下ごしらえ(ゆで方、むき方、アク取りなど)の仕方」49%

◆ 3番目に知りたい情報のTOPは「レシピ」で39%となった。

## 10. 「知りたい情報」を手に入れる方法 / 1つだけ選択 / 複数選択



- ◆ 「知りたい情報」を手に入れる方法の1つだけ選択の結果は、インターネット33%で、紙の持ち帰りニーズが27%と大きな差異がない結果となった。
- ◆ 店員・店頭掲示物ニーズの合計が、39%あり、紙での提供と合わせて店頭が果たす役割は大きいことが明確になった。

- ◆ 複数回答になると、さらにインターネットよりも、店頭での情報提供が果たす役割が大きいことが分かる。

## 働くお母さんへの全国Web調査「買ったことのない野菜に関するアンケート」から見えてくるもの

本アンケートは、「香川県産青果物を扱う全ての従業員向けオンラインセミナーカリキュラム作成事業」の一環として企画・設問設計されました。

香川県産品の野菜が、日々の食品売り場の現場でもっと消費者、その中でもとくに毎日の食卓を預かる「働くお母さん」に手に取っていただく回数を増やし、買ったことがない地元の野菜でも購入するためには何が必要か。

これまでの「なあ～ちえ」としての食に関する講座・イベントを積み重ねて来た経験の集大成として本事業を企画し、有効な「食品売り場の従業員向けセミナーカリキュラム」を作成していますが、その裏付けであったり、さらに的確なカリキュラム、コンテンツにするために本調査の結果を生かします。

- 購入動機は、インターネットの情報だけではなく、店頭での情報提供が重要であることが分かりました。
- 野菜の調理の仕方についても、ネットだけではなく、持ち帰りの紙情報や店頭掲示物が重要であることが分かりました。
- ウィズコロナの時代にあっても、だからこそ、新しい食材を使ってみたいという前向きな意向が多いことが分かりました。

なあ～ちえ代表／野菜ソムリエPro まるっと食プランナー 池田奈央

使ったことのない食材を使用する際に使用したいと思うきっかけをお知らせください。（自由回答）全掲

<レシピがわかること>

自炊する機会が増えたので、時短できてレシピがその場で手に入れば使ってみたいと思います
新しいメニューの提案があれば、使ってみようかと思う。
ネットでその場で調べてレシピが出てきた時。
美味しそうなレシピの提案がある。
美味しそうで簡単な料理を作れそうなとき
作り方の表記があったりすると書きたいと思う
意外と簡単に調理できそうと知ったら
簡単で間違いのないレシピがある
いろいろな料理に使えたり、アレンジレシピがたくさん思いつけば。また、その時の体の不調などに多少でも効果がありそうだなと感じたら。
調理例の紹介がある
美味しそうなレシピを発見した時
おすすめの調理方法が書いてあるとき。
それを使った美味しそうで簡単なレシピを見た時。
使ったことのない食材を使って、簡単においしく作れるレシピが紹介されていたら、使ってみたい。
レシピなど使い方のイメージがあると心惹かれる
レシピが添えられている
普段作る料理に取り入れやすいと思った場合。
レシピ、栄養価
簡単なレシピが添付されていたら
一緒に店頭に掲示されてるレシピが美味しそうだったら。一緒に店頭に掲示されてる情報で自分に不足している栄養素とわかったら。
お店のポップに調理法や味のイメージがわきそうなコメントがあれば買ってみたくなる
レシピが載っている
やっぱり調理法があればいいです。しかも、短時間&簡単な調理法が魅力的です。
売り場にレシピが書かれていて、それが簡単に作ることが出来れば買ってみたく思います
料理のしかたや食感、どのような栄養が良いとか分かると買ってみたくなる。
売り場に調理方法が書かれていれば使用したい。

美味しそうなメニューが紹介されていた
その場で食材をネットで検索してみて、美味しいという情報が得られたら。
料理のレシピが書いてあり味も分かりやすく伝えてあり美味しそうと感じた時
どの様に使うかの具体例があったとき
手軽に作れること
簡単にできそうと思ったら使用する。
旬のレシピや時短レシピの紹介があって、そのレシピのリーフレット等の提供があれば、使用したいと思う。
それを使用するレシピがあわせて紹介されていて、ひかれれば。
簡単・手軽に美味しく調理できそうだった時
料理を想像できた場合においしそうであれば購入するかもしれない。
レシピが載ってたとき
美味しそうなレシピが分かれば
味の章かいや調理例に興味があったから
調理法が簡単で美味しそうだったとき
調理方法や調理例
料理サイトを見て決める
使用例が美味しそうだったとき
たべてみたい料理の食材を調べて、その食材が入っていたら買いたく思います。
献立を考えていて、ネットで献立や作り方を検索した時、必要となっている食材があれば使用したことがなくても使用しようと思って購入する
普段家にある調味料で作れるか。

使ったことのない食材を使用する際に使用したいと思うきっかけをお知らせください。(自由回答) 全掲 2/3

<料理の幅が広がりそうと思う>

料理の幅を広げたい
いろいろな食材に挑戦したいから
マンネリ化したメニューをかえるため
新しい事にチャレンジしたいから
たまには違う味も食べたいと思ったから
冒険心
自分で作る料理に飽きた時
新しい味付けを試してみたい
レパートリーを増やしたいとき
レパートリーを増やしたかったから
献立がマンネリ化してきたら
たまには変わったものも食べてみたいとき
新しいレパートリーを増やしたいので。
新しいメニューや味が楽しめるかなと思うから。
新しいメニューができるかも、という期待
いつも同じものを食べているので、なんとなく目新しいものを見たら購入する
料理の幅を広げたいので
いつもと違うものが食べられるから
チャレンジしてみたいから
チャレンジ
いつもと違う料理を作れそうだから
新しいメニューが生まれるかもしれないから
好奇心旺盛で、料理が好きなので。
料理がマンネリで新しい野菜等を取り入れてみたいと思ったから。それにネットで調理の仕方等簡単に検索出きるから。
レパートリーが増えれば良いなど
時間に余裕があり、新しい料理にチャレンジしてます
代わり映えがあり、美味しくできるものであれば、使用してもよい。

<興味がある>

興味本位
どんな味なのか気になるから
興味関心
好奇心
試したい
興味
どのようなものか気になるから
どんな味がするのか気になるから。
どのような味なのか気になるので
興味
美味しそうだったり珍しかったら買う
味や調理方法を試してみたい
試してみたい
新しい味が食べたい
興味があるから
好奇心
面白いから
興味があれば
面白そうだから
試したい
味を確認したい
知らない味を知りたい
味の変化が分かるから
みかけたとき

<価格が手ごろ>

特売
値段がお手頃なこと。
価格が安ければ。高い野菜の代用になりそうであれば。
安売りされていたとき。
特売品
安くなっていた
値段が安く少量で使えること
価格が安かったり店頭で目立ったら購入
失敗しても損した気分にならないくらい安い。調理方法を紹介してくれる。
値段
野菜全般にすごく値上がりした時に、安いものがあれば買って見た
安かった時
おいしいもので価格も手ごろなら買う。
お値打ちだから
買おうとしていた野菜がなかったり高い時

<テレビで見た>

テレビで調理しているところを見た時
テレビ等でおすすめされたら
テレビで見たことがある食材だった時。
テレビで紹介されたとき
TV
テレビで見たり友人から聞いたら
それを使う料理が、新聞などに載っていた時
知るきっかけとなったメディアの信用力と情報の魅力が高かった
テレビで紹介されている
テレビの料理番組で見て
テレビ、新聞などで免疫性を高める食材の特集を観て購入するようになりました。
テレビでそれを使ったお料理が紹介されていて、美味しそう、食べてみたいと思ったとき
テレビで紹介されていたら。レシピや、調理の素（味付けするタレなど）と一緒に置いてあったら。
テレビ紹介されていた。新鮮そう。
テレビなどで見かけた 友人などの情報

<下処理のこと>

下処理などなく簡単につかえるかどおか
クセが無く使いやすい食材
説明書きや調理法
使い方がわかりやすいとき

<話題になっている・見た>

珍しい食材を食卓に出して話題を作りたいと思ったから
面白そう
話題性だったり、美味しいという評判
美味しそうで食べてみたいと感じたら
珍しいものが元からすき
くちこみ
旬のものだったり
応援消費
旬のものだから
旬のものなので、食べてみようと思いました。
何かでその野菜を使った料理を見た事があったら
スーパーに置いてあるのを見つけた時
商品ポップが気になったとき

<栄養価がより・美味しそう・新鮮・贅沢感>

栄養がありそう
自分が好きな料理に合う、使える 使いやすさや栄養価など
栄養価が高いこと
イチジク・繊維質で栄養価が高いと聞いたので購入している
体によさそう
栄養価
例えば赤ピーマン、ふつうのピーマンより栄養価が高いと聞いて
おいしそうであれば
味に期待している
子どもたちが美味しく食べられるか
おいしそうだとおもえたら
家族がたべるかどうか
お店で食べて美味しかったものなど
鮮度が良そうだったら。
贅沢感
暇だったから。
暇な時