

消費者向けカット野菜製造業者の実態と特徴

筑波大学大学院 本田 亜利紗

明治大学 中嶋 晋作

農業・食品産業技術総合研究機構 大浦 裕二・山本 淳子

筑波大学 納口 るり子

1. はじめに

国内の食料消費において食の外部化・簡便化が指摘されてきており、日本政策金融公庫「消費者動向調査」(2012) [1]では、若年層ほど簡便化志向が強いという結果が示されている。

簡便化には、①調理の手間のかかる食品からすぐ食べられる食品への移行、②惣菜(中食)の利用や外食による調理の外部化の2つがあるとされているが(時子山[2])、このうち②については近年、中食・外食だけでなく、調理過程のうち材料の取り揃えや皮むき・カットを外部化した商品、例えば「カット野菜セット」が販売されている。総務省『家計調査』によれば、1世帯当たりの野菜・及び外食の購入金額は減少してきているが、調理食品特に生食用カット野菜であるサラダは増加してきていることから、サラダをはじめとするカット野菜セットは簡便化に対応した、野菜消費の新たな形として注目されている。

このように消費者向けカット野菜セットは近年注目されてきているが、その製造の現状に関して整理した研究は少ない。

主な成果としては、青果物カット協議会[3]や堀田[4]が、カット野菜業者へのアンケート調査を行っており、そこでは経営概況、国産原料確保の方法、及び販売実態から、カット野菜業者の特徴を明らかにしている。

しかし、いずれの調査も業務用仕向けと消費者向けカット野菜業者を区別しておらず、消費者向けカット野菜セットの製造実態に注目した研究は少ない。

そこで、本稿ではアンケート調査、及びカット野菜業者への聞き取り調査結果をもとに、消費者向けカット野菜業者の実態と特徴を整理することを目的とする。

2. 研究方法

本研究で利用したデータは、独立行政法人農畜産業振興機構等が2012年11月から2013年1月に実施したカット野菜需要構造実態調査の結果[5]である。

調査対象は、青果物カット事業協議会が把握しているカット野菜・カットフルーツの製造事業者・企業であり、調査内容は、「カット野菜・カットフルーツの製造・販売について」「カット野菜事業の概要・原料調達・輸入原料・製品販売について」「カットフルーツの原料調達について」などである。調査報告はカット野菜・カットフルーツ製造業者に該当する113業者についてまとめられたものであるが、本稿では、消費者向けカット野菜業者を対象とするため、アンケート回答結果から、消費者向けカット野菜セットを製造している29件のデータを抽出し、再集計した結果を用いた。

3. 消費者向けカット野菜製造業者の実態

以下では、消費者向け加熱調理用カット野菜製造業者(以下、加熱用業者)・サラダ等生食用カット野菜製造業者(以下、生食用業者)の動向を比較・検討する。

表1はカット野菜業者の製造販売の実態についてまとめたものである。カット野菜業者は他事業と複合的に事業を行っている企業が多く、生食用業者では6割、加熱用業者では8割が兼業でカット野菜製造を行っており、サラダ等の生食用業者の方が相対的に専業が多いことが確認できる。また、兼業の場合は、生食用業者では弁当・総菜製造業、加熱用業者では卸売・仲卸との兼業が多い。

これは、そのまま食べることができるサラダ等を製造する場合には、弁当・総菜製造業の保健所許可や製造のノウハウが生かされ、参入しやすいからであると考えられる。

次に、カット野菜の販売額の比較では、生食用業者の方が加熱用業者よりも販売額が大きく、製造規模の大きい企業が行っていることが確認できる。

また、カット野菜製造事業を拡大したいという意向はどちらの業者でも多く、特に生食用で

は、9割近くが拡大の意向である。その理由としては、現在、カット野菜の需要が増加している、または今後増えていくと予想されることを理由に挙げる企業が多く、製造側ではカット野菜、特に生食用カット野菜の需要が今後増加していくと捉えている。

原料野菜の取引方法については、生食用業者では契約取引が73.8%を占め、契約取引中心となっているのに対し、加熱用業者では契約取引49.1%、市場取引44.8%と、半々程度となっている。

4. まとめ

以上の結果から、消費者向けカット野菜業者の中でも、生食用業者と加熱用業者ではカット事業への取り組み方や特徴が異なることが明らかとなった。生食用業者は規模の大きな企業が行っており、弁当惣菜等の事業との兼業が多く、カット野菜事業拡大の意向も強いことが確認された。一方、加熱調理用カット野菜製造には、卸・仲卸等の青果物を取り扱う企業が多く、その事業規模も比較的小さいことが明らかとなった。

参考文献

- [1] 消費者動向調査「平成24年度下半期消費者動向調査結果(平成25年1月調査)」日本政策金融公庫。 <https://www.jfc.go.jp/n/findings/investigate.html> (2012年3月)
- [2] 時子山ひろみ、荏開津典生「フードシステムの経済学」、医歯薬出版株式会社、1998。
- [3] 「カット野菜製造の実態(アンケート調査結果)」青果物カット事業協議会、1994-2007。
- [4] 堀田和彦「カット野菜業者の国産原料確保と販売実態の多様性」『農業および園芸』Vol.85、No.8、2010、pp801-809。
- [5] 「平成24年度カット野菜需要構造実態調査事業報告概要」独立行政法人農畜産業振興機構、2013年1月。

表1 消費者向けカット野菜業者の実態

	生食用カット野菜業者		加熱調理用カット野菜業者	
カット野菜事業の概要				
専業で行っている	6	40%	3	21%
兼業である	9	60%	11	79%
兼業の場合の業種				
弁当・惣菜製造	5	33%	2	14%
漬物製造	0	0%	0	0%
もやし、カイワレ製造	0	0%	1	7%
卸売・仲卸売	2	13%	5	36%
飲食・食料品小売	0	0%	1	7%
外食	0	0%	0	0%
給食	0	0%	1	7%
その他	3	20%	2	14%
カット野菜販売額				
販売額の平均	1,941百万円		351百万円	
今後の事業について				
拡大させたい	13	87%	9	64%
維持したい	1	7%	4	29%
縮小したい	1	7%	1	7%
総計	15		14	