

野菜の消費をめぐる情勢

令和 8 年 8 月

農林水産省



「野菜を食べようプロジェクト」ポスター

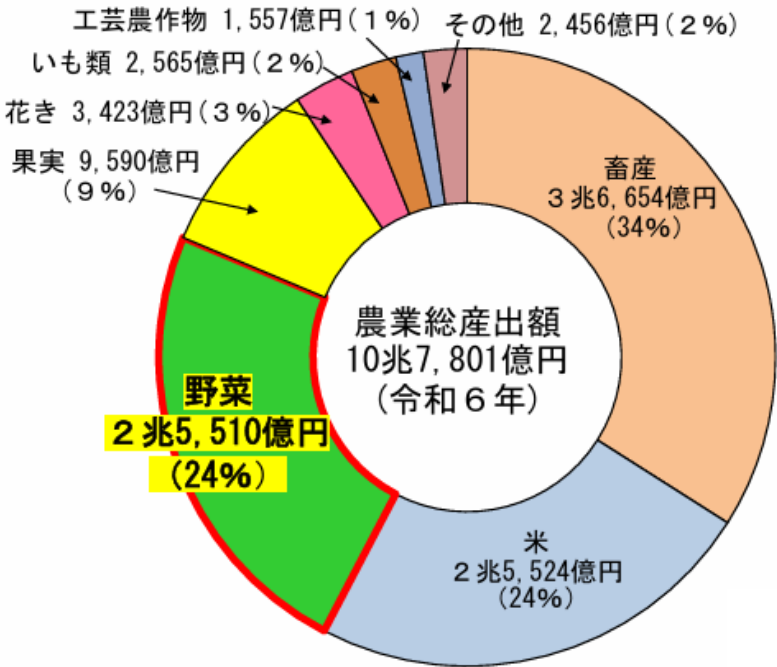


「野菜を食べようプロジェクト」ロゴマーク

我が国農業生産における野菜の位置づけ

- 野菜の産出額(令和6年: 2兆5,510億円)は、我が国の農業総産出額の約1/4を占めている。
- 品目別では、トマト、いちご等上位5品目で野菜産出額の約1/3を占めている。
- 野菜はカロリーベースでの食料自給率への寄与率は小さいものの、国民の健康維持・増進や農業振興の上で重要。

【農業総産出額に占める野菜の割合(令和6年)】



資料: 農林水産省「生産農業所得統計」

【食料自給率への寄与率(令和6年度)】



資料: 農林水産省「令和6年度 食料需給表(概算値)」

【国内の野菜産出額上位5品目(令和6年)】

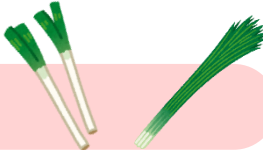
1位: トマト(2,442億円)



2位: いちご(2,144億円)



3位: ねぎ(1,641億円)



4位: きゅうり(1,598億円)



5位: キャベツ(1,478億円)

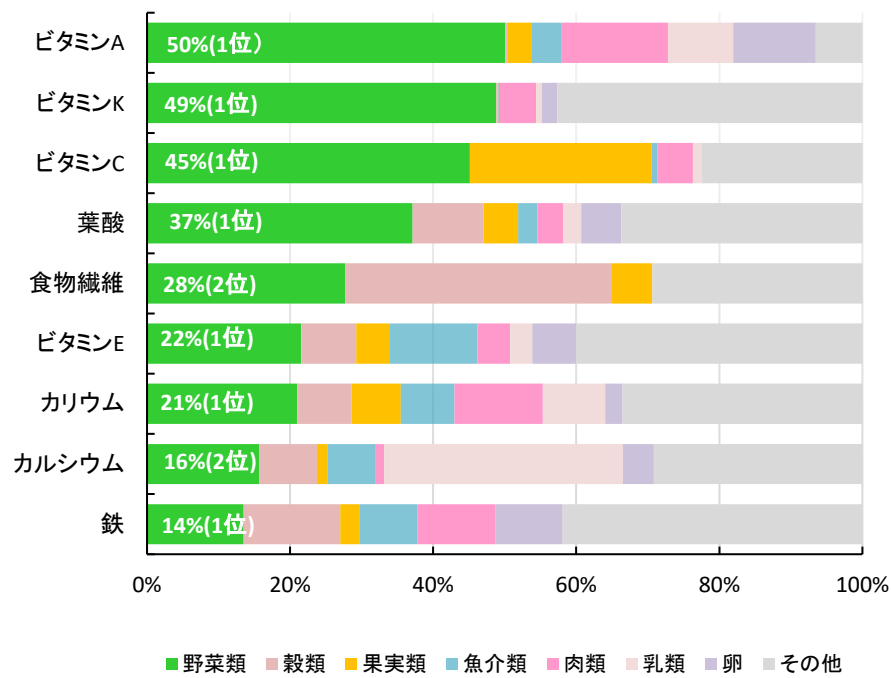


資料: 農林水産省「生産農業所得統計」

食生活における野菜の位置づけ

- 野菜は、他の品目と比較して豊富な栄養素が含まれており、ビタミン、ミネラル、食物繊維等の重要な供給源となっている。
- 国民健康づくり運動である「健康日本21(第三次)」において、20歳以上の1人1日当たりの野菜摂取量の目標値は350gとされている。

【食品群別栄養素等の1人1日当たりの摂取割合(令和6年)】



資料:厚生労働省「国民健康・栄養調査」(令和6年(総数))

【1日に必要な野菜料理の例 (野菜摂取目標量350g)】



写真提供:一般社団法人ファイブ・ア・デイ協会

【健康日本21(第三次)抜粋】

④ 野菜摂取量の増加

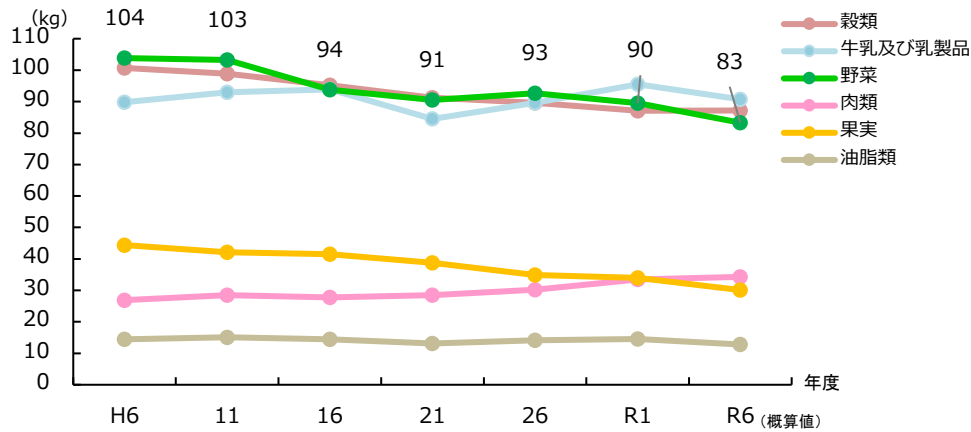
指標	野菜摂取量の平均値
データソース	国民健康・栄養調査 ※20歳以上
現状値	281 g (令和元年度)
ベースライン値	- g (令和6年度:令和6年国民健康・栄養調査予定)
目標値	350 g (令和14年度)※1

※1:生活習慣病の予防や健康の保持増進の観点から目標値を設定。
(参考:「健康日本21(第三次)推進のための説明資料」)

野菜の消費動向①(消費量の推移等)

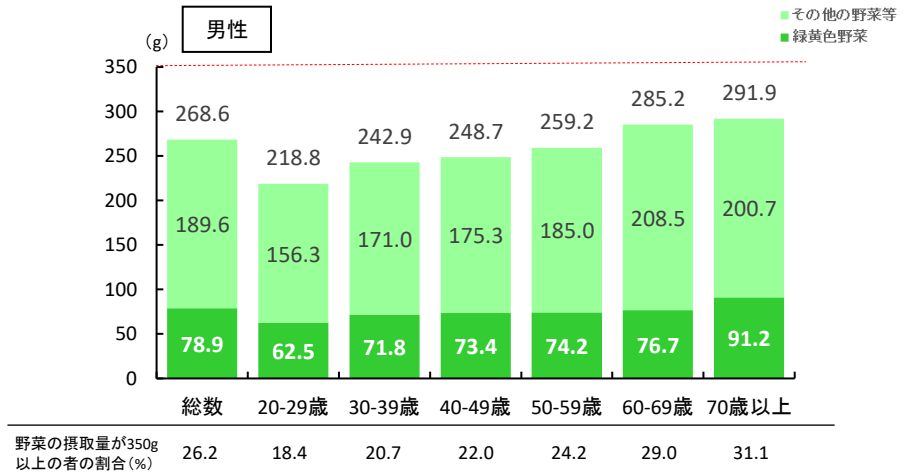
- 野菜の消費量(1人1年当たりの供給数量)は、長期的に減少傾向で推移。
- 国民健康づくり運動である「健康日本21(第三次)」における野菜摂取量の目標値350g(20歳以上、1人1日当たり、令和14年度)に対する状況をみると、令和6年の野菜摂取量の平均値は258.7gであり、目標値に90g不足している。また、年齢階級別にみると、20～30代で少なく、年齢階級が高くなるにつれ多くなっている。

【野菜の1人1年当たりの消費量の推移(その他品目を含む)】

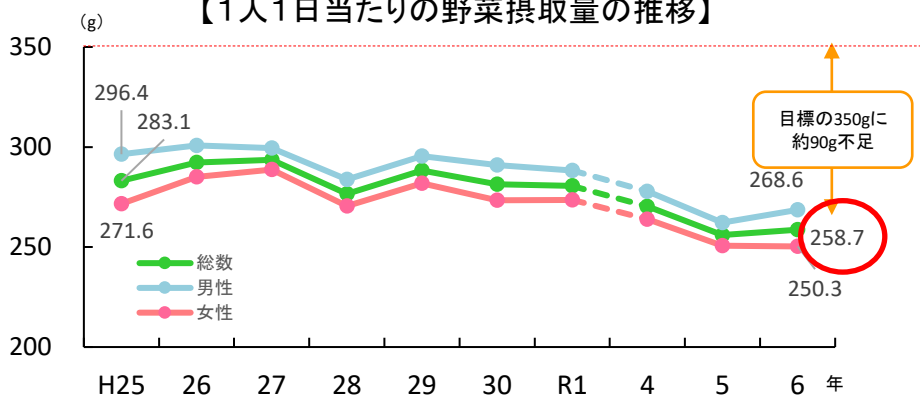


資料:農林水産省「食料需給表」
注:データは供給数量(=消費者等に到達した食料)であり、実際に摂取された食料の数量ではない。

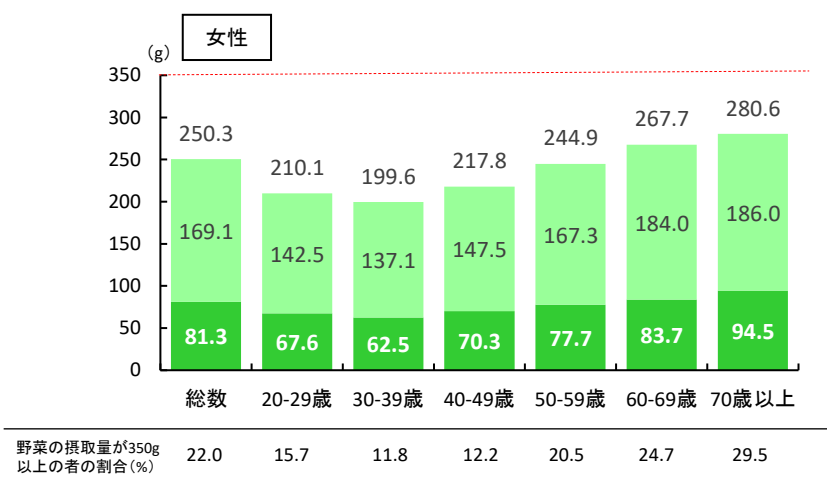
【年齢階級別の1人1日当たりの野菜摂取量】



【1人1日当たりの野菜摂取量の推移】



資料:厚生労働省「国民健康・栄養調査」
注:1) 新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年及び令和3年は調査中止
2) データは野菜類であり、緑黄色野菜、その他の野菜、野菜ジュース、漬け物を含む。

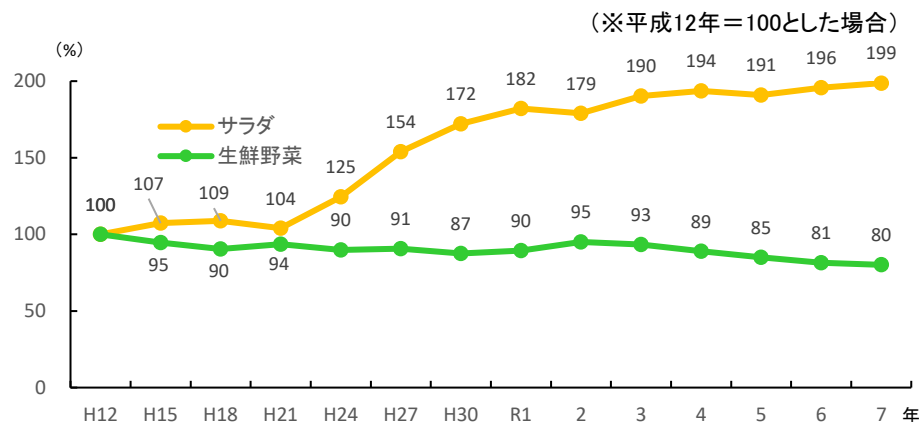


資料:厚生労働省「国民健康・栄養調査」(令和6年)
注:データは野菜類であり、緑黄色野菜、その他の野菜、野菜ジュース、漬け物を含む。

野菜の消費動向②(野菜の購入額の推移と食に関する消費者の志向)

- 家庭での生鮮野菜の購入額は減少傾向にあるが、サラダの購入額は増加傾向にある。
- 調理食品の購入額は増加傾向にあり、また、外食の購入額は、新型コロナウイルス感染症の影響で一時的に大幅に減少したものの、回復傾向にある。
- 食に関する志向は「経済性志向」「健康志向」「簡便化志向」が3大志向。「経済性志向」「簡便化志向」は20～50代で割合が高い。一方、「健康志向」は60代以上で割合が高く、5割を超えている。

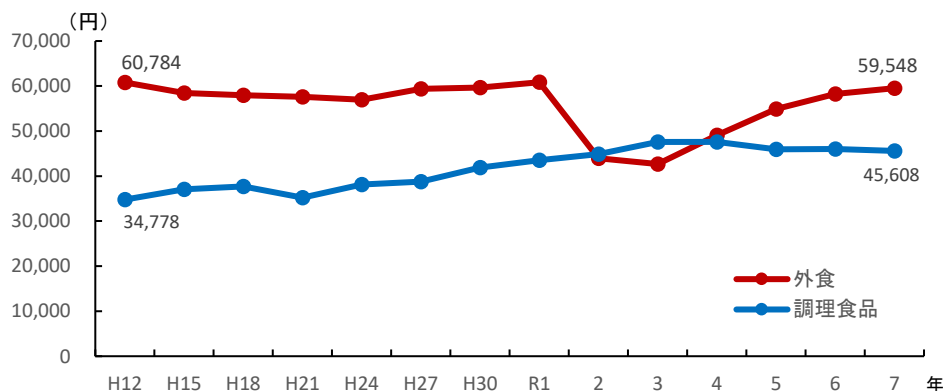
【生鮮野菜及びサラダの1人1年当たりの購入額の推移】



資料:総務省「家計調査」

注:「二人以上の世帯」の1世帯当たりの支出金額を消費者物価指数(令和2年=100)及び世帯人員で除し、平成12年を100として算出

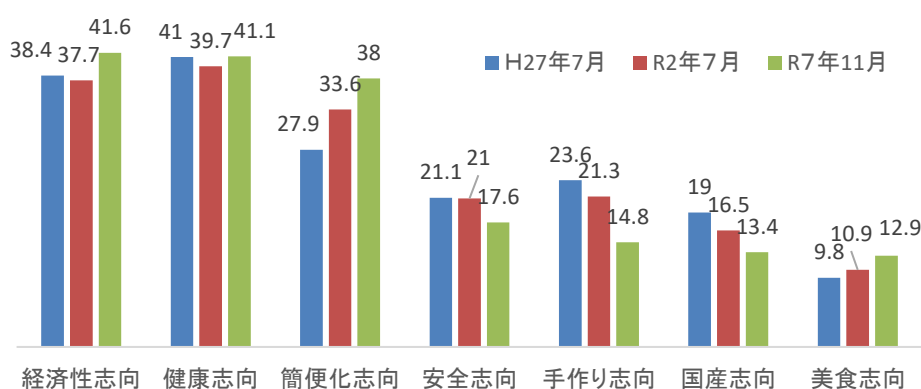
【調理食品及び外食の1人1年当たりの購入額の推移】



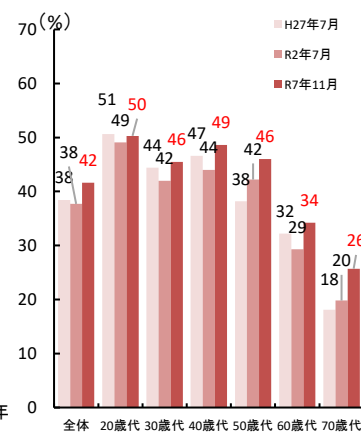
資料:総務省「家計調査」

注:「二人以上の世帯」の1世帯当たりの支出金額を消費者物価指数(令和2年=100)及び世帯人員で除して算出

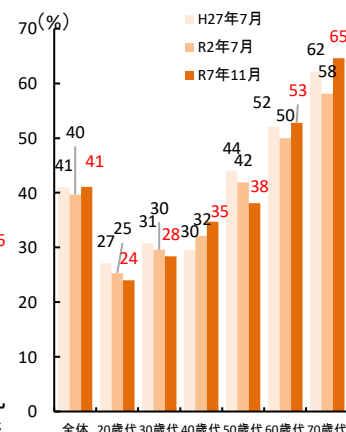
【食に関する志向】



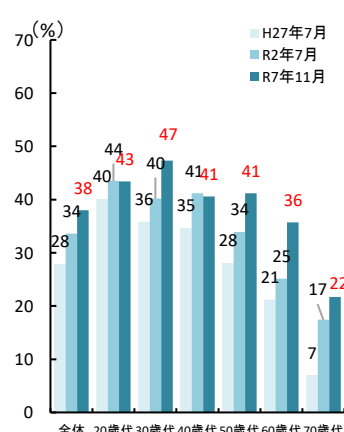
経済性志向



健康志向



簡便化志向

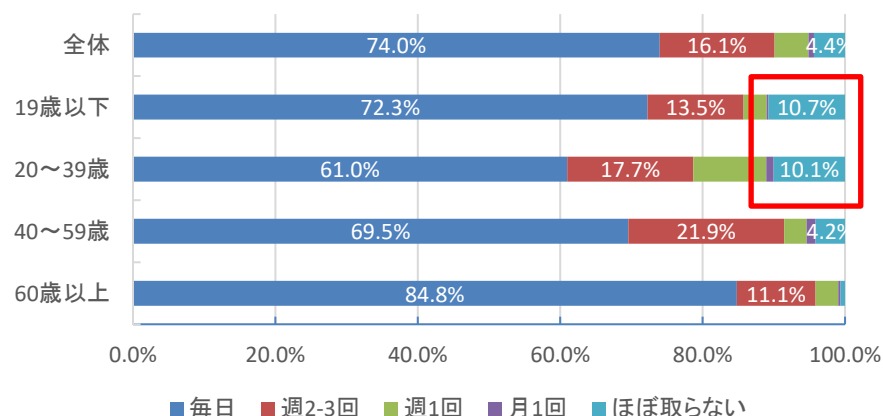


資料:日本政策金融公庫「消費者動向調査」

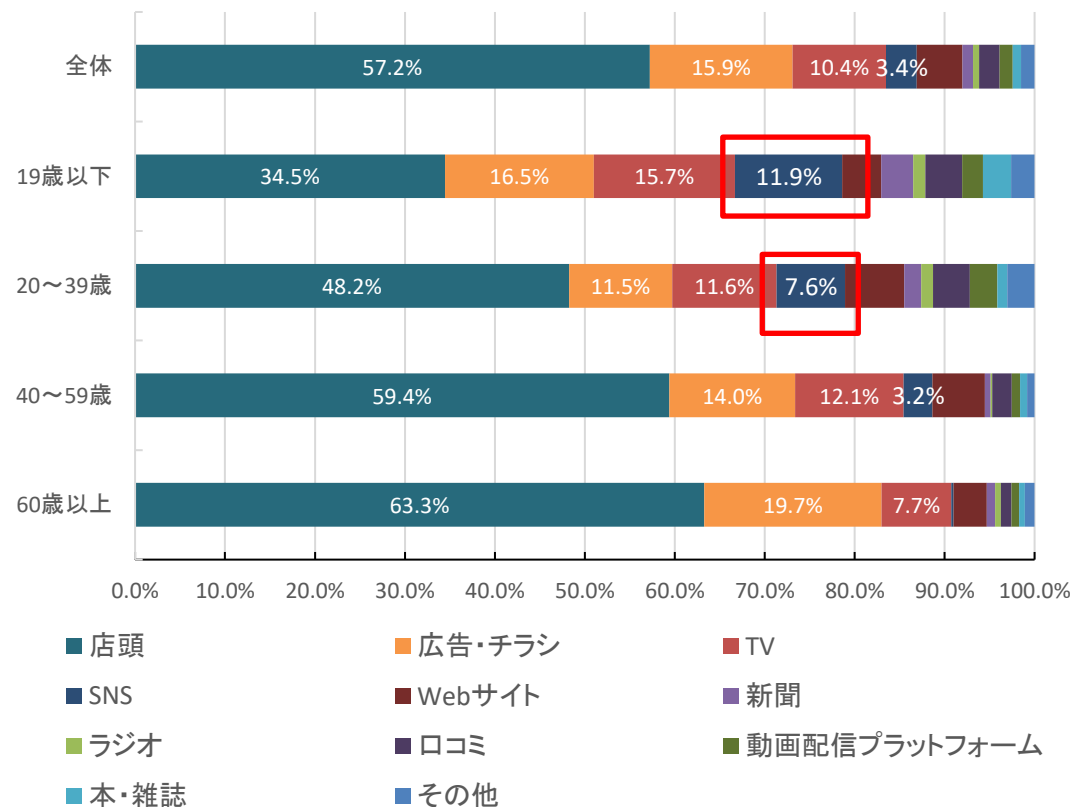
野菜の消費動向③(野菜・果実の消費動向調査結果)

- 39歳以下の世代において、野菜を「ほぼ取らない」と回答した者の割合が他世代と比較して高い。
- 野菜を「ほぼ取らない」と回答した者に「どの理由が解消されれば野菜を購入するか」との問いをしたところ、「購入しようと思わない」という回答者が最も多く、野菜摂取に関心が低い層が存在。
- 「野菜の消費・購入の参考になっている情報源」では、どの世代でも「店頭」と回答した者が最も多かった一方、39歳以下では「SNS」と回答した者が最も多かった一方、39歳以下では「SNS」と回答した者が他世代と比較して突出して多かった。

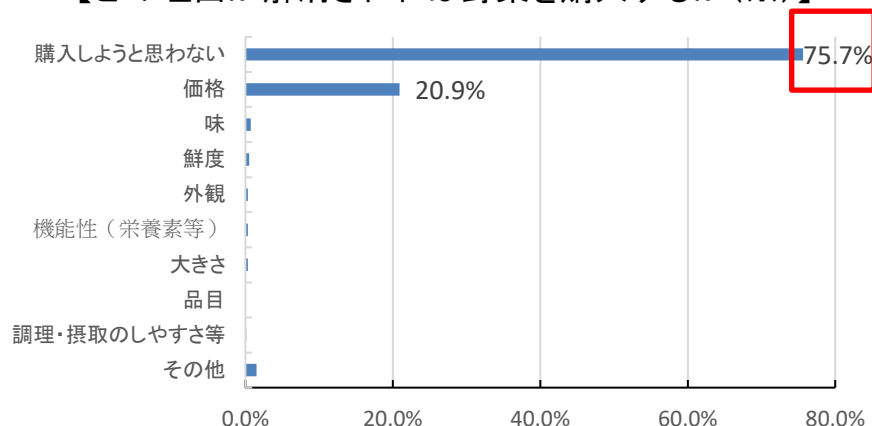
【野菜の摂取頻度】



【野菜の消費・購入の参考になっている情報源】



【どの理由が解消されれば野菜を購入するか(※)】



※「野菜の摂取頻度」の設問において、「ほぼ取らない」と回答した者への質問

資料：農林水産省「令和7年度野菜・果実の消費動向調査」
(一般消費者約2,000名へのWebアンケート調査)

野菜の消費拡大の取組

- 農林水産省では野菜の消費拡大を推進するため「野菜を食べようプロジェクト」を実施。1日当たりの摂取目標量（350g）を示したポスターとロゴマークを作成・公表するとともに、プロジェクトに賛同する企業・団体等の「野菜サポーター」と連携して、野菜に関する情報発信や取組を展開。
- 野菜摂取の重要性を周知し、消費拡大の機運醸成を図るための「野菜の日」（8月31日）シンポジウムの開催や厚生労働省と連携した啓発ツールの作成、SNSを活用した情報発信等、消費拡大の取組を推進。

野菜を食べようプロジェクト

1日当たりの摂取目標量（350g）を示したポスターやプロジェクトロゴマークの作成・公表、「野菜サポーター」との交流会の実施等、野菜に関する情報発信や取組を展開。また、日頃の野菜摂取状況が把握できる測定機器を活用した「野菜摂取状況の見える化」の取組も推進。

サポーター企業による
ロゴマークの活用事例

ポスター

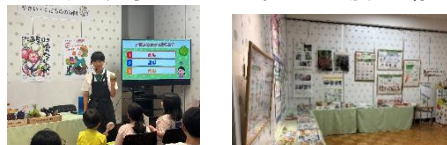
ロゴマーク



野菜サポーター交流会（サポーターによる取組発表の様子）



こども霞が関見学デーでのPR（セミナーや展示の様子）



「野菜を食べようプロジェクト」
Webページはこちら

「野菜の日」シンポジウム

「野菜の日」（8月31日）に向け、野菜摂取の重要性の周知、消費拡大の機運醸成を図るため、野菜に関する様々なテーマを設定したシンポジウムを開催。

〈各年のテーマ〉

- R7年：再発見！健康を支える野菜の魅力
- R6年：「冷凍野菜」を生活に上手に取り入れるために
- R5年：「漬物」から野菜の消費拡大を考える
- R4年：もっと野菜を食べよう
～若い世代の摂取量をふやすために～

R7年度のシンポジウムの様子



基調講演

トークセッション



パネルディスカッション

情報発信

○啓発ツールの作成・公開

厚生労働省と共同で、食生活改善普及運動（9月）に向けて、野菜・果実の消費拡大に資する啓発ツールを作成し、同運動の特設Webページで公開。

啓発ツールの例



○SNSを活用した情報発信

農林水産省公式Youtube「BUZZMAFF」で、野菜・果物の消費拡大を目的とした動画を配信。



チャンネル登録
お願いします。

○栄養素、機能性関与成分等の情報発信の推進

規制のサンドボックス制度の成果物「野菜・果実の栄養素の一般的な特徴に関するPOP表示マニュアル」の普及に向けた取組を実施。成果について、Webページで公開。

店舗でのPOP表示、消費者の理解促進

