

はくさいの消費拡大に向けたアンケート結果について

令和7年11月28日

茨城県農産物販売推進東京本部

首都圏の卸売会社を対象に、本県の主要品目であるはくさいの消費拡大に向け、消費者ニーズを把握するためにアンケートを実施しました。（令和7年11月実施、回答：8社）

【結果の概要】

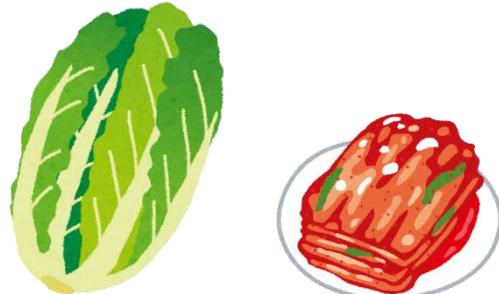
はくさいの仕向け先は量販店が最も多く、全体の約6割を占め、次いで業務加工向けが約2割、外食産業が1割、学校給食が1割弱となりました。個人消費向けの販売量は「変わらない」とする回答が過半数を占める一方、「増加している」という回答も見られました。購入時に消費者が重視する点は鮮度と価格が突出しており、個人消費拡大に向けた課題としては品質の安定性や価格変動が挙げられています。消費拡大に向けて効果的と考えられる取り組みとしては、ブランド化、店頭での販促、レシピ提案、SNSによる情報発信が多く挙げられました。

業務加工向けでは漬物加工やカット野菜の需要が高く、販売量は「増加している」という回答が最も多い結果となっています。取引時に実需者が重視するのは価格と品質、安定供給であり、今後の取扱量については「増やしたい」とする回答が過半数を占めました。その理由として、需要拡大の期待や安定したロットの確保が挙げられています。一方で「現状維持」や「わからない」とする回答もあり、社会情勢による影響が示唆されました。産地への要望としては品質と数量の安定化や安定出荷の継続が挙げられました。

問1 はくさいの仕向け先について

量販店	59%
業務加工	22%
外食産業	10%
学校給食	8%
その他（小売店）	1%

表1 はくさいの仕向け先（%）



問2 はくさいの個人消費向けの販売について

（1）個人消費向けの販売量について

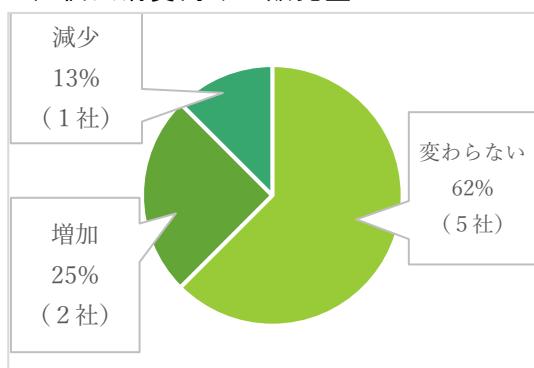


図1 個人消費向け販売量の動向（%）

（2）個人消費者が意識すること（複数回答）

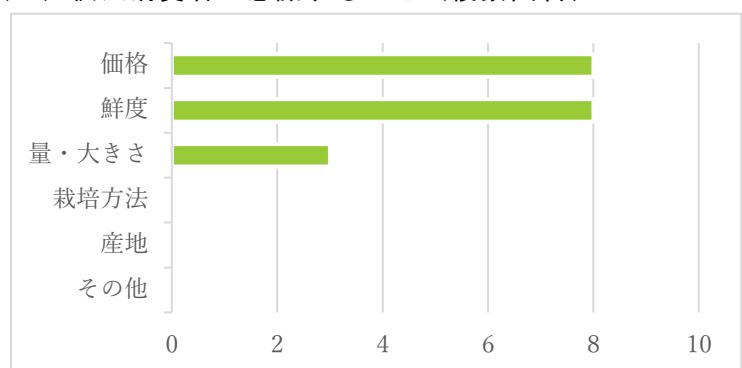


図2 個人消費者が購入する際に意識すること（社）

（3）個人向けの販売において課題と感じること（複数回答）

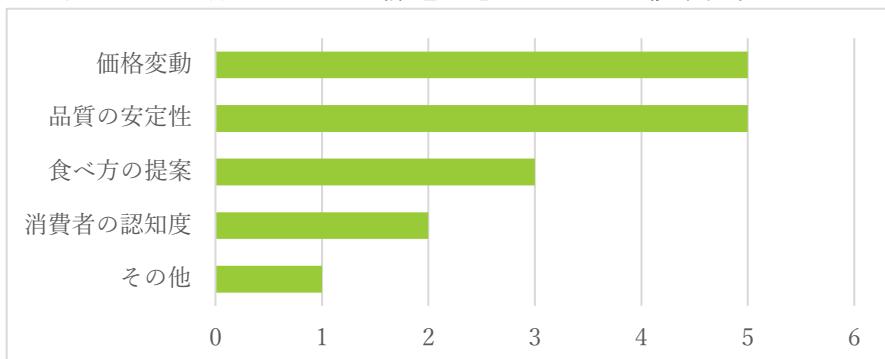


図3 個人向けの販売において課題と感じること（社）

(4) 個人消費量の拡大に向けて効果的だと思う取組（複数回答）

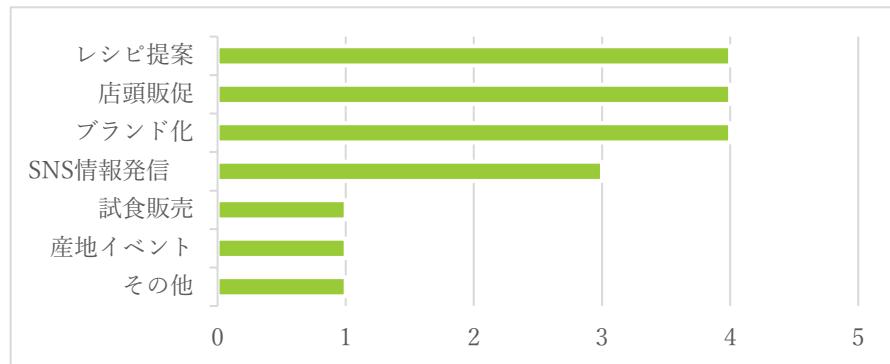


図4 個人消費量の拡大に向けて効果的だと思う取組（社）

(5) 業務加工向けの販売量について

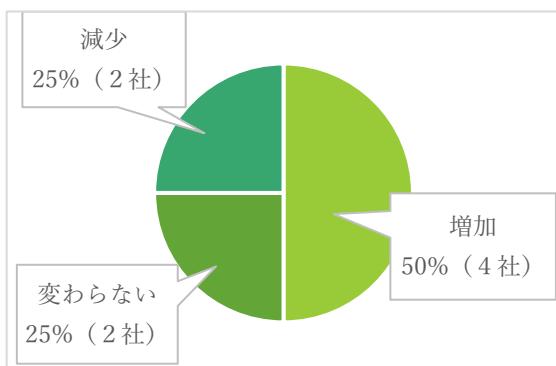


図5 業務加工向けの販売量の動向（%）

(6) 主な業務加工の用途（複数回答）

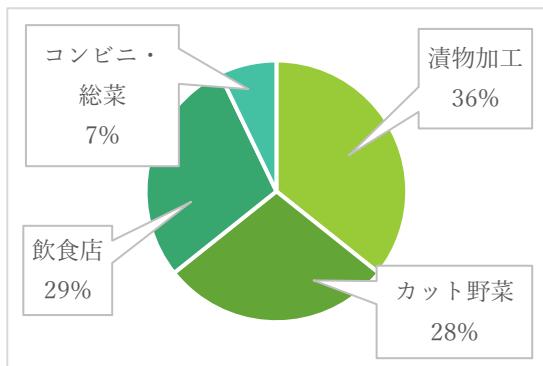


図6 主な業務加工の用途（%）

(6) 実需者が意識すること（複数回答）

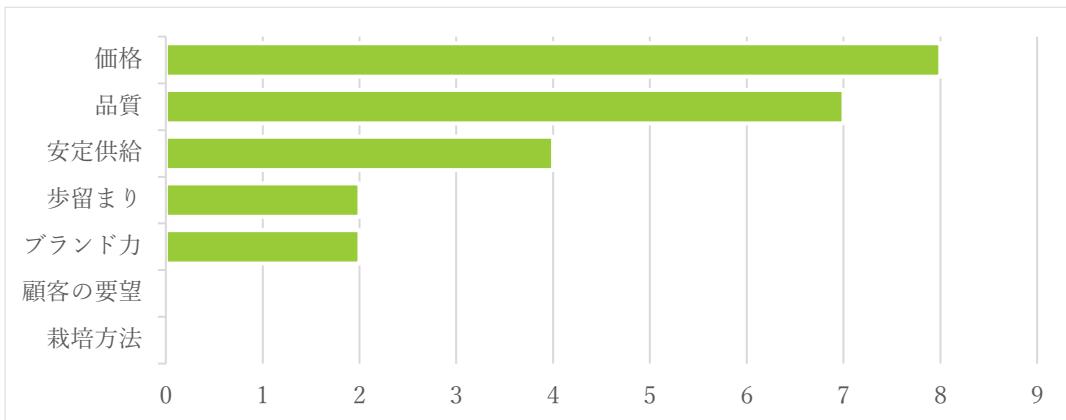


図7 実需者が取引の際に意識すること（社）

(7) 今後の本県産はくさいの取扱量を増やしたいか

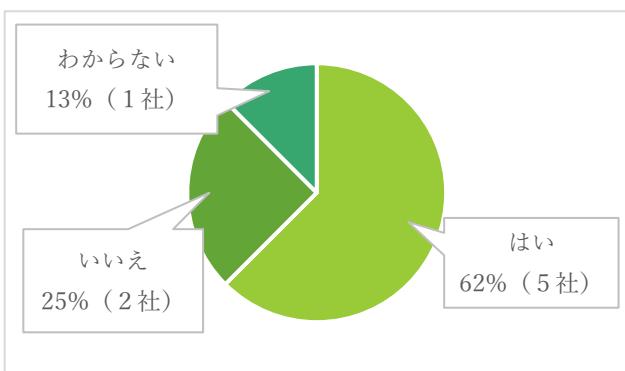


図8 今後の本県産はくさいの取扱に関する意向（%）

〈「はい」と回答した理由〉

- ・今後の需要拡大が期待できるため
- ・安定したロットがあり代替産地がないため

〈「いいえ」と回答した理由〉

- ・現状の数量でよい

〈「わからない」と回答した理由〉

- ・現状の社会情勢では頭打ちだから