

れんこん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17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れんこんの消費拡大に向け、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10月実施、回答：6社）

【結果の概要】

れんこんの販売先は量販店向けが大半を占め、外食産業や給食関連はわずかでした。

個人消費向けの販売量はほとんど横ばいで、購入時には鮮度と価格が重視されており、価格変動や食べ方の提案、品質の安定性が課題として挙げられています。消費拡大のためには SNS による情報発信や試食販売、店頭販促、レシピ提案が効果的とされました。

業務加工向けの販売は横ばいで、用途はコンビニ総菜や飲食店が中心であり、取引時には品質、価格、安定供給が重要視されています。今後の取扱量については増やしたいという意向が過半数を占め、理由として品質の高さや価格安定への期待が挙げられる一方、過去の数量増加による価格低迷を懸念する声もありました。

産地への要望としては、氷の均等使用、価格と数量の安定、出荷情報の精度向上、簡単なレシピの普及などが寄せられました。

問1 れんこんの仕向け先について

量販店	80%
外食産業	7%
給食関連	6%
業務加工	4%
その他（小売店）	3%

表1 れんこんの仕向け先（％）



問2 れんこん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

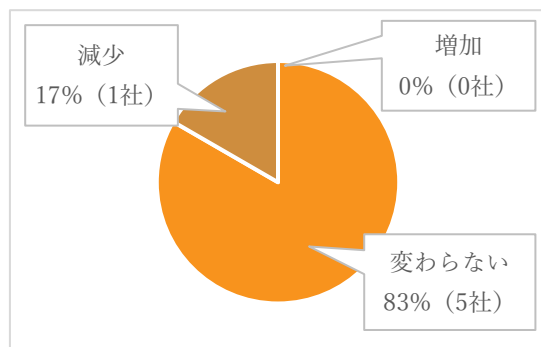


図1 個人消費向け販売量の動向（％）

（2）個人消費者が意識すること（複数回答）

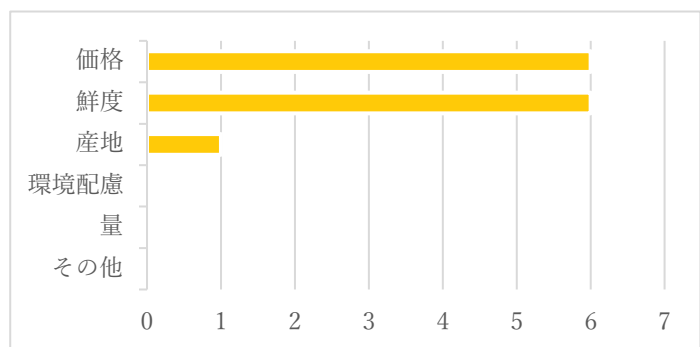


図2 個人消費者が購入する際に意識すること（社）

（3）個人向けの販売において課題と感ずること（複数回答）

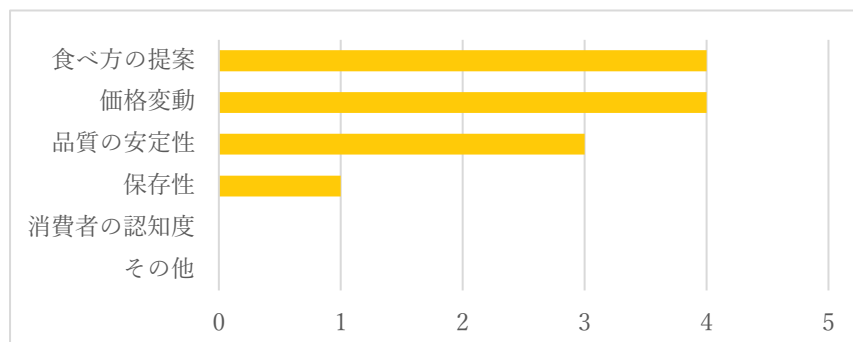


図3 個人向けの販売において課題と感ずること（社）

(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）

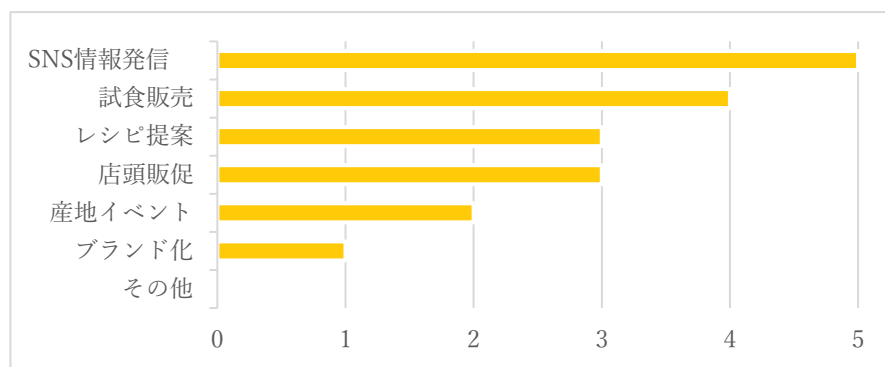


図4 個人消費量の拡大に向けて効果的だと思う取組（社）

(5) 業務加工向けの販売量について

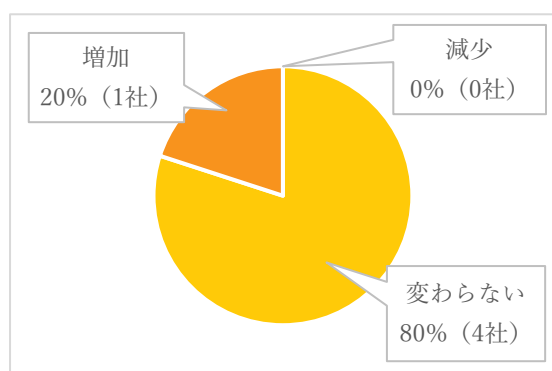


図5 業務加工向けの販売量の動向（%）

(6) 主な業務加工の用途（複数回答）

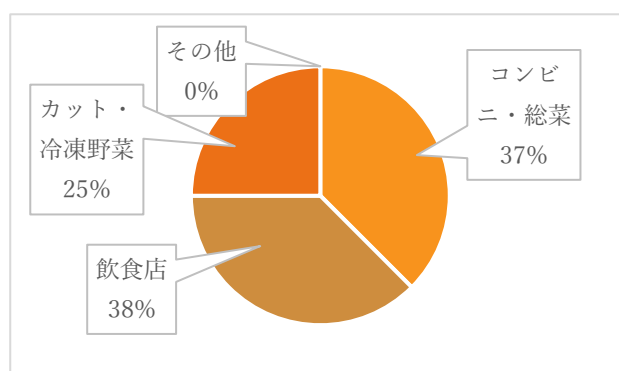


図6 主な業務加工の用途（%）

(6) 実需者が意識すること（複数回答）

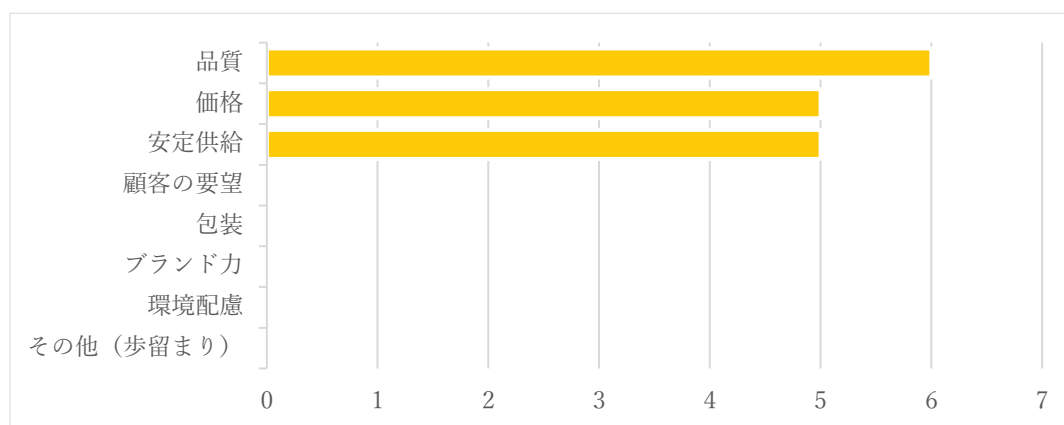


図7 実需者が取引の際に意識すること（社）

(7) 今後の本県産れんこんの取扱量を増やしたいか

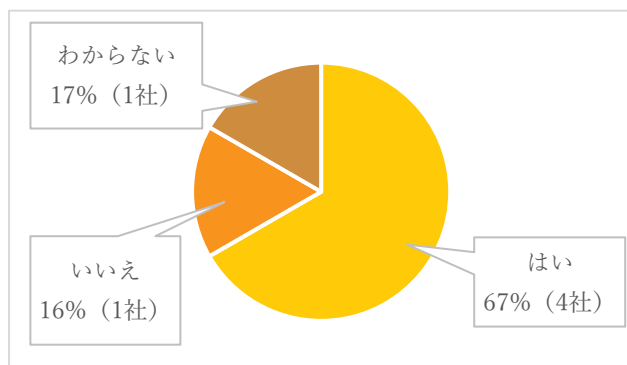


図8 今後の本県産れんこんの取扱に関する意向（%）

〈「はい」と回答した理由〉

- ・注文に対して商品が不足することが多いため。
- ・取扱量が増えれば価格の安定につながるから。
- ・他県に比べて品質が圧倒的に良いため、産地指定の発注が多いため。
- ・量販店向けの販売先が増えているため。

〈「いいえ」と回答した理由〉

- ・数年前に生産量が増えて価格が低迷したため現状維持が良い。

（８）その他（産地への要望、販売状況等）

- ・発砲スチロールでの出荷の時期に氷が少ない産地があるため、均等に入れてほしい。
- ・価格と数量の安定、精度の高い出荷情報の発信をお願いしたい。
- ・手間のかからないレシピが広まればもっと需要が増えると思う。