



45.5%が出来合いのサラダを「月1回以上」購入と回答
サラダの購入場所は「スーパーマーケット」「ドラッグストア」が増加

「サラダ」に関する調査結果まとめ

生活者アンケートによるリスパック独自調査

2026年2月

【アンケート概要】

■ 調査方法 Webアンケートシステム

■ 実施時期 2026年2月4日

■ 調査人数 1,000名

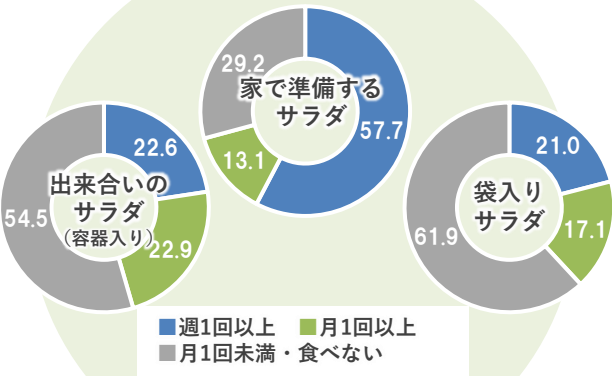
年代・性別 エリア	20代・男性	30代・男性	40代・男性	50代・男性	60代・男性	20代・女性	30代・女性	40代・女性	50代・女性	60代・女性	合計
①北海道・東北	17名	5名	17名	9名	7名	12名	10名	5名	7名	13名	102名
②首都圏・関東	42名	45名	35名	44名	39名	25名	49名	39名	36名	41名	395名
③信越・北陸・中部	19名	17名	13名	20名	15名	25名	14名	10名	9名	12名	154名
④近畿	14名	19名	16名	21名	24名	22名	12名	22名	21名	17名	188名
⑤中国・四国・九州・沖縄	8名	14名	19名	6名	15名	16名	15名	24名	27名	17名	161名
合計	100名	100名	100名	100名	100名	100名	100名	100名	100名	100名	1000名

■ 質問項目

質問	掲載ページ
サラダを食べる頻度 ⇒家で調理したサラダ・出来合いのサラダ（容器入り）・袋入りのサラダ・外食のサラダ	P4-9
出来合いのサラダ（容器入り）・袋入りのサラダを購入しない理由	P10-11
出来合いのサラダ（容器入り）の購入場所	P12
出来合いのサラダ（容器入り）の購入価格帯	P13-14
出来合いのサラダ（容器入り）の購入動機・食べるタイミング	P15-16
出来合いのサラダ（容器入り）購入時に重要視すること	P17
出来合いのサラダ（容器入り）の食べやすいドレッシング形態	P18
サラダ容器の形状に対する印象 ①中身がおいしそうに見える ②食べやすそう ③ボリューム感があるように見える ④高質感があるように見える ⑤リーズナブルに見える ⑥鮮度が良さそうに見える ⑦グリーンサラダに合う ⑧多品目サラダに合う ⑨お肉系サラダに合う ⑩お魚系サラダに合う	P19-30
出来合いのサラダ容器に対する不満	P31

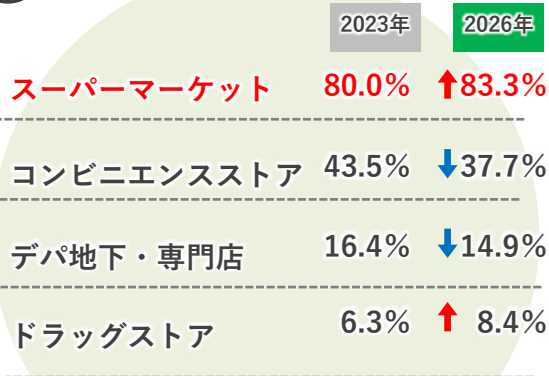
トピックス Topics

P4-6 サラダを食べる頻度



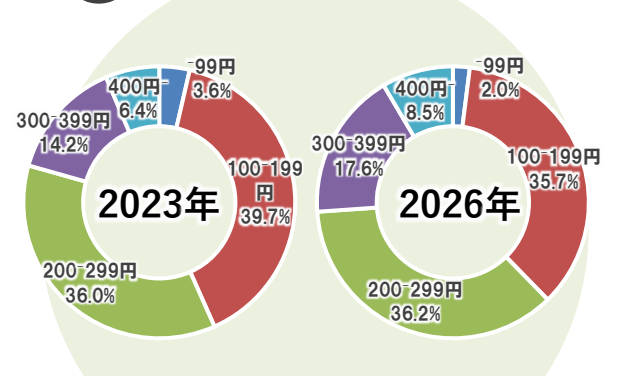
出来合いのサラダを月1回以上購入するのは45.5%

P12 出来合いのサラダの購入場所



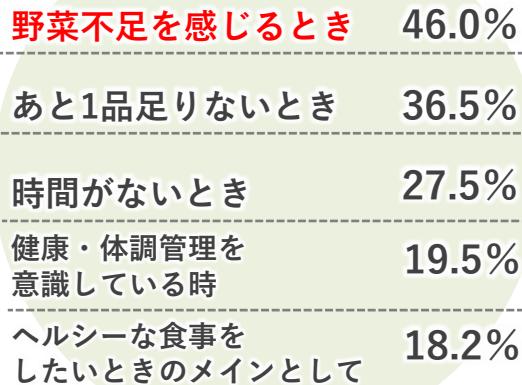
スーパーマーケットで購入する人が8割越

P13 出来合いのサラダの購入価格



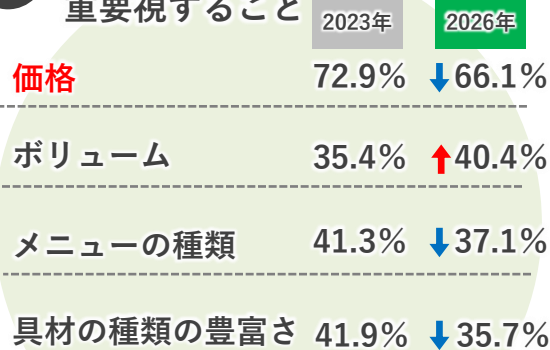
199円以下は減少・300円以上は増加の傾向

P15 出来合いのサラダの購入動機



野菜摂取による健康管理ニーズと時短ニーズの回答率が高い

P17 出来合いのサラダで重要視すること



1位 価格 (前回同率)
2位 ボリューム (前回4位)

P20-30 サラダ容器の形状に対する印象

ボリュームがあるように見える

1位 長角 32.1% 2位 丸 28.2%

高級感があるように見える

1位 楕円 30.2% 2位 丸 28.5%

鮮度が良さそうに見える

1位 丸 39.5% 2位 正角 23.7%

お肉系サラダに合う

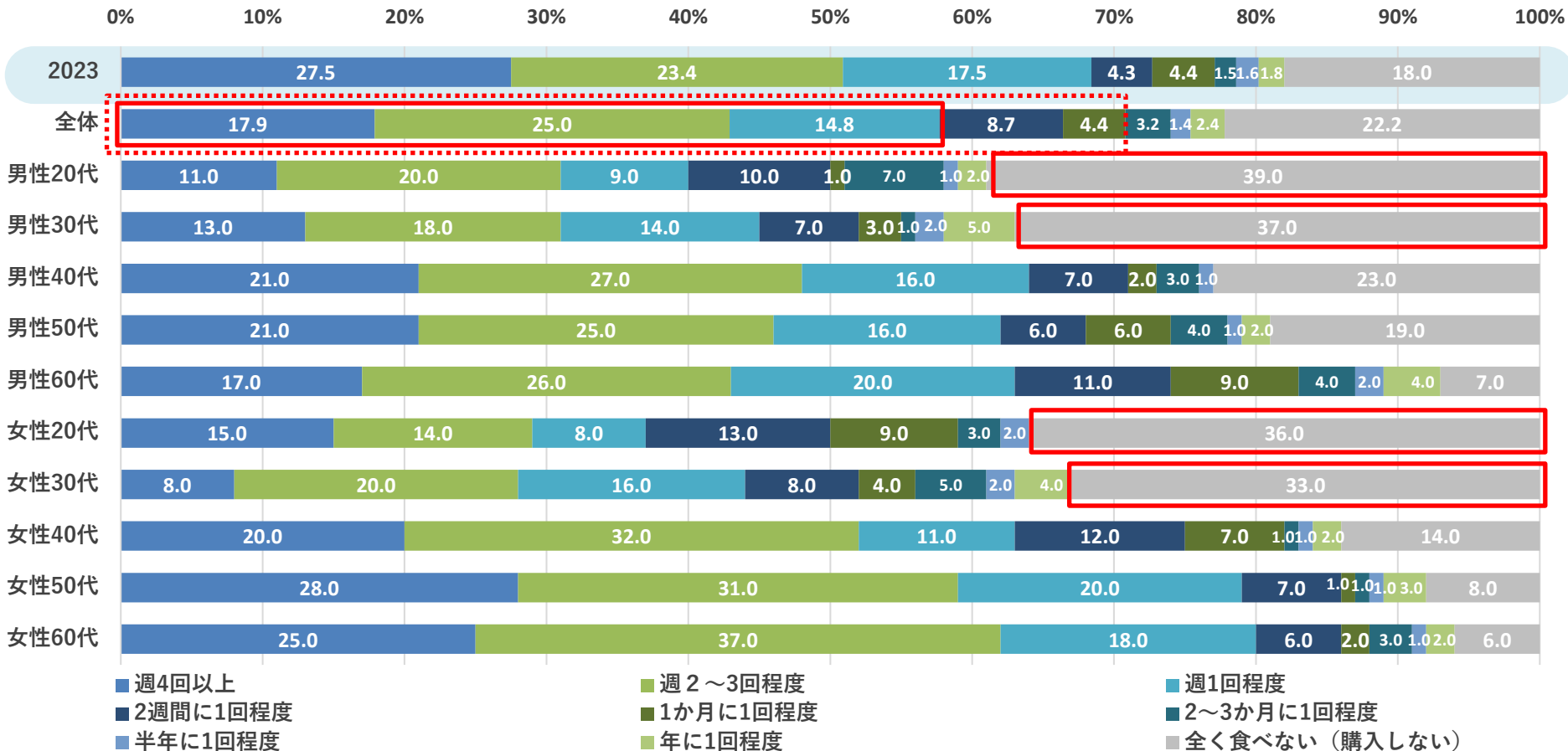
1位 長角 31.6% 2位 丸 25.7%

家で準備するサラダを食べる頻度

Q1-1

「家で準備するサラダ」を食べる頻度は？（単一回答）

N数 = 1,000名



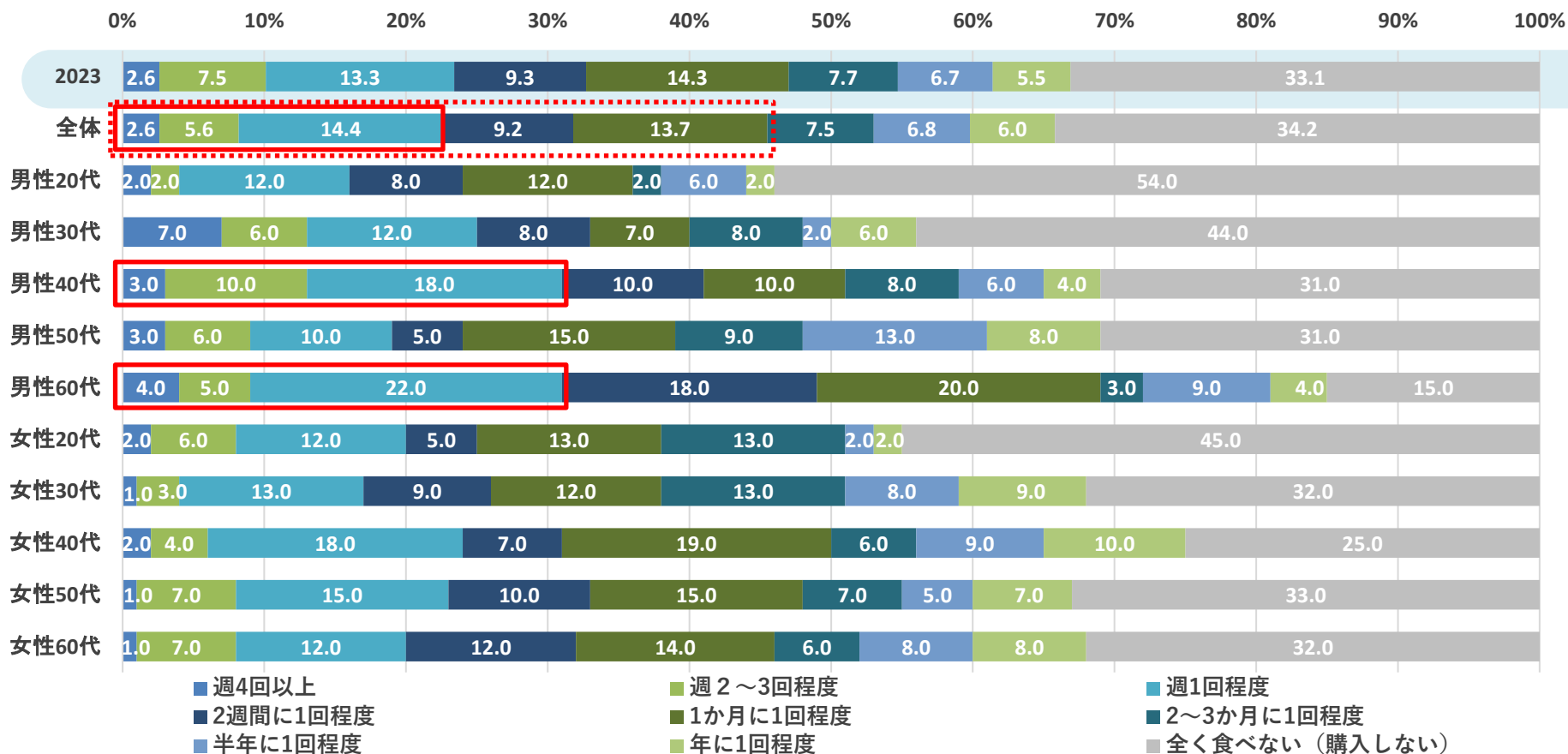
「週1回以上」は合計57.7%・「月1回以上」は合計70.8%。
男女ともに20代・30代は「全く食べない」の回答が30%を超える。

出来合いのサラダ (容器入り) を食べる頻度

Q1-2

「出来合いのサラダ (容器入り)」 を食べる頻度は？ (単一回答)

N数 = 1,000名



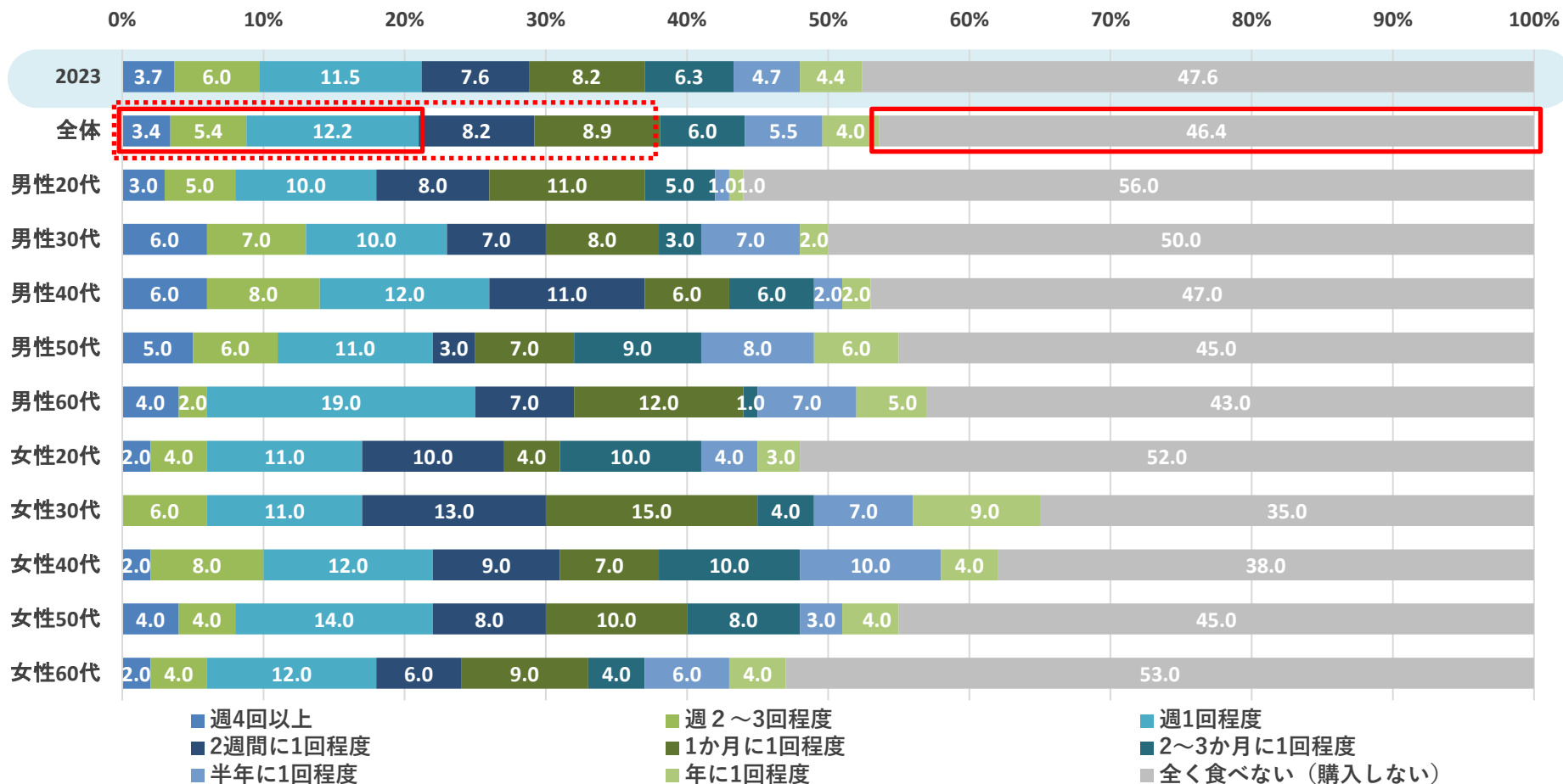
「週1回以上」は合計22.6%・「月1回以上」は合計45.5%。
男性40代・60代で「週1回以上」の合計回答率が比較的高い。

袋入りサラダを 食べる頻度

Q1-3

「袋入りサラダ」を食べる頻度は？（単一回答）

N数 = 1,000名



「週1回以上」は合計21.0%・「月1回以上」は合計38.1%。

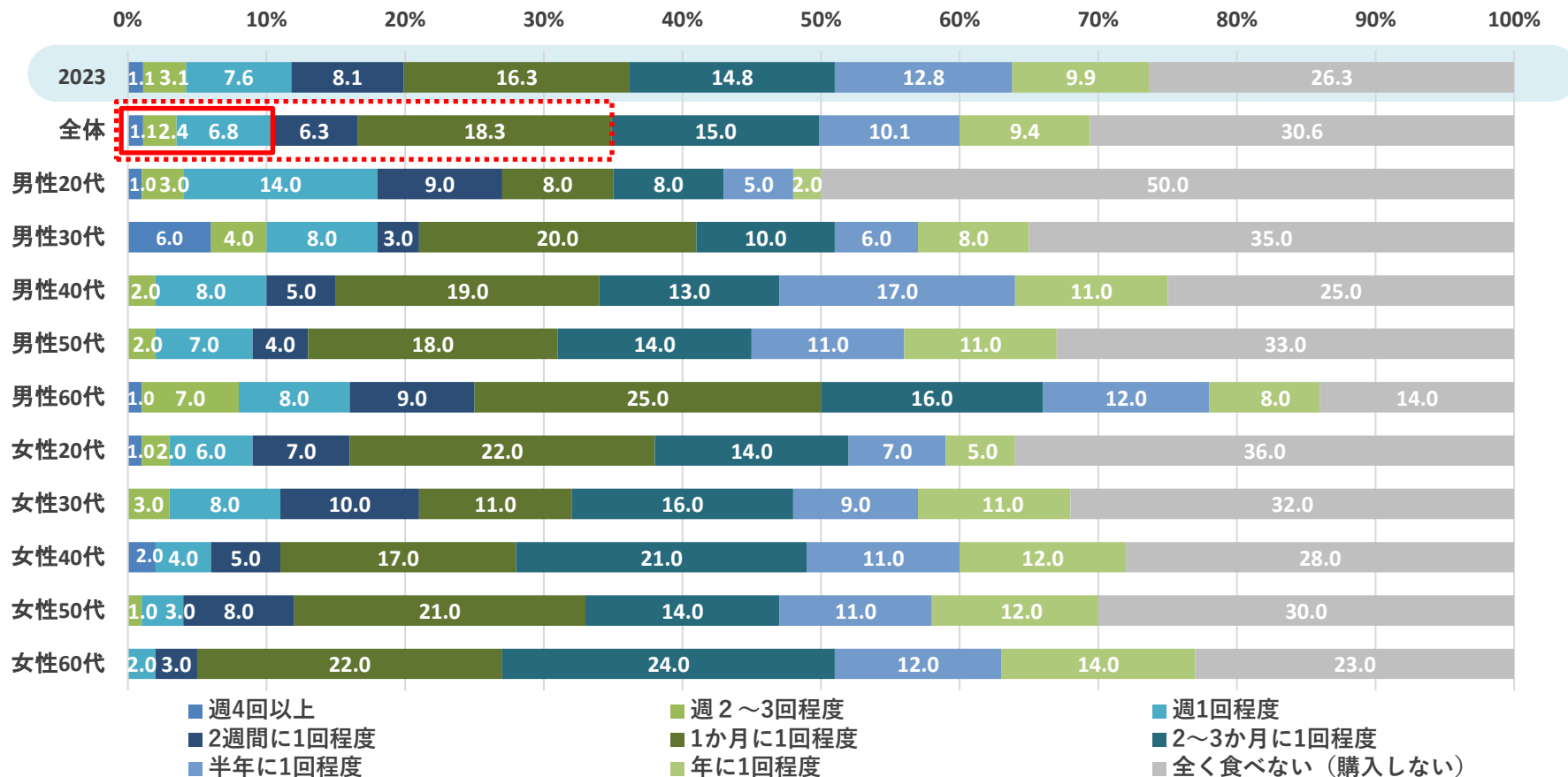
「出来合いのサラダ（容器入り）」に比べ「購入しない」の回答率が高い。

外食のサラダを 食べる頻度

Q1-4

「外食のサラダ」を食べる頻度は？（単一回答）

N数 = 1,000名



「週1回以上」は合計10.3%・「月1回以上」は合計34.9%。
女性より男性の方が「月1回以上」の合計回答率が比較的高い。

家で準備するサラダの喫食頻度

×

出来合いのサラダの購入頻度

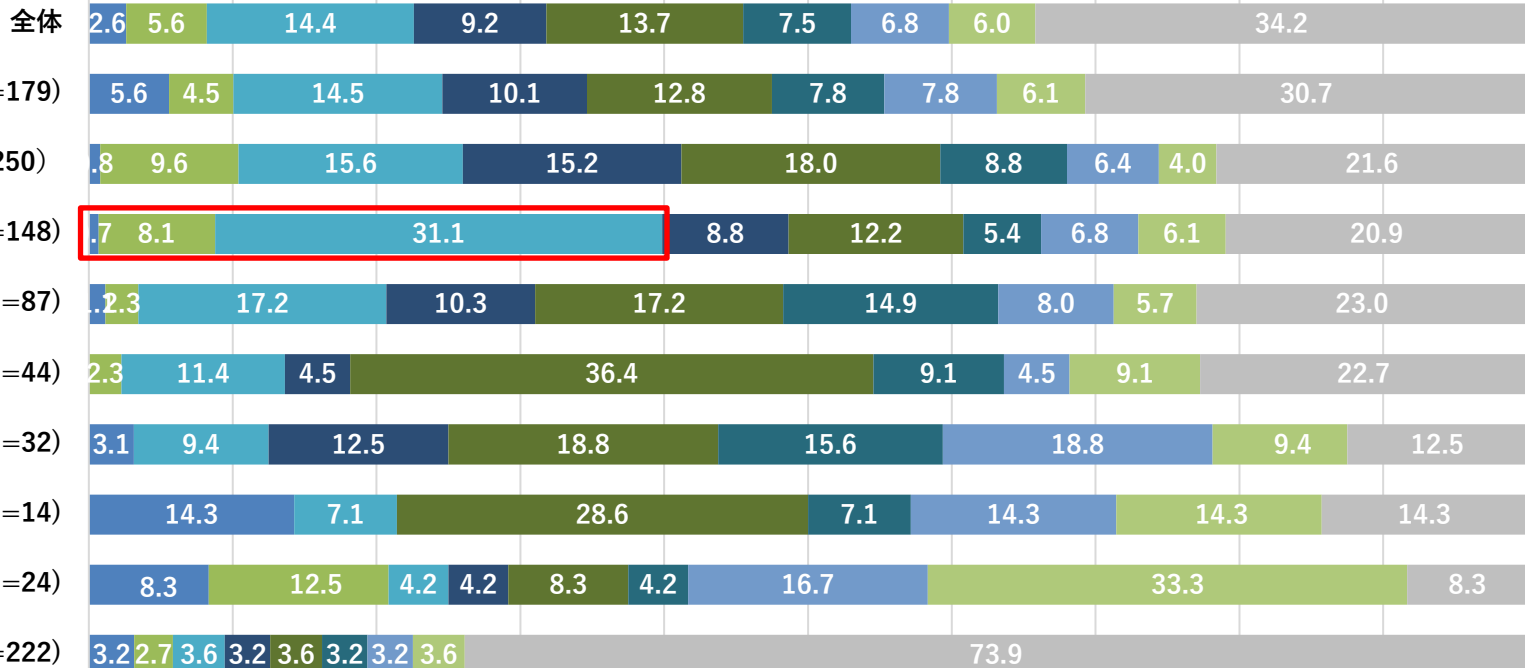
Q1-1 × Q1-2

N数 = 1,000名

Q1-1家で準備するサラダを食べる頻度とQ1-2購入するサラダ（容器入り）をクロス集計。
(単一回答)

家で準備する
サラダを
食べる頻度

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



出来合いのサラダ（容器入り）を食べる（購入する）頻度

- 週4回以上
- 週2～3回程度
- 週1回程度
- 2週間に1回程度
- 1か月に1回程度
- 2～3か月に1回程度
- 半年に1回程度
- 年に1回程度
- 全く購入しない

出来合いのサラダ（容器入り）の購入頻度「週1回以上」の合計回答率が最も高いのは家で準備をするサラダを「週1回程度」食べる人。

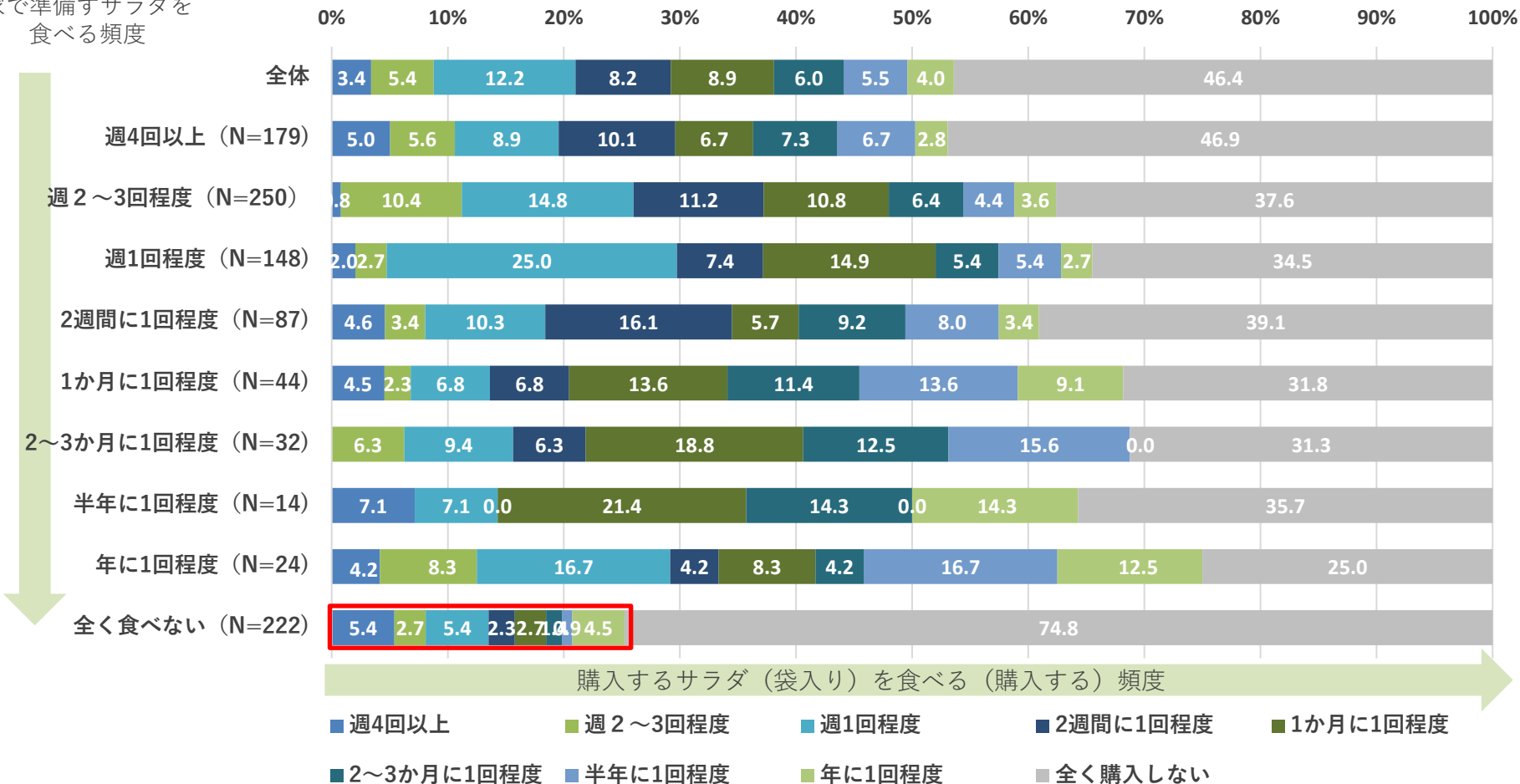
家で準備するサラダ喫食頻度
×
袋入りサラダの購入頻度

Q1-1 × Q1-3

N数 = 1,000名

Q1-1家で準備するサラダを食べる頻度とQ1-3袋入りサラダをクロス集計。(単一回答)

家で準備するサラダを食べる頻度



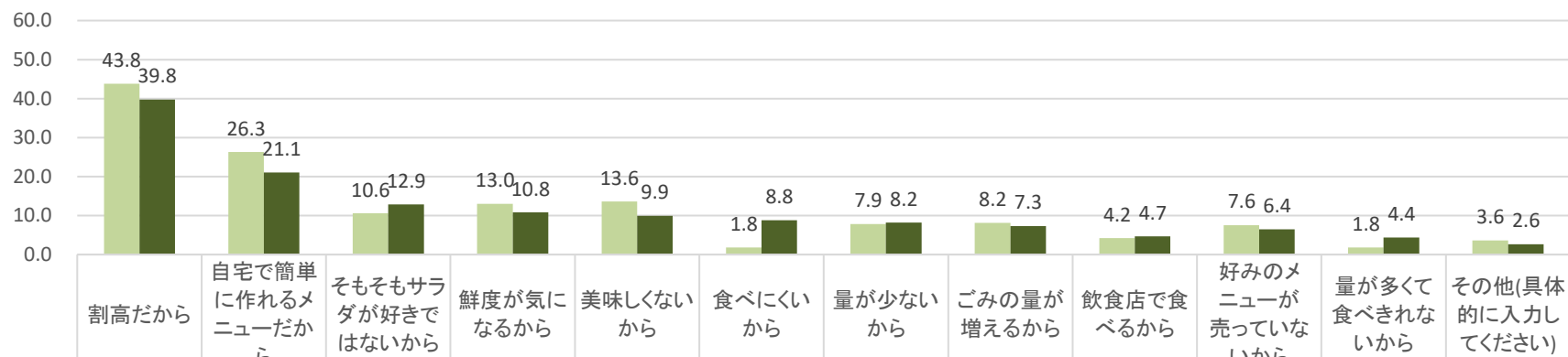
家で準備するサラダを全く食べない人でも、
4人に1人は袋入りサラダを購入する。

出来合いのサラダ（容器入り）を 購入しない理由

Q2

「出来合いのサラダ（容器入り）」を購入しない理由をすべて教えてください。
(複数回答) ※Q1-2で「全く食べない（購入しない）」と回答した方のみ回答

N数 = 342名



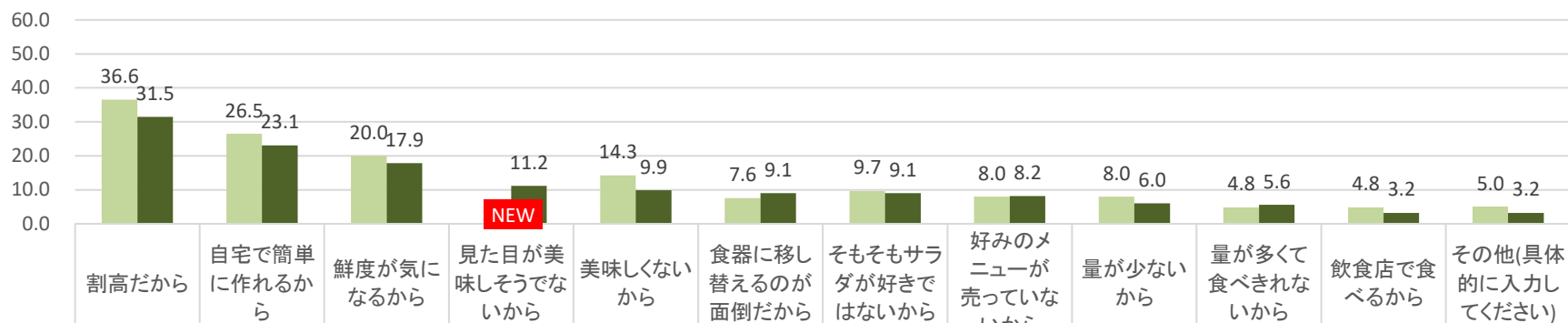
	割高だから	自宅で簡単に作れるメニューだから	そもそもサラダが好きではないから	鮮度が気になるから	美味しくないから	食べにくいから	量が少ないから	ごみの量が増えるから	飲食店で食べるから	好みのメニューが売っていないから	量が多くて食べきれないから	その他(具体的に入力してください)
■ 2023	43.8	26.3	10.6	13.0	13.6	1.8	7.9	8.2	4.2	7.6	1.8	3.6
■ 全体	39.8	21.1	12.9	10.8	9.9	8.8	8.2	7.3	4.7	6.4	4.4	2.6
男性20代	25.9	9.3	20.4	5.6	9.3	7.4	0.0	13.0	5.6	9.3	7.4	0.0
男性30代	34.1	9.1	18.2	6.8	11.4	15.9	9.1	4.5	15.9	9.1	4.5	2.3
男性40代	38.7	22.6	12.9	0.0	9.7	12.9	12.9	0.0	6.5	0.0	3.2	9.7
男性50代	48.4	19.4	9.7	9.7	9.7	3.2	9.7	12.9	3.2	6.5	0.0	3.2
男性60代	53.3	46.7	13.3	33.3	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0	20.0	0.0	6.7
女性20代	28.9	20.0	8.9	4.4	6.7	13.3	11.1	6.7	2.2	4.4	11.1	2.2
女性30代	37.5	15.6	21.9	6.3	6.3	9.4	3.1	6.3	0.0	9.4	9.4	0.0
女性40代	48.0	24.0	12.0	16.0	24.0	12.0	12.0	4.0	4.0	4.0	0.0	4.0
女性50代	51.5	36.4	3.0	18.2	6.1	3.0	12.1	9.1	3.0	0.0	0.0	3.0
女性60代	56.3	34.4	3.1	28.1	9.4	0.0	9.4	6.3	0.0	6.3	0.0	0.0

購入しない理由は「割高だから」が39.8%で1位。
男女60代では「自宅で簡単に作れるから」「鮮度が気になるから」
の回答率も高い。

「袋入りサラダ」を購入しない理由をすべて教えてください。
(複数回答)

N数 = 464名

※Q1-3で「全く食べない（購入しない）」と回答した方のみ回答



	割高だから	自宅で簡単に作れるから	鮮度が気になるから	見た目が美味しそうでないから	美味しくないから	食器に移し替えるのが面倒だから	そもそもサラダが好きではないから	好みのメニューが売っていないから	量が少なから	量が多くて食べきれないから	飲食店で食べるから	その他(具体的に入力してください)
■ 2023	36.6	26.5	20.0	11.2	14.3	7.6	9.7	8.0	8.0	4.8	4.8	5.0
■ 全体	31.5	23.1	17.9	11.2	9.9	9.1	9.1	8.2	6.0	5.6	3.2	3.2
男性20代	23.2	12.5	7.1	8.9	7.1	10.7	16.1	14.3	5.4	5.4	0.0	0.0
男性30代	22.0	16.0	12.0	6.0	14.0	14.0	16.0	8.0	8.0	6.0	10.0	6.0
男性40代	29.8	17.0	19.1	6.4	6.4	12.8	8.5	4.3	8.5	8.5	4.3	6.4
男性50代	37.8	17.8	15.6	13.3	8.9	8.9	8.9	8.9	8.9	6.7	4.4	8.9
男性60代	25.6	30.2	11.6	20.9	2.3	11.6	7.0	11.6	2.3	2.3	4.7	4.7
女性20代	25.0	19.2	17.3	5.8	13.5	3.8	11.5	3.8	3.8	5.8	3.8	1.9
女性30代	28.6	14.3	5.7	11.4	14.3	5.7	11.4	2.9	8.6	5.7	2.9	0.0
女性40代	36.8	28.9	23.7	10.5	10.5	10.5	7.9	7.9	5.3	13.2	2.6	0.0
女性50代	53.3	31.1	17.8	8.9	13.3	11.1	2.2	4.4	6.7	2.2	0.0	2.2
女性60代	35.8	43.4	45.3	20.8	9.4	1.9	0.0	13.2	3.8	1.9	0.0	1.9

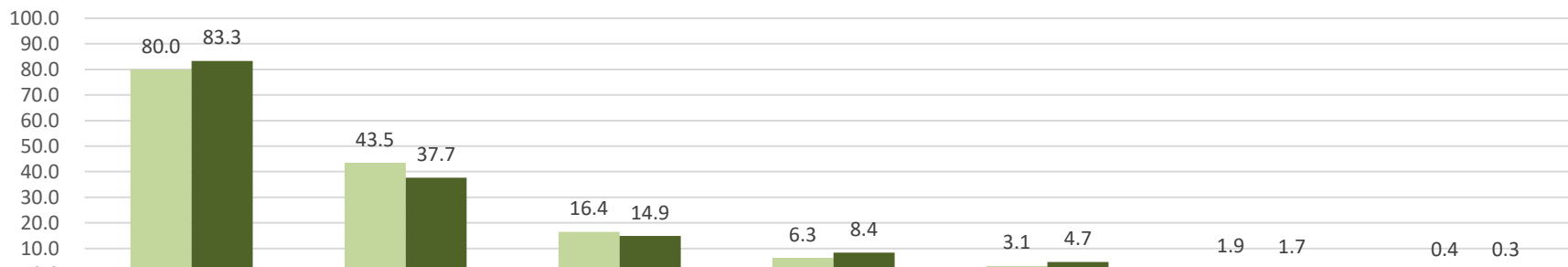
購入しない理由は出来合いのサラダと同様「割高だから」が31.5%で1位。
「鮮度が気になるから」は出来合いのサラダより回答率が高く
特に女性60代が45.3%以上と高い結果に。

出来合いのサラダ（容器入り）の 購入場所

Q4

N数 = 658名

Q4 「出来合いのサラダ（容器入り）」の購入場所としてあてはまるものを
すべてお選びください。（複数回答）※Q1-2で「全く食べない（購入しない）」と回答した方を除いて回答



	スーパーマーケット	コンビニエンスストア	デパ地下・専門店	ドラッグストア	外食のテイクアウト	宅配サービス	その他(具体的に入力してください)
■ 2023	80.0	43.5	16.4	6.3	3.1	1.9	0.4
■ 全体	83.3	37.7	14.9	8.4	4.7	1.7	0.3
男性20代	71.7	30.4	23.9	10.9	8.7	4.3	0.0
男性30代	76.8	39.3	14.3	8.9	14.3	3.6	0.0
男性40代	89.9	42.0	7.2	7.2	0.0	0.0	1.4
男性50代	89.9	33.3	5.8	5.8	4.3	0.0	0.0
男性60代	91.8	30.6	9.4	9.4	1.2	2.4	0.0
女性20代	70.9	40.0	12.7	12.7	9.1	1.8	0.0
女性30代	76.5	39.7	14.7	5.9	7.4	1.5	0.0
女性40代	85.3	50.7	21.3	10.7	4.0	1.3	0.0
女性50代	83.6	32.8	19.4	9.0	0.0	1.5	0.0
女性60代	86.8	36.8	23.5	4.4	2.9	1.5	1.5

スーパーマーケットが2023年比で3.3%増の83.3%で最多。

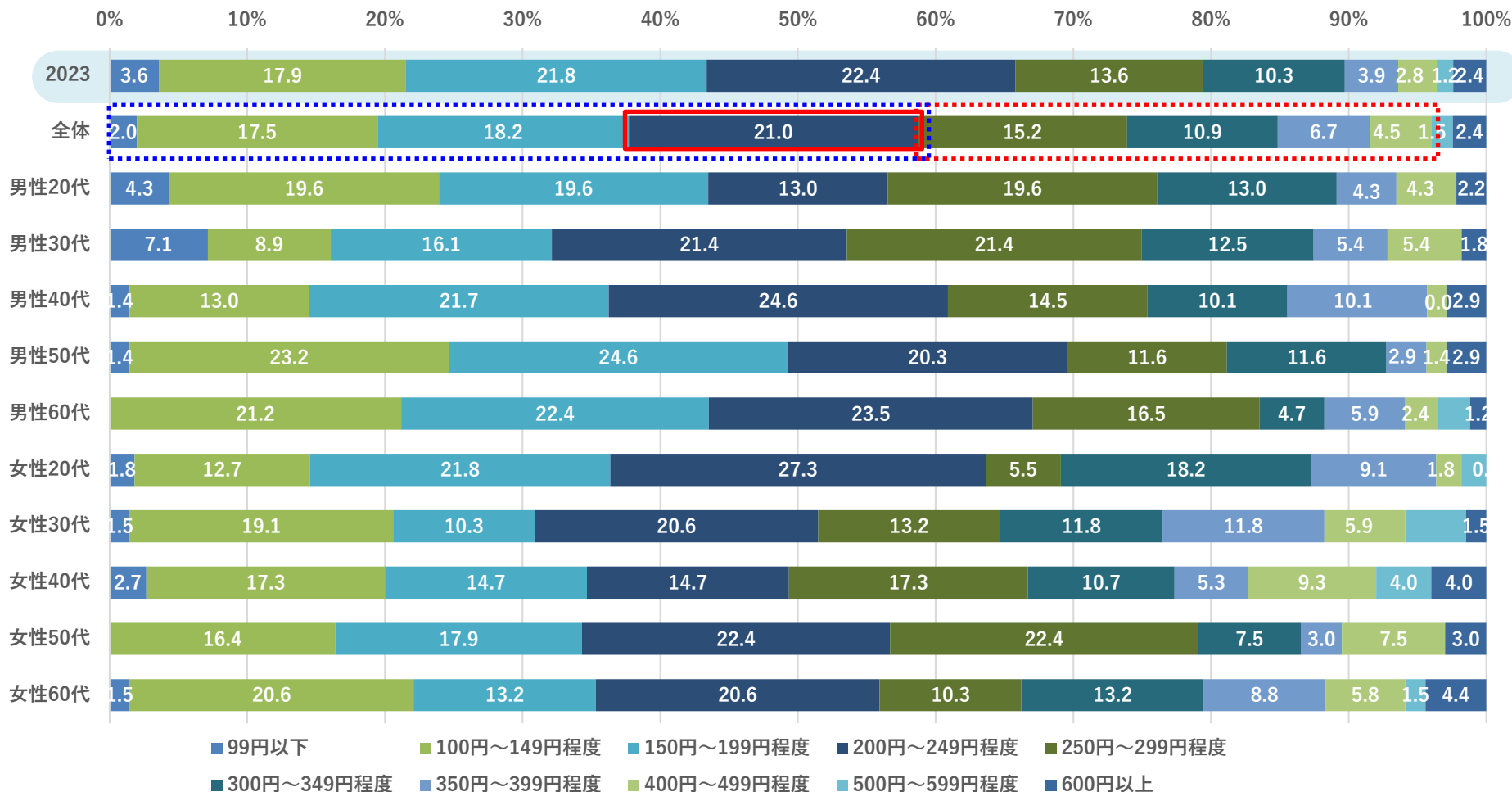
コンビニ・デパ地下専門店が減少傾向も、ドラッグスとは微増。

男女ともに20代でドラッグストアの回答率が他の世代と比較して高い傾向。

出来合いのサラダ（容器入り）の 購入価格帯

Q5

Q5 「出来合いのサラダ（容器入り）」を購入する際、最も多いと思う価格帯を教えてください。N数=658名
(単一回答) ※Q1-2で「全く食べない(購入しない)」と回答した方を除いて回答

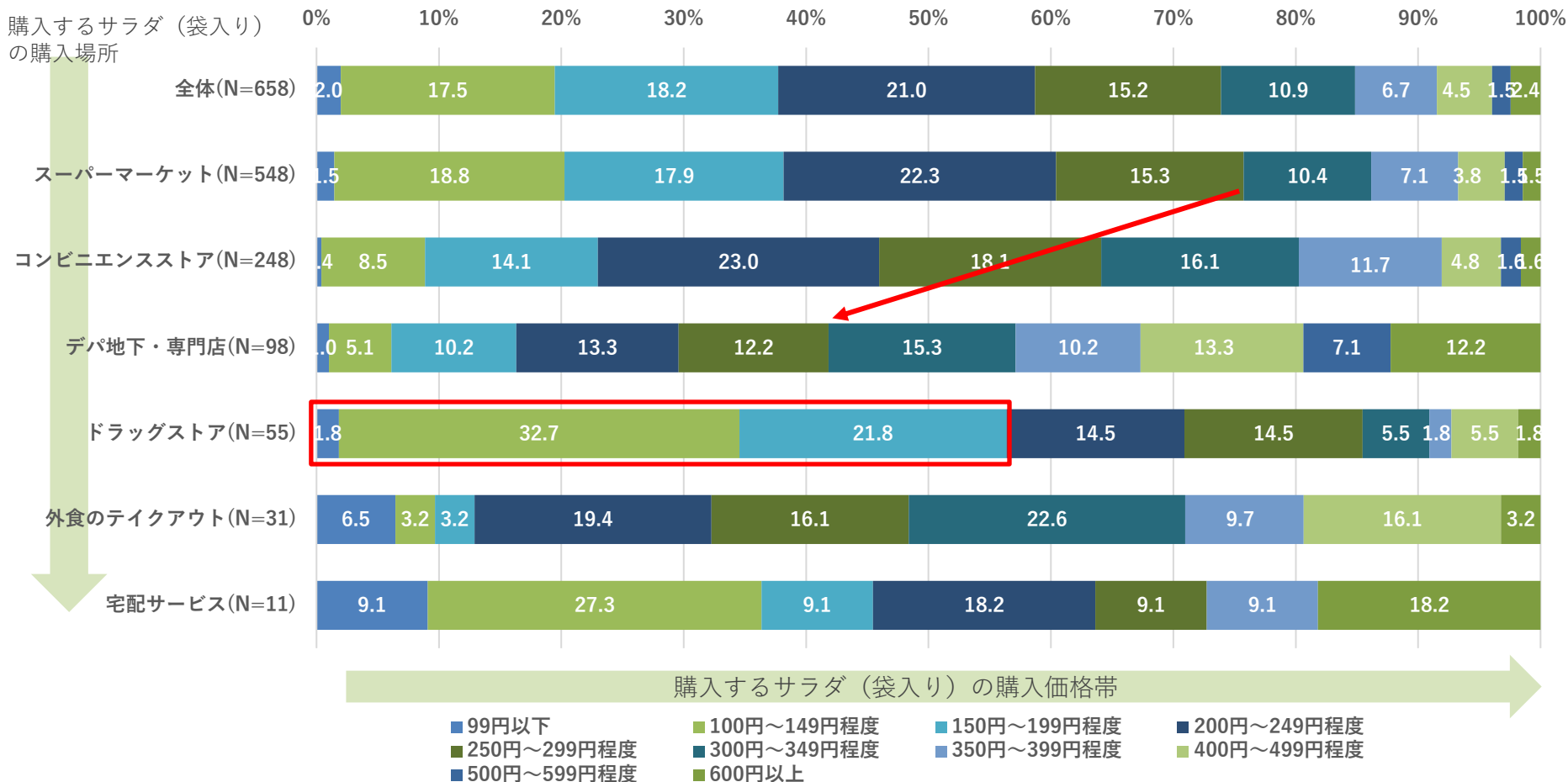


2023年調査時同様「200～249円程度」が21.0%で最多。

2023年と比では「250～499円」の価格帯が増加、「249円以下」の価格帯が減少しており、出来合いのサラダの購入価格帯は上昇傾向であると読み取れる。

Q4出来合いのサラダ（容器入り）の購入場所とQ5出来合いのサラダ（容器入り）の購入価格帯
をクロス集計。（単一回答）

N数 = 658名



スーパーマーケット⇒コンビニエンスストア⇒デパ地下・専門店の順に
300円以上の購入価格帯の回答率が高くなっている。ドラッグストアは
199円以下の価格帯が合計5割以上と安価な商品が選ばれる傾向。

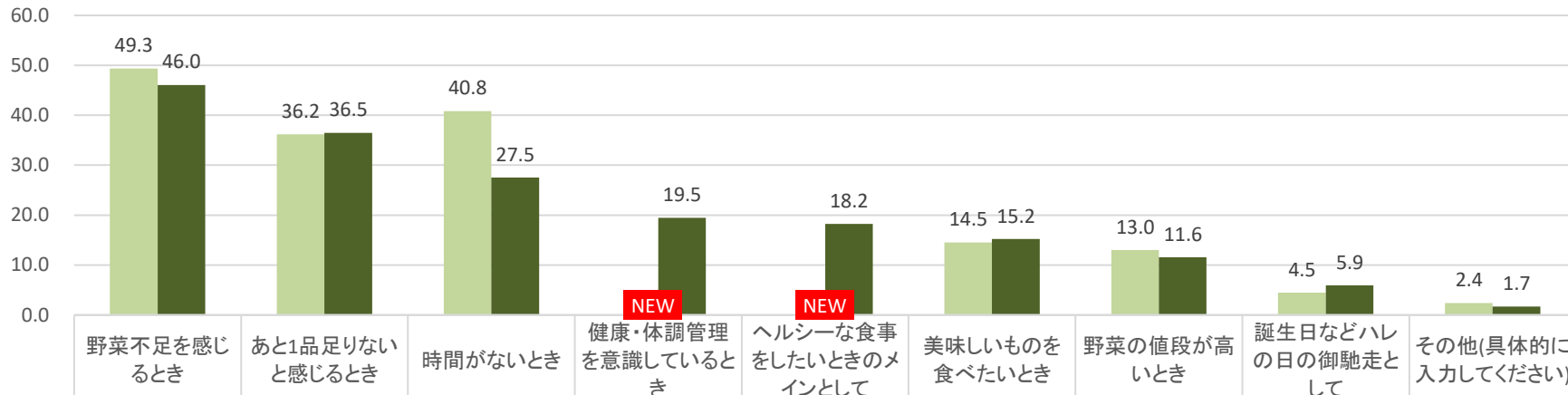
出来合いのサラダ（容器入り）の 購入動機

Q6

Q6 「出来合いのサラダ（容器入り）」をどんな時に購入しますか？あてはまるものすべて
お選びください。（複数回答）

N数 = 658名

※Q1-2で「全く食べない（購入しない）」と回答した方を除いて回答



	野菜不足を感じるとき	あと1品足りないと感じるとき	時間がないとき	健康・体調管理を意識しているとき	ヘルシーな食事をしたいときのメインとして	美味しいものを食べたいとき	野菜の値段が高いとき	誕生日などハレの日の御馳走として	その他(具体的に <input type="text"/>)
■ 2023	49.3	36.2	40.8	19.5	18.2	14.5	13.0	4.5	2.4
■ 全体	46.0	36.5	27.5	19.5	18.2	15.2	11.6	5.9	1.7
男性20代	43.5	28.3	28.3	28.3	19.6	15.2	15.2	10.9	0.0
男性30代	51.8	21.4	25.0	19.6	16.1	12.5	14.3	7.1	0.0
男性40代	53.6	31.9	23.2	24.6	27.5	14.5	10.1	4.3	0.0
男性50代	42.0	29.0	26.1	20.3	15.9	13.0	4.3	4.3	5.8
男性60代	43.5	43.5	24.7	18.8	8.2	11.8	5.9	1.2	0.0
女性20代	45.5	29.1	27.3	21.8	20.0	16.4	12.7	9.1	0.0
女性30代	52.9	26.5	17.6	26.5	19.1	25.0	14.7	5.9	0.0
女性40代	53.3	45.3	30.7	17.3	28.0	17.3	10.7	13.3	1.3
女性50代	47.8	47.8	26.9	13.4	22.4	14.9	17.9	3.0	1.5
女性60代	26.5	52.9	45.6	7.4	7.4	11.8	13.2	2.9	7.4

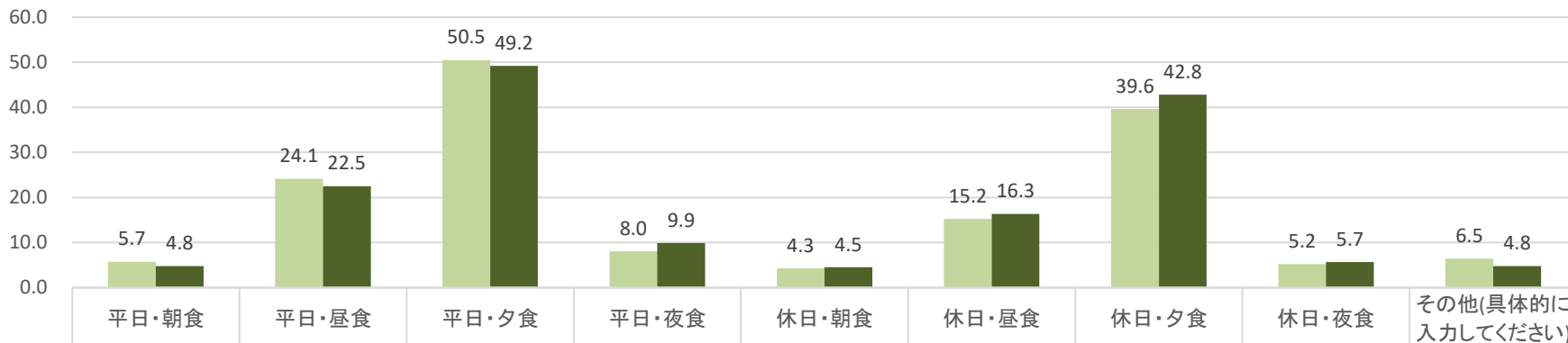
「野菜不足を感じる時」が46.0%で1位。

「ヘルシーな食事をしたいときのメインとして」の回答率は
男性40代、女性40代・50代で他の年代と比較して高い結果に。

出来合いのサラダ（容器入り）の 食べるタイミング

Q7

Q7 「出来合いのサラダ（容器入り）」を食べるタイミングはいつですか？あてはまるものすべてお選びください。（複数回答） ※Q1-2で「全く食べない（購入しない）」と回答した方を除いて回答 N数 = 658名

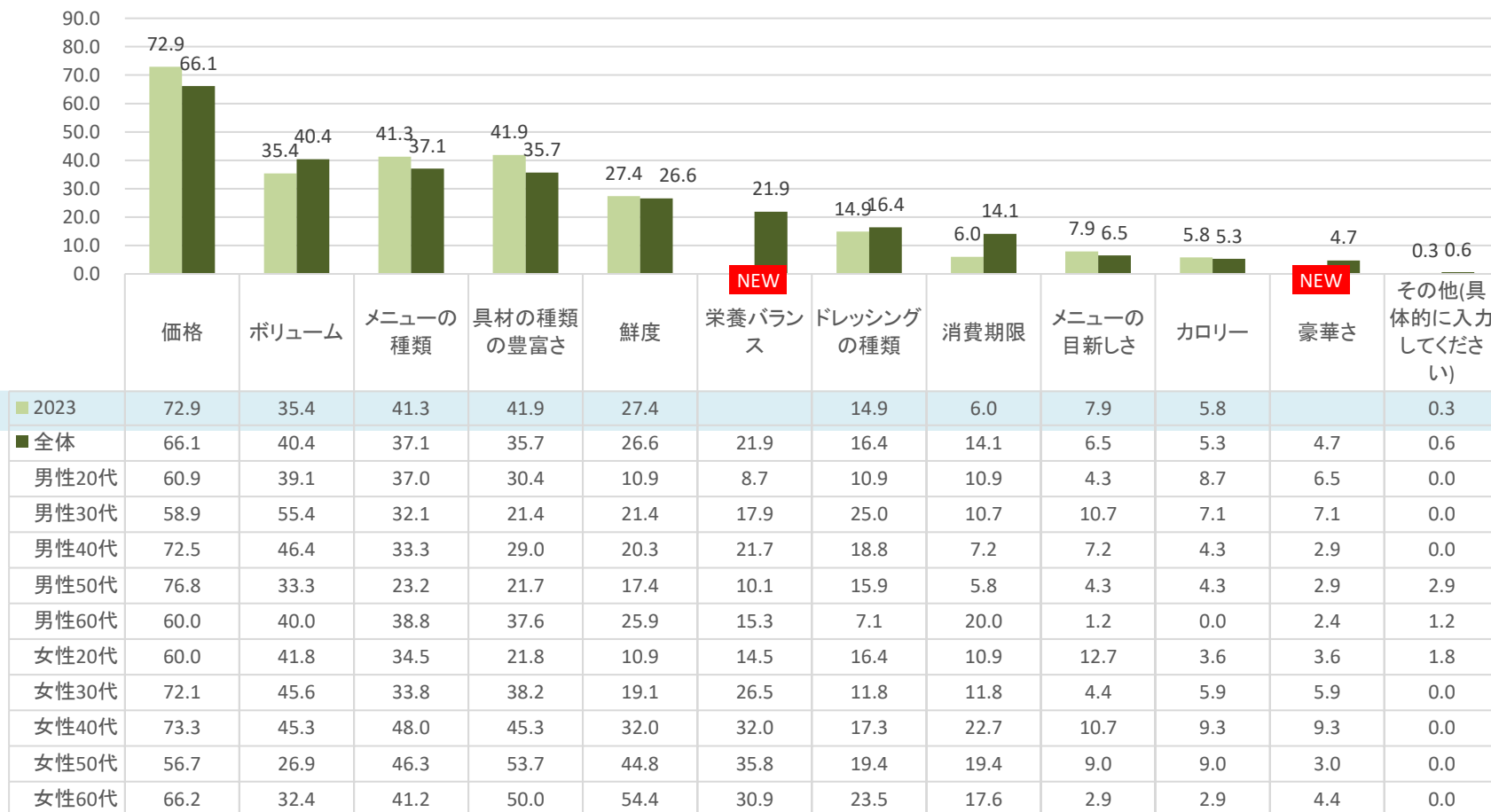


	平日・朝食	平日・昼食	平日・夕食	平日・夜食	休日・朝食	休日・昼食	休日・夕食	休日・夜食	その他(具体的に <input type="text"/>)
■ 2023	5.7	24.1	50.5	8.0	4.3	15.2	39.6	5.2	6.5
■ 全体	4.8	22.5	49.2	9.9	4.5	16.3	42.8	5.7	4.8
男性20代	9.8	24.6	54.1	13.1	8.2	16.4	36.1	9.8	1.6
男性30代	7.9	15.9	46.0	15.9	7.9	20.6	42.9	6.3	7.9
男性40代	2.6	20.8	49.4	22.1	1.3	16.9	46.8	10.4	2.6
男性50代	1.2	14.8	49.4	4.9	2.5	18.5	44.4	2.5	2.5
男性60代	5.4	18.3	53.8	8.6	3.2	10.8	48.4	1.1	4.3
女性20代	3.1	21.9	51.6	10.9	7.8	10.9	42.2	3.1	1.6
女性30代	1.5	23.9	50.7	4.5	6.0	22.4	46.3	4.5	3.0
女性40代	4.7	29.1	45.3	10.5	3.5	15.1	43.0	7.0	3.5
女性50代	2.2	31.5	45.7	7.6	0.0	16.3	41.3	8.7	7.6
女性60代	9.6	22.3	47.9	4.3	7.4	17.0	36.2	4.3	10.6

「平日・夕食」49.2% ・ 「休日・夕食」42.8%と夕食での。
女性40代・50代で「平日・昼食」の回答率が比較的高い。

Q8 「出来合いのサラダ（容器入り）」を購入する際に重要視することとしてあてはまるものをすべてお選びください。（複数回答）

N数 = 658名



1位「価格」66.1%、2位「ボリューム」40.4%。
どの項目も2023年比で回答率は減少傾向だが、
「消費期限」のみ8.1%増と伸長。

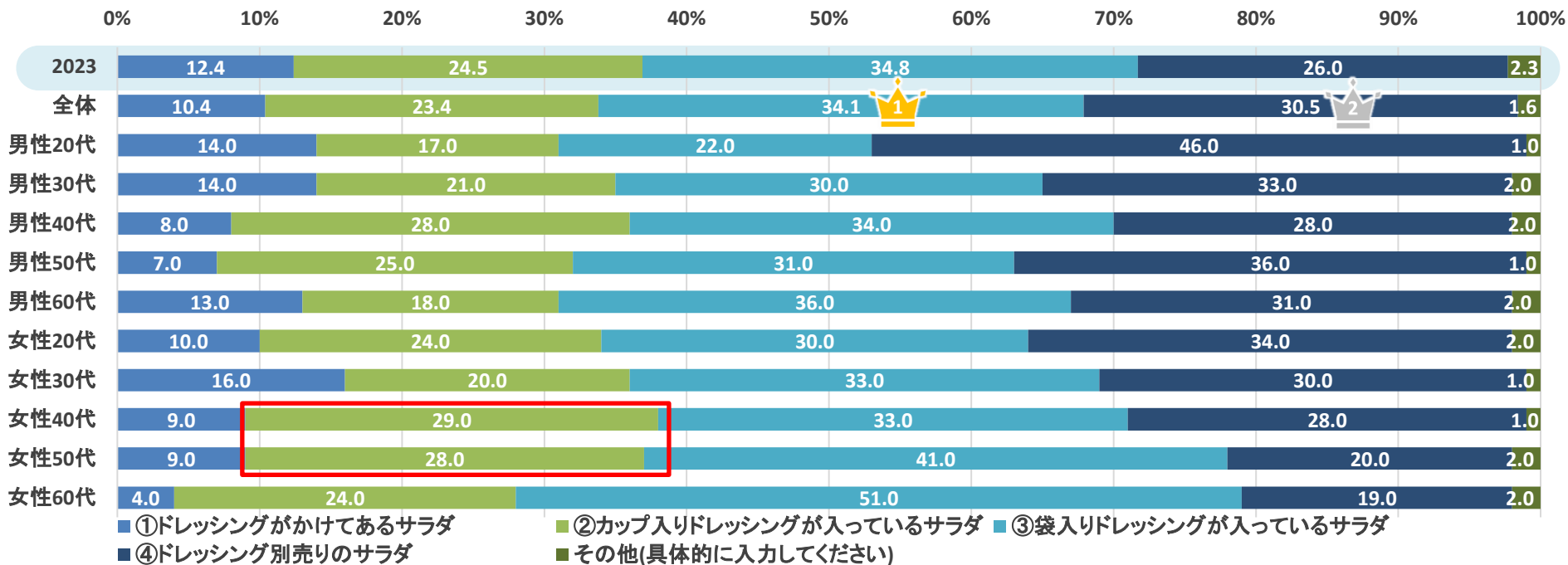
出来合いのサラダ（容器入り）の 食べやすいドレッシング形態

Q9

Q9 「出来合いのサラダ（容器入り）」のドレッシングについて、食べやすさと買いやすさを考慮するとどのような形態が最も望ましいと感じますか？（単一回答）

N数 = 1000名

※普段、「出来合いのサラダ（容器入り）」を購入しない方も買う場合を想像してお答えください。



「袋入りドレッシングが入ったサラダ」が34.1%で1位。

2023年比でみると「ドレッシング別売りのサラダ」の増加率が最も高い。

「カップ入りドレッシングが入ったサラダ」は女性40・50代で回答率が高い。

「次の4つのサラダ容器の形状の中で、それぞれの項目に対して最も当てはまると感じるものをお選びください。（単一回答） N数=1,000名

※普段、「出来合いのサラダ（容器入り）」を購入しない方もイメージでお答えください。

①正角タイプ

グリーンサラダ



多品目サラダ



お肉系サラダ



カルパッチョ系サラダ



②丸タイプ

グリーンサラダ



多品目サラダ



お肉系サラダ



カルパッチョ系サラダ



③長角タイプ

グリーンサラダ



多品目サラダ



お肉系サラダ



カルパッチョ系サラダ



④楕円タイプ

グリーンサラダ



多品目サラダ



お肉系サラダ



カルパッチョ系サラダ

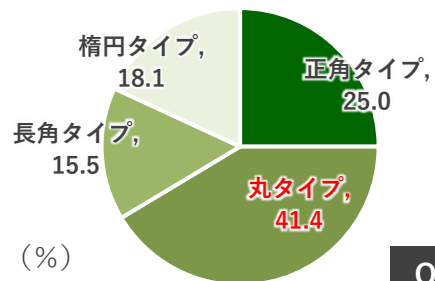


サラダ容器の形状に対する印象

N数 = 1,000名

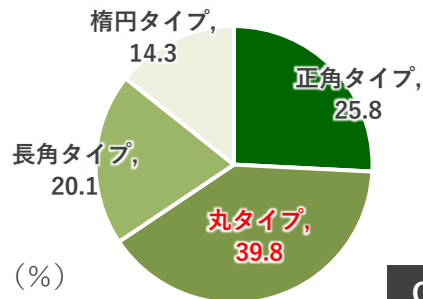
Q10-1~Q10-10

★中身がおいしそうに見える



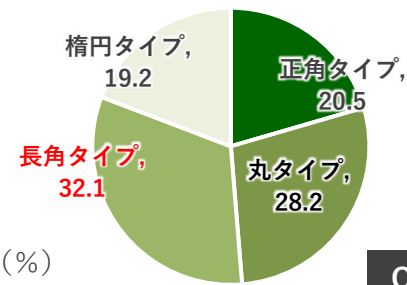
Q10-1

★食べやすそう



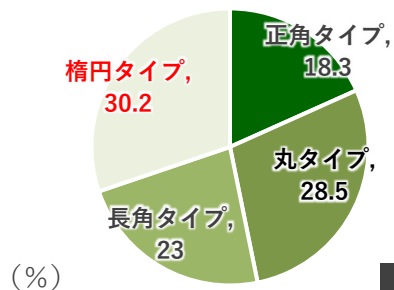
Q10-2

★ボリュームがあるように見える



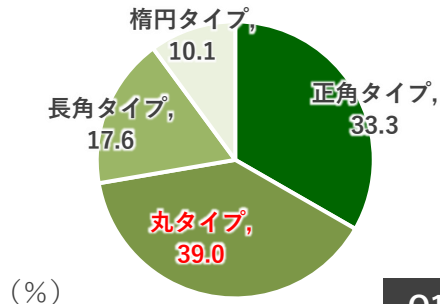
Q10-3

★高質感があるように見える



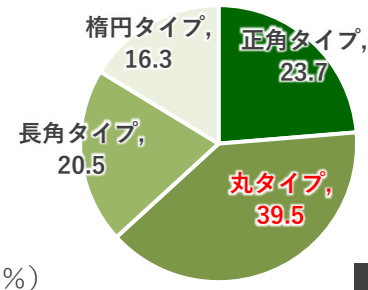
Q10-4

★リーズナブルに見える



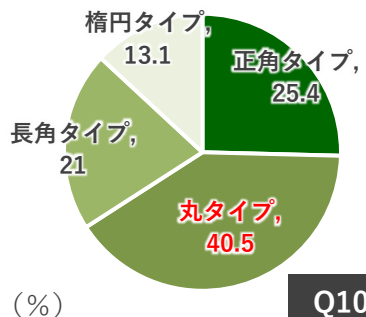
Q10-5

★鮮度が良さそうに見える



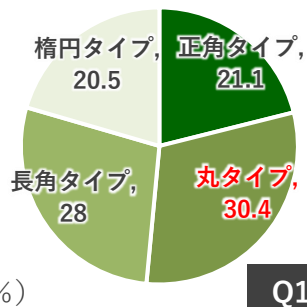
Q10-6

★グリーンサラダに合う



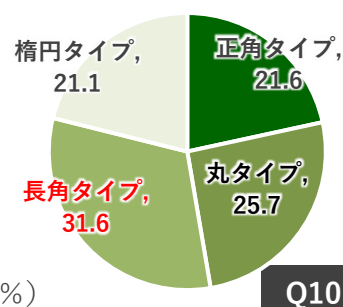
Q10-7

★多品目サラダに合う



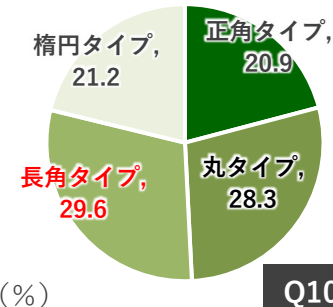
Q10-8

★お肉系サラダに合う



Q10-9

★お魚系サラダに合う



Q10-10

サラダ容器の形状に対する印象 【中身がおいしそうに見える】

Q10-1

中身がおいしそうに見える。(単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



②丸タイプ



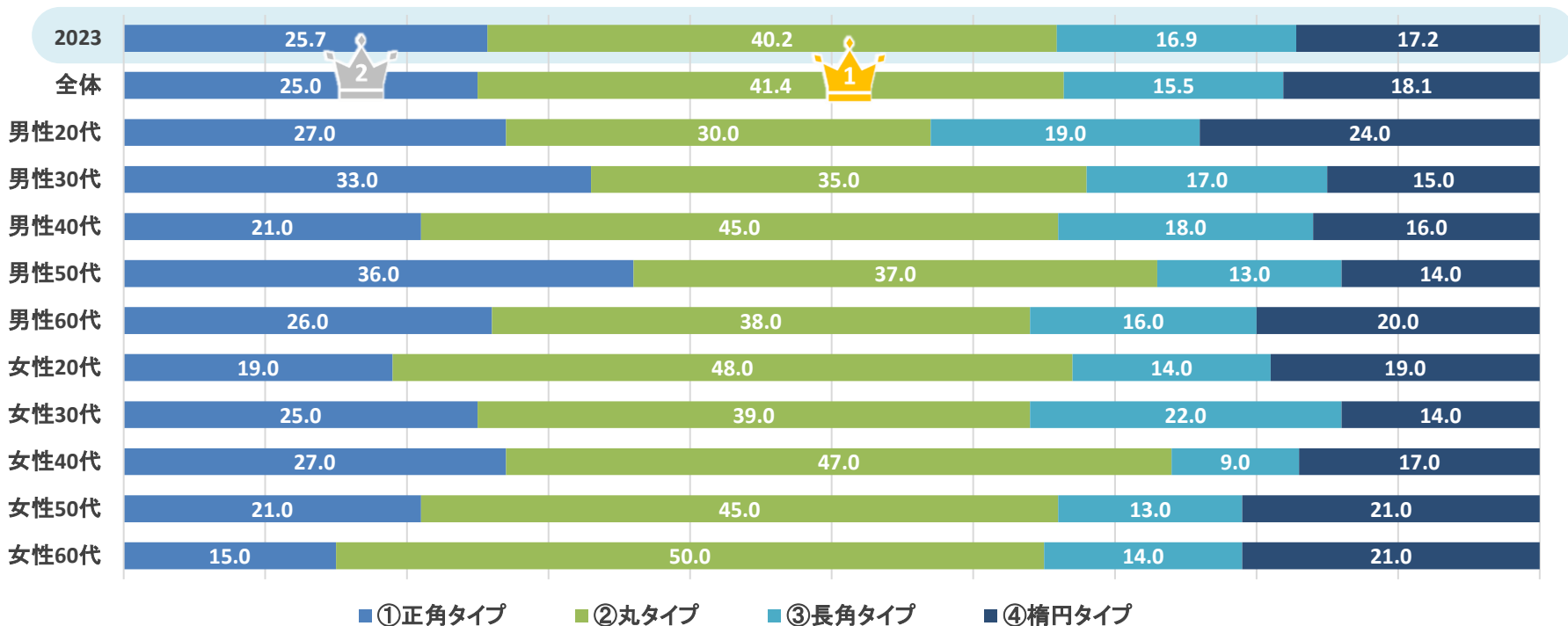
③長角タイプ



④楕円タイプ



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



1位「丸タイプ」41.4%・2位「正角タイプ」25.0%。
男性より女性の方が「丸タイプ」の回答率が高い。

サラダ容器の形状に対する印象 【食べやすそう】

Q10-2

食べやすそう (単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



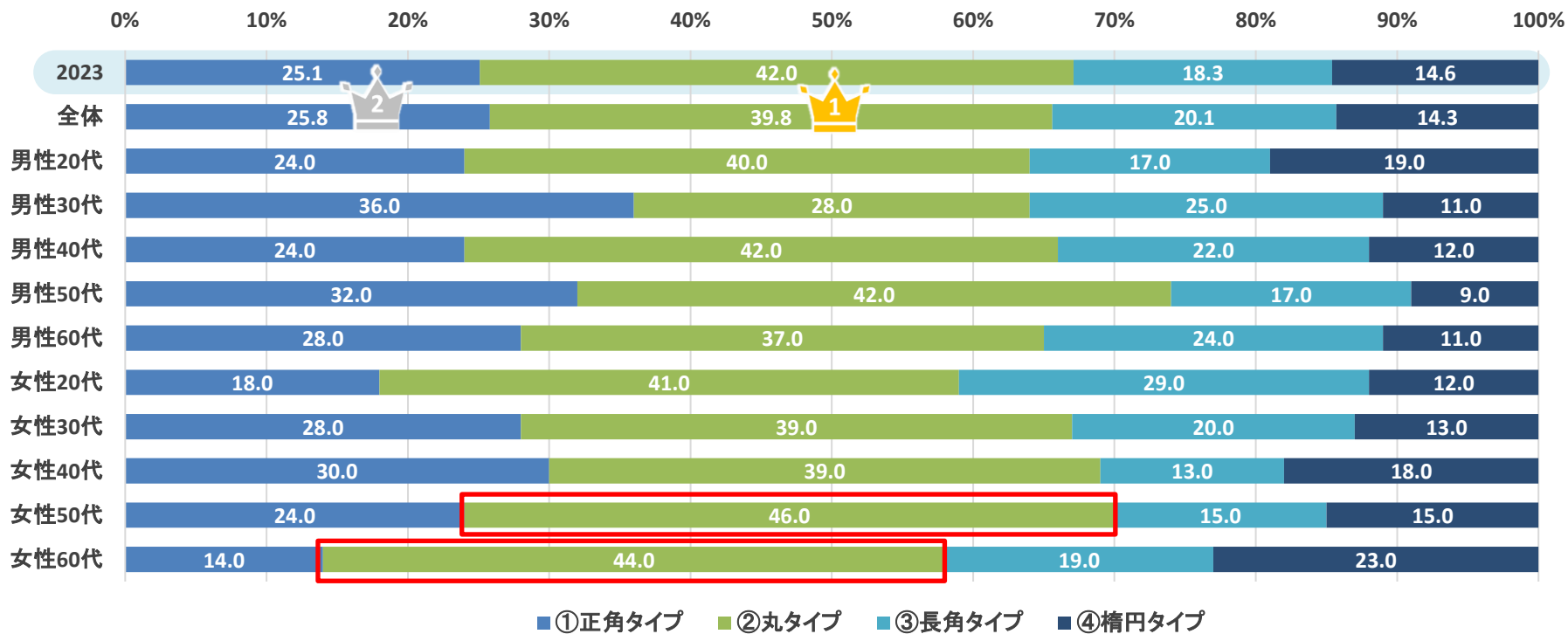
②丸タイプ



③長角タイプ



④楕円タイプ



1位「丸タイプ」39.8%・2位「正角タイプ」25.8%。
特に女性50代・60代で「丸タイプ」の回答率が高い。

サラダ容器の形状に対する印象 【ボリュームがある】

Q10-3

ボリュームがあるように見える。(単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



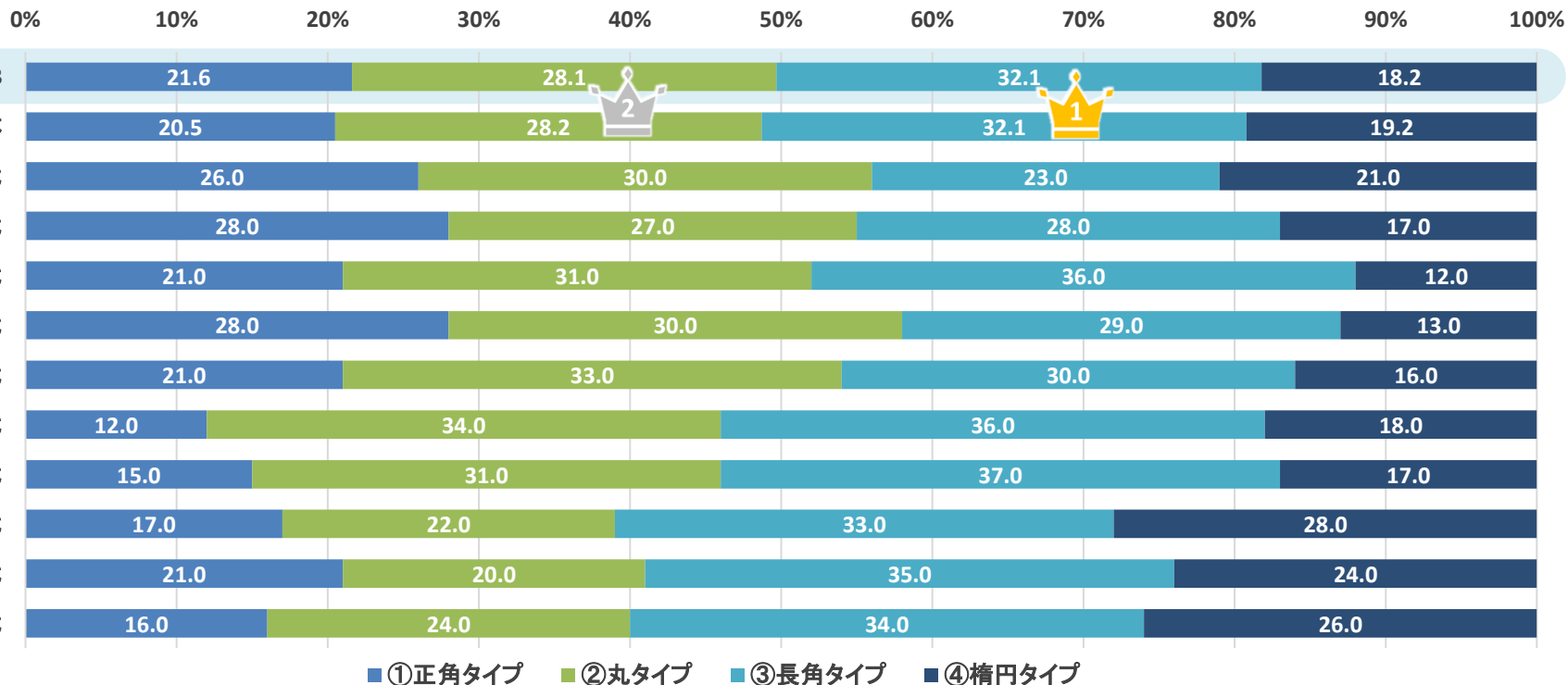
②丸タイプ



③長角タイプ



④楕円タイプ



1位「長角タイプ」32.1%・2位「丸タイプ」28.2%。
女性の全年代で「長角タイプ」の全体の回答率を超える結果に。

サラダ容器の形状に対する印象 【高質感がある】

Q10-4

高質感があるように見える。(単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



②丸タイプ



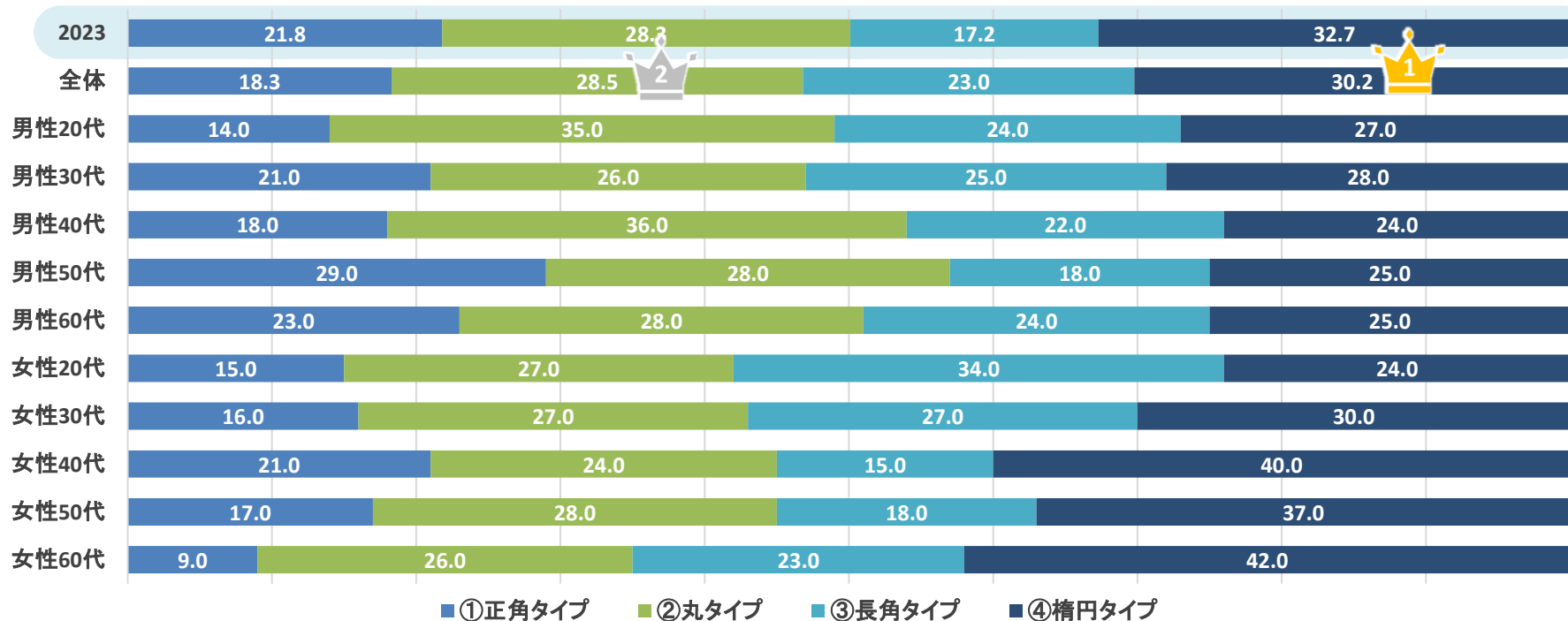
③長角タイプ



④楕円タイプ



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



1位「楕円タイプ」30.2%・2位「丸タイプ」28.5%。

特に女性40・50・60代は「楕円タイプ」が35.0%以上と回答率が高い。

サラダ容器の形状に対する印象 【リーズナブルに見える】

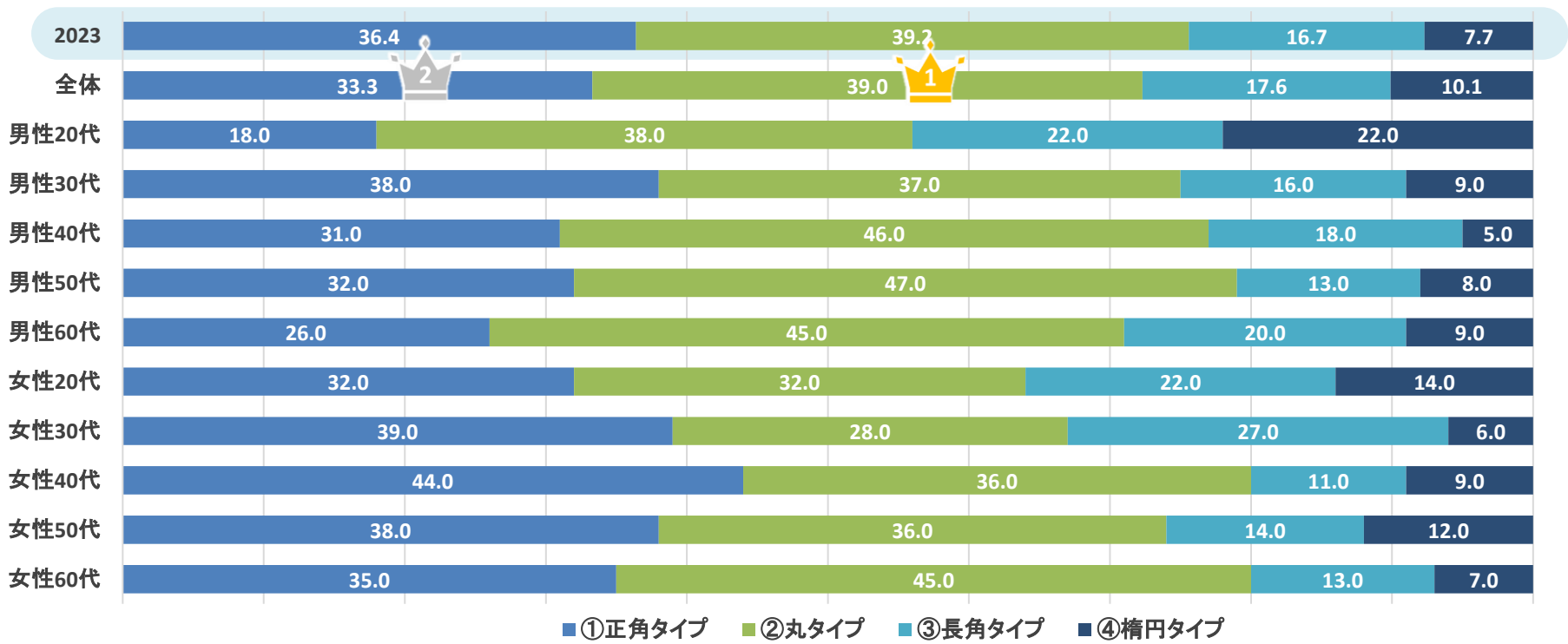
Q10-5

リーズナブルに見える（単一回答）

N数 = 1,000名



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



1位「丸タイプ」39.0%・2位「正角タイプ」33.3%。

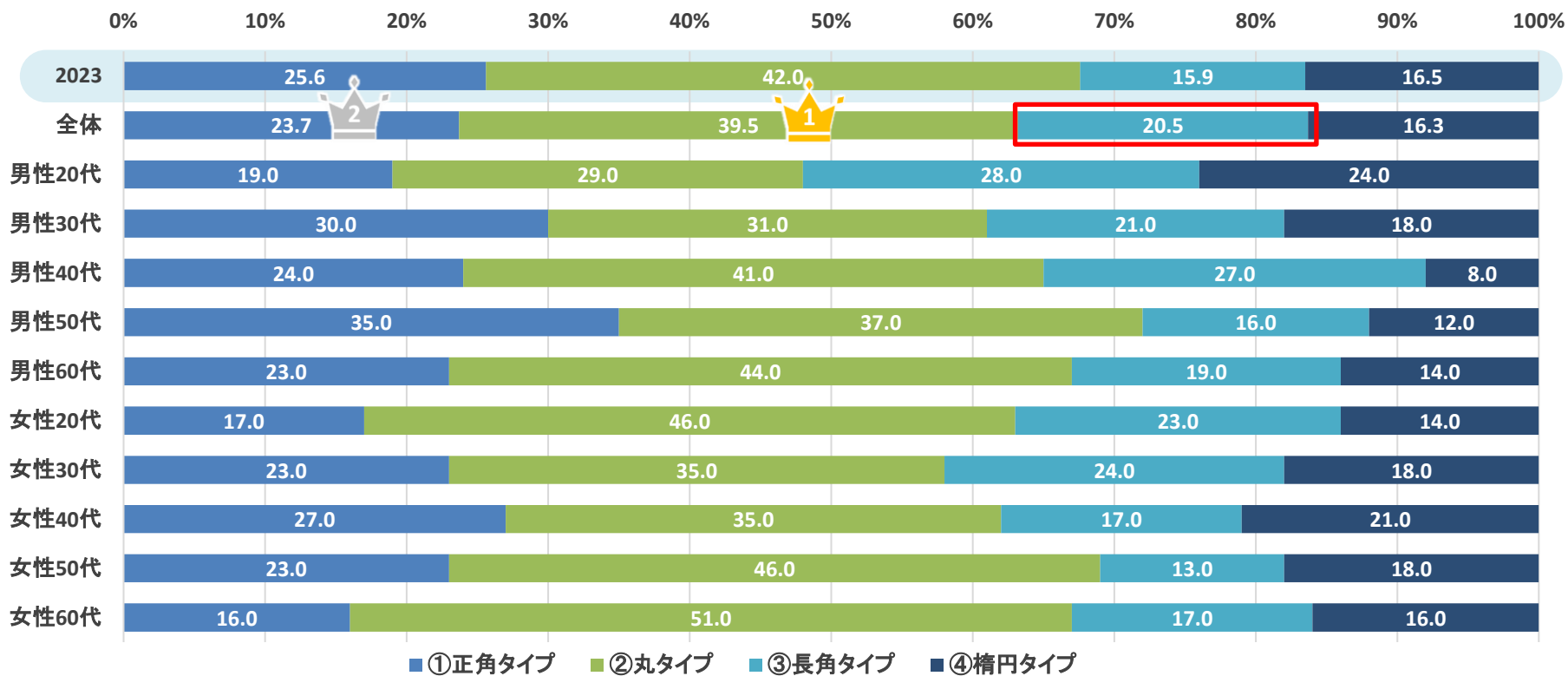
男性は「丸タイプ」、女性は「正角タイプ」の回答率が高い傾向が見られる。

サラダ容器の形状に対する印象 【鮮度よさそう】

Q10-6

鮮度が良さそうに見える（単一回答）

N数 = 1,000名



1位「丸タイプ」39.5%・2位「正角タイプ」23.7%。
2023年比では「長角タイプ」が4.6%増と増加傾向が見られる。

サラダ容器の形状に対する印象 【グリーンサラダに合う】

Q10-7

グリーンサラダに合う (単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



②丸タイプ



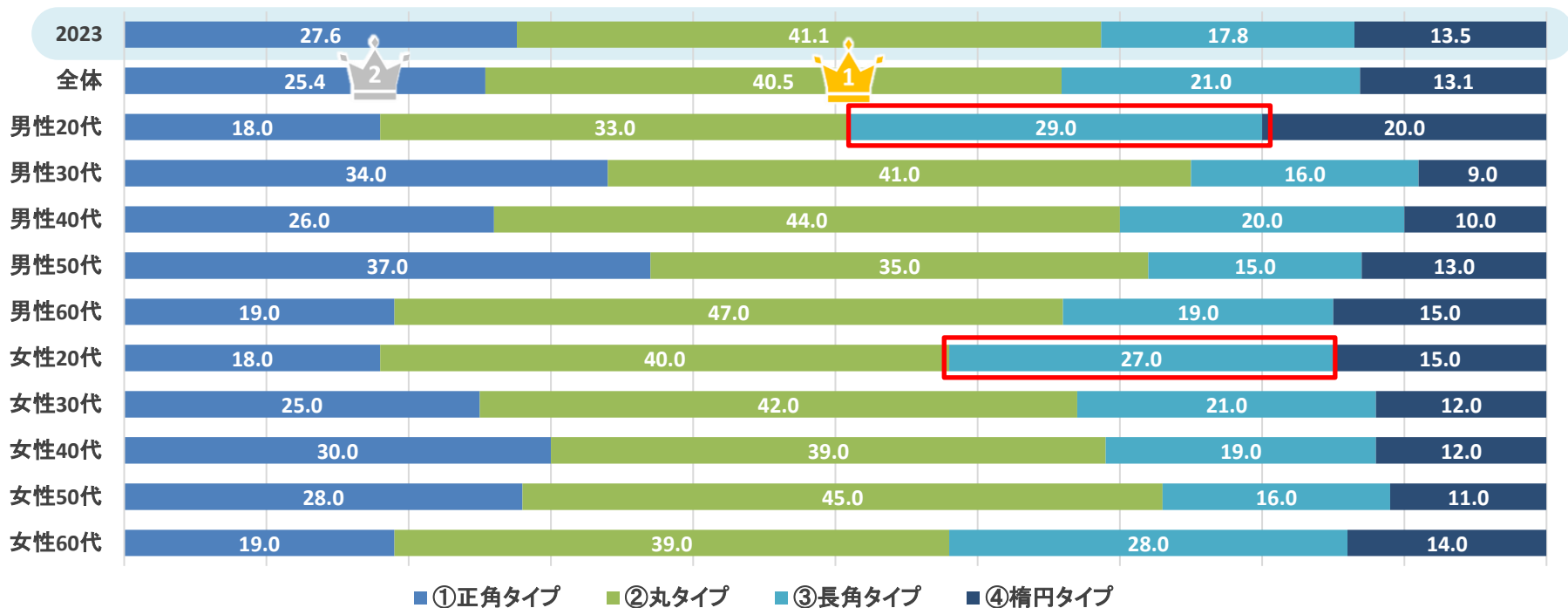
③長角タイプ



④楕円タイプ



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



1位「丸タイプ」40.5%・2位「正角タイプ」25.4%。

男女ともに20代は「長角タイプ」の回答率も他の年代と比較して高い。

サラダ容器の形状に対する印象 【多品目サラダに合う】

Q10-8

多品目サラダに合う (単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



②丸タイプ ¹



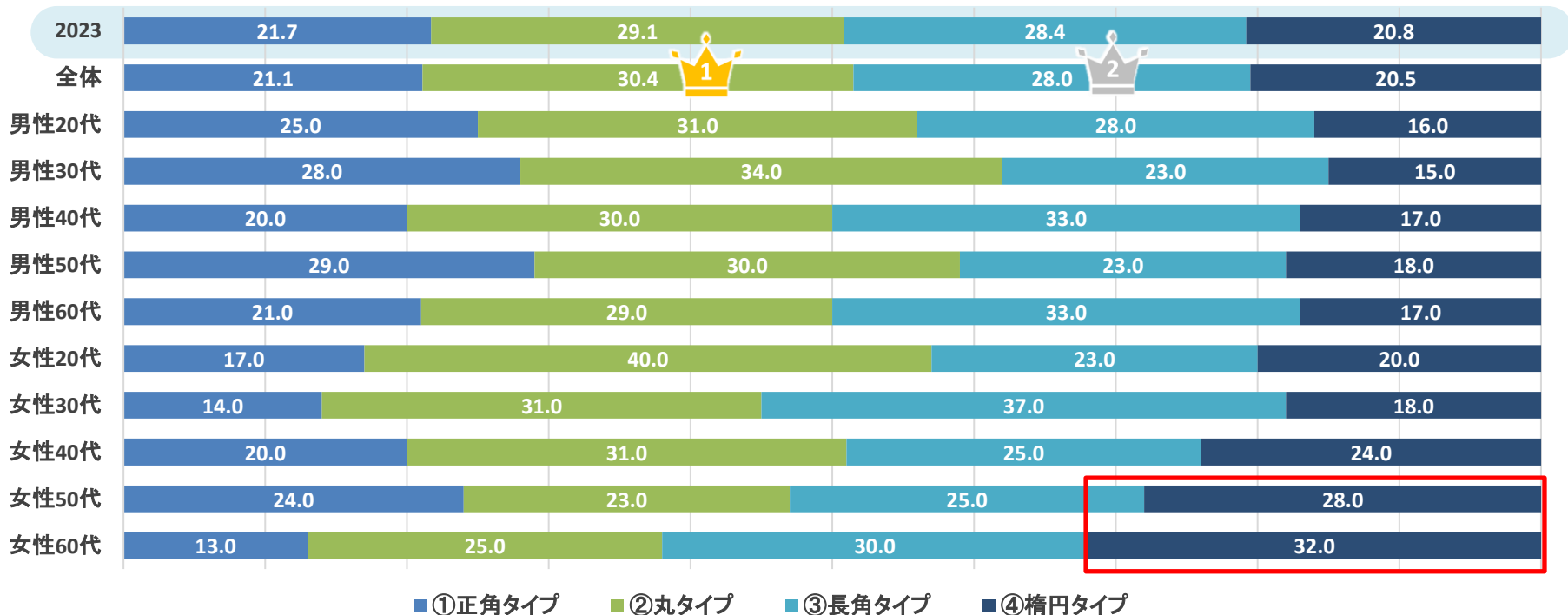
③長角タイプ ²



④楕円タイプ



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



1位「丸タイプ」30.4%・2位「長角タイプ」28.0%。
女性50・60代では「楕円タイプ」の回答率が最も高い結果に。

サラダ容器の形状に対する印象 【お肉系サラダに合う】

Q10-9

お肉系サラダに合う (単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



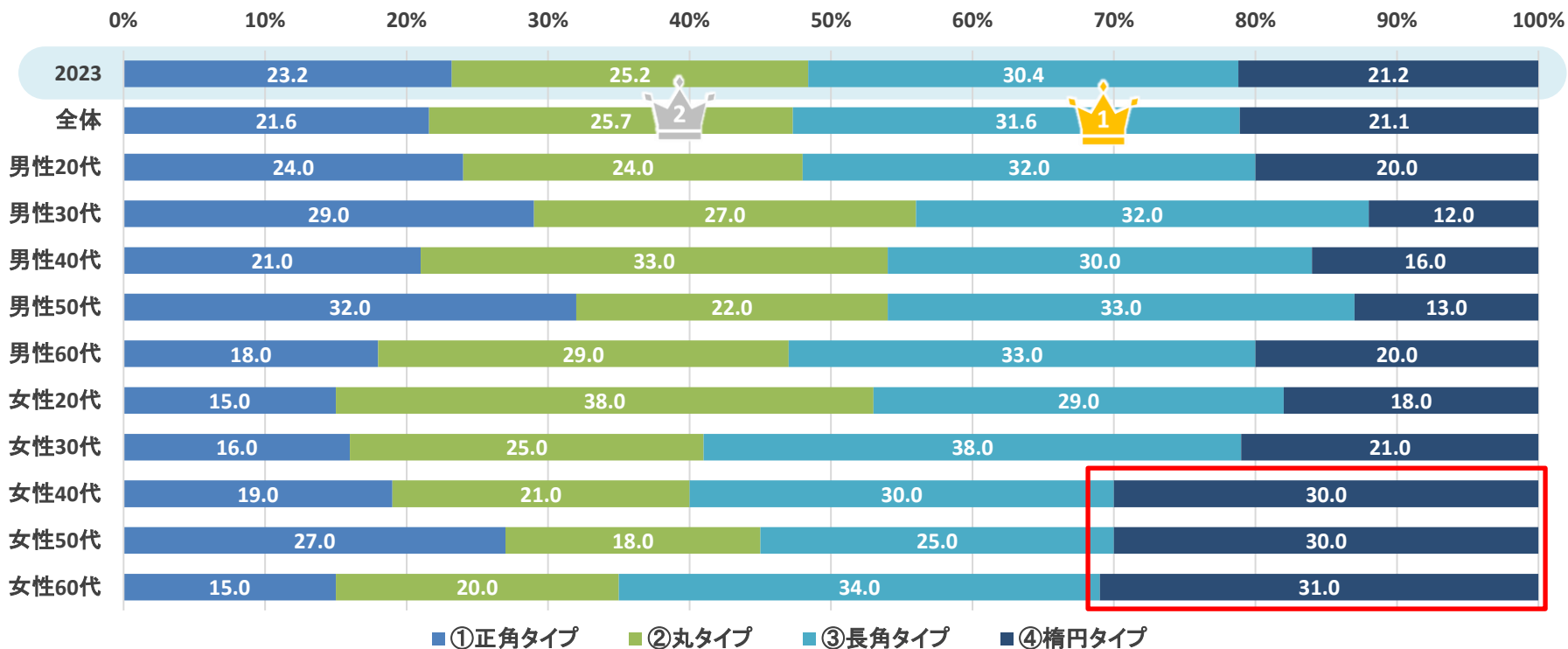
②丸タイプ



③長角タイプ



④楕円タイプ



1位「長角タイプ」31.6%・2位「丸タイプ」25.7%。
女性40~60代では「楕円タイプ」も30.0%以上と高い結果に。

サラダ容器の形状に対する印象 【お魚系サラダに合う】

Q10-10

お魚系サラダに合う (単一回答)

N数 = 1,000名

①正角タイプ



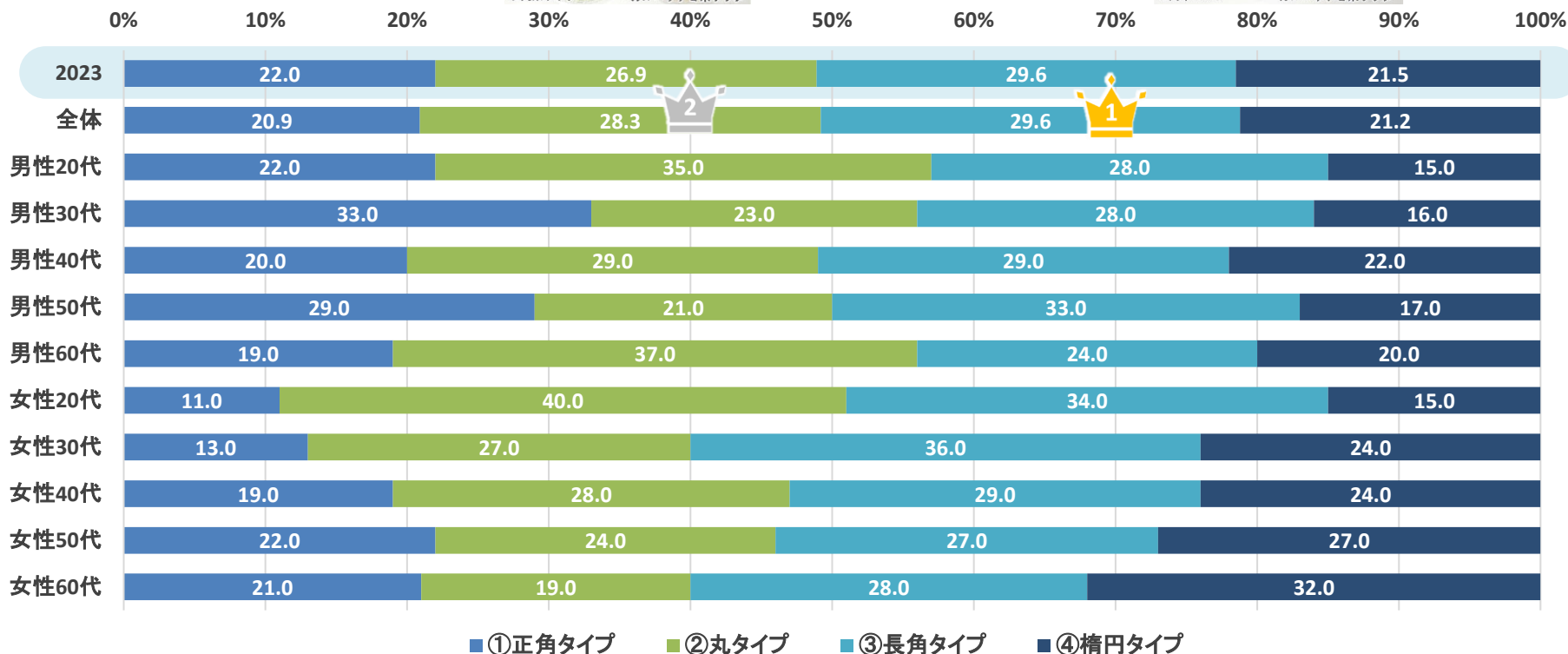
②丸タイプ



③長角タイプ



④楕円タイプ

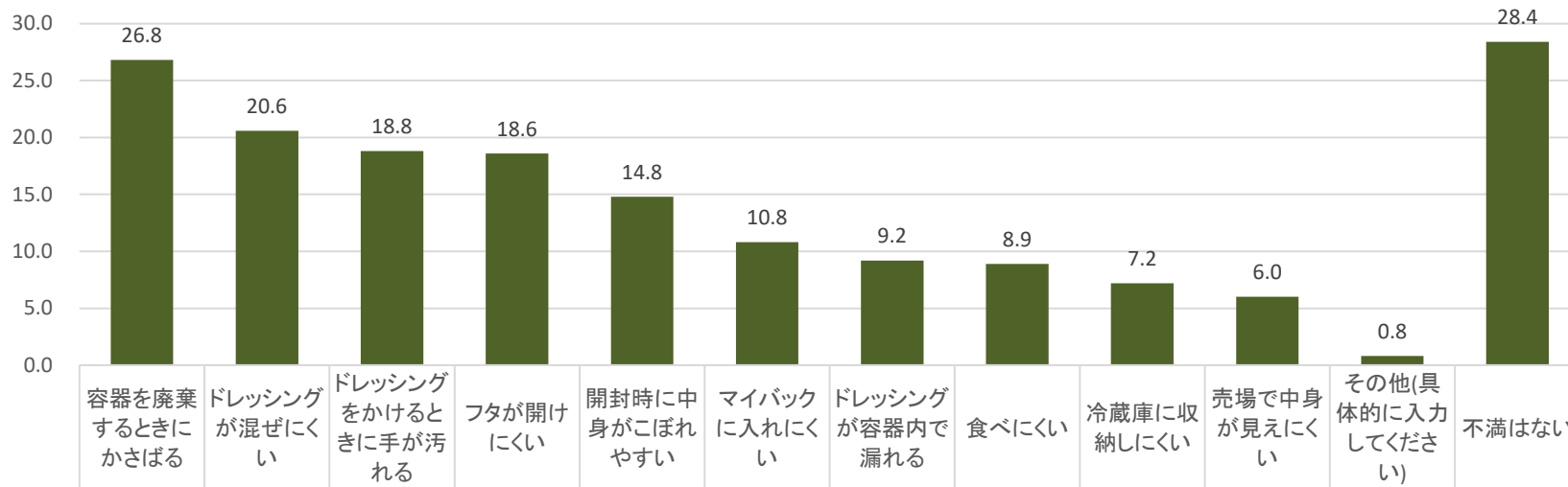


1位「長角タイプ」29.6%・2位「丸タイプ」28.3%。

お肉系同様、付加価値のあるトッピングサラダは長角タイプの回答率が高い。

出来合いのサラダ（容器入り）の容器の不满として当てはまるものをすべてお答えください。
（複数回答）

N数 = 1,000名



	容器を廃棄するときにかさばる	ドレッシングが混ぜにくい	ドレッシングをかけるときに手が汚れる	フタが開けにくい	開封時に中身がこぼれやすい	マイバックに入れにくい	ドレッシングが容器内で漏れる	食べにくい	冷蔵庫に収納にくい	売場で中身が見えにくい	その他(具体的に入力してください)	不満はない
■全体	26.8	20.6	18.8	18.6	14.8	10.8	9.2	8.9	7.2	6.0	0.8	28.4
男性20代	19.0	11.0	11.0	17.0	10.0	11.0	7.0	11.0	9.0	5.0	0.0	39.0
男性30代	23.0	16.0	17.0	12.0	15.0	10.0	11.0	11.0	14.0	14.0	0.0	30.0
男性40代	25.0	18.0	15.0	14.0	16.0	10.0	7.0	9.0	7.0	1.0	0.0	34.0
男性50代	24.0	18.0	11.0	19.0	11.0	4.0	7.0	10.0	7.0	2.0	1.0	32.0
男性60代	28.0	20.0	17.0	24.0	14.0	12.0	10.0	8.0	6.0	11.0	1.0	30.0
女性20代	20.0	20.0	18.0	11.0	11.0	9.0	10.0	11.0	5.0	5.0	2.0	25.0
女性30代	19.0	21.0	28.0	17.0	13.0	14.0	13.0	11.0	5.0	5.0	2.0	31.0
女性40代	39.0	23.0	27.0	17.0	17.0	13.0	10.0	6.0	9.0	3.0	0.0	25.0
女性50代	29.0	28.0	24.0	26.0	18.0	14.0	8.0	7.0	6.0	6.0	0.0	23.0
女性60代	42.0	31.0	20.0	29.0	23.0	11.0	9.0	5.0	4.0	8.0	2.0	15.0

1位「容器を廃棄するときにかさばる」26.8%

女性50・60代では混ぜにくさや蓋の開けにくさの回答率が高い。

お役立ち情報 配信中



商品カタログや商品紹介動画など最新の情報をお届けするサイト。



新商品情報やメルマガ
会員限定の生活者アンケート
分析資料などを定期的に配信!



商品情報や環境配慮への取り組み、お役立ち情報やクイズなどを交えた小ネタなどを配信。



商品・売場づくりのお役立ちサイト

最新情報をチェック



<https://www.risupacknext.com>



メルマガ

メルマガ登録はこちらから



フォローお願いします



RISUPACK_OFFICIAL_JP

【お問合せ】



営業本部	TEL(0568)67-5513(代)	FAX(0568)67-7721	〒484-0894	愛知県犬山市羽黒宮浦1番地
バイオ営業部	TEL(0568)67-5513(代)	FAX(0568)67-7721	〒484-0894	愛知県犬山市羽黒宮浦1番地
札幌営業所	TEL(011)864-8394(代)	FAX(011)864-8147	〒003-0024	札幌市白石区本郷通4丁目南1番2号
仙台支店	TEL(022)223-3113(代)	FAX(022)223-3115	〒980-0811	仙台市青葉区一番町2丁目8番15号(太陽生命ビル5階)
東京本社	TEL(03)6702-0190(代)	FAX(03)6661-0165	〒105-0022	東京都港区海岸一丁目16番1号(ニューピア竹芝サウスタワー9階)
大宮営業部	TEL(048)650-3786(代)	FAX(048)650-3789	〒330-0801	さいたま市大宮区土手町1丁目62の1(ワコーレ大宮ビルII2階)
西東京営業部	TEL(042)724-1580(代)	FAX(042)724-6495	〒194-0022	東京都町田市森野1丁目25番5号(博信ビル3階)
名古屋支店	TEL(052)732-1411(代)	FAX(052)733-3740	〒464-0850	名古屋市千種区今池4丁目1番29号(ニッセイ今池ビル1階)
金沢営業所	TEL(076)237-5480(代)	FAX(076)237-8615	〒920-0062	金沢市割出町633番地の1(新保第2ビル3階)
静岡営業所	TEL(054)205-3231(代)	FAX(054)273-2750	〒420-0851	静岡市葵区黒金町11番地7(大樹生命静岡駅前ビル5階)
大阪支店	TEL(06)6445-7722(代)	FAX(06)6445-7527	〒550-0003	大阪市西区京町堀1丁目6番4号(アーバンリサーチビル5階)
中四国支店	TEL(086)212-1611(代)	FAX(086)212-1615	〒700-0821	岡山市北区中山下1丁目2-3(太陽生命岡山ビル7階)
福岡支店	TEL(092)431-8032(代)	FAX(092)473-5908	〒812-0016	福岡市博多区博多駅南1丁目2番15号(事務機ビル5階)