

全国の 25 歳以上の男女 1250 人※に聞く

“冷凍食品の利用状況” 実態調査結果について

約 8 割の人が月 1 回以上冷凍食品を利用
料理を効率的に行うために、既婚男女とも 6 割が冷凍食品を活用

一般社団法人日本冷凍食品協会(会長 伊藤雅俊)は、本年 2 月 27 日から 2 月 28 日にかけて、冷凍食品の利用者を対象に、『“冷凍食品の利用状況”実態調査』を実施しました。

- ◎ 冷凍食品は、約 8 割の人が月 1 回以上利用
- ◎ 冷凍食品の利用頻度は、平均 1.9 回/週で前年より微増
- ◎ 「ドラッグストア」での購入が増加傾向

- 冷凍食品を利用する頻度は、約 8 割(77.1%)の人が月 1 回以上。平均 1.9 回/週で前年より微増。
- 冷凍食品の購入場所は、男女とも「スーパー」が最も多いものの、「ドラッグストア」が年々増加(女性:2013 年 8.4%→2016 年 14.6%、男性:2013 年 7.4%→2016 年 17.4%)。

- ◎ 冷凍食品の魅力は、「買い置き」「手間の省略」「時間の短縮」が男女ともトップ3
- ◎ 冷凍食品にひと手間加えて活用する女性は半数強。アレンジ方法は「具を加える」が 7 割

- 冷凍食品に感じる魅力は、男女とも「買い置きができる」、「調理の手間が省ける」、「時間が短縮できる」がトップ3。年齢が高いほど「買い置き」を支持。
- 冷凍食品をひと手間加えて食べることがある女性は半数強(51.8%)。特に、65 歳以上の女性は、7 割(70.4%)。ひと手間は、「具を加える」が約 7 割(71.0%)

- ◎ 配偶者との家事の分担について、女性は料理を「自分がほとんど担当」(83.5%)と考えているのに対し、男性は「相手がほとんど担当」(55.0%)で意識に差
- ◎ 料理を効率的に行うためによく利用している加工食品は、「冷凍食品」が男女とも約 6 割

- 配偶者と同居する男女に家事分担について聞いたところ、女性の 8 割強(83.5%)は料理を「自分がほとんど担当」と考えているが、男性は「相手がほとんど担当」は 5 割強(55.0%)で、女性の方が主に担当しているという意識は共通していても、女性の方が、自分が多く負担していると認識。
- 料理を効率的に行ったり料理の負担を軽くするためによく使っている加工食品は、「冷凍食品」が男女とも約 6 割(女性 58.2%、男性 59.7%)。

<調査概要>

- 【調査方法】 インターネット調査
- 【調査対象】 冷凍食品を「月1回以上」利用している25歳以上の男女各625人
- 【調査期間】 2016年2月27日(土)～2月28日(日)
- 【標本構成】 スクリーニング調査(回答対象者を絞り込むための調査):有効回収8492人
本調査:有効回収1250人
- 各標本構成は以下のとおりです。

(上段:サンプル数、下段:構成比%)

スクリーニング調査の標本構成

F1. 性別

サンプル数	男性	女性
8492	4262	4230
100.0	50.2	49.8

F2. 年齢

	サンプル数	25～34歳	35～44歳	45～54歳	55～64歳	65歳以上	平均(歳)
全体	8492 100.0	1820 21.4	1543 18.2	1636 19.3	1624 19.1	1869 22.0	49.6
女性	4230 100.0	892 21.1	803 19.0	808 19.1	756 17.9	971 23.0	49.5
男性	4262 100.0	928 21.8	740 17.4	828 19.4	868 20.4	898 21.1	49.8

F3. 未婚

	サンプル数	未婚	既婚(離婚・死別を含む)
全体	8492 100.0	2171 25.6	6321 74.4
女性	4230 100.0	955 22.6	3275 77.4
男性	4262 100.0	1216 28.5	3046 71.5

本調査の標本構成

F1. 性別

サンプル数	男性	女性
1250	625	625
100.0	50.0	50.0

F2. 年齢

	サンプル数	25～34歳	35～44歳	45～54歳	55～64歳	65歳以上	平均(歳)
全体	1250 100.0	250 20.0	250 20.0	250 20.0	250 20.0	250 20.0	49.5
女性	625 100.0	125 20.0	125 20.0	125 20.0	125 20.0	125 20.0	49.1
男性	625 100.0	125 20.0	125 20.0	125 20.0	125 20.0	125 20.0	49.8

F3. 未既婚

	サンプル数	未婚	既婚(離婚・死別を含む)
全体	1250 100.0	322 25.8	928 74.2
女性	625 100.0	129 20.6	496 79.4
男性	625 100.0	193 30.9	432 69.1

F4. 職業

	サンプル数	常勤	パート・アルバイト	その他有職	無職(専業主婦)
全体	1250 100.0	563 45.0	185 14.8	80 6.4	422 33.8
女性	625 100.0	168 26.9	136 21.8	35 5.6	286 45.8
男性	625 100.0	395 63.2	49 7.8	45 7.2	136 21.8

F5. 同居家族人数(自分自身を含む)

	サンプル数	1人 (単身)	2人	3人	4人	5人以上	平均 (人)
全 体	1250 100.0	202 16.2	447 35.8	313 25.0	196 15.7	92 7.4	2.7
女 性	625 100.0	86 13.8	248 39.7	163 26.1	89 14.2	39 6.2	2.7
男 性	625 100.0	116 18.6	199 31.8	150 24.0	107 17.1	53 8.5	2.7

F6. 同居している子どもの年齢【既婚者】(複数回答)

	サンプル数	3歳未満	3歳～ 6歳未満	6歳～ 12歳未満	12歳～ 20歳未満	20歳以上	子どもはいない／子どもと同居していない
全 体	928 100.0	77 8.3	57 6.1	96 10.3	132 14.2	223 24.0	432 46.6
女 性	496 100.0	41 8.3	28 5.6	44 8.9	66 13.3	116 23.4	239 48.2
男 性	432 100.0	36 8.3	29 6.7	52 12.0	66 15.3	107 24.8	193 44.7

F7. 普段、お弁当を作っているか

	サンプル数	ほぼ毎日作っている	週2～3回作っている	週1回作っている	月2～3回作っている	月1回作っている	作っていない
全 体	1250 100.0	234 18.7	116 9.3	37 3.0	29 2.3	33 2.6	801 64.1
女 性	625 100.0	171 27.4	79 12.6	23 3.7	17 2.7	19 3.0	316 50.6
男 性	625 100.0	63 10.1	37 5.9	14 2.2	12 1.9	14 2.2	485 77.6

調査結果概要

序 スクリーニング調査結果

1. 冷凍食品を利用する頻度 9

- 《女性》では、「ほとんど又はまったく使わない」という人は2割強(21.3%)で、“使う”人は8割弱(78.7%)。“使う”人では「週2～3回」(22.3%)が最も多く、以下「週1回」(20.3%)、「月2～3回」(15.3%)といった頻度が高い。
- 《男性》では、「ほとんど又はまったく使わない」(24.4%)が《女性》(21.3%)よりもやや多く、総じて《女性》よりも冷凍食品を使う頻度は低め。
- 男女とも、若い世代ほど冷凍食品の利用頻度が高く、特に《女性》でその傾向が明確にみられる。

2. 冷凍食品の過去の利用経験【冷凍食品 非利用者】 11

- 《女性》は、4人に3人(75.6%)が「ある」としており、《男性》(68.4%)よりもやや多い。

3. 冷凍食品を使わなくなった理由【冷凍食品 非利用者（利用経験あり）】 12

- 《女性》では、「お弁当を作らなくなったから」(37.5%)、「できるだけ手づくりになったから」(32.0%)、「中国産が多いから」(27.0%)、「割高に感じるようになったから」(22.1%)、「原材料の産地に不安を感じるようになったから」(20.1%)など、原料への不安や価格などさまざまな理由がある。
- 《男性》でも、「お弁当を作らなくなったから」(18.0%)、「中国産が多いから」(16.7%)などが上位だが、《女性》に比べて低い割合の項目がほとんどで、「特に理由はない/わからない」(29.8%)の割合が高い。

4. 冷凍食品を利用しない理由【冷凍食品 非利用者（利用経験なし）】 13

- 《女性》では、「できるだけ手づくりにしたいから」(37.3%)、「割高だから」(26.4%)、「添加物を使っていそうだから」(22.3%)、「おいしくなさそうだから」(21.8%)、「保存料を使っていそうだから」(21.4%)の順。
- 《男性》では、《女性》に比べほとんどの項目で低い割合で、一方「そもそも料理しないから」(女性 6.4%、男性 17.1%)、「特に理由はない/わからない」(同 30.5%、43.0%)は《男性》の方がはるかに高い。

I 本調査結果：冷凍食品の利用状況

1. 冷凍食品の購入場所..... 14

- 《女性》では、「スーパーマーケット」(93.7%)が圧倒的で、そのほかでは「宅配サービス(生協など)」(15.4%)、「ドラッグストア」(14.7%)など。「ドラッグストア」が増加傾向。
- 《男性》でも、「スーパーマーケット」(93.1%)が最も多いが、次いで「コンビニエンスストア」(19.0%)が《女性》(8.9%)に比べて多く、「宅配サービス(生協など)」(3.6%)は少ない。女性同様、「ドラッグストア」が増加傾向。

2. 冷凍食品を利用する頻度..... 17

- 《女性》では、「週2～3回」(29.1%)が最も多く、以下「週1回」(27.2%)、「月2～3回」(18.6%)、「月1回」(13.8%)の順で、平均「1.9回/週」。
- 《男性》では、平均「1.8回/週」で、《女性》よりわずかに低い頻度。
- 男女とも、若い世代ほど冷凍食品の利用頻度が高い。また、《お弁当を作っている人》の方が《作っていない人》よりも高い利用頻度。
- 男女とも、利用頻度はわずかながら増加。

3. 冷凍食品を利用する頻度は、1年前に比べて変わったか..... 20

- 《女性》では、「変わらない」(66.4%)が多く、「増えた」(14.1%)と「減った」(17.9%)では「減った」の方がやや多い。
- 《男性》でも、「変わらない」(68.2%)が多いが、「増えた」(14.2%)の方が「減った」(11.2%)よりもやや多く、《女性》とは逆の傾向。

4. 冷凍食品を利用する頻度が増えた理由..... 21

- 《女性》では、「調理が簡単で便利だから」(70.5%)が多く、以下「おいしいと思う商品が増えたから」(33.0%)、「手ごろな値段だから」(23.9%)といった“冷凍食品のメリット”のほか、「お弁当を作るようになったから」(42.0%)、「忙しくなり、食事を作る時間が減ったから」(25.0%)などの“生活の変化による理由”も少なくない。
- 《男性》では、「調理が簡単で便利だから」(78.7%)の割合が一層高く、以下「おいしいと思う商品が増えたから」(43.8%)、「手ごろな値段だから」(41.6%)などの順で、“冷凍食品のメリット”は《男性》の方がより強く感じている。

5. 冷凍食品を利用する頻度が減った理由..... 22

- 《女性》では、「できるだけ手作りするようになったから」(52.7%)、「お弁当を作らなくなったから」(27.7%)など“生活の変化による理由”が多いほか、「価格が割高に感じるようになったから」(33.0%)など“経済的な理由”や、「健康に配慮するようになったから」(25.0%)、「安全性に不安を感じるから」(23.2%)といった誤解も。
- 《男性》でも、「できるだけ手作りするようになったから」(38.6%)、「健康に配慮するようになったから」(35.7%)の“生活の変化による理由”のほか、「価格が割高に感じるようになったから」(24.3%)、「安全性に不安を感じるから」(14.3%)など、上位項目は《女性》と似ているが、総じて《女性》よりも低い。

6. 1年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品 23

- 《女性》では、「ギョウザ」(25.0%)、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(24.5%)、「冷凍野菜」(20.8%)、「スパゲティ」(16.5%)、「ピラフ・炒飯」(16.5%)、「うどん・そば・ラーメン(具・スープ付)」(16.0%)などの順。
- 《男性》でも、《女性》とほぼ同様の結果。なお、「冷凍野菜」(12.6%)は、女性に比べてかなり低い。

7. 冷凍食品を購入している目的 25

- 《女性》では、「自宅で食べる夕食」(45.4%)が最も多く、以下「お弁当用」(42.9%)、「自宅で食べる昼食」(42.7%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(34.1%)などの順。
- 《男性》でも、「自宅で食べる夕食」(57.6%)が最も多く、《女性》(45.4%)よりも10ポイント以上高い。一方、「お弁当用」(29.1%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(22.7%)は《女性》よりかなり低い。

8. 購入した冷凍食品をどのくらいの期間保管しているか 27

- 《女性》では、「1か月程度」(32.2%)、「2～3週間程度」(31.5%)、「2～3か月程度」(19.0%)、「1週間以内」(13.3%)となっている。
- 《男性》でも同じような結果だが、「1週間以内」(18.6%)など短い期間が多め、「2～3か月程度」(12.0%)など長い期間が少なめで、保管期間は《女性》よりも短い。
- 男女とも、1か月以内に使い切る人が多数派(女性 77.8%、男性 85.1%)。

9. 冷凍食品の魅力 29

- 《女性》では、「買い置きができる」(68.2%)、「調理の手間が省ける」(62.6%)、「時間が短縮できる」(56.6%)、「必要な分だけ調理できる」(44.2%)、「品数が足りない時に便利」(40.0%)、「おいしい」(32.2%)といったさまざまなメリットがあげられる。
- 《男性》でも、「調理の手間が省ける」(58.7%)、「買い置きができる」(52.3%)、「時間が短縮できる」(46.4%)、「おいしい」(37.4%)、「必要な分だけ調理できる」(29.0%)などが上位だが、《女性》に比べて全般的に低い割合で、《女性》の方が多くの点に魅力を感じている。
- 年齢別では、「おいしい」は年齢が若い方が、「買い置きができる」は年齢が上がるほど高い傾向。

10. 冷凍食品をそのまま加熱して食べるだけでなく、ひと手間加えることがあるか 31

- 《女性》では、半数強(51.8%)がひと手間加えることを“する”が、《男性》では4割強(42.1%)と頻度はやや低め。
- “ひと手間”の内容は、《女性》では「具を加える」(71.0%)をはじめ、「具にする」(35.8%)、「料理の出し方・盛り付け方を工夫する」(35.2%)、「食べ方を工夫する」(34.9%)、「味を工夫する」(34.0%)などを行っているが、《男性》では総じて《女性》よりも低い割合。
- 年齢別では、男女とも年齢が上がるほどひと手間加える頻度が多く、冷凍食品を上手に活用。

11. 冷凍食品は割引や特売をしている店で購入するか 33

- 「割引や特売をしていない店で購入することが多い」(21.7%)は少なく、「定期的に割引や特売をしている店で購入することが多い」(78.3%)が大多数を占める。

12. 冷凍食品の割引を行っている場合に購入することが多い価格 34

- 男女全体では、「5割引」(27.1%)、「3割引」(19.3%)、「1～2割引」(18.7%)、「4割引」(16.4%)などの順で、総じて高い割引率で購入することが多い。平均は「3.6割」。
- 時系列に比較すると、(4.1割→4.0割→3.7割→3.6割)と、減少傾向にあり、特に「5割引」は大幅に減少し、売り場の価格表示の方法が変化。

II 本調査結果：家事や料理の分担に関する意識と実態

1. 家事の分担の実態と満足度 35

- 配偶者と同居している《女性》では、「自分がほとんど担当している」が多数を占め、【1）料理】(83.5%)と【3）洗濯】(85.0%)で8割以上、【2）掃除】(71.3%)も7割以上の割合。
- 配偶者と同居している《男性》では、「相手がほとんど担当している」が主で、【1）料理】(55.0%)と【3）洗濯】(53.7%)では半数を超えるが、【2）掃除】については4割(40.2%)とやや低め。
- 家事の分担に対する満足度は、《女性》では6割(60.7%)、《男性》では7割強(72.4%)。想像する配偶者の満足度は、《女性》では67.6%、《男性》では半数弱(49.4%)で、男性が想像するよりも女性は満足している。

2. 料理の分担に対する考え 39

- 《女性》では、“そう思う(とても+まあ)”の割合は、【1）料理は、時間がある方がすべき】(53.6%)、【2）料理は、効率的にできる方がすべき】(59.7%)、【3）料理は、好きな方がすべき】(57.9%)では5割台に達し、“時間がある方”“効率的にできる方”“好きな方”がするという柔軟な分担方法が良いと考えられている。
- 《男性》でも、女性と同様の傾向であるが、“そう思う”の割合は、ほとんどの項目で女性より低く、《女性》ほど分担に対して明確な考えはない。

3. 料理を効率的に行う、または料理の負担を軽くするために、よく使っている加工食品... 42

- 《女性》では、「冷凍食品」(58.2%)が突出して多く、以下「レトルト食品」(34.9%)、「缶詰・瓶詰」(23.5%)、「インスタント食品」(19.5%)、「チルド食品」(17.0%)の順。《男性》でもほぼ同様の結果。

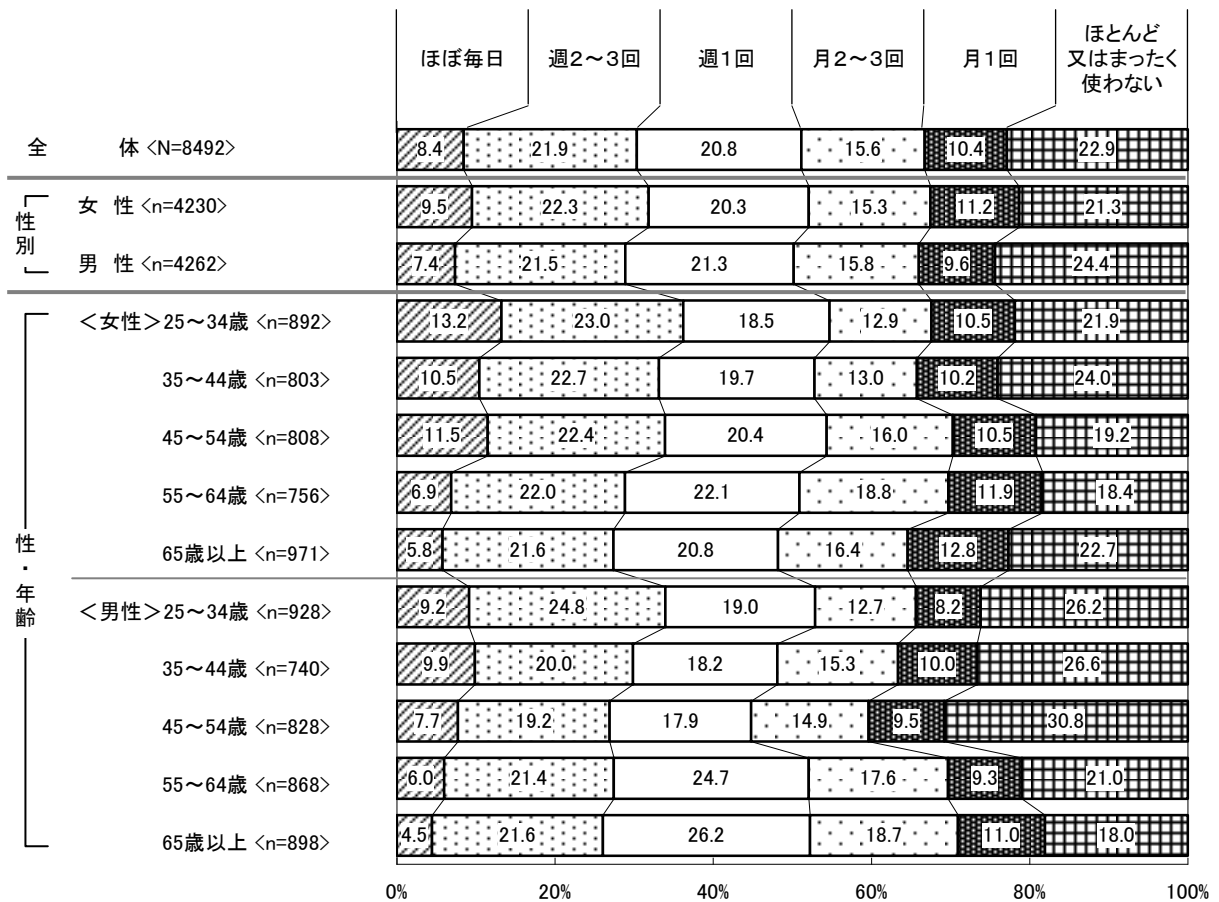
調査結果の内容

序 スクリーニング調査結果

1. 冷凍食品を利用する頻度

- 《女性》では、「ほとんど又はまったく使わない」という人は2割強(21.3%)で、“使う”人は8割弱(78.7%)。“使う”人は「週2～3回」(22.3%)が最も多く、以下「週1回」(20.3%)、「月2～3回」(15.3%)といった頻度が高い。
- 《男性》では、「ほとんど又はまったく使わない」(24.4%)が《女性》(21.3%)よりもやや多く、総じて《女性》よりも冷凍食品を使う頻度は低め。
- 男女とも、若い世代ほど冷凍食品の利用頻度が高く、特に《女性》でその傾向が明確にみられる。

図 1. 冷凍食品を利用する頻度



《女性》では、「ほとんど又はまったく使わない」という人は2割強(21.3%)で、“使う”人は8割弱(78.7%)となっています。具体的な頻度としては、「週2～3回」(22.3%)が最も多く、以下「週1回」(20.3%)、「月2～3回」(15.3%)の順となっています。

《男性》では、「ほとんど又はまったく使わない」という人は24.4%で、《女性》(21.3%)よりもやや高い割合です。“使う”(75.6%)人の頻度は、「週2～3回」(21.5%)、「週1回」(21.3%)、「月2～3回」(15.8%)の順で、総じて《女性》よりも冷凍食品を使う頻度は低めとなっています。

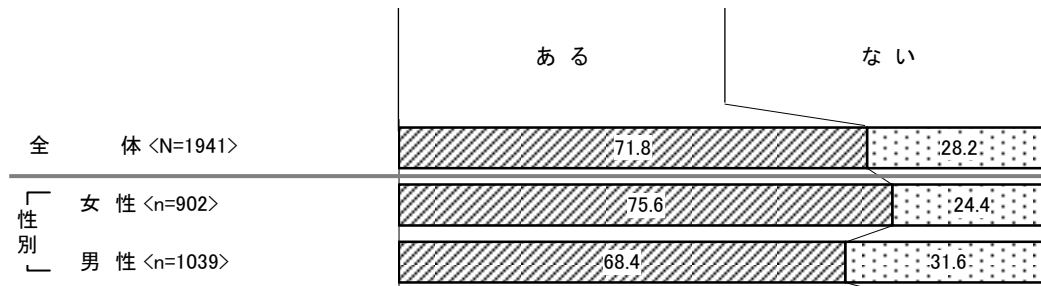
年齢別にみると、《女性》では、「ほぼ毎日」の割合が若い人ほど高くなるなど、若い人ほど冷凍食品を使う頻度

は高い傾向がみられます。《男性》でも同じような傾向がみられますが、「ほとんど又はまったく使わない」も 54 歳以下の年代で高くなっており、《女性》ほど明確な傾向とは言えません。

2. 冷凍食品の過去の利用経験【冷凍食品 非利用者】

●《女性》は、4人に3人(75.6%)が「ある」としており、《男性》(68.4%)よりもやや多い。

図 2. 冷凍食品の過去の利用経験【冷凍食品 非利用者】



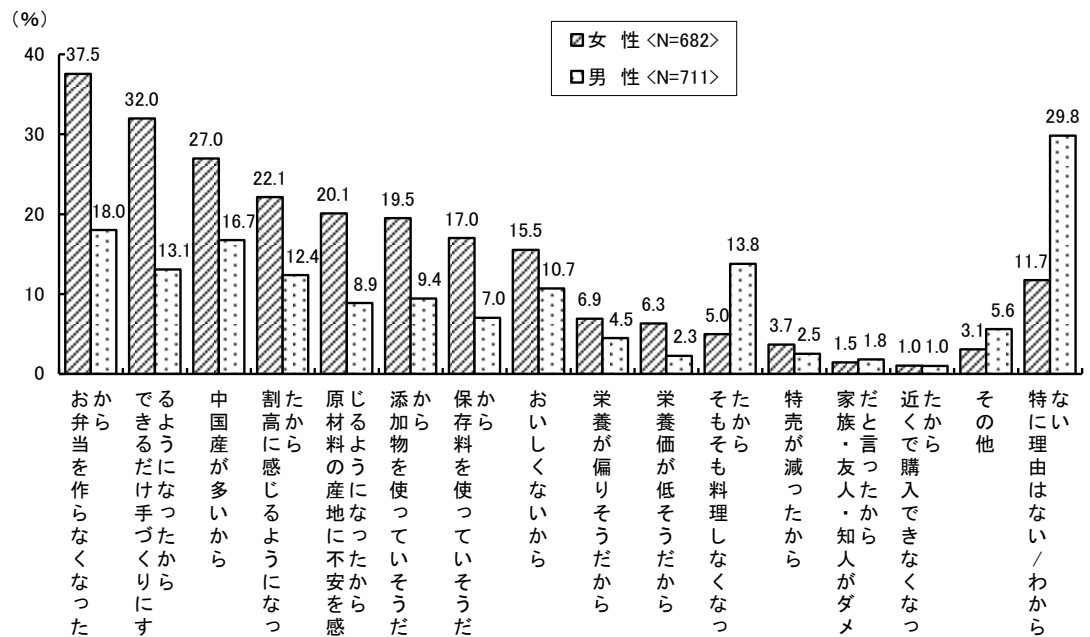
冷凍食品を「ほとんど又はまったく使わない」と答えた人に、過去に冷凍食品を使っていたことがあるかどうかを聞いた結果をみると、《女性》では、利用経験が「ある」のは4人に3人(75.6%)の割合となっています。

《男性》では、「ある」の割合は7割弱(68.4%)で、《女性》よりもやや低い割合です。

3. 冷凍食品を使わなくなった理由【冷凍食品 非利用者（利用経験あり）】

- 《女性》では、「お弁当を作らなくなったから」(37.5%)、「できるだけ手づくりにするようになったから」(32.0%)、「中国産が多いから」(27.0%)、「割高に感じるようになったから」(22.1%)、「原材料の産地に不安を感じるようになったから」(20.1%)など、原料への不安や価格などさまざまな理由がある。
- 《男性》でも、「お弁当を作らなくなったから」(18.0%)、「中国産が多いから」(16.7%)などが上位だが、《女性》に比べて低い割合の項目がほとんどで、「特に理由はない/わからない」(29.8%)の割合が高い。

図 3. 冷凍食品を使わなくなった理由【冷凍食品 非利用者（利用経験あり）】（複数回答）



性別	女性 <n=682>	37.5	32.0	27.0	22.1	20.1	19.5	17.0	15.5	6.9	6.3	5.0	3.7	1.5	1.0	3.1	11.7
男性 <n=711>	18.0	13.1	16.7	12.4	8.9	9.4	7.0	10.7	4.5	2.3	13.8	2.5	1.8	1.0	5.6	29.8	

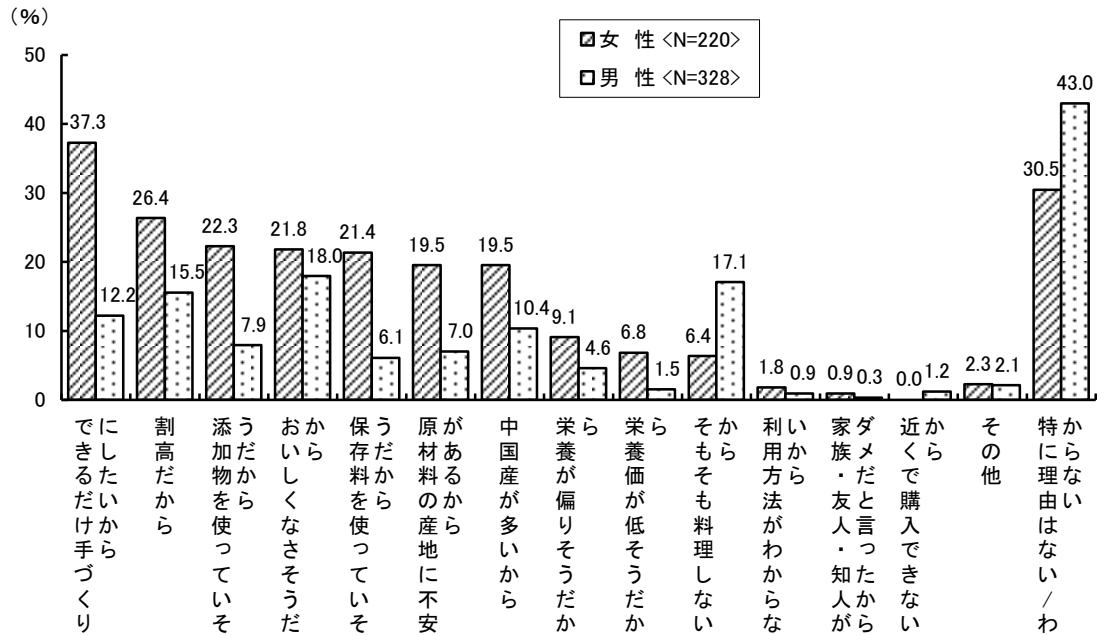
冷凍食品を「ほとんど又はまったく使わない」という人で、過去に冷凍食品を使っていたことが「ある」と答えた人（冷凍食品 非利用者（利用経験あり））に、冷凍食品を使わなくなった理由を聞いた結果、《女性》では「お弁当を作らなくなったから」(37.5%) が最も多く、以下「できるだけ手づくりにするようになったから」(32.0%)、「中国産が多いから」(27.0%)、「割高に感じるようになったから」(22.1%)、「原材料の産地に不安を感じるようになったから」(20.1%) など、安全性や価格などさまざまな理由がみられます。

《男性》では、やはり「お弁当を作らなくなったから」(18.0%) が最も多く、次いで「中国産が多いから」(16.7%) が続きますが、《女性》に比べて低い割合の項目がほとんどとなっています。《女性》に比べて高い項目は、「そもそも料理しなくなったから」(女性 5.0%、男性 13.8%) のほか、「特に理由はない/わからない」(同 11.7%、29.8%) も《女性》に比べてはるかに高い割合です。

4. 冷凍食品を利用しない理由【冷凍食品 非利用者（利用経験なし）】

- 《女性》では、「できるだけ手づくりをしたいから」(37.3%)、「割高だから」(26.4%)、「添加物を使っていそうだから」(22.3%)、「おいしくなさそうだから」(21.8%)、「保存料を使っていそうだから」(21.4%)の順。
- 《男性》では、《女性》に比べほとんどの項目で低い割合で、一方「そもそも料理しないから」(女性 6.4%、男性 17.1%)、「特に理由はない/わからない」(同 30.5%、43.0%)は《男性》の方がはるかに高い。

図 4. 冷凍食品を利用しない理由【冷凍食品 非利用者（利用経験なし）】（複数回答）



性別	女性 <n=220>	37.3	26.4	22.3	21.8	21.4	19.5	19.5	9.1	6.8	6.4	1.8	0.9	-	2.3	30.5
男性 <n=328>	12.2	15.5	7.9	18.0	6.1	7.0	10.4	4.6	1.5	17.1	0.9	0.3	1.2	2.1	43.0	

冷凍食品を「ほとんど又はまったく使わない」という人で、過去に冷凍食品を使っていたことが「ない」と答えた人（冷凍食品 非利用者（利用経験なし））に、冷凍食品を使わない理由を聞いたところ、《女性》では「できるだけ手づくりをしたいから」(37.3%)が最も多く、以下「割高だから」(26.4%)、「添加物を使っていそうだから」(22.3%)、「おいしくなさそうだから」(21.8%)、「保存料を使っていそうだから」(21.4%)などの順となっています。

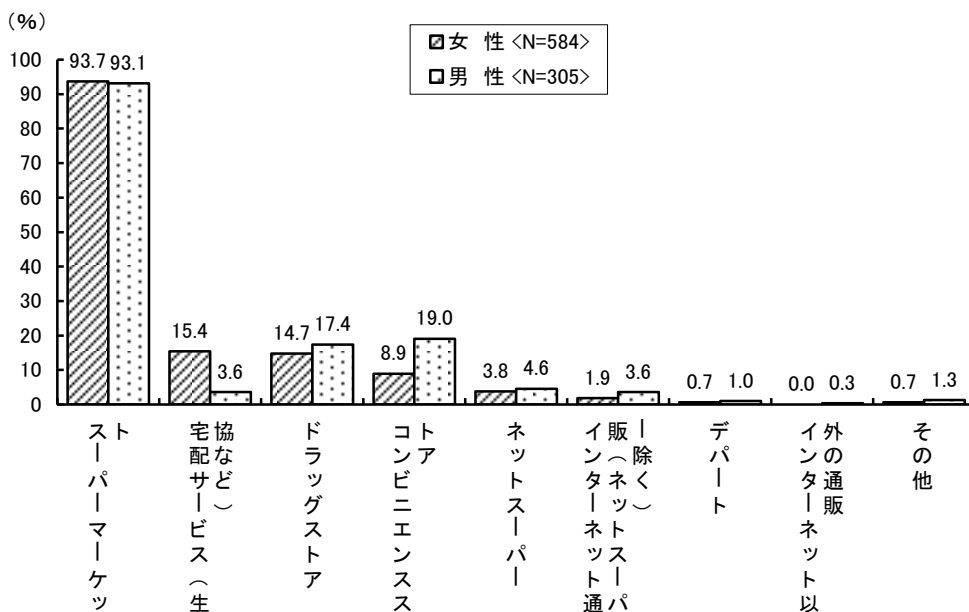
《男性》でも、「おいしくなさそうだから」(18.0%)、「割高だから」(15.5%)、「できるだけ手づくりをしたいから」(12.2%)などが上位にあげられていますが、ほとんどの項目で《女性》よりもかなり低く、一方「そもそも料理しないから」(女性 6.4%、男性 17.1%)、「特に理由はない/わからない」(同 30.5%、43.0%)は《男性》の方がはるかに高い割合です。

I 本調査結果：冷凍食品の利用状況

1. 冷凍食品の購入場所

- 《女性》では、「スーパーマーケット」(93.7%)が圧倒的で、そのほかでは「宅配サービス(生協など)」(15.4%)、「ドラッグストア」(14.7%)など。「ドラッグストア」が増加傾向。
- 《男性》でも、「スーパーマーケット」(93.1%)が最も多いが、次いで「コンビニエンスストア」(19.0%)が《女性》(8.9%)に比べて多く、「宅配サービス(生協など)」(3.6%)は少ない。女性同様、「ドラッグストア」が増加傾向。

図 5. 主にどこで冷凍食品を購入しているか（回答は2つまで）



性別	女性 <n=584>	93.7	15.4	14.7	8.9	3.8	1.9	0.7	-	0.7
女性 <n=584>		93.7	15.4	14.7	8.9	3.8	1.9	0.7	-	0.7
男性 <n=305>		93.1	3.6	17.4	19.0	4.6	3.6	1.0	0.3	1.3
性・年齢	<女性>25~34歳 <n=105>	93.3	11.4	20.0	12.4	3.8	1.0	1.0	-	1.0
	35~44歳 <n=117>	94.9	12.8	17.9	14.5	2.6	0.9	-	-	-
	45~54歳 <n=120>	95.0	14.2	17.5	6.7	5.8	1.7	0.8	-	-
	55~64歳 <n=124>	91.9	19.4	8.1	7.3	4.0	0.8	0.8	-	0.8
	65歳以上 <n=118>	93.2	18.6	11.0	4.2	2.5	5.1	0.8	-	1.7
	<男性>25~34歳 <n=73>	90.4	1.4	23.3	20.5	6.8	1.4	-	-	1.4
	35~44歳 <n=69>	94.2	4.3	14.5	27.5	7.2	1.4	1.4	-	-
	45~54歳 <n=63>	93.7	6.3	23.8	22.2	1.6	4.8	1.6	-	1.6
	55~64歳 <n=53>	92.5	3.8	13.2	11.3	1.9	5.7	1.9	-	3.8
	65歳以上 <n=47>	95.7	2.1	8.5	8.5	4.3	6.4	-	2.1	-
ライフステージ	女性・同居者なし <n=86>	94.2	7.0	10.5	19.8	2.3	3.5	-	-	1.2
	女性・同居者あり <n=498>	93.6	16.9	15.5	7.0	4.0	1.6	0.8	-	0.6
	女性・有職主婦 <n=222>	94.1	14.4	16.7	9.0	4.1	1.8	0.9	-	0.9
	女性・専業主婦 <n=259>	92.7	20.1	12.7	3.9	4.6	1.5	0.8	-	0.8
	男性・同居者なし <n=111>	93.7	1.8	17.1	24.3	4.5	3.6	-	-	1.8
	男性・同居者あり <n=194>	92.8	4.6	17.5	16.0	4.6	3.6	1.5	0.5	1.0

《女性》では、「スーパーマーケット」がほぼ9割強(93.7%)と圧倒的に多くなっています。そのほかはかなり少なくなりますが、「宅配サービス(生協など)」(15.4%)、「ドラッグストア」(14.7%)が1割台で続いています。

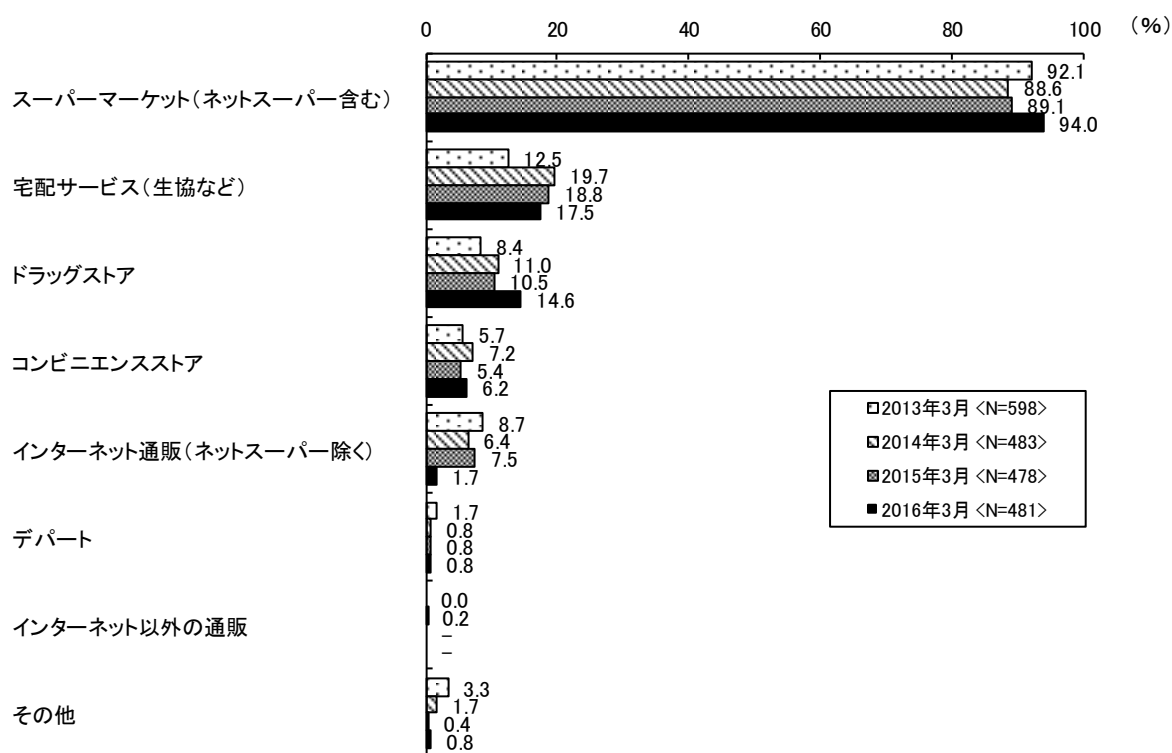
《男性》でも、「スーパーマーケット」(93.1%)が最も多くなっており、《女性》(93.7%)とほぼ同じ割合です。

が、続く「コンビニエンスストア」(19.0%)は《女性》(8.9%)よりも10ポイント以上も高くなっています。一方、「宅配サービス(生協など)」(3.6%)はほとんどおらず、《女性》(15.4%)との差が目立ちます。

年齢別にみると、男女とも年代にかかわらず「スーパーマーケット」が多くなっている点に変わりはありませんが、「ドラッグストア」や「コンビニエンスストア」は若い人ほど、「宅配サービス(生協など)」は逆に年齢が上がるほど高い割合となる傾向がみられます。

ライフステージ別にみると、男女とも“同居者なし”の人の方が「コンビニエンスストア」をあげる割合が高めです。

図 6. 主にどこで冷凍食品を購入しているか(回答は2つまで)[時系列] ※女性のみ

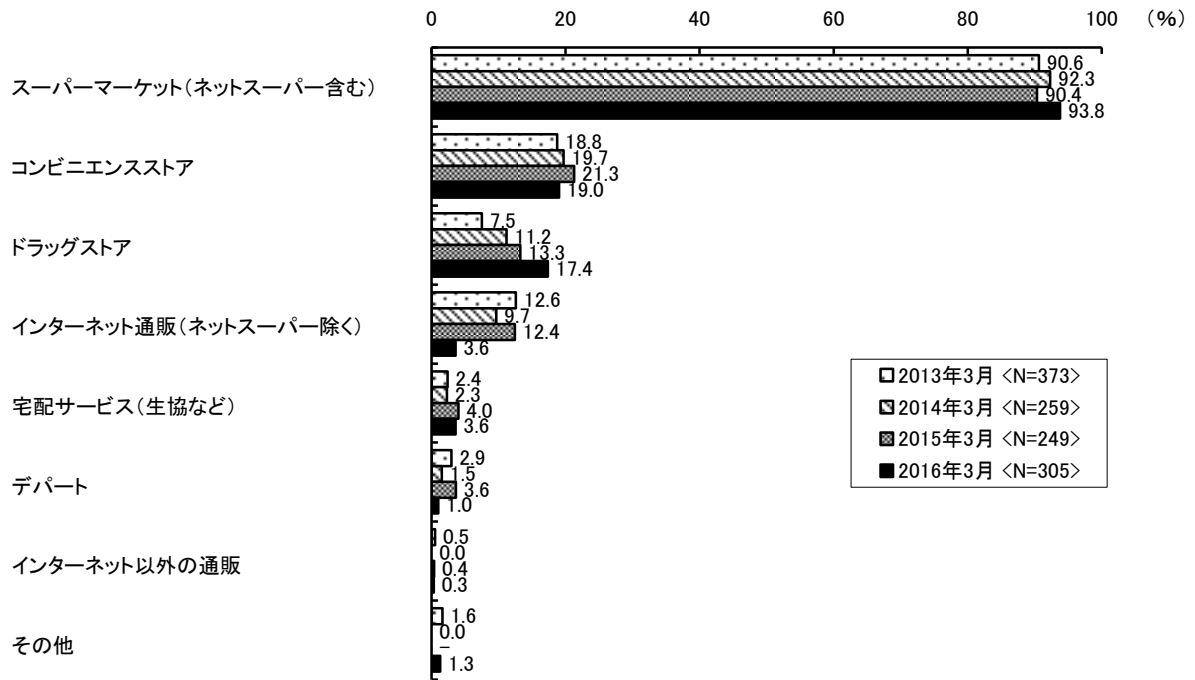


※「スーパーマーケット」と「ネットスーパー」は前回(2015年)までは「スーパーマーケット(ネットスーパー含む)」の1選択肢であったため、今回は前回までに合わせて1選択肢にまとめた数字で表記した。

※時系列比較は、既婚者のみで集計

冷凍食品を購入している場所を時系列でみると、《女性》では「スーパーマーケット(ネットスーパー含む)」(が圧倒的に高い割合が続いていますが、「ドラッグストア」の割合が増加傾向にあります。

図 7. 主にどこで冷凍食品を購入しているか（回答は2つまで）[時系列] ※男性のみ



※「スーパーマーケット」と「ネットスーパー」は前回(2015年)までは「スーパーマーケット(ネットスーパー含む)」の1選択肢であったため、今回は前回までに合わせて1選択肢にまとめた数字で表記した。

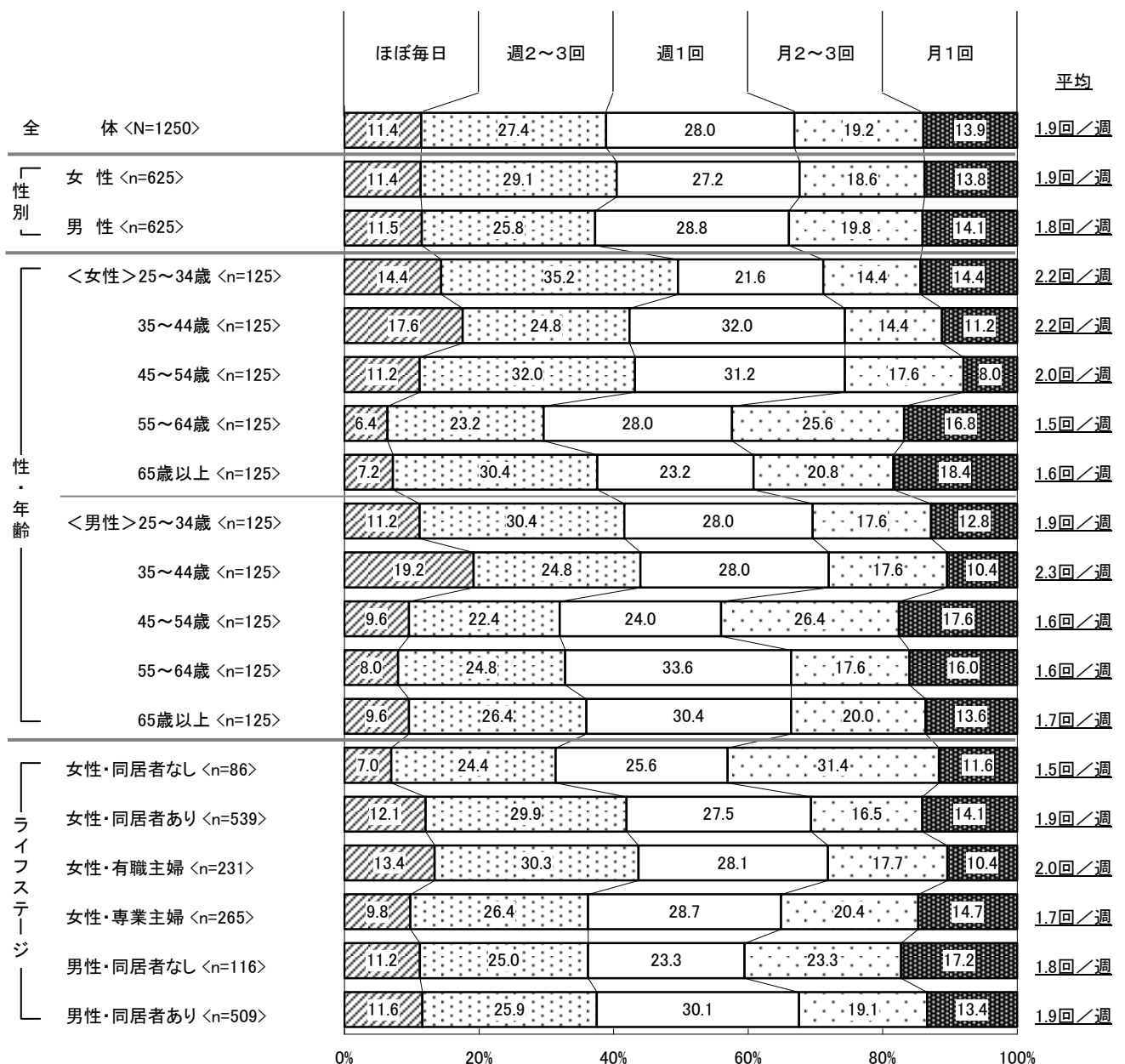
※時系列比較は、既婚者のみで集計

《男性》では、女性に比べて「コンビニエンスストア」での購入がかなり定着している一方、「ドラッグストア」が少しずつ増えてきています。

2. 冷凍食品を利用する頻度

- 《女性》では、「週2～3回」(29.1%)が最も多く、以下「週1回」(27.2%)、「月2～3回」(18.6%)、「月1回」(13.8%)の順で、平均「1.9回/週」。
- 《男性》では、平均「1.8回/週」で、《女性》よりわずかに低い頻度。
- 男女とも、若い世代ほど冷凍食品の利用頻度が高い。また、《お弁当を作っている人》の方が《作っていない人》よりも高い利用頻度。
- 男女とも、利用頻度はわずかながら増加。

図 8. 冷凍食品を利用する頻度



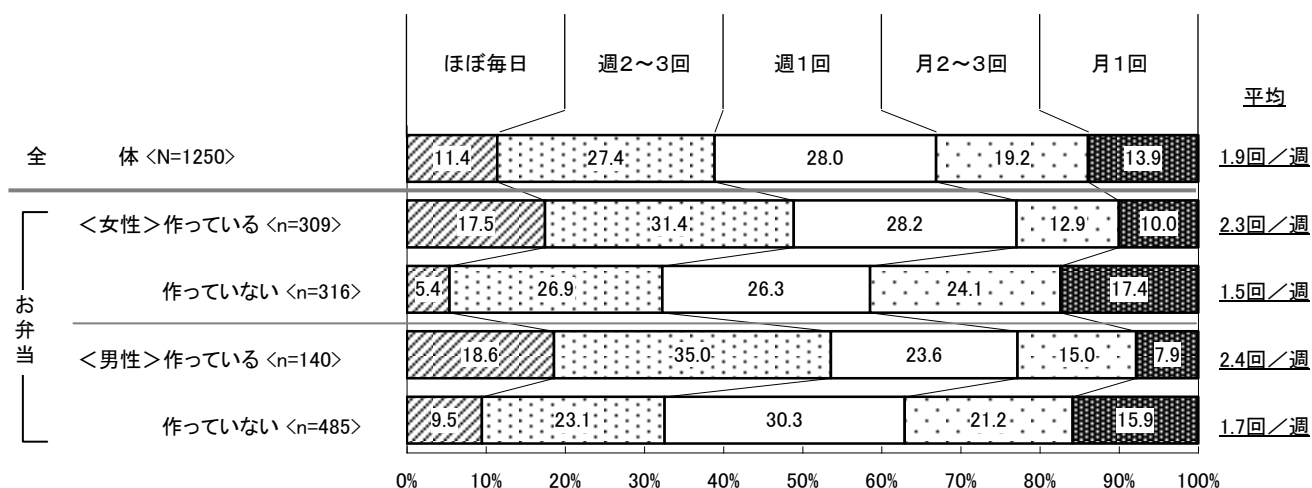
《女性》では、「週2～3回」(29.1%)が最も多く、以下「週1回」(27.2%)、「月2～3回」(18.6%)、「月1回」(13.8%)の順です。平均は「1.9回/週」です。《男性》では、「週1回」(28.8%)、「週2～3回」(25.8%)、

「月2～3回」(19.8%)、「月1回」(14.1%)、「ほぼ毎日」(11.5%)の順で、平均は「1.8回/週」と、「女性」よりわずかながら低い頻度です。

年齢別にみると、「女性」では、平均は《25～34歳》(2.2回/週)、《35～44歳》(2.2回/週)、《45～54歳》(2.0回/週)の比較的若い年代で、《55～64歳》(1.5回/週)、《65歳以上》(1.6回/週)の年代よりも高くなっています。「男性」でも、《25～34歳》(1.9回/週)、《35～44歳》(2.3回/週)の若い年代で高い頻度となっています。

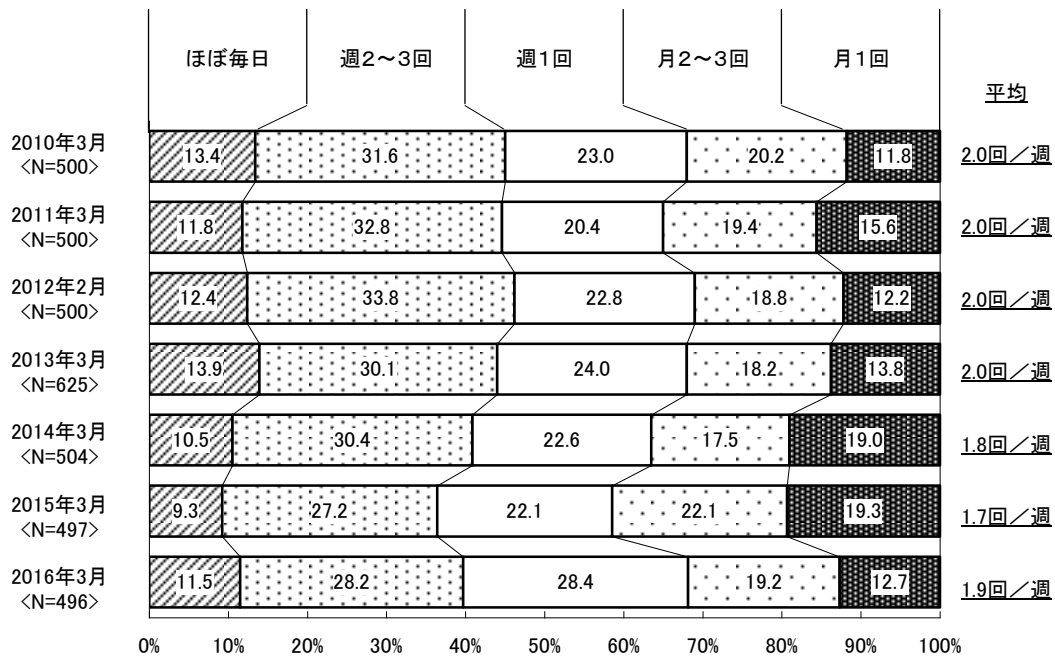
ライフステージ別にみると、「女性・同居者なし」(平均1.5回/週)よりも「女性・同居者あり」(1.9回/週)の方がかなり購入頻度は高くなっています。また、「女性・有職主婦」(2.0回/週)の方が「女性・専業主婦」(1.7回/週)よりも多めで、職業を持つ主婦に重宝されていることがうかがえます。「男性・同居者なし」(1.8回/週)と「男性・同居者あり」(1.9回/週)ではあまり差はありません。

図9. 冷凍食品を利用する頻度（お弁当を作ることの有無別）



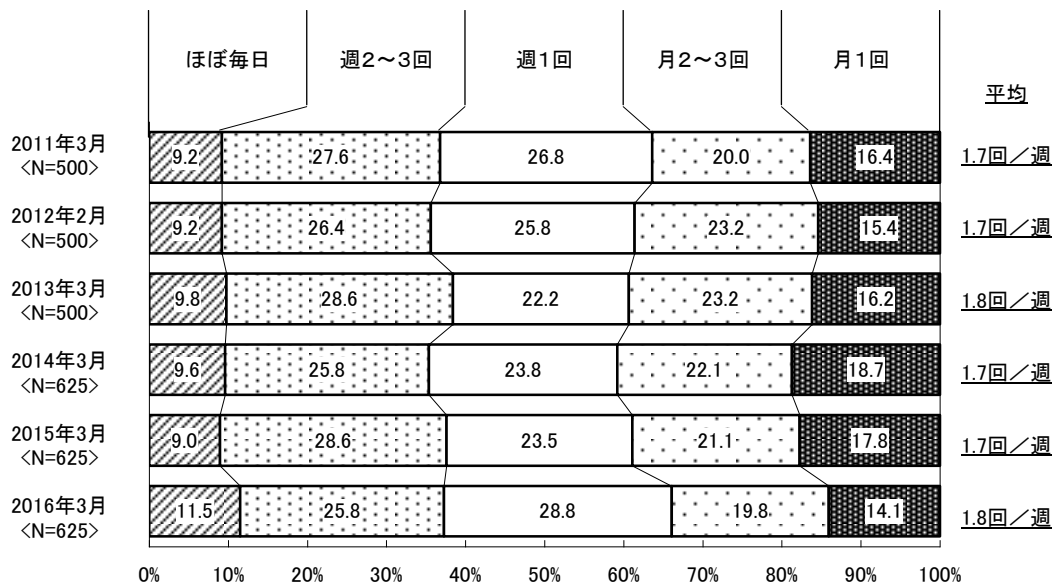
ちなみに、お弁当を作ることの有無別にみると、男女ともお弁当を作る人ほど冷凍食品の利用頻度も高く、お弁当を《作っている人》の平均は女性「2.3回/週」、男性「2.4回/週」で、《作っていない人》(女性1.5回/週、男性1.7回/週)に比べてかなり多くなっています。“弁当男子”にも冷凍食品がより活用されている状況がうかがえます。

図 10. 冷凍食品を利用する頻度 [時系列] ※女性のみ



本調査の対象者条件は「冷凍食品を月1回以上」利用している人ですが、詳細な利用頻度についてみてみます。
《女性》では、平均は「前回 1.7 回/週」→「今回 1.9 回/週」と、前回よりやや増えています。

図 11. 冷凍食品を利用する頻度 [時系列] ※男性のみ

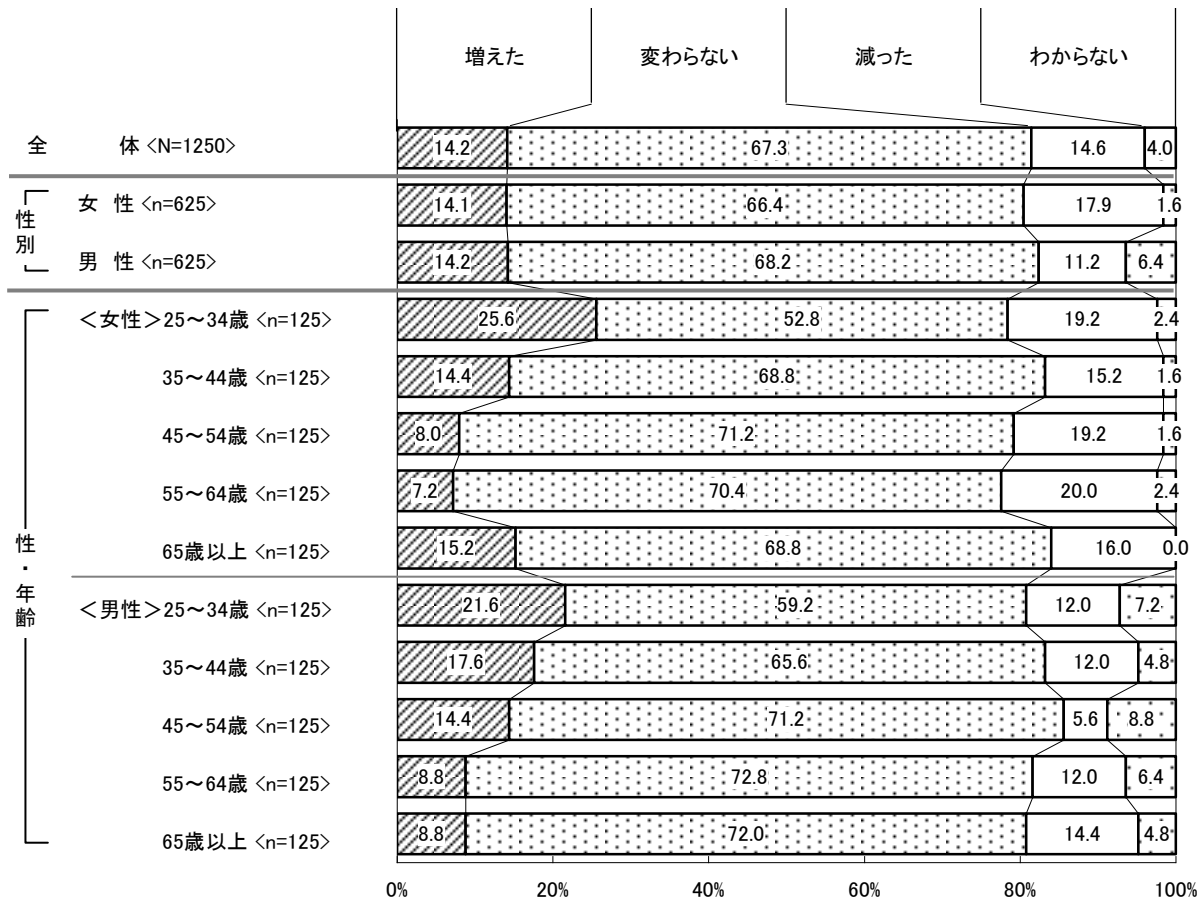


《男性》では、平均は「前回 1.7 回/週」→「今回 1.8 回/週」とわずかながら増えています。

3. 冷凍食品を利用する頻度は、1年前に比べて変わったか

- 《女性》では、「変わらない」(66.4%)が多く、「増えた」(14.1%)と「減った」(17.9%)では「減った」の方がやや多い。
- 《男性》でも、「変わらない」(68.2%)が多いが、「増えた」(14.2%)の方が「減った」(11.2%)よりもやや多く、《女性》とは逆の傾向。

図 12. 冷凍食品を利用する頻度は、1年前に比べて変わったか



《女性》では「変わらない」(66.4%)が6割を超え、そのほかでは「増えた」(14.1%)よりも「減った」(17.9%)の方がやや多いという結果です。

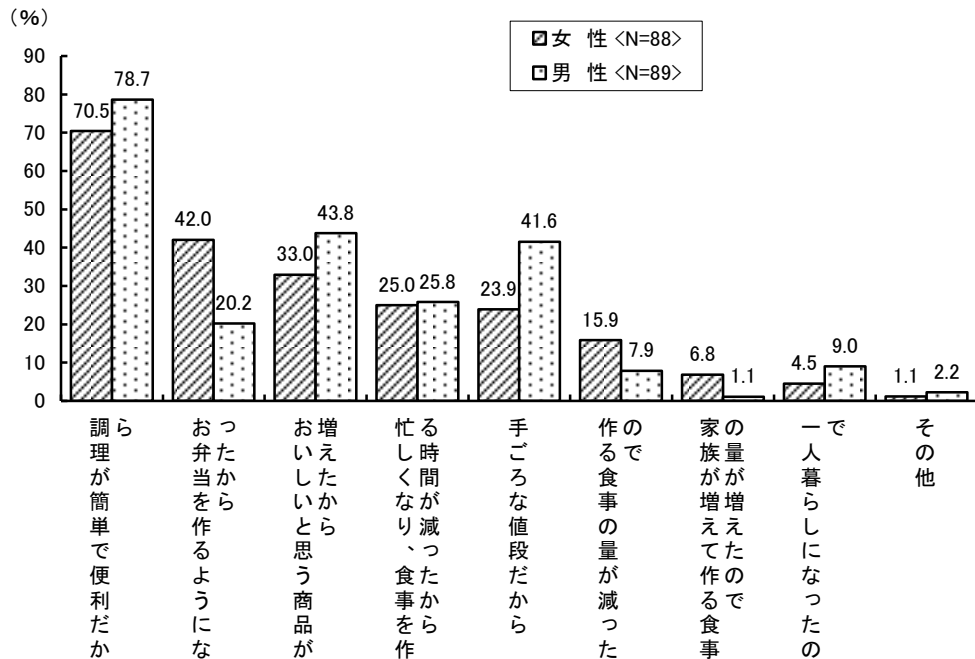
《男性》についても、やはり「変わらない」が68.2%と多数を占めている点に変わりはありませんが、「増えた」(14.2%)と「減った」(11.2%)では「増えた」の方がやや多くなっており、女性よりも増加傾向が強くなっています。

年齢別にみると、男女とも若い年代ほど「増えた」の割合が高く、《25~34歳》(女性25.6%、男性21.6%)では2割台を占めています。

4. 冷凍食品を利用する頻度が増えた理由

- 《女性》では、「調理が簡単で便利だから」(70.5%)が多く、以下「おいしいと思う商品が増えたから」(33.0%)、「手ごろな値段だから」(23.9%)といった“冷凍食品のメリット”のほか、「お弁当を作るようになったから」(42.0%)、「忙しくなり、食事を作る時間が減ったから」(25.0%)などの“生活の変化による理由”も少なくない。
- 《男性》では、「調理が簡単で便利だから」(78.7%)の割合が一層高く、以下「おいしいと思う商品が増えたから」(43.8%)、「手ごろな値段だから」(41.6%)などの順で、“冷凍食品のメリット”は《男性》の方がより強く感じている。

図 13. 冷凍食品を利用する頻度が「増えた」理由（複数回答）



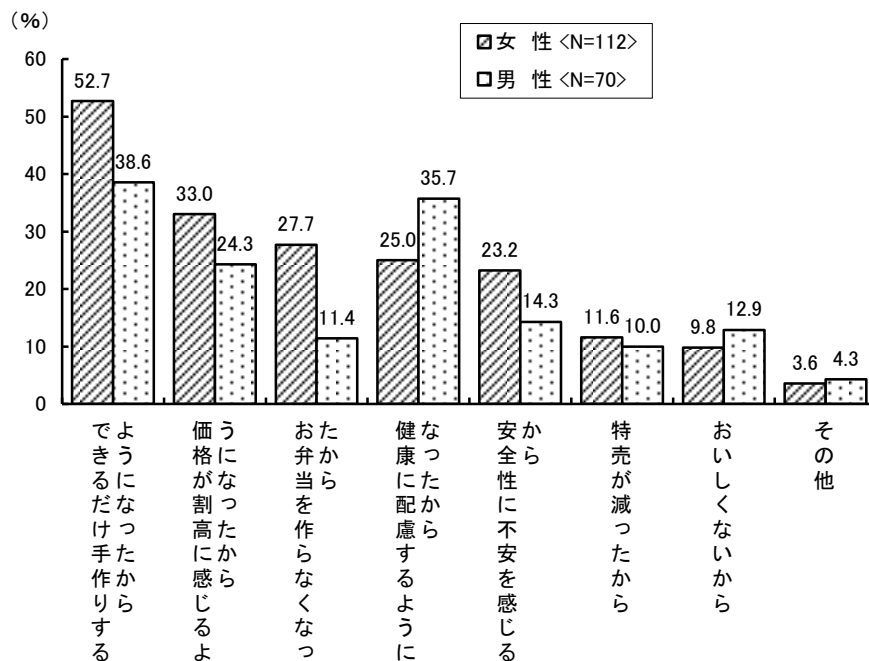
冷凍食品を利用する頻度が「増えた」と回答した人に、その理由を聞いてみると、《女性》では「調理が簡単で便利だから」(70.5%)が抜きん出て多く、次いで「おいしいと思う商品が増えたから」(33.0%)、「手ごろな値段だから」(23.9%)といった“冷凍食品のメリット”のほか、「お弁当を作るようになったから」(42.0%)、「忙しくなり、食事を作る時間が減ったから」(25.0%)、「作る食事の量が減ったので」(15.9%)など、“生活の変化による理由”をあげる回答も少なくありません。

《男性》では、「調理が簡単で便利だから」(78.7%)の割合が一層高く、《女性》(70.5%)を10ポイント近く上回っています。次いで、「おいしいと思う商品が増えたから」(女性33.0%、男性43.8%)、「手ごろな値段だから」(同23.9%、41.6%)も《男性》が《女性》を大きく上回り、“冷凍食品のメリット”は男性の方が強く感じています。一方、「お弁当を作るようになったから」(女性42.0%、男性20.2%)などの“生活の変化による理由”は総じて《女性》の方が高い割合です。

5. 冷凍食品を利用する頻度が減った理由

- 《女性》では、「できるだけ手作りするようになったから」(52.7%)、「お弁当を作らなくなったから」(27.7%)など“生活の変化による理由”が多いほか、「価格が割高に感じるようになったから」(33.0%)など“経済的な理由”や、「健康に配慮するようになったから」(25.0%)、「安全性に不安を感じるから」(23.2%)といった誤解も。
- 《男性》でも、「できるだけ手作りするようになったから」(38.6%)、「健康に配慮するようになったから」(35.7%)の“生活の変化による理由”のほか、「価格が割高に感じるようになったから」(24.3%)、「安全性に不安を感じるから」(14.3%)など、上位項目は《女性》と似ているが、総じて《女性》よりも低い。

図 14. 冷凍食品を利用する頻度が減った理由は何か（複数回答）



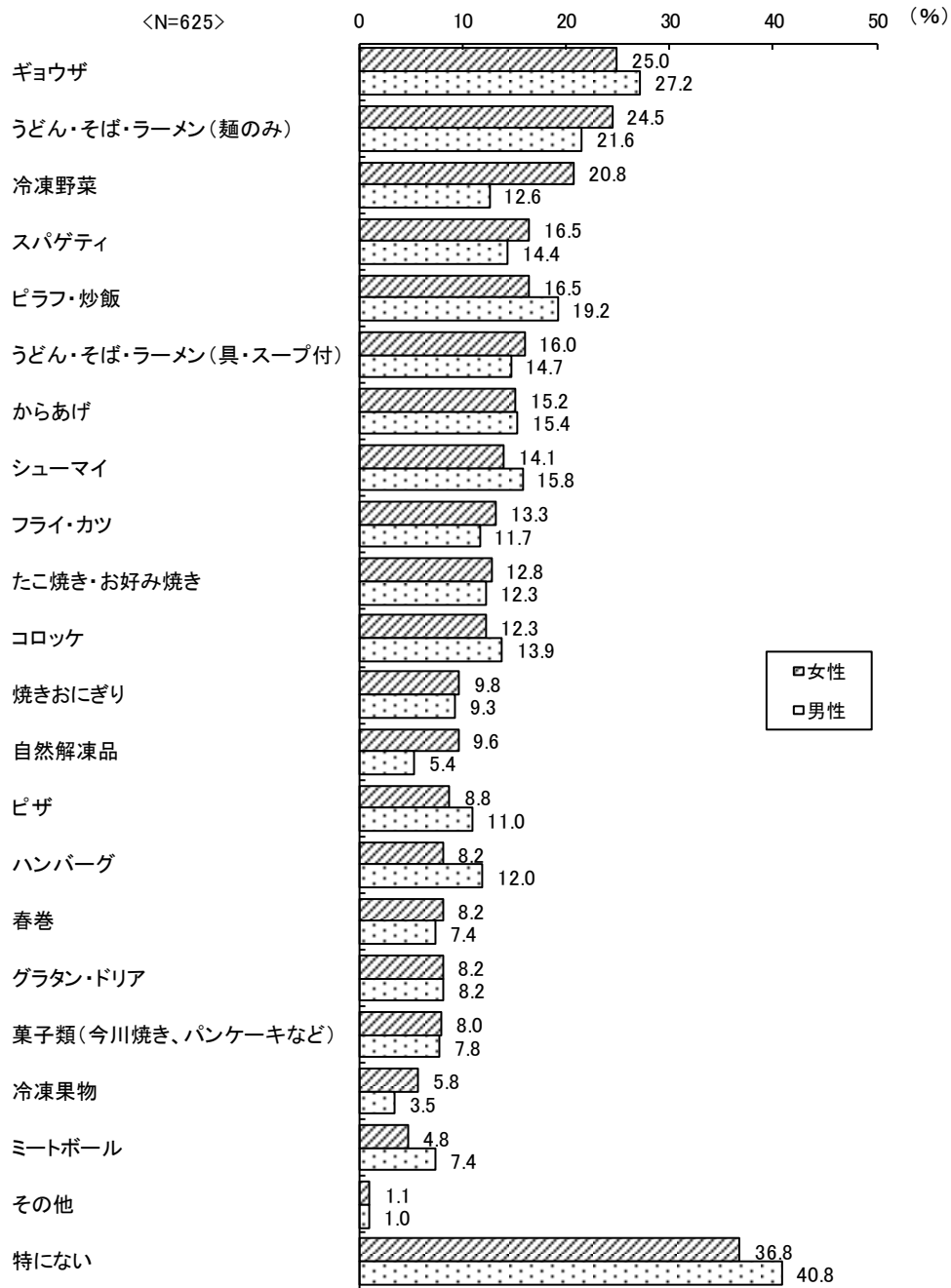
冷凍食品を利用する頻度が「減った」と回答した人の理由は、《女性》では、「できるだけ手作りするようになったから」(52.7%)、「お弁当を作らなくなったから」(27.7%)と“生活の変化による理由”が総じて多くなっています。そのほか、“経済的な理由”として、「価格が割高に感じるようになったから」(33.0%)などがあげられ、さらに「健康に配慮するようになったから」(25.0%)、「安全性に不安を感じるから」(23.2%)など“冷凍食品に対する誤解”もあげられています。

《男性》でも、「できるだけ手作りするようになったから」(38.6%)、「健康に配慮するようになったから」(35.7%)の“生活の変化による理由”、「価格が割高に感じるようになったから」(24.3%)、「安全性に不安を感じるから」(14.3%)など、上位にあげられている項目は《女性》と変わりませんが、「できるだけ手作りするようになったから」(女性 52.7%、男性 38.6%)、「価格が割高に感じるようになったから」(同 33.0%、24.3%)、「お弁当を作らなくなったから」(同 27.7%、11.4%)など、総じて《女性》の方が高い割合の項目が多くなっています。ただし、「健康に配慮するようになったから」だけは《男性》(35.7%)が《女性》(25.0%)を10ポイント以上上回っています。

6. 1年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品

- 《女性》では、「ギョウザ」(25.0%)、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(24.5%)、「冷凍野菜」(20.8%)、「スパゲティ」(16.5%)、「ピラフ・炒飯」(16.5%)、「うどん・そば・ラーメン(具・スープ付)」(16.0%)などの順。
- 《男性》でも、《女性》とほぼ同様の結果。なお、「冷凍野菜」(12.6%)は、女性に比べてかなり低い。

図 15. 1年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品（複数回答）



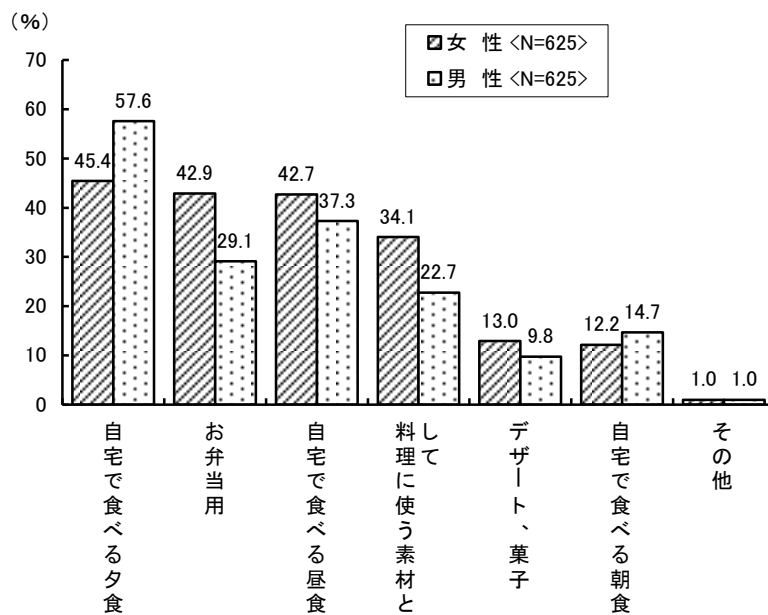
1年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品は、《女性》では「ギョウザ」(25.0%)、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(24.5%)、「冷凍野菜」(20.8%)、「スパゲティ」(16.5%)、「ピラフ・炒飯」(16.5%)、「うどん・そば・ラーメン(具・スープ付)」(16.0%)、「からあげ」(15.2%)、「シューマイ」(14.1%)、「フライ・カツ」(13.3%)、「たこ焼き・お好み焼き」(12.8%)、「コロッケ」(12.3%)などの順となっています。また、利用頻度が増えた食品は「特にない」という回答者は36.8%です。

《男性》では、「ギョウザ」(27.2%)、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(21.6%)、「ピラフ・炒飯」(19.2%)、「シューマイ」(15.8%)、「からあげ」(15.4%)、「うどん・そば・ラーメン(具・スープ付)」(14.7%)、「スパゲティ」(14.4%)、「コロッケ」(13.9%)、「冷凍野菜」(12.6%)、「たこ焼き・お好み焼き」(12.3%)、「ハンバーグ」(12.0%)、「フライ・カツ」(11.7%)、「ピザ」(11.0%)などとなっています。また、利用頻度が増えた食品は「特にない」という回答者は約4割(40.8%)です。

7. 冷凍食品を購入している目的

- 《女性》では、「自宅で食べる夕食」(45.4%)が最も多く、以下「お弁当用」(42.9%)、「自宅で食べる昼食」(42.7%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(34.1%)などの順。
- 《男性》でも、「自宅で食べる夕食」(57.6%)が最も多く、《女性》(45.4%)よりも10ポイント以上高い。一方、「お弁当用」(29.1%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(22.7%)は《女性》よりかなり低い。

図 16. 冷凍食品を購入している目的（複数回答）



《女性》では「自宅で食べる夕食」(45.4%)が最も多く、以下「お弁当用」(42.9%)、「自宅で食べる昼食」(42.7%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(34.1%)などの順となっていますが、上位4項目に大きな差がなく、幅広い用途で使っていることがうかがえます。

《男性》でも「自宅で食べる夕食」(57.6%)が突出して多くなっており、その割合は《女性》(45.4%)よりも10ポイント以上高い割合です。一方、「お弁当用」(女性42.9%、男性29.1%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(同34.1%、22.7%)は《女性》よりも10ポイント以上低くなっています。《男性》は《女性》に比べると、用途が限定的と言えそうです。

表 1. 冷凍食品を購入している目的（複数回答）（冷凍食品の利用頻度別、お弁当を作っているか否か別）

(%)

		サンプル数	自宅で食べる夕食	お弁当用	自宅で食べる昼食	料理に使う素材と	デザート、菓子	自宅で食べる朝食	その他
全 体		1250	51.5	36.0	40.0	28.4	11.4	13.4	1.0
冷凍食品利用頻度	ほぼ毎日	143	45.5	62.2	30.1	26.6	11.2	23.1	-
	週2～3回	343	56.9	44.3	40.5	32.7	12.5	16.9	0.6
	週1回	350	50.9	33.1	42.9	28.6	10.3	10.9	1.1
	月2～3回	240	49.2	21.7	46.7	27.1	12.1	10.0	2.1
	月1回	174	50.6	23.6	32.2	23.0	10.3	8.6	0.6
お弁当	作っている	449	40.8	75.9	28.7	26.9	11.4	14.0	0.4
	作っていない	801	57.6	13.6	46.3	29.2	11.4	13.1	1.2

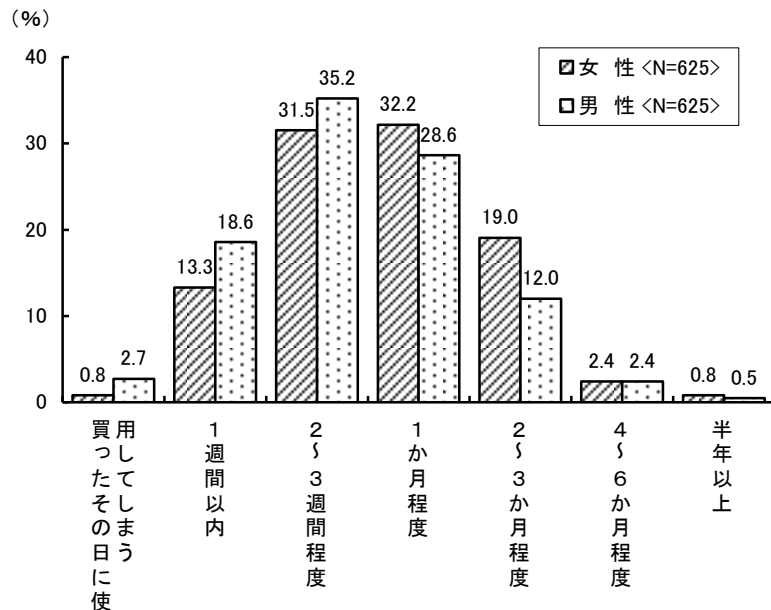
冷凍食品の利用頻度別にみると、利用頻度の高い人ほど「お弁当用」をあげる人が多くなっており、《月1回》（23.6%）や《月2～3回》（21.7%）の人では2割程度にとどまっているのに対し、《ほぼ毎日》（62.2%）の人では6割を超えています。また、「自宅で食べる朝食」も、「お弁当用」ほど顕著ではありませんが、同様の傾向が生じています。

また、お弁当を作る・作らない別にみると、《作っている人》では「お弁当用」が75.9%と圧倒的に多く、“冷凍食品”はお弁当に欠かせないものといえそうです。

8. 購入した冷凍食品をどのくらいの期間保管しているか

- 《女性》では、「1か月程度」(32.2%)、「2～3週間程度」(31.5%)、「2～3か月程度」(19.0%)、「1週間以内」(13.3%)となっている。
- 《男性》でも同じような結果だが、「1週間以内」(18.6%)など短い期間が多め、「2～3か月程度」(12.0%)など長い期間が少なめで、保管期間は《女性》よりも短い。
- 男女とも、1か月以内に使い切る人が多数派(女性 77.8%、男性 85.1%)。

図 17. 購入した冷凍食品をどのくらいの期間保管しているか



性別	女性 <n=625>	0.8	13.3	31.5	32.2	19.0	2.4	0.8
男性 <n=625>	2.7	18.6	35.2	28.6	12.0	2.4	0.5	
性・年齢	<女性>25～34歳 <n=125>	-	16.8	36.0	27.2	18.4	0.8	0.8
	35～44歳 <n=125>	3.2	13.6	36.8	31.2	9.6	4.8	0.8
	45～54歳 <n=125>	-	16.0	26.4	34.4	18.4	4.8	-
	55～64歳 <n=125>	0.8	11.2	25.6	34.4	24.8	1.6	1.6
	65歳以上 <n=125>	-	8.8	32.8	33.6	24.0	-	0.8
	<男性>25～34歳 <n=125>	4.0	18.4	35.2	23.2	12.8	5.6	0.8
	35～44歳 <n=125>	5.6	20.0	31.2	36.0	6.4	0.8	-
	45～54歳 <n=125>	0.8	14.4	36.0	32.8	14.4	0.8	0.8
	55～64歳 <n=125>	2.4	16.8	36.0	28.0	14.4	2.4	-
	65歳以上 <n=125>	0.8	23.2	37.6	23.2	12.0	2.4	0.8
ライフステージ	女性・同居者なし <n=86>	-	14.0	23.3	32.6	23.3	3.5	3.5
	女性・同居者あり <n=539>	0.9	13.2	32.8	32.1	18.4	2.2	0.4
	女性・有職主婦 <n=231>	1.7	13.9	33.3	31.2	16.5	3.0	0.4
	女性・専業主婦 <n=265>	-	10.9	31.3	33.2	23.0	1.5	-
	男性・同居者なし <n=116>	3.4	17.2	34.5	21.6	18.1	4.3	0.9
	男性・同居者あり <n=509>	2.6	18.9	35.4	30.3	10.6	2.0	0.4

購入した冷凍食品をどのくらいの期間保管しているかをみると、《女性》では、「1か月程度」(32.2%)、「2～3週間程度」(31.5%)、「2～3か月程度」(19.0%)、「1週間以内」(13.3%)などの順となっていますが、8割近く(77.8%)が1か月以内に使い切る傾向が見られました。

《男性》でも、「2～3週間程度」(35.2%)、「1か月程度」(28.6%)、「1週間以内」(18.6%)、「2～3か月程

度」(12.0%)の順で、《女性》と近い傾向を示してはいますが、《女性》に比べて「買ったその日に使用してしまう」「1週間以内」「2～3週間程度」といった短い期間が多め、「1か月程度」「2～3か月程度」といった長い期間が少なめとなっており、《女性》よりも保管期間は短くなっています。“1か月以内に使い切る”割合も85.1%と、《女性》(77.8%)よりも高くなっています。

年齢別では、《女性》では年齢が上がるほど長い期間保管する傾向が若干みられます。《男性》では年齢による差はあまりありません。

ライフステージ別にみると、《女性・同居者なし》の方が《女性・同居者あり》よりも保管期間はやや長い傾向がみられ、《男性・同居者なし》と《男性・同居者あり》とでも同様の傾向がみられますが、《女性》ほど明確な差ではありません。《女性・有職主婦》と《女性・専業主婦》とでは、《女性・専業主婦》の方がやや保管期間は長くなっています。

9. 冷凍食品の魅力

- 《女性》では、「買い置きができる」(68.2%)、「調理の手間が省ける」(62.6%)、「時間が短縮できる」(56.6%)、「必要な分だけ調理できる」(44.2%)、「品数が足りない時に便利」(40.0%)、「おいしい」(32.2%)といったさまざまなメリットがあげられる。
- 《男性》でも、「調理の手間が省ける」(58.7%)、「買い置きができる」(52.3%)、「時間が短縮できる」(46.4%)、「おいしい」(37.4%)、「必要な分だけ調理できる」(29.0%)などが上位だが、《女性》に比べて全般的に低い割合で、《女性》の方が多くの点に魅力を感じている。
- 年齢別では、「おいしい」は年齢が若い方が、「買い置きができる」は年齢が上がるほど高い傾向。

表 2. 普段冷凍食品を購入する際、どこに魅力を感じて購入しているか（複数回答）

		(%)																		
		サンプル数	買い置きができる	調理の手間が省ける	時間が短縮できる	必要な分だけ調理できる	品数が足りない時に便利	おいしい	価格が安い	自然解凍で使える	供給が安定している（いつでも買える）	料理の素材としてアレンジできる	自分で作るの難しいから	子どもや家族が好き	メニューの種類が豊富	原料原産地がはっきりしている	生産地（生産工場）がはっきりしている	栄養価が維持されている	カロリーコントロールしやすい	その他
性別	女性	625	68.2	62.6	56.6	44.2	40.0	32.2	19.0	16.6	16.0	13.6	13.3	12.6	10.2	8.8	7.7	1.9	1.6	0.3
	男性	625	52.3	58.7	46.4	29.0	23.5	37.4	26.6	11.0	13.4	7.4	18.7	5.4	16.2	3.4	2.9	0.6	0.6	-
性・年齢	<女性>25～34歳	125	57.6	69.6	60.8	28.0	40.0	44.0	20.0	20.0	9.6	10.4	15.2	16.0	12.8	3.2	3.2	1.6	2.4	0.8
	35～44歳	125	56.0	55.2	53.6	43.2	40.8	34.4	24.0	20.0	16.0	9.6	12.8	24.0	15.2	8.0	8.8	1.6	1.6	-
	45～54歳	125	65.6	65.6	64.0	44.0	36.8	28.0	16.0	8.0	8.0	8.8	12.0	12.0	6.4	3.2	4.0	1.6	-	0.8
	55～64歳	125	80.0	60.0	55.2	56.8	38.4	29.6	19.2	16.8	20.0	19.2	15.2	9.6	10.4	13.6	9.6	2.4	3.2	-
	65歳以上	125	81.6	62.4	49.6	48.8	44.0	24.8	16.0	18.4	26.4	20.0	11.2	1.6	6.4	16.0	12.8	2.4	0.8	-
	<男性>25～34歳	125	40.8	60.8	48.8	24.0	22.4	47.2	28.8	5.6	13.6	7.2	20.0	6.4	14.4	4.0	4.0	0.8	0.8	-
	35～44歳	125	40.8	62.4	47.2	18.4	18.4	44.0	28.8	11.2	9.6	4.8	18.4	8.8	15.2	1.6	1.6	-	-	-
	45～54歳	125	55.2	57.6	44.0	24.0	24.8	41.6	22.4	8.0	16.0	4.8	23.2	8.0	20.0	1.6	1.6	-	-	-
	55～64歳	125	61.6	56.8	48.0	41.6	22.4	32.8	30.4	12.0	10.4	8.0	11.2	3.2	14.4	2.4	2.4	0.8	-	-
65歳以上	125	63.2	56.0	44.0	36.8	29.6	21.6	22.4	18.4	17.6	12.0	20.8	0.8	16.8	7.2	4.8	1.6	2.4	-	

《女性》では、「買い置きができる」(68.2%)、「調理の手間が省ける」(62.6%)が6割台で、以下「時間が短縮できる」(56.6%)、「必要な分だけ調理できる」(44.2%)、「品数が足りない時に便利」(40.0%)、「おいしい」(32.2%)、「価格が安い」(19.0%)、「自然解凍で使える」(16.6%)、「供給が安定している（いつでも買える）」(16.0%)といったさまざまなメリットがあげられています。

《男性》では、「調理の手間が省ける」(58.7%)、「買い置きができる」(52.3%)、「時間が短縮できる」(46.4%)、「おいしい」(37.4%)、「必要な分だけ調理できる」(29.0%)などが上位にあげられていますが、《女性》に比べて全般的に低い割合の項目が多く、特に「買い置きができる」(女性68.2%、男性52.3%)、「時間が短縮できる」(同56.6%、46.4%)、「必要な分だけ調理できる」(同44.2%、29.0%)、「品数が足りない時に便利」(同40.0%、23.5%)などにおける差が目につきます。

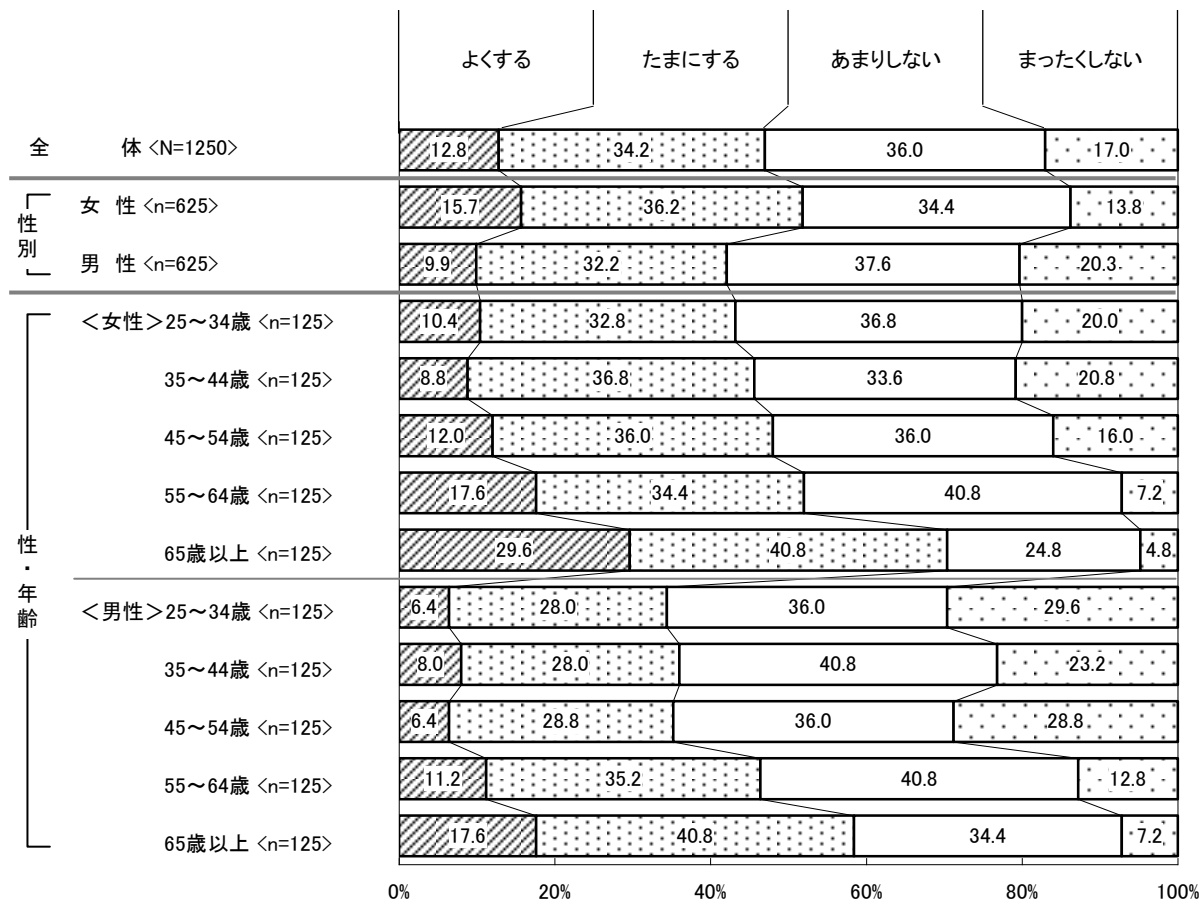
年齢別にみると、「買い置きができる」は年齢が上がるほど高い割合となっており、《女性》では最も低い《35～44歳》(56.0%)と最も高い《65歳以上》(81.6%)の差は20ポイント以上、《男性》でも《25～34歳》(40.8%)と《65歳以上》(63.2%)の差が20ポイント以上と大きな差が生じています。一方、「おいしい」は男女とも若い人ほど高く、《女性》では最も低い《65歳以上》(24.8%)と最も高い《25～34歳》(44.0%)の差が約20ポイント、

《男性》では最も低い《65歳以上》(21.6%)と最も高い《25～34歳》(47.2%)の差が25ポイント以上に達しています。

10. 冷凍食品をそのまま加熱して食べるだけでなく、ひと手間加えることがあるか

- 《女性》では、半数強(51.8%)がひと手間加えることを“する”が、《男性》では4割強(42.1%)と頻度はやや低め。
- “ひと手間”の内容は、《女性》では「具を加える」(71.0%)をはじめ、「具にする」(35.8%)、「料理の出し方・盛り付け方を工夫する」(35.2%)、「食べ方を工夫する」(34.9%)、「味を工夫する」(34.0%)などを行っているが、《男性》では総じて《女性》よりも低い割合。
- 年齢別では、男女とも年齢が上がるほどひと手間加える頻度が多く、冷凍食品を上手に活用。

図 18. 冷凍食品をそのまま加熱して食べるだけでなく、ひと手間加えることがあるか

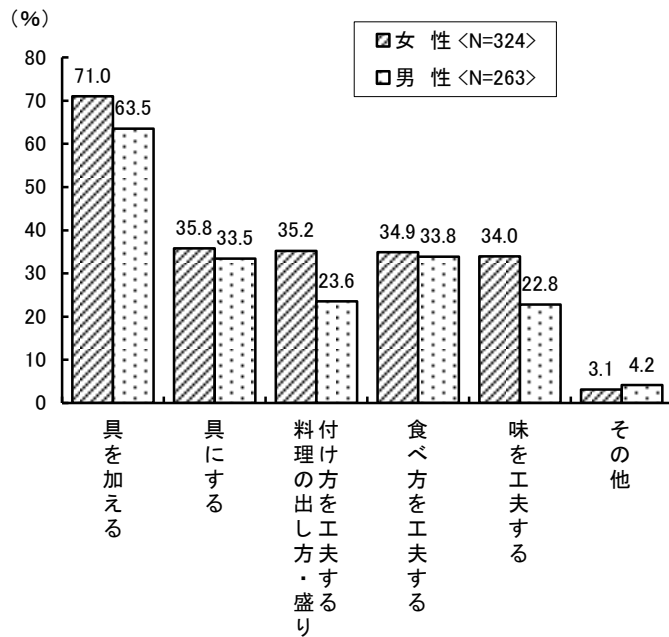


《女性》では、「よくする」が15.7%、「たまにする」が36.2%で、合わせて“する”という回答は半数強(51.8%)を占め、「あまりしない」(34.4%)、「まったくしない」(13.8%)を合わせた“しない”(48.2%)とほぼ同数となっています。

《男性》では、「よくする」が9.9%、「たまにする」が32.2%で、合わせて“する”という回答は4割強(42.1%)の割合で、《女性》(51.8%)よりも10ポイント程度低く、ひと手間加える頻度は低くなっています。

年齢別にみると、男女とも年齢が上がるほどひと手間加える頻度は高く、特に《女性65歳以上》では、“する(よく+たまに)”の割合は7割(70.4%)に達しており、冷凍食品を上手に活用している様子がうかがえます。

図 19. どのように冷凍食品をアレンジしているか（複数回答）



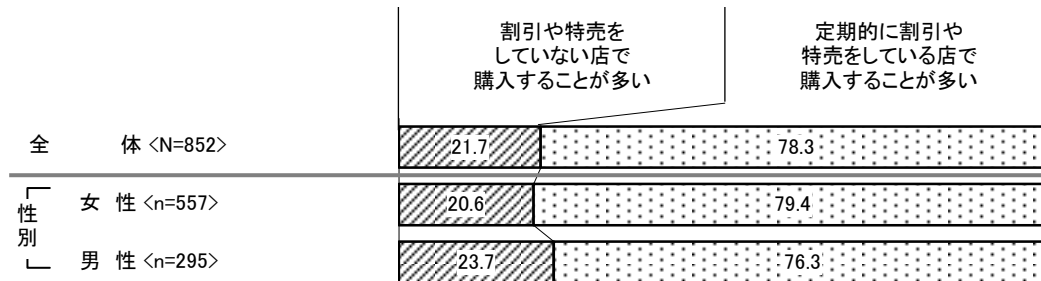
ひと手間加えることを「よくする」「たまにする」と回答した人に、どのように冷凍食品をアレンジしているか聞いた結果をみると、《女性》では、「具を加える」が7割強（71.0%）を占めて突出して多くなっています。そのほかはいずれも3割台で、「具にする」（35.8%）、「料理の出し方・盛り付け方を工夫する」（35.2%）、「食べ方を工夫する」（34.9%）、「味を工夫する」（34.0%）の順となっています。

《男性》でも、「具を加える」（63.5%）が最も多くなっていますが、その割合は《女性》（71.0%）と比べるとやや低めです。以下は、「食べ方を工夫する」（33.8%）、「具にする」（33.5%）、「料理の出し方・盛り付け方を工夫する」（23.6%）、「味を工夫する」（22.8%）の順で、総じて《女性》よりも低い割合の項目が多くなっています。特に、「料理の出し方・盛り付け方を工夫する」（女性 35.2%、男性 23.6%）、「味を工夫する」（同 34.0%、22.8%）は《女性》よりも10ポイント以上低い割合です。男性は、ひと手間加える人自体が少ないだけでなく、ひと手間加える人でもその内容は女性よりも乏しいものとなっています。

11. 冷凍食品は割引や特売をしている店で購入するか

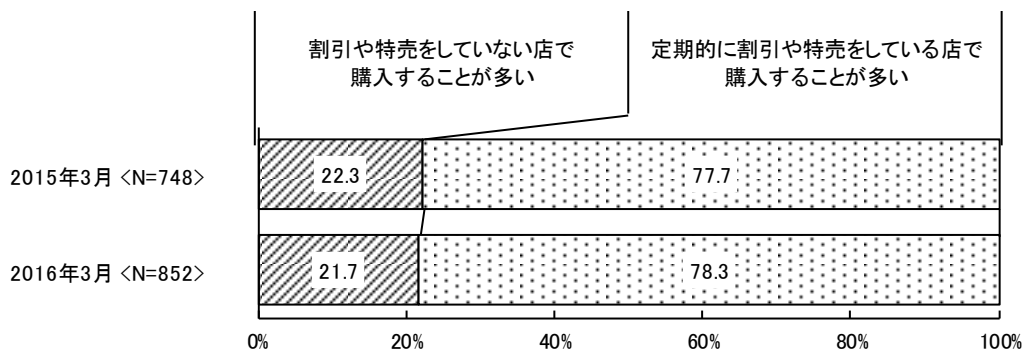
●「割引や特売をしていない店で購入することが多い」(21.7%)は少なく、「定期的に割引や特売をしている店で購入することが多い」(78.3%)が大多数を占める。

図 20. 冷凍食品は割引や特売をしている店で購入するか



「割引や特売をしていない店で購入することが多い」は全体では2割(21.7%)で、「定期的に割引や特売をしている店で購入することが多い」(78.3%)という方が大多数を占めており、やはり割引や特売の魅力は大きいようです。

図 21. 冷凍食品は割引や特売をしている店で購入するか [時系列]



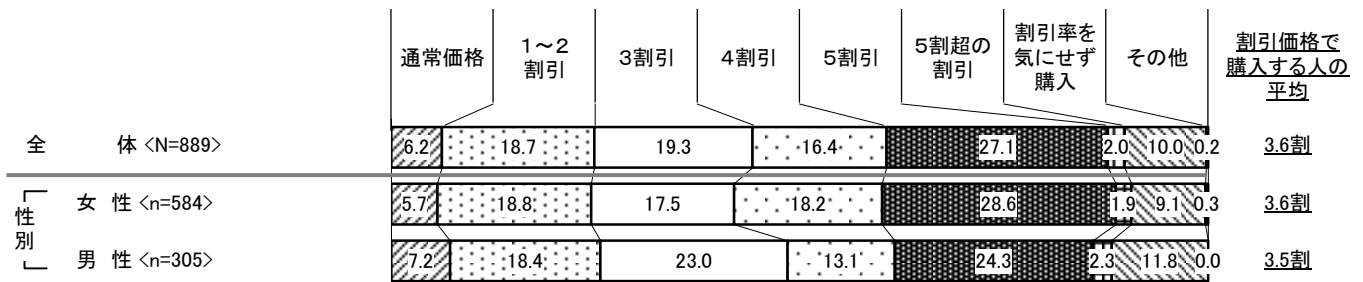
※時系列比較は、既婚者のみで集計

時系列の変化をみると、前回の結果とほとんど変わりません。

12. 冷凍食品の割引を行っている場合に購入することが多い価格

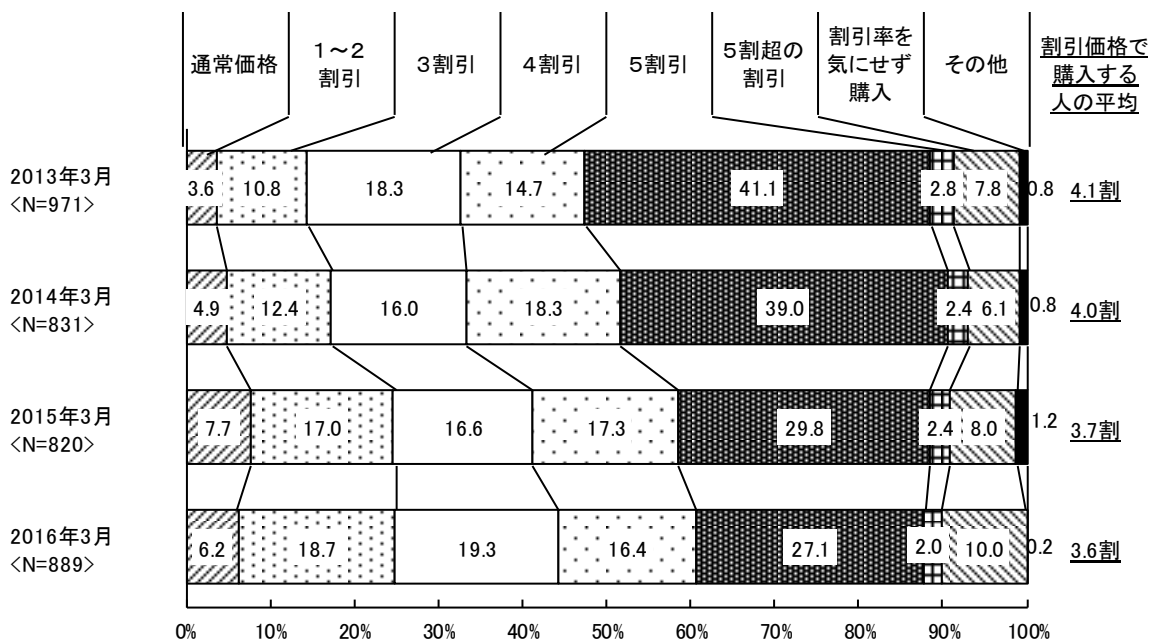
- 男女全体では、「5割引」(27.1%)、「3割引」(19.3%)、「1～2割引」(18.7%)、「4割引」(16.4%)などの順で、総じて高い割引率で購入することが多い。平均は「3.6割」。
- 時系列に比較すると、(4.1割→4.0割→3.7割→3.6割)と、減少傾向にあり、特に「5割引」は大幅に減少し、売り場の価格表示の方法が変化。

図 22. 冷凍食品の割引を行っている場合に購入することが多い価格



《女性》では、「5割引」が3割弱 (28.6%) を占めるほか、「1～2割引」(18.8%)、「4割引」(18.2%)、「3割引」(17.5%) などの順で、総じて高い割引率で購入することが多くなっています。平均の割引率は「3.6割」です。《男性》でも、ほぼ同様の傾向であるが、《女性》よりも割引率がわずかながら低い。

図 23. 冷凍食品の割引を行っている場合に購入することが多い価格 [時系列]



※時系列比較は、既婚者のみで集計

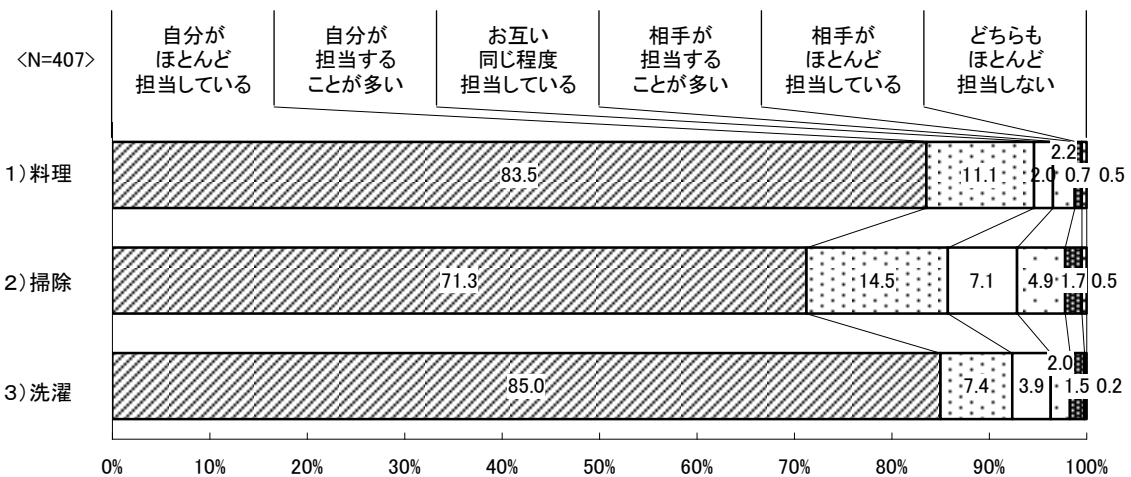
通常購入している小売店が冷凍食品の割引を行っている場合、購入することが多い価格はどのくらいでしょうか。時系列の変化をみると、平均の割引率は2013年から「4.1割」→「4.0割」→「3.7割」→「3.6割」と徐々に下がってきており、特に「5割引」は3年前に比べて、大幅に減少しています。売り場での価格表示がかなり変化しているものとみられます。

Ⅱ 本調査結果：家事や料理の分担に関する意識と実態

1. 家事の分担の実態と満足度

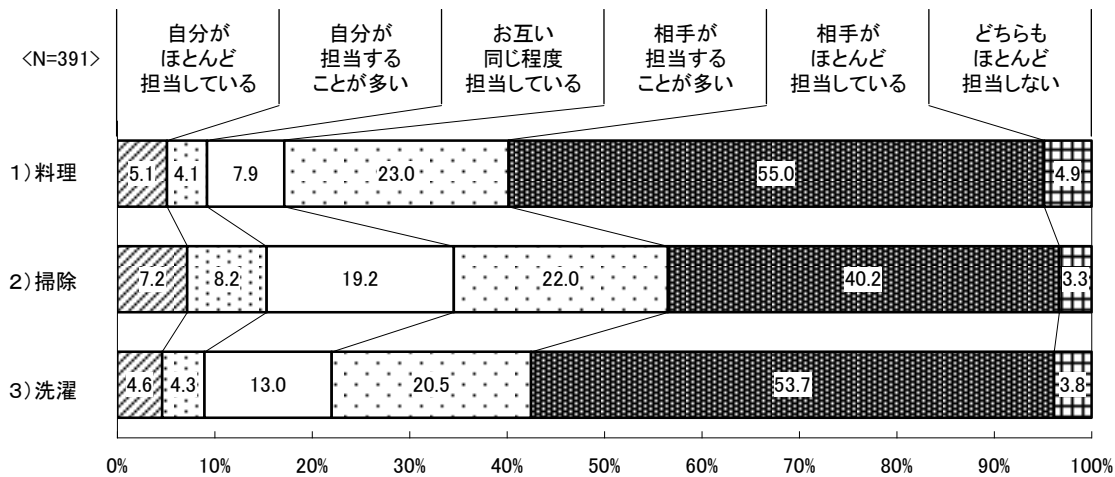
- 配偶者と同居している《女性》では、「自分がほとんど担当している」が多数を占め、【1）料理】（83.5%）と【3）洗濯】（85.0%）で8割以上、【2）掃除】（71.3%）も7割以上の割合。
- 配偶者と同居している《男性》では、「相手がほとんど担当している」が主で、【1）料理】（55.0%）と【3）洗濯】（53.7%）では半数を超えるが、【2）掃除】については4割（40.2%）とやや低め。
- 家事の分担に対する満足度は、《女性》では6割（60.7%）、《男性》では7割強（72.4%）。想像する配偶者の満足度は、《女性》では67.6%、《男性》では半数弱（49.4%）で、男性が想像するよりも女性は満足している。

図 24. 配偶者と家事をどのように分担しているか ※女性のみ



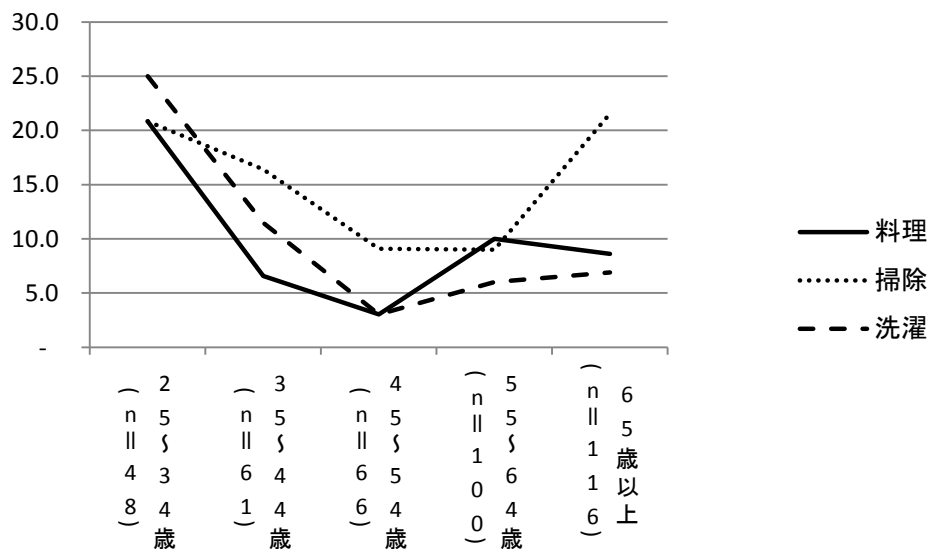
配偶者と「同居している」と回答した人に、配偶者と家事をどのように分担しているか、【1）料理】【2）掃除】【3）洗濯】に分けて答えてもらった結果をみると、《女性》ではいずれも「自分がほとんど担当している」が多数を占めており、特に【1）料理】（83.5%）と【3）洗濯】（85.0%）で8割を超えています。【2）掃除】（71.3%）ではやや少ないものの、7割以上の多数となっています。「自分が担当することが多い」まで合わせた“自分が担当している”割合は、【1）料理】（94.6%）と【3）洗濯】（92.4%）で9割台、【2）掃除】（85.7%）で8割台となっています。

図 25. 配偶者と家事をどのように分担しているか ※男性のみ



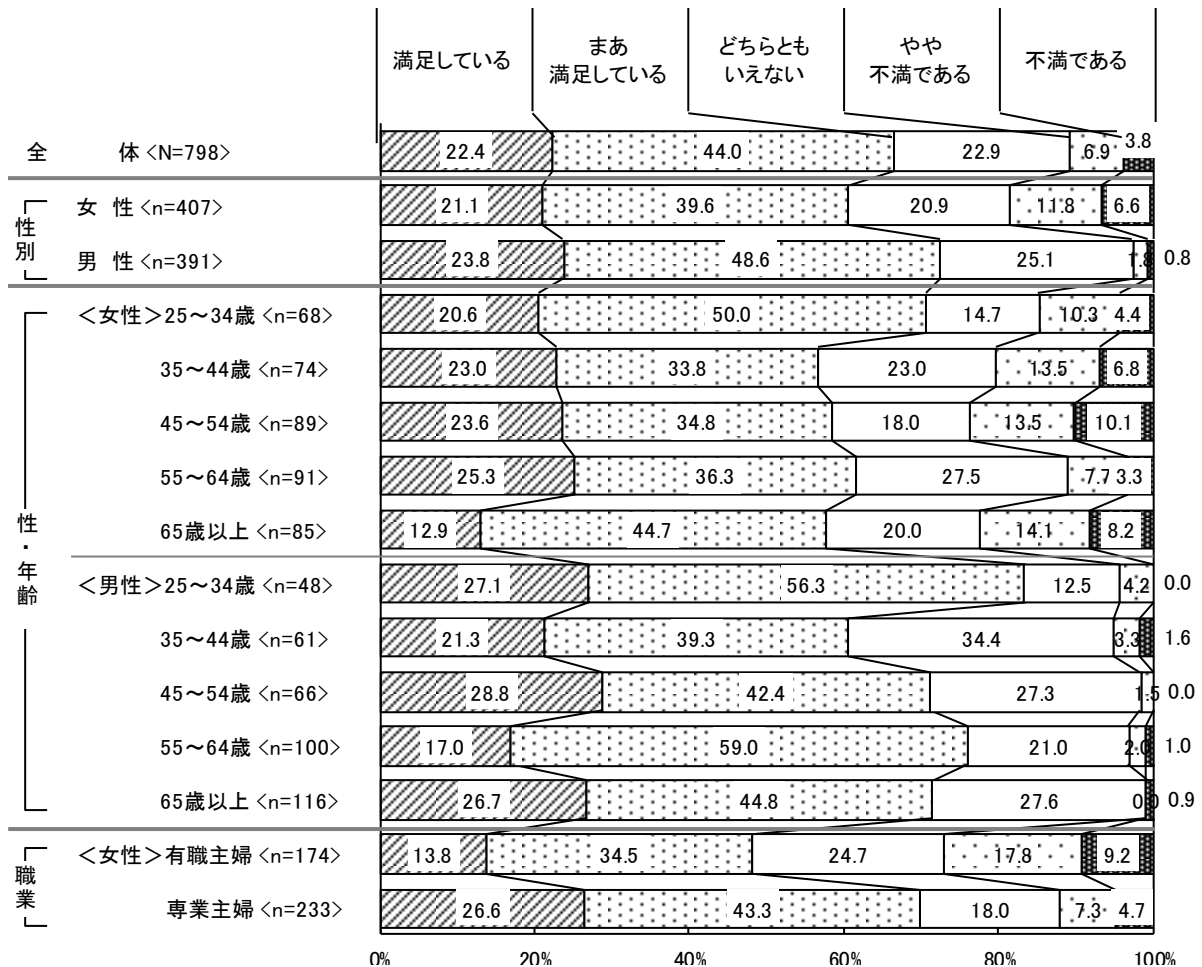
《男性》では、「相手がほとんど担当している」が主となっており、特に【1）料理】（55.0%）と【3）洗濯】（53.7%）では半数を超えています。【2）掃除】については4割（40.2%）とやや低くなっています。先にみたように、《女性》では【1）料理】【3）洗濯】については8割台、【2）掃除】については7割台の人が「自分がほとんど担当している」と回答していましたので、女性の方が主に担当しているという意識は男女ともにありながらも、女性の方が、自分が多く負担していると認識しています。

表 3. 配偶者と家事をどのように分担しているか（属性別“自分が担当している”割合）※男性のみ



なお、「自分がほとんど担当している」「自分が担当することが多い」を合わせた“自分が担当している”割合を《男性》の年齢別にみると、《25～34 歳》で“自分が担当している”とする割合がいずれの項目でも2割台を占めており、高い割合となっています。その後、《35～44 歳》、《45～54 歳》で低くなりますが、《55～64 歳》、《65 歳以上》になると高くなる傾向がみられ、ライフステージの進行が反映しているものと考えられます。

図 26. 家事の分担についての満足度（自分自身）



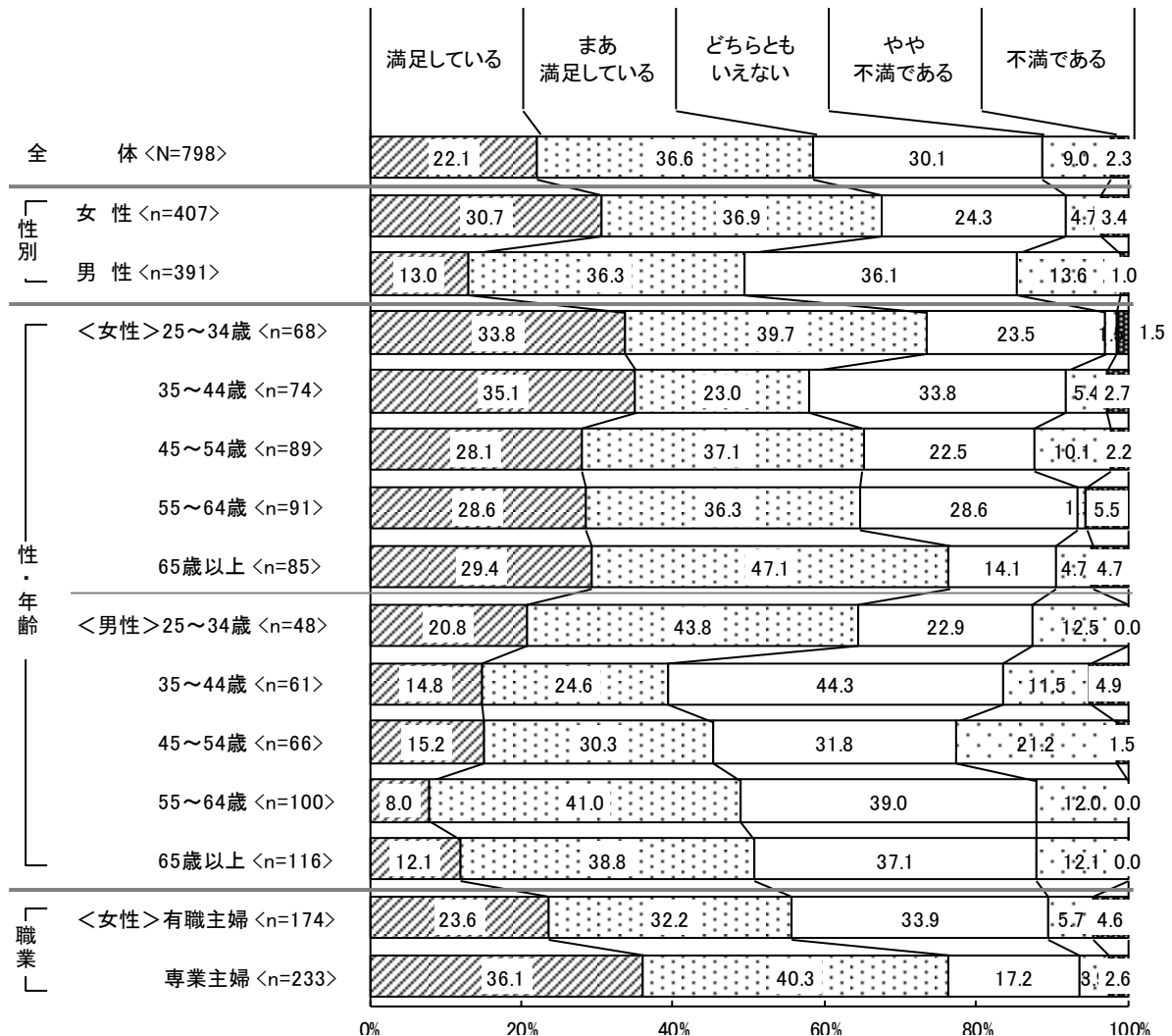
家事の分担についての満足度をみると、《女性》では、「満足している」(21.1%)、「まあ満足している」(39.6%)を合わせた“満足”の割合は6割(60.7%)で、「やや不満である」(11.8%)、「不満である」(6.6%)を合わせた“不満”(18.4%)という人は少数です。

《男性》では、“満足(「満足している」+「まあ満足している」)”という人の割合は7割強(72.4%)で、《女性》(60.7%)より10ポイント以上高くなっています。男女で比較すると、女性の方が“不満”の割合がかなり高くなっています(女性18.4%、男性2.6%)。

年齢別にみると、“満足”の割合は男女とも《25~34歳》(女性70.6%、男性83.3%)で最も高くなっています。また、《65歳以上》では、《女性》の“満足”の割合が男性に比べてかなり低くなっています(男性71.5%、女性57.6%)。

女性の職業の有無別にみると、《有職主婦》では“満足”の割合が半数弱(48.3%)に対し、《専業主婦》は7割(70.0%)と高くなっています。

図 27. 家事の分担についての満足度（配偶者（想像して回答））



次いで、家事の分担に対する配偶者の満足度を想像して答えてもらったところ、《女性》では、配偶者が「満足している」(30.7%)、「まあ満足している」(36.9%)を合わせた“満足”の割合は67.6%となっています。実際の男性の満足度は7割強(72.4%)でしたので、概ね近い割合となっています。

《男性》では、配偶者が“満足(「満足している」+「まあ満足している」)”の割合は半数弱(49.4%)で、実際の女性の満足度は6割(60.7%)でしたので、それよりも10ポイント以上低い割合となっています。先にみたように、男性のほとんどが女性に家事の負担の多くを任せており、そのことを気にかけている割合が高いようですが、実際には女性はそれほど不満には思っていないようです。

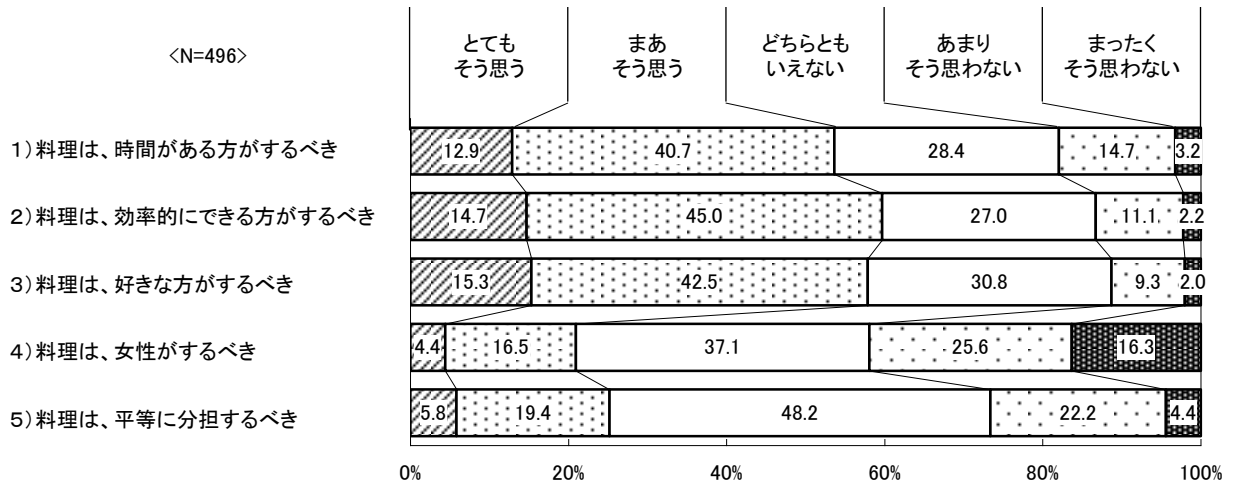
年齢別にみると、“満足”と推定する割合は、男女とも《25~34歳》(女性73.5%、男性64.5%)で最も高くなっています。

女性の職業の有無別にみると、《有職主婦》では“満足”の割合が半数強(55.7%)に対し、《専業主婦》(76.4%)は約20ポイント高くなっています。

2. 料理の分担に対する考え

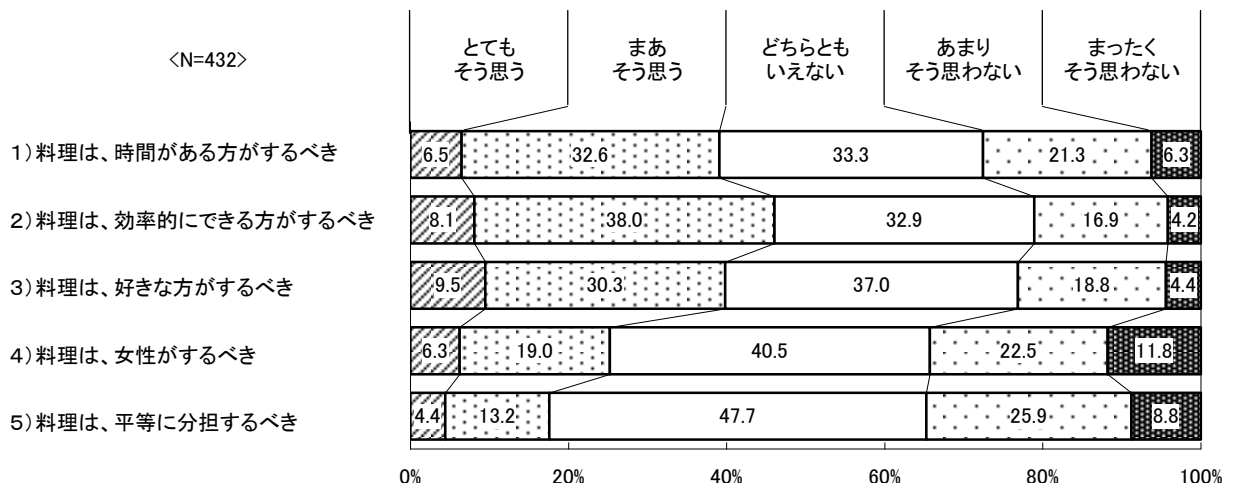
- 《女性》では、“そう思う(とても+まあ)”の割合は、【1】料理は、時間がある方がすべき】(53.6%)、【2】料理は、効率的にできる方がすべき】(59.7%)、【3】料理は、好きな方がすべき】(57.9%)では5割台に達し、“時間がある方”“効率的にできる方”“好きな方”がするという柔軟な分担方法が良いと考えられている。
- 《男性》でも、女性と同様の傾向であるが、“そう思う”の割合は、ほとんどの項目で女性より低く、《女性》ほど分担に対して明確な考えはない。

図 28. 料理の分担に対する考え ※女性のみ



料理の分担に対する考えを、【1】料理は、時間がある方がすべき】～【5】料理は、平等に分担すべき】の5項目に分けて聞いたところ、《女性》では、【1】料理は、時間がある方がすべき】、【2】料理は、効率的にできる方がすべき】、【3】料理は、好きな方がすべき】の3項目については、「とてもそう思う」が1割台、「まあそう思う」が4割台で、合わせて“そう思う”の割合は5割台（順に 53.6%、59.7%、57.9%）に達しています。【4】料理は、女性がすべき】、【5】料理は、平等に分担すべき】については、“そう思う”の割合は2割台（順に 21.0%、25.2%）にとどまっています。“女性がする”、あるいは“平等にする”といった決まった分担ではなく、“時間がある方”“効率的にできる方”“好きな方”がするという柔軟な分担方法が良いと考えられています。

図 29. 料理の分担に対する考え ※男性のみ



《男性》では、“そう思う（とても+まあ）”の割合は、やはり【1）料理は、時間がある方がすべき】（39.1%）、【2）料理は、効率的にできる方がすべき】（46.1%）、【3）料理は、好きな方がすべき】（39.8%）の3項目で多く、【4）料理は、女性がすべき】（25.2%）、【5）料理は、平等に分担すべき】（17.6%）では少なくなっていますが、《女性》に比べると項目間の差は小さく、《女性》ほど家事の分担に対して明確な考えはないようです。

表 4. 料理の分担に対する考え（属性別“そう思う”の割合）

(%)

		サンプル数	1) 料理方が する時間 がべきあ	2) 料理は、 効率的に できる方 がすべき	3) 料理は、 好きな方 がすべき	4) 料理は、 女性が すべき	5) 料理は、 平等に 分すべき
全 体		928	46.9	53.3	49.5	23.0	21.7
性別	女 性	496	53.6	59.7	57.9	21.0	25.2
	男 性	432	39.1	46.1	39.8	25.2	17.6
性・年齢	<女性>25～34歳	72	77.8	75.0	63.9	23.6	30.6
	35～44歳	88	63.6	59.1	55.7	19.3	19.3
	45～54歳	104	53.8	64.4	60.6	23.1	31.7
	55～64歳	115	46.1	56.5	57.4	20.9	20.9
	65歳以上	117	38.5	49.6	53.8	18.8	24.8
	<男性>25～34歳	53	62.3	69.8	64.2	17.0	17.0
	35～44歳	64	45.3	50.0	45.3	26.6	26.6
	45～54歳	82	36.6	41.5	36.6	29.3	15.9
	55～64歳	111	36.9	39.6	36.9	21.6	18.0
	65歳以上	122	29.5	42.6	31.1	28.7	13.9
分 担※	満 足	530	49.2	57.0	54.2	29.6	18.7
	不 満	85	56.5	61.2	49.4	12.9	37.6

※家事の分担への満足・不満別

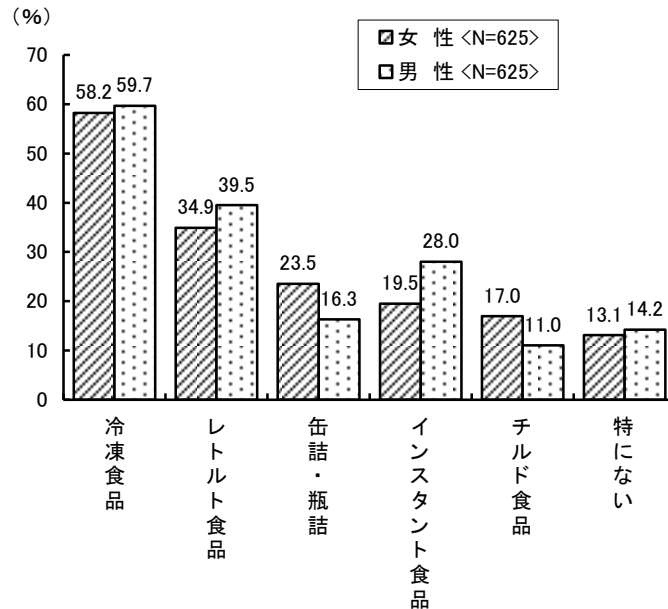
年齢別に“そう思う（とても+まあ）”の割合をみると、男女とも若い層ほど【1）料理は、時間がある方がするべき】、【2）料理は、効率的にできる方がするべき】、【3）料理は、好きな方がするべき】における割合が高く、柔軟な分担がよいと考える傾向が強くなっています。

また、分担の満足度別にみると、【4）料理は、女性がするべき】は《不満》（12.9%）な人よりも《満足》（29.6%）な人の方が、【5）料理は、平等に分担するべき】は反対に《満足》（18.7%）な人よりも《不満》（37.6%）な人の方が、それぞれ10ポイント以上高い割合となっています。

3. 料理を効率的に行う、または料理の負担を軽くするために、よく使っている加工食品

●《女性》では、「冷凍食品」(58.2%)が突出して多く、以下「レトルト食品」(34.9%)、「缶詰・瓶詰」(23.5%)、「インスタント食品」(19.5%)、「チルド食品」(17.0%)の順。《男性》でもほぼ同様の結果。

図 30. 料理を効率的に行う、または料理の負担を軽くするために、よく使っている加工食品（複数回答）



性別	女性 <n=625>	58.2	34.9	23.5	19.5	17.0	13.1
	男性 <n=625>	59.7	39.5	16.3	28.0	11.0	14.2
性・年齢	<女性> 25～34歳 <n=125>	59.2	38.4	24.0	24.8	16.8	8.0
	35～44歳 <n=125>	56.0	32.0	20.8	26.4	20.8	12.8
	45～54歳 <n=125>	51.2	36.8	26.4	19.2	17.6	10.4
	55～64歳 <n=125>	63.2	32.0	21.6	15.2	16.0	17.6
	65歳以上 <n=125>	61.6	35.2	24.8	12.0	13.6	16.8
	<男性> 25～34歳 <n=125>	55.2	41.6	14.4	28.8	12.0	12.0
	35～44歳 <n=125>	60.8	37.6	16.0	31.2	12.8	15.2
	45～54歳 <n=125>	60.0	38.4	17.6	31.2	8.0	12.0
	55～64歳 <n=125>	60.0	47.2	12.0	24.0	12.0	15.2
	65歳以上 <n=125>	62.4	32.8	21.6	24.8	10.4	16.8

料理を効率的に行う、または料理の負担を軽くするために、よく使っている加工食品は、まず《女性》では、「冷凍食品」(58.2%)を半数以上の人があげて突出して多くなっています。以下、「レトルト食品」(34.9%)、「缶詰・瓶詰」(23.5%)、「インスタント食品」(19.5%)、「チルド食品」(17.0%)の順です。

《男性》でも、やはり「冷凍食品」(59.7%)が過半数を占めており、以下「レトルト食品」(39.5%)、「インスタント食品」(28.0%)、「缶詰・瓶詰」(16.3%)、「チルド食品」(11.0%)と、《女性》とあまり変わらない結果ですが、《女性》に比べて「インスタント食品」(女性 19.5%、男性 28.0%)の割合は10ポイント近く高く、「チルド食品」(同 17.0%、11.0%)は逆にやや低くなっています。

年齢別にみると、男女とも若い人ほど「インスタント食品」をあげる割合が高い傾向が若干みられますが、総じて大きな年齢差はありません。