

全国の 25 歳以上の男女 1,250 人※に聞く

## “冷凍食品の利用状況”実態調査結果について

利用頻度が増えた冷凍食品で最も大きな変化が見られたのは「冷凍野菜」  
物価上昇の中「冷凍食品」の購入量への影響は比較的小さい

一般社団法人日本冷凍食品協会(会長 大櫛顕也)は、本年 2 月 15 日から 2 月 16 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。

◎ 利用頻度は、男女ともわずかながら増加。1 年前より利用頻度が「増えた」は、全体で 2 割強。特に若年層(25～34 歳)で増加。

◎ 女性の利用頻度増加理由は、「野菜など生鮮品の価格が上がったから」が昨年より大幅に増加。利用頻度が増えた冷凍食品も、女性では「冷凍野菜」が昨年より伸び幅大。

- 冷凍食品の利用頻度は女性週平均 1.9 回(前回 1.8 回)、男性平均 1.8 回(同 1.7 回)で微増。〈P14～〉
- 1 年前より利用頻度が「増えた」割合が高いのは、男女とも若年層の 25～34 歳(女性 29.6%、男性 23.2%)。〈P17～〉
- 利用頻度が増えた理由として、女性で「野菜など生鮮品の価格が上がったから」(前回 24.1%→今回 33.6%)が大幅に増加。〈P19～〉
- 女性で「冷凍野菜」の利用頻度が前回に比べ、6 ポイント増(28.0%→33.9%)と大きく変化。〈P22～〉

◎ 頻繁な食料品の値上げに伴った節約意識は、女性では 8 割強、男性では約 7 割と高い。

◎ 値上げによる購入量の変化について、男女ともに「冷凍食品」は「減った」割合が少なく、ほかの食材・食品と比べて値上げの影響は小さい。理由は、「値上げ後も必要性が変わらないため」、「調理の手間や時間が省けるから(タイパが良いから)」。

◎ 冷凍食品を「おかず」「主食(麺・炒飯など)」として食卓に出すことについて、「手抜きだと思う」「罪悪感がある」と感じる人は、男性約 1 割、女性約 2 割。

- 昨今の頻繁な食料品の値上げに伴い、節約を“意識するようになった(とても+ややの合計)”の割合は、女性で 8 割強(81.4%)、男性でも約 7 割(68.8%)と多数を占めているが、女性より 10 ポイント以上低い。〈P69～〉
- 値上げにより購入量が「減った」割合は、【冷凍食品】では女性で 4.2%、男性で 2.6%と、【果物】(女性 16.6%、男性 8.6%)や【野菜】(女性 12.6%、男性 9.3%)、【スナック菓子】(女性 13.9%、男性 8.2%)と比較しても少なく、値上げによる影響がほかの食材・食品と比べて小さい。〈P51～〉

値上げがあっても、購入量に変化がない、または増えた理由は、どの食品・食材でも「値上げ後も必要性が変わらないため」が最も多い。その中で、【冷凍食品】がほかの食材・食品と比較して高い項目は「調理の手間や時間が省けるから(タイパが良いから)」で、女性 18.6%、男性 13.0%。〈P53～〉

- 【冷凍食品】は、【惣菜・弁当】と並んで「時間対効果(タイパ)」の満足度が高い。〈P70～〉
- 冷凍食品を「おかず」や「主食(麺・炒飯など)」として食卓に出すことについては、「手抜きだと思う」(女性 27.0%、男性 15.0%)、「罪悪感がある」(女性 22.6%、男性 11.4%)と、男女ともに低い数値に留まっている。〈P63～〉

※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

# 調査企画

## 1. 調査目的

この調査は、冷凍食品の利用者を対象に、冷凍食品の利用状況に関する意識を明らかにすることを目的に実施しました。

また、回答対象者を絞り込むための「スクリーニング調査」も分析の対象としました。

## 2. 調査対象

普段から冷凍食品を「月1回以上」利用している25歳以上の男女

## 3. 調査方法

Webページによるインターネット調査

## 4. 調査期間

2025年2月15日（土）～2月16日（日）

## 5. 標本構成

### スクリーニング調査の標本構成

スクリーニング調査対象の10000人の標本構成は以下の通りです（上段：サンプル数、下段：構成比％）。

#### F1. 性別

| サンプル数 | 女性   | 男性   |
|-------|------|------|
| 10000 | 5000 | 5000 |
| 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       | 65～79歳       | 平均（歳） |
|----|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|
| 全体 | 10000<br>100.0 | 2000<br>20.0 | 2000<br>20.0 | 2000<br>20.0 | 2000<br>20.0 | 2000<br>20.0 | 49.9  |
| 女性 | 5000<br>100.0  | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 49.8  |
| 男性 | 5000<br>100.0  | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 1000<br>20.0 | 50.1  |

### F3. 未既婚

|     | サンプ<br>ル数      | 未婚           | 既婚(離<br>婚・死別<br>を含む) |
|-----|----------------|--------------|----------------------|
| 全 体 | 10000<br>100.0 | 2971<br>29.7 | 7029<br>70.3         |
| 女 性 | 5000<br>100.0  | 1305<br>26.1 | 3695<br>73.9         |
| 男 性 | 5000<br>100.0  | 1666<br>33.3 | 3334<br>66.7         |

## 本調査の標本構成

有効回収 1250 人の標本構成は以下の通りです（上段：サンプル数、下段：構成比 %）。

### F1. 性別

| サンプ<br>ル数     | 女性          | 男性          |
|---------------|-------------|-------------|
| 1250<br>100.0 | 625<br>50.0 | 625<br>50.0 |

### F2. 年齢

|     | サンプ<br>ル数     | 25～<br>34 歳 | 35～<br>44 歳 | 45～<br>54 歳 | 55～<br>64 歳 | 65 歳<br>以上  | 平均<br>(歳) |
|-----|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| 全 体 | 1250<br>100.0 | 250<br>20.0 | 250<br>20.0 | 250<br>20.0 | 250<br>20.0 | 250<br>20.0 | 50.0      |
| 女 性 | 625<br>100.0  | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 49.9      |
| 男 性 | 625<br>100.0  | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 125<br>20.0 | 50.0      |

### F3. 未既婚

|     | サンプ<br>ル数     | 未婚          | 既婚(離<br>婚・死別<br>を含む) |
|-----|---------------|-------------|----------------------|
| 全 体 | 1250<br>100.0 | 399<br>31.9 | 851<br>68.1          |
| 女 性 | 625<br>100.0  | 162<br>25.9 | 463<br>74.1          |
| 男 性 | 625<br>100.0  | 237<br>37.9 | 388<br>62.1          |

## F4-1. 職業(自分)

|     | 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・主夫) |
|-----|---------------|-------------|-------------|-----------|-------------|
| 全 体 | 1250<br>100.0 | 628<br>50.2 | 239<br>19.1 | 47<br>3.8 | 336<br>26.9 |
| 女 性 | 625<br>100.0  | 201<br>32.2 | 186<br>29.8 | 23<br>3.7 | 215<br>34.4 |
| 男 性 | 625<br>100.0  | 427<br>68.3 | 53<br>8.5   | 24<br>3.8 | 121<br>19.4 |

## F4-2. 職業(家族)(複数回答)

|     | 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・主夫) |
|-----|--------------|-------------|-------------|-----------|-------------|
| 全 体 | 997<br>100.0 | 541<br>54.3 | 210<br>21.1 | 63<br>6.3 | 303<br>30.4 |
| 女 性 | 507<br>100.0 | 341<br>67.3 | 58<br>11.4  | 41<br>8.1 | 125<br>24.7 |
| 男 性 | 490<br>100.0 | 200<br>40.8 | 152<br>31.0 | 22<br>4.5 | 178<br>36.3 |

## F5. 同居家族人数

|     | サンプル数         | 0人(単身)      | 1人          | 2人          | 3人          | 4人         | 5人以上      |
|-----|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-----------|
| 全 体 | 1250<br>100.0 | 253<br>20.2 | 340<br>27.2 | 280<br>22.4 | 226<br>18.1 | 115<br>9.2 | 36<br>2.9 |
| 女 性 | 625<br>100.0  | 118<br>18.9 | 186<br>29.8 | 141<br>22.6 | 99<br>15.8  | 60<br>9.6  | 21<br>3.4 |
| 男 性 | 625<br>100.0  | 135<br>21.6 | 154<br>24.6 | 139<br>22.2 | 127<br>20.3 | 55<br>8.8  | 15<br>2.4 |

## F6. 同居している子どもの年齢(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～18歳未満  | 18歳以上       | 子どもはいない／子どもと同居していない |
|-----|--------------|-----------|-----------|-------------|------------|-------------|---------------------|
| 全 体 | 997<br>100.0 | 62<br>6.2 | 80<br>8.0 | 100<br>10.0 | 99<br>9.9  | 219<br>22.0 | 549<br>55.1         |
| 女 性 | 507<br>100.0 | 30<br>5.9 | 40<br>7.9 | 46<br>9.1   | 50<br>9.9  | 118<br>23.3 | 275<br>54.2         |
| 男 性 | 490<br>100.0 | 32<br>6.5 | 40<br>8.2 | 54<br>11.0  | 49<br>10.0 | 101<br>20.6 | 274<br>55.9         |

F7. 同居している子どもの学年(複数回答)

|     | サンプル数        | 小学校<br>入学前 | 小学校<br>低学年<br>(1～3<br>年生) | 小学校<br>高学年<br>(4～6<br>年生) | 中学生        | 高校生        | その他        |
|-----|--------------|------------|---------------------------|---------------------------|------------|------------|------------|
| 全 体 | 175<br>100.0 | 41<br>23.4 | 52<br>29.7                | 54<br>30.9                | 63<br>36.0 | 50<br>28.6 | 20<br>11.4 |
| 女 性 | 84<br>100.0  | 16<br>19.0 | 25<br>29.8                | 28<br>33.3                | 26<br>31.0 | 25<br>29.8 | 7<br>8.3   |
| 男 性 | 91<br>100.0  | 25<br>27.5 | 27<br>29.7                | 26<br>28.6                | 37<br>40.7 | 25<br>27.5 | 13<br>14.3 |

F8. 普段お弁当を作っているか

|     | サンプル数         | ほぼ毎<br>日作っ<br>ている | 週2～<br>3回作<br>っている | 週1回<br>作って<br>いる | 月2～<br>3回作<br>っている | 月1回<br>作って<br>いる | 作って<br>いない  |
|-----|---------------|-------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|-------------|
| 全 体 | 1250<br>100.0 | 250<br>20.0       | 140<br>11.2        | 42<br>3.4        | 46<br>3.7          | 38<br>3.0        | 734<br>58.7 |
| 女 性 | 625<br>100.0  | 175<br>28.0       | 78<br>12.5         | 19<br>3.0        | 24<br>3.8          | 21<br>3.4        | 308<br>49.3 |
| 男 性 | 625<br>100.0  | 75<br>12.0        | 62<br>9.9          | 23<br>3.7        | 22<br>3.5          | 17<br>2.7        | 426<br>68.2 |

※本調査に記載の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

# 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 ..... 12

- 《女性》では、「ほとんど又はまったく使わない」(14.2%)という人は1割台で、“使う”人(85.8%)が大多数。「週2～3回」(25.7%)が最も多く、以下「週1回」(22.1%)、「月2～3回」(16.3%)といった頻度が多い。
- 《男性》では、「ほとんど又はまったく使わない」(16.0%)が《女性》(14.2%)よりもやや多く、《女性》よりも冷凍食品を使う頻度はやや低め。
- 《女性》では、35～44 歳が冷凍食品の利用頻度が高い。

## I 冷凍食品の利用状況

### 1. 冷凍食品を利用する頻度 ..... 14

- 《女性》は「週2～3回程度」(27.8%)が最も多く、以下「週1回程度」(27.0%)、「月2～3回程度」(19.0%)、「月1回程度」(14.4%)、「ほぼ毎日」(11.7%)の順で、平均は週に「1.9 回」。
- 《男性》でも「週2～3回程度」(31.4%)が最も多く、以下「週1回程度」(30.2%)、「月2～3回程度」(17.9%)の順。《女性》よりも頻度は低めで、平均は週に「1.8 回」。昨年は「週1 回程度」が1 位項目だったが、今年は2 位。
- 男女とも《お弁当を作っている人》の方が《作っていない人》よりも利用頻度は高い。

### 2. 冷凍食品を利用する頻度は、1 年前に比べて変わったか ..... 17

- 《女性》では、「変わらない」(65.3%)という人が約3 分の2 を占めているが、「増えた」(23.8%)が「減った」(7.7%)を大きく上回る。
- 《男性》でも「変わらない」(73.0%)が多く、「増えた」(19.5%)が「減った」(3.7%)より16 ポイント近く高い。

### 3. 冷凍食品を利用する頻度が増えた理由 ..... 19

- 《女性》では、「調理が簡単で便利だから」(75.8%)が最も多く、次いで「おいしいと思う商品が増えたから」(43.0%)などの“冷凍食品のメリット”や、「野菜など生鮮品の価格が上がったから」(33.6%)、「手ごろな値段だから」(32.9%)といった“物価の影響”、「忙しくなり、食事を作る時間が減ったから」(24.2%)、「お弁当を作るようになったから」(23.5%)といった“生活面の環境変化”があげられる。
- 《男性》でも、「調理が簡単で便利だから」(82.8%)がトップ。以下「おいしいと思う商品が増えたから」(47.5%)、「手ごろな値段だから」(43.4%)、「忙しくなり、食事を作る時間が減ったから」(23.0%)などが続く。

#### 4. 1年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品 ..... 22

- 《女性》では、「ギョウザ」(35.8%)、「冷凍野菜」(33.9%)、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(27.7%)、「パスタ・スパゲティ」(21.8%)、「ピラフ・炒飯」(20.3%)などが多く、“何らかの利用が増えた冷凍食品がある”人が7割強(70.9%)。
- 《男性》でも「ギョウザ」(33.3%)がトップ。以下、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(25.4%)、「ピラフ・炒飯」(21.1%)、「パスタ・スパゲティ」(20.2%)などの順で、“何らかの利用が増えた冷凍食品がある”のは6割弱(58.4%)。

#### 5. 冷凍食品の購入場所 ..... 26

- 《女性》では、「スーパーマーケット(店頭)」(92.1%)が圧倒的で、そのほかは「ドラッグストア」(32.3%)、「コンビニエンスストア」(14.3%)、「宅配サービス(生協など)」(13.2%)などが続く。「宅配サービス(生協など)」の利用は《男性》(4.9%)に比べて高い。
- 《男性》でも、「スーパーマーケット(店頭)」(95.1%)が圧倒的に多く、次いで「ドラッグストア」(41.2%)、「コンビニエンスストア」(21.1%)が続くが、「ドラッグストア」は女性より10ポイント近く高い。
- 年齢別では、「ドラッグストア」「コンビニエンスストア」は若い人で購入率が高い傾向。

#### 6. 冷凍食品を購入している目的 ..... 30

- 《女性》では、「自宅で食べる夕食」(61.6%)が最も多く、以下「自宅で食べる昼食」(44.8%)、「お弁当用」(38.4%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(31.8%)、「間食・夜食」(14.9%)などの順。
- 《男性》でも「自宅で食べる夕食」(71.0%)が最も多く、以下「自宅で食べる昼食」(49.3%)、「お弁当用」(26.1%)、「間食・夜食」(17.9%)、「自宅で食べる朝食」(16.0%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(15.8%)などの順で、《女性》と比べ、「自宅で食べる夕食」は高いが、「お弁当用」「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」は10ポイント以上低い。
- 年齢別では、男女とも「自宅で食べる夕食」は年代が上がるほど高め、「間食・夜食」は若い人ほど高めの傾向。

#### 7. 冷凍食品の魅力 ..... 33

- 《女性》では、「調理の手間が省ける」(63.4%)が6割強で最も多く、以下「買い置きができる」(57.1%)、「調理時間が短縮できる」(51.7%)といった魅力を半数以上の人があげている。
- 《男性》では、「調理の手間が省ける」(58.7%)、「おいしい」(51.8%)、「買い置きができる」(50.1%)が5割台で多く、次いで「調理時間が短縮できる」(44.8%)、「価格が安い」(31.7%)が続くが、総じて《女性》よりも低い割合の項目が多い。
- 用途別では、《女性》では、総じて「調理の手間が省ける」が多いが、【5】間食・夜食、【9】デザートでは「おいしい」(順に54.8%、73.7%)が最も多い。
- 《男性》は用途別では「おいしい」が最も高い項目が多く、特に【5】間食・夜食、【9】デザート(順に56.3%、68.2%)では半数を超える。

## 8. 市販されている冷凍食品への満足度 ..... 38

- 《女性》では【5】調理のしやすさ(83.8%)、【1】おいしさ(82.4%)、【6】表示文字の見やすさ(63.5%)、【7】スーパーの品揃え(60.0%)、【2】量(51.8%)などの評価で“満足”の割合が高い。
- 《男性》でも、【5】調理のしやすさ(76.8%)、【1】おいしさ(76.2%)、【7】スーパーの品揃え(57.1%)などの順だが、総じて《女性》より低率。
- 年齢別では、若い人で【6】表示文字の見やすさ、【8】コンビニの品揃えの評価が高い傾向。

## II 冷凍食品の情報提供に関する意識

### 1. 冷凍食品を購入または利用する時、パッケージの表示を見ているか ..... 43

- “注目度”は、《女性》では【7】調理方法(71.8%)、【3】内容量(59.7%)、【6】メーカー名(59.4%)、【12】賞味期限(56.2%)、【13】商品特徴(表面)(53.9%)の順。
- 《男性》でも【7】調理方法(62.4%)がトップで、以下【6】メーカー名(54.7%)、【3】内容量(50.6%)、【12】賞味期限(49.8%)の順だが、総じて《女性》より低率。
- 年齢別では、男女とも総じて年齢が高い人ほど様々な表示を見ている。
- 時系列でみると、《女性》ではほとんどの項目で“注目度”はアップしているが、《男性》では逆に下がっている項目が多い。

## III 値上げ等による購買行動等の変化

### 1. 1～2年前に比べた食品の価格の変化 ..... 48

- 《女性》では、「30%以上値上げされている」で【1】米(51.0%)が半数を超えており、【11】野菜(29.0%)、【12】果物(24.6%)も2割台。「値上げされている」の割合は、【11】野菜(87.0%)、【1】米(83.7%)、【12】果物(82.9%)、【13】鮮魚(80.6%)、【2】パン(80.2%)までの5項目が8割以上で、最も低い【7】豆腐・納豆(64.5%)でも6割超。
- 《男性》でも、「30%以上値上げされている」のは【1】米(47.8%)、【11】野菜(28.0%)、【12】果物(19.4%)が高いが、《女性》と比べ、値上げを実感している率の低い項目が多い。
- 年齢別では、男女とも、年齢が上がるほど高い割合の項目がほとんどで、年齢が上がるとともに値上げを実感している。

### 2. 値上げにより購入量が減った、または増えた食材・食品 ..... 51

- 《女性》では、「ほとんど変わらない」が7割台の項目がほとんどで、「減った」割合が最も高いのは【12】果物(16.6%)で、以下【8】スナック菓子(13.9%)、【11】野菜(12.6%)の順。一方、「増えた」割合が高いのは【7】豆腐・納豆(16.2%)、【5】冷凍食品(15.7%)などの順。
- 《男性》でも、やはり「ほとんど変わらない」が多数を占める項目が多く、「減った」割合が最も高いのは【11】野菜(9.3%)だが1割未満。「増えた」割合が最も高いのは【5】冷凍食品(16.5%)で、以下【3】うどん・パスタ(11.5%)、【7】豆腐・納豆(10.7%)の順。



3. 様々な食材・食品の値上げがあっても、購入量に変化がない、または増えた理由..... 53

- 《女性》では、多くの項目で「値上げ後も必要性が変わらないため」が5割前後を占めて最も多い。
- 《男性》でも、すべての項目で「値上げ後も必要性が変わらないため」が4割前後を占めて最も多く、次いで「代替品がないため」が続く項目が多い。
- 「調理の手間や時間が省けるから(タイパが良いから)」では、《男女とも》に【5】冷凍食品が最も多い(女性 18.6%、男性 13.0%)。

4. 「食品ロス」はあるか..... 55

- 男女とも約3人に1人が「食品ロス」が“ある”。

5. 食品ロスに対して意識していること..... 56

- 《女性》では、“そう思う”の割合は、【10】食べ残しをしないよう、食べられる量だけ盛り付け・注文する(78.7%)、【1】必要な分だけ購入するようにしている(78.4%)、【11】期限が近いものから食べるようにしている(先入れ先出し)(77.8%)、【5】余った食材を冷凍保存している(73.9%)、【4】特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している(71.0%)、【7】残り物や余り食材を再利用している(70.9%)、【6】食材を使い切るためにレシピを工夫している(70.4%)までの7項目が7割以上。
- 《男性》では、“そう思う”の割合は、【1】必要な分だけ購入するようにしている(67.5%)、【11】期限が近いものから食べるようにしている(先入れ先出し)(61.6%)、【10】食べ残しをしないよう、食べられる量だけ盛り付け・注文する(61.3%)、【5】余った食材を冷凍保存している(56.5%)、【4】特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している(55.7%)、【9】適切な保存方法を心掛け、食材を長持ちさせるようにしている(52.2%)などの順で、ほとんどの項目で《女性》よりも低い。

6. 食品ロス削減に関し、冷凍食品業界の取組や冷凍食品の特性について知っていること... 60

- 《女性》では、“知っている”割合は、【3】冷凍食品は賞味期限が長く必要な分だけ使うので無駄が少ない(59.5%)が6割近くで最も高く、以下【5】賞味期限延長のための取組みを行っている(28.3%)、【2】前処理済みの冷凍食品は使用時に生ごみがほとんど出ない(26.2%)、【4】賞味期限が近い製品や半端品をフードバンク等へ提供している(24.2%)は2割台、【1】工場が出た食品残渣を乾燥し、飼料や肥料に利用している(19.5%)は1割台。
- 《男性》でも、【3】冷凍食品は賞味期限が長く必要な分だけ使うので無駄が少ない(50.7%)が最も高く、以下【2】前処理済みの冷凍食品は使用時に生ごみがほとんど出ない(25.3%)、【5】賞味期限延長のための取組みを行っている(24.5%)、【1】工場が出た食品残渣を乾燥し、飼料や肥料に利用している(23.8%)が2割台、【4】賞味期限が近い製品や半端品をフードバンク等へ提供している(19.7%)が1割台だが、《女性》と比べると低い割合の項目がほとんど。

7. 冷凍食品を「おかず」や「主食(麺・炒飯など)」として食卓に出すことについて..... 63

- 《女性》では、“そう思う”の割合は、【1】手抜きだと思う(27.0%)、【2】罪悪感がある(22.6%)ともに2割台にとどまり、“そう思わない”(順に49.9%、52.5%)の割合の方が多い。
- 《男性》では、“そう思う”の割合は、【1】手抜きだと思う(15.0%)、【2】罪悪感がある(11.4%)といずれも1割台で、“そう思わない”(順に59.4%、62.9%)の方がはるかに多く、《女性》と比べ肯定的な考えが多くなっている。

8. 1年前に比べて、食材の買い物方法や内容はどのように変わったか…………… 66

●《女性》では、“増えた”の割合は、【7】買い置きができる食品の購入】(35.4%)で3割台、【8】素材(生鮮食品など)の購入】(24.8%)で2割台と高く、そのほかの項目はいずれも“減った”という方が多い。“減った”の割合が高いのは【1】外食】(28.0%)、【4】料理のデリバリー・配達】(23.2%)。

●《男性》では、“増えた”の割合は、【7】買い置きができる食品の購入】(29.0%)では2割台だが、そのほかの項目はいずれも2割未満。“減った”の割合が高いのは、【1】外食】(23.7%)。《女性》と比べ、【7】買い置きができる食品の購入】【8】素材(生鮮食品など)の購入】が“増えた”の割合は低く、《女性》の方がより多くの買い物方法を利用している。

9. 最近、頻繁に食料品が値上げされているが、それに伴い節約意識に変化はあるか…………… 69

●《女性》では、“意識するようになった”の割合が8割強(81.4%)を占め、“意識していない”(5.8%)の割合はごくわずかな。

●《男性》でも、“意識するようになった”(68.8%)の割合が多数を占めるが、《女性》と比べると10ポイント以上低い。

●年齢別では、男女とも年齢が上がるほど“意識するようになった”の割合は高くなる傾向がある。

10. 各食品・食材の「時間対効果(タイパ)」の満足度…………… 70

●《女性》では、「1位」の割合は【1】冷凍食品】(37.6%)、【5】惣菜・弁当】(33.6%)が多い。

●《男性》でも、「1位」の割合は【1】冷凍食品】(45.8%)が最も多く、次いで【5】惣菜・弁当】(26.9%)が続く。《女性》に比べ、【1】冷凍食品】【2】缶詰・レトルト】の評価が高め、【5】惣菜・弁当】の評価が低め。

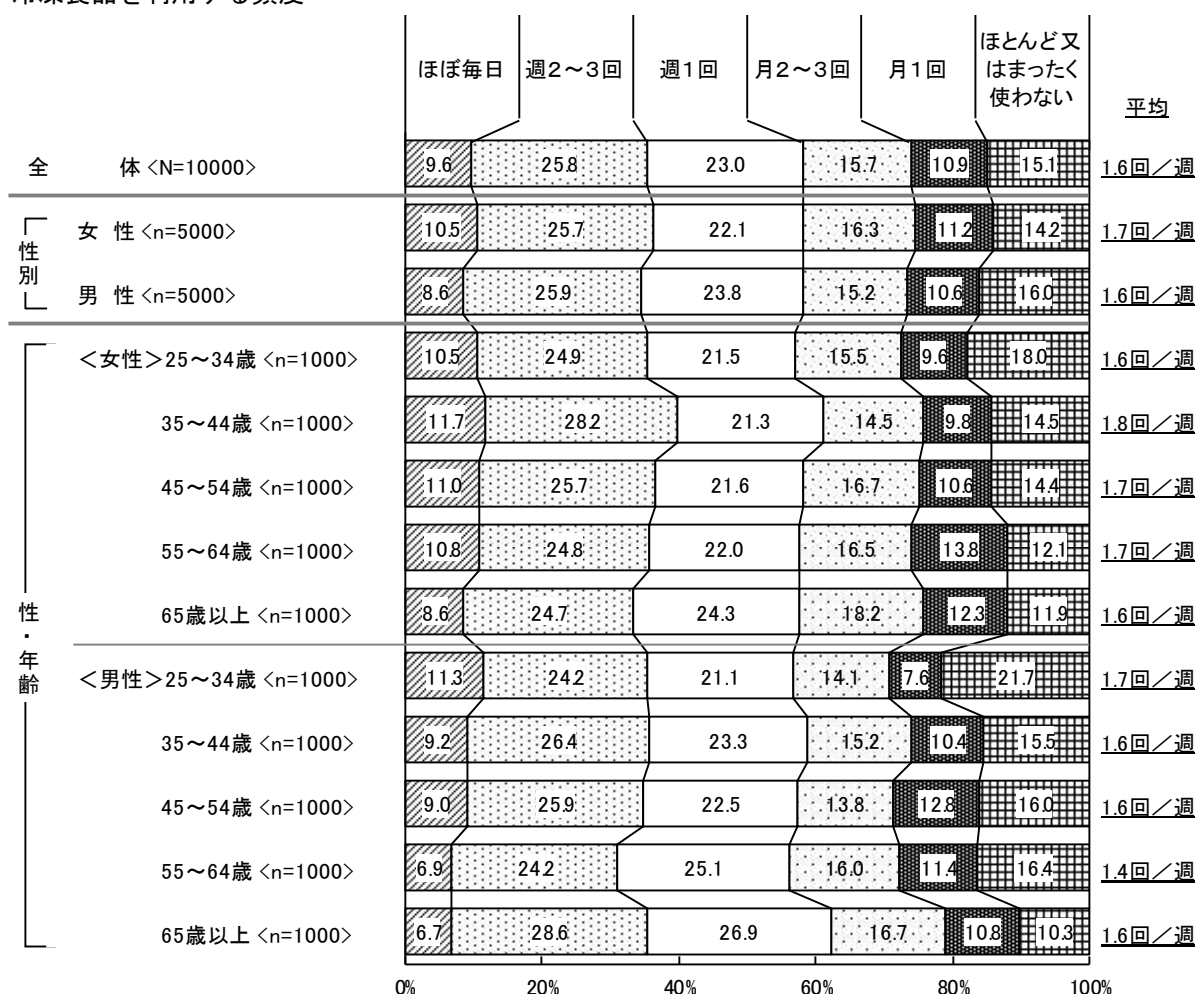
## 調査結果の内容

## 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」(14.2%)という人は1割台で、“使う”人(85.8%)が大多数。「週2～3回」(25.7%)が最も多く、以下「週1回」(22.1%)、「月2～3回」(16.3%)といった頻度が多い。
- 《男性》では、「ほとんど又はまったく使わない」(16.0%)が《女性》(14.2%)よりもやや多く、《女性》よりも冷凍食品を使う頻度はやや低め。
- 《女性》では、35～44歳が冷凍食品の利用頻度が高い。

図 1. 冷凍食品を利用する頻度

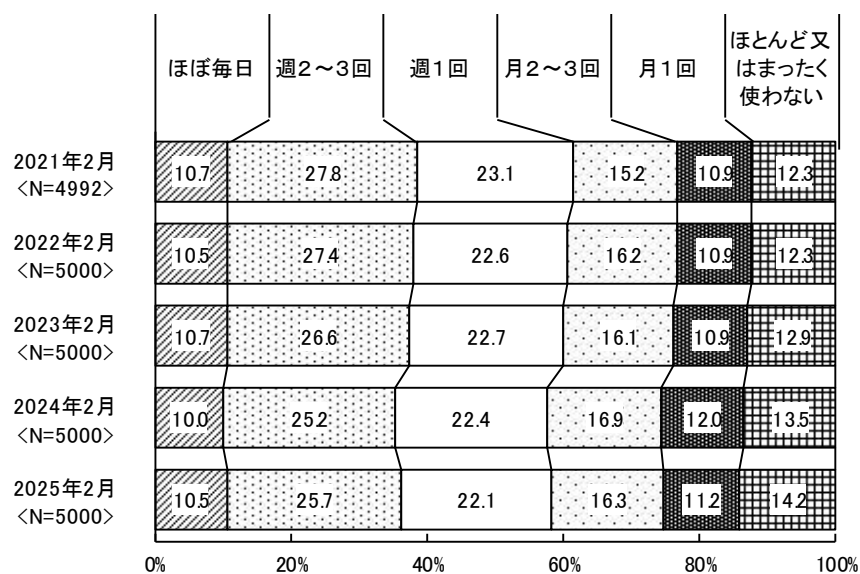


《女性》では、「ほとんど又はまったく使わない」(14.2%)という人は1割台で、“使う”人(85.8%)が大多数となっています。具体的な頻度としては、「週2～3回」(25.7%)が最も多く、以下「週1回」(22.1%)、「月2～3回」(16.3%)などの順となっています。

《男性》では、「ほとんど又はまったく使わない」という人は16.0%で、《女性》(14.2%)よりもやや高い。

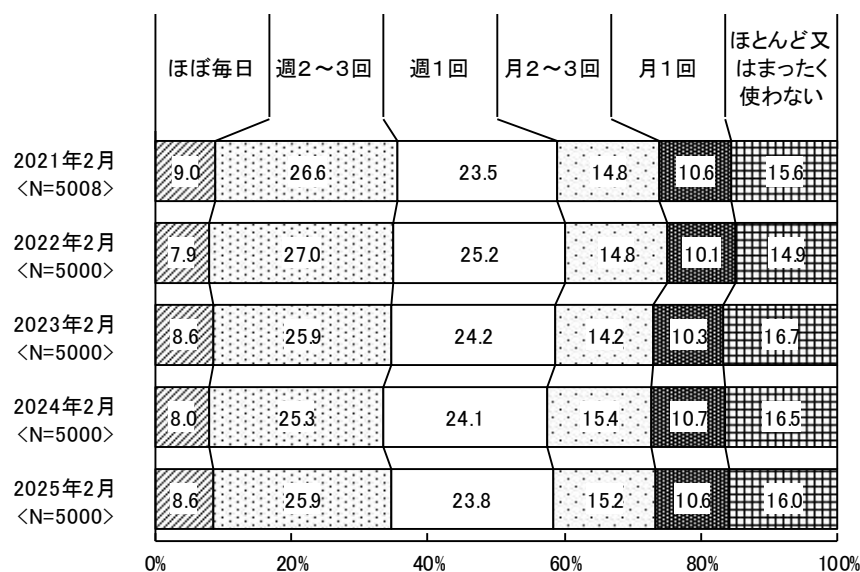
年齢別にみると、女性では35～44歳で冷凍食品を使う頻度は高い傾向があります。《男性》では、《65歳以上》になると冷凍食品を使う人が増えています。

図 2. 冷凍食品の過去の利用経験 [時系列] ※女性のみ



●冷凍食品の利用経験について、《女性》のみの結果を前回までの調査と比べてみると、今回は前回とほとんど変わらない結果となっています。

図 3. 冷凍食品の過去の利用経験 [時系列] ※男性のみ



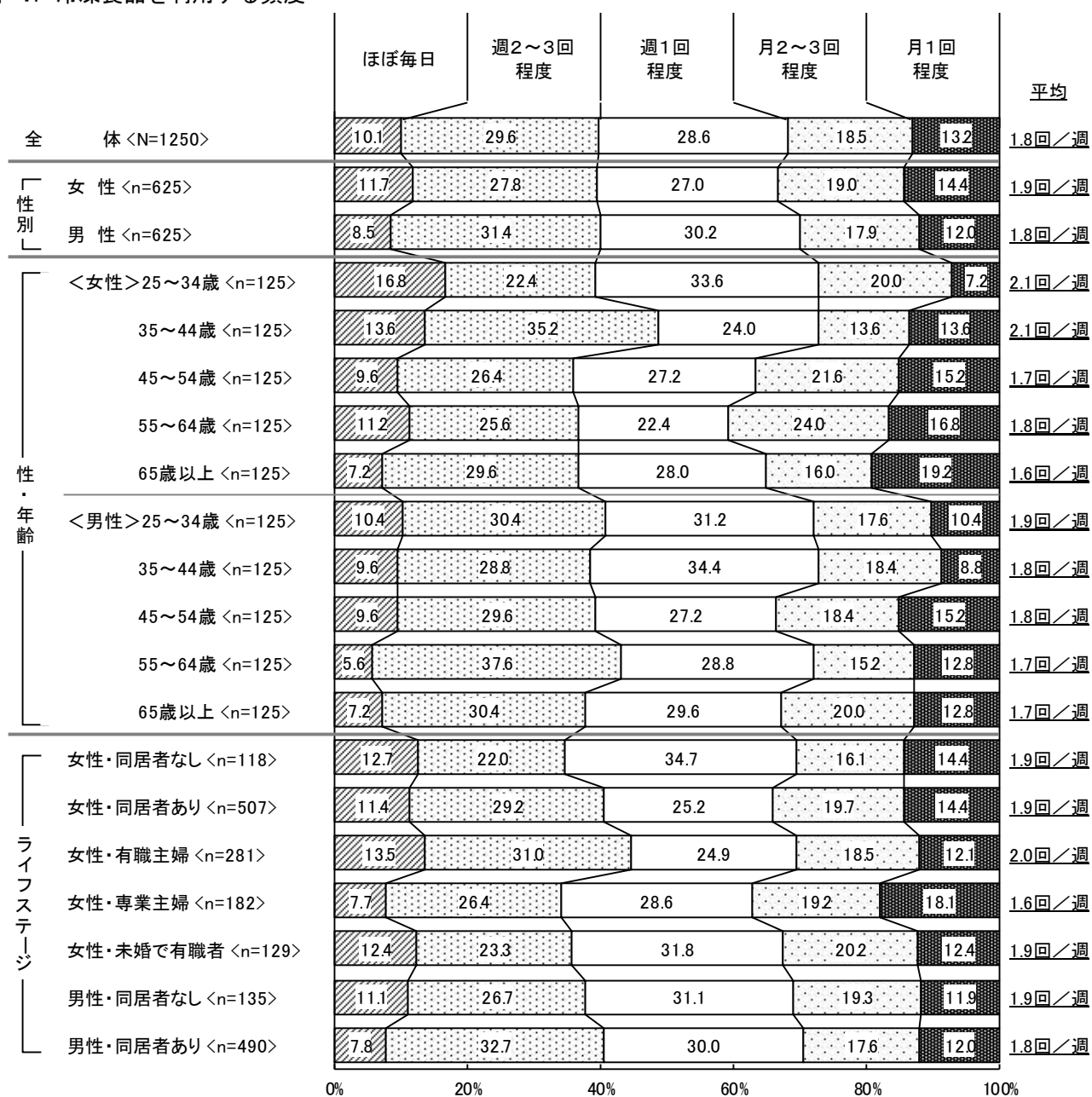
●《男性》では、前回よりわずかに利用頻度は増えていますが、あまり大きな差ではありません。

# I 冷凍食品の利用状況

## 1. 冷凍食品を利用する頻度

- 《女性》は「週2～3回程度」(27.8%)が最も多く、以下「週1回程度」(27.0%)、「月2～3回程度」(19.0%)、「月1回程度」(14.4%)、「ほぼ毎日」(11.7%)の順で、平均は週に「1.9回」。
- 《男性》でも「週2～3回程度」(31.4%)が最も多く、以下「週1回程度」(30.2%)、「月2～3回程度」(17.9%)の順、平均は週に「1.8回」。昨年は「週1回程度」が1位項目だったが、今年は2位。
- 男女とも《お弁当を作っている人》の方が《作っていない人》よりも利用頻度は高い。

図 4. 冷凍食品を利用する頻度



《女性》では、「週2～3回程度」(27.8%)が3割近くを占めて最も多く、以下「週1回程度」(27.0%)、「月2～3回程度」(19.0%)、「月1回程度」(14.4%)、「ほぼ毎日」(11.7%)の順になっています。平均は週に「1.9回」

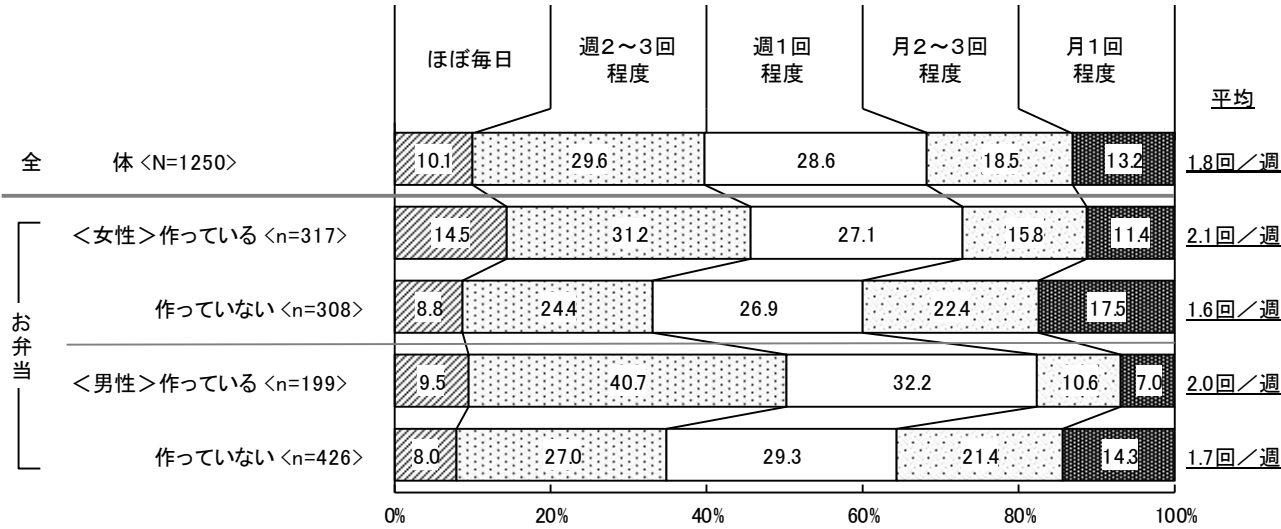
です。

《男性》でも、「週2～3回程度」(31.4%)が最も多く、以下「週1回程度」(30.2%)、「月2～3回程度」(17.9%)、「月1回程度」(12.0%)、「ほぼ毎日」(8.5%)の順です。平均は、週に「1.8回」で、《女性》(1.9回)よりもやや低めです。

年齢別にみると、《女性》では「ほぼ毎日」と「週2～3回」を合わせた“ヘビーユーザー”の割合は《35～44歳》で多くなっているのが目立ちます。

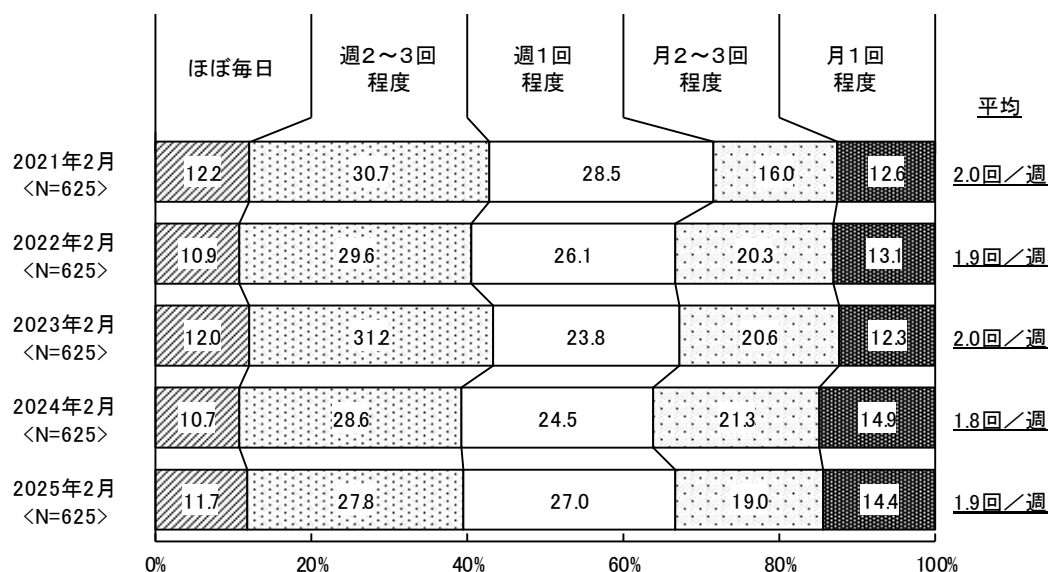
ライフステージ別に平均をみると、《女性・同居者なし》《女性・同居者あり》はともに週に「1.9回」で変わりありません。《女性・有職主婦》(2.0回)と《女性・専業主婦》(1.6回)とでは、《女性・有職主婦》の方が高い頻度です。《男性・同居者なし》(1.9回)と《男性・同居者あり》(1.8回)とではあまり差はありません。

図 5. 冷凍食品を利用する頻度（お弁当を作ることの有無別）



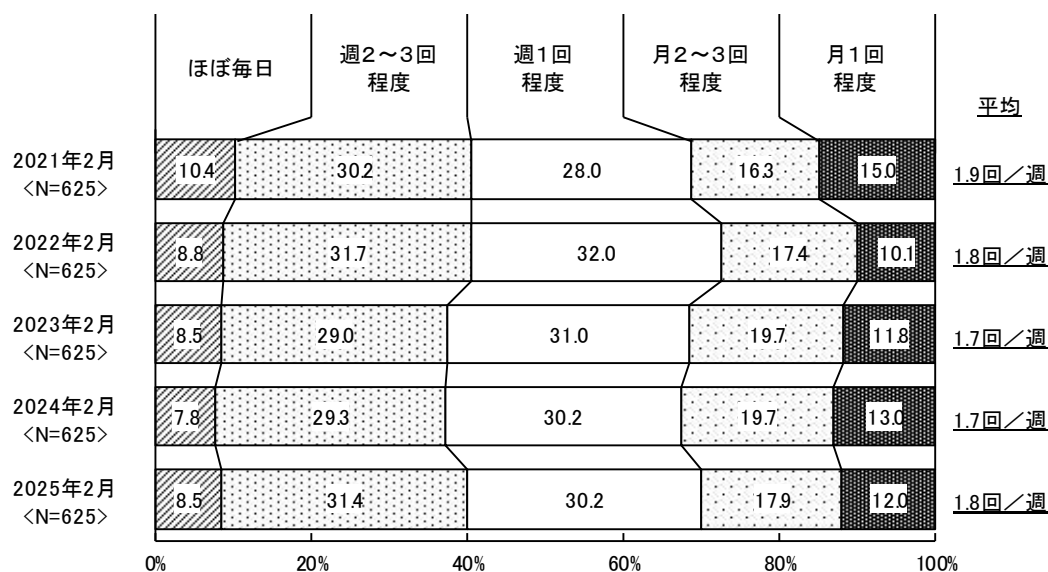
ちなみに、お弁当を作ることの有無別にみると、男女ともお弁当を作る人ほど冷凍食品の利用頻度も高く、お弁当を《作っている人》では、男女とも“毎日、あるいは週2～3回”という人が半数前後（女性 45.7%、男性 50.3%）を占めています。平均は、女性は週に「2.1回」、男性は「2.0回」で、《作っていない人》（女性 1.6回、男性 1.7回）に比べて多くなっています。

図 6. 冷凍食品を利用する頻度〔時系列〕 ※女性のみ



●平均は、前回は週に「1.8回」→今回「1.9回」と、頻度はわずかながら増えています。

図 7. 冷凍食品を利用する頻度〔時系列〕 ※男性のみ



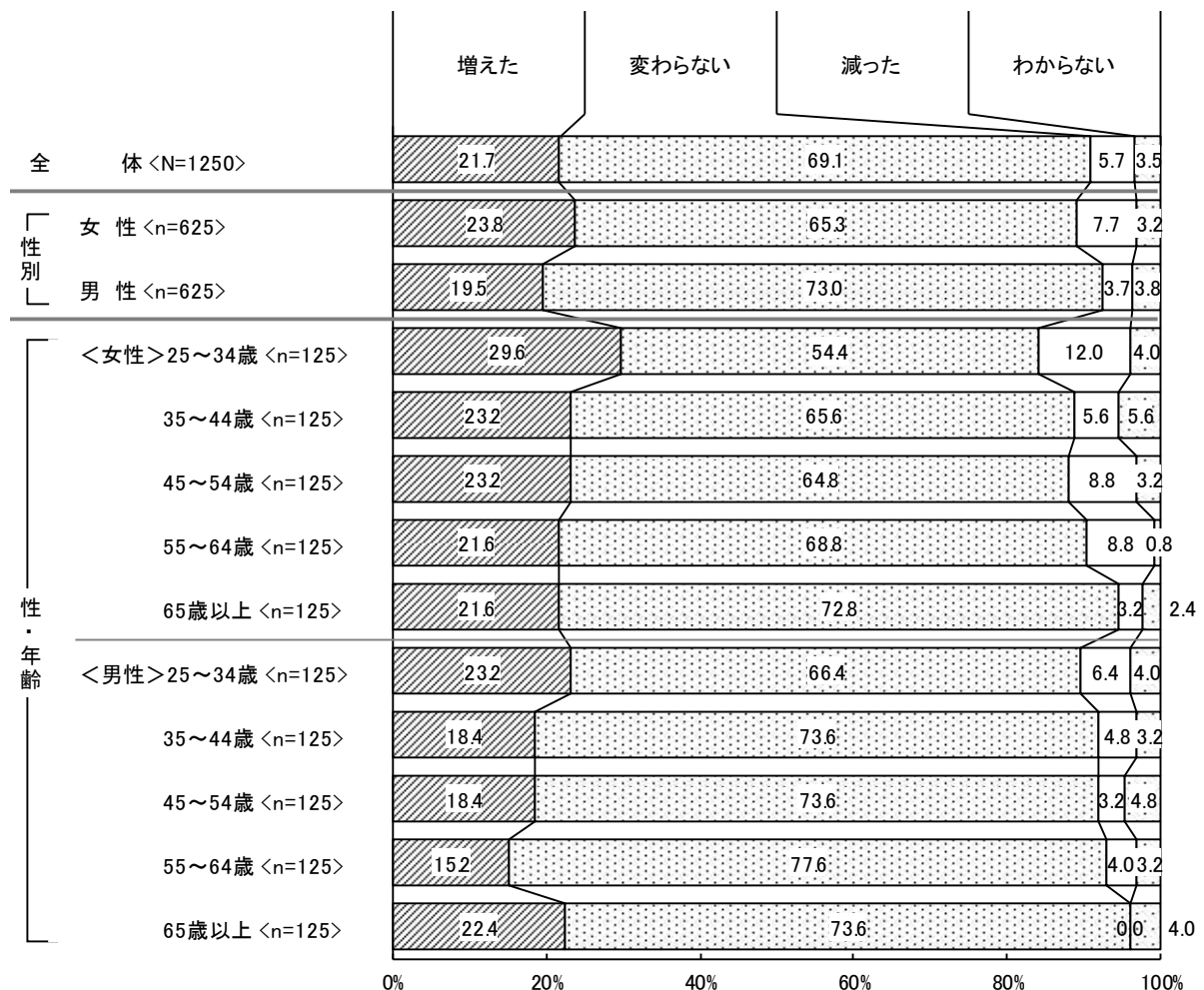
●《男性》では、平均は前回は週に「1.7回」→今回「1.8回」と、やはり微増程度の変化ですが、昨年は「週1回程度」が1位項目でしたが、今年は2位となっています。



## 2. 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」(65.3%)という人が約3分の2を占めているが、「増えた」(23.8%)が「減った」(7.7%)を大きく上回る。
- 《男性》でも「変わらない」(73.0%)が多く、「増えた」(19.5%)が「減った」(3.7%)より16ポイント近く高い。

図 8. 冷凍食品を利用する頻度は、1年前に比べて変わったか

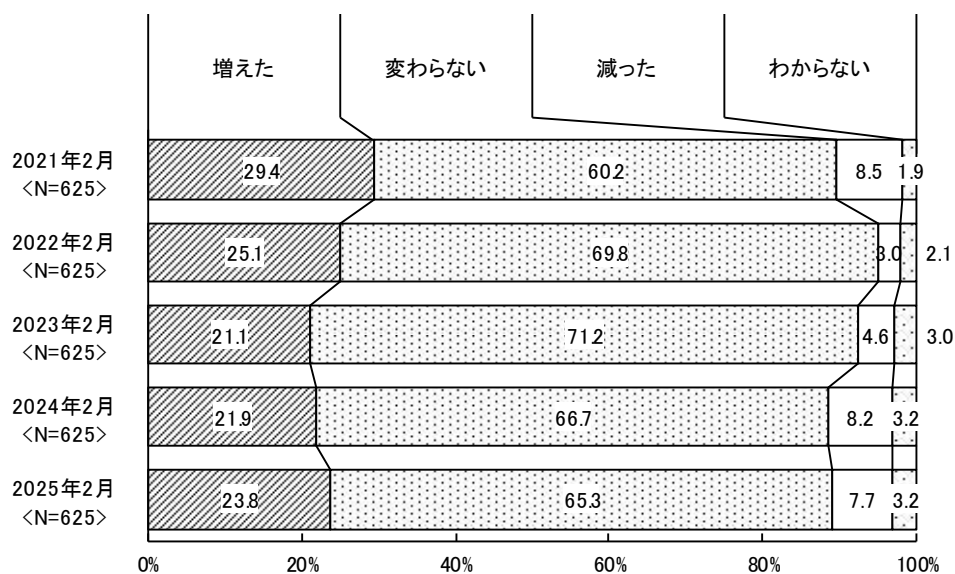


《女性》では「変わらない」(65.3%)が約3分の2を占めていますが、「減った」(7.7%)よりも「増えた」(23.8%)の方がかなり多くなっています。

《男性》でも、「変わらない」(73.0%)が7割を超え、「減った」(3.7%)より「増えた」(19.5%)の方が多くなっています。

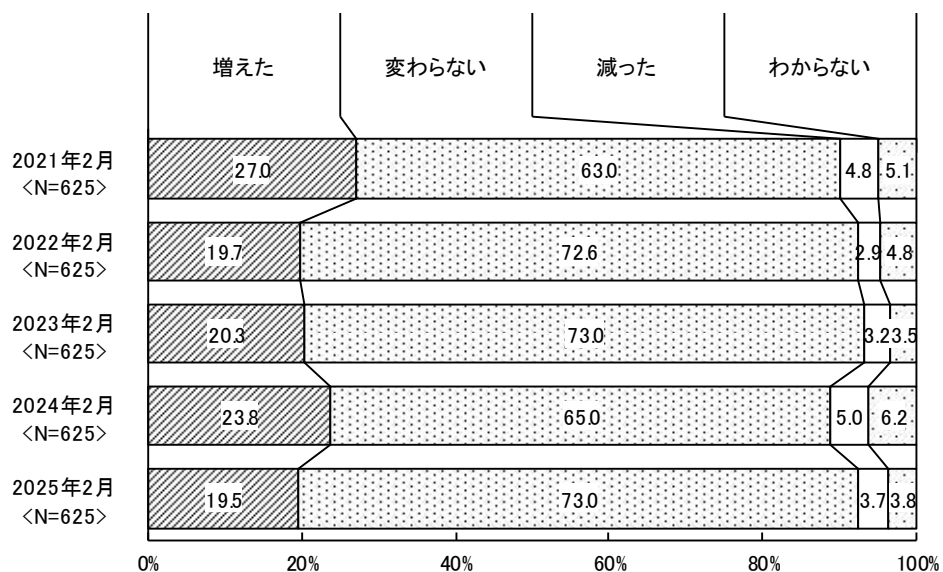
年齢別にみると、「増えた」割合が高いのは、女性では《25~34歳》(29.6%)、男性では《25~34歳》(23.2%)と《65歳以上》(22.4%)となっています。

図 9. 冷凍食品を利用する頻度は、1 年前に比べて変わったか〔時系列〕 ※女性のみ



●《女性》では、「増えた」が微増したものの「変わらない」が6割台を占め、前回と大差ない結果です。

図 10. 冷凍食品を利用する頻度は、1 年前に比べて変わったか〔時系列〕 ※男性のみ



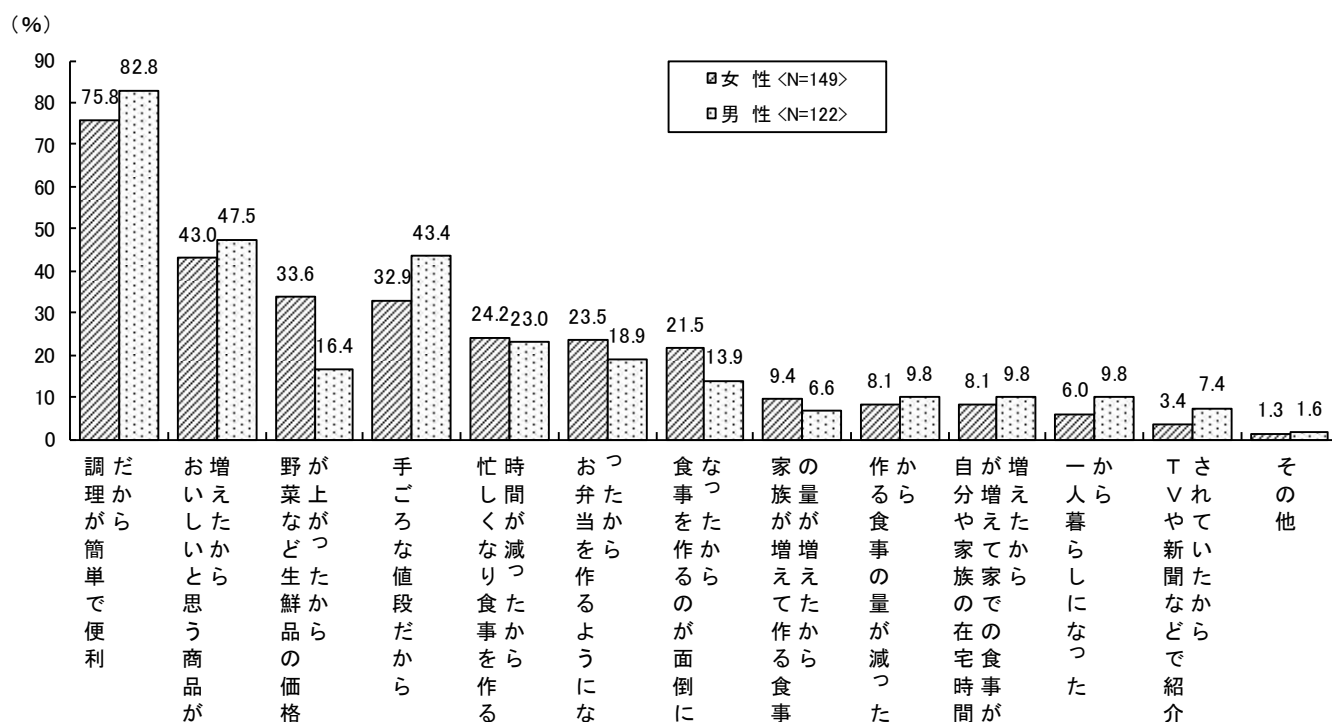
●《男性》では、「変わらない」(65.0%→73.0%)が増え、「増えた」(23.8%→19.5%)や「減った」(5.0%→3.7%)が減っています。

### 3. 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」(75.8%)が最も多く、次いで「おいしいと思う商品が増えたから」(43.0%)などの“冷凍食品のメリット”や、「野菜など生鮮品の価格が上がったから」(33.6%)、「手ごろな値段だから」(32.9%)といった“物価の影響”、「忙しくなり、食事を作る時間が減ったから」(24.2%)、「お弁当を作るようになったから」(23.5%)といった“生活面の環境変化”があげられる。

●《男性》でも、「調理が簡単で便利だから」(82.8%)がトップ。以下「おいしいと思う商品が増えたから」(47.5%)、「手ごろな値段だから」(43.4%)、「忙しくなり、食事を作る時間が減ったから」(23.0%)などが続く。

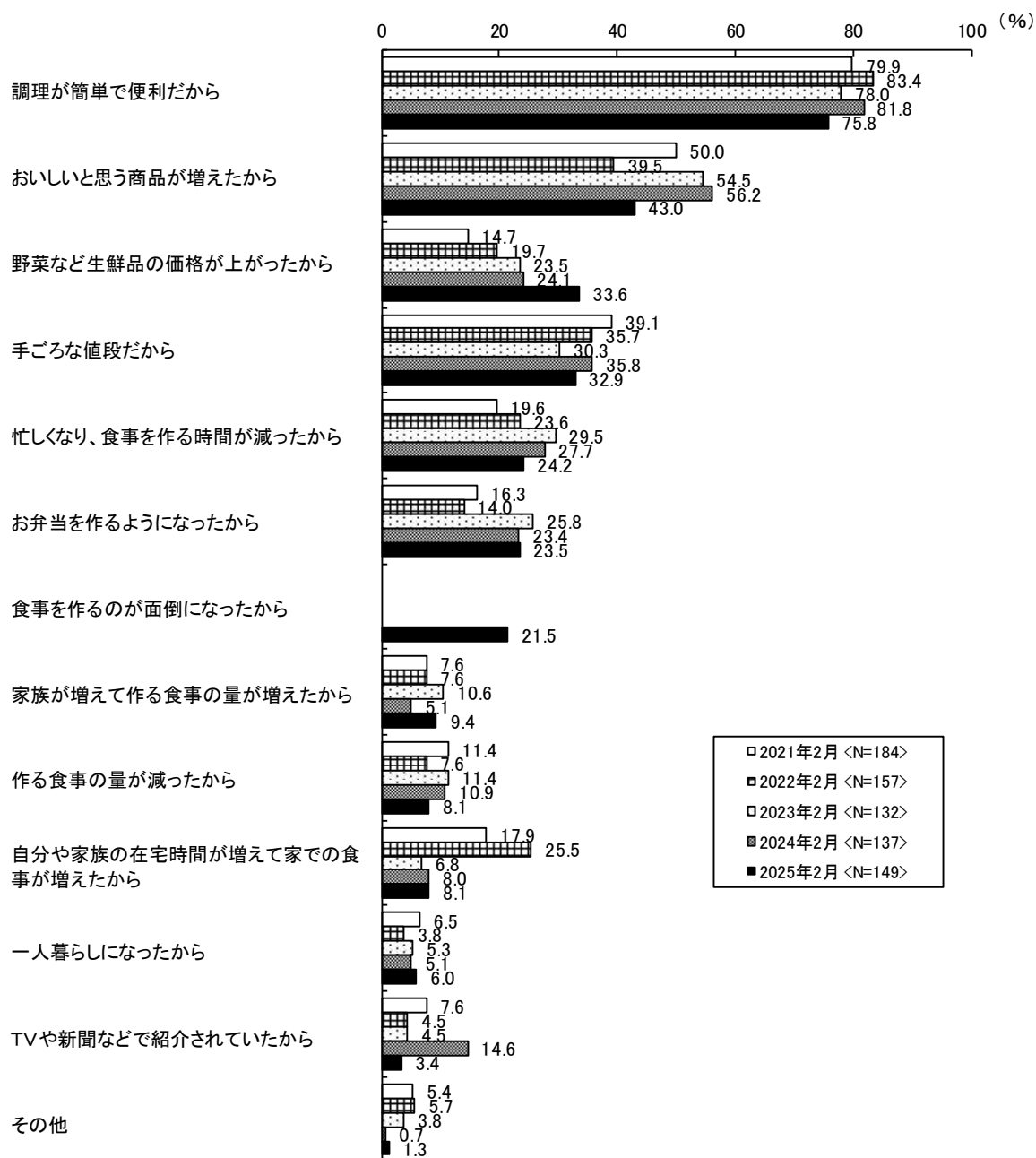
図 11. 冷凍食品を利用する頻度が「増えた」理由（複数回答）



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」(75.8%)が突出して多く、次いで「おいしいと思う商品が増えたから」(43.0%)などの“冷凍食品のメリット”や、「野菜など生鮮品の価格が上がったから」(33.6%)、「手ごろな値段だから」(32.9%)といった“物価の影響”、「忙しくなり食事を作る時間が減ったから」(24.2%)、「お弁当を作るようになったから」(23.5%)、「食事を作るのが面倒になったから」(21.5%)といった“生活面の環境変化”や“個人的な理由”などがあげられています。

《男性》では、《女性》同様「調理が簡単で便利だから」(82.8%)が突出して多く、以下「おいしいと思う商品が増えたから」(47.5%)、「手ごろな値段だから」(43.4%)、「忙しくなり食事を作る時間が減ったから」(23.0%)、「お弁当を作るようになったから」(18.9%)、「野菜など生鮮品の価格が上がったから」(16.4%)、「食事を作るのが面倒になったから」(13.9%)などの順で、上位には《女性》と同じような項目があげられていますが、「野菜など生鮮品の価格が上がったから」(女性 33.6%、男性 16.4%)、「食事を作るのが面倒になったから」(同 21.5%、13.9%)などは《女性》の方がかなり高い割合です。一方、「手ごろな値段だから」(同 32.9%、43.4%)、「調理が簡単で便利だから」(同 75.8%、82.8%)などは逆に《男性》の方が10ポイント前後高くなっています。

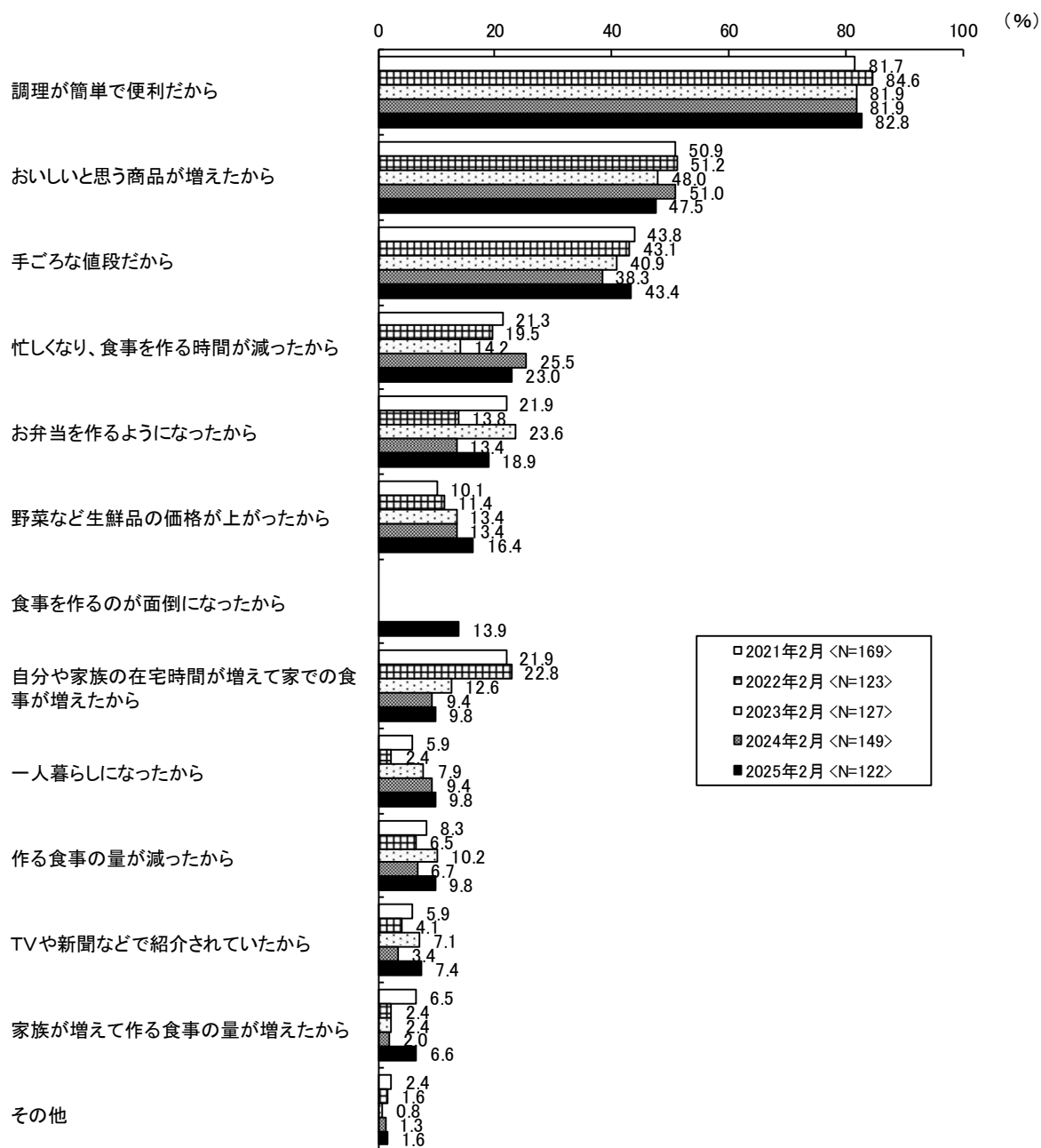
図 12. 冷凍食品を利用する頻度が「増えた」理由（複数回答）〔時系列〕 ※女性のみ



※「食事を作るのが面倒になったから」は2025年以降実施。

- 《女性》では、いずれの年でも「調理が簡単で便利だから」が圧倒的に多く、この5年間は8割前後で推移しています。そのほかの項目では、「おいしいと思う商品が増えたから」（56.2%→43.0%）、「TVや新聞などで紹介されていたから」（14.6%→3.4%）が10ポイント以上減った一方、「野菜など生鮮品の価格が上がったから」（24.1%→33.6%）は10ポイント近く増えています。

図 13. 冷凍食品を利用する頻度が「増えた」理由（複数回答）〔時系列〕 ※男性のみ



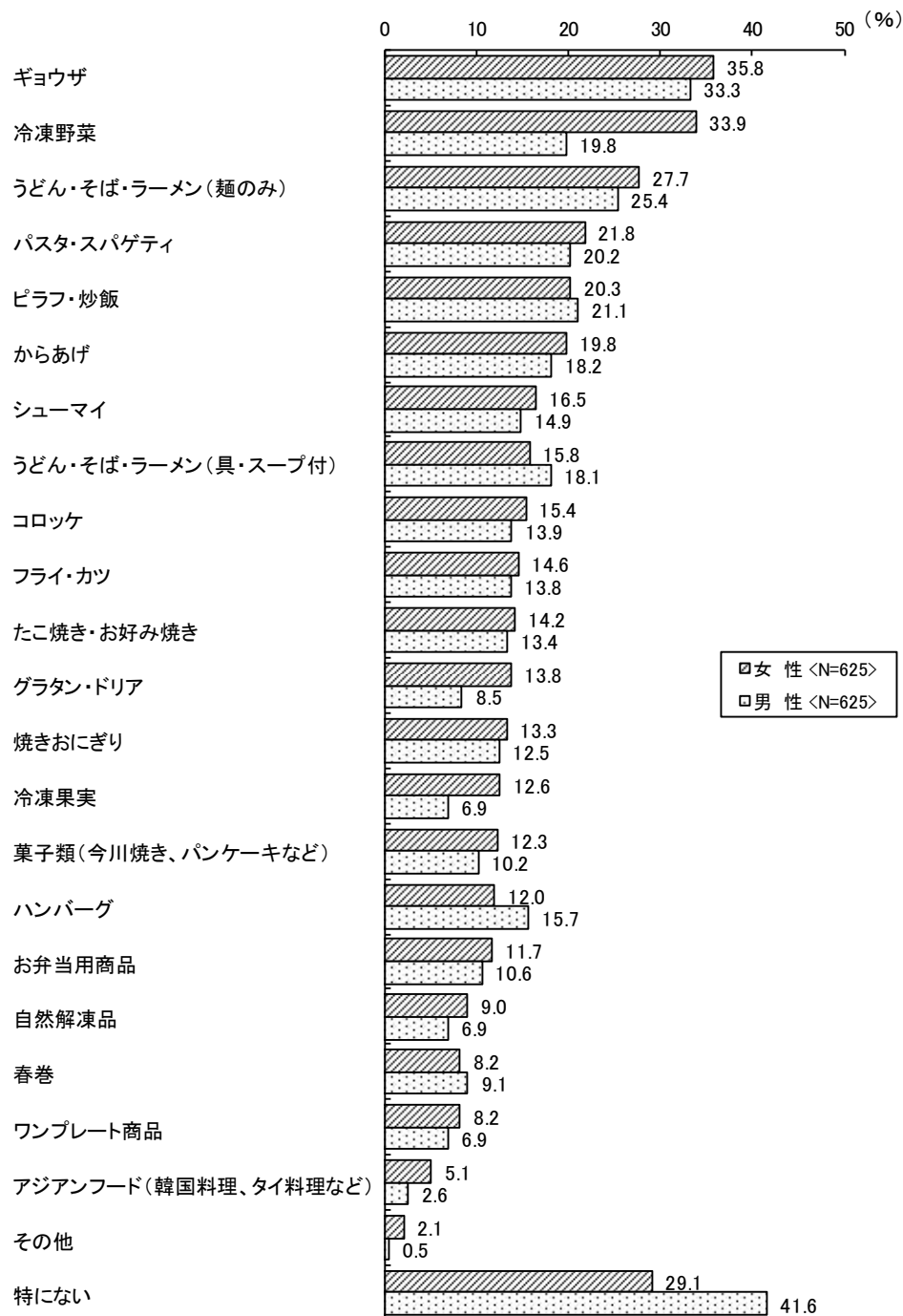
※「食事を作るのが面倒になったから」は2025年以降実施。

- 《男性》では、「手ごろな値段だから」（38.3%→43.4%）が5ポイントほど増えているのが最も大きな変化で、総じて前回とあまり変わっていません。

#### 4. 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」(35.8%)、「冷凍野菜」(33.9%)、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(27.7%)、「パスタ・スパゲティ」(21.8%)、「ピラフ・炒飯」(20.3%)などが多く、「何らかの利用が増えた冷凍食品がある」人が7割強(70.9%)。
- 《男性》でも「ギョウザ」(33.3%)がトップ。以下、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(25.4%)、「ピラフ・炒飯」(21.1%)、「パスタ・スパゲティ」(20.2%)などの順で、「何らかの利用が増えた冷凍食品がある」のは6割弱(58.4%)。

図 14. 1年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品（複数回答）

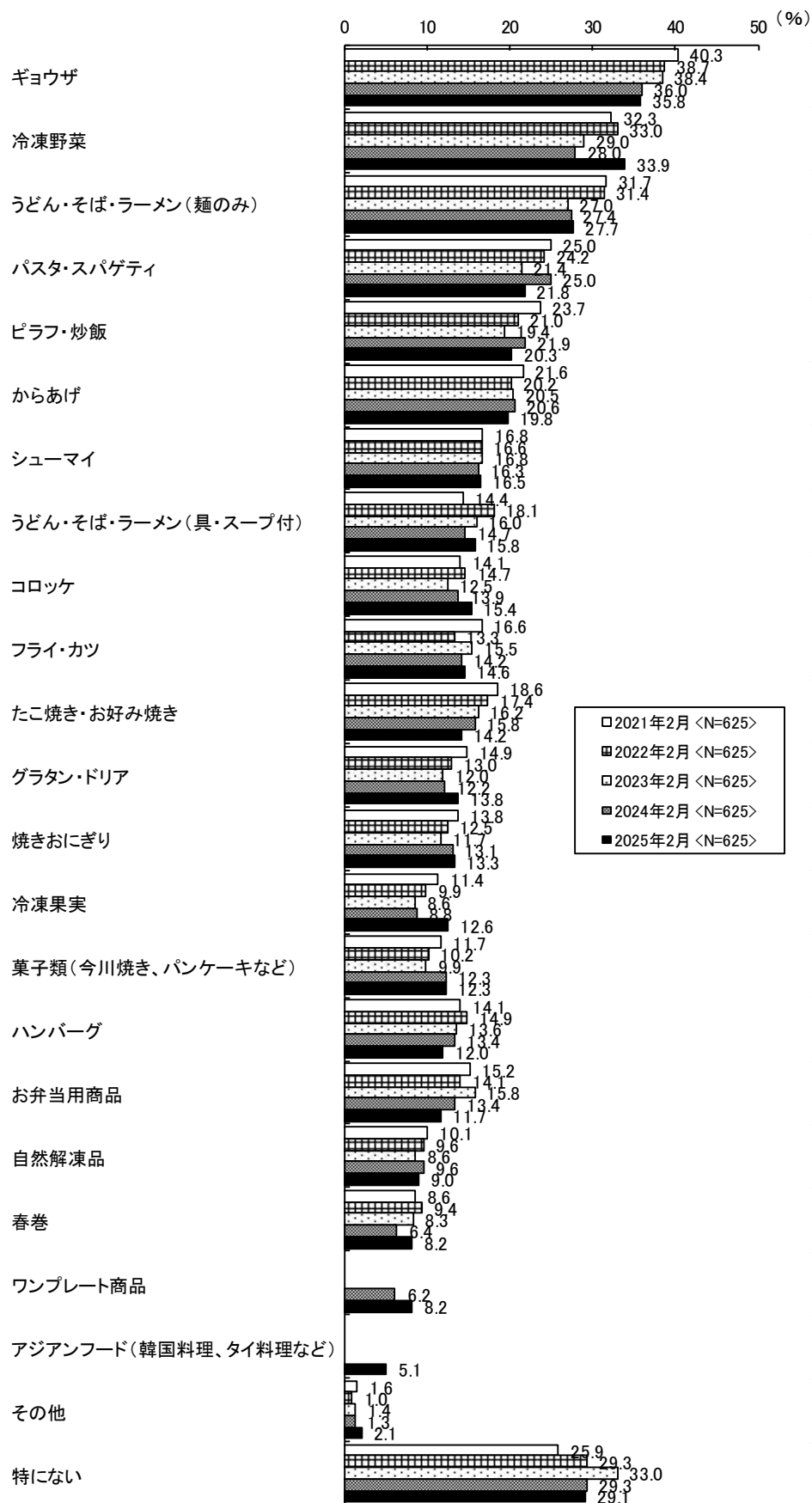


1年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品は何か聞いてみたところ、《女性》では「ギョウザ」(35.8%)がトップで、以下「冷凍野菜」(33.9%)、「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(27.7%)、「パスタ・スパゲティ」(21.8%)、

「ピラフ・炒飯」(20.3%)が続いています。また、利用頻度が増えた食品は「特にない」という人は3割弱(29.1%)で、残りの7割強(70.9%)は“何らかの利用が増えた冷凍食品がある”結果となっています。

一方、《男性》でも「ギョウザ」(33.3%)がトップ。以下「うどん・そば・ラーメン(麺のみ)」(25.4%)、「ピラフ・炒飯」(21.1%)、「パスタ・スパゲティ」(20.2%)、「冷凍野菜」(19.8%)が続いています。《女性》では「冷凍野菜」(33.9%)が第2位で、1位の「ギョウザ」(35.8%)とほぼ同数でしたが、《男性》(19.8%)では《女性》より10ポイント以上低くなっています。また、利用頻度が増えた食品は「特にない」という割合は41.6%で、《女性》(29.1%)よりも多く、“何らかの利用が増えた冷凍食品がある”という割合は58.4%です。

図 15. 1 年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品（複数回答）〔時系列〕 ※女性のみ

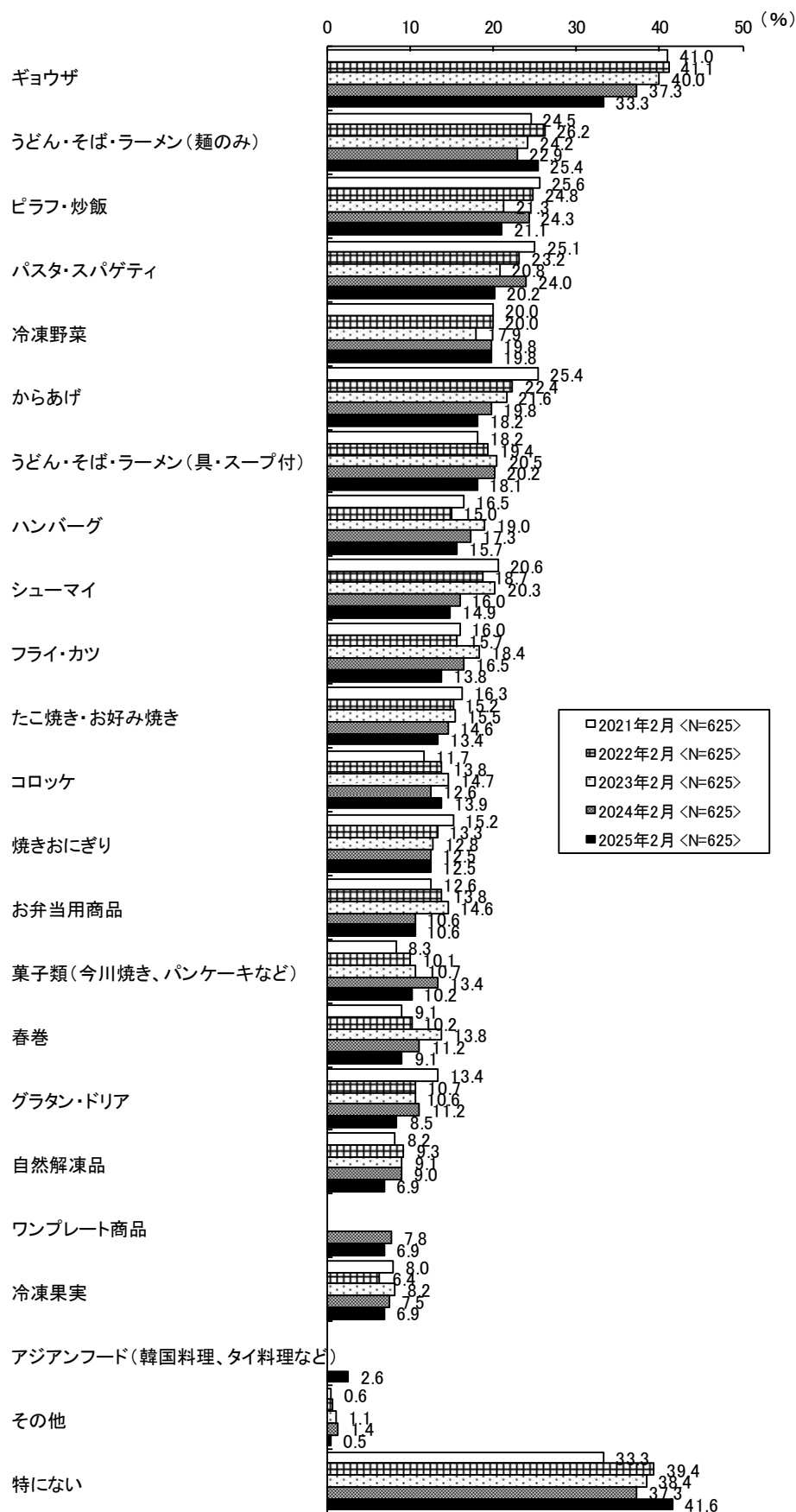


※「ワンプレート商品」は2024年以降、「アジアンフード(韓国料理、タイ料理など)」は2025年以降実施。

●前回到比べて大きく変動した項目はなく、「冷凍野菜」(28.0%→33.9%)が約6ポイント増えているのが最も大きな変化です。



図 16. 1 年前に比べ、利用頻度が増えた冷凍食品（複数回答）〔時系列〕 ※男性のみ



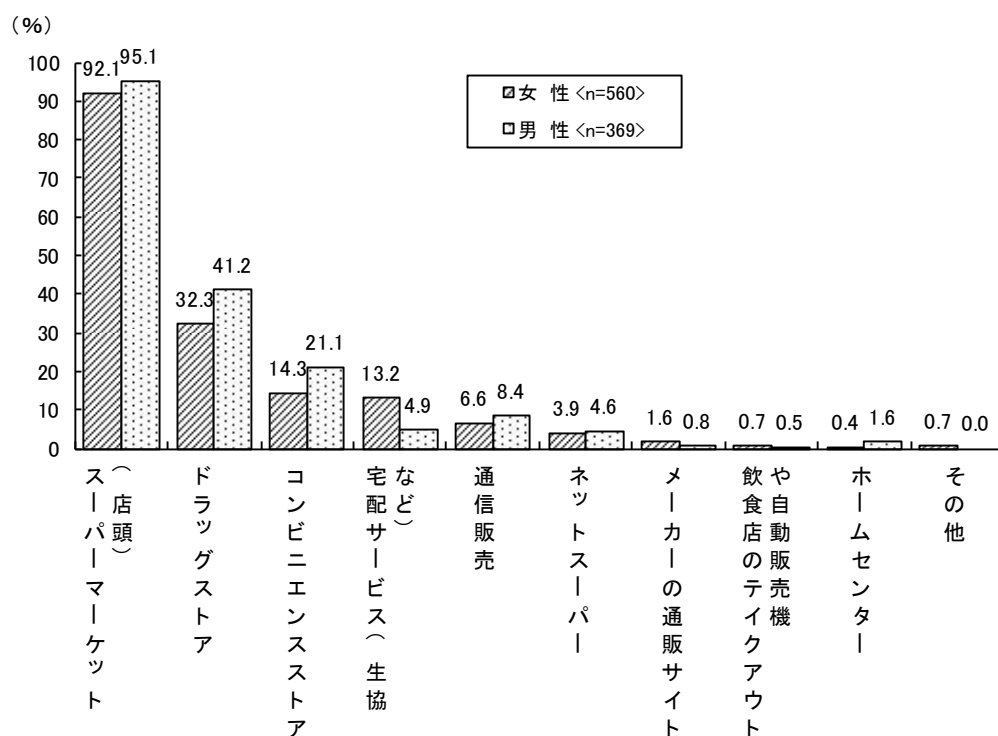
※「ワンプレート商品」は2024年以降、「アジアンフード(韓国料理、タイ料理など)」は2025年以降実施。

●男性でも、前回とあまり大きな差はありませんが、トップの「ギョウザ」はこの数年減少傾向にあります。

## 5. 冷凍食品の購入場所

- 《女性》では、「スーパーマーケット(店頭)」(92.1%)が圧倒的で、そのほかは「ドラッグストア」(32.3%)、「コンビニエンスストア」(14.3%)、「宅配サービス(生協など)」(13.2%)などが続く。「宅配サービス(生協など)」の利用は《男性》(4.9%)に比べて高い。
- 《男性》でも、「スーパーマーケット(店頭)」(95.1%)が圧倒的に多く、次いで「ドラッグストア」(41.2%)、「コンビニエンスストア」(21.1%)が続くが、「ドラッグストア」は女性より10ポイント近く高い。
- 年齢別では、「ドラッグストア」「コンビニエンスストア」は若い人で購入率が高い傾向。

図 17. 主にどこで冷凍食品を購入しているか（回答は3つまで）



| 性別      | 女性 <n=560>        | 92.1 | 32.3 | 14.3 | 13.2 | 6.6  | 3.9 | 1.6 | 0.7 | 0.4 | 0.7 |
|---------|-------------------|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|
|         | 男性 <n=369>        | 95.1 | 41.2 | 21.1 | 4.9  | 8.4  | 4.6 | 0.8 | 0.5 | 1.6 | -   |
| 性・年齢    | <女性>25～34歳 <n=96> | 95.8 | 41.7 | 26.0 | 6.3  | 2.1  | 4.2 | -   | -   | -   | -   |
|         | 35～44歳 <n=108>    | 92.6 | 37.0 | 13.0 | 10.2 | 6.5  | 3.7 | 1.9 | 1.9 | -   | 0.9 |
|         | 45～54歳 <n=116>    | 94.0 | 40.5 | 9.5  | 16.4 | 6.0  | 4.3 | 2.6 | -   | 0.9 | 0.9 |
|         | 55～64歳 <n=118>    | 92.4 | 22.9 | 16.1 | 11.0 | 8.5  | 3.4 | 2.5 | 0.8 | -   | 0.8 |
|         | 65歳以上 <n=122>     | 86.9 | 22.1 | 9.0  | 20.5 | 9.0  | 4.1 | 0.8 | 0.8 | 0.8 | 0.8 |
|         | <男性>25～34歳 <n=87> | 94.3 | 50.6 | 28.7 | 1.1  | 5.7  | 2.3 | -   | -   | 1.1 | -   |
|         | 35～44歳 <n=85>     | 94.1 | 41.2 | 23.5 | 4.7  | 9.4  | 4.7 | 1.2 | 1.2 | 2.4 | -   |
|         | 45～54歳 <n=72>     | 97.2 | 44.4 | 22.2 | 5.6  | 6.9  | 4.2 | 1.4 | -   | -   | -   |
|         | 55～64歳 <n=65>     | 96.9 | 41.5 | 13.8 | 6.2  | 6.2  | 6.2 | -   | 1.5 | 3.1 | -   |
|         | 65歳以上 <n=60>      | 93.3 | 23.3 | 13.3 | 8.3  | 15.0 | 6.7 | 1.7 | -   | 1.7 | -   |
| ライフステージ | 女性・同居者なし <n=118>  | 93.2 | 36.4 | 21.2 | 5.9  | 10.2 | 5.9 | 3.4 | 0.8 | 0.8 | -   |
|         | 女性・同居者あり <n=442>  | 91.9 | 31.2 | 12.4 | 15.2 | 5.7  | 3.4 | 1.1 | 0.7 | 0.2 | 0.9 |
|         | 女性・有職主婦 <n=262>   | 92.7 | 35.1 | 12.2 | 11.8 | 6.9  | 4.2 | 1.9 | 0.8 | 0.4 | 1.5 |
|         | 女性・専業主婦 <n=174>   | 89.7 | 25.3 | 13.2 | 21.8 | 5.7  | 4.0 | 0.6 | 0.6 | -   | -   |
|         | 女性・未婚で有職者 <n=100> | 95.0 | 39.0 | 20.0 | 2.0  | 4.0  | 4.0 | 2.0 | 1.0 | 1.0 | -   |
|         | 男性・同居者なし <n=134>  | 97.0 | 35.1 | 14.2 | 3.7  | 11.2 | 4.5 | 1.5 | -   | 1.5 | -   |
|         | 男性・同居者あり <n=235>  | 94.0 | 44.7 | 25.1 | 5.5  | 6.8  | 4.7 | 0.4 | 0.9 | 1.7 | -   |

冷凍食品を“自分で購入する”という人に、冷凍食品は主にどこで購入しているか聞いてみました。

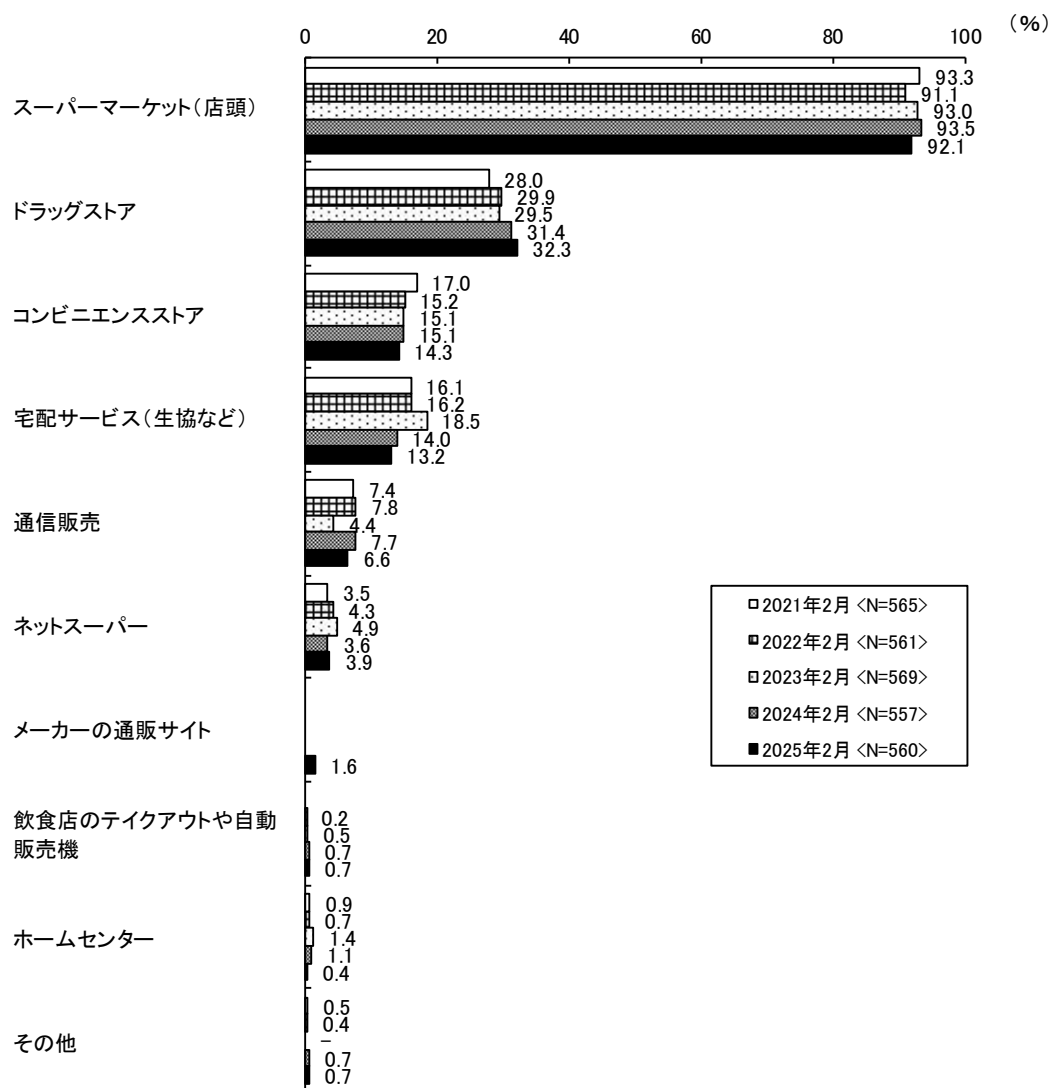
《女性》では、「スーパーマーケット（店頭）」（92.1%）が圧倒的に多くなっています。その他はかなり少なくなりますが、「ドラッグストア」（32.3%）、「コンビニエンスストア」（14.3%）、「宅配サービス（生協など）」（13.2%）が続いています。なお、「ネットスーパー」（3.9%）で冷凍食品を購入する人はまだまだ少数派です。

《男性》でも、「スーパーマーケット（店頭）」（95.1%）が圧倒的に多く、次いで「ドラッグストア」（41.2%）、「コンビニエンスストア」（21.1%）が続き、「ドラッグストア」は女性より10ポイント近く高くなっています。一方、「宅配サービス（生協など）」（4.9%）は、《女性》（13.2%）に比べてかなり少なめです。

年齢別にみると、男女とも年齢にかかわらず「スーパーマーケット（店頭）」が多くなっている点に変わりはありませんが、男女とも「ドラッグストア」「コンビニエンスストア」は若い人で高い傾向がみられます。また、《女性》では「宅配サービス（生協など）」は年代が上の方が高い傾向にあります。

ライフステージ別にみると、男女ともいずれも「スーパーマーケット（店頭）」が圧倒的に多くなっています。女性の同居者の有無別では、「宅配サービス（生協など）」の割合は《女性・同居者なし》（5.9%）よりも、《女性・同居者あり》（15.2%）の方が10ポイントほど高い割合です。職業の有無別では、「ドラッグストア」をあげる割合は《専業主婦》（25.3%）よりも《有職主婦》（35.1%）の方が、「宅配サービス（生協など）」をあげる割合は逆に《有職主婦》（11.8%）よりも《専業主婦》（21.8%）の方が、それぞれ10ポイント程度高くなっています。また、男性の同居者の有無別では、「ドラッグストア」（同居者なし 35.1%、同居者あり 44.7%）、「コンビニエンスストア」（同居者なし 14.2%、同居者あり 25.1%）の割合は、《同居者あり》の方が高くなっています。

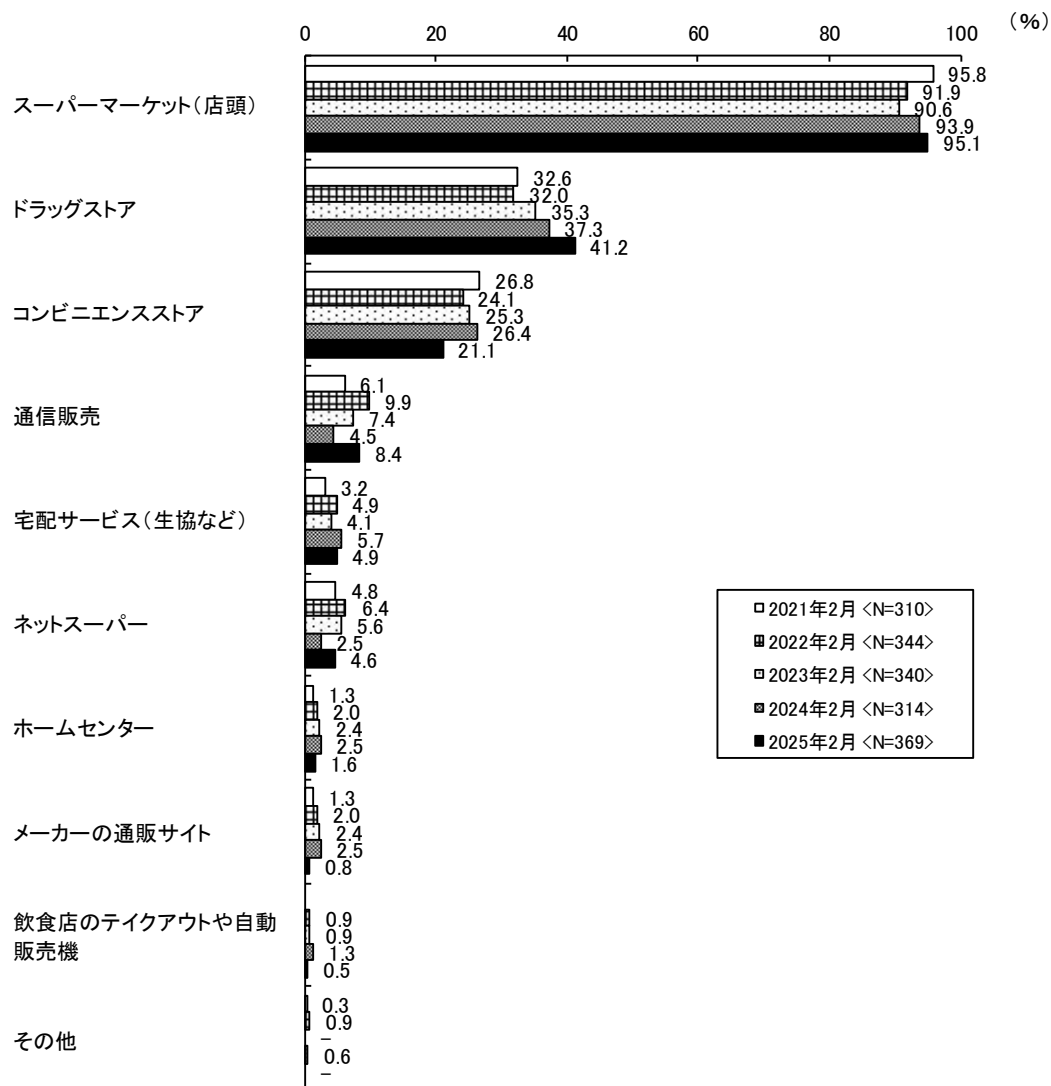
図 18. 主にどこで冷凍食品を購入しているか（回答は3つまで）〔時系列〕 ※女性のみ



※「飲食店のテイクアウトや自動販売機」は2022年以降、「メーカーの通販サイト」は2025年以降実施。

● 《女性》では、前回と結果はほとんど変わりません。

図 19. 主にどこで冷凍食品を購入しているか（回答は3つまで）〔時系列〕 ※男性のみ



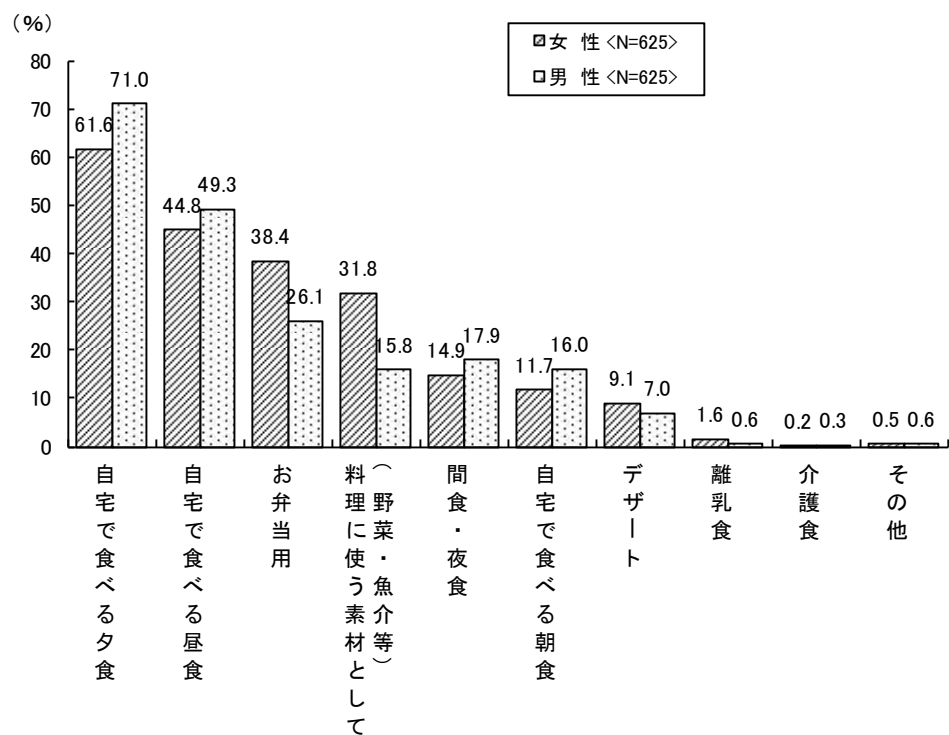
※「飲食店のテイクアウトや自動販売機」は2022年以降、「メーカーの通販サイト」は2025年以降実施。

- 《男性》でも、「コンビニエンスストア」(26.4%→21.1%)が5ポイントほど減っているのが最も大きな変化で、総じて前回から大きな変動はありません。2022年より経年で伸びが見られるのは「ドラッグストア」です。

6. 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」(61.6%)が最も多く、以下「自宅で食べる昼食」(44.8%)、「お弁当用」(38.4%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(31.8%)、「間食・夜食」(14.9%)などの順。
- 《男性》でも「自宅で食べる夕食」(71.0%)が最も多く、以下「自宅で食べる昼食」(49.3%)、「お弁当用」(26.1%)、「間食・夜食」(17.9%)、「自宅で食べる朝食」(16.0%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(15.8%)などの順で、《女性》と比べ、「自宅で食べる夕食」は高いが、「お弁当用」「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」は 10 ポイント以上低い。
- 年齢別では、男女とも「自宅で食べる夕食」は年代が上がるほど高め、「間食・夜食」は若い人ほど高めの傾向。

図 20. 冷凍食品を購入している目的（複数回答）



|      |                    |      |      |      |      |      |      |      |     |     |     |
|------|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|
| 性別   | 女性 <n=625>         | 61.6 | 44.8 | 38.4 | 31.8 | 14.9 | 11.7 | 9.1  | 1.6 | 0.2 | 0.5 |
|      | 男性 <n=625>         | 71.0 | 49.3 | 26.1 | 15.8 | 17.9 | 16.0 | 7.0  | 0.6 | 0.3 | 0.6 |
| 性・年齢 | <女性>25～34歳 <n=125> | 55.2 | 50.4 | 48.0 | 21.6 | 22.4 | 12.0 | 5.6  | 4.8 | 0.8 | —   |
|      | 35～44歳 <n=125>     | 60.0 | 42.4 | 51.2 | 27.2 | 14.4 | 12.0 | 7.2  | 2.4 | —   | 0.8 |
|      | 45～54歳 <n=125>     | 62.4 | 35.2 | 43.2 | 29.6 | 20.8 | 12.0 | 9.6  | —   | —   | —   |
|      | 55～64歳 <n=125>     | 65.6 | 43.2 | 32.0 | 29.6 | 7.2  | 10.4 | 9.6  | 0.8 | —   | 0.8 |
|      | 65歳以上 <n=125>      | 64.8 | 52.8 | 17.6 | 51.2 | 9.6  | 12.0 | 13.6 | —   | —   | 0.8 |
|      | <男性>25～34歳 <n=125> | 68.8 | 53.6 | 31.2 | 12.0 | 24.8 | 20.0 | 7.2  | 0.8 | —   | 0.8 |
|      | 35～44歳 <n=125>     | 64.0 | 45.6 | 25.6 | 18.4 | 23.2 | 19.2 | 7.2  | 2.4 | 0.8 | 1.6 |
|      | 45～54歳 <n=125>     | 72.8 | 45.6 | 40.0 | 12.8 | 17.6 | 17.6 | 4.8  | —   | —   | —   |
|      | 55～64歳 <n=125>     | 77.6 | 51.2 | 23.2 | 16.0 | 12.0 | 14.4 | 8.0  | —   | —   | —   |
|      | 65歳以上 <n=125>      | 72.0 | 50.4 | 10.4 | 20.0 | 12.0 | 8.8  | 8.0  | —   | 0.8 | 0.8 |

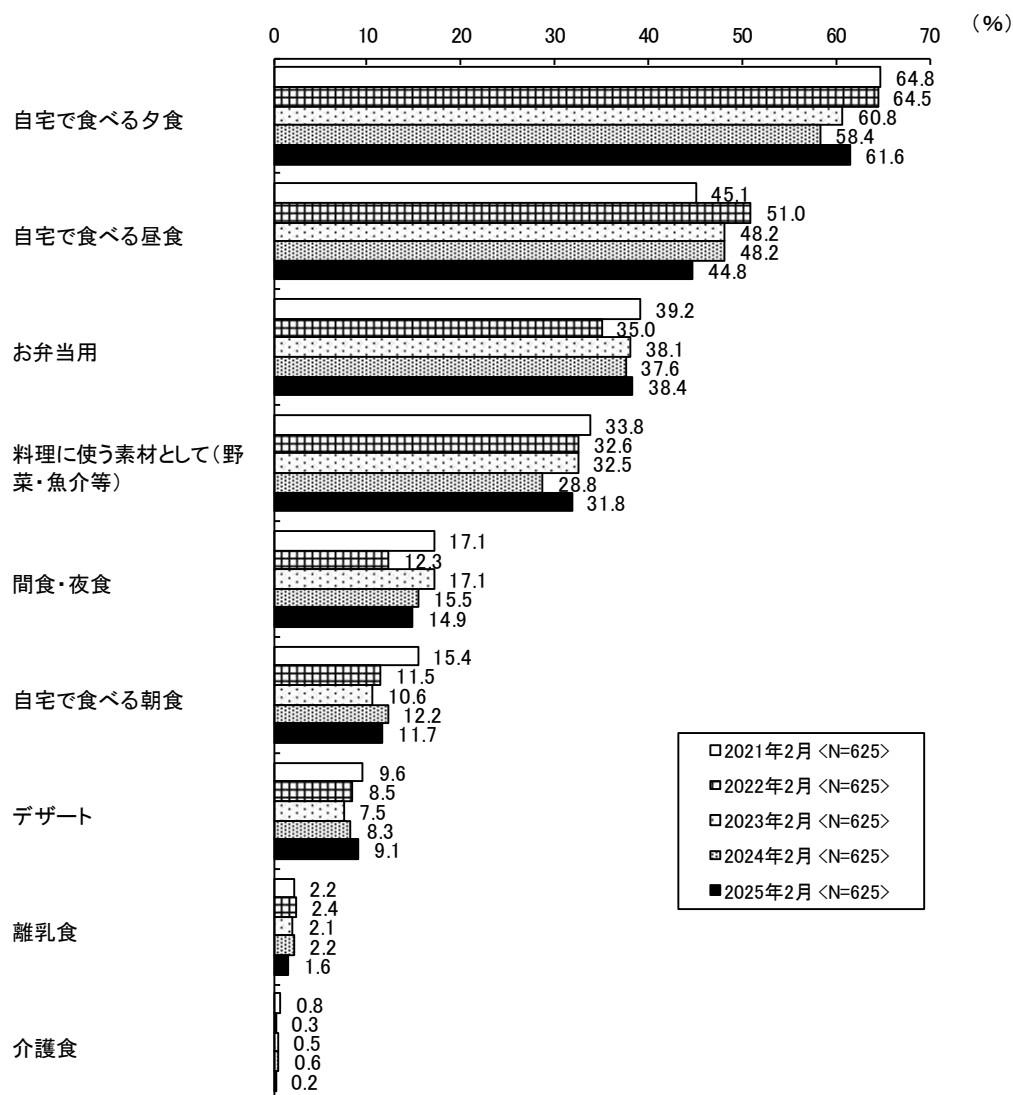
《女性》では「自宅で食べる夕食」(61.6%) が最も多く、以下「自宅で食べる昼食」(44.8%)、「お弁当用」(38.4%)、「料理に使う素材として (野菜・魚介等)」(31.8%)、「間食・夜食」(14.9%) などの順です。

《男性》でも「自宅で食べる夕食」(71.0%) が最も多く、以下「自宅で食べる昼食」(49.3%)、「お弁当用」(26.1%)、

「間食・夜食」(17.9%)、「自宅で食べる朝食」(16.0%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(15.8%)などの順です。《女性》と比べ、「自宅で食べる夕食」(女性 61.6%、男性 71.0%)は10ポイント近く高くなっていますが、「お弁当用」(同 38.4%、26.1%)、「料理に使う素材として(野菜・魚介等)」(同 31.8%、15.8%)は《女性》の方が10ポイント以上高くなっています。

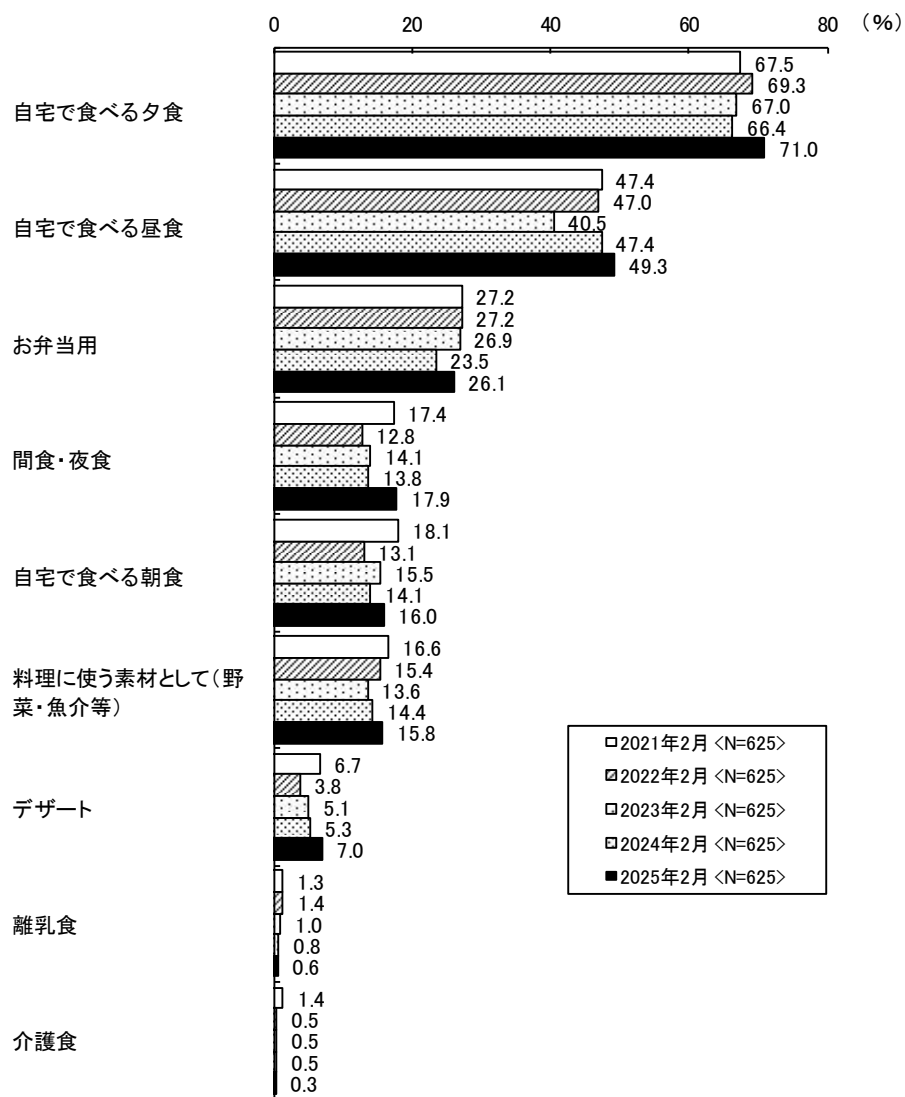
年齢別でみると、男女とも「自宅で食べる夕食」は年代が上がるほど高め、「間食・夜食」は若い人ほど高めな傾向があります。また、《男性》では若い人ほど「自宅で食べる朝食」が高い傾向がみられます。

図 21. 冷凍食品を購入している目的(複数回答)[時系列] ※女性のみ



●《女性》では、「自宅で食べる夕食」が常にトップとなっている点など、総じて前回と変わらない結果となっています。

図 22. 冷凍食品を購入している目的（複数回答）〔時系列〕 ※男性のみ



●《男性》でも、「自宅で食べる夕食」が常にトップであり、前回から大きな変化はありません。



## 7. 冷凍食品の魅力

- 《女性》では、「調理の手間が省ける」(63.4%)が 6 割強で最も多く、以下「買い置きができる」(57.1%)、「調理時間が短縮できる」(51.7%)といった魅力を半数以上の人があげている。
- 《男性》では、「調理の手間が省ける」(58.7%)、「おいしい」(51.8%)、「買い置きができる」(50.1%)が5割台で多く、次いで「調理時間が短縮できる」(44.8%)、「価格が安い」(31.7%)が続くが、総じて《女性》よりも低い割合の項目が多い。
- 用途別では、《女性》では、総じて「調理の手間が省ける」が多いが、【5】間食・夜食】、【9】デザート】では「おいしい」(順に 54.8%、73.7%)が最も多い。
- 《男性》は用途別では「おいしい」が最も高い項目が多く、特に【5】間食・夜食】、【9】デザート】(順に 56.3%、68.2%)では半数を超える。

表 1. 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 | 調理の手間が省ける | 買い置きができる | 調理時間が短縮できる | おいしい | 品数が足りない時に便利 | 食品ロスを減らせる | 外食よりも安く抑えられる | 価格が安い | 供給が安定している（いつでも買える） | 自分で作るの難しいから | メニューの種類が豊富 | 自然解凍で使える | 料理の素材としてアレンジできる | 子どもや家族が好き | しめる（世界の料理など）<br>普段作らないような料理が楽 | 栄養価が維持されている | 原料原産地がはっきりしている | プロの味が楽しめる | その他 |
| 全 体  |            | 1250  | 61.0      | 53.6     | 48.2       | 50.7 | 26.4        | 19.3      | 21.1         | 26.1  | 18.7               | 20.6        | 16.7       | 12.1     | 11.0            | 10.8      | 6.3                           | 7.1         | 5.0            | 5.2       | 0.3 |
| 性別   | 女 性        | 625   | 63.4      | 57.1     | 51.7       | 49.6 | 32.0        | 23.2      | 21.4         | 20.5  | 20.5               | 18.1        | 14.7       | 14.7     | 13.3            | 13.0      | 6.9                           | 6.7         | 5.4            | 5.0       | 0.3 |
|      | 男 性        | 625   | 58.7      | 50.1     | 44.8       | 51.8 | 20.8        | 15.4      | 20.8         | 31.7  | 17.0               | 23.2        | 18.7       | 9.4      | 8.8             | 8.6       | 5.8                           | 7.5         | 4.5            | 5.4       | 0.3 |
| 性・年齢 | <女性>25～34歳 | 125   | 57.6      | 38.4     | 50.4       | 56.8 | 26.4        | 16.8      | 13.6         | 26.4  | 14.4               | 20.8        | 17.6       | 13.6     | 10.4            | 11.2      | 4.0                           | 9.6         | 3.2            | 3.2       | －   |
|      | 35～44歳     | 125   | 60.8      | 44.8     | 52.8       | 60.0 | 33.6        | 16.8      | 21.6         | 23.2  | 15.2               | 20.0        | 19.2       | 16.0     | 8.0             | 24.0      | 5.6                           | 4.0         | 3.2            | 4.0       | 0.8 |
|      | 45～54歳     | 125   | 67.2      | 52.8     | 49.6       | 48.0 | 28.0        | 21.6      | 23.2         | 16.8  | 21.6               | 16.8        | 14.4       | 13.6     | 12.0            | 18.4      | 9.6                           | 7.2         | 4.8            | 5.6       | －   |
|      | 55～64歳     | 125   | 65.6      | 68.8     | 55.2       | 46.4 | 40.0        | 24.0      | 18.4         | 18.4  | 20.8               | 17.6        | 11.2       | 15.2     | 16.0            | 7.2       | 4.8                           | 4.8         | 4.0            | 3.2       | －   |
|      | 65歳以上      | 125   | 65.6      | 80.8     | 50.4       | 36.8 | 32.0        | 36.8      | 30.4         | 17.6  | 30.4               | 15.2        | 11.2       | 15.2     | 20.0            | 4.0       | 10.4                          | 8.0         | 12.0           | 8.8       | 0.8 |
|      | <男性>25～34歳 | 125   | 55.2      | 34.4     | 44.8       | 57.6 | 17.6        | 10.4      | 17.6         | 41.6  | 13.6               | 21.6        | 16.8       | 9.6      | 7.2             | 10.4      | 4.8                           | 12.0        | 4.8            | 3.2       | －   |
|      | 35～44歳     | 125   | 52.0      | 41.6     | 43.2       | 52.0 | 17.6        | 12.0      | 21.6         | 31.2  | 16.8               | 25.6        | 20.0       | 8.8      | 12.0            | 12.0      | 4.8                           | 11.2        | 4.8            | 4.8       | －   |
|      | 45～54歳     | 125   | 58.4      | 44.8     | 44.8       | 60.0 | 25.6        | 16.0      | 17.6         | 32.0  | 12.8               | 20.0        | 19.2       | 12.0     | 8.0             | 13.6      | 4.8                           | 10.4        | 2.4            | 3.2       | 0.8 |
|      | 55～64歳     | 125   | 66.4      | 56.8     | 47.2       | 44.0 | 20.8        | 17.6      | 23.2         | 27.2  | 16.8               | 25.6        | 18.4       | 8.8      | 6.4             | 2.4       | 5.6                           | 2.4         | 3.2            | 6.4       | －   |
|      | 65歳以上      | 125   | 61.6      | 72.8     | 44.0       | 45.6 | 22.4        | 20.8      | 24.0         | 26.4  | 24.8               | 23.2        | 19.2       | 8.0      | 10.4            | 4.8       | 8.8                           | 1.6         | 7.2            | 9.6       | 0.8 |

《女性》では、「調理の手間が省ける」(63.4%)が最も多く、以下「買い置きができる」(57.1%)、「調理時間が短縮できる」(51.7%)、「おいしい」(49.6%)、「品数が足りない時に便利」(32.0%)、「必要な分だけ食べられるので食品ロスが減らせる」(23.2%)、「外食よりも安く抑えられる」(21.4%)、「価格が安い」(20.5%)、「供給が安定している（いつでも買える）」(20.5%)などの順となっています。

《男性》でも、「調理の手間が省ける」(58.7%)が最も多く、以下「おいしい」(51.8%)、「買い置きができる」(50.1%)、「調理時間が短縮できる」(44.8%)、「価格が安い」(31.7%)、「自分で作るの難しいから」(23.2%)、「品数が足りない時に便利」(20.8%)、「外食よりも安く抑えられる」(20.8%)などの順です。全般的に《女性》に比べて低い割合の項目が多く、特に「品数が足りない時に便利」(女性 32.0%、男性 20.8%)では10ポイント以上の差が生じています。

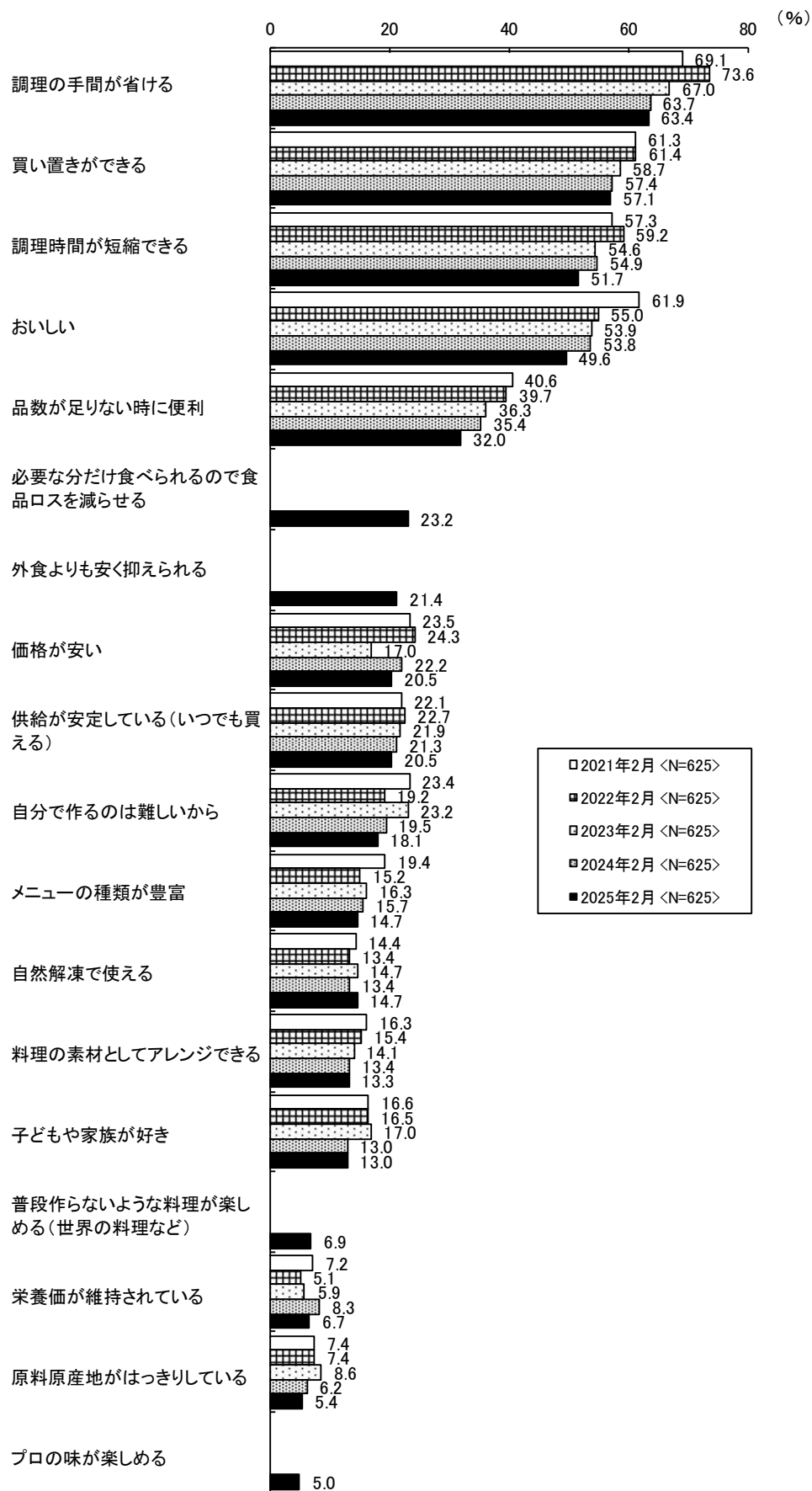
年齢別にみると、男女とも年代が上がるほど高い割合となっている項目が多く、特に「買い置きができる」「必要な分だけ食べられるので食品ロスを減らせる」などにおける傾向が顕著です。

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 | 調理の手間が省ける | 買い置きができる | 調理時間が短縮できる | おいしい | 品数が足りない時に便利 | 食品ロスを減らせる | 必要な分だけ食べられるので | 外食よりも安く抑えられる | 価格が安い | 供給が安定している（いつでも買える） | 自分で作るの難しいから | メニューの種類が豊富 | 自然解凍で使える | 料理の素材としてアレンジできる | 子どもや家族が好き | 普段作らないような料理が楽 | しめる（世界の料理など） | 栄養価が維持されている | 原料原産地がはっきりしている | プロの味が楽しめる | その他 |
| 全 体          |                          | 1250  | 61.0      | 53.6     | 48.2       | 50.7 | 26.4        | 19.3      | 21.1          | 26.1         | 18.7  | 20.6               | 16.7        | 12.1       | 11.0     | 10.8            | 6.3       | 7.1           | 5.0          | 5.2         | 0.3            |           |     |
| 冷凍食品利用を始めた時期 | 5年以上前から利用している            | 1099  | 62.2      | 55.7     | 48.8       | 52.1 | 28.2        | 19.9      | 21.5          | 25.7         | 19.2  | 20.7               | 17.1        | 12.2       | 11.5     | 10.7            | 6.5       | 6.6           | 5.2          | 5.4         | 0.3            |           |     |
|              | コロナ禍（2020年頃）をきっかけに利用し始めた | 38    | 50.0      | 44.7     | 47.4       | 36.8 | 15.8        | 7.9       | 13.2          | 31.6         | 10.5  | 21.1               | 23.7        | 15.8       | 13.2     | 10.5            | 10.5      | 13.2          | 5.3          | 13.2        | -              |           |     |
|              | 2021～2022年頃に利用を始めた       | 33    | 57.6      | 39.4     | 51.5       | 42.4 | 9.1         | 12.1      | 21.2          | 30.3         | 21.2  | 18.2               | 12.1        | 3.0        | 3.0      | 15.2            | 3.0       | 12.1          | -            | 3.0         | -              |           |     |
|              | 2023年以降に利用を始めた           | 40    | 52.5      | 40.0     | 45.0       | 40.0 | 17.5        | 22.5      | 17.5          | 32.5         | 15.0  | 25.0               | 15.0        | 15.0       | 10.0     | 15.0            | 2.5       | 10.0          | 5.0          | -           | -              |           |     |
|              | 過去半年以内に利用を始めた            | 40    | 50.0      | 30.0     | 35.0       | 42.5 | 10.0        | 15.0      | 22.5          | 22.5         | 15.0  | 15.0               | 5.0         | 10.0       | 5.0      | 5.0             | 5.0       | 10.0          | 2.5          | -           | 2.5            |           |     |

冷凍食品利用を始めた時期別にみると、《5年以上前から利用している》以外はサンプル数が40人以下と少ないので、参考の値ですが、総じて《5年以上前から利用している》という人における割合が高い項目が多くなっています。

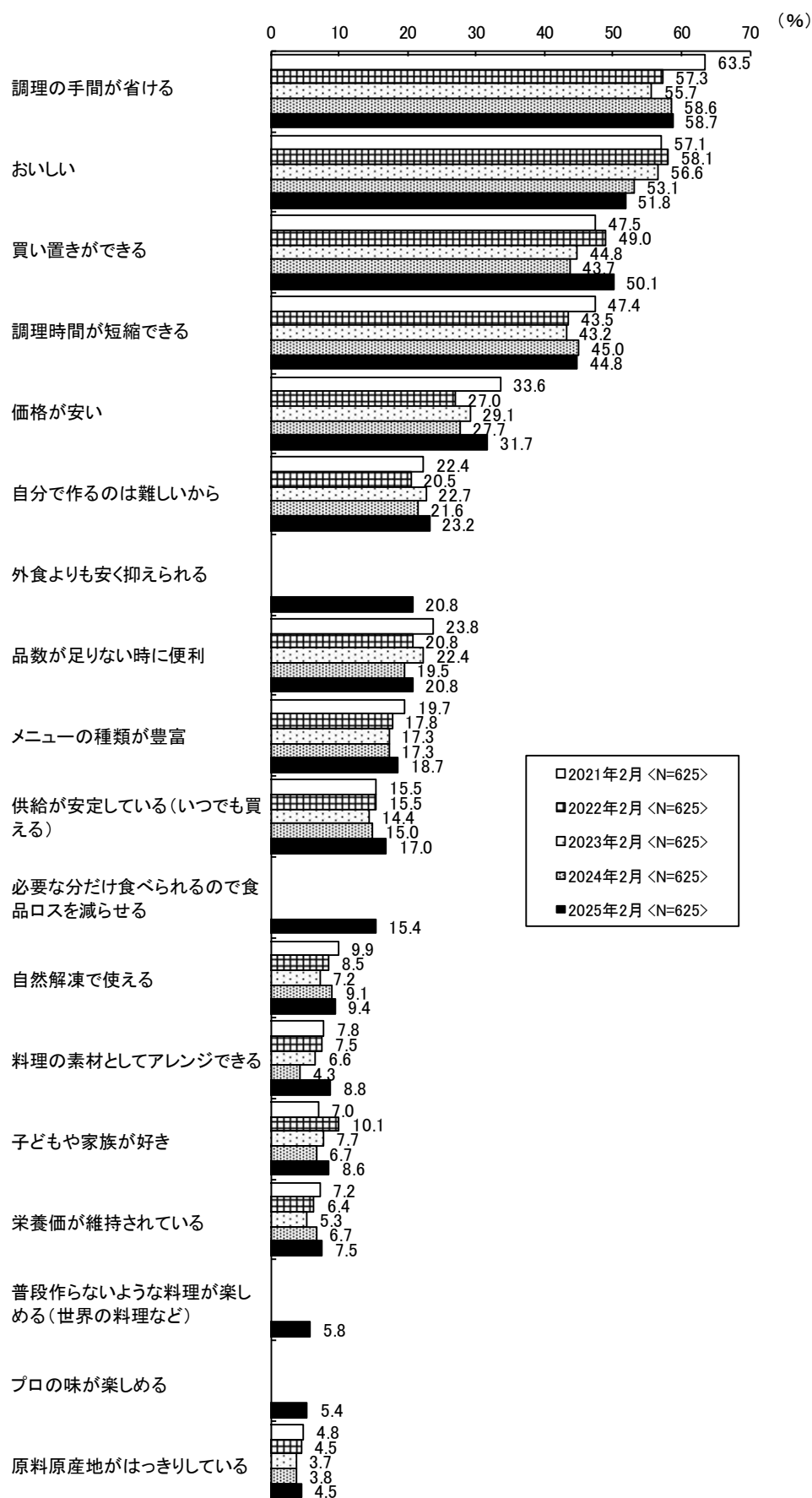
図 23. 普段冷凍食品を購入する際、どこに魅力を感じて購入しているか〔時系列〕（複数回答） ※女性のみ



※「必要な分だけ食べられるので食品ロスを減らせる」「プロの味が楽しめる」「外食よりも安く抑えられる」「普段作らないような料理が楽しめる（世界の料理など）」は、2025年以降実施。

●《女性》では、前回とあまり変わりません。

図 24. 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〔時系列〕（複数回答） ※男性のみ



※「必要な分だけ食べられるので食品ロスを減らせる」「プロの味が楽しめる」「外食よりも安く抑えられる」「普段作らないような料理が楽しめる（世界の料理など）」は、2025年以降実施。

●《男性》でも、前回と比べ、あまり大きな変化はありません。

表 3. 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（用途別）（複数回答） ※女性のみ  
(%)

|                      | サンプル数 | おいしい | 子どもや家族が好き | 調理の手間が省ける | 調理時間が短縮できる | 自分で作るの難しい | 品数が足りない時に便利 | メニューの種類が豊富 | 料理の素材としてアレン | ジできる  | 自然解凍で使える | その他・特にな |
|----------------------|-------|------|-----------|-----------|------------|-----------|-------------|------------|-------------|-------|----------|---------|
| 1)お弁当用               | 240   | 33.3 | 13.8      | 42.9      | 31.3       | 4.6       | 17.5        | 3.3        | －           | 13.3  | 1.7      |         |
| 2) 自宅で食べる朝食          | 73    | 39.7 | 8.2       | 37.0      | 38.4       | 4.1       | 6.8         | －          | 5.5         | 5.5   | 1.4      |         |
| 3) 自宅で食べる昼食          | 280   | 45.7 | 6.8       | 52.5      | 29.6       | 7.9       | 6.8         | 3.2        | 2.9         | 1.8   | 1.8      |         |
| 4) 自宅で食べる夕食          | 385   | 39.2 | 6.2       | 48.6      | 34.0       | 10.1      | 17.1        | 3.9        | 2.9         | 1.0   | 2.3      |         |
| 5)間食・夜食              | 93    | 54.8 | 12.9      | 41.9      | 16.1       | 9.7       | 2.2         | 6.5        | －           | 2.2   | 1.1      |         |
| 6)離乳食                | 10    | 20.0 | 30.0      | 60.0      | 40.0       | 20.0      | －           | 10.0       | －           | －     | －        |         |
| 7)介護食                | 1     | －    | －         | －         | －          | －         | －           | －          | 100.0       | 100.0 | －        |         |
| 8)料理に使う素材として(野菜・魚介等) | 199   | 19.6 | 3.0       | 40.7      | 40.7       | 1.5       | 12.1        | 2.5        | 25.6        | 10.6  | 3.5      |         |
| 9)デザート               | 57    | 73.7 | 28.1      | 8.8       | 5.3        | 19.3      | －           | 1.8        | 1.8         | 14.0  | 5.3      |         |

用途別に魅力を見ていくと、《女性》では、おおむね「調理の手間が省ける」が多くなっていますが、特に【3）自宅で食べる昼食】（52.5%）では半数を超えています。一方、【5）間食・夜食】、【9）デザート】では「おいしい」（順に 54.8%、73.7%）が最も多くなっています。

表 4. 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（用途別）（複数回答） ※男性のみ  
(%)

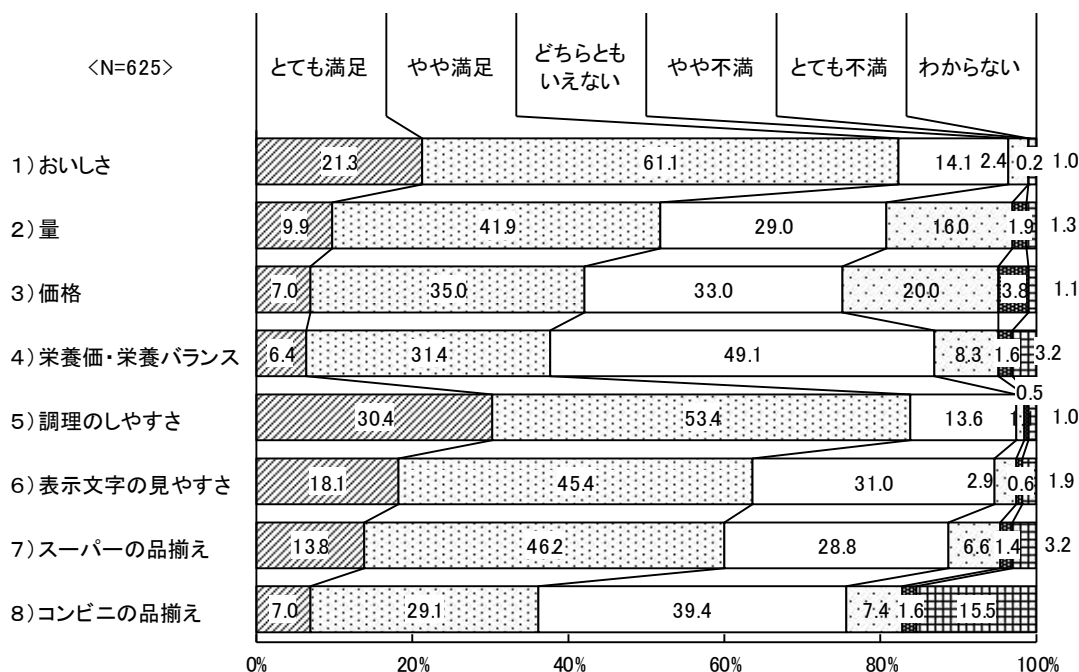
|                      | サンプル数 | おいしい | 子どもや家族が好き | 調理の手間が省ける | 調理時間が短縮できる | 自分で作るの難しい | 品数が足りない時に便利 | メニューの種類が豊富 | 料理の素材としてアレン | ジできる | 自然解凍で使える | その他・特にな |
|----------------------|-------|------|-----------|-----------|------------|-----------|-------------|------------|-------------|------|----------|---------|
| 1)お弁当用               | 163   | 46.6 | 8.6       | 38.7      | 28.8       | 4.3       | 10.4        | 2.5        | 1.8         | 8.0  | 4.3      |         |
| 2) 自宅で食べる朝食          | 100   | 46.0 | 8.0       | 40.0      | 36.0       | 7.0       | 5.0         | 2.0        | 3.0         | －    | 5.0      |         |
| 3) 自宅で食べる昼食          | 308   | 45.5 | 5.5       | 48.1      | 33.8       | 8.4       | 6.8         | 4.5        | 1.3         | 1.0  | 3.6      |         |
| 4) 自宅で食べる夕食          | 444   | 44.1 | 4.3       | 43.9      | 31.1       | 11.3      | 11.9        | 4.7        | 2.3         | 0.9  | 4.5      |         |
| 5)間食・夜食              | 112   | 56.3 | 6.3       | 41.1      | 30.4       | 14.3      | 3.6         | 6.3        | 0.9         | －    | 0.9      |         |
| 6)離乳食                | 4     | 50.0 | －         | 25.0      | 50.0       | 25.0      | －           | －          | －           | －    | －        |         |
| 7)介護食                | 2     | 50.0 | －         | 50.0      | －          | －         | 50.0        | －          | －           | －    | －        |         |
| 8)料理に使う素材として(野菜・魚介等) | 99    | 31.3 | 1.0       | 42.4      | 35.4       | 4.0       | 13.1        | 3.0        | 18.2        | 2.0  | 11.1     |         |
| 9)デザート               | 44    | 68.2 | 2.3       | 18.2      | 13.6       | 25.0      | 2.3         | 11.4       | 4.5         | －    | 4.5      |         |

《男性》では、「おいしい」が最も高い項目が多く、特に【5）間食・夜食】、【9）デザート】（順に 56.3%、68.2%）では半数を超えています。

## 8. 市販されている冷凍食品への満足度

- 《女性》では【5】調理のしやすさ(83.8%)、【1】おいしさ(82.4%)、【6】表示文字の見やすさ(63.5%)、【7】スーパーの品揃え(60.0%)、【2】量(51.8%)などの評価で“満足”の割合が高い。
- 《男性》でも、【5】調理のしやすさ(76.8%)、【1】おいしさ(76.2%)、【7】スーパーの品揃え(57.1%)などの順だが、総じて《女性》より低率。
- 年齢別では、若い人で【6】表示文字の見やすさ、【8】コンビニの品揃えの評価が高い傾向。

図 25. 市販されている冷凍食品への満足度 ※女性のみ

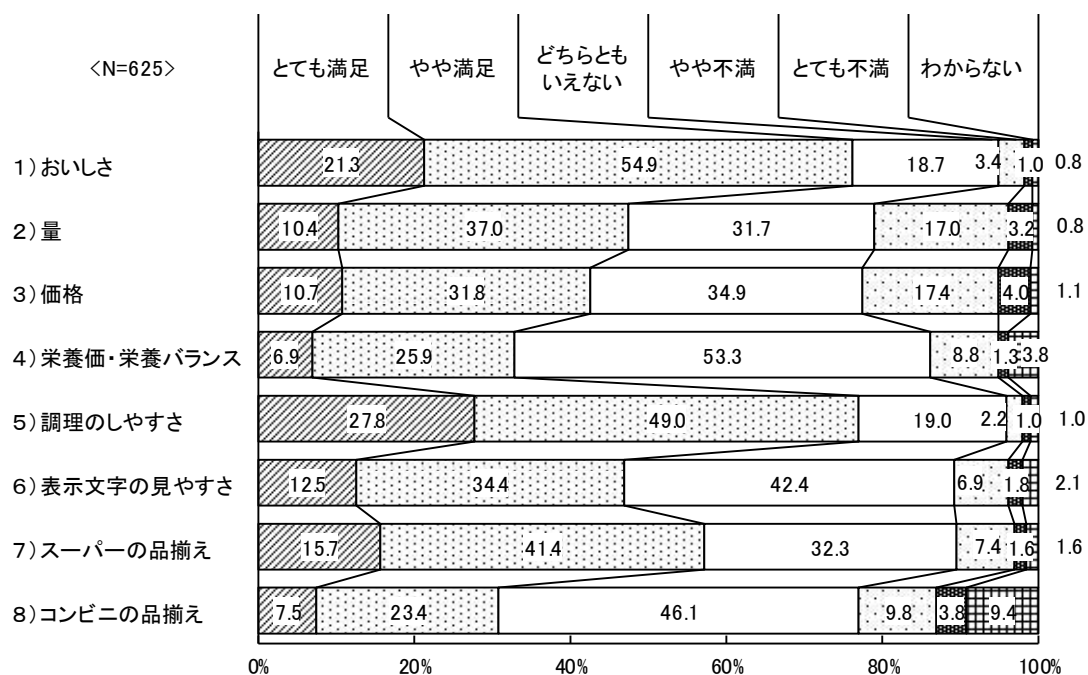


ここでは、市販されている冷凍食品への満足度を、【おいしさ】【量】など8項目に分けて聞いてみました。

《女性》では、最も評価が高い項目は【5】調理のしやすさで、「とても満足」(30.4%)が3割に達し、「やや満足」(53.4%)を合わせると、“満足(とても+やや)”の割合は8割台(83.8%)に達しています。

以下、“満足”の割合の高い順にみていくと、【1】おいしさ(82.4%)もやはり8割台と高く、【6】表示文字の見やすさ(63.5%)、【7】スーパーの品揃え(60.0%)【2】量(51.8%)までは半数以上となっています。一方、【8】コンビニの品揃え(36.2%)、【4】栄養価・栄養バランス(37.8%)は3割台と、あまり評価は高くありません。

図 26. 市販されている冷凍食品への満足度 ※男性のみ



《男性》でも、【5】調理のしやすさ（76.8%）、【1】おいしさ（76.2%）が高く、以下【7】スーパーの品揃え（57.1%）、【2】量（47.4%）、【6】表示文字の見やすさ（46.9%）、の順で、【4】栄養価・栄養バランス（32.8%）、【8】コンビニの品揃え（30.9%）の2項目は3割台にとどまっています。《女性》と比べると、【6】表示文字の見やすさ（女性 63.5%、男性 46.9%）をはじめ、ほとんどの項目で《女性》の方が高い割合となっており、《男性》の方が評価は低くなっています。

表 5. 市販されている冷凍食品への満足度（「とても満足」＋「やや満足」の割合）

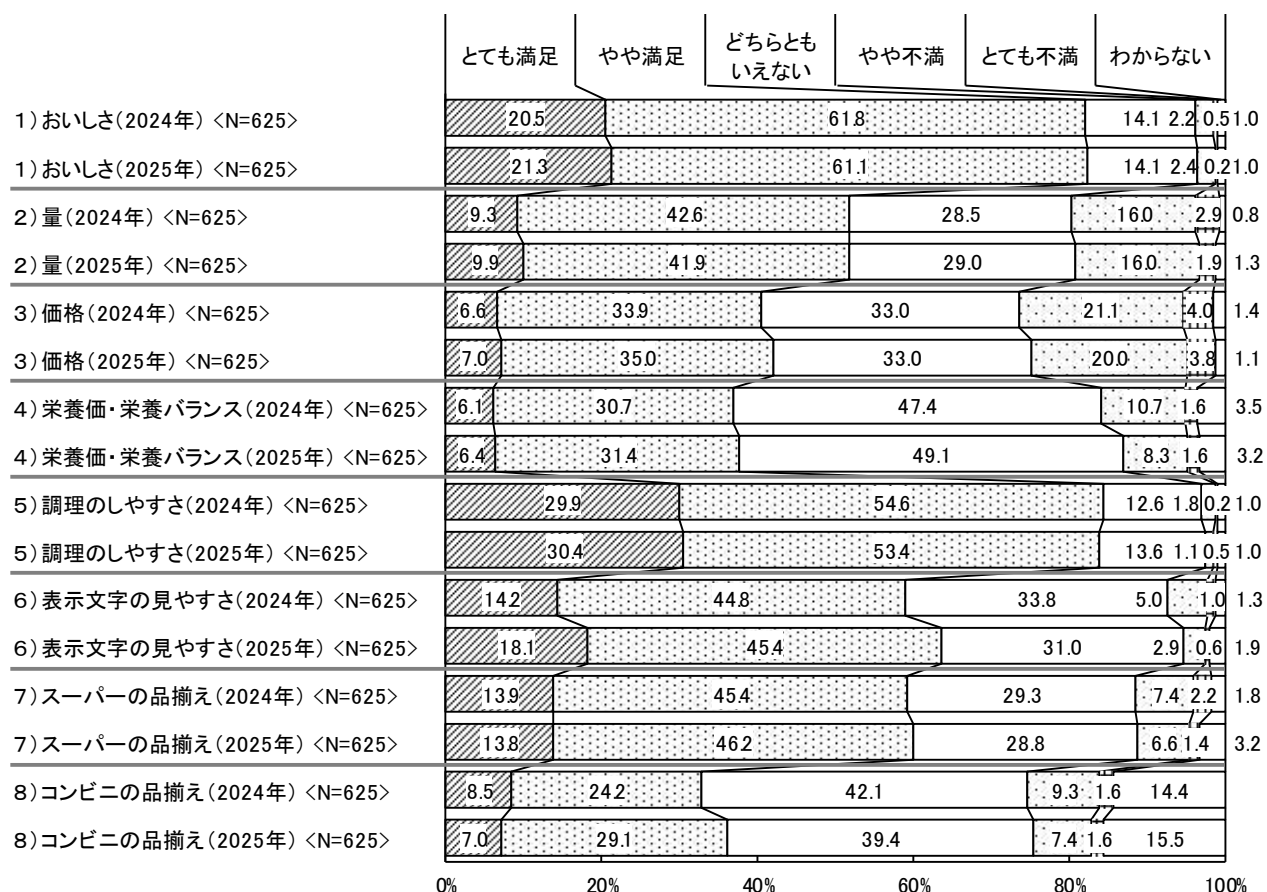
(%)

|      |            | サンプル数 | 1)<br>おいしさ | 2)<br>量 | 3)<br>価格 | 4)<br>栄養価・栄養バランス | 5)<br>調理のしやすさ | 6)<br>表示文字の見やすさ | 7)<br>スーパーの品揃え | 8)<br>コンビニの品揃え |
|------|------------|-------|------------|---------|----------|------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| 全 体  |            | 1250  | 79.3       | 49.6    | 42.3     | 35.3             | 80.3          | 55.2            | 58.6           | 33.5           |
| 性別   | 女 性        | 625   | 82.4       | 51.8    | 42.1     | 37.8             | 83.8          | 63.5            | 60.0           | 36.2           |
|      | 男 性        | 625   | 76.2       | 47.4    | 42.6     | 32.8             | 76.8          | 46.9            | 57.1           | 30.9           |
| 性・年齢 | <女性>25～34歳 | 125   | 83.2       | 49.6    | 45.6     | 37.6             | 76.8          | 69.6            | 63.2           | 44.8           |
|      | 35～44歳     | 125   | 83.2       | 56.0    | 37.6     | 39.2             | 85.6          | 67.2            | 64.8           | 48.8           |
|      | 45～54歳     | 125   | 85.6       | 51.2    | 40.8     | 33.6             | 84.0          | 61.6            | 65.6           | 34.4           |
|      | 55～64歳     | 125   | 81.6       | 46.4    | 37.6     | 42.4             | 88.8          | 65.6            | 52.0           | 28.8           |
|      | 65歳以上      | 125   | 78.4       | 56.0    | 48.8     | 36.0             | 84.0          | 53.6            | 54.4           | 24.0           |
|      | <男性>25～34歳 | 125   | 76.8       | 48.8    | 50.4     | 36.8             | 76.8          | 52.8            | 61.6           | 36.0           |
|      | 35～44歳     | 125   | 76.8       | 50.4    | 47.2     | 35.2             | 77.6          | 51.2            | 57.6           | 40.8           |
|      | 45～54歳     | 125   | 75.2       | 44.8    | 39.2     | 29.6             | 68.8          | 48.0            | 54.4           | 32.0           |
|      | 55～64歳     | 125   | 75.2       | 41.6    | 33.6     | 30.4             | 80.0          | 43.2            | 51.2           | 24.0           |
|      | 65歳以上      | 125   | 76.8       | 51.2    | 42.4     | 32.0             | 80.8          | 39.2            | 60.8           | 21.6           |

年齢別にみると、男女とも【6）表示文字の見やすさ】、【8）コンビニの品揃え】は若い人で評価が高い傾向があります。

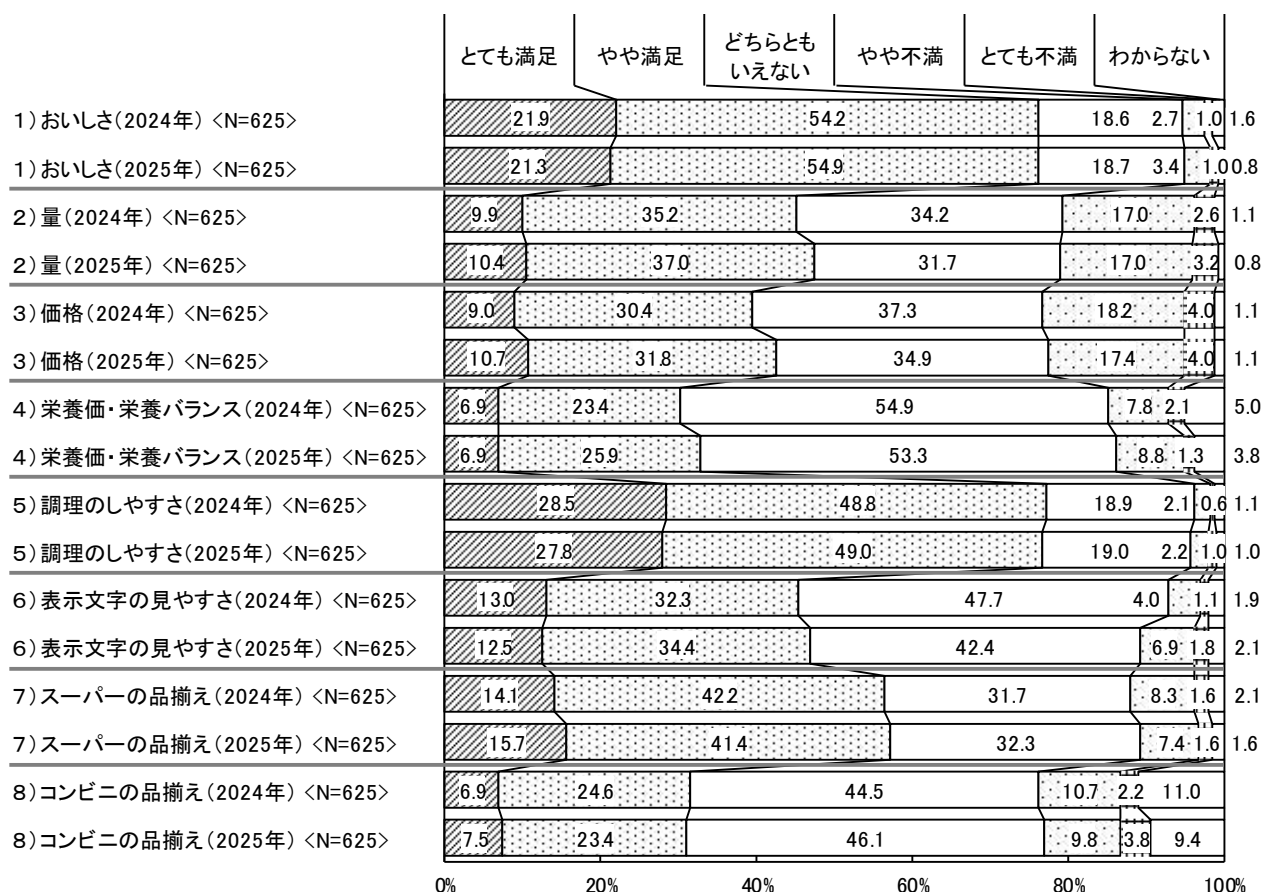


図 27. 市販されている冷凍食品への満足度〔時系列〕 ※女性のみ



●《女性》では、ほとんどの項目で前回とあまり変わらない結果となっています。

図 28. 市販されている冷凍食品への満足度〔時系列〕 ※男性のみ



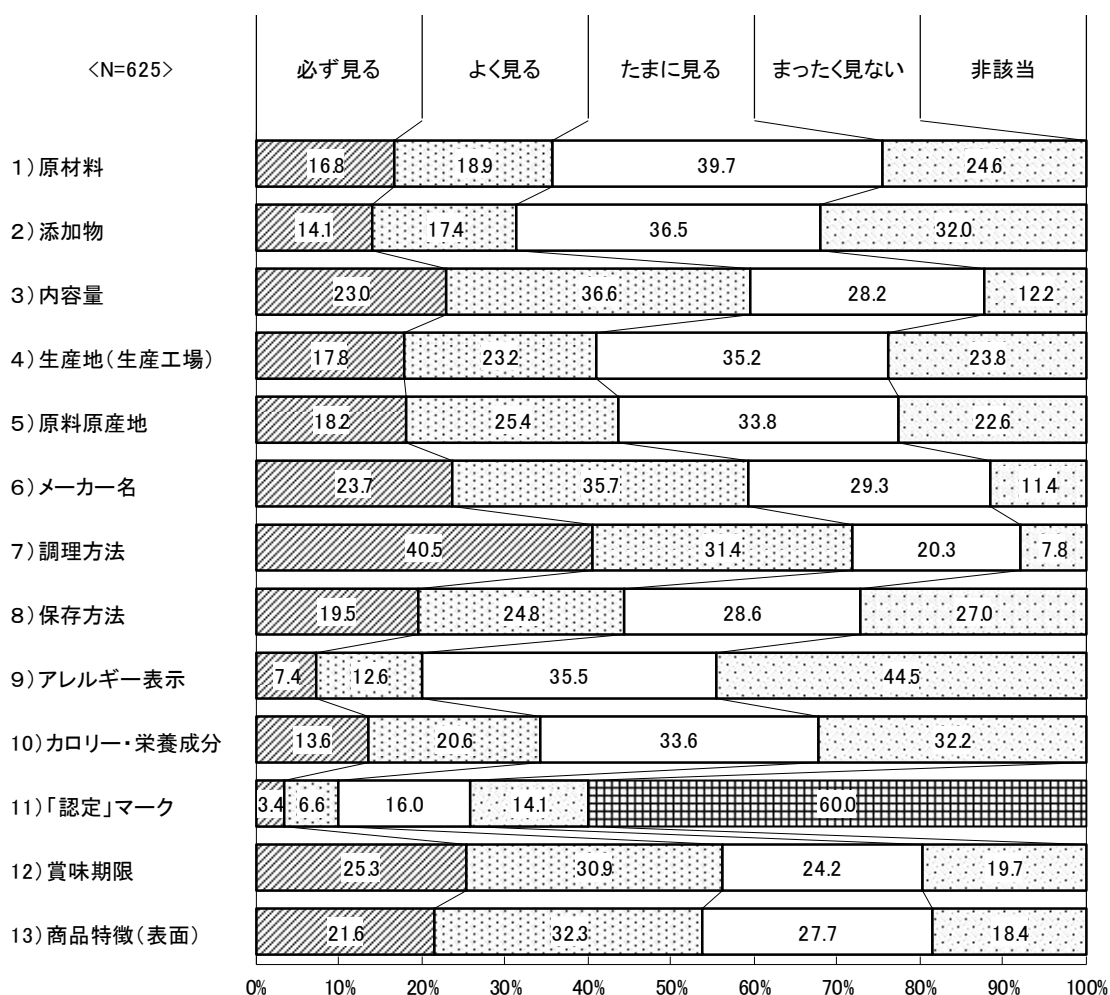
●《男性》でも、前回とほとんど同様の結果です。

## Ⅱ 冷凍食品の情報提供に関する意識

### 1. 冷凍食品を購入または利用する時、パッケージの表示を見ているか

- “注目度”は、《女性》では【7】調理方法(71.8%)、【3】内容量(59.7%)、【6】メーカー名(59.4%)、【12】賞味期限(56.2%)、【13】商品特徴(表面)(53.9%)の順。
- 《男性》でも【7】調理方法(62.4%)がトップで、以下【6】メーカー名(54.7%)、【3】内容量(50.6%)、【12】賞味期限(49.8%)の順だが、総じて《女性》より低率。
- 年齢別では、男女とも総じて年齢が高い人ほど様々な表示を見ている。
- 時系列でみると、《女性》ではほとんどの項目で“注目度”はアップしているが、《男性》では逆に下がっている項目が多い。

図 29. 冷凍食品を購入または利用する時、パッケージの表示を見ているか ※女性のみ

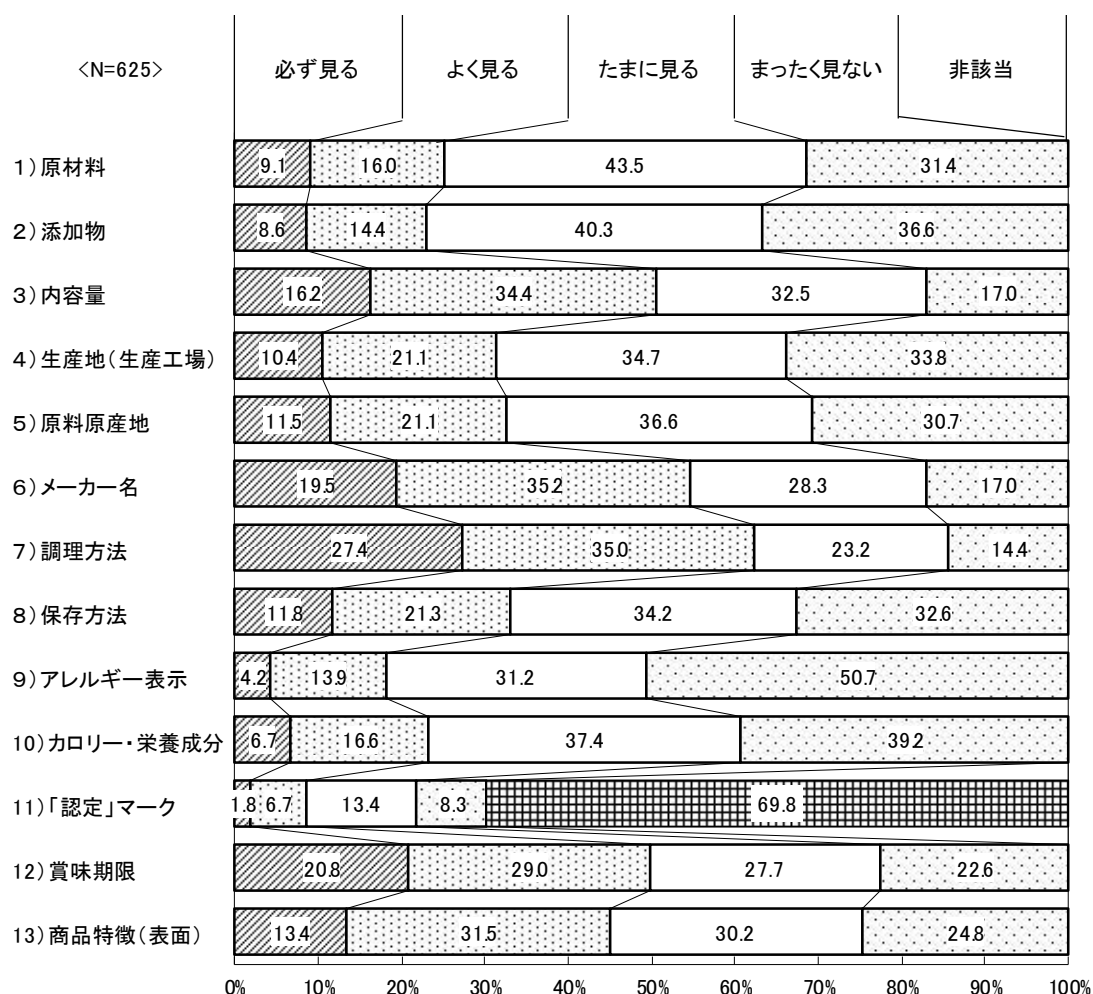


ここでは、冷凍食品を購入や利用する時、パッケージの表示をどの程度見ているか、【原材料】【添加物】など13項目について聞いてみました。

“注目度”(「必ず見る」と「よく見る」を合わせた割合)をみると、《女性》では【7】調理方法(71.8%)、【3】内容量(59.7%)、【6】メーカー名(59.4%)、【12】賞味期限(56.2%)、【13】商品特徴(表面)(53.9%)の5項目は2人に1人以上の割合となっています。

「必ず見る」だけでみても、【7】調理方法（40.5%）が突出して高くなっています。

図 30. 冷凍食品を購入または利用する時、パッケージの表示を見ているか ※男性のみ



《男性》でも【7】調理方法（62.4%）がトップで、以下【6】メーカー名（54.7%）、【3】内容量（50.6%）、【12】賞味期限（49.8%）などの順となっています。《女性》と比べると、【5】原料原産地（女性 43.7%、男性 32.6%）、【8】保存方法（同 44.3%、33.1%）など、すべての項目で《女性》の方が高率となっており、《女性》の方がパッケージ表示のいろいろな点に注目し、気にしていることがうかがえます。

「必ず見る」だけでみると、【7】調理方法（27.4%）が最も高く、【12】賞味期限（20.8%）、【6】メーカー名（19.5%）と続きます。

表 6. 冷凍食品を購入または利用する時、パッケージの表示を見ているか（「必ず見る」＋「よく見る」の割合）

(%)

|            | サ<br>ン<br>プ<br>ル<br>数 | 1)<br>原<br>材<br>料 | 2)<br>添<br>加<br>物 | 3)<br>内<br>容<br>量 | 4)<br>生<br>産<br>地<br>（<br>生<br>産<br>工<br>場<br>） | 5)<br>原<br>料<br>原<br>産<br>地 | 6)<br>メ<br>ー<br>カ<br>ー<br>名 | 7)<br>調<br>理<br>方<br>法 | 8)<br>保<br>存<br>方<br>法 | 9)<br>ア<br>レ<br>ル<br>ギ<br>ー<br>表<br>示 | 10)<br>カ<br>ロ<br>リ<br>ー<br>・<br>栄<br>養<br>成<br>分 | 11)<br>「<br>認<br>定<br>」<br>マ<br>ー<br>ク | 12)<br>賞<br>味<br>期<br>限 | 13)<br>商<br>品<br>特<br>徴<br>（<br>表<br>面<br>） |
|------------|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------|
| 全 体        | 1250                  | 30.4              | 27.3              | 55.1              | 36.2                                            | 38.2                        | 57.0                        | 67.1                   | 38.7                   | 19.0                                  | 28.8                                             | 9.2                                    | 53.0                    | 49.4                                        |
| 女 性        | 625                   | 35.7              | 31.5              | 59.7              | 41.0                                            | 43.7                        | 59.4                        | 71.8                   | 44.3                   | 20.0                                  | 34.2                                             | 9.9                                    | 56.2                    | 53.9                                        |
| 男 性        | 625                   | 25.1              | 23.0              | 50.6              | 31.5                                            | 32.6                        | 54.7                        | 62.4                   | 33.1                   | 18.1                                  | 23.4                                             | 8.5                                    | 49.8                    | 45.0                                        |
| <女性>25～34歳 | 125                   | 23.2              | 24.0              | 64.0              | 24.8                                            | 25.6                        | 47.2                        | 70.4                   | 42.4                   | 19.2                                  | 39.2                                             | 7.2                                    | 52.0                    | 53.6                                        |
| 35～44歳     | 125                   | 32.0              | 31.2              | 54.4              | 42.4                                            | 44.0                        | 49.6                        | 66.4                   | 45.6                   | 24.8                                  | 33.6                                             | 5.6                                    | 50.4                    | 50.4                                        |
| 45～54歳     | 125                   | 36.8              | 29.6              | 60.8              | 40.8                                            | 40.0                        | 61.6                        | 66.4                   | 36.8                   | 16.0                                  | 28.8                                             | 7.2                                    | 47.2                    | 48.0                                        |
| 55～64歳     | 125                   | 36.0              | 29.6              | 59.2              | 42.4                                            | 48.8                        | 61.6                        | 75.2                   | 43.2                   | 16.8                                  | 34.4                                             | 12.8                                   | 52.8                    | 51.2                                        |
| 65歳以上      | 125                   | 50.4              | 43.2              | 60.0              | 54.4                                            | 60.0                        | 76.8                        | 80.8                   | 53.6                   | 23.2                                  | 35.2                                             | 16.8                                   | 78.4                    | 66.4                                        |
| <男性>25～34歳 | 125                   | 26.4              | 24.8              | 56.8              | 24.8                                            | 28.0                        | 46.4                        | 66.4                   | 33.6                   | 23.2                                  | 30.4                                             | 9.6                                    | 41.6                    | 47.2                                        |
| 35～44歳     | 125                   | 20.8              | 20.0              | 46.4              | 27.2                                            | 28.8                        | 44.8                        | 56.0                   | 35.2                   | 20.8                                  | 24.0                                             | 11.2                                   | 40.0                    | 39.2                                        |
| 45～54歳     | 125                   | 22.4              | 22.4              | 44.0              | 36.8                                            | 36.8                        | 49.6                        | 56.8                   | 23.2                   | 16.0                                  | 19.2                                             | 7.2                                    | 43.2                    | 47.2                                        |
| 55～64歳     | 125                   | 25.6              | 24.8              | 54.4              | 32.0                                            | 32.0                        | 63.2                        | 66.4                   | 27.2                   | 12.8                                  | 19.2                                             | 4.0                                    | 60.0                    | 41.6                                        |
| 65歳以上      | 125                   | 30.4              | 23.2              | 51.2              | 36.8                                            | 37.6                        | 69.6                        | 66.4                   | 46.4                   | 17.6                                  | 24.0                                             | 10.4                                   | 64.0                    | 49.6                                        |

年齢別にみると、《女性》では、総じて年齢が上の人ほど高い割合となっている項目が多く、特に【1）原材料】【2）添加物】【4）生産地（生産工場）】【5）原料原産地】【6）メーカー名】【12）賞味期限】などにおける差が目立ちます。

《男性》でも、《女性》ほどではありませんが、同様に年齢が上の人ほど高い割合となっている項目が多い傾向があります。

図 31. 冷凍食品を購入または利用する時、パッケージの表示を見ているか〔時系列 ※女性のみ〕



※【11）「認定」マーク（2025年）】は別の設問にて「認定マークを見たことがある」と回答した人のみ対象（N=250）。

《女性》では、“注目度”（「必ず見る」＋「よく見る」）は、ほとんどの項目で前回よりも少しずつ高い割合となっており、パッケージの表示を見る人が増えています。

図 32. 冷凍食品を購入または利用する時、パッケージの表示を見ているか〔時系列〕 ※男性のみ



※【11）「認定」マーク（2025年）】は別の設問にて「認定マークを見たことがある」と回答した人のみ対象（N=189）。

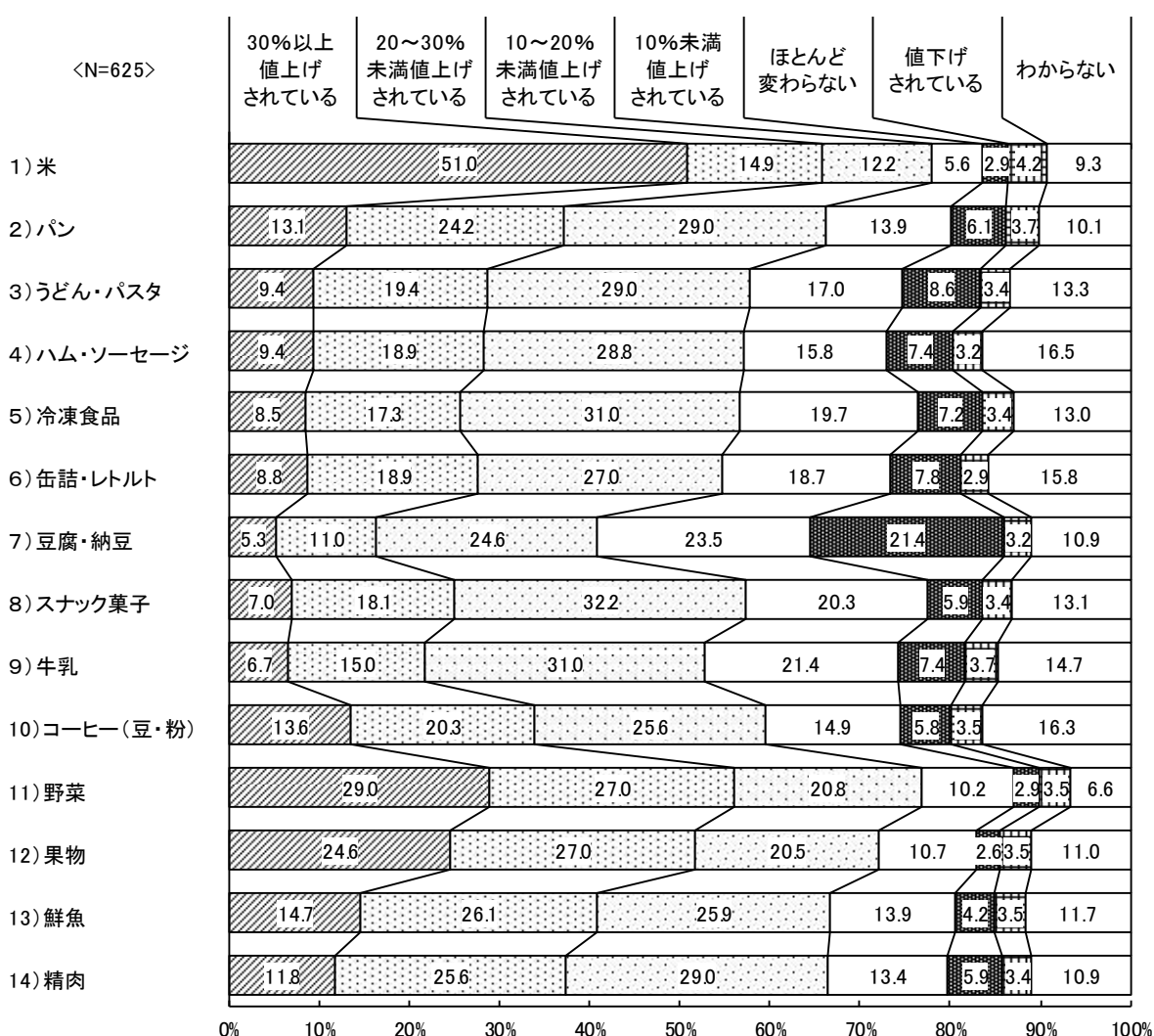
《男性》では逆に、前回よりも“注目度”が下がっている項目が多くなっています。

### Ⅲ 値上げ等による購買行動等の変化

#### 1. 1～2年前に比べた食品の価格の変化

- 《女性》では、「30%以上値上げされている」で【1）米】（51.0%）が半数を超えており、【11）野菜】（29.0%）、【12）果物】（24.6%）も2割台。「値上げされている」の割合は、【11）野菜】（87.0%）、【1）米】（83.7%）、【12）果物】（82.9%）、【13）鮮魚】（80.6%）、【2）パン】（80.2%）までの5項目が8割以上で、最も低い【7）豆腐・納豆】（64.5%）でも6割超。
- 《男性》でも、「30%以上値上げされている」のは【1）米】（47.8%）、【11）野菜】（28.0%）、【12）果物】（19.4%）が高いが、《女性》と比べ、値上げを実感している率の低い項目が多い。
- 年齢別では、男女とも、年齢が上がるほど高い割合の項目がほとんどで、年齢が上がるとともに値上げを実感している。

図 33. 1～2年前に比べた食品の価格の変化 ※女性のみ



食品の価格は、1～2年前に比べてどの程度変化しているか、【米】【パン】など14項目の食品に分けて聞いてみました。

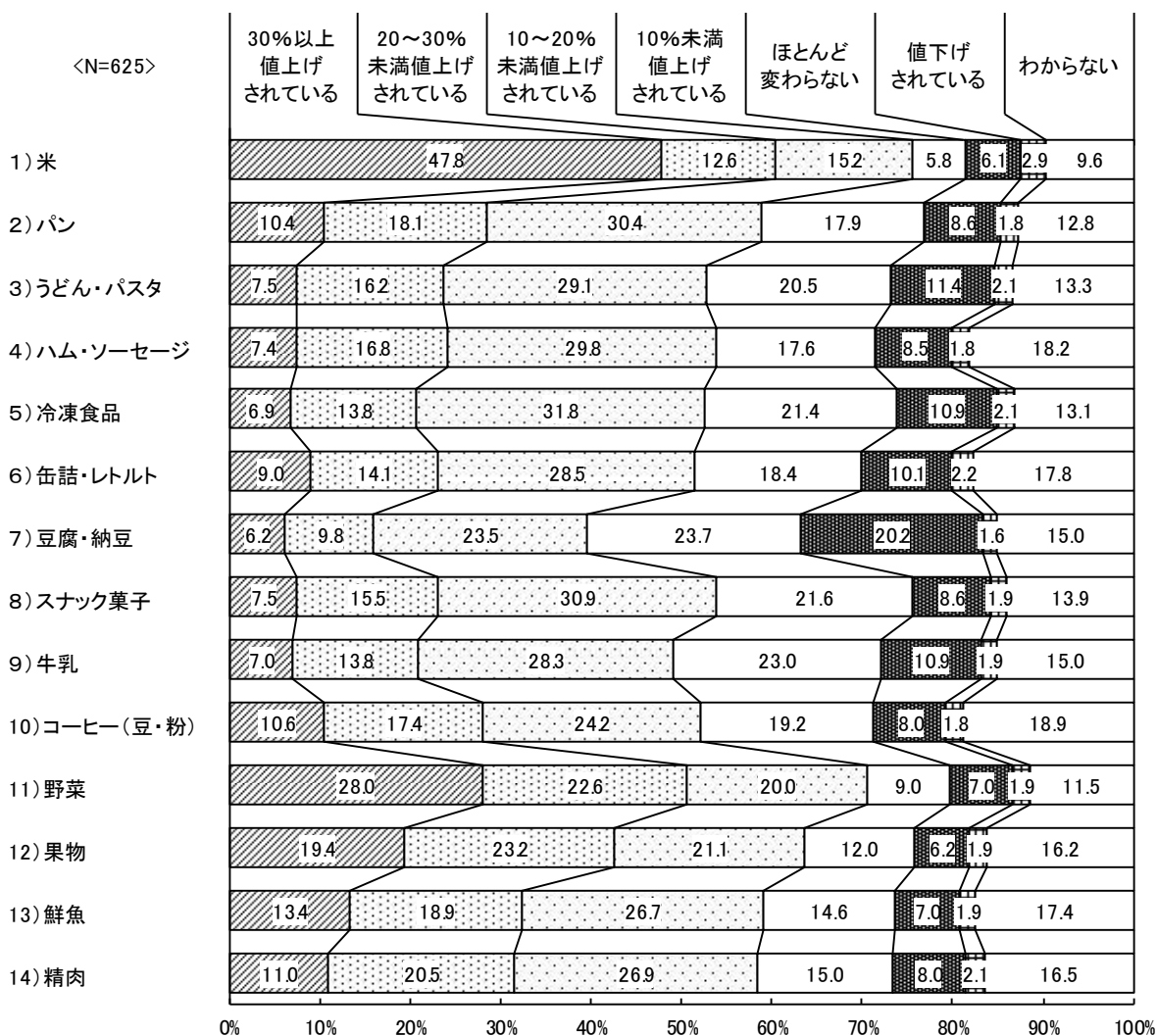
まず《女性》では、最も値上げを実感しているのは、【1）米】で、「30%以上値上げされている」（51.0%）が半数を超えています。また、【11）野菜】（29.0%）、【12）果物】（24.6%）も2割台と高めです。

また、「30%以上値上げされている」～「10%未満値上げされている」までを合わせた「値上げされている」の割



合は、【11】野菜（87.0%）、【1】米（83.7%）、【12】果物（82.9%）、【13】鮮魚（80.6%）、【2】パン（80.2%）までの5項目で8割以上を占め、最も低い【7】豆腐・納豆（64.5%）でも6割を超えています。

図 34. 1～2年前に比べた食品の価格の変化 ※男性のみ



《男性》でも、【1】米の値上げの実感が最も強く、「30%以上値上げされている」（47.8%）が半数近くに達しています。次いで、【11】野菜（28.0%）、【12】果物（19.4%）などでも高くなっています。

また、“値上げされている”の割合は、【1】米（81.4%）、【11】野菜（79.5%）、【2】パン（76.8%）、【12】果物（75.7%）、【8】スナック菓子（75.5%）などの順で、最も低い【7】豆腐・納豆（63.2%）でも6割を超えています。《女性》と比べ、すべての項目で低い割合となっており、値上げを実感していると言っても《女性》ほどではないようです。

表 7. 1～2年前に比べた食品の価格の変化（“値上げされている”の割合）

|     |        | (%)   |         |          |               |                |            |               |             |              |          |                  |           |           |           |           |
|-----|--------|-------|---------|----------|---------------|----------------|------------|---------------|-------------|--------------|----------|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|     |        | サンプル数 | 1)<br>米 | 2)<br>パン | 3)<br>うどん・パスタ | 4)<br>ハム・ソーセージ | 5)<br>冷凍食品 | 6)<br>缶詰・レトルト | 7)<br>豆腐・納豆 | 8)<br>スナック菓子 | 9)<br>牛乳 | 10)<br>コーヒー(豆・粉) | 11)<br>野菜 | 12)<br>果物 | 13)<br>鮮魚 | 14)<br>精肉 |
| 全 体 |        | 1250  | 82.6    | 78.5     | 74.0          | 72.2           | 75.2       | 71.7          | 63.8        | 76.6         | 73.2     | 72.9             | 83.3      | 79.3      | 77.1      | 76.6      |
| 性別  | 女性     | 625   | 83.7    | 80.2     | 74.7          | 73.0           | 76.5       | 73.4          | 64.5        | 77.6         | 74.2     | 74.4             | 87.0      | 82.9      | 80.6      | 79.8      |
|     | 男性     | 625   | 81.4    | 76.8     | 73.3          | 71.5           | 73.9       | 69.9          | 63.2        | 75.5         | 72.2     | 71.4             | 79.5      | 75.7      | 73.6      | 73.4      |
| 女性  | 25～34歳 | 125   | 71.2    | 63.2     | 64.0          | 63.2           | 66.4       | 64.0          | 56.8        | 65.6         | 61.6     | 55.2             | 74.4      | 73.6      | 71.2      | 68.8      |
|     | 35～44歳 | 125   | 79.2    | 75.2     | 68.8          | 67.2           | 71.2       | 68.0          | 60.0        | 71.2         | 70.4     | 68.8             | 81.6      | 78.4      | 76.0      | 76.8      |
|     | 45～54歳 | 125   | 86.4    | 89.6     | 84.0          | 82.4           | 84.8       | 81.6          | 71.2        | 89.6         | 80.0     | 82.4             | 92.8      | 87.2      | 87.2      | 86.4      |
|     | 55～64歳 | 125   | 87.2    | 85.6     | 76.0          | 75.2           | 80.8       | 75.2          | 61.6        | 82.4         | 77.6     | 82.4             | 90.4      | 84.8      | 80.8      | 80.0      |
|     | 65歳以上  | 125   | 94.4    | 87.2     | 80.8          | 76.8           | 79.2       | 78.4          | 72.8        | 79.2         | 81.6     | 83.2             | 96.0      | 90.4      | 88.0      | 87.2      |
| 男性  | 25～34歳 | 125   | 76.0    | 71.2     | 66.4          | 66.4           | 68.8       | 66.4          | 59.2        | 69.6         | 70.4     | 64.8             | 73.6      | 70.4      | 74.4      | 73.6      |
|     | 35～44歳 | 125   | 78.4    | 80.0     | 76.8          | 72.0           | 76.8       | 68.0          | 68.8        | 80.8         | 72.8     | 70.4             | 78.4      | 77.6      | 73.6      | 72.8      |
|     | 45～54歳 | 125   | 80.8    | 74.4     | 67.2          | 70.4           | 72.8       | 70.4          | 59.2        | 76.0         | 68.8     | 70.4             | 75.2      | 72.0      | 69.6      | 68.0      |
|     | 55～64歳 | 125   | 84.8    | 72.0     | 75.2          | 68.0           | 69.6       | 69.6          | 60.0        | 73.6         | 64.0     | 66.4             | 80.0      | 72.8      | 68.0      | 69.6      |
|     | 65歳以上  | 125   | 87.2    | 86.4     | 80.8          | 80.8           | 81.6       | 75.2          | 68.8        | 77.6         | 84.8     | 84.8             | 90.4      | 85.6      | 82.4      | 83.2      |

年齢別にみると、男女とも、年齢が上がるほど高い割合の項目がほとんどとなっており、値上げをより強く実感しています。

表 8. 1～2年前に比べた食品の価格の変化（冷凍食品利用頻度別）（“値上げされている”の割合）

| (%)          |       |                       |      |      |             |              |      |             |           |            |      |               |      |      |      |      |
|--------------|-------|-----------------------|------|------|-------------|--------------|------|-------------|-----------|------------|------|---------------|------|------|------|------|
|              |       | サ<br>ン<br>プ<br>ル<br>数 | 1)   | 2)   | 3)          | 4)           | 5)   | 6)          | 7)        | 8)         | 9)   | 10)           | 11)  | 12)  | 13)  | 14)  |
|              |       |                       | 米    | パン   | うどん・<br>パスタ | ハム・ソー<br>セージ | 冷凍食品 | 缶詰・レ<br>トルト | 豆腐・納<br>豆 | スナック菓<br>子 | 牛乳   | コーヒ―(豆・<br>粉) | 野菜   | 果物   | 鮮魚   | 精肉   |
| 全 体          |       | 1250                  | 82.6 | 78.5 | 74.0        | 72.2         | 75.2 | 71.7        | 63.8      | 76.6       | 73.2 | 72.9          | 83.3 | 79.3 | 77.1 | 76.6 |
| 冷凍食品<br>利用頻度 | ほぼ毎日  | 126                   | 86.5 | 75.4 | 72.2        | 67.5         | 78.6 | 70.6        | 69.8      | 72.2       | 79.4 | 75.4          | 84.9 | 77.0 | 77.8 | 72.2 |
|              | 週2～3回 | 370                   | 84.3 | 82.7 | 78.6        | 78.1         | 81.9 | 75.9        | 66.2      | 80.3       | 77.0 | 76.5          | 84.3 | 81.6 | 77.6 | 79.7 |
|              | 週1回   | 358                   | 80.7 | 76.3 | 72.3        | 72.9         | 75.4 | 72.9        | 63.7      | 75.4       | 70.7 | 69.6          | 81.8 | 79.9 | 77.7 | 76.3 |
|              | 月2～3回 | 231                   | 80.5 | 78.8 | 71.9        | 69.3         | 70.6 | 68.8        | 60.6      | 73.6       | 69.3 | 70.6          | 81.0 | 76.6 | 74.0 | 74.0 |
|              | 月1回   | 165                   | 82.4 | 75.8 | 71.5        | 65.5         | 63.6 | 64.2        | 58.8      | 78.2       | 70.9 | 73.3          | 86.1 | 78.2 | 78.8 | 77.6 |

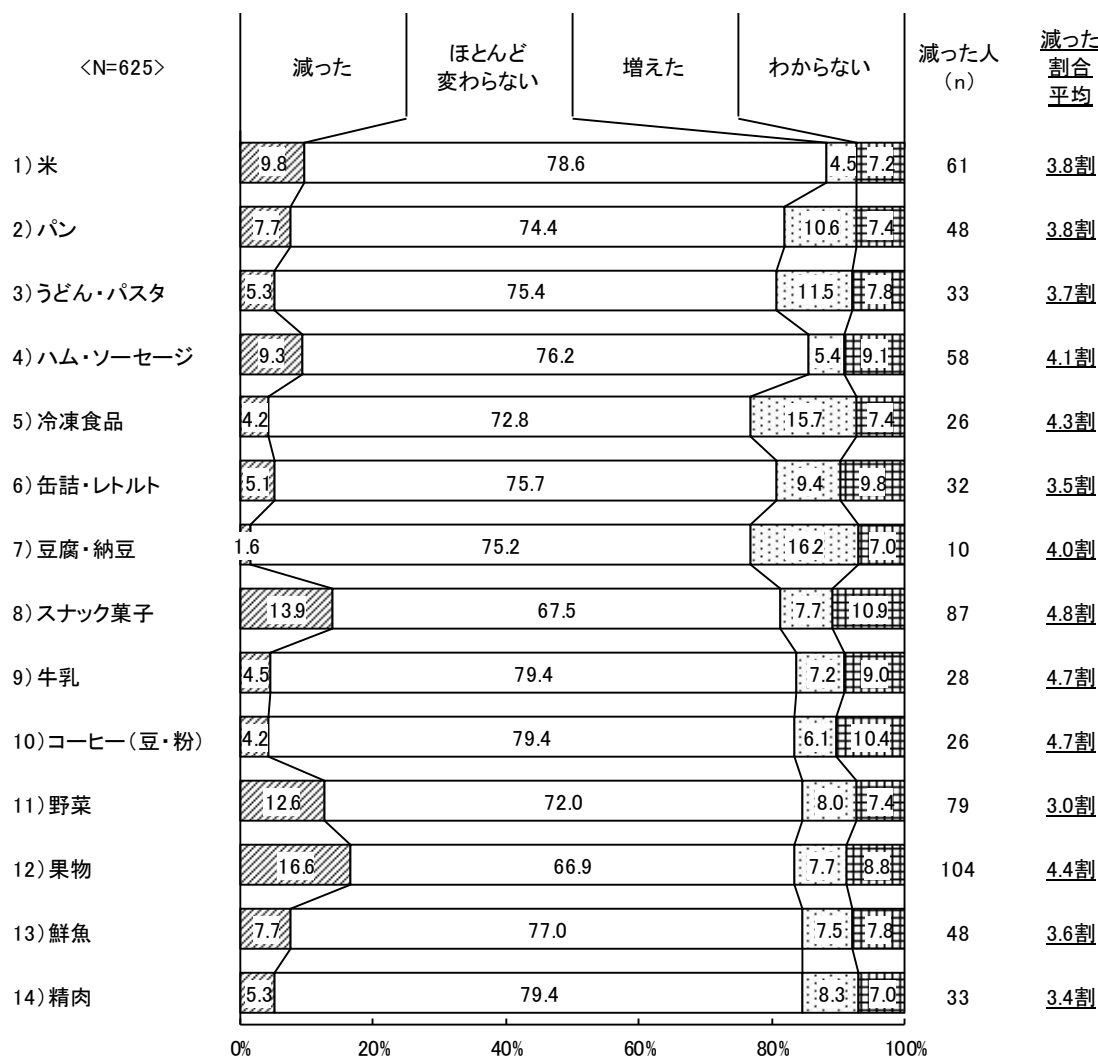
冷凍食品の利用頻度別にみると、総じて利用頻度が高い食品ほど高い割合となっている傾向がありますが、あまり明確な差ではありません。

## 2. 値上げにより購入量が減った、または増えた食材・食品

●《女性》では、「ほとんど変わらない」が7割台の項目がほとんどで、「減った」割合が最も高いのは【12】果物（16.6%）で、以下【8】スナック菓子（13.9%）、【11】野菜（12.6%）の順。一方、「増えた」割合が高いのは【7】豆腐・納豆（16.2%）、【5】冷凍食品（15.7%）などの順。

●《男性》でも、やはり「ほとんど変わらない」が多数を占める項目が多く、「減った」割合が最も高いのは【11】野菜（9.3%）だが1割未満。「増えた」割合が最も高いのは【5】冷凍食品（16.5%）で、以下【3】うどん・パスタ（11.5%）、【7】豆腐・納豆（10.7%）の順。

図 35. 値上げにより購入量が減った、または増えた食材・食品 ※女性のみ



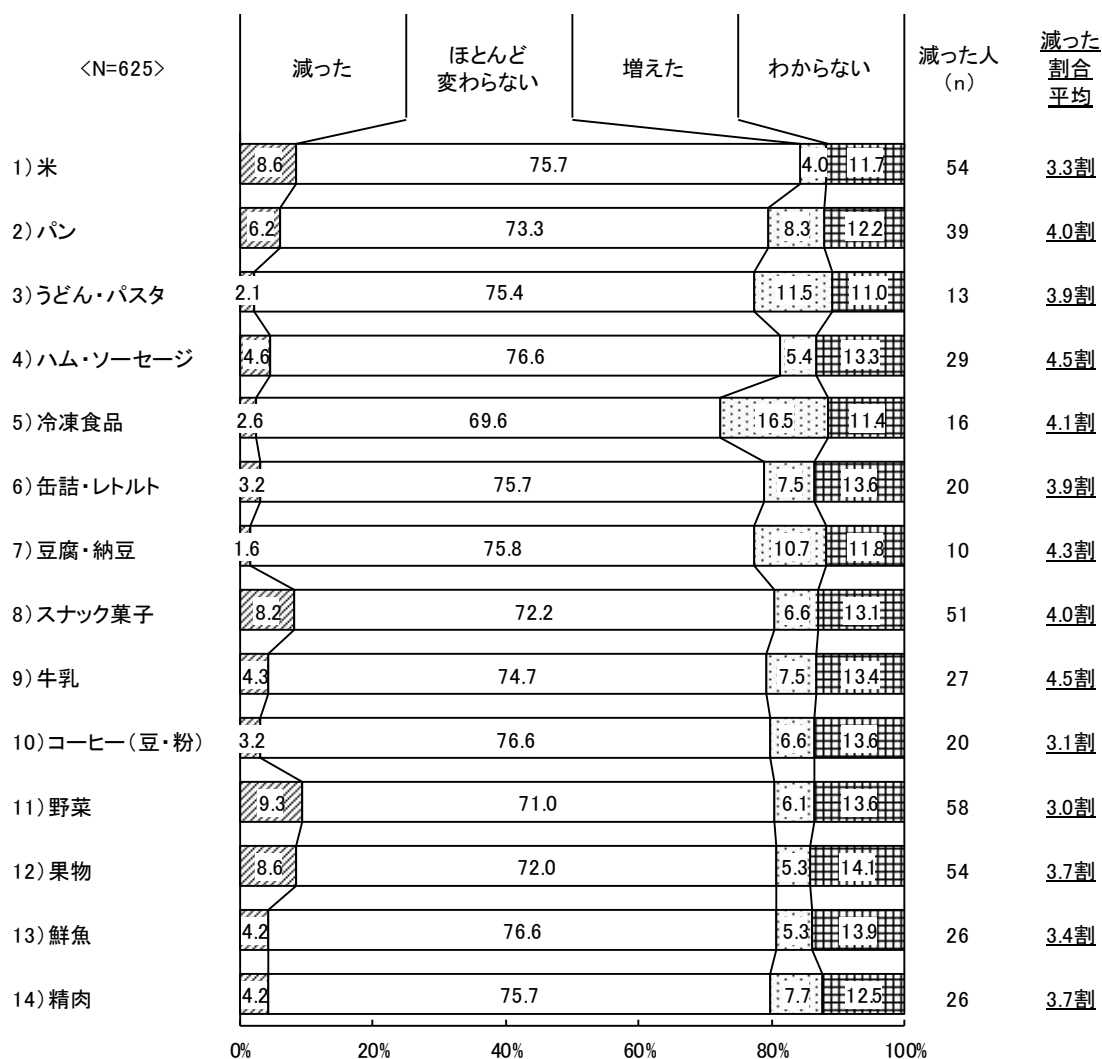
※「減った割合平均」は、「減った」と回答した人に何割程度減ったかを聞いた結果の平均値

値上げにより購入量が減った、または増えた食材・食品を、【米】【パン】など14項目の食材・食品に分けて聞いてみました。

《女性》では、「ほとんど変わらない」が7割台の項目がほとんどとなっていますが、「減った」割合が最も高いのは【12】果物（16.6%）で、以下【8】スナック菓子（13.9%）、【11】野菜（12.6%）の順。一方で、「増えた」割合が高いのは【7】豆腐・納豆（16.2%）、【5】冷凍食品（15.7%）などで、値上げの影響がほかの食材・食品と比べて小さくなっています。

なお、「減った」と答えた人に何割程度減ったか聞いたところ、「減った」が高いのは【8】スナック菓子（4.8割）、【9】牛乳（4.7割）、【10】コーヒー（豆・粉）（4.7割）などとなっています。

図 36. 値上げにより購入量が減った、または増えた食材・食品 ※男性のみ



※「減った割合平均」は、「減った」と回答した人に何割程度減ったかを聞いた結果の平均値

《男性》では、やはりいずれの項目でも「ほとんど変わらない」が7割台と多数を占めています。「減った」割合が最も高いのは【11) 野菜】(9.3%) ですが、1割未満にとどまっています。一方、「増えた」割合が最も高いのは【5) 冷凍食品】(16.5%) で、以下【3) うどん・パスタ】(11.5%)、【7) 豆腐・納豆】(10.7%)などは、値上げによる影響が小さくなっています。《女性》と比べ、【12) 果物】が「減った」(女性16.6%、男性8.6%)割合が低めです。

なお、「減った」と答えた人に何割程度減ったか聞いたところ、減った割合が高いのは【4) ハム・ソーセージ】(4.5割)、【9) 牛乳】(4.5割)、【7) 豆腐・納豆】(4.3割) などとなっています。

### 3. 様々な食材・食品の値上げがあっても、購入量に変化がない、または増えた理由

- 《女性》では、多くの項目で「値上げ後も必要性が変わらないため」が5割前後を占めて最も多い。
- 《男性》でも、すべての項目で「値上げ後も必要性が変わらないため」が4割前後を占めて最も多く、次いで「代替品がないため」が続く項目が多い。
- 「調理の手間や時間が省けるから(タイパが良いから)」では、《男女とも》に【5】冷凍食品が最も多い(女性 18.6%、男性 13.0%)。

表 9. 様々な食材・食品の値上げがあっても、購入量に変化がない、または増えた理由 ※女性のみ

(%)

|               | サンプル数 | 調理の手間や時間が省けるから(タイパが良いから) | それだから他の食料品より割 | 値上げ後も必要性が変わらないため | 代替品がないため | 好きなものだから | その他 | 特に理由はない | もともと購入していない |
|---------------|-------|--------------------------|---------------|------------------|----------|----------|-----|---------|-------------|
| 1) 米          | 519   | 3.7                      | 4.8           | 51.8             | 28.7     | 15.6     | 1.0 | 7.9     | 5.2         |
| 2) パン         | 531   | 8.1                      | 5.5           | 46.9             | 16.2     | 22.2     | 0.4 | 9.4     | 1.5         |
| 3) うどん・パスタ    | 543   | 8.7                      | 9.8           | 44.6             | 15.1     | 17.5     | 0.2 | 11.0    | 3.5         |
| 4) ハム・ソーセージ   | 510   | 7.6                      | 6.1           | 44.1             | 15.1     | 15.1     | 0.2 | 13.3    | 5.5         |
| 5) 冷凍食品       | 553   | 18.6                     | 10.1          | 44.3             | 11.6     | 10.3     | －   | 12.8    | 1.1         |
| 6) 缶詰・レトルト    | 532   | 14.7                     | 9.0           | 44.2             | 11.8     | 8.5      | 0.4 | 12.6    | 4.3         |
| 7) 豆腐・納豆      | 571   | 5.6                      | 14.2          | 48.0             | 18.9     | 16.3     | －   | 9.5     | 1.2         |
| 8) スナック菓子     | 470   | 3.4                      | 6.2           | 33.4             | 11.1     | 34.5     | －   | 13.4    | 3.6         |
| 9) 牛乳         | 541   | 3.5                      | 4.1           | 49.7             | 19.2     | 14.2     | －   | 10.4    | 7.4         |
| 10) コーヒー(豆・粉) | 534   | 3.4                      | 3.4           | 43.8             | 18.4     | 23.2     | 0.2 | 9.6     | 6.2         |
| 11) 野菜        | 500   | 3.4                      | 3.4           | 56.8             | 21.8     | 12.4     | －   | 9.4     | 2.4         |
| 12) 果物        | 466   | 3.6                      | 4.3           | 46.6             | 19.7     | 18.2     | －   | 10.3    | 6.9         |
| 13) 鮮魚        | 528   | 3.6                      | 2.8           | 52.5             | 21.8     | 15.2     | 0.2 | 10.0    | 4.0         |
| 14) 精肉        | 548   | 2.9                      | 4.6           | 55.1             | 21.9     | 14.1     | －   | 10.0    | 2.6         |

様々な食材・食品の値上げがあっても、購入量に変化がない、または増えた理由を、【1）米】～【14）精肉】の14項目に分けて聞いてみました。

《女性》では、多くの項目で「値上げ後も必要性が変わらないため」が5割前後を占め、「代替品がないため」または「好きなものだから」が2割前後で続く項目が多くなっています。【5）冷凍食品】【6）缶詰・レトルト】では、「好きなものだから」(冷凍食品 10.3%、缶詰・レトルト 8.5%) よりも「調理の手間や時間が省けるから(タイパが良いから)」(順に 18.6%、14.7%) の方が多くなっています。【8）スナック菓子】(33.4%) だけは「値上げ後も必要性が変わらないため」(33.4%) が3割程度にとどまり、「好きなものだから」(34.5%) の方が多くなっています。

表 10. 様々な食材・食品の値上げがあっても、購入量に変化がない、または増えた理由 ※男性のみ

(%)

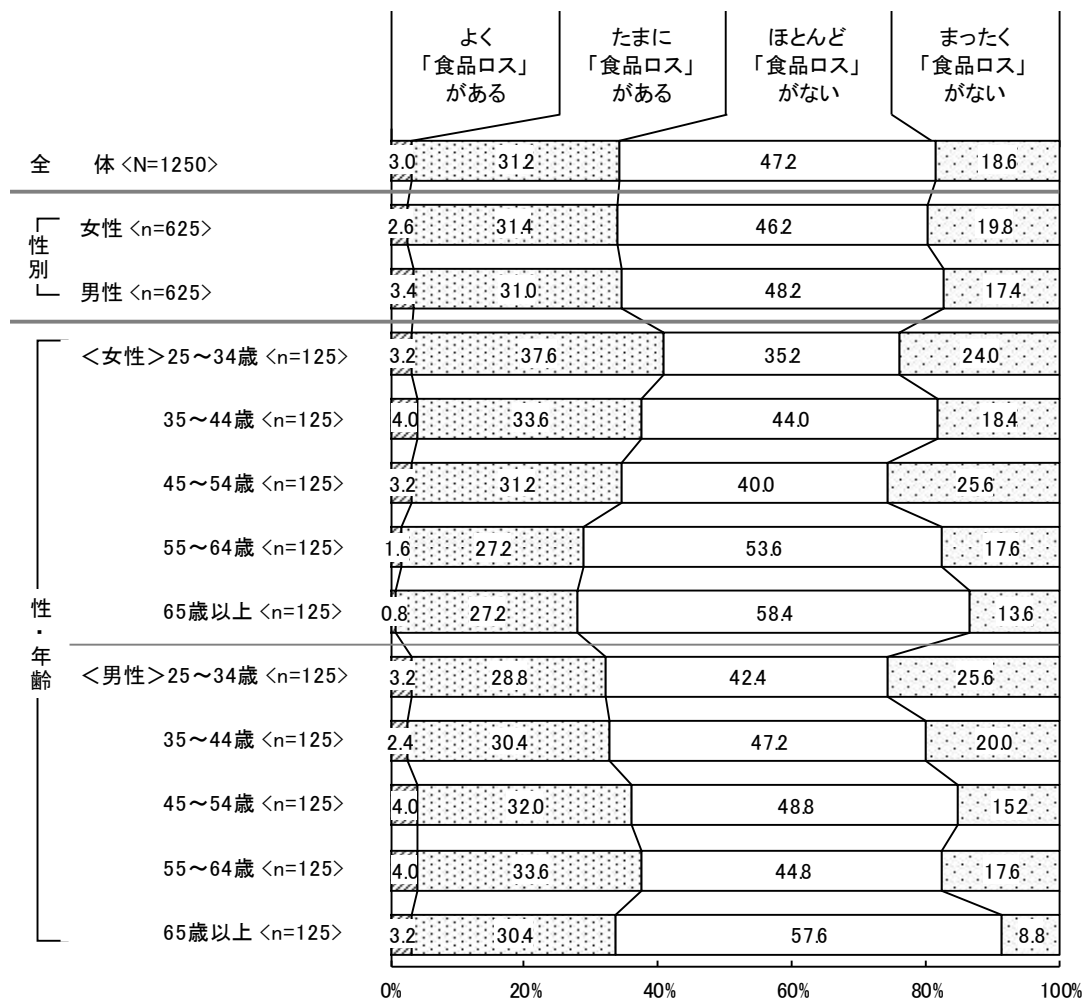
|               | サ<br>ン<br>プ<br>ル<br>数 | 調<br>理<br>の<br>手<br>間<br>や<br>時<br>間<br>が<br>省<br>け<br>る<br>(<br>タイ<br>パ<br>が<br>良<br>い<br>か<br>ら<br>) | 安<br>だ<br>か<br>ら<br>そ<br>れ<br>で<br>も<br>他<br>の<br>食<br>料<br>品<br>よ<br>り<br>割 | 値<br>上<br>げ<br>後<br>も<br>必<br>要<br>性<br>が<br>変<br>わ<br>ら<br>ない<br>た<br>め | 代<br>替<br>品<br>が<br>な<br>い<br>た<br>め | 好<br>き<br>な<br>も<br>の<br>だ<br>か<br>ら | そ<br>の<br>他 | 特<br>に<br>理<br>由<br>は<br>な<br>い | も<br>と<br>も<br>と<br>購<br>入<br>し<br>て<br>い<br>ない |
|---------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------|---------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1) 米          | 498                   | 3.4                                                                                                    | 7.2                                                                          | 43.4                                                                     | 26.3                                 | 12.9                                 | 0.6         | 15.1                            | 4.6                                             |
| 2) パン         | 510                   | 5.7                                                                                                    | 11.4                                                                         | 42.9                                                                     | 19.0                                 | 15.1                                 | 0.4         | 15.5                            | 3.1                                             |
| 3) うどん・パスタ    | 543                   | 7.0                                                                                                    | 13.1                                                                         | 40.1                                                                     | 16.0                                 | 15.1                                 | 0.2         | 15.8                            | 3.3                                             |
| 4) ハム・ソーセージ   | 513                   | 5.5                                                                                                    | 8.0                                                                          | 43.9                                                                     | 16.4                                 | 14.2                                 | 0.2         | 16.8                            | 2.9                                             |
| 5) 冷凍食品       | 538                   | 13.0                                                                                                   | 12.8                                                                         | 42.6                                                                     | 13.6                                 | 11.3                                 | 0.4         | 16.7                            | 0.9                                             |
| 6) 缶詰・レトルト    | 520                   | 9.8                                                                                                    | 10.8                                                                         | 38.3                                                                     | 14.4                                 | 9.6                                  | 0.4         | 18.7                            | 5.0                                             |
| 7) 豆腐・納豆      | 541                   | 6.1                                                                                                    | 11.8                                                                         | 42.9                                                                     | 17.7                                 | 11.5                                 | 0.2         | 16.6                            | 3.9                                             |
| 8) スナック菓子     | 492                   | 4.1                                                                                                    | 6.9                                                                          | 35.8                                                                     | 14.0                                 | 20.1                                 | －           | 18.5                            | 6.5                                             |
| 9) 牛乳         | 514                   | 2.9                                                                                                    | 7.8                                                                          | 42.6                                                                     | 20.2                                 | 11.5                                 | 0.2         | 16.7                            | 6.0                                             |
| 10) コーヒー(豆・粉) | 520                   | 3.3                                                                                                    | 7.9                                                                          | 37.7                                                                     | 16.7                                 | 17.9                                 | －           | 16.3                            | 7.7                                             |
| 11) 野菜        | 482                   | 2.3                                                                                                    | 6.0                                                                          | 46.7                                                                     | 22.6                                 | 10.2                                 | 0.2         | 16.6                            | 2.3                                             |
| 12) 果物        | 483                   | 2.7                                                                                                    | 4.8                                                                          | 43.9                                                                     | 21.1                                 | 12.4                                 | 0.2         | 15.7                            | 6.4                                             |
| 13) 鮮魚        | 512                   | 2.7                                                                                                    | 6.8                                                                          | 44.5                                                                     | 23.0                                 | 10.9                                 | －           | 16.4                            | 5.1                                             |
| 14) 精肉        | 521                   | 2.9                                                                                                    | 6.5                                                                          | 44.9                                                                     | 22.8                                 | 12.7                                 | －           | 16.3                            | 3.6                                             |

《男性》では、いずれの項目でも「値上げ後も必要性が変わらないため」が4割前後を占めて最も多く、次いで「代替品がないため」が続く項目が多くなっています。そのほか、**【5）冷凍食品】**では「調理の手間や時間が省けるから（タイパが良いから）」(13.0%)、**【8）スナック菓子】**では「好きなものだから」(20.1%)が多いといった特徴がみられます。

#### 4. 「食品ロス」はあるか

●男女とも約 3 人に 1 が「食品ロス」が“ある”。

図 37. 食品ロスについて、普段の家庭にあてはまるもの



《女性》では、「まったく『食品ロス』がない」がほぼ2割（19.8%）、「ほとんど『食品ロス』がない」（46.2%）が半数近くで、合わせてほぼ3人に2人（66.1%）が“ない”としていますが、「よく『食品ロス』がある」（2.6%）、「たまに『食品ロス』がある」（31.4%）を合わせた“ある”という人も3人に1人強（33.9%）を占めています。

《男性》では、「まったく『食品ロス』がない」（17.4%）、「ほとんど『食品ロス』がない」（48.2%）を合わせた“ない”の割合は約3人に2人（65.6%）、「よく『食品ロス』がある」（3.4%）、「たまに『食品ロス』がある」（31.0%）を合わせた“ある”の割合は約3人に1人（34.4%）で、《女性》とほぼ同様の結果となっています。

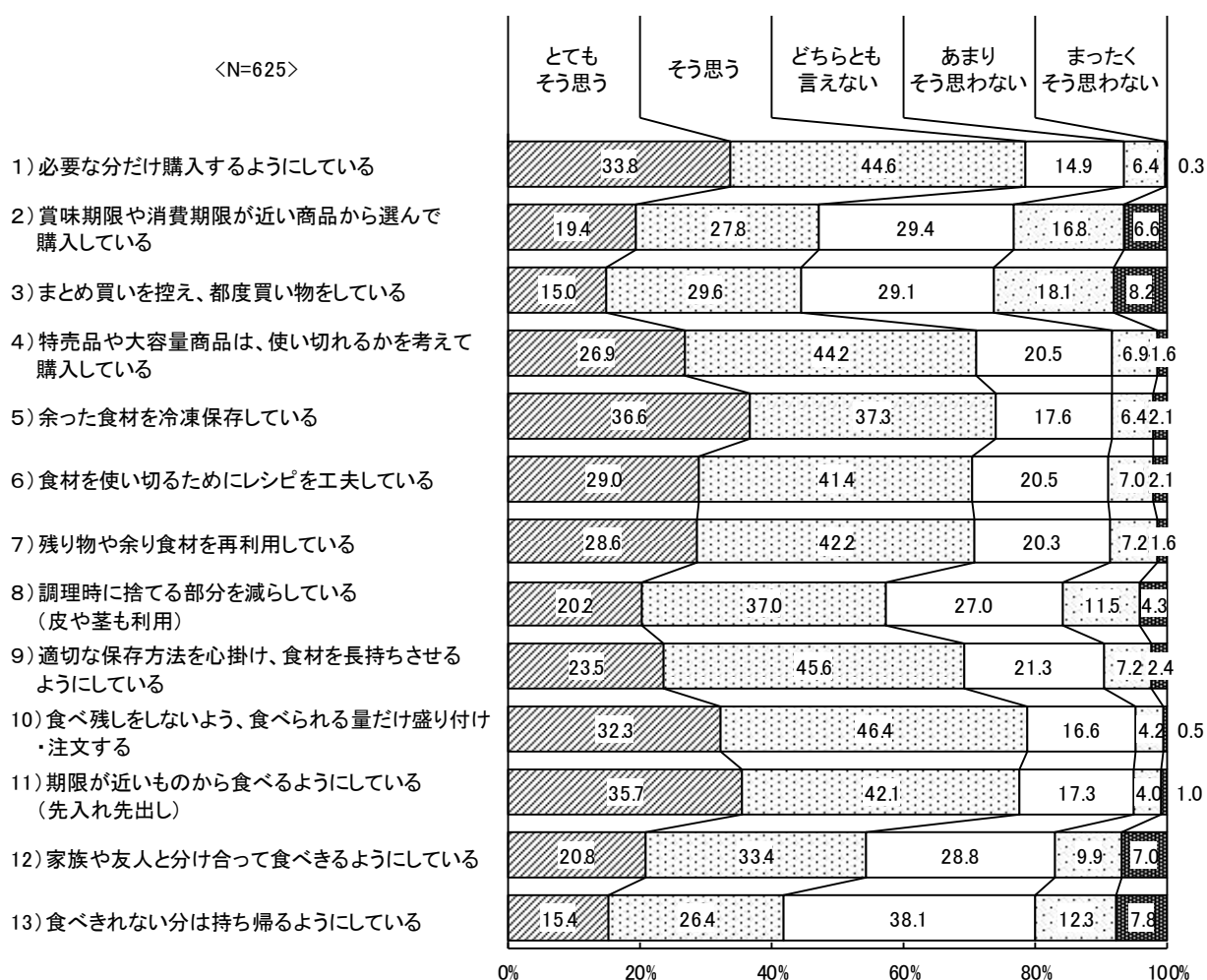
年齢別にみると、《女性》では若い人ほど“ある”の割合は高く、《25～34歳》（40.8%）では、《65歳以上》（28.0%）よりも10ポイント以上高くなっています。一方、《男性》ではあまり大きな年齢差はありませんが、《女性》とは反対に、年代が上がるほど“ある”の割合が高い傾向がみられます。

## 5. 食品ロスに対して意識していること

●《女性》では、“そう思う”の割合は、【10】食べ残しをしないよう、食べられる量だけ盛り付け・注文する】(78.7%)、【1】必要な分だけ購入するようにしている】(78.4%)、【11】期限が近いものから食べるようにしている(先入れ先出し)】(77.8%)、【5】余った食材を冷凍保存している】(73.9%)、【4】特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している】(71.0%)、【7】残り物や余り食材を再利用している】(70.9%)、【6】食材を使い切るためにレシピを工夫している】(70.4%)までの7項目が7割以上。

●《男性》では、“そう思う”の割合は、【1】必要な分だけ購入するようにしている】(67.5%)、【11】期限が近いものから食べるようにしている(先入れ先出し)】(61.6%)、【10】食べ残しをしないよう、食べられる量だけ盛り付け・注文する】(61.3%)、【5】余った食材を冷凍保存している】(56.5%)、【4】特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している】(55.7%)、【9】適切な保存方法を心掛け、食材を長持ちさせるようにしている】(52.2%)などの順で、ほとんどの項目で《女性》よりも低い。

図 38. 食品ロスに対して意識していること ※女性のみ

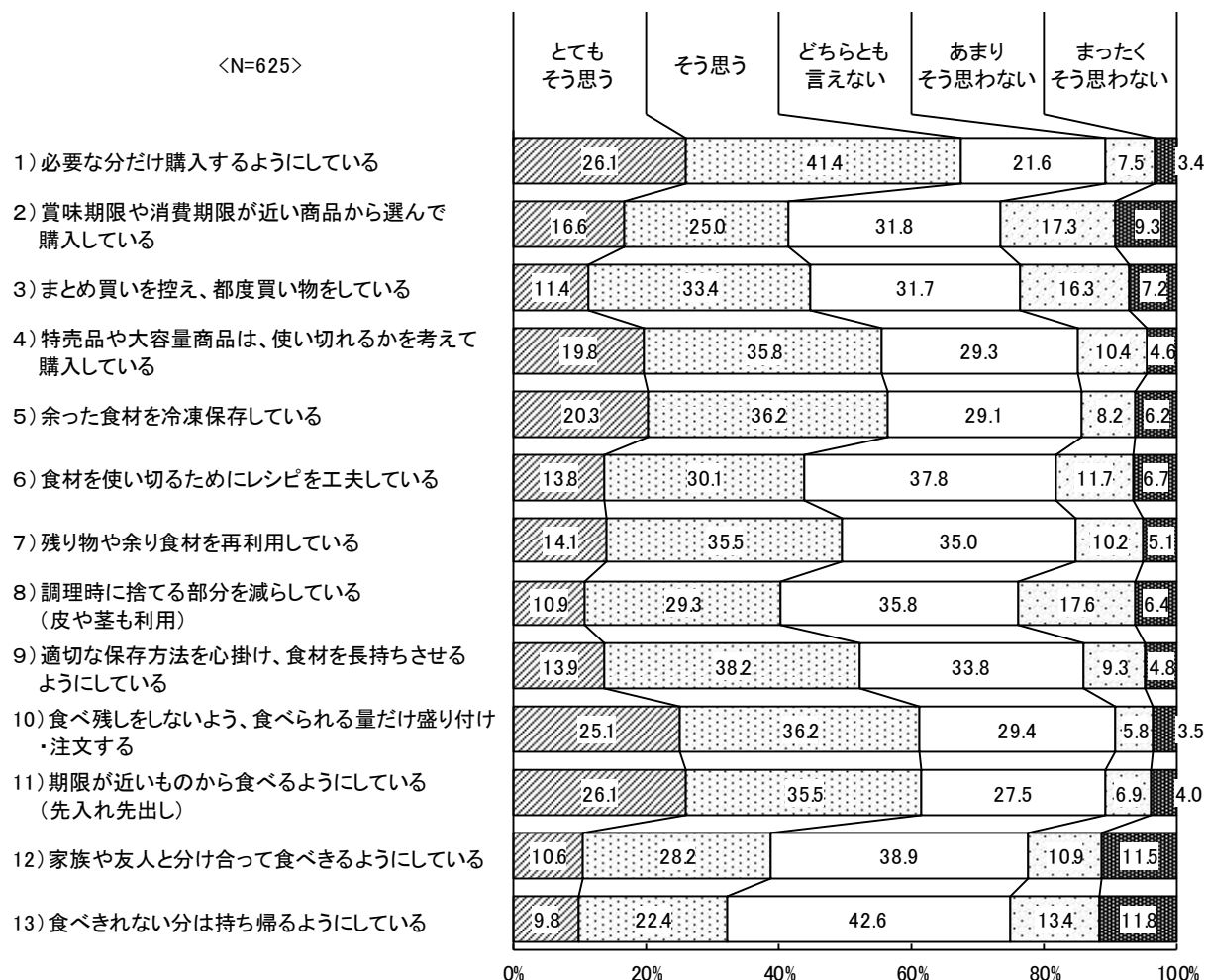


《女性》では、最も同意率が高いのは【10】食べ残しをしないよう、食べられる量だけ盛り付け・注文する】で、“そう思う”(「とてもそう思う」+「そう思う」)の割合は8割近く(78.7%)に達しています。以下、“そう思う”の割合の高い順に、【1】必要な分だけ購入するようにしている】(78.4%)、【11】期限が近いものから食べるようにしている(先入れ先出し)】(77.8%)、【5】余った食材を冷凍保存している】(73.9%)、【4】特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している】(71.0%)、【7】残り物や余り食材を再利用している】(70.9%)、【6】



食材を使い切るためにレシピを工夫している】(70.4%) までの7項目が7割以上を占めています。一方、【13】食べきれない分は持ち帰るようにしている】(41.8%)、【3】まとめ買いを控え、都度買い物をしている】(44.6%)、【2】賞味期限や消費期限が近い商品から選んで購入している】(47.2%) の3項目は4割台にとどまっています。

図 39. 食品ロスに対して意識していること ※男性のみ



《男性》では、“そう思う”の割合が最も高い【1】必要な分だけ購入するようにしている】(67.5%)でも6割台で、以下【11】期限が近いものから食べるようにしている(先入れ先出し)】(61.6%)、【10】食べ残しをしないよう、食べられる量だけ盛り付け・注文する】(61.3%)、【5】余った食材を冷凍保存している】(56.5%)、【4】特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している】(55.7%)、【9】適切な保存方法を心掛け、食材を長持ちさせるようにしている】(52.2%)などの順となっています。ほとんどの項目で《女性》よりも低い割合にとどまっており、特に【6】食材を使い切るためにレシピを工夫している】(女性70.4%、男性43.8%)、【7】残り物や余り食材を再利用している】(同70.9%、49.6%)では20ポイント以上の差となっています。

表 11. 食品ロスに対して意識していること（属性別）（「とてもそう思う」＋「そう思う」の割合）

(%)

|     |        | サンプル数 | 1)<br>必要<br>な分<br>だけ<br>購入<br>する<br>よう<br>にし<br>てい<br>る | 2)<br>賞味<br>期限<br>や購<br>入し<br>てい<br>る商<br>品 | 3)<br>ま<br>とめ<br>買い<br>を控<br>え、<br>都度<br>買い<br>物 | 4)<br>特<br>売品<br>や大<br>容量<br>商品<br>は、<br>使い<br>切 | 5)<br>余<br>った<br>食材<br>を冷<br>凍保<br>存し<br>てい<br>る | 6)<br>食<br>材を<br>使い<br>切る<br>ため<br>にレ<br>シピ<br>を | 7)<br>工<br>夫し<br>てい<br>る | 8)<br>残<br>り物<br>や余<br>り食<br>材を<br>再利<br>用し<br>て | 9)<br>調<br>理時<br>に捨<br>てる<br>部分<br>を減<br>らし<br>て | 10)<br>適<br>切な<br>持ち<br>保存<br>方法<br>を心<br>掛け<br>、食<br>材 | 11)<br>食<br>べ残<br>しを<br>盛<br>り付<br>け、<br>注<br>文す<br>る | 12)<br>期<br>限が<br>近い<br>もの<br>から<br>食<br>べる<br>よう | 13)<br>食<br>べき<br>れな<br>い分<br>は持<br>ち帰<br>るよう |
|-----|--------|-------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 全 体 |        | 1250  | 73.0                                                    | 44.4                                        | 44.7                                             | 63.4                                             | 65.2                                             | 57.1                                             | 60.2                     | 48.6                                             | 60.6                                             | 70.0                                                    | 69.7                                                  | 46.5                                              | 37.0                                          |
| 性 別 | 女性     | 625   | 78.4                                                    | 47.2                                        | 44.6                                             | 71.0                                             | 73.9                                             | 70.4                                             | 70.9                     | 57.1                                             | 69.1                                             | 78.7                                                    | 77.8                                                  | 54.2                                              | 41.8                                          |
|     | 男性     | 625   | 67.5                                                    | 41.6                                        | 44.8                                             | 55.7                                             | 56.5                                             | 43.8                                             | 49.6                     | 40.2                                             | 52.2                                             | 61.3                                                    | 61.6                                                  | 38.7                                              | 32.2                                          |
| 女 性 | 25～34歳 | 125   | 79.2                                                    | 48.8                                        | 50.4                                             | 68.0                                             | 65.6                                             | 68.0                                             | 68.0                     | 49.6                                             | 60.0                                             | 73.6                                                    | 70.4                                                  | 55.2                                              | 45.6                                          |
|     | 35～44歳 | 125   | 77.6                                                    | 50.4                                        | 44.0                                             | 68.8                                             | 66.4                                             | 64.0                                             | 66.4                     | 47.2                                             | 58.4                                             | 72.0                                                    | 71.2                                                  | 56.0                                              | 44.8                                          |
|     | 45～54歳 | 125   | 72.0                                                    | 43.2                                        | 46.4                                             | 67.2                                             | 76.0                                             | 67.2                                             | 64.0                     | 57.6                                             | 69.6                                             | 78.4                                                    | 80.0                                                  | 55.2                                              | 36.0                                          |
|     | 55～64歳 | 125   | 84.8                                                    | 43.2                                        | 42.4                                             | 73.6                                             | 75.2                                             | 71.2                                             | 70.4                     | 58.4                                             | 76.0                                             | 80.8                                                    | 78.4                                                  | 50.4                                              | 37.6                                          |
|     | 65歳以上  | 125   | 78.4                                                    | 50.4                                        | 40.0                                             | 77.6                                             | 86.4                                             | 81.6                                             | 85.6                     | 72.8                                             | 81.6                                             | 88.8                                                    | 88.8                                                  | 54.4                                              | 44.8                                          |
| 男 性 | 25～34歳 | 125   | 66.4                                                    | 40.8                                        | 44.8                                             | 56.0                                             | 58.4                                             | 49.6                                             | 51.2                     | 34.4                                             | 52.0                                             | 57.6                                                    | 56.8                                                  | 44.0                                              | 40.8                                          |
|     | 35～44歳 | 125   | 60.0                                                    | 42.4                                        | 45.6                                             | 51.2                                             | 44.0                                             | 37.6                                             | 36.8                     | 34.4                                             | 46.4                                             | 56.8                                                    | 53.6                                                  | 36.0                                              | 28.0                                          |
|     | 45～54歳 | 125   | 61.6                                                    | 37.6                                        | 42.4                                             | 51.2                                             | 56.8                                             | 45.6                                             | 48.8                     | 38.4                                             | 51.2                                             | 59.2                                                    | 56.8                                                  | 37.6                                              | 35.2                                          |
|     | 55～64歳 | 125   | 72.0                                                    | 42.4                                        | 43.2                                             | 56.8                                             | 58.4                                             | 43.2                                             | 52.8                     | 43.2                                             | 52.0                                             | 64.0                                                    | 67.2                                                  | 39.2                                              | 29.6                                          |
|     | 65歳以上  | 125   | 77.6                                                    | 44.8                                        | 48.0                                             | 63.2                                             | 64.8                                             | 43.2                                             | 58.4                     | 50.4                                             | 59.2                                             | 68.8                                                    | 73.6                                                  | 36.8                                              | 27.2                                          |

年齢別にみると、男女とも年代が上がるほど同意率の高い項目が多い傾向がみられます。

表 12. 食品ロスに対して意識していること（冷凍食品利用頻度別）（「とてもそう思う」＋「そう思う」の割合）  
（％）

|              |       | サンプル数 | 1)                | 2)                        | 3)                | 4)                          | 5)             | 6)                   | 7)               | 8)                       | 9)           | 10)                        | 11)                         | 12)                    | 13)                  |
|--------------|-------|-------|-------------------|---------------------------|-------------------|-----------------------------|----------------|----------------------|------------------|--------------------------|--------------|----------------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------|
|              |       |       | 必要な分だけ購入するようにしている | 賞味期限や消費期限が近い商品から選んで購入している | まとめ買いを控え、都度買い物をする | 特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している | 余った食材を冷凍保存している | 食材を使い切るためにレシピを工夫している | 残り物や余り食材を再利用している | 調理時に捨てる部分を減らしている（皮や茎も利用） | 適切な保存方法にしている | 食べ残しをしないよう、注文する量を盛り付け・注文する | 期限が近いものから食べるようにしている（先入れ先出し） | 家族や友人と分け合って食べきるようにしている | 食べきれない分は持ち帰るようになっている |
| 全 体          |       | 1250  | 73.0              | 44.4                      | 44.7              | 63.4                        | 65.2           | 57.1                 | 60.2             | 48.6                     | 60.6         | 70.0                       | 69.7                        | 46.5                   | 37.0                 |
| 冷凍食品<br>利用頻度 | ほぼ毎日  | 126   | 75.4              | 57.1                      | 51.6              | 65.9                        | 69.8           | 54.0                 | 61.9             | 50.8                     | 64.3         | 81.0                       | 77.8                        | 44.4                   | 38.9                 |
|              | 週2～3回 | 370   | 73.8              | 46.5                      | 46.8              | 63.2                        | 64.3           | 58.6                 | 58.9             | 46.5                     | 59.5         | 68.1                       | 71.9                        | 45.4                   | 34.1                 |
|              | 週1回   | 358   | 72.6              | 41.3                      | 45.5              | 65.1                        | 62.6           | 55.9                 | 59.5             | 48.0                     | 57.8         | 68.2                       | 67.9                        | 48.9                   | 39.4                 |
|              | 月2～3回 | 231   | 72.7              | 39.8                      | 40.3              | 62.3                        | 65.8           | 55.4                 | 59.3             | 49.4                     | 63.6         | 72.3                       | 66.7                        | 44.2                   | 35.9                 |
|              | 月1回   | 165   | 70.3              | 43.0                      | 39.4              | 59.4                        | 68.5           | 61.2                 | 64.8             | 52.1                     | 62.4         | 66.7                       | 66.7                        | 48.5                   | 38.2                 |

冷凍食品の利用頻度別にみると、利用頻度が高い人ほど【2）賞味期限や消費期限が近い商品から選んで購入している】【3）まとめ買いを控え、都度買い物をしている】【4）特売品や大容量商品は、使い切れるかを考えて購入している】【10）食べ残しをしないよう、食べられる量だけ盛り付け・注文する】【11）期限が近いものから食べるようにしている（先入れ先出し）】などを意識している傾向がみられます。

表 13. 食品ロスに対して意識していること（冷凍食品利用目的別）（「とてもそう思う」＋「そう思う」の割合）  
（％）

|          |             | サンプル数       | 1)    | 2)          | 3)   | 4)   | 5)   | 6)   | 7)   | 8)   | 9)    | 10)  | 11)  | 12)  | 13)  |
|----------|-------------|-------------|-------|-------------|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|------|
|          |             |             | 必要    | 賞味          | ま    | れ    | 余    | 食    | 残    | 調    | 適     | 食    | 期    | 家    | 食    |
|          |             | 分だけ購入するようにし | ている   | から選んで購入している | を    | る    | つ    | 材    | り    | 理    | を     | べ    | 限    | 族    | に    |
|          |             |             |       |             | とめ   | る    | た    | 夫    | い    | 時    | 長     | る    | に    | や    | に    |
|          |             |             |       |             | 買    | か    | 食    | し    | る    | に    | 持     | 量    | し    | 友    | し    |
|          |             |             |       |             | い    | を    | 材    | て    | を    | 捨    | ち     | だけ   | て    | 人    | て    |
|          |             |             |       |             | を    | 考    | を    | い    | 余    | て    | さ     | 盛    | い    | と    | い    |
|          |             |             |       |             | 控    | え    | を    | 切    | 食    | る    | せ     | り    | も    | 分    | 分    |
|          |             |             |       |             | え、   | 購    | 冷    | る    | 材    | 部    | る     | 付    | の    | け    | は    |
|          |             |             |       |             | 都    | 入    | 凍    | を    | 再    | 分    | よ     | け    | から   | 合    | 持    |
|          |             |             |       |             | 度    | し    | 保    | 利    | 利    | を    | う     | ・    | 食    | っ    | 帰    |
|          |             |             |       |             | 買    | て    | 存    | 用    | 用    | 減    | に     | 注    | べ    | て    | よう   |
|          |             |             |       |             | い    | い    | し    | し    | し    | ら    | 食     | 文    | る    | 食    |      |
|          |             |             |       |             | 物    | 切    | て    | を    | て    | し    | 材     | す    | よう   | べ    |      |
|          |             |             |       |             |      |      |      |      |      |      |       |      |      |      |      |
| 全 体      |             | 1250        | 73.0  | 44.4        | 44.7 | 63.4 | 65.2 | 57.1 | 60.2 | 48.6 | 60.6  | 70.0 | 69.7 | 46.5 | 37.0 |
| 冷凍食品利用目的 | お弁当用        | 403         | 78.7  | 50.6        | 48.1 | 67.7 | 72.2 | 63.5 | 65.0 | 52.4 | 66.5  | 73.9 | 72.7 | 53.1 | 43.7 |
|          | 自宅の朝食・昼食・夕食 | 1062        | 73.2  | 44.8        | 44.3 | 63.9 | 64.8 | 57.0 | 60.8 | 48.6 | 60.8  | 71.1 | 70.6 | 46.7 | 37.1 |
|          | 間食・夜食       | 205         | 78.5  | 41.0        | 44.9 | 66.3 | 69.8 | 61.0 | 64.9 | 47.8 | 62.4  | 75.6 | 75.6 | 53.2 | 37.6 |
|          | 離乳食         | 14          | 78.6  | 64.3        | 57.1 | 71.4 | 78.6 | 85.7 | 57.1 | 42.9 | 64.3  | 57.1 | 64.3 | 64.3 | 42.9 |
|          | 介護食         | 3           | 100.0 | 33.3        | 33.3 | 33.3 | 66.7 | 66.7 | 33.3 | 33.3 | 100.0 | 33.3 | 33.3 | 66.7 | 33.3 |
|          | 料理に使う素材     | 298         | 77.9  | 47.7        | 40.6 | 72.8 | 79.5 | 75.8 | 77.2 | 62.4 | 76.2  | 83.2 | 80.5 | 55.0 | 37.6 |
|          | デザート        | 101         | 72.3  | 45.5        | 41.6 | 72.3 | 73.3 | 68.3 | 71.3 | 57.4 | 68.3  | 76.2 | 83.2 | 57.4 | 46.5 |

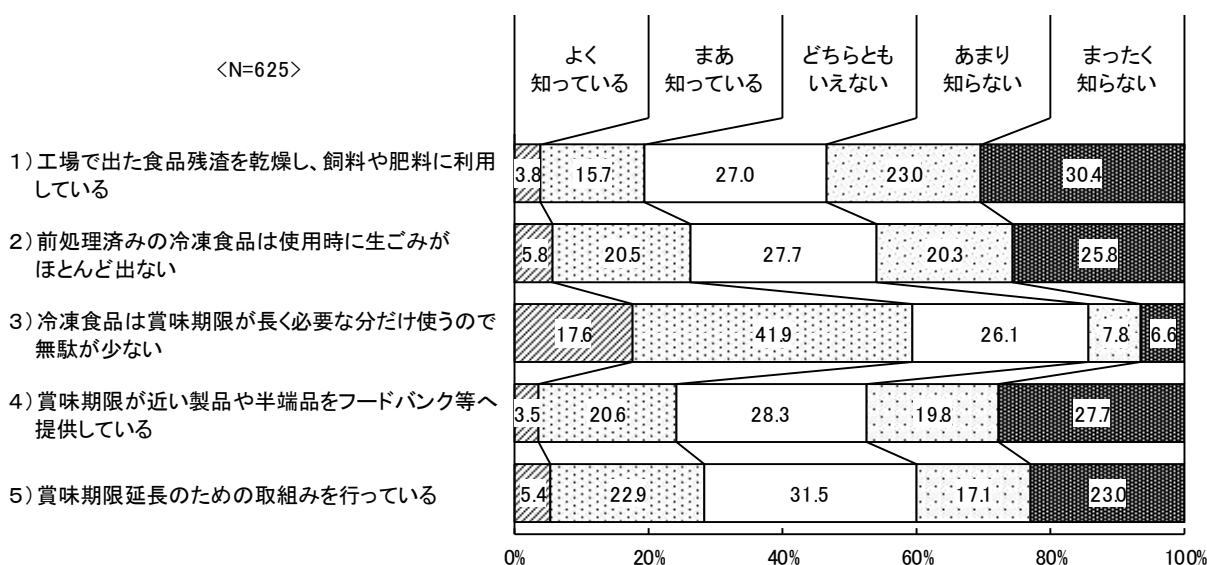
冷凍食品の利用目的別にみると、総じて《料理に使う素材》で高い割合となっている項目が多くなっています。

## 6. 食品ロス削減に関し、冷凍食品業界の取組や冷凍食品の特性について知っていること

●《女性》では、“知っている”割合は、【3】冷凍食品は賞味期限が長く必要な分だけ使うので無駄が少ない】(59.5%)が6割近くで最も高く、以下【5】賞味期限延長のための取組みを行っている】(28.3%)、【2】前処理済みの冷凍食品は使用時に生ごみがほとんど出ない】(26.2%)、【4】賞味期限が近い製品や半端品をフードバンク等へ提供している】(24.2%)は2割台、【1】工場で出た食品残渣を乾燥し、飼料や肥料に利用している】(19.5%)は1割台。

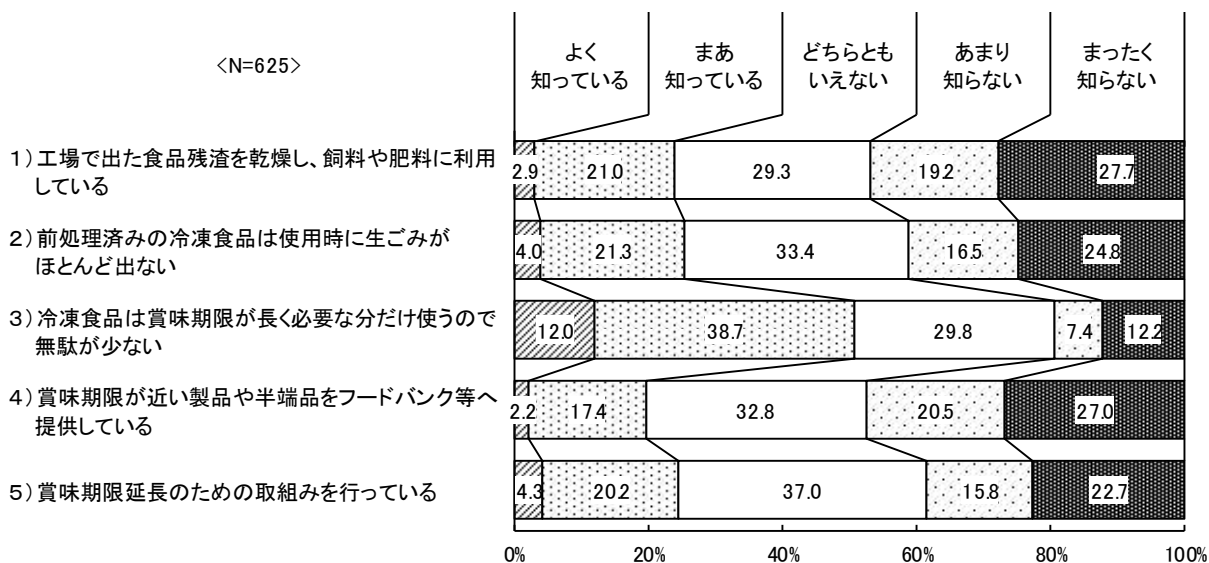
●《男性》でも、【3】冷凍食品は賞味期限が長く必要な分だけ使うので無駄が少ない】(50.7%)が最も高く、以下【2】前処理済みの冷凍食品は使用時に生ごみがほとんど出ない】(25.3%)、【5】賞味期限延長のための取組みを行っている】(24.5%)、【1】工場で出た食品残渣を乾燥し、飼料や肥料に利用している】(23.8%)が2割台、【4】賞味期限が近い製品や半端品をフードバンク等へ提供している】(19.7%)が1割台だが、《女性》と比べると低い割合の項目がほとんど。

図 40. 食品ロス削減に関し、冷凍食品業界の取組や冷凍食品の特性について知っていること ※女性のみ



《女性》では、最もよく知っているのは、【3】冷凍食品は賞味期限が長く必要な分だけ使うので無駄が少ない】で、「よく知っている」が2割弱（17.6%）、「まあ知っている」が4割強（41.9%）で、合わせてほぼ6割が“知っている”（59.5%）としています。以下、“知っている”という割合の高い順に、【5】賞味期限延長のための取組みを行っている】（28.3%）、【2】前処理済みの冷凍食品は使用時に生ごみがほとんど出ない】（26.2%）、【4】賞味期限が近い製品や半端品をフードバンク等へ提供している】（24.2%）は2割台で、【1】工場で出た食品残渣を乾燥し、飼料や肥料に利用している】（19.5%）だけは2割を下回っています。

図 41. 食品ロス削減に関し、冷凍食品業界の取組や冷凍食品の特性について知っていること ※男性のみ



《男性》では、“知っている”という割合は、やはり【3）冷凍食品は賞味期限が長く必要な分だけ使うので無駄が少ない】（50.7%）が最も高く、半数に達しています。以下【2）前処理済みの冷凍食品は使用時に生ごみがほとんど出ない】（25.3%）、【5）賞味期限延長のための取組みを行っている】（24.5%）、【1）工場で出た食品残渣を乾燥し、飼料や肥料に利用している】（23.8%）は2割台で、【4）賞味期限が近い製品や半端品をフードバンク等へ提供している】（19.7%）だけは1割台となっています。《女性》と比べると、【3）冷凍食品は賞味期限が長く必要な分だけ使うので無駄が少ない】（女性 59.5%、男性 50.7%）など、《男性》の方が低い割合の項目がほとんどです。

表 14. 食品ロス削減に関し、冷凍食品業界の取組や冷凍食品の特性について知っていること  
(属性別) (「よく知っている」+「まあ知っている」の割合)

(%)

|        | サンプル数 | 1)<br>工場の<br>飼料や<br>食料の<br>残利を<br>乾燥 | 2)<br>前処理<br>に生ご<br>みの冷<br>凍食料<br>品はど<br>使出 | 3)<br>冷凍食<br>品は賞<br>味使用<br>期限の<br>長無駄 | 4)<br>賞品し<br>て期間<br>限定が<br>近いバ<br>ンク等<br>へ半提<br>供 | 5)<br>賞味期<br>限延長<br>のため<br>の取組 |
|--------|-------|--------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------|
| 全 体    | 1250  | 21.7                                 | 25.8                                        | 55.1                                  | 21.9                                              | 26.4                           |
| 性別     |       |                                      |                                             |                                       |                                                   |                                |
| 女性     | 625   | 19.5                                 | 26.2                                        | 59.5                                  | 24.2                                              | 28.3                           |
| 男性     | 625   | 23.8                                 | 25.3                                        | 50.7                                  | 19.7                                              | 24.5                           |
| 女性     |       |                                      |                                             |                                       |                                                   |                                |
| 25～34歳 | 125   | 24.0                                 | 24.8                                        | 54.4                                  | 26.4                                              | 33.6                           |
| 35～44歳 | 125   | 15.2                                 | 21.6                                        | 49.6                                  | 19.2                                              | 21.6                           |
| 45～54歳 | 125   | 17.6                                 | 23.2                                        | 57.6                                  | 28.0                                              | 28.8                           |
| 55～64歳 | 125   | 17.6                                 | 28.8                                        | 63.2                                  | 19.2                                              | 26.4                           |
| 65歳以上  | 125   | 23.2                                 | 32.8                                        | 72.8                                  | 28.0                                              | 31.2                           |
| 男性     |       |                                      |                                             |                                       |                                                   |                                |
| 25～34歳 | 125   | 26.4                                 | 28.8                                        | 50.4                                  | 20.8                                              | 29.6                           |
| 35～44歳 | 125   | 20.8                                 | 22.4                                        | 42.4                                  | 17.6                                              | 22.4                           |
| 45～54歳 | 125   | 19.2                                 | 16.8                                        | 43.2                                  | 19.2                                              | 23.2                           |
| 55～64歳 | 125   | 17.6                                 | 24.0                                        | 49.6                                  | 14.4                                              | 16.8                           |
| 65歳以上  | 125   | 35.2                                 | 34.4                                        | 68.0                                  | 26.4                                              | 30.4                           |

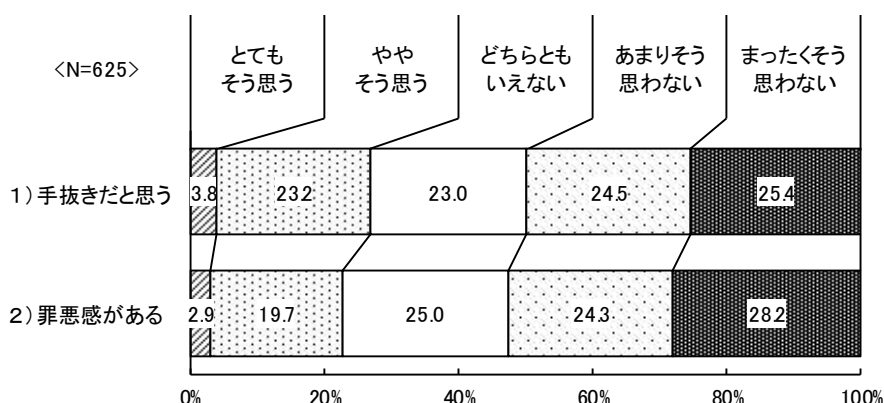
年齢別にみると、年代が上がるほど知っている割合が高い傾向がみられ、特に《男性》ではいずれの項目でも《65歳以上》が最も高くなっています。

## 7. 冷凍食品を「おかず」や「主食（麺・炒飯など）」として食卓に出すことについて

●《女性》では、“そう思う”の割合は、【1）手抜きだと思う】(27.0%)、【2）罪悪感がある】(22.6%)ともに 2 割台にとどまり、“そう思わない”(順に 49.9%、52.5%)の割合の方が多い。

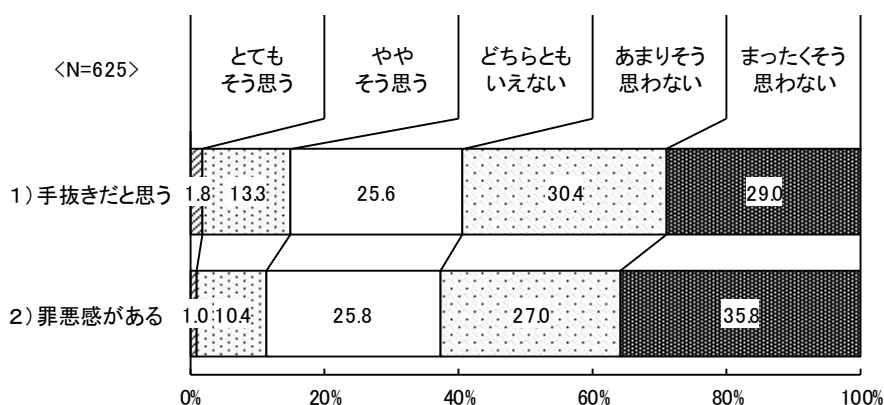
●《男性》では、“そう思う”の割合は、【1）手抜きだと思う】(15.0%)、【2）罪悪感がある】(11.4%)といずれも 1 割台で、“そう思わない”(順に 59.4%、62.9%)の方がはるかに多く、《女性》と比べ肯定的な考えが多くなっている。

図 42. 冷凍食品を「おかず」や「主食（麺・炒飯など）」として食卓に出すことについて、自分の考えに近いもの ※女性のみ



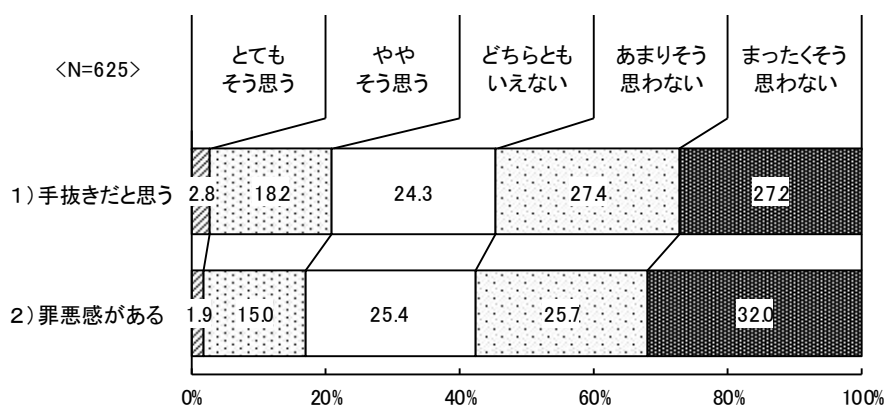
《女性》では、“そう思う”(「とてもそう思う」+「ややそう思う」)の割合は、【1）手抜きだと思う】(27.0%)、【2）罪悪感がある】(22.6%)ともに2割台にとどまり、“そう思わない”(「あまりそう思わない」+「まったくそう思わない」)(順に 49.9%、52.5%)の割合の方が多くなっています。冷凍食品の利用は肯定的にとらえられているようです。

図 43. 冷凍食品を「おかず」や「主食（麺・炒飯など）」として食卓に出すことについて、自分の考えに近いもの ※男性のみ



《男性》では、“そう思う”の割合は、【1）手抜きだと思う】(15.0%)、【2）罪悪感がある】(11.4%)といずれも1割台で、“そう思わない”(順に 59.4%、62.9%)の方がはるかに多くなっています。《女性》と比べ、“そう思う”は10ポイント以上低く、“そう思わない”は10ポイント前後高くなっており、《女性》でも肯定的な考えが多かったのですが、《男性》の方がさらにその傾向が強くみられます。

図 44. 冷凍食品を「おかず」や「主食（麺・炒飯など）」として食卓に出すことについて、自分の考えに近いもの ※全体



ちなみに、全体の結果をみると、“そう思う”の割合は、【1）手抜きだと思う】（21.0%）、【2）罪悪感がある】（17.0%）ともに2割前後となっています。

表 15. 冷凍食品を「おかず」や「主食（麺・炒飯など）」として食卓に出すことについて、自分の考えに近いもの（属性別）（「とてもそう思う」＋「ややそう思う」の割合）（%）

|     |        | サン<br>プル<br>数 | 1)                              | 2)                         |
|-----|--------|---------------|---------------------------------|----------------------------|
|     |        |               | 手<br>抜<br>き<br>だ<br>と<br>思<br>う | 罪<br>悪<br>感<br>が<br>あ<br>る |
| 全 体 |        | 1250          | 21.0                            | 17.0                       |
| 性別  | 女性     | 625           | 27.0                            | 22.6                       |
|     | 男性     | 625           | 15.0                            | 11.4                       |
| 女性  | 25～34歳 | 125           | 28.0                            | 24.0                       |
|     | 35～44歳 | 125           | 28.0                            | 23.2                       |
|     | 45～54歳 | 125           | 30.4                            | 24.0                       |
|     | 55～64歳 | 125           | 25.6                            | 24.8                       |
|     | 65歳以上  | 125           | 23.2                            | 16.8                       |
| 男性  | 25～34歳 | 125           | 19.2                            | 17.6                       |
|     | 35～44歳 | 125           | 17.6                            | 17.6                       |
|     | 45～54歳 | 125           | 16.0                            | 9.6                        |
|     | 55～64歳 | 125           | 9.6                             | 8.0                        |
|     | 65歳以上  | 125           | 12.8                            | 4.0                        |

年齢別にみると、《女性》ではあまり大きな年齢差はありませんが、《男性》では若い人ほど肯定的にとらえる傾向がみられます。



表 16. 冷凍食品を「おかず」や「主食(麺・炒飯など)」として食卓に出すことについて、自分の考えに近いもの  
(属性別) (「あまりそう思わない」 + 「まったくそう思わない」の割合)  
(%)

|        |        | サ<br>ン<br>プ<br>ル<br>数 | 1)<br>手<br>抜<br>き<br>だ<br>と<br>思<br>う | 2)<br>罪<br>悪<br>感<br>が<br>あ<br>る |
|--------|--------|-----------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
|        |        |                       |                                       |                                  |
| 全 体    |        | 1250                  | 54.6                                  | 57.7                             |
| 性<br>別 | 女性     | 625                   | 49.9                                  | 52.5                             |
|        | 男性     | 625                   | 59.4                                  | 62.9                             |
| 女<br>性 | 25～34歳 | 125                   | 52.8                                  | 55.2                             |
|        | 35～44歳 | 125                   | 52.0                                  | 54.4                             |
|        | 45～54歳 | 125                   | 44.8                                  | 49.6                             |
|        | 55～64歳 | 125                   | 48.0                                  | 48.0                             |
|        | 65歳以上  | 125                   | 52.0                                  | 55.2                             |
| 男<br>性 | 25～34歳 | 125                   | 59.2                                  | 57.6                             |
|        | 35～44歳 | 125                   | 50.4                                  | 52.0                             |
|        | 45～54歳 | 125                   | 56.8                                  | 59.2                             |
|        | 55～64歳 | 125                   | 64.0                                  | 68.0                             |
|        | 65歳以上  | 125                   | 66.4                                  | 77.6                             |

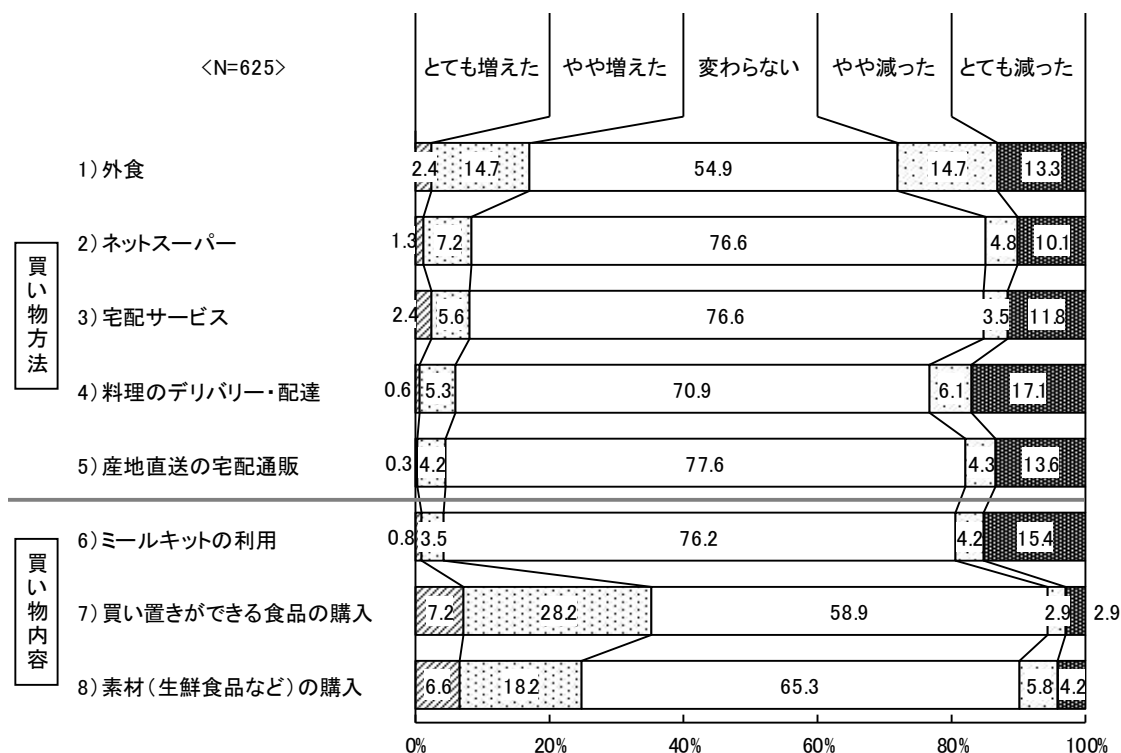
“そう思わない”の割合でみると、やはり《男性》では若い人ほど否定する割合が低い傾向がみられます。

## 8. 1年前に比べて、食材の買い物方法や内容はどのように変わったか

●《女性》では、“増えた”の割合は、【7】買い置きができる食品の購入】(35.4%)で3割台、【8】素材(生鮮食品など)の購入】(24.8%)で2割台と高く、そのほかの項目はいずれも“減った”という方が多い。“減った”の割合が高いのは【1】外食】(28.0%)、【4】料理のデリバリー・配達】(23.2%)。

●《男性》では、“増えた”の割合は、【7】買い置きができる食品の購入】(29.0%)では2割台だが、そのほかの項目はいずれも2割未満。“減った”の割合が高いのは、【1】外食】(23.7%)。《女性》と比べ、【7】買い置きができる食品の購入】【8】素材(生鮮食品など)の購入】が“増えた”の割合は低く、《女性》の方がより多くの買い物方法を利用している。

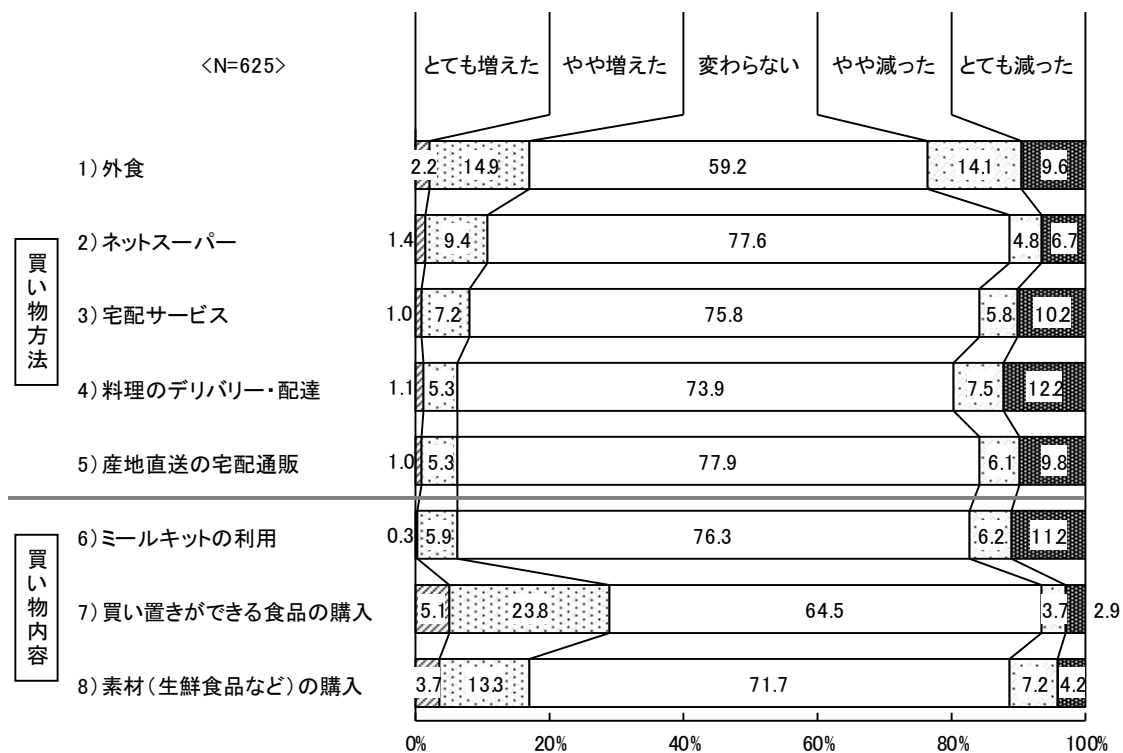
図 45. 1年前に比べて、食材の買い物方法や内容はどのように変わったか ※女性のみ



1年前に比べて、食材の買い物方法や内容はどのように変わったか、【ネットスーパー】【宅配サービス】など8通りの購入方法に分けて聞いてみました。

《女性》では、“増えた”(「とても増えた」+「やや増えた」)の割合は、【7】買い置きができる食品の購入】(35.4%)で3割台と最も高く、【8】素材(生鮮食品など)の購入】(24.8%)も2割台となっています。そのほかの項目はいずれも2割以下と低く、“減った”(「やや減った」+「とても減った」という方が多くなっています。“減った”の割合が高いのは【1】外食】(28.0%)、【4】料理のデリバリー・配達】(23.2%)で、2割台を占めています。

図 46. 1年前に比べて、食材の買い物方法や内容はどのように変わったか ※男性のみ



《男性》では、“増えた”の割合が高いのは【7】買い置きができる食品の購入（29.0%）で、3割近くを占めています。そのほかの項目はいずれも2割未満です。一方、“減った”の割合は、【1】外食（23.7%）で最も高く、2割台となっています。《女性》と比べ、【7】買い置きができる食品の購入（女性35.4%、男性29.0%）、【8】素材（生鮮食品など）の購入（同24.8%、17.0%）での“増えた”の割合が低くなっています。

表 17. 1年前に比べて、食材の買い物方法や内容はどのように変わったか

(%)

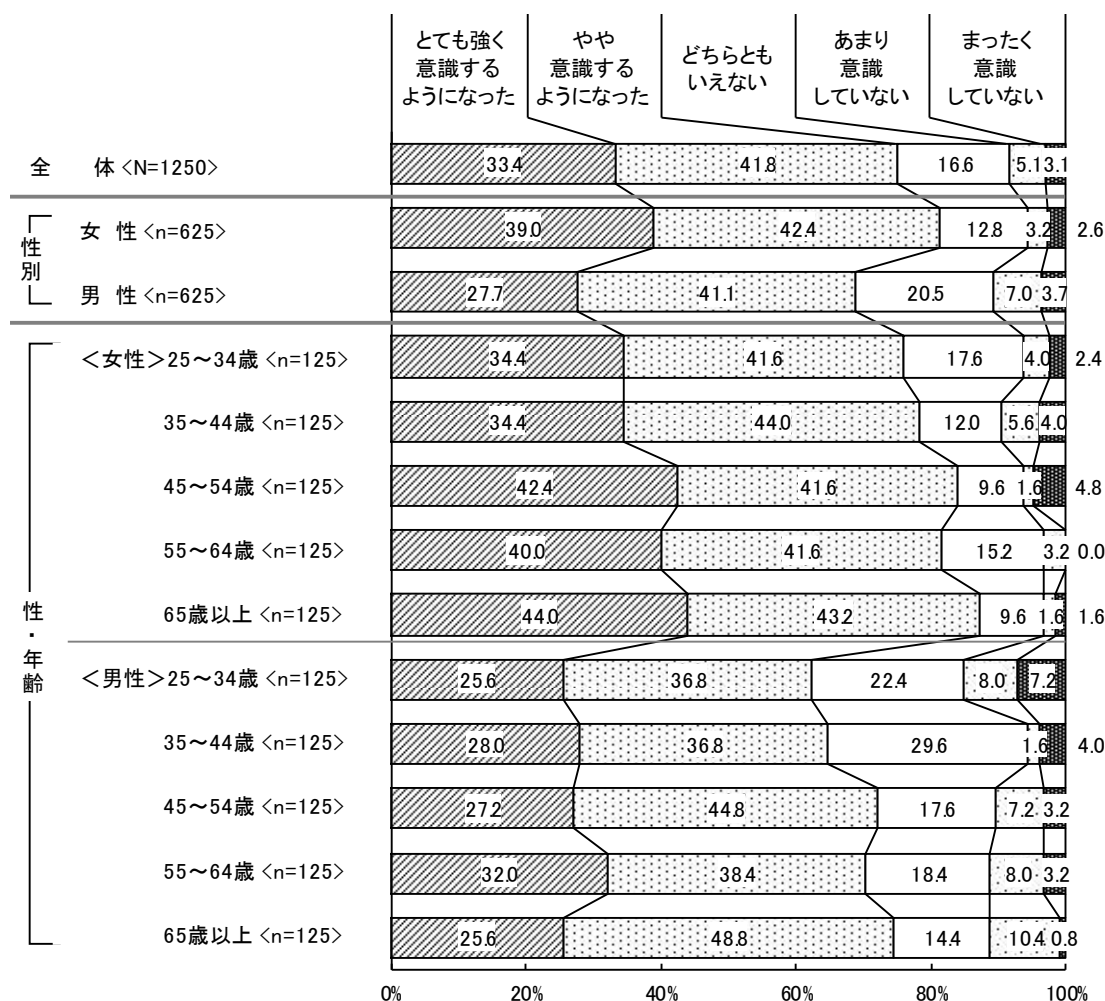
|     |        | サ<br>ン<br>プ<br>ル<br>数 | “増えた(とても＋やや)”の割合 |                                 |                            |                                           |                                           |                                 |                                      |                                           | “減った(とても＋やや)”の割合                                              |        |                                 |                            |                                           |                                           |                                 |                                      |
|-----|--------|-----------------------|------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------|---------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
|     |        |                       | 1)               | 2)                              | 3)                         | 4)                                        | 5)                                        | 6)                              | 7)                                   | 8)                                        | 1)                                                            | 2)     | 3)                              | 4)                         | 5)                                        | 6)                                        | 7)                              | 8)                                   |
|     |        |                       | 外<br>食           | ネ<br>ッ<br>ト<br>ス<br>ー<br>パ<br>ー | 宅<br>配<br>サ<br>ー<br>ビ<br>ス | 料<br>・<br>理<br>の<br>デ<br>リ<br>バ<br>リ<br>ー | 産<br>通<br>地<br>販<br>直<br>送<br>の<br>宅<br>配 | ミ<br>ー<br>ル<br>キ<br>ッ<br>ト<br>の | 買<br>い<br>置<br>き<br>が<br>で<br>き<br>る | 食<br>品<br>の<br>購<br>入<br>が<br>で<br>き<br>る | 素<br>材<br>（<br>生<br>鮮<br>食<br>品<br>な<br>ど<br>）<br>の<br>購<br>入 | 外<br>食 | ネ<br>ッ<br>ト<br>ス<br>ー<br>パ<br>ー | 宅<br>配<br>サ<br>ー<br>ビ<br>ス | 料<br>・<br>理<br>の<br>デ<br>リ<br>バ<br>リ<br>ー | 産<br>通<br>地<br>販<br>直<br>送<br>の<br>宅<br>配 | ミ<br>ー<br>ル<br>キ<br>ッ<br>ト<br>の | 買<br>い<br>置<br>き<br>が<br>で<br>き<br>る |
| 全 体 |        | 1250                  | 17.1             | 9.7                             | 8.1                        | 6.2                                       | 5.4                                       | 5.3                             | 32.2                                 | 20.9                                      | 25.8                                                          | 13.2   | 15.7                            | 21.4                       | 16.9                                      | 18.5                                      | 6.2                             | 10.6                                 |
| 性別  | 女性     | 625                   | 17.1             | 8.5                             | 8.0                        | 5.9                                       | 4.5                                       | 4.3                             | 35.4                                 | 24.8                                      | 28.0                                                          | 14.9   | 15.4                            | 23.2                       | 17.9                                      | 19.5                                      | 5.8                             | 9.9                                  |
|     | 男性     | 625                   | 17.1             | 10.9                            | 8.2                        | 6.4                                       | 6.2                                       | 6.2                             | 29.0                                 | 17.0                                      | 23.7                                                          | 11.5   | 16.0                            | 19.7                       | 15.8                                      | 17.4                                      | 6.6                             | 11.4                                 |
| 女性  | 25～34歳 | 125                   | 28.0             | 12.8                            | 12.8                       | 14.4                                      | 8.0                                       | 8.8                             | 38.4                                 | 32.0                                      | 26.4                                                          | 13.6   | 10.4                            | 22.4                       | 12.8                                      | 15.2                                      | 8.8                             | 7.2                                  |
|     | 35～44歳 | 125                   | 21.6             | 10.4                            | 9.6                        | 8.0                                       | 3.2                                       | 4.8                             | 32.8                                 | 23.2                                      | 22.4                                                          | 14.4   | 13.6                            | 18.4                       | 17.6                                      | 18.4                                      | 4.8                             | 8.8                                  |
|     | 45～54歳 | 125                   | 12.8             | 3.2                             | 2.4                        | 4.8                                       | －                                         | 2.4                             | 28.0                                 | 18.4                                      | 22.4                                                          | 11.2   | 12.0                            | 19.2                       | 15.2                                      | 15.2                                      | 2.4                             | 10.4                                 |
|     | 55～64歳 | 125                   | 14.4             | 6.4                             | 6.4                        | 1.6                                       | 7.2                                       | 4.0                             | 37.6                                 | 25.6                                      | 32.0                                                          | 17.6   | 20.8                            | 24.0                       | 17.6                                      | 18.4                                      | 8.0                             | 12.8                                 |
|     | 65歳以上  | 125                   | 8.8              | 9.6                             | 8.8                        | 0.8                                       | 4.0                                       | 1.6                             | 40.0                                 | 24.8                                      | 36.8                                                          | 17.6   | 20.0                            | 32.0                       | 26.4                                      | 30.4                                      | 4.8                             | 10.4                                 |
| 男性  | 25～34歳 | 125                   | 25.6             | 12.8                            | 14.4                       | 8.0                                       | 8.8                                       | 11.2                            | 36.8                                 | 24.0                                      | 17.6                                                          | 8.0    | 9.6                             | 17.6                       | 9.6                                       | 10.4                                      | 4.8                             | 8.8                                  |
|     | 35～44歳 | 125                   | 20.0             | 10.4                            | 8.8                        | 9.6                                       | 8.8                                       | 6.4                             | 22.4                                 | 18.4                                      | 18.4                                                          | 10.4   | 16.0                            | 17.6                       | 13.6                                      | 17.6                                      | 11.2                            | 12.8                                 |
|     | 45～54歳 | 125                   | 16.8             | 13.6                            | 7.2                        | 6.4                                       | 2.4                                       | 6.4                             | 24.8                                 | 12.0                                      | 24.0                                                          | 8.0    | 11.2                            | 14.4                       | 12.0                                      | 12.8                                      | 5.6                             | 8.8                                  |
|     | 55～64歳 | 125                   | 12.8             | 6.4                             | 4.0                        | 6.4                                       | 5.6                                       | 3.2                             | 29.6                                 | 16.8                                      | 29.6                                                          | 14.4   | 23.2                            | 24.0                       | 20.0                                      | 20.8                                      | 6.4                             | 16.0                                 |
|     | 65歳以上  | 125                   | 10.4             | 11.2                            | 6.4                        | 1.6                                       | 5.6                                       | 4.0                             | 31.2                                 | 13.6                                      | 28.8                                                          | 16.8   | 20.0                            | 24.8                       | 24.0                                      | 25.6                                      | 4.8                             | 10.4                                 |

年齢別にみると、総じて若い人ほど“増えた”の割合が高い項目が多く、特に【1) 外食】でその傾向が強くなっています。

## 9. 最近、頻繁に食料品が値上げされているが、それに伴い節約意識に変化はあるか

- 《女性》では、“意識するようになった”の割合が 8 割強(81.4%)を占め、“意識していない”(5.8%)の割合はごくわずか。
- 《男性》でも、“意識するようになった”(68.8%)の割合が多数を占めるが、《女性》と比べると 10 ポイント以上低い。
- 年齢別では、男女とも年齢が上がるほど“意識するようになった”の割合は高くなる傾向がある。

図 47. 最近、頻繁に食料品が値上げされているが、それに伴い節約意識に変化はあるか



《女性》では、節約を「とても強く意識するようになった」(39.0%)、「やや意識するようになった」(42.4%)がともに4割前後を占め、合わせて“意識するようになった”の割合は、8割強(81.4%)に達しています。「あまり意識していない」(3.2%)、「まったく意識していない」(2.6%)を合わせた“意識していない”(5.8%)の割合はごくわずかです。

《男性》では、節約を「とても強く意識するようになった」(27.7%)、「やや意識するようになった」(41.1%)を合わせた“意識するようになった”(68.8%)の割合は約7割弱と多数を占めていますが、《女性》(81.4%)と比べると10ポイント以上低い割合です。

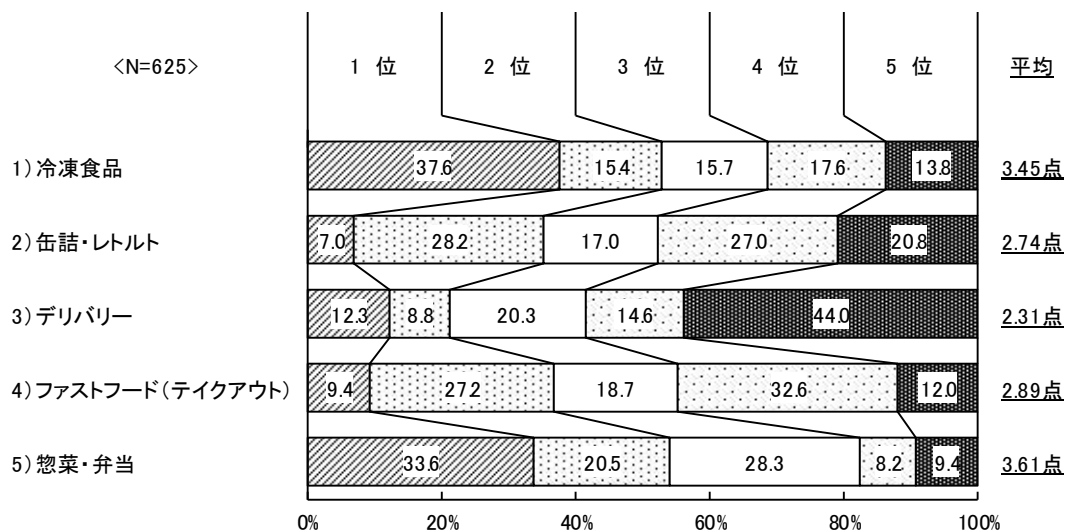
年齢別にみると、男女とも年齢が上がるほど“意識するようになった”の割合は高くなる傾向があり、《女性》では《25~34歳》(76.0%)と比べ《65歳以上》(87.2%)は10ポイント以上、《男性》でも《25~34歳》(62.4%)と比べ《65歳以上》(74.4%)は10ポイント以上高くなっています。

## 10. 各食品・食材の「時間対効果（タイプ）」の満足度

●《女性》では、「1 位」の割合は【1）冷凍食品】（37.6%）、【5）惣菜・弁当】（33.6%）が多い。

●《男性》でも、「1 位」の割合は【1）冷凍食品】（45.8%）が最も多く、次いで【5）惣菜・弁当】（26.9%）が続く。《女性》に比べ、【1）冷凍食品】【2）缶詰・レトルト】の評価が高め、【5）惣菜・弁当】の評価が低め。

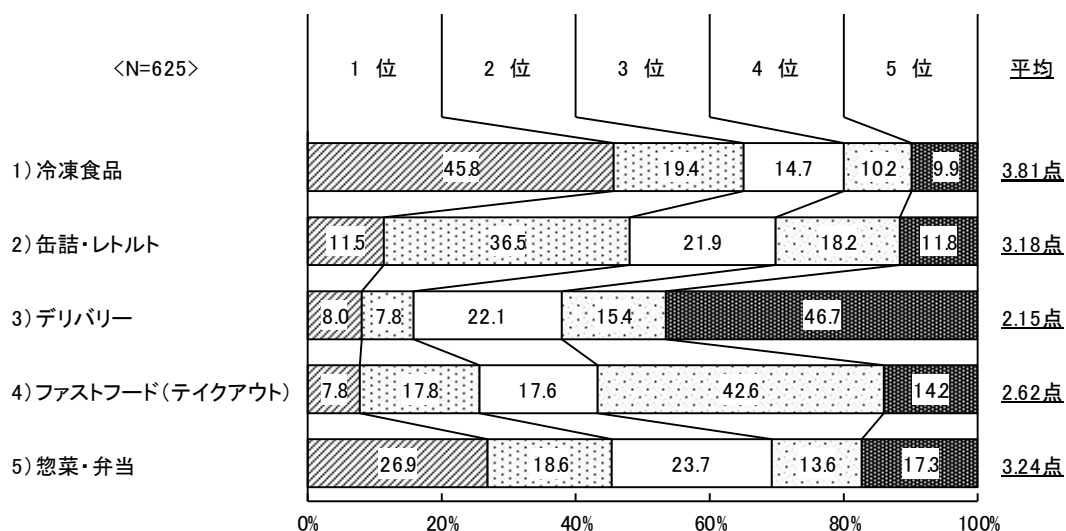
図 48. 食品・食材の「時間対効果（タイプ）」の順位 ※女性のみ



各食品・食材の「時間対効果（タイプ）」の満足度について順位を付けてもらったところ、《女性》では、「1 位」が多いのは【1）冷凍食品】（37.6%）、【5）惣菜・弁当】（33.6%）で、3 割台を占めています。一方、【3）デリバリー】は「5 位」（44.0%）が4 割台に達しているのが目立ちます。

また、「1 位」＝5 点、「2 位」＝4 点、「3 位」＝3 点、「4 位」＝2 点、「5 位」＝1 点の得点を与えて算出した平均をみると、やはり【1）冷凍食品】（3.45 点）、【5）惣菜・弁当】（3.61 点）で高く、【3）デリバリー】（2.31 点）で低くなっています。

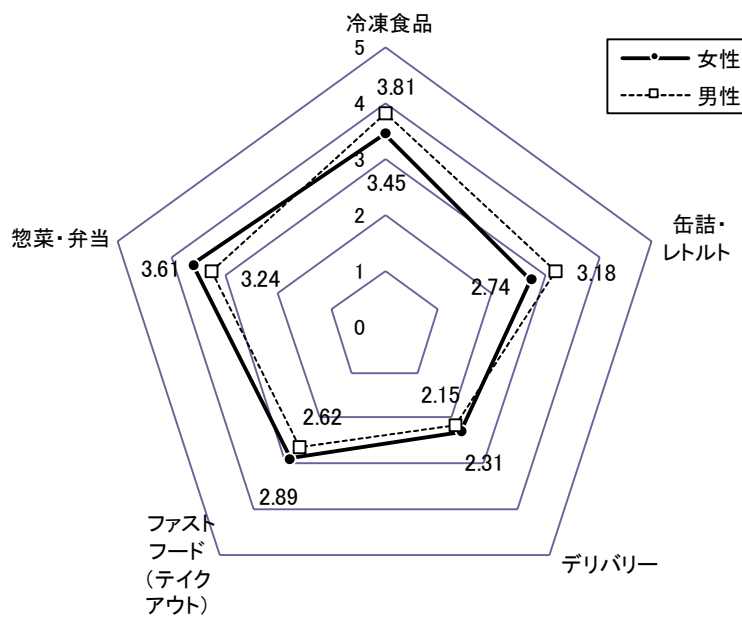
図 49. 食品・食材の「時間対効果（タイプ）」の順位 ※男性のみ



《男性》では、やはり「1 位」は【1）冷凍食品】（45.8%）が最も多く、次いで【5）惣菜・弁当】（26.9%）も3割近くを占めています。

また、得点の平均は、やはり【1）冷凍食品】（3.81 点）、【5）惣菜・弁当】（3.24 点）で高く、【3）デリバリー】（2.15 点）で低くなっています。

図 50. 各食品・食材の各項目の「時間対効果（タイプ）」の順位（点数化）



得点化した平均をプロットした図をみると、【1）冷凍食品】（女性 3.45 点、男性 3.81 点）、【2）缶詰・レトルト】（同 2.74 点、3.18 点）は《男性》の方が、【5）惣菜・弁当】（同 3.61 点、3.24 点）は《女性》の方が、それぞれ評価は高くなっています。