

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 大榎顕也)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