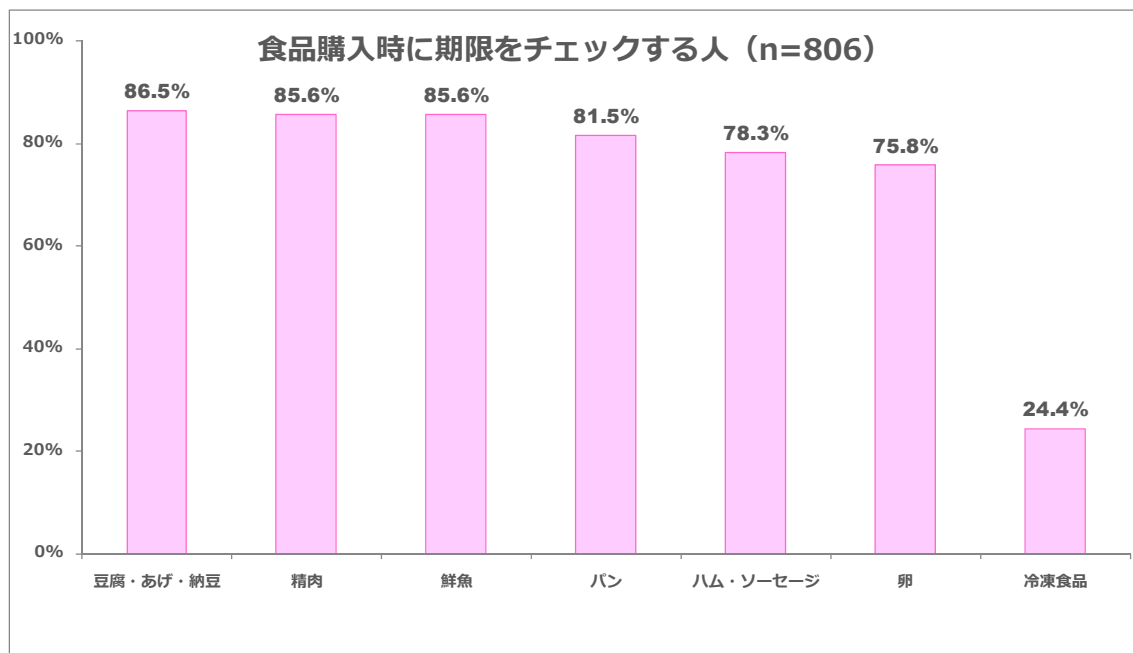


食品の期限切れ
精肉や鮮魚は「冷凍していれば気にしない」が半数以上
 ～既婚女性の食品期限に関する意識調査～

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレイン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）では、「食品の期限」についてのアンケートを2016年5月17日～5月23日に実施しましたので、その結果を報告します。アンケートの対象は、30代～40代の主婦を中心とする当社サービス登録の既婚女性会員で、有効回答者数は806名（平均年齢46歳）でした。

【調査結果】

(1) 食品購入時の期限のチェックについて

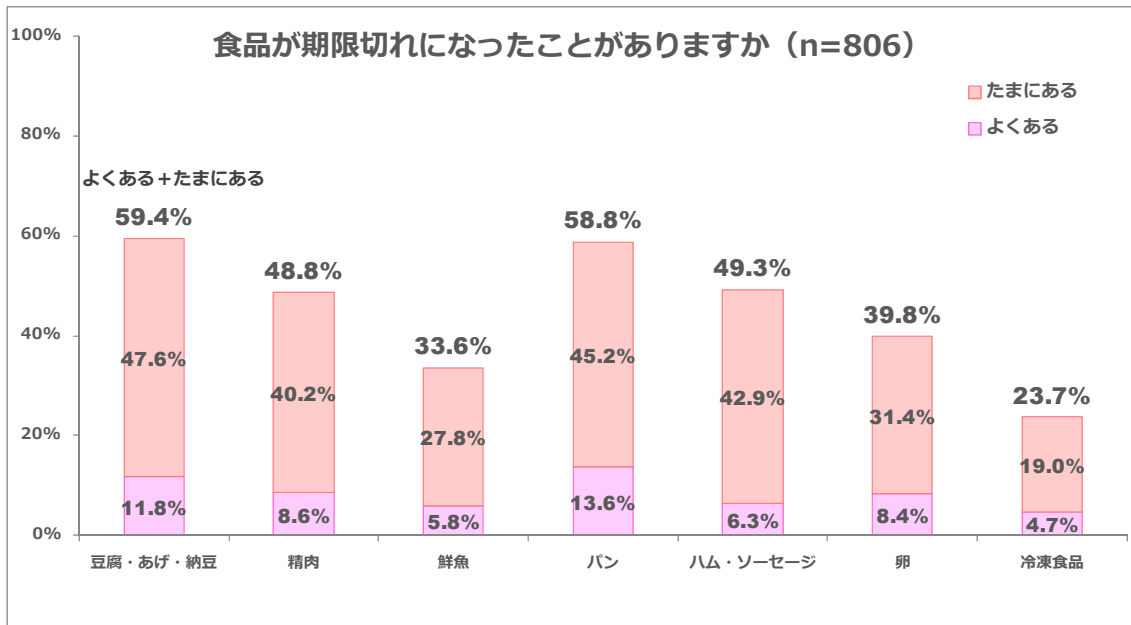


図表 1: 食品購入時の期限のチェックについて (n=806)

アンケートでは、精肉や鮮魚、パン、ハム・ソーセージ、豆腐・あげ・納豆、卵、冷凍食品の購入時に賞味期限や消費期限といった期限をチェックするかを確認しました。

その結果、必ず期限をチェックするという方が、「豆腐・あげ・納豆」では86.5%、「精肉」では85.6%。鮮魚では85.6%、「パン」では81.5%、「ハム・ソーセージ」では78.3%、「卵」では75.8%でした。

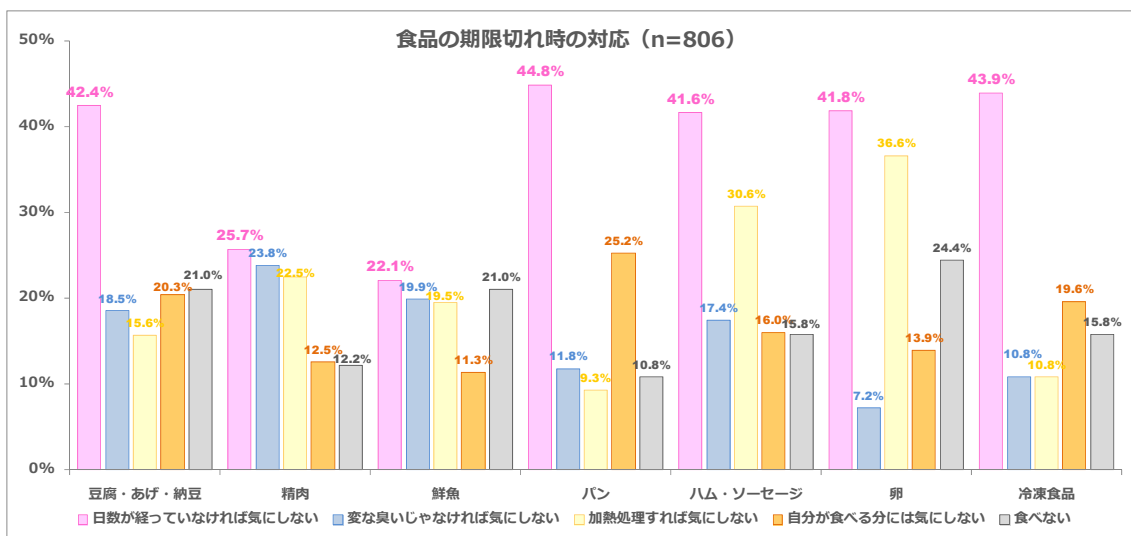
(2) 食品の期限切れについて



図表 2: 食品の期限切れについて (n=806)

続いて、購入した食品が期限切れになることがあるかを聞いたところ、「豆腐・あげ・納豆」が「よくある」、「たまにある」を合わせて 59.4%でした。期限を切らしてしまいがちだからこそ、購入時にチェックしている方も多いと言えそうです。

ついで、「パン」が 58.8%、「ハム・ソーセージ」が 49.3%と続きました。



図表 3: 食品の期限切れ時の対応について【複数回答】(n=806)

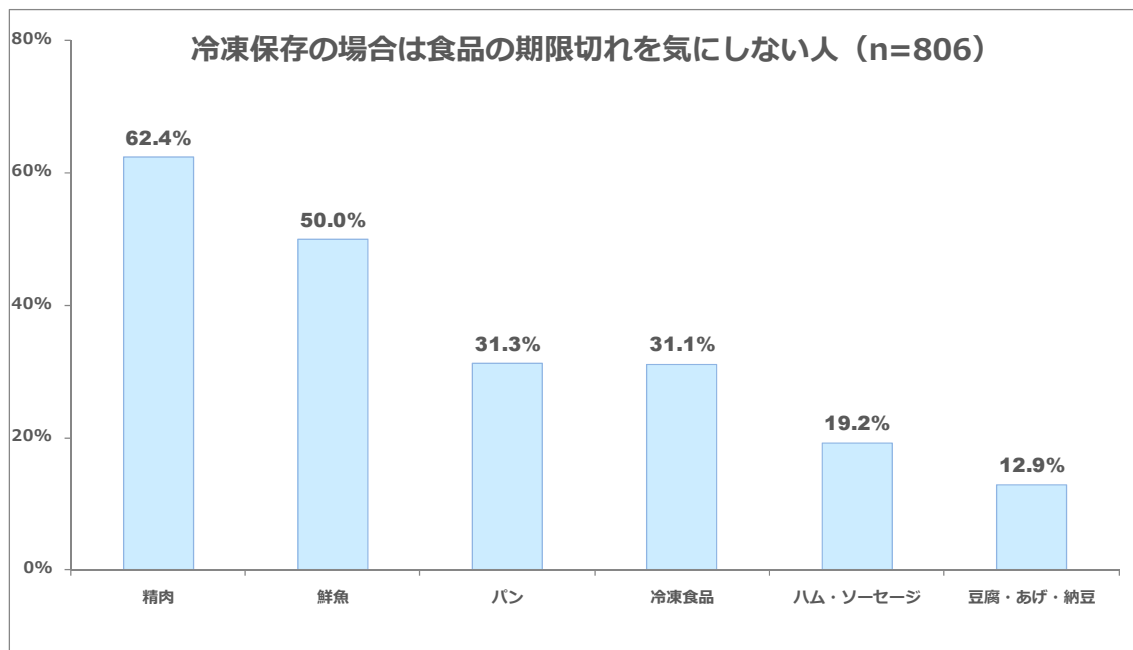
さらに、実際に食品の期限が切れた場合に行っているかを聞きました。その結果、最も期限切れになるとの回答が多かった「豆腐・あげ・納豆」では、「日数が経っていなければ気にしない」が 42.4%、「変な臭いじゃなければ気にしない」が 18.5%、「加熱処理すれば気にしない」が 15.6%、「自分が食べる分には気にしない」が 20.3%でした。

「パン」や「ハム・ソーセージ」、「卵」、「冷凍食品」でも同様に 40%以上の方が「日数

が経っていなければ気にしない」と回答しました。

その一方で、精肉については「日数が経っていなければ気にしない」が 25.7%、「変な臭いじゃなければ気にしない」が 23.8%、「加熱処理すれば気にしない」が 22.5%、「自分が食べる分には気にしない」が 12.5%、鮮魚では「日数が経っていなければ気にしない」が 22.1%、「変な臭いじゃなければ気にしない」が 19.9%、「加熱処理すれば気にしない」が 19.5%、「自分が食べる分には気にしない」が 11.3%と、他の食品よりも日にちを基準に「食べない」判断をする方が多い傾向となりました。

(3) 冷凍保存した食品の期限切れについて



図表 4: 冷凍保存した食品の期限切れ時について (n=806)

アンケートでは、さらに食品を冷凍保存していた場合、期限切れを気にするかを確認しました。その結果、「精肉」では 62.4%が気にしない、「鮮魚」では 50.0%が気にしないと回答しており、冷凍することで期限が気にならなくなる方が多いことがわかりました。一般的に種類や方法にもよりますが、肉や魚は期限内に冷凍保存することで 1 ヶ月程度持つと言われていますが、実際に既婚女性の方々も冷凍保存することで期限切れが気にならなくなるようです。

具体的な食品の期限切れ防止の工夫については、「『早めに使うもの BOX』を冷蔵庫内に作って、そこに入れるようにしています。」(40 代)、「冷蔵庫にホワイトボードを貼っておいて、買い物をした都度購入した品物と賞味期限をメモしておきます。」(30 代)といったようにわかりやすい位置に置く、文字でわかるようにするといった意見がありました。

また、実際に期限が切れてしまった場合、「状態を見て、危ないと思ったら潔く捨てる。大丈夫そうと思ったら、まずは火を通して調理し、一番に私が味見をして判断しています。」(40 代)というように加熱処理して、様子を見るというコメントもありました。

【調査実施概要】

対象：当社登録の会員

調査方法：当社リサーチサイト「リサれば！」を活用したインターネットリサーチ

調査地域：全国

調査期間：2016年5月17日～5月23日（7日間）

有効回答者数：806名

回答者（既婚女性）の属性：30代以下19%、40代48%、50代以上33%

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約60,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など120,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」（URL：<http://www.sbfield.co.jp/column/>）

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

【会員登録について】

・パソコン用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/pc/>

・携帯用登録 URL：<https://www.sbfield.co.jp/m/>

会員登録いただくと、当社からお仕事情報を配信いたします。スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店、公共施設や遊戯施設、専門サービスを提供する全国チェーンのお店から飲食店まで、あなたの生活圏がそのままお仕事のフィールドとなります。

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社

広報部 柳原（やなぎはら）/具志堅（ぐしけん）/矢治（やじ）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631

MAIL：solution@sbfield.com