

～主婦の食品期限の意識調査Ⅱ～
**家庭で期限切れ食品を食べる場合、
主婦が自分で食べるが9割以上！**

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:東京都千代田区、代表取締役社長:木名瀬博)は、当社登録の20代～60代の既婚女性会員を対象に「主婦の食品期限の意識調査」を実施しました。

今回は、期限切れ食品の家庭での取り扱いに関する調査結果をまとめました。
有効回答者数は479名でした。

【調査結果】

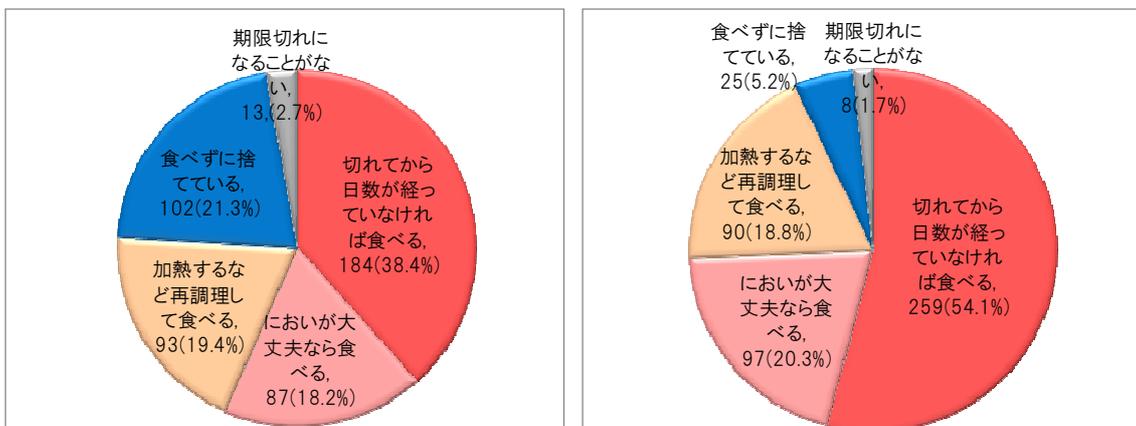
(1) 消費期限切れ食品、賞味期限切れ商品の扱いについて

消費期限切れ食品の場合、「切れてから日数が経っていなければ食べる」38.4%、「においが大丈夫なら食べる」18.2%、「加熱するなど再調理して食べる」19.4%、「食べずに捨てている」21.3%となりました。消費期限切れ食品を食べている家庭は、76.0%であることがわかりました。

賞味期限切れの食品の場合、「切れてから日数が経っていなければ食べる」54.1%、「においが大丈夫なら食べる」20.3%、「加熱するなど再調理して食べる」18.8%、「食べずに捨てている」5.2%となりました。賞味期限切れ食品も93.2%の家庭で食べられていることがわかりました。

具体的なコメントでは、「傷みやすいものは特に気にしていますが、期限が切れたからといって腐るわけではないので加熱したりして使っています。」(30代)や「期限切れの食品は、傷んでいないことを確認して食べます。」(40代)など、食品を無駄にしないように各家庭で工夫されているようです。

図1:[左]消費期限切れ食品の扱い(n=479)、[右]賞味期限切れ商品の扱い(n=479)

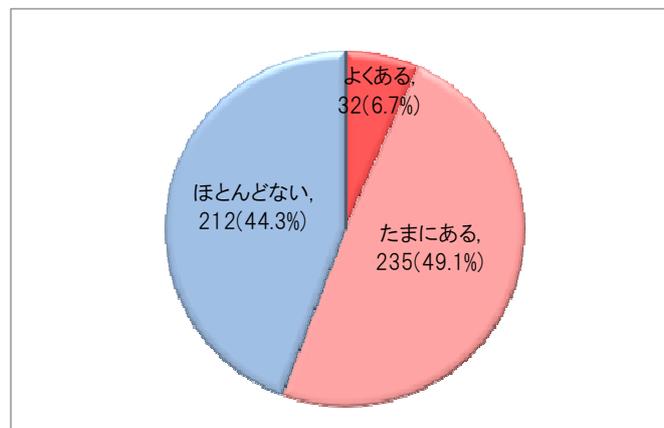


(2) 食品期限に関する家族からの指摘について

自宅で食品を保管している際、期限に関する家族からの指摘について、「よくある」6.7%、「たまにある」49.1%となり、家族から指摘を受ける割合は、約半数の 55.8%となりました。

具体的には、「冷蔵庫に入っていることを忘れてしまい期限が過ぎてしまったり、使おうと思っていたのに急遽外食をしてしまい使えなかったりする。自分より旦那の方が食品の期限に敏感で、よく『これ過ぎてるよ』と指摘されることがある。」(30代)や「子供が学校で『食品の期限』について習ってきた後、家中の食品の期限をチェックして、『これはあと〇日』とか『あーこれは過ぎてる！』などとうるさく、思わず『腐ってなきやいいの』と怒ってしまったことがあった。」(40代)などがありました。食品の期限管理については、十分に認識しているものの予定や気分が変わったりして、食品が残ってしまっていると、家族から指摘されることもあるようです。

図 2: 食品期限に関する家族からの指摘について(n=479)



(3) 期限切れ食品を食べることについて

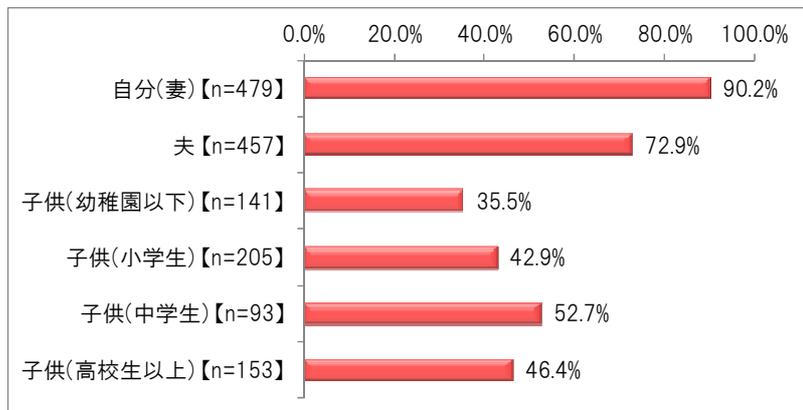
期限切れ食品を食べる場合、だれが食べていますかとの問いには、「自分(妻)」90.2%、「夫」72.9%、「子供(幼稚園以下)」35.5%、「子供(小学生)」42.9%、「子供(中学生)」52.7%、「子供(高校生以上)」46.4% となりました。

具体的なコメントでは、「食中毒や食あたりになるのが怖いので家族には食べさせたくない。もったいないなと思った時は、自分で食べています。」(30代)や「よく期限が切れるのは、納豆か豆腐かヨーグルトなので、切れた翌日か翌々日の昼に私が食べています。」(40代)などがありました。主婦が自分で食べている割合は、90.2%となり、もったいないので、まずは自分で食べる傾向がみられました。

一方で、「あまりににおいが違うと捨てますが、ある程度なら調理しています。でもあまり自分では食べず、内緒で主人に出します。」(30代)や「育ってきた環境によりますが主人は期限が切れても特別においや色が変わってない限り食べる習慣があり、免疫もできているので食べてもらいます。」(50代)などがありました。夫が食べている割合は、72.9%と妻について高くなりました。

また他のコメントでは、「期限を見て、期間があまり経っていないものは、におい・見た目判断して、大人が食べるようにしています。」(40代)や「実家の母が、期限管理が全くできていません。子供たちに危ないものを食べさせたくないの、夏の帰省時にはまず冷蔵庫と食材庫の整理をします。」(40代)などがありました。子供が食べている割合は、自分や夫の半数程度と低くなり、免疫力の高い大人は食べるが、子供は食中毒などが不安なので食べさせないという親心がみられました。

図 3:期限切れ食品を食べる場合、だれが食べていますか



【調査実施概要】

対象:当社登録の20代～60代の既婚女性会員

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:2013年3月14日～3月20日(7日間)

有効回答者数:479名

年代:20代 1.9%、30代 30.5%、40代 49.3%、50代以上 18.4%

【ソフトブレイン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレイン・フィールド株式会社は、ソフトブレイン株式会社(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46,000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100,000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。

本社所在地 :東京都千代田区有楽町2-2-1 ラクチョウビル7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。

【本件に関するお問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

戦略企画室長 柳原 千夏

TEL:03-5537-5981 /FAX:03-5537-5982

MAIL: solution@sbfield.com