

報道関係各位

2023年6月7日  
株式会社クロス・マーケティング

## 冷蔵・冷凍での保存は「いつまでもつか」が懸念 悩みは「庫内の掃除」と「スペース不足」

－ 食品の保存に関する調査（2023年） －

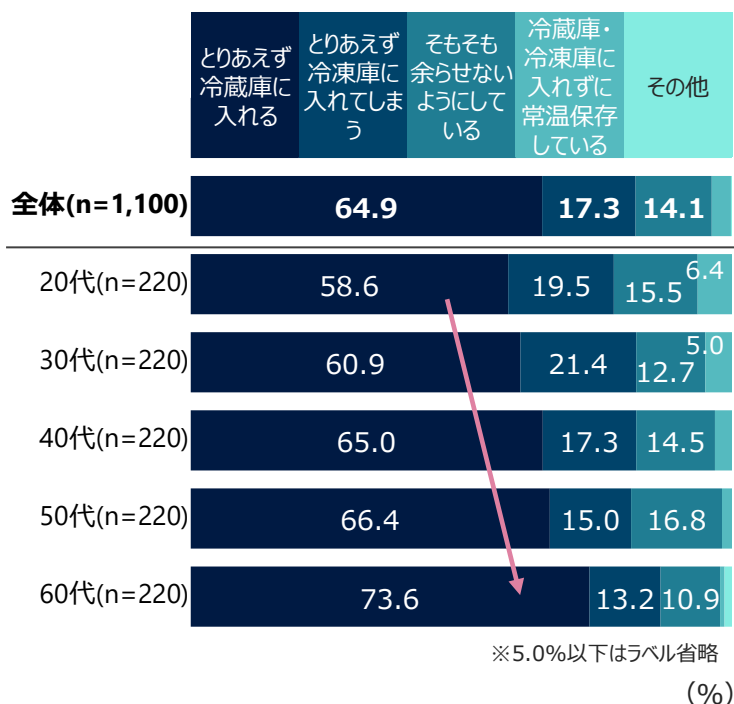
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「食品の保存に関する調査（2023年）」を実施しました。気温や湿度が高くなり、食中毒が気になりな季節になりました。食品の保存をするときはどのように保存しているでしょうか。今回は、「食事や食材が余った時の保存方法」、「食品の『まだ食べられる』と思うライン」、「冷蔵庫を使っていて、気になることや困っていること」、「冷凍庫を使っていて、気になることや困っていること」を聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230607preservation/>

### ■調査結果

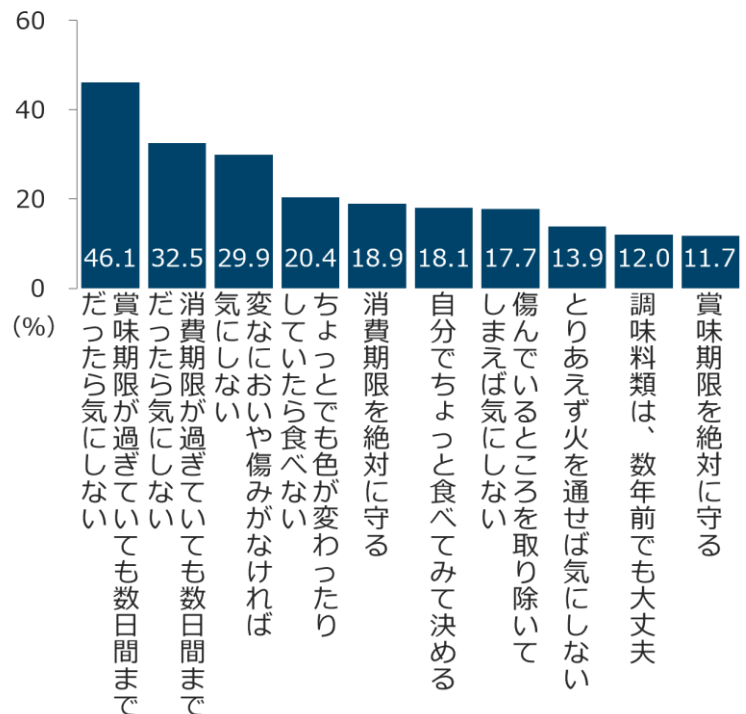
- ✓ 余った食事や食材は「とりあえず冷蔵庫に入れる」が最多の64.9%。〈図1〉  
年代が上がるにつれて「とりあえず冷蔵庫に入れる」人が多くなり、60代は73.6%を占める。
- ✓ 「まだ食べられる」と思う食品のラインは、「賞味期限が数日過ぎても気にしない」が46.1%で最も多く、「消費期限が数日過ぎても気にしない」「変なおいや傷みがなければ気にしない」が3割前後で続く。〈図2〉  
次いで「ちょっとでも色が変わったりしたら食べない」が20.4%、「消費期限を絶対守る」は18.9%。一方「賞味期限を絶対に守る」は11.7%となった。
- ✓ 冷蔵庫の気になることは、「冷蔵庫の中の掃除をしていない」が24.2%と高い。〈図3〉  
次いで「冷蔵庫の中のスペースが足りない」「冷蔵庫に入れた残りはいつまで食べられるか不安」があがった。
- ✓ 冷凍庫は「冷凍庫のスペースが足りない」が24.6%がTOP。〈図4〉  
僅差で「冷凍庫の中の掃除をしていない」「冷凍してからどのぐらい持つかわからない」が2割台で続く。

〈図1〉 食事や食材が余ったときの保存方法

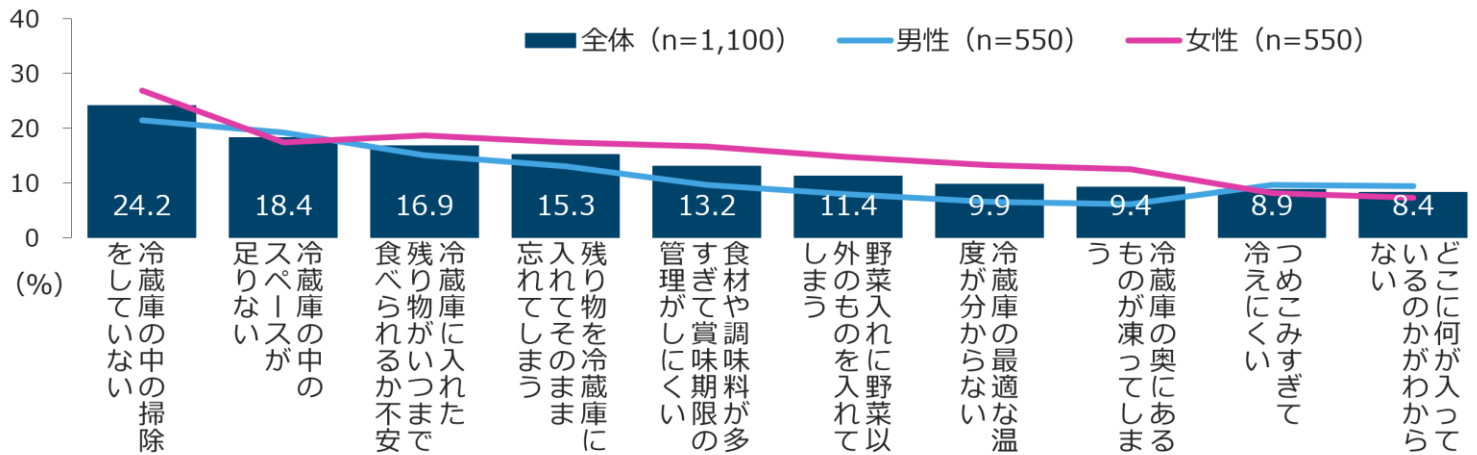


〈図2〉 食品の「まだ食べられる」と思うラインTOP10

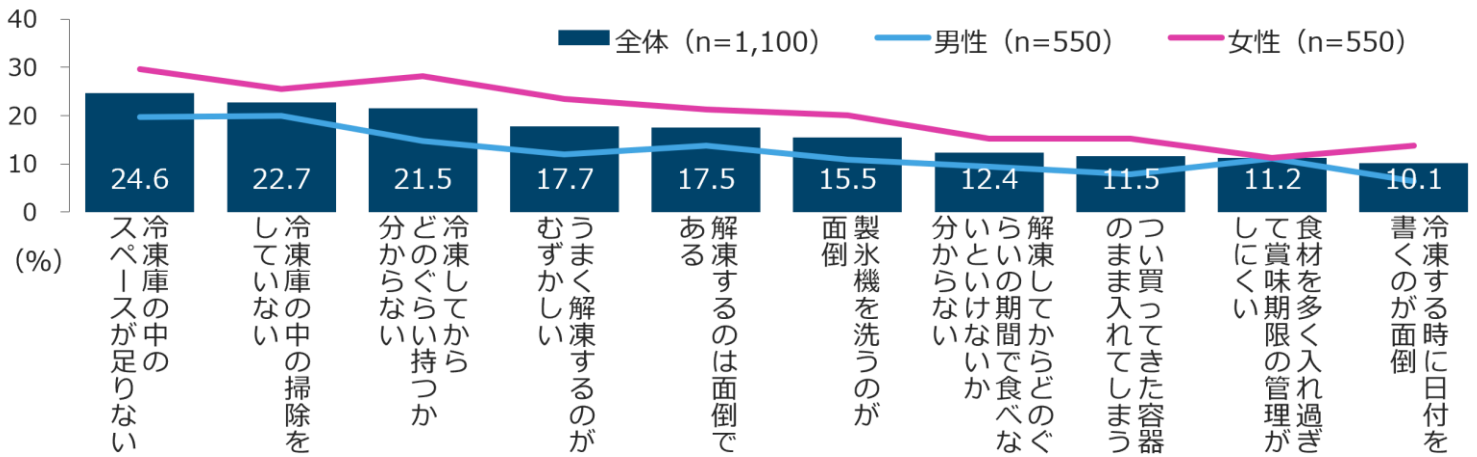
(複数回答：n=1,100)



＜図3＞ 冷蔵庫を使っている、気になることや困っていることTOP10（複数回答）



＜図4＞ 冷凍庫を使っている、気になることや困っていることTOP10（複数回答）



### ■調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 食事や食材が余ったときの保存方法
- 冷蔵庫を使っている、気になることや困っていること
- 冷凍庫を使っている、気になることや困っていること
- 食品の「まだ食べられる」と思うライン

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20230607preservation/>

### ■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）  
 調査地域 : 全国47都道府県  
 調査対象 : 20～69歳の男女  
 調査期間 : 2023年6月2日（金）～6月4日（日）  
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

### 【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

### ◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

### 「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞ 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」