

「即席めん」の摂取・購入状況および意識調査

インターネット調査報告書

2019年1月

一般社団法人日本即席食品工業協会

目次

調査概要	1
1. 調査目的	1
2. 調査対象	1
3. 調査対象の抽出方法	1
4. 調査方法	1
5. 調査期間	1
6. 調査項目	1
7. 調査実施機関	1
8. ウェイトバック概要	2
9. 標本構成	3
調査結果の内容	6
I. 即席めんの摂取状況	7
1. 「袋めん」の摂取状況	7
a) 1年以内に「袋めん」を食べたか	7
b) 最近3カ月間に「袋めん」を食べたか	9
c) 直近1カ月間に「袋めん」を食べたか	11
d) 普段1カ月間に「袋めん」を何個程度食べるか	13
e) 最近1年間の「袋めん」を食べる頻度	17
2. 「カップめん」の摂取状況	19
a) 1年以内に「カップめん」を食べたか	19
b) 最近3カ月間に「カップめん」を食べたか	21
c) 直近1カ月間に「カップめん」を食べたか	23
d) 普段1カ月間に「カップめん」を何個程度食べるか	25
e) 最近1年間の「カップめん」を食べる頻度	29
3. 『袋めん+カップめん』の摂取状況	31
a) 1年以内に食べたか	31
b) 最近3カ月間に「カップめん+袋めん」を食べたか	33
c) 直近1カ月間に「カップめん+袋めん」を食べたか	35
d) 普段1カ月間に「袋めん+カップめん」を何個程度食べるか	37
e) 最近1年間の「袋めん+カップめん」を食べる頻度	41
4. 「即席めん」を誰と食べるか	44
5. 「即席めん」を食べる時間帯	48
6. 「即席めん」を食べるタイミング	52
7. 「即席めん」を食べる頻度や量の変化	56

a)	「即席めん」を食べる頻度や量が増えたと思うか	56
b)	「即席めん」を食べる頻度や量が増えた理由	60
c)	「即席めん」を食べる頻度や量が減った理由	64
8.	「即席めん」の好きな味	68
9.	「即席めん」の好きなめん	73
10.	「即席めん」の好きなトッピング	77
11.	「即席めん」を食べる時に重視する点	83
12.	「即席めん」を食べない理由	87
a)	最近1年以内に「即席めん」を食べない理由	87
b)	食べない理由が改善されたら食べるようになるか	91
c)	理由が改善されても食べない理由	94
d)	以前食べていたのに、最近1年以内は食べていない理由	95
13.	「即席めん」に興味を持つタイミング	99
II. 即席めんの購入状況	101
1.	「袋めん」の購入状況	101
a)	最近いつ「袋めん」を購入したか	101
b)	普段1ヶ月間に「袋めん」をいくら程度購入するか	103
c)	最近1年以内の「袋めん」の購入頻度	105
2.	「カップめん」の購入状況	107
a)	最近いつ「カップめん」を購入したか	107
b)	普段1ヶ月間に「カップめん」をいくら程度購入するか	109
c)	最近1年以内の「カップめん」の購入頻度	111
3.	普段食べている「袋めん」や「カップめん」を購入している人	113
4.	普段「袋めん」「カップめん」のどちらをよく買うか	117
5.	購入するタイミング	119
6.	購入する場所	123
7.	購入頻度や量の変化	127
8.	「その他の食品」の購入頻度や量の変化	131
9.	「即席めん」を買う時に重視する点	134
10.	「即席めん」を買わない理由	138
III. 即席めんの安全性に対する評価	142
1.	「即席めん」について気になること（不安に感じること）	142
2.	「即席めん」に表示されている事柄で知っていること	146
3.	「即席めん」に表示されている事柄で購入・飲食時に見ているもの	150
4.	「即席めん」に表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの	156
5.	「即席めん」についている「JASマーク」の認知度	164
6.	「即席めん」は安心して食べられる食品だと思うか	166

7. 安心して食べられると思う理由	168
8. 安心できないと思う理由	169
9. 安心して食べられないと思うようになった情報源	170
10. 説明文を読んだ後の印象の変化	171
11. 即席めんに対する健康不安度	178
IV. 即席めんについての情報	181
1. カップめんの容器に関して、ゴミ・リサイクル問題が気になるか	181
2. ゴミ・リサイクル問題にどのように対応すればよいと思うか	183
3. 防災対策として備蓄している食品	185
4. 災害時に役立ちそうだと思う食品	187
5. 安全性に不安を感じことがある食品	189
6. 食品を購入する時、安全性に不安を感じことがある食品	191
7. 食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品	197
8. 安全性に不安を感じことがある食品を食べる理由	203
9. 食品全般についての情報	205
10. 食品に関する情報から行動を変えたエピソード	215

調査概要

1. 調査目的

この調査は、消費者の即席めんに対する意識や摂取状況・購入状況を明らかにし、今後の広報活動のための基礎資料とする目的で実施した。

2. 調査対象

全国の 15 歳～74 歳の男女 3,107 名

※ 本調査では、総務省統計局「平成 27 年国勢調査」の性別・年代・現住所の分布に準じたウェイトバックを適用した

3. 調査対象の抽出方法

NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社の調査モニターパネルより抽出

※ 本調査対象者は、株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所により、デモグラフィック、サイコグラフィックデータなど、約 80 項目におよぶ設問に回答しており、データベース化（人間情報データベース）されている。

4. 調査方法

インターネット調査

5. 調査期間

2018 年 11 月 29 日（木）～12 月 3 日（月）

6. 調査項目

- ・即席めんの摂取・購入状況および、それに対する意識
 - ・即席めんの嗜好
 - ・即席めんについての関心と知識
 - ・即席めんに関する表示に対する意識
 - ・即席めんに関する情報に対する意識
- など

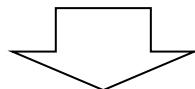
7. 調査実施機関

株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所

8. ウエイトバック概要

ウェイトバック前構成比

	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	合計	
男性	15~19歳	0.32	1.00	0.32	0.48	0.29	0.26	2.67
	20代	0.64	2.16	0.68	0.80	0.42	0.71	5.41
	30代	0.64	3.09	0.93	1.06	0.68	0.93	7.34
	40代	0.90	3.73	1.71	1.83	0.93	0.97	10.07
	50代	1.00	3.38	1.26	1.19	0.80	0.90	8.53
	60代	1.13	3.60	1.77	1.74	1.32	1.06	10.62
	70~74歳	0.48	1.35	0.55	0.58	0.48	0.45	3.89
女性	15~19歳	0.29	0.97	0.45	0.45	0.16	0.23	2.54
	20代	0.58	2.48	0.68	1.13	0.55	0.61	6.02
	30代	0.84	3.22	1.26	1.67	0.80	0.87	8.66
	40代	1.03	3.86	1.48	1.58	0.84	1.03	9.82
	50代	1.13	3.25	1.45	1.35	0.93	1.19	9.30
	60代	1.64	3.64	1.26	1.74	1.00	1.16	10.43
	70~74歳	0.64	1.74	0.71	0.87	0.39	0.35	4.70
	合計	11.26	37.46	14.48	16.48	9.59	10.72	100.00



ウェイトバック後構成比

※「平成 27 年国勢調査」の構成比に準ずる

(%)

	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	合計	
男性	15~19歳	0.36	1.22	0.48	0.56	0.29	0.39	3.30
	20代	0.68	2.76	0.97	1.09	0.53	0.70	6.73
	30代	0.88	3.47	1.21	1.29	0.68	0.89	8.43
	40代	1.00	4.10	1.44	1.61	0.79	0.96	9.90
	50代	0.98	3.19	1.16	1.27	0.70	0.93	8.22
	60代	1.17	3.42	1.32	1.49	0.90	1.11	9.41
	70~74歳	0.42	1.44	0.56	0.66	0.35	0.39	3.83
女性	15~19歳	0.34	1.15	0.45	0.54	0.27	0.37	3.12
	20代	0.66	2.60	0.90	1.10	0.52	0.72	6.49
	30代	0.87	3.29	1.14	1.34	0.68	0.93	8.24
	40代	1.01	3.88	1.37	1.67	0.80	1.02	9.75
	50代	1.02	3.05	1.15	1.34	0.73	0.99	8.27
	60代	1.25	3.53	1.38	1.63	0.95	1.18	9.92
	70~74歳	0.51	1.61	0.62	0.76	0.41	0.47	4.39
	合計	11.15	38.71	14.15	16.35	8.59	11.05	100.00

9. 標本構成

有効回収 3,107 名の標本構成は以下の通りである（上段：サンプル数、下段：構成比 %）。

I1. 性別

全体	男性	女性
3,107	1,548	1,559
100.0	49.8	50.2

I2. 年齢（平均 46.6 歳）

全体	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70～74歳
3,107	199	411	518	610	513	601	255
100.0	6.4	13.2	16.7	19.6	16.5	19.3	8.2

I3. 地域

全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州
3,107	347	1,203	440	508	267	343
100.0	11.2	38.7	14.1	16.3	8.6	11.0

I4. 未既婚

全体	未婚・離婚・死別含む)	既婚
3,107	1,364	1,743
100.0	43.9	56.1

I5. 同居している子供の学齢（複数回答）

全体	乳幼児	幼稚園児	小学生	中学生	高校生	大学生など学生	社会人	その他	子どもとは同居していない/いない
3,107	160	138	249	148	172	155	449	5	1,991
100.0	5.1	4.4	8.0	4.8	5.5	5.0	14.4	0.2	64.1

I6. 同居している家族の人数（平均 2.7 人）

全体	1人 単身)	2人	3人	4人	5人	6人以上
3,107	480	958	850	574	175	70
100.0	15.4	30.8	27.3	18.5	5.6	2.3

I7. 親との同居

全体	親と同居している	親と同居していない
3,107	967	2,140
100.0	31.1	68.9

I8. 職業

全体	中学生	高校生	予備校生・各種学校生	大学生・大院生	会社員	会社役員	公務員	中小企業経営・自営	パート・アルバイト	専業主婦	無職	その他
3,107 100.0	1 0.0	92 2.9	15 0.5	115 3.7	1,000 32.2	44 1.4	109 3.5	209 6.7	408 13.1	614 19.8	454 14.6	46 1.5

I9. 日頃の情報の入手先(複数回答)

		テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット	SNS	家族	友人・知人での口コミ	学校・職場での口コミ	その他	
全体		3,107 100.0	2,619 84.3	658 21.2	1,361 43.8	545 17.5	2,500 805	715 23.0	1,153 37.1	918 29.5	416 13.4	10 0.3
性別	男性	1,548 100.0	1,278 82.6	410 26.5	721 46.6	277 17.9	1,272 82.2	354 22.9	459 29.7	336 21.7	224 14.5	6 0.4
	女性	1,559 100.0	1,341 86.0	248 15.9	639 41.0	268 17.2	1,229 78.8	361 23.2	694 44.5	582 37.3	192 12.3	4 0.2
	15~19歳	199 100.0	137 68.9	21 10.7	30 15.0	13 6.4	149 74.9	136 68.1	84 41.9	79 39.9	43 21.7	0 0.0
年齢	20代	411 100.0	311 75.8	47 11.5	87 21.3	53 12.8	331 80.7	191 46.5	145 35.4	119 29.0	64 15.7	1 0.2
	30代	518 100.0	423 81.7	106 20.5	159 30.8	111 21.5	432 83.4	145 28.0	200 38.6	150 28.9	81 15.7	3 0.6
	40代	610 100.0	512 83.9	154 25.2	260 42.5	138 22.6	510 83.5	113 18.5	209 34.2	167 27.3	102 16.7	3 0.5
	50代	513 100.0	457 89.1	109 21.2	267 52.1	94 18.2	417 81.3	73 14.3	191 37.2	149 29.0	77 15.0	0 0.0
	60代	601 100.0	546 90.8	150 25.0	372 61.9	91 15.2	462 76.9	43 7.1	224 37.4	176 29.3	40 6.7	1 0.2
	70~74歳	255 100.0	233 91.1	70 27.5	186 72.7	46 17.9	199 78.0	15 5.8	100 39.2	79 30.8	8 3.3	2 0.8
性別	15~19歳	102 100.0	69 67.4	13 13.1	16 15.3	4 4.3	79 77.4	61 59.6	38 37.1	38 36.8	23 22.3	0 0.0
	20代	209 100.0	161 77.1	31 15.0	62 29.7	26 12.6	166 79.3	78 37.2	52 24.8	46 21.8	31 14.7	1 0.5
	30代	262 100.0	201 76.6	69 26.3	96 36.7	66 25.2	224 85.7	77 29.5	86 32.9	60 22.9	49 18.6	2 0.8
	40代	308 100.0	258 83.9	105 34.3	138 45.0	77 25.0	264 85.7	65 21.1	87 28.3	62 20.0	53 17.3	2 0.6
	50代	255 100.0	221 86.6	74 29.0	136 53.1	41 16.2	207 81.0	43 16.7	69 26.9	55 21.5	38 15.0	0 0.0
	60代	292 100.0	262 89.7	83 28.3	192 65.5	40 13.8	236 80.9	23 7.8	91 31.3	52 17.8	24 8.2	0 0.0
	70~74歳	119 100.0	106 88.8	34 28.7	82 68.9	22 18.4	95 80.3	8 6.7	36 30.6	25 20.9	7 5.6	1 0.9
性別	15~19歳	97 100.0	68 70.5	8 8.2	14 14.7	8 8.6	70 72.3	75 77.1	46 47.0	42 43.1	20 21.1	0 0.0
	20代	202 100.0	150 74.4	16 7.9	25 12.5	26 13.0	166 82.1	113 56.1	94 46.5	73 36.4	34 16.8	0 0.0
	30代	256 100.0	223 86.9	37 14.5	63 24.7	45 17.7	208 81.1	68 26.4	114 44.4	90 35.1	32 12.6	1 0.3
	40代	303 100.0	254 83.9	48 16.0	121 40.0	61 20.1	246 81.3	48 15.9	122 40.2	105 34.7	49 16.1	1 0.3
	50代	257 100.0	235 91.5	35 13.6	131 51.1	52 20.3	210 81.5	31 12.0	122 47.5	94 36.4	38 14.9	0 0.0
	60代	308 100.0	283 92.0	68 22.0	180 58.4	51 16.5	226 73.2	20 6.4	133 43.2	124 40.2	16 5.4	1 0.3
	70~74歳	136 100.0	127 93.0	36 26.5	104 76.0	24 17.4	104 76.1	7 5.0	64 46.7	54 39.3	2 1.4	1 0.6

I10. 世帯年収（平均 565.3 万円）

全体	100万円未満	100～200万円未満	200～300万円未満	300～400万円未満	400～500万円未満	500～600万円未満	600～700万円未満	700～800万円未満	800～900万円未満	900～1,000万円未満	1,000～1,500万円未満	1,500万円以上
3,107 100.0	81 2.6	182 5.8	323 10.4	428 13.8	413 13.3	398 12.8	298 9.6	239 7.7	239 7.7	148 4.8	271 8.7	87 2.8

I11. 個人年収（平均 270.5 万円）

全体	100万円未満	100～200万円未満	200～300万円未満	300～400万円未満	400～500万円未満	500～600万円未満	600～700万円未満	700～800万円未満	800～900万円未満	900～1,000万円未満	1,000～1,500万円未満	1,500万円以上
3,107 100.0	1,026 33.0	470 15.1	397 12.8	344 11.1	264 8.5	192 6.2	115 3.7	92 3.0	72 2.3	50 1.6	64 2.1	20 0.6

I12. 1ヶ月間に自由に使える金額(平均 34,487 円)

全体	3千円未満	3～5千円未満	5千～1万円未満	1～2万円未満	2～3万円未満	3～5万円未満	5～10万円	10万円以上
3,107 100.0	210 6.8	81 2.6	225 7.3	779 25.1	400 12.9	639 20.6	533 17.1	239 7.7

I13. 最終学歴

全体	中学校	高等学校	短大・専門学校	大学・大学院	その他
3,107 100.0	102 3.3	924 29.7	648 20.9	1,423 45.8	9 0.3

I14. 1ヶ月の生活費*(平均 244,286.6 円)

全体	10万円未満	15～20万円未満	20～25万円未満	25～30万円未満	30～35万円未満	35～40万円未満	40～45万円未満	45～50万円未満	50万円以上
3,107 100.0	712 22.9	447 14.4	1,181 38.0	268 8.6	283 9.1	88 2.8	58 1.9	5 0.2	64 2.1

* 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所「人間情報データベース」より算出

調査結果の内容

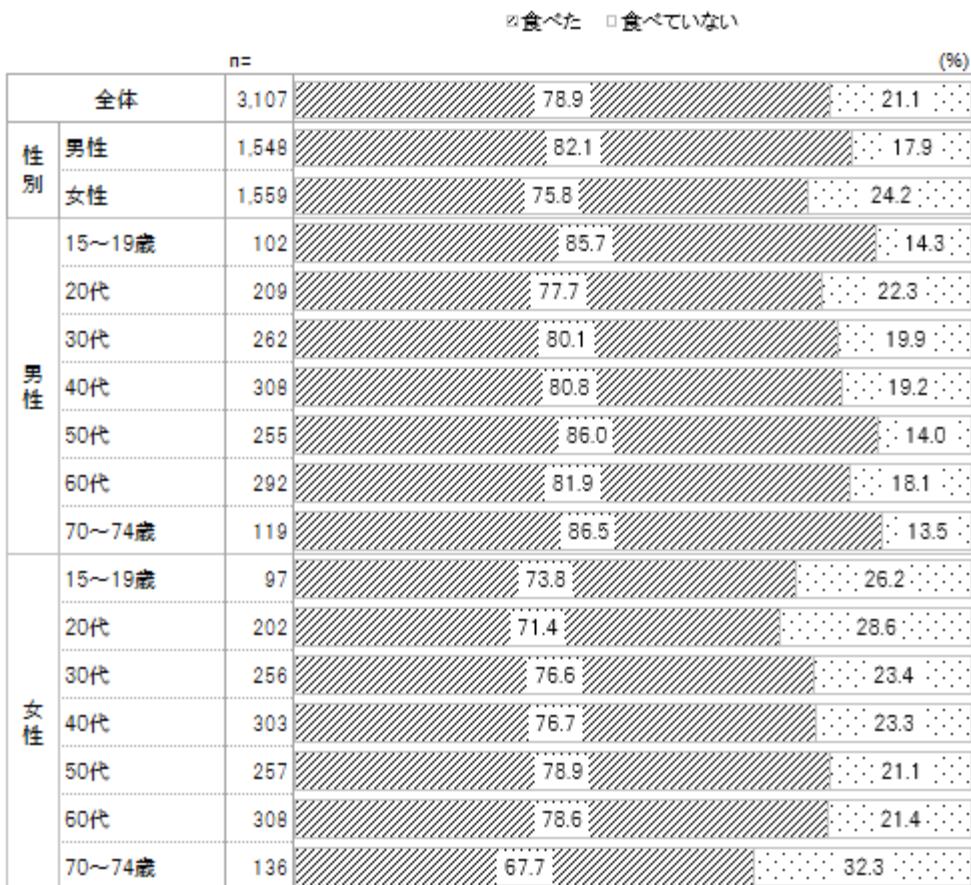
I. 即席めんの摂取状況

1. 「袋めん」の摂取状況

- a) 1年以内に「袋めん」を食べたか

約4人に3人が「食べた」(78.9%)

図表 1. 1年以内に「袋めん」を食べたか



1年以内に「袋めん」を食べたか聞いたところ、「食べた」という人は78.9%と回答しており、ほぼ4人に3人の割合となっている。

性別でみると、「食べた」という割合は、男性(82.1%)より女性(75.8%)の方がやや低めである。

性・年代別でみると、「食べた」割合は男性では70~74歳(86.5%)が最も高く、次いで15~19歳(85.7%)の順。女性では50代(78.9%)、60代(78.6%)、40代(76.7%)の年代で7割台と高く、70~74歳(67.7%)が最も低率である。

エリア別でみると、「食べた」割合は九州（82.8%）が最も高く、関東・甲信越（76.2%）が最も低い。

また、首都圏、阪神圏別でみると、摂取率は首都圏（75.1%）より阪神圏（81.4%）の方が高めである。

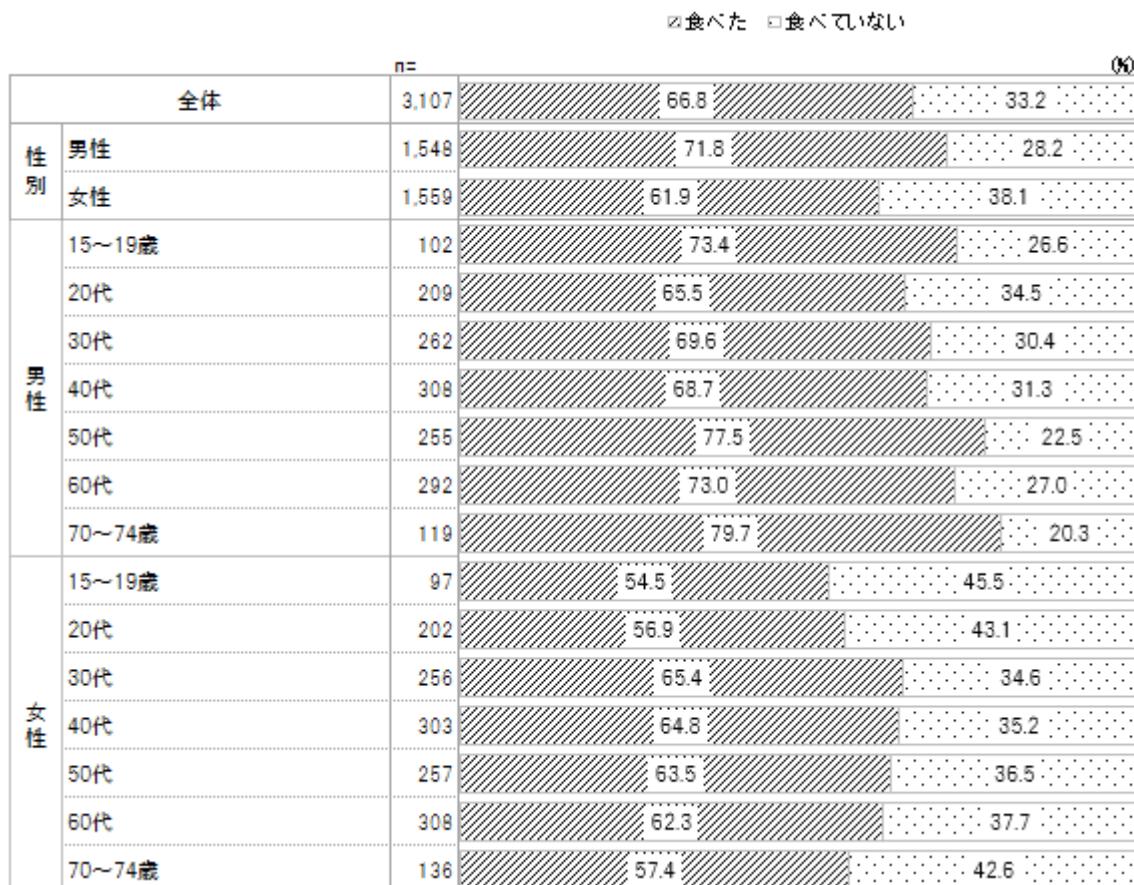
図表 2. 1年以内に「袋めん」を食べたか <エリア別>



b) 最近 3 カ月間に「袋めん」を食べたか

約 3 人に 2 人が「食べた」(66.8%)

図表 3. 最近 3 カ月間に「袋めん」を食べたか



最近 3 カ月間に「袋めん」を食べたか聞いたところ、「食べた」という人は 66.8% と、ほぼ 3 人に 2 人の割合となっている。

性別でみると、「食べた」という割合は、男性 (71.8%) より女性 (61.9%) の方が低めである。

性・年代別でみると、「食べた」割合は男性では 70~74 歳 (79.7%) が最も高く、次いで 15~19 歳 (73.4%) の順。女性では 30 代 (65.4%) 、40 代 (64.8%) 、50 代 (63.5%) の年代で 6 割台と高く、15~19 歳 (54.5%) が最も低率である。

エリア別でみると、「食べた」割合は九州（72.7%）が最も高い。

また、首都圏、阪神圏別でみると、摂取率は首都圏（64.5%）より阪神圏（70.3%）の方が高めである。

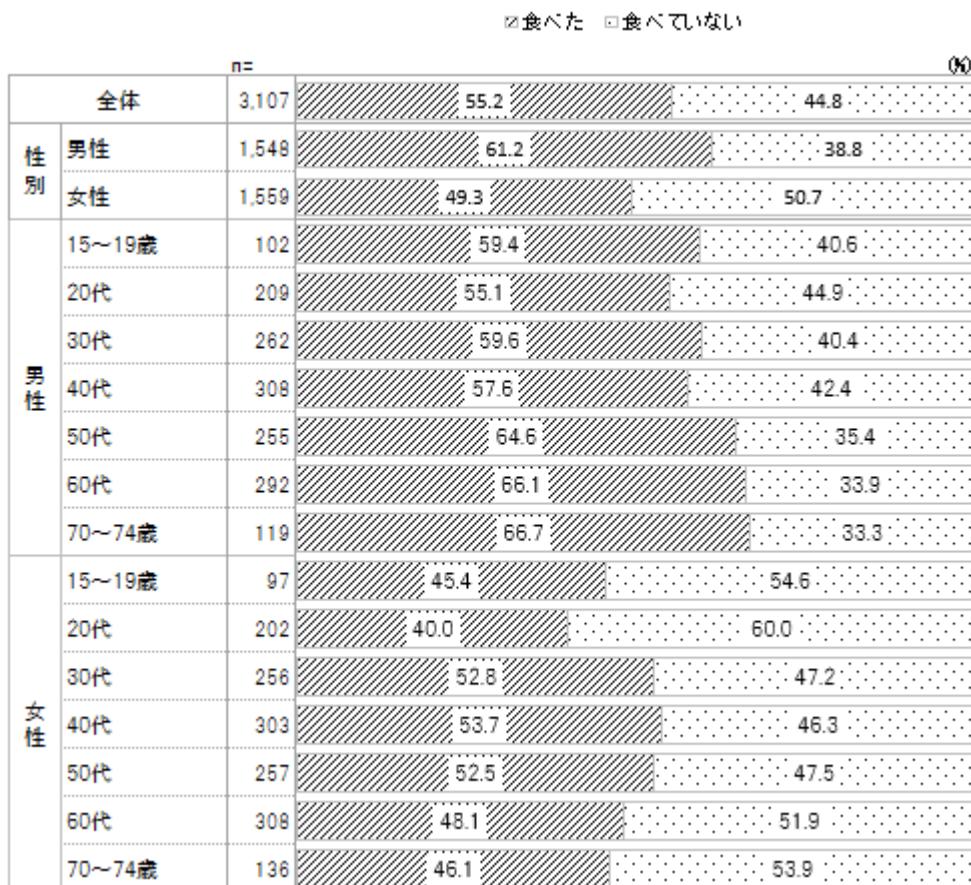
図表 4. 最近3ヵ月間に「袋めん」を食べたか <エリア別>



c) 直近1ヵ月間に「袋めん」を食べたか

直近1ヵ月間に「袋めん」を食べている人は5割強（55.2%）

図表 5. 直近1ヵ月間に「袋めん」を食べたか



直近1ヵ月の「袋めん」の摂取状況をみると、「食べた」は約5割強（55.2%）で、この3ヵ月の摂取経験者（66.8%）に比べて10%ほど低い。

性別でみると、「食べた」という割合は、3ヶ月の摂取状況同様、男性（61.2%）より女性（49.3%）の方が低めである。

性・年代別でみると、男性では3ヶ月の摂取状況同様、70~74歳（66.7%）が最も高率である。女性は30代（52.8%）、40代（53.7%）、50代（52.5%）が5割を超えており、20代（40.0%）が最も低い。

エリア別でみると、食べた割合は九州（64.5%）が最も高い。また、首都圏、阪神圏別では、3ヵ月の摂取率同様、首都圏（53.2%）より阪神圏（57.8%）の方が高めである。

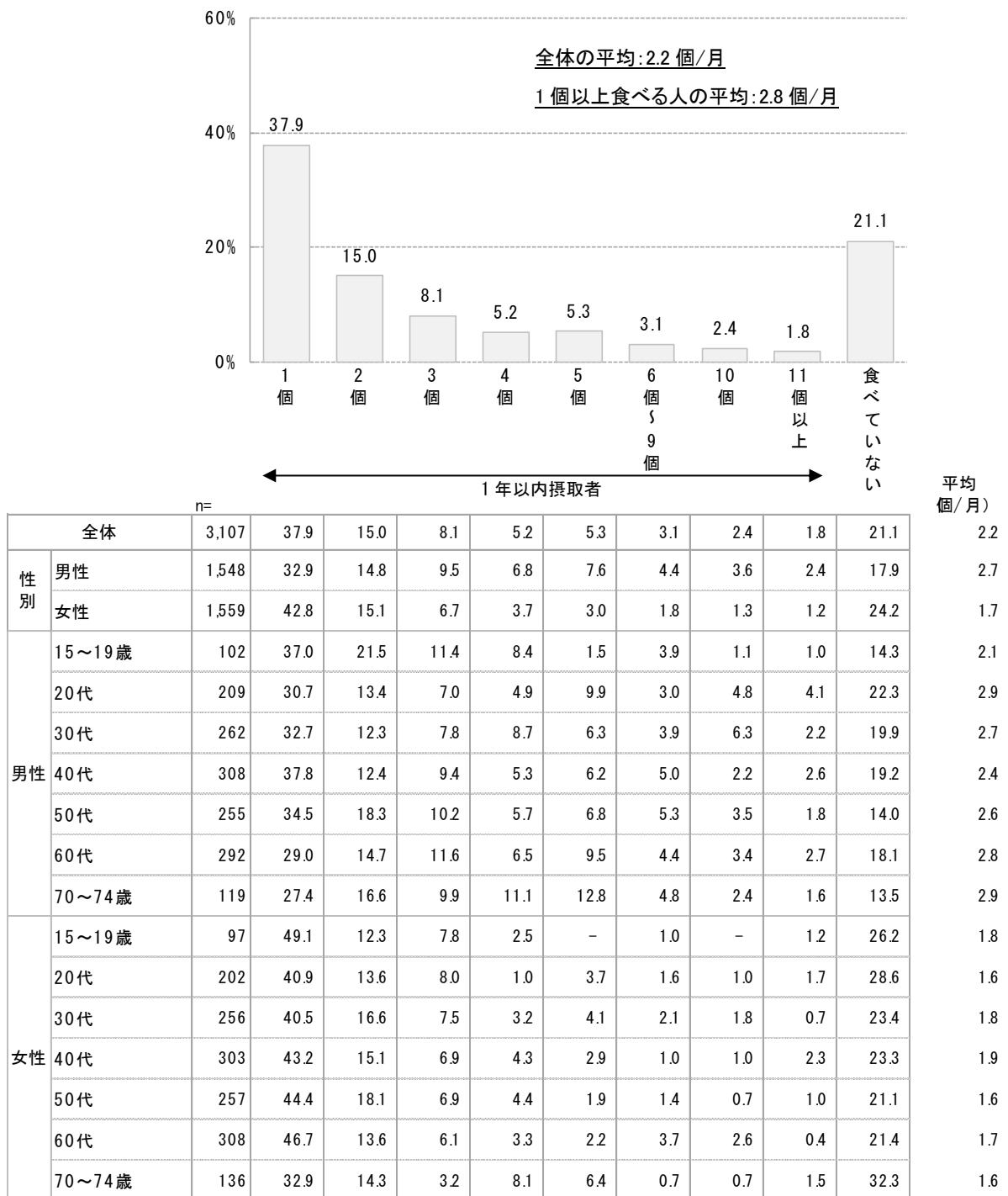
図表 6. 直近1ヵ月間に「袋めん」を食べたか <エリア別>

		n=	食べた		食べていない	(%)
エ リ ア	全体	3,107	55.2	44.8		
	北海道・東北	347	53.1	46.9		
	関東・甲信越	1,203	52.5	47.5		
	中部・北陸	440	53.2	46.8		
	近畿	509	56.9	43.1		
	中国・四国	267	58.5	41.5		
	九州	343	64.5	35.5		
首都圏	首都圏	1,008	53.2	46.8		
	阪神圏	428	57.8	42.2		

d) 普段 1 カ月間に「袋めん」を何個程度食べるか

月平均「2.2 個」	(1 個以上食べる人では「2.8 個」)
平均は、男性（2.7 個）の方が、女性（1.7 個）よりも多い	

図表 7. 普段 1 カ月間に食べる「袋めん」の個数（1 年以内摂取者）



普段 1 カ月間に食べる「袋めん」の個数（1 年以内摂取者）を聞いたところ、「0 個（食べていない）」（21.1%）を除くと「1 個」（37.9%）が最も多く、以下「2 個」（15.0%）、「3 個」（8.1%）、「4 個」（5.2%）などが続き、平均すると、「2.2 個」。ちなみに、“1 個以上袋めんを食べる人”での平均個数は「2.8 個」となる。

性別でみると、平均は男性（2.7 個）の方が、女性（1.7 個）よりも多い。

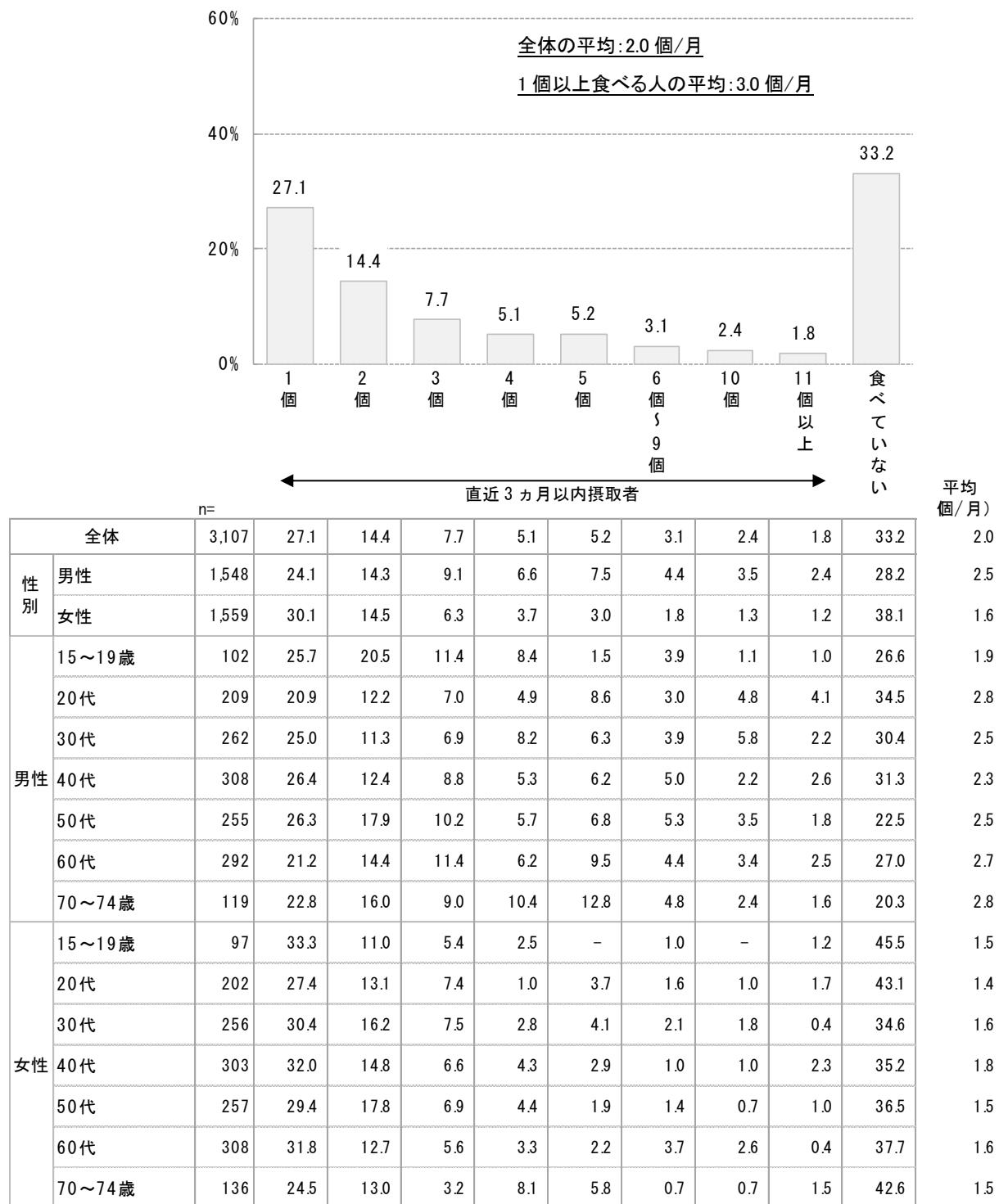
性・年代別でみると、男性では 20 代・70~74 歳（2.9 個）が最も多くなっているが、いずれも“2 個台”で大差はみられない。女性は 40 代（1.9 個）が最も多いが、大きな差はない。

エリア別でみると、北海道・東北、中部・北陸（2.1 個）がやや少ないが、あまり大きな差ではない。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（1.9 個）、阪神圏（2.5 個）である。

図表 8. 普段 1 カ月間に食べる「袋めん」の個数（1 年以内摂取者）<エリア別>

			1 個	2 個	3 個	4 個	5 個	6 個 5	9 個	10 個	11 個 以上	食 べ て い な い	平均 (個/月)
n=		3,107	37.9	15.0	8.1	5.2	5.3	3.1	2.4	1.8	21.1		2.2
エ リ ア	全体	347	36.4	16.4	9.0	5.5	5.6	2.9	2.3	1.5	20.6		2.1
	北海道・東北	1,203	38.4	13.2	8.2	5.3	5.4	2.3	2.1	1.3	23.8		2.0
	中部・北陸	440	40.7	15.2	6.7	5.0	4.4	3.0	1.5	2.2	21.4		2.1
	近畿	508	39.0	14.8	8.7	5.4	4.4	3.9	2.6	2.9	18.3		2.5
	中国・四国	267	33.4	18.7	9.5	4.5	6.2	4.7	1.5	2.3	19.3		2.3
	九州	343	35.7	17.0	6.9	5.5	6.5	3.8	5.5	1.8	17.2		2.6
	首都圏	1,008	36.7	13.5	8.7	5.3	5.6	2.3	1.9	1.2	24.9		1.9
	阪神圏	428	38.6	14.4	9.1	5.7	3.5	4.4	2.6	3.1	18.6		2.5

図表 9. 普段 1 カ月間に食べる「袋めん」個数（直近 3 カ月以内摂取者）



普段 1 カ月間に食べる「袋めん」の個数（直近 3 カ月以内摂取者）を聞いたところ、「0 個（食べていない）」（33.2%）を除くと「1 個」（27.1%）が最も多い、以下「2 個」（14.4%）、「3 個」（7.7%）、「4 個」（5.1%）と続き、平均すると、「2.0 個」となった。ちなみに、「1 個以上袋めんを食べる人」での平均個数は「3.0 個」となる。

性別でみると、平均は男性（2.5個）の方が、女性（1.6個）よりもやや多い。

性・年代別でみると、男性では20代・70～74歳（平均2.8個）が最も多くなっているが、いずれも“2個台”で大差はみられない。女性は40代（1.8個）が最も多いが、その他の年代と比べて大きな差はない。

エリア別でみると、北海道・東北、関東・甲信越（1.9個）がやや少ないが、あまり大きな差ではない。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（1.8個）、阪神圏（2.3個）である。

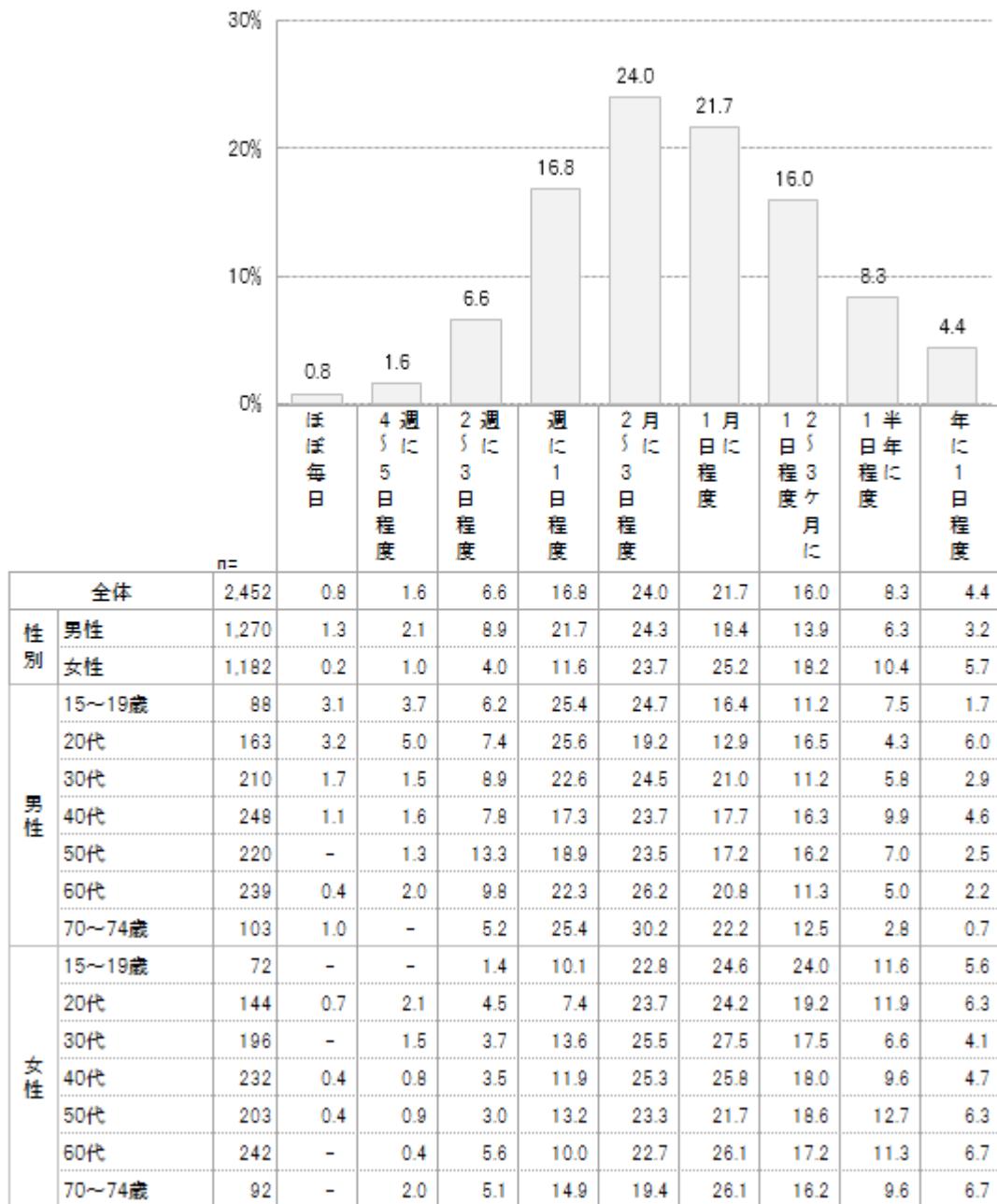
図表 10. 普段1ヵ月間に食べる「袋めん」個数（直近3ヵ月以内摂取者）<エリア別>

		n=	1 個	2 個	3 個	4 個	5 個	6 個 ～ 9 個	10 個	11 個 以 上	食 べ て い な い	平均 個/月)
エ リ ア	全体	3,107	27.1	14.4	7.7	5.1	5.2	3.1	2.4	1.8	33.2	2.0
	北海道・東北	347	24.2	16.2	8.2	4.9	5.4	2.9	1.9	1.5	34.9	1.9
	関東・甲信越	1,203	27.8	12.4	7.9	5.3	5.4	2.3	2.1	1.3	35.5	1.9
	中部・北陸	440	28.6	14.6	6.2	5.0	4.4	3.0	1.5	2.2	34.5	2.0
	近畿	508	29.0	14.2	8.5	5.0	4.1	3.9	2.6	2.7	30.0	2.2
	中国・四国	267	23.9	17.5	8.5	4.5	5.7	4.7	1.5	2.1	31.7	2.1
	九州	343	25.6	17.0	6.9	5.5	6.5	3.8	5.5	1.8	27.3	2.5
	首都圏	1,008	27.1	12.9	8.4	5.3	5.6	2.3	1.9	1.2	35.5	1.8
	阪神圏	428	29.2	13.7	8.8	5.2	3.5	4.4	2.6	2.9	29.7	2.3

e) 最近1年間の「袋めん」を食べる頻度

1年以内摂取者のうち袋めんを食べる頻度は「月に2~3日程度」(24.0%)が最も多い

図表 11. 最近1年間の「袋めん」を食べる頻度 (1年以内摂取者)



1年以内摂取者に最近1年間の「袋めん」を食べる頻度を聞いたところ、「月に2~3日程度」(24.0%)が最も多く、以下「月に1日程度」(21.7%)、「週に1日程度」(16.8%)の順である。

性別でみると、男性が「週に1日程度」(21.7%)、「月に2~3日程度」(24.3%)に集中しており、女性が「月に2~3日程度」(23.7%)、「月に1日程度」(25.2%)と男性の方が頻繁に食べる傾向にある。

性・年代別では、男女ともに年代に差はみられない。

エリア別でみると、九州は「週に2~3日程度」が比較的高くなっている。また、首都圏、阪神圏別で違いはあまり見られない。

図表 12. 最近1年間の「袋めん」を食べる頻度 <エリア別>

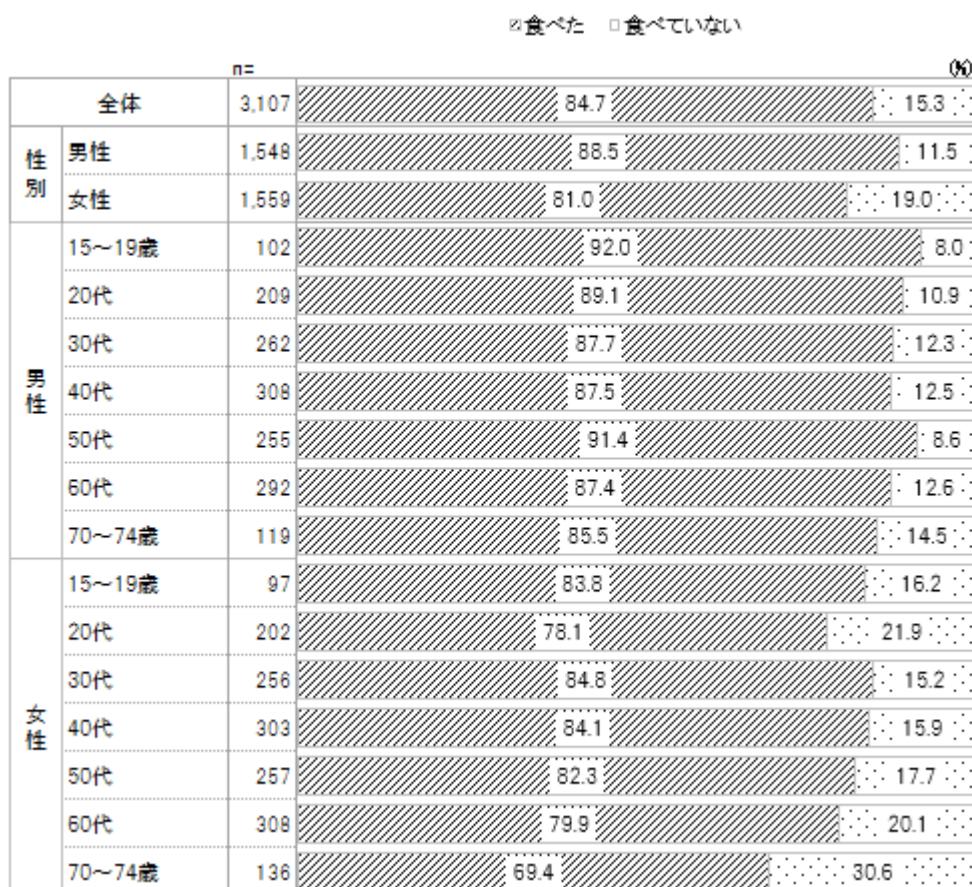
		ほ ぼ 毎 日	4週 5に 5日 程度	2週 5に 3日 程度	週 に 1日 程度	2月 5に 3日 程度	1月 日に 程度	12 日5 程度3 ヶ月 に	1半 年日 程度	年に 1日 程度	
n=		2,452	0.8	1.6	6.6	16.8	24.0	21.7	16.0	8.3	4.4
エ リ ア	全体	275	0.5	2.3	7.2	14.9	26.0	19.7	16.9	9.7	3.9
	北海道・東北	917	1.1	1.4	5.5	16.3	24.1	21.7	17.7	7.7	4.6
	関東・甲信越	345	1.2	0.4	6.4	18.6	22.6	21.9	13.7	9.9	5.2
	中部・北陸	415	0.7	2.1	6.4	16.3	23.7	23.0	14.8	8.7	4.3
	近畿	215	-	1.8	5.9	17.9	25.4	20.8	17.3	7.7	3.2
	中国・四国	284	0.4	2.1	10.2	18.1	23.5	21.9	13.2	6.6	4.0
	九州	757	1.1	1.4	5.2	17.1	25.4	21.2	16.6	7.1	5.0
首都圏	首都圏	348	0.8	2.4	6.0	16.5	22.6	23.8	15.2	9.0	3.8
	阪神圏										

2. 「カップめん」の摂取状況

a) 1年以内に「カップめん」を食べたか

5人に4人強が「食べた」（84.7%）。袋めん（78.9%）より6ポイント高い

図表 13. 1年以内に「カップめん」を食べたか



1年以内に「カップめん」を食べたかを聞いたところ、5人に4人強が「食べた」（84.7%）と回答しており、「袋めん」（78.9%）よりも多くなっている。

性別でみると、「食べた」割合は男性（88.5%）の方が女性（81.0%）よりも7.5ポイント近く高く、「袋めん」と同様の結果である。

性・年代別でみると、男性では15~19歳から50代までは9割近い摂取率を示しており、70~74歳（85.5%）が最も低い。女性では70~74歳（69.4%）の摂取率が最も低く、ついで20代（78.1%）が低い。また、15~19歳、30代~50代は8割を超えている。

エリア別でみると、北海道・東北（86.6%）と最も高いが、他のエリアも8割台と大きな違いはみられない。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（82.5%）より阪神圏（86.4%）の方がやや高めである。

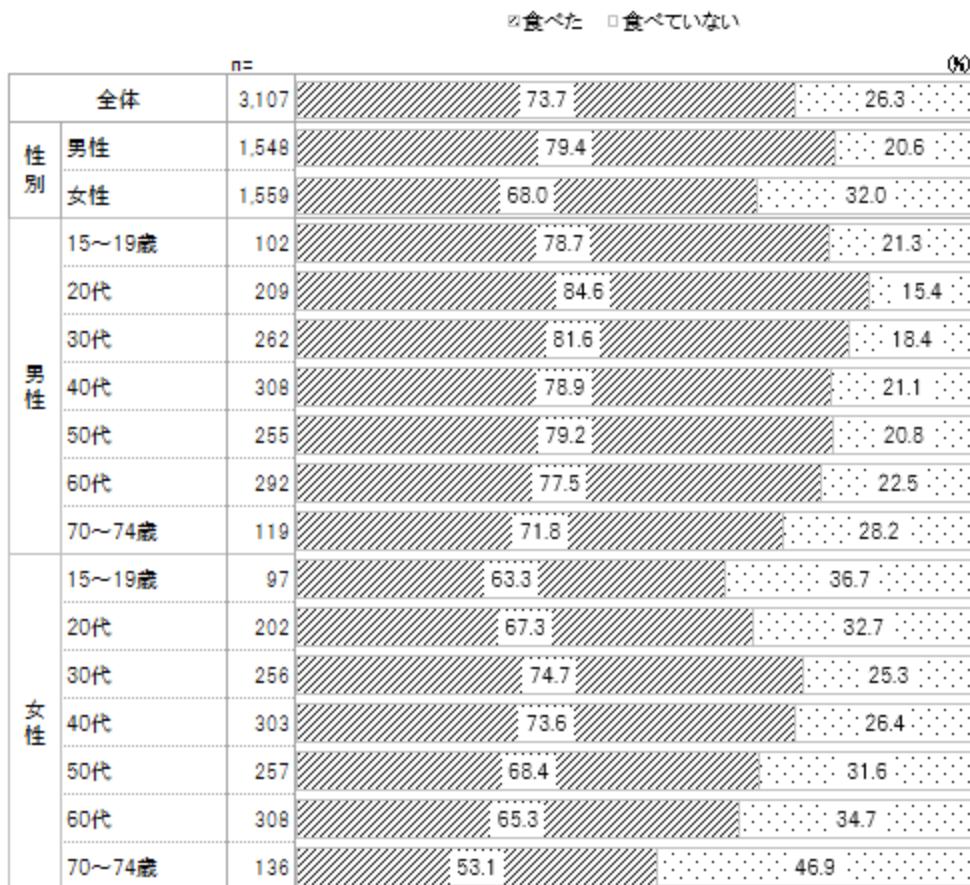
図表 14. 1年以内に「カップめん」を食べたか <エリア別>

		n=	①食べた ②食べていない		(%)
エ リ ア	全体	3,107	84.7	15.3	
	北海道・東北	347	86.6	13.4	
	関東・甲信越	1,203	83.8	16.2	
	中部・北陸	440	83.2	16.8	
	近畿	509	86.1	13.9	
	中国・四国	267	85.2	14.8	
	九州	343	86.0	14.0	
	首都圏	1,008	82.5	17.5	
	阪神圏	428	86.4	13.6	

b) 最近3ヵ月間に「カップめん」を食べたか

4人に3人強が「食べた」（73.7%）。袋めん（66.8%）より7ポイント高い

図表 15. 最近3ヵ月間に「カップめん」を食べたか



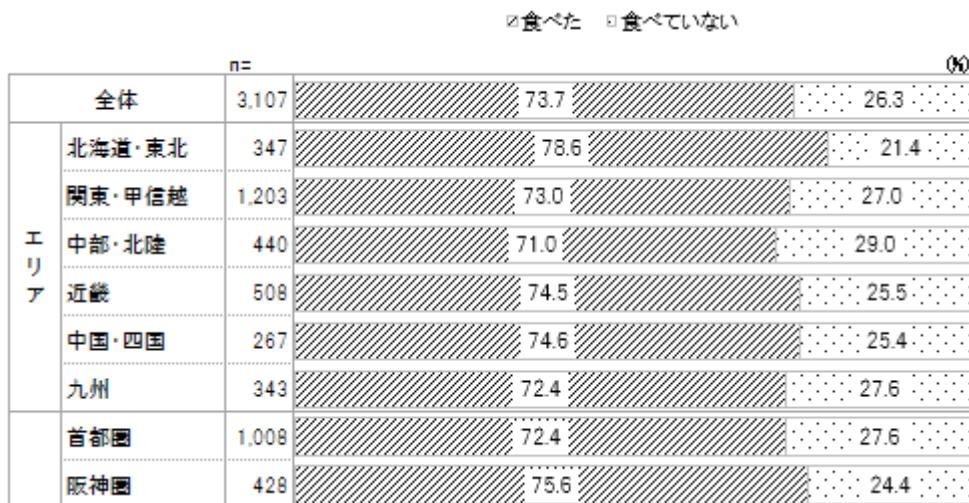
最近3ヵ月間に「カップめん」を食べたかを聞いたところ、4人に3人強が「食べた」（73.7%）と回答しており、「袋めん」（66.8%）よりも、摂取経験者は多くなっている。

性別でみると、「食べた」割合は男性（79.4%）の方が女性（68.0%）よりも11ポイント近く高く、「袋めん」と同様の結果である。

性・年代別でみると、男性では20代（84.6%）の摂取率が最も高く、次いで30代（81.6%）が高い。女性では30代（74.7%）の摂取率がピークで、以降年代が上がるほど低くなっている、70~74歳（53.1%）では5割にとどまっている。

エリア別でみると、北海道・東北（78.6%）が最も高いが、他のエリアも7割台と大きな違いはみられない。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（72.4%）より阪神圏（75.6%）の方が摂取率はやや高い。

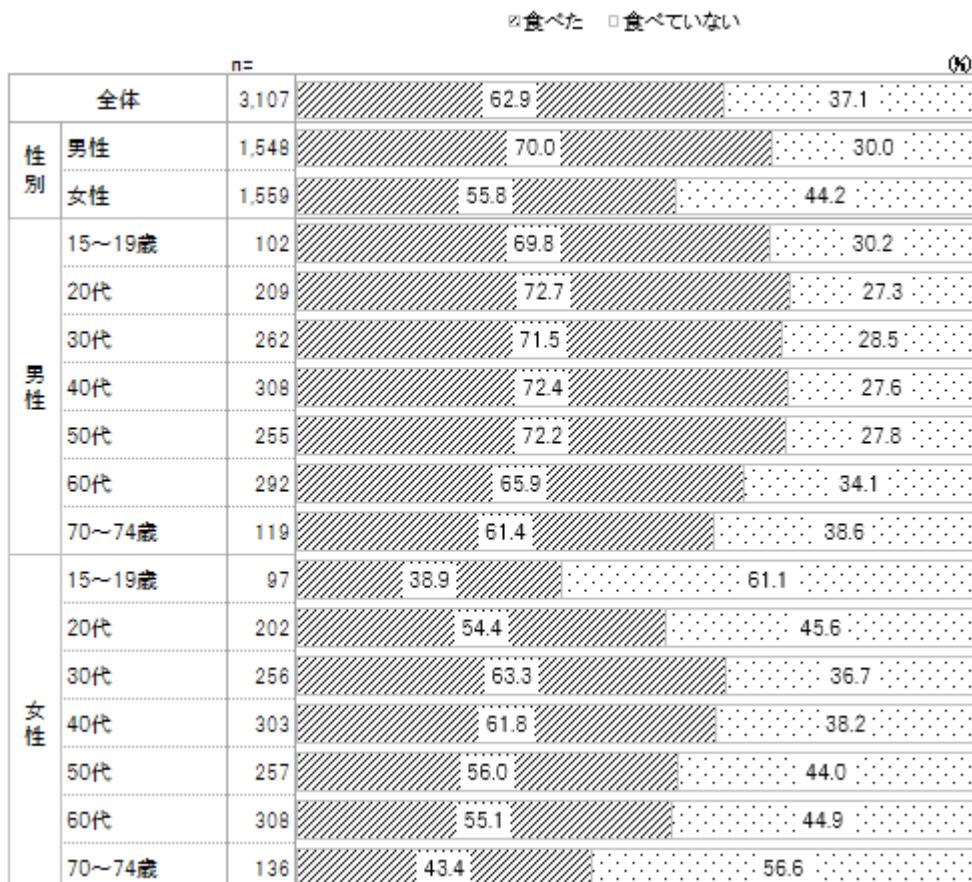
図表 16. 最近3ヵ月間に「カップめん」を食べたか <エリア別>



c) 直近1ヵ月間に「カップめん」を食べたか

3人に2人が「食べた」（62.9%）。袋めん（55.2%）より8ポイント高い

図表 17. 直近1ヵ月間に「カップめん」を食べたか



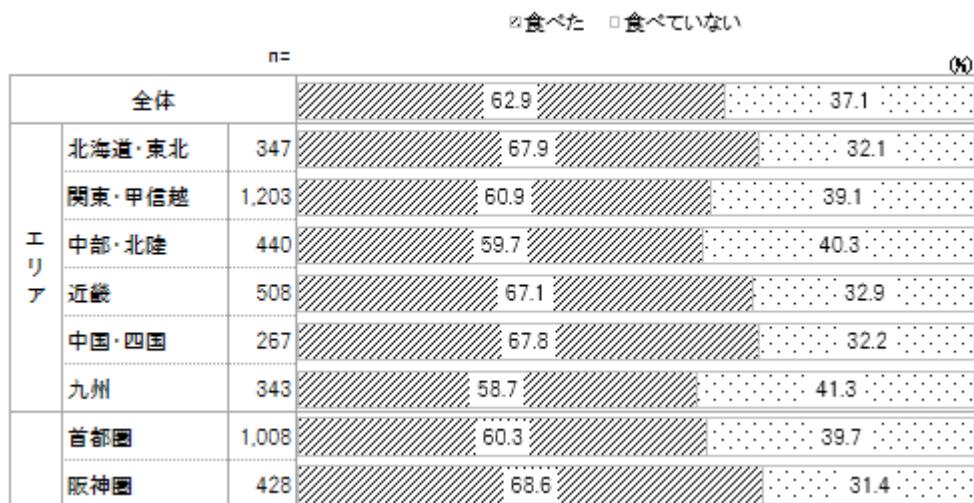
直近1ヵ月間に「カップめん」を食べたかを聞いたところ、3人に2人が「食べた」（62.9%）と回答しており、「袋めん」（55.2%）よりも、摂取経験者は多くなっている。

性別でみると、「食べた」割合は男性（70.0%）の方が女性（55.8%）よりも14.2ポイント高く、「袋めん」と同様の結果である。

性・年代別でみると、男性では20代（72.7%）の摂取率が最も高く、次いで40代（72.4%）が高い。女性では30代（63.3%）の摂取率がピークで、以降年代が上がるほど低くなっている、70~74歳（43.4%）では4割にとどまっている。

エリア別でみると、北海道・東北（67.9%）が最も高く、次いで中国・四国（67.8%）の摂取率が高い。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（60.3%）より阪神圏（68.6%）の方が摂取率は高い。

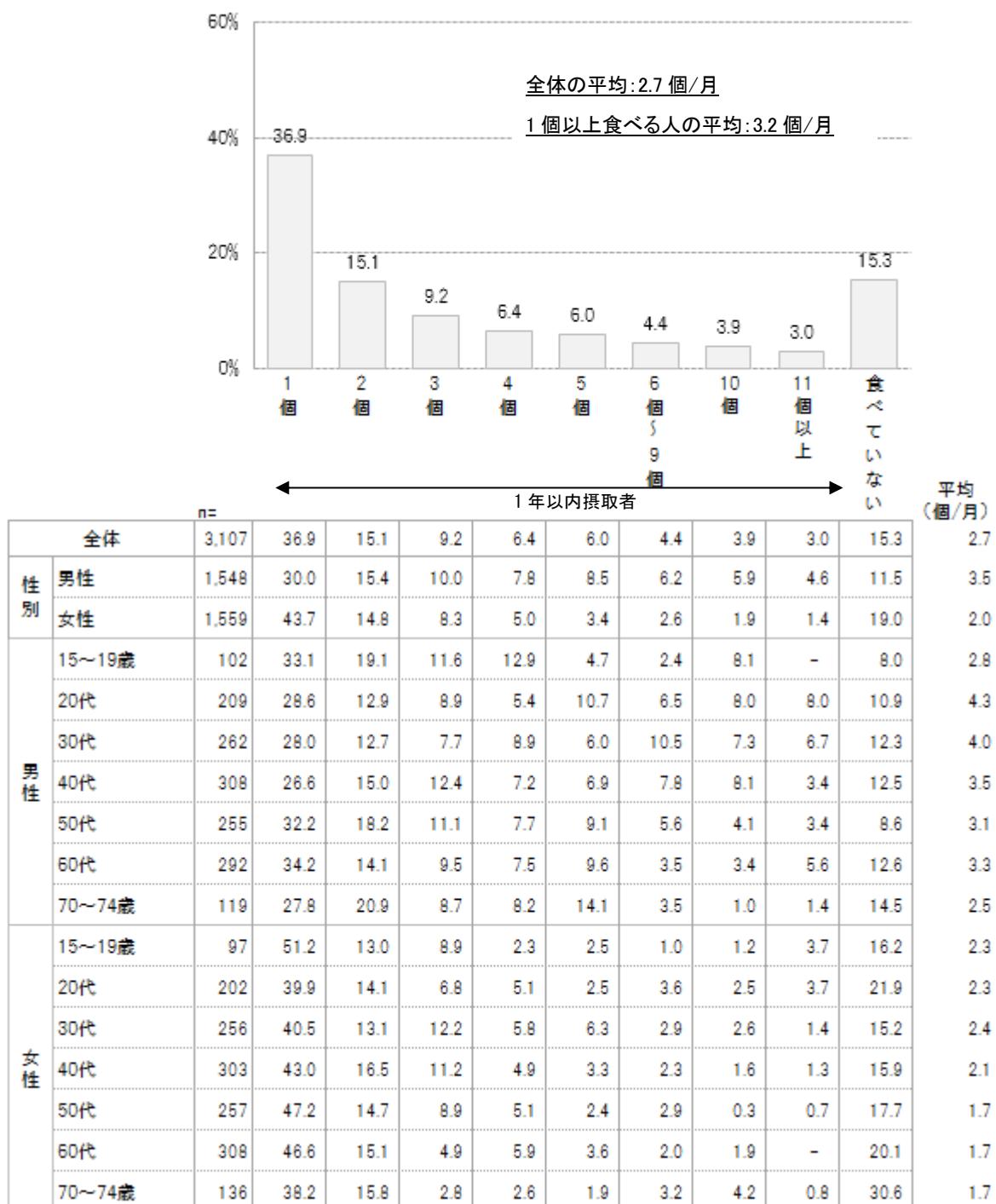
図表 18. 直近1ヵ月間に「カップめん」を食べたか <エリア別>



d) 普段 1 カ月間に「カップめん」を何個程度食べるか

月平均「2.7 個」	(1 個以上食べる人では「3.2 個」)
平均は、男性（3.5 個）の方が、女性（2.0 個）よりも多い	

図表 19. 普段 1 カ月間に食べる個数（1 年以内摂取者）



普段 1 カ月間に食べる「カップめん」の個数（1 年以内摂取者）を聞いたところ、「0 個（食べていない）」（15.3%）を除くと「1 個」（36.9%）が最も多く、以下「2 個」（15.1%）、「3 個」（9.2%）、

「4個」（6.4%）と続き、平均すると、「2.7個」となった。ちなみに、“1個以上袋めんを食べる人”での平均個数は「3.2個」となる。

性別でみると、平均は男性（3.5個）の方が、女性（2.0個）よりも多い。

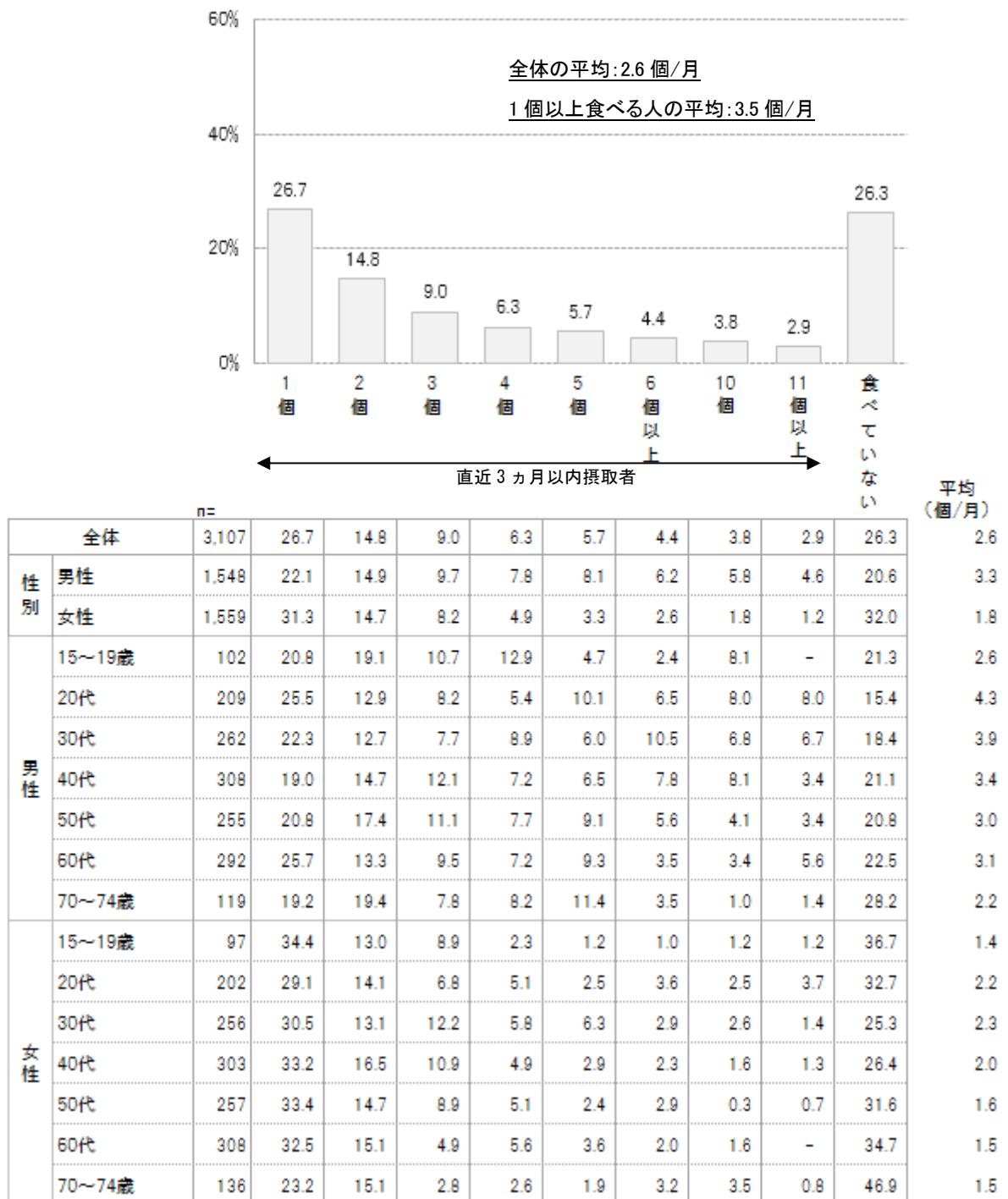
性・年代別でみると、男性では20代（平均4.3個）が最も多くなっており、2個～4個と差がある。女性は30代（2.4個）が最も多いが、その他の年代と比べて大きな差はない。

エリア別でみると、九州（2.4個）がやや少なく、北海道・東北（3.3個）と違いがある。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（2.6個）、阪神圏（3.1個）と阪神圏のほうが少し多い。

図表 20. 普段1ヵ月間に食べる個数（1年以内摂取者）<エリア別>

			1 個	2 個	3 個	4 個	5 個	6 ～ 9 個	10 個	11 個 以 上	食 べ て い な い	平均 (個/月)
n=		3,107	36.9	15.1	9.2	6.4	6.0	4.4	3.9	3.0	15.3	2.7
エ リ ア	全体	347	29.4	14.1	11.6	8.6	8.1	3.8	7.2	3.8	13.4	3.3
	北海道・東北	1,203	37.7	14.1	8.9	6.0	6.1	5.2	3.1	2.8	16.2	2.6
	中部・北陸	440	41.2	15.5	7.9	5.4	3.2	3.6	3.4	2.9	16.8	2.6
	近畿	508	36.1	15.8	9.4	6.3	5.5	4.7	3.9	4.4	13.9	3.0
	中国・四国	267	36.1	16.1	10.0	6.2	6.2	3.8	3.7	3.1	14.9	2.7
	九州	343	37.8	17.4	8.2	7.0	7.3	3.4	4.0	0.9	14.0	2.4
	首都圏	1,008	36.6	13.6	8.8	6.0	6.4	5.4	3.1	2.6	17.5	2.6
	阪神圏	428	35.4	16.2	9.4	6.8	5.2	4.4	4.3	4.7	13.6	3.1

図表 21. 普段 1 カ月間に食べる個数（直近 3 カ月以内摂取者）



普段 1 カ月間に食べる「カップめん」の個数（直近 3 カ月摂取以内者）を聞いたところ、「0 個（食べていない）」（26.3%）が 1 年以内摂取者の「0 個（食べていない）」（15.3%）よりも 11.0 ポイント高かつた。

摂取者では「1 個」（26.7%）が最も多く、以下「2 個」（14.8%）、「3 個」（9.0%）、「4 個」（6.3%）と続き、平均すると、「2.6 個」となった。ちなみに、「1 個以上袋めんを食べる人」での平均個数は「3.5 個」となる。

性別でみると、平均は男性（3.3 個）の方が、女性（1.8 個）よりも多い。

性・年代別でみると、男性では 20 代（平均 4.3 個）が最も多くなっている。女性は 30 代（2.3 個）が最も多いが、その他の年代と比べて大きな差はない。

エリア別でみると、九州（2.2 個）がやや少なく、北海道・東北（3.2 個）でやや多い。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（2.4 個）、阪神圏（3.0 個）と同程度である。

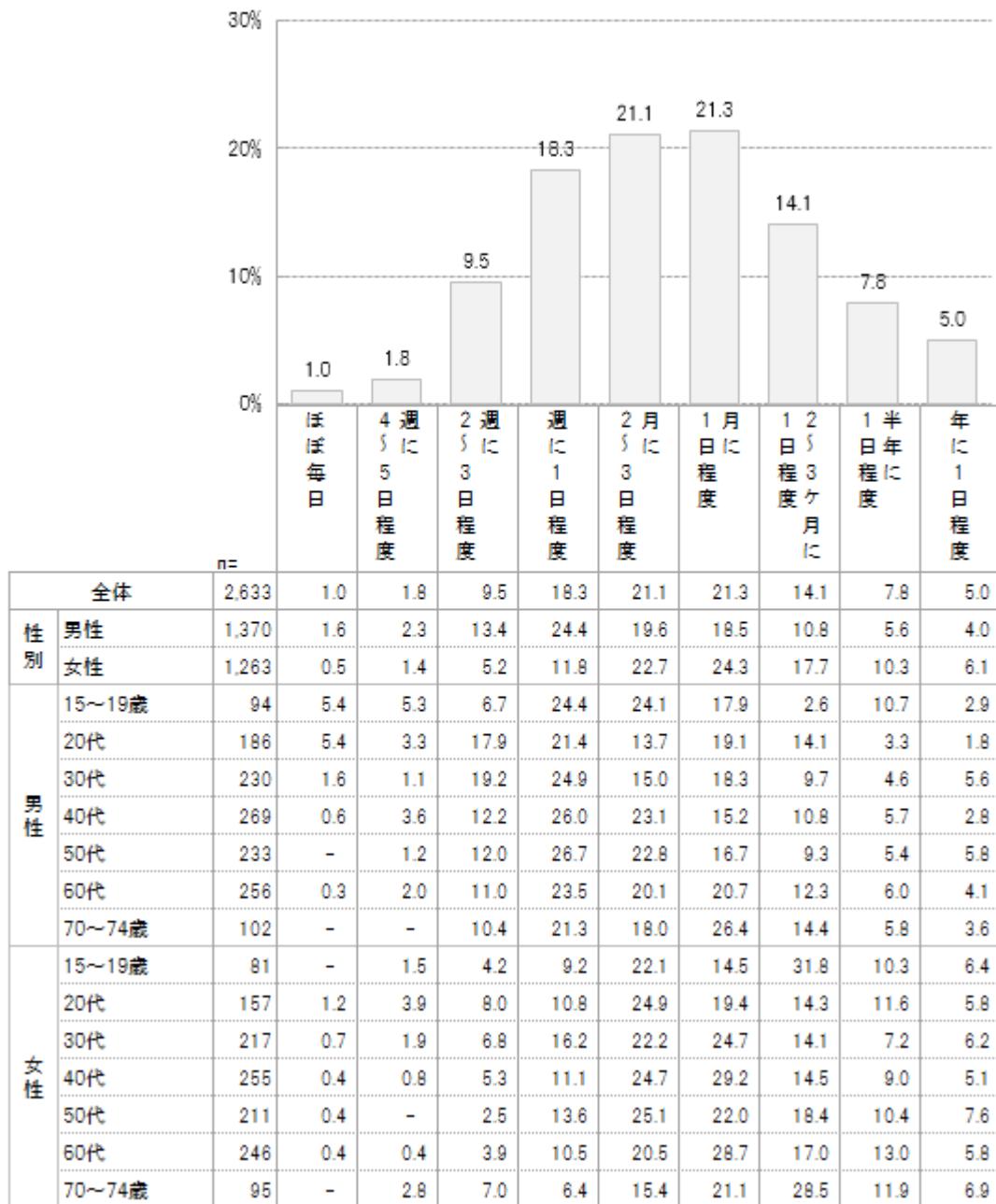
図表 22. 普段 1 カ月間に食べる個数（直近 3 カ月以内摂取者）<エリア別>

		n=	1 個	2 個	3 個	4 個	5 個	6 個 ～ 9 個	10 個	11 個 以 上	食 べ て い ない	平均 (個/月)
全体		3,107	26.7	14.8	9.0	6.3	5.7	4.4	3.8	2.9	26.3	2.6
エ リ ア	北海道・東北	347	22.2	14.1	11.6	8.6	7.8	3.8	6.8	3.8	21.4	3.2
	関東・甲信越	1,203	28.0	13.9	8.8	5.9	5.6	5.2	3.0	2.6	27.0	2.4
	中部・北陸	440	29.9	15.1	7.4	5.4	3.2	3.6	3.4	2.9	29.0	2.4
	近畿	508	25.9	15.2	9.2	6.2	5.0	4.7	3.9	4.4	25.5	2.9
	中国・四国	267	26.4	15.5	9.6	6.2	6.2	3.8	3.7	3.1	25.4	2.6
	九州	343	24.2	17.4	8.2	7.0	7.3	3.4	4.0	0.9	27.6	2.2
	首都圏	1,008	27.5	13.4	8.7	5.9	6.1	5.4	2.9	2.5	27.6	2.4
	阪神圏	428	25.5	16.0	9.1	6.6	4.9	4.4	4.3	4.7	24.4	3.0

e) 最近1年間の「カップめん」を食べる頻度

1年以内摂取者のうちカップめんを食べる頻度は「月に1日程度」(21.3%)が最も多い

図表 23. 最近1年間の「カップめん」を食べる頻度



1年以内摂取者に最近1年間の「カップめん」を食べる頻度を聞いたところ、「月に1日程度」(21.3%)が最も多く、以下「月に2~3日程度」(21.1%)、「週に1日程度」(18.3%)の順である。

性別でみると、男性が「週に1日程度」(24.4%)、「月に2~3日程度」(19.6%)が高く、女性が「月に2~3日程度」(22.7%)、「月に1日程度」(24.3%)が高く、男性の方が頻繁に食べる。

性・年代別でみると、男女ともに年代に差はみられない。

エリア別でみると、北海道・東北と九州は、「週に1日程度」と「月に2~3日程度」が比較高く、他の地域よりも頻繁に食べる。首都圏、阪神圏別で違いはあまり見られない。

図表 24. 最近1年間の「カップめん」を食べる頻度 <エリア別>

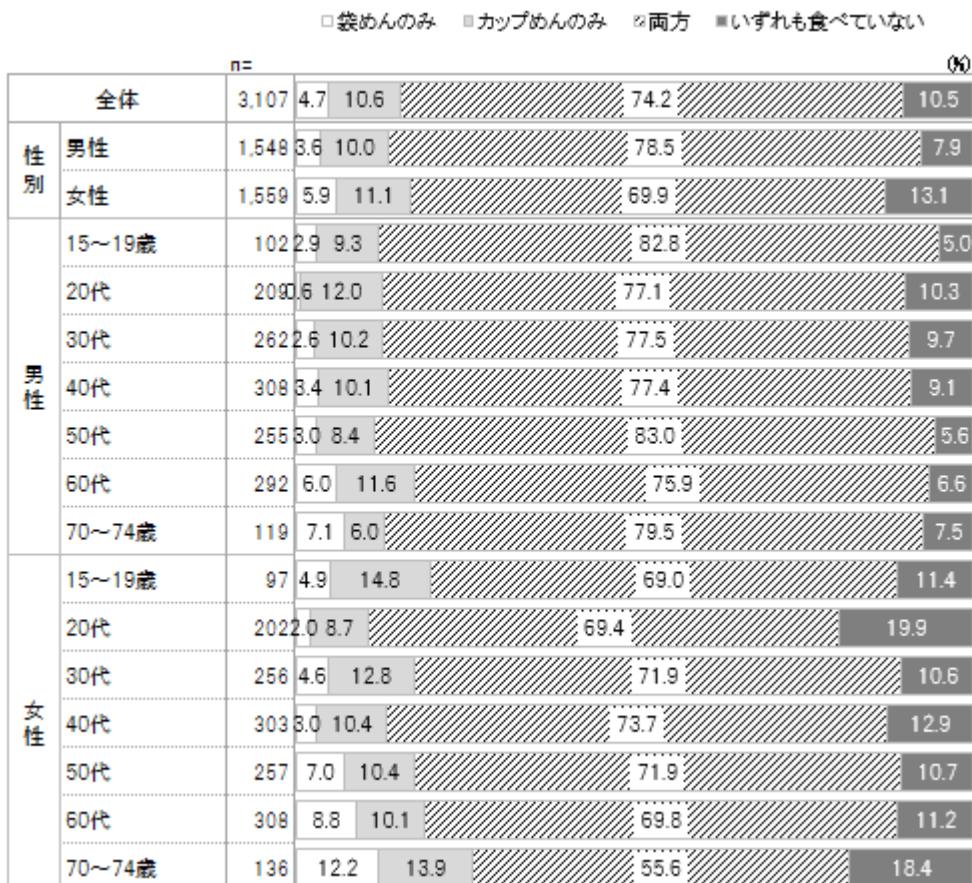
		毎 日	4週 に 5日 程度	2週 に 3日 程度	週 に 1日 程度	2月 に 3日 程度	1月 日に 程度	12 日 に 3度 ヶ月 に	1半 年 に 3度 に 度	年に 1日 程度	
n=		2,633	1.0	1.8	9.5	18.3	21.1	21.3	14.1	7.8	5.0
エ リ ア	全体	300	1.2	2.8	12.4	23.6	20.8	17.3	10.4	6.9	4.7
	北海道・東北	1,008	1.0	1.8	9.1	16.8	21.8	21.5	14.9	7.8	5.2
	中部・北陸	366	1.6	1.4	8.1	16.4	18.7	22.7	16.0	10.3	5.0
	近畿	437	2.0	2.5	9.5	18.7	21.6	20.2	14.2	6.5	4.8
	中国・四国	227	-	1.1	10.2	17.2	19.8	29.6	11.8	6.3	4.1
	九州	295	-	1.0	8.4	20.8	22.1	18.3	14.5	9.1	5.7
	首都圏	831	1.0	2.0	9.1	17.8	21.2	20.8	14.7	8.1	5.3
	阪神圏	370	2.1	2.7	9.7	18.2	22.4	19.7	14.2	6.3	4.8

3. 『袋めん＋カップめん』の摂取状況

a) 1年以内に食べたか

1年以内の摂取率（89.5%）の内訳は、「両方食べた」（74.2%）が大半を占め、以下「カップめんのみ」（10.6%）、「袋めんのみ」（4.7%）の順

図表 25. 1年以内の「袋めん＋カップめん」の摂取パターン



1年以内の『袋めん＋カップめん』の摂取状況では、摂取率（少なくともどちらかを食べた）は約9割（89.5%）で、その内訳は、「両方食べた」（74.2%）が過半数を占め、以下「カップめんのみ」（10.6%）、「袋めんのみ」（4.7%）の順となっている。

性別でみると、いずれも「両方食べた」が過半数を占めており、袋めんもカップめんもほぼ同程度の摂取状況となっている。

性・年代別に「両方食べた」割合をみると、男性では50代（83.0%）が最も高く、その次に15～19歳（82.8%）が高い。一方、女性では40代（73.7%）が最も高いが、全体的に男性より摂取率が低く、70～74歳（55.6%）は最も低い。

エリア別に「両方食べた」割合をみると、九州（77.7%）が最も高くなっているが、その他のエリアはいずれも7割台で大きな差はみられない。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（70.5%）より阪神圏（76.3%）の方が高めである。

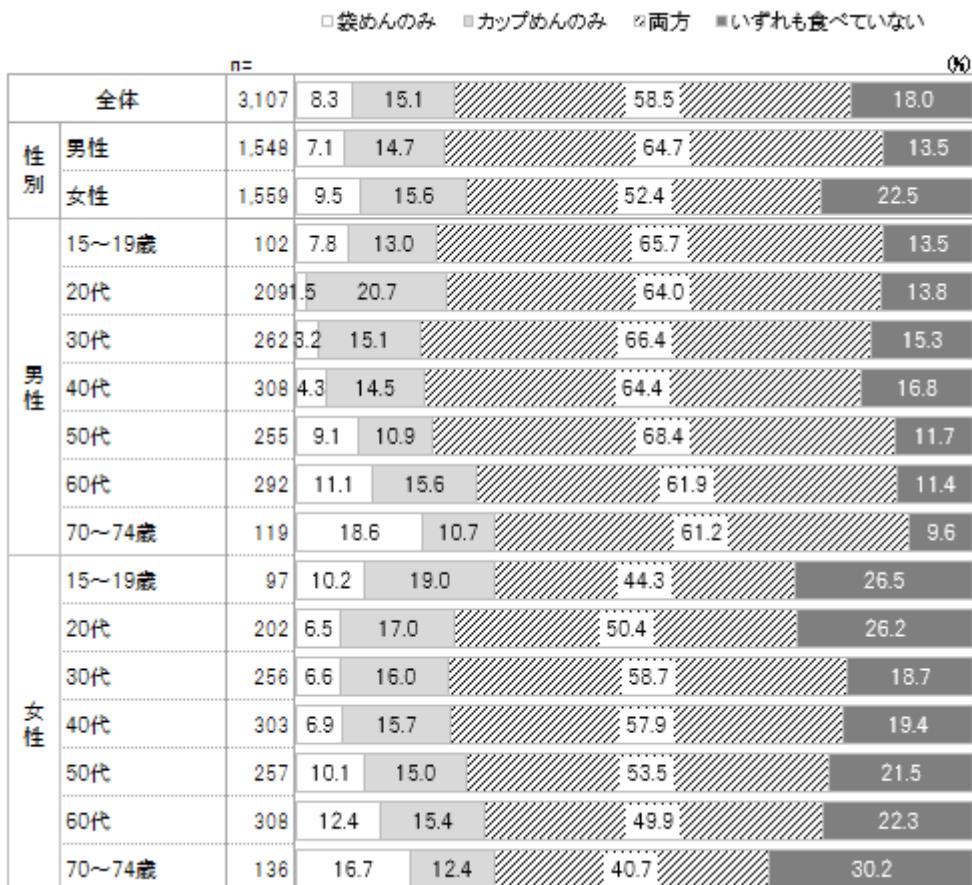
図表 26. 1年以内の「袋めん十カップめん」の摂取パターン <エリア別>



b) 最近3ヵ月間に「カップめん+袋めん」を食べたか

最近3ヵ月間の摂取率(81.9%)の内訳は、「両方食べた」(58.5%)が過半数を占め、以下「カップめんのみ」(15.1%)、「袋めんのみ」(8.3%)の順

図表 27. 最近3ヵ月間の「袋めん+カップめん」の摂取パターン



最近3ヵ月間の『袋めん+カップめん』の摂取状況では、摂取率(少なくともどちらかを食べた)は8割(82.0%)で、その内訳は、「両方食べた」(58.5%)が過半数を占め、以下「カップめんのみ」(15.1%)、「袋めんのみ」(8.3%)の順となっている。

性別でみると、いずれも「両方食べた」が過半数を占めており、男性(64.7%)の方が女性(52.4%)よりも摂取率が高い。また、袋めんもカップめんもほぼ同程度の摂取状況となっている。

性・年代別に「両方食べた」割合をみると、男性では50代(68.4%)が最も高い。また、カップめんの摂取率は20代(20.7%)が最も高く、袋めんは70~74歳(18.6%)が最も高い。一方、女性の「両方食べた」割合は30代(58.7%)が最も高いが、全体的に男性より摂取率が低く、70~74歳(40.7%)が最も低い。カップめんの摂取率は15~19歳(19.0%)が最も高く、袋めんは男性と同様に70~74歳(16.7%)が最も高い。

エリア別では、北海道・東北（18.7%）のカップめん摂取率が最も高く、袋めんは中部・北陸（10.9%）が最も高い。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（56.7%）より阪神圏（62.3%）の方が高めである。

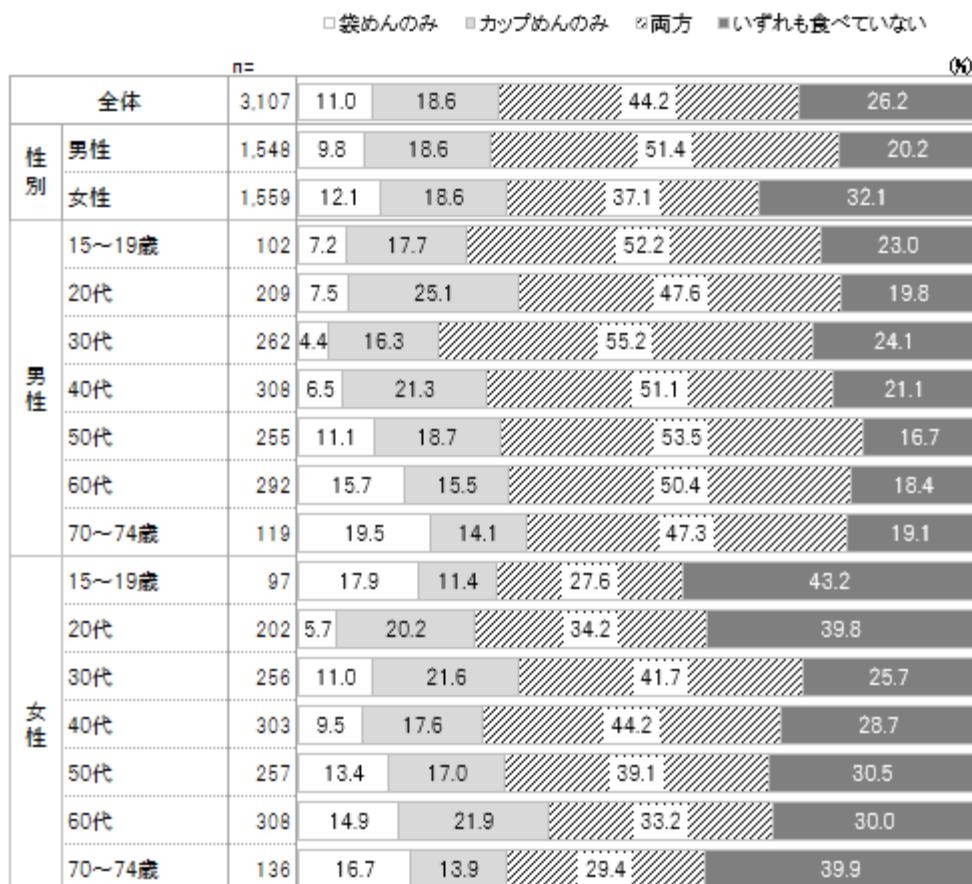
図表 28. 最近3ヵ月間の「袋めん+カップめん」の摂取パターン <エリア別>

		n=	④			
全体		3,107	袋めんのみ	カップめんのみ	両方	いずれも食べてない
エ リ ア	北海道・東北	347	5.2	18.7	59.9	16.2
	関東・甲信越	1,203	7.8	16.4	56.7	19.2
	中部・北陸	440	10.9	16.5	54.5	18.1
	近畿	508	8.3	12.8	61.8	17.2
	中国・四国	267	7.8	14.1	60.5	17.6
	九州	343	10.3	10.0	62.4	17.3
	首都圏	1,008	7.8	15.7	56.7	19.8
	阪神圏	428	8.0	13.2	62.3	16.5

c) 直近1ヵ月間に「カップめん+袋めん」を食べたか

直近1ヵ月間の摂取率(73.8%)の内訳は、「両方食べた」(44.2%)が過半数を占め、以下「カップめんのみ」(18.6%)、「袋めんのみ」(11.0%)の順

図表 29. 直近1ヵ月間の「袋めん+カップめん」の摂取パターン



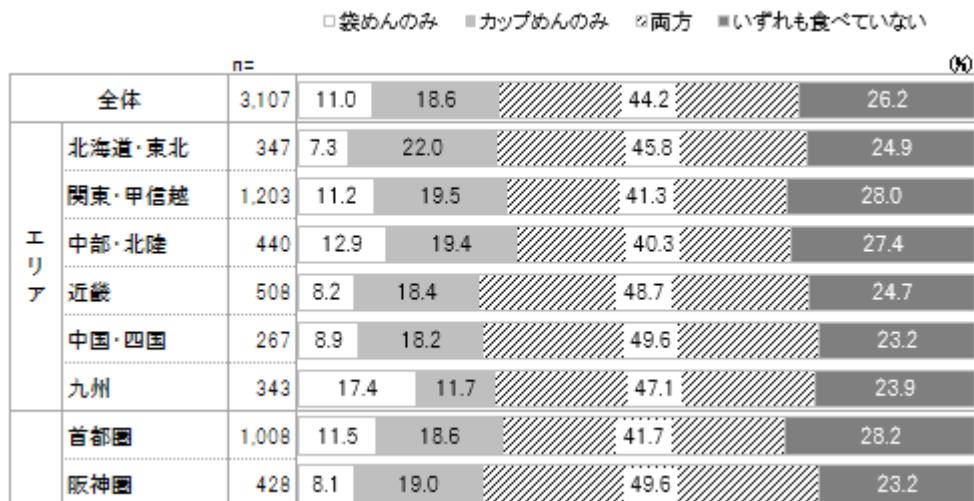
直近1ヵ月間の『袋めん+カップめん』の摂取状況では、摂取率(少なくともどちらかを食べた)は7割(73.8%)で、その内訳は、「両方食べた」(44.2%)が過半数を占め、以下「カップめんのみ」(18.6%)、「袋めんのみ」(11.0%)の順となっている。

性別でみると、「両方食べた」の割合は男性(51.4%)で女性(37.1%)よりも高い。また、袋めんは男性(9.8%)より女性(12.1%)の摂取率の方が高い。

性・年代別に「両方食べた」割合をみると、男性では30代(55.2%)が最も高い。また、カップめんの摂取率は20代(25.1%)が最も高く、袋めんは70~74歳(19.5%)が最も高い。一方、女性の「両方食べた」割合は40代(44.2%)が最も高いが、全体的に男性より摂取率が低く、15~19歳(27.6%)が最も低い。カップめんの摂取率は60代(21.9%)が最も高く、袋めんは男性と同様に70~74歳(16.7%)が最も高い。

エリア別では、北海道・東北(22.0%)のカップめん摂取率が最も高く、袋めんは九州(17.4%)が最も高い。また、首都圏、阪神圏別では首都圏(41.7%)より阪神圏(49.6%)の方が高めである。

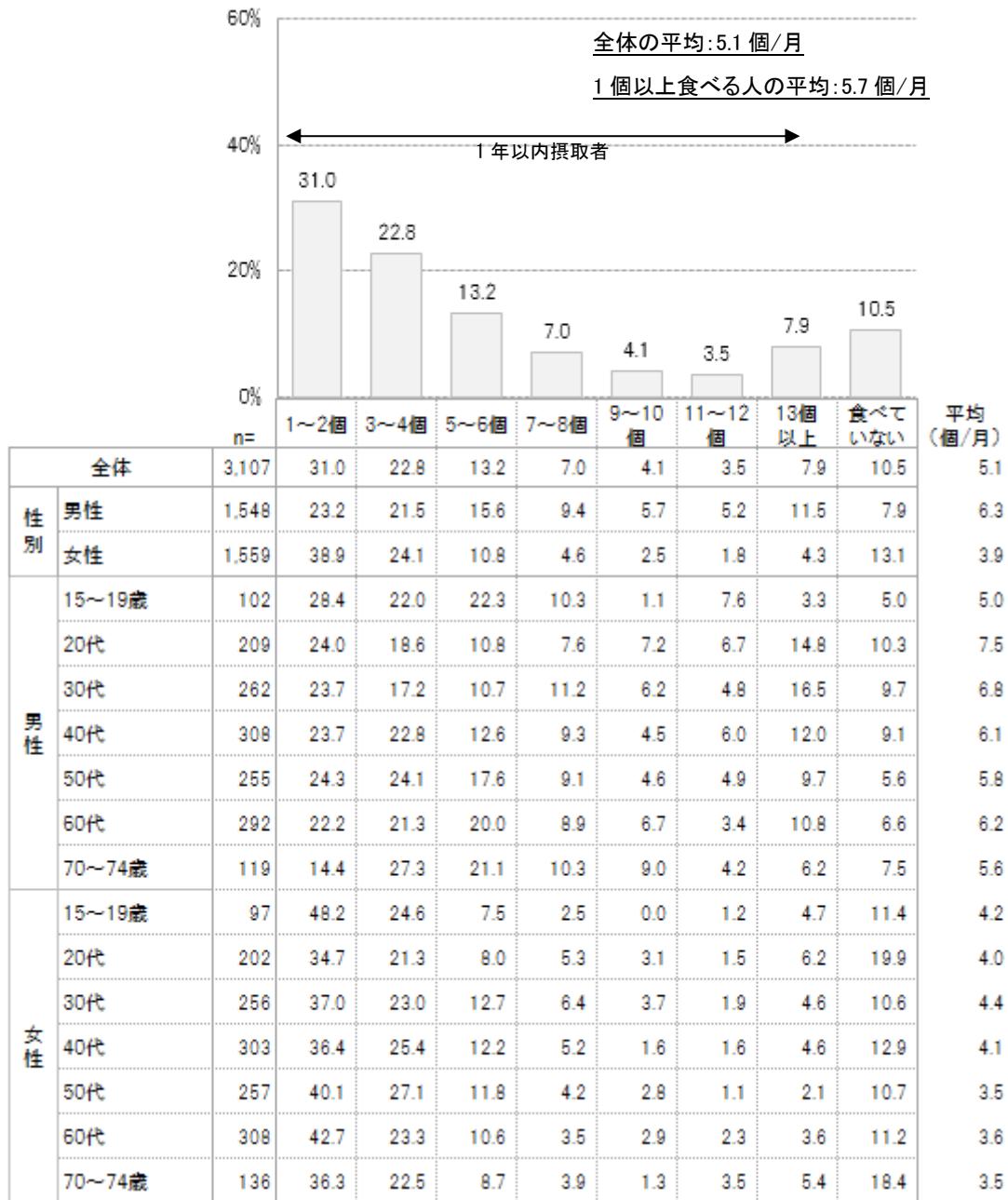
図表 30. 直近1ヶ月以内の「袋めん+カップめん」の摂取パターン <エリア別>



d) 普段 1 カ月間に「袋めん+カップめん」を何個程度食べるか

月平均「5.1 個」	(1 個以上食べる人では「5.7 個」)
平均は、男性（6.3 個）の方が、女性（3.9 個）よりも多い	

図表 31. 普段 1 カ月間に「袋めん+カップめん」を食べる個数（1 年以内摂取者）



普段 1 カ月間に食べる『袋めん+カップめん』の個数（1 年以内摂取ベース）を聞いたところ、「1~2 個」（31.0%）が最も高かった。続いて「3~4 個」（22.8%）、「5~6 個」（13.2%）、「13 個以上」（7.9%）と続き、平均すると、「5.1 個」となった。ちなみに、「1 個以上袋めんを食べる人」での平均個数は「5.7 個」となる。

性別でみると、平均は男性（6.3 個）の方が、女性（3.9 個）よりも多い。

性・年代別でみると、男性では20代（平均7.5個）が最も多くなっている。女性は30代（4.4個）が最も多いが、その他の年代と比べて大きな差はない。

エリア別でみると、北海道・東北（平均5.6個）と近畿（平均5.6個）がやや多い。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（平均4.6個）、阪神圏（平均5.8個）と阪神圏の方が平均1.2個ほど多い。

図表 32. 普段1ヵ月間に「袋めん+カップめん」を食べる個数（1年以内摂取者）<エリア別>

		n=	1~2個	3~4個	5~6個	7~8個	9~10個	11~12個	13個以上	食べてない	平均 (個/月)
エ リ ア	全体	3,107	31.0	22.8	13.2	7.0	4.1	3.5	7.9	10.5	5.1
	北海道・東北	347	25.7	22.1	15.5	8.5	5.7	4.6	8.7	9.2	5.6
	関東・甲信越	1,203	32.6	21.1	13.4	7.1	3.5	3.1	7.4	11.9	4.8
	中部・北陸	440	34.5	25.7	12.5	4.4	2.5	3.1	7.0	10.3	4.8
	近畿	508	31.8	23.1	11.3	6.9	4.5	3.5	9.9	9.0	5.6
	中国・四国	267	27.2	22.4	15.4	6.7	5.1	4.2	7.4	11.5	5.2
	九州	343	28.3	25.7	11.7	9.1	5.2	3.7	7.2	9.0	5.1
首都圏	首都圏	1,008	32.1	20.2	13.5	7.0	3.9	3.4	7.0	12.9	4.6
	阪神圏	428	31.2	24.0	11.0	7.1	3.7	3.7	10.7	8.5	5.8

図表 33. 普段 1 カ月間に「袋めん+カップめん」を食べる個数（直近 3 カ月以内摂取者）



普段 1 カ月間に食べる『袋めん+カップめん』の個数（直近 3 カ月摂取者）を聞いたところ、「1~2 個」（24.6%）が最も多く、以下「3~4 個」（22.3%）、「5~6 個」（12.8%）、「13 個以上」（7.8%）と続き、平均すると、「4.9 個」となった。

性別でみると、平均は男性（6.1 個）の方が、女性（3.7 個）よりも多い。

性・年代別でみると、男性では 20 代（平均 7.3 個）が最も多く、15~19 歳（平均 3.8 個）が最も少ない。女性は 30 代（4.2 個）が最も多いが、他の年代と比べて大きな差はない。

エリア別でみると、近畿（平均 5.4 個）がやや多いが、他エリアと比べて大きな差はない。また、首都圏、阪神圏別では首都圏（平均 4.5 個）、阪神圏（平均 5.6 個）と阪神圏の方が平均 1.1 個ほど多い。

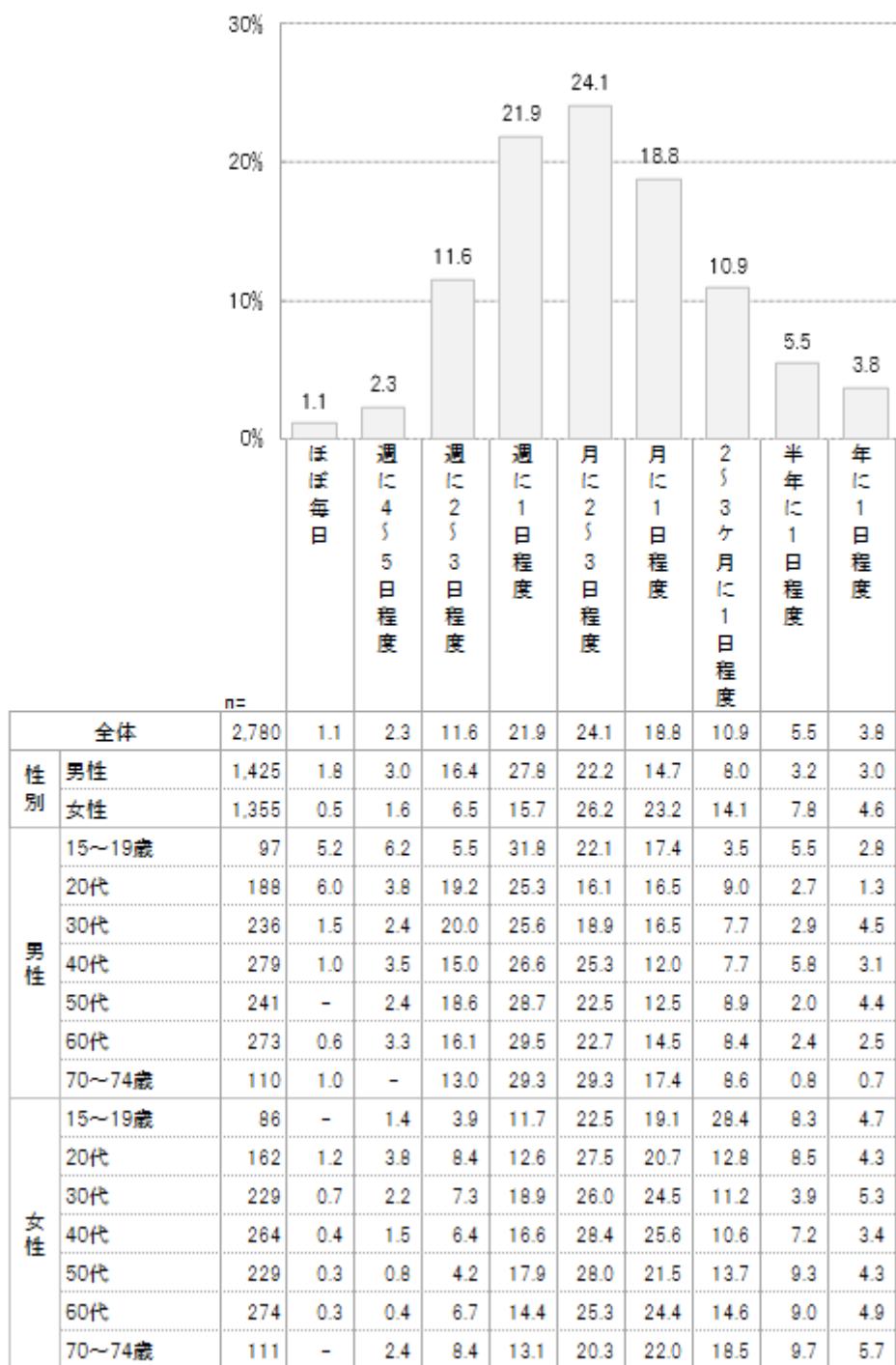
図表 34. 普段 1 カ月間に「袋めん+カップめん」を食べる個数（直近 3 カ月以内摂取者）<エリア別>

		n=	1~2個	3~4個	5~6個	7~8個	9~10個	11~12個	13個以上	食べてない	平均 (個/月)
エ リ ア	全体	3,107	24.6	22.3	12.8	7.0	4.0	3.5	7.8	18.0	4.9
	北海道・東北	347	20.3	21.8	14.8	8.5	5.7	4.6	8.3	16.2	5.3
	関東・甲信越	1,203	26.3	20.5	13.0	7.1	3.5	3.1	7.4	19.2	4.6
	中部・北陸	440	27.7	24.7	12.5	4.4	2.6	3.1	7.0	18.1	4.7
	近畿	508	24.9	22.7	11.1	6.7	4.2	3.4	9.9	17.2	5.4
	中国・四国	267	22.4	22.1	14.7	6.7	5.1	4.2	7.2	17.6	5.0
	九州	343	19.9	25.7	11.7	9.1	5.2	3.7	7.2	17.3	5.0
	首都圏	1,008	26.0	19.7	13.2	7.0	3.9	3.4	6.9	19.8	4.5
	阪神圏	428	24.2	23.8	10.7	6.9	3.7	3.5	10.7	16.5	5.6

e) 最近1年間の「袋めん+カップめん」を食べる頻度

1年以内摂取者のうち即席めんを食べる頻度は「月に2~3日程度」(24.1%)が最も多い

図表 35. 最近1年間の「袋めん+カップめん」を食べる頻度



1年以内摂取者に最近1年間の「袋めん+カップめん」を食べる頻度を聞いたところ、「月に2~3日程度」(24.1%)が最も多く、以下「週に1日程度」(21.9%)、「月に1日程度」(18.8%)の順である。

性別でみると、男性が「週に1日程度」（27.8%）、「月に2～3日程度」（22.2%）が高く、女性が「月に2～3日程度」（26.2%）、「月に1日程度」（23.2%）が高く、男性の方が頻繁に食べる。

性・年代別でみると、女性15～19歳で「2～3ヶ月に1日程度」（28.4%）が最も多く、あまり頻繁に食べないことが分かる。

エリア別でみると、「週に1日程度」と「月に2～3日程度」に集中している。また、首都圏、阪神圏別で違いはあまり見られない。

図表 36. 最近1年間の「袋めん＋カップめん」を食べる頻度 <エリア別>

	ほぼ毎日	週に4～5日程度	週に2～3日程度	週に1日程度	月に2～3日程度	月に1日程度	2～3ヶ月に1日程度	半年に1日程度	年に1日程度		
	n=										
エリヤ	全体	2,780	1.1	2.3	11.6	21.9	24.1	18.8	10.9	5.5	3.8
	北海道・東北	315	1.1	3.6	13.7	24.4	22.6	15.2	10.3	5.8	3.3
	関東・甲信越	1,060	1.1	2.0	10.8	20.8	25.5	19.4	11.0	5.2	4.1
	中部・北陸	394	1.4	1.7	9.9	21.3	24.1	17.4	12.7	7.1	4.3
	近畿	462	2.1	2.6	12.1	20.3	22.9	18.9	12.5	5.3	3.4
	中国・四国	236	-	2.7	12.0	23.0	23.1	23.5	9.8	3.7	2.1
	九州	313	0.3	2.3	13.1	25.0	23.4	18.4	7.9	5.6	4.0
	首都圏	878	1.2	2.1	10.5	21.8	25.1	18.9	10.7	5.4	4.4
	阪神圏	392	2.2	2.8	12.2	19.7	23.6	18.2	12.6	5.3	3.5

これまでの項目と前回調査（2016年実施：15～74歳対象）結果とを比較した結果は以下の通りである

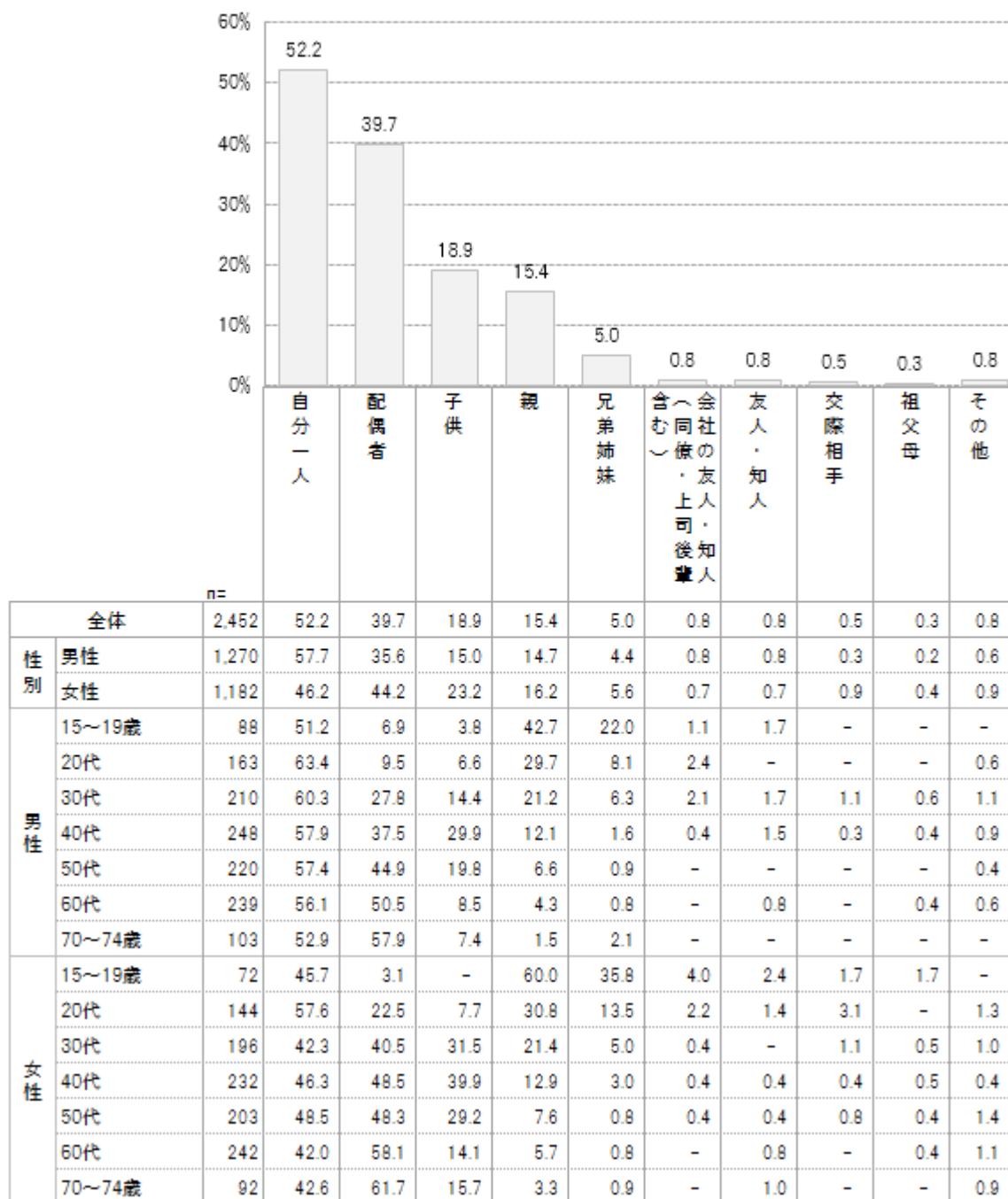
	<u><前回></u>	→	<u><今回></u>
・1年以内の摂取状況 「袋めん」	--		78.9%
「カップめん」	--		84.7%
「袋めん+カップめん」	--		74.2%
・最近3ヵ月の摂取状況 「袋めん」	65.8%		66.8%
「カップめん」	76.3%		73.7%
「袋めん+カップめん」	86.9%		82.0%
・1ヵ月間の摂取状況 「袋めん」	63.6%		55.2%
「カップめん」	74.2%		62.9%
「袋めん+カップめん」	85.0%		73.8%
・1ヵ月に食べた個数 「袋めん」	2.1個		2.8個
「カップめん」	2.7個		2.7個
「袋めん+カップめん」	4.8個		4.9個
・3ヵ月の食パターン 「袋めんのみ」	10.6%		8.3%
「カップめんのみ」	21.2%		15.1%
「両方食べた」	55.2%		58.5%
「いずれも食べていない」	13.1%		18.0%
・1ヵ月の食パターン 「袋めんのみ」	10.8%		11.0%
「カップめんのみ」	21.3%		18.6%
「両方食べた」	52.9%		44.2%
「いずれも食べていない」	15.0%		26.2%
・「袋めん」、「カップめん」の摂取率はやや減少傾向にある。また『袋めん+カップめん』でみると、3ヵ月間、1ヵ月間とも減少傾向である。			
・食べた個数は、『袋めん+カップめん』でみると、「4.8個」→「4.9個」と変化がみられない。			
・食パターンは、いずれの調査でも3ヵ月間、1ヵ月間とも「両方食べた」という人が約過半数を占めているが、「袋めんのみ」・「カップめんのみ」は減少傾向を示している。			
※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。			

4. 「即席めん」を誰と食べるか

袋めんは「自分一人」（52.2%）が過半数を占め、次に「配偶者」（39.7%）、「子供」（18.9%）という順

カップめんは「自分一人」（63.8%）が過半数を占め、次に「配偶者」（31.3%）、「子供」（14.7%）という順

図表 37. 「袋めん」を誰と食べるか



「袋めん」を誰と食べるかを聞いたところ、「自分一人」（52.2%）が過半数を占め、次に「配偶者」（39.7%）、「子供」（18.9%）という順であった。

性別でみると、男性は「自分一人」（57.7%）が多く、女性は「配偶者」（44.2%）、「子供」（23.2%）と食べることが多い。

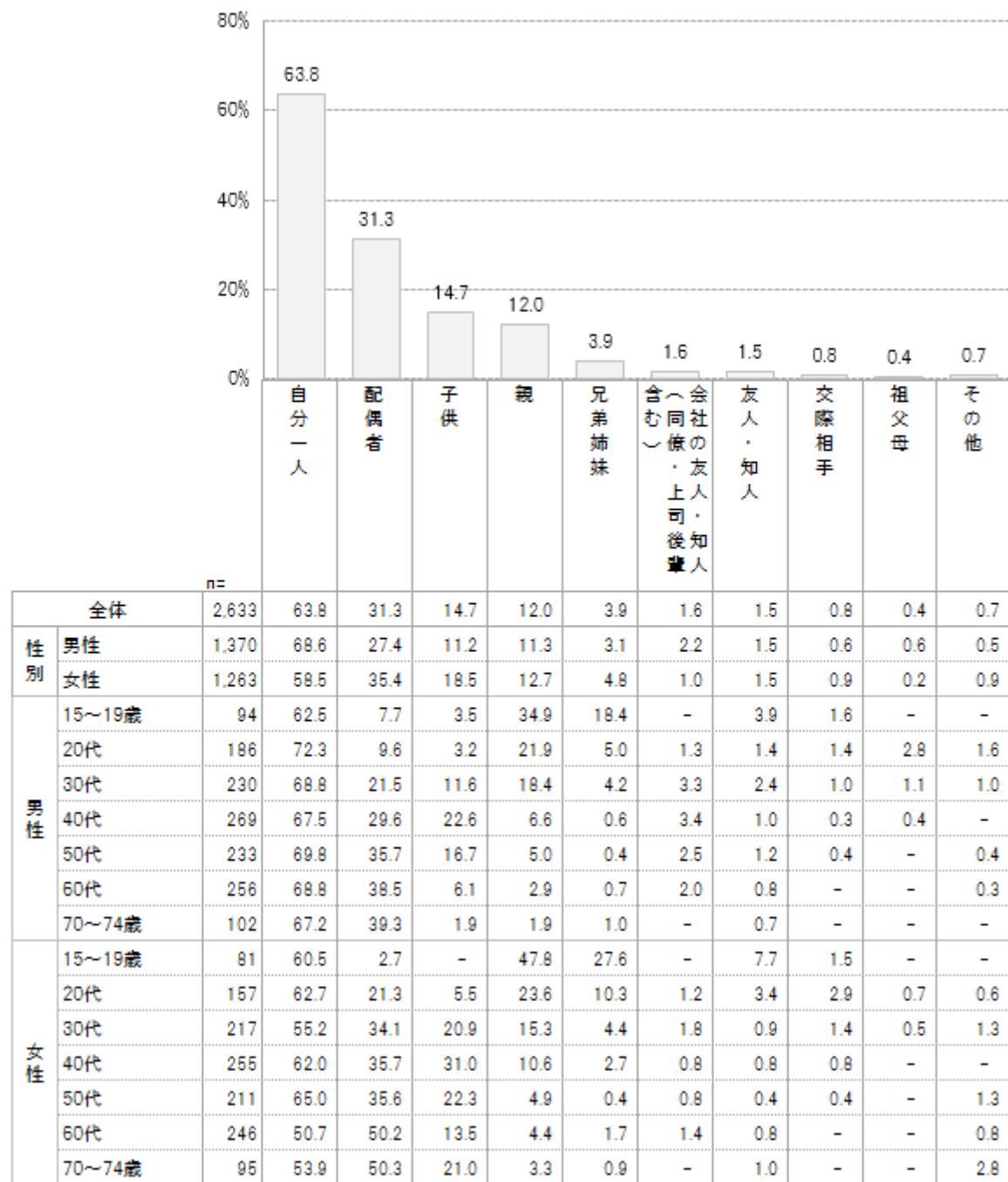
性・年代別でみると、男女ともに、年代があがっていくと「配偶者」と食べる割合が高くなり、30代、40代、50代では「子供」と食べる割合が高い。

エリア別でみると、北海道・東北は「配偶者」、「子供」がやや高い。また、首都圏、阪神圏別では特に差はない。

図表 38. 「袋めん」を誰と食べるか <エリア別>

		自 分 一 人	配 偶 者	子 供	親	兄 弟 姉 妹	祖 父 母	友 人 ・ 知 人	交 際 相 手	会 む 同 社 ・ 僚 の ・ 友 上 人 司 ・ 後 知 輩 人	その 他	
n=												
全体		2,452	52.2	39.7	18.9	15.4	5.0	0.8	0.8	0.5	0.3	0.8
エ リ ア	北海道・東北	275	48.1	44.1	20.3	16.4	5.7	0.8	0.4	-	-	1.0
	関東・甲信越	917	53.2	38.5	19.3	14.4	4.8	0.7	0.6	0.7	0.2	0.7
	中部・北陸	345	48.8	40.4	18.5	18.2	5.0	1.4	1.3	1.1	0.6	1.1
	近畿	415	55.2	38.3	19.6	13.2	4.7	0.4	0.7	0.5	0.9	0.7
	中国・四国	215	50.1	38.7	18.3	21.4	6.8	0.5	2.0	-	-	0.8
	九州	284	54.1	41.6	16.3	13.2	3.8	0.9	0.3	0.4	-	0.7
首都圏	首都圏	757	53.6	38.3	19.7	14.0	4.8	0.6	0.7	0.7	0.2	0.7
	阪神圏	348	56.8	38.4	20.4	10.7	3.5	0.5	0.8	0.6	1.1	0.8

図表 39. 「カップめん」を誰と食べるか



「カップめん」を誰と食べるかを聞いたところ、「自分一人」（63.8%）が過半数を占め、次に「配偶者」（31.3%）、「子供」（14.7%）という順であった。

性別でみると、男性は「自分一人」（68.6%）が多く、女性は「配偶者」（35.4%）、「子供」（18.5%）と食べることが多い。

性・年代別でみると、男女ともに、年代があがっていくと「配偶者」と食べる割合が高くなり、30代、40代、50代では「子供」と食べる割合が高くなる。

エリア別でみると、北海道・東北は「配偶者」、「子供」がやや高い。また、首都圏、阪神圏別では「配偶者」と「子供」が阪神圏で高くなっている。

図表 40. 「カップめん」を誰と食べるか <エリア別>

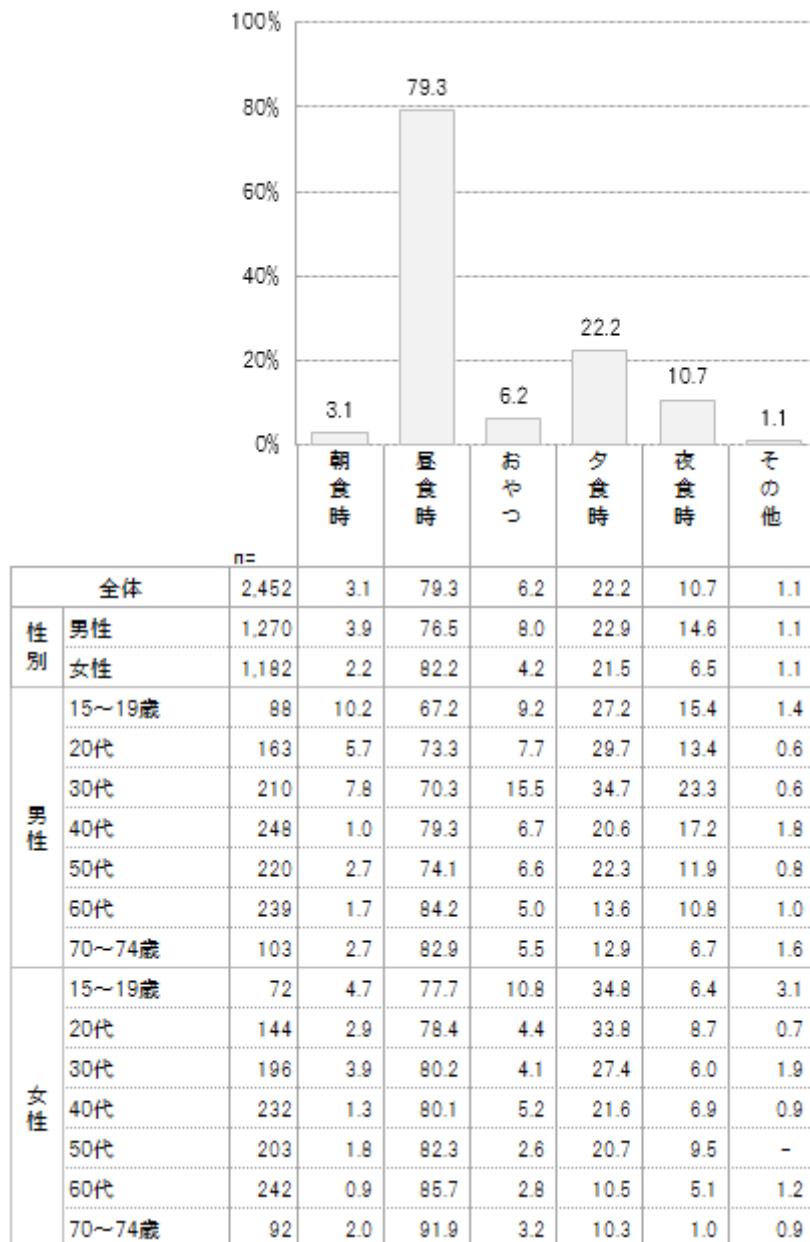
		自分一人	配偶者	子供	親	兄弟姉妹	会へ会む同僚の ・友人 ・上人 ・司 ・後知輩人	友人・知人	交際相手	祖父母	その他	
n=												
エリア	全体	2,633	63.8	31.3	14.7	12.0	3.9	1.6	1.5	0.8	0.4	0.7
	北海道・東北	300	62.5	34.4	17.7	10.0	4.6	4.1	1.1	1.1	0.4	1.0
	関東・甲信越	1,008	65.8	29.6	13.7	10.6	3.6	0.8	1.3	0.9	0.4	0.5
	中部・北陸	366	57.2	32.1	13.4	16.6	5.3	2.4	1.6	1.2	1.1	1.3
	近畿	437	66.5	31.4	16.5	10.8	3.3	1.9	1.2	0.6	-	0.2
	中国・四国	227	61.1	32.6	15.4	15.6	3.7	1.2	3.8	-	-	0.8
首都圏	九州	295	64.2	31.5	13.5	11.8	3.7	1.1	1.0	0.3	0.4	1.0
	阪神圏	370	67.6	32.0	17.3	8.9	2.4	1.7	1.4	0.7	-	0.3

5. 「即席めん」を食べる時間帯

袋めんは「昼食時」（79.3%）が8割を占め、次に「夕食時」（22.2%）、「夜食時」（10.7%）の順

カップめんは「昼食時」（79.3%）が8割を占め、次に「夕食時」（18.0%）、「夜食時」（14.4%）の順

図表 41. 「袋めん」を食べる時間帯



「袋めん」の食べる時間帯を聞いたところ、「昼食時」（79.3%）が8割を占め、次に「夕食時」（22.2%）、「夜食時」（10.7%）の順。

性別でみると、男性は「夕食時」（22.2%）、「夜食時」（14.6%）、「と夜に食べることが多く、女性は「昼食時」（82.2%）、「夕食時」（21.5%）など食事として食べることが多い。

性・年代別でみると、男女ともに、「昼食時」では年代が上がっていくことに割合が高く、「夕食時」には、年代が上がっていくことに割合が低くなる。

エリア別でみると、特に違いは見られない。また、首都圏、阪神圏別では阪神圏の方が「夕食時」や「夜食時」に食べる割合が首都圏に比べて高い。

図表 42. 「袋めん」を食べる時間帯 <エリア別>

		朝 食 時	昼 食 時	お や つ	夕 食 時	夜 食 時	その 他
n=							
全体		2,452	3.1	79.3	6.2	22.2	10.7
エ リ ア	北海道・東北	275	2.2	83.8	5.4	20.1	9.3
	関東・甲信越	917	3.7	78.5	7.1	22.5	12.0
	中部・北陸	345	4.4	79.5	6.3	20.8	8.7
	近畿	415	3.3	74.1	6.5	23.4	13.0
	中国・四国	215	1.4	84.1	4.2	22.6	9.2
	九州	284	1.3	81.0	4.5	23.4	8.3
首都圏		757	4.0	78.2	7.9	21.4	12.7
阪神圏		348	3.6	72.5	6.9	23.7	14.6

図表 43. 「カップめん」を食べる時間帯



「カップめん」の食べる時間帯を聞いたところ、「昼食時」（79.3%）が8割を占め、次に「夕食時」（18.0%）、「夜食時」（14.4%）の順。

性別でみると、男性は「夕食時」（19.9%）、「夜食時」（19.1%）と夜に食べることが多く、女性は「昼食時」（84.7%）に食べることが多い。

性・年代別でみると、男女ともに、「昼食時」では年代が上がっていくことに割合が高く、「夕食時」には、年代が上がっていくことに割合が低くなる。

エリア別でみると、特に違いは見られない。また、首都圏と阪神圏では、阪神圏（75.0%）の方が首都圏（78.2%）に比べて「昼食時」に食べる割合が低い。

図表 44. 「カップめん」を食べる時間帯 <エリア別>

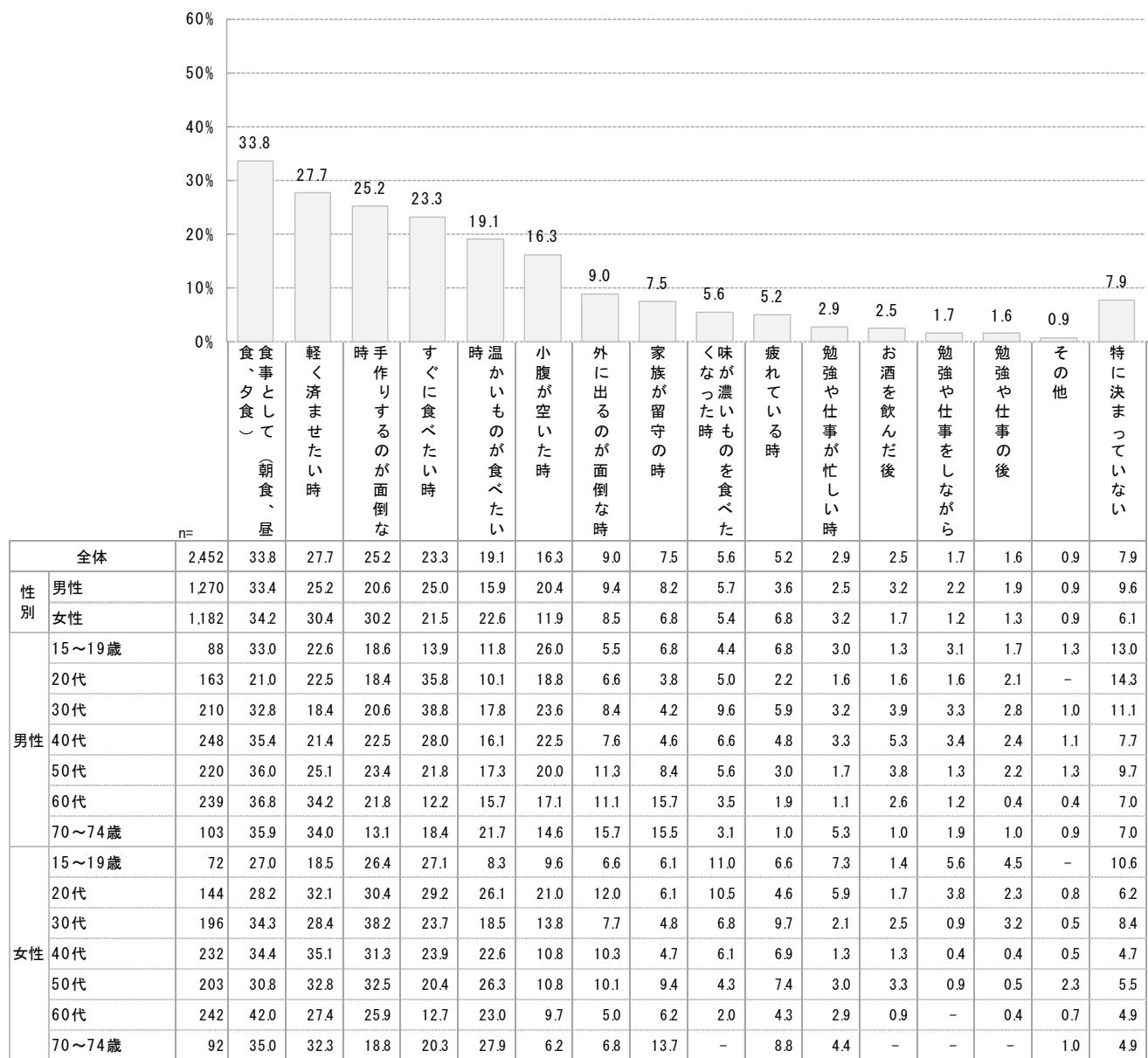
		朝 食 時	昼 食 時	お や つ	夕 食 時	夜 食 時	そ の 他	
n=								
全体		2,633	3.7	79.3	8.8	18.0	14.4	1.4
エ リ ア	北海道・東北	300	4.4	84.7	7.5	16.3	11.0	1.1
	関東・甲信越	1,008	3.7	78.2	10.9	18.6	16.1	1.3
	中部・北陸	366	5.0	77.5	7.9	18.9	14.2	1.8
	近畿	437	3.7	76.2	9.3	17.0	16.2	1.5
	中国・四国	227	2.2	82.6	7.4	17.1	12.4	1.8
	九州	295	2.6	82.0	4.4	18.3	11.6	1.4
首都圏		831	3.8	78.2	11.4	18.3	16.4	1.2
阪神圏		370	4.4	75.0	9.3	17.6	17.5	1.5

6. 「即席めん」を食べるタイミング

袋めんは「食事として」（33.8%）、「軽く済ませたい時」（27.7%）、「手作りするのが面倒な時」（25.2%）、「すぐに食べたい時」（23.3%）の順

カップめんは「食事として」（41.2%）、「軽く済ませたい時」（33.6%）、「手作りするのが面倒な時」（30.9%）、「すぐに食べたい時」（29.6%）の順

図表 45. 「袋めん」を食べるタイミング



「袋めん」の食べるタイミングを聞いたところ「食事として」（33.8%）、「軽く済ませたい時」（27.7%）、「手作りするのが面倒な時」（25.2%）、「すぐに食べたい時」（23.3%）の順。

性別でみると、男性は「すぐに食べたい時」（25.0%）、「小腹が空いた時」（20.4%）が高く、女性は「軽く済ませたい時」（30.4%）、「手作りするのが面倒な時」（30.2%）が高い。

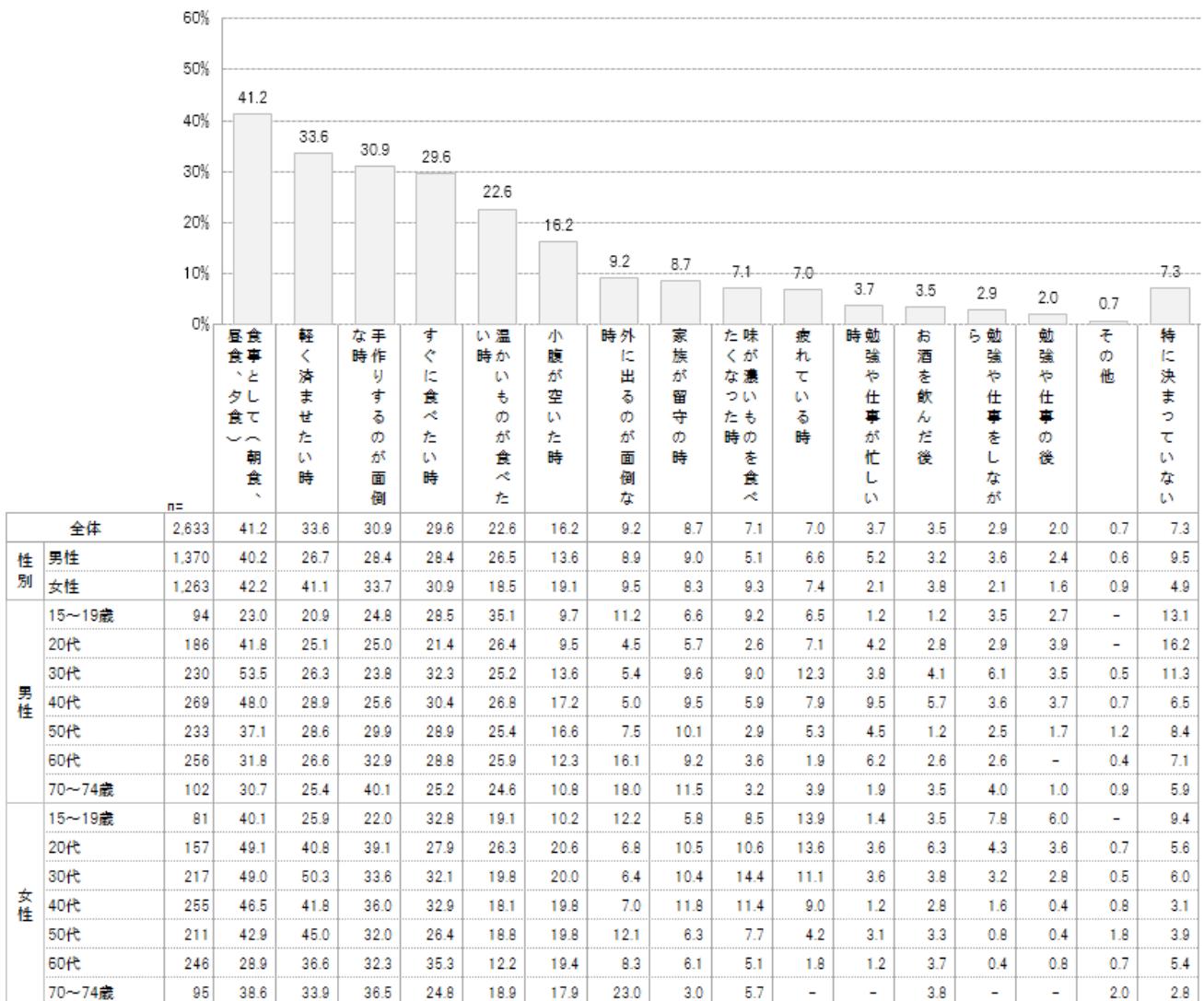
性・年代別でみると、男女ともに違いはあまり見られないが、「食事として」は年代が上がるにつれて高くなっている。

エリア別でみると、近畿（28.8%）は「食事として」食べる割合が他エリアと比べて低く、「軽く済ませる時」（28.6%）や「小腹が空いた時」（17.7%）などが高い。また、首都圏と阪神圏では、阪神圏（29.9%）の方が「食事として」食べる割合が首都圏（33.4%）に比べて低い。

図表 46. 「袋めん」を食べるタイミング <エリア別>

		日食事 と 夕食 て て朝食 て たい時	軽 く済 ませ たい 時	手 作り す る の が 面 倒	す ぐ に 食 べ た い 時	い 温 時 か い も の が 食 べ た	小 腹 が 空 いた 時	時 外 に 出 る の が 面 倒 な	家 族 が 留 守 の 時	た 味 く が 濃 い も の 時 の を 食 べ	疲 れ て いる 時	時 勉 強 や 仕 事 が 忙 しい	お 酒 を 飲 んだ 後	勉 強 や 仕 事 を し な が	勉 強 や 仕 事 の 後	その 他	特 に 決 ま つ て い ない	
n=		2,452	33.8	27.7	25.2	23.3	19.1	16.3	9.0	7.5	5.6	5.2	2.9	2.5	1.7	1.6	0.9	7.9
エ リ ア	全体	275	32.3	26.9	30.9	21.4	18.7	15.3	6.4	8.8	5.7	5.7	2.0	1.7	1.2	1.5	2.4	6.7
	北海道・東北	917	34.3	27.5	23.9	22.8	20.8	16.7	10.4	7.1	5.9	5.6	3.4	2.6	2.0	2.2	0.4	8.1
	中部・北陸	345	34.9	23.8	20.4	20.7	23.3	14.2	8.4	6.7	4.9	4.6	2.6	3.8	2.1	2.2	0.5	10.1
	近畿	415	28.8	28.6	24.8	23.2	15.2	17.7	9.7	8.4	6.8	5.2	2.0	2.3	1.2	0.6	1.1	8.4
	中国・四国	215	39.5	32.6	29.4	25.6	16.8	18.3	6.7	8.6	5.7	2.7	3.6	1.8	1.2	0.8	0.4	2.9
	九州	284	35.4	28.9	27.4	28.3	16.5	14.8	8.1	6.8	3.3	5.6	3.2	2.2	2.3	1.1	1.1	8.9
首都圏	首都圏	757	33.4	28.2	24.5	22.8	20.2	16.8	11.4	7.0	6.6	6.1	3.9	2.4	2.4	2.5	0.3	8.1
	阪神圏	348	29.9	30.5	24.9	22.2	16.6	19.6	9.5	8.8	7.3	6.2	2.3	2.3	1.2	0.7	1.3	7.9

図表 47. 「カップめん」を食べるタイミング



「カップめん」の食べるタイミングを聞いたところ「食事として」(41.2%)、「軽く済ませたい時」(33.6%)、「手作りするのが面倒な時」(30.9%)、「すぐに食べたい時」(29.6%)の順。

性別でみると、男性は「温かいものが食べたい時」(26.5%)が高く、女性は「軽く済ませたい時」(41.1%)、「手作りするのが面倒な時」(33.7%)、「小腹が空いた時」(19.1%)が高い。

性・年代別でみると、男女ともに違いはあまり見られないが、「手作りするのが面倒な時」は年代が上がるにつれて高くなっている。

エリア別でみると、中部・北陸（34.3%）は「食事として」食べることが少ない。九州（17.5%）は「温かいものが食べたい時」は低い。また、首都圏と阪神圏では特に違いは見られない。

図表 48. 「カップめん」を食べるタイミング <エリア別>

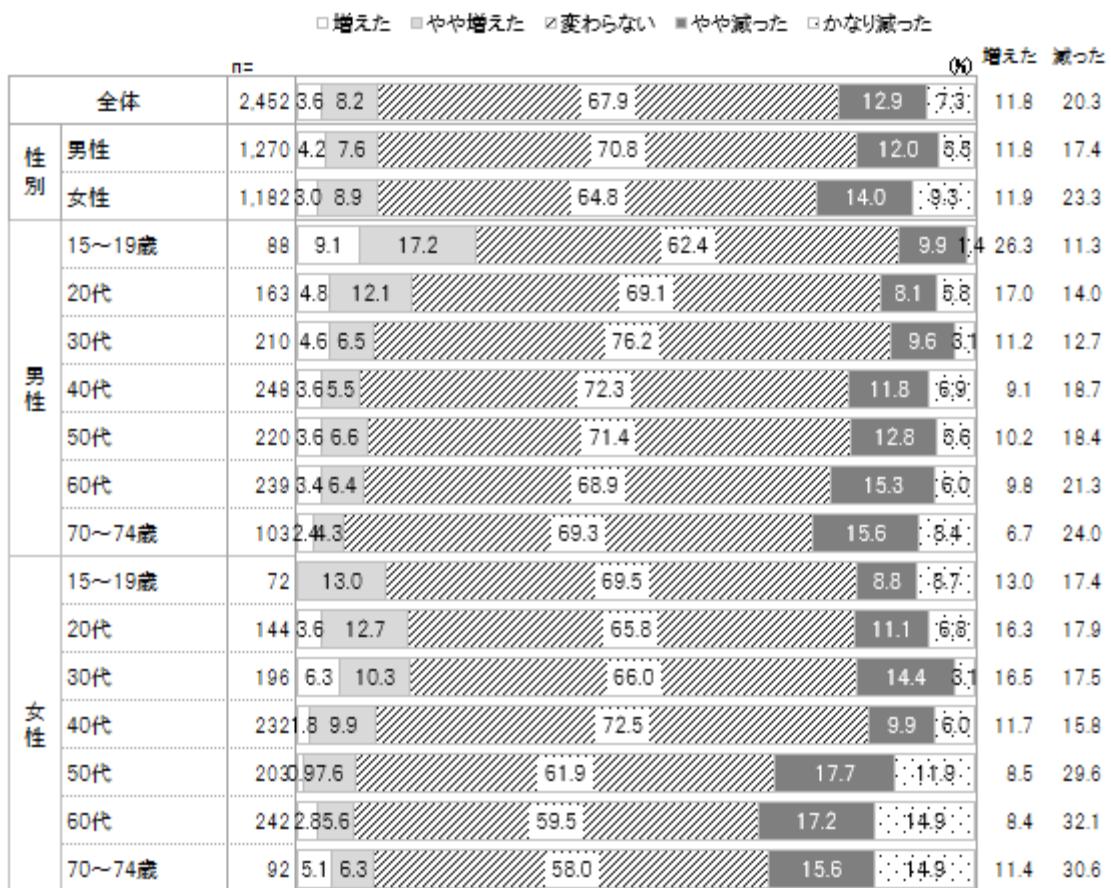
	昼食事 と 夕食で て朝食へ 替えて たい時	軽く済ませ たい時	手作りする のが面倒	すぐに食べ たい時	い温かい ものが食べ た時	小腹が空 いた時	時外に出る のが面倒な	家族が留守 の時	た味が濃 いものが食べ たい時	疲れて いる時	時勉強や仕事 が忙しい	お酒を飲んだ 後	勉強や仕事 をしなが	勉強や仕事 の後	その他	特に決まって いない		
	n=																	
エ リ ア	全体	2,633	41.2	33.6	30.9	29.6	22.6	16.2	9.2	8.7	7.1	7.0	3.7	3.5	2.9	2.0	0.7	7.3
	北海道・東北	300	38.8	35.1	31.6	28.9	19.5	17.4	13.4	6.2	6.6	7.4	3.0	2.6	2.6	1.4	1.8	7.0
	関東・甲信越	1,008	43.7	33.8	30.3	28.7	24.5	17.4	8.6	9.3	7.7	7.8	4.5	3.7	3.6	2.1	0.7	7.6
	中部・北陸	366	34.3	32.7	27.2	30.7	21.0	17.4	7.6	9.4	8.0	5.3	3.4	4.6	2.0	3.0	0.5	8.4
	近畿	437	43.4	32.1	32.3	27.9	23.5	15.9	10.2	8.0	6.6	8.1	3.2	2.4	2.3	1.2	0.7	5.8
	中国・四国	227	43.5	35.7	34.2	33.4	26.6	13.0	9.4	9.8	3.9	7.4	4.0	3.7	2.3	1.6	0.4	3.8
	九州	295	38.4	32.9	32.3	31.9	17.5	12.4	7.3	8.3	7.9	3.6	2.8	3.6	3.2	2.7	0.4	9.5
	首都圏	831	43.9	33.9	30.7	27.7	24.5	17.0	8.5	9.7	7.9	8.4	4.4	4.3	3.9	2.4	0.6	7.8
	阪神圏	370	43.9	33.1	33.2	29.2	25.0	17.1	10.5	8.1	7.4	8.5	3.4	2.8	2.4	1.4	0.8	5.3

7. 「即席めん」を食べる頻度や量の変化

a) 「即席めん」を食べる頻度や量が増えたと思うか

「袋めん」「カップめん」とともに「変わらない」（袋めん 67.9%、カップめん 65.4%）が過半数を占め、“増えた”（同 11.8%、16.1%）と“減った”（同 20.3%、18.4%）では“減った”的方がやや多い

図表 49. 1年前と比べて今年は「袋めん」を食べる頻度や量が増えたと思うか

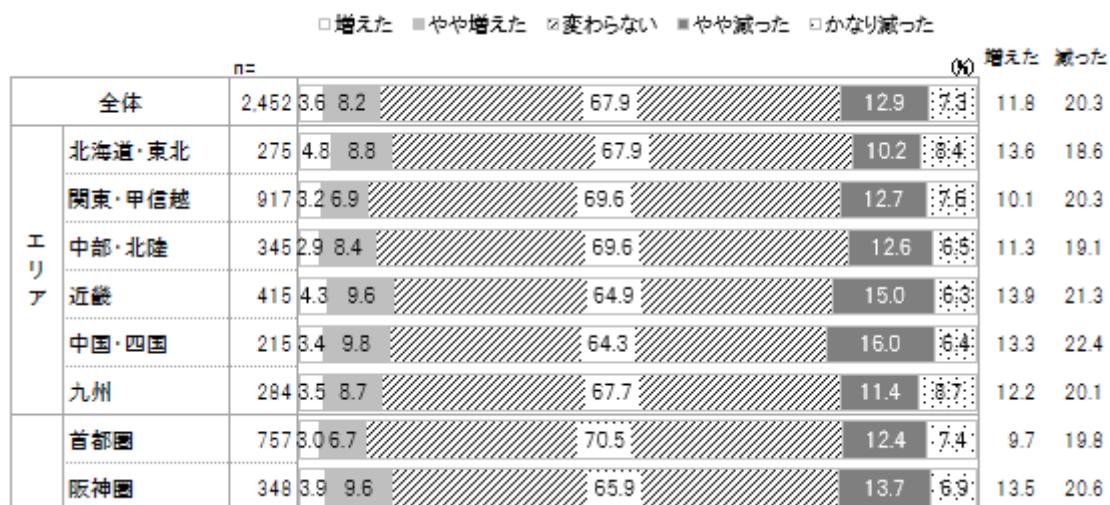


「袋めん」の1年以内摂取者（2,452名）に、昨年と比べて、今年は袋めんを食べる頻度や量は増えたと思うか聞いたところ、「変わらない」（67.9%）が過半数を占めた。性別でみると、「変わらない」は女性（64.8%）よりも男性（70.8%）の方が高いが、「やや減った+かなり減った」は男性（17.4%）よりも女性（23.3%）の方が多くなっており、女性の方が減少傾向にある。

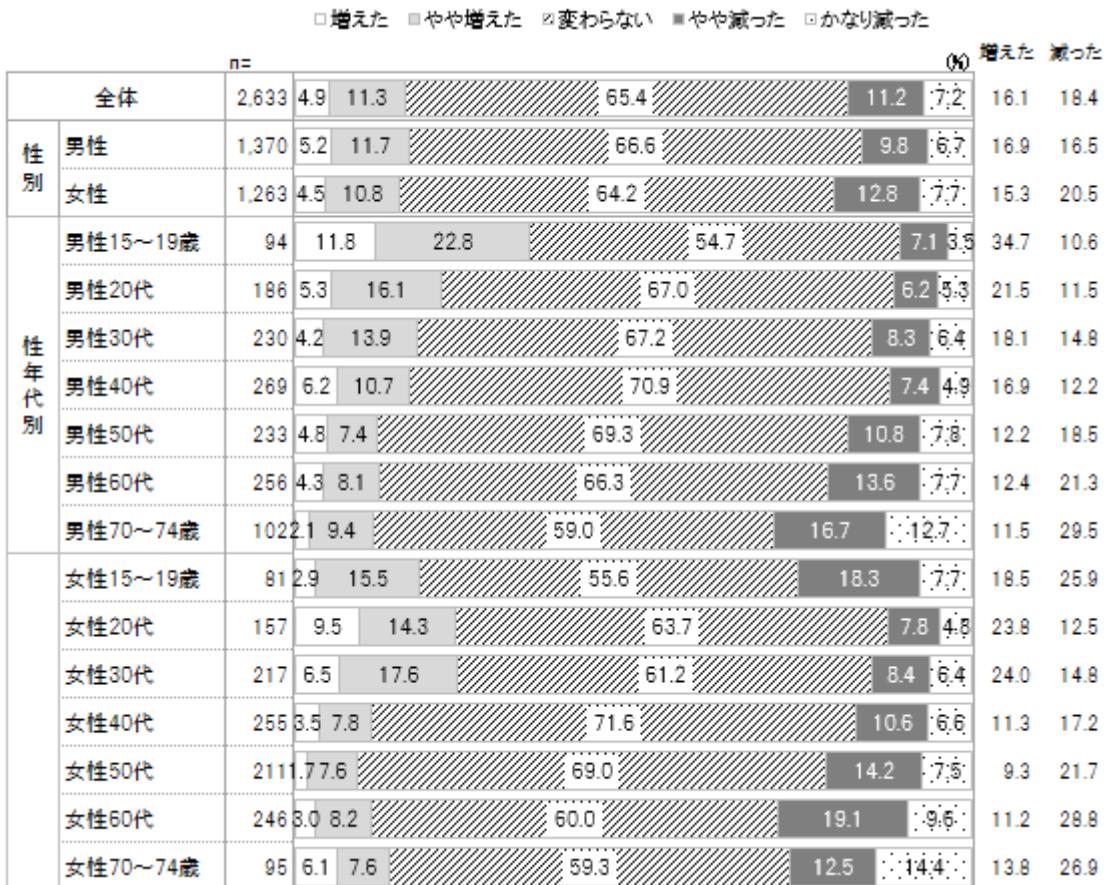
性・年代別でみると、男女とも若い人ほど「増えた+やや増えた」の割合が高い傾向がみられる。特に、男性15～19歳（26.3%）が最も高い。また、女性では20代と30代で「増えた+やや増えた」が高い。

エリア別でみると、「増えた+やや増えた」傾向がやや強いのは近畿（13.9%）であるが大差はない。また、首都圏、阪神圏別でみると、「減った+かなり減った」割合は首都圏（19.8%）と阪神圏（20.6%）ではほぼ変わらない。

図表 50. 1年前と比べて今年は「袋めん」を食べる頻度や量が増えたと思うか <エリア別>



図表 51. 1年前と比べて今年は「カップめん」を食べる頻度や量が増えたと思うか

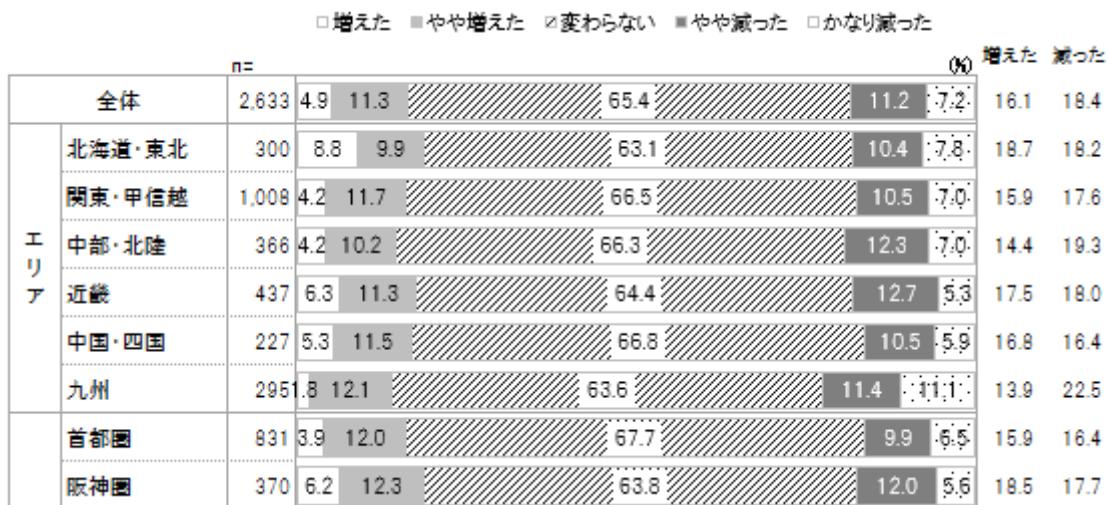


次に、「カップめん」の1年以内摂取者（2,633名）に、カップめんを食べる頻度や量は増えたと思うか聞いたところ、「変わらない」（65.4%）が過半数を占め、「増えた+やや増えた」（16.2%）、「減った+かなり減った」（19.4%）という人はいずれも2割以下で、「袋めん」同様、「やや減った+かなり減った」人が多くなっている。

性別でみると、「やや減った+かなり減った」割合は男性（16.5%）、女性（20.5%）と女性の方がやや高い。性・年代別でみると、男女とも若い人ほど増えた割合が高い傾向がみられる。特に、男性15～19歳では「増えた+やや増えた」が3割強（合計34.6%）で、「やや減った+かなり減った」（合計10.6%）を20ポイント以上上回っている。

エリア別でみると、北海道・東北、中国・四国は「やや減った+かなり減った」（18.2%、16.4%）より「増えた+やや増えた」（18.7%、16.8%）という人の方がやや多い。また、首都圏と阪神圏では、「増えた」が阪神圏（6.2%）より首都圏（3.9%）の方が高い。

図表 52. 昨年と比べて今年は「カップめん」を食べる頻度や量が増えたと思うか <エリア別>



前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果を比較すると、

		<前回>		→	<今回>	
・「袋めん」		“増えた”	18.1%		11.8%
		「変わらない」	59.0%		67.9%
		“減った”	22.9%		20.3%
・「カップめん」		“増えた”	20.6%		16.1%
		「変わらない」	53.9%		65.4%
		“減った”	25.5%		18.2%

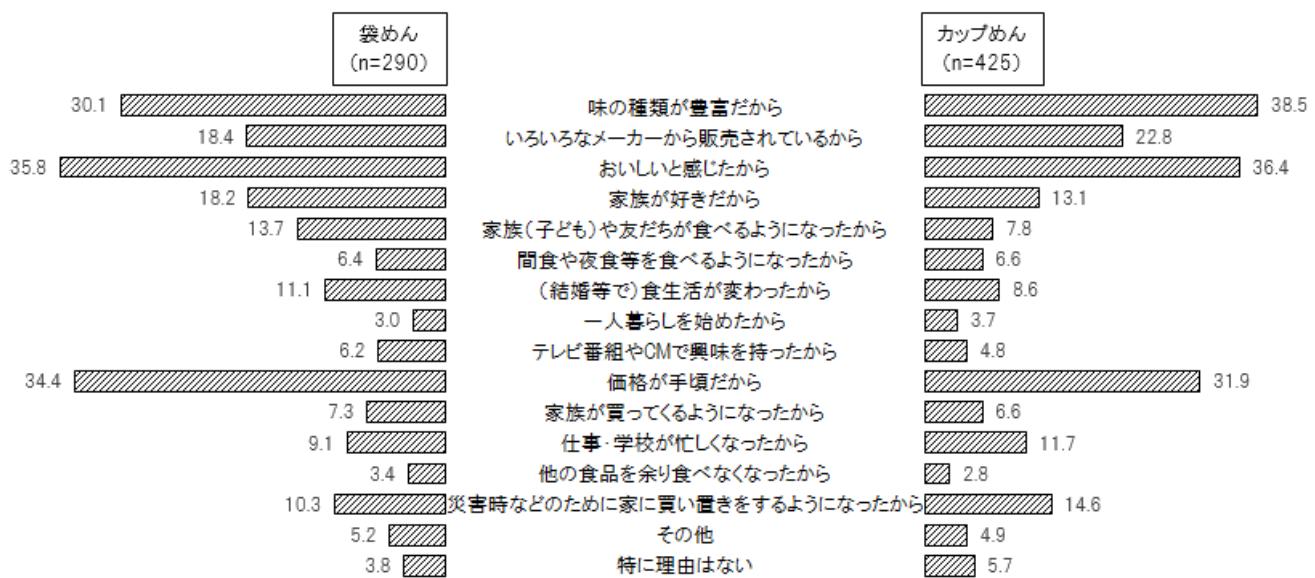
となる。「袋めん」「カップめん」とも「変わらない」という人が過半数を占めているなど、大きな変動はみられない。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

b) 「即席めん」を食べる頻度や量が増えた理由

「袋めん」は「美味しいと感じたから」（袋めん 35.8%）、「カップめん」は「味の種類が豊富だから」（38.5%）が最も高い。次に高いのは「袋めん」は「価格が手頃だから」（34.4%）、「カップめん」は「おいしいと感じたから」（36.4%）である

図表 53. 「即席めん」を食べる頻度や量が増えた理由（複数回答）



「即席めん」を食べる頻度や量が「増えた」と回答した人（袋めん 290 名、カップめん 425 名）に、その理由を聞いてみた。

まず、「袋めん」については、「おいしいと感じたから」（35.8%）、「価格が手頃だから」（34.4%）が高く、以下「味の種類が豊富だから」（30.1%）、「いろいろなメーカーから販売されているから」（18.4%）、「家族が好きだから」（18.2%）などが続く。

「カップめん」についてみてみると、「味の種類が豊富だから」（38.5%）、「おいしいと感じたから」（36.4%）、「価格が手頃だから」（31.9%）などの順で、「袋めん」と近い結果になっている。

図表 54. 「袋めん」を食べる頻度や量が増えた理由（複数回答）<性別>

	全体	男性	女性
全体	290	149	140
味の種類が豊富だから	30.1	32.0	28.1
いろいろなメーカーから販売されているから	18.4	19.6	17.1
おいしいと感じたから	35.8	32.9	38.8
家族が好きだから	18.2	10.8	26.2
家族（子ども）や友だちが食べるようになったから	13.7	11.5	16.1
間食や夜食等を食べるようになったから	6.4	7.2	5.5
結婚等で食生活が変わったから	11.1	10.9	11.3
一人暮らしを始めたから	3.0	3.8	2.1
テレビ番組やCMで興味を持ったから	6.2	6.0	6.4
価格が手頃だから	34.4	34.1	34.7
家族が買ってくるようになったから	7.3	7.8	6.7
仕事・学校が忙しくなったから	9.1	11.6	6.5
他の食品を余り食べなくなつたから	3.4	4.1	2.6
災害時などのために家に買い置きをするようになったから	10.3	9.8	10.8
その他	5.2	5.4	5.0
特に理由はない	3.8	3.5	4.2

「袋めん」については、男女ともに「価格が手頃だから」（34.1%、34.7%）が最も高い。男性は「仕事・学校が忙しくなったから」（11.6%）が女性（6.5%）に比べて5ポイント高い。

女性は「家族が好きだから」（26.2%）が男性（10.8%）より15ポイントほど高く、「おいしいと感じたから」（38.8%）も男性（32.9%）より6ポイントほど高い。

図表 55. 「袋めん」を食べる頻度や量が増えた理由（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	290	37	93	39	58	29	35	73	47
味の種類が豊富だから	30.1	19.7	28.9	37.2	35.2	24.0	33.2	31.0	33.8
いろいろなメーカーから販売されているから	18.4	17.2	20.3	26.0	22.2	7.3	9.0	18.1	22.5
おいしいと感じたから	35.8	40.1	35.1	45.8	38.0	20.0	30.8	32.9	42.6
家族が好きだから	18.2	18.8	18.4	24.7	13.7	25.1	11.7	17.8	14.5
家族（子ども）や友だちが食べるようになったから	13.7	16.7	10.3	16.5	15.6	11.9	14.9	9.9	15.1
間食や夜食等を食べるようになったから	6.4	3.1	5.3	8.1	8.4	8.6	5.8	4.0	10.3
結婚等で食生活が変わったから	11.1	9.0	14.4	4.9	9.5	15.6	10.5	13.6	9.1
一人暮らしを始めたから	3.0	5.5	6.1	0.0	1.6	0.0	0.0	6.4	0.0
テレビ番組やCMで興味を持ったから	6.2	0.0	6.5	7.4	4.0	17.1	5.8	6.9	4.8
価格が手頃だから	34.4	22.9	28.4	41.0	32.6	50.2	45.2	29.0	33.1
家族が買ってくるようになったから	7.3	14.2	7.0	9.2	3.9	5.3	5.5	5.9	4.8
仕事・学校が忙しくなったから	9.1	8.3	7.2	11.5	10.9	7.0	11.1	5.9	13.4
他の食品を余り食べなくなつたから	3.4	5.6	1.0	7.2	2.0	6.3	3.0	1.3	2.5
災害時などのために家に買い置きをするようになったから	10.3	10.4	13.3	11.8	6.3	5.5	10.9	11.6	6.0
その他	5.2	8.3	4.5	4.4	1.5	9.4	7.3	5.7	1.8
特に理由はない	3.8	2.6	8.0	0.0	0.0	6.1	2.9	6.9	0.0

エリア別では、北海道・東北（40.1%）と中部・北陸（45.8%）では「おいしいと感じたから」が4割を超えており、中国・四国（20.0%）と20ポイント以上の差がある。また、中国・四国では「価格が手頃だから」（50.2%）が5割を超えており、北海道・東北（22.9%）より30ポイントほど高い。北海道・東北は味を、中国・四国は価格を重視していることがうかがえる。

図表 56. 「カップめん」を食べる頻度や量が増えた理由（複数回答）<性別>

	全体	男性	女性
味の種類が豊富だから	38.5	40.8	35.8
いろいろなメーカーから販売されているから	22.8	26.8	18.1
おいしいと感じたから	36.4	37.6	34.9
家族が好きだから	13.1	8.4	18.7
家族（子ども）や友だちが食べるようになったから	7.8	6.2	9.8
間食や夜食等を食べるようになったから	6.6	6.7	6.5
結婚等で食生活が変わったから	8.6	9.4	7.7
一人暮らしを始めたから	3.7	4.7	2.5
テレビ番組やCMで興味を持ったから	4.8	5.9	3.6
価格が手頃だから	31.9	32.5	31.1
家族が買ってくるようになったから	6.6	6.4	6.9
仕事・学校が忙しくなったから	11.7	12.3	10.9
他の食品を余り食べなくなったから	2.8	2.8	2.9
災害時などのために家に買い置きをするようになったから	14.6	11.5	18.2
その他	4.9	3.9	6.0
特に理由はない	5.7	6.2	5.1

「カップめん」については、男女ともに「味の種類が豊富だから」（40.8%、35.8%）が最も高い。男性は「いろいろなメーカーから販売されているから」（26.8%）が女性（18.1%）に比べて 8 ポイントほど高い。女性は「袋めん」と同様に「家族が好きだから」（18.7%）が男性（8.4%）より 10 ポイントほど高く、「災害時などのために家に買い置きをするようになったから」（18.2%）も男性（11.5%）より 7 ポイントほど高い。

図表 57. 「カップめん」を食べる頻度や量が増えた理由（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	425	56	160	53	77	38	41	132	68
味の種類が豊富だから	38.5	40.6	42.2	37.5	41.3	33.9	22.1	44.5	41.4
いろいろなメーカーから販売されているから	22.8	24.3	20.9	24.5	22.3	31.7	19.1	22.1	25.0
おいしいと感じたから	36.4	36.5	38.7	26.5	41.9	34.1	31.7	37.2	42.8
家族が好きだから	13.1	9.2	11.0	15.5	15.3	21.0	12.1	8.5	17.2
家族（子ども）や友だちが食べるようになったから	7.8	9.4	6.1	7.0	9.3	9.2	9.6	5.0	9.2
間食や夜食等を食べるようになったから	6.6	4.0	9.4	1.5	8.5	8.9	0.0	9.1	9.5
結婚等で）食生活が変わったから	8.6	5.7	5.8	6.6	11.1	16.7	13.8	4.7	7.4
一人暮らしを始めたから	3.7	1.9	5.5	0.0	2.8	4.7	4.7	5.0	1.8
テレビ番組やCMで興味を持ったから	4.8	1.9	4.3	7.2	3.0	12.2	4.7	4.3	3.3
価格が手頃だから	31.9	28.3	33.6	24.3	33.1	43.6	26.3	35.8	33.0
家族が買ってくるようになったから	6.6	6.0	4.0	3.9	8.3	11.6	13.3	2.4	9.4
仕事・学校が忙しくなったから	11.7	13.0	11.4	7.2	14.1	8.0	15.3	12.2	14.1
他の食品を余り食べなくなつたから	2.8	3.8	1.5	2.5	2.5	9.1	2.0	1.0	2.9
災害時などのために家に買い置きをするようになったから	14.6	22.3	14.7	8.9	11.2	12.9	18.7	14.0	11.3
その他	4.9	6.8	4.8	4.7	3.5	5.0	5.0	5.9	3.9
特に理由はない	5.7	7.3	2.6	11.3	5.3	12.4	2.5	3.2	5.9

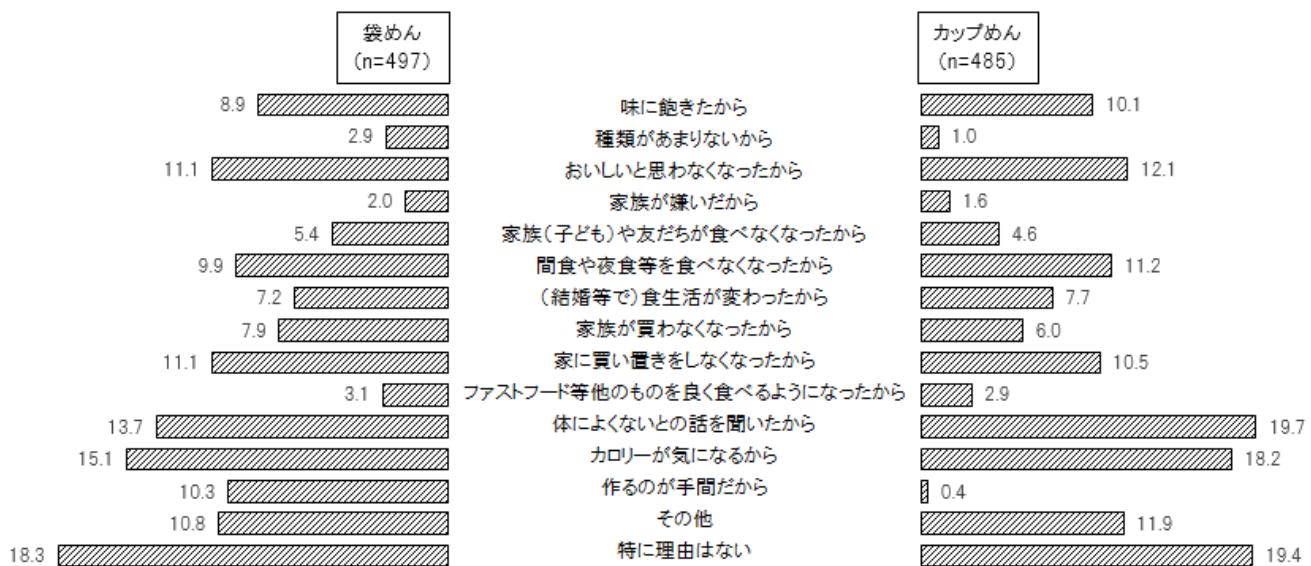
エリア別では、関東・甲信越（42.2%）、近畿（41.3%）、北海道・東北（40.6%）で「味の種類が豊富だから」が4割を超えており、九州（22.1%）と20ポイントほどの差がある。また、中国・四国では「価格が手頃だから」（43.6%）が4割を超えており、中部・北陸（24.3%）より20ポイントほど高い。

また、首都圏と阪神圏では「家族が好きだから」が、首都圏（8.5%）より阪神圏（17.2%）の方が9ポイントほど高い。

c) 「即席めん」を食べる頻度や量が減った理由

「袋めん」は「カロリーが気になるから」（袋めん 15.1%）、「カップめん」は「体によくないとの話を聞いたから」（19.7%）が最も高い。次に高いのは「袋めん」は体によくないとの話を聞いたから（13.7%）、「カップめん」は「カロリーが気になるから」（18.2%）である

図表 58. 「即席めん」を食べる頻度や量が減った理由（複数回答）



「即席めん」を食べる頻度や量が「減った」と回答した人（袋めん 497 名、カップめん 485 名）に、その理由を聞いてみた。

「袋めん」については、「カロリーが気になるから」（15.1%）、「体によくないとの話を聞いたから」（13.7%）が高く、以下「おいしいと思わなくなったから」（11.1%）、「家に買い置きをしなくなったから」（11.1%）、「作るのが手間だから」（10.3%）などが続く。健康面での不安や生活の変化をあげる人が多い。

「カップめん」についてみてみると、「体によくないとの話を聞いたから」（19.7%）、「カロリーが気になるから」（18.2%）、「おいしいと思わなくなったから」（12.1%）、「間食や夜食等を食べなくなったから」（11.2%）などの順で、「袋めん」と近い結果になっている。

図表 59. 「袋めん」を食べる頻度や量が減った理由（複数回答）<性別>

	全体	男性	女性
全体	497	221	275
味に飽きたから	8.9	10.8	7.3
種類があまりないから	2.9	3.0	2.9
おいしいと思わなくなつたから	11.1	8.5	13.1
家族が嫌いだから	2.0	3.7	0.6
家族（子ども）や友だちが食べなくなつたから	5.4	4.0	6.6
間食や夜食等を食べなくなつたから	9.9	13.0	7.5
結婚等で食生活が変わつたから	7.2	7.9	6.7
家族が買わなくなつたから	7.9	11.8	4.8
家に買い置きをしなくなつたから	11.1	11.3	10.9
ファストフード等他のものを良く食べるようになつたから	3.1	2.5	3.5
体によくないと話を聞いたから	13.7	13.8	13.7
カロリーが気になるから	15.1	14.8	15.4
作るのが手間だから	10.3	11.8	9.1
その他	10.8	10.5	11.0
特に理由はない	18.3	18.2	18.5

「袋めん」については、男性は「家族が買わなくなつたから」（11.8%）が女性（4.8%）に比べて 7 ポイント高く、「間食や夜食等を食べなくなつたから」（13.0%）も女性（7.5%）より 6 ポイントほど高い。女性は「おいしいと思わなくなつたから」（13.1%）が男性（8.5%）より 5 ポイントほど高い。

図表 60. 「袋めん」を食べる頻度や量が減った理由（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	497	51	186	66	88	48	57	150	72
味に飽きたから	8.9	15.9	7.9	8.2	7.4	13.5	5.2	9.2	7.8
種類があまりないから	2.9	6.2	1.6	2.7	4.5	5.2	0.0	2.0	3.9
おいしいと思わなくなつたから	11.1	19.4	10.3	6.9	15.0	4.7	10.2	11.4	15.6
家族が嫌いだから	2.0	1.5	2.3	1.3	2.2	0.0	3.5	2.9	2.7
家族（子ども）や友だちが食べなくなつたから	5.4	8.3	7.2	2.4	6.8	0.0	3.2	7.0	5.3
間食や夜食等を食べなくなつたから	9.9	8.0	12.1	11.5	9.0	3.6	9.6	12.3	11.1
結婚等で食生活が変わつたから	7.2	5.5	7.4	2.5	9.4	9.2	8.5	6.4	8.2
家族が買わなくなつたから	7.9	7.4	10.7	5.1	6.5	5.3	6.9	9.1	6.7
家に買い置きをしなくなつたから	11.1	14.1	9.4	12.4	12.6	15.6	6.4	10.4	12.0
ファストフード等他のものを良く食べるようになつたから	3.1	0.0	2.6	1.7	8.4	1.7	1.7	3.2	7.7
体によくないと話を聞いたから	13.7	12.2	13.1	15.9	13.2	12.5	16.2	14.8	16.3
カロリーが気になるから	15.1	16.3	14.3	15.8	11.4	24.3	13.7	13.6	12.7
作るのが手間だから	10.3	7.0	12.5	9.8	7.1	15.7	7.1	13.6	8.7
その他	10.8	8.5	10.9	13.6	14.3	1.5	11.5	13.0	14.8
特に理由はない	18.3	17.1	18.4	24.9	11.2	18.2	22.7	15.0	11.1

エリア別では、中国・四国で「カロリーが気にあるから」（24.3%）が最も高く、他エリアと 10 ポイント近い差となっている。北海道・東北で「おいしいと思わなくなつたから」（19.4%）が他エリアよりも高い。

図表 61. 「カップめん」を食べる頻度や量が減った理由（複数回答）<性別>

	全体	男性	女性
全体	485	226	259
味に飽きたから	10.1	11.5	8.8
種類があまりないから	1.0	0.8	1.1
おいしいと思わなくなつたから	12.1	8.3	15.4
家族が嫌いだから	1.6	2.3	1.0
家族 子ども)や友だちが食べなくなつたから	4.6	2.0	6.8
間食や夜食等を食べなくなつたから	11.2	14.2	8.5
結婚等で)食生活が変わつたから	7.7	7.1	8.2
家族が買わなくなつたから	6.0	8.3	3.9
家に買い置きをしなくなつたから	10.5	9.6	11.2
ファストフード等他のものを良く食べるようになつたから	2.9	2.4	3.4
体によくないと話を聞いたから	19.7	18.6	20.6
カロリーが気になるから	18.2	17.0	19.3
作るのが手間だから	0.4	0.8	0.0
その他	11.9	12.7	11.1
特に理由はない	19.4	20.3	18.7

「カップめん」については、男性では「袋めん」同様、「間食や夜食等を食べなくなつたから」(14.2%) が女性 (8.5%) よりも高く、上位にあげられている。一方、女性では「おいしいと思わなくなつたから」(15.4%) が男性 (8.3%) よりも 7 ポイント高い割合となっているのが目につく。

図表 62. 「カップめん」を食べる頻度や量が減った理由（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	485	55	177	70	79	37	66	136	65
味に飽きたから	10.1	12.1	10.6	5.0	10.4	15.3	9.0	12.4	11.1
種類があまりないから	1.0	0.0	1.6	1.1	1.3	0.0	0.0	2.1	1.6
おいしいと思わなくなつたから	12.1	13.8	15.3	7.1	9.5	15.3	8.8	17.6	11.5
家族が嫌いだから	1.6	1.4	1.3	0.0	1.4	4.8	3.1	0.9	1.6
家族 子ども)や友だちが食べなくなつたから	4.6	6.0	5.1	2.3	5.6	2.3	4.3	5.3	4.9
間食や夜食等を食べなくなつたから	11.2	8.1	9.9	8.6	16.9	17.8	9.4	10.6	18.5
結婚等で)食生活が変わつたから	7.7	10.4	7.1	7.5	7.8	5.3	8.4	6.2	7.5
家族が買わなくなつたから	6.0	3.4	5.3	8.9	7.6	6.9	4.4	5.3	7.9
家に買い置きをしなくなつたから	10.5	5.8	10.3	9.9	14.1	14.7	8.5	10.4	14.0
ファストフード等他のものを良く食べるようになつたから	2.9	0.0	3.6	3.0	6.0	0.0	1.5	3.9	5.6
体によくないと話を聞いたから	19.7	25.2	21.0	23.1	16.2	15.7	14.4	25.6	16.2
カロリーが気になるから	18.2	22.3	18.1	18.7	16.3	21.6	14.9	20.4	16.5
作るのが手間だから	0.4	0.0	0.5	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	11.9	13.8	9.7	14.2	12.5	2.3	18.1	11.0	13.5
特に理由はない	19.4	17.2	21.1	23.7	15.3	15.0	19.7	15.8	15.6

エリア別では、近畿 (16.9%) 中國・四国 (17.8%) で「間食や夜食等を食べなくなつたから」が高い。首都圏と阪神圏では、阪神圏 (18.5%) の方が「間食や夜食等を食べなくなつたから」が首都圏 (10.6%) より 8 ポイントほど高い。

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

		<u><前回></u>	→	<u><今回></u>
・「袋めん」	「カロリーが気になるから」	26.3%		15.1%
	「体によくないとの話を聞いたから」	14.8%		13.7%
	「家に買い置きをしなくなったから」	24.6%		11.1%
	「おいしいと思わなくなったから」	10.0%		11.1%
	「作るのが手間だから」	--		10.3%
・「カップめん」	「体によくないとの話を聞いたから」	19.0%		19.7%
	「カロリーが気になるから」	28.0%		18.2%
	「おいしいと思わなくなったから」	9.3%		12.1%
	「間食や夜食等を食べなくなったから」	19.6%		11.2%
	「家に買い置きをしなくなったから」	22.8%		10.5%

となる。「袋めん」「カップめん」とも多少の増減はみられ、「カロリーが気になる」や「体によくないとの話を聞いたから」などが昨年と変わらず高い。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

8. 「即席めん」の好きな味

「袋めん」「カップめん」とともに「しょうゆ味」(50.7%、53.8%)が第1位で、「みそ味」(41.8%、34.6%)、「塩味」(38.8%、32.3%)、「とんこつ味」(30.3%、30.8%)が続く
「カップめん」はシーフード・海鮮系(26.1%)とカレー味(21.8%)も高い

図表 63. 好きな「即席めん」の味（複数回答）



好きな「袋めん」の味について聞いたところ、「しょうゆ味」(50.7%)が最も多く、以下「みそ味」(41.8%)、「塩味」(38.8%)、「とんこつ味」(30.3%)などが続いている。

また、「カップめん」の好きな味をみると、「しょうゆ味」(53.8%)がやや群を抜いて多く、「袋めん」よりも2位との差が大きい。第2位は「みそ味」(34.6%)、以下「塩味」(32.3%)、「とんこつ味」(30.8%)が同程度で続き、「シーフード・海鮮系」(26.1%)、「カレー味」(21.8%)、などの順であった。

図表 64. 好きな「袋めん」の味（複数回答）<性別／性・年代別>

全体	性別		男性							女性							
	男性	女性	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70～74歳	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70～74歳	
	3,107	1,548	1,559	102	209	262	308	255	292	119	97	202	256	303	257	308	136
塩味	38.8	38.8	38.8	28.0	33.2	41.1	44.4	41.4	37.5	36.3	30.3	35.1	40.8	45.6	49.7	32.8	24.8
しょうゆ味	50.7	51.8	49.5	44.1	44.3	53.7	49.9	54.6	56.2	55.9	40.5	44.2	47.7	48.7	49.6	56.2	54.2
みそ味	41.8	44.4	39.3	33.0	30.2	44.6	49.8	52.1	47.5	40.3	40.3	37.6	42.4	39.9	43.0	36.3	33.2
とんこつ味	30.3	33.5	27.2	42.9	33.2	38.7	35.6	33.5	28.9	19.9	29.5	36.7	28.3	29.5	25.1	21.7	20.2
カレー味	7.1	9.2	5.0	13.2	8.2	9.2	9.2	8.7	10.2	6.4	6.1	7.1	4.2	6.0	4.6	4.1	3.5
ソース味	2.0	2.5	1.6	2.3	4.3	3.9	3.2	0.8	1.1	1.8	2.4	1.6	1.9	2.0	1.3	1.0	1.3
コンソメ味	1.7	1.9	1.4	0.0	2.2	3.7	2.3	0.4	1.8	2.2	1.0	0.6	1.9	2.3	0.3	0.9	2.8
クリーム系 (ミルク風味など)	1.4	1.4	1.4	2.7	2.3	2.0	2.8	0.4	0.0	0.0	1.2	2.7	4.0	0.6	0.8	0.0	0.8
エスニック系 (ムヤムクン味など)	2.6	2.4	2.7	3.9	3.4	3.8	3.4	1.9	0.0	0.9	1.2	3.8	3.8	3.3	3.1	1.6	0.7
シーフード海鮮系	6.4	5.8	7.0	11.7	5.7	7.6	5.0	3.0	4.6	7.5	10.1	8.3	7.6	7.5	7.9	4.5	4.8
チーズ系	2.2	1.9	2.5	1.1	4.3	3.4	3.1	0.4	0.0	0.0	7.3	4.6	5.3	1.9	0.7	0.4	0.8
トマト系	1.4	1.1	1.8	0.0	1.1	2.5	1.6	1.2	0.0	0.0	3.5	4.2	3.0	1.3	0.7	0.9	0.0
その他	1.5	1.3	1.7	1.2	1.9	2.1	1.2	0.8	1.1	0.0	3.7	2.5	2.6	2.0	0.7	0.9	0.7
特になし	13.4	13.3	13.4	18.1	22.6	13.4	12.6	9.7	9.4	11.7	18.6	17.0	15.2	13.1	10.1	9.6	17.2

「袋めん」の味について、性別でみると、いずれも「しょうゆ味」が5割で最も多くなっているが、「とんこつ味」は男性（33.5%）の方が女性（27.2%）より6ポイント以上高くなっている。

性・年代別でみると、男性では各年代とも「しょうゆ味」がトップだが、「みそ味」をあげる割合が50代（52.1%）をピークに、以降年代が上がるほど低くなる傾向がみられる。一方、女性は「塩味」は50代（49.7%）がピークで、「しょうゆ味」（49.6%）を抜いてトップとなっている。また、男女とも70～74歳で「とんこつ味」（男性19.9%、女性20.2%）をあげる割合が最も低くなっている。

図表 65. 好きな「袋めん」の味（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	3,107	347	1,203	440	508	267	343	1,008	428
塩味	38.8	39.9	42.3	38.3	38.9	40.9	24.2	42.3	39.5
しょうゆ味	50.7	54.0	51.4	50.4	53.8	56.9	35.6	50.2	54.1
みそ味	41.8	48.8	42.3	43.0	39.8	38.8	37.0	41.7	38.7
とんこつ味	30.3	13.8	25.9	27.4	30.4	37.5	60.3	26.7	31.4
カレー味	7.1	5.2	6.5	8.7	10.2	5.1	6.1	6.3	10.5
ソース味	2.0	1.2	1.6	3.4	3.0	2.1	1.2	1.6	2.9
コンソメ味	1.7	0.9	1.5	1.3	0.6	3.0	4.0	1.6	0.4
クリーム系（ミルク風味など）	1.4	0.3	1.5	1.8	0.9	2.7	1.5	1.7	1.1
エスニック系（ムヤムクン味など）	2.6	2.4	3.3	2.0	1.2	2.7	2.9	3.3	1.1
シーフード・海鮮系	6.4	4.1	7.2	4.8	6.5	7.8	6.7	7.2	6.6
チーズ系	2.2	1.3	1.8	3.3	1.6	3.9	2.8	2.0	1.9
トマト系	1.4	1.4	1.9	1.1	0.2	1.7	2.0	2.0	0.2
その他	1.5	0.3	1.9	0.9	3.0	0.7	0.3	2.0	2.6
特になし	13.4	12.8	14.8	14.2	11.1	12.1	12.3	15.3	10.5

エリア別でみると、「塩味」をあげる割合は九州（24.2%）が他のエリアに比べて低くなっている。反対に、「とんこつ味」が九州（60.3%）で高い。

首都圏、阪神圏別でみると、「塩味」（首都圏42.3%、阪神圏39.5%）、「みそ味」（同41.7%、38.7%）は首都圏の方が高くなっている。反対に、「しょうゆ味」（同50.2%、54.1%）、「とんこつ味」（同26.7%、31.4%）、「カレー味」（同6.3%、10.5%）は阪神圏の方が高い。

図表 66. 好きな「カップめん」の味（複数回答）<性別／性・年代別>

全体	性別		男性							女性							
	男性	女性	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70～74歳	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70～74歳	
	3,107	1,548	1,559	102	209	262	308	255	292	119	97	202	256	303	257	308	136
塩味	32.3	32.6	32.1	31.0	35.2	37.9	35.1	30.0	28.6	26.5	29.0	34.8	34.5	39.1	36.3	24.8	19.0
しょうゆ味	53.8	54.9	52.7	55.4	46.1	56.2	57.6	61.1	55.5	44.8	47.5	45.9	52.1	52.6	54.1	57.2	54.5
みそ味	34.6	38.6	30.7	32.0	37.7	43.4	42.5	44.0	34.1	24.1	40.3	37.0	38.1	32.8	32.7	19.7	17.5
とんこつ味	30.8	35.4	26.3	43.7	34.8	43.2	41.5	36.4	25.2	18.7	35.2	36.5	32.0	28.5	24.5	17.2	12.9
カレー味	21.8	25.2	18.4	14.0	17.2	27.2	27.5	27.5	30.5	20.9	20.6	19.6	17.9	20.2	23.5	13.7	13.3
ソース味	5.2	6.2	4.1	9.4	6.4	8.7	7.3	3.7	4.3	5.2	4.2	5.3	3.7	6.0	3.1	2.9	3.4
コンソメ味	2.8	2.9	2.7	2.4	2.4	4.4	2.6	1.1	3.3	5.0	1.0	3.3	2.6	3.6	1.0	1.9	6.0
クリーム系(ミルク風味など)	4.6	3.4	5.8	7.2	4.7	5.4	5.4	1.9	0.0	0.0	10.1	8.5	10.1	6.8	3.6	2.0	1.6
エスニック系(トムヤムクン味など)	5.8	5.0	6.6	4.9	8.5	6.7	7.0	3.8	1.3	1.8	3.5	9.2	10.4	7.9	6.0	3.9	2.5
シーフード・海鮮系	26.1	23.3	28.8	24.7	18.5	22.5	24.4	22.9	26.0	24.2	25.6	27.5	29.9	28.8	33.3	27.4	25.8
チーズ系	6.9	5.2	8.5	5.0	10.3	7.5	8.2	2.3	0.7	1.5	18.1	15.3	14.0	9.2	5.0	2.0	0.8
トマト系	8.0	6.7	9.3	6.5	8.4	7.8	9.2	7.1	2.5	3.9	19.2	15.0	11.1	12.1	7.8	2.9	2.0
その他	1.6	1.2	2.1	1.1	2.5	2.2	1.4	0.7	0.3	0.0	3.7	2.7	2.7	2.3	1.7	1.3	0.7
特にない	12.7	12.8	12.5	13.4	21.0	12.8	10.8	9.7	10.4	15.6	15.1	14.7	13.7	11.5	10.0	11.3	15.4

「カップめん」の味について、性別でみると、「とんこつ味」（男性 35.4%、女性 26.3%）や「みそ味」（男性 38.6%、女性 30.7%）など、男性の方が高率を示している項目が多くなっているのが目立つ。

性・年代別でみても、いずれも「しょうゆ味」がトップだが、女性では年代が上がるほど割合が高くなっている傾向がみられる。

図表 67. 好きな「カップめん」の味（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	3,107	347	1,203	440	508	267	343	1,008	428
塩味	32.3	36.4	35.7	29.9	30.6	32.5	22.2	36.2	31.6
しょうゆ味	53.8	55.6	55.6	52.9	55.6	55.9	41.9	55.6	55.5
みそ味	34.6	42.0	38.0	33.9	29.2	29.4	28.3	37.5	28.8
とんこつ味	30.8	22.0	29.3	29.9	28.6	33.4	47.5	29.9	29.4
カレー味	21.8	21.0	22.8	18.7	24.2	21.3	19.9	22.1	24.3
ソース味	5.2	7.6	4.7	5.2	5.7	5.3	3.6	4.3	5.8
コンソメ味	2.8	2.7	2.5	3.7	1.8	4.4	3.2	2.6	1.6
クリーム系(ミルク風味など)	4.6	2.4	5.4	3.7	4.0	7.8	3.8	4.9	4.1
エスニック系(トムヤムクン味など)	5.8	4.7	7.5	5.3	3.8	5.8	4.7	6.8	4.2
シーフード・海鮮系	26.1	27.7	27.4	23.4	24.5	32.4	20.9	27.0	24.9
チーズ系	6.9	6.5	6.9	7.2	5.9	9.9	5.5	6.5	6.3
トマト系	8.0	8.0	10.4	6.4	4.0	8.0	7.6	9.1	3.8
その他	1.6	1.3	1.7	2.4	2.0	1.1	0.9	1.6	1.7
特にない	12.7	10.8	12.8	13.7	12.0	12.2	14.0	13.4	11.7

エリア別では、「袋めん」と同様に、「とんこつ味」は九州（47.5%）ではトップ、次いで中国・四国（33.4%）の順となっている。また、「みそ味」は北海道・東北（42.0%）で高いのが目につく。

首都圏、阪神圏別でみると、「みそ味」が阪神圏（28.8%）より首都圏（37.5%）の方が9ポイントほど高い。

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

		<u><前回></u>	→	<u><今回></u>
・「袋めん」	「しょうゆ味」	62.4%		50.7%
	「みそ味」	49.8%		41.8%
	「塩味」	44.1%		38.8%
	「とんこつ味」	39.7%		30.3%
	「カレー味」	10.6%		7.1%
・「カップめん」	「しょうゆ味」	58.1%		53.8%
	「みそ味」	37.2%		34.6%
	「塩味」	29.7%		32.3%
	「とんこつ味」	36.6%		30.8%
	「シーフード・海鮮系」	--		26.1%

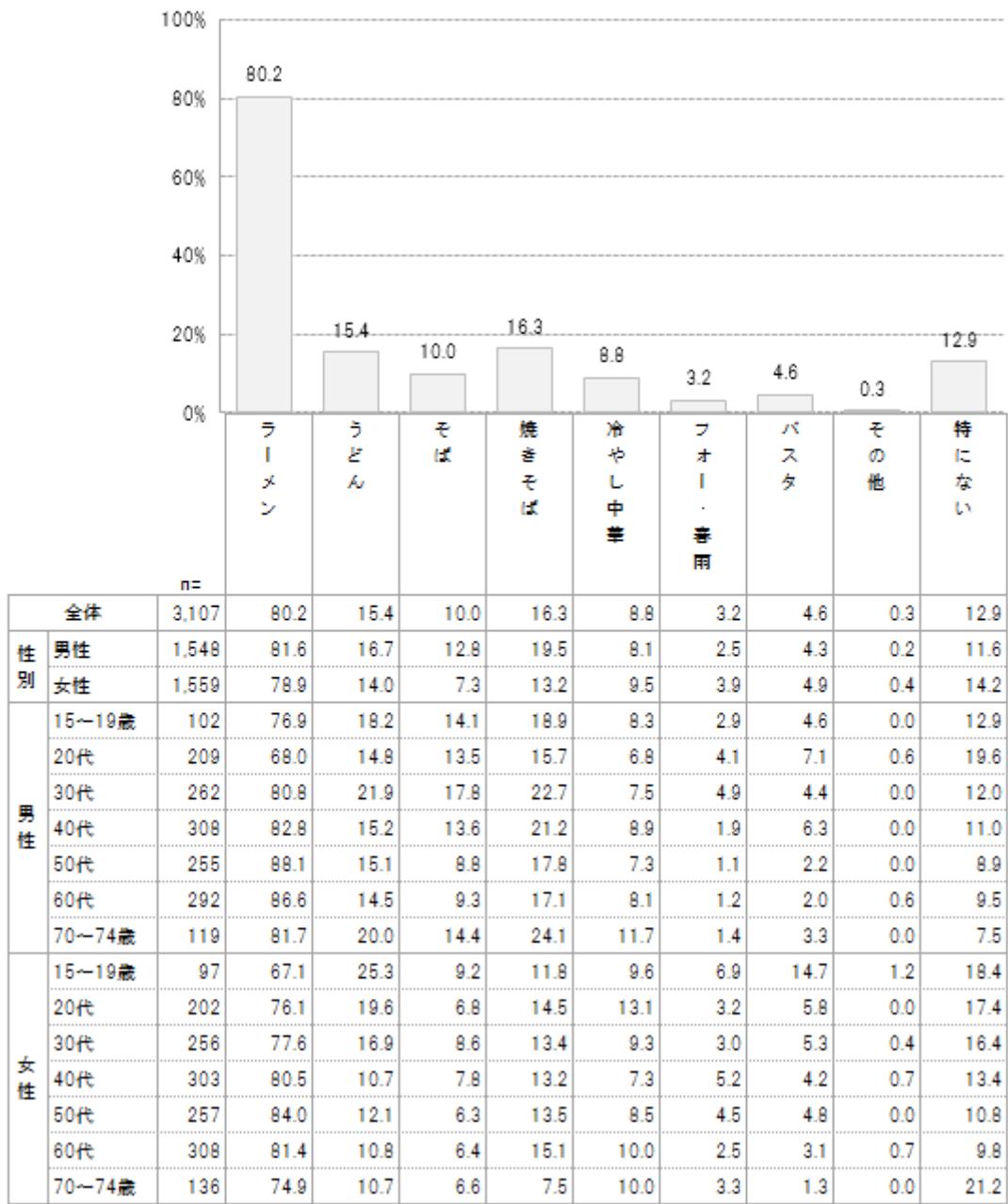
となる。前回調査と比べて順位に変動は見られなかった。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

9. 「即席めん」の好きなめん

「袋めん」では「ラーメン」（80.2%）、「焼きそば」（16.3%）、「うどん」（15.4%）の順
 「カップめん」は「ラーメン」（77.2%）、「うどん」（43.8%）、「焼きそば」（37.8%）の順

図表 68. 「袋めん」の好きなめん（複数回答）



「袋めん」の好きなめんを聞いたところ、「ラーメン」（80.2%）、「焼きそば」（16.3%）、「うどん」（15.4%）の順であり、圧倒的に「ラーメン」が人気である。

性別でみると、男女ともに「ラーメン」（81.6%、78.9%）が高く、「うどん」（16.7%、14.0%）や「そば」（12.8%、7.3%）、「焼きそば」（19.5%、13.2%）では男女差が見られる。

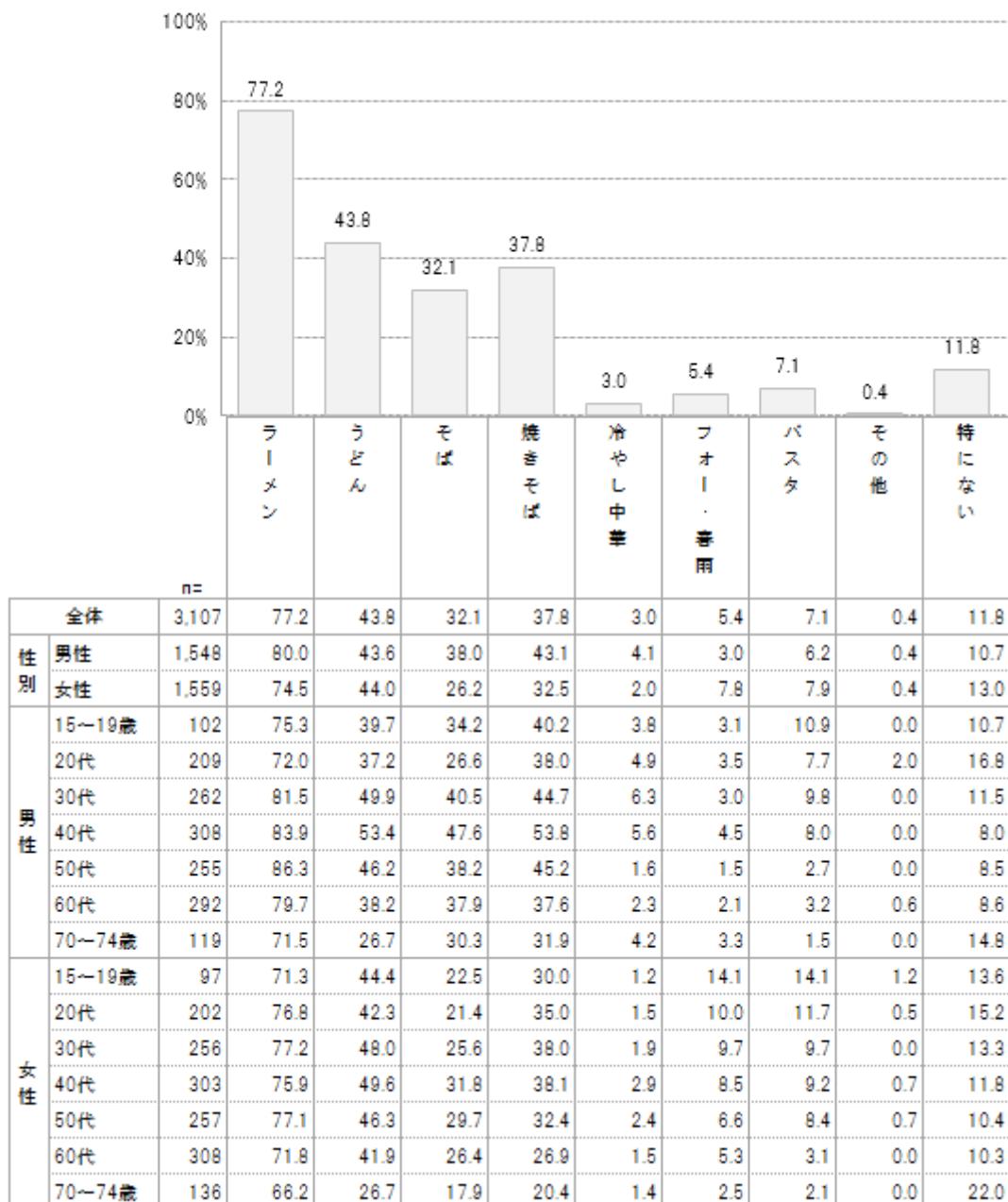
性・年代別でみると、男女ともに年代が上がるほど「ラーメン」をあげる割合が高くなっている。

エリア別でみると、「ラーメン」では大差はないが、「そば」は北海道・東北（13.3%）、九州（12.0%）で高い傾向を示しており、「焼きそば」は中国・四国（20.1%）で高い。また首都圏と阪神圏を比べると、「焼きそば」（20.0%）、「うどん」（18.7%）は阪神圏の方が高い傾向が出ている。

図表 69. 「袋めん」の好きなめん（複数回答）<エリア別>

	n=	ラーメン	うどん	そば	焼きそば	冷やし中華	フォー・春雨	パスタ	その他	特になし
全体	3,107	80.2	15.4	10.0	16.3	8.8	3.2	4.6	0.3	12.9
エリア	北海道・東北	347	84.0	13.3	13.6	14.0	6.3	3.8	4.5	0.3
	関東・甲信越	1,203	78.7	13.6	9.8	13.9	10.1	2.9	4.3	0.3
	中部・北陸	440	77.2	18.8	8.5	18.9	7.7	2.7	4.4	0.4
	近畿	508	81.4	17.8	9.4	19.7	9.8	2.9	4.7	0.2
	中国・四国	267	82.6	13.2	7.4	20.1	8.1	4.8	4.5	0.0
	九州	343	82.2	17.2	12.0	16.2	7.5	3.3	5.5	0.6
首都圏	首都圏	1,008	78.2	13.9	9.6	14.3	9.2	3.1	4.1	0.3
	阪神圏	428	81.7	18.7	9.7	20.0	9.5	2.7	4.7	0.3
10.6										

図表 70. 「カップめん」の好きなめん（複数回答）



「カップめん」の好きなめんを聞いたところ、「ラーメン」（77.2%）、「うどん」（43.8%）、「焼きそば」（37.8%）の順であり、袋めんほどではないが、「ラーメン」が人気である。

性別でみると、男女ともに「ラーメン」（80.0%、74.5%）が高く、「焼きそば」（43.1%、32.5%）、「そば」（38.0%、26.2%）、「フォー・春雨」（3.0%、7.8%）では男女差が見られる。

性・年代別でみると、年代にあまり傾向は見られない。

図表 71. 「カップめん」の好きなめん（複数回答）<エリア別>

		ラーメン	うどん	そば	焼きそば	冷やし中華	フォー・春雨	パスタ	その他	特にない	
n=											
全体		3,107	77.2	43.8	32.1	37.8	3.0	5.4	7.1	0.4	11.8
エリア	北海道・東北	347	82.7	43.4	39.2	38.7	2.7	4.4	5.2	0.6	9.2
	関東・甲信越	1,203	77.7	41.2	33.5	34.7	3.6	6.3	6.9	0.2	12.8
	中部・北陸	440	75.1	39.5	28.7	35.5	2.8	4.8	9.2	0.7	13.5
	近畿	508	76.6	50.2	30.4	40.0	2.2	4.8	7.1	0.2	10.5
	中国・四国	267	75.8	47.9	26.6	43.6	3.0	5.0	8.2	0.3	12.1
	九州	343	74.7	46.2	31.1	42.5	3.0	5.0	5.9	0.8	10.6
首都圏		1,008	76.8	40.5	33.3	34.9	3.5	6.1	6.4	0.2	13.5
阪神圏		428	76.5	49.6	30.7	40.8	2.3	5.8	7.9	0.3	10.3

エリア別でみると、「ラーメン」は北海道・東北（82.7%）が高い。また「うどん」は近畿（50.2%）で高い傾向を示しており、「焼きそば」は中国・四国（43.6%）で高い。首都圏と阪神圏を比べると「うどん」（49.6%）、「焼きそば」（40.8%）は阪神圏の方が高い傾向が出ている。

10. 「即席めん」の好きなトッピング

「袋めん」で5人中3人ほど（57.5%）はトッピングをする（よく+たまに）。トッピングは「たまご」（63.7%）が最も多い、次いで「ネギ」（62.9%）、「こしょう」（34.1%）、「海苔」（24.3%）、「七味」（16.3%）の順

「カップめん」で5人中1人ほど（21.1%）はトッピングをする（よく+たまに）。トッピングは「たまご」（39.1%）が最も多い、次いで「ネギ」（32.0%）、「こしょう」（26.0%）、「海苔」（17.0%）、「七味」（16.1%）の順

図表 72. 「袋めん」のトッピング有無（複数回答）

		n=	□よくする	■たまにする	△あまりしない	■しない	(%)	よく+ たまに	あまり+ しない
	全体	3,107		35.0	22.5	13.2	29.3	57.5	29.3
性別	男性	1,548		30.4	24.4	15.8	29.5	54.8	29.5
	女性	1,559		39.5	20.7	10.7	29.1	60.2	29.1
性別・年代別	15～19歳	102	17.7	21.3	20.7	40.3	39.0	40.3	
	20代	209	18.9	28.7	18.8	33.6	47.6	33.6	
	30代	262	28.0	22.4	17.5	32.0	50.4	32.0	
	40代	308	30.1	24.8	15.6	29.4	55.0	29.4	
	50代	255	32.9	23.8	14.9	28.3	56.8	28.3	
	60代	292	40.5	21.4	13.0	25.0	62.0	25.0	
	70～74歳	119	37.3	30.7	11.1	20.9	68.0	20.9	
	15～19歳	97	15.3	24.0	12.1	48.6	39.3	48.6	
	20代	202	21.4	17.4	20.3	40.9	38.8	40.9	
	30代	256	34.2	22.1	12.4	31.2	56.4	31.2	
	40代	303	38.2	21.1	9.5	31.2	59.4	31.2	
	50代	257	49.3	19.0	8.9	22.8	68.3	22.8	
	60代	308	52.4	21.1	7.8	18.7	73.5	18.7	
	70～74歳	136	48.8	21.7	5.0	24.5	70.5	24.5	

「袋めん」のトッピング有無を聞いたところ、トッピングをする（よく+たまに）が6割（57.5%）を超えており、5人中3人ほどはトッピングをすると答えている。

性別でみると、女性（39.5%）の方が男性（30.4%）よりトッピングを「よくする」割合が高い。また、性・年代別でみると、男女ともに年代が上がっていくとトッピングをする傾向が高まる。

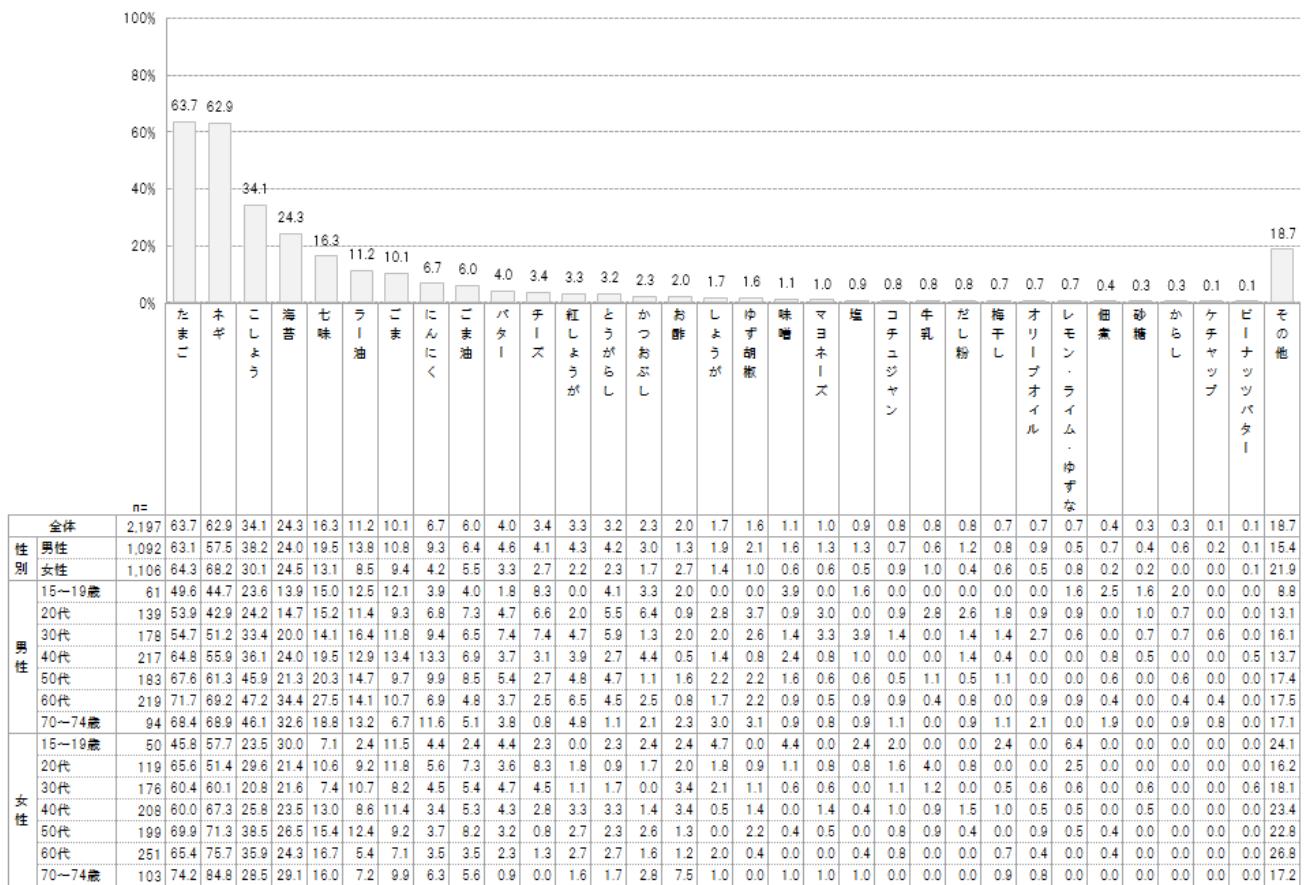
エリア別では差異があまりない。首都圏と阪神圏を比べると、首都圏（61.1%）の方が阪神圏（53.4%）より（よく+たまに）トッピングをする傾向が出ている。

図表 73. 「袋めん」のトッピング有無（複数回答）<エリア別>

	n=	□よくする	■たまにする	△あまりしない	■しない	(%)	□よく+ ■たまに △しない	■あまり+ △しない
全体	3,107	35.0	22.5	13.2	29.3	57.5	29.3	
エ リ ア	北海道・東北	347	33.4	23.7	11.3	31.6	57.1	31.6
	関東・甲信越	1,203	38.5	22.5	12.4	26.6	61.0	26.6
	中部・北陸	440	35.5	22.4	12.1	29.9	57.9	29.9
	近畿	508	31.5	21.6	14.3	32.6	53.1	32.6
	中国・四国	267	34.3	25.0	13.7	27.0	59.3	27.0
	九州	343	29.3	20.9	17.4	32.3	50.3	32.3
首都圏	首都圏	1,008	38.4	22.7	11.8	27.1	61.1	27.1
	阪神圏	428	31.4	22.0	13.6	33.0	53.4	33.0

「袋めん」の好きなトッピングを聞いたところ、「たまご」（63.7%）が最も多く、次いで「ネギ」（62.9%）、「こしょう」（34.1%）、「七味」（24.3%）、「海苔」（18.3%）、「ラー油」（11.2%）の順であった。

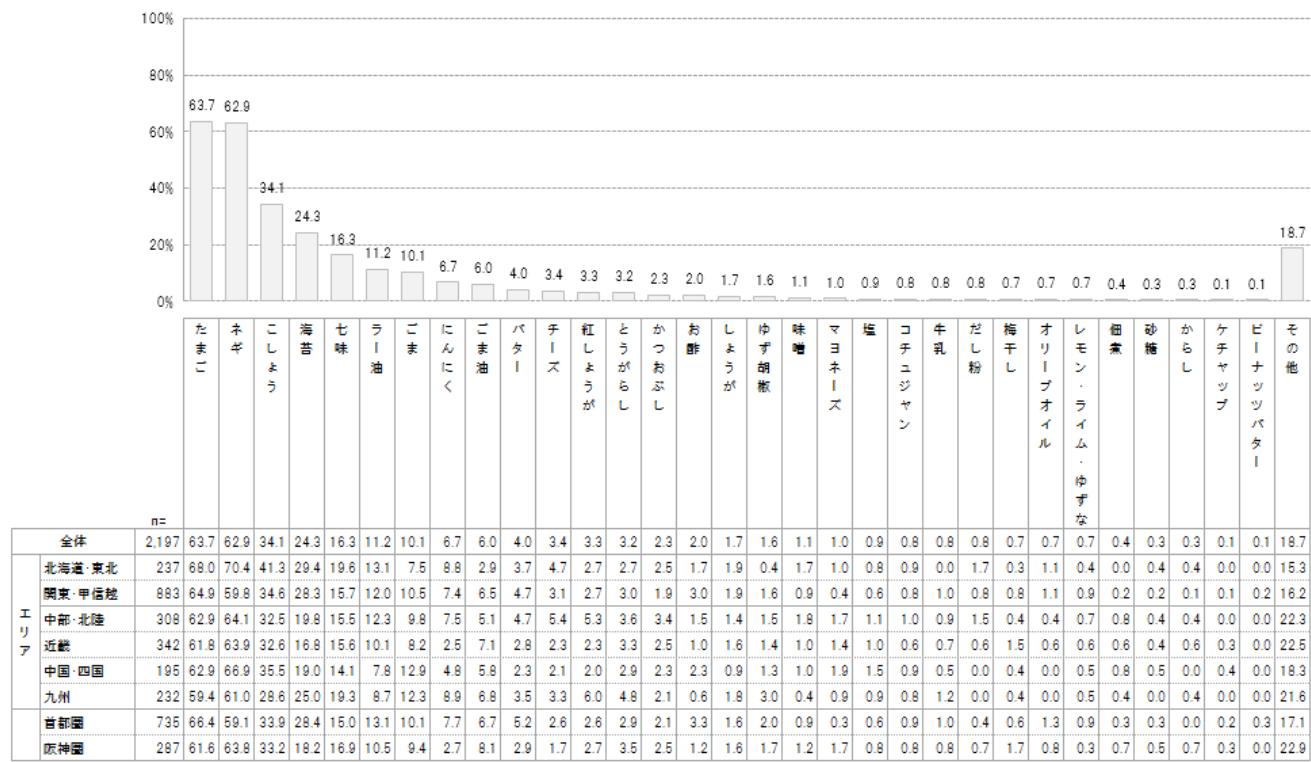
図表 74. 「袋めん」の好きなトッピング（複数回答）<性年代別>



性別でみると、「たまご」は差異がないが、「こしょう」や「七味」、「ラー油」は男性が高く、「ネギ」は女性が高い。性・年代別でみると、男女ともに年代が上がるほど「たまご」や「ネギ」、「こしょう」を使う割合が高くなっている。

エリア別でみると、北海道・東北（70.4%）では「ネギ」の割合が高く、関東・甲信越（59.8%）と比べて10.6ポイント高い。首都圏と阪神圏を比べると、首都圏（28.4%）の方が「海苔」の割合が阪神圏（18.2%）よりも10.2ポイント高い。

図表 75. 「袋めん」の好きなトッピング（複数回答）<エリア別>



図表 76. 「カップめん」のトッピング有無（複数回答）

		n=	□よくする	■たまにする	△あまりしない	■しない	(%)	よく+ たまに	あまり+ しない
	全体	3,107	7.3	13.8	18.5	60.4		21.1	60.4
性別	男性	1,548	7.1	15.2	20.6	57.2		22.3	57.2
	女性	1,559	7.6	12.5	16.3	63.6		20.0	63.6
年代	15~19歳	102	7.4	17.3	19.0	56.3		24.7	56.3
	20代	209	5.6	22.0	21.6	50.7		27.7	50.7
	30代	262	10.9	18.5	16.1	54.6		29.3	54.6
	40代	308	5.6	14.9	20.2	59.4		20.4	59.4
	50代	255	8.3	10.4	20.2	61.1		18.7	61.1
	60代	292	5.2	10.3	23.5	61.0		15.5	61.0
	70~74歳	119	6.4	17.4	24.8	51.3		23.9	51.3
	15~19歳	97	6.5	16.4	16.3	60.9		22.8	60.9
	20代	202	8.0	9.5	17.3	65.1		17.5	65.1
	30代	256	7.7	11.5	17.7	63.1		19.2	63.1
	40代	303	6.6	10.9	16.3	66.2		17.4	66.2
	50代	257	7.8	11.2	14.5	66.5		19.0	66.5
	60代	308	9.1	15.9	15.5	59.5		25.0	59.5
	70~74歳	136	6.0	13.9	17.5	62.5		20.0	62.5

『カップめん』のトッピング有無を聞いたところ、「よくする」（7.3%）、「たまにする」（13.8%）となっており、合計で約2割（21.1%）の人がトッピングをする傾向にあるが、「袋めん」（57.5%）に比べて割合が著しく低い。

性別でみると、あまり傾向に差異はない。

性・年代別でみると、「よくする+たまにする」では、男性の20代（27.7%）と60代（15.5%）で12.2ポイントの差がある。

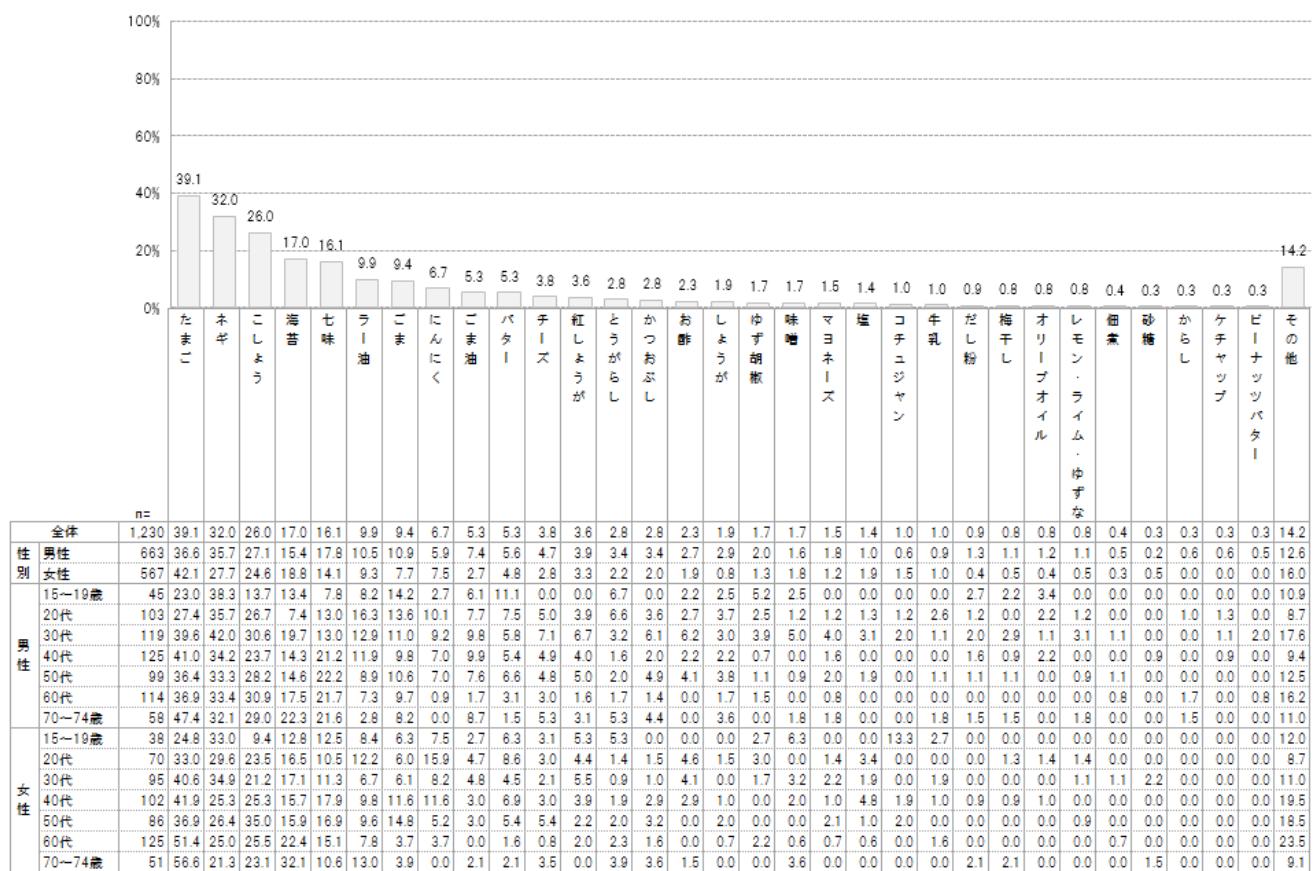
エリア別では差異はあまりない。首都圏と阪神圏を比べると、首都圏が阪神圏に比べてトッピングをする傾向がでている。

図表 77. 「カップめん」のトッピング有無（複数回答）<エリア別>

	n=	□よくする	■たまにする	△あまりしない	■しない	(%)	よく+ たまに	あまり+ しない
全体	3,107	7.3	13.8	18.5	60.4		21.1	60.4
エ リ ア	北海道・東北	347	6.8	13.9	17.7	61.5	20.8	61.5
	関東・甲信越	1,203	7.9	15.9	19.6	56.6	23.8	56.6
	中部・北陸	440	7.6	13.1	16.3	63.1	20.7	63.1
	近畿	508	8.3	11.0	17.1	63.7	19.3	63.7
	中国・四国	267	5.0	15.5	19.6	59.9	20.5	59.9
	九州	343	5.8	10.2	19.3	64.7	16.0	64.7
首都圏	首都圏	1,008	7.9	16.3	19.4	56.3	24.3	56.3
	阪神圏	428	9.1	12.1	15.5	63.4	21.1	63.4

「カップめん」の好きなトッピングを聞いたところ、「たまご」（39.1%）が最も多く、次いで「ネギ」（32.0%）、「こしょう」（26.0%）、「海苔」（17.0%）、「七味」（16.1%）の順であった。

図表 78. 「カップめん」の好きなトッピング（複数回答）<性年代別>



性別でみると、「たまご」（42.1%）や「海苔」（18.8%）、「にんにく」（7.5%）は女性の方が高いが、それ以外は男性の方が高い。

性・年代別でみると、男女ともに年代が上がるほど「たまご」は高くなる傾向があるが、50代のみ低い。「ネギ」は年代が上がるほど低くなる傾向にある。

エリア別でみると、北海道・東北では、トッピングをする傾向が高い。首都圏と阪神圏を見ても、首都圏のほうが阪神圏よりも全体的にトッピングをする傾向がある。

図表 79. 「カップめん」の好きなトッピング（複数回答）<エリア別>

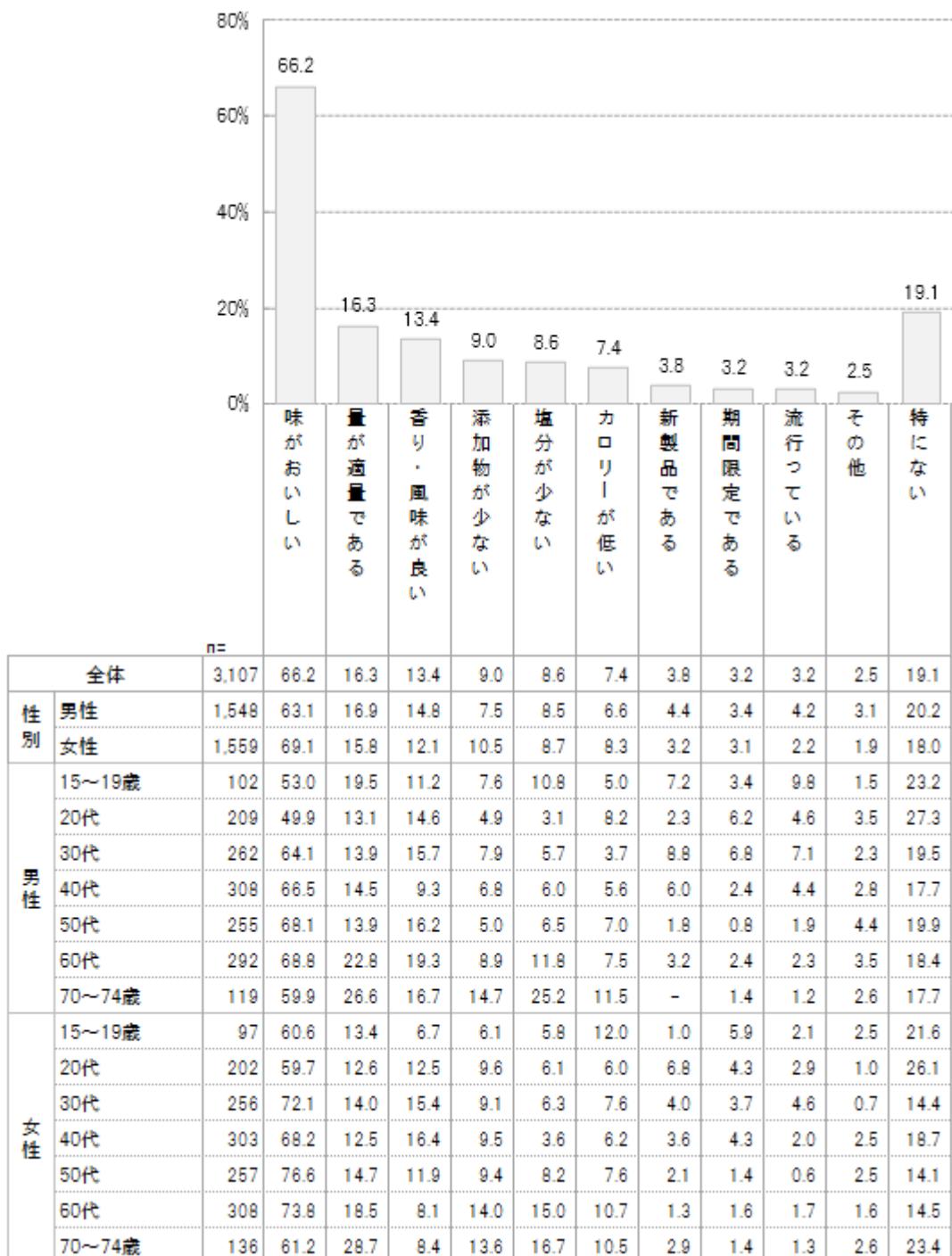
	たまご	ネギ	こしとう	海苔	七味	ラー油	ごま	にんにく	ごま油	バター	チーズ	紅しょうが	とうがらし	かつおぶし	酢	しょうが	ゆず胡椒	味噌	マヨネーズ	塩	牛乳	だし粉	梅干し	オリーブオイル	レモン・ライム・ゆずな	佃煮	砂糖	からし	ケチャップ	ビーナッツバター	その他			
	n=																																	
エリア別	全体	1,230	39.1	32.0	26.0	17.0	16.1	9.9	9.4	6.7	5.3	5.3	3.8	3.6	2.8	2.8	2.3	1.9	1.7	1.7	1.5	1.4	1.0	1.0	0.9	0.8	0.8	0.8	0.4	0.3	0.3	0.3	14.2	
	北海道・東北	133	39.7	27.9	32.7	14.7	19.3	10.3	11.9	9.0	8.3	2.2	5.1	3.4	1.4	0.7	2.5	5.0	0.8	1.4	0.7	0.6	0.0	0.8	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.6	1.4	0.0	0.0	11.9
	関東・甲信越	522	38.2	36.7	24.4	16.8	15.3	9.8	10.5	6.3	5.3	5.2	3.3	3.8	2.0	2.7	1.5	1.6	1.3	2.6	2.2	0.8	1.3	0.8	0.7	0.2	0.4	0.6	0.2	0.4	0.0	0.2	12.7	
	中部・北陸	162	35.8	31.0	27.1	16.0	13.9	9.7	11.1	7.7	6.1	5.2	6.4	4.5	6.2	4.5	5.2	1.5	1.9	1.6	0.8	2.2	1.4	2.3	0.5	1.4	2.2	0.8	0.8	0.0	0.0	0.8	17.4	
	近畿	185	45.4	29.5	31.2	17.3	19.5	10.3	7.2	5.5	3.6	7.0	4.5	4.2	4.1	2.9	2.5	1.7	4.1	0.7	2.3	3.0	0.0	1.6	1.9	1.2	0.5	1.9	1.1	0.0	0.5	0.7	0.5	18.4
	中国・四国	107	37.8	27.6	24.1	20.6	14.1	13.7	9.6	7.3	4.2	8.1	0.0	1.5	4.6	3.0	1.7	3.1	0.8	0.0	0.8	1.7	1.6	0.0	1.9	2.8	0.8	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	12.8	
	九州	121	39.4	25.1	17.4	17.7	15.6	6.7	2.5	5.7	3.9	4.0	3.2	2.5	0.0	2.5	2.5	0.0	0.8	0.8	0.0	1.5	1.4	0.0	0.0	0.8	0.8	0.0	0.0	0.9	0.8	0.0	0.0	13.9
地域別	首都圏	440	39.2	37.9	24.5	17.9	14.9	10.1	11.0	5.8	5.5	5.4	3.4	4.3	2.4	2.8	1.2	1.9	1.1	2.8	2.4	0.7	1.3	1.0	0.8	0.2	0.5	0.7	0.2	0.5	0.0	0.2	0.3	14.1
	阪神圏	157	44.5	29.7	34.1	17.2	21.6	11.3	8.4	5.8	4.2	7.6	4.5	4.9	4.0	3.5	2.9	1.9	3.7	0.8	2.7	3.5	0.0	1.9	1.5	1.5	0.6	1.4	1.3	0.0	0.5	0.9	0.5	18.5

11. 「即席めん」を食べる時に重視する点

「袋めん」では「味がおいしい」（66.2%）が最も多く、次いで「量が適量である」（16.3%）、「香り・風味が良い」（13.4%）を重視している

「カップめん」は「味がおいしい」（67.5%）が最も多く、次いで「量が適量である」（19.9%）、「香り・風味が良い」（14.1%）を重視している

図表 80. 「袋めん」を食べる時に重視する点（複数回答）<性年代別>



「袋めん」を食べる時に重視する点を聞いたところ、「味がおいしい」（66.2%）が最も多く、次いで「量が適量である」（16.3%）と「香り・風味が良い」（13.4%）が同程度で続いている。以下「添加物が少ない」（9.0%）、「塩分が少ない」（8.6%）、「カロリーが低い」（7.4%）などの順となっており、栄養面よりも味や量を重視していることが分かる。

性別でみると、男女共に「味がおいしい」（63.1%、69.1%）が最も高く、女性の方が6ポイントほど高い。

性・年代別でみると、男性では15～19歳（10.8%）と60代（11.8%）、70～74歳（25.2）で「塩分が少ない」が高い。女性では15～19歳（12.0%）と60代（10.7%）、70～74歳（10.5%）で「カロリーが低い」が1割を超えている。また、男女共に60代以降は「添加物が少ない」ことを重視している。

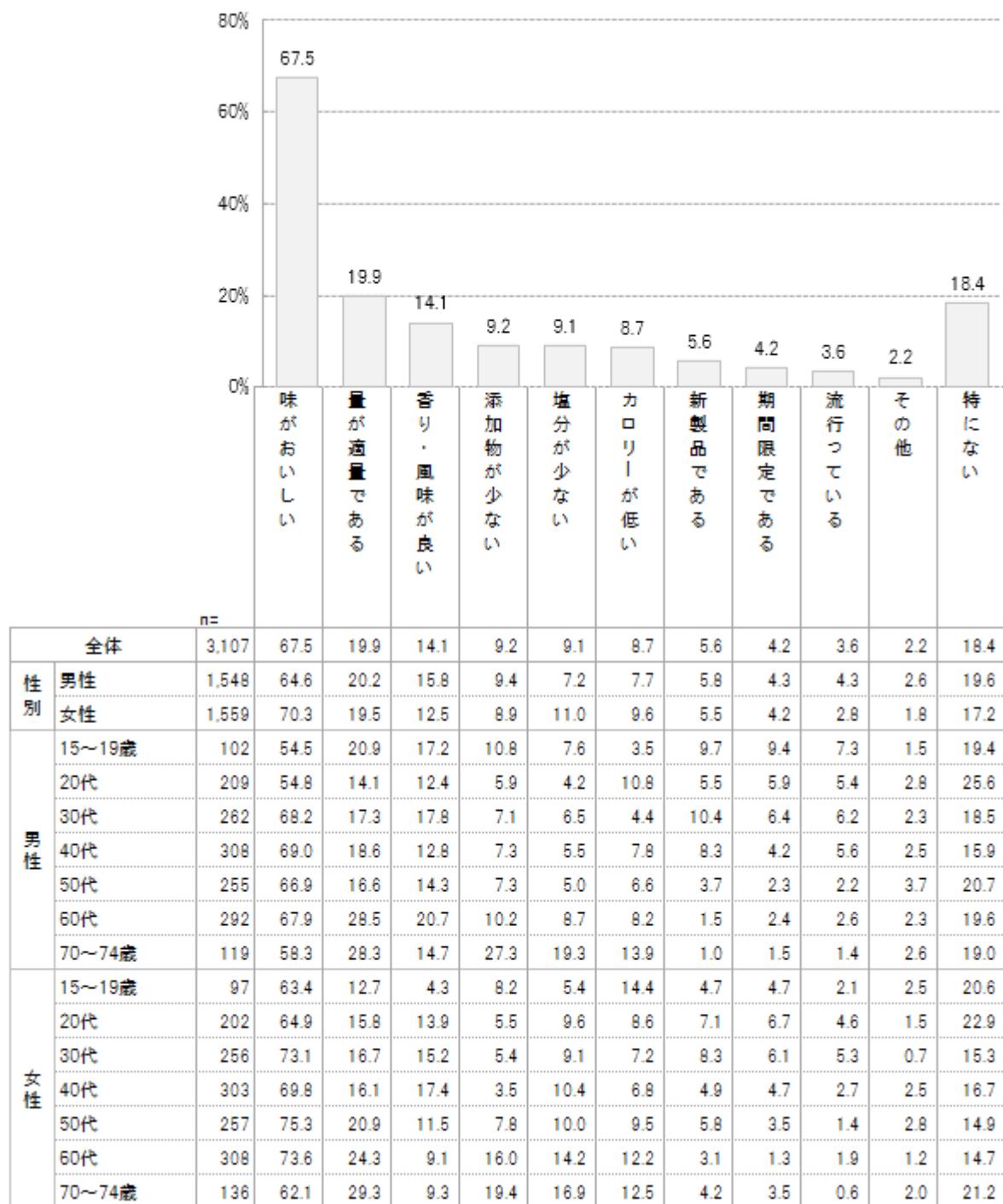
エリア別でみると、いずれも「味がおいしい」「量が適量である」「香り・風味が良い」がトップ3にあげられている。

図表 81. 「袋めん」を食べる時に重視する点（複数回答）<エリア別>

		味 が お い し い	量 が 適 量 で あ る	香 り ・ 風 味 が 良 い	添 加 物 が 少 ない	塩 分 が 少 ない	カ ロ リ ー が 低 い	新 製 品 で あ る	期 間 限 定 で あ る	流 行 つ て い る	そ の 他	特 に な い	
	n=												
	全体	3,107	66.2	16.3	13.4	9.0	8.6	7.4	3.8	3.2	3.2	2.5	19.1
エ リ ア	北海道・東北	347	64.0	14.3	14.3	10.7	8.2	8.0	3.7	2.8	3.6	2.4	20.2
	関東・甲信越	1,203	65.0	16.6	14.6	9.7	8.9	7.3	3.4	2.7	2.7	2.4	20.3
	中部・北陸	440	61.5	17.9	11.0	7.7	8.5	6.3	5.0	3.0	4.6	4.6	22.2
	近畿	508	70.4	14.7	12.2	8.9	8.1	8.1	3.4	3.4	2.1	2.3	15.6
	中国・四国	267	70.7	15.8	16.1	7.8	9.8	8.1	4.8	6.6	2.9	1.0	14.8
	九州	343	68.4	18.1	11.5	7.5	7.7	7.4	3.4	2.9	4.7	1.4	17.8
	首都圏	1,009	64.4	17.1	14.4	9.7	9.3	7.1	3.4	2.4	2.9	2.5	20.5
	阪神圏	428	71.1	16.2	13.1	9.0	8.7	8.7	4.0	3.6	2.2	2.8	14.2

次に、「カップめん」を食べる時に重視する点を聞いたところ、「袋めん」同様、「味がおいしい」(67.5%) が最も多く、以下「量が適量である」(19.9%)、「香り・風味が良い」(14.1%) が上位となつた。

図表 82. 「カップめん」を食べる時に重視する点（複数回答）<性年代別>



性別でみると、男女共に「味がおいしい」(64.6%、70.3%) が最も高く、女性の方が 5.7 ポイント高い。また、男性(7.2%) より女性(11.0%) の方が「塩分が少ない」が 3.8 ポイント高い。

性・年代別でみると、男女共に60代以降は「添加物が少ない」「塩分が少ない」「カロリーが低い」の割合が高い。

エリア別では、中国・四国（72.4%）、近畿（70.8%）、阪神圏（72.8%）において「味がおいしい」の割合がやや高い。

図表 83. 「カップめん」を食べる時に重視する点（複数回答）<エリア別>

	味 が お い し い	量 が 適 量 で あ る	香 り ・ 風 味 が 良 い	添 加 物 が 少 な い	塩 分 が 少 な い	カ ロ リ ー が 低 い	新 製 品 で あ る	期 間 限 定 で あ る	流 行 つ て い る	そ の 他	特 に な い		
	n=												
全体	3,107	67.5	19.9	14.1	9.2	9.1	8.7	5.6	4.2	3.6	2.2	18.4	
エ リ ア	北海道・東北	347	65.5	19.4	14.4	10.3	9.8	8.0	4.7	4.8	3.4	2.6	19.9
	関東・甲信越	1,203	66.5	20.1	15.9	9.2	10.1	8.5	4.8	3.6	3.6	1.9	18.9
	中部・北陸	440	65.8	21.3	11.4	8.8	7.2	8.7	7.0	4.3	5.1	4.3	20.1
	近畿	508	70.8	18.0	13.0	8.5	7.8	10.0	6.2	3.7	3.2	1.8	16.0
	中国・四国	267	72.4	19.9	17.1	9.8	10.3	8.0	7.1	6.4	3.4	1.7	15.0
	九州	343	65.9	20.1	10.2	8.9	8.7	8.5	5.5	4.9	2.1	1.1	19.4
	首都圏	1,008	66.1	20.4	15.8	9.5	10.2	8.6	4.5	2.8	3.6	2.0	19.3
	阪神圏	429	72.8	19.1	13.7	8.5	8.2	10.2	7.2	4.0	3.8	2.2	13.9

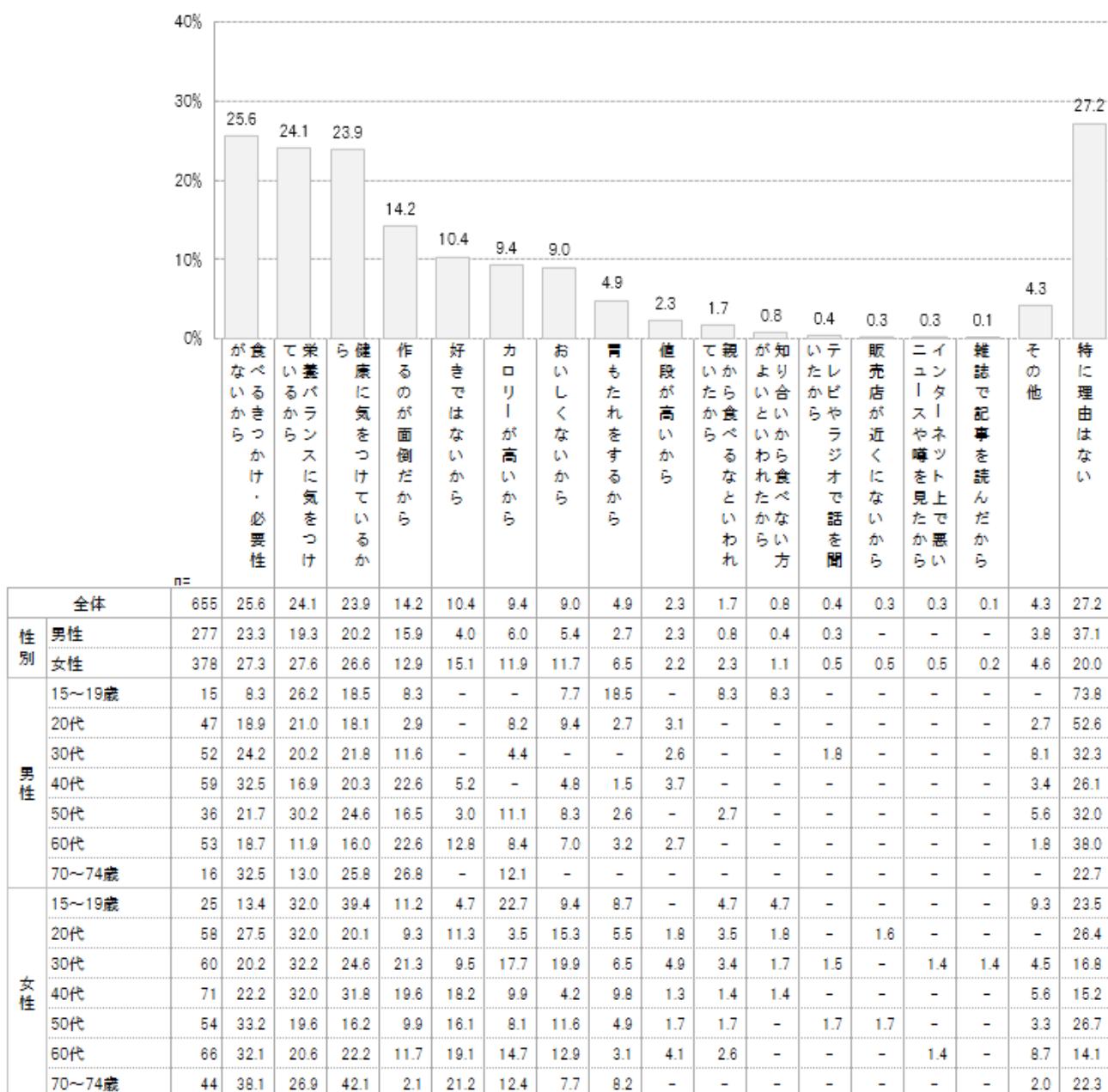
12. 「即席めん」を食べない理由

a) 最近1年以内に「即席めん」を食べない理由

「袋めん」は「食べるきっかけ・必要性がないから」(25.6%)、「栄養バランスに気をつけているから」(24.1%)、「健康に気をつけているから」(23.9%)が高い

「カップめん」は「食べるきっかけ・必要性がないから」(31.8%)、「栄養バランスに気をつけているから」(29.9%)、「健康に気をつけているから」(28.1%)が高い

図表 84. 「袋めん」を食べない理由（複数回答）



最近1年以内に「袋めん」を食べない理由を聞いたところ、「食べるきっかけ・必要性がないから」(25.6%)が最も多く、次いで「栄養バランスに気をつけているから」(24.1%)、「健康に気をつけているから」(23.9%)が高い

るから」（23.9%）が同程度で続いている。以下「作るのが面倒だから」（14.2%）、「好きではないから」（10.4%）で1割を超えていている。

性別でみると、男性（19.3%）より女性（27.6%）の方が「栄養バランスに気をつけているから」が8ポイントほど高い。

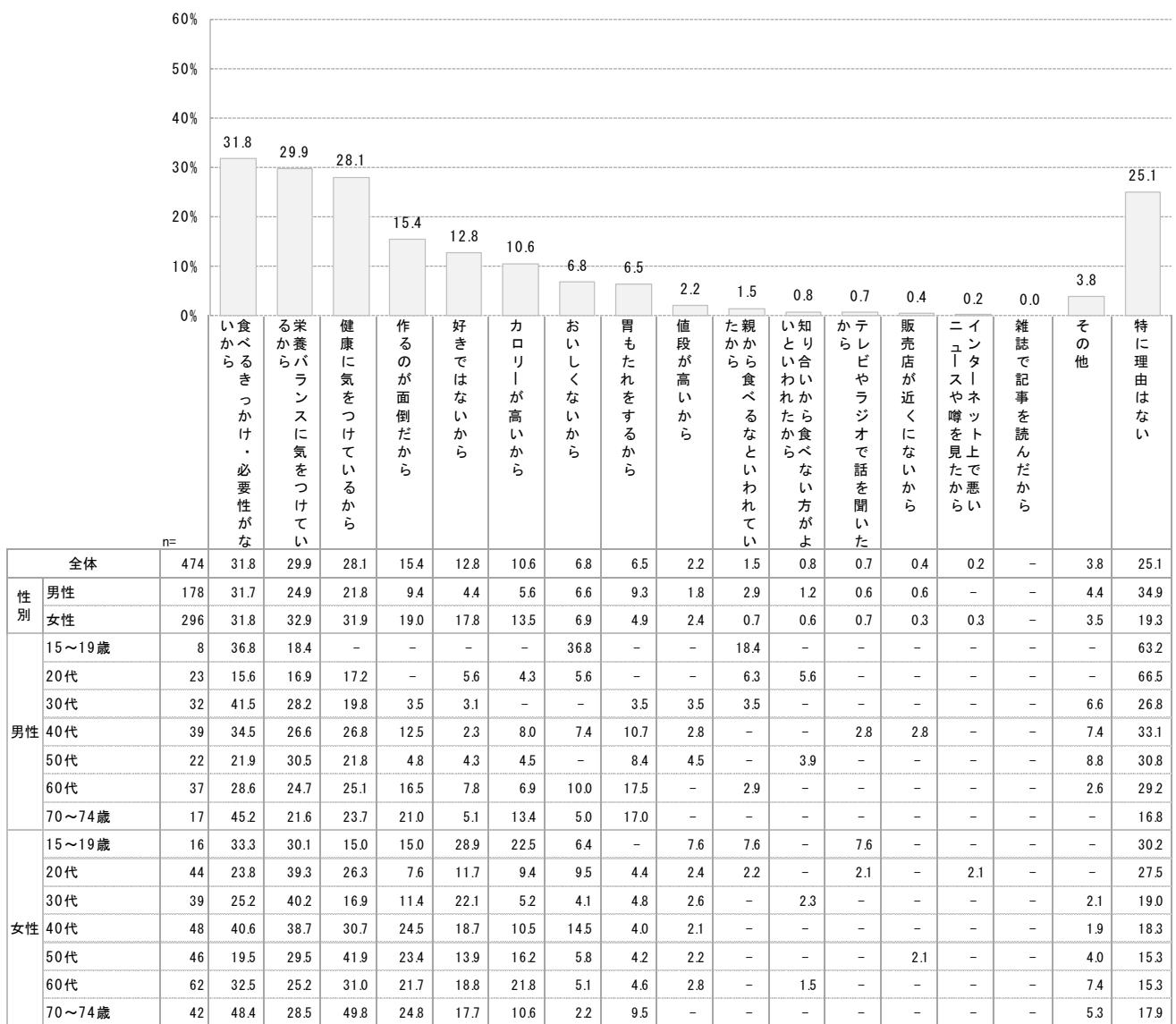
性・年代別でみると、男性では15～19歳で「食べるきっかけ・必要性がないから」（8.3%）が低く、「胃もたれをするから」（18.5%）が他年代より高い。女性では「健康に気をつけているから」が15～19歳（39.4%）と70～74歳（42.1%）で高い。

エリア別でみると、北海道・東北（10.9%）と関東・甲信越（11.2%）で「おいしくないから」が1割を超えており、中国・四国（1.8%）と9ポイント以上の差がある。

図表 85. 「袋めん」を食べない理由（複数回答）<エリア別>

		が食べ いる か き つ か け ・ 必 要 性	て栄 養 い バ ラ ン ス に 気 を つ け る か	ら健 康 に 気 を つ け て い る か	作 る の が 面 倒 だ か ら	好 き で は な い か ら	カ ロ リ ー が 高 い か ら	お い しく な い か ら	言 も た れ を す る か ら	他 段 が 高 い か ら	て親 い か ら 食 べ る な とい わ れ	が知 り 合 い とい か わ ら 食 べ た か な い 方	いた レ ビ や ラ ジ オ で 話 を 聞	販 売 店 が 近 く に な い か ら	ニイ ン タ ー ス や ネ ツ ト 見 上 で 悪 い	雑 誌 で 記 事 を 読 んだ か ら	そ の 他	特 に 理 由 は な い		
n=		全 体	655	25.6	24.1	23.9	14.2	10.4	9.4	9.0	4.9	2.3	1.7	0.8	0.4	0.3	0.3	0.1	4.3	27.2
エ リ ア	北海道・東北	71	26.5	29.4	25.4	14.6	8.1	8.1	10.8	2.8	4.3	3.7	-	-	-	-	-	-	3.2	22.6
	関東・甲信越	296	27.2	26.2	26.2	13.2	10.4	10.1	11.2	5.7	2.2	2.6	1.9	0.3	0.3	-	-	4.4	26.8	
	中部・北陸	94	20.5	20.5	18.9	13.6	8.9	9.2	7.1	6.5	4.3	-	-	1.0	-	-	-	1.9	24.5	
	近畿	93	29.9	15.3	14.0	16.1	13.1	10.5	8.5	4.2	1.0	-	-	-	-	1.0	-	8.1	32.8	
	中国・四国	52	21.8	28.9	30.9	14.4	10.1	8.8	1.8	-	1.3	1.8	-	-	1.8	1.6	1.6	1.9	26.0	
	九州	59	21.6	22.9	29.3	16.3	11.1	6.5	6.8	6.0	-	-	-	1.6	-	-	-	4.7	31.8	
	首都圏	251	28.5	26.8	26.2	12.2	10.6	10.3	11.5	5.6	2.5	3.0	1.8	0.4	0.4	-	-	4.1	27.0	
	阪神圏	80	29.7	15.2	12.6	18.7	10.6	9.7	7.5	4.9	1.2	-	-	-	-	-	-	8.1	33.0	

図表 86. 「カップめん」を食べない理由（複数回答）



次に、最近1年以内に「カップめん」を食べない理由を聞いたところ、「食べるきっかけ・必要性がないから」（31.8%）が最も多く、以下「栄養バランスに気をつけているから」（29.9%）、「健康に気をつけているから」（28.1%）が続く。

性別でみると、男性（9.4%）より女性（19.0%）の方が「作るのが面倒だから」が10ポイントほど高く、「好きではないから」も男性（4.4%）より女性（17.8%）の方が13ポイントほど高い。

性・年代別でみると、男性では15～19歳で「おいしくないから」（36.8%）と「親から食べるなといわれていたから」（18.4%）が他年代より高い。女性では50代（41.9%）と70～74歳（49.8%）で「健康に気をつけているから」が4割を超えおり、他年代より比較的高い。

エリア別では「食べるきっかけ・必要性がないから」が九州（40.1%）で最も高く、近畿（19.1%）とは20ポイントほど差がある。近畿（23.2%）では「作るのが面倒だから」が2割を超えており、他エリアと比べて高い。

図表 87. 「カップめん」を食べない理由（複数回答）<エリア別>

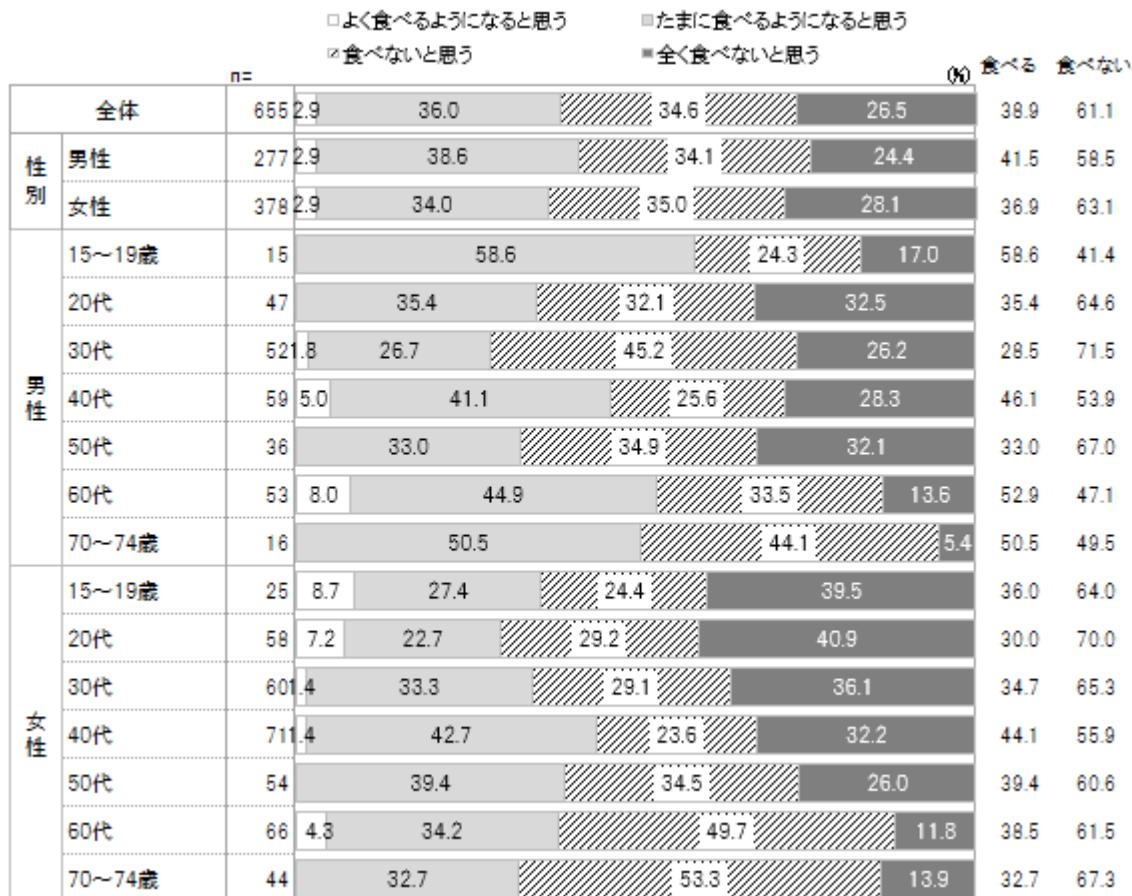
		が食べないきっかけ・必要性	栄養バランスに気をつけているか	ら健康に気をつけているから	作のが面倒だから	好きではないから	カロリーが高いから	おいしくないから	音もたれをするから	値段が高いから	て親いたら食べるなりわい	が知り合いのわらわら食べたべかない方	いたレピラジオで話を聞	販売店が近くにないから	ニュースや雑誌を見たで悪い	雑誌で記事を読んだから	その他	特に理由はない
エ リ ア	全体	474	31.8	29.9	28.1	15.4	12.8	10.6	6.8	6.5	2.2	1.5	0.8	0.7	0.4	0.2	-	3.8 25.1
	北海道・東北	46	35.4	30.4	31.7	14.6	14.3	12.0	6.8	8.3	3.8	-	-	-	-	-	6.0 21.8	
	関東・甲信越	195	34.8	38.7	31.8	13.2	15.4	12.8	5.7	5.8	3.8	1.2	0.7	1.2	1.0	-	2.5 23.4	
	中部・北陸	74	26.0	19.5	18.9	17.0	6.4	6.3	8.2	4.4	-	4.0	1.2	-	-	-	1.3 31.2	
	近畿	71	19.1	14.8	33.8	23.2	14.6	12.0	7.6	9.6	1.4	1.4	1.3	-	-	-	9.0 23.8	
	中国・四国	40	35.8	28.1	17.1	15.7	10.3	3.7	-	6.2	-	-	2.2	2.4	-	2.4	-	4.7 27.0
	九州	48	40.1	33.4	24.2	11.1	10.0	10.1	13.2	7.0	-	2.2	-	-	-	-	-	2.8 26.5
		首都圏	176	34.0	39.8	34.0	14.0	15.3	13.0	6.3	5.2	4.2	1.3	0.7	1.3	1.2	-	2.8 22.9
		阪神圏	58	19.9	18.0	35.9	22.2	16.1	11.5	9.3	10.2	1.7	1.7	-	-	-	-	11.0 20.2

b) 食べない理由が改善されたら食べるようになるか

「袋めん」を食べない理由が改善されたら食べるようになる人は4割弱（38.9%）

「カップめん」を食べない理由が改善されたら食べるようになる人は3割強（31.7%）

図表 88. 「袋めん」を食べない理由が改善されたら食べるようになるか



1年以内に「袋めん」を食べない人に、食べない理由が改善されたら食べるようになるかを聞いたところ、「よく食べるようになると思う+たまに食べるようになると思う」が38.9%となり、「食べないと思う+全く食べないと思う」が61.1%となった。

性別でみると、男性（41.5%）の方が女性（36.9%）より「よく食べるようになると思う+たまに食べるようになると思う」が高い。

性・年代別で見ると、男性では、15~19歳（58.6%）と60代（52.9%）、70~74歳（50.5%）で「よく食べるようになると思う+たまに食べるようになると思う」が過半数を超えたが、30代（28.5%）が最も低かった。女性は全ての世代で「食べないと思う+全く食べないと思う」が過半数を超えた。

エリア別では全てのエリアで「食べないと思う+全く食べないと思う」が過半数を超えた。首都圏と阪神圏では、関東圏（65.3%）で「食べないと思う+全く食べないと思う」が6割強となった。

図表 89. 食べない理由が改善されたら「袋めん」を食べるようになるか <エリア別>

		n=	□よく食べるようになると思う ■食べないと思う ■全く食べないと思う	(%)	食べる	食べない
エ リ ア	全体	655	2.9 36.0 34.6	26.5	38.9	61.1
	北海道・東北	712	2.5 36.6 45.3	15.6	39.2	60.8
	関東・甲信越	286	2.2 33.1 36.8	27.8	35.3	64.7
	中部・北陸	94	4.6 34.1 33.3	28.0	38.7	61.3
	近畿	93	1 47.7 27.2	24.0	48.8	51.2
	中国・四国	52	5.1 35.1 25.1	34.7	40.2	59.8
	九州	59	5.3 34.1 33.0	27.6	39.4	60.6
	首都圏	251	2.5 32.2 36.9	28.4	34.7	65.3
	阪神圏	80	48.7 25.9	25.4	48.7	51.3

次に、1年以内に「カップめん」を食べない人に、「カップめん」を食べない理由が改善されたら食べるようになるか聞いたところ、「よく食べるようになると思う+たまに食べるようになると思う」が31.8%となり、「食べないと思う+全く食べないと思う」が68.2%となった。

図表 90. 食べない理由が改善されたら「カップめん」を食べるようになるか

		n=	□よく食べるようになると思う ■食べないと思う ■全く食べないと思う	(%)	食べる	食べない
性 別	全体	474	1.9 29.8 36.0	32.3	31.8	68.2
	男性	178	1.9 29.6 38.5	30.1	31.4	68.6
	女性	296	2.0 30.0 34.5	33.6	31.9	68.1
	15~19歳	8	69.3	30.7	69.3	30.7
	20代	23	15.9 41.1	43.0	15.9	84.1
	30代	32	30.0 35.0	35.0	30.0	70.0
	40代	39	2.3 34.0 28.1	35.5	36.3	63.7
	50代	22	4.3 35.2 21.9	38.7	39.4	60.6
性 別	60代	37	4.1 27.0 50.4	18.6	31.1	68.9
	70~74歳	17	16.6 78.4	5.0	16.6	83.4
	15~19歳	16	7.4 36.5	56.1	7.4	92.6
	20代	44	7.3 24.3 25.1	43.4	31.6	68.4
	30代	39	4.7 29.4 23.2	42.7	34.1	65.9
	40代	48	31.9 26.8	41.3	31.9	68.1
	50代	46	31.8 43.6	24.7	31.8	68.2
	60代	62	1.2 33.1 43.9	21.7	34.4	65.6
	70~74歳	42	36.2 39.2	24.6	36.2	63.8

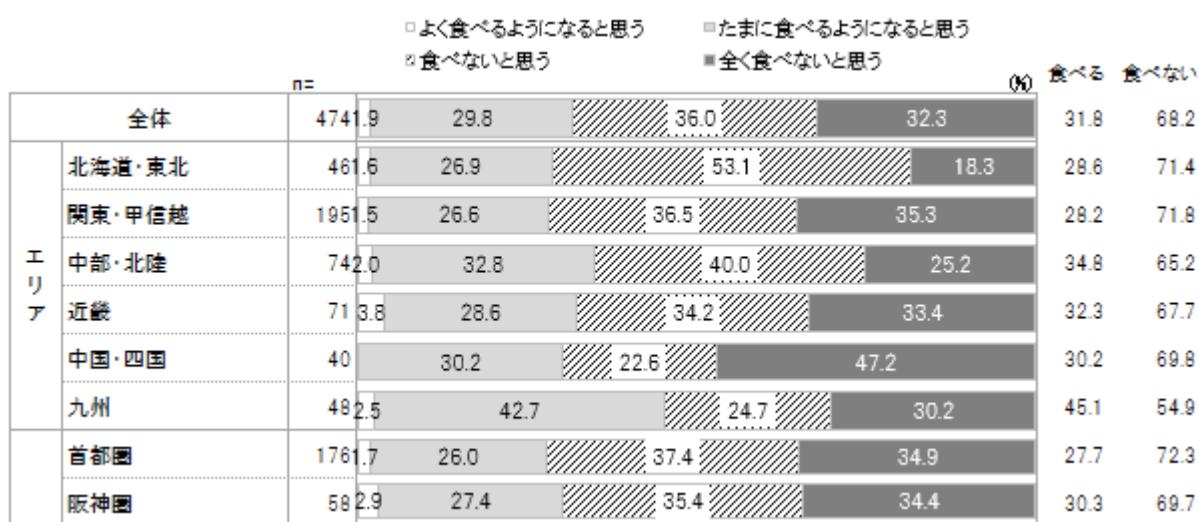
性別でみると、男女とも「食べないと思う+全く食べないと思う」（68.6%、68.1%）が過半数を超えて7割弱となった。

性・年代別で見ると、男性では、15～19歳（69.3%）のみ「よく食べるようになると思う+たまに食べるようになると思う」が過半数を超えた。女性では、15～19歳（92.6%）で「食べないと思う+全く食べないと思う」が9割を超えた。

エリア別では全てのエリアで「食べないと思う+全く食べないと思う」が過半数を超え、関東・甲信越（71.8%）が最も高く、九州（54.9%）と17ポイントの差がついた。

首都圏と阪神圏では、いずれも「食べないと思う+全く食べないと思う」が7割ほどとなった。

図表 91. 食べない理由が改善されたら「カップめん」を食べるようになるか <エリア別>



c) 理由が改善されても食べない理由

「袋めん」では、「作ることの煩雑さ」や「食べるのであれば代替品の食品を食べる」という回答が見受けられた。

「カップめん」では、「ゴミの問題」や「量の問題」、「栄養バランス」などの問題から食べないという回答が見受けられた。

図表 92. 理由が改善されても「袋めん」を食べない理由（自由記述・任意）

カップめんの方が楽だから	男性20代
チル麺の方がだしを自分好みに出来て美味しいから	女性60代
家で調理するなら別のものを食べる	女性20代
乾麺のうどんやそばの方が好きなので	女性30代
作るのが面倒	男性40代
洗い物が面倒	女性30代
無理に食べる必要はないから	女性15～19歳
麺よりご飯が好き	女性70～74歳

※一部抜粋

理由が改善されても「袋めん」を食べない理由として、「作るのが面倒」や「家で調理するなら別のものを食べる」など同じ手間をかけるのであれば、別の食品を食べるほうがよいという理由が出た。

図表 93. 理由が改善されても「カップめん」を食べない理由（自由記述・任意）

カップのゴミを出したくない	女性60代
きちんと作って食べたいからです	女性60代
せつかり毎日の料理で糖尿病の数値がよくなつた夫がいるから	女性70～74歳
乾麺のうどんやそばの方が好きなので	女性30代
高血圧のため	男性30代
量が調整できない	女性60代
子供に食べさせたくない	男性40代
食べた後胸やけをするから	男性60代

※一部抜粋

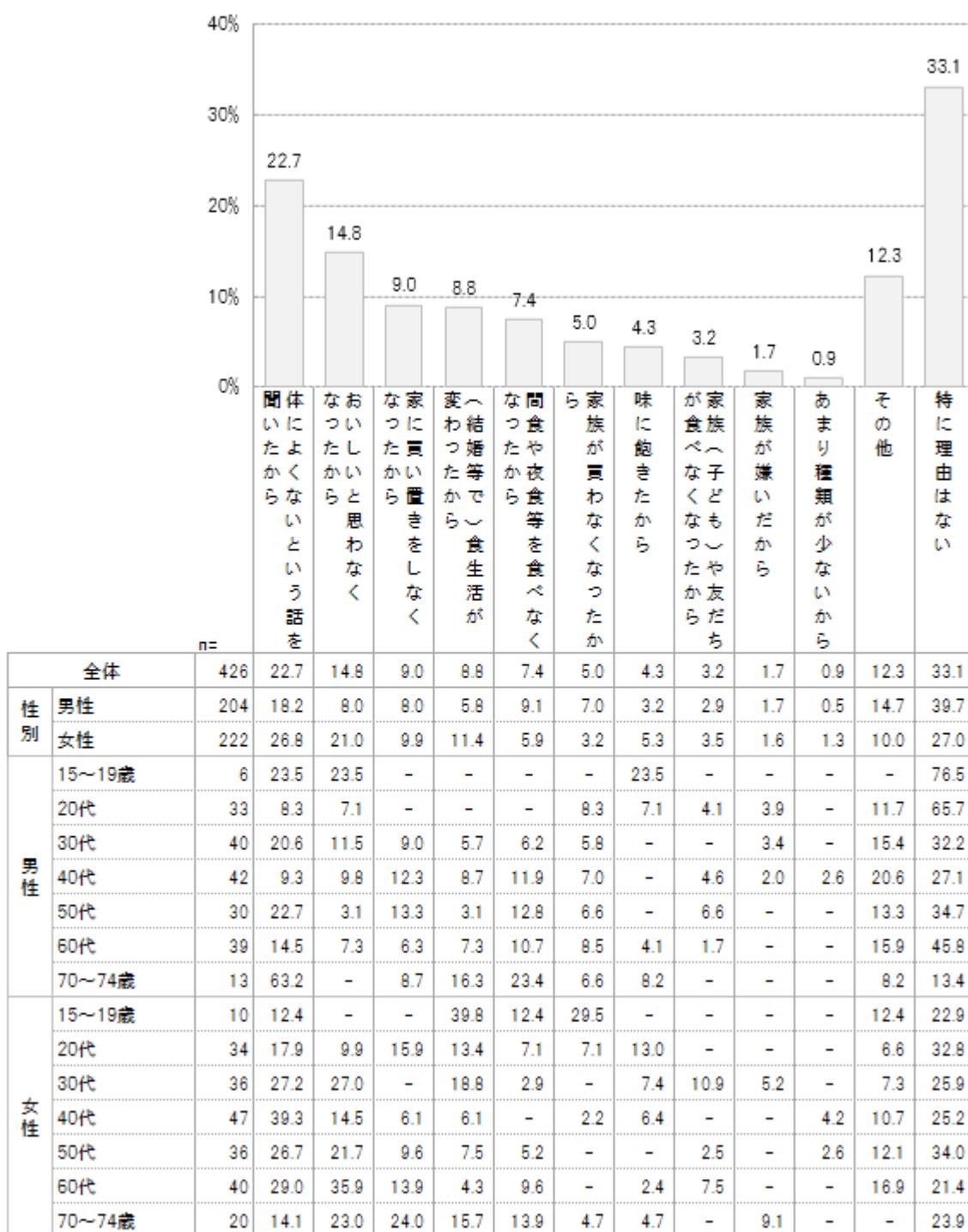
理由が改善されても「カップめん」を食べない理由として、「ゴミを出したくない」や「量が調節できない」、「食べた後胸やけをするから」などカップめん特有のゴミの問題や、量の問題などがあり食べたくないという理由が出た。

d) 以前食べていたのに、最近1年以内は食べていない理由

「袋めん」は「体によくないという話を聞いたから」(22.7%)、「おいしいと思わなくなったから」(14.8%)、「家に買い置きをしなくなったから」(9.0%)の順

「カップめん」は「体によくないという話を聞いたから」(30.4%)、「おいしいと思わなくなったから」(14.8%)、「家に買い置きをしなくなったから」(9.6%)の順

図表 94. 以前食べていたのに、最近1年以内は「袋めん」食べていない理由（複数回答）



以前食べていた、よく食べていた時期があった人に、最近1年以内は「袋めん」食べていない理由を聞いたところ、「体によくないという話を聞いたから」（22.7%）が最も多く、次いで「おいしいと思わなくなったから」（14.8%）、「家に買い置きをしなくなったから」（9.0%）、「（結婚等で）食生活が変わったから」（8.8%）、「間食や夜食等を食べなくなったから」（7.4%）などの順となっている。

性別でみると、男性（9.1%）は「間食や夜食等を食べなくなったから」が女性（5.9%）より3ポイントほど高い。女性は「おいしいと思わなくなったから」（21.0%）が男性（8.0%）より13.0ポイント高い。

性・年代別でみると、男性では70～74歳（63.2%）で「体によくないという話を聞いたから」が非常に高く、20代（8.3%）とは54.9ポイントの差となった。

女性では15～19歳で「（結婚等で）食生活が変わったから」（39.8%）と「家族が買わなくなったから」（29.5%）が高く、男性の70～74歳で最も高かった「体によくないという話を聞いたから」は40代（39.3%）が他年代より比較的高かった。

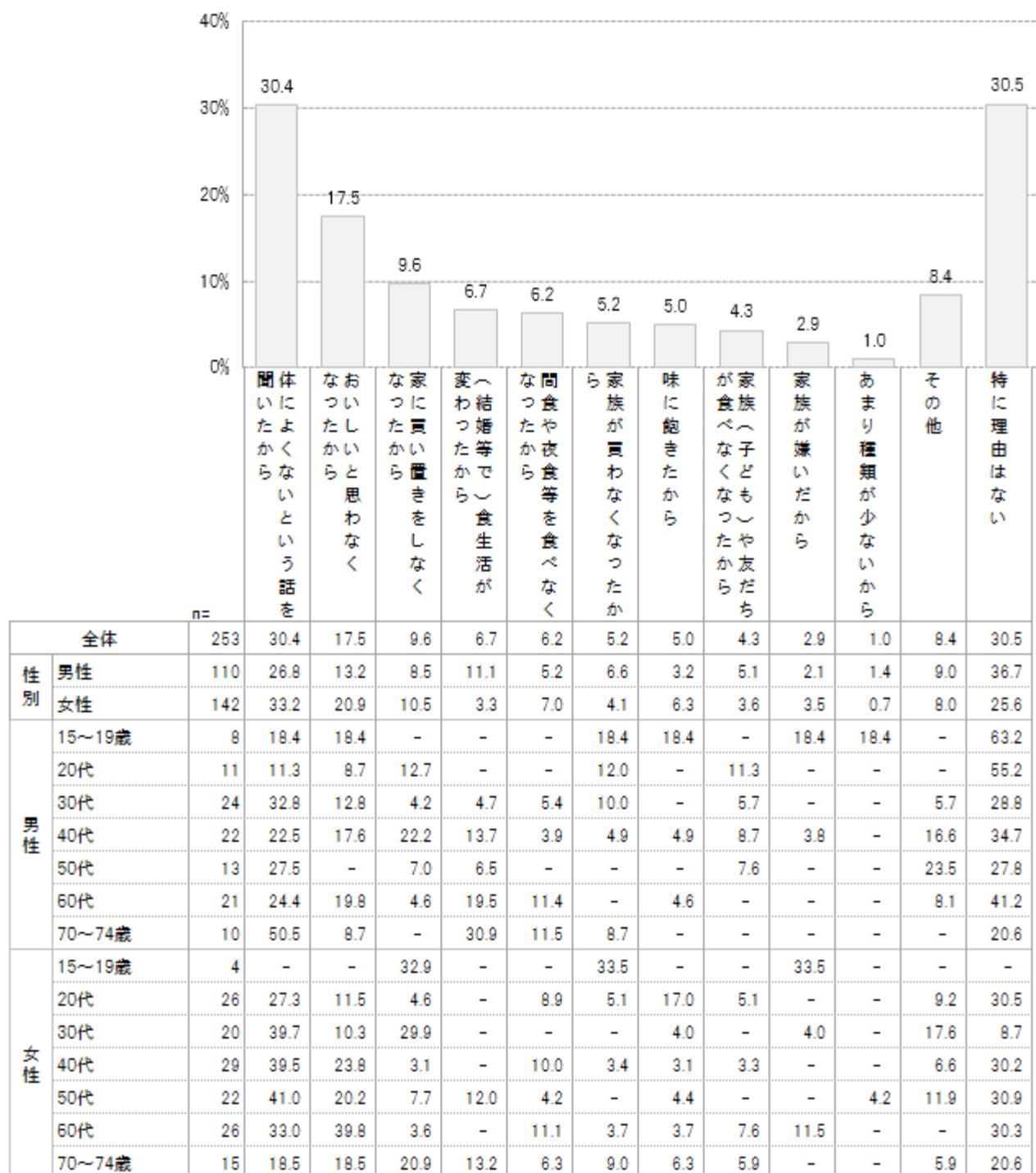
エリア別でみると、中部・北陸（28.6%）で「体によくないという話を聞いたから」が最も高く、北海道・東北（14.7%）と14ポイントほど差がある。中国・四国（17.2%）では「（結婚等で）食生活が変わったから」が他エリアに比べて高く、最も低い近畿（5.8%）とは11ポイントほど差がある。

図表 95. 以前食べていたのに、最近1年以内は「袋めん」食べていない理由（複数回答）<エリア別>

	n=	聞体 いに たよ かく らな いと い う 話 を	なお つい たし かい らと 思 わ なく	な家 つに た貰 かい ら置 きを しな く	変へ わ結 つ婚 た等 かで ら食 べき をし なく	な間 つ食 たや か夜 ら食 べき 等を 食べ なく	ら家 族が 貰 わ なく な つた か	味 に飽 きた から	が家 食族 べへ な子 くど なも つた や か友 らだ ち	家 族が 嫌 いだ から	あ ま り種 類が 少 ない から	そ の 他	特 に 理 由 は な い	
全体	426	22.7	14.8	9.0	8.8	7.4	5.0	4.3	3.2	1.7	0.9	12.3	33.1	
エ リ ア	北海道・東北	45	14.7	10.5	13.3	8.8	11.6	2.3	-	2.0	3.0	-	17.5	36.2
	関東・甲信越	174	24.1	17.6	6.4	7.5	6.6	3.1	4.1	2.4	1.9	1.2	13.3	33.0
	中部・北陸	62	28.6	13.0	12.7	10.1	6.4	4.9	3.7	2.9	2.8	1.5	6.9	34.0
	近畿	61	25.2	11.7	11.5	5.8	6.4	12.7	5.3	4.0	-	1.7	13.6	27.9
	中国・四国	37	19.1	13.9	10.2	17.2	11.5	1.8	9.2	6.7	2.3	-	4.5	39.7
	九州	48	17.2	15.6	5.8	8.7	6.1	7.3	5.2	4.3	-	-	14.8	30.6
	首都圏	149	24.7	19.1	5.3	8.1	6.9	2.9	4.7	1.4	1.5	1.4	13.4	31.6
	阪神圏	55	22.7	13.1	10.9	6.5	7.2	10.3	5.8	2.5	-	1.9	15.2	29.0

次に、1年以内にカップめんを食べていない人に「カップめん」について聞いたところ、「体によくないという話を聞いたから」（30.4%）が最も高く、次いで「おいしいと思わなくなったから」（17.5%）、「家に買い置きをしなくなったから」（9.6%）、「（結婚等で）食生活が変わったから」（6.7%）、「間食や夜食等を食べなくなったから」（6.2%）などの順となっている。

図表 96. 以前食べていたのに、最近1年以内は「袋めん」食べていない理由（複数回答）



性別でみると、男性（11.1%）は「（結婚等で）食生活が変わったから」が女性（3.1%）より8.0ポイント高い。女性は「おいしいと思わなくなったから」（20.9%）が男性（13.2%）より7.7ポイント高い。

性・年代別でみると、男性では70~74歳（50.5%）で「体によくないという話を聞いたから」が非常に高く、20代（11.3%）とは39.2ポイントの差となった。70~74歳（30.9%）は「（結婚等で）食生活が変わったから」も他年代に比べて高い。

女性では30代(29.9%)で「家に買い置きをしなくなったから」が高く、60代(39.8%)では「おいしいと思わなくなったから」が他年代に比べて高い。

エリア別でみると、関東・甲信越(40.4%)で「体によくないという話を聞いたから」が最も高く、北海道・東北(9.7%)と30.7ポイント差がある。北海道・東北(18.9%)と中国・四国(14.6%)では「家に買い置きをしなくなったから」が比較的高い。

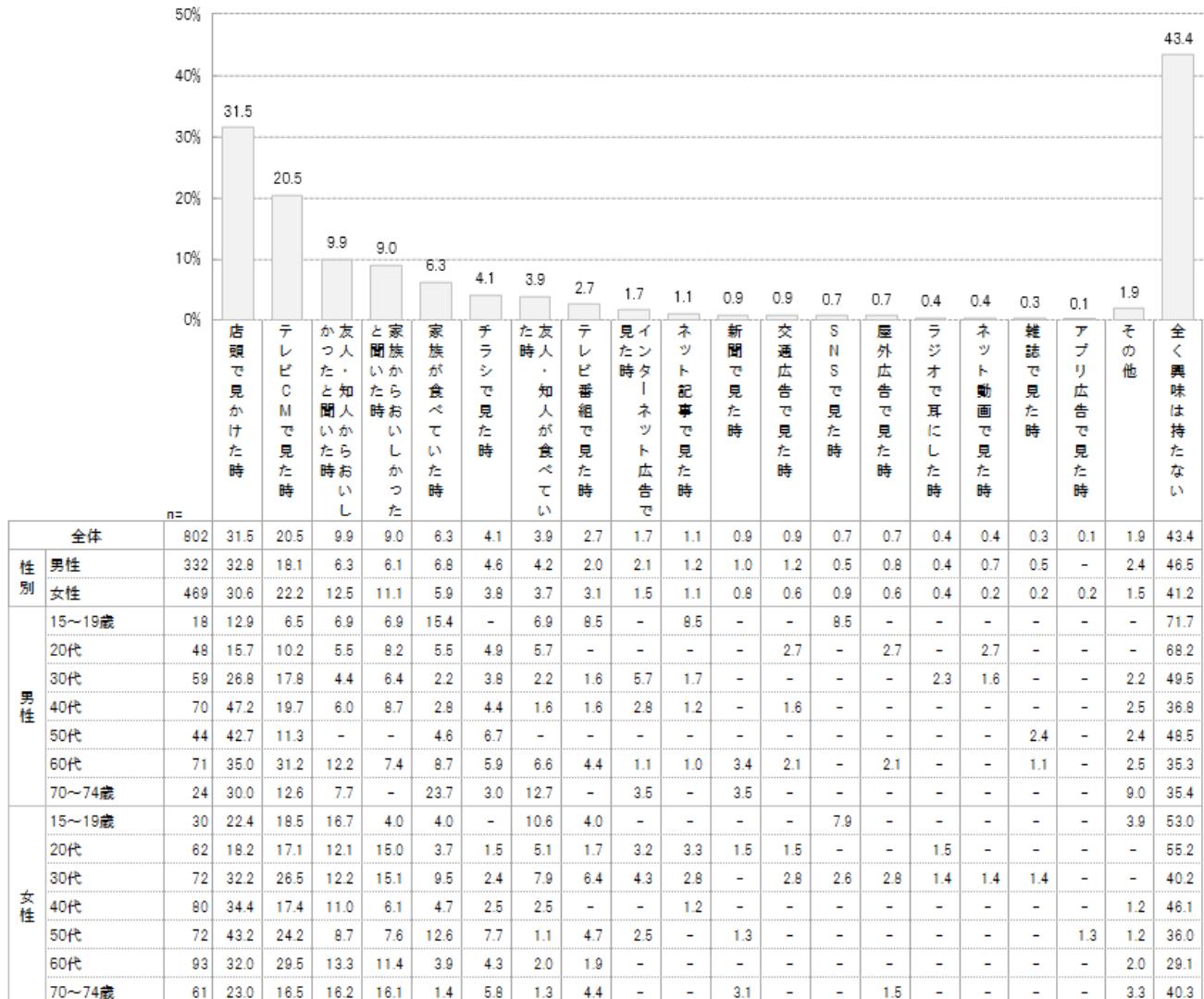
図表 97. 以前食べていたのに、最近1年以内は「カップめん」食べていない理由(複数回答) <エリア別>

	n=	聞 い た よ か く ら な い と い う 話 を	な お つ い た し か い ら と 思 わ な く	な 家 つ に た 貰 か い ら 置 き を し な く	変 わ 結 つ 婚 た 等 か ら ~ 食 生 活 が	な 間 つ 食 た や か 夜 ら 食 等 を 食 べ な く	ら 家 族 が 貰 わ な く な つ た か	味 に 飽 き た か ら	が 家 食 族 べ へ な 子 く ど も な つ ~ た や か 友 ら だ ち	家 族 が 嫌 い だ か ら	あ ま り 種 類 が 少 な い か ら	そ の 他	特 に 理 由 は な い	
全体	253	30.4	17.5	9.6	6.7	6.2	5.2	5.0	4.3	2.9	1.0	8.4	30.5	
エ リ ア	北海道・東北	17	9.7	17.0	18.9	-	-	-	-	8.0	-	-	14.4	32.0
	関東・甲信越	104	40.4	17.1	8.9	7.9	7.5	5.2	5.8	3.2	2.1	0.9	5.7	28.5
	中部・北陸	43	23.0	9.4	9.4	5.5	10.0	9.6	5.3	7.1	5.5	3.5	13.0	41.5
	近畿	34	33.5	22.6	5.3	5.9	8.8	4.0	8.1	-	2.3	-	16.1	18.2
	中国・四国	24	24.0	14.8	14.6	10.8	2.8	-	-	-	-	-	3.5	40.9
	九州	31	20.2	27.1	8.2	5.5	-	7.2	4.9	9.9	6.7	-	3.4	26.1
	首都圏	91	41.5	17.1	10.0	8.9	6.3	5.9	6.6	3.7	2.4	1.0	6.5	25.5
	阪神圏	29	32.6	20.2	6.2	6.9	10.2	4.6	9.5	-	2.7	-	18.8	14.1

13. 「即席めん」に興味を持つタイミング

「店頭で見かけた時」（31.5%）、「テレビ CMで見た時」（20.5%）、「友人・知人からおいしかったと聞いた時」（9.9%）、「家族からおいしかったと聞いた時」（9.0%）の順

図表 98. 「即席めん」に興味を持つタイミング（複数回答）<性年代別>



「袋めん」および「カップめん」を1年以内に食べてない人に「即席めん」に興味を持つタイミングを聞いたところ、「店頭で見かけた時」（31.5%）、「テレビ CMで見た時」（20.5%）、「友人・知人からおいしかったと聞いた時」（9.9%）、「家族からおいしかったと聞いた時」（9.0%）などの順となった。

性別でみると、女性は「友人・知人からおいしかったと聞いた時」（12.5%）、「家族からおいしかったと聞いた時」（11.1%）が男性（6.3%、6.1%）より高い。

性・年代別でみると、男性では15～19歳（15.4%）と70～74歳（23.7%）で「家族が食べていた時」が他年代より高く1割を超えている。女性では15～19歳（10.6%）で「友人・知人が食べていた時」が他年代より高い。

エリア別では、中部・北陸で「友人・知人からおいしかったと聞いた時」（14.5%）、「家族が食べた時」（11.8%）が1割を超えており、他エリアに比べて高かった。

図表 99. 「即席めん」に興味を持つタイミング（複数回答）<エリア別>

	店頭で見かけた時	テレビCMで見た時	か友人た・と知り人いたらおいしきつた時	と家族いたらおいしきつた時	家族が食べていた時	チラシで見た時	た友人・知人が食べてい	テレビ番組で見た時	見インターネッ	ネット記事で見た時	新聞で見た時	交通広告で見た時	SNSで見た時	屋外広告で見た時	ラジオで耳にした時	ネット動画で見た時	雑誌で見た時	アプリ広告で見た時	その他	全く興味は持たない		
	n=	902	31.5	20.5	9.9	9.0	6.3	4.1	3.9	2.7	1.7	1.1	0.9	0.9	0.7	0.7	0.4	0.4	0.1	1.9	43.4	
エ リ ア	全体	86	30.8	13.0	6.3	12.6	5.5	4.4	4.6	1.9	2.3	-	-	-	-	1.6	-	-	4.8	44.7		
	北海道・東北	338	29.7	19.9	10.3	8.3	5.2	3.6	3.5	2.7	1.8	0.9	1.1	1.3	1.0	1.3	0.3	0.7	0.3	0.9	46.6	
	関東・甲信越	123	34.8	25.0	14.5	9.7	11.8	5.3	9.3	4.5	2.4	1.9	0.6	1.2	1.2	1.2	-	-	0.6	-	1.7	39.1
	中部・北陸	118	39.4	22.8	8.2	9.8	5.2	4.1	2.2	1.5	-	0.8	-	-	-	-	-	-	-	4.1	38.1	
	近畿	60	23.3	21.8	5.1	5.2	7.7	5.3	-	3.9	1.6	2.8	2.7	1.6	1.4	-	1.6	-	-	1.8	46.6	
	九州	77	29.2	20.0	11.6	8.8	3.3	3.6	2.5	1.2	2.4	1.3	1.1	-	-	-	1.2	1.3	-	-	41.9	
首都圏	首都圏	208	29.8	19.8	9.7	8.3	5.5	3.7	2.9	2.3	1.7	1.0	1.3	1.5	0.7	1.4	0.3	0.8	0.3	0.7	46.7	
	阪神圏	102	40.3	22.5	8.5	9.6	5.1	2.9	2.5	1.7	-	1.0	-	-	-	-	-	-	-	4.8	38.2	

II. 即席めんの購入状況

1. 「袋めん」の購入状況

a) 最近いつ「袋めん」を購入したか

「袋めん」を1ヵ月以内に購入した人は47.8%。1年以内に購入した人は75.4%である。

図表 100. 最近いつ「袋めん」を購入したか

		n=	□数日以内	■1週間以内	△2~3週間以内	△1ヶ月以内	■半年以内	□1年以内	■2~3年以内	■3年以上前	□購入した覚えがない	(%)	1ヵ月 以内	1年 以内
	全体	3,107	7.6	10.0	12.3	17.9	14.5	7.0	5.9	3.8	9.8	11.1		
性別	男性	1,548	9.1	11.9	13.1	18.7	12.4	5.4	5.3	3.7	9.2	11.2	47.8	75.4
	女性	1,559	6.2	8.1	11.5	17.1	16.6	8.6	5.6	3.9	10.4	11.0	52.7	75.9
男性	15~19歳	102	12.5	12.4	17.5	16.2	7.0	2.0	2.7	2.7	26.3		58.6	68.9
	20代	209	10.5	12.2	7.4	14.3	11.0	4.7	8.4	5.0	5.2	21.4	44.4	68.4
	30代	262	11.2	12.2	13.2	13.5	15.8	6.8	4.4	4.5	11.2	7.8	50.0	76.5
	40代	309	8.1	11.6	10.9	18.6	14.0	7.2	6.7	3.4	11.6	7.8	49.3	77.2
	50代	255	7.3	12.1	15.7	22.6	12.1	5.2	4.8	8.4	9.9		57.7	79.7
	60代	292	8.9	9.1	16.0	22.9	11.8	3.5	5.3	4.9	9.6	8.1	56.9	77.5
	70~74歳	119	5.8	17.1	12.1	21.6	11.6	7.1	3.2	2.1	12.2	6.9	56.6	78.7
女性	15~19歳	97	4.1	8.0	5.8	8.3	16.4	8.3	17.6		42.5		26.1	49.8
	20代	202	5.8	6.4	7.6	15.6	13.4	12.9	7.0	4.4	6.2	20.7	35.4	68.7
	30代	256	5.6	8.9	10.8	19.6	18.4	8.6	4.0	3.8	9.9	12.4	44.9	75.9
	40代	303	8.6	8.5	11.1	19.1	19.7	7.3	5.6	2.2	9.7	7.2	47.3	80.9
	50代	257	6.7	7.5	15.1	17.7	13.7	9.9	7.7	6.5	11.1	4.0	47.0	78.4
	60代	308	4.9	8.5	13.0	18.7	17.6	8.0	8.6	5.3	11.6	3.9	45.0	79.2
	70~74歳	136	6.3	9.0	13.3	12.3	14.9	7.4	6.0	5.3	16.6	9.0	40.7	69.1

最近いつ「袋めん」を購入したかを聞いたところ、1ヵ月以内に購入した人は47.8%、1年以内は75.4%であった。

性別でみると、1ヵ月以内に「袋めん」購入した人の割合は男性（52.7%）の方が女性（43.0%）より多かった。

性・年代別でみると、1年以内に「袋めん」を購入した割合は男性では50代（79.7%）が最も高く、次いで70~74歳（78.7%）が高い。女性では40代から60代で1年以内に「袋めん」を購入した割合が8割近い。

エリア別では、1ヵ月以内に「袋めん」購入した人の割合は九州（54.2%）が最も高く、関東・甲信越（45.6%）より8.2ポイント高い。

図表 101. 最近いつ「袋めん」を購入したか <エリア別>

		□数日以内	□1週間以内	□2~3週間以内	□1ヶ月以内	■2~3ヶ月以内	■半年以内	□1年以内	■2~3年以内	■3年以上前	□購入した覚えがない	1ヵ月 以内	1年 以内	
エ リ ア	全体	3,107	7.6	10.0	12.3	17.9	14.5	7.0	5.9	3.8	9.8	11.1	47.8	75.4
	北海道・東北	347	9.2	9.9	10.8	16.9	15.4	7.9	5.0	4.2	10.1	10.7	46.7	75.0
	関東・甲信越	1,203	6.3	9.2	11.3	18.8	14.6	6.8	6.2	3.8	11.6	11.5	45.6	73.1
	中部・北陸	440	8.3	10.5	11.1	18.3	12.1	6.8	6.5	3.3	10.2	12.9	49.1	73.5
	近畿	508	8.0	10.1	14.5	14.0	17.4	7.9	6.3	3.3	8.5	9.9	46.7	78.3
	中国・四国	267	7.5	11.5	16.1	17.7	11.8	7.4	6.1	5.5	8.3	8.1	52.8	78.1
	九州	343	9.3	10.9	12.8	21.1	14.7	5.8	4.8	3.5	15.6	11.7	54.2	79.5
	首都圏	1,008	5.9	9.8	10.7	19.1	14.3	6.3	6.5	—	11.9	11.4	45.6	72.7
	阪神圏	428	8.3	10.6	15.0	14.6	15.3	8.4	5.6	3.0	9.1	10.0	49.6	77.9

b) 普段 1 カ月間に「袋めん」をいくら程度購入するか

普段 1 カ月に 501 円以上「袋めん」を購入する人は 18.0%。500 円以下は 56.2%

図表 102. 普段 1 カ月間に「袋めん」をいくら程度購入するか

		n=	0円			1円～300円以下			301円～500円以下			501円～3000円以下			購入額 500円 以下 (%)	購入額 501円 以上 (%)
性別	年齢		0円	501円～1000円以下	3001円～5000円以下	1円～300円以下	1001円～2000円以下	5001円以上	301円～500円以下	2001円～3000円以下	5001円以上					
全体	3,107	25.8	39.7	16.5	3.0	13.6	3.0	13.6	3.0	13.6	3.0	56.2	18.0	56.2	18.0	
男性	1,548	25.5	35.3	15.6	3.8	17.6	3.8	17.6	3.8	17.6	3.8	51.0	23.4	51.0	23.4	
女性	1,559	26.2	44.0	17.3	2.3	9.6	2.3	9.6	2.3	9.6	2.3	61.3	12.6	61.3	12.6	
15～19歳	102	35.5	34.0	9.4	2.2	18.0	2.2	18.0	2.2	18.0	2.2	43.3	21.4	43.3	21.4	
20代	209	34.2	27.8	10.8	5.9	18.9	5.9	18.9	5.9	18.9	5.9	39.6	26.2	39.6	26.2	
30代	262	24.3	34.7	14.4	4.2	18.1	4.2	18.1	4.2	18.1	4.2	49.0	26.4	49.0	26.4	
40代	308	23.4	42.5	14.5	2.2	14.9	2.2	14.9	2.2	14.9	2.2	57.0	19.8	57.0	19.8	
50代	255	21.4	39.8	17.7	2.9	17.7	2.9	17.7	2.9	17.7	2.9	57.5	20.9	57.5	20.9	
60代	292	23.8	31.8	19.4	4.9	18.5	4.9	18.5	4.9	18.5	4.9	51.2	25.2	51.2	25.2	
70～74歳	119	22.9	31.8	21.4	4.8	18.2	4.8	18.2	4.8	18.2	4.8	53.2	24.0	53.2	24.0	
女性	97	53.6	13.7	22.4	9.1	10.2	9.1	10.2	9.1	10.2	9.1	36.2	10.3	36.2	10.3	
15～19歳	202	34.2	37.7	15.5	2.0	10.2	2.0	10.2	2.0	10.2	2.0	53.2	12.8	53.2	12.8	
20代	256	25.2	44.6	18.5	3.2	8.5	3.2	8.5	3.2	8.5	3.2	63.1	11.8	63.1	11.8	
30代	303	19.8	51.8	15.4	2.3	9.8	2.3	9.8	2.3	9.8	2.3	67.1	13.2	67.1	13.2	
40代	257	22.0	49.3	16.7	1.3	9.8	1.3	9.8	1.3	9.8	1.3	66.0	12.1	66.0	12.1	
50代	308	20.8	48.3	18.8	2.5	8.7	2.5	8.7	2.5	8.7	2.5	67.0	12.3	67.0	12.3	
60代	136	30.9	36.9	16.3	2.1	12.2	2.1	12.2	2.1	12.2	2.1	53.2	16.0	53.2	16.0	
70～74歳																

普段 1 カ月間に「袋めん」をいくら程度購入するか聞いたところ、501 円以上購入した人は 18.0%、500 円以下は 56.2% だった。

性別でみると、501 円以上購入した人は男性 (23.4%) の方が女性 (12.6%) 多かった。500 円以下は、女性 (61.3%) の方が男性 (51.0%) より多い。

性・年代別でみると、男性では 40 代 (57.0%) と 50 代 (57.5%) が 500 円以下の割合が他年代に比べて少し高い。女性は 500 円以下の割合が高く、30 代～60 代では 6 割を超えており。

エリア別では全体的に大きな差は見られない。

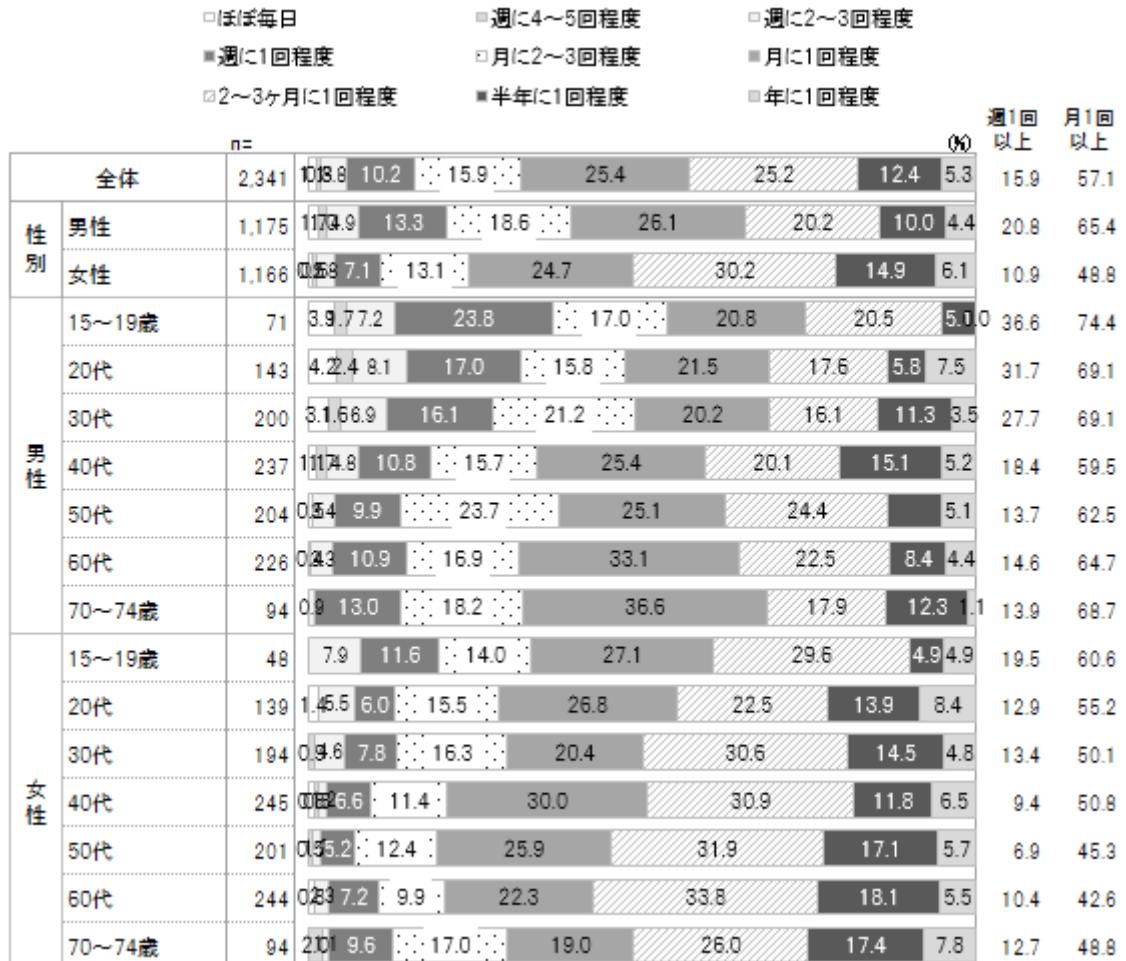
図表 103. 1年以内に「袋めん」を購入したか <エリア別>

		□0円	■1円~300円以下	△301円~500円以下	※501円~1000円以下	□1001円~2000円以下	■2001円~3000円以下	△3001円~5000円以下	※5001円以上	購入額 500円 以下	購入額 501円 以上
全体		3,107	25.8	39.7	16.5	13.6	3.0			56.2	18.0
エ リ ア	北海道・東北	347	26.9	39.2	15.9	12.1	4.2			55.0	18.1
	関東・甲信越	1,203	27.8	39.1	16.3	13.7	2.2			55.4	16.8
	中部・北陸	440	28.2	38.9	15.5	13.4	2.3			54.4	17.4
	近畿	508	22.7	42.9	15.2	13.6	4.3			58.1	19.2
	中国・四国	267	22.6	36.0	21.9	15.2	3.6			58.0	19.5
	九州	343	22.0	41.5	16.5	13.5	3.5			58.0	20.0
首都圏	首都圏	1,008	28.1	39.2	15.5	14.0	2.4			54.7	17.2
	阪神圏	428	23.3	41.9	15.2	14.1	4.2			57.1	19.6

c) 最近1年以内の「袋めん」の購入頻度

週に1回以上購入する人は15.9%、月に1回以上は57.1%。

図表 104. 最近1年以内の「袋めん」の購入頻度



1年内に「袋めん」を食べている人に最近1年以内の「袋めん」の購入頻度を聞いたところ、週1回以上は15.9%と、月に1回以上は57.1%であった。

性別でみると、週1回以上「袋めん」を購入する割合は、男性(20.8%)の方が女性(10.9%)より9.9ポイント高い。

性・年代別でみると、男性では週1回以上「袋めん」を購入する割合は15~19歳(36.6%)が最も高く、50代(13.7%)より22.9ポイント高い。女性でも週1回以上「袋めん」を購入する割合は15~19歳(19.5%)が最も高いが、男性に比べて17.1ポイントほど低い。

エリア別では全体的に大きな差は見られない。

図表 105. 最近 1 年以内の「袋めん」の購入頻度 <エリア別>

		全般	2,341	ほぼ毎日		週に4~5回程度		週に2~3回程度		週に1回程度		月に1回程度		年に1回程度		購入した覚えがない		週1回以上	月1回以上
				月に2~3回程度	年に1回程度	月に1回程度	2~3ヶ月に1回程度	半年に1回程度	購入した覚えがない										
エ リ ア	北海道・東北	260	10.8	10.2	15.9	25.4	25.2	12.4	5.3	11.1	15.9	57.1	16.7	55.3	15.1	57.0	16.7	55.6	
	関東・甲信越	890	10.7	10.0	16.0	25.9	25.1	13.0	4.9	11.5	17.3	56.4	12.5	61.4	17.3	59.0	15.1	58.4	
	中部・北陸	323	10.9	9.6	13.8	25.1	26.1	11.8	6.5	12.9	17.3	59.0	15.1	58.1	17.3	59.0	15.1	58.1	
	近畿	398	11.0	11.7	15.0	24.1	23.9	14.3	5.4	9.9	17.3	56.4	12.5	61.4	17.3	59.0	15.1	58.1	
	中国・四国	208	0.5	6.8.5	16.3	32.7	23.8	9.7	5.1	8.1	17.3	59.0	15.1	58.4	17.3	59.0	15.1	58.4	
	九州	273	10.6	9.8	18.6	23.1	26.7	9.6	4.7	11.7	17.3	59.0	15.1	58.1	17.3	59.0	15.1	58.1	
	首都圏	733	10.2	10.8	16.1	27.2	23.6	5.5	11.4	17.3	59.0	15.1	58.4	17.3	59.0	15.1	58.4		
	阪神圏	334	11.2	12.0	14.7	26.0	23.4	15.0	3.5	10.0	17.3	59.0	15.1	58.1	17.3	59.0	15.1	58.1	

2. 「カップめん」の購入状況

a) 最近いつ「カップめん」を購入したか

「カップめん」を1ヶ月以内に購入した人は59.2%。1年以内に購入した人は82.3%である。

図表 106. 1年以内に「カップめん」を購入したか

		n=	□数日以内	■1週間以内	△2~3週間以内	△1ヶ月以内	■半年以内	□1年以内	■2~3年内	■3年以上前	□購入した覚えがない	1ヶ月 以内 (%)	1年 以内 (%)
	全体	3,107	14.4	15.9	13.2	15.8	12.0	5.9	5.1	7.2	7.9	59.2	82.3
性別	男性	1,548	16.2	19.2	13.4	15.2	10.5	5.2	4.5	6.5	7.0	63.9	84.2
	女性	1,559	12.5	12.6	13.1	16.4	13.4	6.6	5.8	3.0	7.9	54.5	80.4
男性	15~19歳	102	17.8	16.4	15.0	13.4	7.2	2.8	3.3	2.9	16.6	62.6	79.3
	20代	209	20.2	16.1	10.8	13.5	12.8	6.6	3.2	4.4	10.0	60.5	83.0
	30代	262	20.7	19.8	12.9	13.2	10.7	6.0	2.3	7.2	5.4	66.6	86.2
	40代	309	20.7	20.2	14.7	12.7	7.9	5.3	4.7	7.4	4.1	68.3	86.2
	50代	255	13.1	22.1	13.9	16.7	11.2	2.9	4.9	6.8	5.3	65.9	84.9
	60代	292	10.6	19.2	14.5	18.6	11.2	7.0	4.6	6.0	6.4	62.9	85.8
	70~74歳	119	6.9	16.8	10.4	18.3	13.1	5.2	3.4	4.1	9.9	52.4	76.0
	75~79歳	97	7.6	13.6	5.8	5.4	21.7	6.0	6.1	3.5	29.2	32.3	66.1
女性	15~19歳	202	13.6	10.1	11.8	17.5	10.7	8.9	3.2	4.4	2.2	52.9	75.8
	20代	256	13.6	12.6	12.6	19.8	14.2	5.6	5.4	5.9	8.0	58.6	83.8
	30代	303	16.0	16.8	12.8	16.8	14.2	4.9	3.3	0.8	2.2	62.4	85.3
	40代	257	13.5	10.1	16.2	20.4	9.4	7.2	8.0	3.2	8.4	60.1	84.7
	50代	308	9.9	12.5	15.4	14.0	16.0	6.8	6.6	4.1	10.8	51.8	81.2
	60代	136	8.4	10.9	10.9	13.5	10.4	8.0	8.1	5.3	12.5	43.6	70.1
	70~74歳	136	8.4	10.9	10.9	13.5	10.4	8.0	8.1	5.3	12.5	12.1	43.6

最近いつ「カップめん」を購入したかを聞いたところ、1ヶ月以内に購入した人の割合は59.2%、1年以内は82.3%であった。

性別でみると、1年以内に「カップめん」購入した人の割合は男性（84.2%）の方が女性（80.4%）より多かった。

性・年代別でみると、1年以内に「カップめん」を購入した割合は男性では30代と40代がともに（86.2%）と最も高く、次いで60代（85.8%）が高い。女性では、1年以内に「カップめん」を購入した割合は40代（85.3%）と50代（84.7%）が高い。

エリア別では、中国・四国（64.0%）が1ヵ月以内に購入した割合が最も高く、中部・北陸（54.1%）と9.8ポイントの差がある。

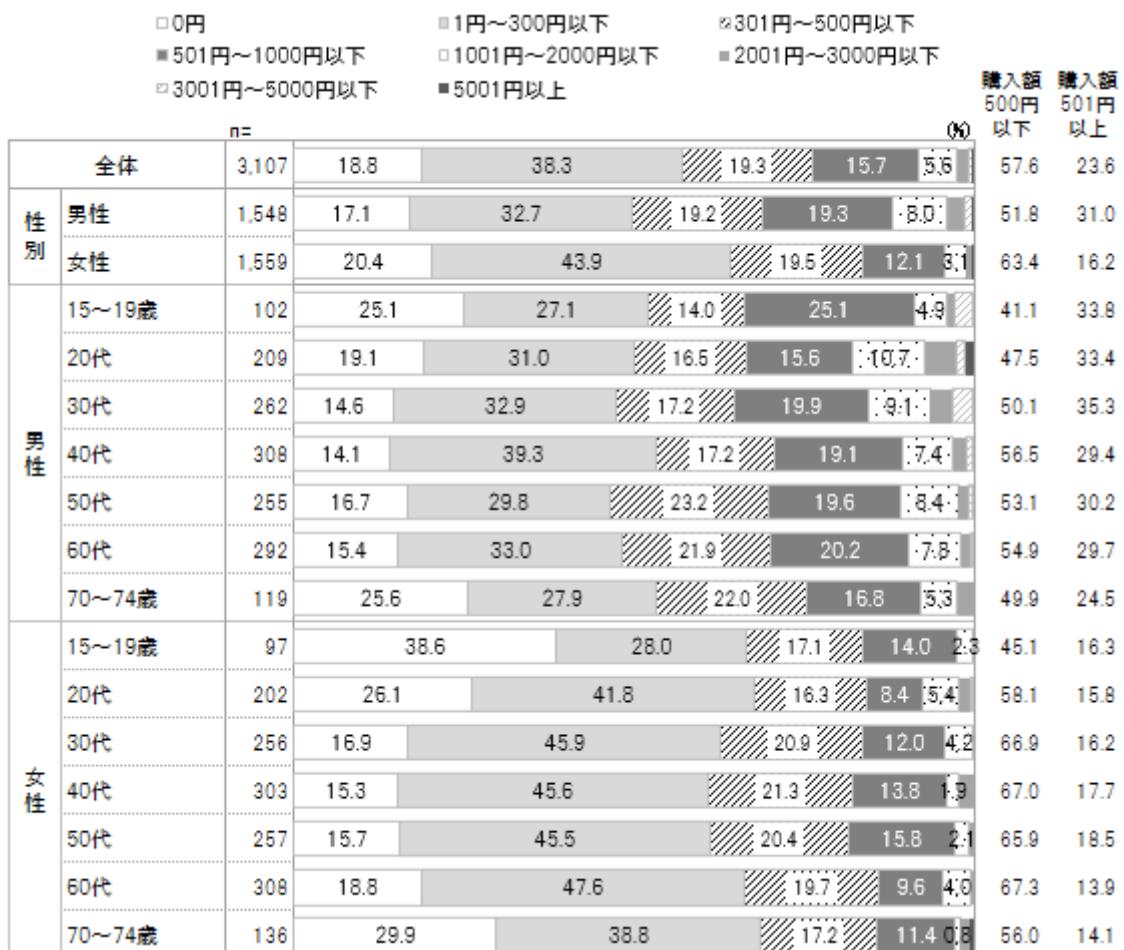
図表 107. 最近いつ「袋めん」を購入したか <エリア別>

		□数日以内 □2~3ヶ月以内 ■3年以上前	□1週間以内 ■半年以内		□2~3週間以内 □1年内		■1ヶ月以内 ■2~3年以内 □購入した覚えがない		1ヵ月 以内 1年 以内			
			3,107	14.4	15.9	13.2	15.8	12.0	5.9	5.1	7.2	7.9
エ リ ア	北海道・東北	347		17.9	17.3	11.7	17.0	12.1	4.7	4.1	7.3	6.5
	関東・甲信越	1,203		12.8	16.7	13.8	15.6	12.9	5.8	5.2	7.9	7.2
	中部・北陸	440		13.7	12.2	12.2	16.0	12.9	7.2	6.5	7.8	9.5
	近畿	508		16.2	16.2	13.7	14.9	12.8	5.6	4.4	6.4	7.7
	中国・四国	267		14.6	15.5	16.3	17.6	8.7	5.5	4.9	5.8	8.2
	九州	343		14.4	15.9	11.0	15.0	12.0	6.8	5.7	6.4	9.6
	首都圏	1,008		12.1	17.5	14.0	15.1	11.7	5.6	4.9	8.5	7.4
	阪神圏	428		17.0	14.8	14.8	15.8	11.8	5.9	3.3	6.7	8.2

b) 普段 1 カ月間に「カップめん」をいくら程度購入するか

普段 1 カ月に 501 円以上「カップめん」を購入する人は 23.6%。500 円以下は 57.6%

図表 108. 普段 1 カ月間に「カップめん」をいくら程度購入するか



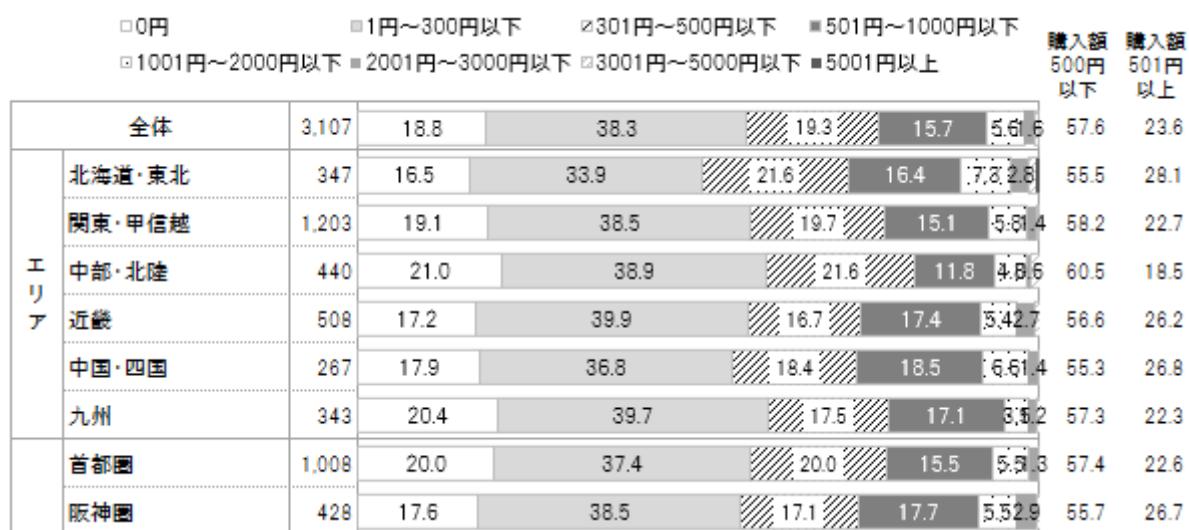
普段 1 カ月間に「カップめん」をいくら程度購入するか聞いたところ、501 円以上購入した人は 23.6%、500 円以下は 57.6% だった。

性別でみると、501 円以上購入した人は男性（31.0%）の方が女性（16.2%）多かった。500 円以下は、女性（63.4%）の方が男性（51.8%）より多い。

性・年代別でみると、男性では 15～19 歳（41.1%）が、500 円以下の割合が最も低く、最も高い 40 代（56.5%）とは 15.4 ポイント差がある。女性は「袋めん」と同様に 500 円以下の割合が高く、30 代～60 代では 6 割を超えていている。

エリア別では北海道・東北（28.1%）で501円以上購入の割合が最も高く、最も低い中部・北陸（18.5%）とは9.6ポイント差がある。

図表 109. 普段1カ月間に「カップめん」をいくら程度購入するか <エリア別>



c) 最近1年以内の「カップめん」の購入頻度

週に1回以上購入する人は44.8%、月に1回以上は86.1%。

図表 110. 最近1年以内の「カップめん」の購入頻度

		n=	(%)								週1回以上	月1回以上
性別	年齢	2,557	ほぼ毎日	週に4~5回程度	週に2~3回程度	週に1回程度	月に2~3回程度	月に1回程度	2~3ヶ月に1回程度	半年に1回程度		
											週1回以上	月1回以上
性別	男性	1,303	1.5	7.5	21.1	19.9	21.8	16.4	6.6	3.5	51.7	89.9
		1,254	1.8	10.5	22.2	23.7	20.7	12.2	5.8	3.5	37.6	82.0
	15~19歳	81	1.5	7.4	31.2	21.2	16.2	8.7	7.4	1.5	66.1	91.0
	20代	174	2.0	11.6	23.5	14.0	19.3	17.1	5.5	2.6	55.3	91.7
	30代	226	1.7	10.9	21.9	19.6	19.1	16.4	5.5	3.8	57.3	92.7
	40代	265	2.9	5.7	25.8	19.6	21.7	14.3	5.4	4.0	54.6	90.7
	50代	217	0.9	6.8	19.8	25.0	18.1	19.6	5.2	3.0	53.0	90.7
	60代	251	1.5	2.2	14.5	20.2	27.1	18.2	10.1	3.2	41.3	86.7
	70~74歳	90	4.1	13.2	18.0	32.9	15.8	12.6	3.3	3.3	35.3	84.0
	女性	64	1.9	11.6	15.0	19.8	11.6	27.2	7.4	5.6	49.2	87.0
		153	2.7	5.6	13.0	25.3	21.4	14.5	9.8	6.5	47.9	83.7
	30代	215	1.8	6.4	12.8	22.4	21.3	19.1	11.1	5.5	43.0	83.5
	40代	258	0.8	10.7	26.6	26.9	20.9	7.6	4.7	4.7	40.0	87.7
	50代	218	1.1	6.2	24.5	28.7	20.6	10.6	7.7	3.7	32.3	81.7
	60代	250	0.8	10.3	15.9	25.6	21.3	19.3	4.9	3.9	28.9	75.8
	70~74歳	96	1.2	7.8	18.0	16.1	28.3	19.8	6.0	6.0	29.8	74.3

最近1年以内の「カップめん」の購入頻度を聞いたところ、週1回以上は44.8%と、月に1回以上は86.1%であった。

性別でみると、週1回以上「カップめん」を購入する割合は、男性(51.7%)の方が女性(37.6%)より13ポイントほど高い。

性・年代別でみると、男性では、月1回以上「カップめん」を購入する割合は30代(92.7%)が最も高く、70~74歳(84.0%)とは8.7ポイントの差があった。女性では、月1回以上「カップめん」を購入する割合は40代(87.7%)が最も高く、70~74歳(74.3%)とは13.5ポイントの差があった。男女共に年齢が上がるにつれて購入頻度は減少する。

エリア別では、北海道・東北（72.5%）で月1回以上「カップめん」を購入する割合が高く、最も低い中部・北陸（61.2%）と比べて11.3ポイントの差がある。

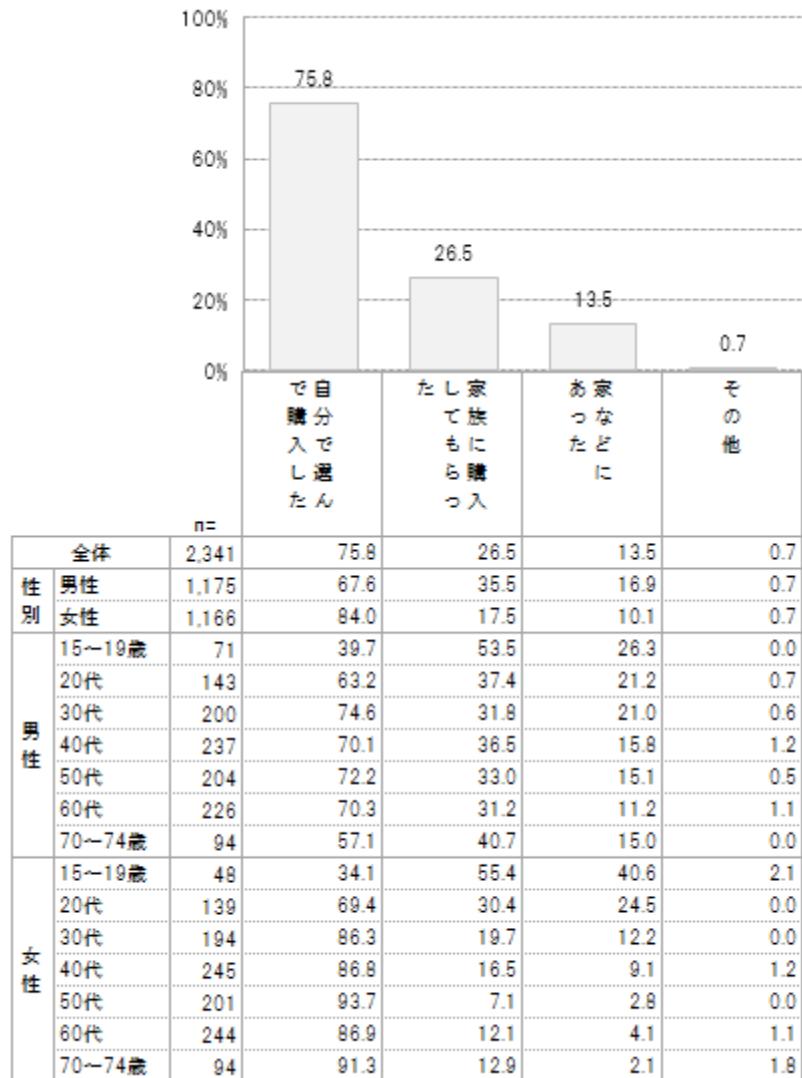
図表 111. 最近1年以内の「カップめん」の購入頻度 <エリア別>

全体		2,557	□ほぼ毎日	■週に4~5回程度	□週に2~3回程度	■月に1回程度	□2~3ヶ月に1回程度	■半年に1回程度	□購入した覚えがない	週1回以上	月1回以上
エ リ ア	北海道・東北	294	112	6.4	18.7	22.8	22.4	15.2	7.3	5.0	10.7
	関東・甲信越	985	101	4.8	16.3	22.1	21.8	18.1	10.3	4.2	11.5
	中部・北陸	355	10	5.6	14.6	18.4	22.2	21.3	12.3	5.3	12.9
	近畿	425	11	6.5	14.2	22.3	22.5	18.3	7.5	5.2	9.9
	中国・四国	222	20	6.8	13.2	21.3	31.6	16.6	6.4	4.9	8.1
	九州	277	10	5.9	17.8	19.4	20.3	22.0	9.6	3.5	11.7
	首都圏	816	10	4.2	16.8	23.1	21.9	17.6	10.0	4.0	11.4
	阪神圏	357	11	7.0	14.4	21.6	23.4	17.5	8.3	4.6	10.0

3. 普段食べている「袋めん」や「カップめん」を購入している人

「袋めん」「カップめん」とともに「自分で選んで購入した」（袋めん 75.8%、カップめん 82.0%）が最も多く、以下「家族に購入してもらった」（同 26.5%、23.9%）、「家などにあった」（同 13.5%、12.1%）の順

図表 112. 普段食べている「袋めん」を購入している人（複数回答）



「袋めん」摂取者（2,341名）の最近1年以内で、普段食べている「袋めん」は誰が購入したものか聞いたところ、「自分で選んで購入した」が7割強（75.8%）を占めて圧倒的に多く、次いで「家族に購入してもらった」（26.5%）、「家などにあった」（13.5%）の順となっている。

性別でみると、女性（84.0%）は「自分で選んで購入した」が男性（67.6%）よりも16ポイント多く、反対に男性は「家族に購入してもらった」（男性 35.5%、女性 17.5%）、「家などにあった」（同 16.9%、10.1%）が女性よりも多くなっている。

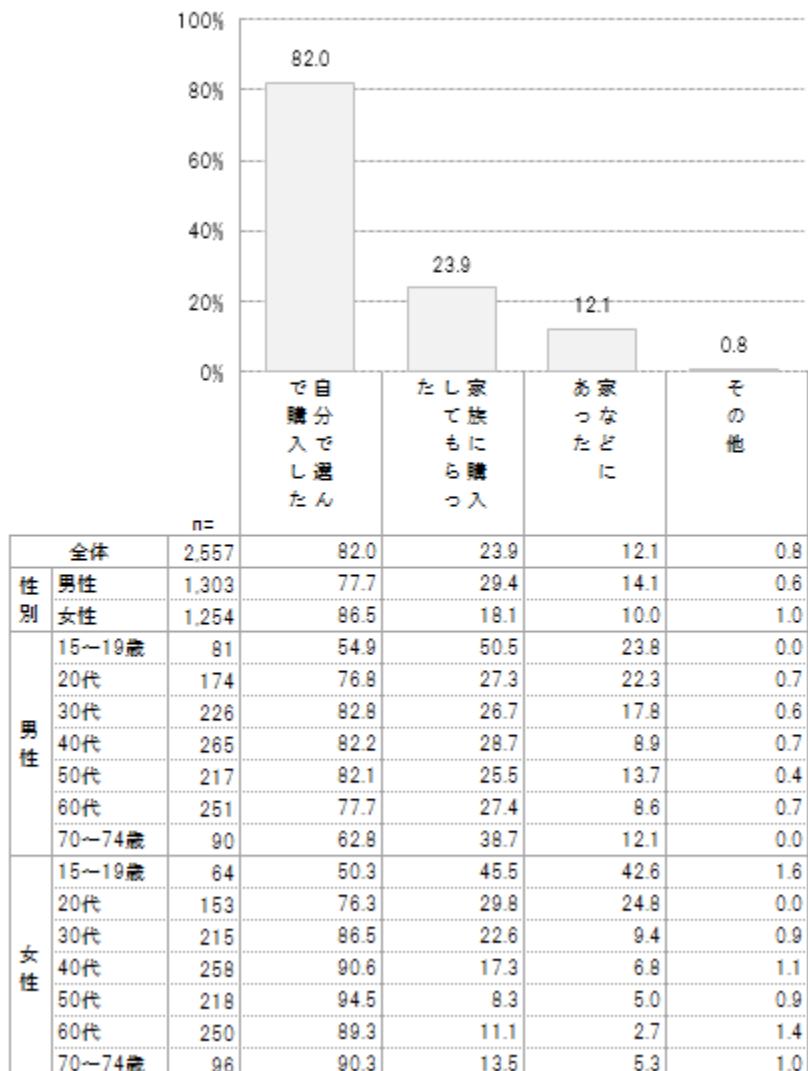
性・年代別でみると、男女ともに20代以上では「自分で選んで購入した」が圧倒的だが、15～19歳では男性39.7%、女性34.1%と少なく、「家族に購入してもらった」や「家などにあった」が多くなっている。

エリア別でみると、どのエリアにおいても「自分で選んで購入した」が最も多く、エリアによる大きな差はみられない。

図表 113. 普段食べている「袋めん」を購入している人（複数回答）<エリア別>

		で自 購分 入で し選 たん	たし家 て族 もに ら購 っ入	あ家 つな たど に	そ の 他
n=					
全体		3,107	59.6	45.4	42.9
エ リ ア	北海道・東北	347	61.0	45.2	41.0
	関東・甲信越	1,203	62.5	47.4	43.3
	中部・北陸	440	56.8	41.8	41.3
	近畿	508	57.1	45.6	45.2
	中国・四国	267	60.5	44.7	44.6
	九州	343	54.6	43.7	40.6
	首都圏	1,008	62.5	47.4	42.2
	阪神圏	428	59.0	47.6	46.2

図表 114. 普段食べている「カップめん」を購入している人（複数回答）



同様に、「カップめん」摂取者（2,557名）に最近1年以内の「カップめん」の購入者を聞いたところ、「自分で選んで購入した」が約8割（82.0%）を占めた。以下「家族に購入してもらった」（23.9%）、「家などにあった」（12.1%）の順となっている。「袋めん」に比べ「自分で選んで購入した」（袋めん75.8%）が一層多くなっている。

性別でみると、女性は「自分で選んで購入した」（86.5%）が男性（77.7%）よりも多く、男性は「家族に購入してもらった」（男性29.4%、女性18.1%）、「家などにあった」（同14.1%、10.0%）が女性と比べて多い。しかし、男性では「自分で選んで購入した」（77.7%）の割合は「袋めん」（67.6%）に比べると高い。

性・年代別でみると、男女ともに15~19歳では「自分で選んで購入した」（男性54.9%、女性50.3%）が他の年代よりも少なく、「家族に購入してもらった」（男性50.5%、女性45.5%）が最も多くなっている。

エリア別でみると、どのエリアにおいても「自分で選んで購入した」が8割ほどで最も多く、エリアによる大きな差はみられない。

図表 115. 普段食べている「カップめん」を購入している人（複数回答）<エリア別>

		で自 購分 入で し選 たん	たし家 て族 もに ら購 っ入	あ家 つな たど に	そ の 他
n=					
全体		2,557	82.0	23.9	12.1
エ リ ア	北海道・東北	294	83.8	26.9	12.6
	関東・甲信越	985	82.9	22.2	10.0
	中部・北陸	355	80.3	25.5	14.7
	近畿	425	82.8	23.2	13.8
	中国・四国	222	80.1	26.6	13.8
	九州	277	79.2	24.6	11.9
	首都圏	816	83.7	20.6	9.7
	阪神圏	357	84.7	22.9	12.6

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

- 「袋めん」は「自分で選んで購入したもの」（73.6%→59.6%）、「家族に購入してもらったもの」（26.3%→45.4%）、「家などにあったもの」（15.7%→42.9%）
- 「カップめん」は「自分で選んで購入したもの」（80.5%→82.0%）、「家族に購入してもらったもの」（23.5%→23.9%）、「家などにあったもの」（14.1%→12.1%）となる。

「袋めん」「カップめん」とも「自分で選んで購入したもの」が圧倒的に多い傾向は変わらない。

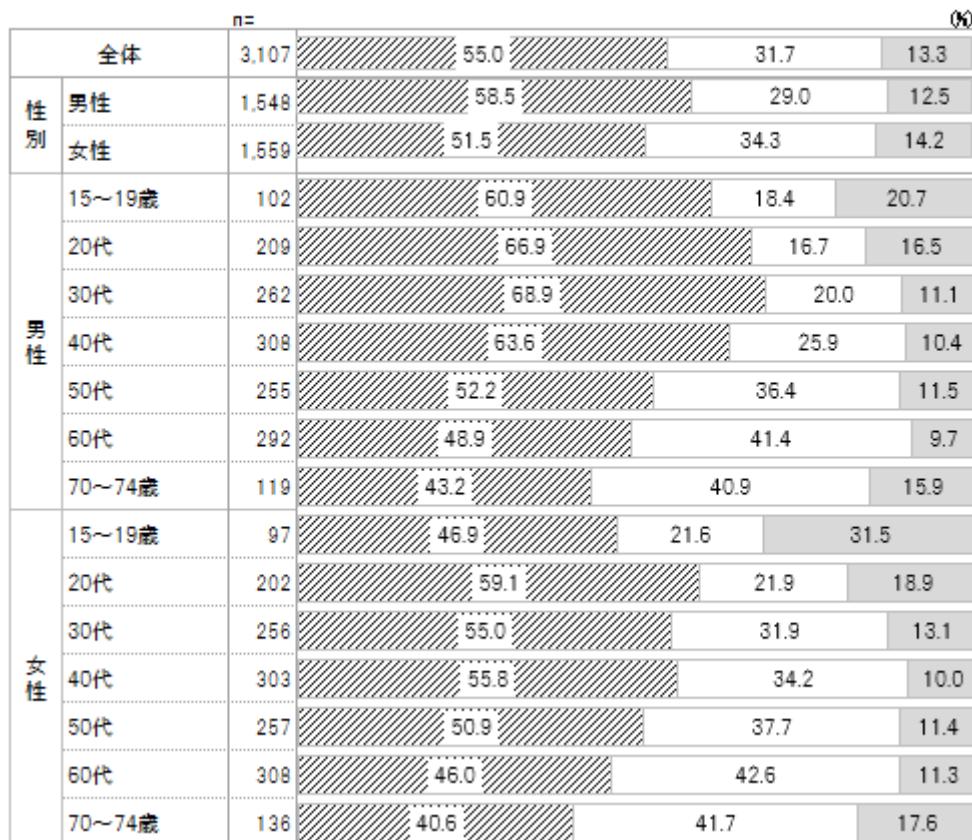
※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

4. 普段「袋めん」「カップめん」のどちらをよく買うか

「主にカップめんをよく買った」(55.0%)という人が過半数を占め、「主に袋めんをよく買った」は3割程度(31.7%)

図表 116. 普段「袋めん」「カップめん」のどちらをよく買うか

□ 主にカップめんをよく買った □ 主に袋めんをよく買った □ 袋めん・カップめんとも買わない



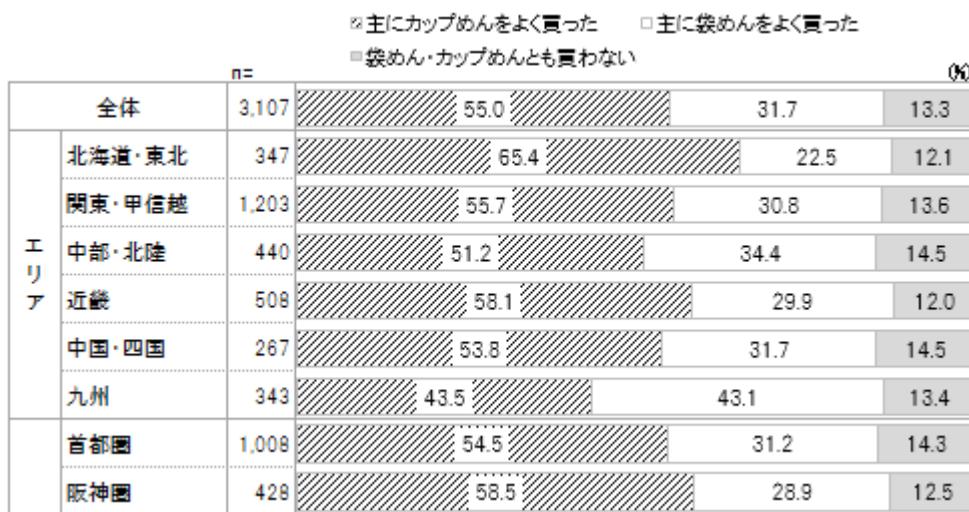
普段「袋めん」「カップめん」のどちらをよく買ったか聞いたところ、「主にカップめんをよく買った」(55.0%)が半数を超えており、「主に袋めんをよく買った」は3割ほど(31.7%)となった。なお、「袋めん・カップめんとも買わない」という人は約1割(13.3%)存在した。

性別でみると、男女共に「主に袋めんをよく買った」(29.0%、34.3%)よりも「主にカップめんをよく買った」(58.5%、51.5%)の方が多くなっている。

性・年代別でみると、男女とも年代が上がるほど「主に袋めんを買った」の割合が高くなる傾向がみられる。

エリア別でみると、いずれのエリアでも「主にカップめんをよく買った」の方が「主に袋めんをよく買った」よりも高い割合となっている。特に、北海道・東北（63.8%）が唯一6割を超えていている。

図表 117. 普段「袋めん」「カップめん」のどちらをよく買うか <エリア別>



前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果を比較すると、

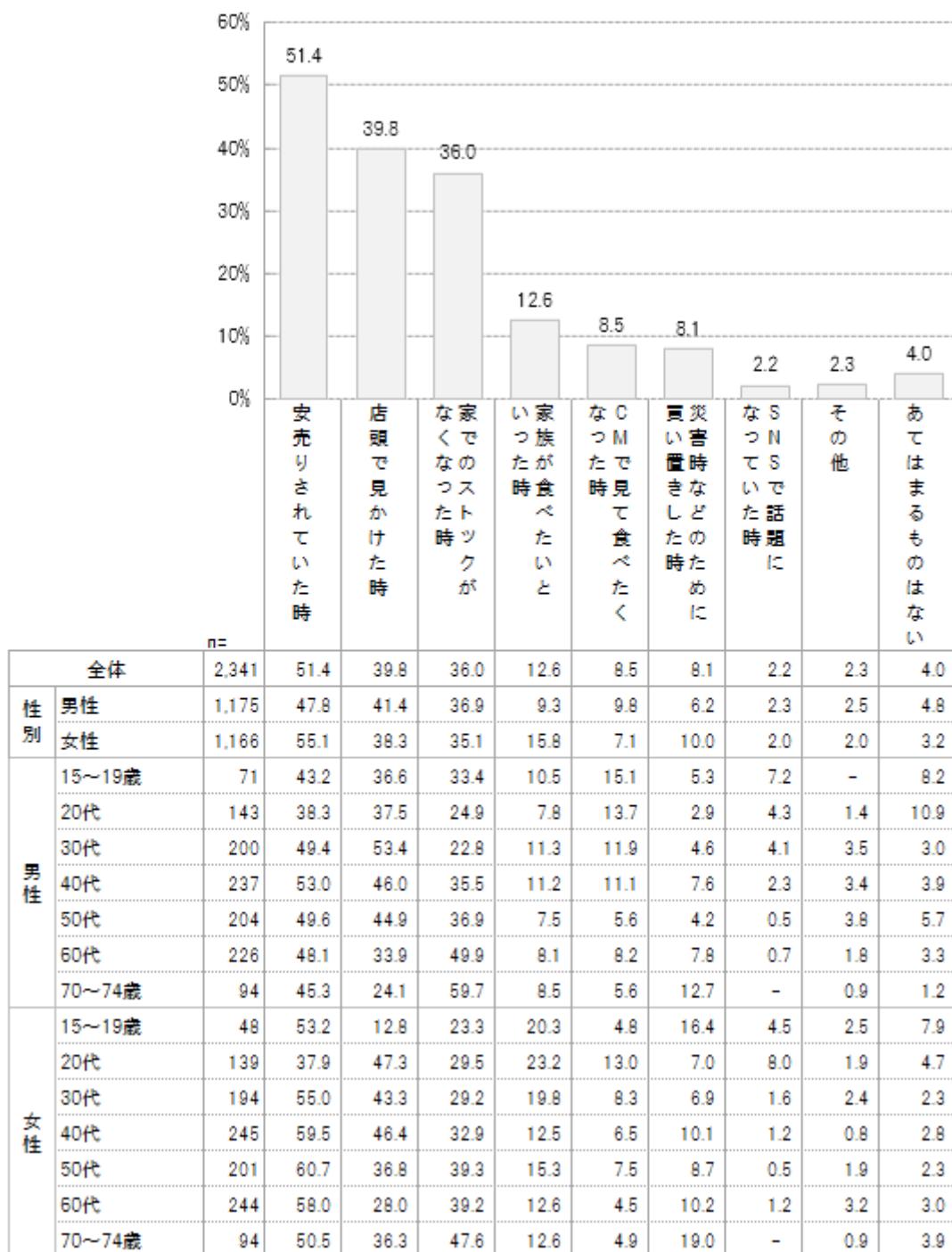
「主にカップめんをよく買った」（56.2%→55.0%）、「主に袋めんをよく買った」（37.2%→31.7%）は減少傾向にある。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

5. 購入するタイミング

「袋めん」「カップめん」とともに「安売りされていた時」（袋めん 51.4%、カップめん 52.2%）が過半数を占めている

図表 118. 「袋めん」を購入するタイミング



「袋めん」摂取者（2,341名）に、最近1年以内「袋めん」を購入するタイミングを聞いたところ、「安売りされていた時」（51.4%）が過半数を占め、次いで「店頭で見かけた時」（39.8%）、「家のストックがなくなった時」（36.0%）、「家族が食べたいといった時」（12.6%）などが続く。

性別でみると、男女共に「安売りされていた時」（47.8%、55.1%）が最も高く、「家族が食べたいといった時」は男性（9.3%）より女性（15.8%）の方が割合が高い。

性・年代別でみると、男性では30代（53.4%）で「店頭で見かけた時」の割合が高く、70～74歳（24.1%）とは29.3ポイントの差がある。女性では50代（60.7%）で「安売りされていた時」の割合が高く、20代（37.9%）とは22.8ポイントの差がある。

エリア別では全体的に大きな差は見られない。

図表 119. 「袋めん」を購入するタイミング <エリア別>

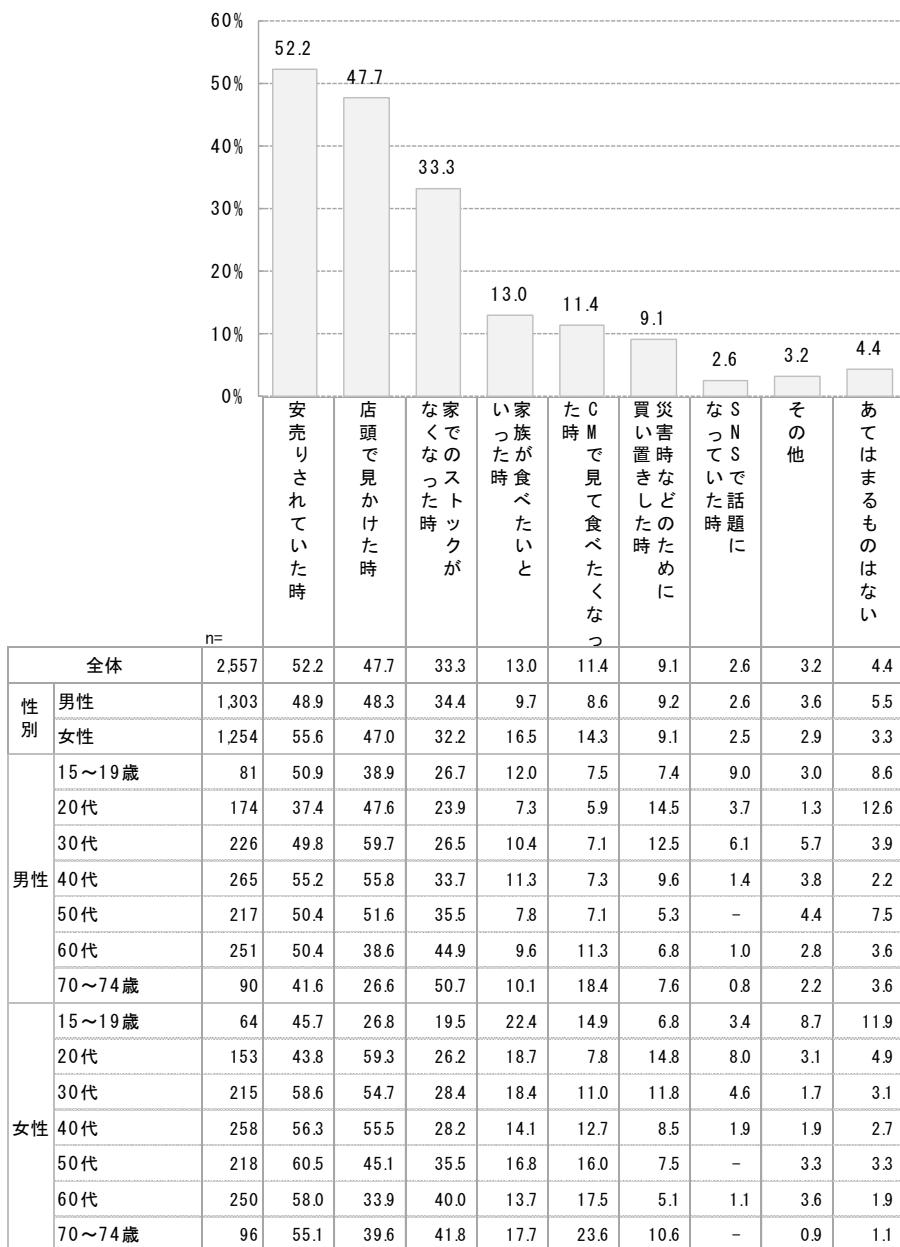
		安 売 り さ れ て い た 時	店 頭 で 見 か け た 時	な 家 く で な の つ ス た ト 時 ツ ク が	い 家 族 た が 時 食 べ た い と	な C M た で 時 見 て 食 べ た く	真 災 い 害 置 き な し ど の 時 時 に	な S N S て S い で た 話 時 題 に	そ の 他	あ て は ま る も の は な い	
n=											
全体		2,341	51.4	39.8	36.0	12.6	8.5	8.1	2.2	2.3	4.0
エ リ ア	北海道・東北	260	56.3	35.1	38.1	13.6	7.9	10.3	1.4	3.5	3.3
	関東・甲信越	880	50.1	42.8	35.1	11.2	10.6	8.1	1.6	1.3	4.2
	中部・北陸	323	49.2	38.4	37.2	15.7	7.3	11.1	3.8	3.9	5.6
	近畿	398	52.1	41.2	34.2	11.1	7.9	5.9	2.4	2.7	2.9
	中国・四国	208	50.6	34.8	41.3	17.2	7.2	5.8	3.0	1.6	4.4
	九州	273	53.4	38.5	34.0	10.7	5.3	7.2	1.9	2.1	3.6
首都圏	首都圏	733	49.1	44.4	35.8	11.1	10.2	8.6	1.5	1.1	4.4
	阪神圏	334	52.5	40.2	36.8	10.9	8.8	5.7	2.5	2.6	3.1

同様に、「カップめん」摂取者（2,557名）に最近1年以内「カップめん」を購入するタイミングを聞いたところ、「安売りされていた時」（52.2%）が過半数を占め、次いで「店頭で見かけた時」（47.7%）、「家のストックがなくなった時」（33.3%）、「家族が食べたいといった時」（13.0%）などが続く。

性別でみると、男女共に「安売りされていた時」（48.9%、55.6%）が最も高く、「家族が食べたいといった時」は男性（9.7%）より女性（16.5%）の方が割合が高い。

性・年代別でみると、男性では60代（11.3%）と70～74歳（18.4%）で「CMで見て食べたくなった時」が1割を超えており、女性では50代（60.5%）で「安売りされていた時」の割合が高く、男性と同様に、70～74歳（23.6%）は「CMで見て食べたくなった時」が他の年代に比べて高い。

図表 120. 「カップめん」を購入するタイミング



エリア別では、全体的に大きな差は見られない。

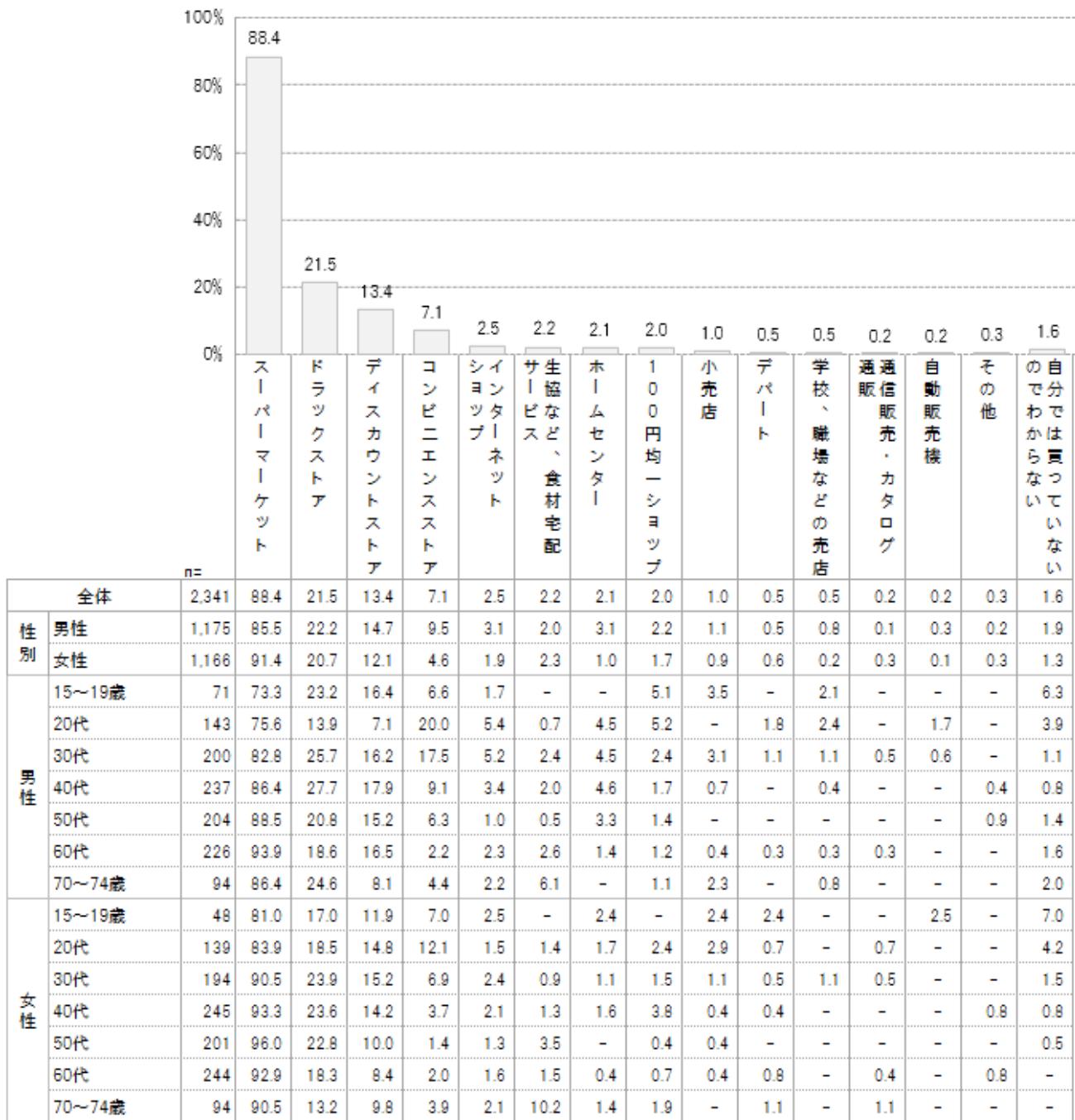
図表 121. 「カップめん」を購入するタイミング <エリア別>

		安 売 り さ れ て い た 時	店 頭 で 見 か け た 時	な 家 く で な の つ つ た 時	ス ト ック が	い 家 族 た が 時	食 べ た い と	た C 時	M で 見 て 食 べ た く な つ	買 い 災 害 置 時 き な ど の 時 に	な S N S い で S い た 話 題 時 に	そ の 他	あ て は ま る も の は な い
n=													
全体		2,557	52.2	47.7	33.3	13.0	11.4	9.1	2.6	3.2	4.4		
エ リ ア	北海道・東北	294	58.2	43.5	34.5	15.2	15.5	6.6	1.9	3.4	4.0		
	関東・甲信越	985	50.9	50.5	33.9	11.7	11.0	11.4	2.1	2.6	5.0		
	中部・北陸	355	51.1	45.6	36.1	17.5	14.2	7.4	3.3	5.8	4.3		
	近畿	425	53.2	50.5	31.1	10.3	10.8	8.8	2.9	2.9	3.3		
	中国・四国	222	49.2	41.3	34.6	19.1	7.1	8.1	3.9	2.6	4.2		
	九州	277	52.9	45.4	28.6	8.9	9.0	7.3	2.6	3.2	4.9		
	首都圏	816	49.4	51.4	34.7	10.7	12.2	11.3	2.1	1.9	5.3		
	阪神圏	357	52.5	49.8	34.1	10.8	11.2	9.6	2.8	2.6	3.3		

6. 購入する場所

「袋めん」「カップめん」とともに「スーパーマーケット」（袋めん88.4%、カップめん88.0%）が最も高く9割近い

図表 122. 「袋めん」を購入する場所



「袋めん」摂取者（2,341名）に、最近1年以内の「袋めん」を購入する場所を聞いたところ、「スーパーマーケット」（88.4%）が最も高く、9割近い。続いて、「ドラッグストア」（21.5%）、「ディスカウントストア」（13.4%）と続く。

性別でみると、男性は「ドラックストア」（22.2%）、「ディスカウントストア」（14.7%）、「コンビニエンスストア」（9.5%）が女性に比べて高い一方で、女性は「スーパーマーケット」（91.4%）が高い。

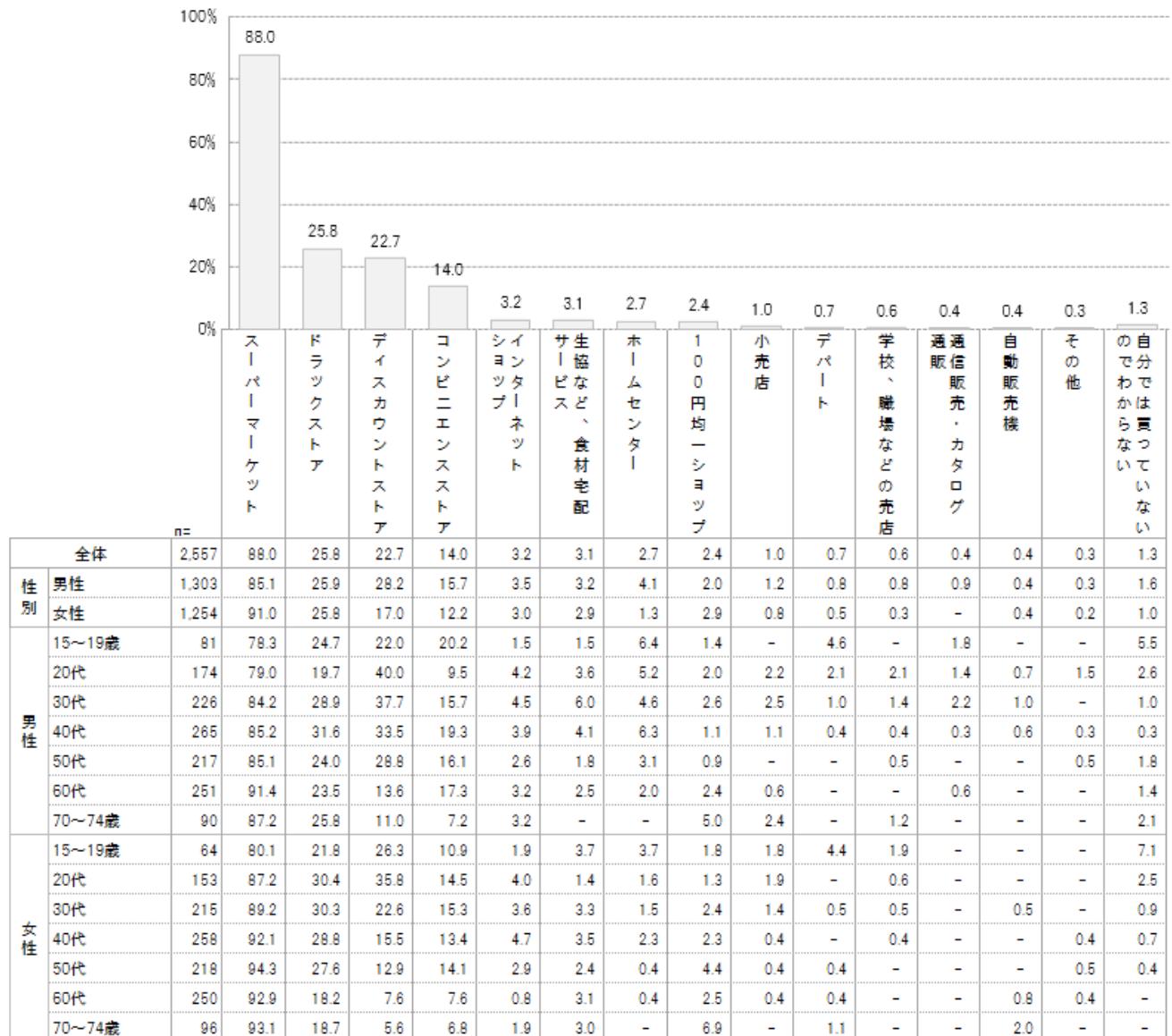
性・年代別でみると、男女ともに「スーパーマーケット」は年代が上がるにつれて高くなっている。

エリア別でみると、九州（21.4%）で「コンビニエンスストア」が高い。また中国・四国では「スーパーマーケット」（90.0%）、「ドラックストア」（29.2%）の割合が高い傾向がある。

図表 123. 「袋めん」を購入する場所 <エリア別>

	ス ー パ ー マ ー ケ ッ ト	ド ラ ッ ク ス ト ア	コ ン ビ ニ エ ン ス ス ト ア	デ イ ス カ ウ ン ト ス ト ア	1 0 0 円 均 一 シ ョ ツ ブ	ブ イ ン タ ー ネ ッ ト シ ョ ツ ブ	ホ ー ム セ ン タ ー	サ 生 協 な ど 、 食 材 宅 配	小 売 店	デ パ ー ト	学 校 、 職 場 な ど の 売 店	自 動 販 売 機	販 通 信 販 売 ・ カ タ ロ グ 通	そ の 他	の 自 分 わ で か は ら な つ い い な い		
n=																	
全体	2,341	89.4	21.5	13.4	7.1	2.5	2.2	2.1	2.0	1.0	0.5	0.5	0.2	0.2	0.3	1.6	
エ リ ア	北海道・東北	260	89.4	23.3	6.9	5.9	1.7	3.3	1.8	2.0	0.9	0.4	0.8	-	-	1.0	2.5
	関東・甲信越	880	89.7	19.1	14.4	8.9	2.7	1.3	2.6	2.4	0.9	0.4	0.3	0.2	0.1	0.1	1.3
	中部・北陸	323	87.5	26.4	8.3	5.8	2.7	2.0	2.3	2.5	1.1	1.0	1.1	0.2	0.8	0.3	2.4
	近畿	398	89.6	13.7	10.3	7.5	3.2	3.8	1.4	2.0	0.2	0.3	-	0.2	-	0.2	1.3
	中国・四国	208	90.0	29.2	20.4	5.1	2.3	1.9	2.1	-	2.2	1.4	0.4	0.5	-	-	0.8
	九州	273	84.5	26.7	21.4	4.7	1.7	1.9	1.2	1.4	1.4	0.4	1.1	0.4	0.4	0.4	1.9
	首都圏	733	89.8	17.7	14.5	9.1	2.5	1.4	2.5	2.3	1.0	0.1	0.2	-	0.2	0.1	1.1
	阪神圏	334	90.8	12.6	9.7	8.7	3.0	3.6	1.7	2.4	0.3	-	-	0.3	-	0.3	1.5

図表 124. 「カップめん」を購入する場所



「カップめん」摂取者（2,557名）に最近1年以内の「カップめん」を購入する場所を聞いたところ、「スーパー・マーケット」（88.0%）が最も高く、9割近い。続いて、「ドラッグストア」（25.8%）、「ディスカウントストア」（22.7%）と続き、「袋めん」と同様である。

性別でみると、男性は「ディスカウントストア」（28.2%）、「コンビニエンスストア」（15.7%）が高い一方で、女性は「スーパー・マーケット」（91.0%）が高い。

性・年代別でみると、男女ともに「スーパー・マーケット」は年代が上がるにつれて高くなっている。一方で「ディスカウントストア」は年代が低くなるにつれて高くなっている。

エリア別でみると、「ドラックストア」は中国・四国（33.5%）が最も高く、近畿（15.4%）と比べて18.1ポイント高い。

図表 125. 「カップめん」を購入する場所 <エリア別>

	ス ー バ ー マ ー ケ ツ ト	ド ラ ッ ク ス ト ア	デ ィ ス カ ウ ン ト ス ト ア	コ ン ビ ニ エ ン ス ス ト ア	ブ イ ン タ ー ネ ッ ト シ ョ ッ ト	サ ー ビ ス など 、 食 材 宅 配	ホ ーム セ ン タ ー	1 0 0 円 均 一 シ ョ ッ プ	小 売 店	デ パ ー ト	学 校 、 職 場 な ど の 売 店	販 通 信 販 売 ・ カ タ ロ グ 通	自 動 販 売 機	そ の 他	の 自 分 わ で か は ら な つ い い な い		
n=																	
エ リ ア	全体	2,557	88.0	25.8	22.7	14.0	3.2	3.1	2.7	2.4	1.0	0.7	0.6	0.4	0.4	0.3	1.3
	北海道・東北	294	91.8	30.3	21.9	9.3	1.0	3.4	2.6	3.7	1.1	0.8	0.4	0.5	0.5	0.7	1.5
	関東・甲信越	985	87.6	23.7	27.9	14.0	4.4	2.7	2.9	1.2	1.0	0.6	0.8	0.1	0.3	0.3	1.2
	中部・北陸	355	85.3	32.3	17.7	9.3	2.1	3.1	3.1	1.8	1.2	0.8	0.4	1.9	0.5	0.3	2.1
	近畿	425	90.0	15.4	20.2	10.7	3.5	3.6	2.0	4.8	0.5	0.3	0.3	0.3	0.2	0.4	1.0
	中国・四国	222	90.1	33.5	20.2	21.3	3.4	3.0	3.3	4.5	1.2	0.9	0.4	-	1.1	-	1.1
	九州	277	83.9	30.3	17.3	23.9	2.1	3.5	2.2	1.1	1.4	1.3	0.7	0.4	0.3	-	1.5
首都圏	首都圏	816	87.6	20.7	28.1	14.0	4.8	2.3	2.1	1.2	1.1	0.4	0.7	-	0.1	0.3	1.2
	阪神圏	357	90.9	14.3	22.1	9.9	4.2	3.9	2.1	5.1	0.2	-	0.3	-	0.2	0.5	1.2

7. 購入頻度や量の変化

「袋めん」「カップめん」とともに「変わらない」（袋めん 65.5%、カップめん 62.4%）が過半数を占め、“増えた+やや増えた”（同 13.3%、20.1%）と“やや減った+かなり減った”（同 21.2%、17.5%）では、袋めんは減ったのに対して、カップめんは増えている

図表 126. 「袋めん」の購入頻度や量の変化

		n=	□増えた	■やや増えた	▨変わらない	■やや減った	□かなり減った	(%)	増えた	減った
全体		2,341	3.8	9.5	65.5	14.0	7.2	13.3	21.2	
性別	男性	1,175	3.5	9.5	68.4	13.1	5.5	13.0	18.6	
	女性	1,166	4.1	9.4	62.6	15.0	8.8	13.6	23.8	
男性	15～19歳	71	12.7	20.2	54.9	12.2	32.9	12.2		
	20代	143	5.0	17.4	61.3	11.3	5.1	22.4	16.4	
	30代	200	3.9	7.2	74.4	9.1	5.4	11.1	14.5	
	40代	237	3.6	6.4	71.7	9.7	8.5	10.0	18.3	
	50代	204	2.7	8.3	69.2	15.5	4.3	11.0	19.8	
	60代	226	1.3	8.3	66.7	17.9	5.8	9.6	23.7	
	70～74歳	94	7.8		70.3	16.7	5.2	7.8	21.9	
女性	15～19歳	48	19.8		67.0	8.3	4.9	19.8	13.3	
	20代	139	7.1	13.1	63.3	8.7	7.7	20.2	16.5	
	30代	194	4.0	13.0	63.2	15.8	4.0	17.0	19.8	
	40代	245	4.5	8.1	71.2	10.1	6.1	12.6	16.2	
	50代	201	2.2	8.2	60.8	20.1	8.8	10.4	28.8	
	60代	244	4.0	6.4	56.1	18.1	15.4	10.4	33.5	
	70～74歳	94	5.9	5.3	56.7	19.4	12.7	11.2	32.1	

「袋めん」の1年以内購入者（2,341名）に、昨年と比べて、今年は袋めんを食べる頻度や量は増えたと思うか聞いたところ、「変わらない」（65.5%）が過半数を超えた。性別でみると、「変わらない」は女性（62.6%）よりも男性（68.4%）の方が高いが、「やや減った+かなり減った」は男性（18.6%）よりも女性（23.8%）の方が多くなっており、女性の方が減少傾向にある。

性・年代別でみると、男女とも若い人ほど「増えた+やや増えた」の割合が高い傾向がみられる。特に、男性15～19歳（32.9%）が最も高い。また、女性では20代で「増えた+やや増えた」（20.2%）が高い。

エリア別でみると、「増えた+やや増えた」傾向が強いのは九州（16.2%）であるが大差はない。また、首都圏、阪神圏別でみると、「やや減った+かなり減った」割合は首都圏（22.1%）と阪神圏（20.1%）でほぼ変わらない。

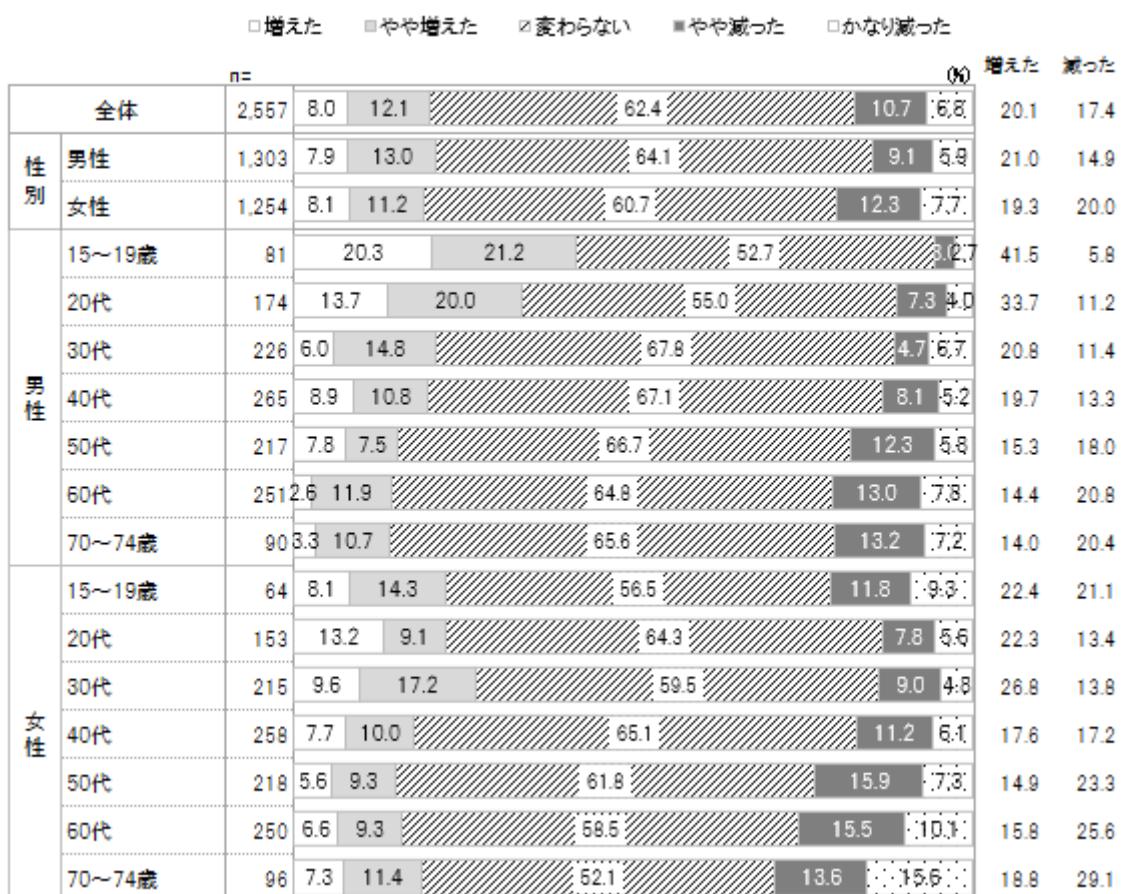
図表 127. 「袋めん」の購入頻度や量の変化 <エリア別>

全体		2,341	□増えた 3.8	■やや増えた 9.5	△変わらない 65.5	■やや減った 14.0	□かなり減った 7.2	増えた 13.3	減った 21.2
エ リ ア	北海道・東北	260	8.2	10.7	67.0	11.6	7.5	13.9	19.1
	関東・甲信越	880	3.3	8.8	66.0	14.5	7.4	12.1	22.0
	中部・北陸	323	3.6	8.6	67.5	14.4	5.9	12.2	20.3
	近畿	398	4.1	9.1	65.5	14.2	7.1	13.2	21.3
	中国・四国	208	4.1	11.5	64.5	12.6	7.3	15.6	19.9
	九州	273	5.8	10.4	61.1	15.1	7.7	16.2	22.7
	首都圏	733	2.9	8.2	66.8	14.7	7.4	11.1	22.1
	阪神圏	334	4.2	8.3	67.4	13.0	7.1	12.5	20.0

「カップめん」の1年以内購入者（2,557名）に、昨年と比べて、今年は袋めんを食べる頻度や量は増えたと思うか聞いたところ、「変わらない」（62.4%）が過半数を超えた。性別でみると、「変わらない」は女性（60.7%）よりも男性（64.1%）の方が高いが、「やや減った+かなり減った」は男性（15.0%）よりも女性（20.0%）の方が多いとなっており、女性の方が減少傾向にある。

性・年代別でみると、男女とも若い人ほど「増えた+やや増えた」の割合が高い傾向がみられる。特に、男性15～19歳（41.5%）が最も高い。また、女性では30代で「増えた+やや増えた」（26.8%）が高い。

図表 128. 「カップめん」の購入頻度や量の変化



エリア別でみると、「増えた+やや増えた」傾向が強いのは北海道・東北（23.7%）であるが大差はない。また、首都圏、阪神圏別でみると、ほぼ変わらない。

図表 129. 「カップめん」の購入頻度や量の変化 <エリア別>

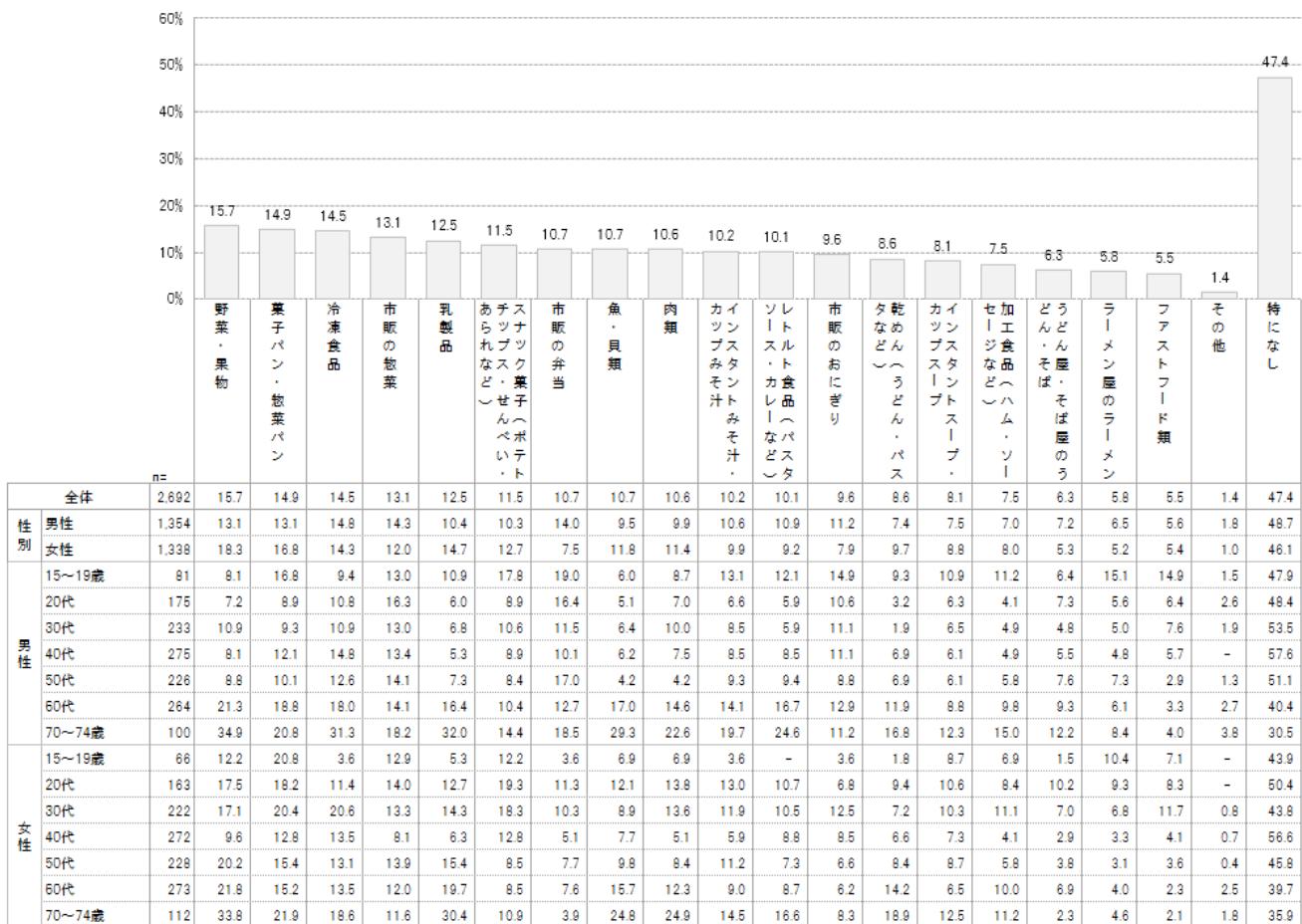
	□増えた	■やや増えた	▨変わらない	■やや減った	□かなり減った	増えた	減った
エ リ ア	全体	2,557	8.0	12.1	62.4	10.7	5.8
	北海道・東北	294	10.1	13.6	59.4	11.2	5.7
	関東・甲信越	985	7.3	12.1	63.6	9.7	7.3
	中部・北陸	355	8.5	10.7	61.9	11.0	7.9
	近畿	425	8.3	13.6	61.7	11.2	5.2
	中国・四国	222	8.5	13.2	62.6	8.6	7.1
	九州	277	6.9	9.4	63.5	13.7	6.6
	首都圏	816	6.7	12.4	64.4	9.5	6.9
	阪神圏	357	7.8	13.6	62.4	10.8	5.4

8. 「その他の食品」の購入頻度や量の変化

増えたものは「野菜・果物」(15.7%)が高く、「菓子パン・惣菜パン」(14.9%)、「冷凍食品」(14.5%)、「市販の惣菜」(13.1%)の順

減ったものは「ラーメン屋のラーメン」(14.8%)が高く、「ファストフード類」(13.0%)、「市販のおにぎり」(12.3%)、「スナック菓子(ポテトチップス・せんべい・あられなど)」(11.9%)の順

図表 130. 「その他の食品」の購入頻度や量が増えたもの



「袋めん」(2,341名)・「カップめん」(2,557名)のいずれか1年以内購入者に、その他の食品で購入頻度や量が減った食品を聞いたところ、「野菜・果物」(15.7%)が高く、「菓子パン・惣菜パン」(14.9%)、「冷凍食品」(14.5%)、「市販の惣菜」(13.1%)の順であった。

性別でみると、「野菜・果物」は男性(13.1%)よりも女性(18.3%)の方が高く、「菓子パン・惣菜パン」も男性(13.1%)よりも女性(16.8%)が高い傾向である。

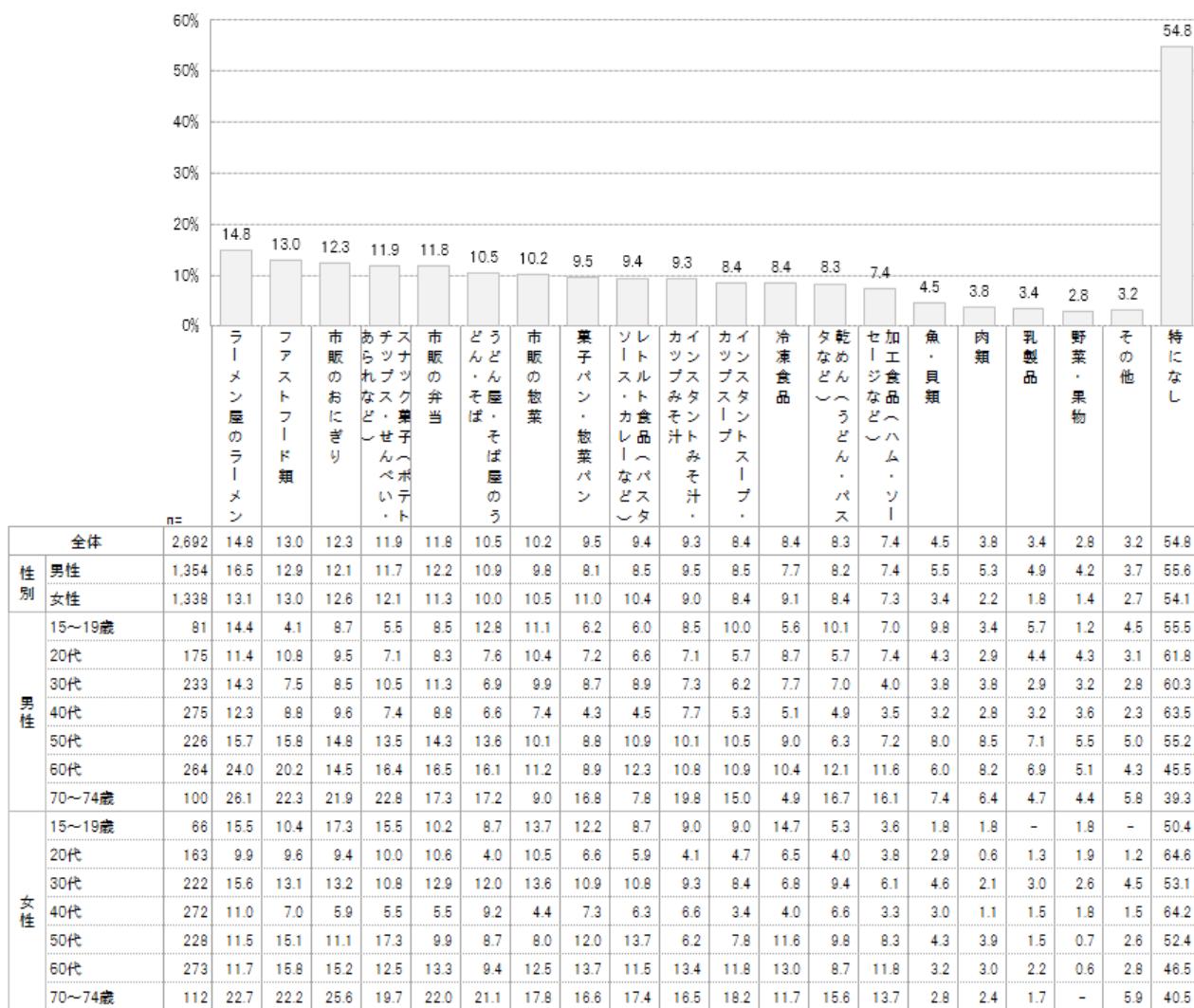
性・年代別でみると、男女とも70~74歳では、その他の食品が増えたと答えている人が多い。

エリア別では、あまり大きな差は見られない。

図表 131. 「その他の食品」の購入頻度や量が増えたもの <エリア別>

	野菜・果物	菓子パン・惣菜パン	冷凍食品	市販のおにぎり	乳製品	あチナッパなスクラーせ子んへベボイテト	市販の弁当	魚・貝類	肉類	カインブミソントみそ汁・	ソレトルト・カ食品レ一へなバズータ	市販のおにぎり	タ乾めんへうどん・パ	カインブミソントスープ・	セージ食品へハム・ソ	どんどん屋・そば屋のう	ラーメン屋のラーメン	ファストフード類	その他	特になし		
n=																						
全体	2,692	15.7	14.9	14.5	13.1	12.5	11.5	10.7	10.7	10.6	10.2	10.1	9.6	8.6	8.1	7.5	6.3	5.8	5.5	1.4	47.4	
エリア	北海道・東北	304	15.8	15.6	11.9	13.0	14.8	11.7	10.5	9.4	10.8	9.1	12.2	11.4	8.2	7.0	8.0	6.6	7.2	6.0	0.9	46.5
	関東・甲信越	1,040	15.8	13.3	13.2	13.8	11.7	10.1	10.8	10.2	10.0	8.3	8.9	9.6	8.5	7.5	7.0	5.4	5.5	5.3	1.9	48.9
	中部・北陸	376	16.6	17.4	17.3	10.5	13.7	13.5	11.2	11.9	11.9	13.2	9.9	10.2	8.8	8.8	8.2	7.0	6.4	5.4	0.8	45.5
	近畿	447	14.6	15.5	15.3	13.0	12.3	10.8	10.4	8.9	9.8	11.6	10.6	7.2	8.1	9.7	6.7	6.8	5.2	5.8	0.6	47.2
	中国・四国	228	16.0	15.7	16.9	14.2	11.6	14.0	9.5	14.6	12.5	13.6	10.6	10.9	8.2	8.8	9.0	8.0	6.9	5.2	1.9	44.8
	九州	297	15.3	15.5	15.4	13.8	12.8	13.0	11.9	11.5	10.8	9.7	11.0	9.4	9.9	7.6	7.9	5.9	5.3	5.6	1.7	47.5
	首都圏	864	16.0	13.4	13.0	13.8	11.8	9.6	10.8	10.8	9.8	8.1	9.4	9.7	8.5	7.7	7.0	5.8	5.3	5.1	2.1	49.1
	阪神圏	375	14.1	15.4	14.4	13.0	11.8	9.9	9.7	8.0	9.3	12.1	10.6	7.5	8.4	9.5	5.9	6.6	4.8	5.7	0.2	48.3

図表 132. 「その他の食品」の購入頻度や量が減ったもの



「袋めん」・「カップめん」の増減者にその他の食品で頻度や量が減った食品を聞いたところ、「ラーメン屋のラーメン」(14.8%)が高く、「ファストフード類」(13.0%)、「市販のおにぎり」(12.3%)、「スナック菓子(ポテトチップス・せんべい・あられなど)」(11.9%)の順であった。

性別でみると、「ラーメン屋のラーメン」は女性(13.1%)よりも男性(16.5%)の方が高いが、他の食品も含めて大差はない。

性・年代別でみると、男女とも70~74歳では、その他の食品が減ったと答えている人が多い。

エリア別でみると、大差はない。また、首都圏、阪神圏別でみると、阪神圏のほう、「ラーメン屋のラーメン」や「ファストフード類」などが高いが、ほぼ変わらない。

図表 133. 「その他の食品」の購入頻度や量が減ったもの <エリア別>

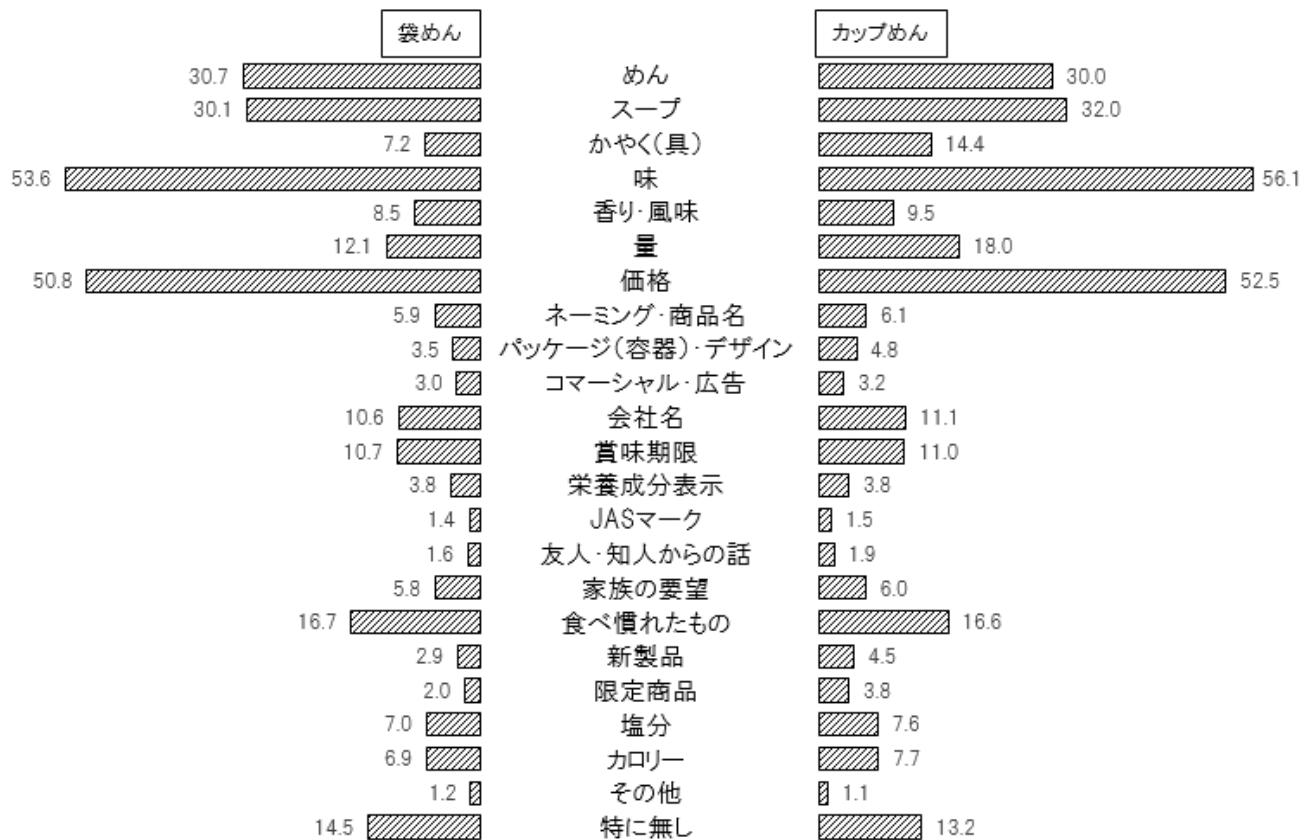
	ラーメン屋のラーメン	ファストフード類	市販のおにぎり	あチス らッナ れブツ なスク など・ 葉子 んへ ベボ いテ ・ト	市販の弁当	どう んど ん屋 そば そば 屋の う	市販の惣菜	菓子パン ・惣菜パン	ソレ ートル ・カ食 レ品 ーへ なバ どス ータ	カイン ツン ブル ・モタ ント 汁 ー なバ どス ータ	カイン ツン ブル ・モタ ント 汁 ー なバ どス ータ	冷凍食品	タ 乾 め ん ど う ど ん ・ バ ス	セ 加工 食 品 へ な ど ハ ム ・ ソ ー	魚・貝類	肉類	乳製品	野菜・果物	その他	特になし		
n=	2,692	14.8	13.0	12.3	11.9	11.8	10.5	10.2	9.5	9.4	9.3	8.4	8.4	8.3	7.4	4.5	3.8	3.4	2.8	3.2	54.8	
エ リ ア	全体																					
	北海道・東北	304	17.1	10.0	14.8	13.0	9.9	10.6	11.5	12.1	9.2	7.7	6.3	8.0	9.0	6.7	5.3	3.6	3.1	3.9	2.2	52.2
	関東・甲信越	1,040	13.5	12.0	10.6	11.4	9.9	9.5	9.2	9.2	7.9	8.0	7.7	7.3	7.3	6.5	3.8	3.4	2.4	1.7	2.1	56.6
	中部・北陸	376	15.1	12.8	15.4	10.6	14.9	10.8	14.7	9.6	10.5	9.6	7.9	7.0	10.2	8.1	5.9	4.4	3.2	2.8	4.3	54.8
	近畿	447	14.6	14.7	12.9	12.8	12.9	9.9	9.6	7.7	10.6	10.1	9.8	7.9	6.8	6.6	3.7	2.8	3.4	2.9	3.8	54.7
	中国・四国	228	15.5	15.8	11.1	12.2	11.5	11.9	10.1	10.0	12.2	10.2	8.4	12.7	9.4	9.1	3.3	4.6	5.4	3.6	5.0	50.9
	九州	297	16.4	14.9	11.9	12.4	14.7	13.0	10.7	10.4	9.7	12.6	11.6	11.5	10.0	9.8	6.2	5.1	5.5	4.6	4.7	54.7
首都圏	首都圏	864	12.9	12.6	11.1	12.1	9.8	9.2	8.0	9.7	7.6	8.3	7.4	7.2	7.3	6.5	3.5	3.0	2.1	1.7	2.1	57.2
	阪神圏	375	14.6	14.4	12.3	12.6	12.4	9.4	9.7	8.4	10.6	9.8	9.4	7.5	6.7	7.1	4.2	2.9	3.5	2.9	4.2	55.1

9. 「即席めん」を買う時に重視する点

「袋めん」「カップめん」とともに「味」（袋めん 53.6%、カップめん 56.1%）がトップ

以下「価格」（同 50.8%、52.5%）、「めん」（同 30.7%、30.1%）、「スープ」（同 30.1%、32.0%）が続く

図表 134. 「即席めん」を買う時に重視する点（複数回答）



「袋めん」を買う時に重視する点を複数回答で答えてもらったところ、「味」が5割（53.6%）でトップ。以下「価格」（50.8%）、「めん」（30.7%）、「スープ」（30.1%）、「食べ慣れたもの」（16.7%）、「量」（12.1%）などの順となっている。次いで、「カップめん」を買う時に重視する点を複数回答で答えてもらったところ、「味」（56.1%）が高く、以下「価格」（52.5%）、「スープ」（32.0%）、「めん」（30.0%）、「量」（18.0%）、「食べ慣れたもの」（16.6%）などの順となっている。

「袋めん」を買う時に重視する点について、性別では、女性では「味」（男性 49.6%、女性 57.6%）、「賞味期限」（同 9.1%、12.4%）、「家族の要望」（同 3.4%、8.3%）が男性に比べて高いのが目立つが、これは女性の方が家族の分まで購入する機会が多いことによると思われる。反対に、「めん」（同 31.7%、29.6%）、「スープ」（同 31.6%、28.6%）は男性の方が高めである。

図表 135. 「袋めん」を買う時に重視する点（複数回答）<性別>

	袋めん		
	全体	男性	女性
全体	3,107	1,548	1,559
めん	30.7	31.7	29.6
スープ	30.1	31.6	28.6
かやく(具)	7.2	8.0	6.3
味	53.6	49.6	57.6
香り・風味	8.5	9.3	7.6
量	12.1	13.6	10.7
価格	50.8	51.4	50.3
ネーミング 商品名	5.9	5.9	5.8
パッケージ 容器) デザイン	3.5	3.6	3.3
コマーシャル 広告	3.0	3.1	2.9
会社名	10.6	10.3	10.8
賞味期限	10.7	9.1	12.4
栄養成分表示	3.8	3.4	4.2
JASマーク	1.4	1.7	1.1
友人 知人からの話	1.6	1.5	1.7
家族の要望	5.8	3.4	8.3
食べ慣れたもの	16.7	15.3	18.0
新製品	2.9	3.3	2.6
限定商品	2.0	1.7	2.2
塩分	7.0	7.9	6.1
カロリー	6.9	5.9	7.9
その他	1.2	1.0	1.5
特に無し	14.5	15.3	13.7

図表 136. 「袋めん」を買う時に重視する点（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道 東北	関東・甲 信越	中部・北 陸	近畿	中国・四 国	九州	首都圏	阪神圏
全体	3,107	347	1,203	440	508	267	343	1,008	428
めん	30.7	31.2	32.0	28.4	29.7	34.7	26.6	31.9	30.0
スープ	30.1	29.0	30.1	27.0	30.1	37.8	28.9	30.5	30.0
かやく(具)	7.2	5.7	7.0	7.5	7.4	8.0	7.7	6.9	7.1
味	53.6	52.9	52.4	51.3	56.1	55.4	56.5	52.3	57.3
香り・風味	8.5	8.2	10.1	7.6	7.3	7.6	6.3	10.7	6.7
量	12.1	11.6	13.2	11.0	10.7	9.1	14.4	13.3	12.6
価格	50.8	56.0	48.7	49.2	50.2	53.6	54.0	47.8	51.5
ネーミング・商品名	5.9	5.8	6.8	7.3	4.0	4.7	4.3	6.6	4.3
パッケージ(容器)・デザイン	3.5	2.3	4.3	3.4	3.3	1.4	3.5	4.1	3.7
コマーシャル・広告	3.0	3.9	3.2	3.7	2.0	3.0	1.8	3.2	1.9
会社名	10.6	12.3	9.4	9.8	11.6	14.5	9.1	9.9	11.9
賞味期限	10.7	12.0	11.2	11.8	9.5	11.4	7.7	11.4	10.4
栄養成分表示	3.8	3.4	4.3	4.4	2.8	2.9	3.9	4.8	3.3
JASマーク	1.4	1.3	1.6	1.3	1.0	1.0	1.7	1.5	1.1
友人・知人からの話	1.6	0.8	1.6	1.4	1.9	1.5	1.9	1.4	2.0
家族の要望	5.8	7.3	5.5	4.4	5.0	9.6	5.8	5.1	5.0
食べ慣れたもの	16.7	16.6	16.2	15.4	16.0	18.8	19.2	16.5	17.3
新製品	2.9	2.8	3.0	4.2	2.0	3.4	2.0	2.6	2.2
限定商品	2.0	1.3	1.9	2.0	1.8	2.7	2.3	1.8	2.1
塩分	7.0	6.7	7.4	6.7	7.3	7.3	5.3	7.9	8.1
カロリー	6.9	8.1	7.5	6.2	7.7	6.9	3.7	7.6	8.0
その他	1.2	0.6	1.7	0.4	1.2	1.3	0.9	2.1	1.5
特に無し	14.5	12.8	16.2	16.0	11.3	12.5	14.5	16.1	11.5

「カップめん」を買うときに重視する点について、性別では、女性は「味」（男性 52.5%、女性 59.7%）、「家族の要望」（同 3.0%、9.0%）など、「袋めん」と同様の傾向を示している。なお、「価格」の重視度は女性（50.7%）より男性（54.4%）の方が高い。

図表 137. 「カップめん」を買う時に重視する点（複数回答）<性別>

	カップめん		
	全体	男性	女性
全体	3,107	1,548	1,559
めん	30.0	32.0	28.1
スープ	32.0	32.9	31.1
かやく(具)	14.4	15.5	13.3
味	56.1	52.5	59.7
香り・風味	9.5	9.8	9.2
量	18.0	20.4	15.7
価格	52.5	54.4	50.7
ネーミング・商品名	6.1	6.3	5.9
パッケージ(容器)・デザイン	4.8	5.1	4.4
コマーシャル・広告	3.2	3.3	3.0
会社名	11.1	11.0	11.3
賞味期限	11.0	9.4	12.6
栄養成分表示	3.8	3.6	4.1
JASマーク	1.5	1.9	1.2
友人・知人からの話	1.9	1.6	2.1
家族の要望	6.0	3.0	9.0
食べ慣れたもの	16.6	15.2	18.0
新製品	4.5	4.2	4.8
限定商品	3.8	3.4	4.3
塩分	7.6	8.6	6.6
カロリー	7.7	6.7	8.6
その他	1.1	1.0	1.3
特に無し	13.2	13.5	12.9

図表 138. 「カップめん」を買う時に重視する点（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	3,107	347	1,203	440	508	267	343	1,008	428
めん	30.0	29.8	30.9	29.8	30.1	32.9	25.2	30.4	29.9
スープ	32.0	29.6	32.7	28.8	33.0	39.6	28.5	32.4	32.5
かやく(具)	14.4	12.8	14.0	14.2	15.7	17.5	13.3	14.1	16.4
味	56.1	56.2	55.3	55.1	57.5	57.4	56.8	54.5	58.8
香り・風味	9.5	8.3	11.0	8.8	9.1	10.7	6.1	10.9	9.6
量	18.0	15.4	19.3	17.9	17.8	15.1	18.8	19.8	19.4
価格	52.5	58.5	49.9	52.2	52.3	54.9	54.9	49.0	52.3
ネーミング・商品名	6.1	5.3	7.1	7.2	4.1	6.3	4.8	6.7	4.2
パッケージ(容器)・デザイン	4.8	4.8	5.2	4.7	4.9	3.7	3.9	5.1	5.4
コマーシャル・広告	3.2	4.6	3.5	3.5	1.3	4.5	1.8	3.5	1.1
会社名	11.1	12.4	9.9	12.3	11.5	14.9	9.1	10.4	12.0
賞味期限	11.0	13.1	10.9	13.6	8.7	12.4	8.4	10.6	9.3
栄養成分表示	3.8	3.7	4.6	3.8	2.7	3.2	3.4	5.1	3.2
JASマーク	1.5	1.3	1.7	2.3	1.2	0.9	1.4	1.4	1.4
友人・知人からの話	1.9	2.1	1.8	1.8	1.8	2.8	1.6	1.5	1.9
家族の要望	6.0	7.8	5.2	6.1	5.4	9.5	5.5	4.7	5.4
食べ慣れたもの	16.6	18.9	16.4	15.3	15.5	18.0	17.3	16.9	16.8
新製品	4.5	4.9	4.7	4.7	3.5	7.3	2.6	4.3	3.7
限定商品	3.8	4.1	4.1	4.6	2.5	5.0	2.6	3.7	2.8
塩分	7.6	8.7	8.1	6.8	7.3	8.5	5.3	8.7	7.9
カロリー	7.7	8.8	8.4	7.5	8.6	6.6	3.8	8.8	8.8
その他	1.1	0.6	1.5	0.4	1.2	1.3	0.9	1.8	1.5
特に無し	13.2	11.7	14.2	15.3	10.0	12.4	13.9	14.4	10.2

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果を比較すると、

＜前回＞ → ＜今回＞

- ・「袋めん」「味」 -- 53.6%
- 「価格」 72.6% 50.8%
- 「めん」 54.3% 30.7%
- 「スープ」 61.8% 30.1%
- 「食べ慣れたもの」 34.8% 16.7%

- ・「カップめん」「味」 -- 56.1%
- 「価格」 72.5% 52.5%
- 「スープ」 60.1% 32.0%
- 「めん」 49.6% 30.0%
- 「量」 35.9% 18.0%

となる。前回と比べ軒並み重視する点が分散している。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

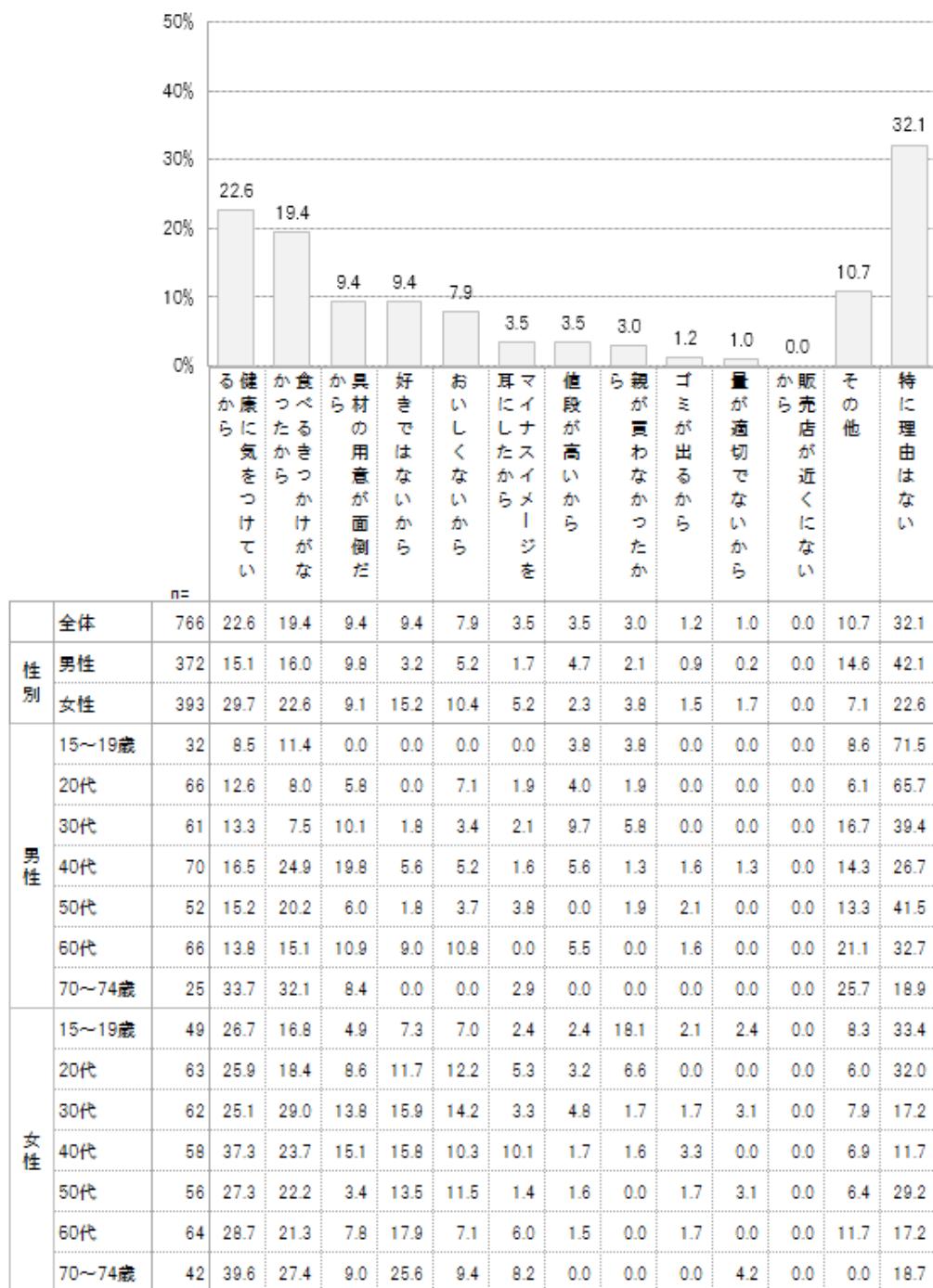
10. 「即席めん」を買わない理由

袋めんは「健康に気をつけているから」（22.6%）が最も多い理由

カップめんは「健康に気をつけているから」（30.4%）が最も多い理由

袋めんもカップめんも買わない理由に違いはない

図表 139. 「袋めん」を買わない理由（複数回答）



ここでは、1年以内に「袋めん」を「買わない」という人（766名）にその理由を具体的に聞いてみた。

「健康に気をつけているから」（22.6%）が最も多かった。それ以外では、「食べるきっかけがなかったか

ら」（19.4%）、「具材の用意が面倒だから」（9.4%）、「好きではないから」（9.4%）、「おいしくないから」（7.9%）などの理由があげられた。

性別でみると、男性では「特に理由はない」（42.1%）が断然多かった。女性は「健康に気をつけているから」（29.7%）が最も多く、以下「食べるきっかけがなかったから」（22.6%）、「好きではないから」（15.2%）の順であった。

性・年代別でみると、「健康に気をつけているから」は年代が上がるにつれて上がっている。

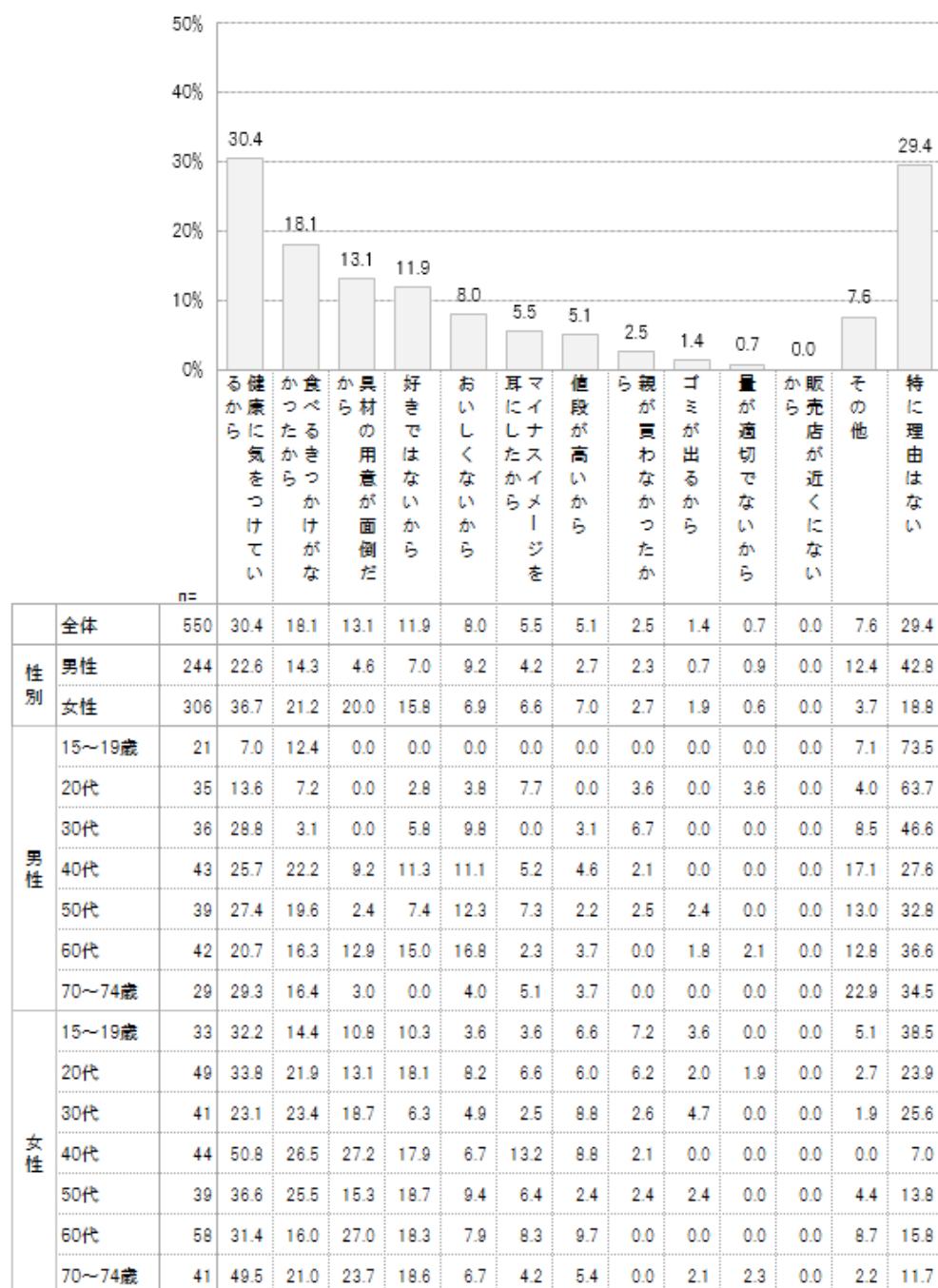
エリア別では、中国・四国（22.8%）で「食べるきっかけがなかったから」が最も高く、九州（9.6%）とは13.2ポイントの差がある。

図表 140. 「袋めん」を買わない理由（複数回答）<エリア別>

		る健 か康 らに 気を つ け て い	か食 べ た る かき っ かけ が が な	か具 材 の 用 意 が 面 倒 だ	好 き で は な い か ら	お い し く な い か ら	耳 マ に し ナ た ス か イ メ ー ジ を	値 段 が 高 い か ら	ら 親 が 貰 わ な か つ た か	ゴ ミ が 出 る か ら	量 が 適 切 で な い か ら	か 販 売 店 が 近 く に な い	そ の 他	特 に 理 由 は な い	
		n=766													
エ リ ア	全体	766	22.6	19.4	9.4	9.4	7.9	3.5	3.5	3.0	1.2	1.0	0.0	10.7	32.1
	北海道・東北	87	19.9	17.6	13.4	11.1	7.5	7.8	2.2	2.4	2.5	0.0	0.0	8.7	34.3
	関東・甲信越	323	25.3	21.1	9.5	9.7	9.7	3.2	4.3	2.1	0.6	1.0	0.0	9.4	31.7
	中部・北陸	116	18.2	18.7	12.6	7.5	7.4	3.4	4.9	1.1	2.6	2.2	0.0	13.9	25.4
	近畿	110	19.6	21.0	6.8	10.3	7.8	2.7	2.9	6.9	1.0	1.6	0.0	11.5	34.9
	中国・四国	59	25.6	22.8	7.5	4.8	1.6	1.2	1.2	3.8	0.0	0.0	0.0	12.5	35.1
	九州	71	24.2	9.6	4.3	11.2	6.0	2.8	1.4	3.8	1.4	0.0	0.0	11.1	35.5
	首都圏	275	26.0	22.9	8.8	10.2	10.2	3.1	4.7	1.7	0.7	0.7	0.0	8.5	31.4
	阪神圏	95	19.8	21.5	7.1	11.0	8.2	2.1	3.4	8.0	1.1	1.9	0.0	13.4	30.0

次に、1年以内に「カップめん」を「買わない」という人（550名）にその理由を具体的に聞いてみた。「健康に気をつけているから」（30.4%）が最も多かった。それ以外では、「食べるきっかけがなかったから」（18.1%）、「具材の用意が面倒だから」（13.1%）、「好きではないから」（11.9%）、「おいしくないから」（8.0%）などの理由があげられた。

図表 141. 「カップめん」を買わない理由（複数回答）



性別でみると、男性では「特に理由はない」（42.8%）が断然多かった。女性は「健康に気をつけているから」（36.7%）が最も多く、以下「食べるきっかけがなかったから」（21.2%）、「具材の用意が面倒だから」（20.0%）の順であった。

性・年代別でみると、女性の40代（50.8%）で「健康に気をつけているから」が5割を超えており、最も高い。

エリア別では、関東・甲信越（37.9%）で「健康に気をつけているから」が最も高く、近畿（19.4%）とは18.4ポイントの差がある。

図表 142. 「カップめん」を買わない理由（複数回答）<エリア別>

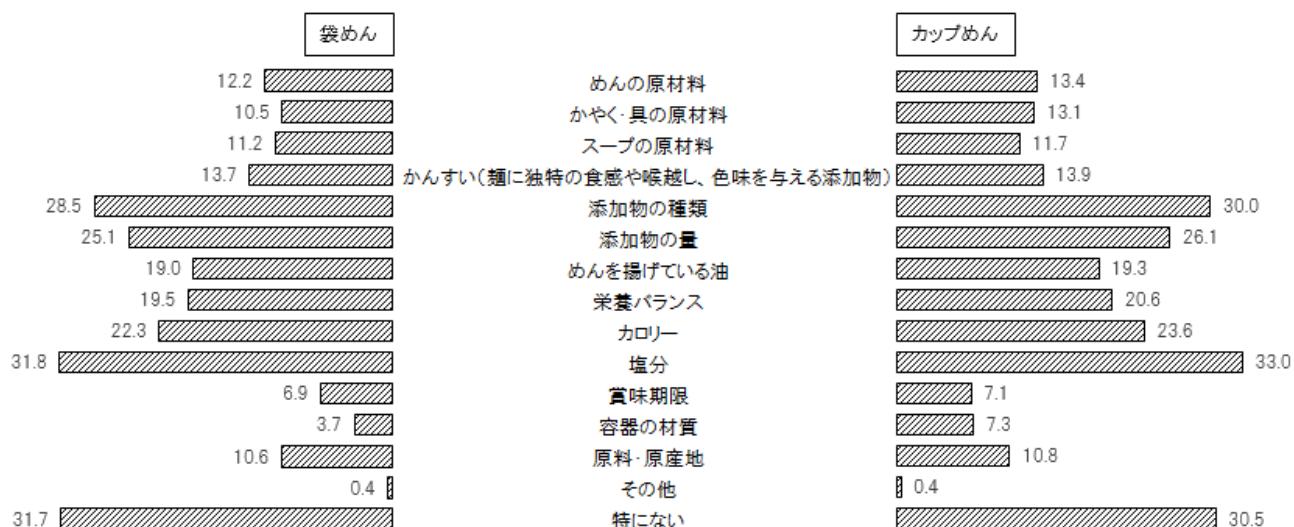
		る健 か か ら に 氣 を つ け て い	か 食 べ た る か き ら っ か け が な	か 具 材 の 用 意 が 面 倒 だ	好 き で は 不 い	お い し く 不 い	耳 マ に イ ナ ス か イ メ ー ジ を	値 段 が 高 い か ら	ら 親 が 貰 わ な か つ た か	ゴ ミ が 出 る か ら	量 が 適 切 で 不 い か ら	か 販 売 店 が 近 く に 不 い	そ の 他	特 に 理 由 は 不 い	
		n=													
	全体	550	30.4	18.1	13.1	11.9	8.0	5.5	5.1	2.5	1.4	0.7	0.0	7.6	29.4
エ リ ア	北海道・東北	53	32.9	14.3	20.8	9.4	7.0	9.3	7.8	1.9	2.0	0.0	0.0	4.0	34.5
	関東・甲信越	218	37.9	25.2	12.8	13.2	7.9	6.2	2.8	1.4	1.4	0.4	0.0	5.2	25.8
	中部・北陸	85	22.4	8.7	10.3	11.6	7.3	5.7	5.6	1.5	3.0	0.0	0.0	9.8	31.5
	近畿	83	19.4	15.0	13.7	15.5	12.2	3.5	9.9	6.3	1.2	1.0	0.0	11.6	33.3
	中国・四国	45	29.1	18.5	5.9	0.0	3.4	5.1	3.4	4.9	0.0	4.9	0.0	11.3	34.7
	九州	66	28.8	13.5	16.3	14.3	7.4	3.0	5.0	1.6	0.0	0.0	0.0	7.7	26.3
	首都圏	192	37.4	27.0	13.9	13.8	6.4	6.0	3.2	1.1	0.5	0.5	0.0	5.9	24.2
	阪神圏	71	20.1	14.7	14.7	13.2	11.6	2.8	9.1	7.3	1.4	1.2	0.0	12.3	29.9

III. 即席めんの安全性に対する評価

1. 「即席めん」について気になること（不安に感じること）

「塩分」が3割（袋めん31.8%、カップめん33.0%）で最多。以下「添加物の種類」（同28.5%、30.0%）、「添加物の量」（同25.1%、26.1%）、「カロリー」（同22.3%、23.6%）、「栄養バランス」（同19.5%、20.6%）、「めんを揚げている油」（同19.0%、19.3%）などの順
「袋めん」（袋めん68.3%）「カップめん」（69.5%）ともに“気になること（不安に感じること）”がある人は7割近くいる

図表 143. 「即席めん」について気になること（不安に感じること）（複数回答）



「袋めん」について気になること（不安に感じること）をあげてもらったところ、「塩分」（31.8%）が3割で最も多く、以下「添加物の種類」（28.5%）、「添加物の量」（25.1%）、「カロリー」（22.3%）、「栄養バランス」（19.5%）などの順で、7割が“気になることがある”（不安に感じることがある）（68.3%）としている。

性別でみると、ほぼすべての項目で女性が男性を上回っており、中でも「添加物の量」（男性 18.7%、女性 31.5%）、「カロリー」（同 17.2%、27.4%）、「塩分」（同 29.3%、34.3%）は 10 ポイント以上高い。男性は「特にない」が 3 割強（37.2%）と、女性（26.2%）の 1.5 倍近い割合に達している。

エリア別では、特に傾向の差異は見られない。

図表 144. 「袋めん」について気になること（不安に感じること）<性別>

	全体	男性	女性
全体	3,107	1,548	1,559
めんの原材料	12.2	10.6	13.8
かやく・具の原材料	10.5	9.0	12.1
スープの原材料	11.2	10.1	12.3
かんすい 麺に独特の食感や喉越し、色味を与える添加物)	13.7	10.5	16.8
添加物の種類	28.5	23.6	33.4
添加物の量	25.1	18.7	31.5
めんを揚げている油	19.0	13.3	24.7
栄養バランス	19.5	17.2	21.8
カロリー	22.3	17.2	27.4
塩分	31.8	29.3	34.3
賞味期限	6.9	6.6	7.1
容器の材質	3.7	3.0	4.4
原料・原産地	10.6	8.3	12.9
その他	0.4	0.5	0.3
特にない	31.7	37.2	26.2

図表 145. 「袋めん」について気になること（不安に感じること）（複数回答）<エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	3,107	347	1,203	440	508	267	343	1,008	428
めんの原材料	12.2	10.8	13.7	13.5	11.6	8.6	10.3	14.4	11.1
かやく・具の原材料	10.5	8.7	12.0	10.6	10.0	8.5	9.4	12.8	10.1
スープの原材料	11.2	10.2	11.9	12.4	10.6	11.3	9.0	12.7	11.2
かんすい 麺に独特の食感や喉越し、色味を与える添加物)	13.7	12.6	15.2	15.5	13.2	11.9	9.2	16.2	13.6
添加物の種類	28.5	26.7	30.1	29.7	26.8	27.9	26.6	29.4	27.9
添加物の量	25.1	24.6	24.2	27.1	25.5	26.2	25.0	23.6	26.6
めんを揚げている油	19.0	17.8	18.7	22.0	19.3	21.1	15.7	19.5	19.3
栄養バランス	19.5	19.0	22.0	20.9	15.4	17.0	17.7	22.7	14.8
カロリー	22.3	23.6	23.2	22.7	20.1	23.4	19.7	23.3	19.9
塩分	31.8	31.5	32.9	31.1	29.4	33.1	31.9	33.0	31.3
賞味期限	6.9	5.5	8.0	8.0	6.6	5.8	4.2	8.0	7.6
容器の材質	3.7	4.3	4.2	4.2	2.0	4.9	2.2	4.4	1.9
原料・原産地	10.6	10.8	10.4	11.6	11.8	10.3	8.4	10.4	12.7
その他	0.4	0.3	0.3	0.2	0.8	0.6	0.6	0.4	0.7
特にない	31.7	31.0	30.9	32.3	32.1	29.6	35.2	30.8	31.1

次に、「カップめん」について気になること（不安に感じること）をあげてもらったところ、「塩分」が約3割（33.0%）と多く、以下「添加物の種類」（30.0%）、「添加物の量」（26.1%）、「カロリー」（23.6%）、「栄養バランス」（20.6%）、「めんを揚げている油」（19.3%）などの順。7割が何らかの“気になることがある”（69.5%）と回答している。これらは「袋めん」とほぼ同様の結果である。

性別でみると、「袋めん」同様、ほぼすべての項目で女性の方が高い割合を示しており、特に「添加物の種類」（男性24.8%、女性35.1%）、「添加物の量」（同19.9%、32.3%）、「めんを揚げている油」（同14.1%、24.4%）、「カロリー」（同18.5%、28.7%）では10ポイント以上の差が生じている。

エリア別では、特に傾向の差異は見られない。

図表 146. 「カップめん」について気になること（不安に感じること） <性別>

	全体	男性	女性
全体	3,107	1,548	1,559
めんの原材料	13.4	11.8	14.9
かやく・具の原材料	13.1	11.8	14.4
スープの原材料	11.7	11.2	12.2
かんすい 麺に独特の食感や喉越し、色味を与える添加物)	13.9	10.6	17.2
添加物の種類	30.0	24.8	35.1
添加物の量	26.1	19.9	32.3
めんを揚げている油	19.3	14.1	24.4
栄養バランス	20.6	17.8	23.3
カロリー	23.6	18.5	28.7
塩分	33.0	30.4	35.7
賞味期限	7.1	6.7	7.4
容器の材質	7.3	6.0	8.5
原料・原産地	10.8	8.4	13.1
その他	0.4	0.4	0.3
特になし	30.5	35.9	25.1

図表 147. 「カップめん」について気になること（不安に感じること）（複数回答） <エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	3,107	347	1,203	440	508	267	343	1,008	428
めんの原材料	13.4	13.4	15.1	14.2	13.1	9.4	9.7	15.9	13.1
かやく・具の原材料	13.1	12.4	14.6	14.4	12.3	10.3	10.4	15.5	11.7
スープの原材料	11.7	11.6	13.2	12.1	10.1	11.2	8.6	14.0	10.6
かんすい 麺に独特の食感や喉越し、色味を与える添加物)	13.9	12.4	15.4	14.8	13.6	13.3	10.1	16.4	14.4
添加物の種類	30.0	28.3	31.2	31.4	29.1	29.3	27.2	30.9	30.3
添加物の量	26.1	24.7	25.5	28.5	26.4	28.4	24.4	24.8	27.5
めんを揚げている油	19.3	18.9	19.4	23.0	18.2	20.2	15.4	20.3	18.5
栄養バランス	20.6	21.4	23.3	20.8	15.9	17.8	18.8	23.8	15.5
カロリー	23.6	25.6	24.1	24.4	21.9	25.2	20.6	24.3	21.8
塩分	33.0	34.0	33.9	32.2	31.0	33.2	33.0	33.9	32.7
賞味期限	7.1	6.1	7.7	9.4	6.3	6.6	4.1	8.1	7.2
容器の材質	7.3	7.5	7.3	8.9	6.5	8.3	5.3	7.8	6.0
原料・原産地	10.8	11.0	10.7	11.3	11.6	10.2	9.2	10.6	12.5
その他	0.4	0.3	0.3	0.2	0.7	0.0	0.6	0.4	0.7
特になし	30.5	29.7	29.6	31.3	30.5	28.9	34.4	29.3	29.8

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と、「気になること（不安に感じること）」の割合を比較すると、

		<u><前回></u>	→	<u><今回></u>
・「袋めん」	「塩分」 41.8%		31.8%
	「添加物の種類」 31.8%		28.5%
	「添加物の量」 32.8%		25.1%
	「カロリー」 26.6%		22.3%
・「カップめん」	「塩分」 40.9%		33.0%
	「添加物の種類」 30.6%		30.0%
	「添加物の量」 32.4%		26.1%
	「カロリー」 27.3%		23.6%

となる。「袋めん」「カップめん」とも「気になること（不安に感じること）」の割合は低下している。

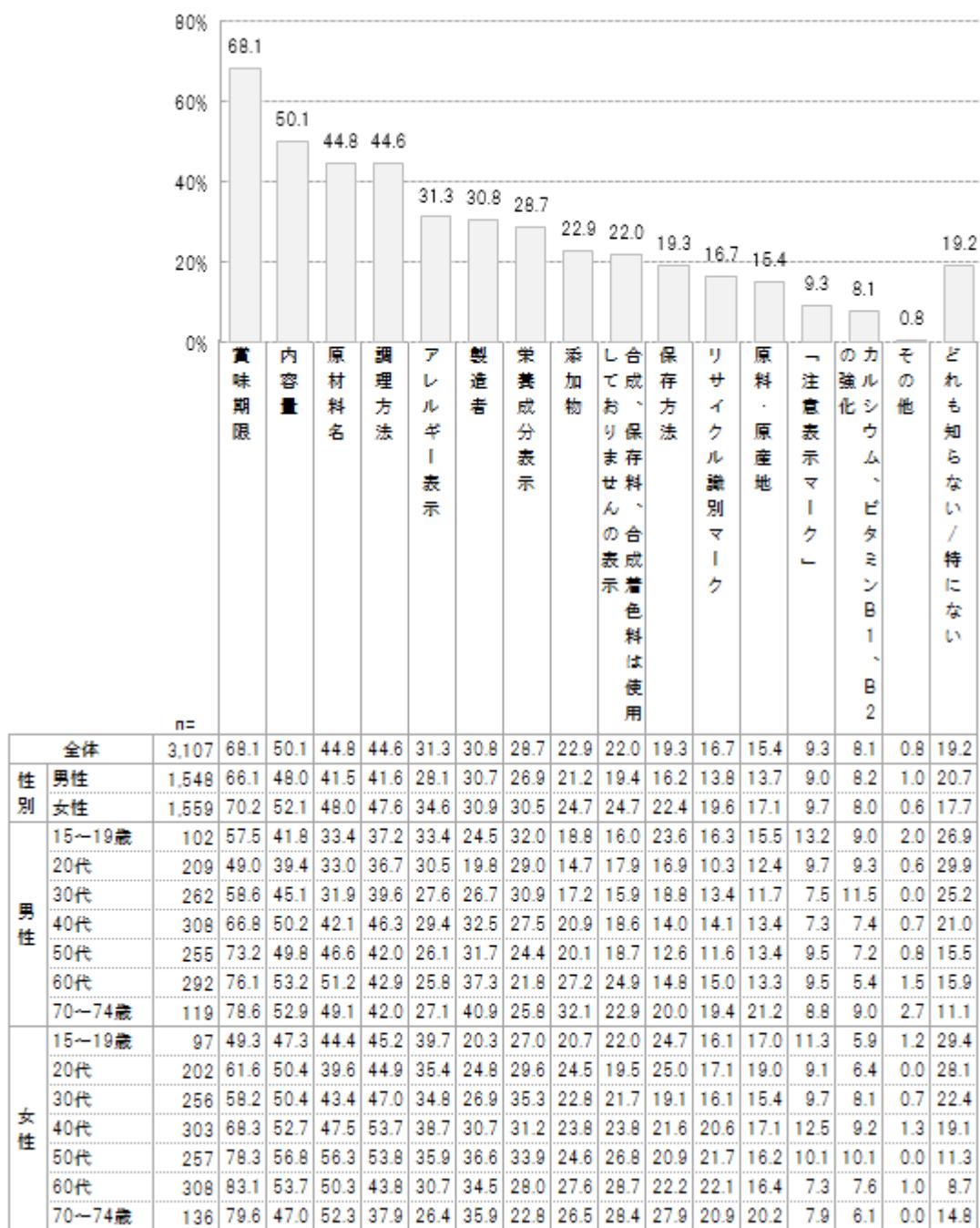
※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

2. 「即席めん」に表示されている事柄で知っていること

袋めんでは「賞味期限」（68.1%）がトップ。以下「内容量」（50.1%）、「原材料名」（44.8%）、「調理方法」（44.6%）、「アレルギー表示」（31.3%）、「製造者」（30.8%）の順

カップめんでは「賞味期限」（69.2%）がトップ。以下「内容量」（51.1%）、「原材料名」（45.3%）、「調理方法」（45.2%）、「アレルギー表示」（32.3%）、「製造者」（31.2%）の順

図表 148. 「袋めん」に表示されている事柄で知っていること（複数回答）



「袋めん」に表示されている事柄のうち、知っていることを聞いたところ、「賞味期限」（68.1%）が突出して多くなっている。以下、「内容量」（50.1%）、「原材料名」（44.8%）、「調理方法」（44.6%）、「アレルギー表示」（31.3%）、「製造者」（30.8%）の順となっている。

性別でみると、ほとんどの項目で女性の方が男性より高い認知率となっている。

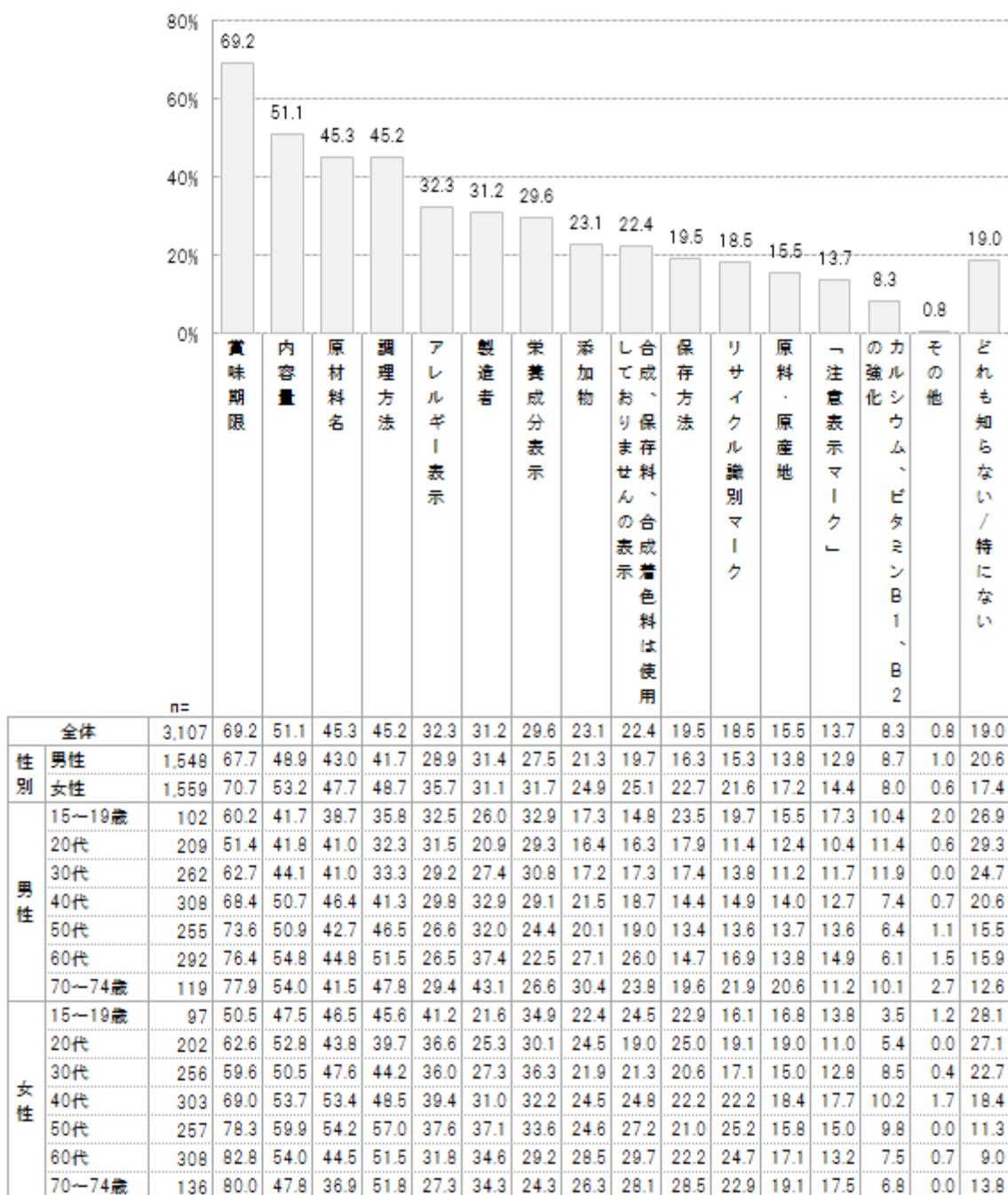
性・年代別では、男女とも「アレルギー表示」は若い人ほど高いが、「賞味期限」、「製造者」は年代が高いほど高くなる。

エリア別では中国・四国が軒並み知っているものが多い。

図表 149. 「袋めん」に表示されている事柄で知っていること（複数回答）<エリア別>

	n=	賞味期限	内容量	原材料名	調理方法	アレルギー表示	製造者	栄養成分表示	添加物	し合せたり保存せんの合表示着色料は使用	保存方法	リサイクル識別マーク	原料・原産地	「注意表示マーク」	の強化シウム、ビタミンB1、B2	その他	どれも知らない/特にない	
全体	3,107	68.1	50.1	44.8	44.6	31.3	30.8	28.7	22.9	22.0	19.3	16.7	15.4	9.3	8.1	0.8	19.2	
エリア	北海道・東北	347	69.6	56.5	45.1	46.6	32.6	32.2	30.1	23.3	22.9	21.6	21.4	13.1	11.9	10.9	0.6	17.4
	関東・甲信越	1,203	66.9	49.4	43.9	42.5	30.8	30.3	27.9	23.3	21.2	18.6	14.9	14.9	8.7	7.3	0.7	20.2
	中部・北陸	440	67.6	48.9	43.5	44.4	32.9	28.1	29.1	21.9	22.5	17.7	19.2	16.0	11.6	8.6	1.1	19.6
	近畿	508	68.8	49.4	43.7	47.5	32.9	33.0	30.1	23.5	21.8	19.5	17.6	16.1	9.6	8.6	1.1	18.4
	中国・四国	267	71.2	52.3	51.7	49.3	29.9	34.5	29.0	26.1	25.6	25.3	18.7	18.7	10.5	10.1	1.1	14.5
	九州	343	68.3	48.1	45.7	42.5	28.7	28.2	27.1	19.4	21.1	16.5	12.2	15.1	4.7	5.2	0.3	21.7
	首都圏	1,008	66.7	48.7	43.6	41.3	30.1	29.5	27.4	23.4	20.7	18.5	15.0	14.9	8.9	7.1	0.8	20.6
	阪神圏	428	69.2	48.7	44.4	47.4	32.7	34.3	29.9	24.1	23.4	19.5	19.1	17.7	9.7	8.8	1.3	18.3

図表 150. 「カップめん」に表示されている事柄で知っていること（複数回答）



「カップめん」に表示されている事柄のうち、知っていることを聞いたところ、「賞味期限」（69.2%）が突出して多くなっている。以下、「内容量」（51.1%）、「原材料名」（45.3%）、「調理方法」（45.2%）、「アレルギー表示」（32.3%）、「製造者」（31.2%）などの順となっている。

性別でみると、ほとんどの項目で女性の方が男性より高い認知率となっている。

性・年代別では、男女とも「アレルギー表示」「栄養成分表示」などは若い人ほど高いが、「賞味期限」「製造者」、「調理方法」は年代が高いほど高くなる。

エリア別では中国・四国が軒並み知っているものが多い。

図表 151. 「カップめん」に表示されている事柄で知っていること（複数回答）<エリア別>

	賞味期限	内容量	原材料名	調理方法	アレルギー表示	製造者	栄養成分表示	添加物	し合せあり保存料、の合成表示着色料は使用	保存方法	リサイクル識別マーク	原料・原産地	「注意表示マーク」	のカルシウム、ビタミンB1、B2	その他	どれも知らない／特にない		
	n=																	
エ リ ア	全体	3,107	69.2	51.1	45.3	45.2	32.3	31.2	29.6	23.1	22.4	19.5	18.5	15.5	13.7	8.3	0.9	19.0
	北海道・東北	347	70.5	56.1	49.0	46.7	34.8	33.0	32.9	23.3	22.4	22.1	23.1	14.1	16.5	9.8	0.6	17.1
	関東・甲信越	1,203	68.0	50.5	43.8	44.3	32.1	30.7	28.4	23.9	21.7	19.1	17.0	14.9	13.6	7.4	0.7	19.9
	中部・北陸	440	68.2	50.2	44.9	44.3	33.1	29.1	29.0	21.3	23.0	17.0	20.0	15.7	14.8	9.4	1.3	19.7
	近畿	508	71.1	49.2	46.9	43.5	32.5	33.5	30.4	23.7	22.9	20.3	18.9	15.9	12.8	9.8	1.0	17.9
	中国・四国	267	72.6	55.9	47.9	52.4	30.6	34.9	30.8	27.1	25.6	23.8	21.4	19.7	16.6	10.5	1.1	14.4
	九州	343	68.0	47.8	43.3	44.9	30.8	27.8	28.9	18.7	21.1	17.1	14.0	15.0	8.9	5.0	0.3	22.0
	首都圏	1,008	67.6	49.4	42.4	44.2	31.6	29.5	27.7	24.0	21.3	19.1	16.6	15.0	13.7	7.5	0.8	20.4
	阪神圏	428	71.4	49.4	47.1	44.0	32.3	34.9	30.1	24.7	24.3	19.9	20.4	17.6	13.5	9.7	1.2	17.8

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

※前回は袋めん+カップめん

<前回> → <今回>

- ・「袋めん」 「賞味期限」 77.9% 68.1%
- 「内容量」 56.4% 50.1%
- 「原材料名」 53.9% 44.8%
- 「調理方法」 58.1% 44.6%

- ・「カップめん」 「賞味期限」 77.9% 69.2%
- 「内容量」 56.4% 51.1%
- 「原材料名」 53.9% 45.3%
- 「調理方法」 58.1% 45.2%

となる。

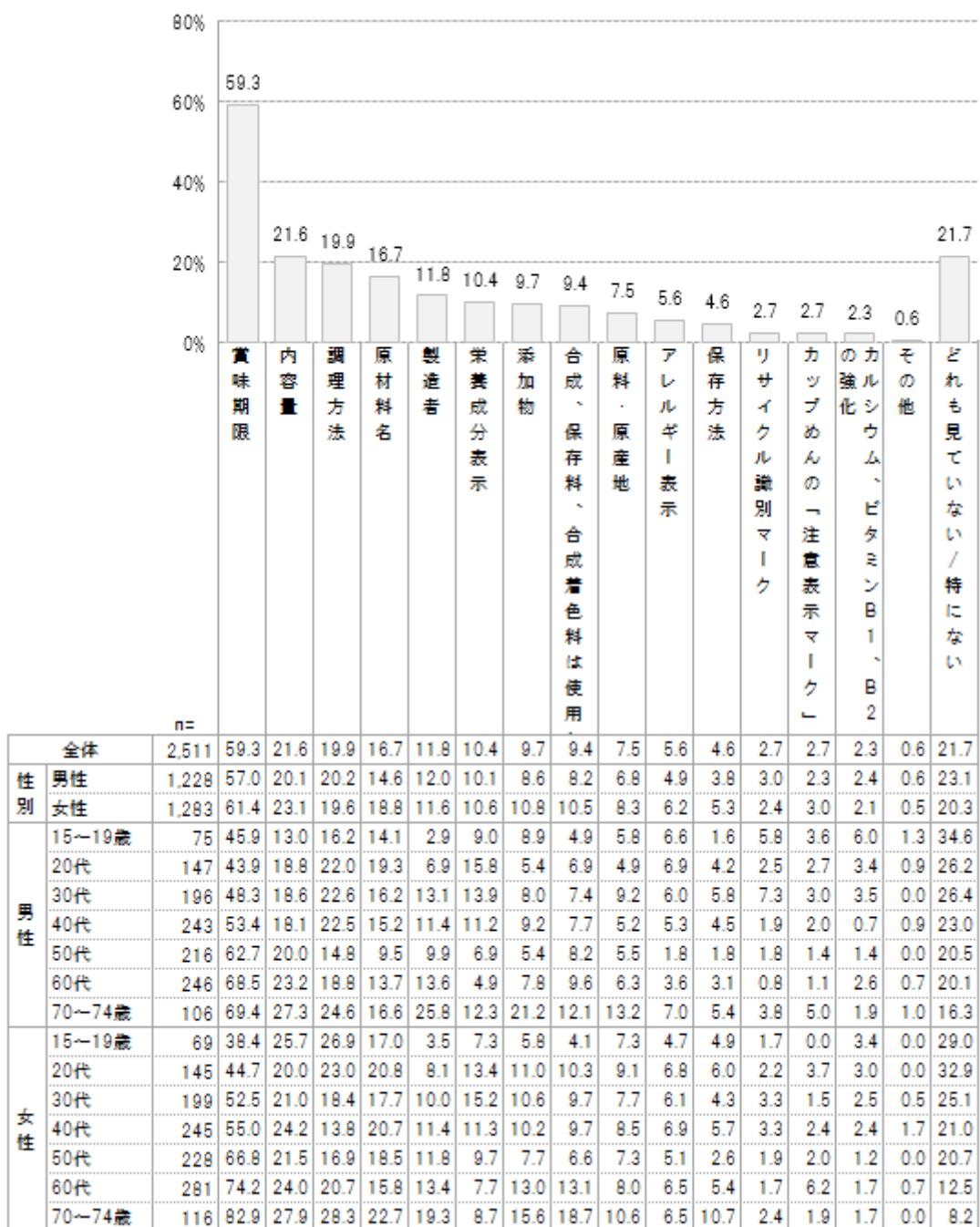
※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

3. 「即席めん」に表示されている事柄で購入・飲食時に見ているもの

袋めんでは「賞味期限」（59.3%）が圧倒的に多い。以下は高くて2割程度以下（「調理方法」（21.6%）、「内容量」（19.9%）、「原材料名」（16.7%）、「製造者」（11.8%）、「栄養成分表示」（10.4%）など）

カップめんでは「賞味期限」（59.9%）が圧倒的に多い。以下は高くて2割程度以下（「内容量」（23.3%）、「調理方法」（23.3%）、「原材料名」（17.2%）、「製造者」（12.0%）、「栄養成分表示」（10.5%）など）

図表 152. 「袋めん」に表示されている事柄で購入・飲食時に見ているもの（複数回答）



次に、表示されている事柄を認知している人に前項と同じ項目について、「袋めん」を購入・飲食時に見ているものを聞いたところ、「賞味期限」（59.3%）が最も高かった。その他の項目は、高くて2割程度

であり、「調理方法」(21.6%)、「内容量」(19.9%)、「原材料名」(16.7%)、「製造者」(11.8%)、「栄養成分表示」(10.4%)の順となっている。

性別でみると、多くの項目で少しづつ女性の方が高い割合となっている。

性・年代別でみると、男女とも年代が上がるほど「賞味期限」をあげる割合は高くなる傾向が顕著である。

エリア別では、「特にない」が北海道・東北(27.6%)で最も高く、他のエリアに比べて確認しているものが少ない傾向がみられた。

図表 153. 「袋めん」の表示されている事柄で購入・飲食時に見ているもの(複数回答) <エリア別>

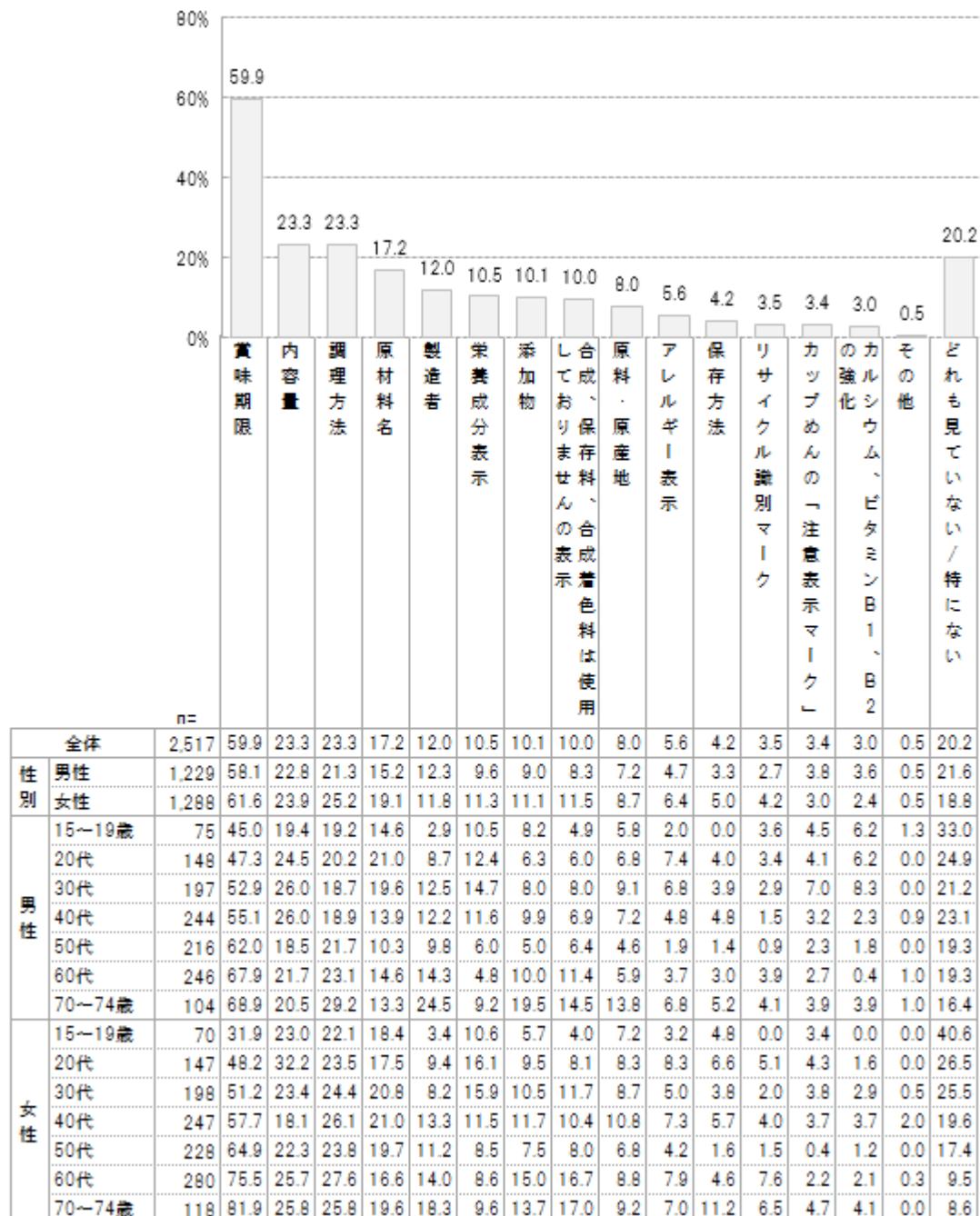
	賞味期限	調理方法	内容量	原材料名	製造者	栄養成分表示	添加物	し合せ成り保ませんの合表示着色料は使用	原料・原産地	アレルギー表示	保存方法	の強化カルシウム、ビタミンB1、B2	リサイクル識別マーク	カップめんの「注意表示マーク」	その他	どれも見ていない / 特にない
	n=															
エ リ ア	全体	2,511	59.3	21.6	19.9	16.7	11.8	10.4	9.7	9.4	7.5	5.6	4.6	2.7	2.7	0.6 21.7
	北海道・東北	286	52.5	19.7	21.0	16.6	9.6	9.2	11.3	8.8	6.6	6.0	4.5	3.4	1.7	2.7 0.4 27.6
	関東・甲信越	959	60.0	21.7	21.9	16.8	11.2	10.9	9.5	9.5	6.8	5.3	4.9	2.2	2.5	1.6 0.5 21.2
	中部・北陸	353	59.9	22.7	20.9	14.5	13.0	10.8	9.7	9.9	8.6	5.5	5.3	2.6	5.0	4.9 1.1 19.7
	近畿	414	62.5	20.8	17.7	18.4	14.6	10.1	8.6	8.4	7.9	6.2	3.8	3.1	2.8	2.1 0.9 19.1
	中国・四国	228	57.5	23.1	18.3	19.3	13.8	10.7	11.4	10.2	8.2	5.5	6.2	3.7	2.0	1.3 0.4 20.9
	九州	269	59.4	22.2	15.0	14.9	9.0	9.2	9.2	9.9	8.9	5.0	2.6	2.5	1.6	1.5 0.0 24.1
首都圏	首都圏	801	59.5	21.5	22.3	17.2	10.7	11.4	9.8	9.8	6.8	5.3	4.9	2.5	2.3	1.7 0.5 21.3
	阪神圏	350	61.9	20.4	17.5	17.9	15.6	10.0	8.2	8.7	8.6	6.3	3.8	3.1	2.8	2.3 1.1 19.9

また、「袋めん」に表示されている事柄を知っていると答えた人が、購入・飲食時に見ているものは以下の通り。

	<u><a : 知っている></u>	<u><b : 見ている></u>	<u><b / a ></u>
・賞味期限	2,117名	1,488名	70.3%
・原料・原産地	478名	189名	39.6%
・調理方法	1,392名	543名	39.0%
・合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示	685名	236名	34.4%
・添加物	713名	244名	34.2%
・内容量	1,555名	499名	32.1%
・製造者	956名	297名	31.0%
・原材料名	1,386名	420名	30.3%
・栄養成分表示	891名	260名	29.2%
・カルシウム、ビタミンB1、B2の強化	252名	68名	27.0%
・「注意表示マーク」	290名	57名	19.6%
・保存方法	600名	115名	19.2%
・アレルギー表示	974名	140名	14.3%
・リサイクル識別マーク	519名	67名	12.9%

「知っている」人のうちの「見ている人」の割合では、「賞味期限」が70.3%と最も高く、唯一半数を超えている。さらに、「原料・原産地」「調理方法」「合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示」「添加物」「内容量」「製造者」「原材料名」が3割台で続く。

図表 154. 「カップめん」に表示されている事柄で購入・飲食時に見ているもの（複数回答）



次に、「カップめん」を購入・飲食時に見ているものを聞いたところ、「袋めん」と同様に、「賞味期限」（59.9%）が最も高かった。その他の項目は高くても2割程度であり、「内容量」（23.3%）、「調理方法」（23.3%）、「原材料名」（17.2%）、「製造者」（12.0%）、「栄養成分表示」（10.5%）の順となっている。

性別でみると、多くの項目で少しづつ女性の方が高い割合となっている。

性・年代別でみると、男性では70～74歳（24.5%）で「製造者」が高く、50代（9.8%）と比べて14.7ポイント差がある。女性では20代（32.2%）で「内容量」が最も高く、40代（18.1%）と比べて14.1ポイントの差がある。

エリア別では、関東・甲信越（61.8%）で「賞味期限」が最も高く、北海道・東北（53.8%）と比べて8.1ポイントの差がある。

図表 155. 「カップめん」の表示されている事柄で購入・飲食時に見ているもの（複数回答）<エリア別>

	賞味期限	調理方法	内容量	原材料名	製造者	栄養成分表示	添加物	し合て成り保ませんの合表成示着色料は使用	原料・原産地	アレルギー表示	保存方法	の強化カルシウム、ビタミンB1、B2	リサイクル識別マーク	カップめんの「注意表示マーク」	その他	どれも見ていない／特にない		
n=																		
	全体	2,517	59.9	23.3	23.3	17.2	12.0	10.5	10.1	10.0	8.0	5.6	4.2	3.5	3.4	3.0	0.5 20.2	
エ リ ア	北海道・東北	287	53.8	24.1	21.5	16.3	9.1	9.9	11.5	9.6	6.7	6.6	3.7	4.6	4.2	1.8	0.4 27.1	
	関東・甲信越	964	61.8	25.8	25.2	17.4	12.7	10.5	10.3	10.2	7.4	5.3	5.3	3.6	3.4	2.9	0.3 17.9	
	中部・北陸	353	59.8	24.8	22.4	15.5	14.3	10.0	9.3	9.8	9.4	6.6	3.7	4.5	3.9	4.1	1.0 19.7	
	近畿	417	61.6	20.3	19.4	19.3	12.1	10.6	9.3	8.5	8.9	5.2	4.1	2.5	3.3	3.2	0.9 17.7	
	中国・四国	229	60.0	22.9	26.7	17.5	14.5	11.6	11.2	11.0	8.9	4.2	4.0	3.0	2.3	3.2	0.9 20.6	
	九州	269	56.9	17.0	22.6	16.0	7.5	10.4	9.1	11.1	7.7	5.8	1.8	2.4	2.5	2.2	0.0 25.1	
		首都圏	802	61.8	26.7	25.2	18.4	11.9	10.8	10.7	10.8	7.4	5.9	5.6	3.6	3.7	3.4	0.4 18.3
		阪神圏	352	61.4	19.4	19.3	19.1	12.9	10.3	9.2	8.4	9.7	5.1	3.8	2.4	3.5	3.2	1.1 18.2

また、「カップめん」に表示されている事柄を知っていると答えた人が、選択の基準にしているものは以下の通り。

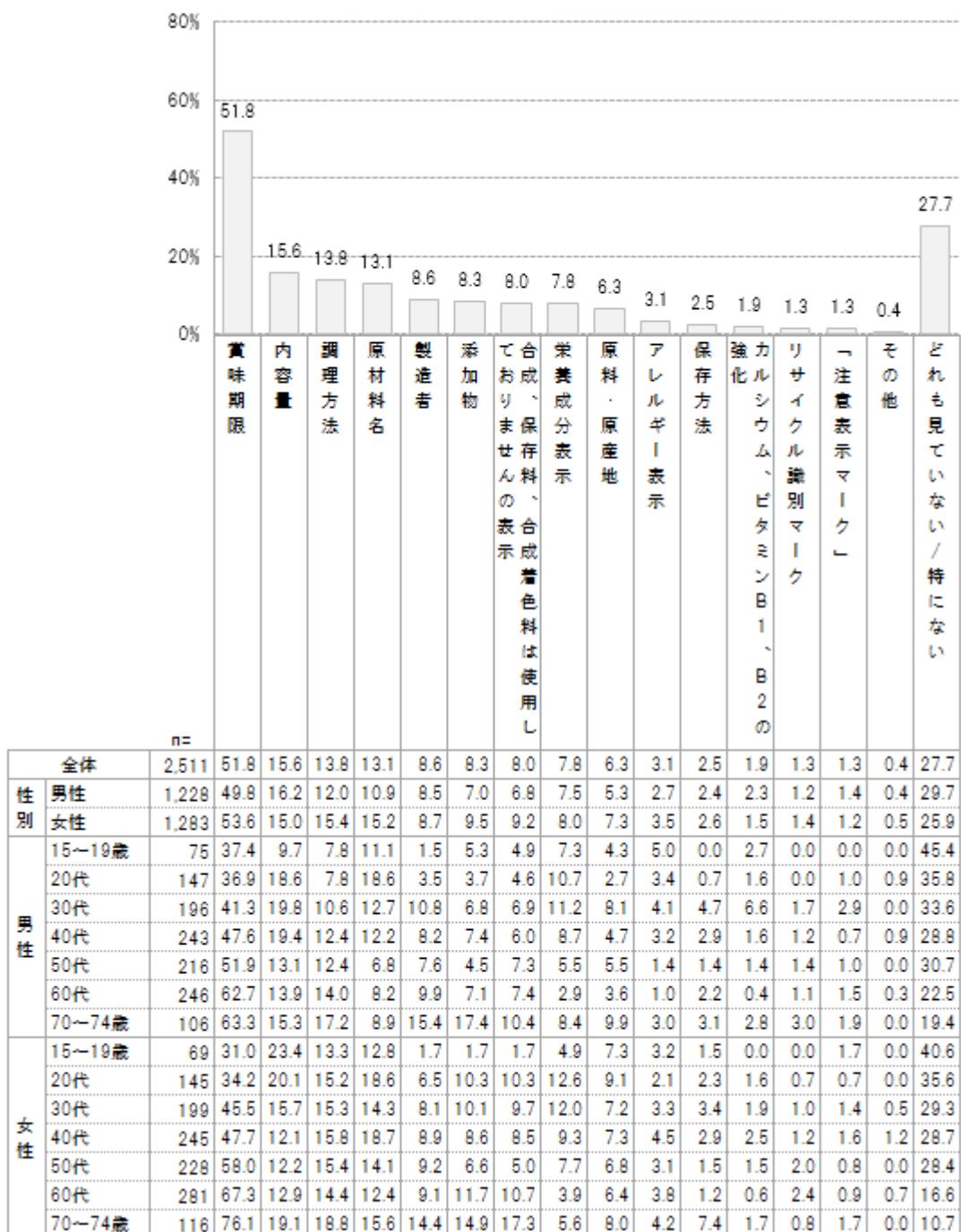
	<u><a : 知っている></u>	<u><b : 見ている></u>	<u><b / a ></u>
・賞味期限	2150名	1508名	70.1%
・調理方法	1405名	586名	41.7%
・原料・原産地	482名	201名	41.7%
・内容量	1586名	588名	37.1%
・合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示	696名	251名	36.0%
・添加物	718名	254名	35.3%
・製造者	970名	303名	31.2%
・原材料名	1409名	433名	30.7%
・カルシウム、ビタミンB1、B2の強化	259名	75名	28.9%
・栄養成分表示	919名	263名	28.7%
・「注意表示マーク」	426名	85名	19.9%
・保存方法	606名	106名	17.4%
・リサイクル識別マーク	573名	87名	15.2%
・アレルギー表示	1004名	141名	14.0%

「知っている」人のうちの「見ている人」の割合では、「賞味期限」（70.1%）が最も高く、さらに、「調理方法」（41.7%）、「原料・原産地」（41.7%）が4割台で続く。

4. 「即席めん」に表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの

「袋めん」では「賞味期限」（51.8%）が圧倒的に多い。以下は高くて1割強となっている
 「内容量」（15.6%）、「調理方法」（13.8%）、「原材料名」（13.1%）など
 「カップめん」では「賞味期限」（52.1%）が圧倒的に多い。以下は高くて2割程度となっている
 「内容量」（18.2%）、「調理方法」（14.7%）、「原材料名」（13.4%）など

図表 156. 「袋めん」に表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの（複数回答）



前項と同じ項目について、表示されている事柄を認知している人に対して「袋めん」を購入・飲食時に、選択の基準となっているものを聞いたところ、「賞味期限」（51.8%）が最も高かった。その他の項目は高

くても2割以下で、「内容量」(15.6%)、「調理方法」(13.8%)、「原材料名」(13.1%)、「製造者」(8.6%)、「添加物」(8.3%)の順となっている。

性別でみると、多くの項目で女性の方が軒並み高い割合となっているが、「内容量」は男性(16.2%)の方が女性(15.0%)より高い。

性・年代別でみると、男女とも年代が上がるほど「賞味期限」をあげる割合は高くなる傾向がある。

エリア別では、北海道・東北(32.7%)が「特ない」と答える傾向が高く、軒並み選択の基準となっているものは少ない傾向がみられた。

図表 157. 「袋めん」の表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの(複数回答) <エリア別>

	賞味期限	調理方法	内容量	原材料名	製造者	栄養成分表示	添加物	使合成して保存料、合成着色料は	原料・原産地	アレルギー表示	保存方法	の強化	カルシウム、ビタミンB1、B2	リサイクル識別マーク	「注意表示マーク」	その他	どれも見ていない/特ない	
	n=																	
全体	2,511	51.8	15.6	13.8	13.1	8.6	8.3	8.0	7.8	6.3	3.1	2.5	1.9	1.3	1.3	0.4	27.7	
エ リ ア	北海道・東北	286	46.7	15.8	11.2	13.4	5.3	8.5	6.8	7.5	4.7	2.4	1.9	1.9	1.7	1.2	0.4	32.7
	関東・甲信越	959	53.4	17.3	14.1	13.3	8.6	8.5	8.2	8.0	5.9	2.6	3.0	1.2	1.1	1.2	0.5	26.9
	中部・北陸	353	53.8	17.1	15.3	11.8	9.6	8.2	8.9	9.8	8.0	2.8	2.7	2.3	2.5	2.2	0.8	25.0
	近畿	414	51.9	13.5	13.1	14.1	11.0	7.3	7.1	7.4	6.5	4.6	2.0	1.9	1.2	1.2	0.5	26.5
	中国・四国	228	46.0	13.5	13.2	15.5	9.4	9.2	8.9	6.9	5.9	3.6	2.9	3.3	1.0	0.8	0.0	29.5
	九州	269	53.5	12.5	14.8	10.3	6.4	8.3	8.1	5.9	7.4	3.6	1.4	2.5	0.7	1.1	0.0	29.4
	首都圏	801	53.3	17.7	14.2	13.9	8.1	9.0	8.6	8.4	6.0	2.9	3.1	1.3	1.0	1.2	0.5	26.8
	阪神圏	350	51.6	12.8	13.1	13.8	11.6	7.4	7.1	7.1	7.0	4.9	2.1	2.0	1.1	1.2	0.5	27.2

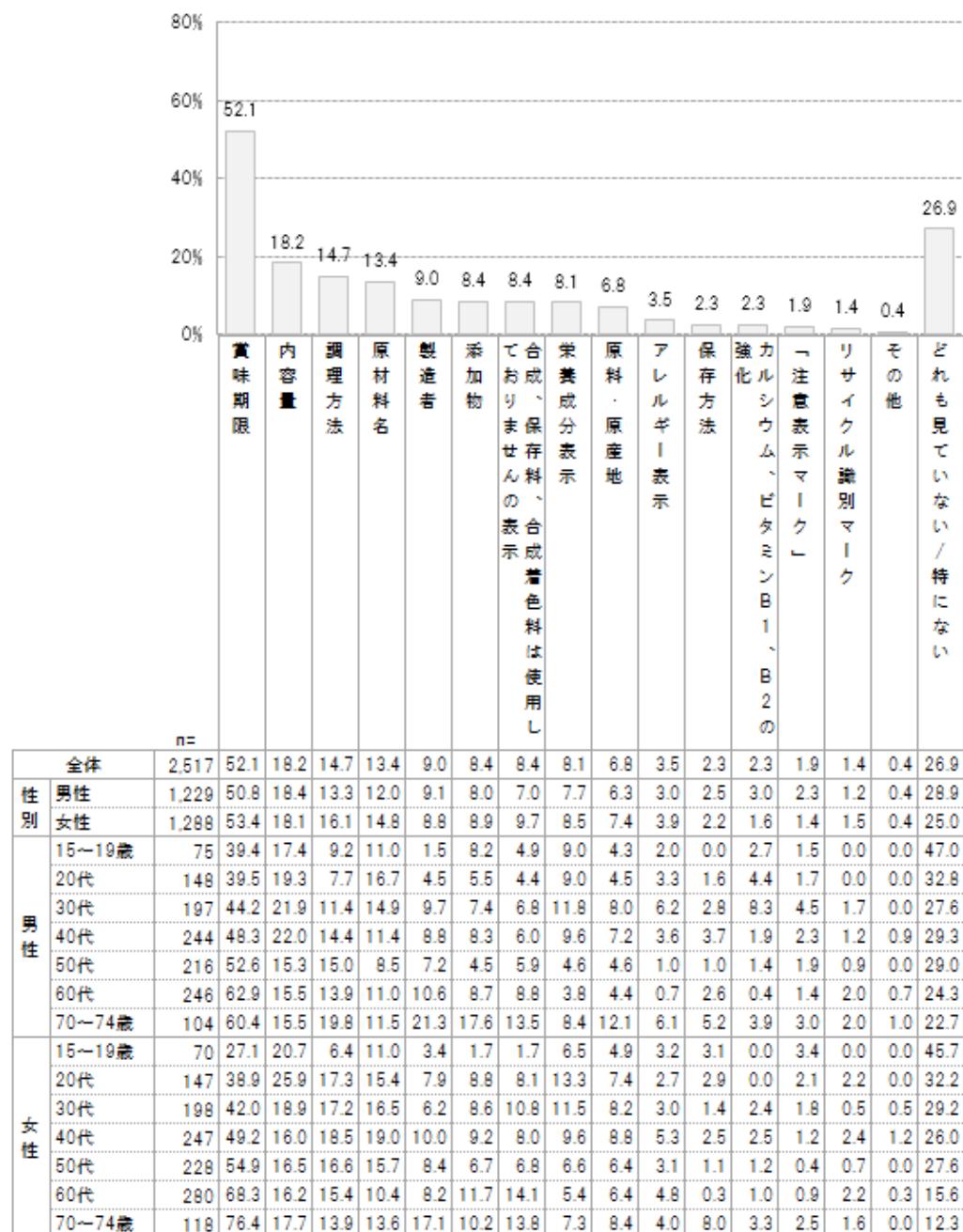
また、「袋めん」に表示されている事柄を知っていると答えた人が、選択の基準にしているものは以下の通り。

	<a : 知っている>	<c : 基準にしている>	<c/a>
・賞味期限	2,117名	1,300名	61.4%
・原料・原産地	478名	159名	33.2%
・合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示	685名	201名	29.4%
・添加物	713名	209名	29.3%
・内容量	1,555名	392名	25.2%
・調理方法	1,392名	345名	24.8%
・原材料名	1,386名	330名	23.8%
・製造者	956名	216名	22.6%

・栄養成分表示	891名	195名	21.9%
・カルシウム、ビタミンB1、B2の強化	252名	47名	18.8%
・「注意表示マーク」	290名	32名	11.1%
・保存方法	600名	63名	10.4%
・アレルギー表示	974名	79名	8.1%
・リサイクル識別マーク	519名	33名	6.4%

「知っている」人のうち「選択の基準にしている人」の割合は、「賞味期限」が61.4%と最も高く、「原料・原産地」が3割台、「合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示」「添加物」「内容量」「調理方法」「原材料名」「製造者」「栄養成分表示」が2割台で続く。

図表 158. 「カップめん」に表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの（複数回答）



前項と同じ項目について、表示されている事柄を認知している人に、「カップめん」の購入・飲食時の選択の基準となっているものを聞いたところ、「賞味期限」（52.1%）が最も高く5割を超えていた。その他の項目は高くとも2割程度で、「内容量」（18.2%）、「調理方法」（14.7%）、「原材料名」（13.4%）、「製造者」（9.0%）、「添加物」（8.4%）の順となっている。

性別でみると、多くの項目で女性の方が軒並み高い割合となっている。

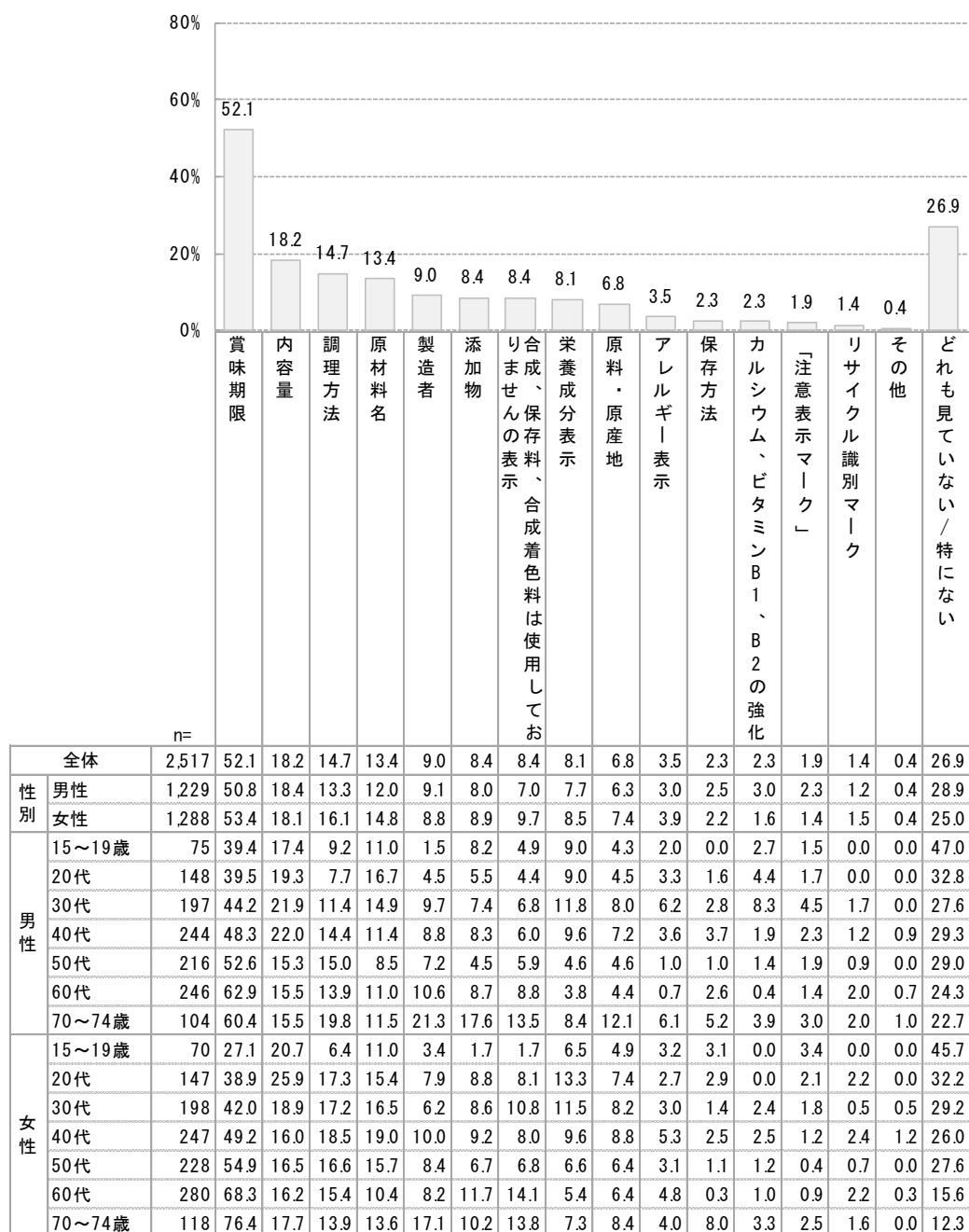
性・年代別でみると、男女とも年代が上がるほど「賞味期限」をあげる割合は高くなる傾向がある。

エリア別では、関東・甲信越（21.1%）で「内容量」が最も高く九州（12.2%）と比べて8.9ポイント差がある。

図表 159. 「カップめん」に表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの（複数回答）<エリア別>

	n=	賞味期限	内容量	調理方法	原材料名	製造者	栄養成分表示	添加物	してお り保 ま せ ん の合 成 着 色 料 は 使 用	原 料 ・ 原 産 地	ア レ ル ギ ー 表 示	保 存 方 法	リ サ イ ク ル 識 別 マ ー ク	「注 意 表 示 マ ー ク」	カ ル シ ウ ム、 ビ タ ミ ン B 1、 B 2	その 他	ど れ も 見 て い な い/ 特 に な い	
	全体	2,517	52.1	18.2	14.7	13.4	9.0	8.4	8.4	8.1	6.8	3.5	2.3	2.3	1.9	1.4	0.4	26.9
エ リ ア	北海道・東北	287	50.5	20.4	13.6	13.6	5.8	8.8	7.9	7.3	5.4	4.0	2.0	1.4	2.4	2.2	0.4	30.9
	関東・甲信越	964	52.7	21.1	16.0	13.0	8.9	8.7	8.8	7.7	6.3	3.3	3.2	2.3	1.7	1.8	0.3	25.4
	中部・北陸	353	54.8	17.9	13.6	11.8	12.4	8.2	9.1	7.9	8.8	3.2	1.7	2.7	2.3	1.4	1.0	25.9
	近畿	417	51.0	15.5	11.6	16.1	9.8	7.6	6.8	8.9	7.7	3.6	2.1	2.5	2.2	0.2	0.5	25.3
	中国・四国	229	50.1	16.2	16.8	14.3	9.5	10.3	8.8	9.3	7.0	2.6	2.1	2.9	1.2	1.6	0.0	28.4
	九州	268	51.5	12.2	15.6	12.2	6.4	7.3	9.0	8.3	6.0	4.4	1.1	1.8	1.5	0.7	0.0	30.8
	首都圏	802	52.8	21.7	16.5	13.9	8.2	9.1	9.3	8.1	6.6	3.6	3.4	2.6	1.9	1.9	0.4	25.2
	阪神圏	352	51.6	15.1	11.8	15.8	10.2	7.7	7.1	8.7	8.3	4.0	2.2	2.4	2.4	0.0	0.5	25.5

図表 160. 「カップめん」に表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの（複数回答）



前項と同じ項目について、「カップめん」の購入・飲食時に選択の基準にしているものを聞いたところ、「賞味期限」（52.1%）が最も高かった。その他の項目は高くても2割程度で、「内容量」（18.2%）、「調理方法」（14.7%）、「原材料名」（13.4%）、「製造者」（9.0%）などの順となっている。

性別でみると、多くの項目で少しづつ女性の方が高い割合となっている。

性・年代別でみると、男女とも年代が上がるほど「賞味期限」をあげる割合は高くなる傾向が顕著である。

エリア別では、特に傾向の差異は見られない。

図表 161. 「カップめん」の表示されている事柄で購入・飲食時に選択の基準となっているもの（複数回答）
<エリア別>

	n=	賞味期限	内容量	調理方法	原材料名	製造者	栄養成分表示	添加物	して合 成され ておりま せん、 の合成 表示着 色料は 使用	原料・原 産地	アレルギー 表示	保存方法	リサイクル 識別マーク	「注意 表示マー ク」	の強化シ ウム、ビ タミンB 1、B 2	その他	どれも見 ていな い／特 にない	
全体	2517	52.1	18.2	14.7	13.4	9.0	8.4	8.4	8.1	6.8	3.5	2.3	2.3	1.9	1.4	0.4	26.9	
エ リ ア	北海道・東北	287	50.5	20.4	13.6	13.6	5.8	8.8	7.9	7.3	5.4	4.0	2.0	1.4	2.4	2.2	0.4	30.9
	関東・甲信越	964	52.7	21.1	16.0	13.0	8.9	8.7	8.8	7.7	6.3	3.3	3.2	2.3	1.7	1.8	0.3	25.4
	中部・北陸	353	54.8	17.9	13.6	11.8	12.4	8.2	9.1	7.9	8.8	3.2	1.7	2.7	2.3	1.4	1.0	25.9
	近畿	417	51.0	15.5	11.6	16.1	9.8	7.6	6.8	8.9	7.7	3.6	2.1	2.5	2.2	0.2	0.5	25.3
	中国・四国	229	50.1	16.2	16.8	14.3	9.5	10.3	8.8	9.3	7.0	2.6	2.1	2.9	1.2	1.6	0.0	28.4
	九州	268	51.5	12.2	15.6	12.2	6.4	7.3	9.0	8.3	6.0	4.4	1.1	1.8	1.5	0.7	0.0	30.8
	首都圏	802	52.8	21.7	16.5	13.9	8.2	9.1	9.3	8.1	6.6	3.6	3.4	2.6	1.9	1.9	0.4	25.2
	阪神圏	352	51.6	15.1	11.8	15.8	10.2	7.7	7.1	8.7	8.3	4.0	2.2	2.4	2.4	0.0	0.5	25.5

ちなみに、『カップめん』に表示されている事柄をそれぞれ知っていると答えた人の、選択の基準にしているものをみてみると、以下のような結果となっている。

	<u>< a : 知っている ></u>	<u>< c : 基準にしている ></u>	<u>< c / a ></u>
・賞味期限	2150 名	1311 名	61.0%
・原料・原産地	482 名	172 名	35.6%
・合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示	696 名	212 名	30.4%
・添加物	718 名	212 名	29.6%
・内容量	1586 名	459 名	29.0%
・調理方法	1405 名	370 名	26.4%
・原材料名	1409 名	338 名	24.0%
・製造者	970 名	226 名	23.3%
・栄養成分表示	919 名	204 名	22.2%
・カルシウム、ビタミンB1、B2の強化	259 名	57 名	22.1%
・「注意表示マーク」	426 名	47 名	11.1%
・保存方法	606 名	59 名	9.7%
・アレルギー表示	1004 名	88 名	8.7%
・リサイクル識別マーク	573 名	35 名	6.1%

「知っている」人のうちの「選択の基準としている」人の割合では、「賞味期限」（61.0%）が最も高く、唯一半数を超えており、「原料・原産地」（35.6%）、「合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示」（30.4%）が3割台で続き、「賞味期限」以外では「原料・原産地」や「合成、保存料、合成着色料は使用しておりませんの表示」について注意している人が多いことがうかがわれる。

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

		<u><前回></u>	→	<u><今回></u>
・「袋めん」	「賞味期限」	50.4%		59.3%
	「どれも見ていない/特にない」	23.7%		21.7%
	「調理方法」	20.0%		21.6%
	「内容量」	16.1%		19.9%
・「カップめん」	「賞味期限」	50.4%		59.9%
	「内容量」	23.7%		23.3%
	「調理方法」	20.0%		23.3%
	「どれも見ていない/特にない」	16.1%		20.2%

となる。わずかずつではあるが、前回よりもスコアがあがっている項目が多く、“見ているもの”は増えていいるとみられる。

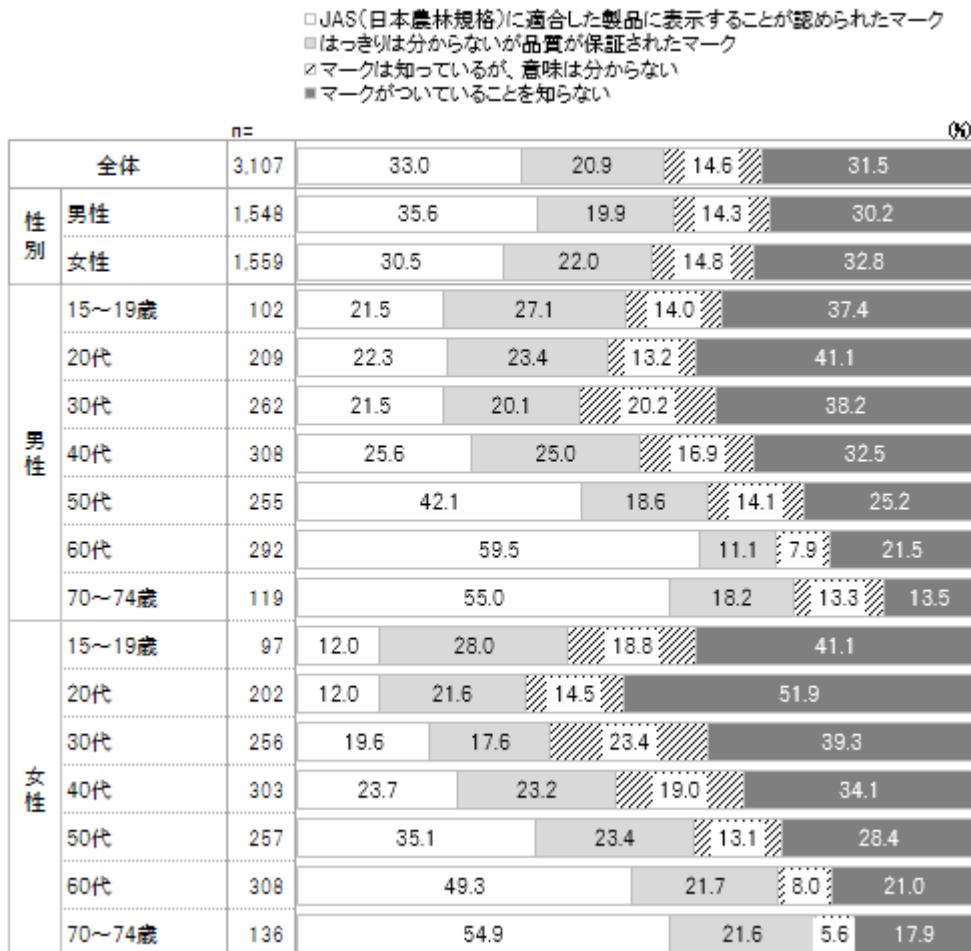
※前回調査では「即席めん（袋めん+カップめん）」で聞いている。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

5. 「即席めん」についている「JAS マーク」の認知度

「JASに適合した製品への表示が認められたマーク」が3割弱（33.0%）。これに、「はっきりは分からぬが品質が保証されたマーク」（20.9%）を合わせると、半数以上が“品質保証されたマークとして認識”（53.9%）している。ただし、「マークがついていることを知らない」（31.5%）も3人に1人程度いる

図表 162. 「即席めん」のカップや袋についている「JAS マーク」の認知度



即席めんの容器についている『JAS マーク』について、どの程度知っているか聞いたところ、「JASに適合した製品への表示が認められたマーク」（33.0%）、「はっきりは分からぬが品質が保証されたマーク」（20.9%）とともに2~3割程度を占め、合わせて半数以上が“品質保証されたマークとして認識”（53.9%）している。その一方で、「マークがついていることを知らない」（31.5%）という人も3人に1人近い割合でいる。

性別でみると、認知率はわずかに男性の方が高い程度である。

性・年代別でみると、男女ともに年齢が上がるほど“品質保証されたマークとして認識”している人が多く、60代（70.6%、71.0%）、70~74歳（73.2%、76.5%）では7割を超えていく。

エリア別では大きな差はみられない。

図表 163. 「即席めん」のカップや袋についている「JAS マーク」の認知度 <エリア別>

		n=	%		
			□JAS(日本農林規格)に適合した製品に表示することが認められたマーク	■はっきりは分からないが品質が保証されたマーク	△マークは知っているが、意味は分からない
全 体		3,107	33.0	20.9	14.6
エ リ ア	北海道・東北	347	36.9	22.0	13.6
	関東・甲信越	1,203	32.9	19.0	14.8
	中部・北陸	440	31.4	20.0	16.5
	近畿	508	34.1	22.5	12.0
	中国・四国	267	32.4	21.7	16.0
	九州	343	30.3	24.8	14.8
	首都圏	1,008	32.7	19.0	14.3
	阪神圏	428	34.7	22.1	12.5

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

<前回> → <今回>

「JASに適合した製品への表示が認められたマーク」	27.8%	33.0%
「はっきりは分からないが品質が保証されたマーク」	28.3%	20.9%
「マークは知っているが、意味は分からない」	19.8%	14.6%
「マークがついていることを知らない」	24.1%	31.5%

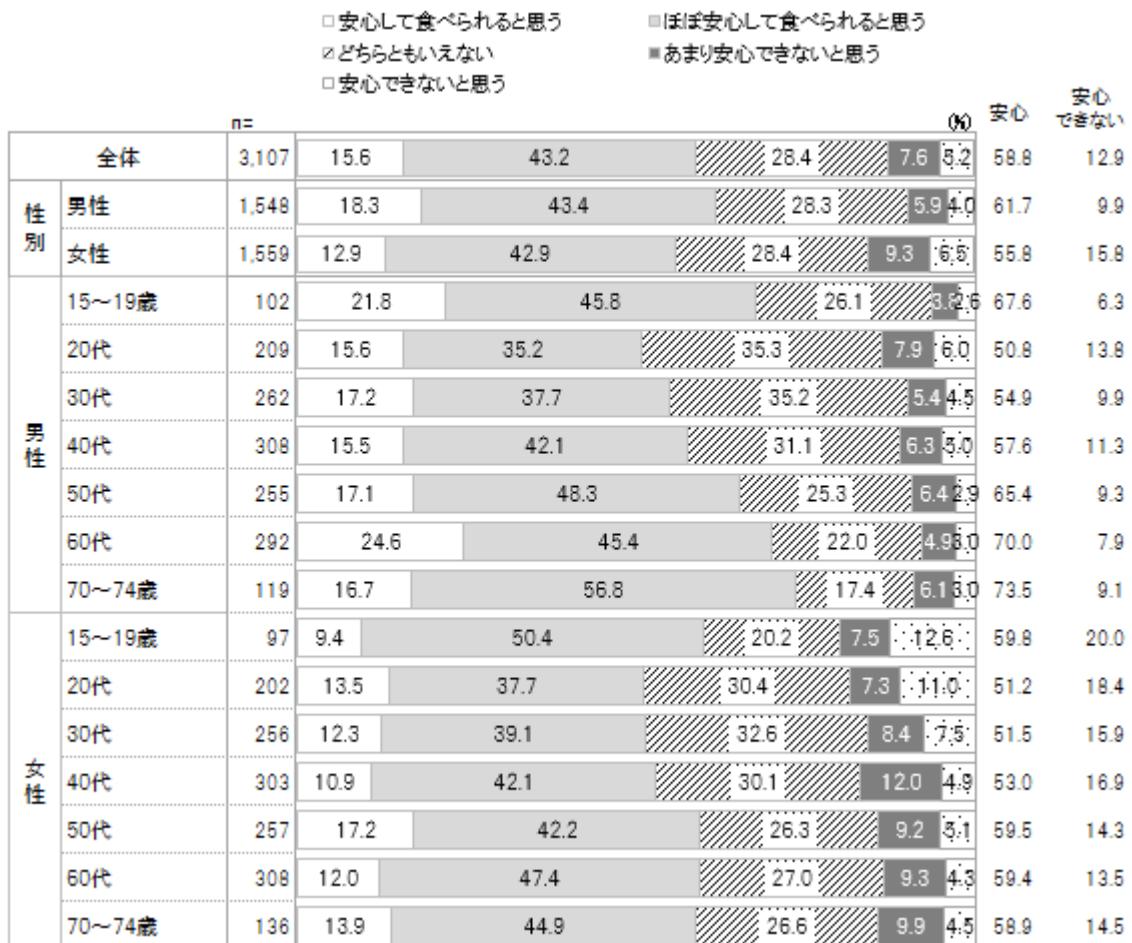
となっており、理解は横ばいであるが、認知が前回に比べやや低下している。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

6. 「即席めん」は安心して食べられる食品だと思うか

「安心して食べられると思う+ほぼ安心して食べられると思う」（58.8%）が過半数を占めるが、「あまり安心できないと思う+安心できないと思う」（12.9%）も1割程度いる

図表 164. 食生活において、「即席めん」は安心して食べられる食品だと思うか



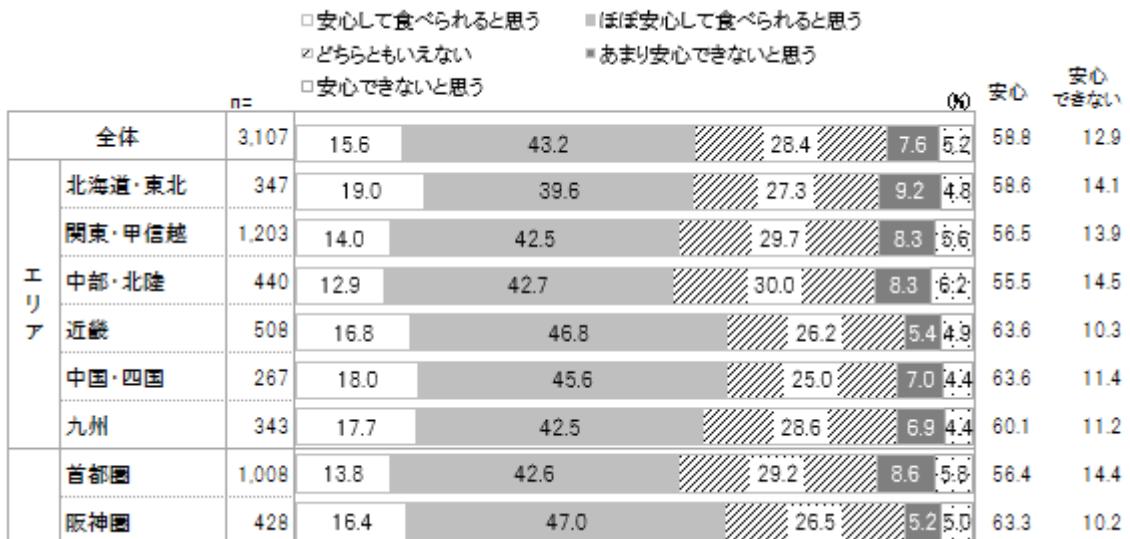
自分の食生活において、即席めんは安心して食べられる食品だと思うか聞いたところ、「安心して食べられると思う+ほぼ安心して食べられると思う」（58.8%）が過半数を占めるが、「あまり安心できないと思う+安心できないと思う」（12.9%）も1割程度いた。

性別でみると、「安心して食べられる」の割合は、男性（18.3%）の方が女性（12.9%）よりも5.4ポイント高く、男性の方が信頼を置いている割合が高い。また、「安心して食べられると思う+ほぼ安心して食べられると思う」も男性（61.7%）、女性（55.8%）と男性のほうが高い。

性・年代別でみると、男女共に15～19歳と60代以降で「安心して食べられると思う+ほぼ安心して食べられると思う」の割合が高い。また、女性15～19歳（20.0%）は「あまり安心できないと思う+安心できないと思う」も他の年代に比べて高いが、男性15～19歳（6.3%）は低い。

エリア別でみると、「安心して食べられると思う+ほぼ安心して食べられると思う」は、近畿、中国・四国（63.6%）で最も高い。関東圏と阪神圏でみると、阪神圏（63.3%）の方が関東圏（56.4%）より「安心して食べられると思う+ほぼ安心して食べられると思う」の割合が6.9ポイント高い。

図表 165. 食生活において、「即席めん」は安心して食べられる食品だと思うか <エリア別>



前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

<前回> → <今回>

「安心して食べられると思う」 67.0% 58.8%

「あまり安心できないと思う」 33.0% 12.8%

となる。

※今回は「安心して食べられると思う+ほぼ安心して食べられると思う」、「あまり安心できないと思う+安心できないと思う」で作成。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

7. 安心して食べられると思う理由

「JAS 規格を満たしている」「国産なので品質管理がしっかりしている」「長い間食べられている」など
国の基準を満たしており、長い間親しまれている食品としての信頼感がある

図表 166. 安心して食べられると思う理由（自由回答）

安心して食べられると思う	品質管理が整った工場で生産されているの知っているからです	男性30代
	メーカーが検査し基準をクリアしてものを商品として出していると思うから	男性60代
	国の品質基準に合致している	男性60代
	いつも食べているので、理由はないが安心してしまう。食品は日本製は基準を設けてくれているので安心	女性20代
	塩分に気をつけてスープを飲み干さないようにしていれば、子どもの頃からずっと食べてて何の問題もないし安心して食べられると思います	女性40代
	JASで決められている基準に沿ったものを扱ったものだから	女性50代
	カロリーもかなり控えめだし、ビタミン等が栄養強化されており 添加物も極力抑えられていると思うから。	女性50代
	日本の企業が開発、製造、販売しているから	女性50代
	案外添加物は少ないと聞いているし、衛生的な環境で作られていると思っている	女性70～74歳
ほぼ安心して食べられると思う	食べ過ぎない限りあとバランスよく普段から食事を行えば問題ないと考えるため	男性15～19歳
	低カロリーの商品が増えている	男性20代
	メーカーを信頼しているから	男性30代
	日本の品質管理はすごく高水準だと思うから	男性30代
	そのまま食べれば、野菜不足になるし、スープを全部飲むと塩分が多いと思う。そのあたりを工夫して食べれば、特に体に悪いものではないと思います	男性40代
	栄養に関しては多少の不安はあるが食品そのものの安全性については気にしたことがないから	男性40代
	塩分が多いので、あまり食べるのではなく、たまに食べるくらいなら、問題ないとと思う	男性40代
	最近はノンフライ麺のものもあるし、国内メーカーなら品質も心配ないと思う	男性40代
	代表する和食の一つ	男性50代
	スープを残せば塩分のとり過ぎにならない	男性60代
	食品の製造については即席麺に限らず100%安心といつても保証がないから	男性60代
	塩分やカロリーが健康に対して不安ではあるがそれ以外の不安はないため	女性15～19歳
	原材料や原産地の面で、特に不安に思っていることは無いから	女性15～19歳
	添加物が心配なのは確かだが、日本の食品は外国に比べて、とても高い基準をクリアしていると聞いたことがあるから	女性15～19歳
	昔から食べてておばあちゃんが元気だから	女性20代
	衛生管理された工場で完全自動製造だと思うから	女性30代
	昔、プラスチック容器によるダイオキシンが話題になったが、現在は合成保存料などを使用していないと記されているから	女性30代
	海外の製品より日本のメーカーの方が安全性が高いと思う	女性40代
	食べすぎてなければ手軽に食べられる便利な食品だから	女性40代
	即席めんで食中毒も起こり得ないし安心して食べることができる	女性40代
	どこのスーパー・コンビニでも当たり前のように店頭に並んでいるから	女性50代
	日本の食品は基準が厳しいから後は熱湯注意とか、塩分量や糖質など自分で気をつける事だとおもう	女性50代
	塩分が気になるが美味しいので	女性60代
	健康に关心のある人が増えているので、企業努力があると思う	女性60代
	国産だし、歴史もあるから	女性60代
	昔ほど添加物は多くないけれど、まだ添加物は使っていると思うから	女性60代
	袋めんは野菜など追加できて、健康面での補足ができるけれど、カップめんはカップの大きさなどから、それができないと思うから	女性60代
	三度、毎日食べるのではないし、アレンジすると栄養面もクリアできる	女性70～74歳

JAS 規格を信頼している旨のコメントが多く見られた。また国産であること、大手メーカーであることで安心感を得ている。即席めんには長い歴史があり、今まで大きな健康被害のニュース等がないことも安心して食べられる理由となっている。

8. 安心できないと思う理由

「添加物が心配」「塩分が心配」「食べ過ぎると身体に悪い」など健康面を心配する声が多い

添加物や塩分に不安を感じているコメントが多い。また、漠然と健康被害を不安視している意見も多い。

図表 167. 安心できないと思う理由（自由回答）※一部抜粋

あまり安心できないと思う	あまり食べすぎると、健康的に悪くなるから	男性20代
	食べた数日後肌荒れする	女性20代
	不健康な感じがするから	女性20代
	添加物が心配	女性30代
	油が悪いと思う。胃もたれするし、塩分も多いから、保存料も使っているので、健康的とは言えないと思うから	女性30代
	おそらく酸化した油が身体に合わない体質。あくまでの自分に対する「安全」基準です	女性40代
	昔からラーメンに対していいイメージがないので	女性40代
	カロリーや塩分が多いので 食べ続けると不安がある	女性60代
	私は栄養バランスを考えてアレンジしているが、それだけを食べて満足している人がいるので心配	女性60代
	糖質の量が心配	女性60代
	油揚げ麺やかんすい、スープに化学調味料を使用してるから	女性70～74歳
	メディアでよく言われていないから	男性20代
安心できないと思う	添加物が多くだから	男性20代
	糖尿病だから…	男性70～74歳
	栄養バランスが悪い、中毒性がある	女性20代
	食べ過ぎは身体に良くなさそう	女性20代
	他のレトルト食品よりも、塩分も強いし、添加物が沢山入っている	女性30代
	塩分、タンパク質、カリウム、ソルビ坦を控えなければならない家族がいるから 年代によって子供にアレルギーが出始めた	女性60代 女性60代

9. 安心して食べられないと思うようになった情報源

テレビや新聞、インターネットから情報を得ており、特に女性の方が敏感に反応している印象

テレビや新聞などのメディアからの情報や、インターネットのSNSや掲示板から情報を得て不安視するようになる傾向。特に女性は家族や知人からのクチコミを信じて不安を感じる傾向がある。

図表 168. 安心して食べられないと思うようになった情報源（自由回答・任意）※一部抜粋

母親に身体に悪いから食べないようにと言われた	男性15～19歳
糖質制限に関するインターネット上の情報	男性30代
ネット上の掲示板の書き込み、本当か嘘かはわからないが「もし本当なら」と思われる内容だった	男性40代
家族から食べないように言われた 学校の保険の授業で習った	女性15～19歳
家族から聞いた話、YouTubeなどで食べてはいけないものの動画でみた	女性20代
家族や友人からあまりいいイメージを聞かないから。そして食べるのを控えている人が多い	女性20代
本で読んだから	女性30代
幼い頃から親に言われてきたから	女性30代
TV番組などで、インスタント商品の悪影響を目にするから	女性40代
テレビ等でも野菜を取らないとバランスが悪いとも言っているから	女性40代
健康に関する本やネットの記事を読んで	女性40代
知人から、かんすいは、体にはよくないと聞いたから	女性40代
保存が長くできるものは あまり体によくないと聞いているから ネットにて	女性40代
友人との会話	女性40代
インターネットの記事や動画など	女性60代
腎臓病に関する食事指導の場で知った	女性60代
添加物は体に悪いとテレビ等で見るので	女性60代
テレビの健康番組で汁を飲み干すのは良くないと言っていたような気がする	女性70～74歳
医者 小児科医 妊娠中即席めんばかり食べていると赤ん坊が正常に育たないと言われた	女性70～74歳
保健婦の話	女性70～74歳

10. 説明文を読んだ後の印象の変化

説明文提示後に『印象が変わった』人の割合は、「脂質」（70.4%）、「栄養バランス」（70.1%）、「賞味期限」（65.5%）、「カロリー」（65.2%）、「塩分」（62.6%）、「添加物」（61.4%）と、いずれも6割以上。正しい理解が深まれば印象は大きく変わる

提示説明文

即席めん類について

1) 添加物

即席めん（カップめんもしくは袋めん）に使われている添加物は食品衛生法によって安全性が確認されているものです。さらにJASマークのついた製品は、使用する添加物が限定されています。

2) カロリー

カツ丼は893Kcal、チャーハンは754Kcal。一方多くの即席めん（カップめんもしくは袋めん）のカロリー（エネルギー）はレギュラーサイズで1食約300～500Kcal。これは、成人男性が1日に必要なエネルギーを2,450～2,650Kcalとした場合、約11%～20%にすぎません。

3) 栄養バランス

どのような食品でも”それだけ”を食べていれば栄養は偏ります。お米のごはんもみそ汁や魚、野菜等と一緒に食べることでバランスをとっているのです。日常生活の中で偏食を避けるとともに正しい食生活を心掛けるようにしてください。JASマーク付の即席めん（カップめんもしくは袋めん）の多くは、日頃、不足しがちなカルシウムを、カップめんではさらにビタミンB1、B2を強化しています。

4) 脂質

即席めん（カップめんもしくは袋めん）のめんに含まれる脂質は、乾燥工程で高温処理をする際に使われる油です。この油は、常に新鮮なものを必要最小限の量だけ使用しています。

5) 塩分

塩分については栄養表示基準により、めんとスープに分けて塩分量で表記しております。なお、塩分量が気になる場合は、飲むスープ量を控えめにしてください。

6) 賞味期限

賞味期限について、カップめんの賞味期限は従来より1ヶ月長い「製造日から6ヶ月」に、袋めんは従来より2ヶ月長い「8ヶ月」になりました。

各項目について上記説明文を提示し、各項目に対する印象が変わったかどうか聞いてみた。

『印象が変わった』という人の割合は、「脂質」（70.4%）、「栄養バランス」（70.1%）で7割を超えた。また、「賞味期限」（65.5%）、「カロリー」（65.2%）、「塩分」（62.6%）、「添加物」（61.4%）も6割台となり、説明文を提示した効果は非常に大きかった。

図表 169. 説明文を読んだ後の印象の変化

		□印象が変わった □印象は変わらない	
添加物		61.4	38.6
カロリー		65.2	34.8
栄養バランス		70.1	29.9
脂質		70.4	29.6
塩分		62.6	37.4
賞味期限		65.5	34.5

性別でみると、6項目とも女性の方が男性よりも『印象が変わった』という割合は高く、特に「脂質」（男性 66.3%、特に「脂質」（男性 66.3%、女性 74.6%）では 8.3 ポイントの差がある。

性・年代別でみると、『印象が変わった』人の割合は、男性では若い人ほど高く、特に 10代で高い。女性では「栄養バランス」と「脂質」がどの年代でも高かった。

図表 170. 説明文を読んだ後の印象の変化 <「変わった」の割合：性別／性・年代別>

全体	性別		男性							女性							
	男性	女性	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70～74歳	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70～74歳	
	3,107	1,548	1,559	102	209	262	308	255	292	119	97	202	256	303	257	308	136
添加物	61.4	57.4	65.2	73.5	65.5	55.9	51.5	55.5	54.7	59.4	68.1	67.3	70.2	65.9	63.6	59.1	66.1
カロリー	65.2	61.5	68.9	73.7	62.6	60.9	55.8	61.1	61.2	66.4	72.9	67.1	71.2	67.9	67.4	67.3	72.9
栄養バランス	70.1	66.5	73.8	78.6	68.7	65.0	59.3	66.7	66.5	73.4	81.6	70.6	76.2	71.5	72.0	74.3	75.6
脂質	70.4	66.3	74.6	77.4	71.0	64.4	61.6	66.1	65.2	67.5	72.7	69.3	78.7	75.1	73.1	75.6	75.3
塩分	62.6	59.3	65.8	69.3	66.8	57.5	53.1	59.2	58.0	61.3	70.6	65.5	69.3	65.0	64.6	64.5	63.5
賞味期限	65.5	62.2	68.8	75.1	64.7	62.5	56.8	59.2	62.1	66.4	70.1	67.1	71.4	67.7	67.8	69.1	69.6

エリア別でみると、『印象が変わった』人の割合は、「カロリー」が九州（70.7%）で高く、関東・甲信越（62.3%）より 8.4 ポイント高い。

表図表 171. 説明文を読んだ後の印象の変化 <「変わった」の割合：エリア別>

	全体	北海道・東北	関東・甲信越	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州	首都圏	阪神圏
全体	3107	347	1203	440	508	267	343	1008	428
添加物	61.4	60.1	59.0	63.0	64.3	62.6	63.4	57.9	66.2
カロリー	65.2	63.6	62.3	66.9	66.4	70.7	68.7	61.4	67.7
栄養バランス	70.1	71.3	68.6	69.4	70.0	72.3	73.7	67.7	71.3
脂質	70.4	69.2	68.6	69.6	72.2	73.6	74.0	67.4	73.2
塩分	62.6	61.1	60.2	61.3	63.7	68.0	68.2	59.1	65.1
賞味期限	65.5	68.0	63.5	64.5	67.3	67.0	67.5	62.6	68.1

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると「説明文を読んだ後に印象が変わった」割合は、

<前回> → <今回>

「添加物」	66.6%	61.4%
「カロリー」	75.3%	65.2%
「栄養バランス」	75.8%	70.1%
「油分」	76.1%	70.4%
「塩分」	65.1%	62.6%

となった。わずかではあるが、「変わった」割合は前回より総じて低くなっている。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

また、「添加物」～「賞味期限」の各質問に「印象は変わらない」と回答した人に対し、その理由を自由回答（任意）で答えてもらった。

1) 添加物

「もともと知っていた」という意見が多く、「興味がない」「気にしていない」という意見も多く見られた。「添加物が安全でも栄養バランスが良いわけではない」といった意見も見られた。

※一部抜粋

ギリギリ許せる数値でも許可は出るので完全に安全ではないし、大丈夫というだけであって体に良いとは思えない	男性 15～19 歳
健康に対する影響を保証するマークではない	男性 20 代
限定されているが、使用はされているので、健康リスクは見方によっては変わらないかも知れない	男性 20 代
昔からあるメーカー品は元々安心してよいと思うから。安全基準はクリアしていると思っている	男性 20 代
あくまでも最低限の基準と言う認識だから	男性 30 代
添加物について漠然とした不安感があるためです。現時点では安全性が確認されていても後々問題が明らかになるかもしれないと考えるため	男性 30 代
興味がない	男性 40 代
美味しいければ特にこだわりはない	男性 40 代
それは基準であって安全を完全に保障するものではないという事だからね、食べ過ぎれば毒にもなるという事だ	男性 50 代
基本的に添加物はないほうがいいと思っている	男性 50 代
気にしていないから	男性 50 代
知っていた	男性 60 代
添加物が限定されていても量までは限定されていないから。塩分が多い印象は変わらない	男性 60 代
ちゃんとしたメーカーが作っていればそれで安全性は確保できていると信じているから	男性 70～74 歳
安全性どうこうの問題じゃない。添加物の安全性が気になるのではなく、添加物そのものが嫌だから	女性 20 代
一つ一つの添加物は安全でも、まとめて色んな添加物を摂取した時に安全かどうかはわからないから	女性 20 代
添加物そのものが体に悪いので、安全性が確認されてるとしても摂つていいものとは思わないから	女性 20 代
日本製は安心だと思っていたから	女性 20 代
あまり気にしていないから。カップ麺の添加物を気にするぐらいならそもそも食べない	女性 30 代
安心安全なのは日本では当たり前だと思っているから	女性 30 代
食べ続けていると体調が悪くなる自覚があるので、頻度の問題だと思うから	女性 30 代
信用してないから	女性 30 代
自分がアレルギーの添加物には注意してるが、それ以外はあまり気にしていないので。	女性 40 代
JAS を完全には信用していない。昔は大丈夫とか身体によいとされていた物がのちに実は良くなかったとの事例は良くあることなので	女性 50 代
きちんと作られていることに信頼を置いていたから。このことをある程度把握していた	女性 50 代
日本の基準に過ぎず、世界的な基準ではないから	女性 50 代
JAS マークがついていてもおいしいわけではないので、気にならない	女性 60 代
ジャスマークはついていても添加物は使用されているし、塩分やカロリー、使用している油は気になるので	女性 60 代
今まであまり気にしていなかったので	女性 60 代
美味しいと思えば食べるから	女性 60 代
信用しているので	女性 70～74 歳

2) カロリー

「即席めんだけではお腹が満たされないため、食べ物を追加するので総カロリーは増える」といった意見が多く見られた。添加物同様、「もともと知っていた」という意見が多く、「興味がない」「気にしていない」という意見も多く見られた。

※一部抜粋

カロリーだけの問題ではない	男性 30代
あまり気にしていなかったから	男性 60代
カロリーは判断基準でない	男性 60代
70歳を超えてそんなに多くのカロリーを摂る必要もなくなり、そのカロリーを即席麺で摂ろうという気持ちはない	男性 70~74歳
もともと即席めんのカロリーがそこまで高いとは思っていなかったから	女性 15~19歳
エネルギーとしては少しかも知れないが、塩分は1日の半分近くを摂取することになる	女性 30代
カツ丼、チャーハンはタンパク質などの栄養素がある。カップラーメンにはない。そもそも比べるもののがちがう	女性 30代
1食 500Kcalは、高齢者にはカロリーが高いと思う	女性 50代
おいしければいい	女性 50代
カロリーだけではなくバランスが大事	女性 50代
カロリーはあまり気にしていないから	女性 50代
エネルギーは違いますが、同じ栄養ではないです	女性 60代
カップ麺だけでは物足りなくて、おにぎりや他のものを食べる人が多いと思うので、結局は高カロリーになる	女性 60代

3) 栄養バランス

「普段から気をつけている」といった意見が多く見られた。添加物同様、「カルシウムやビタミン等の栄養は自然食品から得たい」という意見も見られた。

※一部抜粋

栄養気にしたことがない	男性 15~19歳
自分で調理したものが栄養のバランスが取れていると思うため	男性 20代
カルシウムやビタミンB1、B2だけの強化では限定的と感じるため	男性 40代
興味がない	男性 40代
このようなことは知っていた	男性 50代
おいしいから食べるだけ、栄養は考えた事なし	男性 60代
そんなに神経質じゃないから	男性 60代
栄養バランスを考えて昼だけにしている。	男性 60代
食事全体における即席麺の位置づけが変わらないから	男性 60代
おもてる通りのこと	男性 70~74歳
糖質は関係ないから	女性 15~19歳
特定の栄養素を追加した食品は何だか不自然で余り好きで無い	女性 20代
栄養面では特に期待をしていない	女性 40代
カップめんに味噌汁や野菜をつけることはないからやはりカップめんのほうが栄養は偏りやすいと思う	女性 50代
頻繁に食べないのでカップ麺に栄養やバランスを求めていないから	女性 50代
カルシウムなどの栄養素は自然の食材で摂りたいから	女性 60代
トッピングに工夫すればよいので気にしていない。	女性 60代
バランスは他でおぎなうので、そんなもの必要ない	女性 70~74歳

4) 脂質

男性からは「脂質は気にしていない」という意見が多く見られた。女性からは「油の酸化が気になる」という意見が多く見られた。

※一部抜粋

脂質を気にしたことがないから	男性 30 代
食べると脂っこさは感じる	男性 30 代
これは知っていた知識なので今更印象が変わることではありません	男性 40 代
そもそも脂質を気にしていない	男性 40 代
よくわからない	男性 40 代
気にしてないので	男性 40 代
使っていることに変わりないから	男性 40 代
テレビなどで知っていた	男性 50 代
メーカーにより差があると思う	男性 50 代
以前から知っている	男性 50 代
もともと気にしていない	男性 60 代
脂の酸化や劣化が気になるから	男性 60 代
全く想像していた通りの内容なので不安もなく安心しています	男性 60 代
加齢のことが気になるので脂質は注意している	男性 70~74 歳
脂質は余りとりたくない	男性 70~74 歳
あんまり信じられない	女性 20 代
その時は新鮮でも、時間が経つと酸化するのでは	女性 20 代
おいしければいい	女性 50 代
私自身が油に対してあまり強くない体质なので、一般論だけでは安心できない	女性 50 代
カロリーはやはり多めだと思う	女性 60 代
ノンフライ麺を好みますので関心がありません	女性 60 代

5) 塩分

「もともと知っていた」「普段から気をつけている」という意見が多く見られた。

※一部抜粋

スープが残ったときの処理が大変。流しが詰まるし	男性 15~19 歳
スープを飲むかどうかが大事なのは知っているので	男性 20 代
塩分を気にしてない	男性 30 代
自分で調整することはできない	男性 30 代
おいしいスープを控えめにするのは困難	男性 60 代
このような表記があることは承知していないが、自分なりに気をつけているから	男性 60 代
飲むスープを減らせは即席めんでなくともよく聞く	男性 60 代
いつも、スープを残している	男性 70~74 歳
外食店なども含め、麺類のつゆは飲まないので	男性 70~74 歳
量が書いていても一日の目安のどの程度かわからない	女性 30 代
カップ麺だけじゃなくほかの食品でもいえることだから	女性 40 代
色々なところで、その話を見聞きしているので	女性 50 代
もともとスープはほとんど飲まないようにしているから塩分量は気にしていない	女性 60 代
塩分が多いことに変わりはないから	女性 60 代

6) 賞味期限

「あまり意識していない」「賞味期限がくるまえにたべてしまう」という意見が多く見られた。「賞味期限が延びた理由を「添加物や保存物を増やしたのでは」と気にする意見も見られた。

※一部抜粋

いつも賞味期限の近いものから食べてるが、いつ買ったかは気にしてないから。長くなつたと感じていない	男性 40代
それくらいは持つと思っていた	男性 50代
あまり賞味期限を気にしてない。消費期限を明確にするべき	男性 50代
この程度の変化は、とくになんとも感じない	男性 60代
何を根拠に延長したのか分からぬ。かえって体に悪い成分を使っているのではないかと不安になる	男性 60代
いつも、使い切っている	男性 70~74歳
そもそも興味が無いので	女性 30代
それだけ長いと言うことは、保存料が使用されていると言うこと	女性 30代
災害用なので、気が付くとあつという間に期限が迫っていることが多く、2カ月程度では大差はない。でもあんまり長く置くと味が落ちるので仕方ない	女性 40代
どういう理由で賞味期限を長く設定できたのかの理由を知りたい	女性 50代
知ってたが、備蓄用にもっと長い物があつてもいいかな	女性 50代
あまり買い置きはしない	女性 60代
そんなに長く保存しない	女性 60代

11. 即席めんに対する健康不安度

「袋めん」は「低」(36.3%)、「不安に思っていない」(31.7%)、「中」(21.7%)、「高」(10.3%)の順

「カップめん」は「低」(34.3%)、「不安に思っていない」(30.5%)、「中」(23.8%)、「高」(11.5%)の順

図表 172. 「袋めん」に対する健康不安度 <性年代別>

□高(6個以上) ■中(3~5個) ▨低(1~2個) ▨不安に思っていない(0個)

		n=	(%)			
全体		3,107	10.3	21.7	36.3	31.7
性別	男性	1,548	7.2	18.6	37.1	37.2
	女性	1,559	13.4	24.8	35.5	26.2
男性	15~19歳	102	4.8	10.8	36.4	48.1
	20代	209	3.0	11.5	39.9	45.6
	30代	262	5.5	19.1	40.5	35.0
	40代	308	7.4	19.7	39.0	34.0
	50代	255	7.5	18.5	33.8	40.1
	60代	292	8.4	21.9	35.2	34.6
	70~74歳	119	16.3	25.7	31.9	26.1
女性	15~19歳	97	9.6	19.4	41.6	29.4
	20代	202	10.2	17.7	33.9	38.3
	30代	256	10.6	23.2	38.1	28.1
	40代	303	12.0	25.6	37.8	24.6
	50代	257	13.4	25.9	34.7	25.9
	60代	308	16.7	27.3	37.0	19.1
	70~74歳	136	22.2	32.7	22.1	23.0

「袋めん」に対する健康不安度を聞いたところ、「低」(36.3%) が最も高く、次いで「不安に思っていない」(31.7%)、「中」(21.7%)、「高」(10.3%) の順となっている。

性別でみると、男性(7.2%)より女性(13.4%)の方が「高」が高く、6.2 ポイントの差がある。

性・年代別でみると、男性では70~74歳(16.3%)で「高」が最も高く、20代(3.0%)と比べると13.3ポイント高い。女性では70~74歳(32.7%)で「中」が高く、20代(17.7%)と比べると5ポイントほど高い。

エリア別では中国・四国（40.8%）で「低」がもっとも高く、中部・北陸（33.3%）と比べると7.5ポイントほど高い。

図表 173. 袋めんに対する健康不安度 <エリア別>

		n=	□高(6個以上)	■中(3~5個)	▨低(1~2個)	■■不安に思っていない(0個)
エ リ ア	全体	3,107	10.3	21.7	36.3	31.7
	北海道・東北	347	10.9	18.8	39.3	31.0
	関東・甲信越	1,203	11.0	22.8	35.3	30.9
	中部・北陸	440	10.9	23.5	33.3	32.3
	近畿	508	9.6	20.7	37.5	32.1
	中国・四国	267	8.9	20.7	40.8	29.6
	九州	343	8.8	20.8	35.2	35.2
	首都圏	1,008	11.4	22.4	35.3	30.8
	阪神圏	428	10.3	20.7	37.9	31.1

また、「カップめん」に対する健康不安度を聞いたところ、「低」（34.3%）が最も高く、次いで「不安に思っていない」（30.5%）、「中」（23.8%）、「高」（11.5%）の順となっている。

図表 174. 「カップめん」に対する健康不安度 <性年代別>

		n=	□高(6個以上)	■中(3~5個)	▨低(1~2個)	■■不安に思っていない(0個)
性 別	全体	3,107	11.5	23.8	34.3	30.5
	男性	1,548	8.3	21.3	34.6	35.9
	女性	1,559	14.7	26.2	34.0	25.1
	15~19歳	102	4.8	15.6	31.5	48.1
	20代	209	4.3	16.2	35.0	44.5
	30代	262	6.3	22.2	36.9	34.6
	40代	308	7.4	24.5	34.7	33.4
	50代	255	7.9	18.9	35.8	37.5
性 別	60代	292	11.6	21.5	34.8	32.1
	70~74歳	119	17.5	29.6	27.7	25.2
	15~19歳	97	9.6	20.7	41.3	28.4
	20代	202	10.2	21.2	30.4	38.2
	30代	256	11.8	24.4	37.7	26.2
	40代	303	14.0	25.2	36.9	23.9
	50代	257	14.1	27.8	33.9	24.2
	60代	308	18.8	29.5	33.3	18.4
	70~74歳	136	24.0	32.5	22.7	20.8

性別でみると、性別でみると、「袋めん」と同様に、男性（8.3%）より女性（14.7%）の方が「高」が高く、6.4 ポイントの差がある。

性・年代別でみると、男性では 15～19 歳（48.1%）と 20 代（44.5%）で「不安に思っていない」が高く 4 割を超えており、70～74 歳（29.6%）は「中」が他年代より高く、15～19 歳（15.6%）と比べると 14 ポイント高い。女性では 20 代（38.2%）で「不安に思っていない」が他年代に比べて高く、60 代（18.4%）と比べると 20 ポイントほど高い。

エリア別では近畿（36.7%）で「低」がもっとも高く、中部・北陸（30.3%）と比べると 6 ポイントほど高い。

図表 175. 「カップめん」に対する健康不安度 <エリア別>

		□高(6個以上)	■中(3~5個)	▨低(1~2個)	■■不安に思っていない(0個)
全 体		3,107	11.5	23.8	34.9
エ リ ア	北海道・東北	347	12.8	21.2	36.3
	関東・甲信越	1,203	12.9	23.9	33.6
	中部・北陸	440	12.0	26.4	30.3
	近畿	508	10.0	22.9	36.7
	中国・四国	267	9.4	25.3	36.4
	九州	343	8.7	22.5	34.5
	首都圏	1,009	13.4	23.9	33.4
	阪神圏	428	10.7	22.9	36.6

前回調査（2016 年実施：15～74 歳対象）の結果と比較すると、

		<前回>	→	<今回>
・「袋めん」	「高（4～5 個）」	20.2%		10.3%
	「中（2～3 個）」	37.8%		21.7%
	「低（1 個）」	24.3%		36.3%
	「意識しない（0 個）」	17.7%		31.7%
・「カップめん」	「高（4～5 個）」	20.2%		11.5%
	「中（2～3 個）」	37.8%		23.8%
	「低（1 個）」	24.3%		34.3%
	「意識しない（0 個）」	17.7%		30.5%

となった。「袋めん」では「高」と「中」が 10 ポイント以上減少し、「低」と「意識しない」が増えている。「カップめん」も同様である。

※前回は「高（4～5 個）」、「中（2～3 個）」、「低（1 個）」、「意識しない（0 個）」の 4 項目で、「袋めん」と「カップめん」の分類はない

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

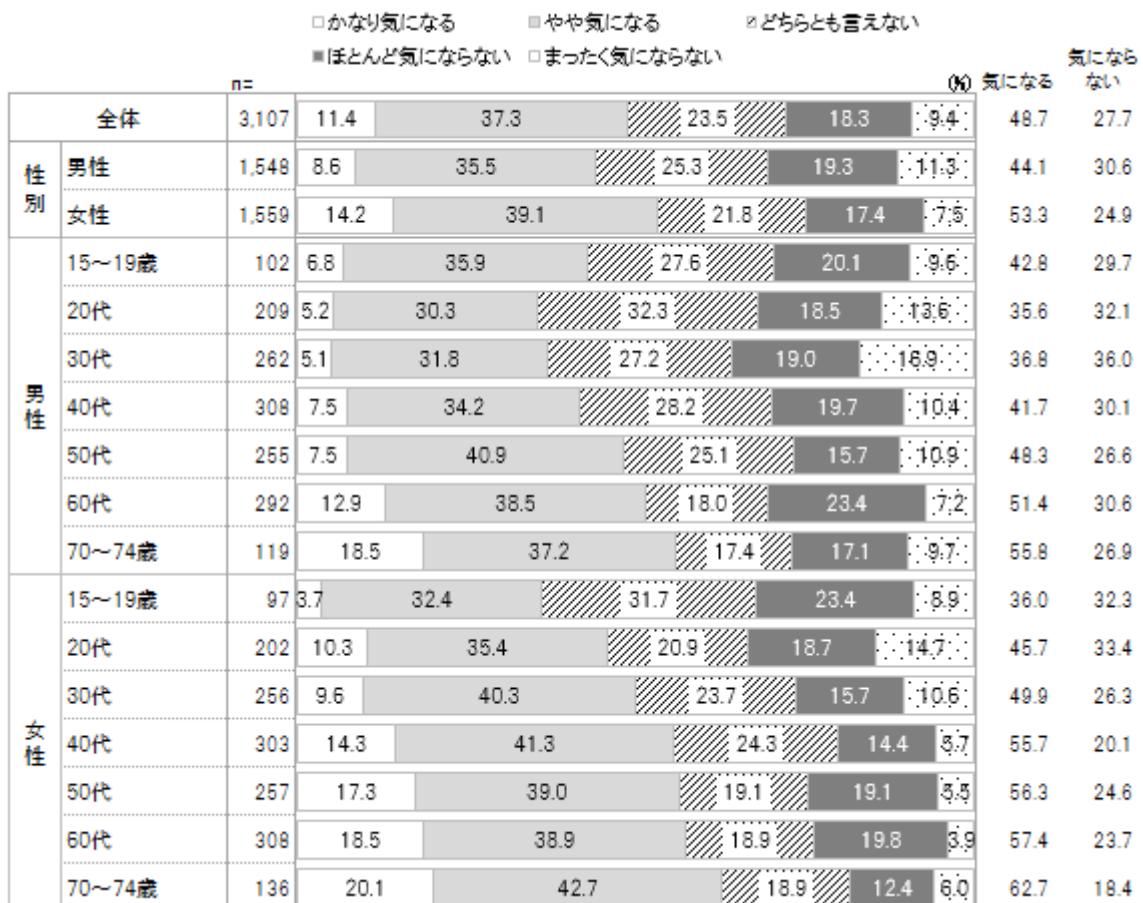
IV. 即席めんについての情報

1. カップめんの容器に関して、ゴミ・リサイクル問題が気になるか

「やや気になる+かなり気になる」が48.7%、「ほとんど気にならない+まったく気にならない」が27.7%

カップめんの容器のゴミ・リサイクル問題に対する考えは分散している

図表 176. カップめんの容器に関して、ゴミ・リサイクル問題が気になるか



カップめんの容器に関して、ゴミ・リサイクル問題が気になるか聞いたところ、「やや気になる+かなり気になる」は5割近く（48.7%）、「ほとんど気にならない+まったく気にならない」は3割ほど（27.7%）と、気になる人と気にならない人とが分散している。

性別では、「やや気になる+かなり気になる」は、男性（44.1%）よりも女性（53.3%）の方が9.2ポイント高い。

性・年代別でみると、男女とも年齢が上がるにつれ、「気になる」人の割合が高くなるが、特に女性での傾向が強い。

エリア別では、「やや気になる+かなり気になる」人の割合は関東・甲信越（49.9%）でやや高いが、他エリアと比べても大きな差はみられない。

図表 177. カップめんの容器に関して、ゴミ・リサイクル問題が気になるか <エリア別>

		n=	□かなり気になる	■やや気になる	▨どちらとも言えない	□ほとんど気にならない	□まったく気にならない	(%) 気になる	気にならない
エ リ ア	全体	3,107	11.4	37.3	23.5	18.3	9.4	48.7	27.7
	北海道・東北	347	11.4	37.3	23.8	18.9	8.5	48.7	27.5
	関東・甲信越	1,203	11.7	38.2	23.3	17.8	9.0	49.9	26.7
	中部・北陸	440	12.4	35.4	25.7	17.2	9.4	47.8	26.6
	近畿	508	11.1	36.5	23.1	20.3	9.0	47.6	29.3
	中国・四国	267	10.3	37.6	22.5	19.1	10.5	47.9	29.6
	九州	343	10.4	37.7	22.6	17.8	11.5	48.1	29.4
	首都圏	1,008	12.4	37.4	22.1	18.7	9.3	49.8	28.1
	阪神圏	428	11.0	37.9	22.8	19.4	8.9	48.9	28.3

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

<前回> → <今回>

「かなり気になる」	5.4%	11.4%
「やや気になる」	31.4%	37.3%
「どちらとも言えない」	30.1%	23.5%
「ほとんど気にならない」	24.0%	18.3%
「まったく気にならない」	9.1%	9.4%
“気になる計”	36.8%	48.7%
“気にならない計”	33.1%	27.7%

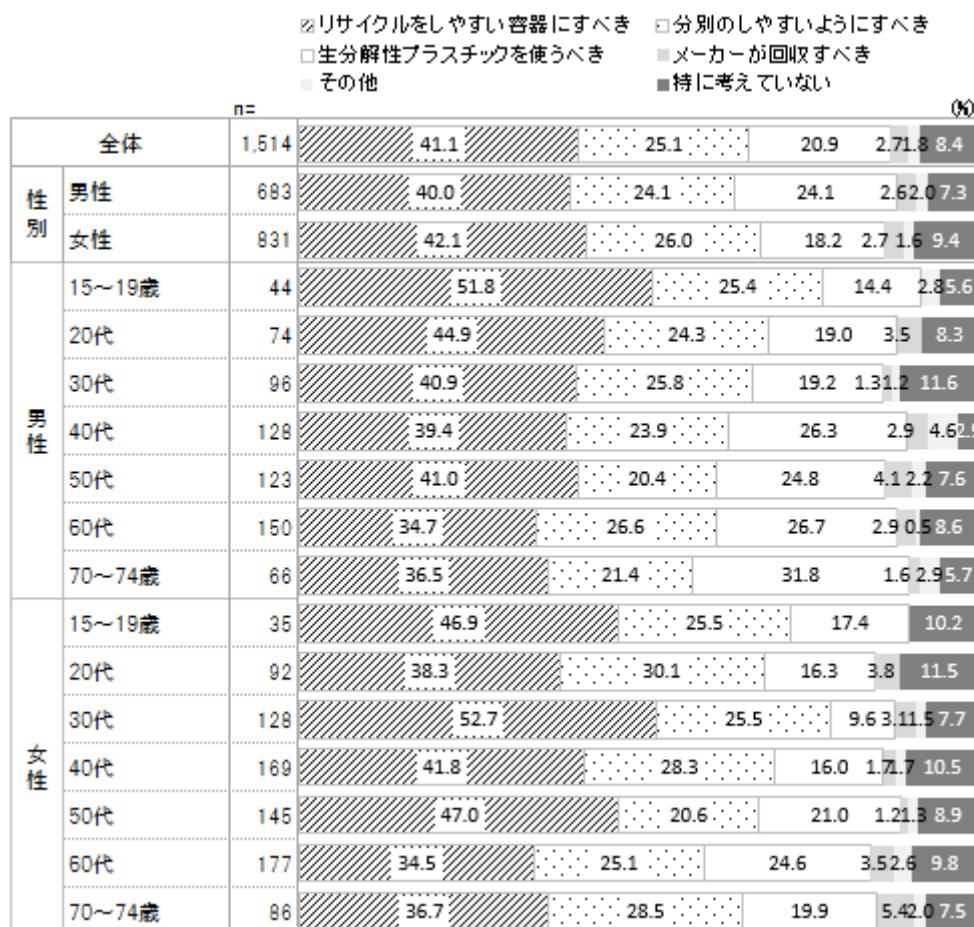
となる。“気になる”が増え、“気にならない”がやや減っている。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

2. ゴミ・リサイクル問題にどのように対応すればよいと思うか

「リサイクルをしやすい容器にすべき」(41.1%)が4割を占める

図表 178. カップめんの容器のゴミ・リサイクル問題について、どのように対応すればよいと思うか



さらに、カップめん容器のゴミ・リサイクル問題が「気になる」と回答した人（1,514名）に、どのように対応すればよいかを聞いたところ、「リサイクルをしやすい容器にすべき」(41.1%)が4割を占め、以下「分別のしやすいようにすべき」(25.1%)、「生分解性プラスチックを使うべき」(20.9%)などの順となった。

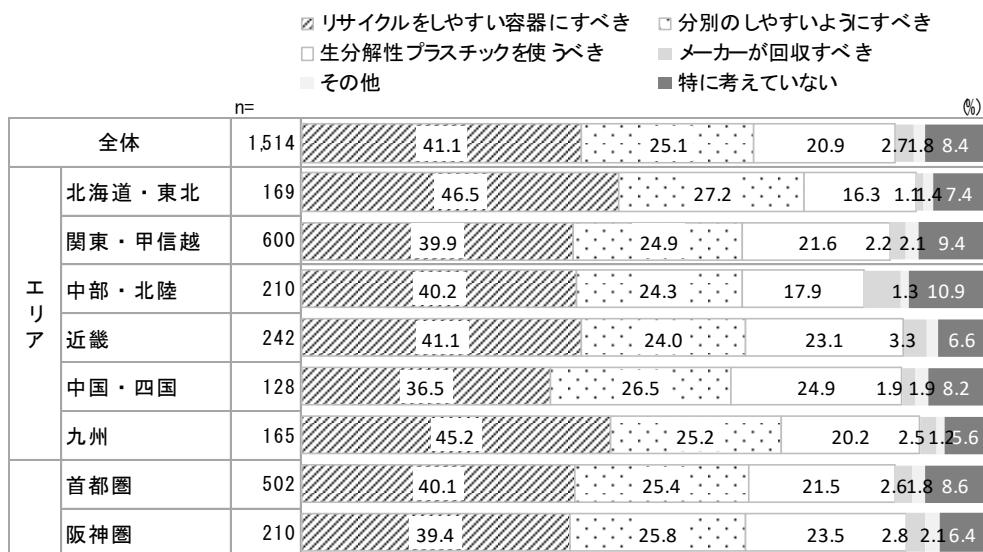
性別による大きな差はみられない。

性・年代別でみると、どの層も「リサイクルをしやすい容器にすべき」が最も多いが、男性15~19歳(51.8%)と女性30代(52.7%)で過半数を超えており。

エリアによる差はあまりないが、「リサイクルをしやすい容器にすべき」という回答は、北海道・東北(46.5%)と九州(45.2%)で4割強とやや高い。

図表 179. カップめんの容器のゴミ・リサイクル問題について、どのように対応すればよいと思うか

<エリア別>



前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

<前回> → <今回>

「リサイクルしやすい容器にすべき」	--	41.1%
「分別しやすいようにすべき」	--	25.1%
「生分解性プラスチックを使うべき」	--	20.9%
「メーカーが回収すべき」	12.7%	2.7%
「その他」	7.9%	1.8%
「特に考えていない」	11.1%	8.4%

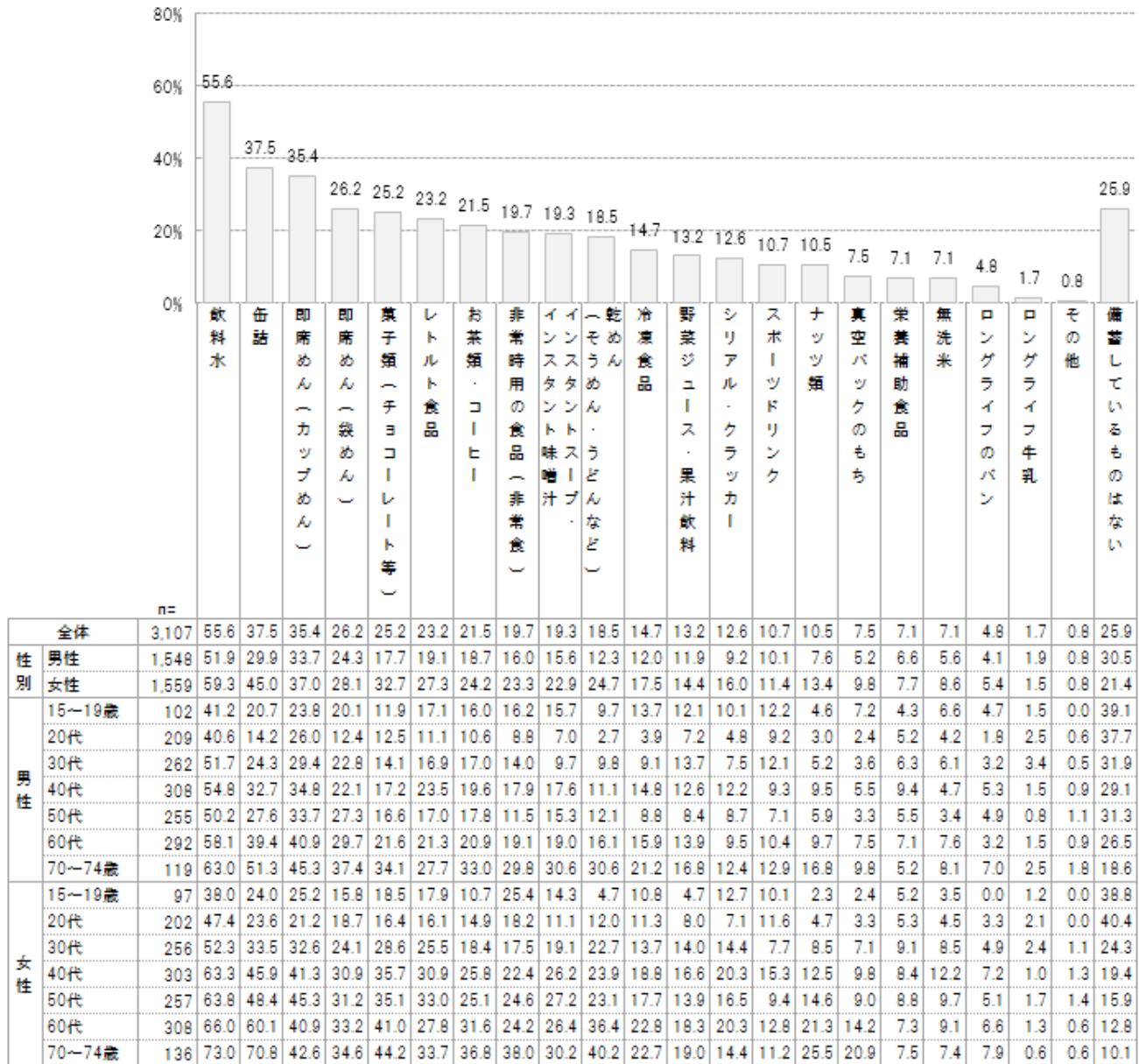
となり、新規選択肢である「リサイクルしやすい容器にすべき」「分別しやすいようにすべき」が高い。

*今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

3. 防災対策として備蓄している食品

「飲料水」（55.6%）、「缶詰」（37.5%）、「カップめん」（35.4%）、「袋めん」（26.2%）の順。
約7割（74.1%）が“備蓄しているものがある”

図表 180. 現在備蓄している食品（複数回答）



防災対策として、「備蓄しているものはない」と回答した人は約2割強（25.9%）であるので、残りの約7割（74.1%）は何かしらの食品を備蓄している。具体的には、「飲料水」（55.6%）を備蓄している人が最も多く、以下「缶詰」（37.5%）、「カップめん」（35.4%）、「袋めん」（26.2%）、「菓子類（チョコレーント等）」（25.2%）、「レトルト食品」（23.2%）、「お茶類・コーヒー」（21.5%）が続く。

性別でみると、ほとんどの項目で女性の方が高くなっている。

性・年代別でみると、男女とも全般的に年代が上がるほど備蓄している割合が高くなるが、即席めんも男女とも年代があがるにつれ備蓄している人が多くなる。

エリア別では、「カップめん」を備蓄している人は、北海道・東北（41.8%）が多く、九州（29.5%）と比べて 12.3 ポイント多い。

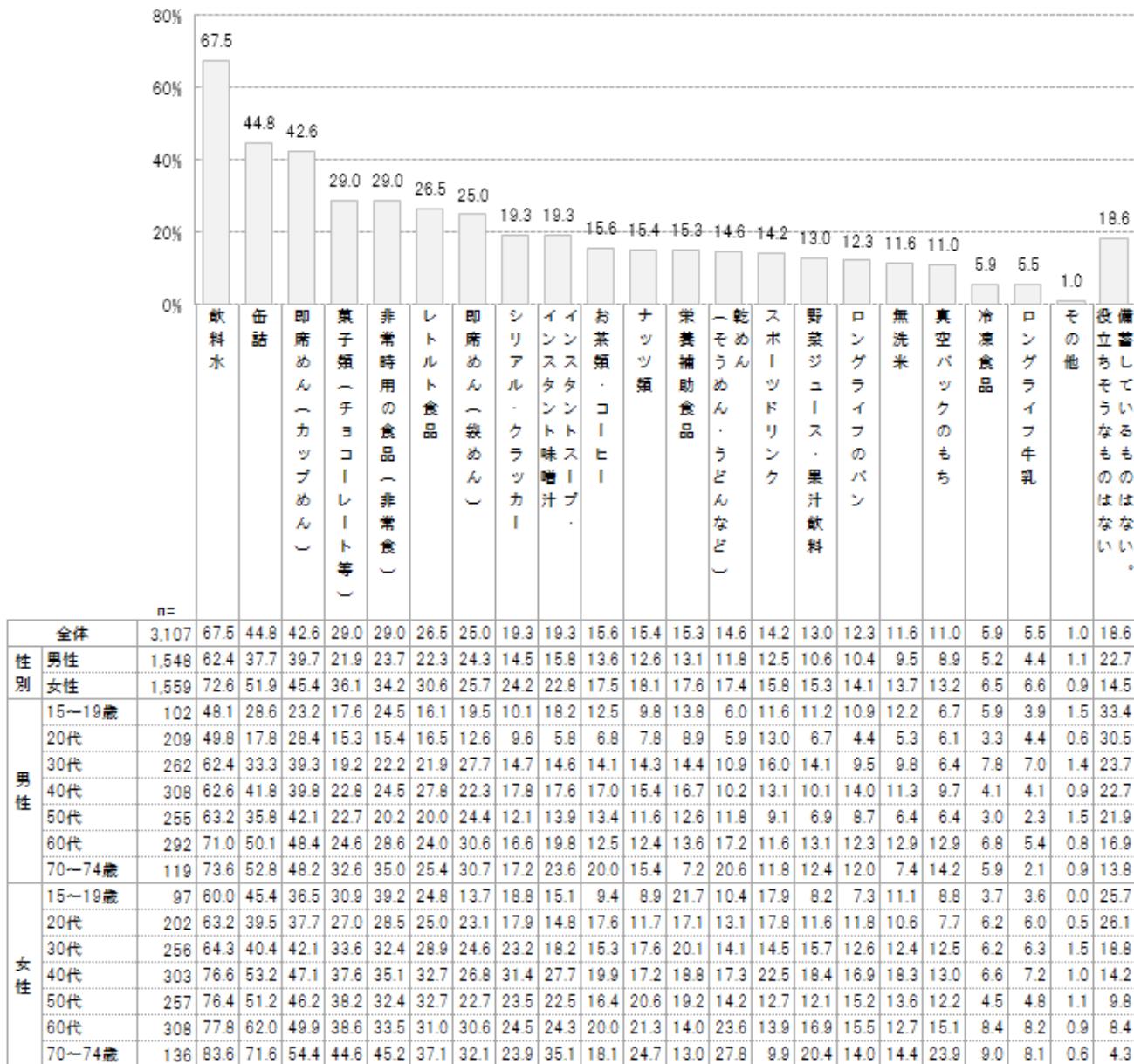
図表 181. 現在備蓄している食品（複数回答）<エリア別>

	飲料水	缶詰	即席めん（カップめん）	即席めん（袋めん）	菓子類（チョコレート等）	レトルト食品	お茶類・コーヒーヒー	非常時用の食品（非常食）	インスタントスープ（味噌汁・など）	乾そらめん・うどんなど	冷凍食品	野菜ジュース・果汁飲料	シリアル・クラッcker	スポーツドリンク	ナツツ類	真空パックのもち	栄養補助食品	無洗米	ロングライフのパン	ロングライフ牛乳	その他	備蓄しているものはない		
	n=																							
全体	3,107	55.6	37.5	35.4	26.2	25.2	23.2	21.5	19.7	19.3	18.5	14.7	13.2	12.6	10.7	10.5	7.5	7.1	7.1	4.8	1.7	0.8	25.9	
エ リ ア	北海道・東北	347	51.2	41.0	41.8	29.6	26.6	24.6	20.4	19.4	21.5	23.3	17.7	16.5	10.9	10.3	10.6	7.9	9.2	5.7	2.5	1.4	0.4	26.0
	関東・甲信越	1,203	62.5	41.3	34.8	24.0	25.3	24.8	20.7	23.0	18.7	20.7	14.2	13.9	15.1	10.4	12.4	8.9	8.0	7.7	6.1	1.6	0.8	22.8
	中部・北陸	440	54.0	35.5	36.4	28.3	24.2	24.7	24.2	22.6	19.7	16.7	14.1	13.7	14.1	13.3	10.4	9.1	7.5	6.6	6.0	2.0	1.1	26.9
	近畿	508	56.3	33.1	36.3	28.2	27.2	22.2	20.0	17.4	19.5	15.1	15.0	12.7	11.0	9.8	8.8	6.3	3.7	9.2	4.3	1.2	0.9	24.3
	中国・四国	267	47.8	31.3	33.8	26.4	27.0	20.4	23.0	13.5	21.3	14.7	17.7	12.0	11.0	10.8	8.5	5.4	6.5	7.1	2.5	2.5	0.3	33.4
	九州	343	43.3	33.9	29.5	24.4	20.6	17.9	22.6	12.6	16.5	16.4	11.7	8.3	7.4	10.5	7.9	3.4	7.3	3.9	3.3	2.0	1.1	33.0
首都圏	首都圏	1,008	65.1	42.0	34.9	23.8	26.7	25.5	20.8	24.6	19.4	21.4	14.5	14.2	16.1	11.0	13.3	9.7	8.4	8.5	6.4	1.8	1.0	21.5
	阪神圏	428	56.0	33.1	38.2	29.1	28.0	22.3	20.1	18.6	21.1	15.2	14.9	14.0	12.7	10.2	9.9	7.0	4.1	10.5	4.3	1.4	1.0	23.7

4. 災害時に役立ちそうだと思う食品

「飲料水」(67.5%)が最も多く、以下「缶詰」(44.8%)、「カップめん」(42.6%)、「菓子類(チョコレート等)」(29.0%)、「非常時用の食品(非常食)」(29.0%)が続く

図表 182. 災害時に役立ちそうだと思う食品(複数回答)



次いで、災害時に役立ちそうだと思う食品は、「飲料水」(67.5%)が最も多く、以下「缶詰」(44.8%)、「カップめん」(42.6%)、「菓子類(チョコレート等)」(29.0%)、「非常時用の食品(非常食)」(29.0%)、「レトルト食品」(26.5%)、「袋めん」(25.0%)の順となっている。

性別でみると、「現在備蓄している食品」同様、女性の方が多くあげている項目が大半となっている。

性・年代別でみると、前項同様、年代が上がるほど割合が高くなる項目が多い。

エリア別では、「カップめん」が災害時に役立ちそうだと思う人は、九州（37.6%）、関東・甲信越（39.6%）で4割以下と低く、北海道・東北（51.8%）とは10ポイント以上の差がある。

図表 183. 災害時に役立ちそうだと思う食品（複数回答）<エリア別>

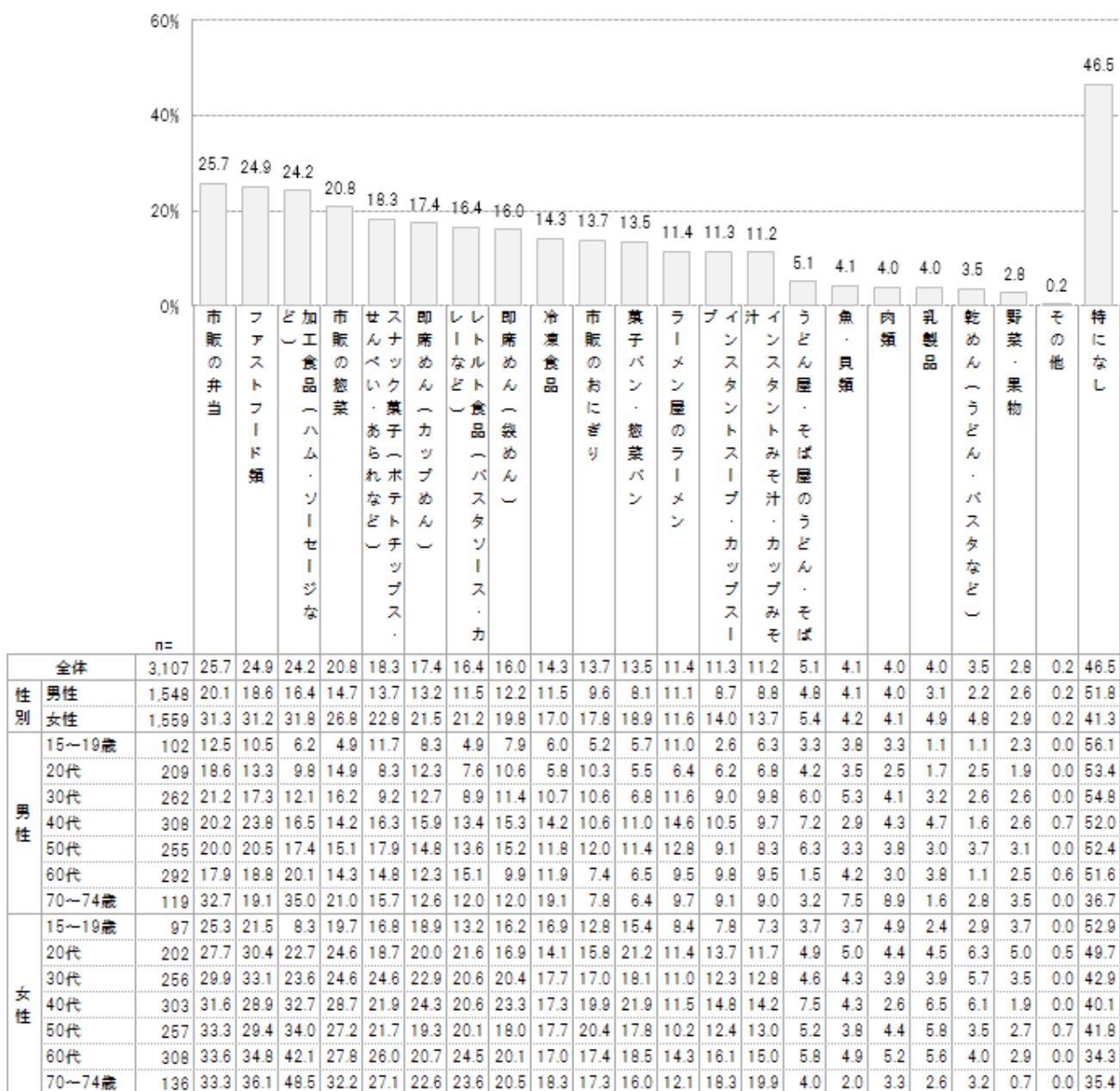
	飲料水	缶詰	即席めん（カップめん）	菓子類（チヨコ・レート等）	非常時用の食品（非常食）	レトルト食品	即席めん（袋めん）	シリアル・クラッcker	インスタントスープ・汁	お茶類・コヒー	ナツツ類	栄養補助食品	（乾めうめん・うどんなど）	スポーツドリンク	野菜ジュース・果汁飲料	ロングライフのパン	無洗米	真空パックのもち	冷凍食品	ロングライフ牛乳	その他	役立ちはじてうななるもののはない。		
n=																								
全体	3,107	67.5	44.8	42.6	29.0	29.0	26.5	25.0	19.3	19.3	15.6	15.4	15.3	14.6	14.2	13.0	12.3	11.6	11.0	5.9	5.5	1.0	18.6	
エリア	北海道・東北	347	67.7	51.8	51.8	30.2	31.0	31.0	32.1	20.4	22.4	14.9	15.3	17.6	20.3	13.0	17.7	10.4	13.2	13.2	8.6	7.5	0.8	14.8
	関東・甲信越	1,203	71.1	46.1	39.6	29.3	30.2	26.0	21.9	19.9	17.0	14.2	16.5	15.9	14.5	13.4	12.8	12.6	9.7	11.0	5.0	5.1	0.8	16.8
	中部・北陸	440	64.9	42.6	43.1	27.1	31.7	29.8	28.0	20.3	22.0	18.4	16.0	15.7	14.1	17.0	14.8	15.8	13.5	13.9	7.8	6.8	1.5	20.1
	近畿	508	67.9	38.8	43.8	29.1	25.0	21.9	24.2	18.1	19.7	15.8	13.4	10.5	11.8	12.6	11.2	11.2	12.8	8.1	6.0	4.1	0.9	19.1
	中国・四国	267	67.7	46.0	47.1	31.1	27.3	27.2	24.0	20.7	21.1	18.3	14.7	17.3	13.6	16.2	13.0	11.9	12.1	11.8	4.3	6.2	1.0	20.6
	九州	343	57.8	44.1	37.6	27.6	26.5	25.4	26.7	15.7	18.8	14.9	13.8	16.2	15.2	15.3	9.0	10.2	12.0	9.0	4.6	4.8	1.2	24.5
首都圏		1,008	71.9	45.9	39.5	29.2	31.0	25.7	21.1	20.4	16.2	13.7	16.5	16.0	14.4	13.3	12.6	12.2	9.5	11.1	4.8	5.3	1.0	16.1
阪神圏		428	68.4	39.4	44.9	30.1	24.6	21.9	24.0	19.5	20.8	15.0	13.9	11.4	11.7	13.4	12.3	11.8	12.7	8.2	5.7	4.4	0.8	18.6

5. 安全性に不安を感じことがある食品

「市販の弁当」（25.7%）、「ファストフード類」（24.9%）、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（24.2%）、「市販の惣菜」（20.8%）の順

2割弱が「カップめん」（17.4%）、「袋めん」（16.0%）の安全性に不安を感じている

図表 184. 安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）



食品を購入・利用する時、安全性に不安を感じことがある食品は、「市販の弁当」（25.7%）、「ファストフード類」（24.9%）、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（24.2%）、「市販の惣菜」（20.8%）の順。

性別でみると、ほとんどすべての項目で男性より女性の方が高く、特に「菓子パン・惣菜パン」までの上位項目は軒並み5ポイント以上、男性より女性の方が高い。また、「袋めん」（19.8%）、「カップめん」（21.5%）についても、女性のほうが男性より7ポイントほど高い。

性・年代別でみると、男性はあまり変わらないが、女性は年代が上がるほど高い割合となっている項目が非常に多い。

エリア別では、総じて目立った傾向の差はみられない。

図表 185. 安全性に不安を感じることがある食品（複数回答）<エリア別>

	市販の弁当	ファストフード類	加工食品（ハム・ソーセージなど）	市販の惣菜	せんべい・菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）	即席めん（カツブーム）	レトルト食品（パスタソース・カレーなど）	即席めん（袋めん）	冷凍食品	市販のおにぎり	菓子パン・惣菜パン	ラーメン屋のラーメン	ブイーンスタントスープ・カツブースト	インスタントみそ汁・カツブーム	うどん屋・そば屋のうどん・そば	魚・貝類	肉類	乳製品	乾めん（うどん・バスターなど）	野菜・果物	その他	特になし		
n=																								
全体	3,107	25.7	24.9	24.2	20.8	19.3	17.4	16.4	16.0	14.3	13.7	13.5	11.4	11.3	11.2	5.1	4.1	4.0	4.0	3.5	2.8	0.2	46.5	
エ リ ア	北海道・東北	347	24.0	24.7	24.3	18.6	20.0	16.4	16.3	15.3	14.7	13.9	14.2	11.7	10.0	11.8	5.9	4.7	4.0	4.1	1.6	2.9	0.3	47.0
	関東・甲信越	1,203	27.7	25.8	25.5	22.4	20.1	19.1	17.6	17.2	14.3	14.5	15.1	12.4	11.6	11.8	5.5	4.5	4.0	4.0	3.4	2.6	0.2	45.5
	中部・北陸	440	25.1	24.9	23.8	20.8	19.6	18.8	18.0	17.7	15.5	14.0	12.4	12.0	14.2	14.2	5.6	4.4	5.4	5.6	4.6	3.7	0.2	46.2
	近畿	508	26.4	23.9	24.2	21.3	16.4	15.5	15.5	14.5	14.6	13.9	13.1	11.4	11.4	9.6	3.4	4.1	4.3	3.7	4.2	2.9	0.2	46.2
	中国・四国	267	23.6	22.9	22.2	20.1	13.6	14.2	13.5	14.0	11.9	13.2	12.0	10.6	9.9	9.6	5.6	4.4	4.9	4.4	2.6	2.8	0.3	46.3
	九州	343	22.1	25.1	21.4	17.3	14.8	16.0	13.8	14.4	13.4	10.4	10.7	7.1	8.9	8.8	4.3	1.8	1.2	2.3	3.9	1.8	0.3	50.5
首都圏	1,008	29.8	26.4	25.5	23.2	20.1	19.8	17.4	17.6	14.5	14.7	14.8	12.3	12.0	12.1	5.7	4.3	3.9	4.0	3.6	2.6	0.1	45.1	
阪神圏	428	27.5	23.0	24.4	21.5	17.1	15.7	16.4	15.1	14.6	13.6	13.7	11.6	12.0	10.1	3.8	4.7	4.7	4.0	4.0	3.1	0.2	45.9	

前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

<前回> → <今回>

「市販の弁当」	25.7%	25.7%
「ファストフード類」	--	24.9%
「加工食品（ハム・ソーセージなど）」	--	24.2%
「市販の惣菜」	25.8%	20.8%
「スナック菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）」	--	18.3%
「カップめん」	14.4%	17.4%
「レトルト食品（パスタソース・カレーなど）」	--	16.4%
「袋めん」	14.4%	16.0%
「冷凍食品」	21.6%	14.3%

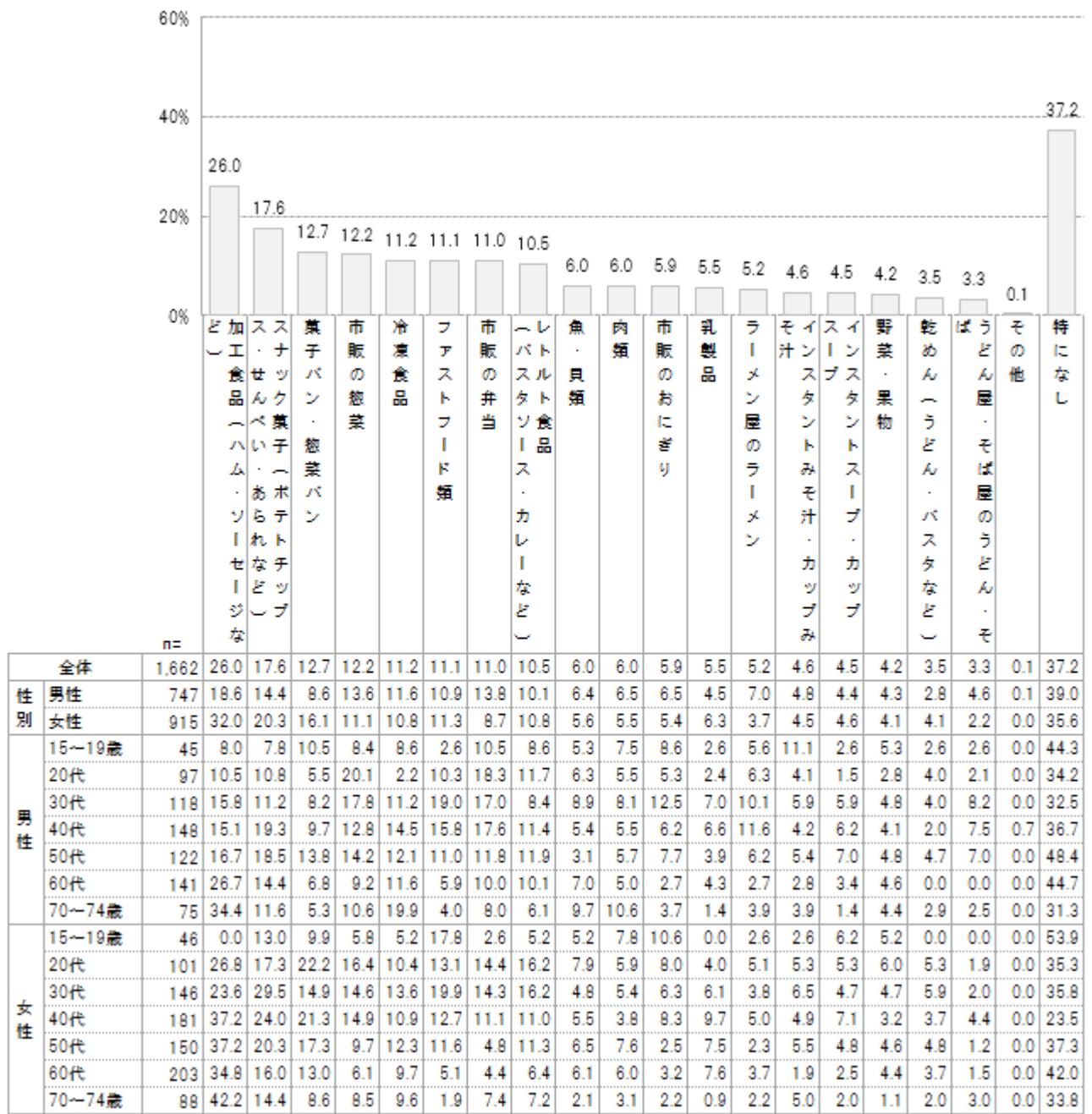
となる。

※今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

6. 食品を購入する時、安全性に不安を感じることがある食品

「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（26.0%）、「スナック菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）」（17.6%）、「菓子パン・惣菜パン」（12.7%）、「市販の惣菜」（12.2%）の順

図表 186. 【普段購入する】食品を購入する時、安全性に不安を感じることがある食品（複数回答）



安全性に不安を感じる食品がある人（1,662名）に、普段購入する食品の中で、安全性に不安を感じことがある食品を聞いたところ、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（26.0%）、「スナック菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）」（17.6%）、「菓子パン・惣菜パン」（12.7%）、「市販の惣菜」（12.2%）の順となった。

性別でみると、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（32.0%）、「スナック菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）」（20.3%）、「菓子パン・惣菜パン」（16.1%）では男性より女性の方が高い割合となっているが、「市販の弁当」は男性（13.8%）の方が女性（8.7%）より高い。

性・年代別でみると、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」では男女ともに年代が上がるほど高い割合となっているが、「市販の惣菜」や「市販の弁当」な男女共に、年代が下がるほど高い割合もあり、食品ごとに異なる。

エリア別でみると、中国・四国（41.6%）、九州（43.6%）では「特になし」の割合が4割を超えており、他のエリアに比べて購入時に不安を感じない傾向がある。

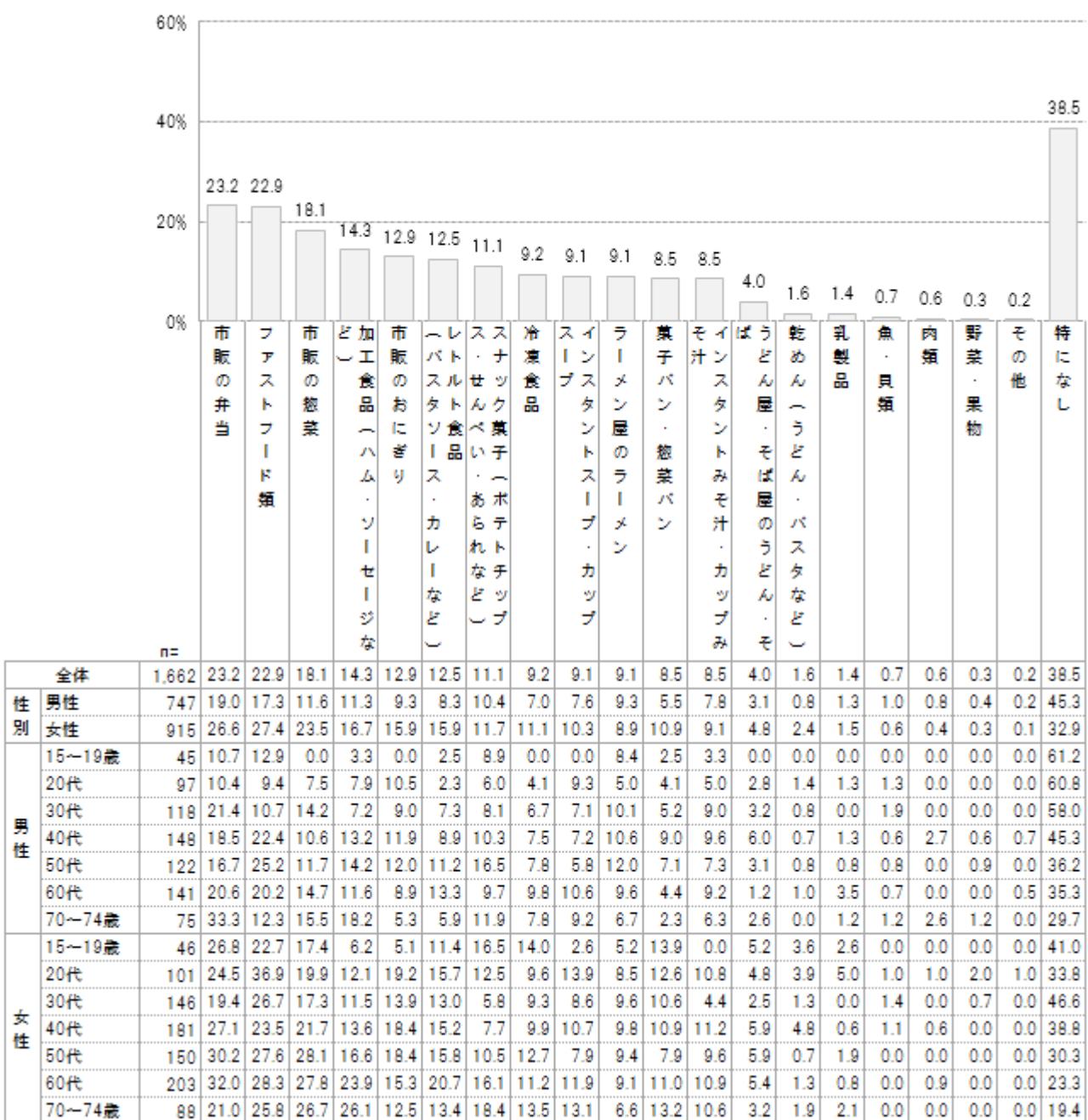
図表 187. 【普段購入する】食品を購入する時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）<エリア別>

		加工食品 セック ヘル ム・ あボ ソラテ れト せなチ ビッ ジープ な	スナック 菓子パン ・惣菜 パン	市販の 惣菜	冷凍 食品	ファ ストフ ード類	市販の 弁当	ヘ レバ ース トフ ー	バ ルタ ソ食 品	魚 ・貝類	肉類	市販の おにぎり	乳 製品	ラ ーメン 屋の ラ ーメン	そ イ ン ス タ ン ト み	イン ス タ ン ト ス ト ー ブ ・ カ ツ ブ み	野 菜 ・ 果 物	乾 め ん ・ ぱ う ど ん 屋 ・ う ど ん ・ そ ば 屋 の う ど ん ・ そ	う ど ん 屋 ・ そ ば 屋 の う ど ん ・ そ	その 他	特 にな し	
n=																						
全体	1,662	26.0	17.6	12.7	12.2	11.2	11.1	11.0	10.5	6.0	6.0	5.9	5.5	5.2	4.6	4.5	4.2	3.5	3.3	0.1	37.2	
エ リ ア	北海道・東北	184	23.4	15.9	13.1	9.9	10.3	8.3	7.3	8.3	6.8	6.2	5.1	5.1	6.7	8.3	5.0	4.4	1.0	5.0	0.0	36.5
	関東・甲信越	655	26.9	20.4	12.3	14.2	9.9	12.3	13.7	11.0	6.0	5.5	7.2	4.6	5.4	4.4	4.0	3.8	3.7	3.0	0.2	35.7
	中部・北陸	236	28.8	18.8	14.0	10.6	13.8	11.7	7.3	12.0	7.6	9.1	5.3	9.1	5.8	6.7	6.3	7.0	5.3	4.8	0.0	36.3
	近畿	273	26.6	16.9	15.5	12.6	13.4	13.0	12.4	10.6	6.6	6.4	5.9	4.8	4.2	3.8	4.5	4.1	3.5	1.9	0.0	35.5
	中国・四国	143	24.0	11.7	10.8	11.7	7.5	9.4	9.7	8.9	3.8	6.0	4.7	6.3	6.0	2.5	4.5	2.6	1.8	3.2	0.0	41.6
	九州	170	21.7	13.0	9.4	9.5	12.7	7.0	8.8	9.6	3.6	2.3	3.9	4.6	2.3	1.8	3.3	3.6	4.2	2.9	0.0	43.6
	首都圏	554	26.4	19.7	12.3	15.1	10.2	11.4	14.1	10.1	5.2	5.0	6.6	4.4	5.3	3.9	3.7	3.7	3.8	2.8	0.0	37.5
	阪神圏	232	27.9	18.7	17.1	13.7	14.5	13.0	13.1	11.6	7.8	7.1	5.6	5.3	4.5	4.5	4.8	4.4	3.6	1.7	0.0	34.0

不安はあり、滅多に購入しないが、場合により購入する食品は「市販の弁当」（23.2%）、「ファストフード類」（22.9%）、「市販の惣菜」（18.1%）、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（14.3%）、「市販のおにぎり」（12.9%）の順

図表 188. 【滅多に購入しないが、場合により購入する食品】

食品を購入する時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）



安全性に不安を感じる食品がある人（1,662名）に、滅多に購入しないが、場合により購入する食品の中で、安全性に不安を感じることがある食品を聞いたところ、「市販の弁当」（23.2%）、「ファストフード類」（22.9%）、「市販の惣菜」（18.1%）、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（14.3%）、「市販のおにぎり」（12.9%）の順となった。

性別でみると、ほとんどすべての項目で女性の方が高い割合で、特に「レトルト食品（パスタソース・カレーなど）」までの上位項目は軒並み5ポイント以上女性の方が高い割合となっている。

性・年代別でみると、「市販の弁当」、「市販の惣菜」、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」は男女ともに年代が上がるほど高い割合となっている項目が非常に多い。

エリア別でみると、近畿（34.2%）、九州（32.3%）は「特になし」の割合が他のエリアに比べて低く、滅多に購入しないが、場合により購入する食品が多い。

図表 189. 【滅多に購入しないが、場合により購入する食品】

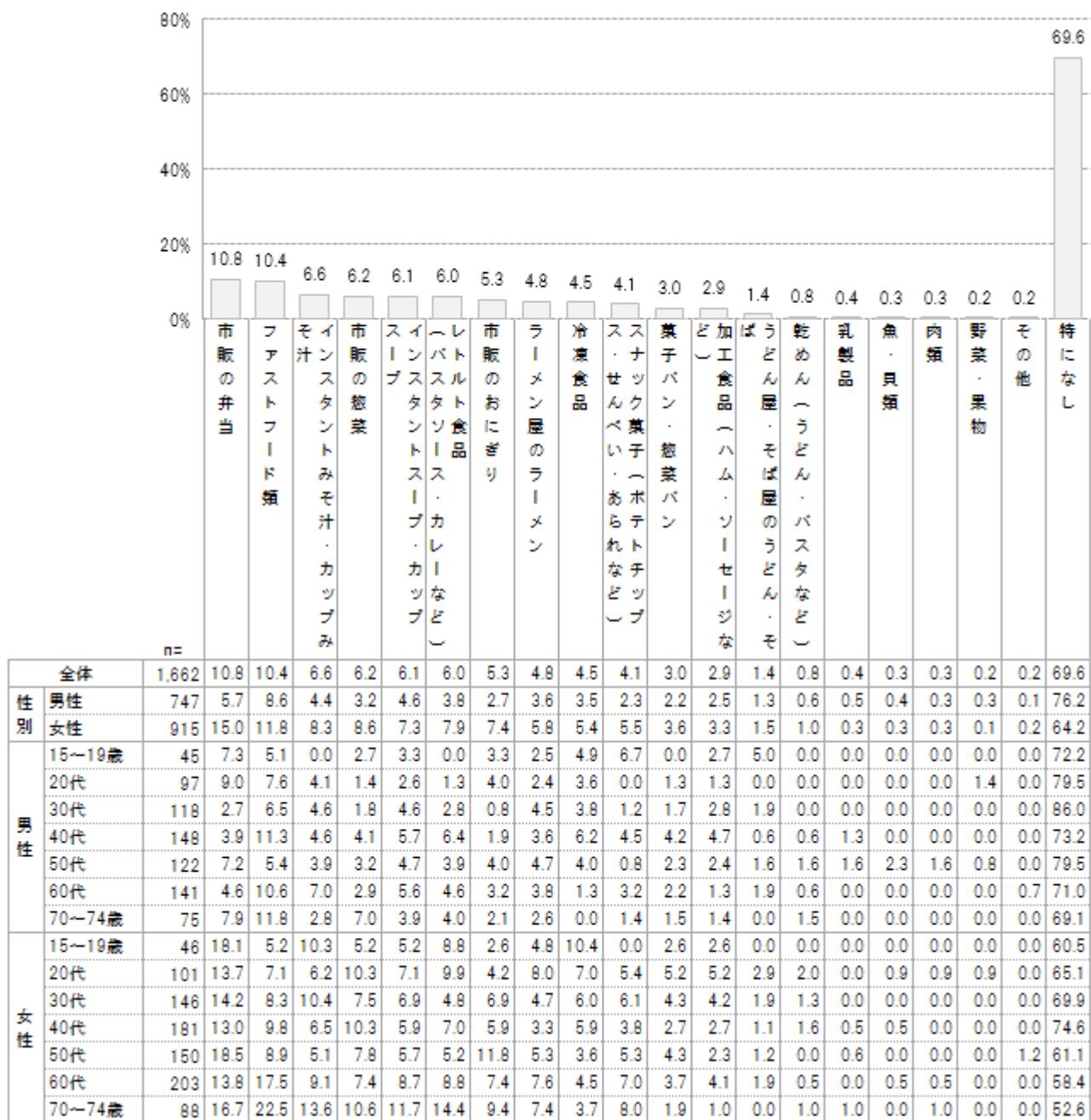
食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）<エリア別>

		市販の弁当	ファストフード類	市販の惣菜	加工食品	市販のおにぎり	カレートルーラー	スナック菓子	冷凍食品	インスタントスープ	ラーメン屋のラーメン	菓子パン・惣菜パン	そ汁・インスタントみそ汁	ばうどん屋・そば屋のうどん・そ	乾めん（うどん・バスターなど）	乳製品	魚・貝類	肉類	野菜・果物	その他	特になし	
		n=																				
エ リ ア	全体	1662	23.2	22.9	18.1	14.3	12.9	12.5	11.1	9.2	9.1	9.1	8.5	8.5	4.0	1.6	1.4	0.7	0.6	0.3	0.2 38.5	
	北海道・東北	184	22.6	23.9	16.8	17.0	11.2	16.0	14.5	11.6	7.6	8.5	8.5	5.5	4.4	1.4	1.5	1.6	0.9	1.0	0.0 39.8	
	関東・甲信越	655	22.1	21.1	18.5	13.9	12.4	12.3	11.2	8.8	8.7	9.5	10.4	7.7	4.6	1.2	1.9	0.9	0.7	0.2	0.0 41.0	
	中部・北陸	236	25.4	25.8	20.6	12.2	14.2	14.1	11.0	10.4	11.1	10.1	7.1	11.3	4.4	1.5	0.9	0.0	0.5	0.0	0.0 40.2	
	近畿	273	24.7	22.0	18.0	14.2	15.6	11.8	9.8	9.1	9.7	8.7	6.4	8.2	1.1	2.6	1.7	0.4	0.7	0.4	0.4 34.2	
	中国・四国	143	21.0	17.8	15.1	15.3	12.9	9.2	10.5	8.6	8.8	6.9	6.9	10.1	5.0	1.8	1.2	1.5	0.6	1.2	0.5 38.3	
	九州	170	24.3	30.1	17.2	15.2	10.9	10.8	11.5	7.3	9.0	9.0	8.0	10.2	5.2	2.1	0.0	0.0	0.0	0.6	32.3	
		首都圏	554	23.0	21.5	18.1	13.8	12.7	12.6	11.7	9.0	9.2	9.7	10.2	8.3	4.5	1.3	2.0	1.0	0.8	0.2	0.0 40.2
		阪神圏	232	25.0	21.0	16.9	14.0	16.9	12.1	8.7	8.3	10.2	8.1	6.3	8.6	1.3	2.2	1.6	0.5	0.8	0.5	0.4 34.9

不安はあり、全く購入しない食品は「市販の弁当」（10.8%）、「ファストフード類」（10.4%）、「インスタントみそ汁・カップみそ汁」（6.6%）、「市販の惣菜」（6.2%）、「インスタントスープ・カップスープ」（6.1%）の順

図表 190. 【全く購入しない食品】

食品を購入する時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）



全く購入しない食品の中で、食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品は、「市販の弁当」(10.8%)、「ファストフード類」(10.4%)、「インスタントみそ汁・カップみそ汁」(6.6%)、「市販の惣菜」(6.2%)、「インスタントスープ・カップスープ」(6.1%)の順。

性別でみると、ほとんどすべての項目で女性の方が高い割合となっている。

性・年代別でみると、食品によって年代が上がるほど高い割合となっている項目や年代が下がるほど高い項目など分散している。

エリア別では、九州（74.5%）が「特になし」が多く、全く購入しない食品が少ない。

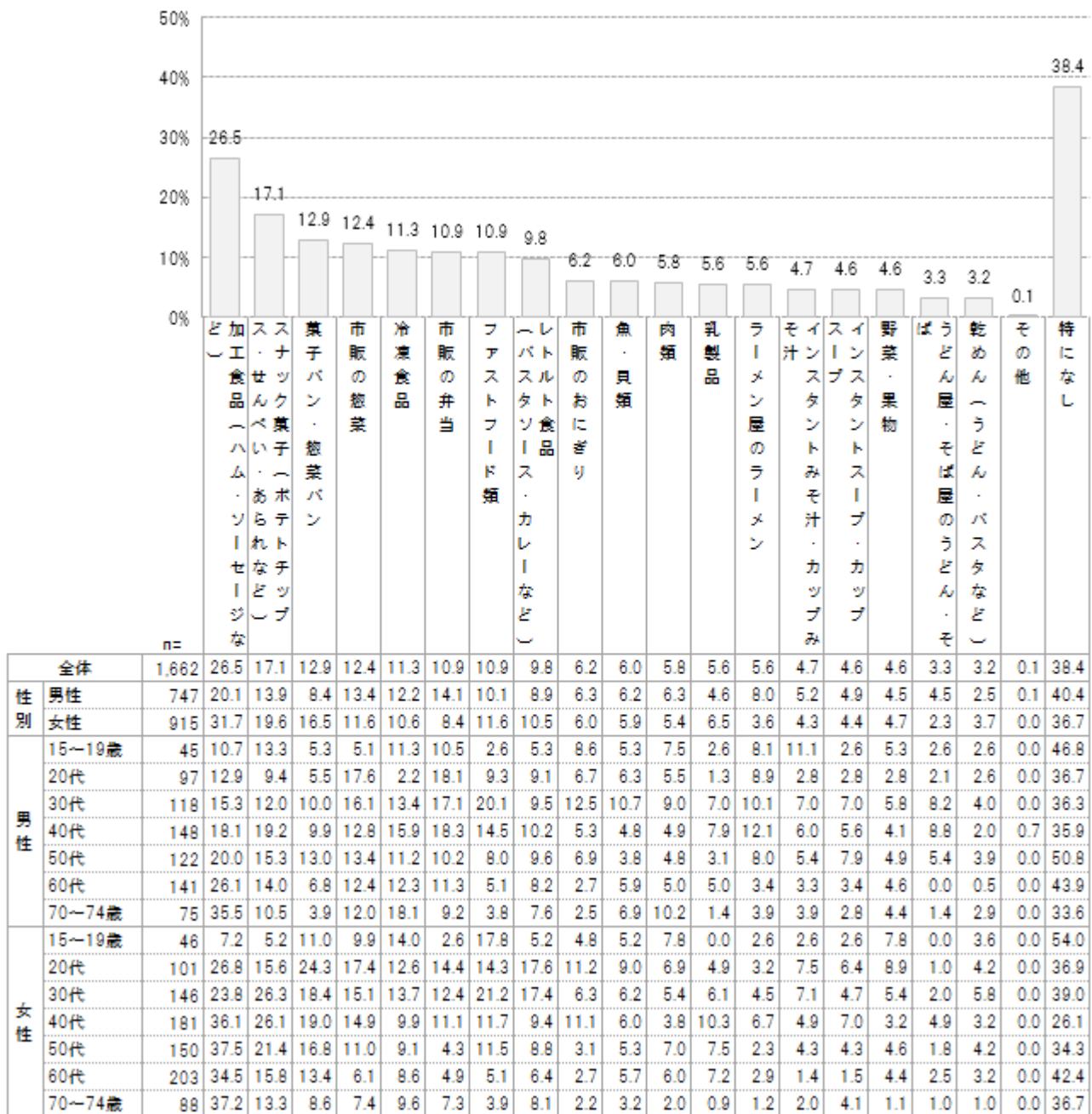
図表 191. 【全く購入しない食品】

食品を購入する時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）<エリア別>

7. 食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品

「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（26.5%）、「スナック菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）」（17.1%）、「菓子パン・惣菜パン」（12.9%）、「市販の惣菜」（12.4%）の順

図表 192. 【普段食べる】食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）



普段食べる食品の中で、食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品は、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（26.5%）、「スナック菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）」（17.1%）、「菓子パン・惣菜パン」（12.9%）、「市販の惣菜」（12.4%）の順。

性別でみると、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（31.7%）、「スナック菓子（ポテトチップス・せんべい・あられなど）」（19.6%）、「菓子パン・惣菜パン」（16.5%）では男性より女性の方が割合が高いが、「市販の弁当」は男性（14.1%）の方が女性（8.4%）より高い。

性・年代別でみると、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」では男女ともに年代が上がるほど高い割合となっているが、「市販の惣菜」や「市販の弁当」な男女共に、年代が下がるほど高い割合もあり、食品ごとに異なる。

エリア別でみると、関東・甲信越（35.2%）、中部・北陸（37.3%）では、「特になし」の割合が他のエリアに比べて低く、食べる時に不安を感じない傾向がある。

図表 193. 【普段食べる】食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）<エリア別>

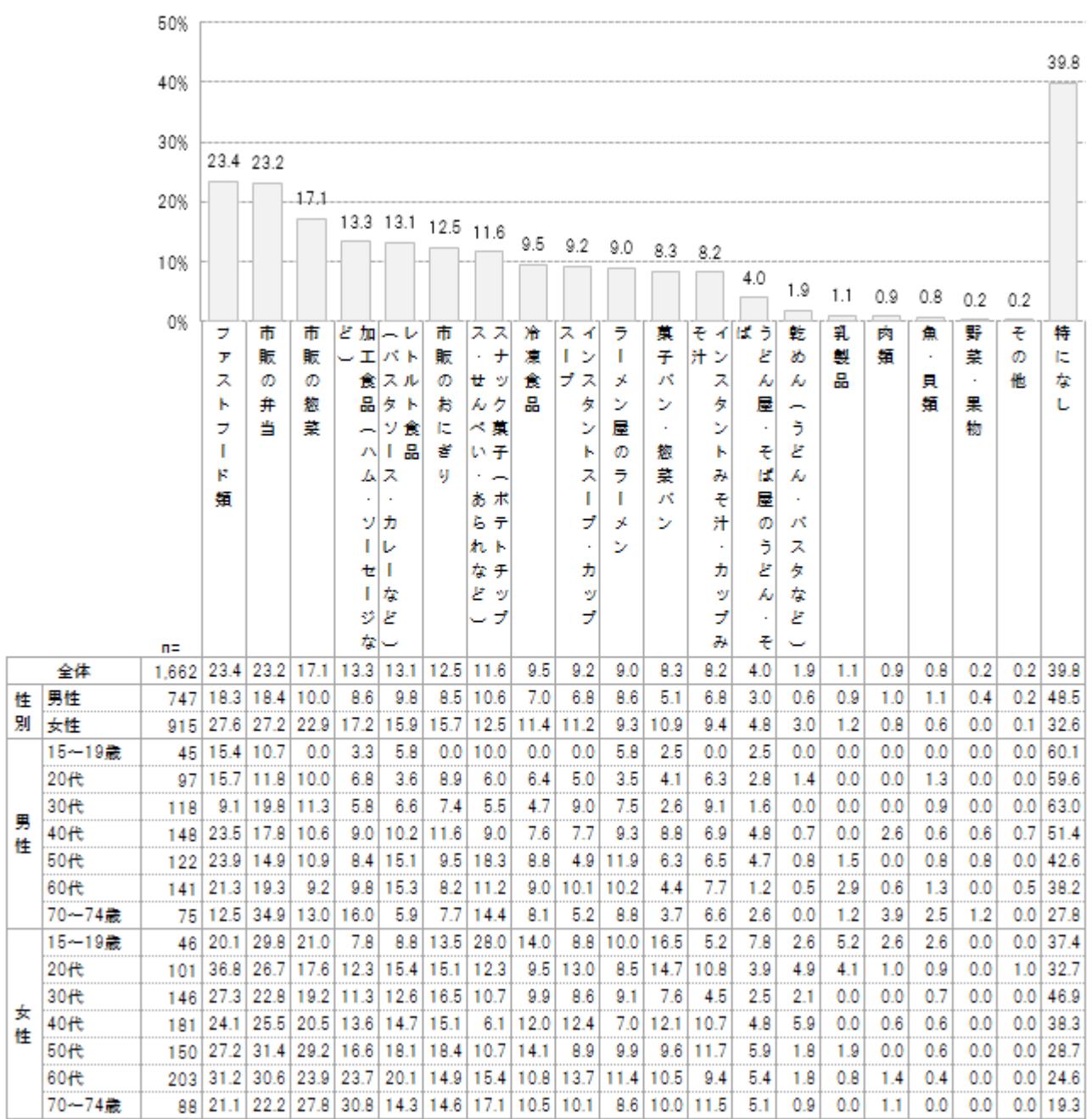
	加工 ・工 食 品 せ ん く へ い ム ・ あ ボ ソ ト セ な チ ・ ど ジ な n=	ス ナ ク ヘ ベ ム ・ あ ボ ソ ト セ な チ ・ ど ジ な n=	菓 子 パン ・ 惣 菜 パン	市 販 の 惣 菜	冷 凍 食 品	市 販 の 弁 当	フ ア ス ト フ ード 類	ハ レ バ ト ス タ ソ ー 品 ス ・ カ レ ー な ど ー	市 販 の お に ぎ り	魚 ・ 貝 類	肉 類	乳 製 品	ラ イ メン 屋 の ラ イ メン	ソ イ ン ス タ ント み そ 汁 ・ カ ツ ブ み	ス イ ン ブ ス タ ント ス ー ブ ・ カ ツ ブ み	野 菜 ・ 果 物	ば う ど ん 屋 ・ そ ば 屋 の う ど ん ・ そ そ の う ど ん ・ バ ス タ な ど ー	乾 め ん (う ど ん ・ そ ば 屋 の う ど ん ・ バ ス タ な ど ー)	そ の 他	特 に な し		
全体	1,662	26.5	17.1	12.9	12.4	11.3	10.9	10.9	9.8	6.2	6.0	5.8	5.6	5.6	4.7	4.6	4.6	3.3	3.2	0.1	38.4	
エ リ ア	北海道・東北	184	24.6	15.4	12.3	10.9	8.7	7.8	8.7	8.4	5.8	5.9	5.6	4.5	7.0	7.9	5.0	5.0	4.5	1.6	0.0	40.0
	関東・甲信越	655	26.9	19.1	12.4	14.8	10.5	13.7	12.1	10.5	7.5	6.9	6.0	4.9	6.0	4.6	4.4	4.3	3.6	2.8	0.2	35.2
	中部・北陸	236	29.0	19.7	14.0	10.0	12.8	6.8	12.5	11.1	5.1	7.1	8.3	8.7	6.4	7.2	7.7	6.6	4.4	5.0	0.0	37.3
	近畿	273	25.9	14.4	15.2	12.5	13.2	12.7	12.6	9.7	6.3	5.6	5.3	4.8	4.7	3.5	4.9	4.5	1.5	3.3	0.0	39.9
	中国・四国	143	26.1	13.5	12.2	13.0	8.2	8.6	8.1	6.6	5.3	4.0	7.2	7.6	6.0	4.3	3.9	4.0	2.6	1.7	0.0	39.8
	九州	170	24.8	14.6	10.1	7.8	14.7	8.8	5.9	9.3	3.5	3.6	1.7	4.6	2.3	0.6	1.2	3.6	2.9	5.0	0.0	46.9
首都圏	554	26.3	18.5	12.5	15.9	11.0	14.1	11.2	9.9	7.3	6.5	5.6	4.7	5.9	4.1	4.1	4.3	3.3	2.7	0.0	35.8	
阪神圏	232	27.0	16.5	17.2	14.4	13.8	12.9	12.5	10.9	6.0	6.6	5.8	5.7	5.1	4.1	5.3	4.8	1.3	3.9	0.0	37.1	

滅多に食べないが、場合により食べる時に不安を感じことがある食品は「ファストフード類」

(23.4%)、「市販の弁当」(23.2%)、「市販の惣菜」(17.1%)、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」(13.3%)、「レトルト食品（パスタソース・カレーなど）」(13.1%)の順

図表 194. 【滅多に食べないが、場合により食べる食品】

食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）



滅多に購入しないが、場合により購入する食品の中で、食品を食べる時、安全性に不安を感じことがある食品は、「ファストフード類」(23.4%)、「市販の弁当」(23.2%)、「市販の惣菜」(17.1%)、

「加工食品（ハム・ソーセージなど）」（13.3%）、「レトルト食品（パスタソース・カレーなど）」（13.1%）の順。

性別でみると、ほとんどすべての項目で女性の方が高い割合になっており、特に「ファストフード類」(27.6%)、「市販の弁当」(27.2%)、「市販の惣菜」(22.9%)、「加工食品(ハム・ソーセージなど)」(17.2%)は男性よりも女性の方が10ポイントほど高い。

性・年代別でみると、「市販の惣菜」、「加工食品（ハム・ソーセージなど）」は男女ともに年代が上がるほど高い割合となっている項目があるが、食品によって異なる。

エリア別でみると、近畿（33.8%）、九州（31.7%）で「特になし」の割合が低く、滅多に食べないが、場合により食べる食品について不安を感じることが、他のエリアに比べて強い傾向がある。

図表 195. 【滅多に食べないが、場合により食べる食品】

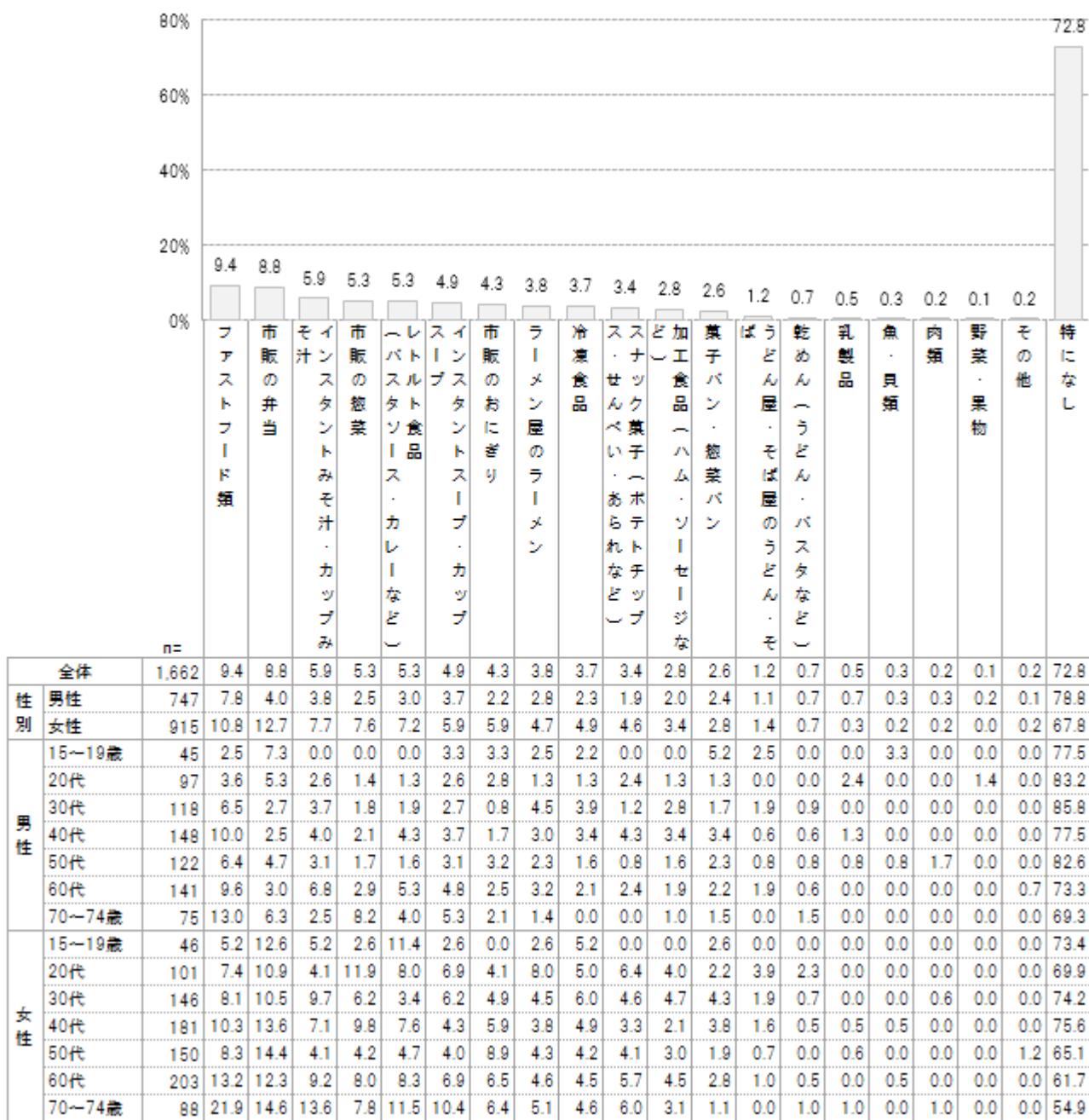
食品を食べる時、安全性に不安を感じることがある食品（複数回答） <エリア別>

	ファーストフード類	市販の弁当	市販の惣菜	加工食品(ハム・ソーセージなど)	ベーカリートースト食品	市販のおにぎり	スナック菓子(ボテトチップ)	冷凍食品	スープ	インスタントスープ	ラーメン屋のラーメン	菓子パン・惣菜パン	そ汁	インスタントみそ汁・カツブミ	ばんうどん(うどん・バスターなど)	乾めん(うどん・バスターなど)	乳製品	肉類	魚・貝類	野菜・果物	その他	特になし
n=																						
全体	1,662	23.4	23.2	17.1	13.3	13.1	12.5	11.6	9.5	9.2	9.0	8.3	8.2	4.0	1.9	1.1	0.9	0.8	0.2	0.2	39.8	
エリア	北海道・東北	184	24.6	24.0	15.6	14.6	18.1	11.0	16.5	11.6	8.2	9.9	8.2	6.6	5.0	0.8	1.5	1.5	2.0	0.5	0.0	41.8
	関東・甲信越	655	21.4	23.2	17.6	13.4	12.7	12.8	11.1	9.3	8.2	9.7	10.1	7.5	4.7	1.9	1.2	0.5	0.6	0.0	0.0	42.8
	中部・北陸	236	24.9	26.9	20.1	12.7	14.3	14.6	10.7	11.0	9.5	10.4	6.6	9.9	4.7	2.7	1.3	0.9	0.4	0.4	0.0	41.3
	近畿	273	23.1	23.7	17.0	13.5	12.5	13.1	12.0	8.9	10.0	7.6	7.3	8.5	1.4	2.3	1.4	1.4	0.7	0.0	0.4	33.8
	中国・四国	143	20.1	19.4	14.4	10.9	12.0	11.7	7.4	7.9	9.5	6.3	6.7	7.7	3.7	1.2	0.0	1.3	2.1	0.6	0.5	41.9
	九州	170	30.9	19.9	14.9	14.4	9.8	9.6	12.7	8.0	12.7	7.7	6.7	10.8	3.5	1.8	0.0	0.6	0.0	0.0	0.6	31.7
首都圏	554	21.8	24.0	17.6	14.0	12.9	12.9	12.1	9.3	8.7	10.1	9.8	7.9	4.9	2.0	1.3	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	41.4
阪神圏	232	22.4	24.3	16.1	12.9	12.5	14.0	11.2	8.9	10.6	7.3	6.9	8.9	1.7	1.9	1.2	1.6	0.8	0.0	0.4	33.9	

安全性に不安を感じることがあり、全く食べない食品は「ファストフード類」（9.4%）、「市販の弁当」（8.8%）、「インスタントみそ汁・カップみそ汁」（5.9%）、「市販の惣菜」（5.3%）、「レトルト食品（パスタソース・カレーなど）」（5.3%）の順

図表 196. 【全く食べない食品】

安全性に不安を感じことがある食品（複数回答）



全く食べない食品の中で、安全性に不安を感じことがある食品は、「ファストフード類」（9.4%）、「市販の弁当」（8.8%）、「インスタントみそ汁・カップみそ汁」（5.9%）、「市販の惣菜」（5.3%）、「レトルト食品（パスタソース・カレーなど）」（5.3%）の順。

性別でみると、ほとんどすべての項目で女性の方が高い割合となっている。

性・年代別でみると、女性 70~74 歳 (21.9%) で「ファストフード類」の割合が高く、女性 15~19 歳 (5.2%) より 16.7 ポイント高い。

エリア別でみると、阪神圏 (4.9%) より首都圏 (10.8%) の方が「ファストフード類」の割合が高く、5.9 ポイントの差がある。

図表 197. 【全く食べない食品】

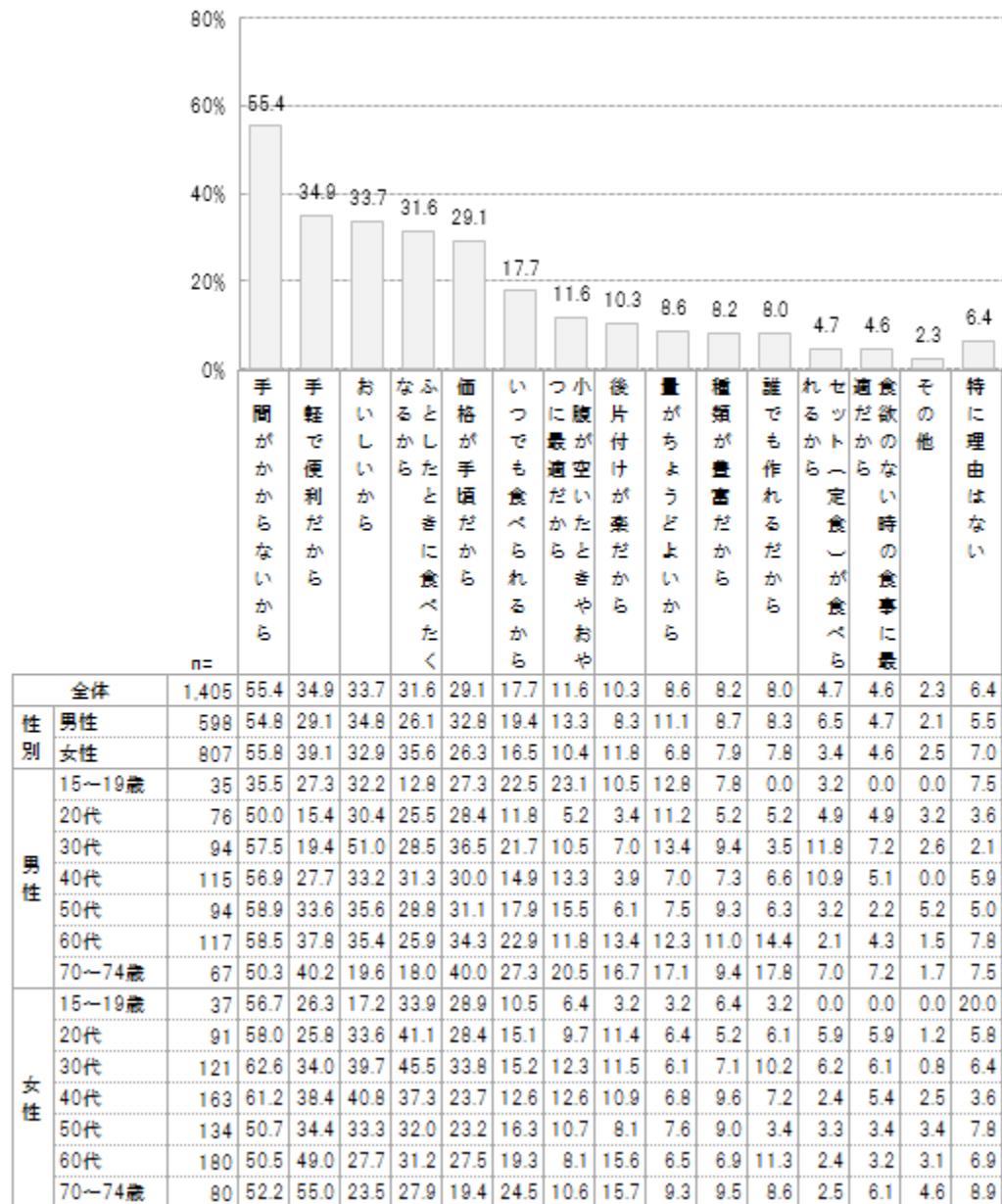
食品を食べる時、安全性に不安を感じることがある食品（複数回答）<エリア別>

フ ア ス ト フ ー ド 類	市 販 の 弁 当	モ イ ン 汁	市 販 の 惣 菜	カ レ ト ト み そ 汁	ス イ ン ト ト み そ 汁	市 販 の お に ぎ り	ラ ー メ ン	冷 凍 食 品	ス ナ ー せ ん ベ い あ られ な チ ッ ー ブ	加 工 食 品	菓 子 バ ン ・ ベ い 子 ・ あ ボ レ ト な チ ッ ー ブ	ぱ う ど ん 屋 ・ そ ば 屋 ・ う ど ん ・ バ ス タ な ど ・ そ	乾 め ん ・ う ど ん ・ そ ば 屋 ・ う ど ん ・ バ ス タ な ど ・ そ	乳 製 品	魚 ・ 貝 類	肉 類	野 菜 ・ 果 物	その 他	特 に な し			
		n=																				
全体		1,662	9.4	8.8	5.9	5.3	5.3	4.9	4.3	3.8	3.7	3.4	2.8	2.6	1.2	0.7	0.5	0.3	0.2	0.1	0.2	72.8
エ リ ア	北海道・東北	184	11.2	7.9	6.1	5.5	3.6	4.5	5.5	3.5	5.4	4.8	4.2	4.8	1.1	0.5	1.6	0.5	0.0	0.0	0.6	69.8
	関東・甲信越	655	10.6	9.1	7.2	5.1	6.6	5.7	4.2	4.2	4.4	4.0	3.7	3.0	1.1	0.6	0.5	0.1	0.1	0.0	0.1	72.7
	中部・北陸	236	6.0	9.9	6.3	4.7	5.1	6.3	5.0	3.1	2.1	3.5	1.5	0.9	0.4	1.0	0.4	0.6	0.8	0.0	0.3	74.2
	近畿	273	5.5	8.2	3.8	5.1	3.5	4.0	3.5	5.2	2.7	2.0	2.0	1.1	2.1	1.1	0.3	0.0	0.4	0.5	0.0	73.4
	中国・四国	143	11.9	10.0	5.2	5.5	5.2	4.4	4.1	4.5	4.7	3.8	2.5	2.8	2.6	0.6	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	70.2
	九州	170	12.0	7.2	4.0	7.0	5.7	2.2	3.4	1.2	2.0	1.2	1.2	3.7	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.4
首都圏		554	10.8	9.8	7.8	5.4	6.7	6.2	4.5	4.2	4.7	4.0	3.6	2.7	1.3	0.7	0.6	0.2	0.2	0.0	0.2	71.9
阪神圏		232	4.9	8.8	3.7	5.2	3.3	3.9	2.1	5.7	2.1	2.0	1.9	0.9	2.4	0.8	0.4	0.0	0.5	0.6	0.0	73.5

8. 安全性に不安を感じことがある食品を食べる理由

「手間がかからないから」（55.4%）、「手軽で便利だから」（34.9%）、「おいしいから」（33.7%）、「ふとしたときに食べたくなるから」（31.6%）、「価格が手頃だから」（29.1%）の順

図表 198. 安全性に不安を感じことがある食品を食べる理由（複数回答）



安全性に不安を感じことがある食品を食べる理由は、「手間がかからないから」（55.4%）、「手軽で便利だから」（34.9%）、「おいしいから」（33.7%）、「ふとしたときに食べたくなるから」（31.6%）、「価格が手頃だから」（29.1%）の順。

性別でみると、「手軽で便利だから」（39.1%）、「ふとしたときに食べたくなるから」（35.6%）は女性の方が男性より 10 ポイントほど高い。

性・年代別でみると、男性は「おいしいから」が30代（51.0%）と70～74歳（19.6%）で31.4ポイントの差がある。女性は「手軽で便利だから」が70～74歳（55.0%）と15～19歳（26.3%）で28.7ポイントの差がある。

エリア別でみると、九州（25.6%）より近畿（41.0%）の方が「手軽で便利だから」の割合が15.4ポイント高い。また、「おいしいから」は近畿（28.1%）より中国・四国（43.4%）の方が15.3ポイント高い。

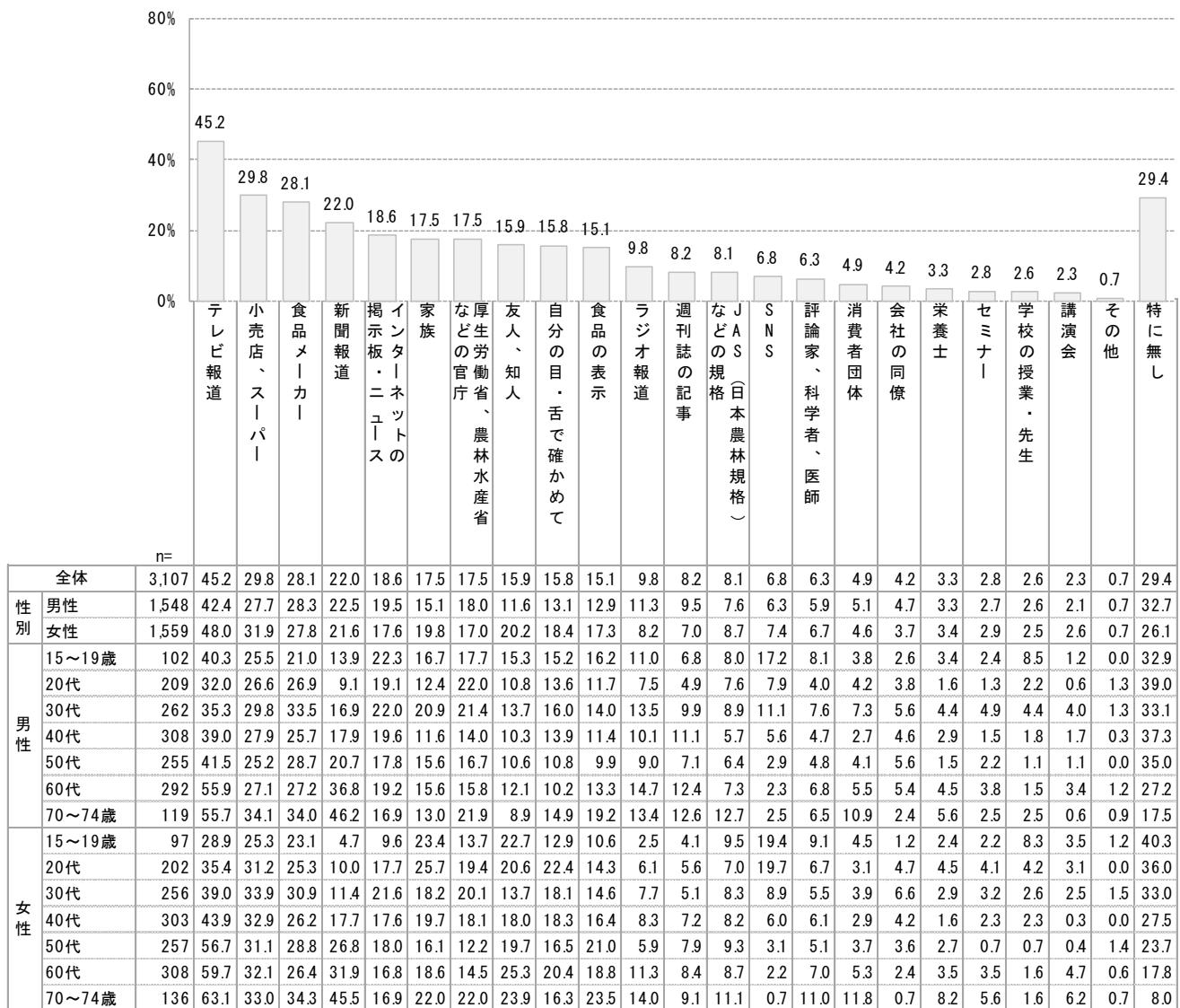
図表 199. 安全性に不安を感じることがある食品を食べる理由（複数回答）<エリア別>

	手間 が か か ら な い か ら	手 軽 で 便 利 だ か ら	お い し い か ら	な ふ る と し た と き に 食 べ た く	価 格 が 手 頃 だ か ら	い つ で も 食 べ ら れ る か ら	小 腹 最 適 空 だ い か ら	後 片 付 け が 楽 だ か ら	量 が ち ょ う と よ い か ら	種 類 が 豊 富 だ か ら	誰 で も 作 れ る だ か ら	れ せ っ ト で 定 食 一 食 べ ら	適 食 欲 の だ か な い 時 の 食 事 に 最 近 く	そ の 他	特 に 理 由 は な い		
	n=																
	全体	1,405	55.4	34.9	33.7	31.6	29.1	17.7	11.6	10.3	9.6	8.2	8.0	4.7	4.6	2.3	6.4
エ リ ア	北海道・東北	156	55.3	32.5	33.0	31.3	26.9	14.1	11.1	10.8	8.2	6.0	8.5	5.9	3.1	3.0	4.1
	関東・甲信越	548	57.3	34.7	35.2	32.7	28.6	18.5	12.9	8.9	8.0	8.6	6.9	3.2	3.2	2.5	6.3
	中部・北陸	203	47.9	35.5	32.2	29.0	28.4	17.1	14.7	7.7	8.6	10.6	9.0	4.6	5.8	2.4	11.8
	近畿	237	57.9	41.0	28.1	29.2	31.7	20.5	6.2	15.3	11.2	6.6	9.1	3.2	5.4	2.3	2.3
	中国・四国	113	54.1	36.6	43.4	36.6	32.5	20.0	13.7	13.2	10.0	13.4	8.2	12.5	9.3	1.6	6.1
	九州	148	55.4	25.6	32.6	31.2	27.3	13.5	10.1	8.4	6.4	4.4	8.3	5.5	5.3	1.4	8.0
	首都圏	465	58.7	35.3	33.5	33.1	30.1	19.7	13.7	9.9	7.8	9.1	7.4	2.9	3.5	2.7	6.2
	阪神圏	201	60.6	40.0	31.1	30.9	30.8	22.7	6.9	16.0	11.6	6.8	9.8	3.8	4.8	2.7	1.4

9. 食品全般についての情報

耳にするものは「テレビ報道」(45.2%)、「小売店、スーパー」(29.8%)、「食品メーカー」(28.1%)、の順

図表 200. 耳にするもの：食品全般についての情報（複数回答）



食品全般について、どこからの情報を耳にしているかを聞いたところ、「テレビ報道」(45.2%)、「小売店、スーパー」(29.8%)、「食品メーカー」(28.1%)、「新聞報道」(22.0%)、「インターネットの掲示板・ニュース」(18.6%)の順となった。なお、「特に無し」(29.4%)という人も3割台と少なくない。

性別でみると、「テレビ報道」、「小売店・スーパー」は女性の方が男性よりも高い。

性・年代別でみると、男女ともに「テレビ報道」、「新聞報道」は年代が上がるほど割合が高い傾向がみられる。

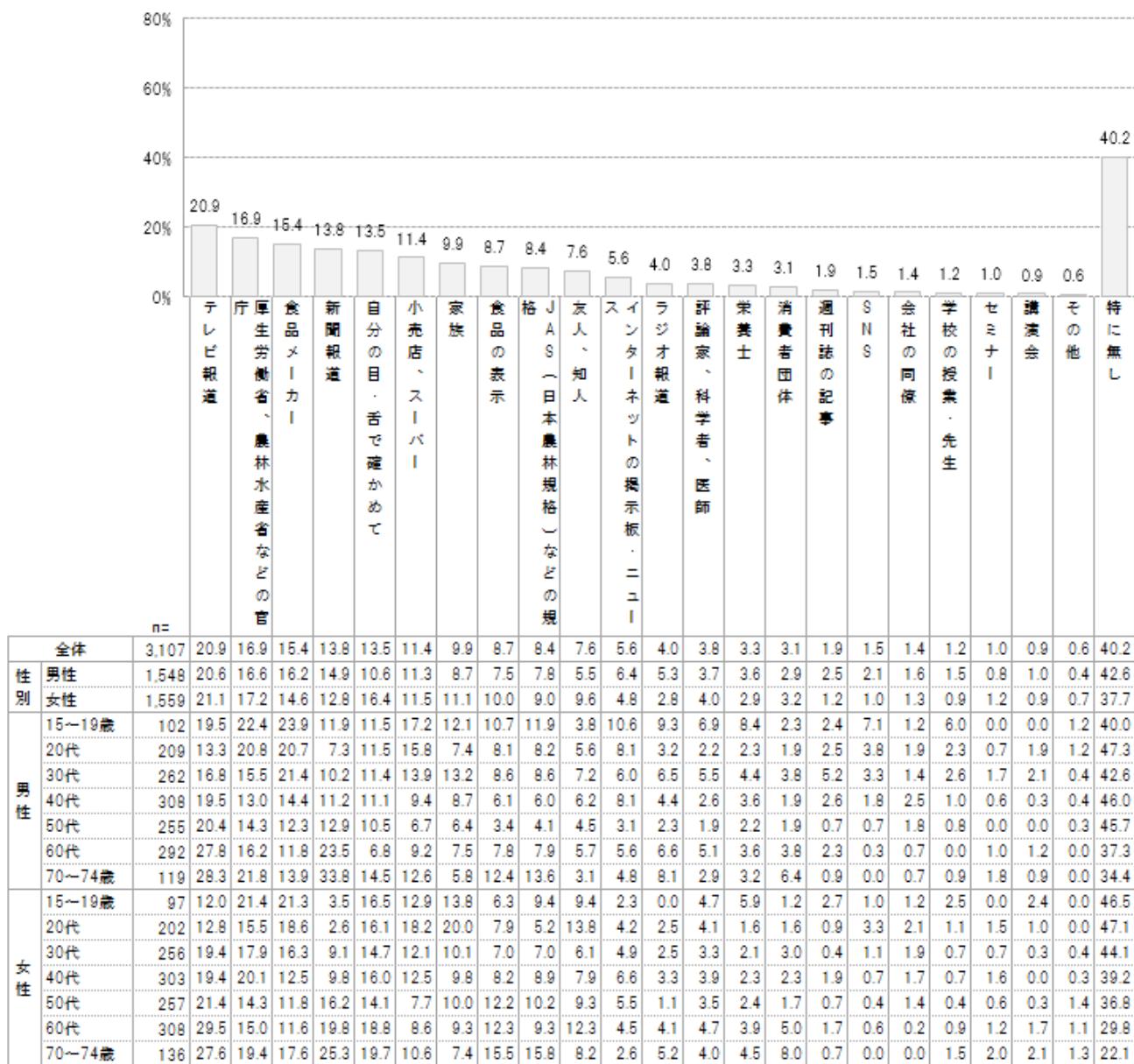
エリア別では目立った傾向の差はない。

図表 201. 耳にするもの：食品全般についての情報 <エリア別>

	テレビ報道	小売店・スーパー	食品メーカー	新聞報道	掲示板・インターネットの	インター・ニュースの	家族	厚生省の労働省、農林水産省	友人・知人	自分の目・舌で確かめて	食品の表示	ラジオ報道	週刊誌の記事	JAS(日本農林規格)	SNS	消費者団体	評論家、科学者、医師	会社の同僚	栄養士	セミナー	学校の授業・先生	講演会	その他	特に無し	
n=																									
全体	3,107	45.2	29.8	28.1	22.0	18.6	17.5	17.5	15.9	15.8	15.1	9.8	8.2	8.1	6.8	6.3	4.9	4.2	3.3	2.8	2.6	2.3	0.7	29.4	
エリア	北海道・東北	347	43.6	25.6	25.4	26.7	16.8	16.8	17.7	13.3	14.8	12.1	10.8	7.6	7.9	5.3	4.2	5.1	3.2	3.4	2.7	2.4	2.3	0.3	33.1
	関東・甲信越	1,203	45.7	29.1	28.6	22.1	19.6	18.6	18.1	18.0	17.2	15.8	10.8	9.1	6.9	6.5	7.5	5.0	4.4	3.0	3.0	2.2	2.4	0.7	28.7
	中部・北陸	440	45.6	30.0	25.1	20.9	18.1	16.0	14.8	13.7	14.4	14.0	8.7	7.2	6.7	8.1	5.9	4.0	4.0	2.9	2.0	1.8	0.9	0.9	31.0
	近畿	508	46.1	34.4	30.7	21.2	20.8	18.3	18.6	17.1	14.9	17.8	9.0	7.2	10.4	7.6	6.2	4.8	4.5	3.9	3.3	3.2	3.1	1.3	28.5
	中国・四国	267	45.7	33.0	31.4	24.1	17.4	19.0	18.6	15.1	17.6	17.6	11.8	9.8	10.7	8.0	6.8	5.9	4.4	3.3	3.3	3.5	2.5	0.6	26.2
	九州	343	42.9	27.4	26.2	18.3	15.0	14.0	15.9	12.7	13.6	11.5	6.2	7.3	9.0	5.9	4.5	4.6	4.1	4.3	2.4	3.2	2.4	0.3	29.4
	首都圏	1,008	44.3	28.7	28.4	21.7	20.0	18.4	17.7	18.0	17.2	14.9	10.4	9.0	6.6	6.3	7.1	4.8	4.6	2.7	2.9	2.2	2.1	0.8	29.4
	阪神圏	428	47.9	34.7	32.2	22.7	21.5	18.5	18.0	16.8	15.4	18.2	9.6	7.9	11.0	8.0	6.7	5.2	4.9	4.2	4.0	3.6	3.7	1.0	27.9

信頼できるものは「テレビ報道」(20.9%)、「厚生労働省、農林水産省などの官庁」(16.9%)、「食品メーカー」(15.4%)、の順

図表 202. 信頼できるもの：食品全般についての情報（複数回答）



食品全般について、どこからの情報を信頼できるかを聞いたところ、「テレビ報道」(20.9%)、「厚生労働省、農林水産省などの官庁」(16.9%)、「食品メーカー」(15.4%)、「新聞報道」(13.8%)、「自分の目・舌で確かめて」(13.5%)の順となった。なお、「特に無し」(40.2%)という人も4割台と少なくない。

性別でみると、男女差は特に見られない。

性・年代別でみると、「テレビ報道」と「新聞報道」は年代が上がるほど高い傾向が男女ともにみられるが、他の情報源に関しては、それぞれの情報源に対して傾向は異なる。

エリア別では目立った傾向の差はない。

図表 203. 信頼できるもの：食品全般についての情報 <エリア別>

n=	テレビ報道	厚生労働省、農林水産省などの官	食品メーカー	新聞報道	自分の目・舌で確かめて	小売店、スーパー	家族	食品の表示	格JAS（日本農林規格）などの規	友人・知人	インターネットの掲示板・ニュース	ラジオ報道	評論家、科学者、医師	栄養士	消費者団体	週刊誌の記事	SNS	会社の同僚	学校の授業・先生	セミナー	講演会	その他	特に無し		
	全体	3,107	20.9	16.9	15.4	13.8	13.5	11.4	9.9	8.7	8.4	7.6	5.6	4.0	3.8	3.3	3.1	1.9	1.5	1.4	1.2	1.0	0.9	0.6	40.2
エ リ ア	北海道・東北	347	21.3	14.8	15.2	17.7	12.0	10.2	10.5	7.9	8.8	5.4	6.8	6.1	3.3	4.6	3.4	0.8	0.2	0.8	0.9	1.4	1.7	1.3	41.9
	関東・甲信越	1,203	19.6	16.6	14.7	13.5	14.8	11.3	10.3	8.2	7.0	8.1	6.1	4.1	4.5	3.1	3.4	2.5	1.6	1.4	1.4	0.8	0.8	0.7	39.5
	中部・北陸	440	22.7	15.3	15.9	13.0	11.0	11.9	8.1	8.1	8.9	7.1	5.4	4.0	3.0	2.2	2.7	2.1	1.5	1.8	0.9	0.7	1.0	0.5	46.2
	近畿	508	21.5	18.2	16.3	12.8	13.8	12.5	11.1	10.5	10.0	9.1	6.1	3.2	2.9	3.6	2.0	1.0	2.1	1.1	1.5	1.0	0.6	0.4	37.7
	中国・四国	267	19.4	17.8	17.4	15.7	14.0	10.1	10.6	11.7	9.2	6.3	3.5	5.0	4.3	3.1	3.6	2.4	2.3	2.5	1.4	2.0	1.1	0.3	39.4
	九州	343	22.7	19.4	14.2	11.9	12.8	11.6	7.8	7.2	9.4	7.3	3.7	2.3	4.3	3.6	3.2	1.6	1.1	1.1	0.9	0.6	0.8	0.0	37.1
	首都圏	1,008	19.0	16.6	13.6	13.2	15.2	10.5	9.8	8.1	6.8	8.0	5.8	3.6	4.6	2.8	3.2	2.5	1.6	1.4	1.4	0.9	0.8	0.7	39.6
	阪神圏	428	21.4	18.8	16.6	13.8	14.0	12.3	11.2	10.7	11.4	8.7	6.6	3.5	3.2	3.8	2.4	1.2	1.8	1.3	1.8	1.0	0.7	0.2	37.4

「信頼できる情報」について、前回調査（2016年実施：15～74歳対象）の結果と比較すると、

≤前回> → ≤今回>

「テレビ報道」※1.....	15.8%	20.9%
「食品メーカー」.....	22.4%	15.4%
「新聞報道」※1.....	15.8%	13.8%
「小売店、スーパー」.....	15.9%	11.4%
「家族」※2.....	13.8%	9.9%
「インターネットの掲示板・ニュース」.....	17.5%	5.6%

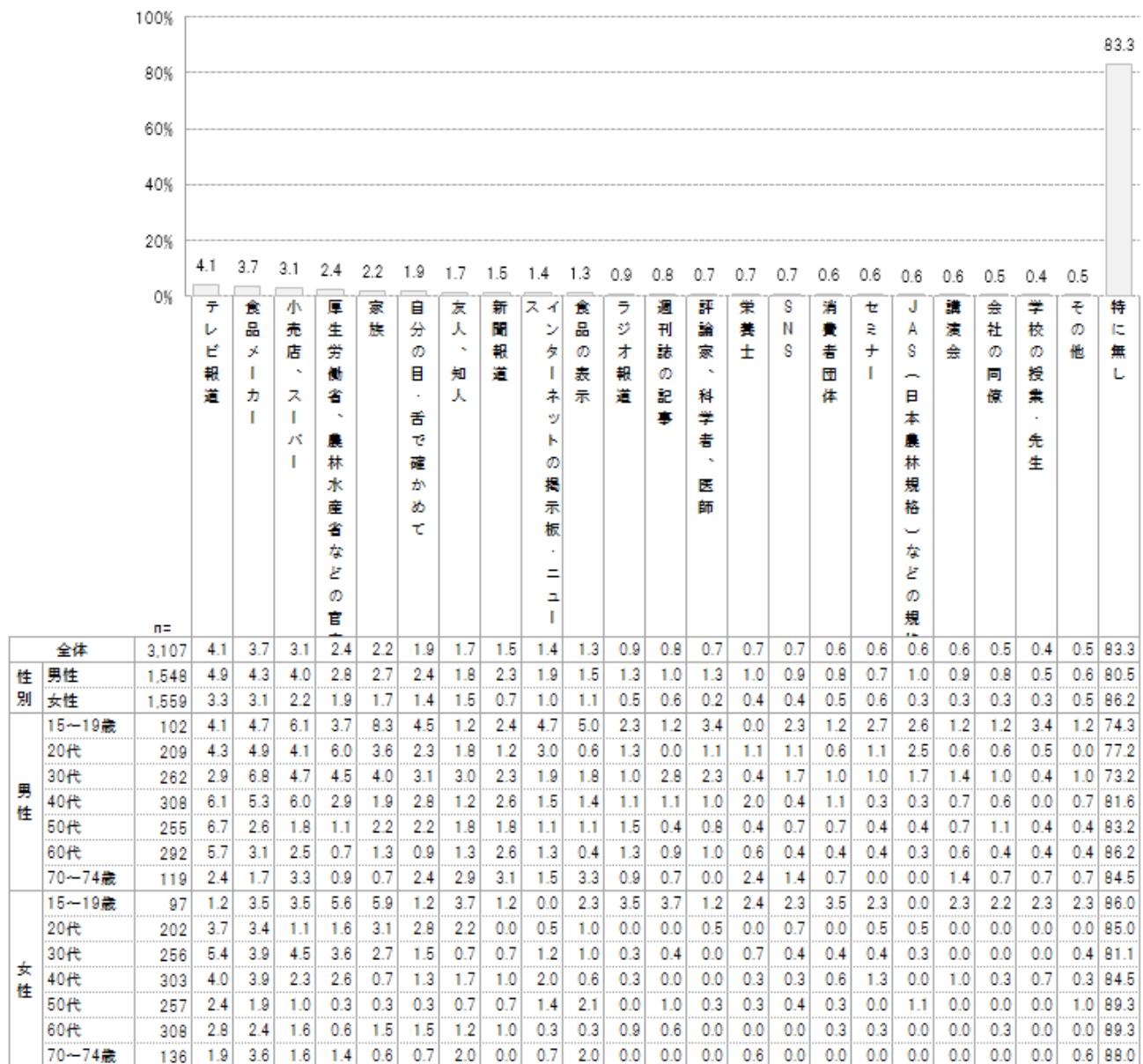
となる。

※1：前回調査は「マスコミ」　※2：前回調査は「友人、知人」

※3：今回調査から新たに追加した設問、選択肢があることにも留意する必要がある。

実際に問い合わせしたことがあるものは「テレビ報道」（4.1%）、「小売店・スーパー」（3.7%）、
「食品メーカー」（3.1%）の順

図表 204. 実際に問い合わせしたことがあるもの：食品全般についての情報（複数回答）



食品全般について、どこからの情報を実際に問い合わせしたことがあるかを聞いたところ、「テレビ報道」（4.1%）、「食品メーカー」（3.7%）、「小売店、スーパー」（3.1%）、「厚生労働省、農林水産省などの官庁」（2.4%）、「家族」（2.2%）の順となった。なお、「特に無し」（83.3%）と8割台であり、ほとんどの人が問い合わせをしたことがない。

性別でみると、男性が軽並み少し高いが、差異はほとんどない。

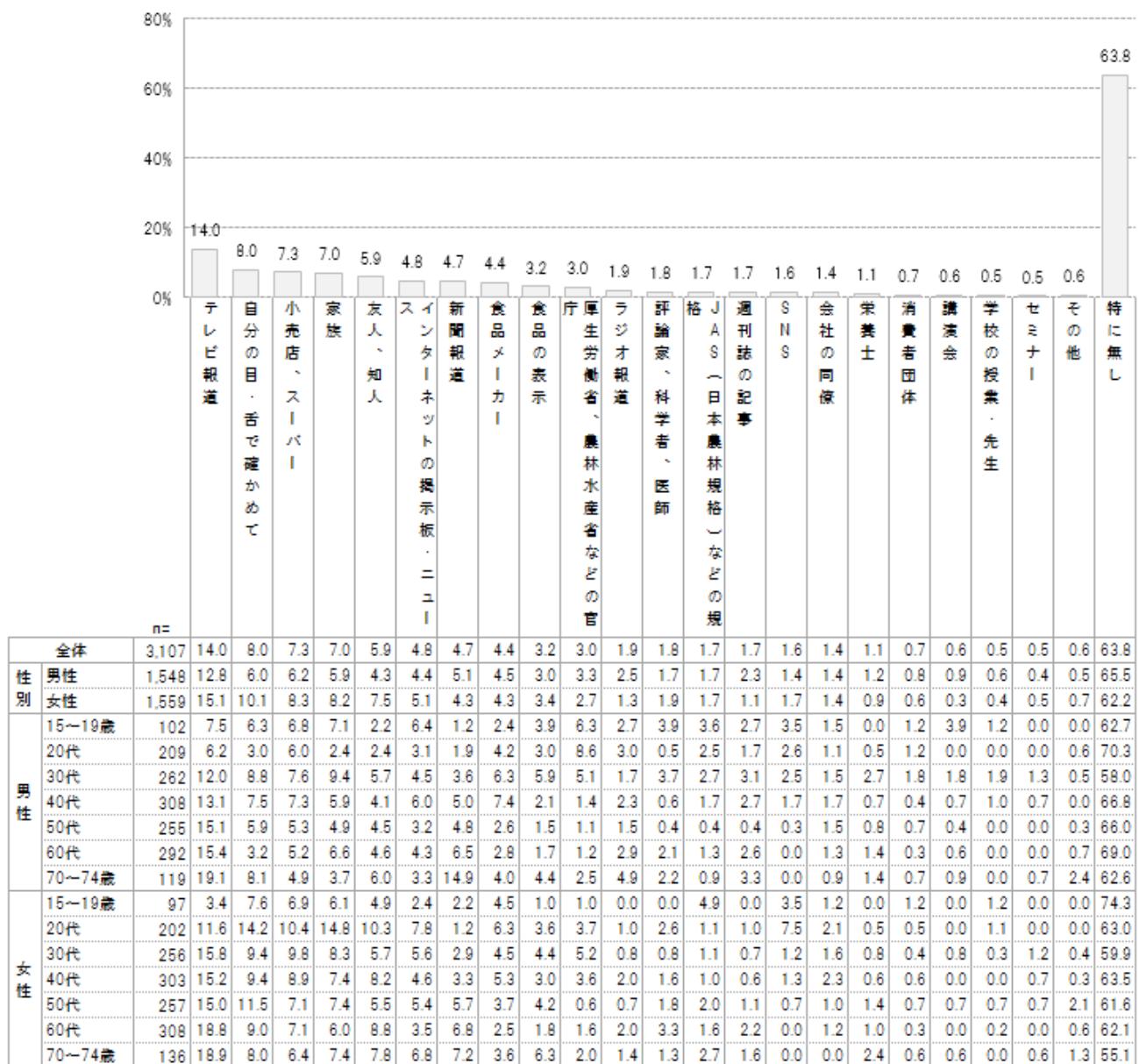
性・年代別とエリア別では、特に目立った特徴はない。

図表 205. 実際に問い合わせしたことがあるもの：食品全般についての情報 <エリア別>

	テレビ報道	食品メーカー	小売店、スーパー	厚生労働省、農林水産省などの官庁	家族	自分の目・舌で確かめて	友人・知人	新聞報道	インターネットの掲示板・ニュース	食品の表示	ラジオ報道	週刊誌の記事	評論家・科学者・医師	栄養士	SNS	消費者団体	セミナー	JAS(日本農林規格)などの規格	講演会	会社の同僚	学校の授業・先生	その他	特に無し		
	n=	3,107	4.1	3.7	3.1	2.4	2.2	1.9	1.7	1.5	1.4	1.3	0.9	0.8	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.4	0.5	83.3	
エリア	全体	347	4.3	3.7	4.1	1.9	2.7	2.0	1.5	1.8	1.2	1.2	1.6	2.0	1.3	1.8	0.9	1.6	1.0	0.3	0.9	0.9	0.6	0.8	84.6
	北海道・東北	1,203	4.5	4.2	3.5	2.3	2.9	2.3	2.2	2.2	1.5	1.7	1.1	0.9	0.9	0.8	0.6	0.8	0.5	0.4	0.8	0.5	0.6	0.8	82.0
	関東・甲信越	440	4.2	3.7	2.1	2.3	1.4	1.3	1.3	1.3	1.2	1.2	0.6	0.9	0.2	0.4	0.8	0.2	0.6	0.5	0.4	0.7	0.2	0.7	85.3
	中部・北陸	508	3.8	2.9	2.8	2.8	2.0	1.1	1.2	0.5	1.7	1.3	0.7	0.4	0.7	0.3	0.4	0.0	0.4	1.1	0.2	0.2	0.0	0.2	83.7
	近畿	267	2.7	4.4	1.6	1.3	1.8	2.3	1.4	1.2	1.0	0.4	0.3	0.0	0.4	0.0	1.1	1.2	1.9	1.0	0.3	0.8	0.4	0.0	84.9
	中国・四国	343	4.4	2.9	3.5	3.0	1.5	2.0	1.4	0.6	1.5	1.1	0.6	0.5	0.6	0.8	0.6	0.2	0.3	0.8	0.6	0.0	0.3	0.0	82.4
	九州	1,008	4.3	3.9	3.2	2.5	3.0	2.2	2.4	2.3	1.6	1.9	1.0	1.0	0.9	0.8	0.7	1.0	0.5	0.4	0.8	0.6	0.8	0.8	82.4
	首都圏	428	4.2	2.7	2.9	2.5	1.8	1.0	1.1	0.6	1.7	0.9	0.9	0.4	0.5	0.4	0.5	0.0	0.5	1.2	0.3	0.3	0.0	0.3	84.1

購入・摂取を増やすきっかけになったものは「テレビ報道」(14.0%)、「自分の目・舌で確かめて」(8.0%)、「小売店・スーパー」(7.3%)の順

図表 206. 購入・摂取を増やすきっかけになったもの：食品全般についての情報（複数回答）



食品全般について、どこからの情報が購入・摂取を増やすきっかけになったかを聞いたところ、「テレビ報道」(14.0%)、「自分の目・舌で確かめて」(8.0%)、「小売店・スーパー」(7.3%)、「家族」(7.0%)、「友人・知人」(5.9%)の順となった。なお、「特に無し」(63.8%)は6割台であり、購入・摂取を増やすきっかけとなった情報は少ない。

性別でみると、男性よりも女性のほうが影響を受けやすい。

性・年代別でみると、「テレビ報道」は男女ともに年代が高くなるにつれて高くなる傾向があるが、他の情報源に関しては特に傾向は見られなかった。

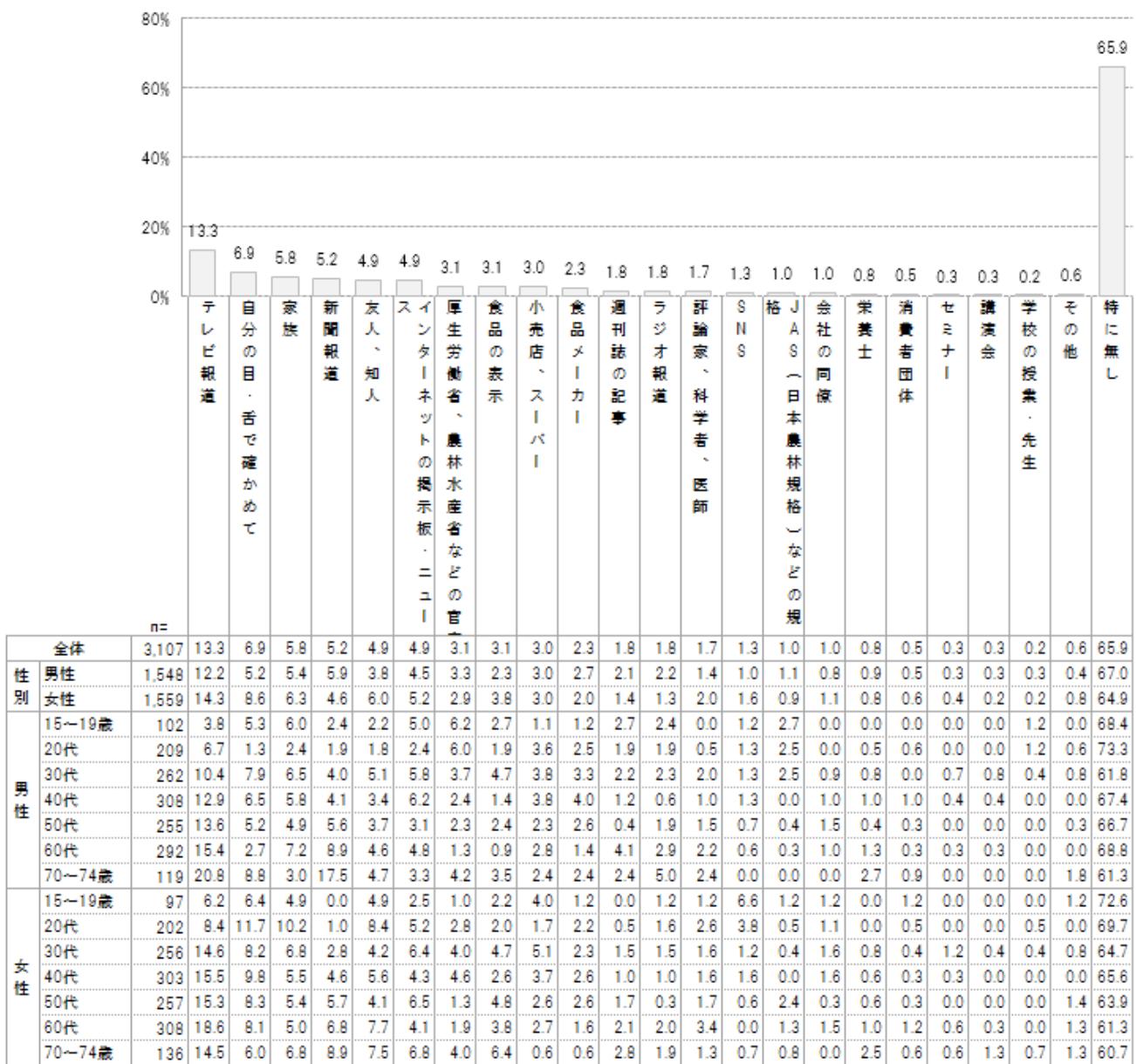
エリア別では中国・四国（10.1%）において、「テレビ報道」が他のエリアに比べて低いが、それ以外に目立った傾向の差はない。

図表 207. 購入・摂取を増やすきっかけになったもの：食品全般についての情報 <エリア別>

	テレビ報道	自分の目・舌で確かめて	小売店・スーパー	家族	友人・知人	インターネットの掲示板・ニュース	新聞報道	食品マーク	食品の表示	厚生労働省・農林水産省などの吉	ラジオ報道	評論家・科学者・医師	格JAS「日本農林規格」などの規	週刊誌の記事	SNS	会社の同僚	栄養士	消費者団体	講演会	学校の授業・先生	セミナー	その他	特に無し		
n=																									
全体	3,107	14.0	8.0	7.3	7.0	5.9	4.8	4.7	4.4	3.2	3.0	1.9	1.8	1.7	1.7	1.6	1.4	1.1	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6	63.8	
エリア	北海道・東北	347	14.9	8.6	6.5	7.5	6.5	6.4	5.9	2.5	2.9	2.2	2.3	2.4	2.5	1.3	1.0	1.8	2.5	1.1	1.8	1.0	0.6	1.2	64.6
	関東・甲信越	1,203	14.5	9.6	8.2	7.9	6.1	4.8	5.4	4.9	3.2	3.5	2.4	2.3	1.6	2.3	1.8	1.5	0.6	0.7	0.6	0.5	0.5	0.8	61.9
	中部・北陸	440	14.3	7.3	5.1	6.5	4.8	5.0	5.3	4.8	3.3	3.6	1.3	1.4	1.4	1.8	2.0	2.0	0.3	0.6	0.7	0.8	0.4	0.4	67.2
	近畿	508	13.6	7.3	8.3	5.3	5.1	6.0	4.2	4.1	4.2	3.3	1.3	1.2	1.8	1.0	2.1	0.9	1.4	0.2	0.2	0.4	0.4	0.2	64.8
	中国・四国	267	10.1	10.1	5.8	8.1	7.1	4.1	3.3	5.3	2.0	1.3	1.8	0.0	1.6	1.0	0.7	1.0	0.6	1.5	0.0	0.4	0.0	0.6	65.8
	九州	343	14.2	8.2	7.0	6.1	6.6	3.1	2.5	3.6	2.8	2.4	1.4	2.0	1.6	1.6	0.8	1.2	1.9	0.3	0.3	0.2	0.6	0.2	62.8
首都圏		1,008	14.3	8.9	8.0	7.4	5.9	4.3	5.1	4.6	3.2	3.4	1.9	2.6	1.6	2.0	1.8	1.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.4	0.9	62.0
阪神圏		428	15.4	7.7	8.7	5.8	5.5	5.7	5.0	4.2	3.8	2.8	1.3	1.4	2.2	1.2	1.9	1.1	1.7	0.3	0.3	0.5	0.5	0.0	63.5

購入・摂取を減らすきっかけになったものは「テレビ報道」(13.3%)、「自分の目・舌で確かめて」(6.9%)、「家族」(5.8%)の順

図表 208. 購入・摂取を減らすきっかけになったもの：食品全般についての情報（複数回答）



食品全般について、どこからの情報が購入・摂取を減らすきっかけになったかを聞いたところ、「テレビ報道」(13.3%)、「自分の目・舌で確かめて」(6.9%)、「家族」(5.8%)、「新聞報道」(5.2%)、「友人・知人」(4.9%)の順となった。なお、「特に無し」(65.9%)と6割台であり、減らすきっかけになった情報は少ない。

性別でみると、男性よりも女性の方が高く、情報の影響を受けやすい。

性・年代別でみると、「テレビ報道」と「新聞報道」は男女ともに年代が高くなるにつれて割合が高くなる傾向があるが、他の情報源に関しては特に傾向は見られなかった。

エリア別で見ると、中国・四国（8.6%）は「テレビ報道」の割合が他のエリアに比べて低いが、それ以外に目立った差はない。

図表 209. 購入・摂取を減らすきっかけになったもの：食品全般についての情報 <エリア別>

	テレビ報道	自分の日・舌で確かめて	家族	新聞報道	友人・知人	インターネットの掲示板・ニュース	厚生労働省・農林水産省などの官庁	食品の表示	小売店・スーパー	食品メーカー	週刊誌の記事	ラジオ報道	評論家・科学者・医師	SNS	JAS（日本農林規格）などの規	会社の同僚	栄養士	消費者団体	セミナー	講演会	学校の授業・先生	その他	特に無し			
エ リ ア	n=																									
	全体	3,107	13.3	6.9	5.8	5.2	4.9	4.9	3.1	3.1	3.0	2.3	1.8	1.8	1.7	1.3	1.0	1.0	0.8	0.5	0.3	0.3	0.2	0.6	65.9	
	北海道・東北	347	13.9	9.1	6.1	7.4	4.1	5.4	2.8	2.1	3.7	1.4	2.4	3.0	1.8	1.0	0.6	1.0	1.3	0.8	0.3	0.0	0.0	0.3	66.0	
	関東・甲信越	1,203	14.5	7.5	6.4	5.9	5.5	5.0	3.8	2.6	3.6	2.6	1.8	2.0	2.4	1.4	0.8	1.0	0.6	0.5	0.3	0.4	0.5	0.8	64.5	
	中部・北陸	440	13.5	5.3	5.1	5.4	3.5	4.4	2.8	2.8	1.8	3.6	2.6	1.2	0.9	1.7	1.0	0.9	0.4	0.2	0.4	0.4	0.0	0.6	67.5	
	近畿	508	12.3	6.0	4.4	4.2	4.2	6.0	3.0	4.8	2.5	1.6	1.1	1.2	1.2	1.3	1.3	0.8	0.8	0.0	0.2	0.2	0.0	0.5	67.3	
	中国・四国	267	8.6	8.4	7.4	3.4	5.9	4.4	0.7	2.0	2.4	2.4	1.2	1.4	0.3	0.3	1.6	0.7	0.5	1.8	0.0	0.0	0.4	0.3	68.9	
	九州	343	13.3	6.1	5.6	3.2	5.7	3.1	3.2	4.2	3.1	1.9	1.3	1.1	2.4	1.2	1.1	1.2	2.2	0.6	0.9	0.3	0.3	0.6	64.9	
		首都圏	1,008	14.3	8.0	5.8	5.8	5.1	4.6	3.9	2.6	3.1	2.4	1.5	1.6	2.7	1.5	0.7	1.1	0.5	0.5	0.3	0.3	0.4	0.9	64.9
		阪神圏	429	12.7	6.3	4.4	4.6	4.2	6.6	2.8	4.3	2.8	2.0	1.3	1.2	1.4	1.5	1.5	0.9	1.0	0.0	0.2	0.2	0.0	0.0	66.7

10. 食品に関する情報から行動を変えたエピソード

テレビ番組やインターネット、SNS を見て購買したり食べるのを止める人が多い。また、家族が病気になったり、健康診断の結果が悪かった際に食生活を見直すことも多い。

図表 210. 食品に関する情報から行動を変えたエピソード（自由回答・任意）

SNSなどの口コミで体に良いもの、健康になれるものは進んで摂取している	男性 20 代
書籍で食べてはいけない食品の本のリストに載っていたものは食べる頻度が減った	男性 20 代
「健康なご長寿は実はお肉を食べていた」という健康テレビ番組の影響で、我が家も肉料理の頻度は確実に増えたと思う	男性 30 代
学会が記者会見で摂取をさけるよう声明を出したと発表	男性 30 代
雑誌で健康に悪いと書いていたので	男性 30 代
TVで紹介された内容をインターネットで調べてから判断している	男性 40 代
ケアマネジャー様や病院の先生の指導で	男性 40 代
糖質ダイエットの話題がテレビやネットで出るようになり、糖質の多い食品に気を付けるようになった	男性 40 代
インターネットの食事レポートみて良い評価だったので食べてみたら、本当に美味しかった	男性 50 代
チラシでこの食品が安売りされてると知って大量に購入した	男性 50 代
体重が増え、健康診断の結果が悪くなつたから	男性 50 代
糖尿病になつたため、食事指導された	男性 50 代
ある著名医師の講演会を聞いてから、チョコレートをたくさん食べるようになった	男性 60 代
テレビ番組でたまたまそいつた危険な意見を言っている場面に出くわした。それで、増えたり減ったりするきっかけとなる	男性 60 代
テレビ放映で製造工場を見たときの清潔さが再確認でき興味を更に持つた	男性 60 代
家族がより自然のものを好むようになったから	男性 60 代
知人に聞いたことが原因で、その食品を食べなくなりました	男性 70~74 歳
料理教室に行ったときの講義の中にある内容の影響力が大きい	男性 70~74 歳
ダイエット方法をテレビでやっていて、あまり食べない方がよいものと言わされたものを食べるのを減らした	女性 15~19 歳
家族、友人、知人におすすめされると食べたくなってしまう	女性 15~19 歳
SNS、特にインスタやツイッターで話題になると気になる	女性 20 代
インスタグラムで、これを食べれば痩せやすくなるというコラムを見たから	女性 20 代
太ってきたから	女性 20 代
テレビで健康効果があるといわれたりした話題の商品は一回は買ってみたいと思ってしまう	女性 30 代
TVの健康番組で紹介された食品は一時的にブームに乗っかり購入頻度が増える	女性 40 代
ネットで、ストレス減少にはビタミン C 摂取が欠かせないという話が書かれていたため、フルーツを積極的に取るようになった	女性 40 代
自分で試して見て口に合わない商品は、健康に良いとしても 買わなくなってしまう	女性 40 代
新聞やテレビで、「海外では制限や禁止されている」と聞いた成分の入ったモノをやめた	女性 40 代
パーソナルジムに通い始めて栄養士やトレーナーからの情報を聞いて食べるものが変わってきた	女性 50 代
家族が病気がきっかけになった	女性 50 代
家族の通院がきっかけで家族の件で栄養指導を受けた時	女性 50 代
健康診断でコレステロール値が高いので病院に行き栄養士の食事指導を受けた	女性 50 代

週刊誌の見出しで健康を害するものが書かれているとやめてしまう	女性 50 代
友人、知人などの口コミ情報からよくなないと感じたこと	女性 50 代
TV で報道された事件、事故があると、とりあえず購買を控えることはあるし、企業側が商品を回収している場合、返品したことはある	女性 60 代
セミナーで添加物の実態を聞いたので、その食品を食べなくなつた	女性 60 代
医師から食塩は身体に良くないが、自然塩は良いと聞いて岩塩等自然に採取されたものを意識するようになった	女性 60 代
会社の同僚が食べていて評価を聞いたから	女性 60 代
健康診断の内診で、医者から、炭水化物を減らして、肉・卵・チーズの摂取量を増やす食生活アドバイスがあった	女性 60 代
テレビ番組で健康で長生きする食品について医者が薦める食品を見た時	女性 70~74 歳