

食に関するあらゆる情報を調査「ぐるなびリサーチ部 調査レポート」Vol.68

非常食・防災食に関する調査

「常備している」のは3人に1人、「必要だと思うが、常備できていない」が約半数。

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎）は、ぐるなび会員を対象に、世の中のトレンドに合わせて食に関する様々な調査を実施し、「ぐるなびリサーチ部」として、定期的に情報を発信しています。今回は非常食や防災食について調査しました。主な結果は以下の通りです。

【調査結果ポイント】

- 地震などの自然災害を心配している人は全体の4人に3人で、特に50～60代の女性に多い。
- 非常食を常備している人は35%。「必要だと思うが、常備できていない」が47%。60代女性が5割超と高い一方で、30代女性は2割程度と低い。
- 常備している非常食は「飲料水」「缶詰」「レトルト食品」がTOP3。「チョコレート」は男女で約20ptの差あり。
- 非常食の重視点は「日持ち」が最も高く、次いで「調理が不要または簡単」。「栄養、カロリー」は女性では8位だが男性では3位。
- 消費期限については「全て把握している」が9%、「だいたい把握している」が59%、「あまり把握していない」が29%。
- 非常食の量は「3～5日分くらい」が半数弱で最多となり、1週間分以内が全体の9割。
- ローリングストック（※）の認知度は6割で、実践者は2割強。実践者は50代女性で33%、60代女性で45%と高い。
- ローリングストックしている食品は「レトルト食品」「飲料水」「缶詰」がTOP3で、前出の非常食とだいたい同じ傾向。

※ローリングストックとは普段の食品を少し多めに買い置きしておき、賞味期限を考えて古いものから消費し消費した分を買い足すことで、常に一定量の食品が家庭で備蓄されている状態を保つ方法。

Q1.あなたは住まいの地域で、地震や豪雨、噴火などの自然災害が起こることを心配していますか。

(n=1,000) (%)

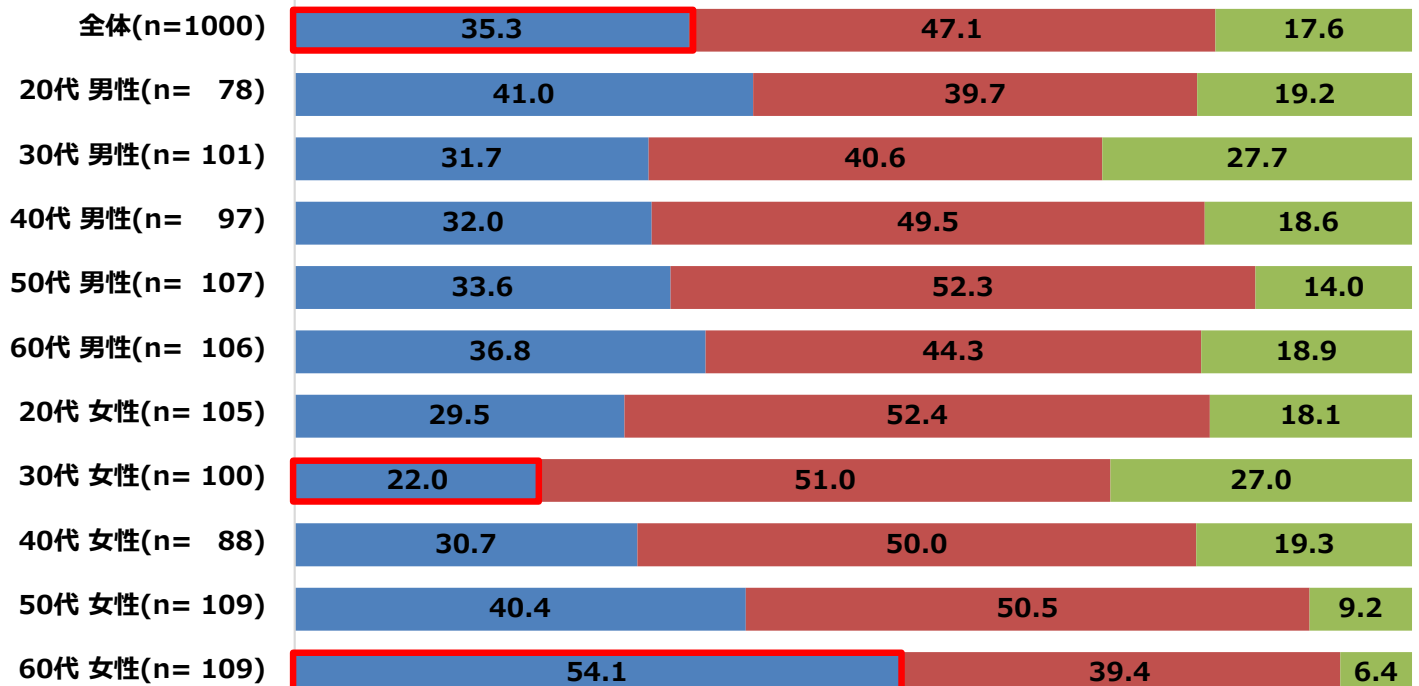
心配している人：約75%



■ 全く心配していない ■ あまり心配していない ■ まあまあ心配している ■ かなり心配している

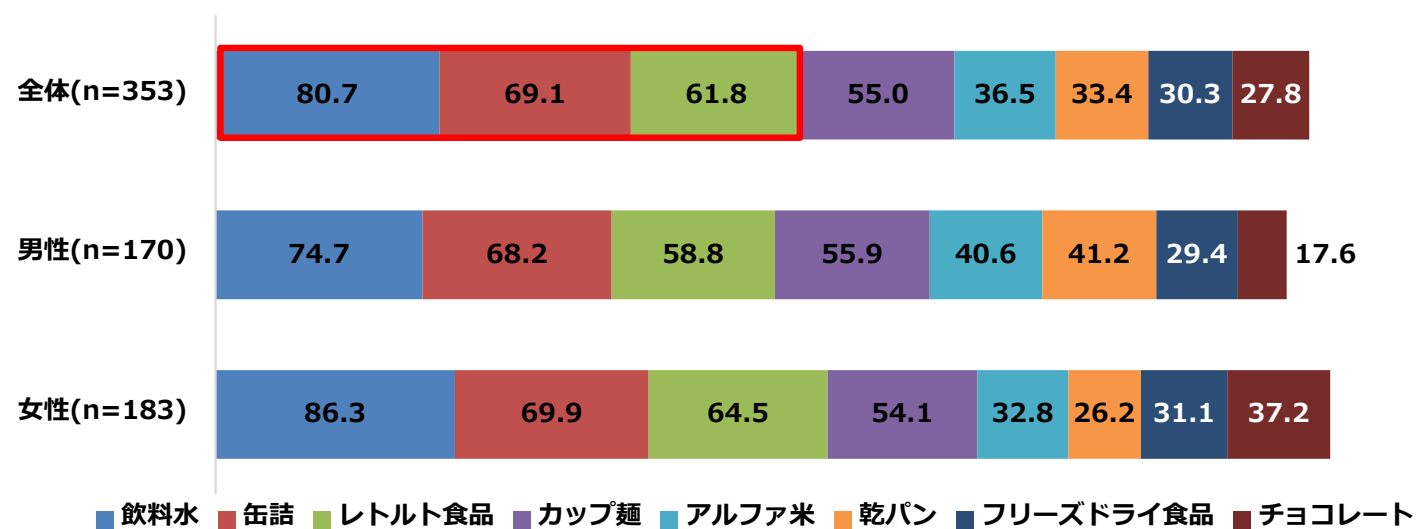
Q2.あなたは「非常食／防災食」を常備していますか。（n=1,000）（%）

常備している人：約35%



■ 常備している ■ 必要だと思うが常備できていない ■ 常備していない

Q3. 非常食として常備しているものをお答えください。（n=353）※複数回答（%）



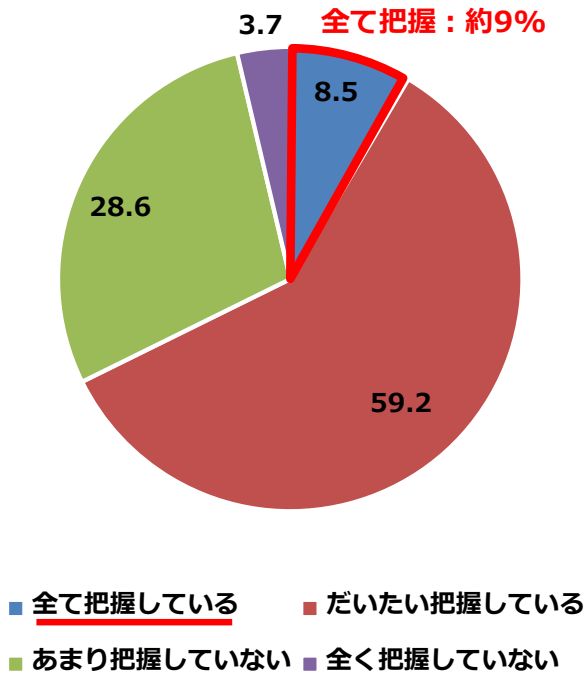
■ 飲料水 ■ 缶詰 ■ レトルト食品 ■ カップ麺 ■ アルファ米 ■ 乾パン ■ フリーズドライ食品 ■ チョコレート

Q4.非常食を選ぶ際に重視している点を教えてください。（n=353）※複数回答（%）

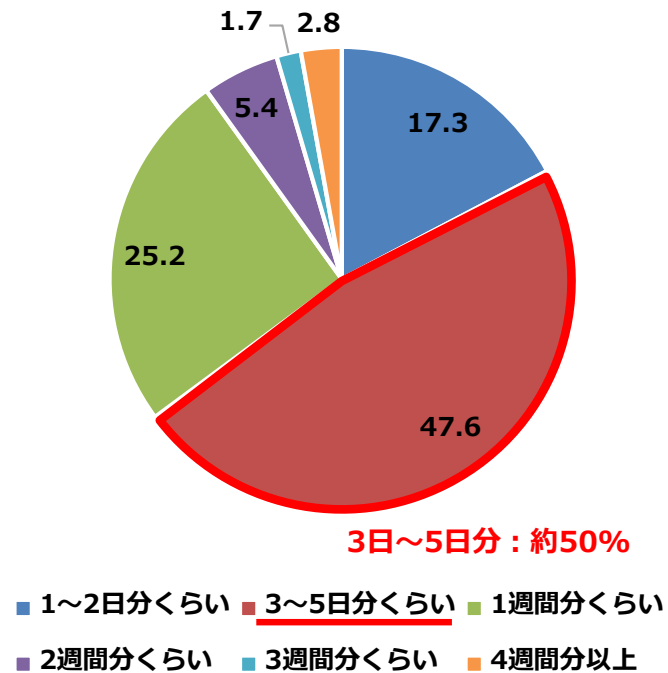


■ 日持ち ■ 調理が不要または簡単 ■ 普段食べても良いもの ■ 美味しさ ■ 価格 ■ 栄養、カロリー ■ 好みの物

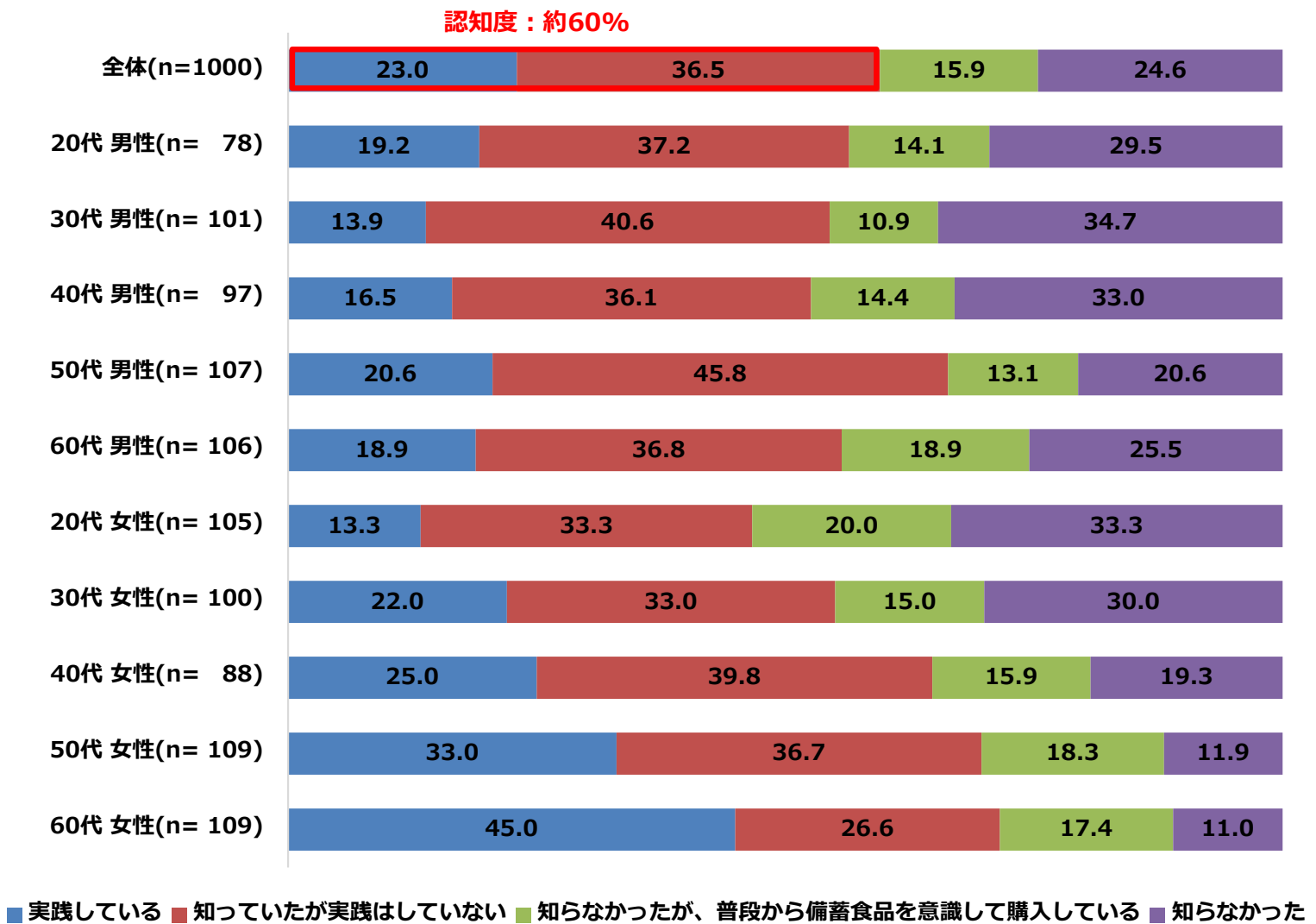
Q5.常備している非常食の消費期限を把握していますか。(n=353) (%)



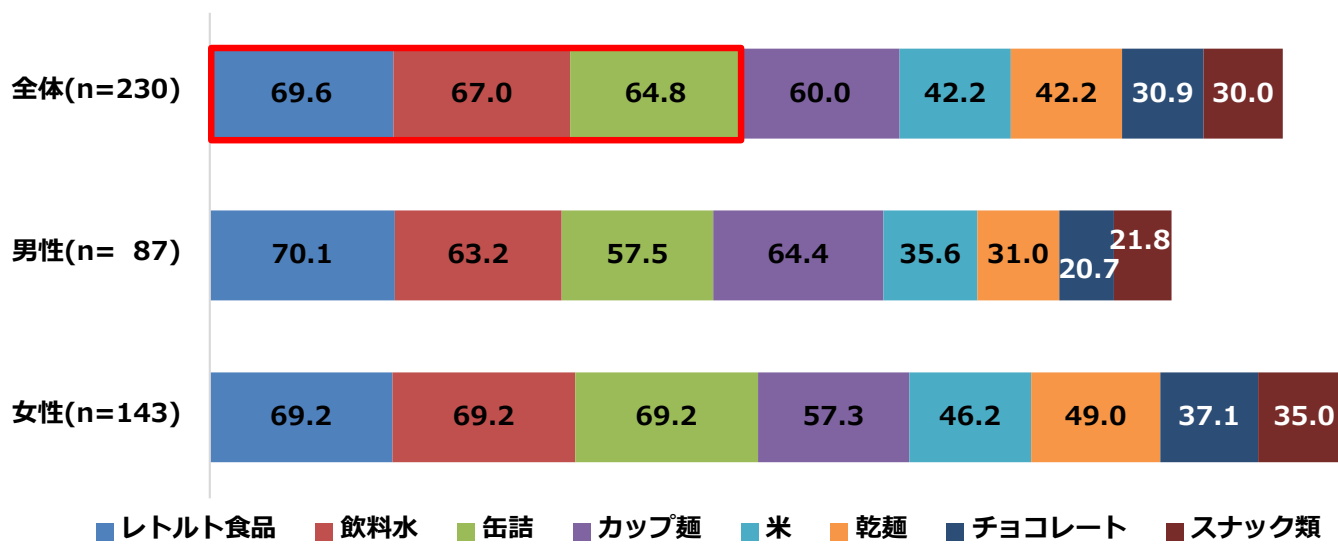
Q6.常備している非常食の量は何日分くらいですか。(n=353) (%)



Q7.ローリングストックをご存知でしたか。(n=1,000) (%)



Q8.ローリングストックしている食品を教えてください。（n=230）※複数回答（%）



日常生活に「ローリングストック」を取り入れて、無理のない「防災」を！



今回の調査では自然災害などに不安を感じる人は全体の8割近くにのぼりました。ただ、不安を感じていながらも、非常食・防災食を「常備している」のは3割半ばで、「必要だと分かっているが、常備できていない」と回答した人が約半数となりました。防災への意識は高まりつつも、なかなか行動に移せていないという現状がうかがえました。

また、非常食を常備していても、全ての消費期限を把握している人の割合は1割にとどまり、「あまり把握していない」「全く把握していない」人が3割という結果になりました。

「ローリングストック」の認知、実施率は、前回調査（2021年）と大きな変化がありませんでしたが、普段の食品を多めに買い置きすることではじめられる「ローリングストック」であれば、気軽に始められて消費期限の課題も解決できるかもしれません。

ぜひ、皆さんも非常食だけではなく、日常の中に備蓄食料を取り入れる「ローリングストック」を今日から始めてみてはいかがでしょうか。

※前回調査：2021年8月実施「災害食に関する調査」

<https://corporate.gnavi.co.jp/release/2021/20210901-019462/>

【調査概要】

- 調査期間：2024年2月2日(金)～2月4日(日)
- 調査対象：全国（石川県を除く）

- 調査方法：WEBアンケート
- 回答者：20代～60代のぐるなび会員1,000名

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp