
食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件について

－ 厚生労働省 －

食安基発0602第2号
平成27年6月2日

一般社団法人 日本加工食品卸協会会長 殿

厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課長
(公 印 省 略)

食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件について

食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件(平成27年厚生労働省告示第289号)が本日公布され、その内容について別添のとおり各都道府県知事等宛て通知しましたので、御了知いただくとともに、貴会会員等関係者に対する周知をお願いします。

食安発0602第1号
平成27年6月2日

各

| |
|---------|
| 都道府県知事 |
| 保健所設置市長 |
| 特別区長 |

 殿

厚生労働省医薬食品局食品安全部長
(公 印 省 略)

食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件について

食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件（平成27年厚生労働省告示第289号）が本日公布され、これにより食品、添加物等の規格基準（昭和34年厚生省告示第370号）の一部が改正されたところであるが、改正の内容等は下記のとおりであるので、その運用に遺憾なきよう取り計らわれたい。

また、適用期日までの間においても、関係者において当該改正を踏まえた取扱いがなされるよう、周知・指導について、特段の配慮をお願いする。

記

第1 改正の経緯

豚を含む獣畜及び家きんの肉や内臓については、食中毒の原因となる菌等が付着している可能性があるため、必要な加熱を行うよう、従来よりくり返し指導を行ってきた。一方、平成24年7月に牛レバーの生食用としての提供を禁止して以降、一部の飲食店において豚の肝臓を生食用として提供していることが判明したことから、平成24年10月4日付け食安監発1004第1号により、豚の肝臓を生食することの危険性の周知及び関係事業者に対して必要な加熱を行うよう再度指導してきたところである。

このような状況を踏まえ、平成25年8月から薬事・食品衛生審議会において食肉の生食に関する対応について検討を行ってきたところ、豚の食肉の生食については、飲食店等における提供実態があること、E型肝炎ウイルス（以下「HEV」という。）、食中毒菌及び寄生虫による危害要因があること、HEVや寄生虫は内部汚染であるため内部までの加熱以外のリスク低減策が考えられないこと等を踏まえ、公衆衛生上のリスクが特に高いことから生食用として提供を禁止する旨結論付けられた。このため、今般、国民の健康の保護を図るため、食品衛生法（昭和22年法律第233号。以下「法」という。）第11条第1項に基づく基準を設定し、豚の食肉を生食用として販売することを禁止するものである。

第2 改正の内容

法第11条第1項の規定に基づき、食品、添加物等の規格基準（以下「規格基準」という。）第1食品の部B食品一般の製造、加工及び調理基準の項の9に、新たに豚の食肉の基準を追加し、以下のとおり改正したこと。

牛の肝臓又は豚の食肉は、飲食に供する際に加熱を要するものとして販売の用に供されなければならない。牛の肝臓又は豚の食肉を直接一般消費者に販売する場合は、その販売者は、飲食に供する際に牛の肝臓又は豚の食肉の中心部まで十分な加熱を要する等の必要な情報を一般消費者に提供しなければならない。ただし、第1食品の部D各条の項○食肉製品に規定する製品（以下9において「食肉製品」という。）を販売する場合には、この限りでない。

販売者は、直接一般消費者に販売することを目的に、牛の肝臓又は豚の食肉を使用して、食品を製造、加工又は調理する場合は、その食品の製造、加工又は調理の工程中において、牛の肝臓又は豚の食肉の中心部の温度を63℃で30分間以上加熱するか、又はこれと同等以上の殺菌効果を有する方法で加熱殺菌しなければならない。ただし、一般消費者が飲食に供する際に加熱することを前提として当該食品を販売する場合（以下9において「加熱を前提として販売する場合」という。）又は食肉製品を販売する場合には、この限りでない。加熱を前提として販売する場合は、その販売者は、一般消費者が飲食に供する際に当該食品の中心部まで十分な加熱を要する等の必要な情報を一般消費者に提供しなければならない。

（傍線部が改正部分）

第3 適用期日

平成27年6月12日から適用すること。このため、適用日より前に製造、加工及び調理された豚の食肉であっても、適用日以降は、規格基準を満たさないものは販売等はできないこと。

第4 運用上の注意

- 1 規格基準でいう豚の食肉には、豚の内臓が含まれるものであること。
- 2 豚の食肉は、飲食に供する際に加熱を要するものとして販売の用に供さなければならないことから、飲食店で一般消費者が自ら豚の生肉等を調理し、飲食する際には、一般消費者に対しコンロ等加熱設備を提供するよう事業者には指導すること。
- 3 豚の食肉を直接一般消費者に販売する事業者は、一般消費者が豚の食肉を中心部まで十分に加熱して飲食するよう、以下の内容を事業者には指導すること。
 - (1) 食肉販売等を行う事業者は、加熱用である旨、調理の際に中心部まで加熱する必要がある旨、食中毒の危険性があるため生では食べられない旨等の情報提供を掲示等により行うこと。
 - (2) 飲食店営業等を行う事業者は、加熱用である旨、調理の際に中心部まで加熱する必要がある旨、食中毒の危険性があるため生では食べられない旨等をメニューに記載する等、情報提供を行うこと。なお、上記の情報提供を行ったにもかかわらず一般消費者が生で食べている場合には、加熱して食べるよう重ねて注意喚起すること。
- 4 加熱用として販売されている生の豚の食肉を、一般消費者が生で喫食することがないように、中心部まで加熱する必要があることを事業者及び一般消費者に十分に注意喚起すること。なお、厚生労働省ホームページにリーフレット等広報資材を掲載しているので適宜活用されたい。
- 5 豚の食肉の中心部の温度を63℃で30分間以上加熱することと同等以上の殺菌効果を有する方法とは、中心部の温度を75℃で1分間以上加熱殺菌すること等をいうこと。
- 6 規格基準の第1食品の部D各条の項○食肉製品に規定する製品（乾燥

食肉製品、非加熱食肉製品、特定加熱食肉製品及び加熱食肉製品)は今回新たに設けた豚の食肉の基準は適用されないこと。

第5 その他

第4の3の指導に当たっては、豚の食肉に限定せずに、従来行ってきた以下の内容に留意して指導するとともに、食中毒を予防する観点から消費者に対して注意喚起を積極的に行うこと。

- (1) テンダライズ処理又はタンブリング処理した肉、結着・成形肉、挽肉調理品等の病原微生物による汚染が内部に拡大するおそれのある肉については、中心部の色に変化するまで、十分な加熱が必要であること。
- (2) (1)のような加工を行っていない獣畜及び家きんの食肉についても、食中毒の原因となる菌等が付着している可能性があるため、十分な加熱が必要であること。
- (3) 野生鳥獣であるイノシシやシカ等の食肉からHEV、食中毒菌及び寄生虫が検出されていることから、野生鳥獣を飲食に供する場合は、十分な加熱が必要であること及び平成26年11月14日付け食安発1114第1号に基づき、関係事業者等に対して野生鳥獣肉の衛生管理の徹底について周知を図ること。
- (4) 加熱前の食肉から他の食材へ交差汚染が起こる可能性があるため、加熱前後で調理器具を使い分ける等の注意をすること。

豚の食肉の基準に関するQ&Aについて

－ 厚生労働省 －

事 務 連 絡

平成 2 7 年 6 月 2 日

一般社団法人 日本加工食品卸協会 御中

厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課

豚の食肉の基準に関するQ&Aについて

標記について、別添のとおり各都道府県等あて通知しましたので、貴会会員等関係者に対する周知方お願いします。

食安基発0602第3号

平成27年6月2日

各〔都道府県〕
〔保健所設置市〕 衛生主管部（局）長 殿
〔特別区〕

厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課長

（公印省略）

豚の食肉の基準に関するQ&Aについて

豚の食肉の基準に係る取扱いについては、平成27年6月2日付け食安発0602第1号により通知され、その詳細について別添の「豚の食肉の基準に関するQ&A」を作成しましたので、業務の参考とするとともに関係事業者への周知をお願いいたします。

豚の食肉の基準に関するQ & A

(経緯、全般的事項)

Q 1 なぜ、豚の食肉の基準を設けることにしたのですか。

Q 2 豚の食肉の基準はどのような内容ですか。

Q 3 本基準の対象となる豚の食肉とはどのようなものですか。また、どの時点で加熱しなければいけないのでしょうか。

Q 4 豚の食肉の中心部の温度を 63℃で 30 分以上加熱するかこれと同等以上とされていますが、どのように調理すればいいのですか。

(製造・加工・調理基準)

Q 5 食肉販売店、小売店等で、未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉を加熱用として販売する場合はどうしたらいいですか。

Q 6 飲食店で、未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉を加熱用として販売する場合はどうしたらいいですか。

Q 7 飲食店等で消費者が生で食べていた場合、事業者はどうすればいいですか。

Q 8 本基準についての監視指導はどのように行われますか。

Q 9 適用日（平成 27 年 6 月 12 日）より前に本基準を満たさない方法で豚の食肉を製造、加工及び調理した食品であれば、本基準の適用日以降であっても従来どおり販売・提供してもいいのですか。

Q 10 本基準は、海外から輸入される豚の食肉についても適用されるのですか。

(その他)

Q 11 豚以外の動物の肉や内臓については、生食しても大丈夫ですか。

Q 12 SPF 豚の食肉についても本基準が適用されるのですか。

(経緯、全般的事項)

Q 1 なぜ、豚の食肉の基準を設けることにしたのですか。

(A)

- 1 平成 23 年 4 月に発生した飲食チェーン店での腸管出血性大腸菌による食中毒事件で 5 名の方が亡くなられ、重症者も多数出たことを受け、平成 23 年 10 月から、牛の食肉の規格基準が適用されるとともに、平成 24 年 7 月から、牛のレバーを生食として販売・提供することを禁止しました。
- 2 その後、豚レバーを生食用として提供している実態があることから平成 25 年 8 月から薬事・食品衛生審議会において食品衛生法に基づく規格基準やガイドラインの対象となっていない食肉について、科学的見地に加えて、消費者の認識や食肉等の関連事業者の取組等も踏まえつつ、公衆衛生上のリスクの大きさに応じた規制のあり方等について検討してきました。
- 3 その結果、豚については、飲食店等において生食用としての提供実態があること、E 型肝炎ウイルス※（以下「HEV」という。）、食中毒菌及び寄生虫が豚の血液やレバー等から検出されていること及び HEV や寄生虫は内部汚染であるため内部までの加熱以外のリスク低減策が考えられないこと等を踏まえ、公衆衛生上のリスクが大きいと結論づけられたことから、今般、法的に生食用としての提供を禁止することにしました。

※ これまでの研究結果から、豚はその成育中に HEV に高率に感染し、一部の個体では 6 ヶ月齢時においても糞便と肝臓に HEV がなお残存しているとの報告がなされています（平成 15 年度厚生労働科学研究事業「本邦に於ける E 型肝炎の診断・予防・疫学に関する研究」）。

ヒトが HEV 感染した場合、不顕性感染が多いとされています（特に若年者）。肝炎を発症した場合の臨床症状は A 型肝炎に類似し、高率に黄疸を伴います。平均 6 週間の潜伏期の後に（稀に数日の倦怠感、食欲不振等の症状が先行することもあります。）、発熱、悪心・腹痛等の消化器症状、肝腫大、肝機能の悪化（トランスアミナーゼ上昇・黄疸）が現れ、大半の症例では安静臥床（ベッドの上で動かずに安静を保つこと。）により治癒しますが、稀に劇症化するケースもあります。

Q 2 豚の食肉の基準はどのような内容ですか。

(A)

豚の食肉の基準の主な内容としては、以下のように規定されています。

- ① 未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉は、加熱用として販売しなければならないこと。
- ② 未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉を、直接消費者に販売する場合は、中心部まで十分に加熱してから食べることを消費者に伝えなければならないこと。
- ③ 豚の食肉を、調理等を行い直接消費者に販売する場合は、豚の食肉の中心部の温度を 63℃で 30 分間以上加熱するか、これと同等以上の殺菌効果がある方法で加熱殺菌しなければならないこと。
- ④ 消費者が加熱してから食べることを前提として、豚の食肉を使用した食品を販売する場合は、その時点では中心部までの十分な加熱は必要ないが、中心部まで十分な加熱をしてから食べることを消費者に伝えなければならないこと。

- ⑤ 食肉製品（乾燥食肉製品、非加熱食肉製品、特定加熱食肉製品及び加熱食肉製品）に該当する食品は別途規格基準が定められていることから、本基準の規制の対象外であること。

Q 3 本基準の対象となる豚の食肉とはどのようなものですか。また、どの時点で加熱しなければいけないのでしょうか。

(A)

- 1 本基準は、食用にする全ての豚の食肉（内臓を含む）が対象です（ただし、食肉製品（乾燥食肉製品、非加熱食肉製品、特定加熱食肉製品及び加熱食肉製品）は除く）。
- 2 業者間で加熱用として未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉を流通させることは可能ですが、消費者が食べる前までに中心部まで十分な加熱を行って下さい。

Q 4 豚の食肉の中心部の温度を 63℃で 30 分間以上加熱するかこれと同等以上とされていますが、どのように調理すればいいのですか。

(A)

- 1 63℃で 30 分間以上加熱するかこれと同等以上の殺菌効果を有する方法とは、加熱温度が高くなれば加熱時間が短くなることから、例えば、75℃ 1 分間以上の加熱でも差し支えありません。
- 2 中心部の温度が 75℃に達してから 1 分間以上の加熱の目安は、豚の食肉等の中心部の色が白っぽく変化することです。

(参考URL : <http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000049964.html>)

(製造・加工・調理基準)

Q 5 食肉販売店、小売店等で、未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉を加熱用として販売する場合はどうしたらいいですか。

(A)

- 1 食肉販売店、小売店等で、加熱用として未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉を直接消費者に販売する場合は、消費者が豚の食肉を中心部まで十分に加熱して飲食するように、例えば
「加熱用です」
「調理の際に中心部まで加熱してください」
「食中毒の危険性があるため生では食べられません」
等を掲示するなどの対応が必要です。
- 2 インターネット等で直接消費者に販売する場合も、事業者は消費者が豚の食肉を中心部まで十分に加熱して飲食するよう上記の内容を伝えることが必要です。

Q 6 飲食店で、未加熱や中心部まで十分な加熱を行っていない豚の食肉を加熱用として販売する場合はどうしたらいいですか。

(A)

- 1 飲食店で消費者が調理し、喫食する場合には、飲食店は消費者に対しコンロ等加熱設備（一定の火力を持続的に保てるもの）を提供しなければなりません。焼き石などの場合は、提供した豚の食肉を中心部まで十分に加熱できるものを提供する必要があります。
- 2 また、飲食に供する際に豚の食肉の中心部まで十分に加熱して喫食するように、例えば「加熱用です」「調理の際に中心部まで加熱してください」「食中毒の危険性があるため生では食べられません」等をメニューに記載するなどの対応が必要です。
- 3 なお、上記の情報提供を行ったにもかかわらず、消費者が生で喫食している場合等には、豚の食肉の中心部まで十分に加熱して食べるように重ねて注意して下さい。
- 4 消費者に生で豚の食肉を食べられると思わせるような表示（「生で食べられる程新鮮」等）をすることはできません。

Q 7 飲食店等で消費者が生で食べていた場合、事業者はどうすればいいですか。

(A)

飲食店等で消費者が十分に加熱することなく豚の食肉を食べている場合等には、事業者は消費者に対し中心部まで十分に加熱して食べるように注意して下さい。

Q 8 本基準についての監視指導はどのように行われますか。

(A)

- 1 食肉販売店、小売店、飲食店等の事業者は、食品衛生法に基づく規格基準を守り、提供する食品の安全性を確保する責務があります。
- 2 これらの事業者への監視指導としては、都道府県等が毎年度作成する監視指導計画等に基づき立入調査、指導等が行われます。
- 3 今回設定した基準では、豚の食肉を生食用として提供することの禁止と、中心部まで十分加熱する必要があるなどの情報を消費者に提供することを規定したことから、豚の食肉を生食用として提供していないか、掲示やメニュー等により適切に情報提供されているかを確認することになります（情報提供の内容はQ 5の1及び6の2参照）。

Q9 適用日（平成27年6月12日）より前に本基準を満たさない方法で豚の食肉を製造、加工及び調理した食品であれば、本基準の適用日以降であっても従来どおり販売・提供してもいいのですか。

(A)

平成27年6月12日より前に本基準を満たさない方法で豚の食肉等を製造、加工及び調理した食品であっても、本基準が適用される同日以降は、本基準を満たさなければ販売等を行うことはできません。

Q10 本基準は、海外から輸入される豚の食肉についても適用されるのですか。

(A)

本基準は、海外から輸入される豚の食肉についても適用されます。

(その他)

Q11 豚以外の動物の肉や内臓については、生食しても大丈夫ですか。

(A)

- 1 食肉や内臓の生食については、食中毒の原因となる菌やウイルス等が付着している可能性があり食中毒の危険性が高いことから基本的に避けるべきであり、食中毒を防止するためには十分に加熱することが必要です。
- 2 生食用の牛肉については、平成23年10月に生食用食肉の規格基準が定められています。また、馬の肉については、平成10年に生食用食肉の衛生基準が定められています。しかしながら、これらに適合したものであっても、食中毒菌を完全に除去することは困難なため、特に子ども、高齢者などの抵抗力の弱い方は生肉を控える必要があります。
(注：牛の肝臓については、肝臓の内部より腸管出血性大腸菌が検出されたことを踏まえ、生食用としての提供は禁止されています。)
- 3 テンダライズ処理（刃を用いてその原形を保ったまま筋及び繊維を短く切断する処理）やタンブリング処理（調味液に浸潤させる処理）した肉、結着・成形肉、挽肉調理品等の病原微生物による汚染が内部に拡大するおそれがある肉については、中心部の色が変化するまで、十分に加熱してください。
- 4 また、箸、トング等を介して、加熱前の食肉からサラダや他の食材へ食中毒菌の汚染が起こる可能性があることから、加熱前後で調理器具は使い分けるようにしましょう。

Q12 SPF 豚の食肉についても本基準が適用されるのですか。

(A)

SPF 豚であっても本基準が適用されます。

(参考)

SPF (Specific Pathogen Free : 特定病原菌不在) とは、無菌ではなく、豚の発育に大きな影響を及ぼす病気 (オーエスキー病、トキソプラズマ感染症、マイコプラズマ性肺炎、萎縮性鼻炎など) にかかっていない健康豚であることが証明された豚のことです。ヒトの健康に影響を与える細菌やウイルスを全く保有していないという意味ではありません。

したがって、ブタの品種や育て方等に関わらず、豚の食肉を食べる時には、ヒトの健康を考えるのであれば十分に加熱することが重要です。SPF 豚であっても、血清中に抗 HEV 抗体が検出され、過去に感染したことを示唆する調査事例もあります。

「買エルマンキャンペーン」開始のご案内

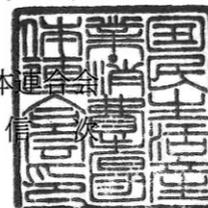
— 国民生活産業・消費者団体連合会 —

生団連 27-016 号

平成 27 年 4 月 27 日

会員各位

国民生活産業・消費者団体連合会
会長 清水 信



「買エルマンキャンペーン」開始のご案内

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

平素は当連合会の活動に対しまして、格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

この度、人口減少・超高齢社会対策委員会におきまして、男性の家事参加のきっかけ作りとして「買エルマンキャンペーン」を始めることとなりました。女性への感謝・思いやりの機運が高まる母の日に合わせ開始し、周知啓発とトライアルの最大化を図ります。キャンペーンの立ち上がりにあたり、子育て支援の活動を行う NPO 法人日本マザーズ協会と連携をし、同協会が行うベストマザー賞の表彰式の場でキャンペーンをアピールし、メディアと生活者に対して大々的にアピールいたします。同時に Web サイトを立ち上げ、生活者への浸透を図ります。詳しくは、

＜別紙 1＞ニュースリリース：キャンペーンスタートのご案内

＜別紙 2＞ニュースリリース：夫婦の買い物と家事の分担に関する調査

をご参照願います。

会員の皆様におかれましては、是非 Web サイトをご高覧いただくとともに、従業員や構成員の皆様へもご紹介いただければ幸いです。また同 Web サイトにて、趣旨に賛同いただける会員様を紹介するコーナーを用意いたしました。＜別紙 3＞のリンク申込みについても積極的にご参画いただければ幸いです。

今後とも当連合会へのご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

敬 具

◆「買エルマンキャンペーン」Web サイト < 5 月 7 日(木)午後よりオープン >

URL: <http://www.seidanren.jp/kaeruman/>

以 上

【お問い合わせ】

国民生活産業・消費者団体連合会 事務局 (担当: 宮田)

〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 3-6-2 小津本館ビル 7 階

TEL: 03-3662-5240 FAX: 03-3662-5285 E-mail: jimu@seidanren.jp

平成27年5月7日

母の日を前に、企業と消費者団体が生活者の生の声を聞いて創りあげた少子化対策が始まります！

『買エルマンキャンペーン』スタートのご案内

国民生活産業・消費者団体連合会（本部：東京都中央区、会長：清水信次、略称：生団連）は、平成27年5月7日より男性の家事参加を促す取り組みとして、『買エルマンキャンペーン』を実施いたします。

※情報解禁は、5月7日（木）13時以降とさせていただきます。



買エルマンキャンペーンロゴ

～ “普段の行動のちよい足しからの家事参加”で

男性の家事参加や家事時間を少しでも増やすきっかけを作りたい。～

生団連は子育て中の女性達の日常生活に関する調査を行い、その結果、家事・育児・仕事で毎日忙しい母親の負担に対し、夫の協力や意識がまだまだ低い家庭が多いことがわかりました。子供を持つこと・増やすことによって生じる負担が一手に女性にかかる現状は、女性を生きにくくし、少子化にもつながっていると考え、男性の家事参加を促す活動を行います。

～ 「帰る」を「買える」に。意識を「変える」第一歩に。～

買エルマンキャンペーンは「会社の帰りに家に連絡する時、何か買う物がないかきく」という“普段の行動のちよい足しからの家事参加”を提唱する運動です。このキャンペーンが男性の家事参加や家事時間を少しでも増やすきっかけとなり、女性の負担を軽減していく流れが作り出されることを願っています。

～ キャンペーンWebサイト～

- ・ URL : <http://www.seidanren.jp/kaeruman/>
- ・ SNSによるコミュニケーションと連動して周知啓発、情報発信、コミュニケーションを行います。

※上記以外にも、継続的に生活者へのプロモーションを行う予定です。
具体的な内容は、随時Webサイトなどで発信いたします。

【本件に関するお問い合わせ先】

国民生活産業・消費者団体連合会（略称：生団連） 担当：清水（栄）・宮田

電話： 03-3662-5240 E-mail： jimu@seidanren.jp

〒103-0023 東京都中央区日本橋本町3-6-2 小津本館ビル7階

平成27年5月7日

～ 夫婦の買い物と家事の分担に関する調査 ～

子育て世代の女性の考える『理想の家事分担』は、 夫が日常の買い物の2割、家事全般の3割を担当

国民生活産業・消費者団体連合会（本部：東京都中央区、会長：清水信次、略称：生団連）は、人口減少への対応のための実践策を生活者視点からさぐるため、20代後半から30代の子育て中の女性480人にインターネット調査を行いました。

Summary

- ◆夫婦の「買い物分担」、「理想」と「現実」のギャップは10.9%
 - ・日常の買い物の分担について（平均）
理想は夫21.4%・妻78.6%、現実は夫10.5%・妻89.5%
- ◆夫婦の「家事分担」、「理想」と「現実」のギャップは15.9%
 - ・日常の家事の分担について（平均）
理想は夫30.0%・妻70.0%、現実は夫14.1%・妻85.9%
- ◆買い物について、夫に「たのみづらい」と感じる 35.6%
- ◆日常の買い物に積極的な夫は、46.0%
夫が自分から仕事帰りなどに「何か買い物がある？」と聞いてくれたら、78.3%の人が嬉しいと回答。
- ◆「夫の買い物力」に3分の2の女性が「満足している」
 - ・夫の買い物力について
（買い物力：必要な時に質の良い商品をお値打ち価格で買えること）
満足している、やや満足してる 計65.6%

【調査概要】

- ・調査方法：インターネットアンケート
- ・調査実施機関：ネオマーケティング
- ・調査実施期間：2015年3月27日～29日
- ・対象地域：全国
- ・対象者：25～39歳の既婚で子どもがいる女性480名
<25～29歳：160名、30～34歳：160名、35～39歳：160名> <うち 専業主婦：240名、兼業主婦240名>

【報道関係の皆様へ】

- ・本リリースの調査結果を、掲載される際は「生団連調べ」と付記のうえ使用をお願いいたします。
- ・この調査結果を踏まえ、生団連は平成27年5月7日より男性の家事参加を促す取り組みとして、『買エルマンキャンペーン』を実施いたします。詳細は、別リリース『買エルマンキャンペーンスタート』をご参照願います。<キャンペーンURL：<http://www.seidanren.jp/kaeruman/>>

【本件に関するお問い合わせ先】

国民生活産業・消費者団体連合会（略称：生団連） 担当：清水（栄）・宮田
電話： 03-3662-5240 E-mail： jimu@seidanren.jp
〒103-0023 東京都中央区日本橋本町3-6-2 小津本館ビル7階

調査結果① 夫婦の分担割合は

日常の買い物について、夫との分担割合を%で聞きました。



【日常の買い物の分担割合は】

◆ 日常の買い物の分担割合の平均は夫10.5%・妻89.5%

回答全体の25%に「妻100%、夫0%」つまり「夫がまったく買い物をしない」という回答がありました。

「専業主婦」では平均91.7%、「兼業主婦」で「87.2%」と就業の有無による差は、4.5ポイントにとどまりました。

日常の買い物について、夫との分担割合の「理想」を%で聞きました。



【日常の買い物分担、「理想」は】

◆ 理想の買い物分担の平均は、夫21.4%・妻78.6%

夫に期待する分担割合は、現状の倍ということになります。

家事全般の分担割合、「現実」と「理想」は？



【家事全般の分担割合、「理想」は】

◆ 家事の分担割合について、「現実」の平均は、夫は14.1%・妻が85.9%

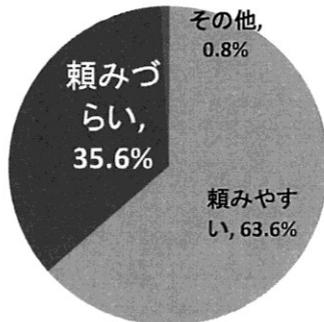
夫の分担が0%（家事をまったくしない）という回答が全体の17.7%ありました。

◆ 家事全般の分担割合について「理想」を訪ねたところ、平均は、夫が30.0%・妻が70.0%という結果に。

「買い物分担」と同様に、夫に期待する分担割合は現状の約2倍となっています。

調査結果② 夫の“買い物力”について

日常の買い物を夫に頼む際、どのように感じる？

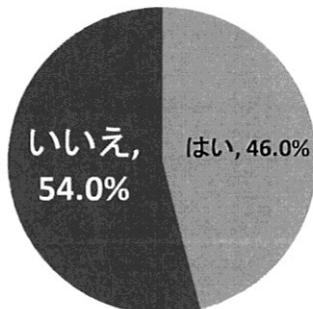


◆ 日常の買い物を夫に頼む際、頼みやすい人が3分の2、頼みづらい人が3分の1。

自分からは頼みづらいという人も少なからずいることがわかります。

【日常の買い物を夫に頼む際、どのように感じますか】

夫は、自主的に買い物をしてくれる？



◆ 自分から買い物がある聞いたことがある夫は46.0%

言われればやるけど、自主的に買い物をしようとする夫はまだ少ないという現実が伺えます。

夫が自分から仕事帰りなどに「何か買い物がある？」と聞いてくれたら、78.3%の人が嬉しいと回答。

【あなたから頼むことなく、夫から仕事帰りに（食料品や日用品を）「何か買うものある？」という内容の連絡がきたことはありますか】

夫の「買い物力」に満足している？



◆ 夫の「買い物力」に関して、「満足している」と「どちらかという満足している」の合計で65.6%

「買い物力」を、必要な時に質の良い商品をお値打ち価格で買うこと、と定義し質問しました。

3分の2の女性が、概ね満足していると言えます。

【夫の買い物力に満足していますか】

調査結果③ 主婦の“買い物ストレス”について

日常の買い物でストレスを感じることは？

【どのようなことにストレスを感じていますか？】

- 1位：荷物が重いこと（66.7%）
- 2位：毎日の献立を考えること（61.6%）
- 3位：価格に不満（39.2%）
- 4位：レジで並ぶこと
- 5位：袋からはみ出る等大きな商品を持ち帰ること

◆「荷物が重いこと」「毎日の献立を考えること」について、過半数がストレスを感じると回答。

『その他』の項目では、「小さい子供をつれていくこと」「子供がぐずること」など、子供と一緒に買い物することがストレスだとする記載が見られました。このことから、子供のケアをしながら買い物をすることが主婦の大きな負担の一つとなっていると考えられます。

買い物に行きにくいと感じる時は？

【買い物に行きにくいと感じるときはどんな時ですか】

- 1位：体調が悪いとき（78.1%）
- 2位：雨や雪など悪天候時（75.2%）
- 3位：子どもが在宅のとき（47.7%）
- 4位：他の家事や仕事で忙しい時
- 5位：夜間

◆買い物に行きにくいと感じる時は、「体調不良」と「悪天候」が上位。

重い荷物を積極的に買ってきてくれたり、雨天時の買い物を申し出るなど、妻がストレスを感じていることに「理想の買い物分担」への“ヒント”があるのかもしれない。

【国民生活産業・消費者団体連合会（略称：生団連）について】

◆設立趣旨

当連合会は、国民の生活・生命を守るために産業界と消費者団体とが結束する日本で初めての団体として、平成23年12月に設立されました。「災害対策」、「食品廃棄削減」、「節電・創電」、「人口減少と超高齢社会」などのテーマについて活動を開始したところですが、国民が直面する諸課題が山積する中、国任せ・政府任せではなく、国民自らが課題に挑む組織として、“生活者視点”及び“実践と発信”とともに、異業種間、事業者・生活者間の相互理解の増進を心がけた活動を進めているところです。

◆会員数：555企業・団体（平成27年4月8日現在）
団体会員：28団体 企業会員：520企業 特別会員：7団体（消費者団体等）

◆会長：清水 信次（日本チェーンストア協会 会長）