

2021年 11月 19日



コロナ禍での食生活、 「間食」「ランチ」増加、若年層で「濃い味付け」派増加 女性は「自炊を心がけ」 & 20～40代では「家で贅沢な食事」 コロナ禍での食生活の変化を調査（2021年10月実施）

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の外食市場に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメ外食総研」（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、「コロナ禍での食生活の変化」に関する意識についてのアンケートを実施しましたので、その結果を発表いたします。

<要約>

POINT1 「間食」「ランチ」回数増加、「夜食」は食べる量減少が食生活の傾向・・・P3-4

▶ 食事の回数は「間食」で「増えた・計」が17.5%と割合が多く「減った・計」との差が大きい。「朝食と昼食を兼ねる食事（ランチ）」も「増えた・計」が7.2%でやや多くなっている。食べる量については、「夜食で食べる量」で「減った・計」が8.9%。

▶ 「間食」は男性よりも女性で増加が目立っており、「増えた・計」の最多は20代女性で31.1%。また、男女ともに、年代が若くなるほど間食の回数の「増えた・計」が多くなる傾向。

POINT2 コロナ禍で若年層ほど「濃い味付けを好むようになった」人が多い・・・P5

▶ 20代男性で「濃い味付けを好むようになった・計」が14.3%と「薄い味付けを好むようになった・計」の6.9%を大きく上回っている。若年層ほど「濃い味付けを好むようになった・計」が多い傾向。

POINT3 「野菜」「発酵食品」等への摂取意識が高まった人が多い・・・P6

▶ 食物・栄養素について、摂取する意識が高まったのは、食物では「野菜類」（摂取する意識が高まった・計：46.5%）、「発酵食品」（同34.5%）等。栄養素では、「善玉菌（乳酸菌・ビフィズス菌等）」（同34.2%）、「食物繊維」（同32.4%）等。

POINT4 「自炊をするように心がけるようになった」42.5%。20～40代女性では「外食費が抑えられている分、家で贅沢なものを食べる」傾向も・・・P7-8

▶ 「自炊をするように心がけるようになった」に「あてはまる・計」は42.5%、「あてはまらない・計」は18.9%。30代女性を中心に女性で「あてはまる・計」が多かった。

▶ 20～40代女性では「外食費が抑えられている分、家で贅沢なものを食べるようになった」に「あてはまる・計」が「あてはまらない・計」のスコアを上回った。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

2021年 11月 19日

調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査（2021年9月度）
- ◎調査方法 インターネットによる調査

首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査（外食マーケット基礎調査）の中で、コロナ禍以降（2020年4月以降）の食習慣の変化や味付けの嗜好の変化、食生活についてのご自身の考え・行動の変化、食物・栄養素を摂取する意識の変化などを聴取。

- ◎調査対象 首都圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県）、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県）、東海圏（愛知県、岐阜県、三重県）に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
- ②調査時期 2021年8月19日（木）～2021年8月31日（火）
- ③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）
- ④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
- ⑤配信数 482,122 件
- ⑥回収数 34,386 件
- ⑦本調査対象者数 16,515 件

- ◆本調査対象者の割付について
 - ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくするために、割付を行って回収した。
 - ・性年代別10区分×地域別25区分（首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分）＝250セルについて、平成30年人口推計（総務省）に基づき割付を行った。
 - ・本調査の目標回収数は、首都圏4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

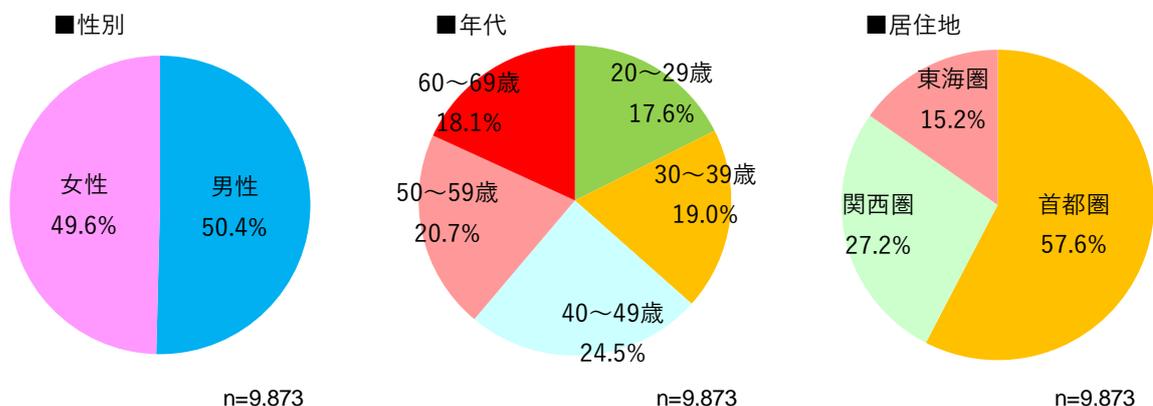
■本調査

- ①調査方法 事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
- ②調査期間 2021年10月1日（金）～2021年10月11日（月）
- ③配信数 12,231 件
- ④回収数 9,994 件 （回収率 81.7 %）
- ⑤有効回答数 9,873 件 （首都圏 5,072 件、関西圏 2,513 件、東海圏 2,288 件）

※回収された票のうち、自由回答コメントから、趣旨に合わないと思われる票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
 - ・本調査結果は、平成30年人口推計（総務省）における割付（性年代別10区分×地域別25区分＝250セル）別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計を行っている。
 - ・補正後のサンプル数は次の通り。
3圏域・計 9,873 件（首都圏 5,687 件、関西圏 2,681 件、東海圏 1,505 件）

◆回答者プロフィール（ウェイトバック後）

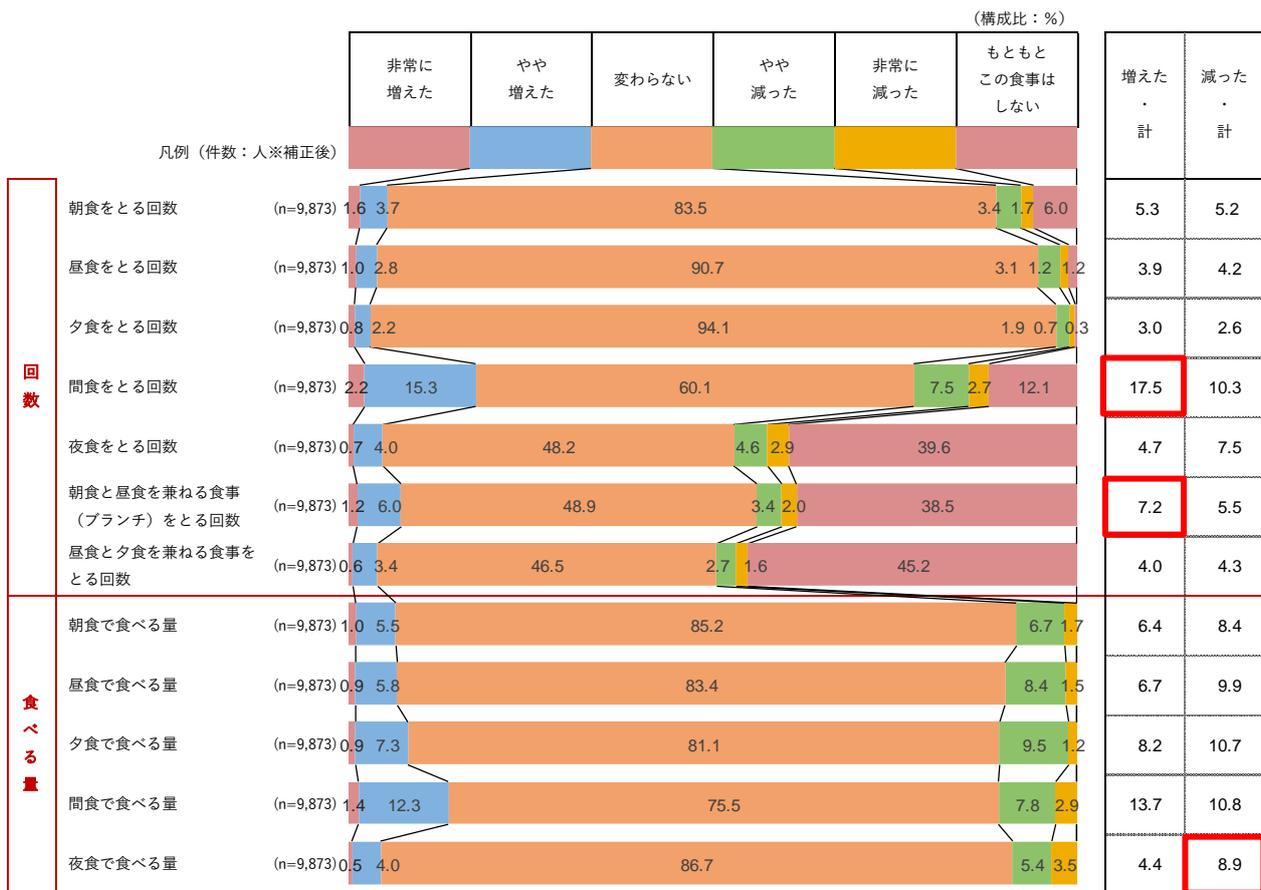


2021年 11月 19日

1. 「間食」「ランチ」の回数増加、「夜食」で食べる量減少がコロナ禍での食生活の傾向

コロナ禍の影響で食生活にどのような変化があったかを調査した。まずは基本となる食事の回数と食べる量について聞いた。食事の回数で目立ったのは「間食をとる回数」で、「増えた・計」が17.5%と多く「減った・計」との差も大きくなっている。また、「朝食と昼食を兼ねる食事（ランチ）をとる回数」も「増えた・計」が7.2%とやや多くなっている。食べる量については、「夜食で食べる量」で「減った・計」が8.9%と「増えた・計」との差が目立った。コロナ禍において自宅で過ごす時間が長くなったことや、飲食店が深夜まで営業していないこと等が背景にあると考えられそうだ。

コロナ禍以降（2020年4月以降）の食習慣の変化（全体／それぞれ単一回答）



※「増えた・計」：「非常に増えた」「やや増えた」のいずれかを回答した人を集計

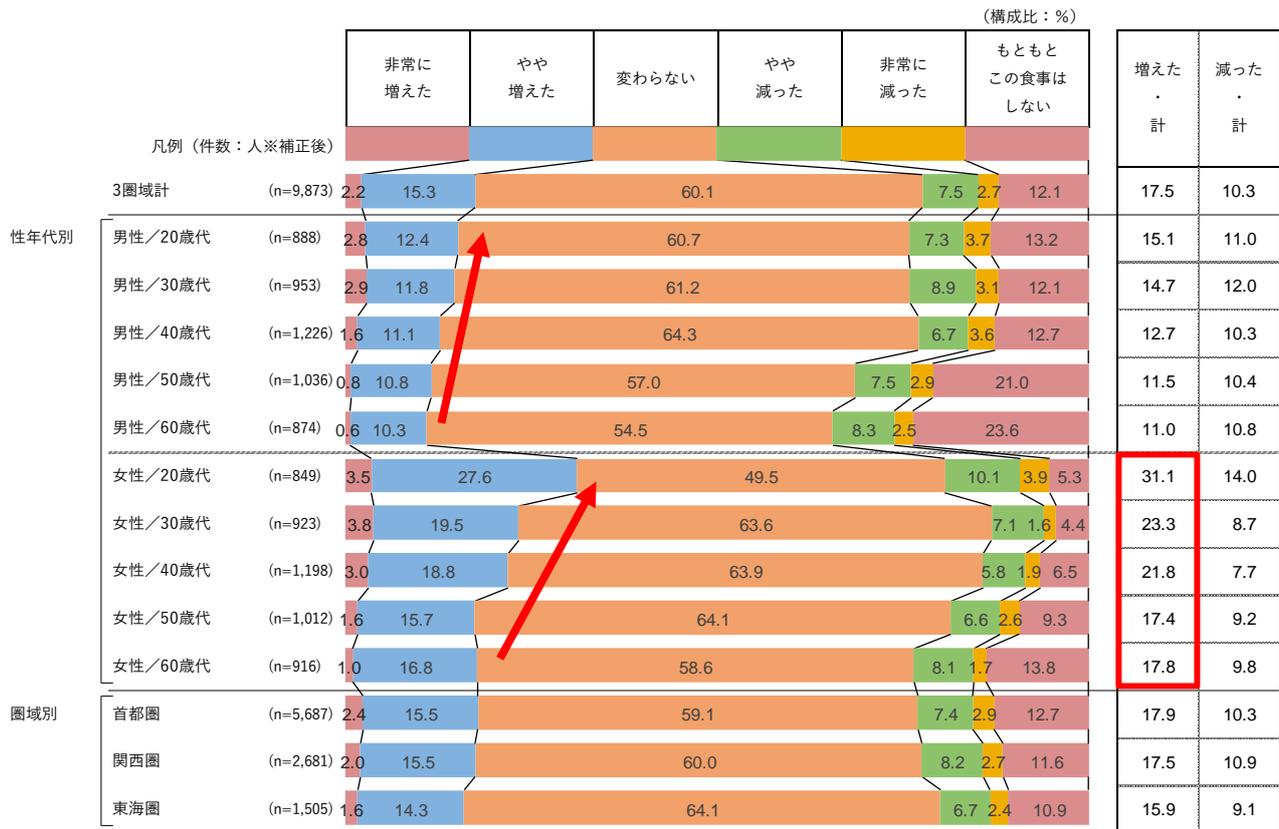
※「減った・計」：「非常に減った」「やや減った」のいずれかを回答した人を集計

2021年 11月 19日

2. 「間食」が特に増えたのは、女性・若年層

回数の増加が目立った「間食」について、より詳しく集計した。「増えた・計」のスコアの高さ、また、「減った・計」との差においても、男性よりも女性で間食の増加が目立っており、「増えた・計」の最多は20代女性で31.1%であった。また、男女ともに年代が若くなるほど「増えた・計」が多くなる傾向にあることがわかる。後述するが、「女性」「若年層」はコロナ禍での食生活の変化が大きい性年代について語る際のキーワードといえそうだ。

コロナ禍以降（2020年4月以降）の食習慣の変化／間食をとる回数（全体／単一回答）



※「増えた・計」：「非常に増えた」「やや増えた」のいずれかを回答した人を集計

※「減った・計」：「非常に減った」「やや減った」のいずれかを回答した人を集計

2021年 11月 19日

3. コロナ禍で若年層ほど「濃い味付けを好むようになった」割合が高い

次に、コロナ禍以降の味付けの嗜好の変化を聞いた。3 圏域計で見ると「濃い味付けを好むようになった・計」が7.8%、「薄い味付けを好むようになった・計」が8.0%と、おおよそ味付けの嗜好は均衡しているように見える。ただし、性年代別で見ると、20代男性で「濃い味付けを好むようになった・計」が14.3%と「薄い味付けを好むようになった・計」の6.9%を大きく上回っている。また、20代女性でも「濃い味付けを好むようになった・計」が10.5%と二桁に達し、「薄い味付けを好むようになった・計」の8.8%を上回った。一方、60代女性では「薄い味付けを好むようになった・計」が11.8%、「濃い味付けを好むようになった・計」が4.3%と逆の傾向にある。また、男女ともに年代が若くなるほど「濃い味付けを好むようになった・計」が多くなる傾向が見られた。

コロナ禍以降（2020年4月以降）の味付けの嗜好の変化（全体／単一回答）



※「濃い味付けを好むようになった・計」：「濃い味付けを好むようになった」「濃い味付けをやや好むようになった」のいずれかを回答した人を集計

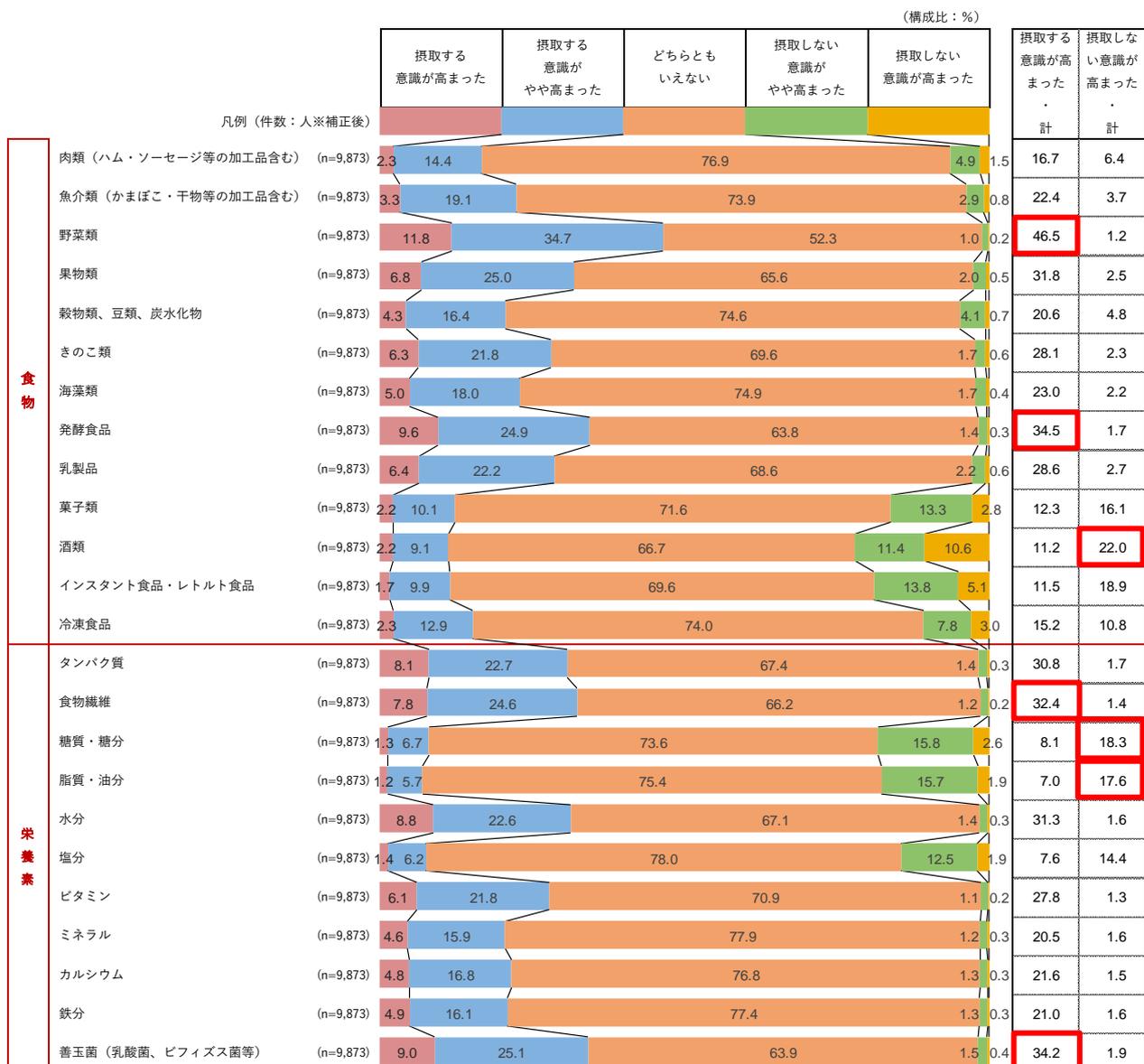
※「薄い味付けを好むようになった・計」：「薄い味付けを好むようになった」「薄い味付けをやや好むようになった」のいずれかを回答した人を集計

2021年 11月 19日

4. 摂取意識が高まったのは、「野菜類」、「発酵食品」、「善玉菌」、「食物繊維」等

次に、主要な食物・栄養素について、摂取する意識の変化を聞いた。「摂取する意識が高まった・計」と「摂取しない意識が高まった・計」の各スコアやその差を見ると、「摂取する意識が高まった・計」の割合が高かったのは、食物では「野菜類」（46.5%）、「発酵食品」（34.5%）。栄養素では「善玉菌（乳酸菌・ビフィズス菌等）」（34.2%）、「食物繊維」（32.4%）等であった。一方で、「摂取しない意識が高まった・計」の割合が「摂取する意識が高まった・計」を上回った項目は、食物では「酒類」（22.0%）、栄養素では「糖質・糖分」（18.3%）、「脂質・油分」（17.6%）等であった。

コロナ禍以降の食物・栄養素を摂取する意識の変化（全体／それぞれ単一回答）



※「摂取する意識が高まった・計」：「摂取する意識が高まった」「摂取する意識がやや高まった」のいずれかを回答した人を集計

※「摂取しない意識が高まった・計」：「摂取しない意識が高まった」「摂取しない意識がやや高まった」の

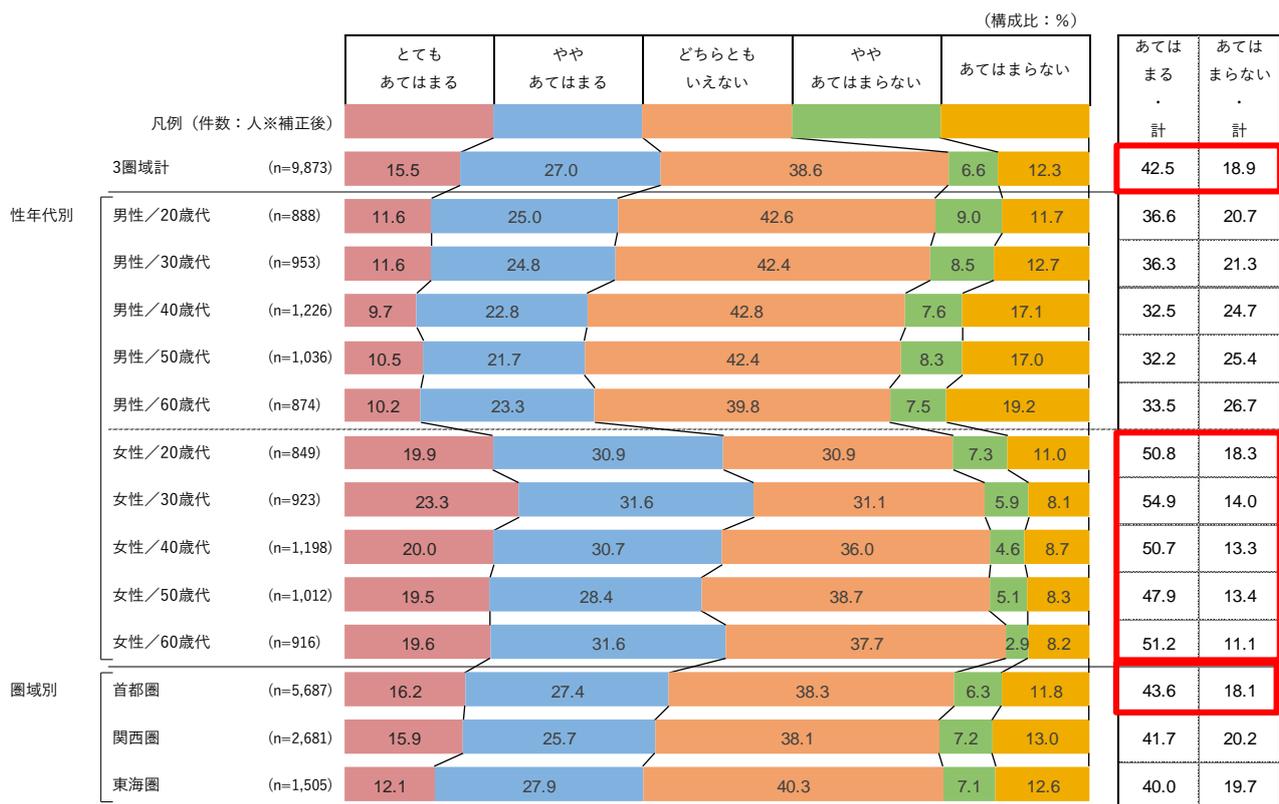
2021年 11月 19日

いずれかを回答した人を集計

5. 「自炊をするように心がけるようになった」42.5%。特に女性で意識強く

コロナ禍で外食の自粛や飲食店の営業時間短縮等があった中、増えていると想定されていた「自炊」について、考えや行動の変化を聞いた。「自炊をするように心がけるようになった」について、「あてはまる・計」(42.5%)が、「あてはまらない・計」(18.9%)を大きく上回った。特に30代女性での「あてはまる・計」が54.9%と全性年代の中で最高スコアだったことをはじめとして、女性で「あてはまる・計」が「あてはまらない・計」を大きく上回っており、コロナ禍で男性よりも女性における考えや行動に変化があったことがわかった。なお、圏域別では、首都圏で「あてはまる・計」が43.6%と3圏域の中で最も多くなっているが、弊社・外食市場調査の2020年度集計で、延べ外食回数が首都圏では他の圏域より減り幅が大きいこととが関係している可能性もありそうだ。

コロナ禍以降(2020年4月以降)の食生活について、ご自身の考え・行動の変化/自炊するようになった(全体/単一回答)



※「あてはまる・計」:「とてもあてはまる」「ややあてはまる」のいずれかを回答した人を集計

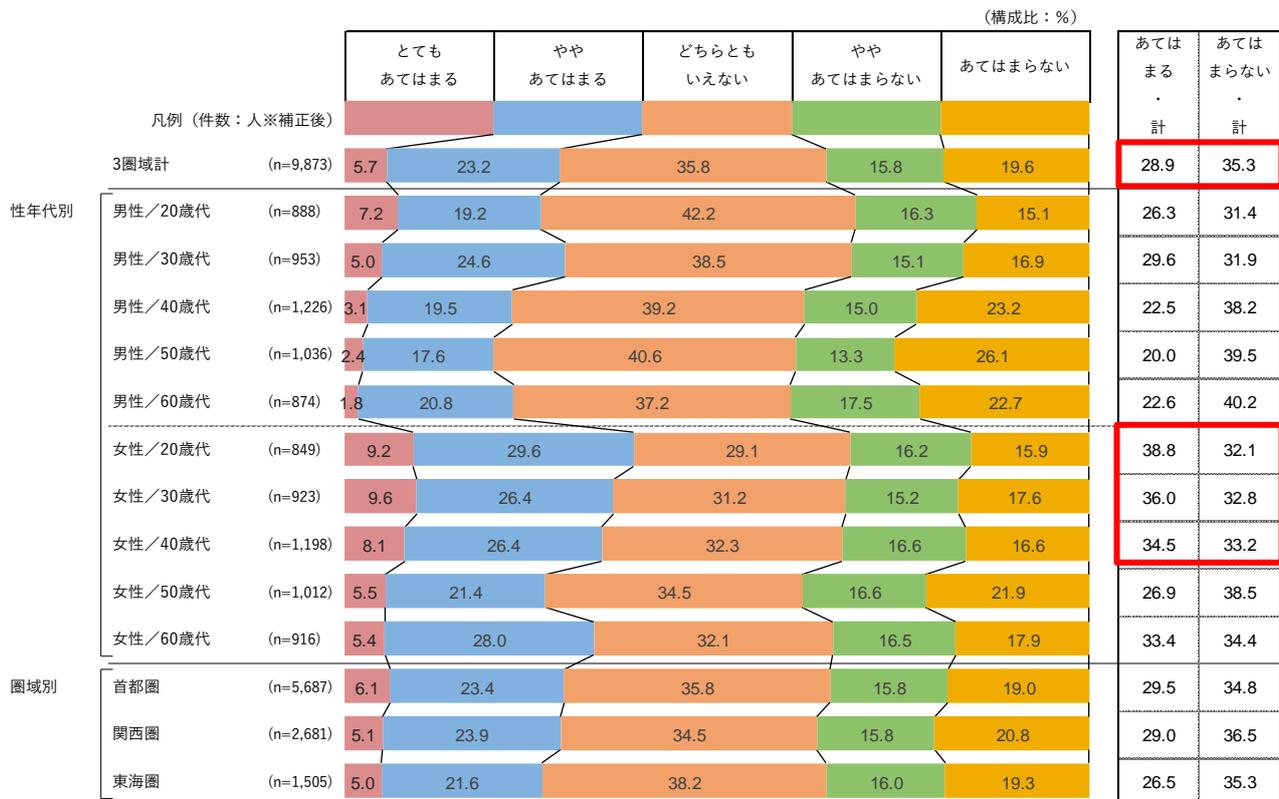
※「あてはまらない・計」:「あてはまらない」「ややあてはまらない」のいずれかを回答した人を集計

2021年 11月 19日

6. 20～40代女性では「外食費が抑えられている分、家で贅沢なものを食べる」傾向も

「外食費が抑えられている分、家で贅沢なものを食べるようになった」について、全体では「あてはまらない・計」(35.3%)が「あてはまる・計」(28.9%)をやや上回った。ただし、20～40代女性では、「あてはまる・計」が「あてはまらない・計」のスコアを上回った。20～40代女性は、前述の「自炊をあすよう心がけるようになった」について、「あてはまる・計」が5割を超えた性年代となっており、自炊を増やして食費が浮いた分、贅沢な食材やメニューを家で楽しんでいると考えられる。

コロナ禍以降（2020年4月以降）の食生活について、ご自身の考え・行動の変化／外食費が抑えられている分、家で贅沢なものを食べるようになった（全体／単一回答）



※「あてはまる・計」：「とてもあてはまる」「ややあてはまる」のいずれかを回答した人を集計

※「あてはまらない・計」：「あてはまらない」「ややあてはまらない」のいずれかを回答した人を集計

2021年 11月 19日

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万6,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2020年度の売上収益は2兆2,693億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>