

# コロナ禍で変化する食生活

- 別添1 「新型コロナによる食生活と健康に対する意識調査結果」(株式会社マクロミル)より抜粋
- 別添2 A社における商品販売実績
- 別添3 B社(配送分)における商品販売実績

## 調査概要

---

### 「新型コロナによる食生活と健康に対する意識調査」

調査主体 マクロミル

調査方法 インターネットリサーチ

調査対象 全国20～69歳の男女（マクロミルモニタ会員）

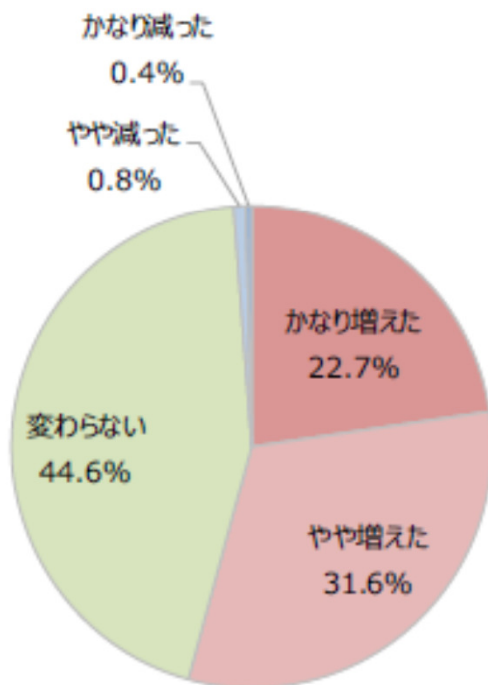
割付方法 平成27年国勢調査による、性別×年代の人口動態割付／合計2,000サンプル

調査期間 2020年6月15日（月）～2020年6月16日（火）

## 2020年4月以降、それ以前と比較した、自宅における食事頻度の増減

Q. 2020年4月以降、それ以前と比べて自宅での食事の頻度は増えましたか？減りましたか？

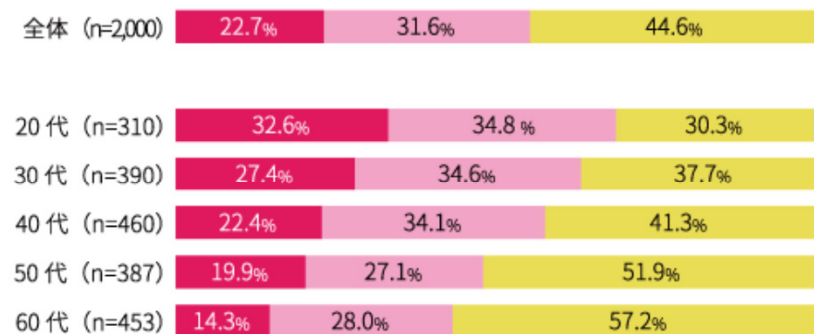
ベース：全体（n=2,000）／単一回答



年代別

●2020年4月以降、それ以前と比較した、自宅における食事頻度の増減／年代別

ベース：全体（n=2,000）／単一回答



●かなり増えた ●やや増えた ●変わらない ●やや減った ●かなり減った

※5%未満のラベルは非表示

## 2020年4月以降、自宅における食事で重視していること

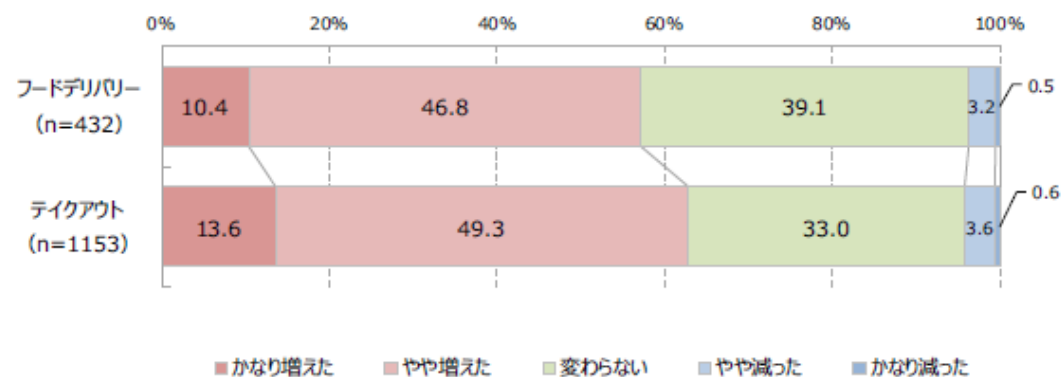
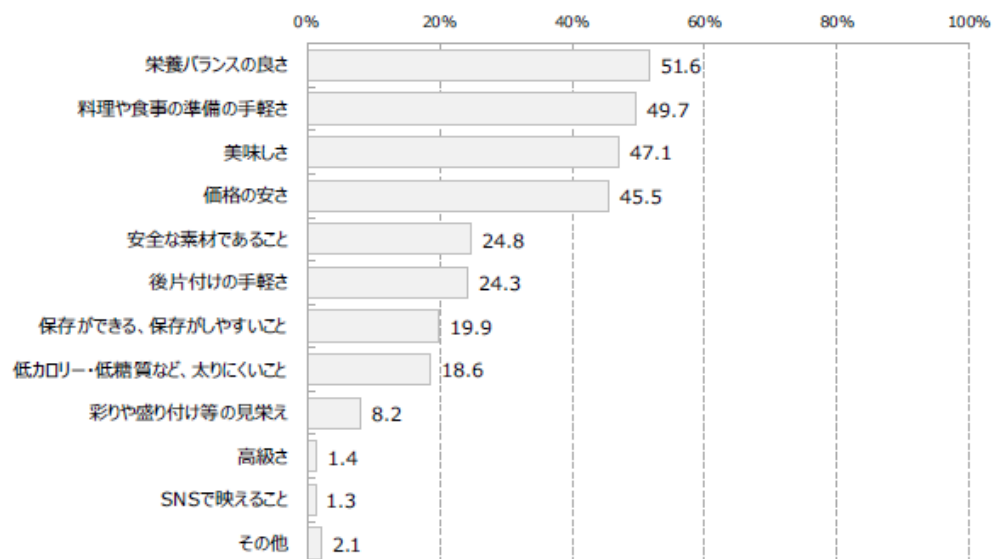
## 2020年4月以降、それ以前と比較した、「フードデリバリー」と「テイクアウト」の利用頻度の増減

Q. 2020年4月以降、自宅での食事であなたが重視していることは何ですか？あてはまるものをすべてお選びください。

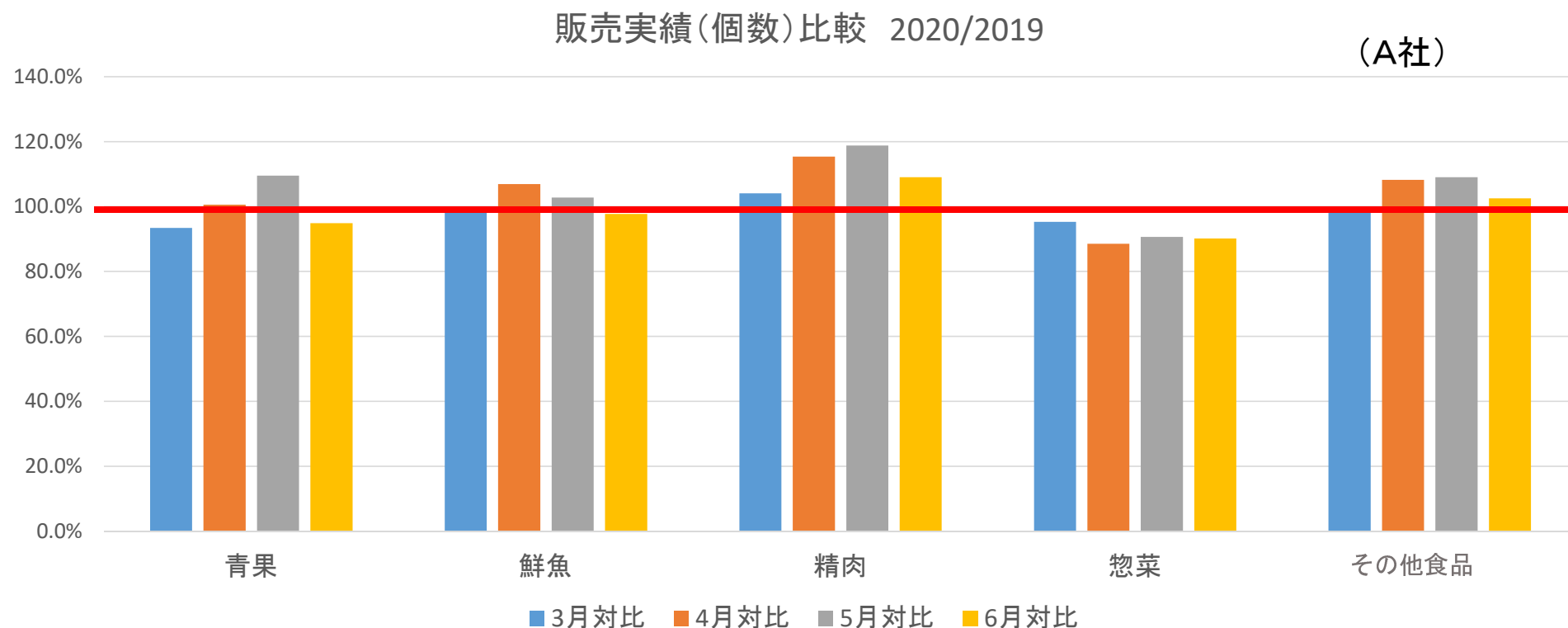
Q. 2020年4月以降、それ以前と比べてフードデリバリー（宅配、出前）やテイクアウトを利用する頻度は増えましたか？減りましたか？

ベース：2020年4月～6月に、自宅で食事をした人（n=1,996）／複数回答

ベース：2020年4月以降に、「フードデリバリー」「テイクアウト」をそれぞれ利用した人／それぞれ単一回答



# 前年と比較して、4月5月は青果、鮮魚、精肉、その他食品について増加、惣菜については減少

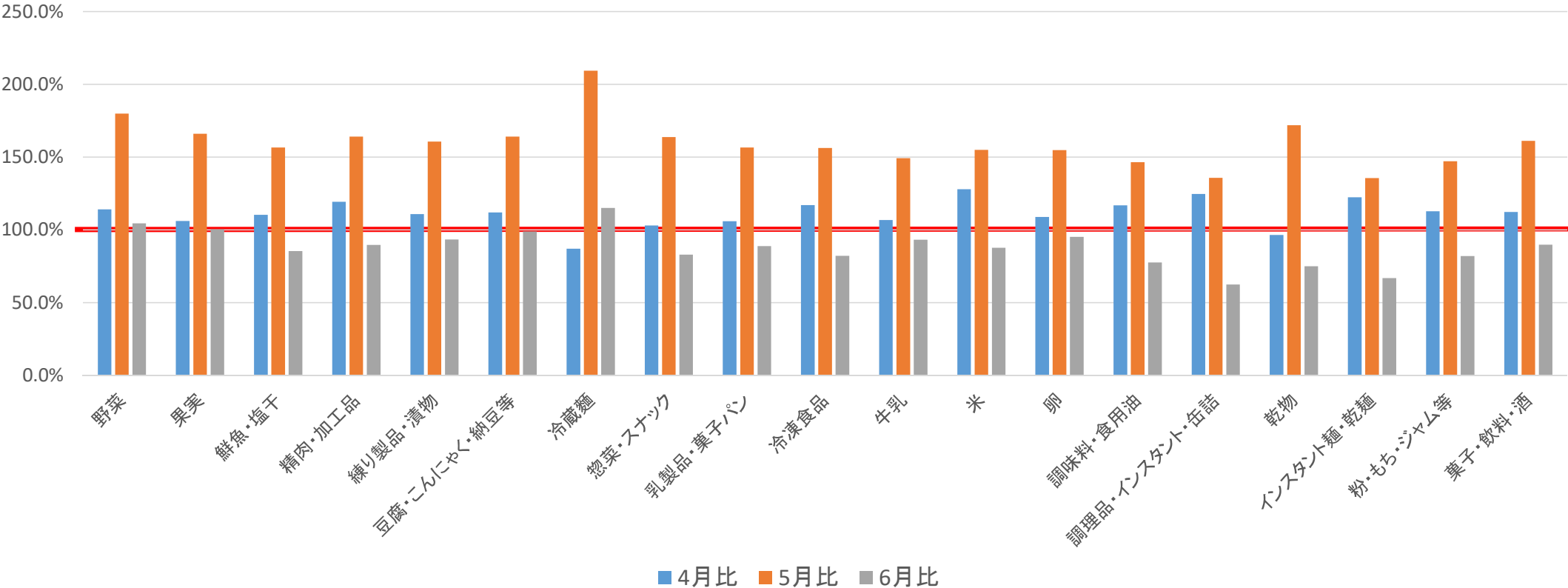


緊急事態宣言による外食の減少や在宅勤務の増加により、家庭で食事を作る方が増えた結果、食材料の購入量が増加し、逆に惣菜の購入量が減少したと思われる。

# 前年と比較して4月5月はほとんどの商品で増加

販売実績(個数)比較 2020/2019

B社(配送分)



自粛期間の影響によるものか、米や冷凍食品、乾物、調味料等の買い置き商品の購入量も増加。