



「MRSメニューセンサス」特別レポート 【コロナ禍の食実態と意識】

2020.11

コロナ禍の「食」を、日記データと意識から総括

2020年春からの外出自粛で、生活者は「巣ごもり」を強いられ、家庭内の「食」は大きく変わりました。

本レポートではこの時期(2020年3~4月)の食卓データを、過去40年間の同時期と比較したり、家計調査の結果と照合したりするとともに、7月の追加調査から、今後の展望について考察しました。

<こんな方に最適です>

- ✓ コロナの影響についてはPOS関係のデータのみ把握している
- ✓ 消費者意識の変化などは、ネットで見た断片情報しかない
- ✓ 2020年上半期に起こったことを総括できていない
- ✓ アフターコロナに向けた打ち手のヒントがほしい
- ✓ 今後の見込みや方向性を社内で求められている

次ページではレポートの内容を少しだけご紹介します📖

実食率が調査史上初の大規模アップ。昼食も約50%まで上昇。

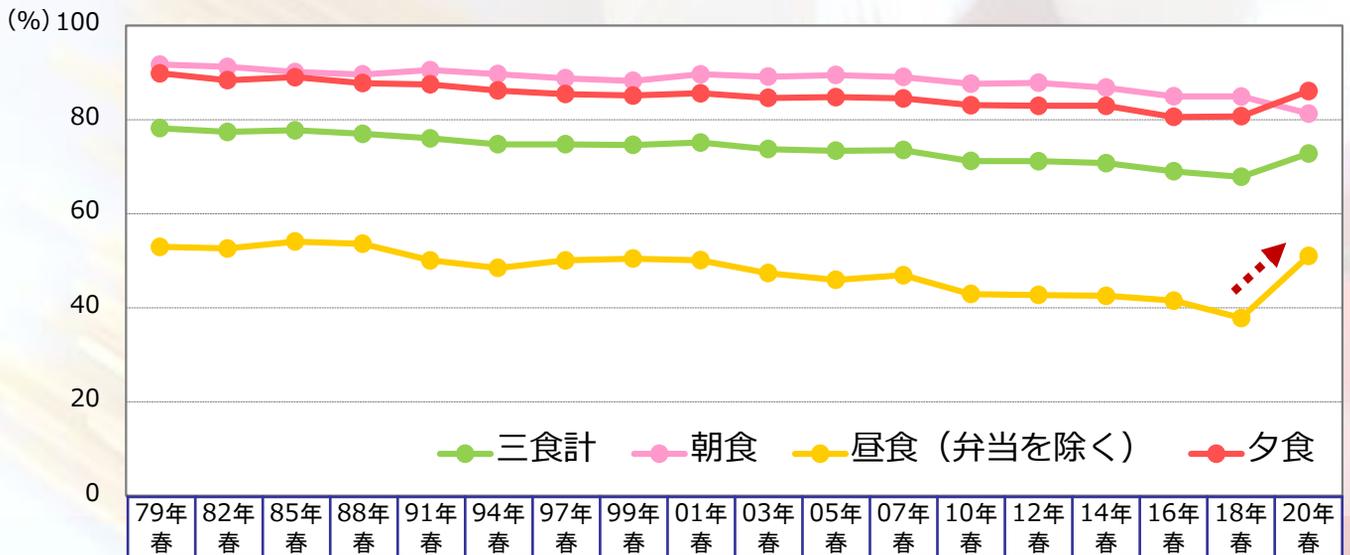
実食率はいずれの時間帯も長期的にみて緩やかに減少を続けてきたが、2020年春は大幅アップ。とくに「昼食」「夕食」の実食率が上昇。

※なお「夕食」では「外食」割合が急降下していることも確認できる。

昼食で具体的に伸びたメニューの上位は、「オムライス」「ピザ」など、子供が喜ぶメニュー。「一斉休校」の影響がはっきりと表れた。

ほかにも、あれこれおかずを作らなくてもよいメニューが上位を占める結果に。

■ 実食率



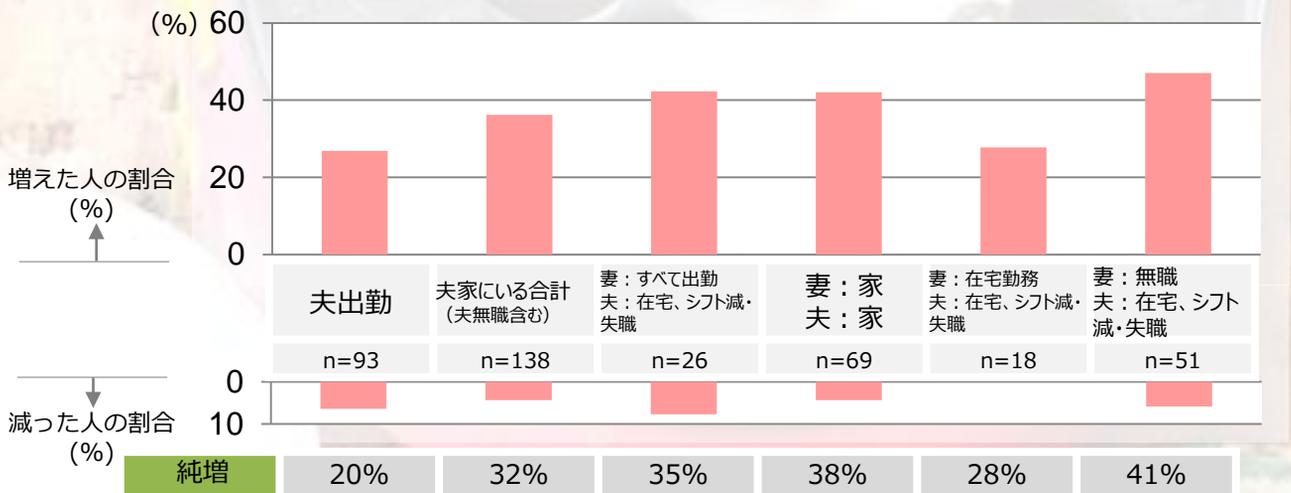
■ 昼食で伸び率の高い主食メニュー(2週間100世帯あたり)

	2016年春 (回)	2018年春 (回)	2020年春 (回)	2018年 / 2016年 比(倍)	2020年 / 2016年 比(倍)
オムライス	6.0	5.3	12.7	0.88	2.11
ピザ	8.6	6.0	16.4	0.69	1.91
トースト	36.0	28.4	55.7	0.79	1.55
:	:	:	:	:	:

「夫が家にいる」家は、レトルトやインスタントの利用増。

コロナ以前の1月頃までと比較し、3-4月時点での加工食品の利用増減を意識レベルで見ると、「レトルト食品」「インスタント食品」の増分が大きいのは「妻も夫も家にいる勤務パターン」の層と、「妻：すべて出勤、夫：在宅、シフト減・失職」層。短い時間で夫や子供に食べさせるため多用した様子。

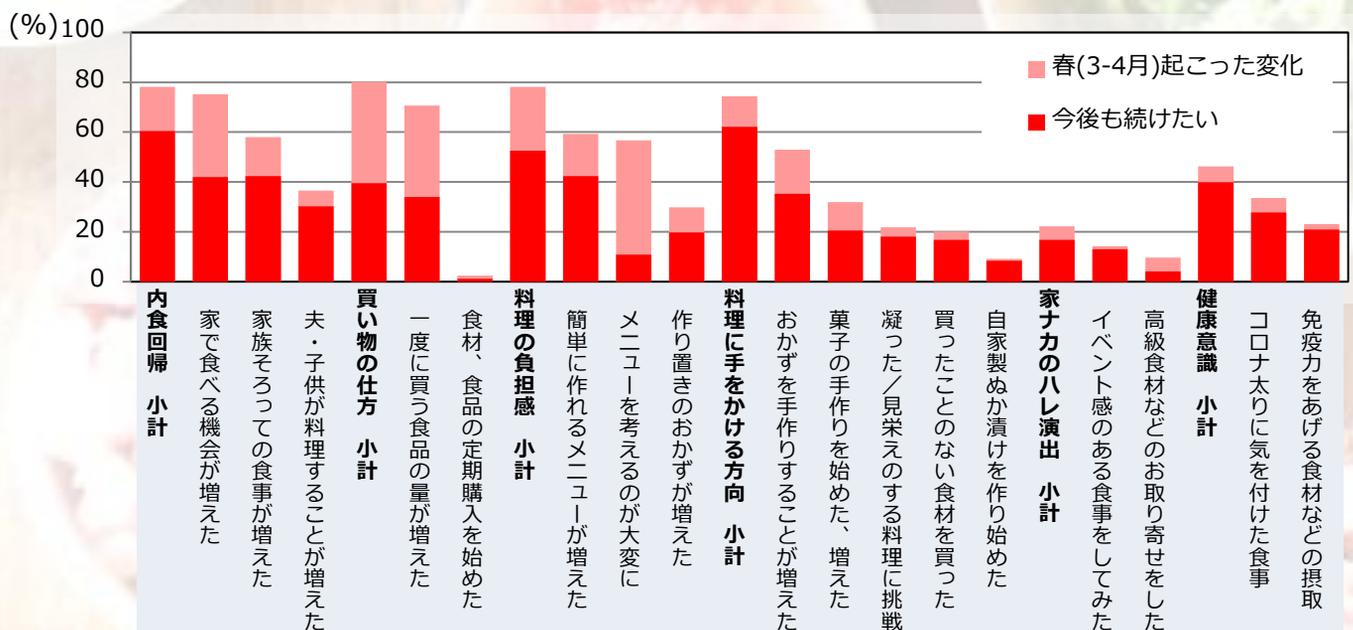
- 1月ごろまでと比べて、3~4月時点で「レトルト食品」を使う回数が増えた／減った人の割合(意識レベル)



各種報道で見聞きした、ポジティブ・ネガティブな事象の検証。

「料理に手をかけること」や、「健康意識」は、今後も継続されそう。

- 春(3-4月)に起こった変化と、その中で今後も続けたいことの割合(抜粋)



【2019-2020年調査(新Vol.6)の調査設計】

調査地域：首都圏30km圏

調査対象：夫婦二人以上の世帯の20～79歳の主婦、1季節250世帯、4季節で1,000世帯

調査方法：郵送調査(初期／中間／最終チェックは電話で実施)

調査内容：①日記帳 家庭内で調理・喫食したすべての飲食物のメニュー・材料・調理方法
②付帯調査 対象主婦の基本属性や料理への意識・考え方

調査期間：各世帯の記入は2週間連続

【追加調査の設計】

調査対象：メニューセンサス2019-2020年春季調査に参加した250世帯の主婦250sのうち、238s完了

調査手法：電話調査

調査期間：2020年7月9日～7月16日

2019年						2020年						
7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
メニュー：夏			メニュー：秋			メニュー：冬		メニュー：春				追加

【レポート項目】

I. 調査概要

II. サマリー

1. 要約
2. 総括～マーケティングへの示唆～

III. コロナ禍「巣ごもり生活」の食実態

(「春」のみの時系列比較から)

1. 「巣ごもり生活」による支出の変化
2. 「巣ごもり生活」による“内食回帰”
3. 「巣ごもり生活」でメニュー数は増えたか
4. どんなメニューが伸びたのか
5. 「巣ごもり生活」で使用材料数は増えたか
6. どんな材料が伸びたのか
7. 「巣ごもり生活」による調理形態の変化

IV. コロナ前／巣ごもり生活／7月時点での

行動と意識の変容(2020年7月の追加調査から)

1. 春(3-4月)と7月時点の就業状況
2. 勤務パターン別 — メニュー数、材料数
3. コロナ以前と比べて増えたもの、減ったもの
4. 勤務パターン別 — コロナ以前と比べて増えたもの、減ったもの
5. コロナ以前と比べて、春(3-4月)に変わったコト
6. 春(3-4月)に起こった変化で、今後も続けたいことの割合
7. 巣ごもり生活中「食品の買物や食事作り」の困りごと・負担

【価格】 120,000円(税別) ※本レポートによる勉強会/ディスカッション90分付き

【印刷物】 A4横／57p

【データ】 Microsoft PowerPointまたはAdobe PDFで納品

【問い合わせ先】

調査部メニューセンサスグループ

TEL：03-5981-5663 お問い合わせURL：<https://www.mrs.co.jp/contact/>

株式会社 マーケティング・リサーチ・サービス

〒170-0005 東京都豊島区南大塚2-45-8 ニッセイ大塚駅前ビル5F

<https://www.mrs.co.jp>



株式会社 マーケティング・リサーチ・サービス