

オリジナルWEB調査「おやゆびアンケート」レポート コロナ禍の自粛で高まった 「食」へのこだわり！

コロナ禍の「外出自粛」でおうち時間が増え、様々なサービスが伸びをみせました。それらの利用実態やこれからの利用意欲について、生活者の声を拾いました。

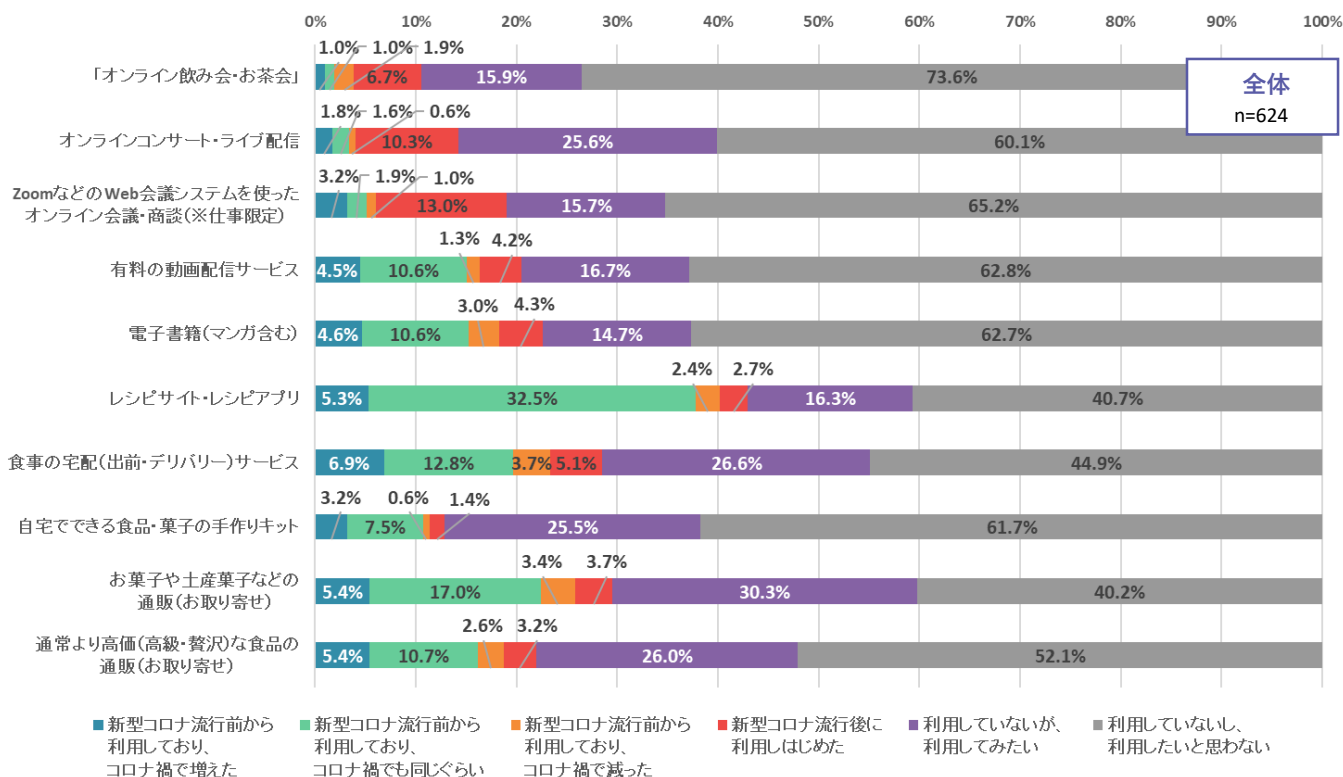
「お菓子・土産菓子の通販」をはじめ、食関連は注目度が高い。

「利用していないが、利用してみたい」もので、最も割合が高かったのは、「お菓子や土産菓子などの通販」で、全体で約30.3%、女性は約32%、男性約27.8%と男女ともに高い数字。コロナ禍以前から利

用していた割合も合計で約25.8%（全体）と高く、消費者の関心は高い。食関連では他にも「通常より高価な食品の通販（全体：約26.0%、女性：約27.5%、男性：約23.7%）」や「食品・菓子の

手作りキット（全体：約25.5%、女性：約31.3%、男性：約19.0%）」「食事の宅配（全体約26.6%、女性：約29.7%、男性：約22.8%）」も注目度が高く、ぜひサービスを拡充させたいところだ。

■コロナ禍での、様々なサービス・商品の利用について



[グラフ続き次ページへ>>](#)

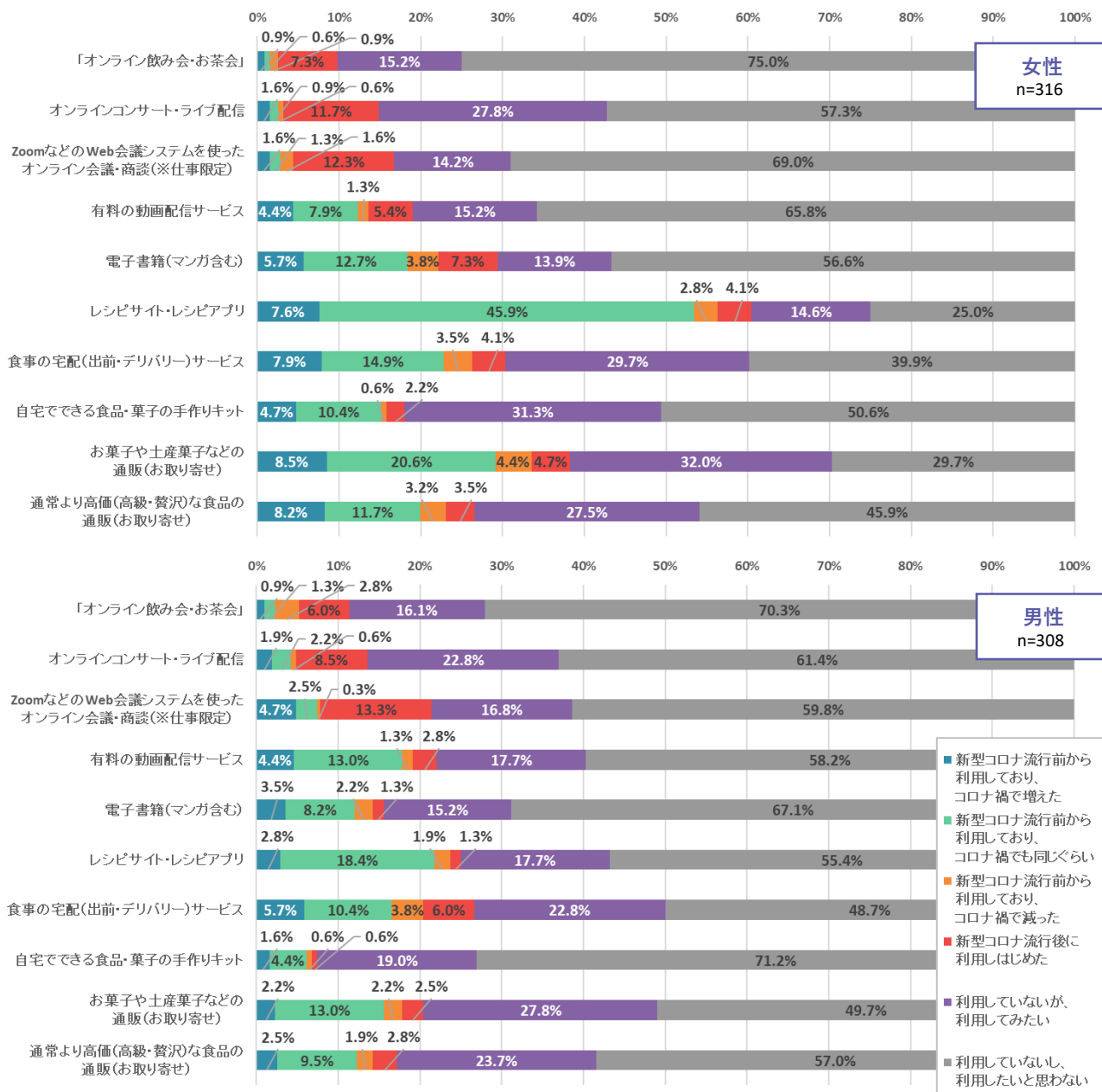
コロナ禍の自粛で高まった「食」へのこだわり！

男女で利用意欲の差が大きいサービスも。

「利用していないが、利用してみたい」もので、男女差が大きいものは「食品・菓子の手作りキット」。女性は約31.3%、男性は約19.0%と、

約12ポイントの開きがある。他にも、男女別の利用度と利用意欲の合計をみると、「オンライン飲み会・お茶会」や「有料の動画配信サービス」

は男性の割合が高いが、それ以外は女性が高くなっている。サービスの内容が性別も含めたターゲットに合った内容かを検討することも重要だ。



「コロナ禍でのサービス・商品の利用実態に関するアンケート」 期間：2021年2月4日～2021年2月11日、回答者数：624名