

#生活者動向  
#コロナ禍と食  
#おやゆびアンケート

# オリジナルWEB調査「おやゆびアンケート」レポート

## コロナ禍は食生活習慣も大きく変化させた

新型コロナウイルス感染症が流行しはじめて約1年半が過ぎようとしています。今回は、コロナ前と後での食生活習慣の変化について、生活者の声を拾いました。

### 食生活習慣の変化を約4割が体感

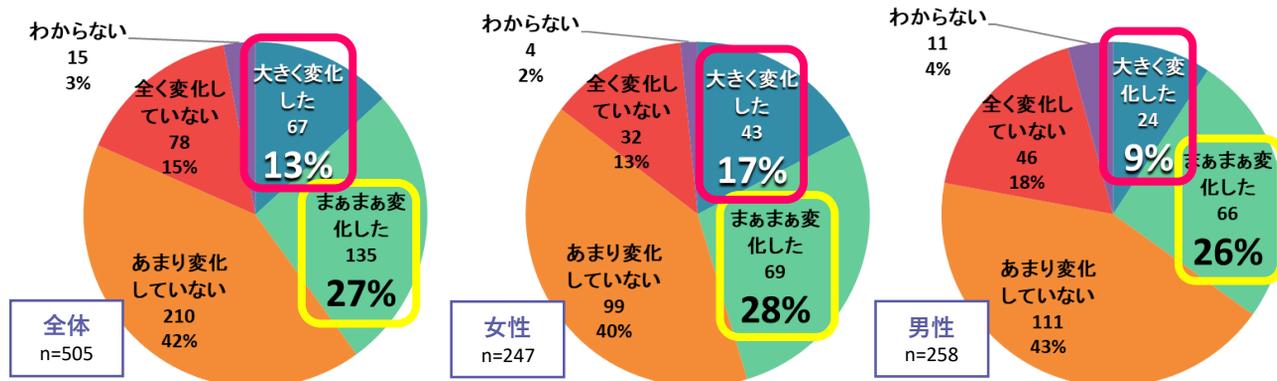
第一紙行では、全国の様々な年代505名に「コロナ前後での食生活の変化」に関するウェブアンケートを行った。

全体で「大きく変化した（約13%）」「まあまあ変化した（約27%）」を合わせた約40%が食生活習慣の変化を感じている。

男女別で「大きく変化した」と回答したのは女性約17%・男性約9%と、女性の方が約8ポイント多かった。

#### ■コロナ流行前と流行後で、食生活習慣は変化しましたか？

※食生活習慣とは、食べるもの・食事の頻度・食べる場所などとお考え下さい。



「コロナ前後の食の変化に関するアンケート」期間：2021年7月22日～2021年7月28日、回答者数：505名

### コロナ禍での変化は多種多様、コンセプトはより明確に

具体的な食生活習慣の変化を知るべく、選択肢より頻度が増えたり志向が高まったりしたものを上位3つまで選んでもらった。全体で最も多かったのは「健康志向（22.6%）※女性1位」だった。次いで「節約志向

（20.2%）」「冷凍食品の利用（19.8%）」となっている。その後も「家呑み※男性1位」「簡単・便利」「たまの贅沢」が僅差で続く。コロナ禍での生活の変化は、忙しくなった⇔時間に余裕ができ

た、金銭的余裕ができた⇔余裕がなくなった、両方の変化があるため、消費者に刺さるのは「家呑み」や「簡単便利」といったテーマでも「節約」なのか「贅沢」なのか、コンセプトをより明確にした商品であろう。

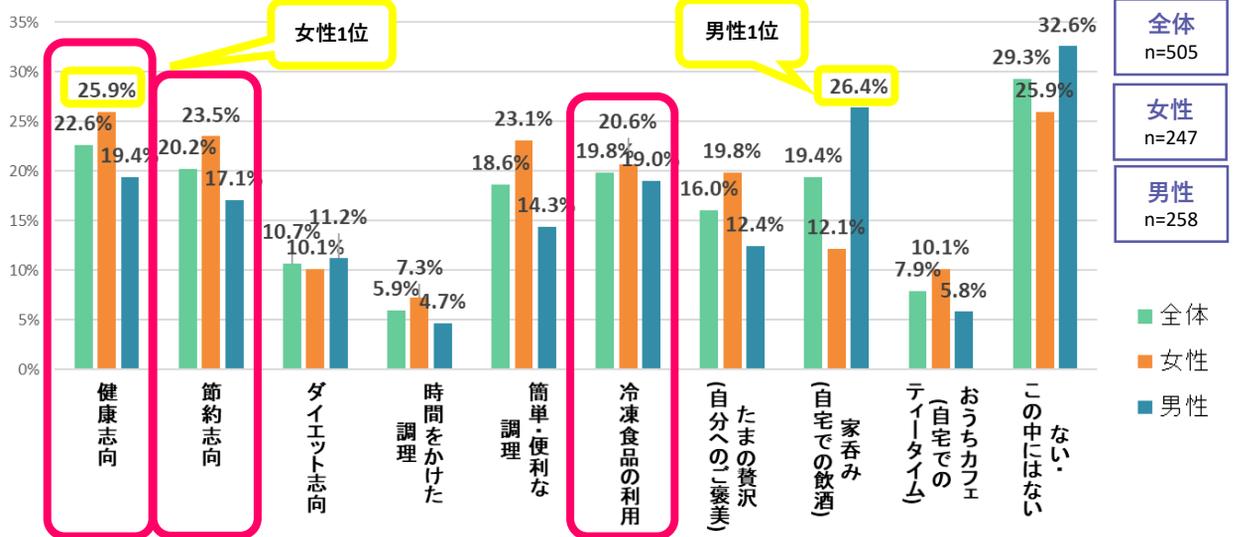
[グラフ次ページへ>>](#)

ご案内  
その1

菓子・食品メーカー様向けホワイトペーパー「旬ギフトでファンを育むカタログソリューション」をご用意しております。当社WEBサイトからダウンロードしていただくか、営業スタッフまでお問い合わせくださいませ。

# コロナ禍は食生活習慣も大きく変化した

■次の選択肢の中で、コロナ流行後にご自身の「頻度が増えた」「志向が高まった」食に関する項目を、上位3つまでお選びください。



「コロナ前後の食の変化に関するアンケート」 期間：2021年7月22日～2021年7月28日、回答者数：505名

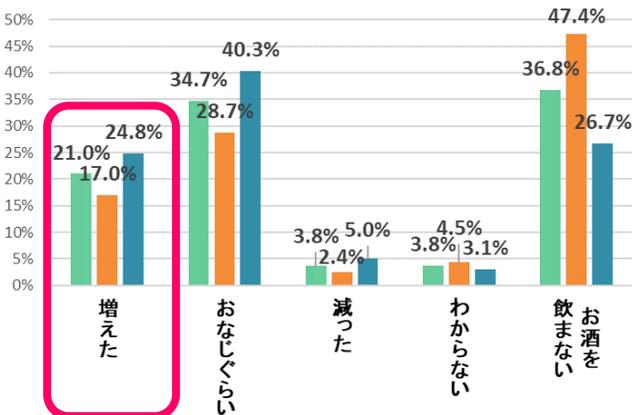
## 「家呑み」や「お菓子を食べる」頻度は男女ともに増加

コロナ前後で「家呑み」と「お菓子を食べる」頻度について尋ねたところ、どちらも2割強が「増えた」と回答。家呑みの機会が「増えた」と

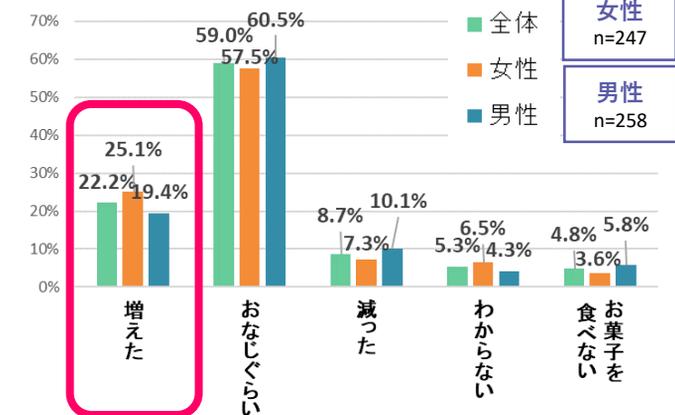
回答した割合は、女性が17.0%・男性が24.8%と男性が7.8ポイント高く、お菓子を食べる頻度が「増えた」と回答した割合は、女性が

25.1%・男性が19.4%と女性が5.7ポイントかった。ただ、どちらも少ないため、男女どちらにも「家呑み」「菓子」の商品PRは有効だろう。

■コロナ流行前と流行後で、「家飲み（自宅での飲酒）」の機会は増えましたか？減りましたか？



■コロナ流行前と流行後で、「お菓子」を食べる頻度は増えましたか？減りましたか？



「コロナ前後の食の変化に関するアンケート」 期間：2021年7月22日～2021年7月28日、回答者数：505名