

新型コロナウイルス感染症の食生活への影響 WEB アンケート調査結果

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

食生活委員会

1. 調査目的

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により緊急事態宣言が出されるなど、私たちの日々の生活は大きく変化した。宣言解除後も、コロナウイルスと共生する社会の中で、「新しい生活様式」を踏まえた行動が求められている。コロナ禍における食生活について、近年の重要な課題である食品ロス削減の取組も含め、食品購入から廃棄までの消費者の意識と行動について調査した。調査結果を踏まえ、これからの食生活のあり方を探ると共に、食品ロス削減の実践に繋がる提案を行う。

2. 調査方法

調査期間 2020年7月15日～8月11日

調査対象 NACS 会員、一般消費者 回答者数 707人

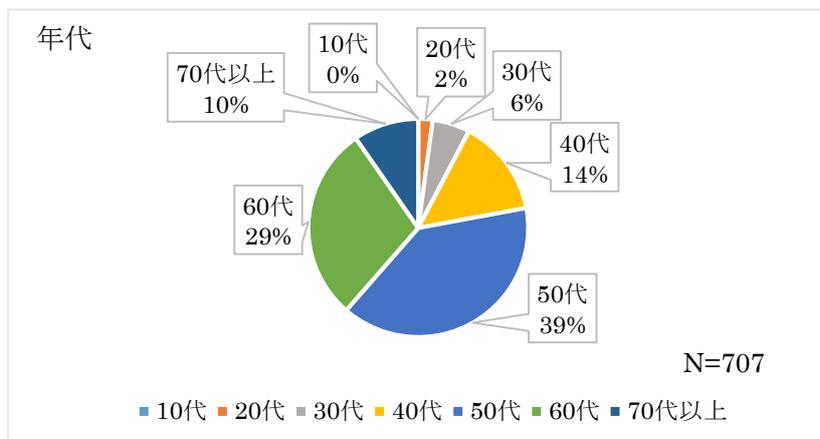
調査方法 WEB アンケート (Google フォームを使用)

調査項目 別紙参照

3. 調査結果

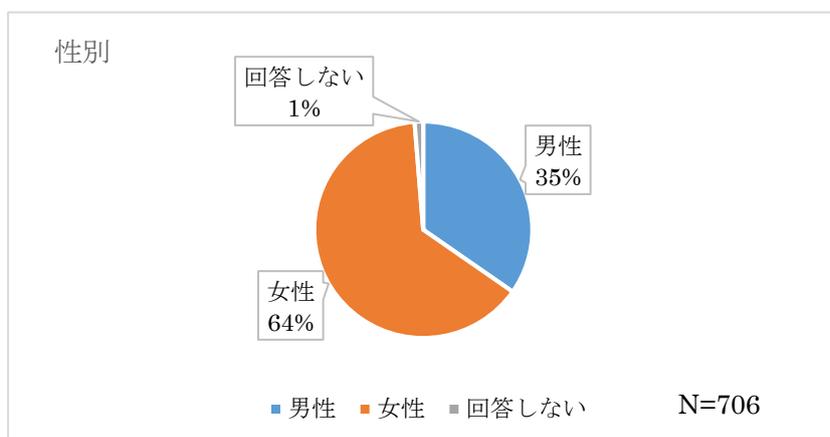
(1) 回答者のプロフィール

i. 年代



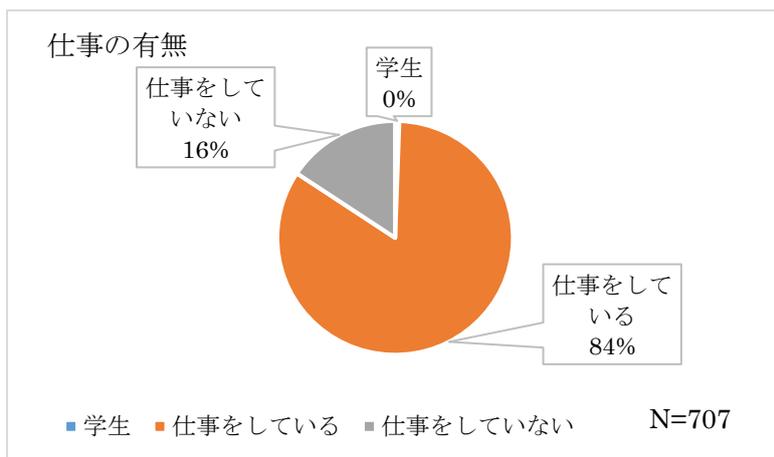
年代で最も多かったのは50代約4割、続いて60代約3割、40代、70代、30代と続く。50代と60代でほぼ7割を占める。10代は1人もいなかった。

ii. 性別



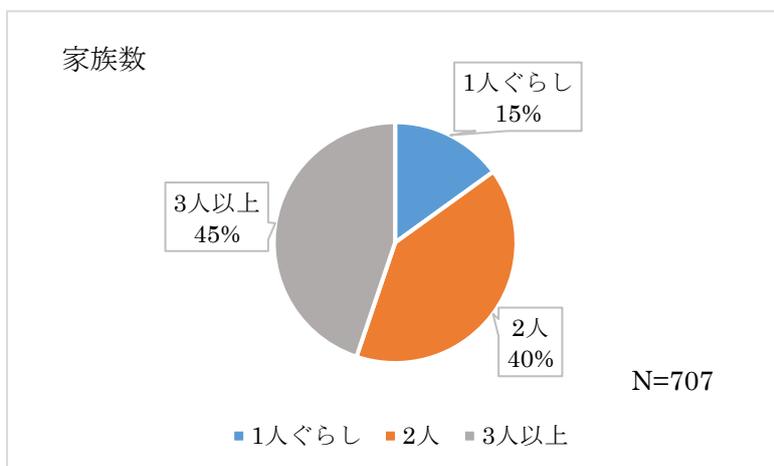
女性が6割強、男性が3割強であった。

iii. 仕事の有無

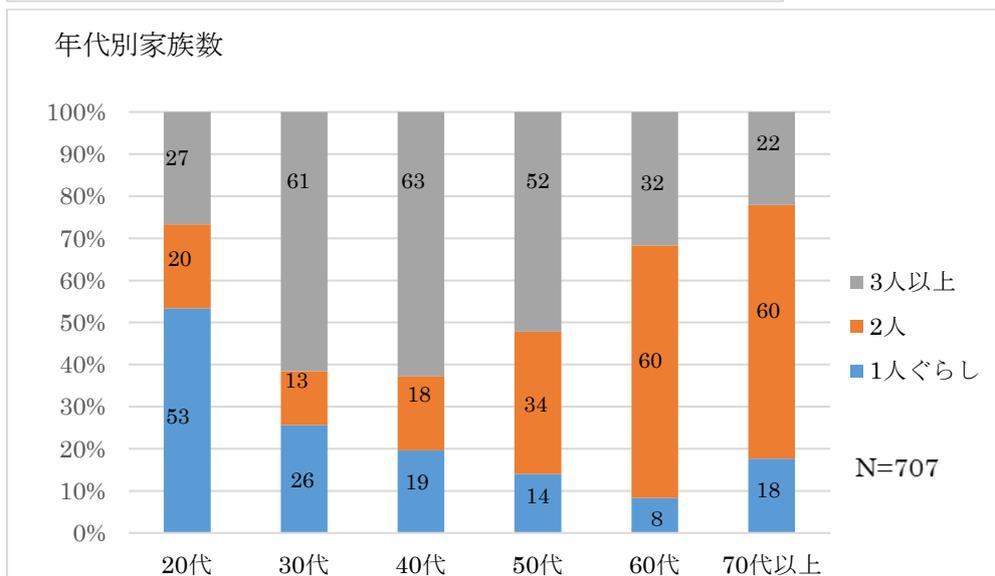


全体では男女とも 8 割強が仕事をしていて、年代別に見ても 60 代で 7 割強、70 代で約 5 割が何らかの仕事をしている。グラフでは学生は 0%と表示されているが、4 名であった。

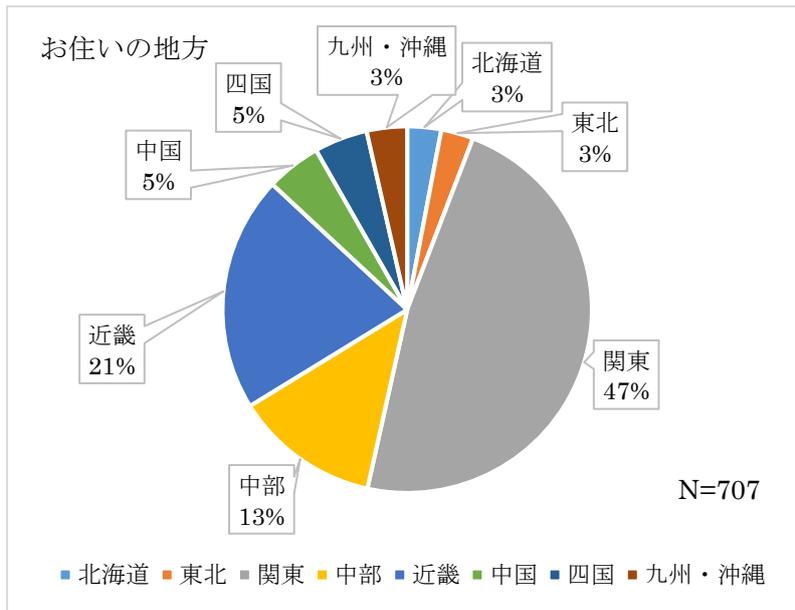
iv. 家族数



最も多かったのは「3人以上」である。年代別に家族数を見ると、30代、40代では「3人以上」の家族数が 6 割以上となっている。60代、70代では「2人」が 6 割であった。



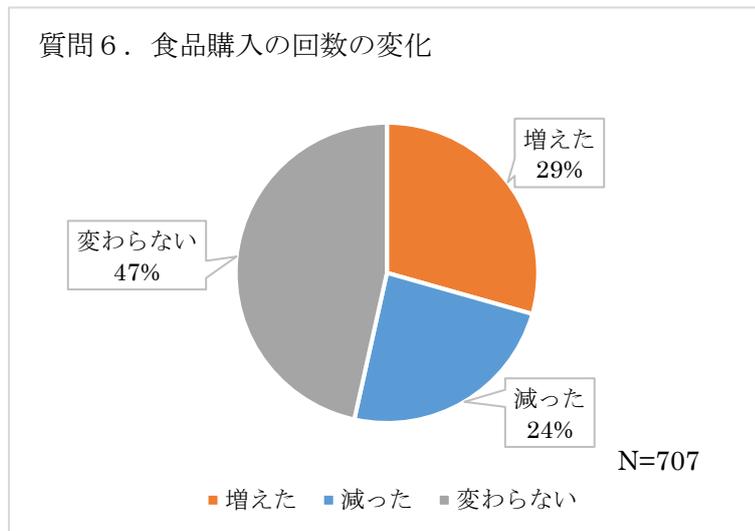
v. お住いの地方



関東地方が最も多く 5 割弱、近畿地方、中部地方が続く。全ての地方から、回答が寄せられた。

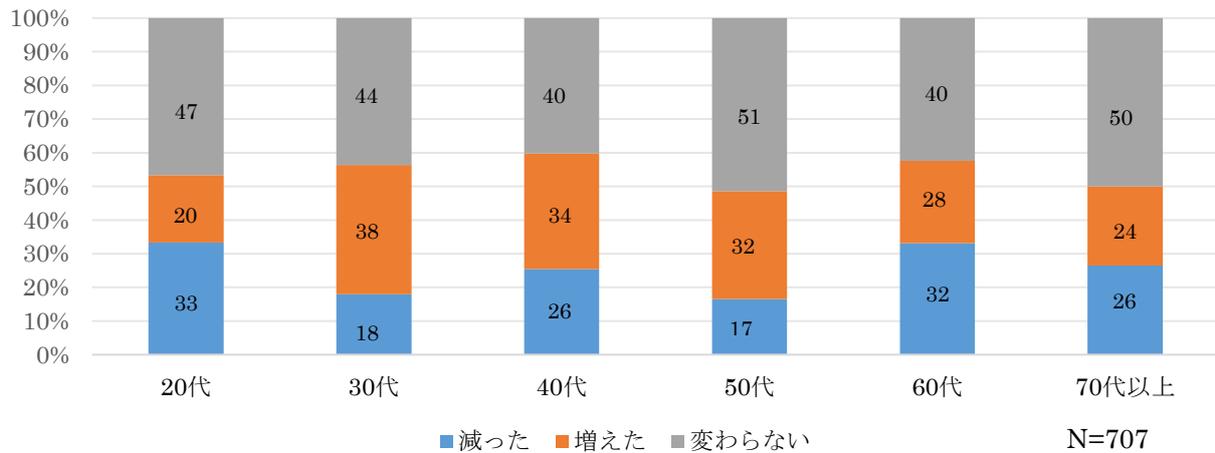
(2) 回答結果

質問 6. コロナ感染拡大以前(2 月ごろまで) と比べ、食品を購入する回数はどう変化しましたか？

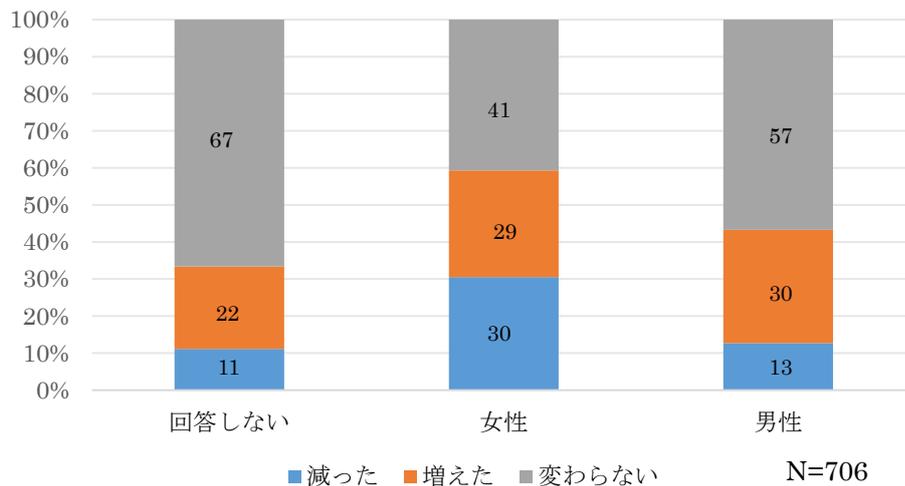


全体の 5 割弱が「変わらない」と回答。「増えた」が約 3 割、「減った」は 2 割強であった。年代別で見ると 30 代、40 代、50 代で「増えた」と回答する割合が高く、20 代、60 代、70 代以上では「減った」の割合が高い。

質問6. 購入回数の変化 年代別

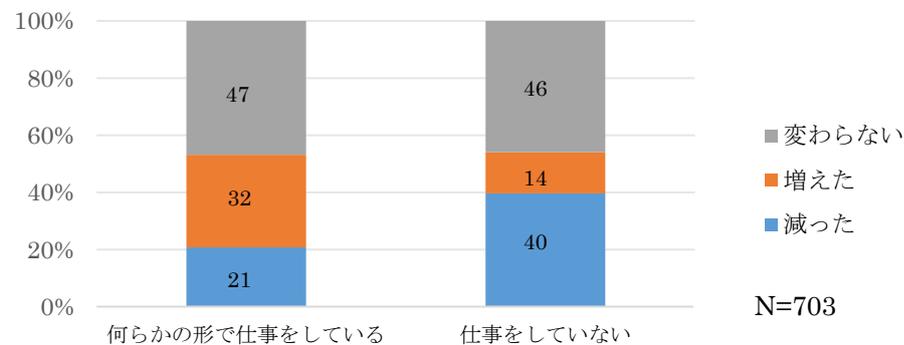


質問6. 購入回数の変化 性別



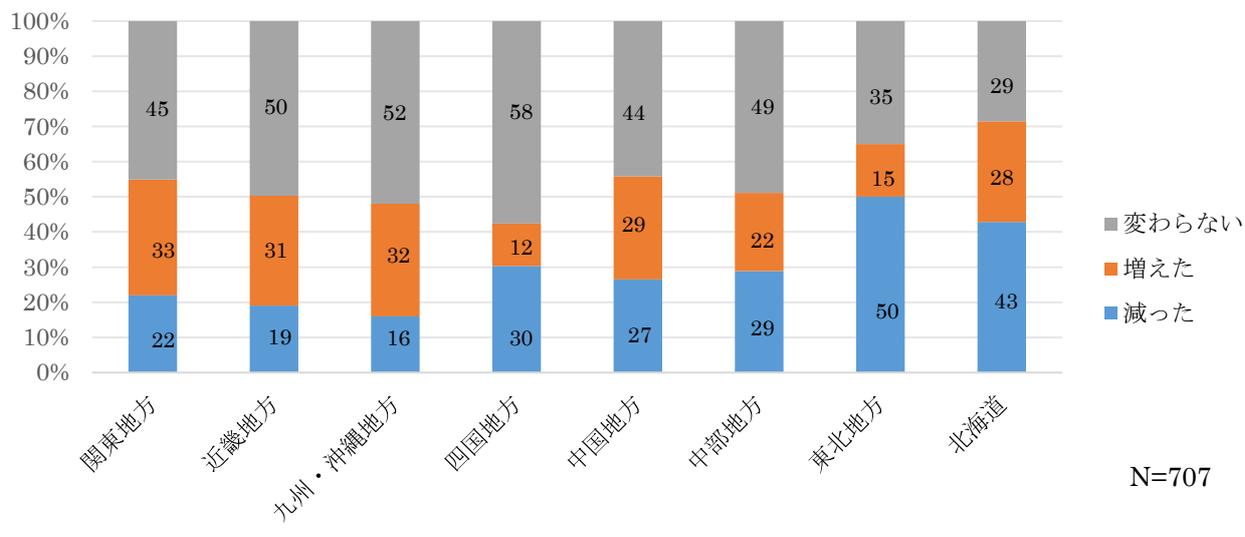
性別では女性が「減った」と「増えた」が同じ程度である。男性は「変わらない」が6割弱であるが、3割が「増えた」と回答している。

質問6. 購入回数の変化 仕事の有無による違い (学生除く)



何らかの形で仕事をしている人は、食品購入の回数が「増えた」と回答する割合が高く、「仕事をしていない」人は「減った」と回答する割合が高い。

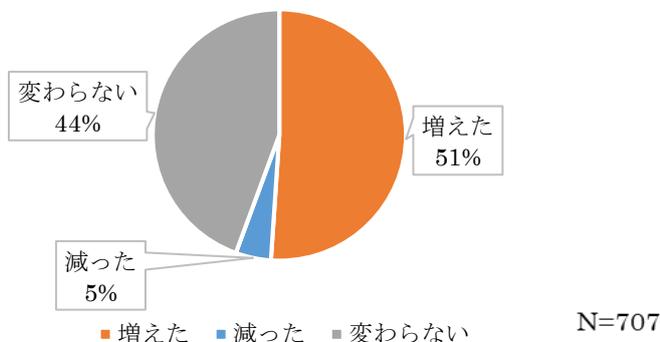
質問6. 購入回数の変化 地方別



北海道、東北地方では「減った」と回答した割合が高い。「変わらない」という回答は四国地方が最も多く、北海道地方が最も少ない。関東、近畿、中国、九州・沖縄地方は「増えた」という回答が「減った」を上回っている

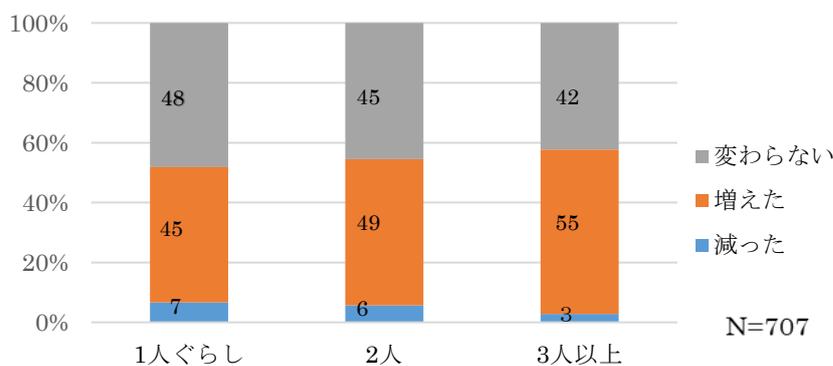
質問7. コロナ感染拡大以前（2月ごろまで）と比べ、1回あたりの食品購入の量は変化しましたか？

質問7. 食品購入量の変化

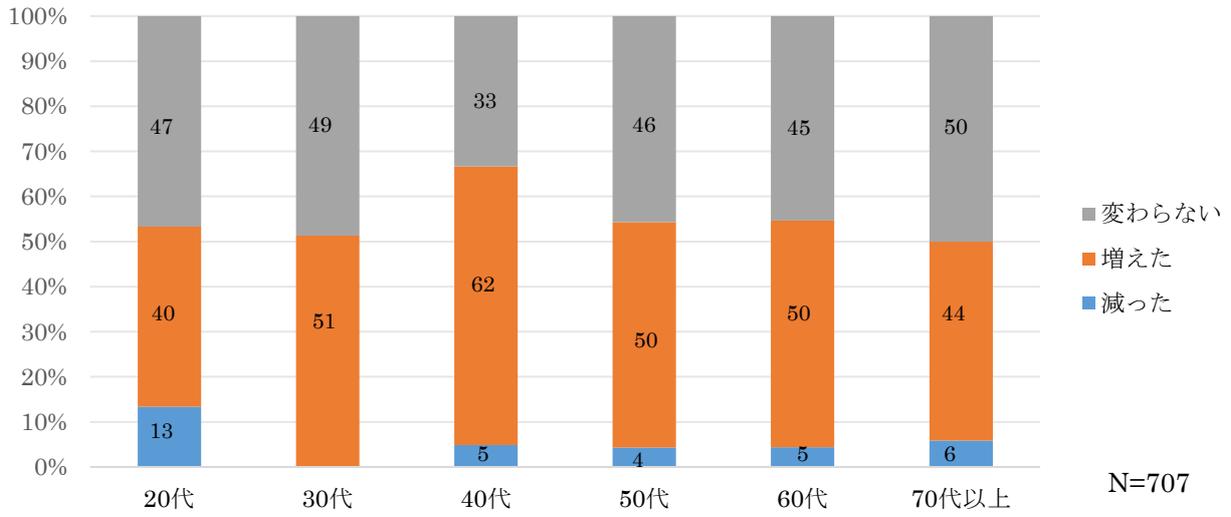


全体では、「増えた」と回答する人が約5割と最も多い。「変わらない」と回答する人は4割強。家族数が増えるほど、少しずつ「増えた」という回答の割合が多くなる。年代別では、40代が「増えた」と回答する割合が最も多く6割強であった。30代では「減った」という回答はなかった。

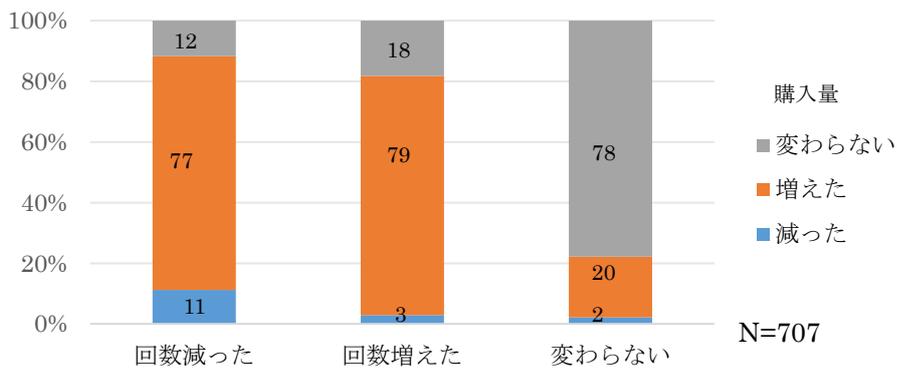
質問7. 食品購入量の変化 家族数別



質問 7. 食品購入量の変化 年代別

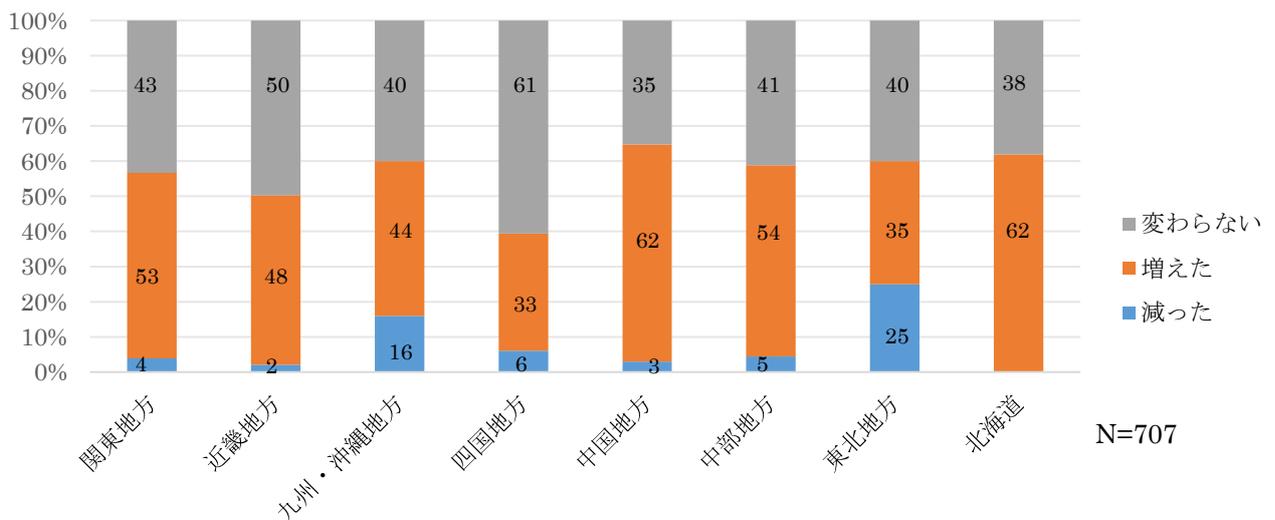


質問 7. 購入回数の変化と購入量の変化



食品購入の回数が「減った」と回答した人の購入量が増えることは想定していたが、購入回数が「増えた」人も購入量が増えている。

質問 7. 購入量の変化 地方別



地方別では、四国地方が最も「変わらない」という回答が多く、関東、近畿、中国、中部、北海道地方が「増えた」という回答が多い。近畿地方は「変わらない」と「増えた」が同程度であった。

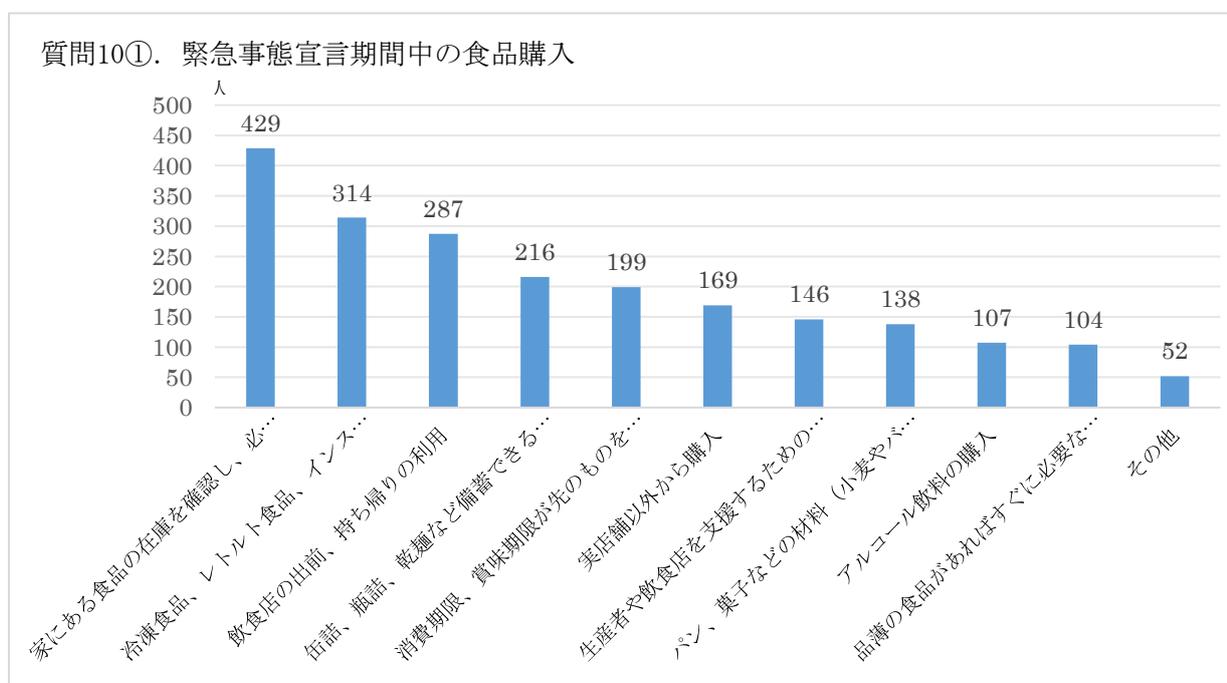
質問 8. コロナ感染拡大以前より購入が増えた食品（回答が複数あったもの）

- 冷凍食品、レトルト食品、インスタント食品、缶詰など保存期間が長い食品
- 米、麺類など主食になるもの
- 生鮮食品
- 家で作ることが増えたので、食材購入全般に増えた
- 惣菜や弁当など中食的な食品の購入
- アルコールやコーヒーなど嗜好品の購入
- アイス、お菓子を購入
- 発酵食品（ヨーグルト、納豆など）の購入

質問 9. コロナ感染拡大以前より購入が減った食品（回答が複数あったもの）

- 生鮮食品、特に刺身など鮮魚類
- 個包装ではないパン、手作りサンドイッチ
- セルフサービスで売られている惣菜、手作り惣菜など
- 小麦粉、バター、パスタなど品薄のため購入が減少
- 菓子類、酒類
- インスタント食品、冷凍食品

質問 10①. 緊急事態宣言期間中の食品購入について、あなたに当てはまるもの 5つまで選んでください。



全体として、「家の在庫を確認して、必要なものを購入する」が最も多い。「比較的長く保存できて調理が楽な食品の購入」、「飲食店の出前、持ち帰り」の利用が続く。

緊急事態宣言が発出された際、マスコミで取り上げられた「買い込み」も回答者の3割が選択している。従来から利用している人も含まれていると考えられるが、2割強の人がネットスーパーや食品宅配サービスなど実店舗以外でも購入している。

WEB調査ということで、回答者はインターネットを活用しているためか、「インターネットや実店舗で、生産者や飲食店を支援するための購入」も「実店舗以外からの購入」と同じ程度見られた。

質問 10②. 緊急事態宣言期間中の食品購入について「その他」の主な回答内容

【変わらない】 17人

【食品購入内容の変化】

- 家で作ることが増えたので、その分、食材購入が増えた
- 産直や有機栽培、農家支援などの野菜購入
- 間食用の菓子類を購入
- 発酵食品、牛乳、乳製品など健康を考えた食品の購入
- 業務用の食材を購入して、仲間と分けることが増えた
- デパ地下の惣菜や弁当の購入
- 在庫の食品でおいしく料理するため、いつもは買わないスパイス、調味料を購入

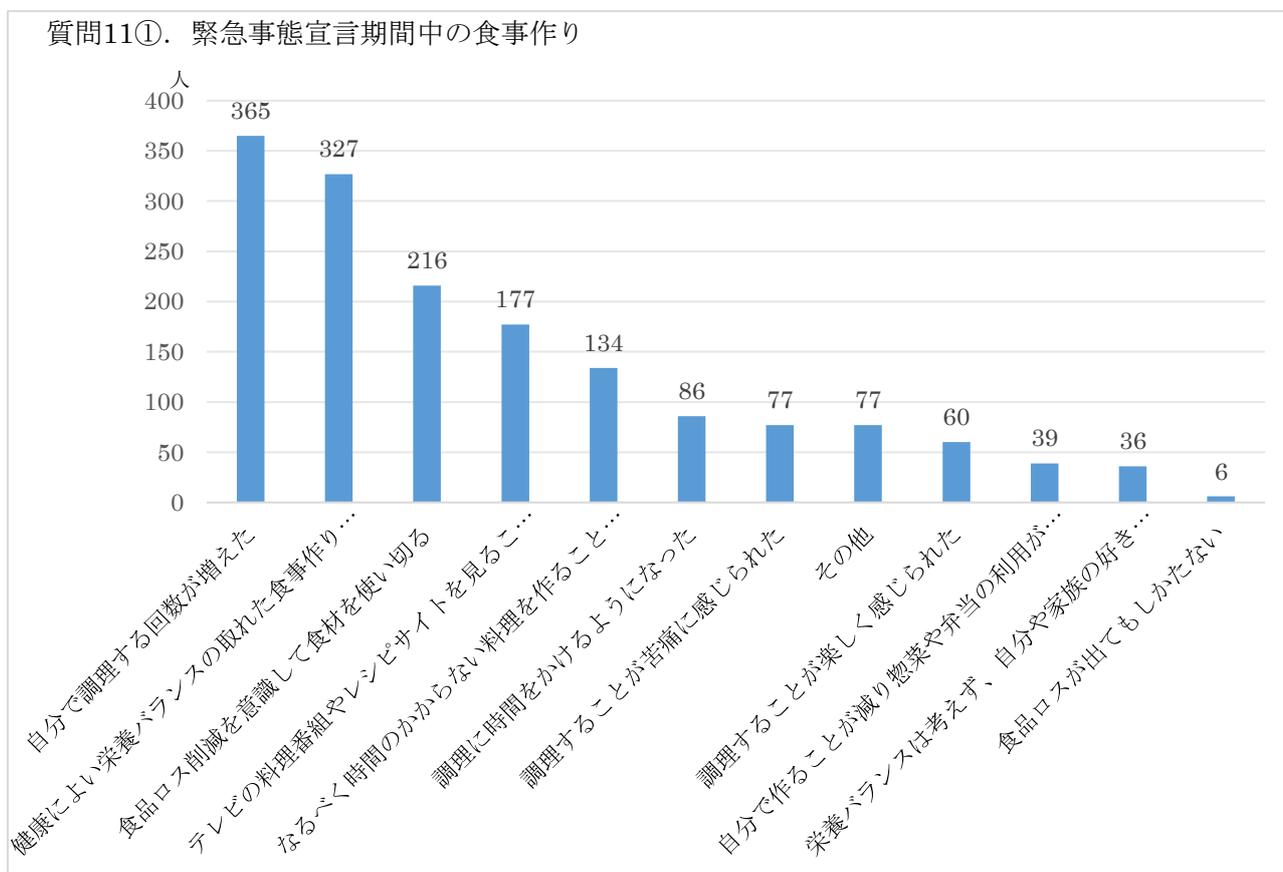
【購入行動の変化】

- 家で作ることが増えたので、その分、食材購入が増えた
- 買い物に行く回数が減った分、購入量が増えた
- 週1回買い物で、決まった食材、在庫の補充、旬の食材を購入
- 1回の買い物時間を短くした
- 空いている店、時間を選んで買い物した
- 生協の宅配サービスを利用していたが、制限がかかったものもあり、近くの店舗でも購入
- 買い物には行かず、コープ宅配、家庭菜園、いただきものですませた
- その都度、必要なものを購入
- 必要最小限なものを購入
- その日の新鮮な食材を購入
- 値下がり品を購入
- 家にいるので賞味、消費共に期限の近いものを積極的に購入
- 見切り品の生鮮食品なども購入するようになった
- 宅配も試してみた

【食生活に関するその他の変化】

- 自宅の庭でいつもより多く野菜を栽培
- 時間のゆとりを生かして、いつもはできない果実酒づくりや備蓄食にチャレンジしたが、そのための支出が増えた
- 4月頃は自宅で調理していたが、5月くらいから外食を増やしている。今はコロナ前と変わらない。

質問 11①. 緊急事態宣言期間中の食事作りについて、あなたに当てはまるものを 3 つまで選んでください。

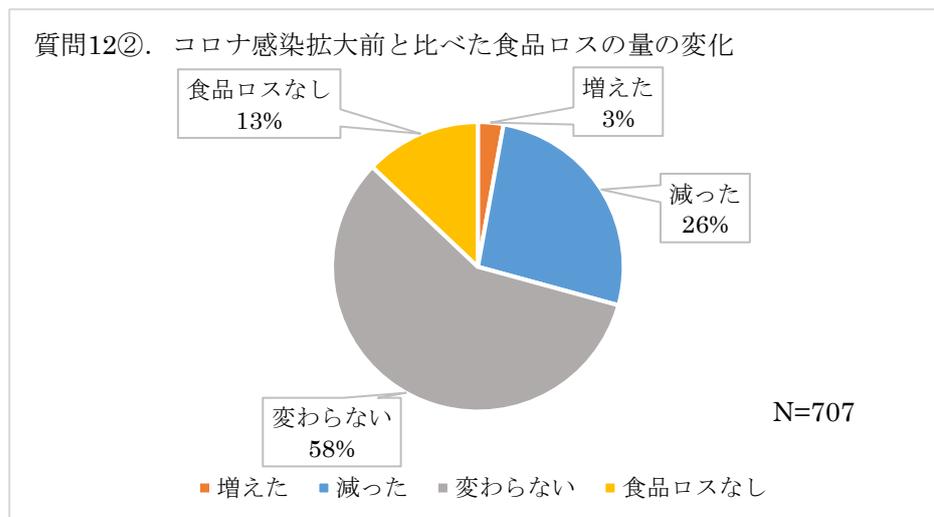


「自分で調理することが増えた」という回答が最も多く、女性の約 6 割、男性の約 4 割が選択している。学生でも 4 人のうち 3 人が、選択していた。「調理が楽しく感じられた」と回答した人より、「苦痛に感じられた」と回答する人が若干多い。しかし、「健康により栄養バランスを考えた食事作り」、「食品ロス削減の意識を持って調理」、「レシピ等の情報取得」等、コロナ禍にあっても食品ロス削減を意識し、家庭での食生活を充実させようとする行動が上位に挙がっていた。

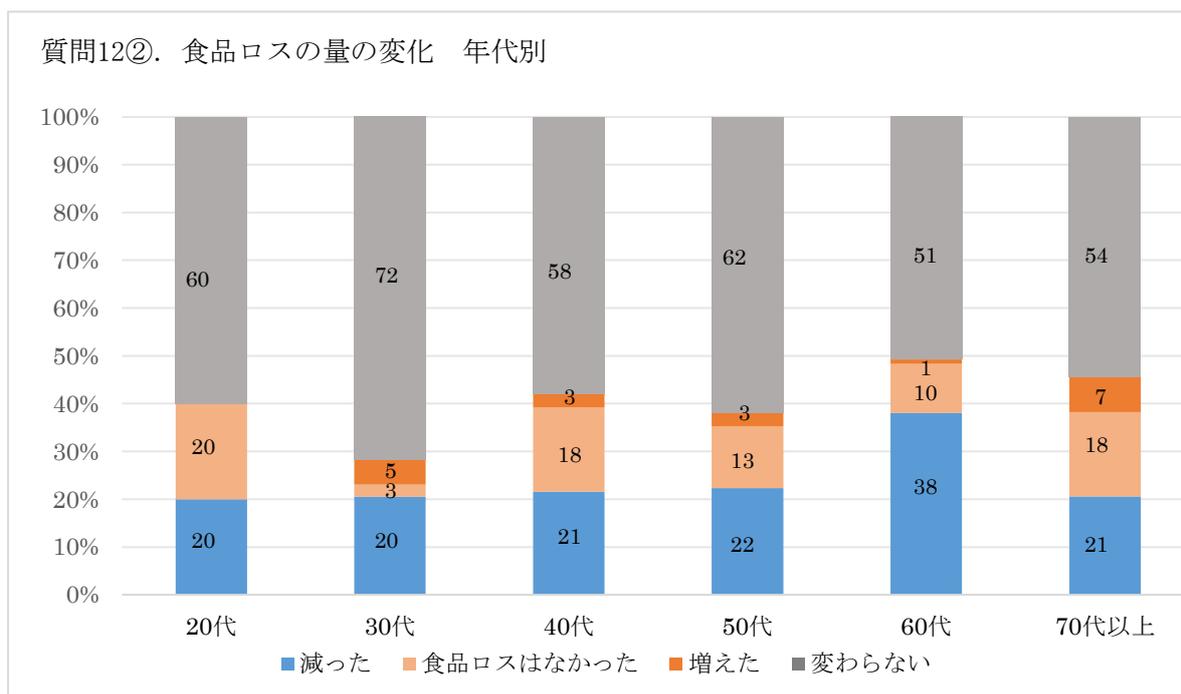
質問 11②. 「その他」回答内容から

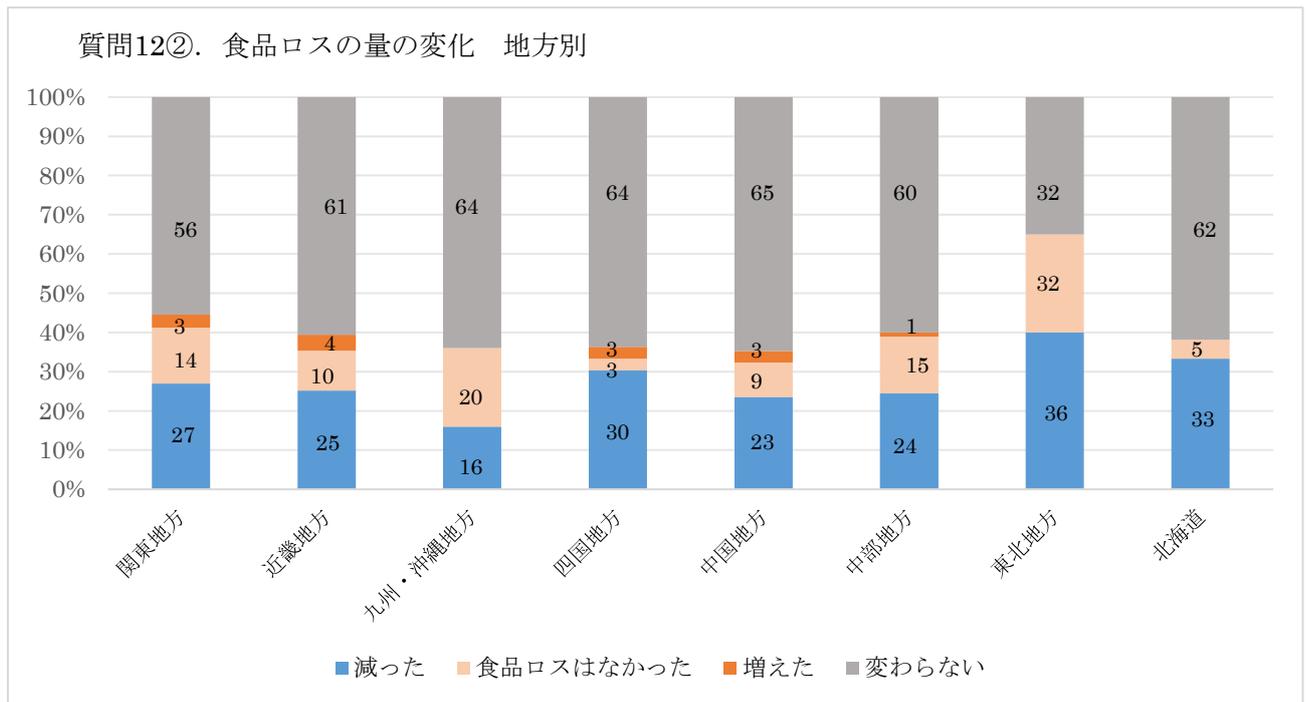
- 家族と料理を楽しむ。自分以外の家族も調理することがあった。
- 家にある食材を使い切るためバランスが崩れた。
- いつも使っている食材が入手できずメニューを変更した。
- 常備菜(作り置き)を作るようになった。
- 保存食を作った。
- 家庭菜園の野菜を使い切るようになった。
- 外食できないので居酒屋メニューが増えた。

質問 12①. コロナ感染拡大前(2月ごろ)と比べ、あなたの家の食品ロス(本来食べられるのに廃棄される食品)の量はどう変化しましたか？



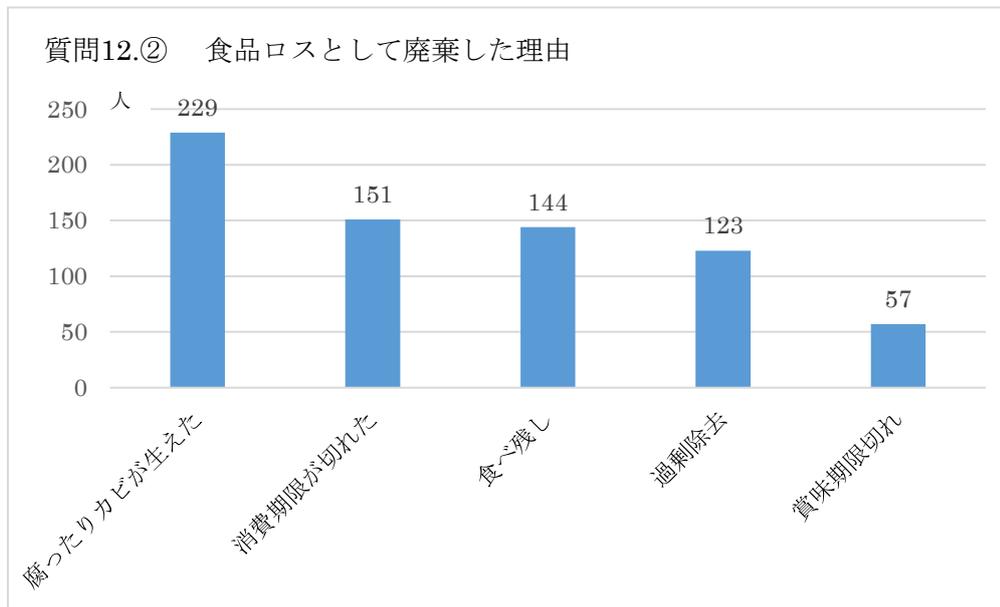
全体としては、「変わらない」という回答が6割近い。「減った」という回答が次に多い。年代別に見ると、60代で「減った」と回答する人が最も多い。「食品ロスはなかった」という回答は20代、40代、70代以上で割合が多い。





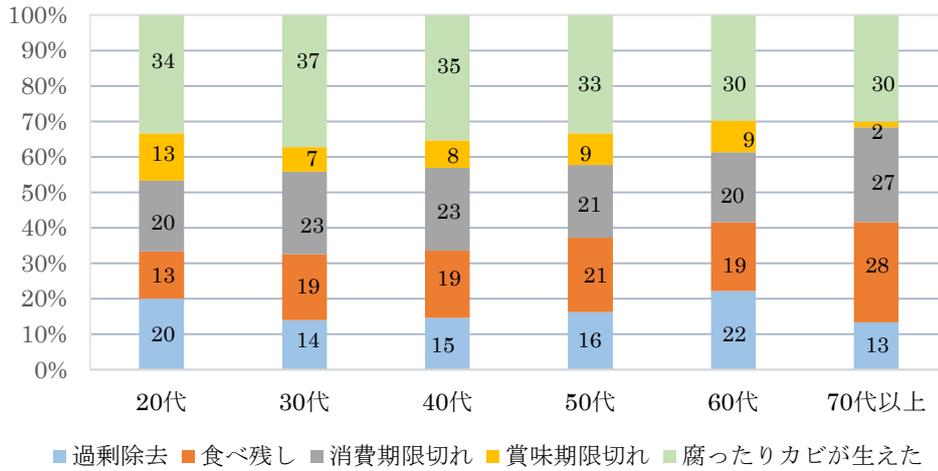
東北地方以外は、「変わらない」という回答が5~6割である。九州・沖縄地方は「食品ロスがなかった」という回答が「減った」を上回っているが、他の地方では「減った」と回答する割合が高い。

質問 12②. 食品ロスとして廃棄した場合、その理由 複数回答



食品ロスとして廃棄したことのある人にその理由を尋ねた。本問の回答者数は 481 人であった。「食品ロスはなかった」と回答した人は 91 人で、「変わらない」と回答した人に「食品ロスがなかった」人が含まれている可能性がある。全体として最も多いのが「腐ったりカビが生えた」である。続いて「消費期限切れ」と「食べ残し」がほぼ同程度あった。

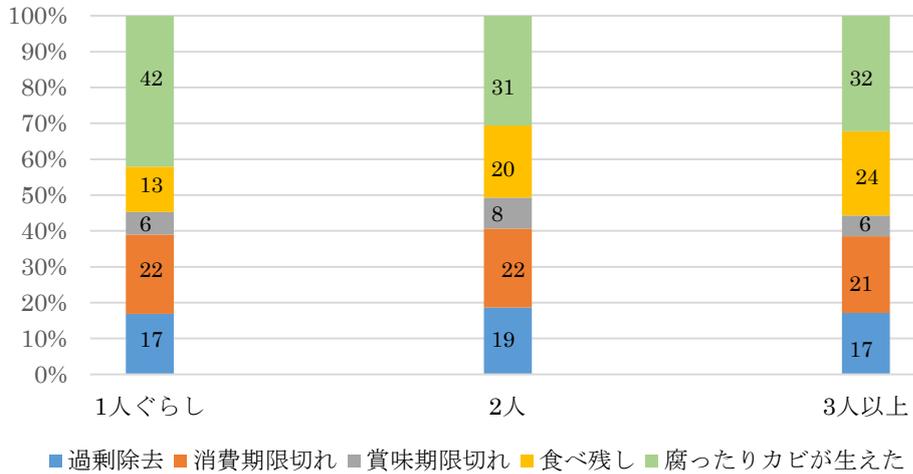
質問12②. 食品ロスとして廃棄した理由 年代別



年代別に見ると、「食べ残し」は年代が高いほど増える傾向がある。

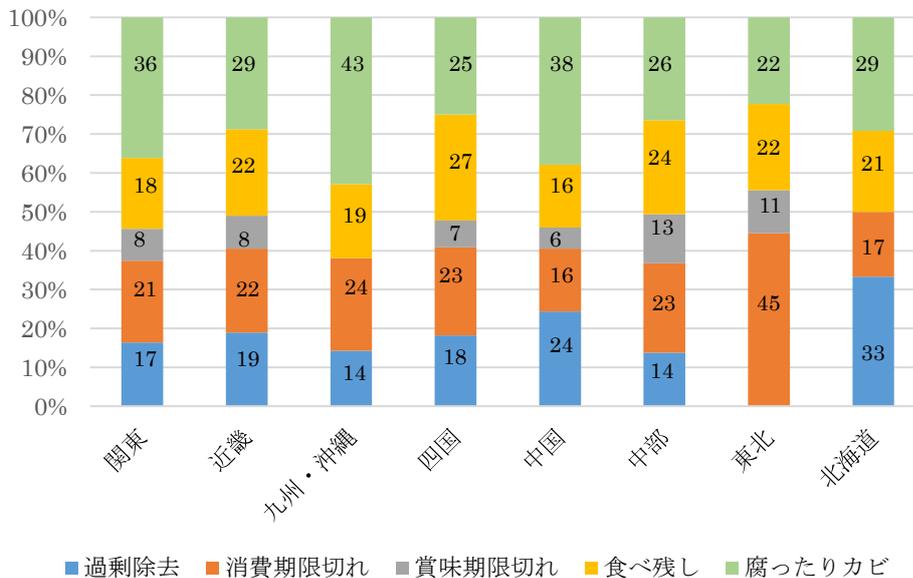
「腐ったりカビが生えた」は30代が最も多い。40代以上では、年代が高いほど少しずつ減少している。

質問12②. 食品ロスとして廃棄した理由 家族数別



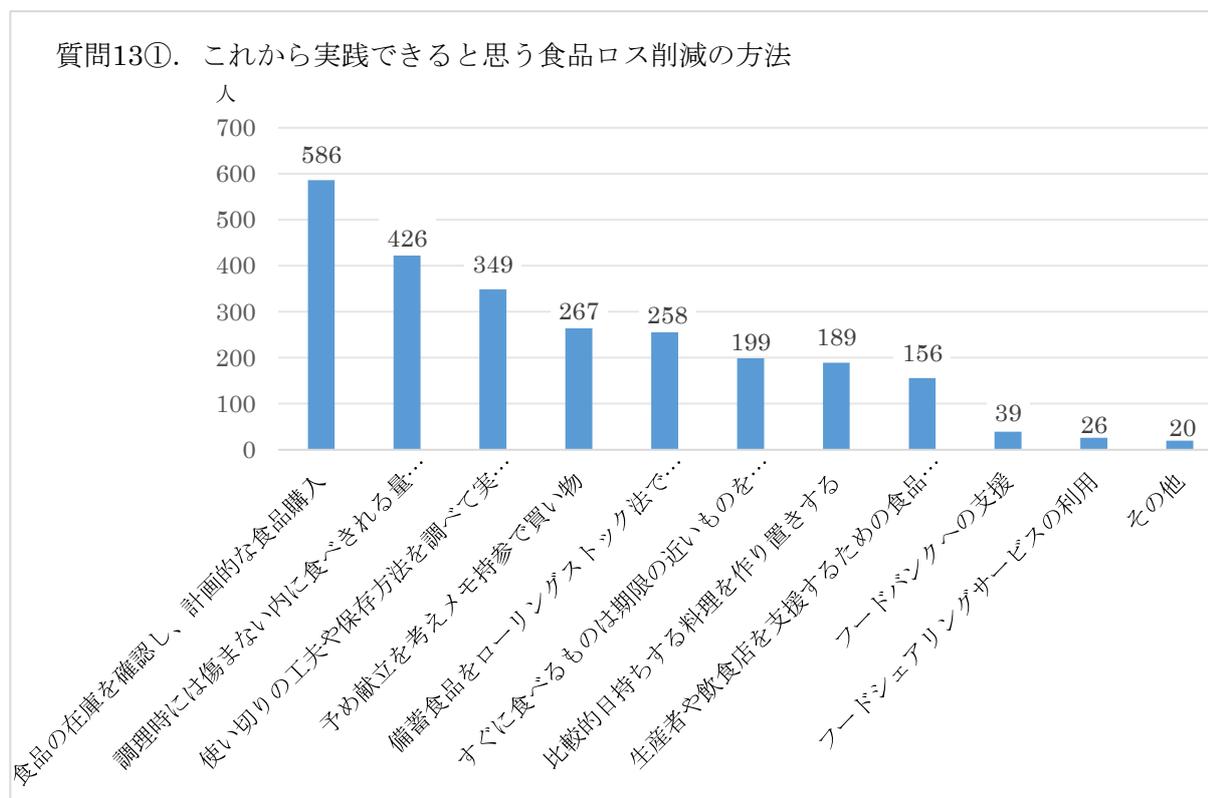
家族数別に見ると、「1人暮らし」で「腐ったりカビが生えた」の割合は最も高いが、「食べ残し」は最も低い。「食べ残し」の割合が最も高かったのは、「3人以上」であった。

質問12②. 食品ロスとして廃棄した理由 地方別



地方別では、東北、四国、北海道地方を除く地方で、「腐ったりカビが生えた」が最も多い。九州・沖縄地方で最も多いが、調査期間の7月に、豪雨が続いた影響の可能性も考えられる。東北地方では「過剰除去」は一人もいなかった。

質問 13①. 新しい生活様式を踏まえ、食品ロス削減のために実践できると思うことを、5つまで選んでください。



「家にある食品の在庫確認しての計画的な購入」や「食べきれぬ量を作ること」や「使い切りや保存の工夫」など、新型コロナウイルス感染症拡大前と同じような、誰もが少し意識すれば実践できることが上位に挙がっている。7月には豪雨被害が各地にもたらされ、災害など緊急時に備える食品に対する意識が高まったためか、備蓄食品を食品ロスとしない工夫も4割近くの人を選択していた。

2019年にNACS食生活特別委員会（2020年度より食生活委員会として活動）が実施した「食品ロス削減に関する消費者意識調査」*では、「手前取り」は少なかったが、今回は少し増えて回答者数の3割近くが選択していた。「フードバンクへの寄付」を選んだ人は、前回も今回も少数であった。

質問 13「その他」の回答内容

【食品ロスを出さない暮らし方】

○新しい生活様式と食品ロス削減のための実践行動は無関係だと思います（古い生活様式であろうと新しい生活様式であろうと、食品ロスは出来るだけないようにしています）

○調理をする上で、特に野菜や根菜類、果物の皮などは、どうしても捨てる部分が出てしまうのはやむを得ない。10年以上前から生ゴミをほぼ100%近く、コンポストなどで自家処理をしていて、ゴミとして収集に出していません

【残さない】

○購入したものをどんどん消費する

○自分で作った料理は勿論、家族が作った料理は残さず食べるよう努める

- 週に一度くらい冷蔵庫整理の献立にして食材を使い切る
- 野菜を皮ごとや外葉に近い部分まで使い切る

【保存を考える】

- 食品の保存方法の知識を増やす
- 野菜類は傷まないように新聞紙で包む。魚、肉類は1回分ずつの冷凍にする。以前から実施
- 冷凍保存を活用する。加工、調理して冷凍する

【購入を考える】

- 散歩ついでに夫が余計な食材を購入してくるので食べる量が増え太った
- 期限が切れていたとしても開封して中身を確認し、調理を工夫して食べている。期限がある事によって捨てる
なければならない仕組みであるならば、期限を生かすための仕組みを作って無駄なく循環する必要がある
のではないかと思う
- 日頃、フードバンクに取り組んでいるが、贈答品よりも家庭で買い込みすぎて食べきれなくなったもののほう
が多いと実感している。
- あまり変わったものを買っても余るので、突飛なものは購入していません
- あまり考えていない

(3) まとめ

<調査の背景>

緊急事態宣言発出時には、感染予防のため、「買い物回数をこれまでより減らす」「店舗での滞在時間を短くする」「買い物には1人または少人数で行く」などが呼びかけられた。一方で、テレワークや学校の休校により、家庭での食事の回数は増加した。飲食店での外食を控えた人も多い。宣言解除後も「新しい生活様式」が提唱され、食品スーパー等では、「空いている時間帯に来店」「少人数での来店」「レジ待ちでのソーシャルディスタンス」などを呼びかけている。

こうした食生活を取り巻く環境変化の下、食生活や食品ロスに対する消費者の行動、意識を知ること、今後の取るべき行動の方向性が見えてくるのではないかと考えた。

<調査結果から見てきたこと>

①食品購入回数と購入量について

回数では、全体の約半数が「変わらない」とし、「減った」という回答は予想より少なかった。「仕事を持つ」人に「増えた」という回答が多い。ライフスタイルが多様化し、食品購入の回数や方法も家庭ごとに違ってきているので、誰もが食品購入回数を新型コロナウイルスの感染拡大以前より減らしたわけではなかったと考えられる。

一方で、テレワークや学校の休校などで、家で食事する回数や作る量が増え、買い物回数にかかわらず、食品購入量が増加したと回答する人は多かった。

地方による感染者数の多寡だけが、購入回数や購入量の変化に影響したとは言えない。差異は、その地方の回答者の属性の差の影響もあると考えられる。

②食品購入行動について

最も多かったのは「家にある食品の在庫を考え、次の買い物までに必要な量を購入」であった。「冷凍食品、インスタント食品、レトルト食品など、調理に時間がかからない食品を購入」「飲食店の出前（デリバリー）や持ち帰り（テイクアウト）を利用」が続く。テレワークや学校の休校で、昼食を作る回数が増えた人が多く、負担を減らすため調理に時間のかからない食品の購入が増えたり、飲食店の出前や持ち帰りが利用されたとみられる。また、「冷凍食品、インスタント食品、レトルト食品」の購入増加には、保護者が出勤した家庭では、休校になった子どもだけが家にいて子どもだけで昼食の用意をしなければならない家庭もあったという事情がある。

「買い込み」「期限が先の物を選ぶ」は、「食品ロス削減」という観点からはマイナス要素と考えられるが、この先の見通しがわからない時点では、「より厳しい外出制限がかかるのではないか」「自分が感染したら買いに行けなくなる」などの不安があり、食品確保の意識が高まったとみられる。「品薄品を見つけたらすぐに必要なくても買う」を1割強の人が選択したのも同じ理由と考えられる。

購入が増えた食品は、調理が簡単で保存期間が長い食品、主食となる米やパスタ、生鮮食品が多い。長引く自粛生活の中で、必要最小限な食事ではなく、健康によいとされる食品、お菓子やアルコールなどの嗜好品の購入も目立った。一方で、生鮮食品、お菓子、嗜好品は、購入が減った食品にも挙げられていた。ライフスタイルの多様化で、コロナ禍の中、どのような食品購入が増え、何を我慢したかは、それぞれの家で異なるのであろう。

③緊急事態宣言期間中の食事作りについて

「自分で料理することが増えた」と回答する人が多かった。女性の6割、男性の約4割が「増えた」と回答している。外出自粛やテレワークで自宅にいる時間が増えたこと、外食が控えられたことなどの影響である。

一方、回数や作る量が増えたことで、調理を苦痛に感じた人は「楽しい」と感じた人より若干多かった。そのような中、健康によい食事作りを心掛け、レシピやメニューを調べたり、パンやケーキ作りなど楽しみの要素も取り入れたり、食生活を充実させようと努める人も見られた。

④食品ロスについて

食品ロスの量について、6割近くが「変わらない」としているが、変化した人の中では、食品ロスが「減った」「なかった」が多く、「増えた」はわずかであった。家での食事の回数が増え、まず家にある食品を使っていこうとしたこと、テレワーク等で家庭にいる時間が増え食品の管理ができるようになったことなどが理由と考えられる。質問11の「食事作り」についての質問でも、「食品ロスが出て仕方がない」という回答はごくわずかで、回答者の約3割は「食品ロス削減を意識し、食材を使い切るようになった」としている。「食品ロス削減のために実践でき

と思うこと」について尋ねた質問 13 では、「その他」として既実践していることを書いてくださった方も多い。

食品を廃棄した理由は、2019 年に実施の「食品ロス削減に関する消費者意識調査」*では、多い順に「消費期限切れ」「食べ残し」「賞味期限切れ」「鮮度や味が落ちた」「好みでないから」「その他」であった。「その他」のコメントに「腐らせた」という回答が多数見られたため、今回の調査では「腐ったりカビが生えた」という選択肢を設けている。今回の調査では、この「腐ったりカビが生えた」が最も多い。いつもよりたくさん購入した食品を使い切れず傷ませてしまった、作った料理を食べ切れなかったということであろう。「消費期限切れ」が 2 番目に多いのは、家で調理回数が増えたため、生鮮食品や豆腐など期限の短い食品の購入も増え、それが期限までに使い切れなかったと考えられる。3 番目に多かったのが「食べ残し」である。年代や家族数にもよるが、こちらも作る回数や量が増えたことが影響していると思われる。「過剰除去」については、「食品ロス削減に関する消費者意識調査」*では項目に挙げていなかったが、「過剰」の考え方は個人や家庭によってまちまちであり、自分自身は「過剰除去」と思っていない場合もあると考えられる。一方で、「賞味期限切れ」は、わずかであった。賞味期限について消費者の理解が高まったとも考えられるが、家にある食品をまず五感で確かめ、食べられるのではないかとということで食べてみた人も多かったのではないだろうか。

⑤「新しい生活様式」を踏まえ、食品ロス削減のために実践できること

「家にある食品の在庫を確認し計画的に食品を購入」や「食べ切れる量を作る」「使い切りや保存の工夫」など、誰もが少し意識すればできることが上位を占めた。「予め献立を考え、メモを持参して購入」は 4 番目であった。食品によっては品切れの場合もあり、予定通りの購入ができない場合もあったためではないか。

食品ロスに関して、コロナ感染症拡大の影響があると思われる項目は、食品ロスに絡めて報道されることが多かった「生産者・飲食店の支援」である。やはり報道されることが多かった生活困窮者の支援のための「フードバンクへの寄付」を選んだ人は、少ない。コロナ禍の影響も考えられるが、フードバンクに協力するには、どこにどのような食品を持っていけばいいかなど、具体的な方法が知られていないためとも考えられる。

<NACS 食生活委員会からの提言・提案>

今回の調査を開始した時期、多くの方が新型コロナウイルス感染症だけではなく、豪雨という自然災害に対する不安を募らせていたことでしょう。それにもかかわらず、多数の皆様にご回答いただきましたことに、心からお礼を申し上げます。皆様の食生活や食品ロスに関する関心の高さ、そして意識の高さに感銘を受けました。

皆様の回答を基に、食生活委員会では、下記の通り食品ロス削減のための提言・提案を行います。

食品ロスの量は、農林水産省によると、平成 29 年度推計値では前年度から 31 万トン減っていますが、依然として総量は 612 万トンあり、その半数近くの 284 万トンが家庭から出されています。

新型コロナ感染症拡大をきっかけに、買い物、調理、廃棄を通じ、これまでより多くの人が食生活に関わるようになってきました。食品ロス削減を実践できる可能性を持つ人の広がり、誰もが自分にできることを 1 つ見つけ実践するだけでも、削減量は増えていくと考えられます。

消費者として、まず家族や友達と、自分にできる食品ロス削減について話し合うことから始めませんか。家にある食品や購入してきた食品を使い切る工夫、食べ残しをなくす方法など、一緒に考えてみましょう。作り置きできる常備菜や、野菜などの保存方法を調べるのもよいでしょう。買い物に行く前に、冷蔵庫や保管庫にある食品を書き出して、作れる料理を考えてみてはどうでしょうか。「過剰除去」について、野菜の皮を厚く剥いたり茎や外葉を捨てている場合、栄養成分が多く旨味のある部分を捨てている可能性があります。工夫すれば、もう少し捨てる場所を減らせるかもしれません。みんなでアイデアを共有化すれば、さらに実践できることを増やせます。

事業者（調査の趣旨から食品スーパーなどを対象としています）は、食品の保存方法や使い切りレシピを、店頭や WEB 上で啓発することで、消費者の食品購入時からの削減意識が進むと考えられます。普段からの継続的な啓発を望みます。

また、フードバンクへ寄付する食品を消費者から集めている店舗では、集める日、場所、受け入れ可能な食品の条件など、店頭などでもっと目立つように周知すると、消費者も協力しやすくなるのではないのでしょうか。

新型コロナ感染症は日常生活に様々な変化をもたらしました。今回の調査から、単身世帯から家族数の多い世帯まで、食品購入や調理などを通じ、食生活に関わるようになった人が増えたことがわかりました。食品ロス削減を「意識する」するだけでなく、誰もが実践する時代になりつつあると考えられます。国や自治体からの、より具体的な呼びかけ、情報提供が実践に繋がっていくと考えられます。

その一つとして、フードバンクの情報が 있습니다。コロナ禍の報道では、フードバンクや子ども食堂を必要とする生活困窮者やひとり親世帯がクローズアップされました。フードバンクは「食品ロス削減」に活用されるという面もありますが、食料を必要としている人を支援するという意義が、消費者により理解されることが必要です。食品ロス削減推進法でも、フードバンクへの支援が謳われていますが、国や自治体が事業者やフードバンクと連携を図り、実態やニーズを把握した上で、消費者に周知すると共に、消費者が協力しやすい体制作りを進めてください。

*2019 年度食生活特別委員会「食品ロス削減に関する消費者意識調査 報告書」

<https://nacs.or.jp/renkei/liveproblem/>

以上