

報道関係各位

2023年9月4日
株式会社クロス・マーケティング

「卵・チーズ・乳製品」の値上げによる買い控え、1年前の3倍へ意識して摂っている栄養成分「食物繊維」「たんぱく質」「ビタミンC」

－ 2023年8月 新型コロナウイルス生活影響度調査（食生活編） －

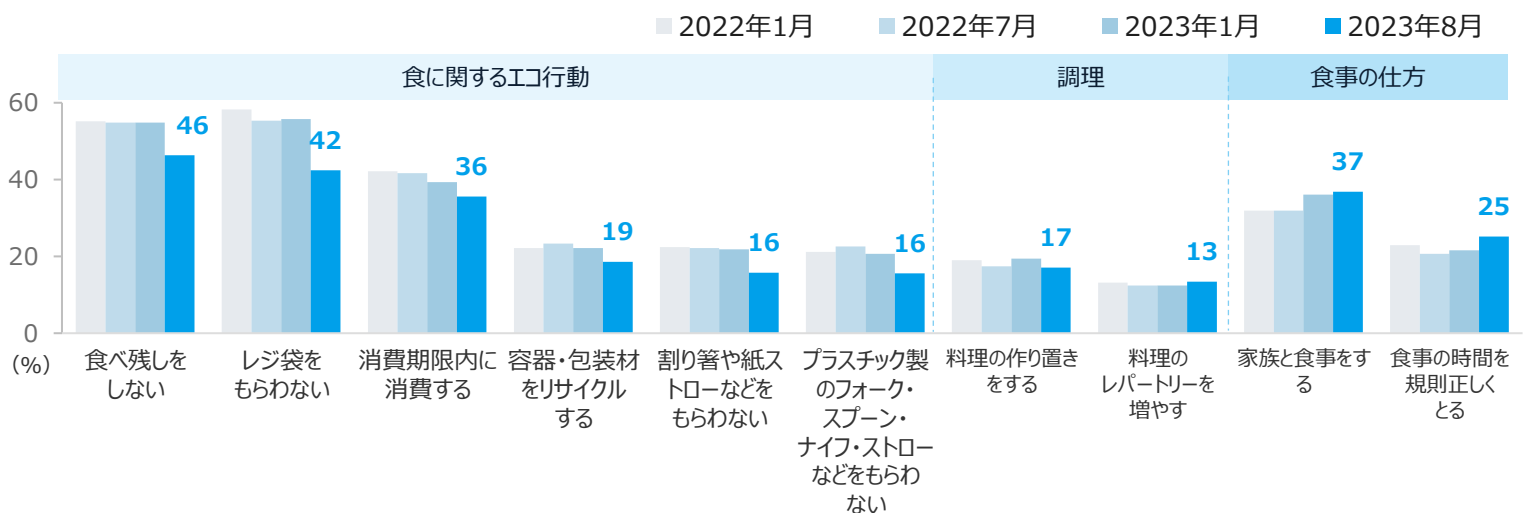
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、新型コロナウイルスが消費者の行動や意識に与える影響の把握を目的として、全国47都道府県に在住する20～69歳の男女2,500人を対象に「新型コロナウイルス生活影響度調査」を第1回（2020年3月12日～13日）から定期的実施。2023年8月は、新型コロナウイルス5類「定点把握」で感染者数が増加に転じた8月25日～27日に調査を行い、人々の意識・行動について分析しました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

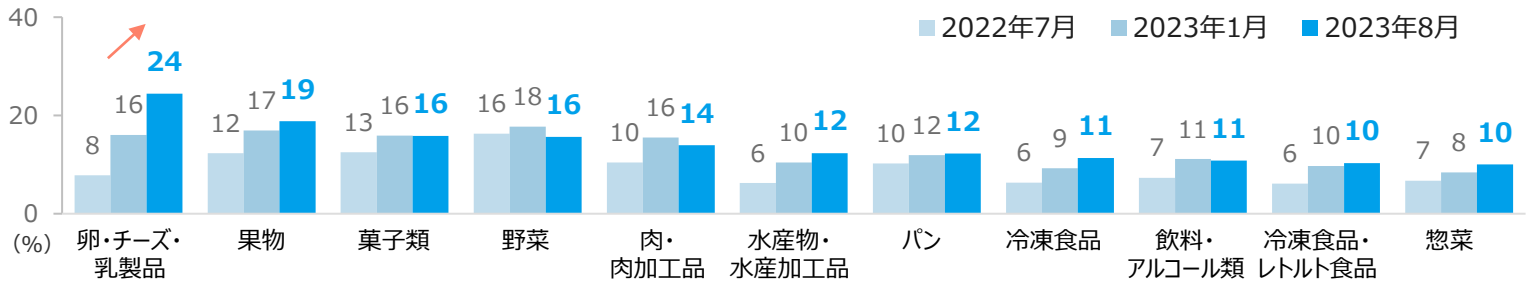
- ✓ **【食に関する普段の行動】** 食に関して普段の行動としては「食べ残しをしない」「レジ袋をもらわない」が4割台、「家族と食事をする」「消費期限内に消費する」が3割台。時系列では「家族と一緒に」「規則正しい時間に」食事をする人が伸びている。一方、「食べ残しをしない」「レジ袋」「割り箸や紙ストロー」「プラスチック製のフォーク・スプーン」をもらわない、「容器・梱包材のリサイクル」などのエコ行動は軒並み減少している。＜図1＞
- ✓ **【買い控え食品】** 燃料価格、輸入コストや輸入原料・餌代の高騰に加え円安により、2022年から続く値上げラッシュ。買い控えた食品は「卵・チーズ・乳製品」が24%と2022年7月結果より16ptと大きく上昇。鳥インフルエンザによる卵ショック解消の兆しは見えただものの、価格が高止まりしていることも一因と推察される。次いで「果物」が19%。「水産物・水産加工物」「冷凍食品」は、2022年7月より倍近くの買い控えがあった。＜図2＞
- ✓ **【栄養成分】** 現在意識して摂っている栄養成分は「食物繊維」「たんぱく質（プロテイン）」「ビタミンC」で20%台であり、今後摂りたい栄養成分の上位と大きな変わりはない。今後摂りたい栄養成分の「食物繊維」「ビタミンC」「乳酸菌」「カルシウム」「鉄分」「大豆イソフラボン」は、女性の摂取意向が男性よりも10pt以上高い。＜図3＞
- ✓ **【海外料理】** 食べたいと思う海外料理は、ピザ、パスタなど「イタリア料理」47%、麻婆豆腐など「中国料理」42%がTOP2。3か月以内に外食した／家庭で調理したTOP2も同様な結果であった。＜図4＞
- ✓ **【新型コロナウイルスに対する不安・ストレス度】** 定点指標の「直近1週間の不安度」は4pt増の29%、「将来に対する不安度」は微増の39%。猛暑日が多かったこともあり「直近1週間のストレス度」は6pt増の48%であり、不安度、ストレス度ともに増加に転じた。＜図5＞項目別不安度は「家族が感染する」「訪日外国人が増加すること」への不安がいずれも3pt上昇した。＜図6＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/health/20230904corona/>

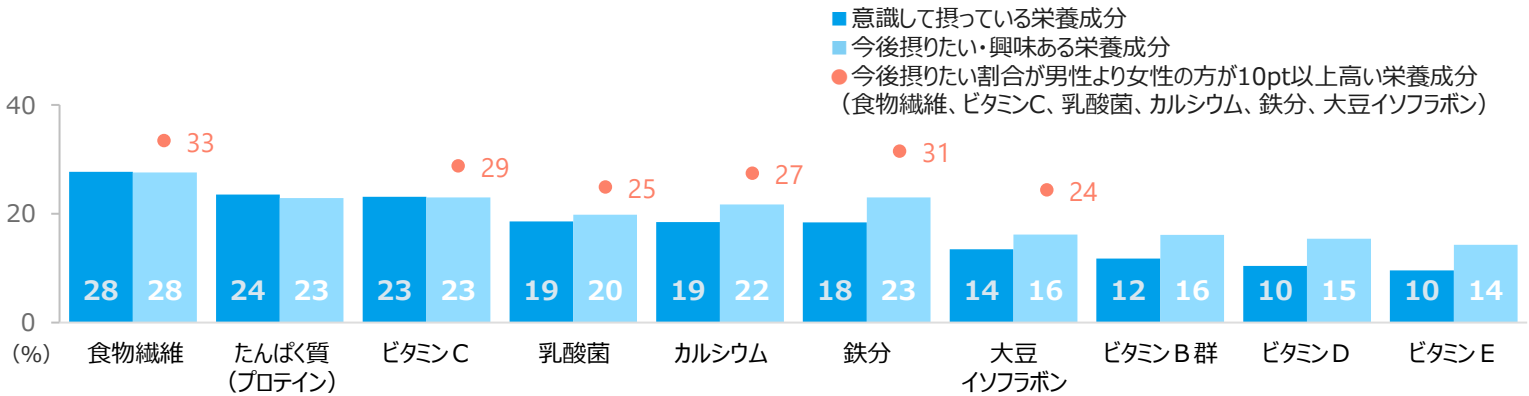
＜図1＞ 食に関する普段の行動（複数回答：n=2,500）※上位10項目を抜粋



＜図2＞ 値上げの影響により買い控えた食品（複数回答：n=2,500）※10%以上の項目を抜粋



＜図3＞ 現在意識して摂っている／今後摂りたい栄養成分（複数回答：n=2,500）※上位10項目を抜粋

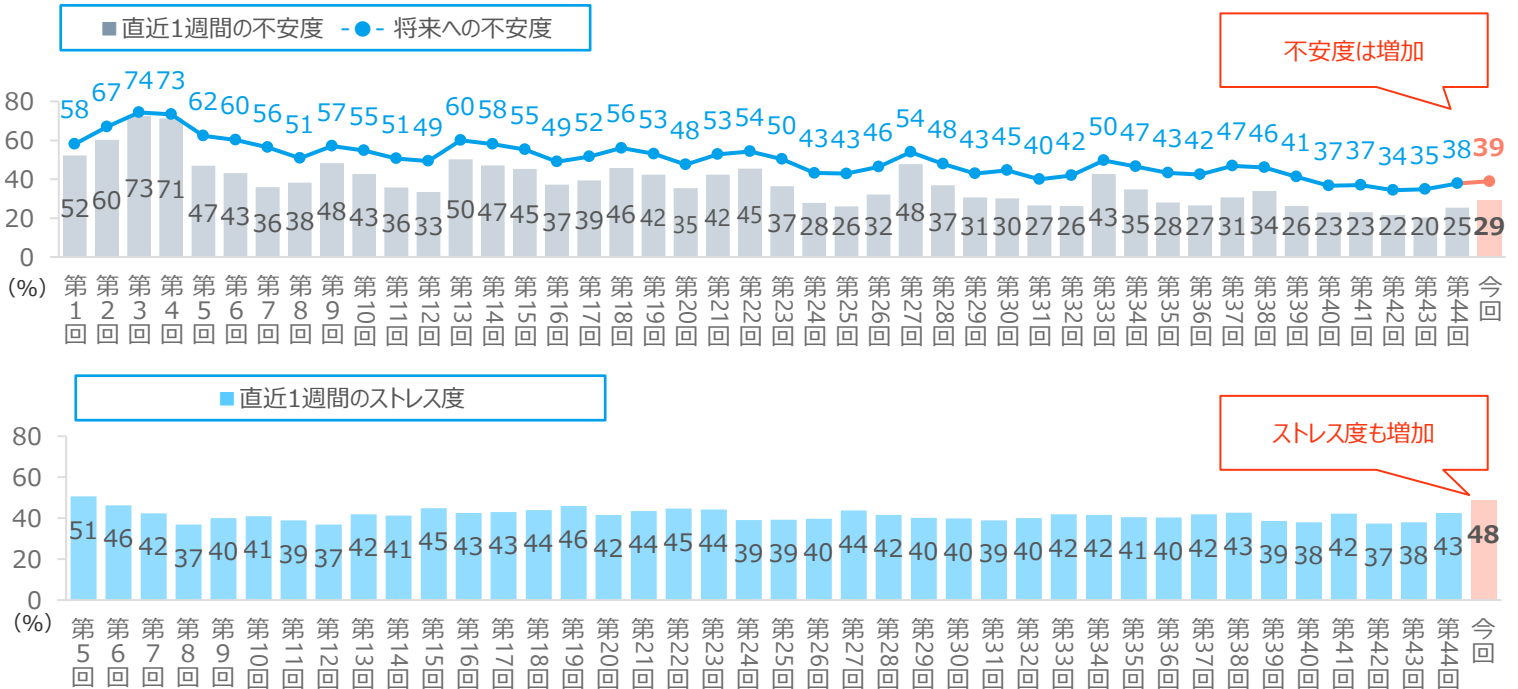


＜図4＞ 海外料理について（複数回答：n=2,500）※上位5項目を抜粋

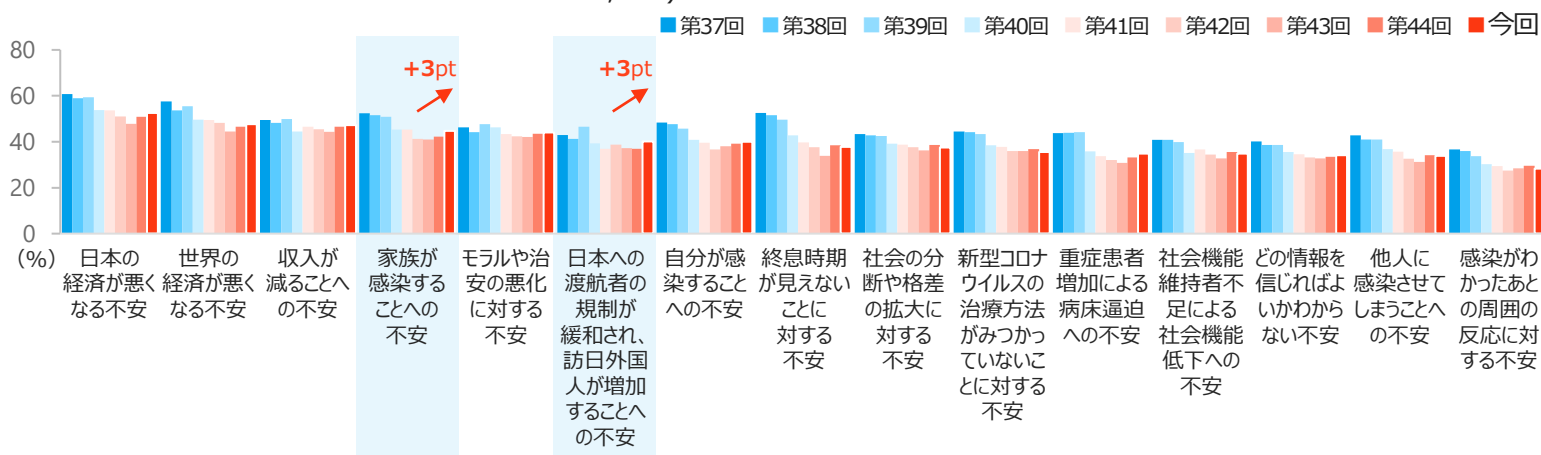
	食べたいと思う海外料理		直近3か月以内に外食した海外料理		直近3か月以内に家庭で調理した海外料理	
1位	イタリア料理	47	イタリア料理	20	イタリア料理	17
2位	中国料理	42	中国料理	14	中国料理	16
3位	台湾料理	35	インド料理	9	韓国料理	7
4位	韓国料理	35	韓国料理	8	インド料理	5
5位	インド料理	32	台湾料理	7	スペイン料理	3
					ハワイ料理	3

(%)

＜図5＞ 新型コロナウイルスに対する不安度・将来への不安度・ストレス度（単一回答：n=2,500）



<図6> 項目別の不安度（各項目単一回答：n=2,500）



■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年代/居住地/婚姻状況/子ども有無/
ワクチン接種状況/同居家族/同居子ども/世帯年収/職業）
- 調査結果トピックス（時系列比較まとめ・トピックスまとめ）

▼第1章 不安・行動の変化、ストレスについて

- 直近1週間の不安度/将来の不安度/ストレス度
- 現在の気持ち、項目別の不安度
- 直近1週間の外出目的
- 直近1週間に実施したこと/習慣化しそうなこと/現在困っていること

▼第2章 新型コロナウイルスのワクチン接種/マスク着用意識/検査について

- ワクチン接種状況と追加接種意向
- ワクチン追加接種不安要因/阻害要因
- 家の外や外出時におけるマスク着用意向/マスク非着用者への反応
- 活動シーン別のマスク着用意向
- 風邪症状があった場合のPCR・抗体検査の意向

▼第3章 新型コロナウイルスの流行を経た現在の食生活について

- 食事・飲食に関する行動別頻度/コロナ前と比べた増減変化
- 食に関する出費・食材の選び方
- 食に関する普段の行動
- 調理・キッチン家電の所有・利用実態
- コロナ流行をきっかけにした食事における意識変化
- 外食・会食への意識
- 意識して摂っている/今後摂りたい・興味がある栄養成分
- 健康や体調管理のために意識して摂るようになったもの（自由回答抜粋）
- 食生活で困っていること
- 値上げによって買い物を控えた食品
- 海外料理の喫食状況
- 家庭での調理した/調理したい海外料理（自由回答抜粋）

▼参考資料（調査結果詳細）

- 各項目の詳細分析

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/health/20230904corona/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2023年8月25日(金)～8月27日(日)

調査地域 : 全国47都道府県

有効回答数 : 本調査2,500サンプル

調査対象 : 20～69歳の男女

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

<調査実施時期>

▼2020年	第11回 (9/18-20)	第20回 (6/25-27)	第29回 (3/25-27)	▼2023年
第1回 (3/12-13)	第12回 (10/16-18)	第21回 (7/30-8/1)	第30回 (4/28-5/1)	第39回 (1/27-29)
第2回 (3/27-29)	第13回 (11/20-22)	第22回 (8/27-29)	第31回 (5/27-29)	第40回 (2/27-28)
第3回 (4/13-14)	第14回 (12/11-13)	第23回 (9/24-26)	第32回 (6/24-26)	第41回 (3/24-26)
第4回 (4/24-26)		第24回 (10/22-24)	第33回 (7/22-24)	第42回 (4/28-30)
第5回 (5/15-17)	▼2021年	第25回 (11/26-28)	第34回 (8/26-28)	第43回 (5/26-28)
第6回 (5/29-31)	第15回 (1/22-24)	第26回 (12/24-26)	第35回 (9/22-25)	第44回 (6/23-25)
第7回 (6/12-14)	第16回 (2/19-21)		第36回 (10/28-30)	第45回 (8/25-27)
第8回 (6/26-28)	第17回 (3/26-28)	▼2022年	第37回 (11/25-27)	
第9回 (7/17-19)	第18回 (4/23-25)	第27回 (1/28-30)	第38回 (12/23-25)	
第10回 (8/21-23)	第19回 (5/28-30)	第28回 (2/25-27)		

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」