

報道関係者様 各位



---

ニューノーマル下での食品購買行動 全3回オムニバス調査結果

**新たな食生活志向の定着の中でスーパーでの食品買物行動を予測  
「食費の節約」「食品のストック」「免疫力アップ商品への傾注」  
は3大要素として定着  
「新しいメニュー」「手の込んだ料理志向」は低下し、  
「非日常食生活」は薄れる**

---

株式会社読売広告社グループの株式会社ショッパーインサイト（本社：東京都港区、代表取締役社長：石川 茂樹、以下 ショッパーインサイト）は、第3波が全国的に加速するこの12月4日から6日にかけて、関東・関西圏の20～60代主婦1040人を対象に、「新型コロナウイルス禍の自粛生活における食・購買行動への影響度調査」を実施いたしました。

新型コロナが再び大流行の不安の中での本調査で、6月の自粛期間明け直後の第1回調査、第2波が緩やかな減少傾向に転じた8月の第2回調査との変化を把握し、今後の食品スーパーでの購買行動の変化を予測することを目的としています。

食品メーカー、小売業にとって、コロナ禍の影響が長期化し、年末年始に向けて不安が増大している中で、これからの販促企画の手がかりになると確信しております。

調査結果から見てきた主な兆しとして、これまでの傾向であった**「食費の節約」「食品のストック」「免疫力アップ商品への傾注」**は3大要素として定着している。自粛生活きっかけの飲食店からのテイクアウトは行動として続いているが、内食では**「新しいメニュー」「手の込んだ料理志向」**は低下している。直近のクリスマス、年末年始と行事が続く中、「行事食をつくる」意向はあるものの、「高級食材を買う」、親類や友人を招くなどのハレ感は去年と比べて弱まっています。全般的に**「非日常食生活」**は薄れている傾向が垣間見えます。

## 【調査結果のポイント】

### ・ニューノーマル下で、節約・ストック志向は定着

全3回の調査で「食品のストック」「食費の節約」は変わっておらず、ニューノーマルな食品購買行動として、定着。「免疫カアップ商品への傾注」と併せて、3大要素の定着といえそうです。

### ・免疫カアップ商品への傾注は習慣化 ～「ねばねば食材」圧倒的、「ヨーグルト類」「きのこ類」上位

免疫カアップ商品への傾注は食品買物行動で習慣化、この傾向は長期化するのではないのでしょうか。12月は季節性も出てきており、「鍋物」「スープやポトフ」が大きく上昇しています。

### ・非日常感は薄れつつあり、スーパーなどでの買物外出ストレスは軽減、緊張感は低下傾向

スーパーでの注意深い買い物行動はうかがえる一方、買物に外出するストレスは大きく低下。コロナ禍を警戒するも、非日常からニューノーマルな日常、習慣が定着してきています。

### ・「新しいメニュー」「手の込んだ料理」などが下降。再び自粛生活があっても、非日常的な行動は控えめ

再び緊急事態宣言が発令されたらおこなう行動については、全体としては3回の調査で大きな差は見られませんが、「新しいメニュー」「手の込んだ料理」などが下降しており、非日常的な食生活は控えめになってきているかもしれません。

### ・年末年始の「行事食を作る」志向は高いが、「高級食材を買う」、客を招くなどのハレ感は下降

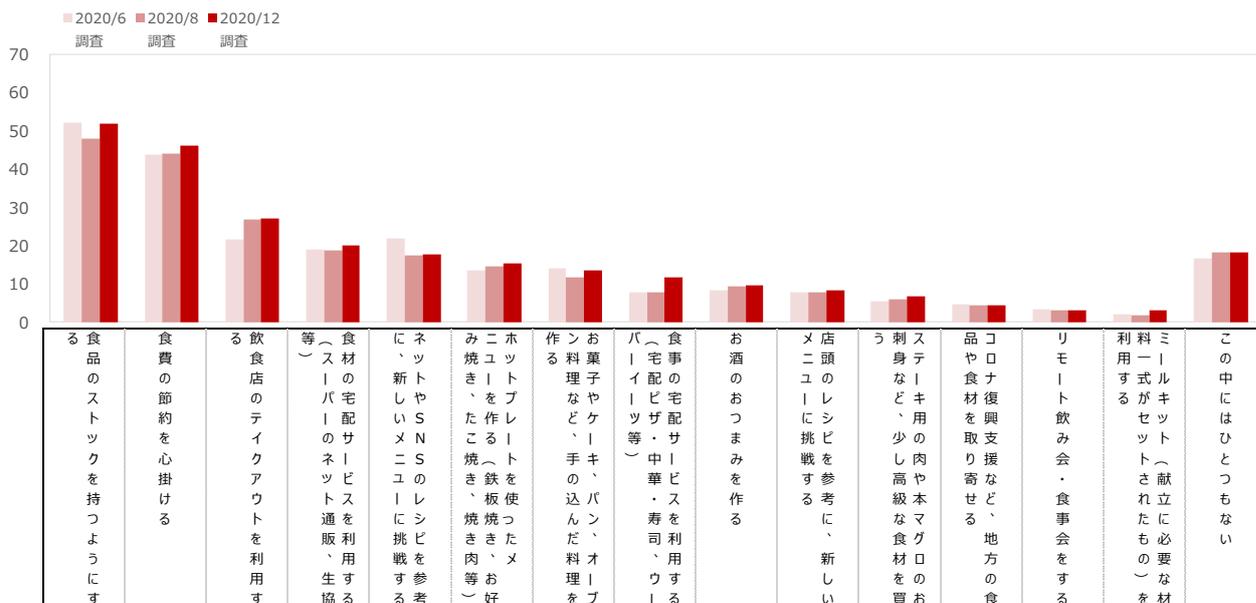
年末年始は「行事食を作る」志向は高いようです。しかし、去年と比較して、「高級食材を買う」「親、子供などを招く」などが低くなり、ハレ感が弱まっています。

## 【調査結果サマリー】

### ・ニューノーマル下で、節約・ストック志向は定着

自粛解除後でも続けている行動／増やしている行動は「食費の節約」「食品のストック」で、全3回の調査から共通に浮かび上がってきます。

#### ■ 自粛解除後でも続けている行動／増やしている行動（MA）【時系列】

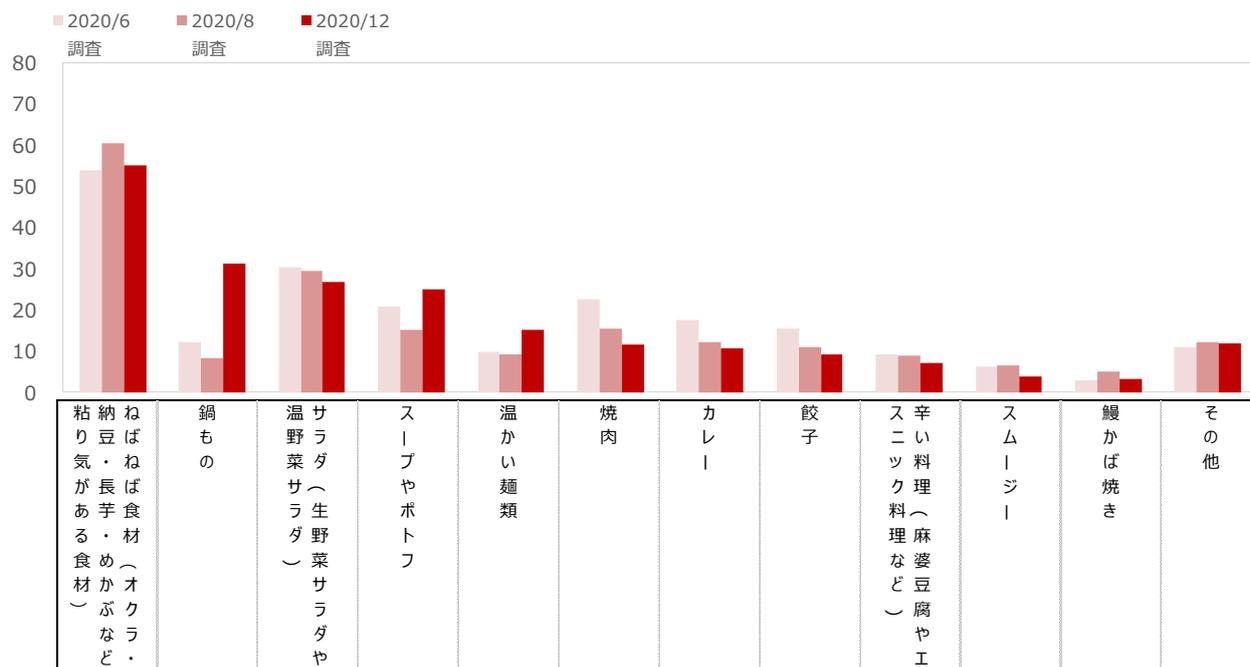


## ・免疫カアップ商品への傾注は習慣化 ～「ねばねば食材」圧倒的、「ヨーグルト類」「きのこ類」上位

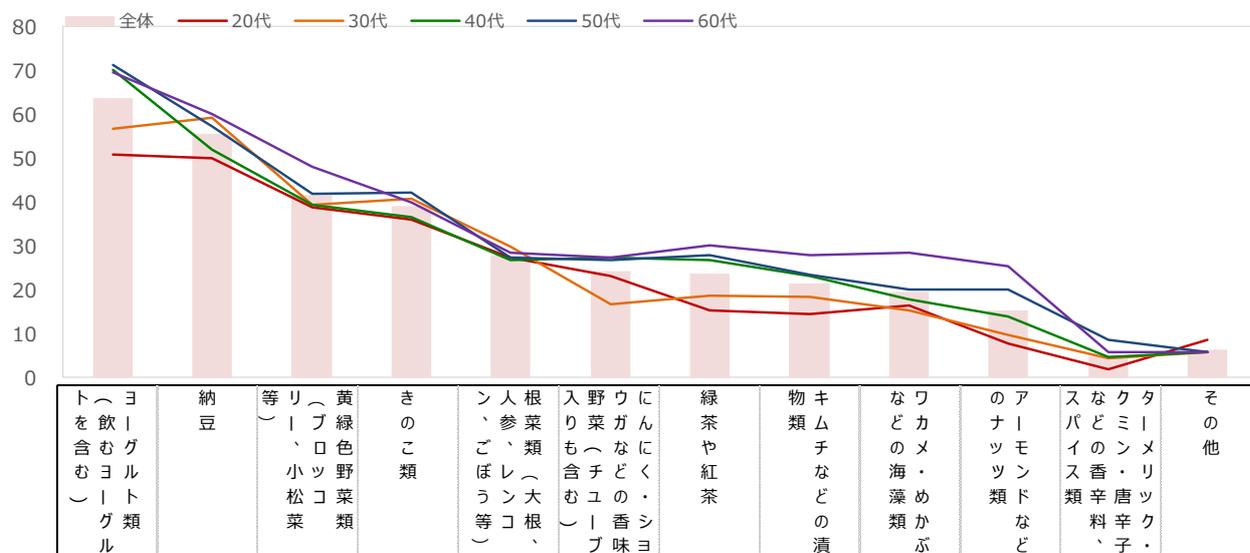
免疫カアップを目的に食べているメニューは、3回の調査にわたって「ねばねば食材」がトップ。12月調査では、「鍋物」など冬場のメニューでスコアが伸びています。

免疫カアップを期待して購入しているのは「ヨーグルト類」「納豆」。次いで「緑黄色野菜」「きのこ類」と続いています。「ヨーグルト類」は〈20代〉で低め、〈40代〉〈50代〉〈60代〉で高めとなっています。〈60代〉では「緑黄色野菜」など多くの食品で高めとなっています。

### ■免疫カアップを目的に食べているメニュー（MA）【時系列】



### ■免疫カアップを期待して購入している食品（MA）【12月】



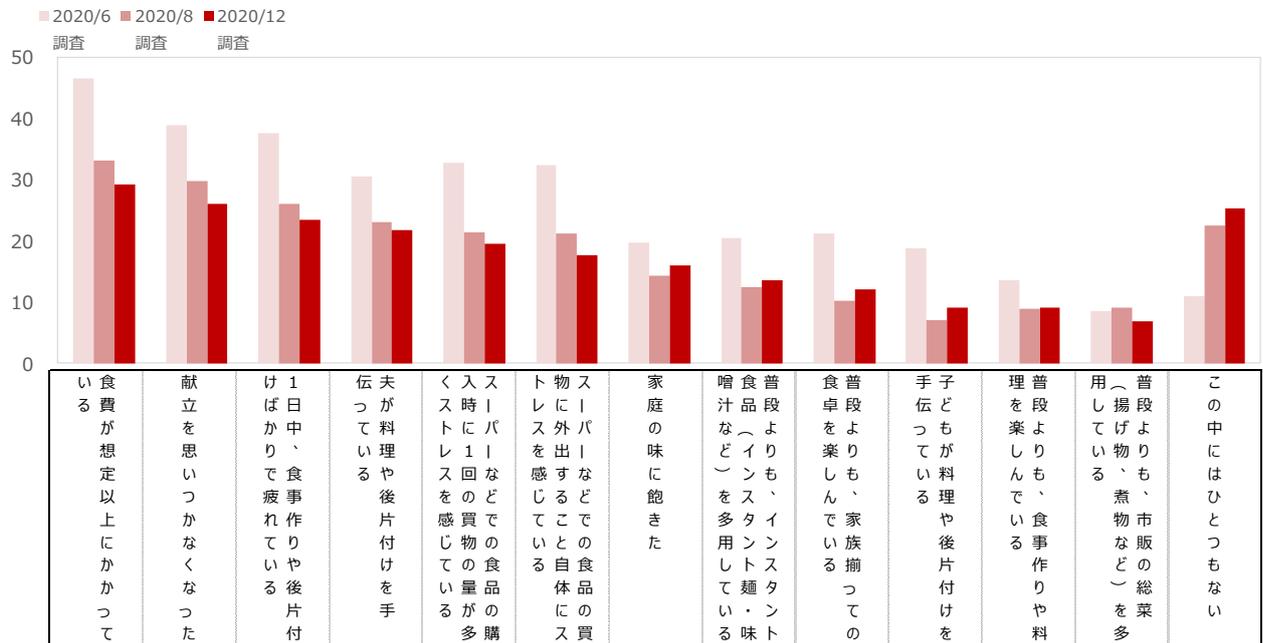
## ・非日常感は薄れつつあり、スーパーなどでの買物外出ストレスは軽減、緊張感は低下傾向

6月調査から12月調査にかけて、「食費が想定以上にかかっている」「献立を思いつかなくなった」をはじめ、多くの項目でスコアが大きく下降しています。「スーパーなどでの買物の量が多くストレス」「スーパーなどへの買物に外出するのがストレス」でもスコアは大きく下降していることがわかります。

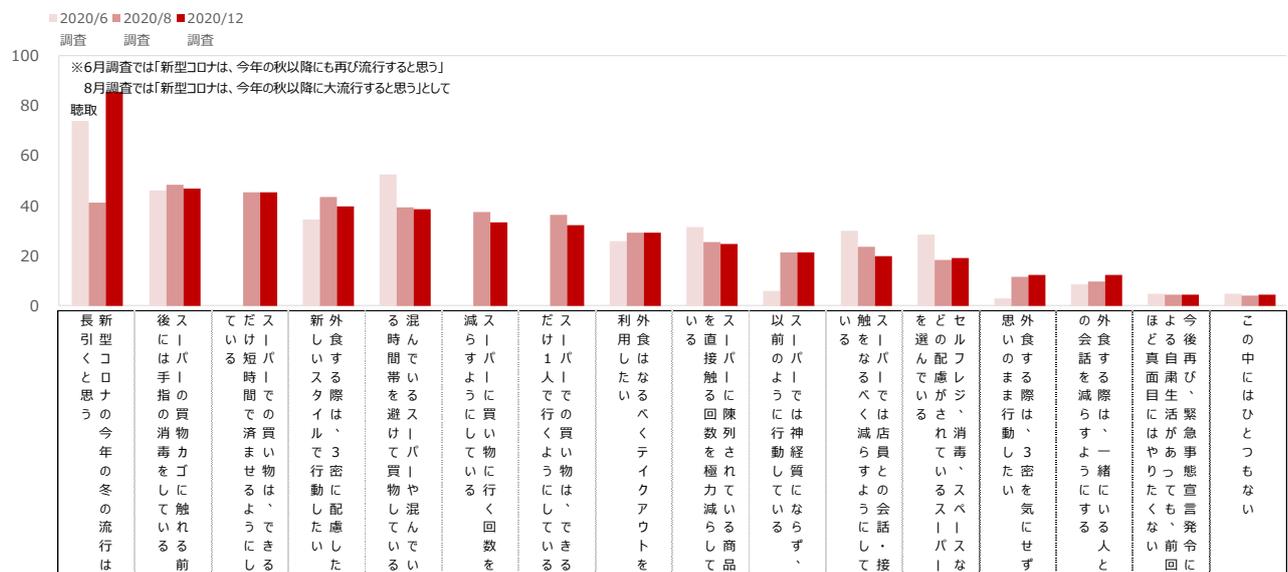
今後の予測や意向を尋ねたところ、新型コロナの流行については、6月調査後8月調査では一旦スコアを大きく下げましたが、12月調査では一挙にスコアが上昇しています。一方、「混んでいるスーパーや混んでいる時間帯を避けて買物している」「スーパーでは店員との会話・接触をなるべく減らすようにしている」などは6月調査でもっとも高く、8月調査以降は「スーパーでは神経質にならず、以前のように行動している」が高くなっています。

コロナ禍を警戒するも、非日常からニューノーマルな日常、習慣が定着してきています。

### ■自粛生活中に経験し、その後も続いていること (MA)【時系列】



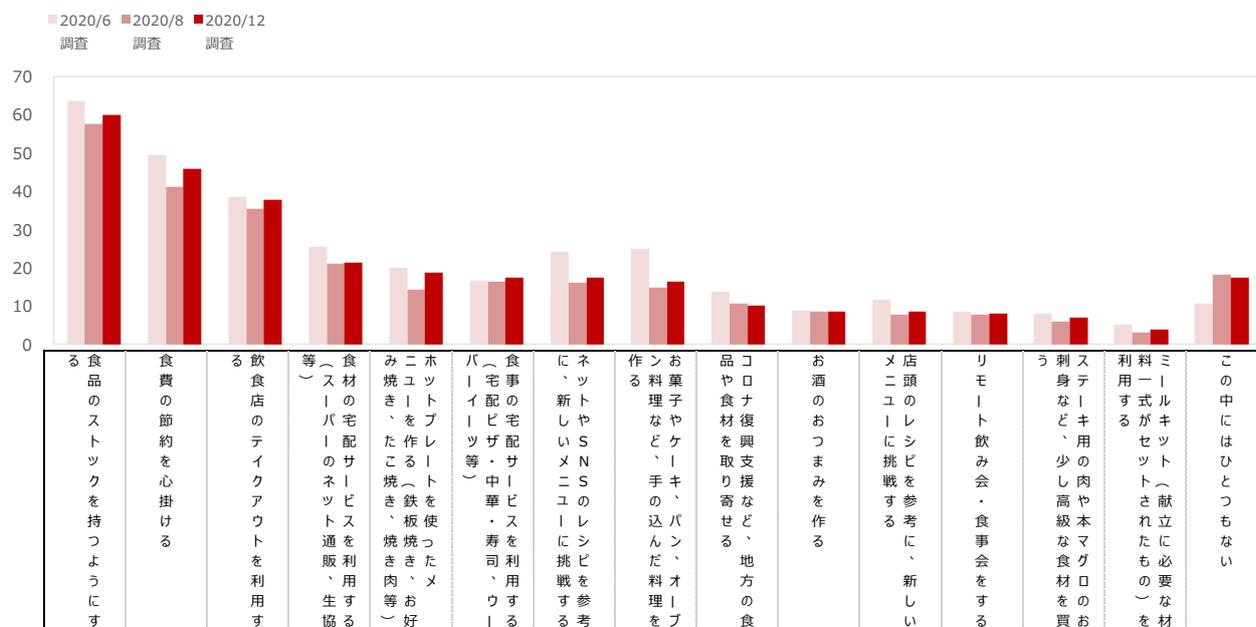
### ■今後の予測や意向 (MA)【時系列】



## ・「新しいメニュー」「手の込んだ料理」が下降。再び自粛生活があっても、非日常的行動は控えめ？

再び緊急事態宣言が発令されたらおこなう行動については、全体としては3回の調査で大きな差は見られませんが、「新しいメニュー」「手の込んだ料理」などが下降しており、非日常的な食生活は控えめになってきているかもしれません。

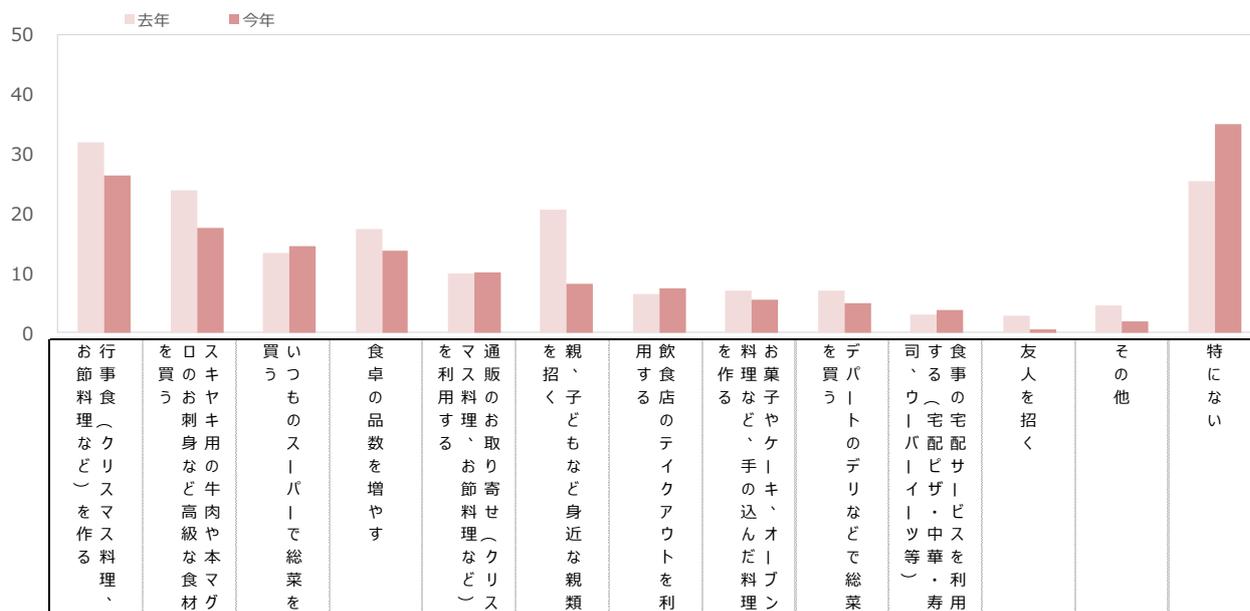
### ■この後自粛生活があるとしたら行う行動（MA）【時系列】



## ・年末年始の「行事食を作る」志向は高いが、「高級食材を買う」、客を招くなどのハレ感は下降

去年と比べて、「行事食を作る」「高級な食材を買う」「親、子どもなどを招く」が、下降しており、ハレ感が弱まる傾向にあります。「行事食を作る」が最も高く、次いで「高級な食材を買う」とは上位だが、身近な親類を招く、友人を招くは下がり、いつものスーパーで総菜を買う、特にないなどが伸びており、ハレ系の行動意向が全体的に下降していることがわかります。

## ■年末・年始の具体的な食卓（MA）【12月】



## ・その他

調査ではその他、

- ・ 再び緊急事態宣言による自粛生活があった場合にストックする予定の商品
- ・ 自粛した行動の再開及び再開予定
- ・ 今年の冬に食生活で心掛けたいこと

など、ほかにもニューノーマル下での食生活、新しい生活スタイルの指向などを確認しています。

今回調査、および6月実施の1回目調査、8月実施の2回目調査の詳細結果を有償で提供しております。詳細につきましては、以下にお問い合わせください。

### 株式会社ショッパーインサイト 概要

- 本社所在地：〒107-6102 東京都港区赤坂 5-2-20 赤坂パークビル
- 代表者：代表取締役社長 石川茂樹（いしかわしげき）
- 資本金：300,000,000円
- 設立年月日：2013年5月1日
- 主事業内容：食品スーパーのID-POSデータや店頭取得データでショッパーの購買行動を把握・分析するマーケティング支援、コンサルティング、販促支援サービス。
- webサイト：<http://shopperinsight.co.jp/>

### 本件に関するお問合せ先

TEL：03-6277-7030 / FAX 03-3505-2080  
 e-mail：press@shopperinsight.co.jp  
 担当：ショッパーインサイト 西川