2021 年 3 月 22 日
楽天インサイト株式会社

インターネット通販サイトでの食品購入が増加したという人が約 4 割。「オンライン飲み会」の参加経験者は約 2 割、良かった点 1 位は「遠方の相手とも食事しながら交流ができる」こと

- コロナ禍における食生活に関する調査 -

URL： https://insight.rakuten.co.jp/report/20210322/

楽天インサイト株式会社は、「コロナ禍における食生活に関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2021 年 2 月 16 日（火）から 2 月 18 日（木）の 3 日間、楽天インサイトに登録しているモニター（約 220 万人）の中から、全国の 20～69 歳の男女 1,000 人を対象に行いました。新型コロナウイルスの感染拡大による、食品の購入や普段の食生活に関する変化を調査しました。

■□　調査結果　□■

■新型コロナウイルス感染拡大の影響で、約 2 割の人で「スーパーマーケットや食品店などでの食料品購入費用」が増加。4 割以上が「外食における飲食費用」が減ったと回答。

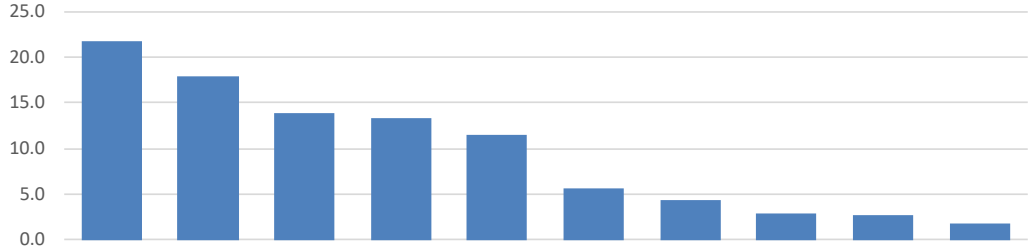
新型コロナウイルス感染拡大の影響による世帯 1 カ月あたりの飲食費用の変化を聞いたところ、最も増えた項目では「スーパーマーケットや食品店などでの食料品購入費用」と回答した人が 21.7%、次いで「テイクアウトにおける飲食費用」（18.0%）、「オンライン（インターネット）での食料品購入費用」（13.8%）、「宅配、デリバリーにおける飲食費用」（13.3%）となった。一方、減った飲食費用の項目では「外食における飲食費用」（43.6%）と「外食におけるアルコール類（酒）飲用費用」（32.7%）と回答した人が他の項目に比べて多い結果となった。

性年代別に見ると、特に女性 20 代における増えた飲食費用の項目について、前述の 4 項目に加え、「スーパーマーケットや食品店などでのアルコール類（酒）購入費用」（全体：11.5%、女性 20 代：23.1%）および「宅配、デリバリーにおけるアルコール類（酒）飲用費用」（全体：2.9%、女性 20 代：14.1%）の計 6 項目が、全体より 10 ポイント以上高い結果となった。また、女性 30 代では「テイクアウトにおける飲食費用」（全体：18.0%、女性 30 代：33.3%）、「宅配、デリバリーにおける飲食費用」（全体：13.3%、女性 30 代：31.1%）が全体より 10 ポイント以上高い結果となった。

◇新型コロナウイルス感染拡大の影響により増えた・減った飲食費用（世帯 1 カ月あたり）（n=1,000：全員回答）複数回答　単位：%

新型コロナウイルス感染拡大の影響により増えた飲食費用（世帯1カ月あたり）

（%）



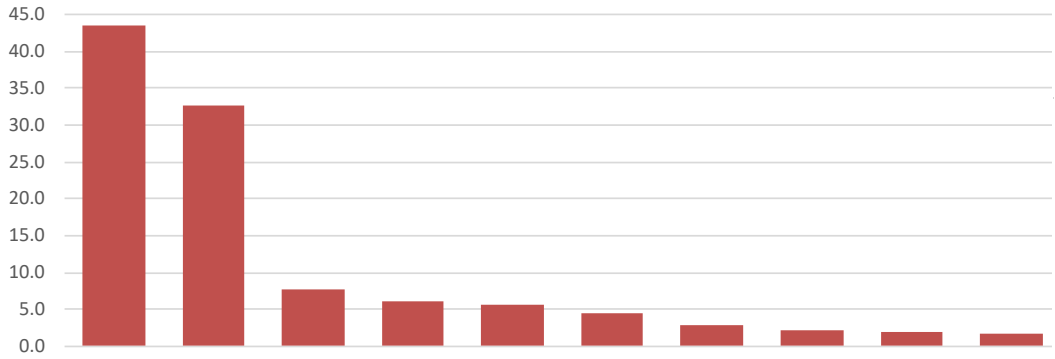
		n	スーパーマーケットや食品店などでの食料品購入費用	テイクアウトにおける飲食費用	オンライン（インターネット）での食料品購入費用	宅配、デリバリーにおける飲食費用	スーパーマーケットや食品店などでのアルコール類（酒）購入費用	オンライン（インターネット）でのアルコール類（酒）購入費用	外食における飲食費用	宅配、デリバリーにおけるアルコール類（酒）飲用費用	テイクアウトにおけるアルコール類（酒）飲用費用	外食におけるアルコール類（酒）飲用費用
全体		1000	21.7	18.0	13.8	13.3	11.5	5.6	4.4	2.9	2.7	1.8
性年代	男性 20代	84	19.0	16.7	9.5	11.9	8.3	6.0	7.1	3.6	3.6	4.8
	男性 30代	93	22.6	19.4	17.2	19.4	11.8	7.5	5.4	5.4	7.5	1.1
	男性 40代	120	19.2	10.0	9.2	7.5	12.5	5.8	5.8	0.8	1.7	2.5
	男性 50代	105	16.2	11.4	10.5	5.7	11.4	4.8	7.6	2.9	1.9	2.9
	男性 60代	102	13.7	3.9	8.8	1.0	7.8	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性 20代	78	33.3	32.1	24.4	33.3	23.1	14.1	9.0	14.1	11.5	5.1
	女性 30代	90	24.4	33.3	22.2	31.1	13.3	4.4	3.3	1.1	1.1	1.1
	女性 40代	117	32.5	27.4	17.9	15.4	12.8	3.4	3.4	1.7	0.0	0.9
	女性 50代	104	17.3	14.4	9.6	9.6	9.6	2.9	2.9	2.9	1.9	1.0
	女性 60代	107	20.6	16.8	12.1	6.5	6.5	3.7	0.9	0.0	0.9	0.0

＊全体で降順ソート

＊■は全体＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

新型コロナウイルス感染拡大の影響により減った飲食費用（世帯1カ月あたり）

（%）



		n	外食における飲食費用	外食におけるアルコール類（酒）飲用費用	スーパーマーケットや食品店などでの食料品購入費用	テイクアウトにおけるアルコール類（酒）飲用費用	テイクアウトにおける飲食費用	スーパーマーケットや食品店などでのアルコール類（酒）購入費用	宅配、デリバリーにおけるアルコール類（酒）飲用費用	宅配、デリバリーにおける飲食費用	オンライン（インターネット）でのアルコール類（酒）購入費用	オンライン（インターネット）での食料品購入費用
全体		1000	43.6	32.7	7.8	6.2	5.6	4.4	2.8	2.3	1.9	1.8
性年代	男性 20代	84	26.2	29.8	6.0	8.3	6.0	7.1	3.6	6.0	3.6	2.4
	男性 30代	93	39.8	31.2	9.7	11.8	8.6	11.8	6.5	5.4	4.3	4.3
	男性 40代	120	39.2	31.7	5.0	6.7	7.5	1.7	5.8	1.7	1.7	0.8
	男性 50代	105	39.0	36.2	5.7	4.8	5.7	2.9	3.8	1.9	1.9	1.9
	男性 60代	102	46.1	33.3	3.9	5.9	3.9	2.9	0.0	1.0	1.0	1.0
	女性 20代	78	50.0	42.3	6.4	2.6	5.1	1.3	1.3	1.3	1.3	0.0
	女性 30代	90	52.2	32.2	10.0	7.8	6.7	4.4	5.6	6.7	2.2	1.1
	女性 40代	117	47.0	23.1	8.5	6.8	2.6	6.0	0.9	0.0	0.0	0.9
	女性 50代	104	44.2	31.7	6.7	2.9	4.8	2.9	0.0	0.0	2.9	2.9
	女性 60代	107	51.4	38.3	15.9	4.7	5.6	3.7	0.9	0.9	0.9	2.8

＊全体降順でソート

＊■は全体＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

■食品購入場所として「インターネット通販サイト」の利用が増えた人が 40.3%

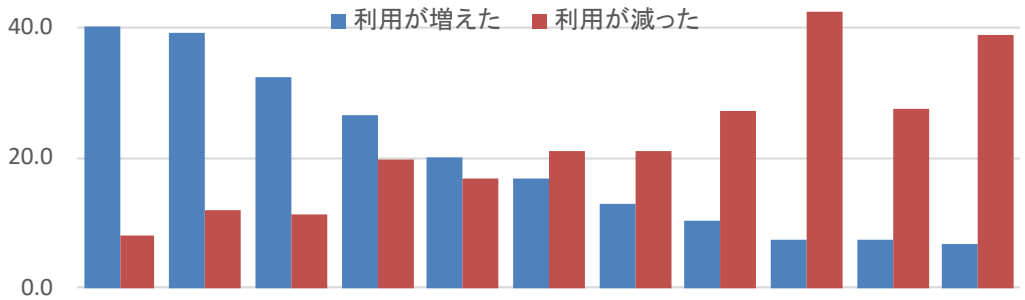
新型コロナウイルス感染拡大前（2020 年 2 月以前）と現在（2021 年 2 月調査時点）を比較して食品購入場所の利用増減を聞いたところ、利用が増えた場所の 1 位と 2 位は「インターネット通販サイト」（40.3%）、「スーパーマーケット」（39.1%）の順となり、対して利用が減った場所の 1 位と 2 位は「飲食店」（42.4%）、「デパート・百貨店」（38.8%）であった。

性年代別に見ると、特に男性 20 代、女性 20 代、女性 30 代で「インターネット通販サイト」（それぞれ 52.4%、56.4%、54.4%）が増加したと答えた割合が全体より 10 ポイント以上高い結果となった。また、男性 20 代では「ネットスーパー」（34.5%）の利用が増えたと回答した人も全体（20.1%）より 10 ポイント以上高かった。

◇新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、利用が増えた・減った食品購入場所（n=1,000：全員回答）

複数回答　単位：%

(%)



	インターネット通販サイト	スーパーマーケット	ドラッグストア	コンビエンスストア	ネットスーパー	ホームセンター	食材宅配サービス	自動販売機	飲食店	個人商店	デパート・百貨店
利用が増えた	40.3	39.1	32.2	26.5	20.1	16.7	12.8	10.2	7.3	7.2	6.8
利用が減った	7.9	12.0	11.2	19.6	16.9	21.0	20.9	27.0	42.4	27.4	38.8

＊「利用が増えた」降順でソート

(%)

「利用が増えた」食品購入場所		n	インターネット通販サイト	スーパーマーケット	ドラッグストア	コンビエンスストア	ネットスーパー	ホームセンター	食材宅配サービス	自動販売機	飲食店	個人商店	デパート・百貨店	その他	特になし
全体		1000	40.3	39.1	32.2	26.5	20.1	16.7	12.8	10.2	7.3	7.2	6.8	0.4	37.5
性年代	男性 20代	84	52.4	44.0	35.7	32.1	34.5	21.4	13.1	20.2	14.3	9.5	13.1	0.0	25.0
	男性 30代	93	39.8	45.2	35.5	31.2	23.7	21.5	16.1	16.1	12.9	9.7	10.8	1.1	34.4
	男性 40代	120	37.5	35.0	30.8	26.7	15.8	15.8	6.7	11.7	6.7	10.0	5.0	0.8	45.0
	男性 50代	105	22.9	27.6	19.0	19.0	14.3	8.6	8.6	9.5	5.7	6.7	4.8	1.9	54.3
	男性 60代	102	34.3	38.2	24.5	22.5	18.6	24.5	8.8	13.7	6.9	4.9	4.9	0.0	46.1
	女性 20代	78	56.4	51.3	47.4	43.6	24.4	12.8	16.7	7.7	12.8	6.4	15.4	0.0	17.9
	女性 30代	90	54.4	54.4	43.3	33.3	24.4	16.7	21.1	5.6	5.6	6.7	2.2	0.0	21.1
	女性 40代	117	41.0	38.5	36.8	23.1	18.8	15.4	13.7	6.0	5.1	5.1	8.5	0.0	37.6
	女性 50代	104	38.5	30.8	29.8	20.2	15.4	16.3	13.5	8.7	4.8	4.8	4.8	0.0	42.3
	女性 60代	107	34.6	33.6	25.2	20.6	16.8	15.0	13.1	4.7	1.9	8.4	1.9	0.0	40.2

＊全体で降順ソート

＊■は全体＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

(%)

「利用が減った」食品購入場所		n	飲食店	デパート・百貨店	個人商店	自動販売機	ホームセンター	食材宅配サービス	コンビエンスストア	ネットスーパー	スーパーマーケット	ドラッグストア	インターネット通販サイト	その他	特になし
全体		1000	42.4	38.8	27.4	27.0	21.0	20.9	19.6	16.9	12.0	11.2	7.9	0.4	42.1
性年代	男性 20代	84	41.7	39.3	34.5	31.0	22.6	25.0	27.4	15.5	13.1	15.5	8.3	1.2	28.6
	男性 30代	93	37.6	37.6	32.3	29.0	22.6	26.9	22.6	20.4	9.7	10.8	12.9	0.0	40.9
	男性 40代	120	40.0	40.0	20.8	23.3	15.8	24.2	17.5	16.7	8.3	8.3	6.7	0.0	49.2
	男性 50代	105	28.6	25.7	15.2	14.3	16.2	14.3	15.2	12.4	10.5	9.5	7.6	0.0	56.2
	男性 60代	102	43.1	36.3	32.4	19.6	14.7	20.6	17.6	16.7	13.7	16.7	5.9	1.0	48.0
	女性 20代	78	51.3	43.6	35.9	41.0	33.3	26.9	19.2	21.8	11.5	10.3	7.7	0.0	21.8
	女性 30代	90	57.8	61.1	40.0	43.3	34.4	32.2	31.1	22.2	14.4	16.7	12.2	1.1	27.8
	女性 40代	117	46.2	35.9	26.5	29.9	23.1	17.1	17.1	15.4	13.7	7.7	6.8	0.0	42.7
	女性 50代	104	34.6	34.6	21.2	20.2	13.5	11.5	14.4	14.4	9.6	6.7	3.8	1.0	51.9
	女性 60代	107	46.7	38.3	22.4	25.2	19.6	15.0	17.8	15.9	15.9	12.1	8.4	0.0	43.0

＊全体で降順ソート

＊■は全体＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

■「外食」が減り、「自炊」や「テイクアウト」、「デリバリー」利用の増加傾向が顕著。学生等は「冷凍食品」の活用が増え、有職者では「朝食を摂らない人」が減少

新型コロナウイルス感染拡大前（2020 年 2 月以前）と現在（2021 年 2 月調査時点）について、平日（朝食・昼食・夕食ごと）の食事形態をそれぞれ聴取（複数回答）し、差分を比較した。

全体では、朝食にはそれほど変化はみられなかったが、昼食・夕食で「外食（イートイン）」（以下「外食」）が減少し、「自炊」と「飲食店からの食品テイクアウト」（以下「テイクアウト」）が増加、さらに夕食では「デリバリー／宅配／出前」（以下「デリバリー」）が増加し、変化が目立つ結果となった。

有職者で在宅勤務を週 1 回以上している人では、朝食・昼食・夕食での「自炊」の増加や、昼食・夕食時の「デリバリー」、夕食時の「テイクアウト」が増加した。対して朝食時の「冷凍食品」と「食事を摂らない」人、昼食時の「社食／まかない」は減少した。また、昼食・夕食時の「外食」は特に大きく減少する結果となった。

一方、有職者で在宅勤務が週 1 回未満もしくはない人では、朝食にはそれほど変化はみられないが、昼食で「テイクアウト」の増加、夕食で「自炊」、「テイクアウト」、「デリバリー」の増加がみられる一方で、「外食」が減少するという結果となった。

専業主婦・主夫層では、朝食・昼食・夕食のすべてにおいて「外食」の減少が目立ち、さらに朝食では「購入した出来合いの食事」（以下「出来合いの食事」）も減少となった。また、昼食時は「出来合いの食事」が減少し「自炊」、「テイクアウト」、「デリバリー」が増加、夕食時は「自炊」が減り、「冷凍食品」や「テイクアウト」が増加する結果となった。

学生・その他・無職の層では、朝食で「自炊」が減り、「冷凍食品」が増加するといった他とは異なる傾向がみられた。昼食は「デリバリー」、「社食／まかない」、「外食」が減り、「冷凍食品」が増加、夕食

では「テイクアウト」が増えるという結果となった。

◇平日の食事形態（n=1, 000：全員回答）複数回答　単位：%

（%）

全体（n=1,000）	朝食		昼食		夕食	
	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分
自炊（自炊した弁当を含む）	73.1	0.7	64.7	3.3	84.8	2.8
購入した出来合いの食事（コンビニ弁当、カップラーメン、サンドウィッチ等）	15.3	-0.2	27.0	-0.6	14.4	-1.0
冷凍食品	7.1	-0.5	13.4	1.5	12.4	1.3
飲食店からの食品テイクアウト	3.4	-0.7	10.8	3.0	10.7	3.5
デリバリー／宅配／出前	2.8	0.6	7.6	1.2	9.0	2.8
社食・まかない	3.0	0.5	9.5	-1.2	3.8	1.0
外食（イートイン）	3.8	-0.8	12.8	-5.4	10.8	-5.6
その他	0.8	0.1	0.5	-0.1	0.5	0.1
食事を摂らない	14.0	-1.0	5.6	0.0	3.8	-0.4

■は2ポイント以上増えた項目

■は2ポイント以上減った項目

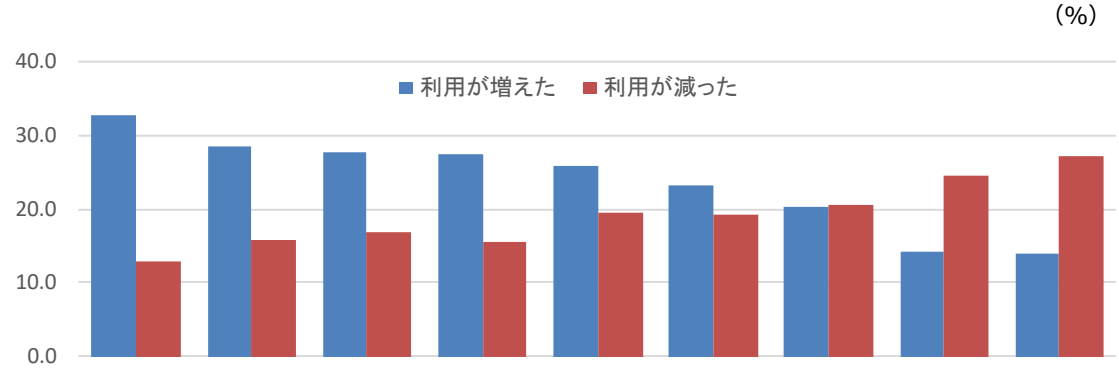
有職者	在宅勤務　週1以上（n=214）						在宅勤務　週1未満・なし（n=467）					
	朝食		昼食		夕食		朝食		昼食		夕食	
	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分
自炊（自炊した弁当を含む）	72.4	2.3	60.7	8.4	83.2	6.5	69.4	0.6	57.4	1.9	84.8	3.2
購入した出来合いの食事（コンビニ弁当、カップラーメン、サンドウィッチ等）	20.6	1.9	32.2	0.9	18.7	-1.4	15.8	-0.9	26.1	-0.2	13.9	-1.5
冷凍食品	8.9	-2.8	14.0	0.5	13.1	0.5	6.6	-0.4	11.1	1.9	12.0	1.9
飲食店からの食品テイクアウト	4.2	-0.9	13.1	0.5	14.5	3.3	3.4	-0.6	10.5	4.3	8.8	2.6
デリバリー／宅配／出前	3.3	-0.5	8.9	4.2	9.8	5.1	2.8	0.9	8.4	0.4	8.8	3.0
社食・まかない	3.7	0.0	7.0	-3.3	3.3	0.5	3.0	1.1	14.8	0.9	3.9	1.1
外食（イートイン）	6.1	-0.9	15.4	-15.0	13.1	-8.4	3.2	-0.6	13.9	-1.9	10.9	-5.1
その他	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0	0.2	0.0
食事を摂らない	13.6	-2.8	6.1	0.0	3.3	0.5	14.8	-1.1	4.5	0.2	3.6	-0.6

その他	専業主婦・主夫（n=151）						学生・その他・無職（n=168）					
	朝食		昼食		夕食		朝食		昼食		夕食	
	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分	現在	感染拡大前との差分
自炊（自炊した弁当を含む）	90.7	2.0	90.1	4.0	91.4	-2.0	68.5	-2.4	67.3	0.0	81.0	1.2
購入した出来合いの食事（コンビニ弁当、カップラーメン、サンドウィッチ等）	4.6	-3.3	19.9	-4.0	5.3	0.0	16.7	1.8	29.2	-0.6	18.5	0.0
冷凍食品	4.0	-1.3	15.9	0.7	11.3	2.0	8.9	3.0	16.7	2.4	13.7	0.0
飲食店からの食品テイクアウト	3.3	0.7	9.3	4.6	11.3	6.0	2.4	-1.8	10.1	1.2	10.7	4.2
デリバリー／宅配／出前	2.6	1.3	5.3	4.0	6.0	0.0	2.4	0.6	6.0	-3.0	11.3	1.8
社食・まかない	0.7	-0.7	1.3	-2.0	2.6	0.7	4.2	0.6	5.4	-3.6	5.4	1.8
外食（イートイン）	2.6	-2.6	7.3	-4.0	7.3	-9.3	3.6	0.6	11.3	-4.2	10.7	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.7	3.0	0.6	1.8	-0.6	1.8	0.0
食事を摂らない	6.6	-1.3	3.3	-1.3	3.3	0.0	19.0	1.8	10.1	0.6	5.4	-1.2

■普段消費する飲料（アルコールを除く）において、「お茶類のティーバッグ」の利用が増加した人が 3 割以上

新型コロナウイルス感染拡大前（2020 年 2 月以前）と現在（2021 年 2 月調査時点）を比較して、アルコールを除く飲料の普段の消費変化を聞いたところ、「利用が増えた」項目について「お茶類（紅茶・緑茶・ハーブティー等）のティーバッグ」（32.9%）が最も多く、次いで「インスタントコーヒー」、「ドリップコーヒー」、「紅茶・お茶等の茶葉」の利用増加が 3 割近くとなった。一方、「利用が減った」項目では「缶飲料」（27.2%）、「紙パック飲料（500ml程度）」（24.5%）が挙がった。

◇新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、利用が増えた・減った飲料（アルコールを除く）（n=1,000：全員回答）複数回答　単位：%



飲料形態	お茶類（紅茶・緑茶・ハーブティー等）のティーバッグ	インスタントコーヒー	ドリップコーヒー	紅茶・お茶等の茶葉	ペットボトル飲料（500ml程度）	ペットボトル飲料（1L以上）	紙パック飲料（1L以上）	紙パック飲料（500ml程度）	缶飲料
利用が増えた	32.9	28.5	27.7	27.6	25.9	23.2	20.3	14.3	14.0
利用が減った	12.8	15.7	16.9	15.5	19.6	19.2	20.5	24.5	27.2

＊「利用が増えた」降順でソート

■コロナ禍における食生活の変化について「外での飲み会の機会が減った」と回答した人が半数以上

コロナ禍においての食生活関連の変化について聞いたところ、「自宅外での飲み会の機会が減った」ことに対して「あてはまる（「とてもあてはまる」、「ややあてはまる」の合計値）」（51.8%）が半数を超え、「あてはまらない（「全くあてはまらない」「あまりあてはまらない」の合計値）」（29.6%）を上回る結果となった。次いで「あてはまる」の回答が多かった項目は「自分が料理をする機会が増えた」（30.6%）、「栄養バランスに気を遣うようになった」（30.1%）、「家族そろって食事をする機会が増えた」（26.7%）、「冷凍食品の利用が増えた」（24.1%）となった。

「あてはまる」の回答合計値自体は多くないが、「『オンライン飲み会』に参加するようになった」（12.6%）、「食事宅配を利用し始めた、利用頻度が増えた」（7.9%）、「ミールキットを利用し始めた、利用頻度が増

えた」(5.8%)、「飲食店のサブスクリプションを利用し始めた、利用頻度が増えた」(5.5%) といった、コロナ禍において比較的注目されることが多い項目においても回答がみられた。

<u>◇コロナ禍における食生活関連の変化</u>（n=1,000：全員回答）単一回答　単位：%

(%)

	とてもあてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	まったくあてはまらない	「あてはまる」計
自宅外での飲み会の機会が減った	33.8	18.0	18.6	7.9	21.7	51.8
自分が料理をする機会が増えた	12.6	18.0	30.8	12.5	26.1	30.6
栄養バランスに気を遣うようになった	7.8	22.3	35.2	12.5	22.2	30.1
家族そろって食事をする機会が増えた	10.4	16.3	35.6	12.7	25.0	26.7
冷凍食品の利用が増えた	5.0	19.1	31.1	17.8	27.0	24.1
食事の準備にかけられる時間が増えた	7.1	16.4	34.4	15.2	26.9	23.5
インスタント食品の利用が増えた	4.8	17.7	32.0	19.8	25.7	22.5
市販のお惣菜の利用が増えた	3.9	17.9	31.3	20.0	26.9	21.8
外出による運動量が減ったことで毎日の食事を見直した	4.3	16.6	33.4	18.2	27.5	20.9
調理器具・キッチン家電を買い足した	4.9	12.0	25.9	16.0	41.2	16.9
自分以外の家族が料理をする（手伝う）機会が増えた	4.5	12.1	29.3	16.5	37.6	16.6
お取り寄せグルメなど、普段買わない食材を買うようになった	3.0	12.6	22.7	16.2	45.5	15.6
無添加や化学調味料不使用などの体に良い食材を買うようになった	3.2	11.2	35.8	18.3	31.5	14.4
趣味としてパンやお菓子作りをするようになった・機会が増えた	3.3	10.3	22.9	14.3	49.2	13.6
オンライン飲み会に参加するようになった	2.7	9.9	17.4	11.1	58.9	12.6
家での飲み会・ホームパーティの機会が増えた	3.0	6.2	23.6	13.7	53.5	9.2
食事宅配を利用し始めた、利用頻度が増えた	2.0	5.9	19.9	12.9	59.3	7.9
ミールキットを利用し始めた、利用頻度が増えた	4.6		21.5	11.8	60.9	5.8
飲食店のサブスクリプションを利用し始めた、利用頻度が増えた	4.2		20.3	10.9	63.3	5.5
レストランのシェフなどが開催するオンライン料理教室に参加するようになった			18.0	9.5	70.0	2.5

＊「あてはまる」計で降順ソート・2.0%未満は非表示

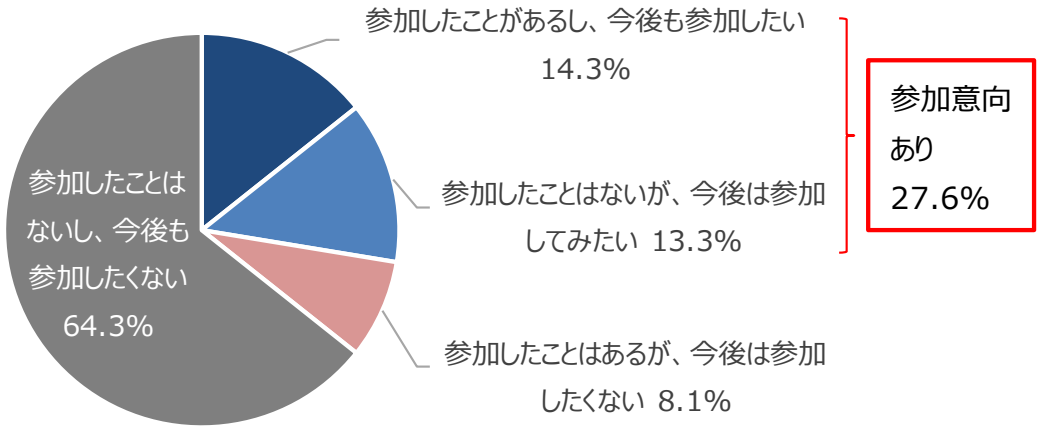
■「オンライン飲み会」の参加経験者は約 2 割。良かった点の 1 位は「遠方の相手とも食事しながら交流ができる」こと

「オンライン飲み会」について、参加経験と今後の参加意向を聞いたところ、「参加したことがあるし、今後も参加したい」（14.3%）、「参加したことはあるが、今後は参加したくない」（8.1%）という結果となり、参加経験者は 22.4%であった。また、「参加したことがあるし、今後も参加したい」（14.3%）、「参加したことはないが、今後は参加してみたい」（13.3%）を合わせると参加意向者は 27.6%となった。一方、「参加したことはないし、今後も参加したくない」人は 64.3%だった。

「オンライン飲み会」の参加経験者に、参加して良かった点と悪かった点を聞いたところ、良かった点は「今まで参加できなかった遠方にいる相手とも食事しながら交流ができる」（46.9%）と回答した人が最も多く、次いで「節約になる」、「終電を気にしなくてよい」、「人にあわせず自分が食べたい・飲みたいものを選べる」がそれぞれ 4 割以上となった。

悪かった点は「切るタイミングが分かりにくい」（51.3%）が最も多く、「オンライン越しだと話しづらい、打ち解けにくい」（43.3%）、「同居人に迷惑をかけないか心配になる」（26.8%）、「断りづらい」（25.4%）が続いた。

◇オンライン飲み会の参加状況（n=1,000：全員回答）単一回答　単位：%



◇オンライン飲み会の良かった点、悪かった点（n=224：オンライン飲み会参加経験者）複数回答　単位：%

良かった点

今まで参加できなかった遠方にいる相手とも食事しながら交流ができる	46.9
節約になる	46.0
終電を気にしなくてよい	46.0
人にあわせず自分が食べたい・飲みたいものを選べる	41.5
子供がいても参加しやすい	13.8

＊降順ソート

その他

その他	4.9

悪かった点　（%）

切るタイミングが分かりにくい	51.3
オンライン越しだと話しづらい、打ち解けにくい	43.3
同居人に迷惑をかけないか心配になる	26.8
断りづらい	25.4
飲みすぎてしまう	15.2
食べ物の準備が面倒	14.7
後片付けの手間がかかる	10.3
1人あたりの出費が増える	3.1

＊降順ソート

■自炊は 8 割以上が「週 2～3 日以上」、レシピの参照元は「レシピサイト」が過半数

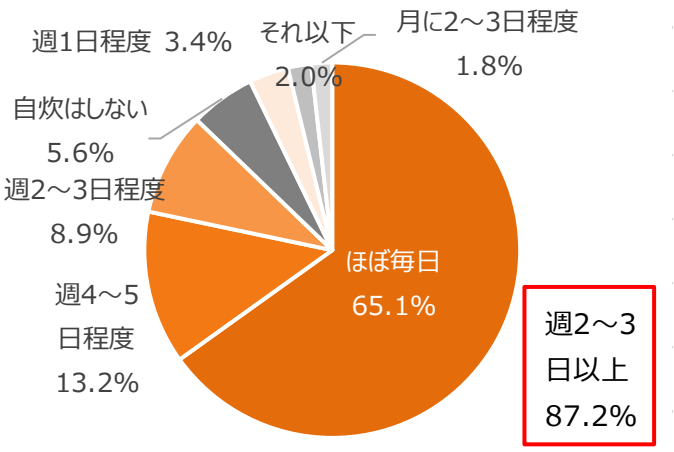
「自炊」について、全員に対して頻度を聞いたところ、「ほぼ毎日」(65.1%)、「週 4～5 日程度」(13.2%)、「週 2～3 日程度」(8.9%)、「自炊はしない」(5.6%) の順となり、87.2%の人が週 2～3 日以上自炊をしていると答えた。

性年代別にみると、女性 40 代、50 代、60 代で「ほぼ毎日」自炊をする人が全体より 10 ポイント以上高く、逆に男性 20 代、30 代、40 代では全体より 10 ポイント以上低かった。また、男性 20 代の「自炊はしない」は 16.7%で、全体より 10 ポイント以上高い結果となった。

自炊頻度で「ほぼ毎日」～「月 2～3 日程度」と回答した人に対して、レシピの参照元を聞いたところ、「レシピサイト」(55.4%) が過半数となり、「特になし」(30.5%)、「レシピ本」(20.3%)、「SNS」(20.2%) が続いた。

また、レシピ選びで重視していることについては、「手持ちの材料を活用できること」(51.2%)、「時短できること」(50.1%)、「コスパが良いこと」(42.1%) などとなった。自由回答では、「自分でもできそうなこと」(男性 40 代)、「子供が食べられるもの」(女性 30 代)、「健康的であること」(男性 50 代) といったコメントもみられた。

◇自炊頻度（n=1,000：全員回答）単一回答　単位：%



(%)

		n	ほぼ毎日	週4～5日程度	週2～3日程度	自炊はしない	週1日程度	それ以下	月に2～3日程度
全体		1000	65.1	13.2	8.9	5.6	3.4	2.0	1.8
性年代	男性 20代	84	31.0	20.2	20.2	16.7	6.0	3.6	2.4
	男性 30代	93	49.5	10.8	14.0	10.8	6.5	3.2	5.4
	男性 40代	120	51.7	18.3	14.2	5.8	4.2	3.3	2.5
	男性 50代	105	66.7	13.3	10.5	7.6	0.0	1.0	1.0
	男性 60代	102	72.5	8.8	5.9	5.9	4.9	1.0	1.0
	女性 20代	78	57.7	16.7	9.0	2.6	7.7	5.1	1.3
	女性 30代	90	64.4	12.2	6.7	5.6	4.4	3.3	3.3
	女性 40代	117	79.5	10.3	5.1	3.4	0.9	0.0	0.9
	女性 50代	104	84.6	8.7	3.8	0.0	1.9	1.0	0.0
	女性 60代	107	83.2	14.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.9

＊全体で降順ソート

＊■は全体＋10ポイント以上、■は＋5ポイント以上、■は－10ポイント以下、■は－5ポイント以下

◇自炊の際に活用するレシピ参照元（n=924：月 2～3 日以上自炊する人）複数回答　単位：%

	(%)
レシピサイト	55.4
特になし	30.5
レシピ本	20.3
SNS	20.2
家族、友人、知人のおすすめ	14.9
料理教室	1.6
その他	1.5

＊降順ソート

◇レシピ選びで重要視していること（n=924：月 2～3 日以上自炊する人）複数回答　単位：%

	(%)
手持ちの材料を活用できること	51.2
時短できること	50.1
コスパが良いこと	42.1
健康的であること（ローカロリー、ローカーボ）	26.7
作り置きできること	22.0
季節にあっていること	17.7
見た目が良いこと	9.8
本格的であること	6.6
その他	1.5
特になし	16.1

＊降順ソート

「その他」自由回答記述：

【簡単】

- 簡単（女性50代、ほか）
- 大量の調味料を使わない複雑でない事（男性40代）
- 自分でも出来そうなこと（男性40代）

【健康的】

- 栄養バランスが良いこと（女性50代）
- 健康的であること(運動量が多いのでハイカロリー、ハイカーボが必要で、それが健康的)（男性50代）

【その他】

- 美味しそうなこと（女性60代）
- 子供が食べられるもの（女性30代）

【調査概要】

調査エリア　：　全国

調査対象者　：　20 歳～69 歳　男女（人口構成比）

回収サンプルサイズ：　1,000 サンプル

調査期間　：　2021 年 2 月 16 日（火）から 2 月 18 日（木）

調査実施機関　：　楽天インサイト株式会社

（注）本レポートでは小数点第 2 位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも 100%とならない場合があります。