

2023年12月19日

電通、「食生活に関する生活者調査2023」を実施

—好きなものを選んで食べたい人は約9割。自らの料理で大事なことは「自分の好み」—

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：樽谷 典洋）において、日本の食生活の「今」を知り、「これから」を共創する国内電通グループ横断プロジェクト「電通 食生活ラボ」は、全国15～79歳の1300人を対象に、「食生活に関する生活者調査2023」（以下「本調査」、調査期間：2023年10月20日～10月23日）を実施しました。本調査は、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行、物価高騰の影響などの社会的な潮流を踏まえ、日本の食生活における生活者の意識や実態、満足度、トレンドなどを把握する目的で行いました。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。（詳細は次ページ以降を参照）

【主なファインディングス】

- ①「自分の好みのもので食べたい」人は約9割（86.1%）。普段料理をする人（73.6%）が、自らの料理で大事なことは「自分の好み」（43.1%）が最も多く、2022年より2.4ポイント増加。
- ②新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類された2023年5月以降、コロナ感染拡大時の自粛期間と比べて、外食が「増えた」人（18.1%）より、「減った」人（23.8%）が多い。
- ③値上げで、食べたいものをガマンする人は約6割（59.5%）、2022年（52.5%）より7.0ポイント増加。外食の回数が減る人は約7割（68.2%）、2022年（61.8%）より6.4ポイント増加。
- ④温暖化で食べるものが変わった人は約3割（33.9%）、2022年（28.2%）より5.7ポイント増加。

注）本調査における構成比（%）は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

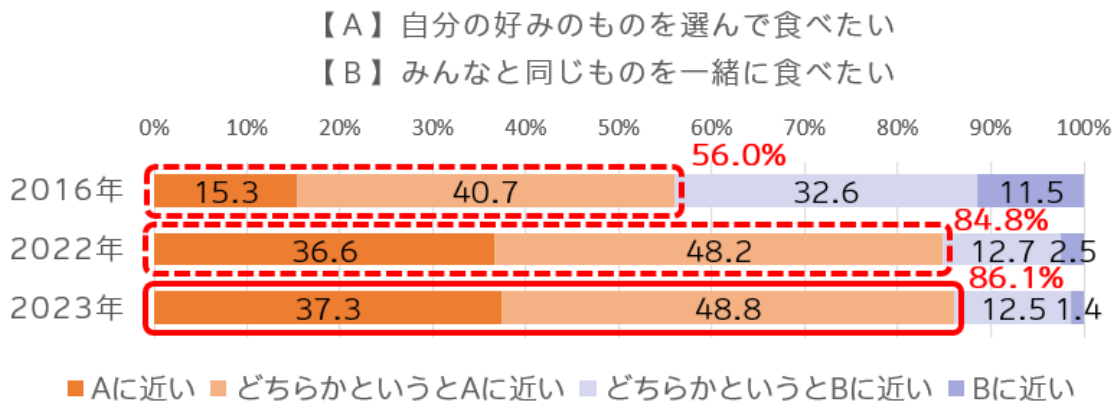
【各ファインディングスの詳細】

①「自分の好みのものを選んで食べたい」人は約9割（86.1%）。普段料理をする人（73.6%）が、自らの料理で大事なことは「自分の好み」（43.1%）が最も多く、2022年より2.4ポイント増加。

- 「自分の好みのものを選んで食べたい」人（「Aに近い」「どちらかというAに近い」の合計）は、約9割（86.1%）。【図表1】
- 普段料理をする人（「ほぼ毎日する」「平日のみする」「休日のみする」「週1回以上はする」「ときどきする」の合計）は、約7割（73.6%）。【図表2】
- 普段料理をする人が料理をするうえで大事なことは、「自分の好み」（43.1%）が最も多く、「食材を無駄にしない」（42.6%）、「レシピが簡単」（37.3%）と続く。料理をするうえで「自分の好み」が大事だと考える人は、2022年（40.7%）より2.4ポイント増加した。【図表3】

【図表1】

Q.あなたの食生活の傾向や実態、食事に対する意識はA⇔Bのどちらに近いですか。それぞれ、当てはまるものをお知らせください。

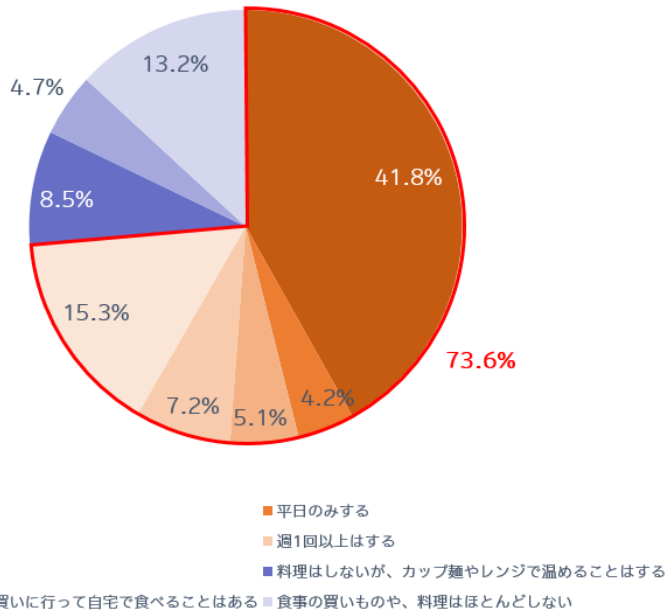


※ n=1200（2016年）、n=1300（2022年、2023年）

※ 2016年調査は、2022年・2023年調査と対象者パネルが異なるため参考値

【図表2】

Q.あなたは、普段「料理」をしますか。



※ n=1300

【図表3】

Q.あなたが料理をするうえで大事なことを、すべてお知らせください。

2022年 (n=944)

2023年 (n=957)

順位	項目	割合 (%)
1	食材を無駄にしない	46.9
2	自分の好み	40.7
3	食べきれる量	39.0
4	レシピが簡単	39.0
5	食材の使い切り	36.9
6	バランスの良さ	36.7
7	あるもので作る	36.4
8	できるだけ手作りする	33.4
9	食べる人の好み	32.4
10	旬の食材を使う	31.7

順位	項目	割合 (%)
1	自分の好み	43.1
2	食材を無駄にしない	42.6
3	レシピが簡単	37.3
4	バランスの良さ	36.2
5	食べきれる量	36.2
6	食材の使い切り	36.2
7	食べる人の好み	33.0
8	あるもので作る	32.5
9	できるだけ手作りする	31.5
10	健康にいい・ヘルシー	29.8

+2.4

※ 上位10項目を抽出して掲載

※ n数は、料理をする人の数 (図表2)

②新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類された2023年5月以降、コロナ感染拡大時の自粛期間と比べて、外食が「増えた」人（18.1%）より、「減った」人（23.8%）が多い。

- 新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類された2023年5月以降、コロナ感染拡大時の自粛期間と比べて、「食費を節約すること」（23.7%）、「食材を無駄にしないこと」（18.5%）、「外食をすること」（18.1%）は「増えた」人が多い。一方で、「外食をすること」（23.8%）、「プライベートで友人や知人と食事をする」（23.5%）、「仕事関係者や同僚と食事をする」（18.8%）は「減った」人が多い。「外食をすること」は、「増えた」人（18.1%）より、「減った」人（23.8%）が多い。【図表4】

【図表4】

Q.新型コロナウイルス感染症拡大時の自粛期間と比べて、5類感染症に分類された2023年5月以降のあなたの食生活の変化について、お知らせください。

コロナ感染拡大時の自粛期間と比べた2023年5月以降の食生活の変化

「増えた」こと		(%)	「減った」こと		(%)
1	食費を節約すること	23.7	1	外食をすること	23.8
2	食材を無駄にしないこと	18.5	2	プライベートで友人や知人と食事をする	23.5
3	外食をすること	18.1	3	仕事関係者や同僚と食事をする	18.8
4	スーパーマーケットで食品を買うこと	17.2	4	コンビニで食品を買うこと	13.5
5	家で食事をする	16.8	5	間食をすること	13.0

※ 上位5項目を抽出して掲載

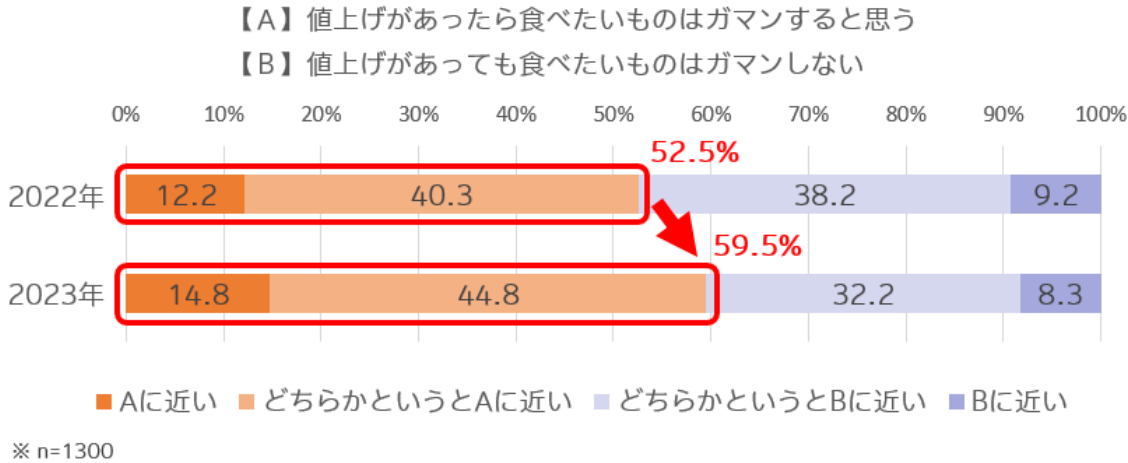
※ n=1300

③値上げで、食べたいものをガマンする人は約6割（59.5%）、2022年（52.5%）より7.0ポイント増加。外食の回数が減る人は約7割（68.2%）、2022年（61.8%）より6.4ポイント増加。

- 「値上げがあったら食べたいものはガマンすると思う」人（「Aに近い」「どちらかというともAに近い」の合計）は、約6割（59.5%）。2022年（52.5%）より7.0ポイント増加した。【図表5】
- 「値上げがあったら外食の回数は減ると思う」人（「Aに近い」「どちらかというともAに近い」の合計）は、約7割（68.2%）。2022年（61.8%）より6.4ポイント増加した。【図表6】

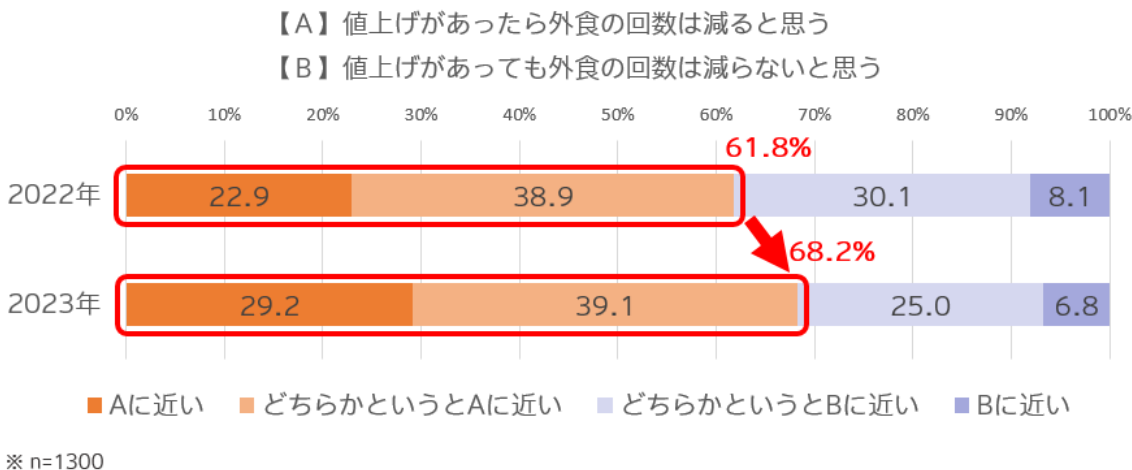
【図表5】

Q.ここ数年のあなたの食生活の傾向や実態、食事に対する意識として、A⇔Bのどちらに近いですか。それぞれ、当てはまるものをお知らせください。



【図表6】

Q.ここ数年のあなたの食生活の傾向や実態、食事に対する意識として、A⇔Bのどちらに近いですか。それぞれ、当てはまるものをお知らせください。

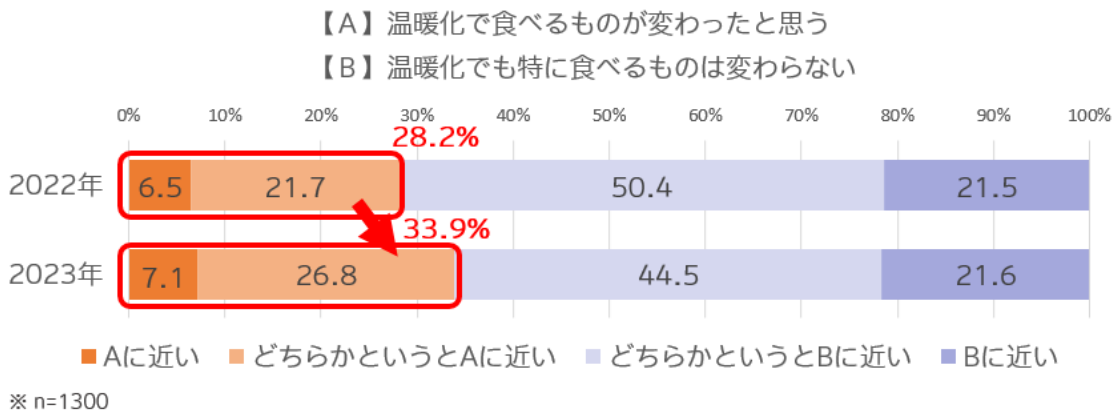


④温暖化で食べるものが変わった人は約3割（33.9%）、2022年（28.2%）より5.7ポイント増加。

- 「温暖化で食べるものが変わったと思う」人（「Aに近い」「どちらかというともAに近い」の合計）は約3割（33.9%）。2022年（28.2%）より5.7ポイント増加した。【図表7】

【図表7】

Q.ここ数年のあなたの食生活の傾向や実態、食事に対する意識として、A⇔Bのどちらに近いですか。それぞれ、当てはまるものをお知らせください。



【調査概要】

- ・ 目的：日本の食生活における生活者の意識や実態、満足度、トレンドなどを把握
- ・ 対象エリア：全国
- ・ 対象者条件：15～79歳
- ・ サンプル数：1300
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2023年10月20日～10月23日
- ・ 調査機関：電通マクロミルインサイト

【電通 食生活ラボ 概要】

1983年に始動した食に関する生活者意識や業界トレンドに関する調査レポートプロジェクトを発展させ、2010年に発足。食生活に関するさまざまな知見を集積してその専門性を高め、新しい取り組みにチャレンジし続ける国内電通グループ横断プロジェクト。

公式サイト：<https://www.shoku-lab.com/>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン 広報オフィス 電通広報部
松島、前橋、抱井
Email : koho@dentsu.co.jp

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社電通 電通 食生活ラボ
大屋、坂井田、佐々木
Email : shoku-lab@dentsu.co.jp