

# 「メニューからみた食卓調査 2020」結果の報告

## 一 コロナ禍を経て加速したインスタント食品・中食利用とネットレシピ

### 20代女性は巣ごもりで料理意欲が向上 一

株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長：譲原正昭 本社：東京都港区）は、2020年7月に、20代～60代の主婦、および20代～60代の単身世帯（一人暮らし）男女を対象に、「メニューからみた食卓調査 2020」を実施いたしました。本調査は、主婦・単身世帯男女の調理に関する手作り志向やこだわり意識、加工食品・中食の利用実態など、その変化を検証するために実施しているものです。下記のような実態が明らかになりましたのでご報告いたします。

(<https://www.jmar.biz/report2/メニューからみた食卓調査 2020/?tab=freereport>)

### Summary

#### ◆コロナ禍を経験して料理意欲が向上したのは20代女性。

料理意欲向上は、主婦全体で37%のところ、主婦20代では55%。単身女性全体で36%のところ、単身女性20代では65%に達した。単身男性20代40%、単身男性30代36%も意欲向上。

#### ◆メニューの情報源、レシピサイトは60代でも首位に、レシピ動画も20代で拡大。

『インターネットのレシピサイト』は19年→20年で7ポイント増加。40代～60代で増加が目立ち、60代でも6割半と首位の情報源に。『レシピ動画』は19年→20年で20代では59%が利用。

#### ◆19年→20年、家庭内で「ラーメン」が伸長。

日常メニューの増加幅1位は「ラーメン等中華めん類」。主婦全体では19年→20年で6ポイント増。主婦40代で77%と最も高く、主婦60代で8ポイント増と最も増加。

#### ◆市販品利用拡大中、19年→20年で冷凍食品・ファーストフードの利用急増。

出来合い品活用意識は29%に増加。19年→20年『素材の冷凍食品』は7ポイント増加、『ファーストフードで昼食』は6ポイント増加。『下味が付いた肉』『コンビニ弁当で昼食』等も増加。

#### ◆19年→20年で食シーンでの健康意識が復活の兆し。

食事での健康配慮意識は19年→20年で5ポイント増加。『摂り過ぎ注意』7ポイント増、『ボリューム』4ポイント増。『メニューのバランス』『健康に良い食材』『盛りつけ・彩り』も増加。

#### 【調査概要《主婦調査》】

- ・調査対象： 首都圏・中部圏・近畿圏に居住する、20代～60代的主婦（既婚女性）
- ・調査方法： 日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」利用によるFAX調査
- ・有効回収数： 1,076人（発送数1,500人・有効回収率71.7%）
- ・調査実施日： 2020年7月15日(水)～7月22日(水)  
※母集団人口の地域構成比・地域ごとの年代構成比に基づきウエイトバック集計を行いました。

#### 【調査概要《単身世帯調査》】

- ・調査対象： 首都圏・中部圏・近畿圏に居住する、20代～60代の単身世帯（一人暮らし）の男女
- ・調査方法： 日本能率協会総合研究所「モニターリサーチ・システム」利用によるインターネット調査
- ・有効回収数： 600人 ※人口構成比に合わせて割付
- ・調査実施日： 2020年7月21日(火)～7月27日(月)

#### 《本件についてのお問い合わせ先》

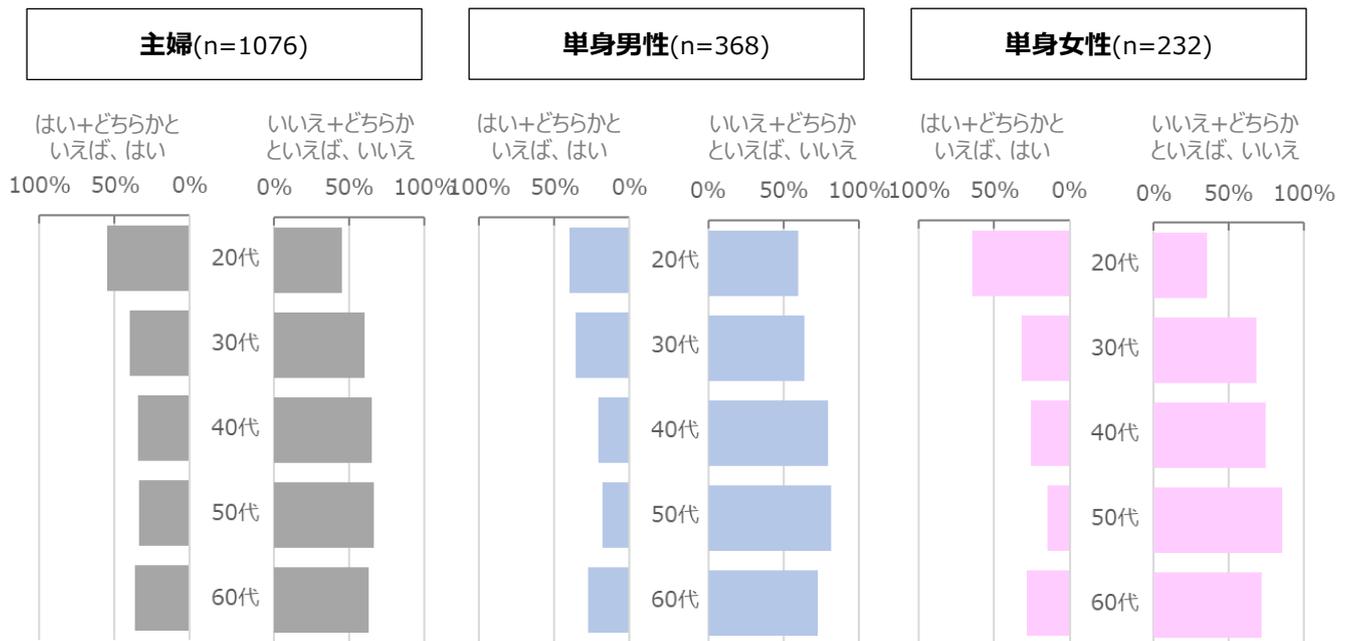
株式会社 日本能率協会総合研究所 経営・マーケティング研究部 担当：土井・山口・荒木  
〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22  
TEL:03-3578-7607 FAX:03-3578-7614 E-mail:info\_mlmco@jmar.co.jp

**Point! : コロナ禍を経験して料理意欲が向上したのは 20 代女性。**

- ◆ 『はい』 + 『どちらかといえば、はい』 の料理意欲向上は、主婦全体で 37%のところ、主婦 20 代では 55%。単身女性全体で 36%のところ、単身女性 20 代では 65%に達した。
- ◆ 『いいえ』 + 『どちらかといえば、いいえ』 の料理意欲低下は、主婦 50 代で 67%、単身女性 50 代で 8 割を超えた。
- ◆ 単身男性全体では向上 3 割に対し、低下 6 割。単身男性 20 代 40%、単身男性 30 代 36%で比較的意欲向上がみられた。

図表 1 コロナ禍後の料理意欲

「Q.コロナ禍の自粛生活を経験して、料理への意欲が上がった」  
「はい」～「いいえ」の4つの選択肢を提示（単数回答）

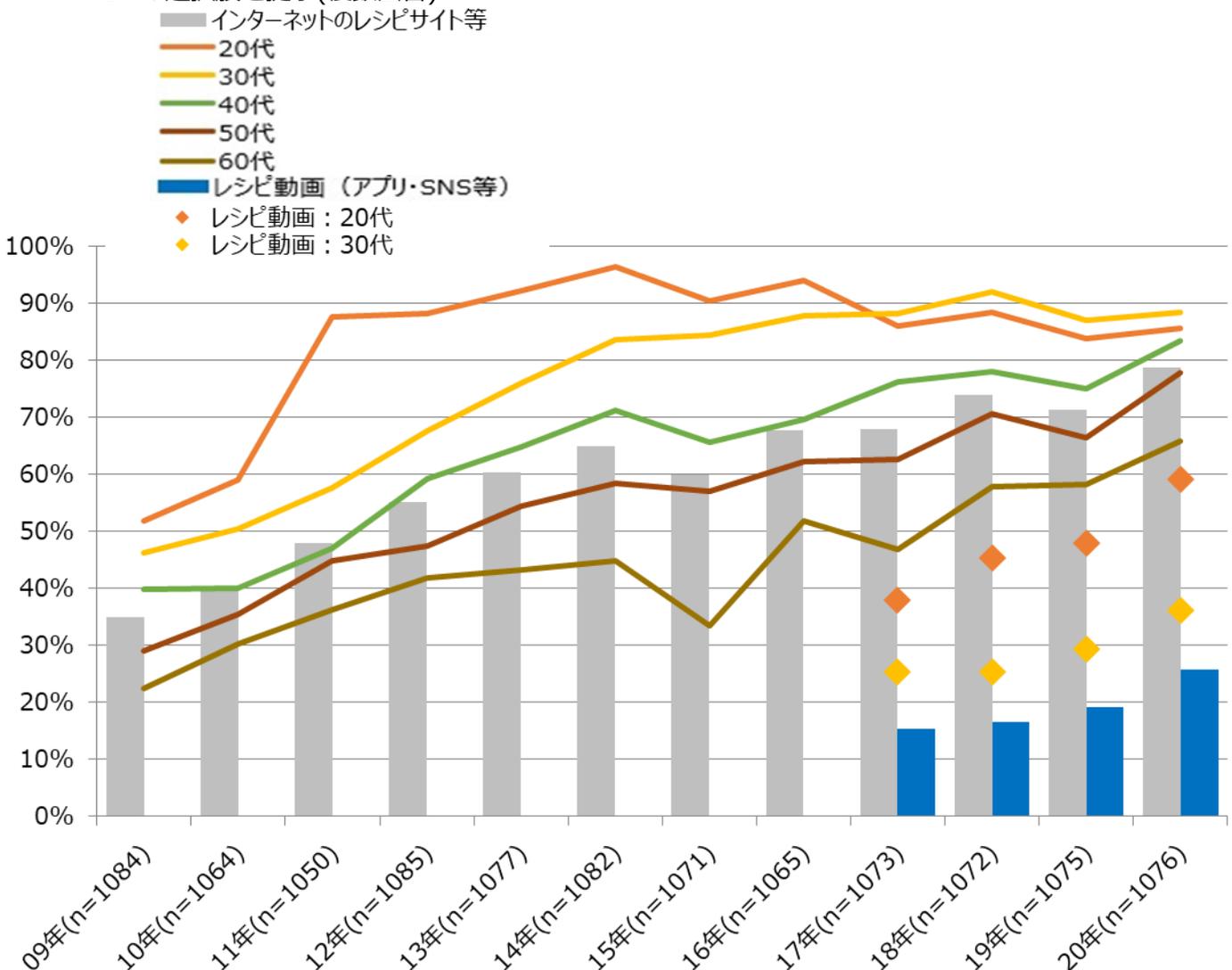


**Point! : レシピサイトは 60 代でも首位に、レシピ動画も 20 代で拡大。**

- ◆ 『インターネットのレシピサイト』は 09 年 3.5 割→20 年 8 割弱まで大きく増加し 14 年から首位を継続。20 代から 60 代の順に利用が拡大、60 代でも 6 割半と首位の情報源に。
- ◆ 19 年→20 年で 7 ポイント増加。40 代～60 代で増加が目立ち、50 代では 11 ポイント増加。
- ◆ 『レシピ動画』は 17 年→20 年で拡大目立つ新情報源。19 年→20 年で 20 代では 11 ポイント増加し 59%が利用。

図表2 メニューの作り方・レシピの情報源

「Q.あなたはメニューの作り方・レシピを、誰から・何から知ることが多いですか？」  
17 の選択肢を提示(複数回答)



**Point! : 19年→20年、家庭内で「ラーメン」が伸長。**

- ◆日常メニューの増加幅 1位は「ラーメン等中華めん類」。主婦全体では19年→20年で6ポイント増。主婦40代で77%と最も高く、主婦60代で8ポイント増と最も増加。
- ◆主婦は「袋めん」に「野菜」「卵」を加えて作る。「袋めん」は主婦30代、「カップめん」は主婦50代で最も利用。
- ◆单身男女も3割以上が家で「ラーメン」。单身男性は「袋めん」より「カップめん」、单身女性は「袋めん」に「野菜」追加。

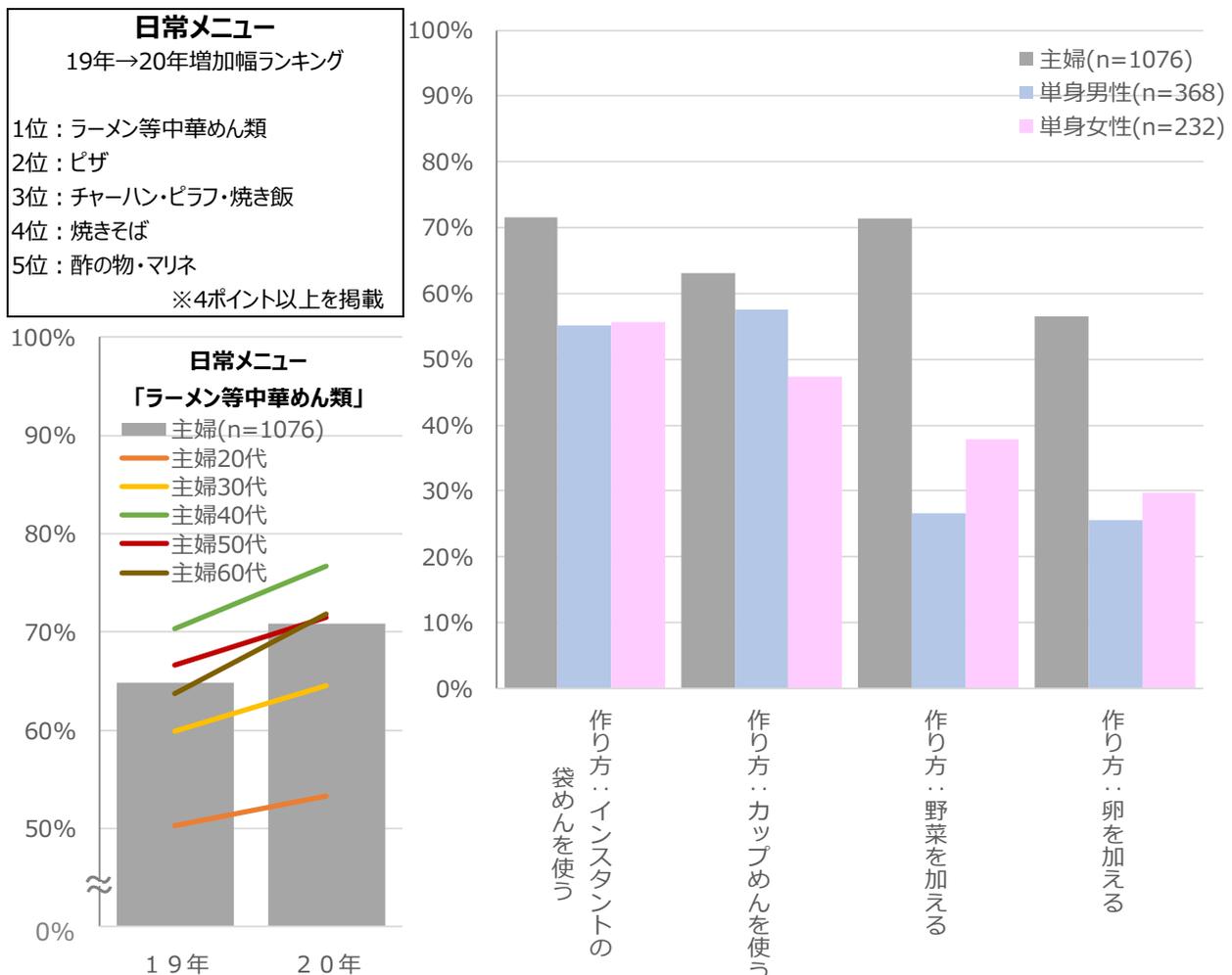
図表3 家庭におけるラーメンの実態

日常メニュー：「Q. お宅で、月に1回以上、食卓に登場するメニューは？」

65の選択肢を提示(複数回答)したうちの「ラーメン等中華めん類」の回答率

作り方：「Q. ラーメンを家庭で食べる場合、どのようなパターンが多いですか？」

16の選択肢を提示(複数回答)



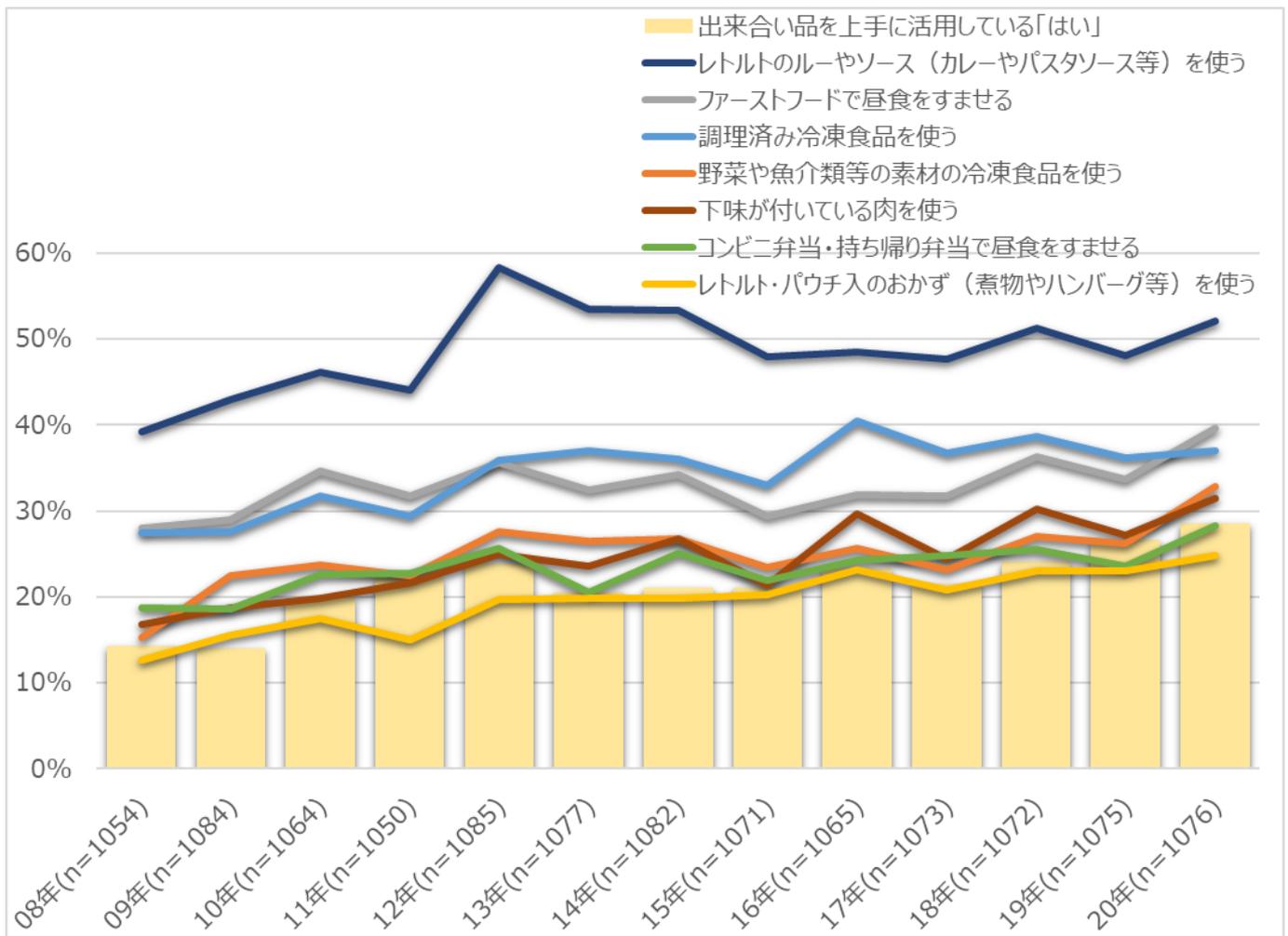
**Point! : 市販品利用拡大中、19年→20年で冷食・FFの利用急増。**

- ◆出来合い品を上手に活用する意識は増加を続け 29%に。
- ◆市販品の利用も 08年→20年で年々増加の項目が多数。19年→20年、『素材の冷凍食品』の利用は7ポイント増加、『ファーストフードで昼食』は6ポイント増加。『下味が付いた肉』『コンビニ弁当で昼食』等も増加した。
- ◆『レトルトのルーやソース』は12年ピークからの減少傾向が増加に転じ52%。『調理済み冷凍食品』は16年がピーク。

図表4 出来合い品利用の意識と実態

「Q. 出来合い品（冷凍食品・レトルト・惣菜等）を上手に活用している」  
「はい」～「いいえ」の4つの選択肢を提示（単数回答）

「Q. 普段の食事での、市販品の利用や外食についてお伺いします。  
あなたがよく行なったり、便利に使ったりしていることは？」27の選択肢を提示（複数回答）



**Point! : 19年→20年で食シーンでの健康意識が復活の兆し。**

- ◆食事での健康配慮意識は19年→20年で5ポイント増加。
- ◆『メニューのバランス』『健康に良い食材』『摂り過ぎ注意』等の健康意識や、『盛りつけ・彩り』は調査開始時08年以降低迷基調だったのが20年では増加に転じ復活。19年→20年で『摂り過ぎ注意』7ポイント増、『ボリューム』4ポイント増。
- ◆『免疫力』への関心は46%、料理で『衛生面』を気にする人は28%。いずれも60代が最も高い。

図表5 健康に関連する2020年に目立った意識

「Q. 健康を意識して、食事に気を配っている」

「はい」～「いいえ」の4つの選択肢を提示(単数回答)

「Q. 次のうち、あなたの考えや行動であてはまるものは？」40の選択肢を提示(複数回答)

