

パンデミックによる家庭での食習慣と飲食店経営の変化について

Changes in Our Eating Habits at home and Restaurant Management during COVID-19 Pandemic

昭和女子大学 大熊 省三¹ 田中 克幸²

Showa Women's University Shozo OKUMA Katsuyuki TANAKA

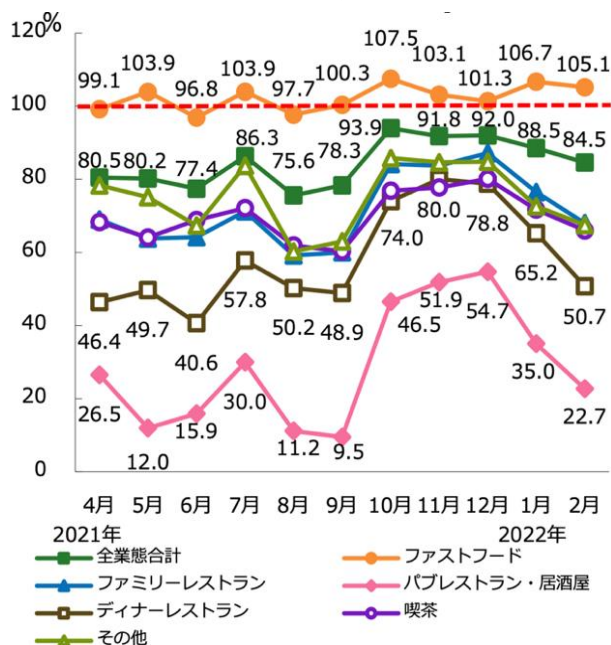
キーワード

COVID-19、パンデミック、食習慣、家庭、飲食店経営、緊急事態宣言

1. はじめに

2019年12月に中国武漢市で確認された新型コロナウイルスの感染は、世界全域に拡大した。我が国においても世界同様、変異株も含め新型コロナウイルスの感染は拡がり、第8波にも及ぶ感染拡大となった。感染拡大の防止対策として、幾度となく緊急事態宣言等が全国各地に発出され、市民への不要不急の外出自粛や飲食店への休業や

営業時間短縮の要請が出された。今現在（2023年1月末）、我が国では感染力の高い変異株（オミクロン型）が主流で、新規感染者の発生は減少傾向にあるものの死亡者も増え続けており、未だ収束は見えない状況にある。国内の感染者数は約3260万人で、死亡者数も6万8千人に達している。



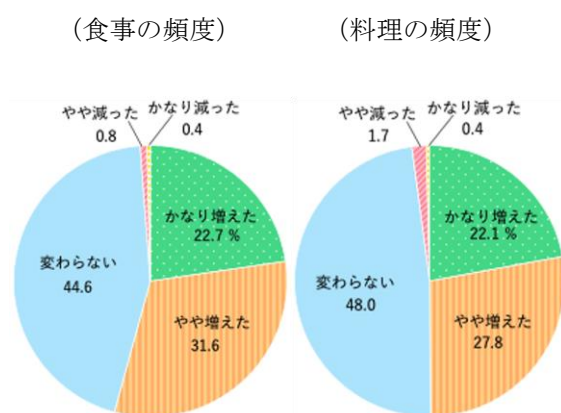
図表1 外食産業における業態別売上高の推移
(2019年同月比)

¹ 昭和女子大学大学院福祉社会研究専攻 教授

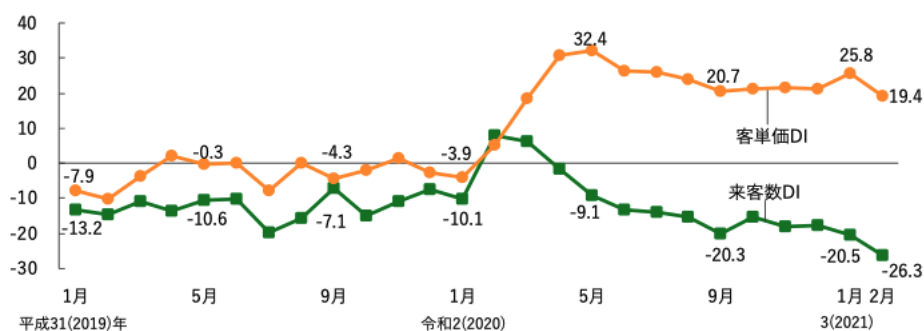
² 昭和女子大学現代ビジネス研究所 研究員、名古屋市消費生活センター 消費生活相談員

令和3年度 食料・農業・農村白書によると、2021年の外食産業全体の売上高は4回目の緊急事態宣言が解除された直後の10月以降にやや回復傾向を示すも、2022年1月に蔓延防止等重点措置が適用され再び減少傾向となった。特にパブ・居酒屋では売上は大きく減少した。(図表1)³

一方、内食については、外出自粛に伴う家庭での消費が増加した。総務省の「家計調査」によると2020年3月以降、米、加工品、生鮮品などへの1人1か月当たりの支出額が増加している。株式会社マクロミルの調査によると、外出自粛やテレワークの浸透に伴い、自宅での食事や料理の機会が増えたと回答した人は両者ともに5割ほどにもなっている。(図表2)⁴



図表2 自宅における食事及び料理の頻度



図表3 スーパーマーケットの来客DIと客単価DI (DI: 動向指数)

家庭で料理をする機会の増加に伴い、食品スーパーの売上高は増加している。スーパーマーケット業界3団体合同の調査によると、2020年4月以降、スーパーマッ

クの来客数は前年同月比で減少する一方、客単価は2~3割程増加し推移している。コロナ禍の外出自粛に伴い、スーパーマーケットへの来店は回数を減らし、まとめ買い

³ 出所) 令和3年度 食料・農業・農村白書 (日本フードサービス協会調査データを基に農林水産省作成)

⁴ 出所) 令和2年度 食料・農業・農村白書 (株式会社マクロミル調査データを基に農林水産省作成)

をしている傾向が明確になっている。(図表3)⁵

また、総務省「家計消費状況調査」では、2020年3月以降、インターネット通信販売での食料消費が増加していると掲載されている。同年5月には前年同月比で8割増加し、その後も前年同月比で5~7割程度増加して推移している。2020年には緊急事態宣言の最中でも、Go to トラベルや Go to eat などのキャンペーンによる需要喚起策が出されたがそれらも全て頓挫している。度重なる緊急事態宣言では、飲食店等への営業自粛要請が発出されたため、それらに食品を卸している食品産業に与えたマイナスの影響は計り知れない。その一方で、緊急事態宣言解除後でも、企業が在宅勤務の励行を推奨しているため、内食が増えているのも事実であり、食品産業での需要も増えるといったプラスの影響も考えられる。

2. パンデミックによる家庭での食習慣の変化とその影響

本論文では、国内における新型コロナウイルス感染拡大によるパンデミックが、消費者の食生活にどのような影響を与えたかを見るため、主に家庭における食習慣の変化について調査する。加えて、家庭に入る食品の流通経路にある食品産業についても、家庭での食習慣の変化から、どのような影響を受けたかも調査し、それらの結果を検証することを目的とする。また、外食産業では売上減少が甚大なため、飲食店経営の変化についても調査する。

3. コロナ禍での食の変化に関する先行研究

本研究に関連する先行研究は、国内に新型コロナウイルスが蔓延し始めてから、3年程度のため、それほど存在していない。

山中(2021)は、コロナ禍における食の供給と庶民の食事スタイルの関係を解明することは、我々の将来を展望する意味で意義があると述べている。

令和2年度の「家計調査」では、家庭での食事スタイルで占める「内食」、「中食」の割合が増加したことに対し、逆に「外食」は約3割減少したことが判明した。令和2年度 食料・農業・農村白書では、外食事業者の中には、テイクアウトやフードデリバリーへの取り組みを増大する動きが見られると報告されている。

その一方で、外食産業向けに販売する予定となっていた未利用品がフードバンクを通じて「こども食堂」など、食べることに困っている人へ提供する動きが見られた。渡辺(2020)は食品ロス削減にかかわる事業者や自治体の取り組みは、新型コロナウイルス感染拡大によって、さまざまな局面で影響を受け、変化を迫られたと述べている。ウィズコロナ状況下での食品ロス削減には、ICTやAIを活用したフードシェアリングのさまざまな仕組みの展開が求められているとしている。フードシェアリングは、未利用品や余剰品を既定の販売ルートに拘らずに、供給側と需要側のニーズをマッチングさせて、廃棄前に新たな販売ルートを見出すという考え方である。

農林水産省は、2020年4月30日からウェブサイト上で、フードシェアリング事業

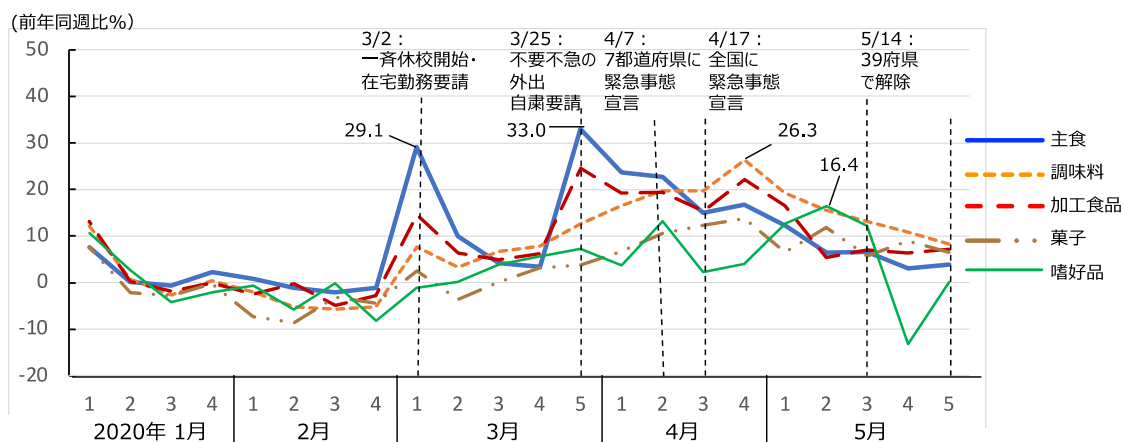
⁵ 出所) 令和2年度 食料・農業・農村白書(一般社団法人全国マーケット協会、一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会合同調査データを基に農林水産省作成)

者情報の公開を始めた。その趣旨としては、「食品ロス削減に効果的な新たな民間ビジネスとして、ICTやAI等を活用した未利用食品の販売や食品の需要予測の取組等」であり、コロナ禍への対応として「ビジネスの対象範囲の拡大（新規メニューの追加等）、利用条件の変更（利用料の減免等）、積極的な相談対応等を実施」をしている事業である。

一方、北澤（2021）は、食品ロス削減や新型コロナウイルスの感染拡大に伴う生活様式の変化とともに世界規模で食品の長期保存の関心が高まりつつある中、食品の品質保持における包装の役割について論述している。購買や消費を含めた生活様式の変化の具体例としては、買い物に関する外出回数の低減、買いだめ、インターネットによる購入の拡大が想定できるが、そのような変

化の中で食品の品質保持期間の延長に対する要望が、今以上に増大してくるものと予想している。

小西（2020）は、コロナ禍の消費動向を、食品のPOSデータを利用して経済産業省が作成した「BigData-STATS ダッシュボード(β版)」のPOS販売額指標から見て論述している。コロナ禍で、食品の購買行動に変化があったのは、2020年3月2日からの一斉休校と在宅勤務の実施要請からである。一斉休校開始時は、調理不要、調理時間の短縮が可能な主食や保存の利く加工食品が売れ筋で、主食は29%増、加工食品は15%増であった。次に、3月25日に発令された都の週末外出自粛要請を受け、国の緊急事態宣言が現実味を帯び、全国で再度、食品を買いだめする行動が広がった。（図表4）⁶



図表4 スーパーマーケットの食品（中分類）の販売動向推移_2019年同週比

4. リサーチクエッション

国内での新型コロナの爆発的な拡大によるパンデミックは、何度も発せられた緊急事態宣言などによる、不要不急の外出自粛や在宅勤務の励行により、人々の生活は大

きく変化した。そうした中でリサーチクエッションを立案し、仮説に基づいて検証する。

1) 新型コロナ発生により、家庭での食習慣はどのように変化したか。

⁶ 出所) 経済産業省 HP, BigData-STATS ダッシュボード(β版) METI POS 小売販売額指標[マイクロ]より筆者作成

- 2) 家庭に入る食品の流通経路にある食品産業では、家庭での食習慣の変化によって、影響を受けなかったか。
- 3) 新型コロナ発生により、一番打撃を受けた飲食店（中小企業）において、各種政策と飲食店の経営環境について。

5. 新型コロナ発生前と後の、家庭、流通、飲食店における食習慣変化の調査

消費者を対象に、新型コロナ発生前と後の家庭における食習慣の変化について、アンケート調査を実施する。その際、就労者、主婦等の一般の方と大学生にアンケートを実施し、どのような違いがあるかを調査する。加えて、食品スーパー、農協等には家庭での食生活の変化を受けた影響があるかについて、対面、メール、電話等によるヒアリング調査を実施する。

また、中小飲食店のオーナーにインタビュー調査を実施して、コロナ禍における経営環境を明らかにする。

6. アンケートおよびヒアリング調査結果

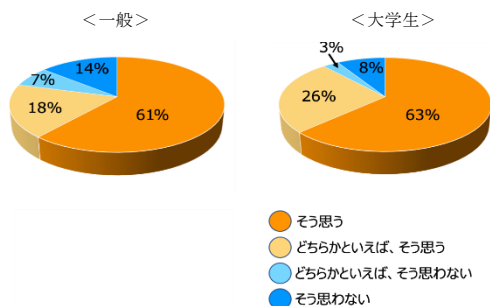
本研究のアンケートは、一般の方 116 名と大学生 70 名に実施し、それぞれのグループでの回答を分析した。一般の方と大学生のグループを比較したところ、昼食や夕食を家で摂ることについて、大学生が一般の方に比べ、昼食、夕食ともに多くなったと思う傾向が強かった。食品スーパーでの買い物は、一般の方が大学生に比べ、出掛ける回数は減っておらず、1 回での買い物の量も多くなっていた。家で摂る食品を調達するお取り寄せやテイクアウトは、一般の方はお取り寄せが多くなったことに対し、大学生はテイクアウトが多くなっていて、違う傾向を示した。家飲みについては大学生が一般の方に比べて、多くなったと思わない傾

向が強く、普段から下宿や寮に仲間で集まって飲んでいるからと思われる。これとは逆の現象が起こっているのは、食品ロスで、一般の方が大学生に比べて、多くなったと思わない傾向が強かった。また、コロナ禍における家庭での食習慣の変化は、一般の方が大学生に比べ、緊急事態宣言等の発令期間の方が顕著だったと思う方が多かった。

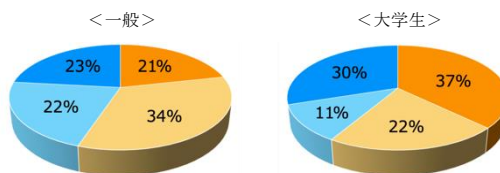
(図表 5)

<アンケート調査結果>

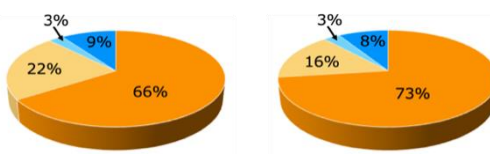
1) 昼食を家で摂ることが多くなりましたか。



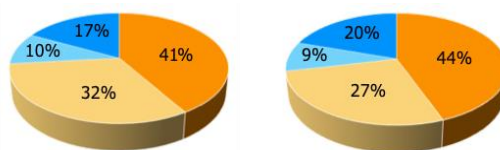
6) テイクアウトの回数は多くなりましたか。



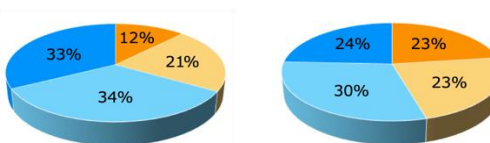
2) 夕食を家で摂ることが多くなりましたか。



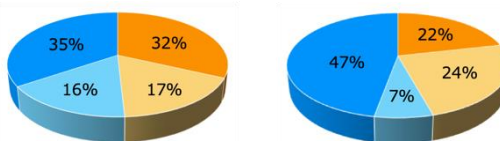
7) 家で料理をすることが多くなりましたか。



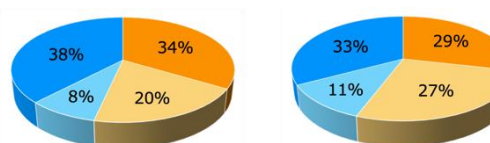
3) 1週間の内で、食品スーパーへ買い物に出掛ける回数は少なくなりましたか。



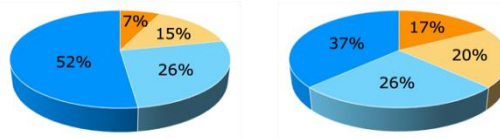
8) 家でお酒を呑むことが多くなりましたか。(20歳以上)



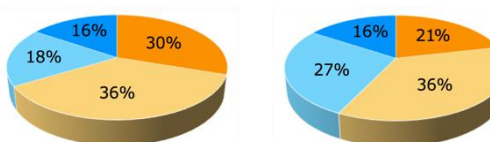
4) 1回の食品スーパーでの買い物の量は多くなりましたか。



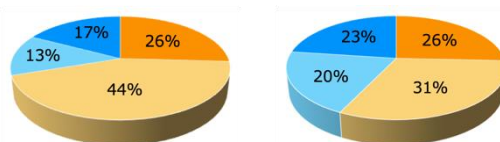
9) 家での食品ロスが多くなりましたか。(消費期限切れや食べ残した食品の廃棄など)



5) ネット注文によるお取り寄せの回数は多くなりましたか。



10) 緊急事態宣言またはまん延防止等重点措置が発令された期間の方が、これらの食習慣の変化は顕著でしたか。



図表5 家庭での食習慣の変化に関するアンケート調査結果
<一般116名と大学生70名の比較>

最後に、新型コロナ前と後を比較した時、思い当たる家庭での食習慣の変化について、自由回答形式で教えて頂いた。

一般の方では、内食をするようになって、健康を意識するようになったと回答する人が多かった。それとは逆に、外出できないス

トレスから、お菓子やアイスなどを食後に摂ることや間食が増えたという人もいた。また、外食が減って内食が増えたことで、単価がワンランク上の食材を購入するようになったという回答や、冷凍食品やレトルト食品を多く消費するようになったという回答もあった。このアンケートの設問にはなかったが、外食についても回答があり、外食が減って飲酒量も減ったという人も多かった。食品ロスでは無駄な食材をネット販売で購入しないようにすることで、ロスをなくしたともあった。

大学生では、食生活の変化で1日2食になったという回答が数件あるとともに、夜までのバイト後に食事ができないという回

⁷と農業協同組合を対象に実施し、その回

答もあり、外食ができない影響が出ていると思われる。また、自炊の機会が増えたことで、一般の方と同様、健康を意識するようになったという回答も多かった。外食については、こちらも一般の方と同様に、回数が減ったと回答した人が10人近くいた。食品ロスでは、自炊をする機会が多くなったため、食品スーパーで食材を買い過ぎ、使いきれずロスが増えたという回答もあった。

次に、本研究のヒアリング調査では、消費者が購入する食品の流通経路にある食品産業が、家庭での食習慣の変化から、どのような影響を受けたかを調べた。そのため、食品スーパー4店（図表6参照）

答を分析した。

食品スーパー (実施日)	対応者 (対応方法)	関連情報
A店 (2021/8/21)	店長 (電話)	家庭で楽しむ食事や家飲みなど新しい生活様式に対応し、“プチ贅沢”や“おいしさ”にこだわった商品の品揃えの強化を実施している。食品ロス対策として、予約販売の強化を実施している。
B店 (2021/8/23)	店長 (対面)	チラシに依存しない EDLP (エブリデー・ロー・プライス) による販売促進を実施している。惣菜を始めとするグループ商品やプライベート・ブランド商品の販売に注力している。
C店 (2021/8/28)	店長 (メール)	コロナ下での内食需要の継続や根強い節約志向に対し、時間帯ニーズに応じた売り場の構築や得意日の強化、小容量の品揃えなどに取り組んでいる。非接触のニーズやキャッシュレス決済の対応のため、キャッシュレスセルフレジの導入を推進している。
D店 (2021/9/3)	副店長 (対面)	食生活を通じて「おいしい」「たのしい」「あったかい」ところを提供している。新鮮でいいものだけをお値打ちに販売し、“食”を通じて快適なライフスタイルを応援し、街を元気にしている。

図表6 ヒアリング調査対象での食品スーパーの関連情報

食品スーパー4店の回答からは、新型コロナウイルス感染症の発生後でも来店客数に

それほど変化はないということで、先述の全体でのアンケートの回答にもあったよう

⁷ 出所) 各食品スーパーを運営するコーポレーションの IR 情報等から筆者作成 (2021年10月20日)

に、食品スーパーへ買い物に出掛ける頻度は変わらないことと一致する。また、お客様の1回の来店での購入量は、ほとんどの店で変わりが無いという中で、土・日の買いだめが多くなったという回答もあり、週末に買い物をする量が増えたと考えられる。

また、お客様が購入される食品の変化については、アンケートの自由回答にあった冷凍食品に加え、惣菜などの加工食品の購入が多くなっている傾向が見られた。

さらに、2020年4月に1回目の緊急事態宣言が発令された際に、非常食という観点から、カップ麺や粉ものも多く購入されたという回答があり、新型コロナが蔓延し始めた頃の非常事態という消費者の意識が、食品スーパーでの買い物にも如実に現れていたと実感できる。しかしながら、先に紹介したアンケートの自由回答にあったような、外出できないストレスから、お菓子やアイスなどを食後に摂ることや間食が増えたというもう一つの変化は、今回の4店の食品スーパーからのヒアリング結果からは、出て来なかった。

そのため、食品スーパーで販売されているお菓子やアイスなどの嗜好品の購入量は、新型コロナ発生前と後で違いがあったかを先述の食品のPOS販売額指標で確認してみた。そうすると、アイスなどの嗜好品は、1回目の緊急事態宣言期間から販売額の増加が見られ、その変動も4回目の緊急事態宣言期間まで続いていることが分かった。

また、同様に飲料のPOS販売額指標では、緊急事態宣言期間に、ビールやウィスキーなどのアルコール飲料の販売額が、2019年同週比で20%超となる週もあり、アンケートの回答にもあった、家飲みが多くなったことと一致していた。

先行研究にあった食品ロスの問題は、食

品スーパーは本部の方で状況に応じた仕入れをするので、コロナ禍でも発生が増えたというような変化はないということで、アンケートの回答にあった家庭での食品ロスに変化はないと同じであった。しかしながら、農協では流通の経路が決まっている契約された農産物や牛乳などを扱っていることや、外食店に食品を卸しているため、緊急事態宣言等の発令があると未利用ないし余剰となる食品のロスが発生し、新型コロナ前に比べ食品ロスが増加する変化があった。

食品および飲料の流通について、農協では国内は新型コロナの影響は受けておらず、コロナ発生前と同様、生産農家から契約した量の農産物や牛乳などを仕入れ、市場への出荷量も変わっていなかった。また、農協が契約している生産農家についても、新型コロナに感染したため、農作物の入荷が滞ったということはないとのことだった。しかしながら、新型コロナ発生後は、高齢者の離農が増えているとのことであった。一方、海外から輸入している花の苗などは、輸出国での新型コロナ発生による生産量減少等により、入手困難という問題が発生していた。ただし、輸入品の花きは代替え品として使用した国内産の需要が増えたという、良い面もあった。

次に、新型コロナ発生前と後での従業員やアルバイトの方の人数の変化について、ライフラインの食に携わる食品スーパーや農協では、外食産業で見られたような営業時間短縮要請による人員縮小はなく、逆に一部の食品スーパーでは営業時間の延長を要請されていた。売上高の変化については、個人向けの食品を扱う食品スーパー等は、コロナ禍で凹凸はあったがほとんど変わらなかった。ただし、農協では外食産業向けの米の出荷量は減少していた。

緊急事態宣言等が発令された期間での変化は、食品スーパーではコロナの飛沫対策へのお客様からの苦情が多発したこと等であった。他方、農協は外食産業向け農産物の出荷量が激減したので、売上が減少したという、より切実な影響を受けていた。新型コロナ対策では、食品スーパーは従業員のための感染防止対策を徹底的に実施し、従業員が感染しないことを第一として、感染の拡大防止を図っていた。農協は有事の際に、業務が停止してお客様に迷惑がかからないように、体制を整えていた。両者とも、例え、新型コロナによるクラスターが発生しても対応できる構えをしっかりとしていた。

7. 飲食店経営者へのインタビュー調査 (2022年7月9日、2023年1月20日)

コロナ禍における経営被害が一番大きかったのは中小飲食店ではないだろうか。本稿では、2回に分けて中小飲食店(開店8年)のオーナーにインタビュー調査を実施した。

<コメント>

「パン屋(社員1名、アルバイト3名)と定食屋(社員2名、アルバイト3名)の2店舗を営んでいるが、正直経営は苦しい。しかし、東京都内での小規模飲食店経営なので、東京都の政策(助成金、支援金等)により、何とか経営ができていくというのが実体である。」

東京都の中小企業、飲食店向け政策とは、持続化給付金(最大200万円を支給)、家賃支援給付金(最大600万円)、一時支援金(上限60万円)、時短協力金(1店舗当たり186万円)、雇用調整助成金(解雇等せず雇用を維持した場合(10/10))と、経済産業省の実施した実質無利子融資等もあり、国を挙げた支援政策が講じられた。

筆者は、兵庫県で3年前(新型コロナと

同時期)に開業した飲食店(オーナーとアルバイト1人)の経営実態を知る機会があった。この飲食店のオーナーは兵庫県の助成金を使い、業務用包丁(60万円相当)を買い揃えていた。中には、車の購入資金に充てたという飲食店経営者もいる。

<コメント>

「私もそのような話はいろいろ聞いている。既存の飲食店経営者と違い、多くのパラドクスがある事例が存在している。しかし、コロナの終了と共に、自然淘汰されると思っている。」

新型コロナ禍における、国、都道府県、市町村の中小飲食店に向けた政策は、持続可能な経営効果は大いにあったように感じる。上記のようなパラドクスのある事例も存在しているのが実態ではあるが、その問題点、課題については本稿ではなく、別稿にて明らかにしていきたい。

8. 考察

本研究のアンケートでは、一般の方116名と大学生70名の合計186名の全体での分析と、それぞれのグループでの分析を実施したが、本稿では全体での分析は割愛した。

一般の方と大学生のグループを比較したところ、昼食や夕食を家で摂ることについて、大学生が一般の方に比べ、昼食、夕食ともに多くなったと思う傾向が強かった。食品スーパーでの買い物は、一般の方が大学生に比べ、出掛ける回数は減っておらず、1回での買い物の量も多くなっていた。家で摂る食品を調達するお取り寄せやテイクアウトは、一般の方はお取り寄せが多くなっていることに対し、大学生はテイクアウトが多くなっているようで、違った傾向を示した。家飲みについては大学生が一般の方に比べて、多くなったと思わない傾向が強

く、普段から下宿や寮に仲間で集まって飲んでいるからと思われる。これとは逆の現象が起こっているのは、食品ロスで、一般の方が大学生に比べて、多くなったと思わない傾向が強かった。最後に、コロナ禍における家庭での食習慣の変化は一般の方が大学生に比べ、緊急事態宣言等の発令期間の方が顕著だったと思う方が多かった。

以上のアンケート結果のまとめから、新型コロナウイルス発生前と後では、家庭における食習慣の変化は間違いなく起こっていると言える。緊急事態宣言等による外出自粛や飲食店の夜間営業停止などが追い討ちとなり、他の人との接触を極力避けたいという感染防止の観点から、家族で出掛けていた外食の習慣はほとんど無くなった。それに代わって、在宅勤務の推奨やオンラインでの授業実施などが後押しとなり、家で家族と一緒に食事を摂るような内食志向が強くなり、お取り寄せやテイクアウトによる中食も多く利用されるようになったと考えられる。

また、家庭での食品ロスについては、買い物に出掛ける頻度を少なくして、食材を使い切っていることから、食品ロスは多くなっていないと考えられる。

次に、本研究のヒアリング調査では、消費者が購入する食品の流通経路にある食品産業が、家庭での食習慣の変化から、どのような影響を受けたかを調べた。そのため、食品スーパー4店と農業協同組合を対象に実施し、その回答を分析した。

食品スーパー4店の回答からは、新型コロナウイルス感染症の発生後でも来店客数にそれほど変化はないということで、先述のアンケートの回答でも見られた食品スーパーへ買い物に出掛ける頻度はあまり変わらないことと一致する。また、お客様の1回の来店での購入量は、ほとんどの店で変わ

りがないという中で、土・日の買いだめが多くなったという回答もあり、週末に買い物をする量が増えたことについては、アンケート結果と一致している。

また、お客様が購入される食品の変化については、アンケートの自由回答にあった冷凍食品に加え、惣菜などの加工食品の購入が多くなっている傾向が見られた。日本冷凍食品の「惣菜市場における冷凍食品の使用実態及びコロナ禍の影響調査報告書」によると、コロナ禍で外食を控えて内食が進む中、食品スーパーや惣菜専門店など対象企業30社の内、食卓のもう1品として惣菜需要が増加したとする企業が3分の1あり、アンケート結果に現れた傾向を裏付けている。

さらに、2020年4月に学校閉鎖が実施された際に、非常食という観点から、カップ麺や粉ものが多く購入され、新型コロナウイルスが蔓延し始めた頃の非常事態という消費者の意識を物語っていた。また、ビールやウィスキーなどのアルコール飲料がよく売れるようになったという変化もあり、アンケートの回答にもあった家飲みが多くなったことと一致する。

先行研究にあった食品ロスの問題は、食品スーパーは本部の方で状況に応じた仕入れをするので、コロナ禍でも発生が増えたというような変化はないということで、アンケートの回答にあった家庭での食品ロスに変化はないと同じであった。しかしながら、農協では流通経路が決まっている契約された農産物や牛乳などを扱っていることや、外食店に食品を卸しているため、緊急事態宣言等の発令があると、未利用ないし余剰となる食品のロスが発生し、新型コロナ前に比べ食品ロスが増加する変化があった。

食品および飲料の流通について、農協で

は国内は新型コロナの影響は受けておらず、コロナ発生前と同様、生産農家から契約した量の農産物や牛乳などを仕入れ、市場への出荷量も変わっていなかった。また、農協が契約している生産農家についても、新型コロナに感染したため、農作物の入荷が滞ったということはないとのことだった。しかしながら、新型コロナ発生後は、高齢者の離農が増えているとのことであった。

一方、海外から輸入している花の苗などは、輸出国での新型コロナ発生による生産量減少等により、入手困難という問題が発生していた。ただし、輸入品の花きは、代替え品として使用した国内産の需要が増えたという、良い面もあった。

次に、新型コロナ発生前と後での従業員やアルバイトの方の人数変化では、ライフラインの食に携わる食品スーパーや農協では、外食産業で見られたような営業時間短縮要請による人員縮小はなく、逆に一部の食品スーパーでは営業時間の延長を要請されていた。売上高の変化については、個人向けの食品を扱う食品スーパー等は、コロナ禍で凹凸はあったがほとんど変わらなかった。ただし、農協では外食産業向けの米の出荷量は減少していた。

緊急事態宣言等が発令された期間での変化は、食品スーパーではコロナの飛沫対策へのお客様からの苦情が多発したこと等であった。他方、農協は外食産業向け農産物の出荷量が激減したので、売上が減少したという、より切実な影響を受けていた。新型コロナ対策では、食品スーパーは従業員のための感染防止対策を徹底的に実施し、従業員が感染しないことを第一として、感染の拡大防止を図っていた。農協は有事の際に、業務が停止してお客様に迷惑がかからないように、体制を整えていた。両者とも、例え、

新型コロナによるクラスターが発生しても対応できる構えをしっかりとしていた。

以上のヒアリング調査結果のまとめから、家庭の食に直結したライフラインでもある食品スーパーや農協は、コロナ禍の家庭での食習慣の変化による影響はほとんど受けていないと言える。新型コロナまん延当初に、学校閉鎖やイベント中止などが実施された際は、非常食としてカップ麺や粉ものも多く購入されたことや、家飲みが増えたことにより、ビールやウィスキーがよく売れるといったことはあったが、売上はそれほど変化していない。

特筆すべきは、食品スーパーや農協は、万が一の新型コロナウイルス感染症のクラスター発生に対しても、事前に備えができていることで、お客さまに迷惑が掛からないように柔軟に対応できる体制を整えていた。

このような状況下で、中小飲食店においてはインタビュー調査で明らかにしたように、コロナ禍における国、都道府県、市町村の政策により、思ったより企業倒産、廃業の数は少ないように感じる。しかしながら、経営者の実力が問われるのは、これからではないだろうか。

9. まとめ

先行研究では、1960年代までは我が国における家庭での食習慣が「内食」中心であったが、1970年代ごろからファーストフード店やファミリーレストラン等の低価格で食事が提供される「外食」が多く取り入れられることになったとあった。しかしながら、本稿のアンケート結果からも読み取れるように、新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、家庭での食習慣は1960年代以前の「内食」中心に回帰し、変化したと言えるのではないだろうか。ただし、そこには「内食」だ

けでなく、1980年代に加わったテイクアウトやデリバリーにより調達する「中食」も存在している。さらに、今後も新型コロナウイルスの脅威が続き収束するということではなく、with コロナの時代が続くとすれば、「内食」の中での「中食」が占める割合が増えてくると予測される。なぜなら、「中食」は「内食」に比べて手間がかからないためである。「内食」を重視するようになったとは言え、在宅勤務等で家に居る家族のために連日3食の食事を用意する側にとって「内食」への回帰は歓迎できるものではなく、手間のかからない「中食」を多く取り入れることで、乗り越えていけるのではないだろうか。そこには、コロナ禍の蜜を避けるために「外食」に行けないというストレスを、「外食」より費用がかからず、お店で食べるクオリティを追求している「中食」を食べることで、解消できるという利点も存在する。また、本稿のアンケート結果にもあったように、コロナ禍の中で、大学生が一般の方よりもテイクアウトの回数が多くなったと思っていることから、今後、家庭での「内食」＋「中食」中心の、食習慣は続いていくと考えられる。

それでは次に、本稿のヒアリング調査では、消費者が購入する食品の流通経路にある食品産業は、家庭での食習慣の変化による影響はほとんど受けていないという結果が得られた。そこには、今回、ヒアリング調査を実施した食品スーパーや農協の、並々ならぬ新型コロナ対策があると言える。食品スーパーでは、来店客と接するレジ場だけでなく、従業員の休憩所の飛沫防止カバーを設けるなど、従業員の感染防止対策を徹底的に実施し、従業員が新型コロナに感染しないことを第一としていた。万が一、コロナが発生しても、対応できるだけの準備

はできているということであった。また、農協では、新型コロナが発生したとしても、お客様に迷惑がかからないように、職場間ローテにより他部署の業務遂行ができるなどの体制強化を図っていた。両者とも、今後のwith コロナの時代を乗り切る体制を整えることにより、新型コロナ発生前と変わらない安心・安全の食を家庭に提供できているのである。

最後に、コロナ禍の家庭での食品ロスは、本稿のアンケート調査からはコロナ発生前と変わらず、影響を受けていないという結果を得た。日本の食品ロス量年間600万トンのうち、家庭からは276万トン発生しているが、主な原因としては「買いすぎ」や「食べ残し」、「期限切れ」などがある。アンケート結果からは、ネット販売では無駄な食材購入は少なくなったなど「買いすぎ」を抑制していたり、家で昼食や夕食を摂る機会や料理をする機会が多くなったことで「食べ残し」、「期限切れ」が防止できていたことも読み取れるため、家庭での食品ロスは、新型コロナ発生前と比べ、発生後の方がむしろ削減されている。

本研究では、新型コロナウイルス感染症によるパンデミックがもたらす食生活の影響について、コロナ禍での家庭における食習慣の変化を論じてきた。

実証したように、家庭での食習慣の変化はパンデミックに対応するための「防衛」という形で発生している。家族が揃って夕食を摂るといった、日本の昔ながらの良き食事スタイルである「内食」への回帰と、そこに「中食」が加わった変化が起こっていることは確かである。しかしながら、その回帰は、果たして現代人の食への欲求を満たしているものだろうか。関沢(2021)は、外食には、栄養摂取によって人間がその身体(カ

ラ＝容器)を元気にすると同時に、それだけではなく、靈魂(タマ＝中身)の活性化をはかるという重要な意味がある。外食とは、身体と精神の活性化にとって不可欠な営みであり、人びとの外食への欲求が衰退することはないと述べている。

with コロナの中での家庭の食習慣は、「内食」+「中食」中心とはなるものの、「外食」への欲求は断ち切れないと考えられる。そのため、新型コロナには罹患している人はいないという安心感を伴う、家族で作る「バブル」の中で食事を楽しむことができるような「外食」は取り入れられていく。なぜなら、新型コロナが発生する以前は、生活の中での祝い事や記念日などは、家族で「外食」に出掛けて一緒に祝うといった、家族の「和」を大切にしていたから。コロナ禍での家庭における食習慣が変化したことを機に、家族の「和」が見直され、家庭の幸せを考えるきっかけとなるのではないだろうか。さらには、その「バブル」の中に、親戚、友人、同僚などを加えていくことで、「防衛」の輪を広げていくこととなる。

このように、「内食」「中食」が増えた食生活ではあるが、飲食店オーナーへのインタビュー調査から、国、都道府県、市町村の中小飲食店への支援政策は、持続可能な経営効果はあった。

今後、家庭では新型コロナ発生前とは異なり、with コロナに適應できるように見直しが図られるとともに「内食」、「中食」および「外食」のバランスが取れた食習慣が戻って来るであろう。

10. 参考文献

- 1) 赤岩友紀, 林 芙美, 坂口景子, 武見ゆかり (2021)『COVID-19 流行化における食行動の変化、食物アクセスの課題, 食情報のニーズ: 世帯の経済状況別検討』一般社団法人日本公衆衛生学会「日本公衆衛生雑誌」論文 ID:21-057, 2021.10.29 pp1-14
- 2) 飴野仁子 (2021)『アンケート調査: 新型コロナウイルス(COVID-19)の感染拡大による物流・サプライチェーンへの影響』関西大学「経済論集」第70巻第4号, 2021.3 pp99-120
- 3) 池田恵里 (2020)『激化する中食争奪戦』ダイヤモンド・フリードマン社「ダイヤモンド・チェーンストア」51(10), 2020 pp46-49
- 4) 池田恵里 (2020)『中食・外食需給の近況』湊文社「アクアネット」23(5), 2020 pp44-46
- 5) 井出瑠美 (2021)『新型コロナでの食品ロスを考える ～東京五輪とニューノーマル』女子栄養大学出版部「栄養と料理」87(12), 2021 pp92-95
- 6) 井出瑠美 (2020)『新型コロナショックから見た食品ロスの課題』女子栄養大学出版部「栄養と料理」86(10), 2020 pp88-93
- 7) 海蔵寺りか子 (2021)『食品スーパーにおけるおさかな惣菜と簡便化 家庭内調理は一時的、惣菜・簡便化志向は続く』湊文社「アクアネット」24(5), 2021 pp25-27
- 8) 北澤裕明 (2021)『食品の品質保持における包装の役割』公益社団法人日本油脂学会「オレオサイエンス」第21巻第3号, 2021 pp3-9
- 9) 小西葉子 (2020)『POS で見るコロナ禍の消費動向』日本経済新聞出版「コロナ危機の経済学 提言と分析」第13章, 2020 pp221-237

- 10) 小林富雄 (2021)『食品ロス問題の本質と世界の食品産業：ポストコロナ時代に向けた日本の展望』FFI ジャーナル編集委員会「Foods & food ingredients journal of Japan」Vol. 226, No. 1, 2021 pp3-10
- 11) 関沢まゆみ (2021)『外食の意味と魅力 (特集 コロナと食文化)』味の素食の文化センター「食文化誌ヴェスタ」(123), 2021. Sum pp20-25
- 12) 広田鉄磨 (2020)『コロナ騒動の中の緊急提案 ～特に外食・中食産業の保全の観点から～』食品と科学社「食品と科学」62(5), 2020 pp14-20
- 13) 三浦美浩 (2020)『アフターコロナ、ウィズコロナの食品スーパー』ニュー・フォーマット研究所「マーチャндаイジング」23(2), 2020 pp20-24
- 14) 森川正之 (2020)『コロナ危機と在宅勤務の生産性』日本経済新聞出版「コロナ危機の経済学 提言と分析」第17章, 2020 pp285-299
- 15) 矢野尚幸 (2021)『新型コロナウイルスが食品スーパーの購買行動に与えた影響』流通経済研究所「流通情報」53(1), 2021 pp49-63
- 16) 山下一仁 (2020)『新型コロナウイルスと食料安全保障』日本経済新聞出版「コロナ危機の経済学 提言と分析」第7章, 2020 pp125-139
- 17) 山中珠美 (2021)『コロナ禍における外食産業と中食市場の経済動向および将来に向けた対策』鳥取看護大学・鳥取短期大学研究紀要 第83号, 2021 pp23-30
- 18) 渡辺達郎 (2020)『コロナ禍のもとの食品ロス削減：フードシェアリングの取り組みに注目して』流通情報研究所「流通情報」(No.546), 2020.9 pp45-53
- 19) NHK ウェブサイト「特設サイト 新型コロナウイルス」、
(<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/>)、2023年1月30日
- 20) 農林水産省ウェブサイト「令和3年度食料・農業・農村白書」、
(<https://www.maff.go.jp/j/wpaper/wmaff/r3/index.html>)、2023年12月16日
- 21) 農林水産省ウェブサイト「令和2年度食料・農業・農村白書」、
(<https://www.maff.go.jp/j/wpaper/wmaff/r2/index.html>)、2021年6月9日
- 22) 総務省統計局ウェブサイト「家計調査年報 2021年」、
(<https://www.stat.go.jp/data/kakei/2021np/gaikyo/pdf/gk03.pdf>)、2022年11月11日
- 23) 総務省統計局ウェブサイト「家計調査年報 2020年」、
(<https://www.stat.go.jp/data/kakei/index.html>)、2021年12月19日
- 24) 東京都環境局ウェブサイト「東京都食品ロス削減推進計画」、
(https://www.kankyo.metro.tokyo.lg.jp/resource/recycle/tokyo_torikumi/kaikaku.files/030330_plan.pdf)、2021年9月27日
- 25) 経済産業省ウェブサイト「BigData-STATS ダッシュボード(6版) METI POS 小売販売額指標[マイクロ]」、
(https://www.meti.go.jp/statistics/bigdata-statistics/bigdata_pj_2019/pos_gfk_i)

[ntage_renewal.html](#))、2021年9月
10日

27) NHK NEWS WEB 「スーパー上半期
売上 コロナ禍 “自宅で食事” 多く 2
年連続増加」、

(<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210721/k10013152311000.html>

)、2021年10月5日