HOKKAIDO UNIVERSITY

| | |
|---|---|
| Title | 移動の制限よる消費者側の食生活の変化 ： 外出自粛と飲食店の営業時間短縮をめぐって |
| Author(s) | 李, 娜 |
| Citation | Sauvage ： 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院院生論集, 17, 46-52 |
| Issue Date | 2021-03-29 |
| Doc URL | https://hdl.handle.net/2115/83062 |
| Type | other |
| File Information | Sauvage17_2_5.pdf |

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

【COVID-19 禍における院生の研究・調査活動の今】

# 移動の制限よる消費者側の食生活の変化
# —外出自粛と飲食店の営業時間短縮をめぐって

李　娜
立教大学大学院観光学研究科 観光学専攻 博士課程後期課程
supernanahhh@gmail.com

## 1．はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛要請で、移動が大きく制限された。外食も同時に制限されてきたが、他方で家内食（内食・中食）を楽しむ傾向もあった。スマートフォンアプリの利用者数において、食の分野ではフードデリバリーのアプリや、レシピアプリが多くダウンロードされていた。また「オンライン飲み会」「おうちごはん」「デリバリー」などもだいぶ身近なものになってきた。このように、人々の食生活スタイルが変わってきた。本稿は第 5 回 COVID-19 と Tourism Studies 研究会 [1] にて発表したものに対して、更新したデータを入れてまとめなおしたものである。

研究会では、外出自粛等の移動制限下で食のデリバリーサービス（日本における Uber Eats と中国における Meituan を比較）の分析を通じて、食をめぐる移動から観光における移動をみることを試みたが、発表日からすでに半年が過ぎたため、消費者側の食生活における新たな変化に注目し考察する。本稿では、東京都が過去 1 年間に発表した飲食店及び都民の外出に関する緊急事態措置と要請を整理した上で、消費者側の食生活がどう変化していたかを論じる。

## 2. データにみる家内食

まずは、それぞれの言葉の範囲を定める。外食とは、食事とともに食空間を提供する食堂、レストラン、ファストフードや喫茶店、各種専門の飲食店などで食事をする形態をいう。次に、中食とは市販の弁当や惣菜など、家庭外で調理・加工された食品を家庭や職場・学校・屋外等へ持ち帰り（テイクアウト）、手を加えずにそのまま食事として食べられる状態に調理された食品の総称である。最後に、内食とは家庭内のだれかが食事をつくり、それを家庭内の食空間で食べることをいう。つまり、「内食」は、献立（メニュー）の作成から、食材の購入や保管、調理器具や食器・食具・食空間（テーブルコーディネート）の準備、調理や配膳、後片付けまでの一連の流れを家庭内で行うのが特徴である。

本稿では、自宅での自炊を「内食」といい、食のデリバリーサービスやテイクアウトを「中食」とする。また、内食と中食を「家内食」とまとめて呼ぶ。

さて、最初に「新型コロナによる食生活と健康に対する意識調査」[2] のデータを参考に「内食」の変化についてみる。外出自粛となった 2020 年 4 月以降、自宅における食事の頻度は、それ以前に比べて合計すると半数以上の人(「かなり増えた」は 23%、「やや増えた」は 32%)が、自宅での食事が増えたことが分かった。年代別に比較すると、若い世代の方が「増えた」と回答した人の割合が顕著に高く、20 代では「かなり増えた」「やや増えた」の合計が 67%にのぼっていた。自宅での料理の頻度も、全年代で上がっている。

また、1 週間あたりの、自宅における食事の平均回数を 2020 年 1~3 月と 4~6 月に分けて比較すると、自宅での食事の回数が週に 20 回以上だった割合が四月以降で半分以上、上回ったことが分かった（図 1)。

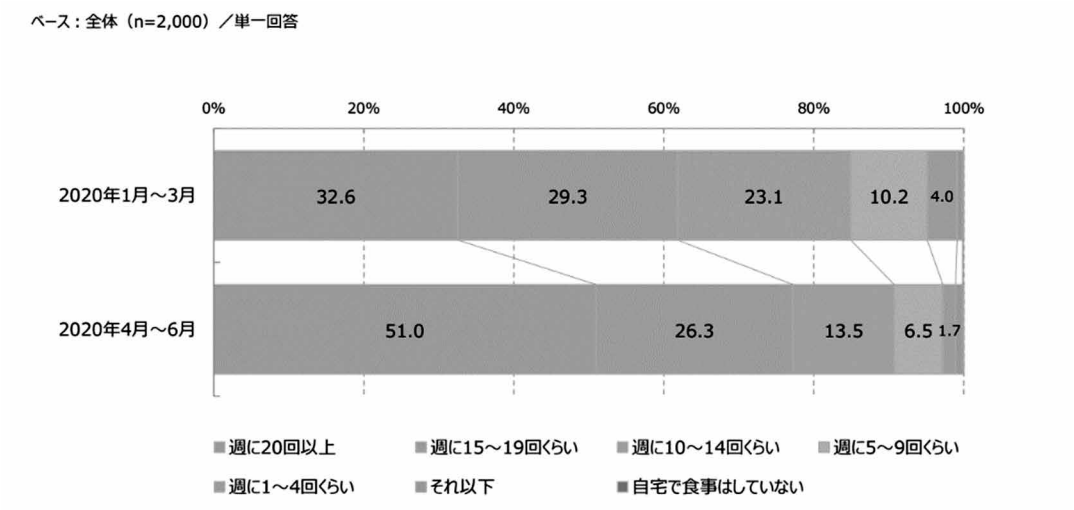



図 1 自宅での食事の回数
（新型コロナによる食生活と健康に対する意識調査・マクロミル調べより転載）

次に、自宅での料理を自身がメインで行っている人へその頻度の増減を尋ねると、全体の 57%が増えたと答え、特に 20～40 代の頻度が高まっていた。また、今後の料理頻度が「もっと増えると思う」が 10%、「今後も、現在と同じくらいの頻度で料理をしていくと思う」については 75%にのぼり、「減ると思う」は 15%だった。この結果によると、自粛中に料理頻度が増えた人の大半が、これからもその頻度を維持していくと考えられる。

では、デリバリーサービスやテイクアウトが含まれる「中食」はどうなっているだろう。2020 年 4 月以降の「フードデリバリー」と「テイクアウト」の利用状況については、「フードデリバリー」を利用したことがある人（21.6%）に対して、「テイクアウト」をした人は 57.7%に達した。それぞれを利用した人に理由を聞くと、「フードデリバリー」を利用した者の上位 5 位（図 2）の答えは、①外食を控えていたから、②食事の準備が面倒だったから、③外出ができなかったから、④外出が面倒だったから、⑤クーポン・割引券があったから、と列挙された。ここから、外出が制限されたことが最も大きな要因であったことが分かる。一方、「テイクアウト」を利用した理由には、①②③以外にも「すぐに食べたいメニューがあったから」と「自宅で食事にバリエーションが欲しかったから」があげられた。

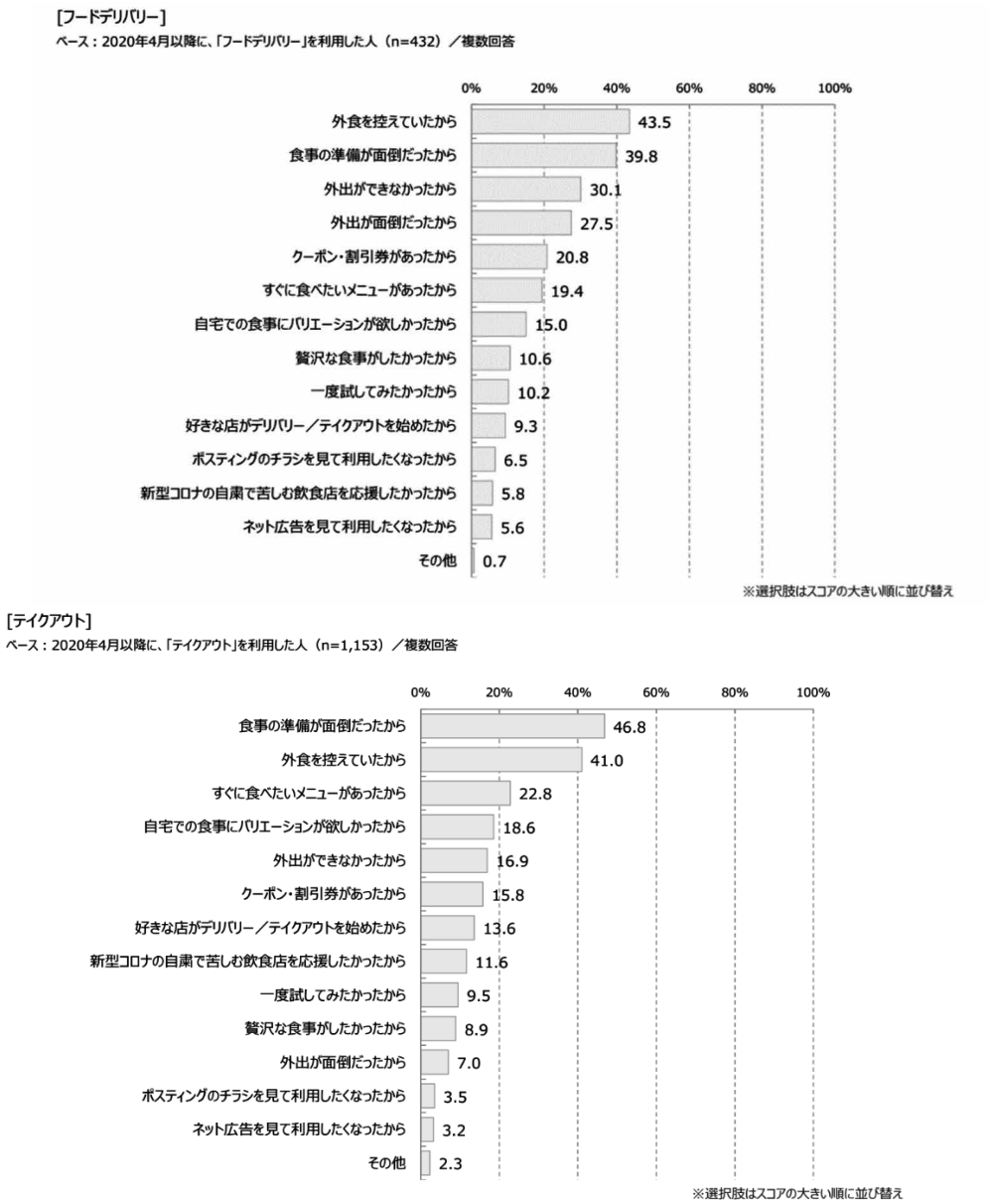



図 2 2020 年 4 月以降に「フードデリバリー」やテイクアウトを利用した理由
（出所: 新型コロナによる食生活と健康に対する意識調査・マクロミル調べより転載）

道を歩くと徐々に身の回りに、大きな「Uber Eats」リュックを背負って自転車やバイクなどで疾走する人が目に見えて増えただろう。この「Uber Eats」[3]は 2016 年から日本での認知度が徐々に広まりつつあったが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛を受けて利用が急拡大した。しかし、テイクアウトサービスは以前から馴染みのあるものであるが、フードデリバリーサービスについてまだ不安な人も多いと考えられる。筆者の周りにも、クーポンがあるから使ってみたという声は多いが、1 度限りでそれ以降使ったことがない人と、その後ずっと使っているという人の 2 パターンに別れていた。いずれにしても、外出を控えている状況の中、自宅で料理する

人は増えていて、今後もその傾向が続くと考えられ、「フードデリバリー」や「テイクアウト」を継続的に利用することも期待される。外食ができなかった分、家内食への変化は確実視される。

### 3. 外食から家内食へ

ここからは、東京都が過去 1 年間に発表した飲食店及び都民の外出に関する緊急事態措置と要請を整理した上で、外出自粛や移動の制限下、外食から家内食への変化を発展期から倦怠期、そして倦怠期から成熟期の 2 期に分けて論じる。

表 1-東京都における緊急事態措置、要請リスト

| | 発表日時 | 実施期間 | 内容（飲食店及び都民の外出に関する） |
|---|---|---|---|
| 緊急事態宣言発令[4]（東京都：5月25日まで） | 2020.04.10 | 2020.04.07～05.08 | 都民向け：徹底した外出自粛の要請<br>飲食店向け：朝 5 時から夜 8 時までの営業を要請し、酒類の提供は夜 7 時までとすることを要請（宅配・テイクアウトサービスは除く） |
| | 2020.05.05 | ～05.31 | 都民向け：引き続き、外出自粛を徹底に要請。毎日のお買い物を 3 日に 1 回程度にすること、食料品などの必要以上の買いだめはしないこと<br>飲食店：4 月 7 日及び 11 日から実施している緊急事態措置等を継続実施 |
| 外出自粛、休業要請等の緩和措置の内容 | 2020.05.22 | | STEP0：飲食店等は短縮営業（夜 8 時まで、酒類の提供は夜 7 時まで）<br>STEP1、2：飲食店等は営業時間の一部緩和（夜 10 時まで）※実際は 6/1～。<br>STEP3：飲食店等は営業時間の一部緩和（夜 12 時まで）※実際は 6/12～。<br>6 月 12 日より、「感染防止徹底宣言ステッカー」を発行 |
| | 6 月 19 日に全面的に解除[5] | | |
| | 2020.07.30 | 2020.08.03～08.31 | 都内の酒類の提供を行う飲食店：夜 10 時までを要請<br>8 月 3 日より、都のホームページでは「感染防止徹底宣言ステッカー」を掲示している施設や店舗の名称と位置情報を公開 |
| | 2020.08.27 | | 9 月 15 日まで上記の要請を継続 |
| | 2020.09.10 | | 上記を 9 月 15 日に解除 |
| Go To Eat キャンペーン[6] | 2020.11.10 | | 「Go To Eat」は 11 月 19 日に東京も追加<br>引換券受付開始：11 月 19 日（木）<br>食事券販売期間： 2020 年 11 月 20 日（金）～2021 年 1 月 31 日（日）まで |
| | 2020.11.20 | | 食事券利用人数制限の開始：5 名以上での飲食は利用できない |
| | 2020.11.25 | | 食事券の販売及び引換券の受付を一時停止<br>＊販売再開日未定（2021 年 1 月 29 日時点） |
| 外出自粛、営業時間短縮の要請 | 2020.11.25 | 2020.11.28～2021.12.17 | 都民向け：できるだけ外出を控えること、外出する場合には感染予防対策を万全にすること<br>飲食店向け：朝 5 時から夜 10 時までの間に営業時間を短縮 |
| | 2020.12.16 | 2020.12.18～2021.01.11 | 都民向け：都外、都内への不要不急の外出を避けること、年末年始の帰省は、今回は時期をずらすこと<br>飲食店向け：上記措置等を継続実施 |
| 緊急事態宣 | 2021.0 | 2021.01.08 | 都民向け：不要不急の外出自粛、特に夜 8 時以降の徹底した不要不急の外 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 言再発令[7] | 1.07 | ～02.07 | 出自粛<br>飲食店向け：営業時間短縮を要請 （営業時間は 5 時から夜 8 時まで。ただし、酒類の提供は 11 時から夜 7 時まで）（宅配、テイクアウトは除く） |
| | 2021.02 | 2021.02.08<br>～03.07 | 都民向け：日中も含めた不要不急の外出自粛<br>飲食店向け：上記措置等を継続実施 |

表 1 は 2020 年 4 月第 1 回目の緊急事態宣言発令以降から、2021 年 1 月末までの間、東京都庁の公式ホームページ、東京都防災ホームページによる時期的な流れを筆者が整理した表になる。

### 3.1 発展期から倦怠期へ

第 1 回目の緊急事態宣言が発令されてから 5 月 25 日まで、東京都は都民に外出自粛を徹底するよう要請し、飲食店向けには朝 5 時から夜 8 時までの営業を要請した。なお、宅配やテイクアウトサービスはこの限りではない。その後、東京都は飲食店への休業や短縮営業要請を 3 段階で緩和し、6 月 19 日にはすべての制限を解除した。この時期には外食から家内食へという食生活が初めて変化し、新たな食生活スタイルが現れた。例えば：

・オンライン飲み会：新型コロナウイルスの影響を受け、徐々に浸透していったのがオンライン飲み会である。これはアカウント所有率の高い LINE、最近話題の Zoom 及び、昔からある Skype を使って場所を問わず参加できるものである。インターネットでの情報収集によって「オンライン飲み会の楽しみ方」をまとめたところ、5 つのメリットがあげられた。(1)「三密」を避けられる。(2) 帰宅時間を気にしなくていい。(3) 場所を問わず自由に参加できる。(4) 途中参加・退席、中抜けも自由。(5) 予算を気にせず、好きな酒・料理をマイペースで楽しめる。

・おうちごはん：新型コロナウイルスの影響で、家でごはんを食べる人が増えたこともあり、家で自炊する人が多くなってきた。それと同時に人気な料理のレシピ本が多く普及されたり、レシピアプリのダウンロード数が激増したりした。また各市民活動業界及び、各地域の役所ホームページもレシピや食育に関する情報を発信していた。

・「フードデリバリー」と「テイクアウト」：これまで外出自粛および飲食店の営業時間は制限されていたが、宅配やテイクアウトサービスには影響しなかったか、あるいは促進したことも言えるだろう。

このような、家の時間を楽しむ、家の中で食の喜びを感じる食生活スタイルが現れてきた。一方、時間が経つことによって「あきる」、「つかれる」という声も出てきた。例えば、オンライン飲み会については、「Web 会議ツールで複数人がいっぺんに話すと、声がごちゃごちゃになって聞きづらくなる、そのため結局誰かが話して誰かが答えるパネルディスカッション的な感じになってしまう」、「オンライン飲み会には終わるタイミングが難しく、長時間続いてしまう」。そして、おうちごはんについては、「最初は楽しく作ったが、毎日メニューに沿った食材を揃うのが大変」、「計画性が足りないとコンビニで弁当買うよりも結果的に食費が高い」など。

ここでは、移動が制限される中、画面越しのコミュニケーション（オンライン飲み会）が急速に発達し、人と人との場の共有・交流や肌の触れ合いなどが極度に抑制されている中、交流の場における「非言語的なコミュニケーション」や「身体性」の重要性を再検討する必要がある。また、外食が制限されている中で、レストランという

場所の魅力を再認識するきっかけが必要だろう。以前までは、出来上がった料理をその場で味わうだけでなく、サービスを享受する、インテリアを実感するといったプロセスを楽しむことができた。

### 3.2 倦怠期から成熟期へ

初めてすべての制限が解除された 6 月 19 日から、以上のような「あきる」、「つかれる」を感じた人々は出かけはじめた。飲食店も時間制限を受けることなく営業を行うことが可能になり、さまざまな感染防止対に取り組んだ。そして、「感染防止徹底宣言ステッカー」を店舗に掲示することによって都民が安心して利用できる施設であることを示すことができた。チェックシートにある感染防止対策を全て実施した上で、専用フォームから申請すると、「感染防止徹底宣言ステッカー」を取得できる。8 月からは都のホームページにより店の情報も公開されていた。

営業時間に制限なく外食が再開したが、レストランの状況や消費体験などについてはコロナ前とは大きく異なるものとなった。例えば、テーブル席に座る際に、2m（最低 1m）以上の間隔を空けて横並びで座ることや、店舗入口や手洗い場所には手指消毒用に消毒液（消毒用アルコール等）が用意されていることなど。これらは感染拡大の防止対策として当たり前のことだが、区切りのパーティション（アクリル板等）を挟んでしまうと同行人と会話がしにくいことや、食事中以外はマスクの着用が求められることなどの不便性も生じた。そうした理由からか、多数の人数で外食する代わりに、自宅でホームパーティーをすることも流行している。

11 月からの検査陽性者数の増加を受けて、GoTo 事業が感染拡大を助長しているとの批判が高まった。11 月 25 日時点で、小池都知事はまた都民に向けて「できるだけ外出を控えていただき、外出する場合には感染予防対策を万全にしていただきたい」とお願いし、緊急会見を開き、「年末年始は家族でステイホーム」と呼び掛けた。実は 11 月下旬より東京都は、感染予防対策に協力する飲食店を応援し、かつ食材を供給する農林漁業者を支援するための事業である Go To Eat キャンペーンを導入した。しかし感染拡大の影響で、都はキャンペーンに追加された直後にそれを一時停止した。それから年末年始にかけて何度もキャンペーンの再開日を変更してきたが、食事券の販売及び引換券の受付の再開日は未定（2021 年 1 月 29 日時点）とされていた。さらに緊急事態宣言の再発令によって、人々はあらためて「おうち時間（STAY HOME）」を過ごすようになった。

その後はまた、オンライン忘年会、おせち料理や年越しそばの手作りなどの話題が上がるようになった。このように、最初の楽しむ段階から、徐々にあきる段階へと入り、やむを得ない状況でまたも家内食を続ける、という起伏のある状況が続いてきた。

### 4. おわりに：もとには戻れない

2021 年に入ってから 2 回目の緊急事態宣言が発令された。今後、いずれ解除されるとしても、移動の自粛が継続して呼びかけられるなどの予断を許さない状況が続くだろう。「家を楽しむ・家ナカ消費」という過ごし方を選択する人々が増えたり、また食生活に関しては家内食を今後も継続したりするような可能性の端緒もみえる。食べることは人間が生きていく上で不可欠な行為であり、暮らしの中で毎日繰り返される行為である、だからこそ長い間にわたって食生活の習慣も変わったり、食生活スタイルの再構築と見直しに取り組んだりすることも可能になるといえる。もし移動の制限が主な原因なのであれば、感染が収まると同時にまた外食が増えるに違いないが、家内食と外食のバランスを取りながらの食生活はコロナ後の「ニューノーマル」になり

うる、という推測もできるだろう。

注
1 Facebook のグループ機能を用いた情報交換プラットフォーム「COVID-19 と Tourism Studies」は、「観光研究に携わる若手研究者や大学院生による大学を越えた議論の場を設け、今日の事態を冷静に把握し共有していくと同時に、それを過去・現在・未来の観光(研究)のあり方にひもづけて検討していく場」として、2020 年 4 月 12 日に発足された。この場を借りて、本研究会の主催者である石野隆美氏にお礼を申し上げたい。研究会が着実に進むためには、熱心に取り組んだ彼がいなければならなかった。
2 株式会社マクロミルにより、2020 年 6 月 15 日から 16 日の期間で全国 20~69 歳の男女を対象に採られた意識調査。このデータは、第 5 回 COVID-19 と Tourism Studies 研究会の事前に、出典を明記したうえ、調査データを活用することの許可を得た。8 月以降になってからも、全国さまざまなマーケティング業界や、アプリ分析研究所はさまざまなテーマについて研究調査を行ってきた。それらの調査結果については、申請することで許可をもらい、出典を明記した上で引用、活用することができる。
3 アプリ分析ツール「AppApe」により、緊急事態宣言直前（4 月 1〜7 日）と、GW 期間中（4 月 29 日〜5 月 6 日）のスマートフォンアプリの平均日間利用者数を比較したところ、食の分野ではフードデリバリーの Uber Eats が 93%増と、利用が激増したという。
（https://www.nikkei.com/article/DGXKZO59282980Z10C20A5H56A00/　最終閲覧日:2020 年 8 月 22 日）
4 新型コロナウイルス感染拡大防止のための東京都における緊急事態措置等
（ https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2020/04/10/documents/27_00.pdf 最終閲覧日:2021 年 1 月 31 日）
5 東京都 休業要請全面解除
（https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/tokyo/detail/detail_15.html 最終閲覧日:2021 年 1 月 31 日）
6 Go To Eat Tokyo 食事券発行共同事業体公式サイト
（ https://r.gnavi.co.jp/plan/campaign/gotoeat-tokyo/news/?tab=customer&sc_lid=gtetokyo_top_news_all 最終閲覧日:2021 年 1 月 31 日）
7 新型コロナウイルス感染拡大防止のための東京都における緊急事態措置等
（ https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2021/02/03/documents/27_00.pdf 最終閲覧日:2021 年 1 月 31 日）