

報道関係各位

2026年10月29日
株式会社クロス・マーケティング

食生活で意識するのは、楽しさ、旬、栄養バランス メニューは「レシピサイト・アプリ」「テレビ」「動画サイト・アプリ」を参考に

－ 食生活に関する実態・意識調査（2026年10月定点ココロスタイルリサーチ）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2026年10月、全国18～79歳の男女3,000名を対象に「食生活に関する実態・意識調査（2026年10月定点ココロスタイルリサーチ）」を行いました。本調査は、生活者の意識やライフスタイルの変化の兆しを捉えることを目的として、定点で実態・意識調査を実施するものです。今回は食生活編として、食事や食品に関する考え方・態度、料理頻度、料理に関する考え方・態度、献立を決める際の参考情報、1年前より支出を増やしたいジャンル、値上がりしても買い続けたい食品・飲料に着目し分析しました。

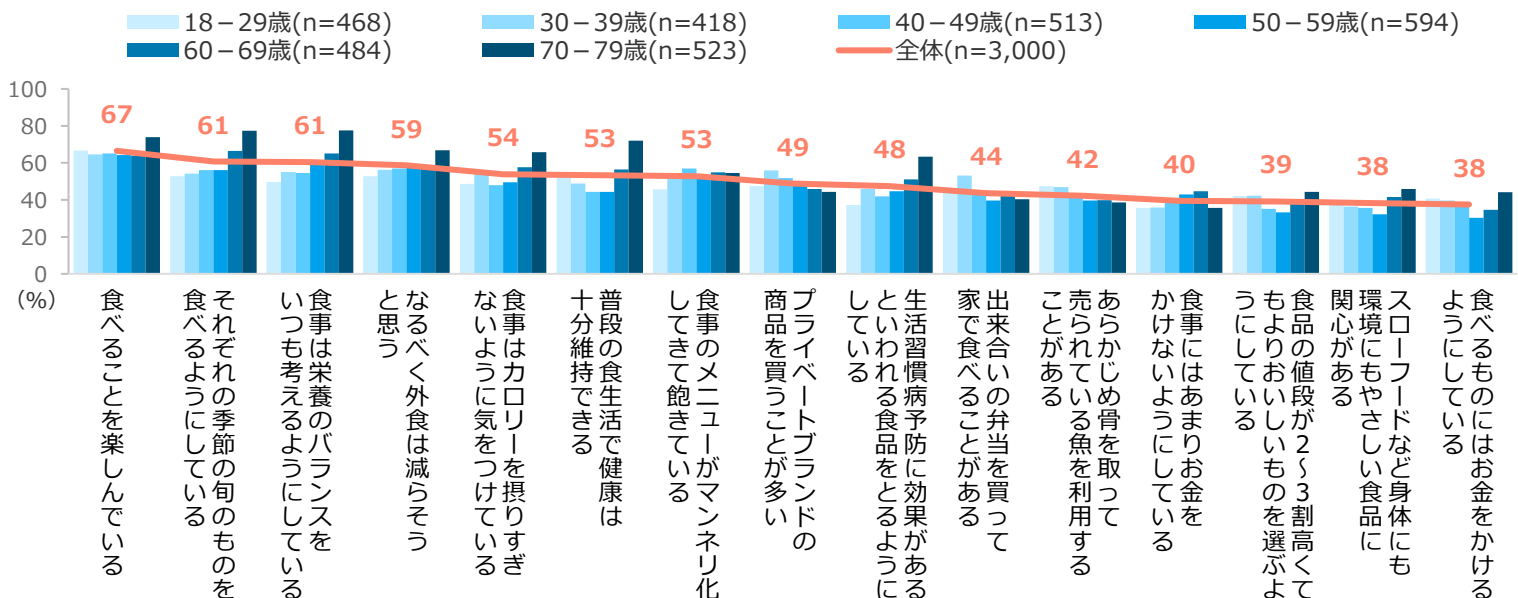
■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【食事や食品に関する考え方・態度】** 29の食事や食品についての考え方・態度を呈示し4段階で聴取した。非常に+まあそう思う割合は、「食べることを楽しんでいる」「それぞれの季節の旬のものを食べるようにしている」「食事は栄養バランスをいつも考えるようにしている」が60%台。旬のものと栄養バランス、カロリーなど健康に関する項目は70代の割合が高い。＜図1＞
- ✓ **【料理頻度、料理に関する考え方・態度】** だいたい毎日+ときどき料理をする人は70%で、年代があがるほど割合は増える。＜図2＞36の料理に関する考え方・態度を呈示し4段階で確認した結果「料理のできる男性は格好よい」「冷蔵庫の中の食品の賞味期限を管理している」「料理時間の短縮のために、簡便化できる食品や調味料を使いたい」がTOP3。若い年代ほど、「包丁いらすの食材をよく使う」など時短に絡む項目が高い傾向にある。＜図3＞
- ✓ **【献立を決める際の参考情報】** 献立を決める際の参考情報は、「レシピサイト・レシピアプリ」が40%と最も高く、「テレビ」「動画サイト・動画アプリ」が20%台と続く。「動画サイト・動画アプリ」「SNSの投稿」は若い層で参考にしてている人が多い。70代に限ってみると「テレビ」に次いで「レシピサイト・レシピアプリ」「料理本」があがっている。＜図4＞
- ✓ **【1年前より支出を増やしたいジャンル】** 食にかかわるジャンルでは、1年前の支出と「変わらない」とした人が大半を占める。割合は低いものの、1年前より支出を増やしたいのは「野菜」「果物」。一方、減らしたいのは「お菓子・デザート」「外食」「お酒」である。＜図5＞
- 【値上がりしても買い続けたい食品・飲料品】** 値上がりしても買い続けたいものを3つまで自由回答にて聴取した。2026年9月、10月と2か月連続で飲食料品3,000品目以上が値上げした中で、「米」は527件と最も多く、次いで「ビール」の398件であった。次いで「肉」「野菜」「果物」「コーヒー」「魚介類」「卵」「牛乳」「パン」と穀物と生鮮食品、嗜好品が上位であった。＜図6＞

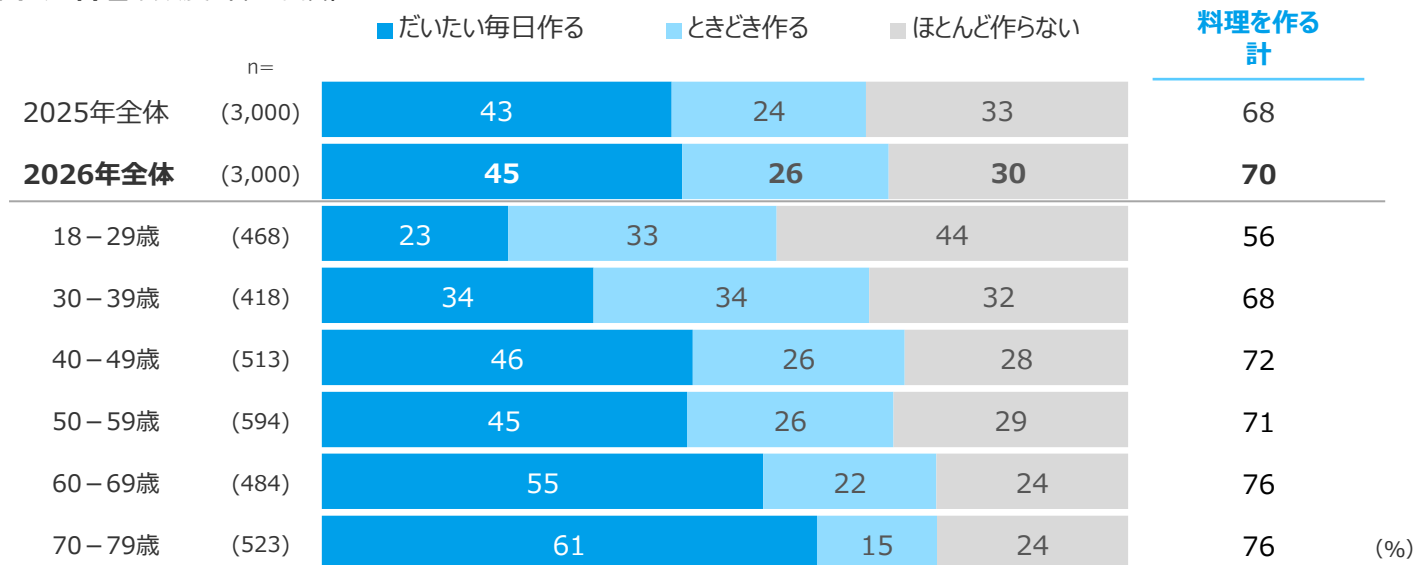
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20261029kokoro>

＜図1＞ 食事や食品に関する考え方・態度（各単一回答：4段階評価で聴取／非常に+まあそう思う割合）

※29項目中、上位15項目を抜粋

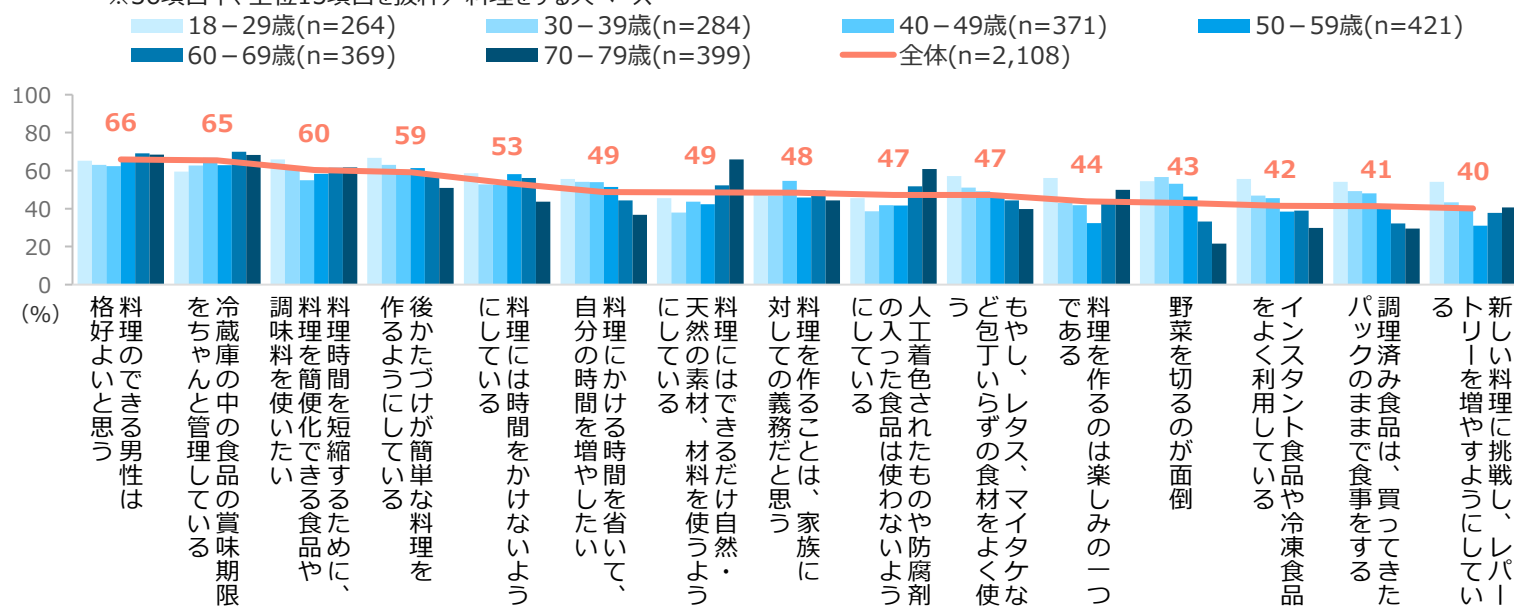


＜図2＞料理の頻度（単一回答）

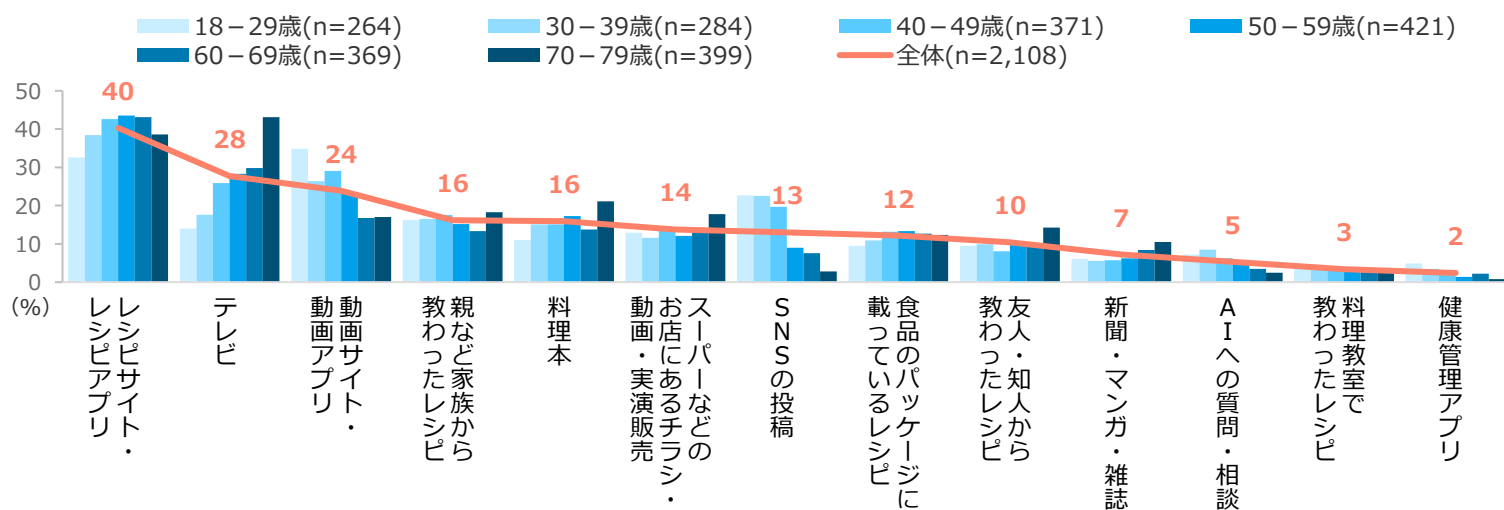


＜図3＞料理に関する考え方・態度（各単一回答：4段階評価で聴取／非常に+まあそう思う割合）

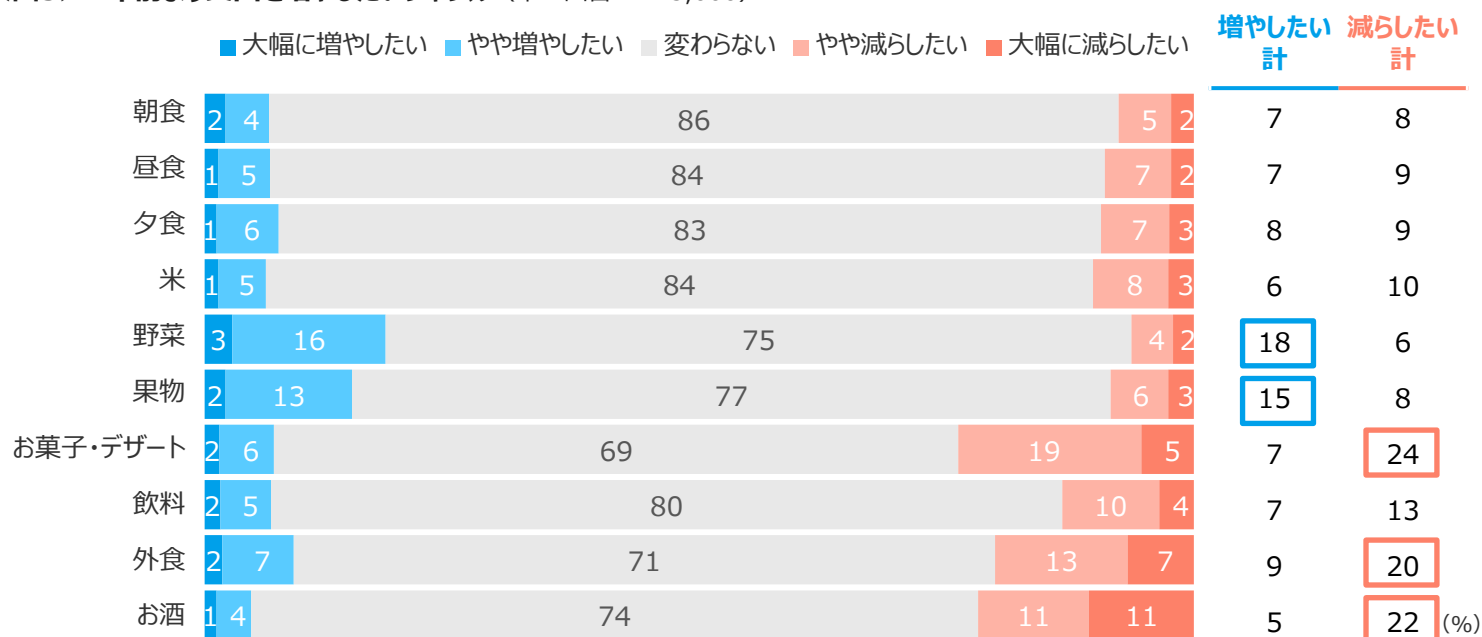
※36項目中、上位15項目を抜粋／料理をする人ベース



＜図4＞献立を決める際の参考情報（複数回答）※ベース：料理をする人



＜図5＞ 1年前より支出を増やしたいジャンル（単一回答：n=3,000）



＜図6＞ 値上がりしても買い続けたい食品・飲料（自由回答をカウントし上位を掲載）

米	527	魚介類	180	お菓子	113
ビール	398	卵	165	納豆	88
肉	293	牛乳	138	チューハイ・サワー	78
野菜	292	パン	131	焼酎	72
果物	285	チョコレート	114	アイスクリーム	71
コーヒー	209	ヨーグルト	114	ワイン・シャンパン	68 (件)

■レポート項目一覧

□ 属性設問

（性別/年齢/未婚/居住地/子どもの有無/同居人数/同居家族/同居子ども・孫の学齢/職業/住まい/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター）

□ 調査結果サマリー

▼ 調査結果：景況感・生活全体の意識

- 生活満足度
- 生活領域別満足度/注力度
- 生活価値観・意識
- 生活関連の意識
- 現在の暮らし向き

▼ 調査結果：食生活について

- 食事や食品に関する考え方・態度
- 料理の頻度
- 料理に関する考え方・態度
- 平日に食事をする場所・一緒に食べる人
- 飲酒の頻度
- よく飲むお酒/最も好きなお酒
- よく/最もよくお酒を一緒に飲む人

- 食生活に関する考え方・態度
- ハレの日の食事
- 支出に関する考え方・態度
- 献立を決める際の参考情報
- 値上がりしても買い続けたい食品・飲料

▼ 時系列データ集

▼ 参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 18～79歳の男女、人口構成比に合わせて割付

調査期間 : 2026年10月7日（水）～8日（木）
有効回答数 : 本調査3,000サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」