

牛乳乳製品に関する食生活動向調査2020 二次調査報告(データ版)

2021年4月23日



一般社団法人 Jミルク
Japan Dairy Association (J-milk)

P 3

調査の概要

P 4

1. コロナ禍前と比べた、現在の牛乳・乳製品の飲用利用の増加

P 13

2. コロナ禍前と比べた、現在の牛乳飲用利用の増加・全パターン

P 18

3. 牛乳類・購入者の購入後利用者タイプ

P 24

4. 購入回数・増加率 ⇔ 買物1回あたりの購入量・増加率

P 31

5. 購入場所の利用頻度変化

P 40

6. 牛乳・乳製品の利用意向変化

P 59

7. 様々な食品の選択基準に関する意識の変化

P 66

8. 新型コロナに関する「不安・怖い」の意識

P 77

9. 新型コロナに関する「不安・怖い」の意識変化

P 92

10. 新型コロナを意識した具体的な取組

P 98

11. 新型コロナに関する対処の意識

P 107

12. 新型コロナによる、在宅 ⇔ 外出の変化

P 116

13. 太った意識 ⇔ 家計悪化意識

P 124

14. 過去の緊急調査からの時系列データ比較

P 135

15. 購入後利用者タイプ別の深堀

P 139

16. 地域（在住者）別の深堀

対象者	15歳 ~ 60代男女
サンプル数	1000ss
調査地域	全国
割付	性年代×地域の構成比を国勢調査に出来るだけ準拠
調査手法	インターネット調査
調査日	2021.01.15(金) - 17(日)

1. コロナ禍前と比べた、現在の 牛乳・乳製品の飲用利用の増加

コロナ禍前よりも牛乳・ヨーグルト・バター・生クリームの利用が増加した人は、それぞれ21%、18%、11%、5%となっている。牛乳の利用については直飲の増加者が最も多く、次いで混飲・料理の順が多い。ヨーグルトは直接の飲食が料理よりも顕著に多く、バターは各用法で利用増に大差がない。

(※ ref → P6)

牛乳の増加者は直飲だと男女比が変わらないが、混飲は女性年下層、料理は女性年上層の割合が多い。その一方で、ヨーグルトの増加者は直接の飲食のほうが、料理よりも女性の割合が多い。バターの増加者はパン塗だと男女比が変わらないが、料理や菓子・パン作りは女性の割合が多く、特に菓子・パン作りは女性30代以下の割合が多くなっている。生クリームの増加者は女性10代~30代が多くなっている。

(※ ref → P7~8)

牛乳・ヨーグルトの増加者は、ホワイトカラーの割合が多くなっている。ただし牛乳は混飲・料理の増加者で専業主婦の割合が多く、ヨーグルトは料理の増加者でホワイトカラーの割合が多い。バターは菓子・パン作りの増加者で主婦と学生の割合が多くなっている。生クリームの増加者は学生の割合が特徴的に多くなっている。(女性若年層を中心にバターや生クリームを使ったお菓子作りが盛んになっている様子)

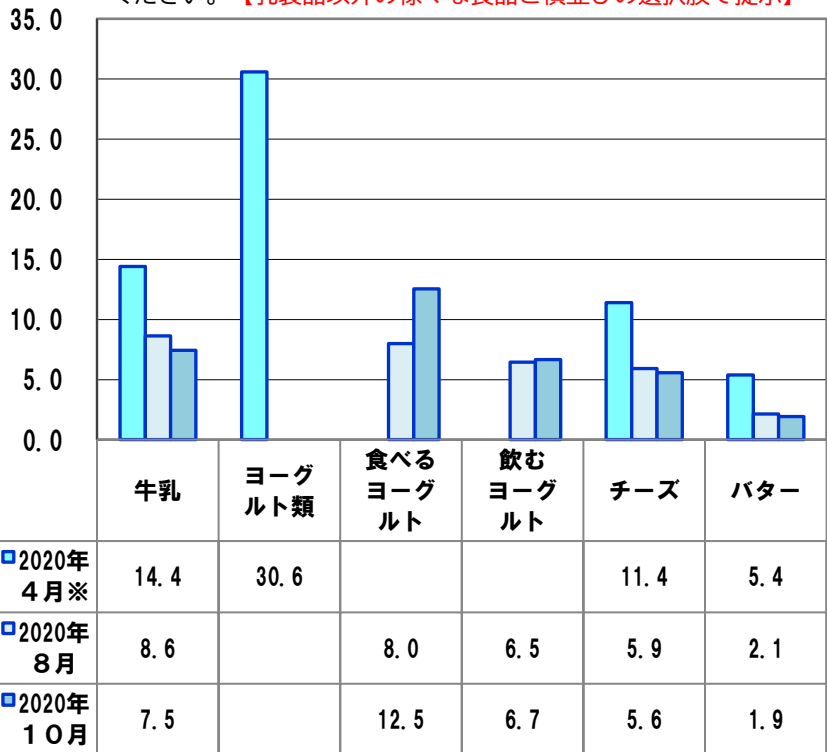
(※ ref → P9~10)

牛乳の料理での利用増加者は「毎日複数回」の割合が特徴的に多く、また同時に週1未満の低頻度利用者の割合も多くなっている。

(※ ref → P11)

2020年4月～10月の推移（参考）

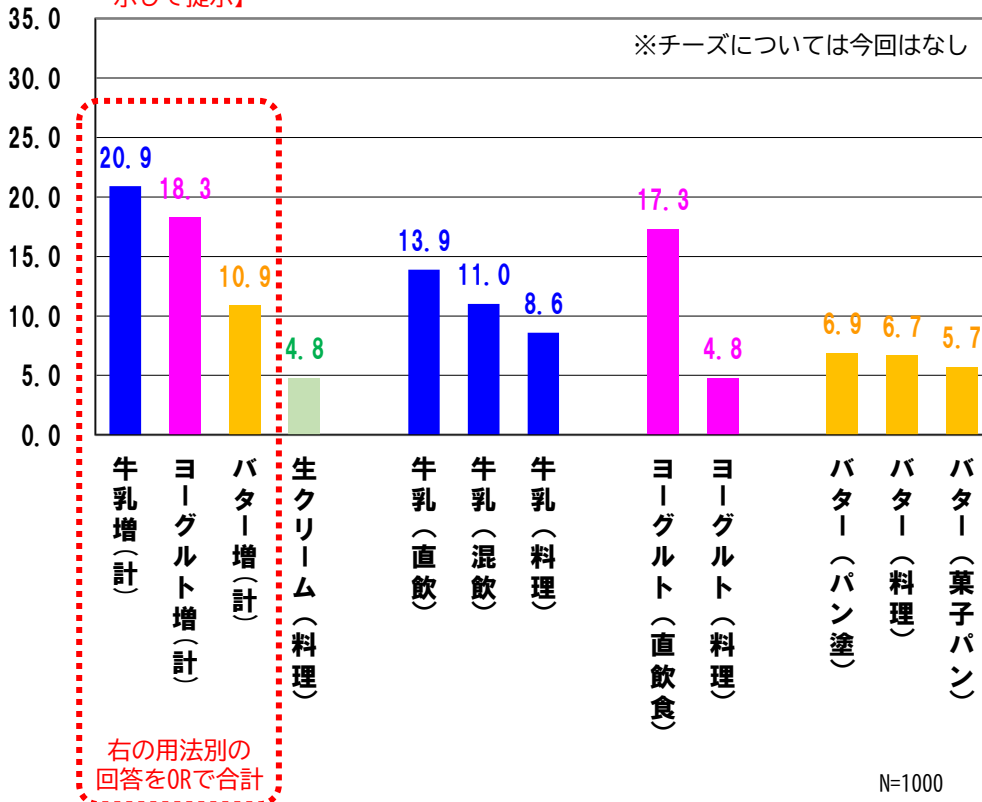
昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在のあなたご自身やご家族が食べたり飲んだりする機会・回数が、増えているものをお知らせください。【乳製品以外の様々な食品と横並びの選択肢で提示】



N=500/5000/10000 ※は25-69才（他は15-69才）

2021年1月時

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会がどのように変化しましたか。【乳製品のみに関して、各乳製品の様々な用法まで提示して提示】



N=1000

これまでの緊急調査と尋ね方を変えて、個別利用法ごとに増加を確認したことで、コロナ禍前よりも牛乳・ヨーグルト・バターの利用が増加した人は、それぞれ21%、18%、11%と、これまでよりも顕著に大きくなっている。（生クリームは5%）

牛乳の利用については直飲の増加者が最も多く、次いで混飲・料理の順が多い。ヨーグルトは直接の飲食が料理よりも顕著に多く、バターは各用法で利用増に大差がない。

牛乳・乳製品増加者のプロフィール（性年代）

■ 10代男 ■ 20代男 ■ 30代男 ■ 40代男 ■ 50代男 ■ 60代男
■ 10代女 ■ 20代女 ■ 30代女 ■ 40代女 ■ 50代女 ■ 60代女

全体

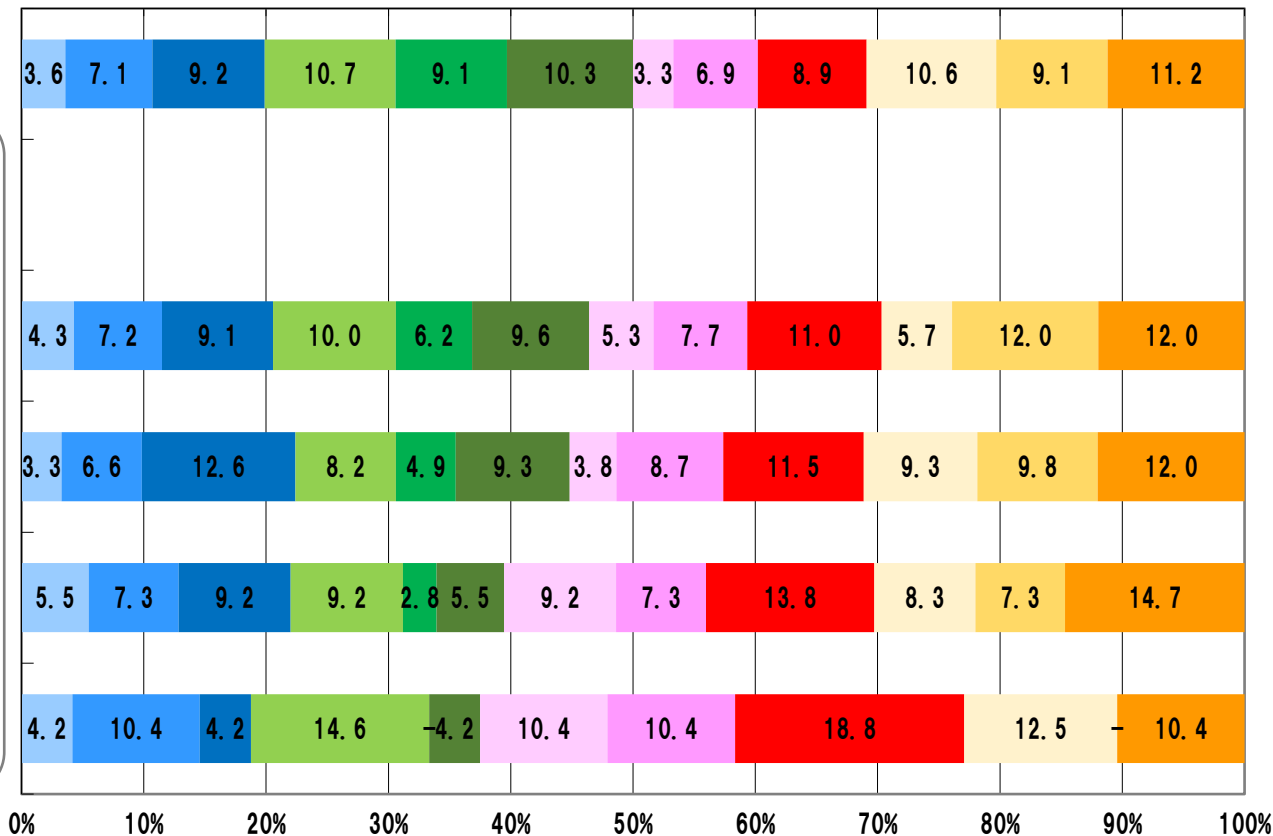
昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなた自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。

牛乳増(計)

ヨーグルト増(計)

バター増(計)

生クリーム(料理)



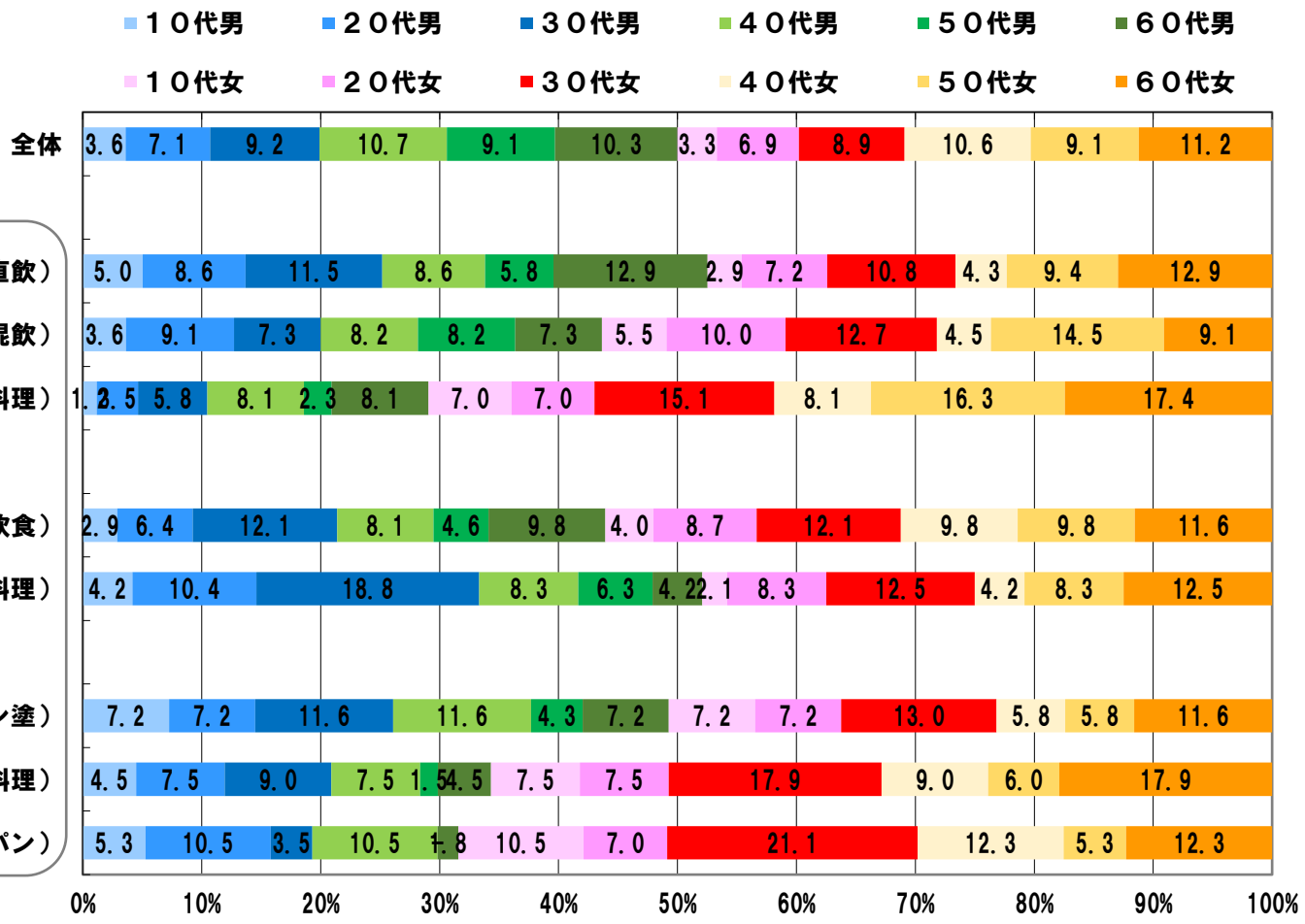
N=1000
209
183
109
48

いずれの増加者も男性より女性が多くなっているが、
 牛乳の増加者は男性の比率が最も多めで、
 生クリームの増加者は女性の比率が最も多くなっている。

牛乳・ヨーグルトの増加者は年上層の比率が多くなっているが、
 生クリームの増加者は女性10代~30代が多くなっている。

牛乳・乳製品増加者のプロフィール（性年代）

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。



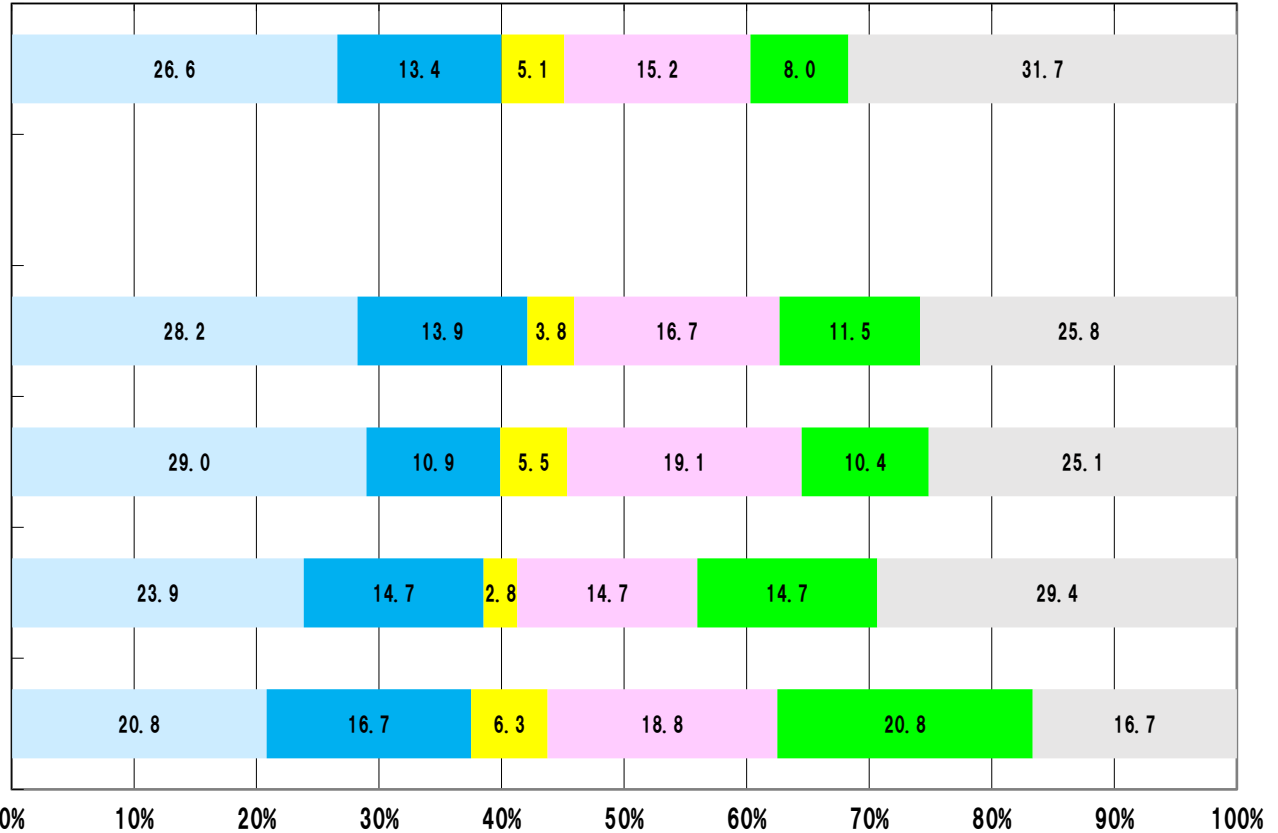
牛乳の増加者は直飲だと男女比が変わらないが、
混飲は女性年下層、料理は女性年上層の割合が多い。

その一方で、ヨーグルトの増加者は直接の飲食のほうが、料理よりも女性の割合が多い。

バターの増加者はパン塗だと男女比が変わらないが、料理や菓子・パン作りは女性の割合が多く、
特に菓子・パン作りは女性30代以下の割合が多くなっている。

■ ホワイトカラー ■ ブルーカラー ■ インフルエンサー ■ 専業主婦 ■ 学生 ■ その他

全体



昨年(2020年)の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。

牛乳増(計)

ヨーグルト増(計)

バター増(計)

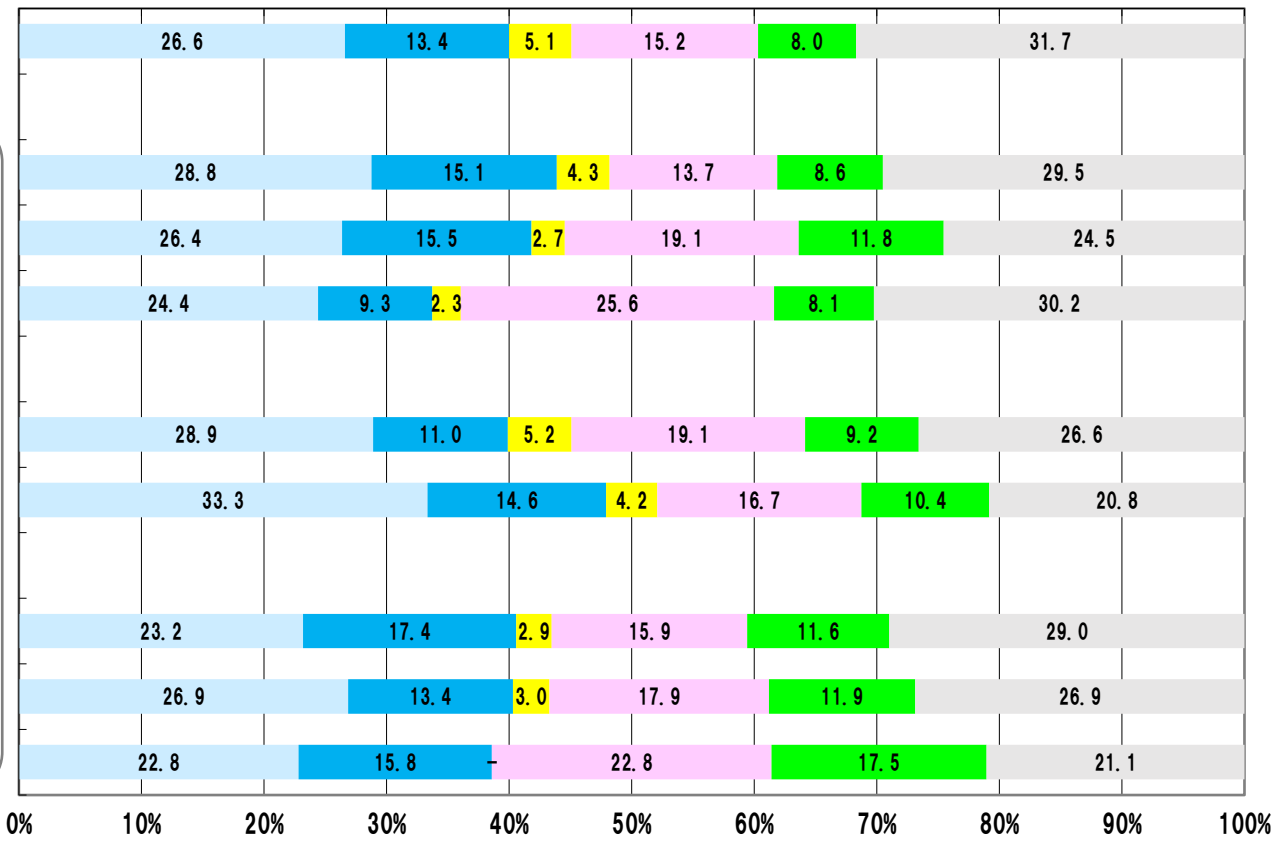
生クリーム(料理)

N=1000
209
183
109
48

牛乳・ヨーグルトの増加者はホワイトカラーの割合が多くなっている。
その一方で、生クリームの増加者は学生の割合が特徴的に多くなっている。

■ ホワイトカラー
 ■ ブルーカラー
 ■ インフルエンサー
 ■ 専業主婦
 ■ 学生
 ■ その他

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はそのように変化しましたか。



N= 1000
 139
 110
 86
 173
 48
 69
 67
 57

牛乳は直飲増加者に比べて、混飲・料理の増加者で専業主婦の割合が多くなっている。

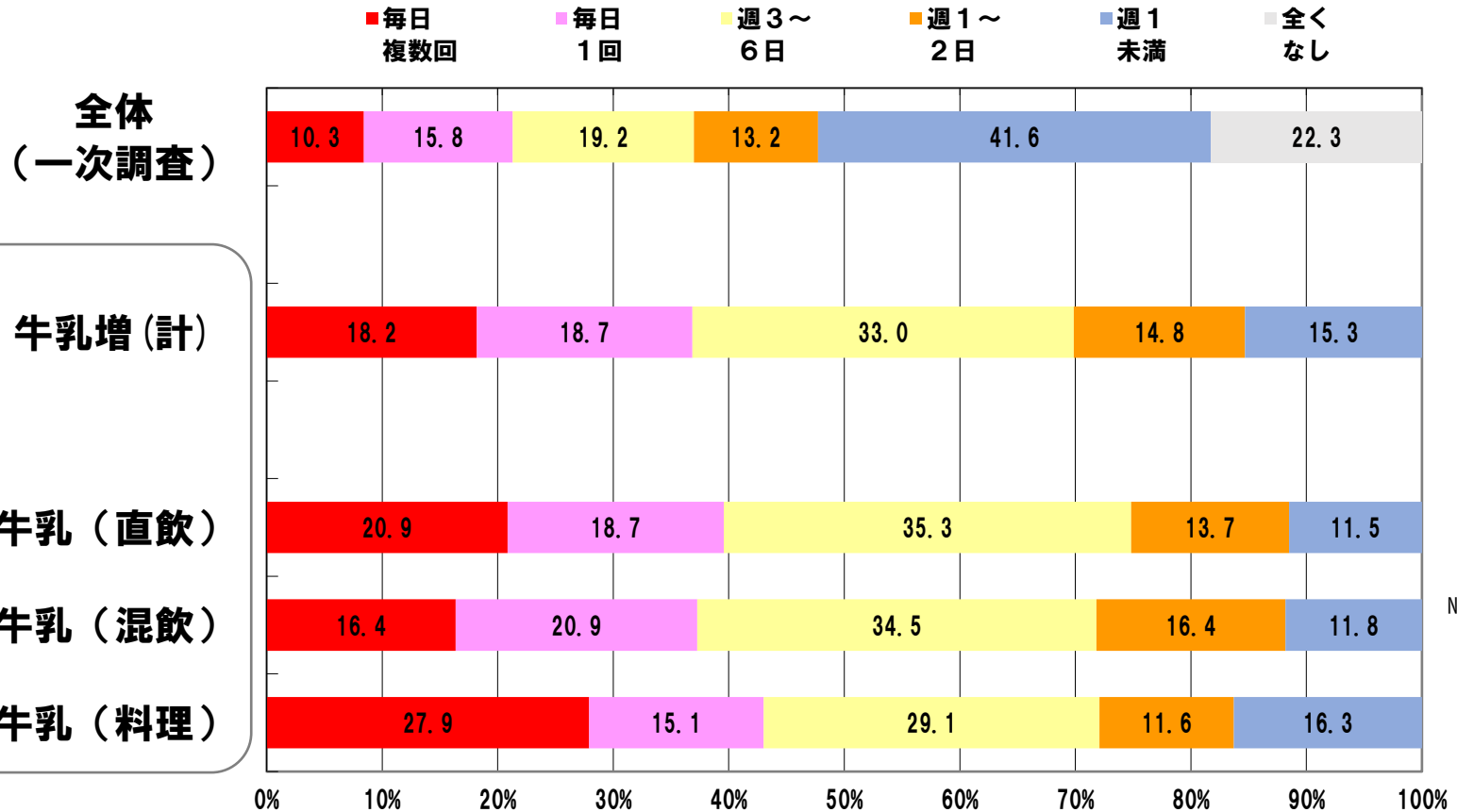
ヨーグルトは料理の増加者でホワイトカラーの割合が多い。

バターは菓子・パン作りの増加者で主婦と学生の割合が多くなっている。

牛乳増加者の牛乳類飲用頻度（一次調査時データ）

いま現在、あなたご自身は牛乳類（※）をどれくらいの割合で飲んだり、利用していますか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）



全体
(一次調査)

牛乳増 (計)

牛乳 (直飲)

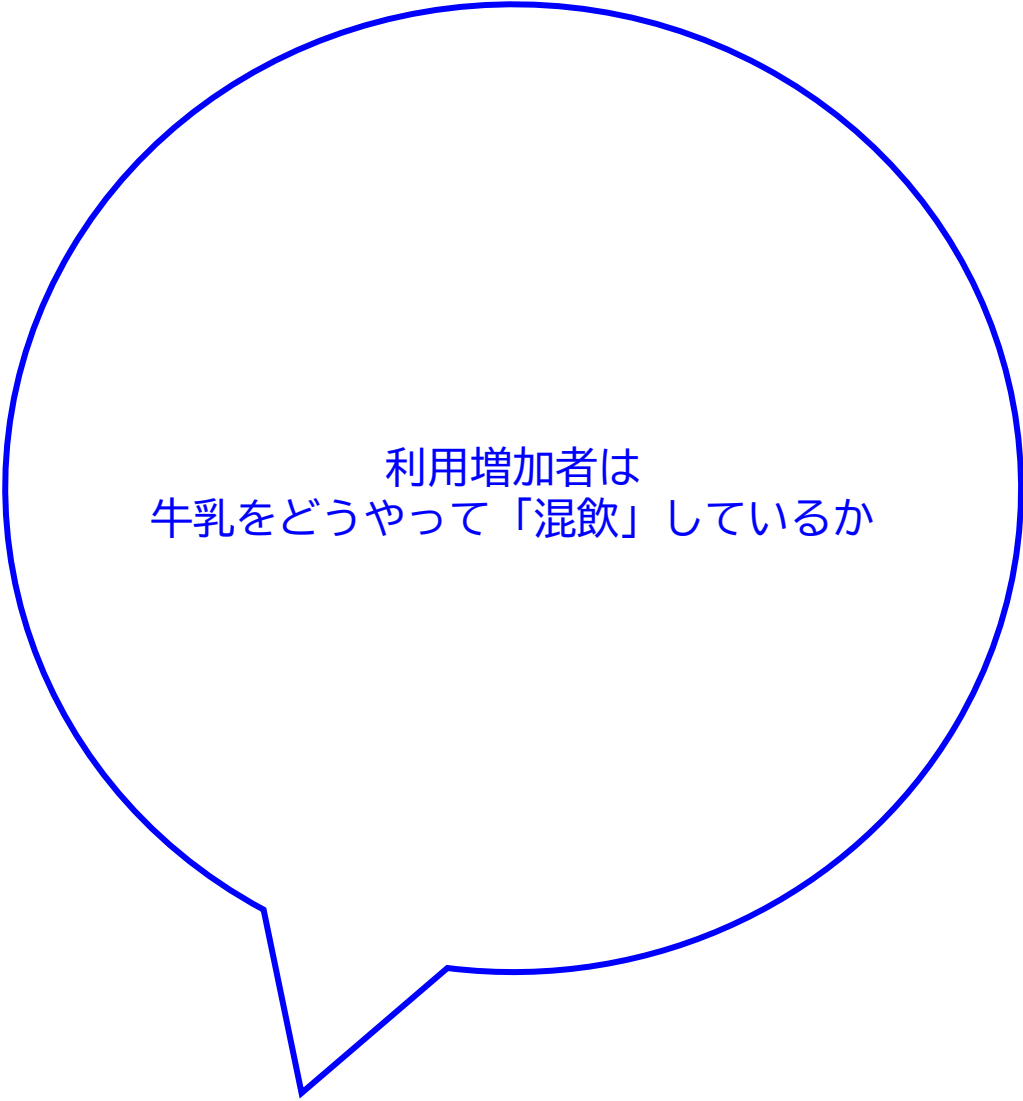
牛乳 (混飲)

牛乳 (料理)

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に
 関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べ
 て、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を
 利用する機会はこのように変化しましたか。

様々な牛乳の増加者において、牛乳飲用・利用頻度を見ると、
当然、各増加者はいずれも頻度が全体よりも顕著に高い。

そのうち、料理での利用増加者は「毎日複数回」の割合が特徴的に多く、
また同時に週1未満の低頻度利用者の割合も多くなっている。



利用増加者は
牛乳をどうやって「混飲」しているか


牛乳をどうやって「混飲」しているか

いま現在のあなたが「牛乳」をどのような飲み物に混ぜて利用しているのかをお知らせください。

10代男	学生	ココア	20代女	学生	ほうじ茶ラテ
10代男	学生	コーヒー	20代女	その他	ココアに混ぜて飲んでいる
10代男	学生	コーヒー	20代女	その他	コーヒー
10代男	その他	きなこ	30代男	ホワイトカラー	珈琲
10代女	ブルーカラー	コーヒーが多い	30代男	ホワイトカラー	コーヒー、プロテイン粉末
10代女	学生	コーヒー	30代男	ブルーカラー	コーヒー
10代女	学生	きなこ、コーヒー	30代男	ブルーカラー	無糖のブラックコーヒー
10代女	学生	紅茶にいれる、コーヒーに入れる、ココアを作る、抹茶ラテを作る、ほうじ茶ラテを作る、カフェラテを作る	30代男	ブルーカラー	コーヒーに甘みを加える
10代女	学生	ココアの粉	30代男	ブルーカラー	カルーアに混ぜてる
10代女	その他	味噌汁	30代女	ホワイトカラー	コーヒー
20代男	ホワイトカラー	バリスタに混ぜてアイスカフェラテにしている	30代女	ホワイトカラー	コーヒーとかに混ぜている
20代男	ホワイトカラー	コーヒー	30代女	ホワイトカラー	コーヒー
20代男	ホワイトカラー	ホットコーヒー	30代女	ブルーカラー	コーヒー
20代男	ブルーカラー	コーヒー	30代女	専業主婦	コーヒー
20代男	ブルーカラー	コーヒー	30代女	専業主婦	コーヒー
20代男	ブルーカラー	コーヒー	30代女	インフルエンサー	コーヒー、紅茶
20代男	学生	チョコ	30代女	インフルエンサー	青汁
20代男	その他	ココアと牛乳を混ぜて飲んでいる	30代女	その他	コーヒーに入れて。
20代女	ホワイトカラー	コーヒー	30代女	その他	コーヒー
20代女	ホワイトカラー	ココア!	30代女	その他	ココア
20代女	専業主婦	コーヒー	40代男	ホワイトカラー	カルピスを作る時、水ではなく牛乳で作る。
20代女	専業主婦	ココア	40代男	ホワイトカラー	コーヒーに混ぜる
20代女	学生	抹茶のパウダーに牛乳を入れてホットで飲んでいる。	40代男	ブルーカラー	コーヒー
20代女	学生	ココアに混ぜている	40代男	ブルーカラー	インスタントコーヒーを飲む際に利用している。
			40代男	ブルーカラー	コーヒー
			40代男	ブルーカラー	コーヒー

いま現在のあなたが「牛乳」をどのような飲み物に混ぜて利用しているのかをお知らせください。

40代女	ホワイトカラー	コーヒー	50代女	その他	牛乳に、インスタントコーヒーを溶かして飲んでいますが。時々、ココアや紅茶を牛乳で飲んでいますが。
40代女	ホワイトカラー	コーヒー	50代女	その他	
40代女	その他	コーヒー。	50代女	その他	マグカップ半分のコーヒーに、いっぱいになるまで牛乳をたっぷり入れて、毎日飲んでいますが。
40代女	その他	ココア	50代男	ホワイトカラー	コーヒー、ココアに主に利用
50代男	ホワイトカラー	コーヒー	50代男	ホワイトカラー	コーヒー
50代男	ホワイトカラー	コーヒーに入れるとおいしい。	50代女	その他	コーヒー・きなこ
50代男	ホワイトカラー	コーヒーと一緒に飲む	50代女	その他	コーヒー 紅茶
50代男	ホワイトカラー	コーヒー	60代男	ホワイトカラー	家で飲むコーヒーや紅茶が主。
50代男	ホワイトカラー	コーヒー	60代男	ホワイトカラー	コーヒーに、混ぜる。
50代男	ホワイトカラー	コーヒー	60代男	ブルーカラー	コーヒー、紅茶、ジュース、カルピス
50代男	ホワイトカラー	コーヒーに入れる	60代男	その他	スープ・コーヒー・紅茶
50代男	その他	コーヒー	60代男	その他	珈琲。
50代男	その他	カルピス。	60代女	専業主婦	きな粉
50代女	ホワイトカラー	ホットミルクにココアをいれて飲む	60代女	専業主婦	朝食に200ccくらい コーヒーを飲む時以前は粉ミルクやフレッシュを入れていたが今は牛乳を使います
50代女	ブルーカラー	コーヒー、紅茶、ココア	60代女	専業主婦	コーヒーや紅茶に入れて飲む。
50代女	専業主婦	コーヒー、紅茶、バナナジュース、	60代女	専業主婦	コーヒー、紅茶
50代女	専業主婦	コーヒー	60代女	専業主婦	アイスコーヒーに入れて。
50代女	専業主婦	こーひー、ほうじ茶、	60代女	専業主婦	コーヒーに混ぜる。スープを作る
50代女	専業主婦	コーヒーに混ぜている	60代女	専業主婦	ココア
50代女	専業主婦	濃縮コーヒー	60代女	専業主婦	コーヒーが一番多い
50代女	専業主婦	コーヒー	60代女	専業主婦	コーヒー
50代女	インフルエンサー	コーヒー	60代女	専業主婦	コーヒー
50代女	その他	ココア	60代女	その他	豆乳に混ぜてのむ



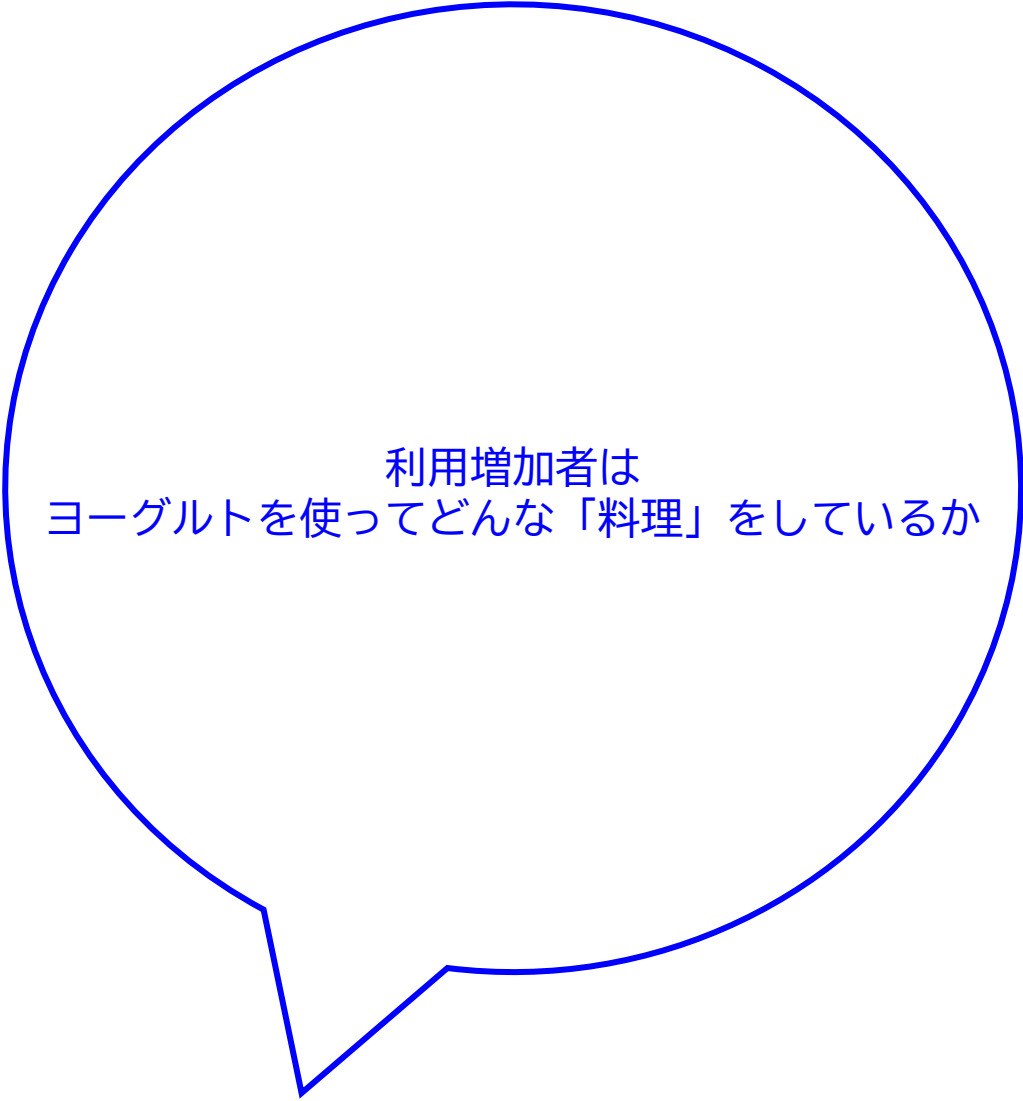
利用増加者は
牛乳を使ってどんな「料理」をしているか

いま現在のあなたが「牛乳」を使って、どのような料理を作っているのかをお知らせください。

10代女	学生	シチュー	30代女	ホワイトカラー	定番のシチュー
10代女	学生	クリームパスタ	30代女	ブルーカラー	クリームシチュー、シーフードグラタン、カップスープの素と牛乳で作るパスタ、みそと牛乳の鍋や野菜スープ、ホウレンソウなどのクリーム煮、ミルク茶わん蒸し
10代女	学生	クッキーやスコーン	30代女	ブルーカラー	シチュー、クラムチャウダー
10代女	学生	シチュー、グラタン	30代女	専業主婦	シチュー
10代女	学生	クリームシチュー	30代女	インフルエンサー	シチュー、スープ
10代女	その他	オムライス	30代女	その他	フレンチトーストやシチュー
20代男	ホワイトカラー	シチュー	30代女	その他	グラタンとかシチューとかに。
20代男	ブルーカラー	シチュー	30代女	その他	シチューやグラタン
20代男	その他	ケーキとカレーとクッキー	40代男	ホワイトカラー	シチュー
20代女	ホワイトカラー	シチュー、ポタージュ	40代男	ブルーカラー	ホットケーキ
20代女	ブルーカラー	シリアル、ハンバーグ、コーンスープ	40代男	ブルーカラー	グラタン
20代女	専業主婦	シチュー	40代男	ブルーカラー	グラタン、シチュー。
20代女	学生	グラタンや、ハンバーグを作るときのパン粉に混ぜる、卵焼きに牛乳を加えるなど。	40代男	その他	クリームシチュー、パスタ
20代女	学生	シチュー	40代男	その他	シチュー
20代女	その他	パスタ、シチュー	40代女	ホワイトカラー	味噌汁に入れる
30代男	ホワイトカラー	シチュー	40代女	専業主婦	寒天
30代男	ホワイトカラー	ケーキ	40代女	専業主婦	自家製ヨーグルト
30代男	ホワイトカラー	グラタン	40代女	専業主婦	生クリーム代わりに牛乳を使ったカルボナーラやクリームパスタ 水分はすべて牛乳を使ったカボチャスープ 自分でソースからすべて手作りのグラタン
30代男	ホワイトカラー	プリン	40代女	その他	シチュー、クラムチャウダー
30代男	ブルーカラー	クリームシチュー	40代女	その他	ホットケーキ
30代女	ホワイトカラー	シチュー	40代女	その他	クリームシチュー
30代女	ホワイトカラー	ミルクがゆ	50代男	ホワイトカラー	クリームシチュー、グラタン、クリーム煮（具材は様々）
30代女	ホワイトカラー	クリームシチュー			
30代女	ホワイトカラー	シチュー			
30代女	ホワイトカラー	クラムチャウダー、シチュー、ホットケーキ、生チョコ、など作っています。			

いま現在のあなたが「牛乳」を使って、どのような料理を作っているのかをお知らせください。

50代男	その他	スープ	60代男	その他	クリームシチューや、カレー、又 ラーメンのスープに味噌味や塩味に最高です。あと パスタやラビオリ、リゾット等のイタリア料理にも生クリーム代わりに スッキリと美味しく出来ます。
50代女	ホワイトカラー	グラタン	60代男	その他	パスタ・シチュー・プリン・ケーキホイップ・アイスクリーム
50代女	ホワイトカラー	シチュー	60代男	その他	オムレツ。
50代女	専業主婦	カボチャスープ、じゃがいもスープ、椎茸スープ、さつまいもスープ、ゴボウスープ、	60代男	その他	シチュー、グラタン、、ドリア
50代女	専業主婦	シチュー、グラタン、ムース	60代女	専業主婦	プリン
50代女	専業主婦	シチュー	60代女	専業主婦	グラタンやシチュー、牛乳をかんでんで固めて食べる。
50代女	専業主婦	スープ・グラタン・コロッケ・ソース類・洋菓子・デザートなど	60代女	専業主婦	スープ
50代女	専業主婦	グラタン、シチュー	60代女	専業主婦	カスピ海ヨーグルトそのまま食べる 水切りしてサラダにかける シチュー グラタン ドリア スイートポテト スープ オムレツなど
50代女	インフルエンサー	カレー シチュー	60代女	専業主婦	シチューに野菜をたっぷり入れたもの
50代女	その他	スープを作っています	60代女	専業主婦	シチュー
50代女	その他	シチュ	60代女	専業主婦	グラタン。
50代女	その他	現在は寒いので、野菜スープに牛乳を入れている。味がマイルドになり、コクも出て、大変美味しくなります。 ホワイトシチューに牛乳を加えている。	60代女	専業主婦	ホワイトシチューやグラタン、ドリアなどです
50代女	その他	カレーに少量でも入れると、味がまろやかになります。	60代女	専業主婦	グラタンとドリア
50代女	その他	フレーク状になったジャガイモに牛乳を混ぜて温め、ポテトスープにしたり、少し硬くなったご飯に牛乳を入れてお粥にしたりします。	60代女	専業主婦	シチュー
50代女	その他	シチュー カレー グラタン	60代女	専業主婦	クリームシチュー
60代男	ホワイトカラー	オートミールを主食材として、添加する食材によって、毎回味付けを変えている。牛乳はどんな味付けの場面でも不思議と良く合うので重宝。	60代女	専業主婦	ホワイトソースを作りグラタンを作る。ゼリー 杏仁豆腐を作る。シチューに入れる。
60代男	ホワイトカラー	直近では、クリームシチューの仕上げに使いました。	60代女	その他	シチュー
			60代女	その他	グラタンやクリームシチュー
			60代女	その他	フレンチトースト、グラタン、シチュー

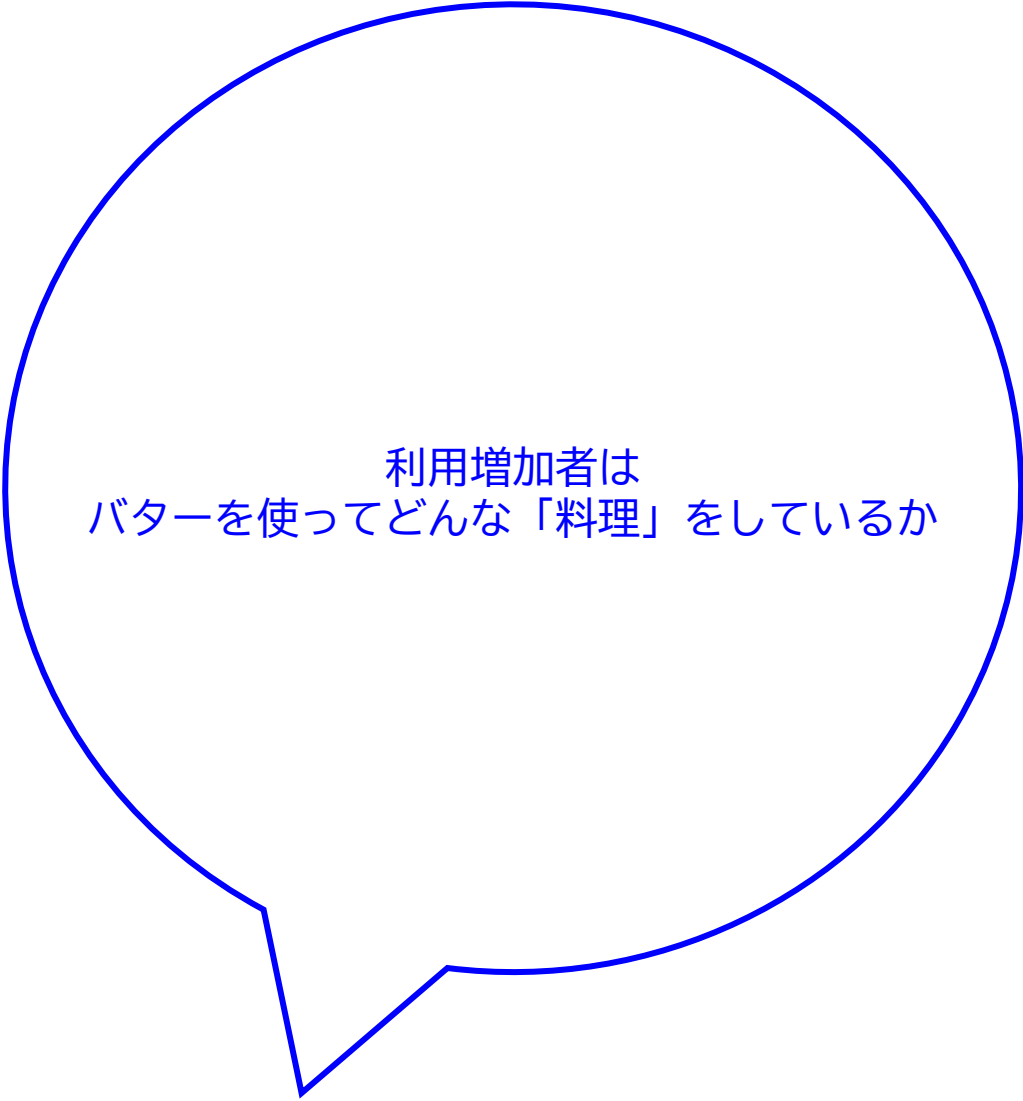


利用増加者は
ヨーグルトを使ってどんな「料理」をしているか

いま現在のあなたが「ヨーグルト」を使って、どのような料理を作っているのかをお知らせください。

20代男 ホワイトカラー シリアル
 20代男 ブルーカラー カレー
 20代男 その他 ケーキとクッキー
 20代男 その他 カレー
 20代女 ホワイトカラー カレー
 20代女 専業主婦 タンドリーチキン
 20代女 学生 チーズケーキ
 30代男 ホワイトカラー カレーに入れる
 30代男 ホワイトカラー カレーの隠し味
 30代男 ホワイトカラー カレーにいれる
 30代男 ホワイトカラー サラダ
 30代男 ホワイトカラー カレー
 30代男 ブルーカラー 鶏肉料理
 30代男 ブルーカラー デザート
 30代女 ホワイトカラー 果物とあえる
 30代女 ホワイトカラー カレーに入れている
 30代女 ホワイトカラー カレーに入れたりしています。
 30代女 その他 水切りヨーグルトにして、チーズケーキをよく作ります。
 30代女 その他 スムージーとか肉柔らかくしたり
 40代男 ブルーカラー デザート

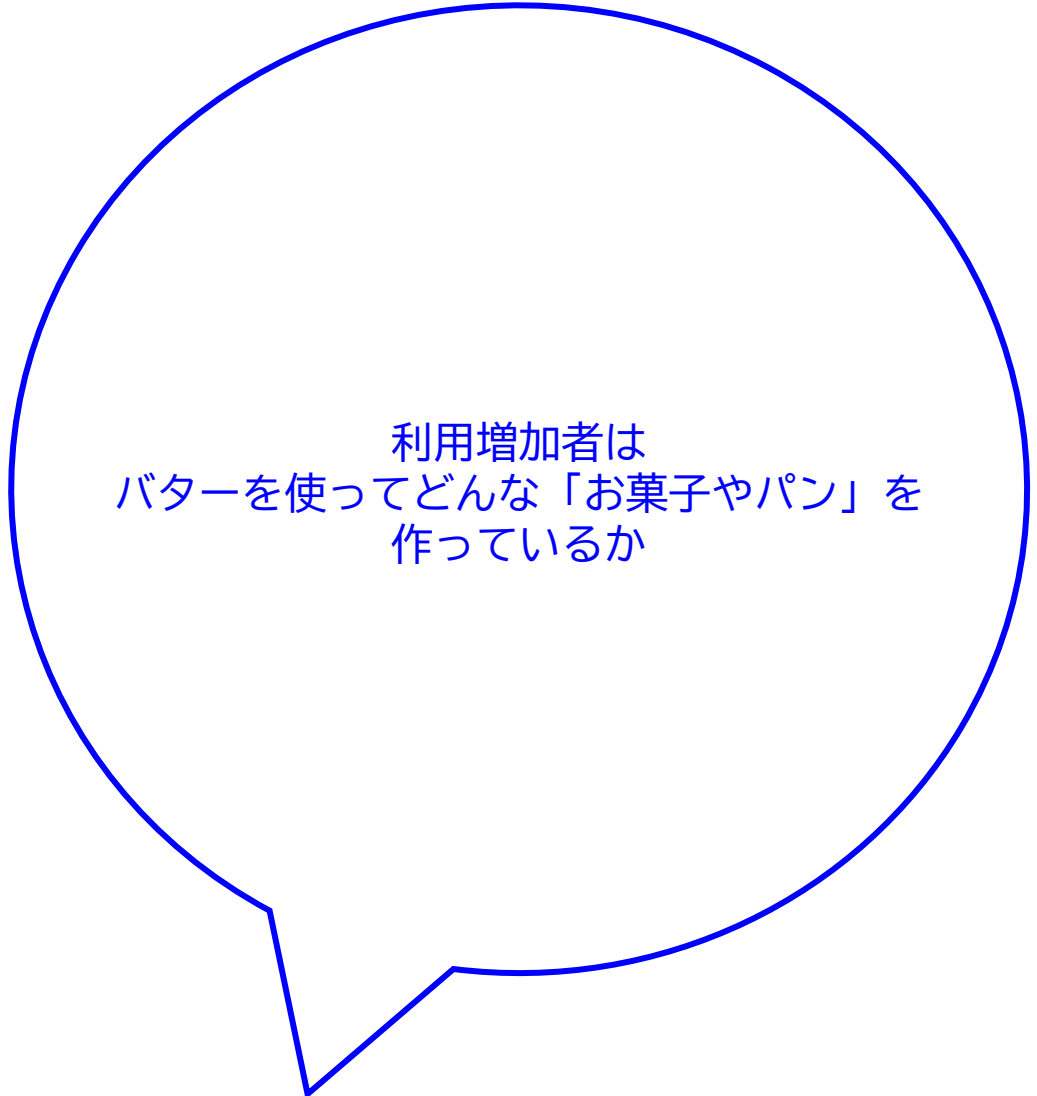
40代男 インフルエンサー ブルベリーとヨーグルトを混ぜた料理。
 40代男 その他 野菜サラダに混ぜる
 50代男 ホワイトカラー チキン煮込み
 50代男 ホワイトカラー スムージー
 50代男 ブルーカラー 自分はほとんどしないが、唯一カレーに隠し味として入れるくらい
 50代女 専業主婦 デザート・ソースやドレッシングなど
 50代女 その他 カレー
 60代男 ホワイトカラー サラダ
 60代男 その他 ヨーグルトはそのままが一番好きですが、やはりカレーやシチューの隠し味に利用します。又インド料理やネパール料理の様な鶏肉とかレバーの味付けに 使います。それと、デザートにフルーツと混ぜて食べるのも好きです。シリアルもヨーグルトで食べる事もあります。
 60代女 ホワイトカラー カレーに入れたりする
 60代女 ホワイトカラー スイーツに使っている。パウンドケーキや、チーズケーキ。
 60代女 専業主婦 サラダ
 60代女 専業主婦 デザート 黒豆ときな粉をかける。必ず煮たタレをかける。ブルーベリージャム りんご5ミリ角に切ってジャムを作りかけ蜂蜜少々 ドレッシング



利用増加者は
バターを使ってどんな「料理」をしているか

いま現在のあなたが「バター」を使って、どのような料理を作っているのかをお知らせください。

10代女	ブルーカラー	魚料理	40代女	専業主婦	オムライス
10代女	学生	じゃがバター	40代女	インフルエンサー	じゃがいもと豚バラ煮にいれる。大根と鶏肉煮にいれる
10代女	学生	醤油バター焼き	50代女	ホワイトカラー	牛肉ときのこのバター醤油炒め
20代男	学生	パスタ	50代女	専業主婦	シチュー、カレー、タラコパスタ、ホワイトソース、スープ
20代男	その他	バターご飯	50代女	その他	ステーキソース作りにバターは欠かせません。魚介類のムニエルにもバターを最後に使います。
20代女	ホワイトカラー	バターポン酢炒め	50代女	その他	炒め物 オムライス
20代女	ブルーカラー	カレー	60代男	ホワイトカラー	シチュー
20代女	学生	野菜のソテーやフレンチトースト	60代男	その他	ジャガイモ さつまいも 塗るのが最高。料理ではベシャメルソース（ホワイトソース）には、不可欠です。グラタンやシチュー等。
20代女	その他	オムライスや、ムニエルなど	60代男	その他	カレー・シチュー・パスタ・パンケーキ・クッキー
30代男	ホワイトカラー	ハムエッグ	60代女	ホワイトカラー	魚のバター焼き ホウレン草などのバター炒め
30代男	ホワイトカラー	肉料理	60代女	ホワイトカラー	マーガリン使用していたものをバターに変えたグラタンやホワイトソースの料理
30代男	ブルーカラー	きのこのバター炒め	60代女	専業主婦	グラタン
30代女	ホワイトカラー	野菜をバターで炒める。	60代女	専業主婦	パンプキンスープ
30代女	ブルーカラー	カレー、クリームシチュー、たらこパスタ、ホタテとえのきのバターしょうゆソテー、グラタン	60代女	専業主婦	ピラフ
30代女	専業主婦	じゃがバター	60代女	専業主婦	炒める時に多く使用
30代女	専業主婦	しょうが焼き	60代女	専業主婦	じゃがバター
30代女	インフルエンサー	バターソテー たらこスパゲッティ	60代女	専業主婦	鳥の丸焼き、炒め物、スープ
30代女	その他	バターコーヒー。グラタン。	60代女	その他	長芋を輪切りにし、塩胡椒しバターで焼き色がつくまで中火で焼く。
30代女	その他	グラタンとかホットケーキとかバター炒め	60代女	その他	シチューやパスタやキノコソテーなど。
30代女	その他	鮭のムニエル、じゃがバター、野菜炒め、卵焼き			
30代女	その他	カレー			
40代男	ブルーカラー	フレンチトースト、ムニエル。			
40代男	その他	パスタ			
40代女	ホワイトカラー	パンを作る。炒めもの。			



利用増加者は
バターを使ってどんな「お菓子やパン」を
作っているか

バターを使ってどんな「お菓子やパン」を作っているか

いま現在のあなたが「バター」を使って、どのようなお菓子やパンを作っているのかをお知らせください。

10代男	学生	ブラウニー、チーズケーキのタルト	30代女	専業主婦	クッキー パウンドケーキ
10代男	学生	クッキー	30代女	その他	クッキー、ホームベーカリーの、食パン作りで使う
10代男	学生	パンケーキ	30代女	その他	ホットケーキ クッキー パンにぬる
10代男	その他	クッキー	30代女	その他	ふすまパン。おからクッキー。チーズケーキにも入れることがある
10代女	学生	クッキー	30代女	その他	クッキーとかケーキとか
10代女	学生	クレープ	30代女	その他	パウンドケーキ、アップルケーキ
10代女	学生	パン、ケーキ	40代男	ホワイトカラー	市販のパンの作成器で食パンを一月に3~4回程度作っている。
10代女	学生	パウンドケーキ、クッキー	40代男	ブルーカラー	パウンドケーキ
10代女	学生	普通のパンを作った	40代男	ブルーカラー	ケーキ
20代男	ホワイトカラー	パンケーキ	40代男	ブルーカラー	クッキー。
20代男	ホワイトカラー	ホットケーキ	40代女	ホワイトカラー	食パン。メロンパン。
20代男	ブルーカラー	ケーキ	40代女	専業主婦	ロールパン
20代男	その他	ホワイトケーキ	40代女	専業主婦	ドーナツ、スイートポテト、パウンドケーキ
20代女	ブルーカラー	クッキー、ケーキ	40代女	専業主婦	パウンドケーキ、クッキー
20代女	専業主婦	クッキー	40代女	その他	ホットケーキ
20代女	学生	フレンチトースト	40代女	その他	クッキー
30代男	ホワイトカラー	パンケーキ	40代女	その他	ホットケーキ
30代男	ホワイトカラー	マフィン	50代女	専業主婦	スコーン、クッキー、ガトーショコラ、タルトタタン、スポンジケーキ
30代男	ホワイトカラー	パンケーキ	50代女	専業主婦	ケーキ類・デザート・クロワッサン
30代女	ホワイトカラー	ホットケーキ	50代女	その他	以前から食パンを焼いています。
30代女	ホワイトカラー	クッキー、フィナンシェ、カップケーキ、ホットケーキ、パウンドケーキ	60代男	ホワイトカラー	手作りパン
30代女	ホワイトカラー	食パンやピザ	60代女	ホワイトカラー	食パン パウンドケーキ
30代女	ブルーカラー	クッキー、スポンジケーキ、バターケーキ、パウンドケーキ、食パン	60代女	専業主婦	クッキー
30代女	専業主婦	クッキー			
30代女	専業主婦	食パン			

いま現在のあなたが「バター」を使って、どのようなお菓子やパンを作っているのかをお知らせください。

60代女 専業主婦

トースト

60代女 専業主婦

炊飯器でケーキ スイートポテト孫たちの好きな物作っています。毎日のパンをホームベーカリーで作り25グラム使うのでストックしてます

60代女 専業主婦

りんごを入れたパンケーキ

60代女 専業主婦

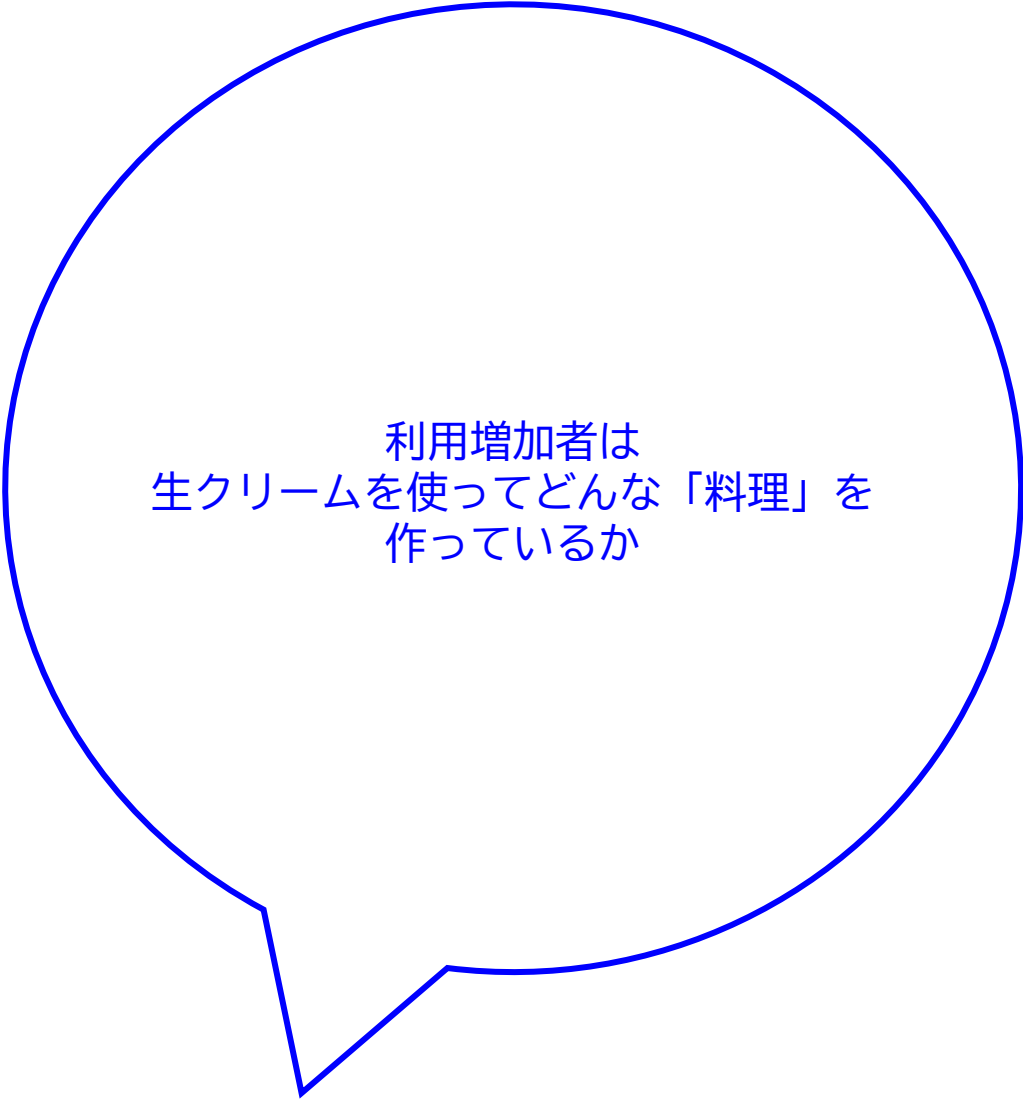
ピザ 食パン レーズンパン バター
ロール スイートポテト りんご煮

60代女 その他

クッキー

60代女 その他

パウンドケーキ



利用増加者は
生クリームを使ってどんな「料理」を
作っているか

いま現在のあなたが「生クリーム」を使って、どのような料理を作っているのかをお知らせください。

10代男	学生	ケーキ	30代女	その他	手作りケーキ
10代女	学生	ケーキ	40代男	ホワイトカラー	3、4ヶ月に一度くらい、ケーキを作成し食べている。
10代女	学生	生クリームホイップ	40代男	ブルーカラー	ケーキ
10代女	学生	生チョコ	40代男	ブルーカラー	デザート
10代女	学生	マカロン	40代男	ブルーカラー	ロールケーキ
10代女	学生	ケーキ	40代男	ブルーカラー	ケーキ
20代男	ホワイトカラー	パンケーキ	40代男	ブルーカラー	ドリア。
20代男	ホワイトカラー	ティラミス	40代男	インフルエンサー	生クリームとカレーを混ぜた料理。
20代男	ブルーカラー	ケーキ	40代女	ホワイトカラー	クリームパスタ。
20代男	学生	パスタ	40代女	ホワイトカラー	シチューに足す
20代男	その他	ホワイトケーキ	40代女	専業主婦	ケーキ
20代女	ブルーカラー	ケーキ	40代女	専業主婦	シフォンケーキ
20代女	専業主婦	ケーキ	40代女	インフルエンサー	ホットケーキに載せる
20代女	学生	お菓子作りやケーキを作るときに使用した。	40代女	その他	シチュー
20代女	学生	カレーなど	60代男	その他	一番よく使うのは、人工甘味料を利用した、生クリームです。砂糖を使わなくても結構いけます。それから大好物なのは、スパゲティカルボナーラ ラビオリ 又 ニョッキ（カボチャやジャガイモで）も好きです。
30代男	ホワイトカラー	ケーキ	60代男	その他	ケーキ類
30代男	ブルーカラー	ケーキ	60代女	専業主婦	クリームシチュー。グラタン。
30代女	ホワイトカラー	ケーキ	60代女	専業主婦	シチュー
30代女	ホワイトカラー	鶏肉を生クリームとバジルで炒めたもの	60代女	専業主婦	フルーツサンド
30代女	ホワイトカラー	レアチーズケーキ、生チョコ	60代女	専業主婦	シチューなどに入れる
30代女	専業主婦	シチュー	60代女	専業主婦	クリームシチュー、グラタン、ドリア
30代女	専業主婦	チーズケーキ			
30代女	インフルエンサー	たらこスパゲッティ			
30代女	その他	ケーキのトッピング			
30代女	その他	ケーキとか			

2. コロナ禍前と比べた、現在の 牛乳飲用利用の増加・全パターン

直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は牛乳類の利用が「毎日複数回」の人で最も多く、「毎日1回」の人よりも「週3-6回」の人で多くなっている。「毎日複数回」の人は直飲×料理も多く、料理での牛乳利用が進み、「週3-6回」の人は直飲のみ・混飲のみ・直飲×混飲が多く、飲用での牛乳利用が進んだことがうかがえる。

(※ ref → P29)

直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は女性が多く、また女性は料理のみが増加した人の割合も多くなっている。その一方で男性は直飲のみが増加した人の割合だけが多くなっている。65才以上は直飲のみと直飲×料理が増加した人の割合が特徴的に高くなっている。その一方で10代は直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は最も少ないが、直飲・混飲・料理のそれぞれについて単独で増加した人の割合はいずれも最も多い。

(※ ref → P31~32)

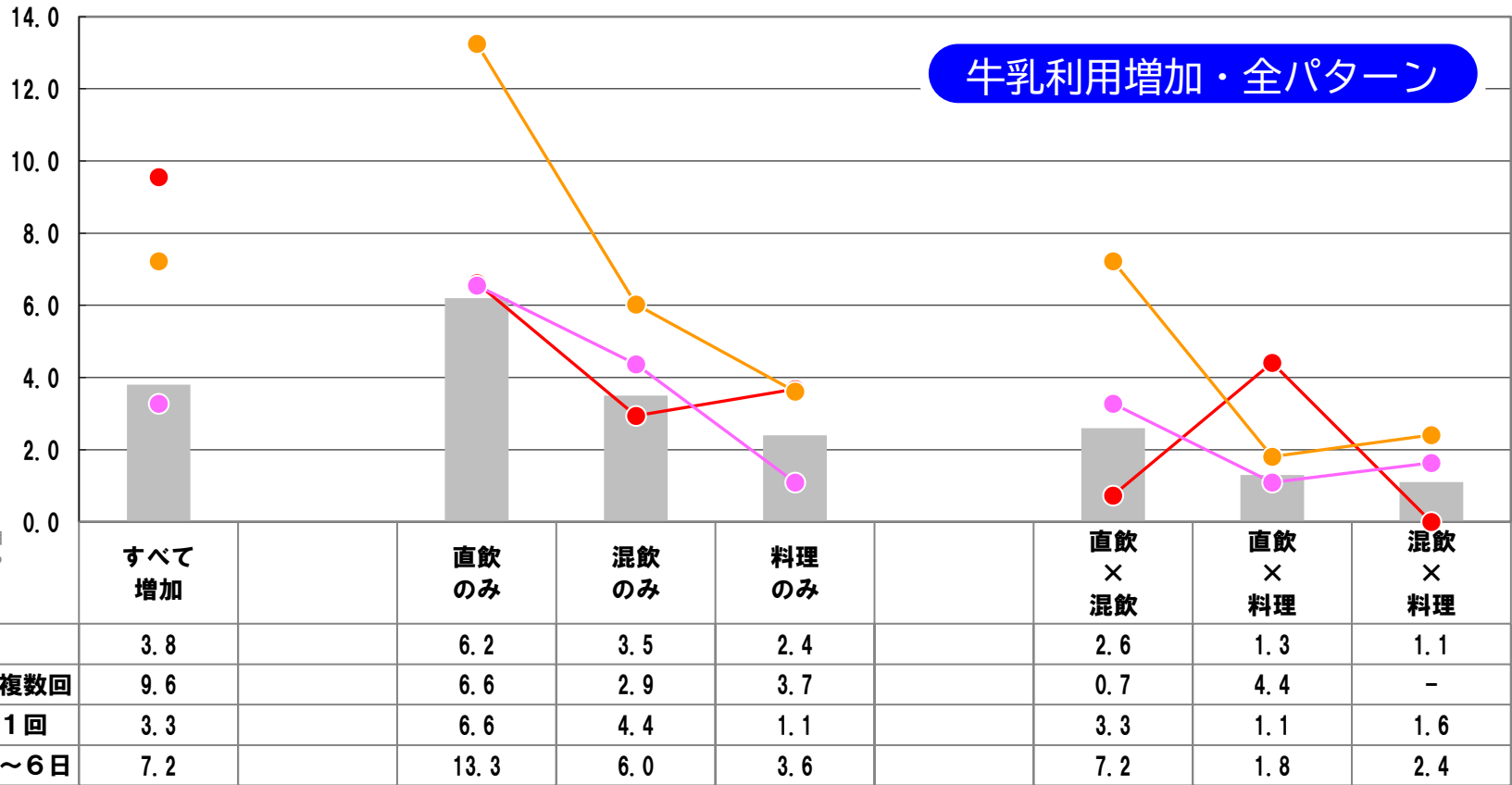
直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は専業主婦が多く、また専業主婦は料理のみと直飲×料理の割合が高く、特に料理での牛乳利用が進んだことがうかがえる。その一方でホワイトカラー・ブルーカラーは直飲のみ、ブルーカラーはそれに加えて直飲×混飲が増えた人の割合が高く、特にブルーカラーにおいては、飲用での牛乳利用が進んだことがうかがえる。

(※ ref → P32)

直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は、子有家族において特に多く、また子有家族は直飲×料理の割合も高くなっているため、料理での牛乳利用が進んだことがうかがえる。その一方で、単身世帯は直飲が増えた人の割合が高くなっている。

(※ ref → P33)

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、
いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。



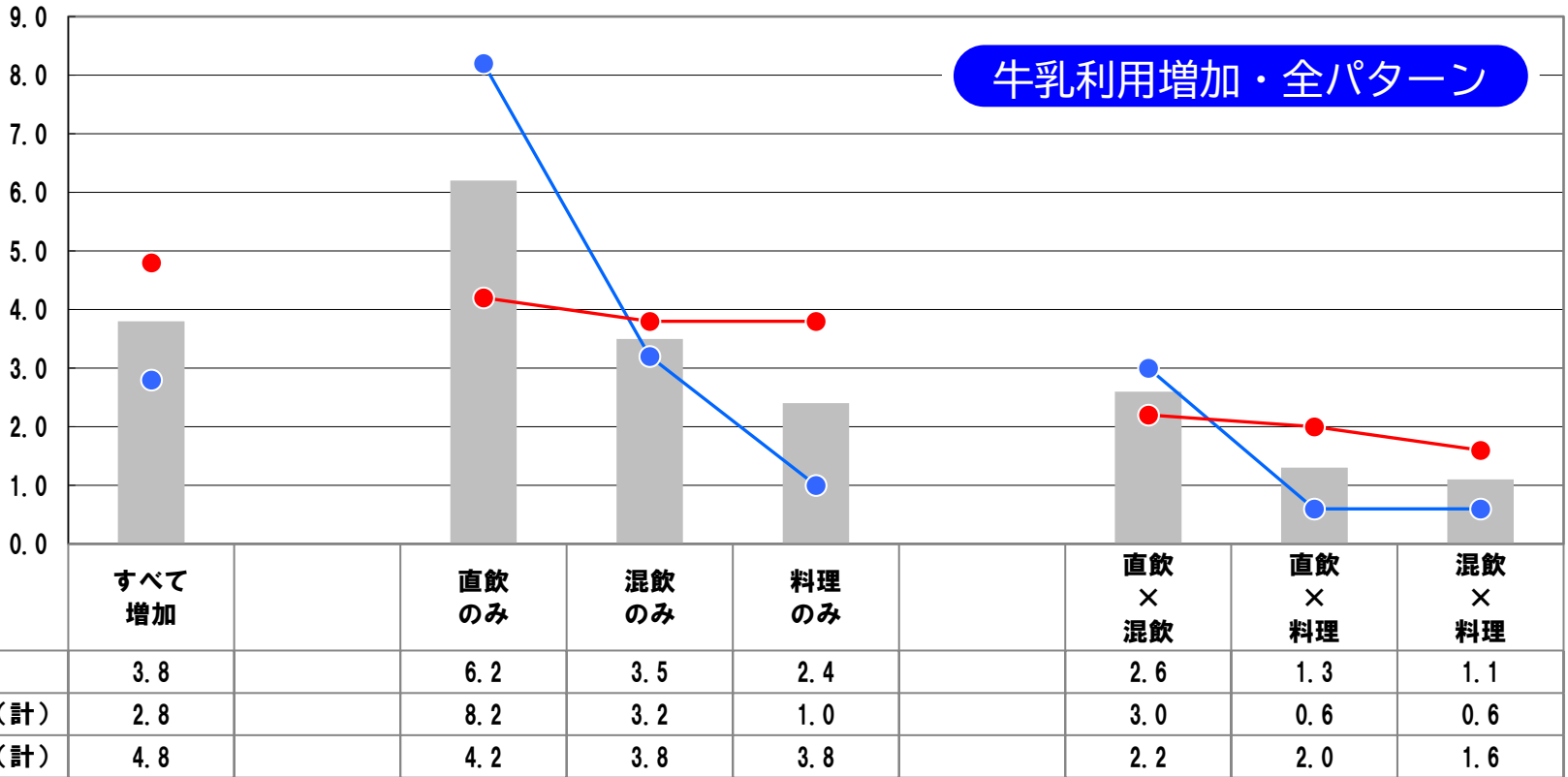
いま現在、あなたご自身は牛乳類をどれくらいの割合で飲んだり、利用していますか。

N=1000/136/183/166

直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は、
牛乳類の利用が「毎日複数回」のひとで最も多く、
「毎日1回」の人よりも「週3-6回」の人で多くなっている。

「毎日複数回」の人は直飲×料理も多く、料理での牛乳利用が進み、
また「週3-6回」の人は直飲のみ・混飲のみ・直飲×混飲も多く、
飲用での牛乳利用が進んだことがうかがえる。

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、
いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。

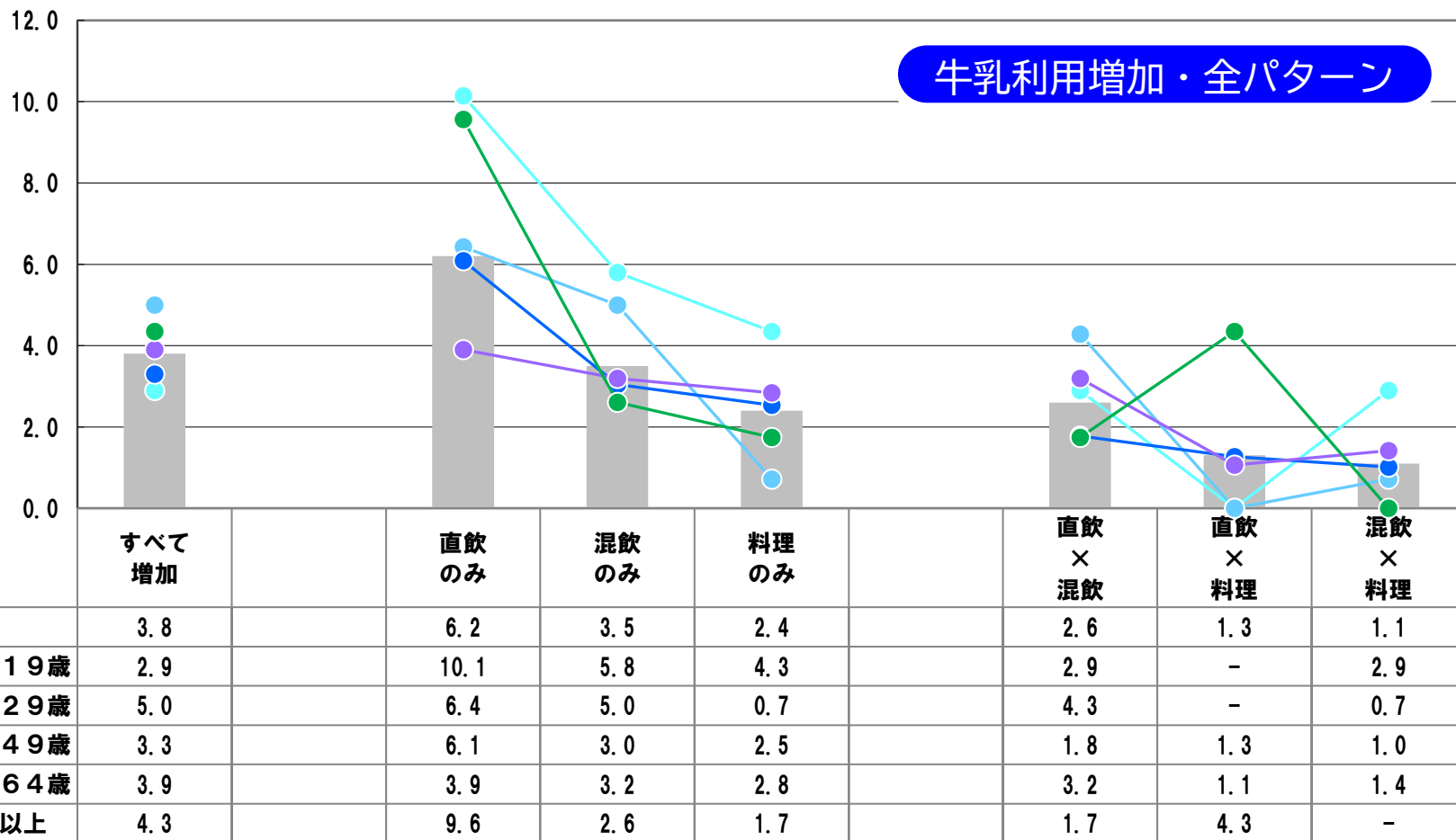


N=1000/500/500

直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は女性が多く、
また女性は、料理のみが増加した人の割合も多くなっている。

その一方で男性は、直飲のみが増加した人の割合だけが多くなっている。

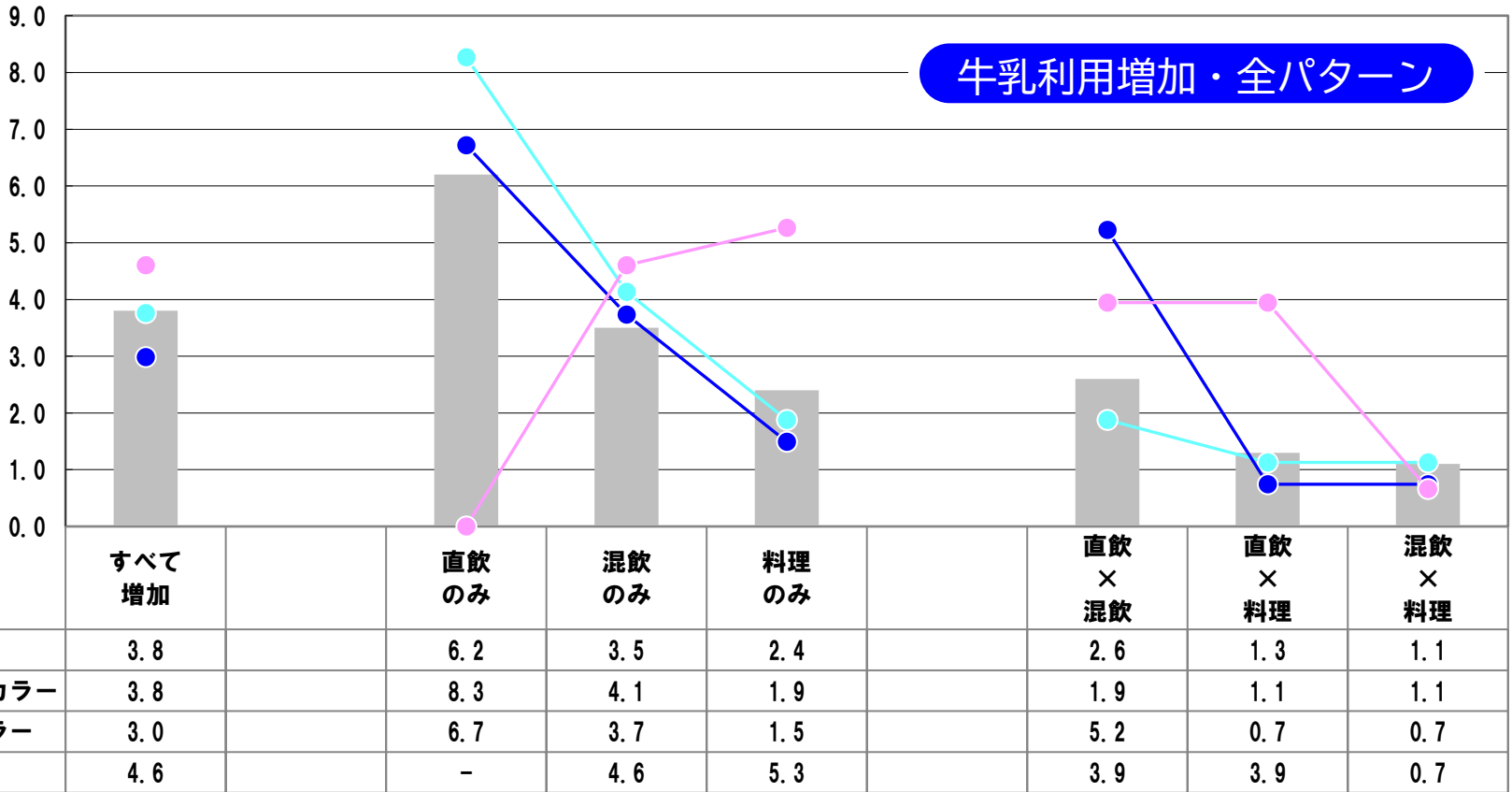
昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、
いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。



N=1000/69/140/394/282/115

65才以上は、直飲のみと直飲×料理が増加した人の割合が特徴的に高くなっている。
その一方で10代は、直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は最も少ないが、
直飲・混飲・料理のそれぞれについて単独で増加した人の割合はいずれも最も多い。

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、
いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどう変化しましたか。

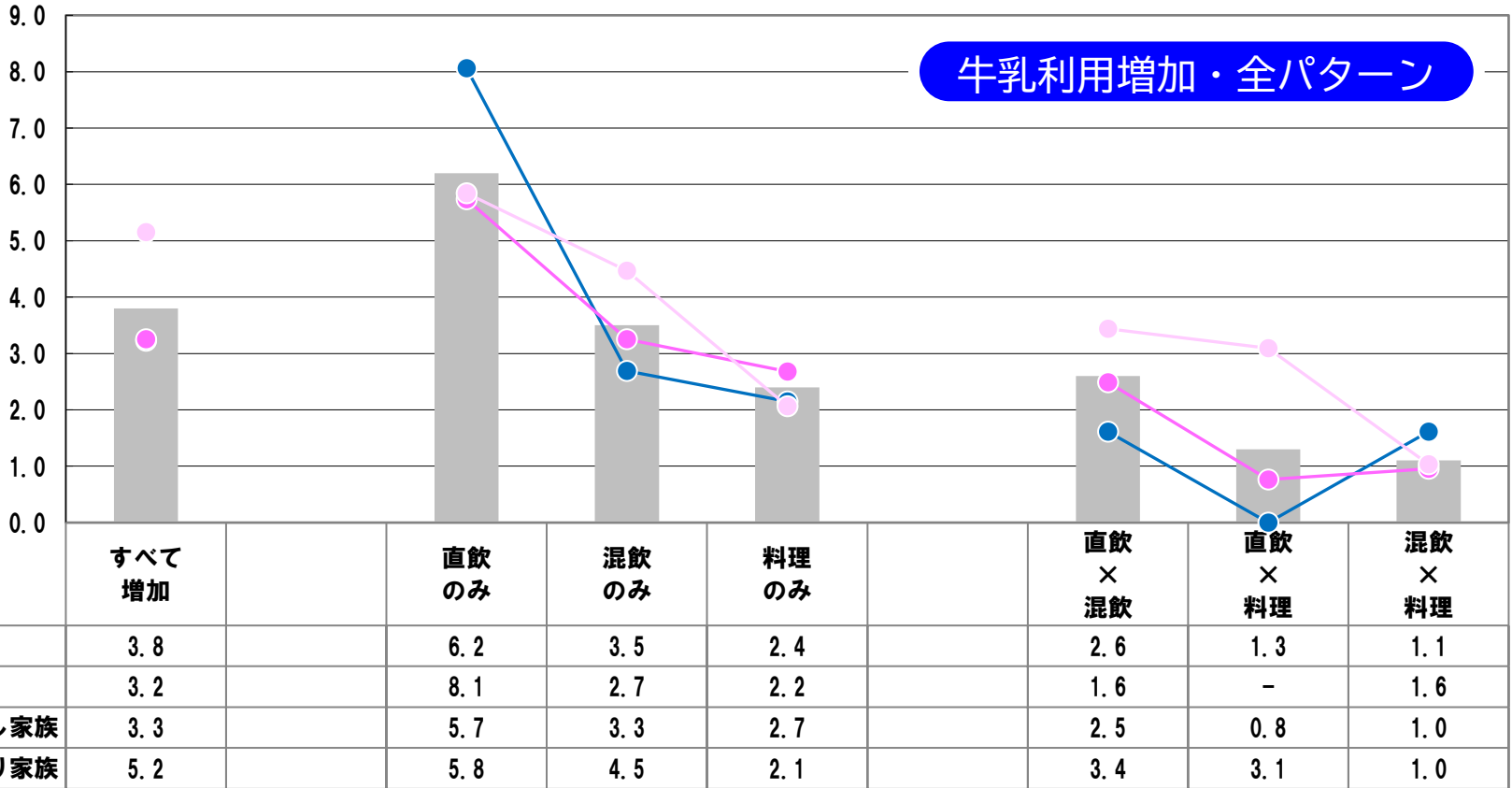


N=1000/266/134/152

直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は専業主婦が多く、
また専業主婦は料理のみと直飲×料理の割合が高く、
特に料理での牛乳利用が進んだことがうかがえる。

その一方でホワイトカラー・ブルーカラーは直飲のみ、
ブルーカラーはそれに加えて直飲×混飲が増えた人の割合が高く、
特にブルーカラーにおいては、飲用での牛乳利用が進んだことがうかがえる。

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、
いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどう変化しましたか。



N=1000/186/523/291

直飲・混飲・料理のすべてが増加した人の割合は、子有家族において特に多く、
また子有家族は直飲×料理の割合も高くなっているため、
料理での牛乳利用が進んだことがうかがえる。

その一方で、単身世帯は直飲が増えた人の割合が高くなっている。

3. 牛乳類・購入者の購入後利用者タイプ

牛乳購入者の購入後利用者を見ると「**自分も家族も**」が**65%**で最も多くなっている。**購入が週一回未満**の人においては「**自分だけ**」と「**家族だけ**」が特徴的に多くなっている。

(※ ref → P36)

牛乳購入者の購入後利用者は、**専業主婦**において「**自分も家族も**」が特に多くなっている。その一方で**50歳以上**と**ブルーカラー**は、「**自分だけ**」が多めになっている。

(※ ref → P37)

牛乳購入者の購入後利用者は、**東京都・一都三県・大阪府**の在住者において「**自分だけ**」が多めになっている。九州在住者は「**家族だけ**」が多めになっている。

(※ ref → P38)

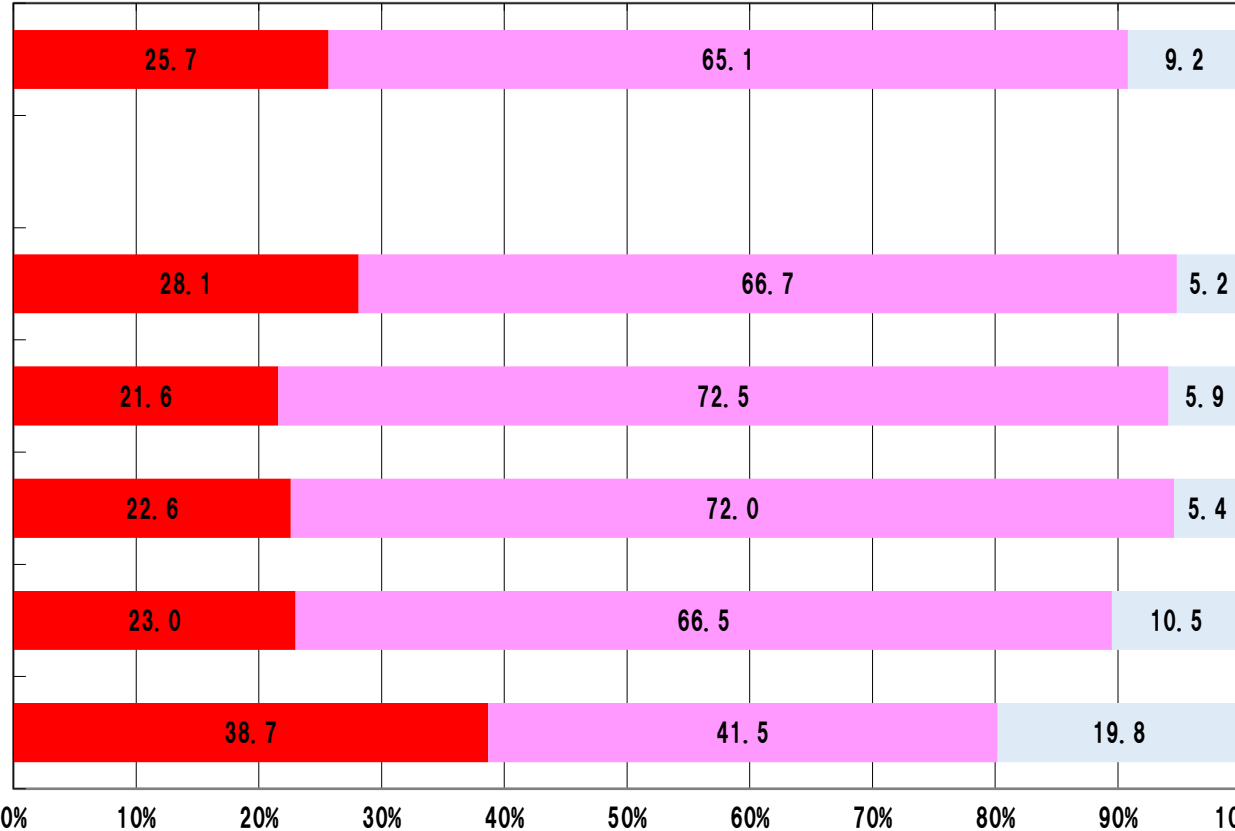
牛乳類・購入者の購入後利用者タイプ（牛乳類購入頻度別）

いま現在、あなたご自身が購入する牛乳類（※）は、主に誰が飲んだり利用したりしていますか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）

■自分だけ ■自分も家族も ■家族だけ

全体



いま現在、あなたご自身は、家族で飲むためのものも含めて、どれくらい牛乳類を購入していますか。

ほぼ毎日

週4～5回

週2～3回

週1回

週1回未満

購入者N= 740

96
51
239
248
106

牛乳購入者の購入後利用者を見ると、「自分も家族も」が65%で最も多くなっている。

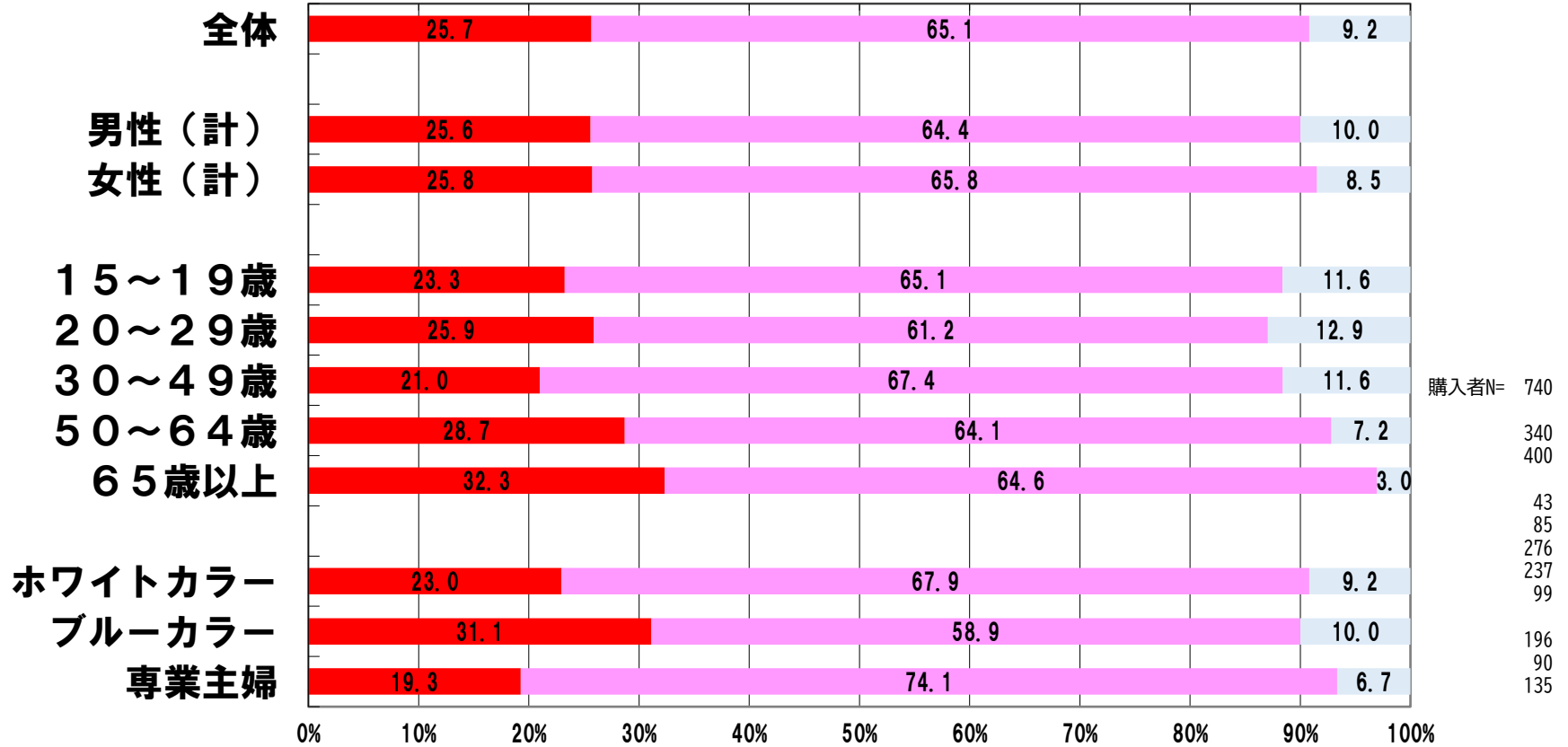
購入が週一回未満の人において、「自分だけ」と「家族だけ」が特徴的に多くなっている。

牛乳類・購入者の購入後利用者タイプ（性別・年代別・職業別）

いま現在、あなたご自身が購入する牛乳類（※）は、主に誰が飲んだり利用したりしていますか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）

■自分だけ ■自分も家族も ■家族だけ



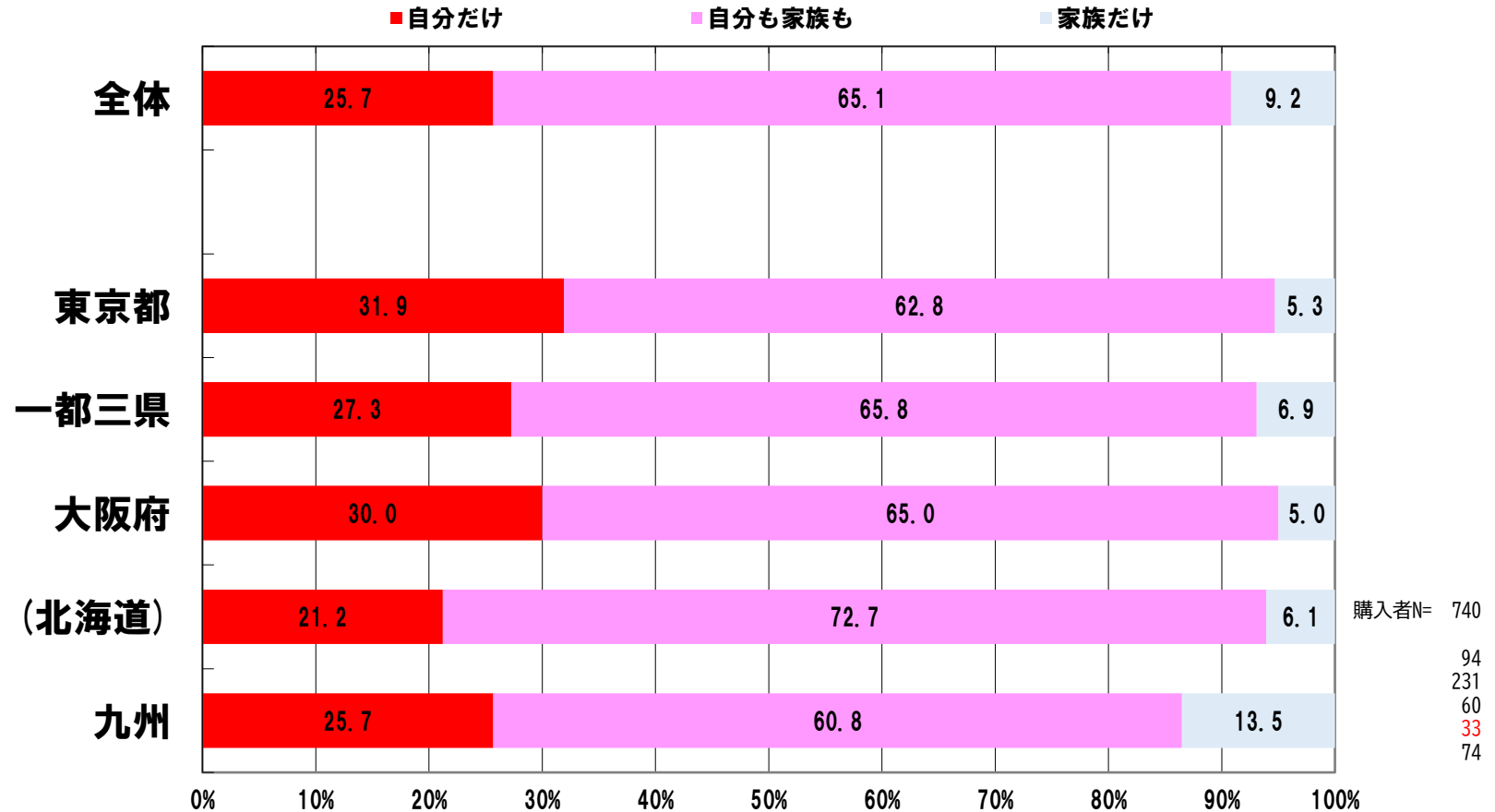
牛乳購入者の購入後利用者は、
専業主婦において、「自分も家族も」が特に多くなっている。

その一方で50歳以上とブルーカラーは、
「自分だけ」が多めになっている。

牛乳類・購入者の購入後利用者タイプ（地域別）

いま現在、あなたご自身が購入する牛乳類（※）は、主に誰が飲んだり利用したりしていますか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）



牛乳購入者の購入後利用者は、
東京都・一都三県・大阪府の在住者において、
「自分だけ」が多めになっている。
（九州在住者は「家族だけ」が多めになっている。）

4. 購入回数・増加率 \Leftrightarrow 買物1回あたりの購入量・増加率

牛乳類の購入頻度が「ほぼ毎日」「週2-3回」「週1回」の人は、牛乳購入回数の増加率よりも、買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなる。
(※ ref → P41)

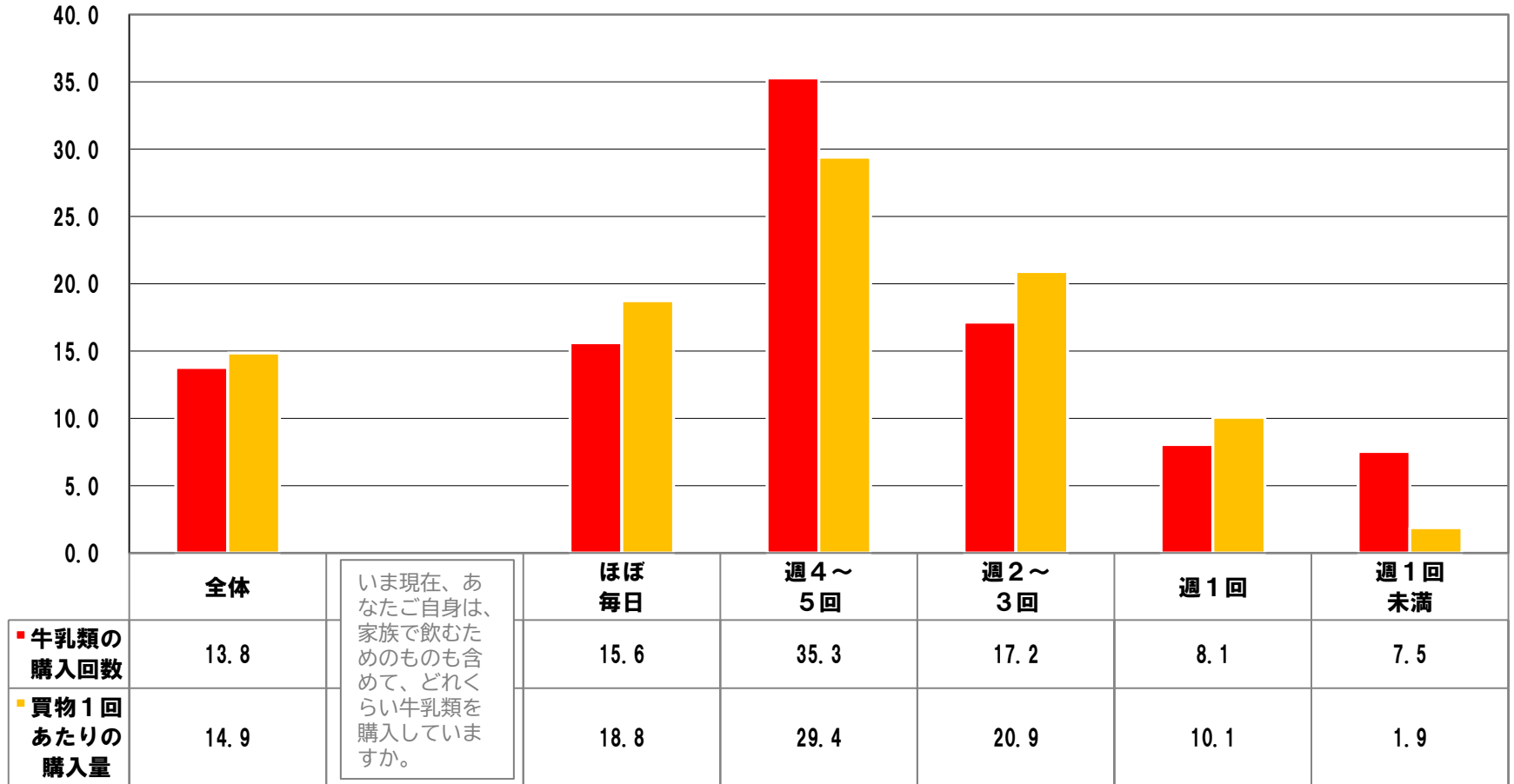
牛乳購入者の購入後利用者に家族が含まれると、牛乳購入回数の増加率よりも、**買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなっている。**
(※ ref → P42)

性別でいえば**男性**、年代でいえば**50歳以上**、職業でいえば**ホワイトカラー**で牛乳購入回数の増加率よりも、**買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなっている。**
(※ ref → P43)

地域でいえば**大阪府在住者**において、牛乳購入回数の増加率よりも、**買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなっている。**(**都市部以外の在住者**において、その傾向が強いと考えられる。)
(※ ref → P44)

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する回数（頻度）と買物1回あたりに購入する量はどのように変化しましたか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）

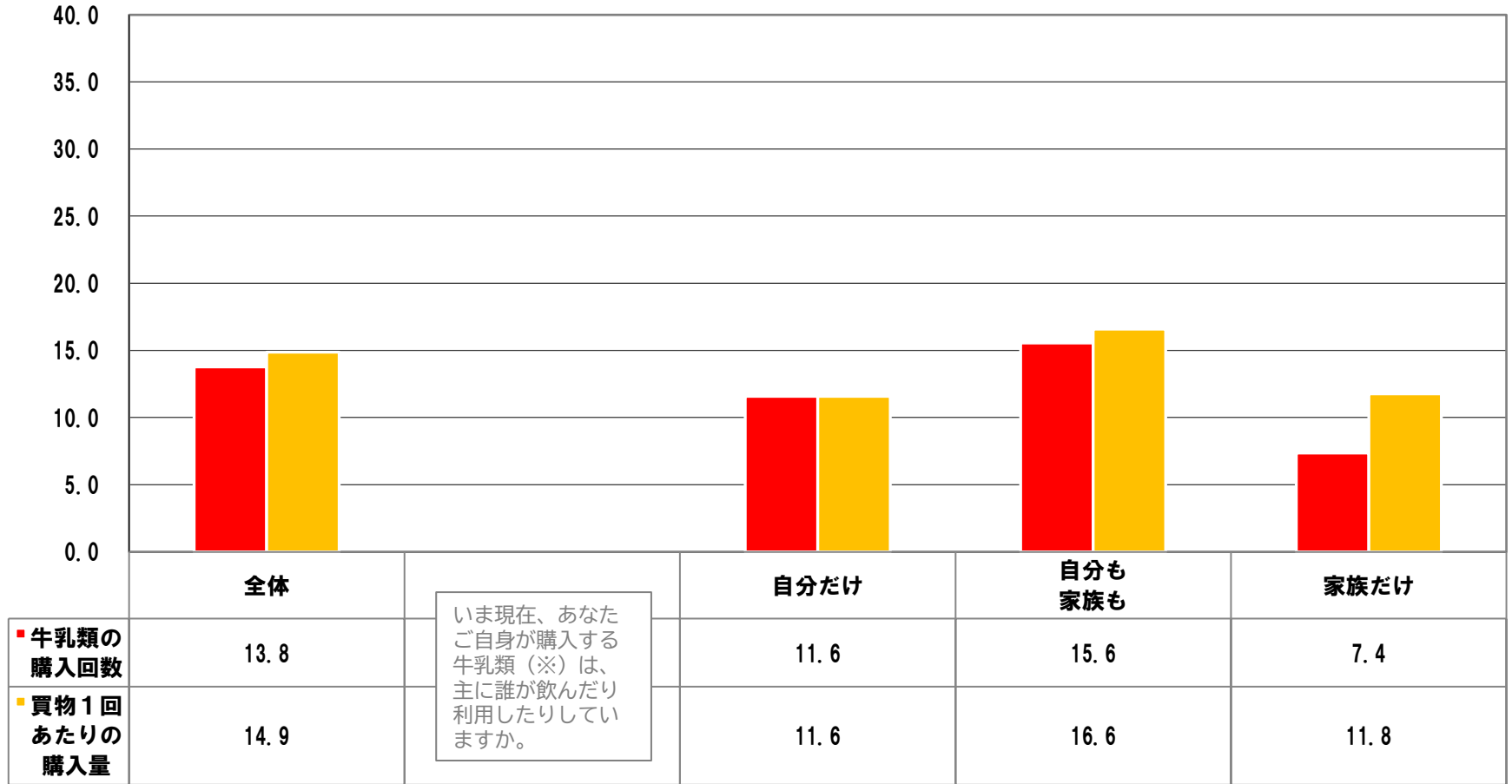


購入者N= 740//96/51/239/248/106

牛乳類の購入頻度が「ほぼ毎日」「週2-3回」「週1回」の人において、牛乳購入回数の増加率よりも、買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなる。

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する回数（頻度）と買物1回あたりに購入する量はどのように変化しましたか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）

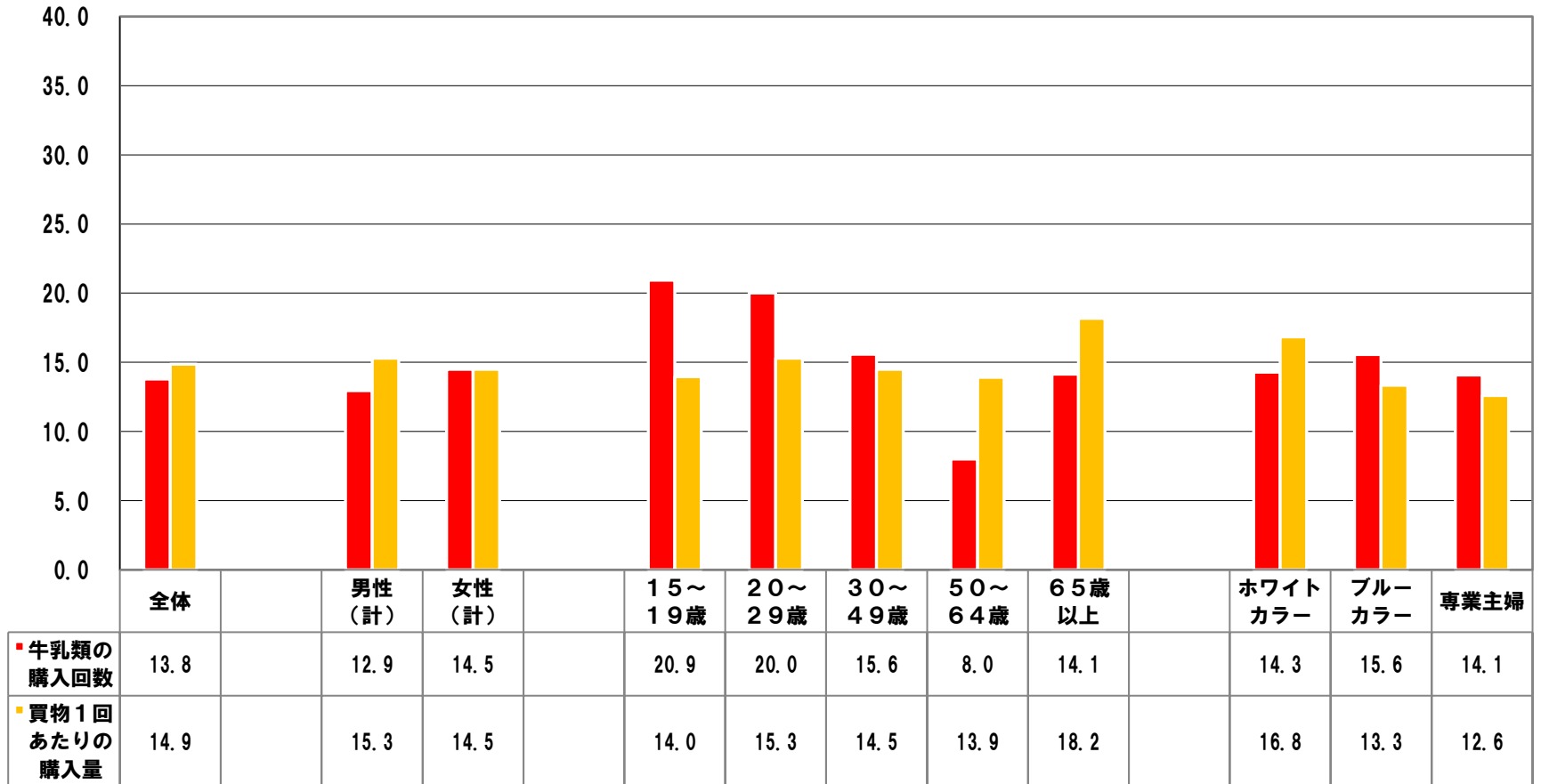


購入者N= 740//190/482/68

牛乳購入者の購入後利用者に家族が含まれると、
牛乳購入回数の増加率よりも、
買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなっている。

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する回数（頻度）と買物1回あたりに購入する量はどのように変化しましたか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）

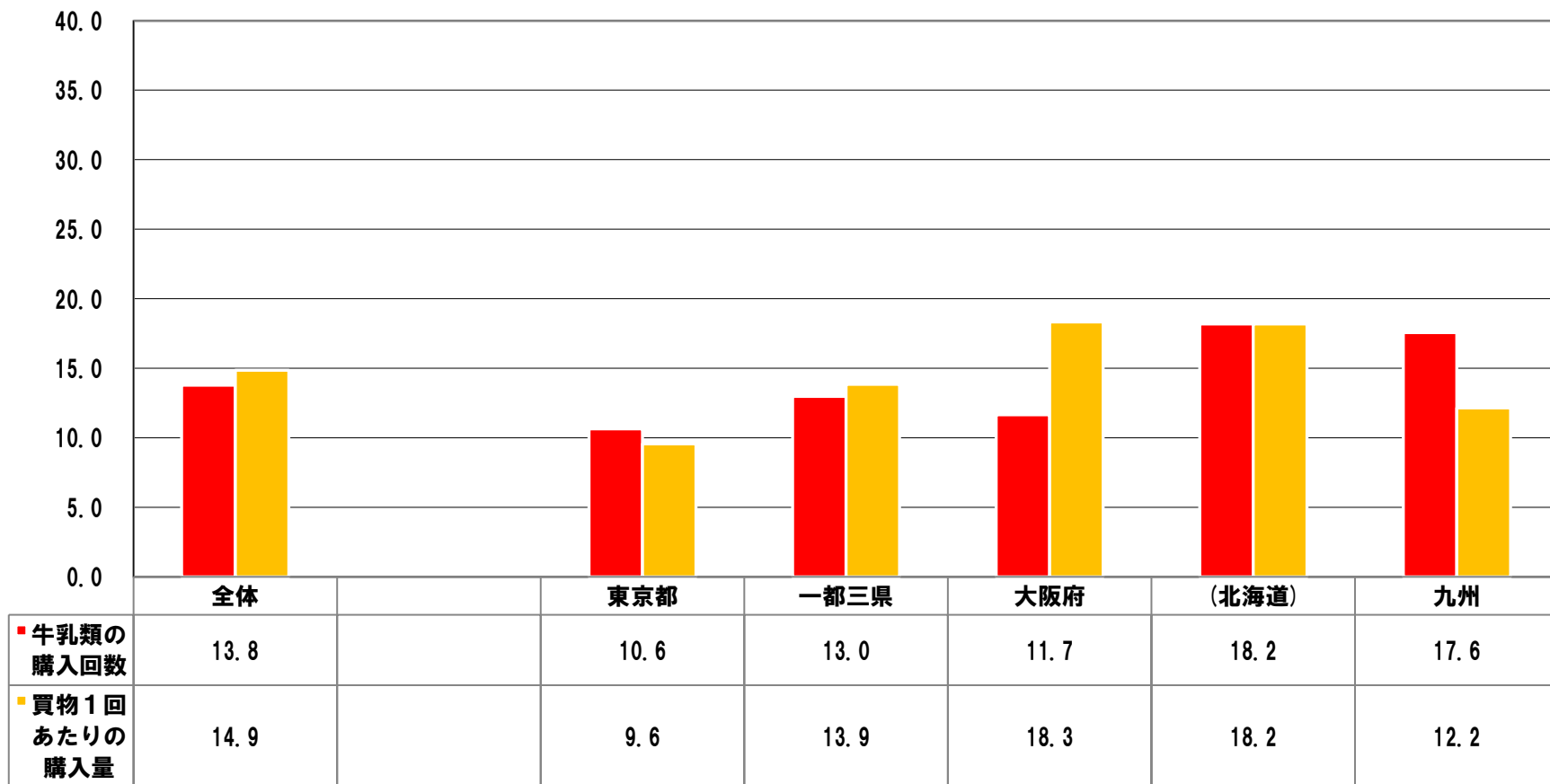


購入者N=740//340/400//43/85/276/237/99//196/90/135

性別でいえば男性、年代でいえば50歳以上、職業でいえばホワイトカラーにおいて、牛乳購入回数の増加率よりも、買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなっている。

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する回数（頻度）と買物1回あたりに購入する量はどのように変化しましたか。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）



購入者N=740//94/231/60/33/74

地域でいえば大阪府在住者において、牛乳購入回数の増加率よりも、買物1回あたりの購入量の増加率の方が高くなっている。

5. 購入場所の利用頻度変化

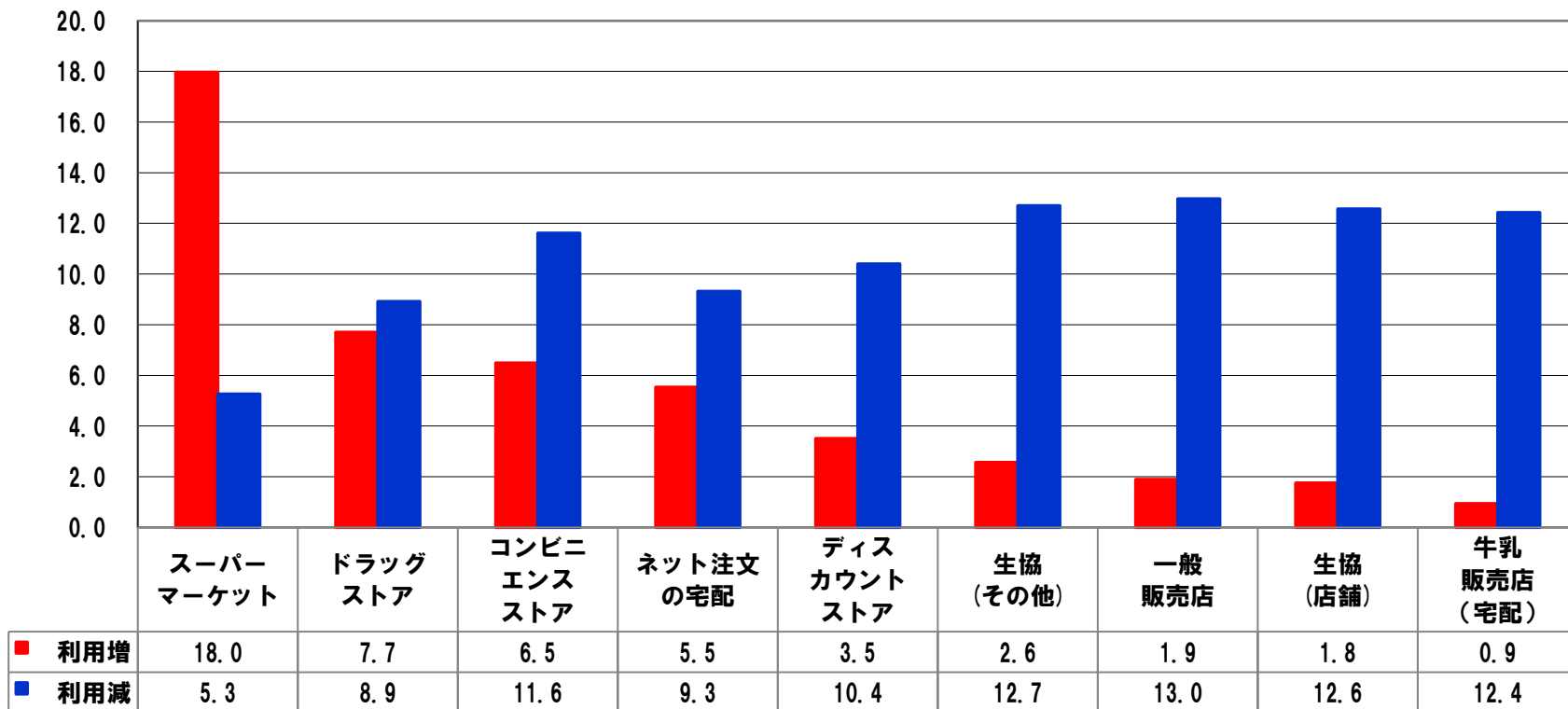
新型コロナ禍より前との比較において、**利用増加者の割合**が**利用減少者の割合**よりも**高い購入場所は、スーパーマーケットのみ**。「牛乳販売店」「生協（店舗＋その他）」「一般販売店」においては、**利用減少者の割合**が、**利用増加者の割合**よりも**顕著に大きくなっている**。

(※ ref → P47)

牛乳類の購入頻度が「週4－5回」の人においては、「スーパーマーケット」と「ドラッグストア」の利用増加が目立つ。また**10代**においては「スーパーマーケット」、**ブルーカラー**においては「コンビニ」の利用増加が目立つ。（利用が減少した購入場所に関しては特筆すべき傾向がない。）

(※ ref → P48～59)

昨年(2020年)の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたが牛乳類(※)を購入する際に下記の場所(方法)を利用する頻度はどのように変化しましたか。



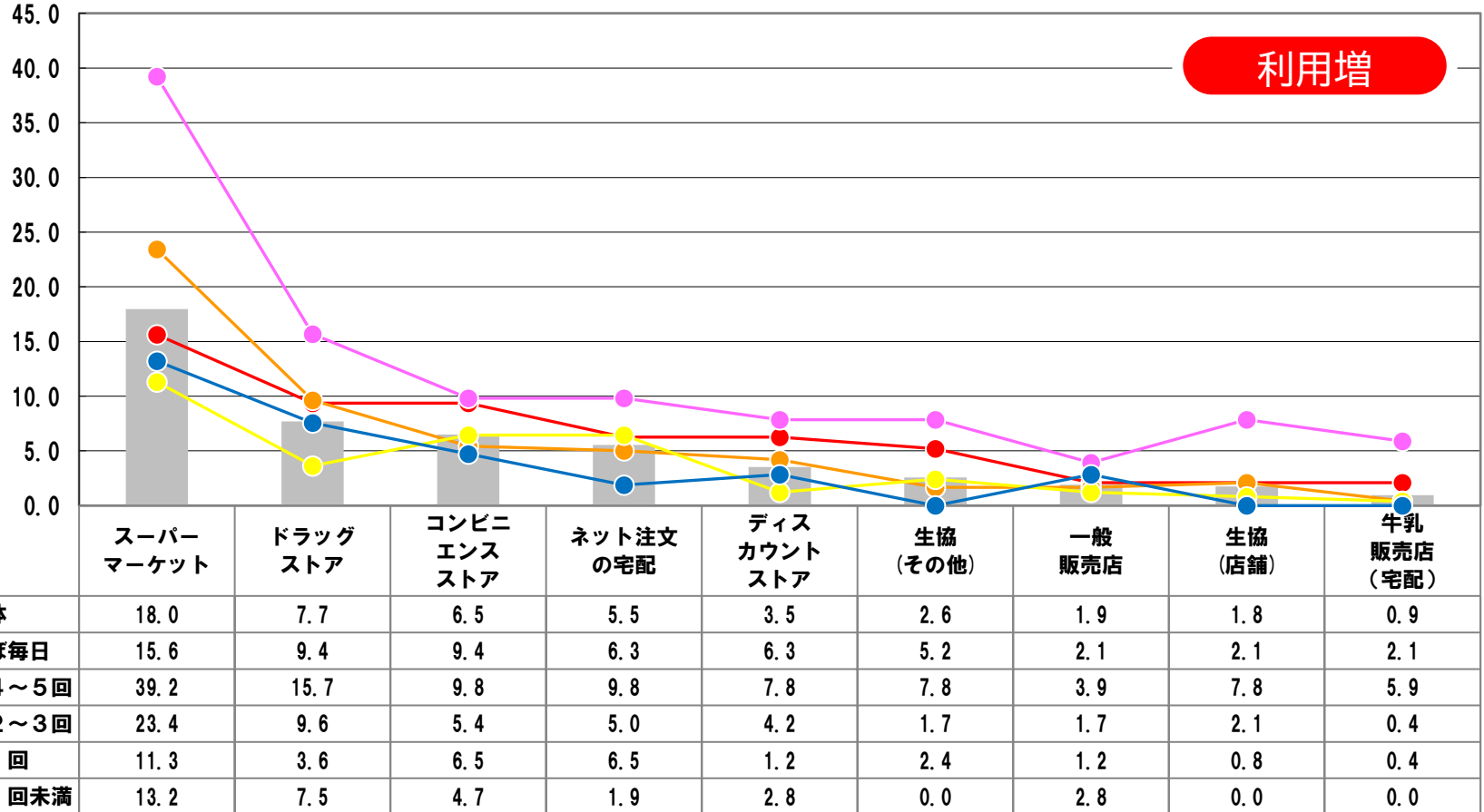
購入者N= 740

新型コロナ禍より前との比較において、
利用増加者の割合が利用減少者の割合よりも高い購入場所は、
スーパーマーケットのみ。

「牛乳販売店」「生協(店舗+その他)」「一般販売店」においては、
利用減少者の割合が、利用増加者の割合よりも顕著に大きくなっている。

購入場所の利用増（牛乳類購入頻度別）

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。



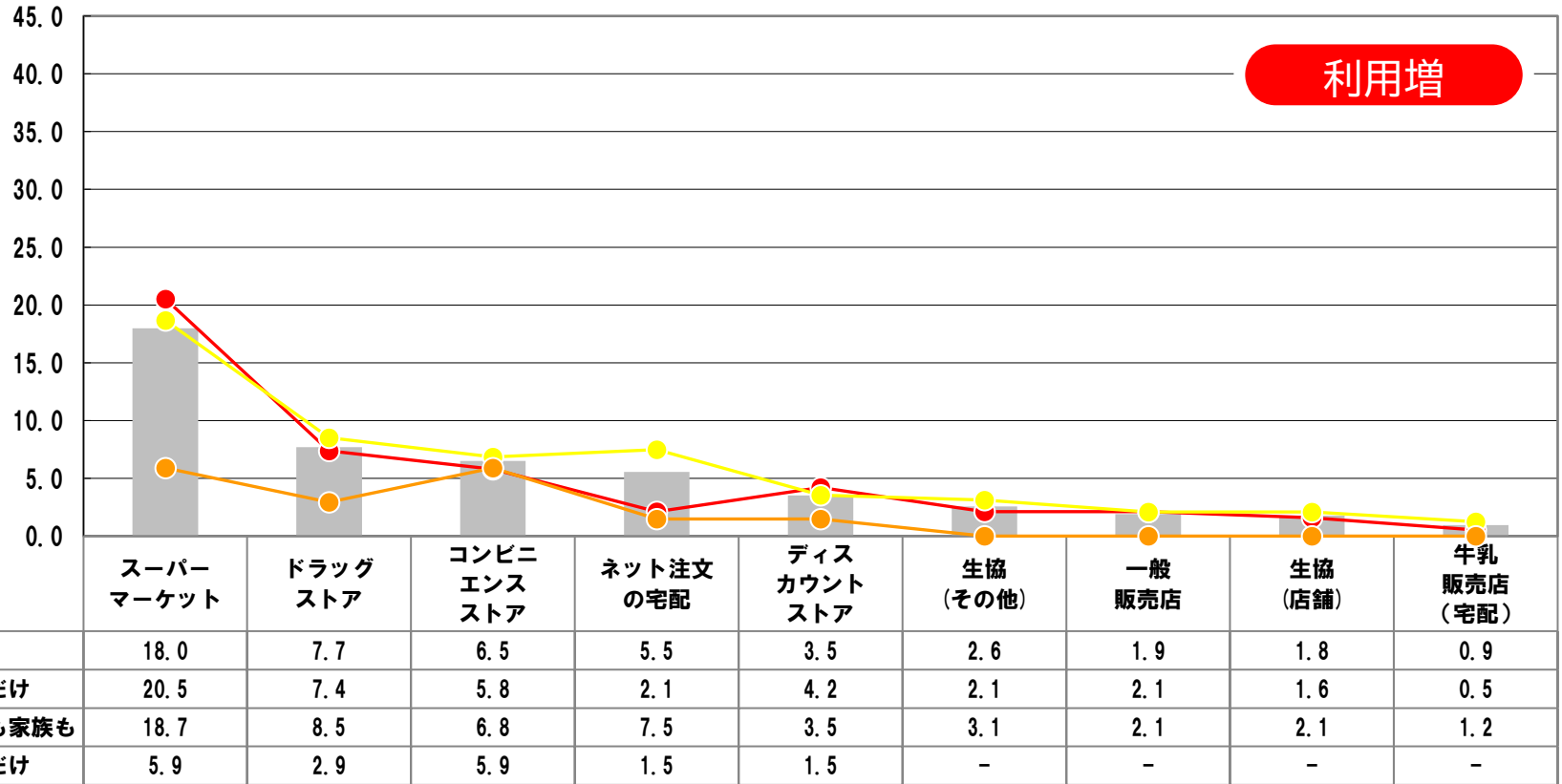
いま現在、あなたご自身は、家族で飲むためのものも含めて、どれくらい牛乳類を購入していますか。

購入者N= 740//96/51/239/248/106

牛乳類の購入頻度が「週4-5回」の人において、「スーパーマーケット」と「ドラッグストア」の利用増加が目立つ。

購入場所の利用増（購入後利用者タイプ別）

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。

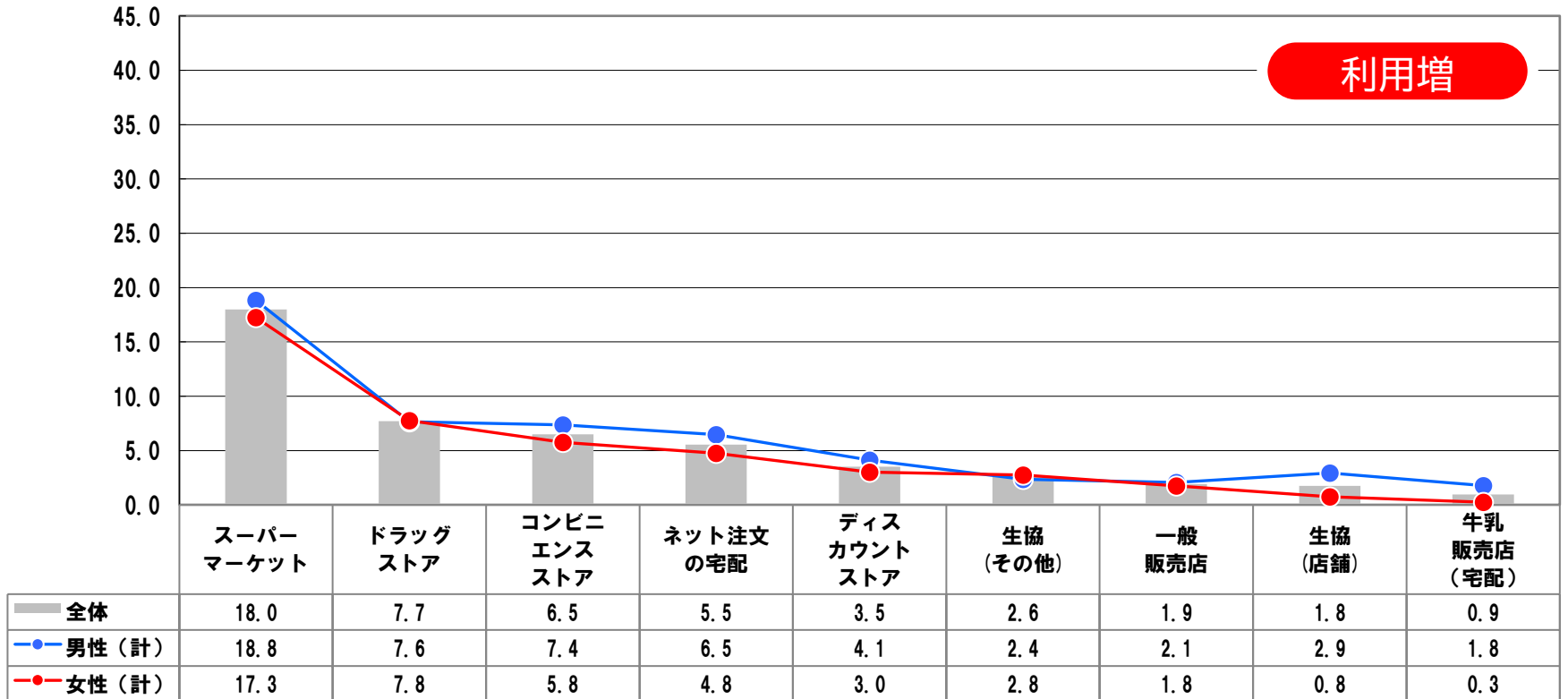


いま現在、あなたご自身が購入する牛乳類（※）は、主に誰が飲んだり利用したりしていますか。

購入者N= 740//190/482/68

購入場所の利用増（性別）

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。

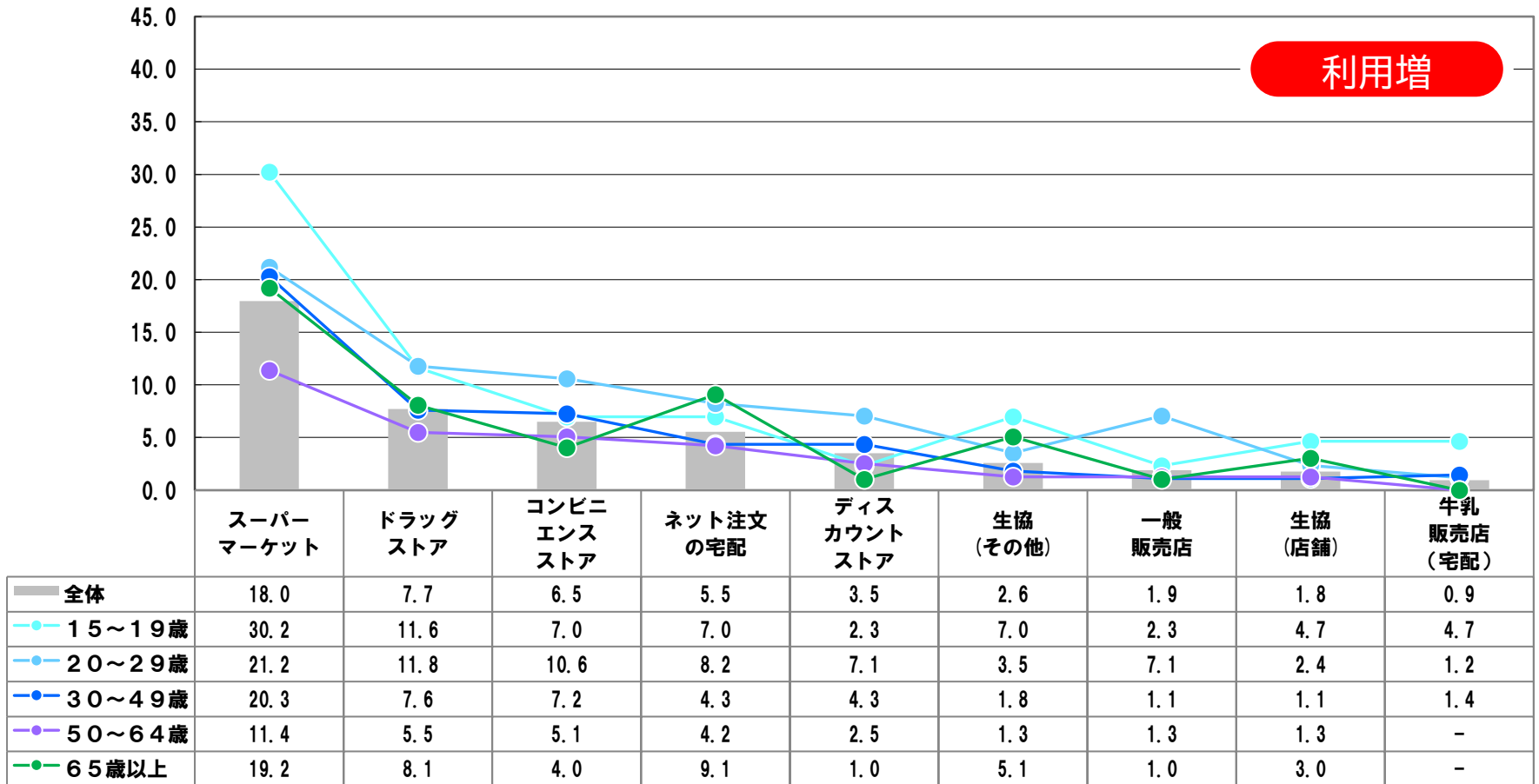


購入者N=740//340/400

性別による差はほとんどない。

購入場所の利用増（年代別）

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。

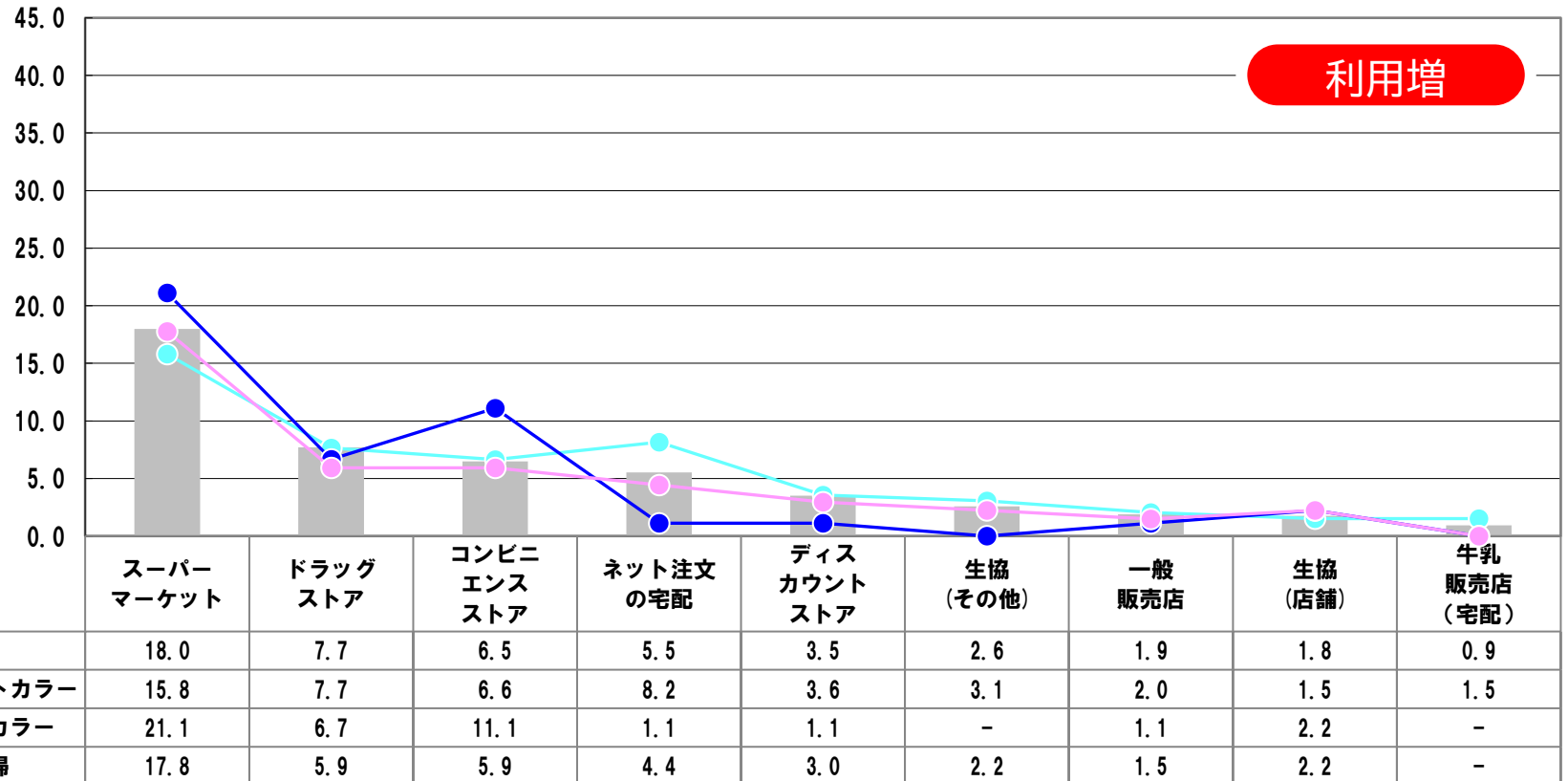


購入者N=740//43/85/276/237/99

10代において、「スーパーマーケット」の利用増加が目立つ。

購入場所の利用増（職業別）

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。

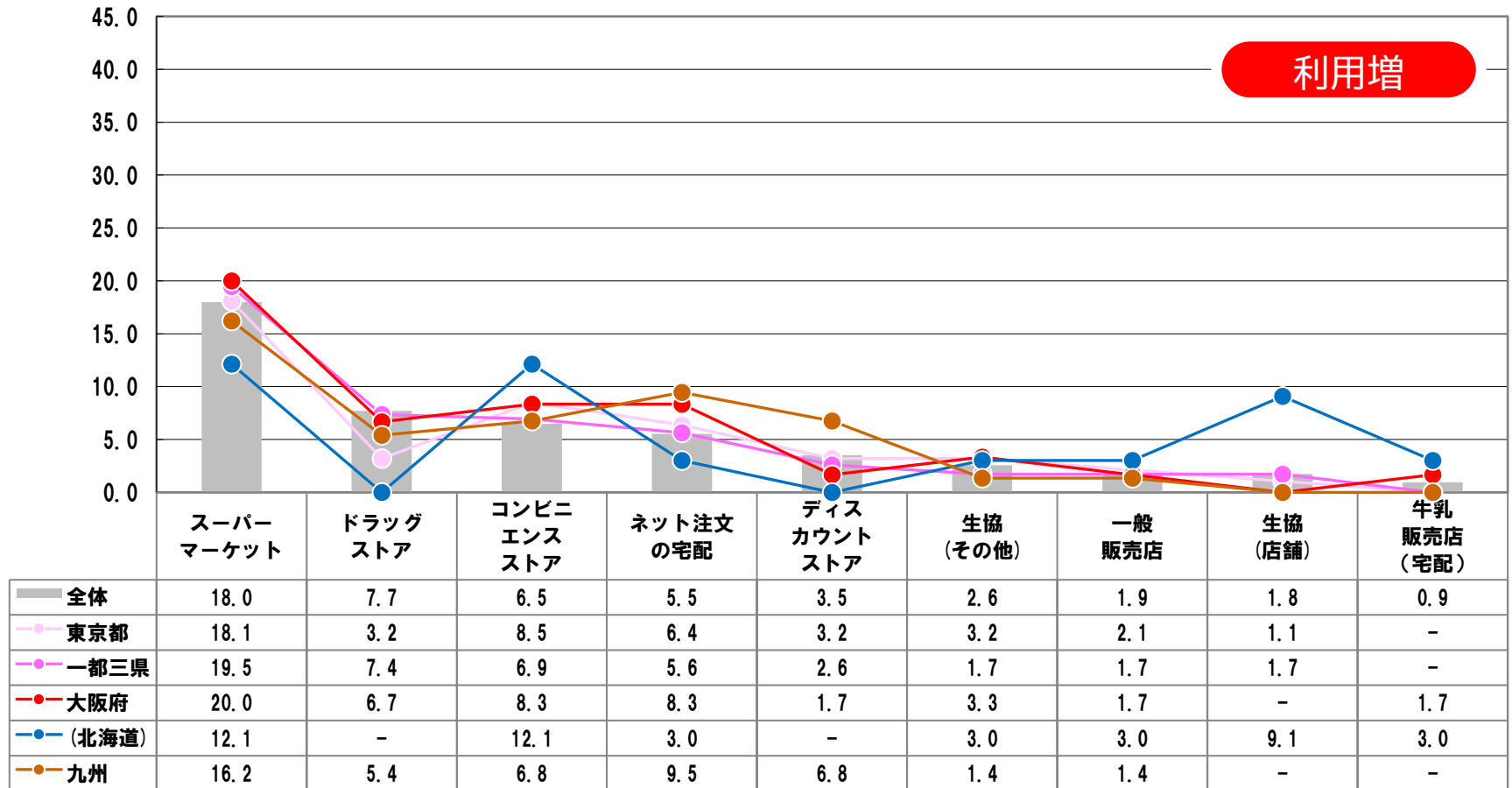


購入者N=740//196/90/135

ブルーカラーにおいて、「コンビニ」の利用増加が目立つ。

購入場所の利用増（地域別）

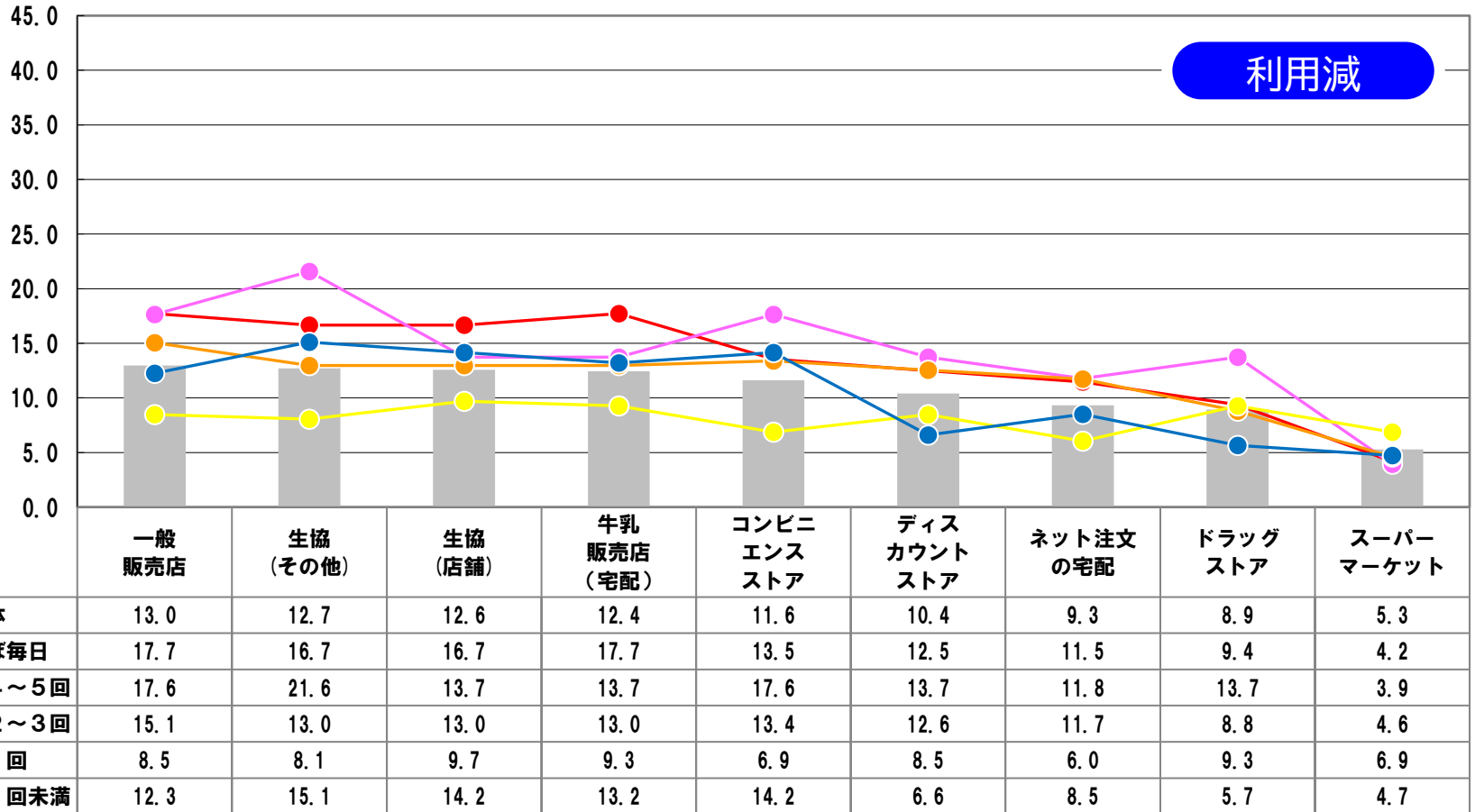
昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。



購入者N=740//94/231/60/33/74

北海道在住者（N数少）において、「コンビニ」「生協（店舗）」の利用増加が目立つ。

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。



いま現在、あなたご自身は、家族で飲むためのものも含めて、どれくらい牛乳類を購入していますか。

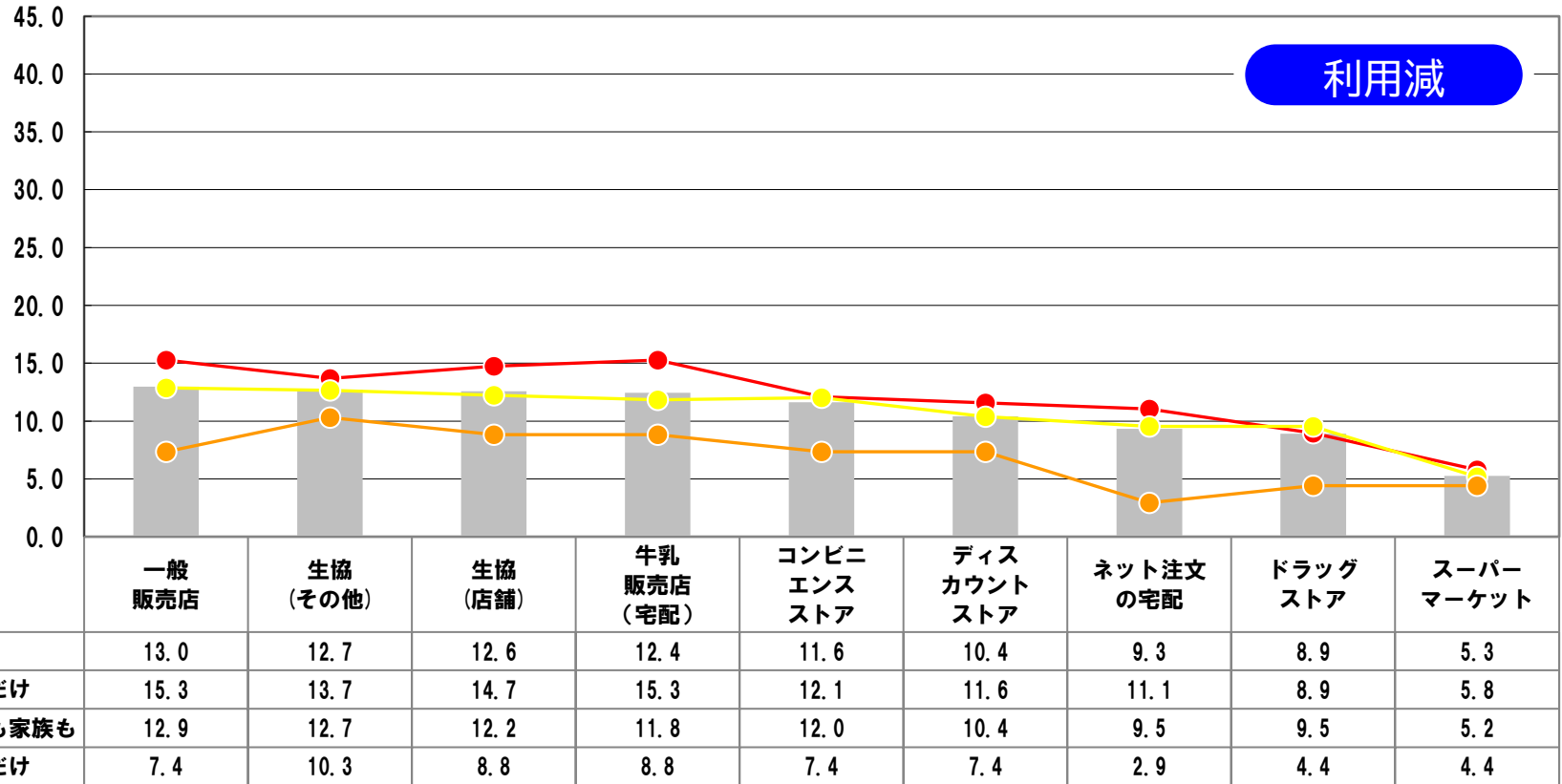
購入者N= 740//96/51/239/248/106

牛乳類の購入頻度が「ほぼ毎日」の人において、「牛乳販売店」「生協（店舗）」の利用減少がやや目立つ。

牛乳類の購入頻度が「週4～5回」の人において、「生協（その他）」「コンビニ」「ドラッグストア」の利用減少がやや目立つ。

購入場所の利用減（購入後利用者タイプ別）

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。

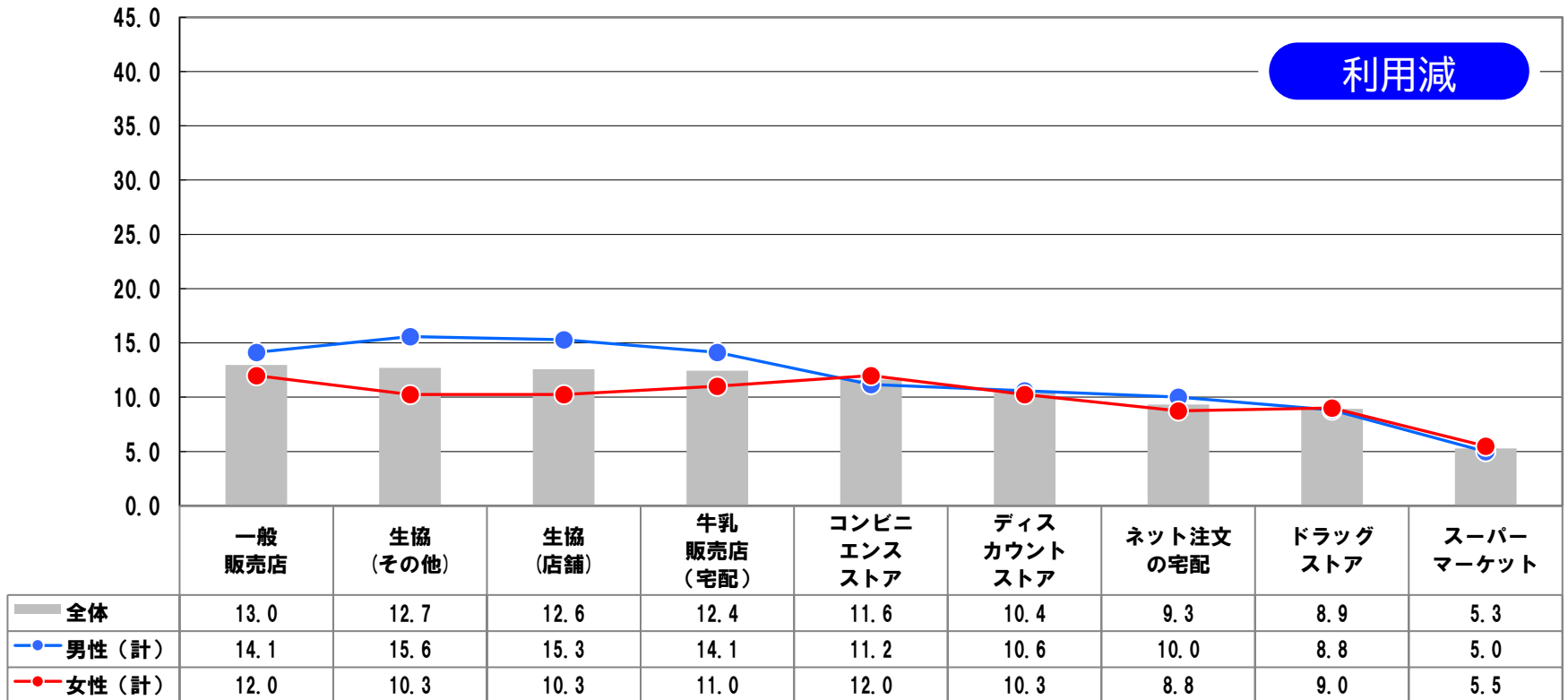


いま現在、あなたご自身が購入する牛乳類（※）は、主に誰が飲んだり利用したりしていますか。

購入者N= 740//190/482/68

購入場所の利用減（性別）

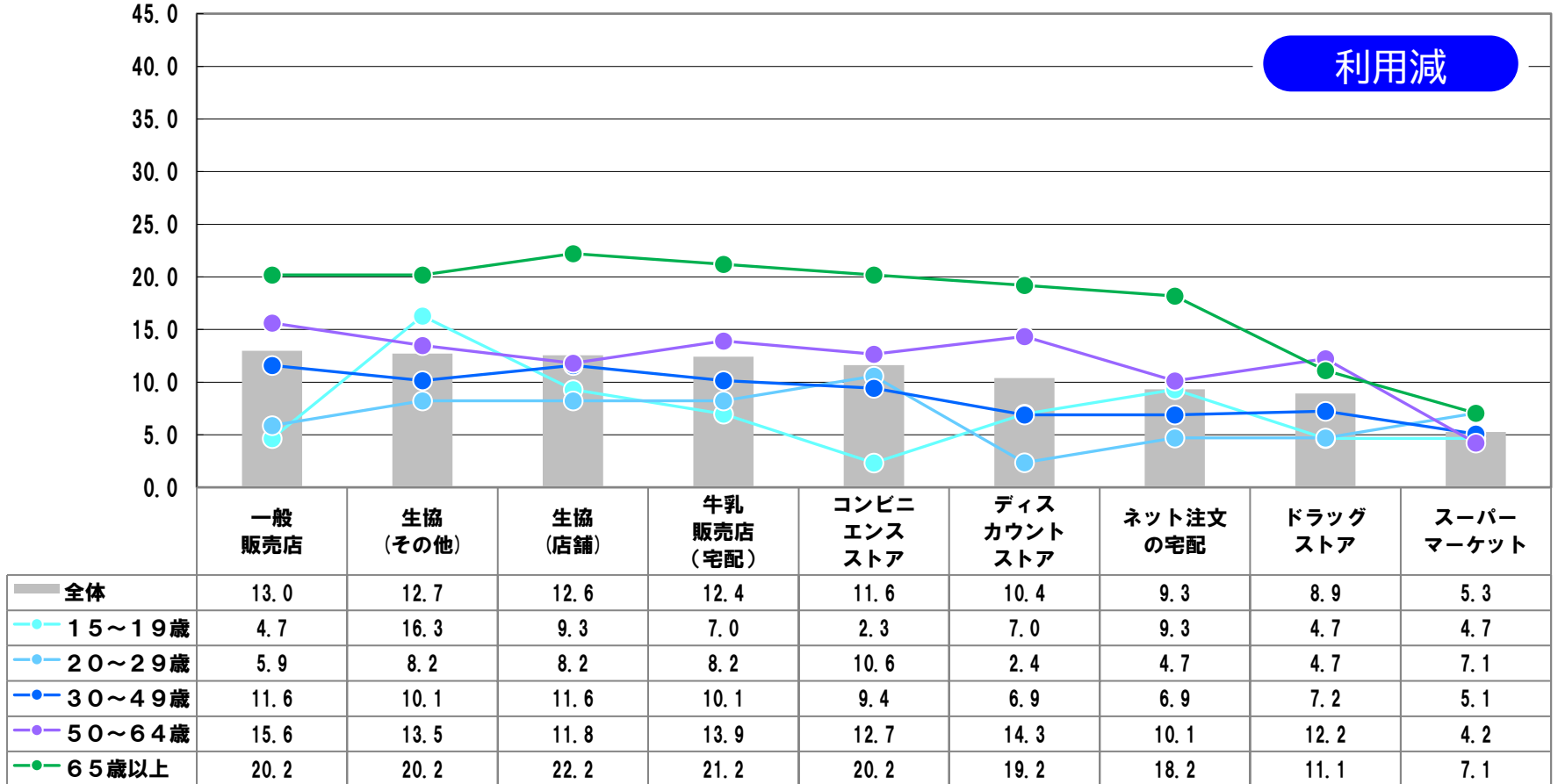
昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。



購入者N=740//340/400

性別による差はあまりない。
（男性において、「生協（店舗＋その他）」の利用減少が若干目立つ。）

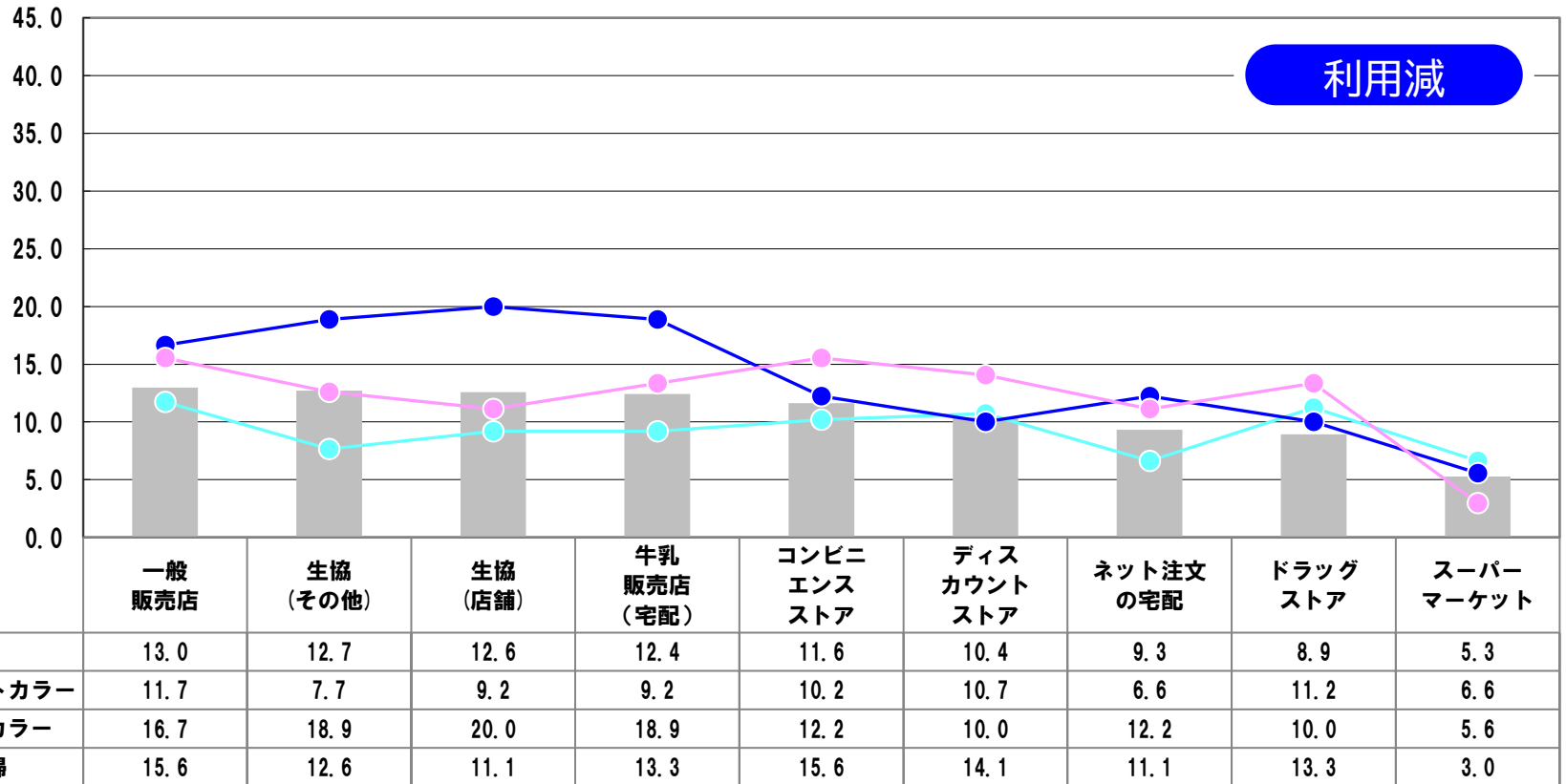
昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。



購入者N=740//43/85/276/237/99

65歳以上において、多くの購入場所での利用減少が目立つ。

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、
 いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。

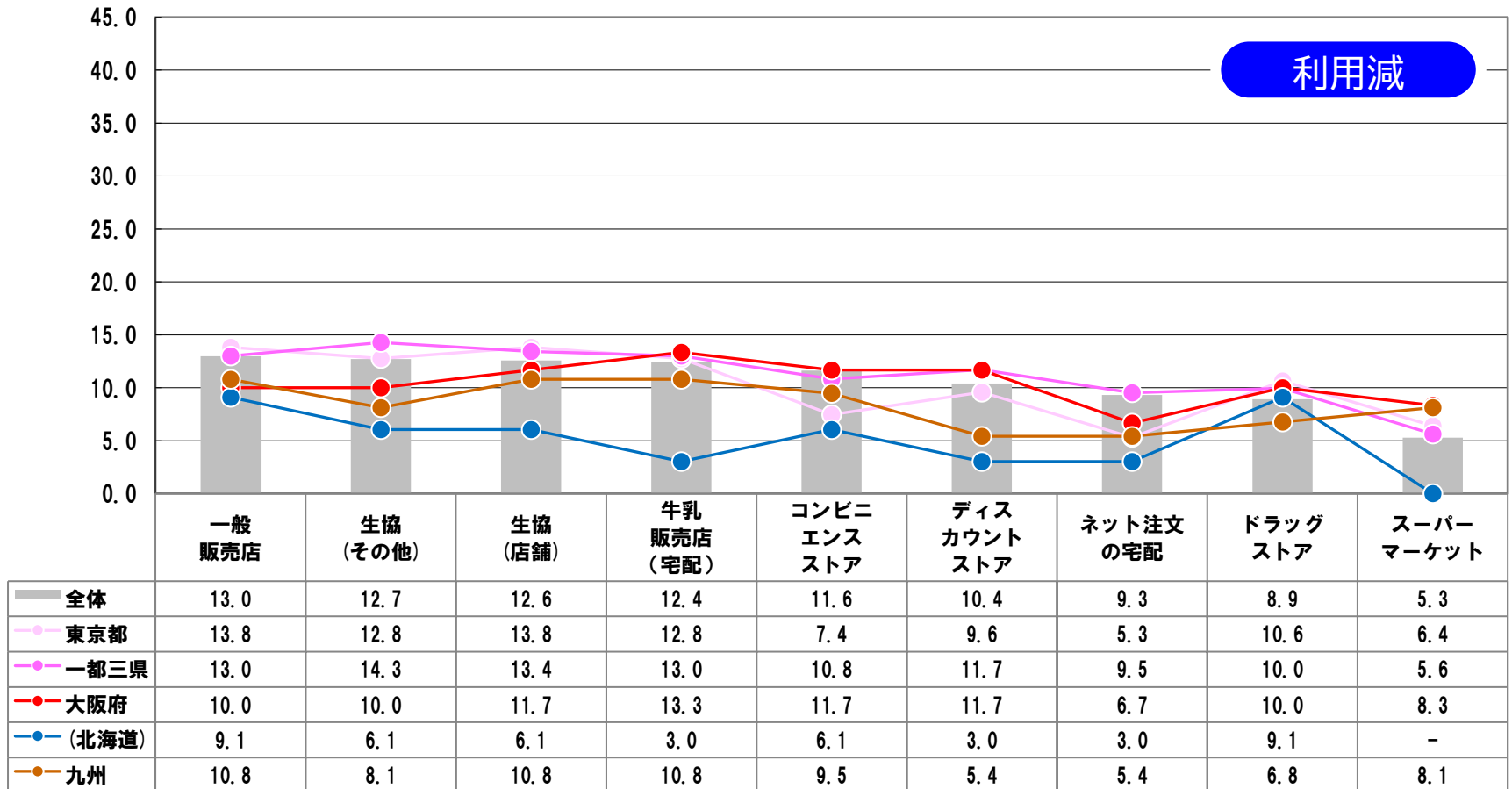


購入者N=740//196/90/135

ブルーカラーにおいて、「生協（店舗＋その他）」「牛乳販売店」の利用減少が目立つ。

購入場所の利用減（地域別）

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。



購入者N=740//94/231/60/33/74

北海道在住者（N数少）において、「ドラッグストア」以外購入場所の利用減少が少ない。

6. 牛乳・乳製品の利用意向変化

新型コロナ禍より前との比較において、利用意向が強くなった人よりも、**利用意向が弱くなった人の方が明確に多いのは生クリームのみ**。食べるヨーグルト・牛乳・飲むヨーグルト・チーズは利用意向の強化が明確で、中でも**食べるヨーグルトは意向強化者の割合が大きい**。

(※ ref → P62)

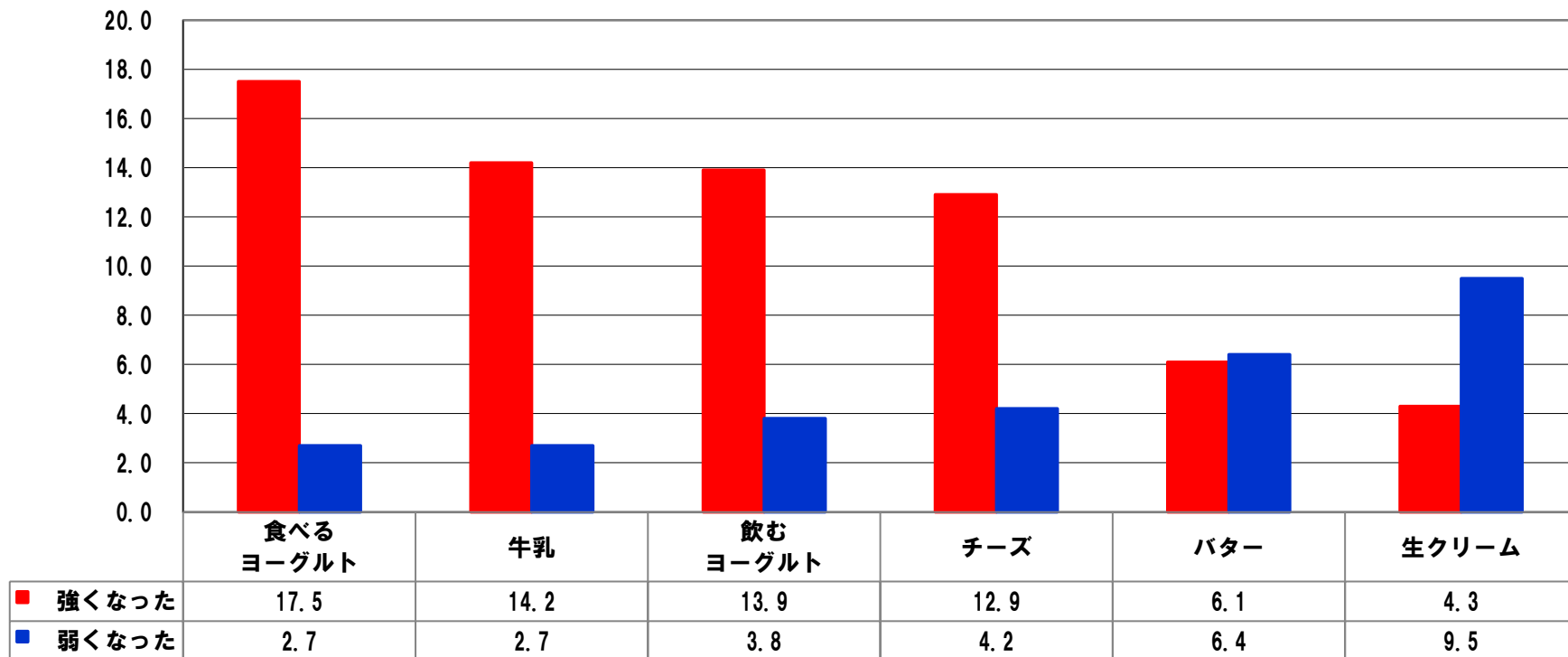
牛乳とチーズは10代と65才以上で利用意向の強化者が多く、飲むヨーグルト・バター・生クリームは10代において利用意向の強化者が多い (**すべてにおいて10代の利用意向強化が特に目立つ**)。また**北海道在住者は、食べるヨーグルト・牛乳・飲むヨーグルト・チーズについて利用意向の強化者が特に多い**

(※ ref → P63~66)

生クリームは50才以上で利用意向の低下者がやや多い。**北海道在住者はすべての牛乳・乳製品について利用意向の低下者がほとんどいない**。

(※ ref → P67~70)

昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

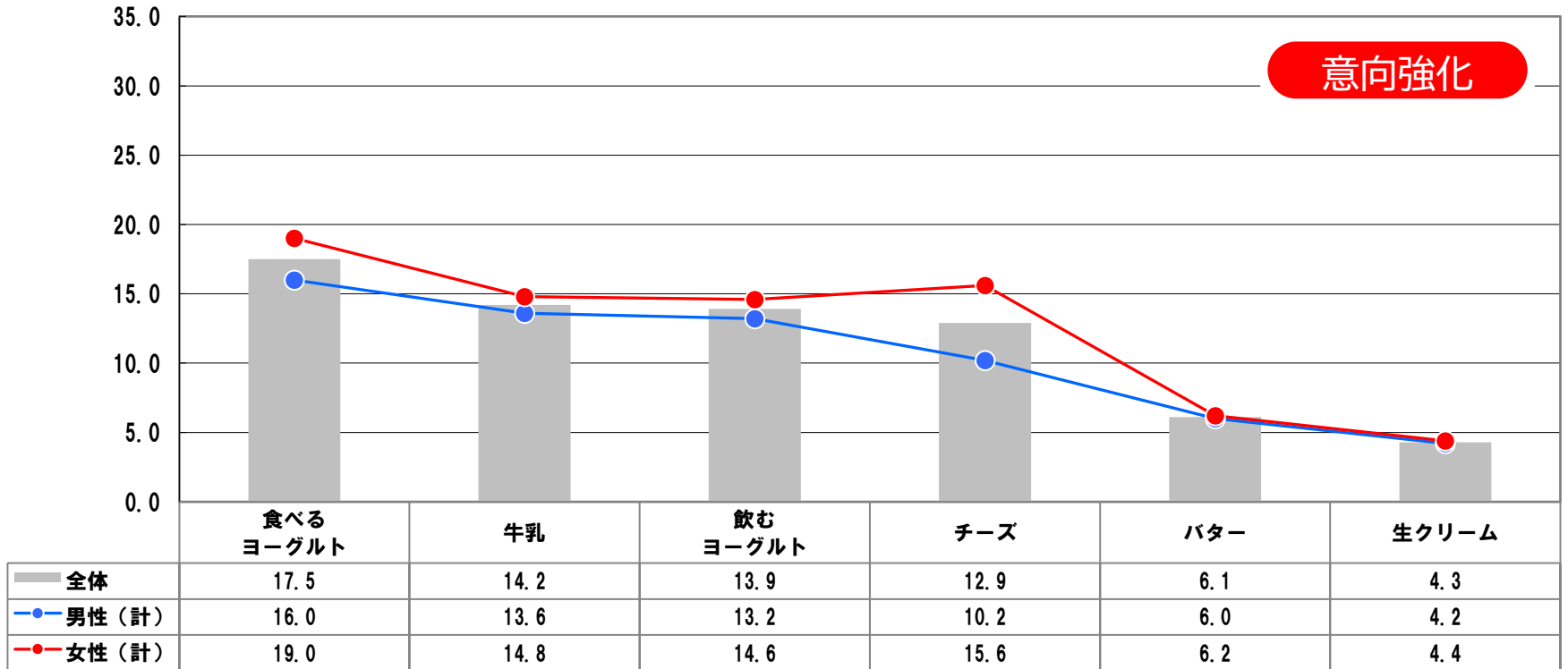


N= 1000

新型コロナ禍より前との比較において、
利用意向が強くなった人よりも、利用意向が弱くなった人の方が多いのは、
生クリームとバターのみ。

食べるヨーグルト・牛乳・飲むヨーグルト・チーズは利用意向の強化が明確で、
中でも食べるヨーグルトは意向強化者の割合が大きい。

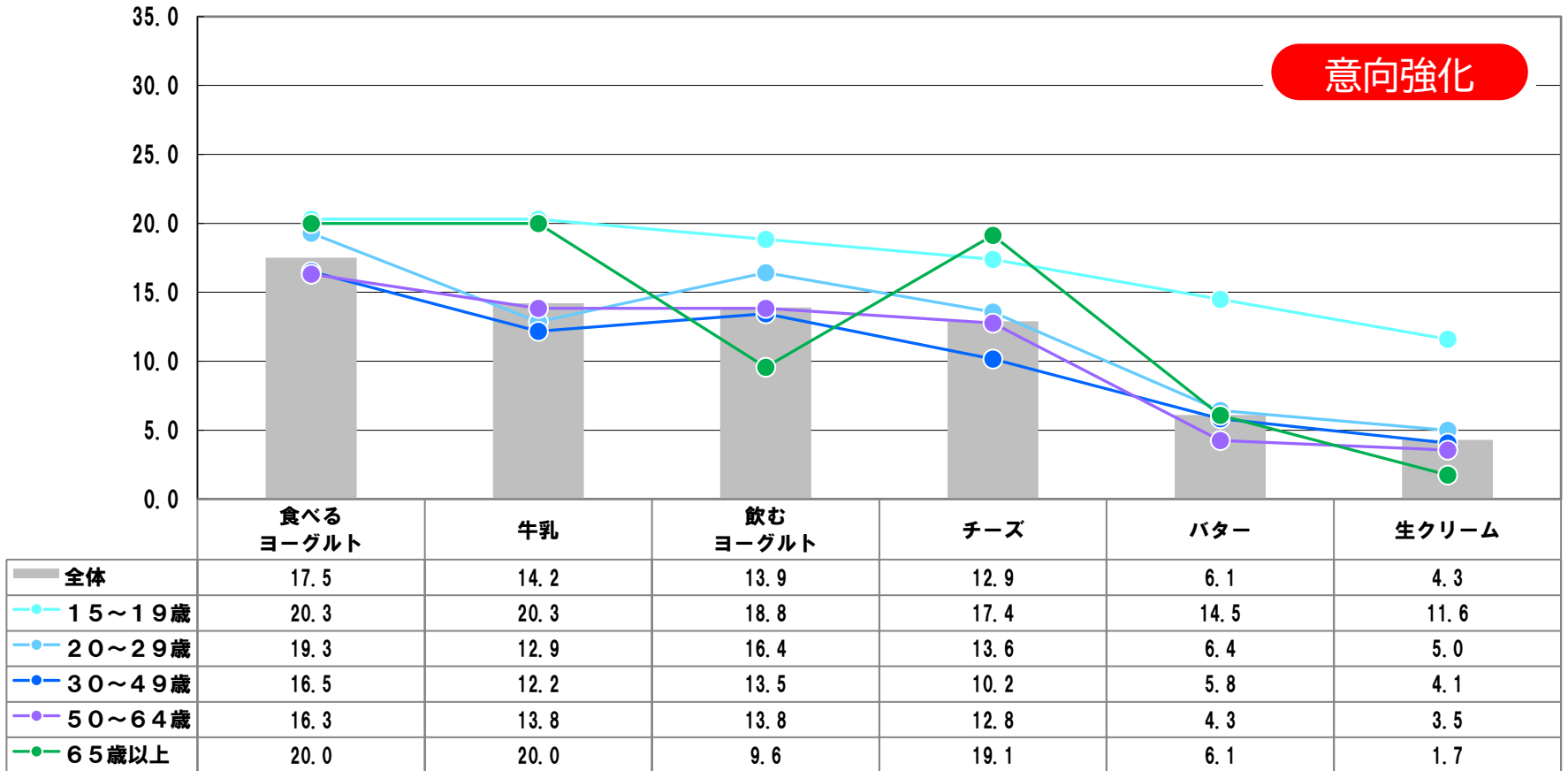
昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。



N=1000/500/500

性別で見ると、男性よりも女性において、
チーズの意向強化者が多くなっているのが目立つ。

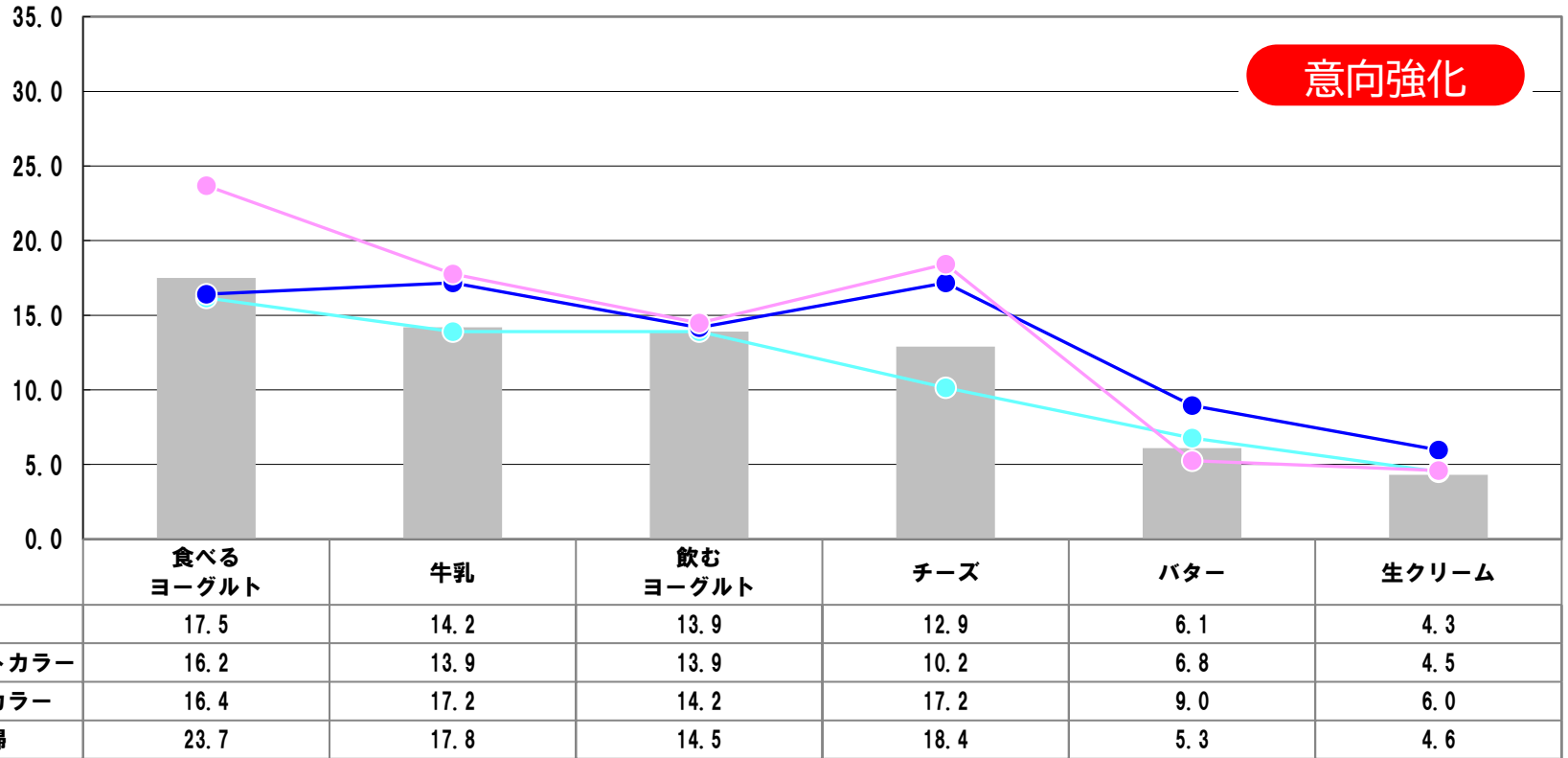
昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。



N=1000/69/140/394/282/115

年代別にみると、
牛乳とチーズは、10代と65才以上で利用意向の強化者が多く、
飲むヨーグルト・バター・生クリームは、10代において利用意向の強化者が多い。
(すべてにおいて10代の利用意向強化が特に目立つ。)

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

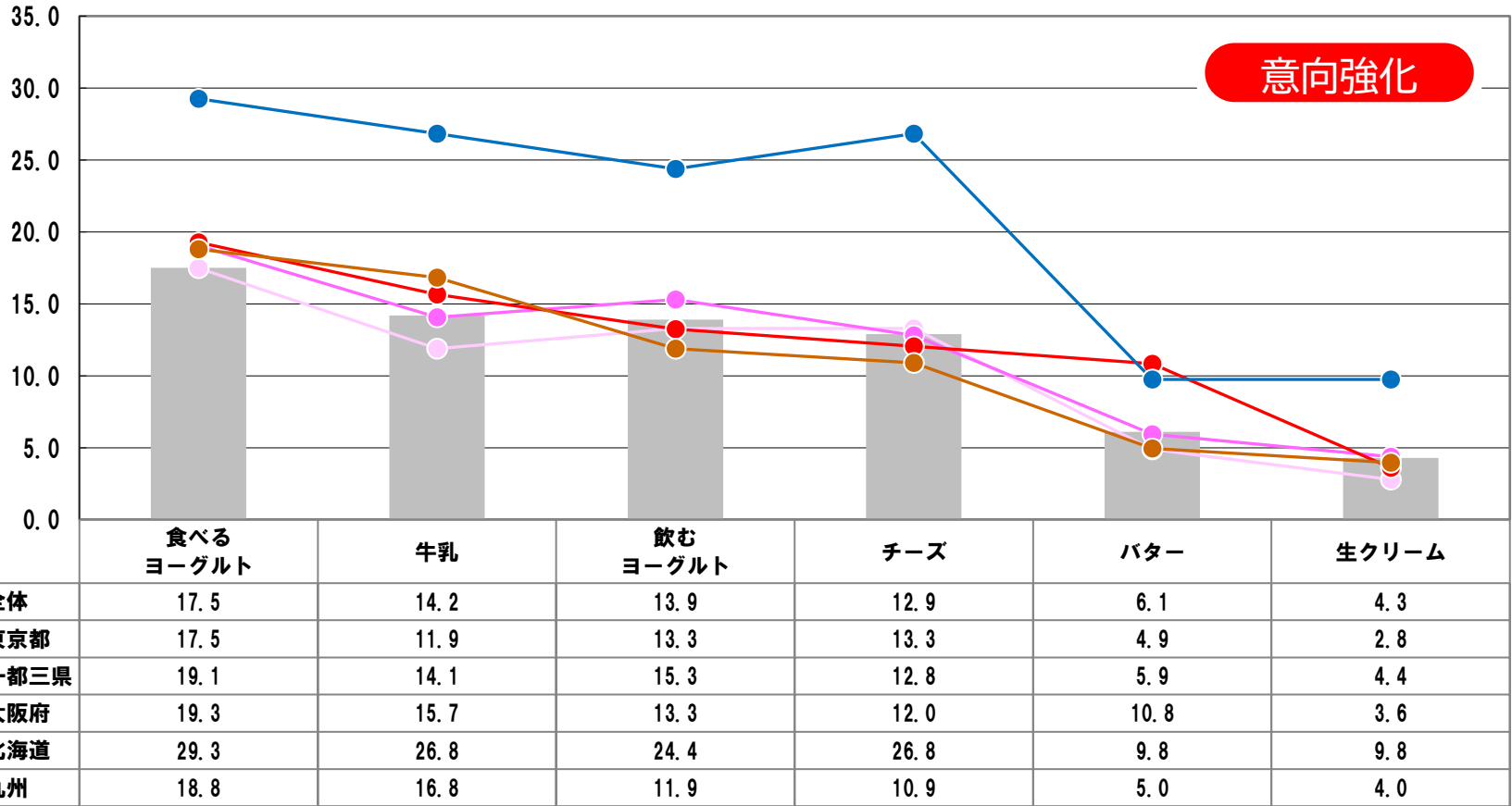


N=1000/266/134/152

職業別にみると、食べるヨーグルトは専業主婦において、チーズは専業主婦とブルカラーにおいて、利用意向の強化者が多い。

昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

意向強化



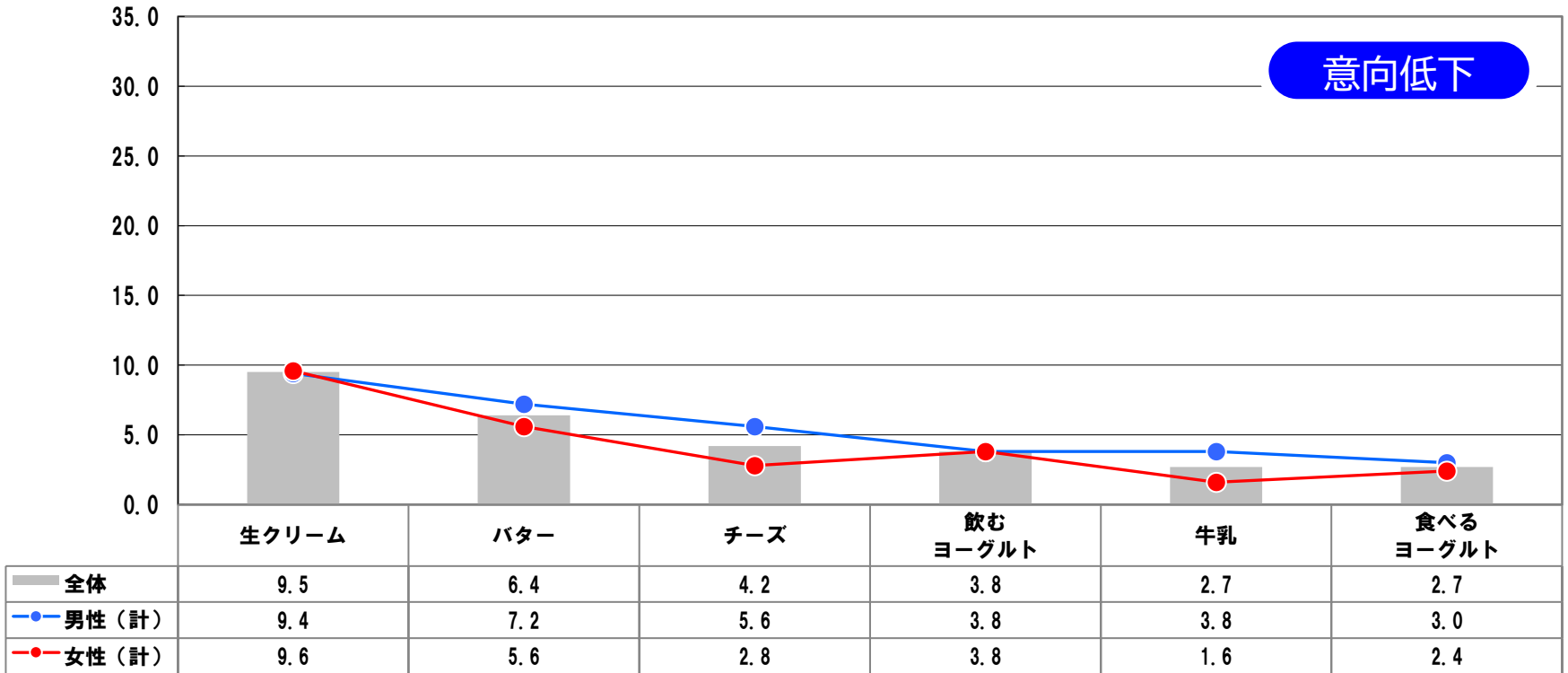
N=1000//143/320/83/41/101

地域別にみると、北海道在住者は、
食べるヨーグルト・牛乳・飲むヨーグルト・チーズについて
利用意向の強化者が特に多い。

牛乳・乳製品の利用意向低下（性別）

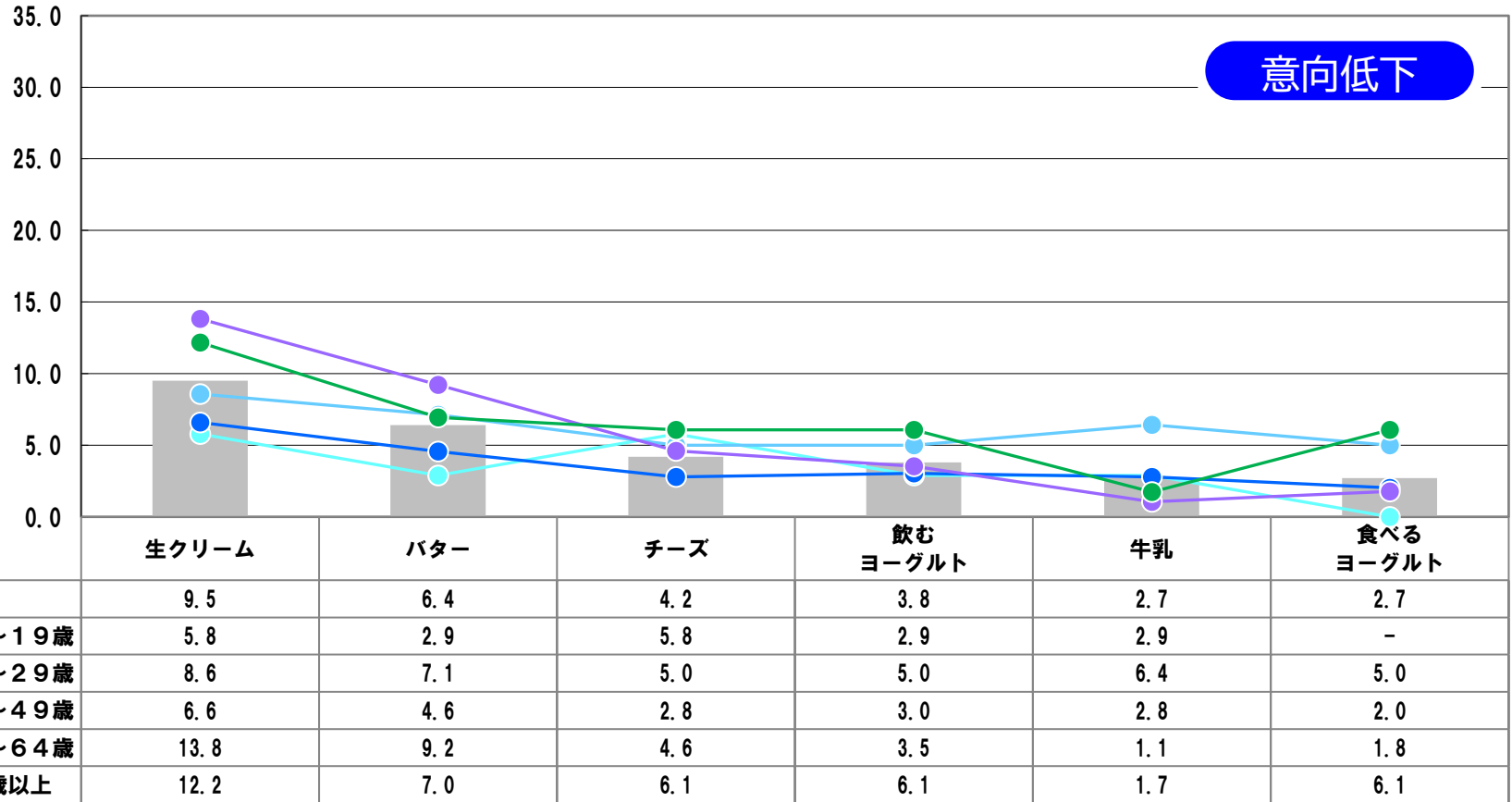
昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

意向低下



N=1000/500/500

昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

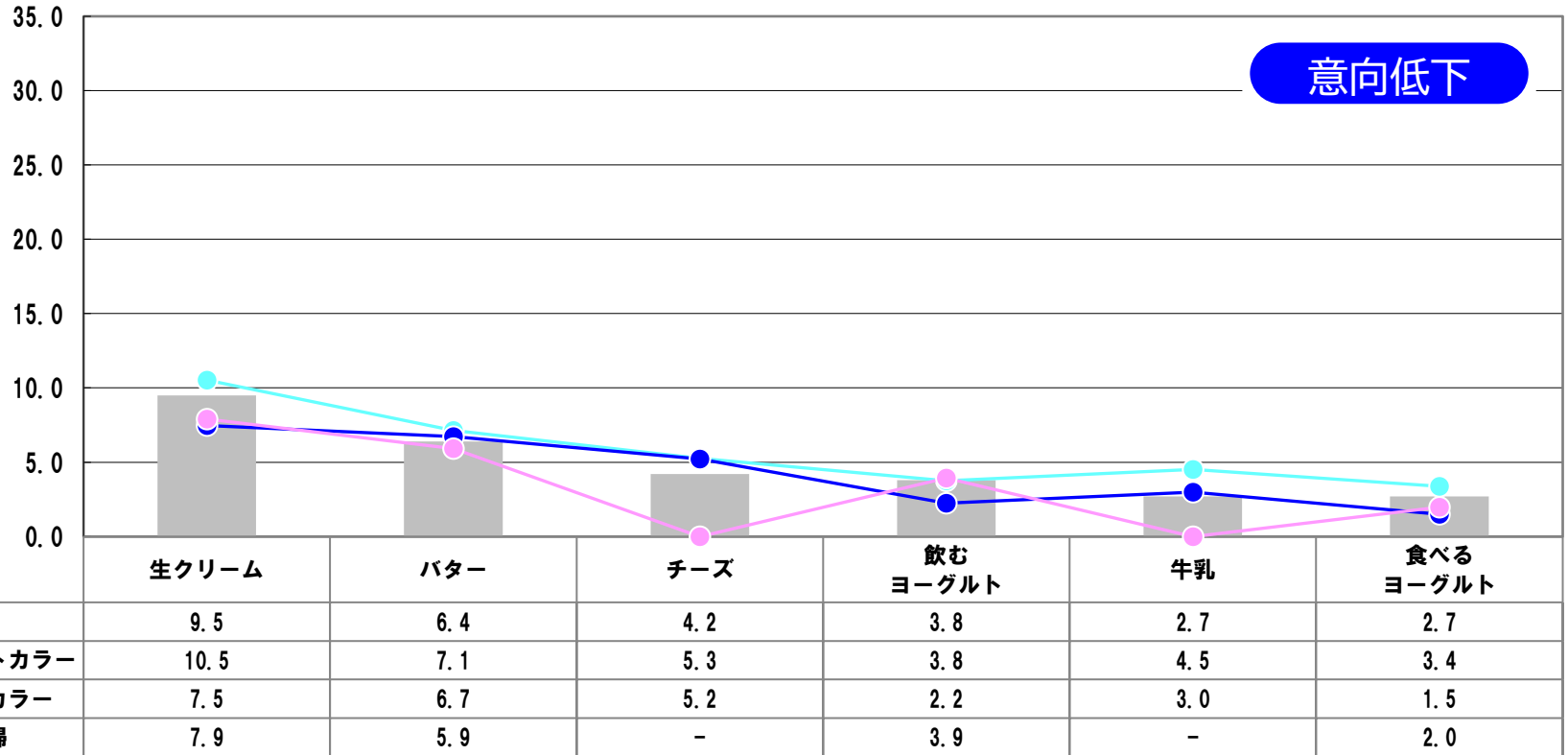


N=1000/69/140/394/282/115

年代別にみると、
生クリームは、50才以上で利用意向の低下者がやや多く、
牛乳は、20代において利用意向の低下者がやや多い。

牛乳・乳製品の利用意向低下（職業別）

昨年(2020年)の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

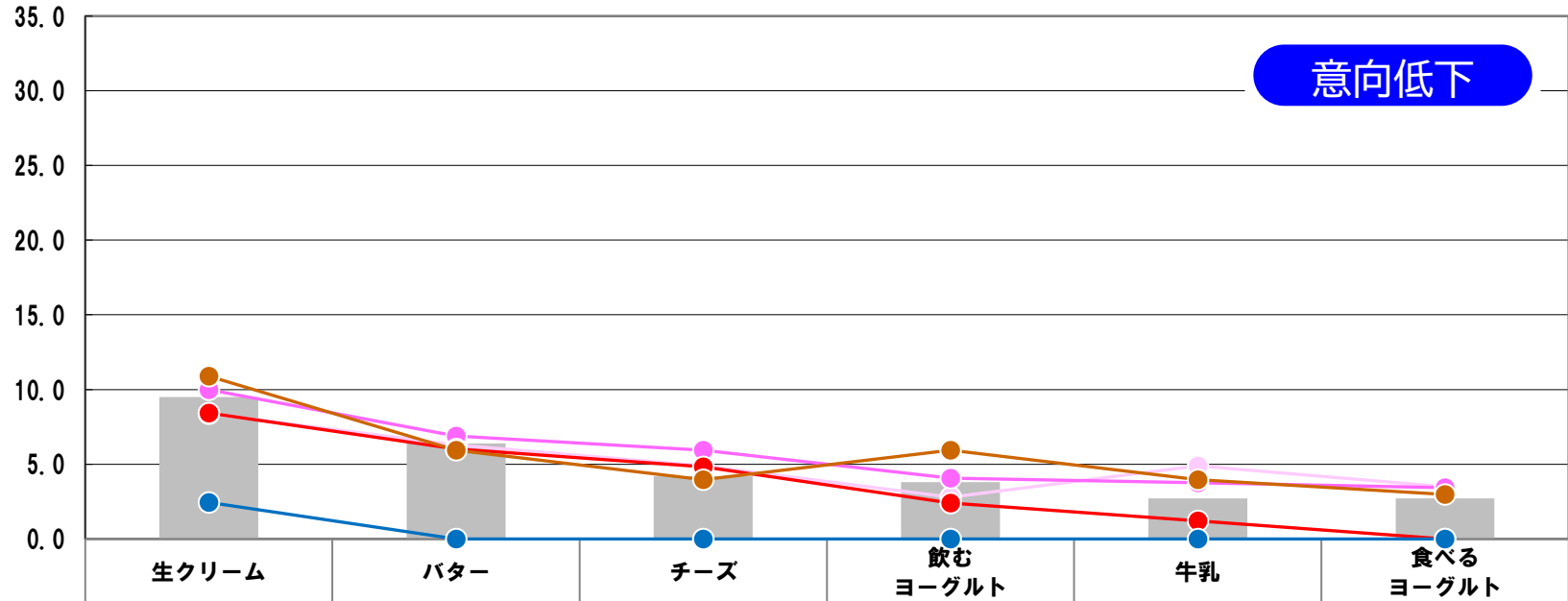


N=1000/266/134/152

牛乳・乳製品の利用意向低下（地域別）

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

意向低下



	生クリーム	バター	チーズ	飲むヨーグルト	牛乳	食べるヨーグルト
全体	9.5	6.4	4.2	3.8	2.7	2.7
東京都	8.4	6.3	4.9	2.8	4.9	3.5
一都三県	10.0	6.9	5.9	4.1	3.8	3.4
大阪府	8.4	6.0	4.8	2.4	1.2	-
北海道	2.4	-	-	-	-	-
九州	10.9	5.9	4.0	5.9	4.0	3.0

N=1000//143/320/83/41/101

地域別にみると、北海道在住者は、すべての牛乳・乳製品について利用意向の低下者がほとんどいない。

7. 様々な食品の選択基準に関する意識の変化

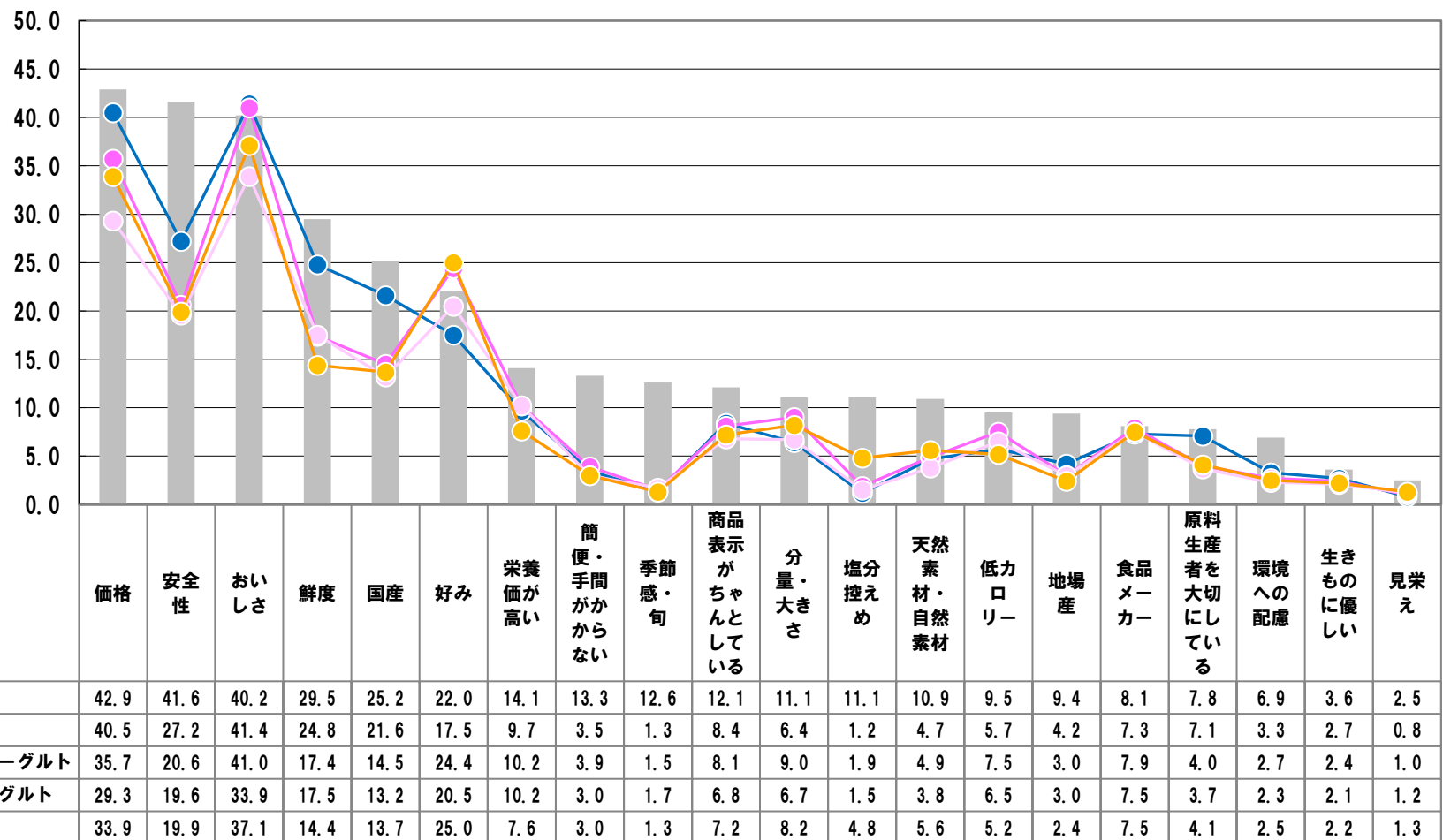
新型コロナ禍前に比べて、より大事だと思うようになった食品選択基準トップ3は、食品全般と牛乳においては「価格／安全性／おいしさ」であり、牛乳以外の乳製品だと「価格／おいしさ／好み」となっている。牛乳・乳製品は大事だと思うようになった選択基準の出現率（意識）が全般的に低い。

(※ ref → P73)

牛乳の選択基準は利用増加者において、上位の選択基準ほど出現率（意識）が全体より顕著に高いが、中位においては「原料生産者を大切にしている」の出現率（意識）の高さが目立つ。

(※ ref → P75)

「下記にあげた、いくつかの選択基準の中から、昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在のあなたが、****を選ぶ際に大事だと思う気持ちが強まったものをお知らせください。

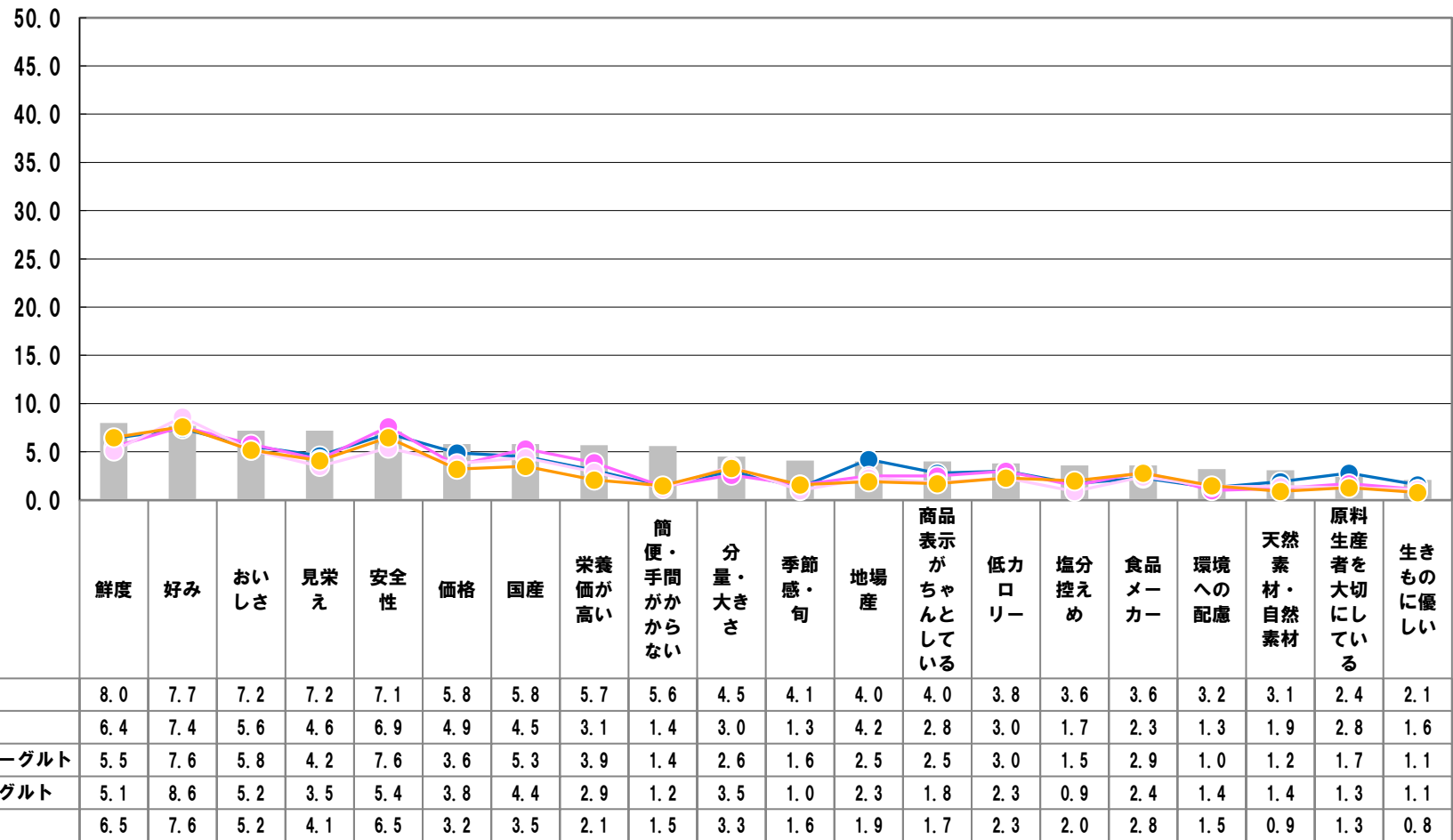


N=1000

新型コロナ禍前に比べて、より大事だと思うようになった食品選択基準トップ3は、食品全般と牛乳においては「価格／安全性／おいしさ」であり、牛乳以外の乳製品だと「価格／おいしさ／好み」となっている。

牛乳・乳製品は大事だと思うようになった選択基準の出現率（意識）が全般的に低い。

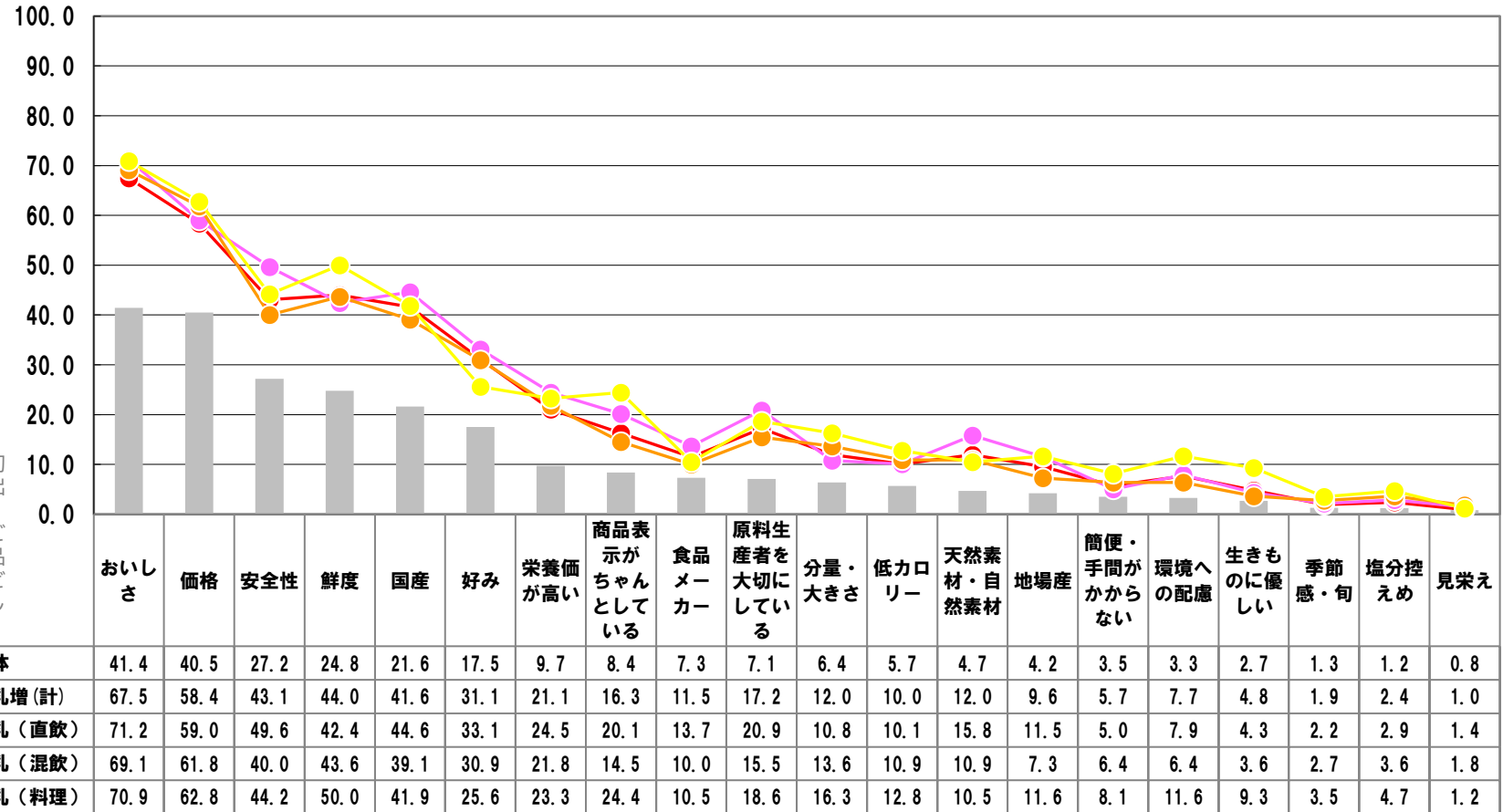
「下記にあげた、いくつかの選択基準の中から、昨年4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在のあなたが、****を選ぶ際に大事だと思う気持ちが弱まったものをお知らせください。



N=1000

新型コロナ禍前に比べて、より大事だと思わなくなった食品選択基準は全般に出現率（意識）が低く、食品による差もあまり見られない。

「下記にあげた、いくつかの選択基準の中から、昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在のあなたが、牛乳を選ぶ際に大事だと思う気持ちが強まったものをお知らせください。



N=1000/209/139/110/86

新型コロナ禍前に比べて、より大事だと思うようになった牛乳の選択基準は、その用法によらず、牛乳の増加者において出現率（意識）が高くなっている。

利用増加者においては、特に上位の選択基準ほど、出現率（意識）が全体より顕著に高いが、中位においては「原料生産者を大切にしている」の出現率（意識）の高さが目立つ。

昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会がどのように変化しましたか。

8. 新型コロナに関する「不安・怖い」の意識

牛乳・乳製品の増加者はいずれも、全体より新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が顕著に高くなっている。また牛乳・ヨーグルト増加者の中では、料理での利用増加者で「不安・怖い」の意識が最も高くなっている。

(※ ref → P78 ~ 79)

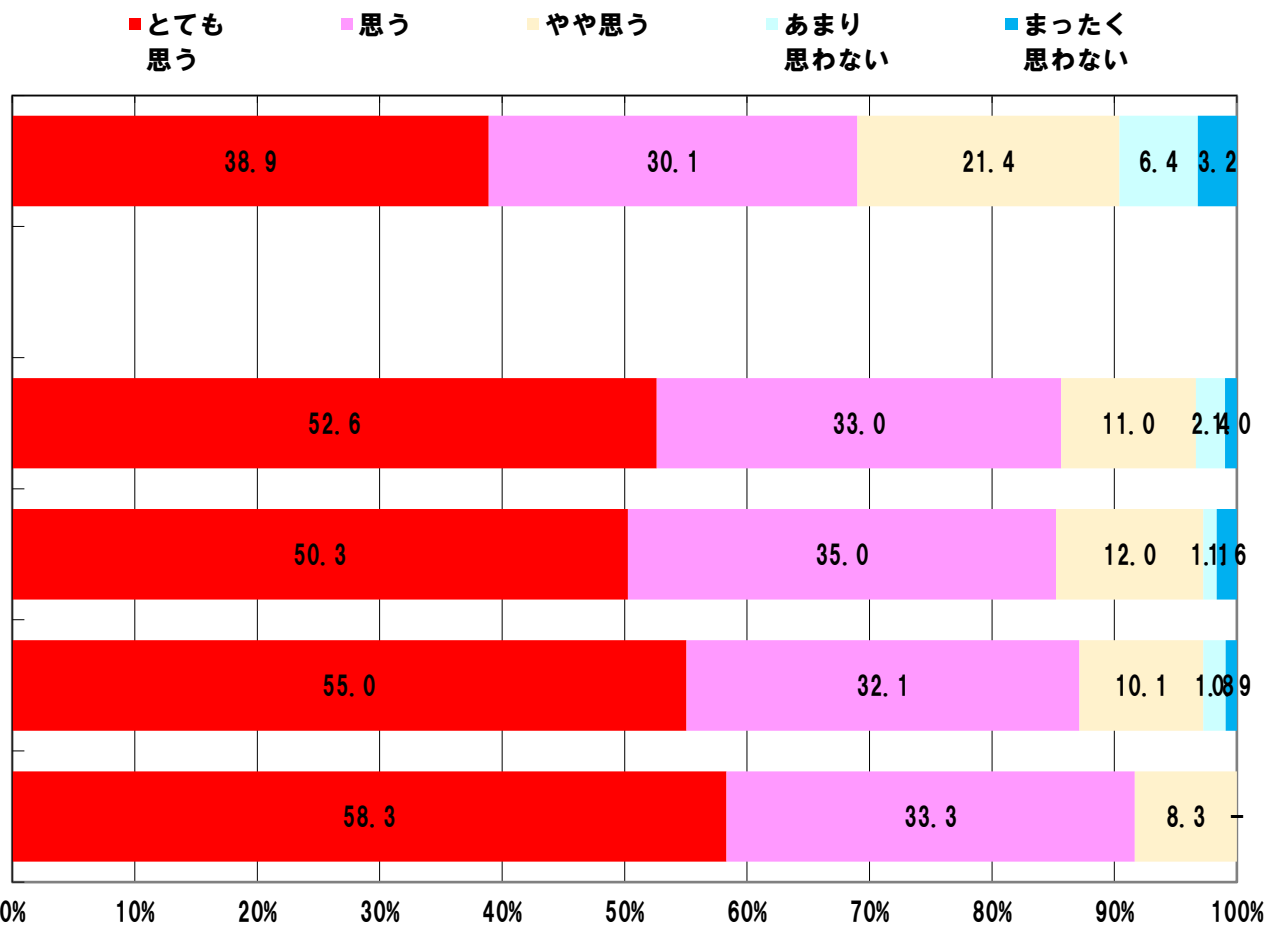
性別では女性、年代では65歳以上と10代、職業では専業主婦、地域では北海道と九州の在住者において、新型コロナに関する「不安・怖い」が強くなっている。また大阪府の在住者においては「不安・怖い」の意識が弱くなっている。

(※ ref → P81~82)

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識（各乳製品の利用増加者別）

いま現在、あなたは「新型コロナウイルス／COVID-19」について、どれくらい「不安だ・怖い」と思いますか。

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなた自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。

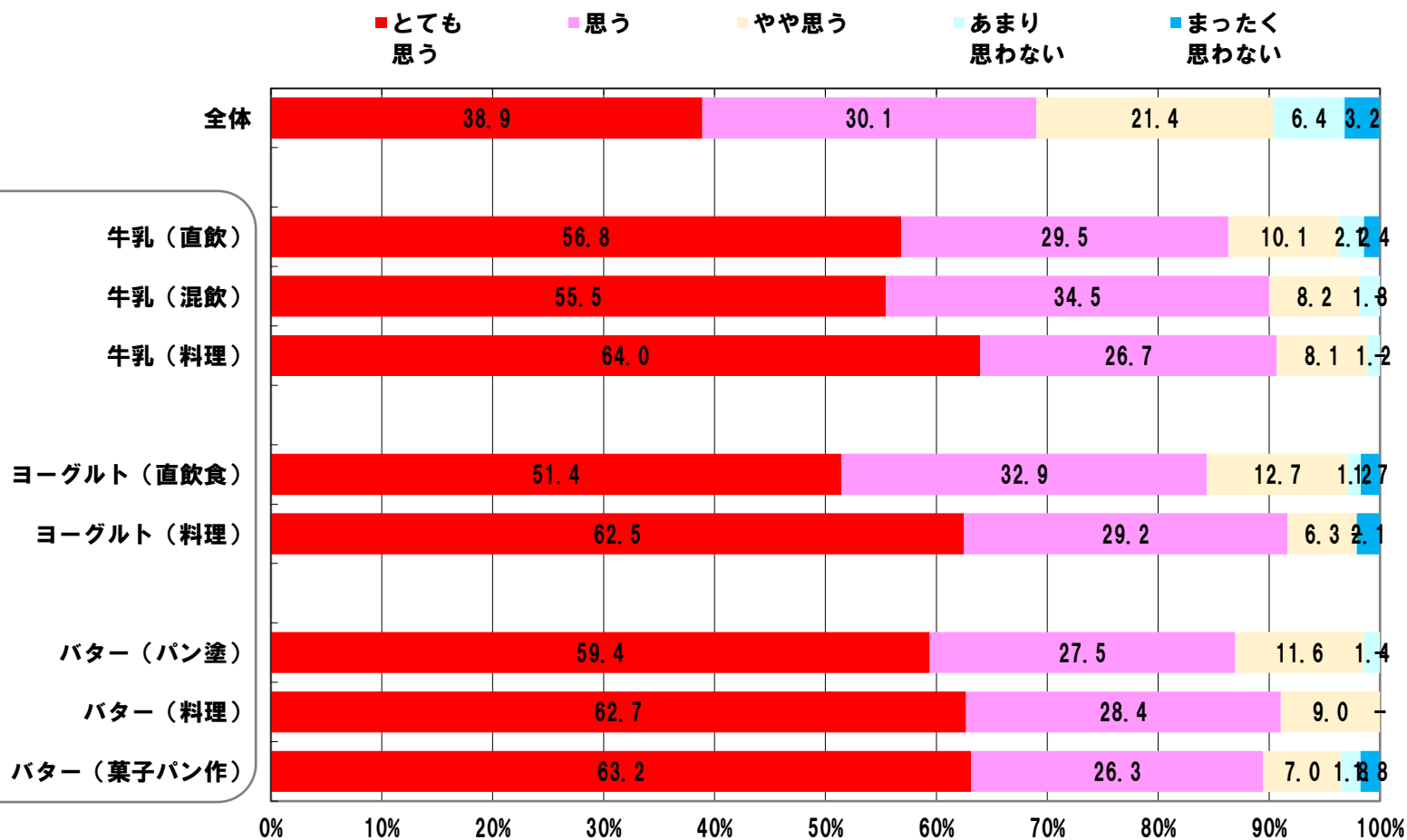


N=1000
209
183
109
48

牛乳・乳製品の増加者はいずれも、
全体より新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が顕著に高くなっている。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識（各乳製品の利用増加者別）

いま現在、あなたは「新型コロナウイルス／COVID-19」について、どれくらい「不安だ・怖い」と思いますか。



昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はこのように変化しましたか。

N=1000
139
110
86
173
48
69
67
57

牛乳・ヨーグルト増加者の中では、料理での利用増加者で「不安・怖い」の意識が最も高くなっている。

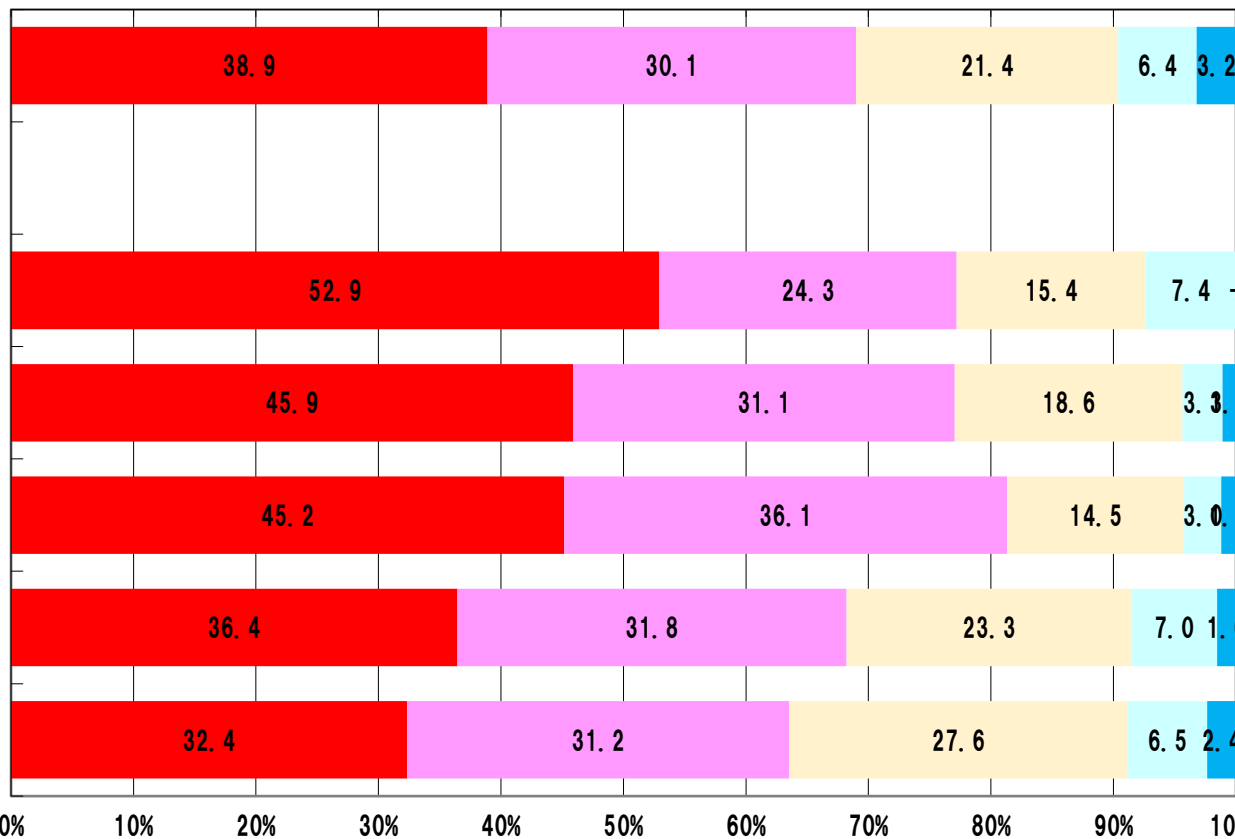
バター増加者はどの用法が増加したかが異なっても「不安・怖い」の意識は大きく変わらない。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識（牛乳類飲用・利用頻度別）

いま現在、あなたは「新型コロナウィルス／COVID-19」について、どれくらい「不安だ・怖い」と思いますか。

■ とても思う
 ■ 思う
 ■ やや思う
 ■ あまり思わない
 ■ まったく思わない

全体



いま現在、あなたご自身は牛乳類をどれくらいの割合で飲んだり、利用していますか。

毎日複数回

毎日1回

週3～6日

週1～2日

週1未満

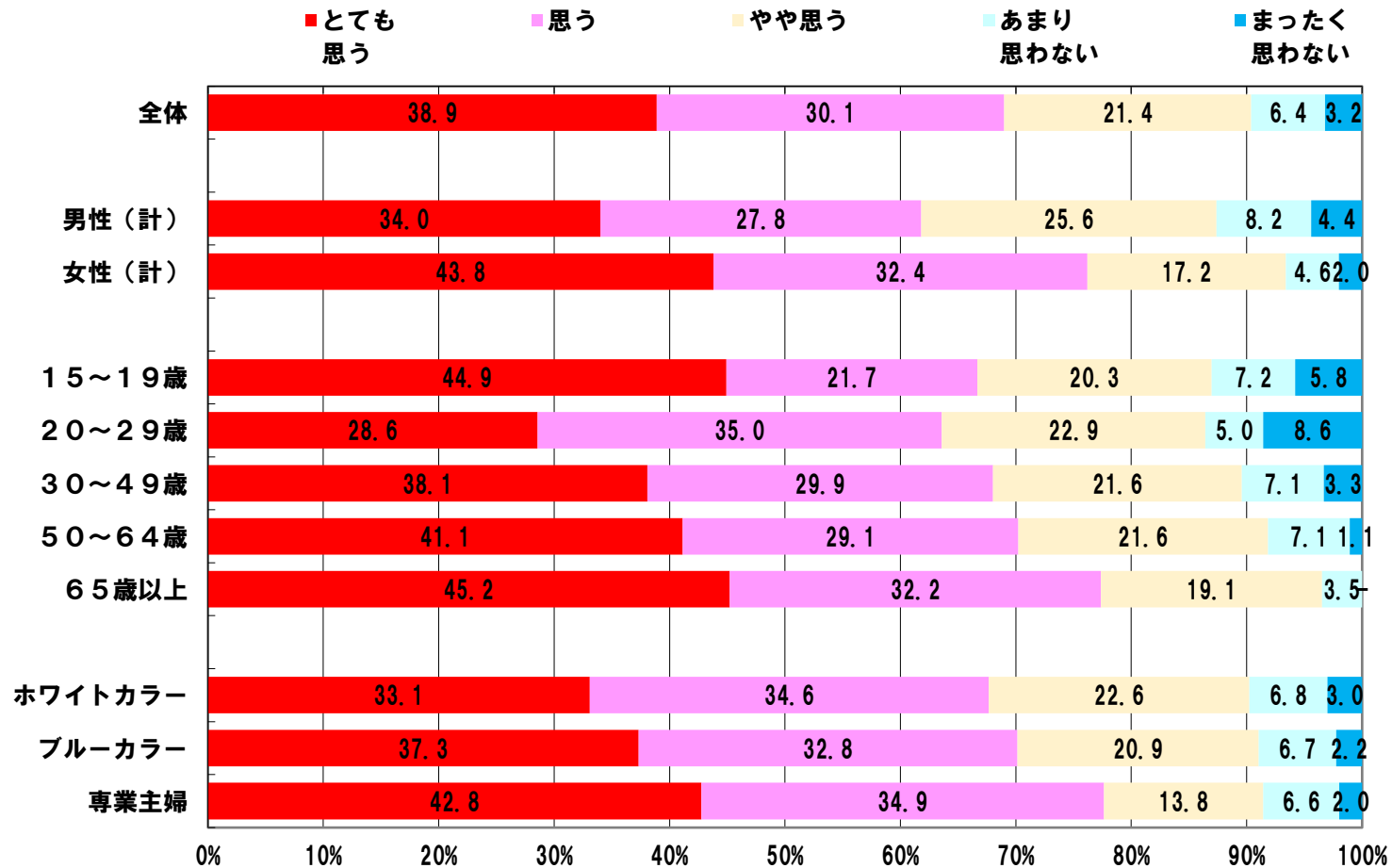
N=1000

136
183
166
129
170

牛乳類の飲用・利用頻度が高いほど、
新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が高くなっている。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識（性別・年代別・職業別）

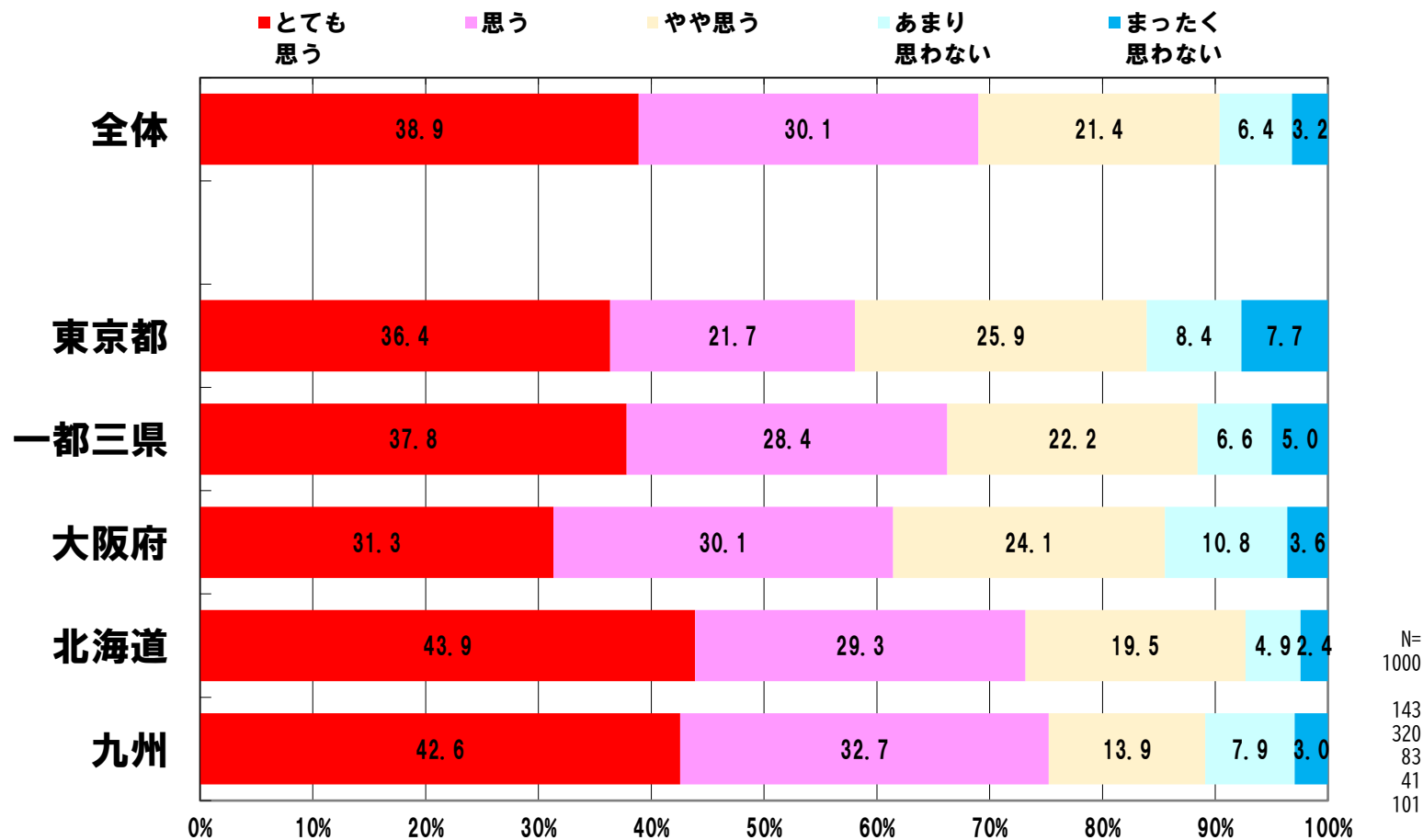
いま現在、あなたは「新型コロナウイルス／COVID-19」について、どれくらい「不安だ・怖い」と思いますか。



性別では女性、年代では65歳以上と10代、職業では専業主婦において、新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が高くなっている。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識（地域別）

いま現在、あなたは「新型コロナウィルス／COVID-19」について、どれくらい「不安だ・怖い」と思いますか。



地域では、北海道と九州の在住者において、
新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が高くなっている。

その一方で、大阪府の在住者においては、「不安・怖い」の意識が低くなっている。

9. 新型コロナに関する「不安・怖い」の意識変化 (昨年4月～5月の全国的な緊急事態宣言時に比べて)

牛乳・乳製品の増加者はいずれも、全体より新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が顕著に強まっている。また牛乳増加者の中では、料理での利用増加者で「不安・怖い」の意識が最も強まっている。

(※ ref → P85~86)

性別では女性、年代では65歳以上と10代、職業では専業主婦、地域では北海道と九州の在住者において、新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が強まっている。また、大阪府の在住者においては、意識の強まりが特徴的に弱くなっている。

(※ ref → P88~89)

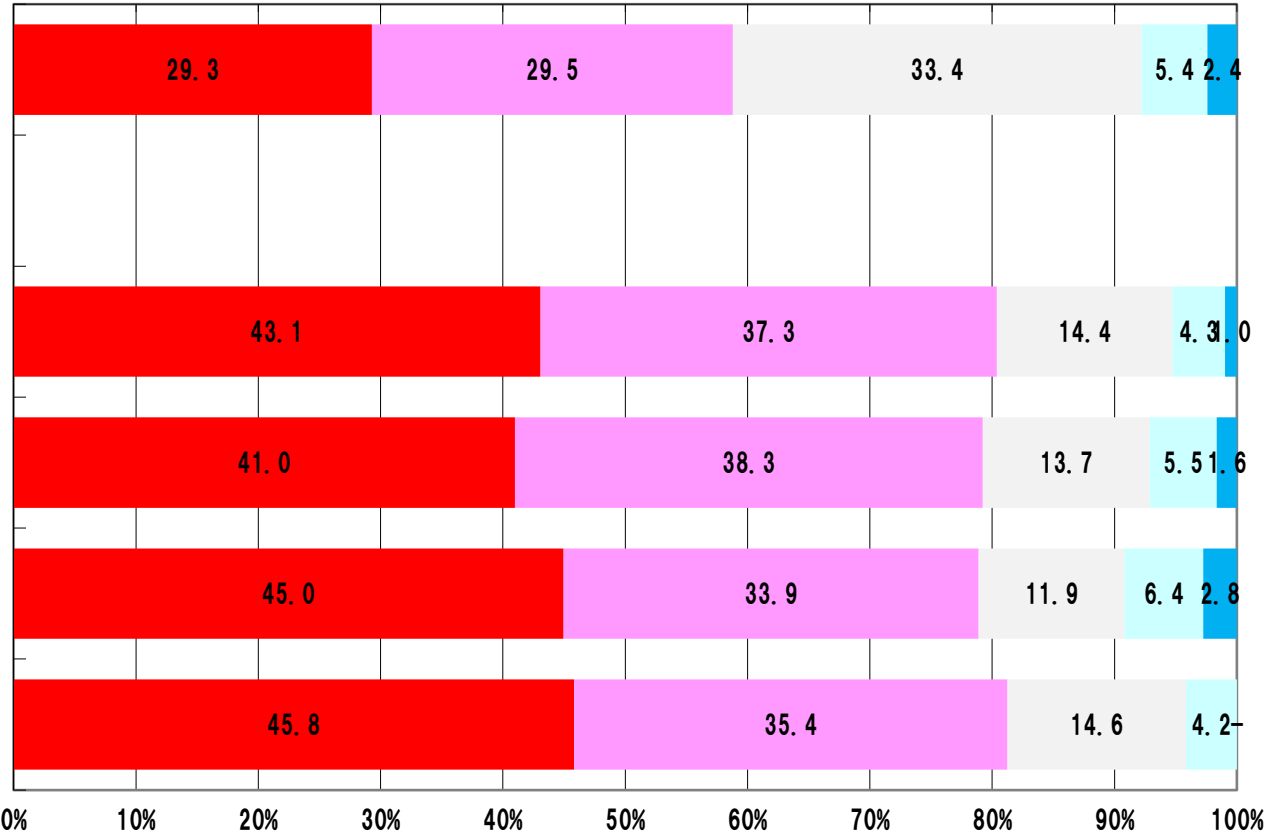
新型コロナに関する「不安・怖い」の意識変化（各乳製品の利用増加者別）

いま現在、あなたが「新型コロナウイルス／COVID-19」について「不安だ・怖い」と思う気持ちは、昨年4月～5月の全国的な緊急事態宣言時から、どのように変化していますか。

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなた自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。

■ 確かに強まり
 ■ やや強まり
 ■ 不変
 ■ やや弱まり
 ■ 確かに弱まり

全体

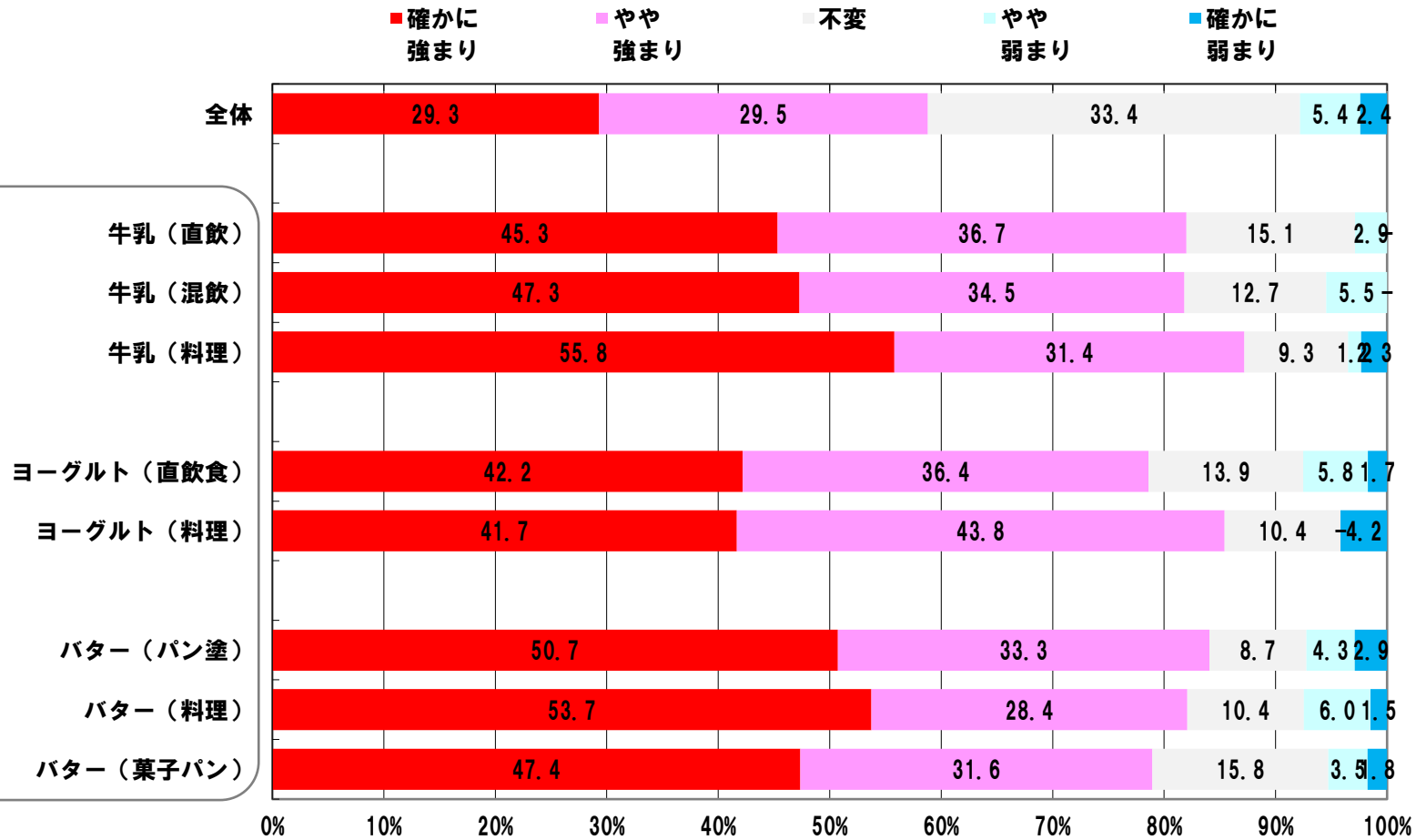


N=1000
209
183
109
48

牛乳・乳製品の増加者はいずれも、
全体より新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が顕著に強まっている。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識変化（各乳製品の利用増加者別）

いま現在、あなたが「新型コロナウイルス／COVID-19」について「不安だ・怖い」と思う気持ちは、昨年4月～5月の全国的な緊急事態宣言時から、どのように変化していますか。



昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はこのように変化しましたか。

N=1000
139
110
86
173
48
69
67
57

牛乳増加者の中、料理での利用増加者において、「不安・怖い」の意識が最も強まっている。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識変化（牛乳類飲用・利用頻度別）

いま現在、あなたが「新型コロナウィルス／COVID-19」について「不安だ・怖い」と思う気持ちは、昨年4月～5月の全国的な緊急事態宣言時から、どのように変化していますか。

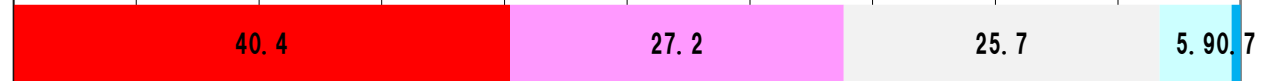
■ 確かに強まり
 ■ やや強まり
 ■ 不変
 ■ やや弱まり
 ■ 確かに弱まり

全体

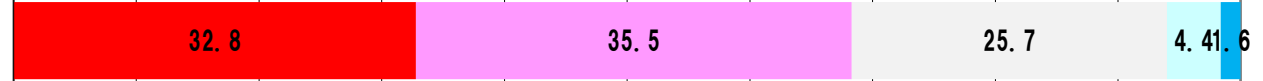


いま現在、あなたご自身は牛乳類をどれくらいの割合で飲んだり、利用していますか。

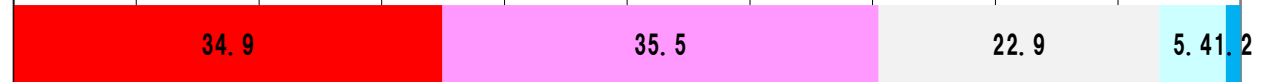
毎日複数回



毎日1回



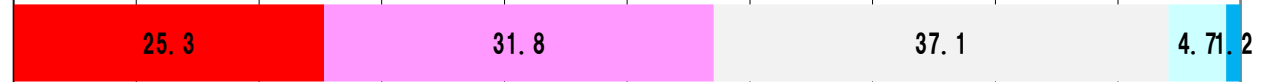
週3～6日



週1～2日



週1未満



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

N=1000

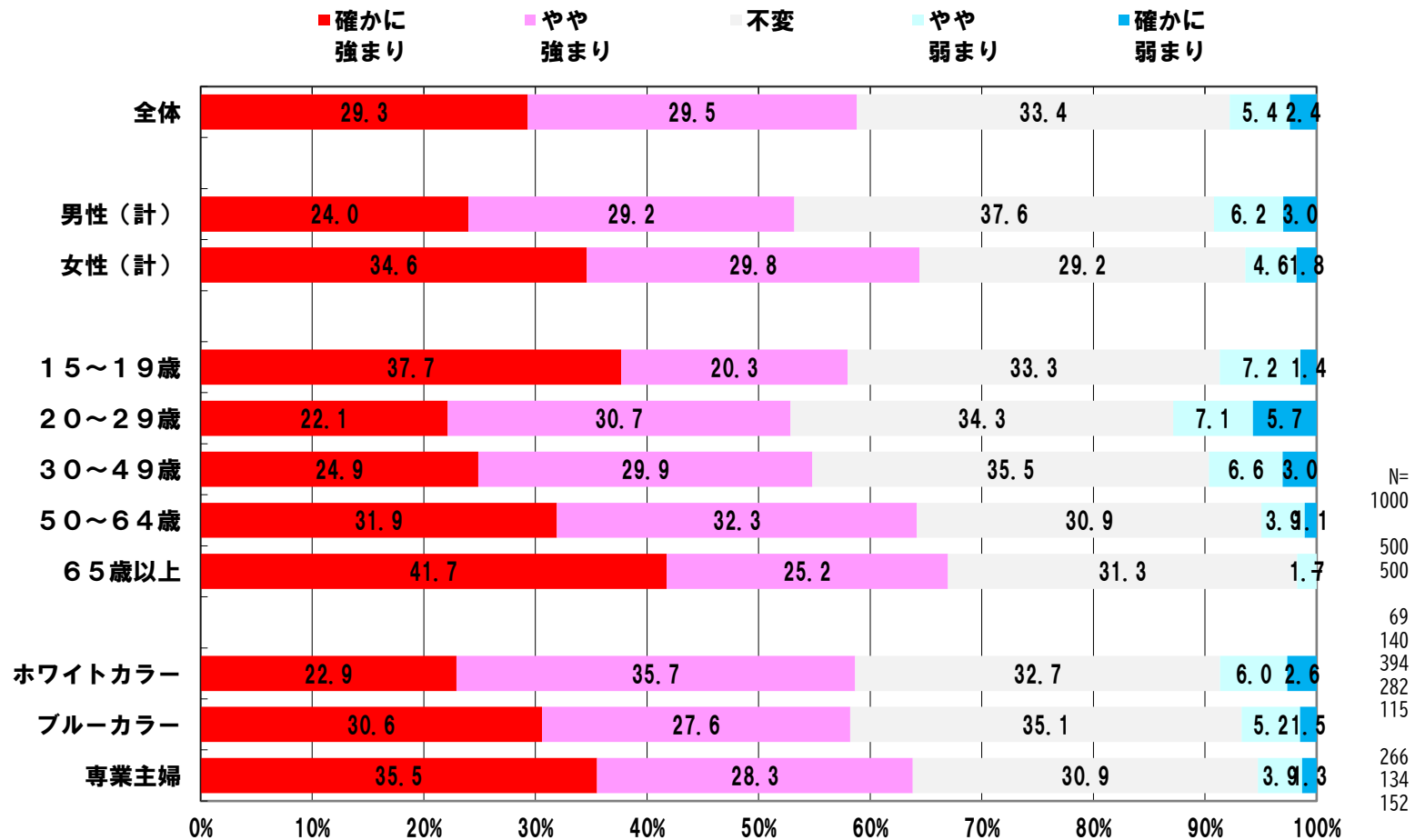
136
183
166
129
170

基本的に、牛乳類の飲用・利用頻度が高いほど、
新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が強まっている。

ただし毎日1回の人のは、週3～6回の人よりも弱くなっている。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識変化（性別・年代別・職業別）

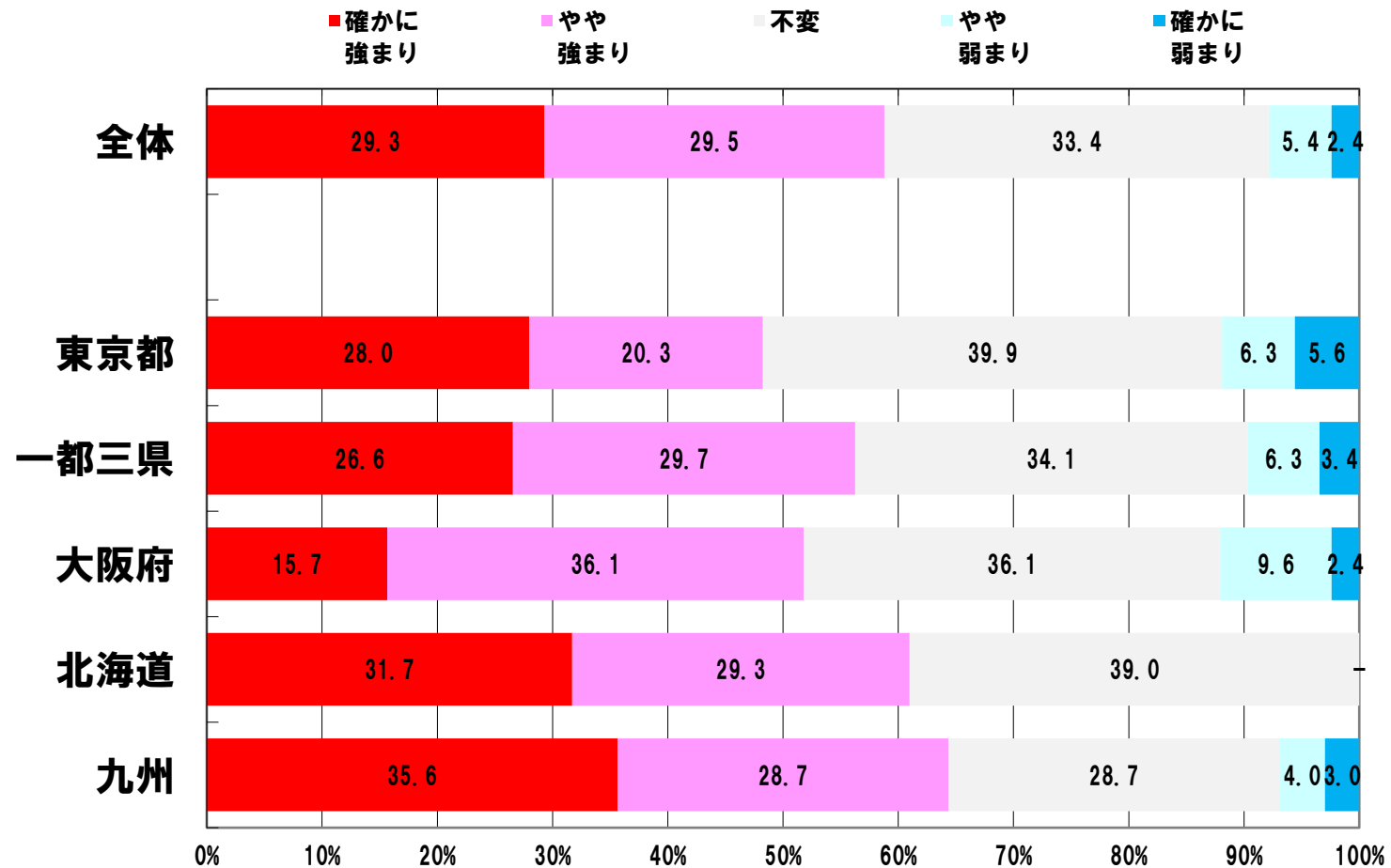
いま現在、あなたが「新型コロナウィルス/COVID-19」について「不安だ・怖い」と思う気持ちは、昨年4月～5月の全国的な緊急事態宣言時から、どのように変化していますか。



性別では女性、年代では65歳以上と10代、職業では専業主婦において、新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が強まっている。

新型コロナに関する「不安・怖い」の意識変化（地域別）

いま現在、あなたが「新型コロナウィルス／COVID-19」について「不安だ・怖い」と思う気持ちは、昨年4月～5月の全国的な緊急事態宣言時から、どのように変化していますか。



地域では、北海道と九州において、
新型コロナに関する「不安・怖い」の意識が強まっている。

その一方で、大阪府の在住者においては、意識の強まりが特徴的に弱くなっている。

10. 新型コロナを意識した具体的な取組

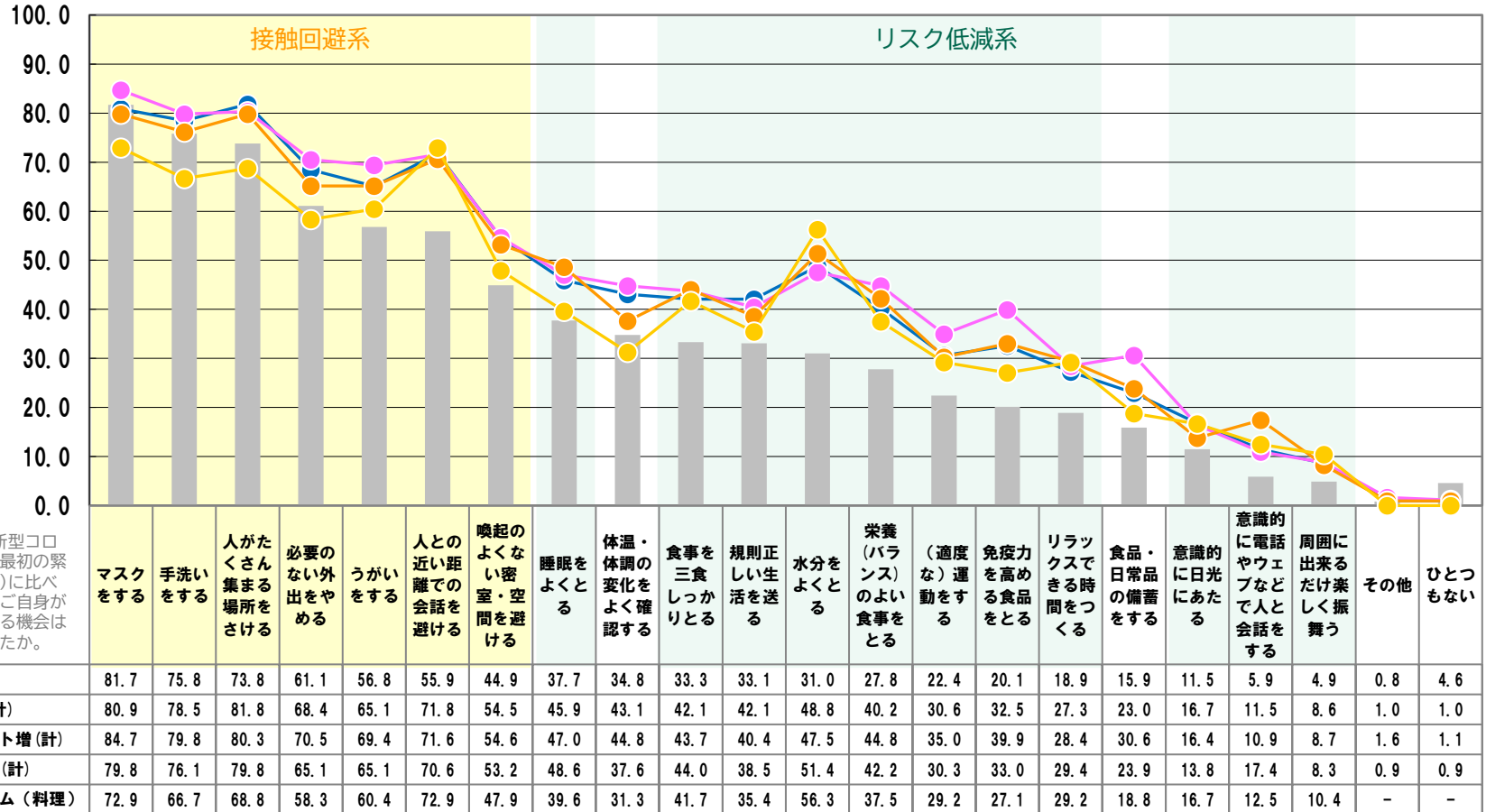
牛乳・乳製品の利用増加者はいずれも新型コロナを意識した具体的な取組の率が全体よりも高め（ただし、生クリームの利用増加者は「接触回避系」の取組率がやや低め）。特に「リスク低減系」の取組率が全体よりも高くなっている。

(※ ref → P92)

性別では女性、年代では65歳以上と50-64才、職業では専業主婦、地域では北海道在住者において、新型コロナを意識した具体的な取組の率が高くなっている。

(※ ref → P94~97)

いま現在、「新型コロナウイルス／COVID-19」のことを意識して、あなたご自身やご家族が、実際に取り組んでいることをお知らせください。

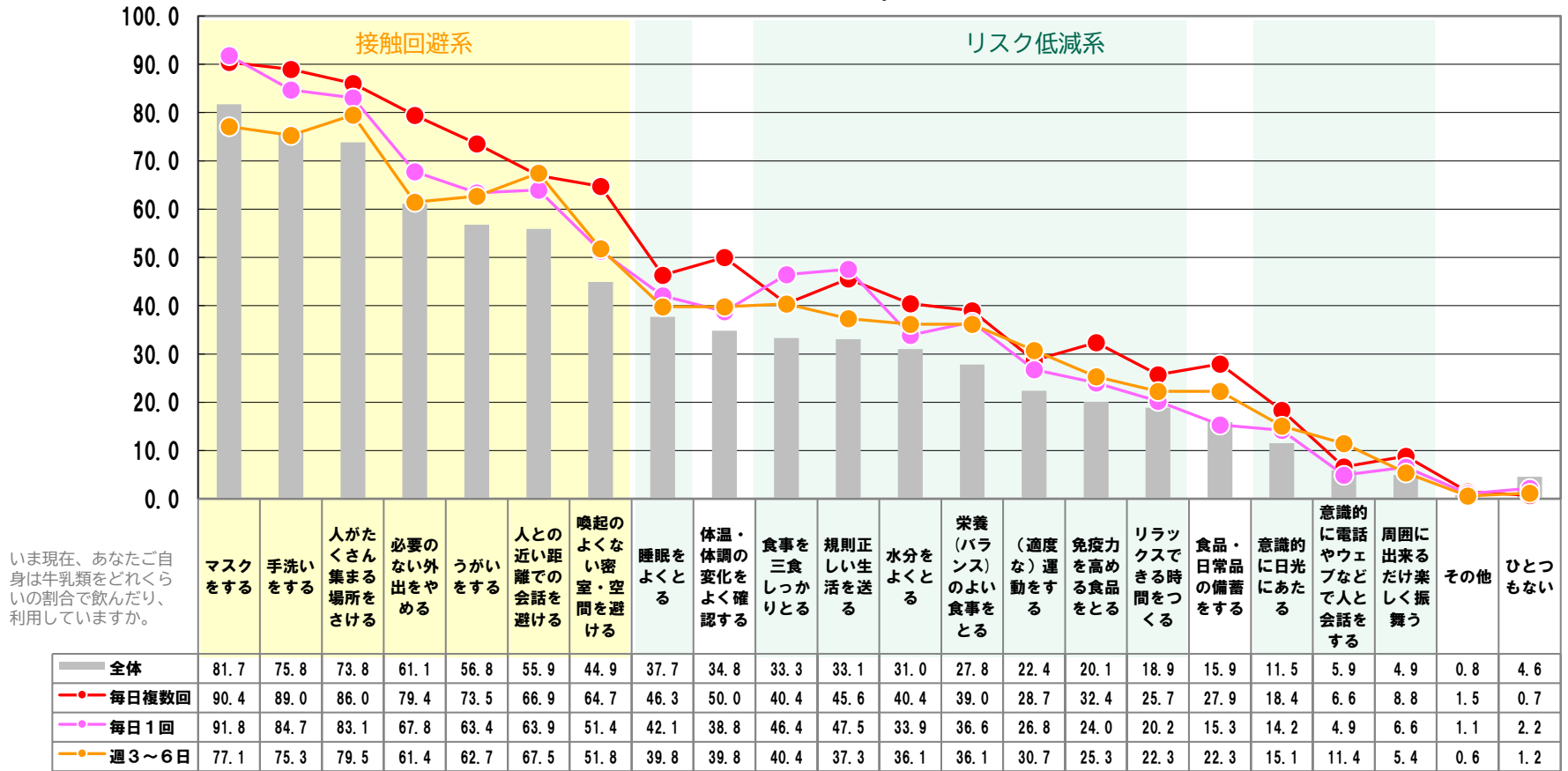


N=1000/209/183/109/48

牛乳・乳製品の利用増加者はいずれも、
 新型コロナを意識した具体的な取組の率が全体よりも高め。
 (ただし、生クリームの利用増加者は「接触回避系」の取組率がやや低め)
 特に「リスク低減系」の取組率が全体よりも高くなっている。

昨年4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどう変化しましたか。

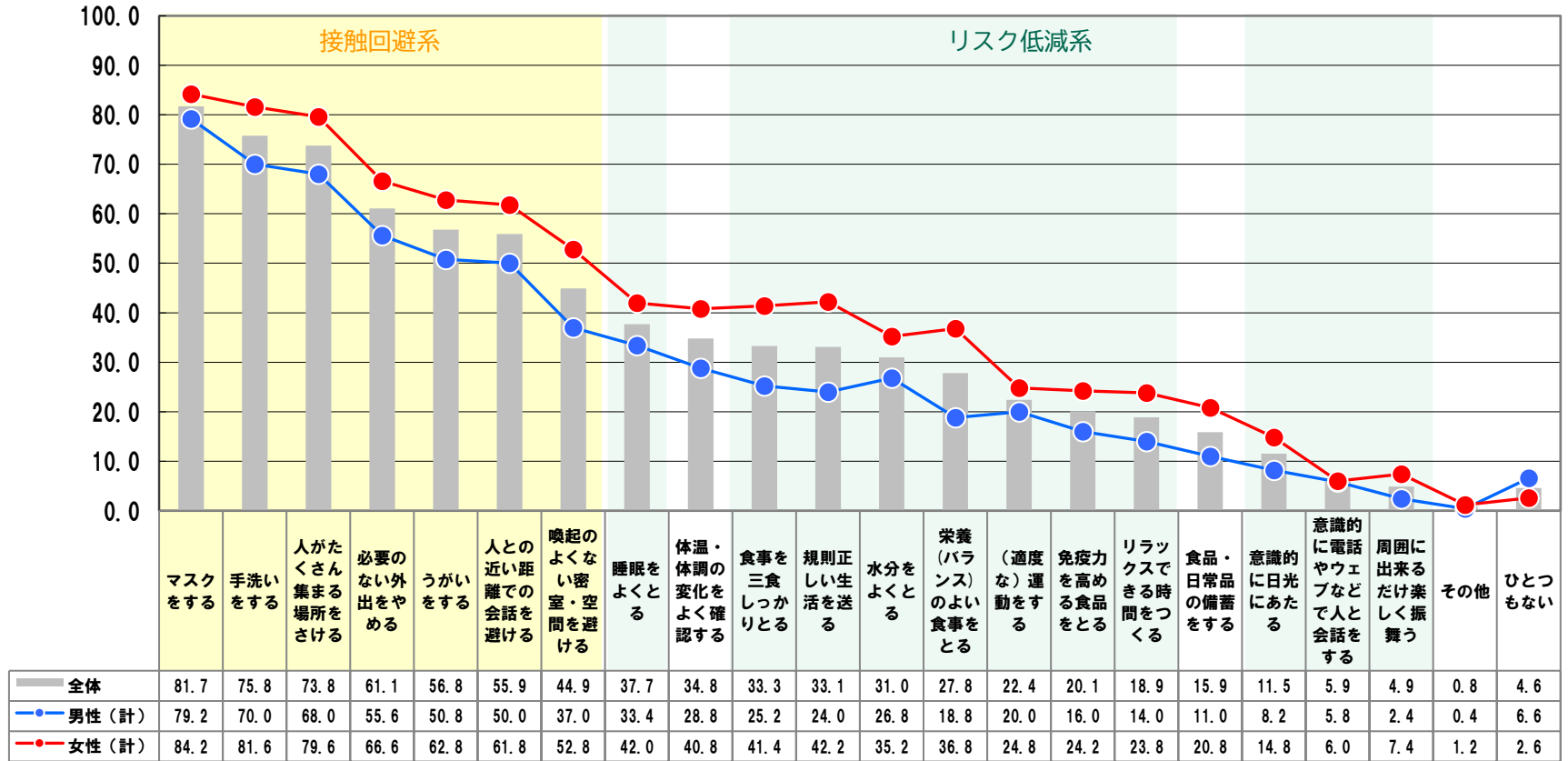
いま現在、「新型コロナウイルス／COVID-19」のことを意識して、あなたご自身やご家族が、実際に取り組んでいることをお知らせください。



N=1000/136/183/166

牛乳類の飲用・利用頻度が高い人（特に毎日複数回の人）は、
新型コロナを意識した具体的な取組の率が全体よりも高め。

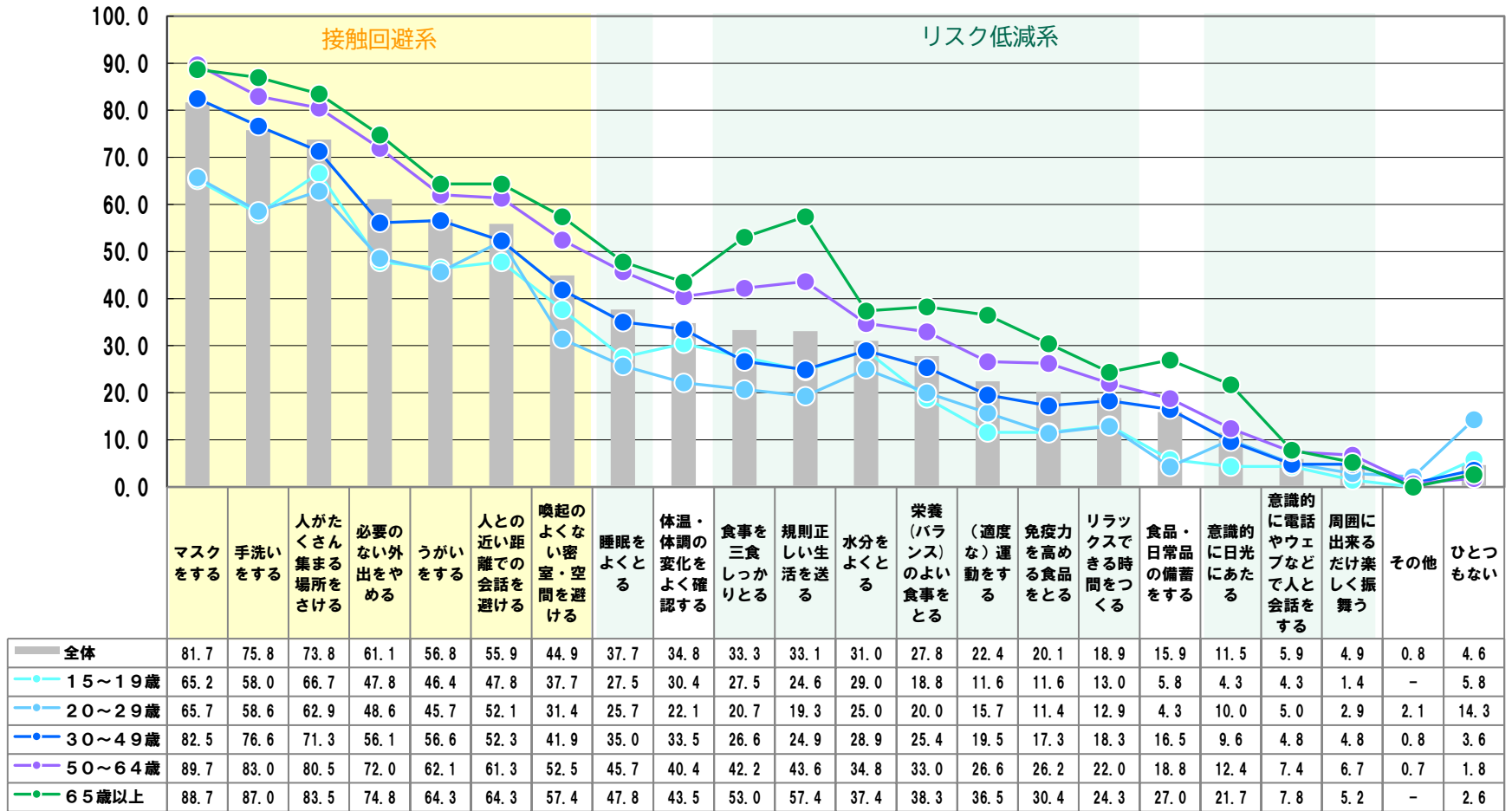
いま現在、「新型コロナウイルス／COVID-19」のことを意識して、あなたご自身やご家族が、実際に取り組んでいることをお知らせください。



N=1000/500/500

性別でいえば、女性において、
新型コロナを意識した具体的な取組の率が高くなっている。

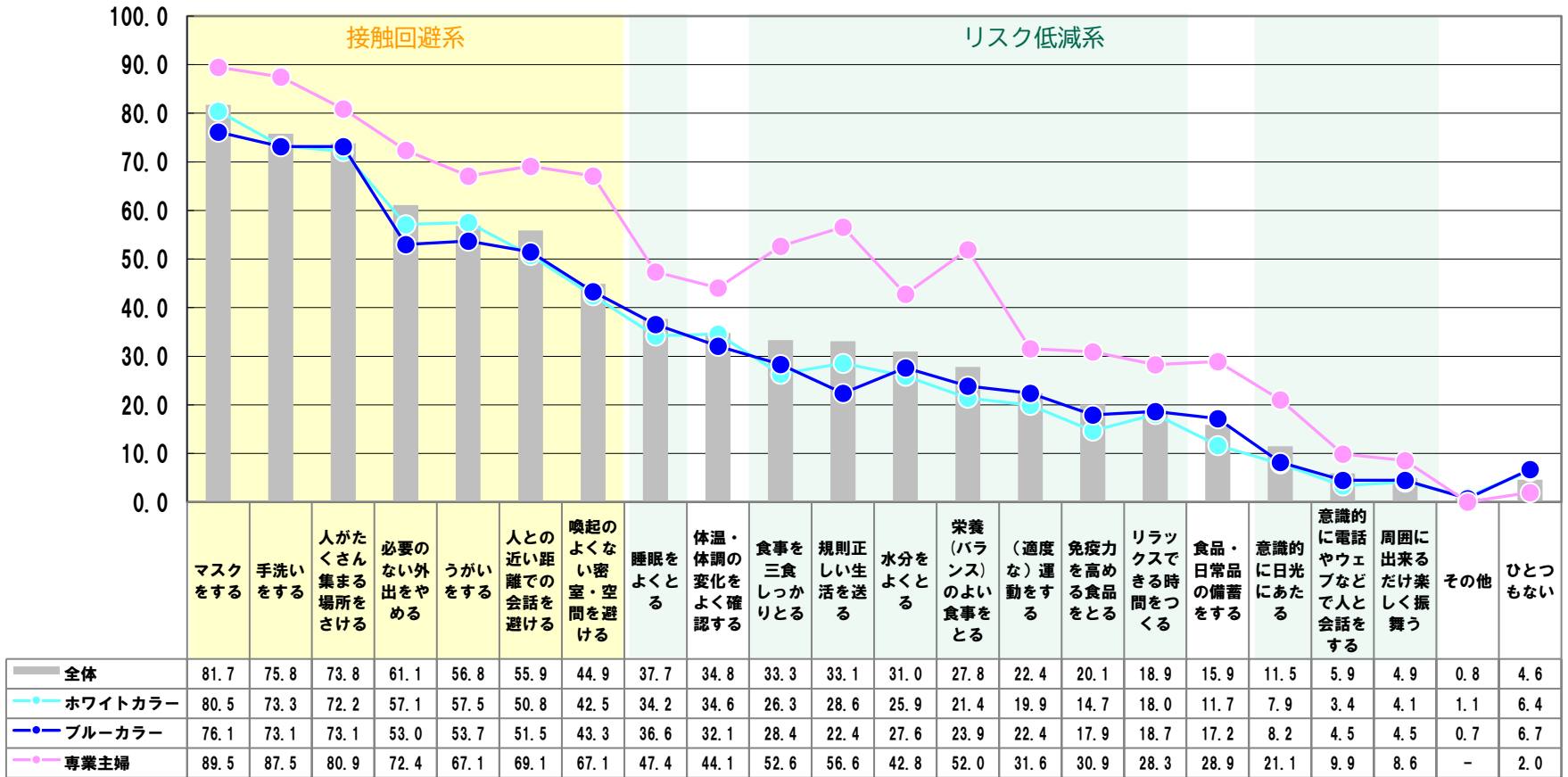
いま現在、「新型コロナウイルス／COVID-19」のことを意識して、あなたご自身やご家族が、実際に取り組んでいることをお知らせください。



N=1000/69/140/394/282/115

年代でいえば、65歳以上と50-64才において、
新型コロナを意識した具体的な取組の率が高くなっている。

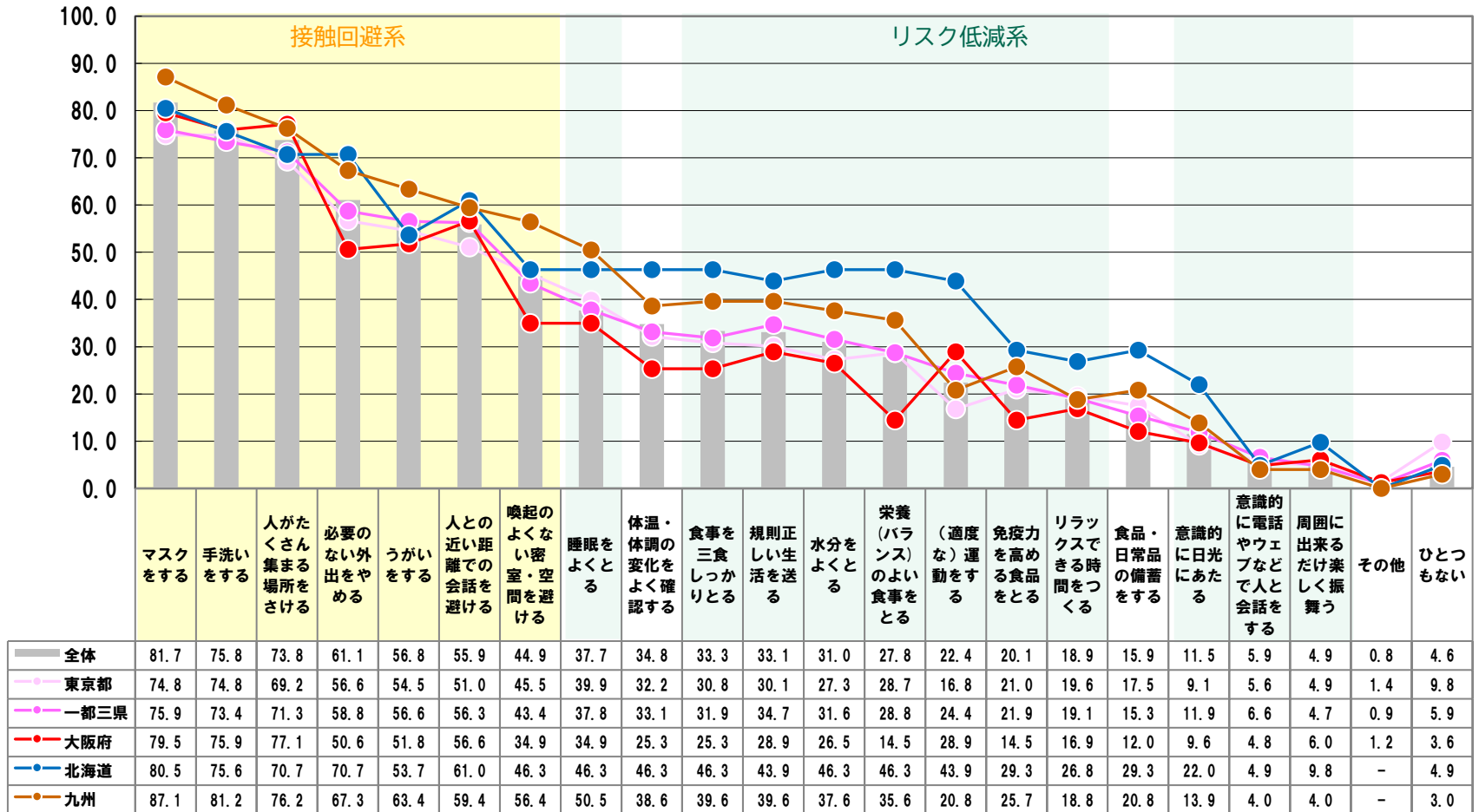
いま現在、「新型コロナウイルス／COVID-19」のことを意識して、あなたご自身やご家族が、実際に取り組んでいることをお知らせください。



N=1000/266/134/152

職業でいえば、専業主婦において、
 新型コロナを意識した具体的な取組の率が高くなっている。
 (特に「リスク低減系」の取組率が高くなっている。)

いま現在、「新型コロナウイルス／COVID-19」のことを意識して、あなたご自身やご家族が、実際に取り組んでいることをお知らせください。



N=1000/143/320/83/41/101

地域でいえば、北海道在住者において、「リスク低減系」の取組率が高くなっている。
（大阪在住者は全体的に取組率が低くなっている。）

11. 新型コロナに関する対処の意識

牛乳・乳製品の利用増加者はいずれも「接触回避」意識の方が「リスク低減」意識よりも高くなっている。牛乳・乳製品の利用増加者の「接触回避」意識と「リスク低減」意識は、どちらにおいても全体より顕著に高いが、その高まりは「リスク低減」意識の方がより大きくなっている。

(※ ref → P100~101)

「接触回避」意識も「リスク低減」意識も、どちらも性別では女性、年代では65才以上、職業では専業主婦が高くなっている。(男性と20代は、どちらの意識も特に低くなっている。)

(※ ref → P102)

接触回避

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、「新型コロナウイルス」との接触機会を無くす（出来るだけ少なくする）ことをどれくらい大切だと思いますか。

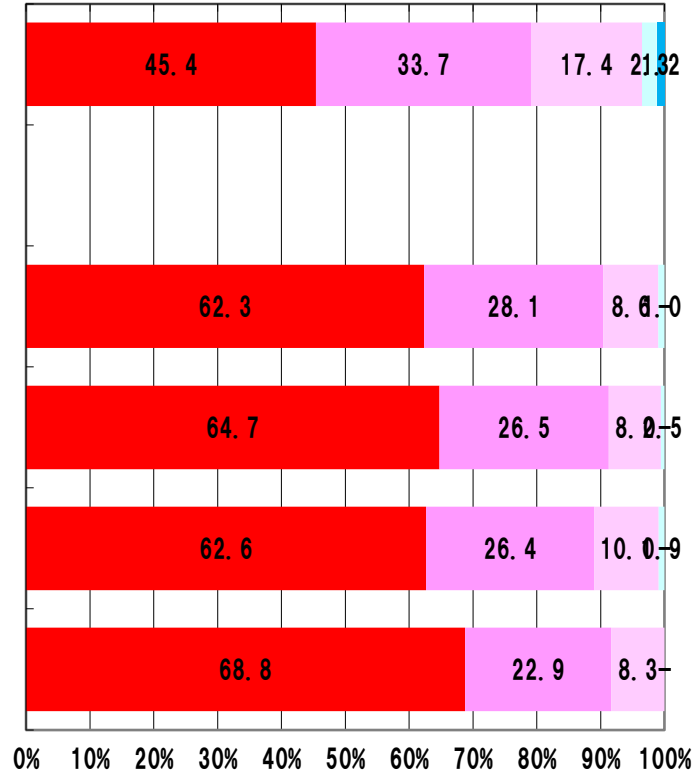
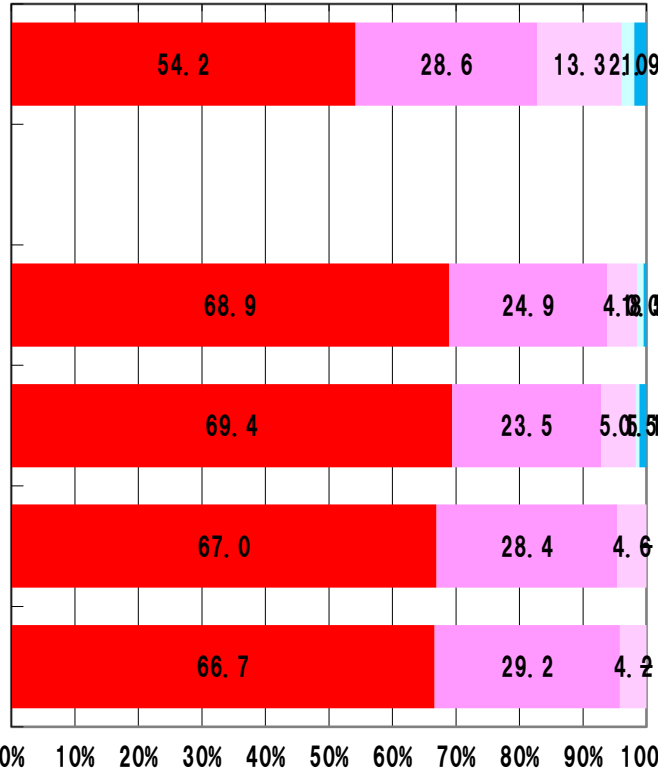
■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない

リスク低減

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、カラダの基礎的な健康・体力・免疫力を高めることをどれくらい大切だと思いますか。

■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない

全体



昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。

牛乳増(計)

ヨーグルト増(計)

バター増(計)

生クリーム(料理)

N=1000/209/183/109/48

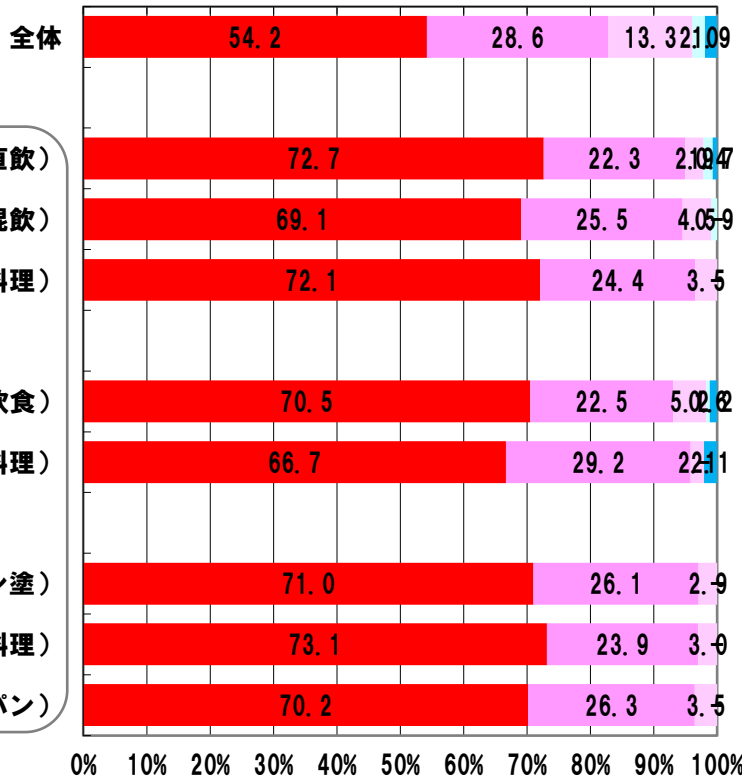
牛乳・乳製品の利用増加者はいずれも、「接触回避」意識の方が「リスク低減」意識よりも高くなっている。

牛乳・乳製品の利用増加者の「接触回避」意識と「リスク低減」意識は、どちらにおいても全体より顕著に高いが、その高まりは「リスク低減」意識の方がより大きくなっている。

接触回避

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、「新型コロナウイルス」との接触機会を無くす（出来るだけ少なくする）ことをどれくらい大切だと思いますか。

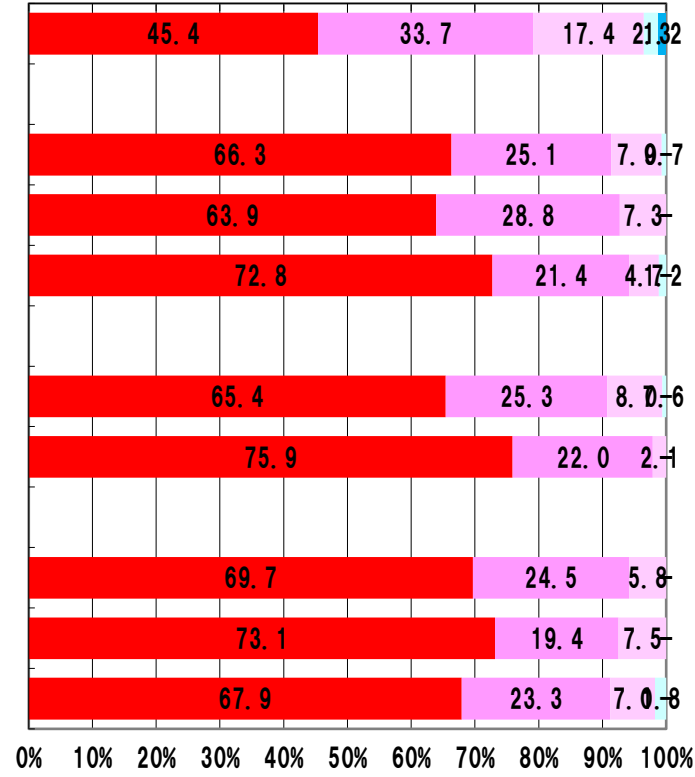
■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



リスク低減

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、カラダの基礎的な健康・体力・免疫力を高めることをどれくらい大切だと思いますか。

■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



N=1000//139/110/86//173/48//69/67/57

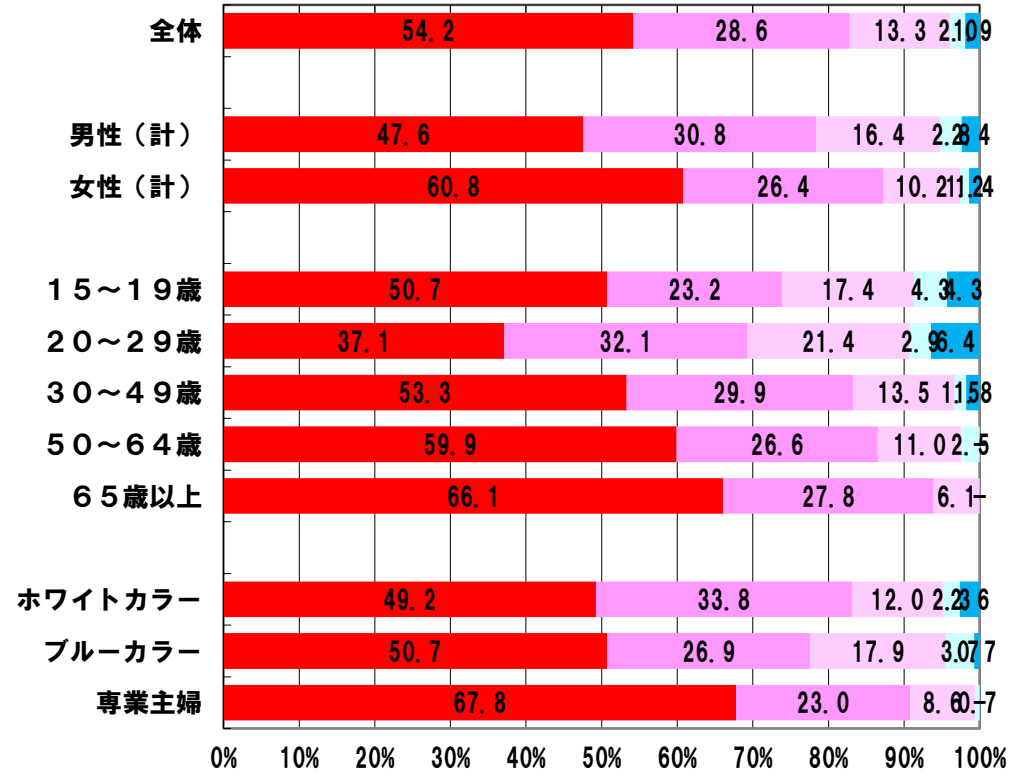
昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関する最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳・乳製品を利用する機会がどのように変化しましたか。

牛乳・乳製品の利用増加者を、その利用法において細かく分けてみても、傾向は前頁とほぼ同じ。

接触回避

あなたは「新型コロナウイルス/COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、「新型コロナウイルス」との接触機会を無くす（出来るだけ少なくする）ことをどれくらい大切だと思いますか。

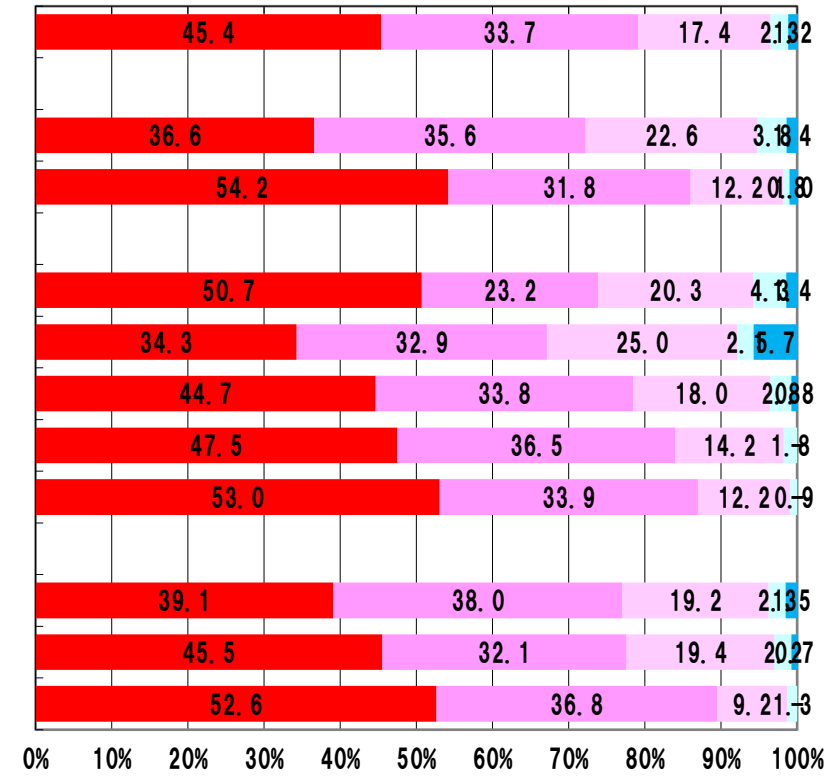
■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



リスク低減

あなたは「新型コロナウイルス/COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、カラダの基礎的な健康・体力・免疫力を高めることをどれくらい大切だと思いますか。

■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



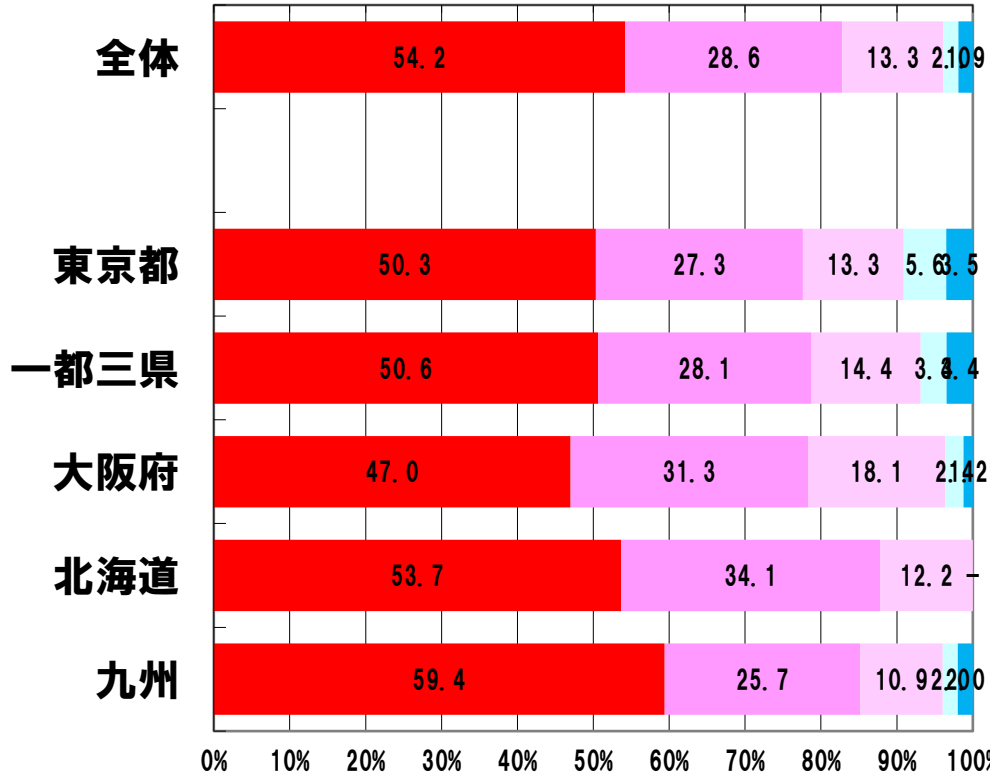
N=1000//500/500//69/140/394/282/115//266/134/152

「接触回避」意識も「リスク低減」意識も、性別では女性、年代では65才以上、職業では専業主婦が高くなっている。（男性と20代は、いずれの意識も特に低くなっている。）

接触回避

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、「新型コロナウイルス」との接触機会を無くす（出来るだけ少なくする）ことをどれくらい大切だと思いますか。

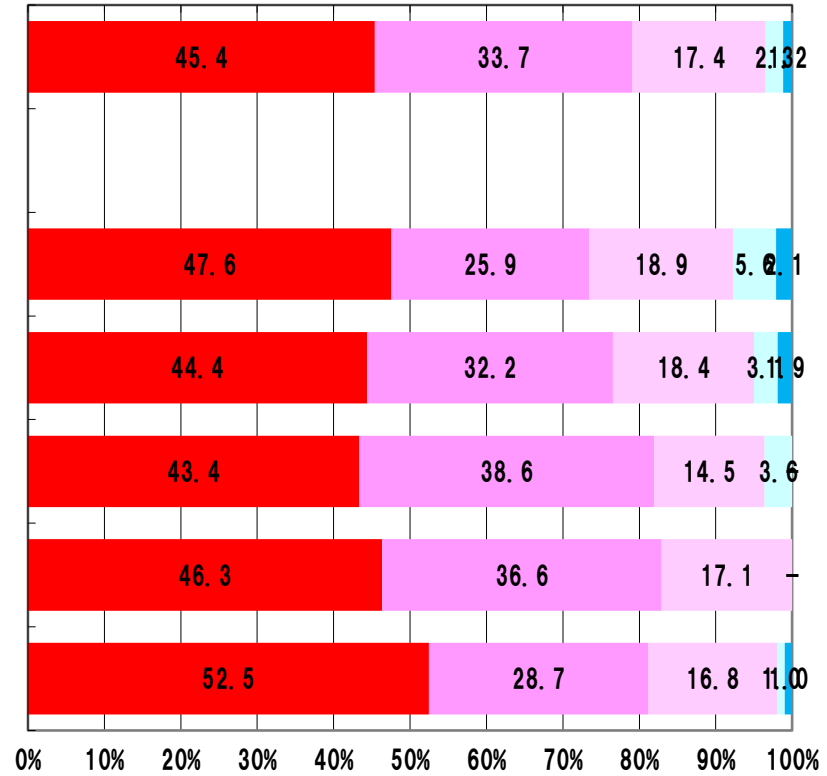
■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



リスク低減

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、カラダの基礎的な健康・体力・免疫力を高めることをどれくらい大切だと思いますか。

■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



N=1000//143/320/83/41/101

「接触回避」意識も「リスク低減」意識も、地域によって大きく変わらない。
 （北海道と九州の在住者はやや高め、大阪府の在住者はやや低め。）

12. 新型コロナによる、在宅 ⇔ 外出の変化

新型コロナ禍前に比べて、いま現在、在宅での仕事が増えたという人は全体の7%強。その一方で、外出での仕事が増えたという人は全体の2%弱。全体の6割弱は変わらない。

(※ ref → P106)

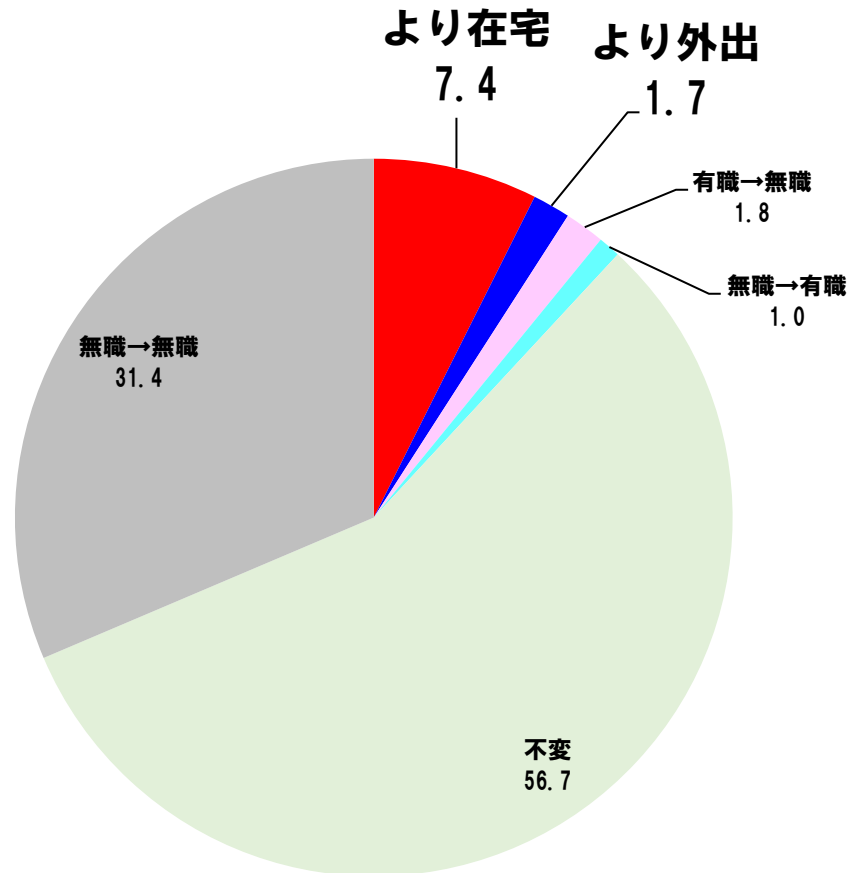
牛乳・乳製品の利用が増加した人においては、いずれも在宅での仕事が増えたという人の割合が全体よりも大きくなっている。牛乳に限って細かくみると、混飲が増えた人において、在宅での仕事が増えたという人の割合が最も大きくなっている。(※ ref → P107)

性別としては男性、年代としては20代と50-64歳、職業としてはホワイトカラー、地域としては東京都・一都三県・北海道の在住者において、在宅での仕事が増えたという人の割合が全体よりも大きくなっている。その一方で、年代としては10代、職業としてはブルーカラー、地域としては大阪府と九州の在住者においては在宅での仕事が増えたという人の割合が少なく、10代は外出での仕事が増えたという人が全体よりもやや高くなっている。

(※ ref → P108~109)

新型コロナによる、在宅 ⇄ 外出の変化

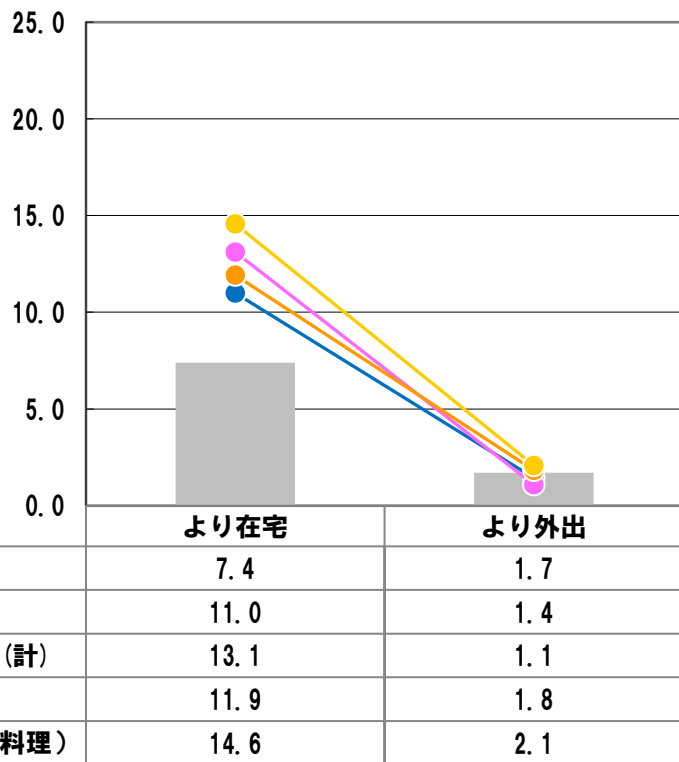
昨年(2020年)の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)、あなたはどのようにお仕事(「外出」での勤務/「在宅」での勤務)をされていましたか。
いま現在、あなたはどのようにお仕事(「外出」での勤務/「在宅」での勤務)をされていますか。



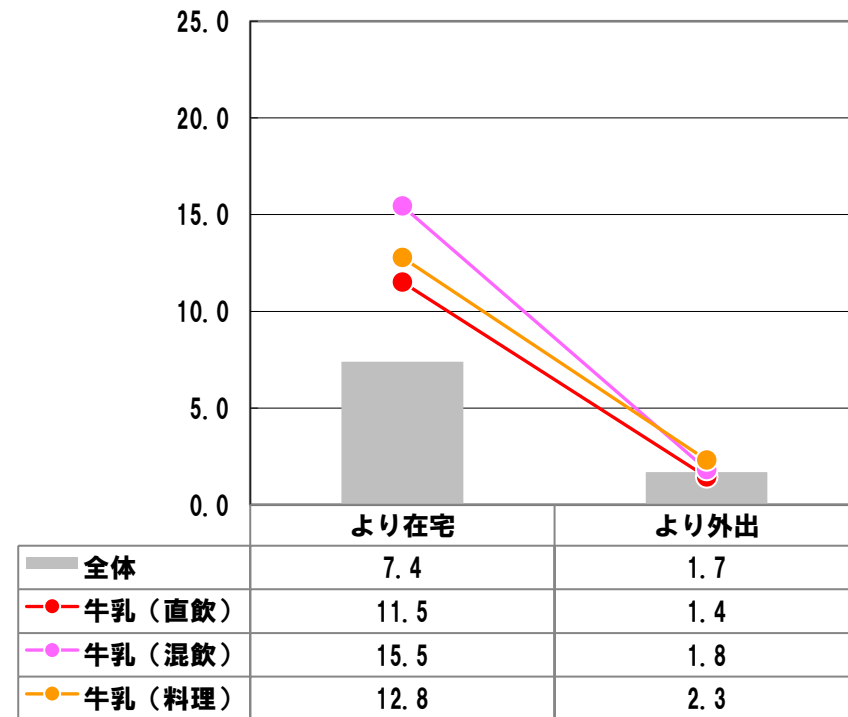
N=1000

新型コロナ禍前に比べて、
いま現在、在宅での仕事が増えたという人は全体の7%強。
その一方で、外出での仕事が増えたという人は全体の2%弱。
全体の6割弱は変わりがない。

昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）、あなたはどのようにお仕事（「外出」での勤務／「在宅」での勤務）をされていましたか。
いま現在、あなたはどのようにお仕事（「外出」での勤務／「在宅」での勤務）をされていますか。



N=1000/209/183/109/48



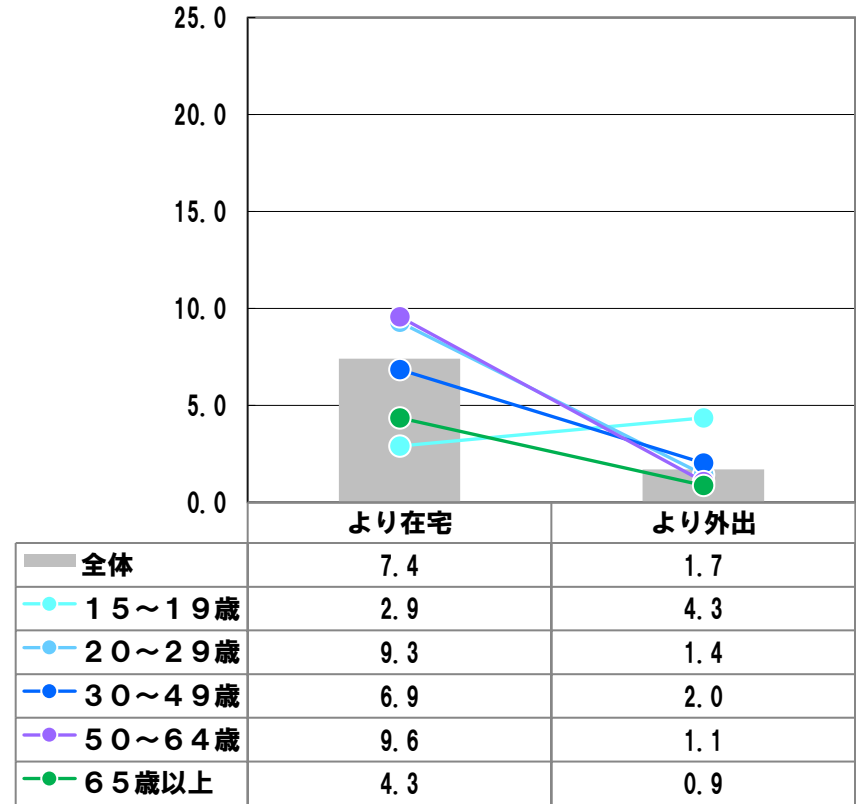
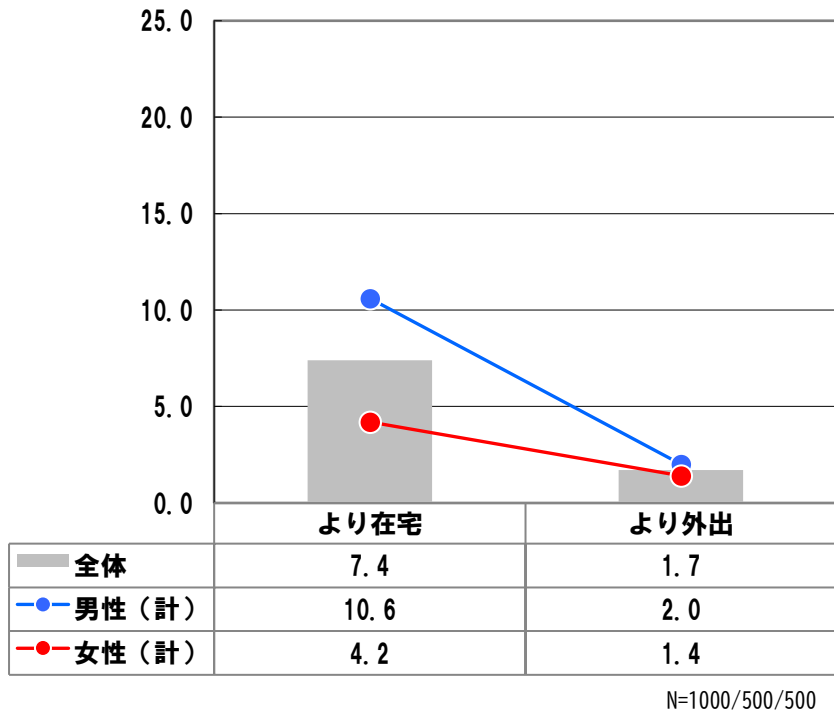
N=1000/139/110/86

牛乳・乳製品の利用が増加した人においては、
いずれも在宅での仕事が増えたという人の割合が全体よりも大きくなっている。

牛乳に限って細かくみると、混飲が増えた人において、
在宅での仕事が増えたという人の割合が最も大きくなっている。

新型コロナによる、在宅 ⇄ 外出の変化（性別・年代別）

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）、あなたはどのようにお仕事（「外出」での勤務／「在宅」での勤務）をされていましたか。
 いま現在、あなたはどのようにお仕事（「外出」での勤務／「在宅」での勤務）をされていますか。

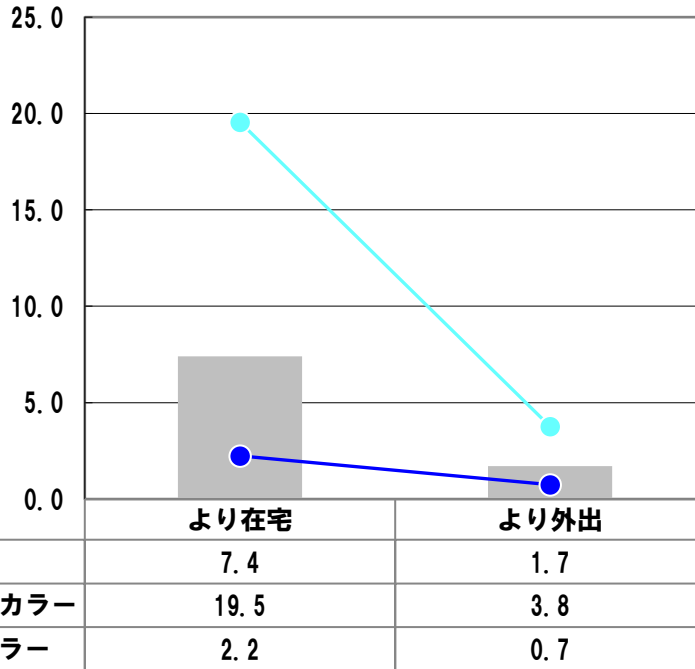


N=1000/69/140/394/282/115

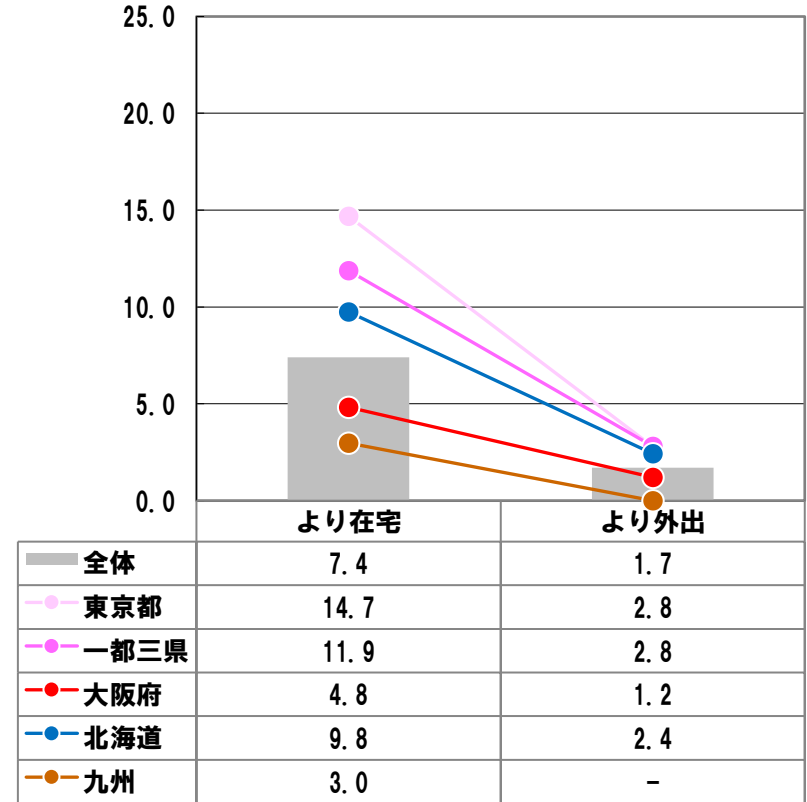
性別としては男性、年代としては20代と50～64歳において、在宅での仕事が増えたという人の割合が全体よりも大きくなっている。

その一方で、10代は在宅での仕事が増えたという人の割合が最も少なく、外出での仕事が増えたという人が全体よりもやや高くなっている。

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）、あなたはどのようにお仕事（「外出」での勤務／「在宅」での勤務）をされていましたか。
いま現在、あなたはどのようにお仕事（「外出」での勤務／「在宅」での勤務）をされていますか。



N=1000/266/134



N=1000/143/320/83/41/101

職業のホワイトカラー、地域としては東京都・一都三県・北海道の在住者において、在宅での仕事が増えたという人の割合が全体よりも大きくなっている。

その一方で、職業のブルーカラー、地域としては大阪府と九州の在住者において、在宅での仕事が増えたという人の割合が少ない。

13. 太った意識 ⇔ 家計悪化意識

新型コロナ禍前に比べて、自分が太ったと思う人も、家計が悪化したと思う人もどちらも4割程度いる。

(※ ref → P112)

新型コロナ禍前に比べて自分が太ったと感じることで利用を減らしたいと思う食品のトップ3は「ご飯・お米料理／麺類／スナック菓子」となっている。

新型コロナ禍前に比べて家計が悪化したと感じることで利用を減らしたいと思う食品のトップ3は「スナック菓子／ビール類／その他アルコール」となっている。

総じて、前者は炭水化物、後者はアルコールの出現率が高いが、いずれにおいても牛乳・乳製品の忌避意識はあまり高くない。

(※ ref → P113)

太ったと感じても牛乳を減らそうと思わない理由は「漠然と栄養・カルシウム・タンパク質・漠然と健康・免疫力・好き・コーヒーのお供・情緒安定・習慣」。

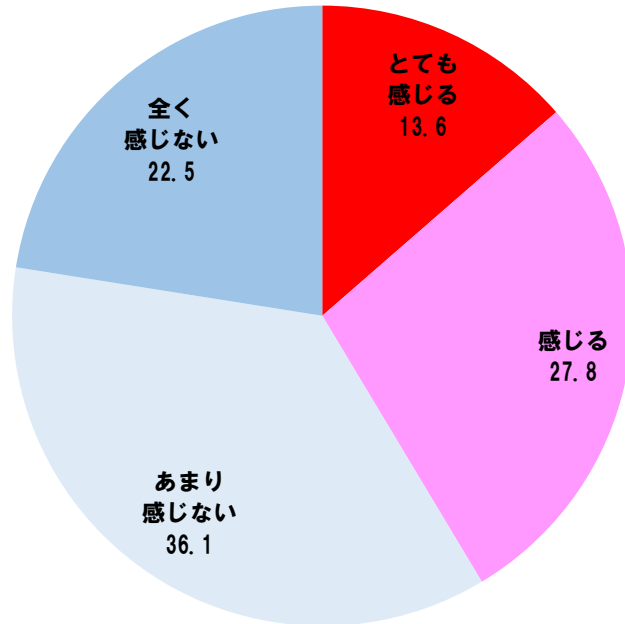
家計が悪化しても牛乳を減らそうと思わない理由は、上記の太っても減らそうと思わない理由に加えて「酪農家（牛乳産業）の支援・子供や家族の飲用・高額ではない」。

(※ ref → P114~125)

太った意識 ⇔ 家計悪化意識

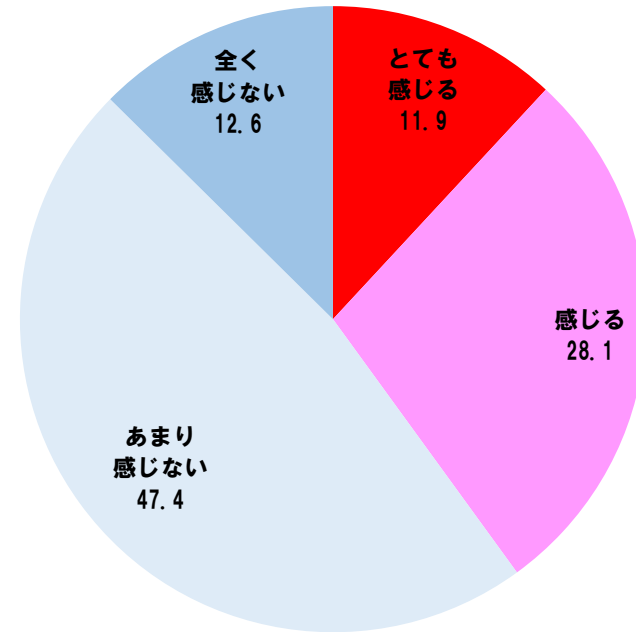
太った意識

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)に比べて、いま現在のあなたは、どれくらい自分が太ったと感じますか。



家計悪化意識

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)に比べて、いま現在のあなたは、どれくらい家計の悪化を感じますか。

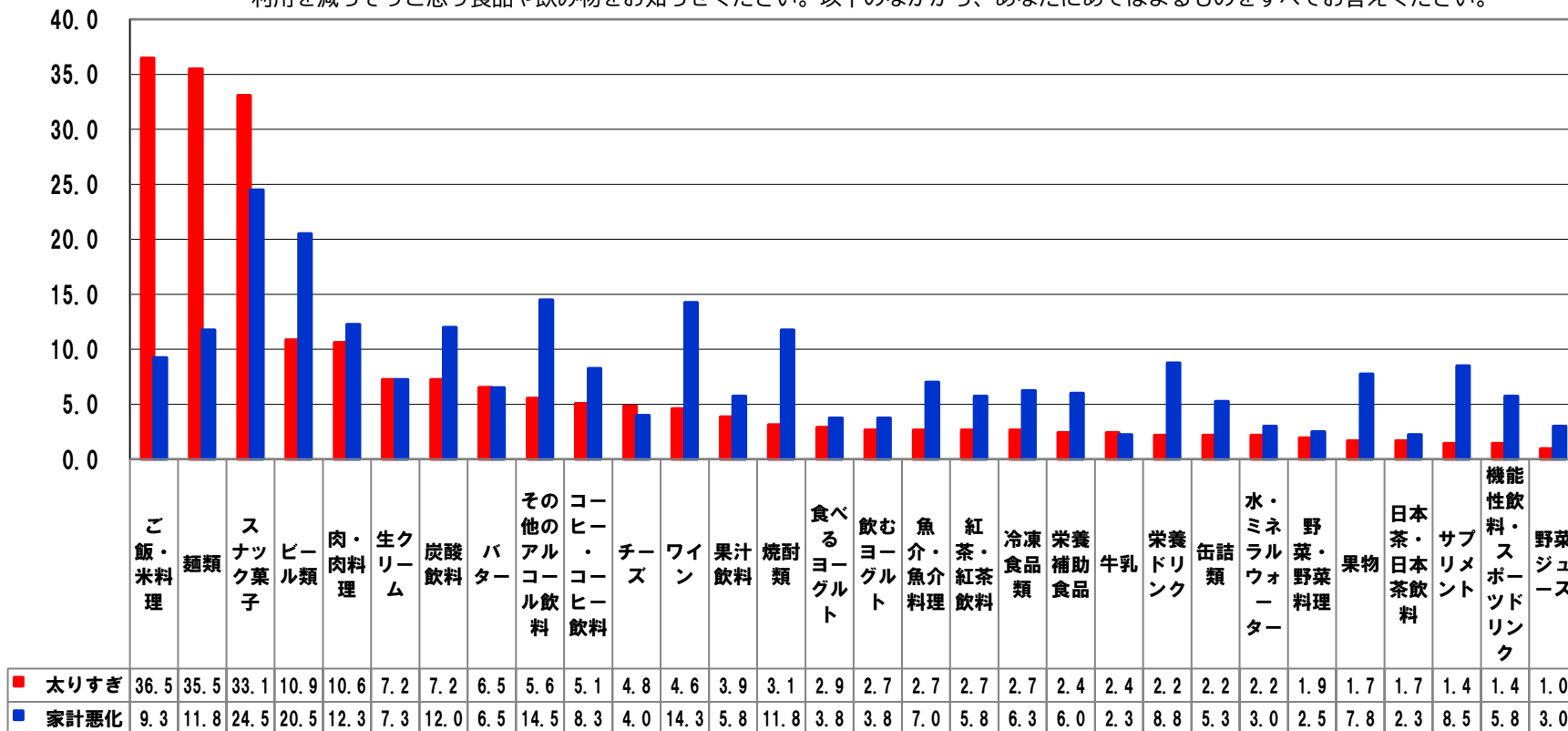


N=1000

新型コロナ禍前に比べて、自分が太ったと思う人も、家計が悪化したと思う人もどちらも4割程度いる。

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)より、いま現在のあなたが太ったと感じることで、利用を減らそうと思う食品や飲み物をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)より、いま現在のあなたが家計の悪化を感じることで、利用を減らそうと思う食品や飲み物をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



N=414/400

新型コロナ禍前に比べて自分が太ったと感じることで利用を減らしたいと思う食品のトップ3は、「ご飯・お米料理／麺類／スナック菓子」となっている。

新型コロナ禍前に比べて家計が悪化したと感じることで利用を減らしたいと思う食品のトップ3は、「スナック菓子／ビール類／その他アルコール」となっている。

総じて、前者は炭水化物、後者はアルコールの出現率が高いが、いずれにおいても牛乳・乳製品の忌避意識はあまり高くない。



太っても牛乳は減らそうと思わない

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)に比べ、いま現在のあなたが太ったと感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

10代男	ホワイトカラー	牛乳はコロナ以前のときも飲んでしたが、太らなかつたから	20代男	その他	牛乳を使用した料理を作ることが多いので
10代男	学生	美味しいから	20代男	その他	おいしい
10代男	学生	牛乳は栄養価が高くおいしくて続けやすく、減らす必要性を感じないからです。	20代男	その他	体に良いから
10代男	学生	牛乳は栄養価がとても高く健康に良い。	20代女	ホワイトカラー	栄養価が高いため
10代男	学生	牛乳は栄養価が高いため、飲むのを習慣づけているため	20代女	ホワイトカラー	おいしい
10代男	学生	美味しいから	20代女	ホワイトカラー	好きだから
10代男	学生	牛乳は小さい時から好きだから。	20代女	ブルーカラー	美味しい、栄養がある
10代男	学生	カルシウム摂取	20代女	専業主婦	好きだから
10代男	学生	好きだから	20代女	学生	カルシウムが取れるから
10代男	その他	免疫力	20代女	学生	牛乳は、健康にいいイメージがあるから。
10代男	その他	美味しいため	20代女	学生	体にいいから
10代女	学生	体に良いから	20代女	その他	美味しいものは食べ続けたいから
10代女	学生	健康に良さそうだから	20代女	その他	牛乳は好きでなくてはならないものだから
10代女	学生	骨は大事だから	20代女	その他	腸内環境や骨の育成に良い飲料だから
10代女	学生	毎日朝に飲む習慣があるから。	30代男	ホワイトカラー	昔から好きな飲み物
10代女	その他	健康のため、かかせないから	30代男	ホワイトカラー	栄養価が高いから
10代女	その他	牛乳が好きだから	30代男	ホワイトカラー	好きだから。
20代男	ホワイトカラー	牛乳は栄養価が高い	30代男	ホワイトカラー	牛乳美味しいから減らしたくない
20代男	ホワイトカラー	牛乳で太るというイメージがない	30代男	ホワイトカラー	太る原因と考えていないから
20代男	ホワイトカラー	単純に好きだから。コーヒーでわるから	30代男	ホワイトカラー	栄養価が高い。身体を創るためにも必要。習慣として利用しているから。
20代男	ブルーカラー	食事を減らして、免疫力をなくす方がダメだと思うため	30代男	ブルーカラー	牛乳は体に良さそう
20代男	ブルーカラー	太る根拠はないから。	30代男	ブルーカラー	牛乳は好きなので カルーアに混ぜて飲むのが好き
20代男	インフルエンサー	好きだから。	30代男	ブルーカラー	日常に必要なもの！
20代男	学生	朝食のルーティンだから	30代男	ブルーカラー	尿酸値を下げるために必要
			30代男	ブルーカラー	ふとるとおもわない

「太っても牛乳は減らそうと思わない」理由

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)に比べ、いま現在のあなたが太ったと感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

30代男	ブルーカラー	健康にも良いので	30代女	その他	飲みたいから減らす必要がないと思った あまっているなど聞いたことがあるから、
30代男	ブルーカラー	飲み物なので牛乳ぐらいでは太るとは思わないので	30代女	その他	毎日コーヒーに混ぜて飲んでるから
30代男	その他	わざと牛乳を飲んでお腹を下して、便通を良くするため。	30代女	その他	栄養価が高い。
30代男	その他	牛乳でのカルシウム摂取は大事だと感じる	30代女	その他	牛乳は整腸作用があって健康に良くずっと飲んでるから
30代女	ホワイトカラー	カルシウムは必要	30代女	その他	太る原因ではないから
30代女	ホワイトカラー	大事な栄養源なので	30代女	その他	必要な栄養素
30代女	ホワイトカラー	カルシウム摂取のため必要だと思うから	40代男	ホワイトカラー	牛乳が好きなのが一番の理由だが、牛乳が太る要因だと思っていないから。また朝一杯飲むことにより体をリセットできると健保組合のパンフレットにも書いてあったぐらいだから、牛乳が体に悪い、太るとは思っていない。
30代女	ホワイトカラー	おいしいし好きだから			
30代女	ブルーカラー	牛乳は栄養があるので、太るというより飲んだ方がいいと思う			
30代女	ブルーカラー	健康のため	40代男	ホワイトカラー	健康のため
30代女	ブルーカラー	体にいいので	40代男	ホワイトカラー	栄養が高いため
30代女	専業主婦	牛乳好きだから	40代男	ホワイトカラー	好きだから
30代女	専業主婦	体にいいから	40代男	ホワイトカラー	牛乳はカルシウムなどの摂取に必要かつ、好きだから
30代女	専業主婦	体にいいから	40代男	ホワイトカラー	健康維持のため
30代女	インフルエンサー	牛乳はカルシウムなど必要な栄養素をとっているため。コロナで休みの日などに増えた自宅時間でおやつやティータイムが増えたからこそ太ってきてるので、減らすべきはそこだと思う。	40代男	ホワイトカラー	小さい子供がいるから、子供と一緒に飲むようにしているから
30代女	インフルエンサー	コーヒーに牛乳を入れて飲んでいて、コーヒーは私の中でリラックスタイムに飲むものだから減らしたくなかった。コーヒー(牛乳入り)を飲めなくなる位なら他の乳製品や炭水化物を減らそうと思うから。	40代男	ブルーカラー	栄養があるから
30代女	インフルエンサー	牛乳は健康に良いと思っているし、牛乳で太るという考えがあまりないので。	40代男	ブルーカラー	牛乳は、カルシウムがあるから絶対に必要だと思う。
30代女	その他	栄養あるしおいしいから	40代男	ブルーカラー	健康を考えて
			40代男	インフルエンサー	体力が必要な仕事で、脂肪が必要なため。
			40代男	その他	プロテインに合わせて飲んでるから
			40代男	その他	牛乳は好きだから。

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)に比べ、いま現在のあなたが太ったと感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

- | | | | | | |
|------|----------|--|------|----------|--------------------------------------|
| 40代男 | その他 | 栄養あるから | 40代女 | その他 | 牛乳で太るとは思わない 牛乳は良質なたんぱく質なので摂取したほうがいい |
| 40代男 | その他 | カルシウムがとれるから | 50代男 | ホワイトカラー | おいしいから |
| 40代女 | ホワイトカラー | カルシウム摂取の為。 | 50代男 | ホワイトカラー | さまざまな必要な栄養を含んでいるから |
| 40代女 | ホワイトカラー | 健康に必要な栄養素が含まれているから。 | 50代男 | ブルーカラー | カルシウムが大切です |
| 40代女 | ホワイトカラー | タンパク質を手軽に摂りたい | 50代男 | ブルーカラー | カルシウム不足になってしまうから。 |
| 40代女 | ホワイトカラー | 牛乳は健康に良いから | 50代男 | インフルエンサー | 牛乳は好きだから |
| 40代女 | ホワイトカラー | 牛乳は料理に使うし体にいいと思っているので特別減らそうとは思わない。 | 50代男 | インフルエンサー | 必要な栄養 |
| 40代女 | 専業主婦 | 牛乳は身体に良い認識だから | 50代男 | その他 | 免疫力を維持するため。 |
| 40代女 | 専業主婦 | 牛乳は栄養価が高いから必要だと思う。栄養価が低くカロリーが高いものを削りたい。 | 50代男 | その他 | 必要なものだから |
| 40代女 | 専業主婦 | 牛乳を飲むのは、好きなコーヒーに少し入れるだけ。牛乳はカルシウムがあるので積極的に取りたい。やせるとしても、甘いものやスナックなどの間食を減らしてやせたいので、食事などは変えたくないから。 | 50代男 | その他 | カルシウム摂取の為 |
| 40代女 | 専業主婦 | 好きだから。 | 50代女 | ホワイトカラー | 牛乳の味自体も好きだし、毎日のコーヒーに入れるのに欠かせないから。 |
| 40代女 | 専業主婦 | 栄養はとりたい | 50代女 | ホワイトカラー | イライラ防止に良いと思うからです |
| 40代女 | 専業主婦 | 好きなものは減らさない | 50代女 | ホワイトカラー | 牛乳は栄養化が高い食品である。以前から牛乳が好き |
| 40代女 | 専業主婦 | カルシウム摂取 | 50代女 | ホワイトカラー | カルシウムが摂れるので |
| 40代女 | インフルエンサー | 身体に良いから | 50代女 | ホワイトカラー | 栄養が豊富だから |
| 40代女 | インフルエンサー | 珈琲を飲む時必要だから | 50代女 | ブルーカラー | ご飯の代わりに飲んでいる |
| 40代女 | インフルエンサー | 骨が強くなりそう。免疫力も。 | 50代女 | ブルーカラー | 牛乳は体に良く、不可欠なものだと思っているから |
| 40代女 | その他 | 健康のため牛乳は飲み続けたいと思う。 | 50代女 | ブルーカラー | カルシウムは必要だから。 |
| 40代女 | その他 | 栄養素が豊富だし安いし、入手も簡単だから。 | 50代女 | 専業主婦 | コーヒーにも欠かせないし、料理にも使用するので減らす気持ちはわからない。 |
| 40代女 | その他 | 牛乳が太った原因ではないから。体にいいからこれからも飲み続けたい。 | 50代女 | 専業主婦 | カルシウムが多いので必要 |
| 40代女 | その他 | 栄養素が高いから | 50代女 | 専業主婦 | カルシウムが不足して骨粗鬆症になると困るから。 |
| | | | 50代女 | 専業主婦 | シリアルを食べているから |

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)に比べ、いま現在のあなたが太ったと感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

50代女	専業主婦	栄養価が高いから	60代男	ホワイトカラー	牛乳を含めて食品の摂取は減っているのに、食事でも太ったとは思わない。運動不足による筋肉量減少で基礎代謝が下がっていると考えている(おうちフィットネスでは発汗するような運動量にならない)。牛乳は、手軽で安価で日常的に慣れ親しんでいる「たんぱく源」食品で、直接飲用だけでなく、コーヒーや紅茶への添加とか、シリアル食品への使用とか、その他の料理にも広く使えるので、減らすつもりはない。
50代女	専業主婦	料理に使うから	60代男	インフルエンサー	カロリーは多くない。
50代女	専業主婦	牛乳でカルシウムが摂取できるから。	60代男	その他	牛乳は、完全食品だと思うので、そのままでも、料理にも昔からよく使っています。太った理由にはならないと思います。問題は、運動不足です。
50代女	専業主婦	カルシウムの取得	60代男	その他	好きだし栄養価の面でも必要不可欠と感じる。
50代女	専業主婦	カルシウムがとれるので。必要だから。	60代男	その他	牛乳は栄養価が高く、免疫力を高めるにも良いと考える
50代女	専業主婦	カルシウムなど必要な栄養素が高い	60代男	その他	牛乳は飲み易く腸対策にも良くずっと続けてきた飲料であるから止める気はない
50代女	専業主婦	毎日飲むコーヒーには欠かせないから。カルシウムがとれる。	60代男	その他	健康には大事
50代女	専業主婦	牛乳は悪いと思わないから	60代男	その他	牛乳は大切な栄養素だから
50代女	専業主婦	グラノーラ食べたいから	60代男	その他	おいしい、カルシウムをとりたいたから。
50代女	インフルエンサー	体にいい	60代男	その他	牛乳はいろいろな栄養素が多いので継続しようと思います
50代女	その他	牛乳が大好きで一日の楽しみの一つだから。以前から、牛乳を飲んでいたので、太った原因ではないと感じるから。	60代女	ホワイトカラー	骨粗しょう症なので、カルシウム関連として取りたい
50代女	その他	必要な栄養だから	60代女	ホワイトカラー	カルシウムは必要だから
50代女	その他	牛乳は身体に必要な成分を含んでいるし、酪農家の牛乳生産量を減らさないようにするために。	60代女	ホワイトカラー	太ったことと牛乳は関係ないと思うから。
50代女	その他	カルシウム摂取のためです。	60代男	専業主婦	栄養価が高いから
50代女	その他	栄養がある	60代男	専業主婦	身体に良いから
50代女	その他	牛乳は好きだから			
50代女	その他	毎朝便秘対策で飲んでいるから			
50代女	その他	骨が、弱いからカルシウムを取るためと、好きだか。			
50代女	その他	カルシウム等の栄養が摂れるから。			
60代男	ホワイトカラー	牛乳は、栄養源だから。特に、カルシウムの摂取元なので。			
60代男	ホワイトカラー	年寄りにはカルシウムが大切			
60代男	ホワイトカラー	健康に良い商品として必要だから			

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年4月より前)に比べ、いま現在のあなたが太ったと感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

60代女	専業主婦	牛乳は太らないと思います	60代女	専業主婦	簡単にカルシウムが摂取できる
60代女	専業主婦	健康に良い	60代女	インフルエンサー	栄養素として必要と思うから。
60代女	専業主婦	カルシウムが取れるから	60代女	その他	カルシウム不足は年齢と共に骨粗鬆症が心配だから、
60代女	専業主婦	たんぱく質を少しでも多く撮りたい	60代女	その他	免疫力アップのため
60代女	専業主婦	骨を丈夫にするため。でも何より牛乳が好きだから。	60代女	その他	牛乳は毎日飲む事で、内臓的に健康になる。
60代女	専業主婦	カルシウムは必要	60代女	その他	牛乳 太らない
60代女	専業主婦	毎日摂取する必要な食品だと思うから	60代女	その他	歳なので 骨など カルシウムを取る為には かせない
60代女	専業主婦	カルシウムやたんぱく質をとりたいたから。	60代女	その他	牛乳は、カルシウムが多いので、摂ろうと意識している
60代女	専業主婦	たんぱく質は筋肉となり、免疫力アップにつながる	60代女	その他	総合栄養
60代女	専業主婦	好きだから	60代女	その他	牛乳は健康的
60代女	専業主婦	カルシウムやたんぱく質などを効率よく摂れるから	60代女	その他	牛乳は免疫力を高めそうだから
60代女	専業主婦	栄養価が高いので、飲み続けたい	60代女	その他	のみたいたから
60代女	専業主婦	栄養バランスが良い	60代女	その他	美味しくて、栄養のあるものは大切

漠然と栄養・カルシウム・タンパク質・漠然と健康・免疫力
 好き・コーヒーのお供・情緒安定・習慣



家計が悪化しても牛乳は減らそうと思わない

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(今年の4月より前)に比べ、いま現在のあなたが家計の悪化を感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

10代男	ホワイトカラー	飲み慣れているから	20代女	インフルエンサー	カルシウム補給に必要なため
10代男	学生	美味しいから	20代女	学生	カルシウムが取れるから
10代男	学生	健康にいい	20代女	学生	食事だけはきちんとしたいから。
10代男	学生	毎朝牛乳を飲むため	20代女	学生	必要とも思うから
10代男	学生	牛乳は体にいいから	20代女	学生	体にいいから
10代男	その他	健康維持	20代女	その他	好きだから飲みたいため
10代男	その他	美味しいため	20代女	その他	腹持ちが良いから
10代女	ブルーカラー	体にいいから	20代女	その他	牛乳は好きでなくてはならないものだから
10代女	学生	健康に良いから	30代男	ホワイトカラー	昔から好きな飲み物であり、栄養価が高い
10代女	学生	安いから	30代男	ホワイトカラー	栄養価が高い。身体を創るためにも必要。割引を買う。コスパがよいから。
10代女	学生	牛乳はそんなに高くない	30代男	ホワイトカラー	体にいいから
10代女	学生	毎日朝に飲む習慣があるから。	30代男	ホワイトカラー	子どもの栄養が気になるから
10代女	その他	定番アイテムだから	30代男	ホワイトカラー	牛乳は習慣で毎日飲むので
10代女	その他	牛乳が好きだから	30代男	ホワイトカラー	毎日の習慣だから
20代男	ホワイトカラー	健康に良いのと酪農家の方が給食無くなった際とかは牛乳が余ってるというのをTwitterで見たから	30代男	ホワイトカラー	好きだから
20代男	ホワイトカラー	美味しいから	30代男	ブルーカラー	健康に良いから
20代男	ブルーカラー	栄養価が高いから	30代男	ブルーカラー	体にいいから
20代男	学生	健康的だから	30代男	ブルーカラー	栄養価に比べて安価であるので、減らす必要性を感じない。
20代男	学生	朝食のルーティンだから	30代男	ブルーカラー	健康のため
20代男	その他	牛乳は好きだから	30代男	ブルーカラー	子供も好きなので
20代男	その他	腹持ちがいいから	30代男	ブルーカラー	特に食品について出費を減らそうとは、思わないから。
20代女	ホワイトカラー	牛乳が好きだから。	30代男	ブルーカラー	子供が大好きでよく飲むから
20代女	ブルーカラー	栄養があるから	30代女	ホワイトカラー	栄養がたっぷり
20代女	ブルーカラー	比較的に価格は安いので	30代女	ホワイトカラー	牛乳が好きだから
20代女	専業主婦	好きだから			

「家計が悪化しても牛乳は減らそうと思わない」理由

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(今年の4月より前)に比べ、いま現在のあなたが家計の悪化を感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

30代女	ホワイトカラー	タンパク質カルシウムを手軽に補える	40代男	ブルーカラー	安く手軽に栄養を摂取できる食品だから
30代女	ホワイトカラー	牛乳はとても好きで毎日飲んでます。牛乳の利用を減らしても節約額は微々たるものなので好きなものは利用し続けようと思います。	40代男	ブルーカラー	カルシウムの不足や、牛乳で得られる栄養素が減るから。
30代女	ブルーカラー	とても高額なものでは無いし、栄養が豊富で飲む事が習慣になっているから。	40代男	ブルーカラー	健康に必要なだから
30代女	ブルーカラー	体にいいので	40代男	ブルーカラー	健康のため
30代女	専業主婦	牛乳は毎日のむので	40代男	ブルーカラー	好きだから
30代女	専業主婦	9歳以下の子供が4人いて、からだに良いと思うから与えたい。皆、牛乳が大好きだから。酪農家の方々も大変だと聞くので買うことで応援したいから。	40代男	インフルエンサー	牛乳は寝る前に飲むと熟睡出来るため減らせれないから。
30代女	専業主婦	牛乳が好きだからか。	40代男	インフルエンサー	大事な栄養素だから
30代女	専業主婦	毎日飲んでいるから	40代男	その他	牛乳が好きだから
30代女	その他	栄養のあるものは減らさない	40代男	その他	牛乳は料理にも使うから
30代女	その他	そんなに高くなく、子どもも飲んでるから	40代男	その他	牛乳が好きだから。
30代女	その他	カルシウムが必要	40代男	その他	栄養価のあるものだから
30代女	その他	栄養価が高いから	40代男	その他	飲みやすいから
40代男	ホワイトカラー	毎日飲むから	40代男	その他	カルシウムがとれるから
40代男	ホワイトカラー	牛乳は必需品だから	40代男	その他人	子供が毎日飲んでおり、体にも良い影響があると考えるから。
40代男	ホワイトカラー	健康に良いから	40代女	ホワイトカラー	健康の為。
40代男	ホワイトカラー	必要だから	40代女	ホワイトカラー	健康に必要な栄養素が含まれているから。
40代男	ホワイトカラー	子供と一緒に飲むようにしているから	40代女	ホワイトカラー	タンパク質を摂取したい
40代男	ブルーカラー	栄養があるから	40代女	ホワイトカラー	身体にいいから
40代男	ブルーカラー	牛乳はカルシウムがあるので、取った場合と、取らない場合で、コロナに感染する確率が変わるのではないかと考えている。	40代女	ホワイトカラー	牛乳が好きだから
40代男	ブルーカラー	健康の為	40代女	ホワイトカラー	身体にいいから
			40代女	ホワイトカラー	健康にいいものだと思うから
			40代女	ホワイトカラー	料理など使用頻度も高く体にいいものだと思うので。
			40代女	ブルーカラー	牛乳は好き
			40代女	専業主婦	栄養がある

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(今年の4月より前)に比べ、いま現在のあなたが家計の悪化を感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

40代女	専業主婦	多少価格も上がりたりやすいとは思いますが、身体に良いという点が捨てがたい	50代男	ホワイトカラー	とても、大切な食品 むしろ、増やした方が良いと思う。
40代女	専業主婦	牛乳はカルシウムなど体にいいので、自分も子供たちにも飲ませたいから。	50代男	ホワイトカラー	継続して飲みたい
40代女	専業主婦	子供がいるから	50代男	ホワイトカラー	体にいい
40代女	専業主婦	好きだから。	50代男	ホワイトカラー	体に良いから
40代女	専業主婦	牛乳は、カルシウムなどをとるのにちょうどよい食品だから	50代男	ホワイトカラー	子どもの成長に必要
40代女	専業主婦	栄養はとりたい	50代男	ブルーカラー	値段が一定しているから
40代女	専業主婦	牛乳は体に良いもので、好きなので、それを我慢して体調を悪くしたくないから	50代男	ブルーカラー	コーヒーに入れて飲むから。
40代女	専業主婦	健康のために毎日飲んでいるから	50代男	ブルーカラー	それは基本だから
40代女	専業主婦	好きなものだから減らしたくない	50代男	ブルーカラー	身体にいいから
40代女	専業主婦	子供がすきだから	50代男	ブルーカラー	牛乳は、価格が安いから。
40代女	インフルエンサー	主人と子供が好きだし、身体にも良いため	50代男	ブルーカラー	飲みたいから。
40代女	インフルエンサー	大切な栄養を簡単にとれるから	50代男	ブルーカラー	牛乳には人が摂取すべき栄養素が含まれていると思っているから
40代女	インフルエンサー	子どももいるし、免疫力、成長、健康、食事バランスを考えたら、必要ある。	50代男	その他	農家応援
40代女	その他	牛乳が高いとは思わないので	50代男	その他	子供が好きだから。
40代女	その他	毎日飲んでいるから。カルシウム あと色々使える	50代男	その他	必要な栄養源だから
40代女	その他	家族みんなが飲むので	50代男	その他	習慣として毎朝飲み続けてきたものだから。
40代女	その他	牛乳は、健康維持に欠かせない飲み物であるので、減らせない。	50代女	ホワイトカラー	家族が好きだからです
40代女	その他	牛乳が好きなので減らすという選択肢がない	50代女	ホワイトカラー	健康を気にするから
40代女	その他	クリームシチューなど、作るのに必要だから	50代女	ホワイトカラー	牛乳大好き
50代男	ホワイトカラー	牛乳は身体に良い。	50代女	ホワイトカラー	健康維持に必要だと思うので。
			50代女	ホワイトカラー	牛乳は料理に使えるから。
			50代女	ブルーカラー	牛乳は毎日摂っていて、健康を維持するために欠かせないものだから
			50代女	ブルーカラー	コップ1杯で栄養がとれる
			50代女	ブルーカラー	体に良いと思っているから

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(今年の4月より前)に比べ、いま現在のあなたが家計の悪化を感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

50代女	ブルーカラー	カルシウム等の栄養が、たくさん含まれているから。	50代女	その他	コーヒーに入れて飲んでいるから。
50代女	専業主婦	コーヒーにも欠かせないし、料理にも使用するの。	50代女	その他	体にいいから。好きだから。
50代女	専業主婦	牛乳の栄養は大切なので減らしたくない	50代女	その他	好きだから。
50代女	専業主婦	子供の成長に不可欠だし料理にも使ったりするし、欠かせないので。	60代男	ホワイトカラー	基礎的な健康増進に必須だから
50代女	専業主婦	家族が飲むから	60代男	ホワイトカラー	健康によいと聞いているし、もう長年の習慣だから。
50代女	専業主婦	栄養価が高いから	60代男	ホワイトカラー	健康に良い
50代女	専業主婦	栄養バランスを考えて必要	60代男	ホワイトカラー	栄養があるから
50代女	専業主婦	健康維持のため	60代男	ホワイトカラー	長年愛飲しているから
50代女	専業主婦	栄養があり必要だから。	60代男	ブルーカラー	牛乳は必要な栄養素だから
50代女	専業主婦	料理に使うから。コーヒーに入れるから。	60代男	インフルエンサー	高くないから。
50代女	専業主婦	牛乳は栄養があるので毎日飲んでいる	60代男	その他	牛乳は完全食品だと思うし、又 美味しくくて 酒等と比べても全然安い。身体にも良いので 続けたい。
50代女	専業主婦	毎日飲む習慣がついているので、減らそうと思わないです	60代男	その他	今でも毎朝飲んでいるため、欠かす事ができない。
50代女	インフルエンサー	体にいい 料理に使う	60代男	その他	牛乳は、健康的な生活に欠くことのできない存在で、簡単に摂取できる。栄養の宝庫だから。
50代女	その他	栄養価があると思いますので、これまで通り購入します。また北海度の産業も思い、減らすことは考えていません。	60代男	その他	体調管理に必要だから。
50代女	その他	牛乳が大好きなので、やめられないから。	60代男	その他	大切な栄養素であるので飲みます。
50代女	その他	牛乳への出費は大したものではない。牛乳に含まれる栄養価は高い。酪農家の牛乳生産量を減らさないため。	60代男	その他	健康の為と飲み易い！
50代女	その他	カルシウム摂取のためです。	60代男	その他	体力を蓄えたい
50代女	その他	手軽に家族が栄養を取れる。カルシウム豊富	60代男	その他	健康に大事
50代女	その他	家族が大好きで、1日1パックは飲むので絶対にへらしたくない。毎日のラッシーを作るのに牛乳はメイン食材だから。	60代男	その他	健康の大元。
			60代男	その他	栄養がある
			60代男	その他	美味しい、からだにいい
			60代男	その他	カルシウムをとりたいたから。

「新型コロナウイルス」に関して、最初の緊急事態宣言が出る以前(昨年の4月より前)に比べ、いま現在のあなたが家計の悪化を感じても、
 ≪牛乳≫の利用は減らそうと思わない気持ちや理由をお知らせください。

60代男	その他	毎日牛乳を飲むのが自分の中で習慣化されているのでやめられない。	60代女	専業主婦	いつも飲んでいるから
60代男	その他	牛乳は免疫力アップに貢献しそうだから	60代女	専業主婦	牛乳が好きだから。骨を丈夫にするため。
60代男	その他	牛乳は栄養価も高く、価格は高く無いので減らそうとは考えない	60代女	専業主婦	牛乳は必要
60代男	その他	定期的に宅配してもらってる	60代女	専業主婦	食事だけはきちんととろうと思うので
60代男	その他	健康にいいものだと思う。	60代女	専業主婦	毎回、コーヒーに入れるので、毎日欠かさず必要です。
60代男	その他	牛乳が好きだから	60代女	専業主婦	健康のために
60代男	その他	栄養源ある飲料のため胃腸の調子を整えやすいと思うから	60代女	その他	牛乳は美味しい
60代女	ホワイトカラー	牛乳は手軽に飲めて栄養もあるから	60代女	その他	カルシウムを摂取するため
60代女	ホワイトカラー	バランスの取れた健康食品だと思っているから。	60代女	その他	身体にもよく栄養が摂れ、自分の好みの飲料だから
60代女	専業主婦	しあわせな気持ちになれるから	60代女	その他	絶対の食品
60代女	専業主婦	栄養があるから	60代女	その他	牛乳は必需品
60代女	専業主婦	やっぱり栄養補給になると思います	60代女	その他	飲みたいから
			60代女	その他	牛乳は 必要だと思うので

漠然と栄養・カルシウム・タンパク質・漠然と健康・免疫力
 好き・コーヒーのお供・情緒安定・習慣

< 上記の太っても減らそうと思わない理由に加えて >
 酪農家（牛乳産業）の支援・子供や家族の飲用・高額ではない

1 4. 過去の緊急調査からの時系列データ比較

今年1月の緊急事態宣言の再発令にともない、新型コロナに関する「不安・怖い」の意識は再び増加。

(※ ref → P128)

今年1月の緊急事態宣言の再発令にともない、「接触回避系」の具体的取組もそうだが、それ以上に「リスク低減系」の取組具合が昨年4月の(最初の)緊急事態宣言時に近くなっている。

(※ ref → P129)

いずれのタイミングにおいても「接触回避」意識は「リスク低減」意識よりも高くなっている。その一方で、昨年8月と今年1月の対処意識を比較すると「接触回避」意識がほぼ横ばいなのに対して「リスク低減」意識は確かに強まっている。

(※ ref → P130)

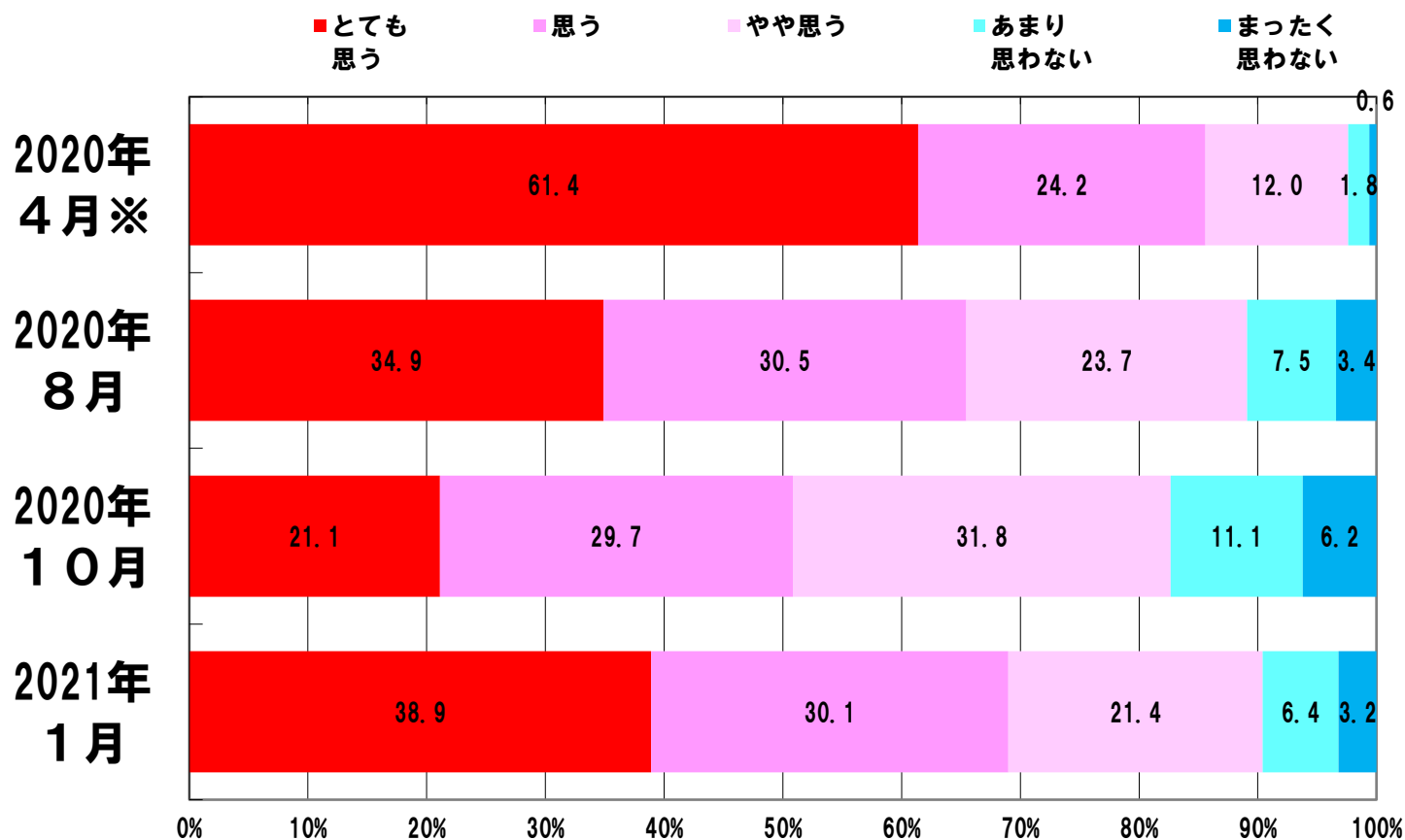
昨年の4月から減り続けていた「自宅での内食・中食」の増加者と「外食」の減少者が、緊急事態宣言の再発令にともない今年1月には増えた。

(「出前」の減少者は昨年の四月から引き続き、1月も減り続けている。) (※ ref → P131)

牛乳類の「購入回数」と「買物一回当たり購入量」は、いずれのタイミングにおいても増加が目立つ。ただし「購入回数」の増加者は昨年8月を頂点に、今年1月には減少し、「買物一回当たり購入量」の増加者は昨年4月からずっと減り続けている。

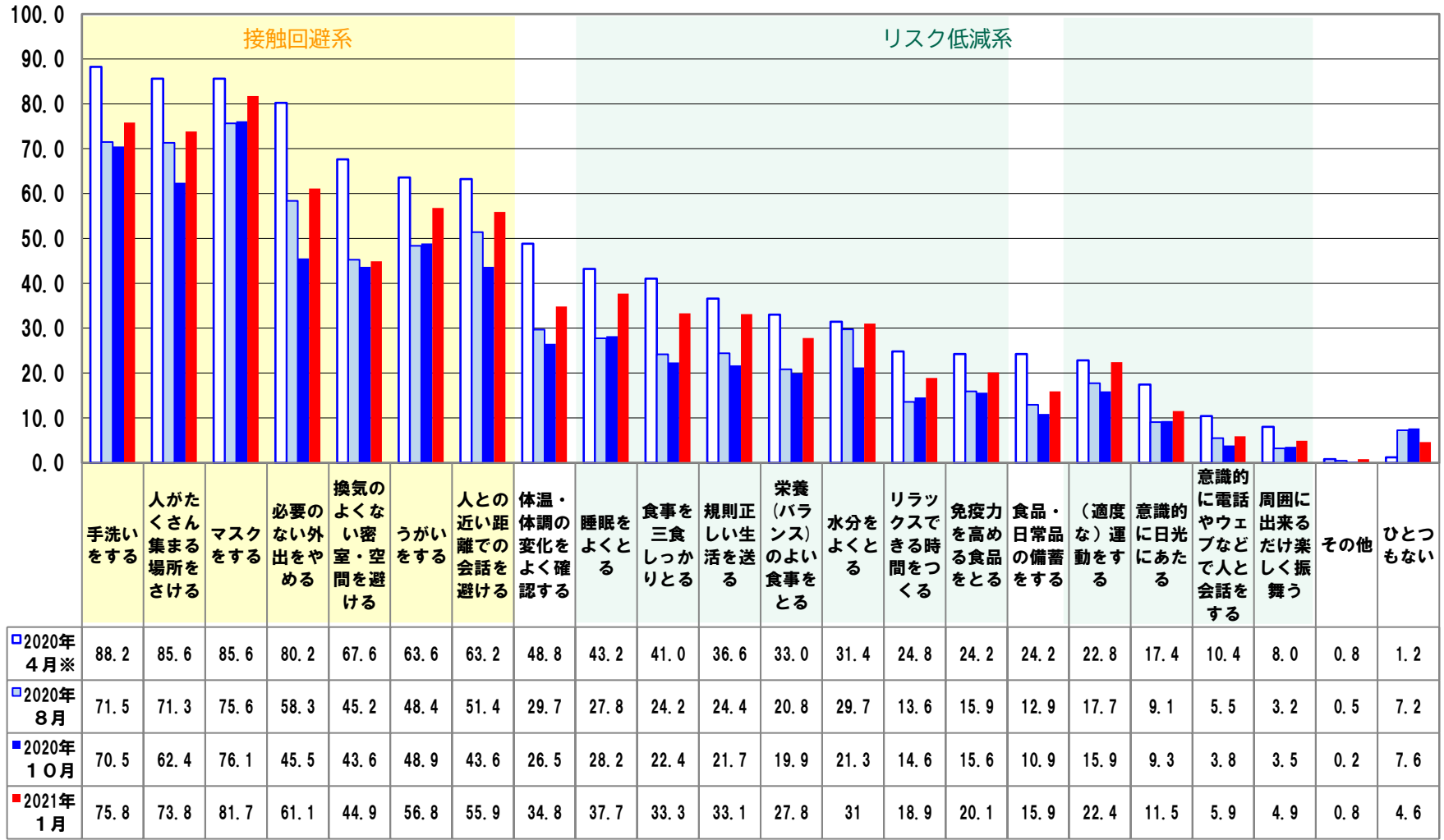
(※ ref → P133)

いま現在、あなたは「新型コロナウイルス／COVID-19」について、どれくらい「不安だ・怖い」と思いますか。



今年1月の緊急事態宣言の再発令にともない、
新型コロナに関する「不安・怖い」の意識は再び増加。

いま現在、「新型コロナウイルス／COVID-19」のことを意識して、あなたご自身やご家族が、実際に取り組んでいることをお知らせください。



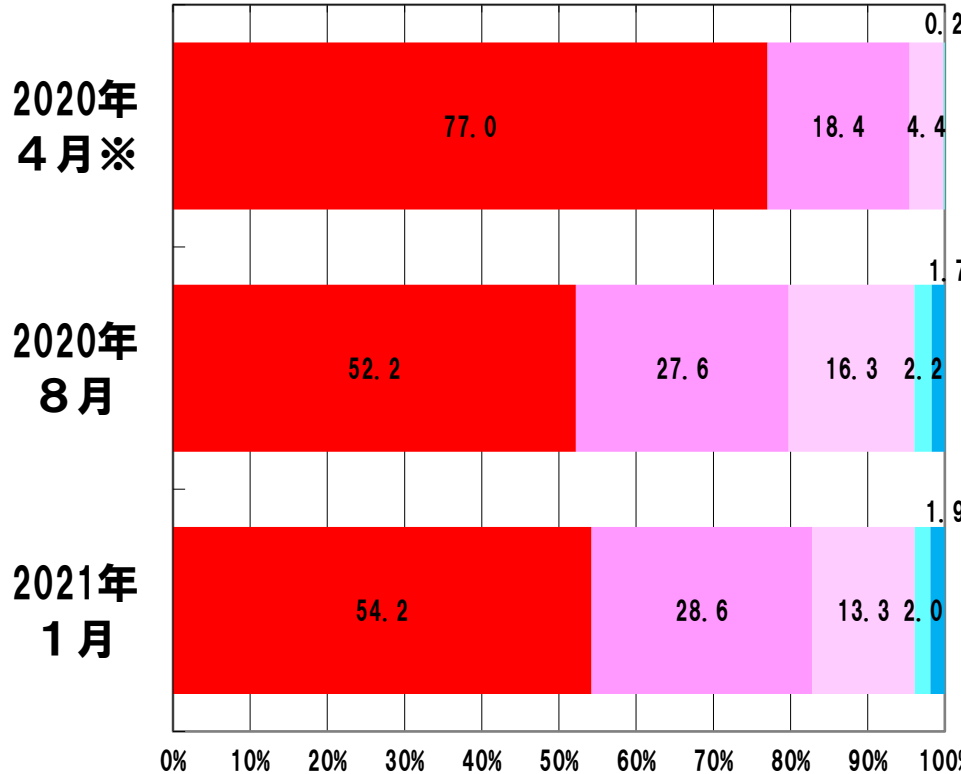
N=500/5000/10000/1000 ※は25-69才（他は15-69才）

今年1月の緊急事態宣言の再発令にともない、「接触回避系」の取組もそうだが、それ以上に「リスク低減系」の取組具合が昨年4月の（最初の）緊急事態宣言時に近くなっている。

接触回避

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、「新型コロナウイルス」との接触機会を無くす（出来るだけ少なくする）ことをどれくらい大切だと思いますか。

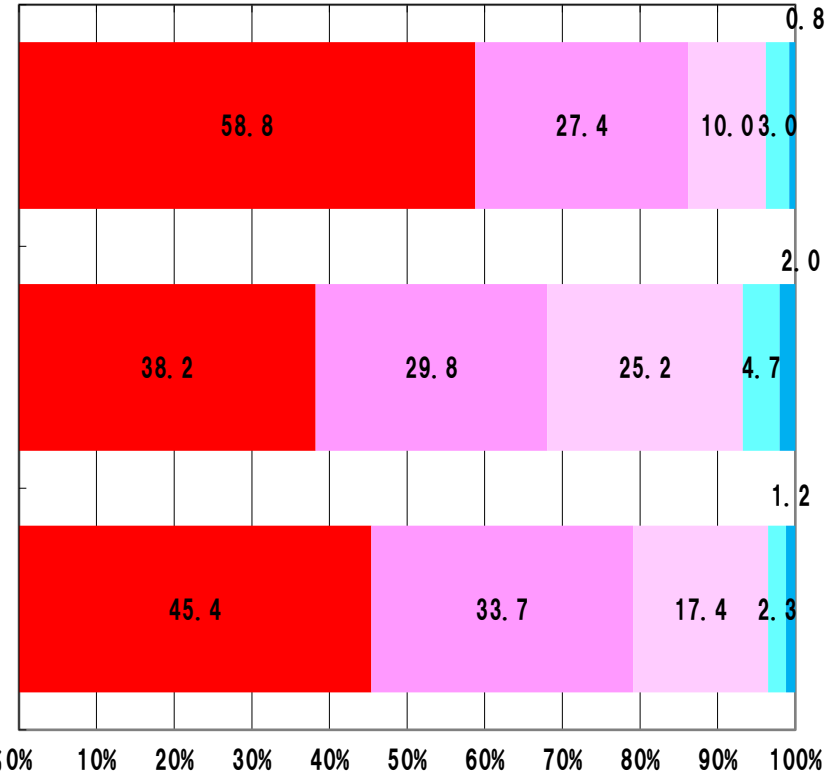
■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



リスク低減

あなたは「新型コロナウイルス／COVID(コビット)-19」から、自分や家族の健康を守るための取組として、カラダの基礎的な健康・体力・免疫力を高めることをどれくらい大切だと思いますか。

■とても思う ■思う ■やや思う ■あまり思わない ■まったく思わない



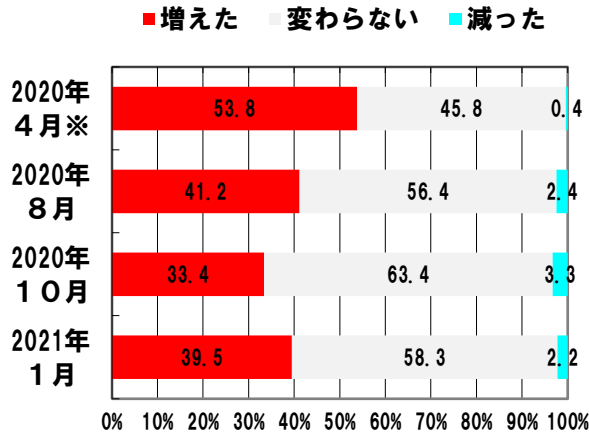
N=500/5000/1000 ※は25-69才（他は15-69才）

いずれのタイミングにおいても「接触回避」意識は「リスク低減」意識よりも高くなっている。

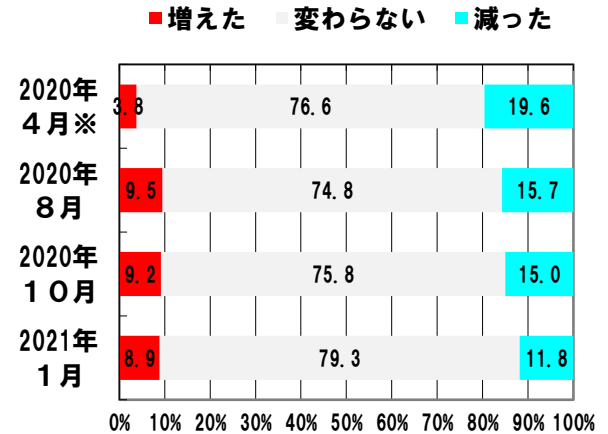
その一方で、昨年8月と今年1月の対処意識を比較すると、「接触回避」意識がほぼ横ばいなのに対して「リスク低減」意識は確かに強まっている。

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在のあなたやご家族が、下記にあげた4つのパターンで食事をする機会・回数は、増えたり減ったりしましたか。

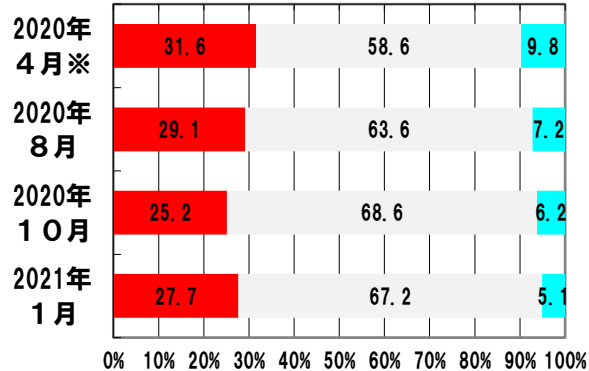
自宅での内食
 ※内食とは、自宅での朝ごはん昼ごはん晩ごはん、自宅で自分や家族が調理したものを食べることを指します。



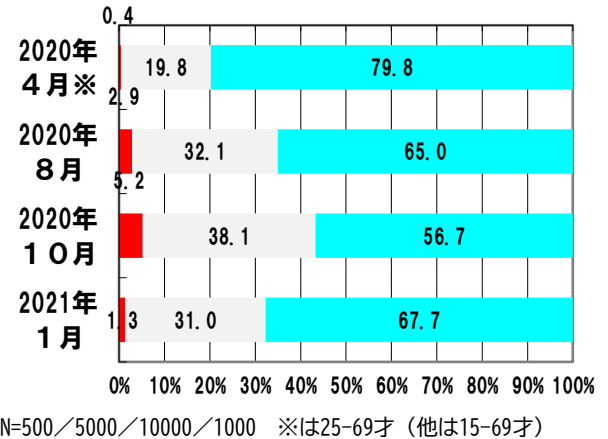
自宅での出前をとって



自宅での中食
 ※中食とは、自宅の外で購入したお惣菜やお弁当を自宅において食べる場合を指します。



外食
 (飲食店の利用など)



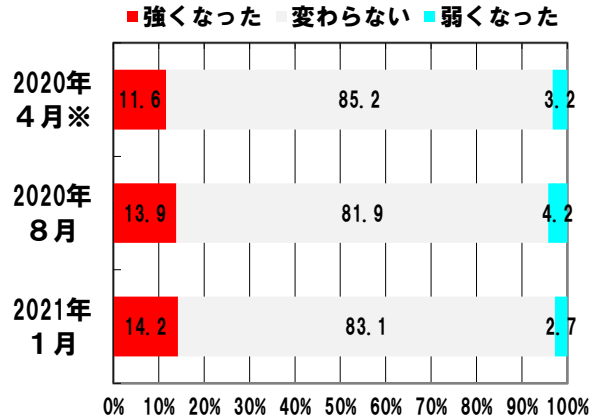
N=500/5000/10000/1000 ※は25-69才（他は15-69才）

昨年（2020年）の4月から減り続けていた「自宅での内食・中食」の増加者と「外食」の減少者が、緊急事態宣言の再発令にともない今年の1月には増えた。

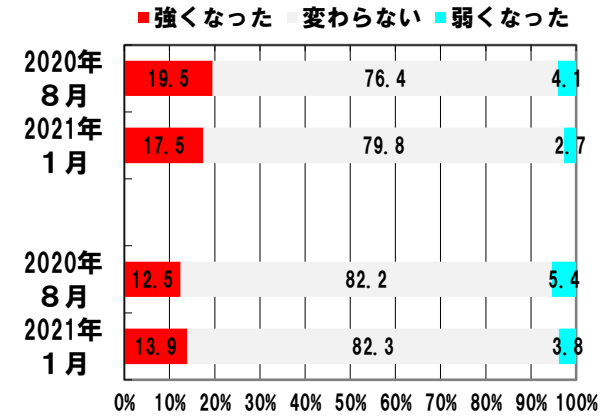
（「出前」の減少者は昨年（2020年）の4月から引き続き、1月も減り続けている。）

昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどのように変化しましたか。

牛乳

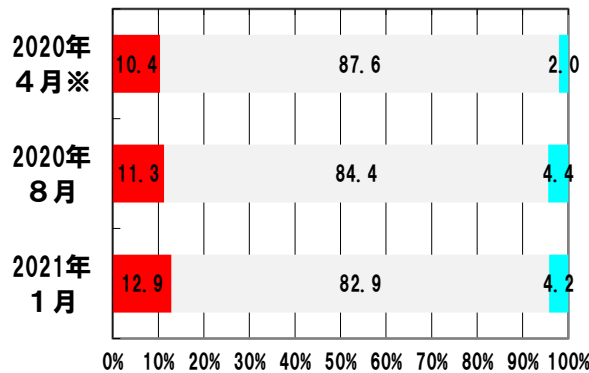


食べる
ヨーグルト

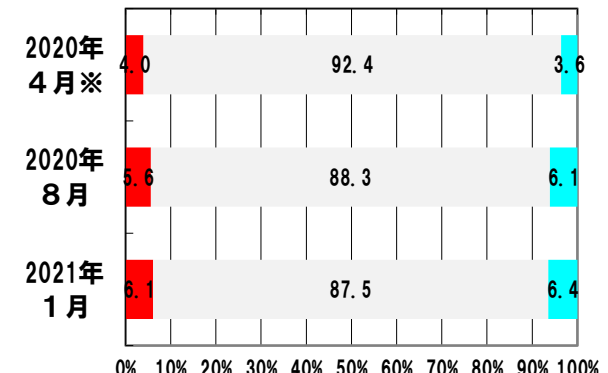


飲む
ヨーグルト

チーズ



バター



N=500/5000/1000 ※は25-69才（他は15-69才）

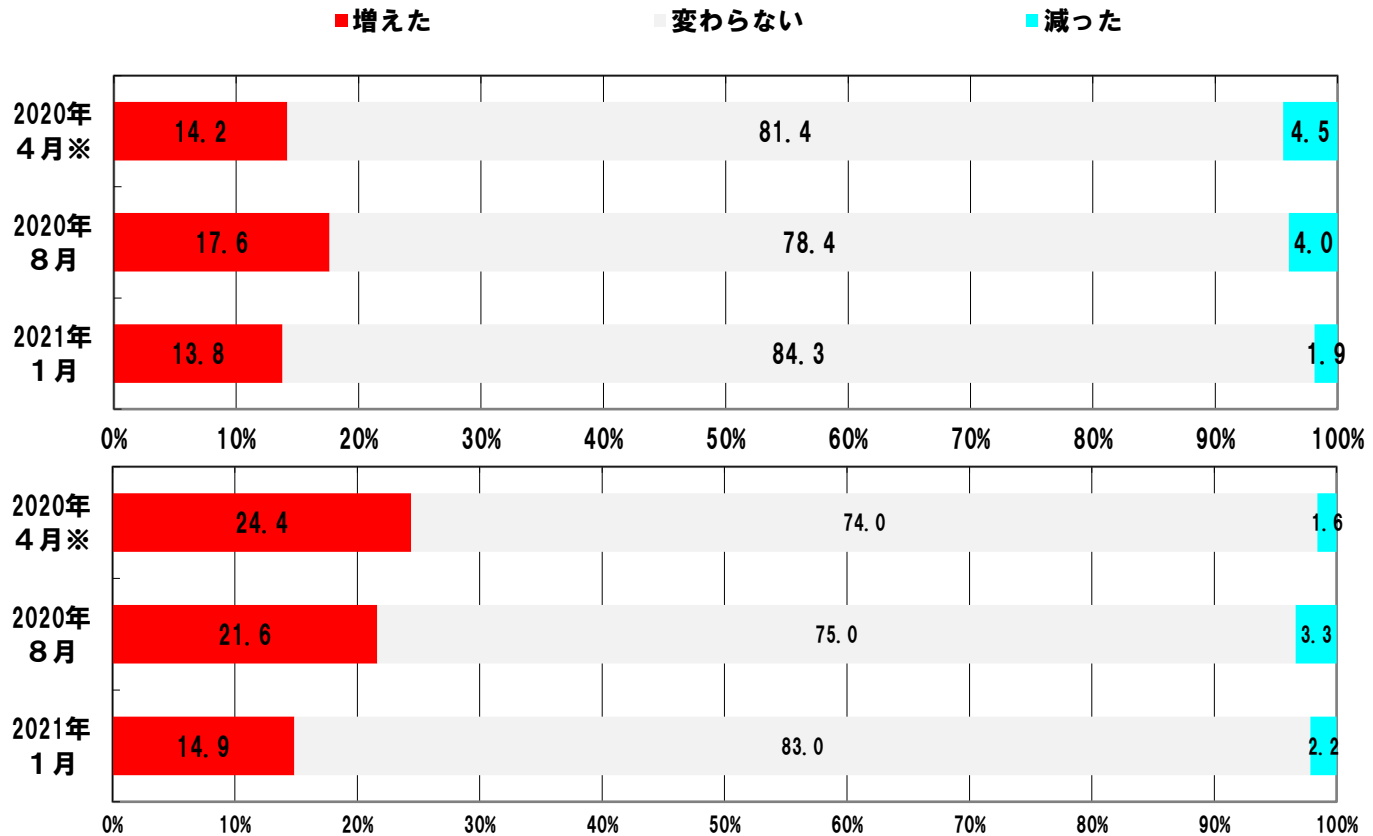
コロナ禍による、様々な牛乳・乳製品を、利用したいと思う気持ちの変化は、いずれのタイミングにおいても、バター以外は「強くなった」という人の方が多く、またその傾向はどのタイミングにおいても、ほとんど変わっていない。

昨年の4月より前(「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前)に比べて、いま現在、あなたが牛乳類(※)を購入する回数(頻度)と買物1回あたりに購入する量はどのように変化しましたか。

(※ ここにおける「牛乳類」は成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。)

牛乳類
の購入
回数

買物
1回あ
たりの
購入量



N= 500
5000
10000
1000
※は25-69才
(他は15-69才)

牛乳類の「購入回数」と「買物一回当たり購入量」は、
いずれのタイミングにおいても増加が目立つ。

ただし「購入回数」の増加者は昨年8月を頂点に、今年1月には減少し、
また「買物一回当たり購入量」の増加者は昨年4月からずっと減り続けている。

新型コロナによる牛乳類購入場所の変化（4月→8月推移）

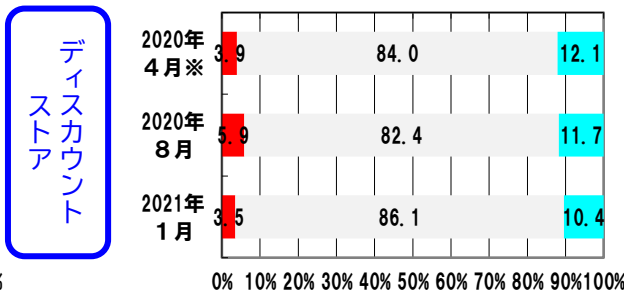
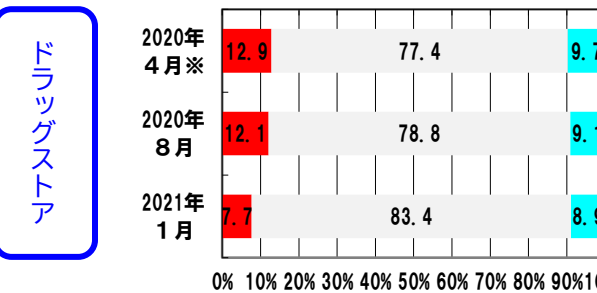
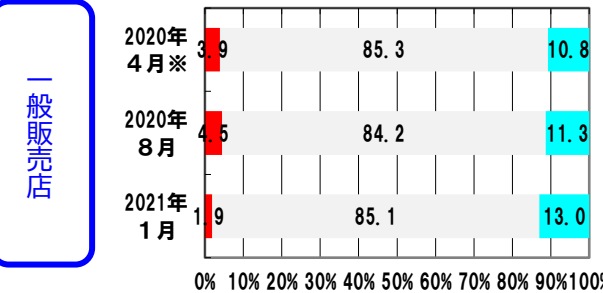
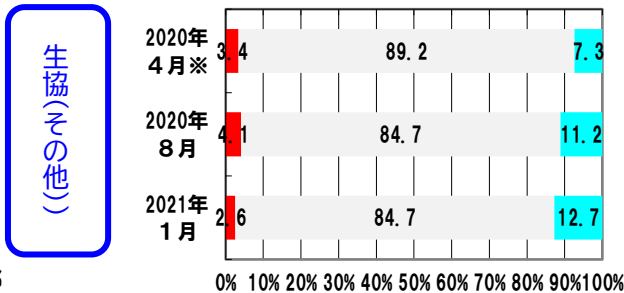
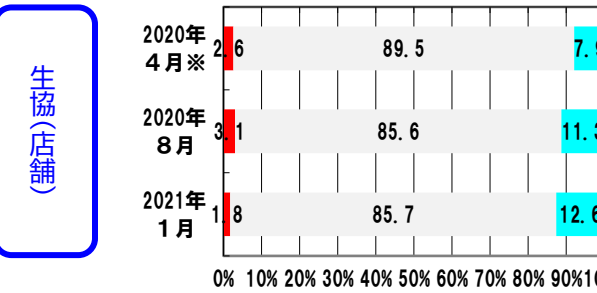
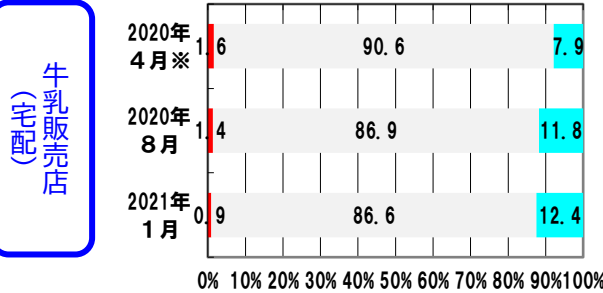
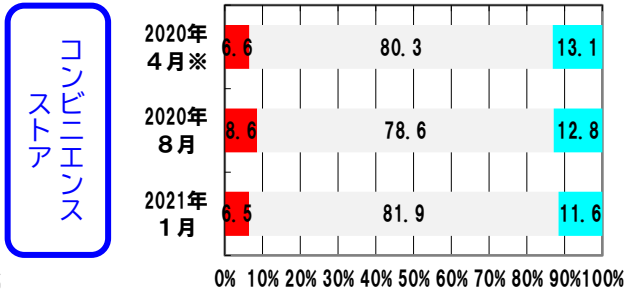
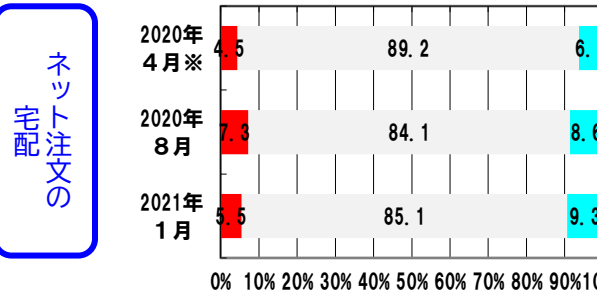
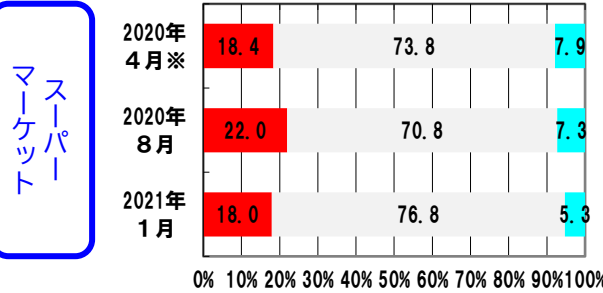
昨年（2020年）の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在、あなたが牛乳類（※）を購入する際に下記の場所（方法）を利用する頻度はどのように変化しましたか。

（※ ここにおける「牛乳類」は成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）

■増えた ■変わらない ■減った

■増えた ■変わらない ■減った

■増えた ■変わらない ■減った



N=500/5000/1000 ※は25-69才（他は15-69才）

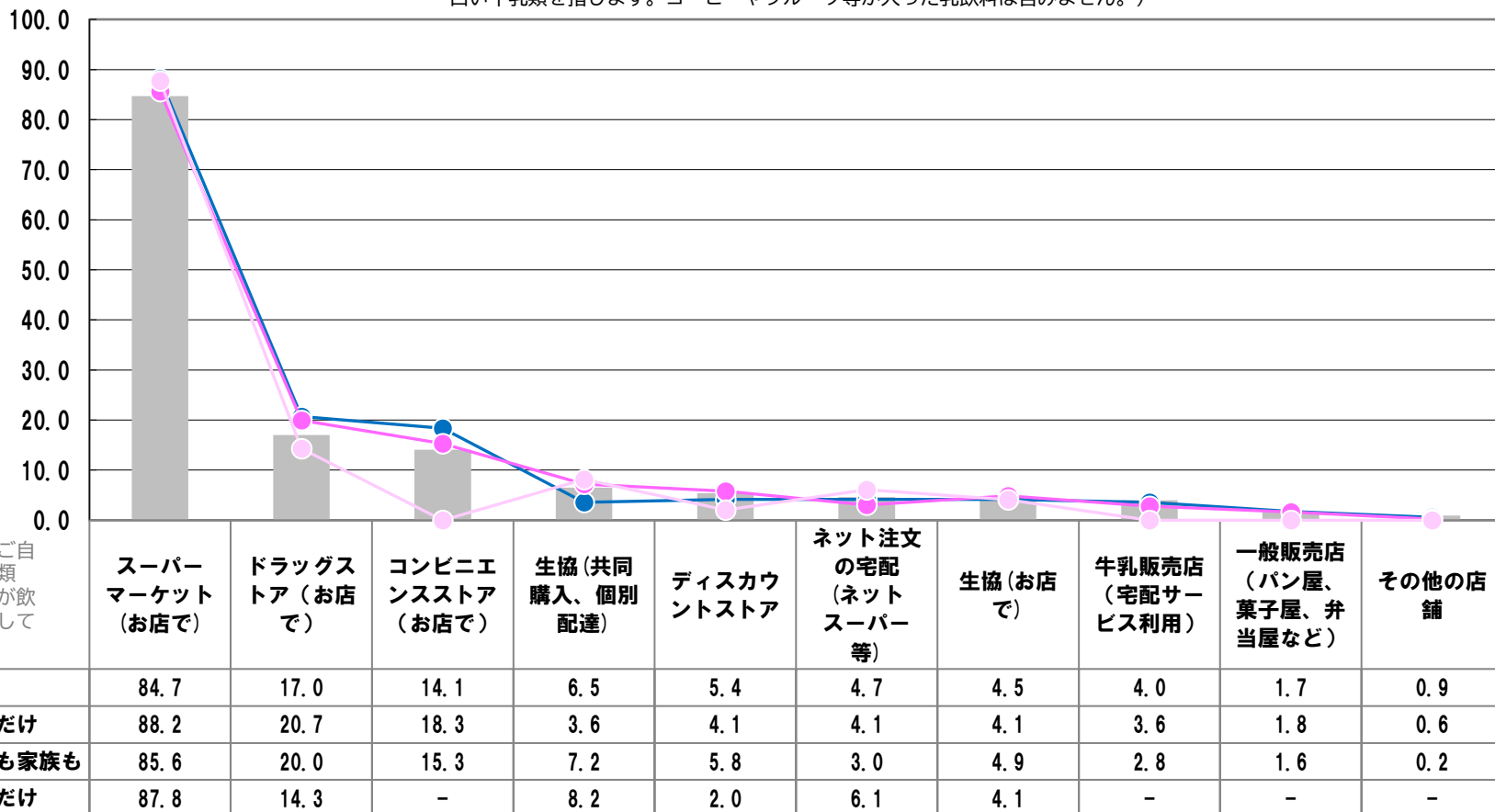
いずれのタイミングにおいても「スーパーマーケット」「ドラッグストア」は利用増加者が目立つものの、今年の1月のそれは昨年8月よりも少なくなった。

その一方で「コンビニ」と「ディスカウントストア」の利用減少者は微減傾向で、「生協（店舗+その他）」と「牛乳販売店」の利用減少者が微増傾向にある。

15. 購入後利用者タイプ別の深堀

あなたが牛乳類（※）を購入する際に、この一ヶ月で利用したことがある購入場所をお知らせください。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）



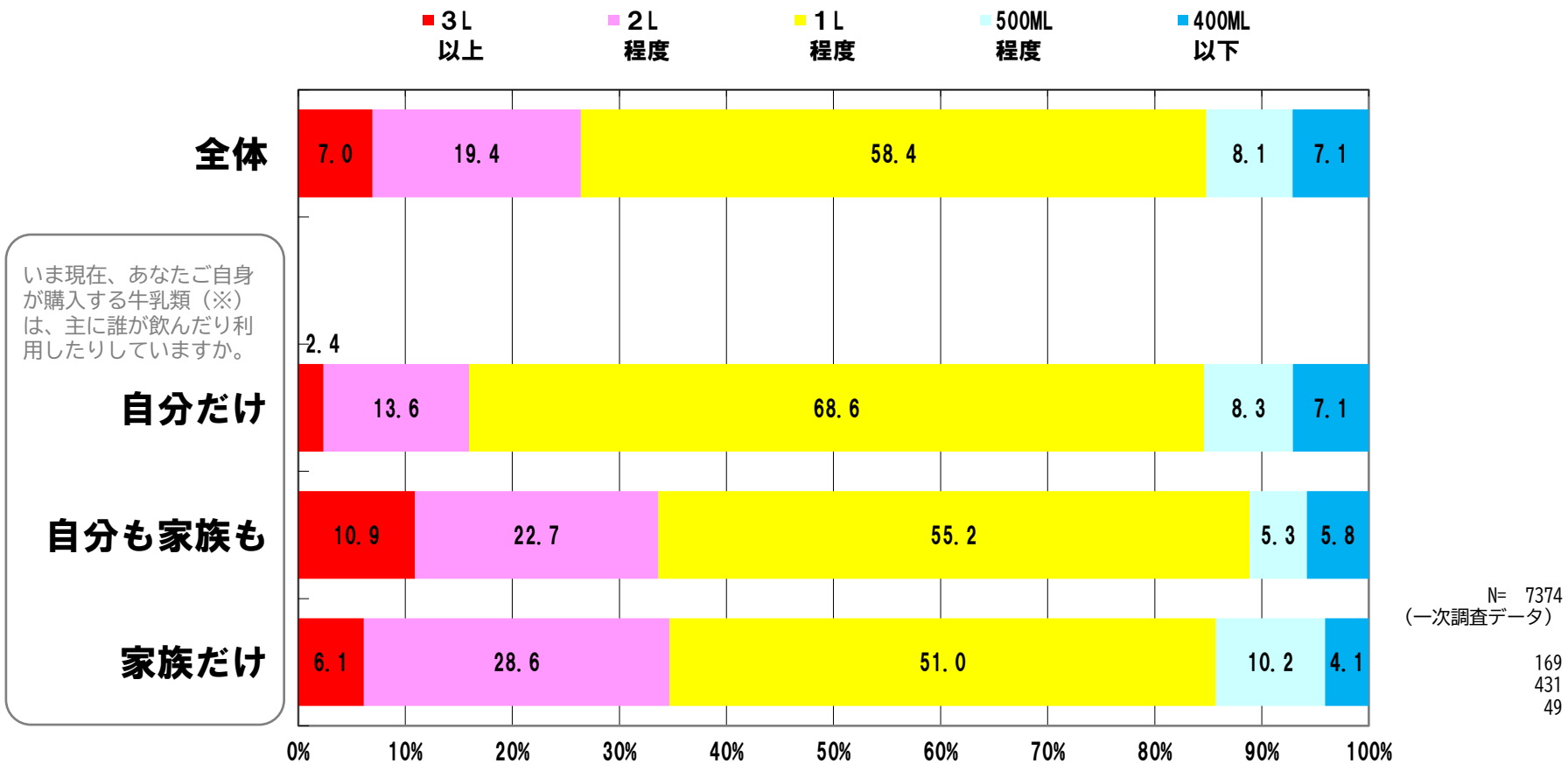
いま現在、あなたご自身が購入する牛乳類（※）は、主に誰が飲んだり利用したりしていますか。

N=7374（一次調査データ）/169/431/49

購入後利用者タイプ別に牛乳類の購入場所をみると、
タイプによってほとんど差はないが、
コンビニエンスストアは利用者が「自分でない」場合は利用がなくなる。

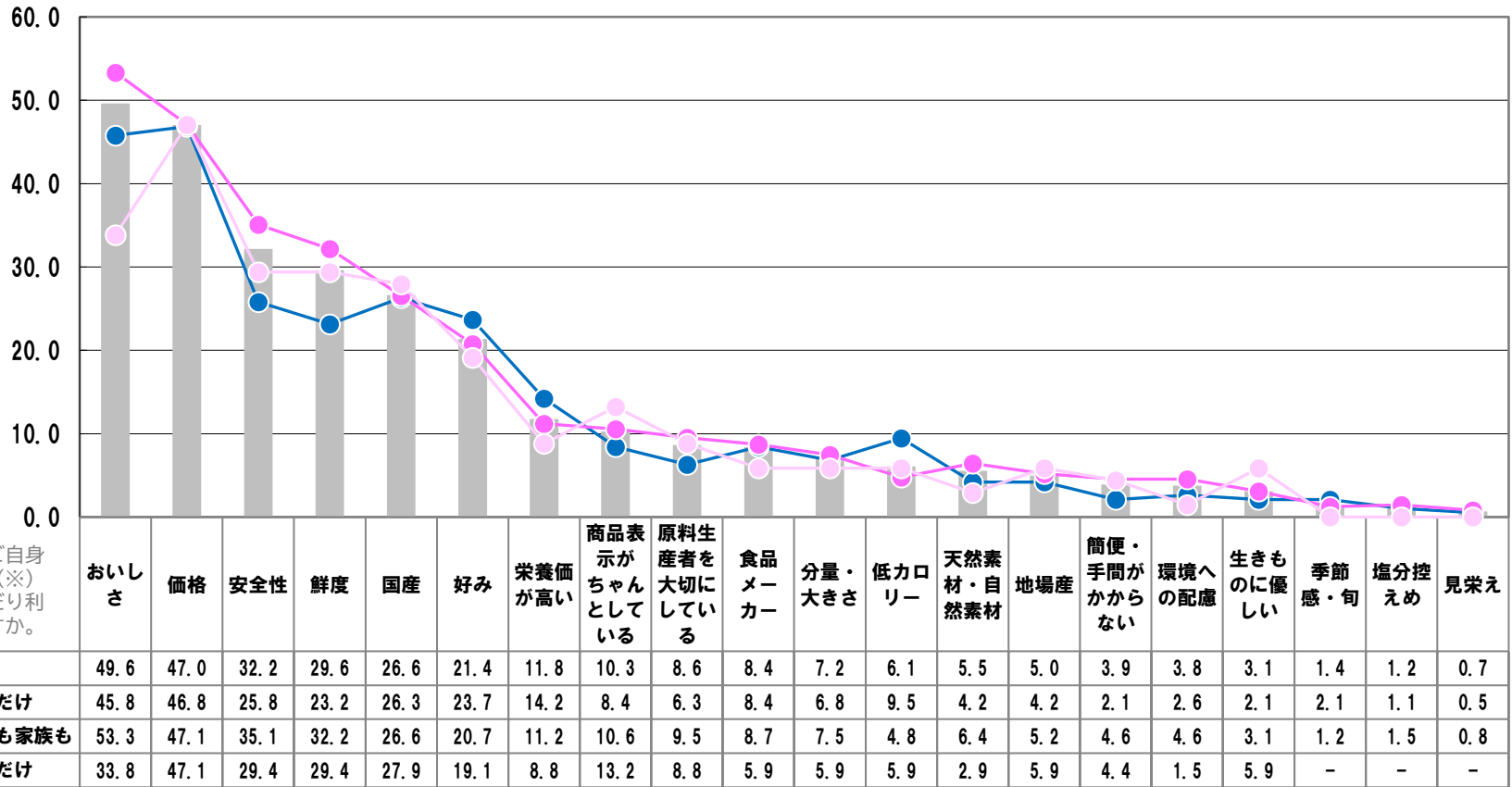
あなたが普段、牛乳類（※）を購入する際の、1回あたりの購入量（だいたいの平均）をお知らせください。

（※ ここにおける「牛乳類」は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白い牛乳類を指します。コーヒーやフルーツ等が入った乳飲料は含みません。）



購入後利用者タイプ別に牛乳類・買物1回あたり購入量をみると、
1リットル未満の割合はほとんど差がないが、
「自分だけ」の人は1リットルが7割と特徴的に多く、
利用者に「家族」が含まれると2リットル以上の割合が大きくなる。

「下記にあげた、いくつかの選択基準の中から、昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在のあなたが、牛乳を選ぶ際に大事だと思う気持ちが強まったものをお知らせください。



いま現在、あなたご自身が購入する牛乳類（※）は、主に誰が飲んだり利用したりしていますか。

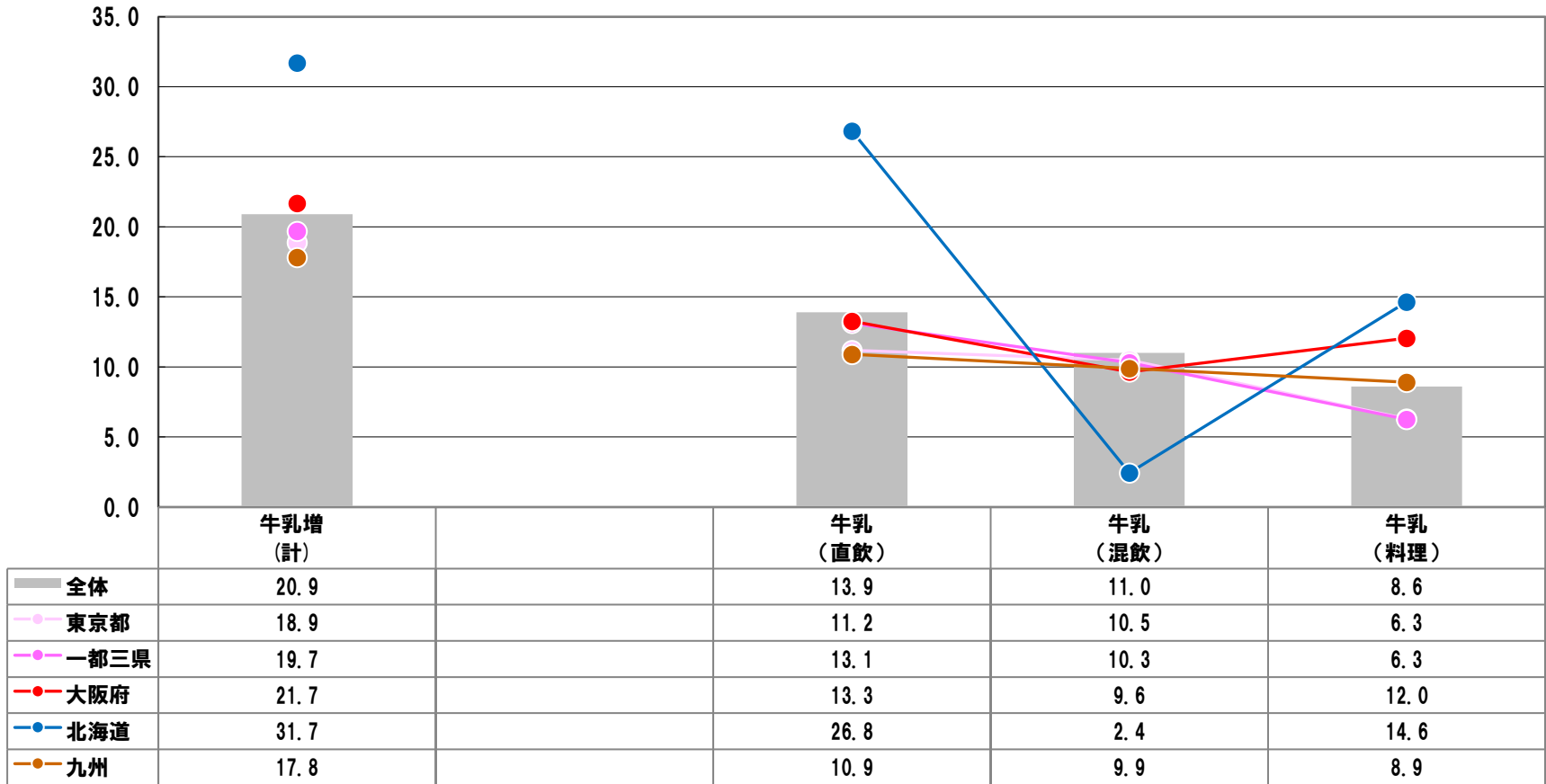
N=740/190/482/68

新型コロナ禍前に比べて、より大事だと思うようになった牛乳の選択基準を購入後利用者タイプ別にみると、

「おいしさ」は、「自分も家族も」の人で最も高く「家族だけ」の人で最も低い。
 「安全性／鮮度」は、「自分も家族も」の人で最も高く「自分だけ」の人で最も低い。
 また「自分だけ」の人は「低カロリー」がやや高め。

16. 地域（在住者）別の深掘

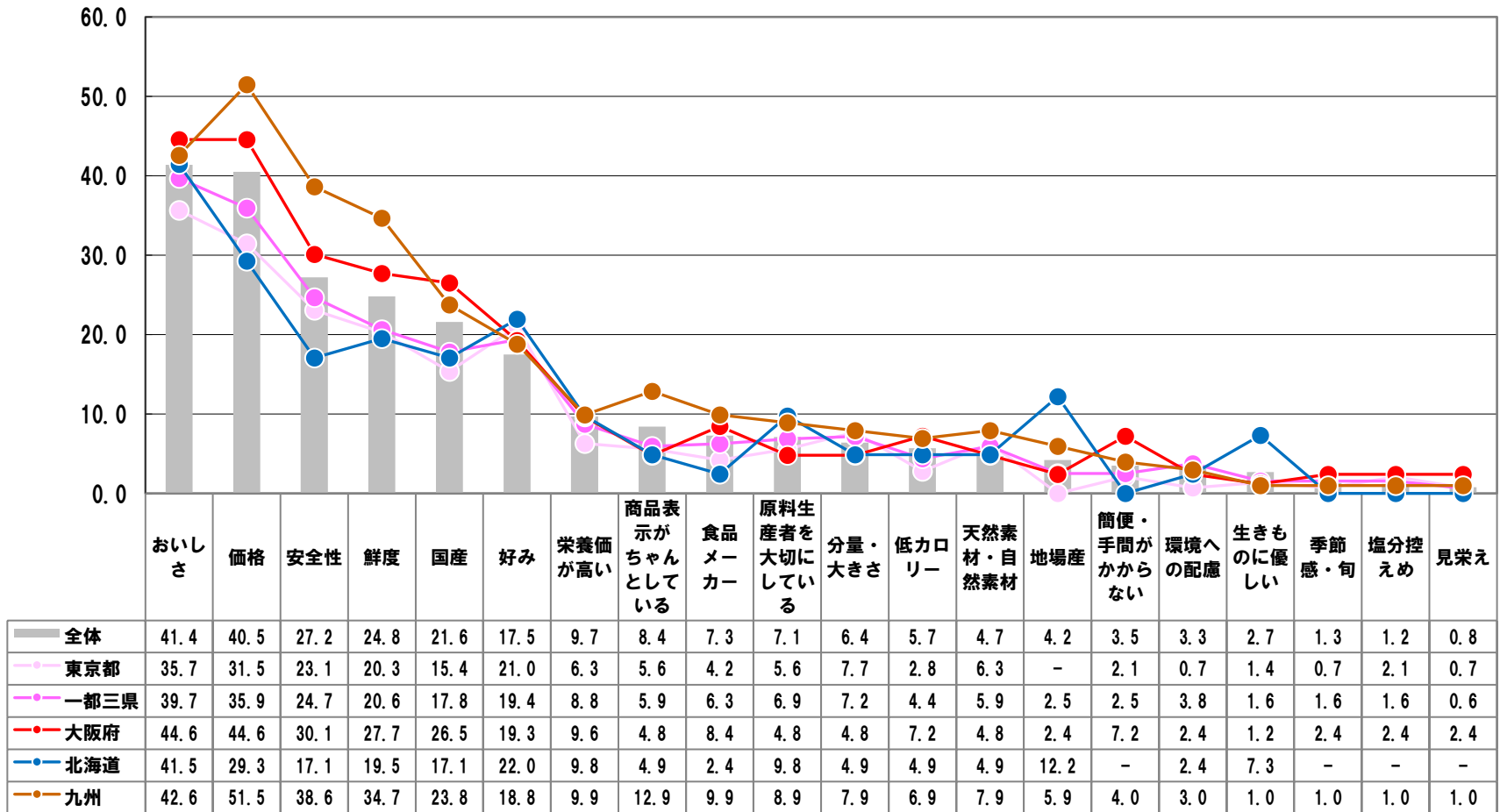
昨年4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、
いま現在、あなたご自身が牛乳・乳製品を利用する機会はどのように変化しましたか。



N=1000/143/320/83/41/101

新型コロナ禍前に比べた、現在の牛乳利用増加を地域別にみると、
北海道在住者は牛乳の利用増加が際立っており、
その利用増加は直飲と料理による。

「下記にあげた、いくつかの選択基準の中から、昨年の4月より前（「新型コロナウイルス」に関して最初の緊急事態宣言が出る以前）に比べて、いま現在のあなたが、牛乳を選ぶ際に大事だと思う気持ちが強まったものをお知らせください。



N=1000/143/320/83/41/101

新型コロナ禍前に比べて、より大事だと思うようになった
牛乳の選択基準を地域別にみると、

「価格／安全性／鮮度／国産」は、「九州／大阪」の在住者で高くなっている。

新型コロナ禍前に比べて、牛乳の利用増加が目立つ北海道在住者は
上記4つについては低めだが、「地場産／生きものに優しい」が特徴的に高め。

- コロナ禍後の牛乳・乳製品の利用増加においては、直接の飲用・喫食だけでなく、料理の材料としての利用も進んでいる。特に、若い女性においてはお菓子やパン作りでの牛乳・乳製品利用が進んでいる。
- 牛乳類の買物については、購入場所としてのスーパーマーケット集中はかわらず、また昨年4月時に増加が目立った一回当たりの購入量は落ち着いてきている。
- コロナ禍後の牛乳・乳製品の利用増加には、「接触回避」よりも「リスク低減」が強く関与している。また今年1月の緊急事態宣言の再発令に際しては、「接触回避」意識はさほど高まらず、「リスク低減」の方が高まりを見せており、牛乳・乳製品の利用促進を後押ししていると考えられる。

【本調査に関するお問い合わせ先】

一般社団法人 Jミルク 学術調査グループ

東京都千代田区神田駿河台2-1-20 お茶の水ユニオンビル5階

TEL 03-5577-7494



一般社団法人 Jミルク
Japan Dairy Association (J-milk)