

2021年8月26日
一般社団法人 Jミルク

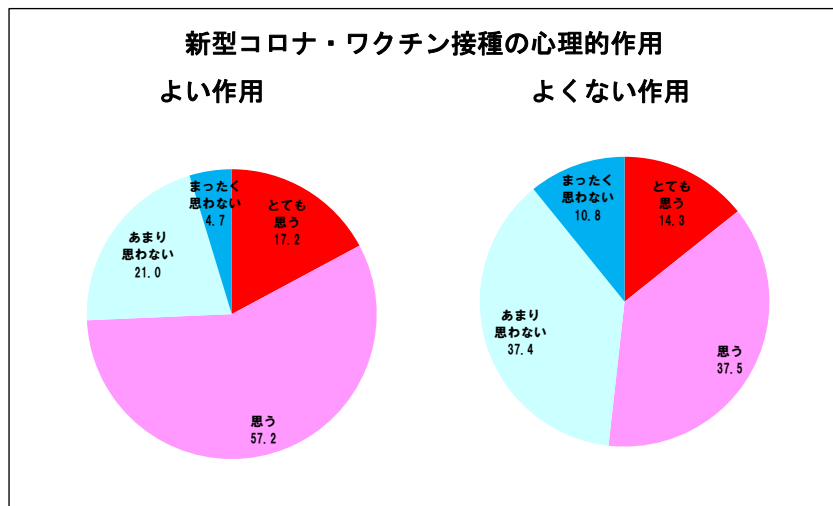
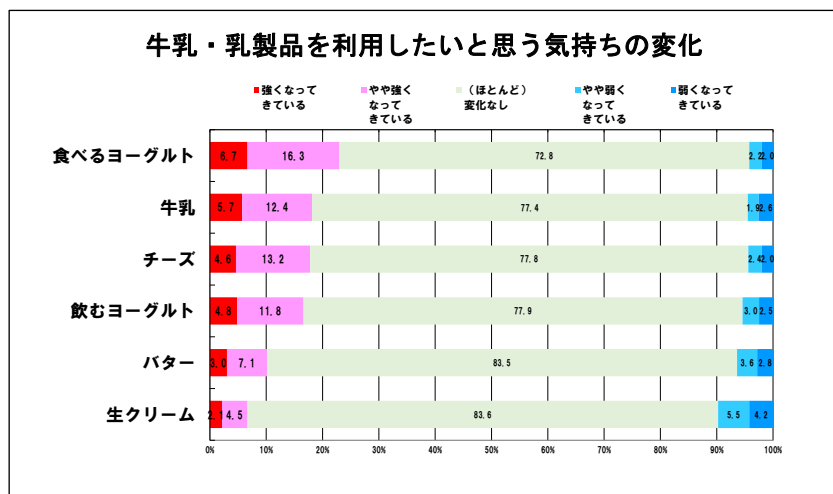
麺、ヨーグルト、ご飯・米料理などの利用増 コロナの影響に関し食生活動向調査を実施

Jミルクは本日、「新型コロナウイルス（COVID-19）の影響に関する食生活動向緊急調査～ワクチン接種と牛乳乳製品消費との関係を探る」の結果をホームページで公表しました。ワクチン接種の進捗（しんちょく）によって、牛乳・乳製品の消費動向がどんな方向に向かうのかを探ろうと、7月に実施したものです。2020年4月から継続的に実施してきた食生活動向調査結果との比較も行っています。

新型コロナウイルス感染拡大より前の頃（2020年4月より前）に比べて、家族も含めて食べたり飲んだりする機会が増えたもの（複数回答）の上位3位は、麺類（21.3%）、ヨーグルト類（20.8%）、ご飯・米料理（19.0%）でした。

また、「現在、牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちは、どのように変化しているか」の設問には、例えば食べるヨーグルトについては「強くなってきている」が6.7%、「やや強くなってきている」が16.3%、「（ほとんど）変化なし」が72.8%、「やや弱くなってきている」が2.2%、「弱くなってきている」が2.0%などとなりました。新型コロナウイルス感染拡大より前と比較した場合、実際の利用増加率が高い順に利用意向の強まりがみられます。

ワクチンに関しては、接種の心理的作用につい



でも尋ねました。ワクチン接種をすることで、「よい作用」として、新型コロナウイルスにまつわる危険や不安や恐怖が、どれくらい減少する／和らぐと思うか、との設問では、「とても思う」が17.2%、「思う」が57.2%、「あまり思わない」が21.0%、「まったく思わない」が4.7%でした。一方、ワクチン接種をすることについて、「よくない作用」として、どれくらい「不安・怖い」と思うか、との設問には、「とても思う」が14.3%、「思う」が37.5%、「あまり思わない」が37.4%、「まったく思わない」が10.8%でした。

調査の概要は下記の通りです。

記

▽調査手法 : インターネット調査

▽調査日 : 2021年7月9～11日

▽調査対象者 : 15歳から60代の男女 (+70代の男女)

▽サンプル数 : 5,000ss (+413ss)

▽調査内容

1. 新型コロナによって利用が増えた食品
2. 新型コロナの影響による牛乳・乳製品利用増加の深掘り
3. 新型コロナによって牛乳の利用が増加した人の属性
4. 新型コロナに対する「不安・怖い」の意識
5. 新型コロナに対する「不安・怖い」の意識の変化
6. 新型コロナに関する対処の意識 (2タイプ: 接触回避、リスク低減)
7. 新型コロナに対する具体的な取組
8. 新型コロナによる食事形態の変化
9. 新型コロナによる牛乳類購入に関する変化
10. 牛乳増加解消者について
11. 酪農家への共感意識
12. 新型コロナウイルス・ワクチン接種について

※詳細はホームページに掲載しています。

<https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb40000007k6k.html>

以上

【本件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 伊藤

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

電話 : 03-5577-7494