

令和3年度  
コロナ感染症下の食肉消費動向等分析事業  
消費者WEB調査報告書

令和4年3月  
公益財団法人 日本食肉消費総合センター



## はしがき

新型コロナウイルス感染症が流行する中で、いわゆる「三密対策」の徹底、テレワークの推進要請や飲食店における営業時間の短縮などを求めた緊急事態宣言などが発令されました。

こうした中で、消費者の生活行動、消費形態にも大きな変化が生じ、飲食店での食事機会を減らし、家庭内で食事をする頻度を増加させるとともにテークアウトやデリバリー（宅配）利用など買物行動にも変化が生じました。

このような変化は、食肉関連事業者の売上げ動向、商品別の販売状況に影響し、特に飲食店への販売割合の高い事業者ほど売上高の減少割合が大きく、経営に大きなダメージを受けた事業者も少なくありません。

今年度、公益財団法人日本食肉消費総合センターは、JRA(日本中央競馬会)からの助成を得て「コロナ感染症下の食肉消費動向等分析事業」を実施しました。コロナ感染症下での食肉の流通・消費動向の変化を把握・分析し、その結果を食肉関連事業者等に提供することにより、食肉関連事業者の経営環境の変化に対応した経営展開に役立てて頂くことが本事業の目的です。

この事業の一環として、株式会社マクロミルに委託して消費者WEB調査を実施することとし、2021年9月7日～9日にかけて、20歳以上の男女（食肉の購入を担当することがあり、家庭での食肉購入頻度が1週間に1回以上である者が調査対象者）6,192名からWEB画面上で回答を求め、これを集計・分析しました。

本調査におきましては、コロナ感染症の流行が長期化していることから、その間での消費者意識・行動の変化を的確に把握できるよう、①流行前（2020年2月）、②調査時点から1年前（2020年9月）及び③現在（2021年9月）を比較対象時点として、回答者のサービス利用や商品購買に関する意識及び行動の変化を把握するための質問を行いました。加えて、コロナ感染症収束後の「家庭での調理頻度」、「外食サービスの利用頻度」、「調理済み食品の購入頻度」などに関する消費者意識を把握するための質問を設け、食肉関連事業者が、今後の経営展開の方向性を探る上での参考となる情報が得られるように努めました。

最後になりますが、本調査の実施に当たり貴重なご助言を頂いた調査分析委員会の委員の皆様、ご後援を頂いた日本中央競馬会の関係各位に厚く御礼を申し上げます。

令和4年3月

公益財団法人 日本食肉消費総合センター  
理事長 田家 邦明



## 調査分析委員会名簿

伊藤匡美	亜細亜大学経営学部教授
折笠俊輔	公益財団法人流通経済研究所主席研究員
高橋龍彦	全国農業協同組合連合会畜産総合対策部部长
旦有孝	事業協同組合全国焼肉協会専務理事
布川勝一	一般社団法人日本食肉協会会長
益森信治	全国食肉業務用卸協同組合連合会事務局長
宮島成郎 (座長)	日本ハム・ソーセイジ工業協同組合専務理事

(敬称 略)





# コロナ感染症下の食肉消費動向等分析事業に係る 消費者WEB調査 結果報告書

## 目次

- ◆ 調査概要 P3
- ◆ 回答者プロフィール P4
- ◆ 調査結果の要約 P13
- ◆ 調査結果の詳細 P29
- ◆ 調査票 P86

報告書内の記述について

※n=30未満は参考値として記載



## 調査概要

- ◆ 調査目的 : 新型コロナウイルスの影響により食肉の購入・喫食実態が変化したことを調査し、今後の食肉販売に関する基礎資料とする。
- ◆ 調査対象 : マクロミルモニタ 20歳以上の男女  
食肉の購入を担当することがあり、家庭での食肉購入頻度が1週間に1回以上
- ◆ 調査地域 : 全国
- ◆ 調査方法 : インターネットリサーチ
- ◆ 調査時期 : 2021年9月7日（火）～ 9月9日（木）
- ◆ 有効回答数 : 6,192サンプル  
年代×性別×エリア別で均等割付し、人口動態に合わせてウェイトバック集計を実施  
・年代：20代・30代・40代・50代・60代・70代以上  
・エリア別：北海道・東北・関東・中部・近畿・中国・四国・九州沖縄  
※ウェイトバック集計…回収されたサンプル（標本）を母集団に合わせて集計する方法

プロフィール

## 性別

## 年代別



※2%未満のスコアは非表示

### 都道府県別の分類（11都道府県、22県、14県）について

2020年4月～2021年9月における「緊急事態宣言対象区域」、「まん延防止等重点措置区域」の適用状況（適用期間）を総合的に勘案して、3つに区分

- 第1 11都道府県（感染状況が厳しい地域）  
北海道 埼玉 千葉 東京 神奈川 愛知 京都 大阪 兵庫 福岡 沖縄
- 第2 22県（中間地域）  
宮城 福島 栃木 群馬 茨城 山梨 静岡 岐阜 三重 富山 石川 滋賀  
岡山 広島 香川 愛媛 高知 佐賀 長崎 熊本 宮崎 鹿児島
- 第3 14県（感染状況が緩い地域）  
青森 岩手 秋田 山形 新潟 長野 福井 奈良 和歌山 鳥取 島根 山口 徳島 大分

## 居住エリア

- 北海道
- 東北地方
- 関東地方
- 中部地方
- 近畿地方
- 中国地方
- 四国地方
- 九州地方

性別	年代	居住エリア (%)							
		北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
全体		33.2	17.9	16.6	5.9	3.2	11.4		
男性	20代	37.7	17.6	16.6	5.3	4.1	10.4		
男性	30代	37.3	17.7	15.8	5.4	2.7	10.7		
男性	40代	37.6	18.1	16.6	5.3	2.6	9.7		
男性	50代	34.6	18.4	15.3	5.2	9.1	11.3		
男性	60代	32.0	17.6	16.6	6.2	3.4	11.8		
男性	70代以上	31.8	18.6	16.8	6.3	3.4	11.1		
女性	20代	36.2	17.5	16.8	5.2	6.1	11.3		
女性	30代	36.2	17.9	15.7	5.2	7.1	11.4		
女性	40代	36.1	18.1	16.9	5.4	2.8	10.4		
女性	50代	32.8	17.4	16.8	5.7	3.1	12.0		
女性	60代	31.4	17.4	17.2	6.1	3.4	11.9		
女性	70代以上	29.7	18.0	16.7	6.6	3.6	12.2		
都	11都道府県	48.8	11.5	22.7	9.8				
道	22県	14.3	27.6	3.4	15.6	9.9	17.0		
府	14県	29.8	29.4	14.6	15.0	4.3	36.8		
世帯	200万円未満	5.1	17.9	28.6	16.4	18.2	5.3	3.1	14.2
帯	200~400万円未満	5.7	8.7	28.2	17.7	16.3	6.6	3.6	13.1
年	400~600万円未満	4.3	7.5	32.9	17.8	16.8	6.3	3.3	11.0
収	600~800万円未満	3.9	6.7	34.5	18.6	17.0	6.1	2.6	10.7
別	800~1000万円未満	3.7	5.9	40.0	19.0	14.8	5.4	2.4	8.7
	1000~1200万円未満	4.9	4.2	47.2	17.5	15.6	4.0	7.6	
	1200~1500万円未満	4.1	4.7	47.9	18.0	13.4	6.3	5.9	
	1500~2000万円未満	6.7	5.1	51.7	10.7	17.7	4.0	6.3	
	2000万円以上	3.7	12.0	41.1	14.4	10.7	3.8	13.4	
	わからない・答えたくない	4.8	7.6	33.2	18.0	15.3	6.1	4.1	10.6

※2%未満のスコアは非表示

## 世帯年収

- 200万円未満
- 200~400万円未満
- 400~600万円未満
- 600~800万円未満
- 800~1000万円未満
- 1000~1200万円未満
- 1200~1500万円未満
- 1500~2000万円未満
- 2000万円以上
- わからない
- 無回答

性別	年代	世帯年収 (%)									
		200万円未満	200~400万円未満	400~600万円未満	600~800万円未満	800~1000万円未満	1000~1200万円未満	1200~1500万円未満	1500~2000万円未満	2000万円以上	無回答
全体		8.7	24.6	19.8	11.9	7.3	3.6	2.1	11.5	8.7	
男性	20代	9.5	22.1	17.1	11.8	6.8	4.2	1.9	14.9	10.2	
男性	30代	4.6	14.8	24.6	18.2	9.3	4.8	2.3	8.9	10.4	
男性	40代	4.6	14.6	23.2	17.8	12.4	7.0	3.2	7.9	7.9	
男性	50代	6.5	13.7	19.0	16.2	14.7	7.3	4.9	7.8	6.5	
男性	60代	11.6	23.2	19.2	13.7	8.3	3.8	3.3	8.8	5.0	
男性	70代以上	7.3	39.2	23.6	8.9	4.9	7.6	3.4			
女性	20代	6.5	20.2	15.1	9.1	4.7	2.8	1.6	24.4		
女性	30代	4.8	16.9	21.0	14.1	5.3	3.3	1.1	20.3		
女性	40代	5.4	16.2	17.6	15.1	8.3	3.3	1.4	16.9		
女性	50代	7.1	17.4	17.1	12.5	7.4	3.6	2.4	16.4	14.0	
女性	60代	11.6	26.0	19.5	9.3	5.2	3.3	1.3	4.4	8.7	
女性	70代以上	13.1	34.7	18.0	7.2	4.3	1.3	1.8	4.4		
都	11都道府県	8.5	23.3	19.5	12.4	7.8	4.1	1.2	8.8		
道	22県	9.0	25.9	20.6	11.0	6.6	2.9	1.2	8.4		
府	14県	8.9	28.2	19.5	11.8	6.0	2.6	1.5	9.0		

※2%未満のスコアは非表示

## 同居人数

n=30以上の場合

[比率の差]  
 ■ 全体+10歳\* 以下  
 ■ 全体+5歳\* 以下  
 ■ 全体-5歳\* 以下  
 ■ 全体-10歳\* 以下

■ 1人 (あなたのみ)  
 ■ 2人  
 ■ 3人  
 ■ 4人  
 ■ 5人  
 ■ 6人  
 ■ 7人以上

性年代	WB前 n =	WB後 n =					100% ・計		
		0%	20%	40%	60%	80%			
全体	(20,000)	(1,045,800)	17.4	40.6	22.9	13.2	4.1	42.0	
男性20代	(1,215)	(30,246)	31.6	16.5	21.6	20.5	6.9	2.1	51.9
男性30代	(1,520)	(53,098)	19.4	16.6	27.8	25.0	7.7	2.3	64.0
男性40代	(1,786)	(80,513)	18.0	19.6	25.5	25.6	8.2	2.2	62.4
男性50代	(1,483)	(80,714)	20.4	27.4	25.8	18.3	5.4	5.4	52.1
男性60代	(1,700)	(108,454)	18.3	45.5	23.2	9.6	2.4	2.4	36.2
男性70代以上	(1,894)	(139,366)	12.8	60.8	19.3	3.9	3.9	3.9	26.4
女性20代	(1,171)	(29,749)	20.9	27.3	27.6	15.4	6.6	6.6	51.8
女性30代	(1,488)	(51,051)	13.5	20.6	28.8	27.1	7.1	7.1	65.8
女性40代	(1,758)	(78,544)	11.4	23.5	29.7	25.4	7.6	7.6	65.1
女性50代	(1,496)	(80,901)	14.6	37.7	27.5	14.7	4.2	4.2	47.7
女性60代	(1,791)	(114,061)	16.4	52.5	21.2	6.6	6.6	6.6	31.1
女性70代以上	(2,698)	(199,103)	20.3	56.0	15.9	4.7	4.7	4.7	23.7
11都道府県	(12,365)	(642,788)	19.2	40.4	22.5	12.9	3.6	3.6	40.4
22県	(5,299)	(278,127)	14.6	40.6	23.5	13.7	4.1	4.1	44.9
14県	(2,336)	(124,875)	13.9	41.9	23.2	13.5	4.8	4.8	44.2
200万円未満	(1,612)	(90,700)	56.0	31.0	7.6	3.8	3.8	3.8	13.0
200~400万円未満	(4,514)	(257,257)	22.1	52.8	16.4	6.0	6.0	6.0	25.1
400~600万円未満	(3,931)	(206,849)	11.5	45.7	23.7	13.8	3.8	3.8	42.8
600~800万円未満	(2,505)	(124,742)	8.4	34.0	30.7	18.1	6.5	6.5	57.6
800~1000万円未満	(1,496)	(75,821)	6.9	30.3	31.1	21.7	7.2	7.2	62.8
1000~1200万円未満	(764)	(37,761)	6.1	30.8	27.8	23.5	8.1	8.1	63.1
1200~1500万円未満	(415)	(21,608)	4.8	32.6	29.0	21.0	2.0	2.0	62.5
1500~2000万円未満	(223)	(12,097)	6.9	33.3	24.6	19.6	4.5	4.5	59.9
2000万円以上	(139)	(7,847)	8.2	27.4	28.0	21.0	3.4	3.4	64.5
わからない・答えたくない	(2,351)	(119,800)	12.6	38.5	27.0	14.8	4.5	4.5	48.8

※2%未満のスコアは非表示

※3人以上・計 (「3人」~「7人以上」)

© Macromill, Inc.

※同居家族がいる人ベース

## 未成年のお子様の同居人数

n=30以上の場合

[比率の差]  
 ■ 全体+10歳\* 以下  
 ■ 全体+5歳\* 以下  
 ■ 全体-5歳\* 以下  
 ■ 全体-10歳\* 以下

■ 0人(未成年のお子様はいない)  
 ■ 1人  
 ■ 2人  
 ■ 3人  
 ■ 4人  
 ■ 5人  
 ■ 6人以上  
 ■ 2人以上  
 ■ 以上  
 ■ 計

性年代	WB前 n =	WB後 n =					100% ・計
		0%	20%	40%	60%	80%	
全体	(16,437)	(864,325)	76.7	11.8	8.9	2.2	11.5
男性20代	(830)	(20,679)	72.0	18.3	7.5	7.5	9.6
男性30代	(1,223)	(42,789)	48.3	20.0	23.9	6.5	31.7
男性40代	(1,467)	(66,049)	44.5	21.3	25.9	7.0	34.2
男性50代	(1,181)	(64,223)	67.8	19.0	10.4	2.5	13.2
男性60代	(1,387)	(88,611)	92.8	5.2	5.2	2.1	2.1
男性70代以上	(1,651)	(121,523)	96.2	2.4	2.4	1.3	1.3
女性20代	(921)	(23,544)	65.2	24.5	8.1	8.1	10.3
女性30代	(1,287)	(44,137)	38.7	26.3	26.5	7.5	35.0
女性40代	(1,558)	(69,616)	42.1	27.1	24.5	5.8	30.9
女性50代	(1,278)	(69,089)	78.6	15.2	5.6	6.2	6.2
女性60代	(1,498)	(95,349)	95.3	3.0	3.0	1.7	1.7
女性70代以上	(2,156)	(158,716)	93.6	3.9	2.0	2.5	2.5
11都道府県	(9,911)	(519,226)	76.9	11.7	8.9	2.1	11.4
22県	(4,516)	(237,583)	75.8	12.2	8.9	2.6	12.0
14県	(2,010)	(107,516)	77.8	11.2	9.1	1.0	11.0
200万円未満	(737)	(39,867)	87.4	7.3	3.8	5.3	5.3
200~400万円未満	(3,392)	(200,389)	87.3	7.2	4.2	5.5	5.5
400~600万円未満	(3,416)	(183,016)	75.6	11.5	10.4	2.2	12.8
600~800万円未満	(2,286)	(114,218)	67.3	15.6	12.9	3.7	17.1
800~1000万円未満	(1,396)	(70,614)	67.5	16.4	12.3	3.4	16.1
1000~1200万円未満	(718)	(35,464)	68.0	14.5	14.0	3.3	17.5
1200~1500万円未満	(393)	(20,563)	73.5	13.7	9.7	2.5	12.8
1500~2000万円未満	(208)	(11,264)	70.4	14.9	8.1	4.1	14.7
2000万円以上	(130)	(7,206)	71.0	12.4	12.5	3.0	16.5
わからない・答えたくない	(2,044)	(104,648)	82.4	8.9	7.0	8.7	8.7

※2%未満のスコアは非表示

※2人以上・計 (「2人」~「6人以上」)

## 65歳以上の同居人数

n=30以上の場合

[比率の差]  
■ 全体+10% 以上  
■ 全体+5% 以上  
■ 全体-5% 以下  
■ 全体-10% 以下

WB前 n= WB後 n= 0% 20% 40% 60% 80% 100% 以上  
■ 0人(65歳以上の方はいない)  
■ 1人  
■ 2人  
■ 3人  
■ 4人  
■ 5人  
■ 6人以上

	WB前 n=	WB後 n=	0%	20%	40%	60%	80%	100% 以上	計
全体	(20,000)	(1,045,800)	44.8	23.6	30.2	31.6			31.6
男性20代	(1,215)	(30,246)	84.5	9.65	6.0	6.0			6.0
男性30代	(1,520)	(53,098)	76.7	11.2	11.1	12.1			12.1
男性40代	(1,786)	(80,513)	72.2	12.7	14.5	15.1			15.1
男性50代	(1,483)	(80,714)	76.0	13.6	10.5	10.5			10.5
男性60代	(1,700)	(108,454)	46.3	34.2	17.8	19.6			19.6
男性70代以上	(1,894)	(139,366)	26.5	71.0	2.4	73.5			73.5
女性20代	(1,171)	(29,749)	90.5	6.5	3.0	3.0			3.0
女性30代	(1,488)	(51,051)	84.3	7.97	7.7	7.7			7.7
女性40代	(1,758)	(78,544)	76.2	10.5	12.7	13.4			13.4
女性50代	(1,496)	(80,901)	77.5	15.9	6.5	6.6			6.6
女性60代	(1,791)	(114,061)	35.1	34.6	28.1	30.2			30.2
女性70代以上	(2,698)	(199,103)	38.6	59.6	61.4	61.4			61.4
11都道府県	(12,365)	(642,798)	47.3	22.5	29.2	30.2			30.2
22県	(5,299)	(278,127)	41.8	25.4	30.9	32.8			32.8
14県	(2,336)	(124,875)	38.6	25.5	34.2	35.9			35.9
200万円未満	(1,612)	(90,700)	37.2	45.9	16.4	16.9			16.9
200~400万円未満	(4,514)	(257,257)	30.5	26.7	41.7	42.8			42.8
400~600万円未満	(3,931)	(206,849)	45.5	18.2	34.7	36.3			36.3
600~800万円未満	(2,505)	(124,742)	56.6	17.8	23.9	25.6			25.6
800~1000万円未満	(1,496)	(75,821)	57.8	18.3	22.8	23.9			23.9
1000~1200万円未満	(764)	(37,761)	61.7	17.8	19.2	20.4			20.4
1200~1500万円未満	(415)	(21,608)	60.7	17.3	20.4	22.1			22.1
1500~2000万円未満	(223)	(12,097)	54.3	18.6	24.3	27.1			27.1
2000万円以上	(139)	(7,847)	38.7	25.1	33.5	36.2			36.2
わからない・答えたくない	(2,351)	(119,800)	38.1	26.5	33.9	35.4			35.4

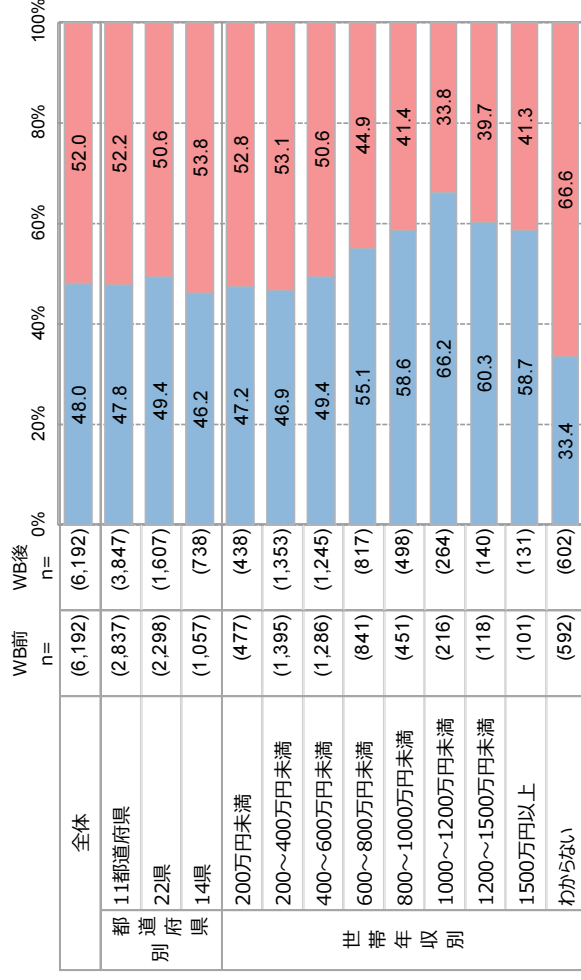
※2人以上・計(「2人」~「6人以上」)

※2%未満のスコアは非表示

# プロフィール① <本調査>

## 性別

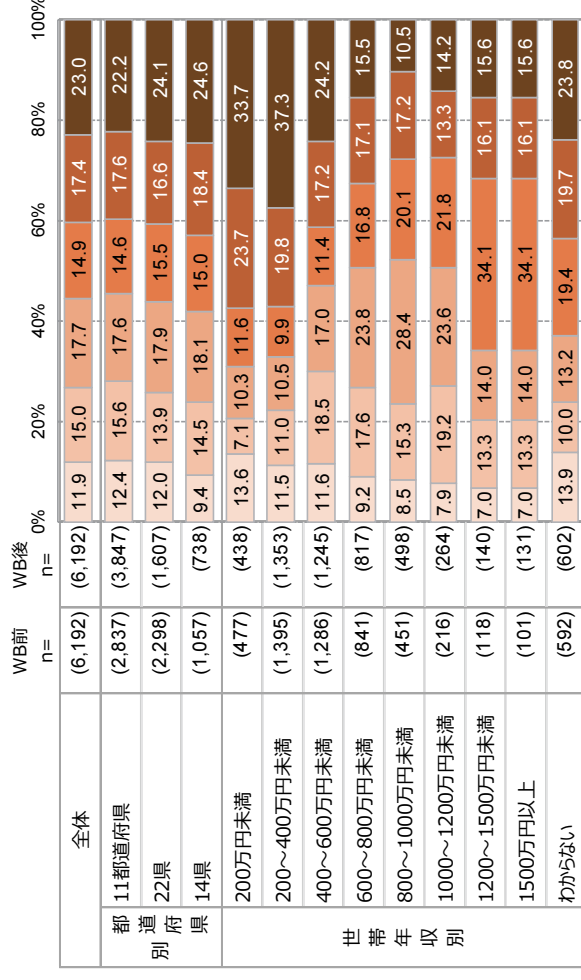
■ 男性 ■ 女性



※2%未満のスコアは非表示

## 年代別

■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代以上



※2%未満のスコアは非表示

## 居住エリア

- 北海道
- 東北地方
- 関東地方
- 中部地方
- 近畿地方
- 中国地方
- 四国地方
- 九州地方

性別	年代	居住エリア (%)							
		北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
全体		34.0	17.9	16.5	5.83	11.2			
男性	20代	37.4	18.0	16.2	5.42	510.4			
男性	30代	37.4	17.6	15.9	5.42	710.6			
男性	40代	37.6	17.8	16.8	5.32	69.7			
男性	50代	34.5	18.5	15.3	5.63	011.3			
男性	60代	31.9	17.0	17.3	6.23	411.8			
男性	70代以上	31.6	18.6	16.8	6.33	411.1			
女性	20代	36.5	16.9	17.5	5.42	511.1			
女性	30代	36.2	18.1	15.7	5.42	711.3			
女性	40代	36.0	18.2	16.8	5.42	810.4			
女性	50代	32.6	17.7	16.5	5.73	112.0			
女性	60代	31.3	17.9	16.7	6.23	411.9			
女性	70代以上	29.8	18.2	16.6	6.79	612.2			
都道府県別	11都道府県	49.0	11.5	22.5	9.9				
都道府県別	22県	14.3	28.6	3.1	15.4	9.5	15.6		
都道府県別	14県	28.8	27.9	14.6	15.4	49.8	4.4		
世帯年収別	200万円未満	58.7	14.7	21.2	6.04	9.2	12.9		
世帯年収別	200～400万円未満	56.8	18.3	14.9	7.73	13.0			
世帯年収別	400～600万円未満	50.7	18.8	16.9	5.83	10.8			
世帯年収別	600～800万円未満	37.4	18.5	17.5	6.02	9.1	11.8		
世帯年収別	800～1000万円未満	5.1	41.7	19.5	13.5	5.82	59.2		
世帯年収別	1000～1200万円未満	4.5	44.7	17.4	17.9	3.1	8.8		
世帯年収別	1200～1500万円未満	2.4	49.1	14.9	17.9	6.3	4.6		
世帯年収別	1500万円以上	5.3	55.7	14.0	10.33	8.6	6.7		
わからぬ		4.7	35.9	15.7	15.4	5.53	12.7		

※2%未満のスコアは非表示

## 世帯年収

- 200万円未満
- 200～400万円未満
- 400～600万円未満
- 600～800万円未満
- 800～1000万円未満
- 1000～1200万円未満
- 1200～1500万円未満
- 1500～2000万円未満
- 2000万円以上
- わからぬ

性別	年代	世帯年収 (%)							
		200万円未満	200～400万円未満	400～600万円未満	600～800万円未満	800～1000万円未満	1000～1200万円未満	1200～1500万円未満	1500～2000万円未満
全体		21.8	20.1	13.2	8.04	3.23	9.7	11.4	
男性	20代	9.0	23.3	12.0	6.02	5.9	14.2		
男性	30代	3.5	16.3	25.7	17.9	10.5	5.7	2.1	
男性	40代	3.9	12.4	22.1	18.5	12.8	8.52	6.5	
男性	50代	5.0	14.1	16.2	15.6	9.4	5.84	7.5	
男性	60代	9.4	23.6	17.8	16.7	10.3	4.9	2.4	
男性	70代以上	10.7	36.1	21.5	9.6	4.0	3.9	6.83	
女性	20代	7.1	18.7	18.5	8.3	5.43	13.5	24.5	
女性	30代	3.1	15.6	23.7	12.9	5.85	2.9	23.4	
女性	40代	4.3	13.4	16.4	16.9	13.0	2.8	9.5	
女性	50代	6.0	15.0	14.7	13.7	6.3	1.2	2.2	
女性	60代	9.9	26.0	21.8	9.3	5.8	11.7	9.9	
女性	70代以上	10.2	35.0	20.9	8.4	3.4	12.4	5.6	
都道府県別	11都道府県	7.0	20.7	19.1	13.2	8.8	5.02	5.9	
都道府県別	22県	6.7	23.0	22.4	13.2	7.8	2.1	9.9	
都道府県別	14県	8.4	25.5	20.5	13.5	4.4	7.1	11.0	

※2%未満のスコアは非表示



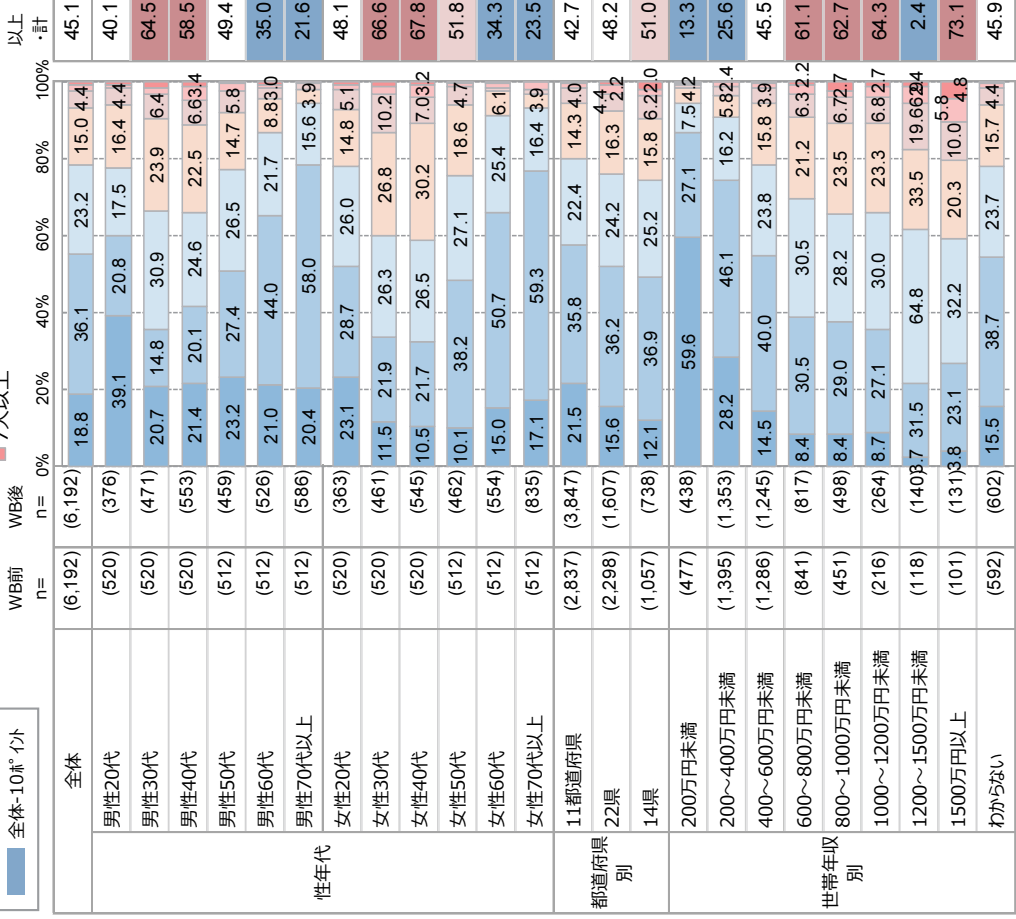
# プロフィール③ <本調査>

## 同居人数

n=30以上の場合

[比率の差]  
 全体+10歳以上  
 全体+5歳以上  
 全体-5歳以上  
 全体-10歳以上

1人 (あなたのみ)  
 2人  
 3人  
 4人  
 5人  
 6人  
 7人以上



※2%未満のスコアは非表示

※3人以上・計 (13人)~(17人以上)

© Macromill, Inc.

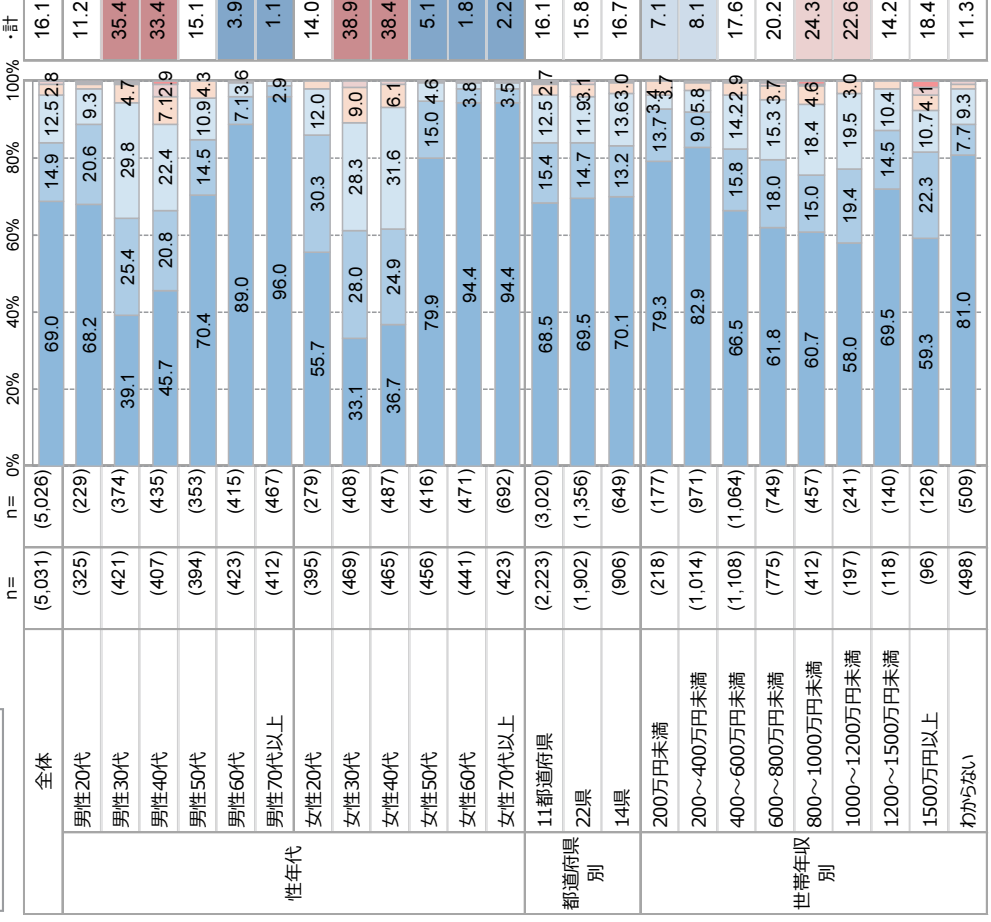
## 未成年のお子様の同居人数

n=30以上の場合

[比率の差]  
 全体+10歳以上  
 全体+5歳以上  
 全体-5歳以上  
 全体-10歳以上

0人 (未成年のお子様はいない)  
 1人  
 2人  
 3人  
 4人  
 5人  
 6人以上  
 WB後  
 WB前

※同居家族がいる人ベース



※2人以上・計 (12人)~(16人以上)

11

## 未成年のお子様の年齢

n=30以上の場合

[比率の差]  
 ■ 全体+10歳以上  
 ■ 全体+5歳以上  
 ■ 全体-5歳以上  
 ■ 全体-10歳以上

■ 未就学児(0~3歳) ■ 幼稚園相当(4~6歳)  
 ■ 小学校低学年(1~3年生) ■ 小学校高学年(4~6年生)  
 ■ 中学生 ■ 高校生・高専生  
 ■ 専門学校・短大生 ■ 大学生  
 ■ 社会人 ■ その他

小学生 小学生 小学生 小学生  
 未満、 未満、 未満、 以上・  
 計 計 計 計 計

性年代	WB前										WB後									
	n	0%	20%	40%	60%	80%	100%	n	0%	20%	40%	60%	80%	100%						
全体	(1,712)	(1,559)	32.0	20.2	22.2	22.9	21.4	19.0	66.5	44.8	37.9	34.0	11.5							
男性20代	(116)	(73)	61.2	15.9	25.2	5.5	5.6	71.7	13.5	14.5	12.7	0.5								
男性30代	(252)	(227)	58.0	38.0	28.5	16.2	5.4	80.9	36.6	7.7	0.5	0.5								
男性40代	(225)	(236)	13.9	31.2	41.4	35.1	28.3	24.0	57.5	51.7	9.6	9.6								
男性50代	(108)	(105)	5.2	6.4	23.5	44.0	44.9	6.6	28.0	65.2	25.9	25.9								
男性60代	(40)	(46)	6.6	34.6	41.1	25.5	11.2	4.2	17.5	64.3	38.8	38.8								
男性70代以上	(19)	(19)	15.5	12.2	17.7	32.2	16.2	2.2	27.7	46.9	17.8	17.8								
女性20代	(174)	(123)	81.4	17.8	1.1	0.2	0.2	87.6	8.1	1.7	5.6	5.6								
女性30代	(325)	(273)	56.9	36.1	35.6	19.6	10.9	76.4	43.9	11.8	0.2	0.2								
女性40代	(297)	(308)	5.7	24.2	38.6	35.1	31.0	18.1	53.6	57.2	12.3	12.3								
女性50代	(101)	(84)	18.9	46.6	25.0	11.3	0.2	2.0	5.1	58.8	39.4	39.4								
女性60代	(22)	(26)	7.6	32.1	25.4	14.3	28.8	37.7	27.7	15.4	44.1	44.1								
女性70代以上	(33)	(39)	16.8	14.5	20.5	16.0	16.9	31.8	32.7	24.5	20.7	20.7								
11都道府県	(749)	(951)	31.7	21.2	22.2	22.2	21.8	44.8	38.2	34.6	12.6	12.6								
22県	(653)	(413)	32.7	17.9	22.2	22.2	320.0	43.8	37.8	33.0	10.1	10.1								
14県	(310)	(194)	32.0	21.4	20.8	22.2	21.8	46.9	36.4	33.3	9.0	9.0								
200万円未満	(51)	(37)	28.5	11.4	26.2	19.4	23.8	37.3	36.1	30.0	19.7	19.7								
200~400万円未満	(226)	(166)	29.9	25.9	28.1	19.0	11.4	48.1	38.1	24.9	8.9	8.9								
400~600万円未満	(415)	(356)	41.8	21.1	21.2	32.5	18.0	53.0	36.9	26.9	7.4	7.4								
600~800万円未満	(309)	(286)	29.0	21.5	22.2	22.3	21.3	43.0	38.6	35.9	13.1	13.1								
800~1000万円未満	(177)	(180)	24.4	24.2	22.9	22.8	27.7	41.6	44.8	46.9	13.7	13.7								
1000~1200万円未満	(83)	(101)	35.7	19.2	26.7	19.2	16.3	48.7	38.6	30.5	13.7	13.7								
1200~1500万円未満	(118)	(140)	7.0	5.9	6.9	5.5	0.2	6.5	9.7	9.2	8.1	8.1								
1500万円以上	(35)	(51)	10.5	27.3	30.0	29.9	30.2	14.8	50.2	51.5	10.9	10.9								
わからない	(106)	(97)	28.0	16.4	45.0	30.7	24.0	37.5	36.9	36.3	14.7	14.7								

※5%未満のスコアは非表示

## 65歳以上の同居人数

n=30以上の場合

[比率の差]  
 ■ 全体+10歳以上  
 ■ 全体+5歳以上  
 ■ 全体-5歳以上  
 ■ 全体-10歳以上

■ 0人(65歳以上の方はいない)  
 ■ 1人  
 ■ 2人  
 ■ 3人  
 ■ 4人  
 ■ 5人  
 ■ 6人以上

WB前 WB後  
 n= n=

性年代	WB前					WB後							
	n	0%	20%	40%	60%	80%	100%	n	0%	20%	40%	60%	80%
全体	(6,192)	(6,192)	56.2	19.9	22.9	23.9	(6,192)	(6,192)	56.2	19.9	22.9	23.9	
男性20代	(520)	(376)	87.9	8.0	3.2	4.1	(520)	(376)	87.9	8.0	3.2	4.1	
男性30代	(520)	(471)	80.0	10.4	8.7	9.6	(520)	(471)	80.0	10.4	8.7	9.6	
男性40代	(520)	(553)	74.4	12.8	11.1	12.8	(520)	(553)	74.4	12.8	11.1	12.8	
男性50代	(512)	(459)	77.8	13.9	8.3	8.3	(512)	(459)	77.8	13.9	8.3	8.3	
男性60代	(512)	(526)	49.8	33.3	15.4	16.9	(512)	(526)	49.8	33.3	15.4	16.9	
男性70代以上	(512)	(586)	30.4	67.3	2.3	69.6	(512)	(586)	30.4	67.3	2.3	69.6	
女性20代	(520)	(363)	93.8	4.2	2.0	2.0	(520)	(363)	93.8	4.2	2.0	2.0	
女性30代	(520)	(461)	88.6	5.7	5.4	5.7	(520)	(461)	88.6	5.7	5.4	5.7	
女性40代	(520)	(545)	80.9	9.5	8.8	9.6	(520)	(545)	80.9	9.5	8.8	9.6	
女性50代	(512)	(462)	76.2	18.3	5.5	5.5	(512)	(462)	76.2	18.3	5.5	5.5	
女性60代	(512)	(554)	36.6	34.7	27.2	28.7	(512)	(554)	36.6	34.7	27.2	28.7	
女性70代以上	(512)	(635)	35.1	63.7	0.2	64.9	(512)	(635)	35.1	63.7	0.2	64.9	
11都道府県	(2,837)	(3,847)	59.3	19.2	20.8	21.5	(2,837)	(3,847)	59.3	19.2	20.8	21.5	
22県	(2,298)	(1,607)	53.3	20.1	25.3	26.6	(2,298)	(1,607)	53.3	20.1	25.3	26.6	
14県	(1,057)	(738)	46.7	22.9	28.1	30.3	(1,057)	(738)	46.7	22.9	28.1	30.3	
200万円未満	(477)	(438)	47.2	41.0	11.4	11.8	(477)	(438)	47.2	41.0	11.4	11.8	
200~400万円未満	(1,395)	(1,353)	42.5	23.3	33.2	34.3	(1,395)	(1,353)	42.5	23.3	33.2	34.3	
400~600万円未満	(1,245)	(841)	58.3	14.8	26.0	26.9	(1,245)	(841)	58.3	14.8	26.0	26.9	
600~800万円未満	(841)	(817)	61.1	17.6	20.0	21.3	(841)	(817)	61.1	17.6	20.0	21.3	
800~1000万円未満	(451)	(498)	67.9	15.6	15.2	16.5	(451)	(498)	67.9	15.6	15.2	16.5	
1000~1200万円未満	(216)	(264)	66.4	18.9	12.6	14.7	(216)	(264)	66.4	18.9	12.6	14.7	
1200~1500万円未満	(118)	(140)	60.7	18.5	18.7	22.9	(118)	(140)	60.7	18.5	18.7	22.9	
1500万円以上	(101)	(131)	62.3	14.7	21.0	23.0	(101)	(131)	62.3	14.7	21.0	23.0	
わからない	(592)	(602)	49.5	23.4	26.4	27.1	(592)	(602)	49.5	23.4	26.4	27.1	

※2%未満のスコアは非表示

※2人以上-計 (12人~16人以上)

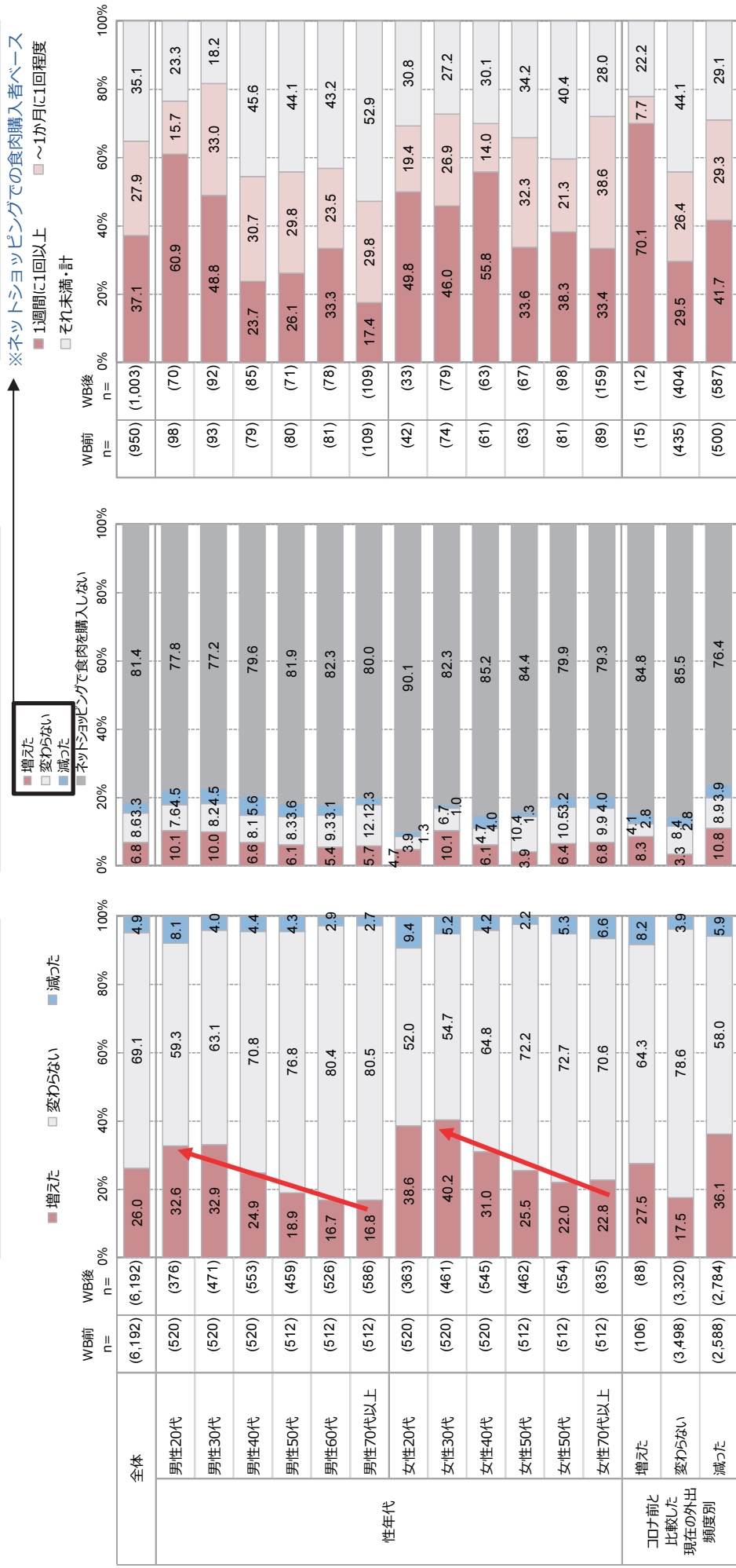
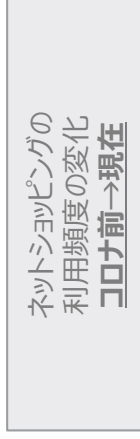
# 調査結果の要約

# 1. コロナによるライフスタイルの変化

# ネットショッピングの利用頻度

コロナによってネットショッピングの利用頻度が増えた人が26%いる一方で、ネットショッピングで食肉を購入する人は19%に留まる。ただし、食肉をネットショッピングで購入する人での購入頻度は高く、「1か月に1回以上」が65%を占め、定期的な購入がみられる。

✓ 男女ともに若年層ほどネットショッピングの利用頻度が「増えた」割合が高く、ネットショッピングでの食肉の購入頻度も高め。



※0%非表示

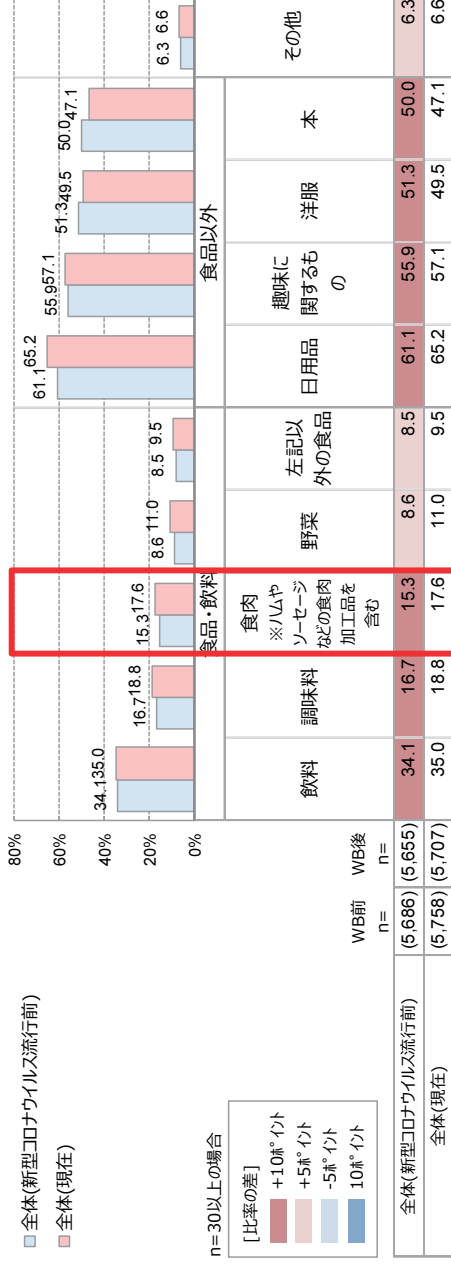
# ネットショッピングの利用内容

ネットショッピングでの購入商品の種類において、食肉は2.3ポイント上昇（有意差あり）。ネットショッピングで購入する食肉の種類では、「食肉加工品」が最も高いもの、最もスコアが上昇したのは「ミールキット」。

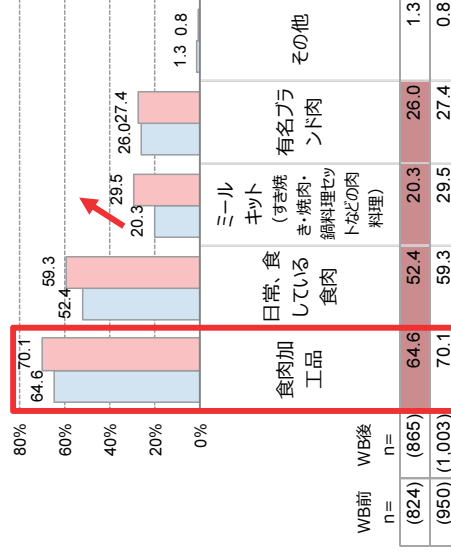
✓ ネットショッピングの利用頻度が増えた割合の高い若年層において、ネットショッピングでの「食肉」購入経験が上昇。

ネットショッピングで購入したところのある商品

※新型コロナウイルス流行前または現在のいずれかにおけるネットショッピング利用者ベース



※新型コロナウイルス流行前または現在のいずれかにおけるネットショッピングでの食肉購入者ベース



性別	差分(現在-新型コロナウイルス流行前)	WB前 n	WB後 n
全体(新型コロナウイルス流行前)	+1.0	(5,686)	(5,655)
全体(現在)	+2.1	(5,758)	(5,707)
男性20代	+1.0	(493)	(351)
男性30代	6.0	(493)	(452)
男性40代	4.3	(503)	(533)
男性50代	0.4	(493)	(444)
男性60代	2.2	(486)	(496)
男性70代以上	1.1	(467)	(528)
女性20代	2.3	(493)	(336)
女性30代	5.5	(494)	(441)
女性40代	0.5	(498)	(524)
女性50代	1.4	(470)	(423)
女性50代	2.1	(455)	(499)
女性70代以上	3.2	(413)	(680)

性別	差分(現在-新型コロナウイルス流行前)	WB前 n	WB後 n
全体(新型コロナウイルス流行前)	+5.5	(824)	(865)
全体(現在)	+7.0	(950)	(1,003)
男性20代	-10.2	(98)	(70)
男性30代	3.7	(92)	(89)
男性40代	-3.2	(85)	(79)
男性50代	-4.7	(80)	(71)
男性60代	10.9	(81)	(78)
男性70代以上	2.5	(109)	(109)
女性20代	-12.2	(42)	(33)
女性30代	3.1	(74)	(79)
女性40代	2.3	(61)	(63)
女性50代	0.9	(63)	(67)
女性50代	-0.3	(81)	(98)
女性70代以上	6.5	(89)	(159)

※各グループの中で「全体（現在）」のスコアでソート

※各グループの中で「全体（現在）」のスコアでソート



# ネットショッピングでの食肉の購入実態＜家族構成別＞

- ・家族構成別で見ると、ネットショッピングで食肉を購入する頻度（1週間に1回以上・計）は3人家族20歳未満あり・5人以上家族20歳未満ありで顕著に増加。
- ・購入している食肉の種類について、60歳以上が「日常、食している食肉」よりも「食肉加工品」よりも「食肉加工品」が好まれる傾向。「ミールキット」や「有名ブランド肉」についても他のセルよりも高め。

ネットショッピングで食肉を購入する頻度の変化

現在ネットショッピングで購入している食肉の種類

スコアは「現在-コロナ前」を掲載  
※新型コロナウイルス流行前または現在のいずれかにおけるネットショッピング利用者ベース

	現在 WB前 全体	現在 全体	コロナ前 WB前 全体	コロナ前 全体	1日に 1回以上	2~3 日に1 回程度	4~6 日に1 回程度	1週間 に1回 程度	2~3 週間に 1回程度	1か月 に1回 程度	2~3 か月に 1回程度	それ 未満	1週間 に1回 以上・ 計	それ未 満・計
全体	(950)	(1003)	(824)	(865)	0.0	-2.7	3.4	6.0	3.9	3.7	-3.3	-11.0	6.7	-6.7
1人	(182)	(191)	(155)	(156)	-0.2	-1.6	5.4	8.7	3.7	1.7	-7.1	-10.7	12.5	-12.5
2人	(310)	(337)	(287)	(318)	-0.2	-4.4	3.8	0.9	3.6	7.3	-3.3	-7.7	0.1	-0.1
3人	(230)	(247)	(189)	(203)	0.7	1.2	3.7	8.3	1.6	1.3	-0.4	-16.5	13.9	-13.9
20歳未満あり	(106)	(103)	(75)	(74)	0.4	6.1	5.2	6.7	-5.1	-0.2	0.7	-13.8	18.4	-18.4
20歳未満なし	(124)	(144)	(114)	(129)	1.2	-2.1	2.4	8.5	5.3	2.1	0.7	-18.0	10.0	-10.0
65歳以上あり	(93)	(104)	(88)	(98)	0.2	0.3	0.5	6.6	3.9	-2.3	5.1	-14.3	7.6	-7.6
65歳以上なし	(137)	(143)	(101)	(105)	1.4	1.3	6.4	8.7	-1.0	4.6	-3.0	-18.5	17.8	-17.8
4人	(162)	(161)	(136)	(132)	0.2	-5.2	2.1	3.6	6.3	6.3	-0.4	-12.8	0.6	-0.6
家族構成別	(106)	(108)	(88)	(88)	0.4	-2.3	-3.1	2.2	5.3	6.5	2.6	-11.6	-2.8	2.8
20歳未満あり	(56)	(53)	(48)	(44)	-0.2	-11.2	12.5	6.3	8.4	5.7	-6.3	-15.2	7.4	-7.4
20歳未満なし	(52)	(50)	(50)	(44)	0.1	-14.0	12.4	6.3	4.0	5.9	-8.2	-6.6	4.9	-4.9
65歳以上あり	(132)	(135)	(108)	(111)	0.2	-4.0	-0.3	7.1	6.9	3.4	-0.2	-13.1	3.0	-3.0
65歳以上なし	(66)	(68)	(57)	(56)	-1.5	-6.6	-3.0	22.7	8.3	-4.1	-9.1	-6.6	11.5	-11.5
5人以上	(52)	(55)	(47)	(47)	-1.5	-9.0	6.4	27.5	3.6	-10.0	-11.6	-5.5	23.4	-23.4
20歳未満あり	(14)	(13)	(10)	(9)	0.0	5.1	-51.2	1.4	26.9	23.1	4.3	-9.5	-44.7	44.7
20歳未満なし	(44)	(43)	(35)	(33)	-3.4	0.2	-10.8	19.2	10.5	-0.4	-5.5	-9.7	5.2	-5.2
65歳以上あり	(22)	(24)	(22)	(23)	0.0	-17.1	9.3	27.3	5.1	-9.2	-14.0	-1.5	19.5	-19.5
65歳以上なし														

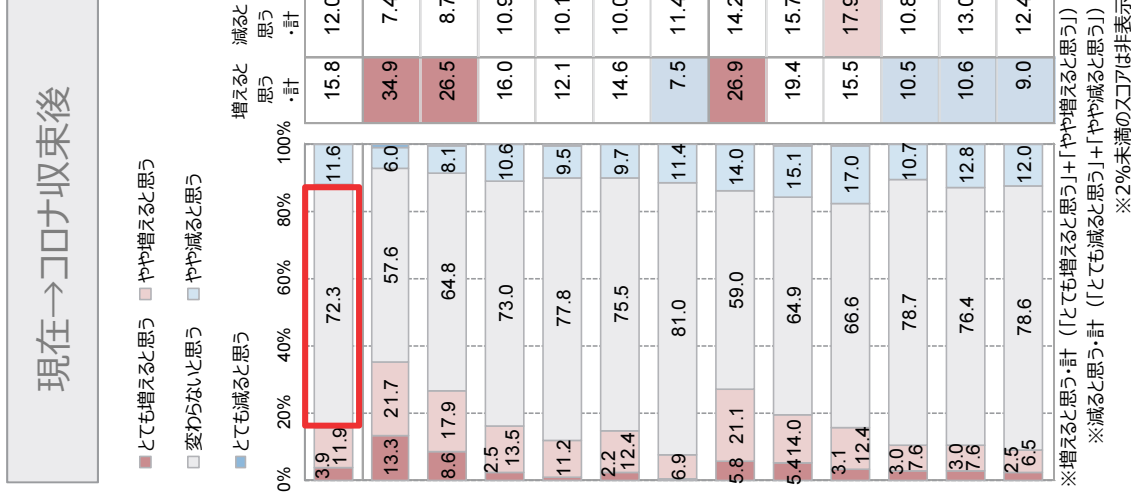
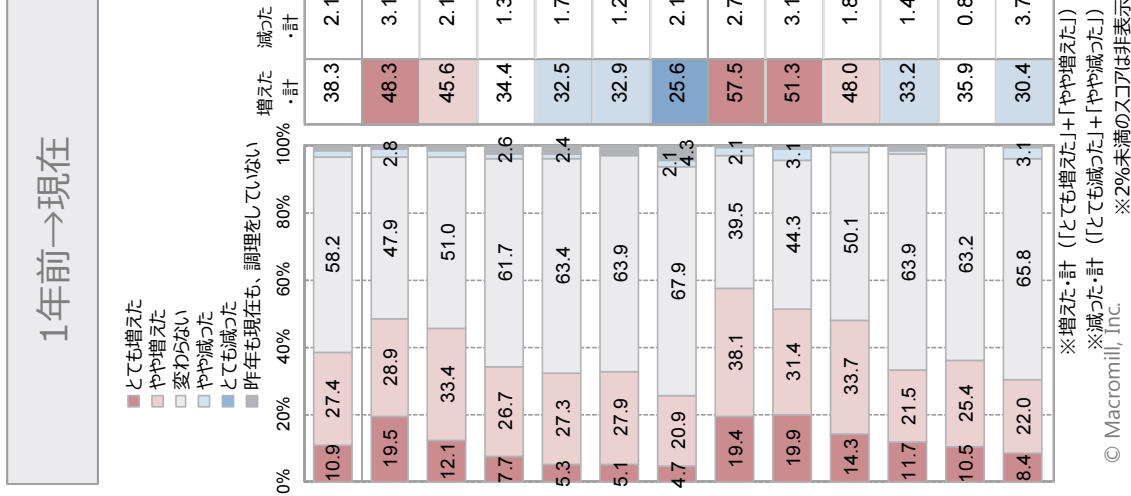
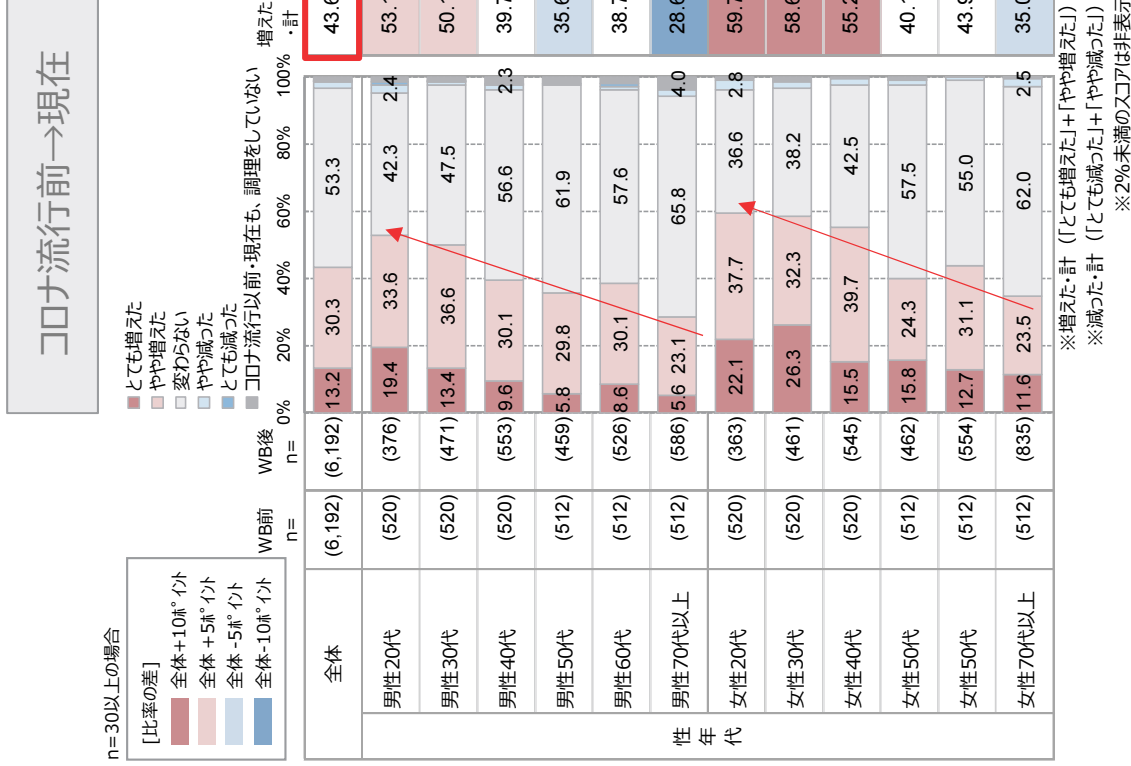
※現在のネットショッピングでの食肉購入者ベース

WB前 全体	全体	食肉 加工品	日常、 食している 食肉	ミールキット 有名 ブランド肉	その他
(950)	(1003)	70.1	59.3	29.5	27.4
(182)	(191)	72.3	64.3	29.0	23.0
(310)	(337)	69.8	55.4	24.9	25.8
(230)	(247)	69.3	61.3	34.5	31.1
(106)	(103)	64.9	70.3	40.9	29.4
(124)	(144)	72.5	54.9	30.0	32.4
(93)	(104)	76.4	51.9	35.3	32.5
(137)	(143)	64.2	68.1	34.0	30.1
(162)	(161)	68.1	59.5	25.3	24.3
(106)	(108)	71.0	56.6	24.8	22.2
(56)	(53)	62.3	65.2	26.2	28.4
(52)	(50)	63.1	59.7	27.4	27.1
(132)	(135)	68.9	60.5	29.2	22.5
(66)	(68)	73.3	57.7	45.4	40.7
(52)	(55)	70.3	61.0	51.7	36.4
(14)	(13)	86.2	44.0	18.9	59.0
(44)	(43)	79.6	53.1	42.1	52.1
(22)	(24)	62.1	66.0	51.3	20.4

# コロナによる調理頻度の変化

※モニター本人が調理していなくても、本人が食べるものについて回答  
調理頻度はコロナ流行によって増え、コロナ収束後も定着する様子が窺える。

✓ 男女ともに若年層ほど、コロナによって調理頻度が増えたと言える。  
ただし、高年齢層はコロナ流行前から既に調理頻度が高いことから、【変化】としてはみられないことに留意。







# ライフスタイルの変化<家族構成別>

デパート・精肉店での購入が減り、特に65歳以上がいる家庭において顕著。  
 自炊頻度はどの家族人数でも増加はしているものの、3人以上の家庭において高め。

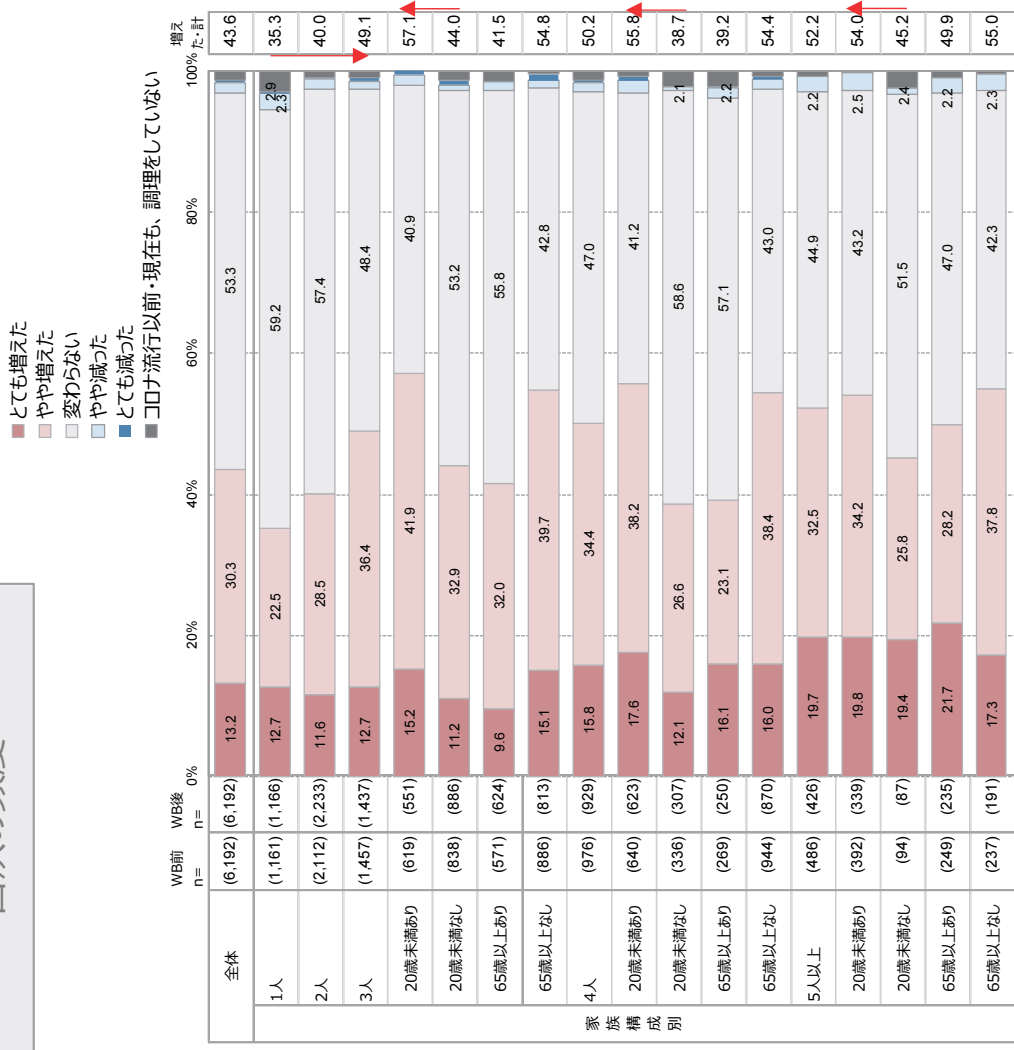
✓ 家族人数にかかわらず、20歳未満なしの家庭と比較して20歳未満ありの家庭において自炊が「増えた」と回答した割合が高く、子供が家にいる時間が増えたことが影響していると推察される。

## 食肉の購入場所

スコアは「現在-コロナ前」を掲載

WB前全体	スーパー	デパート	コンビニエンスストア	精肉店	生協	ネットショッピング	その他
全体 (6192)	-0.8	-4.9	-0.1	-3.5	0.1	3.1	0.2
1人 (1161)	-0.6	-2.3	-0.8	-1.6	-1.2	3.4	0.0
2人 (2112)	-1.2	-5.1	0.2	-3.8	0.1	1.3	0.2
3人 (1457)	-1.1	-6.3	0.1	-4.1	0.5	4.5	0.3
20歳未満あり (619)	-1.2	-3.3	-0.5	-3.0	0.9	7.3	0.0
20歳未満なし (838)	-1.0	-8.1	0.5	-4.8	0.3	2.7	0.6
65歳以上あり (571)	-1.7	-10.0	0.1	-5.0	0.2	2.7	0.3
65歳以上なし (886)	-0.6	-3.4	0.2	-3.4	0.7	5.8	0.4
4人 (976)	-0.2	-5.4	-0.7	-3.2	1.5	4.3	0.4
20歳未満あり (640)	0.0	-5.5	-1.3	-3.6	2.2	3.5	0.6
20歳未満なし (336)	-0.5	-5.0	0.5	-2.3	0.1	5.9	0.1
65歳以上あり (269)	0.5	-4.5	-1.1	-3.5	-1.1	5.6	0.2
65歳以上なし (944)	-0.6	-4.8	-0.3	-3.4	1.4	3.7	0.6
5人以上 (486)	1.0	-5.4	0.2	-6.6	-0.8	4.4	0.3
20歳未満あり (392)	1.3	-4.3	0.2	-6.5	-1.0	4.6	0.3
20歳未満なし (94)	0.0	-10.0	0.2	-7.3	0.0	3.6	0.0
65歳以上あり (249)	2.7	-8.7	-0.4	-8.1	0.5	5.2	0.0
65歳以上なし (237)	-1.0	-1.5	0.9	-4.9	-2.3	3.4	0.6

## 自炊の頻度



© Macromill, Inc. ※2%未満のスコアは非表示

## 2.調理済み食品の購入実態

# 【調理済み食品】コロナによる購入頻度の変化

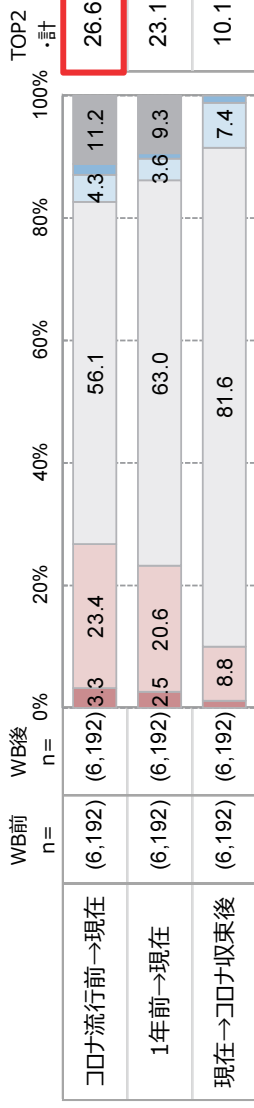
ミールキット以外の「調理済の総菜」「冷凍食品」「レトルト食品」では、コロナによって購入頻度が増加し、収束後も定着する見込み。「ミールキット」は、そもそも購入していない人が約半数存在しており、「ミールキット」自体の認知率が低い可能性。

✓ 前頁の調理頻度の増加を鑑みると、調理済の総菜や冷凍食品、レトルト食品を併用しながら調理する様子が窺える。

※1=Q23  
 ※2=Q25  
 のみで聴取  
 ※3=Q25  
 では非聴取

## 調理済の総菜

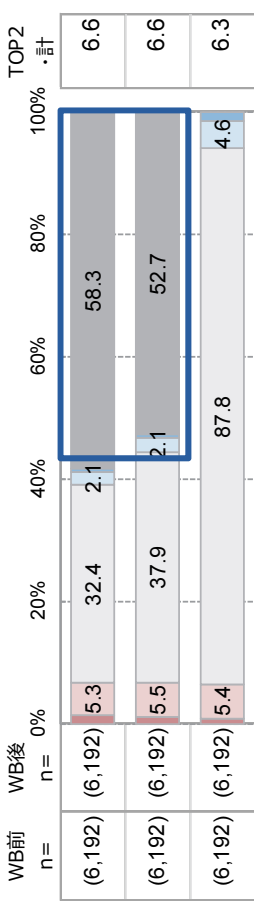
- とても増えた(※2と思う)
- 変わらない(※2と思う)
- とても減った(※2と思う)



※TOP2・計 (「とても増えた(※2と思う)」+「やや増えた(※2と思う)」)  
 ※2%未満のスコアは非表示

## ミールキット

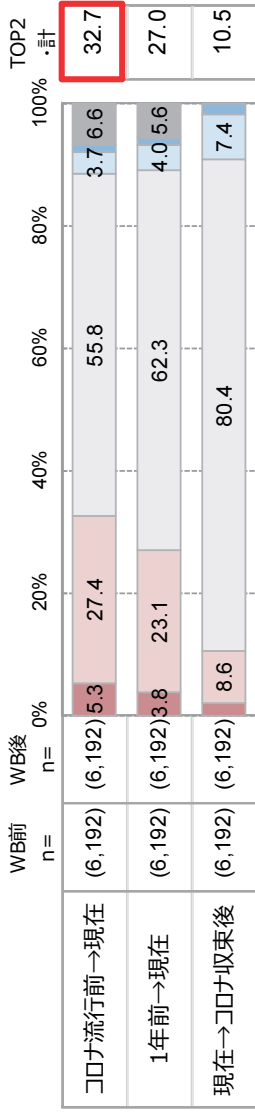
- やや増えた(※2と思う)
- やや減った(※2と思う)
- コロナ流行以前(※1昨年)・現在も、この商品を購入していない(※3)



※TOP2・計 (「とても増えた(※2と思う)」+「やや増えた(※2と思う)」)  
 ※2%未満のスコアは非表示

## 冷凍食品

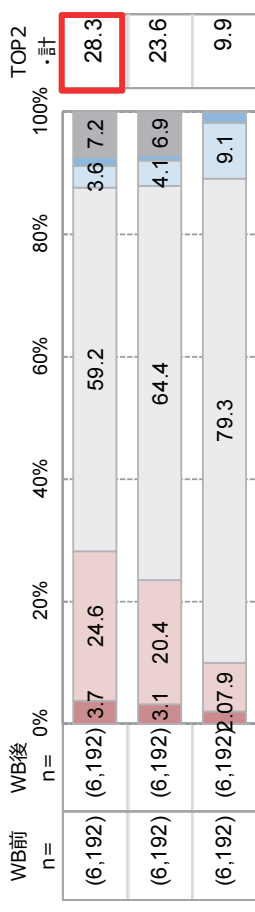
- とても増えた(※2と思う)
- 変わらない(※2と思う)
- とても減った(※2と思う)



※TOP2・計 (「とても増えた(※2と思う)」+「やや増えた(※2と思う)」)  
 ※2%未満のスコアは非表示

## レトルト食品

- やや増えた(※2と思う)
- やや減った(※2と思う)
- コロナ流行以前(※1昨年)・現在も、この商品を購入していない(※3)



※TOP2・計 (「とても増えた(※2と思う)」+「やや増えた(※2と思う)」)  
 ※2%未満のスコアは非表示

# 【調理済み食品】現在の購入頻度

4種類のうち「調理済の総菜」の購入頻度が最も高く、「1週間に1回以上」が65%を占める。対して「ミールキット」は購入者の中でも購入頻度が最も低く、「1週間に1回未満」が70%を占める。

✓「レトルト食品」では、女性よりも男性の方が購入頻度が高い傾向がみられる。

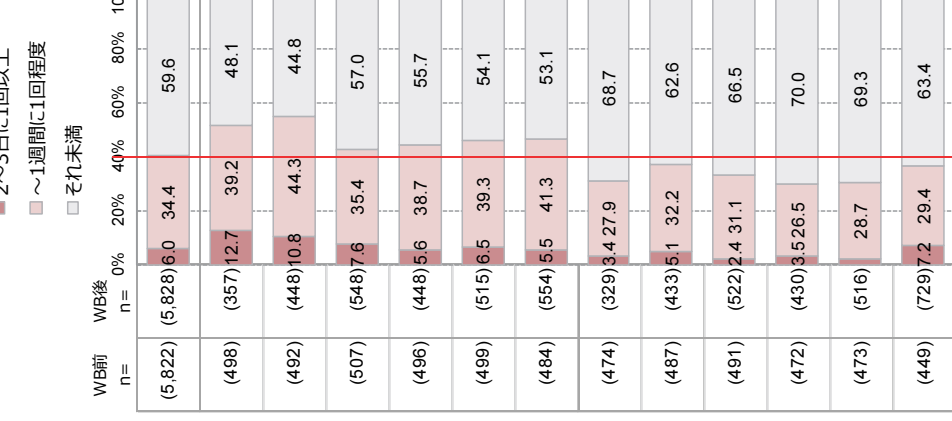
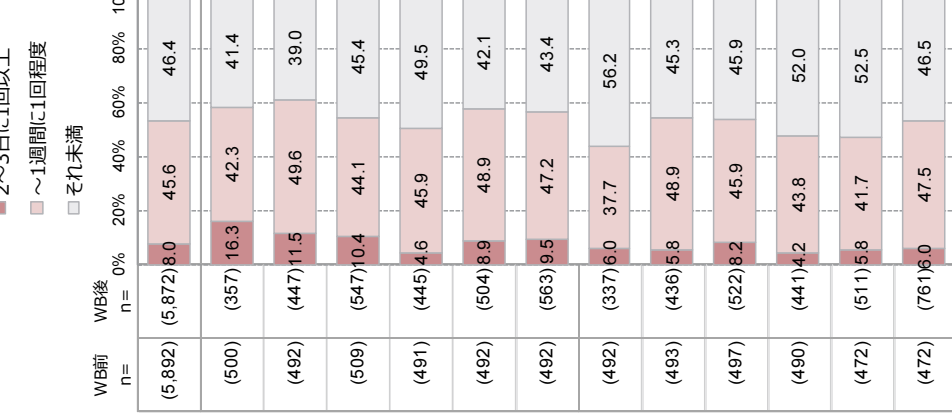
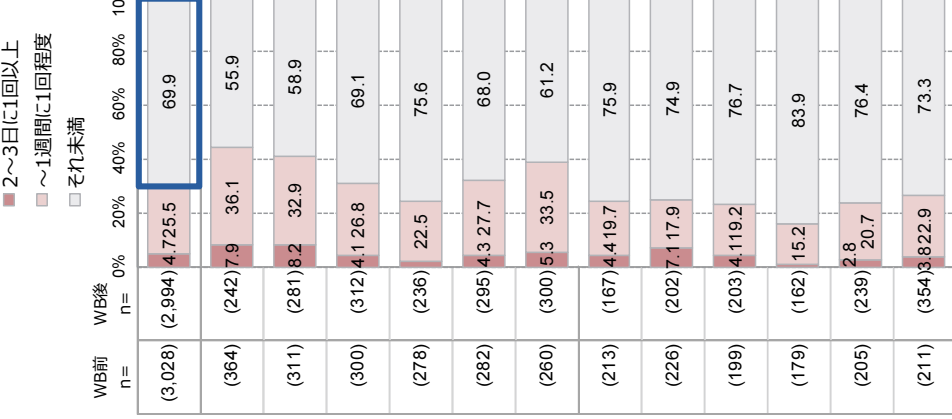
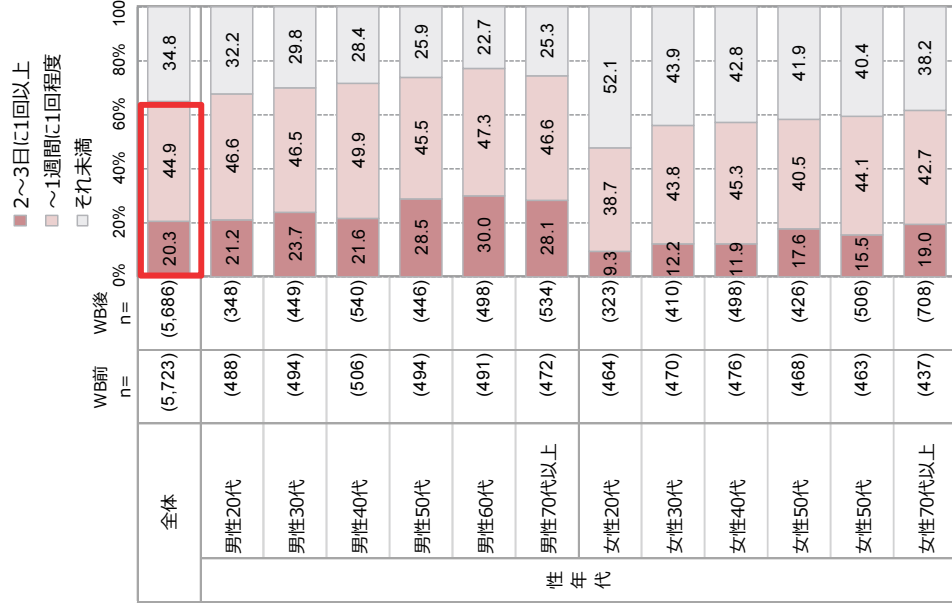
※各調理済み食品購入者ベース

## 調理済の総菜

## ミールキット

## 冷凍食品

## レトルト食品



※2%未満のスコアは非表示

### 3.食肉の購入実態

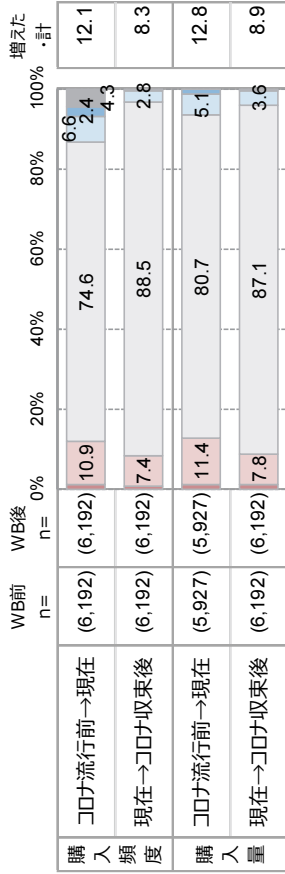
# 【食肉】コロナによる購入頻度・購入量の変化

すべての食肉において「増えた」が「減った」を上回り、コロナによって購入頻度・購入量ともに増えたと言える。「豚肉」「鶏肉」「食肉加工品」で特に顕著。

✓ 「牛肉」「ミンチ肉」については、「コロナ流行以前・現在も、この食肉を購入していない」の割合が他の食肉と比較して高め。

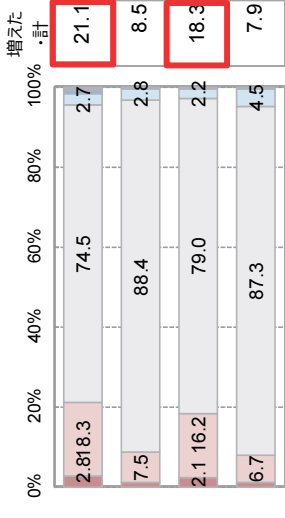
## 牛肉

- とも増えた(※2と思う)
- 変わらない(※2と思う)
- とも減った(※2と思う)

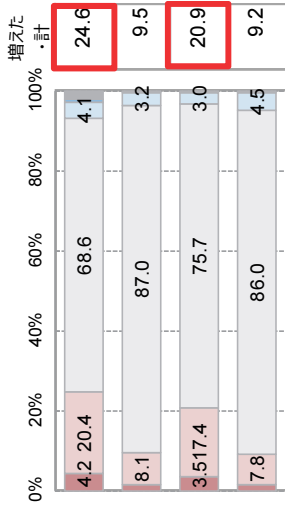


## 豚肉

- やや増えた(※2と思う)
- やや減った(※2と思う)
- コロナ流行以前・現在も、この食肉を購入していない(※1)

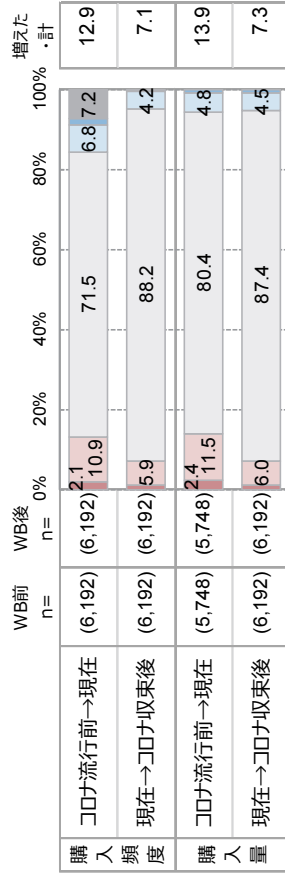


## 鶏肉



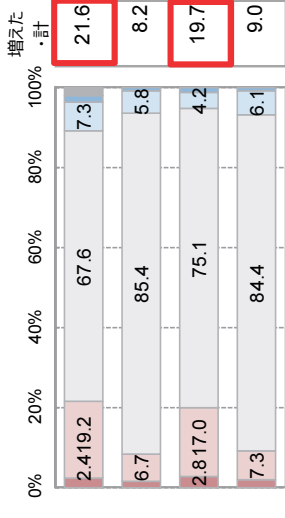
## ミンチ肉

- とも増えた(※2と思う)
- 変わらない(※2と思う)
- とも減った(※2と思う)



## 食肉加工品

- やや増えた(※2と思う)
- やや減った(※2と思う)
- コロナ流行以前・現在も、この食肉を購入していない(※1)



※Q33は新型コロナ流行前から各商品購入者ベース

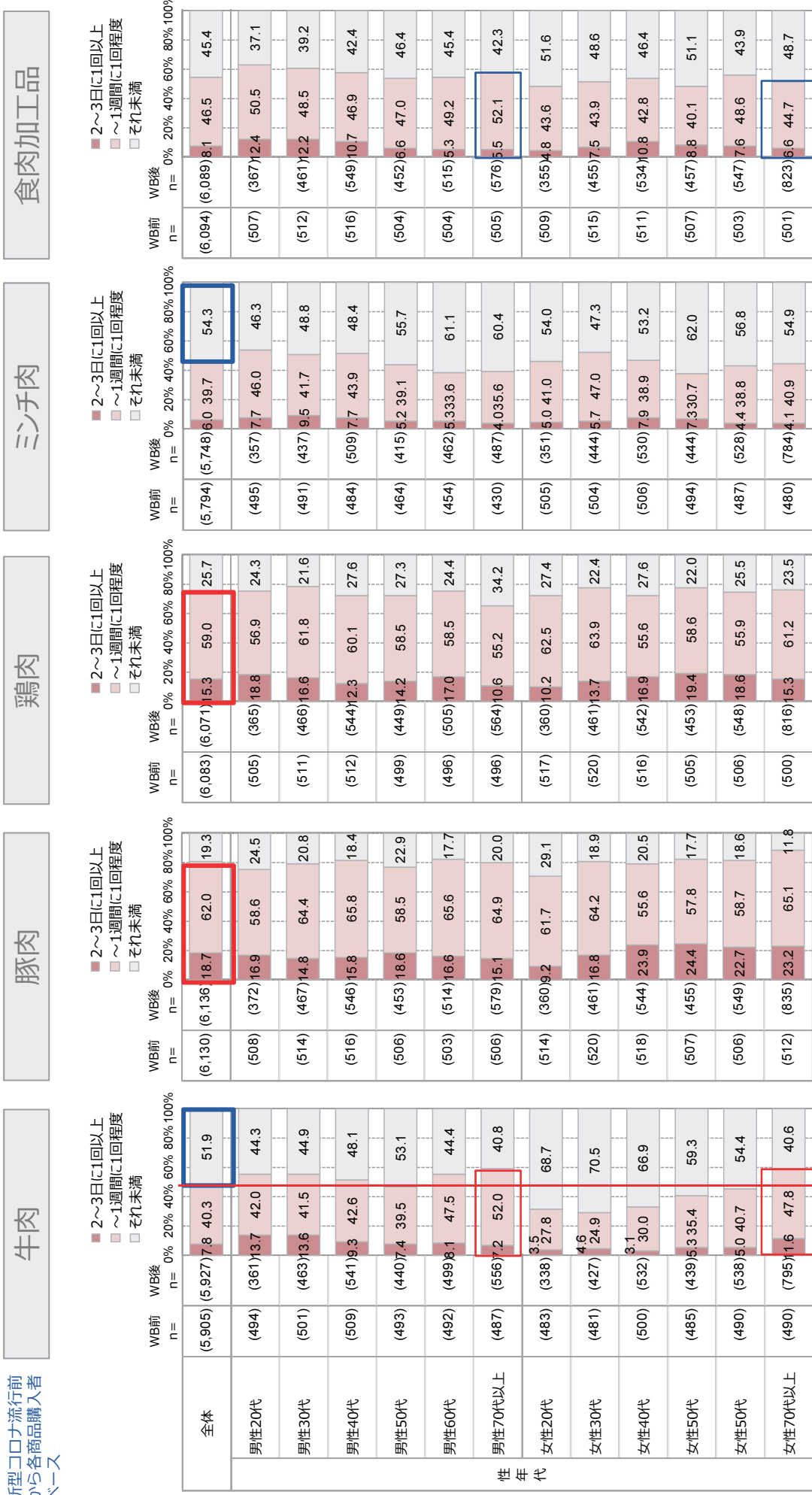
※1 = Q29のみで聴取  
※2 = Q31, Q36で聴取

# 【食肉】現在の購入頻度

「豚肉」「鶏肉」は、購入頻度が他の食肉と比較して高く、対して「牛肉」「ミンチ肉」は低い。

- ✓ 「牛肉」では女性よりも男性の方が購入頻度が高め。
- ✓ 「牛肉」では、男女ともに70代以上において「1週間に1回以上」が59%を占め、他の年代と比較して高いものの、「食肉加工品」では低め。

※新型コロナ流行前から各商品購入者ベース



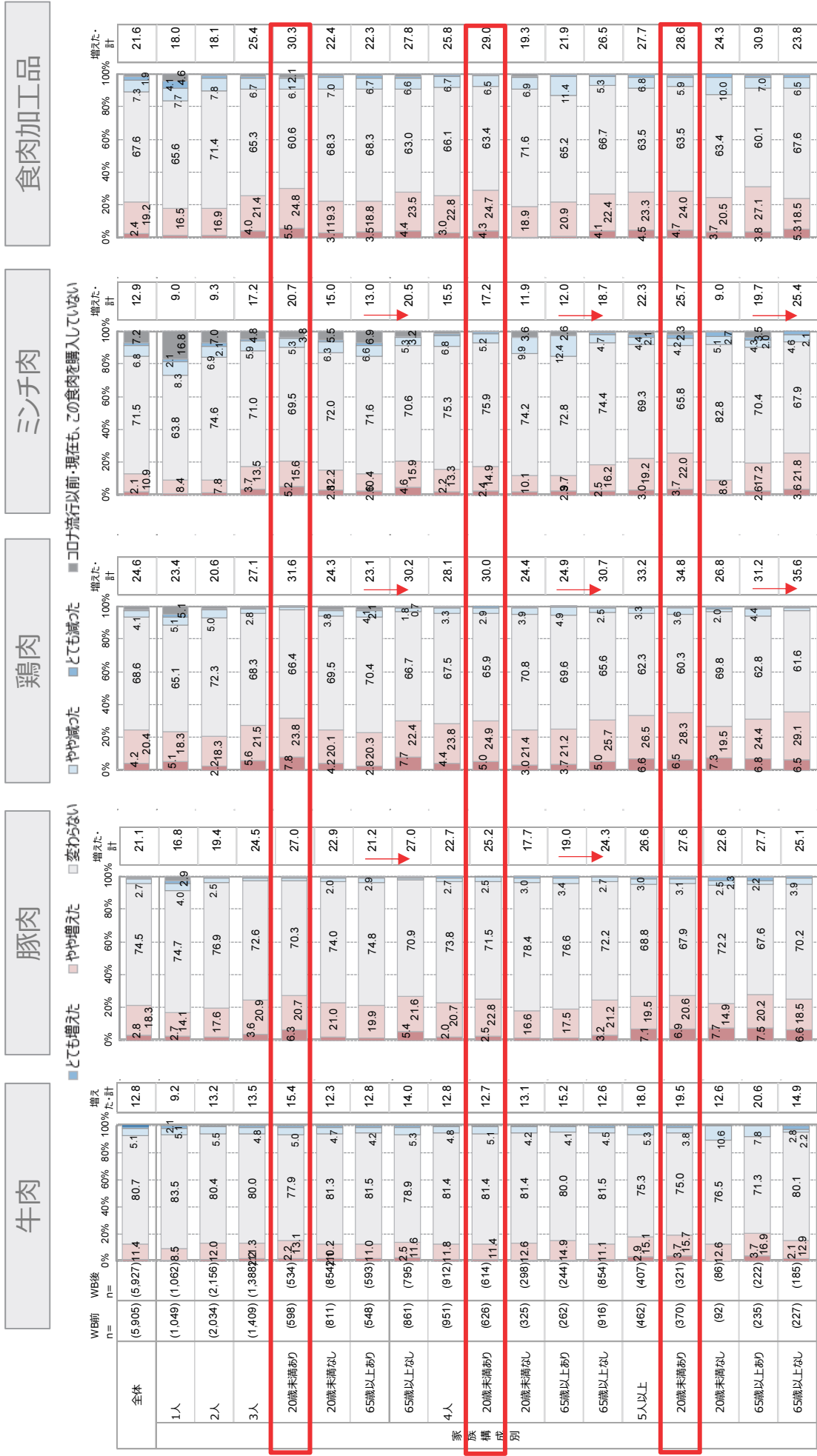
※2%未満のスコアは非表示



# 【食肉】コロナによる購入頻度の変化<家族構成別>

家族構成別でみると、家族人数にかかわらず20歳未満ありの家庭において、全体的に購入頻度の増加がみられる。

- ✓ 1人暮らしや2人暮らしでは、3人以上の家庭と比較して「増えた」と回答した割合が低い。
- ✓ 60歳以上の家庭では、60歳以上の家庭と比較して、特に「豚肉」・「鶏肉」・「ミンチ肉」について「増えた」と回答した割合が高い。（比較的安価なためよく用いられる傾向か）



※2%未満のグラフは非表示



# 【食肉】現在の購入量（1回の購入あたり）

「食肉加工品」以外の「牛肉」「豚肉」「鶏肉」「ミンチ肉」の1回あたりの購入量では、「300g未満／以上」が約半数ずつ存在。  
 「食肉加工品」の1回あたりの購入量は、「200g未満」が4%を占め、購入量が最も少ない。

✓ 購入量に関しては、「食肉加工品」を除いて、食肉の種類や性年代による大きな差異はみられない。

※新型コロナ流行前  
から各商品購入者  
ベース



※2%未満の入口は非表示



# 【食肉】コロナによる購入量の変化<家族構成別>

家族構成別でみると、5人以上の家庭において購入量が「増えた」と回答した割合が高い。

- ✓ 「牛肉」は、他の食肉と比較して全体的に「増えた」と回答した割合が低い。  
 ←Q35の牛肉の購入量が減った理由では「割安な価格での販売が減ったから」が55%と圧倒的であることから、価格がネックになっている様子が窺える。

家族構成別	牛肉			豚肉			鶏肉			ミンチ肉			食肉加工品									
	WB前 n	WB後 n	増え %	とも増えた %	やや増えた %	変わらない %	減った %	減つた %	減つた %	減つた %	とも減つた %	減つた %	減つた %	減つた %	減つた %							
全体	(5,905)	(5,927)	11.4	80.7	5.1	12.8	2.1	79.0	2.2	18.3	2.1	75.7	3.0	20.9	2.4	80.4	4.8	13.9	2.4	75.1	4.2	19.7
1人	(1,049)	(1,062)	8.5	83.5	5.1	9.2	2.0	82.3	3.3	13.5	3.3	78.9	3.6	17.1	9.1	83.3	4.5	10.7	9.1	76.5	4.8	16.8
2人	(2,034)	(2,156)	12.0	80.4	5.5	13.2	15.4	80.6	2.3	16.7	15.5	78.3	3.7	17.7	18.7	83.5	5.1	10.4	18.7	77.8	4.7	16.8
3人	(1,409)	(1,388)	21.3	80.0	4.8	13.5	2.8	77.1	2.5	20.8	4.7	74.5	2.5	22.6	23.4	78.6	4.4	16.5	37.8	73.9	4.1	21.2
20歳未満あり	(598)	(534)	22.1	77.9	5.0	15.4	4.7	74.8	2.0	23.8	19.8	71.2	2.0	26.6	14.2	78.4	2.4	19.2	19.5	72.1	3.5	23.7
20歳未満なし	(811)	(854)	10.2	81.3	4.7	12.3	17.3	78.5	2.0	19.0	16.8	76.5	2.9	20.1	12.8	78.8	5.6	14.8	16.8	75.0	4.4	19.6
65歳以上あり	(548)	(593)	11.0	81.5	4.2	12.8	17.3	78.3	2.2	19.1	16.8	76.1	4.3	19.3	11.8	78.4	6.9	13.6	17.9	73.8	5.2	20.1
65歳以上なし	(861)	(795)	25.1	78.9	5.3	14.0	18.5	76.2	2.5	22.2	18.8	73.2	2.5	25.2	14.5	78.8	2.5	18.7	17.7	73.9	3.1	22.0
4人	(951)	(912)	11.8	81.4	4.8	12.8	18.3	77.6	2.2	20.4	21.5	72.1	2.2	25.5	65.0	76.3	5.5	17.6	20.2	72.2	3.2	23.9
20歳未満あり	(626)	(614)	11.4	81.4	5.1	12.7	2.4	76.2	2.9	22.3	4.3	69.5	3.0	28.5	3.1	74.1	5.3	20.4	17.3	70.3	2.4	26.6
20歳未満なし	(325)	(298)	12.6	81.4	4.2	13.1	15.1	80.4	2.9	16.6	16.0	77.5	3.0	19.5	10.4	80.9	5.9	11.8	17.2	76.1	5.0	18.5
65歳以上あり	(262)	(244)	14.9	80.0	4.1	15.2	17.4	78.7	2.4	18.5	18.0	74.1	3.6	22.4	12.5	77.6	6.8	14.5	21.9	71.0	4.7	24.4
65歳以上なし	(916)	(854)	11.1	81.5	4.5	12.6	18.9	76.5	2.2	21.7	19.9	70.1	2.2	28.0	36.3	75.0	4.9	19.6	20.0	71.4	3.0	24.7
5人以上	(462)	(407)	29.1	75.3	5.3	18.0	22.6	70.7	2.2	26.6	25.4	66.6	3.4	31.4	16.9	73.3	4.4	21.5	21.9	67.9	2.8	28.2
20歳未満あり	(370)	(321)	37.1	75.0	3.8	19.5	21.4	71.9	2.4	25.7	27.1	66.4	3.7	31.7	17.5	71.2	4.7	23.3	23.0	67.2	2.9	29.3
20歳未満なし	(92)	(86)	12.6	76.5	10.6	12.6	27.5	66.0	2.4	30.2	18.9	67.8	3.0	30.4	14.7	81.7	3.2	14.7	17.8	71.0	2.4	23.8
65歳以上あり	(235)	(222)	37.1	71.3	7.8	20.6	25.0	68.1	2.1	28.9	22.5	67.6	3.0	30.4	16.6	74.5	4.6	20.5	22.0	68.8	2.8	28.2
65歳以上なし	(227)	(185)	21.1	80.1	2.8	14.9	19.7	73.9	2.2	23.9	29.0	65.5	3.7	32.7	17.3	71.9	4.2	22.8	21.8	66.9	4.0	28.1

※2%未満の数字は非表示

© Macromill, Inc.

※TOP2-計 (「とても増えた(※2のつもり)」+「やや増えた(※2のつもり)」)

# 調査結果詳細

都道府県別の分類 (11都道府県、22県、14県) について

2020年4月～2021年9月における「緊急事態宣言対象区域」、「まん延防止等重点措置区域」の適用状況（適用期間）を総合的に勘案して、3つに区分

第1 11都道府県（感染状況が厳しい地域）

北海道 埼玉 千葉 東京 神奈川 愛知 京都 大阪 兵庫 福岡 沖縄

第2 22県（中間地域）

宮城 福島 栃木 群馬 茨城 山梨 静岡 岐阜 三重 富山 石川 滋賀  
岡山 広島 香川 愛媛 高知 佐賀 長崎 熊本 宮崎 鹿児島

第3 14県（感染状況が緩い地域）

青森 岩手 秋田 山形 新潟 長野 福井 奈良 和歌山 鳥取 島根 山口 徳島 大分

# SCR結果

# 1.食肉の購入実態

# 食肉の購入担当割合【性年代別】

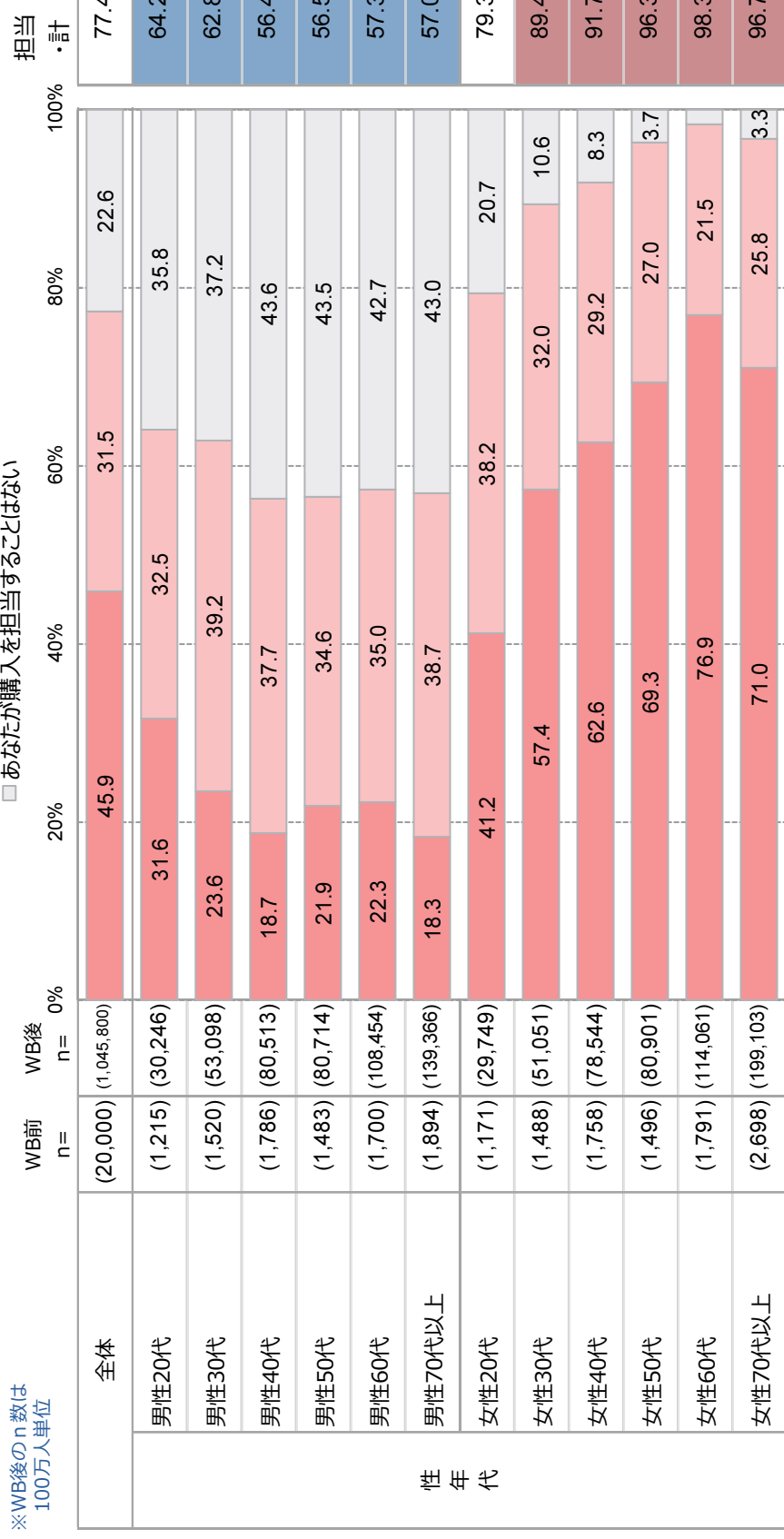
- 食肉の購入担当割合は全体で77%。TOPBOX(「あなたのみが購入を担当する」)は46%を占めている。
- 性年代別で見ると、女性は男性より食肉の購入を担当している人の割合が高い傾向がみられており、特に女性50代以上ではほぼ全ての人が担当していると回答。

※WB後 n= (1,045,800) 以下のもについて、あなたがご家庭で購入を担当することはありますか。あてはまる選択肢をそれぞれお選びください。【食肉】

SA

- あなたのみが購入を担当する
- あなたも含め、あなた以外の人も購入を担当することがある
- あなたが購入を担当することはない

※WB後のn数は  
100万人単位



※2%未満のスコアは非表示 ※担当・計 (「あなたのみが購入を担当する」+「あなたも含め、あなた以外の人も購入を担当することがある」)

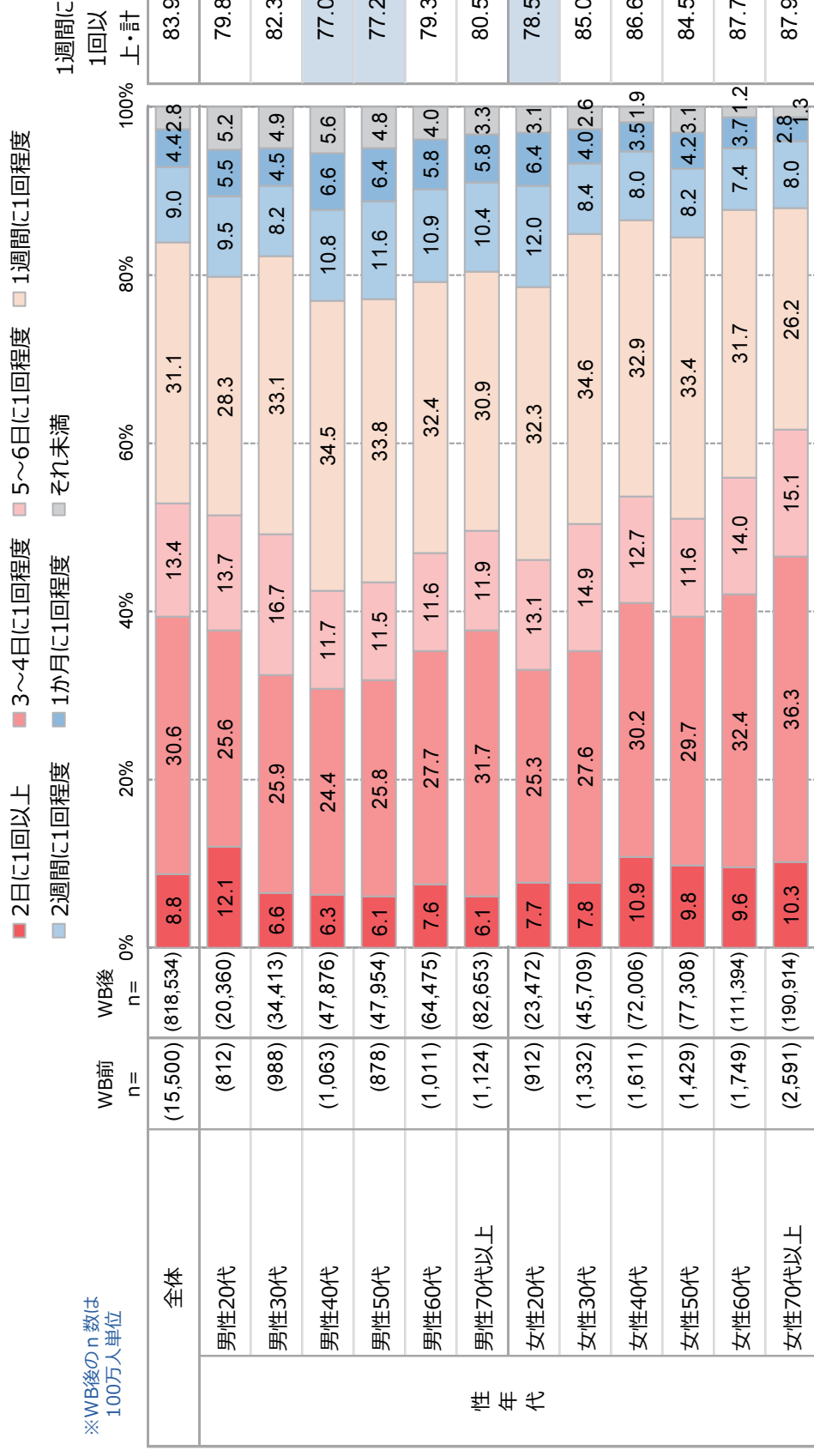
# 食肉の購入頻度【性年代別】

- 食肉の購入頻度について全体で見ると、1週間に1回以上購入しているという人の割合は84%にのぼっている。中でも、「3～4日に1回程度」「1週間に1回程度」がそれぞれ31%と高い割合を占めている。
- 性年代別で見ると、男性40～50代や女性20代では1週間に1回以上購入するという人の割合がやや低め。

SQ2S2 あなたのご家庭における、現在の以下のものの購入頻度をそれぞれお選びください。

※食肉担当購入者ベース

※WB後のn数は  
100万人単位



※2%未満のスコアは非表示 ※1週間に1回以上・計（「2日に1回以上」～「1週間に1回程度」）

# 本調査結果



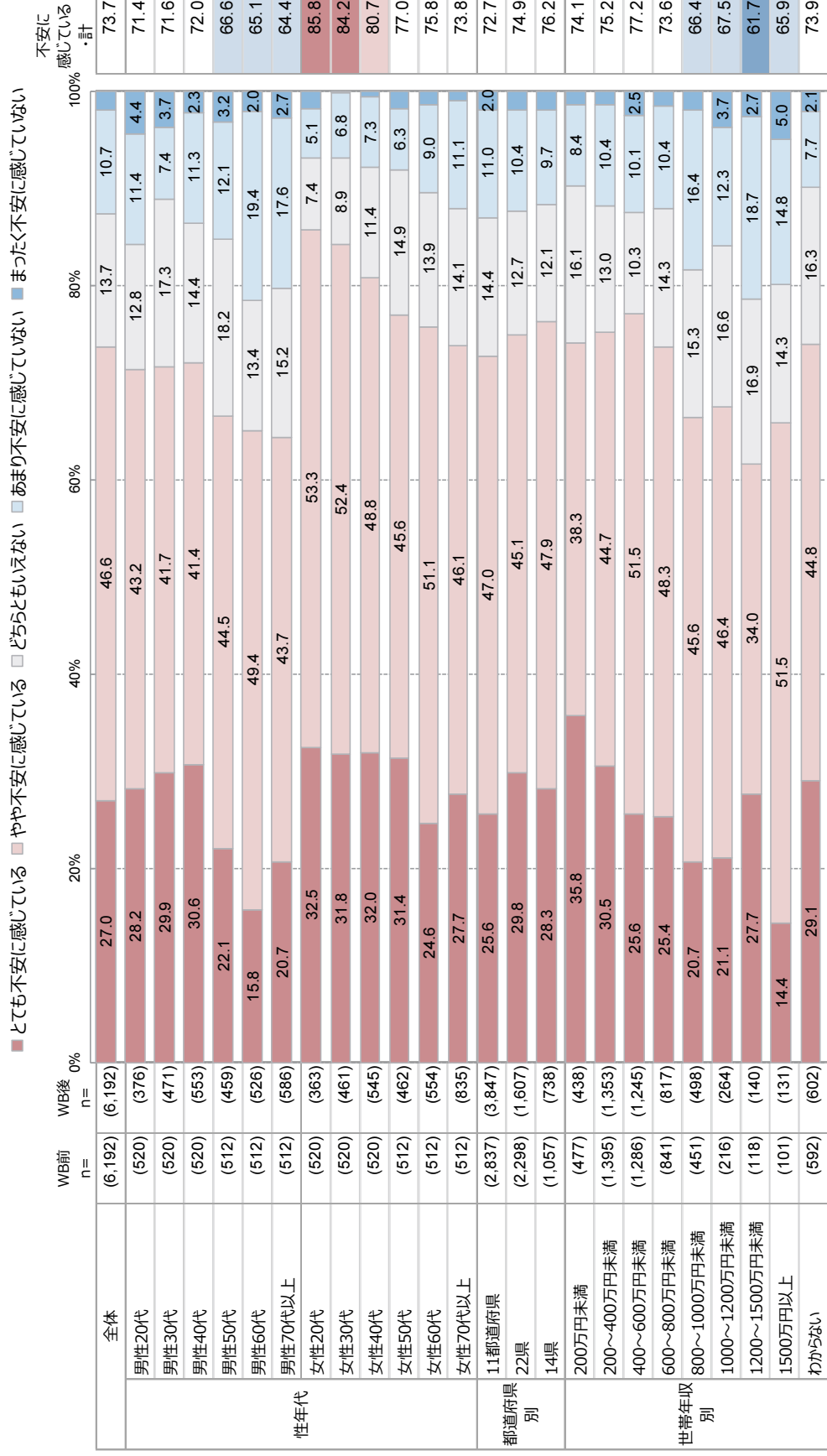
# 1.生活実態の変化

# 将来への不安

- コロナ禍の現在において、将来に不安を感じている人(TOP2)は全体の74%。「やや不安に感じている」(47%)が最も高い割合を占めている。
- 性年代別で見ると、女性若年層で不安を感じている人が多く、特に女性20～30代で顕著。一方、男性50代以上では6割台とやや低め。
- 世帯年収別で見ると、800万円以上層では比較的不安に感じている人の割合が低い。

Q2 コロナ禍の現在において、あなたは将来についてどれくらい不安に感じていますか。あてはまる選択肢をお選びください。

SA



※2%未満のシェアは非表示

© Macromill, Inc.

※不安に感じている・計（「とても不安に感じている」+「やや不安に感じている」）

# コロナ流行前後の出社頻度

- 【新型コロナウイルス流行前】の出社率(1週間に4日以上出社していた人の割合)は全体で59%。【現在】では48%と、出社率は低下傾向にある。
- 性年代別で見ると、男性30～50代では【新型コロナウイルス流行前】の出社率がおよそ9割と特に高かったが、【現在】では7割程度まで低下。
- 世帯年収別で見ると、1500万円以上層では出社率が大幅に低下しており、【新型コロナウイルス流行前】の半分以下となっている(73%→32%)。

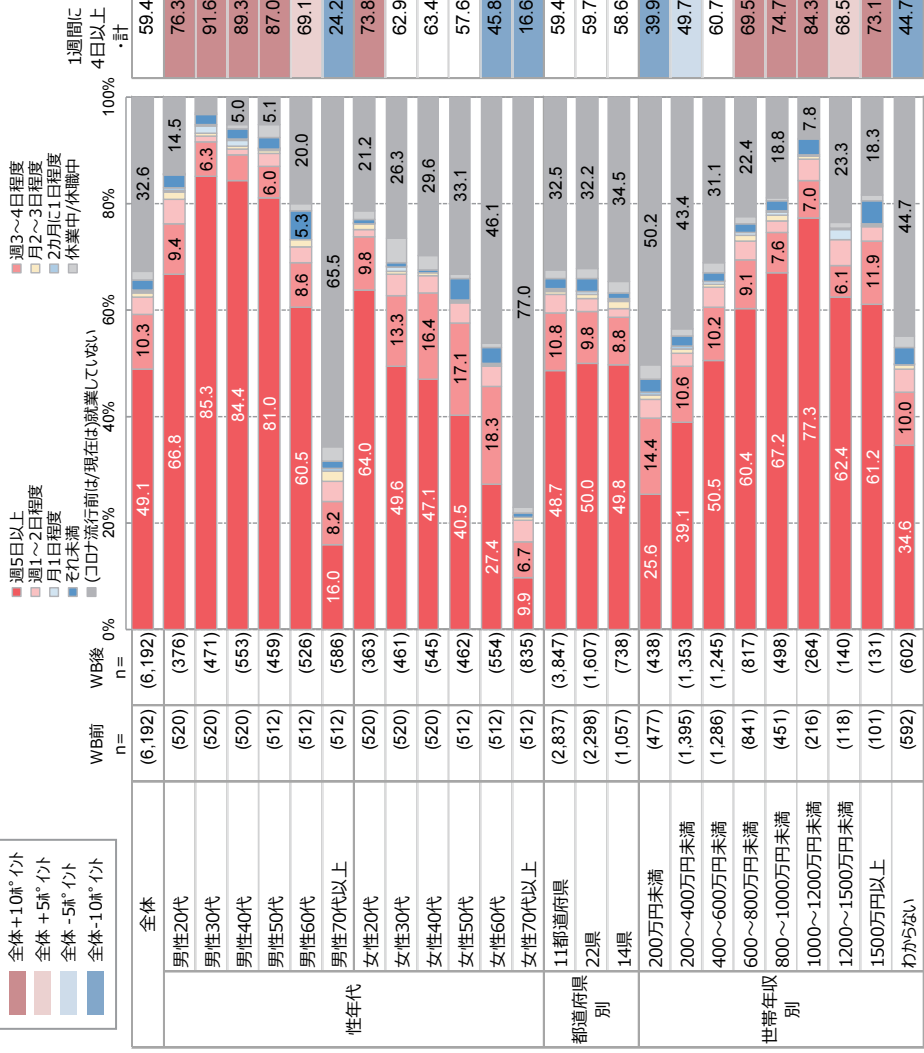
Q3 新型コロナウイルス流行前 (2020年1月頃) と現在のそれぞれにおけるあなたの出社頻度をお選びください。

MTS

## 新型コロナウイルス流行前

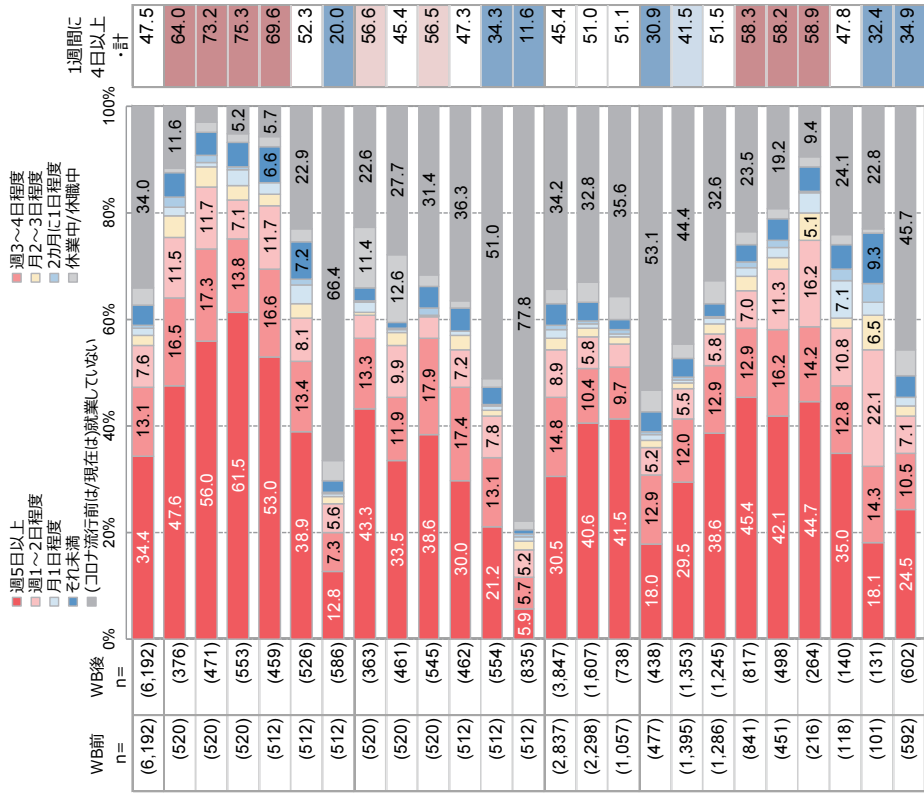
n=30以上の場合

[比率の差]  
■ 全体+10%ポイント  
■ 全体+5%ポイント  
■ 全体-5%ポイント  
■ 全体-10%ポイント



※5%未満のスコアは非表示 ※1週間に4日以上・計 (「週5日以上」+「週3～4日程度」)

## 現在



※1週間に4日以上・計 (「週5日以上」+「週3～4日程度」)

# コロナ流行前後の外出頻度

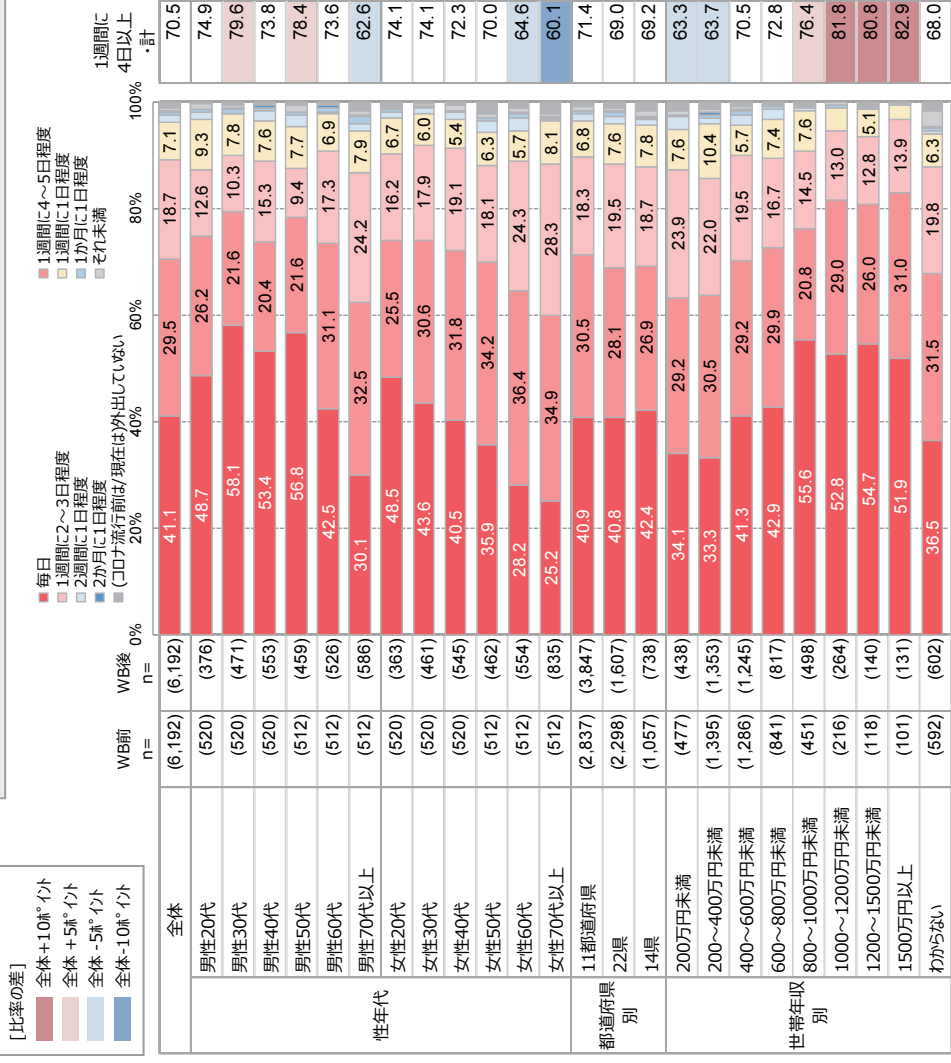
- 【新型コロナウイルス流行前】の外出率(1週間に4日以上)は全体で71%。【現在】では49%と社率と同様に低下傾向がみられている。
- 性年代別で見ると、【現在】において男性は女性より比較的外出率が高い傾向がみられており、特に30代~50代で差がみられる。
- 世帯年収別では、出社率と同様に1500万円以上層で特に低下傾向(83%→48%)。

Q4 新型コロナウイルス流行前 (2020年1月頃) と現在のそれぞれにおけるあなたの外出頻度をお選びください。

MTS

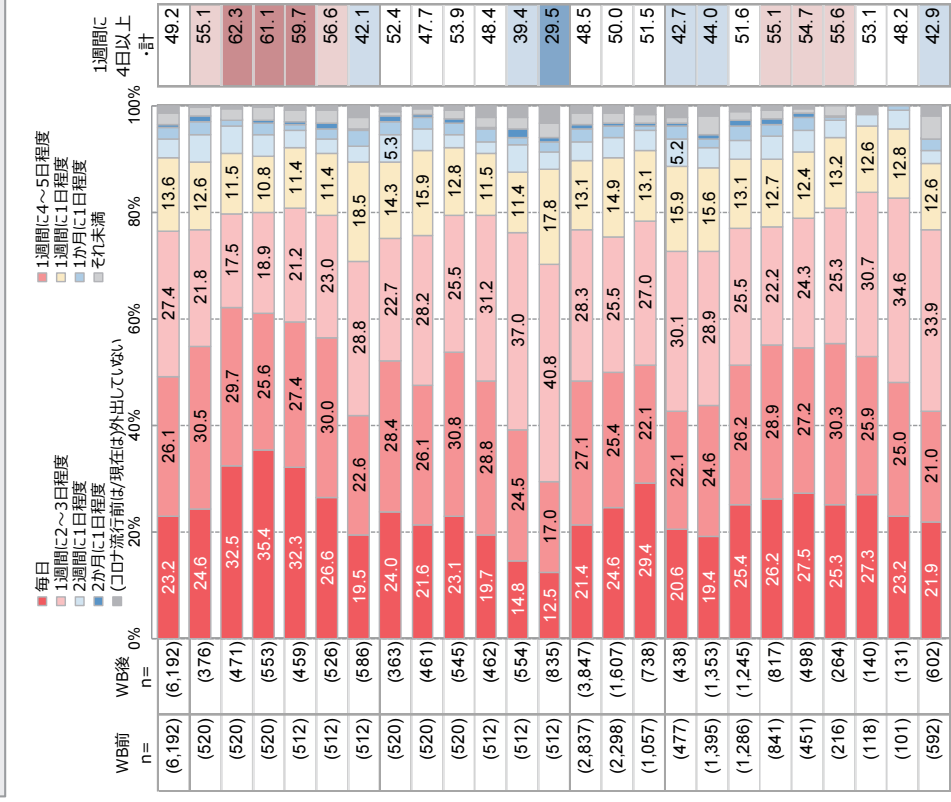
## 新型コロナウイルス流行前

n=30以上の場合



※5%未満のスコアは非表示

## 現在



※1週間に4日以上・計 (「毎日」+「1週間に4~5日程度」)

# コロナ流行前後のネットショッピングの利用頻度

- 【新型コロナウイルス流行前】のネットショッピング週1回以上利用率は全体で14%であったが、【現在】では21%と増加傾向。
- 性年代別で見ると、男性20～40代で【現在】の1週間に1回以上利用率が高め。
- 世帯年収別で見ると、世帯年収が高くなるほど【現在】ネットショッピングを週1回以上利用している人の割合が高まり、世帯年収1000万円以上では3割を超えた。

Q5 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおけるあなたのネットショッピングの利用頻度をお選びください。

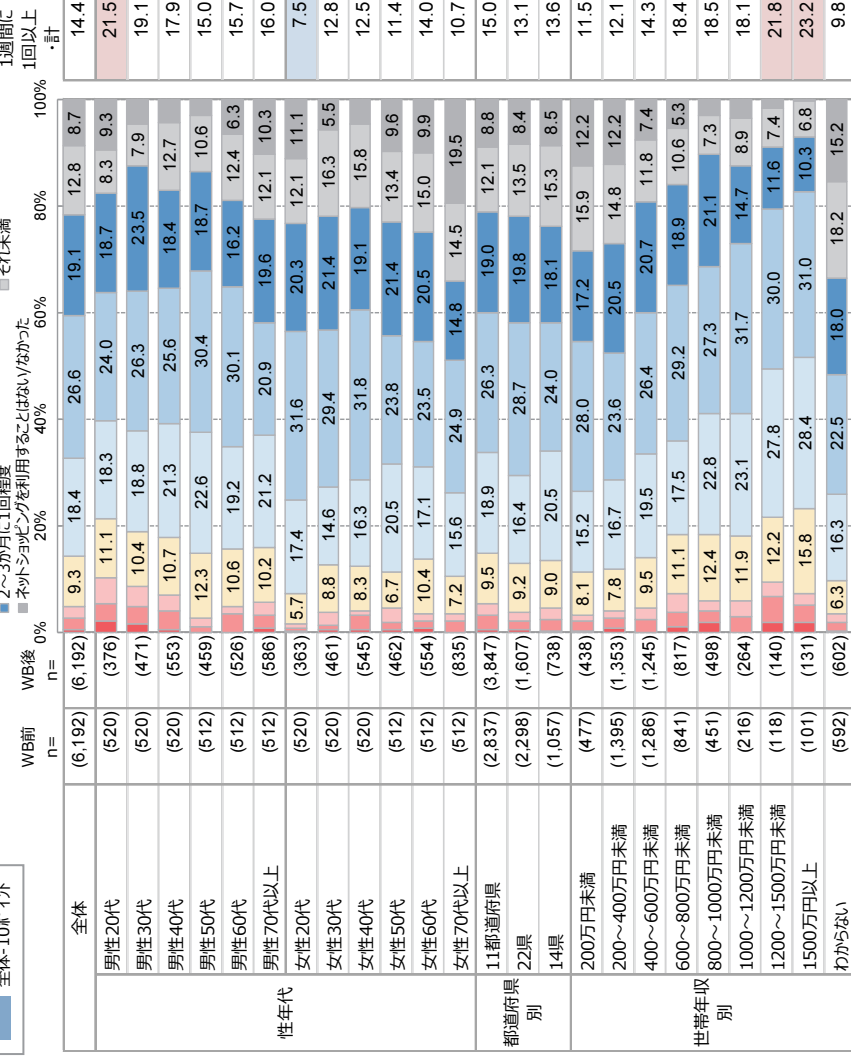
MTS

## 新型コロナウイルス流行前

n=30以上の場合

[比率の差]  
■ 全体+10%ポイント  
■ 全体+5%ポイント  
■ 全体-5%ポイント  
■ 全体-10%ポイント

■ 1日に1回以上  
 ■ 4～6日に1回程度  
 ■ 2～3週間に1回程度  
 ■ 1か月に1回程度  
 ■ 2～3か月に1回程度  
 ■ ネットショッピングを利用することはない/なかった

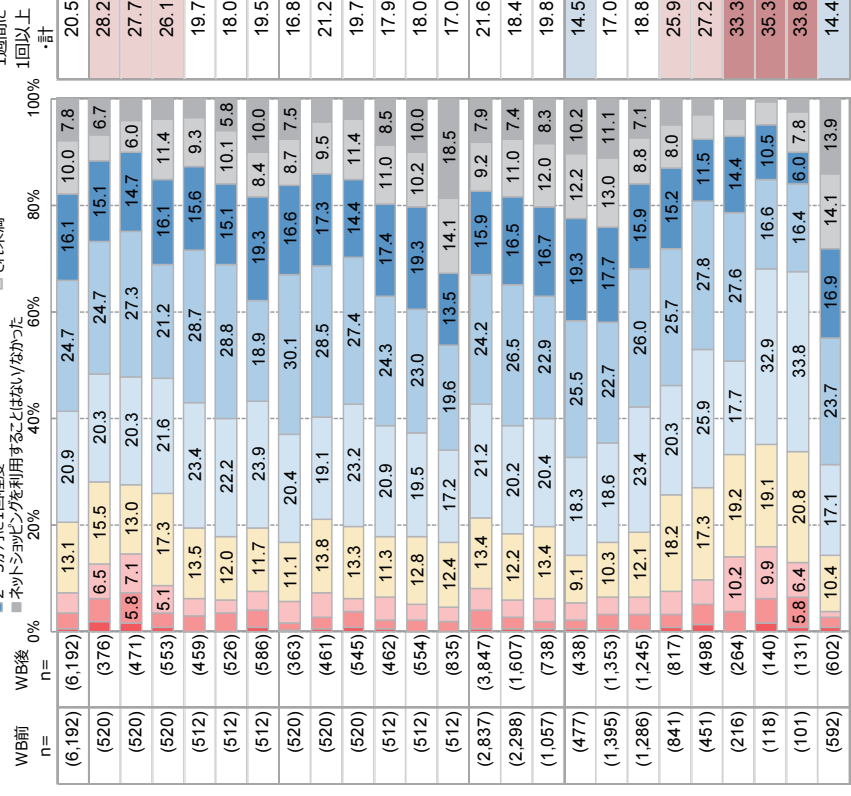


※5%未満のスコアは非表示

© Macromill, Inc.

## 現在

■ 1日に1回以上  
 ■ 4～6日に1回程度  
 ■ 2～3週間に1回程度  
 ■ 1か月に1回程度  
 ■ 2～3か月に1回程度  
 ■ ネットショッピングを利用することはない/なかった



※1週間に1回以上・計（「1日に1回以上」～「1週間に1回程度」）

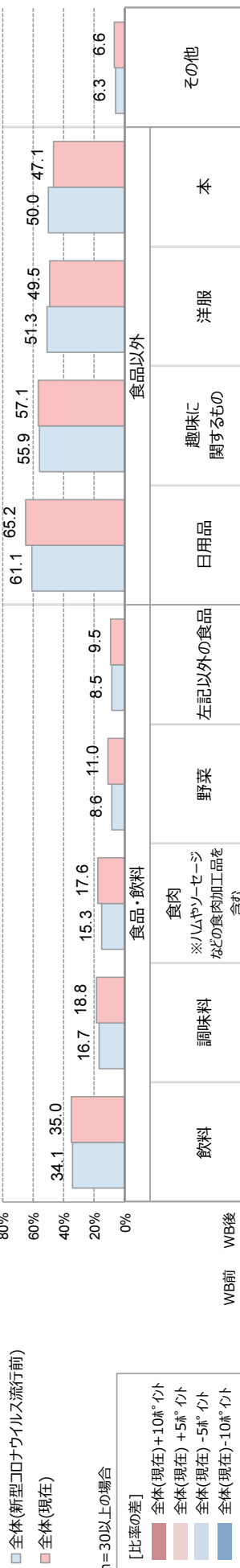
# コロナ流行前後のネットショッピングでの購入商品

- 新型コロナウイルスの流行前後に関わらずネットショッピングでの購入商品は【食品以外】が主流。特に「日用品」の購入率が最も高く6割を超えている。流行前と比較すると「日用品」の購入率が微増した一方、「本」の購入率はわずかに減少。
- 性年代別で見ると、男性では「趣味に関するもの」「本」、女性では「洋服」を購入する人がそれぞれ多いことが特徴。
- 世帯年収別で見ると、800万円以上層では「飲料」や「本」を購入する人の割合が高く、特に1500万円以上層で顕著。

Q6 前問で「ネットショッピングを利用している」とお答えになった方にお聞きします。ネットショッピングであなたが購入したことがある商品をすべてお選びください。

MTM

## ※ネットショッピング利用者ベース



性別	年齢	世帯年収	都道府県別	購入商品カテゴリー									
				飲料	調味料	食肉 ※ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む	野菜	左記以外の食品	日用品	趣味に関するもの	洋服	本	その他
全体	新型コロナウイルス流行前	n = 5,686	(5,655)	34.1	16.7	15.3	8.6	8.5	61.1	55.9	51.3	50.0	6.3
全体	新型コロナウイルス流行後	n = 5,758	(5,707)	35.0	18.8	17.6	11.0	9.5	65.2	57.1	49.5	47.1	6.6
男性	20代	(493)	(351)	38.7	20.9	20.0	17.2	3.0	63.3	72.1	46.1	52.2	1.7
男性	30代	(493)	(452)	37.9	20.4	20.4	16.4	3.5	65.7	71.2	54.0	58.6	1.3
男性	40代	(503)	(533)	29.8	15.7	15.9	8.5	3.4	61.9	72.5	45.9	57.6	2.5
男性	50代	(493)	(444)	38.0	17.1	16.0	6.9	5.8	63.9	69.1	40.3	49.7	4.8
男性	60代	(486)	(496)	30.3	14.2	15.7	7.1	8.9	60.6	69.9	40.1	52.4	5.2
男性	70代以上	(467)	(528)	36.4	16.1	20.6	6.5	15.5	59.4	58.9	26.5	38.7	11.1
女性	20代	(493)	(336)	28.4	14.6	9.9	8.1	5.4	70.7	61.2	69.4	41.1	2.9
女性	30代	(494)	(441)	32.2	20.0	17.9	13.3	6.3	74.1	55.8	69.5	50.1	3.1
女性	40代	(498)	(524)	34.6	17.2	12.1	9.9	8.5	71.4	49.3	60.5	49.6	7.0
女性	50代	(470)	(423)	34.1	17.4	15.8	13.6	10.0	68.7	47.7	56.9	43.5	9.4
女性	60代	(455)	(499)	40.2	24.8	19.7	13.9	15.4	63.4	42.7	55.7	42.4	12.8
女性	70代以上	(413)	(680)	38.1	24.6	23.3	12.2	19.9	63.2	30.8	41.5	34.0	12.3
11都道府県		(2,638)	(3,542)	37.5	19.9	18.1	13.1	9.2	66.3	56.6	49.5	48.2	6.5
22県		(2,140)	(1,488)	31.2	17.3	17.9	8.2	9.9	63.7	58.3	49.2	45.6	6.6
14県		(980)	(677)	30.7	16.5	15.8	5.9	10.2	63.0	57.5	50.5	44.7	7.4
200万円未満		(436)	(393)	33.7	17.2	16.7	8.3	7.5	63.8	50.0	36.9	40.6	4.2
200～400万円未満		(1,265)	(1,203)	31.3	16.0	16.9	10.3	12.5	60.8	55.4	44.3	41.7	7.6
400～600万円未満		(1,210)	(1,156)	32.8	16.5	15.5	8.5	9.9	64.2	57.3	48.5	46.6	8.4
600～800万円未満		(810)	(778)	35.7	21.4	18.7	12.9	8.0	66.8	62.3	53.2	52.1	3.9
800～1000万円未満		(437)	(484)	46.9	24.9	22.3	16.6	7.7	71.5	60.8	53.3	57.7	5.7
1000～1200万円未満		(209)	(254)	49.2	33.3	23.0	15.9	6.4	76.9	66.2	55.0	60.6	4.2
1200～1500万円未満		(116)	(140)	51.2	25.9	27.8	17.4	14.1	72.3	64.5	51.5	62.5	12.2
1500万円以上		(99)	(128)	60.4	28.5	25.3	16.7	13.0	75.9	70.7	58.8	68.0	8.0
わからない		(511)	(518)	27.0	14.8	14.9	8.2	8.4	60.8	48.4	51.8	36.4	6.5

※各カテゴリー毎に「全体(現在)」のスコアで降順ソート

# コロナ流行前後のネットショッピングでの食肉購入頻度

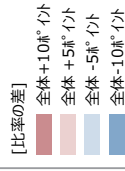
- 【新型コロナウイルス流行前】に食肉を1週間に1回以上購入していた人の割合は全体で30%。【現在】では37%と食肉の購入頻度は増加傾向。
- 性年代別で見ると、女性30～40代は【現在】の1週間に1回以上購入率が4～5割台と【新型コロナウイルス流行前】から大幅増。男性では20代で6割を超えた。
- 都道府県別で見ると、11都道府県は他層よりも【現在】の購入率が高く、【新型コロナウイルス流行前】からも増加している(34%→42%)。
- 世帯年収別では、800～1000万円未満層で【現在】の1週間以内購入率が高め。世帯年収400～600万円未満層ではコロナ流行前後に関わらず低め。

Q7 ネットショッピングで「食肉」を購入したことがあるとお答えになった方にお聞きします。あなたがネットショッピングで「食肉（ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む）」を購入する頻度をお選びください。

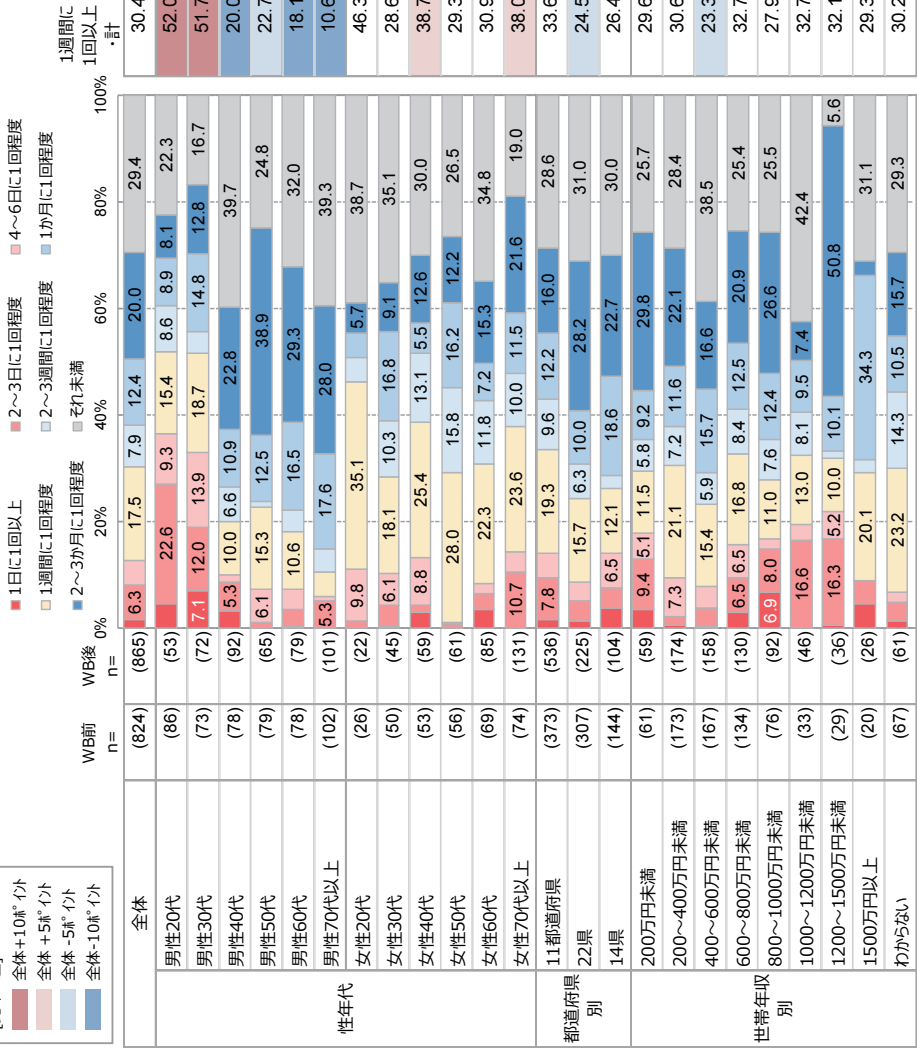
MTS

※ネットショッピングでの食肉購入者ベース

n=30以上の場合

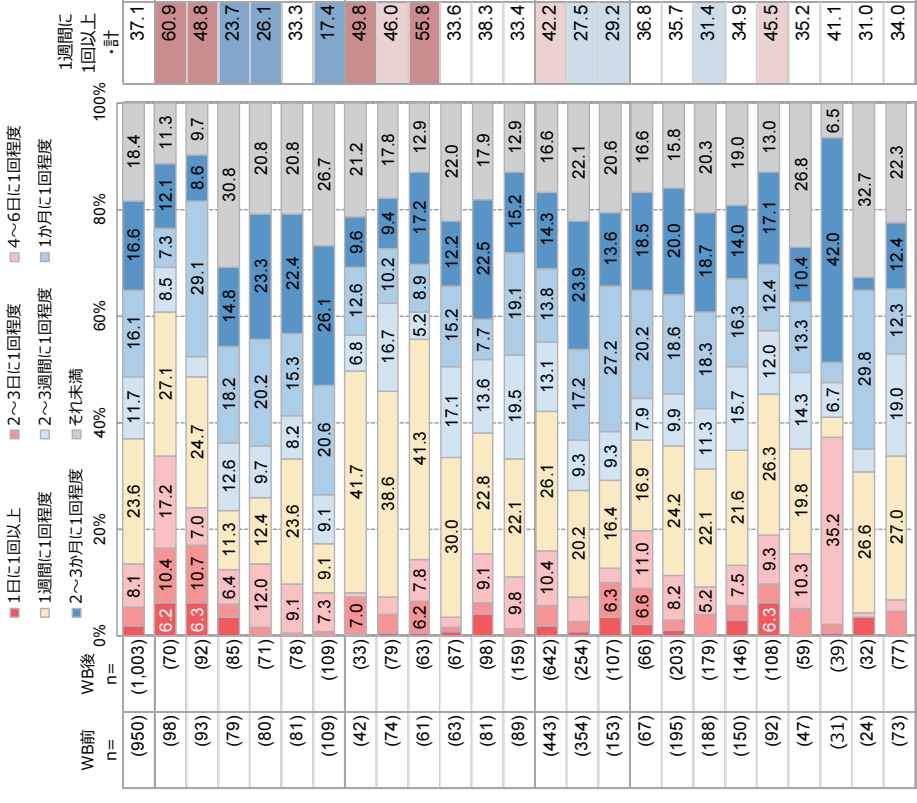


## 新型コロナウイルス流行前



※5%未満のシェアは非表示

## 現在



※1週間に1回以上・計（「1日に1回以上」～「1週間に1回程度」）

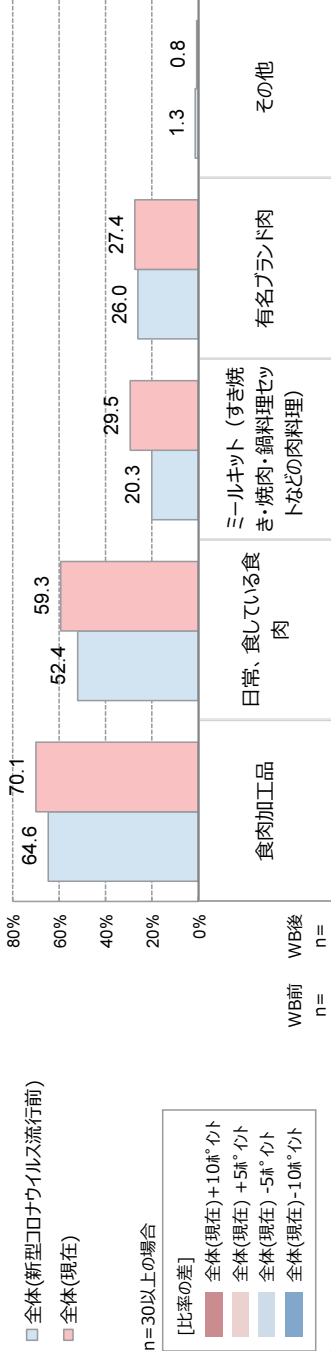
# コロナ流行前後のネットショッピングで購入する食肉の種類

- ネットショッピングで購入する食肉の種類を全体で見ると、「食肉加工品」(65%→70%)が最も高く、次いで「日常、食している食肉」(52%→59%)が続く。いずれも【新型コロナウイルス流行前】よりも購入率が高まっている。また、「ミールキット」の購入率も増加しており、【現在】では「有名ブランド肉」を上回っている。
- 性年代別では、男女ともに20～30代で「日常、食している食肉」、50代で「食肉加工品」の購入率が高め。「ミールキット」「有名ブランド肉」は男性20代で高スコア。
- 都道府県別で見ると、11都道府県では他層よりも「日常、食している食肉」を購入する人が多い。
- 世帯年収別で見ると、1200万円以上層では「有名ブランド肉」の購入率が5割以上と高く、800万円以下層の約2倍となっている。

Q8 引き続き、ネットショッピングで「食肉」を購入したことがあるとお答えになった方にお聞きします。あなたがネットショッピングで購入する「食肉（ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む）」の種類をお選びください。

MTM

※ネットショッピングでの食肉購入者ベース



属性	WB前 n	WB後 n	食肉加工品	日常、食している食肉	ミールキット (すき焼き・焼肉・鍋料理セットなどの肉料理)	有名ブランド肉	その他
全体(新型コロナウイルス流行前)	(824)	(865)	64.6	52.4	20.3	26.0	1.3
全体(現在)	(950)	(1,003)	70.1	59.3	29.5	27.4	0.8
男性20代	(98)	(70)	63.9	68.4	49.4	50.5	-
男性30代	(93)	(92)	74.5	71.6	38.9	47.5	-
男性40代	(79)	(85)	60.6	63.7	36.4	27.1	-
男性50代	(80)	(71)	83.3	54.9	28.5	29.3	-
男性60代	(81)	(78)	71.4	38.9	31.9	26.0	1.8
男性70代以上	(109)	(109)	70.4	48.0	17.1	19.8	1.5
女性20代	(42)	(33)	43.1	67.9	23.6	20.0	-
女性30代	(74)	(79)	63.5	69.7	28.4	16.7	-
女性40代	(61)	(63)	73.0	63.3	28.4	30.6	5.6
女性50代	(63)	(67)	79.9	70.8	22.9	21.1	1.8
女性60代	(81)	(98)	74.4	45.6	23.7	22.5	-
女性70代以上	(89)	(159)	69.9	60.7	28.0	21.8	-
11都道府県	(443)	(642)	70.7	65.5	32.0	27.6	0.7
22県	(354)	(254)	72.4	47.6	25.1	26.2	0.3
14県	(153)	(107)	61.3	50.6	24.8	28.5	2.5
200万円未満	(67)	(66)	69.6	59.5	27.9	17.3	-
200～400万円未満	(195)	(203)	74.4	49.6	22.4	21.7	0.3
400～600万円未満	(188)	(179)	67.0	54.2	29.2	20.8	-
600～800万円未満	(150)	(146)	63.6	73.1	30.1	24.0	1.5
800～1000万円未満	(92)	(108)	76.8	71.6	39.8	36.8	-
1000～1200万円未満	(47)	(59)	83.8	66.3	40.0	36.8	0.5
1200～1500万円未満	(31)	(39)	77.0	46.2	45.4	62.5	-
1500万円以上	(24)	(32)	79.0	74.9	37.2	54.4	-
わからない	(73)	(77)	55.1	51.4	21.7	29.3	0.7

※「全体(現在)」のスコアで降順ソート



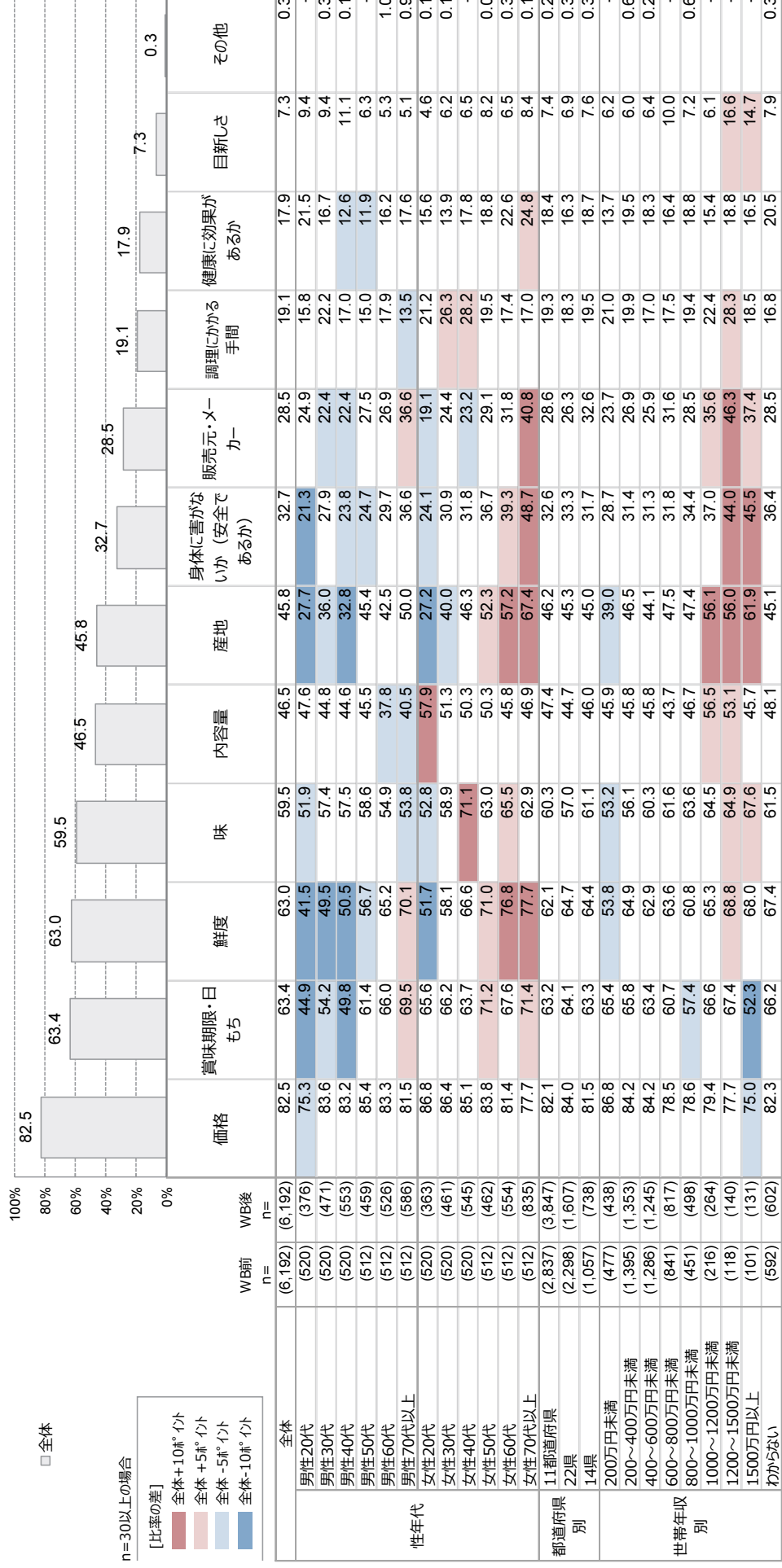
## 2.食料品の購入実態の変化

# 食料品購入時の重視点

- 食料品購入時の重視点を全体で見ると、「価格」(83%)がトップ。以下、「賞味期限・日もち」「鮮度」(各63%)、「味」(60%)が上位に挙がる。
- 性年代別で見ると、男女70代以上では共通して「賞味期限・日もち」「鮮度」の重視度が高い傾向。また、女性20代は「内容量」、女性40代は「味」、女性70代以上は「産地」「身体に害がないか」「販売元・メーカー」が高スコア。
- 世帯年収別では、1200万円以上層では他層よりも「産地」「身体に害がないか」を重視している人が多い。

Q9 あなたが食料品を購入する時に重視している内容をすべてお選びください。

MA



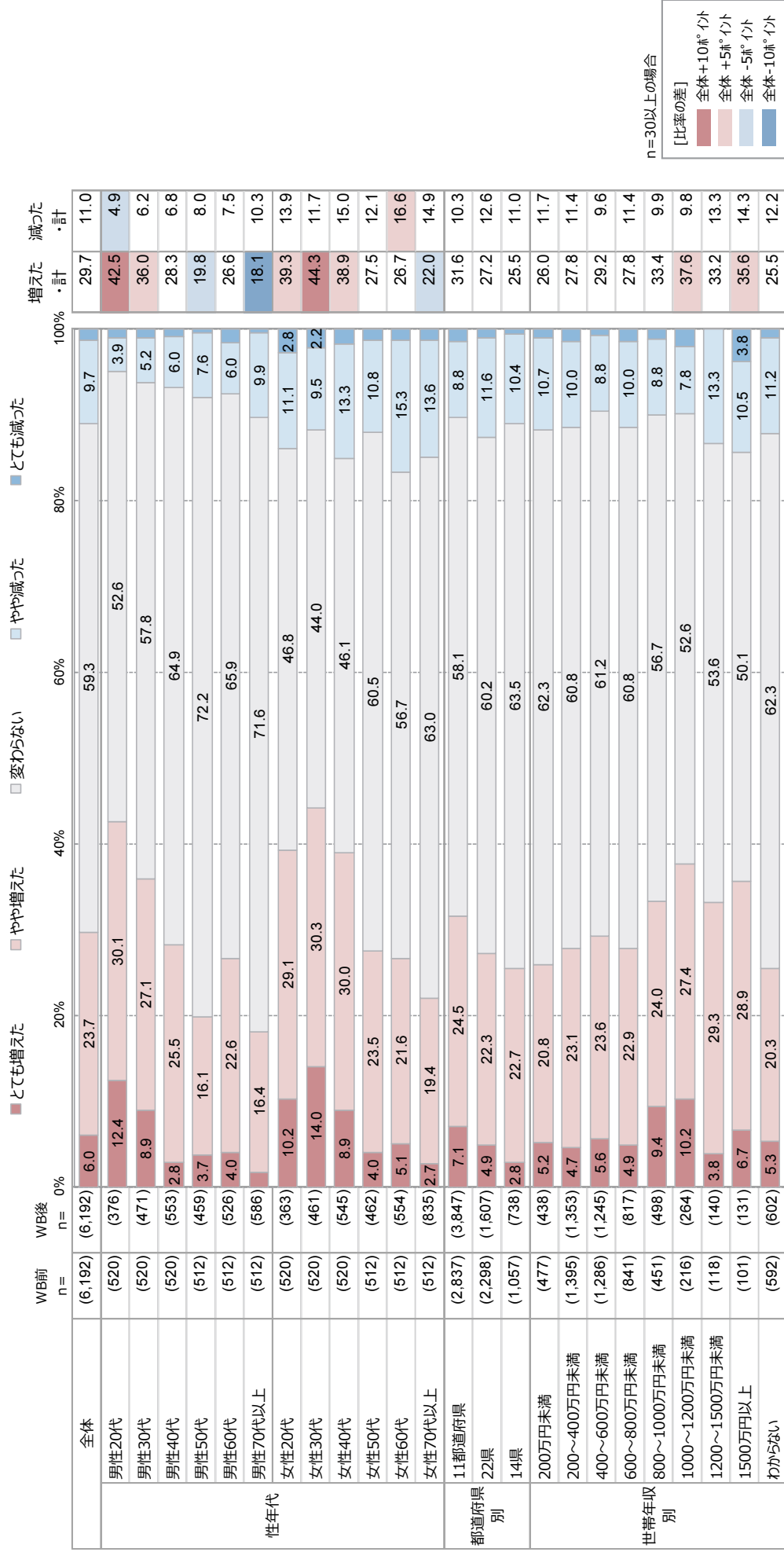
※「全体」のスコアで降順ソート

# コロナ流行前後での食料品購入頻度の変化

- 新型コロナウイルス流行前後で食料品の購入頻度が増加した人は30%で、減少した人は11%を上回っている。
- 性年代別で見ると、男性20代や女性30代では特に増加した人の割合が高く4割台。一方、女性60代では全体に比べ減少した人の割合が高くなっている。
- 都道府県別で見ると、11都道府県では他層に比べて増加した人の比率が高め。
- 世帯年収別で見ると、1000万円以上層では「増えた・計」のスコアが比較的高くなっている。

Q10 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、ご家庭での食料品の購入頻度に変化はありましたか。あてはまる選択肢をお選びください。

SA



※2%未満のスコアは非表示 ※増えた・計（「とも増えた」+「やや増えた」） 減った・計（「とも減った」+「やや減った」）

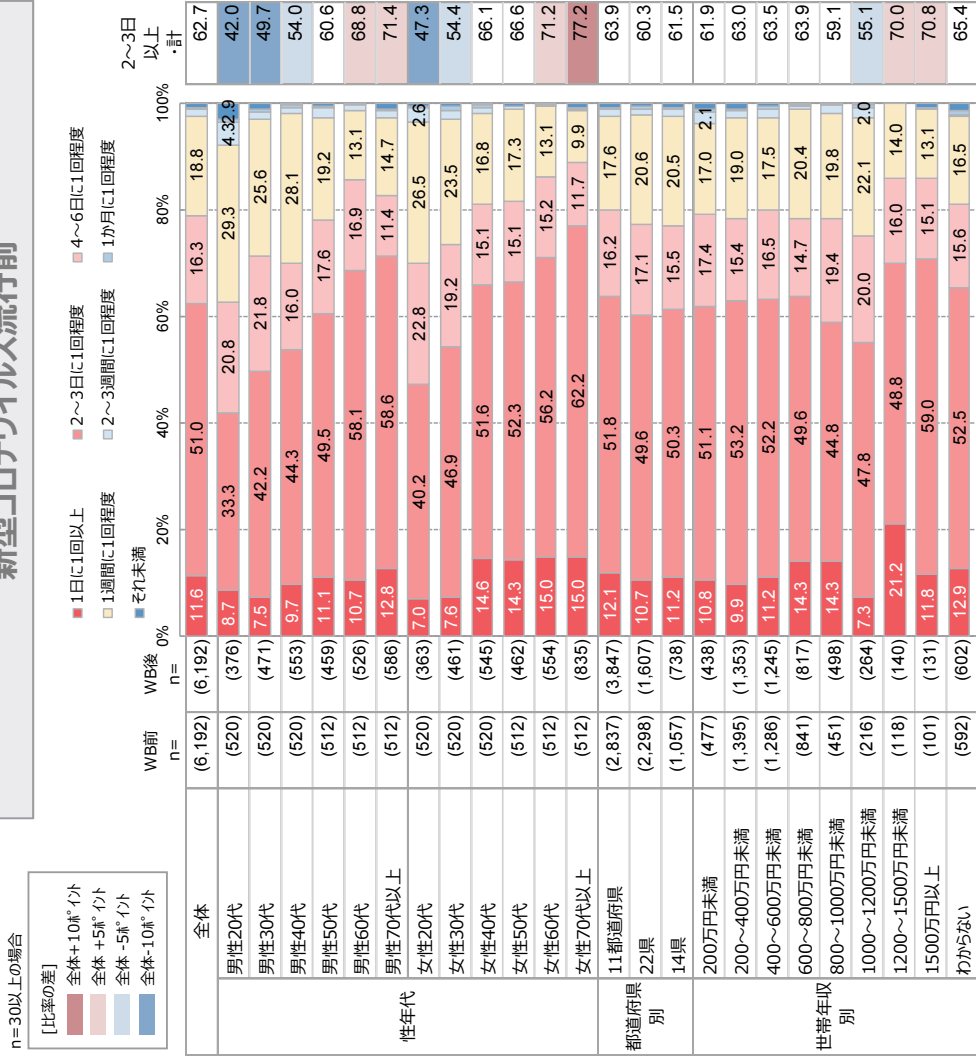
# コロナ流行前後での食料品購入頻度

- 【新型コロナウイルス流行前】の食料品の2～3日以上購入率は全体で63%であったが、【現在】では54%まで低下。いずれも「2～3日に1回程度」が主流。
- 性年代別では、流行に関わらず男性60代以上で2～3日以上購入率が高いが男女20代では低め。女性70代以上では【流行前】よりも購入頻度が大幅に低下。
- 世帯年収別で見ると、ほぼ全ての層で【現在】は【流行前】に比べて2～3日以上購入率が低下傾向だが、世帯年収1000～1200万円未満層では微増している。

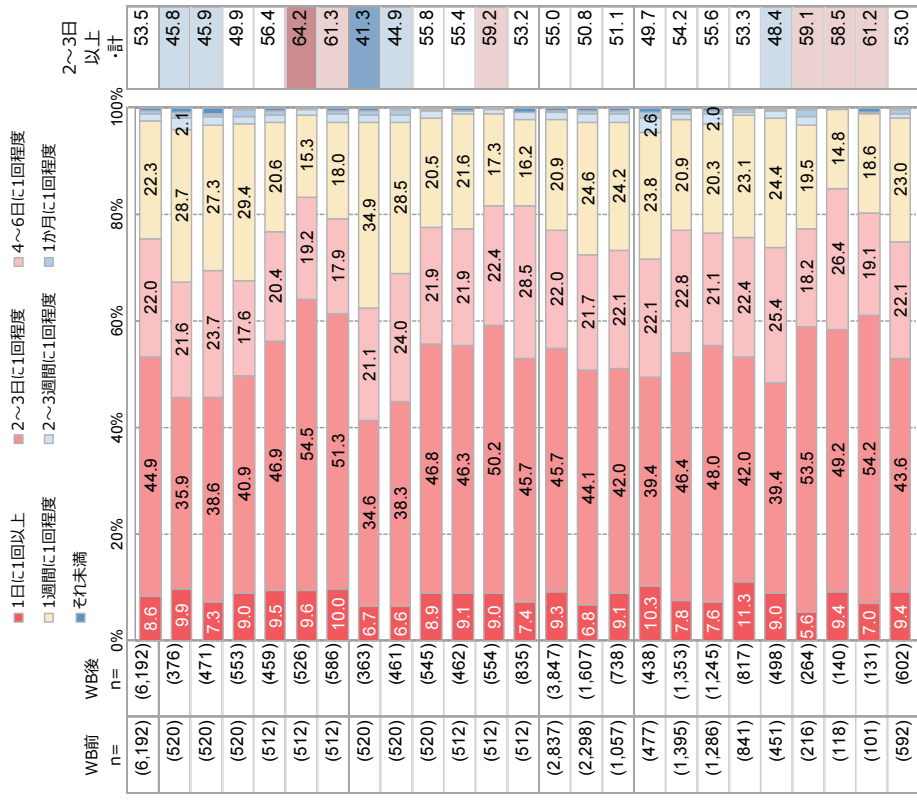
Q11 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおけるご家庭での食料品の購入頻度をお選びください。

MTS

## 新型コロナウイルス流行前



## 現在



※2%未満の入口は非表示

※2～3日以上・計（「1日に1回以上」+「2～3日に1回程度」）

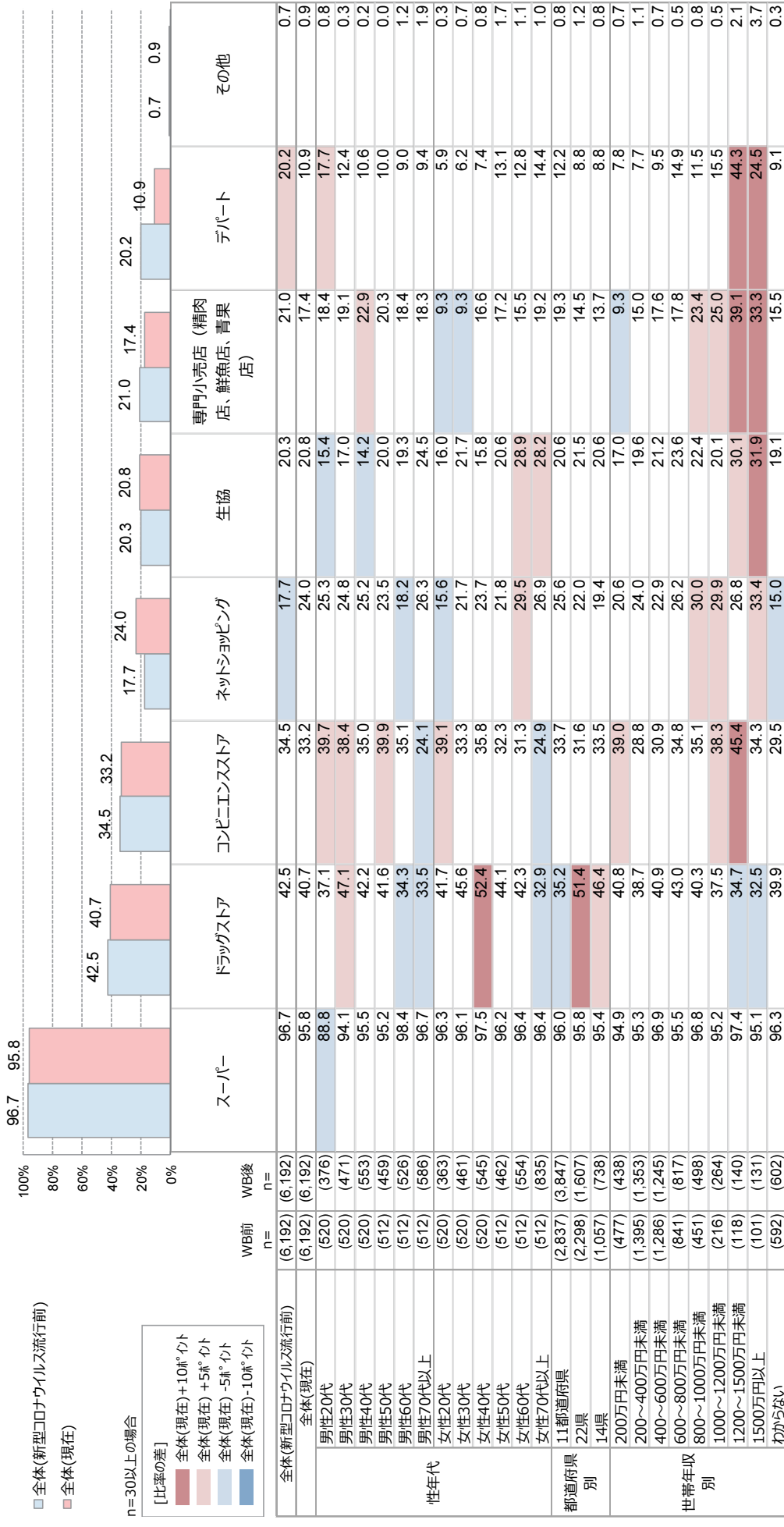
© Macromill, Inc.

# コロナ流行前後での食料品の購入場所

- 食品の購入場所は時期に関わらず「スーパー」が主流で9割以上を占めている。以下、「ドラッグストア」が4割台、「コンビニストア」が3割台で続いている。【新型コロナウイルス流行前】と比較すると、「ネットショッピング」で購入する人は増加している。一方、「デパート」での購入率は1割程度まで低下。
- 性年代別で見ると、女性40代は他年代よりも「ドラッグストア」で購入する人が多い。
- 都道府県別では、22県や14県では「ドラッグストア」を購入場所としている人が多い。
- 世帯年収別で見ると、1200万円以上層では「生協」「専門小売店」「デパート」といった全体下位項目での購入率が高くなっている。

Q12 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在それぞれにおけるご家庭での食料品の購入場所をすべてお選びください。

MTM



※「全体(現在)」のスコアで降順ソート

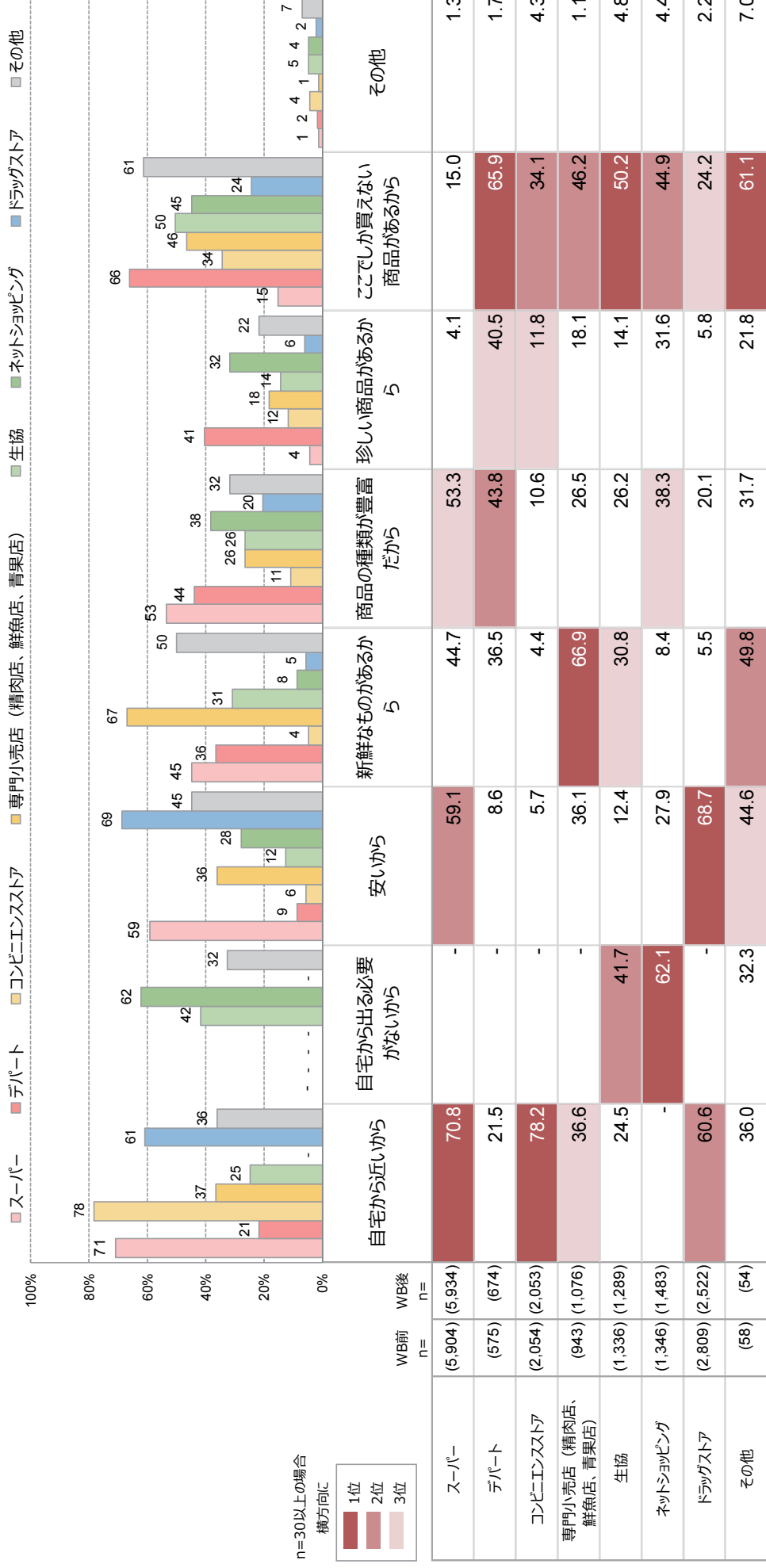
# 食料品購入場所の利用理由

- 食料品の購入場所についてみると、『スーパー』『コンビニエンスストア』では「自宅から近いから」、「専門小売店」では「新鮮なものがあるから」、「ネットショッピング」では「自宅から出る必要がないから」、「ドラッグストア」では「安いから」が特徴的な利用理由となっている。
- いずれの購入場所においても「ここでしか買えない商品があるから」が上位項目として挙がっている。

Q13 前問でお選びになった現在のご家庭の食料品の購入場所を利用している理由をすべてお選びください。

※各購入場所利用者ベース

MTM



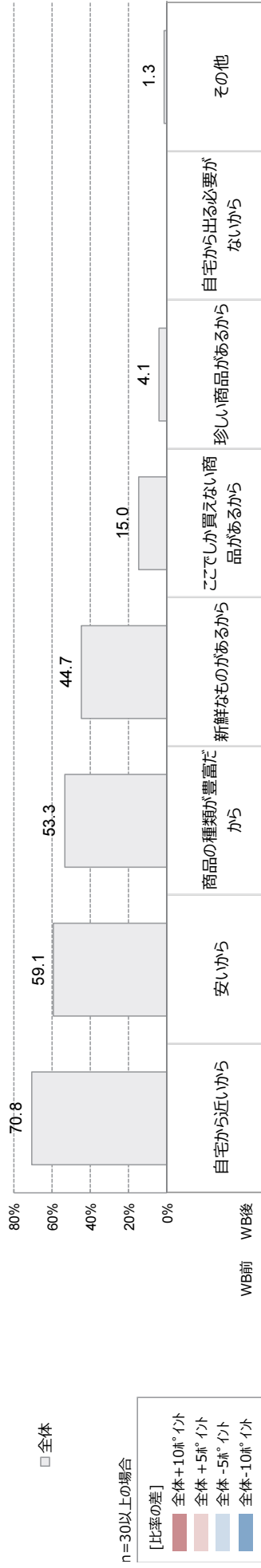
# 【スーパー】の利用理由

- 【スーパー】の利用理由について全体で見ると、「自宅から近いから」(71%)がトップ。以下、「安いから」(59%)、「商品の種類が豊富だから」(53%)が続いている。
- 性年代別で見ると、男女20代や男性50代では「安いから」を利用理由として挙げる人が特に多い。一方、男性20代は「新鮮なものがあるから」、女性70代以上は「安いから」のスコアが他年代よりも低い。
- 世帯年収別で見ると、1000～1200万円未満層で「自宅から近いから」「商品の種類が豊富だから」「新鮮なものがあるから」の割合が高め。

Q13S1 前問でお選びになった現在の家庭の食料品の購入場所を利用している理由をすべてお選びください。【スーパー】

MTM

※【スーパー】利用者ベース



	WB前 n =	WB後 n =	自宅から近いから	安いから	商品の種類が豊富だから	新鮮なものがあるから	ここでしか買えない商品があるから	珍しい商品があるから	自宅から出る必要がないから	その他
全体	(5,904)	(5,934)	70.8	59.1	53.3	44.7	15.0	4.1	-	1.3
性年代										
男性20代	(451)	(334)	66.5	69.8	46.1	30.8	12.0	5.0	-	0.9
男性30代	(487)	(443)	67.4	63.7	44.2	42.5	12.8	6.6	-	0.9
男性40代	(493)	(528)	70.5	65.8	52.3	39.7	16.2	4.9	-	0.8
男性50代	(491)	(437)	70.2	70.1	56.8	47.6	15.3	3.5	-	0.5
男性60代	(502)	(517)	77.8	59.1	58.5	48.2	13.6	3.9	-	1.0
男性70代以上	(495)	(567)	74.1	55.3	61.5	47.6	13.3	2.5	-	0.8
女性20代	(500)	(349)	67.9	70.5	45.6	35.5	11.1	2.9	-	0.3
女性30代	(499)	(443)	67.9	64.7	49.1	45.5	15.0	4.6	-	0.7
女性40代	(507)	(531)	68.5	61.9	50.7	45.2	16.7	5.9	-	1.6
女性50代	(492)	(445)	71.3	55.1	50.5	47.7	16.3	4.8	-	1.1
女性60代	(494)	(534)	70.9	53.1	57.1	48.5	20.1	2.9	-	0.9
女性70代以上	(493)	(806)	72.2	41.0	57.7	48.1	14.9	2.6	-	3.6
都道府県別										
11都道府県	(2,708)	(3,691)	71.4	60.1	51.9	43.0	13.9	4.1	-	1.1
22県	(2,196)	(1,539)	69.8	58.8	55.2	47.0	15.8	4.1	-	1.9
14県	(1,000)	(704)	69.8	54.8	56.7	48.3	18.7	3.8	-	0.8
世帯年収別										
200万円未満	(448)	(416)	69.1	57.5	47.4	36.4	15.7	4.1	-	1.5
200～400万円未満	(1,331)	(1,289)	68.9	57.9	56.8	46.8	17.9	3.9	-	1.2
400～600万円未満	(1,232)	(1,207)	69.0	60.4	52.1	44.4	14.4	3.7	-	0.7
600～800万円未満	(805)	(781)	72.3	58.3	54.1	42.6	13.3	4.1	-	1.1
800～1000万円未満	(435)	(482)	73.0	61.0	54.6	47.0	16.2	4.7	-	0.9
1000～1200万円未満	(204)	(252)	76.2	63.3	59.6	53.1	13.1	4.5	-	1.2
1200～1500万円未満	(112)	(135)	73.2	61.6	55.2	61.2	11.1	11.4	-	-
1500万円以上	(92)	(125)	64.4	43.9	46.2	41.7	15.2	4.0	-	8.8
わからない	(562)	(580)	73.3	57.0	54.1	44.0	14.2	3.4	-	1.2

※「全体」のスコアで降順ソート

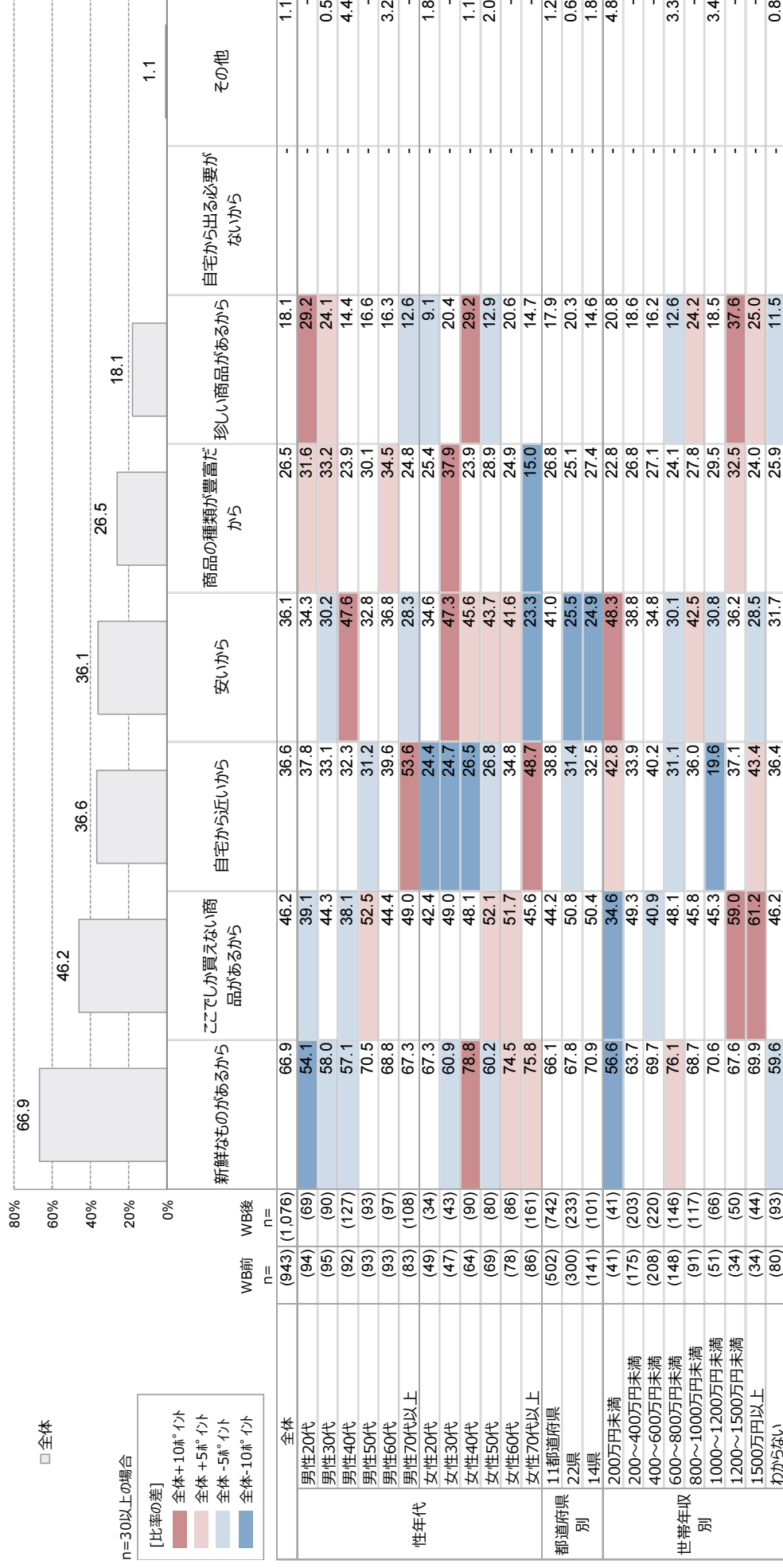
# 【専門小売店】の利用理由

- 【専門小売店】の利用理由を全体でみると、「新鮮なものがあるから」(67%)がトップ。次点で「ここだけ買えない商品があるから」(46%)が続く。
- 性年代別でみると、女性40代は「新鮮なものがあるから」、男女70代以上は「自宅から近いから」を理由として挙げる人が特に多い。
- 都道府県別でみると、11都道府県では他層よりも「安いから」のスコアが高い。
- 世帯年収別では、1200万円以上層で「ここだけ買えない商品があるから」が6割前後と高め。

Q13S4 前問でお選びになった現在の家庭の食料品の購入場所を利用している理由をすべてお選び下さい。【専門小売店】

※【専門小売店】利用者ベース

MTM



※「全体」のスコアで降順ソート



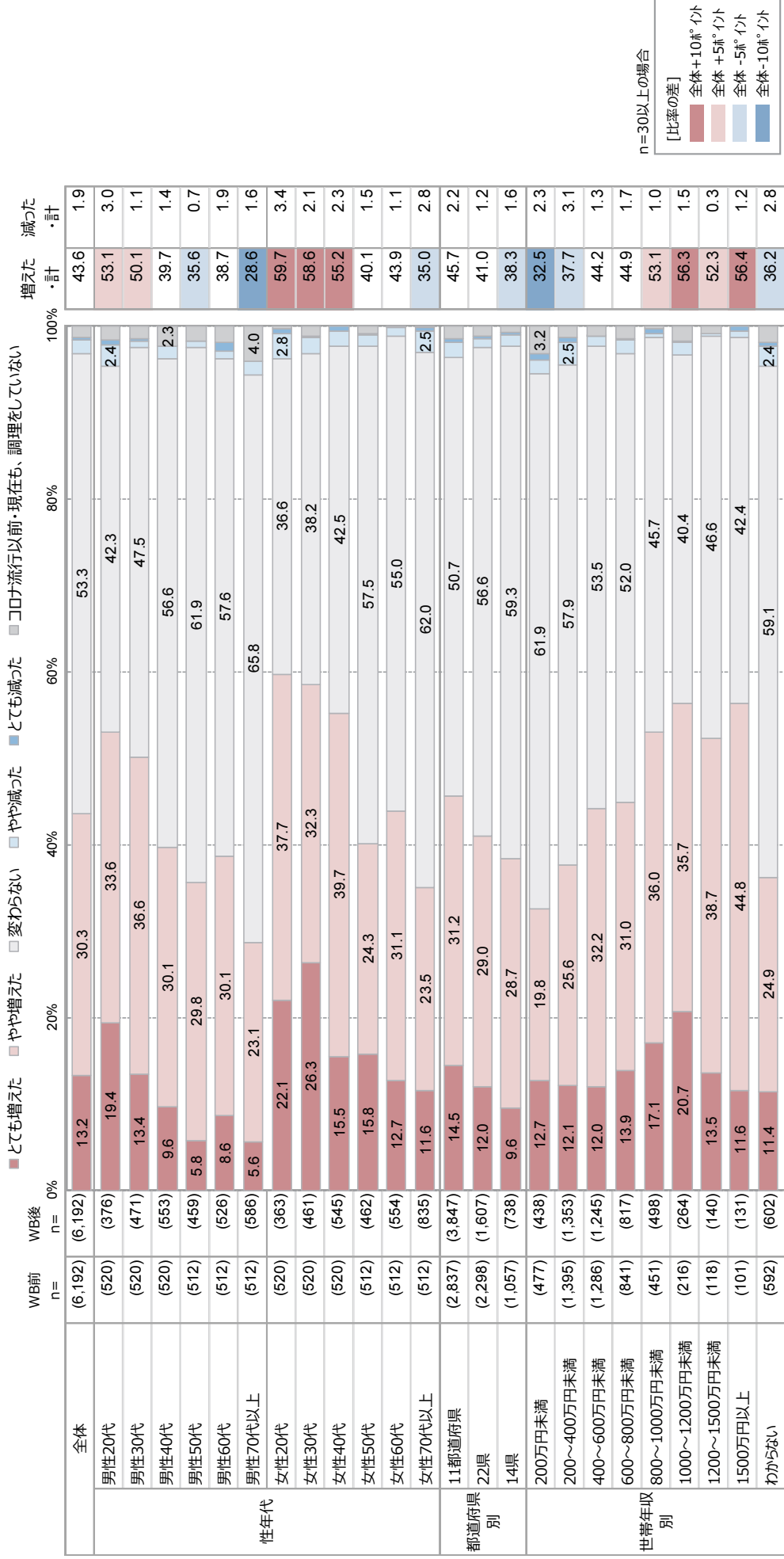
### 3.調理頻度と外食サービス利用実態の変化

# コロナ流行前後での調理頻度の変化

- 新型コロナウイルス流行前後で調理頻度が増加した人の割合は全体で44%。一方、減少したと回答した人はわずか2%程度にとどまった。
- 性年代別で見ると、男女ともに若年層で増加した人の割合が高い傾向がみられており、特に女性20～30代では6割近くにのぼっている。
- 都道府県別で見ると、11都道府県では増加した人が多く、14県では低いスコアとなっている。
- 世帯年収別で見ると、800万円以上層で増加した人の割合が5割以上と高い。

Q14 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、現在、ご自宅での調理をする頻度はどうなりましたか。あてはまる選択肢をお選びください。

SA



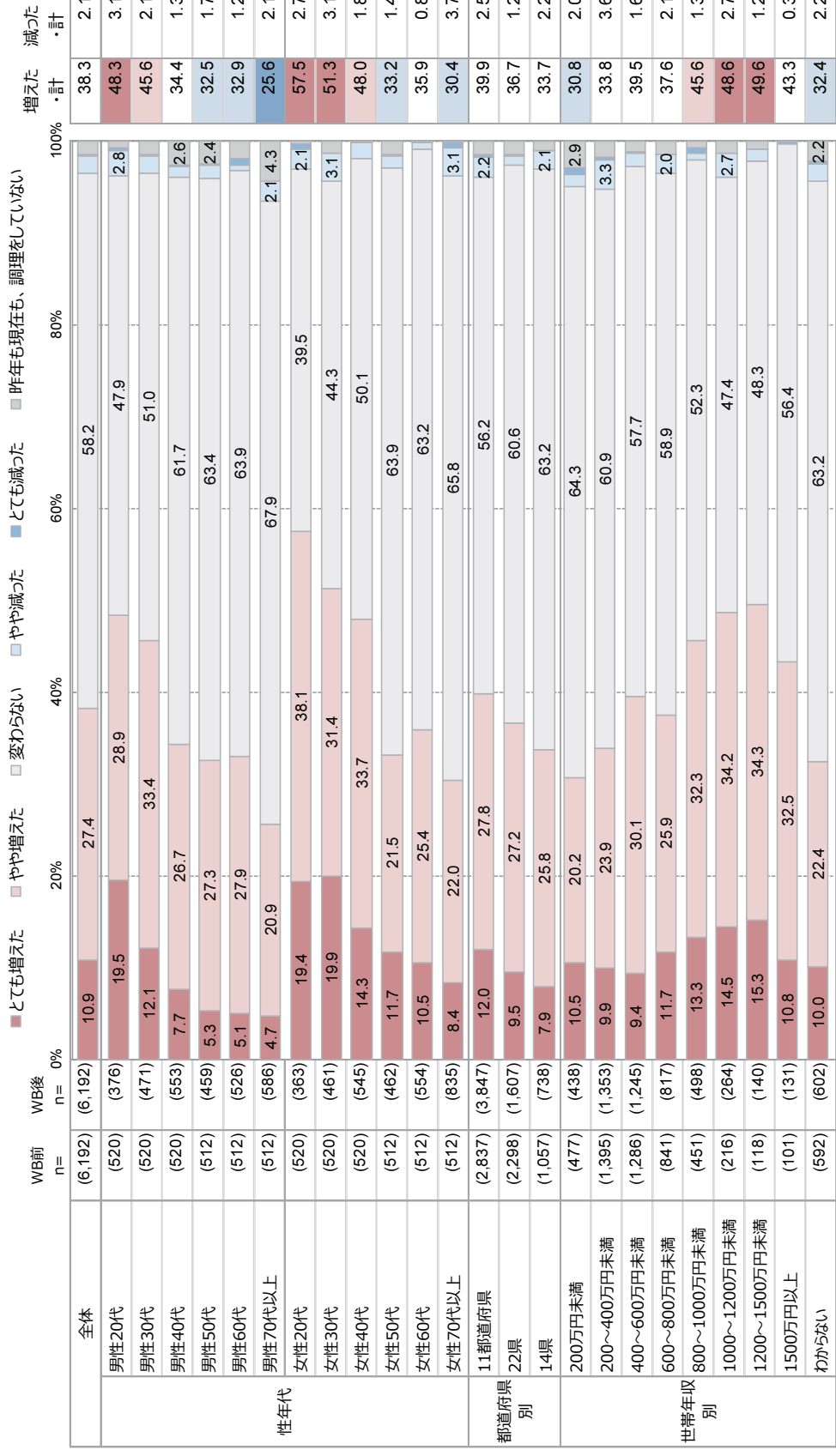
※2%未満のスコアは非表示 ※増えた・計（「とも増えた」+「やや増えた」） 減った・計（「とも減った」+「やや減った」）

# 1年前との調理頻度の変化

- 1年前から調理頻度が増えたという人は全体で38%。減ったと回答した人は2%にとどまる。
- 性年代別で見ると、男女ともに20～30代で調理頻度が増加したという人が多く、特に20代で顕著となっている。
- 世帯年収別で見ると、1000～1500万円未満層で約5割と高め。

Q15 コロナ禍である昨年の今頃（1年前）と比較して、現在、ご自宅で調理をする頻度はどうなりましたか。あてはまる選択肢をお選びください。

SA



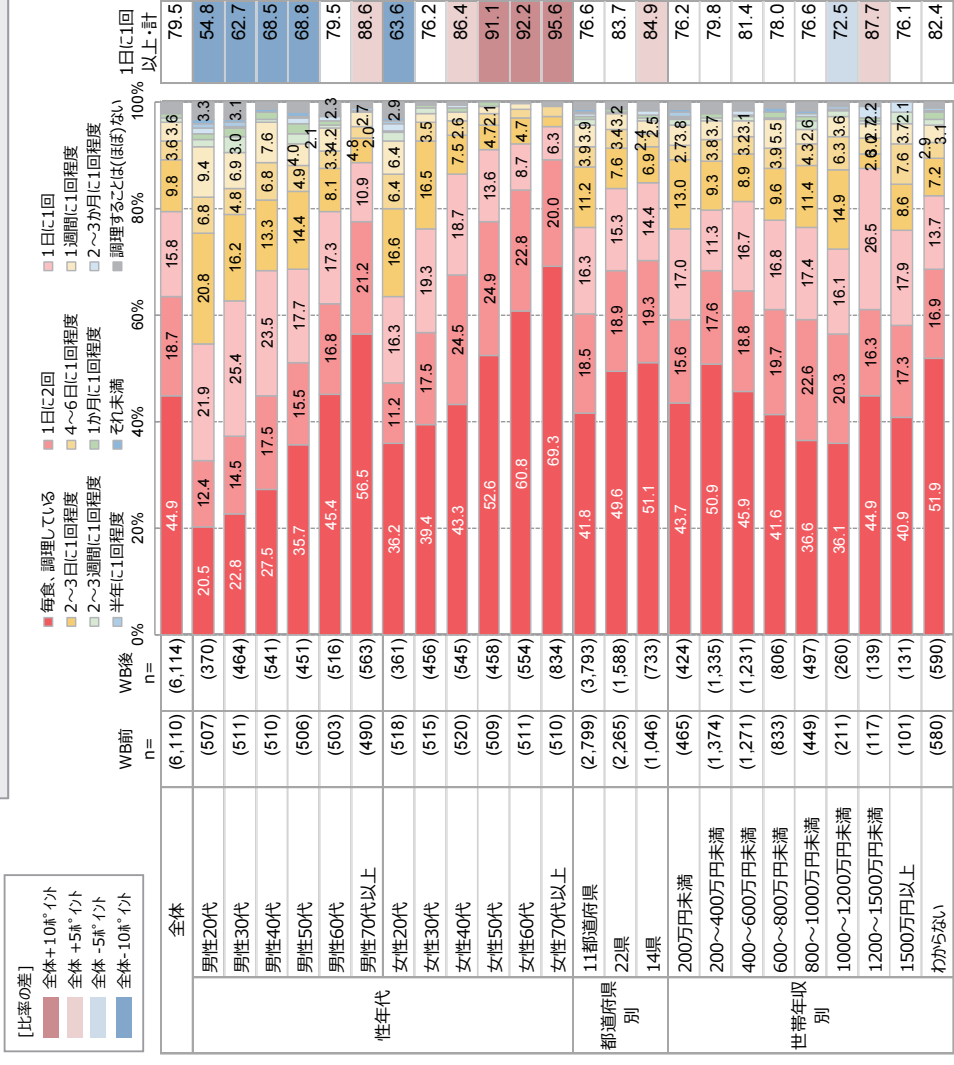
# コロナ流行前後の調理頻度

- 【新型コロナウイルス流行前】の1日1回以上調理率は全体で80%。【現在】では84%と微増にとどまっていますが、「毎食、調理している」の割合は10pt近く増加した。
- 性年代別で見ると、流行前後に関わらず女性50代以上では9割以上が1日1回以上調理していると回答。男性では70代以上で約9割と高くなっている。
- 都道府県別で見ると、11都道府県では【現在】の1日1回以上調理率が増加。他2層でも微増している。
- 世帯年収別で見ると、1500万円以上層における【現在】の1日1回以上調理率は低め。

Q16 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおけるご家庭で調理をする頻度をお選びください。

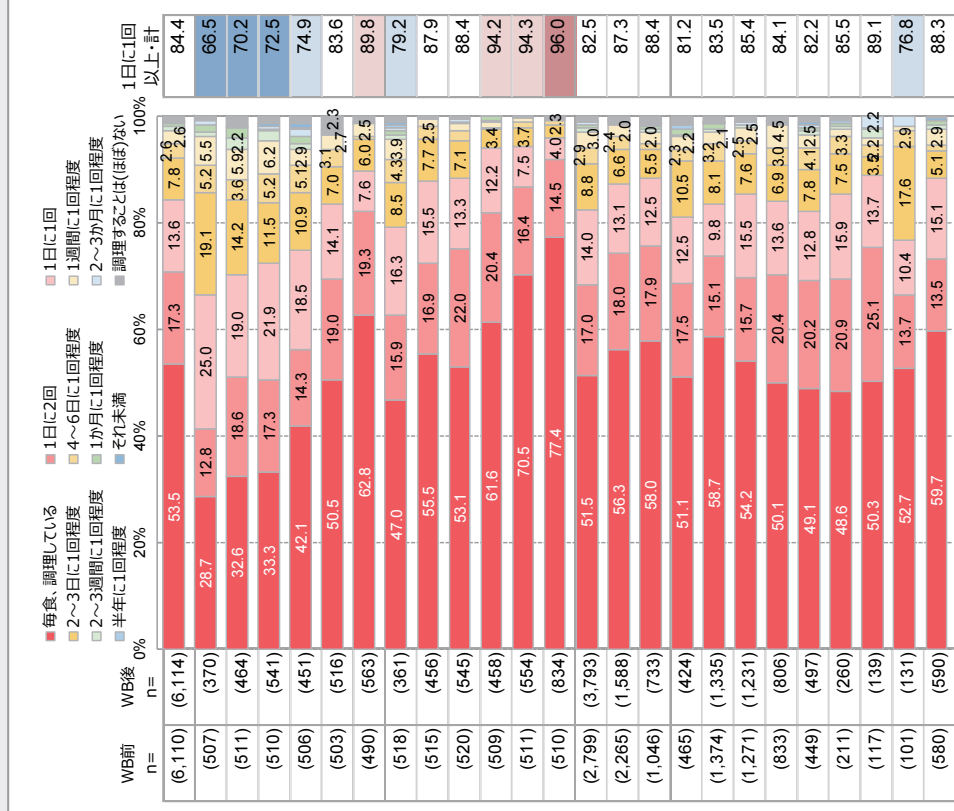
MTS

## 新型コロナウイルス流行前



\*2%未満のスコアは非表示

## 現在



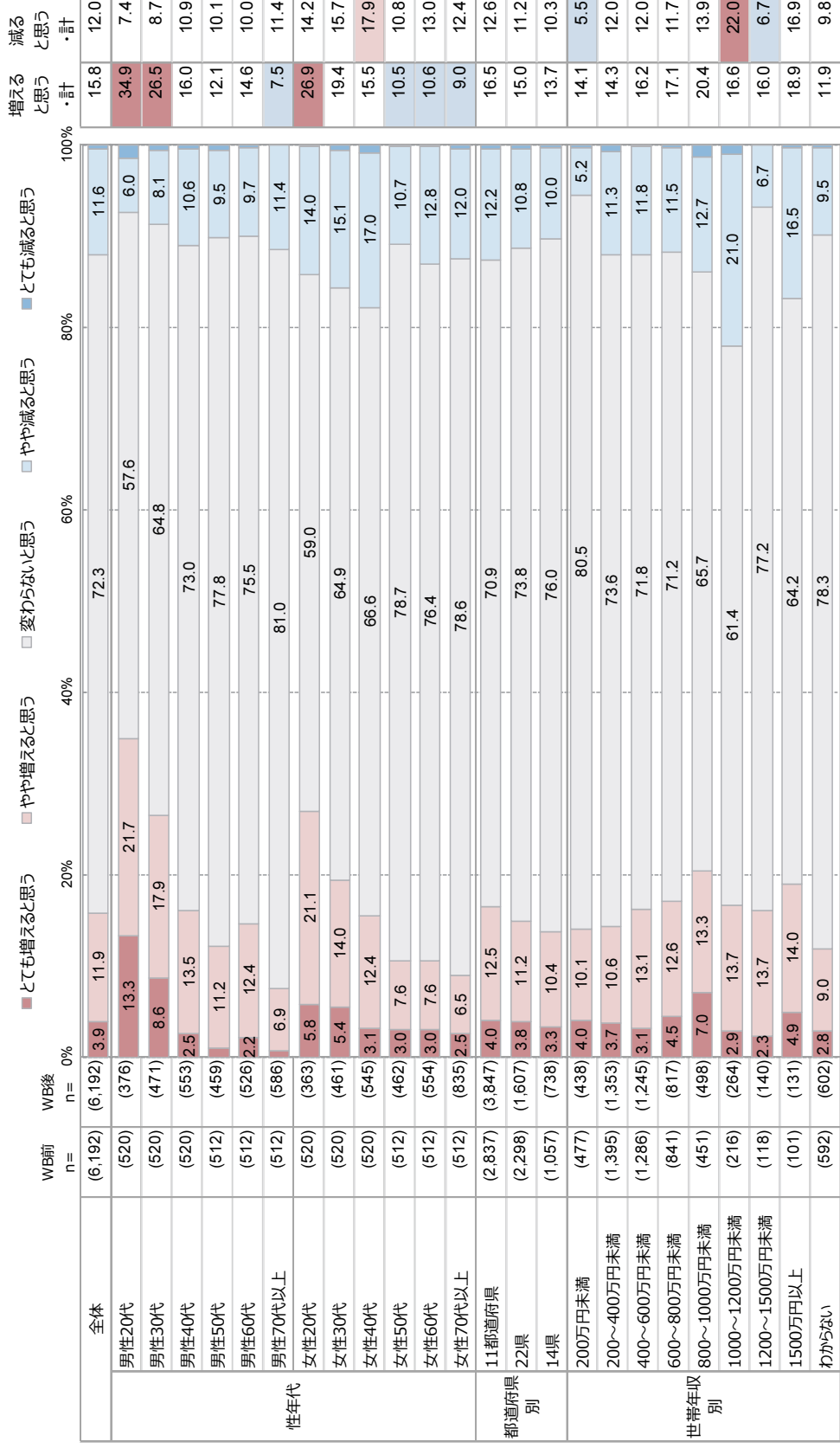
\*1日に1回以上・計（毎食、調理している）～1日に1回以上・計

# コロナ収束後の調理頻度の変化

- 新型コロナウイルス収束後に調理頻度が増えると思うと回答した人は全体の16%で、減ると思う人(12%)を上回っている。
- 性年代別で見ると男女ともに20代で増えると思うという人の割合が高い傾向で、特に男性20代では3割台にのぼっている。
- 世帯年収別で見ると、1000～1200万円未満層では減ると思うと回答した人が2割強と他層よりも高い。

Q17 新型コロナウイルス収束後、ご家庭での調理頻度はどうなると思いますか。あてはまる選択肢をお選びください。

SA



n=30以上の場合  
 [比率の差]  
 全体+10%以上  
 全体+5%以上  
 全体-5%以上  
 全体-10%以上

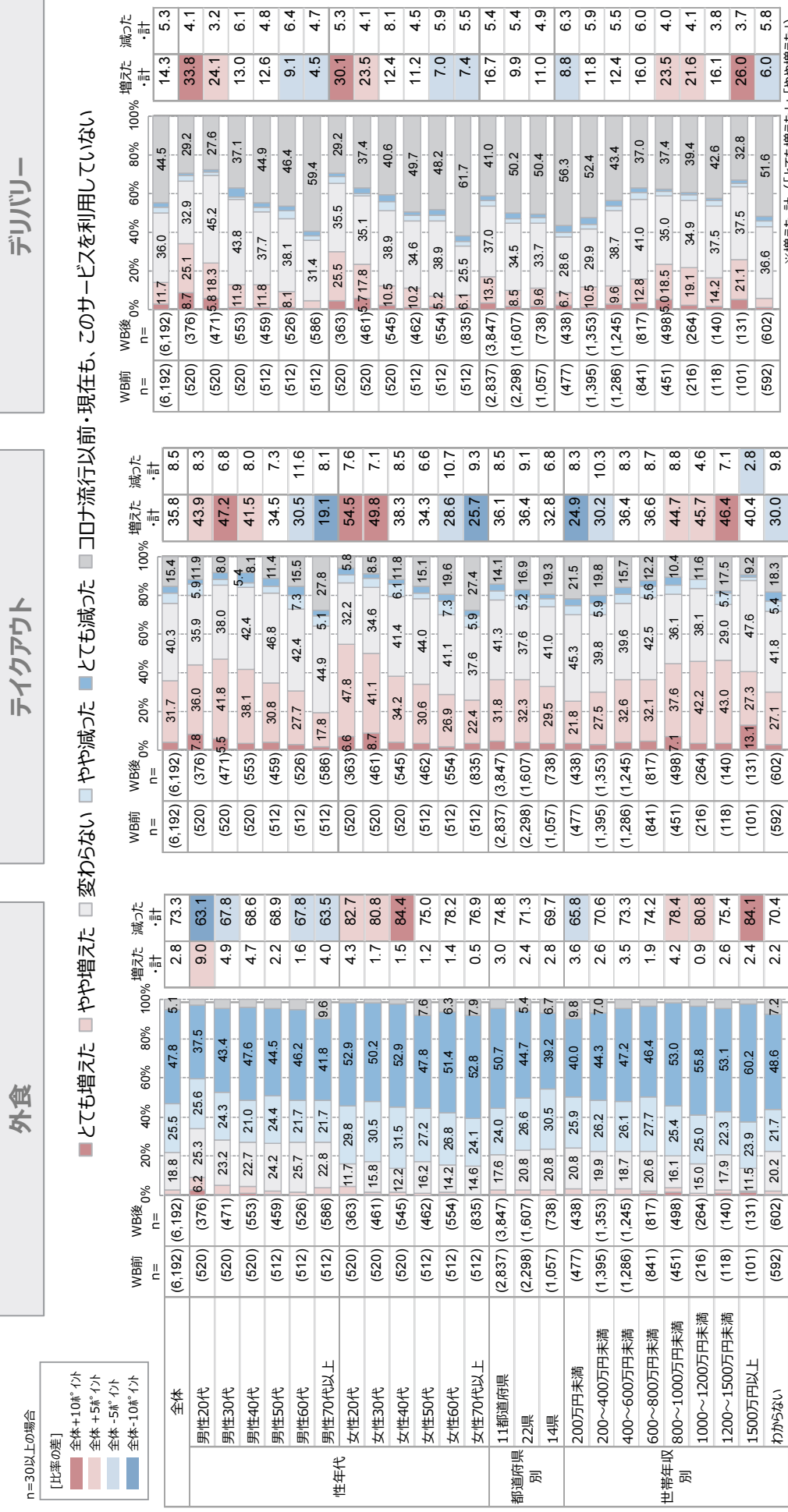
※2%未満のスコアは非表示 ※増えると思う・計 (とても増えると思う+やや増えると思う) + 減ると思う・計 (とても減ると思う+やや減ると思う)

# コロナ流行前後での外食サービスの利用頻度の変化

- 新型コロナウイルス流行前後で頻度が増えたものについて全体でみると、【テイクアウト】(36%)が最多。以下、【デリバリー】(14%)、【外食】(3%)の順。一方、頻度が減少したものとしては【外食】(73%)が突出。【テイクアウト】(9%)、【デリバリー】(5%)では1割未満となった。
- 性年代別でみると、【テイクアウト】【デリバリー】は男女とも若年層で増加率が高め。【外食】は女性若年層で減少率が高い傾向だが、男性では各年代とも低め。
- 世帯年収別でみると、1500万円以上層では【デリバリー】の利用頻度が高まった一方で、【外食】の利用頻度は減少傾向。

Q18 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、現在、下記のサービスを利用する頻度はどうなりましたか。

MTS



※5%未満のスコアは非表示

© Macromill, Inc.

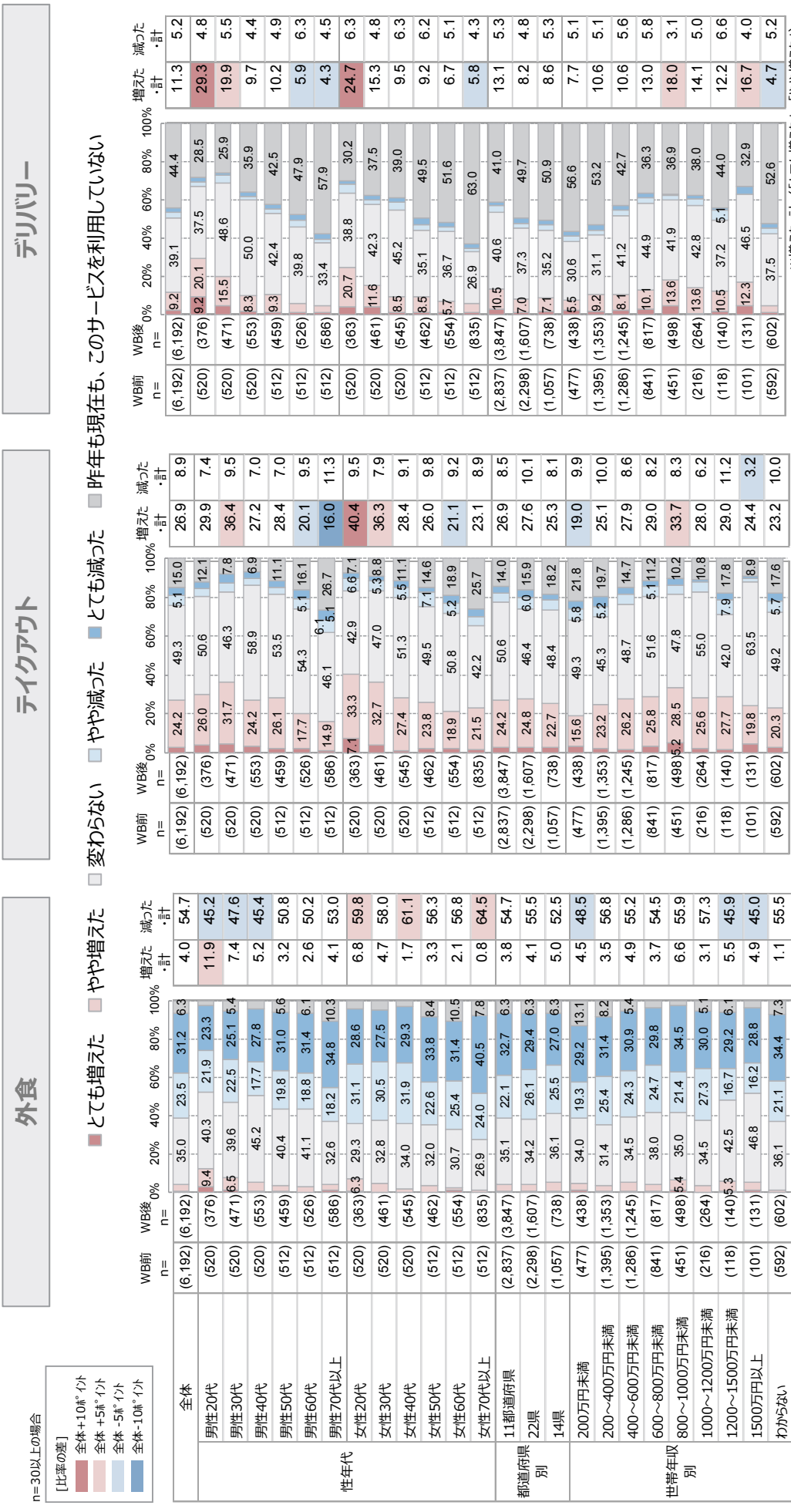
※増えた・計（(とも増えた)+(やや増えた)）  
※減った・計（(とも減った)+(やや減った)）

# 1年前との外食サービスの利用頻度の変化

- 1年前と比較して利用頻度が増加したものについて全体でみると、【テイクアウト】(27%)がトップ。以下、【デリバリー】(11%)、【外食】(4%)の順で続いている。一方、減少したものについてみると【外食】(55%)が最多。以下、【テイクアウト】(9%)、【デリバリー】(5%)が1割未満で続く。
- 性年代別で見ると、男女20代で【デリバリー】の利用頻度が増加傾向。また、女性20代では【テイクアウト】の利用頻度も1年前よりも高まっている様子。
- 世帯年収別では、800～1000万円以上層で【テイクアウト】【デリバリー】の増加率がやや高め。

Q19 コロナ禍である昨今の今頃（1年前）と比較して、現在、下記のサービスを利用する頻度はどうなりましたか。

MTS



※5%未満の数字は非表示

© Macromill, Inc.

# 現在における外食サービスの利用頻度

- 現在【テイクアウト】を週1回以上利用している人は32%。他サービスでは【外食】で22%、【デリバリー】で14%となっている。
- 性年代別で見ると、いずれのサービスも男性若年層で利用頻度が高い傾向がみられる。特に男性20代では【外食】【デリバリー】の週1以上利用率が他年代より高い。
- 世帯年収別で見ると、1200万円以上層では【外食】【テイクアウト】の週1以上利用率が高くなっている。

Q20 下記の内容について、あなたの現在の利用頻度をお答えください。

MTS

※各外食サービス利用者ベース

## 外食

## テイクアウト

## デリバリー

n=30以上の場合

[比率の差]  
■ 全体+10歳\*イオ  
■ 全体+5歳\*イオ  
■ 全体-5歳\*イオ  
■ 全体-10歳\*イオ

■ 1日に1回以上  
 ■ 1か月に1回程度

■ 2~3日に1回程度  
 ■ 2~3か月に1回程度

■ 4~6日に1回程度  
 ■ 1週間に1回以上

■ 2~3週間に1回程度

■ それ未満

属性	WB前 n	WB後 n	1週間 1回以上 -計									
			0%	20%	40%	60%	80%	100%				
全体	(5,922)	(5,952)	13.4	14.1	19.4	15.4	8.3	20.8	22.0	32.2	32.2	14.0
男性20代	(509)	(368)	8.4	5.8	22.4	16.1	16.7	13.6	10.9	38.1	39.7	35.4
男性30代	(499)	(453)	6.5	7.2	17.8	16.3	16.2	16.4	13.9	41.9	41.9	23.4
男性40代	(500)	(535)	5.4	15.5	15.4	18.6	17.6	6.7	13.5	33.9	33.9	12.9
男性50代	(485)	(441)	7.8	6.1	14.3	14.1	18.3	14.5	7.0	41.1	41.1	14.4
男性60代	(484)	(506)	6.4	12.3	14.4	19.1	13.3	9.1	19.3	34.8	34.8	10.8
男性70代以上	(468)	(541)	6.0	14.3	12.6	15.5	12.7	5.3	29.6	31.4	31.4	9.1
女性20代	(515)	(358)	20.1	22.4	20.1	20.1	12.5	6.4	14.6	23.0	23.0	11.8
女性30代	(508)	(454)	13.8	18.4	22.3	17.4	7.1	15.6	19.1	28.7	28.7	13.6
女性40代	(508)	(538)	10.6	11.8	24.1	18.3	11.5	20.3	14.0	22.6	22.6	5.8
女性50代	(482)	(439)	9.7	11.0	19.5	20.1	8.2	24.4	16.8	30.1	30.1	6.9
女性60代	(481)	(524)	9.9	11.0	19.0	14.5	12.4	29.5	13.6	26.4	26.4	7.4
女性70代以上	(483)	(794)	8.0	10.7	21.4	14.0	12.3	30.2	11.3	33.2	33.2	16.4
11都道府県	(2,726)	(3,715)	13.3	13.2	19.2	15.3	7.7	21.9	22.8	34.1	34.1	15.6
22県	(2,196)	(1,536)	13.6	15.1	18.5	16.0	10.0	19.4	21.1	29.1	29.1	10.1
14県	(1,000)	(701)	13.5	16.6	22.4	14.4	8.2	18.2	20.2	28.5	28.5	13.1
200万円未満	(431)	(403)	11.5	11.6	18.5	15.0	9.3	25.5	20.1	32.3	32.3	9.2
200~400万円未満	(1,305)	(1,276)	14.2	12.1	18.3	14.8	10.8	23.5	20.5	31.3	31.3	11.5
400~600万円未満	(1,242)	(1,204)	11.3	16.7	20.1	15.8	8.9	19.4	19.1	33.1	33.1	14.8
600~800万円未満	(826)	(798)	5.5	14.4	14.8	19.4	15.7	6.2	18.5	33.0	33.0	14.3
800~1000万円未満	(445)	(492)	6.4	14.0	16.9	19.0	13.9	8.1	14.6	34.0	34.0	17.4
1000~1200万円未満	(210)	(259)	5.2	15.5	18.5	17.5	16.7	5.1	19.3	31.0	31.0	22.9
1200~1500万円未満	(115)	(135)	6.8	9.6	15.7	11.3	20.8	14.6	14.8	36.6	36.6	21.3
1500万円以上	(99)	(129)	10.5	19.6	15.0	17.9	13.6	210.8	36.6	48.0	48.0	19.0
わからない	(554)	(572)	13.3	10.1	17.5	14.6	9.0	29.2	19.7	27.6	27.6	8.7

※5%未満のシェアは非表示

© Macromill, Inc.

※1週間に1回以上-計(「1日に1回以上」~「1週間に1回程度」)



# コロナ収束後の外食サービスの利用頻度の変化

- 新型コロナウイルス収束後に利用頻度が増えると思うと回答した人は【外食】(58%)で最も多く、以下【テイクアウト】(12%)、【デリバリー】(7%)が続いている。一方、減ると思う人は【テイクアウト】で13%、【デリバリー】で10%、【外食】で7%となった。
- 性年代別では、男性20代で【テイクアウト】【デリバリー】が増えると思う人が多いが、女性20代では【デリバリー】が減少想定。【外食】は女性で増えると思う人が多い。
- 世帯年収別でみると、800～1000万円未満層や1500万円以上層で【外食】が増えると思う人の割合が高め。

Q21 新型コロナウイルス収束後、下記のサービスを利用する頻度はどうなると思いますか。あてはまる選択肢をお選びください。

MTS



※増えると思う・計 (↑とも増えると思う) + 「やや増えると思う」

※減ると思う・計 (↓とも減ると思う) + 「やや減ると思う」

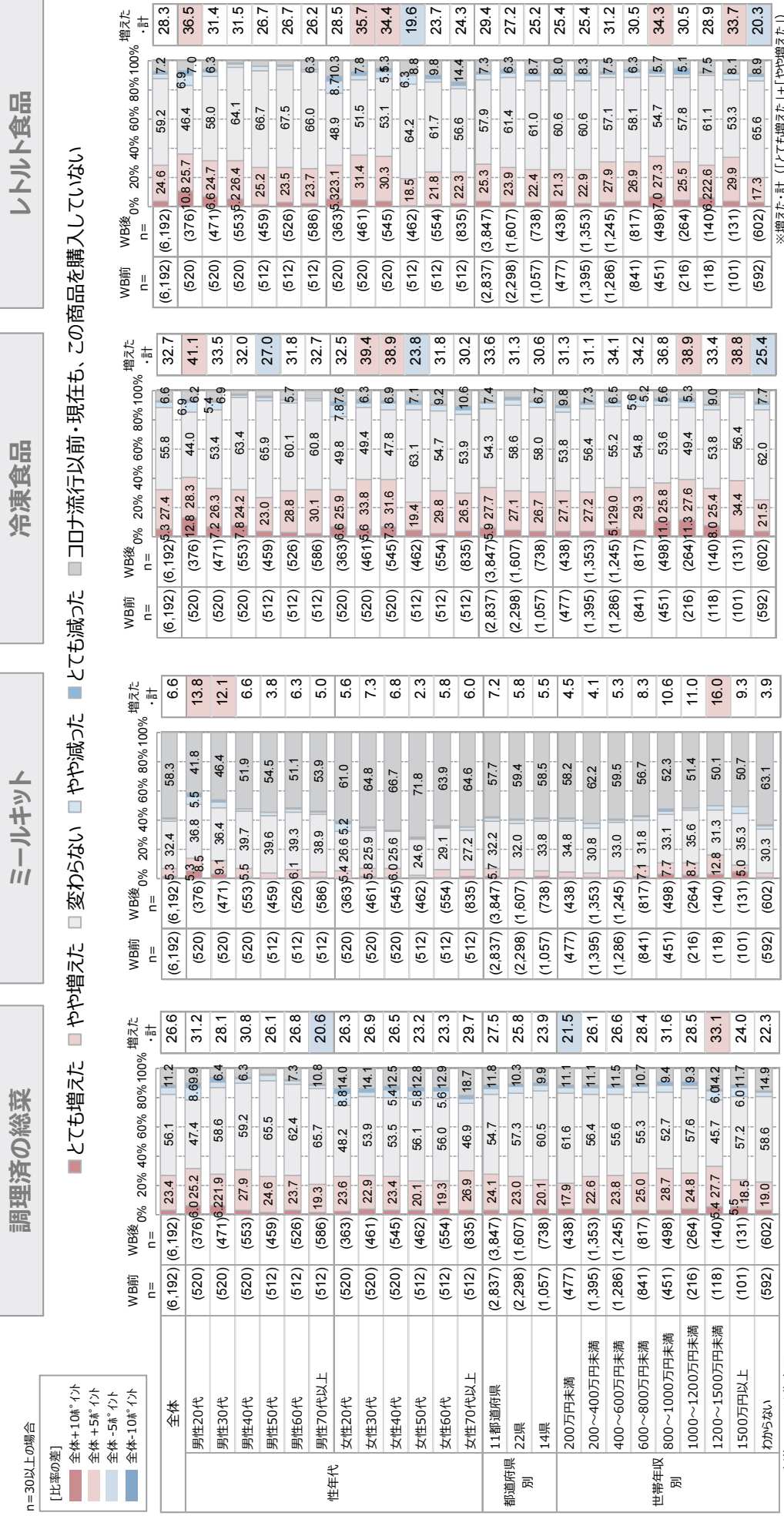
## 4.調理済み食品の購入実態の変化

# コロナ流行前後での調理済み食品の購入頻度の変化

- 新型コロナウイルス流行前後で購入頻度が増えた人について全体でみると、【冷凍食品】(33%)がトップ。以下【レトルト食品】(28%)、【調理済の総菜】(27%)、【ミールキット】(7%)の順が続いている。
- 性年代別でみると、男性20代や女性30～40代では【冷凍食品】【レトルト食品】の購入頻度が増加した人が多い。
- 世帯年収別では、1000万円以上層で【冷凍食品】の増加率が微増。また、800～1000万円未満層や1500万円以上層で【レトルト食品】も微増した。

Q22 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、現在、ご家庭で下記の調理済み食品を購入する頻度はどうなりましたか。

MTS



※5%未満のスコアは非表示

# 1年前との調理済み食品の購入頻度の変化

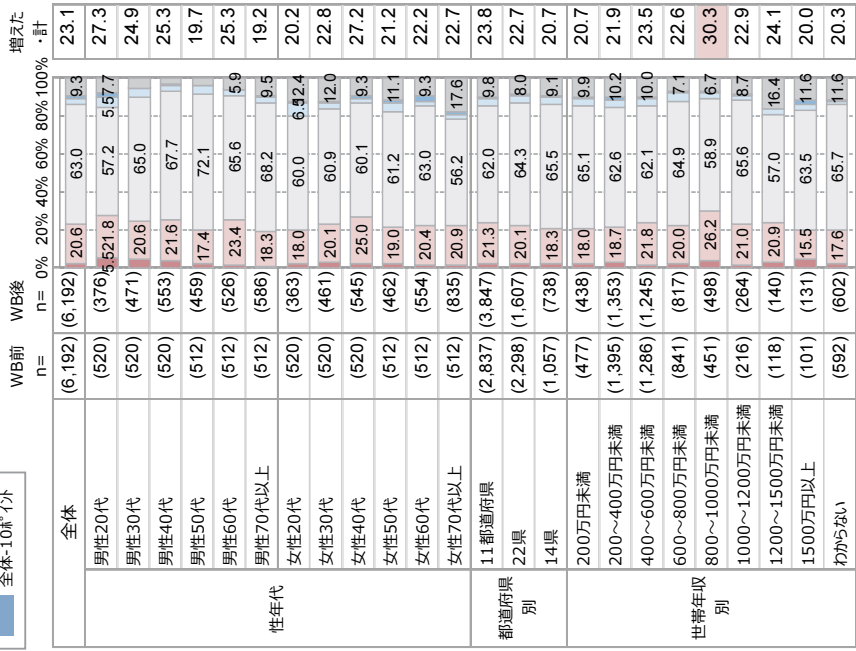
- 1年前から購入頻度が増えたという人について全体でみると、【冷凍食品】(27%)が最多。以下、【レトルト食品】(24%)、【調理済の総菜】(23%)、【ミルクキット】(7%)の順が続いている。
- 性年代別で見ると、男性20代や女性30代で【冷凍食品】の増加率が高め。また、男性20代では【ミルクキット】【レトルト食品】の購入頻度も増えたという人が多い。
- 世帯年収別で見ると、800～1000万円未満層では【調理済の総菜】の購入頻度増加率がやや高い。

Q23 コロナ禍である昨年の今頃（1年前）と比較して、現在、ご家庭で下記の調理済み食品を購入する頻度はどうなりましたか。

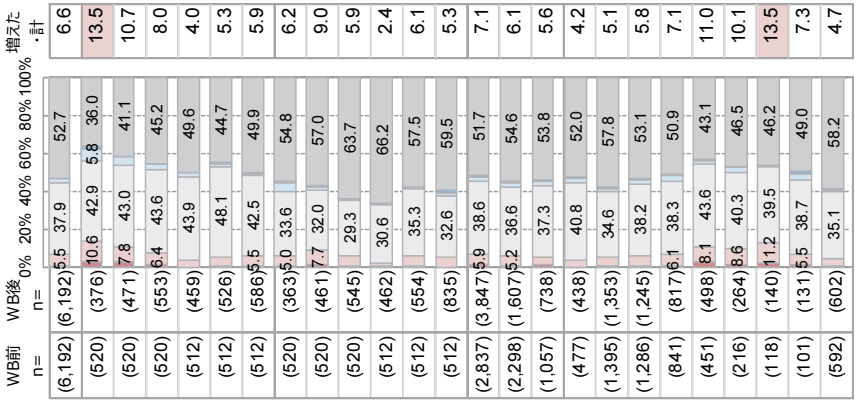
MTS

## 調理済の総菜

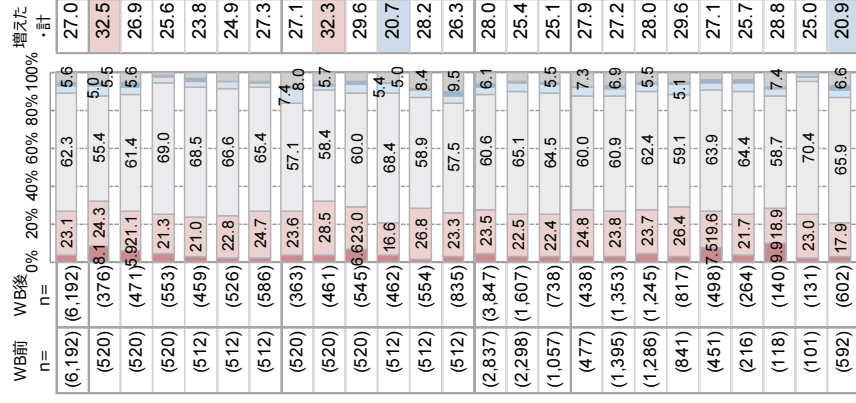
n = 30以上の場合  
 [比率の差]  
 ■ 全体+10歳\*イト  
 ■ 全体+5歳\*イト  
 ■ 全体-5歳\*イト  
 ■ 全体-10歳\*イト



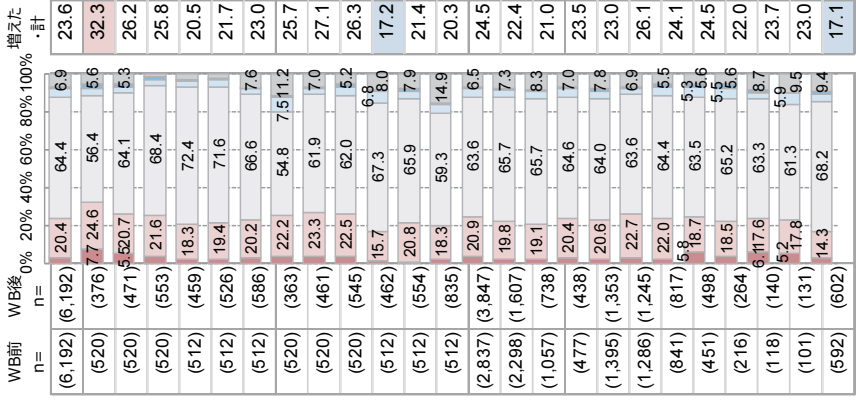
## ミルクキット



## 冷凍食品



## レトルト食品



※5%未満のスコアは非表示

© Macromill, Inc.

※増えた・計（ひとでも増えた+やや増えた）

# 現在における調理済み食品の購入頻度

- 現在の週1回以上購入率についてみると、【調理済の総菜】(65%)が最多。以下、【冷凍食品】(54%)、【レトルト食品】(40%)、【ミールキット】(30%)の順で続く。
- 性年代別で見ると、男性は女性より【調理済の総菜】の週1回以上購入率が高い傾向。また、男性20~30代では【ミールキット】【レトルト食品】で高スコア。
- 世帯年収別で見ると、200万円未満層では【調理済の総菜】、1000~1200万円未満層では【ミールキット】の週1回以上購入率が比較的高くなっている。

Q24 下記の調理済み食品について、あなたの購入頻度をお答えください。

MTS

※各調理済み食品購入層ベース  
n=30以上の場合

## 調理済の総菜

[比率の差]  
全体+10%\*10  
全体+5%\*10  
全体-5%\*10  
全体-10%\*10

■ 1日に1回以上 ■ 2~3日に1回程度 ■ 4~6日に1回程度 ■ 1週間に1回程度 ■ 2~3週間に1回程度 ■ 1か月に1回程度 ■ それ未滿

## 冷凍食品

## レトルト食品

性別	n	購入頻度				
		1週間に1回以上	2~3日に1回程度	4~6日に1回程度	1週間に1回程度	それ未滿
全体	(5,723)	65.2	16.3	10.7	4.6	30.1
男性20代	(488)	67.8	18.7	13.4	3.0	44.1
男性30代	(494)	70.2	20.2	13.4	3.2	41.1
男性40代	(506)	71.6	18.2	11.6	4.4	30.9
男性50代	(494)	74.1	25.3	11.5	4.8	24.4
男性60代	(491)	77.3	27.2	11.0	4.8	32.0
男性70代以上	(472)	74.7	26.0	12.2	3.8	38.8
女性20代	(464)	47.9	8.6	9.3	5.1	24.1
女性30代	(470)	56.1	10.7	11.4	5.6	25.1
女性40代	(476)	57.2	10.9	11.7	5.2	23.3
女性50代	(468)	58.1	15.9	12.5	6.6	16.1
女性60代	(463)	59.6	13.6	12.5	6.6	23.6
女性70代以上	(437)	61.8	16.1	12.5	4.8	26.7
11都道府県	(2,597)	64.8	18.5	13.4	4.8	29.8
22県	(2,138)	64.8	16.1	13.4	4.9	29.7
14県	(988)	68.1	18.4	14.0	4.6	32.7
200万円未満	(443)	72.2	21.5	17.4	4.6	31.4
200~400万円未満	(1,280)	66.4	17.0	16.7	4.7	29.8
400~600万円未満	(1,180)	65.1	18.1	17.0	4.4	30.0
600~800万円未満	(788)	64.2	18.0	14.9	4.5	30.1
800~1000万円未満	(428)	67.4	20.6	12.7	4.9	31.9
1000~1200万円未満	(198)	68.3	21.9	13.0	3.7	39.8
1200~1500万円未満	(104)	69.6	28.5	16.8	4.5	26.4
1500万円以上	(92)	56.6	12.5	17.6	4.1	31.5
初おはこい	(536)	60.1	14.8	17.9	5.5	22.1

※5%未満の数字は非表示

性別	n	購入頻度				
		1週間に1回以上	2~3週間に1回程度	1か月に1回程度	それ未滿	合計
全体	(5,892)	53.6	7.1	33.5	22.5	133.1
男性20代	(500)	58.6	14.4	27.0	22.8	102.8
男性30代	(492)	61.0	12.1	32.8	19.6	101.5
男性40代	(509)	54.6	11.0	33.3	22.5	124.1
男性50代	(491)	50.5	11.5	34.4	24.3	127.2
男性60代	(492)	57.9	12.1	33.8	22.8	108.7
男性70代以上	(492)	56.6	12.3	34.4	21.2	131.9
女性20代	(492)	43.8	5.5	30.5	23.9	112.1
女性30代	(493)	54.7	10.7	38.1	23.3	123.8
女性40代	(497)	54.1	7.9	38.4	22.7	147.8
女性50代	(490)	48.0	8.8	35.0	23.5	155.1
女性60代	(472)	47.5	5.1	30.6	25.1	158.1
女性70代以上	(472)	53.5	5.8	32.3	20.3	128.3
11都道府県	(2,675)	53.5	7.5	32.7	22.8	131.7
22県	(2,208)	53.0	5.1	34.4	23.1	137.1
14県	(1,009)	55.2	7.0	35.9	19.9	131.9
200万円未満	(445)	55.1	6.8	32.8	16.3	150.3
200~400万円未満	(1,317)	54.0	6.8	35.3	23.6	144.8
400~600万円未満	(1,224)	55.3	6.1	31.9	22.7	124.9
600~800万円未満	(815)	54.6	6.1	34.7	23.2	128.9
800~1000万円未満	(432)	54.8	7.9	32.2	22.5	113.6
1000~1200万円未満	(208)	49.8	12.8	31.1	21.6	84.4
1200~1500万円未満	(110)	54.8	10.8	29.1	24.3	136.9
1500万円以上	(98)	49.0	7.3	34.9	19.1	119.8
初おはこい	(555)	48.7	5.8	32.7	21.6	115.9

※1週間に1回以上(1日に1回以上1.63~1週間に1回程度)

※各調理済み食品購入層ベース  
n=30以上の場合

[比率の差]  
全体+10%\*10  
全体+5%\*10  
全体-5%\*10  
全体-10%\*10

■ 1日に1回以上 ■ 2~3日に1回程度 ■ 4~6日に1回程度 ■ 1週間に1回程度 ■ 2~3週間に1回程度 ■ 1か月に1回程度 ■ それ未滿

## 調理済の総菜

## 冷凍食品

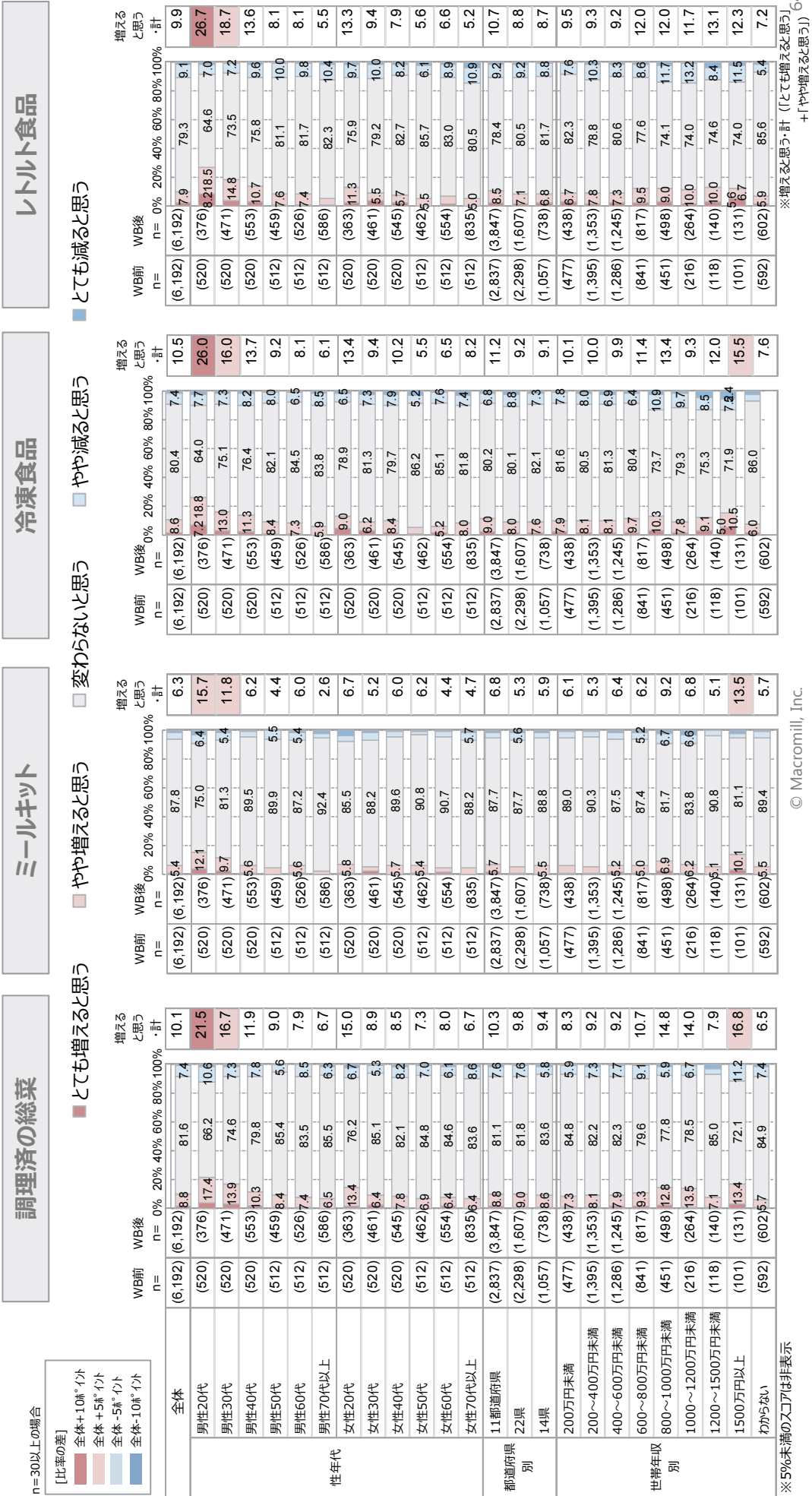
## 冷凍食品

## レトルト食品

# コロナ収束後の調理済み食品の購入頻度の変化

- 新型コロナウイルス収束後に購入頻度が増えると思うものについてみると全体では【冷凍食品】(11%)、【調理済の総菜】(11%)、【レトルト食品】(各10%)、【ミールキット】(6%)となっており、収束後の増加見込みはいずれも1割程度にとどまっている。
- 性年代別で見ると、いづれにおいても男性20代で増えると思うと回答した人が多く、特に【冷凍食品】【レトルト食品】で顕著となっている。
- 世帯年収別では、1500万円以上層で【調理済の総菜】【ミールキット】【冷凍食品】の購入頻度が増えると思うという人の割合が高め。

Q25 新型コロナウイルス収束後、下記の調理済み食品を購入する頻度はどうなると思いますか。あてはまる選択肢をお選びください。



MTS

※5%未満のスコアは非表示

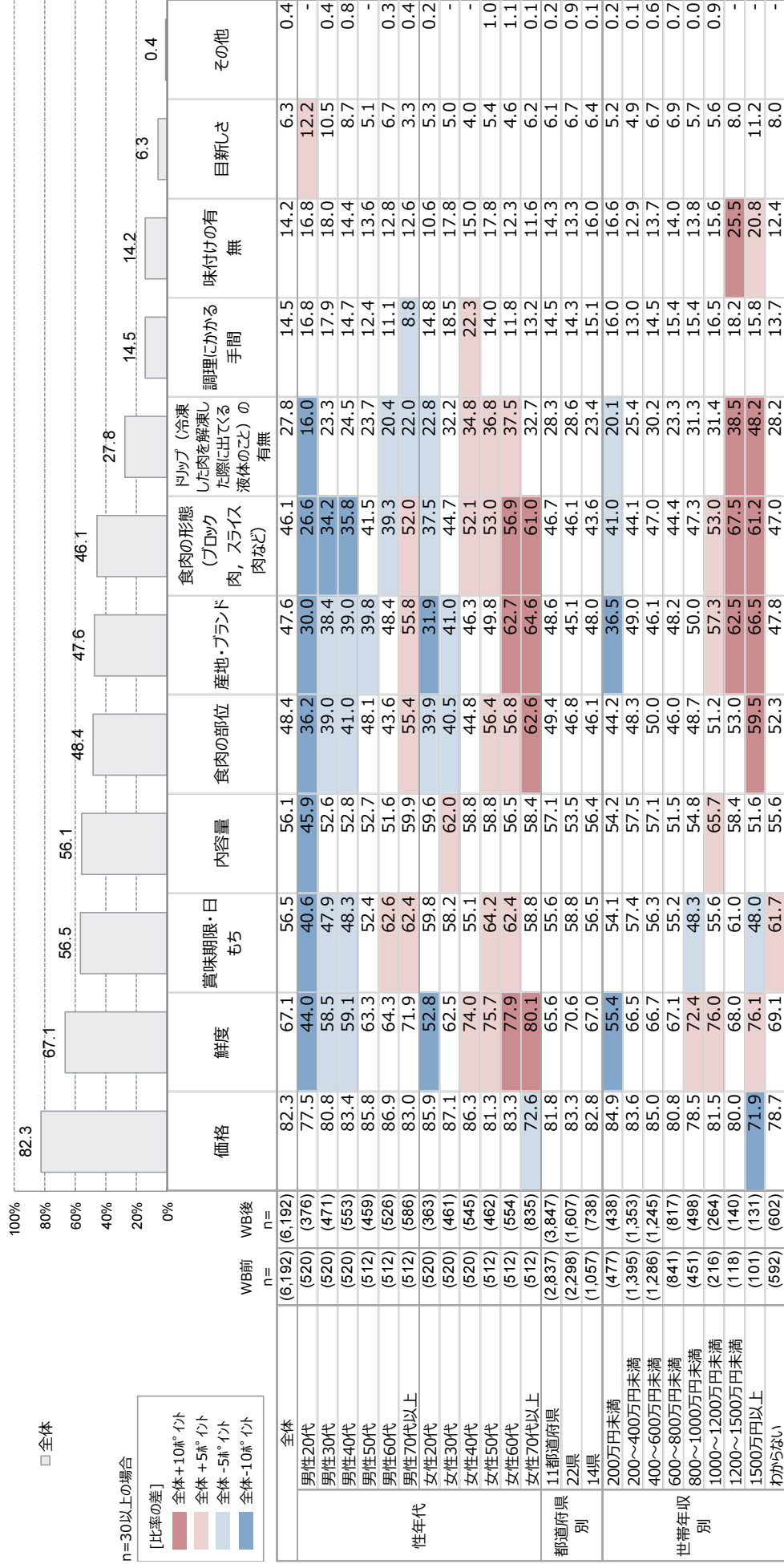
## 5.食肉の購入実態の変化

# 食肉購入時の重視点

- 食肉購入時の重視点を全体で見ると、「価格」(82%)が最も高く、次点で「鮮度」(67%)が続く。【食料品】と比較すると「賞味期限・日もち」の重視度が低め。
- 性年代別で見ると、女性は男性よりも食肉購入時に重視することが多い傾向。特に、女性60～70代で「鮮度」「産地・ブランド」「食肉の形態」の重視度が高い。
- 世帯年収別で見ると、1200万円以上層では「食肉の部位」「産地・ブランド」「食肉の形態」「ドリップの有無」などこだわりが強い傾向。

Q26 あなたが食肉を購入する時に重視している内容をすべてお選びください。

MA



※「全体」のスコアで降順ソート

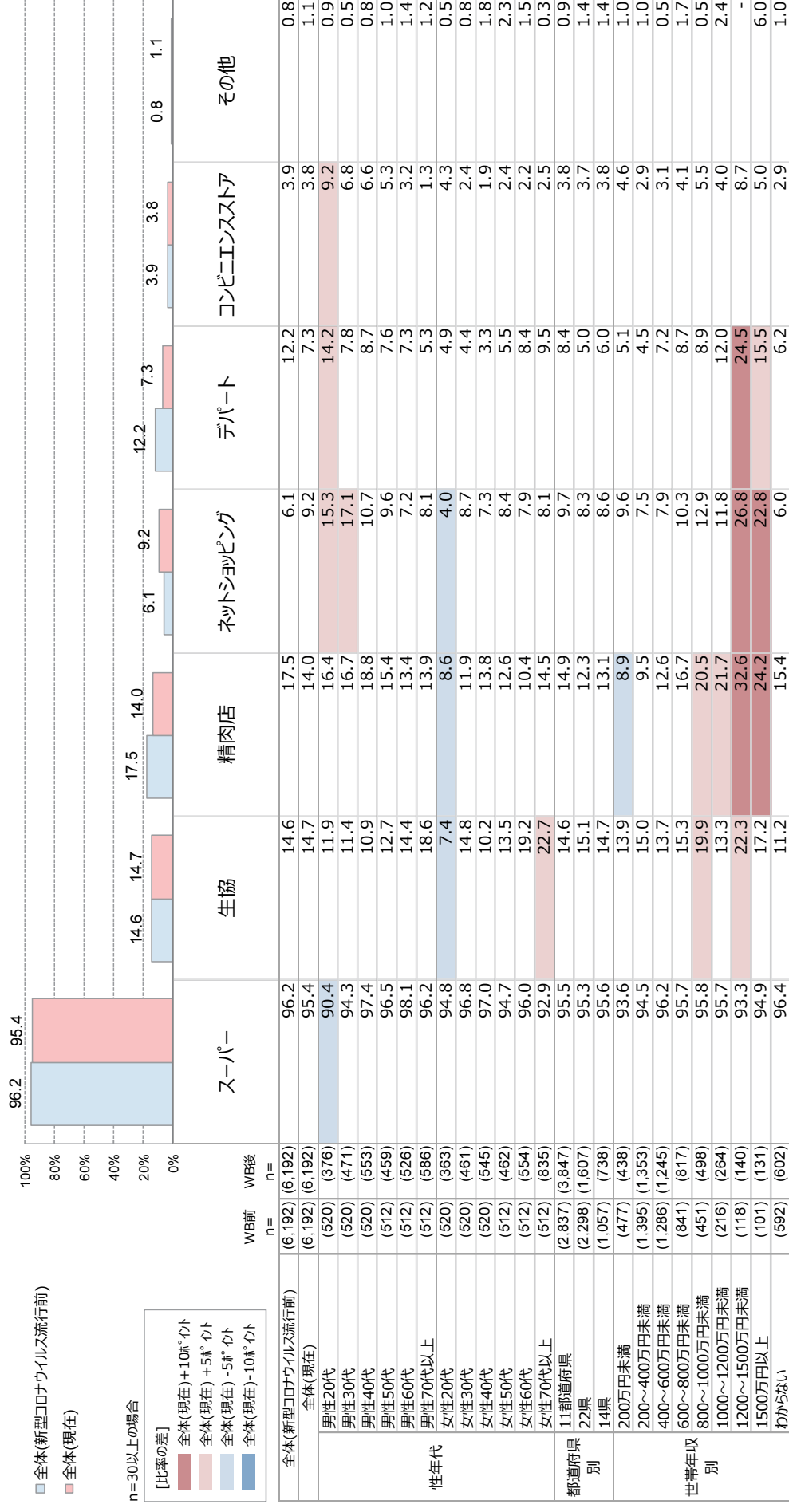


# コロナ流行前後での食肉購入場所

- 食肉の購入場所は新型コロナウイルスの流行前後に関わらず「スーパー」が9割以上で圧倒的に高い。  
【新型コロナウイルス流行前】と比較すると、「ネットショッピング」の利用率が微増した一方、「精肉店」「デパート」のスコアは減少傾向。
- 性年代別で見ると、男性20代では「ネットショッピング」「デパート」「コンビニエンスストア」で購入する人の割合が高め。
- 世帯年収別では、1200万円以上層で「精肉店」「ネットショッピング」が高スコア。

Q27 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在それぞれにおける、ご家庭での食肉の購入場所をすべてお選びください。

MTM



※「全体(現在)」のスコアで降順ソート

# 食肉の購入場所の利用理由

- 食肉の各購入場所の利用理由についてみると、『スーパー』『コンビニエンスストア』では「自宅から近いから」が最多。『スーパー』では「買い慣れた店だから」も高くなっている。
- 『生協』『ネットショッピング』では「自宅から出る必要がないから」を利用理由として挙げる人が最も多く、特に『ネットショッピング』で顕著となっている。
- 『デパート』では「ここだけ買えない商品があるから」、『精肉店』では「新鮮なものがあるから」、『その他』では「安いから」がそれぞれ最多理由として挙がった。

Q28 前問でお選びになった現在のご家庭での食肉の購入場所を利用している理由をすべてお選びください。

※各購入場所利用者ベース

MTM



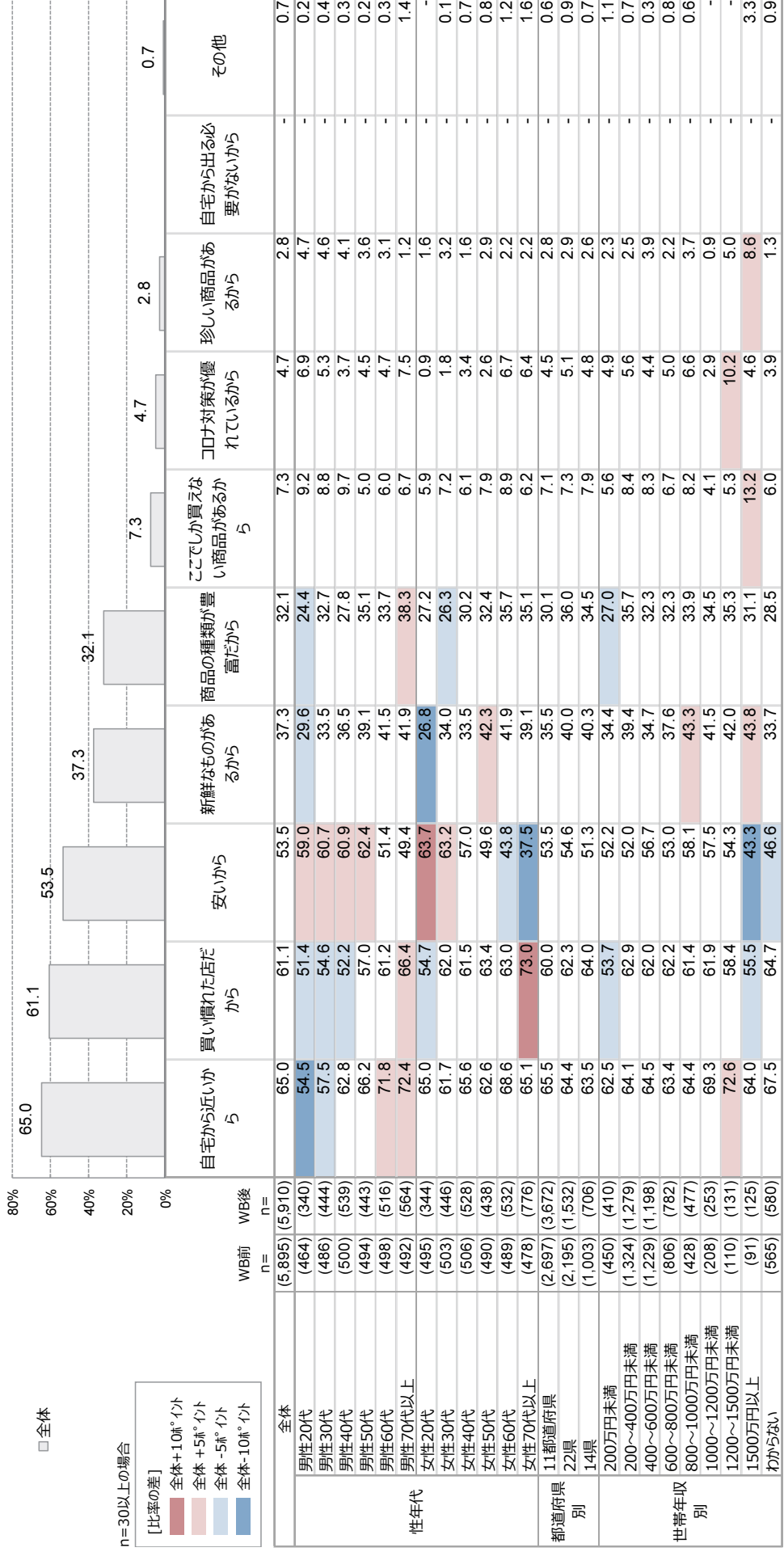
# 【スーパー】の利用理由

- 【スーパー】の利用理由についてみると、「自宅から近いから」(65%)、「買い慣れた店だから」(61%)、「安いから」(54%)が上位項目。
- 性年代別で見ると、女性20～30代では「安いから」、女性70代以上では「買い慣れた店だから」を利用理由とする人が多い。
- 世帯年収別で見ると、1500万円以上層では「ここでしか買えない商品があるから」「珍しい商品があるから」のスコアが他層よりも高くなっている。

Q28S1 前問でお選びになった現在の購入場所を利用している理由をすべてお選びください。【スーパー】

MTM

※【スーパー】利用者ベース



※「全体」のスコアで降順ソート

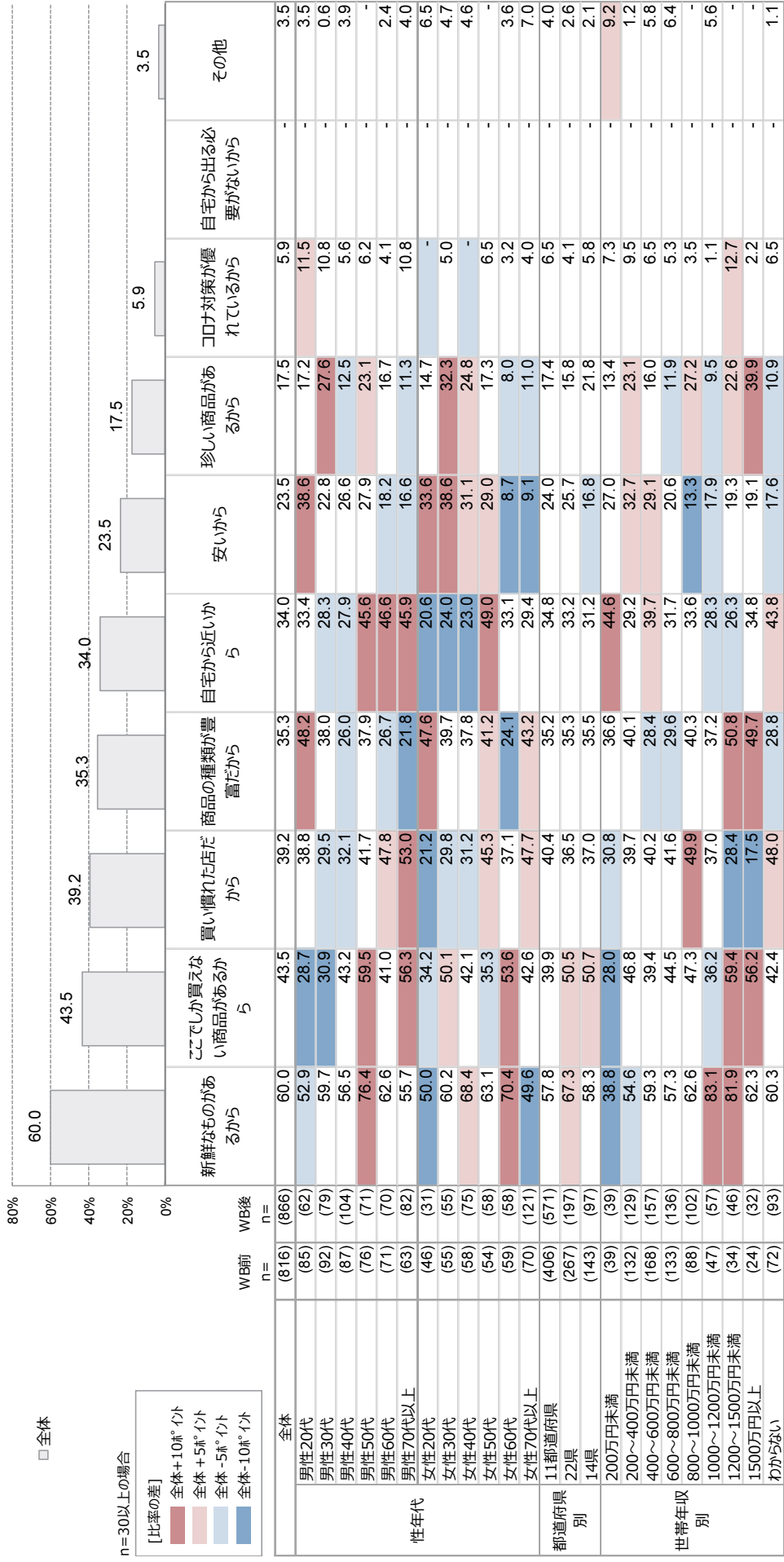
# 食肉の購入場所の利用理由【精肉店】

- 【精肉店】の利用理由について全体で見ると、「新鮮なものがあるから」(60%)が最も高く、次点で「ここでしか買えない商品があるから」(44%)が続いている。
- 性年代別では、男性50代や女性60代で全体の「新鮮なものがあるから」「ここでしか買えない商品があるから」を理由とする人が多くなっている。
- 都道府県別で見ると、22県は他層に比べて「新鮮なものがあるから」のスコアが高い。
- 世帯年収別で見ると、200万円未満層では「自宅から近いから」が最多理由。1000～1500万円未満層では「新鮮なものがあるから」のスコアが高く、8割超え。

Q28S4 前問でお選びになった現在の食肉の購入場所を利用している理由をすべてお選びください。【精肉店】

MTM

※【精肉店】利用者ベース



※「全体」のスコアで降順ソート

# コロナ前との食肉の購入頻度の変化

- 1年前から購入頻度が増加したという人について全体で見ると、【鶏肉】(25%)、【豚肉】(21%)、【ミンチ肉】(13%)、【牛肉】(12%)の順。
- 性年代別で見ると、男性20代では【牛肉】(豚肉)の増加率が高い傾向。また、女性20~40代の若年層では【鶏肉】(ミンチ肉)の増加率がやや高い。
- 世帯年収別で見ると、800~1000万円未満層ではいずれの食肉とも購入率が増加した人が比較的多くなっている。

Q29 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、下記のご家庭での食肉を購入する頻度に変化はありましたか。

MTS

n=30以上の場合	牛肉					豚肉					鶏肉					ミンチ肉							
	増えた n =	WB後 0%	20%	40%	60%	80%	100%	増えた -計	増えた n =	WB後 0%	20%	40%	60%	80%	100%	増えた -計	増えた n =	WB後 0%	20%	40%	60%	80%	100%
全体	(6,192)	10.9	74.6	6.6	12.1	18.3	74.5	21.1	(6,192)	20.4	68.6	24.6	(6,192)	10.9	71.5	6.8	(6,192)	10.9	71.5	6.8	12.9		
男性20代	(520)	18.2	65.7	5.9	22.5	23.4	64.5	27.9	(520)	8.2	60.1	30.6	(520)	12.0	69.1	8.9	(520)	12.0	69.1	8.9	16.1		
男性30代	(520)	16.1	72.5	19.2	17.2	73.9	21.5	21.5	(520)	9.1	65.5	28.7	(520)	11.4	69.4	7.3	(520)	11.4	69.4	7.3	17.4		
男性40代	(520)	11.1	79.4	12.3	19.8	74.4	22.8	22.8	(520)	19.8	70.7	24.7	(520)	9.8	76.0	8.0	(520)	9.8	76.0	8.0	11.2		
男性50代	(512)	6.8	79.0	6.6	8.4	15.6	79.5	17.6	(512)	20.5	69.9	23.4	(512)	8.7	74.9	9.7	(512)	8.7	74.9	9.7	10.2		
男性60代	(512)	8.1	80.3	5.1	9.0	14.7	79.0	16.5	(512)	17.3	72.7	19.2	(512)	5.7	73.2	7.3	(512)	5.7	73.2	7.3	6.6		
男性70代以上	(586)	11.1	76.1	7.3	11.1	17.3	78.1	17.7	(586)	15.8	72.9	17.2	(586)	5.3	69.7	5.5	(586)	5.3	69.7	5.5	5.5		
女性20代	(520)	10.8	67.7	8.9	11.5	19.1	67.9	23.2	(520)	8.0	63.3	30.9	(520)	17.0	63.6	10.1	(520)	17.0	63.6	10.1	20.1		
女性30代	(520)	10.8	69.6	6.9	12.5	19.9	71.7	24.5	(520)	4.2	66.6	29.0	(520)	15.4	71.8	20.5	(520)	15.4	71.8	20.5	20.5		
女性40代	(520)	9.5	73.0	10.4	9.8	20.5	71.2	24.8	(520)	2.6	63.4	31.7	(520)	18.1	69.5	6.3	(520)	18.1	69.5	6.3	20.2		
女性50代	(512)	8.6	75.0	6.8	9.4	17.0	74.0	20.2	(512)	2.1	69.4	24.1	(512)	11.8	74.8	7.9	(512)	11.8	74.8	7.9	12.2		
女性60代	(512)	9.6	75.0	8.1	10.9	19.6	73.9	22.0	(512)	2.1	66.2	24.9	(512)	10.2	73.5	7.4	(512)	10.2	73.5	7.4	12.2		
女性70代以上	(835)	11.7	76.1	5.6	12.1	17.3	78.3	18.6	(835)	17.8	73.1	19.1	(835)	9.1	70.3	10.3	(835)	9.1	70.3	10.3	9.7		
11都道府県	(2,837)	11.6	74.2	6.6	13.1	18.2	74.0	21.5	(2,837)	21.0	67.3	25.6	(2,837)	11.1	71.2	6.7	(2,837)	11.1	71.2	6.7	13.5		
22県	(1,607)	9.6	75.5	6.6	10.5	18.9	74.6	21.1	(1,607)	19.9	70.2	23.8	(1,607)	10.5	71.3	6.9	(1,607)	10.5	71.3	6.9	12.3		
14県	(738)	10.1	75.0	6.7	10.8	17.4	76.4	19.0	(738)	18.8	71.7	21.2	(738)	10.3	73.0	6.8	(738)	10.3	73.0	6.8	11.5		
200万円未満	(477)	8.3	71.0	6.4	9.0	14.5	72.4	17.5	(477)	19.5	61.5	23.6	(477)	10.4	60.9	8.9	(477)	10.4	60.9	8.9	11.5		
200~400万円未満	(1,395)	9.2	74.8	7.5	9.7	16.2	76.3	18.7	(1,395)	16.8	70.1	20.5	(1,395)	8.5	71.0	8.0	(1,395)	8.5	71.0	8.0	9.8		
400~600万円未満	(1,286)	11.5	74.1	7.3	12.5	19.9	73.8	22.8	(1,286)	19.9	71.3	24.2	(1,286)	11.6	73.4	5.3	(1,286)	11.6	73.4	5.3	13.9		
600~800万円未満	(841)	10.0	78.9	6.2	11.4	17.5	76.5	19.8	(841)	20.5	68.7	25.2	(841)	9.3	73.4	7.3	(841)	9.3	73.4	7.3	11.3		
800~1000万円未満	(498)	15.6	68.9	6.9	19.6	18.1	66.7	29.9	(498)	8.6	62.0	33.0	(498)	5.5	70.1	5.8	(498)	5.5	70.1	5.8	19.1		
1000~1200万円未満	(264)	15.1	73.2	5.3	16.8	25.1	67.6	29.4	(264)	28.8	60.7	32.5	(264)	15.1	73.2	16.9	(264)	15.1	73.2	16.9	16.9		
1200~1500万円未満	(118)	16.8	72.4	7.2	17.8	20.8	74.6	23.0	(118)	41.9	71.1	25.2	(118)	13.9	67.8	8.4	(118)	13.9	67.8	8.4	16.9		
1500万円以上	(101)	11.2	82.8	13.5	13.5	15.3	80.7	17.8	(101)	22.1	70.5	25.0	(101)	14.3	73.6	8.4	(101)	14.3	73.6	8.4	16.9		
わからない	(592)	16.1	78.1	6.1	7.4	16.4	76.3	18.2	(592)	18.9	72.2	20.7	(592)	9.7	72.0	7.5	(592)	9.7	72.0	7.5	10.8		

※5%未満のシェアは非表示

© Macromill, Inc.

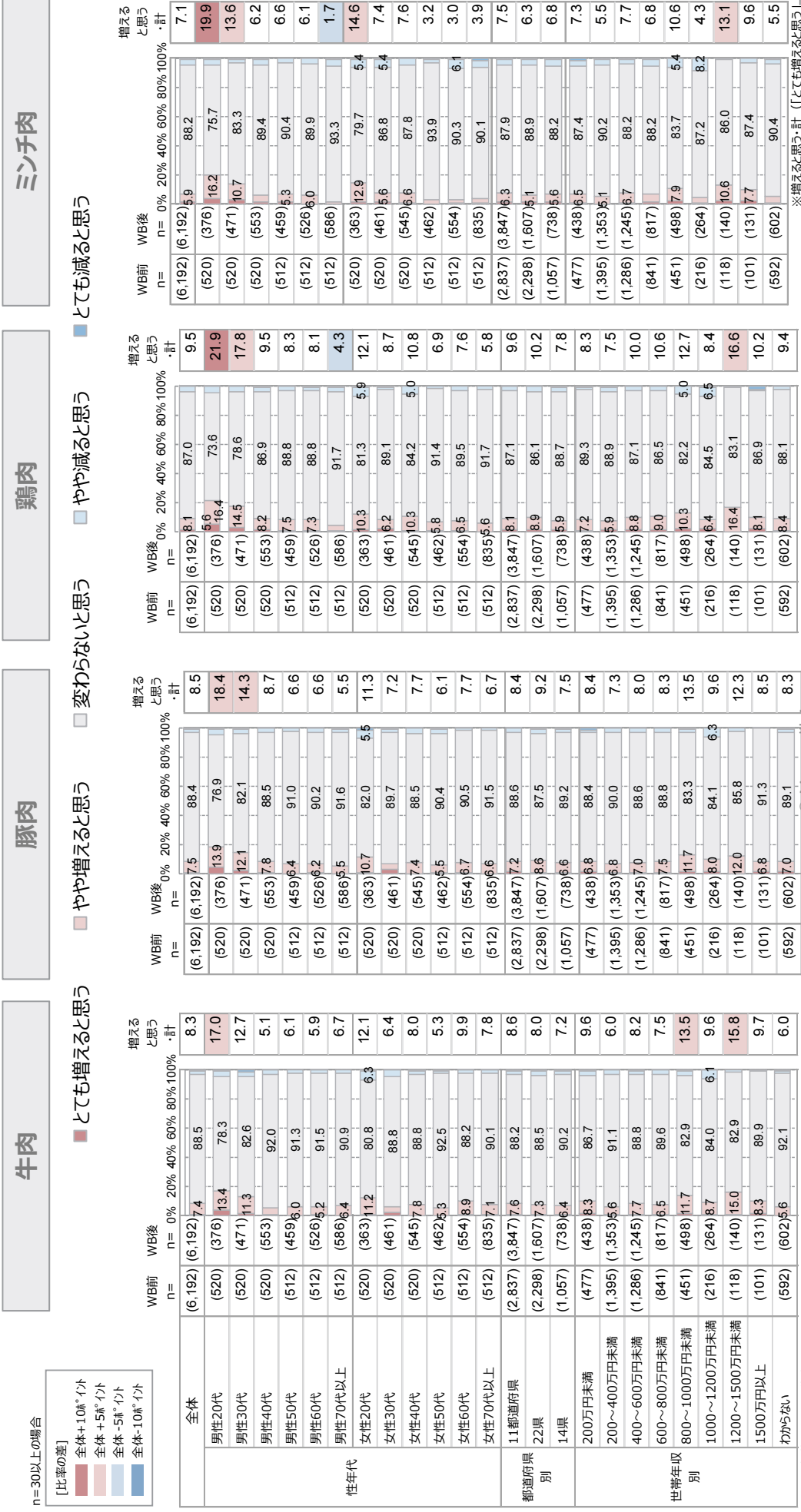


# コロナ収束後の食肉の購入頻度の変化

- コロナ収束後に購入頻度が増えると思うものについて全体でみると、【鶏肉】(10%)、【豚肉】(9%)、【牛肉】(8%)、【ミンチ肉】(7%)の順でいずれも1割程度。
- 性年代別でみると、男性20代では各食肉とも増えると思うと回答した人が多い傾向がみられている。女性20代では【ミンチ肉】のスコアが高め。
- 世帯年収別でみると、800～1000万円未満層では【牛肉】の購入頻度が増えると思うという人の割合がやや高め。

Q31 新型コロナウイルス収束後、下記のご家庭での食肉を購入する頻度はどうなると思いますか。あてはまる選択肢をお選びください。

MTS



※5%未満のスコアは非表示

© Macromill, Inc.

※増えると思う+計 (とても増えると思う)+「やや増えると思う」

# 1回あたりの食肉の購入量

- 1回あたりの食肉の購入量(300g未満)について全体でみると、【ミンチ肉】(61%)がトップ。以下、【牛肉】(59%)、【豚肉】(59%)、【鶏肉】(50%)の順で続く。
- 性年代別でみると、【牛肉】は男女20代で購入量が少ない。また、男性20代や男性60代以上では【ミンチ肉】【牛肉】【鶏肉】の順に購入量が増える。
- 世帯年収別でみると、200万円未満層ではいずれの食肉においても1回あたりの購入量が300g未満という人の割合が高い。

Q32 下記の食肉について、現在の1回あたりの購入量をお選びください。

## ※各購入者ベース

n=30以上の場合

【比率の差】

<span style="color: red;">■</span>	全体+10%・↑↑
<span style="color: orange;">■</span>	全体+5%・↑↑
<span style="color: blue;">■</span>	全体-5%・↑↑
<span style="color: green;">■</span>	全体-10%・↑↑

## 牛肉

■ 100g未満 ■ 100~200g未満 ■ 200~300g未満 ■ 300~400g未満 ■ 400~500g未満 ■ 500~700g未満 ■ 700~1kg未満 ■ 1kg以上

	WB前 n=	WB後 n=	0%	20%	40%	60%	80%	100%	300g 未満 ・計
全体	(5,905)	(5,927)	19.4	36.2	20.3	13.2	58.9	58.9	
男性20代	(494)	(361)	7.25	25.2	36.4	23.4	6.9	67.4	
男性30代	(501)	(463)	8.17	1.366	22.4	10.4	60.5	60.5	
男性40代	(509)	(541)	22.6	34.4	19.6	10.8	59.9	59.5	
男性50代	(493)	(440)	17.8	30.4	21.3	17.95	51.4	51.4	
男性60代	(492)	(499)	21.4	36.7	21.6	11.9	60.9	60.9	
男性70代以上	(487)	(556)	24.0	38.2	19.4	10.7	62.7	62.7	
女性20代	(483)	(338)	27.3	37.9	13.7	10.4	70.1	70.1	
女性30代	(481)	(427)	15.2	39.2	20.9	10.6	59.9	59.9	
女性40代	(500)	(532)	9.6	37.1	22.9	14.6	51.4	49.1	
女性50代	(485)	(439)	14.1	37.7	19.8	16.4	54.0	54.0	
女性60代	(490)	(538)	19.8	35.9	19.9	18.5	57.7	57.7	
女性70代以上	(490)	(795)	20.3	36.5	18.7	15.2	58.5	58.5	
11都道府県	(2,707)	(3,702)	19.1	35.7	20.2	13.7	58.2	58.2	
22県別	(2,192)	(1,526)	20.0	36.4	20.9	11.6	59.4	59.4	
14県	(1,006)	(699)	19.6	38.4	19.3	13.7	61.3	61.3	
200万円未満	(430)	(393)	8.2	30.4	34.9	14.7	68.8	73.5	
200~400万円未満	(1,320)	(1,275)	26.0	37.3	18.7	10.4	67.3	67.3	
400~600万円未満	(1,231)	(1,196)	18.3	37.5	21.0	10.9	58.8	58.8	
600~800万円未満	(823)	(804)	16.6	36.6	23.7	11.9	56.2	56.2	
800~1000万円未満	(441)	(490)	14.5	31.8	22.8	12.0	47.7	47.7	
1000~1200万円未満	(206)	(250)	9.9	41.1	21.6	16.6	50.0	51.7	
1200~1500万円未満	(117)	(139)	32.7	26.2	22.5	7.6	37.7	37.7	
1500万円以上	(99)	(130)	5.2	13.6	30.2	29.1	11.3	20.1	
わからない	(554)	(559)	18.2	35.2	18.6	15.9	55.1	57.0	

※5%未満の△は非表示

## 鶏肉

■ 100g未満 ■ 100~200g未満 ■ 200~300g未満 ■ 300~400g未満 ■ 400~500g未満 ■ 500~700g未満 ■ 700~1kg未満 ■ 1kg以上

	WB前 n=	WB後 n=	0%	20%	40%	60%	80%	100%	300g 未満 ・計
全体	(6,083)	(6,071)	14.3	30.0	20.5	16.18	47.1	47.1	
男性20代	(505)	(365)	18.1	31.3	23.4	10.5	54.0	54.0	
男性30代	(511)	(466)	15.9	30.4	22.4	11.2	55.7	51.0	
男性40代	(512)	(544)	17.2	30.0	20.7	13.5	48.7	48.7	
男性50代	(499)	(449)	15.2	27.4	22.1	16.2	45.7	45.7	
男性60代	(496)	(505)	15.9	38.9	17.6	14.2	57.8	57.8	
男性70代以上	(496)	(564)	18.5	33.8	21.1	11.8	57.6	57.6	
女性20代	(517)	(360)	16.3	28.8	18.7	13.2	46.7	46.7	
女性30代	(520)	(461)	10.9	29.2	19.3	15.5	40.8	40.8	
女性40代	(516)	(542)	7.3	24.1	19.5	21.9	32.5	32.5	
女性50代	(505)	(453)	9.3	29.9	20.7	17.1	40.6	40.6	
女性60代	(506)	(548)	14.1	29.5	18.8	20.9	45.4	45.4	
女性70代以上	(500)	(816)	13.9	29.1	21.3	21.3	45.7	45.7	
11都道府県	(2,776)	(3,760)	14.3	29.2	20.5	16.7	46.3	46.3	
22県別	(2,265)	(1,583)	13.8	31.4	19.6	15.7	47.9	47.9	
14県	(1,042)	(729)	15.3	31.2	22.2	13.9	49.2	49.2	
200万円未満	(455)	(409)	1.263	30.9	14.1	15.1	62.3	62.3	
200~400万円未満	(1,367)	(1,320)	18.5	34.8	19.7	12.3	56.9	56.9	
400~600万円未満	(1,271)	(1,234)	13.7	27.7	21.6	15.7	43.0	43.0	
600~800万円未満	(830)	(802)	12.1	29.2	21.1	16.7	44.4	44.4	
800~1000万円未満	(446)	(495)	10.8	21.9	21.6	21.6	33.6	33.6	
1000~1200万円未満	(211)	(256)	9.0	30.1	19.9	17.5	43.4	43.4	
1200~1500万円未満	(115)	(138)	28.8	24.5	26.1	12.8	30.6	30.6	
1500万円以上	(98)	(126)	16.1	29.4	32.0	8.5	19.6	19.6	
わからない	(581)	(593)	13.3	33.6	20.4	14.1	51.1	51.1	

※300g未満・計 (100g未満)~400g未満

## ミンチ肉

	WB前 n=	WB後 n=	0%	20%	40%	60%	80%	100%	300g 未満 ・計
全体	(5,794)	(5,748)	58.218	33.1	19.6	12.0	60.7	60.7	
男性20代	(495)	(357)	75.214	38.8	20.5	7.7	67.7	67.7	
男性30代	(491)	(437)	77.223	32.2	19.8	11.1	62.2	62.2	
男性40代	(484)	(509)	22.2	32.0	19.9	12.6	59.0	59.0	
男性50代	(464)	(415)	59.8	34.5	19.6	12.7	59.2	59.2	
男性60代	(454)	(462)	9.0	25.9	34.9	16.7	69.8	69.8	
男性70代以上	(430)	(487)	12.2	31.2	34.2	13.2	77.6	77.6	
女性20代	(505)	(351)	22.7	36.9	17.9	12.3	62.6	62.6	
女性30代	(504)	(444)	15.8	33.7	23.1	13.8	51.3	51.3	
女性40代	(506)	(530)	13.6	25.9	24.3	17.5	42.2	42.2	
女性50代	(494)	(444)	17.5	34.9	17.5	16.3	55.2	55.2	
女性60代	(487)	(528)	21.4	35.4	21.2	11.3	61.5	61.5	
女性70代以上	(480)	(784)	7.0	26.2	28.3	20.4	62.5	62.5	
11都道府県	(2,640)	(3,569)	58.21	32.1	20.2	12.9	59.0	59.0	
22県別	(2,168)	(1,491)	56.230	34.2	18.9	10.3	62.7	62.7	
14県	(986)	(688)	65.229	35.8	17.9	10.7	65.2	65.2	
200万円未満	(419)	(372)	13.2	29.6	32.4	11.9	75.1	75.1	
200~400万円未満	(1,289)	(1,238)	8.7	26.3	36.0	15.6	71.1	71.1	
400~600万円未満	(1,222)	(1,176)	23.2	32.4	20.6	11.1	59.6	59.6	
600~800万円未満	(793)	(760)	19.6	32.2	22.6	11.1	56.6	56.6	
800~1000万円未満	(432)	(481)	16.5	31.2	23.1	15.9	51.6	51.6	
1000~1200万円未満	(205)	(251)	5.3	34.2	22.1	12.6	53.6	53.6	
1200~1500万円未満	(109)	(131)	14.1	32.9	18.2	25.5	47.1	47.1	
1500万円以上	(94)	(120)	5.3	24.6	33.4	18.6	32.4	32.4	
わからない	(544)	(550)	24.2	33.4	18.0	12.7	62.2	62.2	

※300g未満・計 (100g未満)~400g未満

※5%未満の△は非表示



# コロナ流行前後の食肉の購入量の変化

- 新型コロナウイルス流行前後で購入量が増えたと思う人について全体で見ると、【鶏肉】(18%)、【豚肉】(21%)、【鶏肉】(14%)、【ミンチ肉】(13%)の順となった。
- 性年代別で見ると、【牛肉】は男性20~30代、【豚肉】は男性20代や女性30代、【鶏肉】は男性20~30代や女性20~30代それぞれ増加している。
- 世帯年収別で見ると、【鶏肉】は800~1000万円未満層で増加率が高くなっているが、1200万円以上層のスコアは低め。

Q33 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、下記のご家庭での食肉を購入する量に変化はありましたか。

MTS

## 牛肉

## 豚肉

## 鶏肉

## ミンチ肉

n=30以上の場合

[比率の差]  
■ 全体+10%以上  
■ 全体+5%以上  
■ 全体-5%以上  
■ 全体-10%以上

■ とも増えた

■ やや増えた

■ やや減った

■ とも減った

■ 変わらない

■ やや減った

■ とも減った

	WB前 n =	WB後 0%	20%	40%	60%	80%	100%	増えた ・計
全体	(5,905)	11.4	80.7	5.1	12.8			
男性20代	(494)	15.8	73.8		20.6			
男性30代	(501)	16.7	75.1		19.6			
男性40代	(509)	7.7	85.6		9.5			
男性50代	(493)	7.5	84.0	6.3	8.9			
男性60代	(492)	9.4	82.7	5.9	10.9			
男性70代以上	(487)	12.0	82.1		12.1			
女性20代	(483)	11.8	78.8	6.4	12.6			
女性30代	(481)	13.4	78.7		15.5			
女性40代	(500)	12.8	79.4	6.8	13.2			
女性50代	(485)	10.3	80.6	5.9	10.8			
女性60代	(490)	10.5	81.6	5.4	11.6			
女性70代以上	(490)	10.9	81.6	5.7	11.7			
11都道府県	(2,707)	11.3	80.6	5.2	13.0			
22県	(2,192)	11.7	80.3	5.2	12.5			
14県	(1,006)	6.9	81.7		12.2			
200万円未満	(430)	9.2	81.8	5.4	11.1			
200~400万円未満	(1,320)	9.4	83.2		9.9			
400~600万円未満	(1,231)	12.1	78.4	7.3	13.1			
600~800万円未満	(823)	12.1	81.3		13.5			
800~1000万円未満	(441)	15.6	73.9	5.5	20.0			
1000~1200万円未満	(206)	13.5	79.4		16.8			
1200~1500万円未満	(117)	16.2	79.7		17.9			
1500万円以上	(99)	8.3	89.9		9.7			
わからない	(554)	7.6	85.3	5.4	8.4			

	WB前 n =	WB後 0%	20%	40%	60%	80%	100%	増えた ・計
全体	(6,130)	16.2	79.0	18.3				
男性20代	(508)	21.6	70.9	26.1				
男性30代	(514)	16.6	76.5	20.8				
男性40代	(516)	13.6	80.5	16.0				
男性50代	(506)	14.4	82.2	16.4				
男性60代	(503)	13.7	83.2	14.9				
男性70代以上	(506)	12.7	85.9	13.0				
女性20代	(514)	17.9	77.0	19.1				
女性30代	(520)	20.1	72.7	24.2				
女性40代	(518)	17.0	78.2	20.3				
女性50代	(507)	14.9	80.5	16.0				
女性60代	(506)	18.2	77.8	19.5				
女性70代以上	(512)	16.5	78.6	17.6				
11都道府県	(2,805)	15.8	78.9	18.4				
22県	(2,274)	17.4	78.2	18.8				
14県	(1,051)	16.1	80.8	17.2				
200万円未満	(462)	12.9	80.7	15.2				
200~400万円未満	(1,381)	15.2	80.7	16.6				
400~600万円未満	(1,275)	15.8	79.7	17.4				
600~800万円未満	(837)	16.1	78.7	18.8				
800~1000万円未満	(449)	24.6	70.5	27.8				
1000~1200万円未満	(213)	26.0	73.2	26.4				
1200~1500万円未満	(118)	19.6	77.9	20.1				
1500万円以上	(100)	13.3	85.3	14.7				
わからない	(584)	14.1	82.2	15.5				

	WB前 n =	WB後 0%	20%	40%	60%	80%	100%	増えた ・計
全体	(5,794)	11.5	80.4	13.9				
男性20代	(495)	15.6	74.5	21.7				
男性30代	(491)	14.7	75.3	20.9				
男性40代	(484)	9.3	83.7	11.7				
男性50代	(464)	8.5	86.8	10.5				
男性60代	(454)	8.1	85.2	9.1				
男性70代以上	(430)	5.4	88.5	5.5				
女性20代	(505)	17.1	75.3	20.8				
女性30代	(504)	17.3	77.2	20.3				
女性40代	(506)	16.7	75.5	19.9				
女性50代	(494)	8.3	84.2	9.2				
女性60代	(487)	10.4	80.3	11.7				
女性70代以上	(480)	9.9	78.2	10.9				
11都道府県	(2,640)	11.4	80.3	14.2				
22県	(2,168)	11.7	80.9	13.5				
14県	(986)	11.6	80.1	12.9				
200万円未満	(419)	10.6	77.3	12.6				
200~400万円未満	(1,289)	8.6	83.6	10.0				
400~600万円未満	(1,222)	10.4	81.9	13.4				
600~800万円未満	(793)	11.2	77.9	13.7				
800~1000万円未満	(432)	17.9	71.7	22.3				
1000~1200万円未満	(205)	17.3	75.3	20.5				
1200~1500万円未満	(109)	13.3	83.7	14.2				
1500万円以上	(94)	18.1	76.9	19.9				
わからない	(544)	8.3	85.6	10.0				

※5%未満のスコアは非表示

© Macromill, Inc.

※増えた・計（「とも増えた」+「やや増えた」）75

# 食肉の購入量が増えた理由

- 各食肉の購入量が増えた理由についてみると、『牛肉』では「家族が好むから」「新型コロナウイルスにより、買い物回数を減らしているから」「3割台で上位項目。」
- 『豚肉』『鶏肉』『ミンチ肉』では「調理がしやすいから」「新型コロナウイルスにより、買い物回数を減らしているから」「家族が好むから」「食べるのに飽きがこないから」が上位理由として挙がる。
- 『豚肉』『鶏肉』は他食肉よりも「食べるのに飽きがこないから」の割合が高くなっている。

Q34 前問で、1回あたりの下記の食肉の購入量が増えた理由をそれぞれお答えください。

※各食肉の購入量が増えた人ベース

MTM

	WB前 n =		WB後 n =		調理が しやすいから	保存が 効くから	家族が 好むから	食べるのに 飽きがこない から	在宅勤務な どで、自宅 食事を 人数が 増える から	お子様の 食べる 量が 増える から	食肉を 食べる 量を増 やして いる から	新型コロナ ウイルス により、 買い物の 回数を 減らして いる から	その他
牛肉	(772)	(759)	29.7	23.7	36.5	24.3	27.7	13.5	24.0	33.9	3.8		
豚肉	(1,131)	(1,126)	56.5	26.1	33.5	34.6	25.2	12.3	17.3	35.2	2.6		
鶏肉	(1,292)	(1,267)	50.4	24.6	33.3	32.4	23.5	15.7	19.0	32.5	5.1		
ミンチ肉	(848)	(797)	54.2	23.8	31.7	24.7	24.6	17.4	16.5	31.4	1.7		

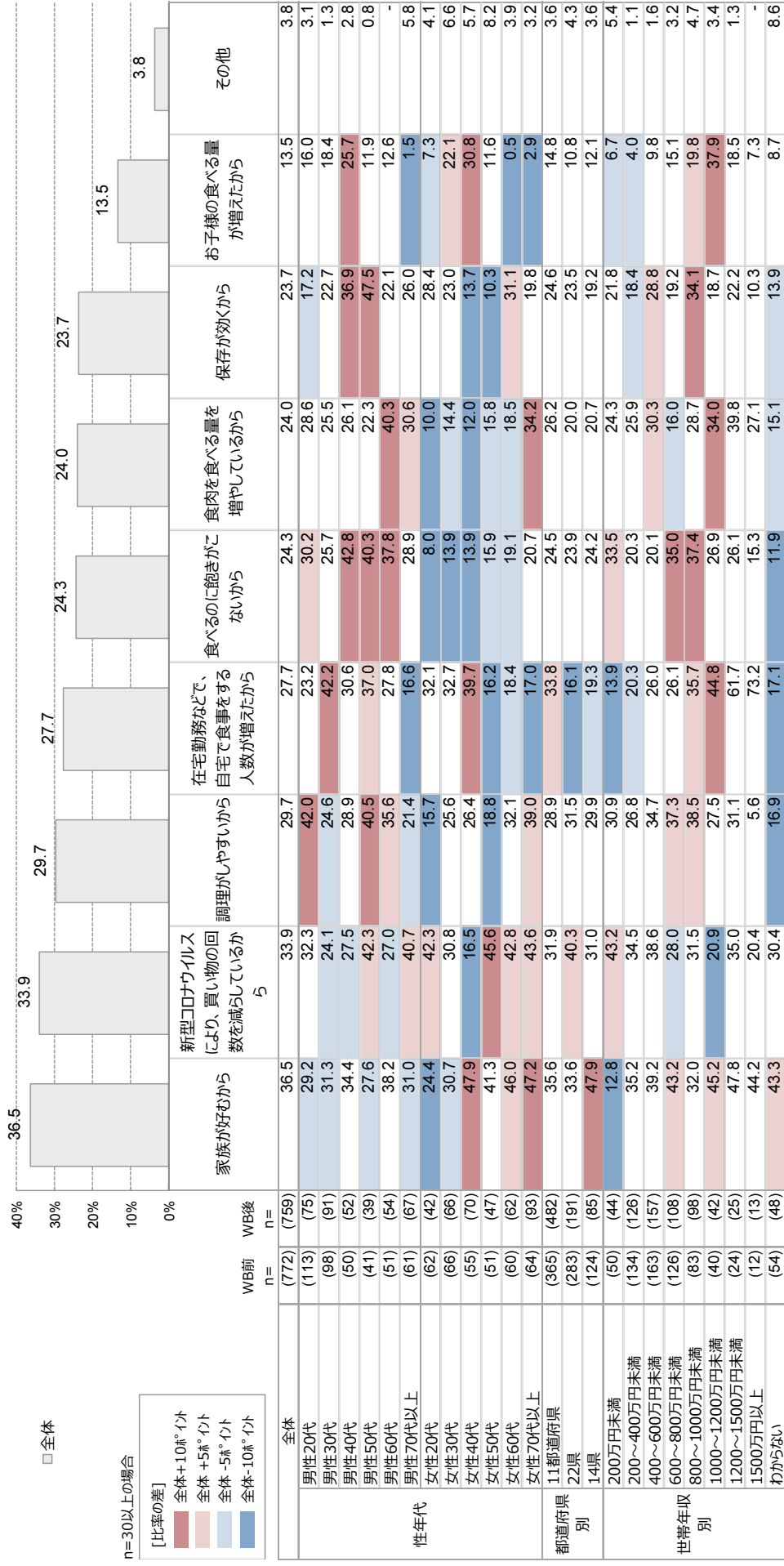
# 【牛肉】の購入量が増えた理由

- 【牛肉】の購入量が増えた理由について全体で見ると、「家族が好むから」(37%)、「新型コロナウイルスにより、買い物回数を減らしているから」(34%)が上位。
- 性年代別で見ると、全体トップ理由である「家族が好むから」は女性中高年層でスコアが高い傾向。全体中位～下位理由については比較的男性でスコアが高め。
- 都道府県別では、14県で「家族が好むから」のスコアが高く、他層を上回っている。
- 世帯年収別で見ると、200万円未満層は「新型コロナウイルスにより、買い物回数を減らしているから」が最多理由。「家族が好むから」は他層を大きく下回っている。

Q34S1 前問で、1回あたりの下記の食肉の購入量が「増えた」理由をそれぞれお答えください。【牛肉】

MTM

※【牛肉】の購入量が増加した人ベース



※「全体」のスコアで降順ソート

# 食肉の購入量が減った理由

- 各食肉の購入量が減った理由についてみると、『牛肉』では「割安な価格での販売が減ったから」、『豚肉』では「食肉を食べる量を減らしているから」がそれぞれ突出。
- 『鶏肉』『ミンチ肉』では、「食肉を食べる量を減らしているから」「割安な価格での販売が減ったから」が2割台で上位項目。
- 『牛肉』は他食肉3種に比べて「調理後の片づけが大変だから」「お弁当や総菜を購入するから」を理由としている人の割合が少ない。

Q35 前問で、1回あたりの下記の食肉の購入量が「減った」理由をそれぞれお答えください。

※各食肉の購入量が減った人ベース

MTM

	WB前 n =		WB後 n =		調理後の片づけが大変だから	お弁当や総菜を購入するから	自宅で食事をする人数が減ったから	お子様の食べる量が減ったから	食肉を食べる量を減らしているから	割安な価格での販売が減ったから	その他
牛肉	(395)	(386)	5.1	9.5	8.1	4.2	25.2	54.9	13.7		
豚肉	(175)	(164)	18.0	18.3	12.0	6.3	40.4	26.3	11.3		
鶏肉	(209)	(205)	16.9	19.8	10.5	9.7	29.2	25.2	9.7		
ミンチ肉	(333)	(328)	15.5	18.7	10.1	5.2	25.1	24.0	18.8		

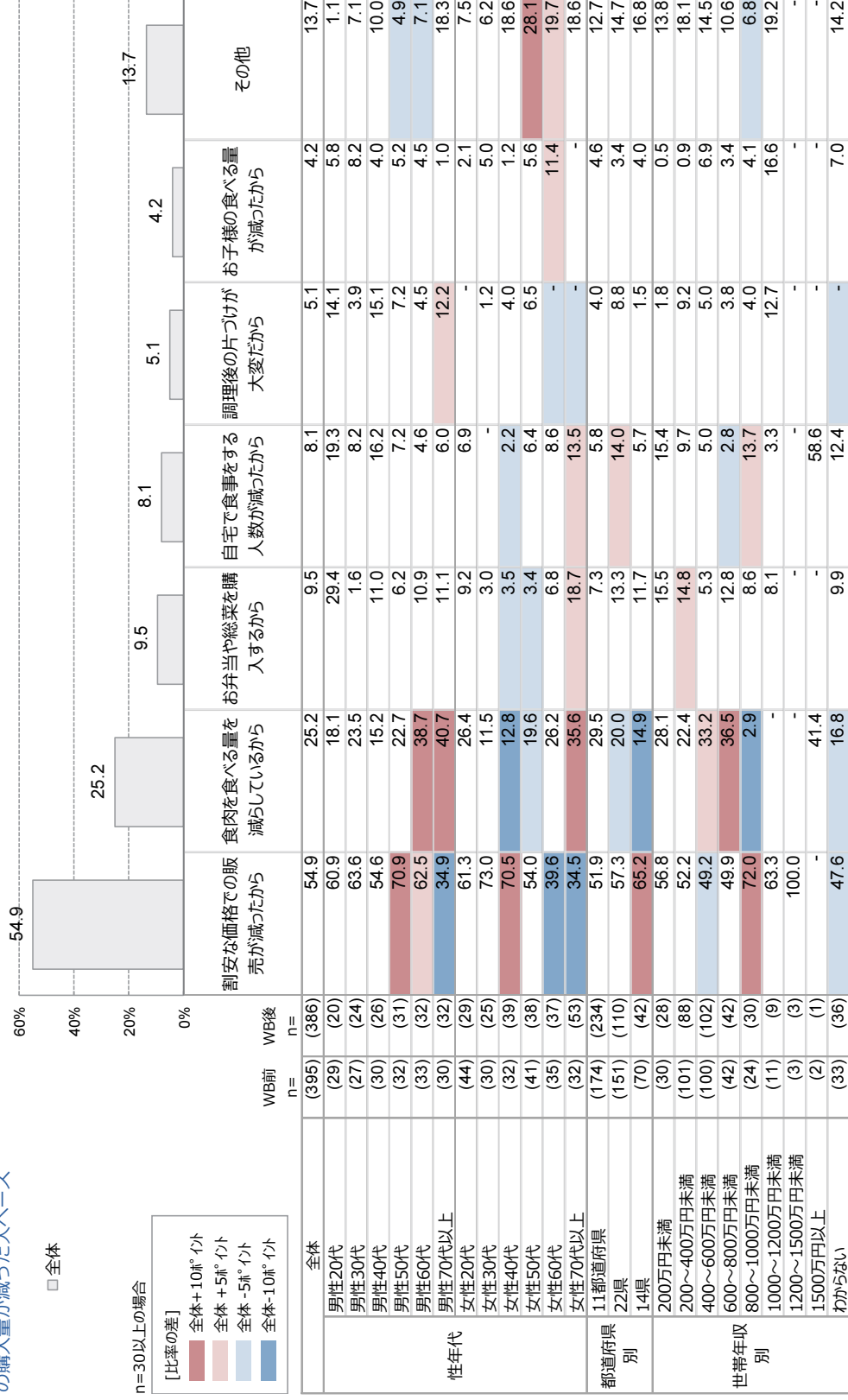
# 【牛肉】の購入量が減った理由

- 【牛肉】の購入量が減った理由について全体で見ると、「割安な価格での販売が減ったから」(55%)が最も多く、「食肉を食べる量を減らしているから」(25%)が続く。
- 性年代別では、男性50代や女性40代で「割安な価格での販売が減ったから」、男性60代以上や女性70代以上で「食肉を食べる量を減らしているから」が高スコア。
- 都道府県別で見ると、14県は他層よりも「割安な価格での販売が減ったから」のスコアが高いが、「食肉を食べる量を減らしているから」は他層を下回っている。
- 世帯年収別では、600～800万円未満層で「食肉を食べる量を減らしているから」、800～1000万円未満層で「割安な価格での販売が減ったから」のスコアが高い。

Q35S1 前問で、1回あたりの下記の食肉の購入量が「減った」理由をそれぞれお答えください。【牛肉】

MTM

※【牛肉】の購入量が減った人ベース



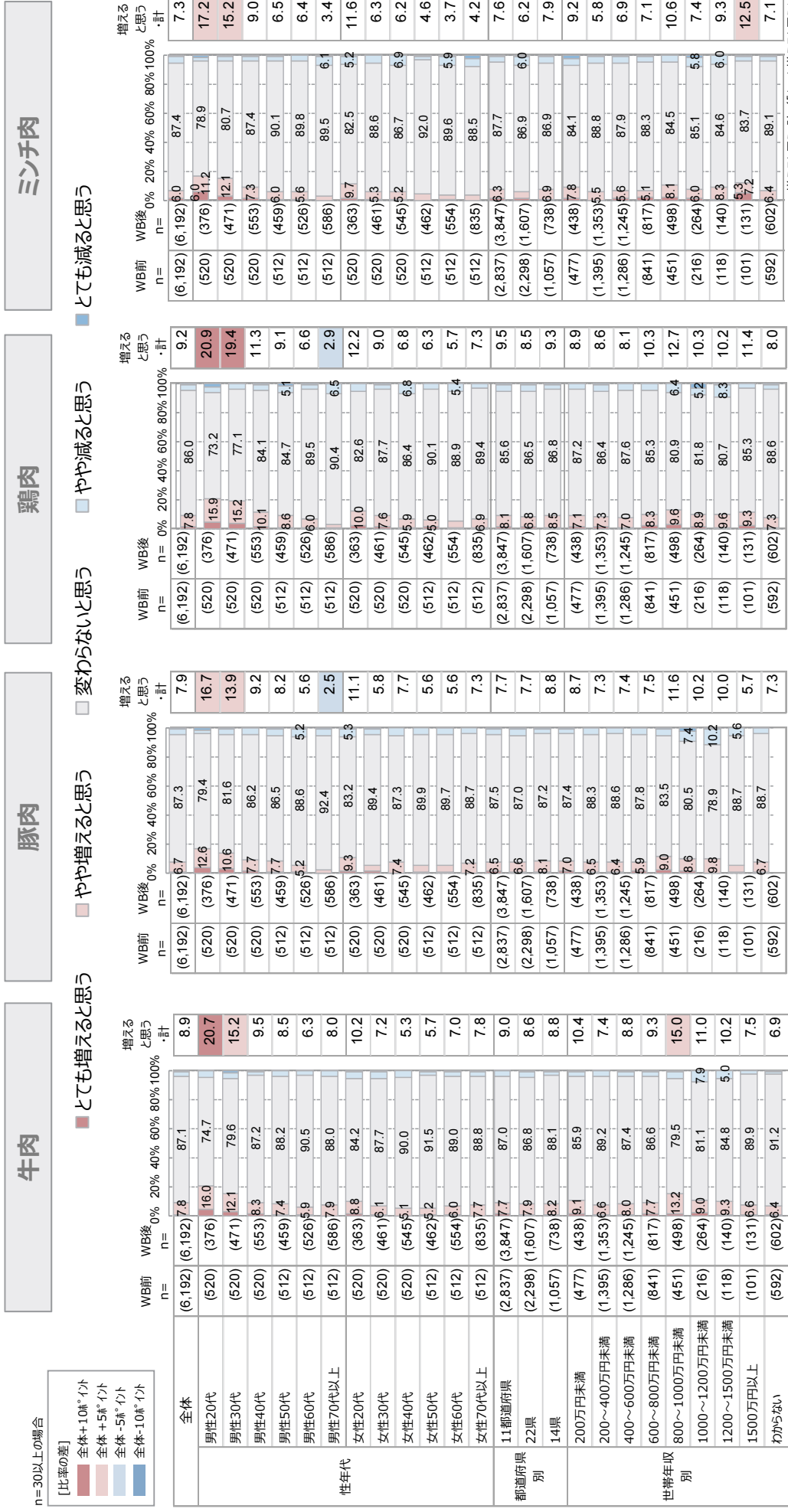
※【全体】のスコアで降順ソート

# コロナ収束後の食肉の購入頻度の変化

- コロナ収束後に購入頻度が増える食肉について全体でみると、【鶏肉】(牛肉)、【豚肉】(各9%)、【豚肉】(8%)、【ミンチ肉】(7%)の順。
- 性年代別でみると、男性20～30代ではいずれの食肉においても、コロナ収束後に購入頻度が増えると思えと回答している人が多い。
- 世帯年収別では、1000万円未満では【牛肉】、1500万円以上では【ミンチ肉】の購入頻度が増えると思っている人の割合が高め。

Q36 新型コロナウイルス収束後、ご家庭で下記食肉を購入する量はどのようになりますか。あてはまる選択肢をお選びください。

MTS



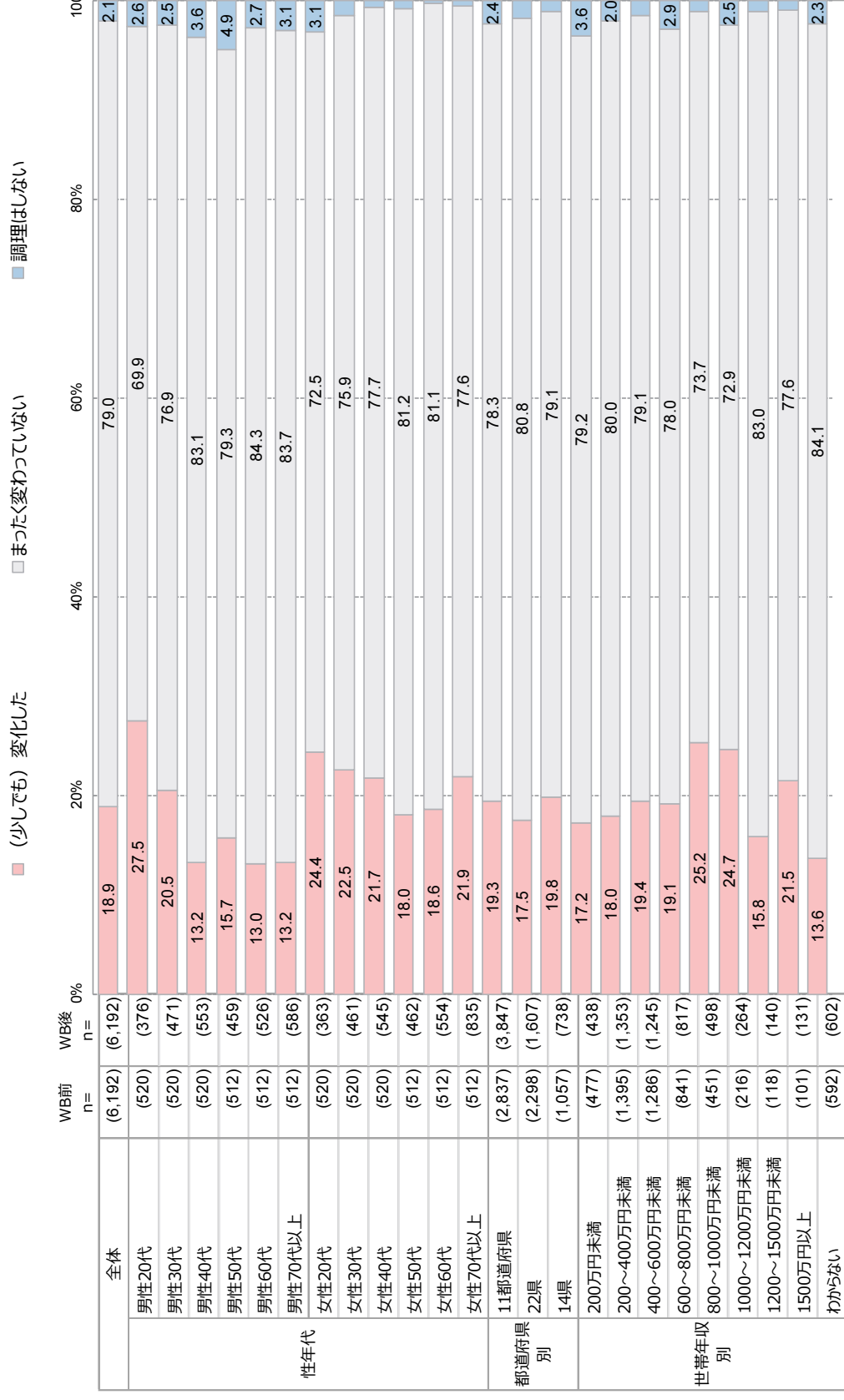
## 6.調理法の変化と今後への期待

# コロナ流行前後での調理法の変化

- コロナ流行前後で調理法に少しでも変化があったと回答した人は全体で19%。
- 性年代別で見ると、男性20代は他年代に比べて「変化した」人の割合が高く、3割近くにのぼっている。
- 世帯年収別では、800～1200万円未満層において調理法が「変化した」人の割合がやや高い。

Q37 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、食肉の調理法に変化はありましたか。あてはまる選択肢をお選びください。

SA



※2%未満のスコアは非表示

© Macromill, Inc.



# 調理法を変えた内容（代表的な意見抜粋）

- 新型コロナウイルス流行前と比較すると、お家時間の増加によって料理を凝るようになったという人が多くみられる。一方、お家時間の増加によって調理回数が増えた結果、以前よりも簡単なものを作るようになった人も多く、料理に対する取り組みは完全に二極化している。
- 様々な新型コロナウイルス対策などによって、料理に対する衛生意識も高まっているという声も多々みられる。また、在宅時間の増加による健康被害対策のために揚げ物や炒め物控えて、蒸し料理などを作ることが増えたという人も多い。

Q38 新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、食肉の調理法に変化があった人にお聞きします。どのように調理法を変えましたか。できるだけ詳細に調理法をお書きください。

※調理法を変えた人ベース

FA

## 料理への意識が変化した（凝るようになった）

- コロナ前は作り置きをする事が多かったけど、今は、家にいる事も割と多いので、その都度作ったりしている。料理にハマってきてきているなど感じるので、多めに買って置いて、いつでも色んな調理ができるようにしている。(男性30代)
- 外食する機会が少し減ったので、家で少しでも良いものを食べようと、良いお肉を買って時間をかけて調理することが増えた。また、コロナにより仕事が忙しくなったので、疲労回復の意味を込めて豚肉をよく使うようになった。(女性20代)
- あまり新しいメニューに取り組んでこなかったのですが、インターネットのサイトを見て、気になるレシピを試してみることが増えました。また、在宅ワークが増えたので昼休憩の時間を確保するために10分短メニューにも挑戦しています。(女性40代)
- コロナウイルス流行前の食肉の調理法は簡単に焼く・揚げる・煮る等でしたが、手このんだ物を作るようになりました。大学生の子供達がリモート授業がほとんどだったので自宅で3食食べる機会がほとんどで、食事に飽きないようレパートリーを増やすために工夫しました。(女性50代)

## 健康を意識するようになった

- 低温調理法を取り入れたり、巣ごもりで太ることを防止するために低カロリーな調理法に手やレンジしています。ハンバーグには肉に豆腐を混ぜ込んだり、鶏肉は脂質の多い部分を取り除いて、揚げ物ではなく茹でたり蒸したりして出来るだけ低カロリーにするようにしています。(男性30代)
- 健康をかんがえ、あまり油を使用せずに、電子レンジを使用したり、蒸したりして調理している。また、調理したものは冷凍保存している。(男性50代)
- 「安全」を意識するようになり、なるべく身体に悪影響が少ない食肉を購入するようになりました。調理方法も化学調味料が入った調味料（醤油、塩、油、出汁等）は使わないようになりまし。感染防止のため、免疫力維持のためです。(男性50代)
- コロナ禍前よりも、濃い目の味付け・しっかりと加熱して雑菌の力を弱める様になっている。特に暑い時期は、肉料理の下ごしらえに、梅干しや酢を取り入れて、食欲が低下して体力が落ちない様に、食べやすくしている。(女性50代)

## 料理への意識が変化した（簡素になった）

- フライパン等は使わずにシリコンウェアを使用し電子レンジを多用するようになった。(男性30代)
- 以前より保存容器を多く使用するようになった。レンジ簡単レシピを取り入れている。レンジアブリを利用し料理レパートリーがマンネリしない様工夫している。(男性60代)
- ミンチ肉や冷凍野菜など保存しやすく、切らなくても使いやすい食材を使って手軽に料理することが増えた。(女性30代)
- 毎日ほとんど家で食べることが増えたので、多めに作って、作り置きを作ったり、冷凍したり、次の日にも食べられるくらいに多めに作るが増えた。後は、簡単に時短で作れるようにレンジを活用して、家事を短くできるようにした。(女性30代)
- 3食作らないといけないので、小分けにして味付け冷凍等、時短、簡単に調理できるようにした。(女性40代)

## 衛生意識が高まった

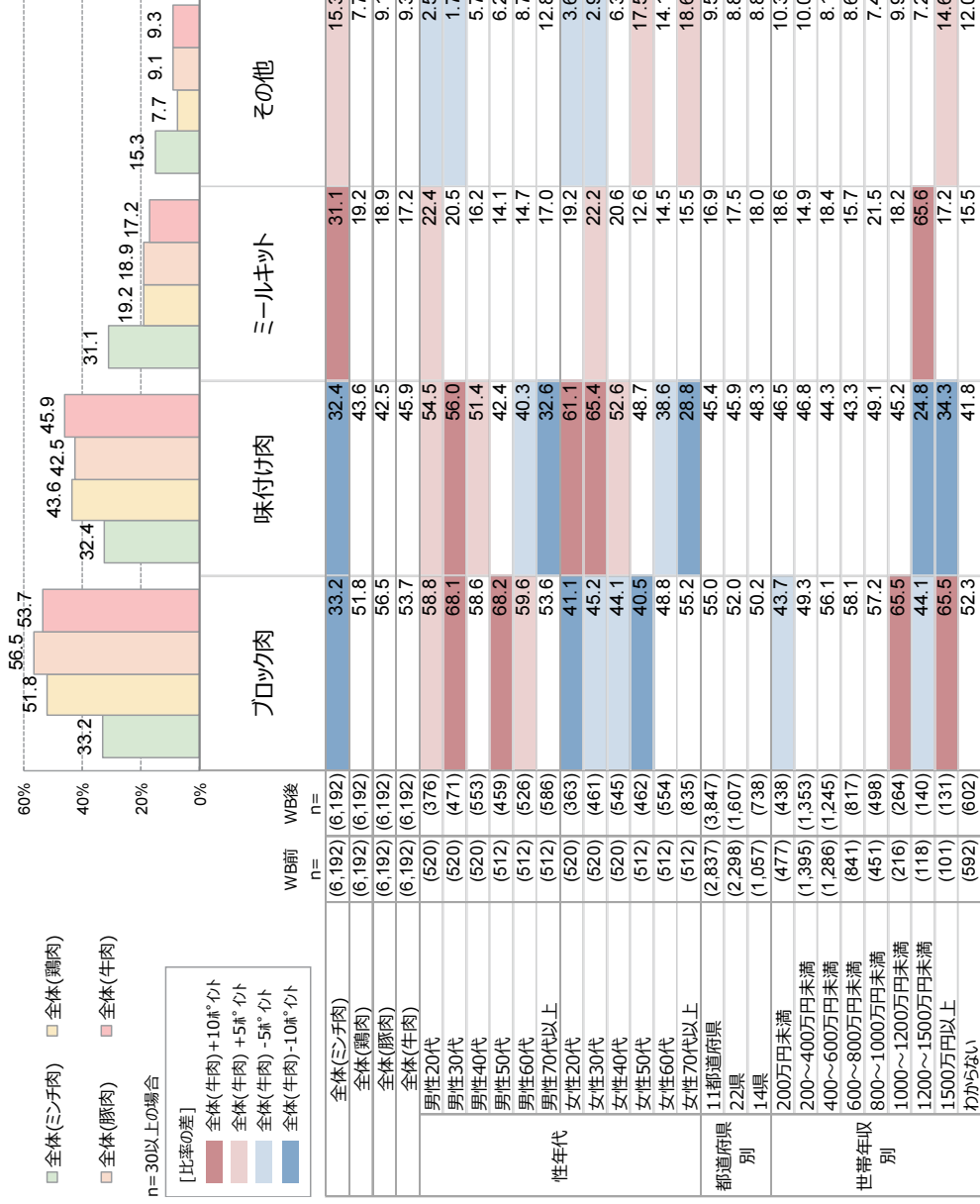
- 新型コロナウイルス感染拡大前は気にならなかったが、素手で食肉を触るのに抵抗が出てきてしまったため、現在は手袋や透明なビニール袋を使って、食肉の調理を行っている。また、まな板や包丁も新型コロナウイルス感染拡大前はそこまで気にしていなかったが、現在はつこつこ細かい頻度で洗って使用している。(男性20代)
- まずは衛生観念を徹底することにして、調理前の手洗いがいやいやアルコール消毒を以前以上に徹底して行う。そして、袋詰めされている野菜や果物も念入りに丁寧に洗込んでから調理を始める。食器も丁寧にあらう、きちんと乾燥させて清潔な状態を保つことにする。(男性20代)
- お肉によく火を通すようになり、色々な菌に対しても抵抗を感じるようになった。また、子供がご飯を食べることに、ひき肉の油が気になったので、一度湯煎してから、炒め物に利用したりしている。(女性20代)

# 店頭で販売してほしい食肉や食肉製品

- 各食肉の店頭で販売してほしい食肉製品について全体で見ると、【鶏肉】【豚肉】【牛肉】では「ブロック肉」が5割台と最多項目で、それに「味付け肉」が4割台で続く。一方、【ミンチ肉】は「ブロック肉」「味付け肉」「ミールキット」がそれぞれ3割強で同水準となっている。
- 性年代別で見ると、男性では【牛肉】は「ブロック肉」を販売してほしいという人の割合が女性より高い傾向。また、男女20～40代では「味付け肉」を要望する人が多い。
- 世帯年収別では、1200万円以上層では「味付け肉」を要望する人が少ない。

Q39 店頭で販売してほしい食肉や食肉製品をお選びください。

MTM



※「全体(牛肉)」のスコアで降順ソート

# これからの食肉・食肉加工品に期待すること（代表的な意見抜粋）

- これからの食肉・食肉加工品に期待することについてみると、食肉・加工肉の成分や産地を意識している人が多く、安全性を特に重視している様子。
- コロナ禍における経済難などを理由に価格を下げてほしいという声や、まとめ買いが増えたこともあり保存の効くもの、冷凍しやすい販売形態を求める声も大きい。また、コロナ禍において宅食が増えた影響もあり、家で簡単に調理できることを重視する意見も散見されている。

Q40 これからの食肉・食肉加工品に期待することがあれば、何でも自由にお書き下さい。

FA

## 安心・安全な成分に期待している

- 無添加の商品にしてほしい。新鮮な商品を並び続けてほしい。(男性20代)
- 添加物や保存料を減らして欲しい。(男性30代)
- コロナウイルス流行の結果、前より健康意識が強くなった。そのため、できるだけ健康に良い食肉・食肉加工品を販売してほしい。(男性30代)
- 健康のため、脂身の少ないお肉を増やしてほしい。(男性50代)
- 加工肉は塩分が多いと感じるので、ヘルシーな塩分控えめがあればもっと食べやすいと思った。(女性50代)

## 産地にこだわりたい

- ブラジルチキンや中国食材など衛生面や安全性に欠けるものが多い。先ずは厳しく調査して安全な食材を提供してほしい。(男性50代)
- 輸入肉の安全性を確実に検査してほしい。(男性60代)
- 地産地消したいので地元のお肉を買いやすい価格で販売するところが増えてほしい。国産をなるべく食べたいし出来るなら産地にこだわりたい。(男性50代)
- 安心感が第一なので、産地などが分かりやすく表記されていると安心して買える。(女性40代)

## 価格を安くして欲しい

- 価格が下がると嬉しい。なるべく国産のものを食べたい。ラムソーセージを安心して食べたい。(男性40代)
- やはり質と量と価格のバランスの取れたコストの良いものを望む。また価格変動が少ないものを望む。(男性70代以上)
- 1番は安く、量が多いものにも手が伸びてしまうので、コロナ禍で家計もだいぶ厳しくなっているので今後安く美味しくお肉が食べたいとは思っています。(女性20代)
- なるべく豚肉を使うようにしていますが料理によっては牛肉を使いたいのでお肉として国産の牛肉が高いので、もう少し良いお肉を買いやすい価格で販売してほしいです。(女性40代)

## 簡単に調理できるものが欲しい

- 簡単に容器ごと電子レンジで調理できる商品が増えてほしい。(男性30代)
- お家で簡単に本格的な味が楽しめるような商品を期待します。(女性20代)
- コロナウイルスが終息した後は仕事も増えると思うので、パッと簡単に作れるような食肉、食肉加工品に期待しています。(女性30代)
- 高齢者でも家庭で手軽に調理しやすいような味付けを工夫していただきたいです。(女性70代以上)

## その他

- ジビエがもっと一般的になるといい。(男性50代)
- コロナ禍、外食等の自粛で食肉、食肉加工品等が市場でだいぶついておりEC等で格安で販売されています。生産者等の応援をしたいので大手食肉業者、取り扱い農協等の団体がブロック単位で販売していただきたいです。応援、購入します。(男性70代以上)
- コロナ禍で体重が増え続けているので白米を減らして運動不足を解消して筋力をアップさせるために食肉を使っていきたいとおもっている。(女性50代)
- 鮮度の高いものを取り揃えてほしい。(女性70代以上)

## 保存しやすいもの/冷凍しやすい販売をして欲しい

- 賞味期限の長いもの。生肉なら真空パックや半冷凍、加工食品なら賞味期限が長い商品。(男性40代)
- 小分けに保存しやすい形での販売。(男性50代)
- コロナ禍でまとめ買いするようになり、小分けにして冷凍保存している。解凍しても柔らかい物を販売してほしい。(女性50代)

# 調查票

# SCR 調査票

## 家事に関するアンケート

下記アンケートにご協力お願いいたします。

 「調査についての守秘義務」の趣意をお願いします。決して第三者に口外しないよう、ご協力をお願いします。

 アンケート中は、ブラウザの「戻る」ボタンは押さぬようご注意ください。

- 必須入力(全項目)

### Q1

100%

以下のものについて、**あなた**がご家庭で購入を担当することはありますか。あてはまる選択肢をそれぞれお選びください。（それぞれひとつだけ）

※費用の出どころは問いません。

※ご家庭で使用する場合についてお答えください。

- ◎ 単一回答
- ★ 必須回答

▲ とじる

0/6

1 野菜	▼
2 食肉 ※ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む	▼
3 お弁当など出来合いの食品	▼
4 調味料	▼
5 日用品	▼
6 洋服	▲

- ① あなたのみが購入を担当する
- ② あなたも含め、あなた以外の人も購入を担当することがある
- ③ あなたが購入を担当することはない

- セレクト条件 項目 [1] - [6] : Q1項目 [1] - [6] で1,2と答えた方
- 必須入力(全項目)

### Q2

**あなたのご家庭における、現在の以下のものの購入頻度をそれぞれお選びください。**  
(それぞれひとつだけ)

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。

※同居の方も含めた頻度をお答えください。

- ◎ 単一回答
- ★ 必須回答

▲ とじる

0/6

1 野菜	▼
2 食肉 ※ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む	▼
3 お弁当など出来合いの食品	▼
4 調味料	▼
5 日用品	▼
6 洋服	▲

- ① 2日に1回以上
- ② 3~4日に1回程度
- ③ 5~6日に1回程度
- ④ 1週間に1回程度
- ⑤ 2週間に1回程度
- ⑥ 1か月に1回程度
- ⑦ それ未満

- 必須入力

### Q3

あなたは**何人**で**お住まい**ですか。  
あなたも含めた人数をお答えください。(ひとつだけ)

※普段、最も過ごす時間が多い場所（ご自宅）での同居人数をお答えください。

- 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- 1人 (あなたのみ)
- 2人
- 3人
- 4人
- 5人
- 6人
- 7人以上

- セレクト条件：【Q3】で2-7と答えた方
- 選択セレクト条件
  - 選択肢 [3] : any(Q3,"3-7")
  - 選択肢 [4] : any(Q3,"4-7")
  - 選択肢 [5] : any(Q3,"5-7")
  - 選択肢 [6] : any(Q3,"6-7")
  - 選択肢 [7] : any(Q3,"7")
- 必須入力

### Q4

前問で回答いただいた同居されている方のうち、**未成年（20歳未満）のお子様**は何人ですか。

あてはまる人数をお選びください。(ひとつだけ)

- 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- 0人 (未成年のお子様はいない)
- 1人
- 2人
- 3人
- 4人
- 5人
- 6人以上

- 選択セレクト条件

- 選択肢 [1] : ((AGE >= 20) && (AGE <= 64))
- 選択肢 [2] : (AGE >= 65) || ((AGE >= 20) && (AGE <= 64)) && any(Q3,"2-7")
- 選択肢 [3] : (AGE >= 65) && any(Q3,"2-7") || ((AGE >= 20) && (AGE <= 64)) && any(Q3,"3-7")
- 選択肢 [4] : (AGE >= 65) && any(Q3,"3-7") || ((AGE >= 20) && (AGE <= 64)) && any(Q3,"4-7")
- 選択肢 [5] : (AGE >= 65) && any(Q3,"4-7") || ((AGE >= 20) && (AGE <= 64)) && any(Q3,"5-7")
- 選択肢 [6] : (AGE >= 65) && any(Q3,"5-7") || ((AGE >= 20) && (AGE <= 64)) && any(Q3,"6-7")
- 選択肢 [7] : (AGE >= 65) && any(Q3,"6-7") || ((AGE >= 20) && (AGE <= 64)) && any(Q3,"7")

- 必須入力

### Q5

同居されている方のうち、**65歳以上の方**は何人ですか。  
あてはまる人数をお選びください。(ひとつだけ)

※あなたご自身が65歳以上の場合は、あなたも含めた人数をお答えください。

- 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- 0人 (65歳以上の方はいない)
- 1人
- 2人
- 3人
- 4人
- 5人
- 6人以上

アンケートは以上で終わりです。  
ご協力ありがとうございました。  
送信ボタンを押してください。

送信

# 本調査 調査票



## 食に関するアンケート

下記アンケートにご協力をお願いいたします。

**🔒** 「開窗についての守秘義務」の徹底をお願いします。決して第三者に口外しないよう、ご協力をお願いします。

**❗** アンケート中は、ブラウザの「戻る」ボタンは押さぬようご注意ください。

- セレクト条件： [SC4] で2-7と答えた方
- **0** 必須入力
- **010\_FA**： 必須入力

### Q1

100%

あなたと同居されている**未成年（20歳未満）のお子様**の年齢をお答えください。

▼ 複数回答 ★ 必須回答

- 1 未就学児（0～3歳）
- 2 幼稚園相当（4～6歳）
- 3 小学校低学年（1～3年生）
- 4 小学校高学年（4～6年生）
- 5 中学生
- 6 高校生・高専生
- 7 専門学校・短大生
- 8 大学生
- 9 社会人
- 10 その他

- **0** 必須入力

### Q2

コロナ禍の現在において、あなたは**将来**についてどれくらい不安に感じていますが、あてはまる選択肢をお選びください。（ひとつだけ）

0 複数回答 ★ 必須回答

▲ とじる

- 1 とても不安に感じている
- 2 やや不安に感じている
- 3 どちらともいえない
- 4 あまり不安に感じていない
- 5 まったく不安に感じていない

- **0** 必須入力(全項目)

### Q3

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおける**あなたの出社頻度**をお選びください。（それぞれひとつだけ）

0 複数回答 ★ 必須回答

▲ とじる

- 1 新型コロナウイルス流行前
  - 2 現在
- 1 週5日以上
  - 2 週3～4日程度
  - 3 週1～2日程度
  - 4 月2～3日程度
  - 5 月1日程度
  - 6 2カ月に1日程度
  - 7 それ未満
  - 8 休業中/休職中
  - 9 (コロナ流行前は/現在は) 就業していない

- 選択肢セレクト条件 項目 [1]
- 選択肢 [9] : Q3項目 [1] で7-9と答えた方
- 選択肢セレクト条件 項目 [2]
- 選択肢 [9] : Q3項目 [2] で7-9と答えた方
- ①必須入力(全項目)

## Q4

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおけるあなたの外出頻度をお選びください。（それぞれひとつだけ）

※動いている（いた）方は出社も含めてお答えください。

① 第一回答 ★ 必須回答

0/2

1	新型コロナウイルス流行前	▼
2	現在	▲

- ① 毎日
- ② 1週間に4～5日程度
- ③ 1週間に2～3日程度
- ④ 1週間に1日程度
- ⑤ 2週間に1日程度
- ⑥ 1か月に1日程度
- ⑦ 2か月に1日程度
- ⑧ それ未満
- ⑨ （コロナ流行前は/現在は）外出していない

- ①必須入力(全項目)

## Q5

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおけるあなたのネットショッピングの利用頻度をお選びください。（それぞれひとつだけ）

① 第一回答 ★ 必須回答

0/2

1	新型コロナウイルス流行前	▼
2	現在	▲

- ① 1日に1回以上
- ② 2～3日に1回程度
- ③ 4～6日に1回程度
- ④ 1週間に1回程度
- ⑤ 2～3週間に1回程度
- ⑥ 1か月に1回程度
- ⑦ 2～3か月に1回程度
- ⑧ それ未満
- ⑨ ネットショッピングを利用することはない/なかった

- セレクト条件 項目 [1] - [2] : Q5項目 [1], [2] で1-8と答えた方
- 必須入力(全項目)
- 項目 [1] 5\_FA : 必須入力
- 項目 [1] 10\_FA : 必須入力
- 項目 [2] 5\_FA : 必須入力
- 項目 [2] 10\_FA : 必須入力
- 選択肢ランダムイズ : 選択肢1-4,6-9

## Q6

前問で「ネットショッピングを利用したことがある/している」とお答えになった方にお聞きします。

**ネットショッピングであなたが購入したことのある商品をすべてお選びください。**  
(それぞれいくつでも)

▼ 複数回答

★ 必須回答

とじる

0/2

1	新型コロナウイルス流行前	▼
2	現在	▲

食品・飲料

1	野菜	
2	食肉 ※ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む	
3	飲料	
4	調味料	
5	上記以外の食品 (必須入力)	<input type="text"/>

食品以外

6	洋服	
7	日用品	
8	本	
9	趣味に関するもの	
10	その他 (必須入力)	<input type="text"/>

- セレクト条件 項目 [1] - [2] : Q6項目 [1], [2] で2と答えた方
- 必須入力(全項目)

## Q7

ネットショッピングで「食肉」を購入したことがあるとお答えになった方にお聞きします。

**あなたがネットショッピングで「食肉 (ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む)」を購入する頻度をお選びください。** (それぞれひとつだけ)

※定期便を利用している場合は、発注ではなくご自宅に届く頻度をお答えください。

◎ 単一回答

★ 必須回答

とじる

0/2

1	新型コロナウイルス流行前	▼
2	現在	▲

①	1日に1回以上
②	2~3日に1回程度
③	4~6日に1回程度
④	1週間に1回程度
⑤	2~3週間に1回程度
⑥	1か月に1回程度
⑦	2~3か月に1回程度
⑧	それ未満

- セレクト条件 項目 [1] - [2] : Q6項目 [1], [2] で2と答えた方
- **01**必須入力(全項目)
- **01**項目 [1] 5\_FA : 必須入力
- **01**項目 [2] 5\_FA : 必須入力
- 選択肢ランダムマイズ : 選択肢1-4

## Q8

引き続き、ネットショッピングで「食肉」を購入したことがあるとお答えになった方にお聞きます。

**あなたがネットショッピングで購入する「食肉（ハムやソーセージなどの食肉加工品を含む）」の種類をお選びください。（それぞれいくつでも）**

✓ 複数回答 ★ 必須回答 ▲ とじる

0/2

- 1 新型コロナウイルス流行前 ▼
- 2 現在 ▲
- 1 有名ブランド肉
- 2 日常、食している食肉
- 3 食肉加工品
- 4 ミールキット（すき焼き・焼肉・鍋料理セットなどの肉料理）
- 5 その他  
[必須入力]

- **01**必須入力
- **012**\_FA : 必須入力
- 選択肢ランダムマイズ : 選択肢1-11

## Q9

**あなたが食料品を購入する時に重視している内容をすべてお選びください。（いくつでも）**

✓ 複数回答 ★ 必須回答 ▲ とじる

- 1 価格
- 2 賞味期限・日もち
- 3 鮮度
- 4 内容量
- 5 販売元・メーカー
- 6 味
- 7 目新しさ
- 8 産地
- 9 身体に害がないか（安全であるか）
- 10 健康に効果があるか
- 11 調理にかかる手間
- 12 その他 [必須入力]

● **必須入力**(全項目)

**Q10**  
**新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、ご家庭での食品の購入頻度に変化はありましたか。**  
 あてはまる選択肢をお選びください。（ひとつつだけ）

※あなたが自身が行い出しに行かなくてもかまいません。  
 ※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。  
 ※ネットショッピングなど購入場所は問いません。

▼ **第一回答** ★ **必須回答** ▲ とじる

① とても増えた

② やや増えた

③ 変わらない

④ やや減った

⑤ とても減った

● **必須入力**(全項目)

● **項目 [1]** **S FA** : 必須入力

● **項目 [2]** **S FA** : 必須入力

● 選択肢ランダムサイズ : 選択肢1-7

**Q12**  
**新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在それぞれにおけるご家庭での食品の購入場所をすべてお選びください。（それぞれいくつでも）**  
 ※あなたが自身が行い出しに行かなくてもかまいません。  
 ※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。

▼ **第一回答** ★ **必須回答** ▲ とじる

0/2

1 新型コロナウイルス流行前 ▼

2 現在 ▲

1 スーパー

2 デパート

3 コンビニエンスストア

4 専門小売店（精肉店、鮮魚店、青果店）

5 生協

6 ネットショッピング

7 ドラッグストア

8 その他  
 [必須入力]

● **必須入力**(全項目)

**Q11**  
**新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおけるご家庭での食品の購入頻度をお選びください。（それぞれひとつだけ）**  
 ※あなたが自身が行い出しに行かなくてもかまいません。  
 ※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。  
 ※ネットショッピングなど購入場所は問いません。

▼ **第一回答** ★ **必須回答** ▲ とじる

0/2

1 新型コロナウイルス流行前 ▼

2 現在 ▲

① 1日に1回以上

② 2～3日に1回程度

③ 4～6日に1回程度

④ 1週間に1回程度

⑤ 2～3週間に1回程度

⑥ 1か月に1回程度

⑦ それ未満

- セレクト案件 項目 [1] : Q12項目 [2] で1と答えた方
- セレクト案件 項目 [2] : Q12項目 [2] で2と答えた方
- セレクト案件 項目 [3] : Q12項目 [2] で3と答えた方
- セレクト案件 項目 [4] : Q12項目 [2] で4と答えた方
- セレクト案件 項目 [5] : Q12項目 [2] で5と答えた方
- セレクト案件 項目 [6] : Q12項目 [2] で6と答えた方
- セレクト案件 項目 [7] : Q12項目 [2] で7と答えた方
- セレクト案件 項目 [8] : Q12項目 [2] で8と答えた方
- 必須入力(全項目)
- 0項目 [1] 8\_FA : 必須入力
- 0項目 [2] 8\_FA : 必須入力
- 0項目 [3] 8\_FA : 必須入力
- 0項目 [4] 8\_FA : 必須入力
- 0項目 [5] 8\_FA : 必須入力
- 0項目 [6] 8\_FA : 必須入力
- 0項目 [7] 8\_FA : 必須入力
- 0項目 [8] 8\_FA : 必須入力
- 選択型ランダムイズ : 選択数1-7
- 項目ランダムイズ : 項目1-7
- 回答参照 : [Q1252\_BFA]
- マスク案件 表例 [1] : 2
- マスク案件 表例 [2] : 2
- マスク案件 表例 [3] : 2
- マスク案件 表例 [4] : 2
- マスク案件 表例 [6] : 1
- マスク案件 表例 [7] : 2

## Q13

前問でお選びになった**現在の「家庭の食料品の購入場所**を利用している理由をすべてお選びください。(それぞれいくつでも)

- ※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。
- ※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。

👍 複数回答

★ 必須回答

▲ とじる

0/8

### 1 スーパー

- 自宅から近いから
- 自宅から出る必要がないから

3 安いから

4 新鮮なものがあるから

5 商品の種類が豊富だから

6 珍しい商品があるから

7 ここでしか買えない商品があるから

8 その他

(必須入力)

### 2 デパート

1 自宅から近いから

2 自宅から出る必要がないから

3 安いから

4 新鮮なものがあるから

5 商品の種類が豊富だから

6 珍しい商品があるから

7 ここでしか買えない商品があるから

8 その他

(必須入力)

👍 閉じる

### 3 コンビニエンスストア

1 自宅から近いから

2 自宅から出る必要がないから

3 安いから

4 新鮮なものがあるから

5 商品の種類が豊富だから

6 珍しい商品があるから

7 ここでしか買えない商品があるから

8 その他

(必須入力)

4 専門小売店（精肉店、鮮魚店、青果店） ▲

1 自宅から近いから

2 自宅から出る必要がないから

3 安いから

4 新鮮なものがあるから

5 商品の種類が豊富だから

6 珍しい商品があるから

7 ここでしか買えない商品があるから

8 その他  (必須入力)

7 ドラッグストア ▲

1 自宅から近いから

2 自宅から出る必要がないから

3 安いから

4 新鮮なものがあるから

5 商品の種類が豊富だから

6 珍しい商品があるから

7 ここでしか買えない商品があるから

8 その他  (必須入力)

5 生協 ▼

6 ネットショッピング ▲

1 自宅から近いから

2 自宅から出る必要がないから

3 安いから

4 新鮮なものがあるから

5 商品の種類が豊富だから

6 珍しい商品があるから

7 ここでしか買えない商品があるから

8 その他  (必須入力)

8 その他【 Q12S2\_8FAの選択内容】 ▲

1 自宅から近いから

2 自宅から出る必要がないから

3 安いから

4 新鮮なものがあるから

5 商品の種類が豊富だから

6 珍しい商品があるから

7 ここでしか買えない商品があるから

8 その他  (必須入力)

- 必須入力

## Q14

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、現在、**ご自宅で調理をする頻度**はどうかになりましたか。

あてはまる選択肢をお選びください。（ひとつだけ）

※あなたご自身が調理をしていなくてもかまいません。  
※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。

● 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- ① とても増えた
- ② やや増えた
- ③ 変わらない
- ④ やや減った
- ⑤ とても減った
- ⑥ コロナ流行以前・現在も、調理をしていない

- 必須入力

## Q15

コロナ禍である昨年の今頃（1年前）と比較して、現在、**ご自宅で調理をする頻度**はどうかになりましたか。

あてはまる選択肢をお選びください。（ひとつだけ）

※あなたご自身が調理をしていなくてもかまいません。  
※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。

● 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- ① とても増えた
- ② やや増えた
- ③ 変わらない
- ④ やや減った
- ⑤ とても減った
- ⑥ 昨年も現在も、調理をしていない

- セレクト条件： [Q14] で1-5と答えた方
- 必須入力(全項目)

## Q16

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在のそれぞれにおける**ご家庭で調理をする頻度**をお選びください。（それぞれひとつだけ）

※あなたが調理をしていなくても、あなたが食べるものについてお答えください。

● 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

0/2

### 1 新型コロナウイルス流行前

### 2 現在

- ① 毎食、調理している
- ② 1日に2回
- ③ 1日に1回
- ④ 2～3日に1回程度
- ⑤ 4～6日に1回程度
- ⑥ 1週間に1回程度
- ⑦ 2～3週間に1回程度
- ⑧ 1か月に1回程度
- ⑨ 2～3か月に1回程度
- ⑩ 半年に1回程度
- ⑪ それ未満
- ⑫ 調理することは（ほぼ）ない



- 必須入力(全項目)

## Q17

**新型コロナウイルス収束後、ご家庭での調理頻度はどうなるとお考えですか。**  
 あてはまる選択肢をお選びください。(ひとつだけ)

※あなたが調理してなくても、あなたが食べるものについてお答えください。

● 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- ① とても増えると思う
- ② やや増えると思う
- ③ 変わらないと思う
- ④ やや減ると思う
- ⑤ とても減ると思う



- 必須入力(全項目)

## Q18

**新型コロナウイルス流行前(2020年1月頃)と比較して、現在、下記のサービスを利用する頻度はどうなりましたか。(それぞれひとつだけ)**

● 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- ① 外食 (お店で飲食すること) ▼
  - ② テイクアウト (お店で購入したものを自宅や職場で食べること) ▼
  - ③ デリバリー (自宅や職場に持って来てもらうこと) ▲
- ① とても増えた
  - ② やや増えた
  - ③ 変わらない
  - ④ やや減った
  - ⑤ とても減った
  - ⑥ コロナ流行以前・現在も、このサービスを利用していない

- 必須入力(全項目)

## Q19

**コロナ禍である昨年の今頃(1年前)と比較して、現在、下記のサービスを利用する頻度はどうなりましたか。(それぞれひとつだけ)**

● 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- ① 外食 (お店で飲食すること) ▼
  - ② テイクアウト (お店で購入したものを自宅や職場で食べること) ▼
  - ③ デリバリー (自宅や職場に持って来てもらうこと) ▲
- ① とても増えた
  - ② やや増えた
  - ③ 変わらない
  - ④ やや減った
  - ⑤ とても減った
  - ⑥ 昨年も現在も、このサービスを利用していない

- セレクト条件 項目 [1] : Q18項目 [1] で1-5と答えた方、またはQ19項目 [1] で1-5と答えた方
- セレクト条件 項目 [2] : Q18項目 [2] で1-5と答えた方、またはQ19項目 [2] で1-5と答えた方
- セレクト条件 項目 [3] : Q18項目 [3] で1-5と答えた方、またはQ19項目 [3] で1-5と答えた方
- **①**必須入力(全項目)

## Q20

下記の内容について、あなたの**現在の利用頻度**をお答えください。(それぞれひとつだけ)

① 単一回答 ★ 必須回答

↑ としる

0/3

- 1 外食 (お店で飲食すること) ▼
- 2 テイクアウト (お店で購入したものを自宅や職場で食べる) ▼
- 3 デリバリー (自宅や職場に持って来てもらうこと) ▲

① 1日に1回以上

② 2〜3日に1回程度

③ 4〜6日に1回程度

④ 1週間に1回程度

⑤ 2〜3週間に1回程度

⑥ 1か月に1回程度

⑦ 2〜3か月に1回程度

⑧ 半年に1回程度

⑨ それ未満

- 選択肢セレクト条件 項目 [1] : Q18項目 [1] で1-5と答えた方、またはQ19項目 [1] で1-5と答えた方
- 選択肢 [4] : Q18項目 [1] で1-5と答えた方、またはQ19項目 [1] で1-5と答えた方
- 選択肢 [5] : any(Q1851, "1-5") || any(Q1951, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [2] : any(Q1852, "1-5") || any(Q1952, "1-5")
- 選択肢 [4] : any(Q1852, "1-5") || any(Q1952, "1-5")
- 選択肢 [5] : any(Q1852, "1-5") || any(Q1952, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [3] : any(Q1853, "1-5") || any(Q1953, "1-5")
- 選択肢 [4] : any(Q1853, "1-5") || any(Q1953, "1-5")
- 選択肢 [5] : any(Q1853, "1-5") || any(Q1953, "1-5")
- **①**必須入力(全項目)

## Q21

新型コロナウイルス収束後、下記のサービスを利用する頻度はどうなると思いますか。

あてはまる選択肢をお選びください。(それぞれひとつだけ)

① 単一回答 ★ 必須回答

▲ としる

0/3

- 1 外食 (お店で飲食すること) ▼
- 2 テイクアウト (お店で購入したものを自宅や職場で食べる) ▼
- 3 デリバリー (自宅や職場に持って来てもらうこと) ▲

① とても増えると思う

② やや増えると思う

③ 変わらないと思う

④ やや減ると思う

⑤ とても減ると思う

## C1

ここからは、「調理済み食品」についてお聞きします。



- 必須入力(全項目)

### Q22

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、現在、ご家庭で下記の調理済み食品を購入する頻度はどうなりましたか。（それぞれひとつだけ）

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。  
※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。

◎ 単一回答 ★ 必須回答 ▲ とじる 0/4

1 調理済の総菜	▼
2 ミールキット	▼
3 冷凍食品	▼
4 レトルト食品	▲

- ① とても増えた
- ② やや増えた
- ③ 変わらない
- ④ やや減った
- ⑤ とても減った
- ⑥ コロナ流行以前・現在も、この商品を購入していない

- 必須入力(全項目)

### Q23

コロナ禍である昨年の今頃（1年前）と比較して、現在、ご家庭で下記の調理済み食品を購入する頻度はどうなりましたか。（それぞれひとつだけ）

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。  
※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。

◎ 単一回答 ★ 必須回答 ▲ とじる 0/4

1 調理済の総菜	▼
2 ミールキット	▼
3 冷凍食品	▼
4 レトルト食品	▲

- ① とても増えた
- ② やや増えた
- ③ 変わらない
- ④ やや減った
- ⑤ とても減った
- ⑥ 昨年も現在も、この商品を購入していない

- セレクト条件 項目 [1] : Q22項目 [1] で1-5と答えた方、またはQ23項目 [1] で1-5と答えた方
- セレクト条件 項目 [2] : Q22項目 [2] で1-5と答えた方、またはQ23項目 [2] で1-5と答えた方
- セレクト条件 項目 [3] : Q22項目 [3] で1-5と答えた方、またはQ23項目 [3] で1-5と答えた方
- セレクト条件 項目 [4] : Q22項目 [4] で1-5と答えた方、またはQ23項目 [4] で1-5と答えた方
- **①**必須入力(全項目)

## Q24

下記の調理済み食品について、あなたの購入頻度をお答えください。(それぞれひとつだけ)

① 単一回答 ★ 必須回答

▲ とじる

0/4

1 調理済の総菜	▼
2 ミールキット	▼
3 冷凍食品	▼
4 レトルト食品	▲

- 1日 to 1回以上
- 2~3日に1回程度
- 4~6日に1回程度
- 1週間に1回程度
- 2~3週間に1回程度
- 1か月に1回程度
- それ未満

- 選択肢セレクト条件 項目 [1] : Q22項目 [1] で1-5と答えた方、またはQ23項目 [1] で1-5と答えた方
- 選択肢 [4] : Q22項目 [1] : any(Q22S1, "1-5") || any(Q23S1, "1-5")
- 選択肢 [5] : any(Q22S1, "1-5") || any(Q23S1, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [2] : any(Q22S2, "1-5") || any(Q23S2, "1-5")
- 選択肢 [4] : any(Q22S2, "1-5") || any(Q23S2, "1-5")
- 選択肢 [5] : any(Q22S2, "1-5") || any(Q23S2, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [3] : any(Q22S3, "1-5") || any(Q23S3, "1-5")
- 選択肢 [4] : any(Q22S3, "1-5") || any(Q23S3, "1-5")
- 選択肢 [5] : any(Q22S3, "1-5") || any(Q23S3, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [4] : any(Q22S4, "1-5") || any(Q23S4, "1-5")
- 選択肢 [4] : any(Q22S4, "1-5") || any(Q23S4, "1-5")
- 選択肢 [5] : any(Q22S4, "1-5") || any(Q23S4, "1-5")
- **①**必須入力(全項目)

## Q25

新型コロナウイルス収束後、下記の調理済み食品を購入する頻度はどうなると思いますか。

あてはまる選択肢をお選びください。(それぞれひとつだけ)

① 単一回答 ★ 必須回答

▲ とじる

0/4

1 調理済の総菜	▼
2 ミールキット	▼
3 冷凍食品	▼
4 レトルト食品	▲

- とても増えると思う
- やや増えると思う
- 変わらないと思う
- やや減ると思う
- とても減ると思う

## C2

ここからは、「食肉」についてお聞きします。

※食肉とは、牛肉・豚肉・鶏肉・ミンチ肉・食肉加工品（ハムやソーセージなど）を指します。



- 必須入力
- 012\_FA: 必須入力
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-11

### Q26

あなたが食肉を購入する時に重視している内容をすべてお選びください。（いくつでも）

▼ 複数回答 ★ 必須回答 ▲ とじる

- 1 価格
- 2 賞味期限・日もち
- 3 鮮度
- 4 内容量
- 5 味付けの有無
- 6 目新しさ
- 7 産地・ブランド
- 8 食肉の部位
- 9 食肉の形態（ブロック肉、スライス肉など）
- 10 調理にかかると時間
- 11 ドリップ（冷凍した肉を解凍した際に出てくる液体のこと）の有無
- 12 その他  (必須入力)

- 0 必須入力(全項目)
- 0項目 (1) 7\_FA: 必須入力
- 0項目 (2) 7\_FA: 必須入力
- 選択肢ランダムイズ: 選択肢1-6

### Q27

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と現在それぞれにおける、ご家庭での食肉の購入場所をすべてお選びください。（それぞれいくつでも）

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。  
※同居の方も含めてお答えください。

▼ 複数回答 ★ 必須回答

0/2

- 1 新型コロナウイルス流行前 ▼
- 2 現在 ▲
  - 1 スーパー
  - 2 デパート
  - 3 コンビニエンスストア
  - 4 精肉店
  - 5 生協
  - 6 ネットショッピング
  - 7 その他  (必須入力)

- セレクト条件 項目 [1] : Q27項目 [2] で1と答えた方
- セレクト条件 項目 [2] : Q27項目 [2] で2と答えた方
- セレクト条件 項目 [3] : Q27項目 [2] で3と答えた方
- セレクト条件 項目 [4] : Q27項目 [2] で4と答えた方
- セレクト条件 項目 [5] : Q27項目 [2] で5と答えた方
- セレクト条件 項目 [6] : Q27項目 [2] で6と答えた方
- セレクト条件 項目 [7] : Q27項目 [2] で7と答えた方
- 必須入力(全項目)
- 0項目 [1] 10\_FA: 必須入力
- 0項目 [2] 10\_FA: 必須入力
- 0項目 [3] 10\_FA: 必須入力
- 0項目 [4] 10\_FA: 必須入力
- 0項目 [5] 10\_FA: 必須入力
- 0項目 [6] 10\_FA: 必須入力
- 0項目 [7] 10\_FA: 必須入力
- 速報版ランダムイズ: 継続編1-9
- 項目ランダムイズ: 項目1-6
- 回答参照: [Q27S2\_7FA]
- マスク条件 表例 [1] : 3
- マスク条件 表例 [2] : 3
- マスク条件 表例 [3] : 3
- マスク条件 表例 [4] : 3
- マスク条件 表例 [6] : 2

## Q28

前問でお選びになった **現在のご家庭での食肉の購入場所**を利用して**いる理由**をすべてお選びください。(それぞれいくでも)

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。

※同居の方も含めてお答えください。

👉 継続回答 ★ 必須回答

0/7

1 スーパー ▲

1 買い慣れた店だから

2 自宅から近いから

3 自宅から出る必要がないから

4 安いから

5 新鮮なものがあるから

6 商品の種類が豊富だから

7 珍しい商品があるから

8 ここでしか買えない商品があるから

9 コロナ対策が優れているから

10 その他  
[必須入力]

2 デパート ▲

1 買い慣れた店だから

2 自宅から近いから

3 自宅から出る必要がないから

4 安いから

5 新鮮なものがあるから

6 商品の種類が豊富だから

7 珍しい商品があるから

8 ここでしか買えない商品があるから

9 コロナ対策が優れているから

10 その他  
[必須入力]

👉 閉じる

3 コンビニエンスストア ▲

1 買い慣れた店だから

2 自宅から近いから

3 自宅から出る必要がないから

4 安いから

5 新鮮なものがあるから

6 商品の種類が豊富だから

7 珍しい商品があるから

8 ここでしか買えない商品があるから

9 コロナ対策が優れているから

10 その他  
[必須入力]

4 精肉店 ▲

- 1 買い慣れた店だから
- 2 自宅から近いから
- 3 自宅から出る必要がないから
- 4 安いから
- 5 新鮮なものがあるから
- 6 商品の種類が豊富だから
- 7 珍しい商品があるから
- 8 ここではか買えない商品があるから
- 9 コロナ対策が優れているから
- 10 その他  
(必須入力)

閉じる

5 生協 ▼

6 ネットショッピング ▲

- 1 買い慣れた店だから
- 2 自宅から近いから
- 3 自宅から出る必要がないから
- 4 安いから
- 5 新鮮なものがあるから
- 6 商品の種類が豊富だから
- 7 珍しい商品があるから
- 8 ここではか買えない商品があるから
- 9 コロナ対策が優れているから
- 10 その他  
(必須入力)

7 その他【【Q27S2\_7FAの選択内容】】 ▲

- 1 買い慣れた店だから
- 2 自宅から近いから
- 3 自宅から出る必要がないから
- 4 安いから
- 5 新鮮なものがあるから
- 6 商品の種類が豊富だから
- 7 珍しい商品があるから
- 8 ここではか買えない商品があるから
- 9 コロナ対策が優れているから
- 10 その他  
(必須入力)

- 必須入力(全項目)

## Q29

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、下記のご家庭での食肉の購入する頻度に変化はありましたか。（それぞれひとつだけ）

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。  
※同居の方も含めた頻度の変化をお答えください。

🕒 単一回答 ★ 必須回答

▲ とじる

0/5

1 牛肉	▼
2 豚肉	▼
3 鶏肉	▼
4 ミンチ肉	▼
5 食肉加工品（ソーセージやハムなど）	▲

- ① とても増えた
- ② やや増えた
- ③ 変わらない
- ④ やや減った
- ⑤ とても減った
- ⑥ コロナ流行以前・現在も、この食肉を購入していない

- セレクト条件 項目 [1] - [5] : Q29項目 [1] - [5] で1-5と答えた方
- 必須入力(全項目)

## Q30

下記の食肉について、ご家庭での購入頻度をお答えください。（それぞれひとつだけ）

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。  
※同居の方も含めた頻度をお答えください。

🕒 単一回答 ★ 必須回答

▲ とじる

0/5

1 牛肉	▼
2 豚肉	▼
3 鶏肉	▼
4 ミンチ肉	▼
5 食肉加工品（ソーセージやハムなど）	▲

- ① 1日に1回以上
- ② 2～3日に1回程度
- ③ 4～6日に1回程度
- ④ 1週間に1回程度
- ⑤ 2～3週間に1回程度
- ⑥ 1か月に1回程度
- ⑦ それ未満



- 選択肢セレクト条件 項目 [1]  
 選択肢 [4] : Q29項目 [1] で1-5と答えた方  
 選択肢 [5] : any(Q29S1, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [2]  
 選択肢 [4] : any(Q29S2, "1-5")  
 選択肢 [5] : any(Q29S2, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [3]  
 選択肢 [4] : any(Q29S3, "1-5")  
 選択肢 [5] : any(Q29S3, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [4]  
 選択肢 [4] : any(Q29S4, "1-5")  
 選択肢 [5] : any(Q29S4, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [5]  
 選択肢 [4] : any(Q29S5, "1-5")  
 選択肢 [5] : any(Q29S5, "1-5")
- ①必須入力(全項目)

## Q31

新型コロナウイルス収束後、下記のご家庭での食肉を購入する頻度はどうなると思いますか。

あてはまる選択肢をお選びください。（それぞれひとつだけ）

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。

※同居の方も含めてお答えください。

① 単一回答 ★ 必須回答

↓ とじる

0/5

1 牛肉	▼
2 豚肉	▼
3 鶏肉	▼
4 ミンチ肉	▼
5 食肉加工品（ソーセージやハムなど）	▲

- ① とても増えると思う
- ② やや増えると思う
- ③ 変わらないと思う
- ④ やや減ると思う
- ⑤ とても減ると思う

- セレクト条件 項目 [1] - [5] : Q29項目 [1] - [5] で1-5と答えた方
- ①必須入力(全項目)

## Q32

下記の食肉について、現在の1回あたりの購入量をお選びください。（それぞれひとつだけ）

※1回あたりの購入量についてお答えください。

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。

① 単一回答 ★ 必須回答

↓ とじる

0/5

1 牛肉	▼
2 豚肉	▼
3 鶏肉	▼
4 ミンチ肉	▼
5 食肉加工品（ソーセージやハムなど）	▲

- ① 100 g 未満
- ② 100～200 g 未満
- ③ 200～300 g 未満
- ④ 300～400 g 未満
- ⑤ 400～500 g 未満
- ⑥ 500～700 g 未満
- ⑦ 700～1kg未満
- ⑧ 1kg以上

- セレクト条件 項目 [1] - [5] : Q29項目 [1] - [5] で1-5と答えた方
- ①必須入力(全項目)

### Q33

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、下記のご家庭での食肉を購入する量に変化がありましたか。（それぞれひとつだけ）

※1回あたりの購入量についてお答えください。

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。

※同居の方も含めた変化をお答えください。

🕒 1-10分 🌟 必須回答

🔼 とじる

0/5

1 牛肉	▼
2 豚肉	▼
3 鶏肉	▼
4 ミンチ肉	▼
5 食肉加工品（ソーセージやハムなど）	▲

① とても増えた

② やや増えた

③ 変わらない

④ やや減った

⑤ とても減った

- セレクト条件 項目 [1] - [5] : Q33項目 [1] - [5] で1-2と答えた方
- ①必須入力(全項目)
- ①項目 [1] 9\_FA : 必須入力
- ②項目 [2] 9\_FA : 必須入力
- ③項目 [3] 9\_FA : 必須入力
- ④項目 [4] 9\_FA : 必須入力
- ⑤項目 [5] 9\_FA : 必須入力
- 選択肢ランダムマイズ : 選択肢1-8

### Q34

前問で、1回あたりの下記の食肉の購入量が「増えた」理由をそれぞれお答えください。（それぞれいくつでも）

🕒 複数回答 🌟 必須回答

🔼 とじる

0/5

1 牛肉	▼
2 豚肉	▼
3 鶏肉	▼
4 ミンチ肉	▼
5 食肉加工品（ソーセージやハムなど）	▲

1 調理がしやすいから

2 保存が効くから

3 家族が好むから

4 食べるのに飽きがこないから

5 在宅勤務などで、自宅で食事をする人数が増えたから

6 お子様の食べる量が増えたから

7 食肉を食べる量を増やしているから

8 新型コロナウイルスにより、買い物回数を減らしているから

9 その他

(必須入力)

- セレクト条件 項目 [1] - [5] : Q33項目 [1] - [5] で4-5と答えた方
- 必須入力(全項目)
- 項目 [1] 7\_FA : 必須入力
- 項目 [2] 7\_FA : 必須入力
- 項目 [3] 7\_FA : 必須入力
- 項目 [4] 7\_FA : 必須入力
- 項目 [5] 7\_FA : 必須入力
- 選択肢ランダムマイズ : 選択肢1-6

## Q35

前問で、1回あたりの下記の食肉の購入量が「減った」理由をそれぞれお答えください。(それぞれいくつかでも)

✔ 複数回答  ★ 必須回答

▲ としる

0/5

1	牛肉	▼
2	豚肉	▼
3	鶏肉	▼
4	ミンチ肉	▼
5	食肉加工品 (ソーセージやハムなど)	▲

- 調理後の片づけが大変だから
- お弁当や惣菜を購入するから
- 自宅で食事をする人数が減ったから
- お子様の食べる量が減ったから
- 食肉を食べる量を減らしているから
- 割安な価格での販売が減ったから
- その他  
[必須入力]

- 選択肢セレクト条件 項目 [1]
  - 選択肢 [4] : Q29項目 [1] で1-5と答えた方
  - 選択肢 [5] : any(Q2951, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [2]
  - 選択肢 [4] : any(Q2952, "1-5")
  - 選択肢 [5] : any(Q2952, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [3]
  - 選択肢 [4] : any(Q2953, "1-5")
  - 選択肢 [5] : any(Q2953, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [4]
  - 選択肢 [4] : any(Q2954, "1-5")
  - 選択肢 [5] : any(Q2954, "1-5")
- 選択肢セレクト条件 項目 [5]
  - 選択肢 [4] : any(Q2955, "1-5")
  - 選択肢 [5] : any(Q2955, "1-5")
- 必須入力(全項目)

## Q36

新型コロナウイルス収束後、ご家庭で下記食肉を購入する量はどのなると思いますか。

あてはまる選択肢をお選びください。(それぞれひとつだけ)

※1回あたりの購入量についてお答えください。

※あなたご自身が買い出しに行かなくてもかまいません。

※同居の方も含めてお答えください。

✔ 単一回答  ★ 必須回答

▲ としる

0/5

1	牛肉	▼
2	豚肉	▼
3	鶏肉	▼
4	ミンチ肉	▼
5	食肉加工品 (ソーセージやハムなど)	▲

- とても増えると思う
- やや増えると思う
- 変わらないと思う
- やや減ると思う
- とても減ると思う

- 必須入力

### Q37

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、食肉の調理法に変化はありましたか。

あてはまる選択肢をお選びください。（ひとつだけ）

① 単一回答 ● 必須回答 ▲ とじる

- ① (少しでも) 変化した
- ② まったく変わっていない
- ③ 調理はしない



- セレクト条件：【Q37】で1と答えた方
- 必須入力
- 回答文字数制限：【500】（文字以内）
- ポーナスポイントあり

### Q38

新型コロナウイルス流行前（2020年1月頃）と比較して、食肉の調理法に変化があった人にお聞きします。

**どのように調理法を変えましたか。** できるだけ詳細に調理法をお書きください。

★ 必須回答 ● ポーナスポイント ▲ とじる

(後日) ポーナスポイント ● 0 ポイント  
0/500文字

- 必須入力(全項目)
- ①項目 [1] 4\_FA : 必須入力
- ②項目 [2] 4\_FA : 必須入力
- ③項目 [3] 4\_FA : 必須入力
- ④項目 [4] 4\_FA : 必須入力
- ⑤項目 [5] 4\_FA : 必須入力
- 選択肢ランダムイズ : 選択肢1-3

### Q39

店頭で販売してほしい食肉や食肉製品をお選びください。（それぞれいくつでも）

▼ 複数回答 ● 必須回答

0/5

- 1 牛肉 ▼
- 2 豚肉 ▼
- 3 鶏肉 ▼
- 4 ミンチ肉 ▼
- 5 食肉加工品（ソーセージやハムなど） ▲

1 味付け肉

2 ミールキット

3 ブロック肉

4 その他

(必須入力)

- 必須入力
- 回答文字数制限：【500】（文字以内）

## Q40

これからの食肉・食肉加工品に期待することがあれば、何でも自由にお書き下さい。

★ 必須回答

0/500文字

アンケートは以上で終わりです。  
ご協力ありがとうございました。  
送信ボタンを押してください。

送信

