

## 在宅期間、「間食量増えた」が約半数 在宅当初と比べると「乳製品」を食べる人が増加

＜在宅期間中の間食に関する調査＞

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐幹）は、埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県に在住する20歳～69歳の男女を対象に「在宅期間中の間食に関する調査」を実施しました。

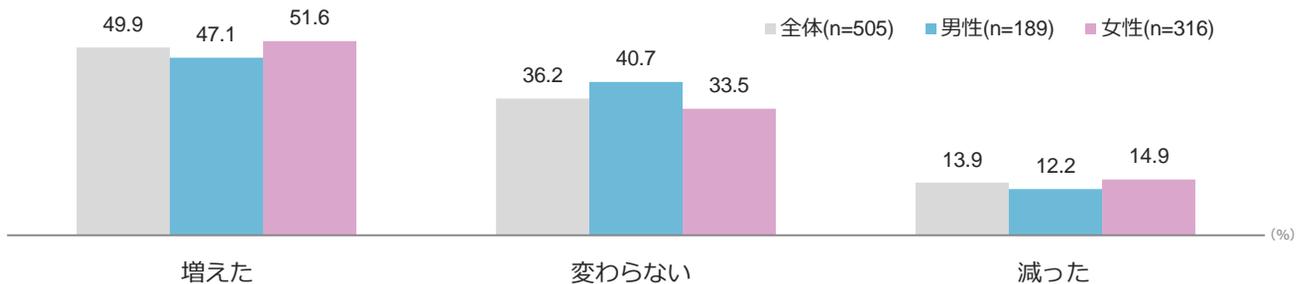
◆自主調査レポートの続きはこちらへ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200527snack/>

### ■ 調査結果（一部抜粋）

- ☑ 在宅期間が増える前と在宅期間に入ってから【間食量】を比較すると、約半数が「間食が増えた」と回答。性別で見ると、男性よりも女性の方が間食量が増えている。＜図1＞
- ☑ 【間食で食べるもの】について在宅期間が開始した当初と現在を比較すると、「チョコレート」「クッキー、ビスケット」「米菓」などが減っているのに対し、「乳製品」は増加している。長引く自粛期間で運動不足や感染予防の観点から健康意識が高まり、それに合わせて間食の内容も徐々に変わってきていると考えられる。＜図2＞
- ☑ 【間食の食べ方】は、「既製品を買ってきてそのまま食べる」が最多。性別では、男性は「既製品を買ってきてお皿に移しかえて「食べる」、女性は「材料を買ってきて調理して食べる」が比較的高かった。＜図3＞
- ☑ 【お気に入りの間食の食べ方】は、紅茶やコーヒーなど飲み物と一緒に食べたり、既存の商品にソースやフルーツを追加したりと、性別や年代に関わらずそれぞれが独自の方法で間食を楽しんでいるということが分かった。＜図4＞

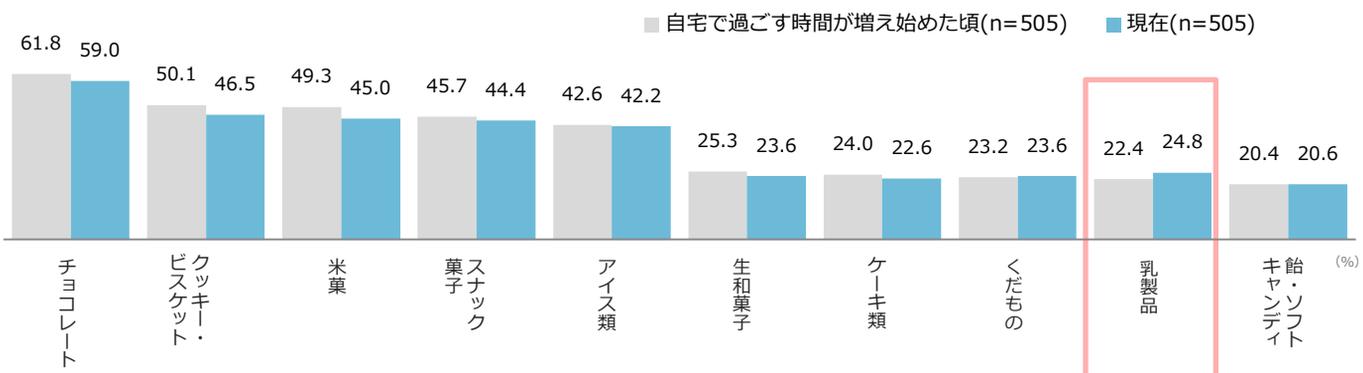
### ＜図1＞ 間食量の変化【在宅期間増加前～増加直後】

※直近1週間週に半分以上自宅で過ごし、2週間以上前に自宅で過ごす時間が増えたかつ、普段、2、3日に1回以上間食する人ベース



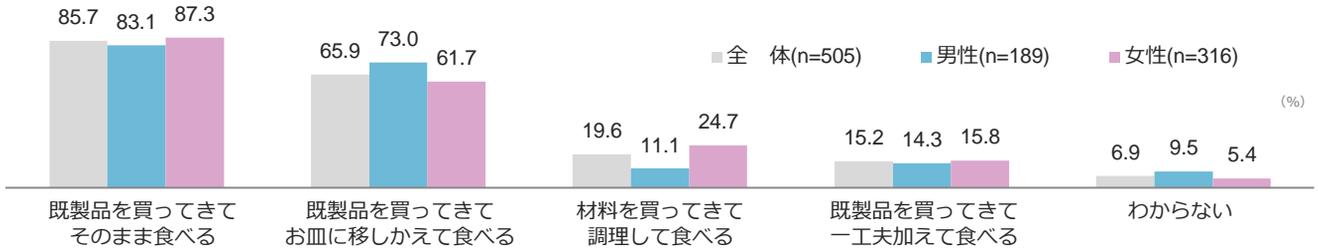
### ＜図2＞ 間食で食べるものの变化【在宅期間増加直後～現在】

※直近1週間週に半分以上自宅で過ごし、2週間以上前に自宅で過ごす時間が増えたかつ、普段、2、3日に1回以上間食する人ベース



### <図3> 間食の食べ方

※直近1週間週に半分以上自宅で過ごし、2週間以上前に自宅で過ごす時間が増えたかつ、普段、2、3日に1回以上間食する人ベース



### <図4> 1番お気に入りの間食とその食べ方

※直近1週間週に半分以上自宅で過ごし、2週間以上前に自宅で過ごす時間が増えた、かつ普段、2、3日に1回以上間食する人ベース

飲み物とセットで	<ul style="list-style-type: none"> <li>● チョコレート：紅茶を飲みながら食べる（20代・男性）</li> <li>● ポテトチップス：炭酸を飲みながら食べる（30代・男性）</li> <li>● さつまいも（加工）や芋羊羹：牛乳と共に食べる（30代・女性）</li> </ul>
既製品にプラス一工夫	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アイスクリーム：抹茶粉をかける（30代・男性）</li> <li>● ヨーグルト：フルーツとチョコレートを砕いたものを載せて食べる（20代・女性）</li> <li>● 既製の安いパウンドケーキ：ブランデーをちょっとかけて、アイスクリームを添える（50代・女性）</li> </ul>
健康なものに置き換え	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ゼリー：蒟蒻ゼリーを買って少しでも身体に良いものを食べてる感を味わう。（40代・女性）</li> <li>● ヨーグルト：おからパウダーを入れる（60代・女性）</li> </ul>

#### ■ 全調査項目

- 属性設問（性別／年代／婚姻状況／子の有無／居住地／同居者／同居子どもの学齢／職種）
- 直近1か月の自宅にいた時間の増減
- 直近1週間のうち家にいた割合
- 自宅で過ごす時間が増え始めた時期
- 新型コロナウイルス流行前の間食頻度
- 間食頻度の変化（在宅時間増加前～増加直後）
- 間食頻度の変化（在宅時間増加直後～現在）
- 間食の目的
- 間食で食べていたもの（在宅時間増加直後）
- 間食で食べているもの（現在）
- 間食の購入場所
- 間食の食べ方
- 子どもの間食への関与度合い
- 子どもに食べさせる間食について心がけていること
- 今後の間食意向
- 自宅にいた時間が増えて困っていること

◆全調査項目結果DLはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200527snack/>

#### ■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
 調査地域 : 埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県  
 調査対象 : 20～69歳の男女  
 調査期間 : 2020年5月15日(金)～5月16日(土)  
 有効回答数 : 1,444サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

#### ■ 会社概要

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

#### ◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : 谷崎 もも (たにぎき もも) TEL : 03-3531-3453 FAX : 03-6859-2275

E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

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

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