

## 米国消費者の乳製品の好みと傾向

### 米国 IFIC レポートから

米国人のほとんどは、週に複数回、乳製品を飲食している。一方、約半数の人は週に 1 回以上、乳製品以外の植物由来代替品を摂取しており、乳代替品の市場は拡大する傾向にあるが、チーズ、バター、アイスクリーム、牛乳、ヨーグルトは、乳製品のものよりも好まれているようだ。また、たんぱく質とカルシウムといった栄養素は、ヨーグルトを選択する際の重要な理由となっている。本稿では、こうした、米国人の乳製品と植物由来代替品の摂取頻度とその理由について、米国の食に関する非営利団体である国際食品情報協議会 (International Food Information Council, IFIC)(\*1)が今年行った乳製品およびたんぱく質の摂取に関するいくつかの消費者調査結果から紹介する。

#### 消費者は依然として乳製品を選択している

今年 4 月に行った IFIC の調査(\*2)によると、米国消費者の 72%が週に複数回の乳製品を消費すると回答したことに、乳製品代替品を消費すると回答した消費者は 28%だった。年代構成別にみると、55 歳以上の消費者の 80%が週に複数回乳製品もしくは乳飲料を消費しており、次いで 35 歳から 54 歳の消費者は 73%、18 歳から 34 歳は 67%と、年齢の高い層の購入頻度が高いという結果を得た。55 歳以上の消費者のうち、乳製品ではない「代替品」は全く消費しないと回答した消費者は 50%だった一方、18 歳から 34 歳のうち、乳製品以外を消費しないと回答した消費者は 8%と少なく、若年層の多くが代替品を選択する傾向がみられた。

また、製品カテゴリー別にみると、チーズ・バター・アイスクリームに関しては乳製品を好む傾向にあるようだ。特にチーズに関しては、74%の消費者が乳製品を選択していることに、代替品を選択する消費者は 20%でしかなかった。更に他の製品に関しては、バターが 68%、アイスクリーム 66%、牛乳 64%、ヨーグルトは 62%が乳製品だったという結果に対し、ヨーグルトベースのスムージーや飲料につ

いては 45%と半数を下回った。この結果から、基本的には 60%以上の消費者は乳製品を好み、乳製品以外の代替品を選択する消費者は 25%程度に留まっているようだ。更にこの調査では、男女の差についても言及しており、男性の 23%に対し、女性の約 30%は乳製品、植物由来製品の両方を消費しているとのことである。

#### ヨーグルトの選択基準は「味」と「自然」

ヨーグルトを選択する基準として、全体の 20%が「味」を最も重要な基準とし、また全体の半数の消費者が「味」を重要な選択基準の上位 3 項目のひとつとして挙げている。一方健康面を選択の理由として挙げた消費者のうち、25%はプロバイオティクス、たんぱく質・カルシウムの含有量を重要項目として挙げている。また植物由来のヨーグルト代替品を消費している消費者の約 25%が、「自然」を重要な選択基準の上位 2 項目に挙げており、これは乳製品を選択する消費者が 12%であったことと比較すると多かった。また、55 歳以上の高齢者層は、18 歳から 54 歳までの層と比べ、「低脂肪」を重要視する傾向にあった。この結果から、ヨーグルトは他の乳製品とは異なり、

「味」の良さが最も重要なファクターで、乳代替品を選択する消費者については「自然」が、また高年齢層については「低脂肪」がキーワードとなっていることが推察できる。

### 植物性たんぱく質か動物性たんぱく質か

上述した「たんぱく質」に関し、IFIC の行った別の調査によると(\*3)、米国消費者の 74% は夕食時にたんぱく質の摂取を心掛けており、次いで昼食時が 56%、朝食時が 49%であった。たんぱく質を選択する理由として、40% の消費者が、バランスの取れた食事を確実にするためにたんぱく質を摂取すると答え、男性および 45 歳未満の消費者の場合は、筋肉の健康や筋力を高め、運動能力を向上させるためにたんぱく質を選択する傾向がみられた。またたんぱく質の選択基準に関しては、「味」、「たんぱく質の種類」、および「価格」に関する情報への関心が高く、環境の持続可能性、動物福祉、たんぱく質の品質などの要素をはるかに上回っているという結果となっている。これは栄養と農業の分野において、動物福祉と環境の持続可能性が幅広い関心を集めているにもかかわらず、購入時の優先度としては低いという結果であった。

一方、ほとんどの消費者は、過去 1 年間に少なくとも1つの植物性たんぱく質の製品を試していた。中でも菜食主義者、ビーガン、ペスカタリアン(菜食主義+シーフード)、45 歳未満、大学教育を受けた層などは、植物性たんぱく質を試した可能性が高く、雑食主義者、白人、65 歳以上、また大学教育を受けていない層などは、植物性たんぱく質を試さなかった可能性が高いとのことである。

### たんぱく質に対する消費者の認識とその理由

IFIC のこの調査によると(\*3)、米国の消費

者は、たんぱく質を摂取することへの関心が高いが、その理由として、消費者は、たんぱく質が糖質や脂質と比較して健康的な栄養素であり、バランスの取れた食事を摂取することは、たんぱく質を摂取することだとの認識を持っているようだ。

なお、調査結果を掘り下げて見ると、世代間、人種間によって差があることがわかる。ベビーブーマー世代(1946~1964 年頃の生れ)は、ミレニアル世代(1980~2000 年頃の生れ)やジェネレーション X 世代(1965~1980 年頃の生れ)よりもたんぱく質の消費量が多い傾向にあり、ヒスパニック・ラテン系の消費者は、アフリカ系や白人よりもたんぱく質の消費意欲が高い。

過去 12 ヶ月間の食生活の変化では、動物性、植物性ともにたんぱく質の消費量には増加がみられたが、特にシーフードと植物性たんぱく質の人気の高かったようだ。動物性たんぱく質を摂取した消費者のうち、23%がより多くのシーフードを食べたと回答し、22%が家禽と卵を食べ、17%が乳製品を多く食べたと回答している。植物性たんぱく質を摂取した消費者については、24%がナッツや豆類を多く摂取したと回答し、19%がより多くの植物由来の肉の代替品を食べたと回答している。

一方、過去 1 年間で、消費量が減少したと報告されたものを見ると、赤身の肉(26%)が最も多く、次いで乳製品(19%)、シーフード(13%)、大豆ベースのミルクとヨーグルトが12%と続き、植物性たんぱく質の摂取量を減らしたと回答した消費者は 10%だった。

### たんぱく質が環境に与える影響に対する消費者の認識

たんぱく質の選択肢は増え続けているが、先に紹介した資料(\*3)によると、たんぱく質の

消費に対し、米国人の意識も変化していることは明らかである。42%の消費者が食料の購入が環境に影響を与えると認識しており、なかでも、動物性たんぱく質が植物性たんぱく質よりも環境に大きな影響を及ぼしていると考えている。具体的には、動物由来の食品が環境に負荷を与えていると考えている消費者は42%であり、魚類については27%が、また乳製品については25%が環境負荷を与えると答えている。植物由来の食品については13%だった(\*4)。このように、米国の消費者は、植物性であろうと動物性であろうと、食品が環境に何らかの影響を与えることを認識している。しかしながら、実際に商品を選択する際の基準としては、「環境への影響」はそれほど考慮されていないのが、多くの米国の消費者の実態のようだ。

ただ何れにしても、消費者のたんぱく質への関心の高まりとともに、動物性のたんぱく質を選択するのか、植物性のタンパク質を選択するのかは、米国消費者の好みだけではなく、環境にも多くの影響を与えていることについて認識する必要がある。

今後日本の消費者は、何を基準にして食べ物やたんぱく質の選択をするようになるのだろうか。その動向を注視しておく必要があるだろう。

#### 参考資料

- 1) <https://foodinsight.org/about/> (IFIC、フードインサイトとは)
- 2) <https://foodinsight.org/consumer-research-dairy/> (IFIC、乳製品消費者の購買行動と好みを理解する)
- 3) <https://foodinsight.org/protein-perceptions-and-consumption-behaviors/> (IFIC、たんぱく質に対する意

識と消費行動)

- 4) <https://foodinsight.org/wp-content/uploads/2021/08/Protein-and-Environment.pdf> (参考資料3の、調査結果のまとめ)

資料閲覧時期(2021年8月～9月)

(Jミルク 国際グループ 御手洗 伸)