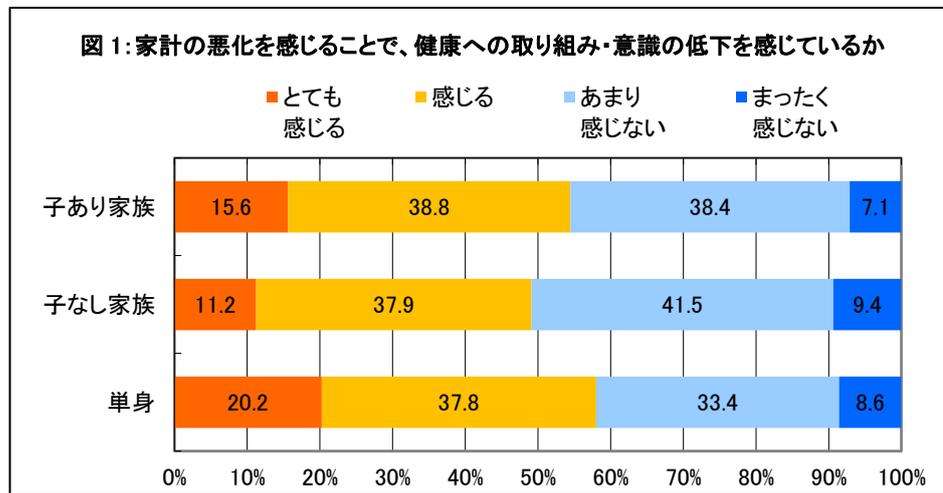


2022年12月26日
一般社団法人Jミルク

家計悪化に伴い、健康への意識低下 「牛乳乳製品に関する食生活調査」10月に実施

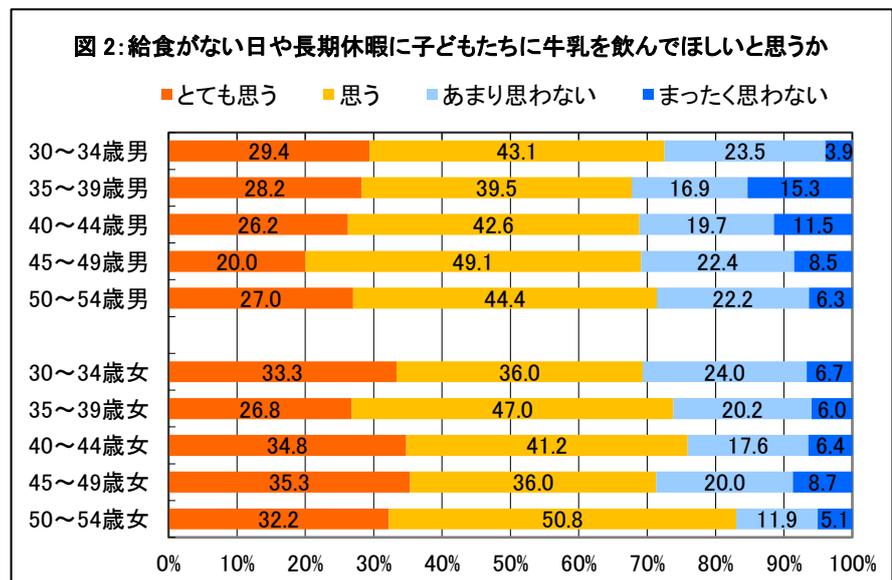
Jミルクは、今年10月に実施した「牛乳乳製品に関する食生活動向調査2022」（一次調査）の結果をまとめました。

「1年前に比べて家計の悪化を感じているか」を尋ねたところ、男性女性ともに30代以上の世代では、3分の2が家計の悪化を感じていることが分かりました。家族構成別でも、子どもがいる世帯では7割以上が家計の悪化を感じていました。また、「1年前に比べて家計の悪化を感じることによって、健康への取り組みや意識の低下をどれくらい感じているか」を聞いたところ、健康への取り組みや意識の低下を感じている人は、単身者で多めとの傾向が読み取れました（図1）。



「1年前に比べて家計の悪化を感じることによって、健康への取り組みや意識の低下をどれくらい感じているか」を聞いたところ、健康への取り組みや意識の低下を感じている人は、単身者で多めとの傾向が読み取れました（図1）。

学校給食のない休日や長期休暇（夏休みなど）に、子どもに牛乳を飲んでほしいとどれくらい思うか、を尋ねたところ、「とても思う」と「思う」を合わせた回答の割合が30～54歳のいずれの年齢層でも7割近くに達しました（図2）。



2)。

「価格の割に、栄養が豊富と感じるもの」を尋ねたところ、納豆(40%)と豆腐(34%)が目立って多く挙がりました。牛乳は13%(4位)で、感じる度合いは高齢層ほど強い傾向にありました。一方、15~19歳の若い世代では、栄養補助食品を挙げた人が、牛乳より高い結果となりました。

「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」は、Jミルクが2012年度から毎年実施しています。調査の概要は下記の通りです。なお、上記で紹介した設問はいずれも今回初めて盛り込んだものです。

記

▽調査手法

インターネットを活用した、消費者パネルに対するアンケート調査

▽調査時期

2022年10月21日~10月23日

▽対象者属性

全国の15~79歳の男性・女性

▽サンプル数

N=11,500人(ただし、70代は住民基本台帳の割合に基づいて集計値を補正)

▽割付

最新の国勢調査の人口構成データなどを参考に性別、年代別、地域別で割付

▽牛乳類の定義

牛乳類は、成分無調整牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、機能強化乳飲料などの白物の牛乳類を示し、コーヒーやフルーツなどが入った乳飲料は含まない。

以 上

※詳細はJミルクホームページ (<https://www.j-milk.jp/>) でも掲載しています。

【本件に関するお問い合わせ先】

一般社団法人Jミルク

学術調査グループ 伊藤

東京都千代田区神田駿河台2-1-20 お茶の水ユニオンビル5階

電話：03-5577-7494