

# 牛乳乳製品に関する 食生活動向調査 2018

2018年12月11日

一般社団法人 Jミルク  
Japan Dairy Association

## ◀ 一次調査 ▶

## 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年1回のアンケート調査

## 調査時期

- 2018年10月26日（金）～10月31日（水）

## 対象者属性

- 15～79歳の男女

## サンプル数

- 10,500人（15～69歳：10,000人 + 70～79歳：500人）

## 割付

- 2015年国勢調査の人口構成データなどを参考に、性別、年代地域で割付け。  
※70～79歳はインターネットに回答可能な方が少ないため割付の対象外。

## ◀ 二次調査 ▶

- 内容は検討中（12月に実施）

# ◆ 本日本お伝えする内容

## 1. 購入

- 1.牛乳類の購入
- 2.牛乳類の購入場所
- 3.牛乳類の最多購入種類
- 4.購入する牛乳類の銘柄固定

## 2. 飲用

- 1.牛乳類の飲用(利用)頻度
- 2.牛乳類の飲用(利用)頻度〈2018年・性年代別〉
- 3.牛乳類、一日当たりの飲用量
- 4.牛乳類飲用(利用)の増減理由
- 5.牛乳類の利用方法

## 3. 牛乳の利用・利用中止の推奨行為

## 4. 大切さとおいしさへの意識・認識

- 1.牛乳を大切に思う意識
- 2.牛乳を美味しいと思う意識

## 5. 酪農家への共感

- 1.酪農家への共感意識
- 2.「牛乳推奨者」の酪農家への共感意識

## 6. 飲むべきでない気持ち（アンチミルク意識）

- 1.牛乳を飲むべきではないと思う意識
- 2.牛乳を飲むべきではないと思う理由

## 7. 乳和食・牛乳の日

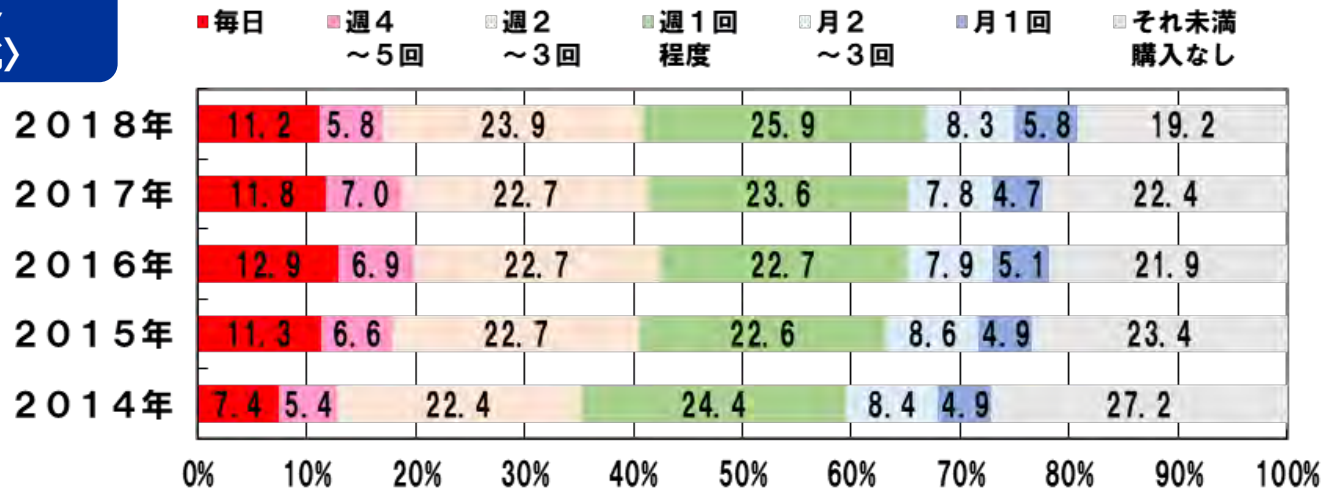
- 1.乳和食への関与
- 2.牛乳の日の認知

## 8. 今年、調査に盛り込まれたテーマの内容

- 1.乳糖不耐症
- 2.牛乳に関する思い出の有無
- 3.牛乳に関する思い出の内容
- 4.牛乳と食事の相性に関する意識
- 5.成分無調整牛乳に感じる風味の違い
- 6.成分無調整牛乳の購入価格

## 1-1. 牛乳類の購入

- ✓ 購入頻度は、2015年から上昇していた「週4～5回～毎日」が落ち着いてきた
- ✓ しかし、「月1回未満・購入なし」が減少し、「週1回・週2～3回」は上昇傾向
- ✓ 購入一回当たりの購入量は2016年以降、上昇を続けている

購入頻度  
〈経年変化〉

n=

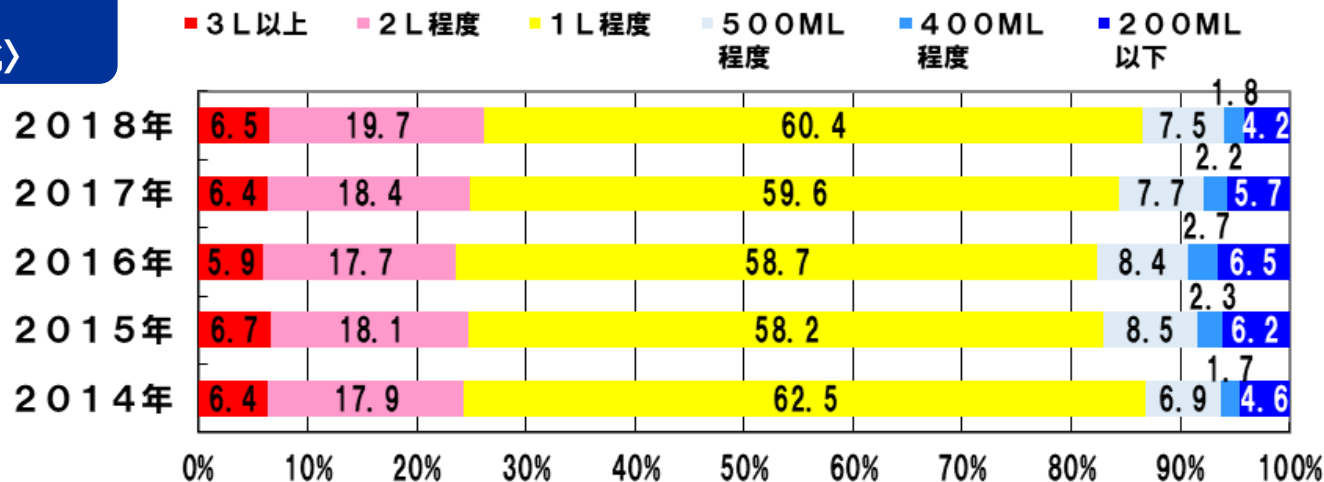
2018年：10,000s

2017年：10,000s

2016年：10,000s

2015年：10,000s

2014年：10,000s

購入量  
〈経年変化〉

n=

2018年：8,080s

2017年：7,763s

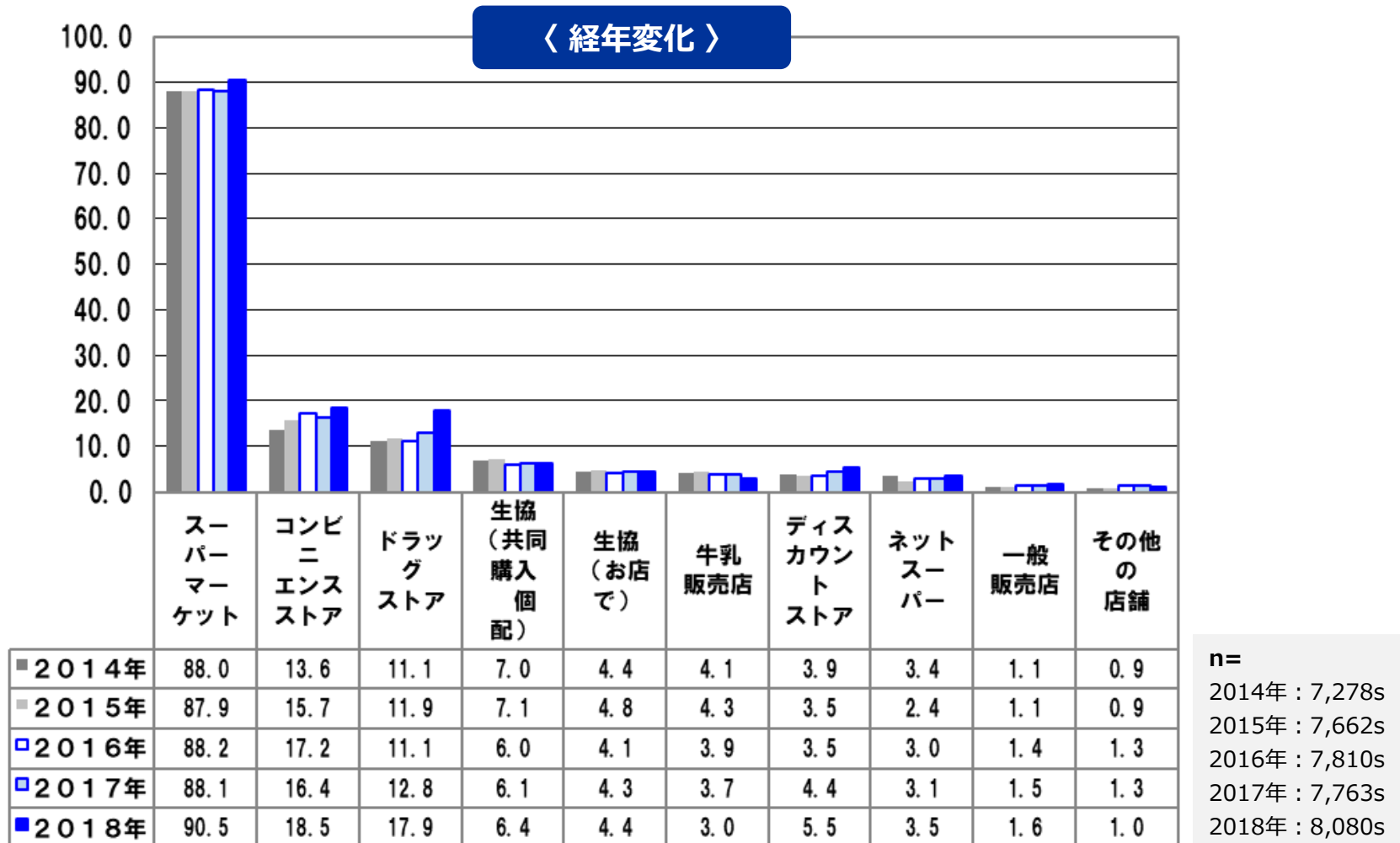
2016年：7,810s

2015年：7,662s

2014年：7,278s

## 1-2. 牛乳類の購入場所

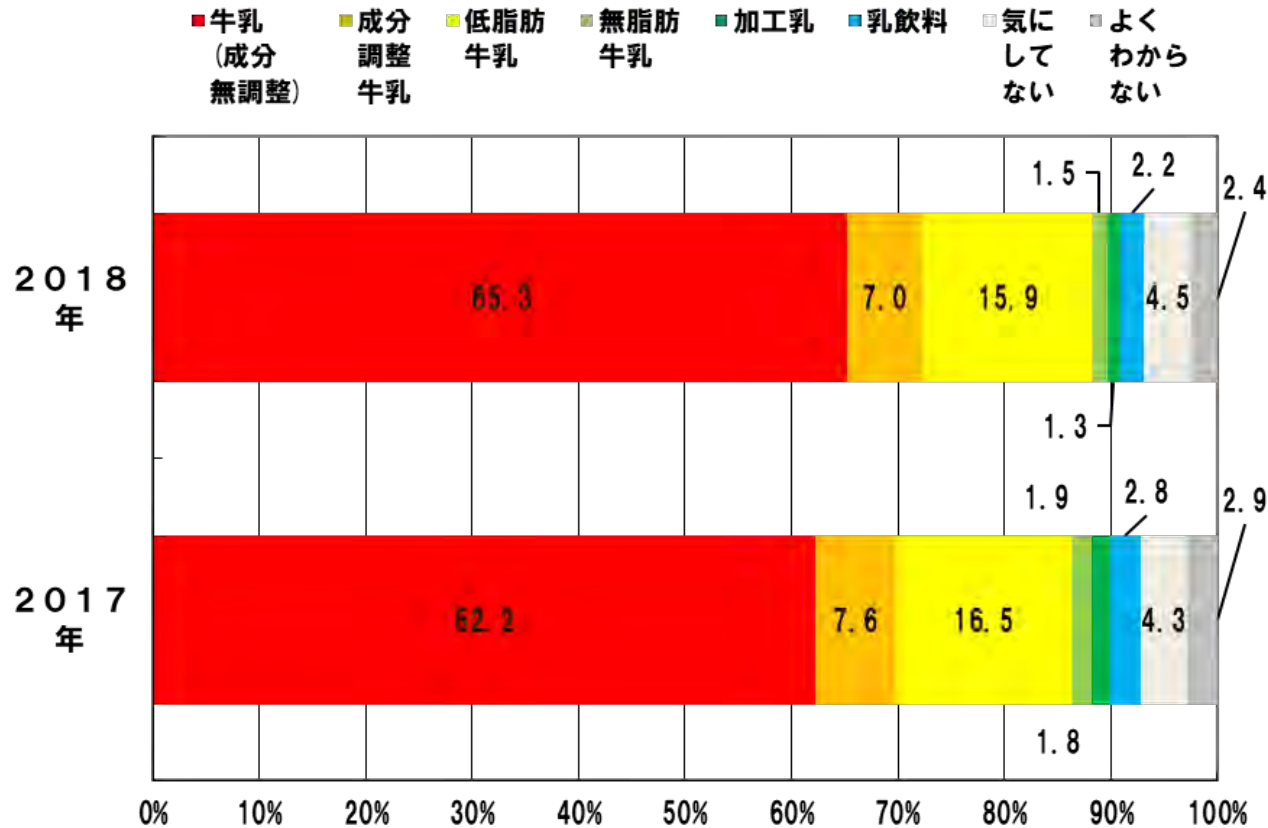
- ✓ スーパーマーケット一強の状況に大きな変化はない
- ✓ しかし、「ドラッグストア」での購入利用が伸びており、コンビニエンスストアに近い割合
- ✓ 一方、牛乳販売店での購入割合は継続的に減少傾向



## 1-3. 牛乳類の最多購入種類

- ✓ 昨年に比べて、牛乳類の主な購入は「牛乳(成分無調整)」が伸びている
- ✓ 一方で、その他の成分調整・低脂肪・無脂肪牛乳、加工乳、乳飲料は減少傾向

## 〈 経年変化 〉

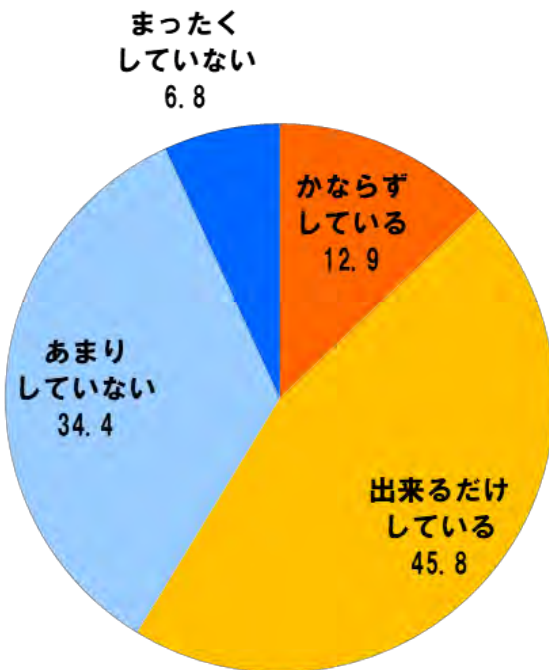


n=  
 2018年：8,080s  
 2017年：7,763s

# 1-4. 購入する牛乳類の銘柄固定

- ✓ 牛乳購入者の6割弱は購入ブランド銘柄を固定しており、理由は「美味しさ」「安心」「値段」がトップ3
- ✓ 一方、牛乳類を「毎日複数回飲用・利用している人」は、「美味しさ」「産地」「種類」「殺菌などの製法」を銘柄固定の理由に挙げる人が特徴的に多くなっている

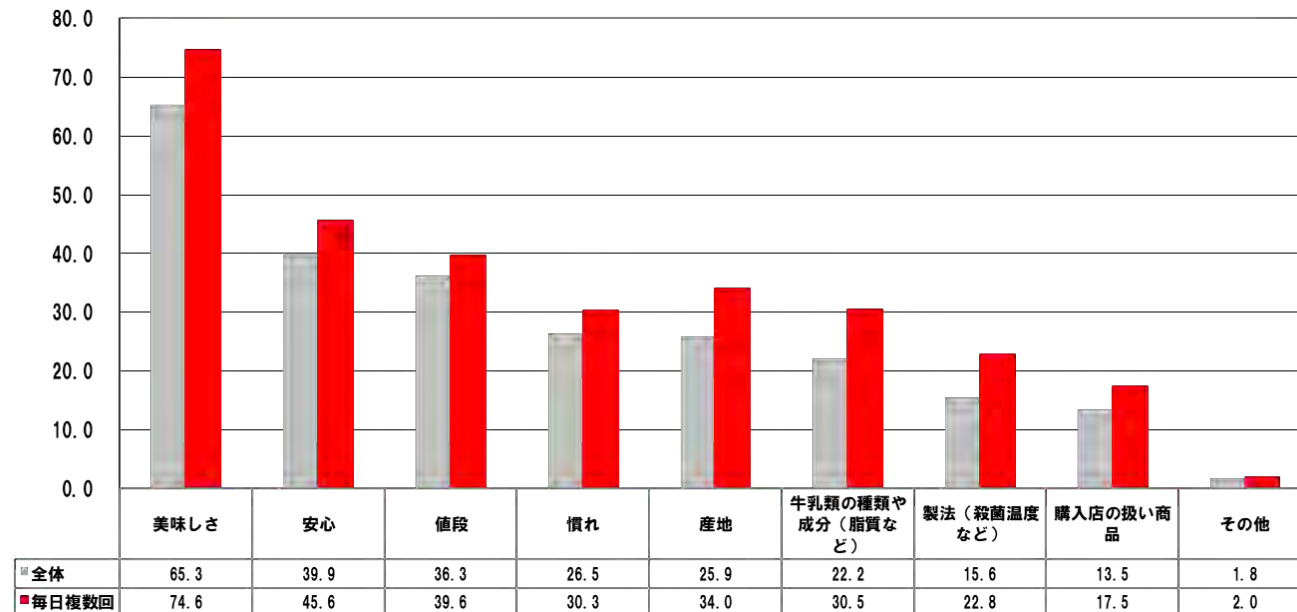
## 銘柄固定有無〈全体〉



n=8,538s

## 銘柄固定理由

### 〈毎日飲用(利用)別〉



n=

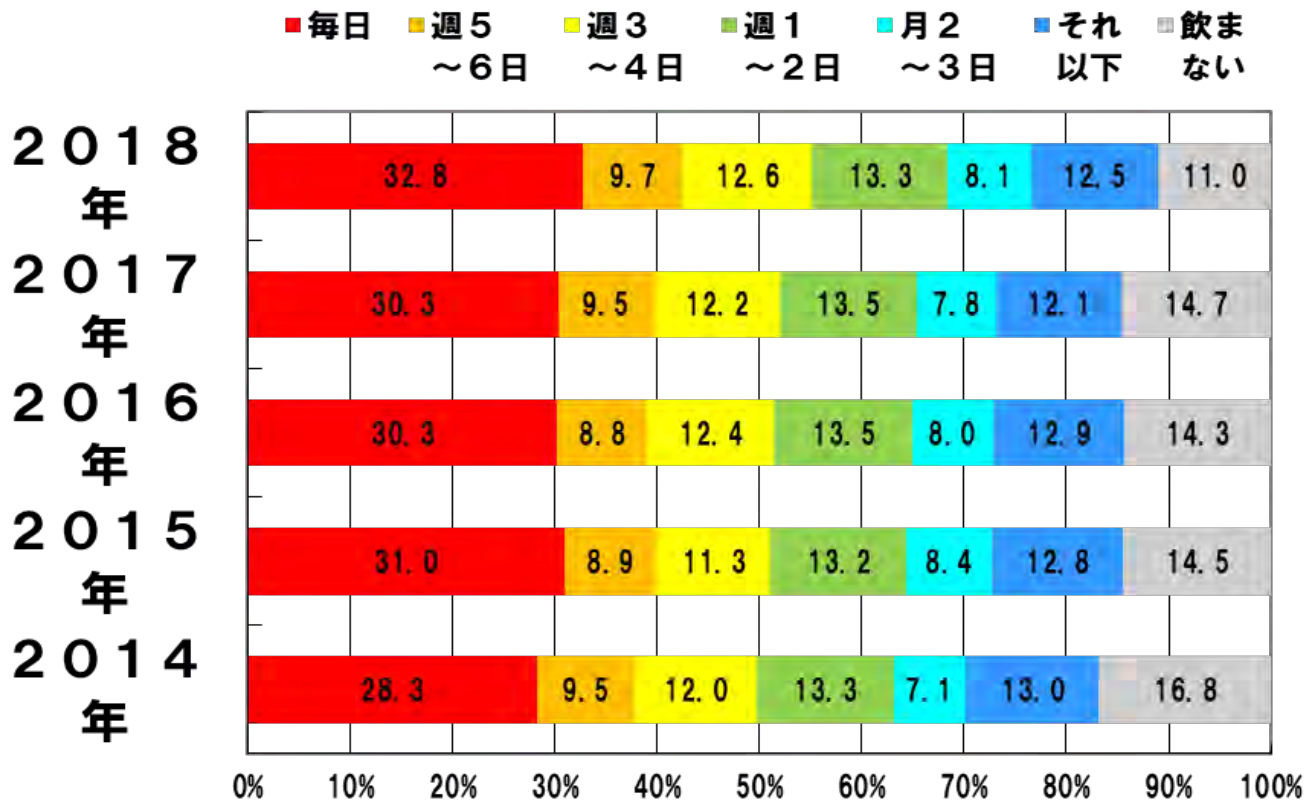
全体 : 5,013s

毎日複数回 : 1,014s

## 2-1. 牛乳類の飲用(利用)頻度

- ✓ 牛乳類の飲用・利用頻度は安定的に上昇傾向
- ✓ 「週3～4日」以上の利用頻度が、いずれも2014年度以降の調査で過去最高。

### 〈経年変化〉



n=

2018年：10,000s

2017年：10,000s

2016年：10,000s

2015年：10,000s

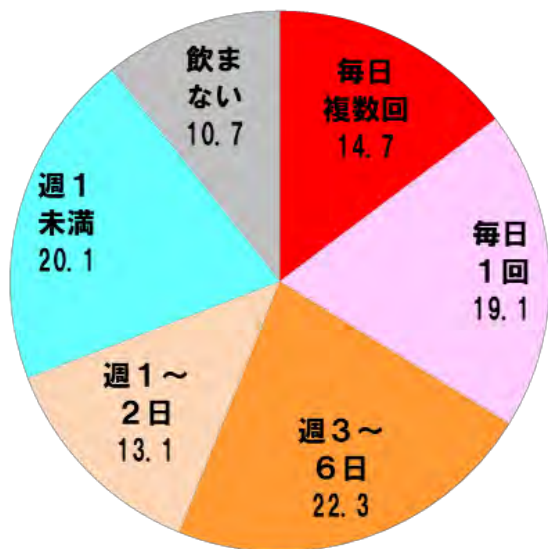
2014年：10,000s



## 2-2. 牛乳類の飲用(利用)頻度〈2018年・性年代別〉

- ✓ 毎日飲用者(約34%)のうち、毎日複数回飲用しているひとは約15%いて、昨年(13.0%)よりも増えている傾向
- ✓ 飲用頻度は女性の方が多く、男性20-40代、女性10-20代の飲用頻度が低く、どちらも50代以上で飲用頻度が高くなっており、いずれも昨年と同傾向。

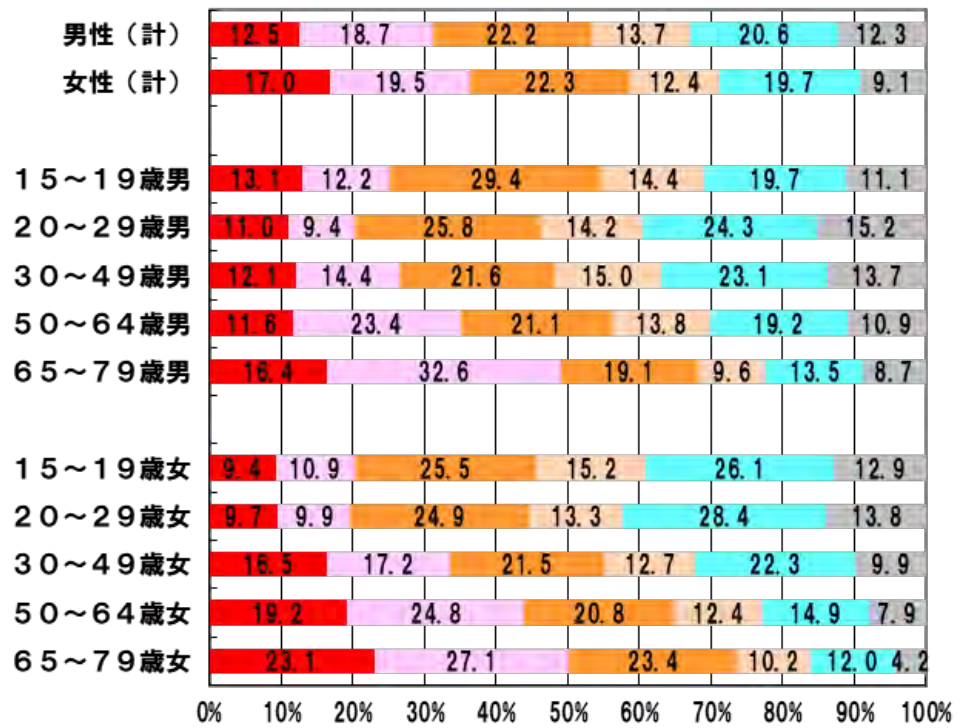
飲用利用頻度〈全体〉



n=10,500s

〈2018年・性年代別〉

■ 毎日複数回 ■ 毎日1回 ■ 週3~6日 ■ 週1~2日 ■ 週1未満 ■ 飲まない



n=  
 男性：5,244s  
 女性：5,256s

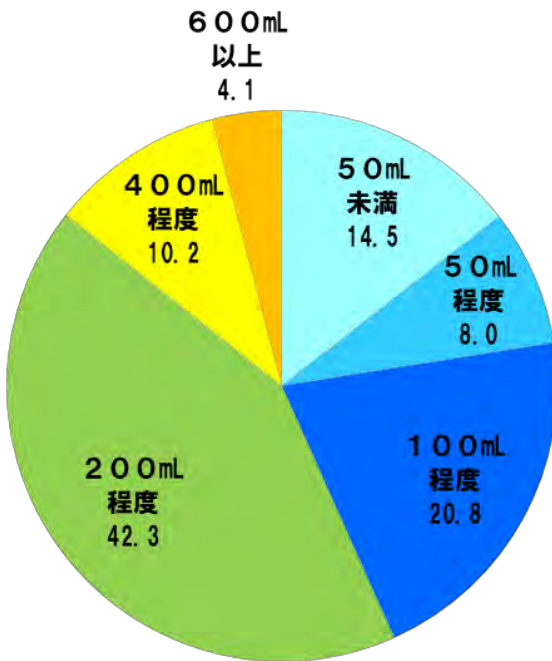
男性  
 15-19歳：360s  
 20-29歳：716s  
 30-49歳：1,996s  
 50-64歳：1,393s  
 65-79歳：779s

女性  
 15-19歳：341s  
 20-29歳：694s  
 30-49歳：1,948s  
 50-64歳：1,413s  
 65-79歳：860s

## 2-3. 牛乳類、一日当たりの飲用量

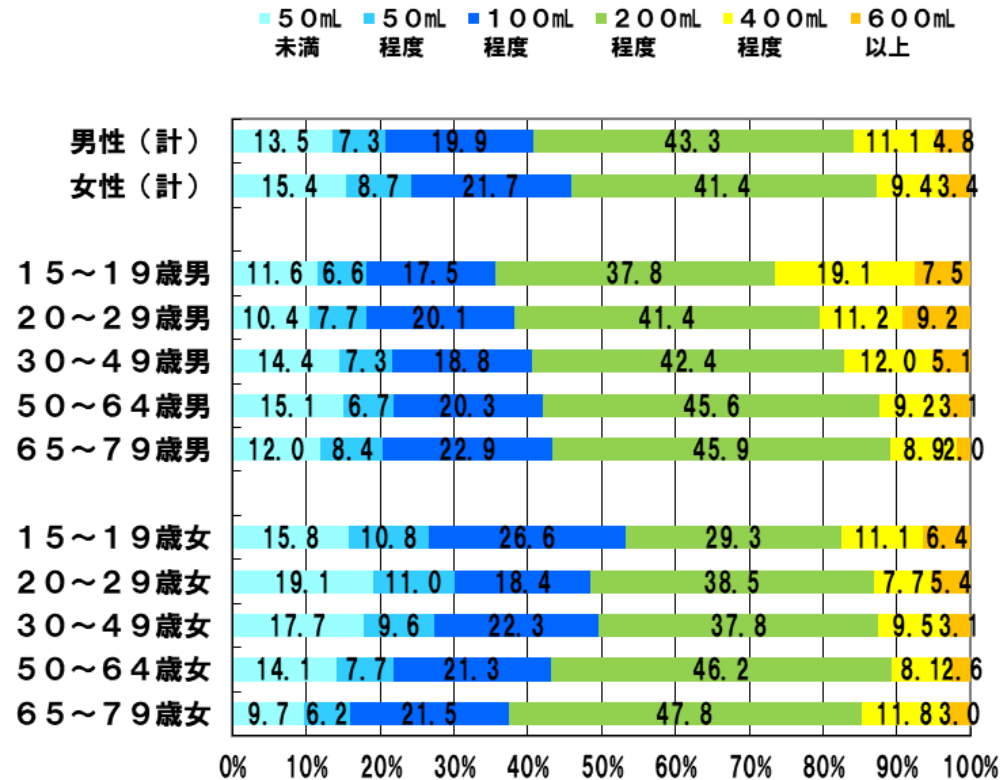
- ✓ 一日の飲用量は「200ml程度(約42%)」が最も多く、次いで多いのが「100ml程度(約21%)」、一日の飲用量も男性の方が多く、男性は年齢の若いほど、女性は年齢の高いほど一日の飲用量が多くなっており、いずれも昨年と同傾向

飲用量〈全体〉



n = 9,377s

〈2018年・性年代別〉



n =

男性 : 4,610s

女性 : 4,776s

男性

15-19歳 : 320s

20-29歳 : 607s

30-49歳 : 1,722s

50-64歳 : 1,241s

65-79歳 : 711s

女性

15-19歳 : 297s

20-29歳 : 598s

30-49歳 : 1,755s

50-64歳 : 1,302s

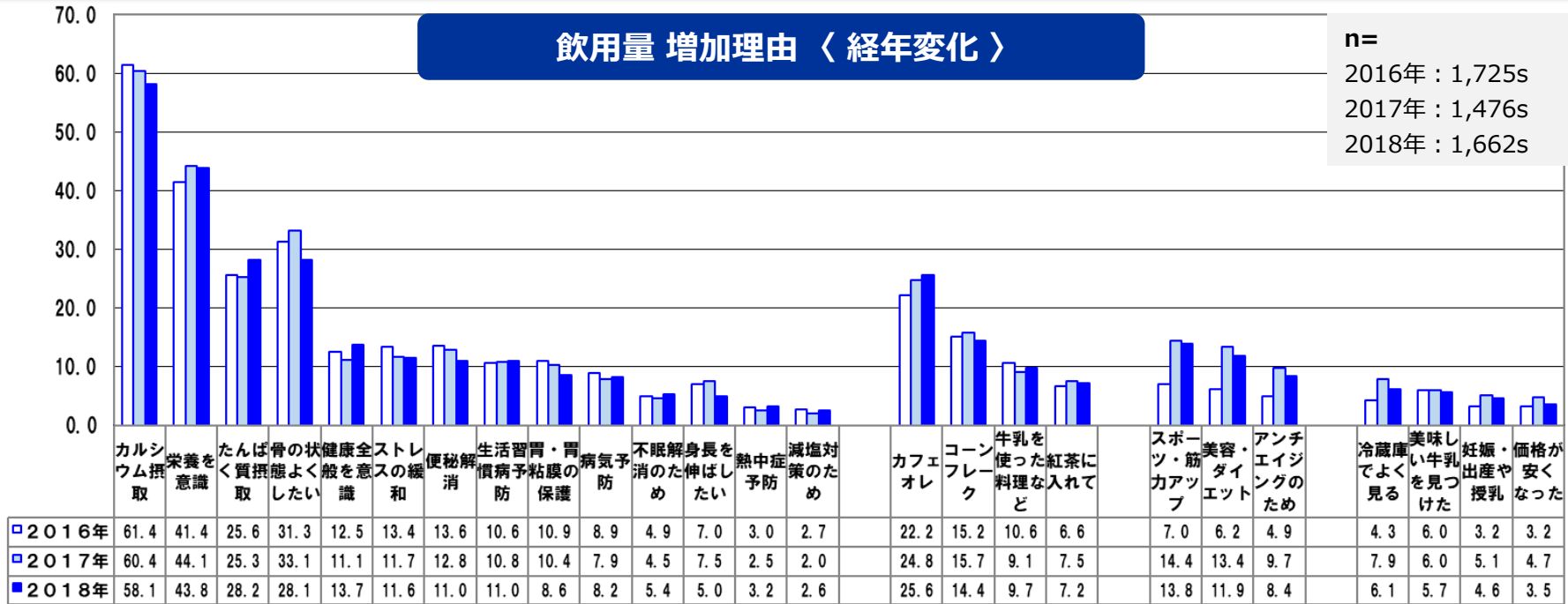
65-79歳 : 824s

# 2-4. 牛乳類飲用(利用)の増減理由

- ✓ 昨年より牛乳類飲用（利用）が増加した人の主な理由は「カルシウム・栄養・たんぱく質・骨」で、その中でも「たんぱく質」を増加理由にしている人が増えている傾向
- ✓ 一方、減少理由で昨年より上昇した理由は「価格の上昇」「経済的に難しい」

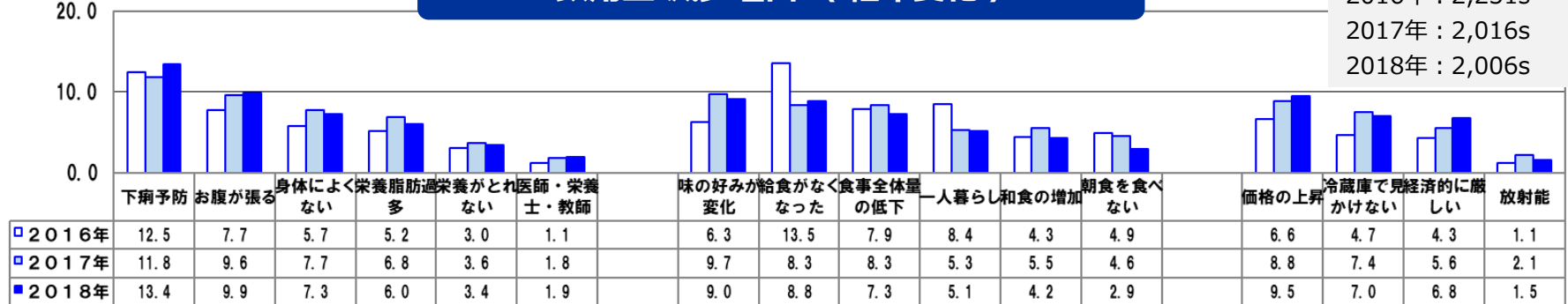
飲用量 増加理由 〈経年変化〉

n=  
2016年：1,725s  
2017年：1,476s  
2018年：1,662s



飲用量 減少理由 〈経年変化〉

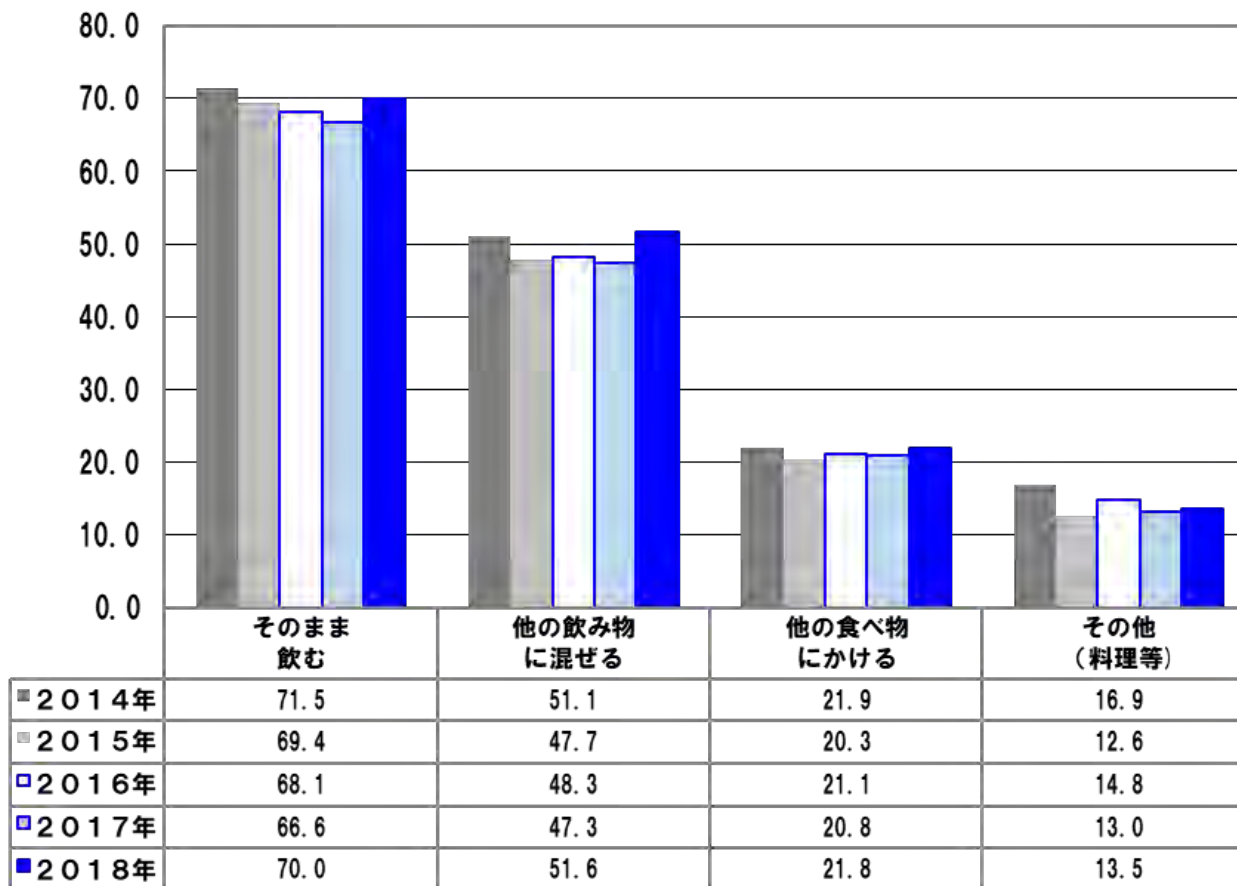
n=  
2016年：2,231s  
2017年：2,016s  
2018年：2,006s



## 2-5. 牛乳類の利用方法

- ✓ 昨年まで減少傾向にあった「そのまま飲む」が反転して上昇
- ✓ また、「他の飲み物に混ぜる」も2014年からの調査と比較して最も高い

## 〈 経年変化 〉



n=

2014年：8,321s

2015年：8,555s

2016年：8,575s

2017年：8,531s

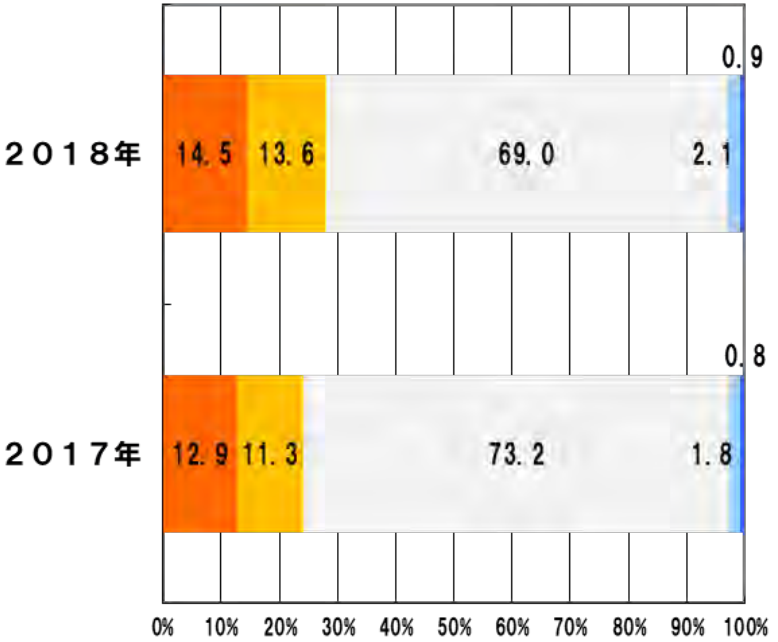
2018年：8,899s

# 3-1. 牛乳の利用・利用中止の推奨行為

- ✓ 牛乳利用を「よく勧める人（牛乳推奨者）」は、全体約15%で、昨年から微増
- ✓ 牛乳の利用中止を「よく勧める人」は全体約1%しかおらず、昨年とほぼ変わらない
- ✓ 牛乳推奨は男性10代と男女65-79歳に多く見られる傾向

## 利用・利用中止の推奨行為 〈経年変化〉

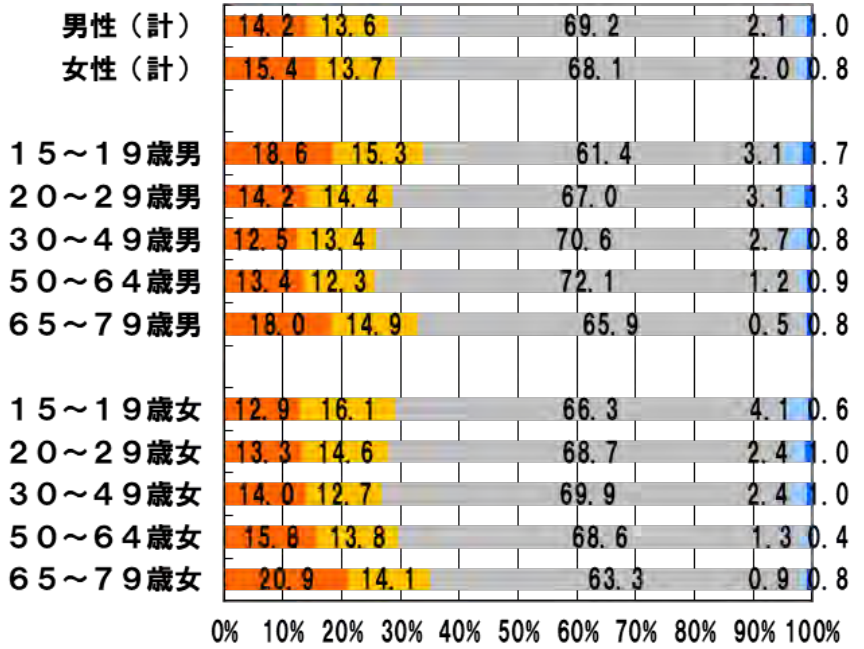
■ よく利用を勧める   
 ■ 時々利用を勧める   
 ■ どちらもしない   
 ■ 時々中止を勧める   
 ■ よく中止を勧める



n=2018年：10,000s  
 2017年：10,000s

## 〈2018年・性年代別〉

■ よく利用を勧める   
 ■ 時々利用を勧める   
 ■ どちらもしない  
■ 時々中止を勧める   
 ■ よく中止を勧める

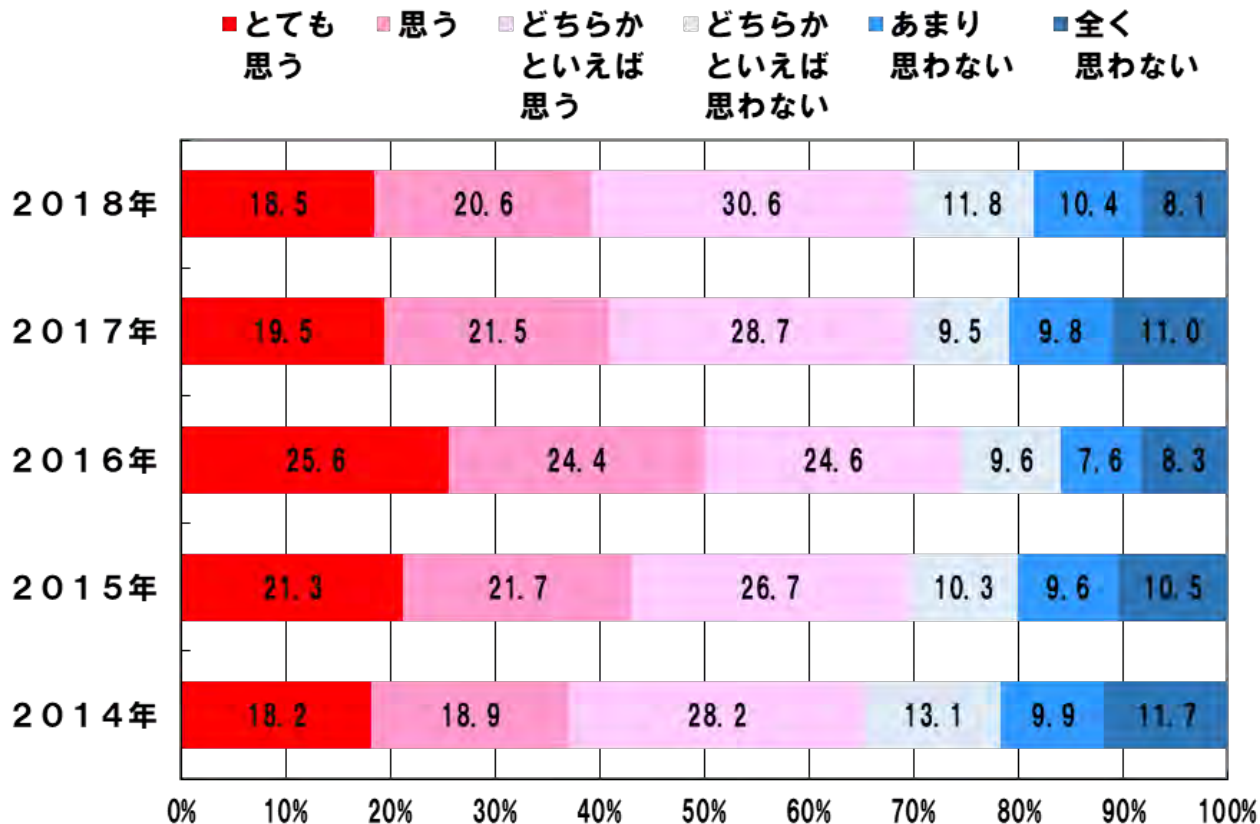


**n=**  
 男性：5,244s  
 女性：5,256s  
  
 男性  
 15-19歳：360s  
 20-29歳：716s  
 30-49歳：1,996s  
 50-64歳：1,393s  
 65-79歳：779s  
  
 女性  
 15-19歳：341s  
 20-29歳：694s  
 30-49歳：1,948s  
 50-64歳：1,413s  
 65-79歳：860s

## 4-1. 牛乳を大切に思う意識

- ✓ 「牛乳を大切に思う」意識は、2016年まで強まり、昨年は一転して弱まりを見せたが、今年はその昨年と同程度の水準

## 〈 経年変化 〉



n=

2018年：10,000s

2017年：10,000s

2016年：10,000s

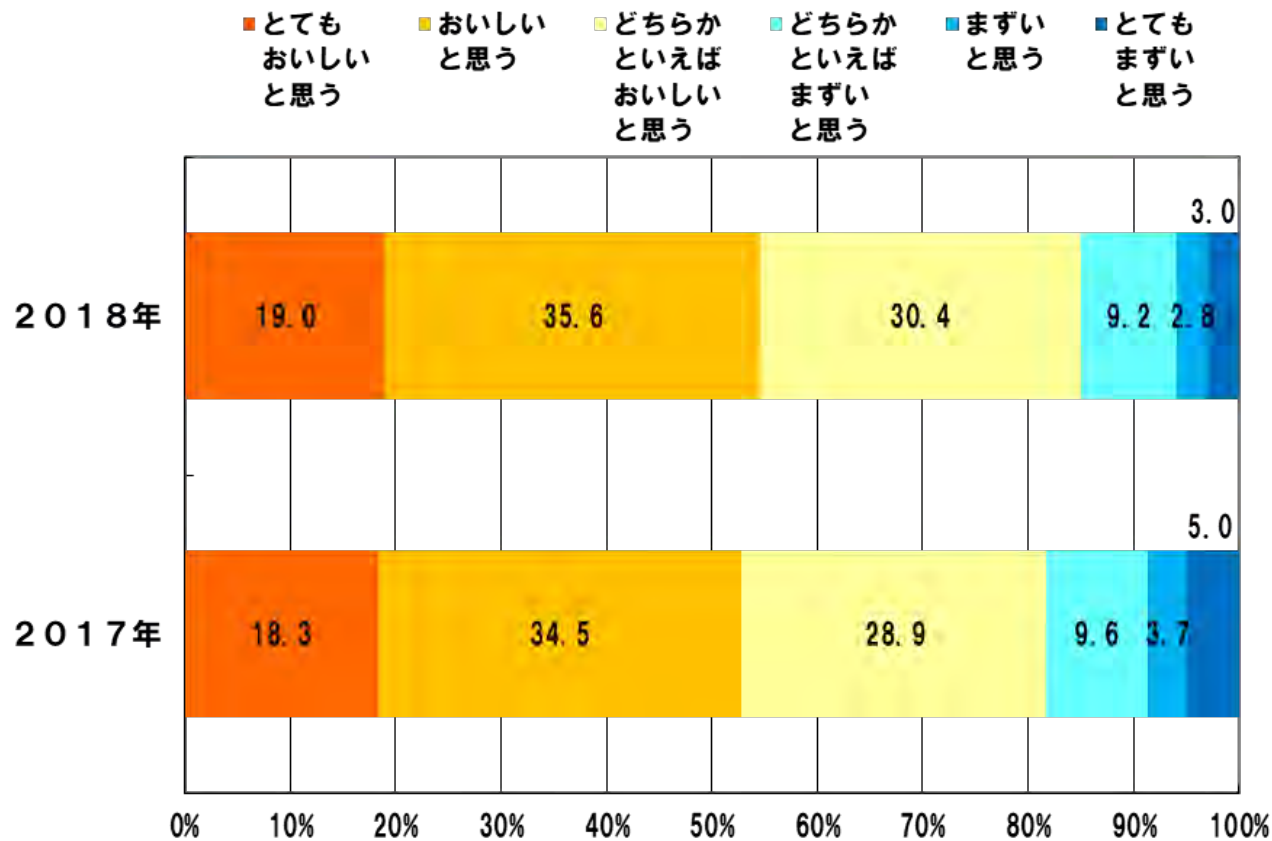
2015年：10,000s

2014年：10,000s



✓ 牛乳を「美味しいと思う」意識は、昨年に比べてやや伸びている

〈 経年変化 〉

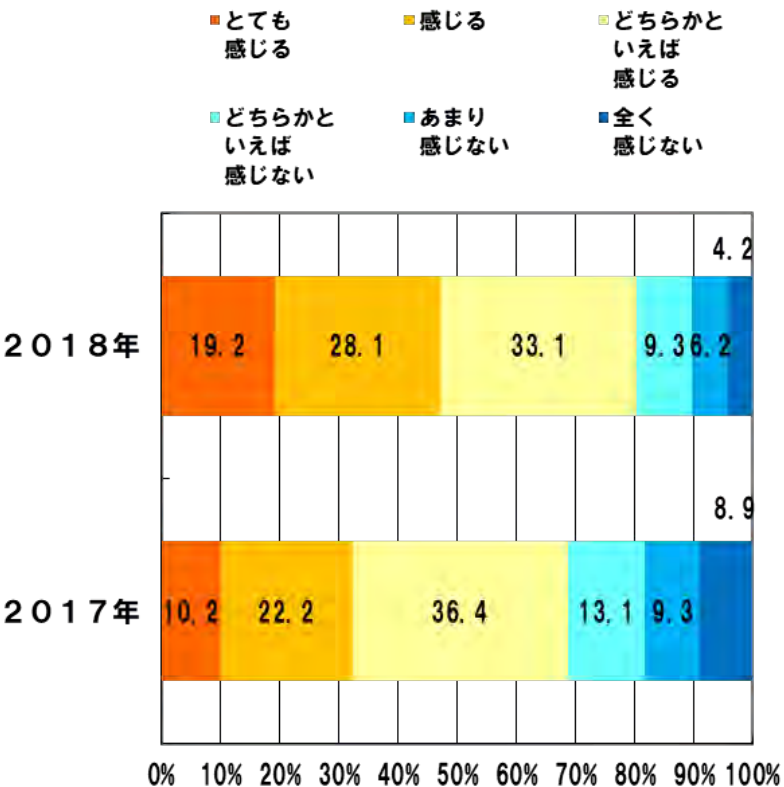


n=  
2018年：10,000s  
2017年：10,000s

## 5-1. 酪農家への共感意識

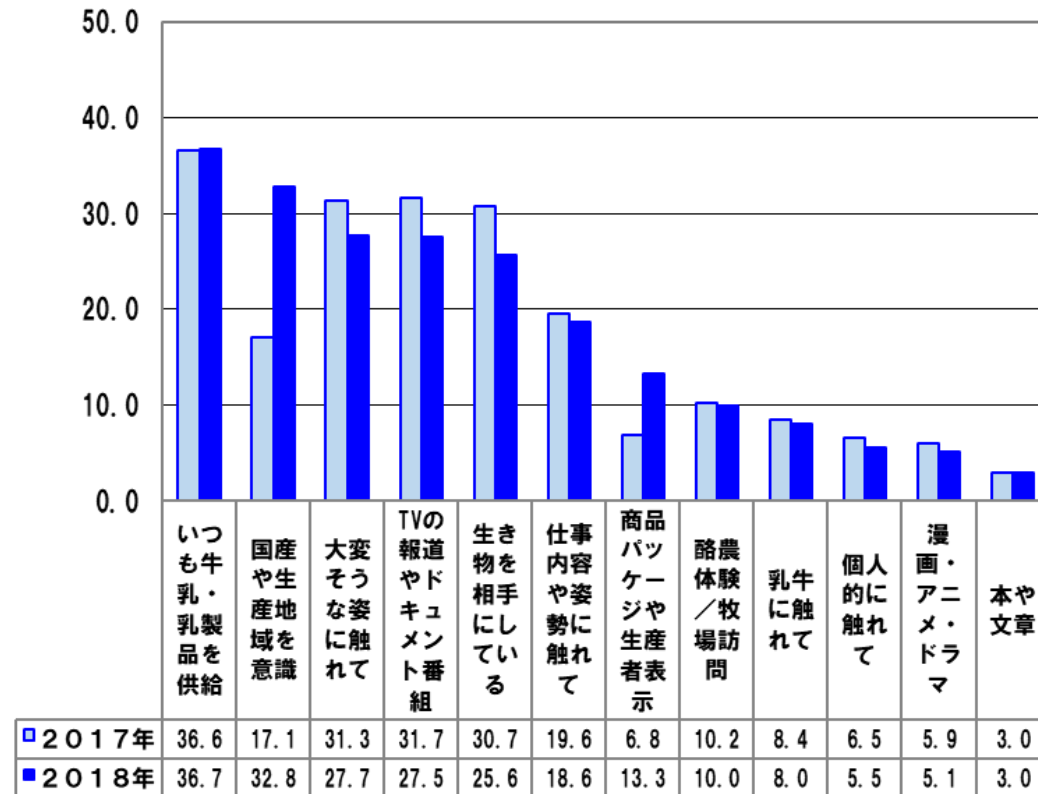
- ✓ 「酪農家に共感する」人は全体の約80%で、昨年から大きく伸びている
- ✓ 共感理由は「国産・生産地を意識」「商品パッケージ・生産者表示」が大きな伸び
- ✓ 北海道・胆振東部地震や店頭での牛乳不足が大きく影響していると考えられる

共感意識 〈経年変化〉



n= 2018年 : 10,000s  
2017年 : 10,000s

共感のきっかけや理由 〈経年変化〉



n= 2018年 : 10,000s  
2017年 : 10,000s

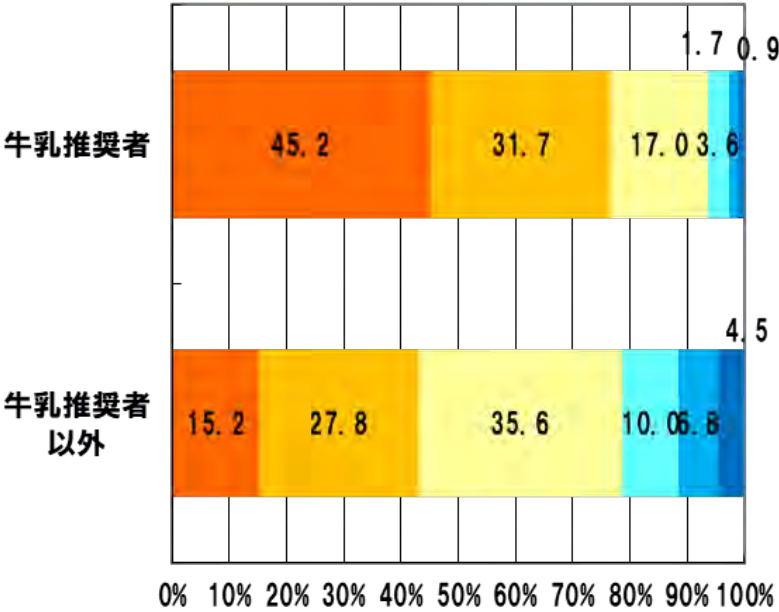


# 5-2. 「牛乳推奨者」の酪農家への共感意識

- ✓ 「牛乳推奨者」で「酪農家に共感する人」は9割を超え、昨年にと比べると「とても感じる人」が15%から45%と大幅に増えている
- ✓ 牛乳推奨者の共感理由で、推奨者以外と比較した場合に大きな差がある理由は「国産・生産地を意識」「酪農体験/牧場訪問」

## 共感意識 〈牛乳推奨行為別〉

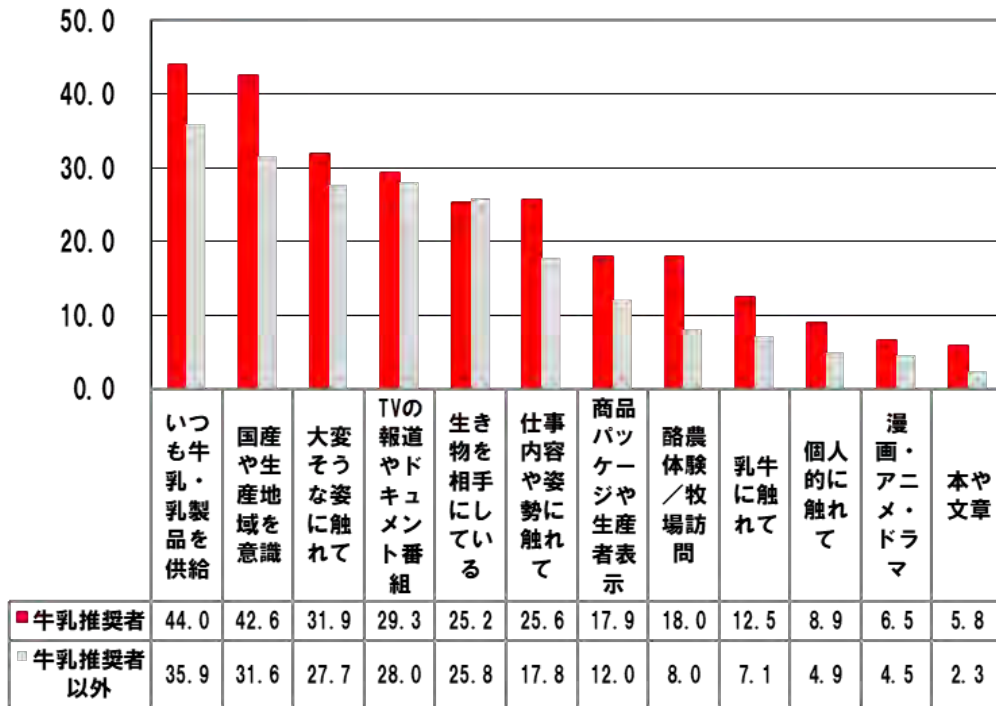
- とても感じる
- 感じる
- どちらかといえば感じる
- どちらかといえば感じない
- あまり感じない
- まったく感じない



n= 牛乳推奨者 : 1,557s  
 牛乳推奨者以外 : 8,943s

## 共感のきっかけや理由

### 〈牛乳推奨行為別〉

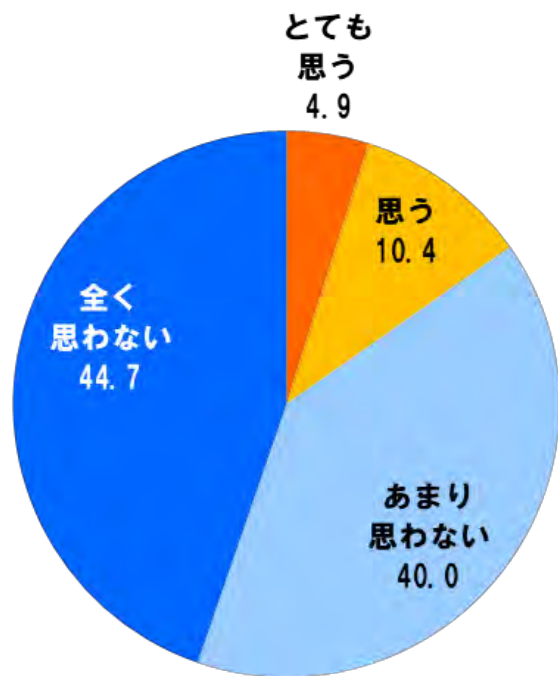


n= 牛乳推奨者 : 1,460s  
 牛乳推奨者以外 : 7,032s

## 6-1. 牛乳を飲むべきではないと思う意識

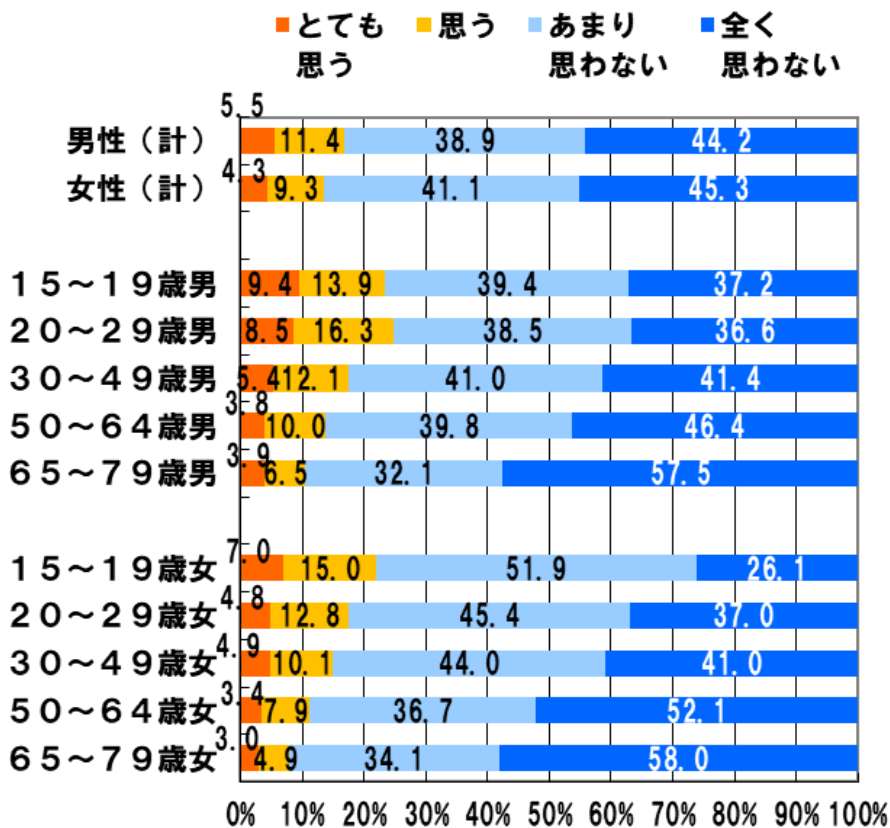
- ✓ 牛乳を飲むべきではないと思う人は全体の約15%
- ✓ 男女ともに若い世代ほど意識が強い

### 飲むべきではないと思う意識〈全体〉



n=10,500s

### 〈2018年・性年代別〉



n=

男性：5,244s

女性：5,256s

男性

15-19歳：360s

20-29歳：716s

30-49歳：1,996s

50-64歳：1,393s

65-79歳：779s

女性

15-19歳：341s

20-29歳：694s

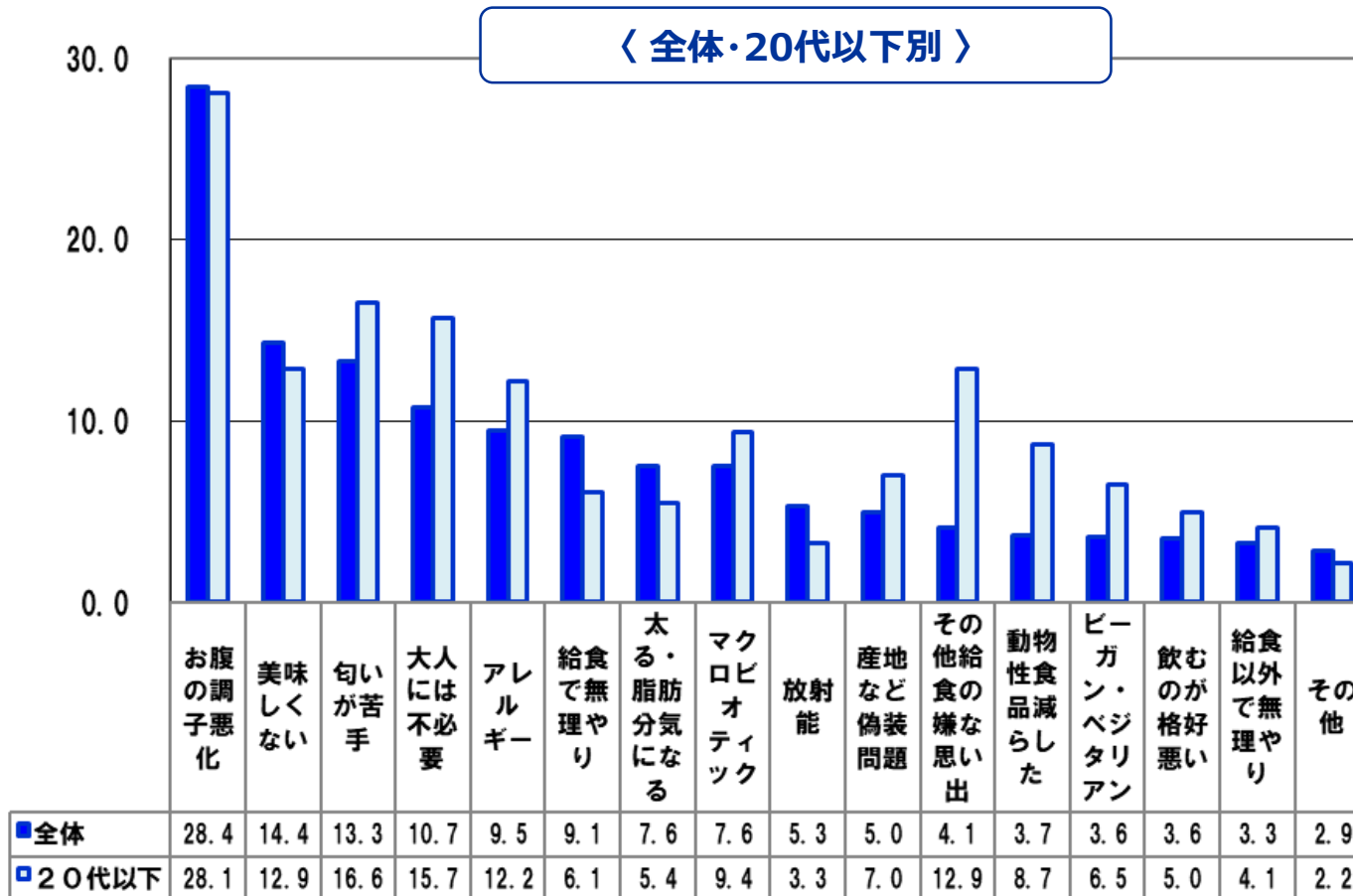
30-49歳：1,948s

50-64歳：1,413s

65-79歳：860s

## 6-2. 牛乳を飲むべきではないと思う理由

- ✓ 「牛乳を飲むべきではない」と思う理由は「お腹の調子が悪くなる」が図抜けて目立つ
- ✓ 20代以下の若い世代でも「お腹の調子が悪くなる」が目立つが、その他に「大人には不必要／給食の嫌な思い出／動物性食品を減らしたい」が特徴的に目立つ。



n=

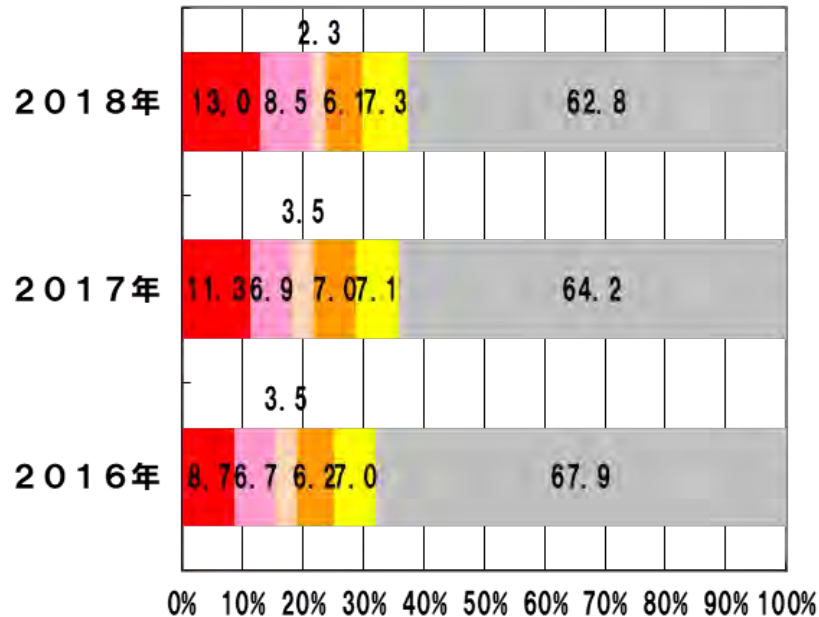
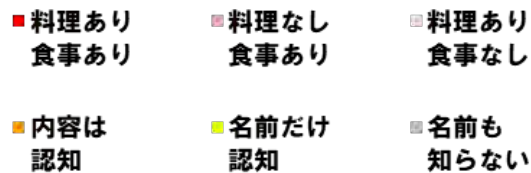
全体：1,601s

20代以下：459s

## 7-1. 乳和食への関与

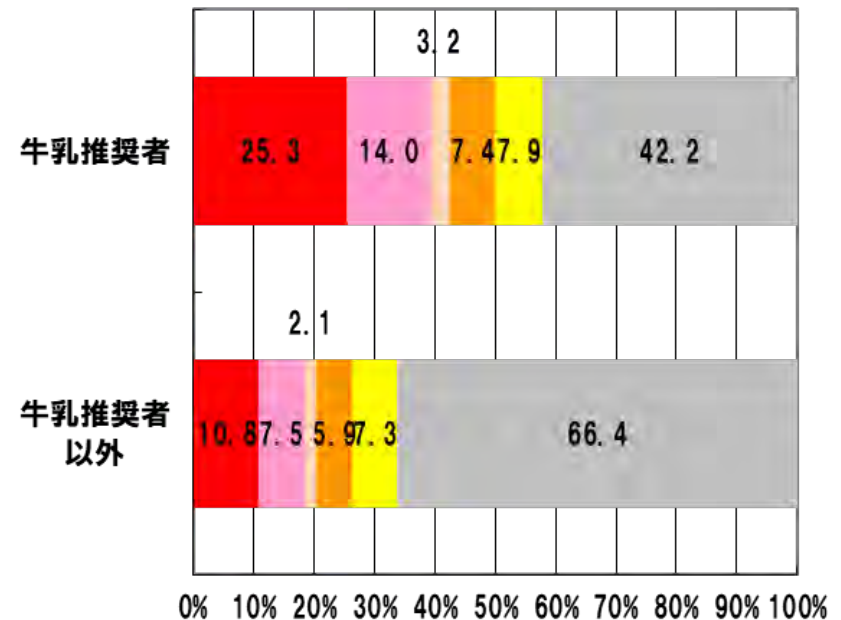
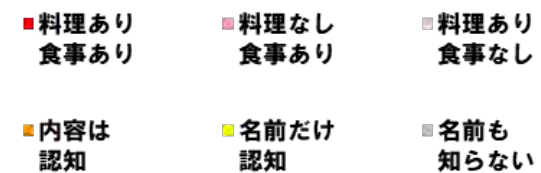
- ✓ 乳和食は「食事経験者」が順調に伸びており、認知も含めた関与全体も伸びている。
- ✓ 牛乳推奨者は推奨者以外に比べて「料理・食事経験者」と「食事経験者」が多い。

## 乳和食への関与〈経年変化〉



n= 2018年 : 10,000s 2017年 : 10,000s 2016年 : 10,000s

## 〈牛乳推奨行為別〉

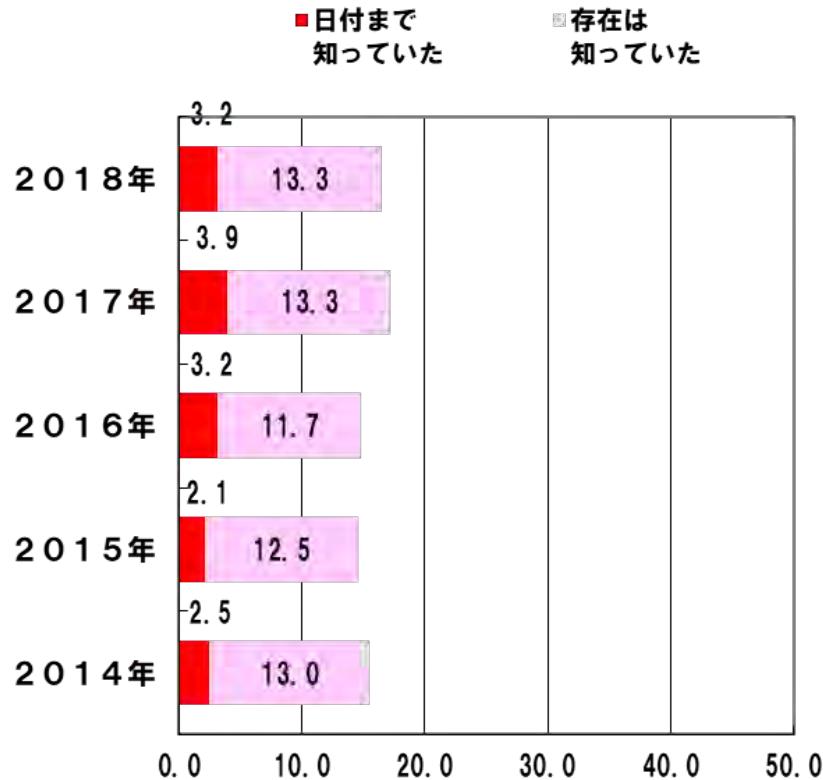


n= 牛乳推奨者 : 1,460s  
牛乳推奨者以外 : 7,032s

## 7-2. 牛乳の日の認知

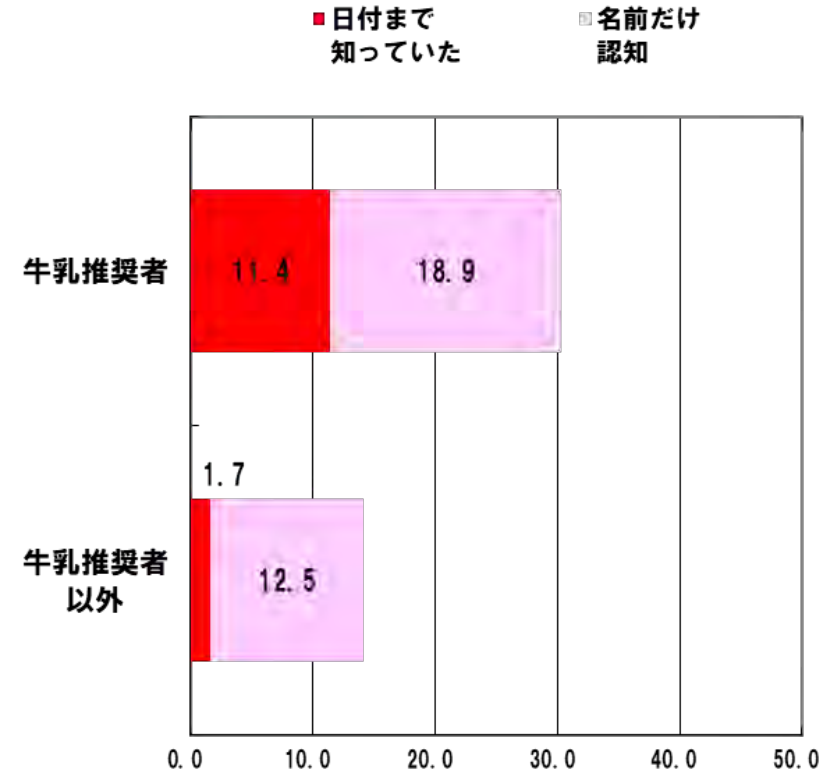
- ✓ 「牛乳の日」認知は、昨年わずかに上昇がみられたが、今年はほぼ横ばい傾向
- ✓ 牛乳推奨者は、牛乳推奨者以外に比べて「牛乳の日」の認知が高い

牛乳の日の認知有無 〈経年変化〉



n= 2018年：10,000s 2017年：10,000s 2016年：10,000s  
2015年：10,000s 2014年：10,000s

〈牛乳推奨行為別〉

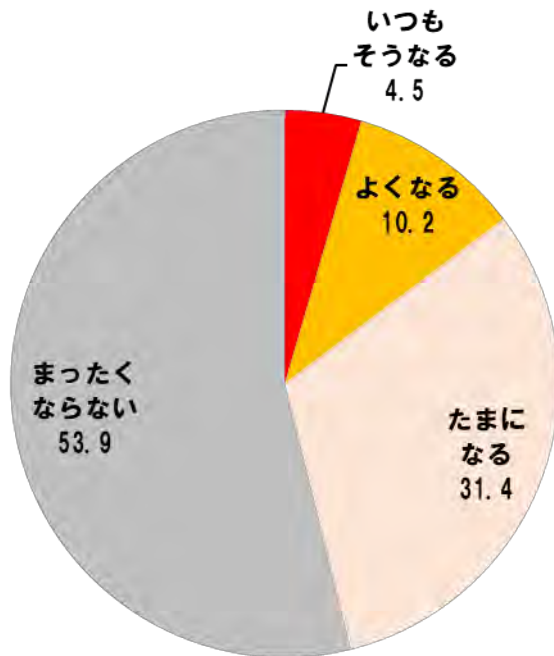


n= 牛乳推奨者：1,557s  
牛乳推奨者以外：8,943s

## 8-1. 乳糖不耐症

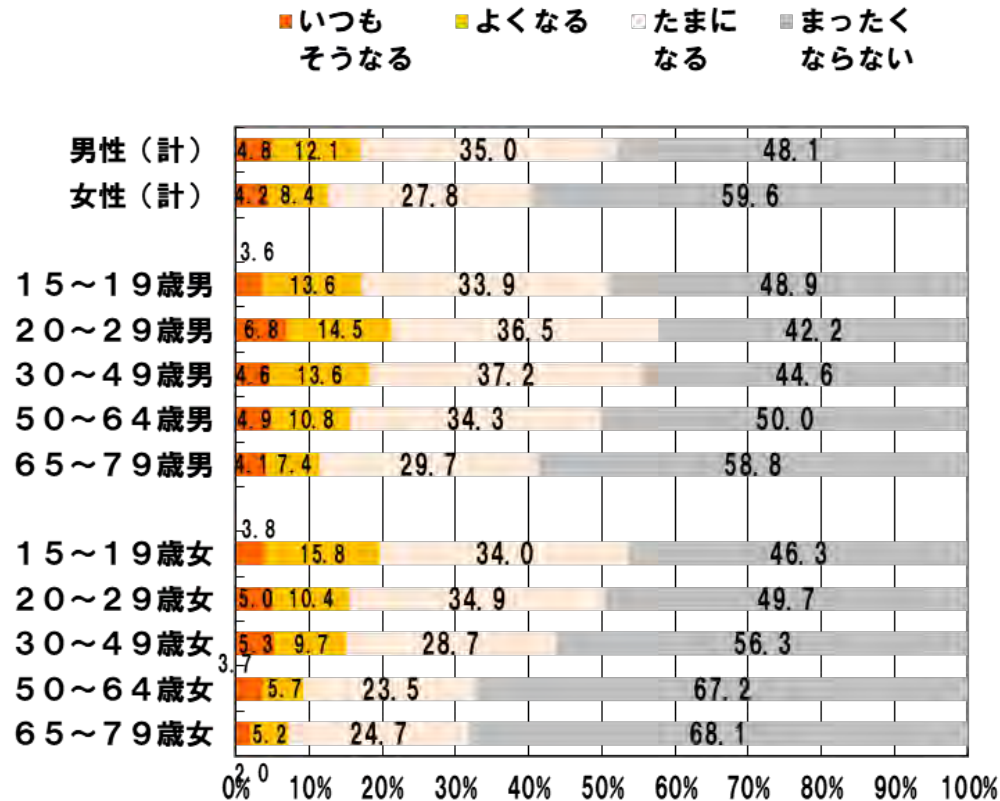
- ✓ 牛乳を飲むと「お腹の調子が悪くなる人」は、全体の約46%
- ✓ 男女ともに若い世代により多く見られる。

## 乳糖不耐症の有無〈全体〉



n=10,500s

## 〈2018年・性年代別〉



n=

男性：5,244s

女性：5,256s

男性

15-19歳：360s

20-29歳：716s

30-49歳：1,996s

50-64歳：1,393s

65-79歳：779s

女性

15-19歳：341s

20-29歳：694s

30-49歳：1,948s

50-64歳：1,413s

65-79歳：860s



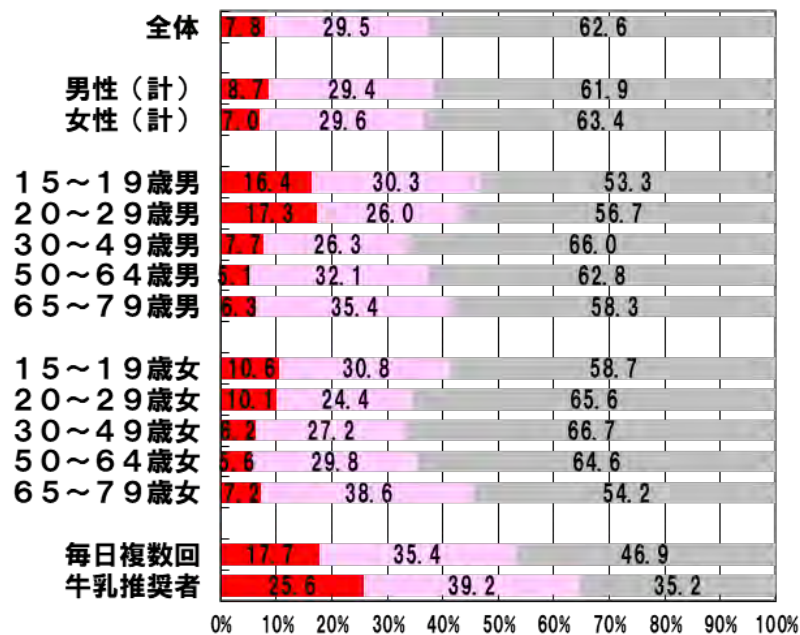
## 8-2. 牛乳に関する思い出の有無

- ✓ 牛乳に関して「よい思い出」を持つ人は約37%であるのに対して、「よくない思い出」を持つのは約25%で、若い世代ほど「よくない思い出」が多い。
- ✓ 牛乳を「毎日複数回飲む人」「牛乳推奨者」は、いずれも牛乳に関して「よい思い出」を持つ人が顕著に多い。

## よい思い出の有無

## 〈2018年・性年代別〉

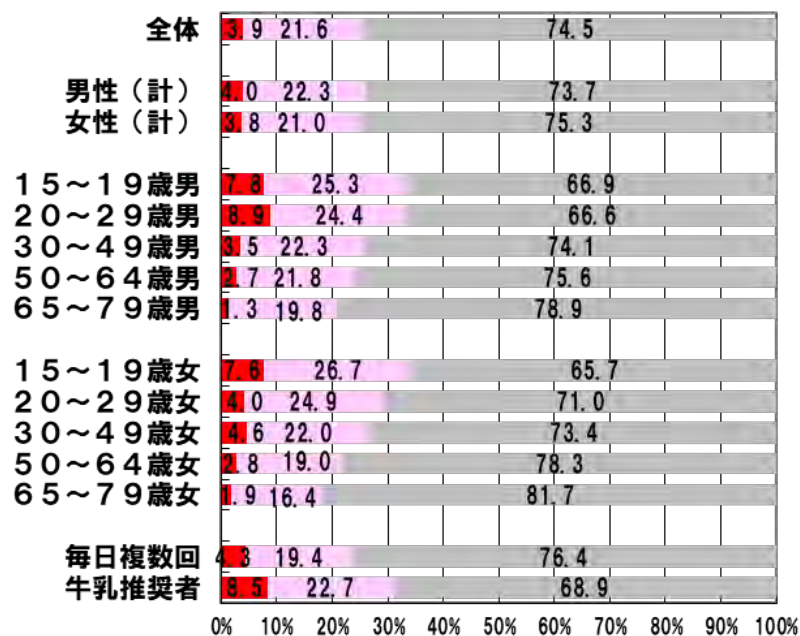
■ たくさんある  
■ ある  
■ (ほとんど)ない



## よくない思い出の有無

## 〈2018年・性年代別〉

■ たくさんある  
■ ある  
■ (ほとんど)ない



n=

男性：5,244s

女性：5,256s

男性

15-19歳：360s

20-29歳：716s

30-49歳：1,996s

50-64歳：1,393s

65-79歳：779s

女性

15-19歳：341s

20-29歳：694s

30-49歳：1,948s

50-64歳：1,413s

65-79歳：860s

毎日複数回：

1,548s

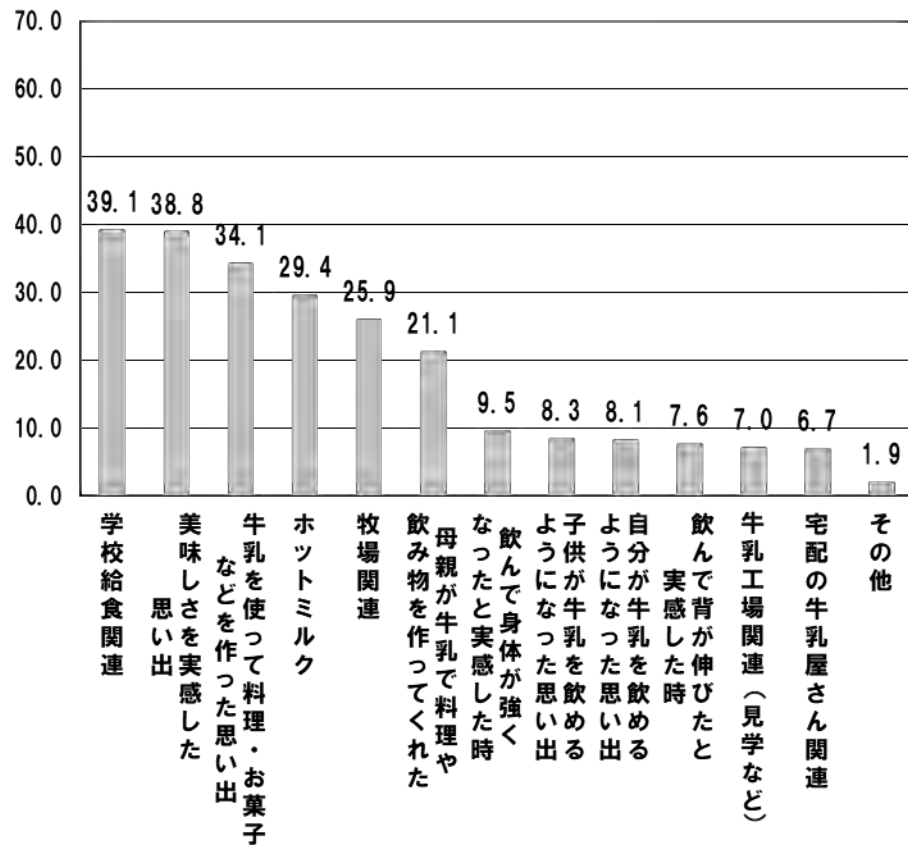
牛乳推奨者：

1,557s

## 8-3. 牛乳に関する思い出の内容

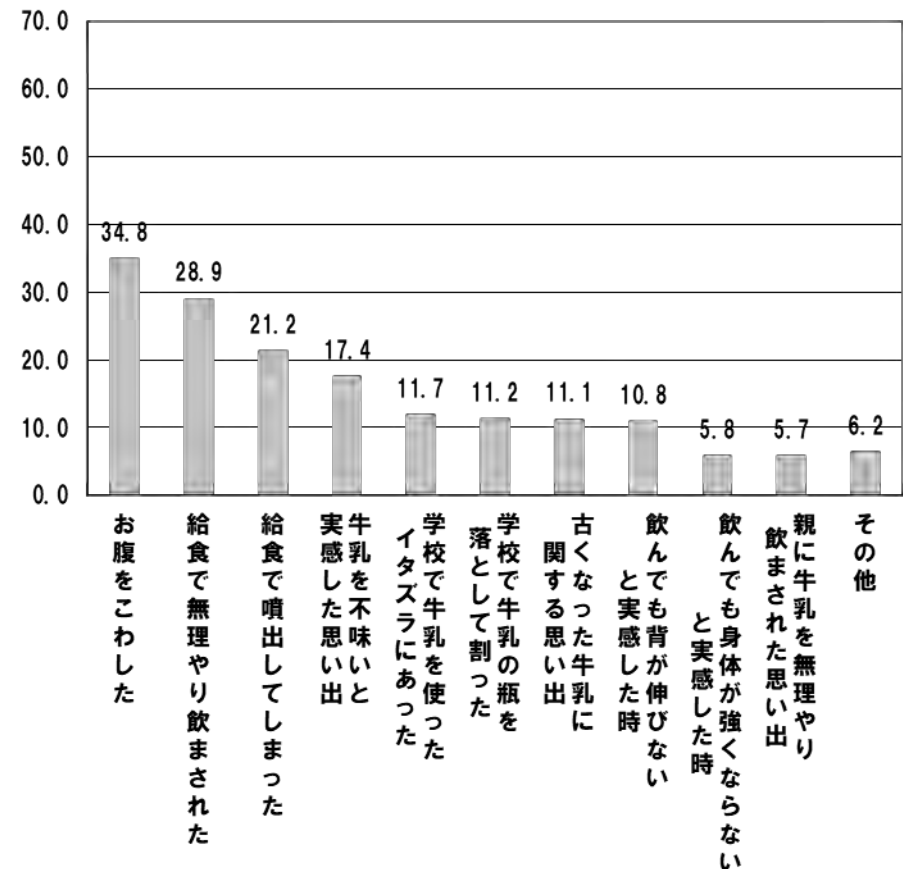
- ✓ 「よい思い出」の内容は、「学校給食関連／美味しさを実感した思い出／牛乳を使って料理・お菓子を作った思い出」が目立つ
- ✓ よくない思い出の内容は、「お腹をこわした／給食で無理やり飲まされた／給食で嘔出してしまった」が目立つ。

よい思い出の内容



n=3,922s

よくない思い出の内容



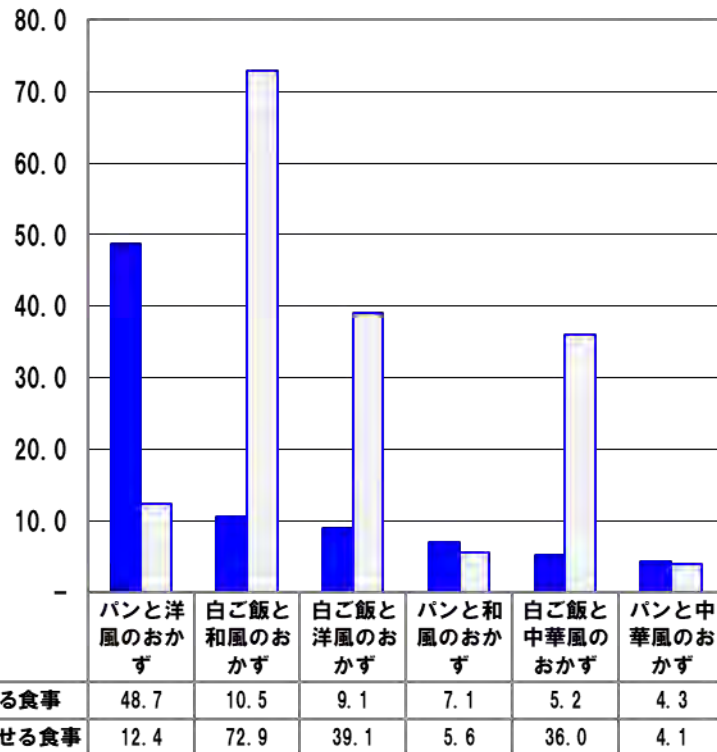
n=2,678s



## 8-4. 牛乳と食事の相性に関する意識

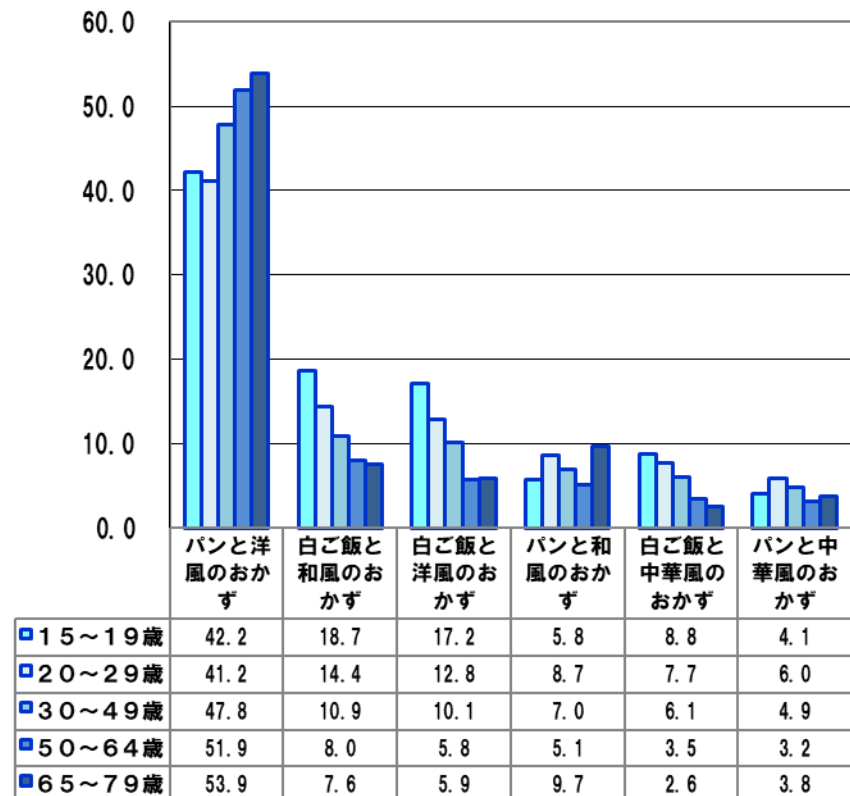
- ✓ 牛乳と食事の相性に関する意識は、「パン＋洋風のおかず」が最も高く、日本茶と比較して食事とのバリエーションが少ない傾向
- ✓ 一方、若い世代では、「パン＋洋風のおかず」に集中するものの、その集中度合いは他の世代より緩く、様々な食事にあわせて牛乳を飲んでいる傾向が強い。

〈牛乳・日本茶別〉



n=牛乳をあわせる食事：9,200s  
日本茶をあわせる食事：10,221s

〈年代別〉

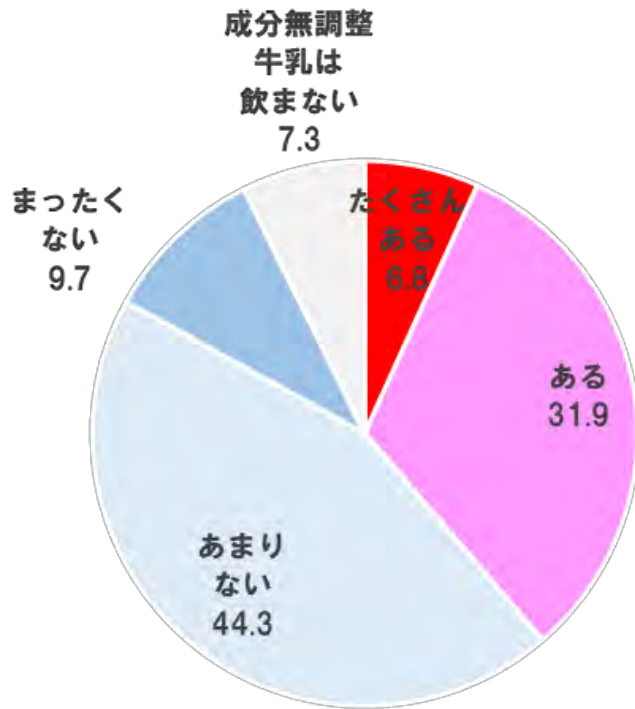


n=15-19歳：604s, 20-29歳：1,170s, 30-49歳：3,421s  
50-64歳：2,486s, 65-79歳：1,591s

## 8-5. 成分無調整牛乳に感じる風味の違い

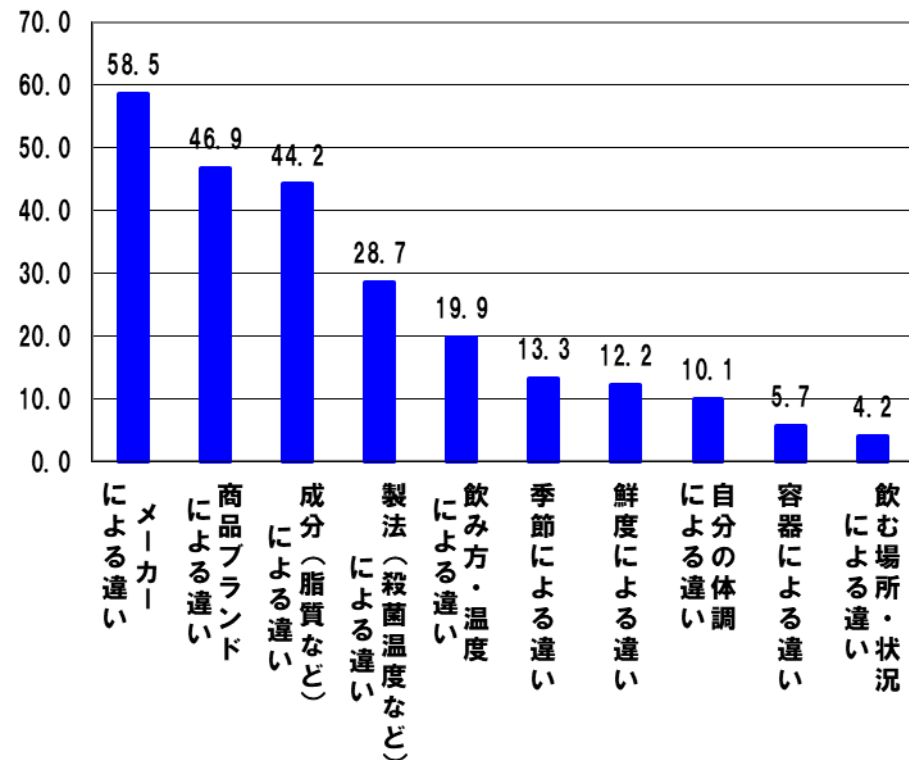
- ✓ 普段飲んでいる「成分無調整牛乳」に風味の違いを感じるという人は約39%
- ✓ 風味に違いを感じるのは「メーカー／商品ブランド／成分」といった商品的な違いが多く、「季節」「鮮度」など、農産物の特性として感じている人は少ない傾向

風味の差異有無 〈全体〉



n=9,377s

風味の差異を感じる中身 〈全体〉

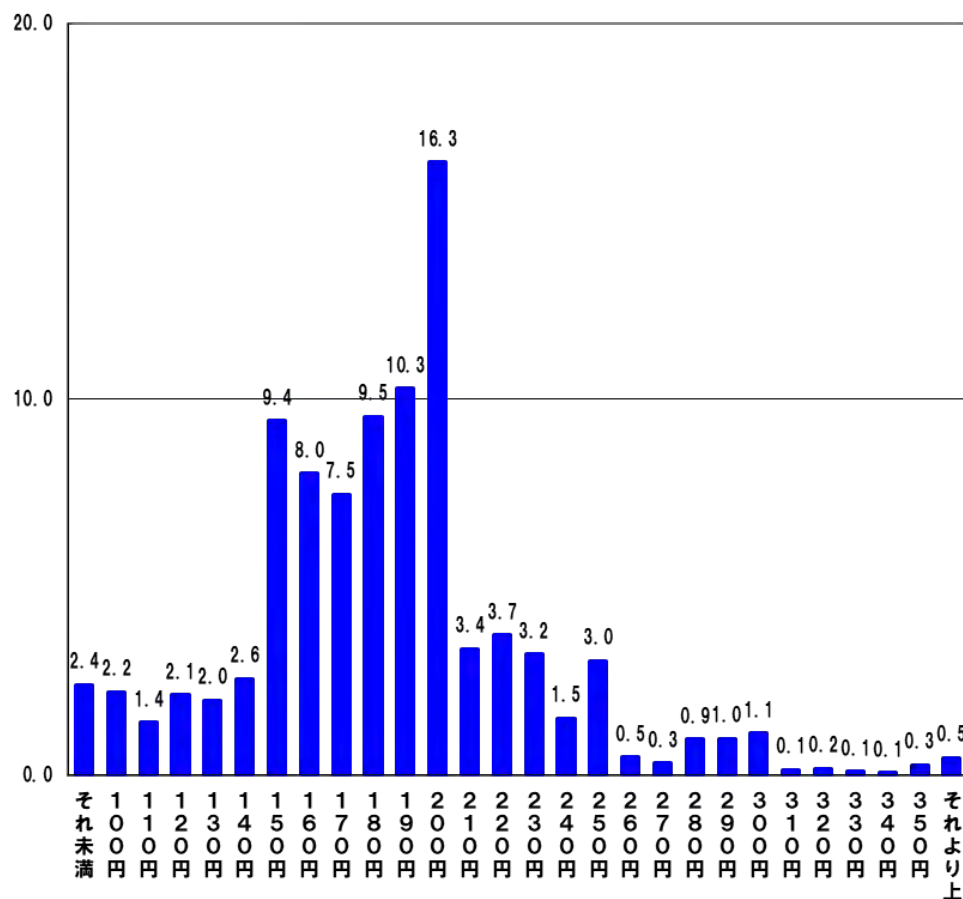


n=3,628s

## 8-6. 成分無調整牛乳の購入価格

- ✓ 「成分無調整牛乳」の購入価格は、200円が最も多く、150円～200円に集中している
- ✓ 購入価格が高い人ほど酪農家への共感意識が高くなっている

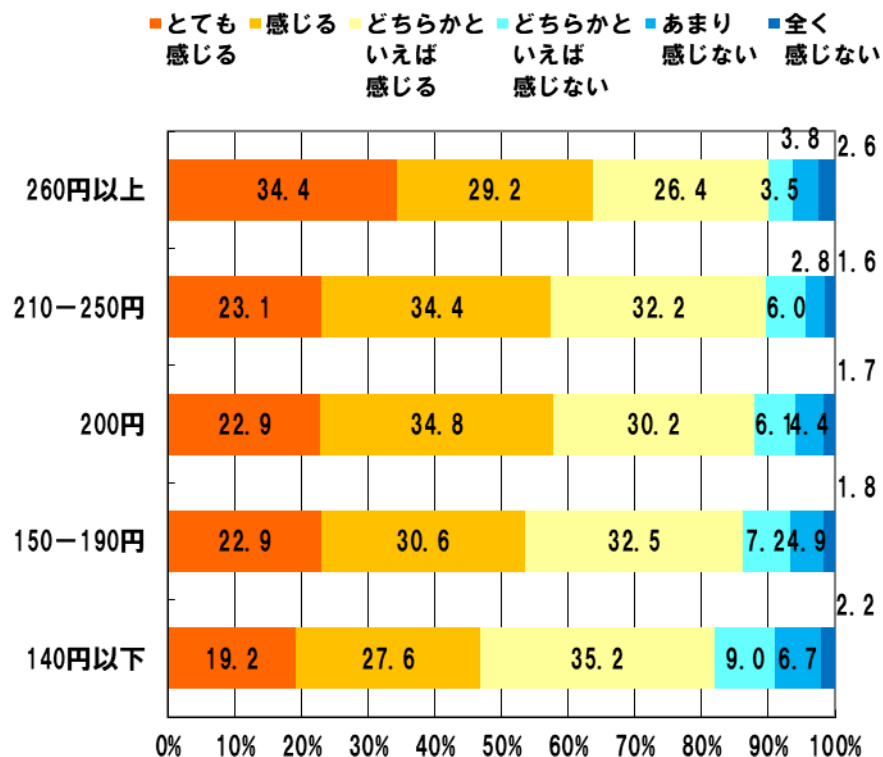
購入価格 〈全体〉



n=8,538s

酪農家への共感意識

〈購入金額帯別〉



n=8,538s