

WITH MILK

新型コロナウイルス感染症に関する意識調査のご報告

コロナ禍において見えてきた
牛乳・乳製品の本質的価値

REPORT FOR

2021

Awareness survey report on
COVID-19.



一般社団法人 Jミルク
Japan Dairy Association (J-milk)

はじめに

私たち一般社団法人Jミルクは、
新型コロナウイルス感染症の拡大が生活者の消費動向や
心にもたらす影響について、
2020年4月から継続的に調査をしてきました。

生活者が新型コロナウイルス感染症に感じた恐怖心や、
それにとまなう行動や意識の変化を追うなかで、
牛乳・乳製品は困難に直面した多くの人々から必要とされ、
そのような人々の生活の改善に役立っていることを確認することが出来ました。

いまだ新型コロナウイルス感染症への対応に社会が四苦八苦する中において、
本パンフレットにより、これまで私たちが把握した様々な事実を
皆さんと共有するとともに、
生活者ひとりひとりが幸福な毎日を送るために
牛乳・乳製品が貢献できる情報をご提示できれば幸いです。

Contents

P01	はじめに
P02	Chapter 01 新型コロナウイルス感染症に感じる 恐怖意識の変遷
P07	Chapter 02 新型コロナウイルス感染症への 恐怖から生まれる2つの対処意識
P13	Chapter 03 コロナ禍で牛乳利用が増加した理由
P16	Chapter 04 ウィズコロナに向けて



WITH MILK とは？

今後も新型コロナウイルス感染症と共存する生活(ウィズコロナ)が想定されるなか、牛乳・乳製品に固有の価値が人々の身体と心の健康に貢献することを願う気持ちを込めています。

新型コロナウイルス感染症に 感じる恐怖意識の変遷

新型コロナウイルス感染症が確認されてからこれまでのあいだ、日々増え続ける感染者や政府による度重なる緊急事態宣言の発出、ワクチン接種の進展などを目の当たりにして、人々が感じる恐怖意識はどのように変化してきたのでしょうか。



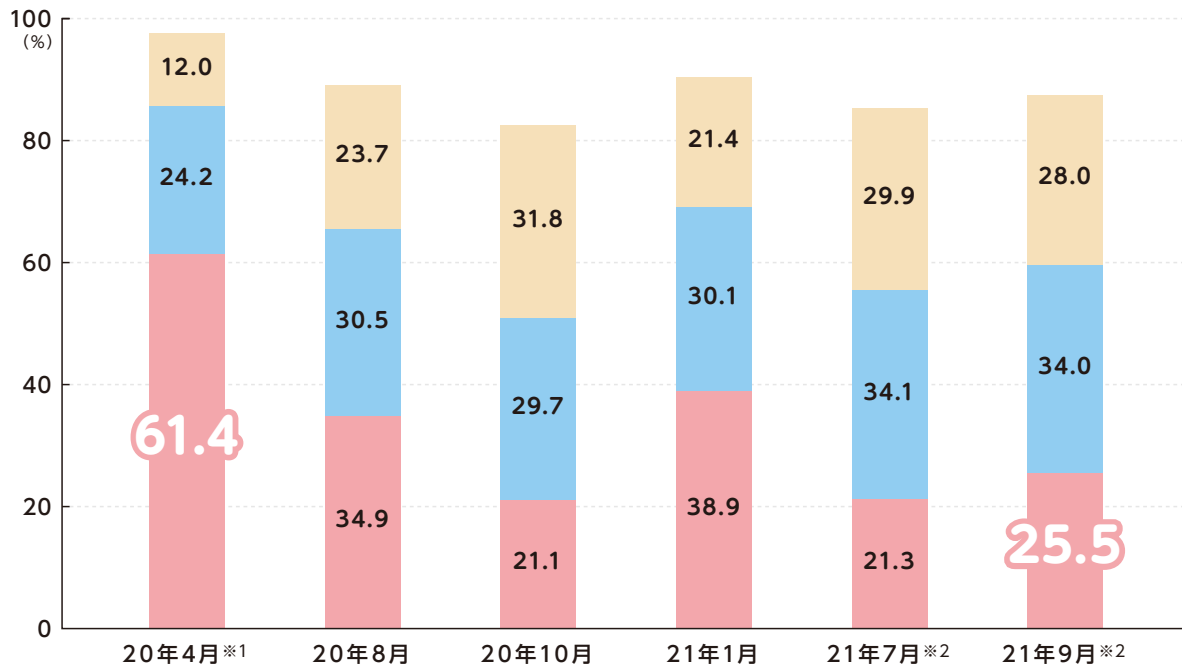
1-1

新型コロナウイルス感染症に関する恐怖意識の変遷

..... 新型コロナウイルス感染症に関する「不安・恐怖」意識の推移

(N数) 20年4月:500 20年8月:5,000 20年10月:10,000 21年1月:1,000 21年7月:5,826 21年9月:1,000

【恐怖意識】 ■ …とても思う ■ …思う ■ …やや思う



※調査対象者の年齢は※1が25～69才、※2が15～79才、※1と2以外は15～69才である。

Check!

①

恐怖意識の強度は大きく低下し、
徐々に定着へ

2020年4月と比べると、2021年9月の時点では
生活者の恐怖意識の低下傾向が継続している。

🔍 調査開始から2年、コロナ禍を経て恐怖意識は大きく低下し、それが定着。

最初の緊急事態宣言が出された2020年4月、生活者の9割強(とても思う、思う、やや思うの合計)が新型コロナウイルス感染症に対して不安や恐怖を感じていました。その後、不安や恐怖を感じる人の割合は、全体としてやや

低下傾向にあります。一方、特に強い不安や恐怖を感じる人(「とても思う」回答者)の割合を見ると、2020年の4月の6割から2021年の9月時点で大きく低下しつつ、その状態は落ち着きを見せています。

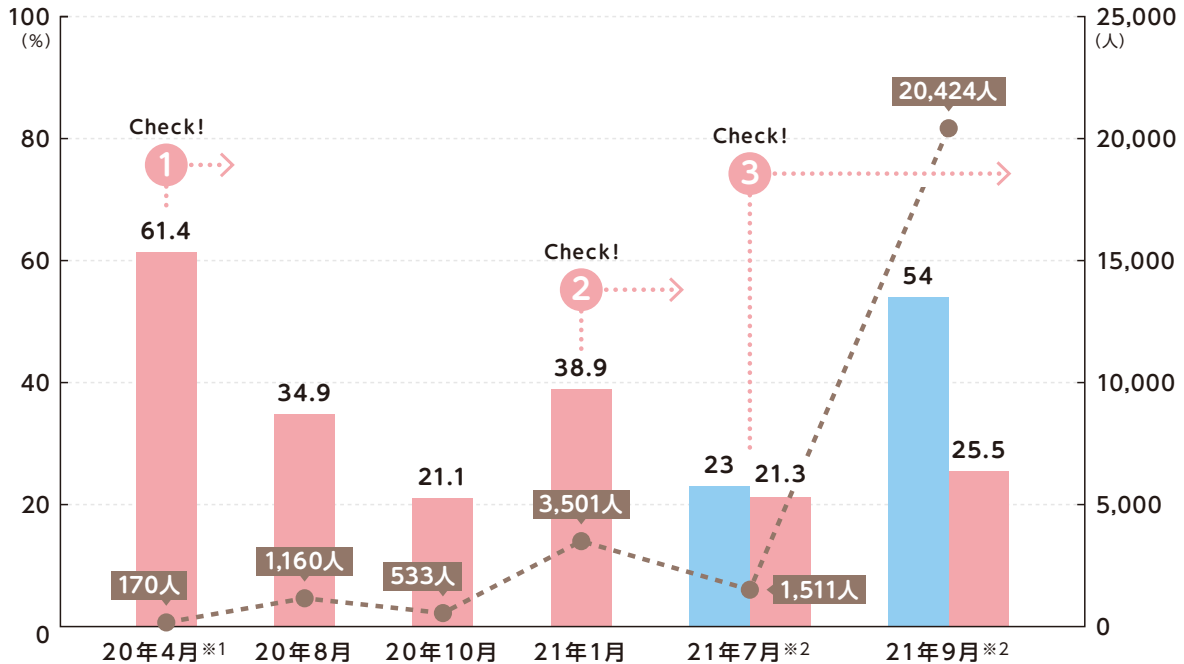
1-2

《恐怖意識の変遷》と《新規感染者数／ワクチン接種数》の関係

新型コロナウイルス感染症に関する「不安・恐怖」意識の推移

(N数) 20年4月:500 20年8月:5,000 20年10月:10,000 21年1月:1,000 21年7月:5,826 21年9月:1,000

【恐怖意識】 ■ …とても思う(%) / ■ …ワクチン接種率の推移(%) ● …新規感染者数(1週間平均数)の推移(人)



出典:デジタル庁「新型コロナワクチンの接種状況」およびNHK「日本国内の感染者数」より作成

※調査対象者の年齢は※1が25～69才、※2が15～79才である。

新型コロナウイルス感染者数の変動と心理的変遷

- Check! ① ▶ 2020.4 / 7～5/25: 緊急事態宣言(1回目) → 新規感染者数は少ないが、不安恐怖意識は高い。
- Check! ② ▶ 2021.1 / 8～3/21: 緊急事態宣言(2回目) → 新規感染者が増え、不安恐怖意識も高まった。
4/25～6/20: 緊急事態宣言(3回目) → 新規感染者数、不安恐怖意識は低下した。
- Check! ③ ▶ 2021.7/12～9/30: 緊急事態宣言(4回目) → 新規感染者が急激に増えたが、不安恐怖意識はそこまで上がらなかった。
7/23～8 / 8: 東京オリンピック開催
8/24～9 / 5: 東京パラリンピック開催

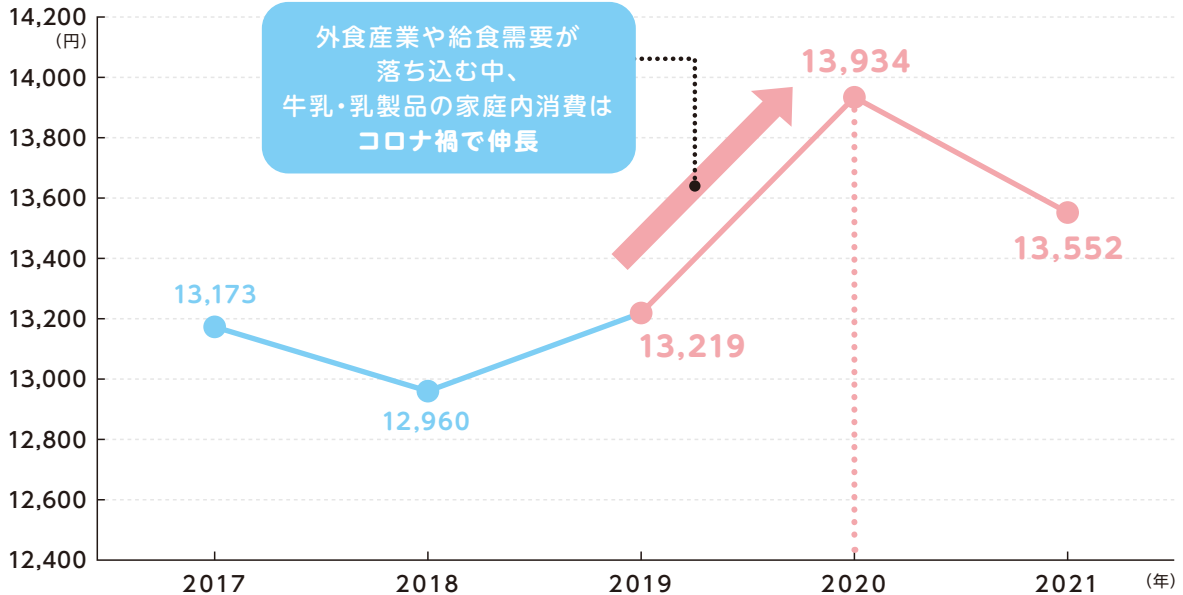
緊急事態宣言や感染者数の増減に左右された恐怖意識はいま…

生活者が新型コロナウイルス感染症に感じる不安や恐怖の増減と「感染者数／ワクチン接種率／緊急事態宣言のタイミング／オリンピック・パラリンピックのタイミング」を重ね合わせてみると、2020年4月時点では、感染者数がまだ少ないにもかかわらず、不安や恐怖の気持ちが非常に強く感じられています。このことから最初の緊急事態宣言が、多くの生活者の心に対してとても強い衝撃を与えたことが伺えます。

その後、不安や恐怖の気持ちは減少傾向となりますが、2021年1月に再度上昇に転じます。その背景には感染者

の急激な増加とそれに伴う2回目の緊急事態宣言の発出があり、ここでは特に「過去最大の感染者数」という具体的な数値が生活者の心に強い影響を与えたことが伺えます。さらにその後の推移をみると、三度目の緊急事態宣言が出され、感染者数は2021年9月に前年1月以上のピークを示しているにも関わらず、不安や恐怖の感覚はそれほど強まりませんでした。その背景にはワクチン接種率の急激な増加による安心感の高まりや、生活者が新型コロナウイルス感染症に対して以前よりも冷静に対処するようになったことなどがあると考えられます。

牛乳・乳製品の消費量はコロナ禍で増えた!?



※牛乳・乳製品1人当たりの年間消費支出 ※数値は合計金額の表示となります。

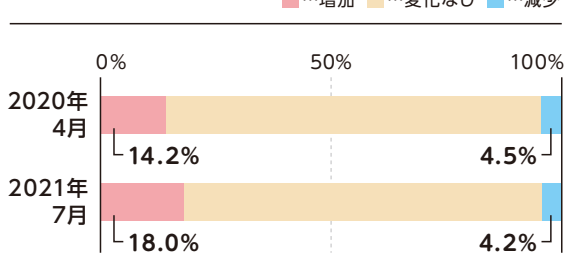
年次	2017	2018	2019	2020	2021
牛乳・乳製品※	13,173円	12,960円	13,219円	13,934円	13,552円

出典:総務省「家計調査」より作成 / 価格は消費者物価指数にてデフレート済

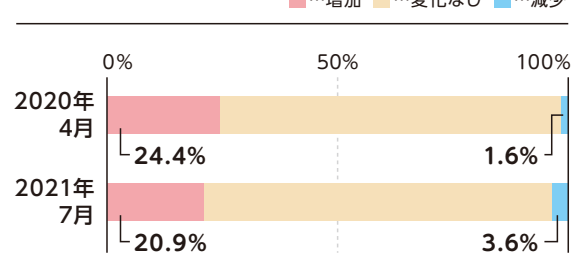
..... コロナ禍前と比較すると、コロナ禍で牛乳類の購入回数・
買物1回あたりの購入量は増加傾向に!

(N数) 20年4月:381 21年7月:3,841

※牛乳類※の購入回数 コロナ禍前と比較して



※買物1回あたりの購入量 コロナ禍前と比較して



※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等が入った乳飲料は含まない。

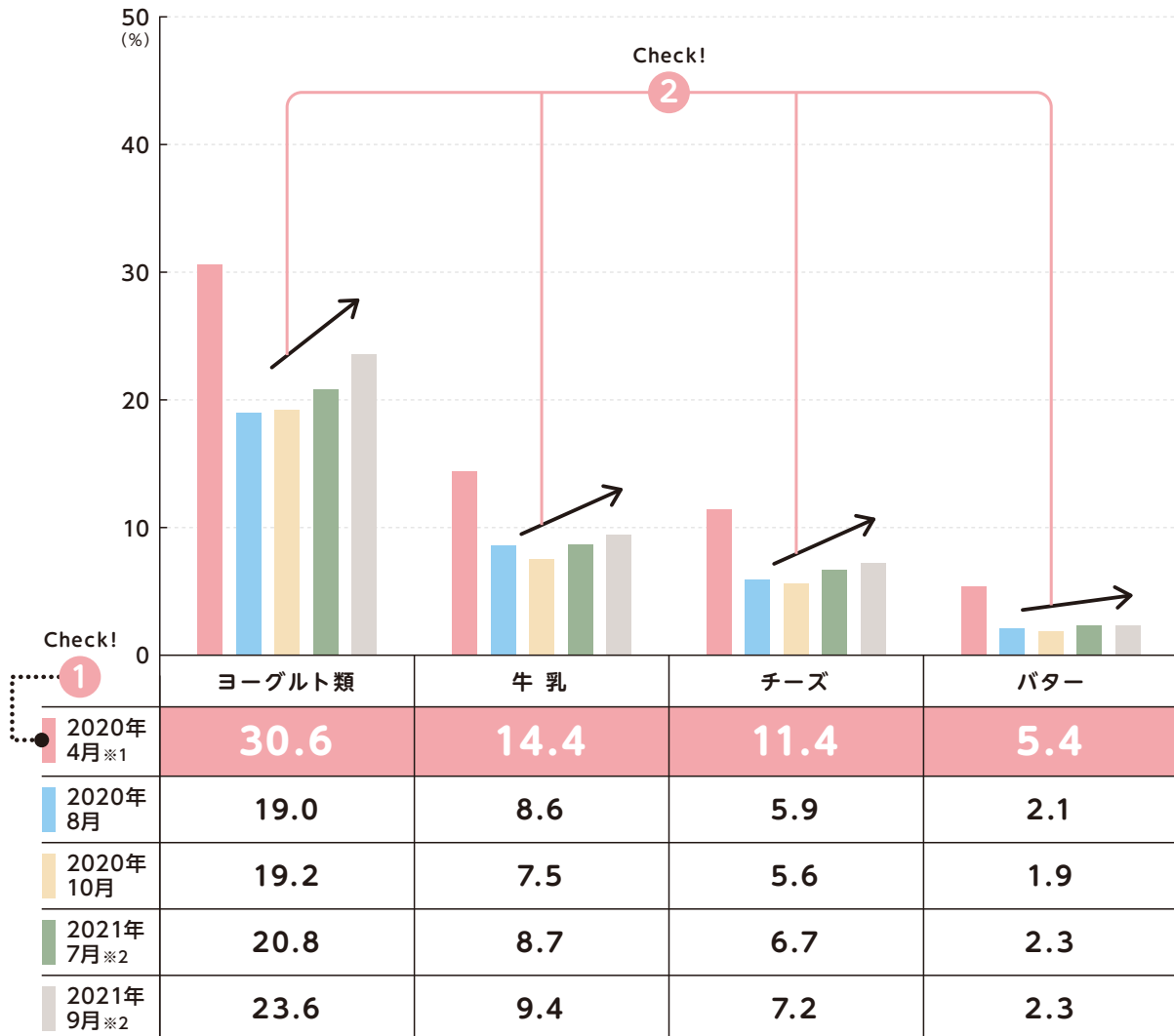
2020年、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う最初の緊急事態宣言が発出されて以降、酪農乳業は学校給食の停止や外食を中心とした業務用需要の落ち込みといった逆風にさらされました。

その一方で、生活者ひとりひとりの牛乳・乳製品の消費支出は大きく伸長し、2021年にはやや減少したものの、それでも高い水準を維持し続けました。また、わたし

たちが実施した2020年と2021年7月の両意識調査でも、家庭における牛乳類の「購入回数」と「買物1回あたりの購入量」は、コロナ禍前と比較すると、明確な増加傾向が確認されました。そのことから新型コロナウイルス感染症による社会的混乱のなか、〈家庭での利用〉が生乳需要に大きく貢献してくれたことがわかります。

牛乳・乳製品の利用増加意識は20年4月に大きく出現！

(N数) 20年4月:500 20年8月:5,000 20年10月:10,000 21年7月:5,826 21年9月:1,000



※調査対象者の年齢は※1が25～69才、※2が15～79才、※1と2以外は15～69才である。

Check! ① ▶ 20年4月の調査では牛乳・乳製品の利用増加意識が大きく高まりました。その背景には、緊急事態宣言下での買いだめやお家時間などでの家庭利用増加の影響が考えられる。

Check! ② ▶ 20年8月の調査以降、牛乳・乳製品の利用増加意識は回復の傾向が確認される。

コロナ禍前に比べて、牛乳・乳製品の利用が増加したという人の推移をみてみます。

すると、最初の緊急事態宣言が出された2020年4月、ヨーグルト類(食べるヨーグルト+飲むヨーグルト)を筆頭に、いずれの牛乳・乳製品も生活者の利用が増加したことがわかります。

(※なお、いずれの調査においても牛乳・乳製品の利用減少者はほとんど確認されませんでした。)

次いで2020年8月時に行った調査では、牛乳・乳製品の利用増加者の割合は、4月時の増加の反動で一旦は減少に転じますが、その後、2021年9月まで続く一連の調査において、牛乳・乳製品の利用増加者の割合は、わずかながらも徐々に回復の傾向が確認されます。このような牛乳・乳製品利用の回復傾向から、生活者の意識や消費環境はコロナ禍の中での新しいスタイルに移行しつつあることが考えられます。

新型コロナウイルス感染症への 恐怖から生まれる2つの対処意識

人々の生活を大きく変えてしまったコロナ禍と、
それにより大きく膨らんだ不安や恐怖の気持ち。
そんな困難に対して人々はどのような対処の意識をもち、
その意識はどのように変化してきたのでしょうか。



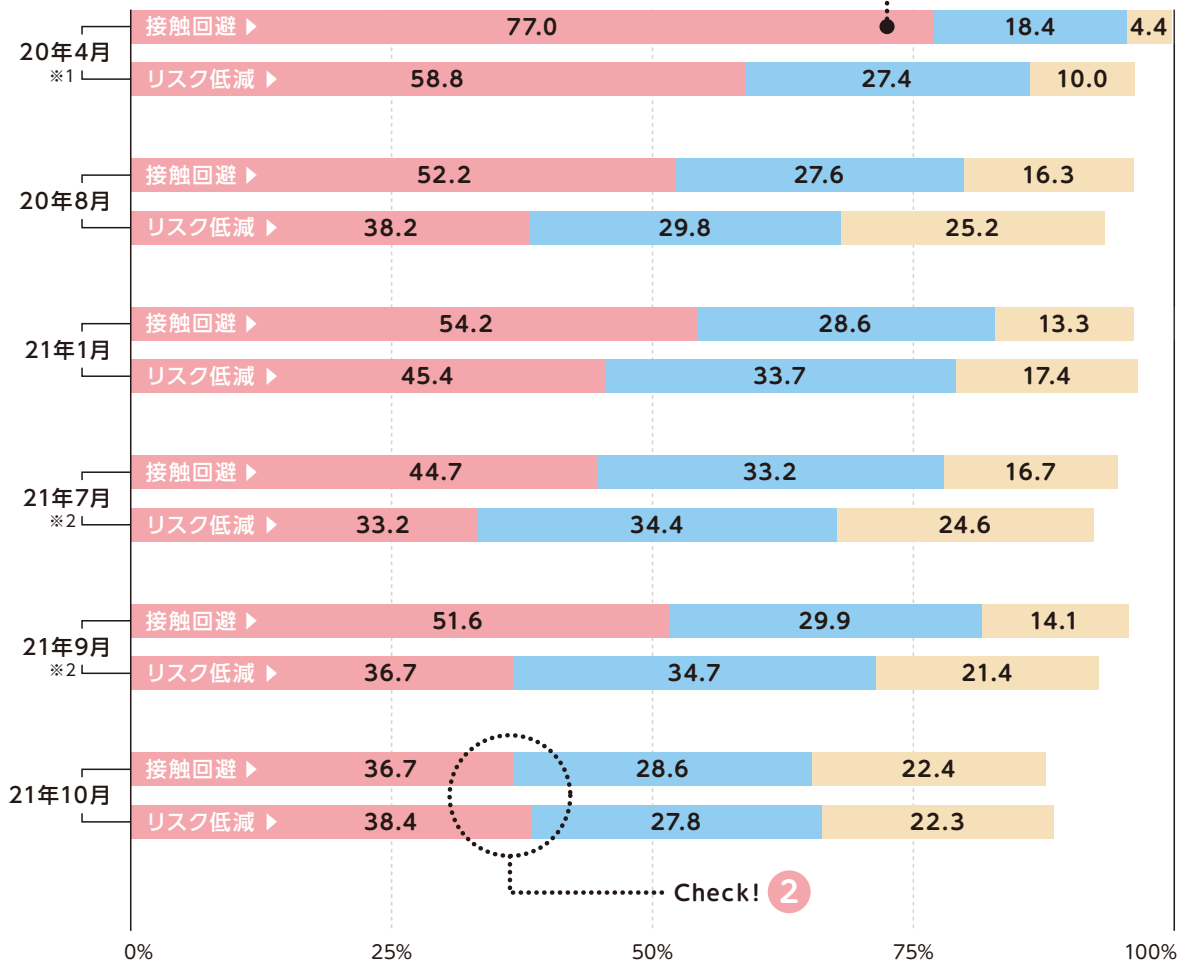
2-1

新型コロナウイルス感染症への恐怖から生まれる2つの対処意識

「接触回避」と「接触時リスク低減意識」の推移

(N数) 20年4月:500 20年8月:5,000 21年1月:1,000 21年7月:5,826 21年9月:1,000 21年10月:10,000

【対処意識】 ■ …とても思う ■ …思う ■ …やや思う



※調査対象者の年齢は※1が25～69才、※2が15～79才、※1と2以外は15～69才である。

Check! ① ▶ 最初の緊急事態宣言下、接触回避の意識が顕著に表れた。

Check! ② ▶ 接触回避の意識が落ち着き、接触時リスク低減と同等に。

2つの対処意識

接触回避 …… 接触機会を出来るだけ減らす行動(外出自粛、テレワークなど)

接触時リスク低減 … 自らの健康・体力・免疫力を高めようとする行動(規則正しい生活など)

さて、新型コロナウイルス感染症の脅威に対して、生活者はどのように対処していったのでしょうか。私たちは最初の緊急事態宣言が発出された2020年4月から、生活者の2つの対処意識、ひとつは新型コロナウイルスとの接触機会を出来るだけ無くそうとする【接触回避】の意識、もうひとつは新型コロナウイルス感染症の感染リスクにさらされたとしても、その悪影響を抑えるために自らの健康・体力・免疫力を高めようとする【接触時リスク低減】の意識を、継続的に確認してきました。

その結果、2020年4月時点で、接触回避では、生活者の約8割が強く思うとともに、接触時リスク低減においても約6割が強く思う状態でしたが、その後は徐々に減少し、2021年10月にはいずれも4割以下にまで低下しました。特に、【接触回避】意識の低下は大きく、【接触時リスク低減】の意識と比較すると、2020年4月時点では明らかに【接触回避】の意識が強かったのが、2021年の10月には【接触回避】と【接触時リスク低減】がほぼ肩を並べるようになりました。

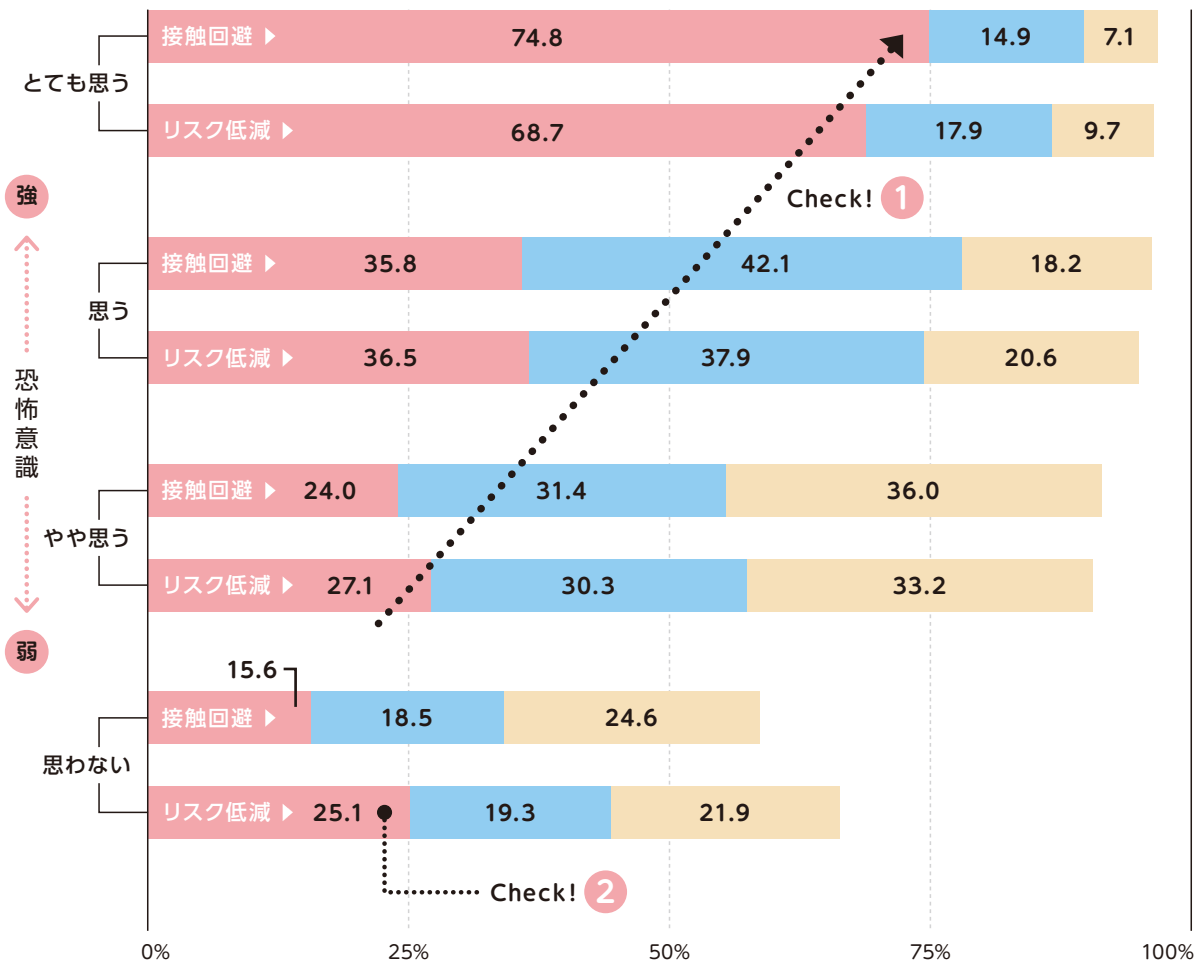
2-2

2つの対処意識と恐怖意識の強弱における関連性

..... 2021年10月時点の2つの対処意識と恐怖意識の関連性

(N数) 21年10月:11,500

【対処意識】 ■…とても思う ■…思う ■…やや思う



※調査対象者の年齢は15～69才である。

Check! ① ▶ 恐怖意識が強いほど【接触回避】の意識も【接触時リスク低減】の意識も強い。

Check! ② ▶ 恐怖意識が弱くなると【接触回避】の意識よりも【接触時リスク低減】の意識が強くなる。

ここで、2021年の10月時点において、生活者が感じる【接触回避】と【接触時リスク低減】への対処意識がどのように表れているかについて、新型コロナウイルス感染症に対して感じる不安や恐怖の強弱の視点から分析してみます。すると、いずれの対処意識も不安や恐怖が強い人ほど強く、または、弱い人ほど弱くなっていることがわかります。

このことから、2つの対処意識が低下していった背景には、2020年4月から2021年の10月にかけて新型コロナ

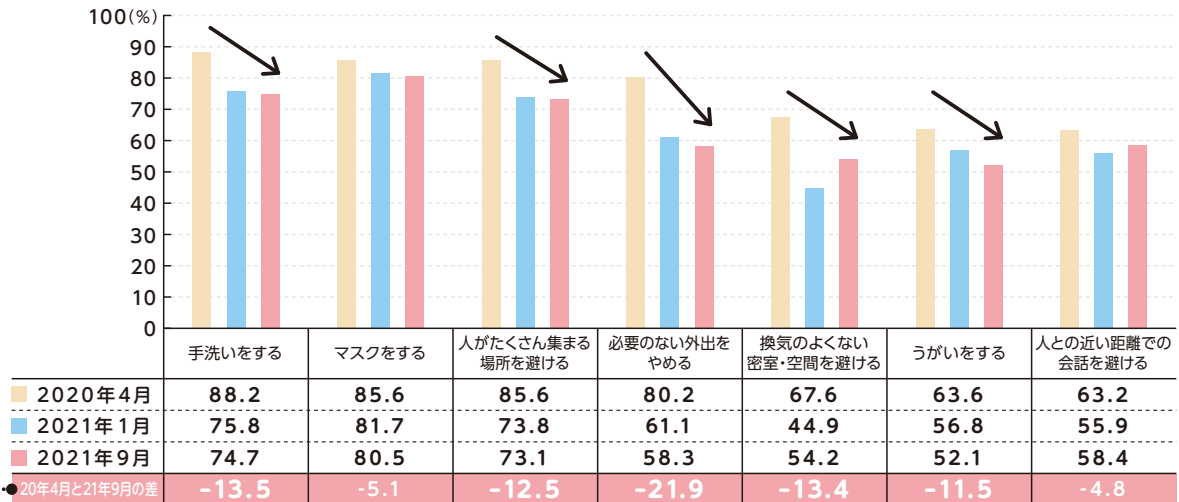
ウイルス感染症に対して感じる不安や恐怖が弱くなったことが挙げられます。

なお、特に不安や恐怖の意識が弱い人たちの2つの対処意識に着目すると【接触回避】の意識よりも【接触時リスク低減】の意識の方が高くなる傾向があります。このことから今後、生活者全体の新型コロナウイルス感染症に対する不安や恐怖の意識が弱まることで、対処意識の重心は【接触回避】から【接触時リスク低減】へと移っていくことが予想されます。

..... 接触回避と接触時リスク低減に対する具体的な取り組みの推移

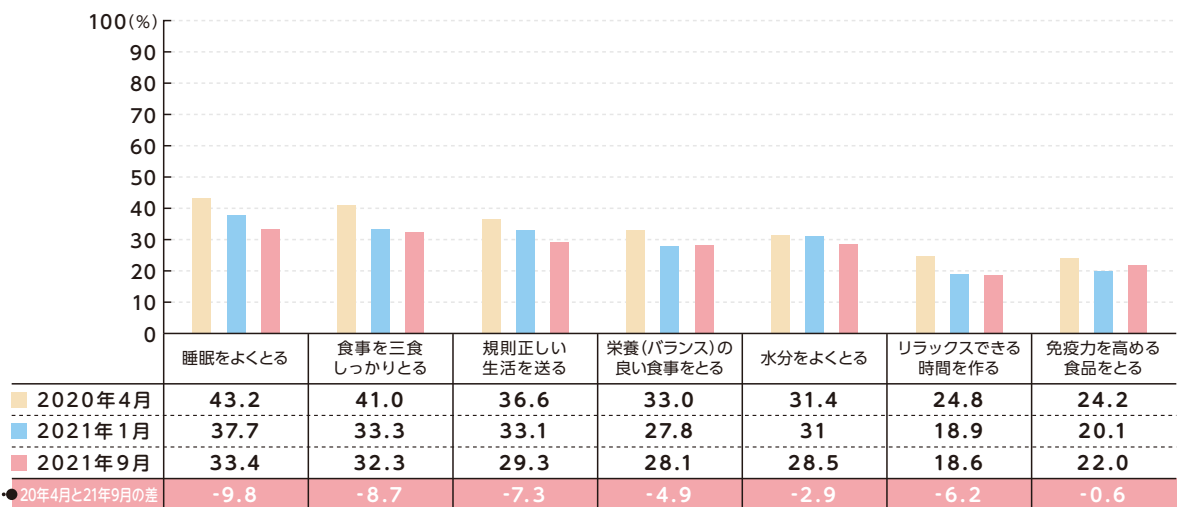
(N数) 20年4月:500 21年1月:1,000 21年9月:1,000

■ 接触回避の具体的な行動



Check! ① ▶ 接触回避行動は一部の項目を除き、調査開始当初と比べ、意識が著しく低下している。

■ 接触時リスク低減の具体的な行動



Check! ② ▶ 接触回避同様、リスク低減における具体的な取り組みも減少傾向ではあるが、その減少幅は狭く、リスク低減への取り組みの定着が見受けられる。

前項で取り上げた、生活者の新型コロナウイルス感染症に対する2つの対処意識、【接触回避/接触時リスク低減】のそれぞれにあてはまる具体的な取り組みの内容を確認します。最初の緊急事態宣言が出された2020年4月時の調査では、【接触回避】にあたる具体的な取り組み(手洗いをする/マスクをする/人がたくさん集まる場所をさけるなど)は、【接触時リスク低減】にあたる具体的な取り組み(睡眠をよくとる/食事を三食しっかりとる/規則正しい生活を送るなど)よりも多くの人が取り組んでいます。

その傾向は、その後の調査においても変わりませんが、【接触回避】にあたる具体的な取り組みをする人が一部を除いて大きく目減りしていくのに対して、【接触時リスク低減】にあたる具体的な取り組みをする人はいずれの項目においても大きな目減りをしていません。すなわち生活者の新型コロナウイルス感染症に対する対処意識の重心は、前項で確認した意識の傾向のみならず、実際の行動においても、【接触回避】から【接触時リスク低減】にむけて変化してきていることが確かに確認できます。

2-4

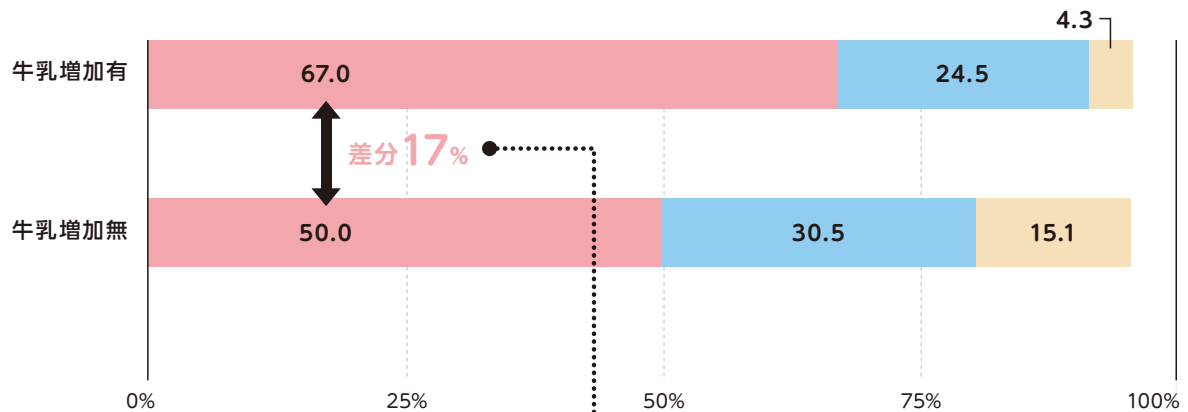
2つの対処意識と牛乳の利用増加の有無との関連性

…… 2021年9月時点の2つの対処意識と牛乳の利用増加の有無との関連性 ……

(N数) 牛乳増加有:94 牛乳増加無:906

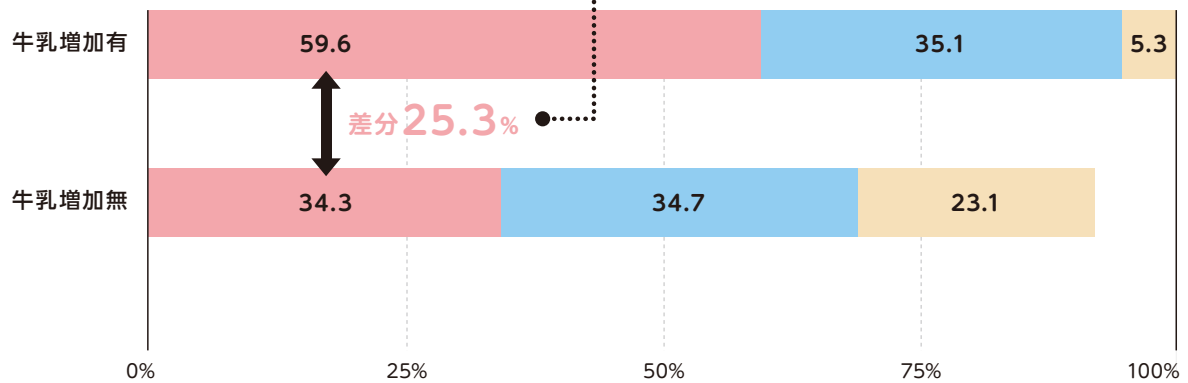
【対処意識】 ■ …とても思う ■ …思う ■ …やや思う

接触回避



Check! ①

接触時リスク低減



Check! ① ▶ 2つの対処意識と牛乳利用増加の有無の関係性について、リスク低減の意識差が大きい傾向に。

前項で取り上げた【接触回避】と【接触時リスク低減】の意識について、牛乳の利用増加の有無との関連をみると、2021年9月時点の調査において、牛乳の利用が増加した人は、そうでない人よりも【接触回避】と【接触時リスク低減】をどちらもより強く意識していることがわかります。一方、牛乳の利用が増加した人とそうでない人の意識差をさらに詳しく見てみると、興味深いことに【接触

回避】より【接触時リスク低減】の意識差の方が大きくなっています（※接触回避グラフの差分よりも接触時リスク低減グラフの差分の方が大きい）。そのことから牛乳の利用増加は、【接触回避】よりも【接触時リスク低減】の意識によって、より強く後押しされていることが伺えます。

日本への乳製品の伝来は飛鳥時代

日本の乳製品の歴史は、飛鳥時代(592～710年)にまで遡ります。欽明天皇(在位531～571年)の治世下、百済からの渡来人・智聡がもたらした医薬書164巻の中に、牛乳の薬効や乳牛の飼育法の記述があり、これにより日本人は搾乳や牛乳について知るようになったと考えられています。

智聡の子・善那は、孝徳天皇(在位645～654年)に初めて牛乳を献上しました。天皇は牛乳を「人の体をよくする薬」としてとても喜び、善那は「和薬使主(やまとのくすしのおみ)」の姓を拝命し、医療・調薬を担当する部署である典薬寮で、乳牛の飼育や牛乳の調達、乳製品製造などを管理する「乳長上(ちちのおさのかみ)」に着任したと言われています。

その後、酪農は関東から九州にまで広まり、927年には牛乳を10分の1に煮詰めた乳製品「蘇(そ)」を税として納める「貢蘇(こうそ)」の制度が確立されました。また984年には日本で最古の医術書「医心方」に、「牛乳は全身の衰弱を補い、通じを良くし、皮膚を滑らかに美しくする」と古代乳製品の効用と解説が記されており、乳製品は薬用として貴族の間で重宝されました。

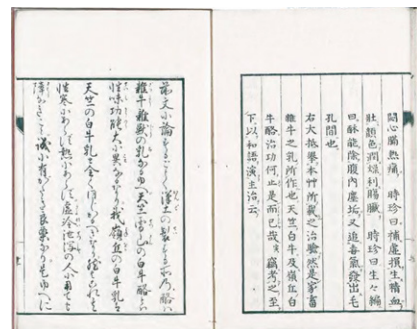
平安末期にはじまる牛乳・乳製品・冬の時代

しかし、平安末期になって武士が台頭してくると朝廷の権力が衰え始め、軍馬の生産に力が注がれるようになりました。その影響から貢蘇(こうそ)の制度は廃れ、牛乳・乳製品も記録の中から消え去ってしまいます。

江戸時代には薬用として復活

江戸時代になると、再び乳製品の製造が復活の兆しを見せます。享保年間(1716～1736年)、8代将軍徳川吉宗は安房嶺岡(現在の千葉県南房総市)に牧場を開設し、牛乳を煮固めた「白牛酪(はくぎゅうらく)」を製造しました。白牛酪は非常に貴重なもので、病人はそれを削って薬用品として利用されたと伝えられています。

日本初の乳製品専門書 ▶
白牛酪考(はくぎゅうらくこう)



明治時代になって広がりを見せた牛乳の健康価値

1870(明治3)年、福沢諭吉は「肉食之説」を著しました。これはその前年、東京・築地において設立され、牛肉や牛乳の販売を始めた半官半民の食品会社「牛馬会社」が制作・配布したものです。そこでは「万病に効く薬」「不老長寿が実現する」「頭がよくなる」などと牛乳が礼賛されています。

また1872(明治5)年、明治政府の命を受けて国学者の近藤芳樹は「牛乳考」を著しました。そこでは前述の孝徳天皇と善那の史実に触れながら、「牛乳が西洋伝来のもので穢れていると考えるのは間違い」と強調され、また牛乳は「補益の最上なる良薬」とし価値ある飲み物だと説かれています。

こうして牛乳について触れている古い文献を追ってみると、近代的な栄養学・医学が発展する遥か前から、日本人は牛乳・乳製品に対して、健康によいという価値を感覚的に見出していたことがわかります。

コロナ禍で牛乳利用が 増加した理由

コロナ禍において増えた牛乳・乳製品の利用。
ここでは特に牛乳の利用が増えた人の意識に着目し、
その原因について、より具体的に探ってみます。

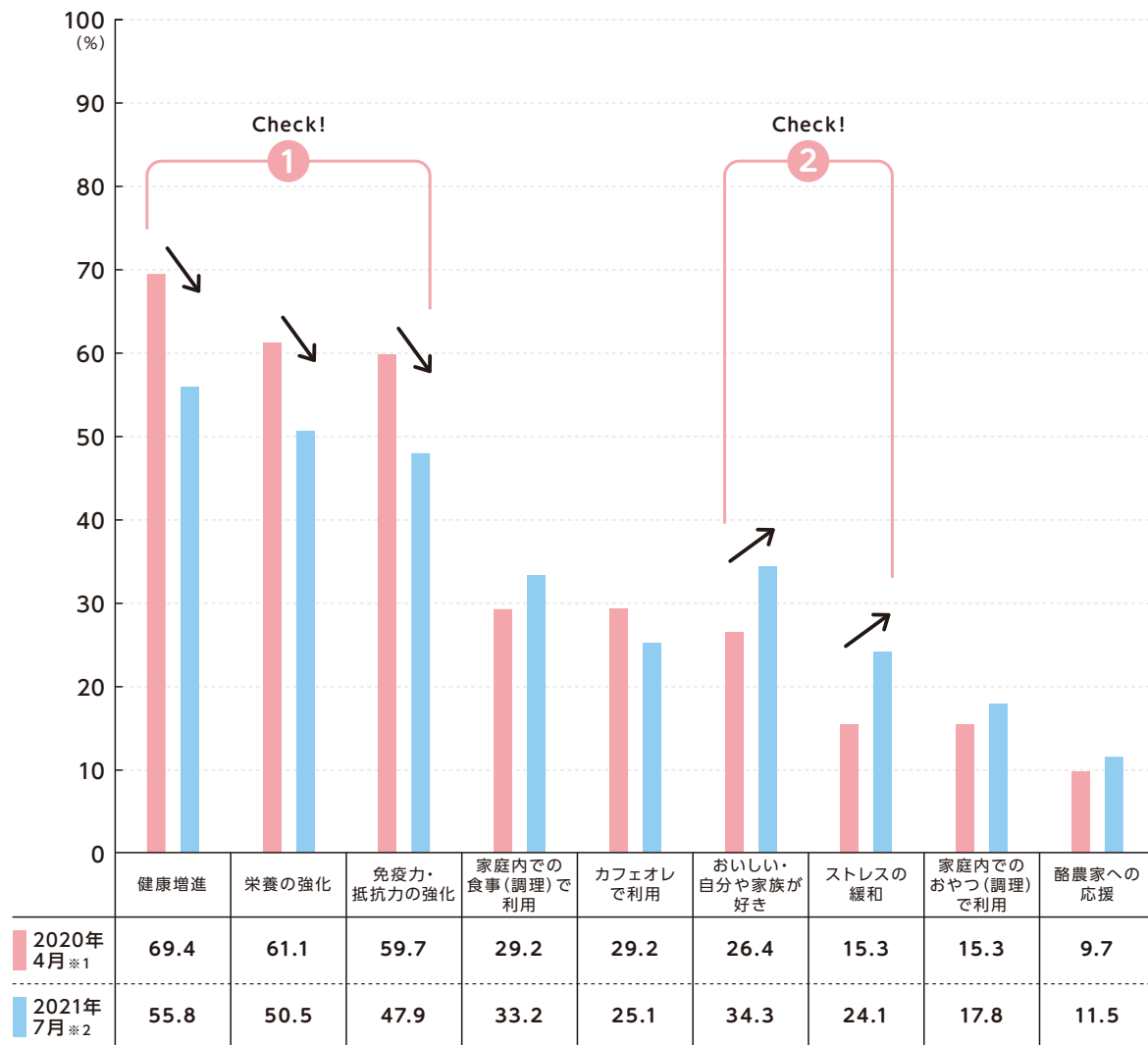


3-1

コロナ禍で牛乳利用が増加した理由

…………… 機能価値イメージと情緒的価値イメージの具体的内容に対する推移 ……………

(N数) 20年4月:72 21年7月:382



※調査対象者の年齢は※1が25～69才、※2が15～69才である。

Check! ① ▶ 「健康増進」「栄養の強化」などの機能的価値イメージは依然として高いが、当初より低下。

Check! ② ▶ 「おいしい・好き」「ストレス解消」などの情緒的価値イメージが伸長。

(コロナ禍前との比較で)牛乳の利用が増加した理由を2020年4月の調査で生活者に尋ねたところ、「健康増進／栄養の強化／免疫力・抵抗力の強化」といった【接触時リスク低減】の理由が多く回答されました。これより、【接触時リスク低減】に関する期待感が牛乳・乳製品の利用増加を強く促したことが伺えます。

それからしばらく経ち、2021年7月時の調査で同様の問いを牛乳利用増加者にしたところ、【接触時リスク低減】の回答が多いことには変わりありませんでした。

しかし、その回答率は、2020年4月時に比べてやや低減しており、その代わりに「おいしい・自分や家族が好き／ストレスの緩和」といった理由が伸長しました。

これらのことから、新型コロナウイルスの影響下において生活者は、【接触時リスク低減】に役立つ機能への期待感から牛乳・乳製品の利用を増やし、そうやって利用を継続するなかで、牛乳・乳製品のおいしさや、そこにある情緒的価値にも気づいていったことが伺えます。

3-2

情緒的価値イメージ^{*}に関する生活者からの声をご紹介します

*おいしさやストレスの緩和など

「新型コロナウイルス」の感染が拡大以降、
牛乳を「おいしい」と実感したときに印象的なことを記述してもらいました。



フルグラにかけるとか、ココアにして飲むとか、より美味しいと感じるものにする
ことによって、役立っています。おいしいと、ストレスが緩和されるからです。

10代
女性10代
男性

寂しいときに牛乳を飲んだときにすごくおいしく感じた。



コロナ禍以前はあまり家にいることがなく牛乳を飲む機会がなかったが、朝ごはんをしっかり食べる
ようになり今まで飲まなかった牛乳を飲んだり料理に使うことでおいしさを改めて感じた。

20代
女性20代
男性

運動不足だったのでジョギングをして風呂に入った
後に牛乳を飲むようにした。朝、寝起きに飲むより
もかなりおいしいと感じるようになった。

おいしいから飲んでると幸せ
になる。

20代
女性

牛乳高くなってからあまり飲まなくなったがコロナがはやるようになって免疫力アップ
を期待して飲むようになり、普段飲まない高い牛乳を飲んだときにおいしかった。

30代
女性30代
男性

リラックスに良いと思う。

夜遅くに寝る前、落ち着かない時に牛乳を飲んだら、
ホッ、としたこと。

30代
女性

牛乳が好きなので、毎日飲んでいますが、好きなものを飲んだり食べたりできる
ことを嬉しく思いながら毎日過ごしているので、好きな牛乳を飲むとホッとした
気持ちになり、ストレスの緩和に繋がっていると思います。

40代
女性40代
男性

筋トレ後に飲んでいるのでストレス解消になっている。



もともと牛乳や乳製品が好きなのですが、特にココア(牛乳で作ります)
やホットミルクは飲むとホッとします。成分云々も勿論あるでしょうが、
それを楽しむ時間が安らぎをくれるような気がします。

50代
女性50代
男性

味の違う牛乳を飲みました。口の中の広がり方が違いました。
草の味もしました。新鮮な感覚を久しぶりに感じました。



牛乳を飲む習慣はなかったが、健康意識が高まって、飲むようになった。
コーヒーやカレーなどに入れると味がよくなることに気付いた。

60代
女性70代
男性

今まで無意識・習慣的に飲んでいたが、ふとコロナ禍での牛の
飼育・生産現場のことを思うと改めておいしさを実感した。



ウィズコロナに向けて

今後、新型コロナウイルスとの共存を
模索していく毎日の生活の中で、
牛乳・乳製品は人々に対して、
どのような価値を提供していくべきなのでしょうか。



Think New Life, Think WITH MILK

日本で新型コロナウイルス感染症の拡大による最初の緊急事態宣言が出されてから、この4月で2年が経過します。その間、私たちはこれまでと大きく異なる《衛生》への取り組みを余儀なくされ、それまで当たり前に行っていたことが出来なくなり、生活全般が大きく制限されました。

それは多くの人にとって、決して愉快とはいえない日々だったと思います。

でも、そのような毎日を送るなか、生活者はこれまで以上に牛乳・乳製品を求め続けてくれました。

その背景にある意識をつぶさに分析してわかったのは、牛乳・乳製品を求め続けてくれた人々はただ委縮して我慢ばかりをしていたわけではなく、時には自らの《健康・体力・免疫力》を高めるという前向きな気持ちでの自衛を試み、また同時に《おいしさ・楽しさ》といった幸福を求める気持ちを忘れていなかったということです。

そして、この《健康・体力・免疫力》という機能と、《おいしさ・楽しさ》という欲求が相反せず、互いを高めるように共存させているのが、牛乳・乳製品の特徴的な価値であるということです。

これからの生活においても、新型コロナウイルスとの共存を今まで以上に模索していくことになりますが、生活者は前向きな気持ちを失わず、人それぞれに幸福を求め続けることでしょう。そんな人々に寄り添い、ますます人々の役に立つ取り組みを行うことは、牛乳・乳製品に求められる社会的責任であると同時に、牛乳・乳製品がより多くの人々から愛されることにつながる大きなチャンスでもあり、私たちは考えています。

2022.03 for J-milk.

これまでにJミルクが発信してきたコンテンツの中から、
ウィズコロナの食生活を豊かに、
楽しく過ごしていくために役立つコンテンツを
ご紹介いたします!!

新型コロナウイルス感染症関連情報

新型コロナウイルス感染症に関連した牛乳・
乳製品の様々な情報について包括的にまと
めています。



免疫機能と感染症：食生活や牛乳・乳製品の役割 (2020年10月)

免疫機能と感染症に関連した牛乳・乳製品
の役割について科学的な知見よりまとめて
います。



Milk Recipe (ミルクレシピ)

栄養価が高くおいしい牛乳・乳製品を使った
おすすめレシピを公開しています。



WITH MILK

Awareness survey report on COVID-19.

Report for 2021



一般社団法人 **Jミルク**
Japan Dairy Association (J-milk)

WITH MILK 新型コロナウイルス感染症に関する意識調査のご報告

発行日/2022年3月 編集・発行/一般社団法人 Jミルク

後援/独立行政法人農畜産業振興機構 2021年度生乳需要基盤確保事業

〒101-0062 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

TEL:03-5577-7494 FAX:03-5577-3236