

牛乳乳製品に関する 食生活動向調査2021

2022年 7月 4日



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

Jミルクが実施する「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」は、2012年度より毎年実施されているインターネットを活用した全国1万人の大規模消費者調査です。本調査の目的は、①わが国における牛乳乳製品の価値向上を推進し、戦略の構築と改善を行うための基本情報を得ること、②Jミルクのマーケティング関連事業の効果検証の基礎とすること、などです。

新型コロナウイルス感染症のパンデミックから徐々に回復しつつある社会や経済にあって、わが国においても取り組みが本格化してきているSDGs（持続可能な開発目標）に対する生活者の意識や行動を把握することは、酪農乳業界にとっても、今後の産業の発展を考える上で非常に重要な要素であります。本報告では、Jミルクが毎年実施している牛乳乳製品に関する2回の食生活動向調査の実施を通して、生活者における意識動向の検討を行いました。

また、新型コロナウイルス感染の影響により、業務用需要を中心とした牛乳消費の低迷が続いているなか、飲用需要が減り、学校が冬休みに入る年末年始に、乳製品などに加工しきれない生乳が発生する可能性があるといった生乳廃棄問題が、2021年の師走から世間を騒がせました。そこで、牛乳消費拡大に向けての基礎データを取得することを目的として、生活者に対して生乳廃棄問題に対する追加の意識調査を実施し、この問題における生活者の認識や牛乳乳製品の消費行動への影響についても検討を行いました。

本調査報告書は、毎年実施している牛乳乳製品に関する2回の食生活動向調査の結果と生乳廃棄問題に関する追加調査の結果とを要約したものです。これらの調査結果の詳細については、業界関係者及び研究者に対して広く公開してまいりますので、是非、ご活用ください。

2022年7月
一般社団法人Jミルク

◆ 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

- 牛乳乳製品に関する食生活動向調査（一次調査）： 2021年10月29日（金）～ 10月31日（日）
- 牛乳乳製品に関する食生活動向調査（二次調査）： 2022年1月27日（木）～ 1月30日（日）
- 年末年始の生乳廃棄問題に関する意識調査（追加調査）： 2022年1月26日（水）～ 1月30日（日）

◆ 対象属性

- 全国の15歳～70歳代の男性・女性

◆ サンプル数

- 牛乳乳製品に関する食生活動向調査（一次調査）： 11,500
- 牛乳乳製品に関する食生活動向調査（二次調査）： 600
- 年末年始の生乳廃棄問題に関する意識調査（追加調査）： 5,000

◆ 割付

- 牛乳乳製品に関する食生活動向調査（一次調査）： 2020年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。
- 牛乳乳製品に関する食生活動向調査（二次調査）： 牛乳利用の増減×植物性食品利用の増減の各分類（一次調査結果に基づく）から、性別、年代別で割付。
- 年末年始の生乳廃棄問題に関する意識調査（追加調査）： 2020年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。

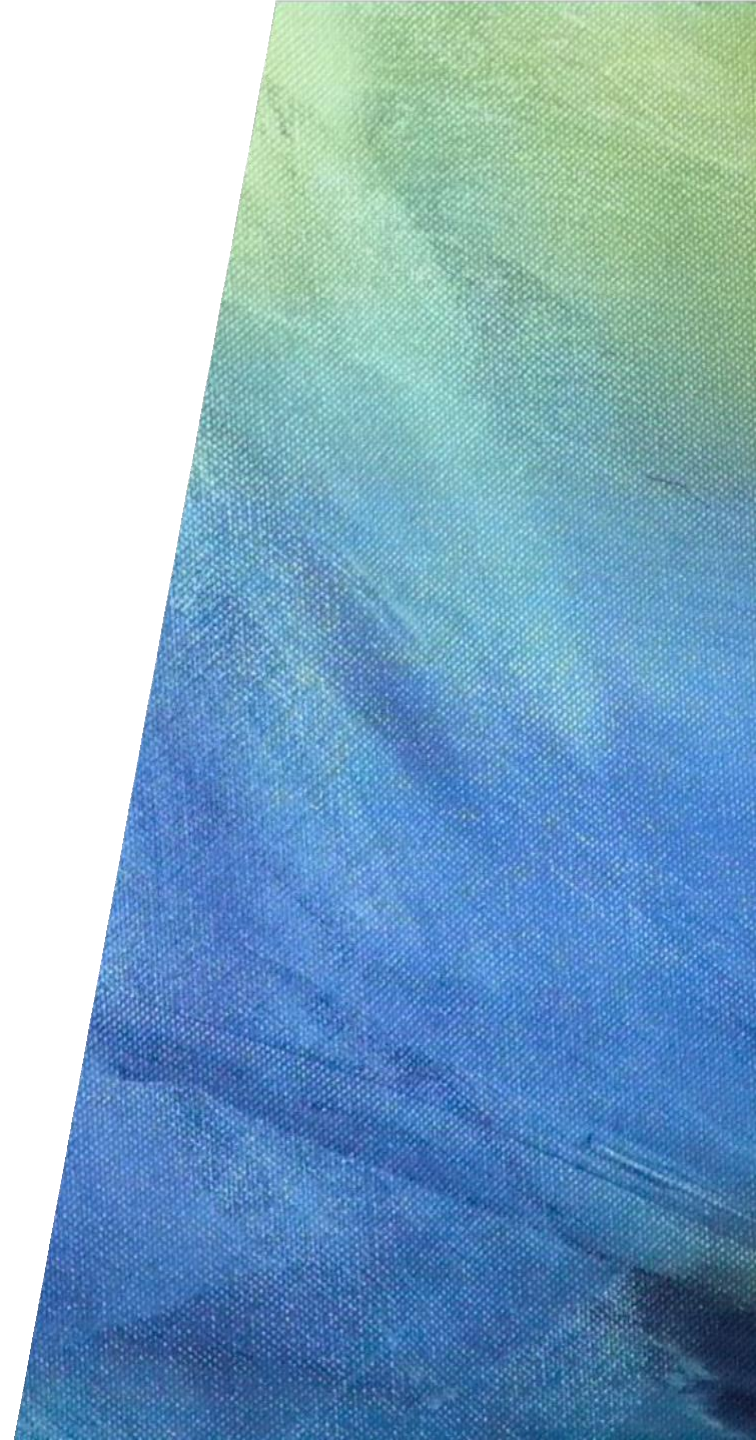
◆ 牛乳類の定義

- 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等が入った乳飲料は含まない。

1. 牛乳類の購入
2. 牛乳類の飲用・利用
3. 牛乳のおいしさの認知、乳和食・記念日の認知、牛乳乳製品の話題の接触
4. 牛乳とその他の食品との消費変化
5. SDGs・エシカル（倫理的）消費に対する生活者意識
6. 生活者における酪農乳業への期待
7. 若年層（10代後半）と牛乳との関わり合い
8. 生乳廃棄問題に関する意識

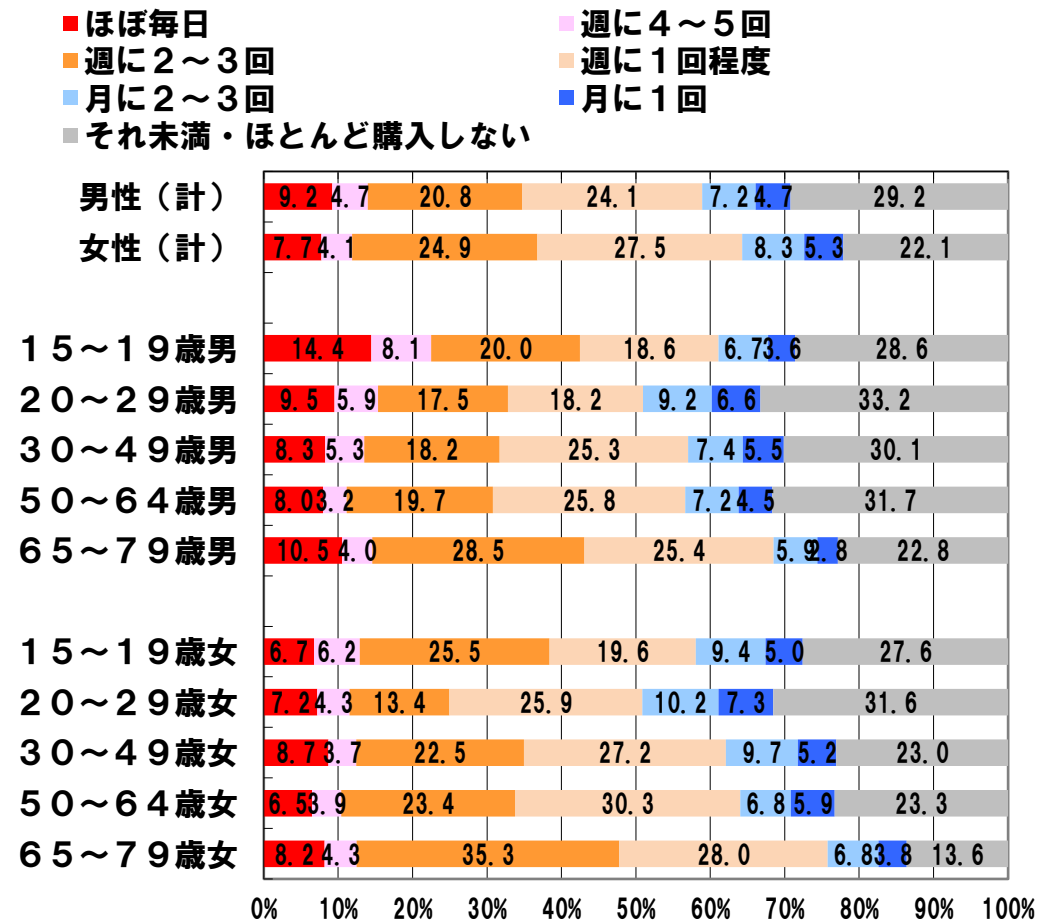
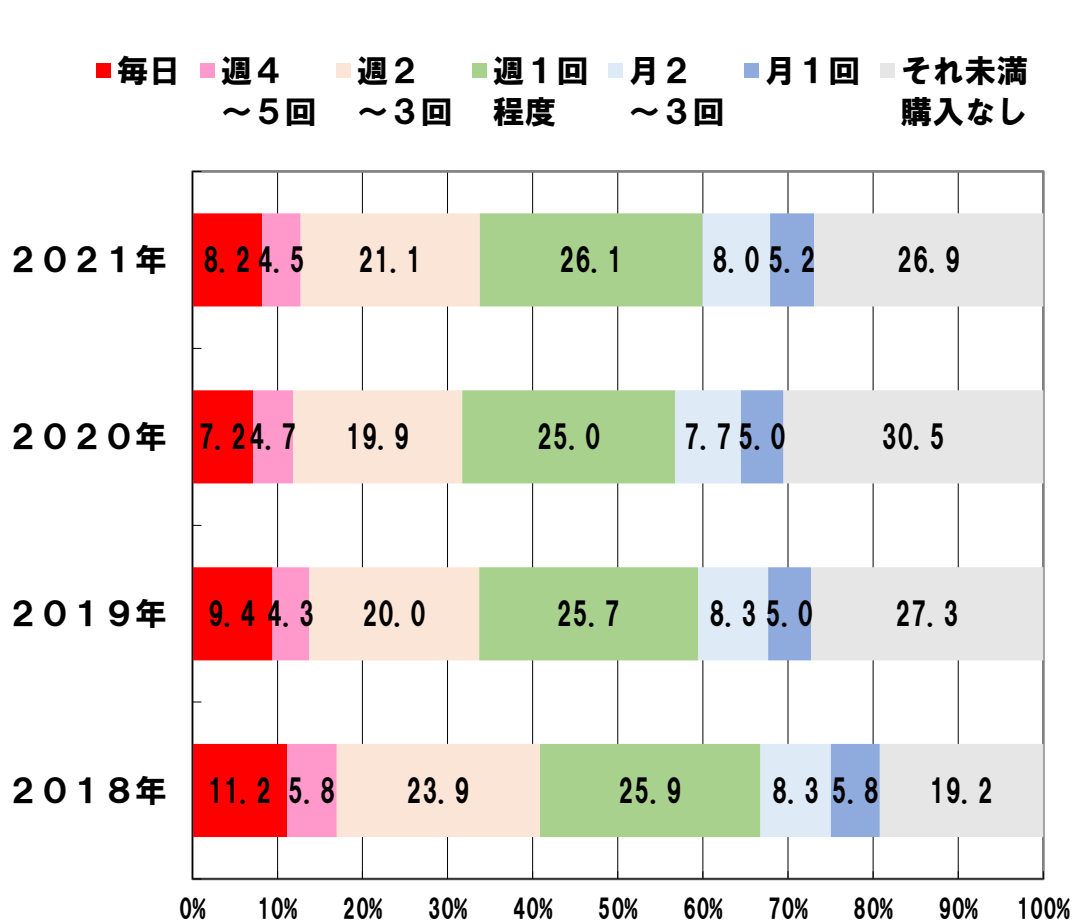
【参考】新型コロナウイルス感染症禍における牛乳・乳製品の消費動向

1. 牛乳類の購入



牛乳類の購入頻度（一次調査結果）

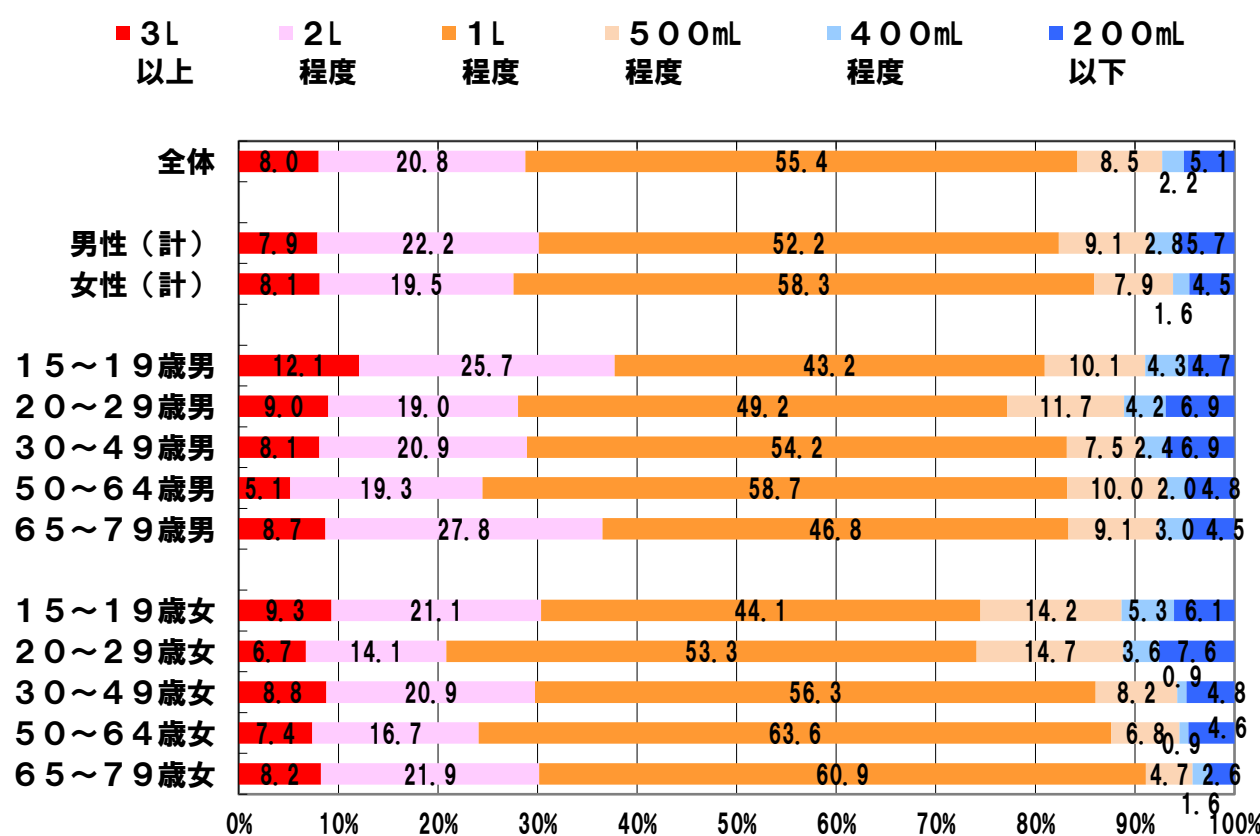
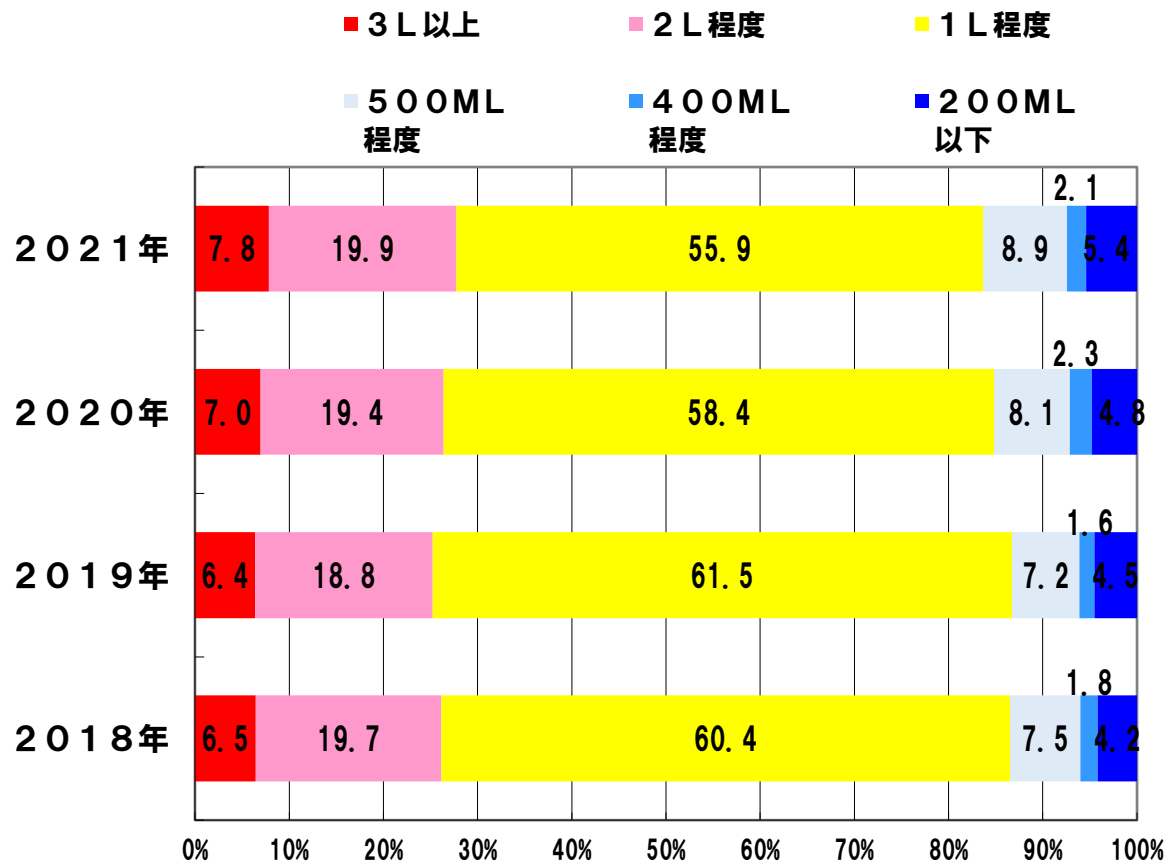
問：いま現在、あなたは家族で飲むためのものも含めて、どれくらい牛乳類を購入していますか。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。
 （※宅配サービスを利用している方は、配達される回数も含んでお答えください。）



- 牛乳類の購入頻度は年々減少傾向にあったが、2021年度はやや落ち着いてきている状況である（左図）。生活者の約6割が週1回以上購入しており、牛乳類は、生活に欠かせない食品のひとつとして位置づけられている。
- 2021年度の購入頻度を見ると、牛乳類消費は女性や高齢層により支えられていると考えられる（右図）。

牛乳類の購入量（一次調査結果）

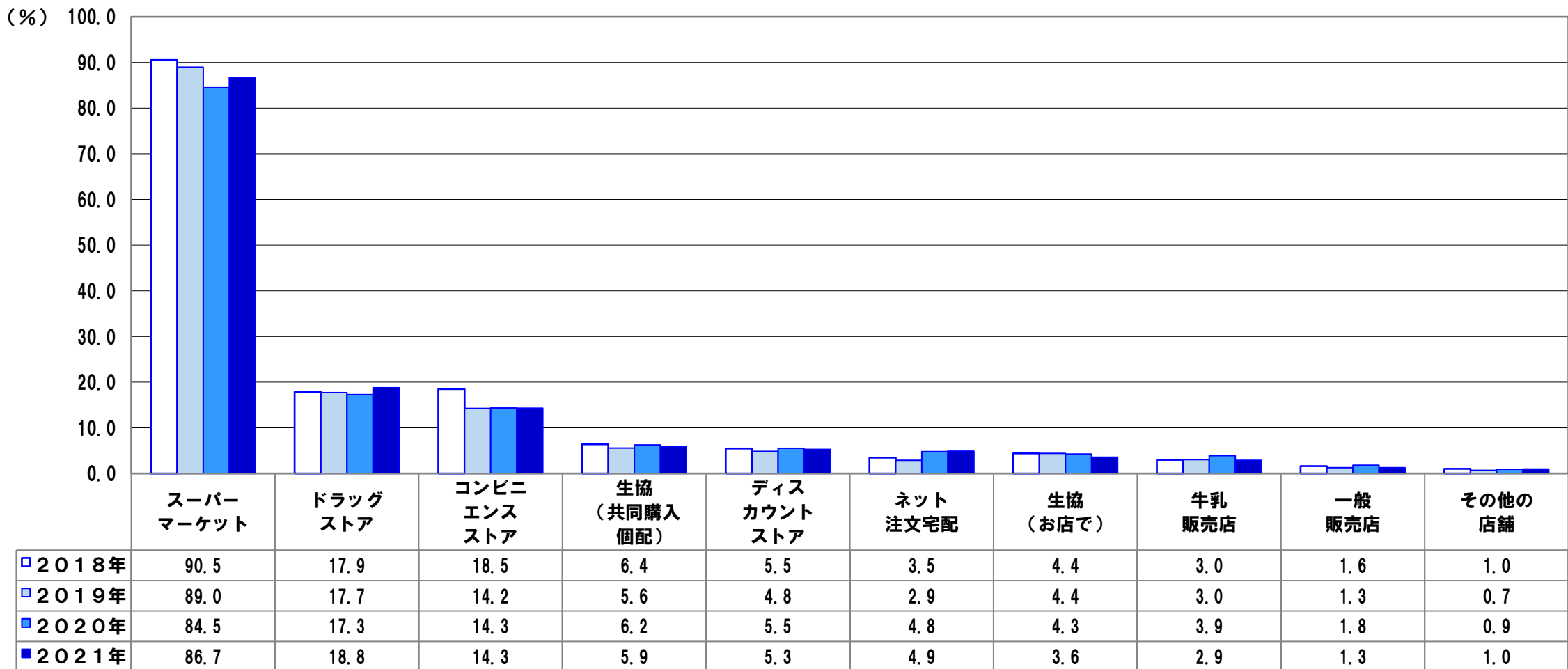
問：いま現在、あなたが牛乳類を購入する際の、1回あたりの購入量(だいたいの平均)をお知らせください。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。



- 1回あたりの購入量に年ごとの大きな変化は見られないが、1回あたり2リットル以上と500mL以下の少容量がやや増加傾向にあることが確認される（左図）。
- 2021年度の購入量を見ると、男性、女性ともに高年齢層になると、1回あたりの購入量が増加する傾向にある。この要因には、夫婦での買い物でまとめ買いをしたり、健康増進のためや、カルシウム不足を牛乳類によって補おうとする気持ちが働いている、等といったことが考えられる（右図）。

牛乳類の購入場所（一次調査結果）

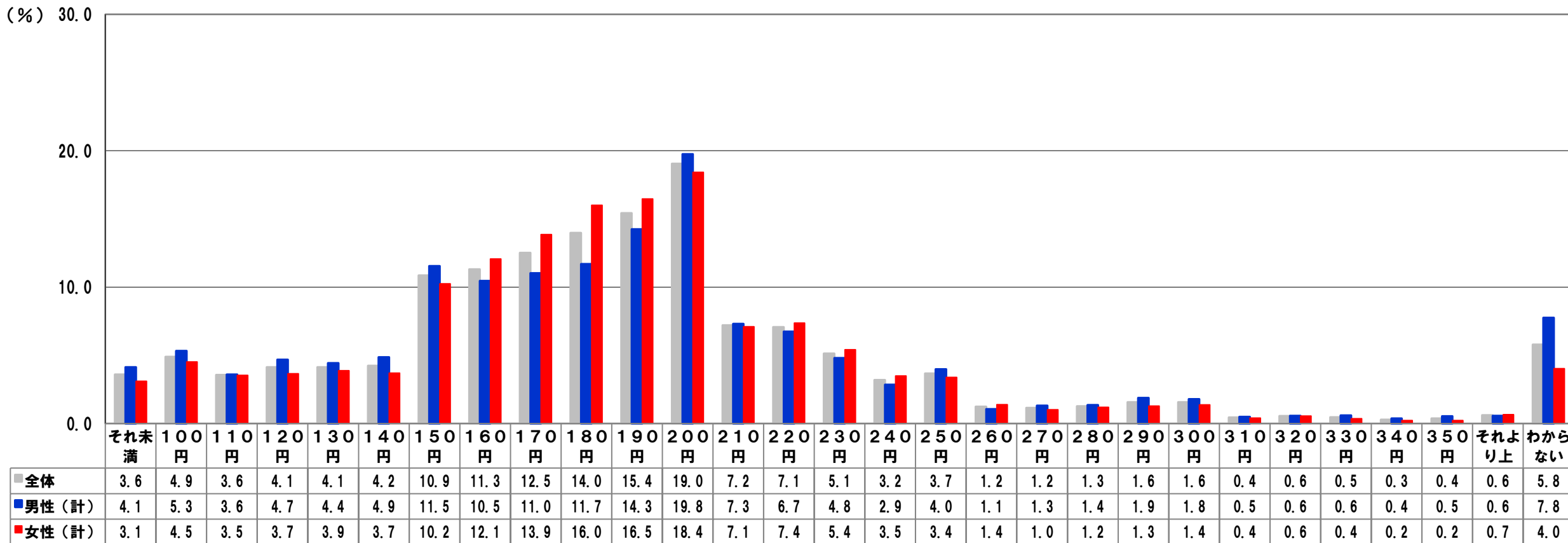
問：あなたが牛乳類（※）を購入する際に、この一ヶ月で利用したことがある購入場所をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



➤ 昨年減少した「スーパーマーケット」や「ドラッグストア」での利用はやや増加した。その一方、コロナ禍に増加した「ネット注文宅配」はほぼ変化がなかった。

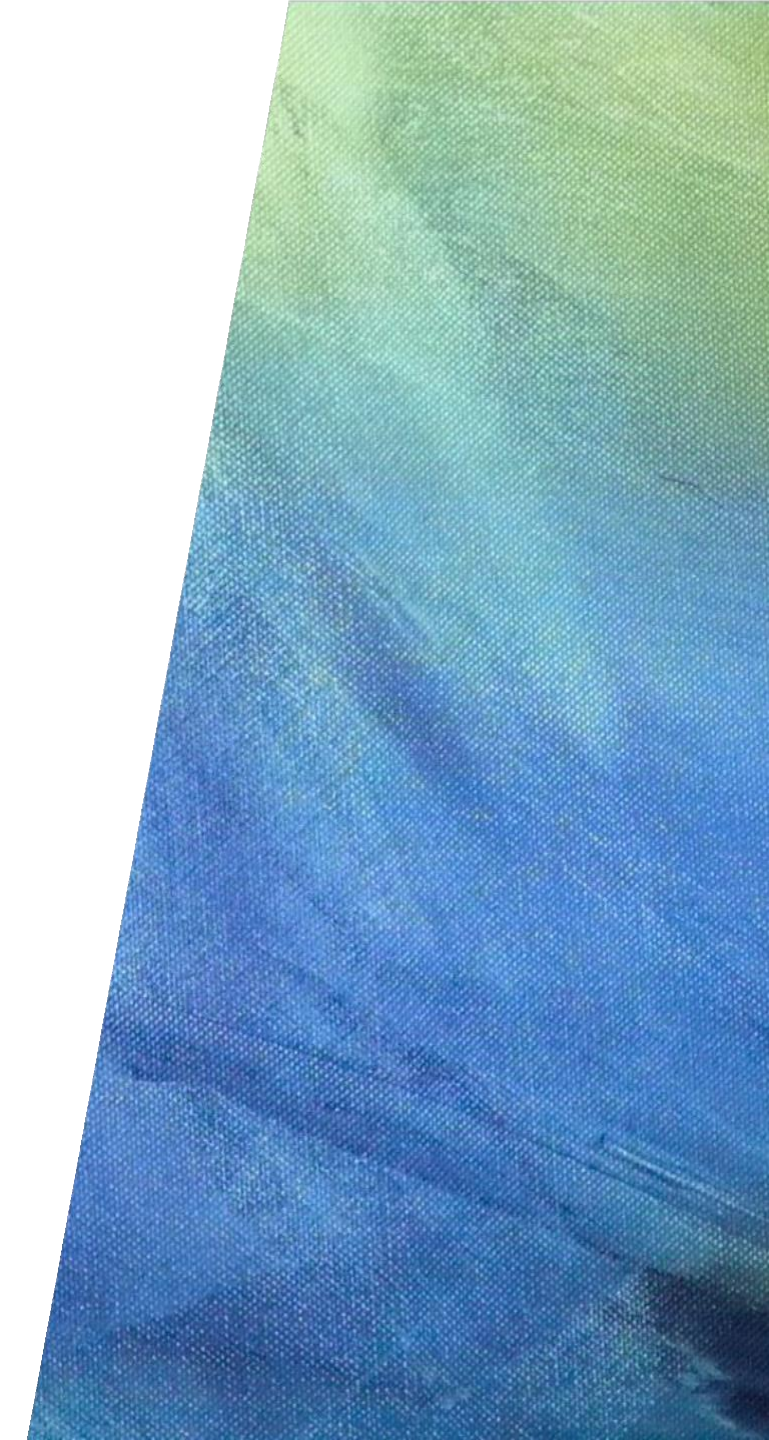
牛乳類を購入する際の価格帯（一次調査結果）

問：いま現在、あなたが購入することのある牛乳類の価格帯をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 生活者が牛乳類を購入する際の価格帯は、150～200円が多く、この価格帯で購入するケースが大半を占める。
- 一方、140円以下の低価格帯や210～250円の高価格帯の牛乳類を購入するケースも見られ、牛乳の種類・量やブランドなど、多様な購買実態がうかがえる。
- 購入価格が分からないといった意見（男性が目立つ）も確認され、家族の中で自分以外の誰かが代表して牛乳類を購入しているといった実態も見えてくる。

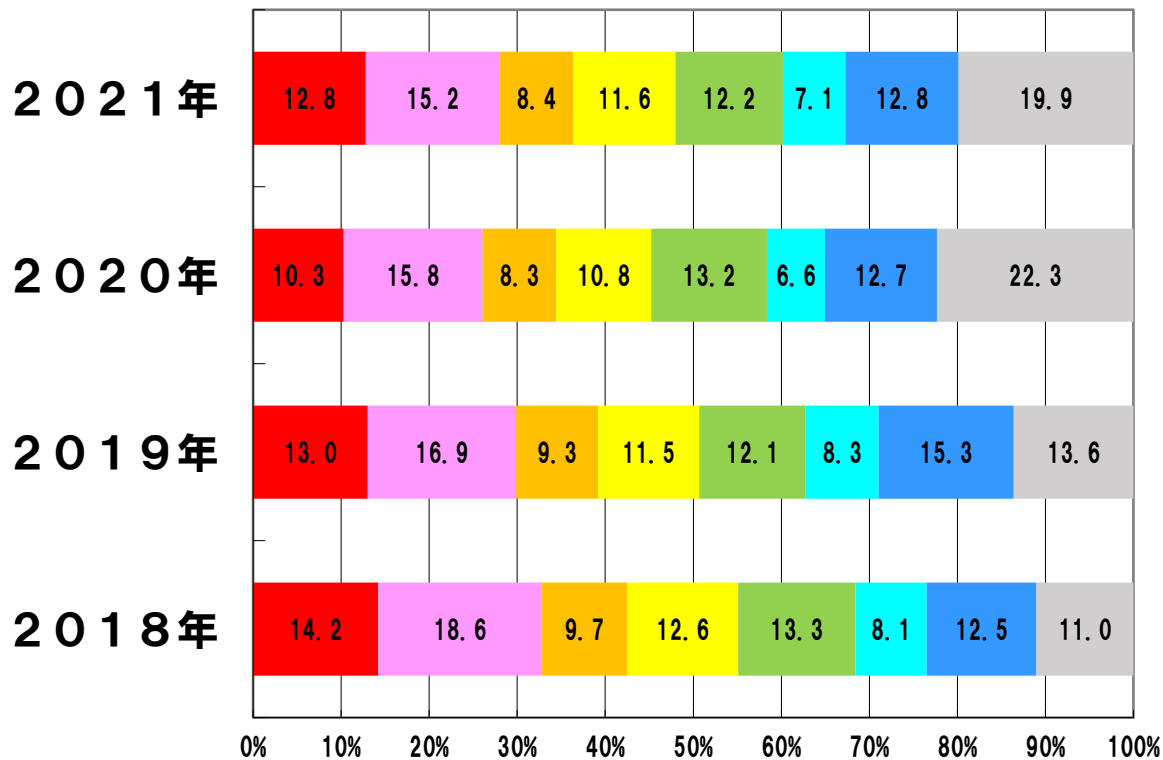
2. 牛乳類の飲用・利用



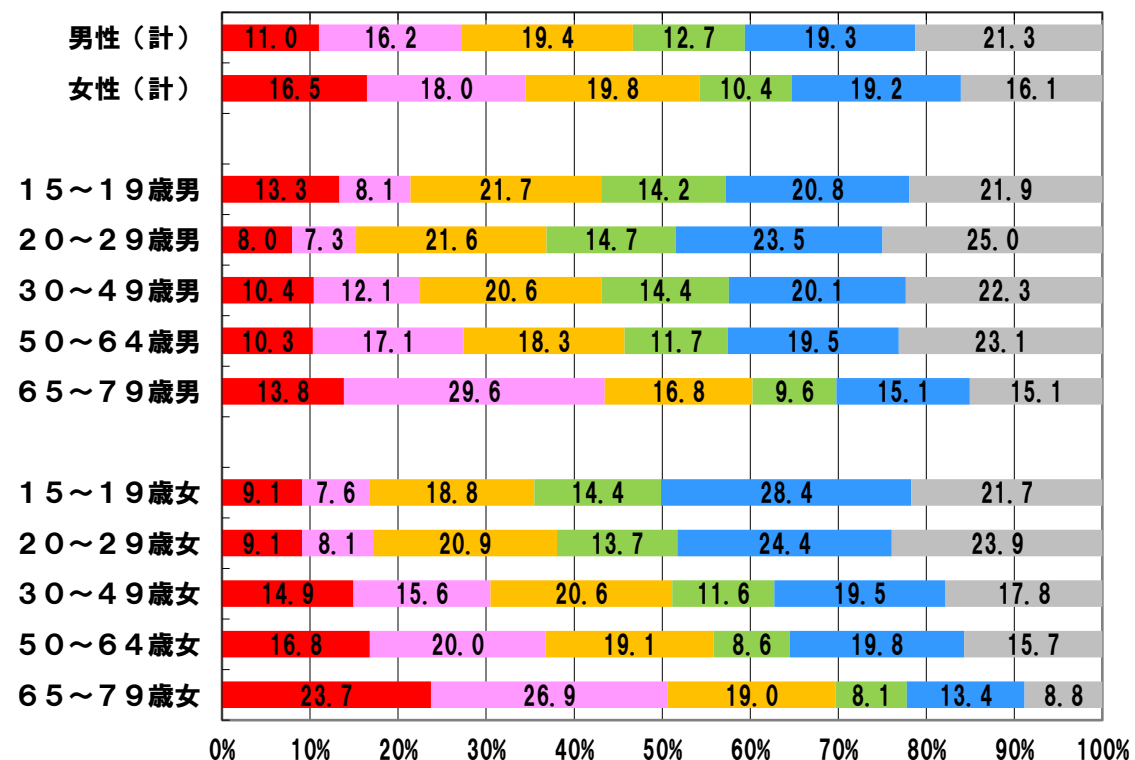
牛乳類の飲用利用の頻度（一次調査結果）

問：いま現在、あなたは牛乳類（※）をどれくらいの割合で飲んだり、利用していますか。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。

■ 毎日複数回 ■ 毎日1回 ■ 週5～6日 ■ 週3～4日 ■ 週1～2日 ■ 月2～3日 ■ 月1日以下 ■ 飲まない



■ 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



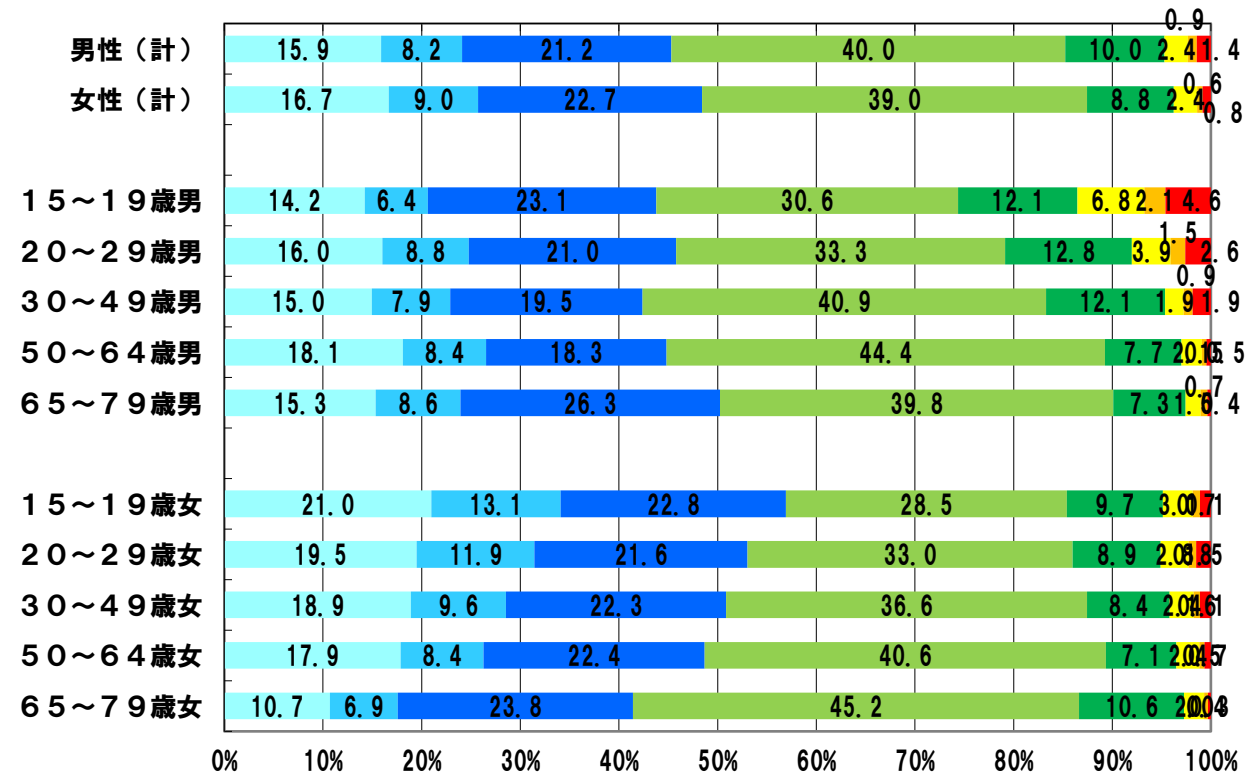
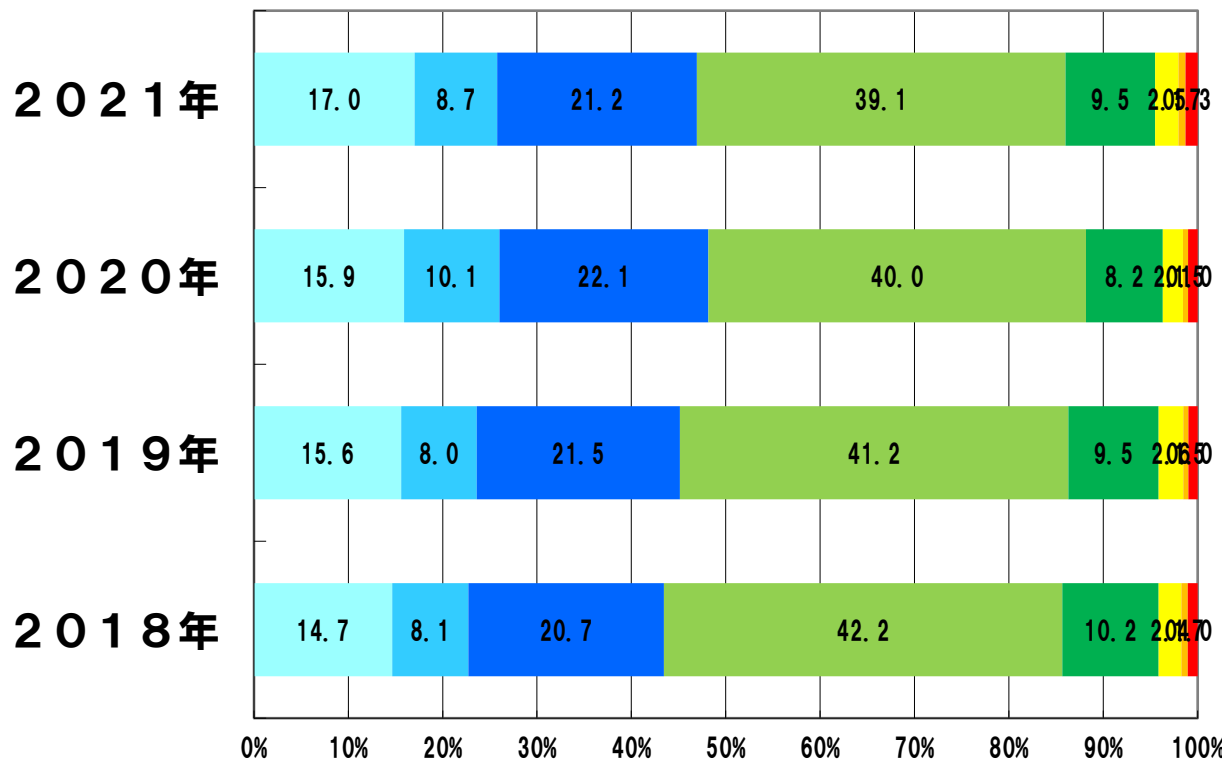
- 昨年伸ばした「飲まない」の割合が減少した一方、「毎日複数回」飲用の割合が増加（左図）。
- 2021年度の飲用（利用）頻度を見ると、男性では10代における毎日複数回と65歳以上での週に3回以上が特徴的であり、女性では65歳以上での毎日1回以上が特徴的である（右図）。

牛乳類の一日当たりの飲用量（一次調査結果）

問：いま現在、あなたが牛乳類を飲むときは、1日に合計でどれくらいの量（※）を飲みますか。コーヒーなどの飲み物に混ぜたり、シリアルにかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めてお答えください。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。（※牛乳量の目安は「牛乳大パック1個あたり1ℓ / 牛乳小パック1個あたり500ml / 牛乳ビン1本あたり180ml」です。）

■ 50mL未満 ■ 50mLくらい ■ 100mLくらい ■ 200mLくらい ■ 400mLくらい ■ 600mLくらい ■ 800mLくらい ■ 1L以上

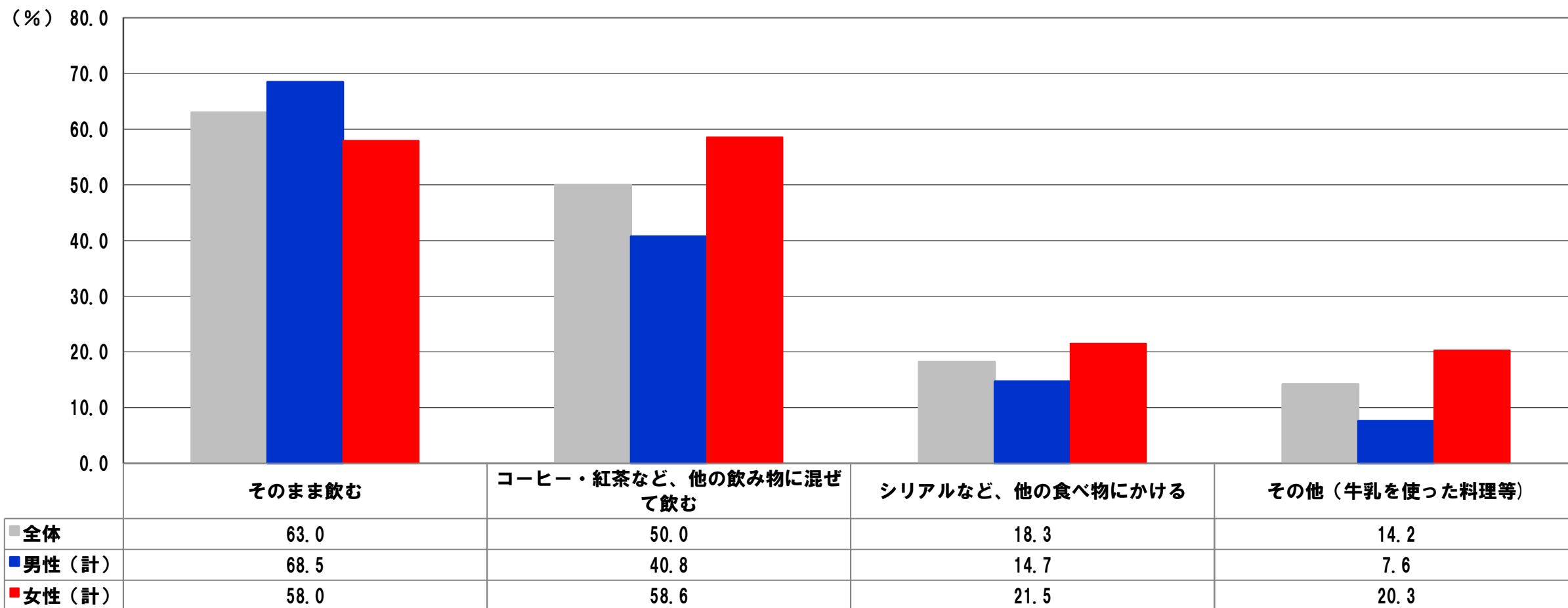
■ 50mL未満 ■ 50mLくらい ■ 100mLくらい ■ 200mLくらい
■ 400mLくらい ■ 600mLくらい ■ 800mLくらい ■ 1L以上



- 2021年度の一日の飲用量は、昨年に比べ「50mL未満」と「400mL」の量でやや増加している（左図）。
- 性別年代別では、女性は「100mL以下」の量で男性より多く、その傾向は15歳～40代で強い（右図）。

牛乳類の飲用利用の方法（一次調査結果）

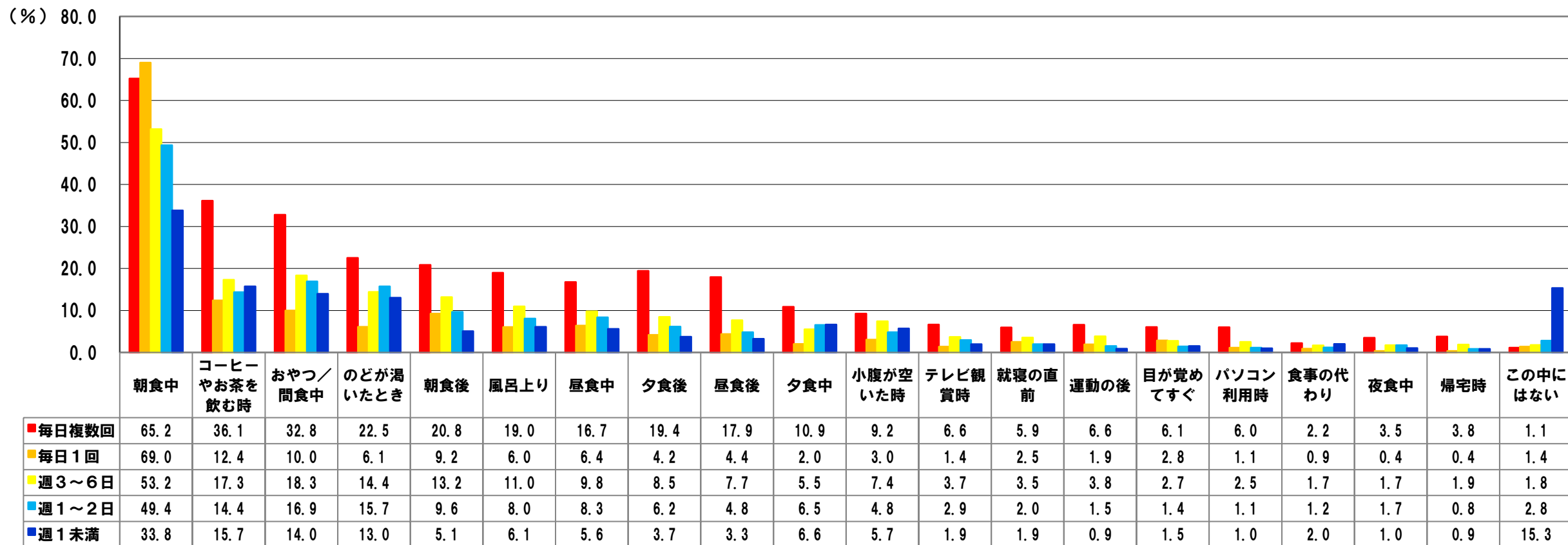
問：いま現在、あなたが牛乳類を利用するときの方法をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 牛乳類の利用方法は、「そのまま飲む」が約60%で最も多くなっており、女性に比べて、男性の方がその割合が高い。
- 一方、女性は、「他の飲み物に混ぜて飲む」「他の食べ物にかける」「その他（料理利用など）」の割合が高く、多様な形態で利用していることが確認される。

牛乳類の飲用利用シーン（一次調査結果）

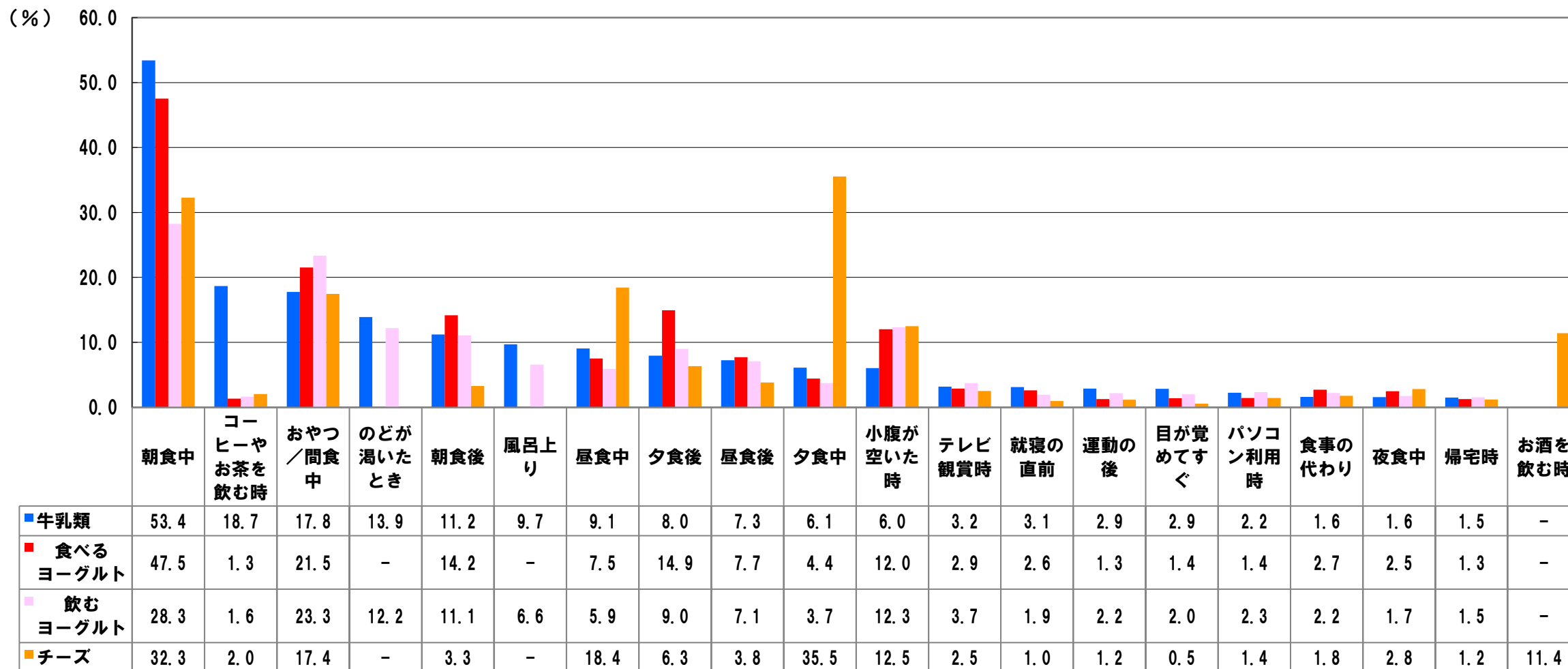
問：いま現在、あなたが牛乳類を飲んだり利用したりするときの状況をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 毎日複数回飲用利用する人は、「朝食中」以外にも、「コーヒーやお茶を飲む時」「おやつ／間食中」「のどが渴いたとき」「朝食後」「風呂上り」「昼食中」「夕食後」「昼食後」の利用が多い。
- 毎日1回飲用・利用する人は、利用局面が「朝食中」に集中している。
- 牛乳類の利用強化の機会としては、「食事中」「コーヒーやお茶を飲む時」「おやつ／間食中」といった他の飲食品との組み合わせによる利用が考えられる。

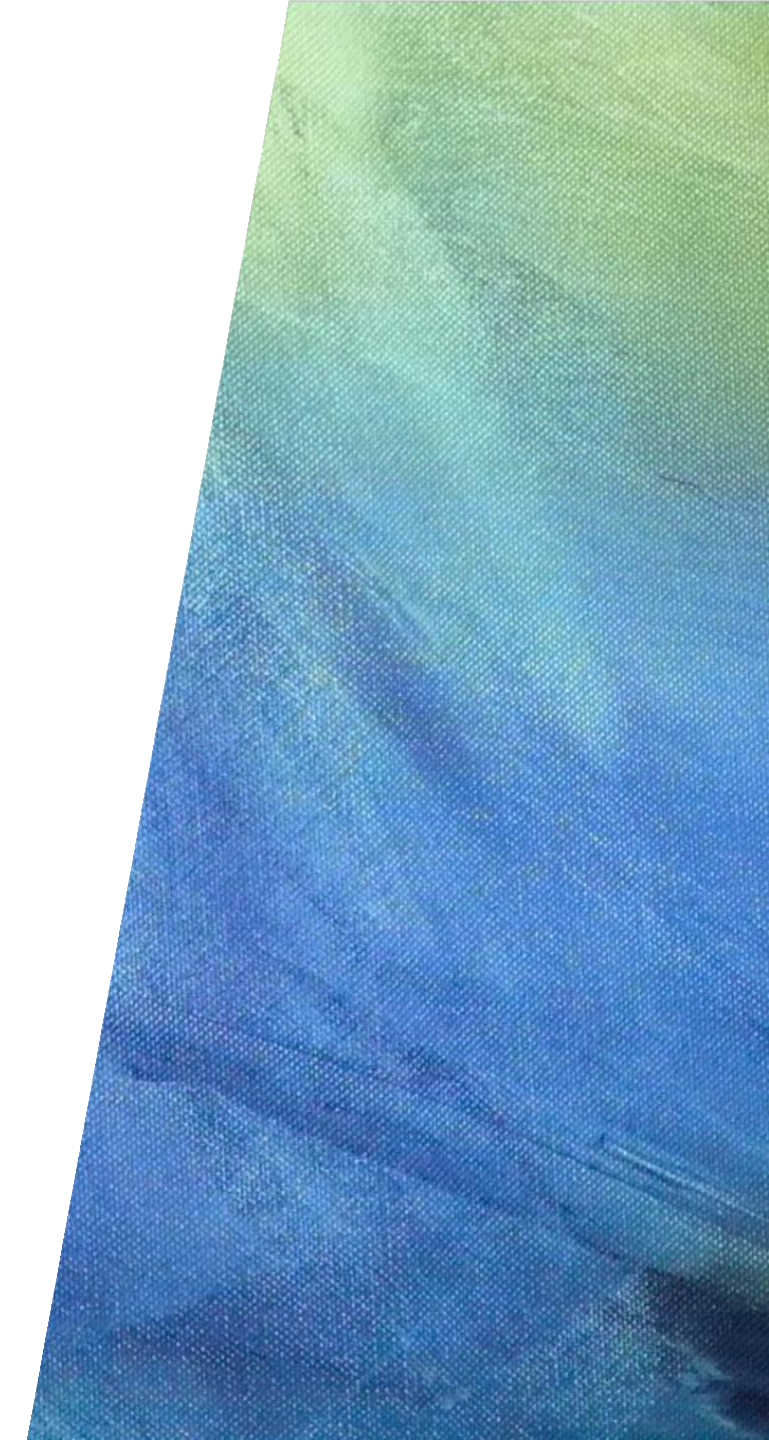
牛乳乳製品の飲用利用シーン（一次調査結果）

問：いま現在、あなたが牛乳類を飲んだり利用したりするときの状況をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



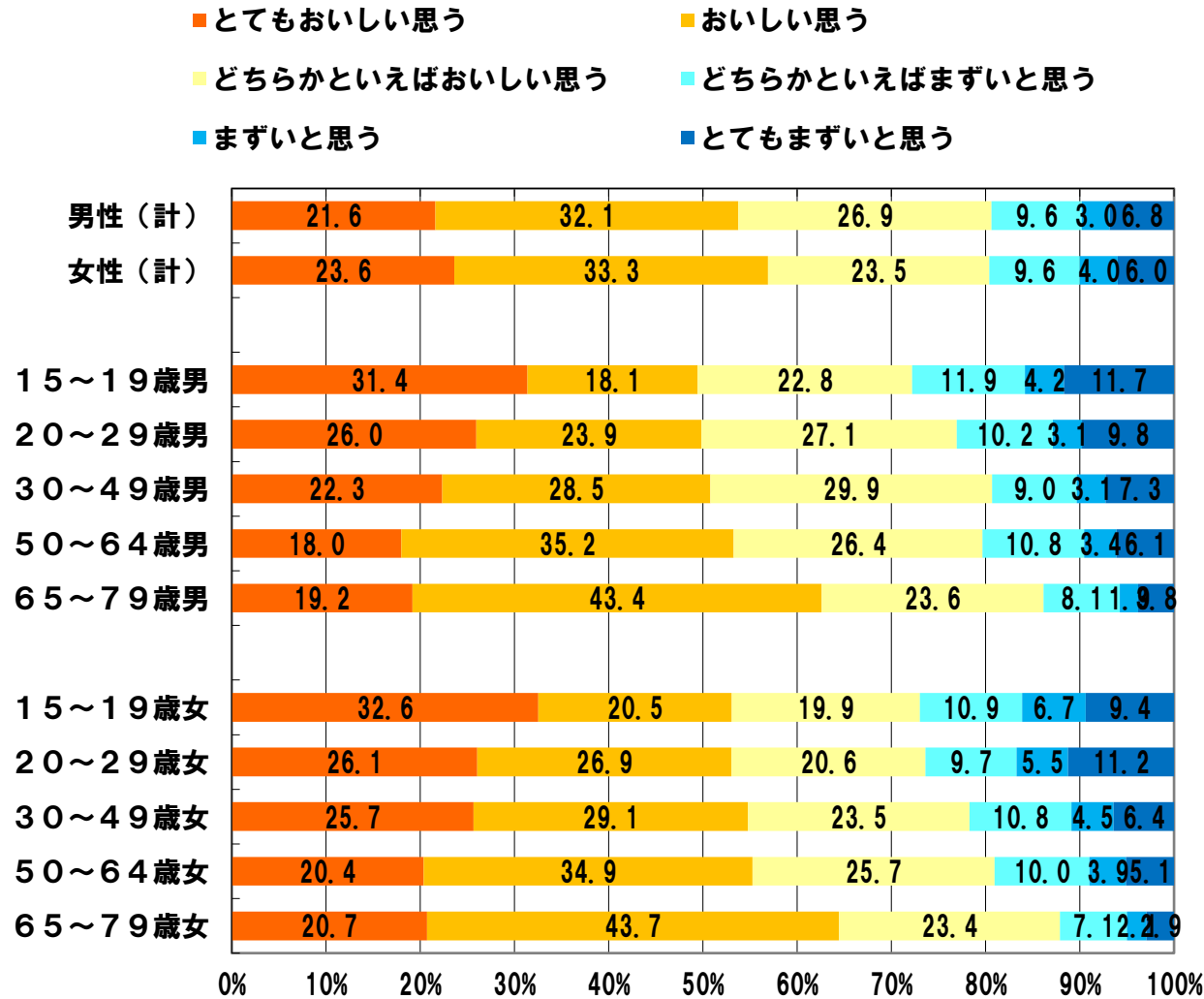
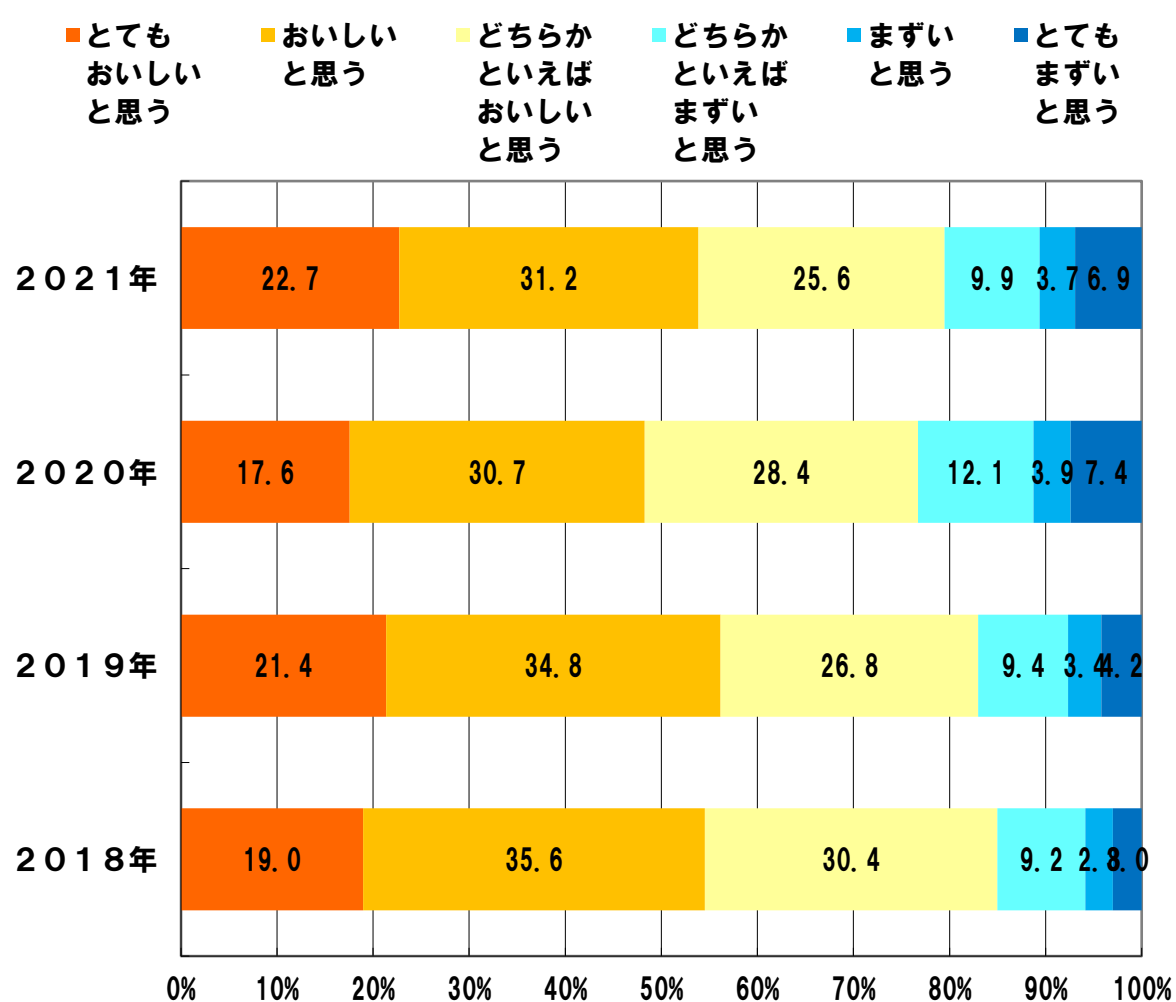
- 各牛乳乳製品の飲用利用は朝食中が多い。特に牛乳類と食べるヨーグルトが目立つ。
- チーズは、他の牛乳乳製品に比べて、昼食中とともに、特に夕食中の利用が特徴的に多い

3. 牛乳のおいしさの認知、乳和食・記念日の認知、牛乳乳製品の話題の接触



牛乳のおいしさの認知（一次調査結果）

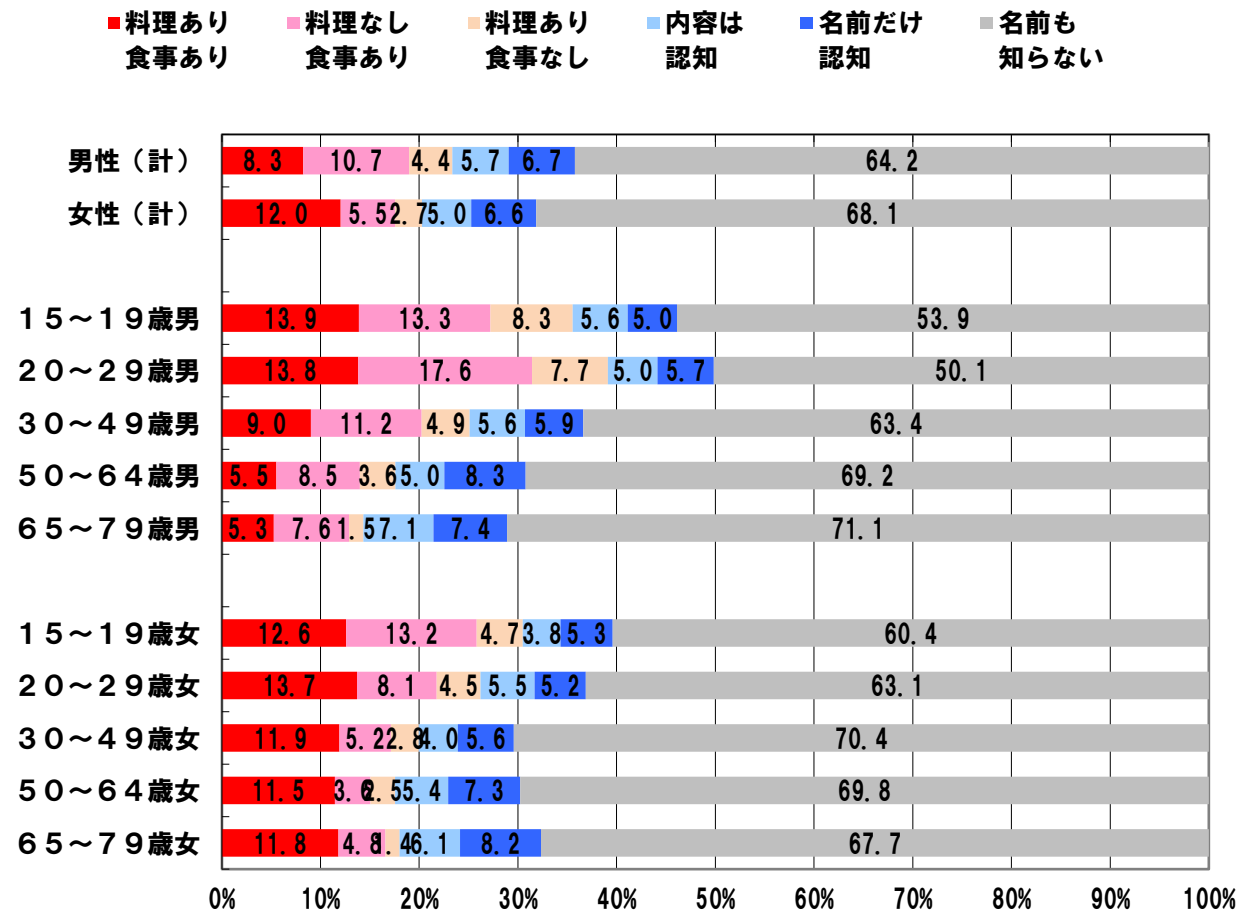
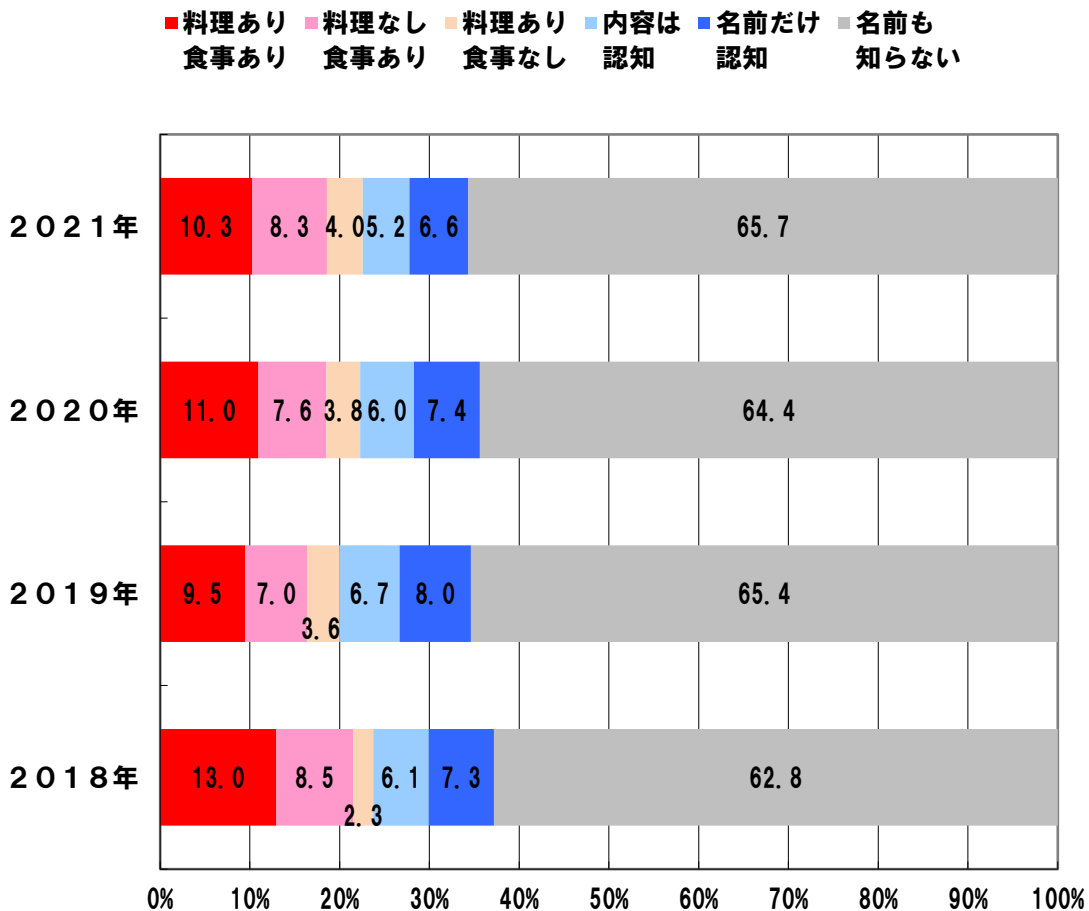
問：いま現在、あなたは牛乳を、おいしいと思いますか、まずいと思いますか。あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。



- 昨年度減少した牛乳のおいしさの認知は、今年度（2021年度）は2019年度以前の水準に戻りつつある（左図）。
- 一方、性年代別にみると、男性女性ともに65歳以上の高齢世代でおいしと思う割合が高くなっている（右図）。

乳和食の認知（一次調査結果）

問：あなたは、牛乳を用いて和食をつくる「乳和食」という料理・調理法について、どれくらいご存知ですか。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。

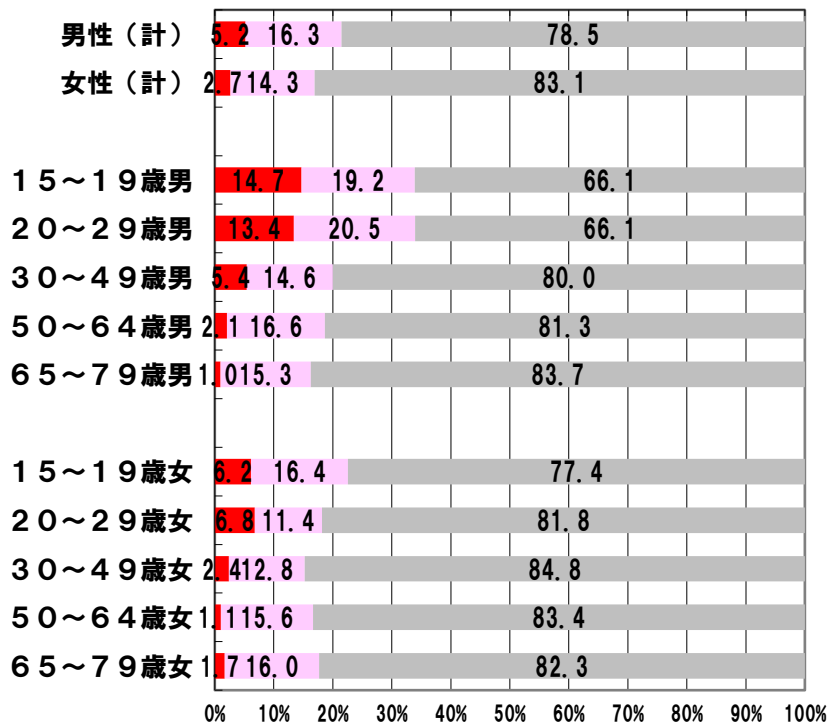


- 乳和食の認知は、昨年に比べて大きな変化なかった（左図）。
- 一方、性年代別に見ると、男性女性ともに10～20代において食経験や内容の認知が高くなっており、女性よりも男性の方がその割合が高くなっているのが特徴的である（右図）。

問：あなたはこの調査以前に、下記の「牛乳の日（6月1日）」「アイスクリームの日（5月9日）」「チーズの日（11月11日）」について、それぞれどれくらいご存知でしたか。あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。

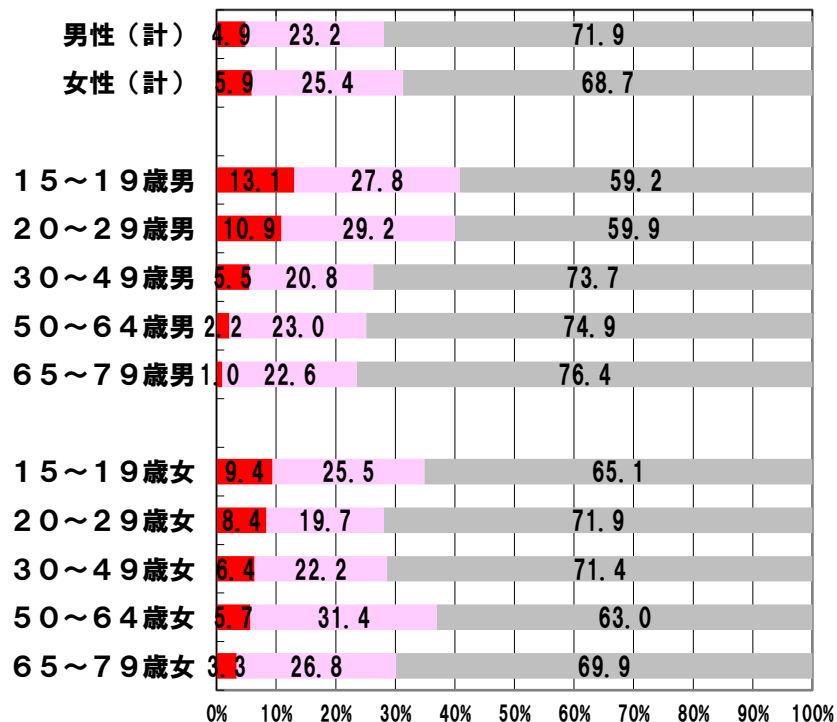
牛乳の日

■ 日付まで認知 ■ 存在は認知 ■ 非認知



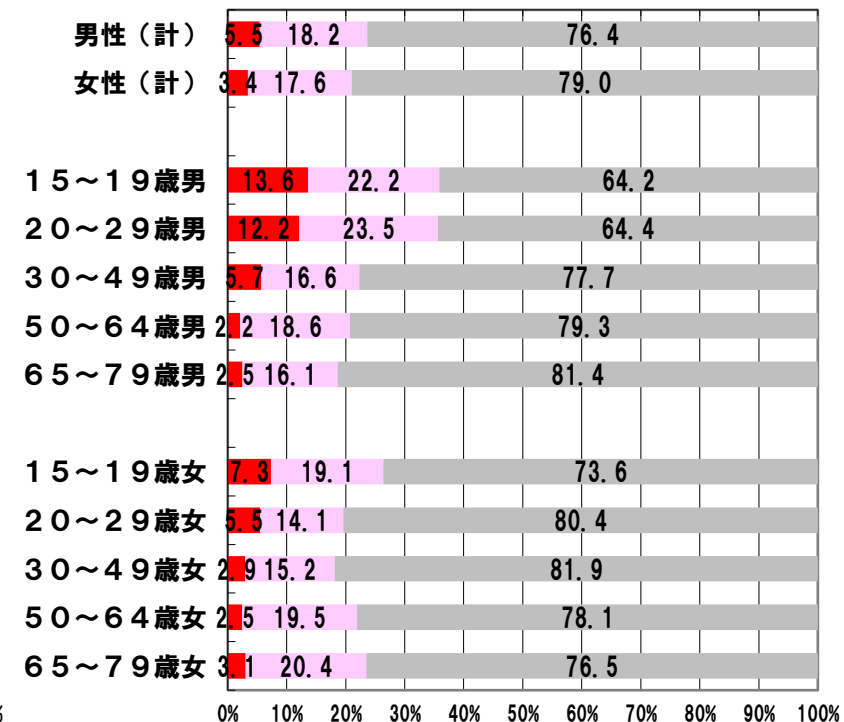
アイスクリームの日

■ 日付まで認知 ■ 存在は認知 ■ 非認知



チーズの日

■ 日付まで認知 ■ 存在は認知 ■ 非認知



- 男性の10～20代は、「牛乳の日(6月1日)」「アイスクリームの日(5月9日)」「チーズの日(11月11日)」のいずれも、他の世代に比べて認知の割合が高い。
- 一方、女性では3つの記念日のうち、「アイスクリームの日(5月9日)」が、他の記念日に比べて認知の割合が高い。

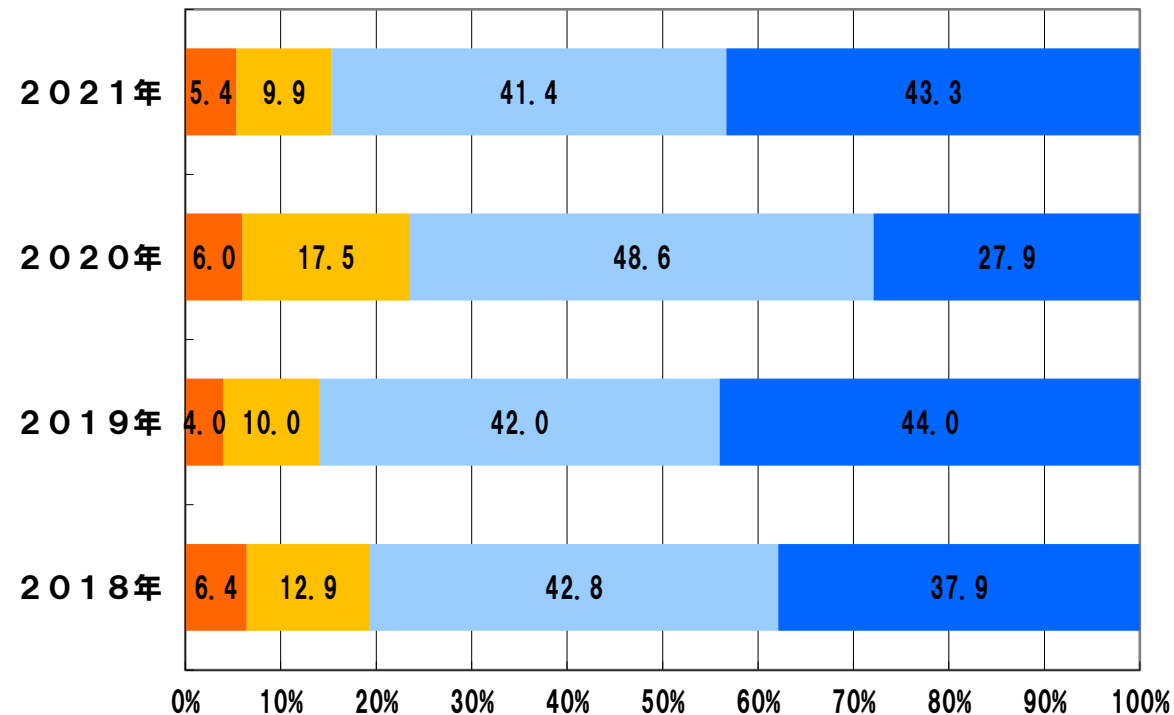
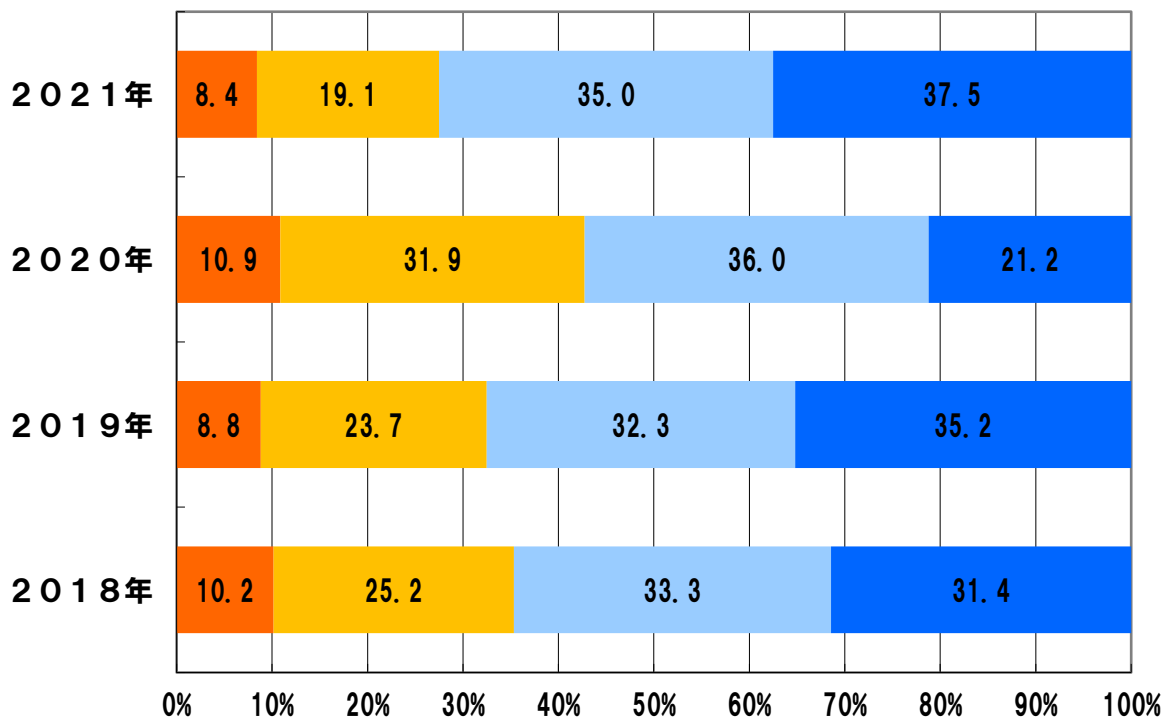
問：この1年間で、あなたはメディアや人との会話を通じて、牛乳乳製品のよい話題／よくない話題に触れたことがありますか。それぞれについて、あなたに最もあてはまるものをひとつずつお答えください。

良い話題

良くない話題

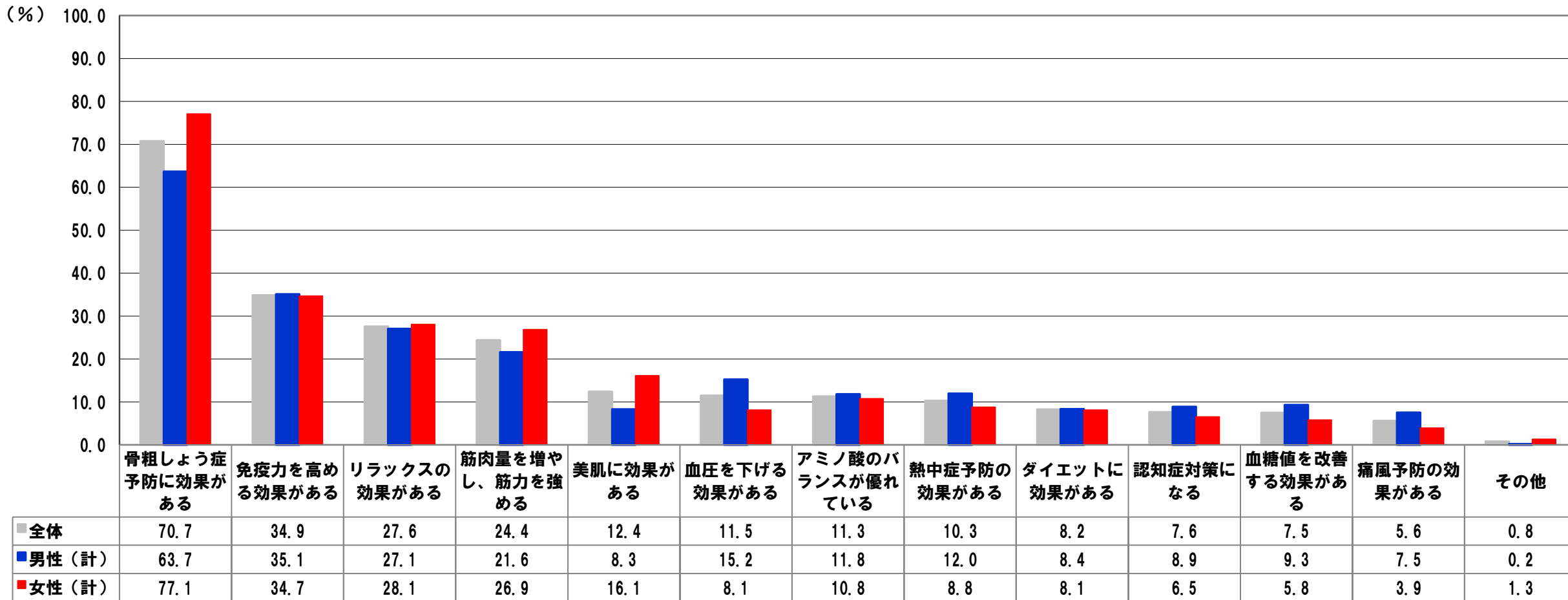
■ 確かにある ■ 多分ある ■ 多分ない ■ 確かにない

■ 確かにある ■ 多分ある ■ 多分ない ■ 確かにない



- 昨年度、牛乳乳製品の良い話題の接触は増加したが、一転して、今年度は減少（左図）。
- 牛乳乳製品の良くない話題の接触についても、同様に減少（右図）。

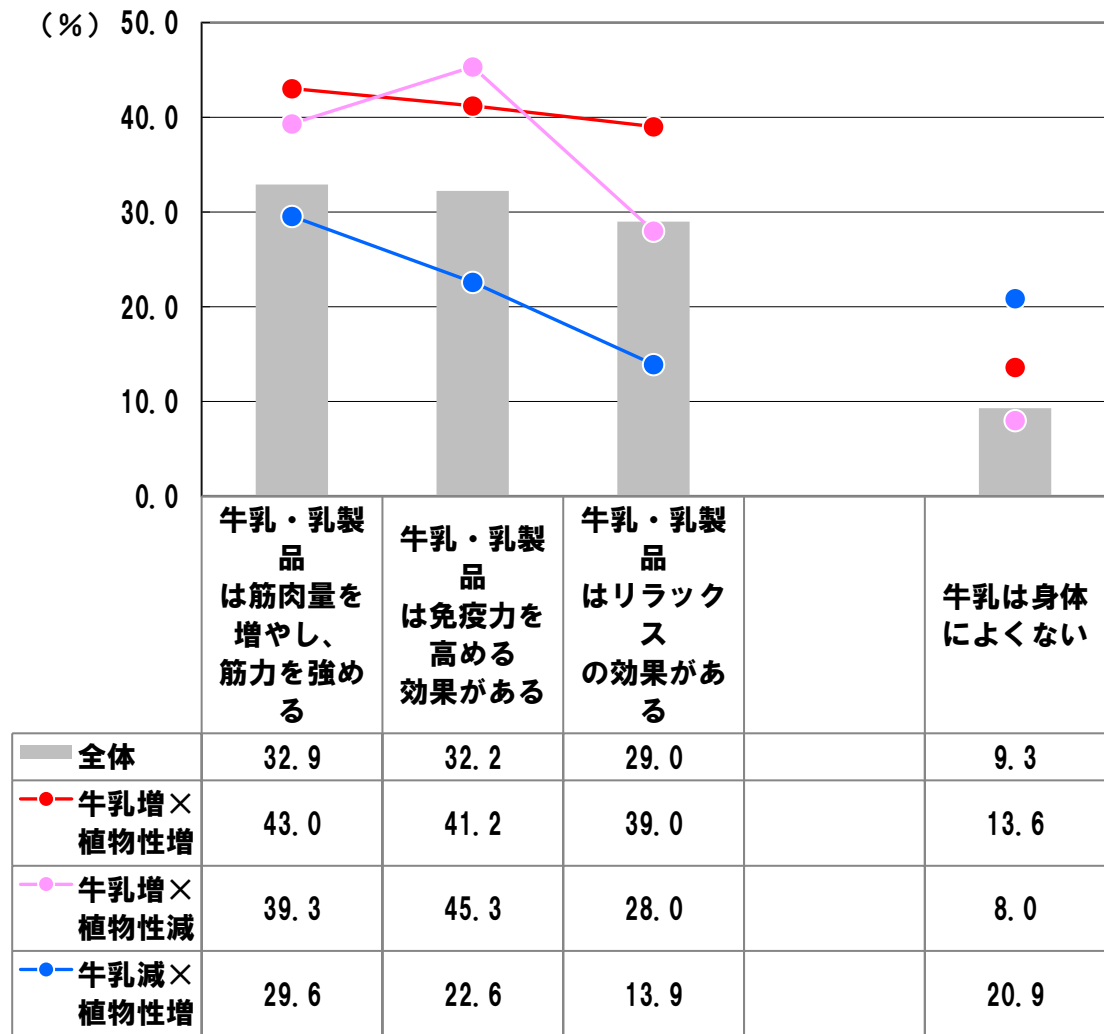
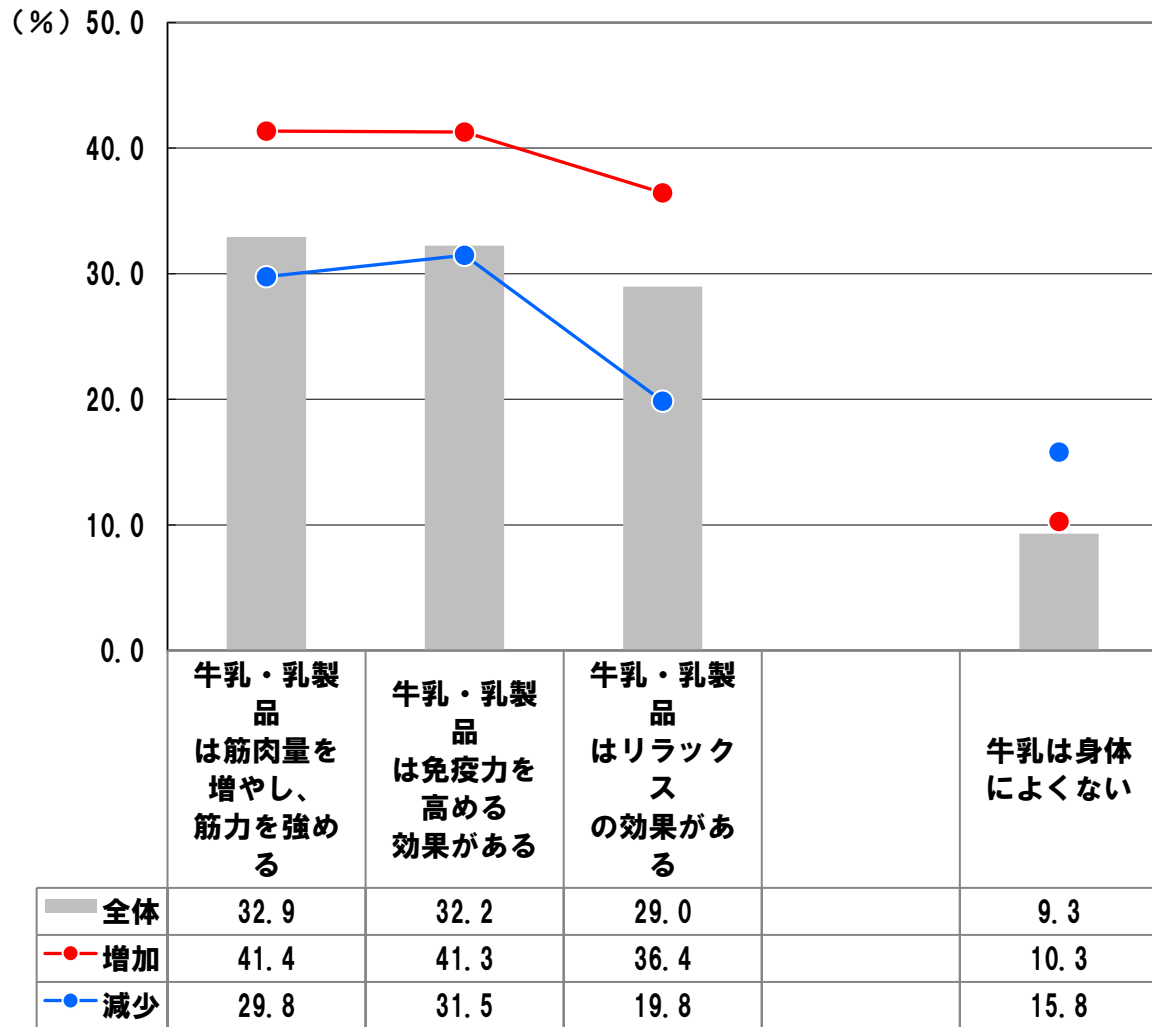
問：以下にあげた牛乳乳製品に関する「よい話題」の中から、（この調査の質問を除いて）あなたがこの1年間で、何かの情報に触れたり、人から話を聞くなどして耳にしたことのあるものを、すべてお知らせください。



- 牛乳乳製品の良い話題の接触について、男性は「血圧を下げる」「熱中症予防」「血糖値を改善」等の項目において、女性より割合が高い。
- 一方、女性は「骨粗しょう症予防」「筋肉量・筋力アップ」「美肌効果」の項目において、男性より割合が高い。

牛乳乳製品の話題接触に関する意識（二次調査結果）

問：この1年間で、あなたがメディアや人との会話などを通じて触れたことのある牛乳や乳製品に関する話題をお知らせください。



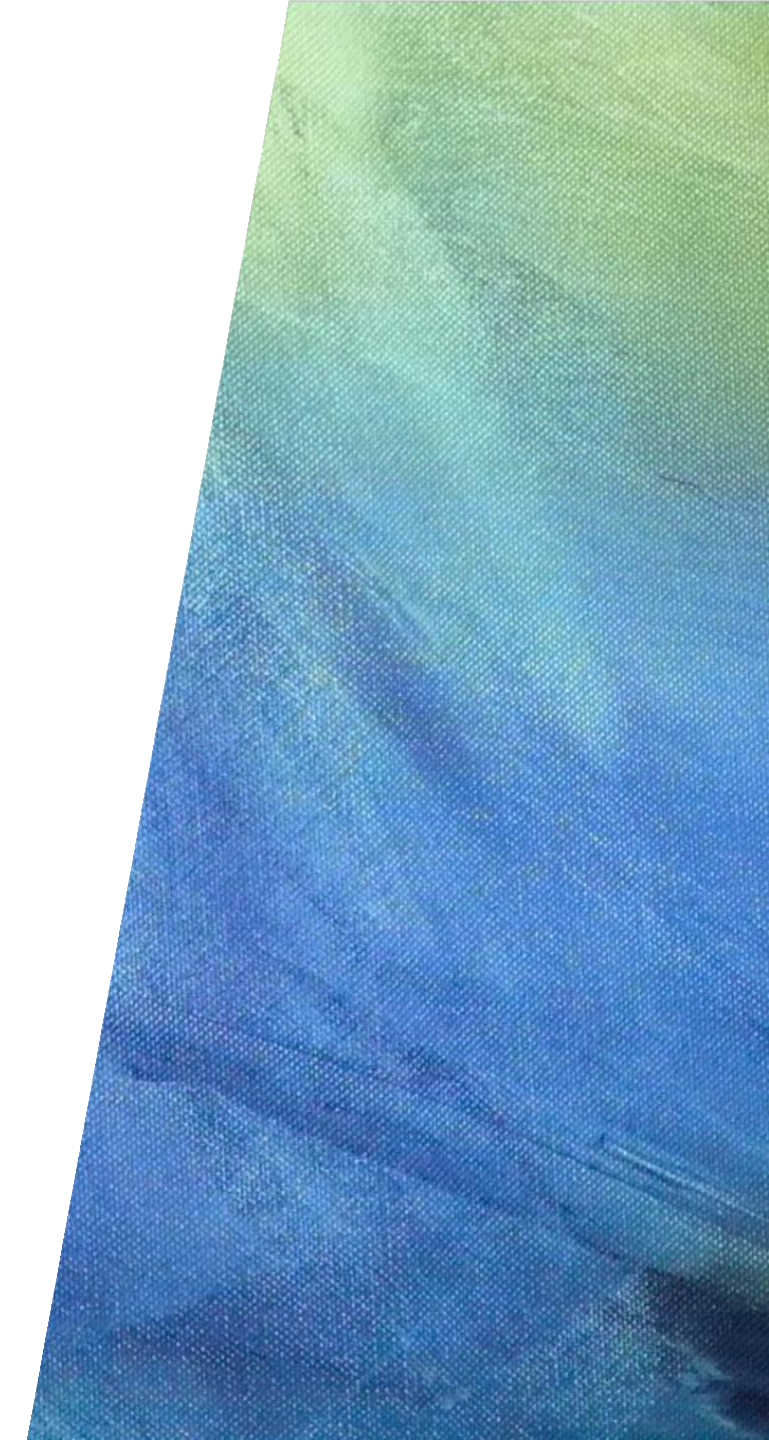
- 牛乳増加者は、減少者よりも、牛乳・乳製品に関する、3つのポジティブな話題との接触が多い（左図）。
- 一方、牛乳減少者（特に牛乳減×植物性増）は、「牛乳は身体によくない」という話題との接触が多い（右図）。

「牛乳は身体によくない」と考える理由（自由回答）（二次調査結果）

10代女	学生	がんのもとになる	50代女	専業主婦	飼料のホルモン剤。他の動物の乳を飲むのは人間だけ。
20代女	インフルエンサー	母親から牛乳はがんのリスクを高めると言われた。	50代女	専業主婦	医者個人的に書いてあるブログに牛乳は牛の乳で人間の乳ではないので拒否反応を起こして細胞に傷をつけて乳癌のリスクをあげるという記事を読みました。
30代女	ホワイトカラー	自分に乳糖不耐症の疑いがあると思い、ネットで調べていて見つけた。	50代女	専業主婦	牛乳に不耐性な人が居る事や、添加物の入ったエサを食べた乳牛の牛乳は良くないようだ
30代女	ホワイトカラー	YouTube	50代女	その他	Facebookだったと思いますが友人が牛乳飲むなら豆乳を飲みなさいと推奨していました
40代男	その他	腹痛を起こす人が多いから	50代女	その他	youtubeでそういうことを説明されていた
40代男	その他	インターネットでたまたま見た、欧米人は牛乳を消化出来る機能があるが日本人はあまりないので日本人に牛乳は合わないといった内容だったと思う	60代女	ホワイトカラー	信頼する先生から聞いた
40代女	ホワイトカラー	SNS	60代女	専業主婦	自分からネットで検索し、何が悪いのかを調べてみた。
40代女	ホワイトカラー	日本人には乳糖不耐症が多い	60代女	専業主婦	乳がんになると医者が言っていた
40代女	その他	医者から言われている	70代女	専業主婦	基本的に人間より大きい動物の乳を摂取することの疑問
40代女	その他	白いもの...牛乳や小麦粉、白米が体に良くないとネットでみた	70代女	専業主婦	牛乳は動物性飲料な為、悪玉コレステロールが体内に残るので高齢者には豆乳が良いといわれている。
40代女	その他	消化不良を起こしやすいと健康番組で言っていました。	70代女	その他	youtubeや健康雑誌などで牛乳は人間の飲む物ではないと言っているのを見た事がある。
50代男	ホワイトカラー	雪印事件の際、企業の対応にあきれた。			
50代男	その他	搾乳の時に血が混じるのに白いのに疑問			
50代女	ホワイトカラー	アプリのニュース。			
50代女	専業主婦	SNS			

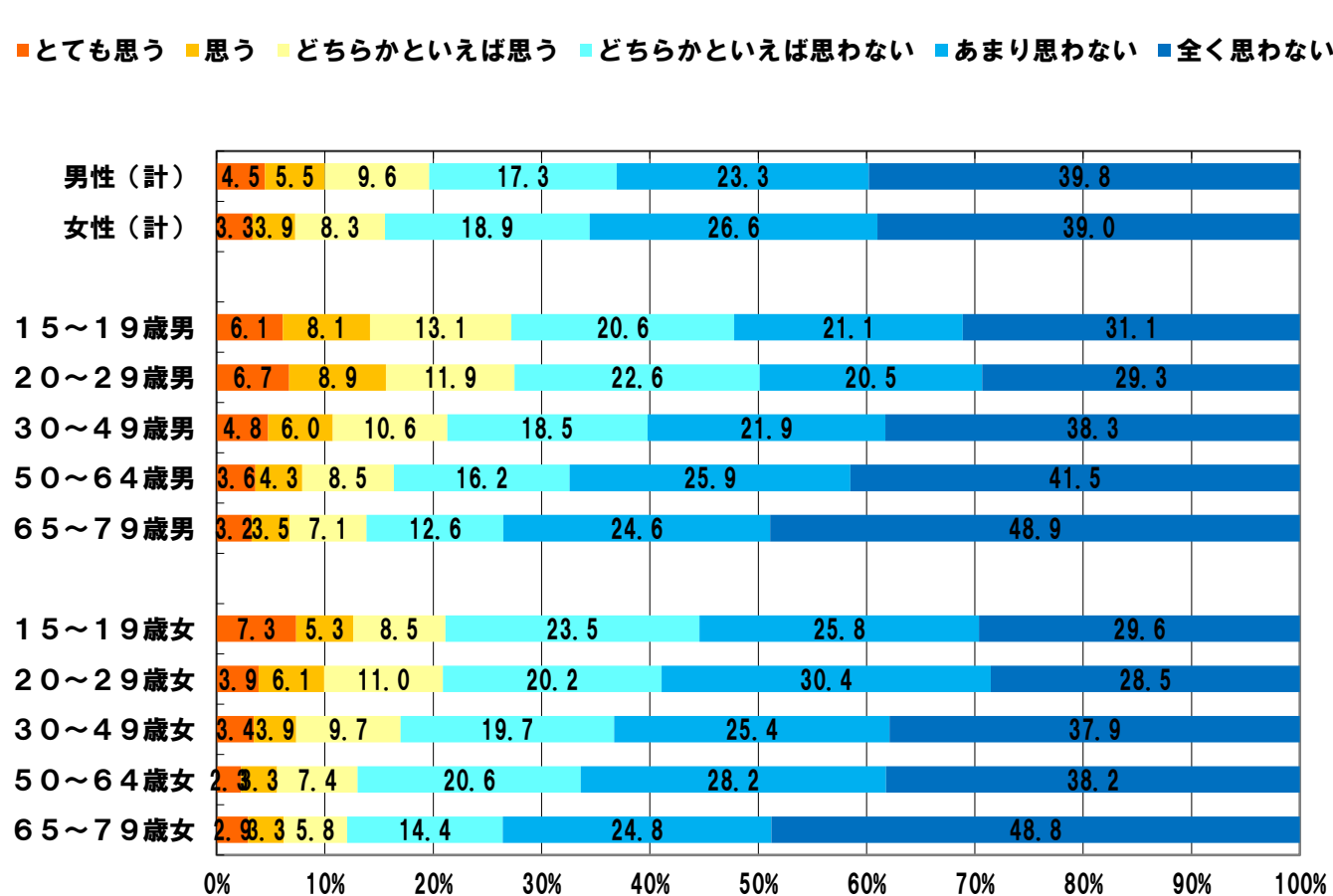
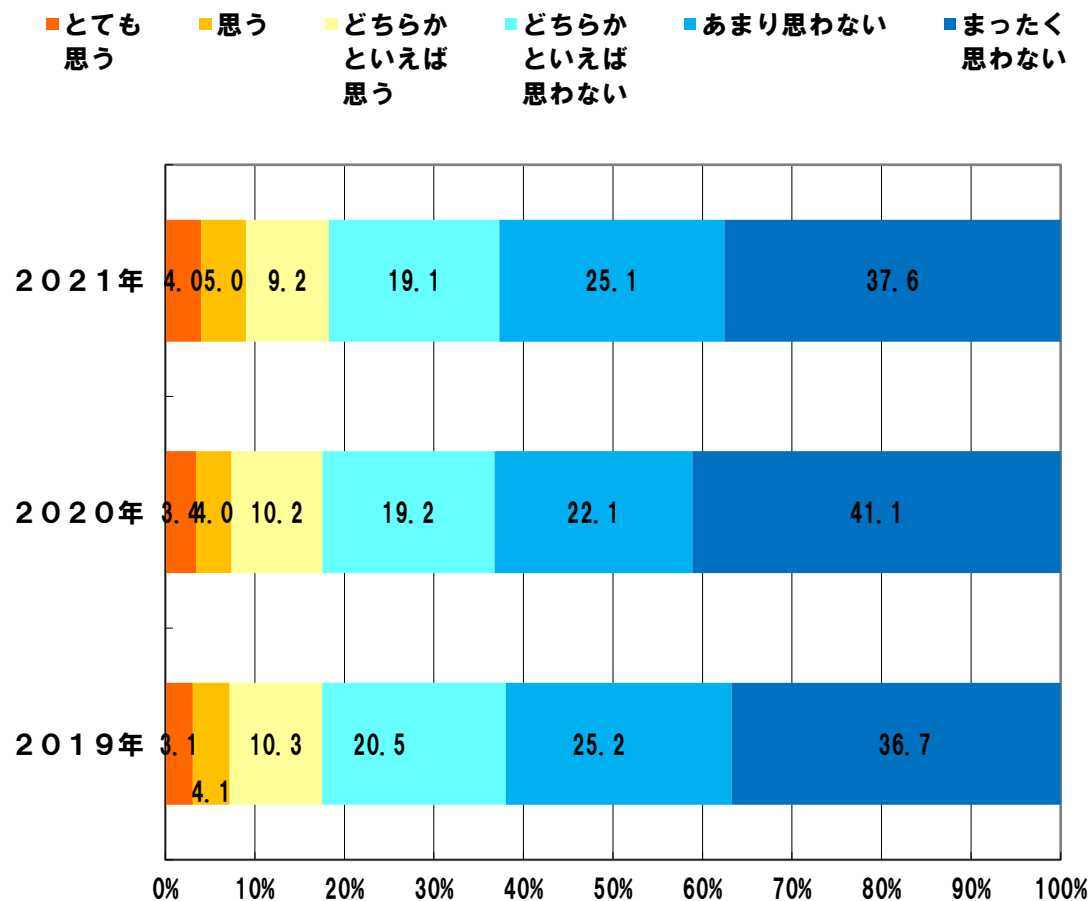
➤ インターネット、医者、友人などにより発信された情報を受けて「牛乳は身体によくない」と考えるようになってきている人がいることも事実である。科学的知見から得られる情報をわかりやすい内容で継続的に発信することにより、牛乳に対する理解醸成を図っていくことが必要である。

4. 牛乳とその他の食品との 消費変化



牛乳を飲むべきでないと思うようになった意識（一次調査結果）

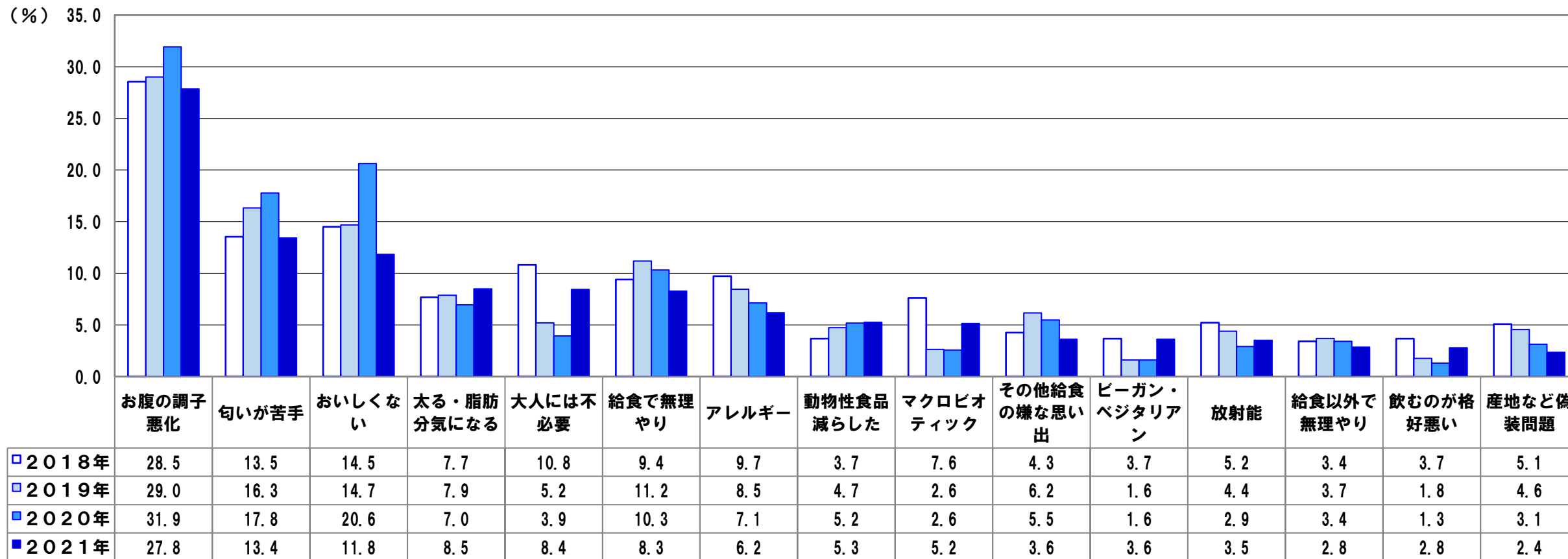
問：いま現在、あなたは「牛乳を飲むべきでない」と、どれくらい思いますか。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。



- 牛乳を飲むべきでないと思う人の割合は全体の18.2%（とても思う、思う、どちらかといえば思うの合計）であり、2020年度の17.6%からわずかに増加。一方で「まったく思わない」人の割合は37.6%であり、2020年度の41.1%より減少している（左図）。
- なお、男女ともに、10～20代の若い世代ほど「飲むべきでない」と思う人の割合が高い傾向がある（右図）。

牛乳を飲むべきでないと思うようになった理由（一次調査結果）

問：あなたが「牛乳を飲むべきでない」と思うようになった、きっかけや理由は何でしたか。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

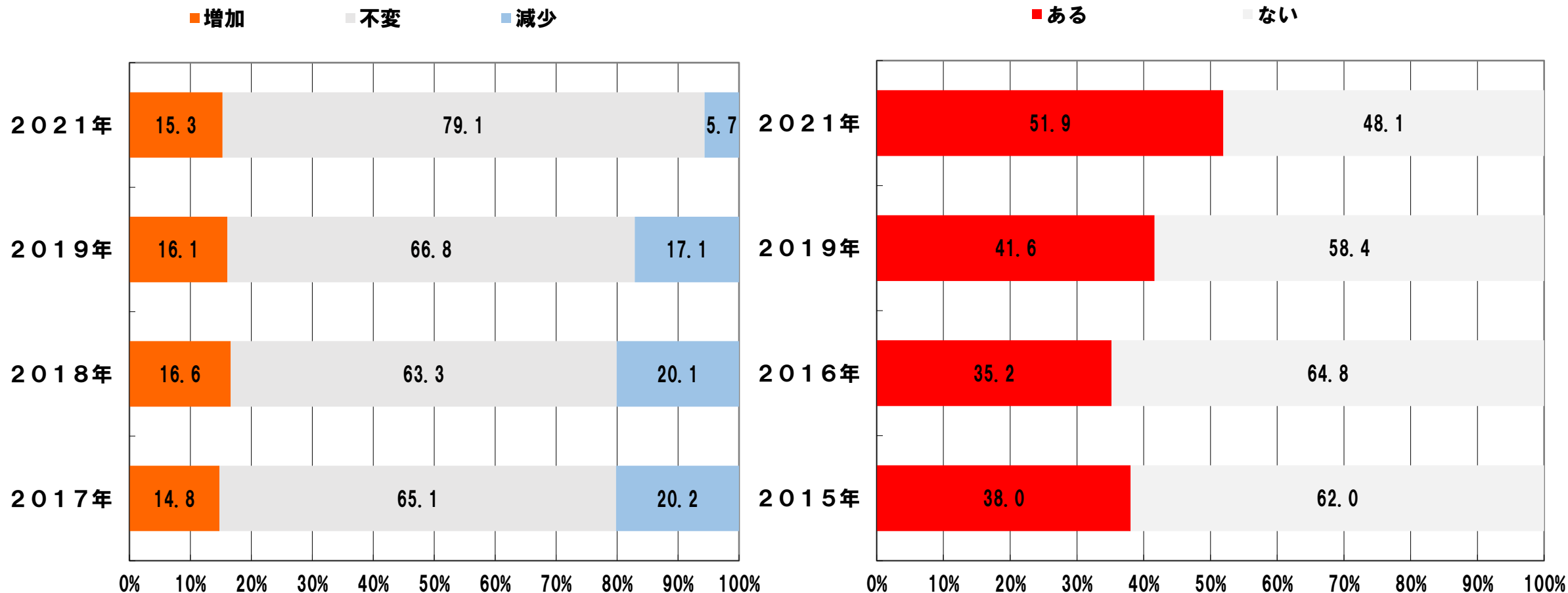


- 牛乳を飲むべきでないと思う主な理由は、「お腹の調子悪化」である。
- 一方、「マクロビオティック」、「ビーガン・ベジタリアン」の理由は増加に転じている。また、わずかではあるものの「動物性食品を減らした」は、2017年以降増加傾向にある。
- このような結果から、牛乳の飲用に対する意識が、体調面を気遣う理由とともに、社会的な話題に影響され始めてきている点についても注視していく必要があると考えられる。

牛乳消費の増減と牛乳からの移行の有無（一次調査結果）

問：いま現在、あなたご自身やご家族の牛乳の飲む量や回数は増加または減少していますか（左図）。

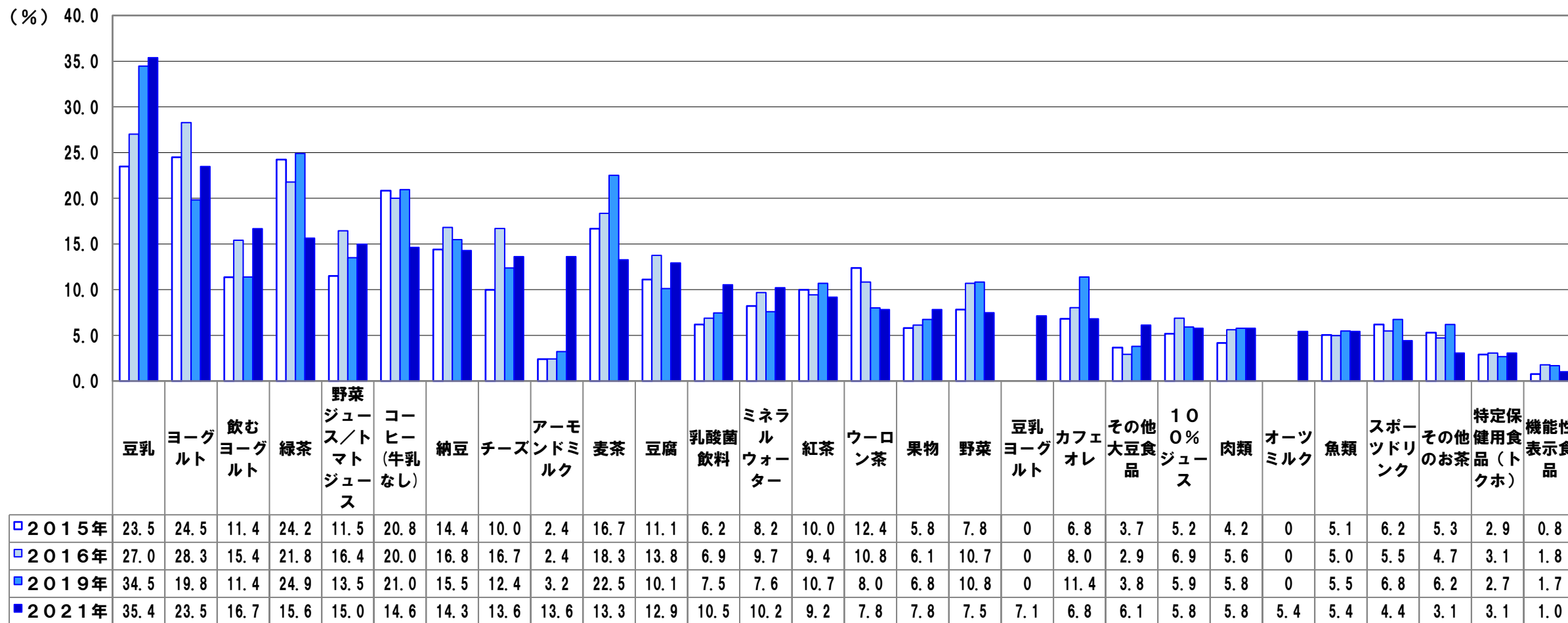
問：いま現在、あなたご自身やご家族が牛乳の利用を減らす代わりに、飲んだり食べたりするのが増えている飲み物や食品はありますか（右図）。



- 牛乳の飲む量や回数の割合はあまり変化が見られなかった（左図）。
- 一方、他の飲み物や食品への移行・流出が、年々、強まってきている傾向が確認される（右図）。

利用頻度が増加した食品（一次調査結果）

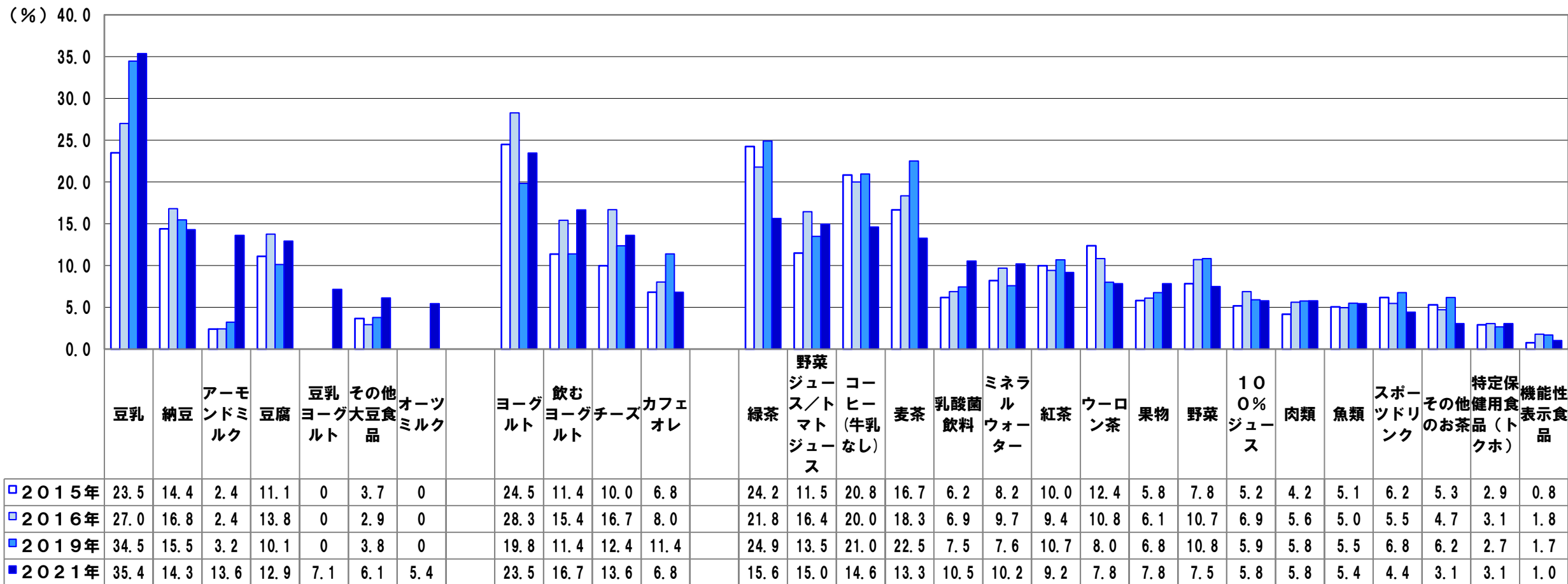
問：いま現在、あなたご自身やご家族が牛乳の利用を減らす代わりに、あなたご自身やご家族が食べたり飲んだりする機会・回数が増えてきているものをお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



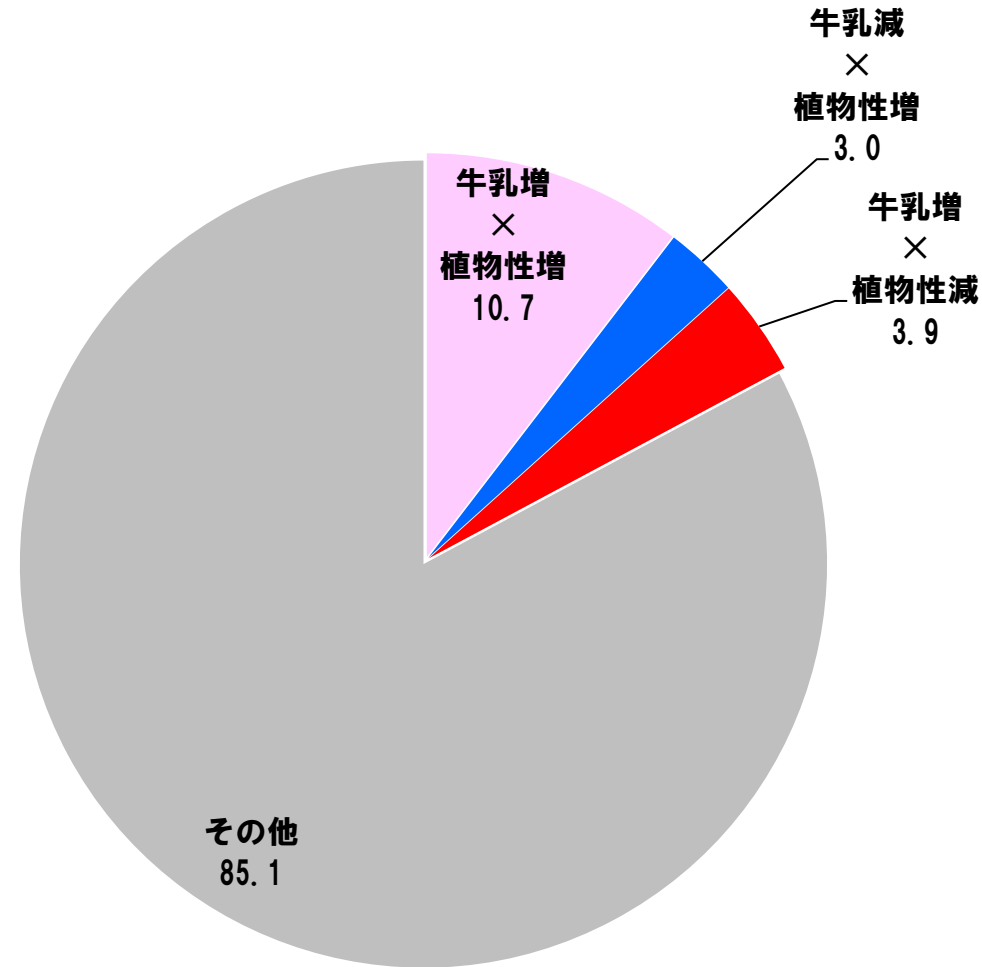
- 牛乳からの代替先（移行・流出先）は、「豆乳」が最も多い。また、アーモンドミルクやオーツミルクといった「植物性飲料」の伸長も目立つ。
- 牛乳利用の減少要因として、「植物性食品（植物性飲料を含む）」の利用という流れが本格的にきている可能性が示唆される。

牛乳類の高頻度利用者の他の食品の利用状況（一次調査結果）

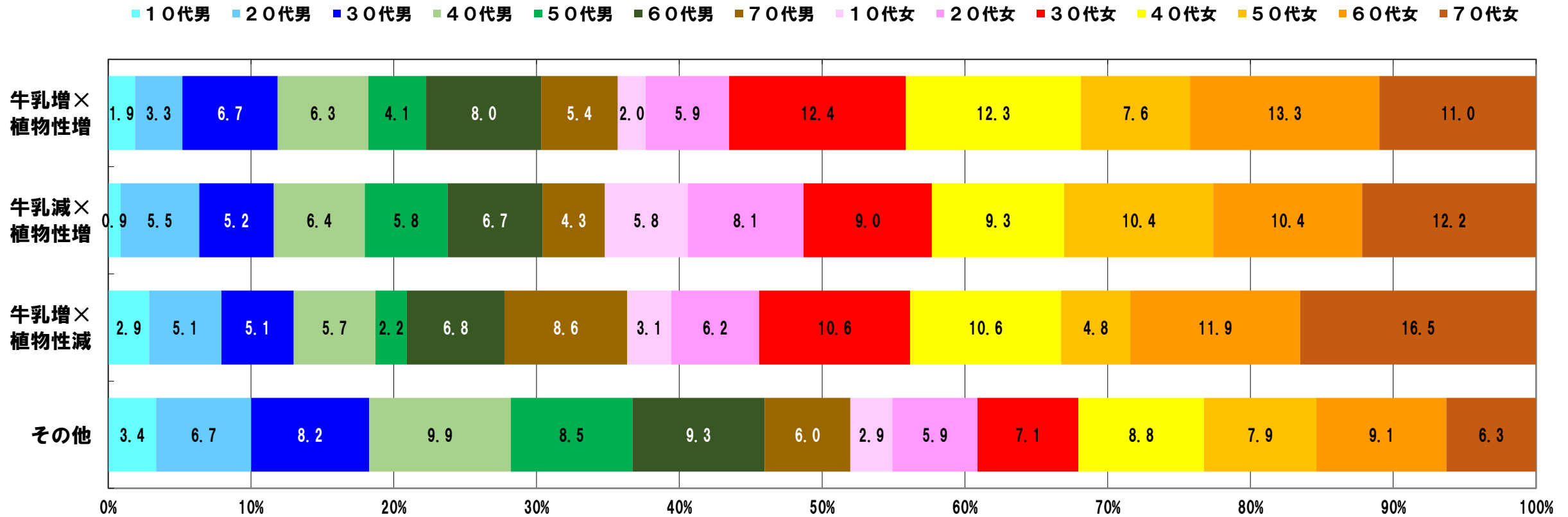
問：いま現在、あなたご自身やご家族が食べたり飲んだりする機会・回数が増えてきているものをお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 牛乳類の利用頻度が高い生活者における食品の利用状況を見ると、牛乳類の利用頻度が高くなるほど、牛乳乳製品の全般に利用頻度は高くなる。一方、植物性食品（植物性飲料を含む）の利用についても、全体に比べて利用頻度は高くなる傾向がある。
- これより、牛乳類の利用頻度が高い生活者は、動物性食品と植物性食品をバランスよく利用している可能性が示唆される。

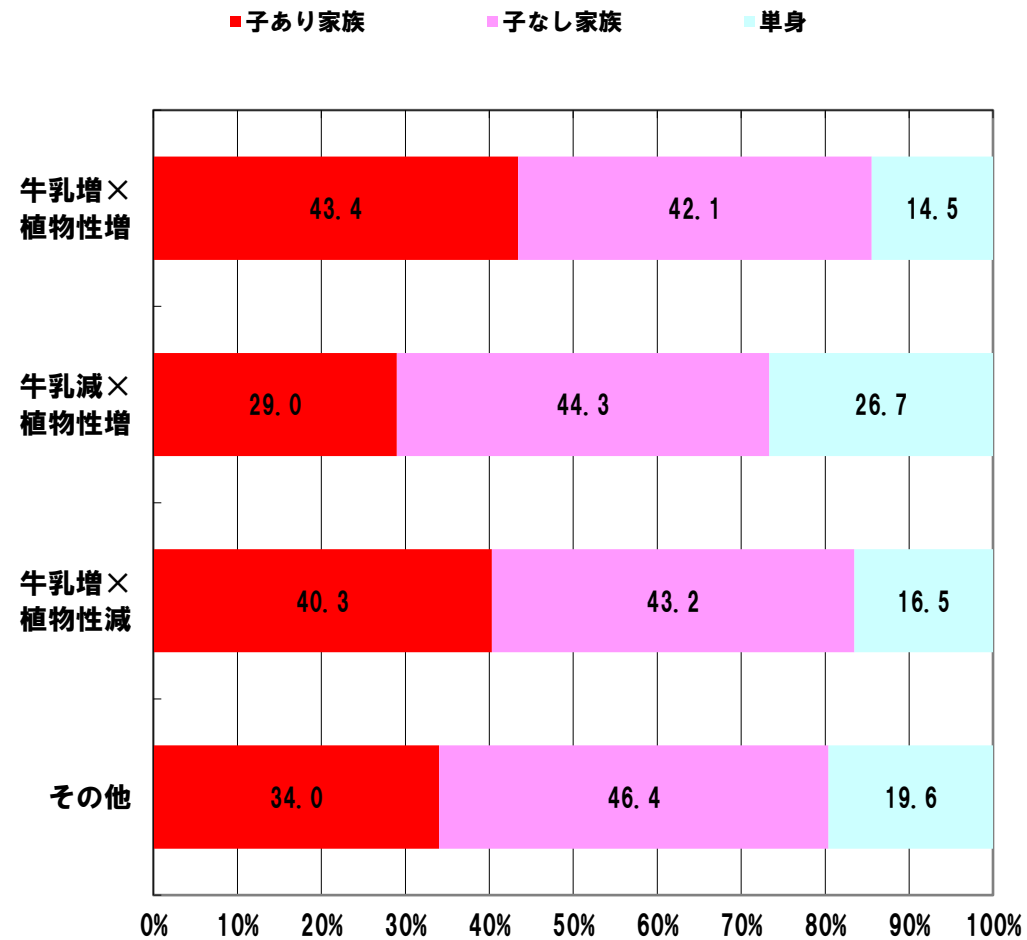
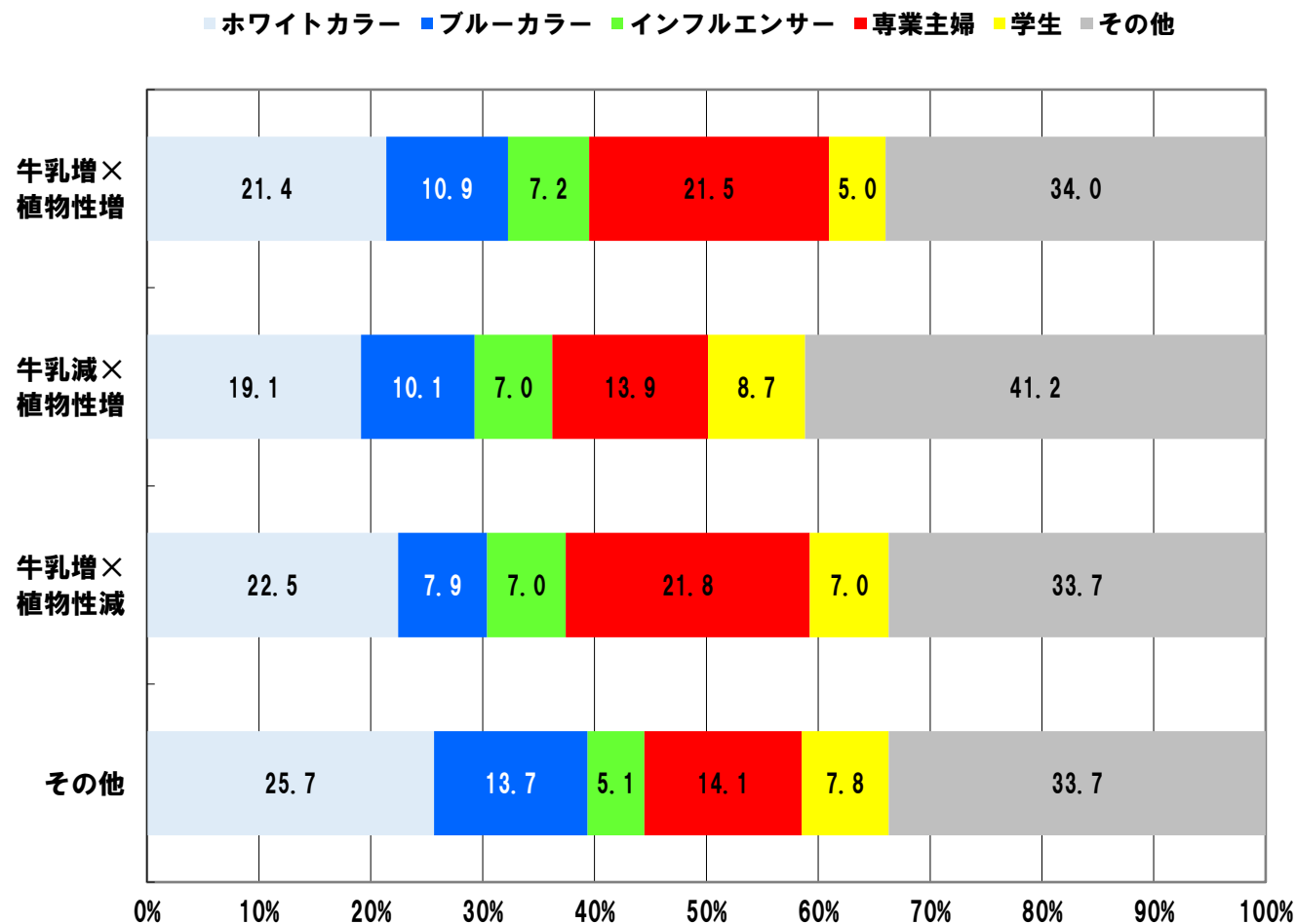


- 牛乳類を増やして植物性食品（植物性飲料を含む）も増やした人【牛乳増×植物性増】の割合は10.7%である。
- 牛乳類を減らして植物性食品を増やした人【牛乳減×植物性増】の割合は3.0%である。
- 牛乳類を増やして植物性食品を減らした人【牛乳増×植物性減】の割合は3.9%である。

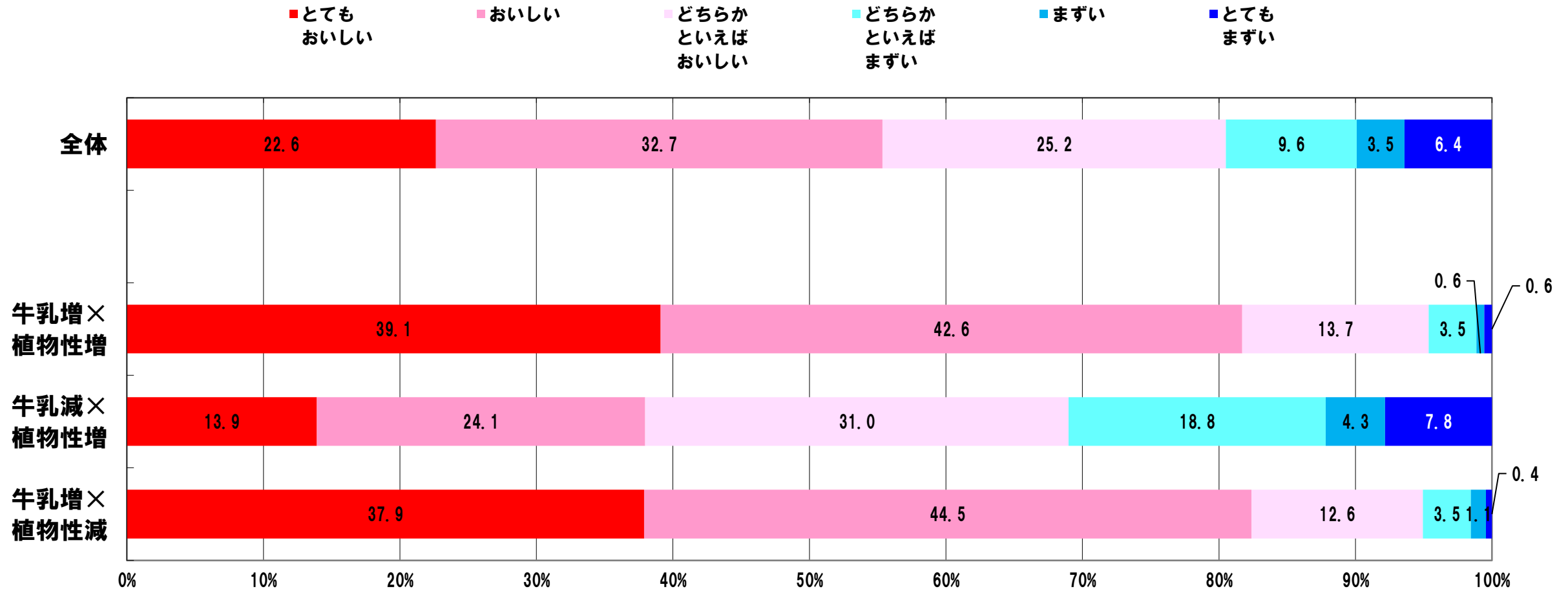


- 性年代別における牛乳類と植物性食品（植物性飲料を含む）の利用増減の傾向を見ると、牛乳類を増やし植物性食品も増やした層は、30代、40代、60代の女性でその割合が高い。
- 牛乳類を減らし植物性食品を増やした層は、10～20代の女性でその割合が高く、牛乳類を増やし植物性食品を減らした層は、70代の女性でその割合が高い。
- これより、女性において、牛乳類と植物性食品の利用増減の変化が起きやすくなっている可能性が示唆される。

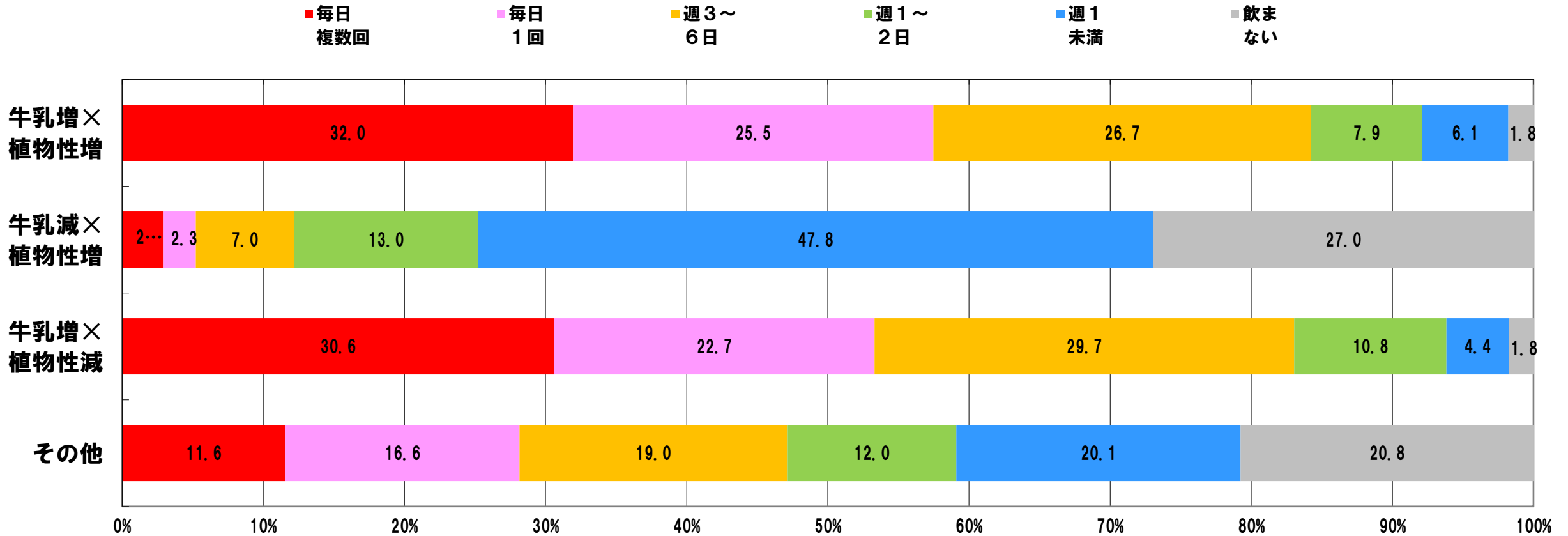
牛乳類と植物性食品の利用増減の傾向（職業・家族構成別）（一次調査結果） 32



- 職業別にみると、専業主婦は植物性食品（植物性飲料を含む）の増減にかかわらず、牛乳類を増やしている（左図）。
- 家族構成別にみると、子供がいる家庭では植物性食品の増減にかかわらず、牛乳類を増やしている。一方、単身者は牛乳類を減らして植物性食品を増やしている傾向がある（右図）。

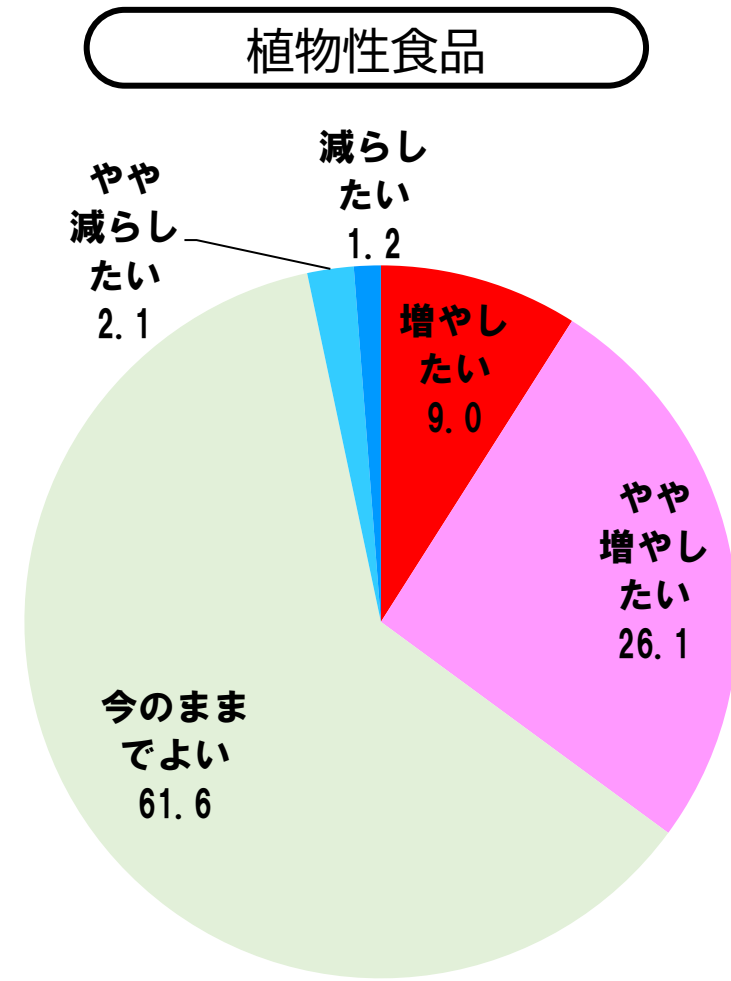
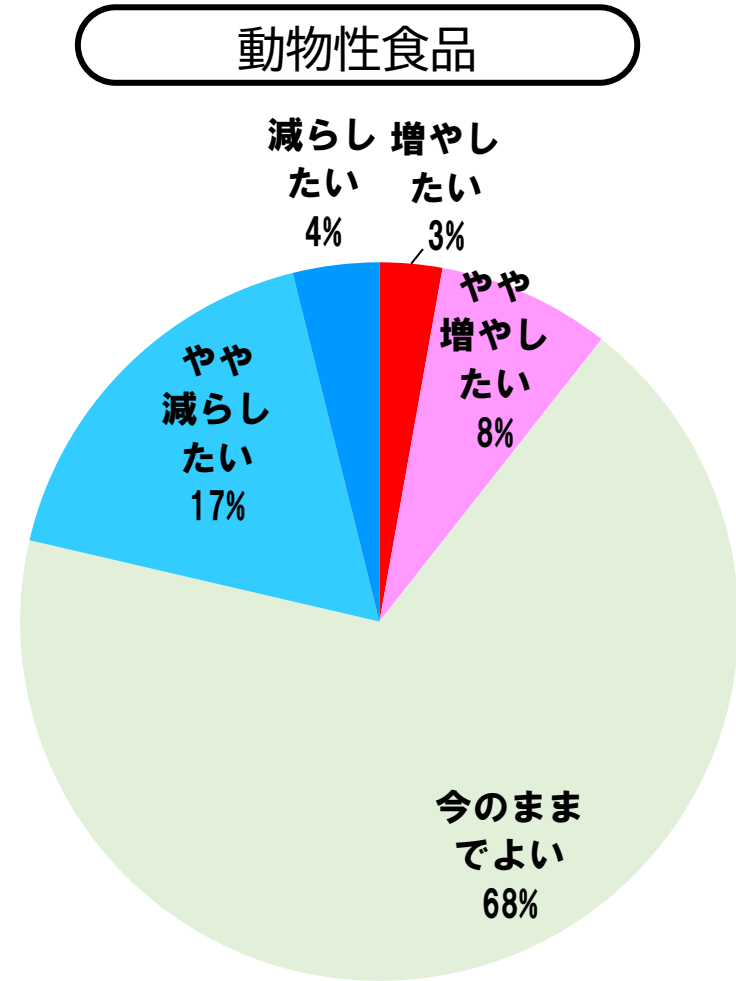


- 牛乳類の利用を増やしている層は、牛乳の「おいしさ」への意識が強い。
- 一方、植物性食品（植物性飲料を含む）を増やしている層（植物性代替食品への流出層）は、根本的に牛乳の「おいしさ」への意識は弱まっているが、そのような状況であっても、7割近い人は「おいしさ」を実感している。



- 牛乳類を減らして植物性食品（植物性飲料を含む）を増やしている層（植物性代替食品への流出層）は、牛乳類の利用頻度が特に低い。
- 牛乳類の飲用頻度がもともと低い層では、植物性食品の増加によって、更に牛乳類の飲用機会が減少していく可能性が考えられる。

問：今現在、あなたは「動物性／植物性」食品の購入・利用についてどう思いますか。



- 動物性食品の購入・利用は増加への意向が約10%である一方、減少への意向は約20%である（左図）。
- 植物性食品の購入・利用は増加への意向が約35%ある一方、減少への意向は約3%である（右図）。

牛乳減少者

10代女	学生	ヴィーガンを目指しているから
20代男	ホワイトカラー	不健康になりやすいから
20代女	ホワイトカラー	動物性は避けた方がいいと聞くから。
20代女	学生	太りやすいから。
30代男	ホワイトカラー	食糧危機の可能性が高まる状況だと感じているため、植物性食料に置き換え可能なものは出来る限り置き換えていきたいが、いきなり全ての置き換えは難しいとも考えている。
30代女	ホワイトカラー	数年前から実際に減らしているが、キツカケは食事として頂くまでの背景を知ったことや、体への負担や心にも影響があることを知り、そして体感した為である。
40代男	ブルーカラー	これから加齢していくにつれて、動物性食品を取る必要が無いと思う。
40代女	ホワイトカラー	サステナビリティの観点から
40代女	専業主婦	出来たら動物性の物は減らして野菜などを中心にした物などが増えると良い。
40代女	インフルエンサー	あまり体によくないから
40代女	その他	動物性食品の生産のために、多くの動物の命を奪ったり犠牲を強いているから。人間の食欲を満たすためだけに酷いことが行われているのが納得できない。
40代女	その他	体にあまり良くない感じがするので、、、
50代男	ブルーカラー	身体的な健康を考えての理由。
50代男	その他	愛護してるから
50代女	ホワイトカラー	持続可能を考えると、過剰だと思う

牛乳増加者

10代男	学生	動物性の食品はなんだか殺している感じが出ていて抵抗がある
10代女	学生	身体の事を考えると減らしたい。
20代男	その他	動物性のものはなんとなく身体に悪い気がするし、環境的にも良くないと聞くから。
30代男	ホワイトカラー	動物性の食品を減らすことで地球環境を良くすることができると感じる為
30代男	ホワイトカラー	健康体になりたい
30代男	ブルーカラー	カロリー高そう
30代女	ホワイトカラー	健康第一
30代女	インフルエンサー	体に良くない
40代男	ホワイトカラー	健康維持のためと将来的に動物性食品は供給過多となり代替え食品が必要になってきているため
40代女	ホワイトカラー	身体の健康維持のため
40代女	専業主婦	体に良くなさそうだから
40代女	その他	最近よくインスタで、こんな風に動物たちは被害にあってますっていうのを見るので気になるようになってきました。
50代男	ブルーカラー	特に感じることはない。
50代男	その他	100年後の持続可能な社会を考えたときに、動物を食べる社会から植物を食べる社会に変革していくと思うから。
50代女	専業主婦	動物性の食品は身体に良くない印象
50代女	その他	動物性の物はエネルギーや資源を多く使って作られているので

牛乳減少者

50代女	専業主婦	動物の飼料の問題から。
50代女	その他	植物性の方が健康的なので
60代男	ホワイトカラー	SDGsの観点から考えても致し方のないこと。
60代男	ホワイトカラー	健康・環境改善
60代男	ホワイトカラー	健康上の理由
60代男	ホワイトカラー	野菜中心の食生活がいい
60代女	専業主婦	動物を殺すのがいやだから
60代女	専業主婦	コレステロール値が高いから
60代女	その他	ベジタリアンなので外食でも控えています。
60代女	その他	もともと動物性のものが嫌だし、動物を殺して食べることに嫌悪感を感じるから
60代女	その他	世界的な動向として、将来の地球の食糧不足を考えると、減らすべきと思います。
60代女	その他	肉、牛乳が嫌いでおらず、野菜中心の食生活なのですが、ヨーグルト等は食べていました。豆乳ヨーグルトが手軽に購入できるようになったのでヨーグルトも豆乳ヨーグルトにしました。
70代男	その他	健康上体に良くないと言われているから。
70代男	その他	食事制限が掛かっているから。
70代女	専業主婦	動物性食品は吸収しにくく体の臓器に脂が付着すると健康を害してしまうので植物性食品の方が体に良いと思う

牛乳増加者

50代女	その他	健康のことを考えると減らしている
60代男	ホワイトカラー	環境問題や健康の為
60代男	ホワイトカラー	できるだけ植物性のものを採りたい
60代男	その他	健康的な食事、健康であり続けたいです。
60代男	その他	自分を含め、植物性の食べ物は体に良いから
60代男	その他	身体に良くないと思うので。
60代女	専業主婦	ダイエット。メタボにならないように。
60代女	専業主婦	それは 今はもう 年ですから 若い人にはある程度は 必要ですが
60代女	専業主婦	健康になりたいから
60代女	インフルエンサー	もうそんなに動物性食品は必要ないと思います
60代女	その他	太るから
60代女	その他	体調管理を考えた時にあまり多くの動物性食品を摂ることはあまりよろしくないため
70代男	その他	SDGsに協力をしたいから。
70代男	その他	健康のため
70代女	ホワイトカラー	環境負荷が大きいらしい。
70代女	専業主婦	体に悪影響を及ぼすことがあるから。
70代女	その他	体に良いのかな？と思いながら買うのはつらいので。

牛乳減×植物性増

10代男	学生	健康などにいいと思うから
10代女	学生	地球温暖化を防ぐため
10代女	学生	植物も私たちが生きるにあたってとても大切だと思う
10代女	学生	ヘルシーなので
10代女	学生	健康的だから。
20代男	ホワイトカラー	大事だから
20代女	ブルーカラー	年齢的にも植物性のものを増やして体のためになることをしたい
20代女	学生	健康的だと思うから。
30代男	ホワイトカラー	食料危機の可能性が高まる状況下で、少しでも代替え食品に変えて、その危機の到来を後ろ倒しにしたいと思う。
30代男	その他	野菜不足気味なので少し増やしたい気はする。タンパク質を含んだ植物性の食品もあまり買わないので買いたいと思いました。
30代女	ホワイトカラー	実際に増やしている。元々好みだったこともあり、苦痛ではなくむしろ喜んで選択している。
30代女	専業主婦	身近な存在になり価格も安定するから。選べる選択肢がある事は生きやすい。
30代女	その他	これまで植物性はあまり購入していないので、購入していきたい
40代男	ブルーカラー	加齢とともに、植物性食品の栄養で十分。
40代男	その他	野菜は健康的だから。

牛乳増×植物性増

10代女	学生	体に害がないから。
20代男	ホワイトカラー	動物性タンパク質と同様に大切だから
20代男	ブルーカラー	自然に良い
20代女	インフルエンサー	温室効果ガスの問題が言われているため
20代女	その他	健康にいいから
30代男	ホワイトカラー	ダイエットしたいから。体に良さそうだから。
30代男	ホワイトカラー	動物性の食品などを減らす為には代わりに植物性の食品が不可欠となる為
30代女	その他	カロリーが低そう
40代男	ホワイトカラー	便利で使いやすくてよいと思います。
40代男	ホワイトカラー	野菜摂取量を増やしたい
40代女	ホワイトカラー	からだによさそう
40代女	ホワイトカラー	野菜をもう少し摂りたい
40代女	ホワイトカラー	キャノーラ油を使用しているが、身体のためには米油とか使いたいと思うが高価なので手が出せない
40代女	ブルーカラー	身体に良さそうなので料理の方法がわかれば積極的に利用したい
40代女	専業主婦	体に良いから
50代男	その他	動物性食品が多いので少しずつ植物性食品を増やし、健康的で毎日の食生活を楽してみたいから。
50代男	その他	持続可能な社会を考えると、動物から植物の食品に変革が進むと思う。

牛乳減少者×植物性増加者

40代女	ホワイトカラー	サステナビリティの観点から
40代女	その他	いずれ動物性食品の摂取は辞めたいと思っているのでその補填のため
40代女	その他	体に良いイメージがあるので、、、
50代男	ホワイトカラー	とくに脂肪分の多すぎる霜降り肉には生産と消費を含めて反対している。
50代女	ブルーカラー	体に良いから。
50代女	専業主婦	健康的だ。
60代男	ホワイトカラー	アニマルウェアの観点からそうしたい。
60代男	ホワイトカラー	動物性からの変換は世の流れ。
60代女	専業主婦	まだ社会一般にはそれ程認知されていませんが、早く社会に広まりいつでもどこでも手に入るように成れば良いと感じます。
60代女	専業主婦	これからの健康を考えると植物性を選ぶ
60代女	専業主婦	ヘルシーだから
60代女	専業主婦	その方が罪悪感が少ないし、消化が楽だから。自分の身体に合っているから。
60代女	その他	欧米化してきた食生活には、植物性食品を取ってバランスを取ることが必要と思うから。
60代女	その他	年配者なので
60代女	その他	大豆タンパクで出来たミートなど、手軽に買うお店が近くにありません。
60代女	その他	好きだから

牛乳増加者×植物性増加者

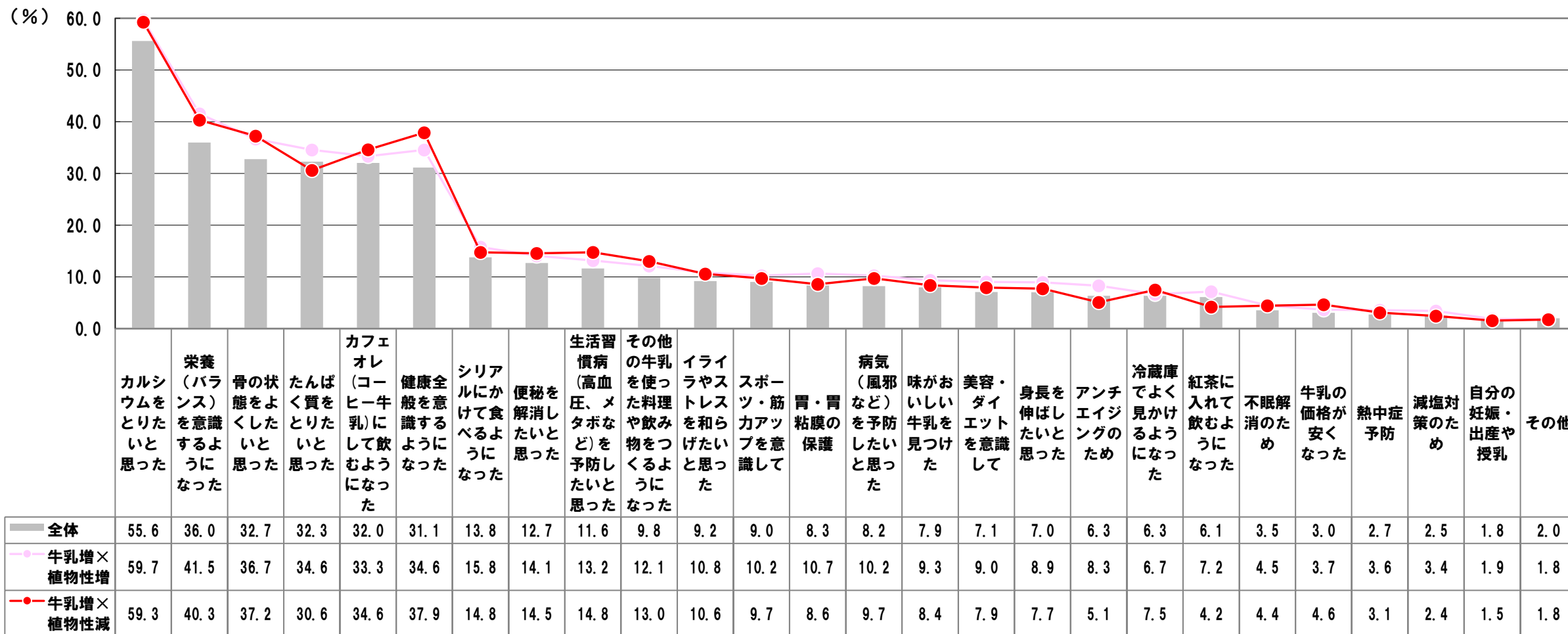
50代女	ホワイトカラー	健康のために
50代女	その他	アンチエイジング世代なので、動物性より植物性を摂取すべきだと思う
50代女	その他	体によさそう野菜は沢山食べたいので
60代男	その他	野菜や果物を積極的に摂取しビタミン類や食物繊維を不足することなく摂りたい。
60代男	その他	ヘルシーな食事をして、成人病の気を付けたいです。
60代男	その他	体に良いと思うので。
60代女	ホワイトカラー	美容にいいと思うので
60代女	専業主婦	肉など動物系は胃がもたれるなど食べられなくなってきていて、野菜がおいしいと感じるので沢山摂取したいです。
60代女	専業主婦	健康のために<<植物性>>食品に変えていきたい
60代女	専業主婦	ヘルシーな食事を考えます。
60代女	その他	健康で、長生きしたいです。
60代女	その他	健康に欠かせないから。
60代女	その他	なるべく野菜をたくさん食べたいから
70代男	その他	健康を維持するためにも植物を多く利用することが健康上大切です
70代男	その他	SDGsに少しでも多く協力したいから。
70代女	専業主婦	野菜不足になりやすいと思うから。また動物性たんぱくよりも大豆たんぱくなどのほうが健康に良いと思うから

牛乳減少者×植物性増加者			牛乳増加者×植物性増加者		
70代男	その他	健康のため、体を維持するため。	70代女	専業主婦	健康診断で、高脂血症と言われたのでなるべく運動と食事改善したいと思うので、植物食品に切り替えたい。
70代女	専業主婦	健康に関係するから	70代女	専業主婦	健康的だから。
70代女	その他	食物繊維は体のために外せない。	70代女	その他	どうしても野菜類の量が少ないので、果物や豆類などで補う様にしている。
70代女	その他	体に良い			
70代女	その他	栄養面から考えても不足がちだと思う。			

- 自由回答の結果を見ると、動物性食品の購入・利用を減らしたい理由には、「カロリーが高く健康的ではないこと」や「動物を殺して食べることに抵抗があること」といったイメージが挙げられている。
- 一方、植物性食品の購入・利用を増やしたい理由には、「動物性食品よりも健康的であること」や「環境に優しい」といったイメージが挙げられている。

牛乳利用の増加理由（一次調査結果）

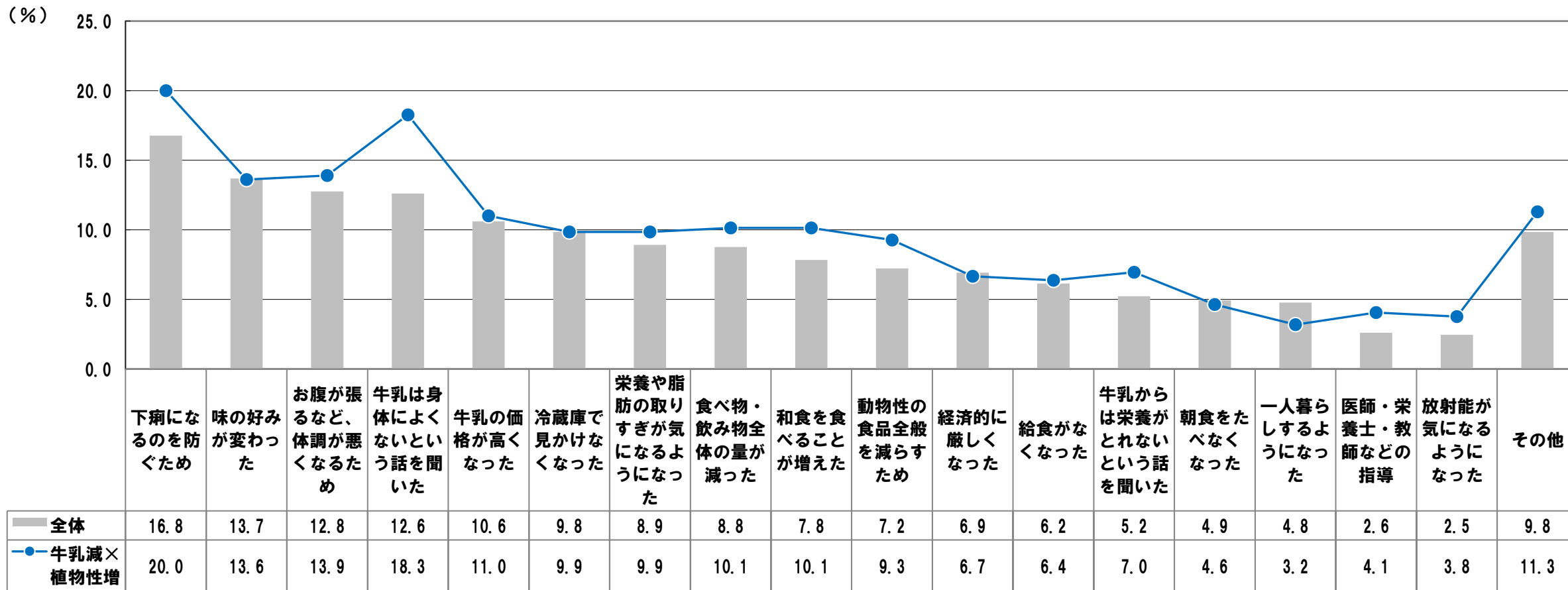
問：いま現在、あなたご自身やご家族の「牛乳」利用が増えているのは、どんな理由や事情からだと思いますか。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 牛乳類の利用を増やしている層は、「カルシウムを取りたい」「栄養を意識」「骨の状態をよくしたい」「健康全般を注意」のように、健康・栄養面での理由により利用が増えている。
- 他にも、「カフェオレにして」のように、嗜好性を理由に利用している点も特徴的である。

牛乳利用の減少要因（一次調査結果）

問：いま現在、あなたご自身やご家族の「牛乳」利用が減っているのは、どんな理由や事情からだと思いますか。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



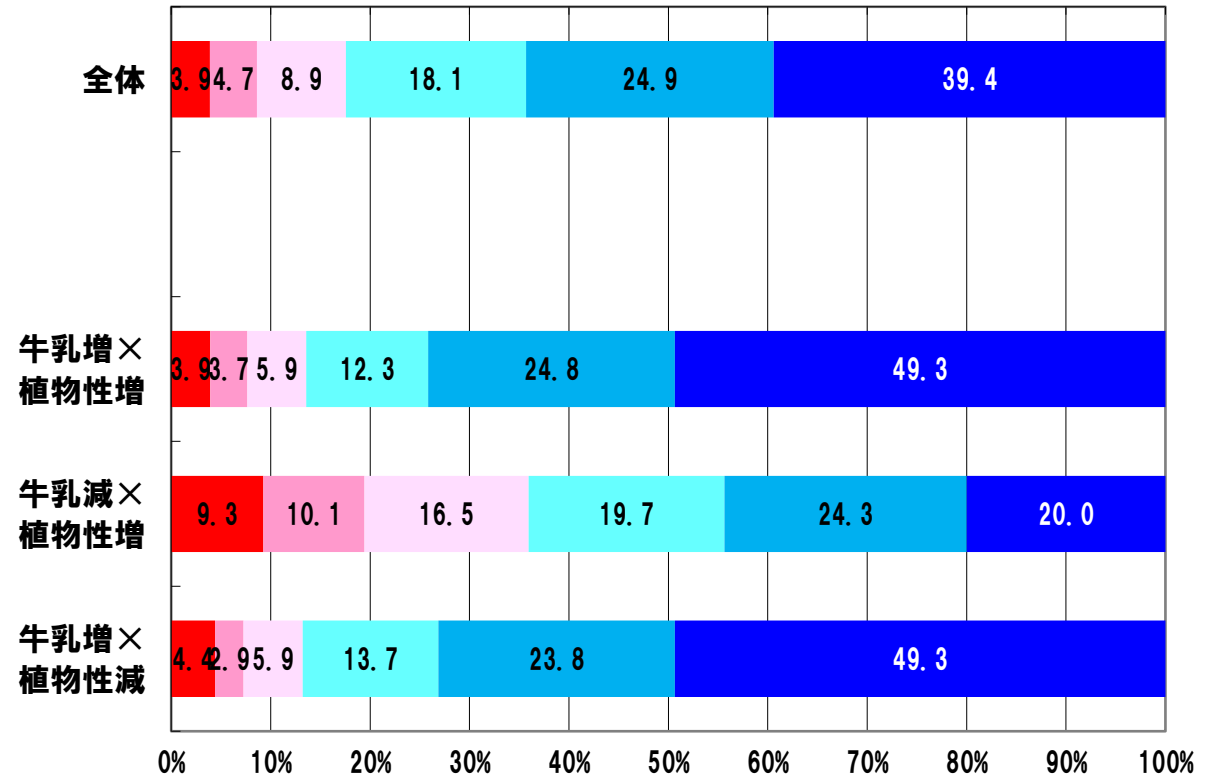
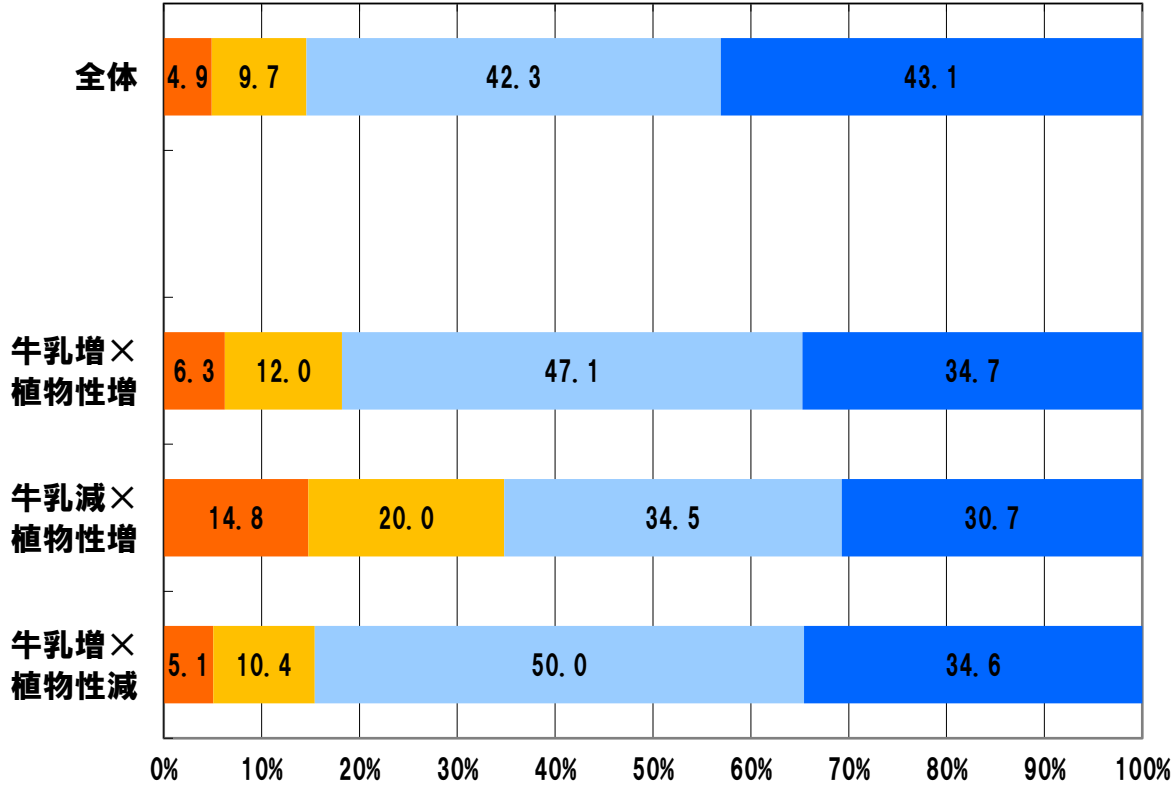
- 牛乳類を減らして植物性食品（植物性飲料を含む）を増やしている層（植物性代替食品への流出層）は、牛乳利用の減少理由として「牛乳は身体によくないという話を聞いた」が、全体に比べて特徴的に高い。他にも「下痢になるのを防ぐため」のように身体への影響を気にする理由も高い。
- 牛乳による身体への影響については、科学的知見から得られる情報をわかりやすい内容で継続的に発信することにより、牛乳に対する理解醸成を図っていくことが必要である。

牛乳乳製品のよくない話題の接触と飲むべきでないと思う意識（一次調査結果）

問：この1年間で、あなたはメディアや人との会話を通じて、牛乳・乳製品の【よくない話題】に触れたことがありますか。あなたに最もあてはまるものをひとつお答えください。いま現在、あなたは「牛乳を飲むべきでない」と、どれくらい思いますか。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。

■ 確かにある
 ■ 多分ある
 ■ 多分ない
 ■ 確かにない

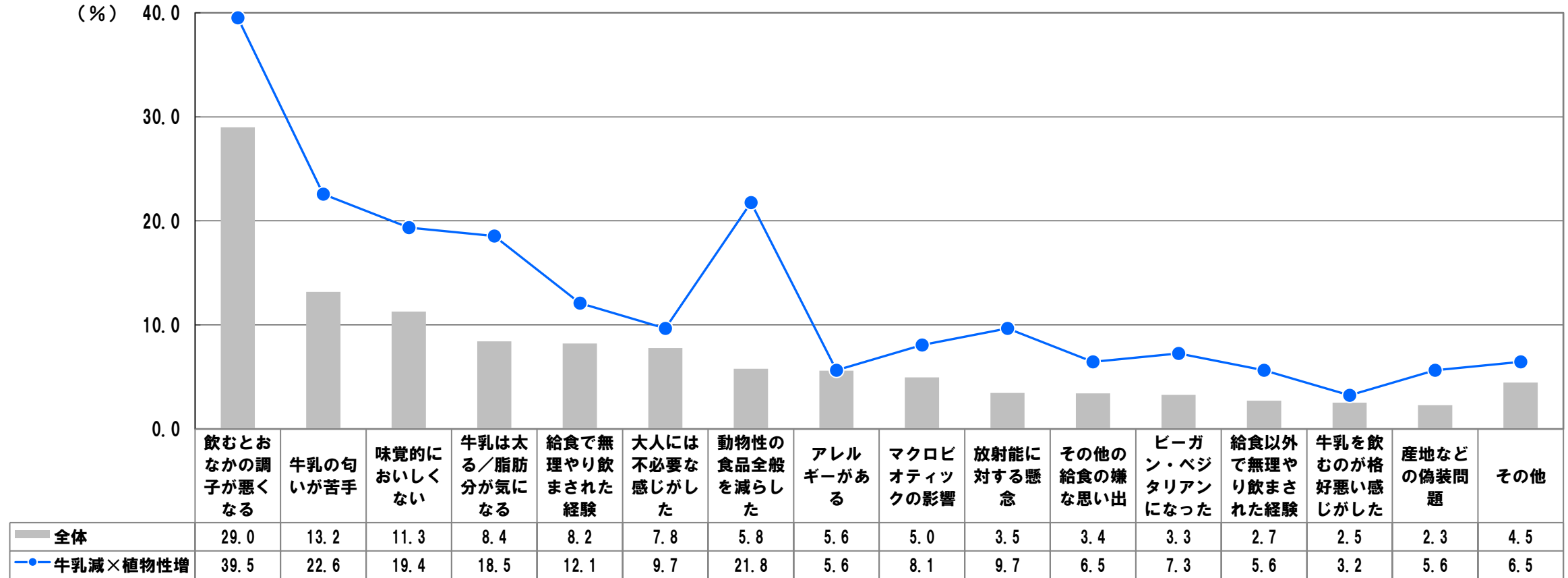
■ とても思う
 ■ 思う
 ■ どちらかといえば思う
 ■ どちらかといえば思わない
 ■ あまり思わない
 ■ 全く思わない



➤ 牛乳類を減らして植物性食品（植物性食品を含む）を増やしている層（植物性代替食品への流出層）は、牛乳乳製品のよくない話題との接触が多く（左図）、アンチ意識（牛乳を飲むべきではない）も特徴的に強い（右図）。

牛乳を飲むべきでないと思うようになった理由（一次調査結果）

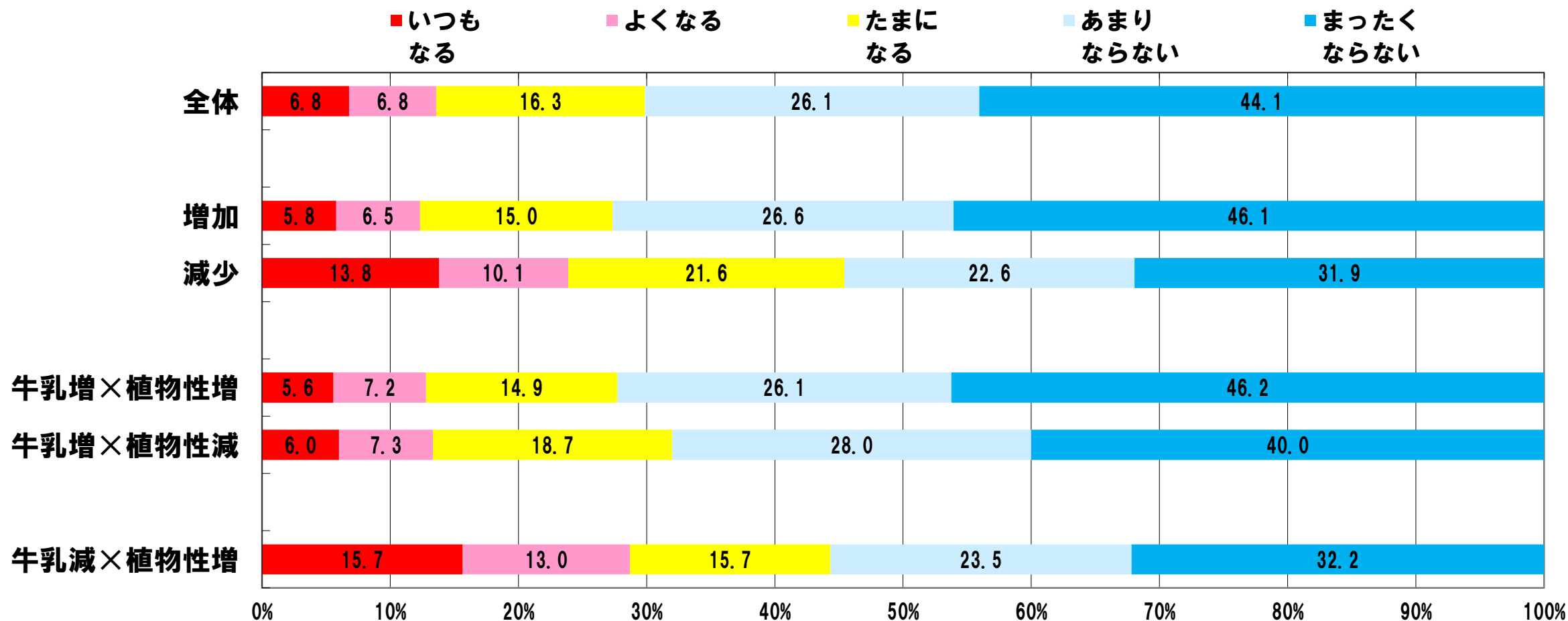
問：あなたが「牛乳を飲むべきでない」と思うようになった、きっかけや理由は何でしたか。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 牛乳を飲むべきでないと思うようになったきっかけや理由やきっかけは、「健康面」や「嗜好性」に関する項目が多い。
- 一方、牛乳類を減らして植物性食品（植物性飲料を含む）を増やしている層は、「飲むとおなかの調子が悪くなる」「牛乳は太る／脂肪分が気になる」「動物性の食品全般を減らした」の理由が目立っている。
- 特に「動物性の食品全般を減らした」は、全体に比べて特徴的に割合が高い。このことは、植物性食品や代替食品への移行といった傾向を如実に表しているものと考えられる。

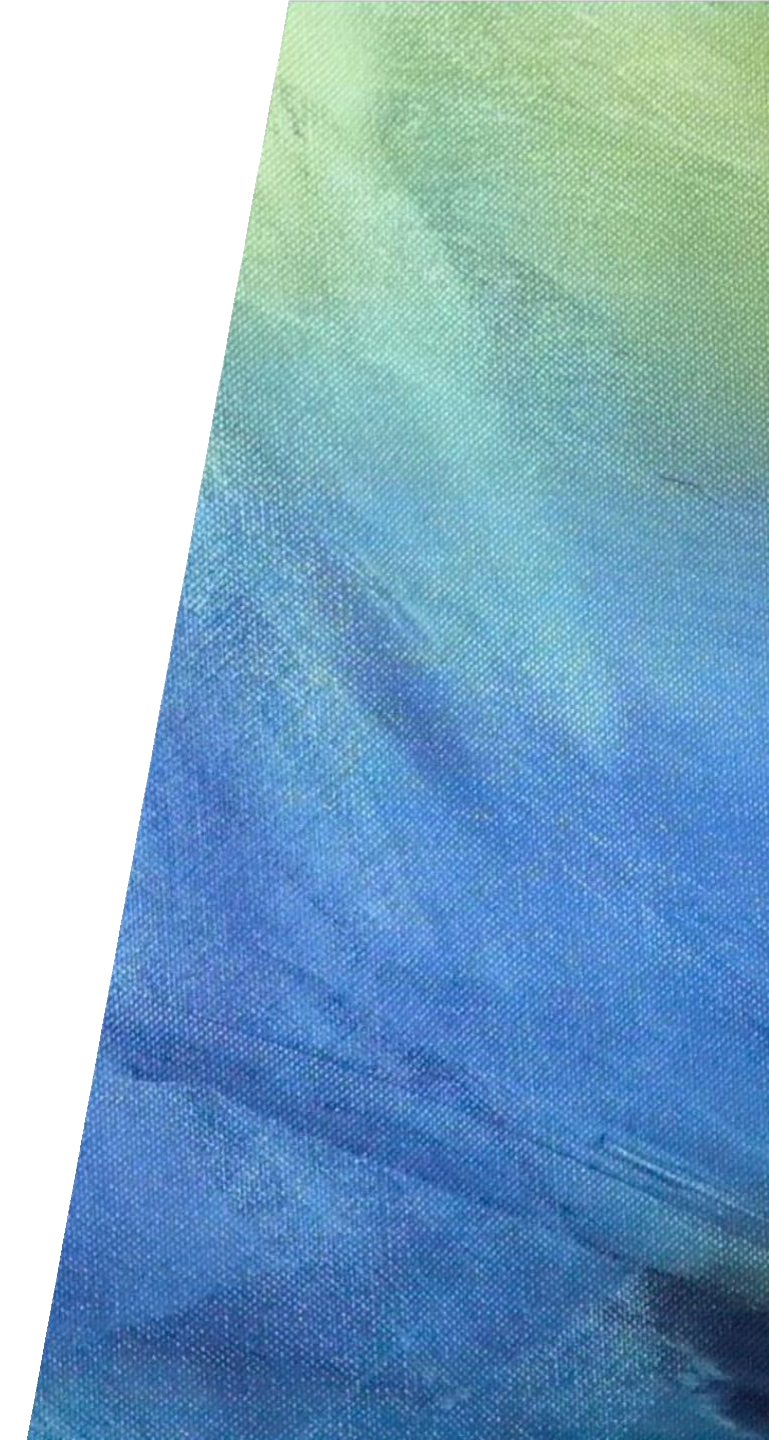
乳糖不耐に関する意識（二次調査結果）

問：あなたご自身は、牛乳を飲んで、お腹などの調子が悪くなることがどれくらいありますか。

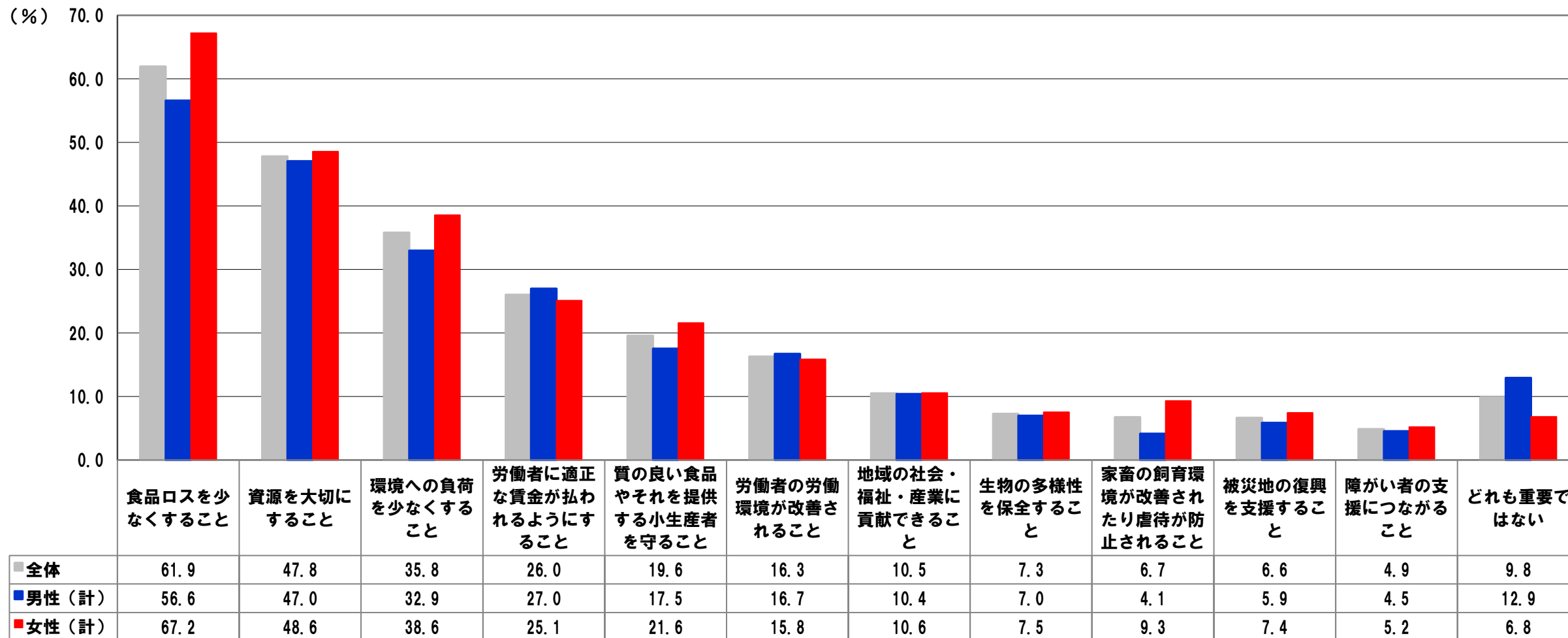


➤ 牛乳増加者に比べて、牛乳減少者では乳糖不耐の実感が強く表れている。

5. S D G s ・ エシカル(倫理的) 消費に対する生活者意識

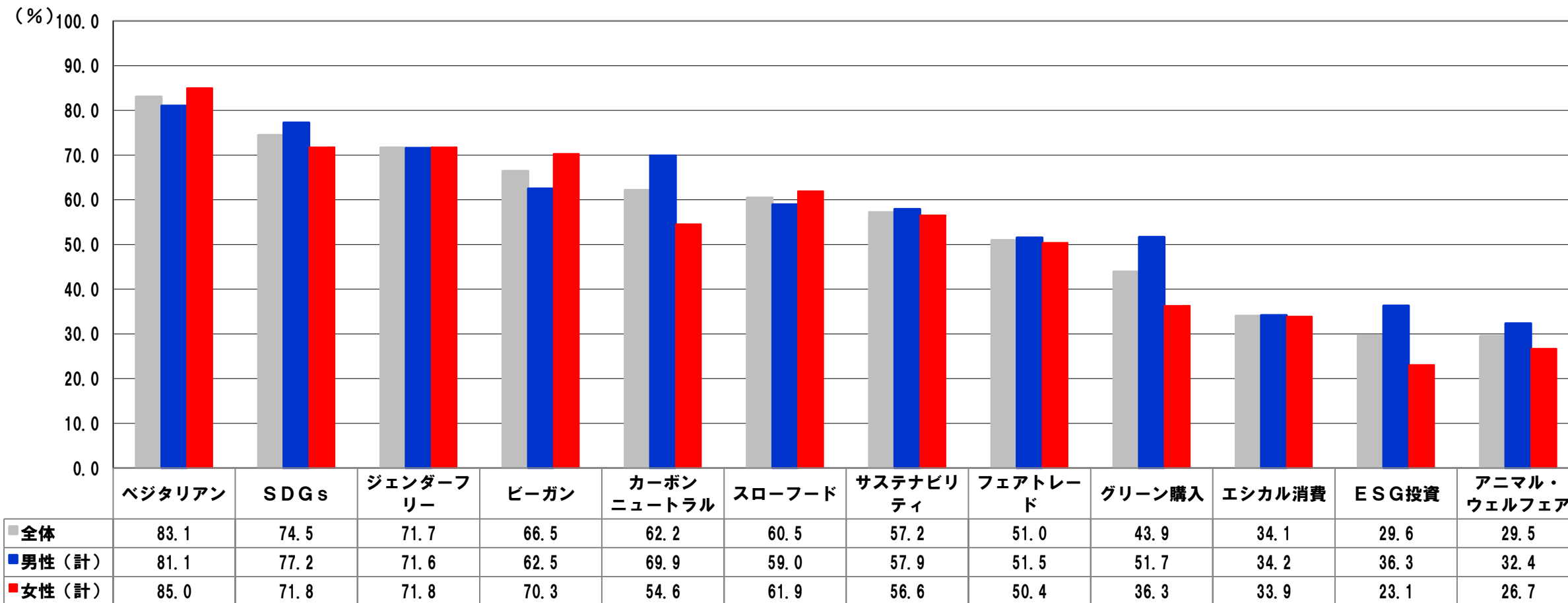


問：下記にあげた文言の内容について、あなたご自身が重要だと思うものを上から3つお知らせください。選択肢のなかから、あなたにあてはまるものを3つ選んでお答えください。



➤ 現在の社会・経済・環境について、生活者は、「食品ロス削減」「資源・環境保全」「労働賃金・労働環境の改善」「質の良い食品やそれを提供する小生産者を守ること」などのSDGsに関連する様々な問題に関心を持っている。特に食品ロス削減については、約6割が重要であると考えている。

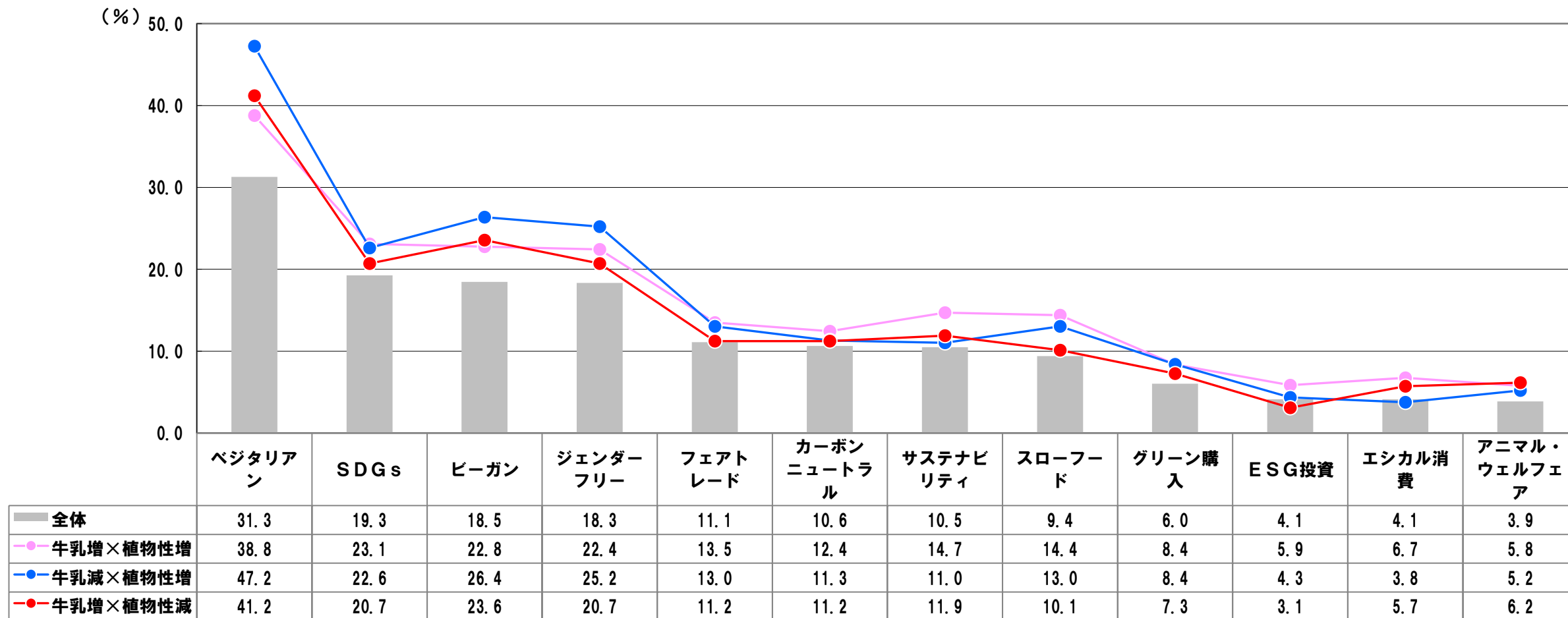
問：あなたは、下記にあげたいくつかの単語（ワード）をどれくらいご存知ですか。下記の12の言葉それぞれについて、あなたに最もあてはまるものをひとつずつお答えください。
 （「確かに内容を知っている」と「なんとなく内容を知っている」の合計値）



- SDGsやエシカル消費に関連する言葉のなかで高い認知を示すものは、「ベジタリアン」「SDGs」「ジェンダーフリー」であり、いずれも7割を超える認知度である。
- 一方、「アニマル・ウェルフェア」の認知度は約3割と最も低い。また、「エシカル消費」も低い認知度であり、言葉の定義・意味に係る理解醸成を図るためには、積極的な情報発信を業界全体で取り組んでいくことが重要であると考えられる。

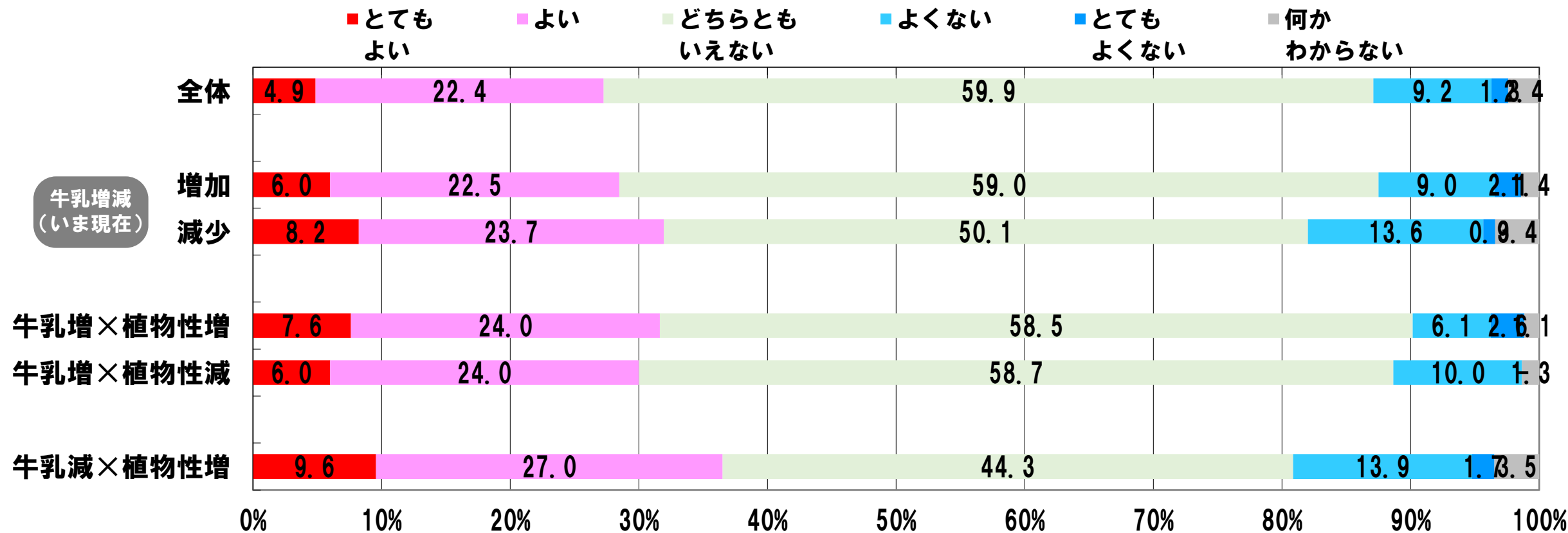
SDGs・エシカル消費に関連する言葉の認知度（一次調査結果）

問：あなたは、下記にあげたいくつかの単語（ワード）をどれくらいご存知ですか。下記の12の言葉それぞれについて、あなたに最もあてはまるものをひとつずつお答えください。
（「確かに内容を知っている」と「なんとなく内容を知っている」の合計値）



- 牛乳類を減らして植物性食品（植物性飲料を含む）を増やしている層（植物性代替食品への流出層）は、食事への意識と関連して「ベジタリアン／ジェンダーフリー／ビーガン」といった言葉への意識が高い。
- 動物性食品への苦手意識やダイエット志向・美容意識などが、これらの認知度に影響している可能性がある。

問：あなたは「ベジタリアン」についてどう思いますか。

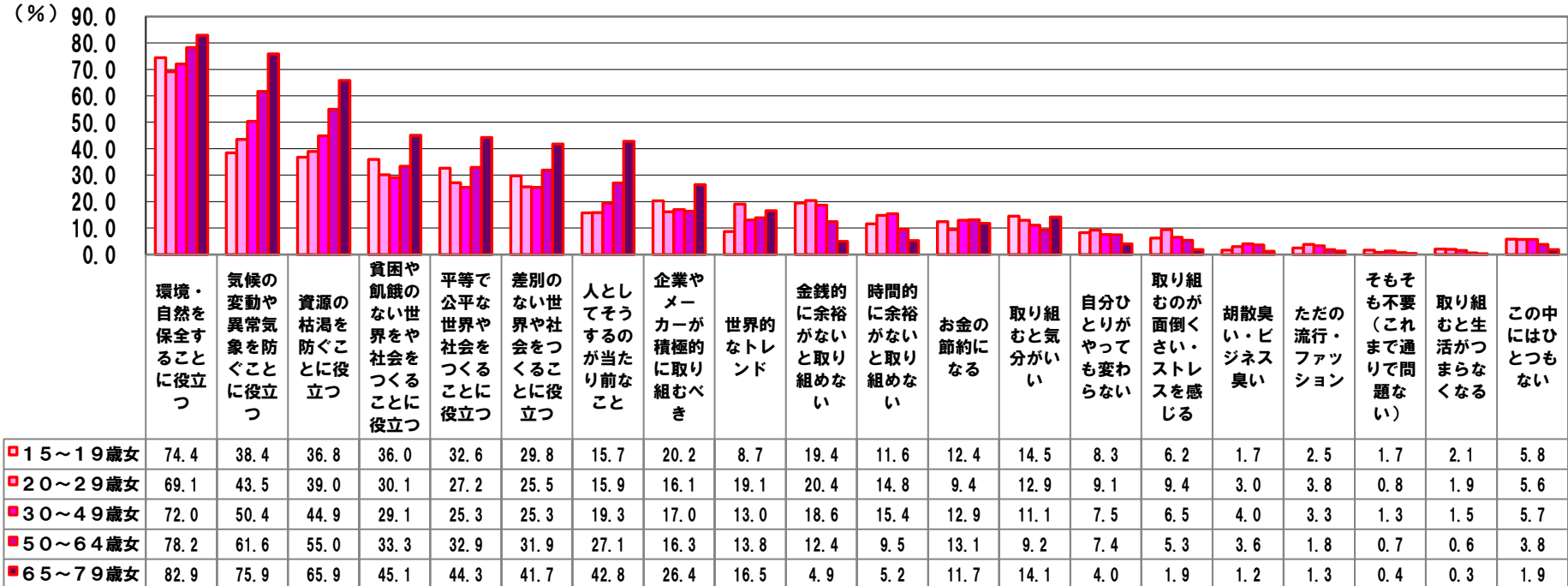
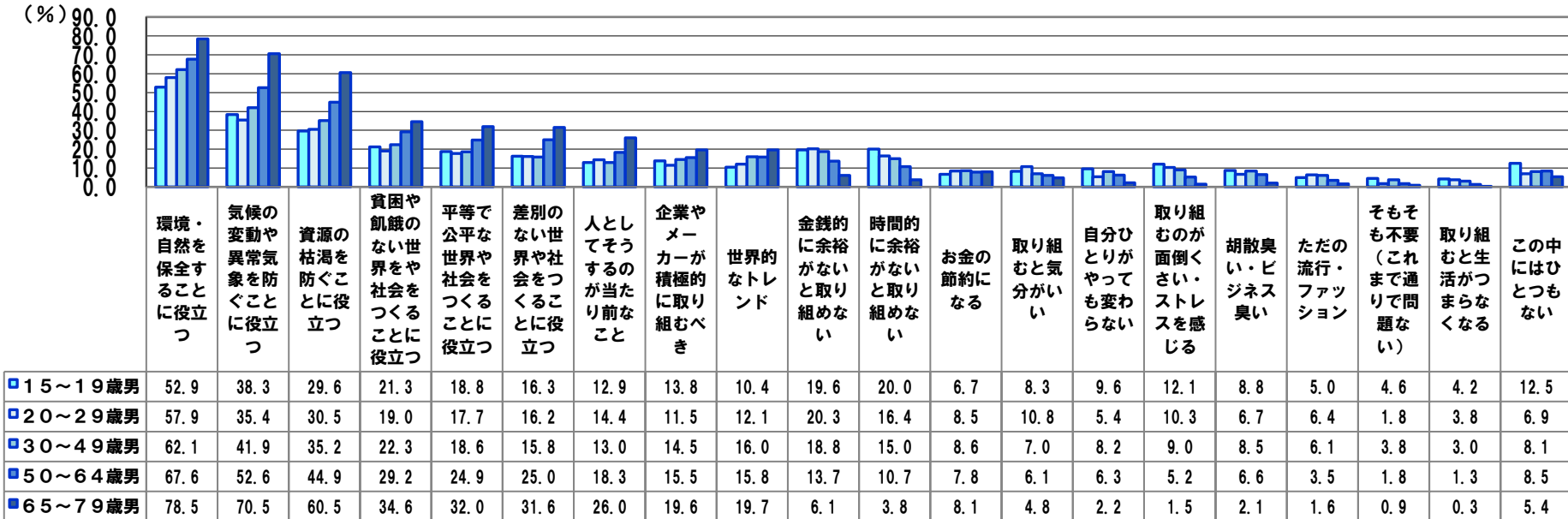


➤ ベジタリアンについて良いイメージを持つ生活者は約30%存在する。特に、牛乳減×植物性増の生活者において、そのイメージが強くなる。

10代男	学生	野菜などを多く食べて健康にいいと思う	40代女	その他	ヴィーガンよりは厳格ではないが、動物性食品を取らないことで動物に優しい食生活ができるから
10代女	学生	とても健康的で良いと思うが、痩せ型が多いかなと思う。	40代女	その他	体にとてもいいと思う
10代女	学生	野菜をたくさん食べることはとても健康的だと思うから	50代男	ホワイトカラー	健康が維持できているのであれば、また強制されているのでなければうなずける思考である。
10代女	学生	野菜をあまり食べないと言う人が増えている中、食べている人はとても健康に気をつけている印象を受けるのでとてもよい。だが、とりすぎると逆に足りないものが出てきて健康に影響が出てしまうので知識を持ってほどほどに取るのがいいと思う。	50代女	ブルーカラー	体には良いが、片寄っていて栄養バランスが良くない。
20代男	ホワイトカラー	健康に良いから	50代女	専業主婦	体調に異変さえきたさなければ良いと思う。生物の命を大切にしたいと思う事も素晴らしい。
20代女	ホワイトカラー	野菜を食べていて健康的	60代男	その他	健康的だから
20代女	学生	痩せている、ストイック	60代女	専業主婦	その方が自然な気がするから。動物を殺さなくて済むから、罪悪感がない。
30代男	ホワイトカラー	体に良さそうでいいと思います。ただ肉も食わないとスポーツなどでは活躍できなさそうな印象です。	60代女	専業主婦	タンパク質も大事だけど野菜は体にいい
30代女	ホワイトカラー	健康的でよさそう	60代女	その他	動物を殺生しなくて良いので
40代男	ホワイトカラー	野菜は太らないし時々タンパク質を取れば良い	60代女	その他	自分の体質に合っていると思います。人には別に勧めませんが、自分的には野菜や果物中心の食生活のほうが体調も良いようです。
30代女	ホワイトカラー	環境や身体精神的なことも含めて考えられた上で、実施されている方も増えていると思うので良い考えではないかと感じる。	60代女	その他	幼稚園の時、肉屋につるしてある肉の塊を見て以来、肉が好きではありません。ヨーグルトも豆乳ヨーグルトに変えました。チーズも豆乳チーズができればよいと思います。
40代男	その他	健康的だと思う。	70代女	専業主婦	本来それが理想なのかも知れない
40代女	専業主婦	野菜は健康的でカロリーも、少なくても良いと思う。			

➤ 健康・痩身・動物の殺処分への意識・思想的な賛同が多く見られる。一方、「野菜を食べること」自体への評価も少なくない。

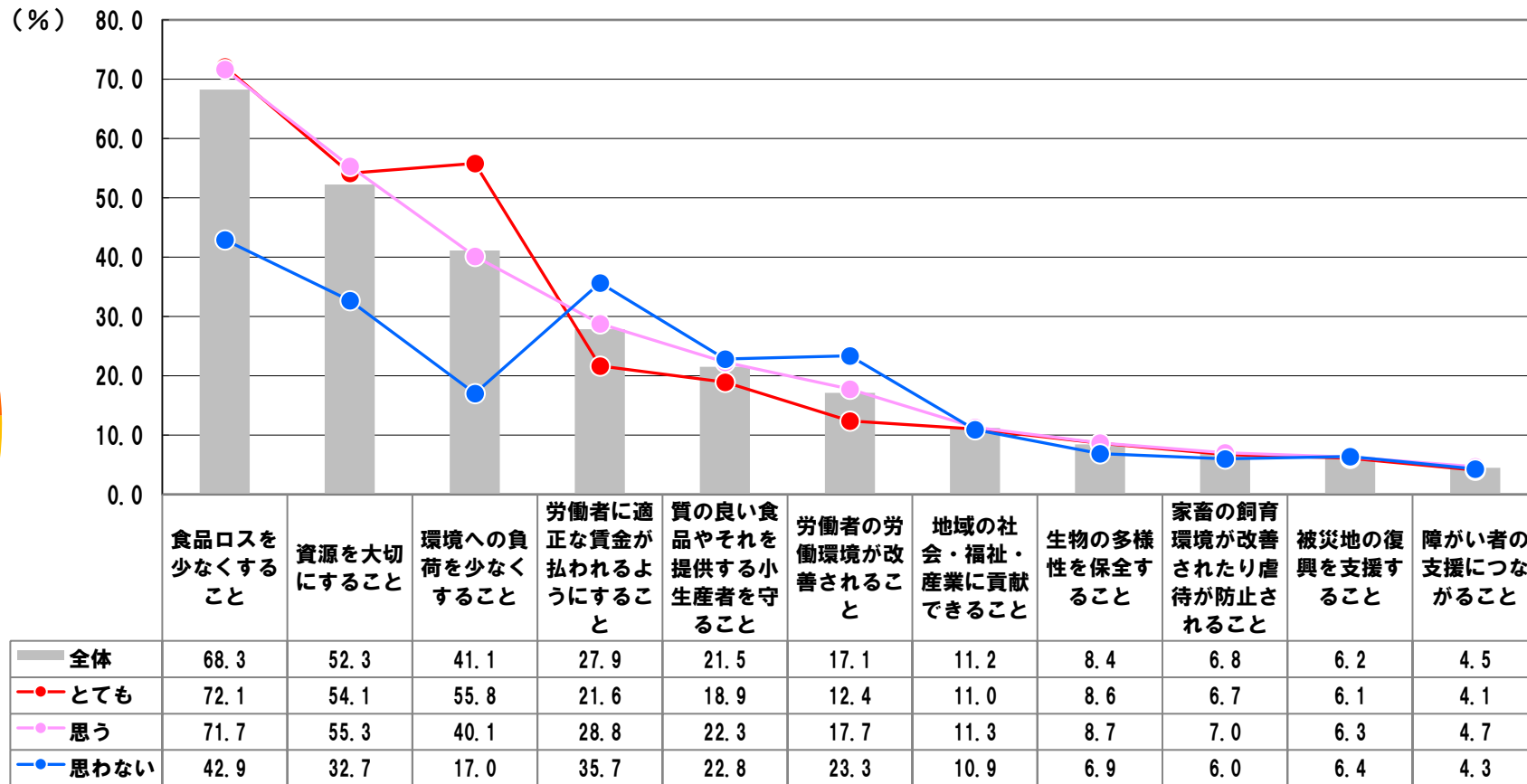
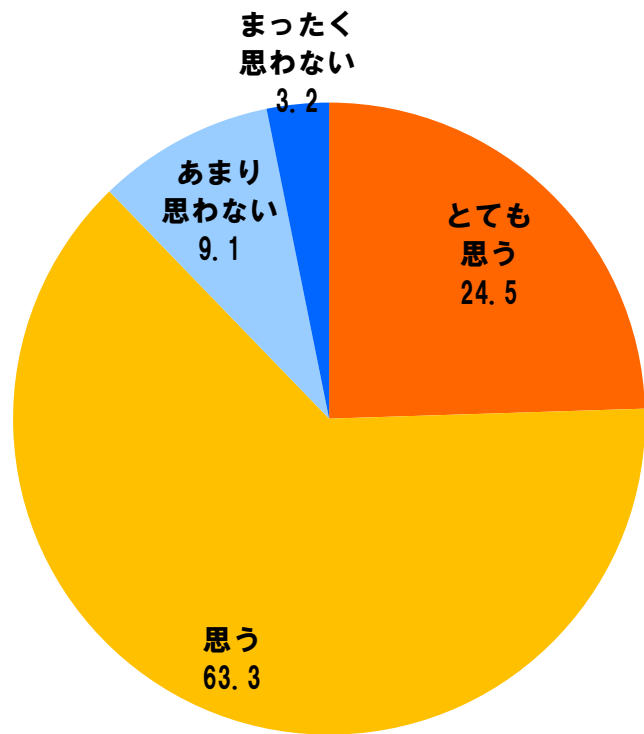
SDGs・エシカル消費に対する認識（性年代別）（一次調査結果）



➤ 感覚として、「SDGs」や「エシカル消費」にあてはまると思うもの、について調査したところ、高齢者層ほど、「環境・自然を保全することに役立つ」や「気候の変動や異常気象を防ぐことに役立つ」のような肯定的な認識が目立つ。

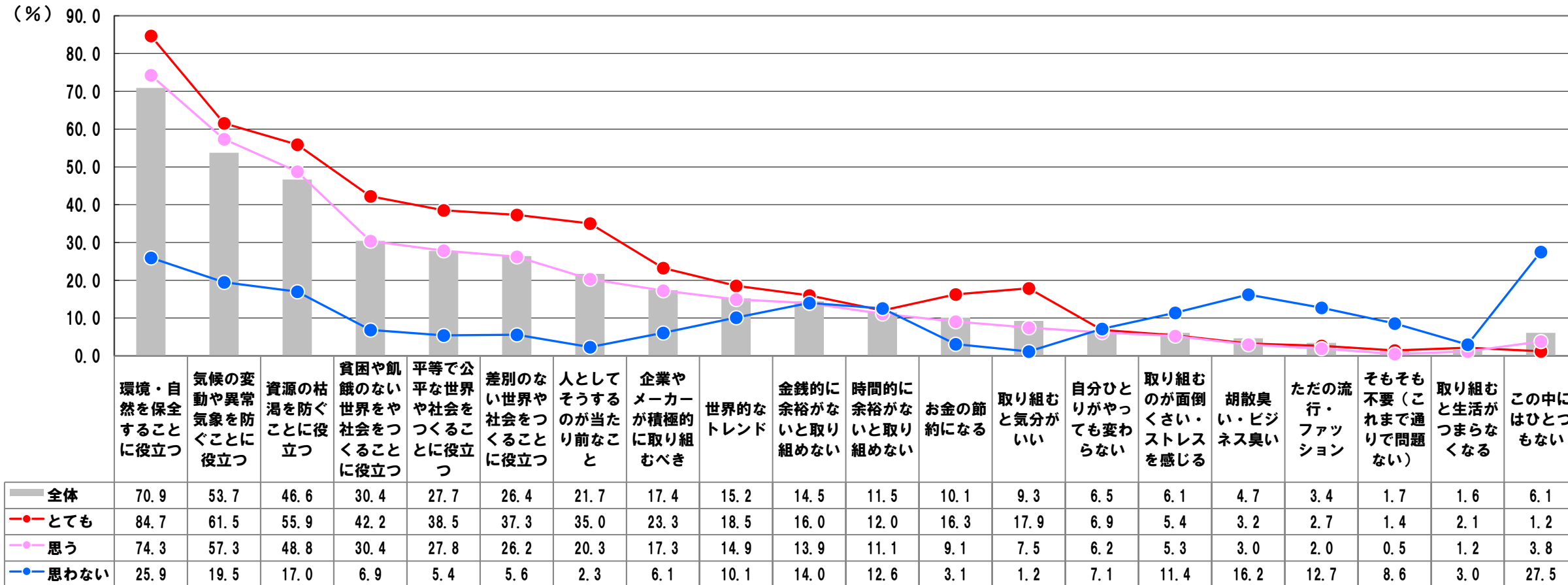
➤ 一方、10～20代の若齢世代では、「金銭的・時間的に取り組む余裕がない、気分になれない」などの否定的な認識や、他人事として受け取るような感覚が確認される。

問：今後、あなたは「SDGs」や「エシカル消費」について、どれくらい自分なりに取り組みたいと思いますか以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください（※「SDGs」と「エシカル消費」の、どちらか一方しかご存知でない方は、ご存知の方のみお答えください）。また、下記にあげた文言の内容について、あなたご自身が重要だと思うものを上から3つお知らせください。選択肢のなかから、あなたにあてはまるものを3つ選んでお答えください。



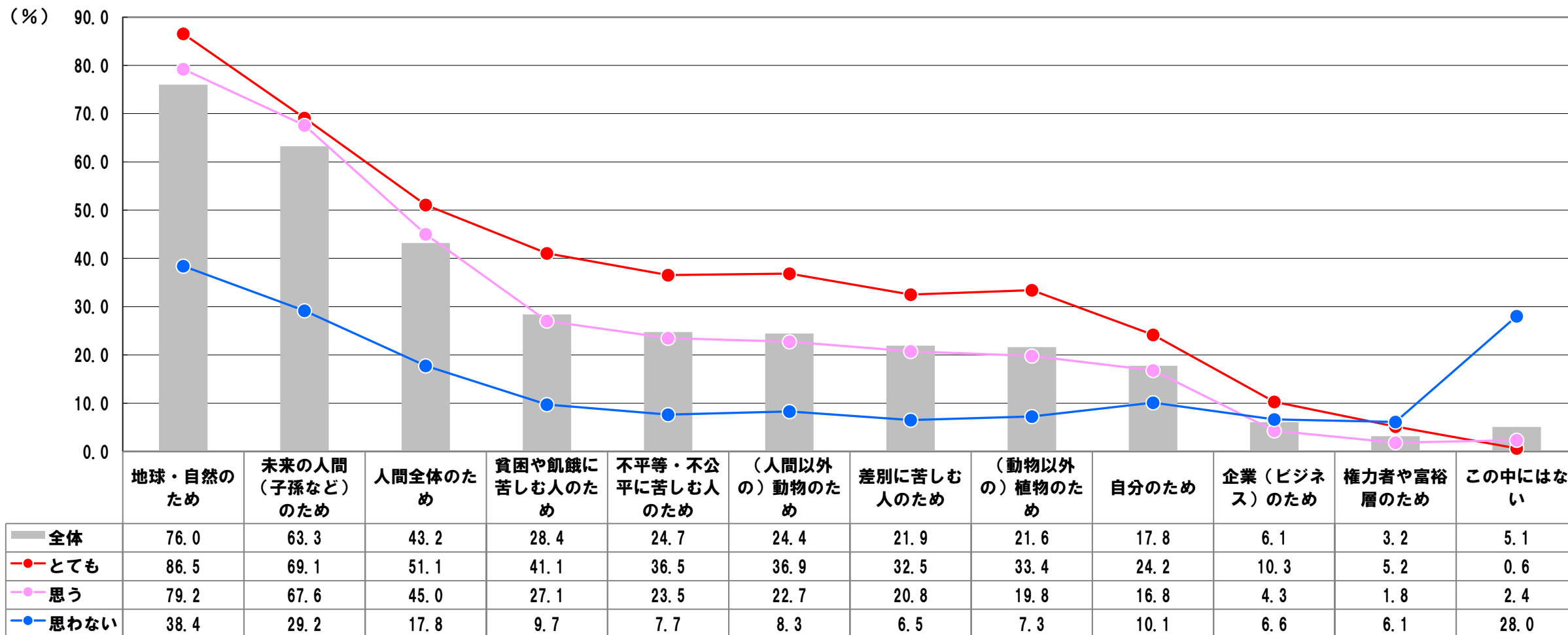
- 「SDGs・エシカル消費」の内容を理解する生活者において、取り組みの意向がある人（とても思う、思う）は約9割に達する（左図）。
- 「SDGs・エシカル消費」の内容理解者において、取り組み意向がとても強い人（赤線）は、「環境負荷低減（左から3つ目）」の重要意識が高い（右図）。
- 取り組み意向がない、または低い人（青線）であっても、「労働賃金」や「労働環境」の改善が重要であると考えている。

問：あなたの感覚として、「SDGs」や「エシカル消費」にあてはまると思うものをお知らせください。以下のなかから、あなたがあてはまると思うものをすべてお答えください。
 （※「SDGs」と「エシカル消費」の、どちらか一方しかご存知でない方は、ご存知の方のみお答えください）



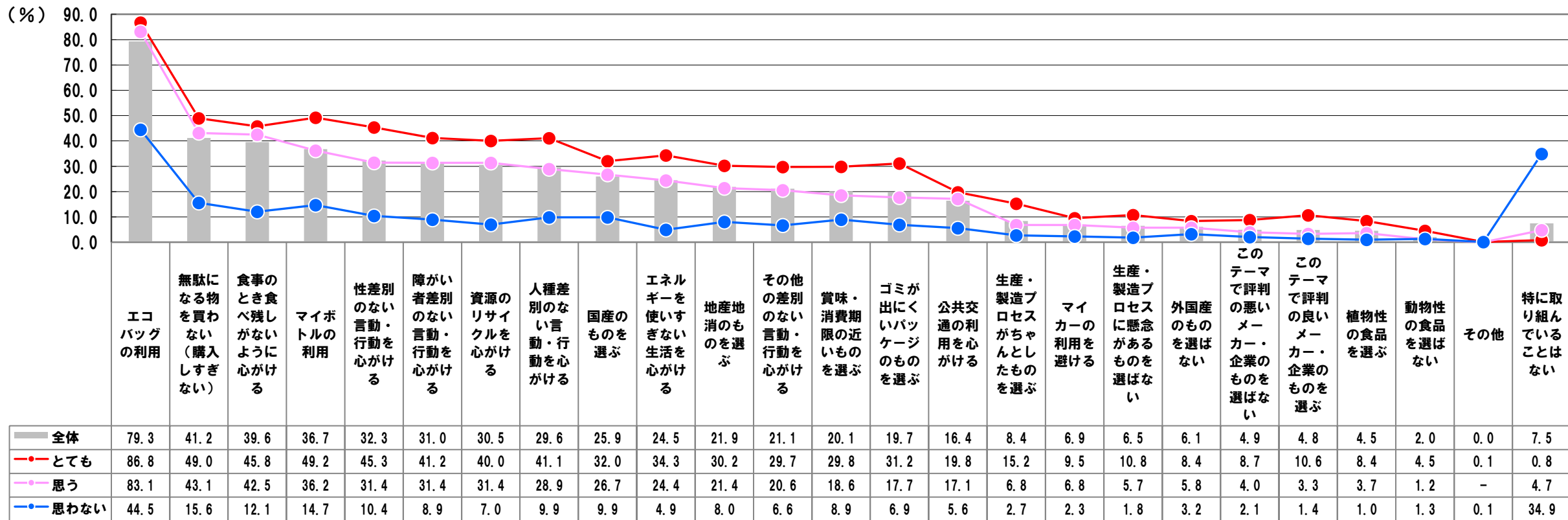
- 「SDGs・エシカル消費」理解者において、取り組み意向が強い人（とても思う、思う）は、「環境・自然の保全」に加えて、「貧困・平等・差別」への認識が、取り組み意向がない人に比べて特徴的に高い。
- 「SDGs・エシカル消費」理解者において、取り組み意向がない人（思わない）は、「胡散臭い・ビジネス臭い」に加えて、「ただの流行・ファッション」「そもそも不要」への認識が特徴的に高い。なお、取り組み意向がない人では、肯定的な項目の認識が全般的に低い、といった点も目立つ。

問：あなたご自身の感覚として、「SDGs」や「エシカル消費」は誰（何）のためにする（なる）ことだと思いますか。以下のなかから、あなたがそう思うものをすべてお答えください。
 （※「SDGs」と「エシカル消費」の、どちらか一方しかご存知でない方は、ご存知の方のみお答えください）



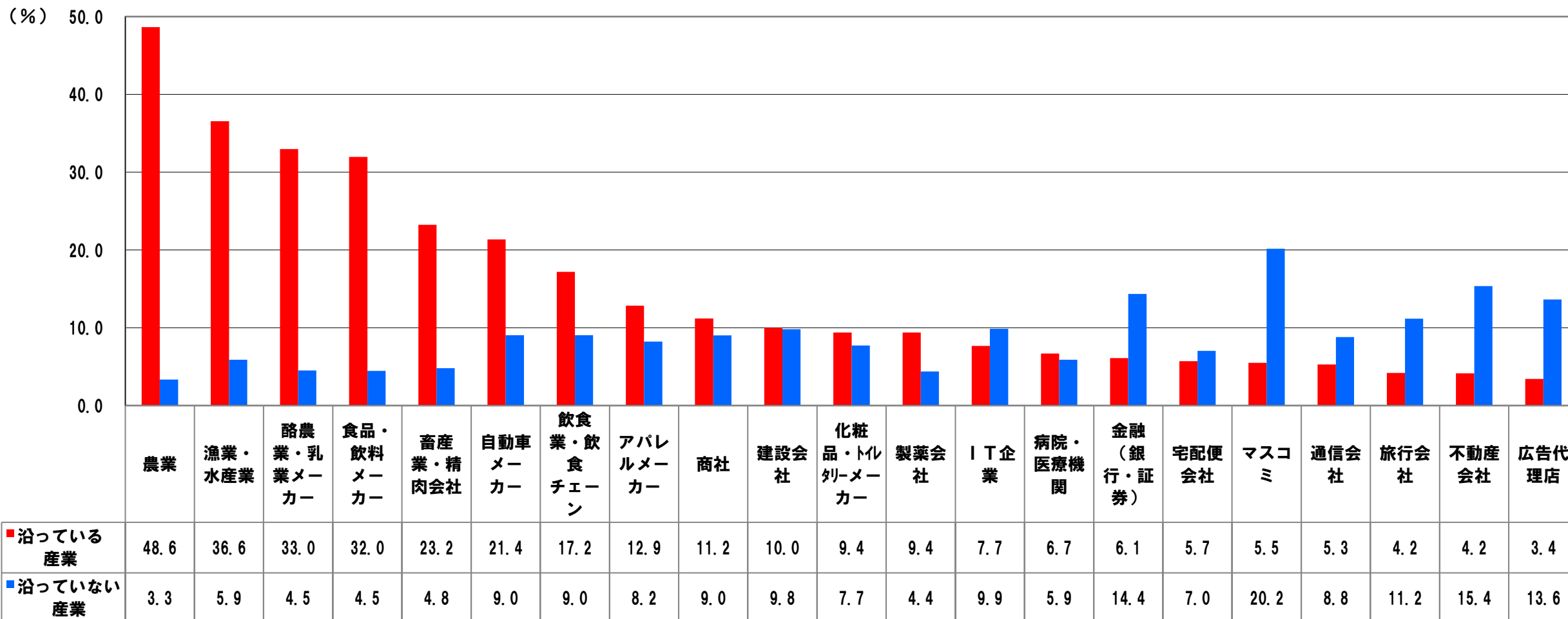
➤ 「SDGs・エシカル消費」の内容理解者において、取り組み意向が強い人（とても思う、思う）では、「SDGs・エシカル消費」を「地球・自然／動物／植物」といった外的要因のためだけでなく、「貧困や飢餓に苦しむ人／不平等・不公平に苦しむ人／差別に苦しむ人」といった人間のためと思う意識も高い。

問：いま現在、あなたが「SDGs」や「エシカル消費」を意識して、実際に取り組んでいることをお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。
 （※「SDGs」と「エシカル消費」の、どちらか一方しかご存知でない方は、ご存知の方のみお答えください）



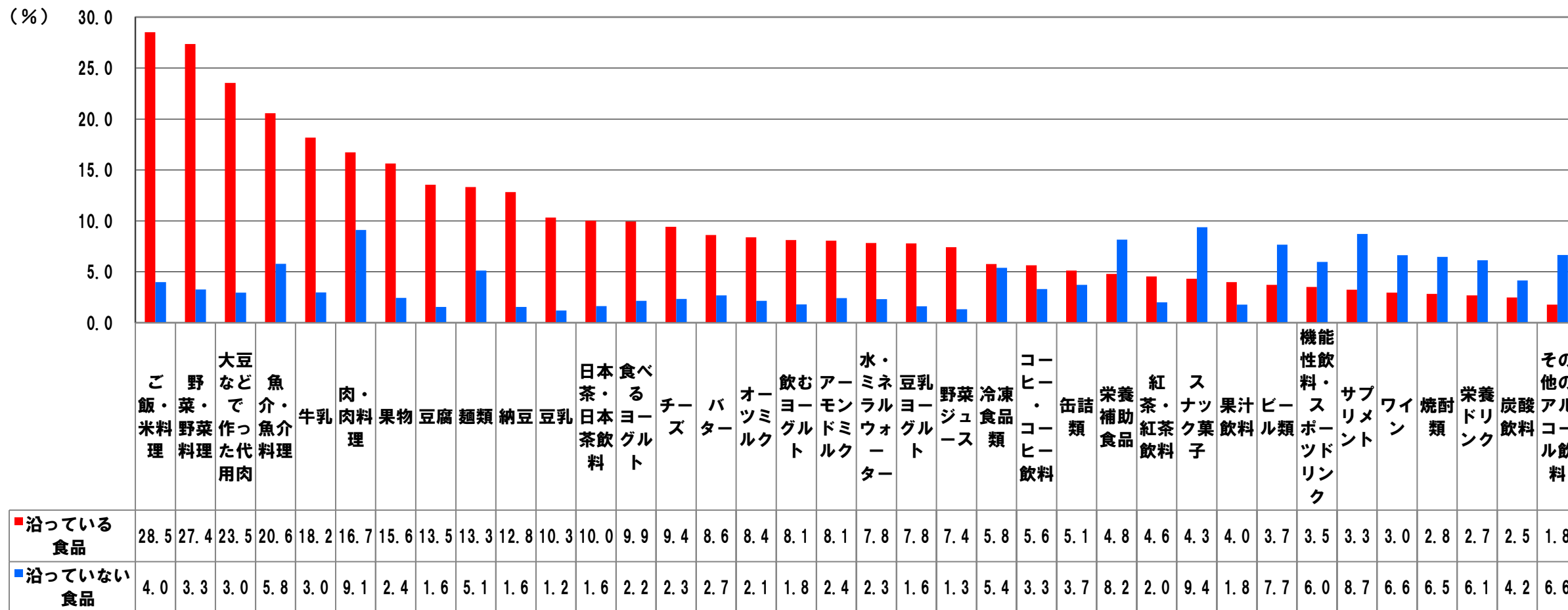
- 「SDGs・エシカル消費」の内容理解者において、取り組み意向が強い人（とても思う、思う）は、「性、障がい、人種」などに対する「差別的振舞いをしない」といった取り組み全般で、特徴的に意識が高い。
- さらに、取り組み意向が強い人（とても思う、思う）は、「マイボトル利用」と「ゴミが出にくいパッケージを選ぶ」といった取り組みについても特徴的に高い。
- 「SDGs・エシカル消費」の内容理解者において、取り組み意向がない人（思わない）であっても、「エコバッグ利用」をしているという人が目立つ。

問：以下にあげた様々な産業・企業の中から、あなたが「SDGs」や「エシカル消費」に、《沿っている》、《沿っていない》、と思うものをお知らせください。以下のなかから、あなたのイメージや認識にあてはまるものをすべてお答えください。（※「SDGs」と「エシカル消費」の、どちらか一方しかご存知でない方は、ご存知の方のみお答えください）



- 酪農業や乳業メーカーなどの一次産業の分野では、「SDGs」や「エシカル消費」に沿っていると思われる。
- 一方、三次産業（サービス業）の分野は沿っていないと判断される傾向がある。

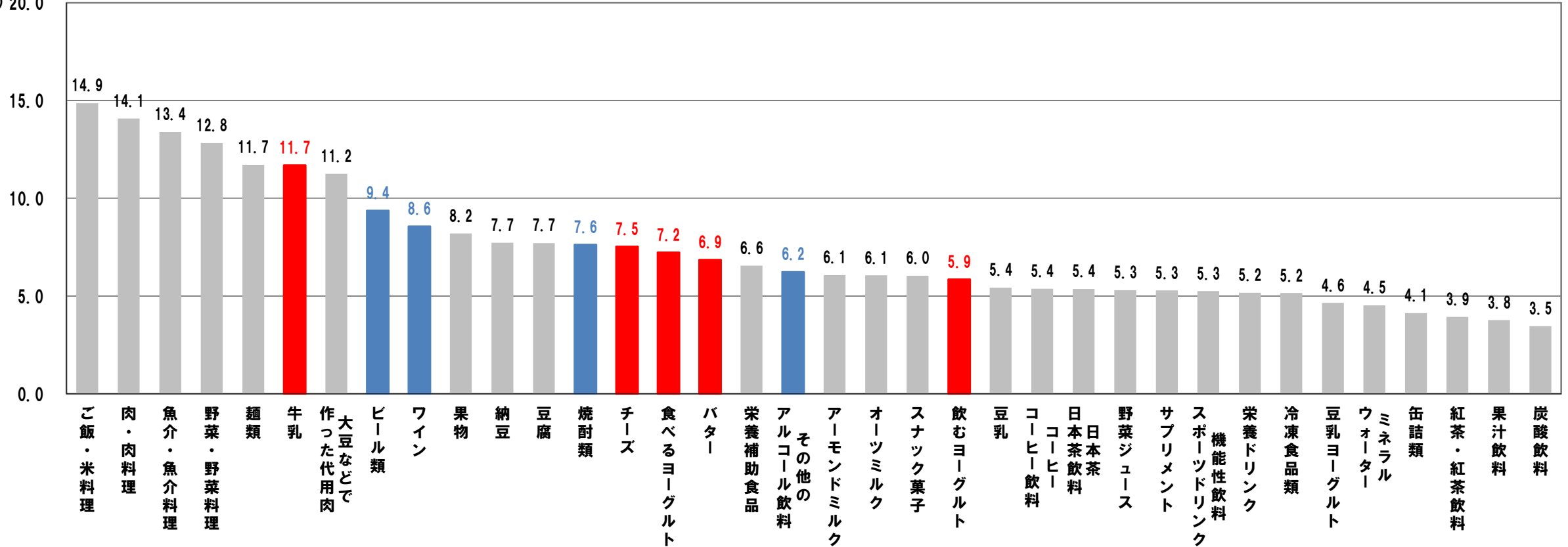
問：以下にあげた様々な食品・飲料の中から、それを生産・供給する企業・メーカーや、あなた自身がそれを利用することが「SDGs」や「エシカル消費」に、「沿っている」、「沿っていない」と思うものをお知らせください。選択肢のなかから、あなたのイメージや認識にあてはまるものをすべてお答えください。



- 「米」「野菜」「牛乳」等の農産物は、「SDGs」や「エシカル消費」に沿っていると思われるが、「肉・肉料理」は、沿っていないと判断する人も一定の範囲で確認される。
- 一方、菓子や酒類等の嗜好食品は、沿っていないと思われる傾向がある。

問：以下にあげた様々な食品・飲料について、それを生産・供給する企業・メーカーが、これまで以上に「SDGs」や「エシカル消費」に沿う努力をした結果、販売価格が（多少）あがってもよいと思えるものをお知らせください。選択肢のなかから、あなたのイメージや認識にあてはまるものをすべてお答えください。

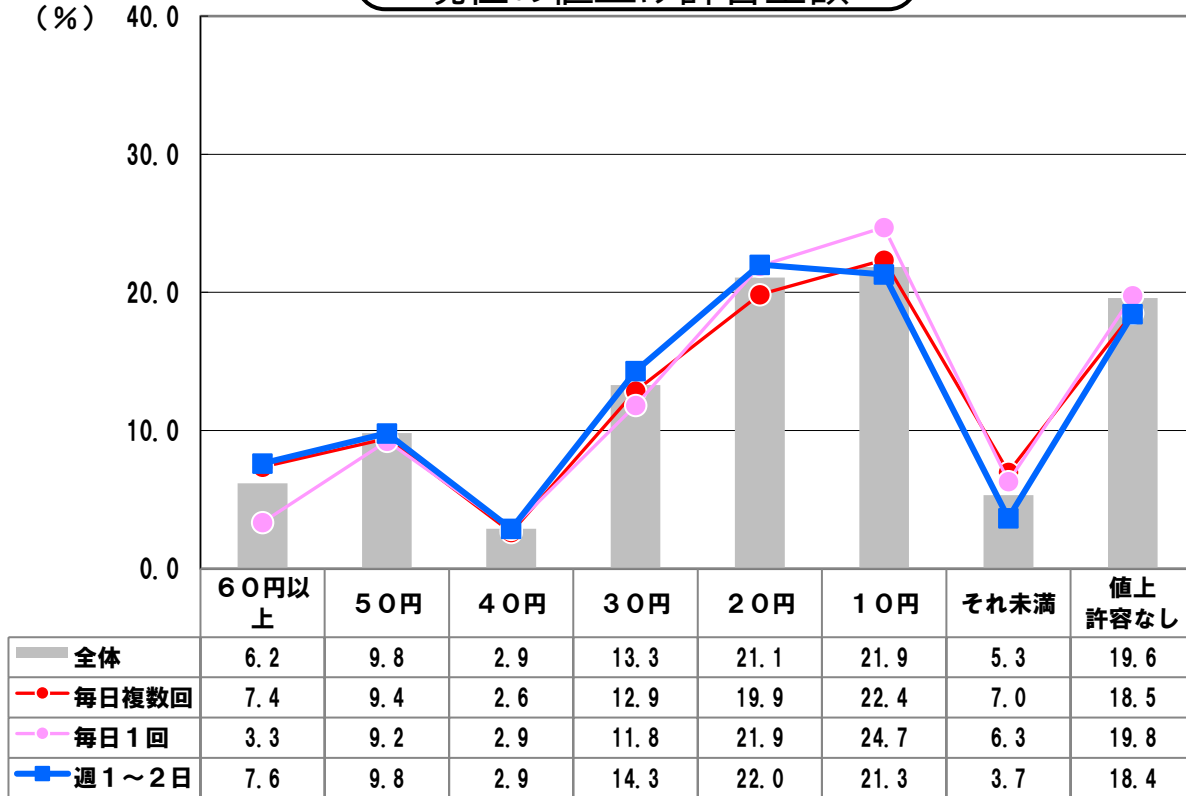
(%) 20.0



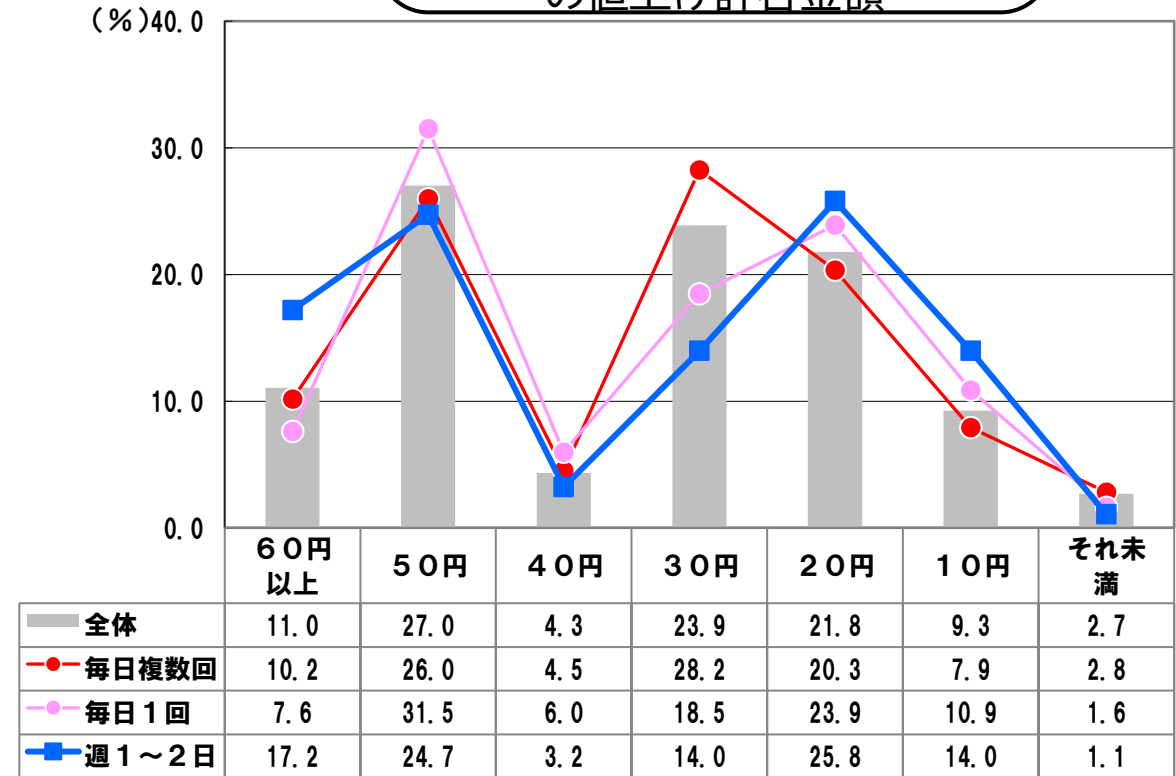
- 「米」「野菜」「肉」「牛乳」等の農産品では、「SDGs」や「エシカル消費」に沿う努力の下での価格上昇において、許容の認識がある（赤色は牛乳乳製品を示す）。
- 一方、「SDGs」や「エシカル消費」に沿っていないと思われる傾向がある「酒類」（青色）であっても、「SDGs」や「エシカル消費」に沿う努力が行われるのであれば、価格上昇もやむを得ないと感じている。

問：いま現在、牛乳の販売価格があがるとしたら、あなたは何円の値上げまでを許容しますか。牛乳を生産・供給する企業・メーカーが、「SDGs」や「エシカル消費」に沿う努力を（これまで以上に）した結果として、販売価格があがるとしたら、あなたは何円の値上げまでを許容しますか。

現在の値上げ許容金額

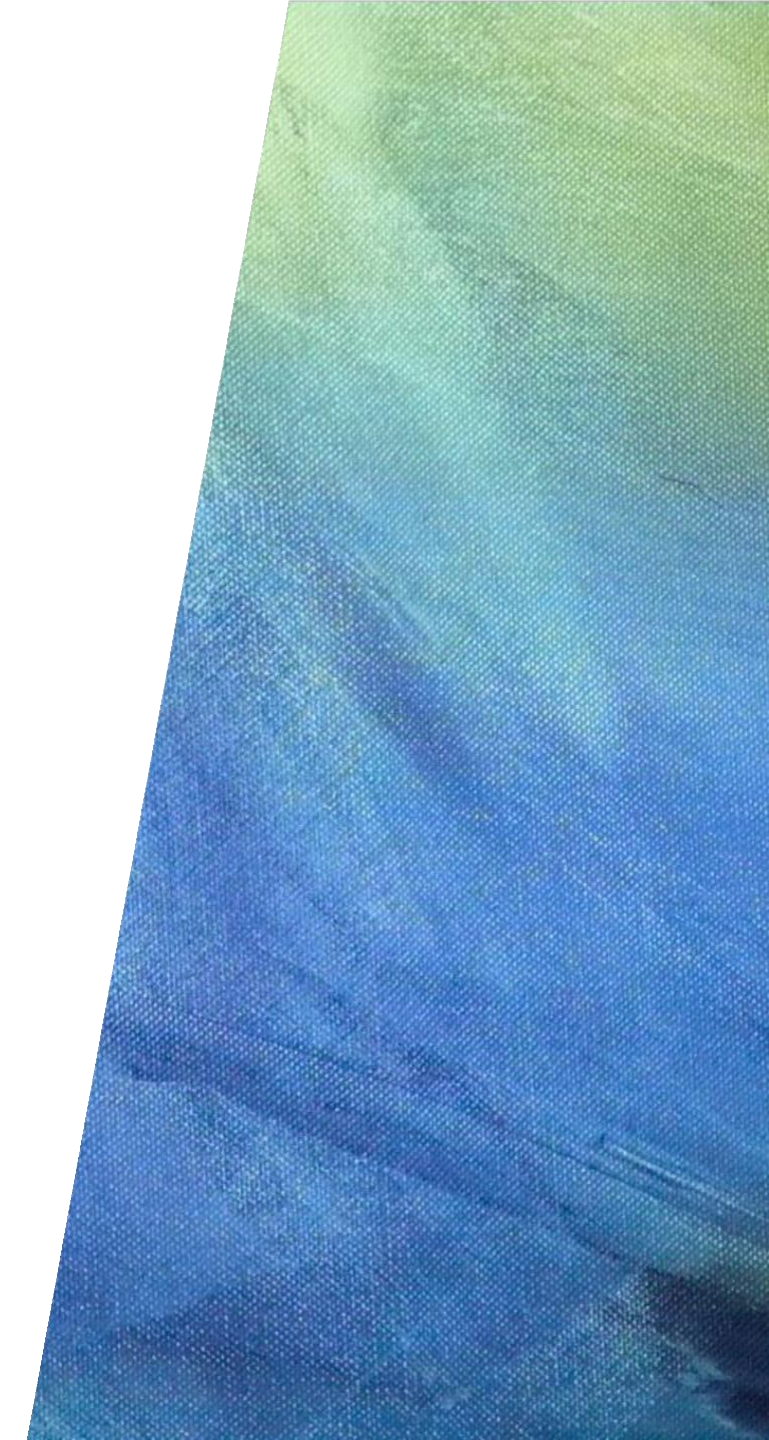


SDG・エシカル消費取り組み後の値上げ許容金額



- 牛乳の値上げの問題に対して、飲用頻度に関わらず、多くの生活者では、10~20円程度の値上げであれば許容できるといった意見が多いが、値上げを許容しない意見も2割近く存在することから、牛乳の値上げ幅も含めて、価格上昇の問題には慎重な対応が求められると考えられる（左図）。
- 一方、「SDGs」や「エシカル消費」に沿う努力の下での牛乳の価格上昇については、毎日複数回飲む人では30円の価格上昇、週に1~2日飲む人は60円以上の価格上昇であっても許容する意見が確認される（右図）。
- 今後、社会情勢や持続可能な取り組みのもとで、牛乳の価格上昇に対する生活者の思いや理由をさらに深掘りしていく必要があると考えられる。

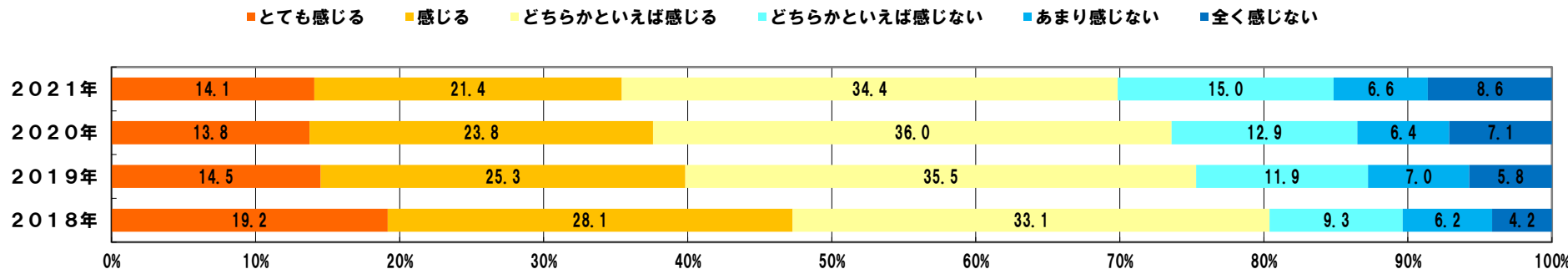
6. 生活者における酪農乳業への期待



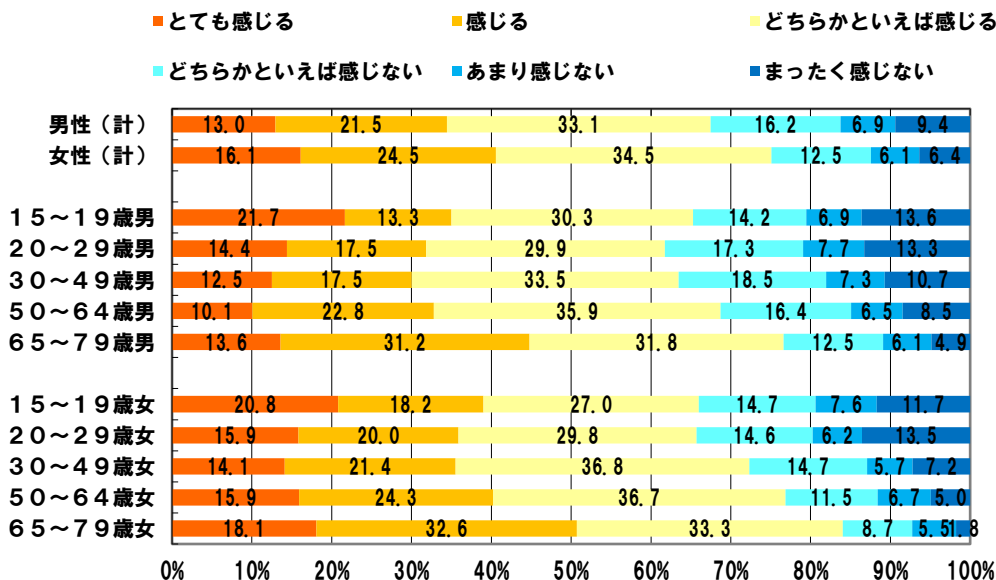
酪農乳業への共感意識（一次調査結果）

問：乳牛を飼い牛乳を生産する「酪農家」と、牛乳や様々な乳製品を商品として製造・販売している「乳業メーカー」のそれぞれについて、あなたは、「誠実さの印象／親しみ／感謝」といった「共感」の気持ちをどれくらい感じますか。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。

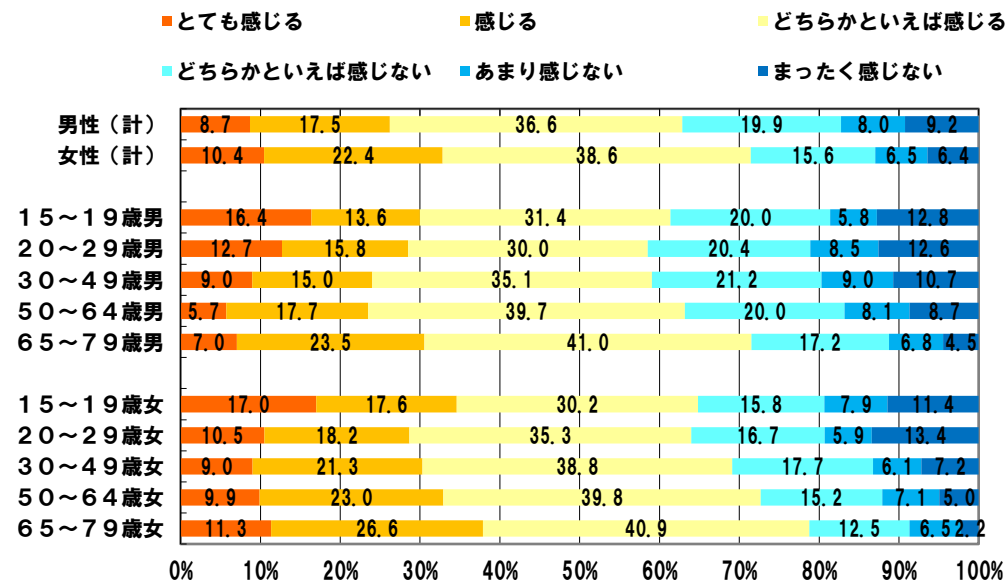
共感意識



酪農家



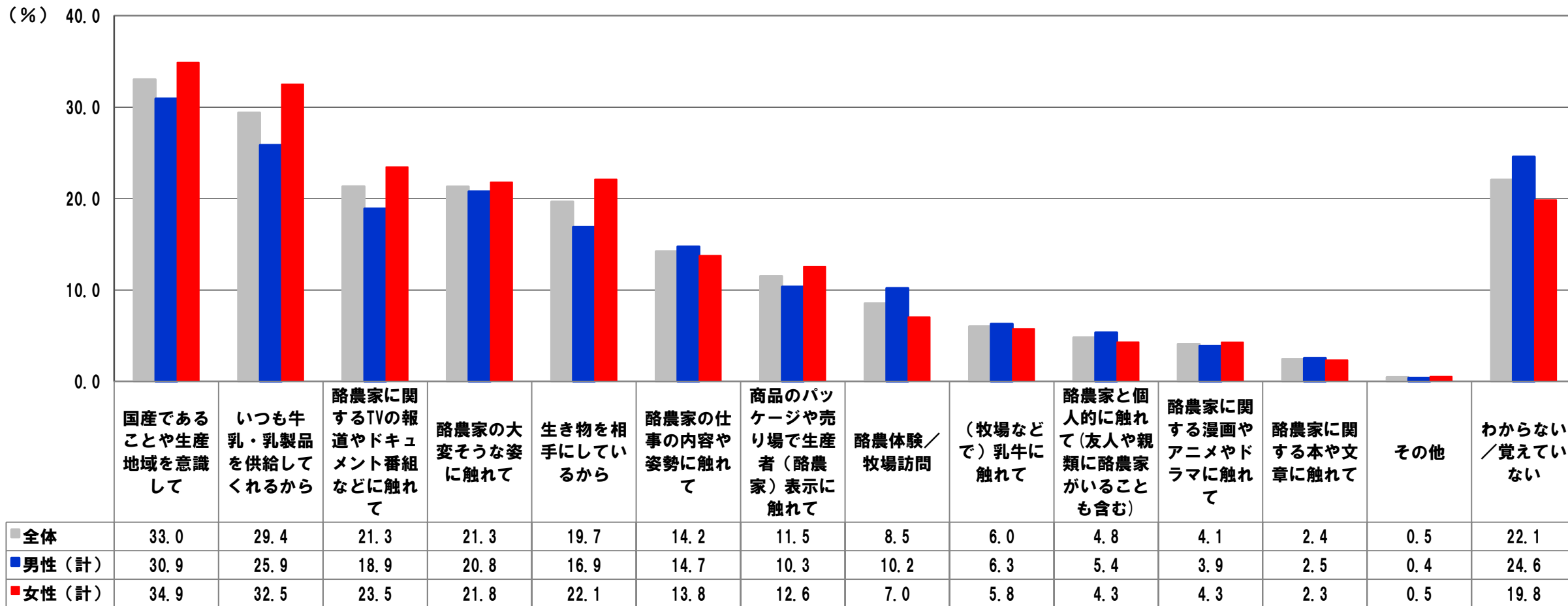
乳業メーカー



- 酪農乳業への共感意識は、近年、減少傾向にある（上図）。
- 「酪農家」と「乳業メーカー」とを年代別にみると、年齢を増すごとに共感意識は高まる傾向にある。一方で、10代後半（15～19歳）の意識は、他の若い世代（20代～40代）に比べても高めといえる（下図）。

酪農家への共感理由（一次調査結果）

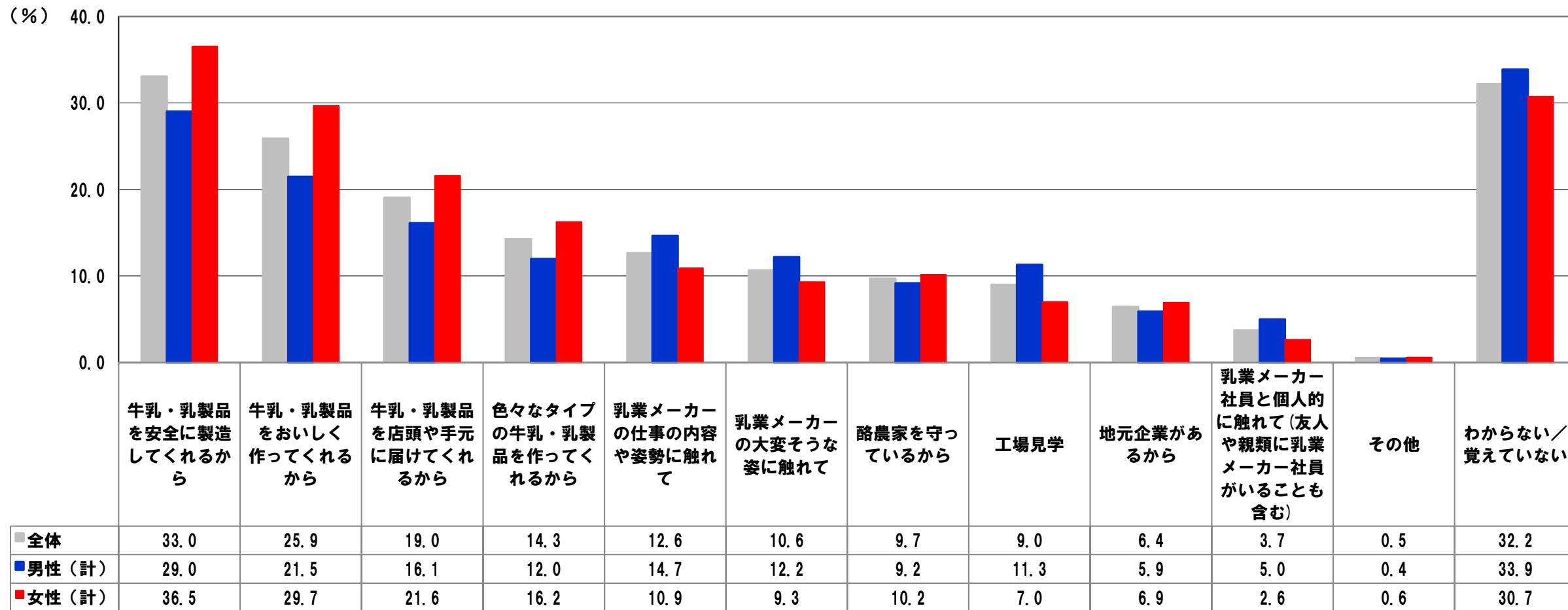
問：あなたが、乳牛を飼い、牛乳を生産する「酪農家」に対して、「誠実さの印象／親しみ／感謝」といった「共感」の気持ちを感じるようになったきっかけや理由をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 酪農家への共感理由は、「国産や生産地域の意識」「いつも牛乳乳製品を供給」「酪農家の報道や酪農家の姿に触れて」「生き物を大切にしている」などが上位であり、上位項目はいずれも男性に比べて女性の方が高い。
- 「酪農体験」や「乳牛に触れて」のように、酪農現場での体験を理由に挙げる生活者がいることも見逃せない。

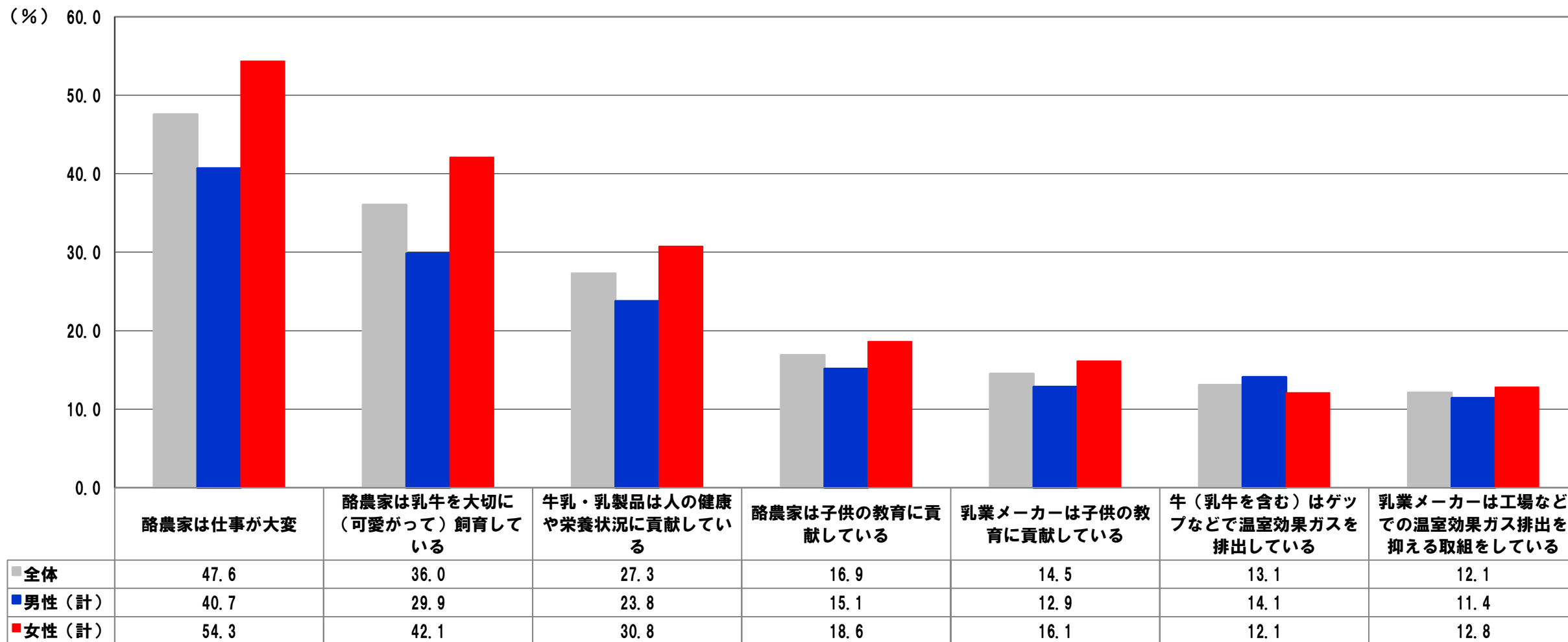
乳業メーカーへの共感理由（一次調査結果）

問：あなたが、牛乳や様々な乳製品を商品として製造・販売している「乳業メーカー」に対して、「誠実さの印象／親しみ／感謝」といった「共感」の気持ちを感じるようになったきっかけや理由をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



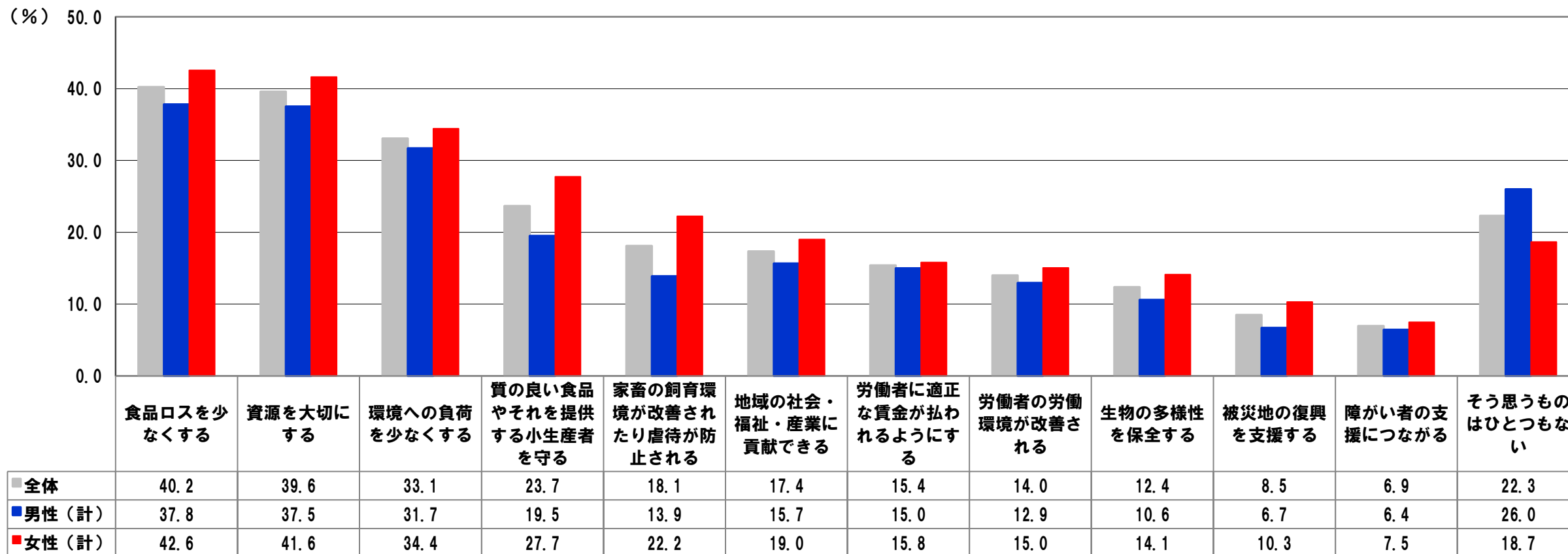
- 乳業メーカーへの共感理由は、牛乳乳製品を「安全に」「おいしく」製造してくれる、「色々なタイプの牛乳乳製品を作ってくれる」などのように、製品に対する思いが上位項目に挙げられる。
- 一方、現場の仕事や工場見学などを理由に挙げるのは、女性に比べて男性の方が多い。

問：下記にあげた7つの文言について、あなたご自身はどのような印象をどれくらいお持ちでしょうか。7つの文言それぞれについて、あなたに最もあてはまるものをお答えください。



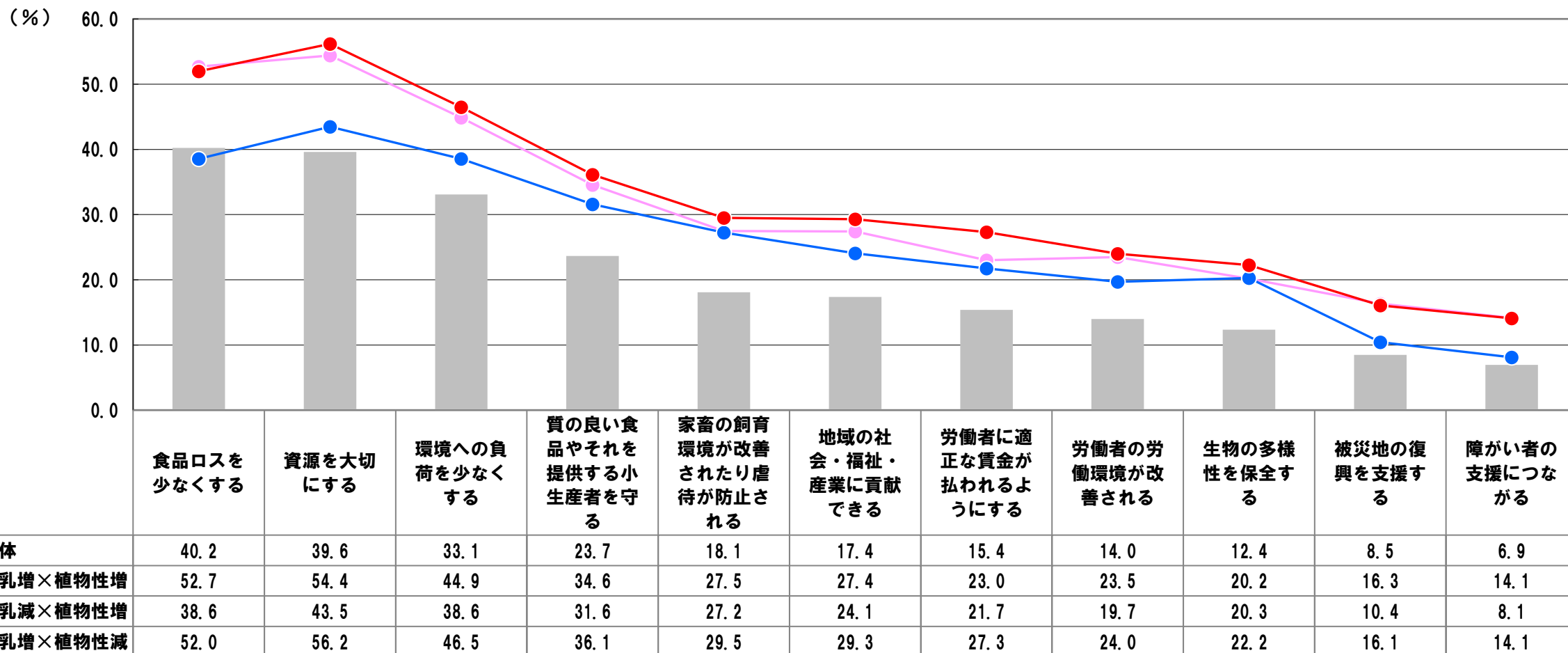
➤ 酪農乳業への印象は、全体として、乳業メーカーよりも酪農家への印象が強い。

問：下記にあげた文言の取組内容について、「酪農・乳業(※)」全般が「よい影響」を与えていると思うものをお知らせください。以下のなかから、あなたが思うものをすべてお答えください。（※「酪農・乳業」については出来るだけ酪農家と乳業メーカーの両方を意識してお答え下さい）



- 生活者にとって、酪農乳業は「食品ロスを少なくする」「資源を大切にする」「環境への負荷を少なくする」といった項目において、社会貢献をしていると考えられており、その意識は総じて女性の方が高い。
- 一方、「そう思うものはひとつもない」と回答した生活者も約20%存在し、その意識は男性の方が高い。
- 2021年の年末に話題となった処理不可能乳発生への恐れに対する消費者やメディアの反応は、酪農乳業界による「食品ロス削減」の取り組みに対する生活者の認識の高さと関連しているものと考えられる。

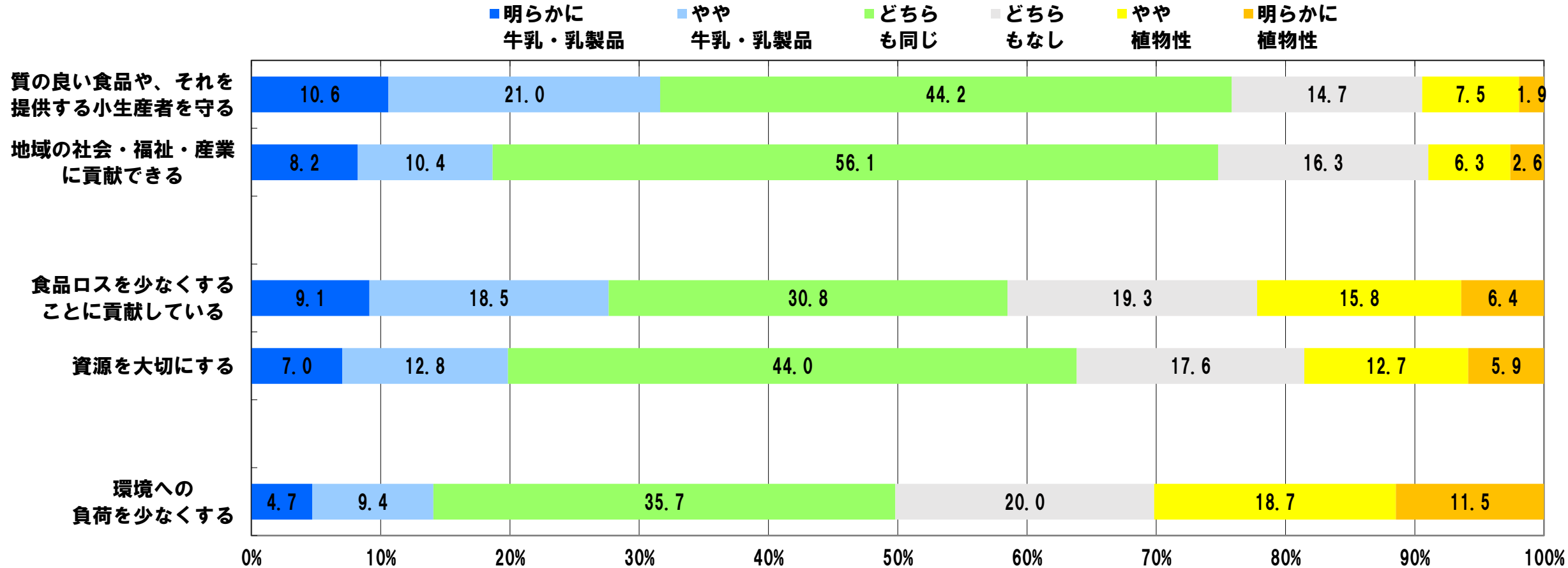
問：下記にあげた文言の取組内容について、「酪農・乳業(※)」全般が「よい影響」を与えていると思うものをお知らせください。以下のなかから、あなたが思うものをすべてお答えください。（※「酪農・乳業」については出来るだけ酪農家と乳業メーカーの両方を意識してお答え下さい）



➤ 牛乳類の増加層は、「食品ロスを少なくする／資源を大切に／環境への負荷を少なくする」といった『エコ要素』と、「質の良い食品やそれを提供する小生産者を守る／地域の社会・福祉・産業に貢献できる」といった『コミュニティ要素』において、酪農家や乳業メーカーが「SDGs／エシカル消費」に沿っていると思われる。

酪農乳業の社会貢献に対する認識の深堀 (二次調査結果)

問：あなたは下記のAとB、2つの食品グループのどちらにおいて「****」という印象がより強いですか。A. 牛乳／ヨーグルト／チーズ／バター、B. 豆乳／豆乳ヨーグルト／納豆／豆腐／大豆などで作った代用肉／アーモンドミルク／オーツミルク



- 牛乳乳製品は、「質の良い食品や、それを提供する小生産者を守る」「地域の社会・福祉・産業に貢献できる」といった社会・経済要因について優位なイメージを持っている。
- 一方、植物性食品は、「環境への負荷を少なくする」といった環境要因について優位なイメージを持っている。

10代女	学生	牧場は観光産業にもなるから
10代女	学生	牛乳の方が全国的に作っている方が多いのかなと思ったから
20代男	学生	牛乳は給食で出ていることもあり、地域の食に貢献していると思うから。
20代女	専業主婦	牛乳のほうが消費があるイメージだから。
20代女	その他	給食とかでもよく出るから
20代女	その他	牛乳は給食にもでるので
30代男	ホワイトカラー	生産まで考えると、大豆よりは、牛乳のほうが、地域社会に貢献すると思う。
30代女	インフルエンサー	名産品に結びつくイメージがある
30代女	インフルエンサー	完全にイメージだけだけど、牛乳の方が社会や産業に貢献していると思う。そう思う根拠はない。
30代女	その他	生産者をイメージしやすい
40代男	ホワイトカラー	地域の特産は自然に近い加工をしないもののほうが多いから。
40代男	ホワイトカラー	酪農家は地域に密着した生活をしているから
40代男	インフルエンサー	牛乳のほうが日本で作っているイメージがあるから
40代女	ブルーカラー	動物を育てる為に他の業者も協力が必要になるので雇用の面でも貢献しているとおもう

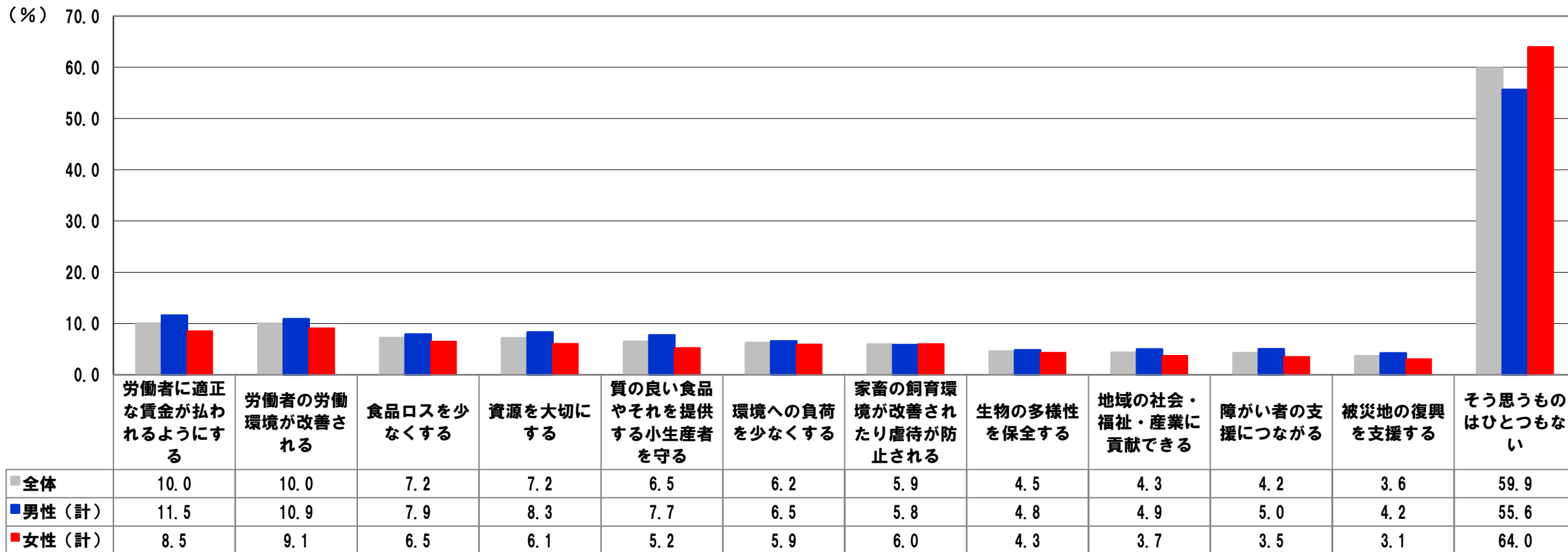
40代女	ブルーカラー	牛乳は、なんだかんだ、何故か学校給食のマストアイテムだし、貢献してるのではないかと思いました
40代女	ホワイトカラー	地域に密着している感じがする
40代女	専業主婦	Bに関しては国産以外もあり、Aは国産のみの印象。やはり国産は自国に貢献しているのでは？
40代女	専業主婦	給食に使われている。
50代男	ホワイトカラー	地産地消だから
50代女	インフルエンサー	ほとんど国産だと思うので
60代男	ホワイトカラー	手作り感が強いので
60代男	ブルーカラー	社会見学とか積極的に行っている
60代男	その他	輸送距離が短そうだから
60代男	その他	社会貢献活動などを行っている。
60代女	専業主婦	乳製品は国産で社会に貢献してると思う
60代女	専業主婦	酪農家を守ること、無くしてしまっはいけないと思う。
60代女	その他	産地直結
60代女	その他	子どもたちに牛を見てもらったり、身近に体験できることが多そうだから。
70代女	その他	北海道は酪農が重要な産業である。応援していきたいと思っている。

➤ 牛乳乳製品を「地域の社会・福祉・産業に貢献できる」と考える理由には、地域の生活者との様々な交流活動が関与していると考えられる意見が目立つ。

10代女	学生	牛は地球温暖化を促す	20代女	インフルエンサー	牛のガスを出すのが多いことで温暖化がすすむと聞かため。
10代女	学生	大豆が環境に良さそうなイメージだから	20代女	学生	自然なまま食品を使っているイメージがあるから。
30代男	ホワイトカラー	原材料の廃棄、ゲップによるメタンガスの増加という2点だけ見ても、明らかである。	50代女	専業主婦	生き物ではなく植物だからです。
30代女	ホワイトカラー	植物性の方が環境には優しい印象。	50代女	専業主婦	時代に適している
30代女	専業主婦	乳牛の生活環境を整えるためや飼育に大量の草が必要になることを考えると、Bの方が環境への負担はなさそう。	50代女	専業主婦	牛のおならの環境破壊の話聞いたことがあります。
30代女	その他	大豆も水や土地を消費するが、牛を飼育するためには大豆も使われる	50代女	専業主婦	動物の呼気や排泄物等が、環境に悪影響を与える問題は大きいから。
40代女	ホワイトカラー	乳牛の環境への負荷についての話題をよく目にするため	60代男	ホワイトカラー	牛のげっぷ 飼料
40代女	専業主婦	家畜や食用肉の環境破壊が話題になっているから	60代男	その他	家畜を飼うことでCO2が排出されるから。
40代女	その他	植物性だから	60代男	その他	植物から作るから
50代男	ホワイトカラー	牛は二酸化炭素を排出するらしいし	60代女	専業主婦	豆は粕も利用できますが、牛乳は鮮度が命なのでその点での苦勞が有ると思います。まだ牛乳に抵抗感が有る方も割と多いのは無いでしょうか。豆はそのままでも加工しても食べられます。
50代男	ホワイトカラー	植物の方が環境負荷が少ない印象です。	60代女	専業主婦	牛は二酸化炭素をたくさん出して環境破壊につながるから
50代男	その他	乳牛の排出するガスが問題にもなって居る位環境負荷は大きいから	60代女	専業主婦	うしのげっぷはメタンが多い。だから大豆のほうが環境にやさしい。
50代女	ホワイトカラー	動物性食品より、植物性食品の方が環境に良い印象がある。	60代女	その他	動物よりは植物の方が環境負荷が少ないと思います。CO2の排出量を考えても、植物が勝っていると思います。
50代女	ブルーカラー	乳製品は日持ちしないので廃棄する量が多い。	70代男	その他	植物性だから。
50代女	専業主婦	環境への負荷という事だけで見れば、生産調整できるBになると思う	70代女	専業主婦	お坊さんの生きかたに賛同するので

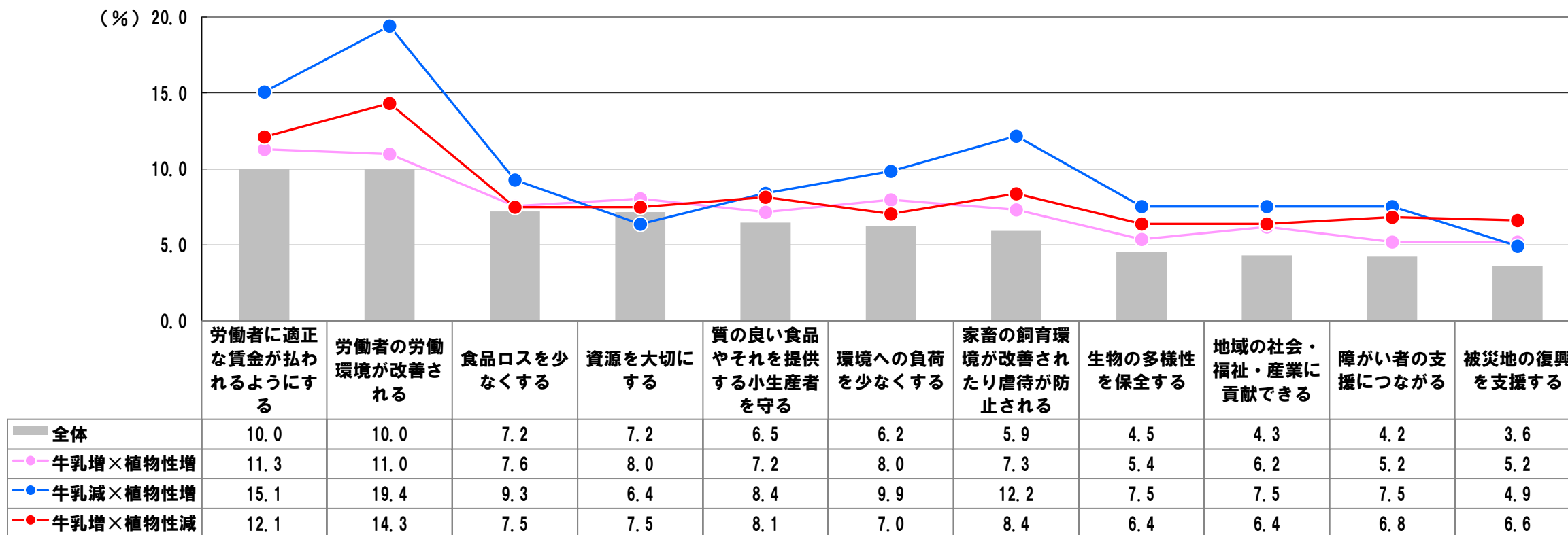
➤ 植物性食品を「環境への負荷を少なくする」と考える理由としては、牛が温室効果ガスを排出することや、生活者の主観的なイメージによって、大豆が環境に良いと考えているようである。

問：下記にあげた文言の取組内容について、「酪農・乳業(※)」全般が「よくない影響」を与えていると思うものをお知らせください。以下のなかから、あなたが思うものをすべてお答えください。（※「酪農・乳業」については出来るだけ酪農家と乳業メーカーの両方を意識してお答え下さい）



- 酪農乳業が抱える課題として、「労働者に適切な賃金が払われるようにする」や「労働者の労働環境が改善される」といった労働条件に関する項目において、生活者は懸念している。これには、「酪農乳業は重労働である」や「労働に見合った収入が得られていない」といったイメージを持たれている可能性があることも、要因として考えられる。
- 一方、「そう思うものはひとつもない」は約60%に達しており、多くの生活者は、酪農乳業が適切な社会貢献をしていると考えているようである。

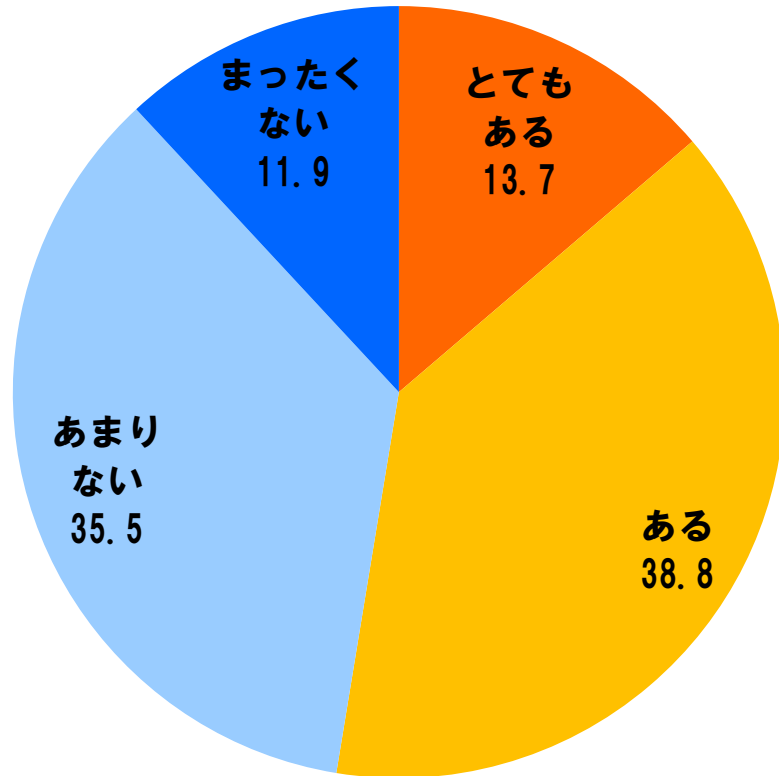
問：下記にあげた文言の取組内容について、「酪農・乳業(※)」全般が「よくない影響」を与えていると思うものをお知らせください。以下のなかから、あなたが思うものをすべてお答えください。（※「酪農・乳業」については出来るだけ酪農家と乳業メーカーの両方を意識してお答え下さい）



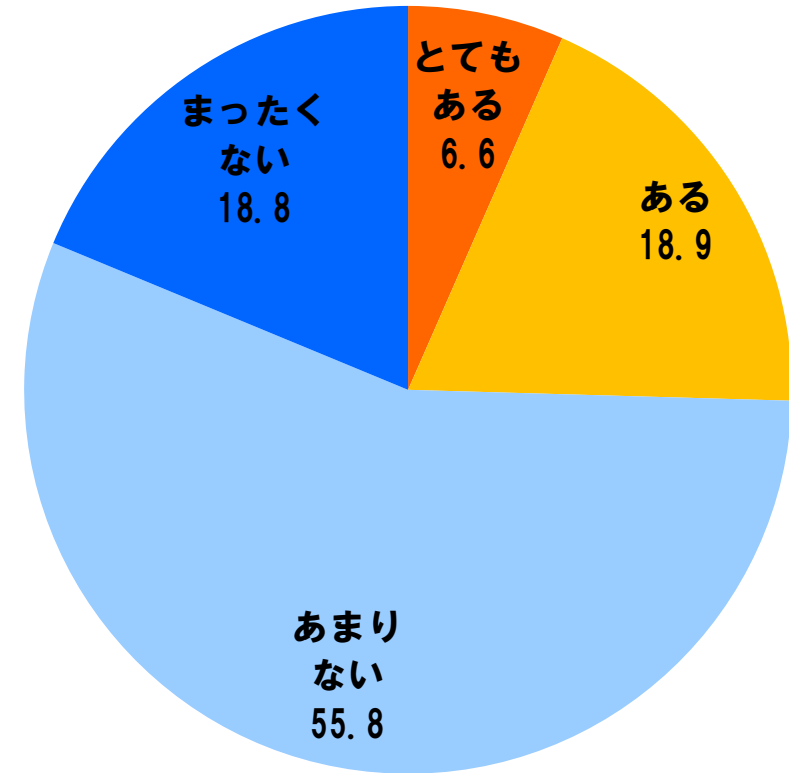
- 牛乳類の増加層と比較して、牛乳類を減らして植物性食品（植物性飲料を含む）を増やしている層（植物性代替食品への流出層）では、「労働者に適正な賃金が払われるようにする／労働者の労働環境が改善される」といった『労働要素』と、「家畜の飼育環境が改善されたり虐待が防止される」といった『アニマル・ウェルフェア要素』において、酪農乳業メーカーが「SDGs・エシカル消費」に沿っていないと考えている可能性がある。
- 牛乳類を減らして植物性食品を増やしている層では、酪農乳業に携わる人たちが、その仕事の内容に見合った適切な労働環境や賃金を受けていないと考えている可能性がある。

問：あなたは酪農業／乳業メーカーについて、どれくらい「労働者を酷使して劣悪な労働環境で働かせる」（ブラックな職場・労働環境）という印象がありますか。

酪農業



乳業メーカー



- 酪農業に対して、「労働者を酷使して劣悪な労働環境で働かせる」といったイメージを持つ人は50%を超える。
- 一方、乳業メーカーに対しては、そのようなイメージは約25%程度である。

酪農業

10代男	ブルーカラー	人手不足で毎日働いてそうだから
10代女	学生	仕事内容と給料があっていなさそうなイメージ
20代男	ホワイトカラー	休みの日でも世話をしなくてはならない
20代男	学生	休みがなさそう
20代男	学生	時間関係なく働いているイメージがある。
20代女	ブルーカラー	きちんとした労働時間とかは決められてない気がする 朝は早いし
20代女	インフルエンサー	重労働だしイメージがある
20代女	その他	とにかく休みがなさそう
30代男	ホワイトカラー	牛の飼育は朝早く夜遅いイメージで、肉体労働で大変そうだから
30代男	ブルーカラー	生き物を扱っているため時間が関係ない
30代男	その他	朝がとても早い割に夜すぐ終わるというわけでもなく、時と場合によってはかなりの重労働だというイメージがあります。
30代女	ホワイトカラー	重労働で休みがないイメージがある。
30代女	ホワイトカラー	朝から晩まで働いて、お給料やすそう
30代女	インフルエンサー	生物のことだし、時間関係ない印象がある
30代女	その他	収入が安定しない
40代男	ブルーカラー	低賃金、時間も不規則
40代男	その他	朝早く、休みがなく、匂いのきつい現場で給料もあまりない印象
40代男	その他	休みが有って無いような物だから。

乳業メーカー

10代女	学生	売るのが大変そう
10代女	学生	酪農家に迫っていきそうだから。
20代男	学生	儲けが少ししか無さそう
20代男	学生	一次産業にはブラックなイメージがある
20代女	インフルエンサー	牛乳1本の単価が安いから
20代女	その他	開けた環境じゃないイメージ
30代男	ブルーカラー	給料が安い
30代男	ブルーカラー	酪農主ではなく雇用された従業員にとってはブラックかも知れないですね。拘束時間も長く給料も安いイメージです。
30代女	ホワイトカラー	テレビでやってた
30代女	ホワイトカラー	忙しそうな印象がある。
30代女	ホワイトカラー	大手とかだとブラックなイメージがある
30代女	その他	体力的など大変そうな仕事なので
30代女	その他	収入が安定しない
40代男	ブルーカラー	低賃金で時間が不規則
40代男	その他	実労働と収入が伴ってない
40代男	その他	ある有名メーカーの内部告発でずさんな管理をしていて一瞬で潰れたのを見てその印象が強い
40代女	専業主婦	朝が早く、仕事量が多いイメージがあるから
40代女	専業主婦	生き物が相手なので休みも取りにくそう

酪農業

40代女	ホワイトカラー	体力的にきつい
40代女	専業主婦	仕事量が多いイメージがあるから
40代女	その他	牛もいろんな性格を持っていると思いますので、いかに酪農家さんが重労働の中牛のコントロールしないといけないか本当に大変な仕事だと思います。
40代女	その他	酪農に限らず、第一次産業は仕事内容と賃金が合わないと思う。
50代男	ホワイトカラー	牛の飼い方も考えない時点で ブラック。
50代男	その他	朝が早く重労働、休みも少なく汚れ仕事、世話をするため旅行などにも行けず、出産時は夜通し世話をしなくてはならない。
50代男	その他	好きで酪農家を目指す人以外は行っては行けない職場だとも思います。
50代女	ホワイトカラー	重労働
50代女	ブルーカラー	安い賃金で外国人を使ったりして、重労働させている。
50代女	専業主婦	給料が安そう
50代女	専業主婦	牛に合わせて仕事をするから長時間労働や呼び出されて仕事とかになりそうだから
50代女	インフルエンサー	かなり厳しい世界だから
50代女	その他	休日がないから
60代男	ホワイトカラー	生き物相手に大変そう
60代男	ホワイトカラー	休みがない
60代男	その他	労働環境がキツイ。

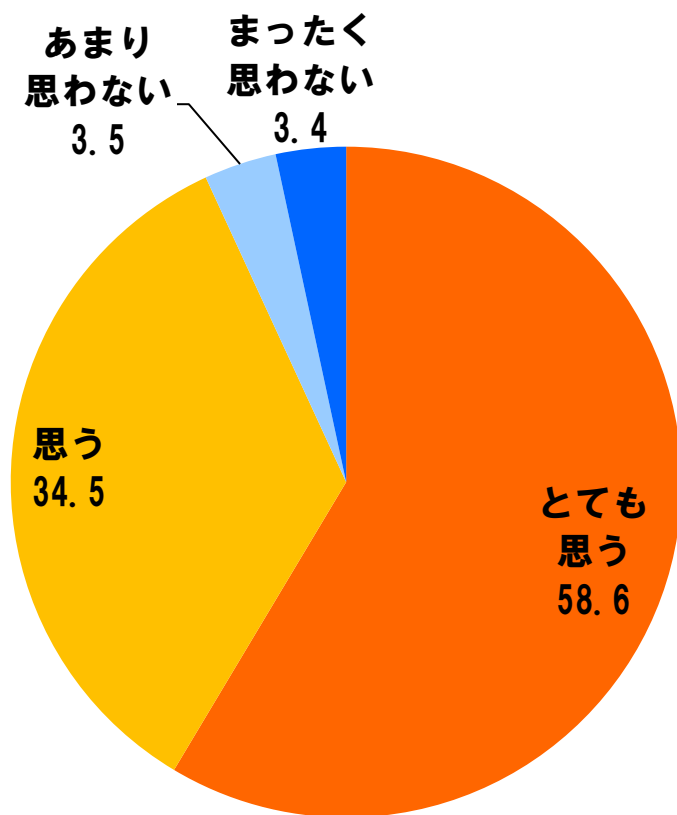
乳業メーカー

40代女	その他	大変な仕事の割に労働基準がいい加減になってる気がする。
40代女	その他	少しでも、美味しい商品に作り上げるか日々大変な仕事だと思います。
40代女	その他	大変そう
50代男	ホワイトカラー	力がある仕事がある
50代男	ブルーカラー	大変な仕事であり、好きでなければ、してはならない仕事だから。
50代女	ホワイトカラー	鮮度が命のものなので、大変だと思う
50代女	ホワイトカラー	何かのテレビ番組で観たような気がする。
50代女	ブルーカラー	よく分からないが、要求が厳しい。
50代女	専業主婦	鮮度が大切なので時間がバラバラになりそうだから。
50代女	専業主婦	酪農の仕事を軽視していそう。安く購入しようとしてそう。
50代女	専業主婦	何となく後継がない、外国人にたよる
50代女	専業主婦	利益率が高そうではないので、従事している人は重労働になってしまうと思う
50代女	専業主婦	メーカーの印象は良くない。
50代女	その他	工場は多かれ少なかれ、独自文化が根付きやすいので。社会とかけ離れた習慣は発生しやすいと思う。あと、過去に賞味期限をごまかしたこともあったと思う。少なくともそうせざるを得なかった理由があるはずなので
60代男	ホワイトカラー	生き物相手に何かと大変そう

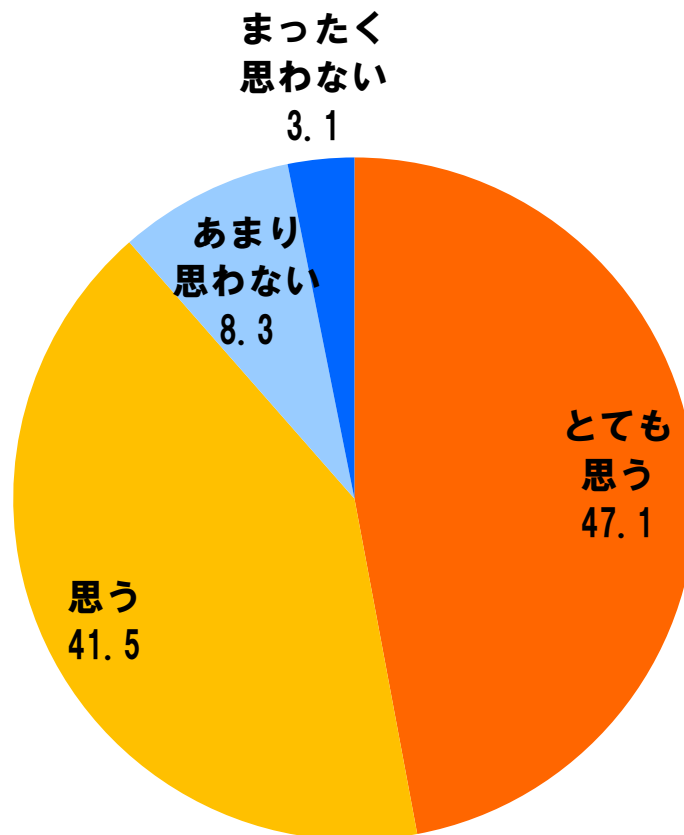
酪農業			乳業メーカー		
60代男	その他	仕事に関して利益が見合っていないと思う	60代男	ホワイトカラー	牛のミルクを取り上げておいて、さも牛の友達のようなふりをするのは いかげなものか。
60代女	専業主婦	どこまでやればいい、というところがない。やってもやっても切りがなさそうだから。	60代男	ホワイトカラー	力仕事で休日が取れない
60代女	専業主婦	重労働だし、震災で悲惨な状況になっているのをテレビで見たから	60代男	ホワイトカラー	休みがない。24時間操業
60代女	その他	生き物に関わる仕事は、その意味で大変だと思う。ブラックになってしまうのも想像できる。それで良いとは思っていない。	60代女	専業主婦	牛乳を薄めているという噂もあるし、あまり信頼できない。
60代女	その他	時間に決まりがないから	60代女	専業主婦	早朝絞った牛乳を集配する大変な仕事です。新鮮が命ですから。北海道では雪の日の集配は命がけの面も有ると思います。
60代女	その他	時々テレビなど見る限りでは、大変な仕事だと思う。	60代女	その他	朝早くから夜遅くまで仕事しているイメージがある。寒そう。
70代男	その他	朝から晩まで、一年中働かずくめ、一部の人は旅行にも行けないとのことなので。	70代女	専業主婦	とても自分にはできないと思う
70代女	専業主婦	仕事のたいへんさ	70代女	専業主婦	お互い生き物だから
70代女	その他	ドロドロななって働いている姿。人員確保のむつかしさ。	70代女	その他	大手は整備されているかもしれないが零細企業では過酷だと思う。設備と人員不足が慢性的のように感じる。
70代女	その他	人間にとってはきつい仕事だと思う			

- 牛乳減少者が持つ、酪農業に対する「労働者を酷使して劣悪な労働環境で働かせる」といったイメージの中身は、仕事の内容（厳しさ）に関するものが多い。
- 一方、乳業メーカーに関する「労働者を酷使して劣悪な労働環境で働かせる」といったイメージの中身は、仕事の具体的な内容もあるが、酪農業との混同、乳業自体への露悪的な評価、過去の事件、酪農家への対応など、多岐に渡る。

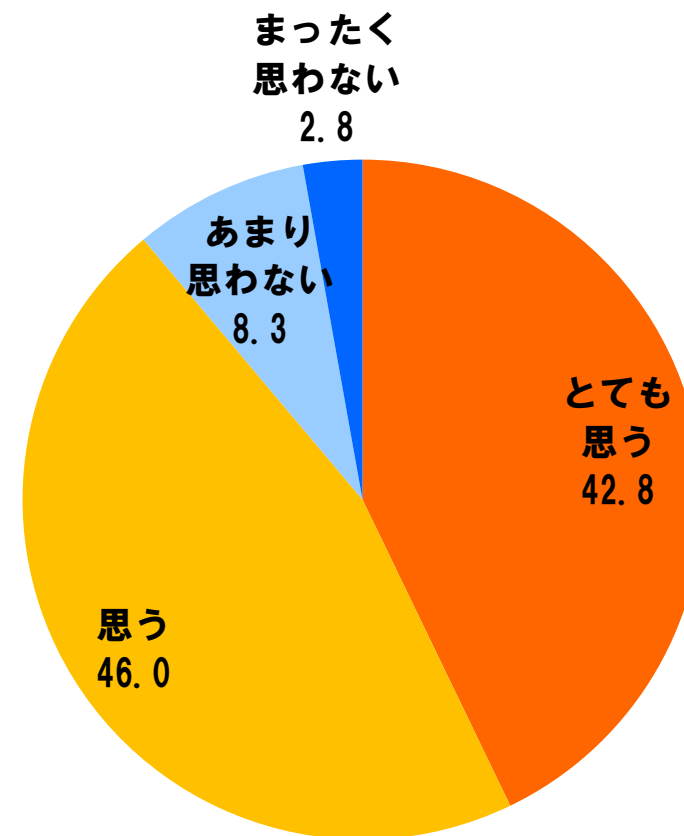
あなたは「酪農家は仕事が大変だ」と、どれくらい思いますか。



あなたは「酪農家は乳牛を大切に（可愛がって）飼育している」と、どれくらい思いますか。



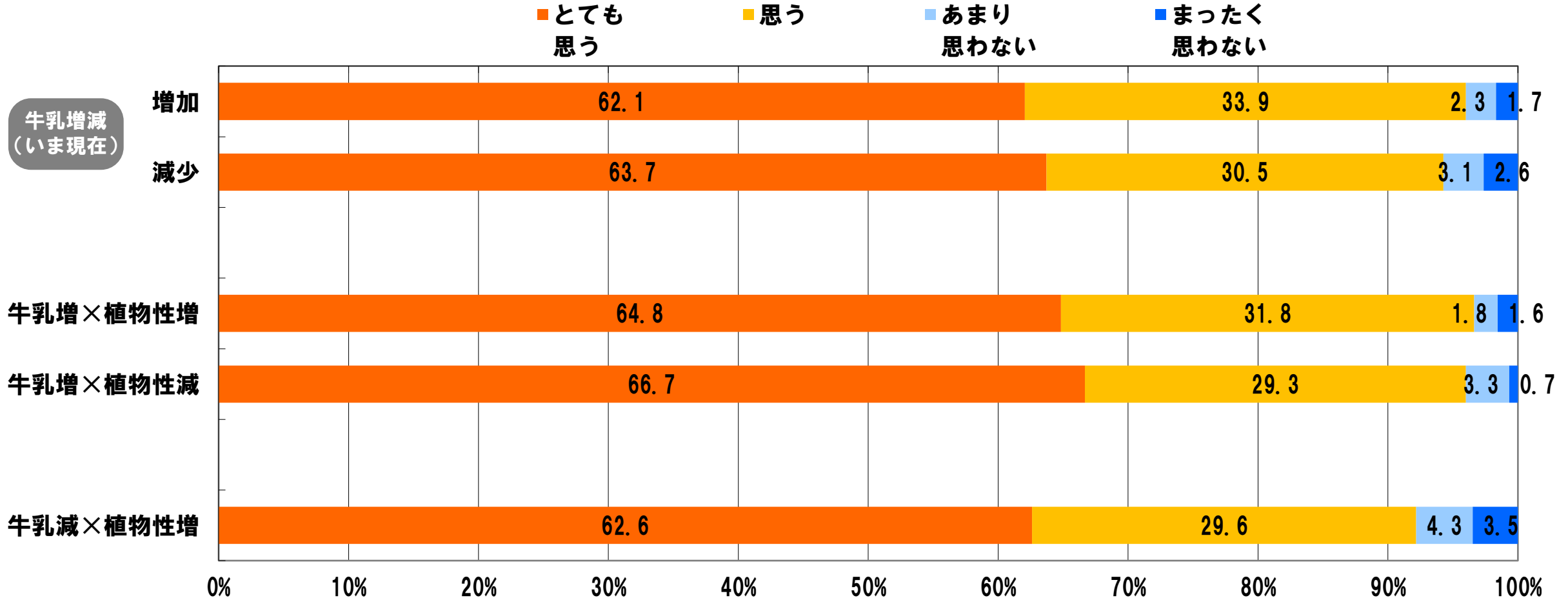
あなたは「酪農家は乳牛を大切に（可愛がって）飼育すべきだ」と、どれくらい思いますか。



➤ 上記3つの認識・意識はいずれも、約90%の生活者が持っており、中でも「酪農家は仕事が大変だ」という認識が強い。

「酪農家は仕事が大変だ」という認識（二次調査結果）

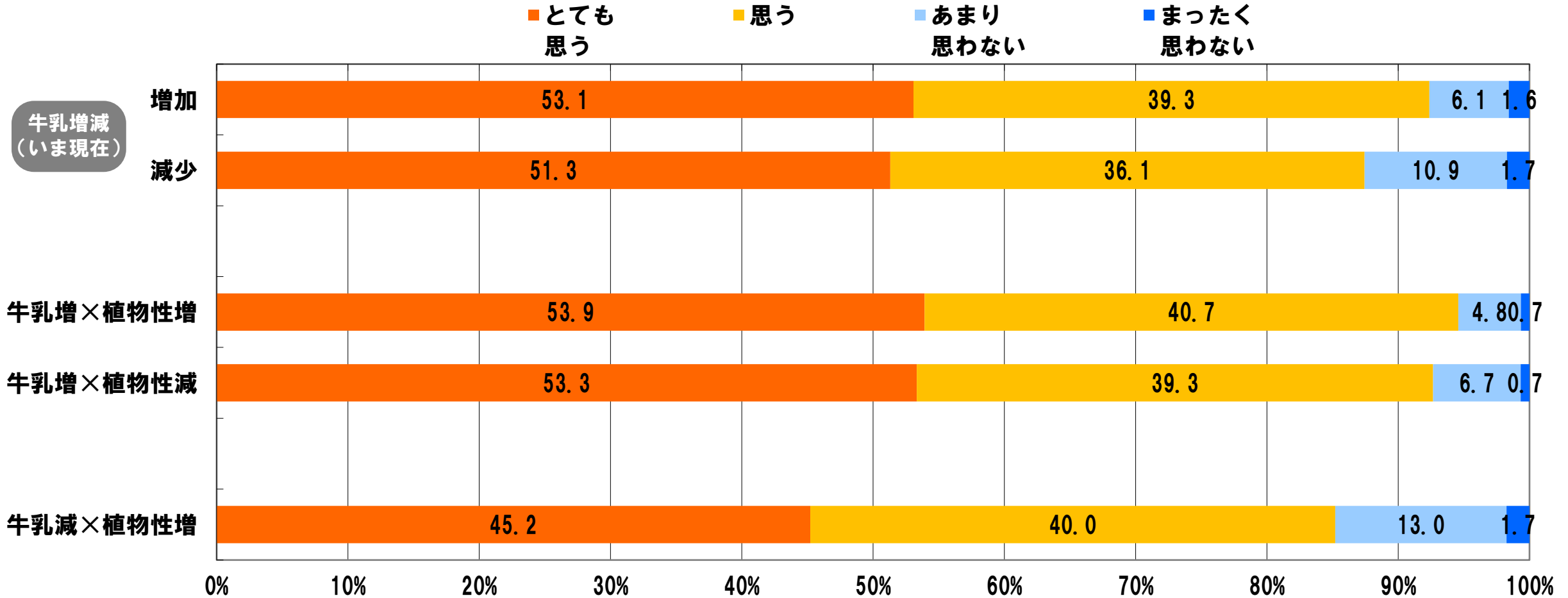
問：あなたは「酪農家は仕事が大変だ」と、どれくらい思いますか。



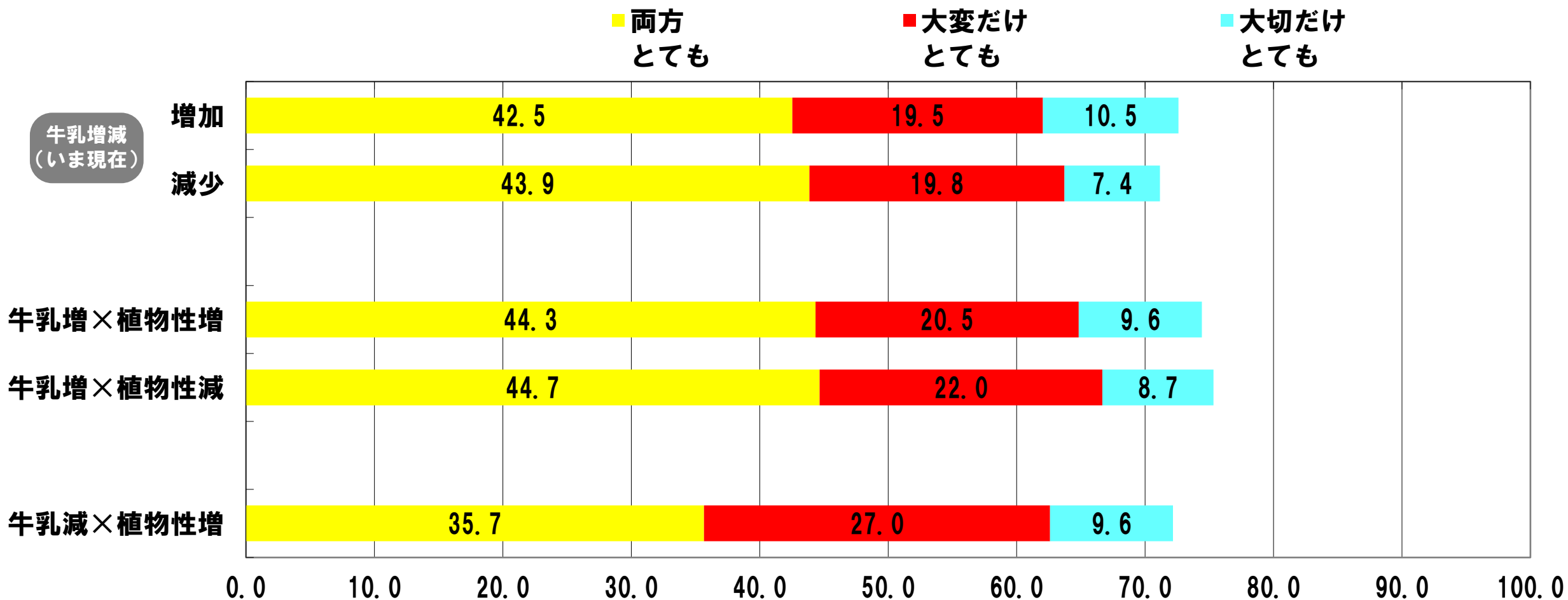
➤ 「酪農家は仕事が大変だ」という認識は、牛乳の増加者と減少者で、大きな差は見られなかった。

「酪農家は乳牛を大切に飼育している」という認識（二次調査結果）

問：あなたは「酪農家は乳牛を大切に（可愛がって）飼育している」と、どれくらい思いますか。



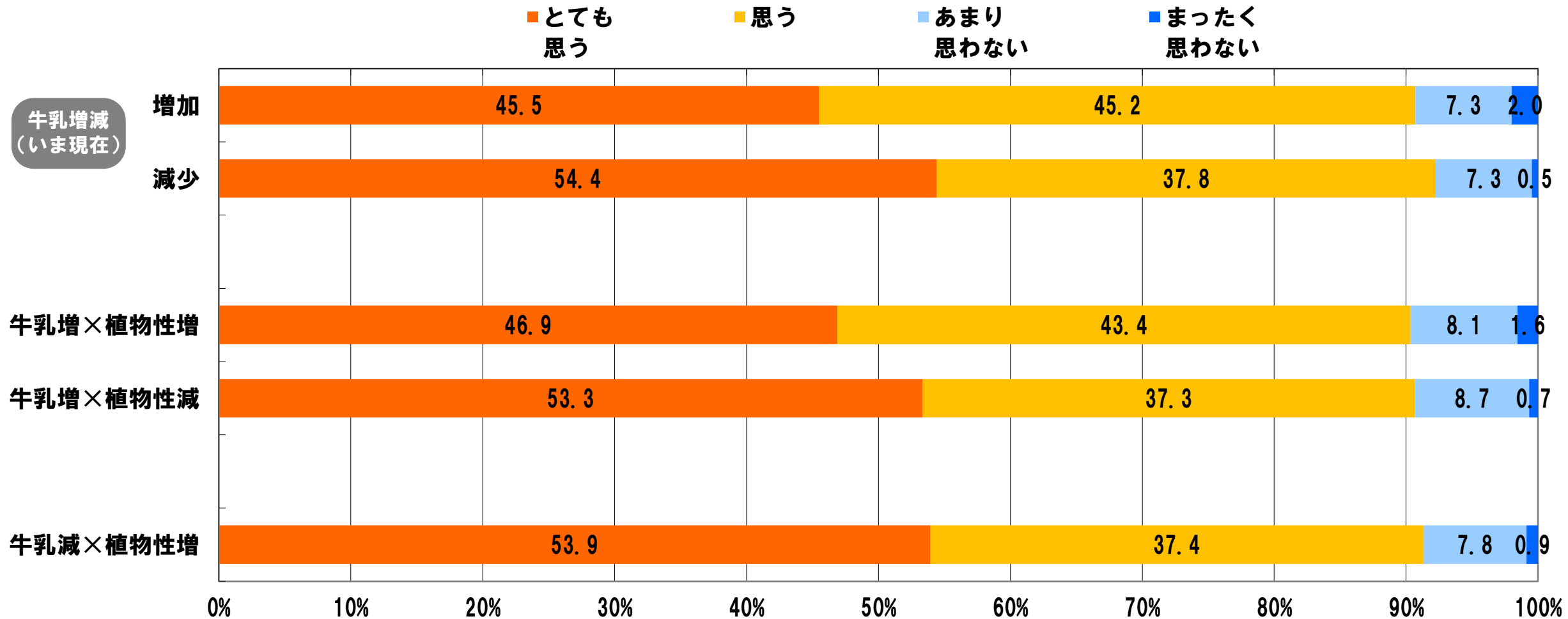
- 「酪農家は乳牛を大切に（可愛がって）飼育している」という認識は、牛乳の増加者に比べて、減少者においてやや弱く、なかでも、牛乳を減らし植物性食品を増加させている者において弱い傾向がある。



➤ 牛乳を減らし植物性食品を増加させている者においては、「酪農家は仕事が大変だ」という認識についてだけ、「とても思う」という人が特徴的に多い。

「酪農家は乳牛を大切に飼育すべきだ」という意識（二次調査結果）

問：あなたは「酪農家は乳牛を大切に（可愛がって）飼育すべきだ」と、どれくらい思いますか。



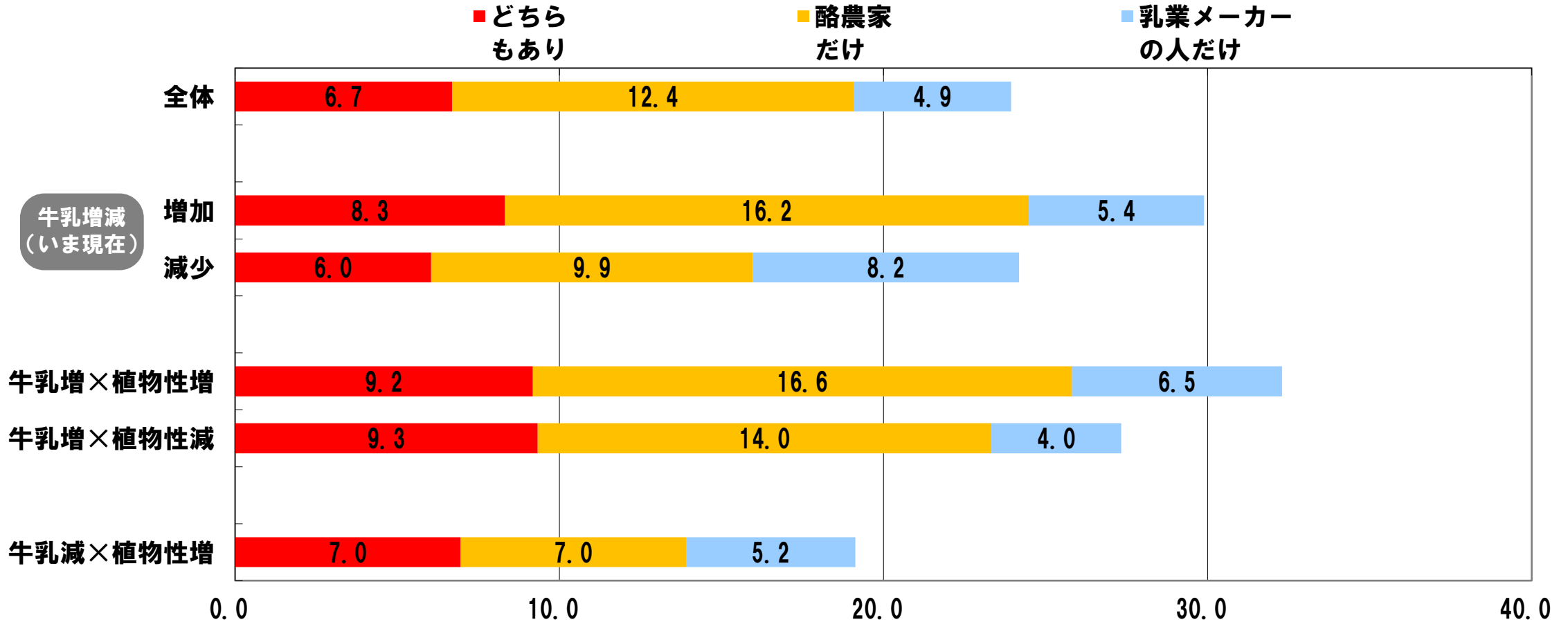
➤ 牛乳消費の増減に関わらず、多くの人々が乳牛を大切に飼育すべきだと考えている。また、この意識は、牛乳の増加者よりも、減少者において強い傾向がある。

10代男	学生	ただ可愛がって欲しい	40代男	その他	そうでなくては務まらない仕事だと思う。
10代男	学生	やはり生き物なので可愛がることは大切だと思う	40代女	専業主婦	一頭一頭、大切な生命は絶対に大切にしないといけないと思うから。動物は何の動物でも生命は大切!!
10代女	学生	味に関係ないとしてもひとつの生命として扱うべき	40代女	専業主婦	牛の命も大切だから人間が飲むためにされていることがだから
10代女	学生	愛情を受けた牛は美味しい乳を出してくれそうだから	40代女	その他	ストレスがあるのは良くない
10代女	学生	愛情が味に関係する	40代女	その他	優しく扱って欲しい
10代女	学生	動物愛護 私たちのために子供を産んで牛乳を飲ませてくれているので大切にすべき	40代女	その他	本来子牛に与えるべき乳を頂いているのだから
10代女	学生	痛めつけても得られるものは無い。	50代男	ホワイトカラー	生き物は大切にしたい。食べるにしても、最後まで大事に。
20代男	ブルーカラー	大切	50代男	ホワイトカラー	動物なので当然
20代男	学生	良い牛乳が取れないから。	50代男	ホワイトカラー	抗生物質など与えない自然な飼い方をしてほしい。
20代女	インフルエンサー	動物がかわいそうだから	50代男	ブルーカラー	生き物なので
20代女	その他	牛にストレスを与えると牛乳がまずくなるのでは？と思うので、常日頃牛と接しないとイケない	50代女	ホワイトカラー	生きものを扱う以上、大切に飼育できない人がするべきではないから。
30代男	その他	生き物なので当然だと思う。	50代女	ホワイトカラー	美味しい牛乳を飲むため
30代女	ホワイトカラー	大切にした方がお乳も美味しくなると思うので	50代女	専業主婦	恩恵を受けていますので感謝を忘れてはいけない
30代女	ホワイトカラー	だから美味しい	50代女	専業主婦	物言えぬからこそ、ストレスを軽減してやってほしいし、清潔な環境で大切に育ててあげてほしい。
30代女	ホワイトカラー	商売道具(あまりいい使い方ではないかもしれませんが)は大切に扱うべきだと思っているので。	50代女	インフルエンサー	愛情をかけるとおいしいミルクが取れそうだから
40代男	ホワイトカラー	テレビドキュメンタリーを見て、そう思いました。	50代女	その他	生きている動物は全て可愛がるべきだと思います
40代男	ブルーカラー	酪農家にとって、大切な商品だから。			

50代女	その他	牛は生き物なので	60代女	その他	良好な環境で飼育された健康的な牛たちの牛乳を飲みたいと思います。私はベジタリアンなので家畜の肉は食べませんがミルクは時々飲んだり料理に使ったりします。その時に使うミルクは知っている牧場のものだけです。
60代男	ホワイトカラー	同じ生き物として。命は大切にしておいてほしい。	70代男	その他	生き物だから。
60代男	ホワイトカラー	安心安全で美味しい商品を消費者に届けるべきだから	70代男	その他	当然の事。
60代男	ホワイトカラー	生き物を飼うことに休みはない。人間の都合を優先すると、いつか痛い目に合う。	70代男	その他	乳牛にストレスを与えずに美味しい牛乳をたくさん出してもらいたいので。
60代男	その他	生き物だから。	70代女	専業主婦	動物は可愛がって育てたら、その分おいしいものができるので
60代男	その他	牛は生き物だから	70代女	専業主婦	商売道具だから
60代女	専業主婦	そのほうが、お互いのためだと思う。嫌われている人に、搾乳されたくないと思うし、乳を提供したくないと思うのではないかとと思う。	70代女	その他	生き物はそれぞれ感情もあれば病気もあるので。
60代女	専業主婦	愛情があれば乳牛も良い状態でたつぷりと牛乳を搾取できる	70代女	その他	愛情がなければ過酷な仕事は続かないと思った。
60代女	専業主婦	牛乳の出来不出来に関係すると思う。	70代女	その他	可愛いでしょ、可愛くなければ廃業です。
60代女	その他	牛の乳を人間がもらっているのだから			
60代女	その他	生物から、お金を、得るから			

- 牛乳減少者が「酪農家は乳牛を大切に飼育すべきだ」と考える理由には、「同じ生き物として、大切にしてほしい」という倫理的な気持ちが挙げられる。
- 今後、アニマルウェルフェアを推進していく際には、乳牛を大切に飼育していることを生活者に対して「見える化」していくことが共感や信頼確保を得るためにも重要であると考えられる。

問：あなたご自身や、あなたのお子様は、これまでに酪農家や乳業メーカーの人（社員など）から、何かを学んだことがありますか。



➤ 牛乳の増加者は、減少者に比して、酪農家からの学習体験が多い。一方、乳業メーカーの人からの学習体験はあまり変化が見られない。

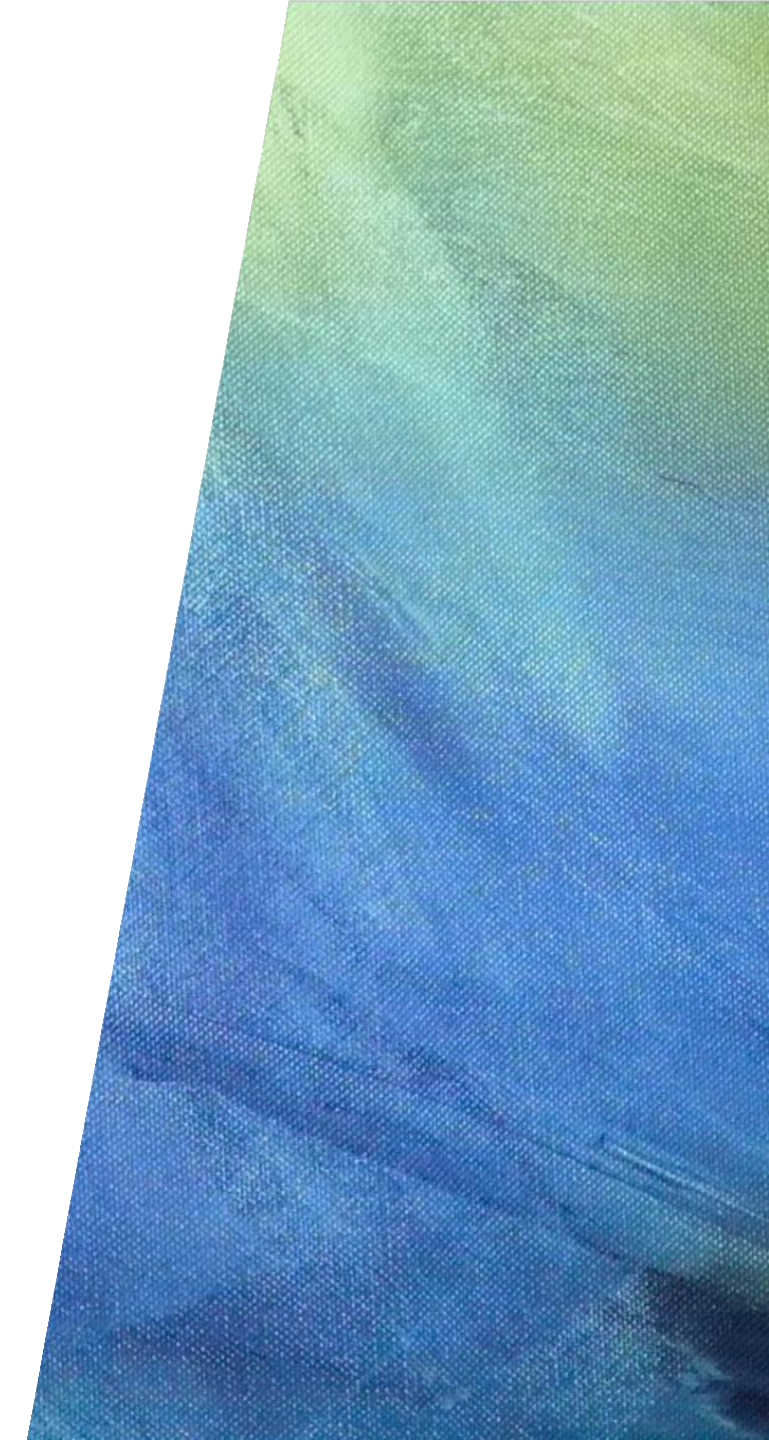
10代男	学生	職場体験で牛を食すことの大切さを学んだ。牛を毎日食すのがありがたく思った。牛が好きになった。	40代男	ホワイトカラー	家族経営で酪農をしている酪農家の話を聞き、日常的に起こる様々な対応があり、決まった休暇や長期の休暇を計画的にサラリーマンや他の産業などのようにとることが難しく、代々続けていくのがいいか悩むことがあると切実に話していたことが印象深い。
10代男	学生	機械が勝手に牛を飼っていると思ったが農家さんの愛情がこもっていた	40代男	ホワイトカラー	乳製品のでき方。
10代男	学生	チーズの作り方など	40代男	ホワイトカラー	家畜に対する態度
10代女	学生	牛の大切さ	40代男	ホワイトカラー	普段何気なく飲んでいる牛乳や乳製品ができるまでに相当の労力がかかっていることを実感できた。
10代女	学生	牧場に行って乳搾りをした時、乳牛のオスは肉用牛として売られると言うことを学びました。	40代男	ブルーカラー	動物の世話は毎日で盆も正月もなく手が抜けない。継続することが大切だということを知った。
10代女	学生	酪農家の方がいるから毎日牛乳を飲めているのだなと感じた	40代男	その他	ガスが溜まっているので厩舎は火気厳禁だとの事。爆発事故もあったとか。
20代男	ホワイトカラー	酪農の重労働の大変さや社会貢献度の大きさ。	40代男	その他	体験入学で牛など家畜をいかにストレスなく生活させているかを教えてもらった
20代男	ブルーカラー	お店に並ぶまでの過程	40代女	ホワイトカラー	乳搾りのやり方
20代男	インフルエンサー	乳絞りを学んだ	40代女	ホワイトカラー	酪農家の仕事の大変さ 休みがない
20代男	学生	乳牛飼育の大変さ。	40代女	ブルーカラー	学生時代に色々教えていただきました。
20代男	その他	牛も栄養が大事だということを勉強しました	40代女	専業主婦	牛乳工場見学。ノンホモ牛乳の意味。
20代女	インフルエンサー	小学生の時に牛を見せてもらった	40代女	その他	大切な命をもらって私たちが生きている事
20代女	その他	乳搾りの仕方について学んだ	40代女	その他	バターの作り方。
30代男	ホワイトカラー	学校の課外活動で、牧場に行ったときに、話を伺った。	50代男	ホワイトカラー	生き物を相手にする厳しさ
30代男	ホワイトカラー	夏休みに酪農家の乳搾り体験により、牛乳が食卓に届くまでの話を聞いた	50代男	ホワイトカラー	牛に対する思い、取り扱いが、とてつもなく丁寧で真面目で、食品を扱う生産者の理念やポリシーには、頭が下がると思った。
30代男	ブルーカラー	命の大切さ			
30代女	インフルエンサー	アルバイトをした際に牛の世話や管理など色々な事を学んだ			

50代男	ホワイトカラー	採乳からの流れ	60代女	専業主婦	バルシステムのセンターでの学習会で、酪農家さんの話や動画で作業のようすなどをまなびました。
50代男	ブルーカラー	手間がかかるので大変、牛乳の価格は全農の買取価格で疑問	60代女	専業主婦	酪農家の生活は大変。牛乳以外にチーズやヨーグルト等を作ることができる。テレビでも理解できた。
50代女	その他	牧場に遊びに行き、牛の世話の大変さ、病気にさせないための努力を知った	60代女	専業主婦	実家が酪農家なので家畜を飼う大変さはよくみてきた。
50代女	その他	大変だけど美味しい牛肉が出るためにいろいろ気をつけていること	60代女	専業主婦	毎日絞った牛乳を缶にいれてはこんでいる
50代女	その他	大変さは学んだと思う。	60代女	専業主婦	その牧場体験では、店に並んでいて普通に家庭で飲む牛乳は、この牧場で毎日牛を大切に世話するひとがいるからこそだということを身をもって感じたし、牧場主からもそのことを忘れずに飲んで欲しいと言われました
60代男	ホワイトカラー	乳牛を、自分の家族のように大切にしている。	60代女	専業主婦	友人宅に行ったとき、朝早くから牛のお世話が次から次へと忙しく、病気や健康に気を使っていること。とても大変そうでした。
60代男	ホワイトカラー	牧場に行って乳搾り体験をした事	60代女	その他	牛の体調管理の大変さ
60代男	ホワイトカラー	社会見学	60代女	その他	先程の設問回答と重複致しますが、テレビのインタビューそれと実際に牧場に行った時に酪農家の方から牛乳が出来る迄の過程や牛を育てる大変さこれを学びました。
60代男	ホワイトカラー	搾乳見学時に予想以上に量が出るのに驚いた。	60代女	その他	知り合いに酪農をしている人がいて時々遊びに行ってみている。
60代男	ブルーカラー	牛のことをどちらも考えて大切に思うところ	60代女	その他	何かの実習体験をした時です！
60代男	その他	餌を輸入に頼らず、また穀物だけに頼らず、牛の健康に良い餌を与えるように工夫を重ねていること。	60代女	その他	地域の酪農について。
60代男	その他	時々テレビで、酪農家の生活を紹介しているが、子どもを育てるように、牛を育てている。また、1年中休むことなく世話をしている。	70代男	ホワイトカラー	酪農家の方の苦労話を聞かされましたが、動物の病気や死が怖いと言っていました。
60代男	その他	牛などの動物を家族のように大切に世話をしており、生き物を大切にします。			
60代男	その他	牛乳の生産から出荷から工場内加工と製品梱包			
60代女	専業主婦	自然の摂理			

70代女	専業主婦	男の孫が農業と関わりが全く無いのに家畜に関心を持って農業系の学校で学ぶ様になり牛や豚や動物たちと関わりを色々話してもらいました。	70代女	専業主婦	北海道札幌市に転勤になって3年過ごしたが車で少し行くと牧場があってよく行った。
70代女	専業主婦	生き物を育てているので休みが取れない。	70代女	専業主婦	学校で酪農家の人から乳牛の世話など大変な中にも牛とのふれあいが楽しくて毎日が充実している話を聞きました。

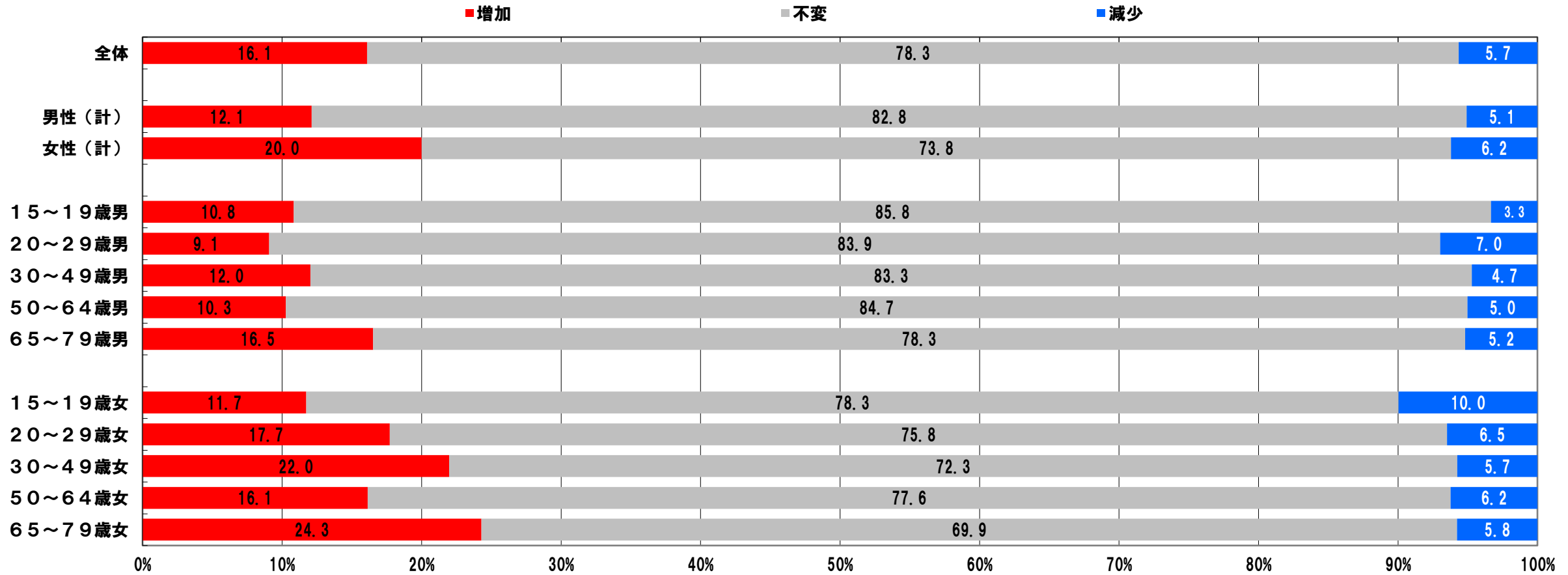
- 酪農家からの学習体験にまつわる代表的な記憶は、「酪農家の労働・姿勢・苦勞・喜び・苦惱・思想／牛乳のサプライチェーン」が挙げられる。

7. 若年層(10代後半)と牛乳との 関わり合い



若年層（10代後半）の牛乳類の飲用利用の増減について（一次調査結果）

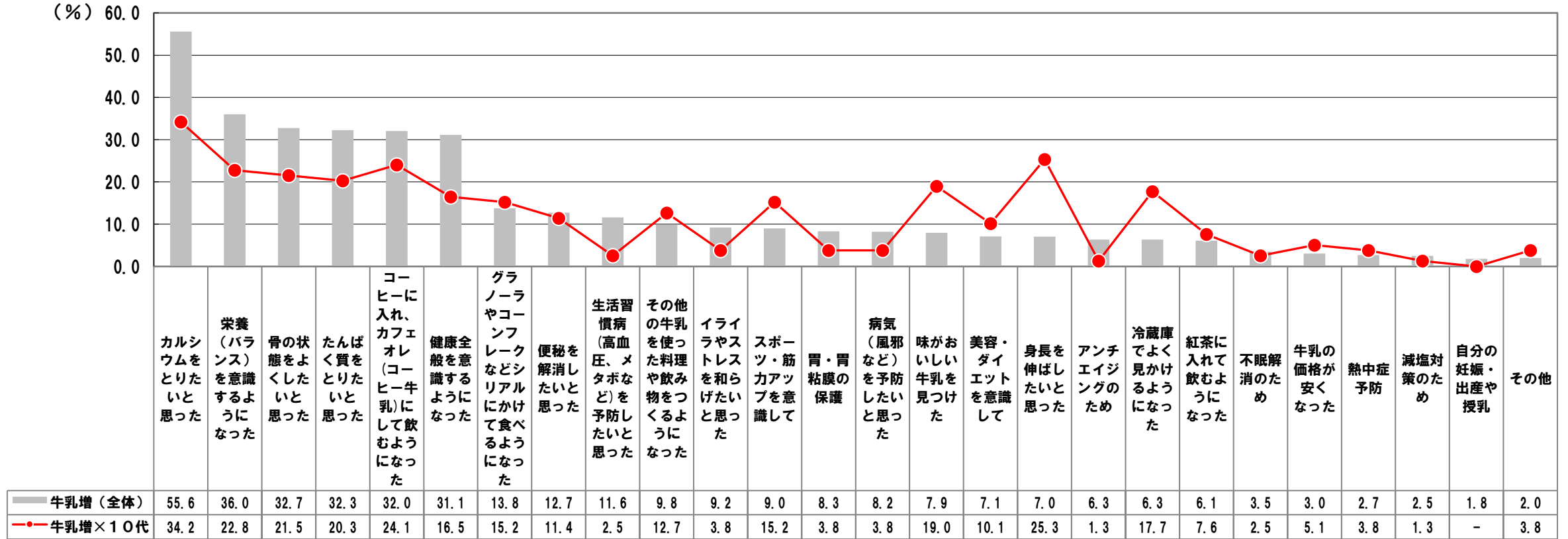
問：いま現在、あなたご自身やご家族が牛乳を食べたり飲んだりする機会・回数が増えてきているものをお知らせください。



- 若年層である10代後半（15～19歳）は、牛乳類の増加意識が最も低く、逆に減少意識はやや高い。
- この世代の牛乳類の増加意識は男女ともに低いですが、減少意識は10代女性が顕著に高い。
- 今後の牛乳類飲用への波及効果や、植物性代替食品への流出など、10代後半は、年代的に最も注視される世代と考えられる。

若年層（10代後半）における牛乳類利用の増加理由（一次調査結果）

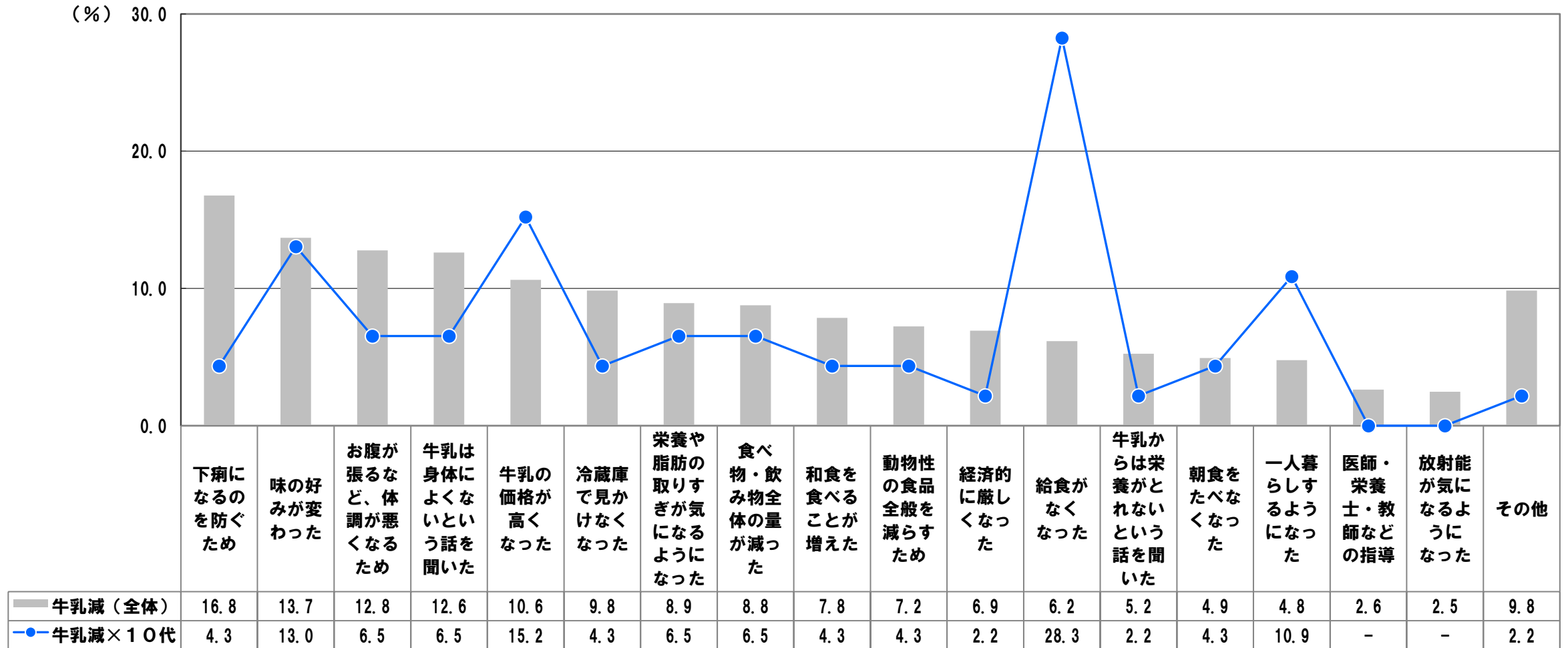
問：いま現在、あなたご自身やご家族の「牛乳」利用が増えているのは、どんな理由や事情からだと思いますか。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 10代後半で牛乳類の増加意識がある人が自覚している増加理由のなかでも、牛乳類の増加意識がある人の全体に対して特徴的なものは、「身長を伸ばしたいと思った」「冷蔵庫でよく見かけるようになった」「味がおいしい牛乳を見つけた」「スポーツ・筋力アップを意識して」の4つである。
- 10代後半では、身長を伸ばしたい・筋力アップ、のように「身体への直接的な効果」への期待が意識に作用していると考えられる。また、冷蔵庫の状況や、おいしい牛乳類の銘柄との出会い、といった「環境要因」も増加意識に作用している可能性がある。

若年層（10代後半）における牛乳類利用の減少理由（一次調査結果）

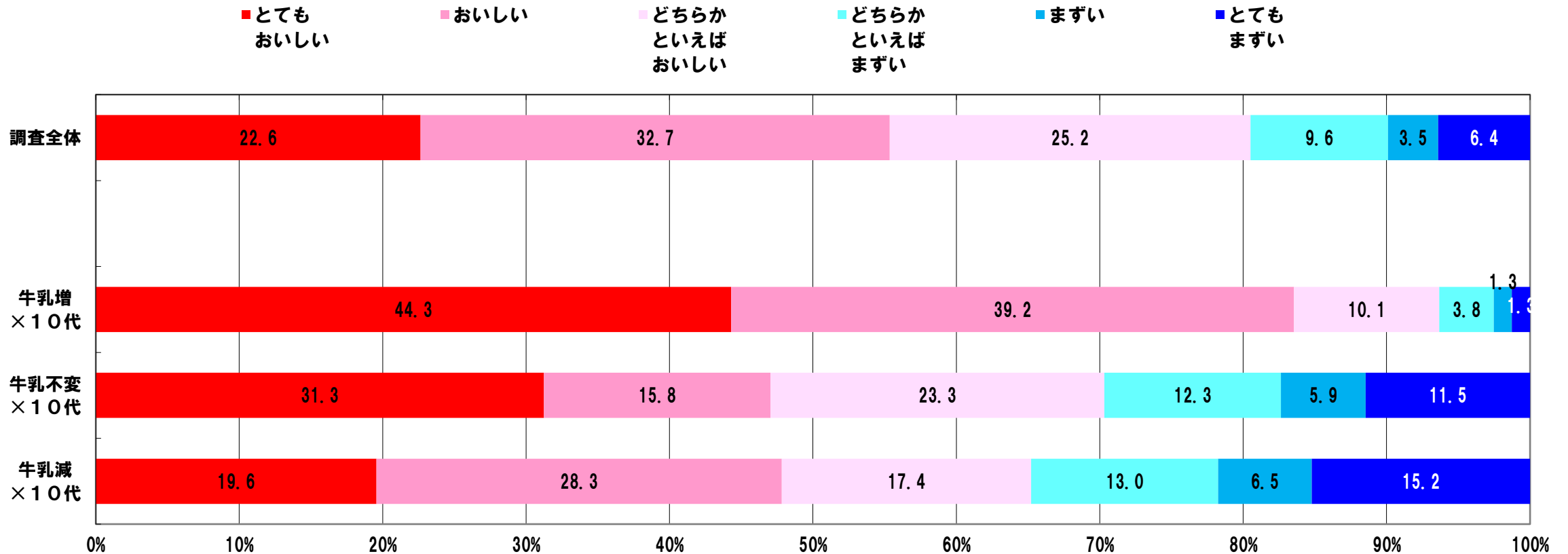
問：いま現在、あなたご自身やご家族の「牛乳」利用が減っているのは、どんな理由や事情からだと思いますか。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。



- 10代後半で牛乳類の減少意識がある人が自覚している減少理由で、牛乳類の減少意識がある人の全体に対して特徴的なものは、「給食がなくなった」「一人暮らしするようになった」「牛乳の価格が高くなった」が挙げられる。
- つまり、若年層における牛乳類飲用の意識的な減少要因は、環境要因の変化による影響が大きいのではないかと考えられる。

若年層（10代後半）の牛乳のおいしさ意識（一次調査結果）

問：いま現在、あなたは牛乳をおいしいと思いますか、まずいと思いますか。あなたに最もあてはまるものをひとつお答えください。



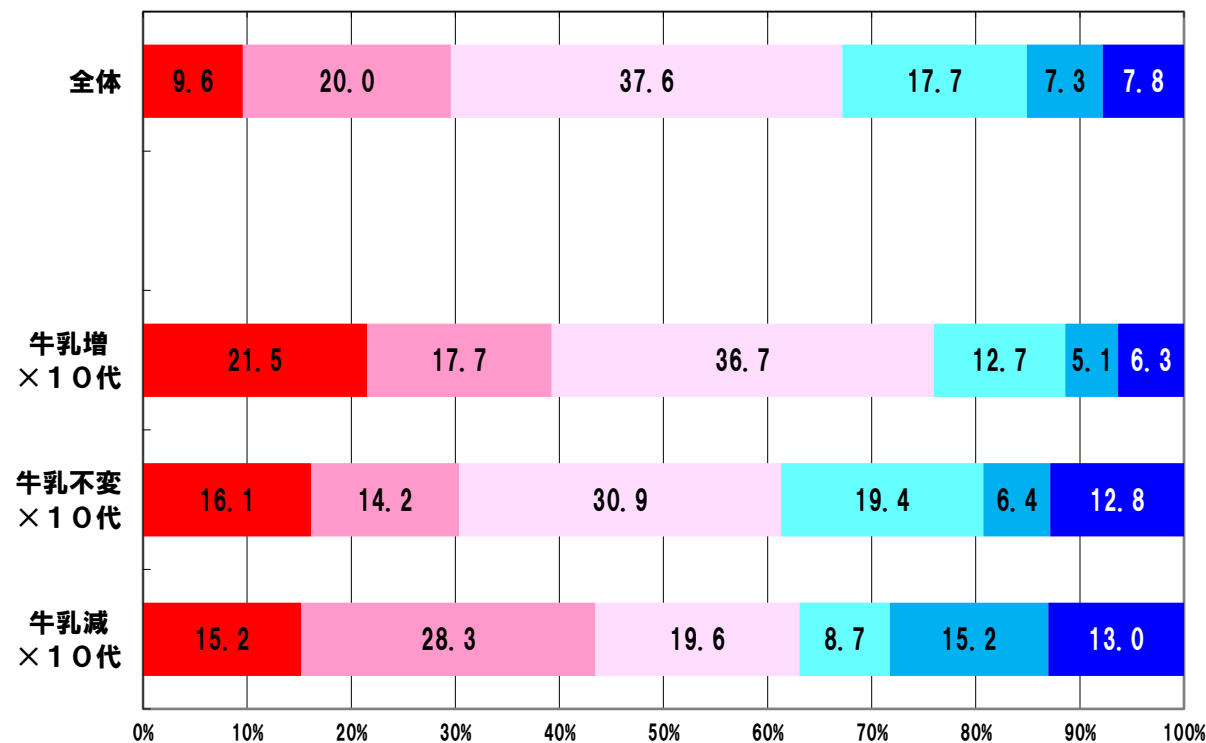
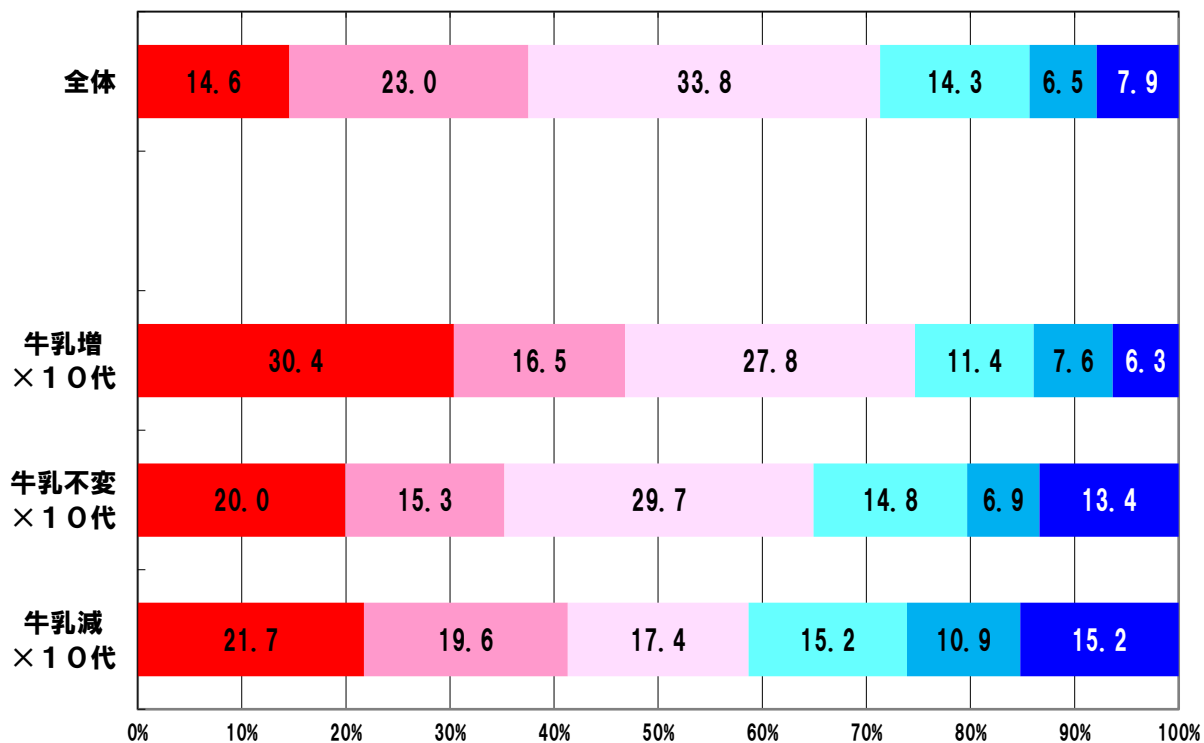
- 10代後半で牛乳類の増加意識がある人は、牛乳をおいしいと思う気持ちが顕著に高い（どちらかといえばおいしいを含めると9割超）。
- 一方、牛乳が増えていない、または、減っていると認識している人であっても、6割超が牛乳をおいしいと意識している。
- 牛乳を直接飲む以外に、他の飲料と混ぜたり、料理に利用するなど、牛乳のおいしさを幅広く伝えることで、牛乳のおいしさ意識にどのように影響するかを検討する必要があるのではないかと考えられる。

若年層（10代後半）の酪農乳業への共感意識（一次調査結果）

問：乳牛を飼い牛乳を生産する「酪農家」と、牛乳や様々な乳製品を商品として製造・販売している「乳業メーカー」のそれぞれについて、あなたは、「誠実さの印象／親しみ／感謝」といった「共感」の気持ちをどれくらい感じますか。以下のなかから、あなたに最もあてはまるものをひとつだけお答えください。

■ 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
 ■ 全く感じない

■ 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
 ■ 全く感じない

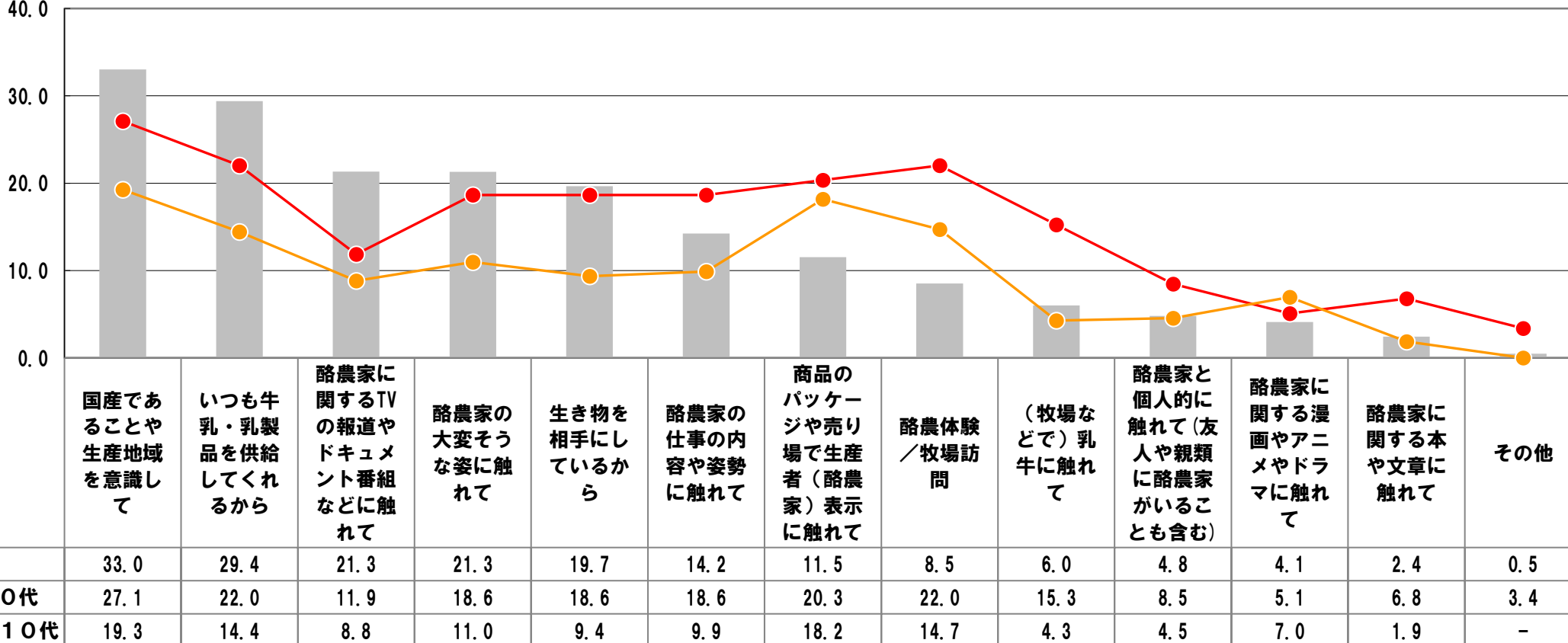


- 10代後半で牛乳類の増加意識がある人は、酪農家や乳業メーカーへの共感意識も高い。
- 一方で、牛乳類が増えていない、または減っていると認識している10代後半であっても、酪農家や乳業メーカーへの共感意識が極端に低下することはない。

若年層（10代後半）の酪農乳業への共感意識（一次調査結果）

問：あなたが、乳牛を飼い、牛乳を生産する「酪農家」に対して、「誠実さの印象／親しみ／感謝」といった「共感」の気持ちを感じるようになったきっかけや理由をお知らせください。以下のなかから、あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

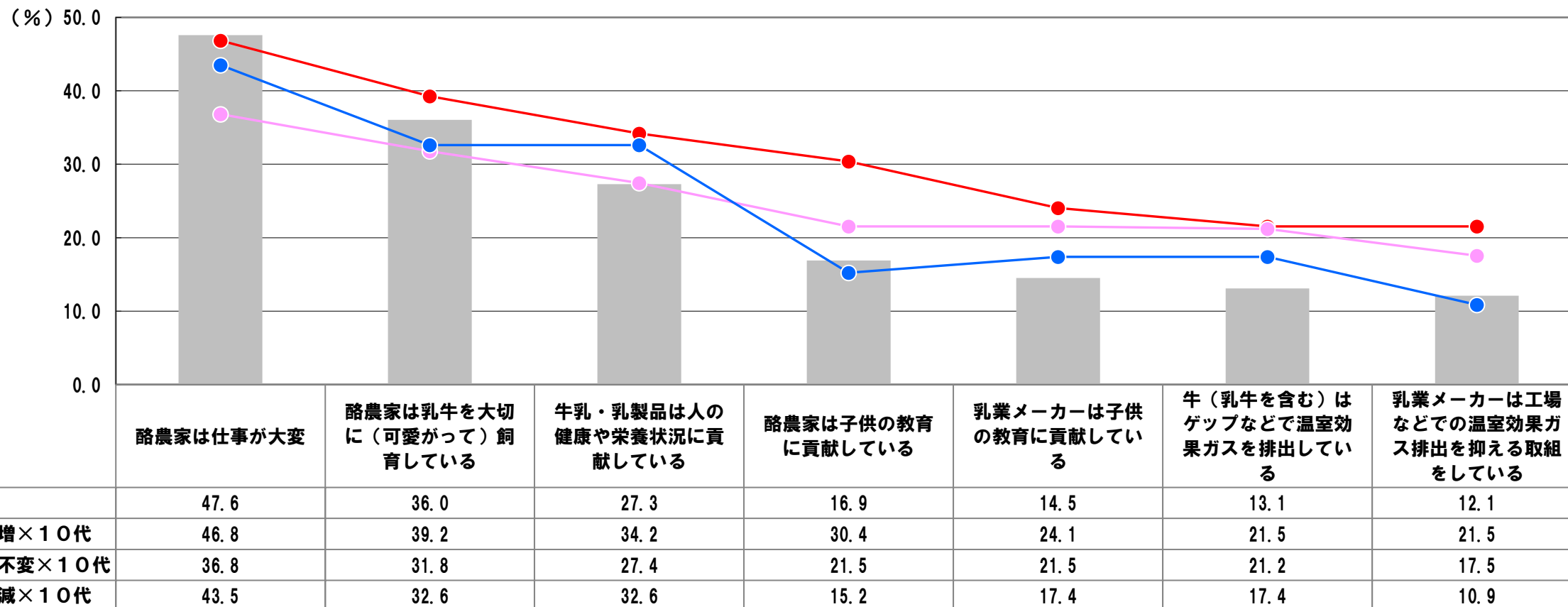
(%) 40.0



- 酪農家に共感意識がある人のうち、10代後半で牛乳類の増加意識がある人は、酪農・牧場体験を通じて、酪農家の仕事や姿勢に触れることにより、酪農家に共感意識を感じる人が特徴的に多い。
- 前出の全世代を対象にした結果でも、酪農・牧場体験が共感理由を高めることが明らかとなっており、酪農・牧場体験は、10代後半の若年層に対して、牛乳のおいしさを伝えたり、酪農家への共感意識を高めることに効果があると考えられる。

若年層（10代後半）の酪農乳業への印象（一次調査結果）

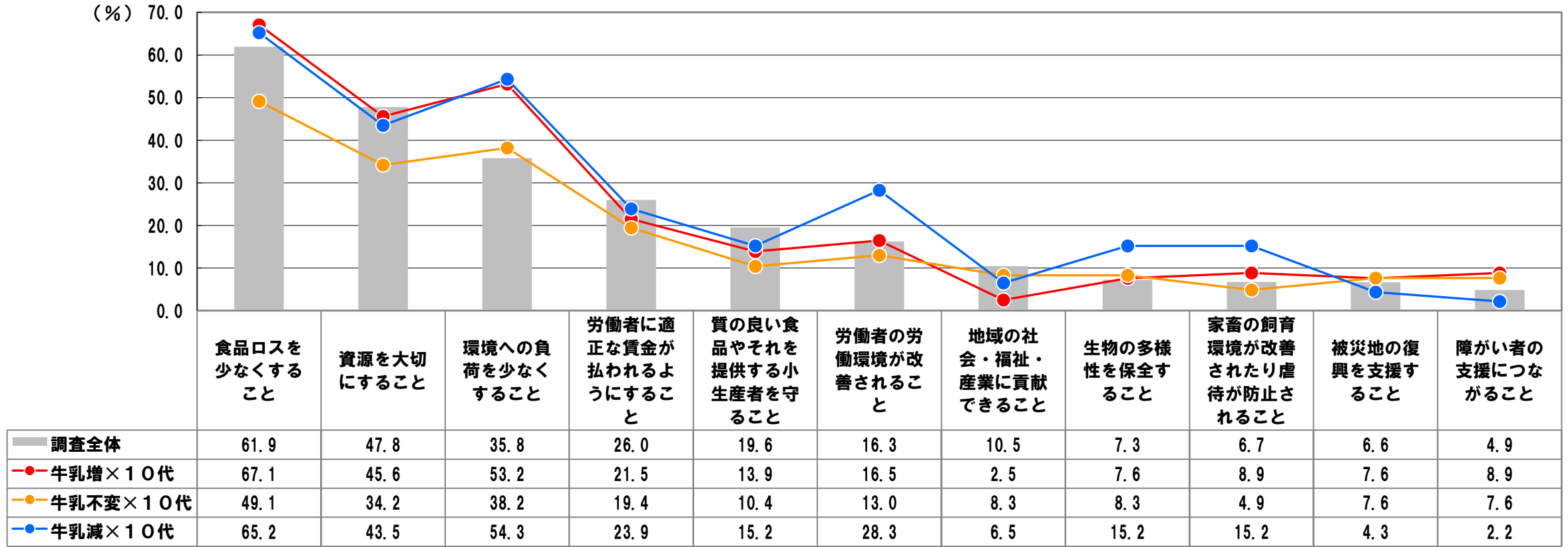
問：下記にあげた7つの文言について、あなたご自身はそのような印象をどれくらいお持ちでしょうか。7つの文言それぞれについて、あなたに最もあてはまるものをお答えください。



- 10代後半で牛乳類の増加意識がある人は、「酪農家や乳業メーカーは子供の教育に貢献している」といった教育に貢献している印象を強く持っている。このように、酪農経験や工場見学などを通じた情報発信が、若い世代に大きく響くものと考えられる。
- 一方、10代後半で牛乳類の増加意識がある人と減少意識がある人は、どちらもほぼ同じくらい「酪農家は仕事が大変」と考えているようである。

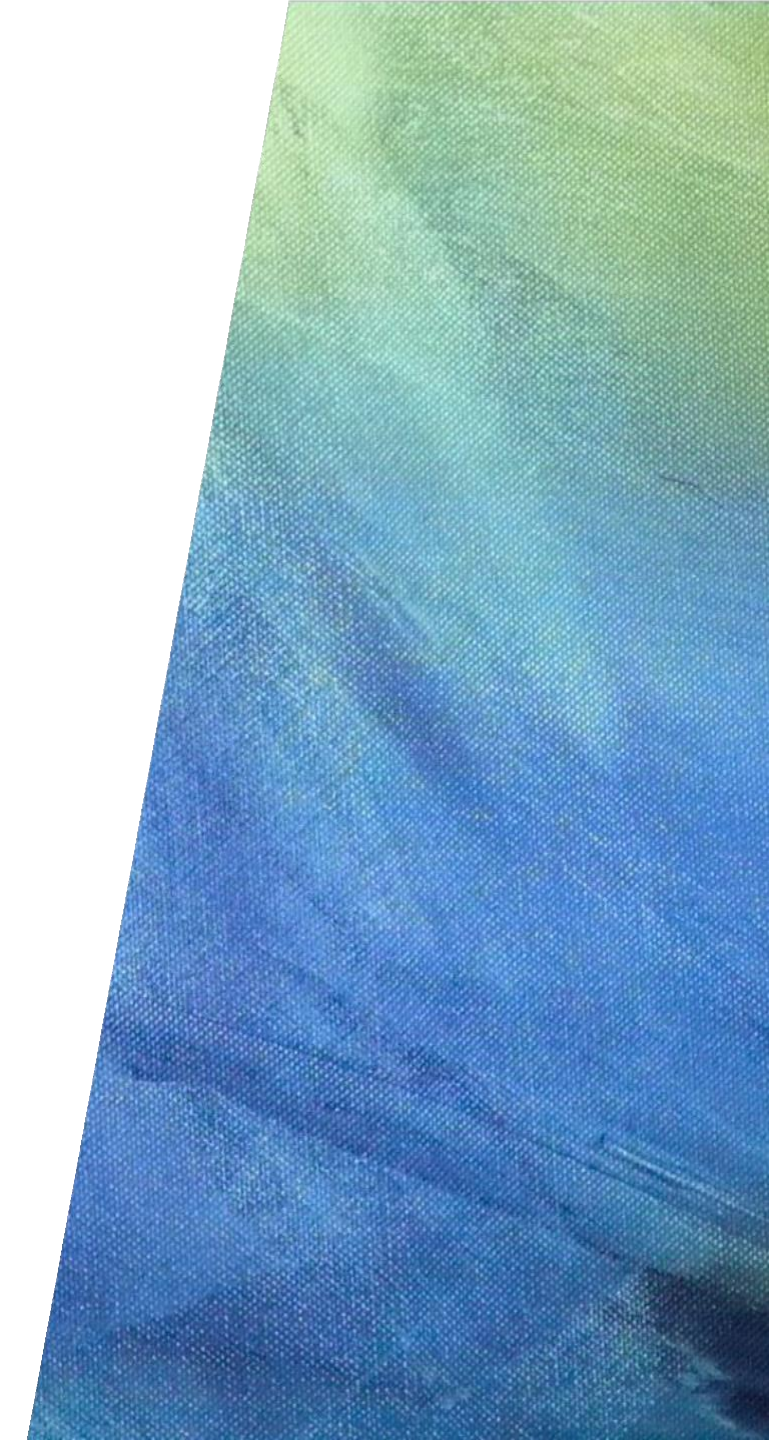
若年層（10代後半）のSDGs・エシカル消費の意識（一次調査結果）

問：下記にあげた文言の内容について、あなたご自身が重要だと思うものを上から3つお知らせください。選択肢のなかから、あなたにあてはまるものを3つ選んでお答えください。

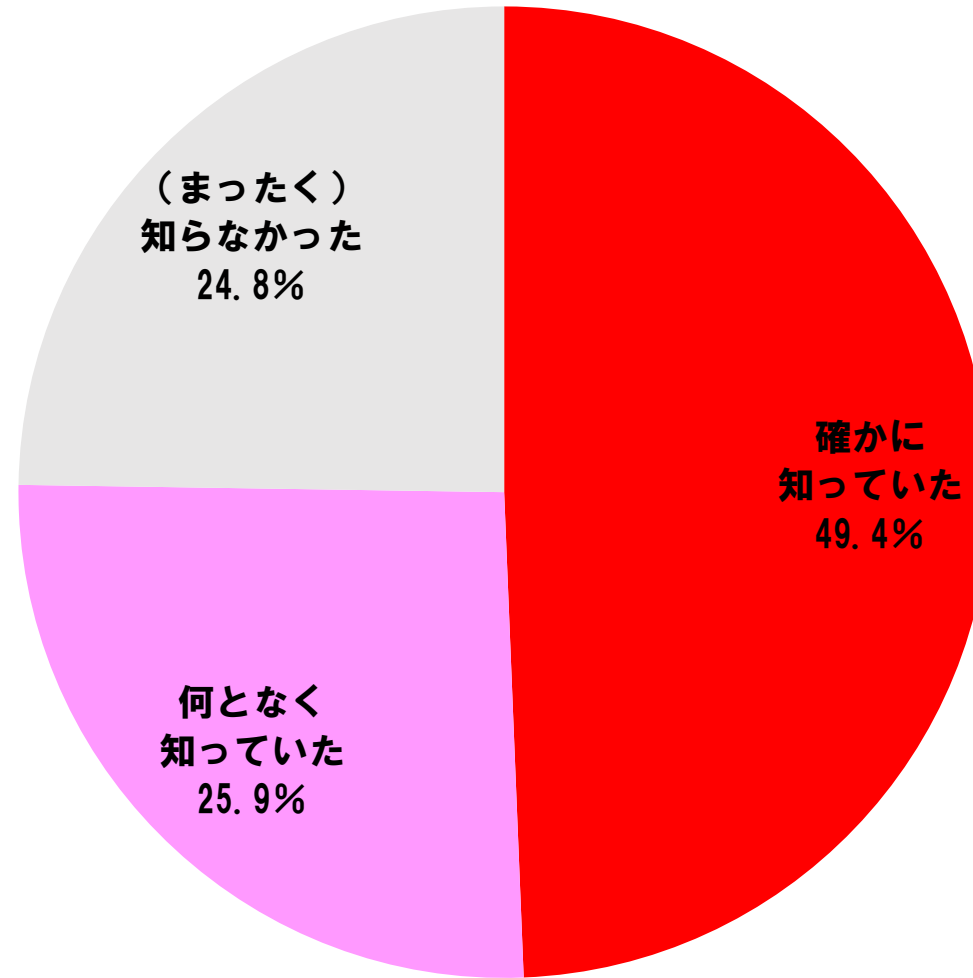


- SDGs・エシカル消費の項目のなかで、牛乳類の増加減少に関わらず10代後半では、全体と比べて、「食品ロス削減」「環境負荷の低減」への意識が高い。また、10代後半で牛乳類の減少意識がある人は、「労働者の労働環境が改善されること」を特徴的に意識している。
- 「食品ロス削減」「環境負荷の低減」「労働環境の改善」は、いずれも持続可能な社会構築のために不可欠な事項である。このような意味でも、「酪農乳業もこれらの事項を積極的に実践し、責任や役割をしっかりと果たしていることを正確に伝える」といった『理解醸成』を行っていくことが重要であると考えられる。

8. 生乳廃棄問題に関する意識



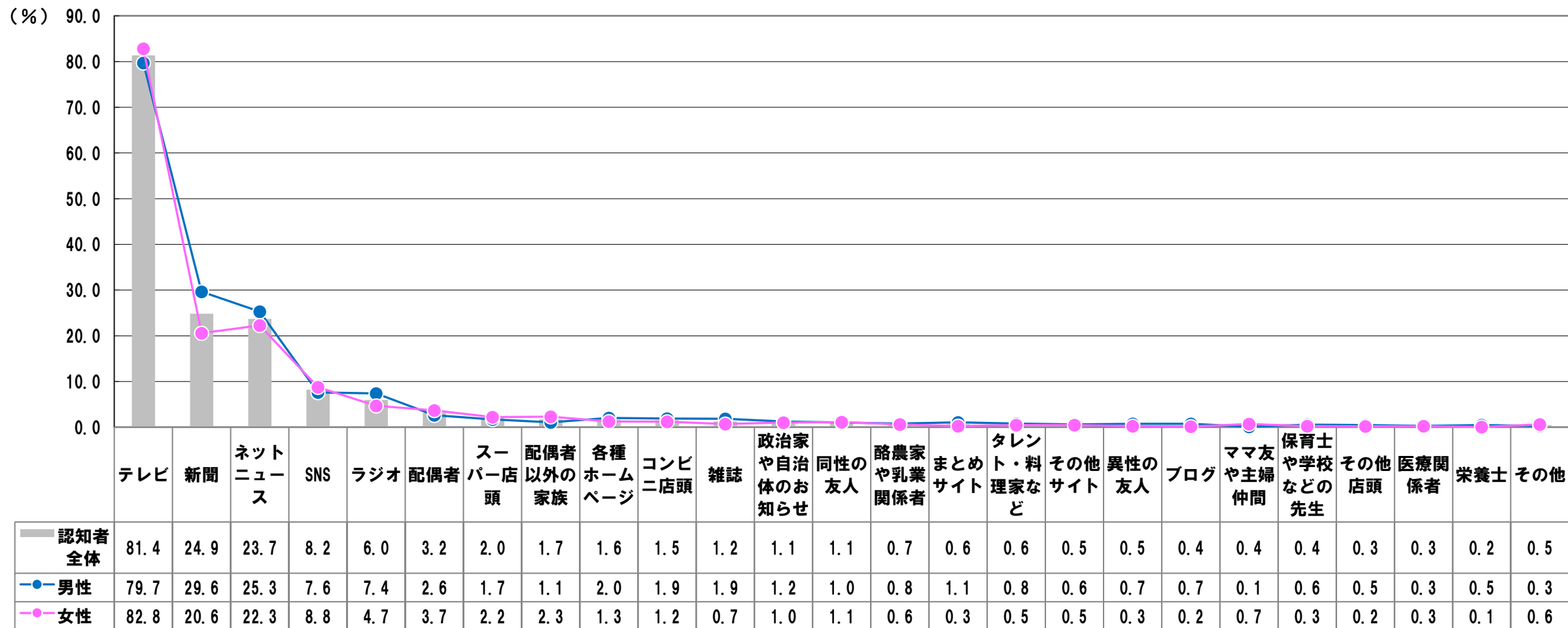
問：昨年末から今年のはじめにかけて、コロナ禍の影響や給食の中止といった様々な要因から世の中の牛乳利用が減少し、そのため乳牛から絞った生乳が余り、廃棄などで無駄になってしまう恐れがありました。あなたはそのことをどれくらいご存知でしたか。



- 2021年の年末から2022年の年始にかけての生乳廃棄問題の話題については、生活者の約7割が何らかを認知し、約5割は確かに認知している。

生乳廃棄問題に関する情報源（追加調査結果）

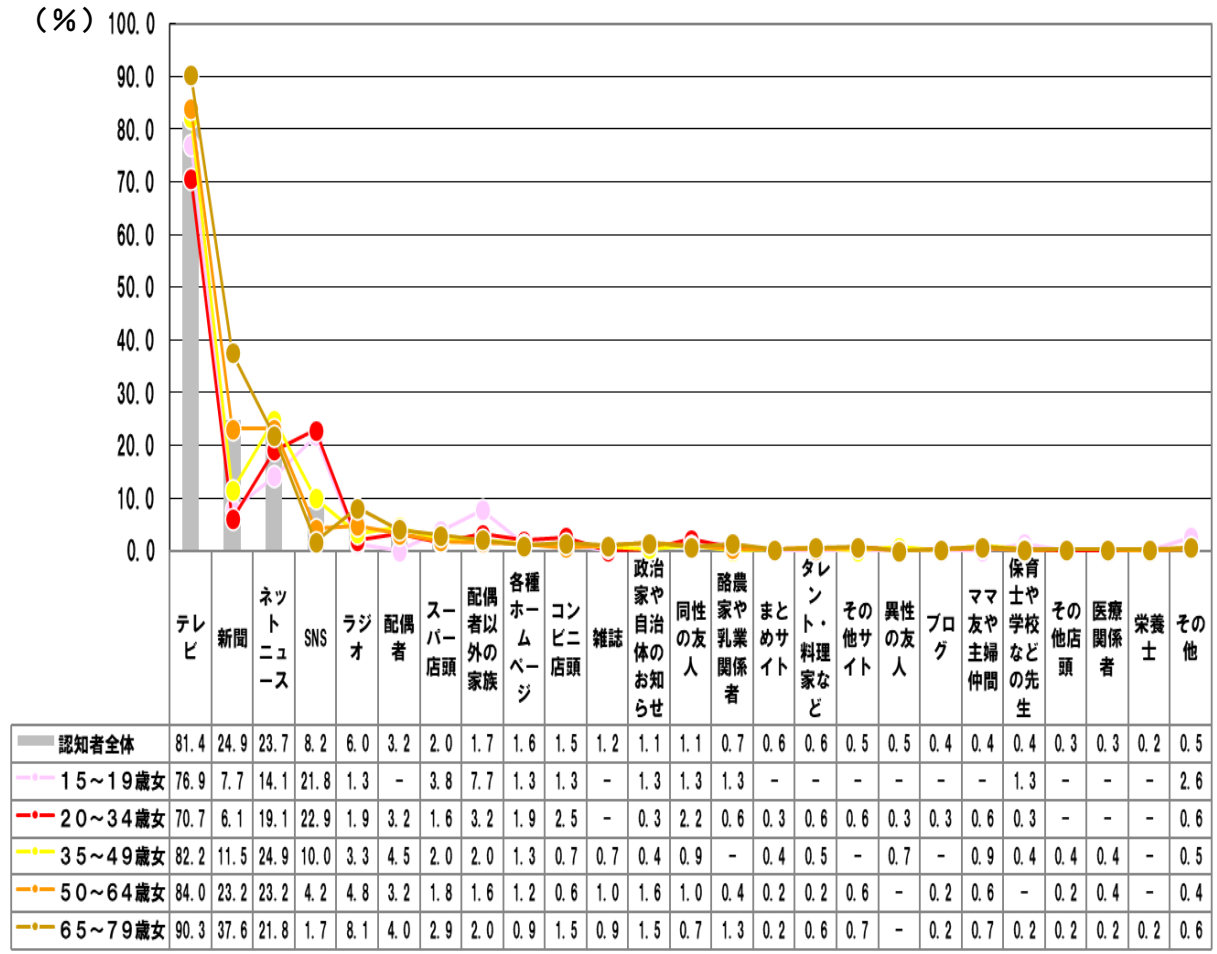
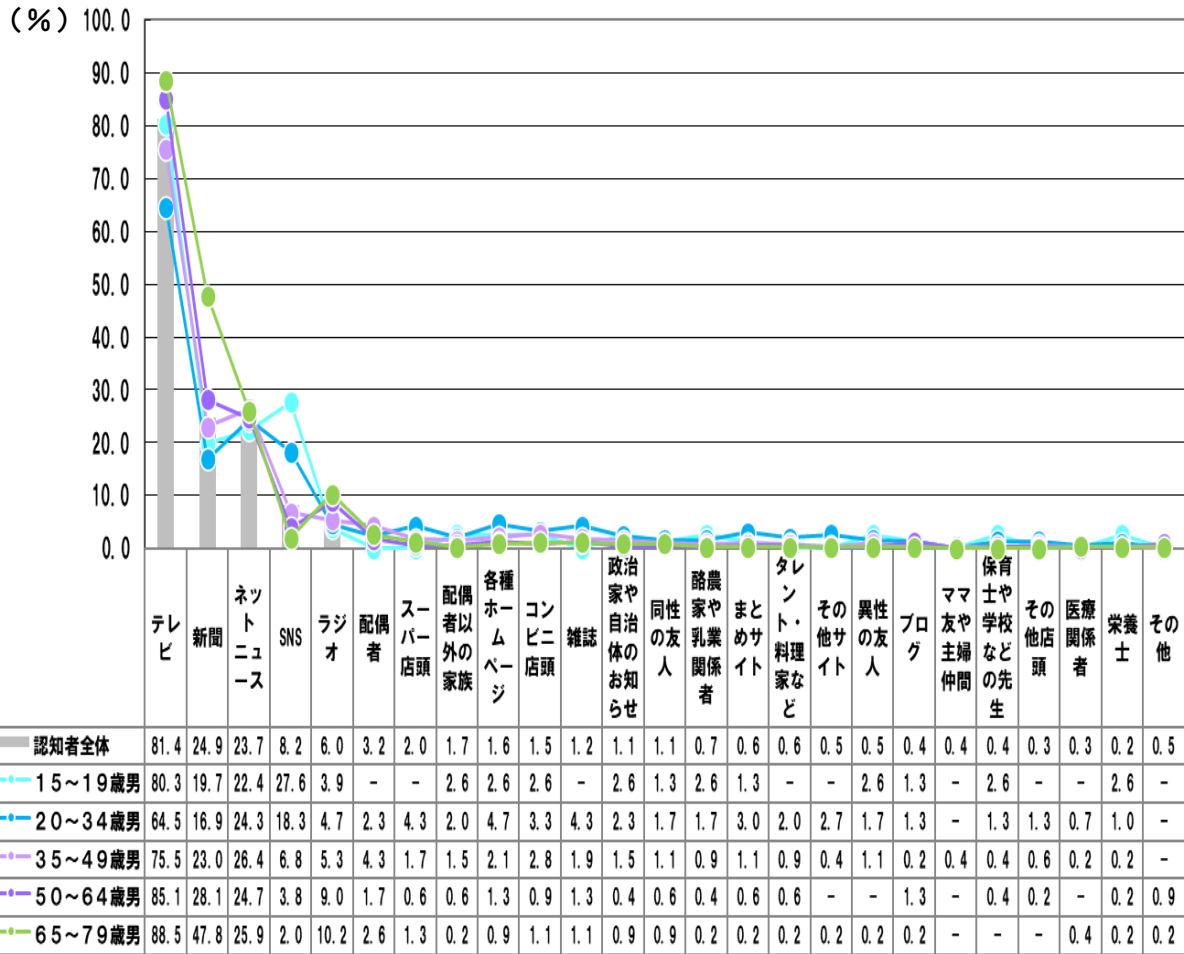
問：「昨年末から今年のはじめにかけて、コロナ禍の影響や給食の中止といった様々な要因から世の中の牛乳利用が減少し、そのため乳牛から絞った生乳が余り、廃棄などで無駄になってしまう恐れがあった」ということを、あなたはどこから（どこで）知りましたか。



- 生乳廃棄問題に関する情報源は、テレビが圧倒的に多い。それに次いで、新聞とネットニュースでの認知が多い。
- テレビ、新聞、ニュースからの報道により、特定の社会問題を発信することは、特に効果的であることが示唆された。

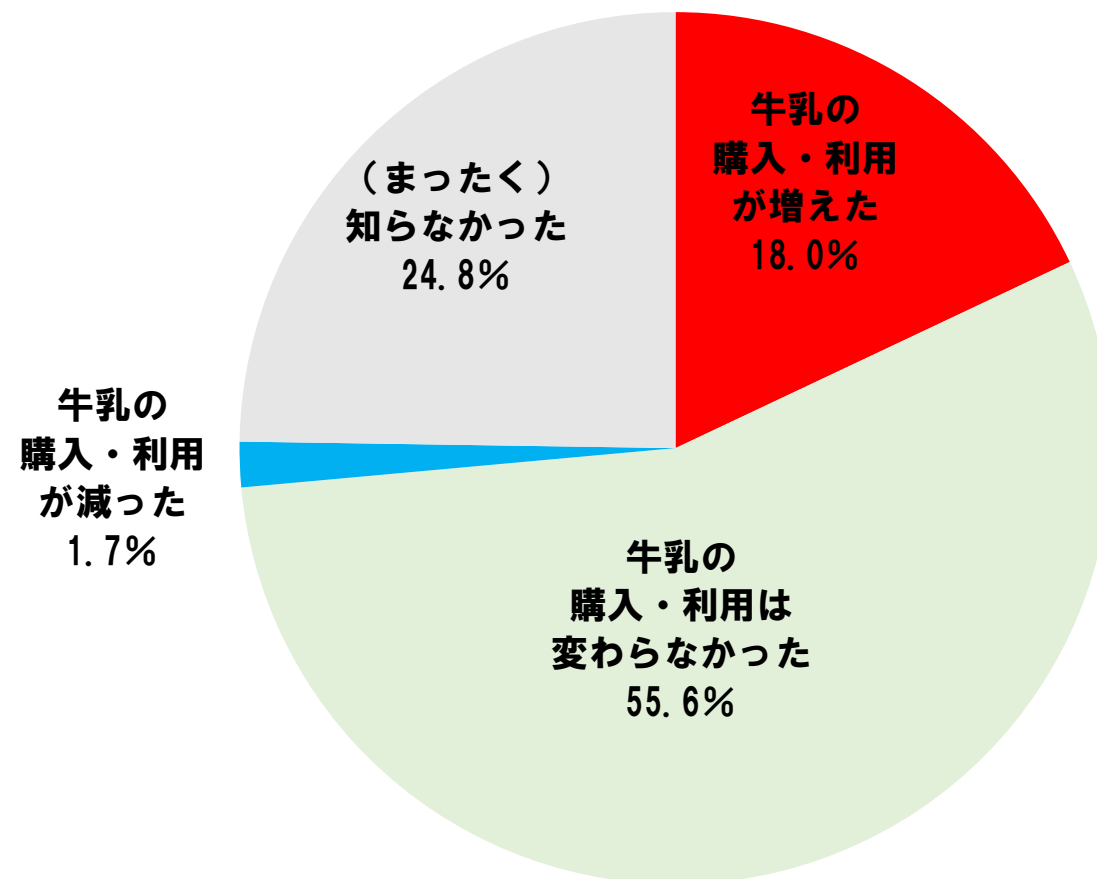
生乳廃棄問題に関する情報源（性別・年代別）（追加調査結果）

問：「昨年末から今年のはじめにかけて、コロナ禍の影響や給食の中止といった様々な要因から世の中の牛乳利用が減少し、そのため乳牛から絞った生乳が余り、廃棄などで無駄になってしまう恐れがあった」ということを、あなたはどこから（どこで）知りましたか。



➤ 男性（左図）も女性（右図）も、65歳以上では新聞での認知が多く、34歳以下（男性では特に10代）ではSNSでの認知が目立つ。

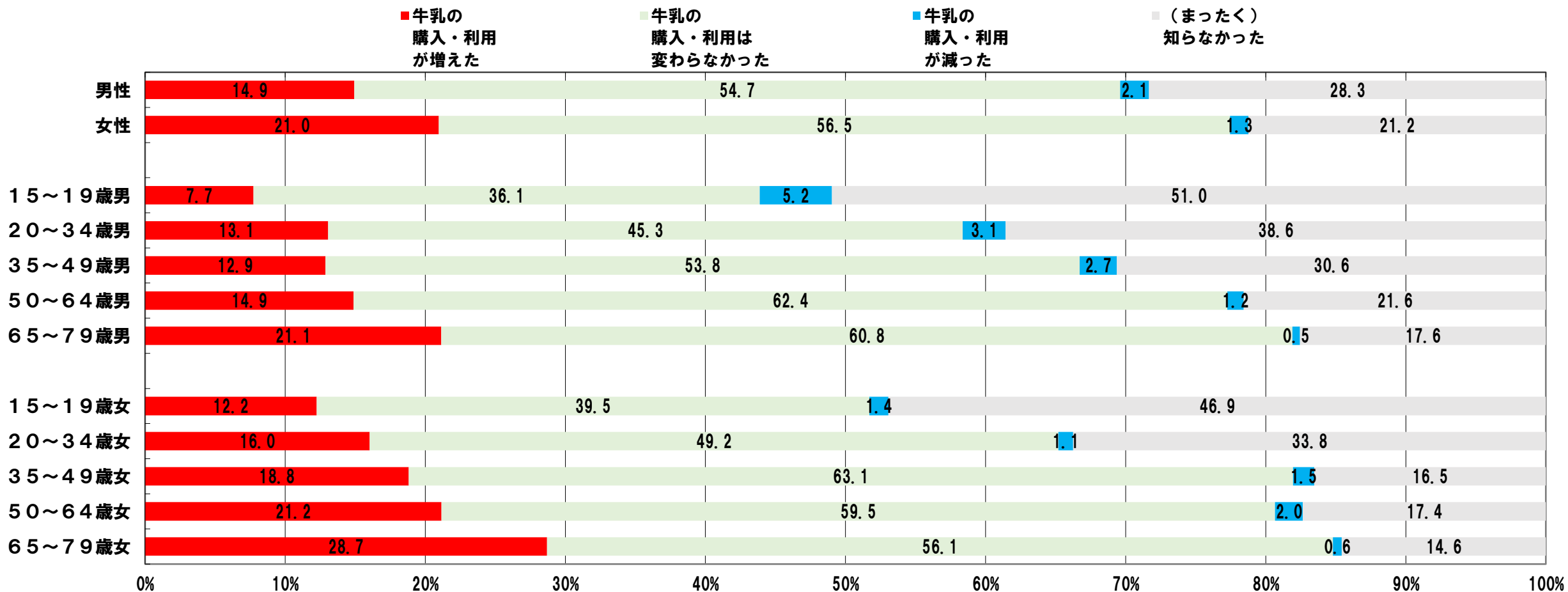
問：「昨年末から今年のはじめにかけて、コロナ禍の影響や給食の中止といった様々な要因から世の中の牛乳利用が減少し、そのため乳牛から絞った生乳が余り、廃棄などで無駄になってしまう恐れがあった」ということを知って、あなたご自身（ご家庭）の牛乳の購入・利用は変化しましたか。



➤ 年末年始の生乳廃棄問題の話題を知って、牛乳の購入・利用が増えたという人は、全体の2割弱である。

生乳廃棄問題について認知後の行動（性別・年代別）（追加調査結果）

問：「昨年末から今年のはじめにかけて、コロナ禍の影響や給食の中止といった様々な要因から世の中の牛乳利用が減少し、そのため乳牛から絞った生乳が余り、廃棄などで無駄になってしまう恐れがあった」ということを知って、あなたご自身（ご家庭）の牛乳の購入・利用は変化しましたか。

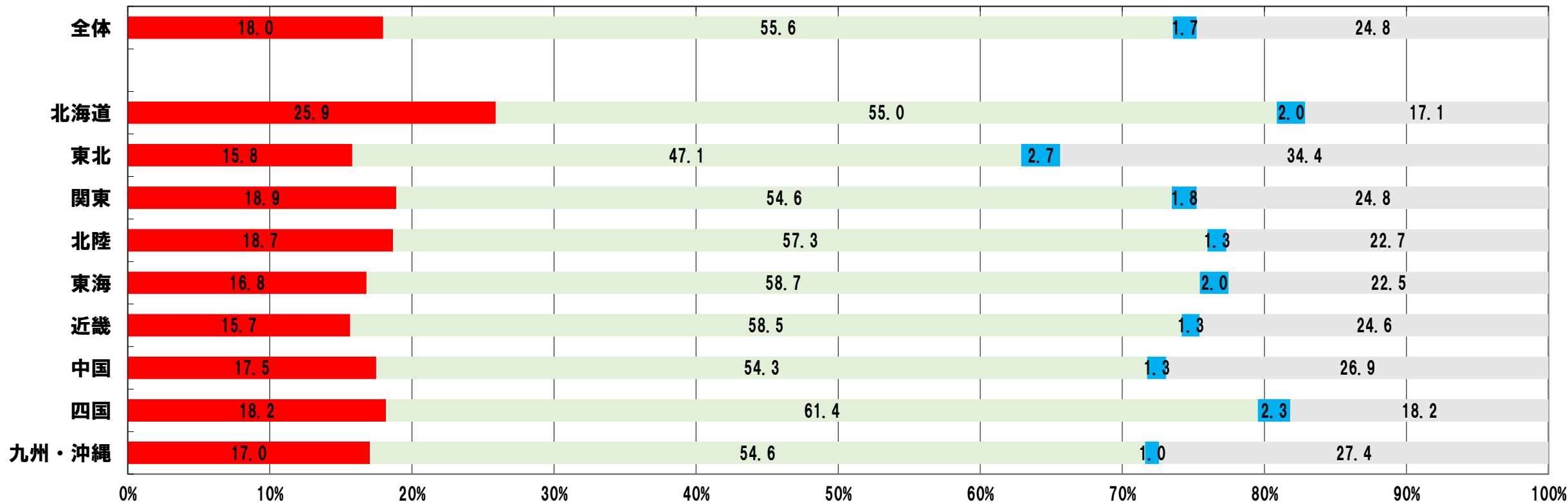


- 牛乳の購入・利用が増えたという人は、男性よりも女性、若年層よりも高齢層が多い。
- 男性年代別に見ると、65～79歳において購入・利用が増えているが、40代以下ではいずれもその割合は下回っている。一方、女性年代別に見ると、65～79歳で牛乳の購入・利用が増えており、この世代の3割に達する。
- 「生乳廃棄問題の話題について知らなかった」が多い年齢層は、男女ともに10代であり、この世代の半数に及ぶ。

生乳廃棄問題について認知後の行動（地域別）（追加調査結果）

問：「昨年末から今年のはじめにかけて、コロナ禍の影響や給食の中止といった様々な要因から世の中の牛乳利用が減少し、そのため乳牛から絞った生乳が余り、廃棄などで無駄になってしまう恐れがあった」ということを知って、あなたご自身（ご家庭）の牛乳の購入・利用は変化しましたか。

■ 牛乳の購入・利用が増えた
 ■ 牛乳の購入・利用は変わらなかった
 ■ 牛乳の購入・利用が減った
 ■ (まったく) 知らなかった



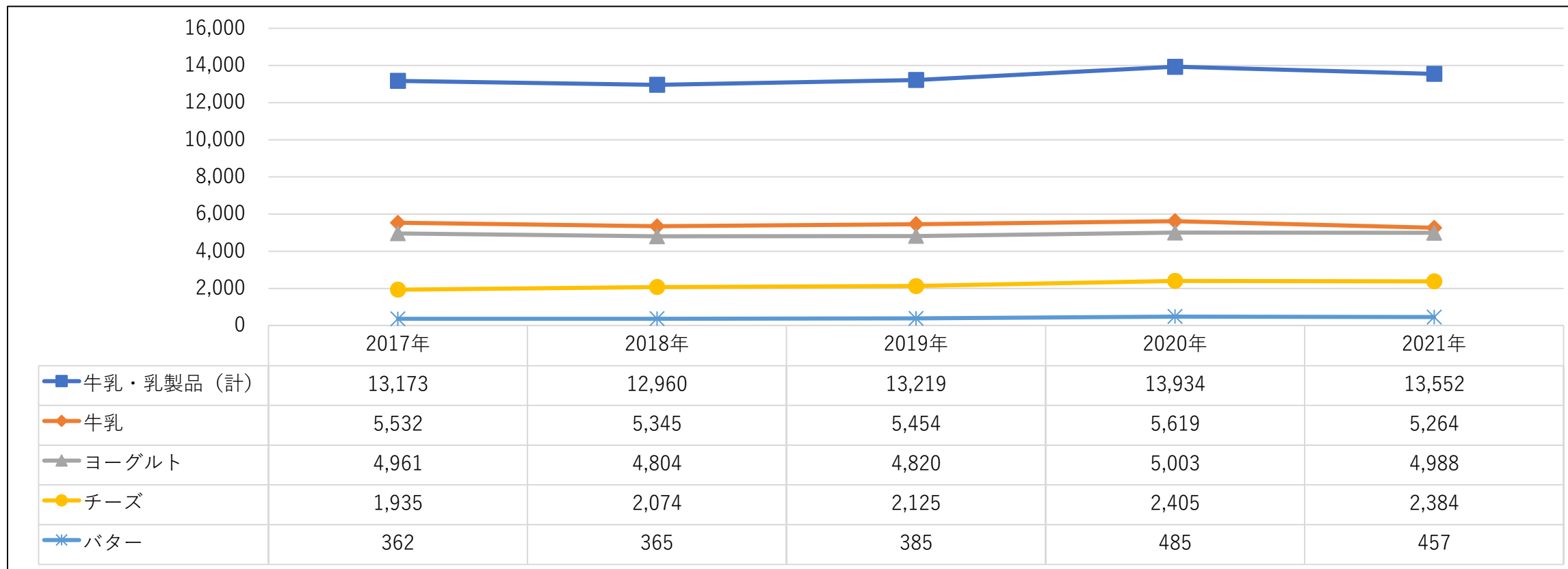
➤ 生乳廃棄問題を知って、牛乳の購入・利用が増えた人は、北海道が多い。

- ① 生産者への共感、精神性／人助け
- ② 首相の牛乳についての発言への関心（10代）
- ③ SDGsによる食品ロスの削減意識
- ④ 食べ物を捨てることへの抵抗感
- ⑤ 国産保護／自給率意識
- ⑥ 豆乳減らした
- ⑦ あらためて飲みはじめた
- ⑧ 料理で利用（より高齢層）
- ⑨ もともと牛乳が好き
- ⑩ 栄養もカルシウムも取れる
- ⑪ 年末年始で在宅時間が増えたから
- ⑫ 孫と一緒に（高齢者）
- ⑬ 値下げへの関心（スーパー、ローソン、オイシックス、等）
- ⑭ 貴重なものの意識／牛乳は貴重な栄養のかたまり
- ⑮ 学校給食などを通じて子供の栄養に役立っている意識などからの感謝の気持ち

【参考】 新型コロナウイルス感染症禍に おける牛乳・乳製品の消費動向

※新型コロナウイルス感染症に関する意識調査の詳細な結果については、次のリンク
(<https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb4000000984r.html>) をご参照ください。

牛乳・乳製品1人当たりの家庭内年間消費支出金額（円）



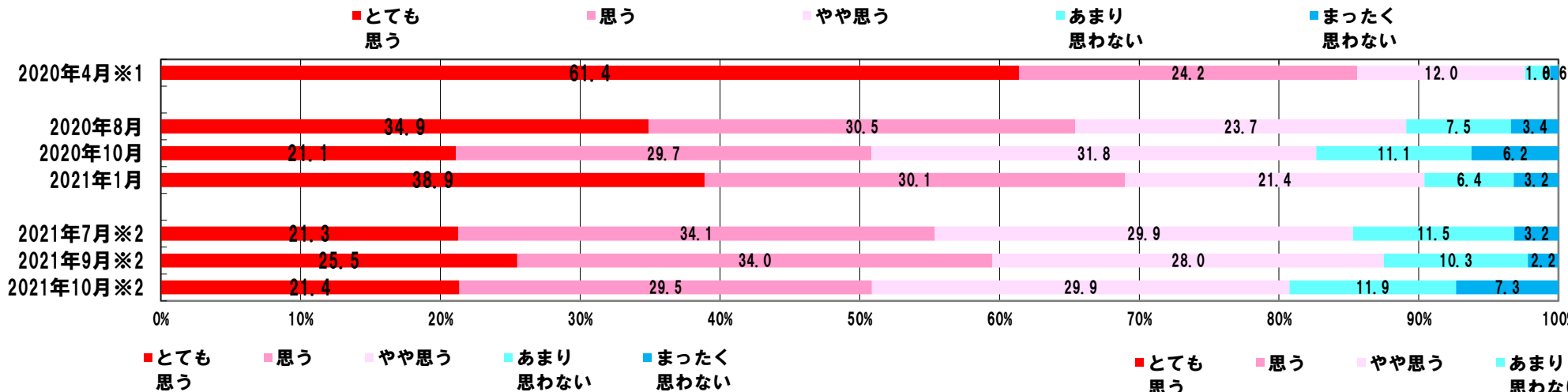
出典：総務省『家計調査』より作成

註1) 価格は消費者物価指数にてデフレート済

註2) 牛乳・乳製品(計)の内訳は、牛乳、ヨーグルト、チーズ、バター、粉ミルク、その他乳製品である。粉ミルク、その他乳製品の支出金額は小さいため、図表内で記していない。

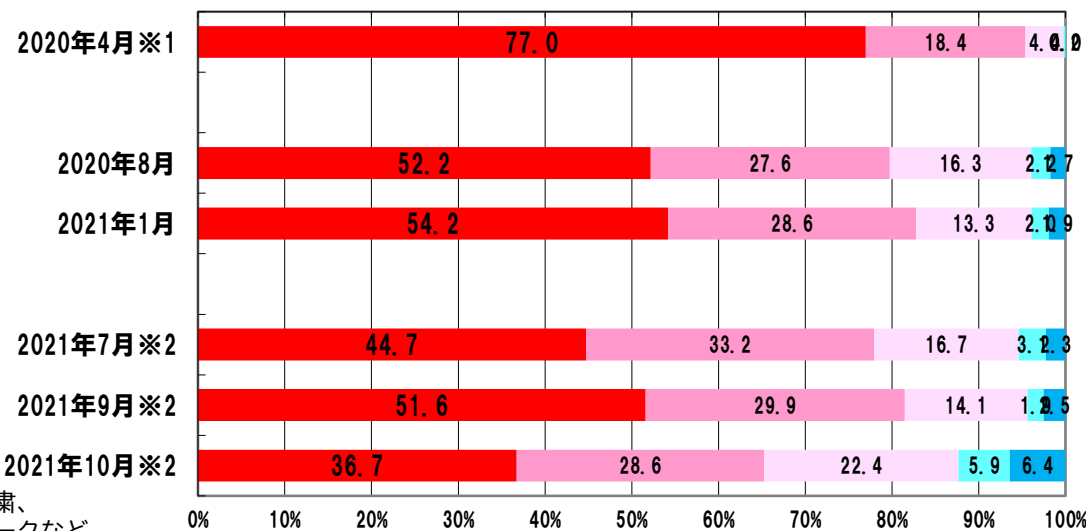
- 2019年と2020年の牛乳乳製品に対する家庭内の支出金額を比較すると、やや増加している。また、2019年と2021年の比較においても、やや増加しており、牛乳乳製品の家庭内消費はコロナ禍で伸長していることが確認された。
- 一方、2020年と2021年の比較では、やや減少している。特に牛乳の消費減少が大きい点を注視していく必要がある。

不安・恐怖意識



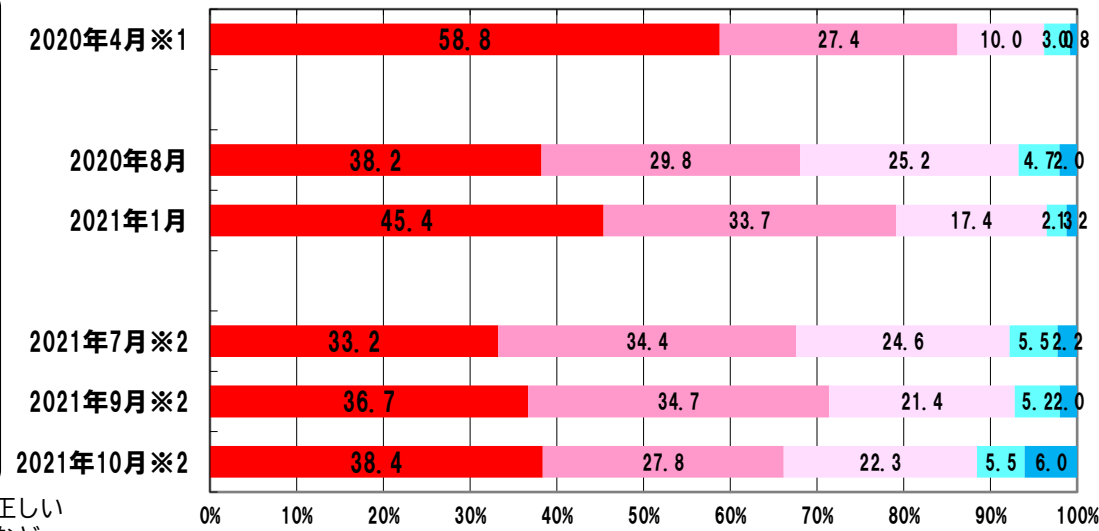
※調査対象者の年齢は、※1が25～69歳、※2が15～79歳、それ以外は15～69歳である。

接触回避意識



例：外出自粛、テレワークなど

接触時リスク低減意識

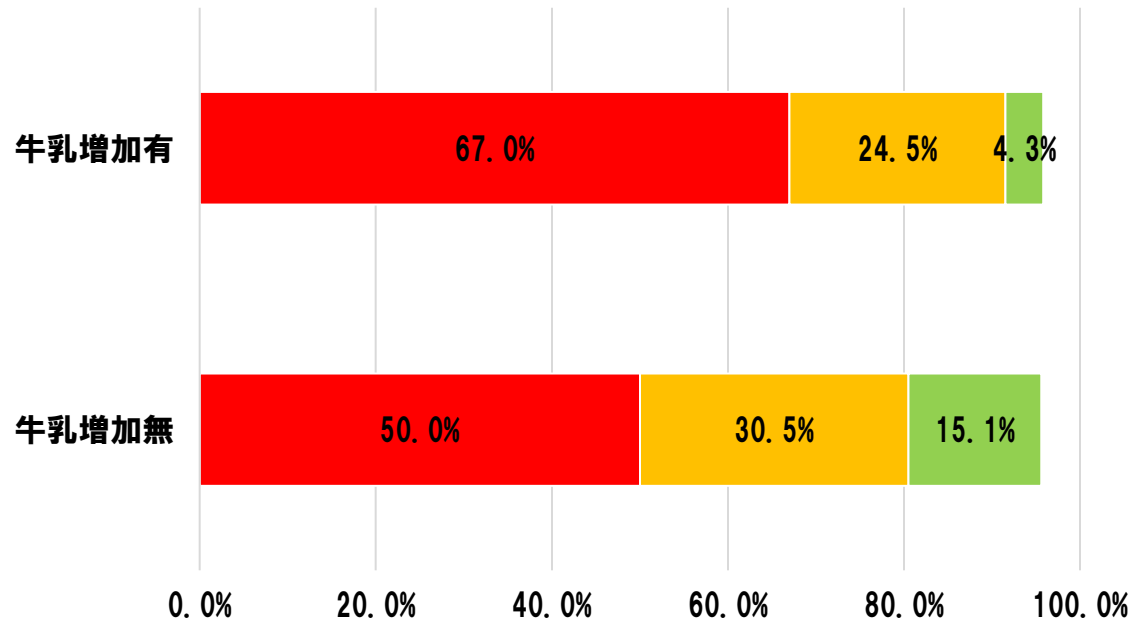


例：規則正しい生活など

- コロナ禍を経て不安・恐怖意識は大きく低下し、それが定着してくる傾向が見られる。
- 2020年4月時点では、接触回避意識において、生活者の約8割が強く思うとともに、接触時リスク低減意識においても約6割が強く思う状況であったのが、2021年には、いずれも4割以下にまで低下している。

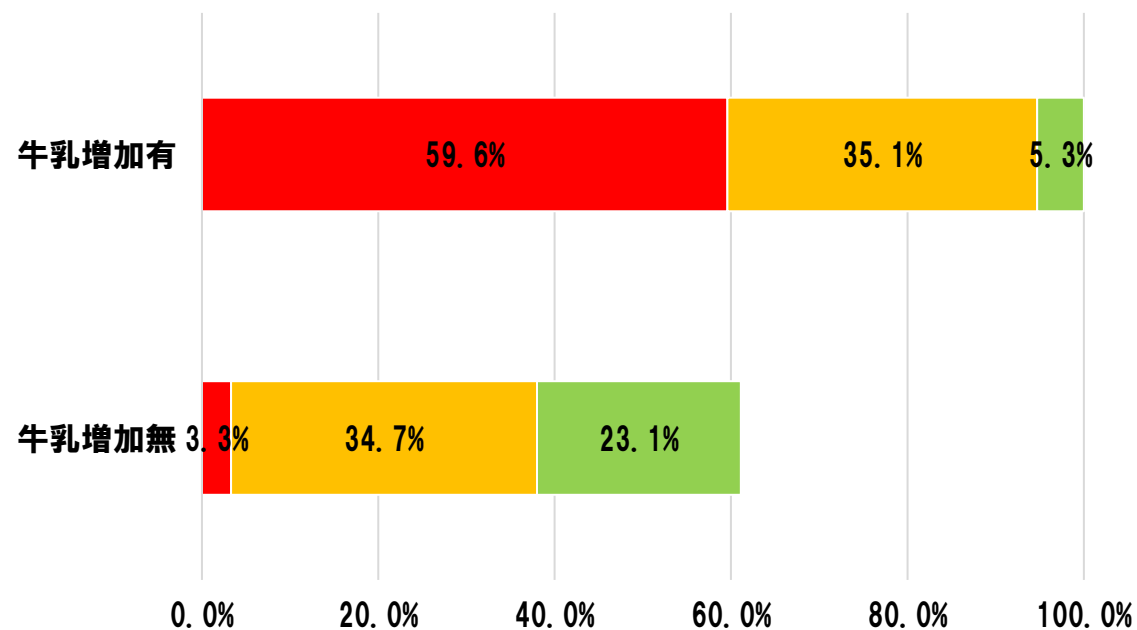
接触回避意識

■とても思う ■思う ■やや思う

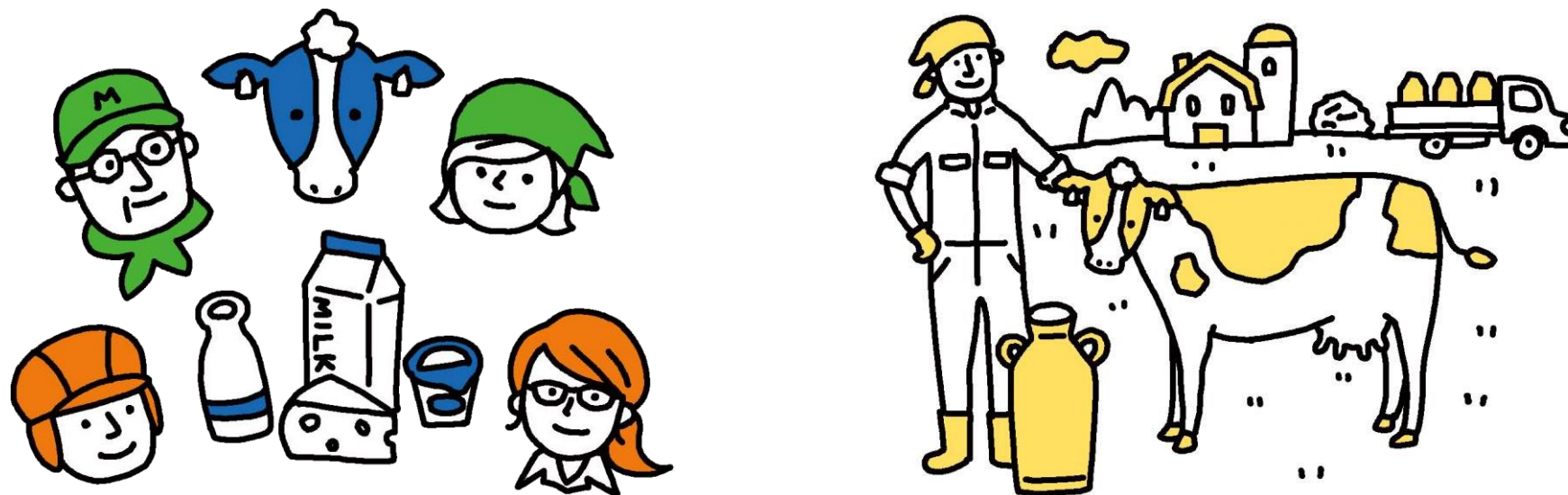


接触時リスク低減意識

■とても思う ■思う ■やや思う



- 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見ると、牛乳利用が増加した人は、そうではない人よりも接触回避とリスク低減意識の両方を強く意識していることが分かる。特に、接触時リスク低減の意識（右図）によって、牛乳の利用増加が後押しされているようである。
- このように、新型コロナウイルスのような感染症下では、生活者の健康意識が高まり、その意識の高まりによって、牛乳消費を下支えしてくれる可能性があるが、ポストコロナの時代に向けて、生活者の健康意識と牛乳消費との関係が継続するかどうかは、引き続き注視していく必要があると考えられる。



【本調査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

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



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