

2021年4月27日
一般社団法人Jミルク

「価格」「安全性」「おいしさ」への意識強まる 食品選ぶ基準 “コロナ禍前” と比較調査

Jミルクは、今年1月に実施した「牛乳乳製品に関する食生活動向調査 2020」の第二次調査を含めた、2020年度の結果をまとめました。「コロナ禍以前と比べて、2021年1月時点で、食品を選ぶ際に大事だと思う気持ちが強まったもの」(選択基準)を聞いたところ、「価格」「安全性」「おいしさ」がいずれも4割を超え、上位3位を占めました(図1)。

食品を「牛乳」に絞って上記の選択基準を聞いたところ、「おいしさ」「価格」がともに4割を超え、次いで「安全性」が上位3位となりました。地域別に見ると、大阪府と九州では「価格」「安全性」「鮮度」「国産」が、他の地域より高い傾向が出ています(図2)。

図1

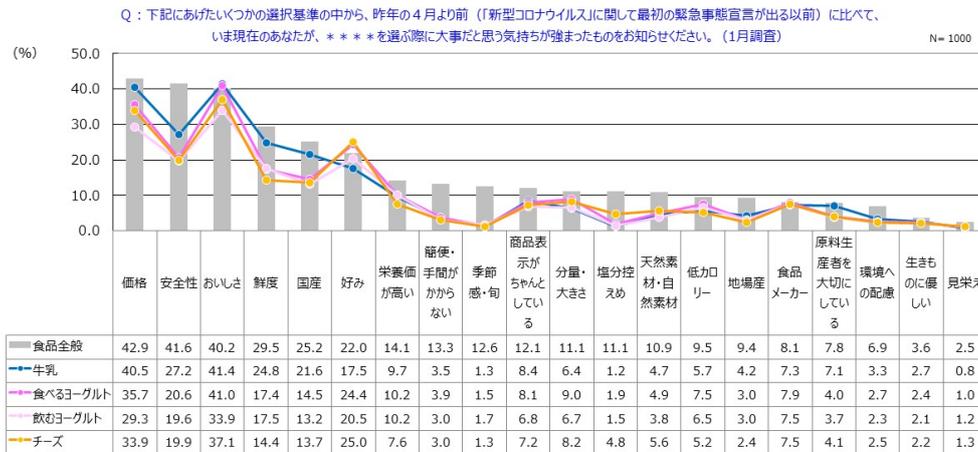
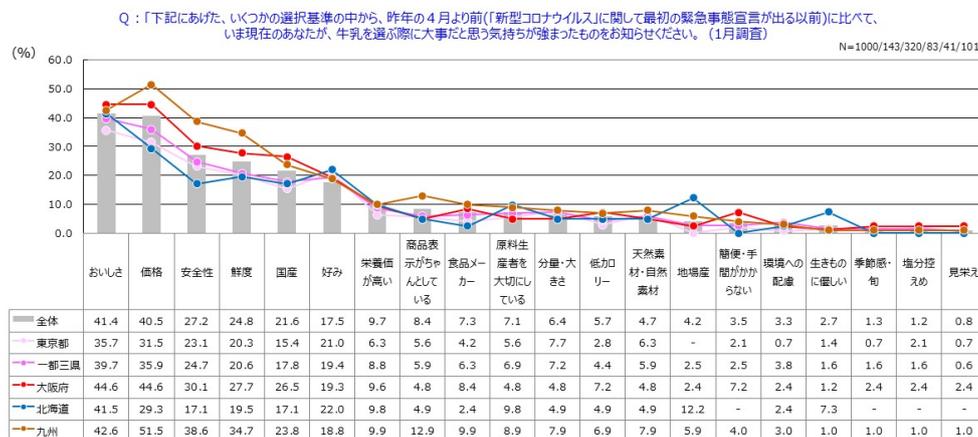
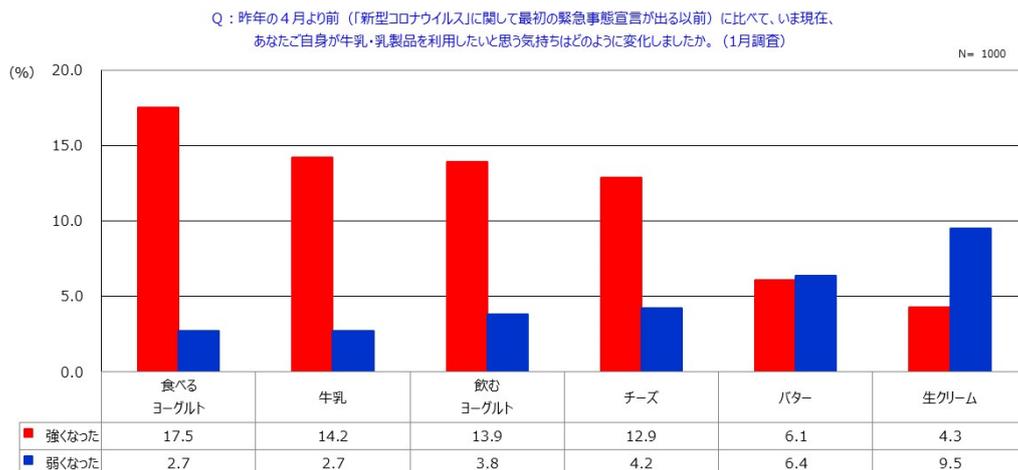


図2



また、「コロナ禍以前と比べて、2021年1月現在で、牛乳・乳製品を利用したいと思う気持ちはどう変化したか」を聞いたところ、「食べるヨーグルト」「牛乳」「飲むヨーグルト」「チーズ」については「強くなった」が1割を超えました（図3）。地域別では、北海道で、これらの4品目について「強くなった」とする傾向が他の地域より強く出ています。

図3



「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。例年、第一次調査（10～11月）と、それを補完する第二次調査（1月）を行っていますが、2020年度は新型コロナウイルスの感染拡大を受け、最初の緊急事態宣言が出された4月と第二波が懸念され始めた8月上旬にも追加調査を行いました。今年度はこれら計4回の調査結果をまとめて要約版として公表しています（各回で調査対象者数や年齢層などは異なります）。サブタイトルにあるように「コロナ禍における生活者の意識と行動変容を追う」ことに主眼を置いています。

以上

※詳細はホームページ（<https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb4000005dpm.html>）に掲載しています。

【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