

2022年3月23日  
一般社団法人 Jミルク

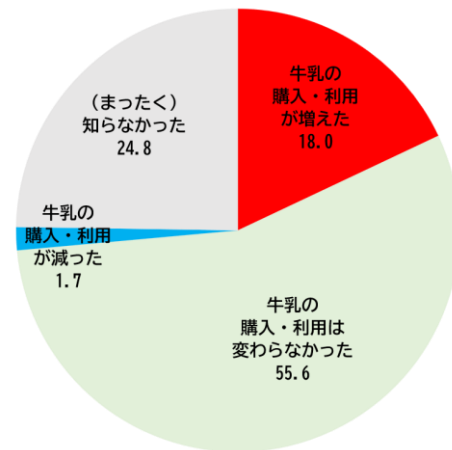
## 需給厳しかった年末年始の牛乳購入動向を調査

### 「増えた」2割、「変わらなかった」半数超

Jミルクは、2021年度の「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」の一環として1月に行った「年末年始の生乳廃棄問題に関する意識調査」の結果をまとめました。2021年末から2022年の初めにかけて生乳廃棄の可能性があると知って、牛乳の購入や利用が増えたという人がほぼ2割（18.0%）、変わらなかったという人が半数超（55.6%）などとなりました。

男女別・年代別では、牛乳の購入や利用が増えたという人の割合は、男性よりも女性、若年層よりも高齢層が、それぞれ高いという結果でした。また、地域ブロック別では、増えたという人の割合が、北海道（25.9%）が、他ブロック（15～18%台）に比べ特に高いという傾向も見られました。

生乳廃棄問題の話題についての認知後の行動(%)



過去のJミルクの食生活動向調査では、新型コロナウイルス感染拡大直後の2020年4月に「食べたり飲んだりする機会（回数）が増えたもの」を挙げてもらったところ、牛乳を挙げた人の割合は14.4%でした。2020年8月時点でも同じ質問をし、牛乳は8.6%でした。こうしたことを考えると、今回のほぼ2割という数字は決して小さくなく、年末年始に一時的に高まった応援消費と関連性が高いと思われます。

（参考）

- ・新型コロナウイルスの影響に関する食生活動向緊急調査（2020年5月公表）

<https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb40000003tso.html>

- ・牛乳乳製品に関する食生活動向調査報告（2020年11月公表）

<https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb40000005241.html>

なお、牛乳の小売店での販売動向を調べたJミルクの別の調査によると、年末年始のうち12月29日～1月3日は、販売量（推計値）が2019年度の同時期に比べ5.4%増えていました（2020年度の同時期との比較では4.4%減。2020年末にはコロナ第3

波の急速な拡大を受け、一時的に巣ごもり需要が非常に高まっていました。

また上記とは別に、2021年10月に実施した食生活動向調査の二次調査も行いました。ここでは「動物性食品、植物性食品の購入や利用を増やしたいか減らしたいか」を質問。動物性食品については、ほぼ7割(68.0%)が「今のままでよい」とする一方、減らしたいとの意向が増やしたいとの意向を上回りました。植物性食品については、6割強(61.6%)が「今のままでよい」とする一方、増やしたいとの意向が減らしたいとの意向を上回りました。

(参考) 牛乳乳製品に関する食生活動向調査 2021 一次調査結果【速報版】(2022年1月公表)

<https://www.j-milk.jp/report/trends/h4ogb4000008goc.html>

今回の調査の手法などの概要は次の通りです。

■ 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

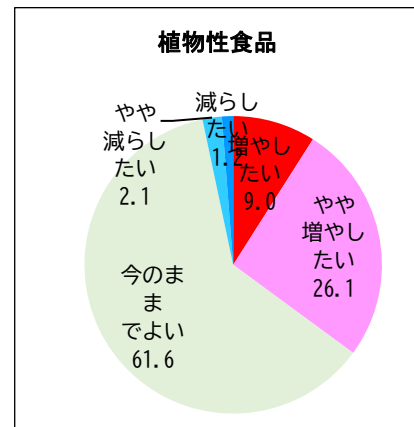
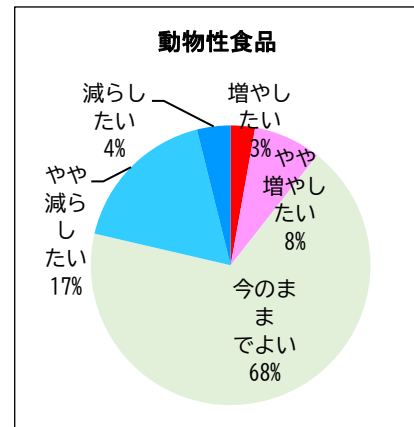
- ・ 年末年始の生乳廃棄問題に関する意識調査：2022年1月26日(水)～1月30日(日)
- ・ 食生活動向調査・二次調査：2022年1月27日(木)～1月30日(日)

■ 対象者属性

全国の15歳～70歳代の男性・女性

■ サンプル数

- ・ 年末年始の生乳廃棄問題に関する意識調査：5,000
- ・ 食生活動向調査・二次調査：600



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