

2022年4月22日
一般社団法人 Jミルク

牛乳飲む理由、機能面への期待が依然高く コロナ禍の6回の食生活動向調査を分析

Jミルクは、国内で新型コロナウイルスの感染が拡大しだした2020年春以降、昨年10月までの間に6回（結果未公表のものも含む）実施した食生活動向調査の結果を基に、冊子「WITH MILK」をまとめました。

コロナ禍以前より牛乳の利用（飲む、料理に使うなど）の機会が「増えた」とした回答の理由を分析したところ、「健康増進」「栄養の強化」といった機能面への期待感が一貫して高い傾向が読み取れました。

感染が拡大しだした直後の2020年4月の調査結果では、「健康増進」は69.4%、「栄養の強化」は61.1%と上位2位を占めました。21年7月の調査結果ではそれぞれ55.8%、50.5%と、比率は低下したものの、上位2位を維持しました。

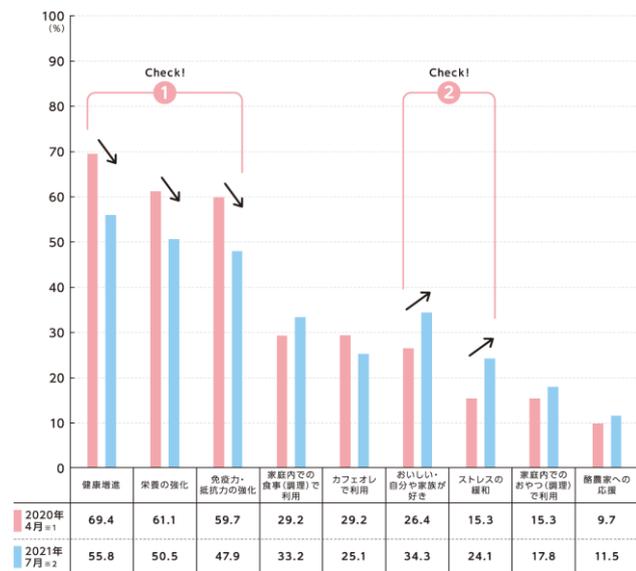
一方、これら2回の調査の間で、「おいしい・自分や家族が好き」「ストレスの緩和」がそれぞれ26.4%→34.3%、15.3%→24.1%と伸びていました。健康や栄養といった機能面とともに、おいしさ・楽しさといった情緒面での価値も、改めて期待されていることの表れと考えられます。

この冊子は、2021年秋に緊急事態宣言が全て解除となったことなどを踏まえ、コロナ禍でも認識される牛乳や乳製品の“本質的な価値”を探ろうと編集・制作しました。

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。

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



【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
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