

牛乳乳製品に関する 食生活動向調査2016

一次調査結果報告(速報)

2016年12月21日



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

**手法：インターネットを活用した、消費者パネルに対する
年1回のアンケート調査**

実施日：2016年10月28日～31日

対象者：15～79歳の男女

**サンプル数：10,500人(15～69歳10,000人+70～
79歳500人)**

**サンプル割付：2015年国勢調査の人口構成データなど
を参考に、実際の性別、年代、地域の構
成比に近似させる。**

**※ただし、70～79歳500人は対象外。(インターネット回
答できる方に調査協力していただいているため、70代
はこの割付になっていない。)**

1. 定点調査項目の主な結果

- **飲用(利用)頻度**は、「毎日」の人が約30%、「週3回以上」の人が約50%で、昨年とほぼ同じ水準を維持。
- **牛乳を大切に思う気持ち**は、“思う”(とても思う+思う+どちらかといえば思う)人が昨年より5ポイント増えて約75%。
- **酪農家への共感**は、“感じる”(とても感じる+感じる)人が昨年より5ポイント増えて約69%。
- **牛乳の日**は、認知度が一昨年・昨年と変わらず約15%で横ばいが続く。
- **乳和食**は、「料理または食事経験のある人」が12ポイント増えて約19%、認知度計は7ポイント増えて約32%。

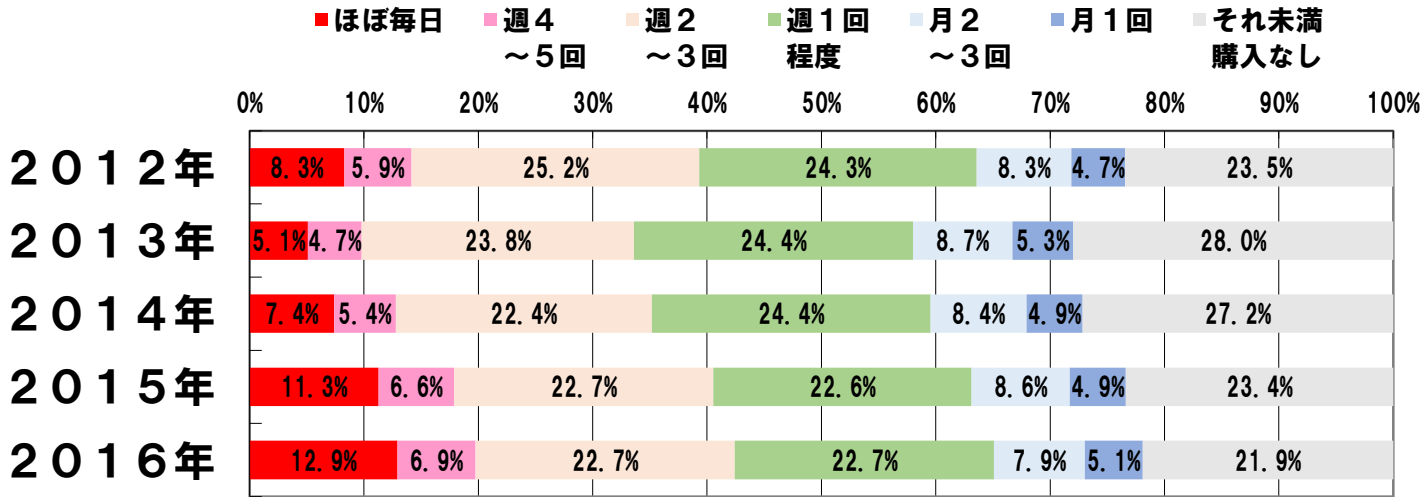
2. 結果から推測できる新たな傾向

- 酪農家や牛乳を支持する機運が高まっている
- 料理への用途が広がりつつある
- たんぱく質(アミノ酸)供給源として注目が高まっている
- 価格への抵抗感が薄まる傾向
- 情報チャネルとして紙媒体の存在感が復活傾向

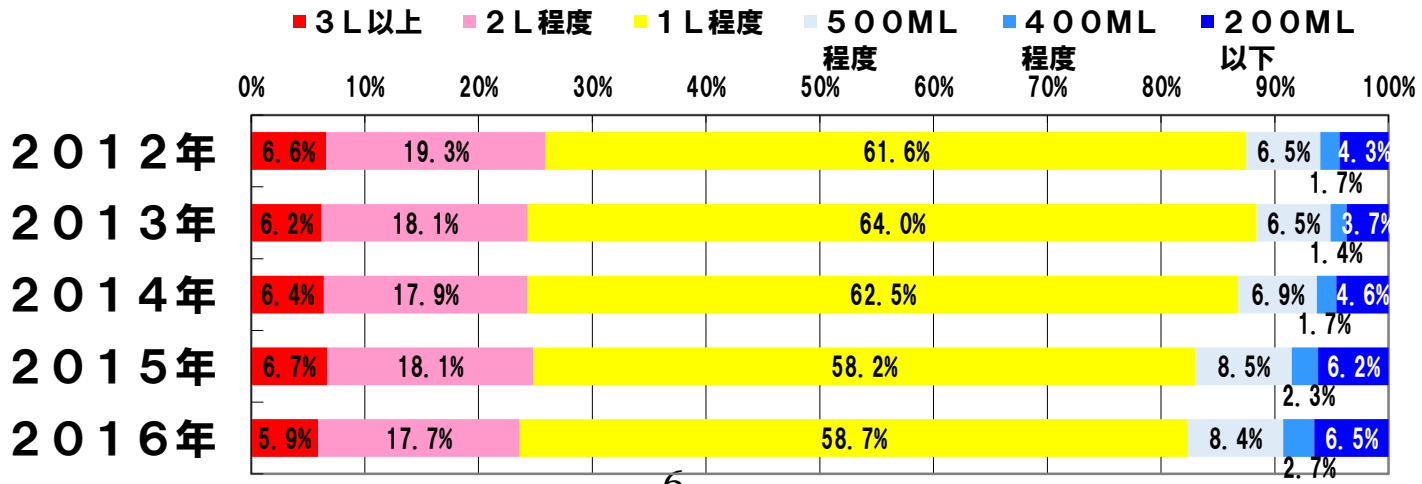
1. 購入
2. 飲用(利用)
3. 大切な飲み物・食べ物と思う意識
4. 美味しさの意識
5. 酪農家への共感
6. よい話題・よくない話題の見聞き
7. 乳和食
8. アンチミルク意識

1-1.牛乳類購入頻度、一回あたり購入量<年次>

- 「ほぼ毎日」購入する人が増え、ほとんど買わない人(月1回未満・購入なし)が減っている。
- 購入量は「1L程度」以上が減り、「500ml程度」以下が増えている。

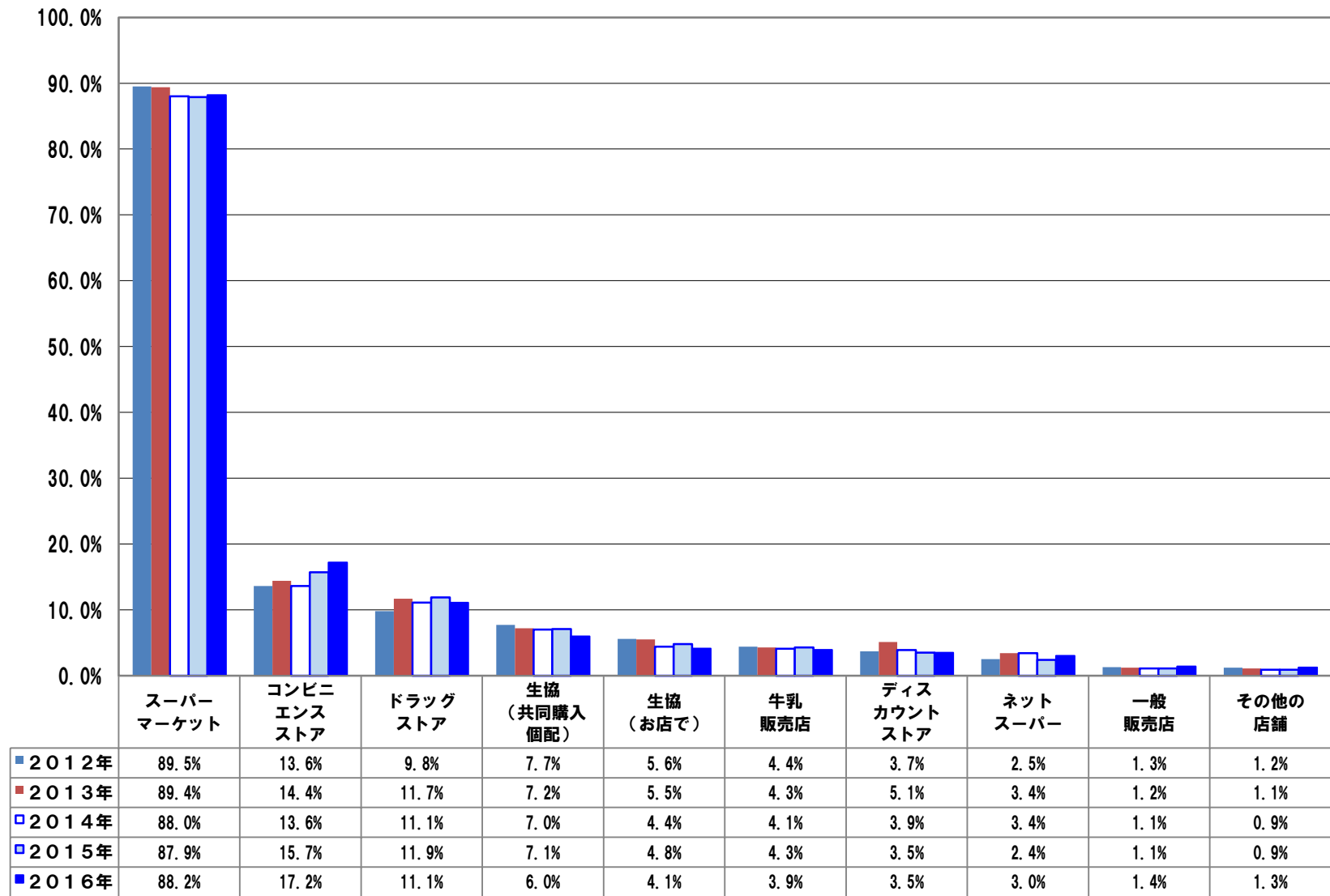


N=10,000



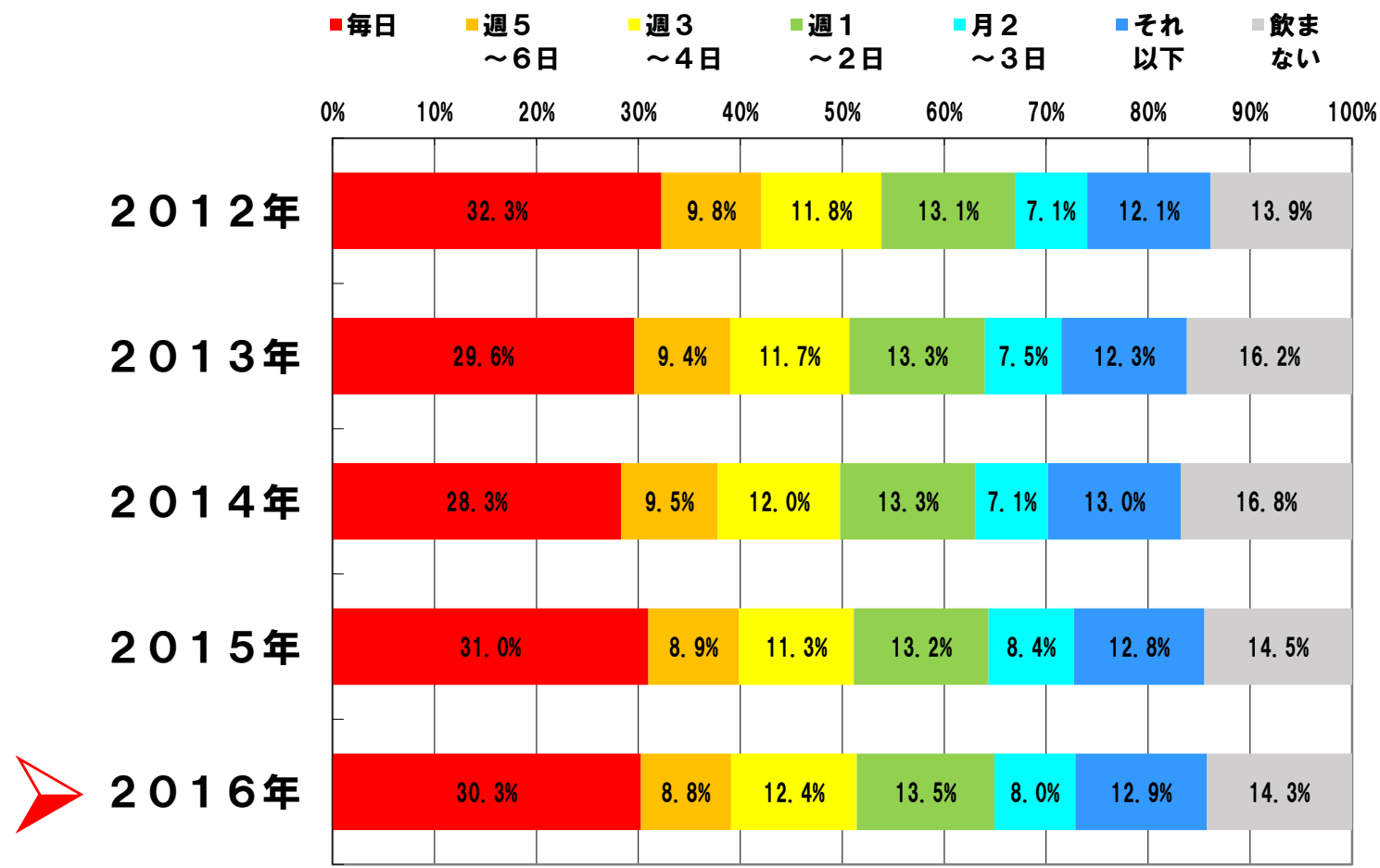
1-2.牛乳類の購入場所<年次>

● 全体に大きな変化はないが、コンビニの割合が少しずつ上昇。



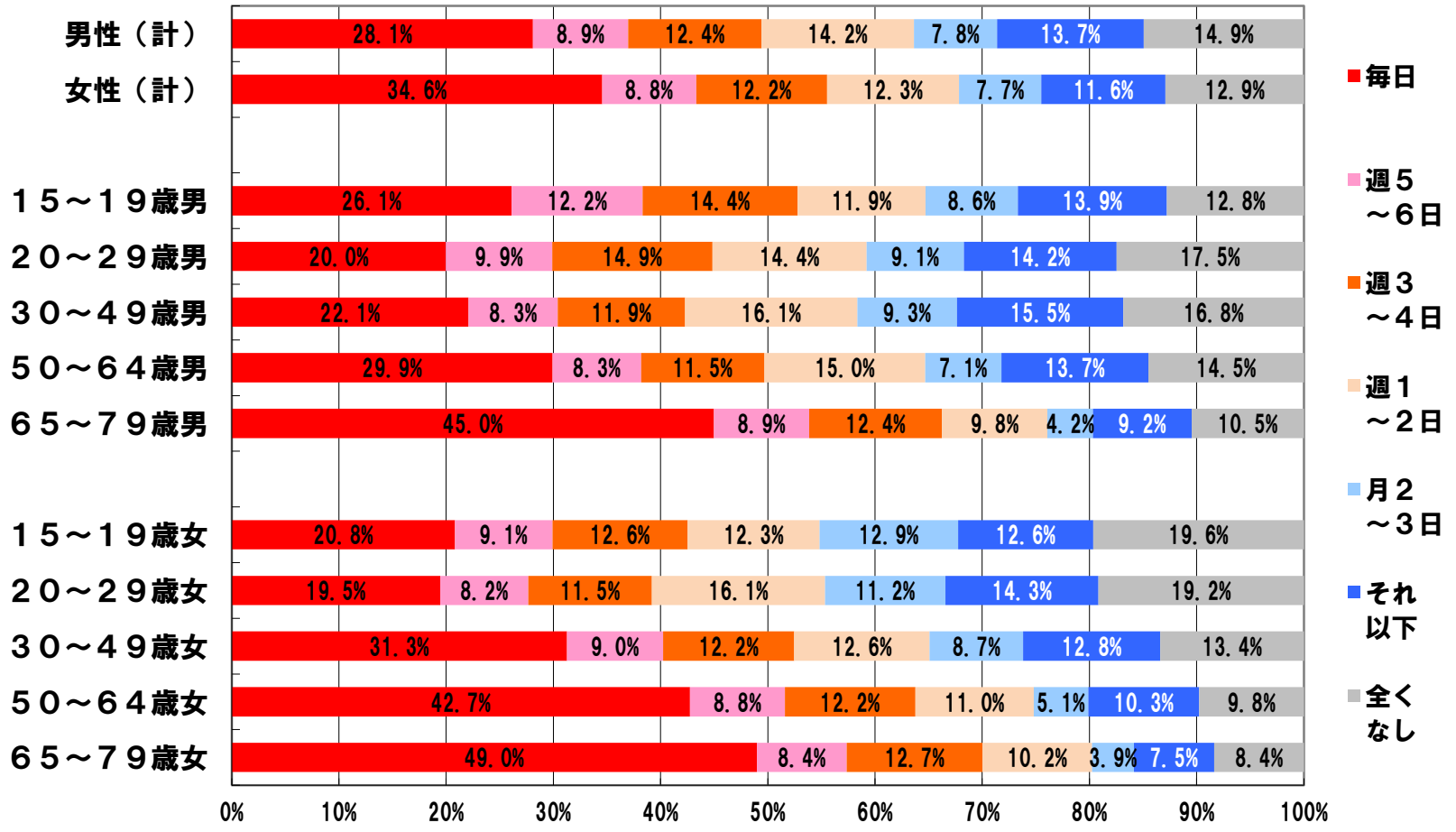
2-1.牛乳類の飲用(利用)頻度<年次>

● 2016年は、回復傾向が見られた2015年とほぼ同じ水準を維持。



2-2.牛乳類の飲用(利用)頻度<性年代別>

- 女性のほうが飲用頻度が多い。
- 男性は10代や50代以降が飲用頻度が多く、女性は20代を底に年代が上がるほど多い。



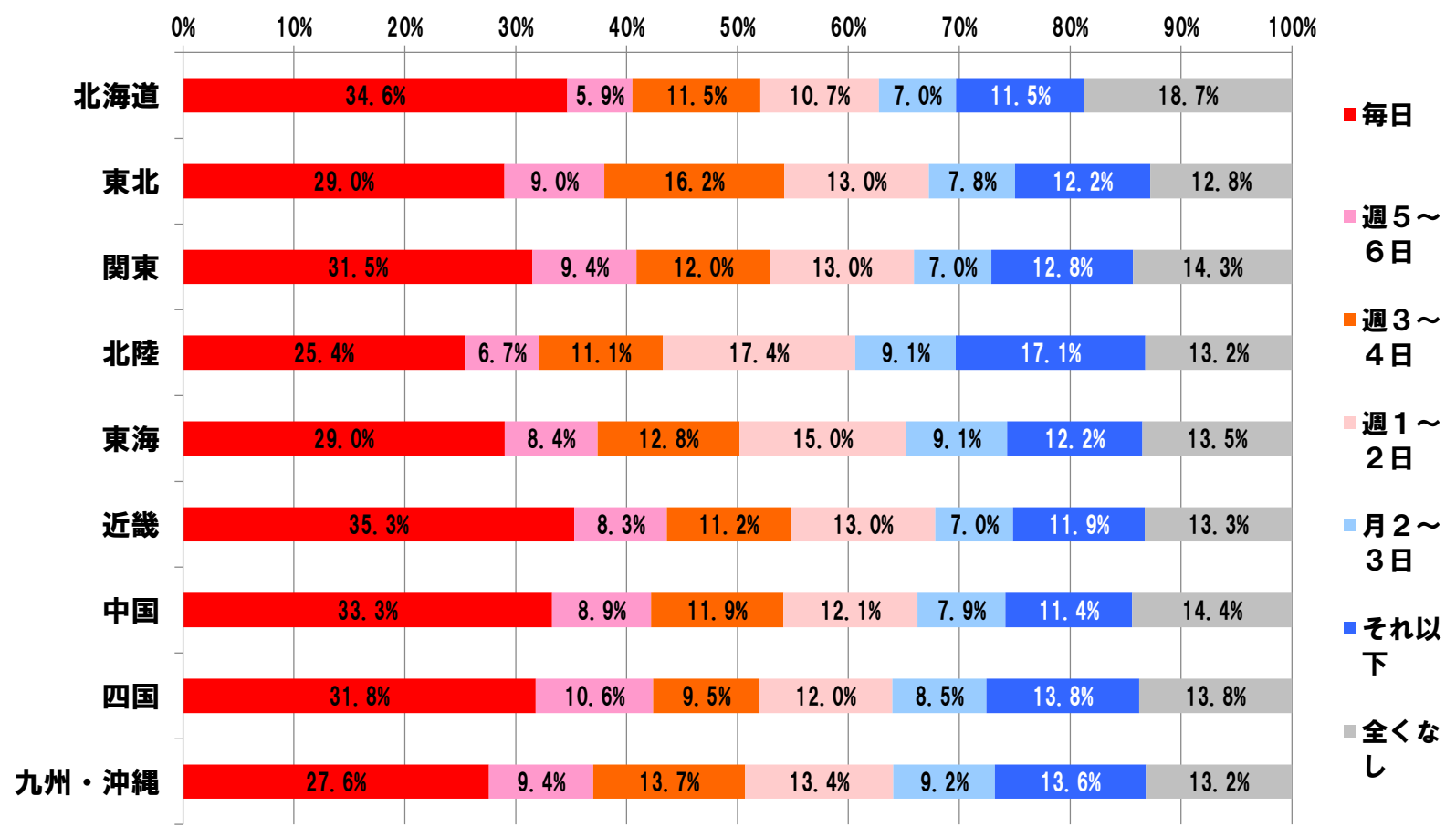
男女 N=5410/ 5090

男性 N=360/ 716/ 1996/ 1393/ 945

女性 N=341/ 694/ 1948/ 1413/ 694

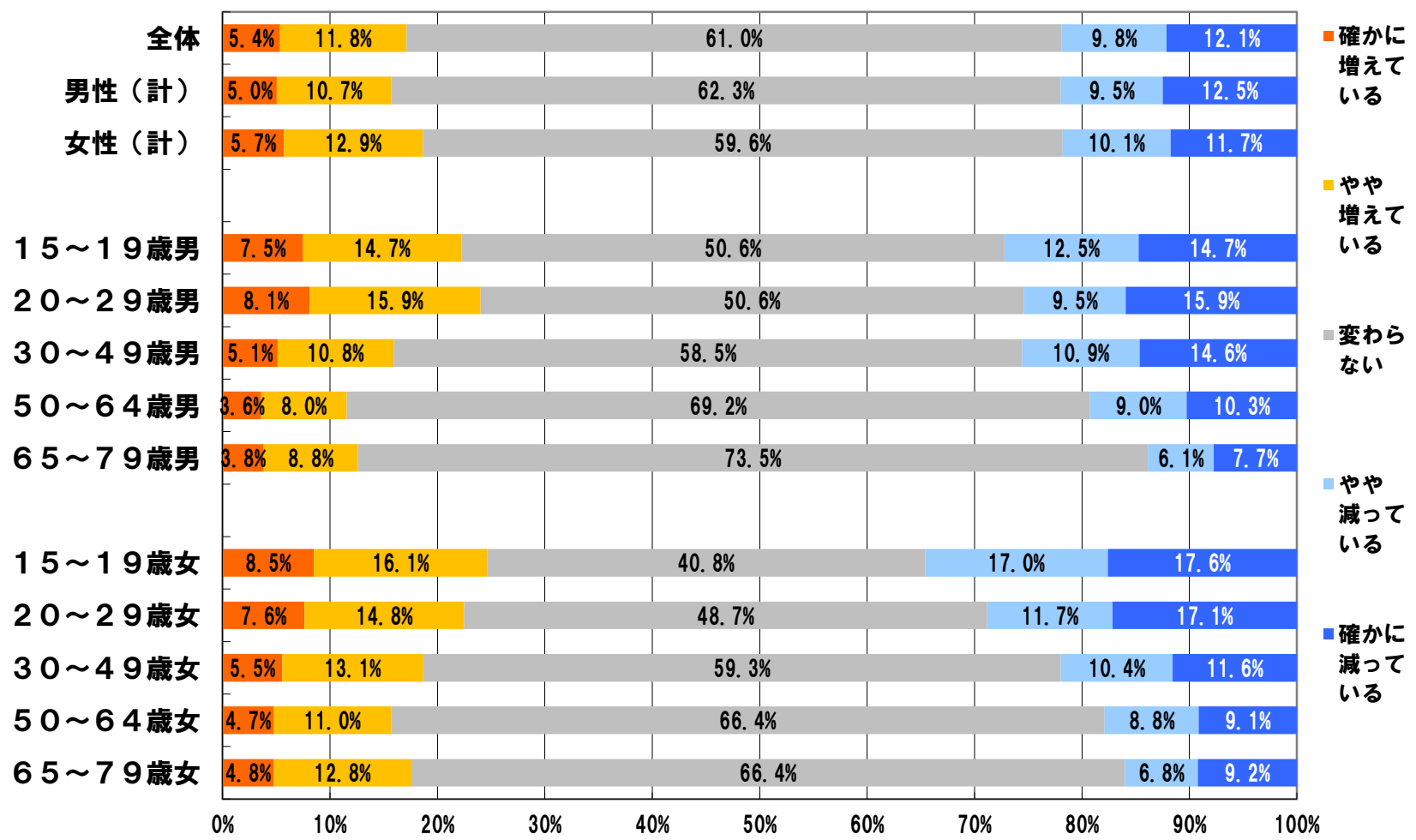
2-2.牛乳類の飲用(利用)頻度<地域別>

- 地域別に見ると、「毎日」飲む人の割合は近畿、北海道は約35%。
- 一方、北陸は約25%。九州・沖縄、東北、東海も30%を下回る。



2-3.牛乳類の飲用(利用)頻度の増減<性年代別>

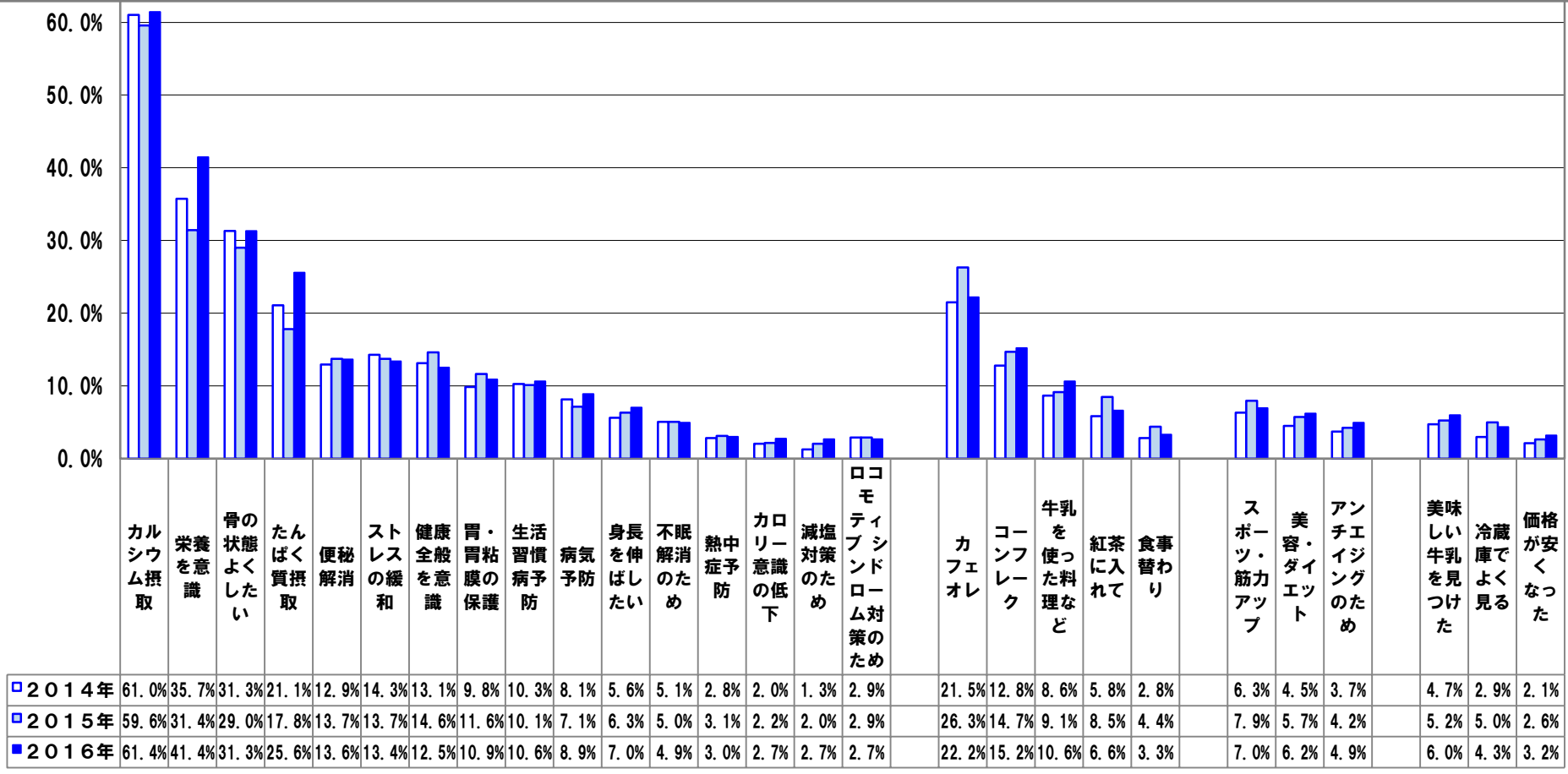
● 男女いずれも、20代までは増減した人の割合が大きい。
 (前年に比べ、20-29歳男性の“増えている”割合が16%から24%に)



全体 N=10,500、男女 N=5410/ 5090
 男性 N=360/ 716/ 1996/ 1393/ 945
 女性 N=341/ 694/ 1948/ 1413/ 694

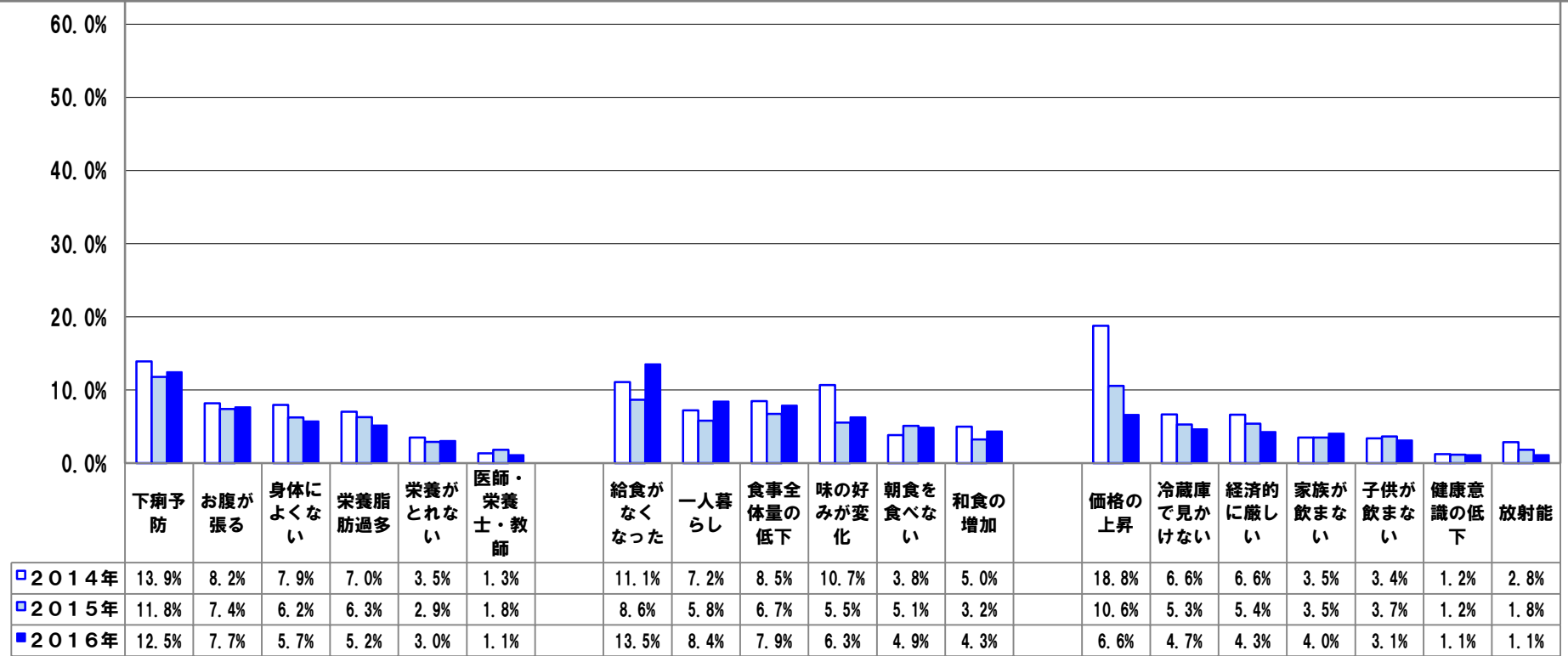
2-4.牛乳類の飲用(利用)頻度の増加理由<年次>

- 2016年は、全体の約17%が“増えている”と回答。
- カルシウムや骨関連の理由の割合が大きい中、「栄養を意識するようになった」「たんぱく質をとりたい」の割合が昨年より大きく伸びた。
- 2015年に伸びが目立った「カフェオレ」の割合は、やや下がった。



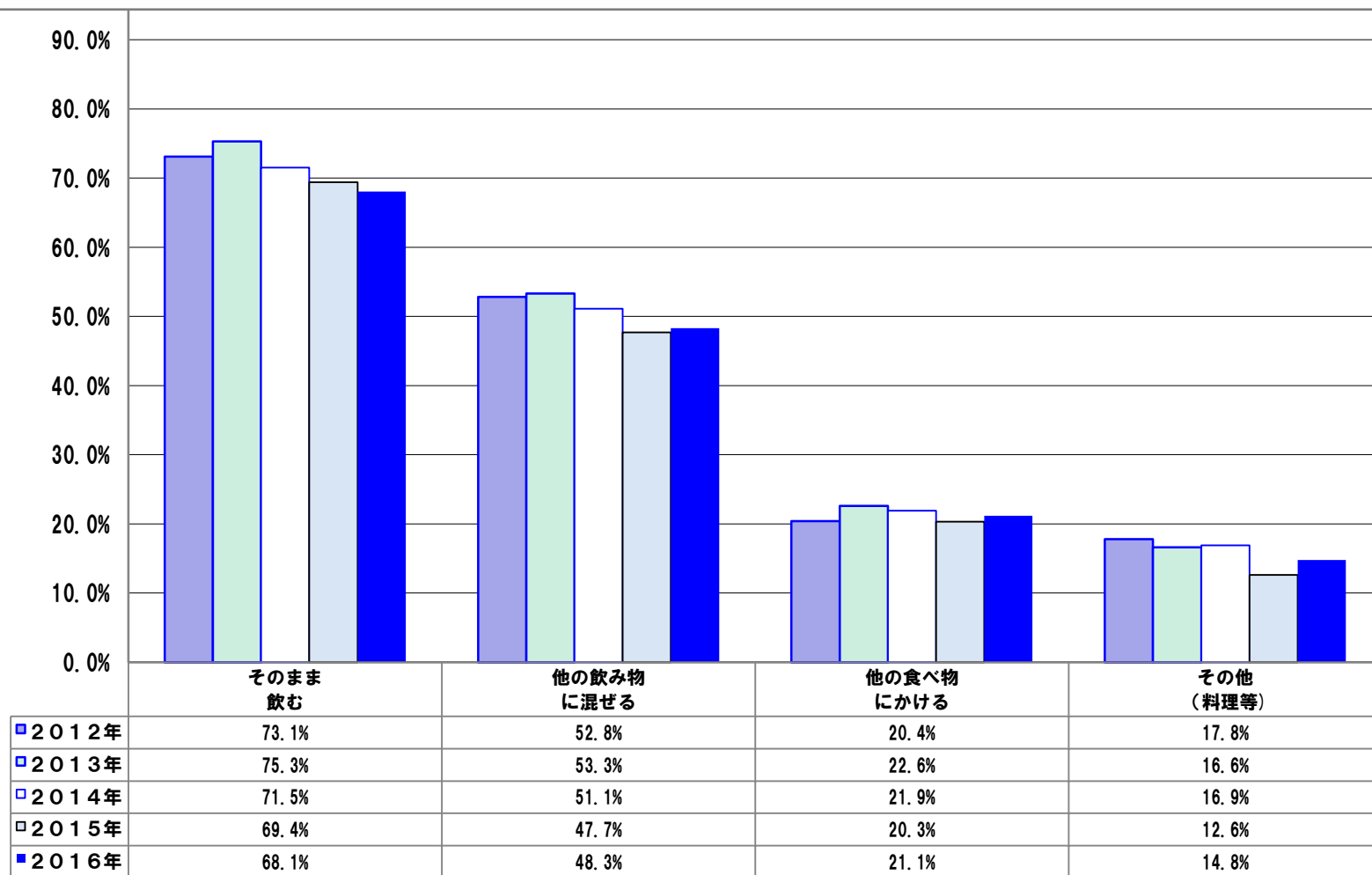
2-5.牛乳類の飲用(利用)頻度の減少理由<年次>

- 2016年は、全体の約22%が“減っている”と回答。
- 「価格の上昇」の割合は2年続けて大きく下がった。
- 「給食がなくなった」「下痢予防」「一人暮らし」の割合は上昇に転じた
- アンチミルク説「身体によくない」、「放射能」の割合が徐々に低下。



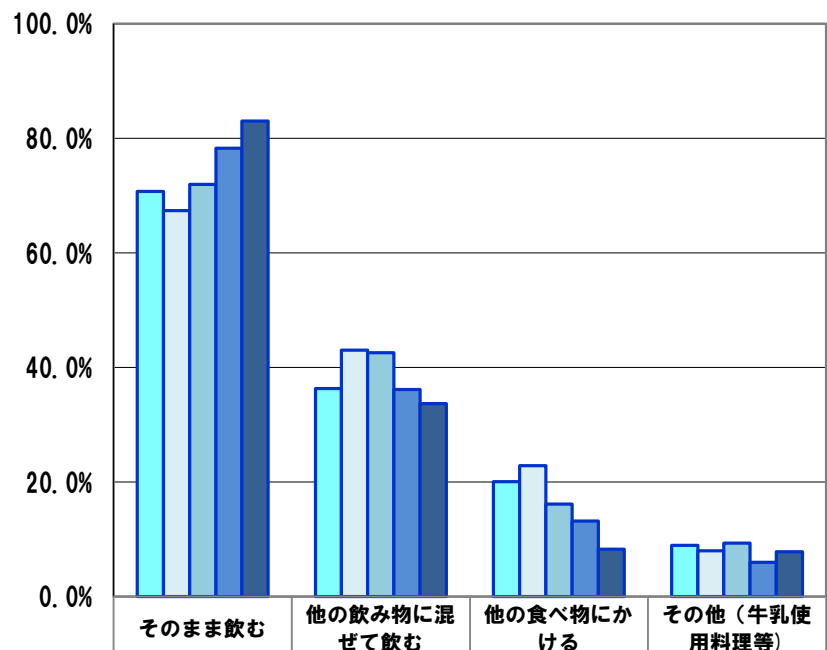
2-6.牛乳類の利用方法<年次>

- 最も大きい「そのまま飲む」割合は、徐々に低下している。
- 「他の飲み物に混ぜる」「他の食べ物にかける」「その他(料理等)」の割合は、2015年とほぼ同じ。

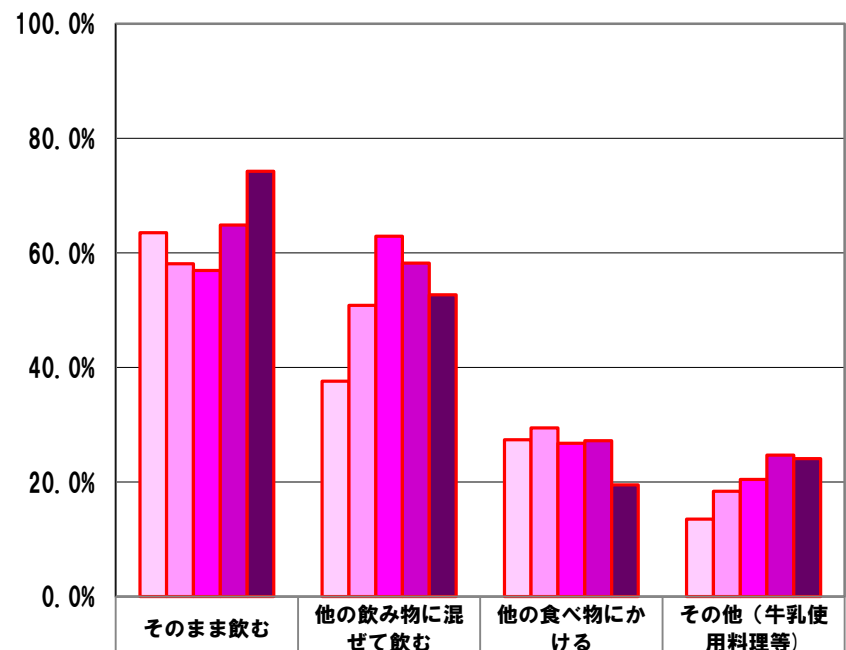


2-7.牛乳類の利用方法<性年代別>

- 「そのまま飲む」割合は10代や50代以降が大きく、「混ぜて飲む」は20～40代が大きい。
- 20～64歳の女性では「そのまま飲む」と「混ぜて飲む」の割合が接近しており、30-49歳女性は「混ぜて飲む」割合のほうが大きい。



年齢性別	そのまま飲む	他の飲み物に混ぜて飲む	他の食べ物にかける	その他(牛乳使用料理等)
15～19歳男	70.7%	36.3%	20.1%	8.9%
20～29歳男	67.3%	43.0%	22.8%	8.0%
30～49歳男	71.9%	42.5%	16.1%	9.3%
50～64歳男	78.3%	36.1%	13.2%	6.0%
65～79歳男	83.0%	33.7%	8.3%	7.8%

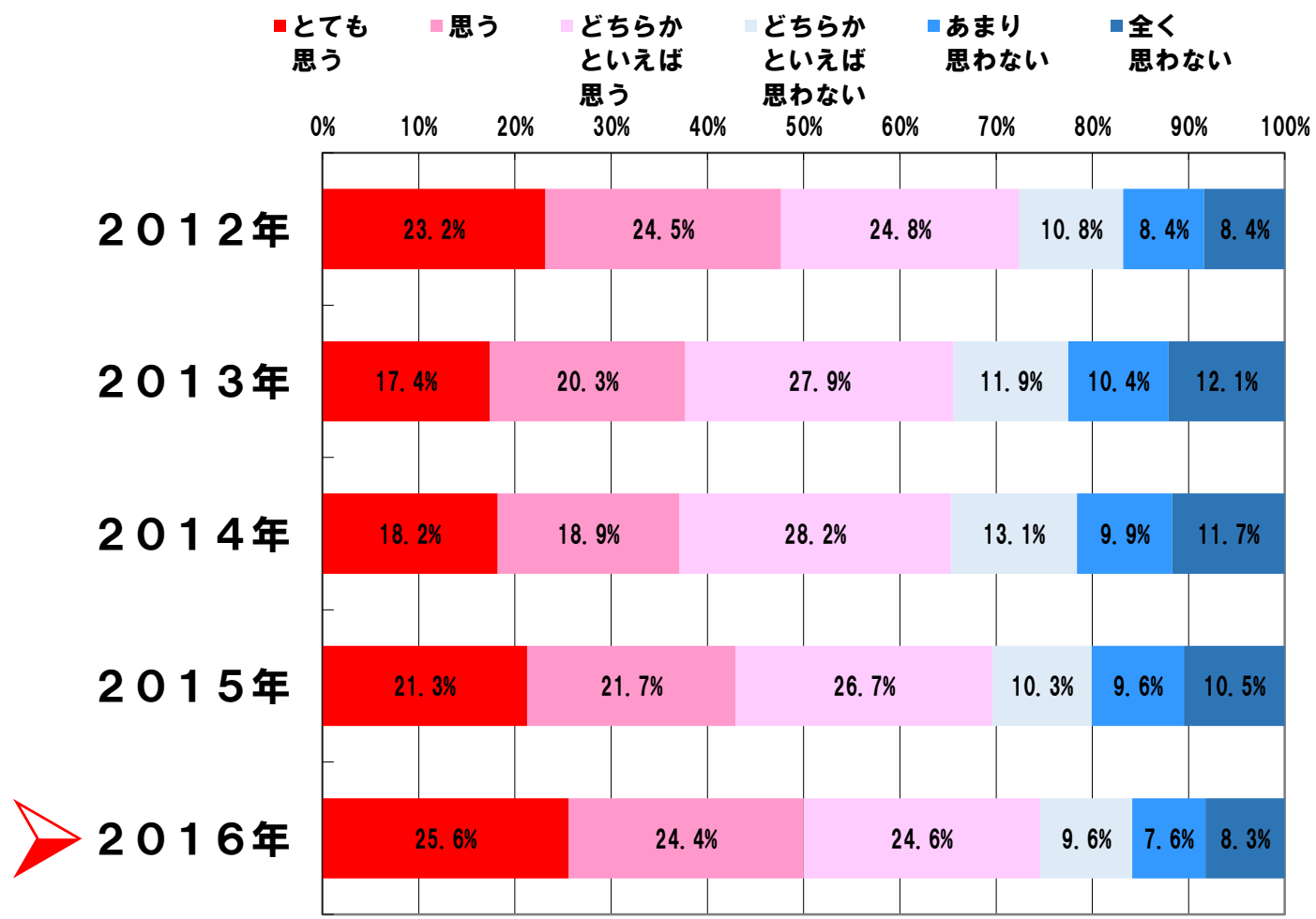


年齢性別	そのまま飲む	他の飲み物に混ぜて飲む	他の食べ物にかける	その他(牛乳使用料理等)
15～19歳女	63.5%	37.6%	27.4%	13.5%
20～29歳女	58.1%	50.8%	29.4%	18.4%
30～49歳女	56.9%	62.9%	26.7%	20.5%
50～64歳女	64.9%	58.2%	27.2%	24.7%
65～79歳女	74.2%	52.7%	19.5%	24.1%

複数回答 男性 N=314/ 591/ 1660/ 1191/ 846
女性 N=274/ 561/ 1687/ 1275/ 636

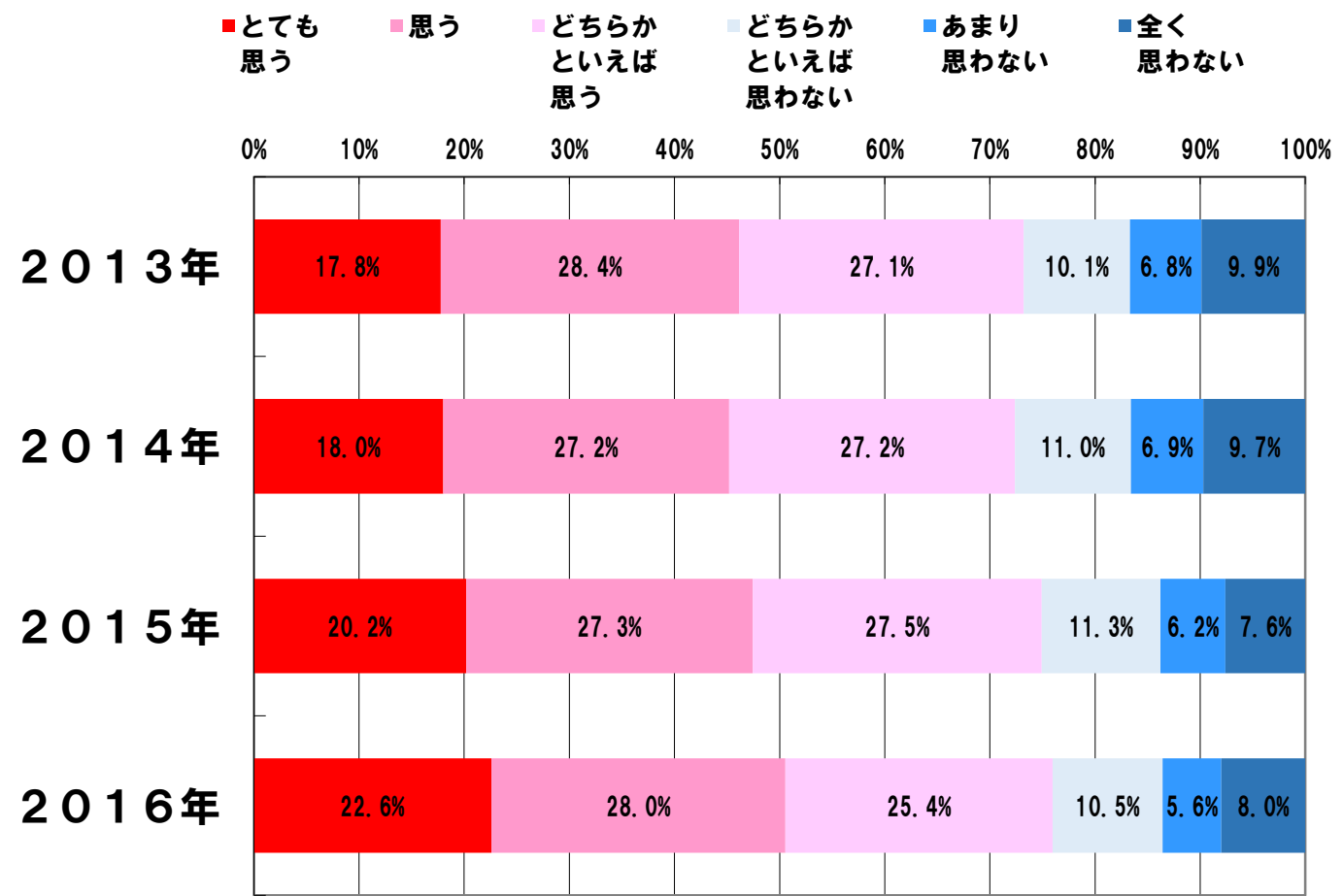
3.牛乳を大切な飲み物・食べ物とどれくらい思いますか

● 大切に“思う”（とても思う＋思う＋どちらかといえば思う）人が、2年続けて約5ポイント増えている。



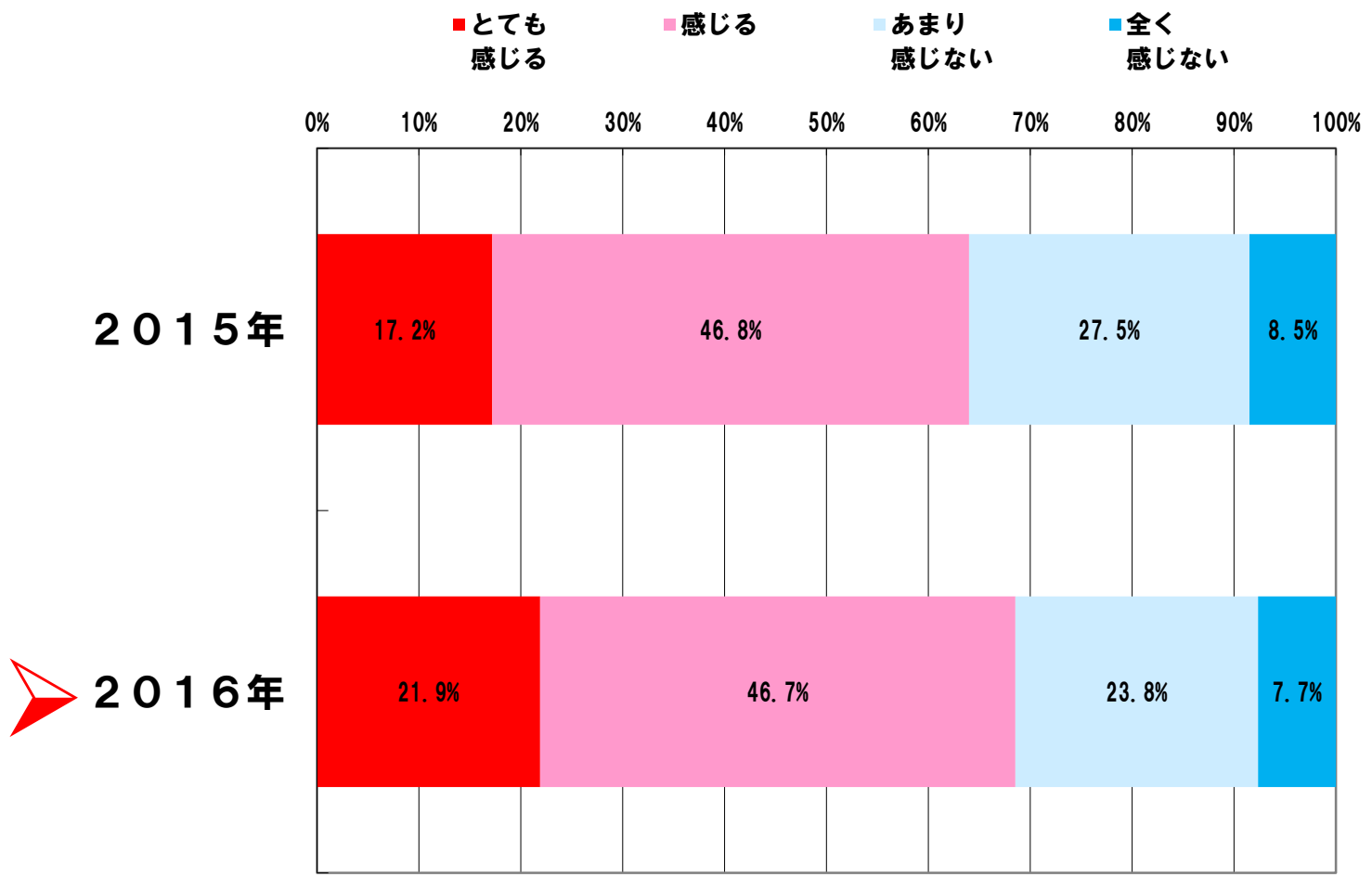
4.牛乳をどれくらい美味しいと思いますか

● 美味しいと“思う”（とても思う＋思う＋どちらかといえば思う）人が、徐々に増える傾向が見られる。



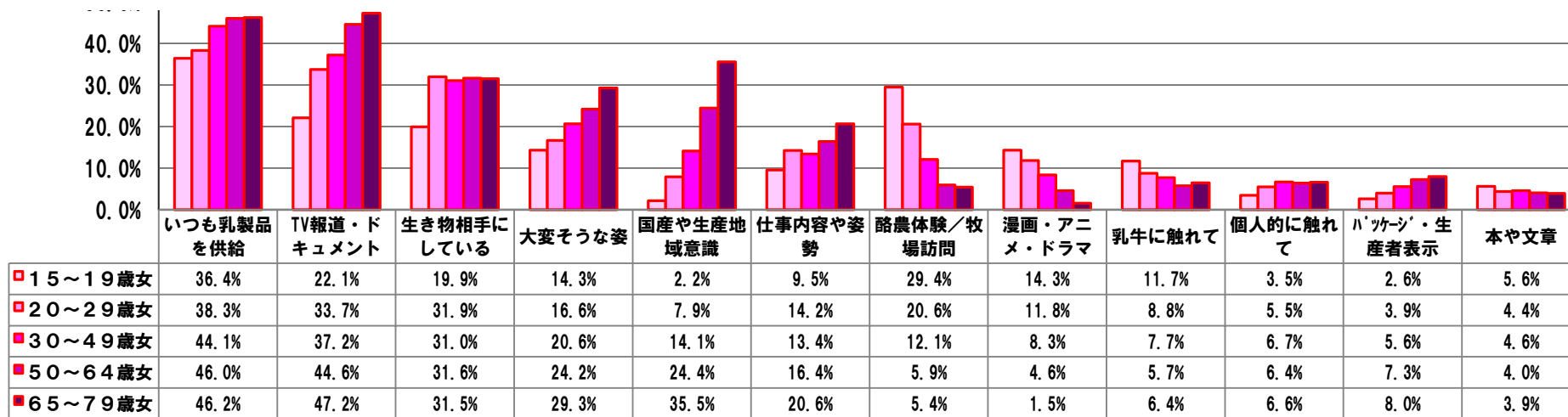
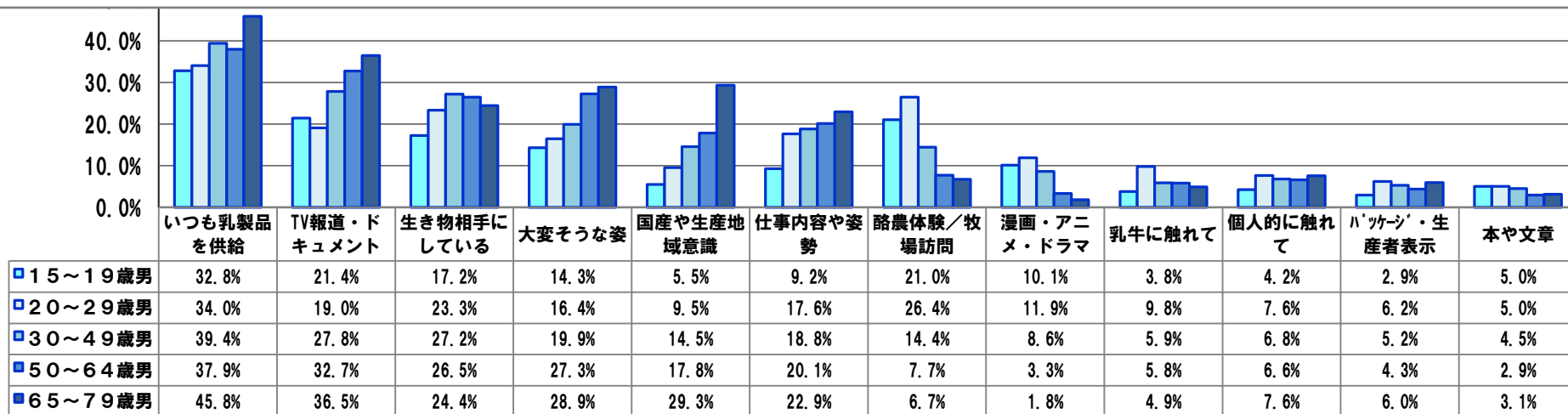
5-1.酪農家への共感意識

● 共感を「とても感じる」人が、2015年より5ポイント近く増えた。



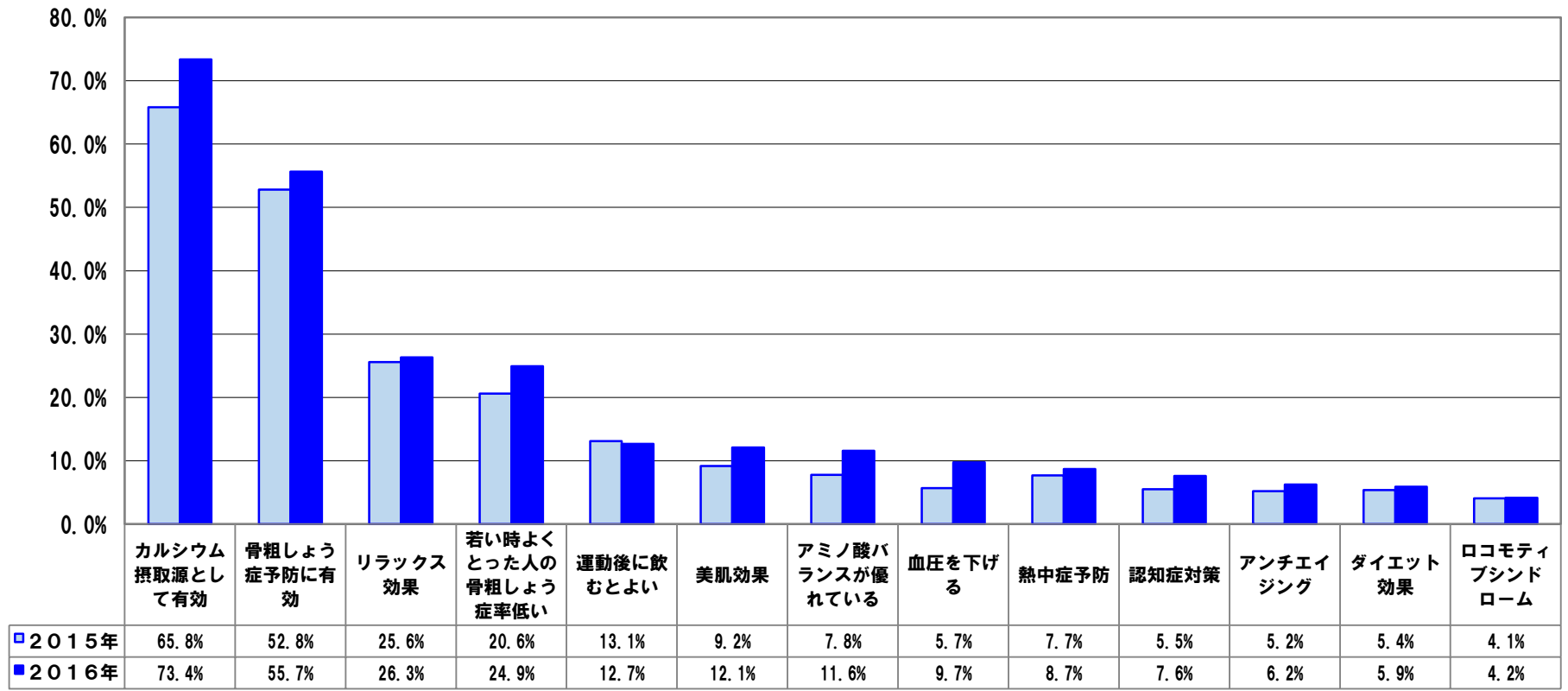
5-2.酪農家への共感理由<性年代別>

- 共感を“感じる”人は全体の約69%で、男性が約64%、女性が約74%。
- 「いつも乳製品を供給」「大変そうな姿」「国産であることや生産地域を意識」など上位の理由は年代が上がるほど割合が大きくなる傾向。
- 一方、「酪農体験」と答える人は、10～20代の割合が大きい。



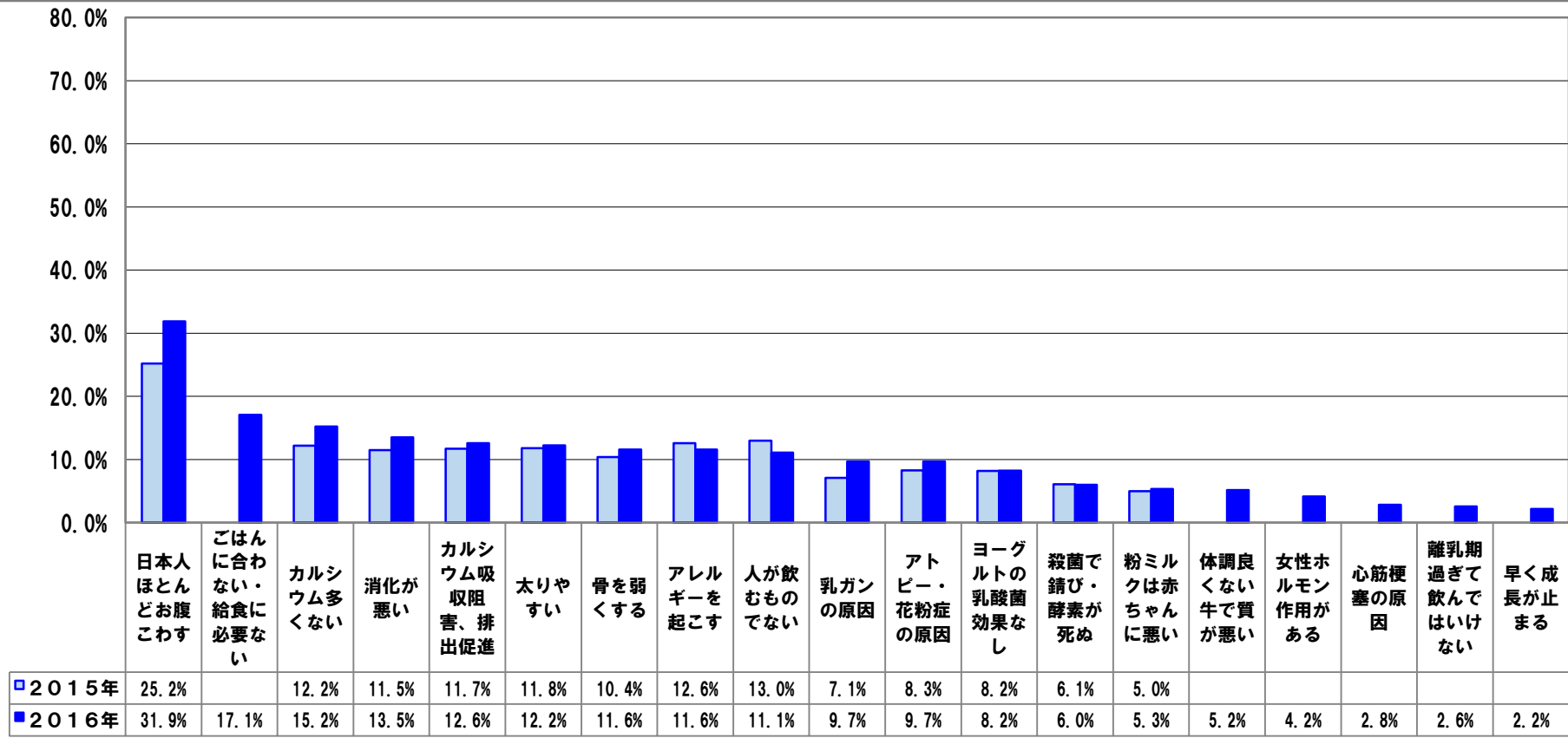
6-1.この1年間に見聞きした「よい話題」<年次>

- 2016年に「よい話題」を見聞きした人は、全体の約40%。
- 上位の、カルシウムや骨に関する情報を見聞きした人の割合が大きくなった。
- 「美肌効果」「アミノ酸バランス」「血圧を下げる」の割合も上昇。



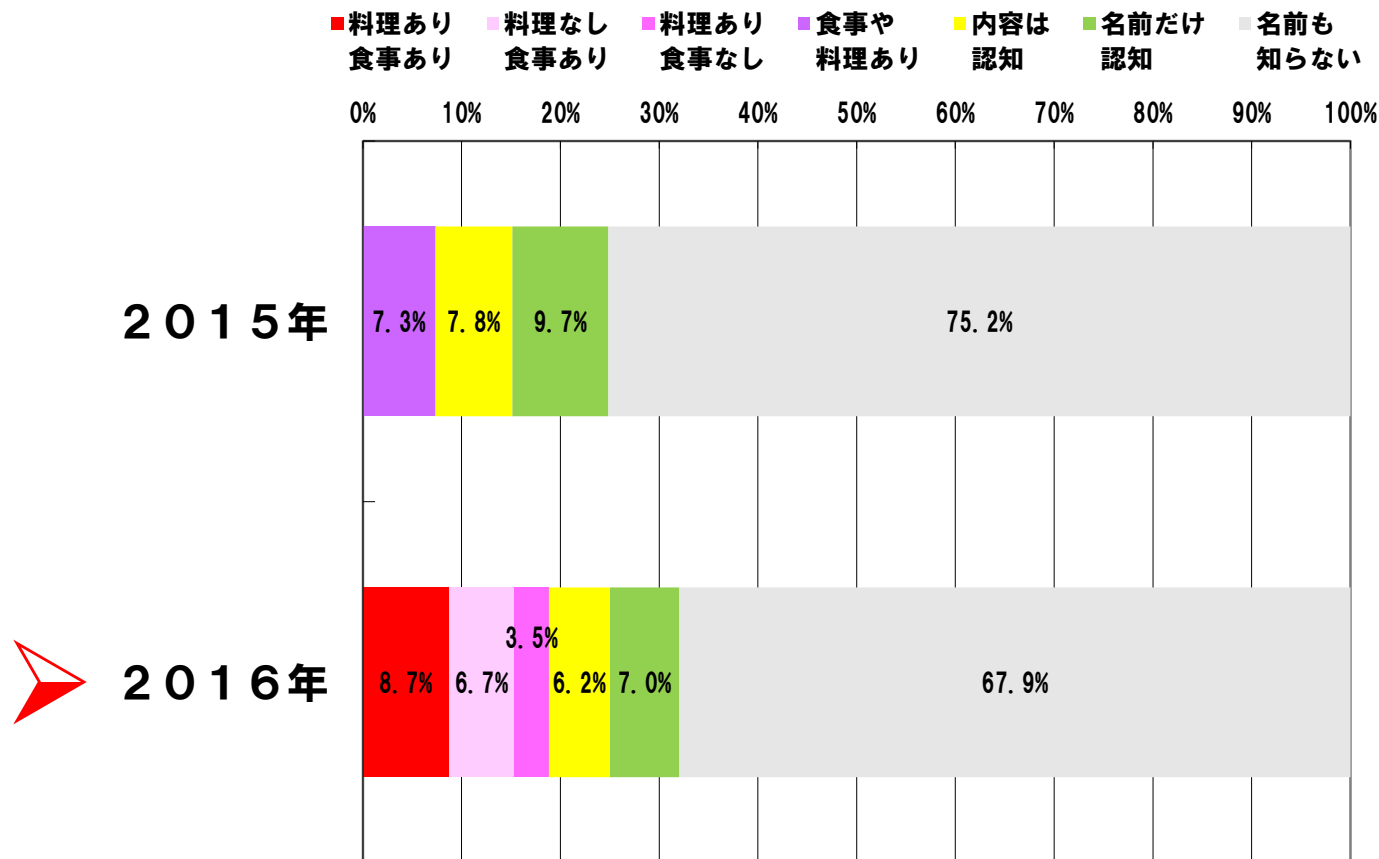
6-2.この1年間に見聞きした「よくない話題」<年次>

- 2016年に「よくない話題」を見聞きした人は、全体の約23%。
- 「日本人のほとんどは牛乳を飲むとおなかをこわす」が7ポイント増の約32%。
- 「ごはんに合わない・給食に必要な」が約18%。
(※2016年調査では、選択肢を6項目追加した)



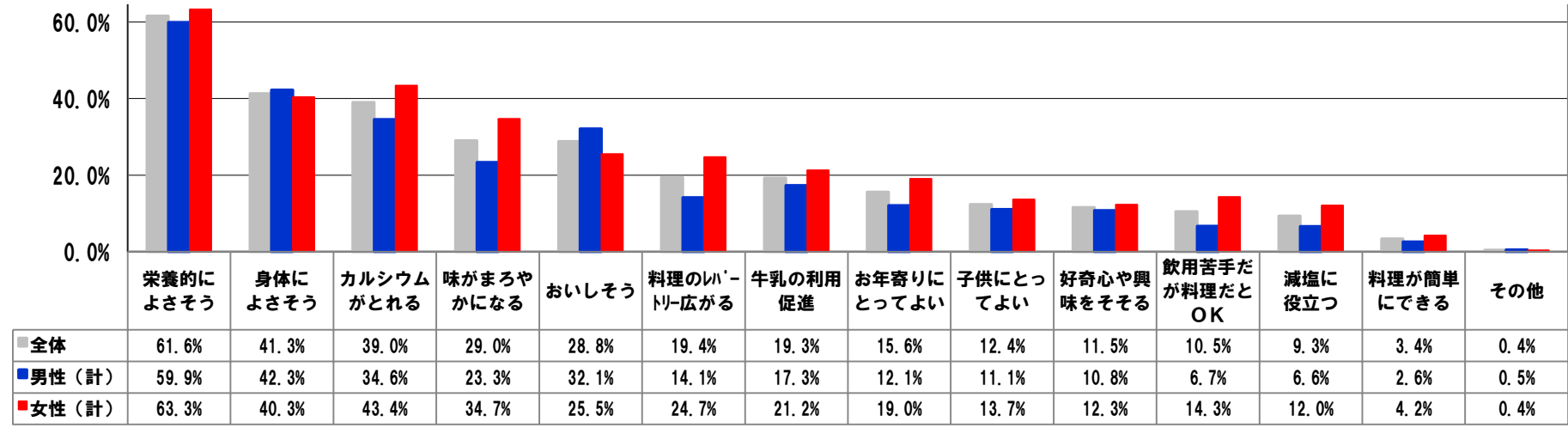
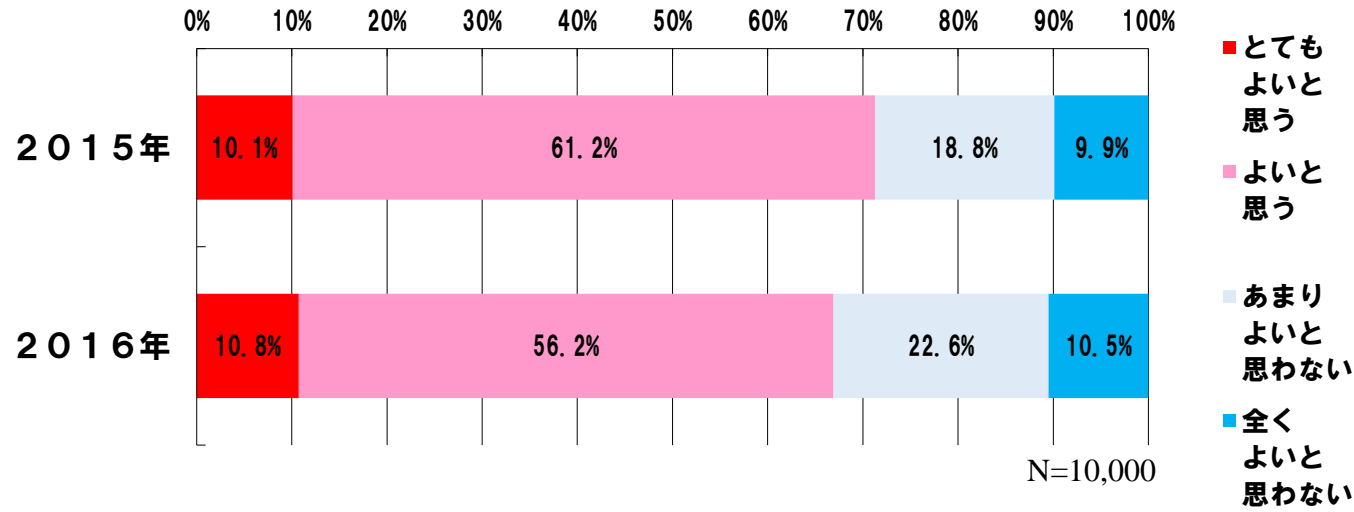
7-1.「乳和食」の認知度<年次>

- 料理または食事の経験者が大幅に増え、認知度計は約32%に。
 (※2015年調査時の選択肢「食事または料理の経験あり」を、
 2016年では「料理食事の両方」「料理あり」「食事あり」の3つに細分化した)



7-2.「乳和食」の料理法をどう思うか。＜年次、男女別＞

- 67%の人が「よい」と思っているが、2015年よりやや減少した。
- 「よい」理由は、栄養やカルシウムを挙げる人が多く、減塩は9%。



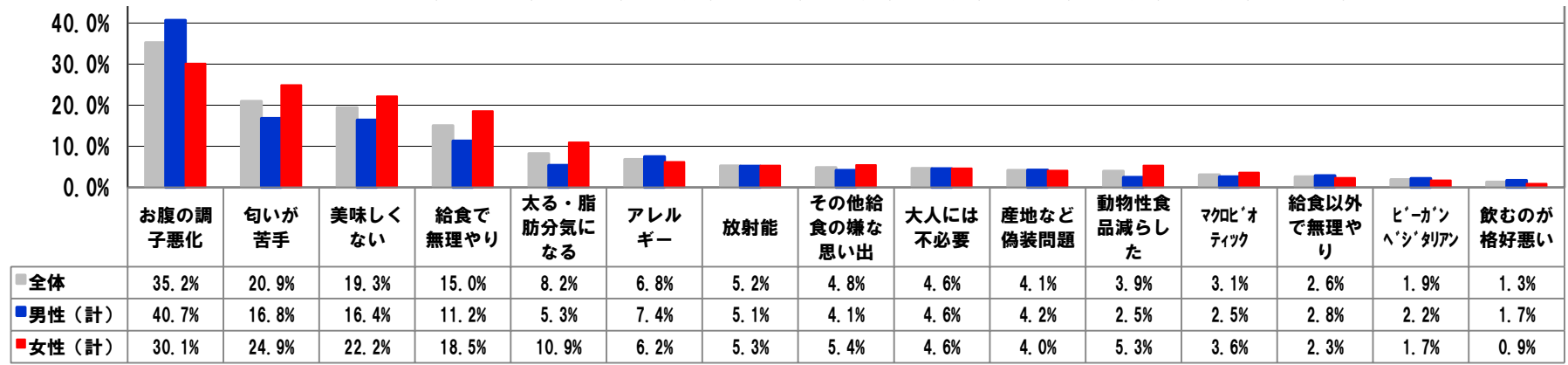
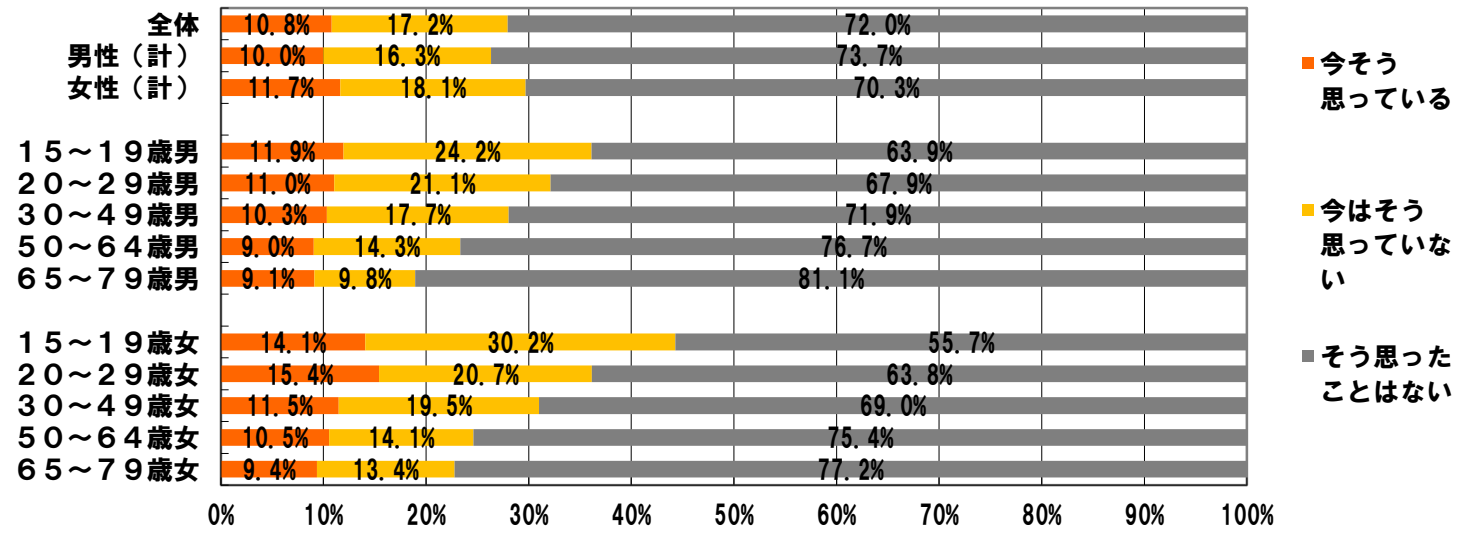
男女 N=5410/ 5090

男性 N=360/ 716/ 1996/ 1393/ 945

女性 N=341/ 694/ 1948/ 1413/ 694

8-1.牛乳を飲みたくない／飲むべきでないと思ったことがあるか <性年代別>

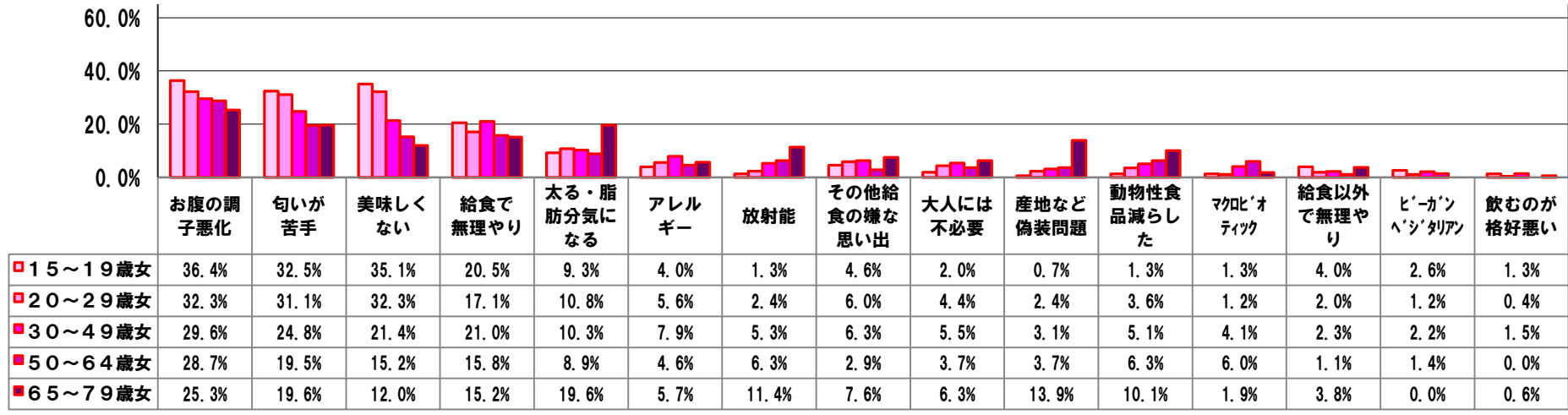
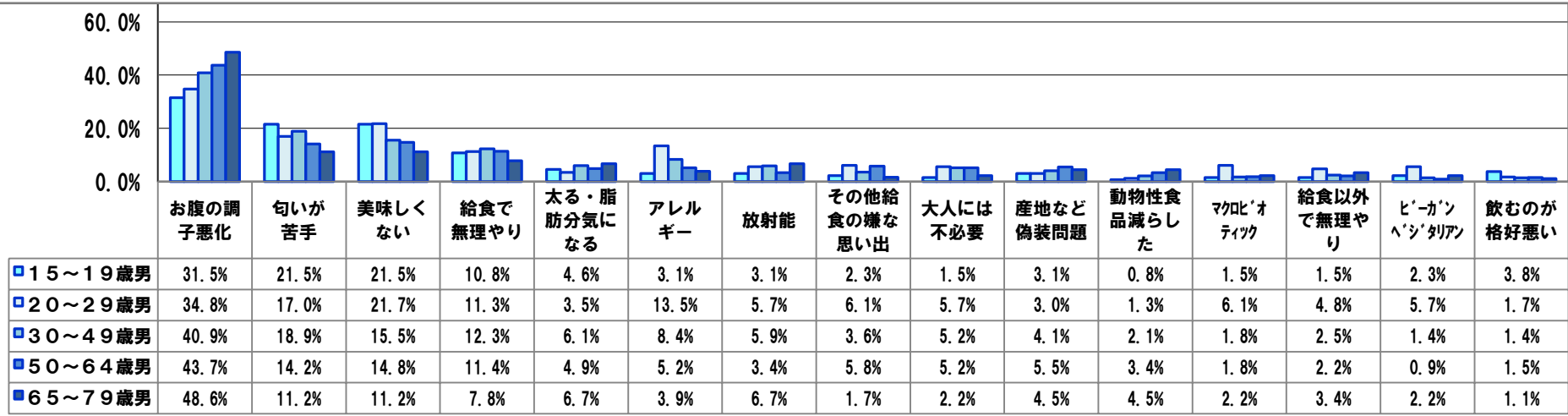
- 約10%の人が「思っている」。10～20代女性の割合が約15%。
- 男女を比べると、男性は「おなかの調子が悪くなる」、女性は「匂いが苦手」「おいしくない」「給食で無理やり飲まされた」が大きい。



全体 N=10,500、男女 N=5410/ 5090
 男性 N=360/ 716/ 1996/ 1393/ 945
 女性 N=341/ 694/ 1948/ 1413/ 694

8-2.牛乳を飲みたくない／飲むべきでないと思ったことがあるか <性年代別>

- 年代別に見ると、「おなかの調子が悪くなる」は、男性は年代が上がるほど、女性は年代が下がるほど高い。
- 「匂いが苦手」「おいしくない」は、男女とも年代が下がるほど高い。



◆飲用(利用)頻度別の整理 (1)デモグラフィック項目の割合

「全体」より高いグループ

			質問No.	1	2	6	7	10
			質問	性別	結婚	家族人数	同居子供	BMI
飲用頻度	人数	構成比	答え	女性	既婚	2人以上	子供アリ	標準 18.5~25.0
全体	10,500	100.0%		48.5%	57.3%	83.0%	41.3%	69.0%
飲まない	1,465	14.0%		44.8%	44.0%	76.8%	34.4%	67.5%
週1未満	2,140	20.4%		45.8%	48.9%	79.6%	37.3%	67.0%
週1~2日	1,396	13.3%		44.9%	58.8%	84.6%	44.3%	68.0%
週3~6日	2,220	21.1%		48.1%	60.3%	84.0%	44.4%	69.9%
毎日	3,279	31.2%		53.6%	66.1%	86.7%	43.2%	70.5%

◆飲用(利用)頻度別の整理 (2)意識に関する設問の回答割合①

「全体」より高いグループ

	質問No.	11	13	17	18	22	23	35	36	37	38
	質問	健康状態意識	健康への考え	料理頻度	酪農共感	牧場風景	乳牛	大切意識	大切意識変化	おいしさ	飲用変化
飲用頻度	答え	ある	自分の努力で健康であり続けたい	週3日以上	感じる	よいと思う	好き	思う	強くなっている	思う	増えている
全体		68.9%	61.8%	48.2%	69.0%	85.1%	71.2%	75.0%	24.3%	76.3%	17.1%
飲まない		47.8%	42.9%	31.6%	33.6%	56.6%	23.3%	18.2%	3.8%	19.4%	1.8%
週1未満		62.8%	55.0%	41.0%	58.2%	82.3%	57.6%	57.5%	10.8%	64.2%	4.7%
週1～2日		68.4%	61.9%	45.8%	72.6%	89.7%	78.3%	83.9%	21.9%	87.0%	14.5%
週3～6日		74.9%	64.6%	54.1%	79.6%	91.0%	86.6%	92.3%	33.3%	91.8%	26.6%
毎日		78.5%	72.8%	57.3%	83.2%	93.8%	88.0%	96.2%	37.0%	94.7%	26.8%

◆飲用(利用)頻度別の整理 (2)意識に関する設問の回答割合②

「全体」より高いグループ

	質問No.	43	43	44	44	49	52	53	55	57	58	62
	質問	よい話題 接触	よくない 話題 接触	よい話題 増減	よくない 話題 増減	アンチ ミルク	和食に 牛乳	乳和食	乳和食	乳糖 不耐	アレル ギー	牛乳の 日
飲用頻度	答え	ある	ある	増えて いる	増えて いる	今思っ て ない	違和感 ない	認知アリ	よいと 思う	全く ならない	ない	認知アリ
全体		40.4%	23.0%	10.6%	8.2%	89.2%	35.1%	32.0%	67.4%	53.3%	95.4%	15.2%
飲まない		19.2%	17.0%	2.7%	6.1%	67.3%	10.4%	15.4%	30.0%	51.6%	96.6%	6.3%
週1未満		30.2%	21.3%	4.9%	6.9%	88.3%	24.0%	25.1%	62.8%	41.9%	96.4%	10.6%
週1～2日		45.6%	26.5%	10.7%	7.9%	94.6%	31.0%	34.7%	71.1%	45.1%	94.8%	14.4%
週3～6日		48.6%	27.8%	14.5%	10.2%	93.9%	41.6%	42.1%	76.4%	50.5%	92.8%	21.6%
毎日		48.8%	21.9%	15.2%	8.7%	94.1%	47.1%	35.8%	79.4%	66.8%	96.2%	18.1%

**詳細な結果報告は、
2017年3月頃の予定。**