

牛乳乳製品に関する 食生活動向調査2024

～ 一次調査結果について ～
【速報版】



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する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等になります。

本調査は、**毎年10～11月頃に実施される一次調査**と、第一次調査を補完する**二次調査（翌年1～2月頃実施）**の2回によって行われています。今回報告する内容は、**2024年10月18日～10月20日に実施された一次調査の結果**です。

本調査は、生活者における牛乳乳製品への消費マインドにどのように影響が生じ始めているのか、そして牛乳乳製品の消費はどのような方向に向かい、どのような消費喚起策を議論していくべきかなどの議論を開始していくうえで、重要な情報を提供するものと考えます。

本調査の結果は、調査データもあわせて、**業界関係者及び研究者に対して公開**してまいりますので、是非ご活用ください。

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

2024年10月18日（金）～ 10月20日（日）

対象者属性・サンプル数

全国の15～79歳の男性・女性 $N = 10,000$ 人

今年度より10,000サンプル中に70歳代を含む。

※昨年度までは60歳代までを10,000サンプル取り、追加で70歳代を500サンプル取り3倍補正

※経年比較データにおいて、今年度のN数は60歳代まで（15～69歳）の8,328人を使用

割付

最新の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. 牛乳乳製品の飲用・利用とその変化について（毎年調査の経年変化）
2. 牛乳利用・飲用の増減理由
3. 牛乳類の購入実態
4. 牛乳類の購入価格
5. 牛乳類の利用実態
6. 朝食でのコーヒーとの混ぜ飲み
7. 家族との食事について
8. 牛乳乳製品の思い出
9. 酪農家への共感意識
10. 土日ミルク、乳和食、牛乳の日について

利用・飲用頻度

- ・牛乳類は昨年と比べて「飲まない」が増加し、「週に1～2日」の減少が見られる。（スライド9）
- ・食べる・飲むヨーグルトの飲用・利用頻度は、「全くなし」が増加している。（スライド13）
- ・チーズ、バターの利用頻度も「全くなし」が増加している。（スライド14）

利用・飲用量

- ・牛乳類の1日の利用・飲用量は、「600ml」以上と「100ml」以下が伸長しており、二極化傾向が見られる。（スライド11）

利用・飲用方法

- ・牛乳類の利用・飲用方法は、「そのまま飲む」がやや減少し、「他の飲み物に混ぜる」は昨年よりやや伸長している。（スライド12）

牛乳類の利用・飲用の増減理由

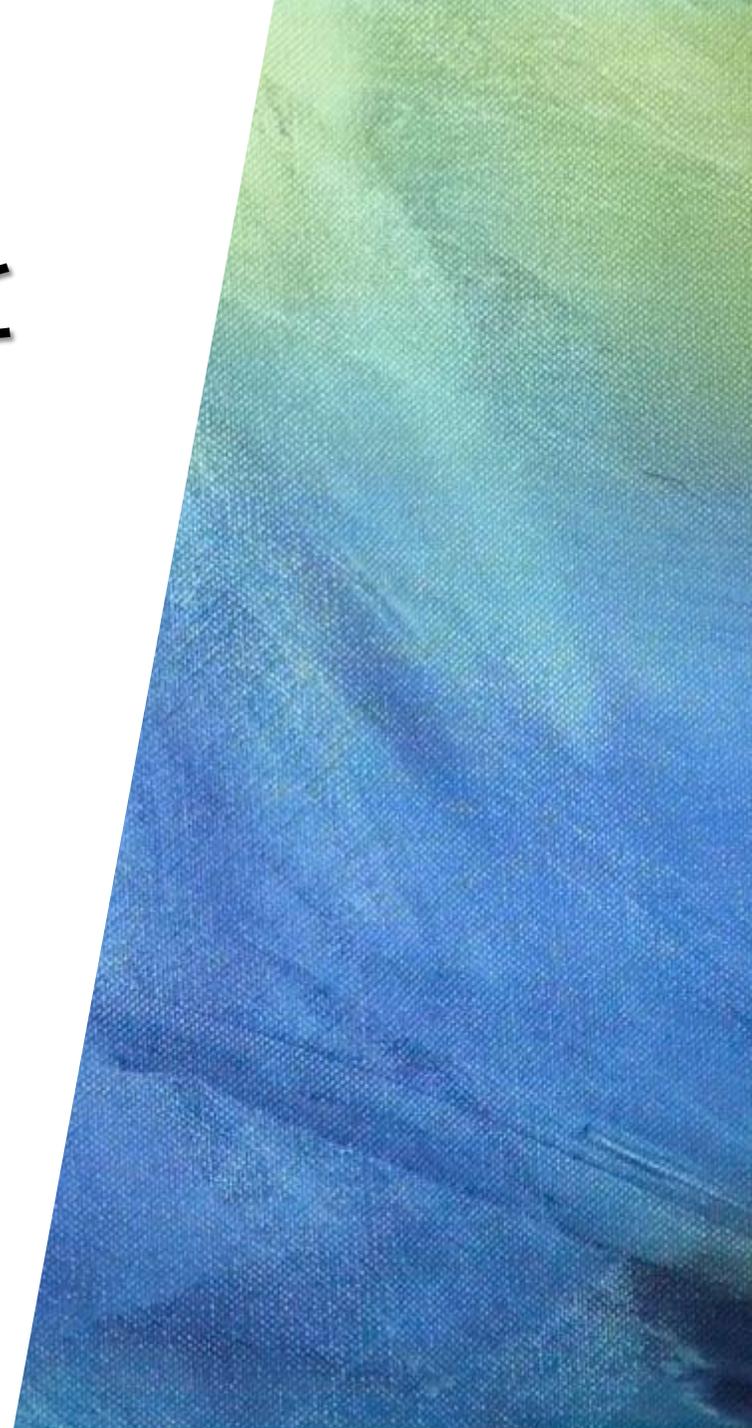
- ・牛乳の利用・飲用の**増加理由**は、これまで伸長していた「**健康全般**」「**病気予防**」が**減少**した一方、コーヒーに混ぜて飲む「**カフェオレ**」が伸長した。（スライド16）
- ・牛乳の利用・飲用の**減少理由**は、「**価格の上昇**」は昨年より低下したが、「**経済的に厳しい**」が**上昇**した。（スライド17）

牛乳類の購入頻度・購入量

- ・牛乳類の購入頻度は、昨年と比べて「**購入なし**」が伸長し、「**週4回以上**」の購入者が**減少**した。（スライド19）。
- ・牛乳類の1回当たりの購入量は、「**1L程度**」以上が伸長し、**一回当たりの購入量**は**微増**した。（スライド20）

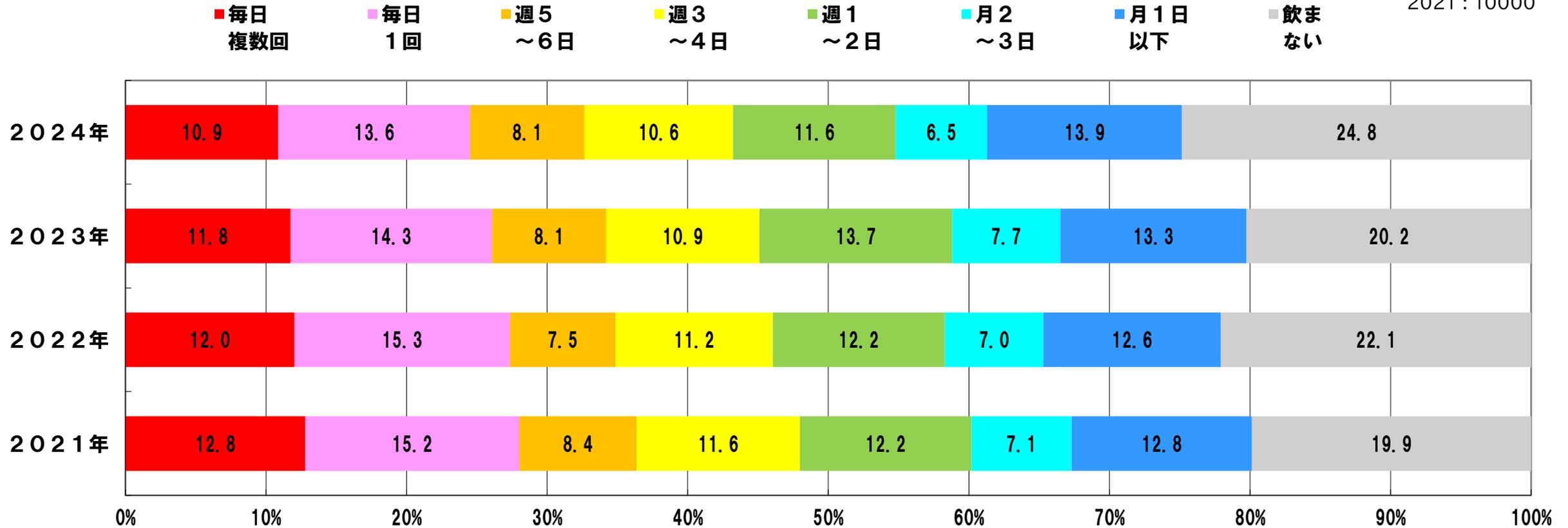
- ①牛乳類（１Ｌパック）の価格が高いと感じる価格は、１０年前と比べると「**２００円**」以下が減少した一方、「**２１０円**」以上が増加し、特に「**２５０円**」「**３００円**」が増加している。（スライド２４）
- ②牛乳類の利用・飲用状況は、「**朝食中**」が突出しているが、「**おやつ/間食中**」「**コーヒーやお茶**」での利用が昨年より上昇している。（スライド２９）
- ③朝食中/朝食後に牛乳を飲む人は、**約６８％**の人が**コーヒーに牛乳を混ぜて**飲んでいる（**カフェオレ**）。（スライド３１）
- ④朝食で**カフェオレ**を飲む時の方が（朝食時以外で）**コーヒーやお茶**を飲む時よりも**牛乳の割合が多い**。（スライド３２）

1. 牛乳乳製品の飲用・利用と その変化について (毎年調査の経年変化)



問 いま現在、あなたは牛乳類をどれくらいの頻度で飲んだり利用したりしていますか。

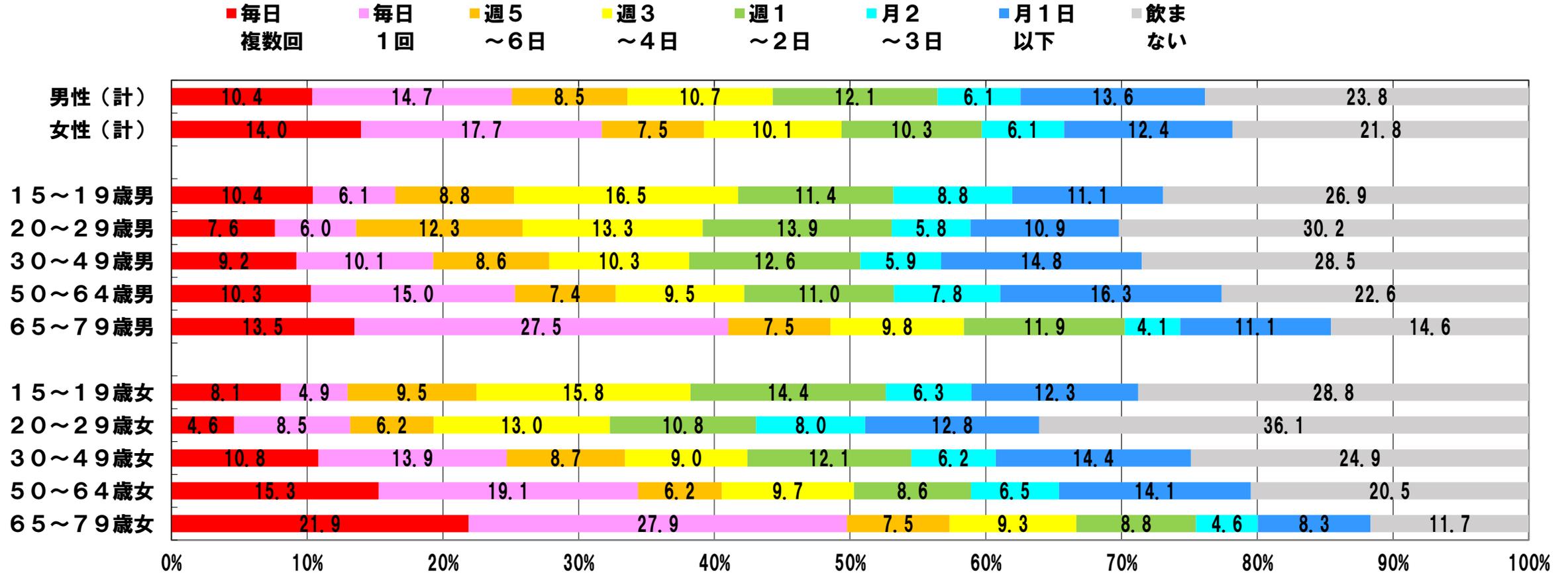
N=
 2024 : 8328
 2023 : 10000
 2022 : 10000
 2021 : 10000



- 昨年と比べて「飲まない」が増加し、その一方で「週1~2日」の飲用の減少が目立つ。
- 「毎日1回」以上の利用・飲用の比率も継続して減少している。

問 いま現在、あなたは牛乳類をどれくらいの頻度で飲んだり利用したりしていますか。

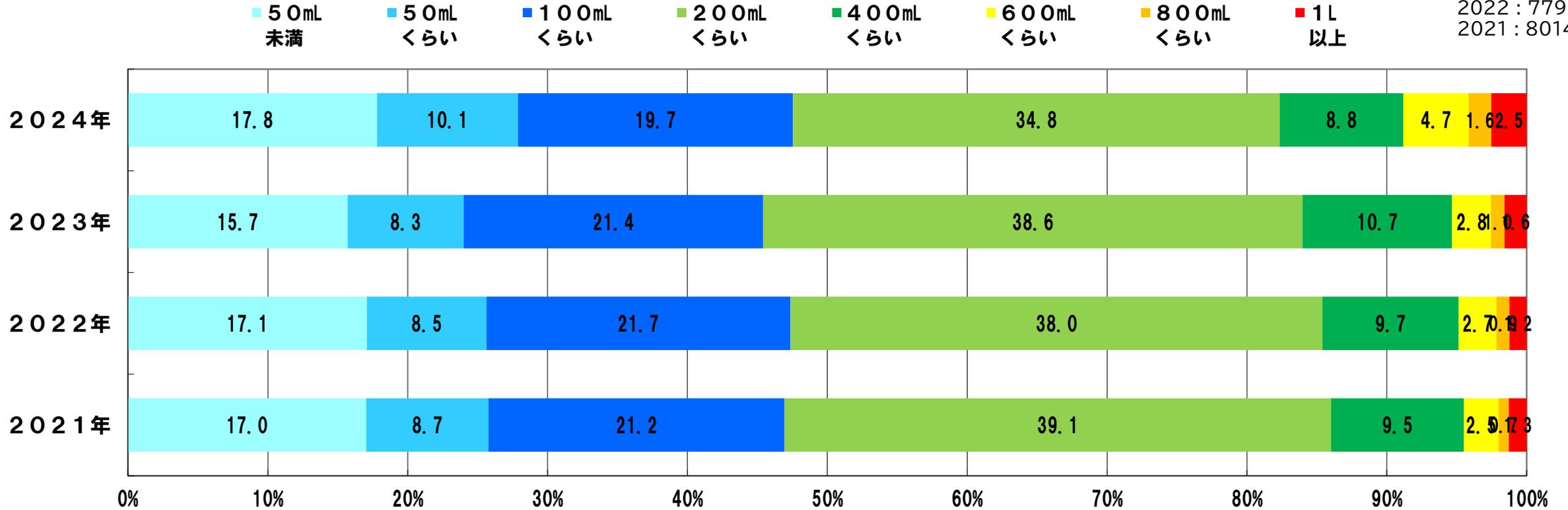
N=10000



- 牛乳類の利用・飲用頻度は男性よりも女性の方が高い。
- 男女ともに、65~79歳が最も高く、20~29歳が最も低くなっている。

問 いま現在、あなたは牛乳類を飲むときは、1日の合計でどれくらいの量を飲みますか。
 コーヒーなどの他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。

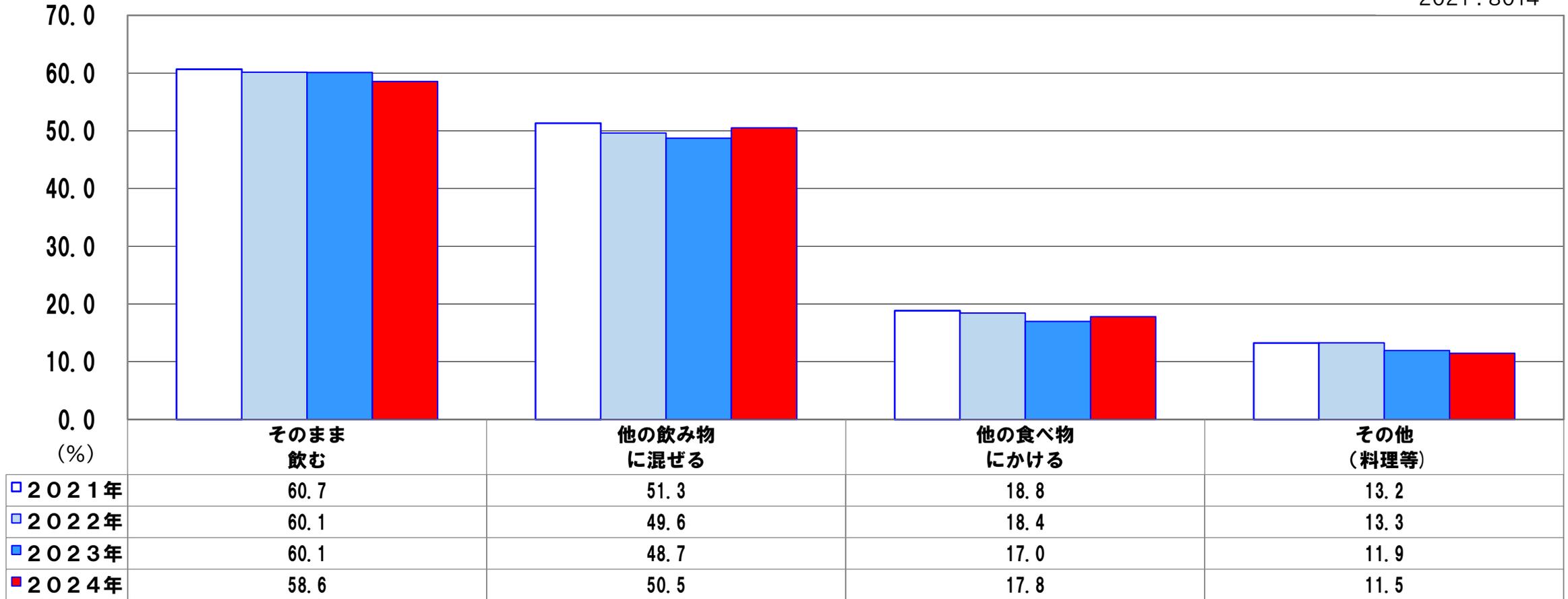
N=2024 : 6259
 2023 : 7976
 2022 : 7793
 2021 : 8014



➤ 昨年と比べて、1日当たりの利用・飲用量で「600ml」以上と「100ml」以下が伸長し、二極化傾向が見られる。

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。

N=2024 : 6259
 2023 : 7976
 2022 : 7793
 2021 : 8014



- 昨年と比べると「そのまま飲む」がやや減少し、この4年で微減が続いている。
- 一方、「他の飲み物に混ぜる」は昨年よりやや伸長している。

問 いま現在、あなたは「食べるヨーグルト」「飲むヨーグルト」をどれくらいの割合で食べたり、飲んだり、利用していますか。

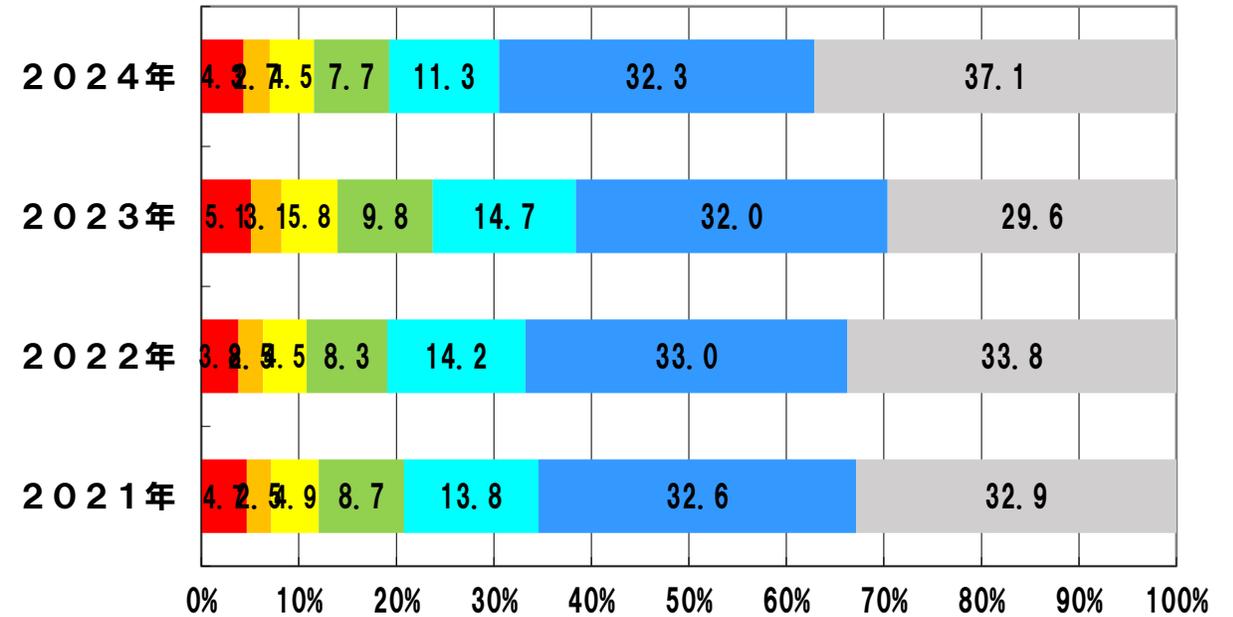
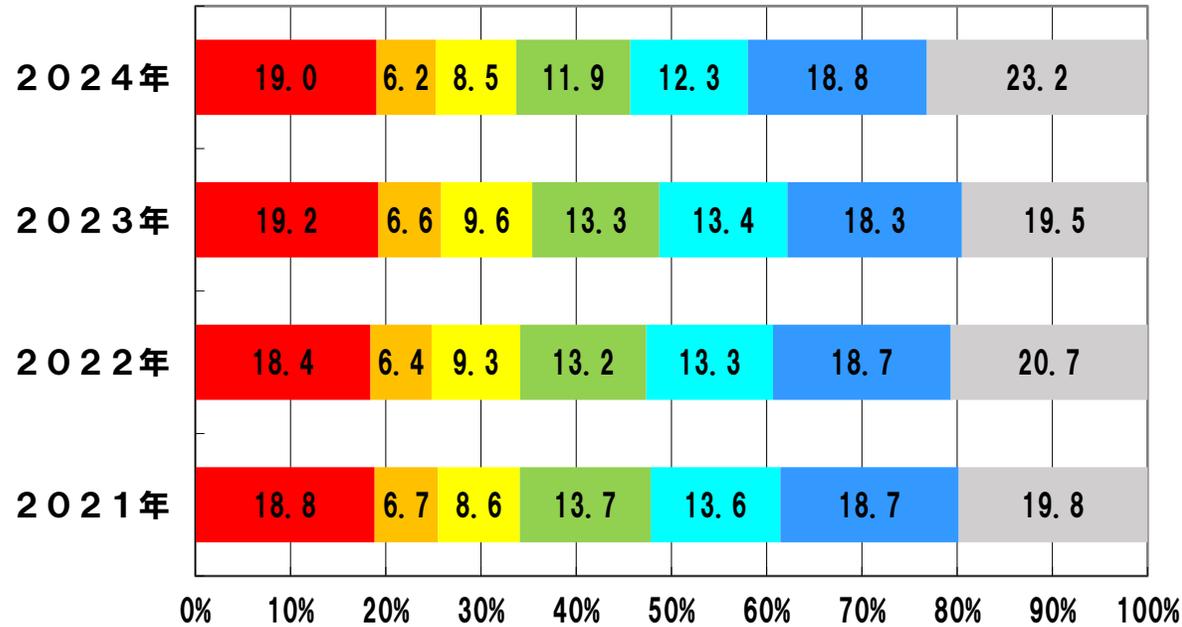
N=2024:8328
2022:10000
2023:10000
2024:10000

食べるヨーグルト

飲むヨーグルト

■ 毎日 ■ 週5 ~6日 ■ 週3 ~4日 ■ 週1 ~2日 ■ 月2 ~3日 ■ 月1日 以下 ■ 全くなし

■ 毎日 ■ 週5 ~6日 ■ 週3 ~4日 ■ 週1 ~2日 ■ 月2 ~3日 ■ 月1日 以下 ■ 全くなし



- 食べるヨーグルトは昨年と比べて「全くなし」が増加している（左図）。
- 飲むヨーグルトは「全くなし」が大幅に増加している。（右図）

問 いま現在、あなたは「チーズ」、「バター」をどれくらいの割合で食べたり、利用していますか。

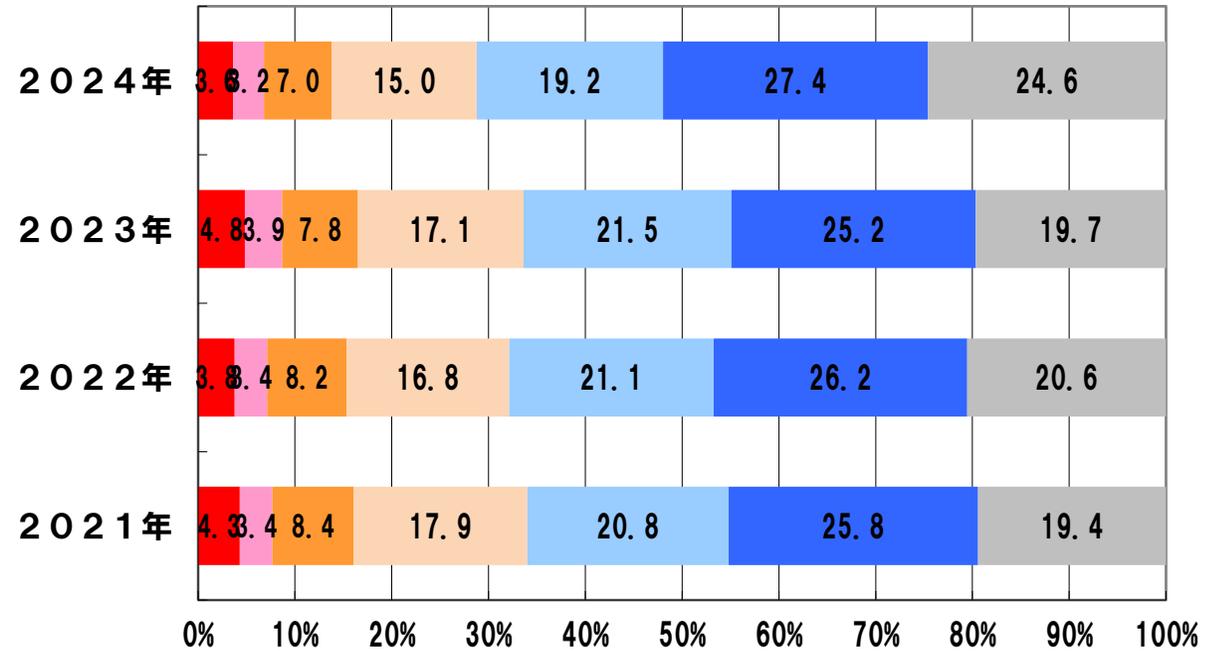
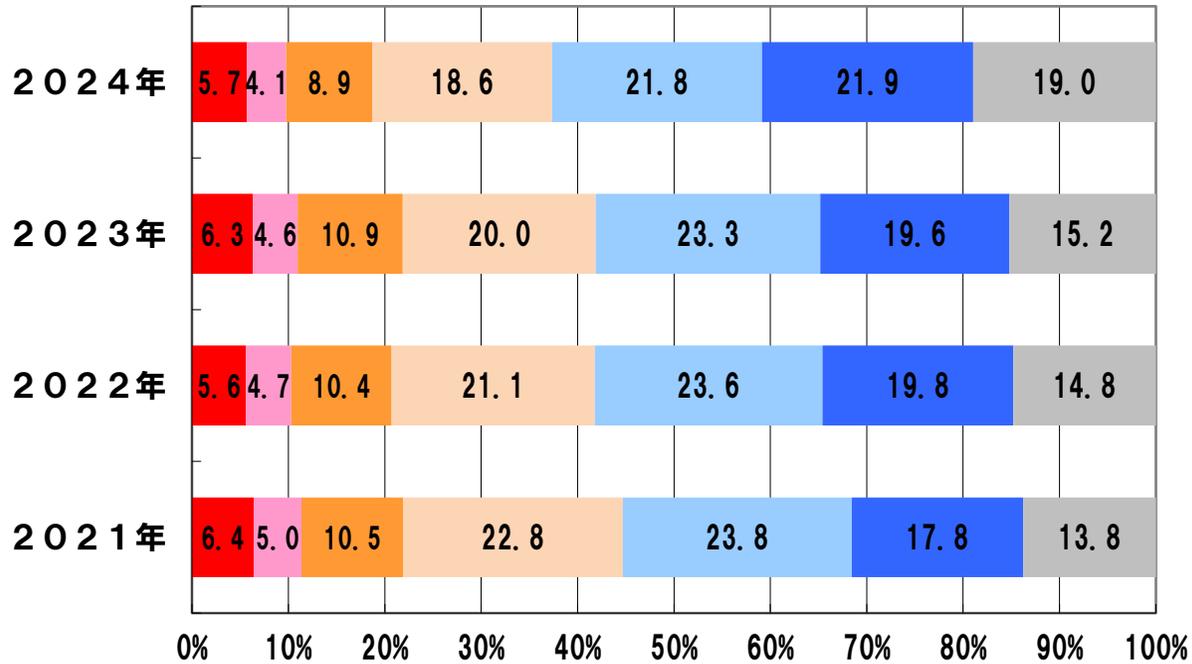
チーズ

バター

N=2024:8328
2022:10000
2023:10000
2024:10000

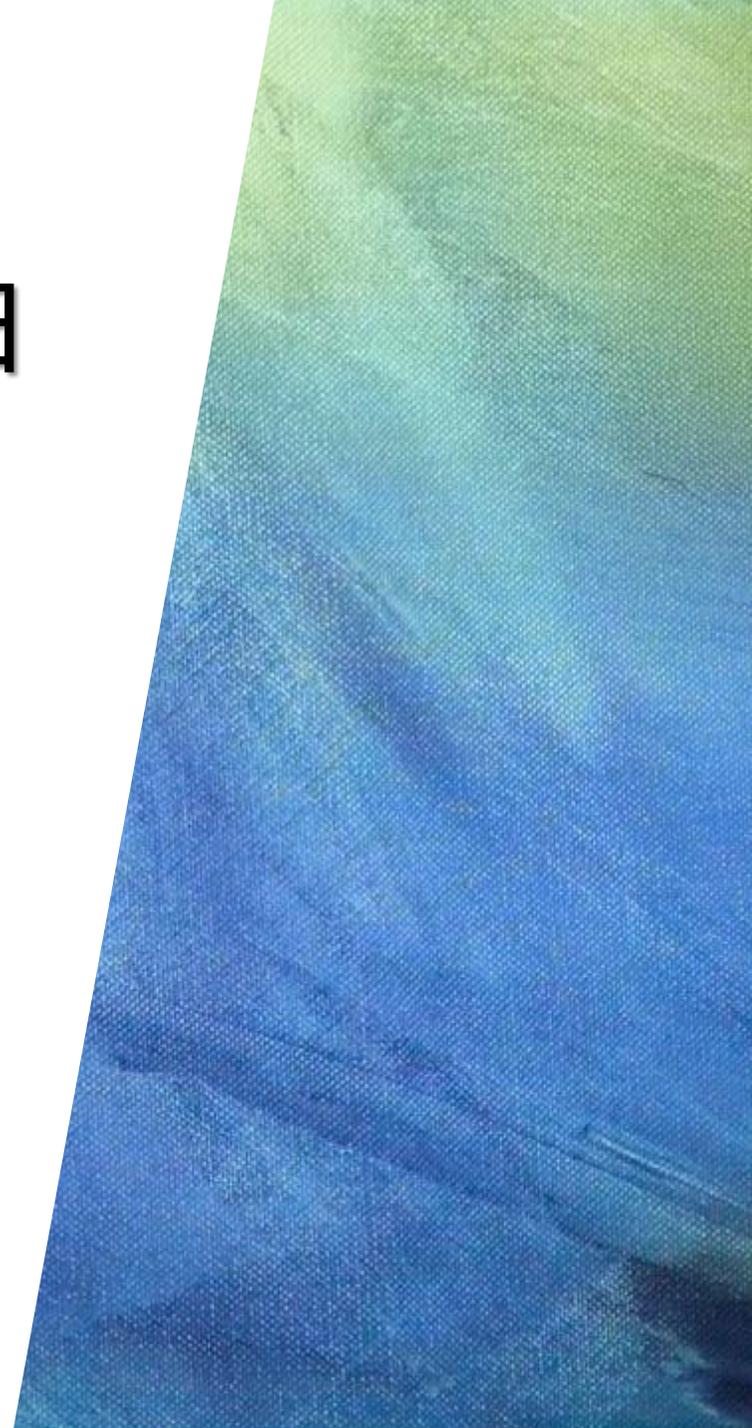
■ 毎日 ■ 週5 ~6日 ■ 週3 ~4日 ■ 週1 ~2日 ■ 月2 ~3日 ■ 月1日 以下 ■ 全くなし

■ 毎日 ■ 週5 ~6日 ■ 週3 ~4日 ■ 週1 ~2日 ■ 月2 ~3日 ■ 月1日 以下 ■ 全くなし



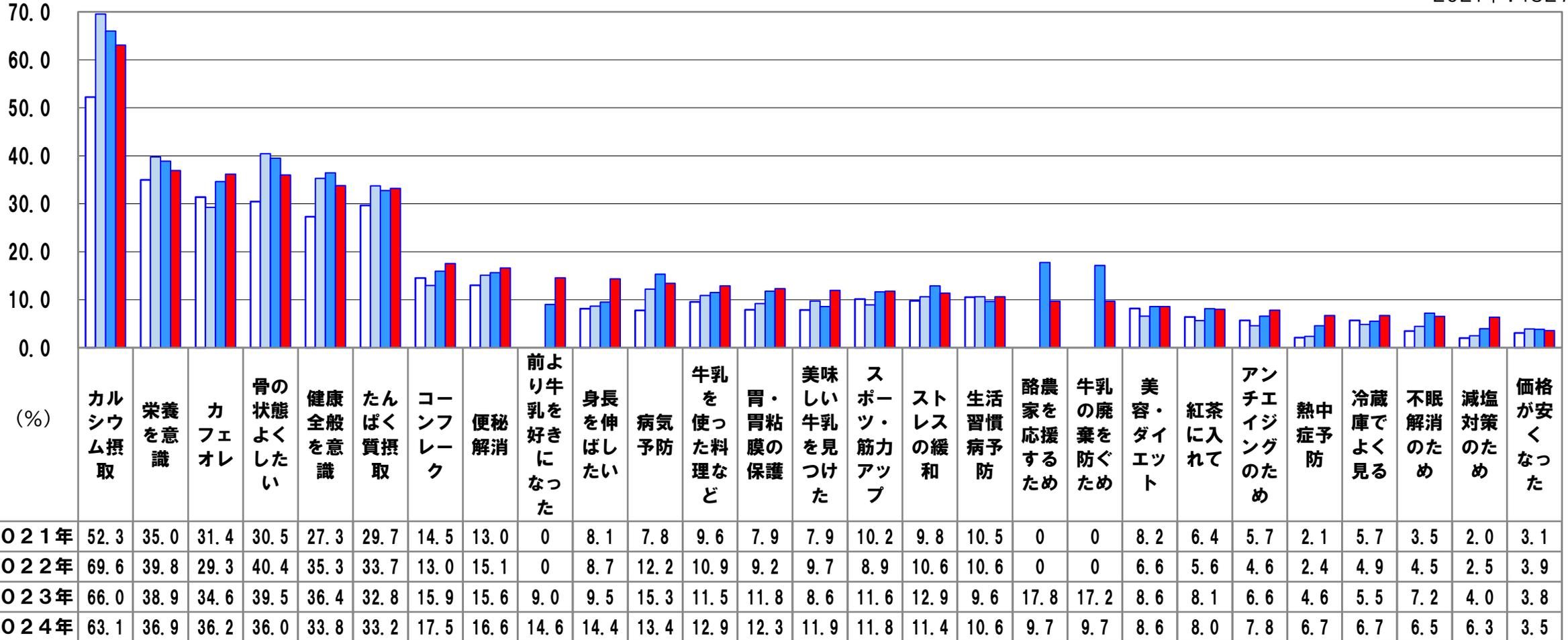
➤ チーズ及びバターの利用頻度は昨年比べて、両者ともに「全くなし」が増加している。

2. 牛乳利用・飲用の増減理由



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

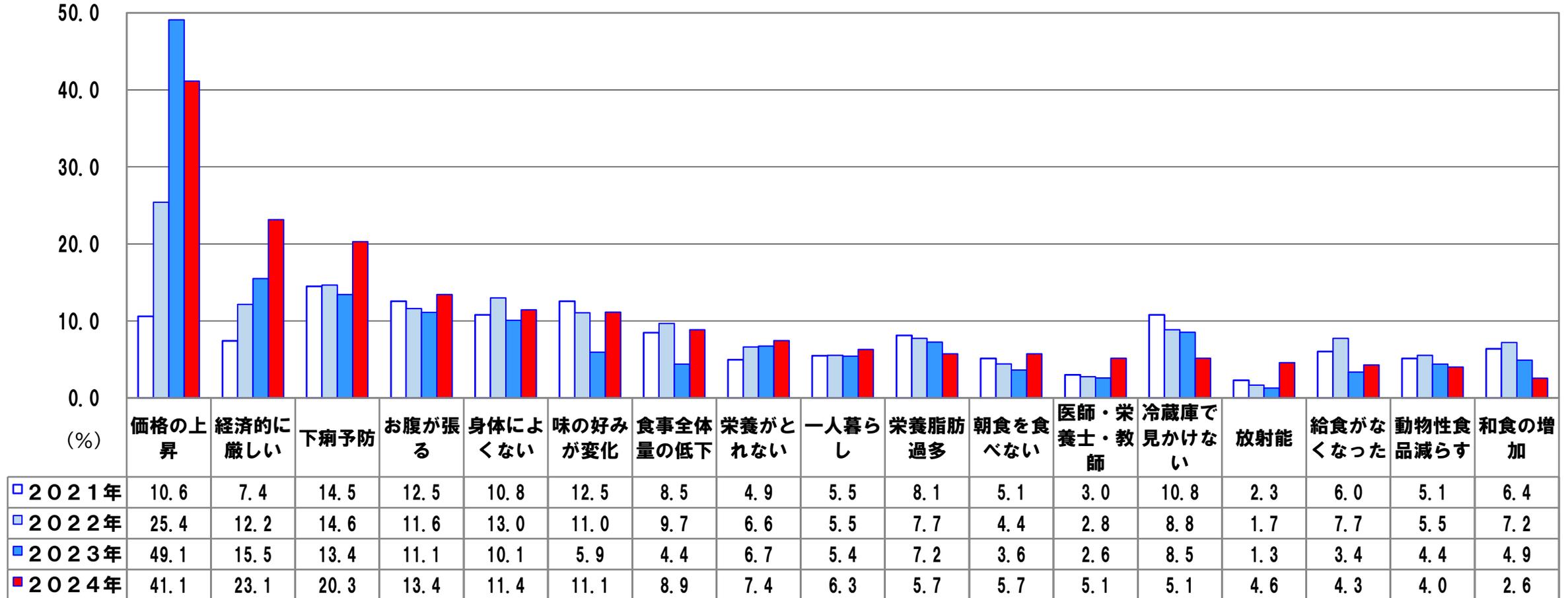
N = 2024年：536
2023年：653
2022年：762
2021年：1527



➤ 上位の「カルシウム摂取」「骨の状態をよくしたい」が一昨年から減少傾向となり、これまで伸長していた「健康全般」「病気予防」は一転して減少した。一方、「カフェオレ」は過去最高となり、一昨年に伸長した「たんぱく質」は高止まりとなっている。

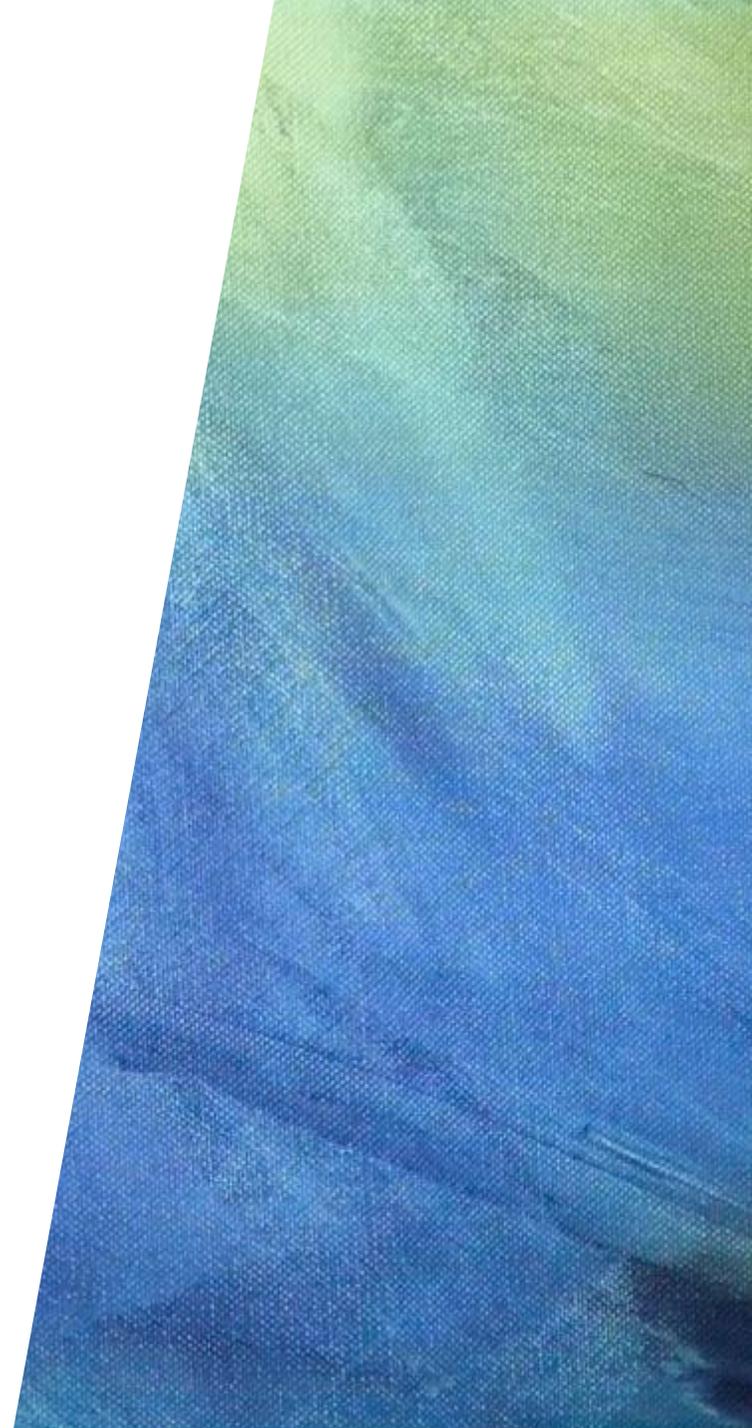
問 いま現在、あなたご自身やご家族の「牛乳」の利用が減っているのは、どんな理由や事情からだと思えますか。あなたに当てはまるものをすべてお答えください。

N = 2024年：350
 2023年：387
 2022年：362
 2021年：566



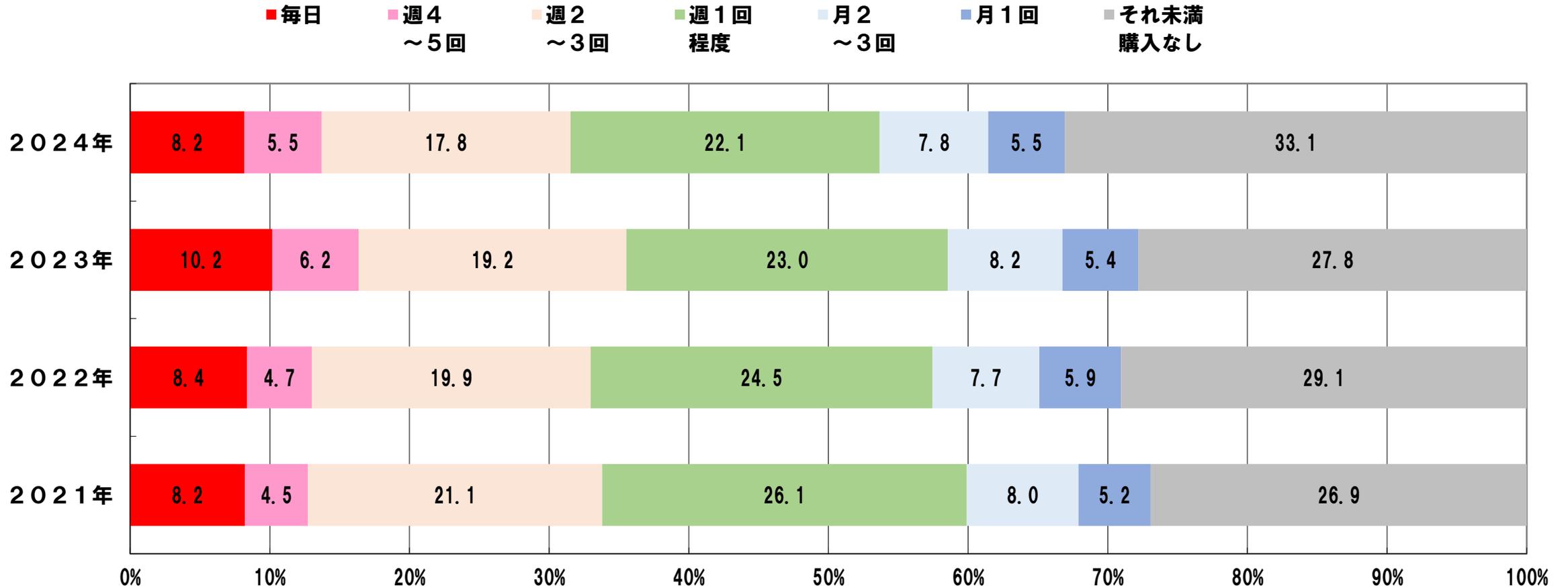
- 「価格の上昇」は昨年より低下したが「経済的に厳しい」は上昇した。
- 「経済的に厳しい」「下痢予防」「お腹が張る」が昨年より上昇し、「冷蔵庫で見かけなくなった」「和食の増加」は減少している。

3. 牛乳類の購入実態



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。
あなたに最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

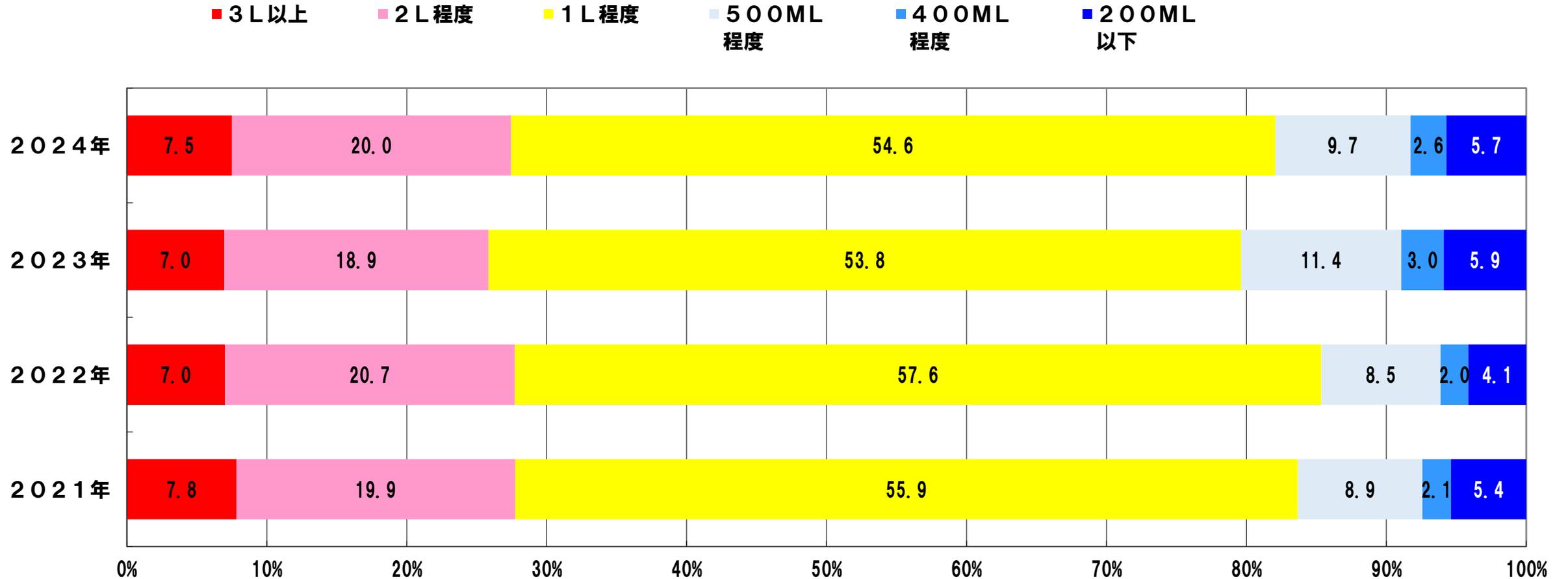
N=2024:8328
2022:10000
2023:10000
2024:10000



- 昨年と比べて、「購入なし」が伸長した。
- 昨年増加した「週4回以上」の購入者割合が減少し、2022年度以前と同程度となっている

問 いま現在、あなたが牛乳類を購入する際の、1回当たりの購入量をお知らせください。
あなたに最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

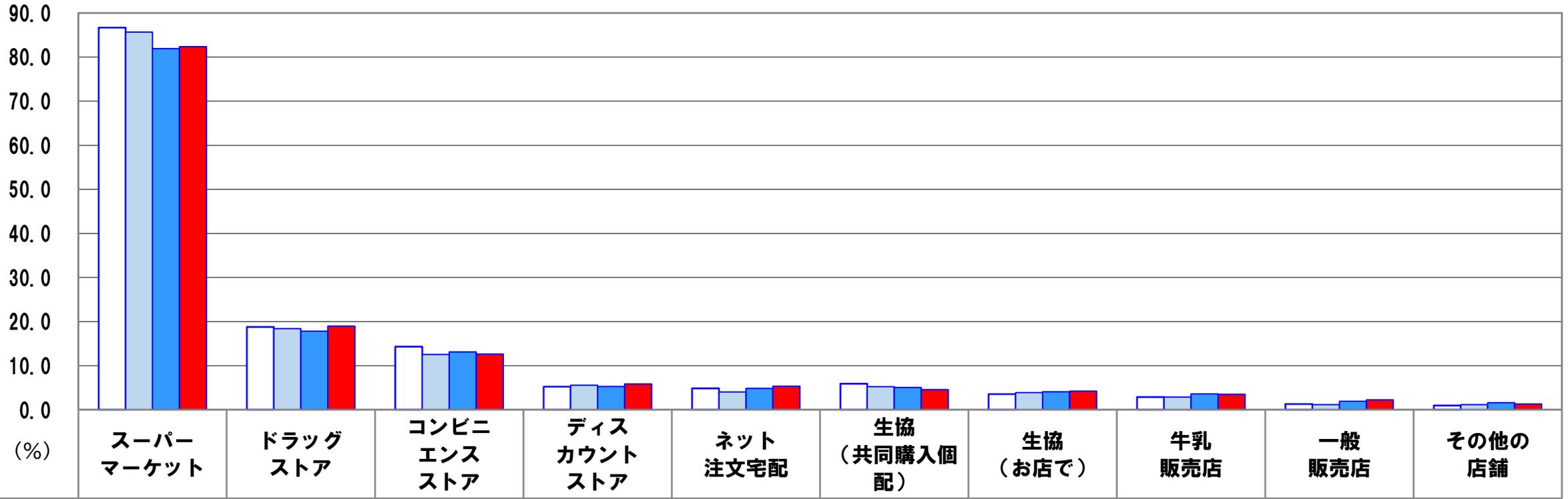
N=2024年：5573
2023年：7219
2022年：7095
2021年：7308



➤ 昨年と比べて、「1L程度」以上がやや伸長し、購入者の1回当たりの購入量は微増した。

問 あなたが牛乳類を購入する際に、この1か月で利用したことがある購入場所をお知らせください。
あなたに当てはまるものをお答えください。

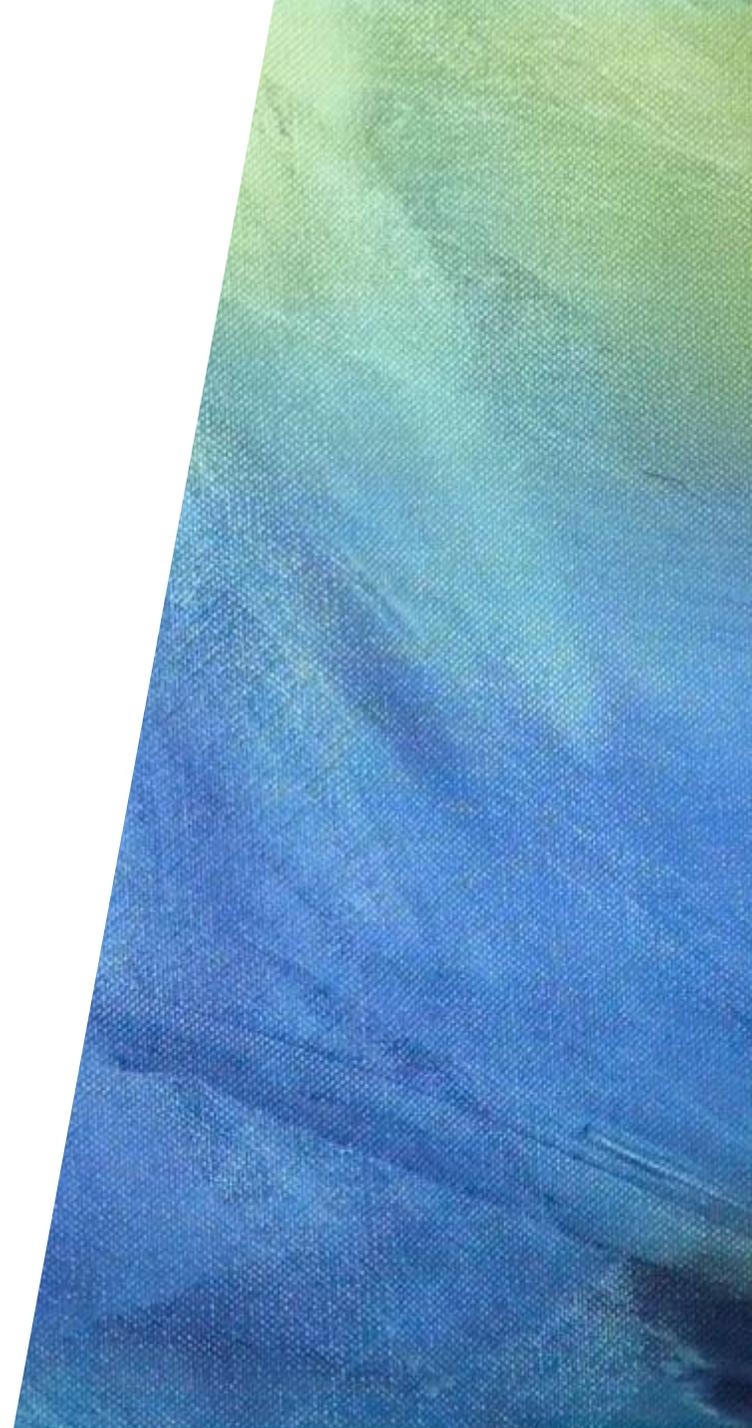
N = 2024年：5573
2023年：7219
2022年：7095
2021年：7308



□ 2021年	86.7	18.8	14.3	5.3	4.9	5.9	3.6	2.9	1.3	1.0
□ 2022年	85.7	18.4	12.6	5.6	4.0	5.2	3.9	2.9	1.1	1.2
■ 2023年	81.9	17.8	13.1	5.3	4.9	5.0	4.1	3.6	1.9	1.6
■ 2024年	82.4	19.0	12.6	5.9	5.3	4.6	4.2	3.5	2.3	1.3

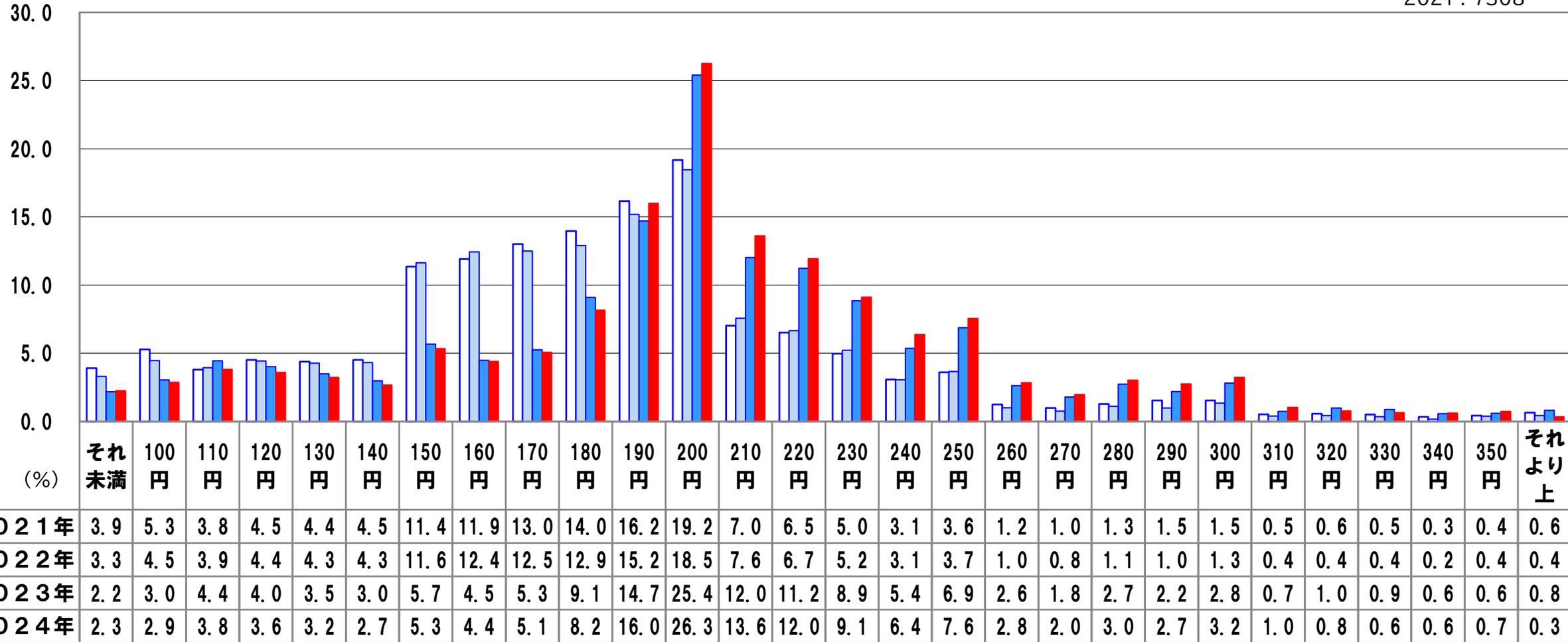
- 「スーパー」の利用が突出しているが、ここ数年続いていた利用率の低下が止まり、「ドラッグストア」の利用も若干伸長した。
- 一方、昨年やや伸長した「コンビニ」の利用率は若干減少した。

4. 牛乳類の購入価格



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。

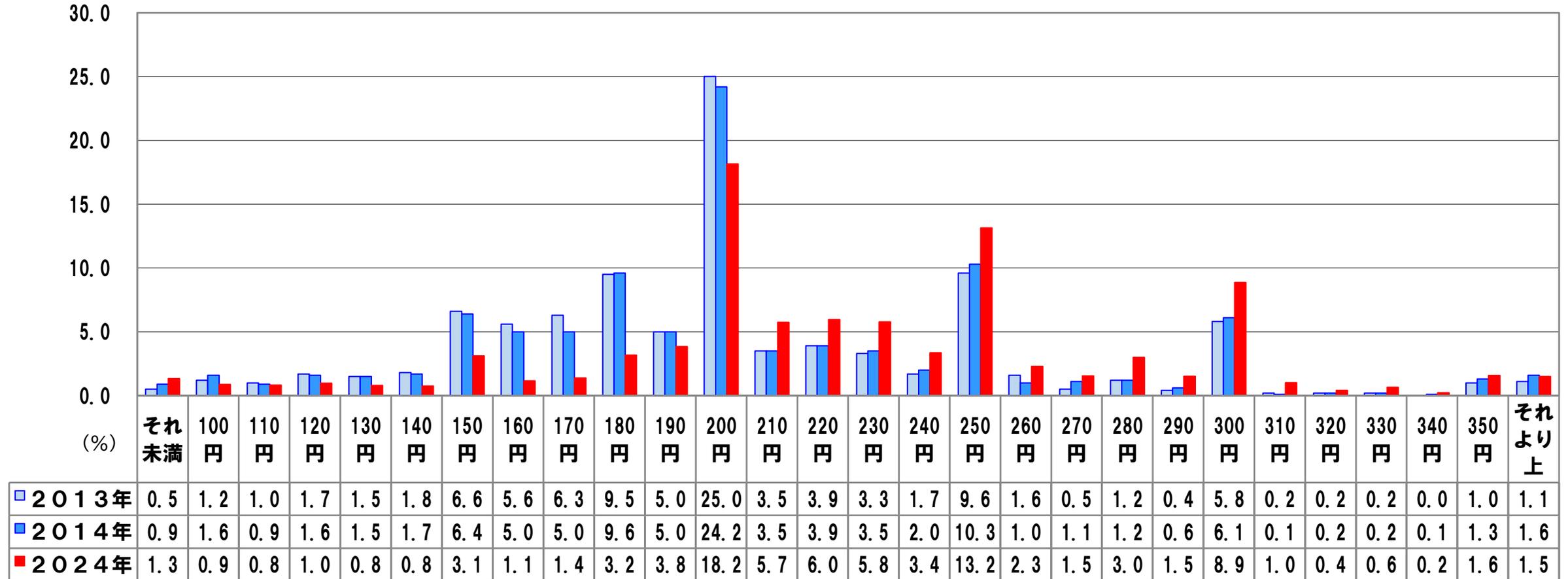
N=2024 : 5573
 2023 : 7219
 2022 : 7095
 2021 : 7308



- 昨年と同様に「150～180円」での購入率減少と、「200～300円」での購入率の増加が見られた。
- 一方、昨年まで減少が続いた「190円」での購入率が上昇した。

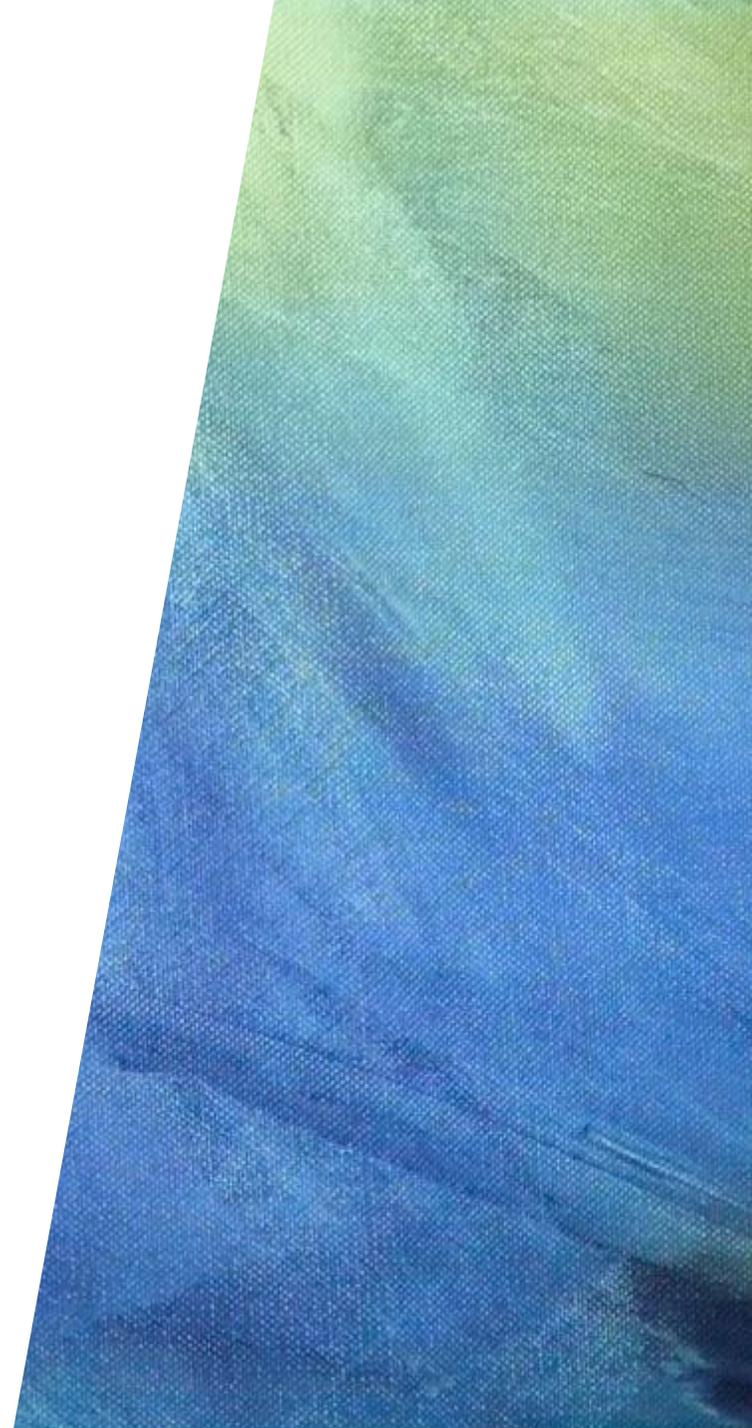
問 1リットルパックの牛乳類について、あなたがそれを買うときに「高い」と感じ始める価格をお知らせください。

N=2024 : 5573
2014 : 7278
2013 : 7201



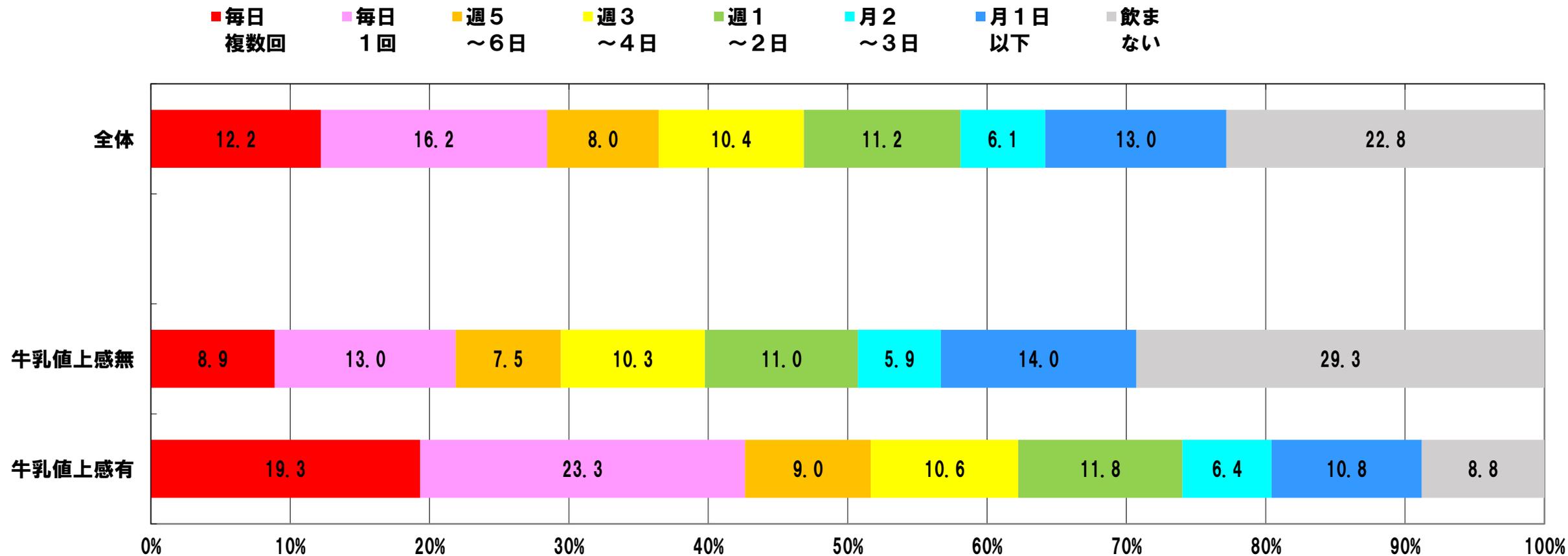
- 1リットルパックの牛乳類を「高い」と感じ始める価格は「200円」「250円」「300円」に集中している。
- 10年前と比べると「200円」以下の回答が減少した。
- 一方、「210円」以上の回答は10年前と比べてほとんどが増加した。

5. 牛乳類の利用実態



問 いま現在、あなたは牛乳類をどれくらいの頻度で飲んだり利用したりしていますか。
あなたに最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

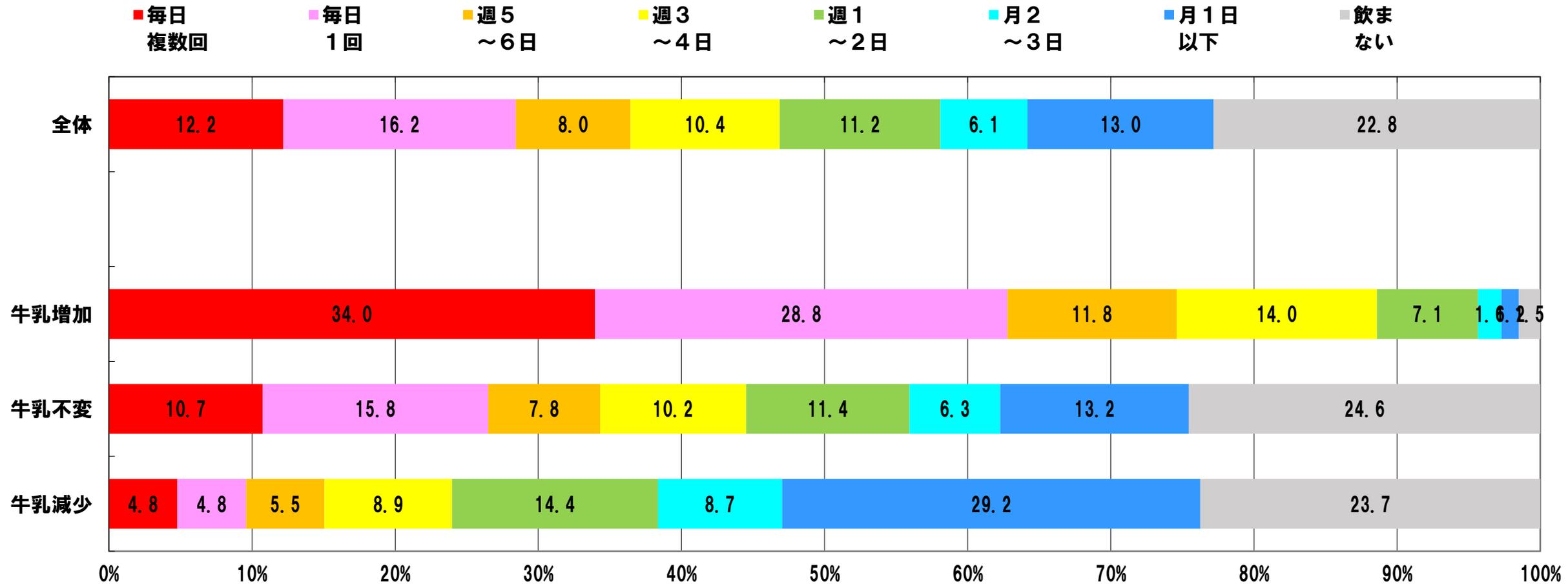
N=全体：10000
牛乳値上感無：6843
牛乳値上感有：3157



➤ 牛乳の値上げを感じている人は感じていない人よりも「毎日複数回、毎日1回の利用・飲用」が多い。

問 いま現在、あなたは牛乳類をどれくらいの頻度で飲んだり利用したりしていますか。
あなたに最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

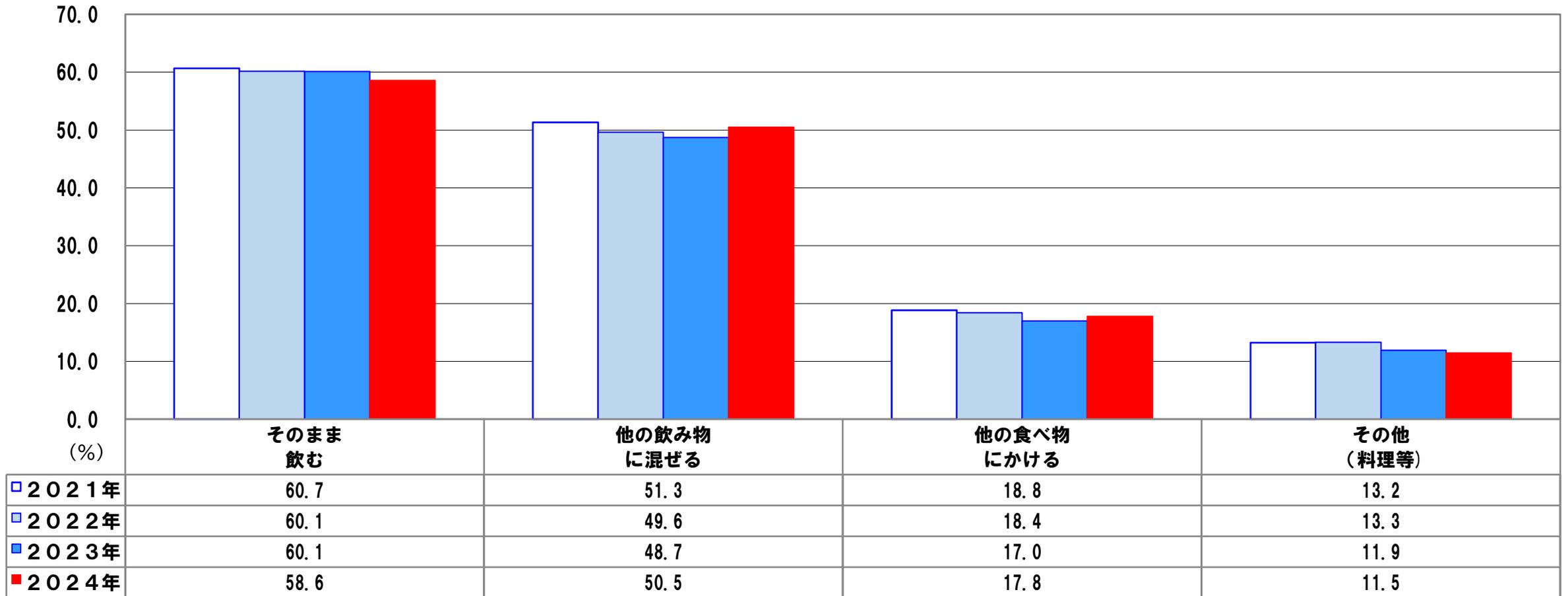
N=全体：10000
牛乳増加：736
牛乳不変：8826
牛乳減少：438



➤ 牛乳の利用・飲用量が増えた人は、毎日複数回利用・飲用している人が大幅に多くなっている。

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。
あなたに当てはまるものを全てお答えください。

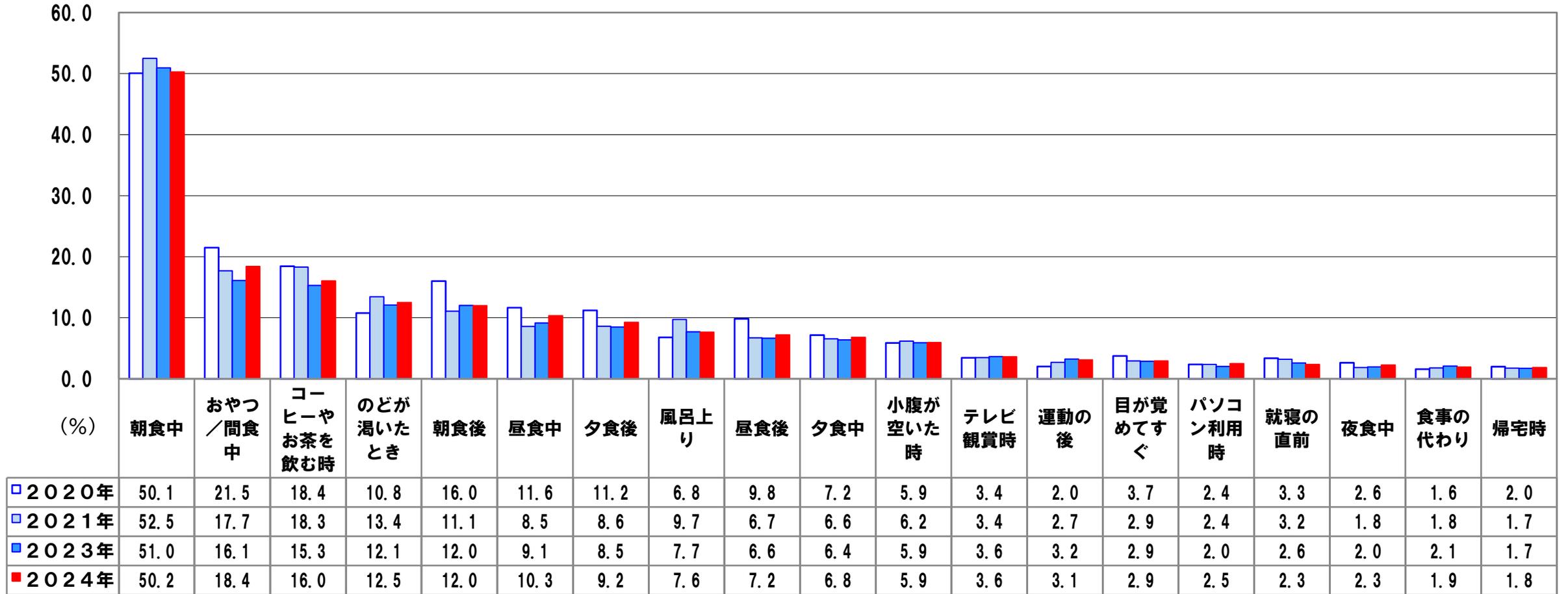
N= 2024年：6259
2023年：7976
2022年：7793
2021年：8014



➤ 過去3年と比べると「そのまま飲む」がやや減少し、「他の飲み物に混ぜる」は昨年よりもやや伸長した。

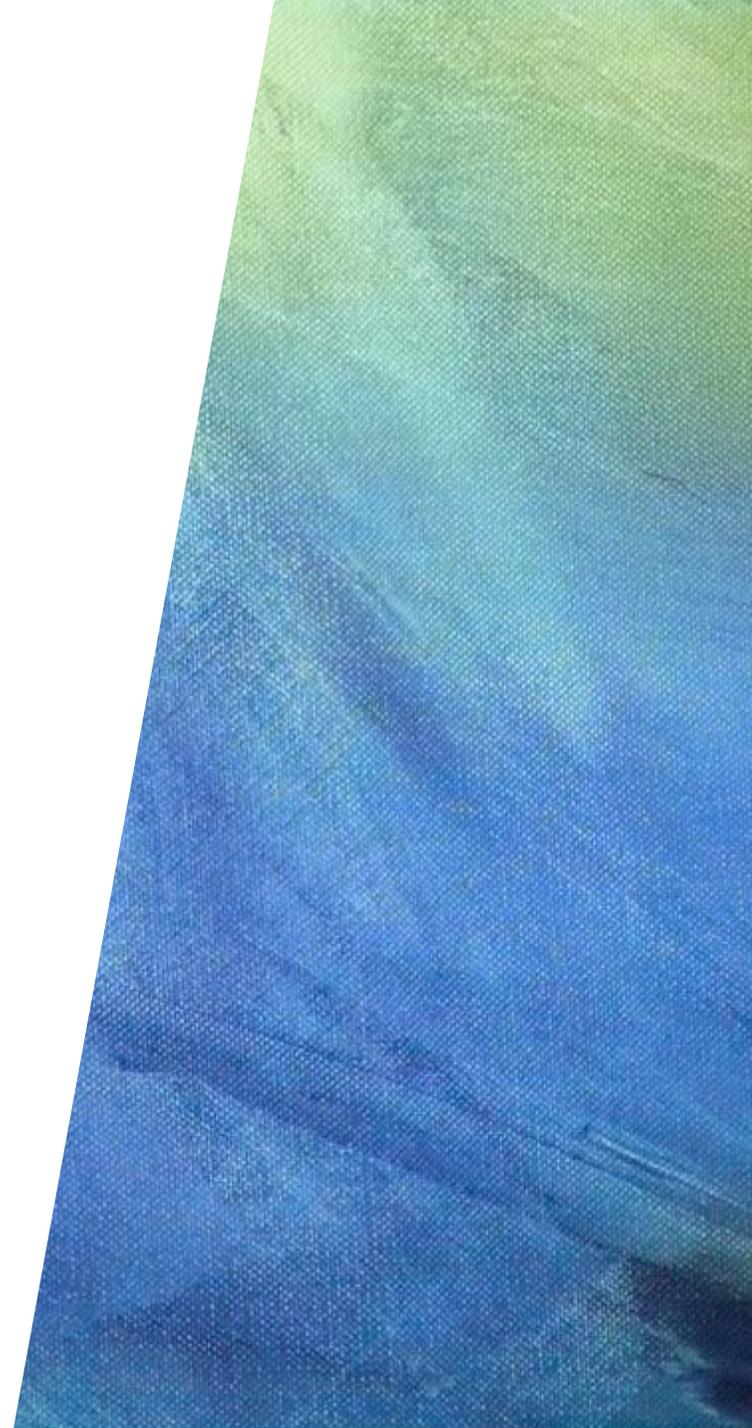
問 いま現在、あなたが牛乳類を飲んだり利用したりするときの状況をお知らせください。
あなたに当てはまるものを全てお答えください。

N=2024年：6259
2023年：7976
2021年：8014
2020年：7768



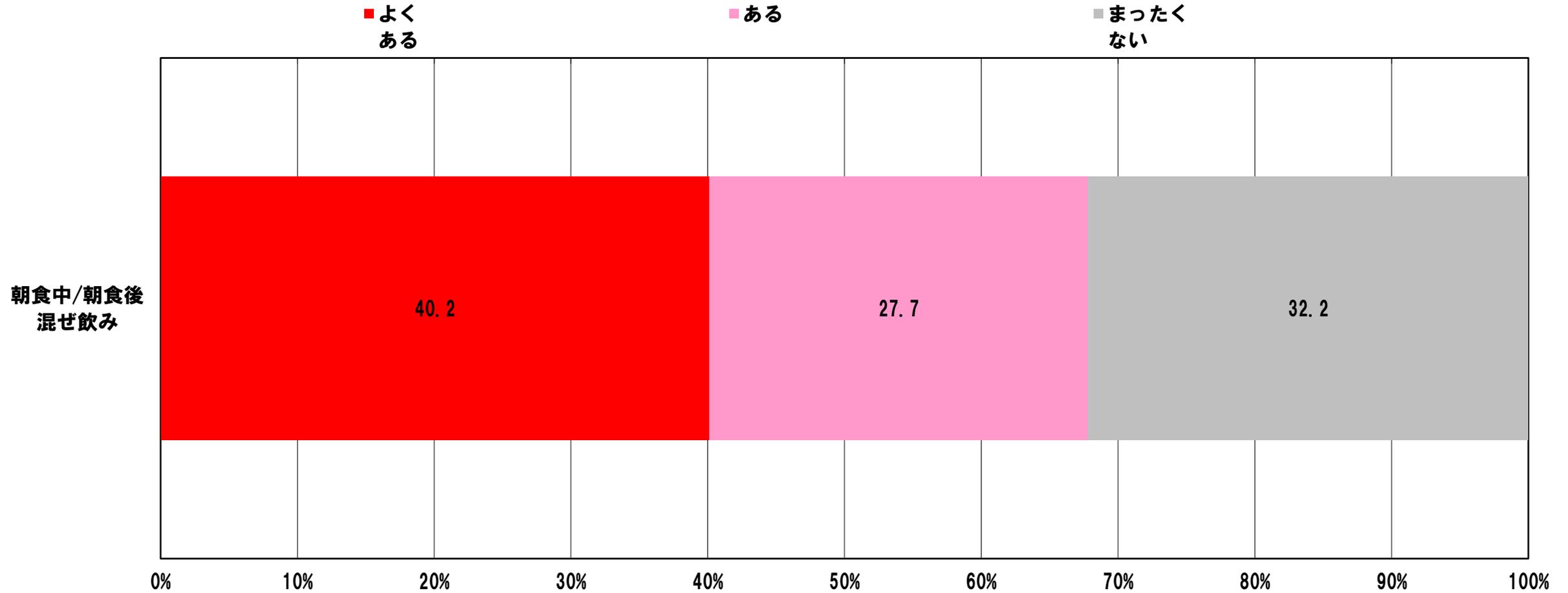
- 「朝食中」がほとんどだが、2021年からやや減少傾向にある。
- 昨年と比較すると「おやつ/間食中」「コーヒーやお茶」での利用が上昇している。

6. 朝食でのコーヒーとの 混ぜ飲み



問 「朝食中/朝食後」に牛乳類を飲む/利用するとき、牛乳類にコーヒーを混ぜて飲むことはどれくらいありますか。

N=4610

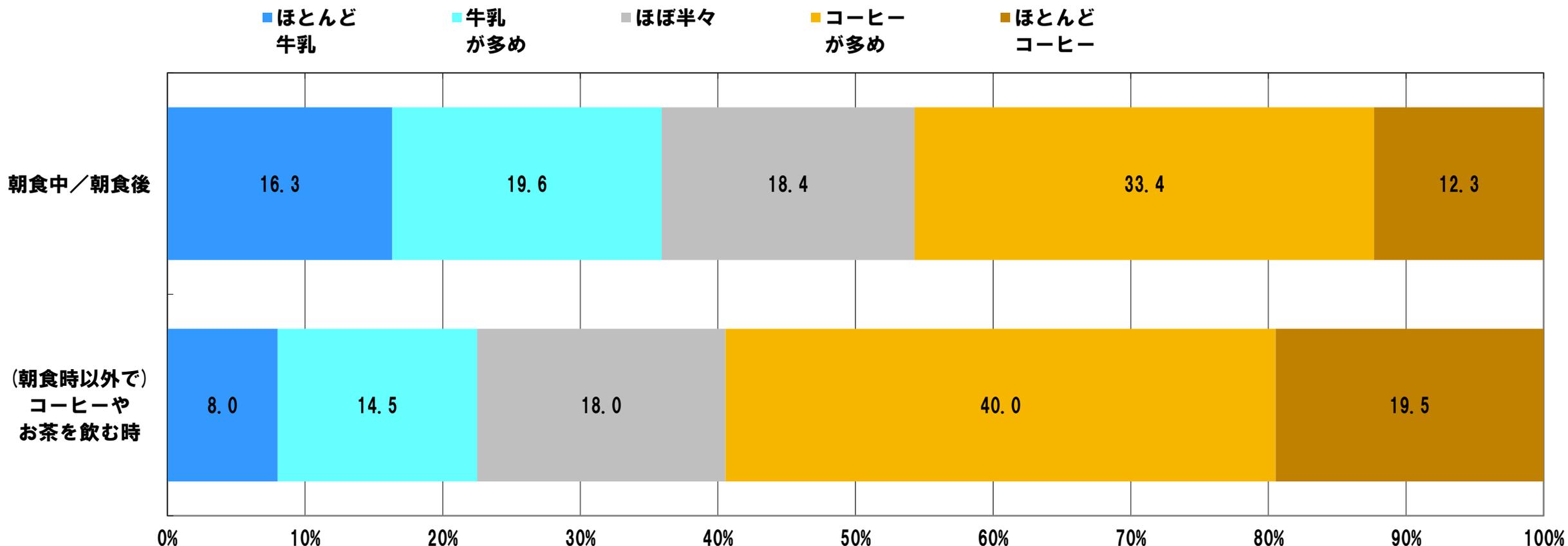


➤ 朝食中/朝食後に牛乳を飲む人は、コーヒーに牛乳を混ぜて飲む人が約68%となっている。

(朝食中/朝食後と朝食時以外)

問 「朝食中/朝食後」に牛乳類とコーヒーを混ぜて飲む際の、牛乳類とコーヒーの割合はどうか。
「(朝食時以外で) コーヒーやお茶を飲む時」に牛乳類を利用するとき、牛乳類と「コーヒーやお茶」を混ぜる割合はどうか。

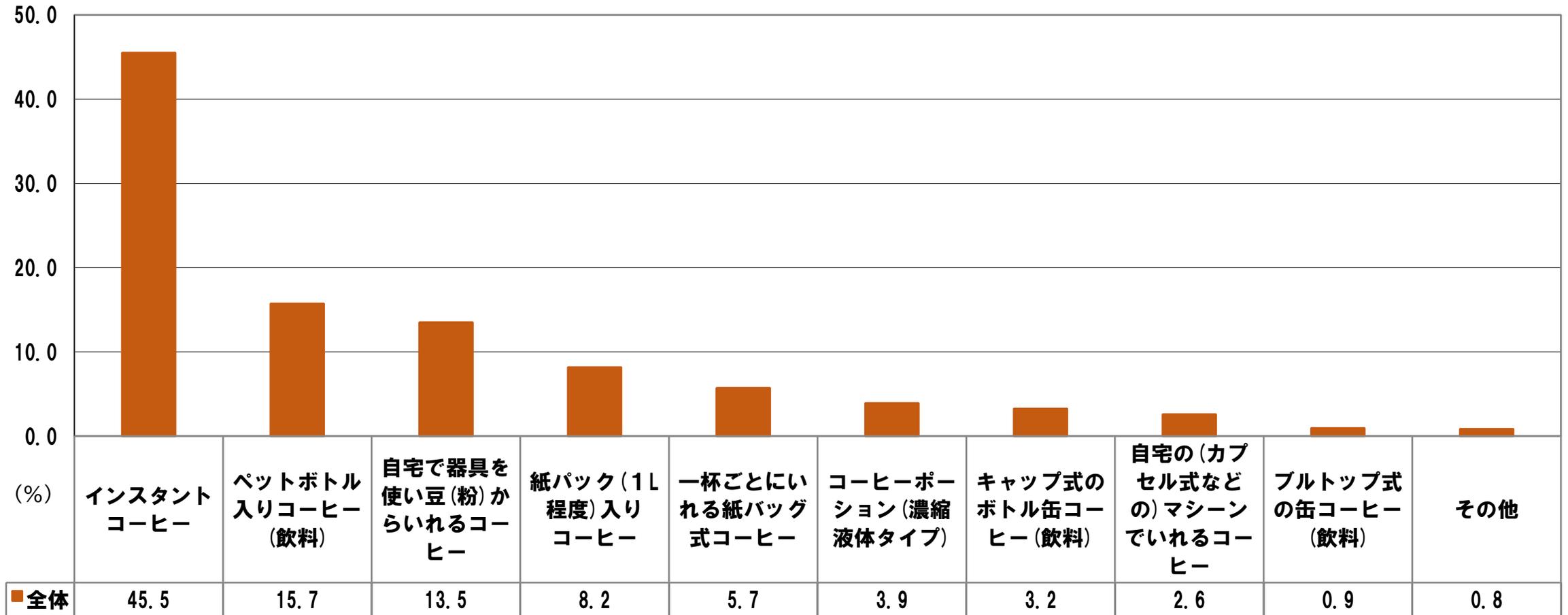
N= 朝食中/朝食後：3127
朝食以外：1248



➤ 朝食でカフェオレを飲む時の方が(朝食時以外で) コーヒーやお茶を飲む時よりも牛乳の割合が多くなる。

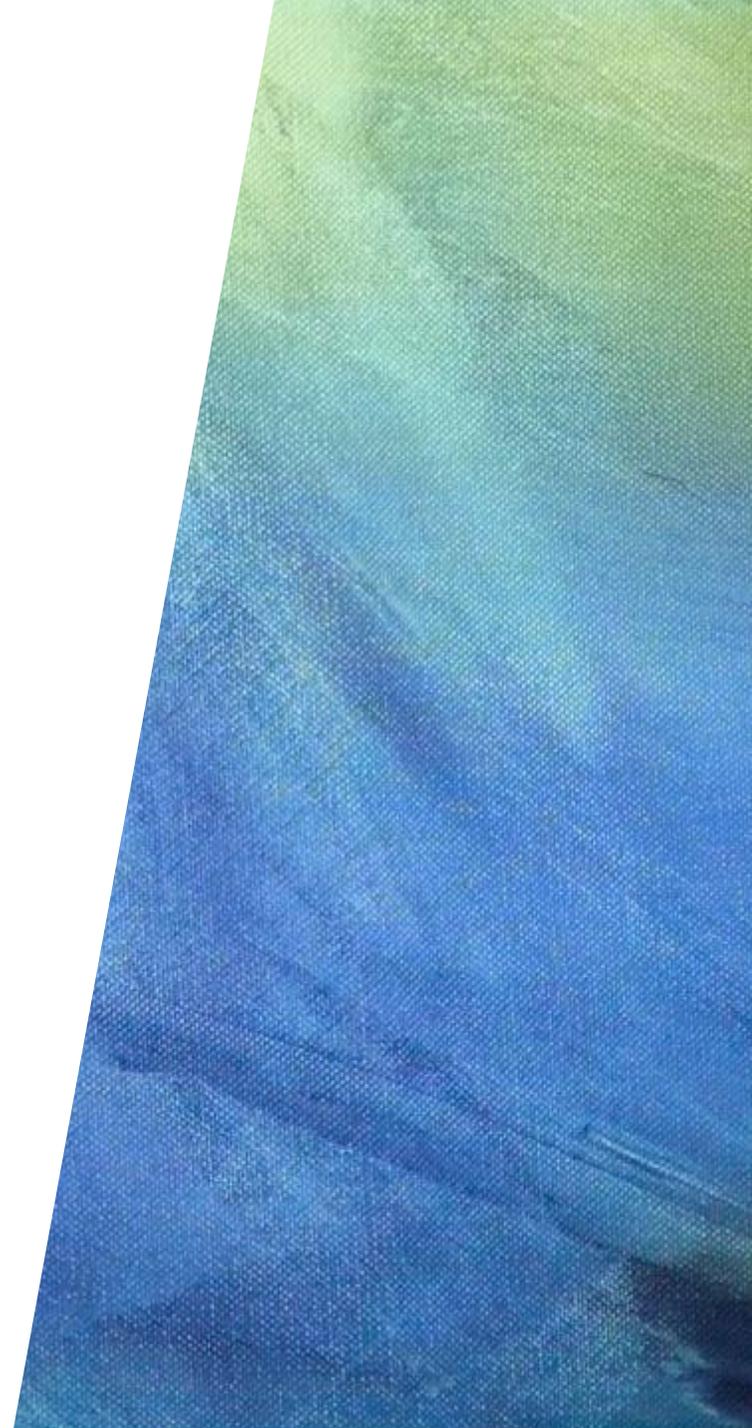
問 「朝食中/朝食後」に牛乳類を飲む/利用するとき、その牛乳類に最も混ぜて飲むコーヒーの種類をお知らせください。ご自身に最も当てはまるものをひとつだけお答えください

N= 全体：3127



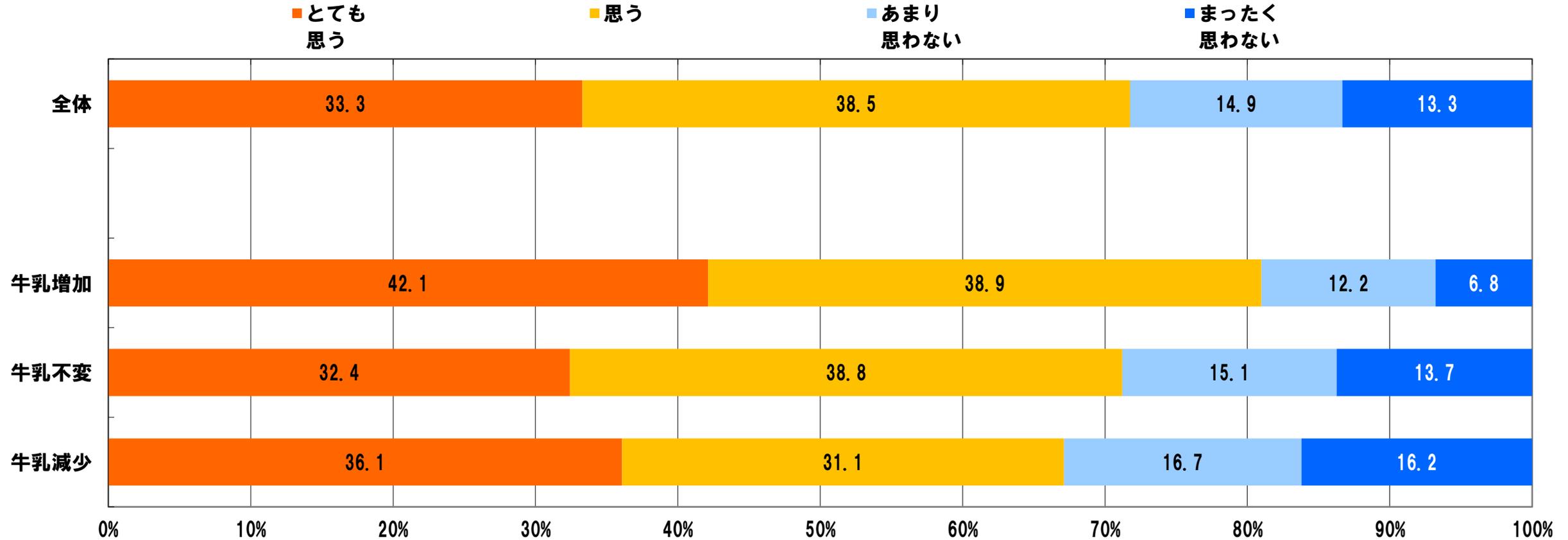
➤ 朝食時にカフェオレを飲む際、牛乳と混ぜるコーヒーは「インスタントコーヒー」が圧倒的であった。

7. 家族との食事について



問 いま現在、あなたは「ご家族と（出来るだけ）一緒に食事をとりたい」とどれくらい思いますか。
ご自身の最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

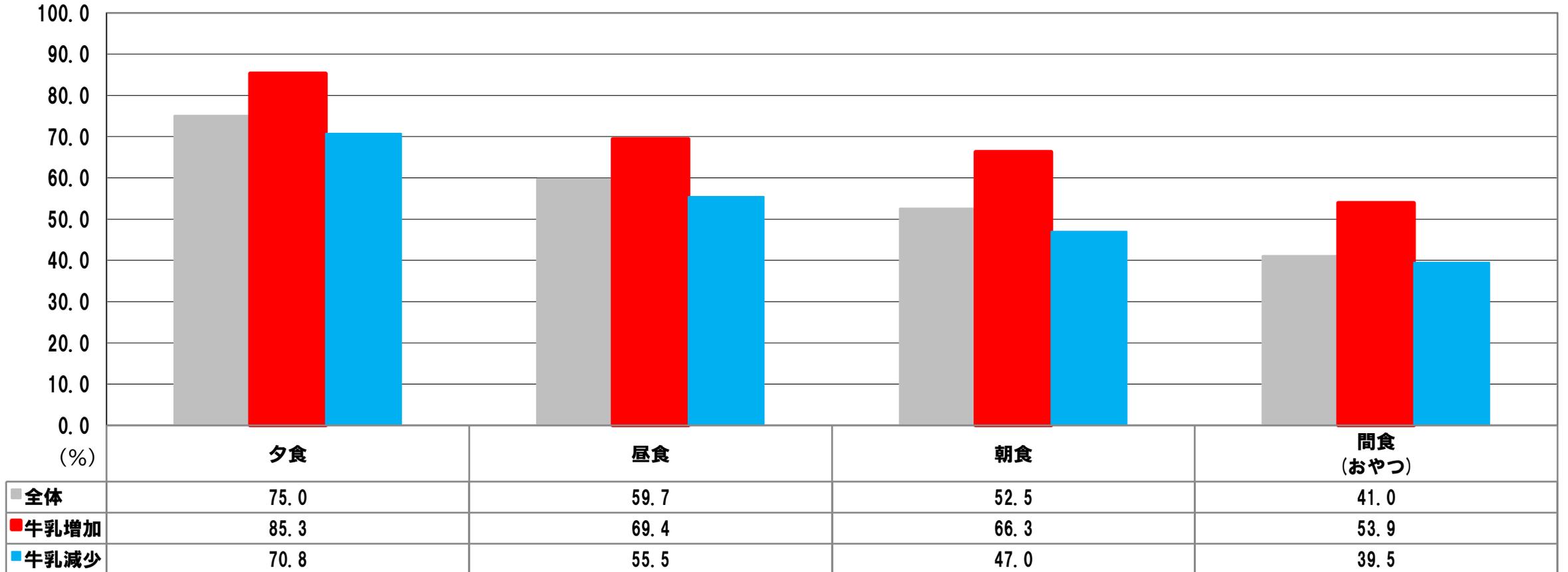
N=全体：10000
牛乳増加：736
牛乳不変：8826
牛乳減少：438



➤ 牛乳の利用・飲用が増えた人は、変わらない人・減った人よりも「家族と一緒に食事を取りたい」気持ち強い。

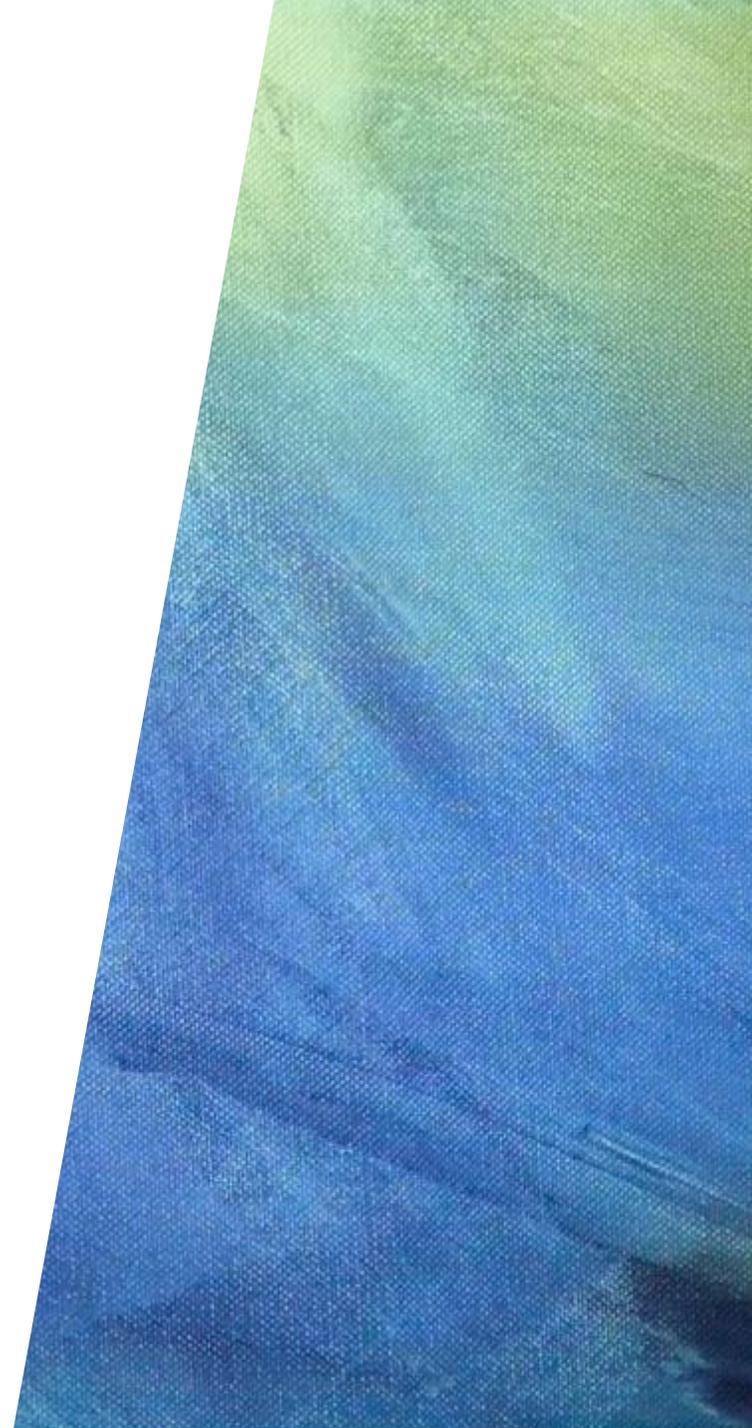
問 この1年で、あなたがご家族と一緒にとったことがある食事をお知らせください。
あなたに当てはまるものをすべてお答えください。

N=全体：10000
牛乳増加：736
牛乳減少：438



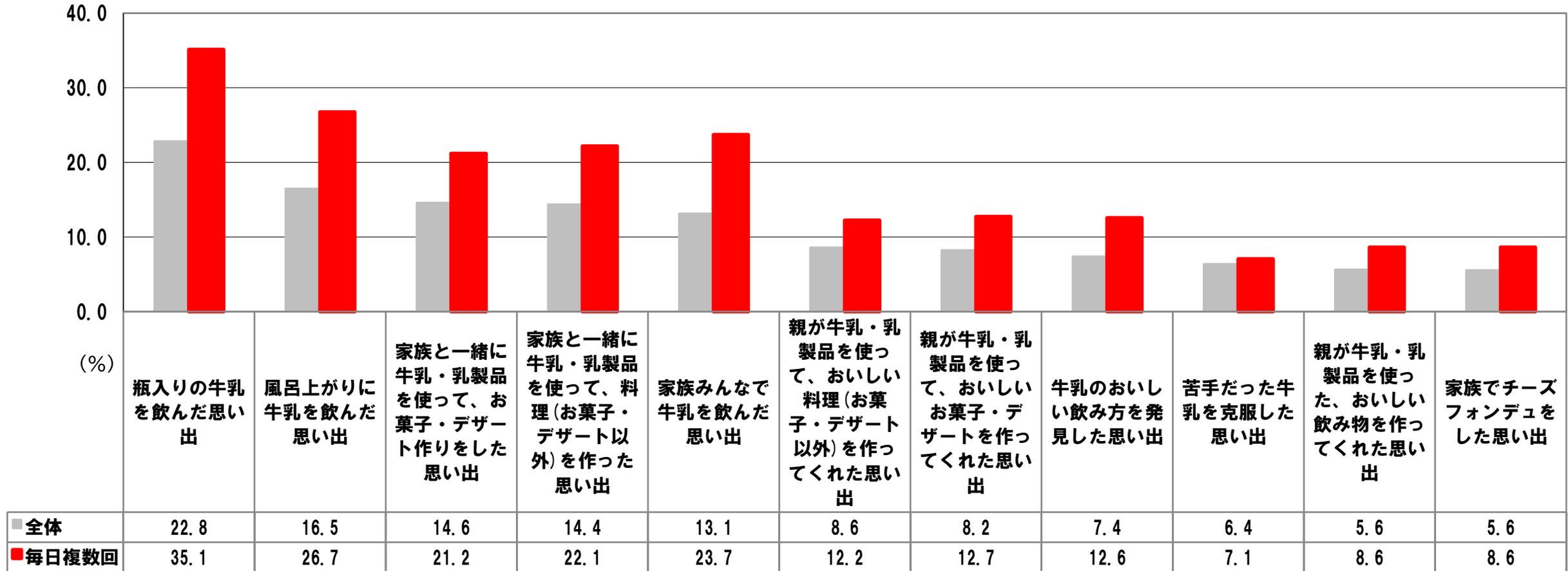
➤ 牛乳の利用・飲用が増えている人は減っている人よりも全ての食事を家族と一緒によく取っており、中でも朝食をとっている。

8. 牛乳乳製品の思い出



問 これまでに、あなたが（家庭内）であったと思う、牛乳乳製品に関する（良い思い出）をお知らせください。

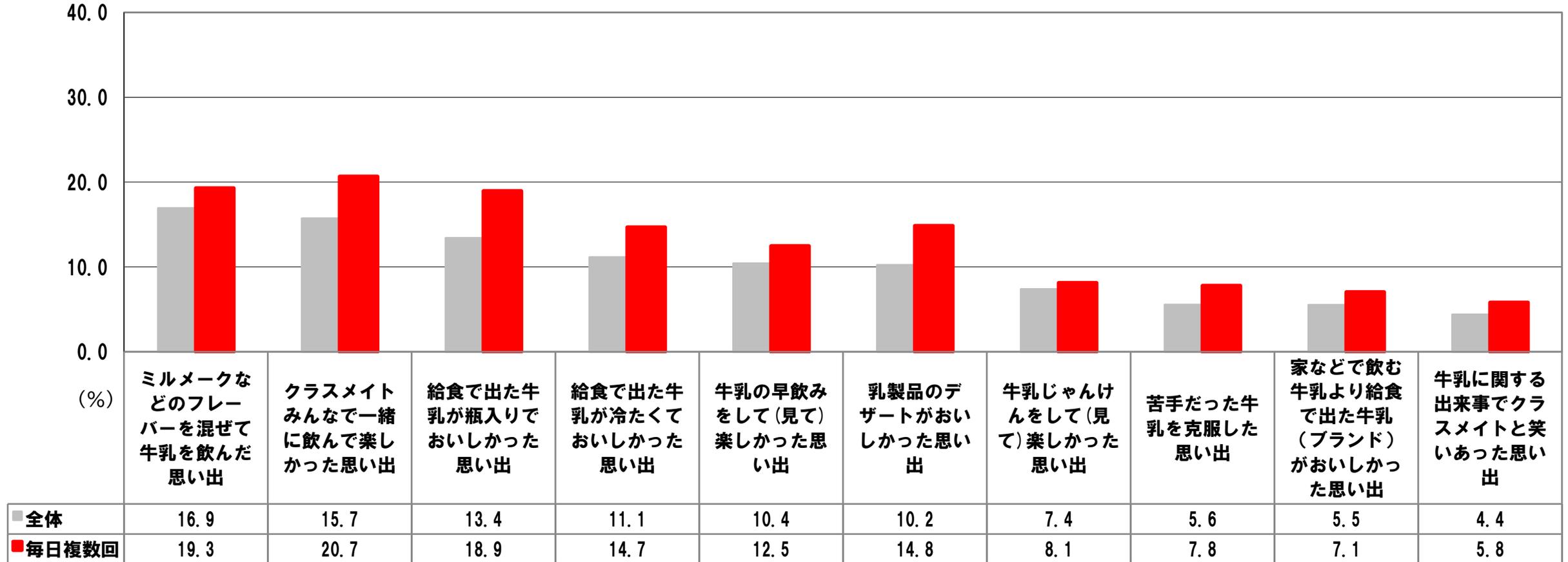
N=全体：10000
毎日複数回：1219



➤ 牛乳乳製品の毎日複数回飲用者は（家庭内）であった思い出として、「瓶入りの牛乳を飲んだ思い出」「家族みんなで牛乳を飲んだ思い出」「風呂上がりに牛乳を飲んだ思い出」が多くなっている。

問 これまでに、あなたが（学校・給食）であったと思う、牛乳乳製品に関する（良い思い出）をお知らせください。

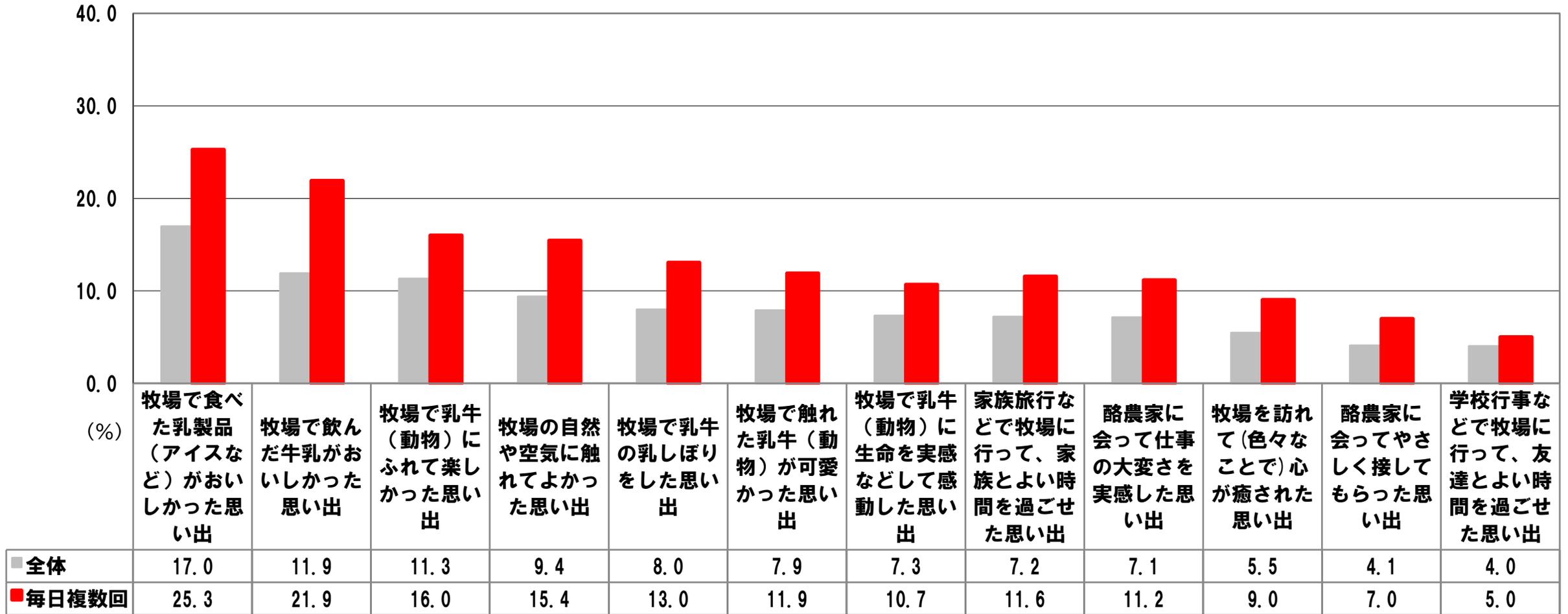
N=全体：10000
毎日複数回：1219



- 牛乳乳製品の毎日複数回飲用者は（学校・給食）であった思い出として、「給食で出た牛乳が瓶入りで美味しかった思い出」「クラスメイトみんなで一緒に飲んで楽しかった思い出」が多くなっている。

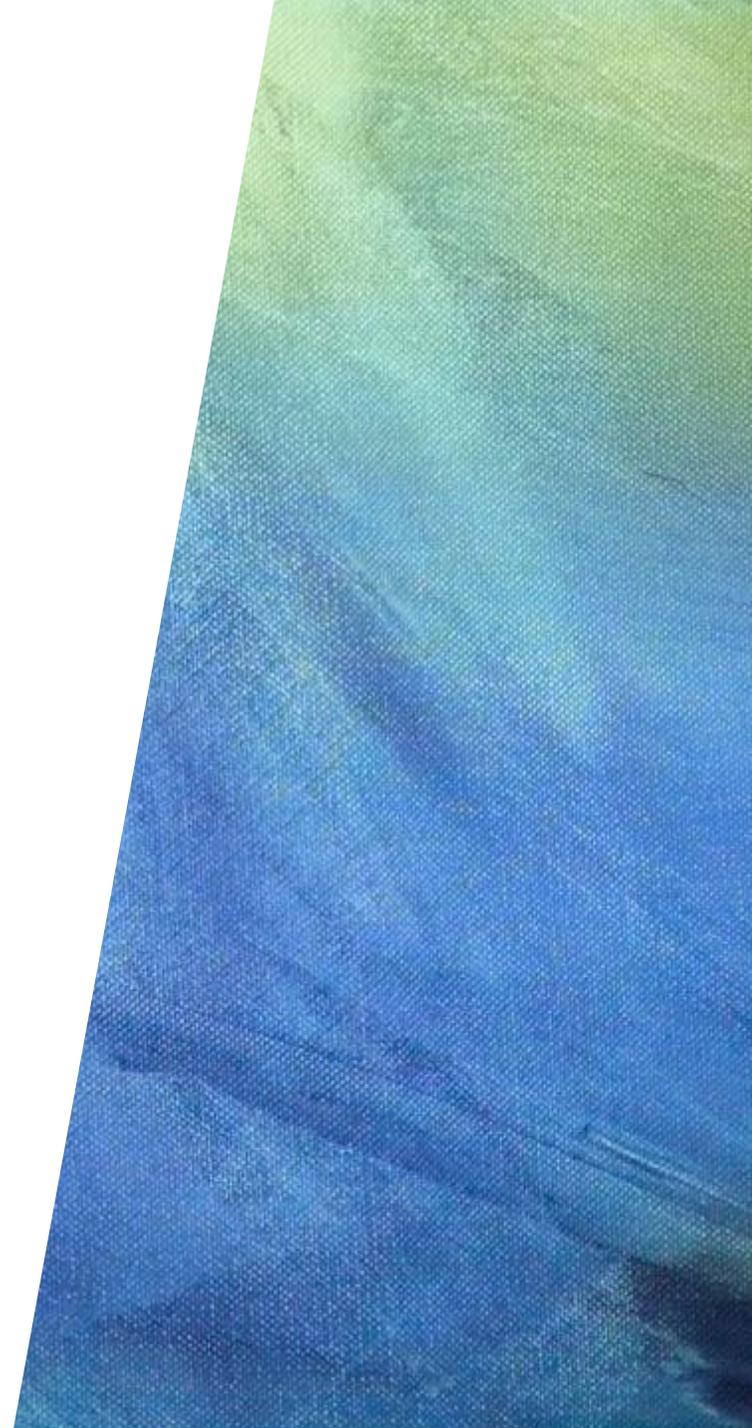
問 これまでに、あなたが（牧場や酪農家）についてあったと思う（良い思い出）をお知らせください。

N=全体：10000
毎日複数回：1219



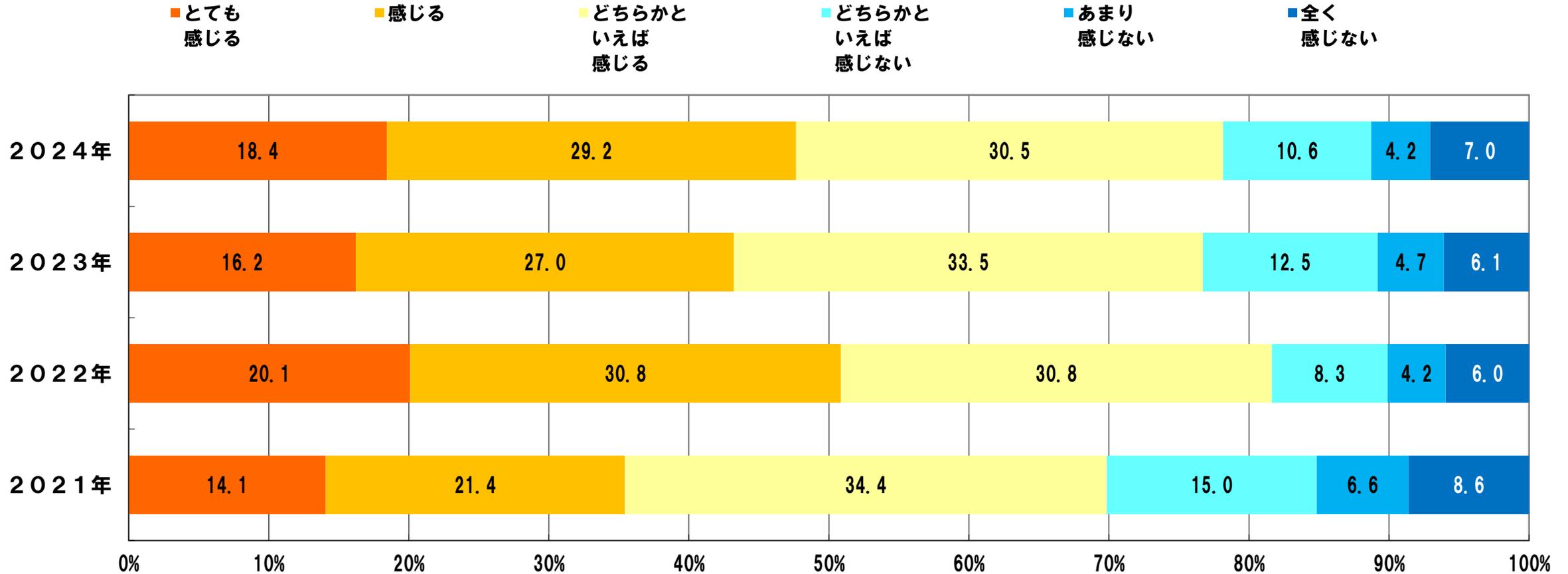
➤ 牛乳の毎日複数回飲用者は（牧場や酪農家）についての思い出として、「牧場で飲んだ牛乳がおいしかった思い出」「牧場で食べた乳製品（アイスなど）がおいしかった思い出」が多くなっている。

9. 酪農家への共感意識



問 あなたは、乳牛を飼い牛乳を生産する「酪農家」について、「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。あなたに最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

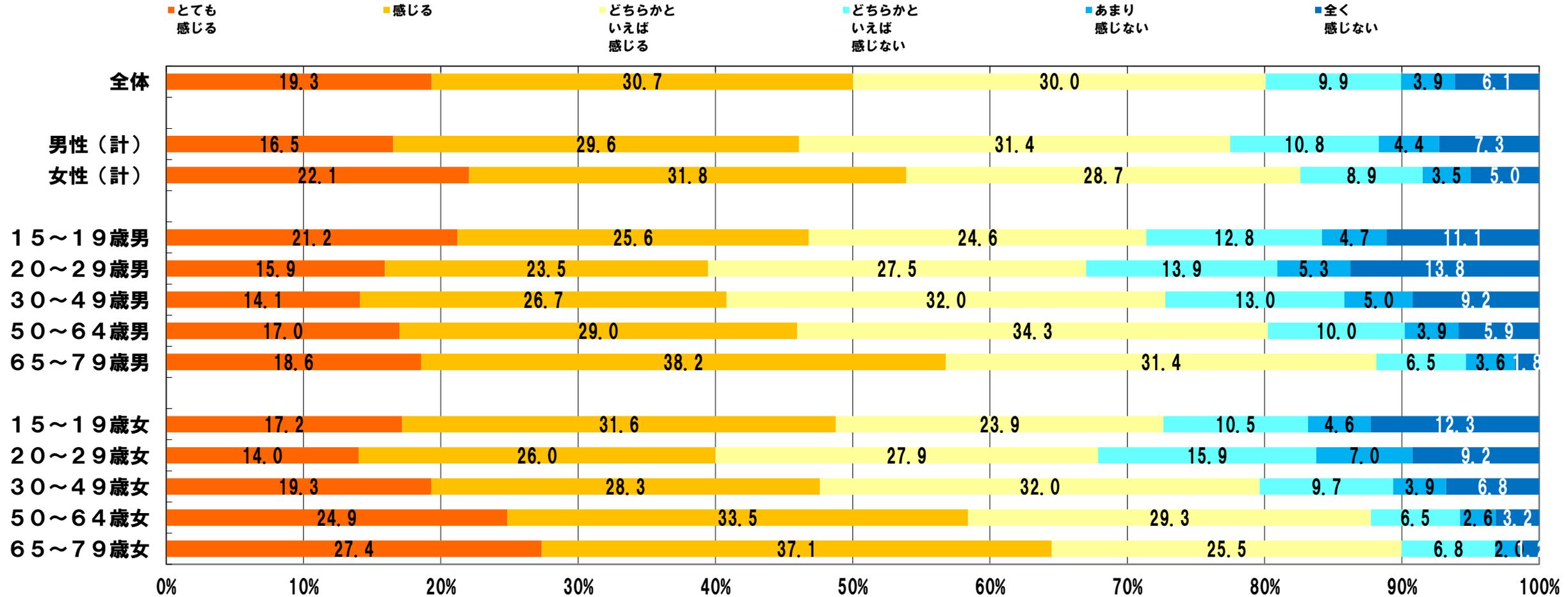
N=2024年：8328
 2023年：10000
 2022年：10000
 2021年：10000



➤ 昨年度低下した酪農家への共感意識が今年はやや伸長した。

問 あなたは、乳牛を飼い牛乳を生産する「酪農家」について、「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。あなたに最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

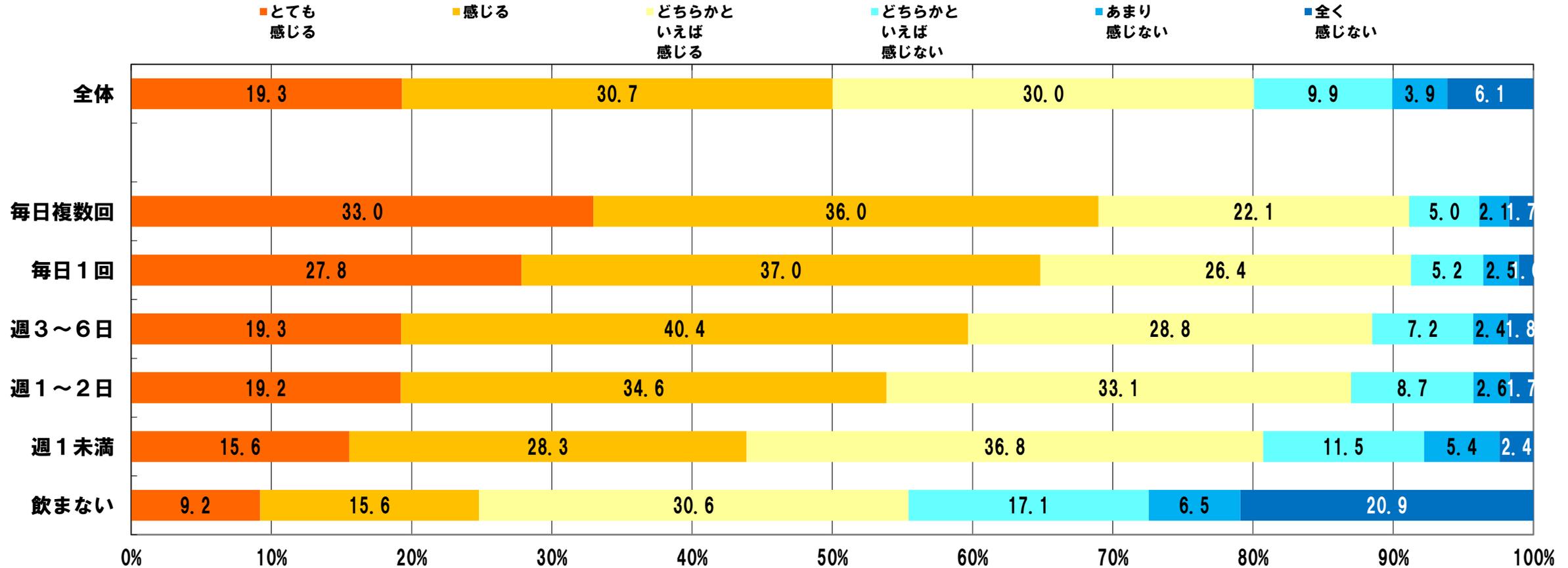
N=10000



- 男性よりも女性の方が酪農家への共感意識が強い。
- 年齢が高い人ほど酪農家への共感意識が強いが、10歳代の共感意識は20歳代よりも強くなっている。

問 あなたは、乳牛を飼い牛乳を生産する「酪農家」について、「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。あなたに最も当てはまるものをひとつだけお答えください。

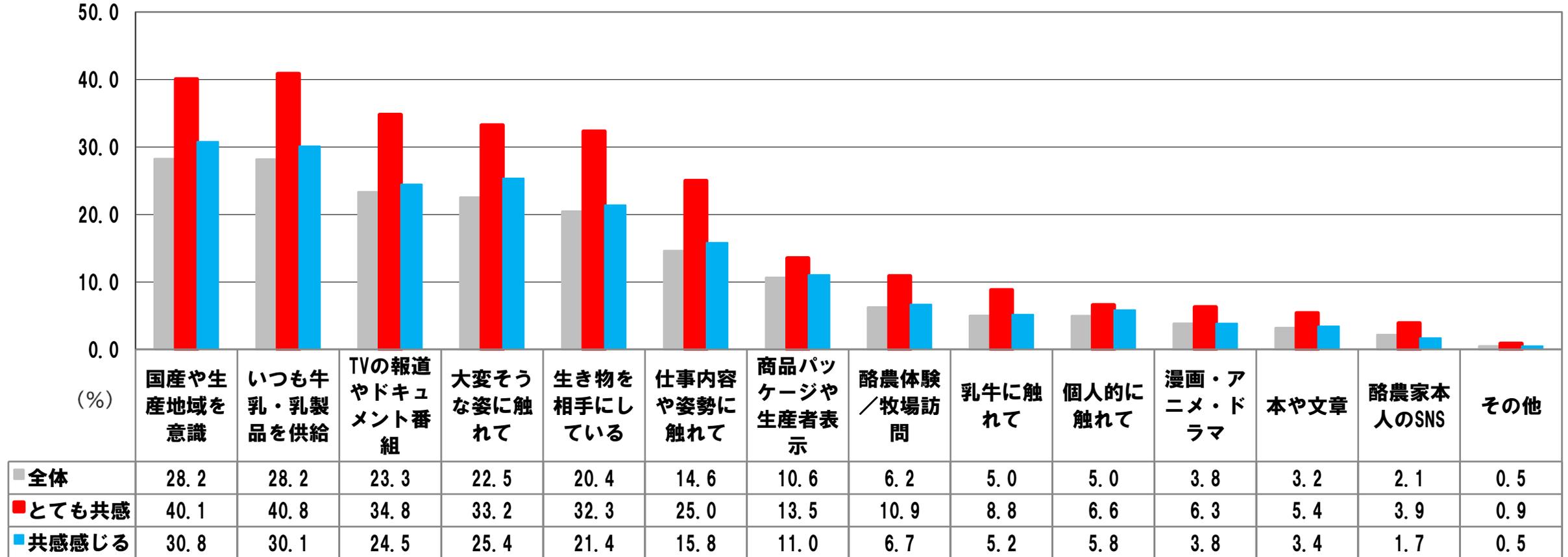
N= 10000



➤ 牛乳の利用・飲用頻度が高い人ほど、酪農家への共感意識が強い。

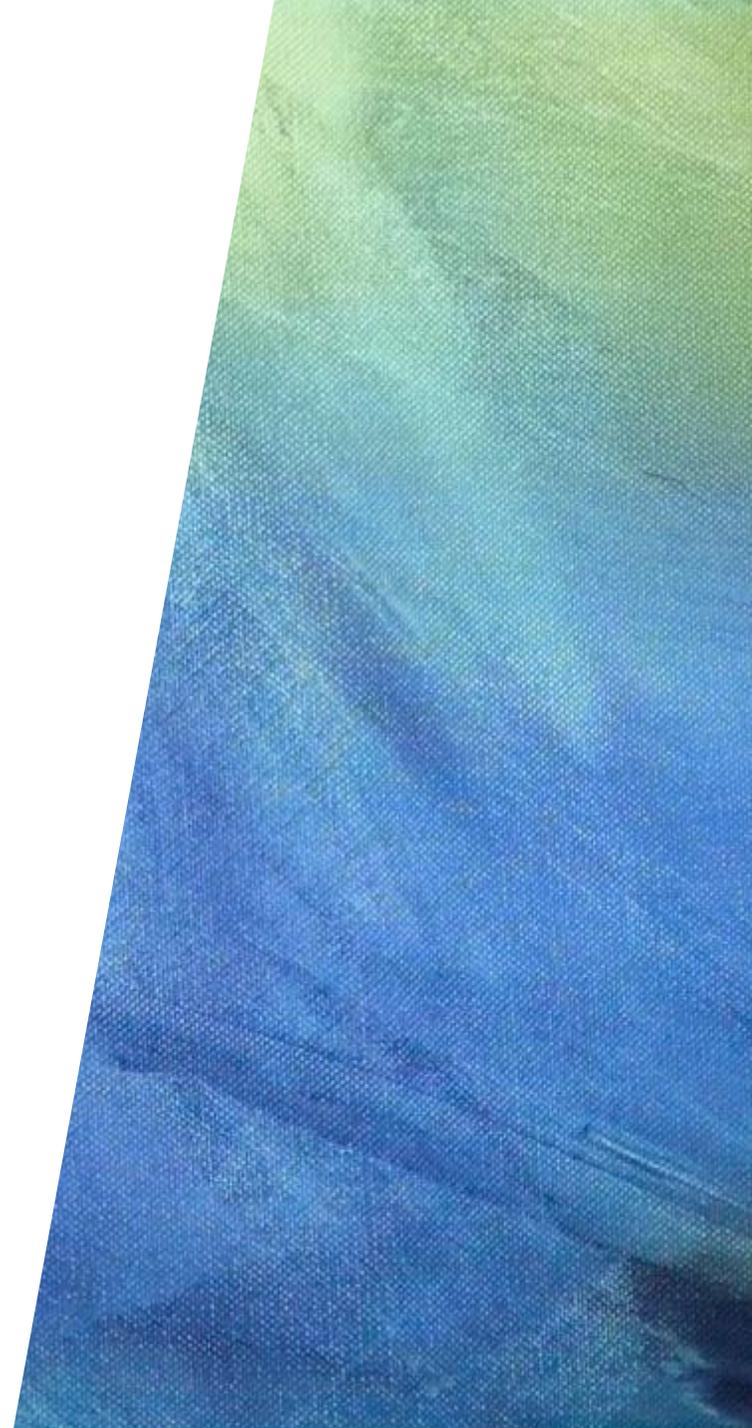
問 あなたが、乳牛を飼い、牛乳を生産する「酪農家」に対して、「誠実さの印象／親しみ／感謝」といった「共感」の気持ちを感じるようになったきっかけや理由をお知らせください。
あなたにあてはまるものをすべてお答えください。

N=全体：8007
とても共感：1932
共感感じる：3071



➤ 酪農家にとても共感している人ほど、共感の理由として「いつも牛乳・乳製品を供給してくれている」「生き物を相手にしている」「国産や生産地域を意識」を強く意識している。

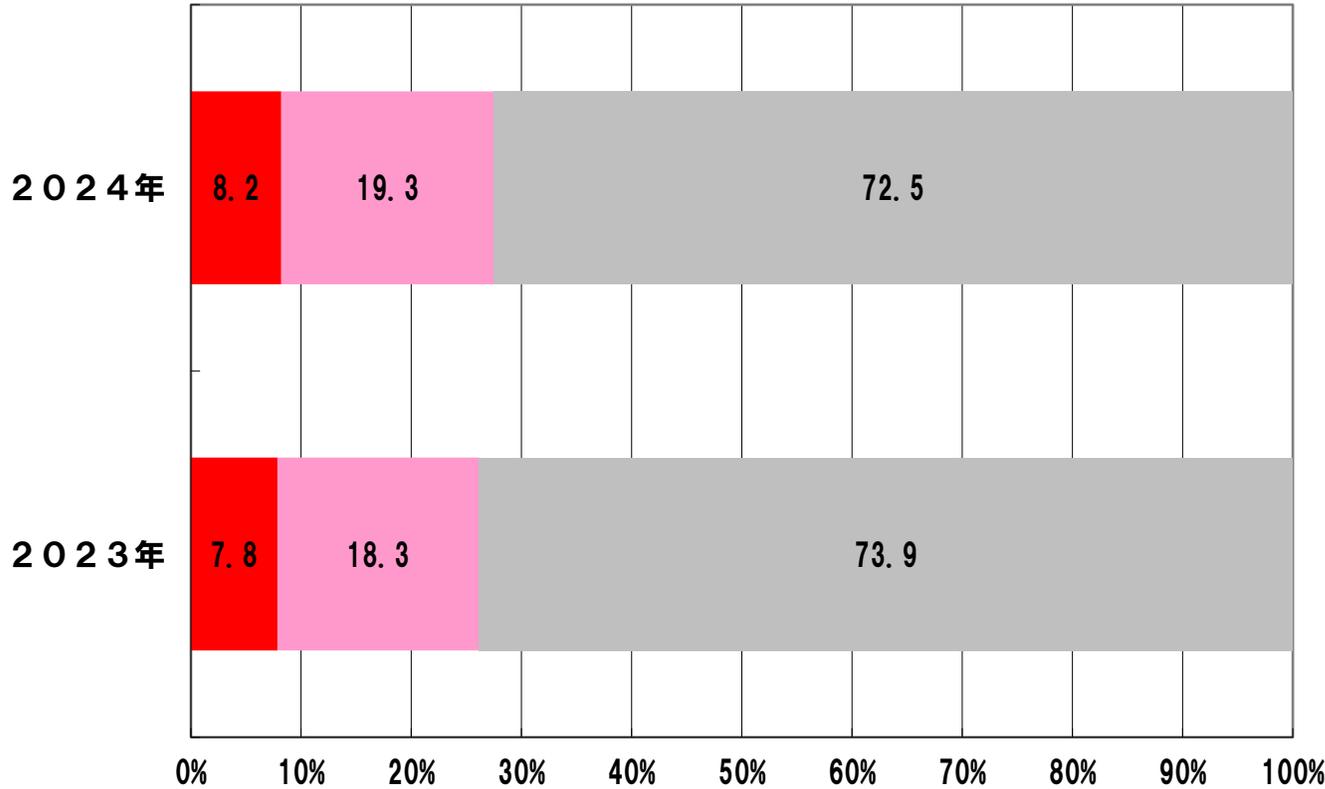
10. 土日ミルク、乳和食、 牛乳の日について



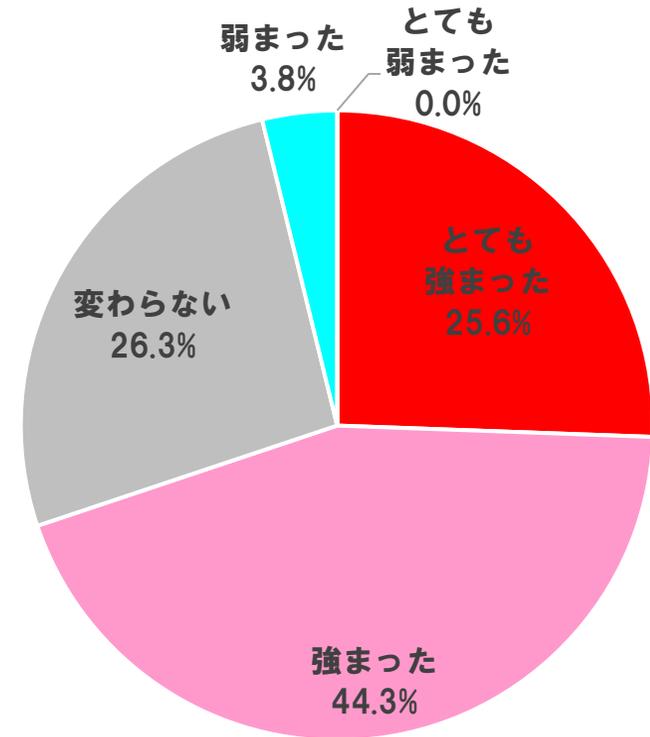
問 あなたは休日の自宅における子供の牛乳利用を勧める「土日ミルク」というキャンペーンをご存じですか。（左図）
 学校給食のない休日に、あなたがお子様に牛乳を飲んで欲しいと思う気持ちに変化しましたか。（右図）

N=2024年：952
 2023年：1224

■ 内容まで知っている ■ (なんとなく)知っている ■ まったく知らなかった



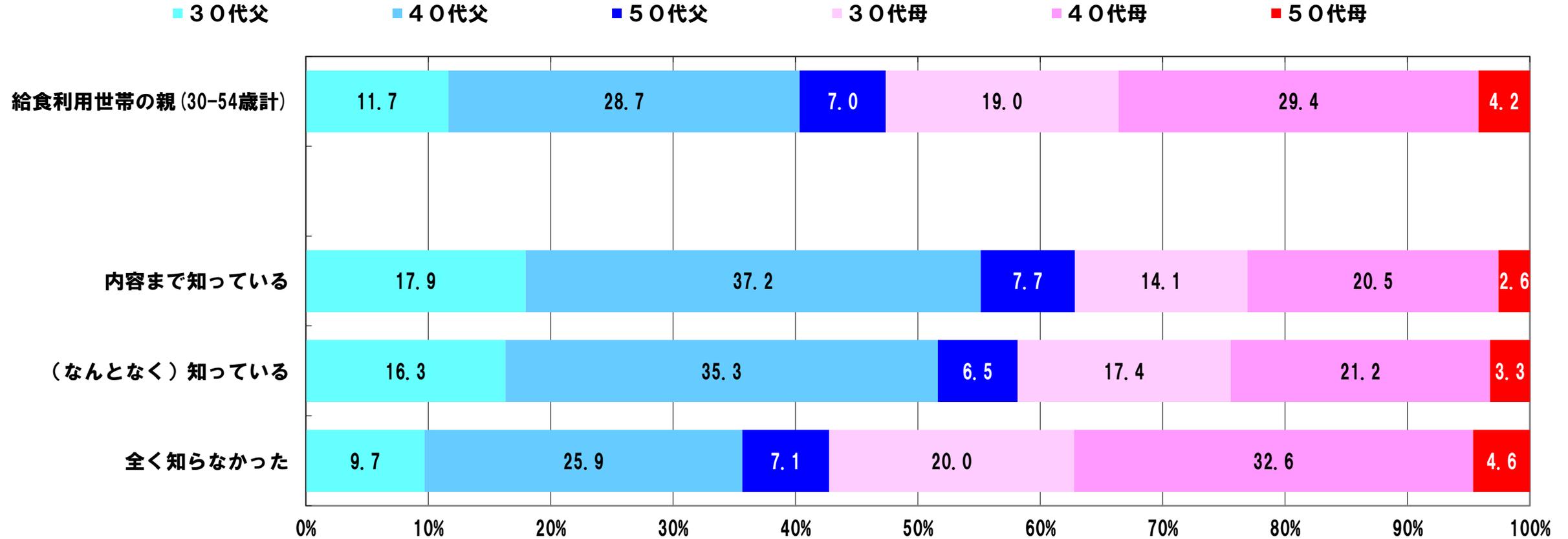
子どもに牛乳を飲んで欲しい気持ちの変化
 (昨年との比較)



- 給食利用世帯の親(30-54歳)の「土日ミルク」認知度は昨年と大きく変わらない。（左図）
- 給食利用世帯の親(30-54歳)の約70%が「土日ミルク」によって、学校給食のない休日の子どもに牛乳を飲んで欲しいという気持ちが高まっている。（右図）

問 あなたは休日に自宅における子どもの牛乳利用を勧める（土日ミルク）というキャンペーンをご存じですか。

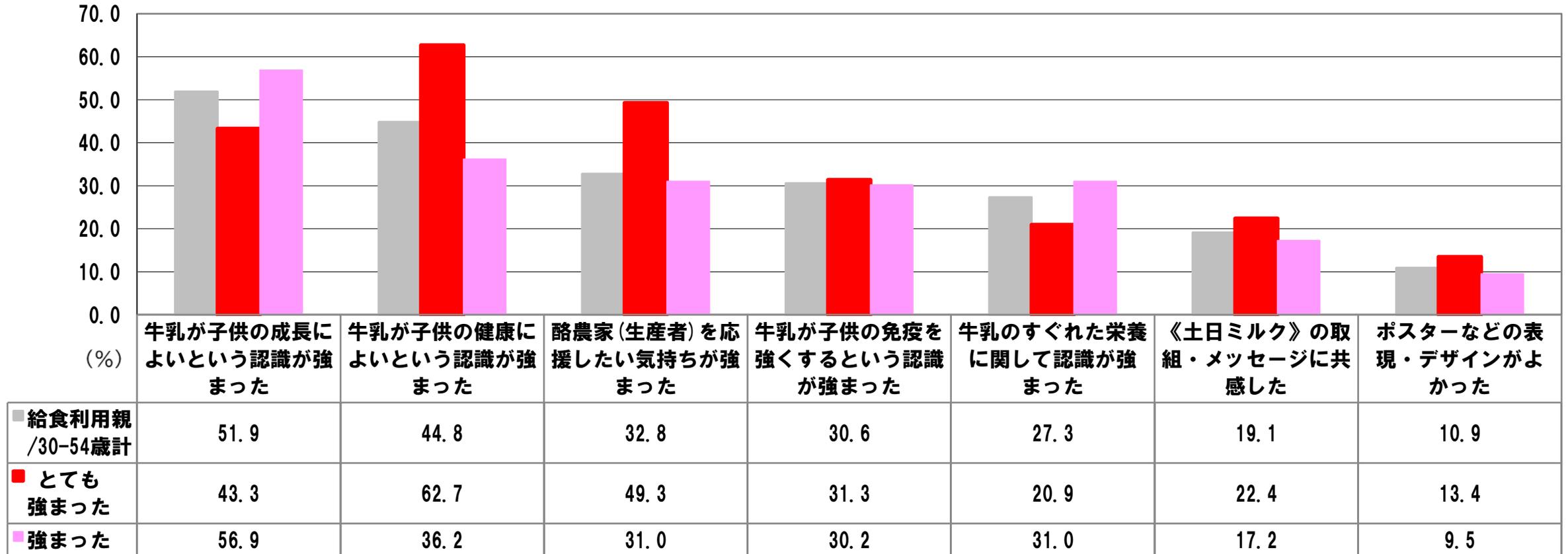
N=給食利用親：952
 内容まで知っている：78
 知っている：184
 全く知らなかった：690



➤ 給食利用世帯の親(30-54歳)は、「土日ミルク」キャンペーンについて、母親より父親の方が内容まで知っている人が多かった。

問 あなたが休日の自宅における子供の牛乳利用を勧める《土日ミルク》というキャンペーンに触れて、学校給食のない休日や長期休暇（夏休みなど）に、あなたがお子様に牛乳を飲んで欲しいと思う気持ちが《強まった》理由や状況についてお知らせください。

N=給食利用親：183
 とても強まった：67
 強まった：116

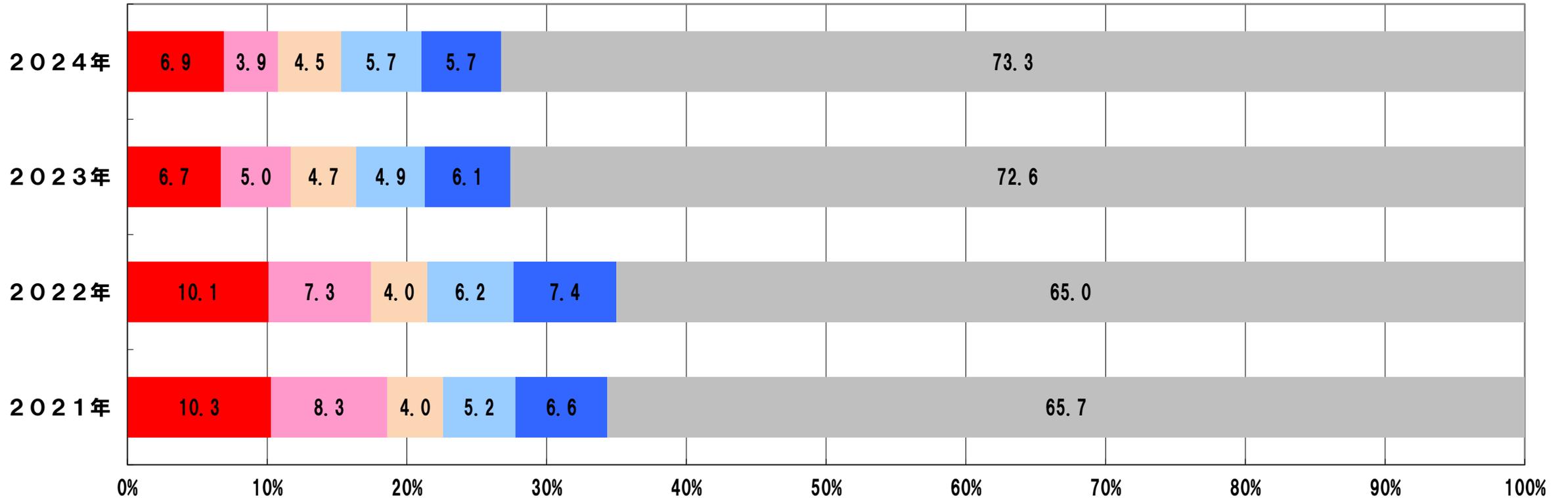


➤ 「土日ミルク」によって、学校給食のない休日の子どもに牛乳を飲んで欲しいと思う気持ちが強まった理由は、「牛乳が子供の健康によいという認識が強まった」「酪農家を応援したい気持ちが強まった」が多くなっている。

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。

N=2024 : 8328
 2023 : 10000
 2022 : 10000
 2021 : 10000

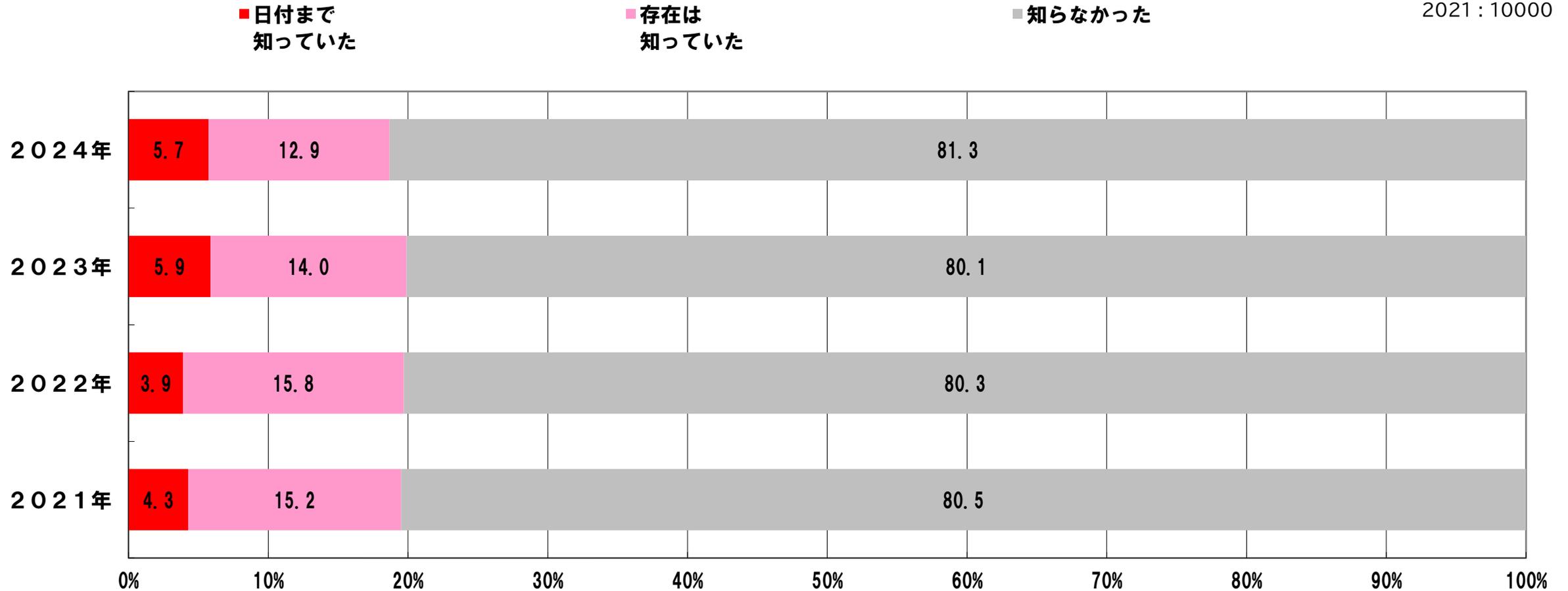
■料理あり 食事あり ■料理なし 食事あり ■料理あり 食事なし ■内容は 認知 ■名前だけ 認知 ■名前も 知らない



➤ 「乳和食」の認知度において、昨年度とほとんど変化はない。

問 あなたはこの調査以前に、「牛乳の日(6月1日)」について、どれくらいご存知でしたか

N=2024 : 8328
2023 : 10000
2022 : 10000
2021 : 10000



➤ 牛乳の日の認知度は、2021年度からほとんど変化はない。



【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 御茶ノ水安田ビル5階
MAIL m-alliance@j-milk.jp



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