

月刊東乳商

第507号

東京都牛乳商業組合 平成21年4月20日
●URL <http://www.tokyo-gyunyuya.com> E-mail tonyusho@forest.ocn.ne.jp
毎月20日発行・定価1部150円 1年1800円(郵便料共)(昭和47年2月22日第3種郵便物認可)

発行所
東京都牛乳商業組合
代表者 渡邊佳三郎
東京都千代田区神田紺屋町29
神田ISビル 〒101-0035
☎(5295)3721(代表)
FAX(5295)3724

乳製品販売顧客管理コンピュータシステム

市乳くん

宅配/卸・ハンディ・本支店間・LAN・EOS・顧客管理

【資料請求はこちらから】 >>>> 0120-5959-92
株式会社オシカワシステム <http://www.oskw.jp>

都内量販店(スーパー)の

牛乳安売りへの対応

公取への不当廉売申告結果報告(平成20年度)

東乳商では昨年10月から公正取引委員会公正競争監視室(以下、「公取」)に独禁法45条第1項に基づき不当廉売の申告を始め、3月末まで毎月1回(10月は2回)、計7回の申告を行った。これらの取組みは組合員の生活を守り、牛乳販売店の商権を守るために行っているものだ。

申告書類は公取に郵送、1〜2ヶ月後に公取から通知書が返送され現在までに4通を受理した。その内容は、「調査の結果、独占禁止法に違反する行為は認められず、措置は採りませんでした。」というものであり、4通とも連続して同一内容だったので、2月24日に渡邊理事長、川井副理事長、事務局で露ヶ関の公取に直接出向き、申告書を手渡しで提出し、商業組合加盟の販売店の窮状を説明し、真剣な対応をお願いした。

愛知県牛乳商業組合でも東乳商と同様に公取への申告を行っており、「独占禁止法違反につながる

平成20年度公正取引委員会価格帯別申告件数

| | 100円台 | 120円台 | 130円台 | 140円台 | 計 |
|------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 10月① | | 4 | 1 | 38 | 43 |
| 10月② | 2 | 4 | 2 | 109 | 117 |
| 11月 | 1 | | 1 | 64 | 66 |
| 12月 | 14 | | 1 | 66 | 81 |
| 1月 | 7 | | 3 | 28 | 38 |
| 2月 | 3 | | 1 | 37 | 41 |
| 3月 | | | | 16 | 16 |
| 計 | 27 | 8 | 9 | 358 | 402 |

※チラシ1枚1件でカウント

3月7日、世田谷4支部新年会及び 山手ブロック会開催

組織再編の結果、世田谷4支部が統合

3月7日(土)18時から二子玉川「二子寿司」において世田谷4支部新年会、及び山手ブロック会が開催された。東乳商では組織のスリム化を目的に1区1支部体制への再編を進めているが、世田谷区についても従来の4支部を「世田谷支部」として1本化、新体制での役員を会議の席上で決定した。

理事/ブロック長・田村寿雄(明治)、理事・相田勝(小岩井)、理事・小野恒美(明治)、総代/支部長・高橋達三(メグミルク)、総代/副支部長・関根信綱(コーシン)、
総代/副支部長・木村捷(森永)、総代/副支部長・小清水俊雄(明治)、総代/副支部長/山本阿佐一(明治)
なお会議は22名(明治8名、メグミルク9名、森永3名、小



東乳商事務局長交代

東乳商の事務局長として3年10ヶ月間、活躍された平島洋さんが平成21年3月31日をもって退職されました。在職中はその温厚な人柄で各販売店の皆様ともコミュニケーションをよくとっておられました。後任として小沢博史が3月2日から勤務をしています。

東乳商理事支部長会及び 総代会のお知らせ

20年度の決算及び21年度の事業計画に係わる
決算理事会、通常総代会の日程が下記のとおり決定しました。該当者の方は出席をお願いします。

1 理事支部長会(決算理事会)
日時 5月9日(土)午後5時30分
会場 東京都しごとセンター(飯田橋)五階セミナー室
審議事項 総代会提出議案書の審議

2 第48回通常総代会
日時 5月23日(土)午後5時
会場 弘済会館(麹町)
出席者 総代、理事、支部長
(招集通知は4月下旬発送予定)

※招集通知書は4/24発送予定、出欠のご返事(欠席の場合は委任状)は5/1までお願いします。

東乳商組合員の計報 読んで

「ご冥福をお祈りいたします。」
日野多摩支部(稲城市)
メイトー牛乳 多摩川社販売店
(代表者) 鈴木 雄一郎 殿
平成21年3月16日永眠 享年73歳

改善協版

関東甲信越ブロック会議実施

平成二十年度関東甲信越ブロック会議が三月廿七(土)十五時より十七時まで東京御茶ノ水・ホテル警察において行われた。参加は各県正副会長で会長は栃木県天谷会長以下茨城県峯会長、群馬県深沢会長、埼玉県小泉会長、千葉県渋谷会長、東京都依田会長、神奈川県長谷川会長、山梨県吉原会長、長野県松野会長、新潟県野村会長、そして東京都の副会長でもある東乳商渡邊理事長も夫々出席された。まず村田ブロック長から値上げ問題のさなか御出席を頂き御礼申し上げます。改善協会事業も今事業を持って二十年最後の行事となりましたが、諸事業にきちんと取り組んで頂きご苦労様でした。これから所事業について意見交換をしていただきますが、その後値上げに関する情報交換もしたいと考えます。との挨拶で始められた。

まず山口事務局長から、各地域ごとの事業実施報告一覧表が配られ、それに基づいて話を進める事になった。

消費者アンケートについては、全地域で取り組んでおり、百五十万枚が配られた。販売拡張方策検討会については、十地区中六地区が

いた。その時の会長・局長の意欲にもよるのか。手の届かないレベルでは無くて四五百本の目線でやれないものか。

値上げについて。この再値上げについてはできない。このまゝに環境整備が必要だ。九八円牛乳も出ている。これからは調整牛乳の競争に入る。脂肪一・二%、二・五%、@一二八円。関東にも来ている。発酵乳の転用でメーカーは安く作れる。とにかく今回の値上げはメーカーのライニングである。いずれにしても今後自分の身は自分で守らねばならない。知恵と工夫と元気でやっつけて行かないか。等々と自由闊達な意見交換が行われて会議を終了した。(以上会議内容抜粋)



後継者育成研修会等、ブロックでは栃木県のみであった。これは宿泊研修会であるが、泊まらなくても良いのではとの意見も。

優良事例発表会事業は、千葉も栃木も参加無し。段々ハイドルが高くなった。宅配で百%はあり得ない。参加店は減ってきているが、今回山梨が五店参加して

都普協版

2008年度牛乳乳製品の消費動向に関する調査報告(2)

(三) 白もの牛乳類の飲用を阻害する要因

牛乳を飲まない理由は「牛乳は飲むとお腹の調子が悪くなる」が4割弱、

飲用量が減少した、あるいはもともとお腹の調子が悪くなる、牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなる、が当てはまる人が最も多く37パーセントとなっています。

「牛乳は飲んだあと口に残る(32パーセント)」、「牛乳は味にくせがある(29パーセント)」、「牛乳のにおいが嫌い(28パーセント)」、「も3割前後で飲まない理由となっています。

減少した人へみると、「牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなる」が最も多く、「あてはまる」+「ややあてはまる」が27パーセントで最も多く、ついで「牛乳は持ち歩けない」25パーセント、「牛乳は飲んだあと口に残る」が23パーセントの順に多くなっています。

(四) 白もの牛乳類の購入実態

白もの牛乳類の購入頻度は週に2〜3回くらいが4割強、

白もの牛乳類を「ほぼ毎日」買う人は2割弱、「週に2〜3回くらい」買うという人は4割強で、「週に1回くらい」以上買う人は8割強にのぼります。

2006年と比べるとこの割合は5ポイント以上の増加となっています。

ふだん購入する飲み物・乳製品は、「白もの牛乳類」が全体の66パーセントで最も多く、「無糖のお茶飲料」が56パーセントでこれに続きます。

男女別にみると、女性はほとんどの飲み物・乳製品で男性を上回っていますが、「白もの牛乳類」、「ヨーグルト」では圧倒的な差となっています。男性は「コーヒー」、「スポーツ飲料」、「炭酸」、「栄養・機能性飲料」

(五) 白もの牛乳類の価格の値上がりについての認識

牛乳が値上がりしたと感じない人が3割強、

牛乳が値上がりしたと感じる価格をきいたところ、「値上がりしたとは思っていない」人が全体の34パーセントをしめています。値上がりしたと感じる人では、「10円くらい」3割弱で最も多く、「20円くらい」が2割弱みられます。

値上がりしたことによる行動では、値上がりしたと感じる人の66パーセントが「これまでと変わらない」としていますが、23パーセントは「購入牛乳の銘柄を安いものに変えた」と答えています。また、「牛乳以外の飲み物を購入し代用している」人では、4割強が「野菜ジュース」を購入しています。

(六) 白もの牛乳類のベネフィットについての認識

牛乳の「カルシウム」はベネフィットとしての認識、ニーズが高い。

「白もの牛乳類」に関してこの半年に見聞きしたものは、「カルシウムやたんぱく質など体に必要な栄養素がバランス良く含まれている」が6割強で最も多く、「そういうよいことがあるなら飲んでよい牛乳」では、「牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨を丈夫にする成分が含まれている」が4割強で最も多く含まれています。

総じて、カルシウムに関連するベネフィットを見聞きし、ニーズが高い様子がうかがえます。一方、「牛乳は血糖値の上昇がゆるやかなので、ダイエット効果がある」を見聞きした人は4パーセントにすぎませんが、3割程度の人の飲んでもよいとしており、注目値します。

(七) 乳製品の飲食実態と意識

1 ヨーグルトの飲食頻度とタイプ

ヨーグルトを毎日飲食する人は15パーセント、

ヨーグルトの飲食頻度は、「毎日食べたり飲んだりする」が15パーセントで、「週に1〜2日」以上ヨーグルトを食べたり飲んだりする人の割合は5割り強となっています。

2007年と比較すると、ヨーグルトを「週に1〜2日」以上飲食する人の割合は微減となっています。

タイプ別では、「加糖ヨーグルト」を食べる人が2007年に比べて2ポイントほど減少していますが、「プレーンヨーグルト」、「果肉フルーツ入りヨーグルト」、「ドリンクヨーグルト」を飲食する人の割合に、ほとんど変化はみられません。

2 1日あたりのヨーグルトの飲食量

ヨーグルトの飲食量が多いのは女性の40代以上、中学生以上の人のうちヨーグルトの1日あたりの平均飲食量は35グラムです。女性の1日当たりの平均飲食量は41グラムと男性29グラムを上回っています。ヨーグルトの飲食量が多いのは女性の40代以上の層で、1日あたり平均44〜45グラム食べています。2007年に比べ、女性ではどの層でも飲食量が減っており、女性全体の平均飲食量を減少させています。

3 「3-A-Day」への関心度

「3-A-Day」を実践してみようと思う人は7割強、

「3-A-Day」についての説明文を読んでもらい、認知度や実践状況を聞いたところ、認知度は3年で微増となっています。ふだんの食生活で、「毎日心がけている」という人は1割ほどで、この3年で大きな変化はみられません。「3-A-Day」を実践してみようと思うかどうかについては、「とても思う」「まあ思う」「合わせて7割強を占める割合もありません。3年で大きな変化はありません。「3-A-Day」のロゴマークをみたことがある人は全体の1割強ですが、「テレビ」、「パンフレット・小冊子」で見た人が2007年より5〜6ポイント増えています。一方、「牛乳・乳製品のパッケージ」では3ポイント減となっています。

4 「ミルクって、サブリかも。」の認知度

「ミルクって、サブリかも。」を見たことがある人は6パーセント、

「ミルクって、サブリかも。」の広告について、画像を見てもらい、認知度および認知経路を聞いたところ、「見たことがある」人は全体の6パーセントでした。見たことのある人のうち5割近くが「新聞」で見えています。3割強は「雑誌」で見えています。

5 牛乳・乳製品に関連のある用語の認知度

「骨粗しょう症」の認知度は97パーセント、

6 割以上の人が内容まで知っているのは「骨粗しょう症」、「体脂肪」、「生活習慣病」、「骨密度」、「メタボリック症候群」の5項目となっています。

見聞きした程度まで含めた認知レベルで見ると、「骨粗しょう症」、「体脂肪」、「生活習慣病」の認知度は95パーセントを超えています。また、「骨密度」の認知度も9割をこえています。2007年に認知度が前年比38ポイント増となった「メタボリック症候群」は2008年も5ポイントほど上昇しています。

(八) いろいろな飲み物と牛乳

ふだんよく飲む飲み物は「無糖のお茶飲料」に次いで「牛乳」「コーヒー」。

ふだんよく飲む飲み物をいくつかあげてもらった中で最も多いのは「無糖のお茶飲料」の65パーセントでした。次いで、「白もの牛乳類」57パーセント、「コーヒー」が55パーセントで続いています。

ふだんよく飲む飲み物の中から最もよく飲むものを一つだけ選んでもらった結果では、「無糖のお茶飲料」4割強、「コーヒー」2割強、「白もの牛乳類」2割弱となっています。ふだんよく飲む飲み物については、2008年は前年と比べ、「無糖のお茶飲料」「コーヒー」、「色もの牛乳類」5〜9ポイントの減少がみられ、逆に、「白もの牛乳類」では5ポイントの増加となりました。