

月刊東乳商

第523号

東京都牛乳商業組合 平成22年8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

乳製品宅配管理システム

市乳くん

お求めやすい
価格に
なりました

お問い合わせ、資料請求は

0120-5959-92

株式会社オシカワシステム <http://www.oskw.jp>

平成21年度 「牛乳販売店消費者ニーズ」 把握実態調査事業」調査結果報告②

先月に引き続きアンケート結果を報告する。

4 流通活性化と需要拡大に向けて

(1) 購入金額の増額

宅配店からの現在の購入金額(全商品)と利用上限額の意向額を比較すると、1ヶ月あたり「2、500円以上5、000円未満」の低金額で上限額の方が3ポイント多く、「7、000円以上」の高金額で4ポイント少なく、金額縮小の可能性がある。

平均金額に換算すると、現状の「4、214円」から「4、103円」へと上限意向金額が現状の金額よりも初めて低く(マイナス111円)なった。

時系列で上限意向金額の平均金額をみると、07年からは240円低下している。

(2) 購入商品の拡大

現在の購入商品と今後の意向を比較すると「普通牛乳」が現在の42%から意向33%と9ポイント縮小の見込みとなっている。昨年度は7ポイント縮小の見込みで、実際に今年度は6ポイント縮小したため、来年度も更なる縮小の確度は高いと推測される。

今後の意向の方が大きいのは、「食べるヨーグルト」「飲むヨーグルト」などである。

(3) 宅配家庭内でのユーザー拡大

同居者がいる世帯のうち、「同居者全員が宅配牛乳を飲んでいない」のは53%で、昨年と比較して2ポイント減少している。

一方、「全員が宅配牛乳を飲んでいない」のは38%に留まる。複数世帯ユーザーのうち過半数の世帯に拡大チャンスがあると言える。

飲んでいない同居者は、「30〜59

歳」が42%、「60歳以上」が40%と多く、大人が飲んでいない。

(2) 非飲用理由からみたアプローチ方向

同居者が牛乳を飲用しない理由をみると、「牛乳を嫌いだから」「牛乳がお腹にあわないから」などの、牛乳の製品上のいづれかの要因となっているのが53%であった。

「スーパードライなどの店で買った牛乳を飲んでいないから」「全員が飲める量を注文していないから」「経済的に余裕がないから」などチャネルまたは経済上のいづれかの要因となっているのが33%であった。

牛乳の製品改良により嗜好(牛乳嫌い)へアプローチする方向性も有効であると思われる。

(4) 宅配牛乳店ユーザーの維持・拡大

① 宅配機能・サービスアプローチ

主に宅配機能・サービス面で今後望む事をみると、「色々な商品を期間限定で試し買いをしたい」「配達時及び宅配ボックスの温度管理を徹底してほしい」「一人暮らしのお年寄りのお宅で安否確認をして欲しい」が上位にあげられた。

宅配を「満足でない」と回答した人で要望が高いものに着目すると、「温度管理の徹底」「宅配ボックスの清掃」「いつでも商品の追加・変更」「配達時刻の指定」があげられており、宅配品質と利用にあたっての柔軟性の向上が求められている。

② 鮮度価値アプローチ

牛乳を開栓してから、風味や鮮度を冷蔵保存できると思う日数と、実際に宅配牛乳を飲みきる日数を比較すると、200cc以下の容量ユーザーでは思う日数よりも早く飲み切っているユーザーが多い。500cc以上では両

者はほぼ同等となっているが、2日かけているユーザーが多い。

(3) 環境意識アプローチ

紙パックと瓶の使い勝手を比較すると、紙パックが50%、紙パック派が28%と、紙パック派の方が多かった。同様に環境負荷についても紙パック派が67%、紙パック派が12%と紙パック派を支持する人の方が多かった。

瓶の優位性は事実をもとに情報として作り込み。宅配容器の価値として訴求していくアプローチする方向性も有効であると思われる。

(2) 軽量リターナブル瓶の認知と評価

軽量リターナブル瓶の認知は29%に留まった。内容説明のうえでの魅力度評価は「魅力的である」が58%であった。

(3) 軽量リターナブル瓶の支持容

器別評価
瓶と紙とどちらが環境負荷が軽いと思うかによって、軽量リターナブル瓶の魅力度が異なった。「紙パックの方が環境に優しい」と思うユーザーの魅力度は44%に対して、「瓶の方が環境に優しい」と思うユーザーの魅力度は66%であった。

瓶の優位性と合わせて、軽量リターナブル瓶を訴求する事で理解と魅力が高まると推測される。

(次号につづく)

平成22年度東乳商研修日程決定

今年度も中小企業診断士の佐藤卓先生に講師をお願いし、次の通りの日程で研修会を開催します。

・平成22年10月9日(土) 多摩1・3ブロック
立川市市民会館(アミュー立川)

・平成22年11月6日(土) 城西、城北ブロック
会場未定

・平成22年11月20日(土) 城南、山手ブロック
玉川区民会館

・平成23年2月19日(土) 城東、中央ブロック
タワーホール船堀

詳細は各ブロック別に開催1ヶ月前に往復ハガキにてご案内致します。

業界動向

低価格で人気の加工乳の
需要が大幅増加

需要が大幅増加

「第3の牛乳」と呼ばれる加工乳の消費が伸びている。農林水産省公表の8月のデータによると、平成22年4〜6月の牛乳の生産量は前年同期比で3・5%減、成分調整牛乳は5・6%減と減少しているが、加工乳は36・0%と大きく生産量が伸びている。加工乳が安いのは主要な原材料が脱脂粉乳などのためだが、ビールなどに続く「第3の商品」として加工乳が今後、消費者に認知されその需要が更に伸びることになると、宅配業界にとっても影響が大きくなることも予測されるので、動向を注目していきたい。

以下に「酪農乳業速報」の加工乳に関する記事を紹介する。

加工乳の売れ行きが絶好調だ。牛乳や成分調整牛乳に似た味で、価格が相対的に安いことから、消費者の支持を集めている。主要な原材料が脱脂粉乳などで、乳製品の過剰在庫解消につながる期待もある。ただ成分調整牛乳から加工乳に需要がシフトしているだけだとの見方もあり、飲用向け生乳の需要低下や酪農家の乳価下落を招く恐れもあり、加工乳の大幅増は手放しで歓迎できない側面もある。

農水省の牛乳乳製品統計によると、加工乳の需要が向上し出したのは昨年夏から。以来、増加傾向を続け、09年度の生産量(消費量に相当)は210万tで9%増と、統計が今の形になった03年度以降、初めて前年を上回った。直近の今年5月は40%の大幅増となっている。

絶好調の要因は価格の安さ。日本酪農乳業協会(Jミルク)がホームページで公開する牛乳類販売速報(インテージ社の全国推計調査)によると、加工乳の販売単価は1ℓ当たり144円で牛乳より35円、割安感で消費を伸ばした成分調整牛乳に比べても20円安い。景気悪化で財布の紐が固い消費者

には魅力的だ。しかも、味は牛乳や成分調整牛乳に似た商品が多い。分離クリーム処理がネックで成分調整牛乳を製造できない乳業が、成分調整牛乳と似た低脂肪タイプの加工乳で対抗しているためだ。分離クリームを使用し、牛乳に似た味の加工乳を投入している乳業もある。

ただ飲用牛乳全体(牛乳、成分調整牛乳、加工乳)の消費は引き続き低迷しているため、加工乳の増加は成分調整牛乳からのシフトと見られている。酪農乳業関係者は「価格の安さを理由に、昨年度は牛乳から成分調整牛乳に需要が流れた。今年度はそれと同じことが成分調整牛乳と加工乳との間で起きている。飲用牛乳市場でのカニバリ(共食い現象)だ」と話す。

生乳100%の成分調整牛乳と異なり、加工乳は乳製品の使用割合が高い。在庫が過剰な脱脂粉乳やバターが必要拡大が期待できる反面、飲用向け生乳の需要低下やプール乳価の下落につながる恐れがある。また、インテージ社の調査によると、加工乳の販売本数は6月以降、伸び率が鈍化しており、直近・7月第2週(12・18日)は前年比2%増と落ち着きを見せている。加工乳増加の影響を見極めるには、もうしばらく時間がかかりそうだ。

(2010年7月26日付)

「日刊酪農乳業速報」より

東乳商組合員の訃報

謹んでご冥福をお祈り申し上げます。

- ◆調布支部 森永牛乳(株)アイ・ミルクイー
- ◆代表取締役 牛尾田 建一様 ご母堂 綾子様
- ◆平成22年7月24日 永眠 享年94歳

- ◆港支部 明治牛乳 高輪販売店
- ◆店主 方 暹一郎様
- ◆平成22年8月 7日 永眠 享年76歳



都普協版

骨の健康にまつわる最新研究

「もつと骨のためにできること」

年に1回、最先端で活躍する専門家を招いてJミルクが主催する「国際学術フォーラム」が昨年の11月に開催されました。本年は骨の健康における最近の進歩」に関する4つの講演が行われました。その概要を紹介いたします。

講演1は、メアリー・フランシス・ピッチャーさん(アメリカ、理学博士)による「ビタミンDと健康の大切な関係」。ビタミンDは正常な骨代謝に不可欠な物質であり、欠乏すると、くる病や骨軟化症の原因になります。また、骨粗しょう症や数種のがん、循環器疾患、結核、1型糖尿病など、さまざまな疾病もビタミンD不足と関連があると指摘されていますが、まだ研究途上です。

ビタミンDを摂る方法は2つあります。日光を浴びることにより体内で生産される方法と、食品や栄養補助食品から摂取する方法です。鮭、マグロ、サバなどの魚肉、魚類の肝油は、ビタミンDの供給源として最適です。日光浴で皮膚がんになるリスクについて、また逆にどれだけ浴びるのが望ましいかもまだ解明されてはいません。アメリカの場合、食生活におけるビタミンDの供給源は、ほとんどが栄養強化食品です。牛乳しかり、朝食用シリアルやオレンジジュース、ヨーグルトなどにも添加されています。米国内国健康・栄養調査のデータによると、高齢者より若者の方が、また女性より男性の方がビタミンD摂取の数値が高くなります。また人種的に調べても、その差があることがわかっています。

知るところによると、アジア諸国では、ビタミンD不足が蔓延しているとの話も。これは、そもそも摂取量が少ないこともあり、日焼け予防に気を使ったり、牛乳やカルシウム摂取量が少ないことも関係があるのではないかと指摘されています。改善が求められるポイントです。

講演2は、太田博明さん(東京女子医科大学 産婦人科学教室 教授)による「若年期から考えたい骨粗しょう症予防」。高齢になると、大腿骨頸部骨折や椎体骨折は治療経過の問題だけでなく、日常生活の動作やQOL(クオリティ・オブ・ライフ)の観点からみても大きな影響があります。健康で快適な老後を過ごすためには骨折を予防することは極めて重要なこと。「骨粗しょう症の予防と治療ガイドライン2006年度版」にも、骨粗しょう症の治療の目的は「骨折の予防」であることが明示されています。

骨折予防のためには、男女を問わず、若年期において最大骨量(ピーク・ボーン・マス)を高めることがとても大切。そのためには栄養面の改善や運動励行を主にした、ライフスタイルの改善が重要なことです。さらに女性の場合は、閉経前後の10年間の骨密度低下が著しいので、この時期も要注意です。老年期においては、薬による療法を取り入れることはもとより、転倒防止対策も重要な課題になってきます。

私たちが実施した女子生徒とその母親を対象とした調査によると、母親の骨密度は子どもの骨密度と相関することが示唆されており、初経後では子ども自身の初経年齢、体重、運動が影響する可能性が示唆されました。つまり、初経後から18歳までの介入が大切で、体重および運動強度を管理していくことで、より高い骨密度を獲得できる可能性があると考えられるのです。

講演3は、イアン・R・リードさん(ニュージーランド、オークランド大学 医学・保健科学部 副学長)による「骨生物学からみた脂肪組織の役割」。体重は、骨代謝や骨密度に影響を及ぼすことから、脊椎骨折や股関節骨折の大きなリスク要因のひとつと考えられます。リスクの大きさは、加齢とともに大きくなります。脂肪と骨の間にはさまざまなメカニズムが介在していますが、その代表的なものとして軟組織量の影響による骨への負荷や、骨活性ホルモン分泌などがあげられます。

脂肪細胞は、エストロゲンをはじめレプチン、アディポカインなど、骨代謝の循環調節を行う因子への重要な供給源になります。レプチンは骨細胞に直接作用します。また、アディポカインは骨代謝と相関があり、骨代謝回転を調節する主要な因子のひとつである可能性が指摘されています。さらに、アディポカインは骨密度を決定する因子として、年齢とともにその重要性が高まります。特に閉経後の女性の骨の健康とは強い関係にあるようです。

ただしこの関連性はまだ完全に説明できる段階ではなく、栄養に関する新規ホルモンの骨への作用についての研究は、今後進めたい分野です。このような側面から骨の生体への理解が深まれば、骨粗しょう症の新たな治療法が道が開かれることを考えています。

講演4は、杉本利嗣さん(島根大学医学部 内科学講座内科学第一 教授)による「互いに影響する生活習慣病と骨代謝」。生活習慣の欧米化により、日本でも糖尿病、脂質異常症、高血圧などの生活習慣病や、これらに起因する動脈硬化症が増加しています。一方、社会の高齢化にもなると骨粗しょう症も増加しています。最近の研究で、この両者が相互に影響を及ぼすことが明らかになってきています。近年では1型糖尿病だけでなく、2型糖尿病においても骨折リスクが高いことが立証され、2型においては骨密度が高いにもかかわらず骨折リスクが高くなっていることがわかりました。

また、骨代謝とエネルギー代謝が互いに関係する可能性も注目されています。エネルギー代謝調節に重要な役割を担うレプチンやアディポネクチンが骨代謝を調節する一方で、骨芽細胞の働きにも関与し、血糖値の調節や脂肪の蓄積、さらには脂質代謝、動脈硬化などを制御している可能性もあるのです。

今後、生活習慣病患者の診療にあたっては、骨粗しょう症が併せて発症している可能性に留意するとともに、治療薬の選択に際して骨の健康に対する配慮が望まれます。(Jミルク資料より)



改善協版

平成22年度全改協事業について

平成22年7月6日(火)13時より16時まで、御茶ノ水ホテルガーデンパレスにおいて全国牛乳流通改善協会の22年度実施事業の取り組みについて、全国事務局長への説明会が行なわれ、全改協からは松尾会長、村田副会長、橋本専務及び農水、農畜産課長が参加した。計画事業は次の通りであるが、今年度からはいわれる事業仕分けの影響により事業が縮減されている。

平成22年度牛乳製品消費拡大特別事業(飲用牛乳流通活性化事業)
平成22年度の牛乳製品消費拡大特別事業は事業効果が測定しにくいものは廃止となった。今年度全改協が受託した事業は四事業で、昨年あった牛乳製品普及啓発資料作成配布事業が廃止となったほか、販売拡張方策検討会事業は下記3の「地域の消費拡大」の協議会に、後継者育成研修会事業も同じく3の指導者育成の研修会事業に変わっている。

1. 牛乳販売店に係る販売拡張のための検討会の実施、調査分析事業
地域貢献して販売拡張に効果を上げている販売店の情報を収集し調査結果を分析し、報告書として纏め各界に配布し、販売拡張に活用して貰う。配布後その活用状況等をアンケート調査する。
2. 消費者ニーズ把握の為の検討会の開催、調査分析事業
webによる消費者ニーズの把握実態調査を実施し、宅配牛乳に対するイメージを探り、その結果を今後の流通活性化や飲用牛乳需要拡大に繋げる。
3. 地域の牛乳販売店における消費拡大の為の協議会の開催及び指導者育成の為の研修会の開催事業
各地域で考えられる消費拡大方法の協議を行い、その結果、より一層の地域顧客からの支持獲得を通して消費拡大、販売店経営の参考になりうる基盤強化支援を目指す。合わせて意欲ある牛乳販売店を対象に、地域

に於ける宅配牛乳業界の活性化リーダーとしての役割を認識し経営者意識を高め飲用牛乳の消費拡大を担う為、協議会での検討内容を活用し、どのような消費拡大が出来るかを学ぶ為に研修会を開催し指導者を育成する。

4. 優良な牛乳販売店事例に関する発表会の開催事業
創造的で優れた販売技術、手法等を駆使して飲用牛乳の需要の掘り起こしに寄与し、効果・実績を挙げている牛乳販売店を全国から選出し、その技術、手法等の優良事例を中央にて表彰する。

- 都改協が実施する22年度全改協事業について
1. 優良な牛乳販売店事例に関する発表会の事業(選出推薦)
東京都審査 10月上旬
関東甲信越ブロック予備審査 10月中旬
関東甲信越ブロック本審査 11月上旬
 2. 牛乳販売店に係る販売拡張の為の検討会の実施調査分析、事業報告書に対するアンケート調査実施 12月下旬
3. 関東甲信越ブロック会議 3月上旬

たのもう君II 機能UP!! 顧客フォローから営業支援まで

宅配管理システム	顧客管理システム	CTIシステム
たのもう君	Apoむすめ	地図システム
		卸・財務管理システム
地図システム	自販機管理システム	ペンダーマン

システムの負担軽減→月16,800円より(5年リース)
東乳商協賛会員 お問い合わせは **0800-111-8000**迄
〒286-0033 成田市花崎町146-8 成田フラッツ204
(株)システム青葉 TEL 0476-20-1332