

国産生乳需要基盤確保対策事業

スーパーマーケットにおける 牛乳の売上観測と販売促進の課題

平成18年3月

社団法人 日本酪農乳業協会

はじめに

近年、食品・飲料に対して、消費者の安心・安全や健康・美容への関心が高まりつつあります。特に豆乳類、黒酢系飲料、野菜ジュース、茶系飲料などの市場拡大の影響が大きく、“牛乳離れ現象”の一因として小売業界ではとらえられているようです。

このような状況下で、牛乳の消費拡大を図るためには、消費者とのコミュニケーション（プロモーション等）、需要創造の方法等のあり方について酪農乳業とスーパーマーケットが広く連携を強化して推進していく必要があります。

この報告書は、このような観点から、スーパーマーケットを対象に、牛乳類市場の変化、販売促進の課題、価格形成、牛乳の売上予測（定点観測）などの実態について情報を収集し、とりまとめたものです。

この報告書は、社団法人日本酪農乳業協会が国産生乳需要基盤確保対策事業の一環として、社団法人食品需給研究センターに委託して実施し、とりまとめたものです。

目 次

牛乳類市場の変化をどう予測するか	1
1 牛乳類の消費予測	2
2 牛乳類の減少要因	9
3 牛乳の産地ブランドの価値	11
消費者行動をどのように読み解くか	15
1 牛乳に関して消費者の理解が不足している内容	16
2 牛乳の健康機能に関する認知度と訴求効果	19
3 消費者に提案したい牛乳の価値	24
牛乳類の販売促進の課題	27
1 消費拡大に向けて酪農乳業と連携して取り組むべき課題	28
2 牛乳のトレーサビリティの必要性	30
3 牛乳のメニュー提案について	32
4 牛乳のインスタア・プロモーションについて	35
5 「3-A-day」の認知度	45
6 「液晶POPプレーヤー」による牛乳の売上効果について	47
(参考) 牛乳類の消費拡大に関するご自由意見	49
牛乳の価格形成	53
1 産地類型・価値基準別にみた小売価格	54
2 産地類型・価値基準別にみた小売マージン率	60
3 産地類型・価値基準別の市場シェア	62
4 牛乳の価格形成	64
牛乳D I	67
1 総論	69
2 牛乳	70
3 加工乳	72
4 白物乳飲料	74
参考 日配食品	76