

直近の家庭用牛乳乳製品の販売状況の推移を毎週発信してまいります。

発行：一般社団法人Jミルク生産流通グループ

～家庭内消費は総じて横ばい～業界全体で需要の底上げを～

- ・3/28週の牛乳類の家庭内消費については、販売個数前週差で先週に引き続き各品目横ばい～微増となった。牛乳の2019年度同週比(コロナ禍前との比較)では100.3%となっており、コロナ禍前の水準に戻っている。
- ・ヨーグルト類については、前週と比較しドリンクタイプと大容量は微増、個食は微減となった。いずれの品目も前年を下回って推移しているが、大容量の販売個数は増加傾向となっている。
- ・世界情勢の混乱に伴う食料品、電気・ガス料金等、身の回りの必需品は値上げ、高騰を重ねており、政府は、5日にこれに対応するため総合緊急対策を協議する初会合を開いた。4月末まで取りまとめるとの報道があり、社会経済活動回復への兆しとなる可能性があるため今後の動向に期待感が持てるものの、コロナ感染者数は高い水準を維持しており、需要への影響は依然不透明感が強く、注視が必要である。
- ・学乳休止期間となる春休みにおける処理不可能乳の発生は回避されたものの、家庭内需要の低迷は未だ続いており、季節的に生乳生産量が増加する期間が重なることから日々予断を許さない状況が続いている。この懸念の払拭には、家庭内における飲用需要の底上げが必要不可欠であるため、業界全体で継続的な需要拡大による牛乳乳製品の消費機運を高めることが重要となる。

【牛乳類の販売速報(推定値)：インテージSRI+】

(1)直近動向(表①参照)

・直近(3/28週)の販売個数(前年同期比)は、牛乳：同93.5%、成分調整牛乳：同94.2%、加工乳：同95.3%、乳飲料：同91.3%。

牛乳類トータルでは同93.2%

※参考：2020年度比は、牛乳：90.4%、成分調整牛乳：88.0%、加工乳：92.0%、乳飲料：82.1%(牛乳類トータル：89.0%)

※参考：2019年度比(コロナ禍前)の牛乳販売個数は100.3%。

・販売単価は、牛乳：189.6円、成分調整牛乳：172.4円、加工乳：190.1円、乳飲料：150.2円。

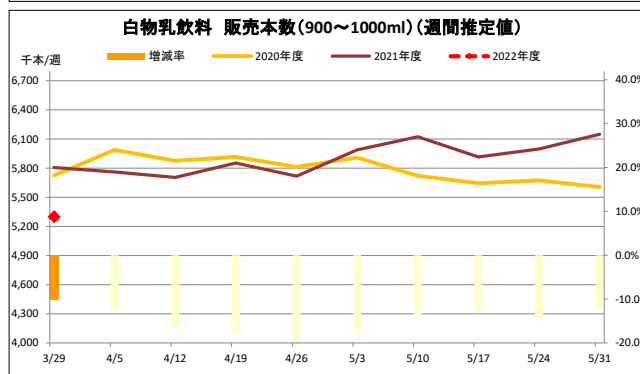
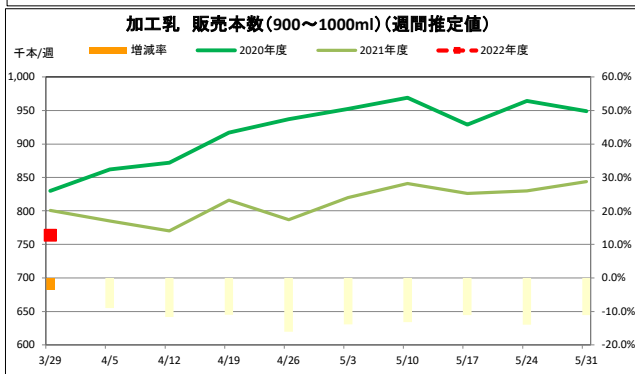
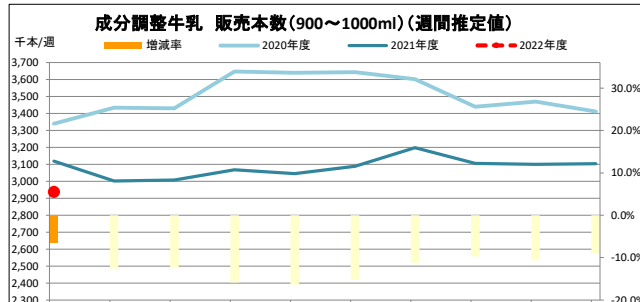
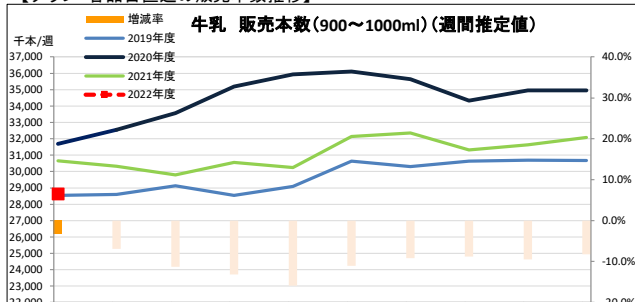
※出典 欄インテージSRI+週データ。販売本数、販売単価(税抜)については推定値。データ転用はご遠慮下さい。

【表① 直近の牛乳類の販売動向】 ※量販店・コンビニ等、小売店の販売実績

(単位：千個、円)

品目	区分	2.7-	2.14-	2.21-	2.28-	3.7-	3.14-	3.21-	3.28-
トータル	販売個数	38,422	37,784	37,703	36,769	37,426	37,065	37,487	37,641
	販売個数前年比	96.7	96.6	94.8	95.0	96.2	95.9	94.8	93.2
	販売単価	182.8	182.6	182.5	182.7	182.5	182.7	182.7	182.7
牛乳	販売個数	29,383	28,714	28,737	27,874	28,430	28,242	28,619	28,639
	販売個数前年比	97.9	97.2	95.6	95.3	96.3	96.5	94.8	93.5
	販売単価	189.5	189.4	189.2	189.6	189.3	189.4	189.3	189.6
成分調整牛乳	販売個数	2,882	2,970	2,896	2,865	2,857	2,821	2,837	2,938
	販売個数前年比	94.3	98.8	96.0	96.8	96.1	96.0	95.1	94.2
	販売単価	173.0	173.5	174.2	173.5	174.0	173.2	173.9	172.4
加工乳	販売個数	756	769	761	751	763	755	754	764
	販売個数前年比	99.0	101.5	98.3	99.6	100.8	100.1	96.8	95.3
	販売単価	189.7	190.9	190.6	190.3	190.0	190.6	191.4	190.1
乳飲料	販売個数	5,401	5,331	5,309	5,278	5,376	5,248	5,277	5,300
	販売個数前年比	91.3	91.7	89.8	92.3	95.3	92.5	94.2	91.3
	販売単価	150.7	149.6	150.1	150.0	150.1	150.3	150.2	150.2

【グラフ 各品目直近の販売本数推移】



【ヨーグルト類の販売速報(推定値):(一社)Jミルク調べ】

(1)直近の動向(表②参照)

直近(3/28週)の販売個数は、ドリンクタイプ(90~250ml):前年同期比90%未満、個食タイプ(70~130ml):同90%以上、大容量タイプ(350~500ml):同90%以上。

(2)前週(3/21)よりもドリンク、大容量の販売個数は増加、個食は減少した。各品目ともに週によって若干の増減があるものの2月から比較的横ばいで推移している。

【表② 直近のヨーグルト類の販売動向】 ※量販店・コンビニ等、小売店の販売実績

品目	2.7-	2.14-	2.21-	2.28-	3.7-	3.14-	3.21-	3.28-
ドリンクタイプ	↓	↓	↓	↔	↓	↓	↓	↓
個食タイプ	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔
大容量タイプ	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔	↔



:前年比90%未満



:前年比105%以上110%未満



:前年比90%以上100%未満



:前年比110%以上120%未満



:前年比100%以上105%未満



:前年比120%以上

※なお、下地の色が濃いほうが、上記範囲内で前年との増減差が大きいことを表す。

○Jミルク特設サイト「需給安定に向けてー2022春」

Jミルクでは、今春の生乳需給に関する情報をまとめた特設ページを開設。各団体や企業の取り組み内容や需給関連のQ&A、「給食のない日の牛乳」について学校関係者向けリーフレットなどの情報を提供しています。こうした情報も参照の上、需給安定へのご理解とご協力をお願いします。

<https://www.j-milk.jp/news/supplystable2022spring.html>