

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

《～家庭内消費は依然低調～5月に向けて継続的な需要拡大を～》

- ・3/21週の牛乳類の家庭内消費については、前週差で各品目横ばい～微増となったが、前年比ではそれぞれ▲5%程度と依然低調に推移している。一方で、牛乳の2018年度同週比(コロナ禍前との比較)では100.1%となっているため、巣籠り需要は消失し、コロナ禍前の水準に戻っていると推察される。
- ・ヨーグルト類についてはドリンクタイプは2週連続して減少、個食、大容量は前週を上回る結果となった。家庭用パターの販売個数はほぼ横ばいで推移している。
- ・従来のオミクロン株よりも感染力が高いと言われていた変異株の増加が観察されているとの報告もある中で第7波への警戒が強まりつつあり業務用需要への影響が懸念されると同時に、直面している円安・ドル高は食料品等の物価上昇や、電気・ガス料金の値上げに一層拍車をかける可能性もあり、家庭内消費の冷え込みが心配される。
- ・低調な牛乳類の状況を踏まえ、学校給食が休止となる春休み期間中の家庭内における牛乳消費を中心に、生乳生産量が1年間で最も多くなる5月に向けて継続的な需要拡大に取り組むことが重要となる。

【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(3/21週)の販売個数(前年同期比)は、牛乳：同94.8%、成分調整牛乳：同95.1%、加工乳：同96.8%、乳飲料：同94.2%。

牛乳類トータルでは同94.8%

※参考：2019年度比は、牛乳：90.9%、成分調整牛乳：86.7%、加工乳：91.1%、乳飲料：82.4%(牛乳類トータル：89.3%)

※参考：2018年度比(コロナ禍前)の牛乳販売個数は100.1%。

・販売単価は、牛乳：189.3円、成分調整牛乳：173.9円、加工乳：191.4円、乳飲料：150.2円。

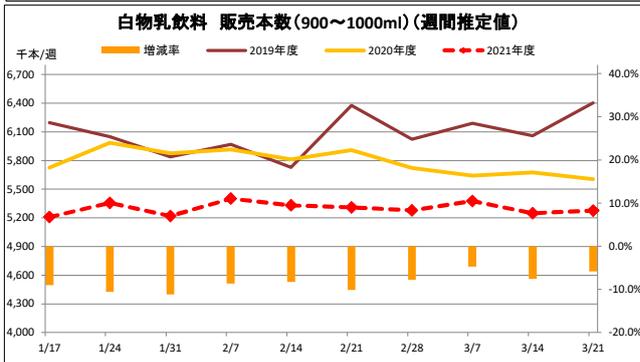
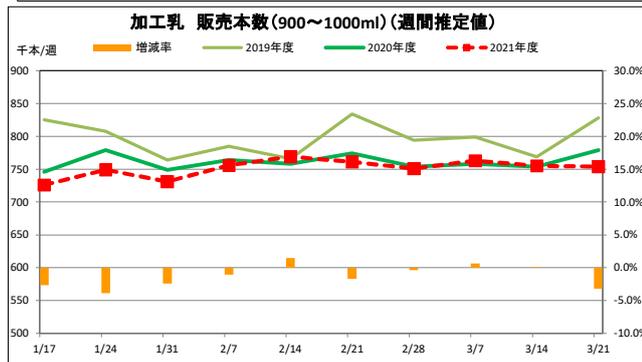
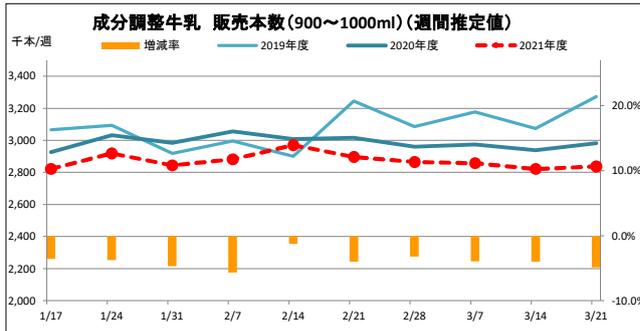
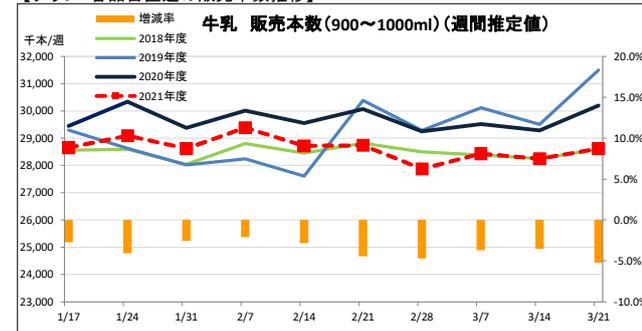
※出典 欄インテージSRI+週データ。販売本数、販売単価(税抜)については推定値。データ転用はご遠慮下さい。

【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	1.31-	2.7-	2.14-	2.21-	2.28-	3.7-	3.14-	3.21-
		販売個数	37,414	38,422	37,784	37,703	36,769	37,426	37,065
トータル	販売個数前年比	96.0	96.7	96.6	94.8	95.0	96.2	95.9	94.8
	販売単価	183.1	182.8	182.6	182.5	182.7	182.5	182.7	182.7
	販売個数	28,620	29,383	28,714	28,737	27,874	28,430	28,242	28,619
牛乳	販売個数前年比	97.4	97.9	97.2	95.6	95.3	96.3	96.5	94.8
	販売単価	189.8	189.5	189.4	189.2	189.6	189.3	189.4	189.3
	販売個数	2,844	2,882	2,970	2,896	2,865	2,857	2,821	2,837
成分調整牛乳	販売個数前年比	95.3	94.3	98.8	96.0	96.8	96.1	96.0	95.1
	販売単価	172.9	173.0	173.5	174.2	173.5	174.0	173.2	173.9
	販売個数	731	756	769	761	751	763	755	754
加工乳	販売個数前年比	97.6	99.0	101.5	98.3	99.6	100.8	100.1	96.8
	販売単価	191.2	189.7	190.9	190.6	190.3	190.0	190.6	191.4
	販売個数	5,218	5,401	5,331	5,309	5,278	5,376	5,248	5,277
乳飲料	販売個数前年比	88.8	91.3	91.7	89.8	92.3	95.3	92.5	94.2
	販売単価	150.8	150.7	149.6	150.1	150.0	150.1	150.3	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(3/21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(3/14)よりもドリンクタイプは微減、個食、大容量タイプは微増となった。大容量タイプについては徐々に販売個数を伸ばしている。

【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	1.31-	2.7-	2.14-	2.21-	2.28-	3.7-	3.14-	3.21-
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>

※「2021年度生乳需要基盤確保事業 独立行政法人農畜産業振興機構 後援」