



消費者ニーズ調査検討会の様子

消費者ニーズ調査

本年度はインターネット調査実施 宅配顧客以外も対象に

「消費者ニーズ把握のための検討会の開催、調査・分析」事業

「消費者ニーズ把握のための検討会の開催、調査・分析」事業(以下、消費者ニーズ調査といいます)は、消費者の宅配牛乳に対するニーズの把握、一般的に言われている「牛乳離れ」の原因、等を消費者の声から掘り起こし、分析するため、消費者にアンケート調査を実施

し、その結果を今後の流通活性化や需要拡大につなげるための事業です。

本年度は、調査会社の協力の下、インターネット調査会社登録のモニター四千名強を対象にインターネット調査を実施しました。このため、宅配利用のお客様のみを対象とした昨年度

以前と異なり、本年度の調査対象は「牛乳宅配を現在利用している顧客」、「以前牛乳宅配を利用した経験はあるが、現在は利用していない顧客」、「牛乳宅配は利用したことのない顧客」に広がり、今までにない分析結果が得られることが期待できます。インターネット調査の利点として、(1)アンケート回収ま

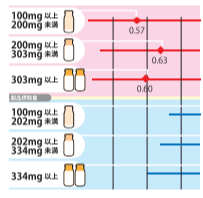
でかかる時間・費用が圧縮できる、(2)集計軸の設計次第で、回答者の構成比(年齢・性別・地域他)を制御することが容易、などがあります。本年度の消費者ニーズ調査では、「現利用者」「利用中止者」「未利用者」を、各地域の人口構成比と事前調査における対象者出現率に沿うように設定しました。

作業は、まず設問の作成から開始しました。昨年度までの消費者ニーズ調査で使用した設問をベースに、八月上旬から、インターネットアンケート用の設問を見直しました。この見直しは、特に、「消費者が牛乳宅配や牛乳販売店にどのようなイメージを持っているか、どのようなことを望んでいるか」ということが浮き彫りになるように、という視点で行いました。設問の大筋について、八月二十四日(火)に東京・お茶の水の「東京



発行所 〒113-0034 東京都文京区湯島3-1-4 フリランテ湯島6階
社団法人全国牛乳流通改善協会
TEL.03-3836-4431(代)
FAX.03-3836-4462
URL <http://zkk.lin.gr.jp/>

紙面から



4 「牛乳・乳製品摂取とメタボリック症候群」に関する研究結果より

このたび「ミルクより、牛乳・乳製品の摂取状況とメタボリックシンドロームの関係についての研究結果」が発表され、「牛乳・乳製品の摂取量が多い人ではメタボリックシンドロームの有病率は低い」など新たなトピックスが明らかになりました。

「牛乳販売店消費者ニーズ把握実態調査事業調査推進検討会」において、農林水産省、農畜産業振興機構、各乳業メーカー選出の検討委員会によって検討がされました。会議は、橋本事務の開会宣言に次いで、松尾会長から「本調査事業は、来年度も継続したい。本年度はインターネットでの調査なので、効率的、かつ早い調査回収が期待できる」との挨拶の後、小本事務局長の説明により議事に入りました。議事はインターネットアンケートを担当する調査会社を交えて進行しました。席上、①単身世帯を調査対象に含める(当初は、単身世帯は調査対象に含めないことを想定していたが、対象に含めることで、単身世帯が宅配を利用しない理由を研究できる可能性がある) ②「牛乳のよい点」が、設問を読むことによっても改めて伝わるような工夫をするなどの改良を設問に加えることが決められました。



調査概要

- 調査期間: 2010年9月10日(金)~9月12日(日)
- 調査対象者条件: 沖縄を除く全国46都道府県に居住する20歳以上の男女
- 基本集計軸: (1)性別・年代別 (2)世帯別 (3)宅配利用年数別 (4)利用別(現利用者、中止者、未利用者)

明日をもっとおいしく
meiji

原辰徳
新・健康生活
はじめる

〈宅配シェアNO.1の明治乳業から〉
【(株)総合プランニング調べ (09年4月~10年3月)】

新発売

明治 **ミルクで元気** (低脂肪)
乳飲料 / 180ml

1日分のカルシウム 700mg
1日分の鉄分 7.5mg

1本で1日分のカルシウムと鉄分。
カルシウムと鉄分は、ともに日本人に不足しがちな栄養成分。「明治ミルクで元気」は、不足しがちなカルシウムと鉄分を一緒に1日分おいしく摂れるミルクです。

※1 栄養素等表示基準値(「日本人の食事摂取基準(2005年度版)」より) ※2 五訂普通牛乳比1.6g/100ml低減

月極めでご自宅までお届けいたします。 **明治の宅配サービス**

お問い合わせ・お申し込みは、フリーダイヤルへ。
受付時間/月~金曜日9:00~17:00 **オミゴトミルク**
●土日・祝日は休業です。
0120-035-369

明治の宅配 サービス 健康プラザ ▶ <http://takuhai.meinyu.jp/> 明治乳業株式会社

消費拡大協議会/指導者育成研修会

地域の特性を踏まえて 十九道府県で協議会と研修会を開催 消費拡大協議会開催事業/指導者育成研修会開催事業

飲用牛乳の消費を拡大するにはどうしたらよいか。その方法は全国の各地域で様々な可能性があると考えられます。その地域ごとに異なる消費拡大の方法を、「消費拡大協議会」と「指導者育成研修会」という、二種類の会議を開催して協議してまいります。この協議会と研修会は、会議の性質が異なるため同日に開催せず違う日に開催します。

また、本年度は昨年度以前と異なり、協議会と研修会は同じ地域で開催します。

協議会と研修会の違いは、次の通りです。協議会は、実質的には研修会の内容の検討を行う場です。その地域で飲用牛乳の消費を増やすにはどのような方法があるのかについて、他の業種の成功例をもとに検討することを目的としています。



埼玉県消費拡大協議会の様子

これに対して研修会は、協議会で協議された補強ポイントや、地元からお招きした講師による事例紹介を用いて研修を行います。研修の対象は、地域の牛乳販売店の若手経営者が中心で、彼らにリーダーとしての役割を認識させ、経営者意識を高めてもらうことを大きな目的としています。

協議会は流改協関係者、研修会は地域のリーダー的存在の若手をそれぞれ対象に、中小企業診断士の先生からご指導いただくことにしています。開催地域は全国十九地域です(別表参照)。

協議会では、講師の先生より、「牛乳」という商品や「小売り」というジャンルにとらわれない、その地域での成功事例をご提示いただき、研修会に備えて検討します。

研修会では、協議会で立てた研修プランで研修を進めます。終了時にはアンケートを行い、研修会内容のうち何を活かすことができると思っているかを回答してもらうなど、内容が実際に参加者に定着するよう工夫する試みも行います。

埼玉県 消費拡大協議会 レポート

前記のように、全国十九の地域で協議会・研修会が開催されつつあります。今回は十月二十日(水)に埼玉県で開催された協議会の様子を全改協事務局の白石が取材しました。以下その模様をレポートいたします。埼玉県は人口七百二十万人、埼玉県流改協加盟の販売店の数は四百九十六店、平成二十一年度の飲用牛乳消費量は二十五万klにのぼる大規模マーケットです。



このマーケットをターゲットとして、販売店の経営改善や飲用牛乳の消費拡大をめざし、後継者の育成(II)地域のリーダーとしての役割を認識し経営者意識を高めてもらう(III)ことを目的に、埼玉県流改協の消費拡大協議会が開催されました。

当日は、埼玉県流改協から出席した委員の方々、ならびに研修会指導をサポートしてくださる経営専門家、中小企業診断士の石川明湖先生が参加し、「消費拡大」の観点から、後日行われる研修会をどのように進めるかについて話し合いが行われました。

まず石川先生から、本日の目的は、来る十月十日に開催する研修会に向けて準備をすることであることが告げられ、次いで、当日用いる研修方法の候補として、「コーチング手法を取り入れた研修」「経営管理(数値管理)の演習」「他の業種の成功事例を聞く研修」など五種類の研修が提示されました。同時に、五種類の研修について、なぜその研修が必要か、という実例の説明がありました。

次に、これら提示された研修の候補について、牛乳販売店の実情や、現在販売店で認識している問題点などの意見をもとに、どれを採用するのが効果的か、を委員で話し合いました。話し合いの過程では、「販売店としてやっていっているから現状のままではだめになる。もっと顧客を大切にすべき」、「利益を出すため、顧客をつなぎとめておくためには、どうしても牛乳以外の商品を買わざるを得ない」、「小売り牛乳の低価格化に宅配牛乳が対抗する方法を探すのに必死である」など、切羽詰まった現状が伺われる発言が相次ぎました。一方で、多くの牛乳販売店は朝が早いため日中は店を開けていないケースが多いが、商店会の催しに積極的に参加している販売店では、スタンプラリーのポイントを設けており、スタンプを押しにくる顧客のために夕方まで店を開けているなどの努力も聞かれました。



スケジュール 研修会、協議会の開催日は以下の通り(予定を含む)。

道府県	開催日	道府県	開催日	道府県	開催日	道府県	開催日
道北	協議会 10/9 研修会 11/27	埼玉	協議会 10/20 研修会 11/10	愛知	協議会 11/27 研修会 2/26	山口	協議会 11/28 研修会 1/15
道央	協議会 10/17 研修会 11/20	千葉	協議会 9/17 研修会 11/13	京都	協議会 10/15 研修会 11/15	長崎	協議会 10/9 研修会 2/20
宮城	協議会 11/27 研修会 1/15	山梨	協議会 11/9 研修会 11/25	兵庫	協議会 10/9 研修会 11/13	大分	協議会 11/20 研修会 12/12
秋田	協議会 10/7 研修会 12/4	長野	協議会 11/20 研修会 2/19	奈良	協議会 9/8 研修会 11/12	宮崎	協議会 11/13 研修会 11/27
山形	協議会 9/24 研修会 11/20	岐阜	協議会 10/30 研修会 11/20	広島	協議会 10/23 研修会 11/13		

これらの話し合いの結果、研修会での研修内容は、①「牛乳業界の今後の見通し、牛乳業界の変化に対する心構え」②「牛乳業界や他の宅配業界(米店や酒店)の失敗事例に学ぶ成功の方法」、「後継問題など、ふだんあまり話し合われる機会のない不安要素の解決方法」について、石川先生にお話しいただき研修を行うことが決まりました。

最後に、右記の研修内容に基づいて、研修会までに石川先生が資料準備等をされることを確認し、閉会となりました。

残りかけた努力を重ね、プライドを持って販売店を運営されている皆様の姿や発言は、つひとが厳しいものでした。現場に携わる方々の貴重な体験やお考え、さらには酪農・乳業政策に対してお持ちの改善要望などに直接接するよい機会であり、事業活動に反映させていこうと考えております。また、席上、全改協の事業の姿が販売店に見えない、わかりにくいのご指摘も出され、全改協としても、より一層、軒・軒の販売店様のために貢献していかねばならないことを、改めて強く認識させられました。

販売拡張検討会

「少子高齢化時代の 宅配店のあり方 地域に愛される 販売店をめざして」

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

本事業は、消費者の変化に的確・迅速に対応して効果を上げている拡張事例を調査・分析し、それらを広く普及させて販売店の拡張方法の向上に寄与することを目的としています。昨年度まで「販売拡張マニュアル作成事業」として過去五年間取り組んでおり、本年度より事業の名称は変更しましたが内容は変えることなく進めています。

これまで「落本防止」「経営管理」「IT活用」「人材活用」「牛乳販売店のための市場創造」のテーマを取り上げてきましたが、本年度は、去る七月二十一日(水)に農林水産省、農畜産業振興機構、各乳業メーカー、経営専門家、全改協役員をメンバーとして開催した検討会の結果、調査・分析のテーマを「少子高齢化時代の宅配店のあり方」地域に愛される販売店をめざして」としました。

優良事例発表会の審査員を務められる中小企業診断士の佐藤卓先生、青沼泰彦先生、石川明湖先生のご協力をいただき、このテーマ

のもとで活動されている販売店を訪問して、その営業活動内容を調査し、分析、報告します。

調査店の選定に際しては、各乳業メーカーの協力をいただきまして、調査は九月中旬からスタートしており、十月下旬には終了し、八店舗と一協会の訪問調査を実施しました。

調査・分析した報告書は従来冊子にして配布していましたが、「冊子では販売店は読まない」とのご意見をいただきました。そこで、多くの販売店の方々に気軽に読んでいただけるように、本年度は冊子タイプを改め、A4版見開きのパンフレットタイプにしました。春の拡張時期に間に合うよう来年1月には都道府県流改協や関係先に配布する予定です。同時に、全改協のホームページにも掲載を予定しております。

なお、今後の事業の参考とするため、報告書の配布後、何店舗かの販売店様に簡単なアンケート調査をさせていただきます。ご協力をよろしく願います。

優良事例発表会

ブロック別本審査までもなく 優良な牛乳販売店事例に関する発表会の開催事業

市場環境はここ数年一段と厳しくなっておりますが、その中でも創造的で優れた販売技術、手法等を駆使して販売実績を上げている牛乳販売店がおります。そのような販売店を選出し、その優良事例を中央において発表し表彰する本事業は、本年度で第二十四回を迎えます。都道府県流改協での審査は概ね九月中旬に終わり、十一月にはブロック代表が決定する予定です。ブロック別の本審査日程は下記の通りです。

第一次審査会は十二月六日(月)に東京で開催されます。ここではブロック代表を調査した経営専門家の先生

達とその調査内容を説明し、審査して第二次審査会としての仮順位を決定し、中央審査会に答申します。

中央発表会・審査会は来年二月八日(火)に東京で開催されます。今年度も、最優秀店(農林水産大臣賞)、優秀店(農林水産省生産局長賞)、優良店及び特別賞を選出して表彰します。中央発表会での発表内容は、例年通り「牛乳販売店優良事例集」として編纂し、来年三月に都道府県流改協や関係先に配布する予定です。同時に、全改協のホームページにも掲載を予定しております。

ブロック会議

組織強化と方向性共有のために ブロック会議事業

本事業は全改協の各ブロック単位での会議を開催する事業です。本年度も全改協固有事業の一環として、全国九ブロックに対してブロック会議の予算を交付しました。各ブロックがブロック会議を開催する主な目的には、以下の二点が挙げられます。

①全改協の各ブロック内における牛乳流通の現状について、流改協が相互に意見や情報を交換する

②各ブロック内で、流改協の組織強化、方向性の共有化、経営の安定化、を促進させるために対応策を検討し、また所属ブロック内の意思疎通を緊密にする

ブロック会議を開くことは、これらの目的を実現させ、全県対応事業等の趣旨の徹底を図り、また牛乳販売業界を安定して発展させ、さらに、牛乳の流通改善を促進させるための絶好の機会です。ですから、各ブロックにおかれましては、早期にブロック会議を開催していただき、流改協組織の強化と、牛乳販売店に対する指導体制の確立等を協議していただくことにより、ブロック会議を効率的に活用されることを願います。また開催日程が決まっていないブロックにおかれましては、前記の趣旨をご理解いただき、早い時期に開催日を

ブロック別本審査日程

北海道	11月20日
東北	11月17日
関東甲信越	11月12日
北陸	11月16日
東海	11月17日
近畿	10月26日
中国	11月13日
四国	11月10日
九州	11月16日

- 第一次審査会
平成22年12月6日
東京ガーデンパレス
- 中央発表会・審査会
平成23年 2月 8日
東京ガーデンパレス

ブロック会議開催日

北海道	7月13日
東北	8月18日
関東甲信越	未定
北陸	11月16日
東海	8月 4日
近畿	6月12日
中国	1月23日
四国	12月 8日
九州	2月 5日

決定され、開催をお願いいたします。今後は、全改協といたしましても、各ブロックの組織強化等、さらなるブロックの活性化を目指して体制を強化して参りますので、ご協力を宜しくお願いいたします。

笑顔のそばに
MEGMILK

新発売 おいしさそのままに

メグパワー

メグミルクは牛乳のおいしさにこだわりました。

Ca
メグパワーだから、**カルシウム**
牛乳の**300%**

不足しがちな
カルシウム(350mg)
を手軽に補えます。

100ml
だから **ゴクゴク飲みきり!**
牛乳でおなか
ゴロゴロする方にも
無理なくおいしく
毎日続けられます!

●MBPは、畜印乳業(株)の登録商標です。




宅配専用

内容量 100ml



40mg

カルシウムが
牛乳の**300%**

牛乳でおなかゴロゴロする
方にもおすすすめです。

なごやか ミルク

日本ミルクコミュニティ株式会社 **0120-758-369** (日・祝祭日除く9:00~17:00)へ <http://www.megmilk.com/takuhai/>

お客様からいただきました個人情報は、メグミルクの牛乳販売店と日本ミルクコミュニティ(株)が共有し、お客様へのサービス向上や情報の提供などに使用させていただきます。

「ミルクより

『「牛乳・乳製品摂取とメタボリックシンドローム」に関する横断的研究』調査結果

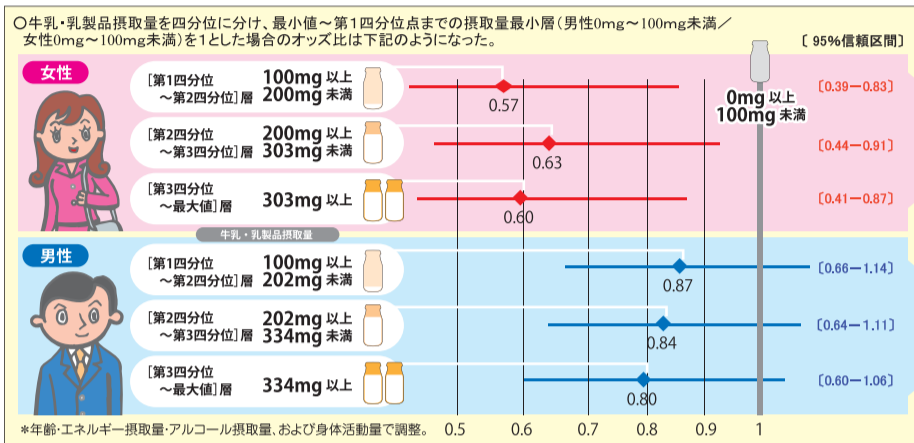
女子栄養大学 栄養生理学教室 上西一弘教授らによる

「食生活、生活習慣と健康に関する調査研究会」と社団法人 日本酪農乳業協会は、日本栄養・食糧学会誌に研究論文『「牛乳・乳製品摂取とメタボリックシンドローム」に関する横断的研究』を発表し、本年8月26日にこの内容を記者発表しました。

<調査概要> 調査期間:2008年10月~2009年3月 調査対象者:乳業メーカーに勤務する従業員およびその家族:8,659名

牛乳・乳製品を多くとる人は、メタボリックシンドロームが少なかった

牛乳・乳製品をとる量により4つのグループに分け、それぞれのグループでメタボリックシンドロームと判定された人の比率を調べました。その結果、牛乳・乳製品を最もとらないグループを1とした場合、多くとるグループはいずれもそれを下まわりました。



牛乳・乳製品を最も多くとる女性グループでは、最もとらないグループにくらべてメタボリックシンドロームの有病率が40%少なかった。

牛乳・乳製品を最も多くとる男性グループでは、最もとらないグループにくらべてメタボリックシンドロームの有病率が20%少なかった。

メタボリックシンドロームの判定項目別に見てみると

各グループごとに、メタボリックシンドローム判定項目の平均値を算出し、牛乳・乳製品をとる量とメタボリックシンドロームの構成要素に関連があるかを調べました。

女性

項目	牛乳・乳製品摂取量によるカテゴリ [四分位区分*]				p値
	C1	C2	C3	C4	
腹囲 (cm)	76.6	74.5	74.9	74.7	<0.01**
BMI (kg/m ²)	21.8	21.3	21.3	21.4	<0.01**
収縮期血圧 (mmHg)	117.2	117.2	115.4	114.8	<0.01**
拡張期血圧 (mmHg)					x
空腹時血糖 (mg/dl)					x
HbA1c (%)					x
中性脂肪 (mg/dl)	83.8	78.4	75.4	71.8	<0.01**
HDL (mg/dl)	68.2	71.4	71.7	73.4	<0.01**

*摂取四分位区分
C1:0mg以上、100mg未満 C2:100mg以上、200mg未満
C3:200mg以上、303mg未満 C4:303mg以上

女性では牛乳・乳製品をたくさんとるほど「腹囲」「BMI」「中性脂肪」「血圧」は低く、「HDL」は高かった。

男性

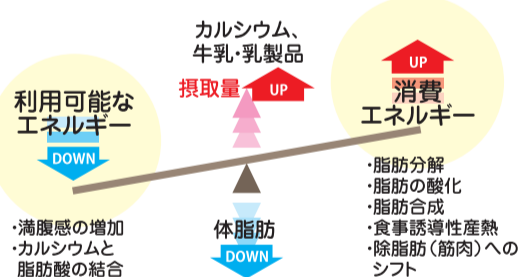
項目	牛乳・乳製品摂取量によるカテゴリ [四分位区分*]				p値
	C1	C2	C3	C4	
腹囲 (cm)					x 有意差なし
BMI (kg/m ²)					x
収縮期血圧 (mmHg)	124.8	124.4	123.9	122.9	0.04*
拡張期血圧 (mmHg)	77.7	77.2	76.7	76.2	0.03*
空腹時血糖 (mg/dl)					x
HbA1c (%)					x
中性脂肪 (mg/dl)					x
HDL (mg/dl)					x

*摂取四分位区分
C1:0mg以上、100mg未満 C2:100mg以上、202mg未満
C3:202mg以上、334mg未満 C4:334mg以上

男性では牛乳・乳製品をたくさんとるほど「血圧」は低かった。

【仮説】牛乳・乳製品の摂取で体脂肪が減少する

体脂肪の変動は利用可能なエネルギーと消費エネルギーのバランスによって決まります。カルシウムや牛乳・乳製品の摂取が増えると、利用可能なエネルギーが減少し、エネルギー消費が増加します。これが体脂肪の減少につながると考えられます。



メタボリックシンドローム診断基準

血清脂質異常
中性脂肪値 150mg/dL以上
または
HDLコレステロール値 40mg/dL未満(男女共)

内臓脂肪蓄積に加え、3項目のうち2項目以上あてはまる場合メタボリックシンドロームと診断されます。

心疾患
脳血管疾患
動脈硬化

糖代謝異常
空腹時血糖値 110mg/dL以上

内臓脂肪蓄積
ウエスト周囲径
男性:85cm以上 女性:90cm以上
内臓脂肪面積:男女とも100cm²以上に相当

血圧高値
最大(収縮期)血圧 130mmHg以上
または
最小(拡張期)血圧 85mmHg以上



宅配No.1商品には理由があります。

消費者庁許可
保健機能食品
(特定保健用食品)



森永カルダス 180ml

- 生きたビフィズス菌(BB536)が20億以上
BB536は生きて腸まで届くビフィズス菌。腸内環境を良好にし、おなかの調子を整えます。1日摂取目安量:1本
- ミルクカルシウムが2倍(当社牛乳比)
森永カルダス1本には、ミルクカルシウムが413mg。1日に必要なカルシウムの50%以上を、これ1本で摂取できます。
- 鉄分1mg
普段の食事ではなかなか補いきれない鉄分を、森永カルダスなら1mg摂取できます。
- 乳脂肪分2%
普通牛乳に比べて約43%もカット(当社牛乳比)

ビフィズス菌 BB536

おなかの調子を整えるビフィズス菌BB536が入っている乳製品は森永乳業だけ。生きたまま腸まで届いて、腸内で生きている微生物のバランスを改善します。

