

規制改革会議 農業ワーキング・グループ説明資料

①近年の牛乳・乳製品消費の低下の原因

- その他飲料商材の台頭
年々カテゴリーは細分化され、商品が変化していく
- 主たる消費ゾーンと捉えられる若年層の構成比減
その他若年層向けと捉えられる商品群もダウントレンド

②消費者が牛乳・乳製品に求めているものについて

- 健康志向
これを飲むことによってどのような効果が期待できるのか
- 安全志向
他の飲料商材と比較してどの程度安全なのか（遺伝子組替飼料、放射能等）

③牛乳・乳製品の消費者ニーズへの対応における課題

- 商品に個性が無い（個性を受け入れる土壌が少ない）
生産者（メーカー）が消費者に何を伝えたいのか分からない商品が多い
- 地域ブランドが無い
大手メーカー名はあっても氷見、大間だけで伝わる商品が無い
- ダウントレンドだと割り切る
シェアが少なくなっている商材は本物質志向を高め、売上高を維持する

日東燃料工業(株)ベニースーパー
赤津友弥