

農産物の消費について

第2報 牛 乳

神 公 昭・佐々木 勝 美

(青森県農試)

1. ま え が き

牛乳を含めた畜産物は消費弾性が極めて高く、いわゆる成長農産物として今後に大きな期待がもたれている。しかし一般消費者の側からすれば、牛乳を毎日一定量だけ消費するにはその所得の面と、食生活構造の面からなお大きな抵抗があるように思われる。本報告はかような背景にある青森県内主要消費地の消費実態の一端を明らかにし、今後の生産計画に対する指標を呈供するべく試みられたものである。

調査地は青森・弘前・八戸の三市で、調査時期は昭和35年10月である。

調査方法はアンケートによるものであり、設問内容は牛乳の他に米をとりあげたが、米については第1報として昭和37年に東北農業研究第5号に報告済みである。

回収数は青森市1,033、弘前市962、八戸市906合計2,901であったが採用数は夫々1,010、877、850合計2,737である。

調査表の配布は三市共、夫々全域に及ぶように三地域をえらび、夫々の地域にある代表的小学校の低学年層に配布して、その世帯の実態を記入してもらったものである。したがって、小学生のいない若年令層世帯、高年令層世帯が欠除している。

なお報告中1人当りとあるのは、所得にあつては生活消費単位、牛乳消費量に関しては食料消費単位に換算したものである。

2. 調 査 結 果

1. 調査対象の職業と所得

調査対象の職業は俸給生活者がもつとも多く52.9%、次いで商工業16.7%、労務者10.0%、その他7.7%、以下農林・自由・無職・漁業の順になつている。

所得は1人平均5,865円(月当り)、世帯平均では24,702円になり、職業別には旅館飲食業俸給者、商工業が高く、労務・無職・農林業がもつとも低くなつている。

2. 牛乳を飲んでいる世帯と人

2,737世帯の中、誰かが毎日飲んでいる世帯は全体の38.5%、たまに飲んでいる世帯が41.6%、全然

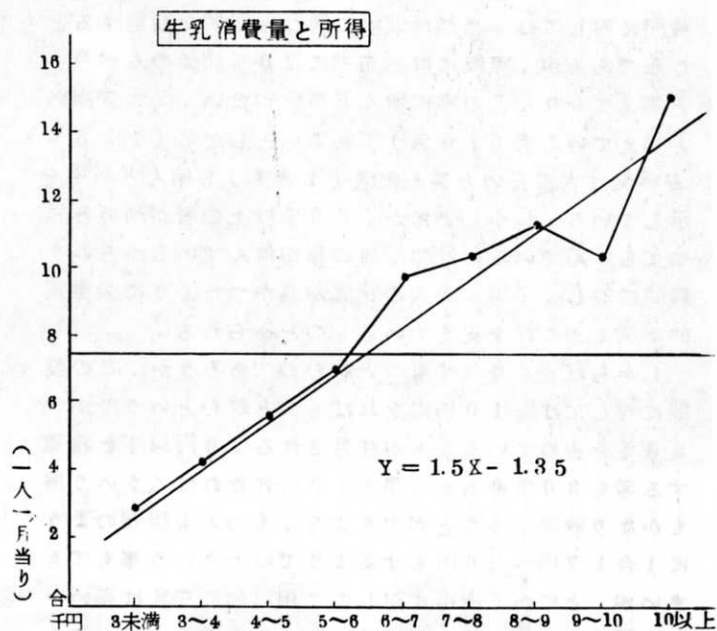
飲まない世帯が19.9%になつている。飲んでいるのは学令前の子供が46%、病人が9%、あとの44.9%は普通の人となつており、ビタミンや肝油などと同じく栄養剤的な考え方で飲用している傾向が強い。

3. 所得と消費量の関係

牛乳の所得弾性の高いことはすでにいくつか報告されているが、本調査についても例外ではなく、+1.049を示している。

又牛乳消費量と所得の関係は次図に示すとおりで、 $Y = 1.5X - 1.35$ (Y =牛乳消費量1人1月当り・単位合、 X =1人1月当り所得・単位千円)であらわされる。

昭和38年度における青森県の牛乳生産量は35,417tで、その中飲用向牛乳は、10,774tなので月1人当り5.3合になり、この関係式から逆算すると、所得は月



1人当り4,433円にしかならない。しかし実際は、10,000円(38年度)を若干越えているので、青森県全域を対象にしてはこの関係式は適用されないことになる。すなわち、調査地域である青森・弘前・八戸の三市以外の都市部では三市に比べ、所得に対し極めて少ない牛乳しか消費されてゐないものと推察される。

かように、牛乳の最終需要が主要消費地以外の都市部

において、所得と併行的な伸びを示していないことには種々の原因があるが、特に流通過程における販売機構に問題があるのではないかと考えられる。又この事は逆にいうと、現在の戸別配達（1合びんづめの）を前提としては主要消費市場のみの所得にその消費量が規制され、潜在需要がありながらも最終需要の伸び悩みの現象が続くのではなからうか。

消費者の購入先をみても、全体の34.9%が家庭へ、11.4%が職場へ配達してもらっており、小売店での購入が47.9%と、夫々半々程度になつており、配達困難な、又末端小売店の少ない市外部程消費量が少なくなるのは当然の事であろう。したがつて、現在の所得水準から推計される約1万7の潜在需要を有効需要とするためには、現在の販売機構の強化だけでは困難であり、新たな方法が考え出されなければなるまい。

4. 牛乳の価格

最初に牛乳の購入価格をみると、現時点とは大分ひらきがあるが、15円というのがもつとも多く48%を占め、次いで12円が35.2%となつてゐる。しかし地域的には15円というのが青森（61.2%）弘前（72.3%）に多いのに比べ、八戸では17.2%と少なく、逆に12円というのが前二者について夫々20.3%、6.5%しかないのに、八戸で70.9%と大きな割合をしめており、生産地に近いか遠いかで購入価格に大きなへだたりがあることがわかる。

したがつて、その価格に対して高いか、安いという設問に対しては、当然地域的に異つた回答を期待するところであるが、実際には三市共に70%前後の人が高いと答えており、その率に殆んど変化がない。又大変高いと答えている者（10%）丁度よいとした者（17.5%）安い又は大変安いと答えた者（1.8%）も殆んど同率を示している。しかしとにかく80%以上の者が高いと思つても飲んでゐるわけで、前の誰が飲んでゐるかという設問に対し、子供、病人の比率が高かつたように栄養剤的な考えがこれを支えているものとみられる。

しからば安くなればもつと飲むのであろうか。この設問に対しては、10円になればもつと飲むというのが56%を占めてゐることが注目される。9円以下を希望する者も30%あるが、事実10円になればこういう層もかなり吸収することができよう。もつとも現在のように1合17円～20円もするようではそういう事もできないが、とにかく所得に対して、相対的に牛乳は高いと云う関係だけは今も、調査時点である35年当時も変らないように思われる。逆に高くなれば飲まないという問いに対しては、案外高くなつても飲むというのが28%

あり、これらの事から、所得を一定として、価格が1円高くなれば消費世帯の数は7.6%ずつ減少するという傾向を示している。

5. 牛乳を飲まない理由

牛乳を全然飲まない世帯は全体の20%あつたが、その理由については、牛乳を買う程の収入がない（34.1%）高い（30%）というのが多く、根本的に嫌いだからというのは2.6%であつた。このことから牛乳の価格や所得に関係なく牛乳を消費しないとみられる世帯は全体の5%程度とみられ、その他の世帯では牛乳の価格が安くなるか、所得が増加すれば飲むという、潜在需要層であることが解る。これらのことは、牛乳の価格に対して、高い（77.1%）、大変高い（12%）と答えている者が非常に多く、又安くなつても飲まないと答えている者が1.6%（全体の3.2%）であることから理解されよう。

3. む す び

牛乳の消費は、消費者の所得と、牛乳の価格との相対的關係で決められるが、所得が低く、相対的に価格が高いという現状では、消費者として栄養剤的考え方でよくその消費量を保持するものとしても、そこからは、将来的に決して安定した消費の実態は生れてこないし、ましてや大巾な伸びは期待しうべくもない。

又一万主要消費地である都市部と異り、郡部では、都市部程所得との関係は強くなく、食生活様式や、販売機構に規制されて、牛乳の消費量は著るしく低いものと推定される。したがつてまず都市偏重の販売機構の単なる強化だけでなく、基本的にはその再編が必要ではなからうか。

しかしいずれにしても生産者に安く、消費者に高いといわれる牛乳の消費拡大に関しては、まず流通費用節減による価格の低廉化が先決のように思われる。