

畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備に係る 中間とりまとめ

令和5年6月

畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備推進会議

畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備に係る 中間とりまとめ

1 はじめに

牛乳乳製品や食肉などの畜産物は、現代の食生活に欠かせないものである。その畜産物の生産に欠かせない飼料は、生産コスト全体の3割から6割を占め、その多くを海外に依存している。

全畜種が利用する飼料に輸入穀物を原料とする配合飼料があるが、最近では、気候変動等による不作や世界の人口増大に伴う需要増の影響を受けた国際的な穀物価格の高騰や、為替レートの円安基調、さらにはウクライナ情勢等の影響を受けて、価格が著しく高騰している。一方で、価格高騰により増加した飼料コストの小売価格への反映は、十分に進んでいるとは言えず、結果として、畜産経営の状況は悪化している。

こうした状況に対応すべく、生産者段階では、国産飼料の生産・利用の拡大や、家畜改良・飼養管理の改善による乳量や産肉量の増大等による生産性向上に取り組まれている。ただし、こうした生産性向上の取組の成果が実際の経営上の数字として表に出るまでには、一般的にタイムラグが生じるものである。

国としては、これらを踏まえ、飼料価格高騰による畜産経営への影響を最大限緩和するため、配合飼料価格安定制度の適切な運用に加え、配合飼料価格の高止まりに対する飼料価格高騰緊急対策等を適切に講じることで支援を継続してきている。しかしながら、納税者負担に大きく依存した対応に頼り続けることについては、他産業とのバランスからしても、難しい議論があるのは否めない部分がある。

我が国は、1998年以降デフレの状況が長く続いてきた。デフレ下において国民の収入が減少するとともに、小売価格も低価格を維持せざるを得ない状況が続き、食料品の生産だけでなく、流通、加工、小売等のフードチェーンの各段階は、その持続性が確保される「適正な価格形成」を行うには、困難な状況に置かれてきた。

中でも、畜産物については、特に近年、生産コストの大宗を占める配

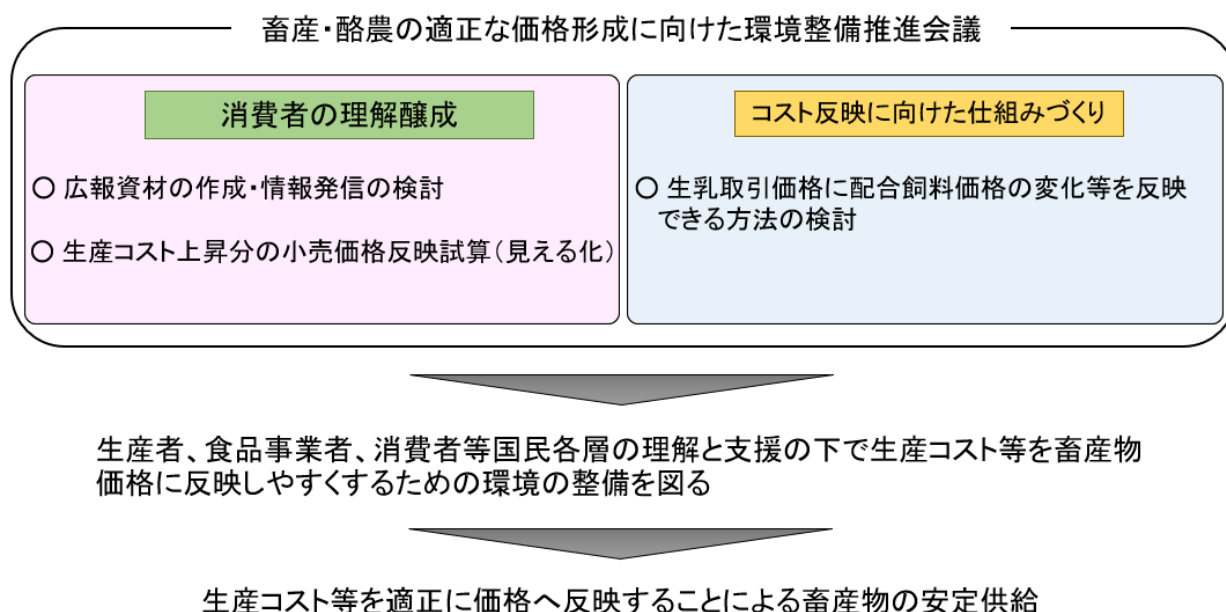
合飼料コストが穀物市況や為替の影響で大きく、かつ、短期的に変動することにより、生産コストが自助・公助で対応できないスピードとインパクトで上昇してきた。そのような環境にもかかわらず、従来の畜産物の値決めは需給の視点が強かったため、商品特性に応じた価格形成が行われづらく、結果として、最も川上にあって経営基盤が脆弱で交渉力も弱い生産段階にコスト負担のしわ寄せがなされやすい構造ともなってきたところである。

生産コストを適正に反映した価格形成を進める上では、消費者の小売価格の上昇理由に対する納得感が欠かせない。価格形成に対する消費者の理解醸成が進まなければ、生産コストが価格に反映できても、買控えにより消費量が減少するのではないかという懸念を払しょくできない。国産畜産物の多くが輸入飼料で成り立っていることは消費者にあまり知られておらず、生産現場の実態を消費者と共有し、消費者の理解醸成に努めることが、生産コストを反映した価格形成の第一歩である。

また、足元の状況を踏まえ、生産コストの大宗を占める配合飼料コストに着目し、その増大を適正に反映した価格形成を進める仕組みづくりを検討する上では、取引事業者間の合意形成は欠かせない。これまでの値決めの中で生産コストについて、どのようなデータに基づき、どのように留意されてきたか、値決めは経営の根幹であり民民取引の要諦であるため実態把握は難しい。しかし、畜産酪農は一度生産基盤が毀損されると回復に長時間を要する特徴がある。食料安全保障の議論がなされる今だからこそ、改めて関係者の協力と理解を得て、生産コストを適正に反映した価格形成の仕組みについて検討することは時宜に適している。

以上の状況認識を踏まえ、畜産の生産・加工・流通・消費等にかかわる幅広い関係者が一堂に会する「畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備推進会議」を令和5年4月に立ち上げ、①消費者の理解醸成、②生産コストを適正に反映した価格形成の仕組みづくり、という2つの課題について、これまで議論を重ねてきた。(図1参照)

図1 畜産物の適正な価格反映に向けた取組方針



本推進会議の議論の本質は、フランス等の先進諸国でもまだ取組の端緒が開かれたに過ぎないところもあり、一朝一夕に結論を得られるものではない。しかし、我が国の生産基盤を守る観点から、バリューチェーン関係者で情報共有を進め、できるところから一歩ずつでも前に進めることが肝要である。

このため、本中間とりまとめでは、これまでの本推進会議において検討を行ってきた事項のうち、今般、「消費者の理解醸成」に関して、広報資材の作成・情報発信について、委員間で一定の合意を得ることができたことを踏まえ、まずは、生産コストを反映した価格形成の第一歩として、これらの取組の方向性を紹介するとともに、残る課題について整理し、今後の取組方向を明らかにするものである。

2 消費者の理解醸成

畜産・酪農において、飼料コストを適正に畜産物の販売価格に反映していくためには、消費者の理解醸成が重要であり、そのための手段として広報資材の作成・情報発信が有効である。

広報資材の作成・情報発信については、

- ① ターゲットを明確にし、ターゲットの立場に立って、情報の発信手

段や内容を選ぶべき

- ② 消費者の理解醸成が図られるよう、価格形成の要素事情を伝えるべき
 - ③ 過去の取組や現在の価格高騰に対する消費者の反応などを検証して、今後の取組に生かすべき
- 等の意見があったところである。

こうした意見を踏まえ、広報資材の作成・情報発信に際しては、年代別や属性別のターゲットに活用できる情報コンテンツを作成した上で、ターゲット別に最適化した発信手段と内容で、情報発信を実施することが重要である。(図2参照)

図2 年齢別情報提供手段

年代	カテゴリー	デジタル対応	特徴	アプローチ方法
～10代	学生・単身世代	α世代 12歳以下	- SNSを情報源とする割合が多い - 他の世代よりもテレビを情報源とする割合が低い	- Twitter - YouTube - TikTok - アプリ広告* (Netflix、漫画、ゲーム等)
10代		Z世代 10代前半～20代半ば		
20代				
30代	子育て世代	Y世代 20代半ば～40代初め	- 食に関心が高い - ネット検索を活用し情報を収集している割合が高い	Instagram
40代		X世代 40代初め～50代終わり		- 子育て雑誌* - バナー広告*
50代				Facebook
60代	子育て終了世代	SNSになじみが薄い世代	- 食に関心が高い - SNSを活用する割合は他の世代よりも低い - 新聞を情報源とする割合が一定程度存在	宅配チラシ
70代～				

* = 予算大

(1) 広報資材の作成

平成20年度の飼料価格高騰時に畜産物価格上昇への理解を得るために実施した説明会では、参加者が1,400名と限られ、情報発信方法もパンフレットのみであったことから、消費者全体の理解の広がりという点に

においては課題があったところである。

また、委員からは、役所の一方向のストーリーに沿った情報の流布ではなく、事業者ごとに訴求ポイントも異なるため、一つのパンフレットに固めず、小売段階やマスコミが活用しやすいよう、農林水産省のHP等に、

- ・ 飼料の自給率
- ・ 畜産農家の苦労
- ・ 畜産農家の離農の状況
- ・ 1戸の畜産農家が支える消費者の数
- ・ 生産コスト削減に対する生産者の取組や国による支援

等の「情報コンテンツ」を価格形成の要素事情ごとに作成してはどうかとの提案があった。その趣旨は、通販事業者のチラシ作成スタッフやスーパーのポップ作成スタッフは、自らの売場で訴求したい情報を常に見ており、消費者に直接届く情報の出し手が、価格形成の要素事情に関するコンテンツに手軽に触れられるようにしておくことは、消費者の価格への納得感の醸成を育みやすいとのことであった。

このため、農林水産省のHPに、そのためのプラットフォーム（「適正価格形成アシスト情報プラットフォーム」（仮称））を新たに構築し、プラットフォーム内に情報コンテンツを掲載するとともに、月次や年次で公表されるデータ等を用いて更新できるデータは順次更新するといった取組が行われることが望ましい。その際、小分けにダウンロードできるよう環境整備を図ることも留意されることが望ましい。（情報コンテンツを組み合わせ使用した理解醸成用資料の例は別添1及び別添2参照）

また、情報コンテンツについては、折に触れて最新のデータや情報発信方法が求められるものであり、本推進会議委員をはじめ有識者に適宜意見を聞きつつ改善がなされることが適当である。

（2）情報発信の検討

情報の発信方法については、年齢、世代ごとの特徴等をもとに、SNS（Facebook、Instagram など）やYouTubeを活用するとともに、

不特定多数に発信できる広告等も活用して効率的に実施することが望ましい。

具体的には、以下の取組を実施することが期待される。

- 各世代の情報ポータルサイトとして、農林水産省の YouTube (maffchannel や BUZZMAFF)、農林水産省 Facebook、農林水産省 Instagram による情報発信
- 若者や子育て世代向けに、SNS 動画による情報発信、学校給食・食育の場を活用した情報発信や体験学習機会の創出
- ビジネスパーソン向けに、解説動画による情報発信
- 関心の低い層も含めた不特定多数への発信に向けて、新聞広告、テレビCM、鉄道広告の実施
- メディアを通じた情報発信に繋げるべくメディア関係者向けに、シンポジウムを開催 等

(3) 飼料コスト上昇分の小売価格反映試算（見える化）

生産コストを畜産物の販売価格に反映することについて消費者の理解を得るためには、特に飼料コストについては、消費者が直接その変化を実感しにくいコストであることから、牛乳 1 リットルや精肉 100 グラム当たりといった消費者にわかりやすい形で生産コストがどの程度増加しているかについて示し（「見える化」、消費者の理解醸成を促すことが出発点となる。

このため、統計データを元に、生産コストの中で最も大きな割合を占める飼料価格の高騰の影響を品目ごとに試算したところ、以下のとおりとなった。

飼料価格高騰の影響

	生乳	牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵
飼料コストの上昇分	16円/ℓ	47円/100g	19円/100g	8円/100g	28円/1パック

※令和元年平均と令和 5 年 3 月（推計）との比較

※飼料以外の生産コストの増加を考慮していない

※営農類型別経営統計、畜産物生産費統計、貿易統計及び飼料月報をもとに畜種横断的に試算したものであり、個々の畜産農家における実際の影響は飼料の利用状況や個別の経営状況により異なることに注意

※牛肉は和牛、鶏卵は 1 パック 10 個入りで試算

平成 20 年度の説明会で用いたパンフレットでは、飼料価格の上昇分を生産者努力だけでは吸収できないことから、消費者にも負担を求めるため、「飼料価格の上昇分をそのまま小売価格に反映させた場合の上昇額」について、たとえば、牛の肩肉 100g あたり 26 円上昇といった形で説明していたところである。

これは、統計データをもとに、飼料価格の高騰に伴い精肉 100 グラム当たりの生産コストがどの程度増加したか畜産物ごとに試算し、ここから小売価格の上昇分を差し引いて、「あとこのくらいは消費者にも負担をお願いしたい額」を示したものであった。

しかし、今回、改めて情報コンテンツとして「見える化」を検討するにあたり、「見える化」の様式として、平成 20 年と同様の試算を用いた場合、今回は飼料コスト以外のコストでも高騰が進んだ結果、最終商品の価格上昇が相当程度進んでいることから、実際に飼料価格の上昇分から小売価格の上昇分を差し引くとマイナスとなり、「あとこのくらいは消費者にも負担をお願いしたい額」を示せない品目が出てしまう。

このため、飼料価格の上昇分から小売価格の上昇分を差し引く見せ方ではなく、相対取引やセリなど畜種ごとの流通構造の特徴や、需給が小売価格に影響することも記載し、他の要素による影響で単純に比較できない状況について考慮事項を付した上で、「飼料コストの上昇分」と「小売価格の上昇分」とをそれぞれ出して比較できるように見せた資料によって議論が行われた。

① しかしながら、飼料コストだけではなく、人件費、燃料・光熱費といったその他の生産段階の経費や加工・流通段階の経費も高騰していること

② 輸入品価格の上昇や鳥インフルエンザによる供給減等の外部要因により小売価格が上昇している品目もあること

から、品目により「消費者に対し、既に飼料コストの上昇分が十分に反映された価格で商品購入を行っており、更なる負担は必要ない」との誤った印象を与える可能性があるので、情報提供方法として適切でないとの指摘があった。以上を踏まえれば、情報コンテンツとして小売価格に

反映されたコスト上昇分の「見える化」を用意するに際しては、最終商品のコストの中で高騰しているのは飼料コストだけでなく、人件費、燃料・光熱費等の様々なコストも高騰している実態を踏まえて検討することが必要である。

一方、加工段階や流通段階で、製造コストや保管費、輸送費など畜産物にどのようなコストがどの程度上乗せされているのかについてのデータは公式統計では存在しない。したがって、コスト構造が明らかでない中で、こうした検討を進めることは、現時点では難しい。

このため、関係部署との連携等も含めて必要なデータ収集などには一定の時間を要すると考えられることから、「コスト反映に向けた仕組みづくり」の検討の中で、品目ごとの流通実態を踏まえた専門家による詳細分析を行ったのち、改めて「見える化」の打ち出し方を検討することが適当である。

3 生産コストを適正に反映した価格形成の仕組みづくり

生産コストの大宗を占める配合飼料コストに着目し、その増大を適正に反映した価格形成を進める仕組みづくりを検討する上では、取引事業者間の合意形成は欠かせず、そのための一定のルール整備が必要となることは言うまでもない。

また、現在、生産者の販売価格（乳価）が価格交渉で決まる生乳においては、乳業メーカーが製造した牛乳の小売価格に、乳価引き上げ等に伴う生産コストの上昇分を反映するための小売量販店等との交渉に一定の期間が必要なことから、生産者のコスト上昇が認識されてから、実際に乳価改定に至るまでに一定の期間を要しているのが実態である。このため、コスト上昇とタイムラグのない乳価引き上げルールの仕組みづくりについて、生産者サイドからは対応を求める声があった。

このため、飼料と同様に輸入原料の高騰に伴い価格が高騰した商品であって、その負担を消費者に求める仕組みの事例として、「燃料サーチャージ制度」等を参考に、交渉により価格が決定する生乳取引について、期中の大きな飼料コストの変動があった場合に、あらかじめ決まっ

たルールに基づき、タイムラグがあまりない形でコスト上昇分の一部を乳価に上乗せしようとする仕組みについて議論を行った。

その際、①海外の事例も参考に、輸送費、燃料・光熱費なども含めたコスト指標を作り、これをベースにコストを価格に反映させる仕組みについても選択肢として考えるべきであることや、②バリューチェーン全体を取り込んだ価格反映の在り方の検討も重要であるため、我が国の生産流通を踏まえて、どのようなことができるか検討する可能性も示した。

【提案についての基本的な考え方】

(検討品目) 生乳

(取引段階) 一次取引(生産者団体と乳業メーカーとの取引)

(価格形成の仕組み) 期中の大きな飼料コストの変動について、あらかじめ決まったルールで、一定のタイムラグの中で乳価に上乗せしようとするもの

この試案に対して以下の各論点について、それぞれ議論があった。

(1) 「取引段階の検討範囲」について

- ① 生産者とメーカーとの間の一次取引段階に着目して検討すべき
- ② 実効性のある仕組みとするため、生産者とメーカーとの間の一次取引段階のみならず、小売販売も含めてバリューチェーン全体を巻き込んだ仕組みとして検討すべき

(2) 「生産コストを適正に反映した価格形成の仕組み」について

- ① 「配合飼料価格のサーチャージ的な仕組み」を検討すべき
- ② 酪農経営における飼料コストについては粗飼料が占める割合も大きいことから、粗飼料も含めた全飼料サーチャージ的な仕組みを検討すべき
- ③ 海外の事例も参考に、飼料コストだけでなく物財費や人件費も含めた「総合的な価格指標を活用した仕組み」を検討すべき
- ④ 生産コストのみを反映して値決めすれば消費減退を招く懸念がある

ことから、生産コストに加え牛乳・乳製品の需給も考慮した価格形成の仕組みとすべき

(3)「検討品目」について

- ① 価格交渉で価格が決まる生乳からまずは議論を始め、実現すれば他の畜種に議論を応用してはどうか
- ② 生乳に関して仕組みの検討を行うに当たっては、年間を通じた価格を年度開始前に入札等により決めている学校給食用牛乳供給価格の扱いについても検討が必要
- ③ サーチャージの仕組みはセリで決まった値に上乗せもできるため、最初から全畜種で検討すべき
- ④ 牛肉・豚肉の価格は卸売市場で需給の関係で決まるので、生産コストを反映する仕組みづくりは難しい

(4)「検討体制」について

- ① 生乳バリューチェーンの専門家が集うワーキングチームで、じっくり議論すべき
- ② 各畜種でワーキングチームを作り議論すべき

これらの意見を踏まえると、現時点で、「生産コストを適正に反映した価格形成の仕組みづくり」について、本推進会議が意見集約を行うことは困難である。

特に、需給への影響を考慮せずに、生乳の一次取引（生産者団体と乳業メーカーとの取引）の段階だけに着目し、生産コストのうちの飼料コストのみを価格に反映する形での単純な「飼料サーチャージ的な仕組み」では、小売価格に飼料コストを適正に反映することが難しいか、仮に単純に反映した場合には消費減退を招くおそれが拭えないため、今後の議論を深める上で必要不可欠なバリューチェーン関係者間の合意が得られない可能性が高いことが明らかとなった。

したがって、今後は、小売や消費者も含めたバリューチェーン全体を検討範囲とし、飼料コストだけでなく輸送費、燃料・光熱費なども含め

たコスト指標を作成し、これを活用した価格形成の仕組みを検討する。この際、交渉により生産コストや需給等も考慮して価格を決定している観点から、まずは生乳・牛乳乳製品から、諸外国の事例等も踏まえつつ、専門家によるワーキングチームを立ち上げて検討をしていくことが適当である。

4 その他

本年6月2日に食料安定供給・農林水産業基盤強化本部で決定された「食料・農業・農村政策の新たな展開方向」において、

- 食料システム全体を持続可能なものとするため、食料システムの各段階の関係者が協議できる場を創設すること
- 適正取引を推進するための仕組みについて、統計調査の結果等を活用し、食料システムの関係者の合意の下でコスト指標を作成すること
- これをベースに各段階で価格に転嫁されるようにすること

など、取引の実態・課題等を踏まえて仕組みを構築することが明記された。

このことを踏まえ、「食料・農業・農村政策の新たな展開方向」で示された枠組みや方向性に即しつつ、これまでの本推進会議での議論も踏まえ、バリューチェーン全体の関係者が合意可能な「生産コストを適正に反映した価格形成の仕組みづくり」が行われることを期待する。

畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備推進会議 委員名簿

うじた 氏田	よしのり 善宣	NP0 法人居酒屋甲子園 理事長
うらごう 浦郷	ゆ き 由季	(一社) 全国消費者団体連絡会 前事務局長
えぐち 江口	のりお 法生	(一社) 日本スーパーマーケット協会 専務理事
かがわ 香川	まさひこ 雅彦	(一社) 日本養豚協会 会長
きくち 菊池	あつし 淳志	(一社) 中央酪農会議 専務理事
きむら 木村	もとじ 元治	全国食肉事業協同組合連合会 専務理事
こんどう 近藤	こうじ 康二	(公社) 中央畜産会 専務理事
さいとう 齊藤	よしき 良樹	全国農業協同組合連合会 常務理事
さとい 里井	ま ゆ み 真由美	フードジャーナリスト
すずき 鈴木	みのる 稔	(一社) 日本食鳥協会 専務理事
すねや 強谷	まさひこ 雅彦	日本ハム・ソーセージ工業協同組合 専務理事
たかはし 高橋	ゆうこ 裕子	(一財) 消費科学センター 事務局・企画運営委員
なかばやし 中林	まさよし 正悦	全国肉牛事業協同組合 理事長
ぬまた 沼田	かずまさ 一政	(一社) 日本乳業協会 専務理事
ば ば 馬場	としひこ 利彦	(一社) 全国農業協同組合中央会 専務理事
ひこさか 彦坂	まこと 誠	(一社) 日本養鶏協会 理事
ひらの 平野	みちこ 路子	日本生活協同組合連合会 政策企画室室長
ひらの 平野	ゆうこ 祐子	主婦連合会 常任幹事・社会部部長
ひろかわ 廣川	おさむ 治	(公社) 日本食肉市場卸売協会 専務理事
◎ ふくだ 福田	すすむ 晋	九州大学 理事・副学長
みついし 三石	せいじ 誠司	宮城大学食産業学群 副学群長
◎：座長		(五十音順、敬称略)

「畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備推進会議」開催状況

第1回 令和5年4月28日

【議題】

生産コスト等を価格に反映しやすくするための環境の整備について

第2回 令和5年5月26日

【議題】

- ・消費者の理解醸成
- ・適正な価格形成の実現を推進する仕組みづくり

第3回 令和5年6月13日

【議題】

畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備に係る中間とりまとめ（案）について

Q 国は畜産農家を支援していないの？

A 国は飼料価格高騰による畜産経営への影響を緩和するための支援をしています。

配合飼料価格安定制度

配合飼料価格が急激に高騰した場合に支援

飼料価格高騰緊急対策

配合飼料価格の高止まりを受け、緊急的に支援

配合飼料 価格安定 制度	R3年度 補正予算	230億円
	R4年度 4月予備費	435億円
	R4年度 第2次補 正予算	103億円
	R4年度 3月予備費	380億円
飼料価格 高騰緊急 対策	R4年度 9月予備費	504億円
	R4年度 3月予備費	586億円
総額		2,237億円

国の支援の効果は緊急措置的なものです。このタイミングで消費者の皆様にも、一層積極的に国産の畜産物を利用いただくことが、生産者を守り、豊かな食生活を維持する上でカギとなります。

これからの 日本の畜産のために

バランスのよい
豊かな食生活をまもるため、
国産の畜産物を安定的に
供給できるよう、
関係者も国も一丸となって
取り組んでいます。

生産コストの価格への
適正な反映にご理解いただき、
皆さまに国産の牛乳、お肉、卵を
選択いただくことが、
国内の畜産農家の
応援につながります。



お問い合わせ先
農林水産省



パンフレットの
内容について、
詳しくはこちら→

国産の牛乳、お肉、卵を 食べてまもろう



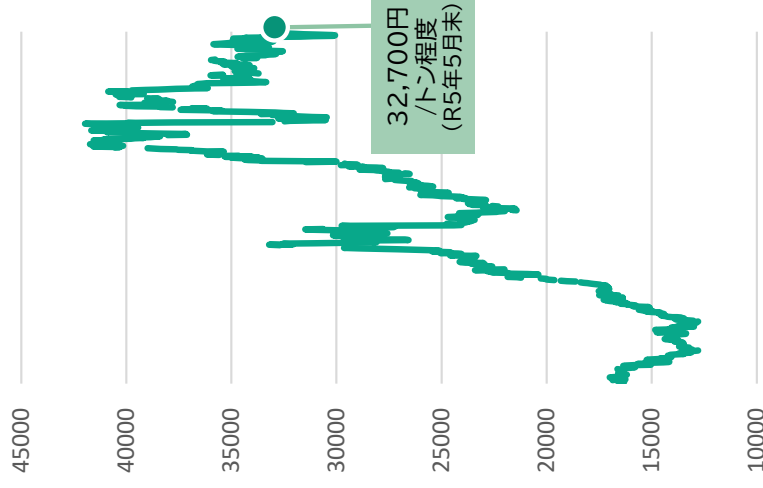
あなたの選択が、
日本の畜産の
未来を支えます。

農林水産省

世界的な物価上昇

現在、原料価格の高騰や
原油高、急速な円安の進展、
ウクライナ情勢等により、
様々な物価が上昇しています。

家畜の主なえさである
とうもろこし価格の推移



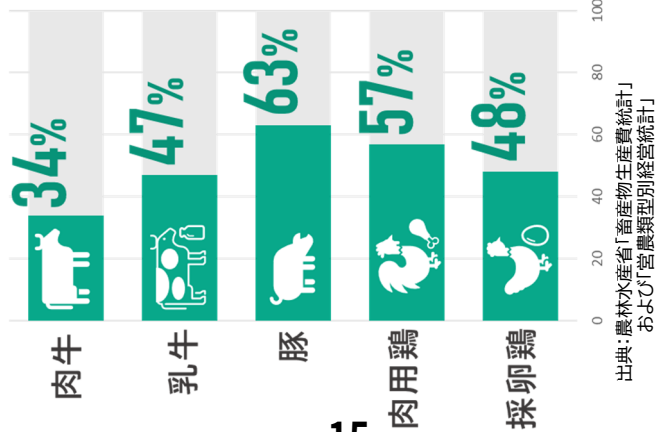
別添1

国際相場や為替相場を基に、農林水産省で円/トンに換算

輸入飼料への依存

畜産物の生産には特に飼料に
お金がかかります。
飼料は約75%を
輸入に頼っています。

畜産物の生産にかかる
飼料費の割合(R3年)



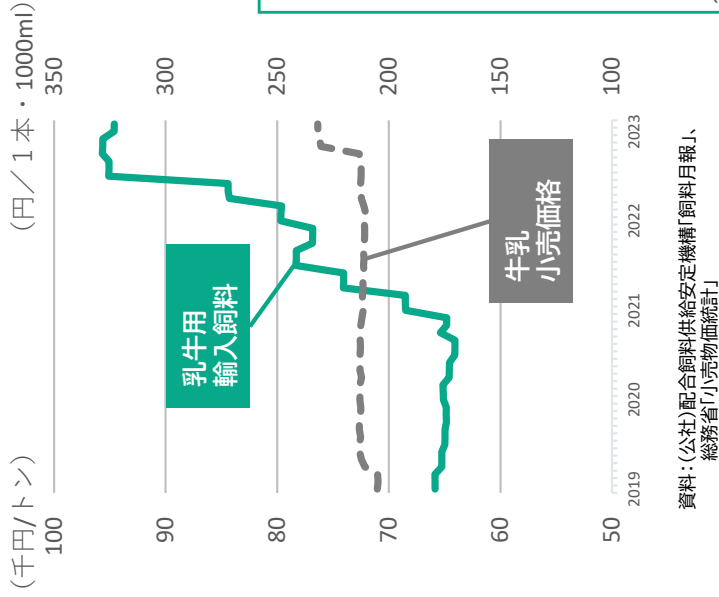
飼料自給率の現状



輸入飼料の急激な値上がり

輸入飼料価格は高騰しており、
畜産農家の負担は増加しています。
生産者からは経営が厳しいとの
声が寄せられています。

輸入飼料価格と小売価格の推移



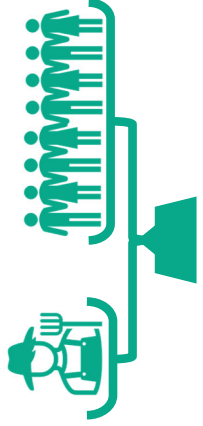
生産者の声

私は、酪農を始めて
15年ですが、様々
な価格が高騰してお
り、今までで例を見
ない一番厳しい状況
です。

酪農家・Sさん

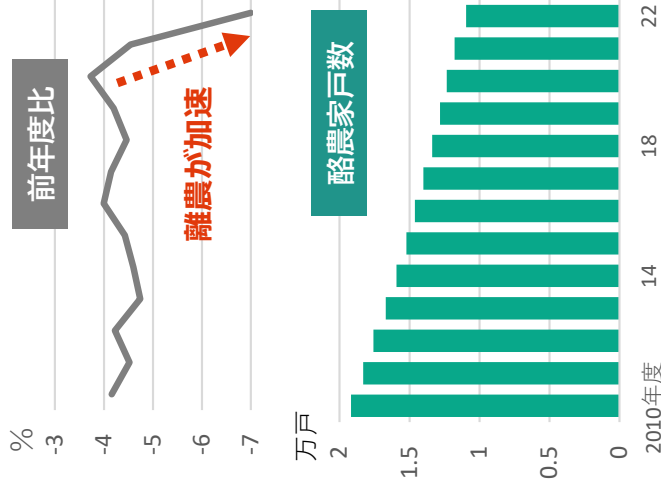
離農の増加

1戸の酪農家が、約9,400人分※
もの牛乳を生産していますが、
離農する方が増えています。
これを防ぐためにも生産コストの
小売価格への反映が必要です。



出典：農林水産省「畜産統計」、「食料需給表」、
総務省「人口統計」から推計。
※ 令和3年度時点

酪農家戸数の推移



出典：(一社)中央酪農会議公表資料
(※指定生産者団体の受託戸数の推移)

輸入飼料が高いなら
畜産農家は国産飼料の
利用などをしないの？

畜産農家は国産飼料を利用
する取組や、生産コストを減
らす取組を進めています。が、
効果が出るには時間がかか
ります。

国産飼料を利用する取組

- 家畜のえさとなるともうこし
や牧草などの生産拡大や、放
牧の推進
- 規模拡大により飼料生産を
効率化する取組
- 食品製造時に余った材料の
飼料への利用拡大

生産コストを減らすための 家畜改良

1頭当たりの年間乳量を増やすこと

H21	R1	R12 (目標)
8,000kg	8,636kg	9,000～ 9,500kg

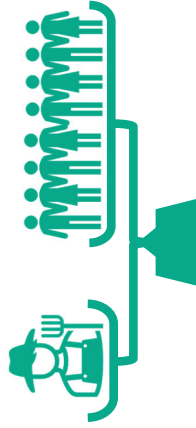
1頭当たりの肉量を増やすこと

H21	R1	R12 (目標)
480kg	513kg	530kg

出典：農林水産省「家畜改良増殖目標」

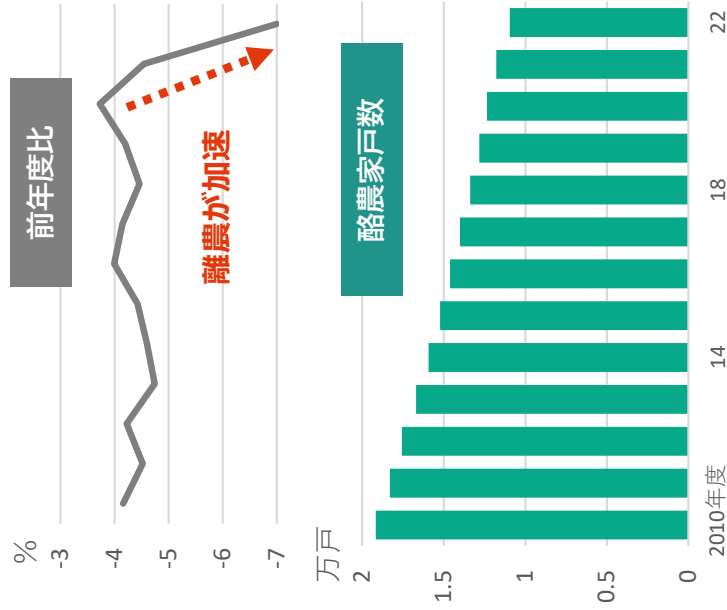
離農の増加

1戸の酪農家が、約9,400人分※
もの牛乳を生産しています。
離農する方が増えています。
これを防ぐためにも生産コストの
小売価格への反映が必要です。



出典：農林水産省「畜産統計」、「食料需給表」、総務省「人口統計」から推計。
※ 令和3年度時点

酪農家戸数の推移



出典：(一社)中央酪農会議公表資料
(※指定牛乳生産者団体の受託戸数の推移)

これからの 日本の畜産のために

バランスのよい
豊かな食生活をまもるため、
国産の畜産物を安定的に
供給できるよう、
関係者も国も一丸となって
取り組んでいます。

生産コストの価格への
適正な反映にご理解いただき、
皆さまに国産の牛乳、お肉、卵を
選択いただくことが、
国内の畜産農家の
応援につながります。



パンフレットの
内容について、
詳しくはこちら→

あなたの選択が、
日本の畜産の
未来を支えます。

国産の牛乳、お肉、卵を 食べてまもう



別添 2

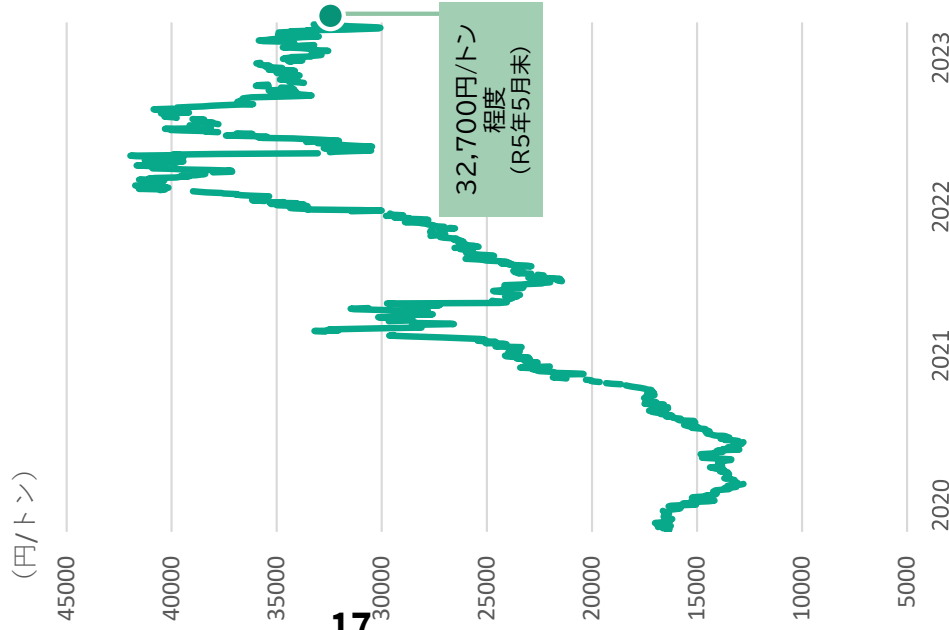
農林水産省

令和5年6月版

世界的な物価上昇

現在、原料価格の高騰や原油高、急速な円安の進展、ウクライナ情勢等により、様々な物価が上昇しています。

家畜の主なえさである
とうもろこし価格の推移

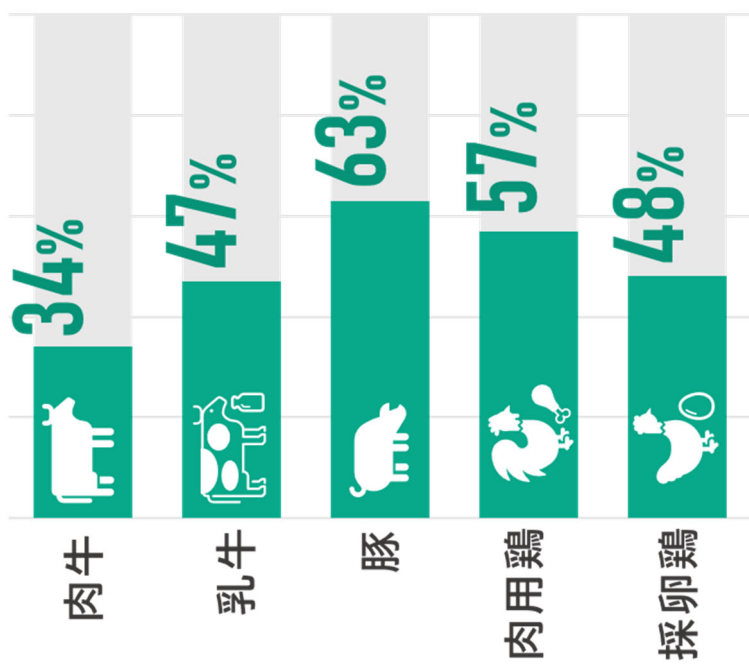


国際相場や為替相場を基に、農林水産省で円/トンに換算

輸入飼料への依存

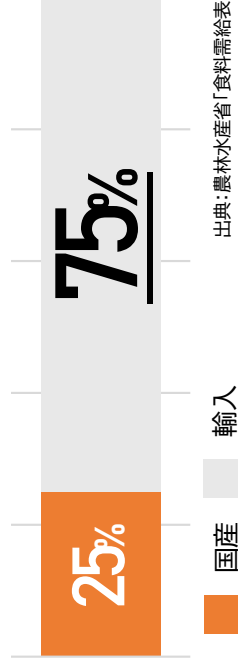
畜産物の生産には特に飼料にお金がかかります。
飼料は約75%を輸入に頼っています。

経営コストに占める飼料費の割合(R3年)



出典：農林水産省「畜産物生産費統計」および「営農類型別経営統計」

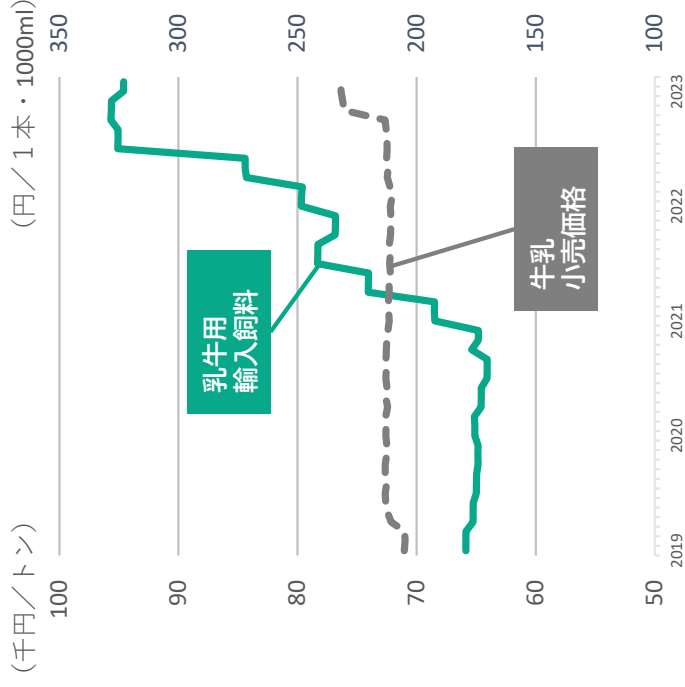
飼料自給率の現状



輸入飼料の急激な値上がり

輸入飼料価格は高騰しており、畜産農家の負担は増加しています。生産者からは経営が厳しいとの声が寄せられています。

輸入飼料価格と小売価格の推移



資料：(公社)配合飼料供給安定機構「飼料月報」、総務省「小売物価統計」

生産者の声



私は、酪農を始めて15年ですが、様々な価格が高騰しており、今までで例を見ない一番厳しい状況です。

酪農家・Sさん