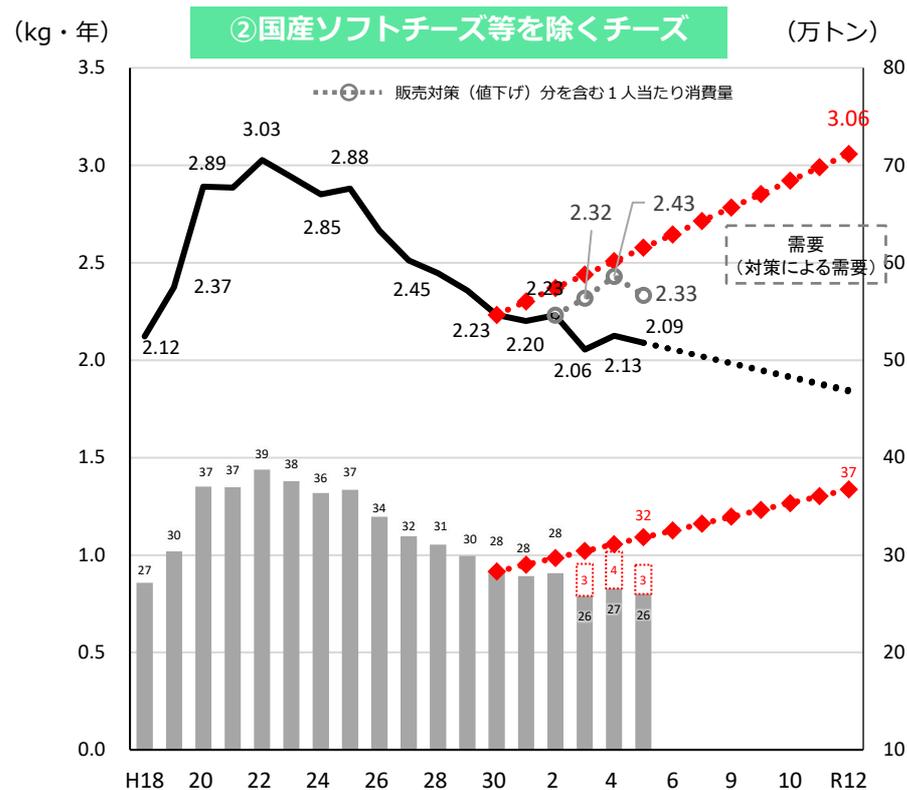
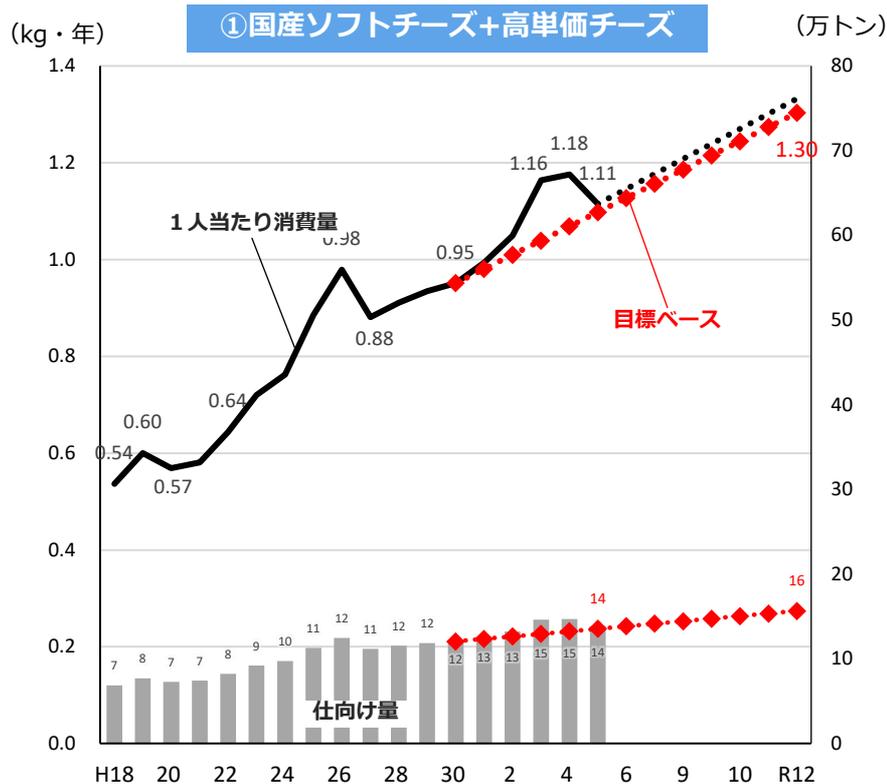


国産チーズ仕向量の推移

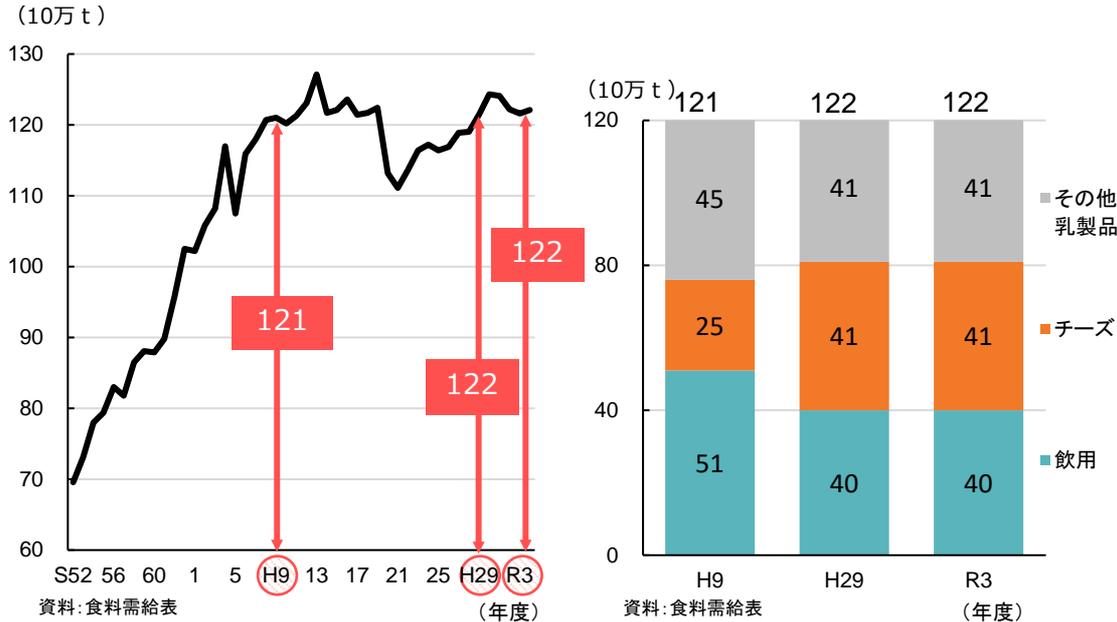
- 国産のソフトチーズや高単価ハードチーズの消費量は、前回の酪肉近の将来像に近いペースで推移。ただし、物価高の影響もあって令和5年度は減少しており、注視が必要。
- ソフトチーズ等を除く相対的に安価な乳価の仕向け先となっている国産ハードチーズの消費量は、平成22年頃をピークに軟調傾向が続いている。令和3年以降は、対策によって一定の需要量を確保。



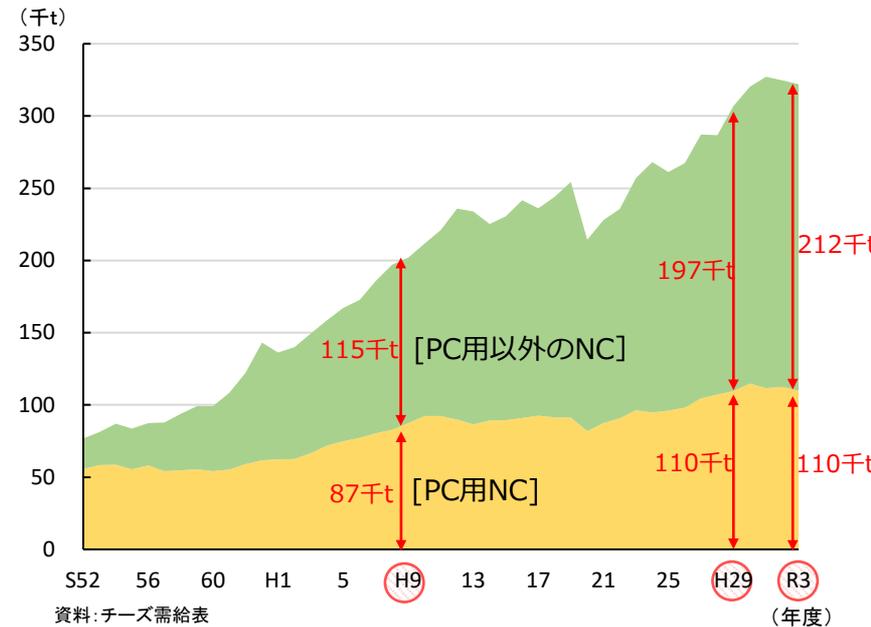
資料：ALIC「製造品目別配乳数量」、総務省「人口推計」をもとに牛乳乳製品課で推計
 ※現行酪肉近におけるチーズ仕向け量のR12目標値は52万トン
 ※現行酪肉近において、品目ごとにR12の目標仕向け量は設定していないため、
 (各品目のR12の1人当たり消費量) × (R12の推計人口) により算出した。
 そのため、積み上げても52万トンとは一致しない。

○ 生乳の国内需要量(生乳換算)は約30年間1,200万トン前後と横ばいで推移。その中で**飲用が減少したことと入れ替わるように、食の多様化等を背景に、新たな需要形態であるチーズが増加**してきた。中でも、プロセスチーズよりもナチュラルチーズが増加してきた。

生乳の国内消費仕向け量の推移とその内訳



プロセスチーズ (PC) 用ナチュラルチーズ (NC) / その他NCの消費仕向け推移



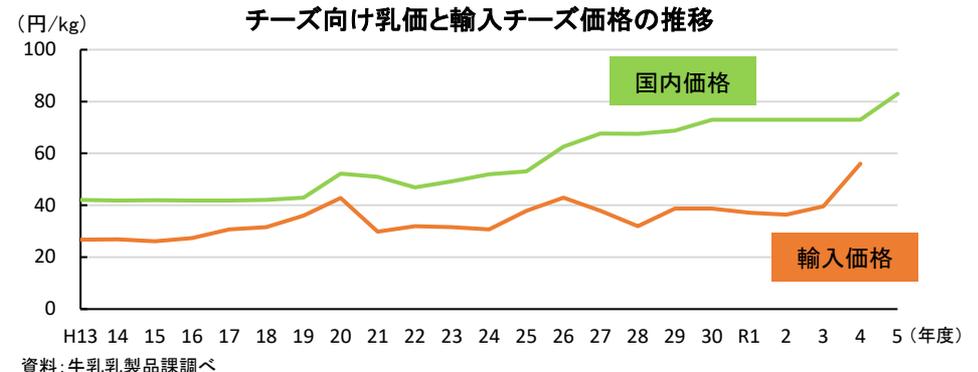
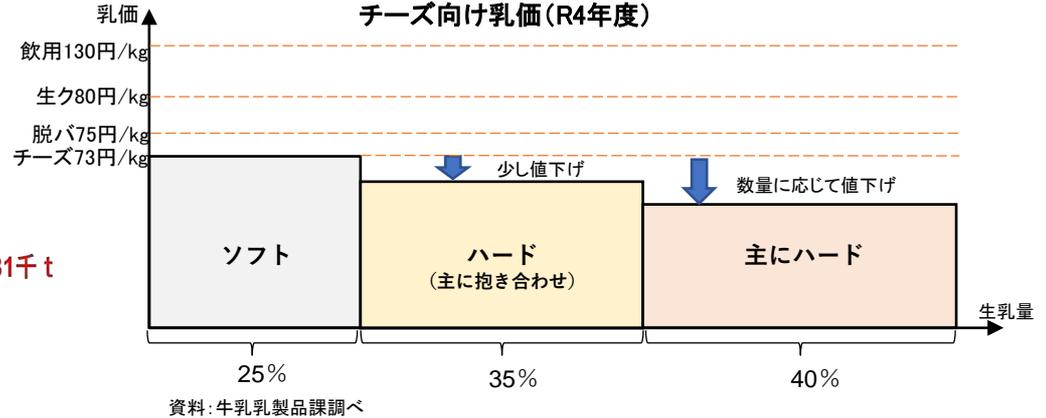
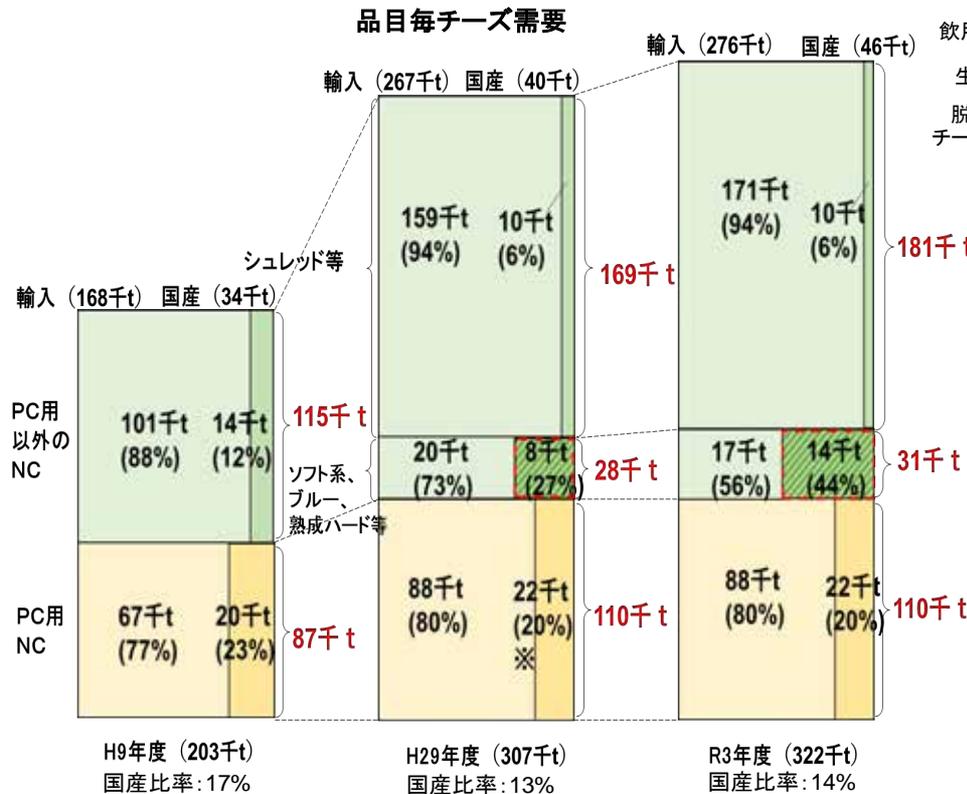
【参考】これまでの取組

- ・ 国産チーズの競争力強化対策事業による**チーズの高品質化、生産拡大に対する支援**。(乳質管理の向上、チーズ製造に関する施設・機械の整備、研修会や国際コンテストの参加等に対する支援)

今後の国産チーズ向け乳価の構造①

- 増加してきたナチュラルチーズ需要の多くは、相対的に安価なシュレッドチーズ等が中心。かつて国産生乳は主にプロセスチーズに仕向けられてきたが、最近では、国産に優位性があり高い乳価を支えるソフトチーズが拡大。
- これまで、ハードチーズ向け乳価は、抱き合わせ制度(※)を背景に階段状の価格が形成されてきたが、TPP合意等により、2033年(令和15年)迄にこの制度の機能がなくなっていく。

※一定割合の国産品の使用を条件に輸入品の関税を無税とする制度



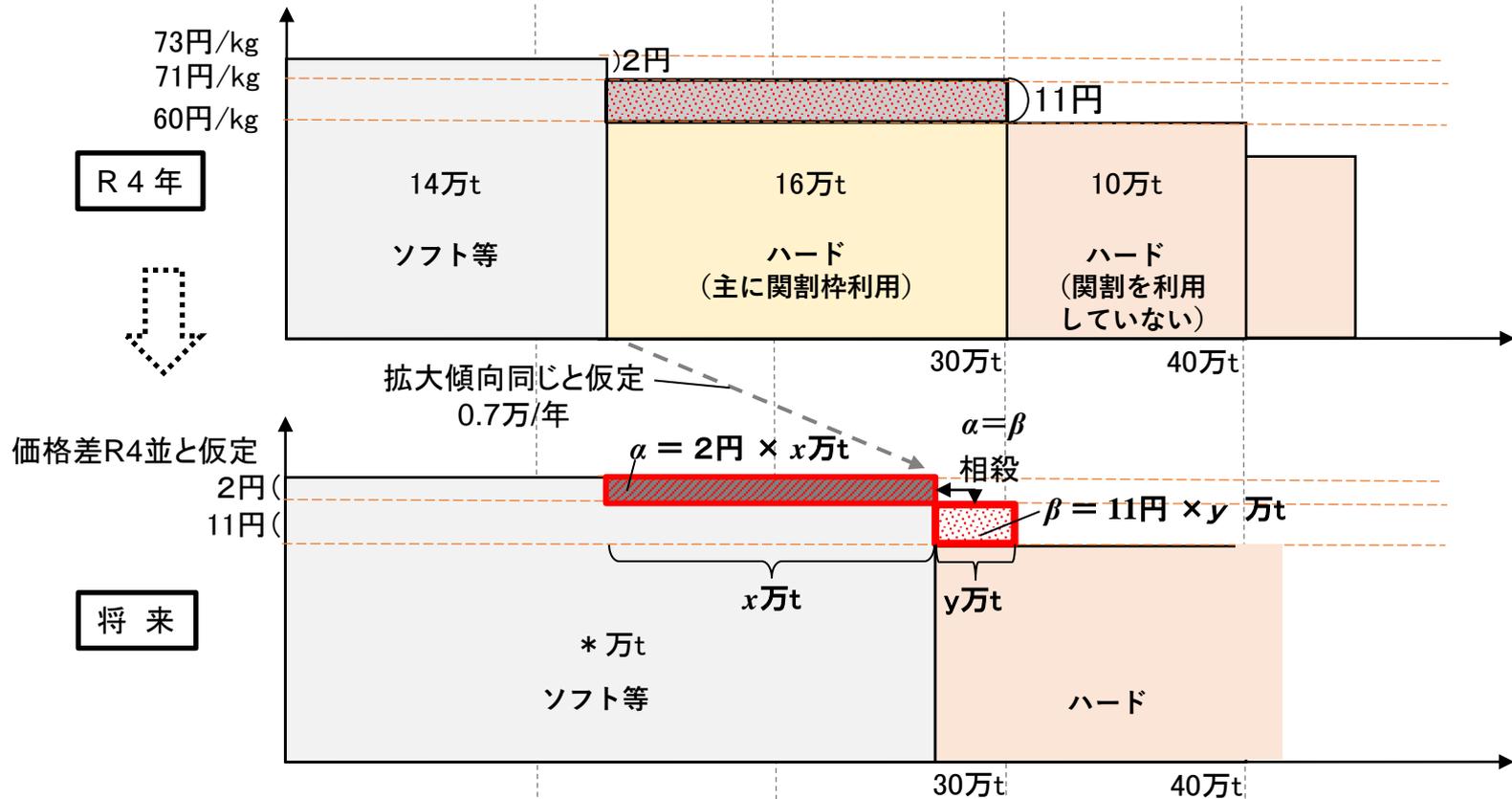
資料: 牛乳乳製品課調べ

※ H30に発効したTPP協定により、R15年度には、主にプロセスやシュレッド原料となるハードチーズが無税となる。

今後の国産チーズ向け乳価の構造②

- TPP合意等により、抱き合わせ制度を背景とするハードチーズの階段状の価格構造が解消していく課題に対しては、これまでのTPP対策は、ソフトチーズなどの高単価チーズへの仕向けを拡大することで、現状と同程度の乳価確保を目指してきた。

国産チーズ向け生乳の価格と取引量の変化



- 国産生乳のチーズ仕向けに当たっては、**現在でも、実態上、現在の国産生乳価格の維持・安定**を図れるか、あるいは、**生産者所得への影響が小さい仕向け先であるかどうか**といった**観点**が働いている。

<国産チーズ仕向についての論点と現状>

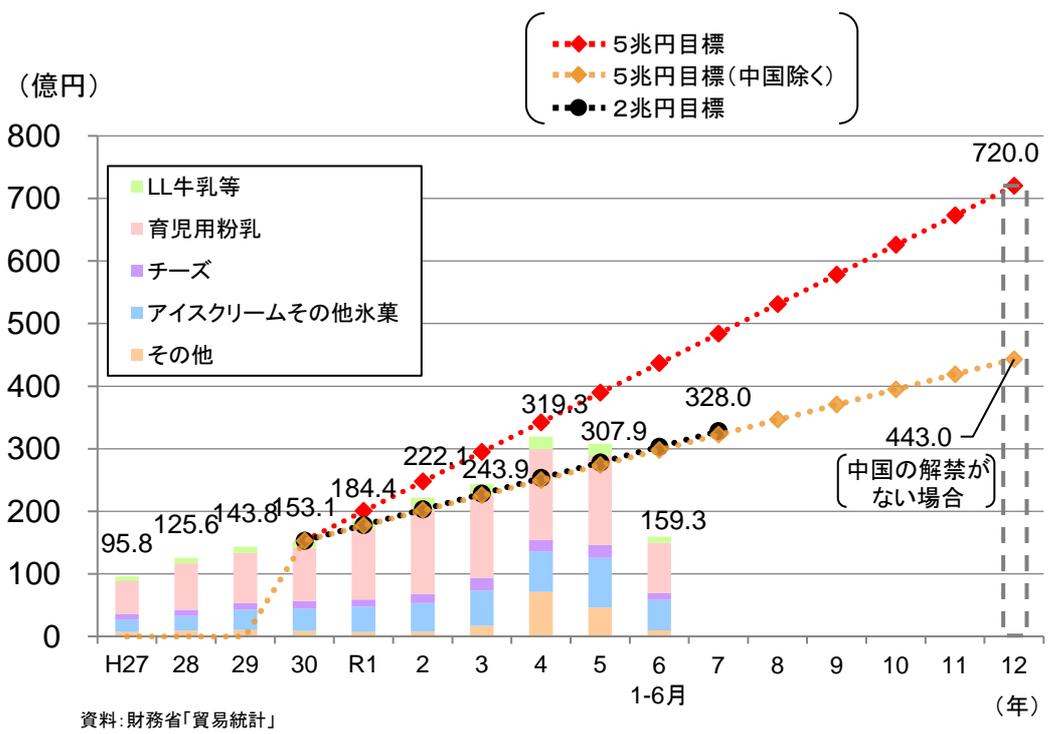
I. 内外価格差

- 内外価格差を埋める施策の是非
⇒生産現場にとっては、現在の国産生乳価格の維持・安定が優先。
- 現行のTPP対策の考え方
⇒現行対策は、高単価チーズの拡大を目指している。

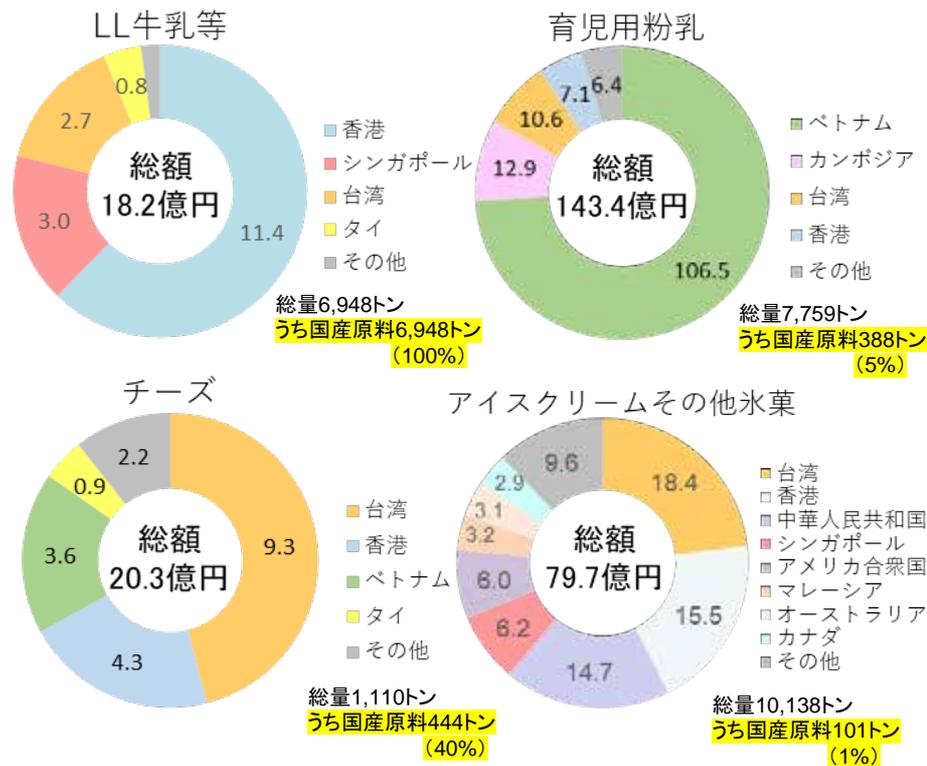
II. 需給調整

- 過剰時に仕向けを増やせるのか
⇒主たる受け皿にはならないが、脱バ仕向けの補完機能もある。
- 最も負担が小さい方法か
⇒相場や需給にもよるが、バター需要がある中では、脱バ仕向けの方が対策費が少なく、生産者所得への影響が小さい。

- 牛乳・乳製品については、近年、アジアを中心とする旺盛な需要を取り込むことで、**輸出額を着実に増加させてきている**。
- 他方で、飲用以外の商品では**国産生乳の使用割合は低く、需給に与える影響は未だ大きくはない**。



主要品目の国・地域別輸出実績 (R5年)

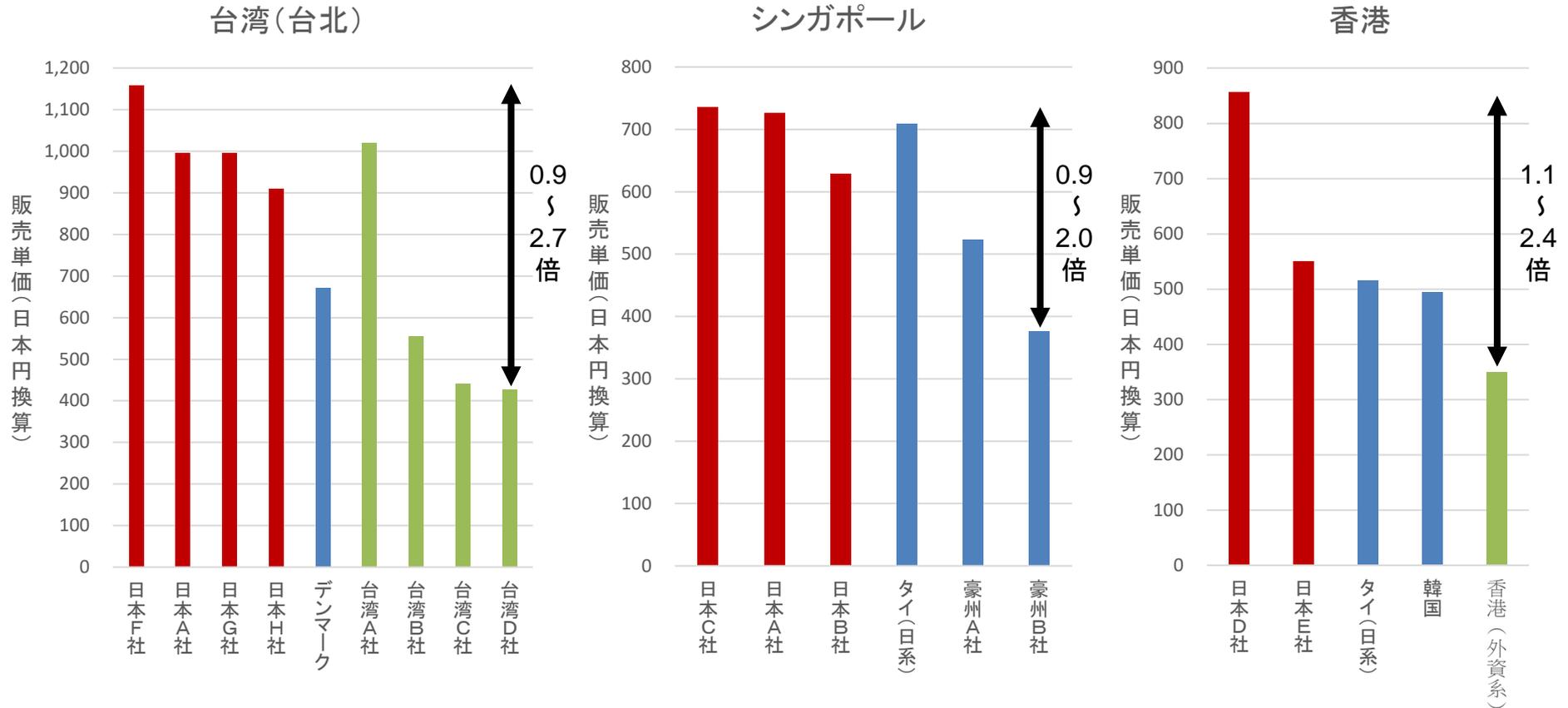


【参考】これまでの取組

- ・ 畜産物輸出コンソーシアム事業による**コンソーシアム等の輸出促進活動に対する支援**。（商談、輸出プロモーション活動に対する支援）。
- ・ 産地の酪農家、乳業施設、輸出事業者が連携する**コンソーシアムの取組**のほか、令和5年には、**輸出促進法に基づく認定団体である「日本畜産物輸出促進協会」**の中の**「牛乳乳製品輸出協議会」**によるオールジャパンの体制構築を支援。

主な輸出先国での国産牛乳の価格

- 主な輸出先国での国産牛乳の小売価格の多くは、現地、豪州、欧州など競合商品と比べて2倍以上。販売量が伸び悩んでいるとの話も。
- 輸出先国のニーズに合わせて、認知度の向上を始め、価格に応じた価値の追求等に努めていく必要。



注: 商品の販売単位は830mL~1L/本

販売単価は1新台幣ドル=4.64円、1シンガポールドル=106.70円、1香港ドル=18.41円で換算(2023年6月30日又は7月1日時点レート)

資料: JETRO「主要都市における牛乳の市場価格調査」(調査期間: 2023年7月~2024年1月)

輸出に向けた取組事例

- 認定品目団体の下、関係機関・団体、乳業会社が一体となって、日本産牛乳乳製品の**オールジャパンでのプロモーション**や、**輸出先国のニーズの調査・分析**を実施。
- 品質の高い北海道産**チルド牛乳**を、特殊容器を用いてシンガポールまで**大量輸送**し、**現地でパック詰めする実証試験**を実施。

オールジャパンでのプロモーション、調査・分析 (品目団体輸出力強化緊急支援事業)

- ① プロモーション
 - ・日本産牛乳乳製品の海外販売に向けたキャッチフレーズの設定
 - ・航空会社と連携したPR
 - ・日本産牛乳乳製品のプロモーションイベント
- ② 市場調査
 - ・主要輸出先国・地域(シンガポール、香港、台湾)及び新規輸出先国(ベトナム、マレーシア)における需要開拓に向けた市場調査・分析

特殊容器を用いたチルド牛乳の大量輸送実証 (物流構築緊急対策事業)

- 特殊容器への充填、輸送、シンガポールの食品メーカーでのパック詰めまでの工程に取り組み、課題等を検証。
- 特殊容器の活用により、国内流通と遜色のない風味等を維持したチルド牛乳の大量輸送と賞味期限の大幅な延長が期待される。

認定品目団体：日本畜産物輸出促進協会

－牛乳乳製品輸出協議会(事務局:(一社)日本乳業協会)

(生産者団体)

(一社)中央酪農会議
 全国農業協同組合連合会
 全国酪農業協同組合連合会

(酪農・乳業・流通団体)

(一社)Jミルク

(乳業団体)

(一社)日本乳業協会
 全国乳業協同組合連合会
 (一社)日本アイスクリーム協会
 (一社)全国発酵牛乳酸菌飲料協会
 チーズ普及協議会
 全国農協乳業協会

(都道府県)

北海道

連携

海外

乳業事業所
 日系量販店
 JETRO
 JFOODO
 在外公館

国内

自治体

連携

北海道

北海道酪農公社
 輸出促進協議会

北海道酪農公社
 (乳業)
 牛乳供給

オリエンタル・
 タクス社
 (シンガポール・
 物流業)
 特殊容器運行

特殊
 容器



シンガポール

食品メーカー

WOODLANDS
 SUNNY
 FOODS社
 (食品製造業)

牛乳パック詰め
 品質検査

特殊容器輸送

〈検証内容〉

- ・容器への牛乳の効率的な充填方法
- ・輸送コスト
- ・品質・風味の変化
- ・商品化への課題等

協力・連携

北海道

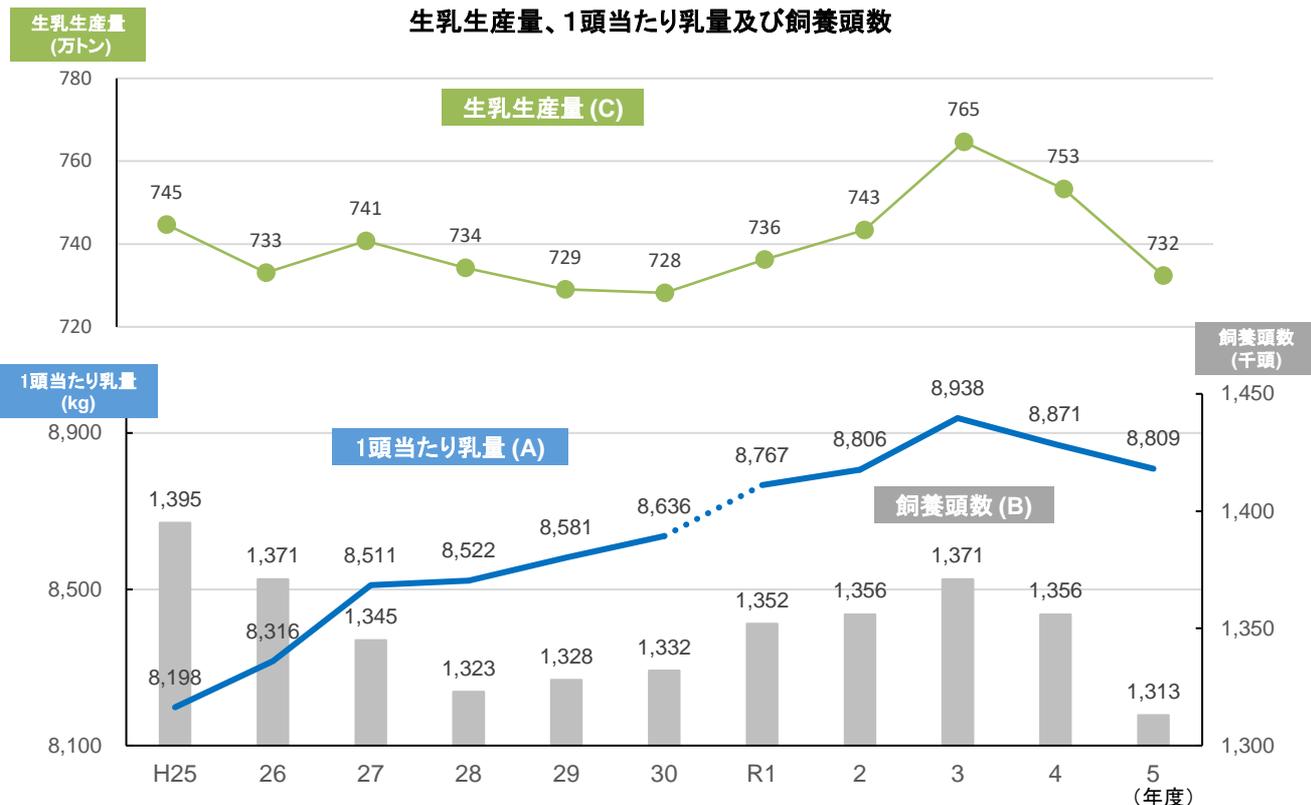
加工機器企業

供給動向

頭数と生産量の推移①

(生乳生産量と1頭当たり乳量及び飼養頭数との関係)

○ 生乳生産量は、1頭当たり乳量と頭数の積により決まる。これまで、頭数が平成28年度頃を底に増加に転じただけでなく、乳用牛の改良により個体乳量が増加してきたことも合わさって、生乳生産量が増加。



C(生乳生産量)



A(1頭当たり乳量)

×

B(飼養頭数)

資料：牛乳乳製品統計、畜産統計(各年度の2月1日現在)
 ※1頭当たり乳量、飼養頭数のデータについては、H30年度とR元年度の間で標本が変わった為、不連続。