

## 畜産物の需給・流通関係ヒアリング御協力者の概要

藤本涼子 （所属）株式会社 MMJ  
（役職）取締役事業統括本部長



## 【会社概要】

- ・ 所在地 群馬県伊勢崎市
- ・ 設立年 2002年12月
- ・ 契約農家数 67戸 （2024年4月時点）
- ・ 年間出荷乳量 17.5万トン （2024年度見込み）

## 【組織の概要・特色】

- MMJは、酪農家にとっての新たな選択肢として、民間企業として日本で初めて、生乳を酪農家から直接買い、乳業メーカー等の事業者  
に販売する生乳の卸売業を実施。
- MMJが提案する中間経費の無駄を省いたシンプルな契約形態は酪農  
家の経営向上に貢献し、機動的で柔軟な生乳供給により中小乳業メ  
ーカーの販路拡大と成長に欠かせないパートナーとなっている。
- 創業以来築いてきた独自のネットワークで酪農家や乳業メーカーと  
ともに、牛乳乳製品の品質と美味しさを追求し、消費者に喜ばれる  
イノベーションに挑戦している。

# 1. 事業概要

## ◇基本情報

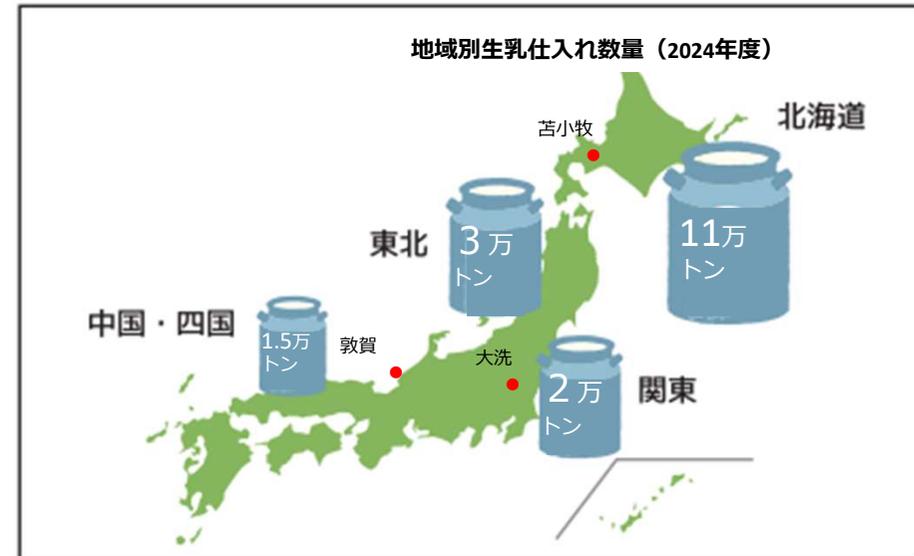
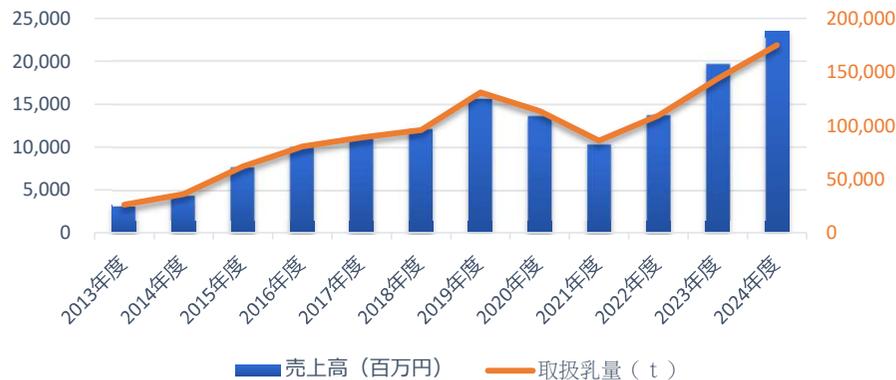
- ・名称：株式会社MMJ
- ・所在地：群馬県伊勢崎市昭和町3928
- ・設立年月日：2002年12月14日
- ・代表者：代表取締役 茂木 修一

## ①生乳の仕入・販売事業

### ・取扱数量

2023年度実績13.8万トン（内北海道7.6万トン）  
 2024年度見込17.5万トン（内北海道11万トン）

- ・販売先 国内乳業メーカーおよび流通、卸、小売等



# 1. 事業概要

## ②乳製品の販売事業

- ・国内および海外（台湾、香港等）
- ・品目：牛乳類、フリーズドライ牛乳等



## ③乳製品製造事業

- ・乳製品加工工場を新設（2024年～）  
バター、生クリーム、脱脂粉乳、濃縮乳等



## ④生乳検査事業

- ・自社の生乳品質管理のほか、外部検査を受入、事業化
- ・生乳検査精度管理認証検査施設 認証番号SK058



## 2. 生乳の需給調整に関わる取り組みについて

### ①生乳の乳製品加工（飲用以外）状況

- ・加工品目  
練乳、生クリーム、脱脂粉乳、バター、フリーズドライ牛乳
- ・加工工場  
外部に委託、2024年度より自社工場でも加工予定
- ・加工比率  
過去5年でおおよそ6～8%程度で推移

加工向け比率



- ・取扱数量の増加とともに加工による需給調整の重要性が増している
- ・加工比率は8～10%程度を維持し、より需給調整力を高め、季節変動だけでなく月や週内での変動にも対応する機動性を備える必要がある

## 2. 生乳の需給調整に関わる取り組みについて

### ②加工乳製品高付加価値化の取り組み

MMJは、酪農家から契約乳価で買い取り契約をしており、その生乳用途により買い取り乳価が変動することはない。一般に加工向け乳価は飲用向けより安いいため、MMJが加工向けを発生すると逆ザヤとなる。それでも、生乳事業では需給調整が必須要件であり、加工向けは有効な手段である。そのような事業環境の中で、加工乳製品をいかに差別化・高付加価値化し販売をするか、という取り組みを継続している。

#### ◇フリーズドライ牛乳

2020年頃から取り組み

スプレードライの粉乳と比べ、熱による変性が少なく、より生乳に近い風味が生かせることから、「携帯できる牛乳」として、また料理や菓子への風味増し材料として活用されている。製造コストが高いことが課題だったが、円安情勢により海外で割安感が生まれ、輸出向けを中心に引き合いが大幅に増加。価格は一般の全粉乳の5～10倍の価格で売れている。

#### ◇生乳の特長を生かした乳製品製造へ

2024年から自社工場での加工を開始する。

酪農家直送の新鮮さと生乳の特長を生かした特色ある製品を製造し、余乳処理、需給調整としてだけでなく、収益性と両立した製品開発・販売を確立していくことを目指す。

このような差別化加工乳製品の販売拡大により、  
→飲用向けの変動を安定的に吸収することができる（飲用市場の安定）  
→乳の新たな価値を付加していくことができる（乳の価値向上）



### 3. 販売情勢について

国内の飲用牛乳においては、小売チェーンの競争激化による差別化戦略の一環として、最大のコモディティ商品である牛乳におけるPB開発を積極的に行っている。

成分無調整牛乳においては、産地指定から地域指定へ、更に生産者の顔が見えることが求められ、差別化戦略であると同時に、原料の直接買い付け、透明化によるコスト戦略の大きな2つの動機が発生している。

MMJではその先駆けとして、生乳の品質をコンセプトに掲げたPB商品に生乳を供給している。

#### ◇別海のおいしい牛乳

コンセプトPBの先駆け、関東中心に130店舗展開するスーパー「ベイシア」のPB商品として2017年より販売。

生産者がCMに登場するなど、顔が見えることが品質、おいしさの根拠となり、消費者の高い信頼を得ている。

ヨーグルトや菓子類などシリーズアイテムも多く別海商品群として成長している。  
店頭価格帯218円前後（税別）



#### ◇A2ミルク

関東の主カスーパーでPB採用され、メディア露出、知名度アップを牽引  
国内のA2ミルク取り扱いトップシェアとなる。

「これなら飲める」という声多数。味の高評価も。店頭価格帯は258円前後（税別）

## 4. 流通合理化の取り組みについて

### ◇増加する北海道からの流通への取り組み

- 道外輸送の主たる港である苫小牧に品質管理センターを置き、道外輸送生乳の品質検査およびタンク洗浄の拠点として機能、車両の回転率を向上
- 20トン以上の大型トレーラーをメインで使用、1車両あたりの輸送量を拡大し輸送効率を向上
- 天候等による船の欠航、遅延などでは陸送を選択することもあり負担軽減が課題



### ◇本州での陸送負担軽減の取り組み

- 待機時間（集乳時、荷下ろし時）削減のため、関東向けクーラーステーション拠点を設置、荷下ろし予定時刻に合わせた出発を推進
- 本州では同一エリア内での配送を原則として推進（ドライバーの拘束時間を削減）



苫小牧品質管理センター