

第4回 畜産部会

乳資源確保と酪農乳業の持続的発展に向けて

～ 乳業者の視点から ～

畜産部会

臨時委員 中野 吉晴

平成26年3月24日(月)



本日のプレゼン主旨

乳業者の視点から、グローバル化の中で、「食料資源としての乳」をどのように理解し、今後の日本の酪農乳業に関する課題を克服していくか？

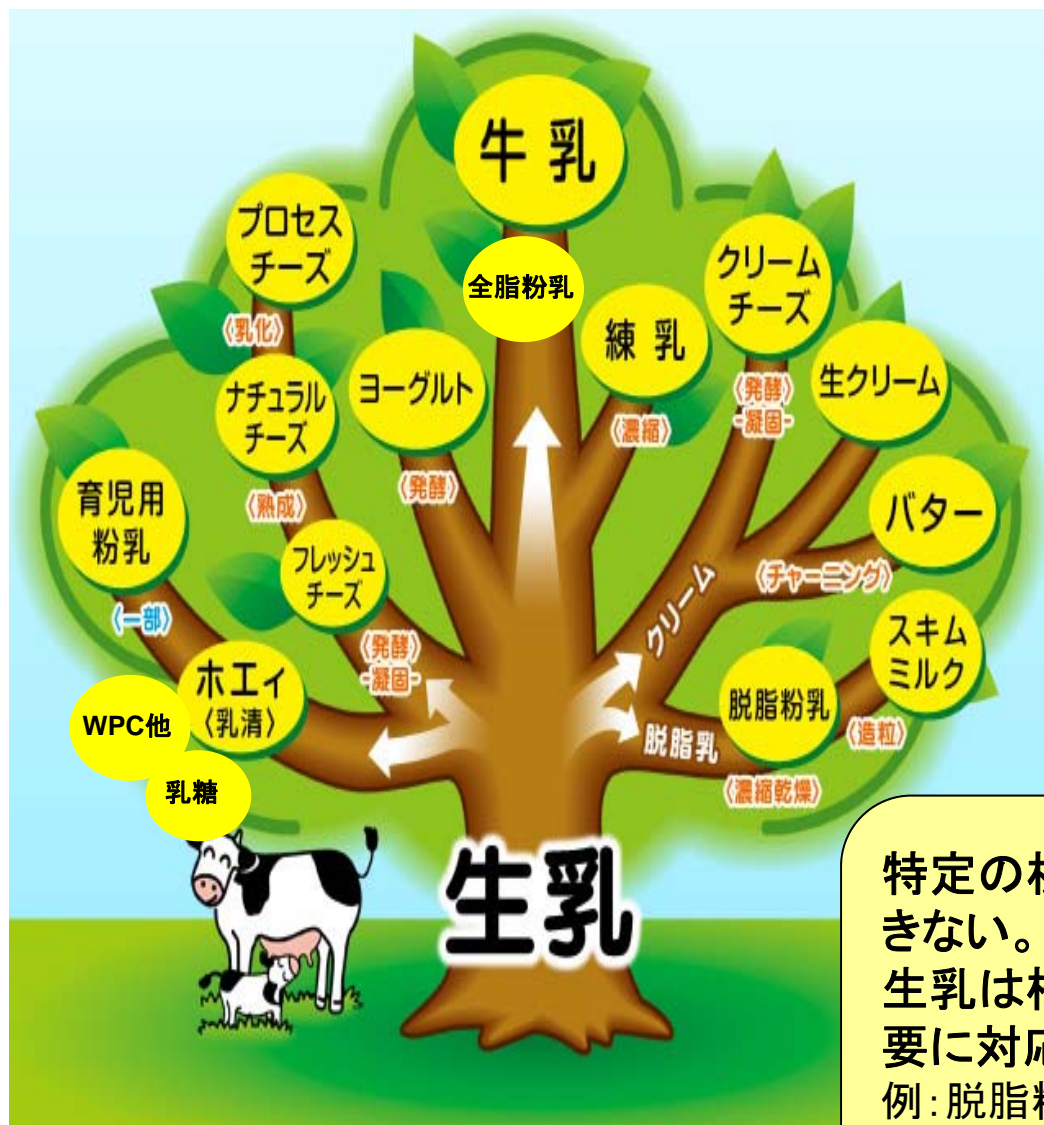
1. 食料資源として重要な”乳”
2. 日本の牛乳・乳製品の産業構造
3. 酪農及び肉用牛の近代化を図るための基本方針
(酪肉近)の見直しに向けて



1. 食料資源として重要な“乳”



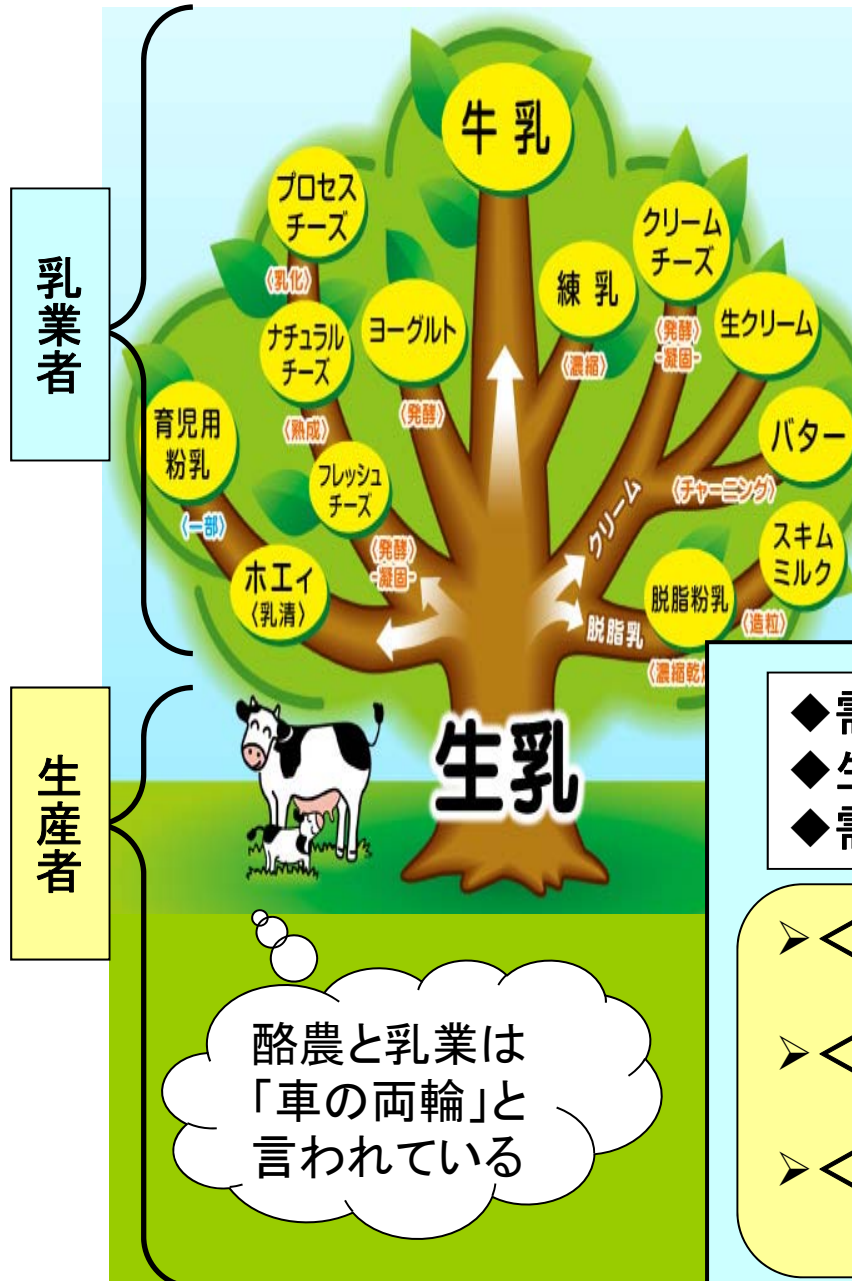
乳とは、乳の価値



- ◆完全栄養食品に近く、幅広い用途で使われている基礎的食品である。
- ◆消費の裾野が広く、様々な形で加工され、多様な食品の原材料として使用されている。
- ◆優れた栄養食品かつ栄養源であり、微量成分も含め、未知の可能性を秘めた食材である。
- ◆米に匹敵する食料資源。
米 : 779万トン(H24.7月~H25.6月)
生乳: 761万トン(H24年度)

特定の枝葉だけを大きくして、成長することはできない。
生乳は様々な形に「分離」「加工」され、様々な需要に対応している。
例: 脱脂粉乳&バター、チーズ&ホエイ、供給と需要のギャップの需給調整(脱脂粉乳&バター等)

乳業者とは



乳業者

生産者

酪農と乳業は「車の両輪」と言われている

- ◆プロダクトミックスにより、生乳の付加価値は大きく変わる。
- ◆生乳生産の季節変動などに対し、プロダクトミックスの中で需給調整機能がおこなわれる。
- ◆生乳は、トヨタ方式では入手することが出来ない。生産された生乳は、全て適切に処理することが求められる。
- ◆生産基盤を安定的に維持し続けることが重要。

乳業者の役割

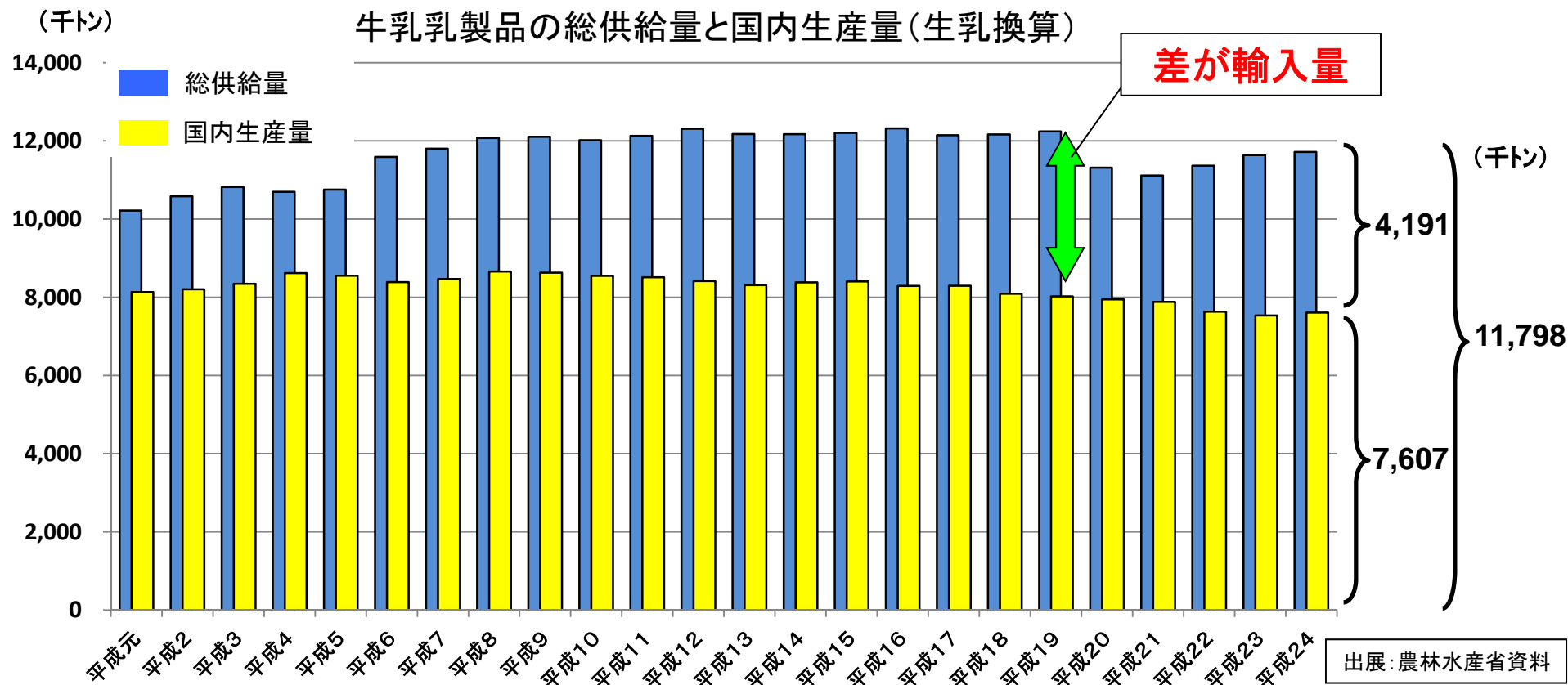
- ◆需要の拡大を図る
- ◆生乳の付加価値を最大限に高める
- ◆需給調整機能の一端を担う

- <品質> 消費者に安全で安心していただける商品をお届け
- <投資> 新商品の開発・マーケティング投資・設備投資等を行う
- <合理化> 市場競争の中で、ローコストオペレーションを継続的に実施

2. 日本の牛乳・乳製品の産業構造



日本の牛乳・乳製品需給構造



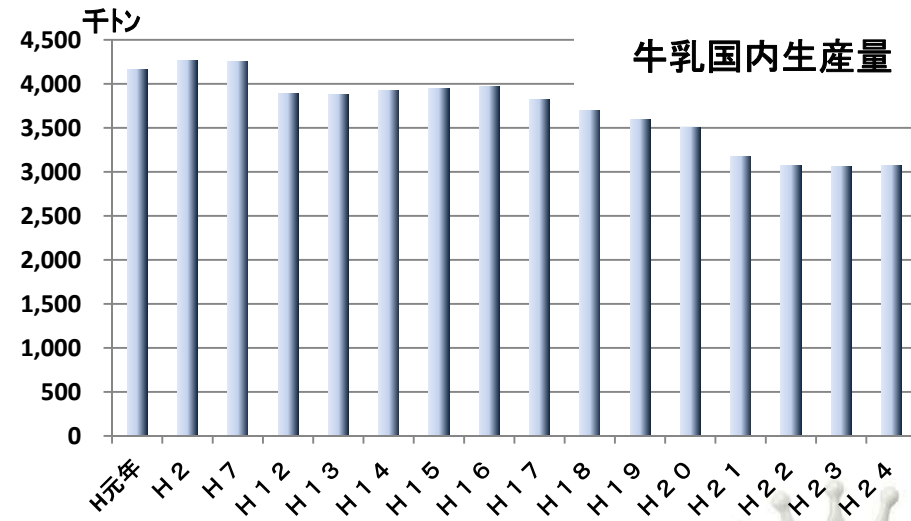
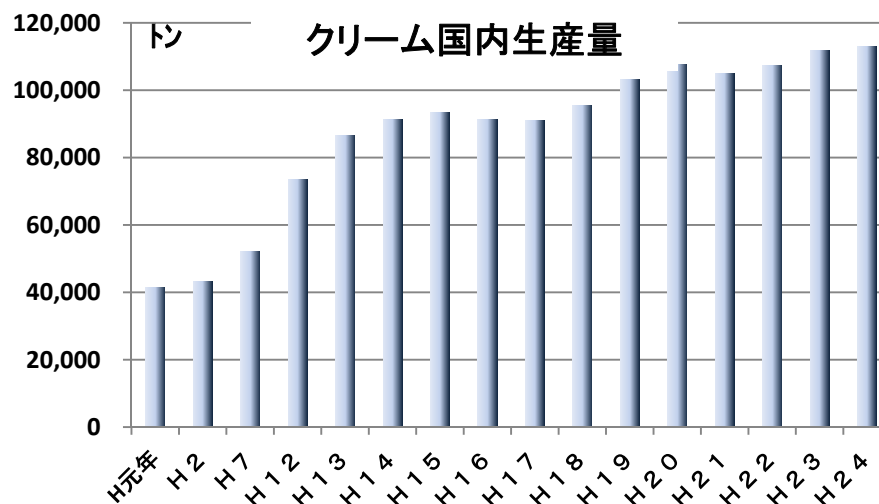
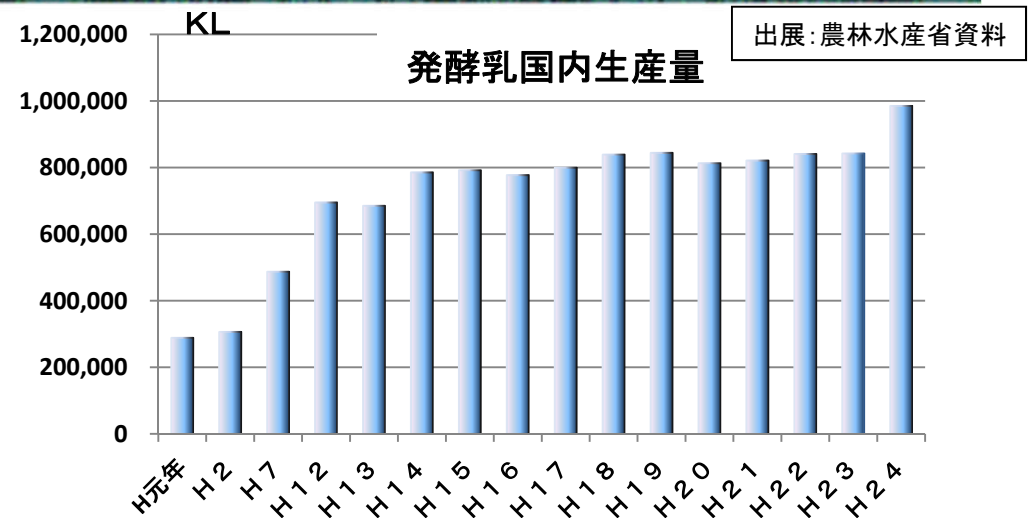
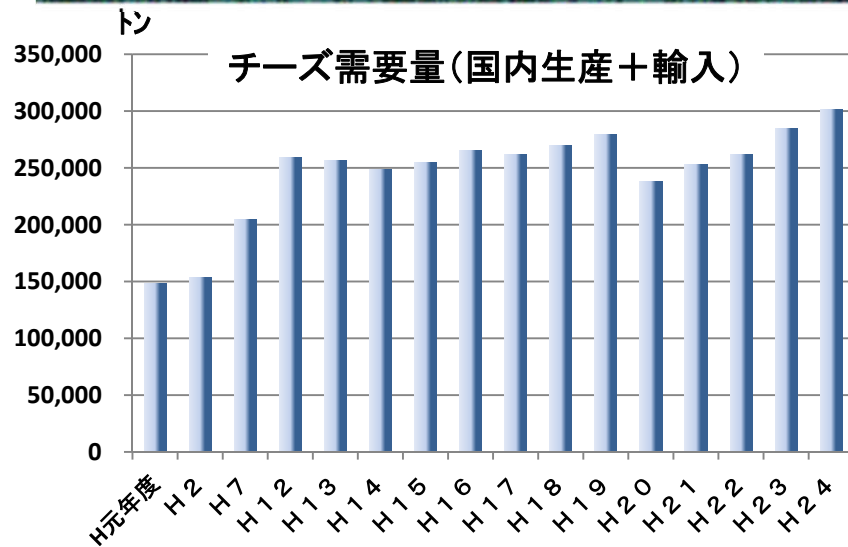
◆牛乳・乳製品需要量は、高度成長を経て大きく伸長したが、平成に入って以降は伸び悩んでいる。
一方、国内生乳生産量は減少基調にあるため、海外からの輸入ウェイトが上昇している。

	【総供給量】	【国内生産量】	【輸入量】	【輸入ウェイト】
H元年度	10,309千トン	8,134千トン	2,175千トン	21.1%
H24年度	11,798千トン	7,607千トン	4,191千トン	35.5%

◆輸入量(419万t)の主な内訳

チーズ…300万トン アイスクリーム等…59万トン 国産品目(脱脂粉乳・バター等)…16万トン

主要乳製品の需要量



◆チーズ、発酵乳、生クリーム需要は堅調に推移し、国内生乳需要を牽引している

◆牛乳は漸減傾向が続いている

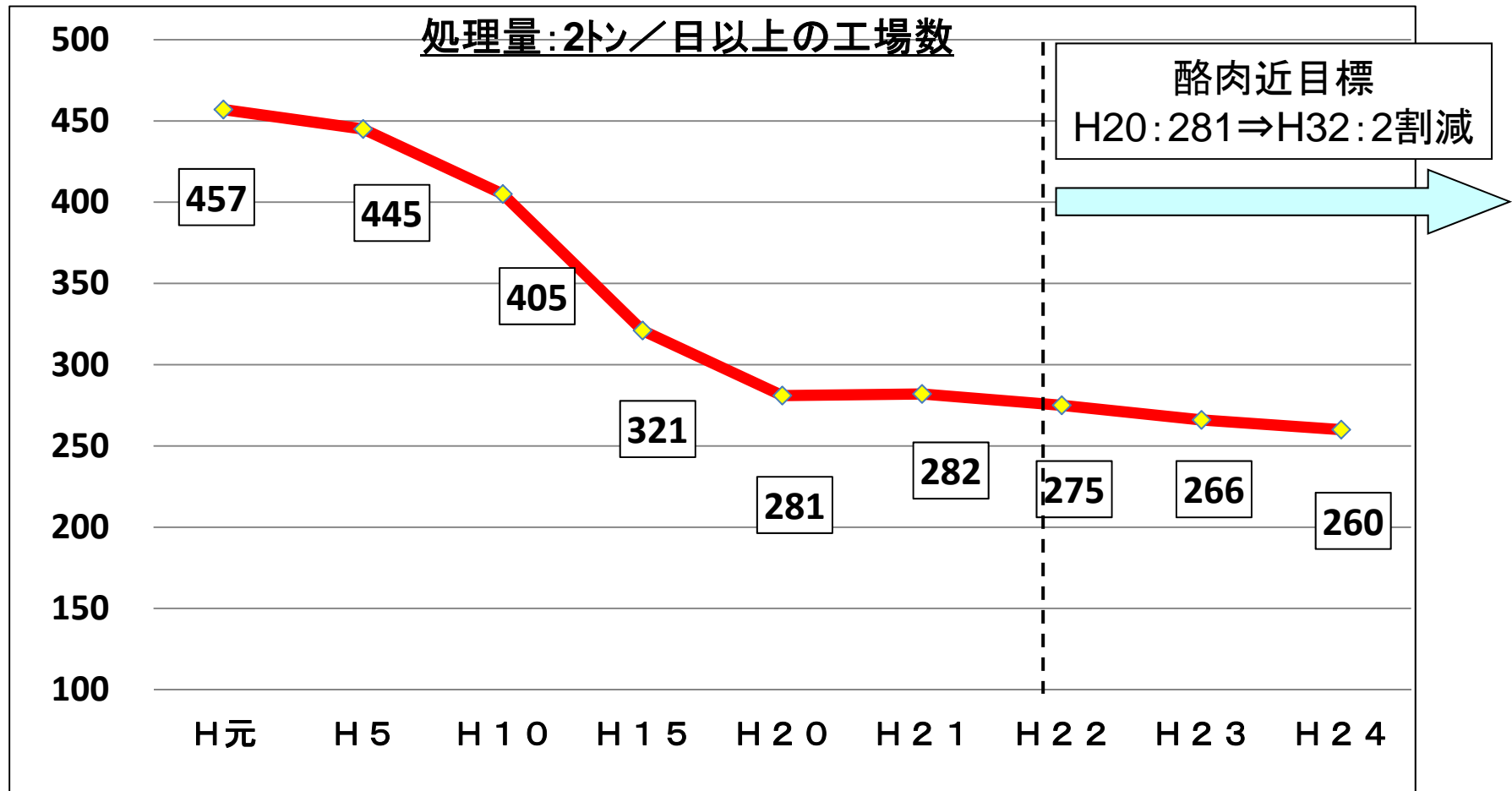
(国内牛乳乳製品総生産量に占める牛乳生産量の割合 平成元年:約53%⇒平成24年度:約39%)

乳資源安定確保の重要性と課題

- ◆牛乳乳製品の貿易量は、世界で僅か7%程度
 - ⇒生産量増は自国内消費へ、輸出の大幅増は期待薄？
 - ⇒日本の必要量は国内生産では満たされていない
(生乳換算輸入量は拡大傾向にある)
- ◆世界の人口は、2050年には96億人(2011:76億人、26%増)になると予想されている。(国連予想)
- ◆新興国等の食の洋風化が進み、牛乳乳製品の需要は拡大する。
- ◆酪農生産地帯は限られている。
 - ⇒牛乳乳製品の輸出力のある国は限られている(AST、NZ、EU、USA他)



乳製品工場及び牛乳処理工場数推移



出展:農林水産省資料

◆工場数は、平成元年以降、平成20年までは減少トレンドにて推移し、工場数は40%減少したが、以後は減少数が小さくなっている。

3. 酪肉近の見直しに向けて



酪農・乳業の持続的発展に向けて

車の両輪である酪農と乳業共に、今後は、グローバル化を意識することが必要

- ◆ 乳業者の役割と自助努力
- ◆ 生産者の役割と自助努力

現実的な議論と具体的な目標と施策の設定

行政の役割とサポート

国民（納税者・消費者）の理解醸成へ
～酪農乳業は日本に無くてはならない産業である～



乳業者の役割

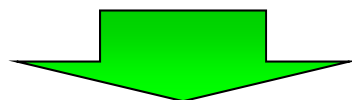
■強い乳業・競争力ある乳業づくり

- サプライチェーンを俯瞰したローコストオペレーションの実現
- 付加価値の向上と市場の拡大
(生乳の価値を適切な商品に加工する)
- プロダクトミックスの最適化による乳資源の有効活用と需給調整
- 酪農・乳業の成長を将来的に下支えする輸出ビジネスへのチャレンジと海外乳原料の安定的確保
- 競争優位となる客観的衛生・品質の向上

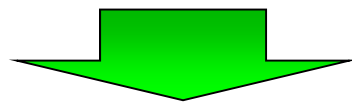


世界の動向と日本の酪農乳業が目指すべき方向

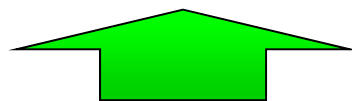
- ◆世界の酪農生産地帯のコストアップ？
- ◆牛乳乳製品の需給を反映した価格上昇？
- ◆限られた貿易量(限定された輸出可能国、酪農生産地帯)



世界の乳製品価格は上昇基調が継続？

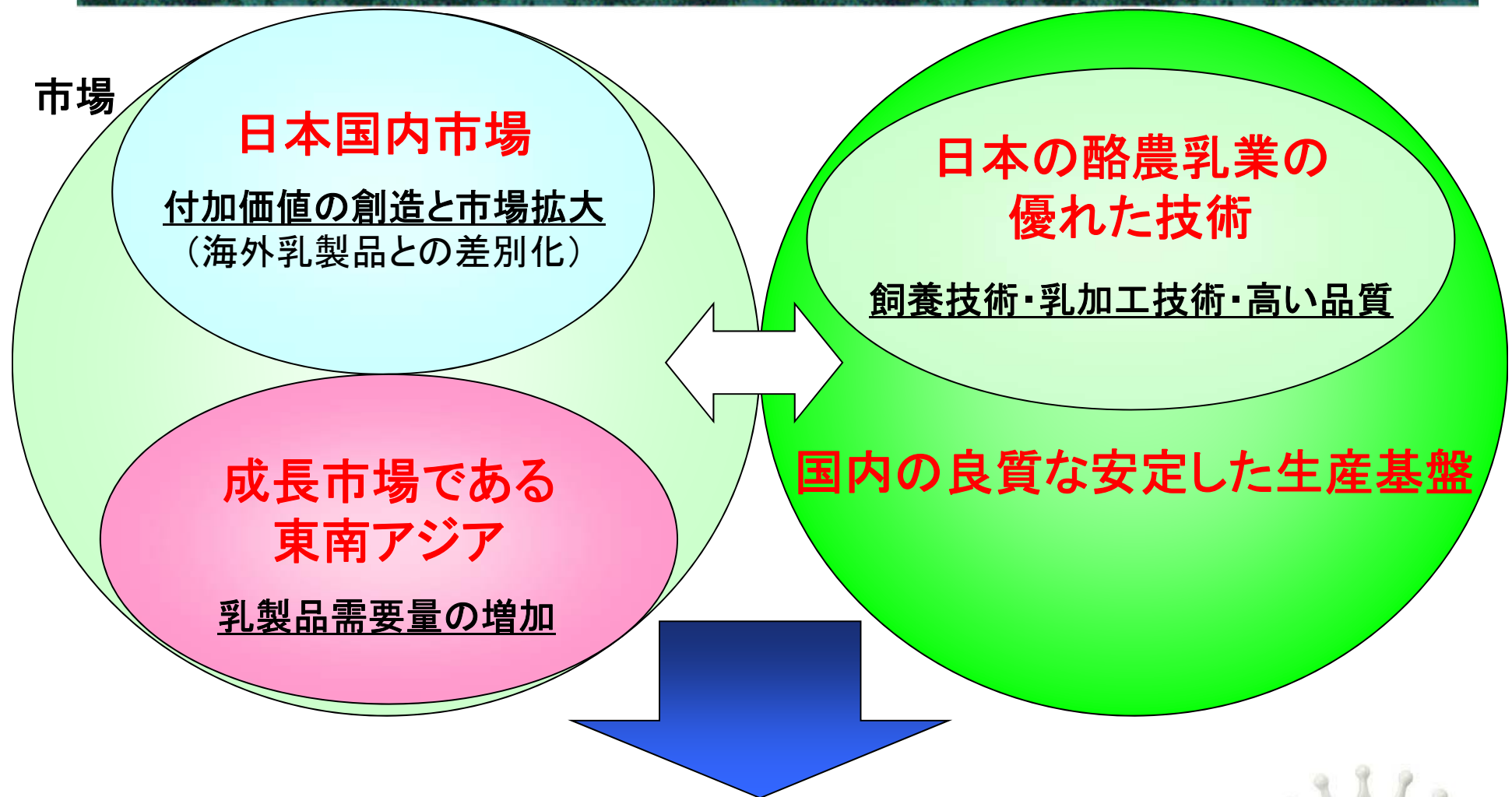


内外価格差の縮小=競争力向上



強い国内酪農・乳業の実現(品質、コスト、商品力etc)

グローバル化の中での酪農乳業の成長に向けて



日本の生産者、乳業者にとって、ビジネスチャンスがある？