



雪印メグミルク

「酪農の未来を拓くお手伝い」

RDCD NEWSLETTER

～RESEARCH & DEVELOPMENT CENTER FOR DAIRY FARMING～

2026 5

NO. 5

酪農総合研究所は創立50周年を迎え、2026年1月30日（金）に記念シンポジウムとして「日本の酪農乳業をどうするか」をメインテーマとし盛大に開催しました。本号と次号では、基調講演での講演内容を皆様にご紹介致します。今回は北海道大学准教授の清水池義治氏の講演内容をご紹介します。

Report 01 「酪農が直面する課題と未来」 北海道大学大学院農学研究院 准教授 清水池 義治氏



清水池准教授



講演中の様子



資料展示コーナーの様子

1. はじめに（状況認識と問題提起）

日本の酪農乳業は「令和の酪農危機」と呼ぶべき多重的な危機に直面している。主因は①コロナ禍以降の需要減少による需給緩和、②2022年以降の歴史的円安を背景にした飼料・資材の急騰と所得減、③2018年の畜安法改正に起因する需給調整システム機能の低下、の三つである。需給緩和とコスト高が同時に起きた点が従来にない困難を生んだ。

今後、酪農家戸数減少と、人口減による国内市場縮小は確実であり、国際情勢次第では畜産物の大量輸入が難しくなる可能性もある。したがって「食料安全保障」の観点から国内生産の維持が重要になる。その際は供給不足を避けるため一定の余剰を確保し、その余剰で新市場（需要）を開拓する発想が必要である。そこで、雪印メグミルクの歴史的役割、「令和の酪農危機」の背景と課題、酪農政策の将来像、制度の役割を踏まえ、同社グループへの期待を述べる。

2. 雪印メグミルクの歴史的発展と役割

雪印メグミルクの源流は、1925年設立の北海道製酪販売組合（翌年、北海道製酪販売組合連合会＝酪連）にある。酪連は以下の目的で事業を進めてきた。

（1）酪農家の救済・酪農振興

酪連設立の引き金は需給緩和だった。関東大震災後の関税引き下げで安価な輸入練乳が流入し、練乳メーカーの経営悪化から受乳削減・拒否が起き、余剰生乳が発生した。酪連は余剰生乳を受け入れてバターを製造・販売し、のちにアイスクリームやチーズにも展開した。酪農は受乳・製造施設がなければ成立しないため、施設の先行整備が振興の要であり、その担い手が酪連だった。さらに地域の製酪組合の救済・合併で北海道全域へ拡大した。

（2）行政と連携した酪農政策の実現

1926年開始の「第二期北海道拓殖計画」で酪農畜産が政策の柱となった。宇都宮らによるデンマーク農業の調査研究が下地になったとされる。具体策として、①乳牛導入・工場建設補助、②乳製品検査事業補助（品質・ブランド力向上・・・ロンドン輸出の時期もあった）、③乳価紛争調停機関としての乳価評定委員会支援などがあった。1932年には「原料乳統制」では酪連が仲介機能を担い、メーカー間の分業体制構築など、戦後の共販体制の原型となる取り組みが戦前から進んでいた。

（3）事業を通じた社会課題の解決

昭和初期、北海道農業は地力収奪的な「略奪農法」からの脱却、冷害克服による「適地適作」の寒冷地農業確立が社会課題だった。酪連の事業は、酪農振興による有畜農業の推進や、冷害対応の計画（根釧原野産業開発五カ年計画等）へ結実し、農村経済・社会の安定に寄与した。また、国民の栄養状態改善という社会課題に対しては、乳製品普及が貢献したといえる。

こうした社会課題解決性があったからこそ多くの関係者の支持を得られ、酪連の精神は現在の企業理念にも受け継がれている。

3. 「令和の酪農危機」の背景と課題

（1）需要の減少と需給緩和の発生

インフレ下の価格高騰で需要が減退。2010年代後半からの増産傾向に対し生産抑制が行われたが、2022年以降の価格転嫁（特に飲用乳）で需要がさらに落ち、脱脂粉乳在庫が増加。在庫対策が議論されている。

（2）急激な飼料・資材の高騰と酪農所得の減少

急激な飼料・資材の高騰とそれに伴う酪農所得の減少は、一息ついた感はあるが、依然として円安が続き、「海外品は安い」という見方の修正が必要ではないか。内外価格差逆転（国産が相対的に安くなる）局面もあり得る。

（3）従来の需給調整システムの機能低下

2018年の畜安法改正後、北海道の系統外出荷が増え、北海道と都府県間の需給調整が難化した。

現在の雪印メグミルクの企業理念

存在意義・志

健土健民

存在意義・志のステートメント

私たちは社会課題に挑む精神で、
人と自然が健やかにめぐる食の未来を育てていきます。

雪印メグミルクの企業理念

< 課題に対する具体的な指標 >

① 牛乳・乳製品の消費量 (2000年⇒2024年)

1人当たり消費 94.2kg ⇒90.7kg
 (内) 飲用乳 39.0kg ⇒30.2kg
 チーズ 1.9kg ⇒2.4kg

飲用乳の消費が減少する一方、チーズの消費量は増加傾向である。しかし増加傾向のチーズは国産チーズのシェアが約1割で、伸びる需要を輸入が吸収している。また、2022年度以降の価格上昇を受けて牛乳の消費量が低下している。

② 脱脂粉乳とバターの不均衡の拡大

バター需要は堅調だが脱脂粉乳需要は弱く不均衡が拡大。

③ 配合飼料、ハイキューブ、肥料等高騰

配合飼料・ハイキューブ・肥料等は2020年の平均価格を100とした場合、2022年後半から急騰し高止まりしている。

④ 酪農労働報酬

労働報酬は2023年度に回復傾向、2024年も乳価上昇で改善が見られる。

(4) 「酪農危機」から見えてくる課題

- ① 資材高騰から乳価引上げまでのタイムラグ (4~5年)
- ② 資材価格の高止まりを前提にした価格安定基金の再検討
- ③ 価格転嫁で需要が落ちる「合理的価格形成」政策の限界
- ④ 政策による所得支持効果の不十分
- ⑤ 人口減による需要減少の常態化である。

出口(在庫)対策だけでは不十分、入口(減産)対策が必要になると酪農経営に悪影響が出て系統外出荷増にもつながるため、発想転換が求められる。

4. 我が国の酪農乳業と酪農政策の未来 (提案)

検討すべき政策・制度として2点を提案する。前提は酪肉近の生産目標780万t(現状740万t+40万t)で、国内消費(生乳換算)1100~1200万tのうち約400万tを輸入に依存し、自給率が90年代約70%から現在約60%へ低下している現状を踏まえたものである。

提案① 「酪農版所得支持政策」=グリーンミルクペイメント(GMP)

日本で「酪農版所得支持政策(所得支持の一部をチーズ国産化に充当)」の検討をすべきと考える。所得支持政策は消費者負担を軽減する観点から「食料安全保障の確保」の考え方にも合致する。

GMPは、すべての酪農経営を対象に、一定要件を満たす経営へ牛乳1頭当たりで直接払いするという制度である。加算要件として、用途・乳質、家族経営、自給飼料生産(耕畜連携含む)、環境・気候対策、放牧・有機等の特色ある生乳、アニマルウェルフェア、食育、6次産業化等を想定し、将来的に既存制度(補給金等)との統合も視野に入れる。補正予算頼みではなく、法律に基づく継続的な制度とし、経営の多様性確保を通じて新規参入や農村維持にもつなげる。メガファームは地域の生産力維持に寄与するため金融面での支援を充実させる。

さらに、この「酪農版所得支持政策」を需要創出(国産チーズ拡大)と結び付ける。

現在、輸入チーズは生乳換算で約300万t、国産チーズは約40万tで自給率は約1割である。チーズ需要は更に伸びる可能性が高く、チーズ向け乳価を輸入並みに下げ、その下落分をGMPで補填することで輸入のさらに1割相当40万tを国産チーズで置き換える。対象は「増加分40万tを上限」とし、需給に応じて用途(例:バター不足時に変更)を伸縮させる「バッファー」とする。北海道・都府県合計200億円規模の直接払い開始を提案する。(按分で経産牛1頭当たり約24,000円)。

提案② Jミルク需給変動対策基金の拡充(輸出対応)

Jミルクは酪農家と乳業者が1:1で拠出する基金で、需給緩和時に脱脂粉乳等の在庫削減(飼料利用、輸入調製品置換等)を行っているが、輸出向け飲用乳や脱脂粉乳原料乳飲料を製造する乳業者への充実に広げる提案である。

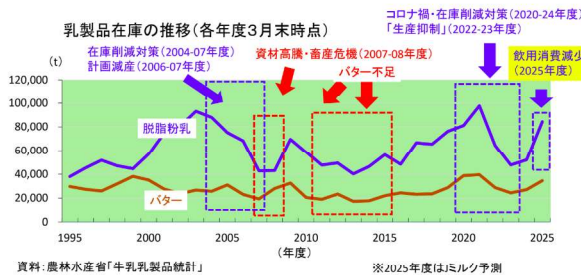
国内と国際価格差は、脱脂粉乳が約1.92倍、バター約2.20倍、乳価約1.70倍とされる一方、飲用乳小売価格は東京230.4円/Lに対し香港・台北・シンガポールは約433~448円/Lで、日本の方が安い可能性がある(円安や成分差等で単純比較は難しいが)。将来的には20~30万tを飲用乳として輸出しなければ、国内生産に見合う需要確保が難しくなるとの見立てである。

5. おわりに(雪印メグミルクへの期待)

今後チーズ需要の伸長が見込まれ、輸出では脱脂粉乳を原料とした飲料にも成長可能性がある。ナチュラルチーズ事業と脱脂粉乳原料飲料に強みを持つ雪印メグミルクグループには、国産生乳需要の牽引役として期待が大きい。さらに、戦前の酪連のように行政と連携し、国産チーズ需要拡大を含む新たな酪農政策をリードしてほしい。農業政策の第一義は食料安全保障や社会・経済・環境の持続可能性向上といった社会課題解決であり、酪農乳業がどれだけ貢献できるかが、その存在意義そのものである。

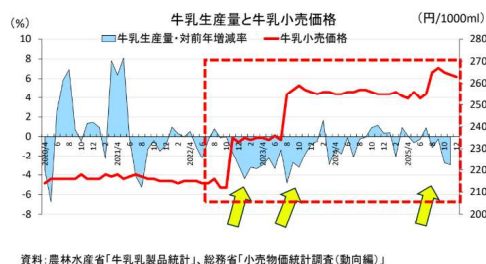
※本資料の全編PDFおよび講演動画は酪総研HPに格納されています

脱脂粉乳とバターの需要アンバランスの拡大



脱脂粉乳・バターの在庫推移

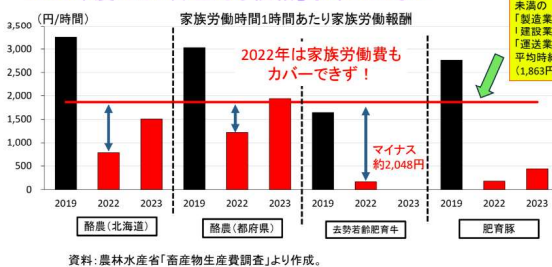
消費者購入可能?: [牛乳]2022年後半以降の価格上昇を受けて消費量が減少



牛乳生産量と牛乳小売価格の推移

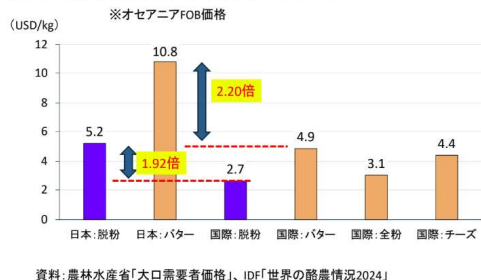
乳価引き上げで2023年度は回復傾向:

2022年度では「合理的な価格」水準ではない



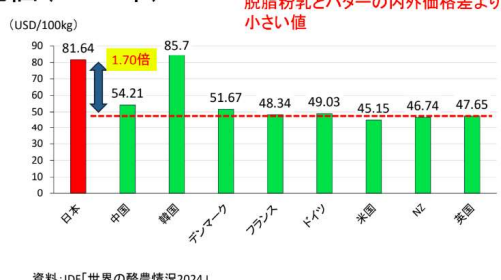
家族労働時間1時間あたりの家族労働報酬

国際市場価格との差(2023年)



日本の脱粉・バターの国際市場価格との差

乳価(2023年)



日本と世界各国との乳価差(2023年)