

雪印メグミルク創業 100 周年・酪総研創立 50 周年記念
2025 年度 酪総研シンポジウム

「徹底討論」

～日本の酪農乳業をどうするか～



開催日時：2026 年 1 月 30 日（金）13:00～16:30

開催場所：ハイブリッド開催

実開催会場：京王プラザホテル札幌（地下 1 階 プラザホール）

札幌市中央区北 5 条西 7 丁目 2-1

WEB視聴：Zoomウェビナー Live 配信

雪印メグミルク株式会社 酪農総合研究所

この国の、 酪農のために。

1976年3月10日、

たった3人の研究員からの出発。

「この国の酪農に貢献したい」

その熱き想いを胸に秘めこの50年間、この国の酪農と共に
幾多の風雪にも耐え、ひたむきにあゆみ続けてきました。

もちろん、平坦な道ばかりではなかった。

さまざまな試練に出会い、存続の危機さえ味わいました。

しかし、そのたび私たちを支えたのは、

創立以来、私たちの胸にあり続けた酪農への熱き想い、
そして私たちの研究を支えてくださった多くの酪農家の皆様でした。

「健土健民」

健やかな土から育まれる、

健やかな農作物が、健やかな国民を育む。

この言葉は私たちのタカラであり、酪総研のアイデンティティです。

酪農情勢が厳しいこの時代に、ひたむきに前を向き、

立ち向かい続ける酪農家がこの国にいる限り、

私たちの「酪農による「健土健民」の理想の実現」は、

決してあゆみを止めることはありません。

私たちは今日も現場にいる、

酪農家と共に歩み続ける。

「酪農の未来のための一歩」を私たちは歩んでいく、

この国の酪農家とともに。

私たち、酪農総合研究所です。



2025 年度 酪総研シンポジウム 次第

※12:55～に雪印メグミルクグループが描く「未来ビジョン 2050（EGAO-MEGUMITOWN）」を特別上映します

1. 開 会 13：00
2. 主催者挨拶 13：00～13：10

雪印メグミルク株式会社 代表取締役社長 佐藤 雅俊

3. 基 調 講 演

- 講 演 1 13：10～14：00

「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

- 講 演 2 14：00～14：50

「酪農乳業が進むべき道とは」

一般社団法人日本乳業協会 常務理事 本郷 秀毅 氏

【休憩 14：50～15：00】

4. 総 合 討 議 15：00～16：20
- 「徹底討論」～日本の酪農乳業をどうするか～

座 長： 酪農学園大学 農食環境学群 循環農学類 教授 日向 貴久 氏

パネリスト： 北海道大学大学院 農学研究院 准教授 清水池 義治 氏
一般社団法人日本乳業協会 常務理事 本郷 秀毅 氏
大樹町農業協同組合 前代表理事組合長（酪農生産者） 坂井 正喜 氏
中国生乳販売農業協同組合連合会 代表理事会長（酪農生産者） 檜尾 康知 氏
雪印メグミルク株式会社執行役員 酪農部長 若林 偉彦 氏

5. 閉 会 挨拶 16：20～16：30
- 雪印メグミルク株式会社 執行役員 酪農総合研究所長 津田 知亮

6. 閉 会 16：30

※実開催会場では100周年に併せ創業当時の貴重な資料を特別展示しておりますのでぜひご覧下さい

講演 1

「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



現在、日本の酪農乳業は「令和の酪農危機」と呼ばれる多重的な課題に直面している。本講演では、雪印メグミルクの歴史的発展を振り返りつつ、現在の危機の構造を分析し、わが国の酪農乳業が目指すべき未来の政策と方向性について展望する。

雪印メグミルクの源流である北海道製酪販売組合は、1925 年に酪農家の救済と酪農振興を目的として設立された。1920 年代、関東大震災後の関税引き下げによる安価な輸入練乳の流入や、メーカーによる受乳拒否といった苦境に対し、余剰生乳の受け入れとバター製造・販売を通じてこれに対抗した歴史がある。宇都宮仙太郎、黒澤西藏ら先駆者たちの尽力により、同社は行政と連携した酪農政策の実現にも大きく寄与してきた。デンマーク農業の調査に基づいた「第二期北海道拓殖計画」への参画や、乳製品の品質向上、戦後の共販体制のひな形となる原料乳統制の合意など、その役割は多岐にわたる。現在も掲げられる「健土健民」という企業理念は、不毛な掠奪農法を克服し、乳製品の普及を通じて国民の栄養改善を目指した、事業を通じた社会課題解決の精神を象徴している。

現代の酪農が直面する危機は、極めて多層的である。第 1 に需要と供給のミスマッチである。2020 年のコロナ禍以降、経済活動の停滞による需要減少が生じた。2010 年代後半からの増産傾向と重なり、生産抑制や脱脂粉乳の在庫急増を招いた。第 2 にコストの高騰と所得の減少である。2022 年以降、世界的なインフレと歴史的な円安により、飼料・資材価格が急騰した。これに対し乳価の引き上げにはタイムラグがあり、2022 年には家族労働報酬が大きく減少し、酪農経営は苦境に陥った。第 3 に需給調整の機能低下である。2018 年の改正畜安法以降、系統外出荷が増加し、従来の需給調整が十分に機能しなくなっている。

これらの課題を克服するためには、単なる在庫対策にとどまらず、需要創出と所得支持を組み合わせた新たな政策への転換が必要である。

第 1 に酪農版所得支持政策（グリーン・ミルク・ペイメント：GMP）の導入である。食料安全保障を確保するためには、コストの全てを消費者が負担する「合理的な価格形成」だけでは限界がある。そこで、特定の酪農家だけでなく全ての経営を対象とし、乳牛 1 頭あたりに対して直接支払いを行う所得支持政策を提案する。これには乳質の向上、自給飼料生産、アニマルウェルフェアへの配慮、環境対策といった加算要件を付加し、多様な酪農経営を支える仕組みとする。第 2 にチーズ国産化による需要創出である。現在、自給率が 1 割程度にとどまるチーズ市場において、輸入から国産への置き換えを加速させるべきである。輸入価格との差額を GMP の一部で補填することで、現状の生産量に 40 万トンを上乗せし、次期酪肉近目標である 780 万トンの実現を目指す。第 3 に J ミルク需給変動対策基金の拡充である。輸出处の牛乳や脱粉原料製品にも対象を拡大する。

改正新基本法が掲げる「食料安全保障の確保」は、酪農乳業の存在意義そのものである。ナチュラルチーズ・脱粉使用飲料事業に強みを持つ雪印メグミルクには、国産生乳需要の牽引役として大きな期待がかかっている。戦前の先駆者たちがそうであったように、行政と連携して革新的な政策をリードし、日本の酪農乳業の未来を切り拓くことが望まれる。

2025年度酪総研シンポジウム
雪印メグミルク創業100周年記念
酪総研設立50周年記念

2026年1月30日（金）

酪農が直面する課題と未来

清水池 義治
（北海道大学大学院農学研究院）

1

1. はじめに

2

日本の酪農乳業の課題と未来

- 「令和の酪農危機」の多重性
 - ① 需要減少と需給緩和の発生（2020年コロナ禍以降）
 - ② 急激な飼料・資材高騰と酪農所得減少（2022年以降）
 - ③ 従来の需給調整システムの機能低下（2018年改正畜安法）
- ◆ 浮き彫りになった課題にどう対応すべきか
- 日本の酪農乳業の未来をどのように展望するか？
 - 酪農家戸数の減少 + 人口減少による国内市場の縮小
 - 混沌とする国際情勢と「食料安全保障」の重要性
- ◆ 雪印メグミルクグループはどうか貢献できるか

3

本講演の構成

1. はじめに
2. 雪印メグミルクの歴史的発展と役割
3. 「令和の酪農危機」の背景と課題
4. わが国の酪農乳業と酪農政策の未来
5. おわりに～雪印メグミルクへの期待～

4

2. 雪印メグミルクの歴史的発展と役割

5

雪印メグミルクの歴史的使命と役割

- 北海道製酪販売組合（1925年設立） → **100周年**
- 北海道製酪販売組合連合会（酪連）（1926年設立）
 - 宇都宮仙太郎、黒澤酉蔵、佐藤善七・貢らの尽力により設立
- ① 酪農家の救済、酪農振興
- ② 行政と連携した酪農政策の実現
- ③ 事業を通じた社会課題の解決

6

①酪農家の救済、酪農振興

- **余剰生乳の受け入れとバター製造・販売を目的とした北海道製酪販売組合の設立（1925年）**
 - 関東大震災（1923年）後の食料確保を目的とした一時的な関税引き下げ、安価な輸入練乳の流入、練乳メーカーの経営悪化、受乳削減・拒否
 - 当初のバター製造・販売の苦勞、バター・アイスクリーム・チーズなど乳製品販売の成功（雪印メグミルク, 2025）
- **僻地への製造施設の先行的建設による酪農振興（1920年代～）**
- **北海道各地の製酪組合の救済・合併による事業拡大（1920年代～30年代）**

7

②行政等と連携した酪農政策の実現

- **「第二期北海道拓殖計画」（1926年から20年間）で農業政策の柱となった酪農畜産**
 - 宇都宮ら北海道製酪販売組合の中心メンバーによるデンマーク農業の調査・研究が下地
 - 乳牛導入・乳製品工場建設に対する補助
 - 乳牛飼養頭数の増加と地域酪農の振興に寄与
 - バターなど乳製品（牛酪）検査事業への補助
 - 乳製品の品質・ブランド力向上に寄与
 - 「乳価評定委員会」設置への補助
- 練乳メーカーとの「原料乳統制」と製造品分業に関する合意（1932年）：**戦後の共販体制のひな形**

8

③事業を通じた社会課題の解決

- 地力収奪的な「掠奪農法」・冷害の克服＝「適地適作」の寒冷地農業の確立

▶ 大正冷害への対応は製酪販売組合設立、昭和冷害への対応は「根釧原野産業開発五カ年計画」(1933年)などへと結実

□ 北海道の農村経済・社会の安定

- 乳製品の普及を通じた国民の栄養状態の改善、安定的で豊かな食生活の実現

◆ 当時の酪連事業が多くの人々の社会課題を解決に導くものだったからこそ、酪農家、行政担当者・政治家、乳業関係者、関連業者といった多くの関係者の共感や支持を得られた(雪印メグミルク, 2025)

9

現在の雪印メグミルクの企業理念

存在意義・志

健士健民

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かめぐる食の未来を育んでいきます。

10

「令和の酪農危機」の多重性

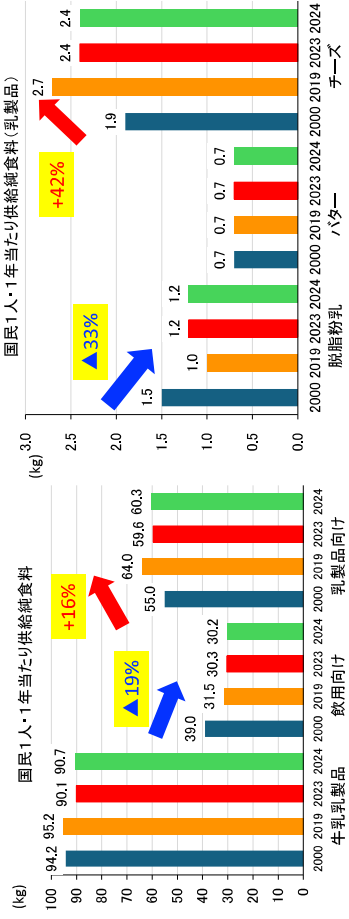
- ① 需要減少と需給緩和の発生(2020年コロナ禍以降)
 - ▶ コロナ禍による経済活動の停滞→需要減少
 - ▶ 2010年代後半からの生乳増産傾向→「生産抑制」の実施
 - ▶ 2022年以降の価格転嫁による需要減少→脱脂粉乳在庫増加
- ② 急激な飼料・資材高騰と酪農所得減少(2022年以降)
 - ▶ 「食料危機」＋円安、価格は高止まり傾向
- ③ 従来の需給調整システムの機能低下(2018年改正畜安法)
 - ▶ 系統外出荷の増加(特に北海道→都府県向け生乳移出)

12

3. 「令和の酪農危機」の背景と課題

11

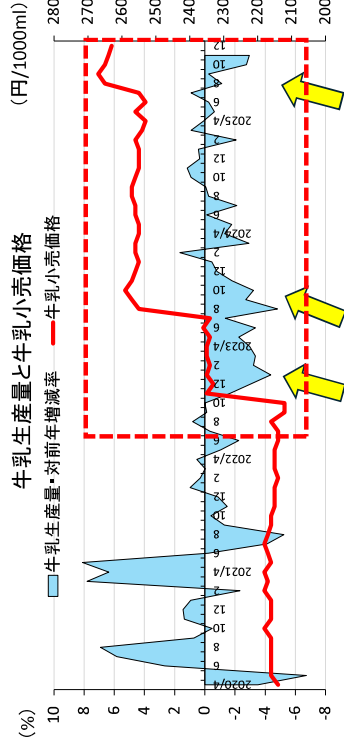
飲用消費減少の一方で、チーズ消費増加(ただ輸入品中心)
2023年・24年は食料インフレの影響により減少



資料: 農林水産省「食料需給表」

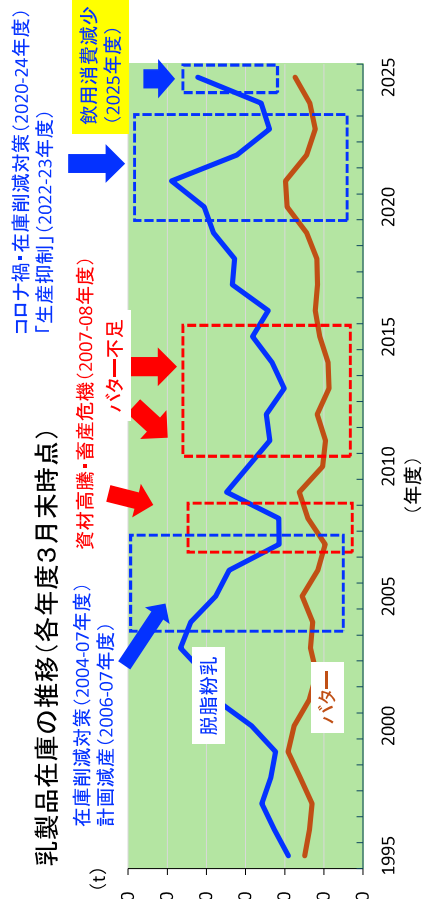
資料: 農林水産省「食料需給表」

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



資料: 農林水産省「牛乳乳製品統計」、総務省「小売物価統計調査(動向編)」

脱脂粉乳とバターの需要アンバランスの拡大



資料: 農林水産省「牛乳乳製品統計」

※2025年度はミレク予測

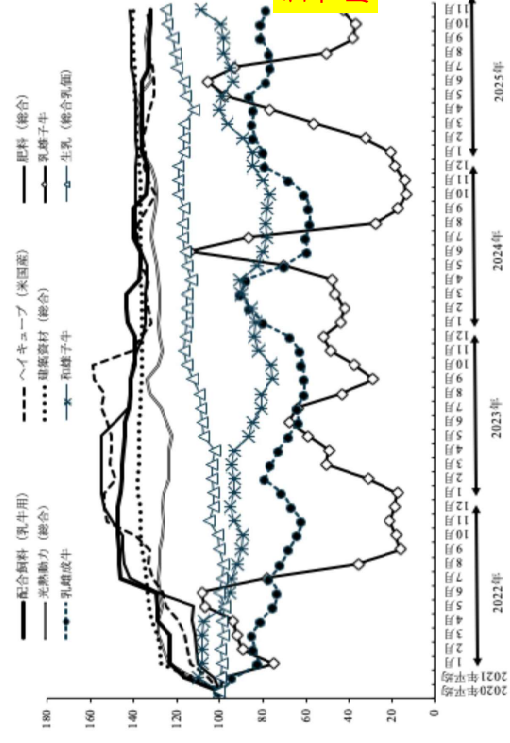
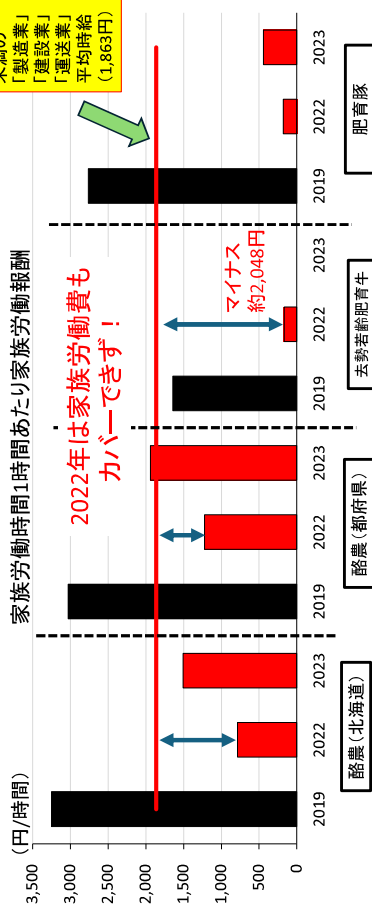


図4-1 生産資材および生乳・牛乳小売価格の価格指数(2020年=100)

出所: 農林水産省「農産物価統計」より筆者作成。

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



資料: 農林水産省「畜産物生産費調査」より作成。

17

「酪農危機」から見えてくる課題

- ① 資材高騰から乳価引き上げまでのタイムラグ(4~5年)
- ② 飼料・資材価格の高止まり
- ③ 乳価引き上げ→価格転嫁の結果、需要が減少(「合理的な価格形成」政策の限界)
- ④ 政策による所得支持効果の不十分さ
- ⑤ 需要不足。在庫対策などの「出口対策」のみでは不十分で、減産・生産抑制といった「入口対策」まで必要となる。酪農経営への悪影響大
 - 系統外出荷増加の大きな要因
 - ④や今後の人口減少でさらに問題が深刻化

18

これから検討すべき2つの政策・制度

- ◆ ともに需要創出政策の性格あり
 - 現状からの生産拡大(780万トン)を前提とする
- ① **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
- ② **ミルク需給変動対策基金の用途拡大**
 - 現状の脱脂粉乳在庫削減に加え、輸出向けの脱粉原料製品(加工乳・乳飲料・発酵乳等)や飲用乳輸出にも充当
 - 基金抛出の乳業者拡大も意図

20

4. わが国の酪農乳業と酪農政策の未来

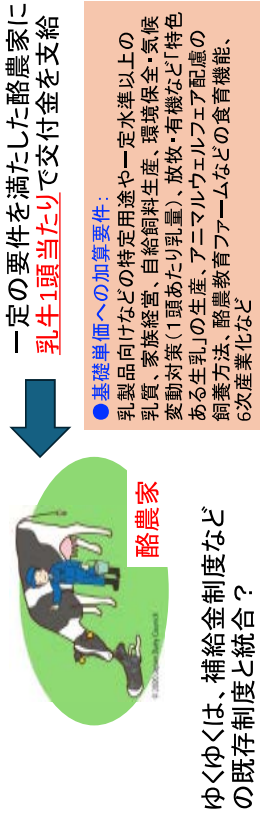
19

日本でも所得支持政策の検討を

- 農産物等のコストを踏まえた価格形成、価格転嫁ができたとしても消費者が購入できなければ意味がない(「合理的な価格」)。
 - 経済格差が進行する中で食料コストを全て消費者負担は限界？
 - 実際に牛乳・乳製品の価格上昇で消費は減少
- ◆「食料安全保障の確保」＝「国民一人一人が(良質な食料)を入手できる状態」になっていない！(改定新基本法の目的)
- 消費者負担だけではなく、農業者に対する所得支持を通じて、食料コストの一部を公的に負担すべき時期(清水池, 2024a; 2024b)
 - 所得支持政策は、酪農家の所得増加だけではなく、消費者負担も軽減

酪農版所得支持政策 ＝グリーン・ミルク・ペイメント(GMP)

- ◆特定の酪農家のみを対象とする政策から、全ての酪農経営を対象とした所得支持を目的とする直接支払いへ
- 目的: 食料安全保障の確保＋酪農経営の多様性の確保・重視



ゆくゆくは、補給金制度などの既存制度と統合？

酪農家が希望を持てる政策を

- 酪農家が経営を継続できると 思えるような政策とは？
- 来年度も続くかわからない補正予算ではなく、法律に基づく制度による経営対策が必要
- 家族経営とメガファームはどちらも必要
 - 家族経営は農村社会を維持する役割: 所得支持額の加算も
 - メガファームは地域の生乳生産力を維持する役割: 金融面での支援を充実

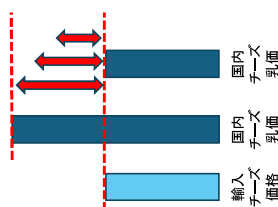


酪農家戸数初の1万戸制、中酪が窮乏訴え
2024/12/08 17:00

中酪農家は2月、都道府県に国を出訴している酪農家数も、初めて1万戸を割り込んだと発表した。酪農家は都道府県で、「日本の酪農は生産者の困難を克服している」と主張した。酪農家は、酪農家が政府補助金で、酪農の維持や乳・乳製品の供給を確保するが、1000億円を1000億円に削減した。

チーズ向け生乳奨励金を 所得支持(GMP)として直接支払い

メガEPAによる関税削減で
内外価格差は今後拡大傾向...



- 現在、日本が輸入するチーズは300万トン(生乳換算)程度である一方、国産チーズは40万トン(同)で自給率は1割程度
- 輸入1割相当＝生乳40万トン分の国産需要創出
 - 現状生産量＋40万トン＝780万トン
 - 次期酪肉近生産目標数量と同量
- 輸入価格並みにチーズ向け乳価を引き下げた上で、その下落分を国からのGMPで補填。
 - 現状のチーズ向け生乳数量からの増加分(40万トン上限)のみを対象
 - 対策数量は、需給動向に合わせて伸縮。

チーズ国産化対策必要財源は78億円から159億円 (40万トン対象、関税無税時)

80億円は、過去のチーズ対策と同程度の予算規模

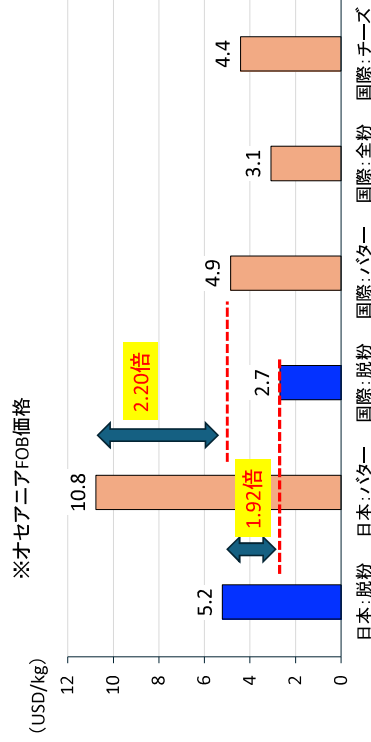
年度	輸入価格 (乳価換算、 最高)	輸入価格 (乳価換算、 平均)	輸入価格 (乳価換算、 最低)	対象数量 (万t)
2023	4.2	11.2	13.8	4
2024	9.1	23.0	26.0	8
2025	14.6	35.2	42.6	12
2026	21.5	48.0	57.7	16
2027	28.3	61.3	73.2	20
2028	36.1	75.1	89.1	24
2029	44.8	89.5	105.5	28
2030	54.2	104.3	122.3	32
2031	64.2	119.6	139.5	36
2032	75.0	135.5	157.2	40
2033以降	78.6	138.0	159.3	40

※拡大分のみに内外価格差100%の奨励金を交付した場合。
※1年間で4万トン、10年間で40万トンまで拡大。
※清水池(2023)より引用

ミルク需給変動対策基金の拡充

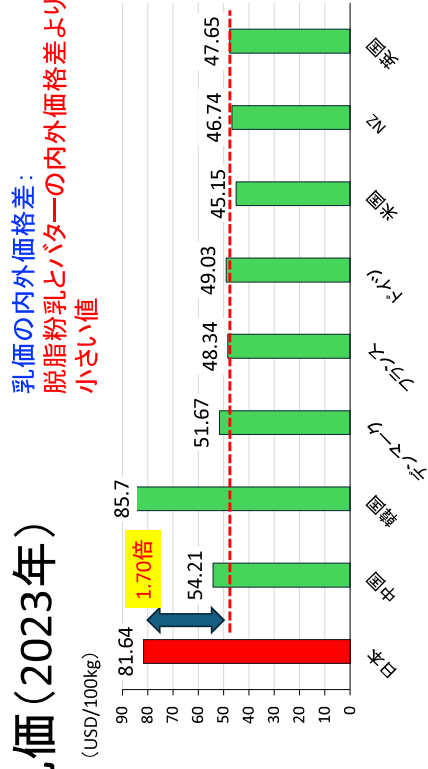
- 酪農家と乳業者が1:1で資金拠出、基金積立
 - 需給緩和: 脱脂粉乳等の在庫を削減する事業を実施(飼料利用・輸入調製品置き換え・輸出)
 - 需給逼迫: 生乳増産に資する事業を実施
- 飲用乳需要減少(人口減少+需要傾向)による脱粉在庫増加を抑える対策
 - 輸出向け飲用乳+輸向け脱粉原料製品(飲料を想定)を製造する乳業者に充当
 - 内外価格差は、脱脂粉乳より飲用乳のほうが小さい?

国際市場価格との差(2023年)



資料: 農林水産省「大口需要者価格」、IDF「世界の酪農情況2024」

乳価(2023年)



資料: IDF「世界の酪農情況2024」

日本の小売価格はもはや高い方ではない



資料：NUMBEO
注1) 海上運賃・40tコンテナ・2000リットルで計算、1リットル当たりジャカルタ114円、シンガポール67円、マニラ54円、ハノイ85円、バンコク98円
注2) 為替レートは2025年6月2日時点、1USD=142.95円

5. おわりに
～雪印メグミルクへの期待～

酪農乳業は社会課題を解決できるか

- ナチュラルチーズ事業と脱粉原料飲料事業に強みを持つ雪印メグミルクグループに、国産生乳需要の牽引役として大いに期待
- 行政とタッグを組んで革新的な酪農政策を展開してきた戦前の酪農のように、日本の酪農乳業の未来と可能性を開拓する新たな酪農政策をリードしてもらいたい
- 改正新基本法の目的である「食料安全保障の確保」や社会・経済・環境の持続可能性向上といった社会課題の解決に、酪農乳業がどれだけ貢献できるか、これは酪農乳業の存在意義と同義である

引用文献

- 清水池義治 (2024a)「国民が食料・農業政策に関与する新たな政治システムの構築が必要」『ニューカントリー』71(7): 32-34
- 清水池義治 (2024b)「酪農が直面する課題と未来ー食の民主主義を展望するー」関根佳恵・関根平編著『アグロエコロジーへの転換と自治体ー生態系と調和した持続可能な農と食の可能性ー』自治体研究社: 121-149
- 清水池義治 (2023)「輸入から国産へ置き換え可能な用途別乳価実現し増産促進ーチーチーズ奨励金制度創設に必要な予算は最大159億円ー」『デーリイマン』73(2): 23-25
- 雪印メグミルク株式会社 (2025)『健土健民の百年』酪農乳業速報

ご清聴
ありがとうございました。

日本の酪農乳業の未来を
ともに築きましょう。



講演 2

「酪農乳業が進むべき道とは」

一般社団法人日本乳業協会
常務理事 本郷 秀毅 氏



雪印メグミルクが創業して 100 年、酪総研が創立されて 50 年になりますが、他の主要乳業各社もおおよそ同程度の歴史を有しています。その 100 周年を迎えるに当たって、これまでの先人の数々の苦労や努力に感謝しつつ、最近の酪農乳業をめぐる情勢を踏まえたうえで、今後の「酪農乳業が進むべき道」を考えてみました。

本日お話しする内容は、大きく分けて 2 つになります。

第一部は、世界と日本の人口の推移や酪農乳業情勢等です。世界と日本の牛乳乳製品をめぐる情勢変化を踏まえ、特に近年の需給変動の大きな波に対する関係者の努力の跡をたどった公式的な話題が中心となります。第二部は、関係者が一体となった努力にもかかわらず、その努力が実らなかった場合を想定した非公式的な話題の提供となります。

世界の情勢をみると、人口は引き続き急増しており、牛乳乳製品の需要は人口以上に急増しています。他方、日本の人口は 2008 年をピークに減少傾向となっており、国産の牛乳乳製品に対する需要は、人口減少よりも 12 年も早くから減少傾向となっています。こうした中で、需要に応じて生産も減少傾向をたどっていけば、将来的に国内総需要に応じた乳資源の確保や牛乳乳製品の安定的な供給が困難になりはしないかと危惧します。

2014 年にバター不足が社会問題化して以降、官民を挙げて数々の生産基盤強化対策が講じられ、その成果が現れ始めた矢先の 2019 年度末に新型コロナウイルスのパンデミックが発生し、それ以来、脱脂粉乳過剰在庫の処理が業界の主要な課題となっています。こうした中で、新たな「酪肉近代化基本方針」が策定され、基本方針を踏まえた対応策が講じられています。今後、酪農乳業界が進むべき道として、その成功を切に願ってやみません。

他方、チーズの関税は 2033 年度の撤廃に向けて段階的に削減されており、業界にとっての懸念材料の一つとなっています。無脂乳固形分需要の確保問題に加え、関税割当がいつ終了するのか、その際に業界としてどのような対応をとるのがか、酪農乳業が進む道を大きく左右することになると考えます。

そこで、最後は、既存の制度などの枠に縛られずに、個人的な期待に加え妄想を膨らませて、「酪農乳業が進むべき道」としてハードルの高い新たな需要創出ではなく、現に需要のあるチーズの生産拡大対策について様々な案を考えてみました。半ば、笑い話として聞いていただければ幸いです。

雪印メグミルク100周年(酪総研50周年)記念シンポジウム

酪農乳業が進むべき道とは

—世界と日本の人口変動とどう向き合うか—

2026年1月30日
(一社)日本乳業協会 本郷 秀毅
資料作成 吉本 幸博

目 次

第一部

- 1 世界と日本の人口及び酪農情勢
- 2 バター不足以降の生乳需給をめぐる情勢
- 3 新たな「酪農及び肉用牛生産の近代化を図るための基本方針」
- 4 酪肉近を踏まえた2025年度における対応策

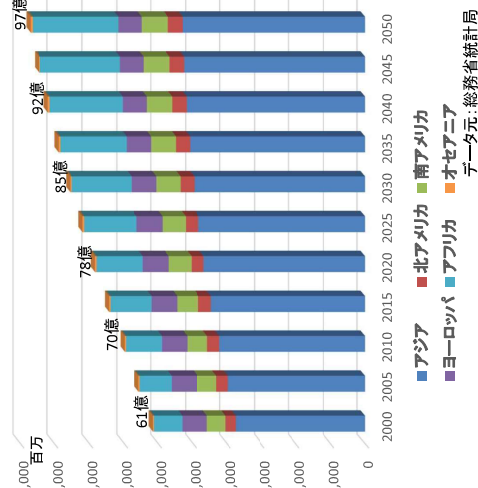
第二部

- 5 次世代の酪農乳業に向けて(2050年度を目標とした妄想)

1 世界と日本の人口及び酪農情勢

(1) 世界

● 世界の人口の推移



(1) 世界

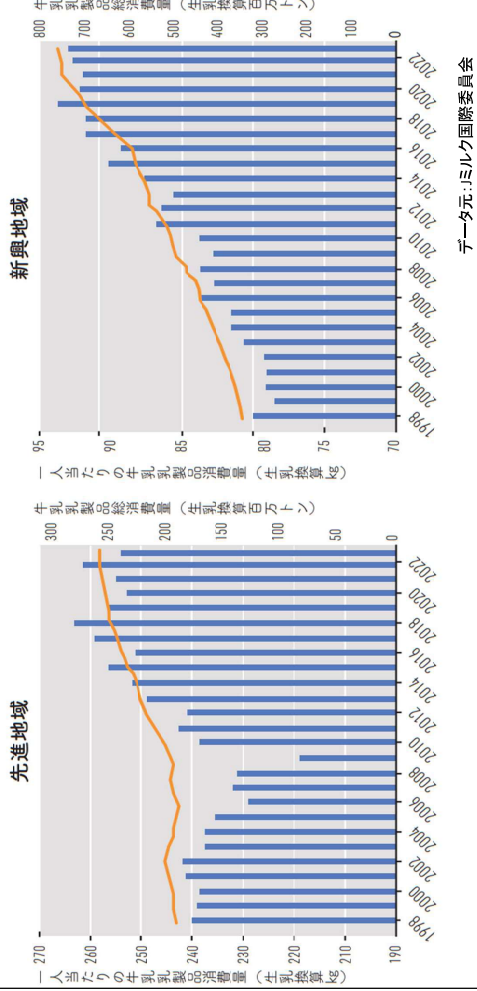
● 世界の生乳生産量の推移



- 世界の生乳生産量は漸増傾向で推移するものの環境規制の強化等により、生産の伸びが制約
- 世界の生乳需給は次第にタイトになっていく可能性
- 以前にも増して、今後、海外から乳資源の調達次第に困難になっていく懸念

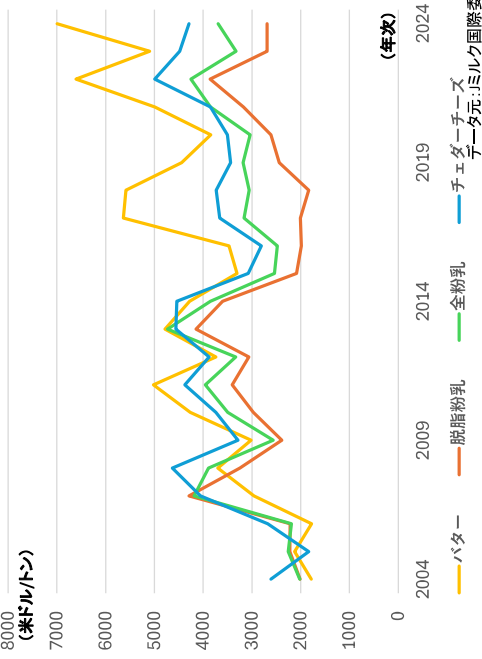
(1) 世界

● 牛乳乳製品の総消費量及び一人当たり消費量の推移



(1) 世界

● 乳製品国際価格の推移

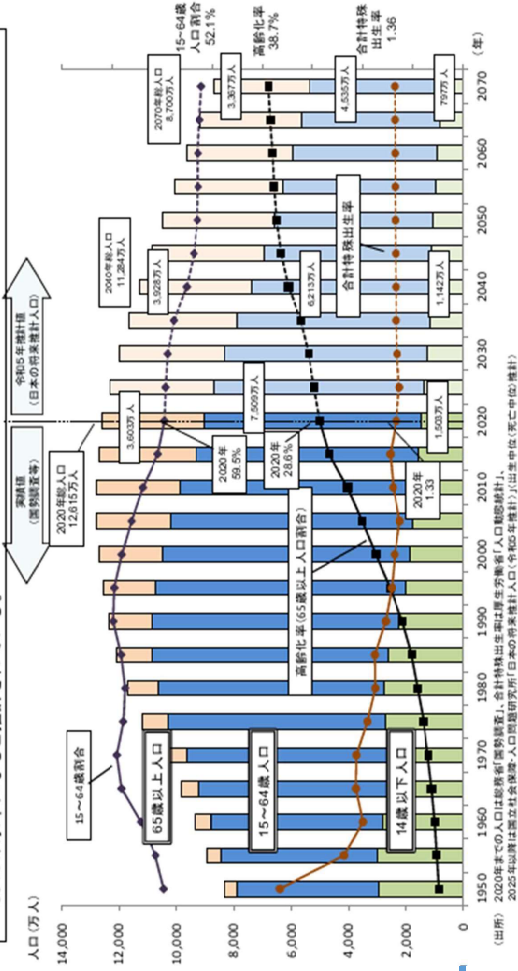


- 国際機関からも、需給がタイトになっていく懸念が示されている

(2) 日本

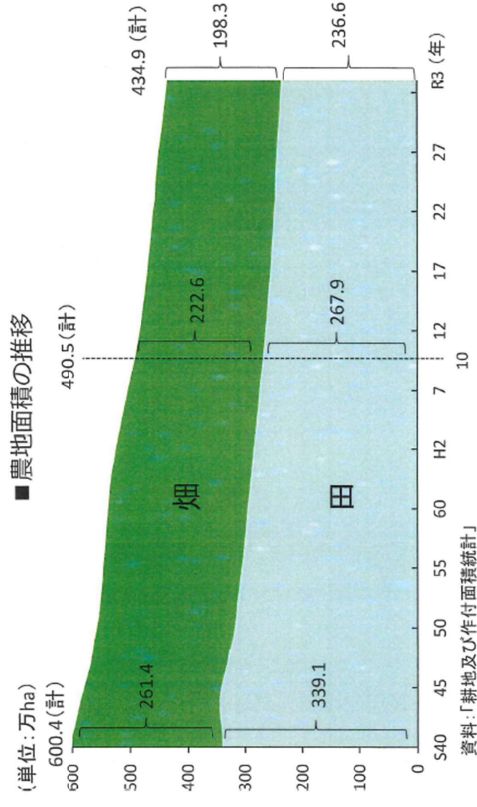
日本の人口の推移

○ 日本の人口は近年減少局面を迎えている。2070年には総人口が9,000万人を割り込み、高齢化率は39%の水準になると推計されている。



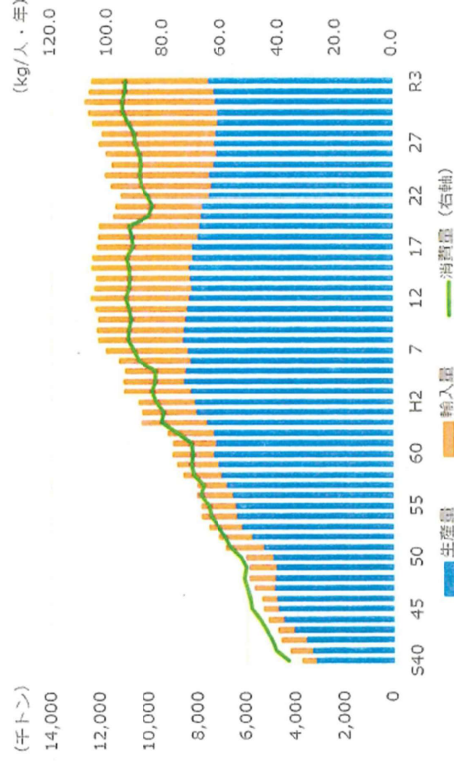
(2) 日本

- 日本の農地面積の推移



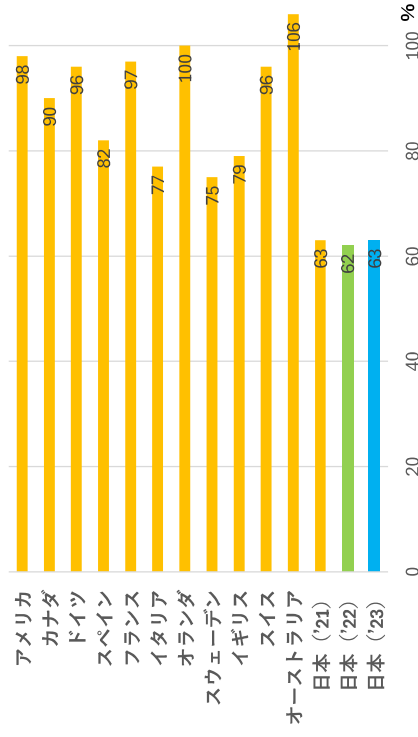
日本(2)

●日本の生乳需要量の推移



日本(2)

● 諸外国と比べてた牛乳乳製品の自給率(重量ベース)(2021年試算)



▶食料安全保障の強化が課題となっている

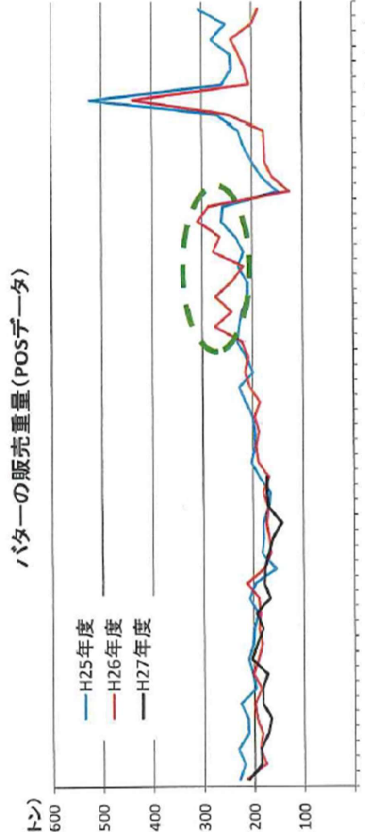
2 バター不足以降の生乳需給をめぐる情勢 (2014～2024年度)

2 バター不足以降の生乳需給をめぐる情勢(2014～2024年度)

(1) バター不足の社会問題化(対応と成果)

- バター不足の社会問題化(2014年度)

○26年度は、一時的な店頭での品薄が消費者に供給不安を招いたこと等により、家庭用バターの販売量が例年に比べ増加(+15.4%(対前年同期比)26年10月27日～12月28日)。



注1: 本資料は、(株)バンテアージャパン 全国の小売店(スーパー・コンビニ等)を基にしたものである。販路差違の他、本道は、(株)ローソンにおいて累計販売額が100億円以上の店舗を対象として調査しており、調査対象店舗数については約1,100店である。
注2: 本資料の「バター」は、コンパウンド等(マーガリン等)を含むもの並びにレーズン及びオレンジ等を含有するもの他、バターの類似品を含む。
注3: 最新の調査に際しては、速報値のため、変更となる場合がある。

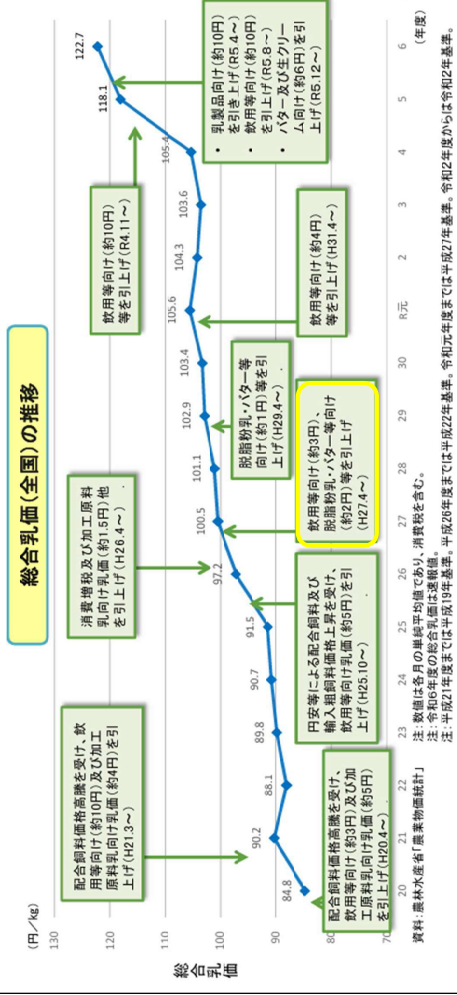
2 バター不足以降の生乳需給をめぐる情勢(2014～2024年度)

(1) バター不足の社会問題化(対応と成果)

- 官民を挙げた生産基盤強化対策の加速化

③ 乳業メーカーによる対策

- ・乳価面でのテコ入れ(コストが低下している中での乳価引上げ)
⇒酪農バブルと言われるような情勢の到来(2015～2017年度頃)



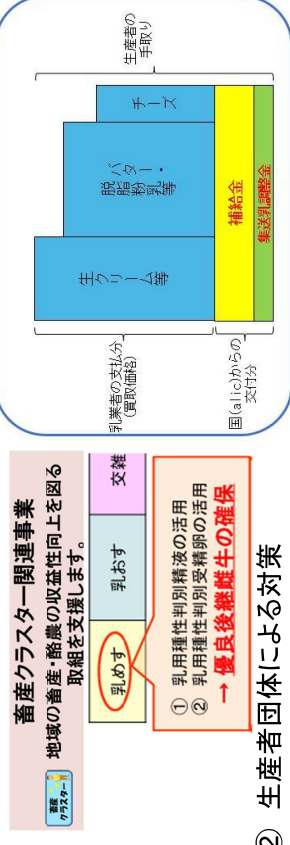
2 バター不足以降の生乳需給をめぐる情勢(2014～2024年度)

(1) バター不足の社会問題化(対応と成果)

- 官民を挙げた生産基盤強化対策の加速化

① 農水省による事業(2015年度～)

- ・畜産クラスター事業
- ・性選別精液の利用拡大支援事業
- ・補給金交付対象に液状乳製品を追加(2017年度)



② 生産者団体による対策

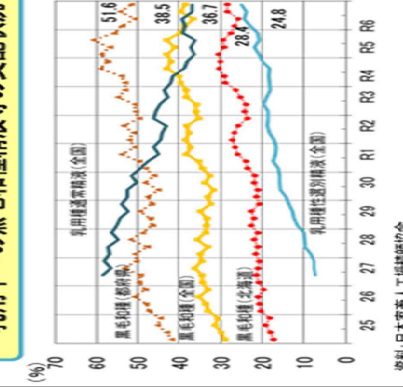
- ・増産に対する奨励金の交付

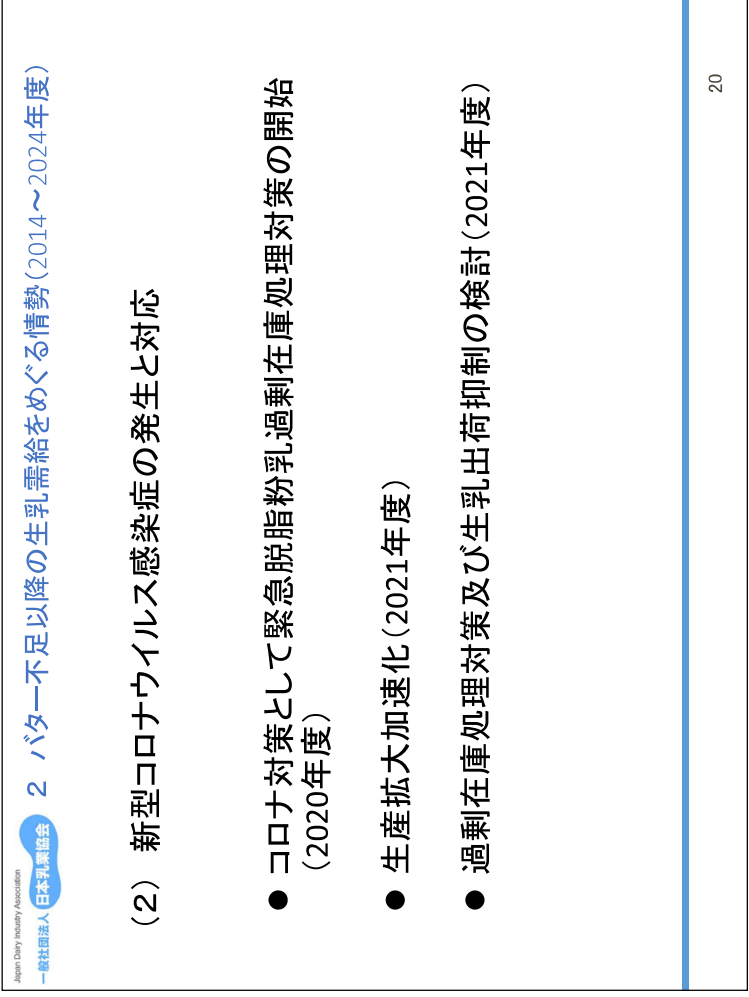
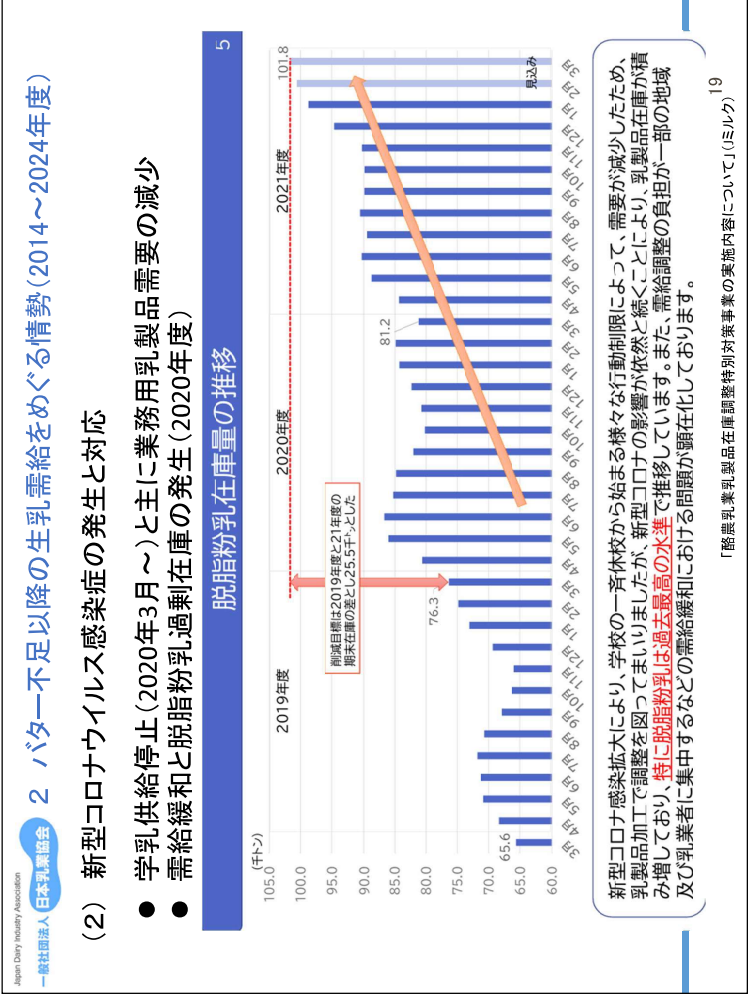
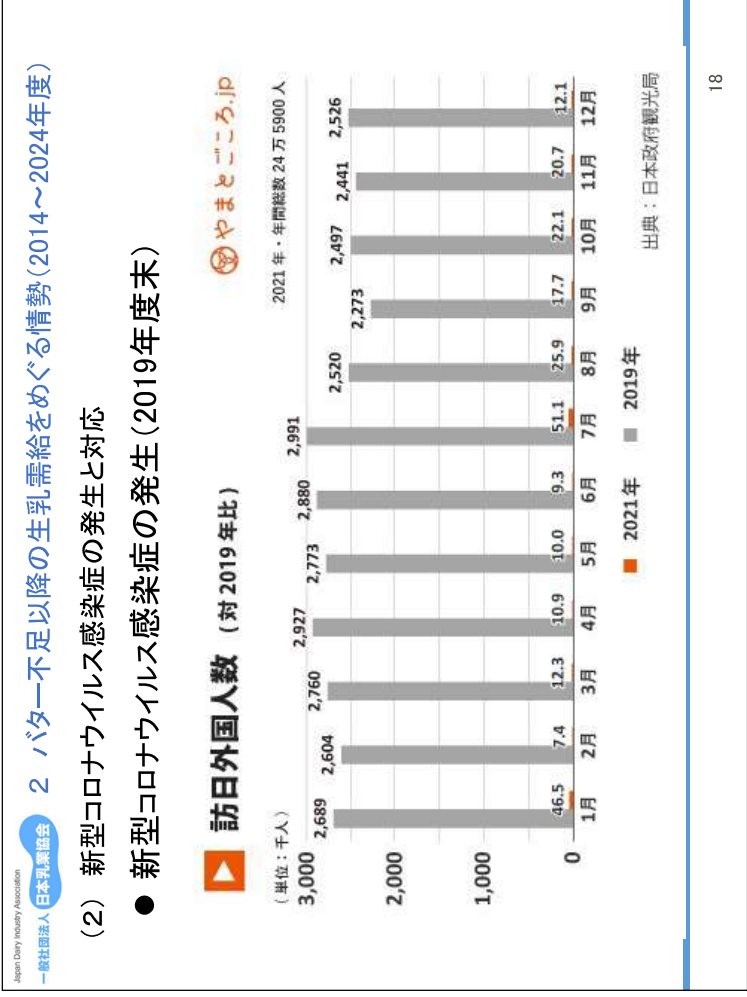
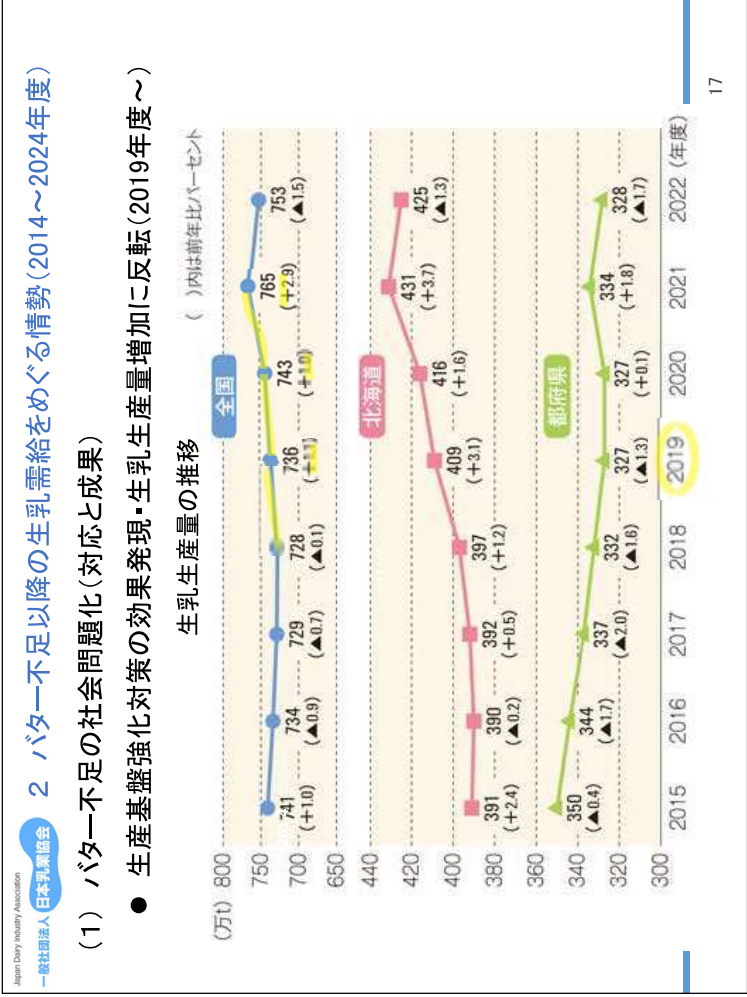
2 バター不足以降の生乳需給をめぐる情勢(2014～2024年度)

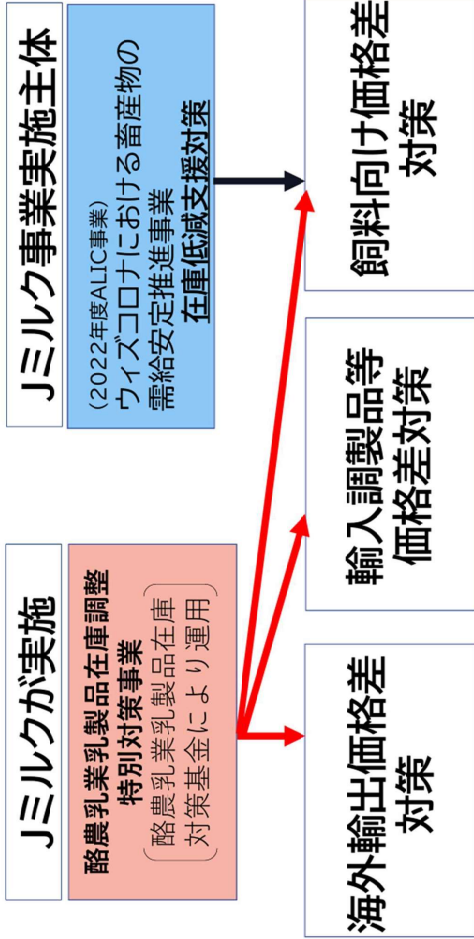
(1) バター不足の社会問題化(対応と成果)

- 後継牛確保のため性選別精液の交配増加(2016(H28)年度～)
- 乳用種雌牛牛出生頭数増加(2017(H29)年度～)

乳用牛への黒毛和種精液等の交配状況

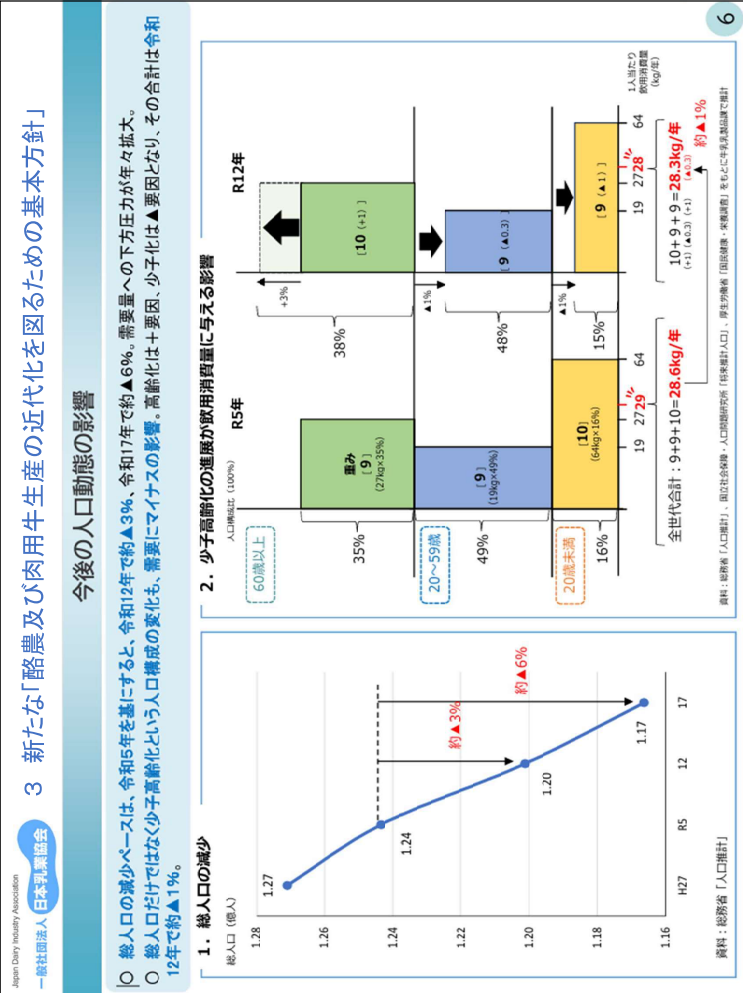
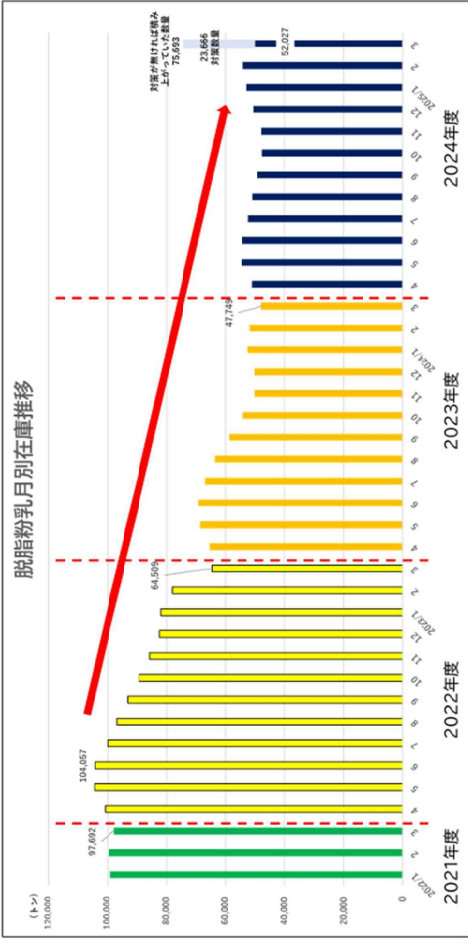






「酪農乳業乳製品在庫調整特別対策事業の実施内容について」(Jミルク)

21



生乳の総需要量のすう勢推計

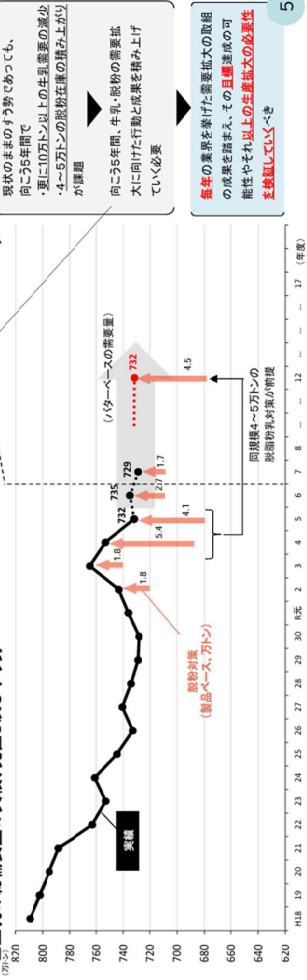
- 用途別のすう勢推計を合算した令和12年度の国産生乳の合計需要量は、令和5年度(730万トン程度)と同水準。ただし、その内訳では、牛乳等が減少し、その分バターが増加が補完。加えて、令和4・5年と同規模4～5万トンの脱脂粉乳が算が補完。

■R12の推計方法

- 過去20年間の消費量を基に、各用途別に低位及び高位のすう勢を推計。右表のR12はそのうち高位の場合の値。牛乳等は低位の場合の値も並記。

	R4	5 (R4比)	6	7 (R6比)	12 (R12比)
総需要量	753	732	735	729 (▲4)	732
牛乳等	400	390 (▲10)	388	389	368 (▲12-▲2)
脱脂粉乳	181	173	177	169 (▲8)	189 (+17)
バター	5.4	4.1	2.7	1.7	4.5
生乳等	123	122	123	123	118
チーズ	45	43	42	43	42
自家消費	5	5	5	5	5

■生乳の総需要量の実績、見直し及びすう勢



5

現状のままのすう勢であっても、向こう5年間で、更に10万トン以上の生乳需要の減少・更に4～5万トンの脱脂粉乳の積み上がりが見込まれる。

向こう5年間で、牛乳・脱脂粉乳の需要拡大に向けた行動と成果を積み上げていく必要

近年の需要を上げた需要拡大の取組の成果を踏まえ、その量産達成の可能性やそれ以上の生産拡大の必要性を把握していくべき

- 自民党・畜産酪農対策委員会「牛乳乳製品の需要拡大に向けた論点」
 - ・数値目標を掲げながら、業界一体となった取り組みの拡充を図ること
 - ・各世代の一人当たりの消費が伸びるよう、酪農や牛乳・乳製品の様々な価値を見出し、広く訴求していくこと
 - ・輸出やインバウンド需要拡大に向けた業界の体制を充実すること
 - ・国産飼料に立脚し、安定した生産基盤を実現すること
 - ・政府においても需要拡大関連予算の充実を図ること

- 生乳の生産目標数量
令和12(2030)年度:732万トン
長期的な姿(参考):780万トン
- 対応方向(本文抜粋)

「現状の生産量を維持していくだけでも、(中略)飲用需要を10万トン以上拡大させることのほか、脱脂粉乳需要について、この数年間と同規模の4～5万トンの在庫削減対策を継続していくか、それに代わる需要を拡大させていくことが不可欠である」

4 酪肉近を踏まえた2025年度における対応策

4 酪肉近を踏まえた2025年度における対応策

- 業界自主対策：酪農乳業乳製品在庫調整特別対策事業の廃止と酪農乳業需給変動対策特別事業の創設
- 酪農関係補助事業に対するクロスコンプライアンスの導入



令和7年度から段階的に、全国的な生乳需給安定のための取組に対する拠出を補助事業の交付の要件とする「クロスコンプライアンス」を導入します。

- 1 クロスコンプライアンスの内容(詳細裏面)

- 
- ## 2 対象となる補助事業
- 以下の8つの事業を軸にクロスコンプライアンスを導入します。
- ① 国産チーズ生産救済等事業
 - ② 生乳流通改善緊急事業
 - ③ バター・脱脂粉乳需給不均衡改善緊急事業
 - ④ 中・小酪農者対策事業
 - ⑤ 乳用牛長命連産性等向上緊急支援事業
 - ⑥ 酪農労働者力化対策事業（※国産GO事業）
 - ⑦ 畜産・酪農収益性強化整備等特対策事業（畜産クラスター事業）
 - ⑧ ICT等横断的等連入事業（畜産ICT事業）

注1:これらの事業は、将来措置されることが決定されているものではなく、令和7年4月時点で措置されている事業のうち、クロスコンプライアンスが既に導入された事業及び導入する可能性のある事業を例示している。

4 酪肉近を踏まえた2025年度における対応策

○国産牛乳製品需要拡大・競争力強化対策事業

【令和6年度補正予算額（所要額）10,300百万円】

＜対策のポイント＞

生乳需給及び酪農経営の安定を図るため、牛乳乳製品の需要拡大、国産チーズの生産奨励、生産性向上及び脂質粉乳の在庫低減に係る民間の取組を支援します。

＜事業目標＞

- 国産生乳のチーズ向け需要量 42万トン [令和12年度]

入陣の要諦

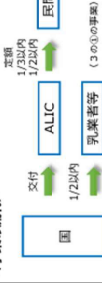
1. 国産牛乳乳製品の需要拡大等事業
国産牛乳乳製品の需要拡大に向けた、販路拡大への支援、国産脱脂粉乳等を
活用した新商品の開発・製造・販売への取組を支援します。

2. 国産チーズの生産奨励に対する事業
酪農家が、実需者の求める高い品質を確保するため、飼養管理や乳質管理の高度化等に取り組む費用の一部を支援するとともに、特色あるチーズ生産や輸出の取組、国産チーズ向け乳の販売拡大等の取組を支援します。

3. チーズ工場・中小乳業等の生産性向上・ブランド化等に対する支援
輸出向けチーズ生産も視野にチーズ工場、中小乳業等におけるチーズの生産力強化に必要な施設整備を支援します。
また、国産チーズの国内コンテスト開催等により地域の特色を活かしたチーズ生産拡大への取組等を支援します。

4. 生産者団体や乳業等が行う脱脂粉乳の在庫低減対策等
在庫水準が高まっている脱脂粉乳について、民間事業者が協調して行う、国産脱脂粉乳を飼料用として販売する取組等を支援します。

＜事業の流れ＞



「お問い合わせ先」 畜産局牛乳乳製品課 (03-3502-5987)

一般社団法人 日本乳業協会

一般社団法人
日本乳業協会

一般社団法人
日本乳業協会

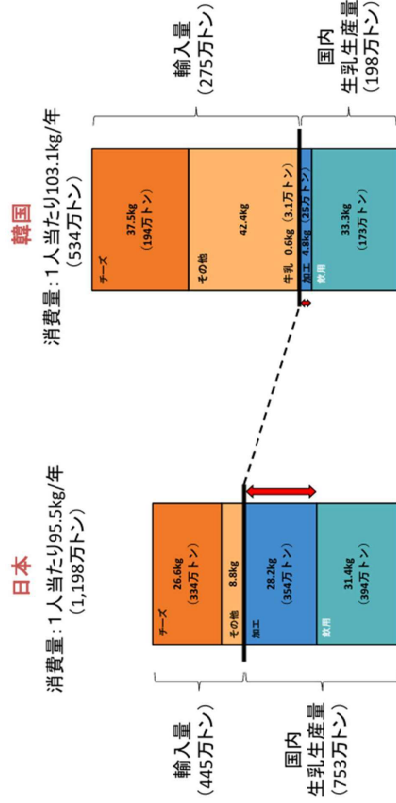
- (1) 全力を尽くすべき酪肉近代化基本方針に沿ったシナリオ実現①
(対策が成功した場合：理想型)
- ・飲用需要を10万トン以上拡大
 - ・無脂乳固形分と乳脂肪分の需要格差解消
 - ・PC原料向用NCを含めたチーズ生産量の維持・拡大

(2) 酪肉近代化基本方針に沿ったシナリオ ②
(期待通りに進まなかった場合：残念型)

- ・無脂乳固形分と乳脂肪分の需要格差解消が進まず
⇒ 4～5万トン/年の脱脂粉乳過剰在庫処理対策の継続
⇒ 生産抑制？
- ・食品ロス削減の観点から、酪農乳業需給変動対策特別事業による脱脂粉乳の飼料転用継続不可(の恐れ)
- ・関税割当の停止に伴いPC原料用NC生産がほぼ停止
⇒ 輸入品への置き換わり

- (3) 業界視点による青写真と長期見通しの必要性 ③
(個人的な期待を込めた理想像)
- ・業界にとつての長期見通しの目標年度は次世代(ex.2050年)
 - ・酪農の維持・発展による乳業工場を含めた地域経済の維持
 - ・安全でおいしい国産の牛乳乳製品の安定供給

- (4) 期待通り進まなかった場合の未来と選択肢 (以下は個人的妄想)
ア. シナリオ ②：残念型の場合(未来)
- ・酪農は生産抑制による負のスパイラルに陥る可能性
 - ・輸入規制の緩和・輸入拡大が進めば、韓国型の需給構造となる恐れ



- 日本と韓国の生乳生産の仕向け構造を1人当たり消費量で見ると、飲用は両国で大差がないものの、日本は加工にも多くの生乳を仕向けることで、消費量のうちより多くを国内生乳生産で賄っている。
- 生乳の自給率は、国際価格の影響を受け乳価が相対的に安くやすい加工仕向けをどれだけ確保できるかに左右される。

- ・北海道酪農が縮小・肉用牛生産への転換が進展する可能性
⇒ 全国の肉用牛生産は縮小・繁殖経営の北海道への産地移動が加速？
- イ. 業界視点による青写真 ③：考えられる対応策(選択肢)

- 生産者へのメッセージ
 - ・経済原則：価格と量の二兎は同時に追えないという現実認識が必要
 - ・価格維持を優先するのであれば、生産抑制が選択肢
 - ・価格維持だけでなく、量の確保もある程度図りたいのであれば、乳価での対応が必要。

- 妄想 ふるさと納税型食料安全保障強化対策(チーズ版)
(国産品への置き換え支援)
- **生産者**：輸入チーズと競争可能な乳価水準で生乳を供給(ex.60円/kg)
 - **乳業メーカー**：NCを生産 ⇒ PC等に加工・販売(生乳1kg → チーズ100g)
 - **消費者**：国産NC100%のPC等を購入(100gのPC等を300円で購入と仮定)
⇒ 消費税24円(=生乳1kgに対して24円の消費税負担)
 - **ふるさと納税**：食料安全保障強化のため、国産100%のPC等購入に対する
型のイメージ 消費税相当額 ⇒ チーズ向け生乳を生産した自治体に
ふるさと納税(ex.北海道への交付金)
 - **自治体**：自治体は納税者の希望を踏まえ、チーズ生産支援対策として活用
(生乳1kg当たり24円相当の対策)



**食料安全保障の強化を支援する消費者の思いが
生産者や地域経済を支える**

ご清聴ありがとうございました。

酪総研標語

「酪農の未来を拓くお手伝い」

酪総研は、1976年3月に雪印乳業株式会社の創業50周年を記念し、我が国酪農の発展に寄与するために設立されました。当初は、中立性を堅持した調査研究のため株式会社として設立されましたが、創立30周年を迎えた2005年に、より酪農現場に近い場所で消費者と生産者との結びつきを一層強固にすることを目的に組織変更が行われ、社内研究所として新たに歩みを始め、現在に至ります。



酪農総合研究所
Research & Development Center
For Dairy Farming

新ロゴマーク

酪農総合研究所の創立50周年を記念し、研究所の新たなシンボルとなるロゴマークを作成した。本デザインの制作にあたっては、当社マーケティング部および研究開発部知財グループと連携し、デザインを製作。

本デザインは酪農総合研究所の英語表記（Research & Development Center for Dairy Farming）の略称である「RD CD」をモチーフにデザインをしている。

「RD CD」の文字を牛の顔に組入れデザインを構成、R部分は黄色とし、乳牛の耳標を基に彩色した。

丸みを帯びた線でデザインの一体感を表し、酪農家をはじめとするあらゆるステークホルダーとの共生や所員の一体感を表現している。



50周年記念ロゴマーク

50周年事業の一環として新ロゴマークの作成と並行し、記念ロゴマークの作成も進めた。本デザインの制作も、当社マーケティング部および研究開発部知財グループと連携し、デザインを製作。

本デザインは酪農総合研究所の調査対象である牧草地・乳牛と併せ、50周年の「50」と「乳牛」をデザインの中心に配置することで、シンプルかつメッセージ性の強いデザイン構成とした。

また、当社のコーポレートカラーであるブルーをイメージカラーに用いながら、酪農家・雪印メグミルク・酪農総合研究所の三位一体を力強く表現した。

雪印メグミルク株式会社 酪農総合研究所

〒065-0043 北海道札幌市東区苗穂町6-1-1
TEL：011-704-2131 FAX：011-704-2417
URL：<https://www.rakusouken.net>



HP二次元コード



雪印メグミルク

おかげさまで創業 100 周年

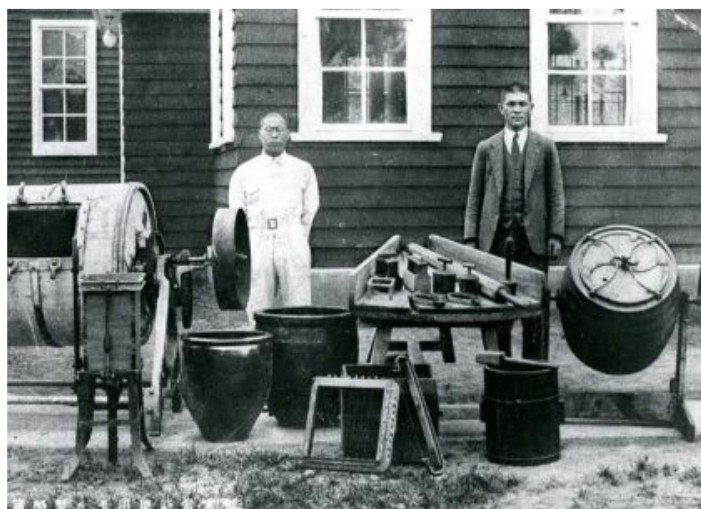
「雪印メグミルクの歴史は北海道バターから始まりました」

創業と同時にバター製造を開始。

1926 年（昭和元年）に近代的工場ができてからは、
最高級品だけを「雪印北海道バター」として販売し、信頼を築きました。
変わらぬおいしさと新しい価値をこれからも。



北海道酪産販売組合が初期に使用した手回しの木製バターチャーン



創立当時のバター製造機器

Love Earth. Love Life.

自然と人が健やかにめぐるように、
Earth（地球・大地）を愛し、Life（生命・人生）を愛する

そんな世界の実現を目指して社会課題に挑んでいく私たちの意思と、
地球規模で取組んでいく私たちの決意が
「Love Earth. Love Life.」という言葉には
込められています。



2025年5月

雪印メグミルクグループは
創業100周年を迎えました。



酪農総合研究所

Research & Development Center For Dairy Farming