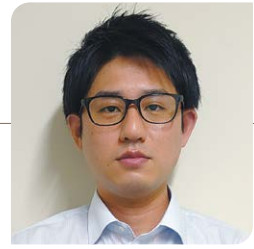


最近の牛乳乳製品をめぐる情勢について —輸出と牛乳でスマイルプロジェクト—



農林水産省 畜産局 牛乳乳製品課
畜産専門官 中野 光

はじめに

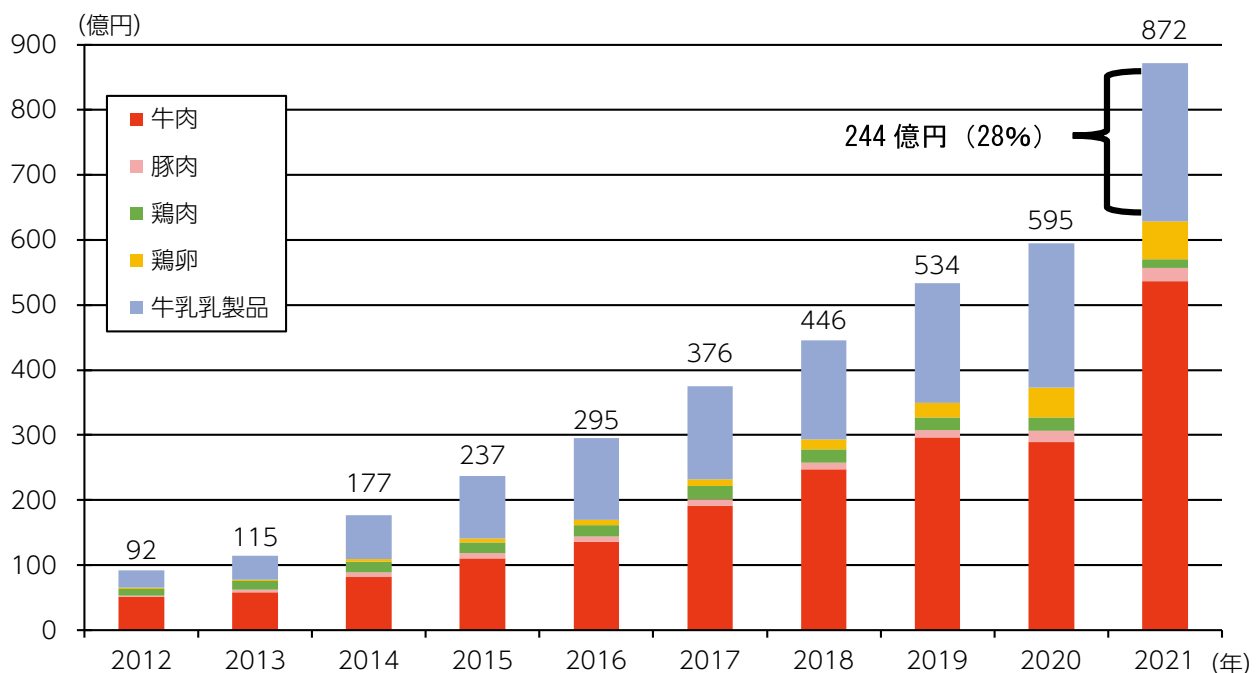
昨今の社会情勢に目を向けますと、持続可能でよりよい社会の実現を目指すSDGs（持続可能な開発目標）を世界共通の目標とし、その実現に向けた各国の官民の動きが活発化しています。他方、新型コロナウイルス感染症の感染拡大やウクライナにおける軍事侵攻など、世界の食料を取り巻く環境は大きな変化を遂げており、我が国においても、様々な品目・業態が大きな影響を受けています。

飼料価格の高騰や消費の落ち込みなど、牛乳

乳製品をめぐる情勢は厳しいものがありますが、我が国酪農乳業の持続的な発展に向けた取組の中から、輸出と消費拡大についてご紹介いたします。

牛乳乳製品の輸出

近年、畜産物の輸出実績は右肩上がりに増加しており、2021年には872億円まで拡大しました。そのうち、牛乳乳製品は牛肉に次ぐ輸出実績で、244億円と畜産物全体の約3割を占めています（図1）。



出典：財務省「貿易統計」

図1 畜産物の輸出実績

主に香港や台湾では日本産品質に対する評価が高く、アジア圏を中心とした輸出展開が図られています。その内訳として、育児用粉乳が過半を占めていますが、チーズなど、原料となる国産生乳の品質が高く評価される品目も着実に増加しています(図2, 3)。

こうした中、日本の農林水産物・食品の輸出額は、2012年から倍増し、2021年には1兆円を突破しました。政府では2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標を設定しており、牛乳乳製品については、それぞれ328億円、720億円とする目標設定を行っています。

この輸出額目標の達成に向け、国別の戦略を立てており、牛乳乳製品全体では、これまで堅調に推移しているアジア等向け輸出に加え、輸出が停止となっている中国向け輸出の早期再開を目指すこととしています。品目別には、牛乳等については、①液体物であり、輸送コストが高くなりやすいことから、他品目との混載等によって輸送状況を改善すること、また、②輸出先国の趣向に合わせた殺菌方法での製品を提供することを課題として設定しています。また令和4年5月、農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律を一部改正するとともに、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」を改訂し、

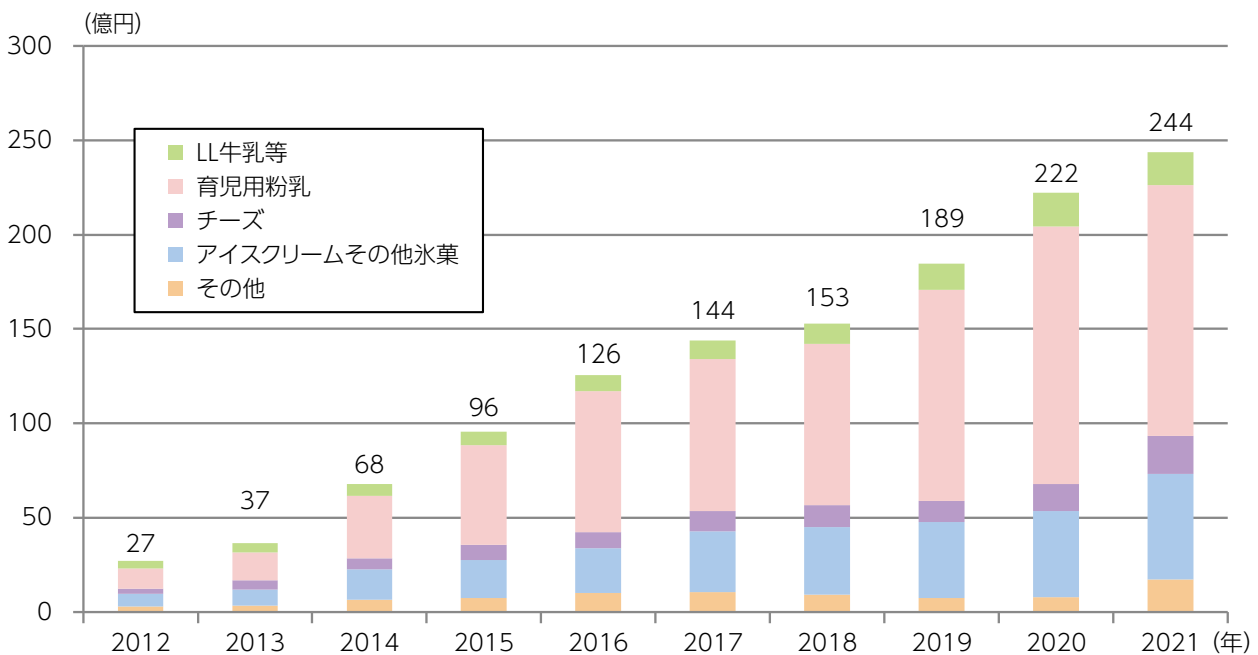
- オールジャパンで輸出促進活動を行う農林水産物・食品輸出促進団体(品目団体)の認定
- 在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO等が連携した現地主導による輸出支援プラットフォームの設立

などを通じて、日本の強みを最大限に発揮する輸出促進体制の整備を進めることとしています。また、これら取組と並行して、生産から輸出までを一貫して行う輸出産地の形成・育成に向けた支援にも取り組んでいます。

特に、LL牛乳の主要産地である北海道や九州は、香港・台湾等で既にブランド化されており、この状況を活かしつつ、相手のニーズに合わせた製品の安定供給を実現することで、さらなる輸出拡大を目指すこととしています。

さらに、2019年からEU加盟国に向けた乳製品輸出のチャレンジが可能になっており、個別に満たすべき条件の水準は高いものの、新たな海外販路の開拓先として、輸出の拡大が期待されます。

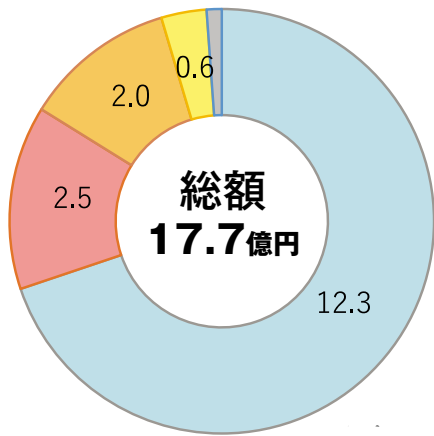
現在、国際的な乳製品価格が高水準となっています。国際環境の変化が国産乳製品へ及ぼす影響なども考慮しながら、農林水産省としても輸出の促進を図ってまいります。



出典：財務省「貿易統計」

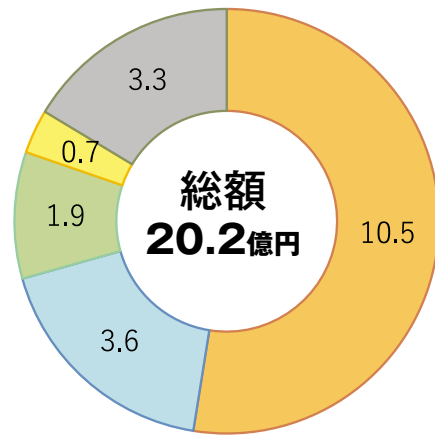
図2 牛乳乳製品の輸出実績

LL牛乳等



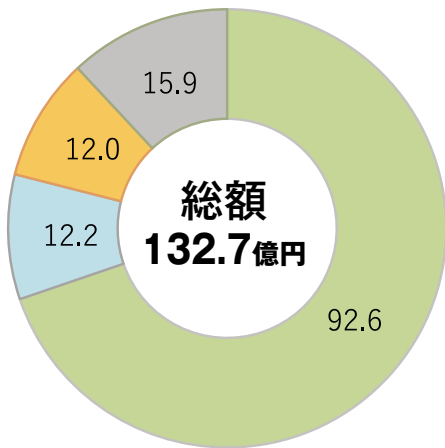
- 香港
- シンガポール
- 台湾
- タイ
- その他

チーズ



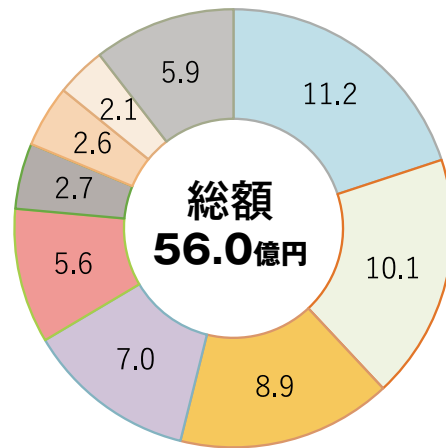
- 台湾
- 香港
- ベトナム
- タイ
- その他

育児用粉乳



- ベトナム
- 香港
- 台湾
- その他

アイスクリームとその他の氷菓



- 香港
- 台湾
- シンガポール
- カナダ
- その他
- 中華人民共和国
- アメリカ合衆国
- マレーシア
- オーストラリア

出典：財務省「貿易統計」

図3 牛乳乳製品の輸出実績(2021年)

牛乳でスマイルプロジェクト

これまでの基盤強化対策への取組により、生乳生産に向けて生産現場の努力が実を結んできた中、新型コロナウイルス感染症の影響等から生乳需給が緩和し、昨年度の年末年始や年度末に処理不可能乳の発生が危惧されるなど、生乳需給の状況は大変厳しいものとなりました。そのため、乳業工場での最大限の処理や商品販売の強化など、乳業メーカーをはじめとして関係業界が処理不可能乳の発生回避に取り組んだ結果、現在までのところ、特段大きな問題はなく生乳の処理ができています。

生乳需給の改善のためには牛乳乳製品の消費拡大が重要であることから、これまで酪農・乳業関係者のみならず、民間企業や自治体など幅広い方々による応援の取組が行われ、農林水産省でも2020年4月から「プラスワンプロジェクト」、2021年12月には「NEW(乳) プラスワンプロジェクト」を立ち上げ、牛乳乳製品の消費拡大への呼びかけや運動に取り組んでまいりました。

こうした消費拡大に向けた取組の輪は、関係者や国民の皆様のご協力により、大きく広がっていきました。

この経験を踏まえ、新たな消費拡大の取組として、2022年6月10日に「牛乳でスマイルプロ

ジェクト」を一般社団法人Jミルクとともに立ち上げました。本プロジェクトでは、趣旨に賛同いただける企業・団体・自治体など幅広い方々に参画していただき、共通ロゴマークの下で一体感を持った取組の拡大を目指しています。これによって、これまで個々に行われていた販売促進やPR活動に一体感を持たせるとともに、賛同する企業、団体、自治体の交流を促すことで、業界の枠を超えた連携によるキャンペーンがなされることを期待しております。読者の皆様におかれましても、農林水産省のHPをご覧になっていただき、本プロジェクトへ積極的に参加していただければ、ありがとうございます。

本プロジェクトによる牛乳乳製品の消費拡大を通じて、国民の皆様の健康的な食生活に貢献するとともに、我が国における酪農乳業業界の発展につながることを期待しています。



牛乳でスマイル

