

令和8年1月30日

乳製品需給等情報交換会議における御意見

東宗谷農業協同組合

- 一昨年は、夏場の猛暑が北海道の生乳生産に相当な影響を及ぼし、1頭当たり乳量は1～2kg 落ち、繁殖のズレなど様々なことも起きた。一方、昨年夏は、暑かったものの夜は冷涼で、生乳生産への影響はほとんどなく、1頭当たり乳量が年間を通じて1kg 程度伸びたため、頭数減をカバーできた。粗飼料についても、ほとんどの地区で品質の良い状態で生産できた。生乳の成分値もよく、脂肪分が上昇している。全体的に、方向性としては悪くなかった。
- 北海道としては、令和6年度にバターが追加輸入されたのは残念なことであり、なんとか脂肪を供給したいという思いがあった。余剰となっている脱脂粉乳は、乳業や生産者が協力し、国にも連携いただき、セーフティーネットを作ったので、今年は何とか消化できると考えているが。来年に向けて在庫が増えていくということで、我々生産者としても消費を伸ばしていくよう努力したい。
- 昨年末に畜産クラスター事業の酪農への支援が一部再開される方向性が示された。畜産クラスター事業による生乳生産への効果は1～2年先にならないと出てこないが、来年・再来年辺りの生乳生産が一番底になるとのJミルクの見通しと重ねると、今後の生乳生産は、案外、安定的にいくのではという見方もある。
- ここ最近の離農率は依然として高い状況が続いているものの、北海道では、昨年度、乳価が6～7円上がり、それが生産意欲の向上につながったという印象がある。この乳価の水準でどこまで経営が改善されるかはまだ分からないが、単年度で見れば、何とかいい数字に落ち着くだろうと見ている。ただ、継続的に投資していくためには、今の乳価ではまだまだ厳しい状況。今後は、クラスター事業が再開されたので、少しずつでも規模を拡大する人が増えてくれれば、生乳生産は安定していくのではないかと考えている。
- 生乳生産は、牛の健康状態も関係する。昨年程度の暑さなら問題ないが、一昨年のように繁殖のズレが生じると、その次の年もズレて2年程度、影響が残る。なかなか難しい環境にある。しかしながら、来年度は国による暑熱対策への支援もあることから、徐々に安定的な生乳生産につながり、乳業やユーザーの皆さんに負担をかけないよう牛乳・乳製品を供給できるのではと考えている。

ホクレン農業協同組合連合会

- 北海道の生乳生産動向は、令和7年9月までは前年を上まわって推移していたが、10月以降は前年並みか前年を下回る推移となっている。
- また、北海道の乳成分については、粗飼料が良かったこともあって、過去最高の推移となっている。脂肪率でいうと直近で4.27～4.28%と過去最高の水準となっ

ており、バター生産には好材料ではないかと考えている。

- 生乳生産に影響を与える、自給飼料の生産においては、一部地域における夏時期の災害級の記録的豪雨や収穫前に道東での暴風によりデントコーンの倒伏など、被害の発生もあり、今後の生乳生産への影響を与える懸念もあるので、注視している。
- 令和7年度の乳製品乳価について生産現場における生産資材の高止まりが継続していることから、乳価の引きあげを行った経過にあるが、令和8年度の乳価は据え置きで決定したところ。
- 物価高やこれらの動向を含め消費動向は弱い傾向にあると認識している。
- この様な中において、脱脂粉乳については、令和7年度の脱脂粉乳の削減対策12,000トンを実施したとしても、令和8年度末では98,000トンまで積みあがる試算となっている。また、バターについては、32,800トンの見通しとなっており、生乳生産は減少するもののバターについては均衡が保たれており、輸入枠についてはカレントアクセス内での対応としていただきたい。
- なお、脱脂粉乳とバターの跛行性は依然解消されておらず、脱脂粉乳在庫が積みますとの試算にある中で、セーフティーネットの活用による在庫削減への取組については、大変重要と考えている。脱脂粉乳の在庫数量は5～7万トンが安定的な水準というのは重要なポイントであり、業界全体に影響が出る前に適正水準に向けた削減対応が必要と考えている。
- 需要拡大を国と連携して進めていきたい。

一般社団法人中央酪農会議

- 令和7年度の生乳需給は、年度当初には24カ月齢以上乳牛頭数の減少等による生乳生産量の減産傾向からバター需給がひっ迫傾向で推移する見通しであった。こうした状況を踏まえ、全国の指定生乳生産者団体では、国内市場に対して国産バターを安定供給するため、バター需要量まで増産に取り組むことを確認、結果、生乳生産量は予測を上回って推移した。
- 北海道では、夏の間、朝晩が比較的涼しかったこと、餌の栄養価が高かったことのほか、生産現場において暑熱対策に粘り強く取り組んできた背景などによって、1頭当たり乳量が伸び、頭数減少に比べて生乳生産はさほど減少せず、都府県においても、減産しているものの、想定よりは減少しない傾向が現在も続いている。このため、来年度もJミルクの予測から上振れする可能性はあると考えている。
- 加えて、7月から8月にかけては、牛乳乳製品小売価格の改定等が行われ、飲用牛乳などの需要量は予測を下回って推移し、7年度は前年度を若干下回って着地、来年度には一巡して99%にとどまると見通しているが、これについても、消費者物価指数が上がっている中、需要が下振れする可能性があると考えている。
- バターは7年度末在庫量が一定量確保できているというのであれば、需給が大きな逼迫になる見通しとはなっていないため、令和8年度輸入枠については、国際

約束以内に設定すべきであることを意見として申し上げる。

- なお、国内のバター市場への安定供給に取り組む結果、脱脂粉乳在庫量が増加しており、業界においては、需要拡大対策や在庫削減対策を継続的に取り組んでいる。引き続きの農水省等からの支援・ご指導をお願いしたい。加えて、バターの引き合いは依然として強いという話もあったものの、直近では、バターの国際市況が低下しており、これが国産の需要に影響するのではないかという情報が出てくると、生産者の動揺につながってしまう。乳製品の国際市況の変動が国内市場に与える影響について、我々も注視していくが、農林水産省等においても引き続きの注視・分析をお願いしたい。

一般社団法人Jミルク

- 2025 年度の前半は個体乳量の増加などを背景に生乳生産量は前年を上回って推移してきたが、乳用雌牛の2歳以上頭数の減少に伴い、後半は前年を下回る状況となっている。この減少傾向は2026年度も継続する見込みであり、全国の生乳生産量は3年ぶりに前年を下回ることが見込まれる。また、需要面では、2025年8月の飲用乳等向け乳価の引き上げに伴う価格改定の影響などから、牛乳類の消費量は前年割れが続いている。このため、脱脂粉乳・バター等向け処理量は前年を上回って推移している。
- 2026年度は、生乳生産量の減少に伴い、脱脂粉乳およびバターの生産量は前年を下回ると見込まれる。
- しかし、脱脂粉乳は需要量が引き続き低迷すると見込まれるため、2026年度末の在庫数量は前年より需給ギャップで積み増すと考えられる。
- 一方、バターは単年度の需要量が生産量を上回る状況が続くと見込まれるが、需要期などに大きな過不足が発生する状況ではないと考えられる。
- そのため、カレントアクセスについては、需給状況を注視しつつ適切な運用をお願いしたい。
- 酪農乳業における喫緊の課題である、脂肪と無脂乳固形の需給不均衡に対し、Jミルクは「牛乳でスマイルプロジェクト」の下、国産牛乳乳製品の需要拡大に向けた業界一体の取り組みを推進するとともに、無脂乳固形を多く使用するヨーグルトの需要拡大の取り組みを2026年1月下旬～3月にかけて朝食以外の喫食機会の創出を目的に「ヨーグルト：ヨーグルトは腸のゴールデンタイムである夜に食べてもいいこといっぱい」をテーマに掲げ、Web広告やスーパー、コンビニ等での店頭PRなど全国の関係者と連携し実需につながる活動を実施する。
- また、Jミルクが生産者と乳業者の協力の下、新たに開始した「酪農乳業需給変動対策特別事業」を2025年度1月から3月に実施し、脱脂粉乳の在庫削減をするとともに、1月29日の理事会で、2026年度についても実施の方向で決議いただいたので、これから具体的に取り組んでいく。

- 国産牛乳乳製品の魅力を消費者に発信し実需につながる効果的な施策を業界一体となって進めていく。

一般社団法人日本乳業協会

(生乳生産)

- 生乳生産については、昨年6月からの乳製品向け乳価及び8月からの飲用向け・発酵乳向け乳価の引き上げ等により、生産意欲が刺激されて配合飼料給与量が増加し、搾乳牛1頭当たり乳量が増えているものの、後継牛の減少傾向を反映し、全国では2025年度下期から減少に転じている。2026年度も後継牛の減少傾向は続くため、生乳生産は引き続き前年を僅かに下回って推移すると見込まれる。

(バター)

- バターについては、昨年6月からの乳価引き上げに伴い価格改定がなされたものの、輸入バター価格も高止まりしていたことから、国産品に対する需要は比較的堅調に推移している。しかしながら、昨年の夏過ぎ頃からバターの国際価格は急速に低下しつつあり、堅調であった国産バターの需要が輸入品や調製品に置き換えられていくことが懸念される状況となっている。
- 他方、2026年度の生乳生産は昨年度を僅かに下回り、乳製品向けが減少すると見込まれるため、バターの生産は本年度を僅かに下回ると見込まれる。

(脱脂粉乳)

- 脱脂粉乳については、最大の需要先である発酵乳の生産は比較的安定的に推移している。しかしながら、その他の需要は依然として振るわないことに加え、乳価の引き上げに伴う価格改定の影響もあり、本年度も需要全体としては低調に推移している。
- 2026年度もこの傾向は続くものとみられるため、脱脂粉乳の需給は依然として緩和傾向が続くものと見込まれる。

(まとめ)

- 以上のような需給見通しを踏まえ、国家貿易によるバター及び脱脂粉乳のカレントアクセス輸入については、バター8千トンを基本に、早めの対応をお願いしたい。
- そのうえで、バターの国際価格の動向に加え、生乳生産の動向、脱脂粉乳とバター双方の需給の推移を見極め、柔軟な対応をお願いしたい。

卸売業者【業務用】

(バター)

- ALICの資料のバターの需給表(乳業メーカー等13社)において、バラバターの消費量は2025年4月~12月累計で前年比100.4%の一方、生産量は130.9%とギャップが非常に大きく開いている状況。
- 様々な原料が高騰する中、加工食品メーカーのコスト削減施策の一つとして高単価な原料の置き換えが進められている。
- 国産においては一定の底堅い需要はあるものの、上記施策で他乳脂肪や乳以外の脂肪分で賄う動きも見られ、今後需要減退が表面化してくることも想定される。
- 生産に関しては、飲用乳の減少による加工向け生乳の増加に加え、ポンドシート・家庭用の需要も前年を多少割って、製造がバラバターへ集中している結果とみられる。
- これらを受けて、足元のバラバターの在庫水準が高くなっていることから、各乳業メーカーにてバラバターの一時的な拡販の動きがある。需要家側は必要以上に在庫を積み増しする動きは少なく、年度内は消費に沿った購入になるとみられる。

(脱脂粉乳)

- 12月の期末在庫は積み上がり、年明けからは飼料向けなどと置き換えて在庫削減を図る緊急対策が発動している状況。
- 一方、推定出回り量は12月までの2025年度累計で前年比91.6%。
- 今年度の搾乳牛の減少を危惧して在庫を積み増していた需要家も、直近の状況を鑑みて購入量を落として在庫水準を落としている場面も見られる。
- 脱脂粉乳を使用した製品販売動向に関しても、ヨーグルトもだが、乳酸菌飲料などもそこまで芳しくなく、消費減の中で短期的な単価戦略で需要を先取りして在庫削減を図る乳業メーカーの動きも目立つ。

一般社団法人全国スーパーマーケット協会

- バターに関しては、店頭での不足や市場での混乱もなく流通しているものと理解している。牛乳については、ずっと販売量としては微減となっている中で価格が改定されたことで、価格競争力のある加工乳とバランスをとって需要に対応している。ただ、牛乳は非常に消費量の多いものなので、各社それぞれの考えのもとで価格設定している中で、各社ごとに前年比ベースで販売量の違いがあるかと思うが、全体の状況はこれまでの報告の数字のとおりだと考えている。
- ヨーグルトも価格改定されている中で、牛乳と同様に、販売数量としては若干苦戦している状況が続いていると認識している。一方で、身体にいいという機能性については堅調に動いていると理解している。
- 機能性のように価格とは別の部分で需要につながる部分があれば、小売全体で

も積極的に販売に取り組んでいくものと考えているので、色々と情報があれば提供をお願いしたい。我々小売側は、生産者や製造されているメーカーの支えがあって商品が店頭に並んでいると考えているので、我々としてもできることをやっていきたい。

一般社団法人日本パン工業会

- パン製品の生産動向は、しばらくは低迷していたものの、最近やや持ち直してきているが、原料となる乳製品の需給関係については全体的にひっ迫感はない。
- バターに関しては、国産バターの価格は「持続可能な水準」での範囲内であり、需給もひっ迫感はなく安定している。外国産バターの価格は下降傾向にあり、場合によっては国産バターよりも安いこともあるが、引き続きの安定供給をお願いしたい。
- 脱脂粉乳に関しては、国産の方が価格面で優位性があり、不足感もないので、引き続きの安定供給をお願いしたい。なお、原料メーカーから利用の提案を受けることもあるが、当会会員でのパン原料としての使用量は大きく変わっていない。

協同組合全日本洋菓子工業会

- 前回会議が行われた昨年 9 月以降の状況を踏まえると、基本的にはバターの需給環境に大きな改善は見られない。足元では、仕入れ先から供給量を削減されたという声はなくなったものの、あくまで「昨年並みの供給量が維持される」という水準にとどまり、生産増による上振れ分や新製品向けの追加仕入れには依然として応じてもらえないという声が多く聞かれる状況が続いている。
- 特に国産バターについては、供給の先行きが読めないことへの不安が根強く、調査した企業の半数以上が懸念を示している。バターの生産が抱える課題について理解はあるものの、増産への要望は極めて強い。輸入バターの使用比率が高い事業者や、国産から輸入・代替品へ切り替えた事業者もある一方、値上げによる販売数量の減少で国産バターの使用量が結果的に減ったという声もある。しかし、品質や商品の特徴にこだわる事業者を中心に、国産バターを増やして欲しいという声があり、バター供給への不安は依然として大きい。
- 価格面でも、国産・輸入ともに上昇基調が続くか、高止まりの状態が続いており、コスト負担は改善されていない。
- 生産者側の事情や、バターと脱脂粉乳の跛行性といった構造的な問題は、事業者としても十分理解はしているが、そういった問題に対し、即効性のある解決策が見だしにくい現状を踏まえると、需要側としては、総供給量の拡大（輸入バターによる供給量の増加）による需給緩和（安定供給）と価格安定（適正化）に資する取り組みを強く求めたい。

一般社団法人日本菓子協会連合会

- 現在の洋菓子業界におけるバター供需状況について、全体的には昨年から大きく変わっておらず大きな混乱といったものは見られない。ただ、前年度の実績で供給を決めるという問屋の判断によって十分な供給を受けられていない店舗は少なくなく、この数年来の店舗による格差の傾向は依然として続いている。我々の会員は小規模な事業者が多いが、新規のお店などでは、前年実績でバターの供給量が決まるため、希望する量を100%もらえていないと聞いている。全体としては足りているようではあるが、個々のお店には回ってこないというのは、どこかで留まっているのではないかと考える。メーカーや商社などが先行きを考えて、そうしているということも理解はできるが、我々の業界としてはそんな状況である。
- 以前大きな問題となったクリスマス時期のバター不足については、昨年も特に大きな問題は見られなかった。これは予約制が浸透したこと、早めに材料を確保して計画製造に取り組むようになったこと等の理由によるものと考えられる。また、業界における人手不足による生産性低下、製造量の伸び悩みも、混乱が生じない一因として挙げられるかもしれない。
- あらゆる洋菓子原材料に共通して言えることであるが、乳製品の価格の高騰と高止まりの解消が望まれていることはいうまでもない。引き続き国内産バターの生産増、輸入バターの増量等の取り組みを通じて、引き続きその解消にご尽力をいただきたい。

全国菓子工業組合連合会

- 国産バターの取引価格は昨年も引き上げられ、菓子製造事業者は、価格転嫁に一生懸命努めてはいるものの、やはり全てを転嫁し尽せないところもあり、引き続き菓子製造業の経営を大きく圧迫している。バターの輸入価格は弱含みではあるものの高止まりしている中、依然として国産バターがいいという事業者は多く、国産バターの供給をひっ迫させる一因となっている。
- 当連合会傘下の中小菓子製造事業者には、国産バターや生クリームの使用を製品の特徴、こだわりとしているものも多く、輸入バターの価格が下がっても、輸入バターでは代替できない需要も存在するため、まずは、国産バターの増産とその持続的な安定供給を切にお願いしたい。また、むしろ輸入バターがいいという事業者には輸入バターを使っただけの環境を整えるため、マークアップが下げられるような、ゆとりある供給体制をとっていただきたい。
- 国産バターの供給については、減らされているわけではないものの、引き続き前年並み等での供給制約が続いていると聞いている。この供給制約は、コロナ禍から

の需要減から十分回復する前に始まっており、需要回復に応じた生産拡大への足かせとなっている状況である。

- このため、輸入バターで賄える需要については、輸入バターを十分に供給することによって国産バターへの需要を減らしてもらいたいと考える。令和7～8年度の輸入においては、国内需要に対し十分対応可能な供給余力の確保をお願いしたい。また、小規模企業者向けSBS入札制度については、その利用者が増えない要因を分析し、より使いやすい制度への改善をお願いしたい。

一般社団法人全国消費者団体連絡会

- 牛乳・乳製品のみならず食料品全体について価格面で先行き不透明な状況が続いている。供給量は十分で、バリエーションもあり、消費者は満足しているが、価格が高い。日常の必需品ほど、消費者の価格への感度は高くなり、消費量に影響が及ぶことは当然の傾向と思う。このような状況であるからこそ、国産牛乳・乳製品の需要拡大に向けては、特に飲用乳についての一層の取組み推進や、商品開発の工夫が必要だと思う。
- 近年、生活スタイルの変化や高齢化、単身世帯の増加により、手軽な「中食」や「簡便即食型」食品へのシフトが進んだ。そんな中で、「以前は当たり前だった1リットルの牛乳を余らせがちになる」との声があり、開封後の品質・保存性への懸念がある一方、食品ロスに対する意識は高まっている。
- 牛乳や乳製品についても、「750mlがあつたらいい」とか「冷蔵庫はいつもいっぱいなので横置きができたらいいい」とか色々な声もあるので、今後は少量規格の積極的な拡大や、用途別の提案（お菓子用・料理用・珈琲用・健康配慮）など、生活実感につながる価値を創出していただければ、消費者の期待も大きくなるような気がする。
- また、将来の需要を支える子ども達や、若い生活者との接点を業界全体としてさらに築くために、牛乳・乳製品の魅力発信、生産現場の状況、適正な価格形成の仕組みなどを、SNS、動画を駆使してアピールすることが今以上に必要ではないかと思う。
- 「牛乳でスマイルプロジェクト」については、BUZZ MAFFでも色々な形で発信しているのを見ているが、面白くて楽しい。私が好きなシリーズとしては「国家公務員の夜ご飯シリーズ」であり、牛乳の料理への使い方などを紹介している。Jミルクのサイトにも色々あるのを知っている。我々としても、こんな情報があるよと消費者にも紹介しながら、スマイルプロジェクトを広げていきたいと考えている。

(以上)