

2021年度年末年始需給対応 緊急オンライン説明会 ご説明資料

2021年10月26日(火)・27日(水)



一般社団法人 Jミルク
Japan Dairy Association (J-milk)

《コロナ禍によって酪農乳業界が抱えている課題について》

【年末年始需給対応】

- 飲用不需要期となる年末年始（年度末）について需給が大きく緩和し、処理不可能乳が発生する恐れがある。
 - ・・・今回の説明会におけるテーマ

【乳製品過剰在庫対応】

- 業務用を中心とした需要の減退によって、脱脂粉乳・バター在庫が過去最高水準に積み上がっている。
- 脱脂粉乳・バター在庫のさらなる積み上がりを抑制する必要がある。
 - ・・・これまでに積み上がった在庫への対応として、別途業界内において認識共有や一体的な取り組みについて継続的に協議を実施しているところ。

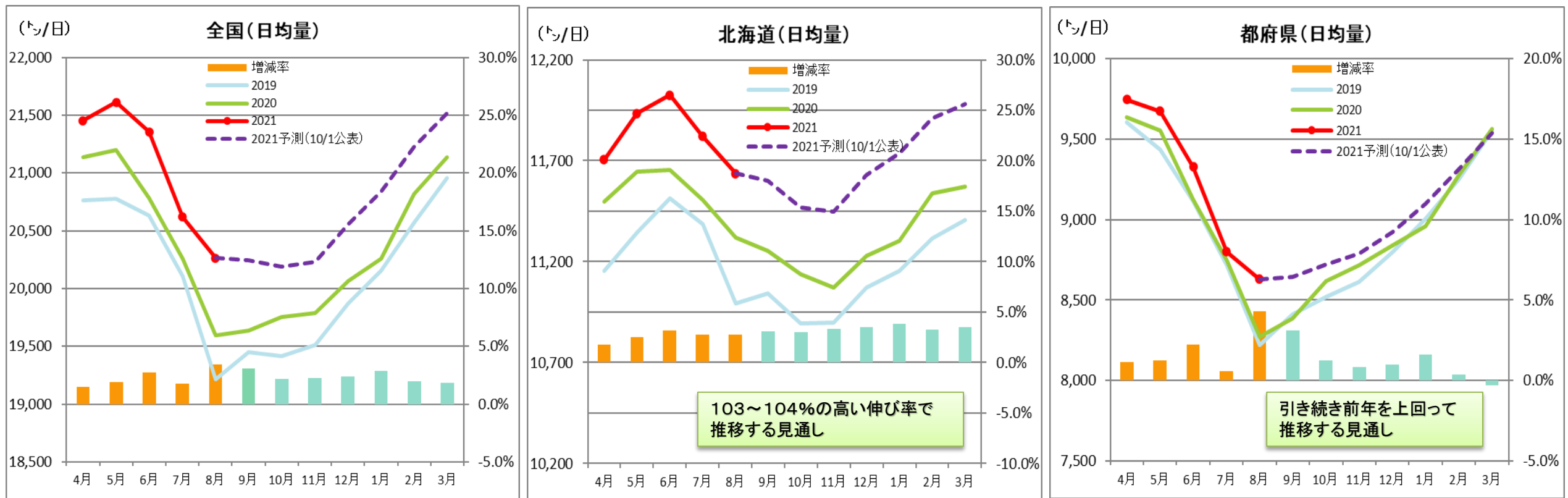
1. 直近の生乳需給の動向ならびに年末年始の見通し

2. 年末年始に業界が一体となって取り組むべき内容

3. Jミルクとしての取り組み・支援策

1-① 生乳生産の動向について

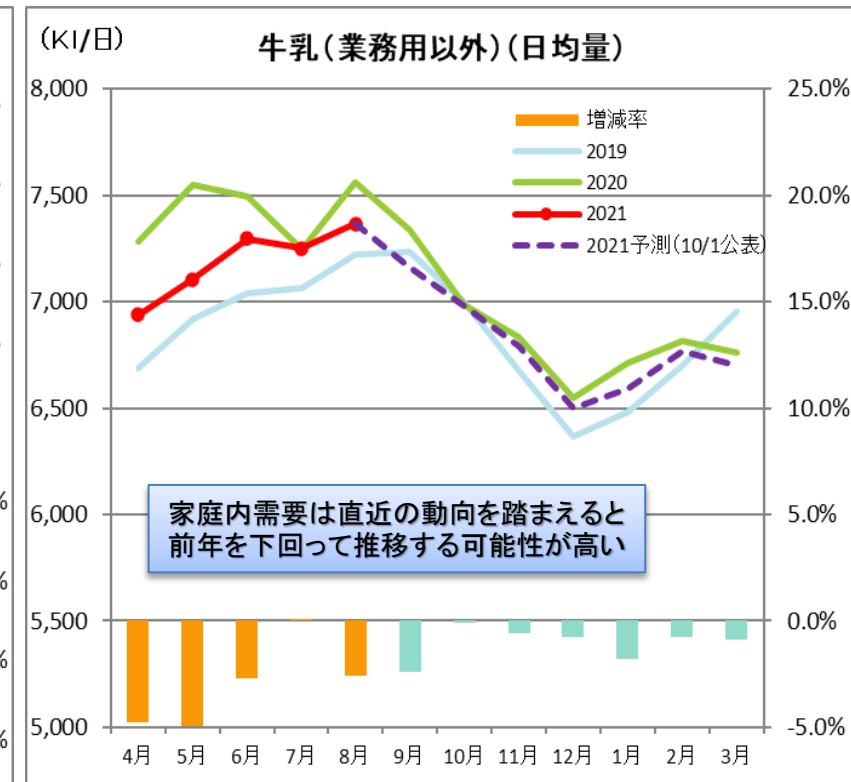
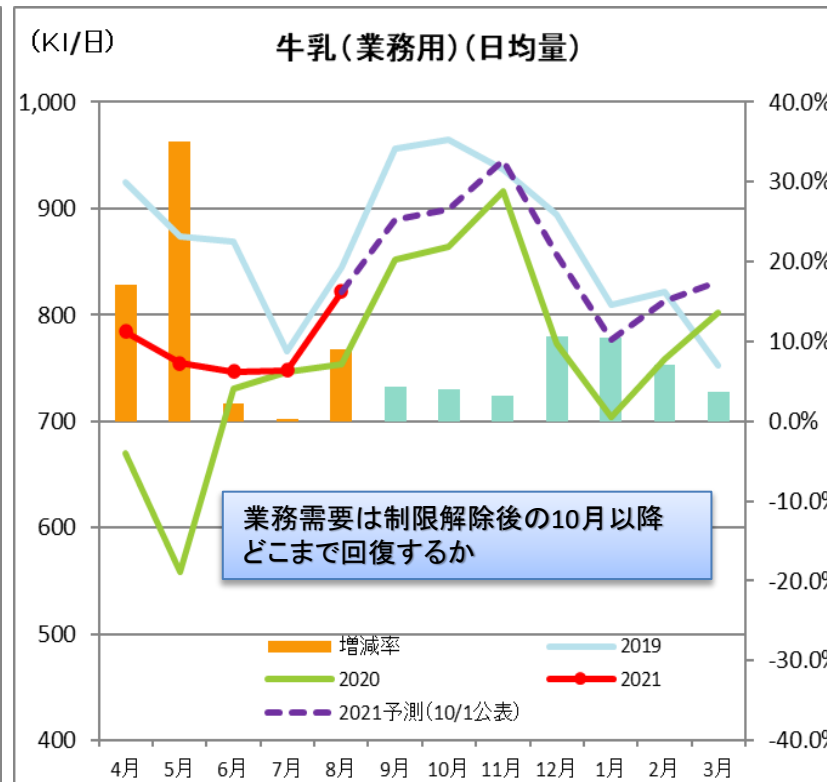
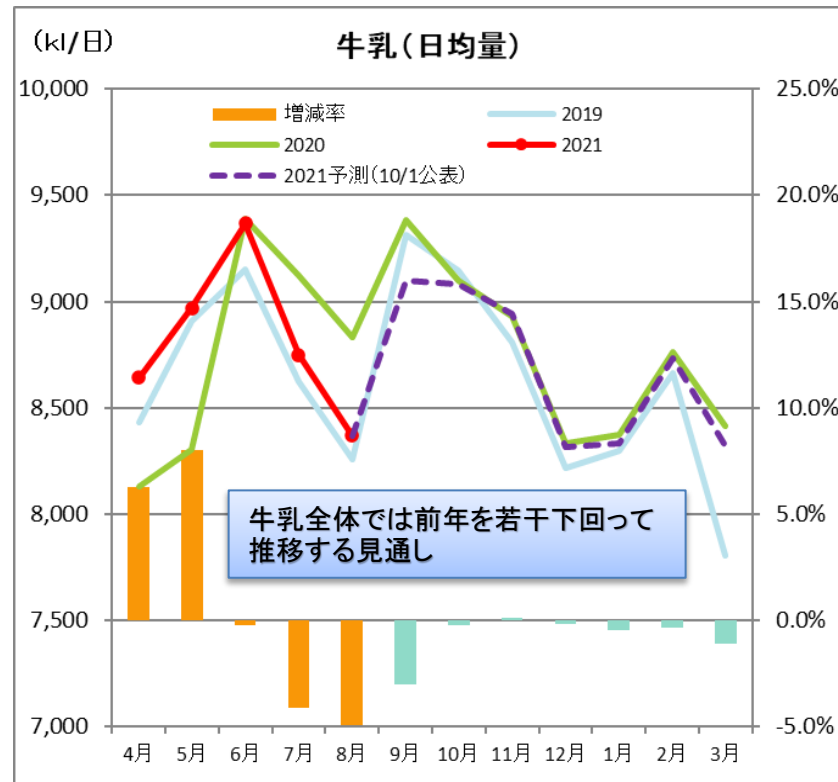
- 直近の生乳生産については、北海道・都府県ともに好調に推移しており、10月1日に公表した「2021年度の生乳及び牛乳乳製品の需給見通しと当面の課題について」では、全国において前年比102%台で推移するものと見込まれる。



※予測値は、10/1公表ミルク見通し

1-② 牛乳の消費動向について

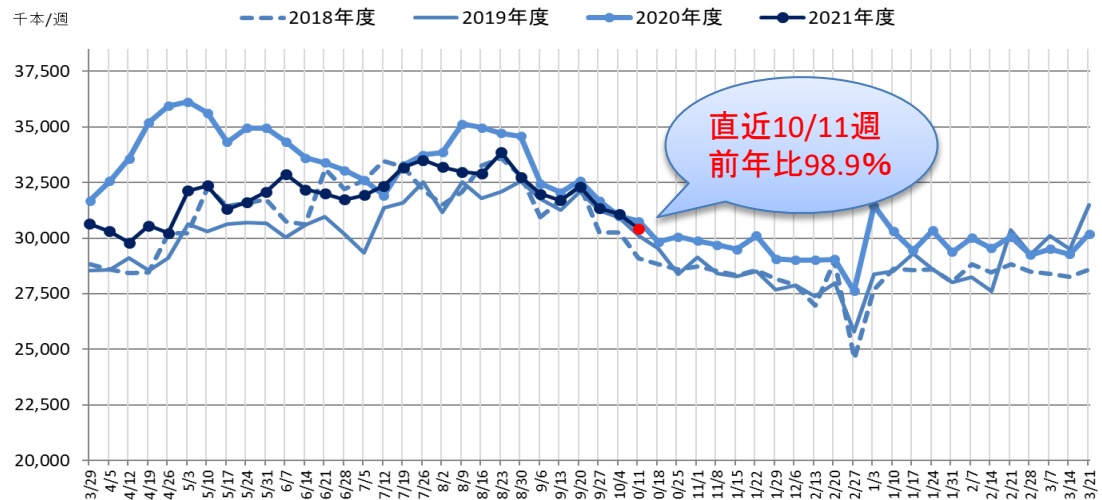
- 一方、生乳需要については、10月1日以降「緊急事態宣言」等の制限措置が解除されたことから、業務用需要の一定程度の回復が期待されるところだが、インバウンド需要の喪失は継続した状況にあるとともに、家庭内需要についても昨年のような巣籠需要は見られず低調に推移している。



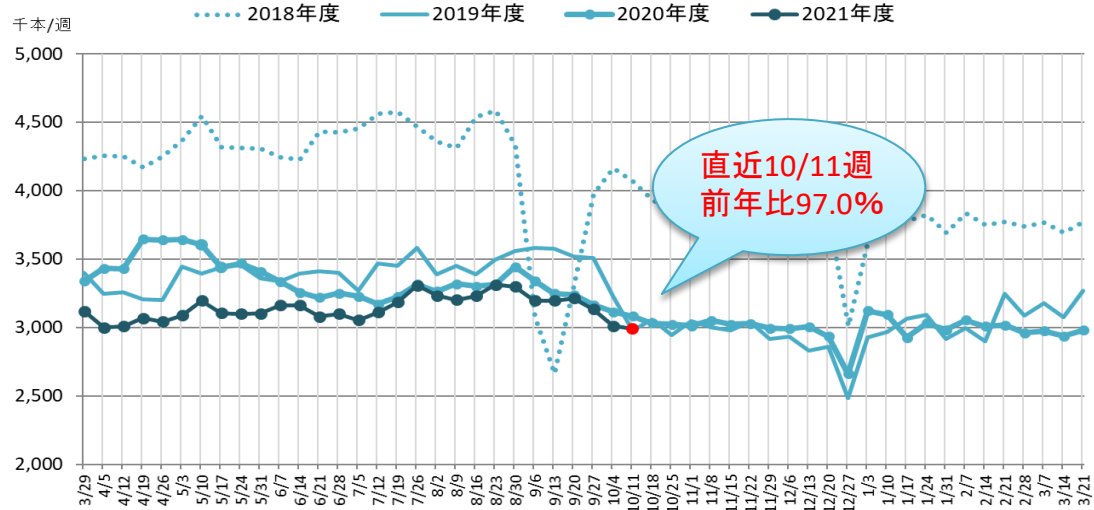
※予測値は、10/1公表ミルク見通し

1-③ 牛乳類の家庭内消費動向 ※インテージSRI+週次データ (転用不可)

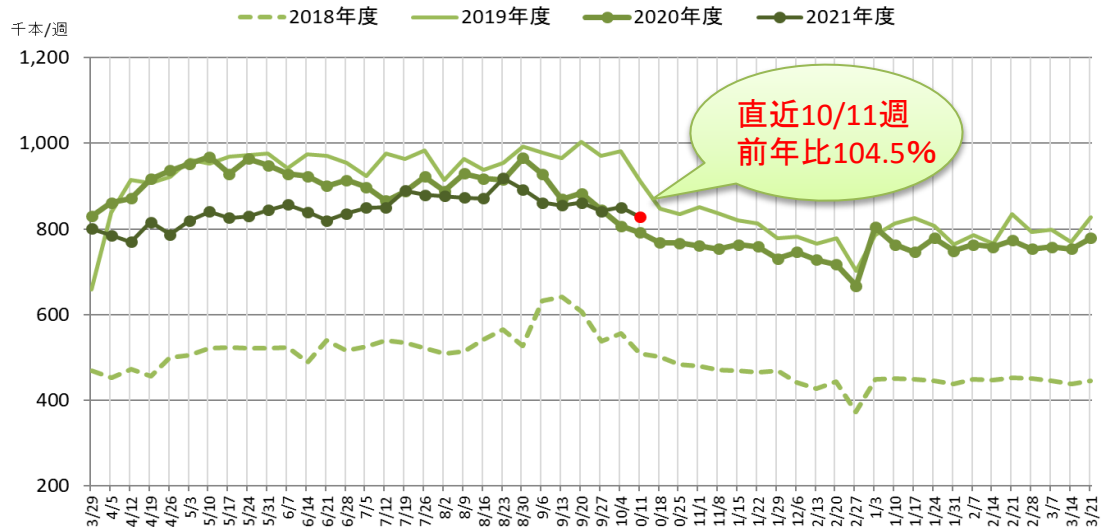
牛乳 販売本数 (900~1000ml) (週間推定値)



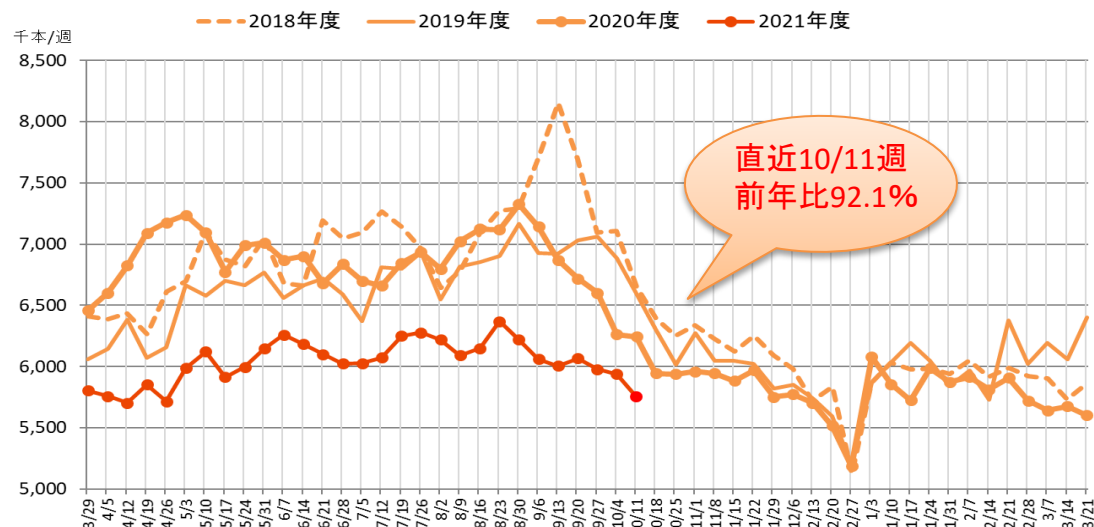
成分調整牛乳 販売本数 (900~1000ml) (週間推定値)



加工乳 販売本数 (900~1000ml) (週間推定値)

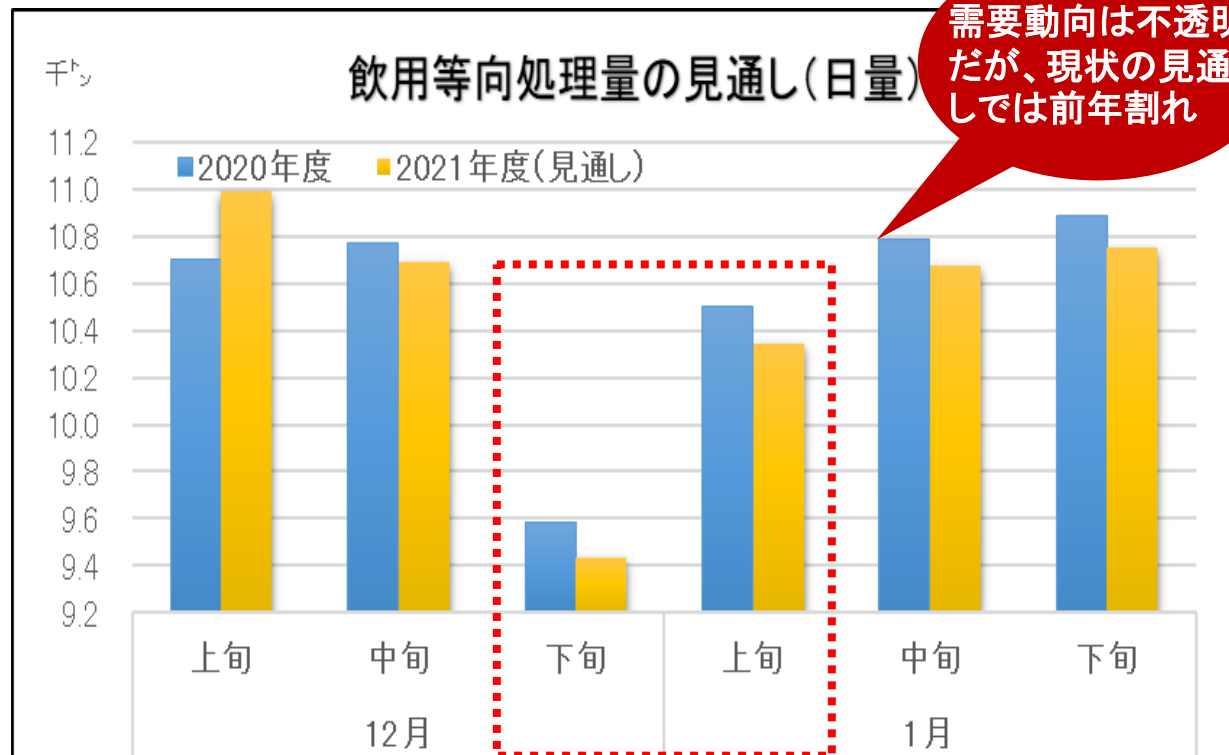
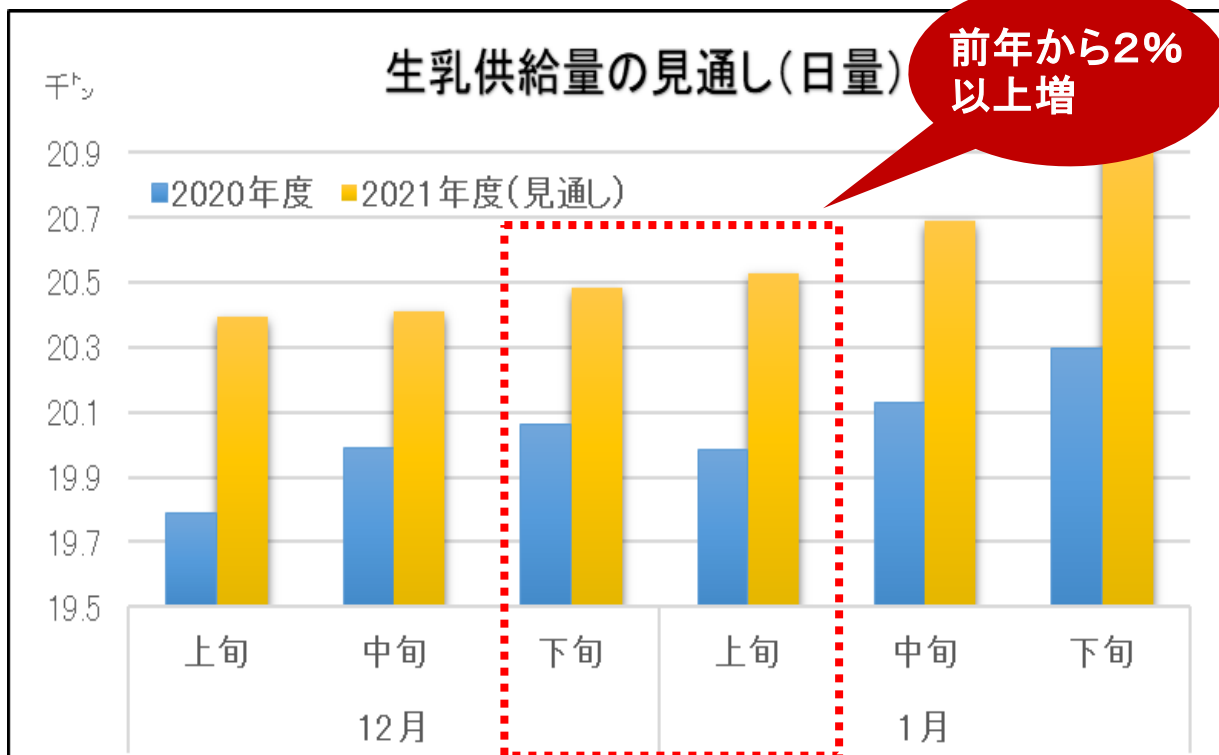


白物乳飲料 販売本数 (900~1000ml) (週間推定値)



1-④ 年末年始における生乳供給量・飲用等向処理量の旬別見通し

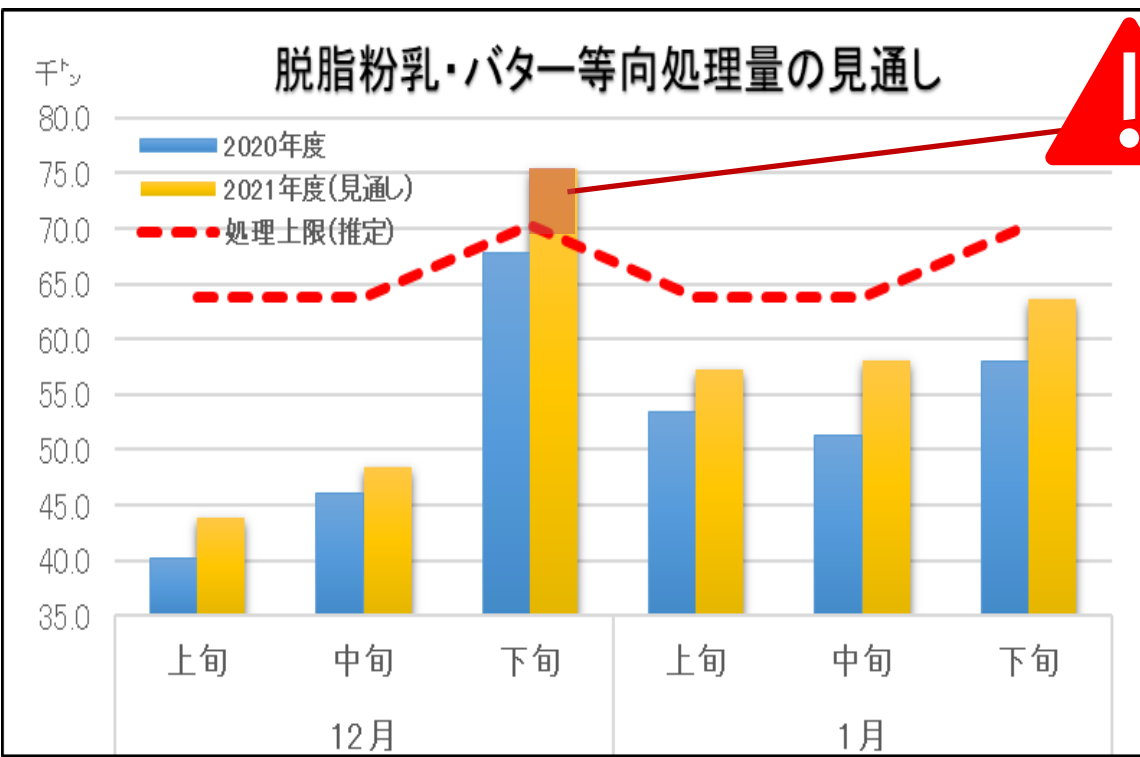
- こうした中、年末年始については、飲用不需用期にある上、一部量販店における正月三が日の休業や学校給食の休止が重なるタイミングであることから、生乳需給は大幅に緩和し、**処理不可能乳が発生する恐れが例年以上に高まっている**。さらに…感染再拡大によって第6波が到来し、再度休業要請等が発令されると仮定した場合には、業務用需要を中心にさらに厳しい見通しとなり、その可能性は一層強まる恐れがある。



※10/1Jミルク需給見通しからの推計値

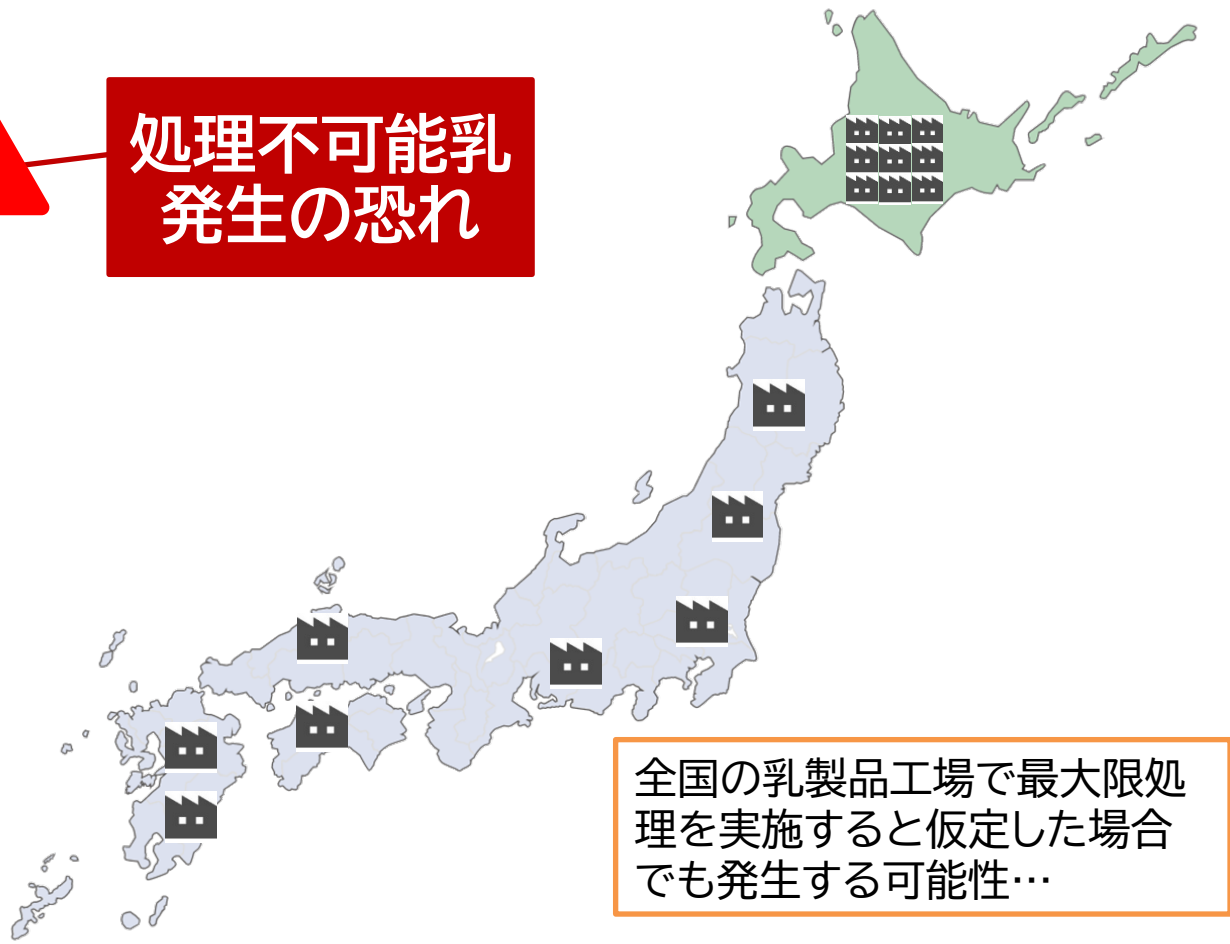
1-⑤ 年末年始における脱脂粉乳・バター等向処理量の見通し

- 現状の見通しから試算すると、例年より処理不可能乳が発生する恐れ。



※10/1Jミルク需給見通しからの推計値

**処理不可能乳
発生
の恐れ**



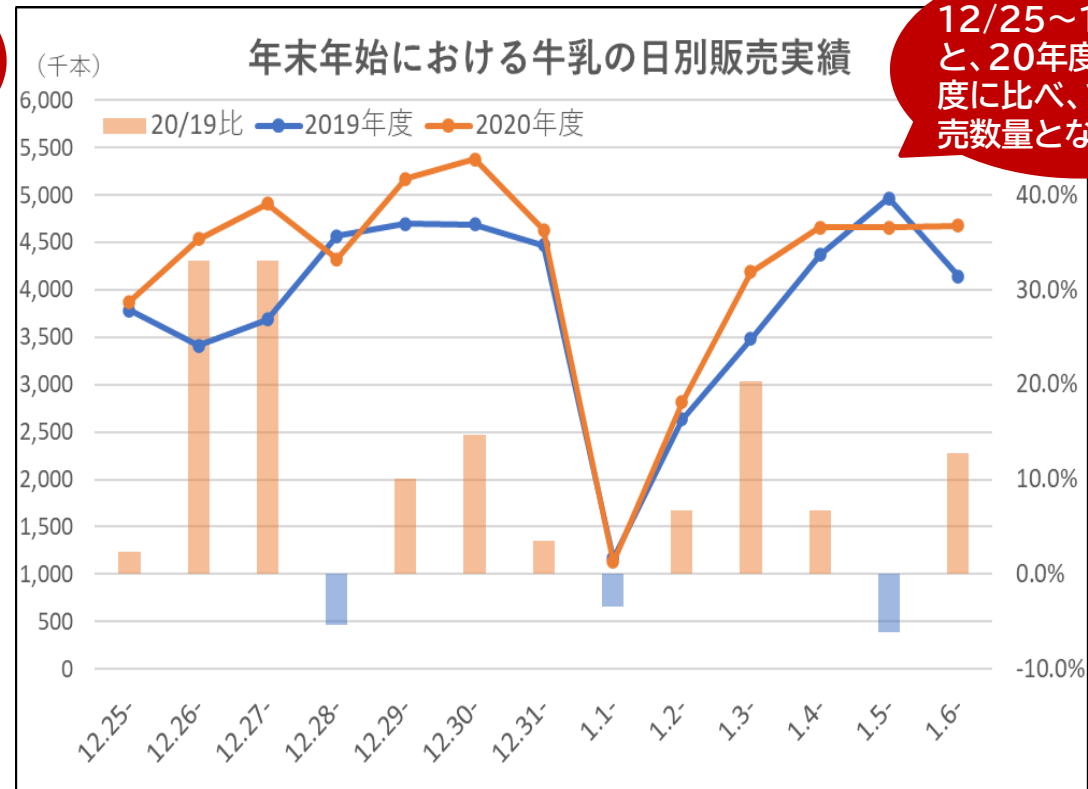
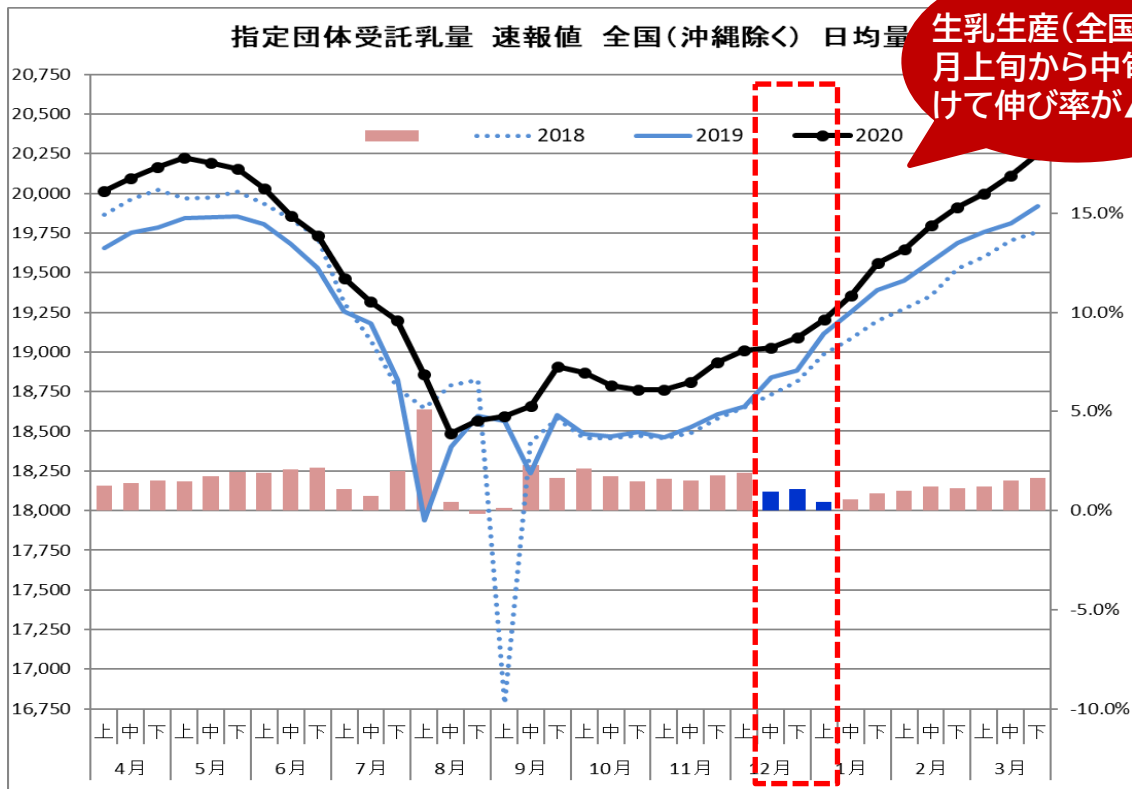
全国の乳製品工場で最大限処理を実施すると仮定した場合でも発生する可能性…

! なお、処理不可能乳の発生見込数量については、今後の生乳生産・消費動向を踏まえて関係者で情報共有を図りながらさらに精査してゆく必要がある。

1-⑥ 《参考》2020年度の年末年始の状況について

- 前年度の年末年始についても需給の大幅緩和が懸念される状況にあったが、下記の複数要因から処理不可能乳の発生は回避できた。

- ① 感染拡大していたタイミングにあったことから、帰省や旅行の自粛による巣ごもり需要が急増し、当初見通しを大きく上回って飲用牛乳が消費されたこと。
- ② 12月中旬以降の急激な寒さの影響等によって、生乳生産の伸びが全国的に鈍化したこと。
- ③ 乳製品工場のフル稼働に備えた体制整備や製品の生乳使用率の引き上げ等について協力頂いたこと。



※インテージSRI+日次データ(転用不可)

1-⑦ なぜ処理不可能乳を発生させてはいけないのか・・・

- 生産者の生産意欲の減退と、これまで業界一体となって強化してきた生乳生産基盤を損なう減産に直結する恐れ。
- 減産となると、コロナ後の需要回復に对应されなくなるとともに、需要期(夏季)を中心に生乳の不足基調がさらに強まる恐れ。
- 牛乳乳製品価格への影響や、食品廃棄ととらえられ業界のイメージ低下につながる恐れ。



万一処理不可能乳が発生すれば
日本の酪農乳業にとって大きな逆風となってしまう

業界一丸となった取り組みを実行することで、
この厳しい難局を乗り越えることが重要！！

2 年末年始に業界が一体となって取り組むべき内容

- 処理不可能乳発生を回避するという共通認識のもと、ミルクサプライチェーンに関わる全員で以下の緊急的な取り組みを進める必要がある。

① 業界共通の取り組み

酪農家・乳業者等関係者自らの牛乳利用拡大及び地域、家庭など周辺への働きかけ

② 生産者における取り組み

一時的な生乳出荷抑制の実施(12月下旬～1月上旬)

※早期(適正)乾乳や出荷予定牛の早期(繰上)販売…等

③ 乳業者における取り組み

- ・製品における生乳使用率の引き上げ
- ・乳製品工場のフル稼働
- ・積極的な販促活動

④ 指定団体・乳業者が連携した取り組み

各乳業工場やクーラーステーションにおける貯乳能力のフル活用

処理不可能乳の発生を回避するという共通認識のもと、ミルクサプライチェーンの各段階において行う緊急的な取り組みを支援するため、乳業者から拠出いただいている酪農乳業産業基盤強化特別対策事業について、2021年10月20日のJミルク2021年度第5回理事会にて実施要綱を一部改正。

【改正内容】

Jミルク及び会員団体等が、**処理不可能乳の発生を回避するために行う「新型コロナ緊急対策事業」**を新たに措置。

なお、本事業は2021年度の取り組みを対象とした緊急対策と位置付け。

(1) 年末年始・年度末における一時的な生乳出荷抑制対策 ← 生産段階における取り組み支援
生産者等が行う一時的な出荷抑制対策等を支援。なお、生産基盤を棄損しないよう、酪農経営の悪化や牛へのダメージにつながらないことを前提とする。

(2) 学乳休止期を中心とした不需要期の緊急牛乳消費促進対策 ← 業界共通の取り組み支援
乳業者、乳業団体、生産者団体及びJミルクが行う学乳休止期（不需要期）に向けて実施する牛乳等の消費促進・拡大につながる取り組み。

➤ 事業名：緊急酪農生産基盤堅持対策事業【2.5億円】

※年末年始1.7億円、年度末8千万円を想定

➤ 事業の趣旨：

新型コロナの長期的な影響により業務用需要が回復しないなか、学乳休止期である年末年始・年度末に処理不可能乳の発生が危惧される状況。処理不可能乳の発生を回避するため、生産段階での不需要期の一時的かつ緊急的な出荷抑制対策等を後押しすることにより、**酪農生産基盤を堅持**する。

➤ 事業実施主体：指定団体または指定団体会員等

3-③ 緊急酪農生産基盤堅持対策事業の考え方

- 年末年始や小中学校の春休みの学乳休止期に行う生産者段階での緊急的な生乳出荷抑制の取り組み等に対して支援。
- 具体的な取り組み内容については、早期(適正)乾乳・治療や出荷予定牛の早期(繰上)出荷、全乳哺育、飼料設計の見直しなど。酪農経営や乳牛にダメージを与えないことを前提とする。
- 抑制対象期間において、生乳出荷量を一定程度抑制した酪農経営体（地域）に対して、一定額を助成。

【年末年始抑制対象期間：12月21日～1月10日】

※特に12月25日～1月3日

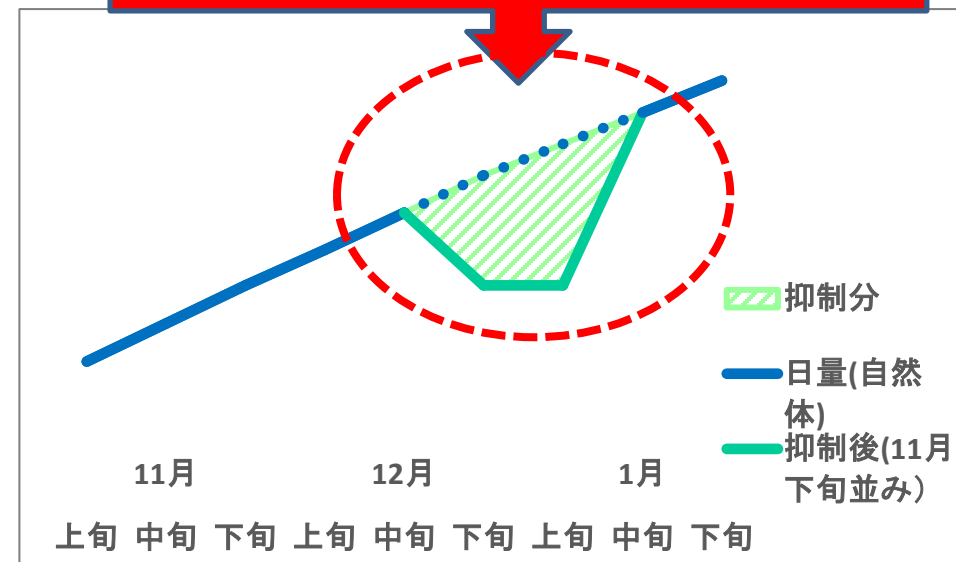
- 地域の実情や実態を踏まえ、具体的なスキームは今後、指定団体、中央酪農会議と地域別に検討。

3-④ 緊急酪農生産基盤堅持対策事業の背景と進め方

- ✓ 自然体であれば、年末年始・年度末は前月に比べてそれぞれ2~3%の日量増が見込まれる。
- ✓ 一方、両期間ともにコロナ禍の影響(需要量減少の継続)と学乳休止による飲用需要減少で、いまだかつてない規模の処理不可能乳が発生する可能性。
- ✓ しかし、個別事情等により、すべての酪農経営体で一律的な出荷抑制対策を実施するのは困難。
- ✓ よって、可能な経営体・地域には特に厳しい需給緩和期間において一時的かつ緊急的な出荷抑制対策等を実施していただき、その取り組み成果に対して一定額の助成を行う。
- ✓ また、地域の実態・実情を踏まえ、積極的な事業参画と事業効果を確実に上げるため、Jミルクは、指定団体及び中酪と個別に検討・協議の上進める。

【年末年始の一時的な出荷抑制イメージ】

12月下旬~1月下旬の出荷乳量(日量)を11月下旬並みにすると2%程度減



- 地域の実情や実態を踏まえ、具体的なスキーム(年末年始)について、中央酪農会議・指定団体と地域別に検討・協議。
- 地域ごとに取り組み内容を検討いただき、出荷抑制見込数量を集約。Jミルクに事業計画を提出。(11月中)
- Jミルクは取り組み内容と出荷抑制見込数量を踏まえ、助成上限額を地域別に配分(12月上旬)。
事業計画に基づき、各地域で出荷抑制対策等(脱脂粉乳・バター向け生乳の減少)に取り組んでいただく。
- 年度末については、今後の需給動向を見据えつつ、手法等は別途検討。

➤ 事業の趣旨

新型コロナの長期的な影響により業務用需要が回復しないなか、学乳休止期である年末年始・年度末に処理不可能乳の発生が危惧される状況。

全国及び地域段階において不需要期の緊急的な牛乳消費促進対策に取り組み、酪農乳業一丸となって処理不可能乳の発生を回避する。

➤ 事業内容

- Jミルクにおいては、業界内のリスク・コミュニケーション（危機的状況の共有）、メディア対策・SNS企画、緊急的な消費促進・拡大対策の推進に取り組む。
- 地域段階における不需要期の牛乳等消費促進・拡大につながる取り組みをJミルクが支援し、積極的な推進を図る。

➤ 事業予算

5千万円（地域における取り組み+Jミルク）



危機的な需給状況について業界関係者への共有

全国の酪農乳業関係者に災害規模の緊急的な対応が必要な需給状況である事実とその背景について理解醸成を図り、特に年末年始、そして春先に向けた消費促進に取り組む必要性を自分事化し、危機管理意識を高める。



【取組例(案)】

詳細は近日中に公開します！

➤ 業界関係者自らが牛乳購入！「#1日1L」運動の推進【年末年始】

業界関係者に不需用期の牛乳飲用を呼びかけ、その姿をSNSに投稿してもらうなど消費者に「見える化」することで、業界の取り組みへの理解醸成を図る。

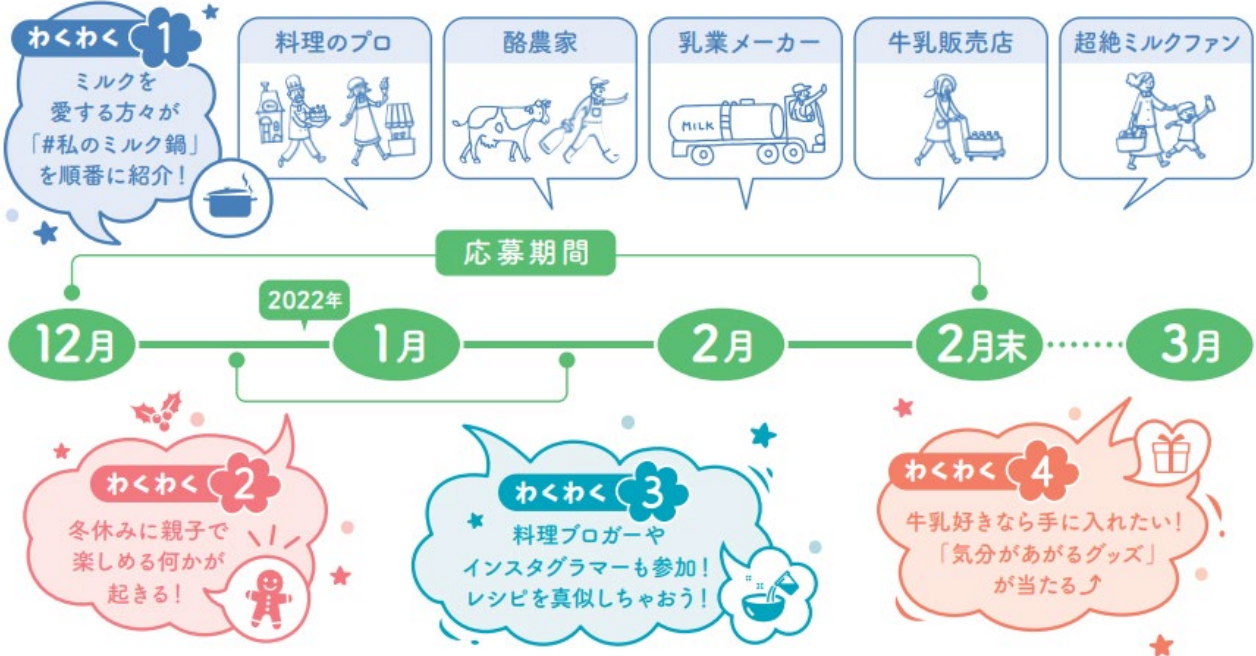
➤ 消費者とのコミュニケーションツールの作成【11月中】

全国の酪農家や乳業者、販売店、関連団体が行う消費者とのコミュニケーションにおいて、需給状況に関する疑問に回答できるよう、わかりやすい資料を作成。

現在、消費者への意識調査を実施中。どのような戦略・コミュニケーションが有効かさらに検討を進める

➤「#私のミルク鍋」キャンペーンなど季節にあった牛乳利用の提案

- ★期間 2021年12月～2022年2月
- ★目的 消費者及び酪農業関係者による牛乳を多く使った「ミルク鍋」キャンペーンを展開し、飲用牛乳の利用促進を図る。
- ★内容 牛乳を使った「ミルク鍋」を作り、写真をSNSに投稿
- ★ターゲット ミルクファン(消費者)、酪農乳業関係者、ミルクインフルエンサー



メディアに対しては、業界の取り組みを記者レクなどで適切に広報

3-⑨ 地域での取組推進【緊急牛乳消費促進事業の実施】

➤ 事業名：緊急牛乳消費促進事業



➤ 事業内容：

地域段階における不需要期の牛乳等の消費促進・拡大につながる取り組みについて支援。

➤ 事業実施主体：生産者団体・乳業者団体・普及協会・牛乳販売店団体・乳業者など

※乳業者は一般拠出金及び基盤強化対策金の支払い社のみ

➤ 事業実施期間：2021年11月1日～2022年3月末日

➤ 具体的な取組内容例：**※不需要期に牛乳等の消費促進・拡大につながる新たな取り組み**

- ✓ 消費者向け啓発資材の作成やPR活動
- ✓ 地方メディアへの広報活動
- ✓ 学校関係者等と連携した冬休み・春休み中の牛乳摂取推奨のためのPR活動
- ✓ 容量増量キャンペーン など
- ✓ 地方行政への啓発・要請運動
- ✓ 流通向けPRや売り場でのPOP掲出

↑
Jミルクでは全国学校栄養士協議会に協力を要請。また「給食のない時期に子どもに牛乳がよい理由」などのコンテンツを提供。

➤ 助成上限額と積算：

生産者団体・乳業者団体・普及協会など(県域を想定) 200万円 (15団体、3千万円想定)
乳業者 100万円 (10社、1千万円想定)

今後のスケジュールとお問合せ先

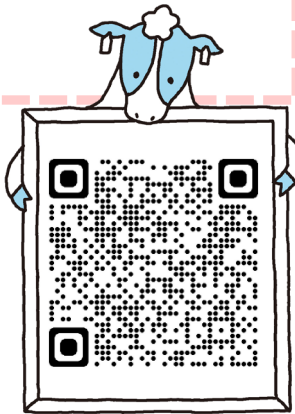
【今後のスケジュール：緊急牛乳消費促進事業】

- ✓ 事業に取り組む意向のある団体等については、事業実施要領の別紙様式第1号「事業実施計画及び助成申請書」を11月26日(金)までにJミルクに提出。※下記WEBサイト参照
- ✓ Jミルクは提出された書類を精査し、12月上旬をめどに助成の可否を通知。
- ✓ 事業実施団体は年末年始・年度末の計画に基づき取り組みを行い、別紙様式第4号「事業実施報告書」を2022年4月20日(水)までにJミルクに提出。
- ✓ Jミルクは事業実績報告書を精査し、実績に基づき助成金を支払う。(5月下旬を予定)

各種問合せ先

内容	担当者
需給動向について	生産流通グループ 渡邊崇宏 t-watanabe@j-milk.jp
緊急酪農生産基盤堅持対策事業 緊急牛乳消費促進事業	生産流通グループ 三代絵理 e-mishiro@j-milk.jp
学乳休止期(年末年始・年度末) におけるJミルクの取り組み	コミュニケーショングループ 林雅典 m-hayashi@j-milk.jp
	コミュニケーショングループ 鈴木浩子 h-suzuki@j-milk.jp

申請様式等はWEBサイトをご確認ください。ご不明な点などありましたら、お気軽にお問合せください。



<https://www.j-milk.jp/gyokai/seisankiban/2021.html>

〒101-0062
東京都千代田区神田駿河台2-1-20 お茶の水ユニオンビル5F
TEL03-5577-7493、7494



一般社団法人 Jミルク
Japan Dairy Association (J-milk)