



# 国際酪農連盟日本国内委員会

Japanese National Committee of International Dairy Federation



IDF ホームページ/<https://www.fil-idf.org/publications/ファクトシートより>

IDF Factsheet 004/2018-10

IDF ファクトシート 2018年10月

## IDF カントリーレポートの要約

IDF 酪農政策・経済常設委員会と IDF マーケティング常設委員会の 20 カ国<sup>1</sup>からのメンバーが、2018 年 10 月までの 6 カ月間のカントリーレポートを提出した。このファクトシートは、2018 年 10 月 13 日にテジョンで開催された合同委員会会議で提出された国別レポートのレビューから、主な調査結果をまとめたものである。

<sup>1</sup> オーストラリア、ベルギー、カナダ、チリ、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、アイルランド、イスラエル、イタリア、日本、オランダ、ニュージーランド、ノルウェー、ポーランド、南アフリカ、スイス、イギリス、およびアメリカ。

### 【生乳生産】

ヨーロッパ全体の生産動向は、オランダとノルウェーを除き、概ね上昇した。オランダの生産量の減少はリン酸塩削減政策が原因であり、一方ノルウェーでは温暖で乾燥した天候が生産に影響を及ぼした。暑く乾燥した天候や、干ばつによる負の影響が、イギリス、フィンランド、アイルランド、ドイツ、フランス、ベルギーでもみられた。EU 圏外では、生乳生産は北米、ニュージーランド、南アフリカ、日本、オーストラリア、イスラエルで概ね好調だった。チリは生産量の減少を報告した。

### 【農家軒先乳価】

最近報告された農家庭先価格の動向は、国ごとに大きく異なっていた。EU では、フランス、ドイツ、ポーランド、イギリス、ノルウェー、スイスのみが上昇を報告し、ベルギーとデンマークはそれぞれ 9%と 6%の低下を報告した。多くの国々では、バターやクリーム価格の変動が変化の原因であった。アメリカは 9.2%の低下、オーストラリアは 12.5%の上昇を報告した。日本は、生乳生産量と農家庭先価格の両方とも、わずかな上昇を報告した。

### 【卸乳価と小売り乳価】

卸売価格は、市場が安定しているか、軟化しているか、または弱かったかのいずれかであり、低調だった。バターと SMP の値踏みの間に不均衡が残った。ほとんどの国では、小売価格のわずかな変化しか報告されていない。しかし、ドイツ、デンマーク、英国は、それぞれ 12%、4.1%、3.8%の大幅な増加を報告した。

### 【小売市場】

バターは、数カ国（オランダ、カナダ、フィンランド、フランス）で強い売上高や値上げを享受したが、アイルランドは価格設定が高かったために販売量の減少を報告した。一部の国（ベルギー、アイルランド、ドイツ、カナダ、ノルウェー、オランダ）では、乳代替品や完全菜食主義が注目された。「Free From（無添加・非）」は、オ



# 国際酪農連盟日本国内委員会

Japanese National Committee of International Dairy Federation



IDF ホームページ / <https://www.fil-idf.org/publications/> ファクトシートより

ランダ（砂糖）およびポーランド（遺伝子組み換え、保存料）では、一つの要因として言及された。

## 【消費トレンド】

ヨーロッパでは、飲用乳とヨーグルトの消費動向は概ねマイナスで、イギリスとポーランドは両方のカテゴリーで唯一成長を見せた国だった。ヨーロッパ圏外では、カナダは両方のカテゴリーで強い成長を見せた（飲用乳 4.3%、ヨーグルト 3.3%）。全脂乳製品にいくらかの強さがあるものの、アメリカでは乳飲料が大幅に減少している。カテゴリーは縮小しているが、基本的に牛乳を限外濾過した Fairlife の新製品は、少量とはいえ大幅な成長を見せている。

## 【貿易】

自由貿易協定は、依然として楽観主義および懸念の両方からのトピックである。懸念としては Brexit と貿易戦争が挙げられたが、CETA（2017年に実施）、EU/日本パートナーシップ（2019年に実施）、新しい NAFTA（USMCA）、MERCOSUR、ASEAN、TPP、そして EU と数カ国間/貿易ブロックの交渉もある。EU/日本の自由貿易協定の影響は明確ではないようであり、ベルギーだけが高い期待に言及していた。輸出の大幅な増加がいくつかの国で言及されていた。保護貿易主義は、アメリカでは特にメキシコや中国への輸出に関連しているため、大きな関心事である。

## 【見通し】

Brexit と貿易戦争の懸念が、いくつかの国によって提起された。バター、バター脂肪および/または高脂肪乳製品への楽観的見通しは、オランダ、カナダ、ニュージーランドで見られた。アイルランド、オーストラリア、ベルギー、フランス、ドイツでは、天候に関連した飼料不足が影響すると予想された。アメリカの生乳価格は 5~9% 上昇すると予測されるが、ニュージーランドの生産性向上は生産に恩恵をもたらすと予測されている。注目すべき酪農政策問題には、フランスでの新しい農業及び食品法、オランダでのリン酸塩権利法、スイスでの農業法の改正、原産地表示とチリでの包装正面ラベル表示規制、ポーランドでの農家支援のための「村の計画」プログラム、南アフリカでの成分及び食品の安全規制、そしてカナダでの新しい食品政策の策定がある。

## 【環境】

11 カ国から環境活動とイニシアチブが報告され、本セクターでの問題の重要性は続いていることが示された。報告された活動には、Dairy UK ロードマップ、UK Plastics Pact、アメリカの保証スキーム FARM に新たに追加された環境スチュワードシッププラットフォーム、およびニュージーランドにおける排出量に対処する枠組みを提供する気候変動のための Dairy Action の開始が含まれる。チリでは、酪農乳業がチリの持続可能な開発アジェンダを支持している。スイスでは炭素税が、カナダでは義務的炭素価格が導入された。

## 【栄養】

酪農乳業は、乳製品の健康上の利点のコミュニケーションを継続し、利用可能な最



# 国際酪農連盟日本国内委員会

Japanese National Committee of International Dairy Federation



IDF ホームページ / <https://www.fil-idf.org/publications/ファクトシートより>

善の科学的情報が入手可能であり利用されていることを確実にするために世界的に政策に従う。デーリーマトリックスのメッセージは、南アフリカの保健専門家によってコミュニケーションされている。バターが消費者の健康に与える好影響は、スイスのトピックである。イスラエル、南アフリカ、オーストラリア、およびフランスでの政府の取り組みは、表示の変更を含む可能性があり、塩、砂糖、および/または飽和脂肪をターゲットにしている

## 【アニマルウェルフェア】

動物福祉では、数多くのイニシアチブが進行中であり、世界中の業界にとって引き続き優先事項である。カナダは、2017年に新しい監査動物飼育監査システムを開始した。アメリカの生産の98%以上は、国家酪農家保証責任管理（FARM）プログラムに登録されている。オランダでは、酪農場の80%が屋外で放牧している。フィンランドでは、動物の健康と福祉を改善するための品質向上プログラムが実施された。ニュージーランドでは、動物福祉（飼育および手順）規則が今年導入された。

## 【ジェネリックマーケティング】

ジェネリックマーケティングキャンペーンに関する情報は、15カ国から寄せられた。頻度順のコミュニケーションメッセージは、次のように、栄養、健康、喜び（味、祝い）、文化（伝統、地域、遺産、工芸品、家族農場）、持続可能性、信頼、安全、食事の機会、自然、スポーツ、食料安全保障だった。注目すべきキャンペーンには、オーストラリアでの骨の健康キャンペーン、カナダでの「あなたの一杯のミルクを忘れないでキャンペーン」、アイルランドでの「アイルランドの酪農、完全に自然な」キャンペーン、イスラエルでの「Shavuot Holiday」、日本でのキャンペーン「乳和食」、チリでの「グラシアス・ア・ラ・レーシュ」キャンペーン、ノルウェーでの「普通の食べ物は十分に良い」キャンペーン、そしてヨーロッパンミルクフォーラムによる「マトリックス」キャンペーンがある。

## 【まとめ】

昨年の生乳生産の伸びと輸出の持続的成長。市場価格は、予想に沿って下落している。世界的な需要は安定しているが、一部地域ではバターとクリーム需要が増加している。イギリス、EU およびアメリカの農業政策の継続的見直し。数多くの継続的な貿易交渉。ヨーロッパとオーストラリアの天候状況は、秋冬の生産量を制限すると予想される。環境や動物福祉の問題に対処するための、業界によるさまざまな積極的取り組み。健康と栄養がマーケティングを主導し続ける一方で、文化と持続可能性は優先順位が高い。

直近の価格調整が単に季節的なものか、それとも景気後退の前兆によるものかについては、いくらかの不確実性があった。バター脂肪に対する消費者の需要が高まっていたが、消費者の懸念により持続可能性と動物福祉の問題がますます取り入れられるようになった。ビーガンロビーと乳代替品からの挑戦が増加していた。本セクターのジェネリックマーケティング活動は、依然として健康と栄養のメッセージングで際立っていた。

翻訳：JIDF事務局



# 国際酪農連盟日本国内委員会

Japanese National Committee of International Dairy Federation



IDF ホームページ / <https://www.fil-idf.org/publications/> ファクトシートより

編者注: 仮訳の正確性、完全性、有用性等についてはいかなる保証をするものではありません。参考資料として扱い、内容に疑義が生じた場合は英文の原文をご確認ください。