

# ぐんま乳販連だより



## 目次 Contents

2 面 新年のご挨拶 代表理事会長 唐澤 透

3 面 生乳の需給状況について

3 面 飼料価格高騰に係る緊急対策事業について

5 面 牛乳乳製品の消費拡大対策事業の実施報告・お知らせ

6 面 令和4年度 会員別受託実績(第1・2・3四半期11月まで)

6 面 令和4年度11月期 生乳販売実績表

— 発行 —



## 新年のご挨拶

代表理事会長

唐澤 透

新年あけましておめでとうございます。

令和5年の年頭に当たりまして、謹んで新春のご挨拶を申し上げます。

新型コロナウイルス感染症はまだ終息が見通せず、さらに季節性インフルエンザとの同時流行も心配されています。しかし、新型コロナウイルス感染症については、変異株の特性等に応じた適切な対策を講じ、感染リスクを引き下げながら経済社会活動の継続を可能とする新たな日常の実現に取り組む方向へと変化してきました。これらにより、徐々にではありますが経済回復の予測も発表されるようになり、農産物の需給も少なからず回復傾向を見せており、早く平穏な日常生活を取り戻せること

を願っています。

酪農乳業においては、昨年からウクライナ危機や急激な円安などに起因したあらゆる資材、飼料、エネルギー価格の高騰、さらに、猛暑、集中豪雨などの異常気象、8月以降の子牛価格の下落など多くの要因が重なり合うように経営に影響を及ぼし、これまでに経験したことのない深刻な状況となっております。

また、食品をはじめとした物価上昇の継続や新型コロナウイルスの感染再拡大による先行き不透明感から、消費者の購買心理は依然として落ち込んだ状況が続いており、牛乳・乳製品の消費も減退が継続しています。

このような状況に対し、国会議員、県議会議員を通じて行政に酪

農家の訴えを届け、国、県からの支援事業を得ることができました。

しかし、令和4年度の生産費の概算からするととても十分な内容ではなく、更なる乳価の早期の値上げが必要です。このための環境づくりに対する国の事業も措置されたことから、全国一体となった取り組みによる乳価交渉に向けた環境づくりが重要です。酪農家の皆様のご協力をお願いいたします。

一方、昨年は食糧安全保障の重要性が再認識され、国では食料・農業・農村基本法の議論が活発化してきました。酪農においても引き続き安心して酪農経営が継続できるよう、また国産の牛乳乳製品を安定的に消費者へ届けられるよう、生産費が適正に価格に反映される制度、生産費と販売価格との差額が補てんされる酪農版マルキン制度、輸入乾牧草高騰に対する救済制度などの恒久的な制度づくりや乳製品の過剰在庫解消に向けた機動的な対応、配合飼料価格安定制度の見直し、需給調整機能を確実に発揮させるための改正畜安

法の検証など、国を含め酪農乳業あげての議論が必要であると考えています。

また、「コストの上昇は価格改定が基本。政治では限界がある」と言われており、需給ギャップの解消に向け、酪農乳業界が確実に牛乳・乳製品の需要拡大を図っていくことも重要です。新型コロナウイルス感染症の感染防止と経済活動を両立させた方針により、消費が動き、インバウンド需要が生まれ、業務用需要は着実に伸びてきています。さらに生産者、乳業、国の抛出による乳製品の過剰在庫対策により、脱脂粉乳在庫の減少等その成果が現れてきています。

このため、新たな乳製品の開発などの需要拡大は乳業の役割ではありませんが、生産者団体としても消費拡大に向けた取り組みを一層強力かつ継続的に進める必要があります。牛乳普及協会とともに酪農に対する理解醸成、及び牛乳の価値の訴求など幅広く消費拡大に取り組んで参ります。

これ以上酪友を減らさず、次世

代の酪農家のため、今後も国産の牛乳製品を消費者のもとに届けられるよう、酪農家の皆様方の頑張りに期待するとともに、酪農、乳業、関係者も一体となり、この局面を乗り切つて参りましょう。

2023年は「癸卯(みづのとう)」です。「癸」は小寒や閑静を、「卯」は成長や春を表しており、寒い冬の時代が終わり、これまでの努力が開花する1年となるのではないかとされています。コロナ禍で停滞したここ3年を経て、芽吹きのある新たな1年が動き出すよう、役職員一丸となつて取り組んでまいります。

酪農家の皆様をはじめ関係機関、関係団体の皆様のますますのご健勝と群馬県の酪農の発展を心より祈念いたしまして、新年のご挨拶とさせていただきます。



## 生乳の需給状況 等について

### 1 生乳の需給状況

令和4年11月の受託乳量は全国が前年比96.3%、北海道同95.6%、関東は99.1%で22カ月ぶりに生産が減少に転じ、群馬は同98.2%。また、4月から11月までの累計は全国が前年比99.2%、北海道が同99.5%、関東が同100.6%、群馬が同99.0%の実績です。

食品価格の値上げによる影響により、飲用牛乳等向けの販売は前年比96.9%と18か月連続で前年を下回っています。なお、11月の牛乳価格改定の影響は限定的で当初予測していたほどではありませんでしたが、より価格の安い牛乳や加工乳・乳飲料等へ消費がシフトしている傾向が伺えます。

また、関東の11月までの累計の脱脂粉乳・バター等向けは前年比117.7%と低下傾向にあるも

の大きく増加しています。

関東では年末年始期(12月20日～1月10日)の生乳出荷量の目標を前年比97.5%と定め、生乳出荷量の抑制について生産者へ依頼しました。年末年始期には大きな混乱は発生しませんでした。学乳休止期は需給緩和となり予断を許さない状況が発生するため、生乳生産量が増加する年度末に向け、消費拡大対策と共に生産者、乳業者、販売者一体となつた一層の取り組みが重要です。

### 2 乳製品の在庫状況

10月末の脱脂粉乳在庫は89,447ト(前年比99.5%)で約3年半ぶりに前年を下回りました。在庫量の減少は5か月連続しており、酪農家の生産抑制、及び生産者、乳業の抛出、国の支援による過剰在庫対策の成果が出ていると考えられます。

なお、バターの在庫は36,969ト(前年比91.1%)で6か月連続して前年を下回って推移しています。

### 3 乳価について

関東では12月22日のホクレンの乳製品向け乳価の4月から10円/kgの値上げの決定を受け、12月23日の生乳販売委員会の了承を得て、各乳業者と4月からの乳製品向け乳価10円/kgの値上げ、また積み残しとなっていた学校給食用牛乳価格10円/kgの値上げについて交渉を開始しました。

なお、飲用向け・発酵乳等向け生乳価格については、今後の生乳需給動向、生乳生産費の試算、国の支援策等を踏まえ改めて協議することとしています。

## 飼料価格高騰等に に係る緊急対策 事業について

飼料価格の高騰等に対し、以下の国及び県の事業が実施されています。不明な点等があれば乳販連へ問い合わせ願います。

### 1 飼料価格高騰緊急対策事業

(令和4年度コロナ等対策予備費)

(1) 配合飼料価格高騰緊急特別対策

令和4年度第3四半期に生産コスト削減等に取り組む生産者に対して補填金を交付。配合飼料1ト当たり6,750円。令和5年2月に価格安定制度による第3四半期の補填金とは別に交付予定。

## (2) 国産粗飼料利用拡大緊急酪農対策

生産コストの削減や国産粗飼料の利用拡大に取り組む生産者に対し、補填金を交付。経産牛1頭当たり10,000円。12月末日に交付済。(令和4年4月1日と10月1日のどちらか少ない26カ月齢以上の経産牛頭数)

## 2 酪農経営改善緊急支援事業

### (令和4年度補正予算)

生乳需給を早期に改善するため、生産者が早期に経産牛をリタイアさせ、一定期間、生乳の生産抑制に取り組む場合、指定団体等の5万円以上の負担を要件に奨励金を交付。

### (1) 第1次取組

令和5年3月1日～9月末

日までにトレサ情報でと畜が完了している乳用種の経産牛1頭当たり150,000円。

### (2) 第2次取組

令和5年10月1日～令和6年3月末日までにトレサ情報でと畜が完了している乳用種の経産牛1頭当たり50,000円。

## 3 酪農緊急パワーアップ事業

### (令和5年度ALIC事業)

### (1) 業界による在庫低減に対する取組への支援

在庫水準が高い脱脂粉乳等について、生産者団体、乳業メーカーが協調して行う脱脂粉乳在庫を低減する取組を支援。

### (2) 流通販売形態の変更等のための取組への支援

高水準となっている乳製品の在庫の低減を図るため、ECサイト等への流通販売形態の変更、消費拡大のプロモーション等に要する経費を支援。

### (3) 牛乳等需要の減少に対応した補給金等相当額の交付

牛乳等の消費の減退により加工仕向けが総交付対象数量を超えた場合に、生乳の生産抑制を計画的に実行している指定生乳生産者団体等に対し、合計10万トを限度として、加工原料乳生産者補給金、集送乳調整金の相当額を交付。

### (4) 早期乾乳の推進

生乳の生産抑制を計画している指定生乳生産者団体等を通じて、飼料分析や飼料給与技術に関する研修受講などに対する奨励金を交付。経産牛1頭当たり1,500円。早期乾乳の確認は要件ではなく、指定団体等が行う研修会の受講が要件。

### (5) 先進的機器の導入と一体的な施設の整備

酪農を営む者に対し、その実情に応じた経営体質強化に資する先進的機器の導入と一体的な施設の整備を支援。

## 4 その他ALIC事業

酪農経営総合支援対策事業  
(中小酪農生産基盤・飼養環境

の改善対策)の拡充。全乳哺育促進に向けパステライザーの導入をメニューに追加。補助率は1/2以内。

## 5 酪農経営緊急対策支援事業

### (県9月補正)

### (1) 粗飼料価格高騰対策支援

粗飼料価格高騰分の1/2相当額を支援。経産牛1頭当たり14,600円。12月末日交付済。(令和4年10月1日の26カ月齢以上の経産牛頭数)

### (2) 県産飼料拡大・未利用資源活用

輸入飼料から国産飼料へ転換を図るために、県産飼料の増産等に必要な農業用機械の導入に係る経費の1/2を補助。

## 6 令和4年度をもって取り組みを終了する事業

・畜産・酪農生産力強化対策事業、  
和牛遺伝資源流出防止対策緊急支援事業(高受胎率精液・輸入精液・判別受精卵・和牛受精卵のクラスター事業)

・中小酪農経営等生産基盤維持強化対策事業の乳牛継承及び育成牛流通の取組

# 牛乳乳製品の消費拡大対策事業の実施報告

## 消費拡大キャンペーン「もうひとつ牛乳を飲んでくだ祭」の開催

令和4年12月10日に前橋市内大型ショッピングセンターけやきウォーク前橋内のけやきコートにて「触れる」・「学ぶ」・「味わう」の3つのテーマを掲げてイベントを開催しました。

「触れる」では搾乳体験、エサの展示、県内酪農家3人によるトークショー。「学ぶ」ではミルククイズ、骨密度測定、牛乳パックを利用した工作。「味わう」では消費者参加型の牛乳早飲み大会、手作りバター教室を行いました。また、牛乳料理のレシピ展示では県牛乳料理コンクールの上位10点のレシピの展示と配布を行いました。

当日は来場者1,000名に牛乳を配布したほか、酪農家トークショーでは酪農の紹介からや

りがい、現在の厳しい酪農情勢、簡単には生産調整できない需給調整の難しさなどを丁寧に説明していただきました。また、搾乳やバター作り体験、クイズを通じた理解醸成、乾草や飼料にも触れてもらうなど消費者の皆さんに酪農に関する理解を深め、興味をもってもらいました。

## 第11回 上毛新聞社杯ダンスコンテストへの出展

令和4年12月27日、太田市民会館で群馬県内最大級のストリートダンス大会が開催されました。参加チームはジュニアから一般まで52チームで、出場チームは女子高生が多く、学校給食がなくなると牛乳を飲む機会が減る女子高生に向け、スポーツと牛乳、牛乳に関する理解を深めてもらうため出展しました。

全出場チーム及び観客としての来場者(約千人)を対象に牛乳、ミルメーク、リーフレットを配布しました。ミルメークに対する反応は思いのほか高く、ちよつとした切り口で牛乳の消費拡大

につながればと期待しています。

## お知らせ

### 「年末年始も牛乳をしっかりと飲みましょうキャンペーン」の実施

年末年始の学校給食休止期(不需要期)における牛乳消費の促進対策として、牛乳消費拡大キャンペーンを実施します。

年末年始(12月24日～1月10日の間)に牛乳1Lパック5本以上を購入された方に抽選で乳製品(4,000円相当)を200名にプレゼントします。応募締め切りは令和5年1月31日。詳しくは群馬県牛乳販連又は群馬県牛乳普及協会のHPをご覧ください。

### 第43回牛乳絵画コンクール・第36回牛乳はり絵作品コンクール入賞作品の展示

このコンクールは栄養価の高い牛乳の大切さを再確認し、牛乳や乳製品に関する知識を向上させるものです。今年絵画の部に1,226点、はり絵作品

の部に36点の応募がありました。審査の結果、入賞した作品(絵画の部136点、はり絵作品の部12点)を令和5年1月28日(土)2月3日(金)、午前9時～午後5時(最終日は午後2時まで)、群馬県庁1階県民ホールで展示します。



# 令和4年度 会員別受託実績(第1・2・3四半期)

単位：kg・%

会員名	第1四半期		第2四半期		第3四半期(10～11月)						4～11月実績累計 ①+②+③	
	4～6月		7～9月		10月		11月		計		①+②+③	前年比
	実績①	前年比	実績②	前年比	実績	前年比	実績	前年比	実績③	前年比		
全農群馬	15,674,785.8	96.7	13,998,921.7	97.2	4,736,633.6	96.8	4,578,715.3	95.7	9,315,348.9	96.2	38,989,056.4	96.8
赤城酪連	5,874,910.3	95.0	5,199,672.2	94.9	1,719,560.3	92.4	1,677,586.4	91.3	3,397,146.7	91.9	14,471,729.2	94.2
榛名酪連	2,140,742.0	94.3	1,933,957.7	91.4	659,803.7	92.5	643,647.6	89.8	1,303,451.3	91.2	5,378,151.0	92.5
JAあがつま	4,061,626.6	97.9	3,908,598.1	98.2	1,264,983.2	92.6	1,223,858.3	92.7	2,488,841.5	92.7	10,459,066.2	96.7
群中酪農	13,307,930.3	101.9	13,062,288.6	107.5	4,446,022.5	108.2	4,283,605.4	108.0	8,729,627.9	108.1	35,099,846.8	105.5
東毛酪農	1,145,424.3	97.2	944,284.5	91.1	318,267.1	90.1	312,767.8	91.2	631,034.9	90.6	2,720,743.7	93.4
明友酪農	1,953,106.7	106.4	1,740,672.2	104.9	572,314.6	103.1	560,392.2	99.5	1,132,706.8	101.3	4,826,485.7	104.6
合計	44,158,526.0	98.4	40,788,395.0	99.9	13,717,585.0	99.0	13,280,573.0	98.2	26,998,158.0	98.6	111,945,079.0	99.0

# 令和4年度11月期 生乳販売実績表

関東生乳販売農業協同組合連合会

## 会員別販売数量

単位：kg・%

会員名	11月期実績	前年同期実績	前年比	11月末実績(累計)	前年同期実績	前年比
茨城県酪連	14,702,884	13,625,429	107.9	120,456,103	113,572,216	106.1
酪農とちぎ農協	20,455,414	20,716,953	98.7	172,676,983	168,660,654	102.4
栃木県酪農協	6,521,681	6,603,082	98.8	55,056,651	55,314,532	99.5
栃木県計	26,977,095	27,320,035	98.7	227,733,634	223,975,186	101.7
群馬県牛乳販連	13,280,573	13,529,185	98.2	111,945,079	113,077,985	99.0
全農埼玉県本部	1,901,782	2,076,937	91.6	16,432,356	17,699,573	92.8
埼玉酪農協	1,449,208	1,483,391	97.7	12,528,996	12,933,754	96.9
埼玉県計	3,350,990	3,560,328	94.1	28,961,352	30,633,327	94.5
千葉県酪連	15,000,726	15,575,799	96.3	126,515,976	128,179,078	98.7
東京都酪農協	651,351	663,328	98.2	5,490,522	5,474,298	100.3
神奈川県酪連	2,068,587	2,225,662	92.9	17,670,853	18,794,328	94.0
山梨県酪農協	1,091,289	1,115,205	97.9	9,234,432	9,339,616	98.9
静岡県経済連	6,283,809	6,527,217	96.3	52,928,616	53,854,965	98.3
合計	83,407,304	84,142,188	99.1	700,936,567	696,900,999	100.6

## 用途別販売数量

単位：kg・%

用途	11月期実績	前年同期実績	前年比	11月末実績(累計)	前年同期実績	前年比
飲用牛乳等向け	65,595,631	65,735,651	99.8	530,279,915	534,121,731	99.3
(うち学校向け)	11,799,795	11,897,943	99.2	76,815,531	77,222,124	99.5
はっ酵乳等向け	11,179,532	11,735,079	95.3	96,592,293	98,760,011	97.8
脱脂粉乳・バター等向け	5,492,041	5,531,453	99.3	64,696,636	54,976,398	117.7
(うち委託加工向け)			-			-
生クリーム等向け	1,004,624	1,044,379	96.2	8,403,559	8,289,972	101.4
チーズ向け	135,476	95,626	141.7	964,164	752,887	128.1
全乳哺育向け			-			-
総受託乳量	83,407,304	84,142,188	99.1	700,936,567	696,900,999	100.6
脱脂粉乳・バター等向け比率	6.58	6.57	0.01	9.23	7.89	1.34

※生クリーム等向けには濃縮乳向け用途を含む

※脱脂粉乳・バター等向け比率の前年比欄は前年同期実績との差