

農畜産業振興機構補助事業

中販連

だより

2005
Vol.13

中国地域指定生乳生産者団体 中国生乳販売農業協同組合連合会 機関誌

発行 ● 中国生乳販売農業協同組合連合会 編集・発行人 ● 鍵山信儀
〒730-0012 広島県広島市中区上八丁堀8番23号林業ビル4階
TEL082-511-3371 FAX082-511-3399



CONTENTS

- 中販連季節別乳価対策を強化改正
- 平成17年度「牛乳消費拡大キャンペーン」の取組内容
- 平成17年度畜産業振興補助事業 ● 事業経過報告
- 受託販売実績 ● 用途販売実績
- 編集後記

中販連 季節別乳価対策を 強化改正

生乳受託販売委・理事会開催

中国生乳販連（以下、中販連）は去る六月十四日に生乳受託販売委員会（以下、販売委）及び理事会を開催し季節別乳価対策の運用改正について協議致した結果、同対策の強化改正が決定されました。

以下、改正の背景並びに決定事項等について報告します。

初年度季節別乳価対策の概要

中販連では平成十六年度から季節別乳価対策を実施しています。その引鉄は同年度に国が指定助成事業として新設した需要期生乳生産推進事業（以下、国事業）が指定団体における季節別乳価の制定を必須条件としていたことによります。

初年度に当たる季節別乳価対策実施要領骨格は、一年間を需要期（六月～十一月）と不需要期（四月、五月及び十二月～三月）に区分し、運用奨励金として需要期出荷生乳に一円/kgを計算、運用拠出金として不需要期に一円

減算するものです。

奨励金と拠出金の精算は年間出荷数量が確定した段階で個人別に一括計算処理を行いますが、年度内における廃業者の数量は除外します。

季節別乳価対策の初年度実績

以上の内容に基づく運用実績は表一の通りです。

先ず、需要期と不需要期の比率は中販連平均で不需要期が五一・二六%となり需要期を二、五二ポイント上回る格差となりました。

会員別に需要期比率をみると広島県が最も高く五十%に近い水準にあり、逆に山口県が最も低い水準となりました。

個人別の乳量集計に伴う拠出金と奨励金とのバランスを戸数ベースで見ると、約三分の一に相当する四二八戸が需要期生産割合が多い奨励金の受給資格者であり、他方、拠出金過多の対象戸が八四四戸となりました。

拠出金と奨励金との相殺後において生じた約八三千円の残金は季節別乳化実施要領に基づき九月度の出荷乳量に応じて清算を行いました。

清算後における拠出金超過者は清算前の八四四戸から六一五戸に減少しました。

需要期生乳生産推進事業の初年度実績

需要期生産への政策誘導として設定された国事業は需要期増産に努力され

た生産者に対し奨励措置として奨励金を交付するものです。

奨励金の対象は需要期（期別区分は前述の季節別乳価に同じ）の乳量割合を需要期算定比率として県別に設定し、出荷乳量に算定比率を乗じた数量（基準数量）に対して需要期の出荷実績が上回った場合に、上回った数量に奨励金が交付されます。

平成十六年度の場合の需要期算定比率は平成十二年度から十四年度の三カ年の実績により設定され、奨励金単価

は季節別乳価実施初年度の指定団体は四・九円/kgとなります。

なお、国は季節別乳価実施初年度の指定団体は四・九円/kgとなります。

事業実施の必要条件とされた指定団体の季節別乳価では、需要期加算金を一円以上とすることが附帯指導事項となりました。

〈表1〉 平成16年度国事業及び中販連季節別乳価運営実績表

	鳥取	島根	岡山	広島	山口	合計
(季節別乳価)						
A 需要期乳量(kg)	30,742,609.3	30,722,621.0	57,640,157.4	30,411,942.5	11,229,304.0	160,746,634.0
B 不需要期乳量(kg)	32,084,232.9	32,166,078.4	61,739,316.1	30,855,233.4	12,211,729.0	169,056,589.8
C 対象乳量計(kg)	62,826,842.2	62,888,699.4	199,379,473.5	61,267,175.9	23,441,033.0	329,803,224.0
需要期比率(A/C)	48.93%	48.85%	48.28%	49.63%	47.90%	48.74%
不需要期比率(B/C)	51.06%	51.14%	51.71%	50.36%	52.09%	51.26%
D 運用奨励金(円)	30,742,499	30,722,526	57,639,940	30,411,831	11,229,304	160,746,110
E 運用拠出金(円)	32,084,130	32,166,000	61,739,098	30,855,127	12,211,729	169,056,084
F 拠出金残額(D-C)(円)	▲1,341,631	▲1,443,464	▲4,099,158	▲443,296	▲982,425	▲8,309,974
G 拠出金超過者戸数	155戸	139戸	342戸	129戸	79戸	844戸
H 奨励金超過者戸数	87戸	64戸	146戸	102戸	28戸	428戸
I 9月度乳量(kg)	4,915,838.7	4,945,262.8	9,149,002.8	4,895,261.9	1,742,735.0	25,648,101.2
J 拠出金残返還(F/I)(円)	1,592,730	1,602,263	2,964,273	1,586,063	564,646	8,309,975
K 最終精算(J-F)(円)	251,099	158,799	▲1,134,885	1,142,767	▲417,779	0
L 最終精算における拠出超過者会員別超過戸数(L)の場合	117戸	87戸	264戸	85戸	62戸	615戸
会員別超過戸数(L)の場合	48.3%	42.9%	54.1%	36.8%	57.9%	48.3%
（国事業）						
A 需要期算定比率	48.50%	48.50%	48.30%	49.40%	48.00%	
B 対付对象乳量(kg)	807,516.9	647,631.0	1,238,873.4	668,538.5	208,224.8	3,570,784.6
C 奨励金額(円)(B×4.9円)	3,956,761	3,173,326	6,070,349	3,275,779	1,020,271	17,496,486
D 対象戸数	136戸	121戸	264戸	120戸	58戸	699戸
会員別対象戸数(D)割合	56.2%	59.6%	54.1%	51.9%	53.7%	54.9%
会員別出荷戸数	242戸	203戸	488戸	231戸	107戸	1,272戸

中販連の季節別乳価対策は国事業への対応が背景にあります。

ヘ表一の下段で平成十六年度の実績をみると奨励金対象乳量は需要期総乳量の約二・二%相当の三、五七〇トン、奨励金総額は約一七、四九六千円となります。

これを戸数ベースでみると、対象戸数は六九九戸、割合としては全体の半数以上の約五五%となります。一戸当たりの平均奨励金額は二五千円となります。

国事業の実施要件改正

国事業の実施要領においては二年度目に当たる平成十七年度の需要期算定比率の対象年度は平成十三、十四及び十六年度の3年間となります。更に二年度目以降の奨励金単価は九・八/kgに倍額されることとなります。初年度並みの実績でみると平成十七年度の一戸当たりの奨励金額は五万円が見込まれます。

しかし、国事業の要領のうち中販連にとって最も関心のある季節別乳価の加算単価について、これを強化する要件の改正が打ち出されました。

改正の内容は二年度目以降の奨励金単価九・八円の交付要件として指定団体が運用する季節別乳価における需要

期の加算金を一円/kg以上とするもの

です。

国の要件改正の背景としては、

①生乳需給緩和の象徴である脱脂粉乳の過剰在庫解消への取り組みの中で都府県の余乳も在庫の滞貯要因の位置付けとなること。

②需要期の生乳安定供給で牛乳販売のチャンスロスを回避する。

③財政再建下で財政当局からも需給改善に向けた事業の実施効果を求める等があげられます。

中販連の季節別乳価を改正… 加算・減算単価を一円に拡大

中販連の季節別乳価対策は会員段階の組織討議等、慎重な取り扱いを経て制定されましたが、国事業の要件改正により実施二年度目にして見直し検討に迫られることとなりました。

そこで、季節別乳価対策要領の改廃に関する規定に基づき、販売委に引き続き開催された理事会において原案通り改正が決定されました。

需要期増産意識は管内の 約七五%の生産者に普及

夏季増産への慎重論が強い中にありながらも、以外なことに、昨年実施された酪農全国基礎調査の需要期増産への意識に関する回答結果（管内回答者九八〇戸）を見ると、既に取り組まれている生産者（三八・四%）と、これから取り組む意向のある生産者を合せた割合は約七五%に達しております。

季節別乳価の強化改正に加え乳成分

が、中販連として、国事業が廃止された場合の季節別乳価の位置付け検討が必要。

このため、需要期を意識した暑熱・不需要期生乳の対価が一段と低下することとなります。

繁殖対策や不需要期におけるコスト見直し等を踏まえた経営のあり方が求められます。

抑制型の計画生産の早期脱却を達成するためにも需要期生産への理解をお願いいたします。

このため、需要期を意識した暑熱・不需要期生乳の対価が一段と低下することとなります。

繁殖対策や不需要期におけるコスト見直し等を踏まえた経営のあり方が求められます。

需要期生産（季節別乳価）対策要領 一改正一

(抜粋)

運営内容

(1) 需要期及び需要期の区分

本対策の運営に当たっては、当該年度を需要期及び不需要期の2期に区分する。
①需要期は6月～11月の6ヶ月間とする。
②不需要期は4月～5月及び12月～3月の6ヶ月間とする。

(2) 期別措置の設置

①季節別乳価は需要期における「運用奨励金」及び不需要期における「運用拠出金」の単価により設定する。
②期別単価の適用は、各月の受託販売数量に係る基本乳価（乳脂肪3.5%、無脂乳固形分8.3%基準）に対する加算又は減算により行う。
③期別の単価は次の通りとする。

月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
区分	不需要期		需要期						不需要期			
単価	▲2円		2円						▲2円			
名称	運用拠出金		運用奨励金						運用拠出金			

附則 本要領は平成16年4月1日より施行する。改正要領は平成17年4月1日より施行する。

平成17年度 「牛乳消費拡大キャンペーン」の 取組内容決まる！

牛乳に
相談だ。

gyunyu.com

本誌既報の通り、牛乳消費の減退に歯止めをかけるため、全国の酪農組織をあげた消費拡大運動が展開されます。実施期間は平成17年度から5ヶ年を目途とし、その原資は、飲用向け生乳1kg当たり15銭の拠出であり、事業総額は約9億円となります。

この度、拠出先でもあり、事業実施主体でもある(社)中央酪農会議より、17年度の事業内容が公表されましたので紹介致します。

本誌十一号でも、報告しておりますが、牛乳の飲用率は、学校給食の卒業を期に急激に減少しています。このキャンペーンを実施するに当たっての、事前

牛乳消費キャンペーンのターゲットは中高生男女とお母さん

(別表一)
需要期における原料乳の安定供給に努める必要があります。

な、生産者団体としては、需要期における原料乳の安定供給に努める必要があります。

この様な状況の中で、牛乳に対する飲用機会を増加させるための手段（魅力ある製品作り、競争条件の是正）を講じ、既存価値の訴求と新しい価値の掘り起こしが必要となります。

牛乳消費減退の要因として①家庭内の消費機会の減少②共通（類似）市場での競争激化（消費者サイド）並びに、③乳業・小売業での販売マインドの低下（収益性の追求及び需要期における原乳不足による欠品等のチャンスロスの発生）が考えられます。

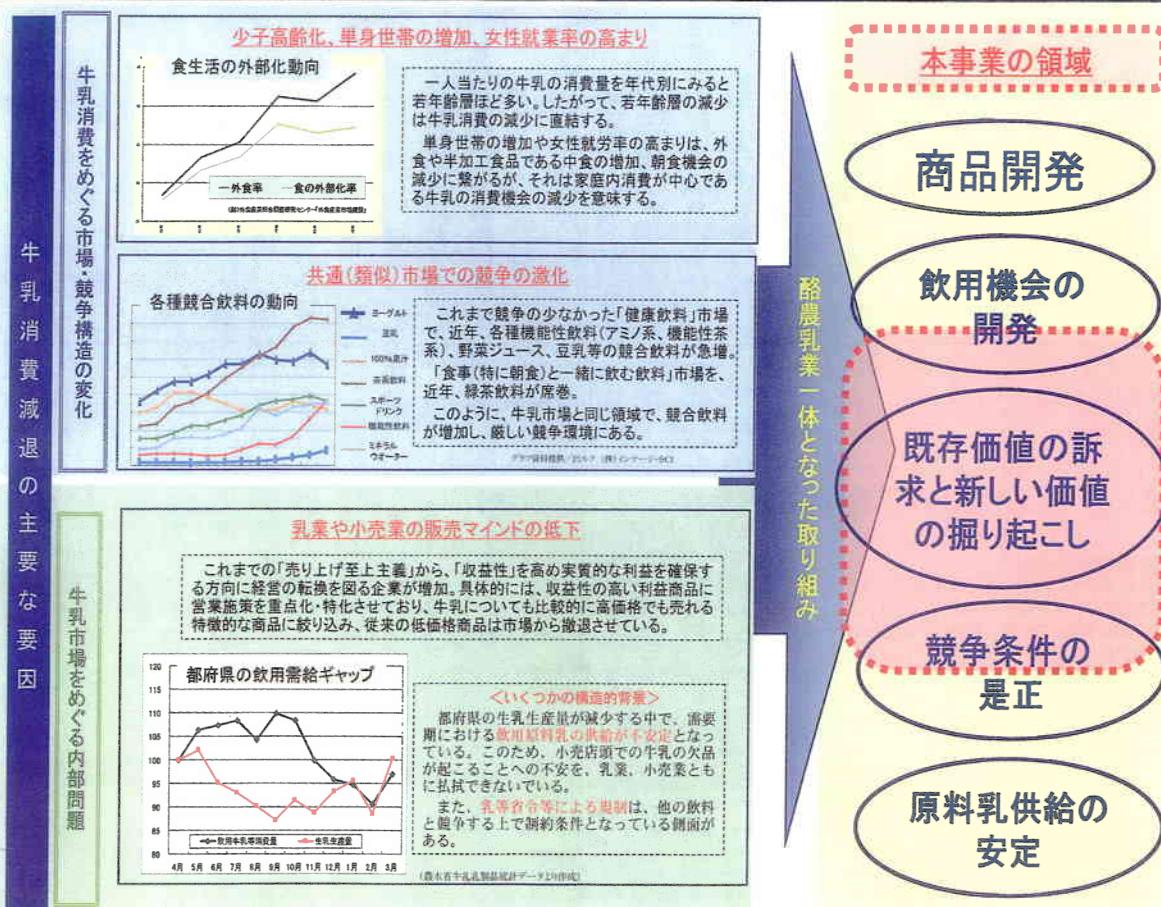
牛乳消費減退の主要な要因と緊急消費拡大5ヵ年事業の位置付け

調査においても、中高生の牛乳に対する関心は低く、特に女子においては、

「美味しいらない」と考える層が非常に多い結果となっています。（別表二）

牛乳消費減退の主要な要因と緊急消費拡大5ヵ年事業の位置付け

（別表一）



牛乳に対する関心の低さ故に、簡単に牛乳から離れて行けるのでしよう。裏をかえせば、この層（中高生男女）の、牛乳の「存在の希薄さ」が解消され、価値を訴求ができれば、将来母となり、父となつた時、これほど心強い消費者はいないので。

今回のキャンペーンでは、訴求対象であるターゲットを中高生及び母親層を中心に据えることとなりました。

切り口は「牛乳に相談だ」 都心部から地方への情報発信を期待

ではいつたいどの様な、方法で中高生に牛乳への関心を持つてもらうのか？「もっと、牛乳を飲みましょう！」とか、「牛乳は健康によいですよ！」

という、正攻法的なアプローチでは、きっと彼等彼らアンテナには引っかかるないのでしょう。そこで、今回のキャンペーンでは、「コピーを「牛乳に相談だ。」とし、TVC・雑誌広告・屋外広告（若者が集まる渋谷センター街他）を行うほか、今や若者の必需品となつてゐる携帯電話／WEB上にキャンペーンサイト（gyounonyuu.com）を開くことで、都心に限らず全国の若者が情報入手可能な状態となります。

CMの内容とか、コピーについて、

会員・生産者の協力が是非とも必要です。

この度のキャンペーンは、座視できない牛乳消費の減退に、全国の消費者が立ち上がるものです。中国地区の牛

加齢階層には理解に苦しむ部分もあるのですが、説教調子ではなく「面白そう」「美容によさそう」から関心を持つてもらい、結果的に「牛乳を飲む」行動に誘引するものとなっています。

なお、TVCは、制約された財源の中での最大公約数を求めるため、関東エリア中心ですが、八月及び一月、二月にかけて、集中的に放送される予定です（ただし、八月の世界陸上中継期間は全国放映）。掲載雑誌は、「SEVENTEEN」「少年ジャンプ」「月間テレビジョン」「Fine」の中高生が愛読する有力四誌の予定です。

TVC等によって、少しでも牛乳に関心を持つてくれたのなら、彼等彼女の情報ネットワークにより、全国的な広がりを見せる事も想像に難くはないでしよう。

前述の手段以外にも交通広告や、学校・塾等にシンボルマーク入りポスターを配置するとともに、乳業者に対しても、学校給食の紙パックへの印刷協力を求めて行きます。

会員・生産者の協力が是非とも必要です。

中国地区の酪農関係者と

乳の消費動向を平成十六年度実績で推計してみると、中販連の飲用向け販売実績は、対前年比九四・九%と全国平均の九六・八%を大きく下回り、全国の指定団体の中で最低の伸び率でした。更に牛乳の製造量ベースでも、前年比九三%と全国平均の九七・五%を大幅に下回っています。

飲用向けの低迷は、販売乳価に直結します。これ以上飲用需要の落ち込みは何としても阻止しなくてはなりません。

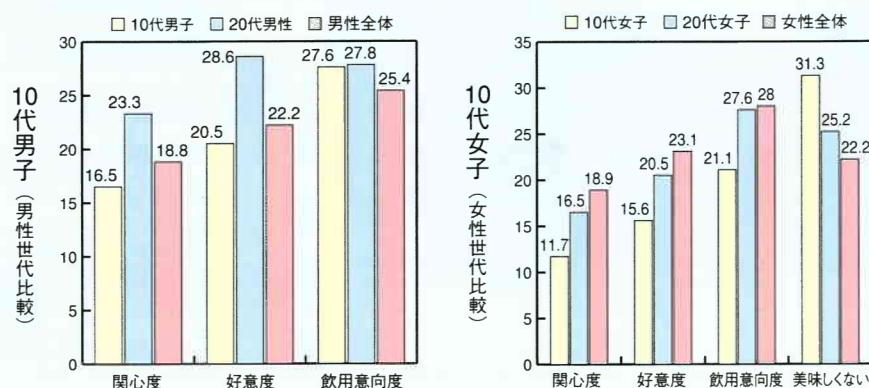
そのためには、中国地区

での強力な推進が必要です。中国生乳販連は、キャンペーンツール（ポスター、Tシャツ、クリアファイル、携帯電話クリーナー等）を、数量限定ではありますが、会員に配布致しますので、このツールを、各地域での消費者交流イベント等に活用いただきたいと考えています（今年度新設された。酪農理解醸成活動推進事業においては、このキャンペーントとのタイアップが明記されています）。

(別表二)

◆牛乳に関する関心・好意・意向・美味しいイメージ

- 10代男子は牛乳を最も消費する層にも関わらず、牛乳自体への関心や好意は低く、消費意識は消極的で主体性に乏しい傾向にあります。牛乳に対してのイメージも全体に比べ極めて限定的でした。
- 10代女子も比較的消費量が多いにもかかわらず、牛乳に対しての関心・好意・飲用意向とも非常に低いものでした。その理由として「美しくなる」など健康・美容イメージが弱いこと、牛乳が「美味しい」と考える層が特徴的に多いことが挙げられます。



して、中高生との接点をより多く構築する事が、このキャンペーンの成功の鍵を握っていると言つても過言ではないでしよう。
今後、五年間を目途として続く牛乳消費拡大キャンペーンです。
ご協力を重ねてお願い致します。

平成十七年度 畜産業振興補助事業について

平成十七年度の畜産業振興事業の全国説明会が去る五月二十日、東京で開催されましたので、中国生乳販連（以下、中販連）において実施する主だった事業について、以下のとおり報告します。

なお、実施に当たっては個別に事業参加申込が必要な事業がありますので予めご留意下さい。

需要期生乳生産推進事業 (継続・一部要領変更)

事業内容等は、本誌トップに記載しているとおりです。事業参加申込書が必須ですので、期限までに、中販連まで提出願います。

土地利用型酪農推進事業 (継続)

事業内容等は、昨年と変わつておりません（畜産環境問題に適切に対応し、飼料基盤を有する土地利用型の酪農経営を実施している生産者を支援するための奨励金を交付する事業。奨励金単価の設定は、飼料作付面積（自作地及び公的確認が取れる借地）を、対象牛頭数（牛の個体識

別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法第三条に規定する「牛個体識別台帳」に記録される四月一日及び七月一日における二ヶ月以上の乳用種雌牛の平均頭数で除した面積をA～Dのランクに分け、各ランクに応じた単価を設定。奨励金の金額は、該当ランクの奨励金単価を対象牛頭数に掛けた金額となります。ゼロ面積は対象外）既に会員組織より、事業参加申込書の提出依頼が出ている場合は飼料作付面積（単位はアール）、作付け作物名等を、確認のうえ、証憑書類を添付し提出を願います。

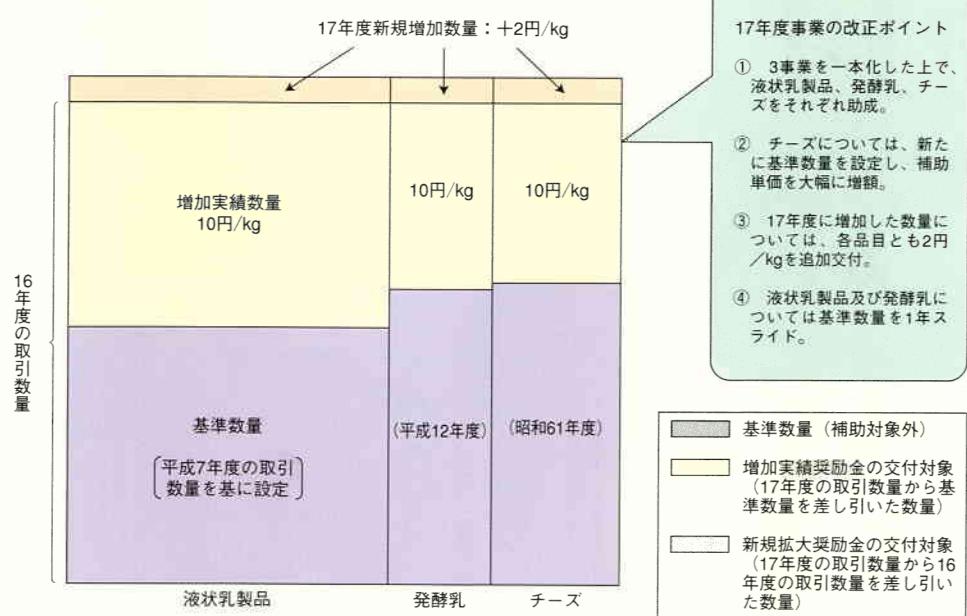
又、昨年と同様に飼料作付けの確認も各会員段階で実施されます。

酪農理解醸成活動推進事業 (新規)

この事業は既存の「酪農村等理解促進事業」が大幅にリニューアルされております。従来の事業を継続し

つつも、「酪農教育ファーム（現在、中国ブロックに十二農場）を中心とした『食育』の実践的取組みに比重が移っています。また、この度の「牛乳消費拡大キャンペーン」を事業の中で実施する

生乳需要拡大奨励金交付事業の仕組みについて（概念図）



ことも可能です。事業は、各会員において、酪農家と消費者との交流を促進し、消費者の国産牛乳・乳製品への意識の向上、酪農に対する理解醸成を目的として組み立てられます。会員が実施しますイベント等への積極的な参加をお願します。

近々、中国生乳販連は「酪農教育ファーム推進委員会」を立ち上げ、「酪農教育ファーム」等の活動を支援して行きます。

酪農全国基礎調査（継続）

昨年度実施の、「酪農全国基礎調査」が本年度も全生産者を対象に行われます。調査の目的は、昨年度構築したデータベースを充実することにより、全国・指定団体レベルでより円滑な生乳流通、的確な需給調整等を図ることになります。お手数ではありますかご協力ををお願い致します。

生乳需要拡大奨励事業（組替新規）

昨年度までの「広域生乳需給調整事業（はつ酵乳とも補償事業）」「液状乳製品需要拡大事業（生クリーム

生産拡大）」「酪農安定対策特別事業（チーズ向け奨励、本会未実施）」の三事業が統合され、一本の事業となりました。

事業経過報告（三月二十一日～六月二十日）

5 · 20	5 · 16	5 · 16	4 · 26	4 · 26	4 · 21	4 · 20	4 · 18 ～ 19 (市)	4 · 13	4 · 13	3 · 25	3 · 22
畜産業振興事業等説明会 (東京)	畜産業振興事業会議 (東京)	乳質改善推進委員会 (東京)	指定団体・全国連実務担当者 会議	生乳取引委員会三役会 (東京)	会員・全国連需給調整会議 (広島市)	Jミルク十七年度通常総会 (島根)	酪農理解醸成活動推進事業説 明会	西日本指定団体長連絡協議会 (香川)	酪農乳業懇談会 (出雲)	全農島根生乳販売委員会 (島根)	全農ブロック別会長・組合 長会議
牛乳消費拡大促進委員会 (東京)	牛乳消費拡大キヤンペーン説 明会	生乳販売委員会 (岡山)	土地利用型酪農推進事業説 明会	第一回理事会	第二回理事会	島根県乳業協会十七年度総会 (島根)	酪肉近代化計画等説明会 (岡山)	平成十七年度畜産業振興事業 等会員説明会	会員・全国連需給調整会議 (広島)	会員・全国連需給調整等委員会 (東京)	会員・全国連需給調整会議 (大阪)
牛乳消費拡大促進委員会 (東京)	牛乳消費拡大キヤンペーン説 明会	生乳販売委員会 (岡山)	土地利用型酪農推進事業説 明会	第二回理事会	第一回理事会	島根県乳業協会十七年度総会 (島根)	酪肉近代化計画等説明会 (岡山)	平成十七年度畜産業振興事業 等会員説明会	会員・全国連需給調整会議 (広島)	会員・全国連需給調整等委員会 (東京)	会員・全国連需給調整会議 (大阪)
畜産業振興事業等説明会 (東京)	畜産業振興事業会議 (東京)	乳質改善推進委員会 (東京)	指定団体・全国連実務担当者 会議	Jミルク十七年度通常総会 (島根)	酪農理解醸成活動推進事業説 明会	島根県乳業協会十七年度総会 (島根)	酪肉近代化計画等説明会 (岡山)	平成十七年度畜産業振興事業 等会員説明会	会員・全国連需給調整会議 (広島)	会員・全国連需給調整等委員会 (東京)	会員・全国連需給調整会議 (大阪)

第5回通常総会

開催日
7月25日(月)

場所

広島パシフィックホテル
広島市中区上八丁堀8-16

平成17年度

生乳受託数量 実績

	4月	5月		4~5月累計	
		前年比	前年比	対前年比	
大山乳業農協	5,517,704.8	100.3	5,657,092.5	99.3	11,174,797.3
全農島根県本部	5,590,872.2	99.3	5,784,778.3	100.0	11,375,650.5
おかやま酪農協	10,623,521.5	95.9	10,829,508.7	94.5	21,453,030.2
広島県酪農協	5,301,675.9	99.4	5,484,443.9	98.2	10,786,119.8
山口県酪農協	2,110,890.0	95.1	2,159,125.0	95.4	4,270,015.0
合 計	29,144,664.4	97.9	29,914,948.4	97.2	59,059,612.8
					97.5

※おかやま酪農協のみ公共含む(単位:kg)

平成17年度

用途別販売 実績

	4月	5月		4~5月累計		
		販売数量	前年比	販売数量	前年比	構成比
飲用牛乳向け	21,614,135.2	91.7	22,312,850.7	92.5	43,926,985.9	92.10
学校給食向け	1,793,786.3	95.5	2,405,661.2	103.4	4,199,447.5	99.90
はつ酵乳等向け	3,591,992.9	119.5	3,608,110.5	112.4	7,200,103.4	115.80
特定乳製品向け	1,839,328.0	142.7	1,390,125.0	110.9	3,229,453.0	127.00
生クリーム等向け	738,558.0	117.5	635,676.0	98.7	1,374,234.0	108.00
チーズ向け	17,166.0	97.3	16,940.0	92.7	34,106.0	94.90
総受託販売乳量	29,594,966.4	97.4	30,369,363.4	96.2	59,964,329.8	96.70
総受託販売金額	2,771,155,465	96.9	2,874,926,604	96.5	5,646,082,069.0	96.70
						100.0

※成分加算金は含まない

※公共並びに九州再販含む(単位:販売数量/kg・販売金額/円)

今年も異常気象なのでしょうか。今後の懸念材料は梅雨明け時の集中豪雨です。生舍回りの排水溝や、用水路は詰まっています。

願つて!! その成果が、牛乳の消費に結びつくことを

六月十日前後にかけて、中国地方は入梅しました。平年より遅い入梅ですが、雨はどこへやら。真夏日が続いているとの事。飼料域では取水制限も行われているとの事。飼料作物をはじめ、農作物への影響が心配されます。

編集後記

ませんか? 雨が降らない今こそ、点検・清掃を。並み、気温は平年並みか高いとの長期予測が出ています。

平成16年度 生乳受託数量 実績

	15年度	16年度	対前年比
大山乳業農協	62,715,217.4	63,549,050.9	101.3
全農島根県本部	65,087,132.3	63,389,754.4	97.4
おかやま酪農協	127,377,148.2	122,321,218.3	96.0
広島県酪農協	63,968,614.4	61,787,564.9	96.6
山口県酪農協	25,006,357.0	23,870,485.0	95.5
合 計	344,154,469.3	334,918,064.5	97.3

※おかやま酪農協のみ公共を含む(単位:kg)

平成16年度 用途別販売 実績

	累計	前年比	構成比
飲用牛乳向け	258,787,107.0	95.3	75.7
学校給食向け	24,373,244.5	96.3	7.1
はつ酵乳等向け	39,120,620.0	103.6	11.5
特定乳製品向け	12,621,735.0	113.9	3.7
生クリーム等向け	6,659,100.0	164.6	1.9
チーズ向け	198,720.0	98.8	0.1
総受託販売乳量	341,760,526.5	97.6	100.0
総受託販売金額	32,275,736,315	97.3	-----

※成分加算金は含まない

※公共並びに九州再販含む(単位:販売数量/kg・販売金額/円)