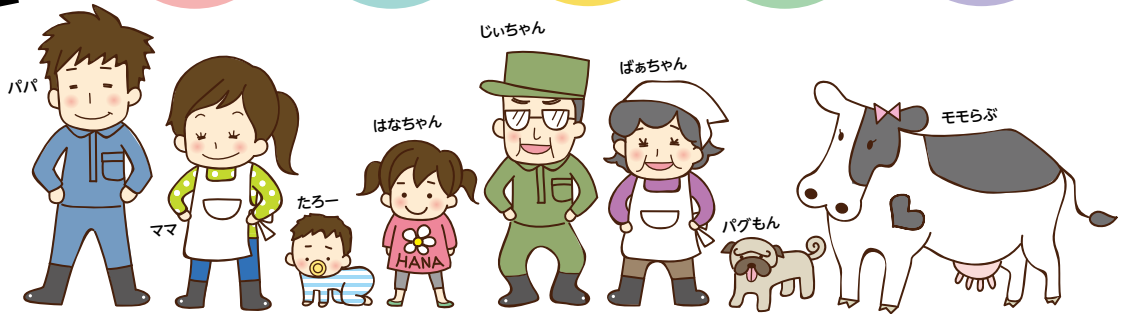
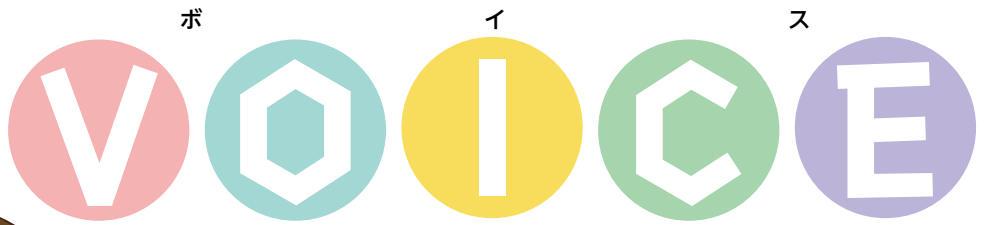


酪農



日本酪農の
最前線的话题を
ご紹介

チーズの関税割当制度とその利用

昨年度のナチュラルチーズの輸入量は212千トン（財務省「貿易統計」となり、過去最高を記録しました。また、プロセスチーズの国内生産量は114千トンと過去最高でした。農林水産省は4月2日、本年度の関税割当について、チーズとカードのうちプロセスチーズの原料として使用するもの（以下、「プロ原チーズ」）の無税枠を、前年度より300トン増の66.2千トンにすると発表しました。そこで、関税割当制度とは何か、なぜプロ原チーズの関税割当数量を増加するのか等について整理してみたいと思います。

関税割当制度とは

関税割当制度とは、一定の輸入数量の枠内にかぎり無税又は低税率（二次税率）を適用し、需要者（消費者）に安価な輸入品の供給を確保する一方、この一定の輸入数量の枠を超える輸入分には高税率（二次税率）を適用することによって、国内の生産者を保護する仕組みです。

一次税率の適用を受ける数量（関税割当数量）は、原則として、国内需要見込数量から国内生産見込数量を控除した数量を基準とし、国際市況その他の条件を勘案して政令（関税割当制度に関する政令）で定めることになっています。

関税割当制度の対象品目は、1961年度の制度導入以後、国内産業の事情等に応じて適宜追加及び廃止されてきています。現在、関税割当制度の対象となっているのは次の20品目です。

①ウルグアイ・ラウンド（UR）合意以前か

- ら対象となっている農畜産物9品目
- プロ原チーズ、とつもちし、麦芽、糖みつ、無糖ココア調製品、トマトピューレ及びトマトペースト、パイナップル缶詰、革、革靴
- ②UR合意により対象となった農畜産物11品目
- 脱脂粉乳、無糖れん乳、ホエイ等、バター、調製食用脂、その他の乳製品、雑豆、でん粉、落花生、こんにやく、芋、繭・生糸

プロ原チーズの関税割当制度は、国産のプロ原チーズが十分な国際競争力を確保するまでの間、需要者（国内のプロセスチーズ製造者）に対し、国産ナチュラルチーズを使用することを条件に、プロ原チーズの低関税輸入を一定数量の範囲内で認めるもので、安価な輸入品を供給する一方で、国産ナチュラルチーズの需要を創出し、ナチュラルチーズ向け生乳取引の維持・拡大を図ることを目的としています。

現在のプロ原チーズの基本税率は35・0%、WTO譲許税率は29・8%ですが、関税割当による輸入については、使用する国産ナチュラルチーズの2・5倍相当量まで「無税」となっています。

チーズ関税割当制度の利用状況

近年におけるチーズの関税割当制度の利用状況は表1に示した通りです。国産のプロ原チーズが、安価な輸入品と十分な国際競争力を確保していないことを理由に、関税割当制度は維持されています。

しかし、表中の「関税割当利用率」が示すように、関税割当による輸入量が関税割当数

量を満たした年はありません。また、関税割当数量と国内のプロ原チーズ生産量の2・5倍相当量（関税割当制度を利用できる上限）を比較すると、2002年度、2005年度、2009年度、2010年度以外の年は、後者が前者を下回っています。以上のことから、「プロセスチーズの需要が期待したほど伸びなかったために関税割当による輸入量が増加しなかった年」と、「プロ原チーズの国内生産量が不足したために関税割当数量を満度に利用できなかった年」があったと推察されます。

ちなみに、昨年度のチーズ向け生乳取引数量は前年度対比0・3%減の496千トンで、国内でプロ原チーズ向け生乳を充分確保できたとは言えない状況です。このような状況にもかかわらず、関税割当数量を増加した背景には、本年度の生乳生産量や用途別生乳需給が不透明であることから、国産ナチュラルチーズの需要を拡大し、チーズ向け生乳取引を維持・拡大しようという政策的な意図があると言えます。

表1 チーズの関税割当制度の推移

年度	関税割当数量 (A)	関税割当による輸入量 (B)	関税割当利用率 B/A	プロセスチーズ原料用ナチュラルチーズ	
				国内生産量 (C)	C×2.5
2001	55,300	47,162	85.3	20,188	50,470
2002	52,100	43,519	83.5	22,650	56,625
2003	55,200	47,331	85.7	21,133	52,833
2004	54,200	45,537	84.0	21,334	53,335
2005	61,100	52,420	85.8	24,633	61,583
2006	63,600	55,853	87.8	23,562	58,905
2007	62,800	60,097	95.7	24,674	61,685
2008	66,700	52,754	79.1	22,878	57,195
2009	60,300	54,042	89.6	25,278	63,195
2010	62,400	58,162	93.2	26,385	65,963
2011	65,900	58,348	88.5		
2012	66,200				

資料：農林水産省「チーズの需給表」 注）2011年度の（B）欄は速報値である。

平成23(2011)年度酪農全国基礎調査結果の概要

本会議は2011年度指定団体をはじめ全国の生乳生産者団体の協力により、「酪農全国基礎調査」を実施しました。調査では、無作為に抽出した酪農家3,000戸の中から2,696件の回答(回答率約90%)をいただきました。以下に、その概要を紹介します。

■生乳の生産構造

①経営の大規模化

2010年度の北海道では、年間出荷乳量300トン以上の酪農家の占める割合が74.3%(2006年度71.9%)、そのうち600トン以上が29.7%(同23.5%)で、酪農家1戸当たりの平均年間出荷乳量は581トン(同512トン)でした(図1)。

都府県では、300トン以上が33.3%(同2.3%)、そのうち600トン以上が8.5%(同6.4%)を占めており、酪農家1戸当たりの平均年間出荷乳量は312トン(同270)でした(図2)。北海道と都府県の酪農家1戸当たりの平均年間出荷乳量には大きな差が見られますが、両地域で生乳生産に占める大規模経営の割合が増加しています。

②若手経営主の規模拡大

経営主の年齢に着目すると、北海道では、60歳代までの各年齢階層で年間出荷乳量300トン以上の酪農家が過半数を占めています。また、戸数は少ないものの、40歳未満層では、年間出荷乳量300トン以上の酪農家の占める割合が84.0%、そのうち600トン以上が33.6%で、酪農家1戸当たりの平均年間出荷乳量は552.1トンでした。他方、都府県の40歳未満層では、300トン以上が51.0%、

600トン以上が19.1%、平均年間出荷乳量は377トンでした(表1)。

③後継者確保による規模拡大

後継者の確保状況と大規模経営の占める割合との間には、両地域で共通の傾向がみられ、「後継者が決まっている経営」で大規模経営の占める割合が高く、「後継者がいない経営」では低くなっています。具体的には、「後継者が決まっている経営」では、年間出荷乳量300トン以上の割合が北海道で81.6%(600トン以上、41.1%)、都府県で53.8%(同16.5%)を占めています。

これに対して、「後継者が決まっていない経営」では北海道で77.2%(同28.8%)、都府県で30.1%(同6.6%)、また「後継者がいない経営」では北海道で55.0%(同13.5%)、都府県で17.9%(同2.6%)を、年間出荷乳量300トン以上の経営が占めているにすぎません(表2)。

図1 北海道の年間出荷乳量別酪農家戸数(構成比)

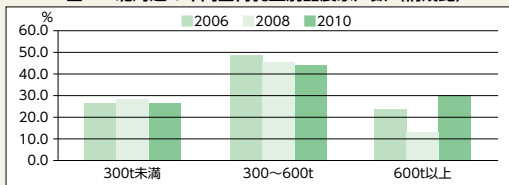


図2 都府県の年間出荷乳量別酪農家戸数(構成比)

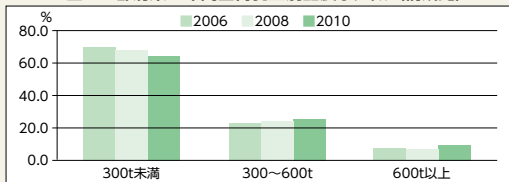


表1 経営主年齢階層別の年間出荷乳量

経営主年齢	酪農家数	平均乳量	年間出荷乳量			無回答	計
			300未満	300~600	600以上		
北海道							
40歳未満	137	552.1	15.3	50.4	33.6	0.7	100.0
40~50歳	219	581.8	21.8	48.4	28.3	1.5	100.0
50~60歳	355	602.2	24.8	43.4	30.7	1.1	100.0
60~70歳	201	556.3	29.5	41.9	26.9	1.7	100.0
70歳以上	10	189.2	90.0	0.0	10.0	0.0	100.0
都府県							
40歳未満	94	377.1	49.0	31.9	19.1	0.0	100.0
40~50歳	249	343.3	56.5	32.4	10.8	0.3	100.0
50~60歳	607	314.7	61.6	30.1	8.1	0.2	100.0
60~70歳	556	320.9	69.8	21.1	7.9	1.2	100.0
70歳以上	180	161.5	87.2	8.5	3.9	0.4	100.0

表2 後継者の確保状況と年間出荷乳量

経営主年齢	酪農家数	平均乳量	年間出荷乳量			無回答	計
			300未満	300~600	600以上		
北海道							
決まっている	301	743.3	16.9	40.5	41.1	1.5	100.0
決まっていない	215	553.4	22.3	48.4	28.8	0.5	100.0
後継者がいない	200	376.3	43.0	41.5	13.5	2.0	100.0
都府県							
決まっている	478	460.9	45.1	37.3	16.5	1.1	100.0
決まっていない	481	271.0	69.1	23.5	6.6	0.8	100.0
後継者がいない	527	197.3	81.8	15.3	2.6	0.3	100.0

■経営計画と後継者の決定状況

3年後の経営計画と後継者の決定状況との関係を見ると、「規模拡大して経営を継続する」酪農家の「後継者が決まっている」割合は、北海道で76.6%、都府県で65.4%となっています。他方、「後継者がいない」割合は、両地域共に、規模縮小して経営を継続する「酪農家」と「他の農業部門へ経営転換する」酪農家とくに「農業経営を中止する」酪農家で高くなっています(表3)。

なお両地域共に、「現状規模で経営を継続する」という意向を持った酪農家で、「後継者が決まっていない」酪農家の占める割合が比較的高くなっています。したがってこれらの酪

農家での後継者の決定は、今後の酪農家戸数や生乳生産量の推移に大きな影響を及ぼすこととなります。

■土地の利用状況

①経産牛1頭当たり経営耕地面積の縮小

酪農家1戸当たりの平均経営耕地面積には、北海道が65.4ha、都府県が7.5haと大きな差がみられます。北海道では50ha以上75ha未満を中心に、その前後の階層に酪農家戸数が集中しているのに対して、都府県では1ha以上10ha未満の酪農家戸数が過半数を占めています。両地域で、経産牛飼養頭数の多い酪農家ほど経営耕地面積が拡大する傾向がみられますが、経産牛1頭当たりの経営耕地面積を比較すると、北海道が1.07haであるのに対して、都府県では0.27haにすぎません。なお、経産牛1頭当たりの経営耕地面積が飼養頭数の増加に伴い小さくなる傾向は、両地域に共通しています。また両地域で、経産牛1頭当たり出荷乳量が多い経営ほど、経産牛1頭当たり経営耕地面積が小さくなる傾向がみられます(表4)。

②自給飼料生産の低迷

酪農家1戸当たりの飼料作物の年間延べ作付面積をみると、北海道が63.6ha、都府県が9.6haとなっており、両地域で経産牛飼養頭数の多い酪農家ほど作付面積が拡大する傾向にあります。しかし、経産牛1頭当たりの飼料作物の年間延べ作付面積をみると、北海道の平均が0.98ha、都府県が0.31haで、経産牛飼養頭数の増加に伴い1頭当たりの作付面積が小さくなる傾向が両地域に共通しています。このように、酪農家1戸当たり飼料作物の

搾乳後継牛の確保状況を示す指標として、未経産牛飼養頭数の経産牛飼養頭数に対する比率（未経産牛比率）をみると、北海道が0.61、都府県が0.34で、両地域の間には大きな差があります。この未経産牛比率を経営規模別にみると、北海道では1戸当たり経産牛飼養頭数の多い酪農家ほど比率が高く、都府県においても150頭以上層を除いて同様の傾

乳牛資源の確保状況

表3 3年後の経営計画と後継者の決定状況

	酪農家数	後継者のいない			計
		決まっている	決まってない	後継者がいない	
北海道	規模拡大して経営を継続	137	76.6	19.0	4.4
	現状規模で経営を継続	447	39.1	34.5	26.4
	規模縮小して継続	45	8.9	28.9	62.2
	他の農業部門へ経営転換	15	26.7	13.3	60.0
	農業経営を中止	15	0.0	20.0	80.0
	わからない	55	23.6	27.3	49.1
都府県	規模拡大して継続	185	65.4	27.0	7.6
	現状規模で継続	895	33.7	35.3	31.0
	規模縮小して継続	157	14.0	31.2	54.8
	他部門へ経営転換	53	5.7	34.0	60.3
	農業経営を中止	38	2.6	7.9	89.5
	わからない	152	18.4	27.0	54.6

表4 経産牛1頭当たりの生乳出荷乳量と平均経営耕地面積

経産牛1頭当たり生乳出荷乳量	平均経営耕地面積						
	5,000未満	5,000～6,000未満	6,000～7,000未満	7,000～8,000未満	8,000～9,000未満	9,000～10,000未満	10,000以上
北海道	酪農家数	51	82	155	218	206	132
	耕地面積	1.4	1.2	1.1	1.2	1.0	0.9
都府県	酪農家数	127	121	251	408	395	244
	耕地面積	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2

表5 経営主年齢と乳用種産子率

経営主年齢	乳用種産子率					
	40歳未満	40～50未満	50～60未満	60～70未満	70歳以上	平均
北海道	酪農家数	137	219	355	201	10
	乳用種産子率	79.8	81.4	78.7	71.8	64.5
都府県	酪農家数	94	249	607	556	180
	乳用種産子率	56.0	55.5	51.8	43.6	37.9

表6 経産牛1頭当たりの生乳出荷乳量と乳用種産子率

経産牛1頭当たり生乳出荷乳量	乳用種産子率						
	5,000未満	5,000～6,000未満	6,000～7,000未満	7,000～8,000未満	8,000～9,000未満	9,000～10,000未満	10,000以上
北海道	酪農家数	51	82	155	218	206	132
	乳用種産子率	74.6	71.8	74.0	77.3	80.0	82.7
都府県	酪農家数	127	121	251	408	395	244
	乳用種産子率	45.0	41.0	44.5	50.8	50.0	49.8

表7 「酪農制度・政策の先行きが不透明」を増産できない理由としている酪農家の割合

酪農家数	後継者の決定状況			
	決まっている	決まってない	後継者がいない	
北海道	716	61.8	56.3	47.5
都府県	1486	47.1	34.1	31.5

表8 「経営主の高齢化」を増産できない理由としている酪農家の割合

酪農家数	後継者の決定状況			
	決まっている	決まってない	後継者がいない	
北海道	716	25.6	41.9	57.0
都府県	1486	29.9	44.9	64.3



しかし、北海道では、「従事者1人」と「後継者がいない」酪農家での「すぐに廃業する」割合と、「規模拡大して経営を継続する」酪農家で「すぐに規模拡大する」割合が比較的高くなっています。また都府県では、「従事者5人以上」の酪農家で、「すぐに規模拡大する」割合が比較的高くなっています。

年間延べ作付面積では、北海道が都府県の6.6倍であるのに対し、経産牛1頭当たりでは3.2倍となり、両地域の格差は縮小します。これは、経営耕地面積の場合と同様に、北海道における飼料作物作付面積の拡大が経産牛飼養頭数の増加と同一歩調では進んでいないことを示しています。

乳牛資源の増殖という観点から、乳牛の子が乳用種である割合（乳用種産子率）が問題となりますが、乳用種産子率は北海道が平均78.0%、都府県が48.5%で、都府県で交雑種の占める割合が高くなっています。北海道では、経産牛飼養頭数の多い経営ほど乳用種産子率が高くなり、都府県でも100頭以上層を除いて同様の傾向がみられます。

多くの酪農家が指摘する生乳を増産できない理由は、北海道では「酪農制度・政策、乳価及び飼料価格等の先行きが不透明である」、「労働力不足により乳牛の飼養管理が限界である」でした。

「酪農制度・政策の先行きが不透明」を増産できない理由として指摘する酪農家の割合は、経産牛飼養頭数の増加に伴い高くなる傾向があります。また、後継者が決まっている酪農家では、これを増産の制約要因として指摘する割合がとくに高くなっています（表7）。

生乳生産の制約要因

経営移行に影響する要因

なぜ、外国の消費拡大事業は成功しているのか

「どうしたら牛乳乳製品の消費を拡大できるのか」、これは日本の酪農乳業界ばかりではなく、世界各国に共通する課題となっています。わが国の飲用乳生産量は、1996年に過去最高の519万トン記録し、以来年率1.5%で減少を続け、2010年には411万トンとなりました。また同時期に、生乳の生産量は866万トンから763万トンに減少しました。これによって酪農乳業界は、年間1,000億円も失ったと言われています。

このような状況の中、酪農総合研究所によって「牛乳乳製品の消費拡大に関する調査研究」が実施されました。ここでは、同調査研究の成果の中から、成功事例として、米国の牛乳乳製品の消費拡大事業概要をご紹介します。

豊富な資金に支えられた消費拡大事業

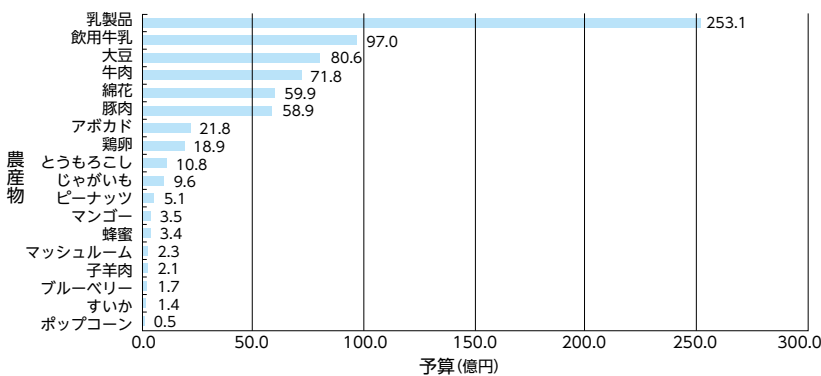
米国では、1950年代から1970年代にかけて牛乳乳製品の消費が減退し、ピーク時の30%近くの消費量が失われました。この事態を受けて、米国の酪農乳業界はさまざまな消費拡大策を講じましたが、その成果は期待したほどには上がり、1980年代に次のような政府主導の消費拡大事業が導入されました。

- ① 生乳出荷価格から一定金額を事業拠出金として徴収し事業資金とする（チェック・オフ制度、図1参照）。
- ② 生乳生産者と乳業者が拠出する資金を統合して、事業を企画・実施する新たな組織（デーリイマネージメント社）を設立する。

この事業では、他の農産物を圧倒する年間300億円程度の資金を集め、活動しています。

- ③ 同社にマーケティング等の専門家を招聘し、事業の企画と運営を行う。
- ④ 毎年、米国議会に事業報告書を提出し、生乳生産者及び国民に対して事業の成果を報告する。
- ⑤ 同報告書について第三者による学術的な事業効果測定を行い、その成果を評価する。

図1 各農産物のチェック・オフ年間予算規模（2008年での最新データ）



注1) 予算額単位：百万ドル（2008年時点での最新データ）注2) 1ドル=90円で換算
出典：CRS Report for Congress, Federal Farm Promotion ("Check-Off") Programs, Geoffrey S. Becker, Order Code 95-353 Updated October 20, 2008

表1 米国チェックオフ事業内容と予算（2009年）

事業	予算		
	(百万ドル)	(億円)	構成比 (%)
1 子供達の栄養・運動改善事業 (CNFI)	53.0	47.7	26.8
2 製品及び栄養研究事業	19.9	17.9	10.1
3 栄養関連事業	18.7	16.8	9.4
4 牛乳普及事業	16.9	15.2	8.5
5 チーズ普及事業	18.8	16.9	9.5
6 バター普及事業	2.0	1.8	1.0
(牛乳・乳製品普及事業計)	(37.7)	(33.9)	(19.0)
7 リスク管理、酪農家(バー)のケア事業	17.2	15.5	8.7
8 事業継続性関連事業	11.5	10.4	5.8
9 輸出入関連事業	10.9	9.8	5.5
10 戦略立案と評価	10.0	9.0	5.1
11 一般管理費	7.5	6.8	3.8
12 小売・サービス関連事業	6.7	6.0	3.4
13 食品素材事業	4.9	4.4	2.5
合計	198.0	178.2	100.0

出展：米国議会報告書（2010）注）\$1=¥90で換算

消費拡大のための多彩な事業展開

酪農乳業が発展するためには、「生産性の向上」と「市場の拡大」が両輪となり、いずれが欠けても持続性は望めません。そこで米国のチェック・オフ事業では、効率化と市場拡大を大きな使命として多彩な事業を展開しています。

表1に示した通り、デーリイマネージメント社では、牛乳乳製品の消費拡大事業をさまざまな側面から展開しており、たんに牛乳乳製品の販売促進にとどまらず、子供達の栄養・運動改善事業や新製品・新分野開拓、さらには輸出促進や効率的酪農運営など幅広い酪農乳業支援を実施しています。

国をあげての消費拡大事業の成果については、コーネル大学の専門家が事業効果を測定しており、拠出金1ドルが5ドル〜7ドルの価値を生み出したと評価されています。

期待される酪農乳業の統一事業

事情の異なる米国の成功事例をわが国にそのまま適用することはできませんが、その事業目的である「生乳生産拡大に向けた効率的な事業展開」は、わが国酪農乳業の発展にとっても効果的な戦略です。また、飲用牛乳の消費には限界があることから、生乳生産拡大のためには、いかに国産乳製品をブランド化して、一般消費者の支持を得るかが要点となります。

今こそ、この具体的方策を酪農乳業あげて検討すべき時です。これが、希望に満ちた酪農乳業の将来を次世代につなげる鍵となるでしょう。

なお、ここで紹介した調査研究に関心のある方は、酪農研究選書No.92『牛乳・乳製品の消費拡大』（デーリイマン社）をぜひ一読ください。

