

令和6年度におけるバター、 脱脂粉乳およびチーズの流通実態について

酪農乳業部 乳製品課

【要約】

当機構では、乳製品の流通実態を把握するため、毎年度、乳業や小売業などの幅広い業種を対象に「乳製品の流通実態調査」を実施している。

令和7年度に実施した調査結果によると、6年度のバターの消費量は、調理食品向けやアイスクリーム向けなどが増加したものの、乳業メーカーの社内消費の減少により、前年度から減少した。脱脂粉乳についても、過剰在庫低減対策が一段落したことなどにより、消費が減少した。一方で、ナチュラルチーズの消費量は前年度から増加し、バター代替品となるクリーム系が増加した。

1 調査対象および回収率

本調査では、令和6年度のバター、脱脂粉乳およびチーズの流通実態に関して、乳製品の供給者である乳業メーカー、需要者である全国の食品製造業や外食業、ホテル業などを対象にアンケートや聞き取り調査を実施した。調査対象数1305企業に対して有効回答数は278企業（有効回収率21.3%）であった。バターおよび脱脂粉乳については、大手

乳業メーカーなどから回答を得ており、前年度の調査結果と同様に出回り量ベースで9割程度のカバー率となっている。

なお、本稿の数値は、特に断りがない限り、今回の調査結果に基づき推計したものである。また、チーズは、「機構調べ」との断りがない限り、農林水産省が公表している「チーズの需給表」の数値を使用した。

2 令和6年度（2024年度）の乳製品生産量

（1）バター

農林水産省公表の「牛乳・乳製品統計」によると、令和6年度は生乳生産抑制の見直しなどにより、生乳生産量は回復したものの、

牛乳等向けの減少に伴い、バター・脱脂粉乳などの乳製品への仕向け量が増加し、バターの生産量は7万2671トン（前年度比6.2%増）と増加した。

なお、大口需要者向け価格（農林水産省）は、

年度平均で1キログラム当たり1620円（同5.4%高）と、2年連続で上昇した。

（2）脱脂粉乳

農林水産省公表の「牛乳・乳製品統計」によると、令和6年度の生産量は、15万4429トン（前年度比4.9%増）となった。

なお、大口需要者向け価格（農林水産省）は、年度平均で25キログラム当たり1万9611円（同0.5%高）と、わずかに上昇した。

（3）チーズ（ナチュラルチーズ・プロセスチーズ）

農林水産省公表の「チーズの需給表」によると、ナチュラルチーズの令和6年度の生産量は4万5372トン（前年度比0.5%増）とわずかに増加し、うちプロセスチーズ原料用以外の生産量も、2万2609トン（同3.9%増）とやや増加した。また、輸入ナチュラルチーズのうちプロセスチーズ原料用以外も、18万1113トン（同4.9%増）とやや増加した。これにより、ナチュラルチーズ全体の消費量は、20万3723トン（同4.8%増）とやや増加した。

プロセスチーズ消費量については12万2692トン（同1.4%増）とわずかに増加した。

この結果、チーズ総消費量は32万6415トン（同3.5%増）とやや増加した。

3 流通経路と業種別・用途別消費量

（1）バター

令和6年度の推定出回り量（推定消費量）^{（注1）}8万3500トン（機構「バターの需給表」）について、流通経路、業種別および用途別消費量の推計を行った。なお、本稿において推定出回り量は、100トン単位で端数処理（四捨五入）している点にご留意願いたい。

（注1）推定出回り量（推定消費量）＝前年度末在庫量＋当年度生産量＋当年度輸入量－当年度末在庫量

ア 流通経路

推定出回り量のうち、国産品（乳業メーカーの自社製造と在庫取り崩しの合計）は

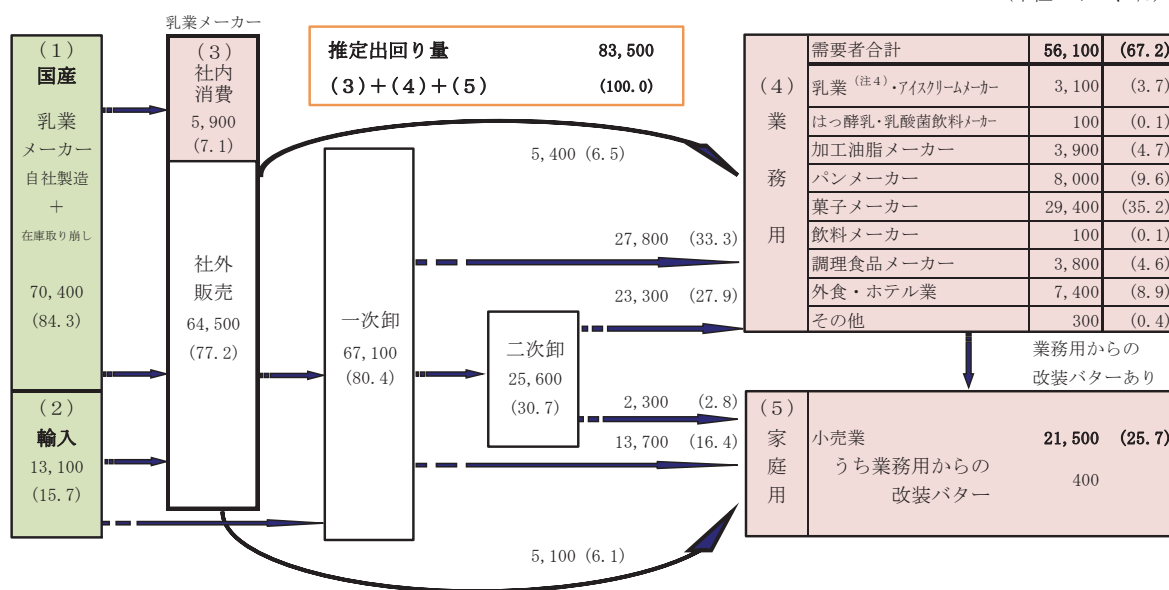
7万400トン（出回り量に対する構成比84.3%）、輸入品（機構の輸入・売渡しを通じて乳業メーカーが保有したものの取り崩しと、乳業メーカー以外への機構の輸入・売渡しの合計）は1万3100トン（同15.7%）となった（図1）。

乳業メーカーの社内消費は5900トン（同7.1%）、乳業メーカーからの社外販売は6万4500トン（同77.2%）となった。

乳業メーカーなどから需要者に供給される流通経路では、一次卸を通じた販売が6万7100トン（同80.4%）と大きな割合を占めている。

図1 バターの流通経路（令和6年度推計）

（単位：トン、％）



資料：機構作成

注1：供給者（緑色）：推定出回り量8万3500トン＝国産品7万400トン（(1) 乳業メーカーの自社製造＋在庫取り崩しなど）＋輸入品1万3100トン（(2) 機構の輸入・売渡しを通じて乳業メーカーが保有したものの取り崩しなど＋乳業メーカー以外への機構の輸入・売渡しのうち流通量）。

需要者（ピンク色）：消費量8万3500トン＝(3) 5900トン（乳業メーカー社内消費）＋(4) 5万6100トン（業務用バター需要者）＋(5) 2万1500トン（家庭用小売業）。

注2：（ ）内の数値は、推定出回り量（推定消費量）に対する構成比率。

注3：(2)の輸入の数量は契約数量ベースを指す。

注4：(4)の乳業は、バターを生産していない乳業メーカーを指す。

注5：図中の数値は100トン未満を四捨五入している。

イ 業種別消費量

業種別消費量を見ると、業務用が5万6100トン（推定消費量に対する構成比67.2%）と最も多く、家庭用（小売業向け）が2万1500トン（同25.7%）、乳業メーカー（社内消費）が5900トン（同7.1%）となった（表1）。業務用の内訳では、菓子メーカー向けが2万9400トン（同35.2%）と最も多い。

業種別消費量の国産品と輸入品の内訳を

見ると、国産品は菓子メーカー向けが国産品全体の32.7%と最も多く、次いで家庭用（小売業向け）が30.0%となった。輸入品も菓子メーカー向けが48.9%と最も多く、次いで加工油脂メーカーが16.8%となり、家庭用（小売業向け）は3.1%と少ない。

令和5年度と比較すると、乳業メーカーの社内消費が減少した一方で、調理食品メーカー、菓子メーカーにおける消費が増加した。

表1 バターの業種別消費量（令和6年度推計）

（単位：トン）

項目	計		国産		輸入	
		構成比		構成比		構成比
乳業メーカー（社内消費）	5,900	7.1%	4,400	6.3%	1,500	11.5%
業務用	56,100	67.2%	44,900	63.8%	11,200	85.5%
乳業・アイスクリームメーカー	3,100	3.7%	2,400	3.4%	700	5.3%
はっ酵乳・乳酸菌飲料メーカー	100	0.1%	100	0.1%	0	0.0%
加工油脂メーカー	3,900	4.7%	1,700	2.4%	2,200	16.8%
パンメーカー	8,000	9.6%	6,700	9.5%	1,300	9.9%
菓子メーカー	29,400	35.2%	23,000	32.7%	6,400	48.9%
飲料メーカー	100	0.1%	100	0.1%	0	0.0%
調理食品メーカー	3,800	4.6%	3,400	4.8%	400	3.1%
外食・ホテル業	7,400	8.9%	7,200	10.2%	200	1.5%
その他	300	0.4%	300	0.4%	0	0.0%
家庭用（小売業向け）	21,500	25.7%	21,100	30.0%	400	3.1%
合計	83,500	100.0%	70,400	100.0%	13,100	100.0%

資料：機構作成

注：四捨五入の関係上、計が一致しないことがある。

ウ 用途別消費量

バターの用途別消費量（推定）の割合を見ると、菓子・デザート類向けが2万8100トン（用途別消費量に対する構成比33.7%）と最も多く、次いで、家庭用（小売業向け）

が2万1500トン（同25.7%）、パン類向けが8400トン（同10.1%）、外食・ホテル業向けが7400トン（同8.9%）となった（表2）。

国産品では、品質や風味などから国産を重視する菓子・デザート類が2万2500トン

表2 バターの用途別消費量（令和6年度推計）

（単位：トン）

項目	計		国産		輸入	
		構成比		構成比		構成比
加工乳	100	0.1%	100	0.1%	0	0.0%
乳飲料	2,000	2.4%	1,600	2.3%	400	3.1%
はっ酵乳・乳酸菌飲料	1,600	1.9%	1,400	2.0%	200	1.5%
アイスクリーム類	3,200	3.8%	1,800	2.6%	1,400	10.7%
飲料	200	0.2%	200	0.3%	0	0.0%
マーガリン類	3,700	4.4%	1,100	1.6%	2,600	19.8%
調理食品	3,500	4.2%	3,100	4.4%	400	3.1%
パン類	8,400	10.1%	6,800	9.7%	1,600	12.2%
菓子・デザート類	28,100	33.7%	22,500	32.0%	5,600	42.7%
調製粉乳	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
乳等主要原料食品	3,100	3.7%	2,800	4.0%	300	2.3%
外食・ホテル業	7,400	8.9%	7,200	10.2%	200	1.5%
家庭用（小売業向け）	21,500	25.7%	21,100	30.0%	400	3.1%
その他	700	0.8%	700	1.0%	0	0.0%
合計	83,500	100.0%	70,400	100.0%	13,100	100.0%

資料：機構作成

注1：乳等主要原料食品とは、例えば、バターの類似品やクリーム類などである。以下、同じ。

注2：その他の内訳は、加工乳、乳飲料、はっ酵乳・乳酸菌飲料、アイスクリーム類、飲料、調理用品、調製粉乳など。

注3：四捨五入の関係上、計が一致しないことがある。

(国産消費量に対する構成比32.0%)と最も多く、次いで家庭用(小売業向け)が2万1100トン(同30.0%)、外食・ホテル業が7200トン(同10.2%)、パン類が6800トン(同9.7%)となった。

輸入品では、菓子・デザート類が5600トン(輸入品消費量に対する構成比42.7%)と最も多く、次いでマーガリン類が2600トン(同19.8%)、パン類が1600トン(同12.2%)、アイスクリーム類が1400トン(同10.7%)となり、これらを合わせて8割を超え、家庭用(小売業向け)は400トン(同3.1%)と少ない(表2)。

令和5年度と比較すると、従来から割合の高い菓子・デザート類のほか、アイスクリーム類、調理食品、家庭用(小売業向け)が増加したものの、それ以外の品目はいずれも減少し、特に、乳等主要原料食品、外食・ホテ

ル業での減少が目立った。

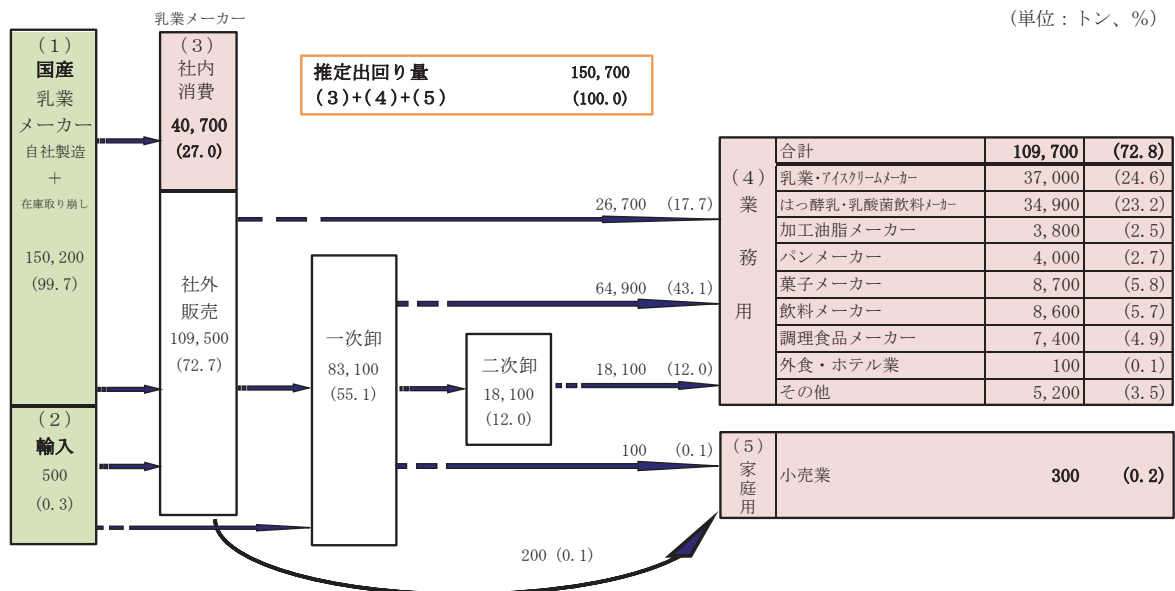
(2) 脱脂粉乳

令和6年度の推定出回り量15万700トン(機構「脱脂粉乳の需給表」)について、流通経路、業種別および用途別消費量の推計を行った。

ア 流通経路

推定出回り量のうち、国産品(乳業メーカーの自社製造と在庫取り崩しの合計)は15万200トン(推定出回り量に対する構成比99.7%)、輸入品(機構の輸入・売渡しを通じて乳業メーカーが保有したものの取り崩しなどと乳業メーカー以外への機構の輸入・売渡しの合計)は500トン(同0.3%)となった(図2)。

図2 脱脂粉乳の流通経路(令和6年度推計)



資料: 機構作成

注1: 供給者(緑色): 推定出回り量15万700トン=国産品15万200トン((1)乳業メーカーの自社製造+在庫取り崩しなど)+輸入品500トン((2)機構の輸入・売渡しを通じて乳業メーカーが保有したものの取り崩しなど+乳業メーカー以外への機構の輸入・売渡しのうち流通量)。

需要者(ピンク色): 推定消費量15万700トン=(3)4万700トン(乳業メーカー社内消費)+(4)10万9700トン(業務用脱脂粉乳需要者)+(5)300トン(家庭用小売業)。

注2: ()内の数値は、推定出回り量(推定消費量)に対する構成比率。

注3: (2)の輸入の数量は契約数量ベースを指す。

注4: (4)の乳業は、脱脂粉乳を生産していない乳業メーカーを指す。

注5: 図中の数値は100トン未満を四捨五入している。

また、乳業メーカーの社内消費は4万700トン（同27.0%）、乳業メーカーからの社外販売は10万9500トン（同72.7%）となった。

脱脂粉乳は、一般的に加工食品向けの原材料となることから、家庭用（小売業向け）としての消費量はごく少量であり、はっ酵乳や乳飲料などを生産する乳業メーカーでの社内消費の割合が高いことが特徴となっている。

イ 業種別消費量

脱脂粉乳の業種別消費量（推定）を見ると、業務用が10万9700トン（業種別消費量に対する構成比72.8%）と最も多く、乳業メー

カー（社内消費）が4万700トン（同27.0%）と続き、家庭用（小売業向け）は300トン（同0.2%）とごくわずかであった（表3）。業務用の内訳では、乳業・アイスクリームメーカーが3万7000トン（同24.6%）と最も多く、次いでのはっ酵乳・乳酸菌飲料メーカーが3万4900トン（同23.2%）となっている。

国産品では、乳業メーカー（社内消費）、乳業・アイスクリームメーカーおよびはっ酵乳・乳酸菌飲料メーカーで全体の7割以上を占め、輸入品は、はっ酵乳・乳酸菌飲料メーカー、飲料メーカーおよび菓子メーカーのみで消費されている。

表3 脱脂粉乳の業種別消費量（令和6年度推計）

（単位：トン）

項目	計		国産		輸入	
		構成比		構成比		構成比
乳業メーカー（社内消費）	40,700	27.0%	40,700	27.1%	0	0.0%
業務用	109,700	72.8%	109,200	72.7%	500	100.0%
乳業・アイスクリームメーカー	37,000	24.6%	37,000	24.6%	0	0.0%
はっ酵乳・乳酸菌飲料メーカー	34,900	23.2%	34,700	23.1%	200	40.0%
加工油脂メーカー	3,800	2.5%	3,800	2.5%	0	0.0%
パンメーカー	4,000	2.7%	4,000	2.7%	0	0.0%
菓子メーカー	8,700	5.8%	8,600	5.7%	100	20.0%
飲料メーカー	8,600	5.7%	8,400	5.6%	200	40.0%
調理食品メーカー	7,400	4.9%	7,400	4.9%	0	0.0%
外食・ホテル業	100	0.1%	100	0.1%	0	0.0%
その他	5,200	3.5%	5,200	3.5%	0	0.0%
家庭用（小売業向け）	300	0.2%	300	0.2%	0	0.0%
合計	150,700	100.0%	150,200	100.0%	500	100.0%

資料：機構作成

注：四捨五入の関係上、計が一致しないことがある。

ウ 用途別消費量

脱脂粉乳の用途別消費量を見ると、はっ酵乳・乳酸菌飲料向けが6万8400トン（構成比45.4%）と最も多く、全体の約4割以上を占めている（表4）。次いで、乳飲料向けが2万1500トン（同14.3%）、アイスクリーム類が1万4800トン（同9.8%）となった。

令和5年度と比べると、アイスクリーム類

（前年度比9.6%増）、はっ酵乳・乳酸菌飲料（同0.7%増）は増加したものの、その他の品目は前年同または減少となっており、特にその他（同48.7%減）、菓子・デザート類（同21.1%減）、乳飲料（同5.7%減）での減少が大きい。その他については、在庫低減対策による飼料向け、輸出向けの減少によるものである。

表4 脱脂粉乳の用途別消費量（令和6年度推計）

（単位：トン）

項目	計		国産		輸入	
		構成比		構成比		構成比
加工乳	2,100	1.4%	2,100	1.4%	0	0.0%
乳飲料	21,500	14.3%	21,500	14.3%	0	0.0%
はっ酵乳・乳酸菌飲料	68,400	45.4%	68,200	45.4%	200	40.0%
アイスクリーム類	14,800	9.8%	14,700	9.8%	100	20.0%
飲料	9,100	6.0%	8,900	5.9%	200	40.0%
マーガリン類	400	0.3%	400	0.3%	0	0.0%
調理食品	5,900	3.9%	5,900	3.9%	0	0.0%
パン類	4,400	2.9%	4,400	2.9%	0	0.0%
菓子・デザート類	8,600	5.7%	8,600	5.7%	0	0.0%
調製粉乳	800	0.5%	800	0.5%	0	0.0%
乳等主要原料食品	4,500	3.0%	4,500	3.0%	0	0.0%
外食・ホテル業	100	0.1%	100	0.1%	0	0.0%
家庭用（小売業向け）	400	0.3%	400	0.3%	0	0.0%
その他	9,700	6.4%	9,700	6.5%	0	0.0%
合計	150,700	100.0%	150,200	100.0%	500	100.0%

資料：機構作成

注：四捨五入の関係上、計が一致しないことがある。

（3）チーズ

ア ナチュラルチーズ（プロセスチーズ原料用以外）

令和6年度のナチュラルチーズ（プロセスチーズ原料用以外）の推定消費量21万5500トン（機構調べ）の種類別および業種別消費量の推計を行った（図3）。

（ア）種類別消費量

総消費量21万5500トンのうち、輸入品が18万1100トン（総消費量に対する構成比84.0%）、国産品が3万4400トン（同16.0%）となった。種類の内訳は、シュレットタイプが11万9200トンと最も多く、次いでクリームタイプが6万4000トンとなった。

シュレットタイプは輸入品が10万9500トン、国産品が9700トンであり、消費量の9割以上を輸入品が占めている。また、クリームタイプも輸入品が5万8800トン、

国産品が5200トンと、同じく輸入品が9割以上を占めた。

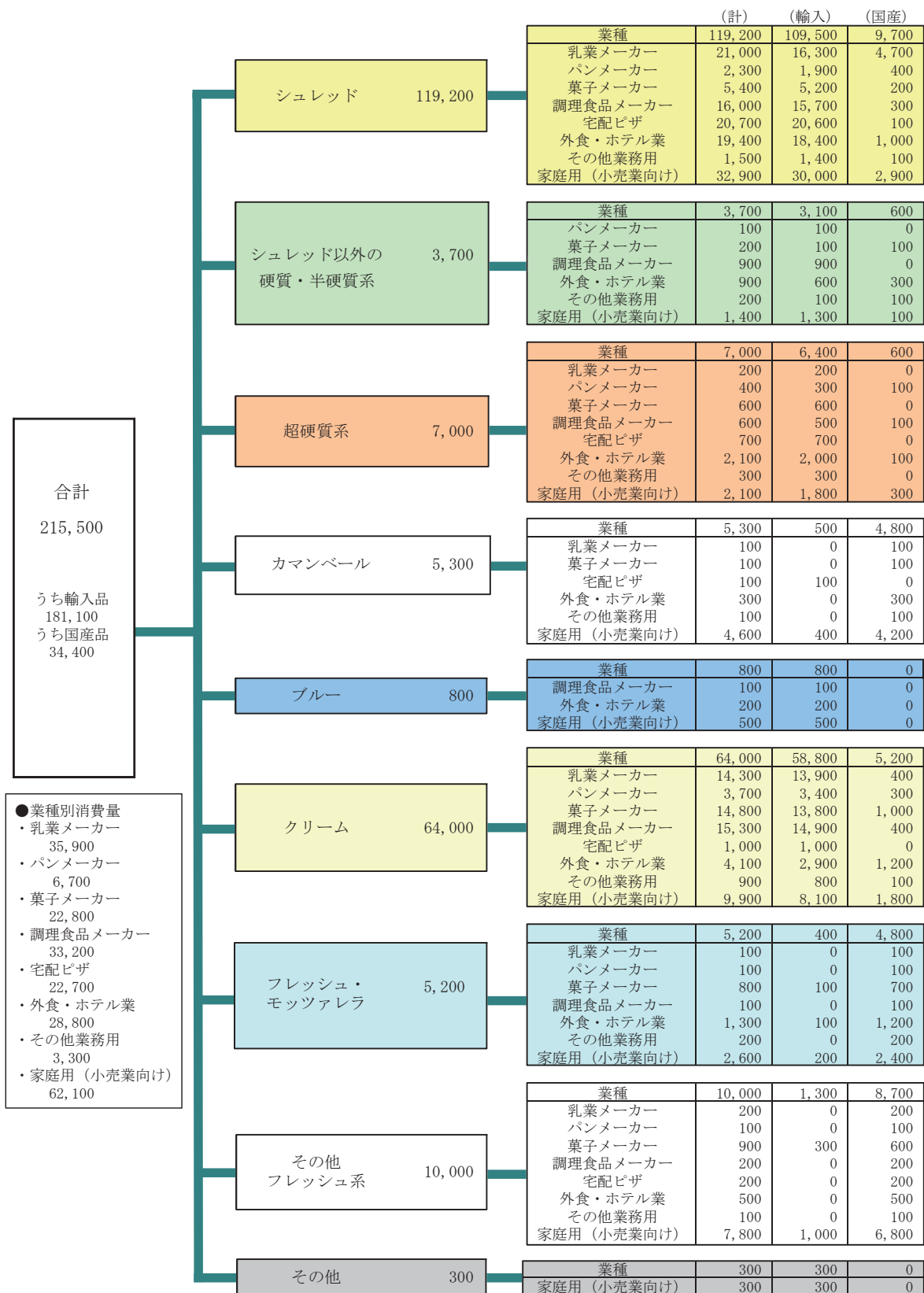
最も消費量の多いシュレットタイプの業種別の使用内訳を見ると、家庭用（小売業向け）が3万2900トン（シュレットタイプ推定消費量に占める構成比27.6%）、次いで乳業メーカー、宅配ピザ、外食・ホテル、調理食品メーカーの順となった。

また、国産品の消費量を種類別で見ると、シュレットタイプが最も多く（国産品全体に占める割合は28.2%）、次いでその他フレッシュ系（ストリングチーズなど。同25.3%）、クリームタイプ（同15.1%）、カマンベール（同14.0%）およびフレッシュ・モッツアレラ（同14.0%）の順となった。

令和5年度と比べると、クリームタイプの増加（前年度比14.7%増）が目立った。この要因としては、バターなどの代替品として、乳脂肪を補う目的で使用されるものが増えたことが考えられる。

図3 直接消費用ナチュラルチーズの推定消費量（令和6年度）

（単位：トン）



- 業種別消費量
- ・乳業メーカー 35,900
- ・パンメーカー 6,700
- ・菓子メーカー 22,800
- ・調理食品メーカー 33,200
- ・宅配ピザ 22,700
- ・外食・ホテル業 28,800
- ・その他業務用 3,300
- ・家庭用（小売業向け） 62,100

資料：機構作成

(イ) 業種別消費量

業種別の内訳では、家庭用（小売業向け）が6万2100トン（全体に占める割合は28.8%）と最も多く、次いで乳業メーカーが3万5900トン（同16.7%）、調理食品メーカーは3万3200トン（同15.4%）となった（表5）。家庭用（小売業向け）のうち、輸入品は4万3600トン、国産品は1万8500トンと、輸入品が全体の約7割を占め、

乳業メーカーについては、輸入品が3万400トンと全体の8割以上を占めている。

令和5年度と比較すると、総消費は前年度比3.9%増となり、特に菓子メーカー（前年度比14.6%増）や調理食品メーカー（同13.0%増）での増加が目立った。一方で、乳業メーカー（同5.8%減）は唯一の減少となった。

表5 ナチュラルチーズ（プロセスチーズ原料用以外）の業種別消費量

（単位：トン）

業種	計		国産		輸入	
		構成比		構成比		構成比
乳業メーカー	35,900	16.7%	5,500	16.0%	30,400	16.8%
パンメーカー	6,700	3.1%	1,000	2.9%	5,700	3.1%
菓子メーカー	22,800	10.6%	2,700	7.8%	20,100	11.1%
調理食品メーカー	33,200	15.4%	1,100	3.2%	32,100	17.7%
宅配ピザ	22,700	10.5%	300	0.9%	22,400	12.4%
外食・ホテル業	28,800	13.4%	4,600	13.4%	24,200	13.4%
その他業務用	3,300	1.5%	700	2.0%	2,600	1.4%
家庭用（小売業向け）	62,100	28.8%	18,500	53.8%	43,600	24.1%
合計	215,500	100.0%	34,400	100.0%	181,100	100.0%

資料：機構作成

注：四捨五入の関係上、計が一致しないことがある。

イ プロセスチーズ

令和6年度のプロセスチーズの推定出回り量11万5200トンについて、流通経路および業種別消費量の推計を行った（図4）。

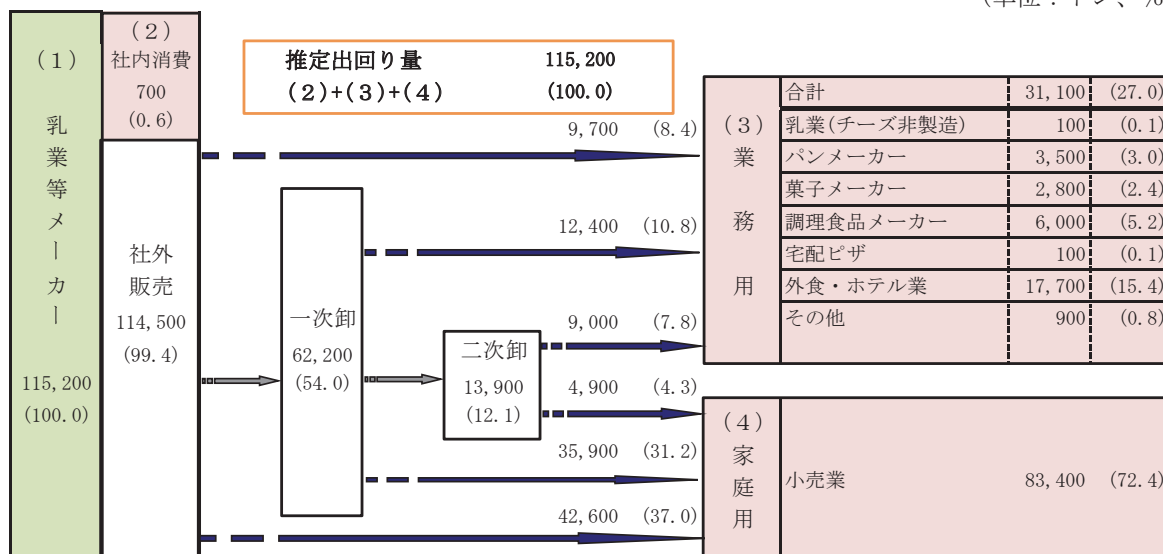
(ア) 流通経路

国内製造量の大半である11万4500トン

（推定出回り量に対する構成比99.4%）が、乳業メーカーなどからの社外販売であり、その5割以上が、一次卸を經由して流通した（図4）。一方、全需要の7割以上を占める家庭用（小売業向け）への流通経路を見ると、直接販売が過半を占めた。

図4 プロセスチーズの流通経路（令和6年度推計）

（単位：トン、％）



資料：機構作成

注1：供給者（緑色）：推定出回り量11万5200トン＝国内製造11万5200トン（(1) 乳業などメーカーの製造品）。

需要者（ピンク色）：推定消費量11万5200トン＝700トン（(2) 乳業メーカー社内消費）＋3万1100トン（(3) 業務用）＋8万3400トン（(4) 家庭用小売業）。

注2：（ ）内の数値は、推定出回り量（推定消費量）に対する構成比率。

注3：(3)の乳業は、チーズを生産していない乳業メーカーを指す。

注4：図中の数値は100トン未満を四捨五入している。

(イ) 業種別消費量

家庭用（小売業向け）は8万3400トン（業種別消費量に対する構成比72.4%）と最も多く、業務用は3万1100トン（同27.0%）、乳業メーカー（社内消費）は700トン（同0.6%）となった（表6）。また、業務用の内訳を見ると、外食・ホテル業が1万7700トン（同15.4%）と最も多く、次いで調理食品メーカー（同5.2%）、サンドウィッチをはじめとする調理パンなどへの使用が多いパンメーカー（同3.0%）、菓子メーカー（同2.4%）の順となった。

表6 プロセスチーズの業種別消費量（令和6年度推計）

（単位：トン）

項目	計	
	数量	構成比
乳業メーカー（社内消費）	700	0.6%
業務用	31,100	27.0%
乳業メーカー（チーズ非製造）	100	0.1%
パンメーカー	3,500	3.0%
菓子メーカー	2,800	2.4%
調理食品メーカー	6,000	5.2%
宅配ピザ	100	0.1%
外食・ホテル業	17,700	15.4%
その他業務用	900	0.8%
家庭用（小売業向け）	83,400	72.4%
合計	115,200	100.0%

資料：機構作成

4 おわりに

令和6年度は、バターおよび脱脂粉乳の生産量が増加したが、消費量は5年度と比べていずれも減少し、特に脱脂粉乳の減少が目立つ結果となった。この要因として、(1)バターの需要は、菓子・デザート類向けの需要は前年度から引続き堅調であったものの、乳業メーカーの社内消費が減少し、用途別では乳等主要原料食品などが減少したこと、(2)脱脂粉乳は、在庫低減対策による飼料向け・輸出处向け、乳飲料向け、菓子・デザート類

向けなどの数量が減少したことが挙げられる。

チーズのうちナチュラルチーズの消費は前年度から増加し、種類別ではバター代替品となるクリームタイプが増加した。業種別では、乳業メーカーを除いて増加した。

最後にこの場をお借りして、本調査にご協力いただきましたすべての関係者の皆さまに御礼申し上げます。