

93-J-14

プロセスチーズの輸入自由化

矢坂雅充

1993年6月

このディスカッション・ペーパーは、内部での討論に資するための未定稿の段階にある論文草稿である。著者の承諾なしに引用・複写することは差し控えられる。

プロセスチーズの輸入自由化

1. 課題の設定

1990年4月にプロセスチーズの輸入が自由化された。もっとも当時、自由化による国内市場の影響を危惧する声はほとんど聞かれなかった。ナチュラルチーズは1950年代初頭に、すでに輸入自由化されており、プロセスチーズの輸入自由化が追加されても、日本のチーズ市場にはまったく影響をおよぼさないものとして受けとめられていたからである。

むしろプロセスチーズの自由化は、脱脂粉乳の輸入制限を維持するための格好の取引材料のひとつとされたといつてよい。日本が輸入制限してきた12品目の農産物の輸入自由化をめぐる日米交渉のなかで、国内市場への影響がほとんどないと考えられたプロセスチーズの輸入自由化がいち早く決まったことは、当然といつてもよかった。

自由化されて4年近くが経過した。たしかにプロセスチーズの輸入自由化は日本の乳製品市場を大きく揺るがすような影響はもたらさなかったように見える。当初予想されていたように、大量のプロセスチーズが日本に輸入されるという事態は生じなかったからである。プロセスチーズは従来通り、主として輸入ナチュラルチーズを原料として国内で製造されており、海外のプロセスチーズにたいする関心もさほど高まったわけでもない。

しかし後にみるように、プロセスチーズの輸入自由化はたんなるチーズの輸入拡大ではなく、より根本的な乳製品の国境調製のあり方にたいする課題をわれわれに投げかけている。

そこで本稿は、日本のプロセスチーズ市場の特殊な性格を整理することをつうじて、国産プロセスチーズとその原料用ナチュラルチーズの国際市場における競争力、さらにプロセスチーズ輸入自由化が日本の乳製品市場にもたらした具体的な意味について検討したい。

まず第2節では、日本のプロセスチーズの基本的な特徴を、①商品特性、②生産、③消費、④価格・流通政策、⑤メーカーの構造について整理する。つぎに第3節では、プロセスチーズの輸入先や品目などの実態について立ち入った検討を行い、輸入自由化が日本の乳製品市場にもたらした実質的な影響を明らかにする。最後に第4節で、これまでのプロセスチーズ輸入自由化の経験をふまえて、やや長期的に日本のプロセスチーズ市場が直面すると考えられる課題を呈示することにしよう。

2. プロセスチーズの商品特性

(1) 原料

プロセスチーズはアメリカで軍隊の保存用食料として開発された。ナチュラルチーズは発酵中の食品であり、長期間の保存がきかない。いっぽうプロセスチーズはナチュラルチーズを加熱して発酵を止めることによって、6～12ヵ月の保存が可能となる。

このことからわかるように、プロセスチーズの原料はナチュラルチーズである。厚生省の乳等省令で定義されているプロセスチーズの定義をつぎに示しておこう。すなわち、「一種又はそれ以上のナチュラルチーズを用いて食品衛生法で認められている添加物を添加するか又は添加せず粉砕し、混合し、加熱溶融し、乳化してつくられるもので、乳固形分40%以上のもの」とされる。ナチュラルチーズにたいして粉砕・混合・加熱溶融・乳化という製造工程が加えられたものが、プロセスチーズとして分類されるのである。

プロセスチーズはいわばナチュラルチーズの2次加工品である。ナチュラルチーズのブレンドによって味・色などが調整されたチーズは、プロセスチーズの工程を経ることによって、年間を通じて安定的に生産・供給される。逆にいえば、プロセスチーズの成分・品質は原料となるナチュラルチーズの内容、そして加工工程のあり方によって決まることになる。

ナチュラルチーズの種類・品質がさまざまであるように、それを原料とするプロセスチーズの内容も基本的には多様である。ナチュラルチーズほどの独特の風味をともなった多様性はないにしても、プロセスチーズの品質には相当の幅があることに注意しておく必要がある。日本ではプロセスチーズという言葉によって通常イメージされる商品が、特定のメーカーのプロセスチーズになってしまっているために、プロセスチーズの多様性が理解されにくくなっているからである。

(2) 乳化

市場に出回っている多様なプロセスチーズを、プロセスチーズとナチュラルチーズに区分することもそれほど容易なことではない。製造過程・成分上の観点から分類される「プロセス」チーズと「ナチュラル」チーズとの間には、それほど大きな隔たりがあるわけではないからである。

さきに示したように、乳等省令での定義では、プロセスチーズはナチュラルチーズを粉砕、混合、加熱溶融、乳化したものとされている。ただし、ナチュラルチーズのなかには粉砕、加熱溶融という工程を経たものがあり、両者を区別する工程は、実際には「乳化」に特定されている。乳化とはチーズのカゼイン蛋白が網目状になることを意味しており、それは物理的な工程によっても可能であるが、現状ではリン酸塩やクエン酸塩などの乳化剤の添加による化学的な工法が一般的に採用されている。したがって、通関のさいには、プロセスチーズは乳化剤の添加の有無によって、ナチュラルチーズと区別されている（注1）。

このように日本で市場流通しているプロセスチーズの成分・味は、総じて大差なく、画一的でさえあるが、形式的には原料となるナチュラルチーズに乳化剤が添加されたものがプロセスチーズであり、その成分はかなり多様であることがわかる。

3. 日本のチーズ市場の基礎的性格

(1) プロセスチーズの消費

1991年度のチーズの総消費量は163,604トンであり、1986年～91年の平均伸び率は6.7%となっている。高度経済成長とともに増大したチーズ消費は、脱脂粉乳やバターの消費が低迷するなかで、依然として漸増している。その結果、1975年度には63,606トンであった消費量は、約15年間で2.5倍になった。

このように拡大しつつあるチーズ市場のなかで、プロセスチーズの位置づけも大きく変わってきた。

第一に、チーズ消費に占めるプロセスチーズの比率の低下である。75年度にはチーズ総消費量の85.3パーセントがプロセスチーズであった。その後、ナチュラルチーズの直接消費が急増したために、91年度には50.6パーセントにまで低下した。

もっともそれはプロセスチーズの消費量が減少したからではない。それは1975年度の54,011トンから増え続け、一時、85年頃に絶対数量でも減少するが、再び漸増傾向を示している。表1に示されるように、91年度のプロセスチーズの国内消費量は80,814トンに達している。1986年～91年の平均伸び率も、直接消費用ナチュラルチーズの9.2パーセントにはおよばないものの、4.4%と比較的高い水準を維持している。プロセスチーズの消費が順調に伸び続けるいっぽうで、それをはるかに超えるスピードでナチュラルチーズの直接消費が拡大し、プロセスチーズ中心のチーズの消費構造が短期間に変化したことがわかる。

第二に、家庭用を中心とした消費構造である。1991年度のプロセスチーズ消費の家庭用と業務用の内訳は、それぞれ54,000トンと26,814トンとなっている。プロセスチーズのほぼ3分の2が家庭で消費されている。レストラン・外食産業などで使用される業務用プロセスチーズの消費の伸びはあまり高くない。業務用消費が過半を占めているナチュラルチーズ（家庭用23,000トン、業務用59,790トン）とは対照的である（注2）。

これはプロセスチーズが溶けにくく調理に適さないために、せいぜいカットする程度の手間しかかけられずに、そのまま消費されてきたからである。熱で溶けやすくなるナチュラルチーズとは異なって、食材として多様な料理に用いられる余地が少ないのである。むしろ、調理せずに、そのままの状態消費しやすい製品の開発によって、家庭用プロセスチーズの消費が支えられてきたといえよう。

第三に、消費方法と消費者の多様化である。従来の「つまみ」としての消費から、「おやつ」や「デザート」、さらにはナチュラルチーズと同様に調理材料としての消費も増えている。次節でみるように、スライスチーズやポーションチーズ、また溶けるタイプなど、多様なプロセスチーズが開発されてきたからである。

とくに近年では、カルシウムを摂取するために、高齢者のプロセスチーズ消費が増大している。気軽に簡単に食べられるプロセスチーズを消費する高齢者が増え、プロセスチーズを消費する年齢層も拡大しつつある。

こうして消費者の嗜好に合った家庭用プロセスチーズの消費拡大によって、欧米のチーズ市場とは異なって、プロセスチーズの構成比が高いチーズ市場が依然として維持されている。プロセスチーズを中心としてチーズ市場が発展してきたという歴史的条件のもとで、日本では独特のプロセスチーズ消費市場が形成されてきたといえよう。いうまでもなくこのことは、その生産構造の特殊性を反映している。そこでつぎに、プロセスチーズの生産構造の特徴を整理してみよう。

(2) プロセスチーズの生産

さきにみたように、直接消費用ナチュラルチーズほどではないものの、プロセスチーズの生産も漸増傾向にある。プロセスチーズの生産量は、1966年には26,568トンにすぎなかったが、75年にはほぼその2倍の53,746トン、91年には78,647トンに達している。

では、国内に供給されているプロセスチーズは、具体的にどのような原料から、どのような製品として生産されているのであろうか。

1) プロセスチーズ生産

チーズ輸入の推移を表2で概観することにしよう。1960年代半ばより急速に増大し始めた輸入チーズのほとんどはナチュラルチーズによって占められている。91年の実績では、数量ベースで98.2パーセント、金額ベースでも97.6パーセントがナチュラルチーズである。

プロセスチーズの輸入量は、輸入自由化以前の1970年代はじめにやや増加しているものの、これまで年間40~50トン程度にすぎなかった。前掲表1からわかるように、輸入依存率も0.1パーセントときわめて低く、大半のプロセスチーズは輸入ナチュラルチーズを原料として国内で生産されてきた。輸入プロセスチーズはほとんど皆無であったといつてよい。

同表から輸入自由化によって輸入量は、90年427トン、91年2,010トンへと急増したことがみてとれる。92年においても2,355トンが輸入されており、国内消費量の約3パーセントに相当する2,000トン強（生乳換算で3万トン強）が輸入プロセスチーズの市場として定着したようにみえる。

こうしたプロセスチーズ輸入を評価するためには、のちにやや詳しくみるように、輸入プロセスチーズの内容にまで立ち入って検討する必要があるが、ここでは次の点のみを指摘しておこう。

第一に、従来、輸入実績がゼロに近かったこともあって、輸入が急速に増大したことである。その限りでは、当初の予想とは異なって、ナチュラルチーズの輸入が自由化されているなかでのプロセスチーズ輸入自由化も、国内の市場に一定の影響を与えたことになる。

第二に、輸入の伸びが短期間で収まりつつあることである。輸入プロセスチーズが国内市場を席捲するようなことはなく、輸入量は2,500トン程度が上限のようにも思われる。

このように輸入自由化によって、一定数量のプロセスチーズが恒常的に輸入されるようになったものの、圧倒的に高い国産のプロセスチーズのシェアは維持されている。さしあたり輸入プロセスチーズが大幅に増大して、国内チーズ市場に大きな影響をおよぼす可能性は少ないといえよう。もっとも後にみるように、プロセスチーズ輸入はチーズ市場にたいする直接的な影響よりも、今日の歪んだ乳製品貿易のあり方と、日本の乳製品の国境調整政策のいわば末期的症状を示しているのである。

2) プロセスチーズ原料用ナチュラルチーズ

つぎに国産プロセスチーズの原料についてみておこう。プロセスチーズ生産に用いられる原料の多くは、チェダーやゴーダなどのハードタイプナチュラルチーズであり、その多くは輸入に依存している。図1に示されるように、1991年に生産されたプロセスチーズ78,600トンの原料用ナチュラルチーズとして66,600トンが使用されており、そのうち49,100トン(74パーセント)が輸入品である。国産プロセスチーズも実質的には輸入チーズであるといつてよい状況にあることが理解されよう。

ただしプロセスチーズ原料用ナチュラルチーズの国産比率は、50年代半ば以降、10パーセント程度上昇している。表3からみてとれるように、1975年に19.5パーセント(9,401トン)、80年に18.2パーセント(10,089トン)であった国産比率は、最近10年間は25~30パーセントで推移している。北海道で生産されるナチュラルチーズも、プロセスチーズの原料として一定のシェアを占めるようになり、その数量もおよそ18,000トンを維持している。

プロセスチーズの原料をめぐる国産品と輸入品の選択は、通常つぎのような条件によって決まる。すなわちひとつは、チーズの国際価格であり、それは当然ながら為替レートや輸出補助金の動向によって影響を受ける。いまひとつは、後にふれる国内のチーズ生産振興・国境調整策のあり方である。この他にも国内のチーズプラントの稼働状況などが勘案されることはいうまでもない。円高が進むなかで、国産ナチュラルチーズの輸入品にたいする競争力は弱くなっているにもかかわらず、プロセスチーズ原料用の国産ナチュラルチーズ生産が維持されているのは、後者のチーズ政策によるところが大きい。国産ナチュラルチーズを使用したプロセスチーズ生産を維持するために、関税割当制度やチーズ向け生乳価格の設定などが講じられ、プロセスチーズ原料用のナチュラルチーズを国内で生産しうる条件が確保されてきたのである。これらのチーズ政策については、のちにふれることにしよう。

3) 販売形態

さきにみたように、ナチュラルチーズが業務用を中心に増大してきたのにたいして、プロセスチーズは家庭用の商品が多い。チーズ普及協議会調べによれば、1991年にはナチュ

ラルチーズでは家庭用が28パーセントにすぎないのにたいして、プロセスチーズでは67パーセントが家庭用である（前掲図1参照）。

外食産業でチーズを用いたピザなどの料理が増えつつあるなかで、業務用のナチュラルチーズが増大した。また、チーズ蒸しパン・チーズかまぼこ・チーズおかきなど、さまざまな食品でチーズ風味が好まれている。それらの原料の多くはナチュラルチーズであった。いっぽう、溶けにくいプロセスチーズはナチュラルチーズとは異なって調味料的な利用は難しく、食材としての使用範囲に限られる傾向にある（注3）。

また、価格競争においてもナチュラルチーズを加工したプロセスチーズよりも、ナチュラルチーズそのものの方が有利である。ナチュラルチーズを粉砕・溶解・成型せずに、シュレッドしただけのチーズの方が、当然ながら低価格での販売が可能になるからである。

その結果、プロセスチーズの製品開発は、すぐあとにみるように、家庭消費を念頭において進められ、日本特有のプロセスチーズ市場を形成してきた。

4) 製品の多様化

日本で生産されるプロセスチーズの種類はきわめて多岐にわたっている。一般にナチュラルチーズは種類、生産地、メーカーなどによって品質は千差万別であるが、プロセスチーズは相対的に品質差が少ないといわれる。日本ではこうしたプロセスチーズにたいして、きめ細かな点にわたって製品の多様化が積極的に進められてきた。

具体的には①味、②成型・包装、③品質、④アイテムの面での製品開発が主流をなしている。

第一に、原料用のナチュラルチーズのブレンド内容である。アメリカのプロセスチーズがチェダーチーズをベースとしたプロセスチーズであるのにたいして、これまで日本ではゴーダ系のプロセスチーズが受け入れられてきた。チーズメーカーとしてバイオニア的役割を担ってきた雪印乳業のプロセスチーズの味が消費者に定着してきたからである。近年はチェダー系のプロセスチーズも登場し、味の多様化が進みつつある。

第二に、プロセスチーズの形、大きさ、包装の多様化である。225グラムのカルトンタイプに加えて、スライスチーズやスティック・ボール・キューブ・6Pなどの小型包装タイプ、さらに切れているチーズやキャラクターデザインのチーズなどが市販されている。前掲図1に示されるように、カルトン（ブロック）とスライスタイプがほぼ3分の2を占めるが、ポーションやベビータイプなどの生産量もそれぞれ5,000トン程度にまで増大してきた。

しかも製品の多様化は多くのタイプのプロセスチーズを開発するに留まらない。たとえばスライスチーズの分野でも、通常のトースト用シートだけでなく、サンドイッチ用の大型シートの開発や、1パックの容量の多様化など、細かな外形的な製品差別化が行われている。プロセスチーズでは調理せずにそのまま消費されることが多いだけに、形態的な利

便性・簡便性が重視されてきたのである。

第三に、新しい溶けるタイプのプロセスチーズの開発である。1970年代より開発されてきた溶けるスライスチーズをはじめとして、低カロリーチーズ・スパイス入りチーズなど、品質面での多様化もはかられてきている。食材としての使いやすさや新しい消費者の開拓のために、ナチュラルチーズと同様にプロセスチーズの品質の多様化が本格化しつつある。

第四に、以上の製品多様化の結果として生じたアイテム数の増加である。たとえば各チーズメーカーのプロセスチーズのアイテム数（1991年9月現在）は、雪印乳業44、六甲バター37、明治乳業30であるのにたいして、ナチュラルチーズのアイテム数はそれぞれ25、14、12にすぎない。乳業メーカーでは依然としてプロセスチーズの製品開発に重きをおいていることがわかる。言い換えれば、ナチュラルチーズの製品開発が製造・流通過程での改良に重点がおかれているのにたいして、プロセスチーズでは多様な製品開発競争が展開している。

以上みてきたような製品の多様化によって、プロセスチーズの商品群別構成も大きく変化してきた。チーズ普及協議会の推計では、91年度の家庭用プロセスチーズのうち、カルトンタイプは11,500トン（23パーセント）にすぎない。それにたいしてスライスタイプは20,500トン（41パーセント）、スティック・6Pなどの小包装タイプは15,500トン（31パーセント）、その他2,500トン（5パーセント）となっている。とくに「とけるプロセスチーズ」はスライスチーズ生産量の約30パーセントを占めるほどにまで拡大している。

ともあれ、プロセスチーズは機能性（溶けやすさ）、市場適応性（日本の食パンの大きさに合わせたスライスチーズの成型）、簡便性（切れてるチーズ）、娯楽性（小さいスティック、ボールチーズ）を追求した製品開発によって、消費者の多様なニーズへの対応を重視した、欧米には見出せない展開を遂げてきたのである。

（3）チーズの価格・流通政策

プロセスチーズの輸入自由化の影響が軽微であったのは、今回の自由化がプロセスチーズの「製品」の自由化に留まり、「原料」輸入にたいする政策は変更されなかったからである。国産のプロセスチーズ原料用ナチュラルチーズの生産を確保するために、これまで2つの政策・規制が講じられてきた。すなわち、①プロセスチーズ原料用ナチュラルチーズ輸入に関する関税割当制度と、②チーズ向け生乳生産にたいする乳価酪農安定特別奨励金交付である。ごく簡単ではあるが、順にみていくことにしよう。

1) 関税割当制度

関税割当制度によって、プロセスチーズの原料として国産ナチュラルチーズを使用する場合には、その2倍の輸入ナチュラルチーズが無税とされる。チーズメーカーは国産チーズをプロセスチーズの原料として利用することの見返りとして、35パーセントの関税が免

除された安価な輸入チーズを入手しうることになる。

こうした国産ナチュラルチーズの価格競争力確保のための関税政策は、ナチュラルチーズが輸入自由化されて相当の年月を経た1970年代初頭、高度経済成長のなかでチーズ消費が拡大するいっぽうで、国産ナチュラルチーズの輸入チーズにたいする価格競争力が失われてきたことへの対応策として登場した。1970年にプロセスチーズの最初の製造メーカーであり、技術面での蓄積を誇るアメリカのクラフト社と、森永乳業の合併によってMKチーズ株式会社が設立された。これを契機として、プロセスチーズ原料用の国産ナチュラルチーズ生産を振興する目的で、同年10月から関税割当制度が施行されたのである。

輸入ナチュラルチーズのチーズメーカー工場着価格は、35パーセントの関税や流通経費・マージン（約10パーセント）が賦課されて、CIF価格のほぼ1.45倍になる。この関税割当制度のもとでは、「国産ナチュラルチーズ価格」 $< (2.13 \sim 2.15) \times$ 「輸入ナチュラルチーズ価格」といった条件を満たせば、国産ナチュラルチーズを利用した方が原料コストは低くなる（注4）。プロセスチーズ原料用ナチュラルチーズ市場の3分の1のシェアを上限とする範囲では、実質的には約100パーセントの関税が課されたのと同等の国境調整機能がはたらいっていることになる。

2) 酪農安定特別奨励金（チーズ奨励金）

国内の生乳生産過剰と円高傾向のなかで、国産ナチュラルチーズ向け生乳の需要を確保するために、87年にチーズ原料用生乳が不足払い対象から除外され、酪農安定特別奨励金の交付が開始された。チーズ向け生乳の取引価格水準が生産者と乳業メーカーとの間で自主的に引き下げられ、ほぼ不足払い補給金単価に見合う奨励金が、畜産振興事業団の助成事業により設置された生産者団体の基金を財源として生産者に交付された。酪農安定特別奨励金の推移を示した表4からわかるように、生乳1キログラム当たり10～15円の奨励金が交付されている。92年度のチーズ向け生乳の生産者手取り価格は51.1円となっており、基準取引価格を14.3円下回る。いっぽう、乳業メーカーと生産者のチーズ向け原料乳取引価格はキログラム当たり39円となっている。指定乳製品に適用される基準取引価格65.4円より26.4円低い乳価が、プロセスチーズ原料に設定されていることになる。

このように関税割当制度に加えて、政府の助成事業と生産者負担によってチーズ乳価が引下げられた。円高傾向が続くなかにおいても、国産ナチュラルチーズの価格競争力が維持され、一定量の生産が確保できたのは、言い換えれば、プロセスチーズ輸入自由化が日本のチーズ市場に大きな影響をおよぼさなかったのは、これらのプロセスチーズ原料用ナチュラルチーズ振興のための政策・規制が存続しているからである。

(4) プロセスチーズメーカーの構造

つぎにプロセスチーズの消費・生産・政策のあり方が、プロセスチーズの市場構造をど

のように特徴づけているのか検討することにしよう。

1) 工場立地

73のチーズ工場のうち、直接消費用ナチュラルチーズ製造設備をもたないチーズ工場は21工場（1991年12月現在）、そのうちプロセスチーズ工場と考えられる生乳未処理乳製品工場は13工場である。プロセスチーズ原料用を含めてナチュラルチーズを製造する工場が、加工向け原料乳が安定的にえられる北海道（17工場）に集中して立地しているのにたいして、これらの輸入ナチュラルチーズを原料とするプロセスチーズ製造工場は、輸入業務や製品配送上の観点から、港湾施設の周辺地域や内陸地域に立地することが多い。さきの21工場のうち、10工場が神奈川を中心とする関東、3工場が近畿に立地している。

このようにプロセスチーズ工場は、輸入ナチュラルチーズの加工工場と原料用ナチュラルチーズの製造・加工工場に分類され、それぞれ立地する地域も異なっている。

このことはのちにふれるプロセスチーズ製造メーカーの類型ともかかわっている。国産ナチュラルチーズを利用している乳業メーカーが北海道と都市部に工場を保有しているのにたいして、自社でナチュラルチーズを生産していない食品メーカーでは、都市部に限定された工場配置となっている。原料調達のあり方が工場立地、プロセスチーズメーカーの性格の差となって現れているのである。

2) 市場占有率

表5にまとめたスライスプロセスチーズの市場占有状況は、ほぼプロセスチーズの各企業の市場でのシェアを示している。この表から少数の大企業中心の市場が形成されていることがわかる。上位3社の市場占有度は、平成3年には82.3パーセントと推定されている。それはナチュラルチーズの51.6パーセントを大きく上回る。ナチュラルチーズでは、近年ローカルブランドをもつ小規模のチーズプラントが多く設立されているが、プロセスチーズメーカーのほとんどは、いわゆる大企業によって占められているのである。

また、資本金1億円以上の企業がプロセスチーズ製造業の約50パーセント、プロセスチーズ原料用ナチュラルチーズ製造業の約70パーセント（昭和62年）を占めていることから、大企業中心の市場が形成されていることがわかる。

ナチュラルチーズの加工処理過程はそれほど複雑ではなく、製造過程で規模の経済性はたつきやすいことに加えて、輸入ナチュラルチーズを原料とすることで、国内の生乳調達面での制約を受けることがない。いっぽう、原料であるハードタイプのナチュラルチーズを自社で大量に製造する場合には、チーズ熟成のための貯蔵施設や金倉経費が嵩み、相当の運転資金を必要とするからである。むろんその他にも、多様なアイテム・風味の商品を開発し、品揃えを維持するためのノウハウ・資金力や、ブランド普及のための多額の投資を要求されることが、直接消費用ナチュラルチーズ以上に寡占的な市場形成とかわつ

ているといえよう。

3) 生乳処理メーカーの優位性

国内でナチュラルチーズを製造している乳業メーカーの市場シェアが高い。同じく表5でチーズメーカー別のシェアをみることにしよう。1992年の推定では、雪印乳業が54.2パーセントと過半を占めており、さらに明治乳業、森永乳業、キリンビール（小岩井乳業）を加えると、原料用ナチュラルチーズを自社で生産している企業のシェアは78.1パーセントにおよんでいることがわかる。

いっぽう、輸入ナチュラルチーズを原料としてプロセスチーズを製造しているメーカーの市場シェアは小さい。しかも従来すべて輸入ナチュラルチーズからプロセスチーズを製造していた六甲バターが、よつ葉乳業のナチュラルチーズの購入を拡大させているように、国産ナチュラルチーズの調達条件がプロセスチーズメーカーの市場競争力に大きな影響を与えている。

このことは関税割当制度などの国産ナチュラルチーズへの助成措置を活用しやすい乳業メーカーほど、原料コストの削減が容易であったことを示唆している。チーズ向け乳価による原料乳調達・ナチュラルチーズ製造によって、為替レート、国際ナチュラルチーズ価格の乱高下による原料コストの変動リスクを回避するとともに、ナチュラルチーズ製造過程での付加価値の実現、チーズ部門収益の安定化がはかられてきたといえよう。しかも関税割当によって調達した低価格の輸入ナチュラルチーズは、ナチュラルチーズ市場におけるチーズ輸入商社などとの販売競争を有利に進めるための製品として用いられることにもなった。

こうして国産ナチュラルチーズの生産振興を目的とする政策支援は、ナチュラルチーズを製造している乳業メーカーがプロセスチーズ市場で高いシェアを維持しうる基盤をなしてきた。一定数量のプロセスチーズ原料が数量・価格両面で安定的に確保されてきたことと、これらのチーズメーカーが消費者のニーズに対応した多様なプロセスチーズの製品開発に積極的であったこととは無関係ではない。プロセスチーズの製造が輸入原料の加工処理に留まらず、国産原料生産と結びつくことによって、チーズ部門の付加価値が高まり、プロセスチーズ市場への積極的な投資が継続的に行われてきたと考えられるからである。

4) 海外チーズメーカーの市場参入

以上みてきたように、プロセスチーズメーカーは国内の乳業メーカーを中心として構成されている。原料であるナチュラルチーズが輸入自由化されていながら、海外のチーズメーカー単独での参入はみられなかった。ボーデン社やクラフト社などの国際的なチーズメーカーの参入は、国内の乳業メーカーとの合弁会社設立という形でなされてきた。1970年にはMKチーズ（森永乳業とクラフト社の合弁会社）、続いて71年には明治ボーデン（明

治乳業とボーデン社の合併会社)が設立された。チーズ消費の拡大にともなって、プロセスチーズでは後発メーカーであった明治乳業・森永乳業は、プロセスチーズについての技術蓄積が豊富なアメリカのチーズメーカーとの提携を必要とした。クラフト社・ボーデン社も拡大しつつあるとはいえ、市場規模が小さな日本市場への参入の第一段階として、投資額を削減するために合併会社方式を選択せざるをえなかったからであるといえよう。

近年、こうした日本の乳業メーカーと海外チーズメーカーとの提携関係が揺らぎ始めている。明治ボーデンは1992年に解散し、明治乳業とボーデンジャパンがそれぞれ独自にチーズ製造・販売を行うこととなった。相互の利害対立の構図を明らかにすることは本稿の目的ではないが、それはプロセスチーズ輸入自由化を契機として、日本市場を世界市場の一部として捉える海外チーズメーカーとの間で日本市場にたいする認識のずれが拡大したことを示唆している。たとえば、日本市場を念頭においた従来の製品開発にたいする評価や、将来のチーズ生産体制ビジョンの差が明確になってきたと推測される。言い換えれば、プロセスチーズの輸入自由化は、次節で検討するような影響ばかりでなく、日本でのプロセスチーズ市場の発展・成熟化をふまえて、長期的には日本や海外のチーズ市場において、両者が激しく競合することが避けられないことを再認識させたのである。

4. プロセスチーズ輸入の実態

1989年4月からプロセスチーズは暫定関税率40%（基本関税45%）という条件で、輸入が自由化された。さきにみたように、輸入は国内消費量の約3パーセントに相当する2,000トン強に増大した。この程度の輸入拡大では国内市場に直接的な影響はでていない。

しかしながら、プロセスチーズの輸入実態に立ち入ってみると、この輸入自由化措置が予想外の展開を遂げたことがわかる。以下、具体的に日本に輸入されているプロセスチーズの内容に即して、自由化の意味を検討することにしよう。

(1) プロセスチーズの国際市場

プロセスチーズの輸入実績の推移についてはすでにみた。1992年には2,355トンのプロセスチーズが輸入された。そもそも海外でのプロセスチーズの生産はたいした量ではない。プロセスチーズはアメリカ市場で若干生産されているものの、ヨーロッパではあまりみかけられない商品である。それはむしろナチュラルチーズの生産ロスを原料として生産されてきた。プロセスチーズの製造を目的としたナチュラルチーズ生産は特殊なケースであるといつてよい。日本の消費者の嗜好に合ったプロセスチーズを国際市場で調達することは、短期的にはきわめて困難である。

では、2,000トンを超えて輸入されてきたプロセスチーズとはどのようなものであったのだろうか。

(2) 輸入先

輸入プロセスチーズの大半は、デンマーク、オランダ、フランスによって占められている。表6に示されるように、1991年のこの3国からの輸入実績は、数量ベースでは90.0%、金額ベースでも85.8%を占めている。しかも輸入先のほとんどがヨーロッパ諸国であり、アメリカやオセアニアからの輸入はごくわずかである(注5)。プロセスチーズ原料用のナチュラルチーズの過半が、ニュージーランドやオーストラリアから輸入されているのは対照的である。

このようにプロセスチーズの生産が例外的にしかみられないヨーロッパから、相当量のプロセスチーズが輸入されている。このことから今日、日本が輸入しているプロセスチーズが特殊なチーズであることが推測される。

(3) 品目

輸入プロセスチーズは大きく2つの品目、プロセスクリームチーズとスモークチーズによって構成されている(注6)。品目別の構成についての統計資料は得られなかったが、70%程度がプロセスクリームチーズ、20%程度がスモークチーズであるといわれる。

1) スモークチーズ

ナチュラルチーズを薫製した500トンのあまりのスモークチーズが、主としてオランダから輸入されている。これまでスモークチーズは国産より輸入品の方が、味・品質において優れていることが多く、高級スモークチーズは輸入に依存せざるをえないという状況が続いてきたからである。

ひとつには、スモークチーズ生産量がわずかなためである。日本のスモークチーズ消費量に対応した少量生産体制では、製造コストは割高にならざるをえない。関税割当制度を利用して、安価な輸入ゴーダチーズあるいはチェダーチーズを国内で粉碎し、スモークしたばあいでも、その製造原価は相当高くなってしまい、輸入品との価格競争には対抗しえないことが多い。

いまひとつは、良質な原料が得にくいからである。貯蔵性のあるスモークチーズは、ナチュラルチーズやプロセスチーズのやや品質が劣化した在庫を処理・調整するために製造されることがある。このような再生品とでもいいうるようなスモークチーズの品質の向上が難しいことは容易に想像されよう(注7)。近年は必ずしもこのような原料のみから製造されるわけではないが、依然としてスモークチーズの製造は、チーズの需給調整機能を担っているといわれる。

こうして日本ではスモークチーズの消費量が少なく、薫製施設の稼働率の維持が難しいために、輸入品が品質・価格面で国産品との市場競争では優位にあることが多い。その結果、スモークチーズは恒常的に主としてオランダから輸入されてきたのである(注8)。

2) プロセスクリームチーズ

クリームチーズに乳化剤である燐酸を添加したプロセスクリームチーズが、デンマークとフランスから輸入されている。クリームチーズはすでにナチュラルチーズとして認定されており、年間約1万トが主としてオーストラリアからAA品目として輸入されている。それにもかかわらず、乳化剤が添加され「プロセスチーズ化」したプロセスクリームチーズが、1,800トあまり日本向けに輸出されていることになる。

なぜこのような変則的な輸入が行われているのであろうか。その主たる理由はECの輸出補助金の体系にある。やや古い数字になるが、1990年のECの日本向けチーズの輸出補助金体系を表7に示した。クリームチーズの輸出補助金は100キログラム当たり43.62ECUであるのに対して、プロセスクリームチーズの輸出補助金は126.87ECUとなっている。ほぼ3倍の輸出補助金がプロセスクリームチーズには支出されていることになる。

そもそもプロセスクリームチーズは一般的に市場流通している製品ではない。それは日本のチーズ輸入商社がフランス、デンマークの乳業メーカーの協力のもとで製品開発したものであり、いわば日本市場を念頭においた品目となっている。したがってプロセスクリームチーズに設定された高額な輸出補助金は、事実上、日本向けの輸出拡大のために戦略的に設けられた補助金として位置づけられる。

では、プロセスクリームチーズとはどのような乳製品なのであろうか。乳固形分の70パーセント以上の乳脂肪を含むクリームチーズに乳化剤を添加したものがプロセスクリームチーズであり、品質面ではクリームチーズとほとんど変わらない。したがってその用途もクリームチーズと同様であり、クリームチーズケーキなどの材料として使用されている。しかも乳脂肪を多く含んでいるので、溶解すればバター・生クリームと成分面での大きな差はなく、ECの輸出補助金によって低価格で輸入されたプロセスクリームチーズは、広範な用途に利用しうることになる(注9)。

たとえば、それはクリーム入り(クリームタイプ)のプロセスチーズやマーガリン、廉価なチーズケーキの原料をはじめとして、チーズ風味の調製油脂として広く使用される。こうしてプロセスクリームチーズは輸出補助金付きの調整油脂として位置づけられている。

ちなみに、バター成分が70パーセント以下の油脂調整品の輸入量は、1991年には23,068トン(生乳換算で259,977トン)となっており、バターの生産量75,922トン(生乳換算で993,819トン)にたいして、生乳換算で26.2パーセントを占めている。プロセスクリームチーズの正確な生乳換算はできないが、ほぼ20,000トン(1,700トン×12~13)と推定され、調製油脂の約10パーセントに相当する。

プロセスクリームチーズが調製油脂をはじめとしてどのような乳製品と代替したのかは、今後の分析にまたなければならぬが、バターの輸入が原則的に禁止されているなかで、新たな油脂輸入の途を政府が公式的に認めたことは注目に値する。通常の調製油脂とは異

なって、ECの戦略的な輸出政策の一環として、多額の輸出補助金が交付されている油脂が輸入されたことになるのである（注10）。

5. 日本のプロセスチーズ市場の展望と課題

以上みてきたように、プロセスチーズの輸入自由化は短期的には調製油脂としてのプロセスクリームチーズの輸入拡大を促した。これまでさまざまな農産物の輸入自由化が繰り返され、そのたびに輸入自由化の意外な展開を予測しえず、あるいは予測することができても楽観的な見通しのもとで軽視され、自由化の影響にたいする的確な把握と対応が阻害されてきた。

そこで以下では、プロセスチーズの輸入自由化がわれわれに投げかけている課題を、プロセスチーズ製品と原料用ナチュラルチーズに分けて整理することにしよう。それはいっそう激しく迫られつつある農産物輸入自由化による国内市場への影響を考察するさいの、ひとつの手がかりとなるにちがいない。

(1) プロセスチーズ製品

1) 乳製品の国境調整システム

プロセスクリームチーズ輸入の増大に示されるように、プロセスチーズの輸入自由化は補助金つきのバターや脱脂粉乳の調製品輸入を認めたことになった。プロセスチーズとして分類されながら、輸入が禁止されているバターや脱脂粉乳と代替しうる乳製品が、日本側のもとめに応じて、今後さらにECで製造・輸出される可能性があることを示唆している。

指定乳製品であるバターや脱脂粉乳の輸入禁止措置が、このような特定の乳製品に限定した輸入自由化によって、なし崩し的に形骸化しつつある。乳製品の調製品輸入拡大ばかりでなく、部分的な輸入自由化によって、輸入が規制されている他の乳製品と代替する乳製品の輸入増大が進み、実質的な輸入枠拡大がもたらされるからである。

規制緩和の連鎖が複雑に絡み合いながら、関連する市場全体への影響が無視しえなくなり、乳製品の国境調整の機能をあり方が根本的に見直されなければならない状況へと進みつつあることを、プロセスチーズの輸入自由化は改めてわれわれに問いかけている。言い換えれば、国境調整機能の内部崩壊傾向と指定乳製品の実質的な輸入増大を放置することによって、すべての乳製品の輸入自由化を事後追認的に決定するというシナリオを改めるかどうかを決めるべき時期に立ちいたっているのである。プロセスチーズ輸入自由化後の輸入実績がさしあたり2,500トン程度に留まるとしても、以上の点を軽視することはできない。

2) プロセスチーズの輸入拡大

日本のプロセスチーズはさきにもたのように、成型・包装・品質などの面で、欧米のプロセスチーズにくらべてきわめて多様な製品を開発してきた。こうした日本のチーズメーカーの製造・マーケティング技術の蓄積が、海外のチーズメーカーとの市場競争力を支え、国内でのプロセスチーズ製造を維持してきたといえよう。

それではプロセスチーズ製品は、今後とも大量に輸入されることはないと考えられるであろうか。それは日本の乳業メーカーが積極的に直接投資を進めているアジア地域でのプロセスチーズ市場の拡大の動向にかかわっている。

牛乳・乳製品の消費習慣がなかったアジア諸国においても牛乳・乳製品市場が急速に拡大している。所得水準が上昇するとともに、牛乳・乳製品は健康食品、近代的食生活の象徴として、次第に伝統的な食生活のなかに浸透しつつある。チーズの消費も長期的には相当の伸びを示すことになるだろう。

これらの地域で生産・消費されるチーズは、欧米とは異なってナチュラルチーズよりもプロセスチーズである可能性が高い。日本のこれまでの経過を振り返っても、ナチュラルチーズは製造・流通面での製品管理が難しいうえに、その独特の味覚・風味がそのまま各地域の消費者に受け入れられるとはいえないからである。むしろ保管が容易で、味覚なども各地の嗜好にある程度調整することができるプロセスチーズの方が、チーズ消費の習慣がない地域には適しているといえよう。さらにアジア地域に日本の乳業メーカーが合弁会社を設置するなど、海外直接投資に積極的に乗り出しており、日本のプロセスチーズのノウハウの移転によって、それぞれの地域でプロセスチーズ市場が定着すると考えることもあながち非現実的であるとはいえない。

アジア地域のプロセスチーズ市場の拡大は、オセアニアに近い東南アジア諸国でのプロセスチーズ製造を可能とする。相当量のプロセスチーズがこれらの諸国から輸入されるという状況も長期的には十分に生じうる。

これらの地域は日本への輸送条件にも恵まれている。ECやオセアニアからの輸入品は小売店の店頭で並ぶまでに、製造日から少なくとも3ヵ月を要する。いっぽう東南アジアをはじめとするアジア諸国からの輸送期間はほぼ1週間であり、国産プロセスチーズとそれほど変わらない。通常、プロセスチーズの店頭で置かれるプロセスチーズの期限は製造日付から小売店で3ヵ月、量販店で2ヵ月間程度である。最近検討され始めている賞味期限重視の表示方法への転換は、いっそう日本への輸送日数が短いアジア地域の優位性を増すことになるだろう。

そのばあい、プロセスチーズの輸入自由化は、アジア地域で大量生産されたプロセスチーズの輸入拡大という形で、日本のプロセスチーズ市場への直接的な影響をもたらすことになるだろう。長期的視点からみるならば、今回のプロセスチーズの輸入自由化も、将来の乳製品の国境調整体系の抜け穴を大きくし、その抜本的な再検討を促すような措置であった

かもしれない。戦後まもなく輸入自由化されたナチュラルチーズと同様の事例が、いままた繰り返されているのかもしれない。

(2) 原料用ナチュラルチーズ

プロセスチーズの輸入自由化が、さしあたって国内のプロセスチーズ市場に大きな混乱をもたらさなかったのは、チーズにたいする価格・流通政策がそのまま維持されてきたからである。減少しつつあるとはいえ、チーズ消費の半分程度を占めるプロセスチーズ原料用ナチュラルチーズを将来にわたって国内で確保するかどうかという、より本質的な問題は、国産ナチュラルチーズ生産にたいする今後の奨励施策のあり方にかかわっている。

国産ナチュラルチーズの価格・流通政策である関税割当制度とチーズ向け乳価の設定が、ガットのウルグアイ・ラウンドでの交渉対象となることはいままでの政策・規制にたいするECやオセアニアの諸国からの批判が相次いでいるからである。

今後、比較的近い時期に、プロセスチーズ原料として国内で一定程度のナチュラルチーズを確保するのか、あるいは国内で生産するナチュラルチーズはもっぱら鮮度が重視される直接消費用のソフト系のものに限定して、プロセスチーズ原料用のナチュラルチーズは輸入に依存するかどうかという選択を迫られることになる。

そのばあい、チーズ向け生乳の価格支持・ナチュラルチーズの国境調整システムの再編について留意するべきであろう。不足払い制度における生乳の基準取引価格の水準には、国際価格との関連は間接的にしか反映されない。いっぽうチーズ向け生乳には、輸入プロセスチーズとの競争力を確保するために、関税割当制度にくわえて、別の枠組みでの最低支持価格と補給金交付の仕組みが用意された。すでにナチュラルチーズが輸入自由化されているだけに、いっそう国際価格との関連を強く意識した助成措置をとらざるをえなくなっているからである。

しかしこうした原料用ナチュラルチーズの価格競争力を維持するための手段はかなり複雑であり、暫定的なものとなっている。大幅な為替レートの変動には対応しえない関税割当制度は、チーズ向け生乳への奨励金交付をどのように補完するのか、チーズ向け生乳価格水準の引下げの効果が、特定の乳業メーカーの利潤確保に偏ってはいないか。国産ナチュラルチーズ生産奨励措置の評価は、制度の錯綜化によって難しくなっている。

また、チーズ向け生乳の生産者手取り価格は保証価格より1キログラム当たり25円程度低く、生産者負担による生乳需要拡大策としても位置づけられており、しかもチーズ向け生乳への奨励金交付は暫定的な措置とされる。長期的に原料用ナチュラルチーズを国内で確保するかどうかについては、明確な姿勢はみられない。国産ナチュラルチーズ生産を維持するのであれば、ガットで合意されつつある国内農業保護の制約を受ける可能性があるが、国際価格と連動した市場価格と政策的な保証価格との差額を生産者に交付する本来の形での不足払い制度の採用を検討するべきであろう。価格支持方法を単純化し、政策目標を一般

に理解しやすくするとともに、助成の効果を評価しやすくすることが必要である。

以上みてきたことは、国内で確保する乳製品にたいするビジョンとかかわる。たとえば、①日本の酪農生産の規模、②生乳処理の用途（飲用牛乳に限定するのか、あるいは一定の乳製品生産を確保するのか）、③国産乳製品の範囲（国産乳製品を生産するのであれば、それはどのような品目をどの程度生産するのか）などの検討を抜きにして、原料用ナチュラルチーズを含めたプロセスチーズの自由化問題は明らかにならない。

表面的には些細な影響しかおよぼさなかった平成元年のプロセスチーズ自由化も、これまで検討してきたように、乳製品や生乳生産のビジョンと、そのための国境調整措置・価格政策などの政策システムと関連させて議論していかなければならないことをわれわれに問いかけている。

*本稿の取りまとめに際して、農林水産省牛乳乳製品課迫田潔、島森剛両氏、チーズ普及協議会宮入久直氏、食料需給研究センターの村上陽子、関根隆夫両氏に大変お世話になった。さらに大手チーズメーカー、商社の方々から多くの知見をえることができた。心より感謝申し上げたい。

また図表作成に際して東京大学経済学部秘書室富井瞳氏にお世話になった。なお、本稿にありうるすべての誤りは、当然ながら筆者に帰するものである。

(注1) 厚生省生活衛生局「チーズの分類に関する検討会結果」(1987年3月25日)

参照。

(注2) チーズ普及協議会の推定による。

(注3) 宮入久直「まだ遠いナチュラルチーズ時代」『デーリマン』1992年4月号参照。

(注4) 国産ナチュラルチーズ価格をA、輸入ナチュラルチーズ価格をBとする。次の不等式が成立するとき、関税割当制度を利用した場合の原料価格が低くなる。

$$\{A \times 1 + (1+0.1) B \times 2\} < (1+0.35+0.1) B \times 3$$

$$A < 2.15B$$

(注5) 1992年の国別輸入実績によると、アメリカから1~7月に総計238トンのプロセスチーズが輸入され、輸入総量に占める比率も10.1パーセントにおよんだ。しかし、それはスポット的な輸入であり、恒常的な輸入は依然として、フランスやデンマークなどとなっている。

(注6) 輸入プロセスチーズの商品分類別動向などの細部にわたる公式統計はない。したがって、以下の点についてのデータは業界でのヒアリングにもとづくものである。

(注7) スモークチーズはプロセスチーズ輸入自由化以前から、毎年400トン程度ナチュラルチーズに分類されて輸入されていた。「ナチュラルな」フレーバーを拡大解釈し、AA品目であるナチュラルチーズのなかに分類されていたからであるといわれる。ともあれ、近年のプロセスチーズ輸入の拡大を促した要因のひとつは、これまですでに輸入されていたスモークチーズが、プロセスチーズに分類されるようになったものであり、分類変更による輸入増である可能性が高い。

(注8) むろんスモークチーズ消費が拡大すれば、国内の生産条件の変化とともに、品質の向上がはかられよう。スモークチーズの輸入が今後とも引き続いて増大し、国産スモークチーズ生産を拡大する余地がまったく閉ざされているわけではない。

(注9) 原料として乳化剤添加がされていないクリームチーズを必要とする需要者は、従来どおり、オーストラリアなどから輸出されるクリームチーズを使用しており、それと完全な代替関係にあるわけではない。

(注10) プロセスクリームチーズの油脂調製品との代替性は、その乳固形分含有率によ

って大きく左右されることになろう。乳固形分70パーセント以上のプロセスクリームチーズが大半を占めることになれば、国内市場への影響も大きくなるが、この点については明らかではない。プロセスクリームチーズの成分、用途、他の原料との代替性などの解明とともに、油脂調製品市場についての分析が必要であり、これらについては今後の課題としたい。

表1 プロセスチーズ輸入依存率

単位：トン，%

年	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
国内消費量	63,808	65,270	69,785	72,975	74,033	75,897	80,814
国内生産量	63,767	65,216	69,740	72,785	73,606	73,887	78,647
輸 入 量	41	54	45	190	427	2,010	2,167
輸入依存率	0.1	0.1	0.1	0.3	0.6	2.6	2.7

資料：農水省牛乳乳製品課資料 および 大蔵省「貿易月表」。

表2 チーズ輸入の推移

単位：トン，百万円

年	プロセスチーズ		チーズ・カード(ナチュラルチーズ)	
	数量	金額	数量	金額
1960	0	0	1,432	418
1965	91	39	9,789	2,267
1970	443	197	33,752	7,204
1975	286	177	48,438	20,653
1980	175	100	74,488	30,540
1985	44	29	81,593	29,805
1986	55	26	81,152	22,597
1987	39	20	94,143	24,463
1988	49	20	114,301	30,972
1989	396	188	111,646	37,631
1990	1,700	789	106,193	41,632
1991	2,211	1,007	121,839	41,584

資料：大蔵省「貿易月表」.

表3 プロセスチーズ原料用ナチュラルチーズの国産比率

単位：トン，%

	1975	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991(年)
プロセス原料用 ナチュラルチーズ	9,401	10,089	13,840	15,904	16,879	16,262	17,034	18,263	17,559
国産チーズ	38,823	45,410	40,200	39,364	42,223	45,420	45,344	44,353	49,091
輸入チーズ	19.5	18.2	25.6	28.8	28.6	26.4	27.3	29.2	26.3
国産比率									

資料：農水省牛乳製品課資料。

表4 酪農安定特別奨励金の推移

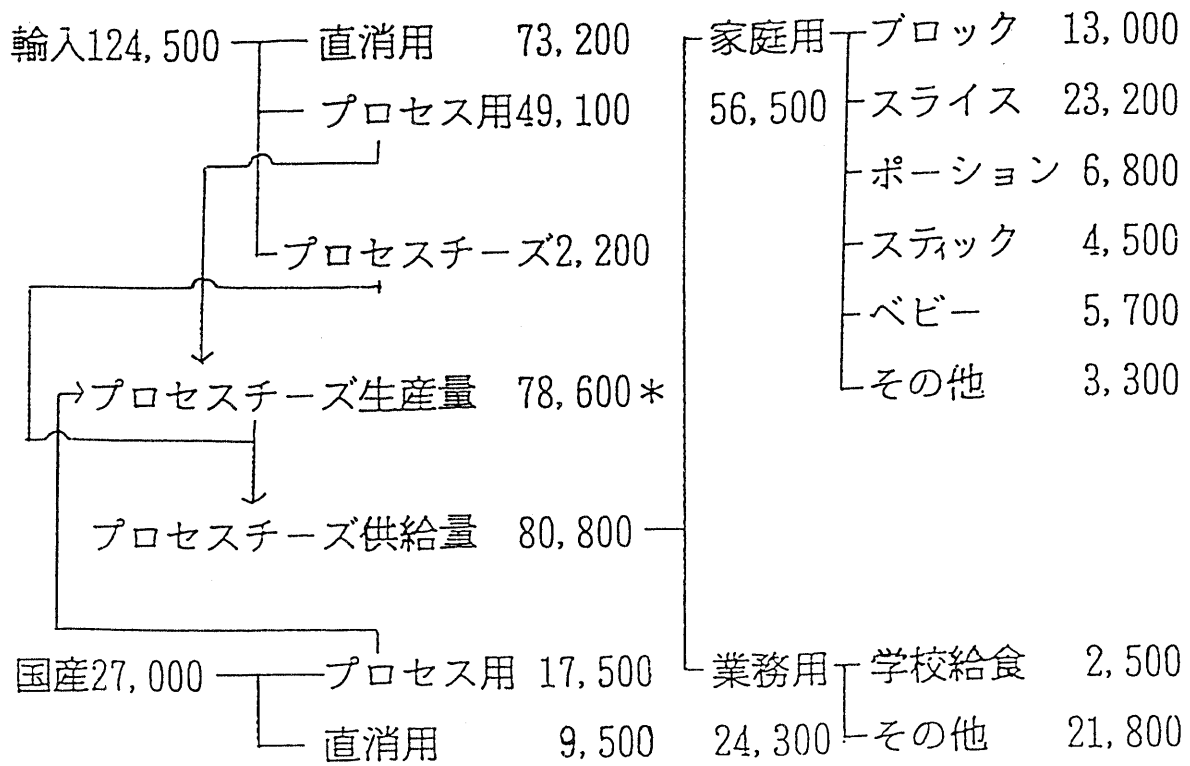
単位：円/kg

年度	1987	1988	1989	1990	1991	1992
チーズ奨励金単価	15.00	13.30	12.50	11.70	11.30	10.10
チーズ乳価	31.30	31.30	39.15	41.00	41.00	41.00
生産者手取り価格	46.30	44.60	51.65	52.70	52.30	51.10

資料：農水省牛乳乳製品課資料。

図1 プロセスチーズの流通（1991年）

単位：トン



資料：農水省牛乳乳製品課およびA商社資料。

注： *プロセス原料用ナチュラルチーズをプロセス製品ベースで換算している

表5 スライスプロセスチーズの市場占有状況

(単位：百万円、%)

企業名	1990年		1991年		1992(見込)	
	販売額	シェア	販売額	シェア	販売額	シェア
雪印乳業	14,000	53.4	15,700	54.7	16,800	54.2
明治乳業	4,100	15.6	4,000	13.9	4,500	14.5
六甲バター	3,500	13.4	3,600	12.5	4,200	13.5
森永乳業	2,700	10.3	2,800	9.8	2,900	9.4
キリンビール	45	0.2	55	0.2	150	0.5
モーテンジャパン	-	-	-	-	500	1.6
その他	1,855	7.1	2,545	8.9	1,950	6.3
合計	26,200	100.0	28,700	100.0	31,000	100.0

注：(株)富士経済の推定による。

表6 プロセスチーズ国別輸入実績(1991年)

単位: Kg, 千円、%

	数量	価額
デンマーク	928,203(42.0)	365,666(36.3)
フランス	860,634(38.9)	395,337(39.3)
オランダ	200,931(9.1)	102,457(10.2)
ドイツ	167,794(7.6)	103,409(10.3)
ノルウェー	29,563(1.3)	21,145(2.1)
イタリア	9,743(0.4)	9,259(0.9)
スイス	8,805(0.4)	6,926(0.7)
オーストリア	3,333(0.2)	2,038(0.2)
アメリカ	1,051(0.0)	545(0.1)
ニュージーランド	1,068(0.0)	399(0.0)
計	2,211,125(100.0)	1,007,181(100.0)

出典: 大蔵省「貿易月表」.

注: () 内は構成比を示す.

表7 ECの日本向けチーズ輸出補助金(1990年7月20日現在)

単位: ECU/100Kg

プロセスチーズ	103.95
プロセスクリームチーズ	126.87
クリームチーズ	43.62
(参考)	
エメンタール	159.34
チェダー	139.68
エダム	123.35
モツアレラ	135.35

資料: A総合商社調べ.