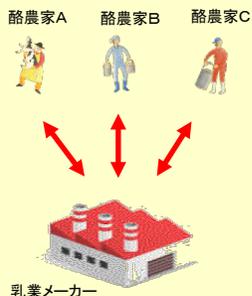


# 指定団体制度の概要

- 生乳は、毎日生産される一方、腐敗しやすく貯蔵性がない液体であること(生乳の特性)から、短時間のうちに乳業メーカーに引き取ってもらう必要があり、酪農家が価格交渉上不利な立場に置かれる傾向。  
このため、指定生乳生産者団体(指定団体)が、より多くの酪農家から生乳の販売委託を受け、価格交渉力を強化して乳業メーカーと対等に交渉。
- また、指定団体は、乳業メーカーとの価格交渉に加えて、次の取組も実施。
  - ① 液状で輸送コストがかさむ生乳をまとめて輸送し、輸送コストを削減。
  - ② 広域的な販売ルートにより生乳の販売先を調整し、生産された生乳を廃棄することなく販売。
  - ③ 生乳の需給変動(天候や景気の変動により生じる生産過剰等)リスクをより多くの酪農家に分散して負担。
- 国としては、指定団体を通じて加工原料乳生産者補給金を交付することにより、このような取組を後押し。

## 【価格交渉力の強化】

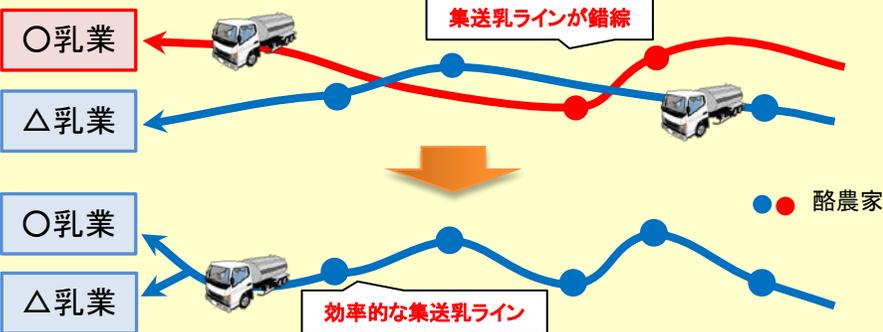


生乳の特性により交渉上不利な立場に置かれ、適正な乳価水準が確保できない

指定団体の取引量を増やし、価格交渉力を強化して、適正な乳価水準を実現

## 【輸送コストの削減】

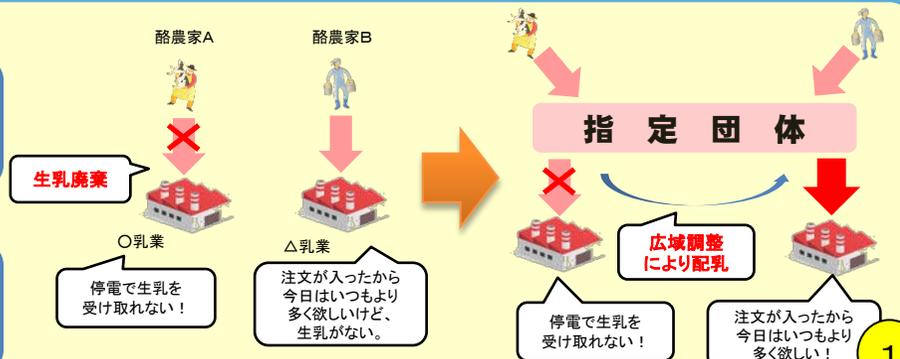
バラバラに生乳を輸送することで、非効率的な集送乳ラインとなり、輸送コストが増大



指定団体がまとめて生乳を輸送することで、効率的な集送乳ラインとなり、輸送コストを削減

## 【販売調整力の強化】

販売先の事情等により生乳を販売できなくなり、生乳廃棄が発生



複数の販売先をもつ指定団体が販売先を調整し、生乳を廃棄せず売り切る

# 生乳販売と指定団体制度との関係①

- 生乳の販売先については、酪農家が自由に選択することが可能。
- 毎日生産される一方、腐敗しやすく貯蔵性がない等といった生乳の特性により、酪農家自らが需要に合わせて個別に出荷することは困難な場合が多いこと等から、結果的に指定団体を通じて委託販売を行う酪農家が大部分を占めている（指定団体経由での販売シェア：95%以上）。
- 指定団体に生乳を販売委託する場合でも、酪農家が6次産業化の取組により自ら牛乳・乳製品の製造・販売等を行うことは可能。

## 1 指定団体に販売委託する場合

- ① 全量を販売委託  
委託を受けた指定団体による販売を基本としつつ、
  - i) 特色ある生乳(※1)については、他の生乳と区別して、プレミアム乳価で販売委託することが可能。また、プレミアム分について、酪農家が乳業者と直接乳価交渉することも可能。
  - ii) 自ら牛乳・乳製品を製造・販売する場合には、指定団体から生乳を購入することも可能。
- ② 一部を販売委託  
指定団体に販売委託しつつ、
  - i) 一部の生乳(日量3.0t以下≒搾乳牛100頭分)を自ら(※2)牛乳・乳製品に加工・販売することが可能。
  - ii) 特色ある生乳(※1)を乳業者(日量処理能力3.0t以下)に直接販売することが可能。

※1 non-GMO飼料、オーガニック飼料、ジャージー種等、他の生乳と差別化が図られ、同じ用途の他の生乳と比べて高い価格で販売が可能な生乳

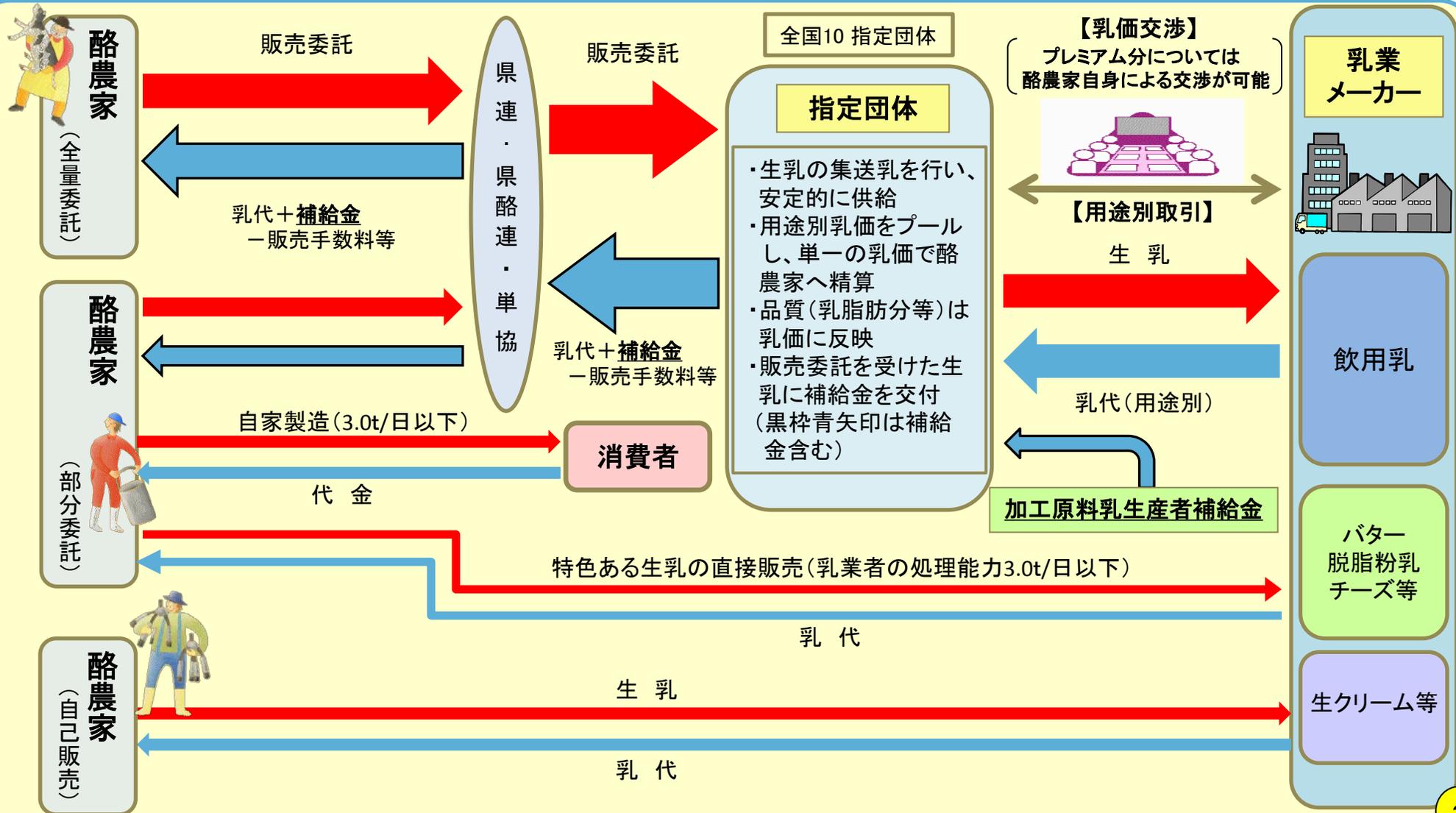
※2 法人経営や共同経営の形態も可能

酪農家

## 2 指定団体に委託せず全て自ら販売/加工する場合 → 制約なし

# 生乳販売と指定団体制度との関係②

- 指定団体は、酪農家から生乳販売の委託を受けて共同販売し、乳業メーカー各社と用途別（飲用向け、乳製品向け等）に乳価交渉。乳業メーカーからの用途や品質に応じた乳代をプールし、酪農家に出荷量及び品質に応じて加工原料乳生産者補給金とともに支払い。
- 指定団体への販売委託によらない生乳の販売や加工も行われているところ。



# (参考) 全国の指定団体

○ 加工原料乳生産者補給金等暫定措置法(昭和40年法律第112号)に基づき、全国で10団体が指定団体として指定されている。

