

第4回生乳の需給等に係る 情報交換会議資料

令和6年4月
農林水産省畜産局
牛乳乳製品課

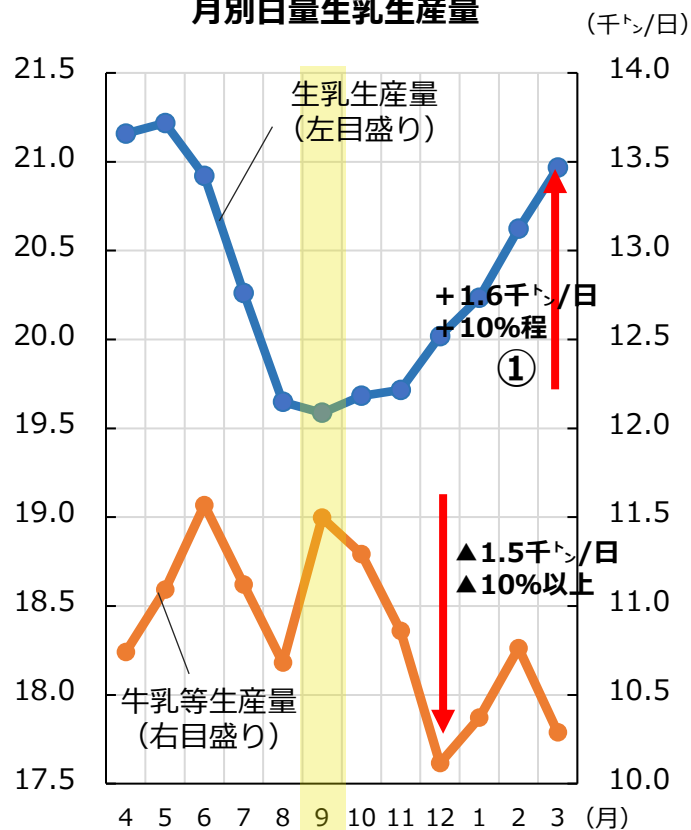
1 全国的な需給調整について

生乳需給調整の基本的な考え方と課題

- 生乳、特に飲用仕向けは需給変動に弱く価格が暴落しやすい。飲用の需要変動分(下図①、②)は主に北海道の指定団体を介して脱バに仕向けており、これによって飲用仕向け価格の暴落を防いでいる。
- 他方、ここ数年は、脱脂粉乳需要のみが低迷(下図③)。対策により(値下げ財源を確保し)、輸入品との置き換え等により需給調整機能を維持している。

季節

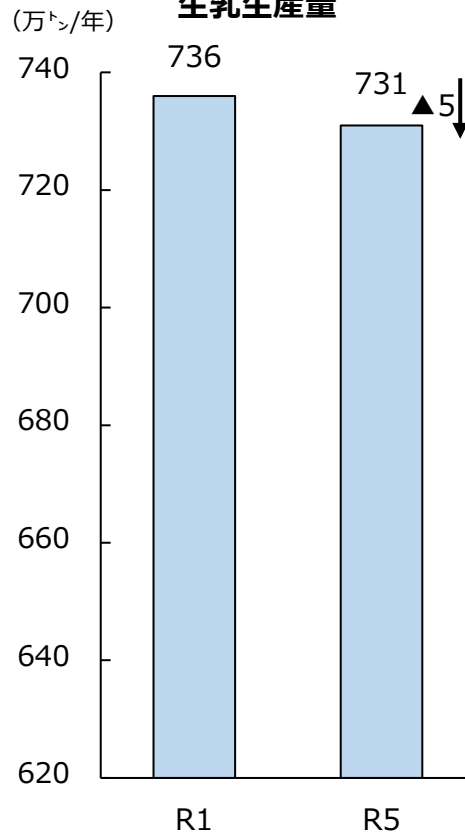
月別日量生乳生産量



⇒ 需要期に供給するためには、不需求期を中心に脱バ生産が不可欠(①)。

消費構造

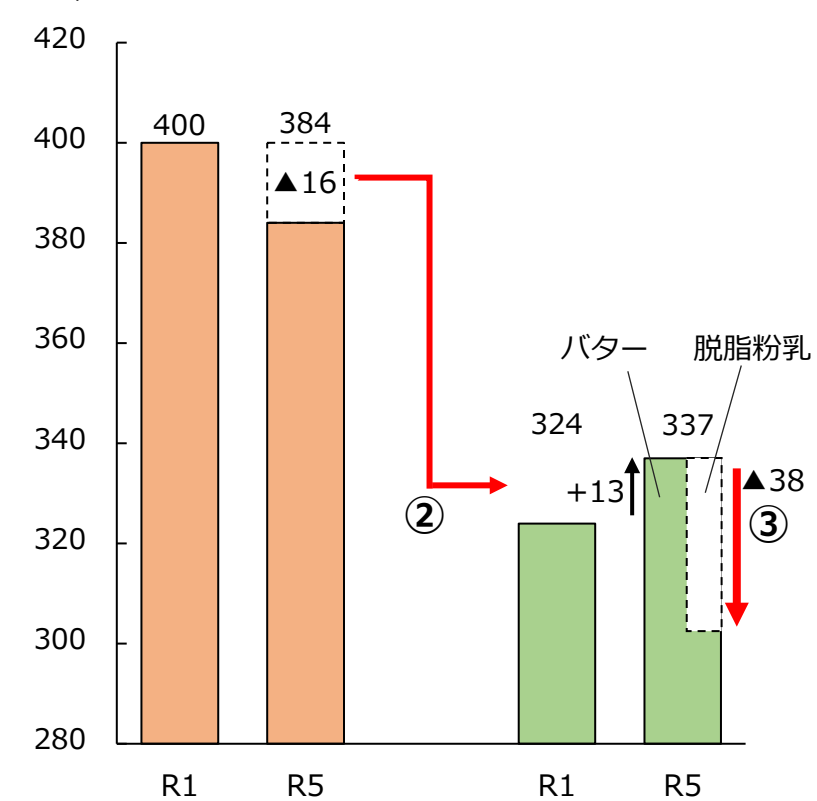
生乳生産量



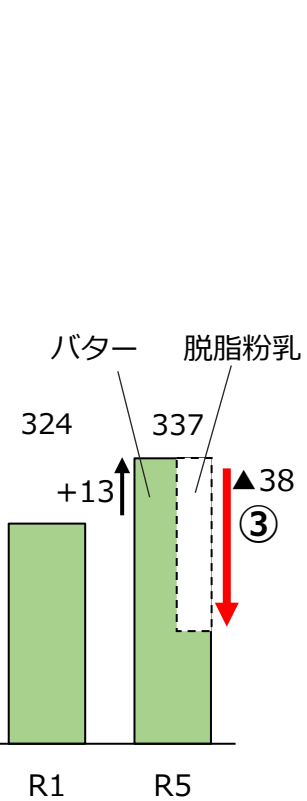
⇒ 牛乳等の需要変動分は脱バで吸収(②)。

⇒ ここ数年、脱脂粉乳の需要のみが低迷しているとの課題(③)。牛乳の価格の安定及び牛乳の安定供給には、この課題への対応が不可欠。

牛乳等向け



乳製品向け



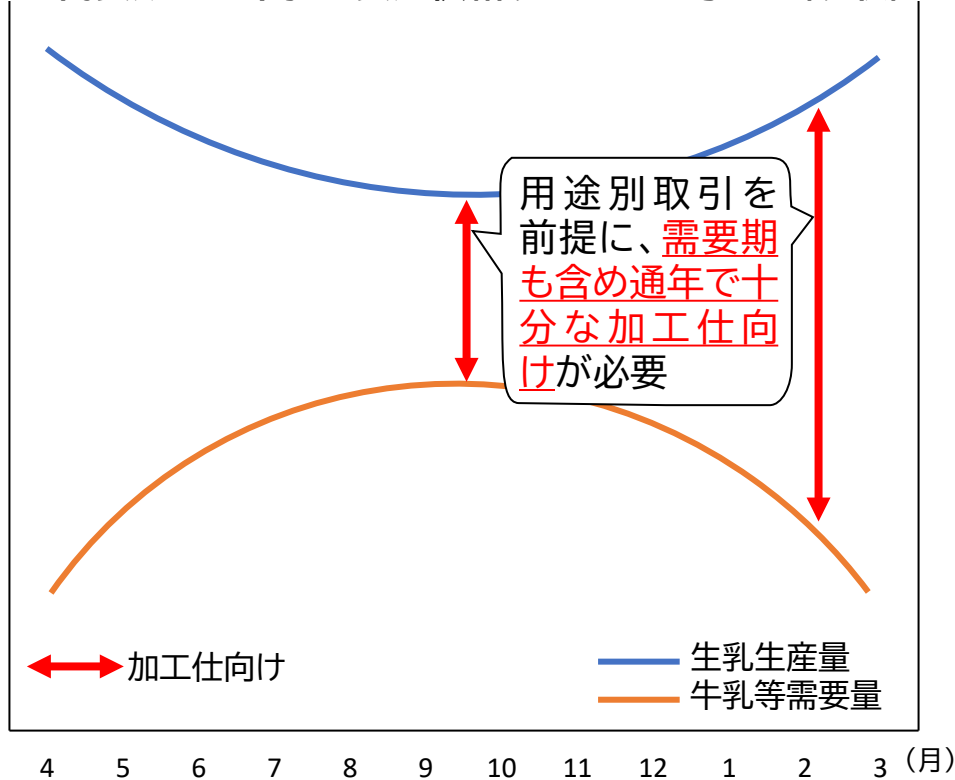
全国的な需給安定のための取組(前回の提案内容の整理)

	取組案	取り組むにあたっての課題等
牛乳の消費拡大	・有機、A2など新たな付加価値の創出	・サプライチェーンでの連携の場の確保 ・消費者ニーズの把握
	・牛乳や酪農についての価値の訴求	・業界全体の連携 ・訴求点(栄養的価値、食料安全保障、酪農の意義等) ・効果的な広報手法
	・輸出の拡大	・輸出先国内での連携(市場調査、キャンペーン、ブランディング) ・賞味期限、価格差、安定供給/スポット供給 ・訴求点(品質)
生乳の需給安定	・飼養頭数や種付け率についての情報発信	・需給上適切な指標の設定と酪農家への情報発信手法
	・乳製品工場の稼働率確保や不 需要期の負担の低減	・全国の牛乳価格の安定に加え、牛乳の安定供給のためにも加工に仕向けており、こうした需給調整コストの負担のあり方
	・需要期における成分無調整牛乳に代替する乳飲料等の供給	・成分無調整牛乳市場の縮小
	・脱脂粉乳の過剰在庫を飼料等として使用(輸入品との置換)	・負担の公平性 ・取組の透明性とこれまでの取組の効果の検証

次頁参照

生乳生産量と需給調整の関係

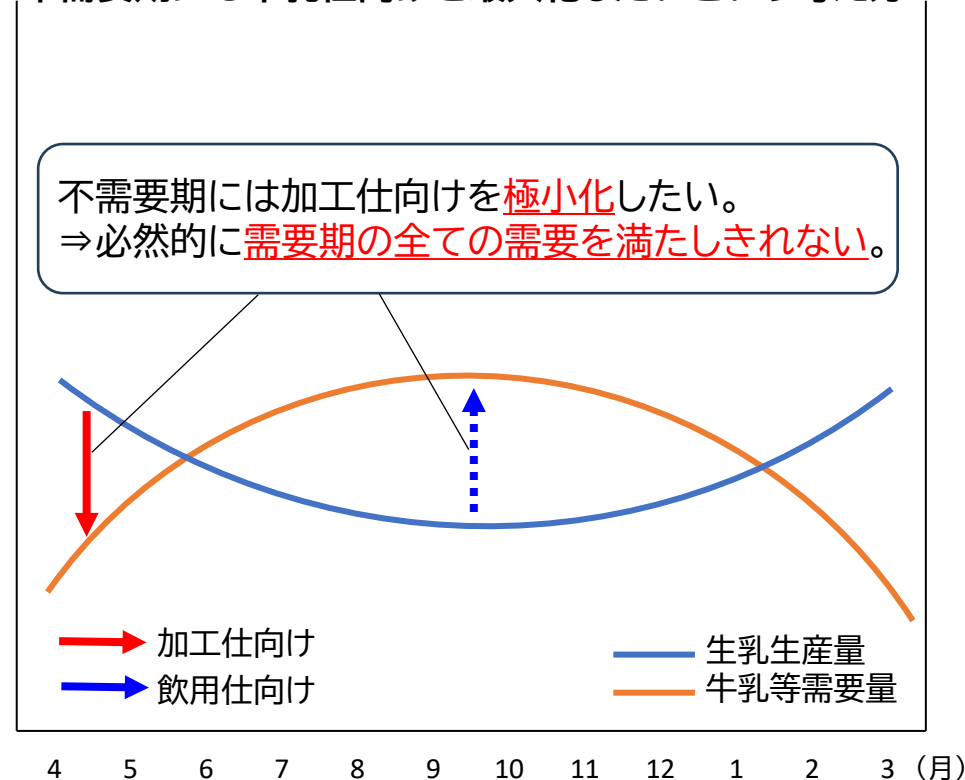
需要期にも牛乳を安定供給するという考え方(現状)



【課題】

- (1) 乳製品工場の通年操業の確保
- (2) 牛乳の需要減少や、脱脂粉乳とバターの需要の跛行等生乳需給の構造問題(需給調整コスト)の一部事業者へのしわ寄せ

不需要期にも牛乳仕向けを最大化したいという考え方



【課題】

- (1) 需要に合わせた生産、つまり、生産カーブ(下に凸)の形状を需要カーブ(上に凸)に合わせること
⇒牛の生体を鑑みると困難
- (2) 需要に合わせた供給、つまり、需要期に不足する分の、他の地域や事業者による供給、又は、成分無調整牛乳に代わる乳飲料等による供給
⇒後者については、成分無調整牛乳市場の縮小は国産生乳の優位性や高い生産者乳価を毀損する可能性

生乳の用途別取引と需給調整の考え方

- 乳価の安定と牛乳の安定供給のためには、用途別取引を前提に牛乳需要に合わせて生乳を乳製品に仕向ける（需給調整）とともに、不測の変動分にも対応できる乳製品生産能力の確保・維持が重要。
- 牛乳の市場環境は、これまで、この需給調整の枠組みが支えてきた。

・牛乳は、保存性が低く、様々な要因で供給過剰と価格暴落が起こりやすい。

例えば、冬だけでなく、冷夏でも需給が緩和。災害による供給網の乱れでも余剰が発生。また、今後の人口減の影響も懸念。
更に、酪農生産体制構築に3～5年以上必要。

・昭和40年代以降、生産者向けの乳価を安定させ、消費者に牛乳を安定供給する枠組みが徐々に確立。

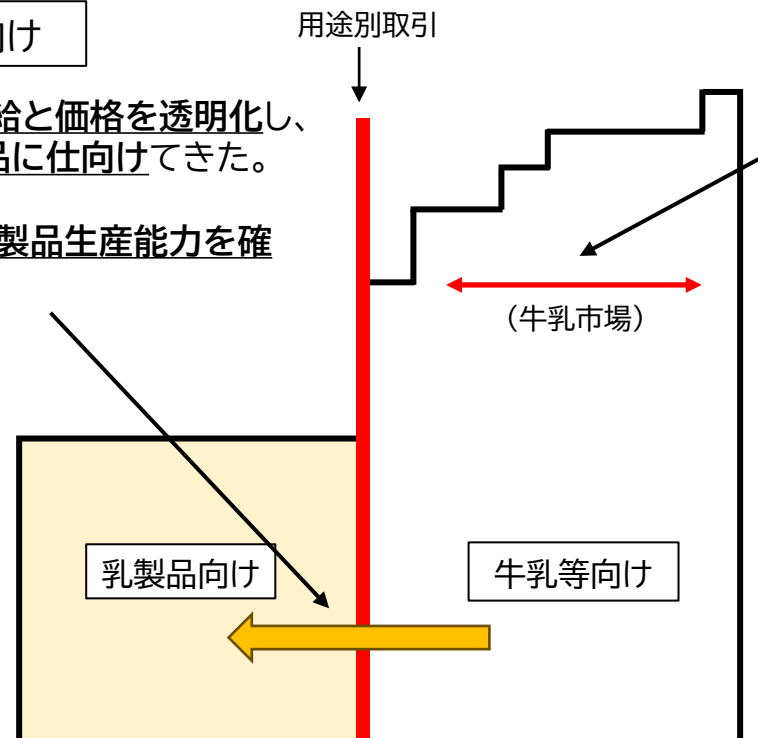
①牛乳の需給調整としての乳製品仕向け

・これまで、①用途別取引により牛乳の需給と価格を透明化し、
②その牛乳需給に合わせて生乳を乳製品に仕向けてきた。

・今後も、不測の変動分にも対応できる乳製品生産能力を確保・維持することが重要。

②牛乳の市場環境

・これまで、牛乳という商品の市場環境は、牛乳及び酪農の性質を踏まえた、供給過剰と価格暴落を防ぐための左記の枠組みが支えてきた。



用途別取引と需給調整について

- 用途別乳価は、生産者からみたときに、**同じ生乳であるにも関わらず何に仕向けられたかで価格が変わるので理解しがたい**。一物一価にすれば混乱は起きると思うが、供給量が本当に減ってしまうかは疑問。海外をみれば生乳の取引は様々。**用途別乳価や制度も含めて、牛乳の位置づけを議論する場が必要**と考える。
- **諸外国の乳価**は一本とは言い切れないが、**基本的に国際市場で価格が形成されるので、乳価が市況に左右される中で生乳生産がなされている**。**多くの酪農家は乳価の大きな変動を良しとしないのではないか**。
- 牛乳向け生乳は過剰供給になってしまうこと、牛乳需要自体にボラティリティがあることから需給調整が必要となる。飲用向けが増えるだけ農家の所得は増えるが、需給調整は大変になる関係。このため、**変動乳価だからこそ取れるもの、安定乳価のために諦めないといけないものがある**と認識。**どっちにスポットを当てるか**だが、**全ての関係者が100%満足する世界というのは難しい**のではないか。
- 北海道でなぜ自主流通が盛んなのかというと、用途別乳価で少しでも高く売りたいと希望する酪農家さんが多いから。**用途別乳価の是非は考えるべきと思うが、生産者としては、乳価の変動は好ましくない**。
- 乳製品加工によらない需給調整もあるが、やはり賞味期限が長い**脱脂粉乳バター**が持つ**需給調整機能は非常に強力**。世界に目を向けても輸出国を除き、**一本乳価にして成功した事例は聞いたことがない**。イギリスのようにはっきりした失敗事例(MMB解体に伴う一本乳価への移行と乳価の下落)を目にしている分、**今の脱脂粉乳バターを需給調整弁とする仕組みを根本から変えることは非常に怖い**。

【参考】日本とEUの生乳価格

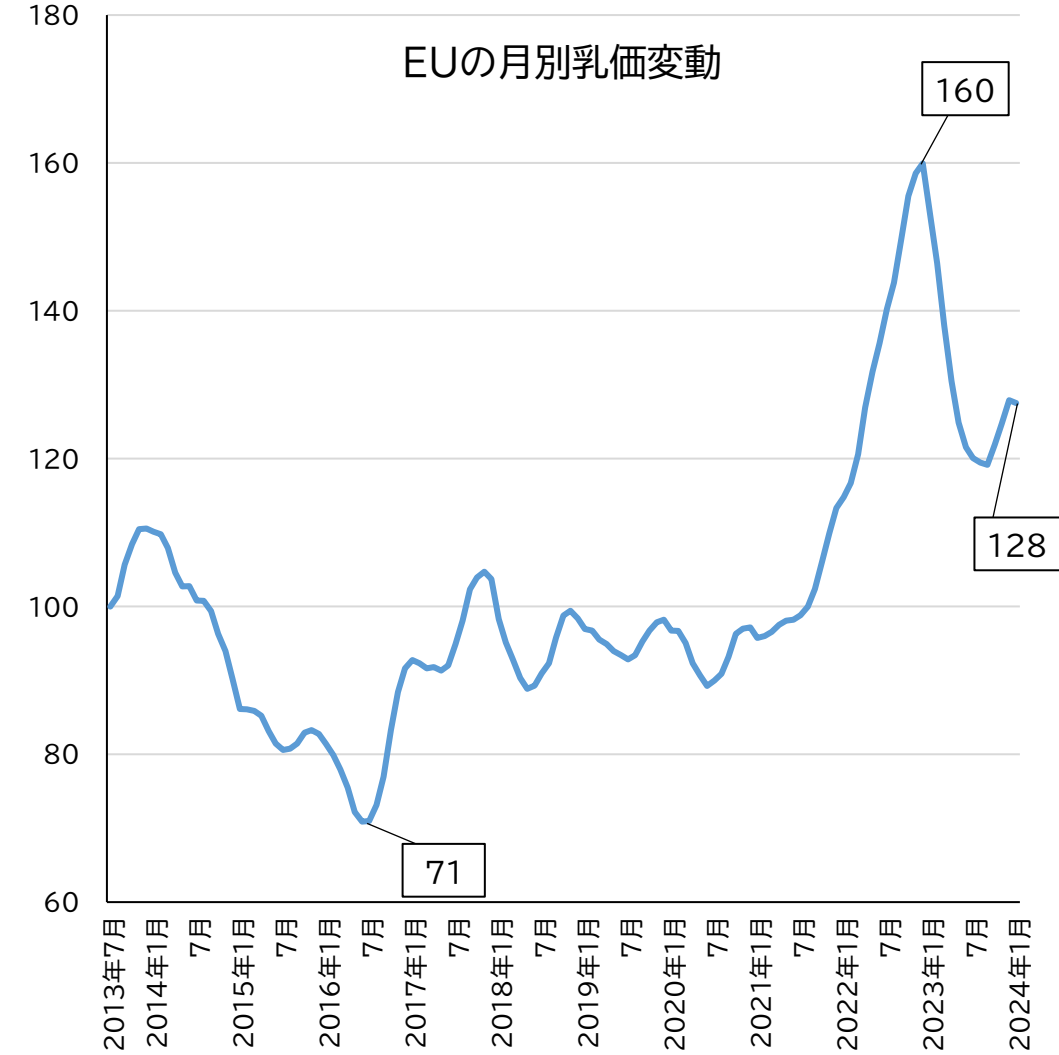
○ 例えば、日本とEUとでは生乳価格の変動状況が大きく異なっている。

(2013.7を100)



出典：農林水産省農業物価統計

(2013.7を100)



出典：欧州委員会農業・農村開発総局
「Historical EU Prices of Cow's Raw Milk」

2 牛乳の価格動向・対応について

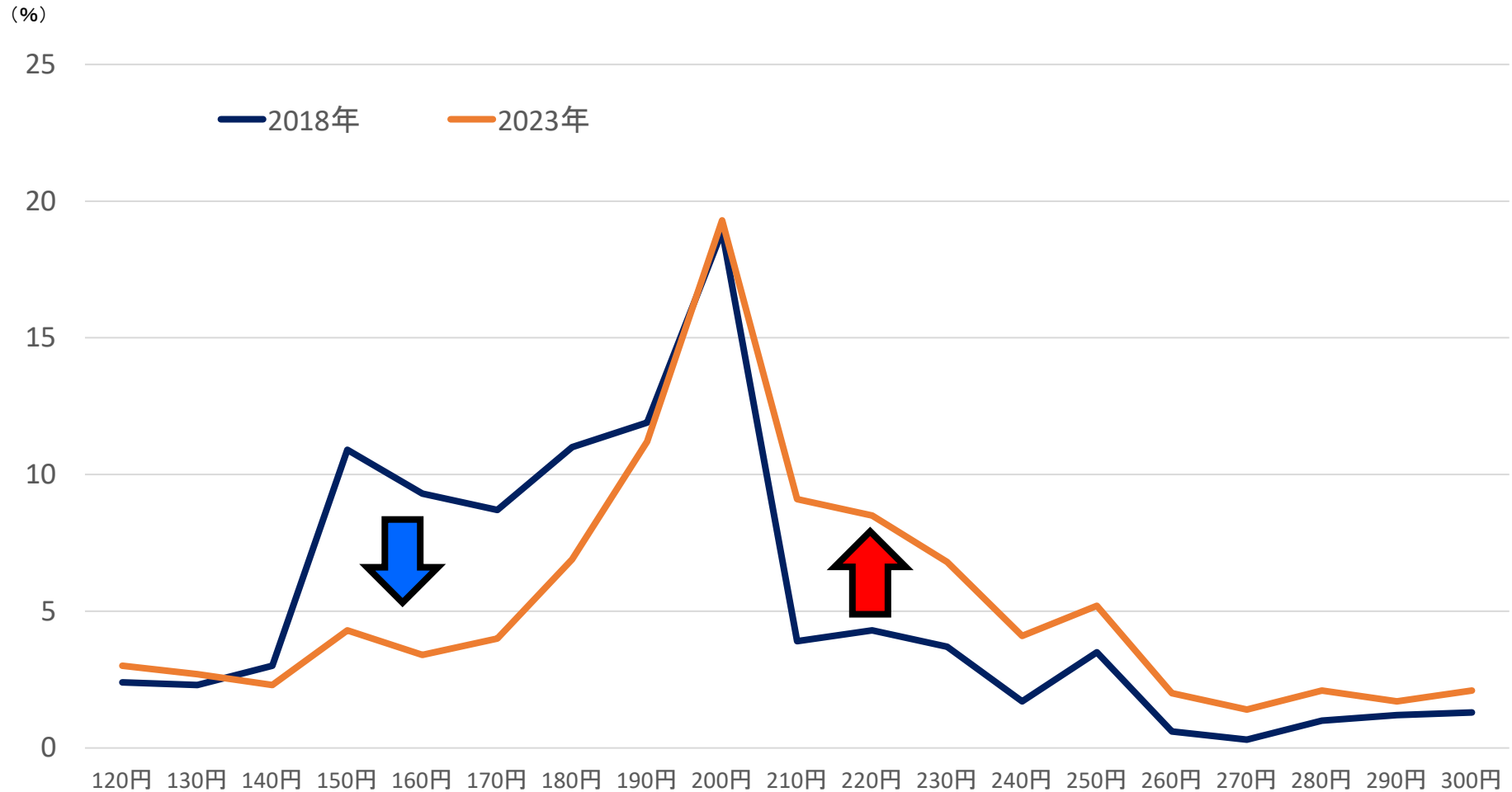
牛乳の価格について

- 牛乳の適正価格は、需給調整コストがすべてのメーカーの製品に反映された上で、適正な競争が行われた結果として形成されるべきと考える。
- 飲用向け乳価は一昨年から2回改定されたが、プライベートブランド(PB)等の廉価品の存在は交渉を困難にさせた要因の一つであった。
- 廉価品には、製造コストや流通側の価格の設定方法など、複合的な要因がある。
- PBは、メーカーにとっては一定量製造することでトータルの牛乳コストが下がる面もあり、PB自体が悪いわけではない。
- PBも2度の乳価改定により、価格の底上げがなされている。
- 生産現場で余剰となっている一部の生乳を安く買い取り、安価な価格で販売しているという問題もある。
- 年間契約に基づく生乳の安定取引が重要ではないか。
- 牛乳に限らず様々な食品が値上げする中、小売りでは競争が激化している。他店と差別化を図るため、コモディティの典型である牛乳についても生産者から生乳を直接購入して生産者限定とするなど、価格訴求だけでなく、オリジナルのPB商品の開発が進んでいる。
- 適正価格の議論については、小売価格はいろいろな状況で動くものであるため、酪農家の乳価に関して行われるべきと考える。
- 小売価格の引き下げ圧力が酪農家の乳価の引き下げ圧力となるので切り離すことは難しい。
- 消費者が、今の可処分所得で買える限界は必ずあり、生産者の論理だけで小売価格を上げたり、ニーズを増やすことは極めて難しい。

牛乳類の購入価格帯

- 直近(2023年)と5年前(2018年)の牛乳類※の購入価格帯を比べると、200円を軸に、それより安い価格帯の割合が低下、高い価格帯の割合が上昇している。200円未満の市場で何が起きているのか要分析。

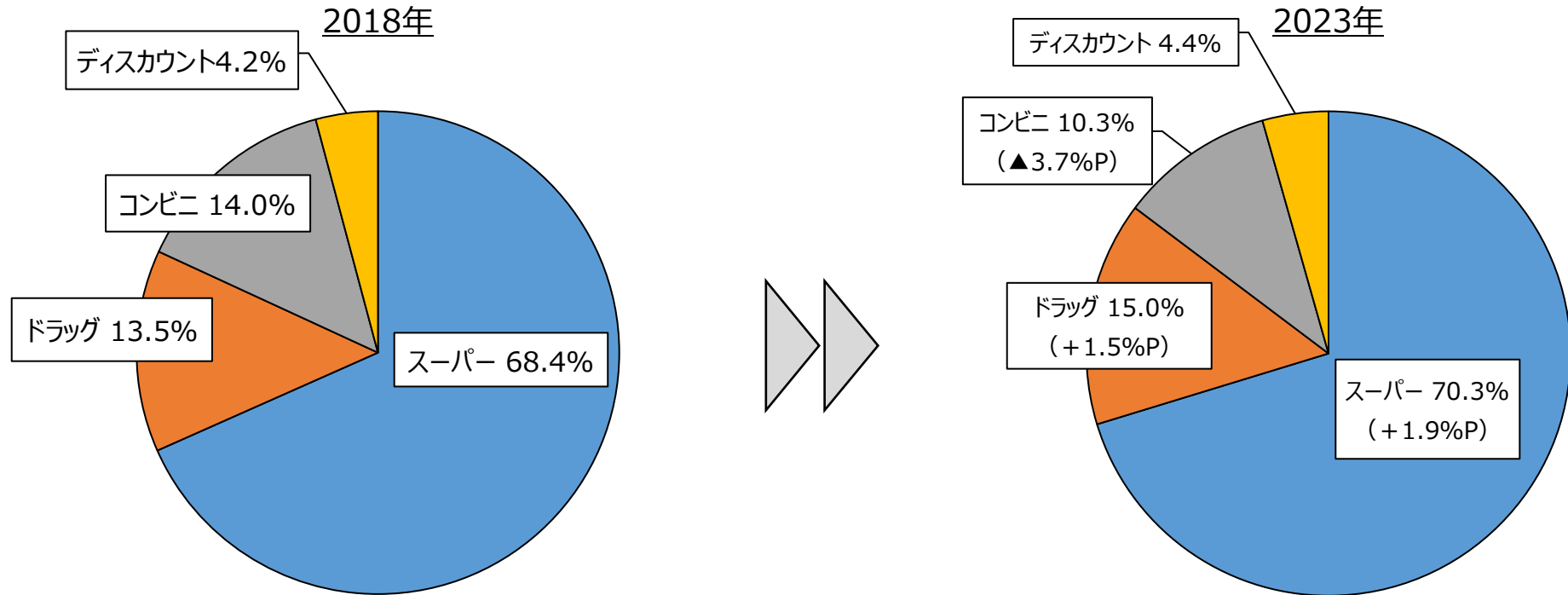
※牛乳類:牛乳、成分調整牛乳、低脂肪乳、無脂肪乳、加工乳、白物乳飲料



資料: (一社)ミルク「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」
(各年10月。重複回答あり。)

牛乳類の購入場所

- ・ 直近(2023年)と5年前(2018年)の牛乳類の購入場所を比べると、コンビニが約4%減少し、スーパーとドラッグストアが約2%ずつ増加。ドラッグストアのシェアが小さいことを踏まえると、同業態の存在感が高まってきている。



参考: (一社)Jミルク「牛乳乳製品に関する食生活動向調査」

(上記は主要4業態。これ以外には、生協(共同購入個配)、ネット注文宅配、生協(お店)、牛乳販売店、一般販売店、その他の店舗がある。重複回答あり。)

納品価格の不当な引下げ要求や不当廉売

【価格引下げ要求】

○客寄せのための**納品価格の不当な引下げ要求**については、「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～牛乳・乳製品製造業～」(平成30年農林水産省)において、問題となり得る事例として以下を例示。

「小売業者Aが、**納品価格を下回る価格で商品を販売**※。別の小売業者Bから、これを引き合いに、**同種の商品の納品価格を引き下げよう一方的に要求**され、断ることができない。(※納価割れ販売を継続的に行い、他の事業者の活動を困難にするおそれがある場合は、独占禁止法上の「不当廉売」となる。)」

【不当廉売】

○不当廉売については以下2つの規律。

ア)私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(昭和22年法律第54号)

第二条⑨三 正当な理由がないのに、商品又は役務をその**供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して**供給することであつて、**他の事業者の事業活動を困難にさせる**おそれがあるもの

イ)不公正な取引方法(昭和57年公正取引委員会告示第15号)

6 法第二条第九項第三号に該当する行為のほか、**不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせる**おそれがあること。

○上記2つの規律に関しては、更に「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」(平成21年公正取引委員会)で補足。
例えば、「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」に関しては、以下を例示。

- ・有力な事業者が、他の事業者を排除する意図の下に、可變的性質を持つ費用を下回る価格で廉売を行い、その結果、急激に販売数量が増加し、当該市場において**販売数量で首位に至る**ような場合(3独占禁止法第2条第9項第3号の規定(2)イ)
- ・**市場シェアの高い事業者**が、継続して、かつ、大量に廉売する場合、又はこのような事業者が、他の事業者にとって経営上重要な商品を集中的に廉売する場合(4不公正な取引方法第6項の規定(2))