

第1回 畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備推進会議

「意見の概要」

I 消費者の理解醸成関係

- 情報発信の方法について、年齢層ごとにどの様に訴えると効果的なのかよく考える必要。
- 若い世代は楽しいことに興味があって SNS を活用するため、今回のようなシビアな話を伝える手段にする際は、より効果的な表現を検討することが必要。
- 地下鉄等を結ぶ空間や中吊りを利用した広告、動画配信は比較的多くの年齢層に訴求しやすいのではないかと。
- 広報資材づくりに大学生等を巻き込むと、若手に合った情報発信が可能となるほか、活動した大学生自身の理解が深まり広報をしてくれる効果も期待できる。また、食に関心を持つ子育て世代を巻き込むことも重要。
- 生産者が生産費を反映した価格を提示できない中、日農新聞の全面広告は良かった。生産現場の苦しい声を消費者に届けて感情に訴える情報発信方策を検討願いたい。
- 単純な広報・理解醸成では価格の反映に限界がある。濃厚飼料の大部分を輸入している現状や担い手の減少、高齢化の現状、消費や輸出の実態など、消費者が知らない生産・流通・消費の実態に関わる情報も含めて伝えることで、納得感が生まれるので、情報発信の際には価格の背景をよく伝えることが大事。

- 1つの畜産経営体は何世帯の食卓を支えているか、という情報など、いかに少ない生産者が国民の食を支えているかを知ってもらえれば、コストの価格への反映にも理解が得られやすいのではないか。
- 食育は非常に大切だと考える。昔は身近に畑や家畜を見ることがあったが今はその機会がない。畜産に関するプロセスが分かる食育に、小学生頃から取り組むべき。安全面や衛生面など、国産の信頼度を高める説明も重要。
- 消費者理解のためには、国産品に対して値上げを受けいれて頂くようなバックグラウンドが肝要。そのためにはソフト・ハード面で国産品の優位性、信頼感を高める対応が必要。特に食肉は、肉になってから輸入品と対抗することから、生産面に加え、流通加工面でのしっかりとした対応が必要。
- 過去の飼料価格高騰時のパンフレットの効果について、評価・検証して、今回の取り組みに活用すべき。
- 昨年10月以降、加工品を中心に幅広い品目で値上げがあったが、消費者の理解は進んでおり、大きなトラブルはなかった。今回の理解醸成に向けて分析すべき。
- 小売は消費者との接点として重要。価格転嫁した際に消費者と直に接する小売が、理解醸成に向けたコンテンツを活用できるようにして欲しい。また今回の情報は複雑かつ重要な情報であるため、マスコミからも丁寧な報道を検討いただけると良い。牛乳パックなどのパッケージに記載して消費者に直接届けるという方法もある。完成品を業者に押し付けるやり方より、基本的情報を共有し、やり方は小売に工夫させるなどあ

ってもいい。

- 仕組み作りは牛乳先行としても、情報発信においては牛豚など他畜種についても状況を伝えるべき。

II 適正な価格形成に向けた仕組み作り関係

- 消費者は何よりも安定供給を求めている。酪農家の生活を維持し、後継者を確保するため、価格反映の仕組み作りは消費者も協力するが、持続可能な仕組みを作る必要がある。価格転嫁を進める場合、クーポンの配布など、消費者の負担を軽減する対策が必要。
- 基本は飼料の国産化だが時間がかかる。畜産経営を維持するためには、コスト高を価格反映する仕組みが喫緊の課題。コストの中で飼料は最大のウェイトを占めることから、飼料価格に焦点を絞ること、牛乳から議論を始めることについて賛成。ワーキングチームで十分に議論すべき。
- 現状の牛肉・豚肉の価格決定の仕組みは卸売市場、すなわちマーケットで需要と供給の関係で決まるもので、生産コストを反映したものでないのが難点。牛肉・豚肉の自給率は5割以下で、輸入物との競合等もあり、それぞれの生産事情で価格が決まらない。ただし、健全な畜産発展のためには、値上げの背景等について消費者理解に向けた広報・情報提供が肝要。牛肉、豚肉については個別にワーキングチームを作って議論が必要。
- 適正な価格形成に向けた仕組み作りについて、需給への考慮がなされていない。飼料価格等を反映させると生産は増えるが需要は減退し、在庫が積みあがることになる。制度の検討にあたっては需給対策とセットにすべき。

- 生産コストの中で大きな割合を占める飼料費について、燃油サーチャージ的な仕組みも検討すべき。
- 適正な価格転嫁の必要性は理解しているが、価格が上がると買い控えが起こることは避けにくい。燃油サーチャージのような仕組みの検討にあたっては、価格の上昇に納得できるよう、制度の見える化が不可欠
- 生産コストを反映させる対象として、飼料価格だけでよいのか。海外の生産コスト指標を活用した価格形成を参考に物材費や人件費を含めた総合的な指標を活用できないか議論が必要。
- コスト反映のタイミングについて、即時反映される仕組みとするのか、半年から1年かけて反映されるものにするのかといった視点でも議論が必要。
- 資料では配合飼料価格の上昇時の価格上乘せについてのみ示されているが、長期的視点に立ち、コストが下がった際には自動的に価格が下げられるという反対の動きも示すべき。
- 生産者から小売・消費者まで巻き込んだバリューチェーン全体を取り込んだ法律に基づく仕組みが必要。
- 入札が行われ、年間を通じた金額が決定する学乳について、今回の期中改定でも大きな問題となった。小売よりも価格改定の反映が遅れ、地域ごとに対応がバラバラとなったため、仕組みの検討にあたっては配慮が必要。

Ⅲ その他

- 飼料自給率の目標について、粗飼料は令和12年度に100%にするところがあるが、目標を設定した令和3年度から2年経った今、向上を目指すうえでこ

れまでの取り組みについて検証すべき。

- とうもろこしの国際価格は半世紀以上上昇傾向が続いている。ウクライナ危機など一時的な情勢だけに注目するのではなく、生産コストの上昇は長期的トレンドであるとの認識に立った視点で対応を考える必要がある。
- 日本よりはるかに畜産物の生産量が多い米国において、日本より外食の価格は4～5倍高い。日本は安価な輸入原材料に依存して良いものを作り、安く提供し過ぎていた。裏を返せば日本の労働力を安売りしていたという点にも留意が必要。