

## 「消費者の理解醸成」と「コスト反映に向けた仕組みづくり」への対応方向

## 【1. 消費者の理解醸成】

論点	意見（第1回会合）	対応方向
(1) 情報 提供 手法	<p>情報発信の方法について、様々な<b>年齢層ごとにどの様に訴える</b>と<b>効果的なのか</b>よく考える必要。</p>	<p>情報発信方法については、<b>年齢、世代ごとの特徴等をもとに発信手段を検討</b>した上で決定する。（資料2）</p>
	<p>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<b>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</b>することが必要。</p>	
	<p><b>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</b>しやすいのではないか。</p>	
	<p><b>広報資材づくりに大学生等を巻き込む</b>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<b>広報をしてくれる効果も期待</b>できる。また、食に関心を持つ<b>子育て世代を巻き込むことも重要</b>。</p>	

論点	意見（第1回会合）	対応方向
(2) 内 容	<p>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<b>感情に訴える情報発信方策を検討</b>願いたい。</p>	<p>情報コンテンツは、<b>日本の畜産の現状や価格上昇の背景</b>が消費者にも容易に理解できるように、内容に留意しつつ作成する。 (資料2、3、4)</p>
	<p>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、<b>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繰り返し伝えることで、納得感が生まれる</b>ので、情報発信の際には<b>価格の背景をよく伝えることが大事</b>。</p>	
	<p>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、<b>いかに少ない生産者が国民の食を支えているか</b>を知ってもらえれば、<b>コストの価格への反映にも理解が得られやすい</b>のではないか。</p>	
	<p>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、<b>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</b>がある。</p>	

論点	意見（第1回会合）	対応方向
(2) 内 容	<p>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<b>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。</b></p>	<p>情報コンテンツは、<b>日本の畜産の現状や価格上昇の背景</b>が消費者にも容易に理解できるように内容に留意しつつ作成する。（資料2、3、4）</p>
	<p>仕組み作りは牛乳先行としても、<b>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。</b></p>	
	<p>健全な畜産発展のためには、値上げの背景について<b>消費者に向けた広報・情報提供が肝要。</b></p>	
	<p>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りが、<b>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。</b>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、<b>基本的情報を共有し、やり方は小売に工夫させる</b>などあってもいい。</p>	<p><b>小売段階やマスコミが活用しやすいよう、農水省のHP等で個別の情報コンテンツをピックアップして活用</b>できる体制を構築する。</p>

論点	意見（第1回会合）	対応方向
(3) 過去 及び 現在 の 検証	<p>過去の飼料価格高騰時のパンフレットの効果について、<b>評価・検証</b>して、今回の取り組みに活用すべき。</p>	<p>○パンフレットなどを使用した<b>説明会を全国10か所</b>で実施し、<b>約1,400名</b>が参加したところ。</p> <p>参加者からは、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農家が一生懸命取り組んでいることがよく分かった</li> <li>・生産者が大変な状況が理解できた</li> </ul> <p>などの意見があり、<b>参加した消費者の理解醸成には一定の効果</b>があった。</p> <p>○他方、<b>参加に限り</b>があり、情報発信方法も<b>パンフレットのみ</b>ということで、<b>情報を受け取る者に対する配慮が欠けていた</b>部分もあり、消費者全体の理解の広がりという点において課題があったと思慮。</p>
	<p>昨年10月以降、<b>加工品を中心に幅広い品目で値上げ</b>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。<b>今回の理解醸成に向けて分析</b>すべき。</p>	<p>○食品全体としては、マスメディアでの報道等を通じ、原材料費や運送・物流費の高騰等に伴う<b>小売価格上昇への理解が一定程度醸成</b>されているという部分もあるのではないか。</p> <p>○他方、畜産物については、飼料価格高騰への消費者の実感が薄い、<b>小売価格上昇に伴い販売数量の減少や他品目へのシフト</b>があるという見方も存在。</p> <p>○畜産物の小売価格上昇に対する<b>消費者の納得感</b>を高め、販売数量の減少等をできる限り抑制する観点から、食料の安定供給の必要性も含めて<b>丁寧かつ継続的な情報の発信がさらに必要</b>なのではないか。</p> <p>○更に継続的な分析が必要。</p>

【2. 適正な価格形成に向けた仕組みづくり】

論点	意見（第1回会合）	対応方向
<p>(1) 仕組みの検討の仕方</p>	<p>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、<b>コスト高を価格反映する仕組みが喫緊の課題</b>。コストの中で飼料は最大のウェイトを占めることから、<b>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</b>。ワーキングチームで十分に議論すべき。</p>	<p>○コストを適正に価格へ反映する仕組みづくりが課題。            ○コストについては、<b>まずは飼料コスト</b>に焦点をしぼり検討。            ○詳細な議論は畜種ごとに<b>専門家を入れた個別ワーキング</b>で検討する必要があるが、まずは、価格交渉で価格が決まる<b>生乳からはじめてはどうか</b>。            ○「せり」により公正な価格決定がなされ、輸入物との価格競争がある<b>牛肉・豚肉</b>については、生乳と比べて価格に<b>生産コストの反映が難しい</b>面があることに留意。</p>
	<p>現状の<b>牛肉・豚肉の価格決定の仕組みは卸売市場</b>、すなわちマーケットで<b>需要と供給の関係で決まる</b>もので、生産コストが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<b>生産事情で価格が決まらない</b>。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。</p>	

論点	意見（第1回会合）	対応方向
(2) 価格への反映の仕方	<p>生産コストの中で大きな割合を占める<b>飼料費</b>について、<b>燃油サーチャージ的な仕組みも検討すべき。</b></p>	<p>○価格反映の仕組みについては、まずはコストに占める割合が高く、畜産経営に与える影響が大きい<b>飼料費</b>について、<b>サーチャージのような仕組み</b>を選択肢として検討すべきではないか。（資料5）</p> <p>○他方で、海外の事例も参考に<b>物財費・人件費を含めた総合的な指標</b>をつくり、これをベースにコストを<b>価格に反映させる仕組み</b>についても<b>選択肢</b>として考えるべきではないか。</p>
	<p>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、<b>制度の見える化が不可欠。</b></p>	
	<p>生産コストを反映させる対象として、<b>飼料価格だけでよいのか</b>。海外の生産コスト指標を活用した価格形成を参考に<b>物材費や人件費を含めた総合的な指標</b>を活用できないか議論が必要。</p>	
	<p><b>コスト反映のタイミング</b>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。</p>	
<p>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、<b>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。</b></p>		

論点	意見（第1回会合）	対応方向
(3) バ リ ュ ー チ ェ ー ン に お け る 検 討 範 囲	価格形成の関係者が明確な <b>生乳取引についての検討を行うことは妥当。</b>	○今回の検討では、生産者団体と乳業メーカーとの間で行われている乳価交渉を価格反映の仕組みづくりの際の参考にしつつ、 <b>まずは足元で飼料価格が高騰している部分を</b> 現行の仕組みをベースとして <b>早急に価格へ反映させる方策</b> を検討してはどうか。（資料5） ○バリューチェーン全体を取り込んだ <b>価格反映の在り方の検討は重要</b> であり、海外の仕組みも参考にしつつ、我が国の生産流通を踏まえ、 <b>どのようなことができるか</b> 検討してはどうか。
	生産者から小売・消費者まで巻き込んだ <b>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。</b>	
(4) 需 給 と の バ ラ ン ス	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。 <b>制度の検討にあたっては需給対策とセットにすべき。</b>	○ <b>乳価交渉</b> は酪農経営における生産コストのみならず、生乳・牛乳乳製品の <b>需給状況</b> も考慮して行われていると承知。 ○価格反映の仕組みの検討に当たって、 <b>乳業者の経営への影響も考慮しつつ、生産者の再生産の確保</b> を図る観点から、こういった要素を仕組みに取り入れられるのかについて、委員等の意見も踏まえて検討してはどうか。