適正な価格形成に関する協議会
第1回飲用牛乳ワーキンググループ 議事要旨

令和5年10月20日（金）

○中央酪農会議 寺田 事務局長

乳価交渉を行っている中で感じている課題について整理をしたい。

1点目。生産コストの状況について、生産者団体の独自試算では、対外的にも説得力に乏しいことである。

2点目。生産コストを試算した後に農林水産省の実績が公表されるが、試算値と一致しないことである。例えば、飼料価格が高騰している状況においては、酪農家は安い飼料に切り替える等の対応を自己防衛として行うため、誤差が出てしまう。

3点目。生産費はどうしても平均値での議論になってしまうが、現在の生乳生産の大宗は、いわゆるメガ・ギガファームと呼ばれる大規模な酪農家が占めている状況である。こういった大規模な酪農家については、コロナの前、生産が非常に不足している時期に設備投資をして、借金をして事業拡大をしてきたという経緯やその償還の関係等もあり、コストが高いという傾向があるため、どう対応していくのかということである。

4点目。地域によっては生産コストの上昇幅が異なるが、値上げ水準は最終的には全国一律になっていることである。

5点目。今後、例えば脱炭素の取組など、みどりの食料戦略に対応した新たなコストが発生するということが想定されるが、こうしたコストをあらかじめ反映することは難しいということである。

6点目。用途別取引を実施する中で、例えば牛乳価格を上げて需要が減少すると、乳製品向けの供給が増加する。結果、乳製品を製造している地域やメーカーにしわ寄せが集中するという状況である。こうしたことから指定団体は協調した取組として需給安定化対策を実施しているが、現在指定団体外の生乳流通が拡大し、安価な牛乳が流れている状況もある中で、オールジャパンとしての需給調整も併せて、セットで考えていく必要があるのではないか。

7点目。現在の乳価交渉は、各指定団体が酪農家の経営状況を踏まえて交渉しているが、仮に20%乳価を上げても販売の方がそれ以上に大きく落ち込んでしまえば果たしてどうなのかということも、実際には交渉の中で悩みながらやっている状況である。生産された生乳は、なるべく早く乳業工場に輸送して乳製品に加工する必要があるが、生産コストの積上げによる価格と実際に価格転嫁が可能な水準とのバランスも考えて実際の乳価交渉の形成がされているということも考えておく必要があるのではないか。

最後に、最終的には消費者理解ということも非常に重要であり、消費者が入手しやすい価格を作っていくということを考えると、直接的所得補償ということも含めて、

政策的な支援が含められた考え方も必要でないか。現在多くの酪農家が厳しい状況の中で、農林水産省において適正な価格形成の協議が開始されたことに非常に多大な期待を寄せている。

○関東生乳販売農業協同組合連合会 迫田 代表理事常務

乳価交渉においては、これまでは、全国に先駆けて交渉を行っており、関東生乳販売連の交渉結果が全国の乳価交渉の指標になっているところはあると考えている。

資料2の3ページ目、価格Aの4点に従って簡単に説明する。

(1) 乳価交渉はどのような仕組みで行われているのか

大手3社と言われるメーカーと先行して交渉を行う。その理由は、関東生乳販売連の取引先は、直近78社あり、その78社と同時並行で交渉するというのは物理的に困難だということに加え、実際の交渉時に大手ではない乳業に言われたが、先方に対し、「今年は貴社が先行して結果を出してくれないか。」と伝えたところ、「小売業者が全国展開している中で、一地域しか商圏を持たない当社が先行して結論を出す、そのために小売店と合意するのは不可能である。」と言われた。実際そのとおりだろうと考えているので、まずは、全国展開している大手乳業と交渉して、そこで一定の妥結を見た後に、同一内容でその他の乳業にも要請をして交渉するというスタイルを従前から採用している。

(2) 乳価交渉においてコストをどのように説明しているか

農林水産省の公刊統計を基に、中央酪農会議が算出した生産費をベースにしている。かつては、関東圏の生産者の生産費を調べて、関東で交渉するのだから関東の生産者の実態で交渉すべきだという意見もあったので、その数字で交渉したこともあったが、乳業にとっては、地元の生産者組織が調べた数値は客観性、説得力に欠け、小売業者と交渉する際に地元の生産者組織の調査結果をベースに交渉を行うのは困難であると言われている。そのため、国の公的な統計を基に算出されたコストを基に交渉している。

交渉における要請内容は、これまでは、去年に比べて又は前回の価格改定時に比べて生産コストがこれだけ上昇しているので、その上昇分の乳価を上げて欲しいという要請だったが、関東だけなのかもしれないが、この8月の値上げに関しては、去年からこれだけ上昇したからではなく、生産者の生産費と収入を比較して示した上で、差引きするとこれだけの赤字であり、赤字では経営が継続できないので赤字を解消するために値上げして欲しいというような要請を行っている。

(3) どのような考え方で乳価を決定しているのか

価格形成には、生産コストの積上げと、小売価格への転嫁が可能な水準から逆算される生乳価格という考え方があり、両者のバランスも重要ということに尽きると考えている。我々生産者は生産コストの積上げで要請しているが、やはり売れなければ、乳業も生乳を買うことができないので、小売側が買える水準というのが乳業からの回答である。そのバランスを乳価交渉を通じて取っていくような

乳価決定であると認識している。

(4) コスト増減を反映できているか

残念ながら反映できていない。酪農家戸数は、従前は毎年廃業率約5%台後半だったが、令和4年度は、1年間で関東地域において10%の廃業者が出た。価格改定はあったが、それで経営が継続できないという生産者が廃業という判断をせざるを得なかったということ、もう一つは、加工原料乳生産者補給金制度というベースの下支え制度が業界にはあるが、それに加えて国による単年度の措置や、地方交付金を使った各自治体による地元の生産者への支援も加えて、乳価交渉で実現できなかったコストとの差額を補填いただく形で現在、特に今年は経営継続に努めているのが実態ではないかと思う。

○小針牧場 小針氏

生産現場の立場から現在の状況を説明する。

乳価交渉なども全て関東生乳販連さんにお任せしている。今年是对前年比97.2%の出荷目標数量が設定され出荷をしている。

私が所属する酪農とちぎの状況は、昨年度は20戸が廃業した。令和5年度は9月時点で7戸が廃業しており319戸となっている。下期においても6、7戸が廃業予定と聞いており、令和6年度には300戸割れが懸念される状況である。

支払プール乳価は7月までに対前年比10円ほど高くなっており、7月までの加重平均で10.5円/kgになっている。その要因は乳価値上げと生産抑制による加工率の減少と考えられる。

乳代精算についても話がある。乳代精算で送金なしという厳しい酪農家があり、昨年7月で60戸17.7%、本年7月でも41戸12.7%発生している。乳代送金の段階なので水道光熱費やその他支払いも考慮すると、相当の酪農家が依然として厳しい状況にあると考えられる。

次に酪農家の話になるが、昨年からセーフティーネット資金で1,000万円を運転資金として借りている状況で、かつ、それが底をついてさらに資金調達をしなければならぬとか、返済期間が始まっているとか、そういった状況で非常に厳しい。

配合飼料価格が高止まりしている状況で、安定基金、異常補填等が出るのかどうか、周辺の酪農家は非常に心配している。

また、生産現場では、生乳の販売だけではなく、スモールの販売もしているところ、その価格も暴落しており、そういった点も非常に生産意欲を低下させる大きな要因になっている。都府県も含めてそうした点への対策を是非お願いしたい。

加えて、都府県で言えば国内飼料の有効な利用、耕畜連携という言葉は、言うのは簡単だが、為替がこういった状況では輸入飼料に頼るとするのは非常に難しい状況なので、スムーズに耕畜連携を進めるような対策をぜひお願いしたい。

近隣酪農家は、頭数規模に合った飼料基盤がないと、経営が成り立たないと言っている。そういったところも含めて国で何か対策をしていただきたい。また、乳価交渉

で乳価が上がっても生乳が売れなければ全く意味がない、生産者の首を絞めてしまうということが資料に書いてあるが、その通りだと思う。したがって、直接的な所得補償といったものも考えていただきたい。

○サツラク農業協同組合 山本 専務理事

当組合は、指定団体とは異なり、アウトサイダーの部分もあり、農家 58 戸が生産した生乳を当組合の工場処理し、9割以上の生乳を道内で販売している。我々は価格A、B、Cのそれぞれに関わっており、今回は価格Aについて中心に説明させていただく。

当組合は、組合員の生乳を買い上げて自社の工場処理し、その後小売業者へ販売している。そのため、価格Aについては乳業との交渉ではなく、内部部署間の協議やそれを踏まえた理事会等において、生産者自らが中心となって審議して決定している。過去から引き継ぐ独自の乳価体系をベースに、乳価改定を行っている。生産農家に対して生産支援をする経済部門も有しており、そこでは配合飼料、輸入飼料、道内で流通している牧草・デントコーンサイレージ等の自給飼料の類も生産農家に提供できるようなシステムを作っている。昨今のような非常に厳しい酪農情勢の中、生産コストの増加等を加味した乳価値上げを希望しているが、現状ははっきりとした数字を整理できている状況ではない。その中で、北海道で事業を行う生産者団体としては、当然ながらプライスリーダーとしてホクレンがいるので、その動向を勘案しながら、乳価を決めている状況である。加えて、乳製品の販売を担当する部署も価格Bの交渉を並行して行っていることから、その進捗も踏まえて、価格Aを決定している。

内部間の情報共有について、全体的に飼料・肥料・資材・燃料費等が増加していることについては、金融・融資部門があるので、全戸の情報を有している訳ではないが、決算書ベースで生産現場の現状を考慮し、生産者の意見を聞きながら乳価を決定している。

このように乳価改定をしているが、実際は、前年度も4戸、ここ10年間で計23戸と離農が進んでいる。事業の根幹である酪農生産基盤の維持が、一番の大前提であり、本来であれば、維持ではなく成長・拡大していき、石狩管内の札幌近郊での生乳を地元の消費者に安価で届けるというのが我々の目標だが、今はその目標の実現が非常に困難になっている。その中で、農協独自の助成事業を多少実施しているが、組合の歴史も長く、小規模の農家もいればメガファームもあるため、平等・公平を考えながら限られた財源の中で、透明性のある直接乳価で生産者に還元していきたいということで、昨年度からホクレンと同額+ α で還元しているところである。

○全国農業協同組合連合会 深松 酪農部 部長

我々は、全国の指定団体が受託した生乳の一部、140万トン程度を乳業メーカーに販売している。特に生乳の特性上、年間、地域ごとに需給の過不足が生じるので、消費者の安定供給にむけて、広域的に需給調整を中心とした生乳販売を行っている。

当該生乳を産地指定団体とも連携して、販売地域の用途別の生乳価格協議の状況を踏まえながら、乳業メーカーとは需給、消費を踏まえながら価格に関する協議を行っている。そのような意味で今回参加している全国の指定団体と我々は同じ視点である。

それから適正な価格形成についての協議にあたって、一つはコストの価格への適正な反映の水準という点である。サプライチェーンのどの段階においても持続的な姿形が必要だと思っている。もう一つは時間的な問題である。サプライチェーンの各段階において、急激に色んなコスト増があったものにもできるだけ迅速に価格に反映していけるかという点についての協議だと理解している。

価格水準について、これまでの協議会などで話が出ていたが、消費者が買える水準を無視することはできない。需要に影響してしまえば、結果、川上に制約がかかってしまうという意味で基盤の縮小につながると認識して交渉協議を行っているつもりである。

今回は、飲用牛乳についての協議だが、そもそも牛乳乳製品の重要性や国内の酪農生産基盤を守る必要性という点は、川上から川下、消費者まで含めて十分に理解、共有できると考えているので、これは牛乳だけじゃなく他の農畜産物についても言えることだが、サプライチェーンの各段階において持続可能な水準を維持するとともに消費者国民がその価値に納得できる水準になることが大切だと思っている。

消費者について、前段の畜産・酪農の適正な価格形成に向けた環境整備推進会議でも整理されているが、消費者への情報提供、発信、特に共感をしっかりと得ることが非常に重要なポイントだと考えている。併せて国の政策、支援を関連付けていくことが必要であると考えている。

指標等について、何らかの指標の共有ということであれば、サプライチェーンの各段階で様々な工夫をしながらコスト削減等に取り組んでおり、そうした取組をしっかりと反映できる仕組みをどう織り込めるかが大事な視点だと思っている。

いずれにしても、生産者と乳業の間でこのような認識、誠意をもって協議を進めてきたと思っている。また、これからの協議を通して、国や生産者から消費者までが共有できる指標をどう設定することができるのか、そして、これが迅速な価格形成や、生産者の不安払拭につながっていくような議論になればと思っている。

○ホクレン農業協同組合連合会 篠永 酪農部長

ホクレンとしての取組や課題を説明させていただく。ホクレンは北海道の指定団体であり、令和5年度の計画では約4500戸の酪農家から約400万トンの生乳を受託して乳業者に販売することとなっている。また、その生乳の販売構成比については、飲用向けが2割で約80万トン、乳製品向けがそれ以外の8割となっており、飲用向けに関しては、80万トンのうち約半分を全国連の全農に再委託をして、都府県の乳業メーカーに販売をしている。残りの半分は道内の乳業メーカーに販売している。

ホクレンと乳業者との価格交渉については、基本は生産コストを反映しているが、加えて、時々生乳の需給等を総合的に勘案して交渉を実施している。近年の飼料価

格の高騰前には、基本的には年度1回の交渉で、12月末までには価格交渉を終えて、翌年度の4月から新たな価格で取引を進めるというものだったが、昨今の環境変化が急激なため、令和4年度、5年度と期中の価格改定にも取り組んだという状況である。

生乳価格の部分で課題として認識しているのは、価格の引上げと需要は反比例するので、価格と需要のバランスを非常に気にしながら進めなければならないと思っている。また、生乳流通の特性上、消費期限の短い飲用向けに過不足なく供給した後に、乳製品向けという部分で需給調整を行っているため、飲用向け以外の乳製品については需給状況に大きく左右されてしまう背景がある。さらに酪農経営に関しては、農業の中でも特に施設等への投資額が大きいと認識している。ただ、統計上の生産費では、施設投資をした生産者・していない生産者を区別して反映することが難しく、どうしても平均値で話をする事となってしまうのが課題と考えている。また、生乳の特性上、需要と連動していない価格設定をしてしまうと、飲用の不需要期といわれる冬場に販売不可の処理しきれない生乳が生じてしまう可能性がある。また、生乳の需給調整については、長期保存が可能な乳製品は脱脂粉乳とバターに偏っているので、需給調整の幅が非常に狭く、適切なバランスを取るのが非常に難しい製品であると考えている。それについては、過去にも生乳は需給の緩和と逼迫を繰り返してきたところにも表れていると考えている。

乳製品向けの乳価交渉については、飲用向けと異なり、全てが同じ価格ではなく、脱脂粉乳、バター、チーズ、生クリームそれぞれに市場で既に形成されている価格帯がある。そこに需要の確保を念頭に置きながら、それぞれの市場特性、需要に応じて価格を決めていかなければならないということで、非常に難しい部分もある。

○日本乳業協会 本郷 常務理事

取引の実態等を踏まえた本質的な説明については、当協会の主要会員である各社の構成員にお任せしたい。他方で、本ワーキンググループには、生乳や牛乳乳製品の取引の実態等に普段は触れることのない構成員の方も参加しているので、敢えて基礎的なことを5点、説明したい。

1点目。生乳取引と価格形成の特徴についてである。生乳は液体で腐敗しやすいという商品特性を有するため、日本も世界の例に漏れず、生産者の乳業者の相対取引によって価格が決定されている。ただし、他の主要国においては、取引価格が交渉により毎月決定され、上げ下げの変動が非常に激しいのに対し、日本の場合は取引価格の決定は行政価格の決定と軌を一にして、年一回が基本となっていて、価格は非常に安定している。

2点目。価格形成の基本についてである。牛乳乳製品の取引価格は、中央酪農会議の寺田構成員から御説明があったとおり、酪農の経営状況や生乳生産コスト、乳製品の輸入状況等なども勘案されるが、基本的には他の農林水産物と同様、需給を基に決定されている。その観点からみると、セリを基本として価格が決定される他の多くの農林水産物や、鶏卵や鶏肉のように荷受会社が発表する荷受相場と変わるところはな

い。ただし、生乳取引は、相対取引であるため、需給で即決されるセリや荷受相場とは異なり、決定までに相応の時間がかかることは否めないと思う。

3点目。酪農と乳業の関係についてである。本ワーキンググループのような議論が行われる背景としては、生産者の一部には乳業は酪農の敵でもあるかのような誤解をしている方がいるのだと思う。酪農家の生産する生乳は乳業にとっては大切で必要不可欠な経営資源である。生乳がなければ乳業経営は成り立たない。したがって、乳業にとっては生乳生産や酪農経営が安定していることが望ましいというのは言うまでもなく、基本的に買い叩くといったインセンティブが働くことはない。むしろ、生産者に生乳を長期的かつ安定的に供給していただくことを念頭において、指定団体との間で生乳の取引交渉が行われている。例えば2015年～2017年頃は、生産コストが低下していたため、価格を引き下げても良かったが、生乳生産と酪農経営の安定に配慮して据え置きで決定されている。このため、酪農と乳業は車の両輪といわれて久しいところである。

4点目。配合飼料等の生産コストが高騰しているにも関わらず、価格改定が遅いことが問題視されていることについてである。これには生乳需給の大幅緩和と乳製品の過剰在庫の存在が背景にある。2021年の年末や年度末には、生乳生産が大幅に増加する一方で、巣ごもり需要の反動で牛乳乳製品の需要が減少している中、飲用牛乳の2割を占める学校給食用牛乳の停止が重なったため、余った生乳がバターや脱脂粉乳等の保存性の高い乳製品に加工しようとしても、乳業工場の処理能力をオーバーしてしまい、生乳が廃棄されるという可能性があった。このため、岸田総理にまで、生乳が廃棄されないよう牛乳を飲んで酪農家を応援して欲しい旨御発言いただく中、消費者や乳製品の実需者からは、需要拡大のためには逆に値下げをすればいいのではないかと厳しい指摘を受けていた。こうした中で、生産者と乳業者が連携して生産抑制や脱脂粉乳の過剰在庫の削減に取り組みつつ、理解醸成を図り、段階的に価格転嫁を行ってきたところである。

最後に生乳取引交渉の基本についてである。現在の生乳取引は、生産者と乳業者間の長い取引の歴史の中で経験した需給状況の変化、配合飼料等の生産資材価格の上昇などの酪農経営環境の変化、牛乳乳製品の消費や流通の構造変化など生乳取引を巡る状況の変化に対応して改善を重ねてたどり着いたものであり、現時点では最善のものであると考えている。平成27年には農水省の主催により、生乳取引のあり方等検討会が開催され、「今後の生乳取引のあり方について」をとりまとめたところであり、現在、これに沿って生乳取引が行われていると認識している。仮に現在の生乳取引に問題があるとすれば、生乳取引がとりまとめのとおりに行われているのかどうかを検証し、あるべき姿に戻すのが基本であると考えている。仮に、長い歴史を経て築き上げられてきた仕組みを強制的に変更するのであれば、生産者と乳業者間の連携・協調が壊れかねないことを危惧している。例えば、今回の検討を踏まえて価格だけを変えることになれば、全量買入れという生産者との協調は維持できなくなると考えられる。その責任と負担は結果的に生産者が負うことになるのではないかと懸念していると

ころである。

以上のおり、価格と量は一体的に考える必要があることを踏まえると、食料・農業・農村政策審議会の答申において適正な価格形成に関連して、需要に応じた生産を政策として推進する必要があるとまとめられているので、ぜひそのような政策を推進し、適正な価格形成のための条件を整備していただきたいと考えている。

○明治 引地 調達本部酪農部 部長（土橋構成員代理）

価格Bについて、価格の設定と価格の交渉はまとめてお話しする。

直近でいえば、8月に飲用向け乳価の10円の値上げがあったため、我々としても、牛乳とヨーグルト類について価格改定を実施している。メーカーの価格改定は、小売業者様に卸す出荷価格の改定を提案するという形になっている。その中身については、牛乳であれば主たる原料である生乳の価格の値上げを反映させるというのは当然だが、それ以外にエネルギーコストの増加等のコストアップを含めて小売業者様に値上げを提案しているが、どのように説明しているか等の内容については、申し訳ないが、このような場でお話しできる内容は持ち合わせていない。現状の課題と価格を含めた交渉における課題については牛乳事業が赤字である点が挙げられる。酪農家の方々も非常に苦しいことは承知しているが、乳業メーカーとしても牛乳事業が赤字になっているということは、様々なステークホルダーの方から指摘されており、我々も酪農・乳業一体となってどうすれば産業として盛り立てられるかを考えていきたいと思っている。

○森永乳業 東倉 常務執行役員 調達本部長

まず申し上げたいのは、様々な言葉が出ているが、乳価交渉というのは、非常に多くの課題があると思っている。喧嘩のようなものではないというのは、そのとおりで、我々は生乳取引条件協議だと思っているが、その認識がずれてはいけないと思っている。なぜかという、価格だけではなくて、量、品質、そして持続性と、継続して取引を続けるために何ができるのかをお互いに win-win の形で求めていくことを交渉を通じて行っているのが実態であるからである。

それと同時に、我々が今まで行っている取引のベースにある部分は、基本的に価格安定政策の下にあるということである。牛乳だけではなく食品についてはほぼ価格安定に資するところをメインにしていたと思うが、できるだけ価格を変えたくないということがベースにあると思う。そう言いながら、コストと量と品質とで、価格を決定していく訳だが、我々はどちらかというとコストではなく需給をベースに価格を決めてきていると思っている。今、ここではなぜか上げの局面の話ばかりだが、下げの局面では、ほぼ需給が原因となっていると思っている。上げの局面では、コストが上がっているの生産者から乳業者に乳価を上げてくださいとの声上がるのが一般的だが、逆に需給が緩んできた際には、我々の方から余っているから価格を下げてくれないか、乳量を減らしてくれないか等の提案をしながら交渉が始まるということ

になる。そのため、単純に上げだけではなく、下げる局面もあり、どうやってその点を整理していくのかが重要なポイントだと思っている。非常に良い資料を御提示いただいたと思うのが、第2回適正な価格形成に関する協議会の資料P26のグラフで、乳業は、生産コストが下がっても、乳価を下げておらず、また、小売価格が下がっても、乳価が下がっていないこともある。こうしたところがある意味安定的な取引をしているということや、単純にコストの積上げでの価格ではないというところの表れではないかと思っている。ただ、2020年までとそれ以降では、大きく局面が変わったと思う。2020年までは、これまで申し上げた一般論での話でよいと思うが近年の急激なインフレ等については、緊急事態だと思っている。一般論として平時の議論は先ほど申し上げたとおり需給の議論でよいと思うが、コストが急激に上がった場合にどうしていくのかについては、単純に今までは生産者の所得補償をある意味乳価だけで行ってきたが、急激なコスト上昇を乳価だけで補償していくのは現実的には無理だと思っている。今回、2020年から2023年の間に、急激に乳価を20円上げたが、それはコスト論ではなく、これで上げなかったら生産者がいなくなってしまうという政治的判断で上げたと思っているし、ある意味では緊急事態として一時的に上げたものと思っている。こういった状況では、国家が支援するというのが本来の形ではないかと思うし、一般的な平時の部分と、緊急事態の在り方を分けて考えるのが、今後の議論で重要かと思う。川下に向かっての部分も同様で、売れなくなるため価格を上げたくないというのが、価格B、Cでも出てくるところであって、どのようにして安定的に売れるようにするのがサプライチェーンの中で一番大事な部分だと思う。牛乳だけではなく全ての原材料、全ての商品に同じことが言え、基本的には消費がベースにあると思う。

○雪印メグミルク 小坂橋 常務執行役員

価格Aについて、乳価交渉の仕組みは、中央酪農会議の寺田構成員の説明のとおりである。コストについては、交渉時に我々も積算をするが、過去の公表実績から現在を推定するが、積算の際の考え方には、若干の差、食い違いが生じることがあるのかなと感じている。それからどのような考え方で乳価を決定しているのかについては、我々はいつも価格と品質と量の3つの安定が「三方（生産者、乳業者、消費者）良し」につながると考えており、これをなくして乳価交渉の合意形成はあり得ないと思っている。

酪農、乳業は一体化産業で、どちらか一方が無くなると産業として成り立たない。だからこそ、ぎりぎりの線で合意点を見出すことができると思っている。そして消費者の目線、買っただけか否かという目線は絶対に忘れてはならず、この三方良しを常に念頭に置いている。相対取引は入札や公設市場取引等と比べて不透明だという声もあるが、三つの安定と三方良しを前提とした相対取引は、100%透明性を高めたものにならないと感じている。

それと「コストか需給か」についてだが、需給だけを物差しにすると、消費者が買えない価格になるかもしれないし、生産者が再生産できない価格になるかもしれない。

一方でコストだけを物差しにして考えると、これも消費者が買えない、容認されない価格になる可能性がある。需給については、過剰の場合は生産者が再生産できない価格水準となる可能性が高く、所得をどうするのかという問題があり、そうすると所得のセーフティネットが必要になる。一方コストだけを考慮すると、消費が落ち、供給過剰に陥る。過剰になると乳製品向け乳価が下がり、結果的にプール乳価が下がり生産者の所得が減ることにつながる。そうすると需給調整機能に関するセーフティネットが必要になる。昨年度来、生処官で脱粉過剰在庫への対応を行っているが、所得を乳価だけで補償するのは限界なのではないか。極端な物差しの置き方によってはそうなると感じている。

価格Bは、乳価や様々なコストを含めて提示しており、取引価格に反映できていると感じている。これは、価格が三方良しの限度を超えていないからではないかとも思う。

透明性を図って末端まで価格をコントロールする（コストを反映する）というのは大切なことだが、競争原理に反することがどこまでできるのか、コスト構造も生産性も違うのに一律に管理できるのか、という点に課題を感じているところである。

価格への反映にかかる時間について、特に需給とコストの価格に対するベクトルが異なると、三者の最大公約数的な合意をするためには時間がかかる。しかし、この三方良しを度外視すると必ずそのしわ寄せがどこかに出ると考えている。

○永利牛乳 長谷川 代表取締役社長

大手乳業3社以外、約8割の乳業メーカーの在り方について、説明する。

乳価の交渉について、近年は大手乳業主導、あるいは主な飲用牛乳シェアである関東地方と大手乳業の交渉で決まった乳価を念頭において、我々も地域の指定団体と乳価を決定する形にならざるを得ないというのが実情である。

価格Bについて、我々中小乳業は大手に比べるとブランド力や知名度など販売力が弱いため、価格を主張しても収益の確保が困難な状況にある。そのような中で小売に売る際、地域の乳業は売り場を一定数確保しなければいけないという隘路に立っており、ともすれば、ステークホルダーの方々の圧力に屈してしまい、牛乳の乱売や廉売を招いているという実態がある。

飲用牛乳の相対取引について、1点、資料にない点を述べたい。我々地域の乳業は学校給食の牛乳、学校給食用牛乳の供給事業を行っており、量にすると約2割の生乳が給食用牛乳に仕向けられている。この事業においてコストの転嫁が非常に難しい。去年、今年、乳価は2回期中改定されているが、これを価格に転嫁できなかった。各都道府県において競争原理の導入という観点から見積合せや入札が行われており、指定団体から価格改定の要望が来て、都道府県の畜産当局や教育当局と交渉を行うが、年1回の契約であり、川下には消費者である保護者や子供がいるから年度途中の価格改定はできない、という状況が去年も今年も続いている。このような現状の中、赤字であると言われる牛乳事業の担い手である中小乳業は今大変な事態に陥っている。

最後に、先ほど三方良しのお話があったが、業界の中で試行錯誤を重ねながら、ベストを選択しているという思いは一定数ある。これからも我々中小乳業が生き残っていただける仕組みを構築していただけるようお願いしたい。

○熊本県酪連 大川 代表理事専務

我々は、生産者団体が乳業工場を有して乳業事業を展開する農協系の乳業メーカーという立場であり、生産者の立場を踏まえての発言になる。

価格形成の基本は、価格Aだと思う。価格形成は、長年業界で培ってきた乳価交渉があるので、これを基本に進めるべきだと思う。乳価交渉が的確、スムーズに行えるよう、現行の仕組みの課題や問題点をこのような場で解決できればと思う。

冒頭、寺田構成員から説明があった課題を解決するだけでも適正な価格形成ができるのではないかと感じた次第である。当方も生産者と「そもそも適正な価格とは何か」を議論するが、今回のように生産コストが急激に上昇した場合、そのまま価格転嫁できればよいが、市場に受け入れてもらえない、牛乳からはじき出されると、ダメージを受けるため、そうした価格は、適正な価格とは言えないのではないか。そのため、消費者に牛乳の価値を納得して買ってもらえるように、生産者としては再生産できる価格としながら、乳価交渉の各段階で考慮しながら適切な乳価を見出していくしかないと思っている。

生乳は農産物であり、市場原理には収まらないところはあるが、酪農家が減ってしまえば元も子もないので、食料安保の観点から、国の力も借りながらやっていければよいと思う。

価格Bについて、値上げ交渉はスムーズにできたと思っている。

最後に、取引実務の課題について、乳価交渉は基本年1回としていただきたいと思っている。今回は急激な需給変動や生産費の変動があり、期中改定が行われたが、我々業界としてもお金を出し合って脱粉在庫対策等を行っていつ。あのような仕組みを組み替えて、国も入る形でセーフティーネットを構築し、急激な変化に対応していきたいと思っている。

○国分グループ本社 落合 低温フレッシュデリカ統括部戦略室グループ長（山崎構成員代理）

価格Cの部分については、消費者の中で「これくらいの価格」だろうというものがある確固としてある製品である上で、我々食品卸としても、価格形成においてイニシアチブを取りにくい製品の1つという理解である。日々四苦八苦しなから売っている状況である。

○全国日本スーパーマーケット協会 村尾 事務局長

一般的なスーパーマーケットでは1万5千～2万点のアイテムを扱う中で、牛乳という商品の立ち位置を考えると、古くから、カルシウム、動物性たんぱくを取るとい

った観点から非常に大事な食品であり、日配品で言えば、白物3品である牛乳・豆腐・食パンと、家庭になくなくてはならない食材の1つであるとともに、国民が一定の所得の中で毎日消費できる価格帯で提供しなければいけないという中で、上限どのくらい価格であれば買っていただけるかという「価格のイメージ」がどうしても先にきてしまうという実情がある。牛乳は、特売比率の高い商品で、8割から9割が特売で提供されているというのが個人的な知見であり、従来は150円～200円内という提供が主だったと思う。ところがコストの上昇を受けて、最近は200円のラインを超えてきており、小売業としてどう売っていくべきか悩ましいという現状である。

生産者、乳業メーカーの皆様が努力されているのと同様に、小売業においても、利益が取れないことを覚悟で販売価格を決めている、というのが現状の価格設定だと認識している。

先ほど牛乳の立ち位置について話をしたが、大変失礼で恐縮な言い方になるが「牛乳に代わるものがないだろうか」ということになりかねない。現在は、朝食の定番でもあり、昼食・夕食にも牛乳を摂るという家庭もあるだろうし、それだけ使用頻度が高いが、ある一定の価格帯を超えたときに、おそらく販売点数が非常に落ちてくることが想定され、それを恐れて小売業では価格を上げられない。また、もし価格が一段と上がった場合に、それに代わるものをどう提供しようかと工夫するのが小売業の使命でもあるということをおのづかやをこの場を借りて御理解いただきたいし、小売業としては、消費者のニーズ、志向に合わせて様々な努力をしている表れと捉えている。

また、牛乳は付加価値を高めるのが難しいというのも確かであり、差別化ができるとしても、産地や飼料、それらによる牛乳の風味、コクの違いという、非常に曖昧な評価が行われる商品である。その中で「地域ブランド」なども活用し、付加価値を高めながら日々生懸命、提供に努めている状況である。消費者の志向も含めた中で、どれだけ生産・流通段階での利益を共有できるようにしていくか、という話合いができればと思っている。

○全国スーパーマーケット協会 木村 教育研修課主任

価格Bについて、基本的には乳業メーカーや卸売業者から提示される見積書の価格に倣って買取価格を設定していたが、値上げの要請があった際は、価格と質とのバランスを考慮して判断している。

消費者への提供価格においては、特売価格での売上が大半を占め、特売に頼る形になっており、消費者の皆様は、牛乳を質や価値で購入されるというより、その日、その時の特売商品を主に購入される方が多勢と認識している。酪農家など生産・流通の皆様が努力している姿を消費者にアピールし理解を深めていくことも重要と考える。

○主婦連合会 田辺 副会長

既に値上げは実感している。

適正な価格転嫁は、生産者保護から必要なこととは思う。

価値に共感して購入してもらいたいという製造業者の発言があり、一方では、価値よりも価格に共感して購入するのが消費者という小売業者の具体的な報告があり、興味深く聞いた。

なお、本日の出席者の中に、循環型の酪農業や食育に取り組みられている生産者もいるので、応援していきたいと考える。

○Jミルク 山崎 生産流通グループ部長（内橋構成員代理）

価格形成については過去にJミルクの母体の1つである酪農乳業情報センターで議論されている。それを踏まえ、生産者と乳業者の双方にとって合理的な価格要求と交渉に資する、指標性のある共通の情報ということで、価格形成フォーミュラを提供した経緯がある。このフォーミュラは、様々なコスト等の変化率を策定するプログラムで、生乳生産費の試算、飲用原料乳の乳業者が支払い可能な乳代試算、これら2つのプログラムを2003年から2007年まで提供していたが、現在は生乳生産費試算のプログラムのみをWEBサイト上で提供しているところである。飲用原料乳の乳業者の支払い可能な乳代試算向けのプログラムについては、地域や個々、需給の交渉に関わる様々な要因が反映できないということ等の課題があり、活用しづらいという声が多く、提供は終了している。しかし、酪農乳業等を取り巻く情勢等の情報については一部関係者限定のものもあるが、様々なデータをJミルクのWEBサイト等で提供して、価格形成における部分についても活用していただいていると考えている。

最後に、事務局から構成員に対し、次回会合に向けて以下2点を依頼。

- ① 現状の各段階の価格について、経営や事業の継続性等の関係から、どのように評価されているかを、数字などのデータを交えて教えていただきたい。
- ② コストデータについて、詳細なコストデータを示すことができるか検討していただきたい。示せないのであれば、その理由について見解を述べていただきたい。

(以上)