資料１

農産物・食品の合理的な価格の形成に向けて

2024年４月
新事業・食品産業部

MAFF
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries
農林水産省

目次

Ⅰ　食料･農業･農村基本法改正案(抜粋)････････････ 3

Ⅱ　政府全体の価格転嫁に向けた取組･･････････････ 8

Ⅲ　WGにおける協議の状況･････････････････････ 11
（１）豆腐･納豆WG･････････････････････････ 12
（２）飲用牛乳WG･･････････････････････････ 20

Ⅳ　今後の検討方向･･････････････････････････25

Ⅰ　食料・農業・農村基本法改正案（抜粋）

食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律案の概要

背景

○ 近年における**世界の食料需給の変動、地球温暖化の進行**、我が国における**人口の減少**その他の食料、農業及び農村をめぐる諸情勢の変化に対応し、**食料安全保障の確保、環境と調和のとれた食料システムの確立、農業の持続的な発展のための生産性の向上、農村における地域社会の維持等を図る**ため、**基本理念を見直す**とともに、**関連する基本的施策を定める**。

法律案の概要

食料安全保障の確保

(1) **基本理念**について、

①**「食料安全保障の確保」を規定し**、その定義を**「良質な食料**が**合理的な価格**で**安定的に供給**され、かつ、**国民一人一人がこれを入手できる状態」**とする。

②**国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤等の確保が重要**であることに鑑み、国内への食料の供給に加え、**海外への輸出を図る**ことで、農業及び食品産業の発展を通じた**食料の供給能力の維持が図られなければならない**旨を規定。

③**食料の合理的な価格の形成**については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、**食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品事業者、消費者その他の食料システムの関係者**によりその**持続的な供給に要する合理的な費用が考慮**されるようにしなければならない旨を規定。

(2) **基本的施策**として、

①**食料の円滑な入手（食品アクセス）**の確保（輸送手段の確保等）、**農産物・農業資材の安定的な輸入**の確保（輸入相手国の多様化、投資の促進等）

②**収益性の向上**に資する**農産物の輸出の促進（輸出産地の育成、**生産から販売までの関係者が組織する団体（**品目団体**）**の取組促進、輸出の相手国における需要の開拓**の支援等）

③価格形成における**費用の考慮のための食料システムの関係者の理解の増進、費用の明確化の促進**等 を規定。

環境と調和のとれた食料システムの確立

(1) 新たな基本理念として、**食料システムについては、**食料の供給の各段階において環境に負荷を与える側面があることに鑑み、その**負荷の低減**が図られることにより、**環境との調和**が図られなければならない旨を規定。

(2) **基本的施策**として、**農業生産活動、食品産業の事業活動**における**環境への負荷の低減の促進等**を規定。

農業の持続的な発展

(1) 基本理念において、**生産性の向上・付加価値の向上**により**農業の持続的な発展**が図られなければならない旨を追記。

(2) **基本的施策**として、効率的かつ安定的な農業経営以外の**多様な農業者による農地の確保、農業法人の経営基盤の強化、農地の集団化・適正利用、農業生産の基盤の保全**、先端的な技術（**スマート技術**）**等を活用した生産性の向上**、農産物の**付加価値の向上（知財保護・活用等）**、農業経営の支援を行う事業者（**サービス事業体**）**の活動促進、家畜の伝染性疾病・有害動植物の発生予防、農業資材の価格変動への影響緩和**等を規定。

農村の振興

(1) 基本理念において、**地域社会が維持**されるよう**農村の振興**が図られなければならない旨を追記。

(2) **基本的施策**として、**農地の保全に資する共同活動**の促進、**地域の資源を活用した事業活動**の促進、 農村への滞在機会を提供する事業活動（**農泊**）の促進、障害者等の農業活動（**農福連携**）の環境整備、**鳥獣害対策**等を規定。

施行期日	公布の日

食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律案（抜粋）①

現行	改正案
（食料の安定供給の確保） 第二条　食料は、人間の生命の維持に欠くことができないものであり、かつ、健康で充実した生活の基礎として重要なものであることにかんがみ、将来にわたって、良質な食料が合理的な価格で安定的に供給されなければならない。	（食料安全保障の確保） 第二条　**食料**については、人間の生命の維持に欠くことができないものであり、かつ、健康で充実した生活の基礎として重要なものであることに鑑み、将来にわたって、**食料安全保障**（良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれを入手できる状態をいう。以下同じ。）**の確保**が図られなければならない。
2・3　（略）　（新設）	2・3　（略）
（新設）	4　国民に対する**食料の安定的な供給**に当たっては、農業生産の基盤、食品産業の事業基盤等の食料の供給能力が確保されていることが重要であることに鑑み、国内の人口の減少に伴う国内の食料の需要の減少が見込まれる中においては、**国内への食料の供給**に加え、**海外への輸出**を図ることで、**農業**及び**食品産業**の発展を通じた**食料の供給能力の維持**が図られなければならない。
（新設）	5　**食料の合理的な価格の形成**については、**需給事情及び品質評価**が**適切に反映**されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、**農業者、食品産業の事業者、消費者その他の食料システム**（食料の生産から消費に至る各段階の関係者が有機的に連携することにより、全体として機能を発揮する一連の活動の総体をいう。以下同じ。）**の関係者**によりその**持続的な供給に要する合理的な費用**が**考慮**されるようにしなければならない。
4（略）	6　（略）
（新設）	（食料の円滑な入手の確保） 第十九条　国は、地方公共団体、食品産業の事業者その他の関係者と連携し、**地理的な制約**、**経済的な状況**その他の要因にかかわらず**食料の円滑な入手**が可能となるよう、食料の**輸送手段の確保**の促進、食料の**寄附が円滑に行われるための環境整備**その他必要な施策を講ずるものとする。

食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律案（抜粋）②

現行	改正案
（食品産業の健全な発展） 第十七条 国は、食品産業が食料の供給において果たす役割の重要性にかんがみ、その健全な発展を図るため、事業活動に伴う環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保に配慮しつつ、事業基盤の強化、農業との連携の推進、流通の合理化その他必要な施策を講ずるものとする。	**（食品産業の健全な発展）** 第二十条 国は、**食品産業**が**食料の供給**において果たす**役割の重要性**に鑑み、その健全な発展を図るため、環境への負荷の低減及び資源の有効利用の確保その他の食料の**持続的な供給に資する事業活動**の促進、**事業基盤**の強化、円滑な**事業承継**の促進、**農業との連携**の推進、**流通**の合理化、先端的な技術を活用した食品産業及びその関連産業に関する**新たな事業の創出**の促進、**海外**における**事業の展開**の促進その他必要な施策を講ずるものとする。
(新設)	**（食料の持続的な供給に要する費用の考慮）** 第二十三条 国は、食料の価格の形成に当たり食料システムの関係者により食料の持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるよう、食料システムの関係者による**食料の持続的な供給の必要性に対する理解の増進**及びこれらの**合理的な費用の明確化の促進**その他必要な施策を講ずるものとする。
（不測時における食料安全保障） 第十九条 （新設） （略）	**（不測時における措置）** 第二十四条 国は、凶作、輸入の減少等の**不測の要因**により**国内の食料の供給が不足**し国民生活の安定及び国民経済の円滑な運営に支障が生ずる事態の発生をできる限り回避し、又はこれらの事態が国民生活及び国民経済に及ぼす支障が最小となるようにするため、これらの事態が**発生するおそれ**があると認めたときから、**関係行政機関相互間の連携**の強化を図るとともに、**備蓄する食料の供給、食料の輸入の拡大**その他必要な施策を講ずるものとする。 2 （略）
（農産物の価格の形成と経営の安定） 第三十条 国は、消費者の需要に即した農業生産を推進するため、農産物の価格が需給事情及び品質評価を適切に反映して形成されるよう、必要な施策を講ずるものとする。	**（農産物の価格の形成と経営の安定）** 第三十九条 国は、農産物の価格の形成について、**第二十三条**に規定する施策を講ずるほか、消費者の**需要に即した農業生産**を推進するため、**需給事情及び品質評価**が**適切に反映**されるよう、必要な施策を講ずるものとする。

(参考) 食料・農業・農村政策の４本柱と今後の方向性(令和５年６月２日)

○ 世界の食料供給の不安定化、急速な人口減少などの環境変化の中で、**平時からのすべての国民の食料安全保障を確保するため、「食料・農業・農村政策の新たな展開方向」**に基づき、
①**令和６年の通常国会への提出に向けて**、食料・農業・農村基本法改正案の**法制化に向けた作業を加速化**するとともに、
②基本法の改正方向に合わせ、関係省庁と連携し、**法制度の見直しを含めた施策の具体化**を進め、今後、施策の実施に向けた**工程表等を策定**する。

	<基本法の見直し方向>	<主な施策>
食料安全保障の強化	不測時だけでなく、**平時からの国民一人一人の食料安全保障の確立**	・食料・農業・農村基本計画を見直し、**食料安全保障の状況を平時から評価する新たな仕組み**へ転換 ・食料の確保に向けた対策を**不測時に政府一体で実行する体制・制度**の構築（法制化） ・**主食用米から転換**し、麦、大豆、加工・業務用野菜、飼料の生産拡大、米粉の利用拡大、水田の畑地化・汎用化、肥料の国産化推進等 ・関係省庁と連携し、**食品アクセス問題に対応する仕組み**の検討 （**物流2024年問題**への対応や、**買い物弱者対策、フードバンク・子ども食堂への寄附の促進**等 国民一人一人の食料安全保障等） ・**適正な価格転嫁を進めるための仕組み**の創設（法制化）　等
農林水産物・食品の輸出促進	**海外市場も視野に入れた農業・食品産業への転換**	・輸出促進法に基づく品目団体の下、**食料システム全体での輸出拡大**、規制に対応した**輸出産地の形成** ・輸出先国における**輸出支援プラットフォームの整備**（輸出事業者等へのきめ細やかなサポートの実施） ・海外流出防止や競争力強化等に資する**知的財産の保護・活用**（育成者権管理機関の取組の推進等）等
農林水産業のグリーン化	環境負荷低減等、**新たに持続可能な農業を主流化する考え方の導入**	・みどりの食料システム法に基づき**有機農業等の取組を大幅に拡大** ・J-クレジット等の民間資金の活用等により、農業分野で**温室効果ガスの排出削減、生物多様性の保全に貢献**、フードバンクへの寄附量の開示など**食品企業の食品ロス削減に向けた役割の強化** ・生産者と食品事業者等との連携の促進、環境負荷低減の**取組の見える化** ・**各種支援が環境負荷低減の阻害要因にならないよう配慮することを原則化**　等
スマート農業	農業従事者が減少する中でも、**食料供給基盤が維持できるようにするための生産性の高い農業の確立**	・**産学官連携によるスマート技術の開発、サービス事業体の育成**等によるスマート農業の導入による生産性の高い農業への転換（**スマート農業の振興の法制化**）、ほ場の**大区画化** ・受け皿となる経営体等やそれを経営・技術等でサポートするサービス事業体など、**多様な農業人材の育成・確保** ・**農業水利施設等の維持管理**や**中山間地域の農業維持**のためのスマート技術の活用と非農業者・団体の受け皿となる農村RMOの育成　等

Ⅱ　政府全体の価格転嫁に向けた取組

「政労使の意見交換」（令和6年1月22日）

○　政府と労使の代表による「意見交換」（第3回）が開催。総理から「**適正な価格転嫁を我が国の新たな商習慣として 、中小企業間を含めてサプライチェーン全体で定着させる** 」ための施策等を発言。

（政府）
岸田 文雄　内閣総理大臣
林　芳正　　内閣官房長官
新藤 義孝　新しい資本主義担当大臣
武見 敬三　厚生労働大臣
齋藤　健　　経済産業大臣
古谷 一之　公正取引委員会委員長
村井 英樹　内閣官房副長官
森屋　宏　　内閣官房副長官

（経済界）
十倉 雅和　日本経済団体連合会会長
小林　健　　日本商工会議所会頭
森　洋　　全国中小企業団体中央会会長
森 義久　　全国商工会連合会会長

（労働界）
芳野 友子 日本労働組合総連合会会長
清水 秀行 日本労働組合総連合会事務局長

出典：首相官邸HP（2024.1.22）「政労使の意見交換会」

岸田総理発言（抜粋）

我が国経済は、30年余り続いた**コストカット型経済から、所得増と成長の好循環による新たな経済へ移行するチャンス**を迎えています。

第１に、本日御参加の経済界の皆さんには、今年の春季労使交渉について、物価動向を重視し、**昨年を上回る水準の賃上げをお願いいたします**。

第２に、中小企業・小規模企業における賃上げです。我が国全体で賃金を引き上げていくためには、**全従業員数の７割が働く中小企業・小規模企業における賃金引上げが不可欠**です。そのためには、**労務費の価格転嫁を通じて、賃上げの原資を確保することが鍵**になります。

政府としては、賃上げ税制の拡充や、カタログから商品を選ぶように簡単に補助を受けられる省力化投資補助金などの賃上げ促進策を実行に移すとともに、**労務費の価格転嫁対策に全力で取り組みます**。昨年末に決定した、**労務費の転嫁のための価格交渉に関する指針に定めた12の行動指針に沿った行動の徹底を産業界に強く要請**するとともに、独占禁止法等に基づく厳正な対処を行います。**適切な価格転嫁を、我が国の新たな商習慣として、中小企業間を含めて、サプライチェーン全体で定着させます**。

このため、合計1,873の業界団体に対し、指針の徹底と取組状況のフォローアップを要請しました。

さらに、コストに占める労務費の割合が高い、あるいは、労務費の転嫁率が低いといった、特に対応が必要な22業種については、各団体に対し、自主行動計画の策定や、転嫁状況の調査・改善を要請いたします。

フォローアップのため、村井官房副長官をヘッドとして関係省庁連絡会議を設置いたします。実行あるのみです。

「政労使の意見交換」（令和6年3月13日）・総理会見（同月28日）

○ **2024年春季労使交渉の集中回答の機会**をとらえ、政府と労使の代表による「意見交換」を実施。
○ 令和６年度予算の成立に当たっての**総理会見**において、**物価上昇を上回る賃上げ**を約束。

岸田総理発言（抜粋）

本日は、春季労使交渉の集中回答日であり、経団連会長から、多くの大手企業で、昨年を大きく上回る水準の回答が出たとの御報告がありました。**昨年を上回る力強い賃上げの流れができていることを心強く思います。**

30年続いたコストカット型経済からいよいよ次のステージに移行していくために、良い動きを確認できたと思います。

その上で、中小企業関係団体などの皆さんからは、賃上げを予定している中小企業は昨年より増えているが、大企業における高い賃上げの動きが中小企業・小規模企業に広がっていくためには、労務費の価格転嫁が鍵となるとの発言がありました。正に、**中小・小規模企業における十分な賃上げによって裾野の広い賃上げが実現していくことが大切です。**

政府としては、このような**賃上げの流れを継続できるよう、あらゆる手を尽くしてまいります。**

まず、**下請法違反行為については、勧告を含め、厳正に対処していきます。**また、公取委員長から報告がありましたが、労務費指針の周知・徹底状況の把握に向けたフォローアップのための特別調査を実施するとともに、取組が不十分な事業者について独占禁止法に基づき事業者名を今月中に公表することをお願いいたします。

加えて、昨年11月に策定した労務費指針の下、特に対応が必要とされている22業種について、各省庁は、本日の村井官房副長官の中間報告も踏まえ、自主行動計画の実施状況の把握、策定・改定等について加速をお願いします。

そして、賃上げの地方への波及に向けては、厚生労働大臣は、地方版政労使会議の開催を実効的なものとするよう、フォローアップも含め、お願いいたします。

デフレ完全脱却のチャンスをつかみとるため、これから正念場です。労使の皆さんの総力を挙げた協力をお願いいたします。

出典：首相官邸HP（2024.3.13）「政労使の意見交換会」

令和６年度予算成立後の岸田総理記者会見（令和６.3.28）での発言（抜粋）

国民の皆様に物価高を乗り越える二つの約束を明確に申し上げます。

まず、**今年、物価上昇を上回る所得を必ず実現します。**そして、**来年以降に、物価上昇を上回る賃上げを必ず定着させます。**

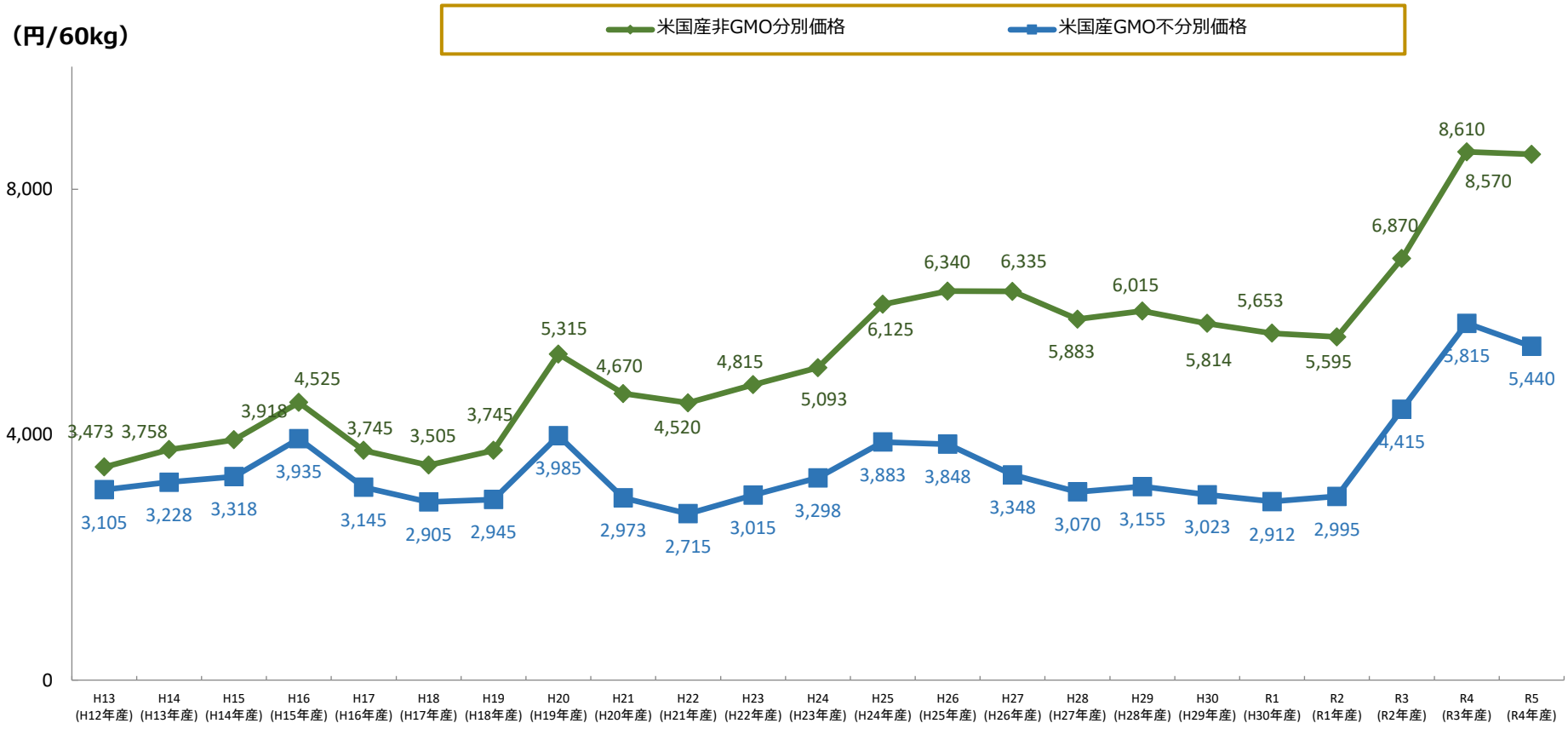
Ⅲ　WGにおける協議の状況

（１）豆腐･納豆WG

大豆価格の推移について

○　豆腐・納豆の**主要原材料である大豆の海外産価格**は、**令和２年から令和５年にかけて1.5倍程度、上昇。**

【大豆の海外産価格の推移】



注．米国産非ＧＭＯ分別及びＧＭＯ分別は、日経商品主要相場で暦年(R4は7月時点まで）による平均価格(税抜)。

豆腐事業者を取り巻く状況について①

○　令和3年から令和４年にかけて、**豆腐の製造・販売に係るコストは総じて増加傾向。**
○　他方、**豆腐の販売価格**は令和４年（2022年）以降、**おおむね横ばい。**
○　長期的に見ても、購入単価は低下を続けている。

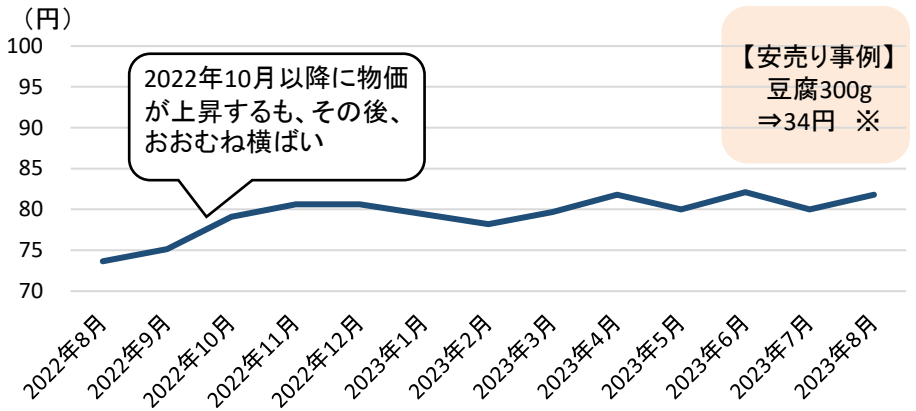
【豆腐の製造・販売に係るコストの変動
（令和３年から令和４年）】

	費　目	変動率
原材料費	原材料費計	+29%
	大　豆	+35%
	凝固剤	+4%
	消泡剤	+1%
製造経費		+8%
販管費		+3%
費用合計		+11%

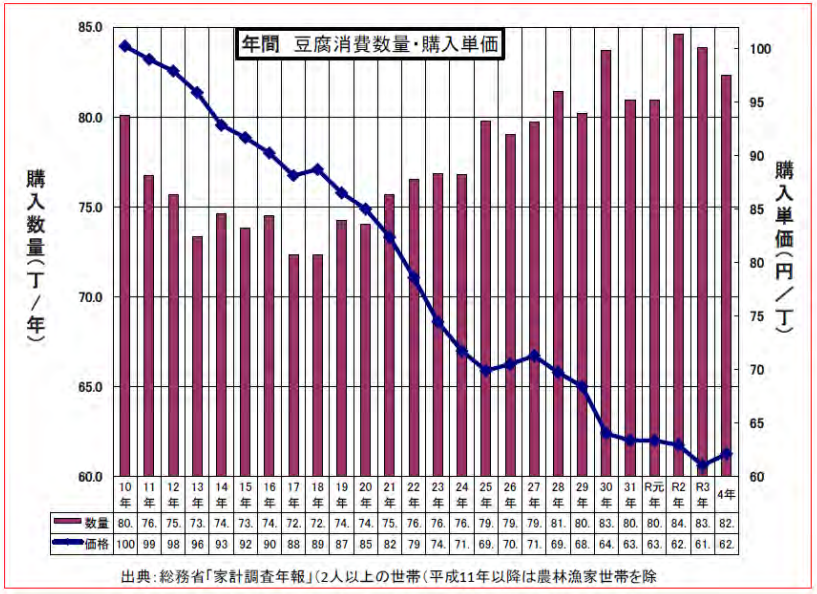
※１　変動率は、輸入大豆を使用した絹ごし豆腐（並）１丁について、各社・各商品の費用を平均したものの令和３年８月から令和４年８月における変動を示したもの。
※２　原材料費・製造経費・販管費の費用合計の回答のあった5社・５商品の平均。

注：農水省「令和４年度原材料等の価格上昇に伴う取引価格への転嫁等状況及び適正取引推進ガイドラインの活用状況調査委託事業報告書」抜粋

【豆腐（300g）当たりの価格】



注：総務省「小売物価統計調査（動向編）の東京都区郡」にある１kg当たりの価格を300g当たりの価格に換算

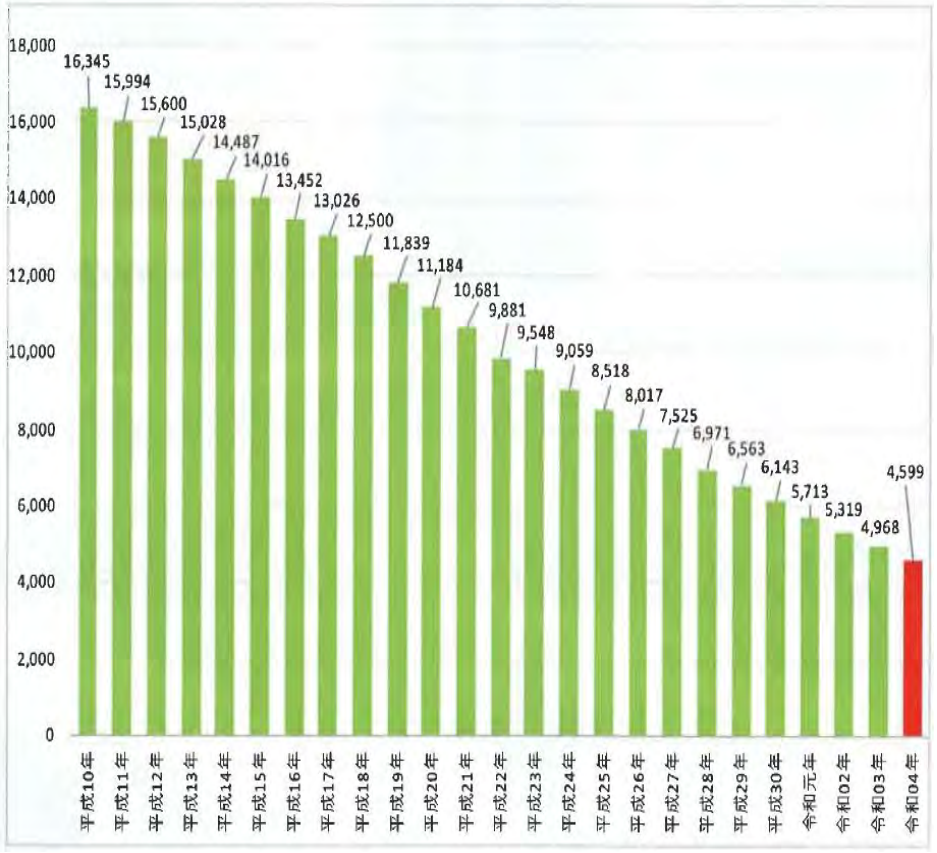


出典：総務省「家計調査年報」（2人以上の世帯（平成11年以降は農林漁家世帯を除

豆腐事業者を取り巻く状況について②

○　**豆腐製造事業所数は、長期的に減少傾向**にあり、令和３年には5000施設数を下回る。
○　**事業者**からは、**価格の低迷等を踏まえ、経営が苦境にあるとの声**が上がっている。

【豆腐の製造事業所数の推移】



注：厚生労働省「令和4年度衛生行政報告例」「許可を要する食品関係営業施設数」豆腐製造業より、フードジャーナル社作成

【豆腐製造業者の声】

○　他の食品に比べて、小売価格が低いこと、小売業者のＧＰが高いことが、豆腐・納豆製造業者の経営を圧迫する要因。

○　一部のドラッグストアやディスカウントストアで行われている、私共から見れば不当廉売（※）と思えるような28円、38円とかの廉価販売をやめていただくことが、豆腐・納豆の価値の底上げにつながる。

○　（一部のドラッグストア等における廉価販売について、）一般的な豆腐一丁のコストに比べて、店頭でそれよりも安い価格で売っているという点が異常さを表していると言えると思う。

○　平成５年比で輸入大豆の国際価格は３倍、国産価格は２倍になっているが、豆腐の価格は、下がり続けている。製造事業者はコストカットの努力を重ねてきたが、とうに限界を越しており、利幅が縮小し、多くが採算ギリギリ、赤字体質の状態に置かれている。

○　事業者が減っていくなかで事業者の生産量も増えていった。しかし、生産能力があり安く提供できる体制を持つメーカーでは、価格を武器にシェアを取りに行き、全体の取引価格を引き下げているようなことも起こっている。

○　消費者の中に、「豆腐は安いものだ」という意識が根付いたことは、我々の業界自身にも問題があるが、このままでは一部の大手メーカーのみが残り、中小・零細事業者はなくなってしまう。

○　中堅のメーカーが価格改定をお願いしに行ったところ、取引先から断られ、当該取引先の依存度が高かったこともあり、あえなく倒産したという事例がある。

注：第１回・第２回のWG議事要旨や関係者へのヒアリングを基に農水省作成

（※）不当廉売・・・独占禁止法においては、「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って、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（第２条第９項第３号）」及び「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（不公正な取引方法（昭和57年公正取引委員会告示第15号）第６項）」を、不公正な取引方法として禁止している。

納豆事業者を取り巻く状況について①

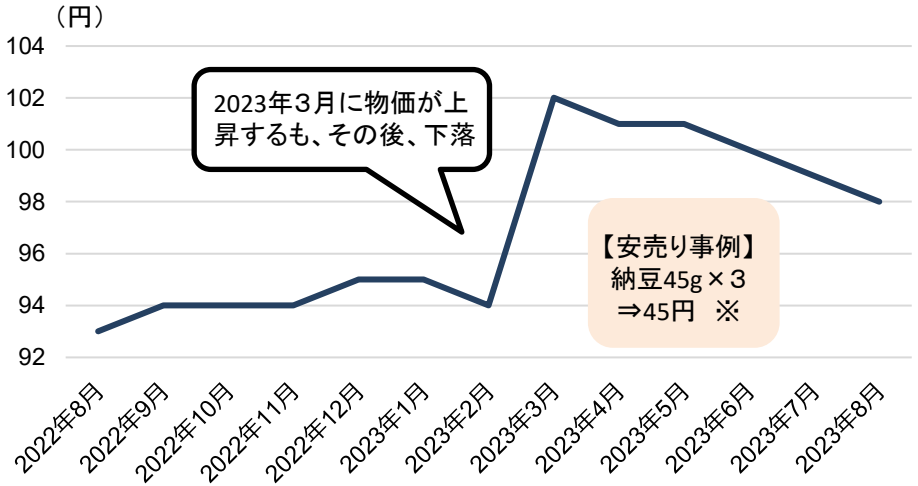
○　**平成30年から令和５年までに納豆の製造コストは2割程度上昇**（１商品当たりの単価は14%しか上昇せず、十分な価格転嫁とは言い難い状況。）。
○　**納豆の販売価格**は、令和４年（2022年）３月に上昇するも、その後、**下落**。

【納豆の製造・販売に係るコストと価格の変動の事例（平成30年から令和５年）】

費　目	変動率
原材料費	+26%
製造経費	+22%
販管費	+13%
費用合計	+22%

１商品当たりの単価は
14%しか上がらず

【納豆（1パック45g×3等）当たりの価格】



資料：総務省「小売物価統計調査（動向編）の東京都区郡」を基に作成
※農林水産省調べ

注：関係者によるヒアリングを基に農水省作成

納豆事業者を取り巻く状況について②

○　**納豆製造営業施設数**は、**過去30年にわたり減少傾向**にあり、令和３年には406製造所。
○　**事業者**からは、**価格の低迷等を踏まえ、経営が苦境にあるとの声**が上がっている。

【納豆製造営業施設数の推移】

注：厚生労働省健康局生活衛生課の資料より

【納豆製造業者の声】

○　価格を上げてほしいと言っても、流通側の戦略なり考えに合わせて値段を決められている。

○　１度値段を決めたら、何かなければずっと同じ値段というのが基本。

○　ディスカウントストア、さらにドラッグストアが豆腐・納豆を販売しているところ、客寄せのための価格設定を行っており、この価格にスーパーの価格も引っ張られていると理解。

○　2023年の原材料価格は、2019年比で概ね1.5倍となっているところ、価格転嫁しても、店頭価格の上昇率は6.75%に留まっている。

○　（納豆の売場構成比のほとんどが特売であるという見解について、）健全な状態ではない。これはもう続かないと皆さん感じているだろう。

○　豆腐・納豆業界には、まだまだ中小が多数いて、適正な利益を上げているところは少ないと思われ、再投資できていないメーカーの方が多い。そのため、将来の継続性の観点では疑問符がつく。

○　大手メーカーと量販店双方に「納豆は99円以下で売りたい」という思惑がある。中小メーカーの経営は圧迫されている。

注：第１回・第２回のWG議事要旨や関係者へのヒアリングを基に農水省作成

豆腐・納豆の取引における現状と課題

○課題	○現状（これまでのWGで出された意見）
① 集客を目的とする特売の対象とされ、**豆腐・納豆単品では利益を考えず、取扱い商品全体での利益を考える経営**が行われている。 ② 消費期限が短く、廃棄のリスクが高いこと等から、他の食品に比べて**小売側の粗利率が高**いケースがある。 ⇩ ● 価格決定において**納入価格が低く抑えられやすい**（製造コストにかかわらず、それ以外の要素で納入価格が決定される場合がある。）。	**【小売業者における販売の現状】** • 一部のドラッグストアやディスカウントストアでは、メーカーから見れば**不当廉売**と思えるような値段での**廉価販売**が行われている。 • 値上げの要望があった際は、豆腐や納豆については、個々の商品の利益率の判断ではなく、全ての商品群の粗利をミックスして、**全体のバランス**をとってビジネスをしている。 • 豆腐や納豆は販売点数が多く、消費者は価格に非常に敏感。競争相手に勝つためには、**価格で対抗できる商品が必要**であり、豆腐や納豆のような商品は、**特売比率が高くなる。** **【小売業者における仕入取引の現状】** • 他の食品に比べて、**小売価格が低い**こと、**小売業者の粗利が高い**ことが、豆腐・納豆製造業者の経営を圧迫する要因。 • 豆腐は、かつて販売期間も短く、気温の変動による**消費量の幅も大きく、ロスが相当数出てしまう**商品であったため、小売において**値入率を高く設定**しており、その中で作られた市場や価格帯が、**現在の価格に影響**を与えているのではないか。 • 納豆は、製造にあたって所要時間がかかり、**予測で製造**する割合が多くなるため、そのリスクを反映して小売において**値入率が高く設定**されているのではないか。

豆腐・納豆の取引における現状と課題（続き）

○課題	○現状（これまでのWGで出された意見）
① 原材料費や製造コストが上がっても、**価格交渉を機動的に行うことができない。** ② 需要の予測が難しく、取引において生ずるロス、欠品等の**リスクをメーカー側が負っている。** ⇩ ● 製造業者の**取引上の立場が弱い。**	**【製造業者ー小売業者間の交渉やリスク分担の現状】** • 価格交渉の時期がほぼ決められており、その時期に集中して商談を実施。それ以外の時期は、**交渉はしづらい**状況。 • 納豆には季節性がないので、**価格交渉のタイミングは非常に掴みにくい。** • 直近のコストの上がり基調の中で、実際に交渉して店頭価格が変わる時期と、実際にメーカーのコストが上がっている時期との間に**ギャップ**がある。 • **特売**について、特殊な商品や他に転用できない商品の場合、見込みが外れた場合の**リスクをメーカーが負う**ケースが多いのではないか。 • **リードタイム**について、現行の**前日発注**から、せめて**２日前発注**になれば生産計画がもっとやりやすくなり、コスト上昇の圧力の吸収ができやすい。
● 消費者に値上げを受け入れてもらうには、**各段階のコストを示す**とともに、**付加価値の向上**も図っていくことが必要。	**【消費者の理解】** • **メーカーと流通が協業**して一緒に**豆腐の価値自体**を上げていき、それによって**値上げを受け入れやすく**する体制を作っていくことも大事ではないか。

（２）飲用牛乳WG

飲用牛乳を取り巻く状況について①

○　飼養戸数は長期的に減少傾向にあり、令和５年は15年前（平成20年）と比べて半減。一方、戸あたりの飼養頭数は一貫して増加。
○　飼養頭数及び個体乳量の増加により、生産量は令和３年まで増加。他方、コロナの影響等により、令和２年以降、生乳需要が低迷。これを踏まえ、令和４年から生産者団体が生産抑制を実施。
○　経営体によっては、増頭、コスト増及び生産抑制が同時に生じ、**苦しい経営が迫られた。**

【乳用牛飼養戸数及び経産牛飼養頭数の推移】

飼養戸数　（千戸）

H20	H25	H30	R5
24.4	19.4	15.7	12.6
（H20比）	△20%	△36%	△48%

資料：畜産統計（令和5年2月1日現在）

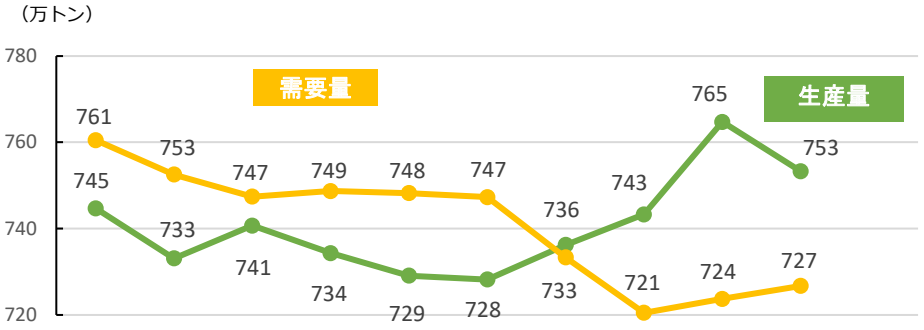
1戸当たりの経産牛飼養頭数（頭数）

H20	H25	H30	R5
42.0	48.5	55.2	68.0
（H20比）	＋15%	＋31%	＋62%

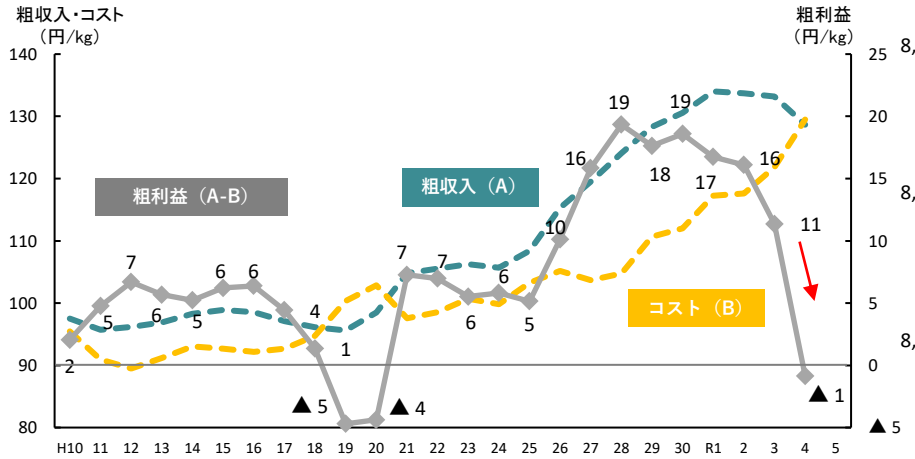
資料：畜産統計（令和5年2月1日現在）

出典：農林水産省「畜産統計」、「畜産物生産費」

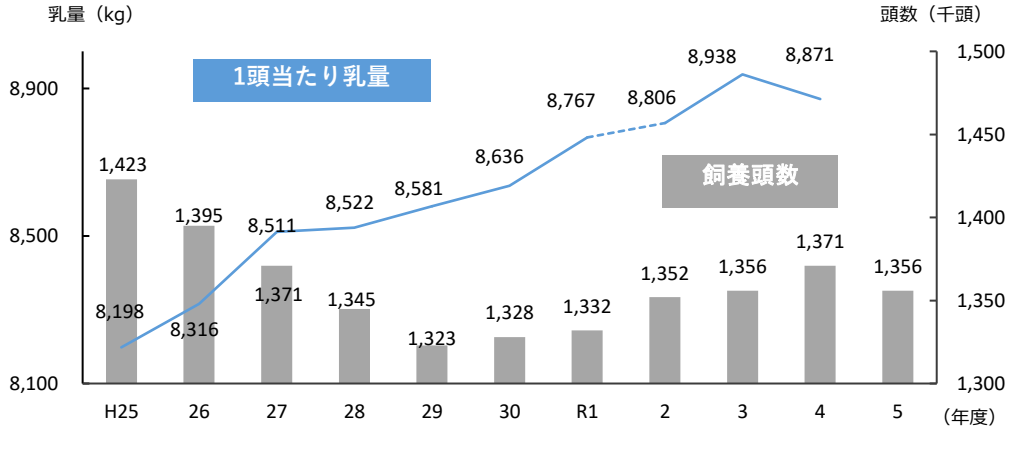
【生乳の需要と供給の推移】



【都府県の粗収入、コスト及び粗収益の推移】



資料：生産費統計を基に牛乳乳製品課推計（H10,R1~5は年、H11～30は年度）
粗収入（A）＝主産物価額及び副産物価額の合計。主産物価額には加工原料乳生産者補給金を含むが、配合飼料価格安定制度の補填費は含まれていない。
コスト（B）＝もと畜費、飼料費、家族労働費その他物財費及び雇用労働費、支払利子並びに支払地代の合計。自己資本利子及び自作地地代は含めていない。



資料：牛乳乳製品統計、畜産統計（令和5年2月1日現在）
※需要量は、脱脂粉乳の在庫低減対策等による需要増を含まない値。
※一頭当たり乳量のデータについては、R元とR2の間で標本が変わった為、不連続。

飲用牛乳を取り巻く状況について②

○　令和４年春以降、生乳の生産コストが急増したため、乳価交渉を経て同年７～８月に合意し、11月に飲用牛乳等向け乳価及び飲用牛乳の小売価格が引き上げ。その後も厳しい生産環境が続いたことから、令和５年８月にも飲用牛乳等向け乳価を引き上げ。令和４年春の生乳生産コストの増加以降、**２回の乳価引上げまで１年以上要した。**

○　令和４年11月の値上げ以降、牛乳の消費量の**減少が定着。**

【生乳の生産に係るコストの変動（令和３年から令和４年）】

	費　目	変動率
飼料費	飼料費計	+16%
	流通飼料費	+19%
	牧草・放牧・採草費	+1%
労働費		▲1%
光熱水料及び動力費		+25%
その他		+１%
費用合計		+８%

出典：農林水産省「畜産物生産費」
（搾乳牛１頭当たりの費用合計からコスト変動を算出）

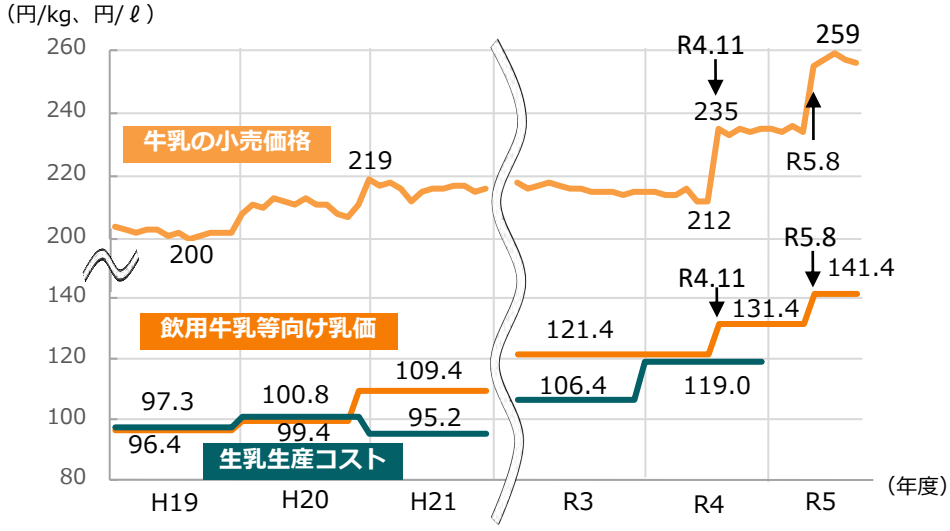
【牛乳事業の収益についての乳業メーカーの声】

○　飲用牛乳の場合、生産者だけではなく、製造業者も小売業者も赤字又は利益が取れない状況の中で、各段階で再生産可能なコストを反映した価格で販売した場合は、消費者の負担が大幅に上昇しかねないのではないかと考えている。

○　牛乳事業は赤字の状況だが、牛乳事業は、次の世代に新鮮な牛乳を残していかなければならないという観点から、利益だけを考えて行っているのではない。

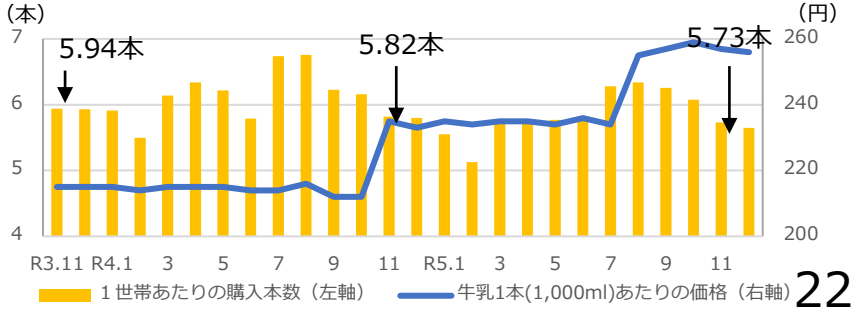
○　中小乳業は、大手に比べるとブランド力が弱く、価格を主張しても収益の確保が困難。ともすれば、ステークホルダーの圧力に屈し、牛乳の乱売や廉売を招いている。

【主な乳価、小売価格及び生乳生産コストの推移】



資料：農林水産省畜産局牛乳乳製品課調べ、農林水産省「畜産物生産費統計」、総務省「小売物価統計（東京都区部）」
注１　飲用牛乳等向け乳価は各年度の代表的な水準、生乳生産コストは都府県の全算入生産費（費用合計に地代・利子を加え、副産物収入を差し引いたもの。配合飼料価格安定制度の補填等の支援策は加味していない。）。
注２　生産費はH19～21年までは年度。R3年は年次。

【飲用牛乳（１L/本）の小売価格と購入本数の推移】



出典：小売価格は総務省「小売物価統計」（東京都区部小売価格）。購入数量は総務省「家計調査」（二人以上の世帯の全国平均）

飲用牛乳の取引における現状と課題

○課題	○現状（これまでのWGで出された意見）
① 集客を目的とする特売の対象とされ、競争環境が価格に最も影響するなど、**飲用牛乳単品では利益を考えない販売**が行われることがある。 ② 取引の各段階において、（一部、コストが価格に反映できている等の意見はあるものの）、消費者の認識する値段から逆算した価格設定がなされやすい。 ⇩ ● 取引の各段階の価格決定において**納入価格が低く抑えられやすい**（生産・製造等のコスト増にかかわらず、消費への影響等の要素で納入価格が決定されやすい。）。	**【小売業者における販売の現状】** • 牛乳は、**特売比率の高い商品**。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。 • **小売価格は、競争相手の値段など、競争環境が最も影響。** • PB商品のEDLP（エブリデー・ロープライス）化により、継続的に安く提供されることも進んでいる。 **【価格形成の現状】** • 牛乳は**基本的にこの程度の値段**、**という消費者の認識**がある中で、価格形成が行われている。 • 消費者の中で「これくらいの価格」というものが確固としてあり、（卸業者として）価格形成においてイニシアティブを取りにくい。 • 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、販売不可の処理しきれない生乳が生じてしまう。 **【各段階の取引の現状】** （指定団体－乳業間） • 生産者は、コストの積み上げで要請しているが、小売側が買える水準というのが乳業からの回答。 • 乳価をあげたのは、この価格では本来売れないが、生産者が持続可能とならないから。 （乳業－卸・小売間） • **牛乳事業は赤字**である。 • 乳業のコストは取引価格に反映できていると感じる。 • 中小乳業は、売り場を一定数確保するために、ステークホルダーの圧力に屈し、**乱売や廉売**を招いている。 （卸－小売間） • **戦略商品としての位置づけが強いため、赤字取引が多い**のが現状。他の取引で収益化を図っている。

飲用牛乳の取引における現状と課題（続き）

○課題	○現状（これまでのWGで出された意見等）
①　（乳価交渉は原則年１回であることにより価格が安定しているという声がある一方で、）原材料費や製造コストが上がってから、価格交渉を行い、合意に至るまでの間にタイムラグが生じ、上昇するコストを速やかに価格に転嫁することが困難**。** ②　消費期限の短い日配品であり、短期の需要の予測が難しく、取引において生ずるコストや欠品等のリスクを乳業メーカー側が負っている。 ● 取引の各段階において、売り手側の**取引上の立場が弱いことの表れ**。	**【各段階の交渉の現状】** （指定団体－乳業間） • **タイムリーな価格形成が出来ているのかというのが疑問**。 （乳業－卸・小売間） • 中小乳業と小売の力関係は１：９であるという発言が過去にあったが、現在もその状況は変わっていない。 同じ日配品である豆腐・納豆WGにおける意見 • 価格交渉の時期がほぼ決められており、その時期に集中して商談を実施。それ以外の時期は、**交渉はしづらい**状況 • 直近のコストの上がり基調の中で、実際に交渉して店頭価格が変わる時期と、実際にメーカーのコストが上がっている時期との間に**ギャップ**がある。 • **リードタイム**について、現行の**前日発注**から、せめて**２日前発注**になれば生産計画がもっとやりやすくなり、コスト上昇の圧力の吸収ができやすい。
● 消費者に値上げを受け入れてもらうには、**各段階のコストを示す**とともに、**付加価値の向上**も図っていくことが必要	**【消費者の理解】** • 最終的には消費者理解ということも非常に重要。 • **消費者への情報提供、発信、特に共感**をしっかり得ることがポイント。 • 「地域ブランド」なども活用し、**付加価値を高めながら**日々一生懸命、**提供に努めている**状況である。

Ⅳ　今後の検討方向

これまでの協議の状況と今後の検討方向

これまでの協議の状況	今後の検討方向
【価格形成の仕組みを設ける必要性】 飲用牛乳と豆腐・納豆については、**生産・製造・流通・小売**いずれの段階においても、**利益が取れていない状況**も見られ、こうした状況が続けば、**持続的な供給が困難となるおそれ**。	品目等の実情に応じて**食料の持続的な供給を確保**する観点から、価格形成の仕組みづくりについて**検討**。
【コストデータの収集】 **消費者を始めとする関係者の理解醸成**を図るためには、**各段階のコストを明確化**することが必要。 各段階におけるコストデータの収集はそれぞれ以下の方法で行うことを検討。 ①生産段階：公的統計データ以外のデータも活用 ②製造段階：団体での取りまとめ方式 ③小売段階：商品ごとの整理に拘泥せず、コストを捉える	品目ごとに各段階の**取引価格**や**コスト構造等**について**実態調査**を実施。 企業情報の取扱いを含め、各段階における**データ収集の課題等を検証**。
【コスト指標の作成・活用方法】 各段階の**関係者の合意の下で「コスト指標」を作成**。 **コスト指標を活用して価格交渉等を行う具体的方法**として、以下のような方式等を検討。 ①自動改定方式 ・コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、コスト指標に連動する形で価格を改定 ②参考改定方式 ・コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、コスト指標を参考として価格を改定 ③再交渉方式 ・コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、価格改定について再交渉	**コスト指標**について、**作成主体**や**価格交渉における活用方法等**、具体的に検討。

これまでの協議の状況と今後の検討方向

これまでの協議の状況	今後の検討方向
【価格形成や取引における課題】 **（１）価格形成において、コストが考慮されていない。** • 集客を目的とする特売の対象になりやすい。 • 同業他社との競争環境が価格に最も影響するなど、製品単品では利益を考えない販売が行われる。 • 消費期限が短く、廃棄のリスクが高いこと等から、他の食品に比べて小売側の粗利率が高いケースがある。（豆腐・納豆） • 取引の各段階において、消費者の認識する値段から逆算した価格設定がなされやすい。（飲用牛乳） **（２）コストが上昇しても価格交渉を機動的に行うことができない。価格交渉を行い、合意に至るまでの間にタイムラグが生じる。** • 価格交渉の時期がほぼ決められており、その時期に集中して商談を実施している。それ以外の時期は、交渉はしづらい状況にある。 • 交渉のタイミングが非常に掴みづらい。 • コストが上がる時期と、店頭価格が変わる時期との間にギャップがある。 **（３）取引において生ずるリスク等を売り手側が負担している。** • 悪天候の影響に伴う納期延期でもペナルティを課される。 • 特売の見込みが外れた場合、そのリスクをメーカー側が負うケースが多い。 • コスト削減分を上回るセンターフィーを要請される。 • 販売促進効果等に見合わない協賛金（リベート）を要請される。	所得増と成長の好循環への新たな経済への移行を念頭に、**適切な価格転嫁**を新たな商習慣として**サプライチェーン全体で定着**させるよう、政府全体の取組と歩調を合わせながら検討。 農産物・食品の価格形成について、**需給事情と品質評価**によることを**基本**としつつ、**食料の持続的な供給に要する「合理的な費用」が「考慮」される仕組み**について、**法制化**も視野に検討。 検討に当たっては、これまでの協議を踏まえ、以下のような**実情を十分考慮**。 （１）**採算を度外視した価格設定**が継続してなされる場合や、**生産・製造コスト**にかかわらずそれ**以外の要素（消費への影響等）で納入価格が決定**される場合があり、価格決定において納入価格が低く抑えられやすい**。** （２）原材料費や製造コストが上がっても、**価格交渉を機動的に行うことができない**。 （３）**取引上の立場が弱い側が**取引条件として**一方的に負担**を強いられる。
【消費者の理解醸成】 消費者にも値上げに対する理解を得るためには、**各段階のコストを明確化**。併せて、**付加価値の向上**を推進。	品目ごとのコスト実態調査等を通じて、**費用の明確化**を検討。 併せて、**国産原材料の活用**や、有機農産物等を通じた**環境負荷の抑制**等により**付加価値の向上**を検討。

(参考１①) 適正な価格形成に向けたコスト等調査（令和５年度補正予算）

調査目的

- 燃油・肥料・飼料等の価格が高騰する中、安定的な食料供給を実現していくためには、生産だけでなく、流通、加工、小売等の各段階の持続可能性を確保していく必要。
- 生産者、集出荷団体、仲卸業者、小売業者等を対象に**各段階での取引価格等を把握**し、その結果を用いて多様な流通における**コスト構造等の実態を把握**することにより、適正な価格形成に向けた検討に資することを目的として実施。

対象品目（案）

○ 米、大豆、小麦
○ 果実（みかん、りんご等）
○ 飲用牛乳、鶏卵、食肉（牛肉、豚肉、鶏肉）
○ 野菜（ピーマン、大玉トマト、キャベツ等）
○ 茶
○ 加工食品（豆腐・納豆、こんにゃく等）

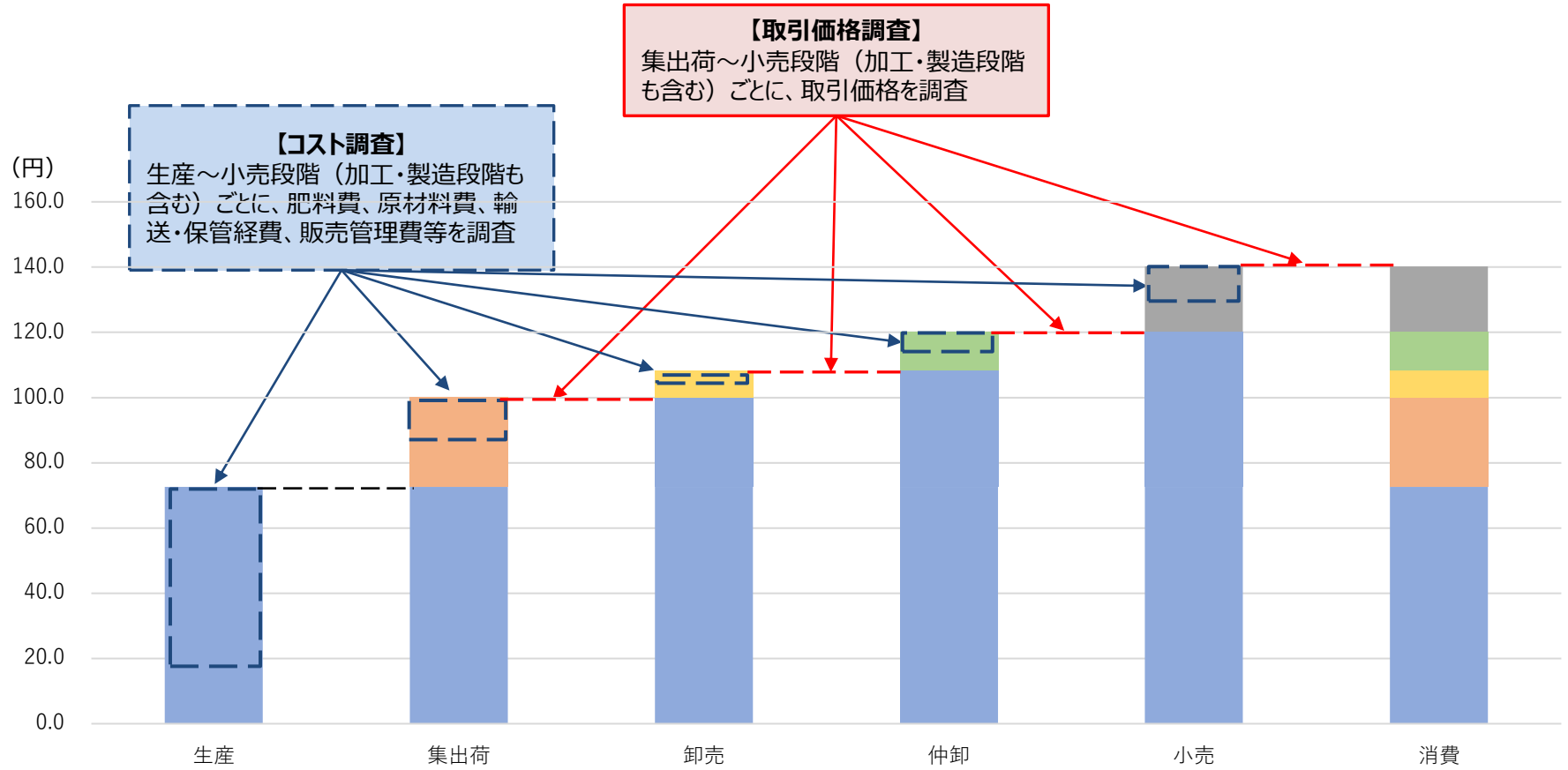
調査項目

- 生産者段階：生産費統計が実施されていない品目（野菜、果実、鶏卵等）
  生産に要する経費（**雇用費、種苗費、肥料費、光熱動力費等**）
- 集出荷団体、卸売業者、小売業者等段階：
  取引数量、取引金額、輸送費・保管経費等の総額等
- 加工・製造業者段階：加工用野菜、加工食品等
  加工・製造段階に要する経費（**原材料費、販売経費、販売管理費等**）

注）各段階において、**価格交渉や契約における課題把握に関する調査**（取引実態調査）も同時に実施。

(参考１②) 適正な価格形成に向けたコスト等調査（令和５年度補正予算）

○ **各段階の取引価格**について、農林水産省統計部において行っている「**食品流通段階別価格形成調査**」等を参考に、取引の金額や数量の総計から調査予定。
○ また、**各段階ごとのコスト**も調査予定。



※平成29年度食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）を基にキャベツ１玉当たり（１kgと仮定）のコスト構造を事例にグラフを作成

コスト構造の把握を通じ、「適正な価格形成に向けた検討」を推進

（参考２）食品流通段階別価格形成調査（平成29年度）

○ **食品流通段階別価格形成調査**（青果物調査）を５年に１度実施。（直近・平成29年度）

○ この調査は、令和5年度に実施中であり、**次回の調査結果公表予定時期は令和６年6月。**

○ 生産者、集出荷団体、仲卸業者、小売業者を対象に、**各段階での仕入・販売金額**等を調査。

○ **農林水産省HPにおける公表（現行）**

食品流通段階別価格形成調査

調査の概要

調査の目的	調査の沿革	調査の根拠法令	調査体系
調査の対象	抽出方法	調査事項	調査の時期
調査の方法	集計・推計方法	用語の解説	調査票
利用上の注意	Q&A	公表予定	

調査の結果

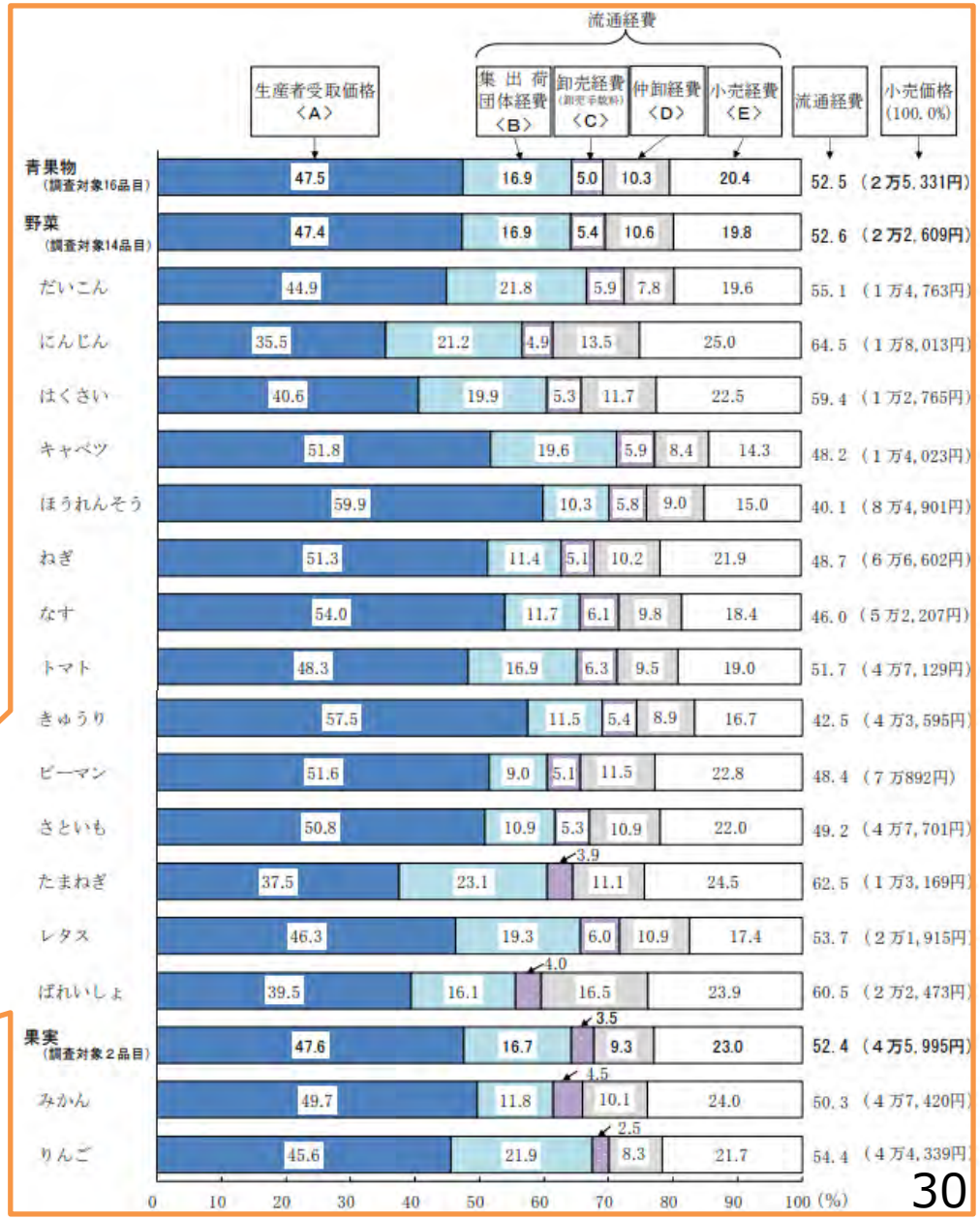
- 第1報　※調査結果を速やかに取りまとめた資料
- 確報　※確定した調査結果の詳細を取りまとめた資料

第1報（統計表一覧）

公表資料名	食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）（平成29年度）	平成31年4月9日公表
公表資料	統計表［Excel：e-Stat］	結果の概要（HTML）
お知らせ	令和元年6月14日に確報を掲載しました。	

資料：平成29年度食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）

○ **品目別の小売価格に占める各流通経費等の割合（100kg当たり）（試算値）**



（参考３）フェアプライスプロジェクト（適正な価格形成に向けた消費者理解醸成）

○　消費者をはじめとするフードチェーンの各段階の関係者に対して、インターネットや店頭サイネージなどを活用し、食品の生産・流通に関わる実態並びに生産資材、原材料等のコスト高騰の状況及び背景についてわかりやすく伝える広報を行い、各段階での適正な価格形成に向けた環境を整備。
○　コンセプト「**売る人にも、買う人にも、育てる人にも。フェアでいい値を考える。**」

○特設サイト
制作した各種コンテンツ（動画）を農林水産省のHPに掲載。アンバサダーにお笑い芸人のなかやまきんに君を起用。

キービジュアル

コンセプト動画

○体験学習の様子（動画）
親子を対象に、酪農体験を通じて、食品の値段について考えて頂くイベントを開催。
また、その様子をYouTubeでも配信中。

餌代等の説明

子牛への哺乳体験

○生産者インタビュー動画
生産者等のインタビューを通じて、コストが上昇している生産現場の窮状に加え、こうした状況に対応策を講じる頑張りなども発信。

畜産農家

豆腐製造者

○　アニメ作品とのコラボレーション
『あはれ！名作くん』（Eテレ（2016～2022））と親子や若者向けに食品の値上げ等の背景について、端的に分かりやすく伝える動画を制作し、YouTubeで配信中。

各団体のHPに当プロジェクトのリンク掲載を積極的にお願いいたします。
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fair-price-project/index.html

(参考資料) 前回12月協議会

第３回協議会（12月27日）における協議のたたき台

両WGでの協議状況（小括）	協議のたたき台
【①　仕組みを設ける必要性】 ・　**酪農**生産サイドからは、コスト増加が乳価に十分反映できておらず経営継続ができない者が**廃業**しているといった現状への危機感が示された。**乳業**メーカーからは、**牛乳事業は赤字**といった経営状況が示された。 ・　**豆腐・納豆**メーカーからは、利益が上がらず再投資ができない会社が多く将来的な**継続性に疑問**、今の価格や供給は**続かない可能性**があると（世間が）理解すべきといった現状への危機感が示された。また、流通側の考えに合わせて取引価格を決められているとの声もあった。 ・　小売業者等からは、 ①　**利益が取れないこと覚悟**で飲用牛乳の小売価格を決めているというのが現状 ②　流通段階で上昇している各種のコストを（豆腐・納豆の）小売価格にそのまま**転嫁**すると**消費者に買ってもらえない値段**となるとの危惧、また、**競合他店**（小売）に勝つためには、価格で対応できる商品が必要　といった認識が示された。 ・　消費者からは、生産者の保護という観点から適正な価格転嫁が必要だということは認識してるが、**価値より価格に共感**といった声があった。 ・　なお、酪農生産サイド・乳業メーカーからは、生産者の所得補償が必要ではないかといった声があった。	○　WGにおいて協議が行われた品目については、**生産・製造・流通・小売**いずれの段階においても、利益が取れていない状況もみられる。こうした状況が続けば、**各事業の継続が困難**になるおそれ。 　価格が上昇すれば、消費者の購入量の減少が懸念されるが、価格上昇を伴わなければ、**将来的に**当該品目の**供給自体が停滞**。 ○　コスト増加等を適正に反映した価格上昇を念頭に置かざるを得ないが、**各段階のコスト**を示すことなく、**消費者の理解**を得ることは困難ではないか。

第３回協議会（12月27日）における協議のたたき台

【② コスト指標の検討、その前提となるデータの収集等】

- **酪農**サイドからは、コストデータについて、**公的なデータ**に加え、生産者団体の**独自データ**として提供・公表することにつき組織的な協議は可能といった認識が示された。
- **乳業**メーカーからは、コストデータについて、生産コスト・利益構造は各社で異なり、その公表は**他社との競争下**において**極めて困難**という意見があった一方、**保秘**を前提としてコストに関する**共通の様式**等があれば検討の余地があるといった意見があった。
- 卸売業（牛乳）からは、何らかのコストデータについて、今後の議論の深まりや、構成員間で温度感が一致する段階で改めてお示しできればとの提案があった。
- **豆腐・納豆**メーカーからは、コストデータについて**原則として公開を控える**といった意見があった。他方で、豆腐の団体がまとめているデータで**業界統一のコスト構造**を考えられる、納豆の団体による**アンケート方式**で示せる可能性がある、といった提供方法の提案もあった。
- 小売業者からは、両WG共通で、**日配品（豆腐、こんにゃく、納豆、パン、乳製品等々）**というカテゴリー別の目標とする利益率以上**踏み込むことの難しさ**の認識が示された。

○ 適正取引を推進する仕組みについては、**統計調査等を活用**し、食料システムの関係者の合意の下で**「コスト指標」を作成**し、これを活用して各段階で価格が適正に転嫁されることを想定。

○ コストデータの収集等に関して、議論のたたき台として例示すると、次のとおり。

① **生産段階**では、公的統計の制約（最大2年遅れ）等の事情に鑑み、**公的統計データ以外のデータも活用**した実態に合った指標の作成を検討してはどうか。

② **製造段階**では、個社情報の公表の困難性に鑑み、ＷＧでコメントがあった**団体での取りまとめ方式**で収集することも検討できないか。

③ **小売段階**のように商品ごとのコストデータがない等の場合について、商品ごとの整理に拘泥せず、**電気・光熱費、人件費、物流費**等のコストを捉えることはできないか。

④ 各段階のコストを「指標化」する場合、一律で**平均**するのか、**事業規模別**などでグループ化するのか等、どういう指標が一層適切か。

第３回協議会（12月27日）における協議のたたき台

【③　コスト指標の活用方法】

・　データが**どういう形で使われるのか**分からないと、どういう出し方をしたら良いのか分からないといった意見があった。
・　また、**議論を深める**ためには、**たたき台**となるような具体的な提案が必要との意見もあった。

○　コスト指標の価格交渉における具体的な**活用方法**について、議論のたたき台として例示すると、次のとおり。

①　コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、**コスト指標に連動**する形で**価格を改定**する方式（**自動改定方式**）

②　コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、**コスト指標を参考**として**価格を改定**する方式（**改定方式**）

③　コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、**価格改定**について**再交渉**する（交渉テーブルに着く）方式（**再交渉方式**）

○　消費者の理解を得るためには、**コストの見える化**が必要。併せて、コスト指標を消費者に**分かりやすく伝えていく方策**についても検討。

○　生産等の持続性の確保に支障を来たし得る商品について**価格形成の方式を見直した**上で、従来方式からの移行に当たり、どのような**経過的措置**を講ずる必要があるのかも検討。

第３回協議会（12月27日）における議論のポイント

【① 仕組みを設ける必要性について】

- 生産コストの上昇を価格に転嫁することで、消費が減少するという懸念の声があることは承知しているが、生産者として見ると、目先の消費が減るというレベルではなく、**営農が継続できるかどうかという危機的状況**。このままでは、多くの地域で営農を継続することが困難となり、**食料安全保障の確立が困難**。

- 農業経営統計調査によると、2022年の全国の**酪農経営の平均所得は赤字**。酪農家は、情勢の先行きの不透明感により不安が募り、廃業という選択をするケースが急増。危機的状況かどうかについての話は、この議論の大前提。

- 食料システムの**どこかにしわが寄るような形での解決というのはあり得ない**ので、それぞれのコスト増をどういう形で、適正な形で転嫁していくのか、大きな食料システムの流れを考えていこうということ。

- 価格は、どれだけの価値があるかというもので決めるので、**必ずしも原価が全て反映されているものではない**。また、たくさんの商品を扱っている**卸売業や小売業は、マージンミックスで１つの経営を考えている**ということが前提。こういう状況の中でも、牛乳、豆腐・納豆について、持続可能な供給を続けなければならず、何らかの手を打たなければならない。

- **危機的な状況がビビットに感じられない。牛乳や豆腐・納豆がどれだけ苦しんでいて、どれだけ危機的な状況であるのかが消費者に伝わらない限り、消費者の理解は得られない**。

- 危機的状況については言わずもがなである。**中長期的な仕組みの構築とは別に、緊急対応として生産現場をしっかり守るべき**ではないか。

【② コスト指標の検討、その前提となるデータの収集等】

- 適正な価格形成のためには、**消費者の理解を得なければならない**し、そのためにも各段階が協力して**業界全体のコスト指標を作成することは必要不可欠**。

- コスト指標が消費者の理解を得るには、国が取りまとめたもの、あるいは、国が検証し、認めるものである必要。

第３回協議会（12月27日）における議論のポイント

【② コスト指標の検討、その前提となるデータの収集等（続き）】

- データの収集について、現役の出向者を中心に構成・運営されている団体であるので、**企業秘密に関わるデータの提供や収集は、応じていただけない実態**がある。
- （コスト指標の活用の）前提となるのは、**コスト構造であり、売り手側と買い手側で共有するというのが、大前提。**業界全体で取りまとめることに関しては、やっていただかないと話が前に進んでいかないのではないか。

【③ コスト指標の活用等】

- 活用方法①（自動改定方式）は、何らかの対応がセットでないと難しく、システム単独では、持続可能とは言えない。今後、サプライチェーンの各段階の**コストアップがいかほどか、サプライチェーンの関係者で共有することから始めるなど**も検討できないか。
- 指標の活用方法のうち、①（自動改定方式）については慎重な意見もあるということは認識しているが、赤字が常態化するようでは、生産の持続は不可能。②（改定方式）、③（再交渉方式）を含め、**何らかの仕組みを作っていくということで議論を更に深めていただきたい。**
- 現在、乳価交渉は１年に１回であり、１年の酪農の経営計画が、自動改定方式や再交渉方式となると、生産者は１年の経営計画が立てられない。
- コスト指標の活用については、**現行の競争法制を前提として議論をするのかどうか**ということを、**しっかり検討していただく必要**があるのではないか。
- **各段階で再生産可能なコストを反映した価格で販売した場合、価格そのものが消費者の理解を得られない**のではないか。また、売れなくなった商品が**代替品に置き換わることは、乳業者だけではなく、生産者にとっても非常に怖い**こと。**このような課題にどのように対処すべきかについてもセット**で提案いただき、ＷＧで議論していく必要。

第３回協議会（12月27日）における議論のポイント

【③ コスト指標の活用等（続き）】

- ①**（自動改定方式）**については、需給も考慮されていないといった案とも考えられ、**実現のハードルは高い**のではないか。③**（再交渉方式）の方が実現性は高い**が、対象とするコストを特定すること、一定のコスト変動について発動基準を定めることが必要。

- ①**（自動改定方式）**、②**（改定方式）では**、どれだけ**生産性向上によるコストダウンがなされているかどうかという検証がない。**コストダウンに関するやり取りが、売り手と買い手との間できちんとなされるということが、一番健全な姿。このため、③**（再交渉方式）が、一番望ましい。交渉の中で、川上側の生産性がどうなっているのかということやコストの中身の裏付けをやり取りしていくと、おのずからあるべき価格というのが共有されていく**のではないか。

- コスト指標について、どのような指標を作ろうと、それは一例にすぎない。①**（自動改定方式）のように、そうした一例のものを、一律に価格に連動させる形で価格改定に適用することは、まず考えられない。**コスト指標の活用方法が、どういう制度的仕組みで担保されるのかは分からないが、価格交渉にきちんと応じた人に対して、仕組みを作るのはどうなのかと疑問に感じる。

- **何らかの指標で、「危機的状況なのにあんなに安く売っている」ということを消費者に理解**してもらい、消費者側が「酪農家を救うために他の所で買おう」という発想に導くことが可能であれば、検討いただきたい。

- **消費者に値上げの理解を求めるだけではなく、値下げについても適正に価格反映できる仕組みの検討も併せてお願いしたい。**それが消費者との信頼関係の構築につながる。