

適正な価格形成に関する協議会
第1回米ワーキンググループ 議事要旨

令和6年11月5日

○全国農業協同組合連合会 藤井 米穀部長

提出した資料の説明をさせていただきます。

まず、生産・流通費の高止まりについて、農畜産物価格がコストの上り幅に追いついていないと言え、3ページ目の生産者の推移については、基幹的農業従事者数は減少傾向にあり、一人当たりの基幹的農業従事者が支えなければならない人口も増えている傾向にある。さらに、耕作面積の減少と生産地の人口減少について、特に中山間地では人口の減少が進んでおり、何かしらの対策を打たなければ生産者がいなくなる恐れがある。

5ページの米価についてだが、今年度こそ様々な要因で米価は上昇したが、長期的に見れば低下傾向にある。他の品目と比較しても、米価は価格が落ちていると言える。一定の利益が確保できるという前提が見通せない、農業従事者が減っていくという点で課題だと認識している。

6ページの物流問題について、今のところ、運べないというような事態には陥っていないが、運送コスト自体は今後も上昇していくという見通しである。農産物は単価が安い、運賃がコストに占める割合も大きく、農産物の価格形成に影響を与えているとみている。

その中で、JAグループとしては、生産基盤が弱体化する中で、生産性向上に向けた様々な取組を提案しているほか、消費拡大に向けた広報活動にも取り組んでいる。

○ホクレン農業協同組合連合会 駒形 米穀事業本部 米穀部長

資料2のp27の1点目の費用の把握・明確化の観点についてだが、我々としても再生産というのは非常に重要な観点だと考えており、生産コストとしては、農水省が公表する生産費統計を一つの基準としている。ただ、公表が1年以上経ってからなので、直近の生産資材や農業機械の価格動向を乗じること、コストの試算を算出している。こうして算出したコストを基に、主要な取引先とは交渉を進めているほか、直近の価格動向や情勢の説明という観点から、コストの関係の説明を行い、理解の促進に努めている。

次に、2点目の取引の実態についてである。我々は取引に当たって、まず米を集荷するために概算金を設定するが、その際に3つ考慮していることがある。1つ目は、生産コストを踏まえて再生産が可能であるか。2つ目は、販売先を通じて消費が円滑に進むか。3つ目は、安定的な供給に向けて、集荷が確保できる水準にあるか、である。これらの3点を考慮する中で、6年産米については、集荷環境が厳しいというこ

とで、3つ目の集荷の面が考慮されるような実態になっていると理解をしている。

3点目の供給の持続性についてであるが、今年は集荷の競合という部分が非常に強くなっており、これは、需給に起因するものだと考えている。そのため、色々な生産コストを考慮する中でも、需給に影響を受けて、生産コストの変動部分を上回るような変動が、価格面では起きてしまうこともあるといえる。この観点から、安定供給に向けた取組を見直していく必要があり、我々としても検討を進めている。

○日本農業法人協会 井村 副会長

費用の把握・見える化について、我々の会員は法人経営が多いため、コストについてはそれなりの管理はしていると思う。ただし、近年は複合化や農産加工をすることにより、経営が複雑になってきていて、米だけの分析がどこまでできているかというのは、宿題とさせてほしい。

取引先に対して、コストの説明はするが、長く買い手市場が続いており、高値の今年についても、どちらかといえば川下側から価格の提示を受けるというケースが多く、コストによる交渉はなかなかできていないのが現状。

各段階の価格がどのように決定されるかということだが、先程申し上げたとおり、最初の集荷業者との間の価格の決定においては、その年の相場という部分が大きく、「これくらい」という価格を集荷側から提示され、その価格に従うというケースが多いと思う。交渉においてコストは考慮されていないと思う。

価格交渉や契約においてどのような課題があるかだが、契約の時点で価格をしっかりと伝えてくれる業者はほとんどなく、やはり価格は相場的なものなので、秋の色々な指標を見ながら決めさせてくれといった価格決定が多いと思う。

供給の持続可能性については、米の生産に携わるマンパワーが減ってきており、このまま農村が維持できるのかといった産地もあり、持続可能な生産体制になっておらず、支障が出ていると認識している。ここ30年、米価が下がってきている中で、なかなか再生産できる価格について話し合われていないという現状があるため、合理的な価格形成の仕組みができれば嬉しく思う。

最後に、生産コストがどれくらいかかるかということや、このままでは農村がどんどん疲弊して供給できなくなる可能性もあるということが、消費者に伝わっていないと感じている。米に携わるプレイヤー全体でしっかりと消費者に伝えながら、農業はこの国でどのように位置付けられていて、こういった消費行動が、持続可能な国民への食料供給に資するのか、という点を大いに議論し、食育、教育を通じて未来の消費者に理解していただくような努力をしていただければと思う。

○全国主食集荷協同組合連合会 山口 米穀販売部 部長

費用の把握・明確化についてだが、我々は生産者団体というより集荷業者が集まっ

た集荷団体のため、生産者のそれぞれのコストは把握していない。集荷業にかかるコストについては、米の保管や輸送費などがかかっているが、それぞれの集荷業者でのコストは把握していない。

取引の実態についてだが、各流通段階でそれぞれ利益も当然必要なため、どれほどの利益を乗せて販売価格を設定しているかは、各組合によって異なる。当然販売する際に希望価格を顧客・取引先に提示し、交渉となり価格が決まっていく。

価格交渉や契約上の課題については、米は年産ごとで売れる年と売れない年があり、米が残ったりすることもある。全体需給によって左右されるため、状況次第だと思う。基本的に産地の組合や集荷業者は、毎年ほぼ定額の利益を得られているかどうかだが、当然残った分の品代金等は生産者に還元し、精算しているのが実態だと思う。

最後に供給の持続性だが、今年の6年産で言えば、米価高騰で我々集荷業者も各組合も、前年比でかなり少ない集荷状況となり、苦戦していて、このままでは経営が成り立たないため、なにかしらの見直しは必要ではないかと考える。また、消費者からすると今の米の販売価格は厳しいと感じており、再生産価格と消費者が希望する価格のバランスを見極めることが必要で、これが価格の安定につながるものと考えている。

○株式会社ミツハシ 笹山 執行役員 精米事業本部長 兼 米穀部長

費用の把握・明確化については、我々の立場では、費用の把握というよりも相対取引価格を中心にお客様に説明している。前年に対しての値段の上げ下げの部分を説明して価格の交渉をしている。それ以外に自社の分としては、特に最近是人件費と光熱費、包装資材のコストや物流費を説明して、商売としてお客様に納得いただいているところ。

次に取引の実態について、価格はどのように決定されているかということだが、基本的には他社との競争だと感じている。先ほど申し上げた通り、コストの説明はするが、結局はお客様にとって好ましい値段で決定されるため、コストを積み上げた値段が採用されることは厳しいと考えている。交渉でコストが考慮されているかという点では、米が足りないここ1年くらいは、コストについて話もしやすいが、余剰しているときにはコストを考慮する前提はなくなっているのが実態。

最後に供給の持続性について、これは全般的な話だが、適正な余剰分のコントロールや、逆に足りない時に飼料用米や水田活用直接支払交付金の対象となっている用途限定米穀を主食用に回す等のコントロールをするといった、全体の需給のバランスを広い視点で見て、動いてもらえるとありがたい。加えて卸の立場としては、秋の段階で購入した米を1年間かけて売っていくため、米が足りないときは、安定供給をするために、市中で相場より高くなった米を買って、赤字になったとしても販売を続けざるを得ず、一方で余剰したときは、買った米を何とか処分しなければいけないため、仕入れた価格よりも安く在庫処分を行い調整しなければならない。このような立場からすると、全体の需給のバランスというのは、米卸売業者が保っているのではないか

と考えているので、こうした慣行については色々と検討する余地があると考えている。

○伊藤忠食糧 佐藤 執行役員 米穀本部長代行

6年産が全国的な猛暑の影響で収量低下と品質不良による精米歩留の悪化により、通常年よりも需要量が多くなり全国的に玄米の販売進度向上により、6年産切替が前倒し、原料は高値でスタートしている状況であるが、別で生産・製造コスト上昇については都度説明を取引先に行っている。工場経費、特に物流問題待機時間含め時間をかけ説明。当社は全国協力工場で成り立っており、エリアによって物流費が異なる為、コスト開示し協議、ご理解頂いている。生産者側コストは原料価格で説明しているが、生産コストと相場と分け丁寧に実需側に説明しなければならないと考えている。供給の持続性については、実需、消費者に対して、生産コストの上昇等の理解を求める啓発活動を通して、価格上昇の背景を理解して頂くことが重要だと思う。

○東京都米穀小売商業組合 須賀 理事長

正直に言って、今までの説明や色々な話を聞いて末端の私たちはここにいてはいけないのではと思った。我々は、皆様と同じような取引をしていない。我々はいわゆる一般の人たちを消費者として相手にした取引をしている。

我々は、高い、安いではなく、安定した価格のお米がほしい。米がないというが、自分たちが売のお米がない、自分たちが買う価格のお米がないというだけで、周りが煽っている気がして仕方がない。1、2か月そっとしておけば、収まるものだと思っている。確かに現場にいる方々が、大変苦勞なさっていることは分かるが、果たして実態としてどうなのか、というのが私は疑問。

我々米屋の団体は自分たちの独自ルートで続けていけるのだ、と確信したので、6年産以降も同じように続けていきたい。卸にも全農にも迷惑をかけず、我々がコツコツやっていくことであり、基本的に大きなことでない。組合員である650件の東京都の米屋を円滑に続けていくために、様々思考してきたが、やるべきことがここにきてわかってきたところ。引き続きよろしくお願いしたい。

○わらべや日洋食品株式会社 新川 購買部 米調達担当部長

ここ最近はお米で非常に苦勞しているのが正直なところ。今回、御議論いただきたいこととして3つのテーマをいただいたが、上の2つの費用と取引の関係については、基本的に弊社の場合は契約先の話聞き、最終的には相場で値段を見ている。

弊社として今一番関心を持っているのは持続可能性についてであり、非常に大きな課題を抱えていると感じている。現状、持続的な供給に支障をきたしているのかというところは、今の段階ではきたしていないと思う。しかし10年後、20年後、人口減

少の影響もあるだろうが、供給も減っていく中で、弊社はいつまでおにぎりやかつ丼を作れるのだろうかというのが正直なところ。今後どこからお米を継続的に供給していただくのかということを考えていかなければならない。

その意味では、再生産価格について非常に興味がある。生産者の側から、色々と意見をいただいているが、かなりまちまちな価格であり、生産者の規模も大小様々なので、一体何をもって再生産価格というのかと思う。例えば再生産価格プラスアルファで買わせていただきたい、といった場合、その再生産価格の定義はどうなるのか、ということも、弊社としてはきちんと考えて、結論を出していかなければならないと考えている。

また昨今、色々と産地を回った中で、弊社としては当然主食用米をいただきたいところだが、水田活用米穀というものがあり、主食用に回せないということをよく聞く。当然そのような約束をしているから、そちらに生産者の方も出さなければいけないのだが、特に今年のように価格が上がってしまうと、そちらを蹴ってでも主食用に回したいというような話がよく聞かれる。契約予定の主食用米が足りていない状況であれば、何らかの形で水田活用米穀を主食用に回せるような対応ができないかということについても議論してほしい。

○日本惣菜協会 大隅 常務理事（協議会構成員 黒田副会長代理）

米の価格は在庫量を含めて流れで自然に決まってくるという理屈は分かるが、これが一気に押し寄せ、価格転嫁できないうちに数ヶ月が過ぎ、何億円という赤字を出している企業がたくさんある中で、政府から全体量は足りているから備蓄用米は出さないというような発表があった。量が足りないから価格が上がるという話もあったが、どこが原因で価格が上がったのかという点が明確に見えない中で自然と価格が上がってきてしまうと、その中で赤字を垂れ流してでも商品供給をしていくという悪循環があるのも事実であるので、全体の需給のコントロールが必要なのではないかと考えている。

○日本スーパーマーケット協会 江口 専務理事（株式会社 ライフコーポレーション 首都圏商品本部 本部長補佐 兼 首都圏食品日配部 中島部長 代理）

米の価格の決定について影響が大きいのはやはり競争環境である。スーパーマーケットだけではなく色々なところでお米を売っている状況で、当然価格が安いところに消費者は寄っていく。消費者の方は実質賃金の動向もある中で、購買力がどの程度あるかによって買い方に大きく影響すると思う。

コストの話だが、生産、流通、卸の方もそうだと思うが、流通形態が非常に複雑になってきていて、単純にコストと言っても簡単に説明できない状況だというのはよく

分かる。

結局のところ、米の価格の動きを見ていると思うのは、やはり需給に相当影響され、新たな価格の決定方法は何も決まっていなくても、以前は5キロ2千円くらいで売られていたものが今は3千円くらいになるなど、量の調整が非常に価格に影響力があるのだということを感じている。その中で、持続可能性ということを考えるときに、スーパーマーケットでよく考えるのは、お米そのもので売るのではなく、パックご飯といった形で売ると一定の売り上げが得られるし、弁当やおにぎり、それから最近では冷凍食品の米飯など、単純な売り方から付加価値という部分に力を入れていかないと、なかなかお米だけということでは価格転嫁は難しいのではないかなと考えている。需要と供給のバランスを取りながら、その中でどのように価格を転嫁していくのかというのは、これから一緒に議論できればと思う。

○全国スーパーマーケット協会 村尾 事務局長

米に限らず全てそうだが、マーケット、つまりは消費があり、長い歴史の中で常識的に買えるいわゆる値ごろ感が形成されてきたと思われる。その前提で、毎年の価格の決定は、前年の相場を踏まえて決めており、実際一つひとつのコストについてまでは言及されていないのではないかなと思う。それでも段ボール代や運賃が上がるといった事情が生じた時にはその都度話をするようになるのだろうが、それを販売側で価格転嫁できるかというのが小売業としては優先順位が高いところであり、10キロくらいであれば消費者の方が買っていただけるかということが根底にある。一般的な値ごろから外れると、極端な点数減が想定され、小売業としては結果として利幅を薄くしてでも販売するしかないということもある。お米に限らないが、スーパーマーケットだけではなく、様々なところで販売されている。例えばドラッグストアやホームセンターなどでスポット買いをして安く売っているところもあるが、欠品しても文句を言われない場所なので、無責任というのは失礼かもしれないが、そういう売り方でも許されている。では、スーパーマーケットがそれを許されるかというと、そうではない。その中でどの程度利益がとれるのか、損をしてでも売なのかという判断の中で価格形成がなされている。

加工度を高くして付加価値をつけるというのは、小売業としても努力しなければならないが、一方で加工度の低いまま提供する商品には付加価値が付き難く、相場という価格決定において透明性が高い方がありがたいと感じる。そのような中で生産者、中間流通の事業者の皆さまと共に収益を出せる、そして消費者に納得いただける適正な価格という概念をどのように作っていくのかについて、共有できたら良いと思う。

○チェーンストア協会 牧野 専務理事（協議会構成員）

供給の持続性について問題意識がある。米の生産高などを見ていると、既に供給の

持続性は失われているのだと思う。もちろん供給がゼロになるというわけではないが、100%の再生産はありえない状況に陥っていると思う。その時に、再生産のために必要なコストをどうやって算出するのか、どのレベルのマイナスを織り込んだコストが計算されるのか、ということは非常に疑問に思う。

また、これは協議会の方でも申し上げたが、ここのところの米の価格の上昇で、米の需要は減っている。スーパーの現場でも、週に1回は麺やパンにするという消費者の動きも実際出ている。仮に今回、米のコスト上昇を転嫁する仕組みを設けた場合、米離れは絶対に加速すると思う。そういったことを含めて、米の生産について農林水産省としてどういう政策を取るのか、そういう全体像がないと、単に小手先の価格転嫁を図るだけでは実現したい施策を実現できないのではないかと思います。

○日本生活協同組合連合会 説田 第一商品本部 農畜産部米穀グループマネージャー

我々は、米の事業としてはP B商品としての米を各生協に卸している立場で活動をしている。実際には小売業ではないが、実需に近い立場ということでお話をさせていただきたい。

まず、費用の把握という点について、家庭用精米におけるコストの構成としては、圧倒的に玄米価格が多くを占めている。玄米価格についての我々の受け止めとしては、基本的には全農相対価格という存在が大きく影響している、全農相対価格で取引するときも多々あるだろうし、そういった取引をしない場合であっても、全農相対価格が取引価格に大きな影響を与えているというのが実態ではないかと思う。

では全農相対価格はどうのように決められるのかということだが、我々の認識は、基本的には生産側の言い値であると考えている。ただ、生産者の方の話も聞くと、なかなかコストが概算金にも全農相対価格にも反映されないという話を聞く。言い値なのになぜ反映されないのかと考えたときに、結局需給関係が悪くて価格が上げられないということに尽きるのではないかと思う。逆に、今年の場合においては概算金も市中価格も高騰しているが、コストを転嫁したことによる上昇ではなく、コスト転嫁以上に価格が上がっているのだろうと思う。では、今年はコスト以上に価格が上がっているので、価格を下げなさいという話になるのかというと、もちろんならないと思う。やはり米の価格を考える時は、需給状況の安定化というのが大前提にあって、それがあってこそコスト転嫁という話が可能になってくるのではないかと考えている。

取引の実態については、弊会の米事業では、産地との繋がりを大前提としていて、産地・卸のコストの上昇分を取引上考慮するのは当然であると考えている。逆に言えば、どれだけコストが上がっているのかをしっかりと明確にさせていただき、提示していただけるということを我々としては求めたいところでもあるし、そういったコストを一つの指標として出すという方向性については賛同したい。ただ、生産費については先ほど話があったが、生産の規模によって相当数変わってくると思うので、どのよ

うにコストを捉えるかという問題は出てくるのではないかと考えている。

供給の持続性については、我々としても生産者、産地の方に伺い話を聞く機会というのも非常に多い仕事柄でもあり、状況としては、非常に生産基盤が弱くなっていると考えている。将来的に生産量が需要量を下回るというのはいくらもある話だと思う。そうした場合に、需給の関係で米の価格が非常に高騰してしまっても良いのかということとは、よく考えていかないといけない。あくまでも米は、コモディティな商品で、この間の農政というのは、いかに安定した価格で安定した量を国民に供給できるのかということを視点にしてきたのだと思う。そうした場合に、消費者が考える適正価格と生産者が考える適正価格に乖離が生まれるのではないかと、それを埋めるためにどうしたら良いかということに関しては、単純にコストオンした価格が正解だとはならないのではないかと感じている。

○全国消費者団体連絡会 郷野 事務局長

コストの把握・明確化は必要だと考える。しかし、今回の米不足に関しては、本来コストの原理で議論すべきところが、市場流通や需給バランスの実態が先行して、結果的に短期間で米の価格が上昇する事態となり、その後も高止まりが続いている。こうした状況に対して消費者は、米が足りなくなったから価格が急激に上がったという目先の現実理解が留まってしまっているのではないかと感じている。今一度原点に立ち戻って、コスト指標を受け入れて、消費者が適正な価格形成について理解し、本来のコストの原理に立ち戻って議論することが大切だと考える。ただ、適正な価格に対して理解はするものの、急激な価格の上昇に対しては受け入れられない消費者もいるので、段階を経た価格の転嫁や丁寧な消費者への周知が必要だと考える。

続いて取引の実態についてだが、政府が公表した米の生産量と需要の見通しについては安心材料として受け止めた一方で、楽観的な数値ではないかとも思う。また同じ時期に同じことが起こらないか、といった不安の声があることも事実。例えば今回の教訓から、年間予約米や産地契約米、ふるさと納税の返礼、外食産業における直接取引など、消費者の購買行動の変化が生じている事実が一定ある。行先の決まっているお米がどのくらいあるのか、その数量を考慮したうえでの概算なのか、また、次の端境期を迎えたときに一般消費者が当たり前に購入できるフリーのお米が十分に確保できる見通しなのかという点については、更なる検証を行ってほしい。

供給の持続性についてだが、消費者にとっての適正価格は、“納得感”、“妥当な価格”、“値ごろ感”という要素があり、家族構成や年代、経済事情によっても様々。消費者の多様性を認め、受け入れながら、長期的にお米が主食として必要とされ、欠かせないものであり続けられるよう、社会全体で考えていくことが大切だと思う。短いスパンでは価格転嫁の結果、小売価格が上がって、消費量が減少することが起こり得るかもしれないが、長期スパンで将来的な日本の米の生産、主食の持続性を考えていくことが大切だと思う。そのためにも改正基本法による新たな農政の実現に向けた施

策の具体化を、消費者にもわかりやすく伝えて共感を促してほしい。

最後に、今回メディアの情報に不安を煽られて、適切ではない購買行動が起きたことは否定できない。消費者が冷静に行動できるよう、正しく見通しの立つ情報発信が必要であり、併せて、消費者に一番近い小売事業者に対しても、正しい情報提供が必要だと思う。今回のことを学びとして、精米したお米には美味しく食べられる期間があることや、家庭内の備蓄には適量があることなどを、改めて実感した消費者もいると思う。お米をさらに美味しく食べるために必要な管理や調理の仕方と合わせて、基本的な知識を改めて消費者に伝えることが必要ではないかと思う。

○主婦連合会 山根 常任幹事

今回、日本人の主食であるお米が無くなり買えないという事態で、消費者に驚きと不安が広がったと思う。そして、店頭に並ぶようになっても価格が高すぎる、何とかしてほしいという声がやはり届く。どんどん物価が高騰するなかで、苦しんでいる人が多いことは分かっていたきたい。価格が転嫁できてもできなくても、消費者にも事業者にも苦しいところがあると思う。ただ、それぞれ経営努力をされているだろうし、農業を支えるためにも消費者が理解をして、押し付けではなくそれぞれに合った消費行動をすることが大事だと思うし、今回の議論やその後が生産者にとっても明るい希望が持てるような展開になることを希望している。

食品の流通経路は複雑だと思うが、特に米の流通はよくわからず、先ほども解説いただいたが、産地や有機や等級、コスト構造がどのように価格に反映されているのか伝わっていない状況だと思う。そうした点を消費者が知ることも重要だと思う。今回の米不足では、直接米農家に問い合わせたり注文したりする方も多かったのではないかな。ネット通販や産直等、買い方も多様になっているため、現状と今後の展開も考えて、様々な声も聴きながら理解や納得が広がる議論になると良いと思う。

長い目で見て社会の利益になるように考えていきたいので、よろしくお願いしたい。

○全国農業協同組合連合会 藤井 米穀部長

（全農の相対取引価格に関する意見について）全農としても買っただけなければ売ることができないということで、どのあたりであれば買ってもらえるかというところを年産ごとに見定めながらやっている。その結果、多くの生産者の生産費を満たすものであったかと言われると、そうでない時期も相当数あったと思う。需給が緩んでいる時期は販売価格の理解が得られないという実態がある。その場合は需給を安定化させながら、再生産可能になる形をとっていきたいと考えているが、それを需給が許すか、というところが事実であると考えている。