

適正な価格形成に関する協議会
第1回野菜ワーキンググループ 議事要旨

令和6年11月6日（水）

○全国農業協同組合連合会 鈴木 園芸部長

農業生産に必要な肥料や燃料といった生産資材の多くは海外に依存している。円安の進行等により、直近は過去に類に見ない高騰となっており、生産者の収益が減少しているという現実について御理解いただきたい。

生産者数の推移については、基幹的農業従事者が100万人減少しており、この20年近くで半減している。限られた生産者で国民への食料供給を担わなければならないこの状況が続くと、生産側だけの問題ではなく、本日出席されている食品製造や販売を行う事業者の皆様においても、事業に支障をきたし、食料の安定供給に影響を与える状況であることを御理解いただきたい。

耕作面積の減少・生産地の人口減少については、特に中山間地域で顕著であり、農畜産物の安定供給が危ぶまれている。

青果物の価格は、主に需給により決定されるが、卸売市場流通が大半を占める状況において、生産・流通コストを価格に反映しづらい構造にある。そのため、年によっては、生産コスト上昇に対し市況価格の上昇が追いつかない状況も多く見られ、生産現場としては苦しい状況にある。

物流問題については、生産コストに直接影響する大きなファクターと考えている。産地からの輸送運賃については、産地負担が商慣習となっており、元々高価格の品目ではない青果物において、物流費の上昇は影響が大変大きい。

JAグループや全農も、生産コストの上昇に対し、ただ手をこまねいているわけではなく、スマート農業の導入による人手不足への対応や生産性向上、土壌診断等による適正肥料の推進、物流問題や労働力不足に対する対応等を行っている。また、消費者の皆様にも、国産農畜産物の適切な価格形成や消費拡大にご理解いただくため、農業の現状をお伝えする活動に取り組んでいる。

○全国農業協同組合連合会群馬県本部 堀越 販売促進事務所長（安達園芸部長代理）

今回の議題として、コストをどのように把握しているのかとのことだが、群馬県本部としては、先ほどご紹介があったJA全農いばらき県本部が取り組んでいる試算表を令和3年より作成し、ほぼ全ての野菜の品目で、流通コストや肥料、農薬といったコストの上昇分を計算し、卸売市場を含む各取引先に説明を継続している。コメやキャベツについては、供給責任産地ということもあるので、今後もそうした部分については説明の継続を図っていきたい。

○ホクレン農業協同組合連合会 跡部 種苗園芸部長

北海道においても、この 15～20 年の長い年月をかけて生産者数が減っており、それに伴い野菜の作付面積も減っている。資料に小売業者側の意見として、「野菜全てに、供給の持続性の懸念があるとは到底思えない。野菜の中でも、どれとどれが危ないのか」とのコメントがあるが、どれが危ないのかと言えば、全部である。北海道の数字としては、関連する過去の面積データを持っており、いつでも提供できる。例えば、北海道で大きな作付面積を占める代表的な品目として、ばれいしょとたまねぎがあるが、それらを除いたその他の野菜と果物の作付面積は、15～20 年前は約 4 万 ha だったが、現状、今年いよいよ 3 万 ha を下回って 2 万 ha 台まで減少している。どの品目が一番減少しているか、ということではなく、特殊な品目を除き全品目で減少しているのが実態。

一方、1 戸当たりの経営面積は増加しているが、農家戸数は減少しており、30 年前は、北海道内の農協数は 300 ほどあったが、今は 100 を切っている。北海道における 1 戸当たりの農家の経営面積の平均は約 30ha であり、1 戸でそれだけの農地を守っている。離農されていく方もいる中で、耕作放棄地にしないよう、残った農家でその分の面積を何かしらの品目で埋めているが、家庭内労働力で管理するということを考えると、選択肢として野菜は入らず、朝から晩までトラクターで大規模に管理する品目でないとやっていけない。北海道では小麦、大豆といった作物にどんどん移り変わっており、なおのこと将来に向けて野菜供給の持続性が危ぶまれている状況。野菜の生産で切り取れば、それくらいこの国にとって危機的な状況に陥っていると、生産者側としては認識している。

本日の資料に JA 全農いばらき県本部の取組も紹介されていたが、我々ホクレンとしても、主要品目の生産費を積算して、全国の取引先に示して理解を求めるという活動を毎年行っているが、コストが反映された卸売価格や契約単価での取引には至っていない。

ホクレンの野菜取扱量全体のうち、卸売市場に委ねる委託販売が全体の約 70%で、残り 30%が、我々が意思をもって価格交渉できる契約販売となっている。当然ながら、契約販売ではコストを踏まえて価格交渉にあたっているが、残念ながら、「その価格では買えない」という場面も多い。

また、部署によっては農協から原料を直接買い入れて、それを小分けにして包装し、取引先に納品していく仕事もしている。ジレンマとなるのは、店頭売価が決まっていて、それから逆算して 1 パックいくらで売ってくださいと言われることも多く、市場相場は考慮してもらえない。こうした場面はかなり多く経験している。

北海道は土物が主力で、店内ロスが多い軟弱野菜の分も、日持ちのする土物で値入れを持っていかれ、なおのこと市場の卸売価格が適正に反映されていない場面もあるので、合理的な価格形成に辿り着くことを大いに期待したいと思う。

例えば、フランスには EGalim 法がある。あの法律が全てではないが、生産者側から消費者の実質賃金の確保までがセットになった発展的な日本版 EGalim 法のような

ものが出来上がることを期待したい。

○日本農業法人協会 林 副会長

私どもは名のとおり、株式会社、農業組合法人等の会社形態で農業を営んでいる、会員約2,100社の集まり。農業法人という名のもとの組織体において、日本の農業生産の4割が生産されていると言われている。法人協会の会員は、稲作や、養鶏、養豚、牛といった畜産等の経営体、あるいは野菜の経営体で成り立っている。私自身は茨城県で施設園芸を営んでいる農業者のひとりで、国内消費の8割を輸入に頼っているパプリカの生産を行っている。燃料、エネルギーをたくさん使う作物である。これが価格転嫁できているかというと、今は全然できていないという困った作物を作っている。

○野菜流通カット協議会 木村 会長

野菜流通カット協議会は、基本的には加工業務用の産地づくりをメインに活動しており、会員はカット業を含め、産地、種苗会社、機械会社等、多岐にわたって活動している。

加工業務用、加工業務用産地という言葉は、1999年からカットサラダが日本の中で定着をはじめて、そのときから使われてきた言葉。加工業務用という言葉に対して、当初は産地に行くと皆さん違和感があったという感じがするが、現在は全体シェアも大変高くなり、その中で加工業務用の産地をいかにしっかり確保していくか、また、現在青果物の需要の内容がかなり変化しているので、その部分を含めてしっかり加工業務用の産地育成を行うということで活動してきている組織である。特にキャベツの自動収穫機やブロッコリーの収穫機等に取り組んでおり、機械化を推進していく皆さんのひとつの指標になればいいと思って様々なセミナーを開催している。

今回、価格という部分で参加をさせていただくが、生産側でもなく消費側でもなく、中間事業者という立ち位置の会員が多いと思う。その中でしっかりみんなの意見をヒアリングして発言させていただければと思う。

○デリカフーズホールディングス株式会社 小林 取締役（大崎代表取締役社長代理）

デリカフーズは、カット野菜、ホール野菜を中心に外食・中食・給食などへ365日24時間対応で製造・出荷・納品している会社である。

コストに関しては、単価、歩留まり、廃棄、人件費、光熱費などといった全てのコストを日々データとして収集している。歩留まりについては、レタスやキャベツなど葉物野菜中心にデータ管理している。売上高、仕入高、在庫金額、経費を集計し、日々収益も算出している。「コストをどのように取引先に説明するか」という問いについては、コストを率で提示する場合や、例えばガソリン代や最低時給などが幾ら上昇したかを実額として提示し、価格交渉している場合もある。1ヶ月、3ヶ月、半年、1年という期間で、お客様ごとに見積もりを提出しているが、増加している様々なコストに関して、しっかり説明した上で、コストを反映させた売価で交渉・値決めするこ

とが会社の方針である。

○全国中央市場青果卸売協会 出田 専務理事

卸売業者のコストは品目ごとでは管理できないので、損益計算書等からコストを推定するしかない。コストをどのように取引先に説明しているかという点、出荷者からは委託販売手数料をいただいております、手数料率が35年間8.5%で手数料率が自由化されたあとも固定化されている。固定している理由は、一番に安定的な出荷を確保していただくためということで、昨今の光熱費、物流費、人件費の高騰といったコストの上昇は考慮していない。逆に出荷者に対しては売上高、販売高の平均1.7%もの出荷奨励金を支払っているという実態がある。

取引の実態について、価格はどのように決定され、交渉においてコストが考慮されているのかという点について、資料3の2ページにも記載があるが、卸売市場で取引される野菜は需給に基づき価格が決定され、天候によって作柄が変動しやすく保存性も乏しいので、供給量の変動に伴い価格が大幅に変動する。さらに、卸売市場法には受託拒否禁止という規定があり、卸売業者は需給調整を行うことが禁じられているので、そういう意味でも、協議会でも再三述べてきたが、市場取引においてコストを考慮することは基本的には困難であると考えている。

ただ、一般的に野菜は貯蔵性がないが、じゃがいもやたまねぎといった貯蔵性の高い一部の品目については、出荷者側の希望価格も踏まえて、数量を調整しながら販売しているといった実態はある。

価格交渉や契約などの取引実務においてどのような課題があるかということだが、これも再三述べてきたが、産地側が集約化しているなかで、市場への発言が年々強まっている一方で、市場の相場は、量販店等の買い手側の強力なバイイングパワーのもとで形成されているので、産地側と買い手側の要求価格のギャップを卸売業者や仲卸業者が被っており、これが大きな課題である。

生産段階の供給の持続性については、前回の協議会でも述べたが、当協会の会員でも野菜の取扱数量は10年前の2割減となり、卸売業者としても従来から担い手の高齢化、後継者不足といった生産基盤の脆弱化を懸念している。

また、野菜は市場経由率が80%近くある中で、卸売業、仲卸売業が産地側と買い手側の要求する価格のギャップを被っていることや、出荷奨励金の負担等から厳しい経営状況に追い込まれているので、卸売業、仲卸業の経営が安定しなければ消費者への供給の持続性も危ぶまれるということもお伝えしなければならないと思う。

生産者段階の持続性を確保するためには、適正な価格形成と併せて、経営安定対策の充実や、担い手の高齢化や後継者不足に対応した規模の拡大、スマート農業といった構造対策が不可欠なのではないかと思う。

○全国青果卸売協同組合連合会 井出 専務理事

今回参加させていただくにあたり、仲卸の経営者何人かに集っていただき、意見を

伺ってきた。多くの内容は出田構成員が協議会でも話されていたが、全部で5点述べる。

1点目、卸売市場の中核的な機能は、需給を反映した透明性・信憑性の高い価格形成であるので、需要がないのに値段を上げることはまず考えられない。

2点目、卸売業者の価格負担について、現在、産地と消費者の間に価格のギャップがかなりあるので、そのギャップを流通業者が被っているケースが多いのではないだろうか。

3点目、仲卸自身の持続可能な経営についても大切にしていける必要がある。

4点目、生産者のセーフティーネットとして、やはり最後は価格形成というよりも価格安定対策や収入保険といった政策とセットで考えていただくことが一番大事ではないか。

5点目、コスト指標については客観性・蓋然性のあるものにしていただきたい。そういう意味では、過去の統計で野菜の生産費調査等も行われており、コスト指標を作成する際には、これまでの蓄積された統計のノウハウ等をうまく活用するといったことも必要ではないか。また、コスト指標を作成するにあたり、事務局や調査対象者への負担が大きくなるとうまく回らない可能性もあると思うので、持続性のあるものにしていく必要があるのではないか。以上が会員の仲卸に聞いた、今日の議論に向けての意見。

加えて、今日議論すべき事項の、各段階の価格はどのように形成されているのかということについて、昔は競りが行われていたが、現在はほとんどが相対取引である。本日の資料にも全国で92.7%が相対取引と記載があるが、大田市場では98%が相対取引となっている。残りの2%としては、果樹ではマンゴーやメロン、野菜ではマツタケやワサビといった品目について、競りが行われている。相対取引になった良い点として、以前は競りが終わらないと物が運べなかったが、現在は夜中からどんどん物が運べるため流通面で相当合理的になったという点がある。

交渉においてコストが考慮されているかどうかということについて、現在しっかりと産地から再生産価格が示されているのは全体の4割くらいはあるのではないか。そういう意味では今でも要望されたものについては極力尊重するように対応している。

また、近年、SNSで最も安い小売価格が拡散するようになってきた。例えば、コストを考えたらキャベツは1個190円くらいはしてもらわないと困るが、120円で売っているところがSNSで拡散する。消費者にとっては安いものを探すことは当たり前の話なので仕方がないが、最近の状況としてこのようなことが起きている。

○全国スーパーマーケット協会 城山 事業部長

資料2の27ページ「10月24日協議会での主な御意見」、特に小売業者からの「スーパーマーケットが企業価値を損なわず、消費者に良い商品を「納得価格」で提供できる体制を構築していただきたい。」ということがまさに全てである。スーパーマーケットの経営や運営に対するコストは急激に上昇している。企業サイドもデジタル化

や生産性向上といった努力をして推進しているものの、なかなか利益を出しにくい状況というのが現状。そのような中、商品の値上げ等が続く中で、先ほども話があったが、消費者の節約志向は当然一層高まってくる。その中でコストの上昇分を販売価格に全て転嫁することは我々にとってそう簡単なことではない。井出構成員の SNS の話もまさにその話。小売業はどうしても板挟みになっている現状なので、収益面で苦戦する中で、どうコスト転嫁を進めていくか、引き続きコスト構造や流通構造の実態把握を進めていかなければならないと思っている。

○日本チェーンストア協会 牧野 専務理事

先ほど、跡部構成員から、北海道農業の厳しい状況を聞かせていただいた。ただ、これでも全ての野菜に供給の持続性の懸念があるとはやはり思えないので、そこは価格形成の制度の対象にするのであれば、どこにどんな問題があるのかということを引きちと検証していくことが必要だと思う。また、長期的に作付面積も農家の数も減っていると説明があった。それについて、最近の物価高に対する対策としてコストの転嫁を図るということが果たして有効なのか、もう少し長期的に本格的な対策をすることが必要なのではないか。

さらに、例えば、キャベツとたまねぎを対象にするのであれば、制度によって価格が上がった際に、輸入に代替され、国内生産をますます追い込んでいくことになるのではないかと考える。現にキャベツもたまねぎも一定量を輸入しているし、価格が上がった時は輸入量が増えたりしている。こういった点を踏まえると、はたしてこの制度に乗せることが本当に正解なのかということは大いに疑問を感じるところである。

○株式会社ライフコーポレーション 成道 首都圏農産部長

資料 2 の 18 ページ「コストを考慮した取引の実施（考え方）」のような形になれば良いと思い描いていたところだが、これを川上から川下まで全体で実践していくことは難しい。現状は、生産者側のコスト等をしっかり意識しての仕入れはなかなかできていない。コストは含まれていることが前提で、1 週間から 2 週間先の見積りで仕入れを行うことが通常の仕入れの流れになる。一方で差別化や独自性のある商品に関しては個別で産地に伺ってコスト意識をもって仕入れを行う場合も増えてきている。こういった取組を拡大し、付加価値がお客様に伝わり、コストアップ分を少しでも吸収できるような取組は強化している。現状の基本仕入は、卸売→仲卸の流れで見積りをいただく形が大筋となっている。コストの部分を把握することは再生産価格の把握を含めて非常に大切で、取組は重要だと考えている。

○全国消費者団体連絡会 郷野 事務局長

まず、野菜は需要と供給のバランスで価格が決まるものと現状では理解している。また、天候や生産時期により価格が変動することについては、消費者もある程度理解した上で価格の上昇を受け入れることができるが、野菜は代用も買い控えも可能であ

るため、購買の主導権、判断の基準は消費者の状況と選択によるものであると思っている。そんな中で長期的に生産者を支援する意味からもコストの把握・見える化は必要だと思っている。消費者は流通している野菜の生い立ちを知ることや、生産者の努力に思いをはせ、寄り添いたいという気持ちは以前よりも醸成されていると感じている。

続いて、取引の実態についてだが、市場に流通している野菜は規格が揃っていて、見栄えの良いものがほとんどだが、消費者は必ずしもそこだけを求めているわけではない。規格外であっても美味しさや品質に問題がないものを受け入れる許容は十分あるし、むしろ積極的に利用したいと考える消費者もいる。流通事業者もその点を理解した上で、幅広く提供の場を設けてほしい。規格外野菜の利用で生産現場の歩留まりを上げながら、選果のコストを減らし、結果として適正な価格形成に貢献できる部分もあるのではないかなと思う。また、近年加工野菜やカット野菜、冷凍野菜の需要が高まっていることを踏まえて、そのための設備投資や助成金の適用等を検討してほしいと思う。

供給の持続性についてだが、野菜に関しては、食育の考え方が大きく影響すると思っている。「健康日本21」において1人1日当たりの野菜摂取目標量は350g以上とされているが、現状で約7割の人が目標量に達していないというデータがある。これは、350gが実際にどのくらいの量なのか消費者が具体的に実感できていないことも大きいのではないかなと思う。そのような理解を進めることと併せて、旬の野菜の栄養素や健康効果について、また規格外野菜でも問題なく美味しく食べられることの事例など、幅広い面から食育活動を進めていくことも重要だと思っている。

最後に、「援農」や「産地交流」等を進めることにより、生産者と「顔の見える関係」ができ、日常的に、また困ったときにはさらに応援したいという気持ちが醸成されることも消費者としては大事な視点であると考えている。

○主婦連合会 木村 国際規格化推進マネージャー

主婦連合会は消費者団体であり、食は生活に関する基本ということで今回のワーキンググループに参加させていただいた。まず、店先に野菜が並んでいることは大変ありがたいことだと感謝している。野菜が作られるためには、様々な方々の努力が必要なのが本日の説明でよく分かった。

その上で、私の消費者としての意見を申し上げる。消費者としては、やはり自分の中に野菜の値ごろ感がある。キャベツだとだいたい1個いくらといった感覚はみなさんあると思うが、最近値段が高止まりしているように感じている。日々のコストが値上がりしている中、野菜も例外ではないと感じている。そうした中で、家計の中で収支のバランスがある。例えば、キャベツの代わりに他の野菜を使用することや、使用量の減少、また極端に言えば今日は野菜の使用をやめるといったこともできるため、家計の中でも融通が利く部分もあるが、無かったら困るということもある。

昨今、103万円の壁等が言われているが、最低賃金が上昇する中、暮らしは全てつ

ながっている。縦割りではなく、財政的な取組も含めて、今回の価格形成は考えていかないと片手落ちになってしまうのではないかと考えている。

日々、地産地消や廃棄食品の減少等をこの物価高の中、消費者も考えていると思うが、野菜をどのように食べていくのかということについては、食育も含めてきちんとしていくべきだと思う。

また、最近気になるのが、価格が安いスーパーに人が多く集まっていること。これらのスーパーで、例えば、カイワレが1パック9円、もやしが10円といった目玉商品が人を引き付けている。安いことはありがたいが、その裏でどのようなになっているかと思いをはせることがある。そういったことも含めて、生産者や流通業者、小売業者、消費者がWin-Winになるようなことができないと、今回の価格形成はうまくいかないと思っている。

自給率がここ何十年も低いことも気になっている。こういったことも含めて色々な議論ができたらと思っている。

○日本総菜協会 清水 専務理事（黒田副会長代理）

当協会は、惣菜製造業や販売に関連して全国で約700社が加盟している。日本の中食市場も11兆円市場となり、毎年伸長しているので、野菜は惣菜において、なくてはならないものとなっている。

野菜について、一番困るのは価格の変動である。今年の夏は特に変動が大きく、ねぎ、きゅうり、ばれいしょ等が120%～150%上昇した。このように、急激に野菜価格が上昇しても価格に転嫁することができないことから、コスト転嫁の取組は否定しない。

会員の中には、生産者から全量を買取るなどの工夫をしながら、レストランや惣菜として使用している。また、国産野菜のシェア奪還プロジェクトに入るなど、国産野菜の消費を増やすといった取組をしている。

農業の課題になるが、農業従事者数は2023年に116万人と18年間で約100万人減っている。平均年齢は68.5歳、新規就農も5万人くらいいるが、65歳以上の人ほとんどとなっている。また、作付面積も減少しており、空地も28万haある。この問題を正常にしていくことは価格だけの問題ではなく、もっと根本的なところを考えていかなければならないのではないかと考える。例えば、ベンチャー企業が参入できる農業など、若い方々が農業を革新していく、それこそ、IT化でありDXであるのではないかと考える。10年後には平均78歳になり、今後の野菜の供給が心配になると思われる。ビジョンを描いて我々が担っていかないといけないと思う。若い人が農業をしながら年収1千万円、というようなビジョンをみんなで考えていかなければいけないと思う。

○全国農業協同組合連合会 鈴木 園芸部長

冒頭の御挨拶にもあったが、このワーキンググループでは、それぞれの立ち位置と

しての思いもあるかもしれないが、協調して協議させていただきたいと思っている。

本日は産地の実情をお伝えしたが、日本の農業生産基盤を守り農業者を増やしていくには、その経営が成り立ち、新規就農いただける環境作りが不可欠と考える。

本ワーキンググループは、生産から小売に至る各事業者が、それぞれ重ねてこられた工夫や努力を付加価値として消費者の皆様にお示しし、それによって国民全体の購買力の向上につなげるという、大変難しいが大きな変革点を作る取組と考えている。

青果物は多種多様な品目があり、産地や作型、生産規模など大きく異なるので、そのコストの示し方など、建設的な議論が行えるようにしたい。