

関係者からのヒアリングの概要

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
1 基本認識 (1) 販売価格に占める小麦(小麦粉)代金の割合	○ 小麦粉の価格に占める玄麦代金のシェアは概ね7～8割。(大手製粉企業の工場出荷価格)	○ 製品価格に占める小麦粉代金のシェアは、以下のとおり。 ・食パン：約20% (工場出荷価格) ・ゆでうどん：約20～25% (工場出荷価格) ・即席めん(袋)：約15% (工場出荷価格) ・生めん：主原料は小麦粉と食塩と水であり、小麦粉比率が高い。 ・ハードビスケット：約15% (工場出荷価格)	○ 製品価格に占める小麦粉代金のシェアは、以下のとおり。 ・ラーメン店：約8% (小売価格に占める麺納入価格) ・うどん店：約2% (小売価格) ・そば店：約1% (小売価格) ・外食チェーン(フライドチキン)：非常に少ない。	—
(2) 小麦粉とそれ以外の原材料等の値決め方法	○ 小麦粉価格を構成する原価については、小麦代金以外に、人件費、償却費、包装代等の製造経費、営業の人件費、配送・配達費等の販売経費、管理部門の事務人件費等の管理費がある。	○ 小麦粉以外の原材料等は、相場変動を反映して仕入価格が変動。 ○ 小麦粉の仕入価格は、小麦の政府売渡価格の改定後、製粉企業又は小麦粉卸と交渉。	○ 小麦粉以外の原材料等は、相場変動を反映して仕入価格が変動。 ○ 小麦粉の仕入価格は、小麦の政府売渡価格の改定後、製粉企業又は小麦粉卸と交渉。	—

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
	○ 原料の小麦（S B S方式に移行しているプライム・ハード、デュラム小麦は除く）は政府から政府売渡価格で購入。			
（３）価格転嫁の状況	○ 政府売渡価格の改定に合わせて、小麦粉価格の改定を実施。 ○ 政府売渡価格の改定前に買った小麦及び製品在庫が１か月分程度あるので、これを勘案して価格改定日を決定。	○ 原材料コストの上昇を商品価格に転嫁するために行う小売との価格交渉には、長期間を費やしており（長い場合には６か月程度）、また十分な価格転嫁もできていない状況。〔大手パン、大手めん、即席めん、中小めん、菓子〕 ○ 今回の小麦粉価格の改定に合わせて、これまで転嫁できなかった分	○ 今回の小麦粉価格の改定に合わせ、これまで転嫁できなかった分も含めて、１０年ぶりの値上げを行った。〔そば店〕	—

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
		も含めて、久しぶり（即席めん：17年ぶり、中小めん：24年ぶり）の値上げを行った。〔即席めん、中小めん〕		
(4)輸入麦と国産麦との関係	○ うどん用等の中力小麦（ASW）、菓子用等の薄力小麦（WW）については、一部、国産麦と代替可能。代替できる量は、最終製品の品質をどの程度にするかで変わる。 ○ 国産麦の生産が増えたとしても、輸入麦と同等の品質（色、食感、製粉歩留まり、たんぱく質含有量等）がないと使えない。輸入麦に	○ 国産には安心・安全のイメージはあるが、即席麺に関して言えば、麺のコシや喉越しを考えると、国産麦を100%使用することは難しく、輸入麦とのブレンドが必要となる。一方で、国産麦の価格が輸入麦より高くなれば、国産麦を使うメリットは非常に少なくなる。〔即席めん〕 ○ 都府県産の小麦につ	○国産麦への代替は、全ての店が一緒に使い始めるのであればよいが、そうでなければ、店の間で優劣が生じてしまうので難しい。〔そば店〕	○ 国産麦は小ロットで作っているため品質のぶれが大きく、輸入麦に比べると品質が不安定で使いにくい。〔加工メーカー〕 輸入麦とのブレンド等で工夫して使ってきた。 ○ 輸入麦と国産麦の価格関係が著しく不安定にならないようにすることが重要。

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
	対抗できる品質が最低条件。その上で価格が重要。	いては、添加物（グルテン）を加えれば、パンは作り易くなるが、添加物については消費者が非常にシビアなので厳しい。〔中小パン〕 ○ 国産麦は、A S Wに比べて年毎の品質格差が大きいため使いにくいですが、消費者の国産麦信仰が上がっているので、価格的に合えば積極的に国産麦を使っていきたい。〔大手めん〕 ○ 国産麦は品質のバラつきが大きいことから、大量生産の菓子の原料としての使用は難しい。〔菓子〕		

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
2 価格改定回数 (現在は年2回)	○ 現行どおり年2回を望む。 政府売渡価格の改定が最終製品に反映されるまでには非常に時間がかかり、例えば年3回改定になれば、価格改定の交渉中に、次の政府売渡価格の改定となって混乱する。	○ 政府売渡価格の改定回数を年3回程度に増やした場合、改定の度に価格転嫁を行うことは困難が伴うので、改定回数を現行の年2回から増やすことは望ましくない。〔即席めん、大手めん、大手パン、中小めん、菓子〕 ○ 公定価格にしばられない考え方（改定回数の増加やSBS方式）をとるのであれば、SBS化を望む。〔即席めん、大手めん〕 ○ 現在、商品の価格改定には最低4～5ヶ月が必要となっているが、	○ 国際相場の上げ下げを政府売渡価格に迅速に反映することは、拙速な商品開発につながるおそれがあるので、よい商品の提供に結びつくとは限らない。 したがって、価格改定回数はこれ以上増やして欲しくない。〔ラーメン店〕 ○ 小麦粉価格の変動は製品価格に反映しにくいので、値段が高くても安定している方がよい。〔うどん店、そば店〕 ○ 改定回数は、年1回、2年に1回でもよい。〔そば店〕	○ 仮に輸入麦の政府売渡価格の改定回数が増加した場合、国産麦の生産減につながるのではないかと懸念。 ○ 改定回数は、現行の年2回か、安定化させる観点から1回がよい。

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
		政府売渡価格の改定が頻繁に行われた場合には、政府売渡価格の改定とは切り離して、自らの判断で商品価格の改定を行っていく。 〔大手パン〕	○ 取引先への説明のしやすさを考えれば、小麦の価格は全く変わらないか、変わるのであれば改定の頻度を多くして相場に近づけるようにした方がよい。 〔外食チェーン〕	
3 算定期間（現在は直近8ヶ月）、その他のルール	○ 製粉業界が希望している年2回の改定を前提にすれば、算定期間は6ヶ月程度で検討して欲しい。 ○ 政府売渡価格の改定の際、±5%程度の小幅な改定では、製品価格への反映が難しいので価格改定を見送って欲しい。	○ 現行の8ヶ月間は、平準化の意図があるということを考えれば、それほど違和感はない。 〔大手めん、中小めん〕 ○ 算定期間は長い方が価格の安定性が高い。 年2回の価格改定では6ヶ月がよいのではないか。〔菓子〕	○ 価格が安定していることを望むので、算定期間は、8ヶ月といわず1年でもよい。〔そば店〕 ○ ルールについては、シンプルで分かり易いのが一番よい。これ以上、複雑化しないで欲しい。〔ラーメン店〕	—

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
		○ これまでの政府売渡価格の改定（19年10月期、20年4月期、20年10月期）は、現行算定ルールから予測していた上げ幅からの圧縮が行われたため、かえって商品設計が難しくなった。算定ルールのとおり運用して欲しい。 〔大手めん〕 ○ 政府売渡価格を改定した際、改定幅が小さいと製品価格への価格転嫁が行いにくいので、小幅な改定は行わないようにして欲しい。〔大手めん、中小めん、菓子〕		

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
4 SBS方式	○ SBS方式については、現行の2銘柄（プライム・ハード、デュラム小麦）以外には拡大せず、主要銘柄は引き続き国が全量輸入することが重要。その理由として、以下が挙げられる。 ① 1社の製粉会社で1船を運用することは難しい。1社でできない場合には合同運用となり、配船・荷揚げに困難が伴う。 ② 異常な価格高騰時には影響が大きい。 ③ 安定的な供給が確保されるかどうか疑問。 ④ 国が大きなロット	○ 価格は基本的に市場の原理に委ねるべきであり、最終的にはSBS方式の方向に行くのが経済の原点。〔即席めん〕 ○ （政府売渡価格の改定ごとの価格転嫁に苦労しているため、）改定回数を増加させるのであれば、SBS方式の拡大が望ましい。〔即席めん、大手めん〕 ○ SBS方式で輸入される銘柄が増えれば、小麦相場が高騰した場合、国内食品業界が混乱し、食の安定供給の面から問題。〔大手パン〕	○ 小麦粉の使用量は少ないので、SBS方式が拡大されたとしても特別メリット、デメリットはない。〔外食チェーン〕 ○ SBS方式は、現状の形がよい。〔ラーメン店、そば店〕	○ SBS方式の対象を拡大すると、輸入麦の国内価格の変動が頻繁になり、国産麦の需要に与える影響が大きくなる。

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
	で買付けた方が、SBS方式による小ロットの買付けよりも安く輸入できる。 ⑤ ASW（主に日本麺用）、WW（主に菓子用）が国産麦と競合。相場によっては国産麦の需要が減少し、食料自給率の観点から問題が生じる。 ⑥ 民間は経済原則に従った在庫しか持たないので、国による備蓄の減少につながる。	○ SBS方式の対象を拡大するのであれば、全銘柄に拡大する方がスッキリする。〔大手めん、中小パン〕 ○ SBS方式の対象銘柄は、即席めんメーカーが使用する準強力粉の原料麦まで拡大して欲しい。〔即席めん〕 ○ SBS方式の対象は、現行の一部の特殊な銘柄のままだがよい。一般銘柄に拡大されると、大手との間で原料調達の格差が広がる。〔中小めん〕		

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
		○ 菓子業界は、パスタ業界と異なり中小零細業者が多く、原料価格の安さもさることながら、価格・量ともに安定していることが重要なので、ＳＢＳの拡大はもう少し検討すべき。 〔菓子〕 ○ ＳＢＳ方式の対象拡大に際しては、勉強会を開催するなど、銘柄特性を踏まえた検討・準備が必要。〔即席めん〕 移行期間が必要。〔大手めん〕 ○ これまでの政府売渡価格の改定（19年10月期、20年4月期、20年10		

項 目	ヒアリングにおける意見			
	製粉メーカー	二次加工メーカー	外食企業	生産者
		月期) は、現行算定ルールから予測していた上げ幅からの圧縮が行われたため、かえって商品設計が難しくなった。その点、S B S 方式は、相場に応じた商品設計ができる。[大手めん]		