

第6回農業ワーキング・グループ 議事録

1. 日時：平成28年10月18日（火）13:59～17:07
2. 場所：中央合同庁舎第4号館4階共用第2特別会議室
3. 出席者：
 - （委員）金丸恭文（座長）、飯田泰之（座長代理）、大田弘子（議長）
野坂美穂、林いづみ
 - （専門委員）齋藤一志、藤田毅、本間正義、三森かおり
 - （政府）羽深内閣府審議官
 - （事務局）刀禰規制改革推進室次長、田和規制改革推進室長、佐脇参事官
 - （農林水産省）山口総括審議官、枝元生産局長、大野畜産部長、松本牛乳乳製品課長、
小林協同組織課長
 - （説明者）

有限会社ロマンチックデーリィファーム	須藤代表
有限会社ハッピーヒルファーム	千葉代表取締役
関東生乳販売業協同組合連合会	菊池代表理事会長
関東生乳販売業協同組合連合会	秋山常務理事
株式会社MMJ	茂木代表取締役社長
雪印メグミルク株式会社	小板橋取締役常務執行役員
雪印メグミルク株式会社	大平酪農部副部長
4. 議題：
 - （開会）
 - 1. 牛乳・乳製品の生産・流通に関する規制改革について
（生産者、関連事業者からのヒアリング）
 - 2. 牛乳・乳製品の生産・流通に関する規制改革について
（農林水産省からのヒアリング）
 - （閉会）
5. 議事概要：
 - 佐脇参事官 それでは、定刻となりましたので、これより第6回「農業ワーキング・グループ」を始めます。
本日は所用により、長谷川委員、渡邊専門委員が御欠席です。飯田座長代理は遅れて来られると思います。
それでは、ここからの進行は金丸座長にお願いいたします。
 - 金丸座長 ありがとうございます。

本日は、牛乳・乳製品の生産・流通に関する規制改革につきまして、酪農家、指定生乳生産者団体、乳業メーカーの方からお話をお伺いする予定でございます。

本日お越しいただきましたのは、有限会社ロマンチックデーリィファーム代表、須藤様。
有限会社ハッピーヒルファーム代表取締役、千葉様。

関東生乳販売農業協同組合連合会代表理事会長、菊池様。同じく常務理事、秋山様。
株式会社MMJ代表取締役社長、茂木様。

雪印メグミルク株式会社取締役常務執行役員、小板橋様。同じく酪農部副部長、大平様
でございます。

また、本日は所管省庁として農林水産省にも出席いただいております。

本日は、事前に送付させていただきました質問に関しまして、皆様から御説明をいただき、皆様の御説明を全て伺った後、意見交換をさせていただきたいと考えております。

なお、本日は質疑応答の時間を十分にとらせていただきたいと思いますので、大変恐縮ではございますが、各人の御説明時間は8分程度でお願いいたします。

それでは、須藤様、千葉様、菊池様、茂木様、小板橋様の順に御説明いただきたいと思います。

須藤様、よろしくお願いたします。

○須藤代表 初めまして。私は群馬でロマンチックデーリィファームという酪農法人を営んでおります、須藤でございます。

今回、私ごとき、このような貴重なお時間をいただきまして、まことに感謝を申し上げる次第でございます。

私は現在、一生産者としての立場と、日本農業法人協会の酪農研究会としての立場もございまして、今般、その研究会で議論をしまして、意見集約したペーパーを用意してございますので、これに沿って御説明させていただきたいと思っております。

私どもの研究会は、指定団体の問題に対して特化して議論しているわけではございません。たまたま今回、これが大変話題となっておりますので、急遽まとめさせていただきました。

それでは、始めさせていただきます。

指定生乳生産者団体、長いので「指定団体」としたいと思っております。

初めに、酪農経営体、とりわけ零細家族経営が減少する中で、法人を中心とした大規模経営体のシェアが拡大しております。6次化等に取り組む経営体も増えてございます。シェアが拡大するということは、法人としての経営責任とともに、社会的責任も増していくということでございます。経営者自らが酪農乳業界の仕組みをもっと勉強する必要があると考えております。

そういう中で、地域や生産規模、出荷先等にかかわらず、酪農を営む全国の法人が酪農業界が抱える課題を共有化し、日本の酪農活性化に向けた活発な議論を行う場として、2016年、今年の6月に「酪農研究会」を立ち上げました。現在、二十数名の全国からの酪農法

人が会員となっております。

ここから本題に入りたいと思います。まず、現状の指定団体制度に対しての考え方でございます。現行制度のもとで、近年、牛乳が店頭から消えてパニックになるような、国民生活に大混乱を来すような、生乳流通が滞る自体は起こってございません。生乳の全体需給の安定に寄与しており、入荷も大きな変動なく推移してきたことは、現行制度の果たす役割、機能として大変重要なものでございます。大変重要な制度であるという認識でございます。

しかしながら、①としまして、生乳需要の量的拡大の時代は終わりました。一方で、バター不足の問題が生じたように、量的から質的な変化、とりわけ需要の多様化が進む状況に現行制度は十分に対応できていないのではないかと。そういう問題認識がございます。②といたしまして、指定団体の乳価交渉の過程や乳代から控除される手数料などの根拠が不透明で、組織運営のあり方に疑念を持つ生産者の声も聞かれるなど、制度のあり方について今日的に見直すべき課題も多いと感じております。そのために「改革すべきは改革し、今後も消費者に安全でおいしい牛乳・乳製品を安定的に供給する仕組みを構築することにより、酪農家の経営発展・所得向上につながる制度にしていくべき」と考えております。

続きまして、指定団体制度に関する最近の議論についてでございます。

まず、加工原料乳生産者補給金のあり方についてでございます。国民の税金を投入しているものであり、誰に支払うのかという議論よりも、多くの国民に納得してもらえるルールの上で交付されなければならないと思っております。

そんな中で、私たちの考え方は、生乳需給には季節変動もございます。年間を通じた生乳の安定供給には、一方では計画的な乳製品の製造が不可欠となります。加工原料乳と飲用乳の価格差が前提となっていて、当初からの計画に基づいた乳製品製造分の加工原料乳を対象とするということです。逆に、飲用として販売できずに加工用に回してしまうようなケースは認めないということで、決めた上で、指定団体の生産者であるか否かにこだわらず補給金を交付することも検討していいのではないかと考えております。

続きまして、全量委託、販売ルートの多様化についてでございます。指定団体の機能といたしますか、中身の改善案にもなるかと思っておりますので、よく聞いていただきたいと思っております。まず1つに、現状の指定団体に対する「部分委託」、これは3トン枠の話でございます。農業者自ら処理施設を持ち加工する場合や、特色ある牛乳の製造など、はっきりと差別化ができるものに関してのみ認められる仕組みとなっております。そのため、生産者としてハードルが高くて難しいと言われております。

2つに、酪農家の販売先の選択は自由であるとの説明をなされておりますが、実は農水省の通知により、生乳の受託規程（受託契約）において、指定団体に出荷する場合には全量でなければならず、ほかの販売先は選べない仕組みになっております。これは、実質的には自由に選べる条件ではないように思います。矛盾が生じているということでございます。

3つに、受託規程（受託契約）として、最初から全量とするのではなく、農協との交渉、協議のもとで出荷量を調整できる仕組みとして生産者の判断により販売先を選択することも可能となる仕組みを導入することを検討してもよいのではないかと思います。

これは、販売先の選択肢が複数あることで、経営者にとっては経営判断にもつながり、また、比較対象ができることで、指定団体の独占的、優位的立場から競争意欲が生まれ、団体の意識改革にもなると思っております。

続きまして、安全性の確保、過剰対策・需給調整でございます。生乳は大変腐敗性が強く、その流通には高度な鮮度管理が求められております。安全性が担保されなければならないものでございます。難しいという一方で、近年、流通状況がかなり進歩していることも事実でございます。集送乳の合理化とコスト削減ができると思っております。

生乳流通には季節変動にも対応した需給調整が不可欠でございます。将来的には需要減少等により、過剰が発生する場合も想定しておく必要があると思っております。

そのため、補給金の交付や全量委託のあり方といった流通制度の改革、見直しにおいて、それと同時に安全性の担保、過剰対策を含めた需給調整の仕組みを整備することが不可欠であると思っております。

生産者団体のあり方について、指定団体制度の必要性は認めておりますけれども、乳価交渉の過程や手数料の根拠など、その運営が不透明と感じられるところも多いと思っております。早期に透明性を確保していただき、酪農家に疑義を持たれないようにすべきであると思っております。

現行制度の中でも、組織の合理化や運営のあり方の見直しによって、酪農家の手取り増加に向けて改善できる要素は多くあります。まずはその改善を生産者団体に求めていきたいと思っております。

指定団体は指定団体である前に生産者団体、農業協同組合でございます。私たち自ら生産者組合員が組織の運営に関心を持ち、その機能をより発揮できるように働きかけ、努力していく必要があると考えております。

最後になりますが、私たち生産者自身も今後も常に学んでいく必要があると思っております。生産者組織、行政が一体となって、あるべき制度を考えていく。結論ありきの議論ではなく、生産者、消費者、乳業メーカー、専門家などの関係者が集まるテーブルをつくり、議論を進めていくことが重要であると考えております。

今後、酪農法人の経営者として、時代の変化に合わせて生産者自らチャレンジできる環境を整備していくことが大事であると思っております。

国内の生乳生産の安定には、生乳だけではございません。そのもとになる乳用後継牛の需給を安定させることも大変重要でございます。これは現在喫緊の課題だと思っております。

私、一生産者として、日本農業法人協会酪農研究会として、今後、何よりも力を入れていきたいことは、酪農産業が長期にわたって継続できるような体制づくりでございます。

さらに、消費者に安心安全でおいしい生乳・乳製品を安定的に供給する生産者としての責務を果たしていきたいと思っております。

私の意見は以上でございます。

○金丸座長 ありがとうございます。

それでは、次に千葉様、お願いいたします。

○千葉代表取締役 岩手県の有限会社ハッピーヒルファーム代表取締役の千葉でございます。

本日、農業ワーキング・グループにおいて意見を述べる時間をいただきましたことを感謝申し上げますとともに、本日は資料を用意すればよかったのですが、うちの農場は今、トウモロコシの詰め込みの真っ最中でありまして、1週間前からずっとトラクターに乗りっぱなしで、資料をつくれませんでしたので、口頭でお話しさせていただくことをお許し願いたいと思います。

私は、18歳で高校卒業いたしまして自家就農いたしまして、うちでずっと働いており、酪農を営んでおります。若いときに若い人たち、農業青年の団体でよくいろんな催し物に出かけて、青空市場ということで、野菜農家の方々、果樹農家の方々が自分で野菜を消費者に直接販売するということがありまして、そのお手伝いに出かけておりました。その中で、自分が酪農をやっている、自分が売るものがないということにすごく寂しさを感じながら、ずっと酪農をやってまいりました。

牛乳の販売に関しては、今、議論になっているとおり、系統販売をしていけば、100%その系統に出荷しなければならないという枠があって、そのことにもずっと、何となく縛られているなという思いを抱きながら酪農をやってまいりました。そんな中で、出荷の制度において、過去においては闇米を警察が検挙する、犯罪であった時代がありました。しかし、時代は変わってしまいました。それが当たり前ようになってきた。時代はそのように動いていくのだなということを感じながら、酪農をやっている中で、MMJの茂木社長との出会いがありまして、茂木社長のところの流通はどうなっているのだろうと、すごく興味がありました。そのときはアウトに出るとか、インにいるということではなくて、今、自分がやっている流通のほかに違う流通があるのだということに対してすごく興味がありまして、茂木社長のところに通いながら、茂木社長の会社に出荷している農家の意見を聞きながら、ずっと自分なりに勉強してきました。

そうすると、須藤さんも言われたとおり、農家にとって系統販売しているとわからない部分がすごくありました。いろんな手数料を引かれているのですが、これが果たしてどのように使われているのか。農協の窓口に行ってもわからないですね。そういうことをすごく疑念に思っている中で、茂木さんのところは庭先の売買である。単純明快でした。なおかつ、手取り乳価が違いました。当時私が茂木さんのところに移るときで、うちの牛乳の販売生産額で約1億4,000~5,000万あったときに、最初、手取りが1,000万違いました。これは、経営者として判断すべきことであろうと私は考えました。そうはいっても系統から

外れて一般の会社に牛乳を出荷するという事はそれなりのリスクはあるんだよという周りからの意見もありました。しかし、自分の将来の経営を見据えたとき、先ほども言ったとおり、時代は変わっていつている。その中で、自分自身は茂木さんのMMJという会社に移ることを決断いたしました。それは社長としての自分なりの責任であり、それを誰にも責任転嫁できない。するつもりもないし、もしそれでだめになったらみんなの笑いものになればそれでいいやというぐらいの思いを持ってやってきました。

自主販売に切りかえて実現したことというのは、1つは、今、私はMMJの取締役も仰せつかって、月に1度の役員会にも出席しています。系統販売しているときには農協の理事もやりました。MMJに出るときも農協の理事であって、前の日に農協に理事の辞表を提出し、次の日からMMJに出荷をしました。

系統の中において思ったことは、一般組合員以上に農協にいろんなことで関わり合いましたが、一平理事が何かを変えようと思っても、到底無理だなと感じました。単協があつて、その上に県の中央会、全農があつて、その上に全国の中央会がある。そういう中で、上からお達しが出るものを下の単協が変えられるものでもないし、また、一理事が将来に向かって絶対自分の意見は間違っていないと幾ら主張しても、通るものではない。そのことに、やはり自分のやりたいことをやるためにはここから抜けるしかないんだなと感じました。

今はどうかというと、MMJという小さな会社の中で、みんなで議論をして、自分の意見も聞いてもらえるし、また、違う意見があつても納得するまで話し合いができる。そういう点はすごく今、楽しいです。それが一番の大きな違いだなと思っています。

農家にとって、先ほど須藤さんも言ったとおり、私は選択する自由というものを農家が持つべきであると思います。牛乳に関してもそうだし、コストの低減ということも、一生懸命全農さんにいろんな意見がありますけれども、私から言わせればくだらない議論だなとすごく思います。高いところから買わなければいい。その自由を農家に与えれば別にいいわけです。何も農協から資材を調達する必要もないし、私のうちでは購入に関してはおやじの時代から農協ではなくて直でやっていましたし、今は販売も直に他のところに行っている。そういう人間からすると、別に高いところから買わなければいい話であつて、全農の資材が高いとか安いという議論自体がおかしいと私は思っています。農家にもっともっとそういう自由な選択肢を与えるような世の中になっていかなければならないのだらうと思っています。

系統が幾ら農家を守ってきた、指定団体の制度が農家を守ってきたといつても、農家はどんどん減っていく一方です。それに歯止めをかけられない。であるならば、私はむしろ農家を減らすという方向にかじを切るべきであると、農業という産業を維持していくためには、時代に合った農家を育成していく。そのためには、全部すくい上げようなどというのは絶対無理な話のわけですから、一生懸命頑張っている人にはそれなりに頑張ってもらえればいけれども、方向として、農業という産業をきちっと守って、それを地方、田舎を守っていく基幹産業にならなくてはならない。そのことを柱に持っていかなければなら

ないのだろうと私は思っています。

もう一つ、私に与えられた項目の中に、集乳業務にかかわるコストという部分がありました。系統販売しているときは、集乳運賃としてキロ当たり2円30銭支払っていました。今はMMJから2円をもらって、私が自分で仲間の牛乳を集乳しています。やってみて感じることは、2円で十分も元が取れました。

多分、2円30銭を系統さんがとっていても、その下請さんは全然もうからない。多分、そこで農協は幾らかとっているのだ。それをとる必要があるのだろうとすごく感じます。

そんなふうに、今は小さなMMJという会社の中で、生きがいを持って酪農をやっています。制度がどうこう、あるないというよりも、経営者として自分の酪農人生として今は楽しい酪農経営を営んでおります。

簡単ですが、以上で終わります。ありがとうございます。

○金丸座長 ありがとうございます。

それでは、菊池様、お願いいたします。

○菊池代表理事会長 ありがとうございます。

まず、このような機会を与えていただきまして、本当にありがとうございます。非常に話題に上っている関連ですので、私自ら来させていただきました。このヒアリングの中身の部分については常務に説明させますが、少し思っただけを言わせてください。

今、私どもが指定団体とか農業とかという部分の中で、改革の議論が起きて、でも、これも日本の食、そういったものを考えたときに、自給率の問題から、あるいは輸出輸入もろもろたくさんの課題があると思います。そういったものを考えたときに、農政として農協が、あるいは指定団体が、指導を私どもについては受けながら、今、お二人から出たように、問題な部分も抱えながら運営をしてきた。これは確かに私も平成元年に、まだ6次産業化が起きる前にミニプラントで700キロの限定があるときに、低温殺菌牛乳と、こぶしが丘牧場という銘柄でヨーグルトを、ヤスタヨーグルトと一緒にだったのですが、そういうことをやっていたので、規制についての不合理さ的な部分はわかっているつもりです。今回、それが3トンになったという中で、随分緩んだなという部分は非常に感じています。

端的に言えば、私は改革とか、合理化という部分については、当然時代とともにやるべきだと思っていますので、この規制改革推進会議が酪農家にとって、農業者にとって、有意義な提言をされるということについて、大きな期待を抱いているという部分について、まず冒頭、お願いと感謝を申し上げたいと思います。

あとは常務から説明させます。

○秋山常務理事 今回、資料のほうを用意させていただきました。初めに、ヒアリング事項ということで、御案内をいただいておりますので、本日の資料についてはそれに準じて作成させていただきました。不足する部分については御質問等でお受けしていきたいということで、御理解をいただきたいと思います。

まず、資料の1ページ目、概況でございますので、後ほどお目通しいただきたいと思い

ます。生乳生産量については111万4,000トンということで、3年ぶりに前年を上回ったという水準でございます。

2ページ、生乳取引の現状でございます。まず、生乳生産については、中央酪農会議の計画生産を踏まえつつ、毎年関東生乳販連として販売計画を策定しております。今年度の場合、販売計画数量が111万7,000トンと、残念ながら生産者からいただいた見込みについては110万トンということで、計画数量から少ない数字ということになっております。

具体的にどういう形で生乳の受託販売をしているかと申しますと、毎年度1月時点で生産者からは次年度の生産見込み数量、また、乳業者からは需要見込み数量をいただいております。それに基づきまして、年間の乳業者別、月別販売計画をまず作成いたします。生産量等については、月、日々で変わってきます。毎月各会員の生乳販売担当者会議において、乳業者ごとの日別の販売数量を作成いたします。それでも、日々需要、生産にぶれが生じますので、その辺の需給調整を毎日やるという形にしております。

次に、生乳の取引交渉でございますが、基本的には現在は生産コストに基づく交渉をしております。国の統計資料を活用した中で、それを踏まえて乳価交渉を実施しておるということでございます。

下の表が、平成12年度以降の乳価の推移でございます。赤いほうが生産費、青のほうが生乳価格でございます。これは都府県の数字でございますが、生産費の上昇に伴いまして、平成20年4月以降、3円、10円、5円、3円ということで、飲用乳価については21円の改定をしてきたという実績でございます。

2番目、3ページ、生乳取引上の課題ということで、今まで乳価については改定時期の問題はあったという認識はしておりますが、生産費に基づく交渉として一定程度の成果は上げてきたと思っております。しかしながら、これによって十分な後継者が確保できたかという点、本来、後継者として残るであろうという方が廃業をするという場合もございました。したがって、今までやってきた生乳生産費に基づく交渉以外の要素を考えていく必要があるだろうと、今後、あるべき所得を踏まえた中で、これをいかに乳業者あるいは消費者の方々に理解をいただいた中で推進していくかということが課題かなと思っております。

それから、乳用牛資源、労働力ということで、直近の課題とすれば、酪農経営は非常に厳しかった反面、副産物の価格が非常によかったと。その関係で、後継牛をとらず、肉生産を一部傾斜した生産者がいた。そんなことで、乳用資源が今、不足しております。2年程度、牛が成長するまでには時間がかかりますので、過去においてそういう時期があったということで、今後に向けては十分な資源確保ができるような対応を考えていくということでございます。

それから、労働力の問題ですが、いろいろ生産量が減じている原因等々言われております。後の資料でございますとおり、労働力の問題が一番大きな課題と考えております。そのほか、都府県に乳製品工場が大分減っておりまして、需給調整上の加工についても、時

期によっては非常に厳しい状況があったり、あるいは、生乳輸送については、今、いろんな事故があったということで、労務管理等厳しくなっております。そういったことで、需給調整が、輸送力が確保できないと回らないような、時期によってはそういう事態も出てきております。この辺について、これは輸送業者の責任ということだけではなく、関係者でいかに改善するかについて検討していく必要があるだろうと思っております。

国内の酪農の一層の活性化に向けた課題ということで書いております。酪農家の意識改革についても非常に必要だろうと思っております。今、酪農が果たしている意義については、国土の保全であり、食育効果というものもございます。プライドを持って、モチベーションを高く酪農を継続するというのも非常に大切と思っております。

時間に制約がございますので、簡単に資料を説明させていただきます。

まず、4ページ目、生産費、所得の推移でございます。1頭当たりの所得については減少傾向という形をたどっておりますが、飼育頭数をふやすことによって所得の確保をしている。一方で、1戸当たりの労働時間が非常に増えている。このようなことが増産要因を阻害している。

26年度の調査結果が5ページでございます。その他指定団体機能としまして、今、御説明を申し上げました乳価交渉力の確保、集送乳についても増加傾向にあったわけなのですが、燃料も途中高騰したわけですが、ここ数年間にわたって輸送経費は維持をした。

もう一つ、最後に東日本大震災でございます。当然、東北が大きな影響を受けたわけですが、関東においても7,000トンの廃棄を余儀なくされた。日量にいたしますと、2日分強でございます。この辺についても生産者への協力の中から同時期、同水準で乳価補填をしたということでございます。

時間のようでございますので、詳しくはお目通しいただければと思います。

○金丸座長 それでは、茂木様、お願いいたします。

○茂木代表取締役社長 本日はどうも、お呼びいただいてありがとうございます。

早速ですけれども、弊社MMJは創業以来14年と何か月かたちまして、もう少しで15年になるのですけれども、当初から、今の指定団体に加入している農家さん、もともとは指定団体に加入していた農家さんなのです。そうした農家さんが生産調整であったり、経営上の問題であったりして、なかなか組合の出荷を続けていたのでは経営が立ち行かないとか、思うような経営ができないとか、先ほど千葉さんのほうからも出ましたけれども、そうした農家さんを、最初からMMJであればいつでも何でもオーケーだということではなくて、酪農生産者としてその地域にとってこの方は重要だという場合には、社運をかけてでも、例えば生産調整の真っ最中であろうと、集乳を開始したり、継続したりということは続けてきました。

ある面、指定団体の一方的という面もありますし、画一的という面もあって、組合組織の場合には基本、結果の平等という大義がありますから、その中には乗れなかったという農家さんに、酪農経営を継続していただくにはどうしたらいいかというところで発したの

が弊社でありまして、その理念は今も貫いているつもりです。

そういった面から考えると、反組織的な立ち位置だと捉えられて、インサイダーという言葉の反語としてアウトサイダーと、アウトアウトと言われてきたのが今までなのですけれども、こうした席上でその問題も含めていろいろ討議していただくことは本当にありがたいことで、今後も真剣に討議していただいて、この制度の問題点を改善していただければありがたいと思います。

質問事項に簡単にお答えした資料をつくりましたので、資料3-1で、農家に第2の選択肢を持ってもらうというのが弊社の役割でもありますので、下にあります、今までの生乳共販体制のほかに、MMJなどの卸売会社とあるのですけれども、MMJも共販体制といえ共販体制なのです。日本中の農家さんの牛乳を一元的に管理して、10社余りの乳業さんに届けるという点では、一元的な共販体制をとっています。これも制度改革がさらに進んでいきますと、乳業と直接交渉して販売する農家さんもあらわれるだろう。そのほかに、後で説明させてもらいますけれども、ウェブ上のミルク市場というものを今月から開始しました。来月から運用にかかりますけれども、まだどなたでもという状況ではなくて、試験運転みたいなことを年内はしていきます。

大まかにこの4つの選択肢を弊社では用意させてもらって、さらに農家に透明性と牛乳の市場性という点で検討していただければと考えています。

資料3-2で、指定団体制度の評価と課題ということで、質問をいただきました。それについて、9月26日なのですけれども、ホクレンの意見交換会にこちらに見えているうちの役員でもあります田口畜産のほうから法人会のほうへ質問と意見として文書を出してもらって、そこで平成17年、18年の生産調整、ホクレン管内、北海道で営業している乳業さんに対して製品の運送補填をつけているということが明らかになりまして、その点をホクレンの酪農部長さんに伺った結果が、運送補填はつけている。生産調整についてはまだ1万トンを超える廃棄乳を個人負担で廃棄させたという経緯がありましたけれども、まだ報告書一枚も出ていないのです。これは全く最終的には個人負担にして、組合が全くその点を補償するようなものは出していない。この田口畜産も百六十何トンという量を廃棄して、その補償を全くもらっていない。では、なぜ生産調整をしなければならなかったか、どこの農家にどれだけ負担していただいたかというものすらも出ていない。組織としてやったことであれば、当然あれだけの一大事の事件を起こしまして、責任の所在どうこうということもありますけれども、それ以上に何が起こったかということを検証しなかったら、次に生産調整があったときにまた同じことをするのかという恐怖心だけが残るのです。

そうすると、農家さんがどうしても積極的な設備投資なり事業運営というものに足踏みしてしまう。特に当事者にしてみれば、たまたまそのときに牛舎を増築した。当然計画は出したのですけれども、その計画は認められずに減産命令がきた。ほかに販売先がないので、どうしても受け入れざるを得なかったというのが現状なのですけれども、そうした場合に、私どもも微弱ながら50トン程（田口さん分）うちのほうで買い取らせてもらいまし

たけれども、とても1社でどうこうできる問題ではなくて、生産調整というものは一つきちんとした報告書を出して、個人負担にした方がいいの悪いのと言ってしまうと切りがないのですけれども、次に個人の負担がないような形に持っていくような報告書をつくっていただきたいと思います。

生産流通に関する提案ということでまとめた資料がありますので、これは後で目を通していただいて、質疑の中で出てくるかと思うので、目を通しておいてください。

今月、うちのほうに農水の方が見えて、聞かれた部分があって、MMJが生産調整に協力できるかという視点で、資料3-4の下のほうに書いてあるのですけれども、生産調整については、基本うちの会社は当然全量引き取りでどんなときでも農家さんを受け入れるという姿勢ではいるのですけれども、国としてどうしてもある程度の生産調整をしなければならぬとすれば、弊社なりに検討はさせてもらって、協力は惜しみません。ただ、する理由と方法については検討できる立場にいたいと思いますので、万が一そういう場合があったときには、ただただ数量枠ということではなくて、検討できる立場の位置に置いてもらいたいと思います。

時間もあれなので、これで終わりにしたいと思います。ありがとうございました。

○金丸座長 ありがとうございました。

それでは、小板橋様、お願いいたします。

○小板橋取締役常務執行役員 雪印メグミルクの小板橋でございます。今日は大平と2名で参加させていただいています。

私どもは、バターの需給見通しと商品の高付加価値化、輸出についても触れるところがあればというお題をいただいているところでございますが、まず、バターにつきましては2ページ目、農林水産省の見通し、26、27、28年度の3年度を記載しておりますが、これを見ていただいてわかりますとおり、この見立てはJミルクの見通しを踏まえてつくっている見通しでございますが、バターの生産量、消費量につきましては、生産をやや抑えめ、消費については多少高目で見ても、2万トンの在庫量を年度末に確保できる。さらに、25年度と比較しますと、4,000~5,000トン低いので、4,000トンの追加輸入を決めているということも踏まえますと、今年度のバター需給については、今の店頭の状態を踏まえても安定していると考えています。

役所の資料を使って、大変恐縮なのですが、乳業メーカー13社の別紙4の資料に、家庭用のバターと業務用のプリントバターの在庫の推移が、別紙の役所の資料だと思うのですが、4のところに記載をされております。7月末までの数字になっており、ポンド・シートのところを見ていただくと、昨年7月に比べますと約3,000トン以上積み増しており、家庭用については3分の1ルールと賞味期限の問題がありますので、需要に応じた在庫の確保という形の中で、こういった在庫量を確保しています。このポンド・シートにつきましては、チルド流通からフローズン流通にして季節偏差のギャップの埋め合わせをしたり、役所のほうでカレントの規格変更といった善処の結果と認識しているところでございます。

そういう意味で、バター需給については28年度は輸入で埋め合わせができていますと見ています。

ただし、消費と生産のギャップは当然のことながらまだ出ておりますので、次年度以降も国産生乳だけでは国内のバターの需要を満たせない構造は変わっていません。よって、輸入をしないとバターの需給は均衡しないということは変わっていないということです。

それと、次の3ページに、28年度の第3四半期のバターの需給見込みという形で、4社の合計の供給見立てを示しておりますが、26年度比で110%、昨年度対比で100%という形で見ております。この辺のところは先ほど業務用の在庫が3,000トンぐらいプラスになっているという話を申し上げましたが、こういったことを踏まえても、第3四半期も乗り切れるという見立てをしているところです。

続きまして、高付加価値化という形で、非常に難しいところですが、私どもは生乳生産が、仮に右肩下がりであっても、産業規模としては当然成長していかなければいけません。そのためには、付加価値を高めることが企業の成長にもつながりますし、逆に、生産者の皆様へ乳価という形で返す原資にもつながるといって、付加価値化には当然取り組んでいるところでございます。

この中には、デザートから右下の種類までいろいろな取り組みをしているところでございますが、おいしさ、健康志向、ファミリーユース、ロングセラーの裾野の拡大、新たな価値提案、食の楽しさ演出、こんな視点で、日常から付加価値の拡大化には取り組んでいるところでございます。

それと、生乳の中に含まれている微量成分のMBPなど、生乳そのものを1次加工、2次加工だけではなくて、さらに加工度を高めた微量成分の有効活用等々にも注力をしているところでございます。

次のページには特にという形で、ガセリ菌SP株のヨーグルト、機能性食品表示の許可をいただいたヨーグルト、これらにも脱脂粉乳、バターを使っていますが、牛乳乳製品の消費拡大の一翼を担い、価値創造の一助となったと認識しているところでございます。

最後のペーパーでございますが、「さけるチーズ」で、当社独自のさけるチーズ、特に賞味期限が120日ですが、その期間全般にわたってさける物性が維持できるという、これがなかなか他社が追随できない差別化の部分という中で、非常に付加価値化に貢献している商品であると認識しているところでございます。

ペーパーで輸出のところに触れていないわけではございますが、正直なところ、輸出は少しトライアル的には、さけるチーズや、スキムミルクのMBPなどを、東南アジア、中国、香港、そういったところにトライアルで実施をしているところで、まだまだ緒についたばかりで、これからが輸出については本番というところです。

あと、粉ミルクは海外でつくって、海外に出しているというところで、国内から持っていったってはいません。また、海外展開というところでは、今、インドネシアでプロセスチーズ工場を立ち上げて、何とかシェアもそこそことれるような形になってきたところです。

こういったところも、先ほどの付加価値創造ともリンクするところで、こういった成功事例等々も踏まえながら、国内でも活用できたらと考えているところでございます。

お題としては以上となります。

○金丸座長 ありがとうございます。

それでは、皆様からの御説明について、御意見、御質問がございましたら、お願いいたします。

野坂委員、お願いいたします。

○野坂委員 ロマンチックデーリィファームさんに御質問させていただきたいと思います。現状では指定団体制度を通じた流通ということではよろしいでしょうか。

○須藤代表 はい。

○野坂委員 仮にですが、指定団体への全量委託が補給金の交付条件から外されたとしても、指定団体への出荷を選択するかどうか。つまり、指定団体を通じた酪農家にとっての流通のメリットというのは何であるのかをお答えいただければと思います。

○須藤代表 この補給金の関係ですね。私は余り議論するのがどうかというところもございます。正直言って、本当にこれが北海道の皆様のための補給金のようになっている現状がありますから、府県とすると、それがもちろんそれなりにあるとは思いますが、本当に全国の酪農家の人たちがこの補給金で経営強化されているかと、そここのところまで考えるといかがなものかなというところもございます。本来であれば、税金でありますから、もっと別の形で本当に基盤強化という意味での、飲用乳も含めた酪農家の基盤強化というものを考えていくことが最大の目的ではないのかと私は思っております。

それでいいでしょうか。

○野坂委員 そうしますと、例えばですが、自主販売ということを検討されたことはこれまでにありますでしょうか。

○須藤代表 課題として、自主販売は当然酪農家にとって思いの中に皆さんあると思います。どこかに今の団体以外に、自分で搾った牛乳ですから、自分の見える範囲で、自分の牛乳がどこで売られているのかとか、そういうことは考えてしかるべきだと思います。しかしながら、それがなかなかハードルが高いといえますか、できないという中で、自主販売というのが思うようにいかないというのが現状だと思います。魅力があるところの領域にはなると思います。今後はそういった6次化も含めたことも私たち酪農家がチャレンジしていくものであるのかなと思っております。

○野坂委員 もう一つだけ。自主販売が難しい要因についてだけ、最後にお答えをお願いします。

○須藤代表 基本的に、3トン枠と言われますけれども、その中で制度的に難しいというところが現実だと思います。3トンの中で自由にやっけていいということなのですが、なかなか今日もお話したように、やりづらいというところが現実的にあるのと、不安もあり、一気にそこにたどり着けない。お金もかかりますし、酪農家とすると前へ進めない

いうところなのかなと思います。

○野坂委員 ありがとうございます。

○金丸座長 ありがとうございます。

藤田専門委員、何かございますか。

○藤田専門委員 須藤さん、今、言った3トンの枠を超えて自由になればやるという意味を持っているということですかね。

○須藤代表 はい。

○藤田専門委員 取っ払われれば自由にやっていくという気持ちでいるということですか。

○須藤代表 そういう人も出てくるかなと、可能性はあると思っております。

○藤田専門委員 須藤さんはどうですか。

○須藤代表 私はやりたいと思っています。それは、メーカーさんと対等に販売を交渉してやっていきたいというのが心底ございまして、そういうところで自分の牛乳というものの評価がされるのかなと思っていますので、プレミアムとかいろいろありますけれども、自分がつくった牛乳が評価されるということが最大の目的であると思っています。

○藤田専門委員 もう一つ。千葉さんの場合は農業協同組合の組合員として牛乳を出荷している。岩手県には酪農専門の組合もありますね。それとの違いというのは感じていましたか。

○千葉代表取締役 総合農協と専門農協の違い。大きくはないと思っています。ただ、もちろん専門農協は酪農に特化していますが、多分苦戦しているのだらうと思います。総合農協の場合はいろんな共済なり信用なりを持っています。だから、例えば総合農協に一般の人が行ってローンを組むということはできるのですが、専門農協に行って、一般の人がお金を借りるということは多分ない。そういう意味では、専門農協は多分苦戦していくのだらうと思います。

○藤田専門委員 その中で、理事になっても、手数料がよくわからない、窓口に行ってもわからないということに関して言いますと、岩手県なのか、東北指定の生乳販連なのかわかりませんが、そこの明確な説明をする場所がどこにもなかったということですね。

○千葉代表取締役 一酪農家にはなかなかその分がおりてきません。多分、受託乳販売委員会とか、そういうところに行ったらいろいろな説明はあるのでしょうけれども、私は一酪農家であり、理事といってもそういう場に行ったこともありませんし、一番不透明なのは県段階より上の部分ですね。何とか対策費とか、ああいうものがいっぱい、8項目か9項目あるのです。それが結構な金額になります。

○藤田専門委員 その説明を受けられる、例えば総会とかがありますね。それから、地域での説明会もあると思うのですが、そこでの質問はできないという状況だったということですね。

○千葉代表取締役 多分ですが、自分もそこまで質問したこともなかったのですが、上の段階ではいろいろな説明はあるのだらうと思います。それが末端の地区の酪農部会におり

てきたときに、明確な説明をできる人は多分いないと思います。

○藤田専門委員 ただ、問題なのは、理事であるという立場で、その説明を受けていないというのは不自然だなというのが一つ。

あと、もう一つ、農協の組合員となった場合の出資に関してなのですけども、専門農協であれば、相当の金額を出資しながら説明を受けることが重要になっていまして、それをやっているのです。私はやっていると思っています。そこらの温度差はありますか。

○千葉代表取締役 多分、理事であっても、一農家であっても、どこまでも追及すれば、多分何かしたらの答えは出てきたのだらうと思います。そこまではやりませんでした。総合農協の場合は、理事といってもそういう専門的な細かいところまで理事全体の中では話し合いとかに入っていくものではないですね。理事という立場でいろいろなところに質問していくことはできたのだらうとは思いますが。

○金丸座長 よろしいですか。

今、集送乳の経費の話が出たので、ちょっと岩手県とは違うかもしれませんが、菊池さんのところにおかれては、その経費の明細と申しますか、構成要素として構成金額については透明性を持って明らかになさっておられるのでしょうか。

○菊池代表理事会長 やっています。

○金丸座長 それは我々にも参考のために提示していただけますか。

○菊池代表理事会長 うち、関東生乳販連情報という情報紙を出していましたので、そこに全部手数料から載せていますので、組合員から今のようなわからないということについてはあり得ないと思います。

一言いいですか。集送乳の合理化とかという部分は、関東は今、11会員あるのですが、参加していない会員が3会員ありまして、集送乳の合理化をやっています。酪農僻地といいますが、正直、千葉の安房のほう、酪農の発祥に近いような地域は物すごく遠隔地になってしまうので、集送乳コストが5円以上かかります。私は栃木なのですけども、私の組合は単協レベルでは一番大きくて22万トンぐらい処理量があるものですから、集乳、送乳入れても4円台できています。関東という組織の中でそれをプールする形の中で、みんなが逆に同じコストの中で、残る手取りの乳価を幾らかでも上げた形の競争をしようという形の販連のよさというものも御理解いただければと思います。

○金丸座長 集送乳の、経費は後で見せていただきたいのですけれども、その中は物流のコストだけが入っているのですか。

○菊池代表理事会長 全部入っています。消費拡大の負担金とか、そういったものも入りますので、全部引いているものについては明確に出しています。

○金丸座長 ありがとうございます。

では、本間専門委員、お願いします。

○本間専門委員 御説明ありがとうございました。

指定団体そのもののお話と、お考えを聞きたいのですけれども、特に関東生乳販連さん

に対してですが、50年前の状況を考えたら、弱小かつ規模も小さい農家が、さまざまな乳価紛争があったり、交渉力もなく買いたたかれたりという状況の中では、何らかの組織化を図って、乳業に対して交渉力を持たせるという意味で、なおかつ集乳の規模を確保するという意味でも、指定団体という法律に含めた制度が必要だったと思うのです。

しかし、今日、特に北海道を中心に規模も拡大してきましたし、共販体制も十分整っている。集乳ルート等も確立しているわけでありまして、これはいわゆる農協の制度として、共販体制だけで十分ではないか、指定団体は農協の連合会ということだけでも機能を果たしているのではないかという気がするのです。輸送コストの削減云々等々についても、農協という枠の中でできるわけだし、ちょうどお話があった条件不利地の集乳に関してもプールでやっておられるわけです。これも、まさに農協の基本的な考え方であり、共販組織の運営の仕方ですね。

乳価交渉についても、批判があったり、いろんな問題点があるにしても、長年培った交渉のやり方で、その年その年さまざまな混乱があるにしても、農協という立場で連合会として交渉しているということで済んでいるわけですね。そうすると、指定団体という、法律に守られた形の必要性というのはどこにあるのか。そこをお聞かせいただければと思います。

これだけ確立した立派なシステムをつくられている中で、農協組織あるいは連合会としてのことだけではだめで、法律と指定団体という制度がどうして必要なのか。我々の提案においても、共同販売をなくせ、などという話は一言もしていないわけですね。ですから、今のままで法律から外れたって十分に農協の組織としてやっていける話であって、これまでずっと農協あるいは指定団体に出荷してきた酪農家がこぞって、例えばMMJに移ったり、ほかのところに移ったり、やめたりということは考えにくいのです。ですから、その意味では、繰り返しになりますけれども、農協組織としてやれるのではないか。もしやれないとしたら、どういう点がやれないのかということについてお聞かせください。

○金丸座長　お願いします。

○菊池代表理事会長　指定団体の広域化については平成10年ですかね。局長通達があって、12年から関東生乳販連という組織ができたと思います。

今、先生がおっしゃったように、法律に基づいた形の中で、指定団体化というのは諮られたわけですが、今、仮にかつての指定団体に戻ってしまうとか、自由にやってくださいといったときに、先ほども話に出ていましたが、生乳の特異性からして、クーラーステーションを持たない、あるいは検査体制をどうするんだ、こういうもろもろのチェック機能が果たせないと私は思います。私の組合でも、日量600トン規模の処理のクーラーステーション、1つはメーカーと共同だったのですが、日量に近いぐらいのクーラーステーションを持っています。

今は関東の中で管理をされていますが、盆のとき、あるいは正月、天候不順のときは必ずストックせざるを得ない状況が起きたりします。そういうときに、その生乳はどうすれ

ばいいのですかという部分がまず出てきます。そういう部分を調整する、需給調整の部分の中の大きな役割を広域化の中でできている。

それと、例えば先ほど言った、千葉だけ取り上げて申しわけないのですけれども、わかりやすいので、千葉の安房のほうですと、例えば千葉のミルクだけで指定団体をやってください、あるいは自由に売ってくださいといったときに、関東のほかの人たちよりもコストを2円も3円も高くかけてメーカーと取引しようとしても、非常に難しいのかな。難しくてもしょうがないよ、競争の原理だよという言い方もあるかもしれませんが、先ほどうちの常務のほうからも話がありましたが、いろんな意味で地域を支えている。今、ふるさと創生が盛んに叫ばれている。熊本のときにも私はすごく感じたのですけれども、農家の人たちが自治消防に入ってああいうものを行っているということ自体が私は個々の酪農家の存続、あるいは指定団体があるからそういった条件不利地域でも酪農で地域を支えている。そういったもろもろの部分があるのかなと。

正直、先生が言われるような、先ほど藤田さんが質問していましたが、うちは単協なのです。信用事業とかはもともとやっていません。うちは合併組合なものですから、特に乳量が多くて、生乳だけでも20万トンを超えるのですが、そういう組織の場合はメーカーと直結して非常に優位性を発揮できるのかな。小さいところは30人未満の組合もござります。私はむしろそういった各県の組織再編というものを進める形の中で、逆に共販で優位に販売をしていくということが、家族経営の存続につながるのかなと。私の場合そのように思いますけれども、いかがでしょうか。

○金丸座長 どうぞ。

○本間専門委員 ちょっとよくわからないのですけれども、指定団体がなくなっても、共販体制がなくなるわけではないのです。したがって、自由にやってくださいと言っても、共販体制から抜けて、あるいは連合会から抜けて自分でやるというところはそんなに多くはないのではないかとということとして、おっしゃるような混乱は起きないだろうし、今、もろもろおっしゃったデメリット、小さいところでやろうとしたら、十、二十のところをやろうとしてもやれない、だからとどまるでしょうという話なのです。ですから、指定団体という名前はなくなっても、連合会はこれまでどおり流通も、農家の集乳もやるでしょうし、何ら変わらないという気がするのです。ですから、デメリットということをおっしゃるのは、共販体制をやってはいけませんということになったら、そういうことかもしれないけれども、指定団体制度をやめても現状の延長で物事が進むとしか考えられないのです。そこはちょっと前の規制改革会議での主張について誤解があるのではないかと気がしているのです。

○菊池代表理事長 私が取り違えた部分もあるのですが、私どもの指定団体は法律に基づいて進んできた部分があります。農協法という法に基づいた形の中での組織運営をベースにしてやってきていましたので、私はそこから外れて共販を30人なら30人の組合員がやりますよというときに、本当に茂木さんみたいなリーダーがいればできるのかもしれない

んが、なかなか大変なことかな。そのときの流通のリスクというものも自分たちが背負うことになりますね。

○本間専門委員 繰り返しになりますけれども、そういうことにチャレンジする人もいるかもしれないし、そういうのは無理だという人は今の共販体制に残るでしょう。

○菊池代表理事会長 それは私も否定はしません。

○本間専門委員 ですから、やろうとしている人達、簡単に言えばリスクをとろうという経営者が出てきても、あるいはグループが出てきても、何らそれは否定する話ではないし、一方、今までのように安定がいいね、農協がいいね、あるいは指定団体がいいねという人たちは、そのまま今の組織が使えるわけですよ。

○菊池代表理事会長 私は茂木さんのような形も別に否定しているわけでも何でもありません。ただ、極端に言えば、こういった形の中でばらけてくださいみたいなことが起きたときには、なかなか大変だろうなという感覚で捉えたものですから。

○本間専門委員 前の規制改革会議の専門委員もやっていたので、その立場からいいますと、そういう主張はしていないんです。つまり、共同販売はやってはいかんという話は全くしてないので、そこは誤解のないようお願いできればと思います。

○菊池代表理事会長 こちらこそ、とり方ができませんでした。

○金丸座長 茂木さん、今までの話をお聞きになっていて、意見を述べてください。

○茂木代表取締役社長 岩手でこの夏、台風で岩泉が非常に局地的な豪雨を受けまして、私も現地にすぐ行って現場を見たのですけれども、町の真ん中を走っている国道が完全に水没して、ダンプだとかブルドーザーみたいな、どう見ても水で流れないだろうというようなものまで流されているような状況だったのです。

そうした中で、岩泉乳業というクーラーステーションが水没しまして、機能不全になってしまったのです。1回目に行ったときは、そこにも到達できないぐらいの土砂、まるで津波の後のような状況だったのですけれども、2回目に行ったときには、岩泉乳業まで行けたのですけれども、確かに1階部分がほとんど水没していて、再開するには1年ぐらいかかるだろうなど。

集乳ができないということで、インサイダーの農家さんがほとんど集乳できなかったのです。たまたまですけれども、同じ岩泉地区に、今、10軒ほどになって、アウトサイダー、MMJの加入農家さんがいるのですけれども、インサイダーの農家さんは当初、うちが13年ぐらい前に岩泉の4軒の農家と契約した時点で、約10倍の40軒あったのです。それが今は20軒を割ろうとしている。この台風でまた3軒やめてしまう。多分19軒ぐらいになるかもしれないです。生産乳量を比較すると、ほとんど同等ぐらいしか生産していない。

アウトサイダーを選択した4軒の農家さんというのは、今、仲間をふやして10軒になっていますね。その農家の人たちが、インサイダーの方がクーラーステーションをなくしてしまって、長距離輸送のトラックもないという中で、集乳できる場所は小さい車でも何でも集乳を手伝おうかという話を町長に振ったのですけれども、結局インサイダーは、話

してみても、意地でも彼らはアウトの人たちとは手を組まないよということで、その話も辞退するしかなかったと。出荷できないというのは農家さんにとって非常に苦痛で、何かしらの方法で補償されたとしても、仕事を何のためにやっているのかという一番の大前提のところ崩れますから、非常につらいことですね。

震災のときも、アウトの人たちというのは割としっかりと自分たちで、万が一にもということで発電機を用意したり、危機管理がよくできているのかなと思うのですが、1日分集乳できなただけでそうなのですが、インサイダーの方は3月11日から4月末まで、集乳と受精は一切できないという通達が農協から流れて、集乳できなかった。その間ずっと捨てていて、それがつらくてこちらのグループに入った農家さんも1軒ありましたが、その例を出したというのは、共販体制が災害危機のときに機能するかしらないかという、共販体制を組んでさえいれば機能するのです。それは制度の法律がどうこの問題とは全く別なのです。

本間先生がおっしゃる内容というのは、制度が必要かどうかという問題の中では、多分必要ないと思うのです。制度に法的な後ろ盾が必要かどうか。法的な後ろ盾があるがために、インとアウトという大きな壁ができて、東西ドイツの壁みたいに厚くて、なかなかこれをつくると超えられないのです。人の気持ちとして、意地でもやつらと口きかないぞという気持ちになってしまうのです。だから、法律的な後ろ盾という部分、受ける側はいいのですが、アウトに出た人たちもそうなのです。町が何もしてくれないのだったら、俺たちは要らない、自分たちでやるからと、意地になってしまうのです。町はアウト、インも関係なくやってくれるのだから、ちゃんと話をしたほうがいいよといっても、逆に意地になってしまうのです。

だから、法律的な、こちらは認める、こちらの人たちは条件を満たさないから認めないというのを50年も続けてしまうと、そのこと自体の非常に悪い面が今ははっきりと出ていますね。そこをイコールフットイングという形で誰でも、共販体制を組む、組まないも関係ないのかもしれないですが、補給金の対象にしてもらう。ということは、要は東西の壁がなくなると同様に、あなた方は全部同じですよとしてもらえれば、岩泉などは本当にいい、あの地区は酪農の発祥地ですから、山の上のこんな傾斜のところでは何もできないので、酪農地帯としてたった20軒足らずですから、何でそれがいがみ合うのかなと。ほかから来るまで1時間以上も隔絶した地域なので、なかなかほかとくっつくわけにもいかないのです。そういう点を考えると、今回それを実現すれば、あそこは本当に町長さんもほっとするぐらいにいい酪農地帯を再度復元できるのかなと思うのです。

ちょっと長くなりました。

○金丸座長 ありがとうございます。

では、林委員、お願いいたします。

○林委員 ありがとうございます。

この案件を取り上げて長いわけですが、何度伺っても同じ酪農生産者なのに、全

量を指定団体に販売しないと補給金をもらえないということが、どうしても私には不合理に思えてなりません。

酪農生産者の皆さんが指定団体に販売委託するときに、一体、自分の手取り額が幾らになるのかわからないのに、全量委託しなければいけないという仕組みの不合理性。果たして酪農業を事業として営ませる気がこの国にはあるのだろうかという疑問を持ちながら聞いておりました。そこで、質問です。

まず、ハッピーヒルファーム様は、経営者としての決断をもって、自主販売に切りかえたということなのですが、指定団体制度のもとでの経営から、自主販売を選択した結果、どのように経営が変わったか、御自身で感じられた違いを教えてくださいと思います。

MMJ様にも質問があります。集送乳のコストの点なのですけれども、庭先の取引の場合は、送乳コストを生産者からはとらないと思いますが、条件が不利な地域については、輸送コストに見合う額を買い取り乳価から割り引いているのかどうか、を伺いたいと思います。

もう一点、MMJ様では、今後、加工を行う計画もあるということなのですが、現状の買い取り価格は指定団体より高値で買っていると思います。現状の買い取り乳価で加工品を製造しても、ビジネスとして成り立つという算段がたつものかどうか、を伺いたいと思います。

○金丸座長 お願いいたします。

○千葉代表取締役 系統販売をしているときに、自分自身もそうですし、多くの系統販売をしている酪農家で、現状に対して満足している酪農家はどれぐらいいるのか、私は疑問に思っています。自分が自分の酪農人生において不平不満を持ったまま酪農人生を終わりたいという思いがありました。やはり楽しい酪農経営をやりたい。自分自身で納得できる酪農経営をやりたい。そういう思いが一つ自分の中で大きくあって、自主販売というところ切りかえました。

切りかえたもう一つの理由は、先ほども言いましたように、最終手取り額の違い、それは先ほども言いましたけれども、うちの決算書で言うと大体1億5,000万～1億6,000万の売り上げになるのですが、その中で、何十万、100万ぐらいだったら我慢してもいいかなと思うのだと思います。でも、それが1,000万違ってくるというと、自分の経営を確立するためには有利なほうを選ぶ。それは経営者として多分当然のことなのだろうと思います。

先ほども言いましたけれども、不満を持ってやっているよりは、今、自主販売に切りかえたことによって、MMJの経営にも携わりながら、いろんなことを勉強していく中で、乳業さんのこともわかってきました。系統の中にいると、ある意味で私の受け取り方なのですが、指定団体というのは乳業と生産者を絶対融合させない、離しておいたほうが多分自分たちがやりやすいのだろうと。それが自主販売に切りかえて乳業の社長さんたちとも一緒にお酒を飲んだり意見を交わしたりする場ができることによって、酪農家も大変だけれども、中小の乳業さんは特にそうなのですが、乳業さんも大変だということもわかりますし、そういう中で、自分の主張だけをしてはまずいのだろうな。お互いにそういう部分で妥協

し合わなければならないのだらうなということもわかってきました。そういう点が大きな違いです。

○金丸座長 では、茂木さん、お願いします。

○茂木代表取締役社長 集乳のコストなのですけれども、MMJは庭先買い取りなので、最終的に乳業に届ける最後の車両の部分からこちらの責任になるのです。そこまでの集乳については、お互いの完全に農家側でもなくて、完全にこちらでもないのですけれども、今、平均ですと約2円を集乳コストのところに充ててもらって、農家さんにその中で間に合うような集乳体制を組んでくれと。これは岩手も北海道も群馬も同じかな。岩泉も同じですね。

そういう中で、新たな農家さんが入ってきたときに、とんでもなく遠隔地の場合に、できるかできないかは農家さんが考える。その2円の範囲でやってもらって、その部分は農家さんの乳代には影響しないように、MMJの側で支払っています。それは乳代ではなくて、あくまで集乳経費として使っていただく。余ったからといって、農家さんの乳代として分けてしまうという性質のものではない。

2番目の加工、これはバターに関してですけれども、バター工場は附属して脱粉のドライヤー施設もどうしても必要なのですけれども、両方をあわせてどうかということで、バター、加工乳の補填金はないという前提で、一昨年から計画してしまして、弊社も大分取扱量が増える中、冬場は特に暮れ、正月の半月ぐらいの間なのですけれども、乳業さんに今年は何トンぐらいお願いしますということで、攪拌をかけてもらったり、暮れの時期からクリームをつくってもらったり、練乳に加工してもらったり、全く加工乳の補填金は関係ない世界ですけれども、やってもらっていて、それでも間に合わなければリッターパックとして安売りの玉を前もってつくっていただいでやってもらう。昨年のそういった対策費、安く販売した部分、当然練乳とかクリームになった場合には値段が団体と同じ価格でおさめるしかないので、何十円台でおさめるわけですけれども、その合計額が対策費として4,600万円ぐらい。さらに今年だともっと5,000万とか6,000万といくはずなのですけれども、そうしたお金を使って、乳業さんにはそれをお願いしてでも数をとってもらおうということは、乳業の経営としても余り好ましいことではないのです。そういうことで、バター工場をつくってみようかと。

これにちょっと書いてありますけれども、バターを欲しいという業者さんが、本当に大手の、日本でも有数な菓子メーカーとか、ベーカリーの方が見えて、それに供給する側の問屋さんが見えて、バターは国内ではともかく北海道でつくるしかない。北海道の大手4社に聞いても、足りないときはみんな足りない。その流通とは違うチャンネルが欲しいということで、全体量からすれば、本当に数パーセントか、あって1割とかだと思のですけれども、欲しいと言う方々は、そこが違うチャンネルとしてその需給とは別個のものが手に入れば、お客さんに迷惑をかけずに済むということを言われていたのです。それだったらできますよ、ただ、うちは飲用で買っているの、飲用価格でペイするかどうかを検

討させてくださいという中で、いろいろ検討して、やっとな技術のあるメーカーも出てきて、名前だけはどうしても伏せてくれというので名前は出せませんけれども、そのメーカーと一体で北海道につくろうという計画で進んでいます。

今、立地をどこにしたら一番経済的に有効かということで、将来的には海外向けのロングライフ牛乳もその工場内につくろうと考えていますので、海外輸出することも視野に入れて、立地場所をいろんな試算をしながら検討しているところです。その中で、調べて、北海道でお配りした資料ですけれども、カリフォルニアの9工場の平均のバター加工コストなのですけれども、生乳1キロ当たりの加工賃が6.5円なのです。

農水でバターについての計算の仕組みというのが、うちの「生乳に関する提案」の中の7ページ目にあるのですけれども、末端価格はもうここ何年かで4割ぐらい上がっているのですが、実際、生乳価格については1割も上がっていない。多分6～7%ぐらいである。そういうはずんだ構造の中で、では、これは何でこうなっているのかということを確認しましたところ、国家貿易の入札価格をバターの工場出し値にあてがっている。国内産バターを使っても輸入バターを使っても同等な価格で手当てできるから、どちらをとったからといって損だ得だということがないように配慮されているのかなと思うのですけれども、ただ、末端消費者の不足感とか値上げというところの一番負担のかかる末端消費者に対するの気持ちが反映されるという部分は、この構造からするとないのです。生産者に反映されるかということ、それは生産者にも反映されない。ほとんどバター向け価格というのはある一定価格の中で推移しているのです。

当然、その末端は高くなっているのですから、中間業者なり乳業工場がもうけているのかなと思ったら、農水の担当官の方は、いや、乳業工場はもうかるものではない、茂木さん、やめたほうがいいですよと言われましたが、その根拠というのは全部農水のほうから担当官が行って、電気代幾ら、人件費幾ら、福利厚生幾らと全部細かく見ている。その総合計が1キロ当たり23円かかっている。

では、当時はまさか6.5円とは思わなかったのですけれども、23円かかっているのがそんなにかかるとは仕方がないなとは思ったのですが、この6.5円を見て、では、なぜその差額があるのかなということの中では、1年間12月までぐらい、本当に暮れが押し迫ってから忙しくなるのですけれども、その他の時期は非常に暇で、ほとんどのバター工場がお昼には仕事が終わっている。8時、9時に始まってお昼に仕事が終わっている工場とアメリカの24時間フル稼働の工場と、しかも設備投資も熱交換技術も最新型のものを取り入れている工場もあるでしょうから、それから見ると、とてもではないがかなわないのかなというのは思うのですけれども、ただ、それにしても23円は高過ぎるなという中では、バター工場自体がホクレンからの配乳が毎年毎年減らされているのです。そういう中で、ここ20年、新規の工場というのは1つもできていないのです。修繕だとか多少の部品を新しいものに変えるだとかというのはあると思うのですけれども、新たに新しい工場をつくったのは20年以上無い。

当然、毎年減らされる中では新しい工場をつくろうなどという発想はないのですけれども、でも、工場を持っていることで、そこの出口から先はもうかるわけです。しかも農水の管轄から外れる。幾らで売っても構わないという話になってくると、工場はあったほうがいいだろう、これで手放してどうするよというのが多分大手メーカーの判断だと思います。古い工場、30年たっても使い続ける。だから効率が悪い。当然、人件費は何だかんだいろいろかかる。かかっても仕方がない、やろうよ。でも、新しい工場をつくっても余分に配乳が来るわけではないから、それならつくらなくてもいいやということで、その不合理と非常に経済的に見てマイナスが起きているのですけれども、それは誰が負担しているかということ、末端消費者ですね。

生産者も負担しています。関税で入ってきた価格を競売価格から23円引かれているのは生産者ですから、23円が高くなればなるほど、生産者価格はおのずから安くなるのです。そうすると、その工場が温存せざるを得ないという状況をつくり上げている今の制度を変えない限り、これは変わらないのです。変わらなくてもうちはバター工場をつくりましますけれども、そういう状況でいます。とりあえず、何とかペイはするのです。

○金丸座長 関連で、大野部長、お願いします。

○大野畜産部長 今日は関係の方々からのヒアリングですので、後ほど、また次回、資料を提出させていただきますけれども、事実関係だけ申し上げますと、バターの価格ですが、家庭用のバター、これは総務省の小売物価統計です。このところは平成18年、19年ぐらゐから穀物価格が国際的に高騰して生産コストが上がってきました。家庭用のバターが19年で200グラムのもので315円だったのが今は402円。大体店頭に変えるとこれに消費税に乗っかっているような価格だと思います。そして、このときの加工用向けのホクレンが乳業者と取引している乳価というのが、19年が58円です。そして、27年が74円50銭。ですから、小売の家庭用バターの価格の値上げ割合がプラス27.6%、そして、ホクレンが乳業と取引しているバター用の乳価がプラス28.4%という大体パラレルということだけ御説明させていただきます。

○金丸座長 ありがとうございます。

では、大田議長、お願いします。

○大田議長 関東生乳販売連合会さんに3点お伺いします。

今日、須藤さんのほうからお話があった中で、指定団体の乳価交渉の過程や乳代から控除される手数料の根拠などが不透明という御指摘がありました。前の会議でヒアリングしたときも、乳価交渉というのは一部の指定団体と大手乳業との間の交渉によって決定しているといったような声もありましたが、こういう意見についてどうお考えでしょうかというのが1点です。

先ほど千葉さんのほうから、手取りに1,000万円の違いがあったというお話があったのですが、これをどうお聞きになったかというのが2点目です。

3点目は、須藤さんからの御提案として、受託規定として最初から全量とするのではな

くて、農協との交渉、協議のもとで出荷量を調整できる仕組みとし、生産者の判断により販売先を選択することも可能となる仕組みを導入することを検討してもよいのではないかと御提案がありましたが、この御提案についてはどうお考えかという3点、お願いいたします。

○金丸座長 では、お願いいたします。

○菊池代表理事会長 乳価交渉の考え方、経緯については、私どもは販売委員会というのがございます。販売委員会というのは理事会のほかに各県2名ないし3名、規模によって若干違いますが、その方たちに経過報告を関東の場合はそういった形の中で説明をしています。

本当に重要な時期とかありますね。まだ決められないとかそういった時期には据えておきますが、経緯については今こういう状況にあります、こちらの言い分はこういった算定基礎をもとにこういう要求をしています、メーカーからはこういう返事が来ていますという部分の中で、各指定団体が乳価交渉の権利を持っているのですが、関東が一番量が多いということで、最終的に関東が決まるとそれが横並びに飲用乳価については決まってしまう。

皆さんも御存じだと思いますが、各ブロックの乳価が公表されたら、指定団体によっては指定団体の組合員さん、あるいは農家と言ったほうがいいですか。その方たちは、こんなに違うの。それがぼんと出たものですから、ええっていうような部分のことが出た。

私は、指定団体そのもので乳価交渉ができるので、本来はそういったものの解消に指定団体がどう取り組むか、メーカーとどういう交渉をするかというのも重要な役割なのでないかなとは思っています。確かに北陸のような条件の不利な地域というのは乳価が高いのです。沖縄とかもちろん、これはもう仕方がないことですが、関東にあっては国が出してくる、1年ほど、あるいは1年半ぐらい遅れる。生産者乳価の費用ですね。生産費調査から出たものをベースに現在の為替相場、実取引等々を考慮しながら乳価を決めていきます。今は穀物のシカゴ相場にしても、為替にしても変動が大きいものですから、点で捉えると非常にこれはと言われる部分がありますが、トータル的には理解をいただいているものと思っています。

それと手取り乳価の1,000万違った、1億5,000万からの売り上げがあるということになると、私、わかりませんが、うちの場合にはそこまでの違いというのは出ないと思います。それと、数字については先ほど申し上げましたように、例えば75銭引きますよ、このうちの15銭については例えば販売のための拠出金ですよとか、そういう細かな部分の説明を加えて会員を経由して生産者に出しています。直接ペーパーで出すものについては、年間5回程度、そういったものを出すときに手数料等々の説明も加えたものをペーパーで出しています。関東生乳販連ニュースというような形の中で出していますので、先ほど金丸さんのほうからお願いがありましたのでそれについてはお届けしたいと思いますが、そういった形の取り組みをしていますので、1,000万までがどうかなというのは私的にはクエスチョ

ンなのです。

一部、委託販売をして、あとは指定団体という形については、表現は悪いですが、いいところ取りになってしまうのではないかと。メーカーが例えば年間1万トン搾っている方が3,000トンはメーカーに直に売ります、残りの7,000トンは指定団体を經由して売りますよというのと、当然、7,000トンはプール乳価で、発酵とかその他向けの区分の乳価になりますので、下がりますね。3,000トンは加工とか安い牛乳ではメーカーに直接売るのは飲用でしか売らないと思うのです。ですから、当然、その部分というのは市場の中では皆さんに不利益をこうむるような形になっていくと思いますので、一部販売という分については非常に今の組織の考え方の中では受け入れがたい部分なのかなと思います。

○金丸座長 今、よく使われるいいところ取りという言葉が出たのですけれども、いいところ取りして誰かが損する人がいるように聞こえるのですけれども、今回、農業者の人がいいところ取りする分は構わないのではないですか。農業者御自身の努力によってつくったものを農業者の人が自主的に販売をしようとした先で、しかも我々が今、全体、与党もそうだと思うのですけれども、1円でも高く売りましょうと言っている中で、1円でも高く売った人は、MMJさんも含めて評価されるべきではないかなと思うのです。

農業者の人が飲料用を自分で売ったら高く売れて、乳価交渉、交渉力を皆さんで強化するための団体なのに、そちら経由だと何で安いのですかという、そこについてはいかがですか。

○菊池代表理事会長 安いのではなくて、例えば乳業工場が近くだ、産地ブランド力があるとかという地域もありますね。

○金丸座長 ありますね。石橋さんのところみたいな。

○菊池代表理事会長 そうすると、そこに近いから必要量はおまへの生乳を買うよということに、それをまず売りますね。そうすると、その人はその部分については有利販売できてしまいますね。でも、今までの指定団体制度の中での法的拘束力はあったのだと思うのです。それを私どもは守って当然やってきたわけですので、その考え方を根底から変えるという部分については、結局、売れない人も当然いるわけですね。売る力がないといいますが、古い地域の人というのは当然いるわけですね。あとは量を持たない人というのは、売る力がないわけですね。

○金丸座長 そのために農業協同組合があるわけですね。

○菊池代表理事会長 だから、私は農業協同組合の発足、冒頭にも時間が制約されているので言えなかったのですけれども、日本の食という部分を考えたときに、そんなに自給率が高くないというか全然低いのですが、こういった状況にあって農家を守っていかなくてはならない。国は税金を投入しながら。

○金丸座長 すみません、私はいいところ取りについて今、質問しているので、どんな部分がいいところ取りなのですか。その農業者の人が飲料を持っていった。全量からある部分が減った。その減ったことが誰にとって悪いのですか。誰かが自分より努力したか交渉

して高く売ったことが、自分が何か損するかのごとく思われるのは、おっしゃるのはよくわかりません。

○菊池代表理事長 消費量というか、パイは同じなわけです。工場で作って飲料牛乳として市場に出ていくパイは同じわけです。

○金丸座長 どうぞ。

○小板橋取締役常務執行役員 今、菊池さんがおっしゃっているのは、例えば生乳の需要が10だとしたときに、8対2だとしましょうか。飲用が8で加工が2です。そうすると、8のうち2を有利販売という形で飲用で売ってしまいますと、残りの飲用が6になります。6と価格の安い加工の2、このプール乳価、要は8と2のときよりも6と2のほうがプール乳価は下がってしまう。そうすると、有利販売した人の分だけインサイダーの取引の飲用比率が落ちてしまうのでプール乳価が下がる。要は有利販売をした人のツケがインサイダーの人に回ってしまいますということを多分菊池さんはおっしゃりたいのではないかと。

指定団体は、共同計算とプール乳価と全量委託販売、この3つが原則になっていますけれども、この3つの原則というのは公平性を担保するためにそういう仕組みをとっていると考えております。そのため共販率は当初、指定団体ができた当時は60%のものが今95%で、共販率を高めれば高めるほど集送乳経費の合理化なり乳価交渉力もしかりで、酪農生産者の皆さんの手取りが上がるという目的のもとに共販率を上げてきたのが指定団体ではないかと思えます。こうした仕組みの中で、一方の乳価が下がる。そうすると、みんな私も私もとなると、実は不足払い制度以前の昭和36～38年の乳価闘争の時代に戻るリスクがあるのではないかと思います。これが、先ほどの本間先生の御質問等に対する答えにもなるのではないかと私は感じています。

○金丸座長 解説してもらってありがとうございます。

ということは、雪印さんにとっては、今の指定団体制度がすごく満足度が高くて都合がいいように聞こえてしまうのです。

○小板橋取締役常務執行役員 都合がいいというか、今の指定団体の仕組みで。

○金丸座長 乳価交渉力は指定団体の方々がすごくあるという方もいれないという方もいるのですね。乳業メーカーにとってこの制度はすごく利している制度ではないかなという御指摘もあるのです。それを総合的にぜひ意見を言ってほしいなと思うのです。

よく需給調整と言いますね。指定団体と乳業メーカーさんの需給調整というのは、生産者側が指定団体さんで、皆さんがお買い求めになりますね。だけれども、消費者のところまで行くと、その需要について乳業メーカーさんはどんな方法でデータと言いますか、需要予測みたいなものをされているのですか。

○小板橋取締役常務執行役員 需要予測ですか。

○金丸座長 需給調整をするわけでしょう。御自身は生産計画ですね。だけれども、御自身の生産計画の前に販売先があるわけですね。いろいろな消費者の現場とか小売業とかあるいはB to Bだといろいろなメーカーさんだとかいらっやって。

○小板橋取締役常務執行役員 今、金丸さんがおっしゃった生乳の需給調整は指定団体がやると理解をしております。生乳の需給調整の手段として私どもは処理を担うわけですが、そういう意味で処理という形の中で需給調整の一助を担っているのではないかと理解しています。

○金丸座長 そうすると、今回のようなバター不足が消費者の現場というか、そこから乳業メーカーさんの先から起きるところで需給にギャップが起きているというのが1つの問題だという理解ですか。それをやっていないと言われてしまうと、指定団体さんは何をもって需給調整というか、需要という言葉を使うでしょう。需要と供給ではないですか。需要は一体どうやって、どんなデータを持ってなさっているのか。それを乳業メーカーさんはやっていないとおっしゃるのだったら、今度は菊池さんのところはどのようにやっているのですかとお聞きしている。

○小板橋取締役常務執行役員 需要については、当然家庭用のバター、業務用のバターを含めてユーザーさん、量販店さんとのいろいろな交渉やPOSデータ等いろいろありますので、それらを踏まえて需要予測を私どもはやります。

○金丸座長 だから、それはどうやっているのですか。どんなデータをどのようにもらってやってらっしゃるのですかというのが質問です。

○小板橋取締役常務執行役員 それは社内の中でそういった事業部ごとに見込みを出して、我々の買い入れ乳量は来年これぐらい、そうすると、ギャップがあれば、今年には先ほど申し上げましたように1万トン以上、国内全体でバターの需給ギャップがあるということは、当然個々のメーカーにも需給ギャップはあるわけですし、その部分について、カレントアクセスなり追加輸入なりでタイムリーに入れていただいて、それを購入して供給していく。こういうようなところが我々のできる場所の需給調整かと思います。そうしますと、バター全体はカレントなり追加輸入がタイムリーに規格も含めて入れてくれれば、全体の需給均衡は図れますが、国産バターというところにもフォーカスすると、これは生乳が出てこないといかんともし難い。

○茂木代表取締役社長 生乳が出てこないということであれば、うちがいろいろなメーカーの方から何十トンものバターを何とか手当てできないかということと言われて、メーカーというのは菓子とかバターのユーザーの方に言われて、一昨年だったと思うのですが、国内の22の工場に全部ダイレクトに郵送で出して、それから確認の電話したのですが、牛乳を入れてバターを欲しいのだと、脱脂粉乳も全部引き取るという交渉をしたのですが、ただの一社もやってくれないのです。だからバター工場をつくらうという話になった。やってくれるのですか。やってくれるならすぐにでもつくってもらいたい。本当にJAの配乳が怖くてできない。あなたの牛乳は一切入れられないと言うのです。やってくれるならすぐやってもらいたい。

○小板橋取締役常務執行役員 調達は、我々はスポット的に調達をするわけではなくて、前の規制改革会議の時にも申し上げたと思うのですが、乳業は品質と供給と価格という3

つの安定を重要視します。そうすると、例えば、ある時はバターをつくってください、ある時はない。これだと我々として対応は難しくなります。ユーザー様には足りなければ何とか対応し、満足いただけるかどうかは別として、輸入バターを仕入れて逆ぎやを背負ってでも供給する努力はします。そういったことは当然のことながらやります。ですから、安定的に冒頭に須藤さんがおっしゃっていた加工向け乳業というのは、余った時に、これは余ったから乳製品にしてではなくて、やはり通期を通して安定的にこれだけのものを配乳するというでなければ、我々も生産計画は立てられませんし、我々の営業部門も商談はできません。この3つの安定のところを私としては一番重きを置きたいというところでございます。

○金丸座長 私が触れたかったのは、皆さんが需給調整とおっしゃる言葉が、私の知見で申しわけないですけれども、ギャップがあります。私は、先ほどPOSデータとおっしゃられましたけれども、そのPOSデータを集積する現場において、皆さんから見たら販売先か大手の小売がいたり、大手コンビニがいたり、こちらはデータでもう武装していますね。日々の変化を見て、コンビニだと24時間だから8時間単位で見られるわけですから。その需要予測の精度とか、今日も出ていましたけれども、消費者の多様なニーズというものがなかなか読めないですね。マーケットではすごくギャップと変動があって、それは多分もちろん雪印さんは精度高く毎年読まれるようにされていると思うのですけれども、データをくるところとくれない小売がいらっしゃいますね。そうすると、それは過去と未来を予測した需要予測みたいなものをしている人がいて、それで供給サイドとギャップとかをやっているのを需給調整と言うならまだしも、要するに生乳の全体があって、生産量が例えば生産者の方々の牛の数もわかっているし季節変動もわかっているでしょうから、そこから出る合計値のポートフォリオの配分について過去の実績に基づいて前年比ぐらいをやっつけらっしゃるのを需給調整と言っているのではないですかと思ったのです。

秋山さん、それはどうなのですか。

○秋山常務理事 先ほど法の指定のご議論もございましたけれども、私どもの責任として需給調整の仕事は非常に重要な仕事だという位置づけをしております。

○金丸座長 どんな仕事なのかを知りたいのです。

○秋山常務理事 私どもの地域にあっては飲用牛乳が中心でございますので、その説明をさせていただきますと、当然皆様御案内のとおり、生乳の生産カーブと需要曲線というのは反比例の関係にございまして、夏場には絶対的な不足が出る。特に9月については絶対的不足というようなことから、関東の生産量では需要が満たせない。したがって、北海道等の広域生乳をそこで調整しながら需給をとるという作業をしております。

例えば今年の8月から9月、台風が直撃というようなことから、北海道の生乳輸送は海上輸送でございますので、それがとまったというようなことで、どうやって9月の最需要期の飲用をつないでいくかということについて、もちろん指定団体と全国連、それと乳業の調整をしながら、実は首の皮一枚でつながったというような状況です。どこの乳業で牛

乳がなくなるというようなことが起きても不思議ではなかったというように思っていますが、こういうような乳業者と市場との関係で、牛乳がバターのように消えることのないような調整を誰がやるのか。私どもは、国の指定をいただいて、その不足は来さないように調整をすべき団体という認識をしております。

○金丸座長 関東さんでは加工用のバターの割合はどのくらいなのですか。

○秋山常務理事 1割です。

○金丸座長 どうぞ。

○藤田専門委員 先ほどの茂木さんに、収入の経費ですけれども、2円と言いましたけれども、これは平均と言われたような気がしたのですが、これは場所によっては差があるということですか。なければないで2円ということで、どの地域からでもそういう収入経費をもらっているということですか。

○茂木代表取締役社長 1.5円から2円で、ほとんど2円だったと思います。

○藤田専門委員 確認なのですけれども、では、1.5円のところもあって、2円のところもあるということですか。それは地域によって変わるということなのですか。

○茂木代表取締役社長 そうですね。件数が少なくて走行距離の割に収入量が少ないという場合にはコストが高くなるので。

○藤田専門委員 その分をいただくということですか。

○茂木代表取締役社長 はい。

○藤田専門委員 わかりました。

○金丸座長 ほかに、では、三森さん、お願いします。

○三森専門委員 2つ質問させてください。

私は、MMJさんに、今後加工をやられるというようなお話を伺ったのですけれども、そうになると、今まで乳価ということで価格帯が1,000万ぐらい違ったというようにおっしゃられるのですけれども、今度、加工用の乳価となると、まず乳価が下がるのか。

もう一つ、メーカーの雪印さんにお尋ねしたいのですけれども、今後、乳価というか規制改革によってどのような方向になるかわからないのですけれども、メーカーサイドとすると3つの安心ということ、安全ということから見ると、指定団体以外は基本的には乳をとらないというような方向で行くのか、この2つを教えていただきたいと思います。

○茂木代表取締役社長 MMJが加工乳を始めたとしても、農家との契約乳価に影響することは基本的にはないです。それは暮れ、正月が特に不需要期と言われているのですけれども、その対策費として毎年数千万にもなっている。その部分を充てたり、基本、バター1つとってみても24時間フル稼働も可能なので、コスト管理をきちっとして売れるような商品をつくっていくということで量産型のバターはつukらない予定ではいるので、そこでも品質としても違うしコストも違うということで十分聞えるだろうということで始めたのです。

うちのようなところがバターを製造したときに加工乳補填金が該当するかしらないかというのは二次的な問題で、加工乳補填金がありきでやっているわけではないのです。今の一

物多価という考え方自体が、うちの会社は一物一価で基本やっているのです。では、北海道の農家さんの牛乳をバターにしたから今月幾らねということはないです。

○小板橋取締役常務執行役員 アウトの生乳を買うかどうかというところなのですけれども、今、私どもの認識では、そもそもアウトかインかという生産者の選択の自由は既に現時点でもあるわけで、アウトの方というのは、少なくとも飲用100%で売りたいからアウトにいらっしゃると思います。ゆえに、アウトから加工が出てくるという想定は、メーカーとしてはしていない。よって、先ほど話しました安定的な乳量は来ないだろうというような思いがあるのが事実です。そう考えますと、現時点でどうかと言いますと、予定はありませんとしか答えようがないというのが実態です。

以上です。

○三森専門委員 ありがとうございます。

○金丸座長 今、茂木さんがおっしゃった一物一価ということについてはどう思われますか。

○小板橋取締役常務執行役員 例えば110円とか120円の乳価でバターをつくるというイメージでしょうか。

○金丸座長 金額は別に私は言っていないのです。

○小板橋取締役常務執行役員 一物一価というのは、不足払い法成立以前が一物一価の混合乳価であったというように認識をしています。その混合乳価では取引が成り立たないので、幹旋仲介を経ても成立しないから、不足払法という制度がつくられて取引の安定化を目指したというのが今の仕組みではないかと思っています。それを考えますと、その後のグラウンドデザインがない中で、一物一価に行くのは非常に想定がしづらいというところがございます。

○金丸座長 あといいですか。乳価交渉なのですけれども、先ほど千葉さんのところの資料で乳価交渉のときに生産コストベースにという表現があったのですが、そうすると、それは農業者の方の生産コストをあからさまにして乳業メーカーさんと交渉すると理解しているのですか。

○菊池代表理事会長 国のほうで生産費調査というのが遅れて出てくるのが実態なのですが、それを平均的な部分の中に出てきたものをベースにしてやっています。

○金丸座長 乳価交渉するときは、雪印さんも出てらっしゃるのですか。それは何をもちょうどどのように交渉なさるのですか。

○小板橋取締役常務執行役員 交渉の現場には私はいつもいるわけではないのですが、今、関東生乳販連さんがおっしゃったように、生産費調査に基づく生産費が出てきて、それに基づいて、今年例えば配合飼料価格が上がっているのか、下がっているのかとかということなど、過去のデータに現在と未来の部分を想定した中で、次年度はこれぐらいであれば生産者の皆さんは拡大再生産ができるのではないかと、我々も我々のところで積算をした中でこれぐらいになっているのではないかとこのものを持った中で、関東であれば関東生

乳販連さんと、すり合わせではないでしょうけれども、これも前回も申しましたけれども、生産者の再生産と市場をある程度守るといふ双方の視点で、我々としての乳価交渉を行っているところです。

○金丸座長 そうすると、生産者のコストも分析も雪印さんは雪印で内輪としてやってらっしゃって、関東の指定団体のほうは逆に言うと雪印さんの生産コストは何か分析なさっているのですか。要するに相手の手のうちをお互い分析し合っている者同士が交渉するのではないかなと私は思うのです。

○秋山常務理事 先ほど申しましたとおりに飲用市場の取引が9割を示しますので、当然製造コストについては、酪農乳業団体であるJミルクのほうで一般的な製造経費というのは出されております。そういった中で、はっきり申し上げて今、二大量販と言われておりますので、大変交渉というのは厳しいと存じ上げておりますけれども、私どもはまず生産費、これだけの乳価が成り立つということと、その製造経費を踏まえて、その二大量販の中でどれだけの牛乳価格が実現できるかというのは、双方で考え合って適切な水準を求めるといふ作業はしております。

○金丸座長 ありがとうございます。

ほかはよろしいでしょうか。

林委員、お願いします。

○林委員 乳価交渉について情報開示されているかどうかについては、これまでのお話の中では、常に指定団体側の皆様は、公表しています、何とかニュースで出していますということをおっしゃるのですけれども、公表しているのは乳価交渉の結果ですね。そのように、結果を後から、私たちもニュースをこの間拝見しましたけれども、べらっとした交渉の結果が来るだけ。実際に、交渉では、酪農の生産者のコストだけではなくて、買い手であるバターの製造にかかる原価がどれだけで、一物一価で言ったら、そうしたらもう乳業は成り立ちませんというような、買い手側のコストも出して交渉されているのかと思っていたのですけれども、そうではないということが今のお話の中でわかりました。それでは、言葉は悪いですが、酪農家を生かさず殺さずみたいな価格交渉なのではないかと思いました。すみません、感想です。

そもそもが、一物一価になっていないのは、加工原料乳を低価格にしないと乳業が成り立たない、低価格にした上で不足する金額は生産者に補給金として渡しましょうということで50年前に暫定措置法ができたわけですね。仮に、このルールで加工原料乳については低価格にせざるを得ないという大前提に立ったとしても、今日の資料1でロマンチックデーリィファームの須藤様からのペーパーの2ページ目の2つ目のポツにあるように、その補給金は指定団体であるか否かにかかわらず、加工原料乳を供給した酪農家の方に、どこを通すかにかかわらず払うようにすれば乳業メーカーにとっても別に価格の補填というのはされているわけなので困らないのではないかと思うのです。メーカーとしては、指定団体制度にこだわる理由というのは何かあるのでしょうか。

○金丸座長 どうぞ。

○小板橋取締役常務執行役員 指定団体制度にこだわる理由ですが、補給金の受け皿が指定団体制度になっているからというように認識しているからで、補給金については先ほど申し上げたとおり、ある時余ったから乳製品つくって補給金を下さいという考え方もあるかもしれませんが、私は補給金制度というのは、本来、暫定という言葉がついている通り、飲用が100%になれば乳製品向けはなくなる、ゆえに補給金がなくなるというところから来ているのかなと考えているところです。これまで、これだけ生乳生産量が、今は落ちていきますけれども、ずっと増えてきて、国産の生乳の市場を牛乳だけではなくてバター、チーズ、生クリーム、これらを全て含めて700万トン、800万トンの国産生乳の需要を確保できたのは、私は不足払い制度なり補給金の制度があったからだというように認識しています。それを国産というもので足りないときに入れてくる。今、余った状況はないのですけれども、その昔には買い上げ云々といった仕組みが100%ではないにしろ、制度として機能してきたから現在の700万トン、800万トンの国産生乳の需要があるのではないかと思います。

そういうことを考えると、補給金というのは単純に生乳が余って乳製品を加工する、そのコストが低いから云々ではなくて、そういった需要を形づける市場をしっかりと安定的に支えていくための制度の1つでもあるのではないかと理解をしているところでございます。そういう意味で、先ほど来安定的にという言葉を使っているのは、そういう考えからなのでございます。

○林委員 すみません、私は補給金制度を前提としても、その補給金の交付を指定団体を通すかどうかにこだわる必要はないのでしょうかということ。乳業メーカー側から見て補給金がちゃんと加工乳を供給する生産者に渡れば乳業メーカーに加工乳が供給されるわけですから、そういう点の御質問なのです。

○小板橋取締役常務執行役員 その点についてですけれども、補給金制度を変える、指定団体制度を変えるということは、この後、私もどんな変化が起こるのか、なかなか想像が厳しいところでございますが、今、生産者の中でもこういった議論に対して、賛否両論あるのは、いろいろな不確実性があり先が見通せないからであって、今、林先生がおっしゃられたようなところも含めて、やはり課題も抽出して、次に、その課題をこういうように解決していくからこの新しいグランドデザインでも十分に機能するのだということをまず議論した上で提示していく、その上で生産者の所得確保というのが今回の最大の目的だと思うので、それにかなうかどうかをしっかりと検証していくべきではないかと考えています。

○林委員 思いは同じだと思います。よろしく申し上げます。

○金丸座長 安定的とずっとおっしゃっているのですけれども、生乳にまつわるグラフを見ていて、安定とはとても読めないのです。かなりの部分、右肩下がりですね。その間に消費者のニーズは多様化して、この間も会議で申し上げましたけれども、コンビニの1人用スイーツが出てきた。ロールケーキの真ん中にホイップクリームがどかっとなあるようなものというのは昔ない商品だったし、スターバックスが上陸したことによって、ラテ等飲

むようになった。また飲用の牛乳を1リットルパックでは飲むのが減ってきた。コンビニで売れているのは300ミリリットルの牛乳が売れ筋。かつ、スターバックスに限らない、ほかの雪印さんも出してらっしゃるラテ用の牛乳とかヨーグルトだとか、これは健康志向によるニーズの多様化でありマーケットはすごく変化した。だから、その変化に対してこれからどうなすべきかというのが規制改革会議の論点ですので、今日は皆様お忙しい中お集まりいただきまして、貴重な御意見を賜ったと思っております。

これまでいただいた意見、そして、私どもの議論、今日いただいた意見も参考にさせていただきながら取りまとめをさせていただきたいと思っております。本日は、お忙しい中、どうもありがとうございました。

それでは、ここで若干の休憩をとりまして、次の議題に移りたいと思います。農林水産省の皆様は引き続き御参加をお願いいたします。

(休 憩)

○金丸座長 それでは、議事を再開させていただきます。

議題2「牛乳・乳製品の生産・流通に関する検討状況について」でございます。

本日は、6月の政府閣議決定の1つである国家貿易で輸入された乳製品に関する流通にかかる計画の報告徴収・検査などを通じた確認について、現在の検討状況を農水省よりお伺いします。

それでは、御説明をお願いいたします。

○枝元生産局長 御苦労さまでございます。生産局長の枝元でございます。

資料5に基づきまして御説明を申し上げます。あと別紙が4つついているのですけれども、広いものも1つございますので、それも含めながら御説明いたします。

まず、閣議決定で1枚目でございます。2点ございまして、1点目が計画を確認した上で不明確な場合には売り渡しをしないこと。着実に履行されるように報告徴収・検査を通じて確認を行うというものでございます。

これについては1枚おめくりいただいて別紙1をごらんいただければと思うのです。同じ紙の裏側。まず、計画を立てていただき、その計画の実施状況を確認し、公表し、この過程の中で売り渡しをしない場合という流れで進めております。まず、流通計画の提出ですけれども、ここの部分はALIC、農畜産業振興機構が国貿として輸入するバターについての計画でございますけれども、競争入札で落札した者に対して、売り渡しの契約締結までに最終実需者までの流通計画の提出をまず義務づけています。

具体的には、この流通計画の例を見ていただければと思うのですけれども、まず販売の計画として、落札者の販売ですね。一番右のところですが、パン製造業20トンとか卸売業A10トン、あと自社使用で20トンという落札者の販売計画があります。直接パンに売るとか自分で使うというのはここで行きますけれども、この卸売業Aに売った場合には、

当然Aの方はまた別のほうに売られるわけになりますので、この卸売業Aがあった場合には下のほう、落札者以外の販売計画も確認をいたします。これでAの方が卸売業Bに売られるとすれば、そのBから最終需要はどこまで行くのかという計画をきちっと落札者からその先のほうも含めて、最終実需者に行きつくまでの計画を提出させるということを義務づけます。

この確認ですけれども、提出された計画については需給状況の変化に応じて変更が生じることが想定されますので、バターの需要期の前後の10月末及び2月末に計画の実施や変更の状況をALICに報告をさせるというようにいたします。また、この計画にかかる全てのバターが最終実需者まで販売が完了した後に最終的な販売実績の提出を義務づけます。これらの過程で報告がない場合ですとか例えば計画よりも大幅に販売が進んでいない場合とか、そういう場合にはALICが落札者や卸売業者に聞き取りや追加の報告を求めていくということで、この計画がきちっと達成されるように懇請していくということになります。

あと、この流通計画についてはALICが入札を実施した月ごとに計画を取りまとめて、農林水産省に報告させるとともに、ALICのホームページで年度ごとの全体にかかる計画は取りまとめて公表をさせます。また、その実施状況の確認後も同様に公表して、そこでチェックができるようにいたします。

そういう流れの中で4番の売り渡しをしない場合ですけれども、これはALICと落札者の売り渡し契約におきまして計画の提出、計画の実施状況の提出、最終的な販売実績の報告を契約上義務づけます。また、契約の中で、国による落札者なり最終実需者への聞き取りの実施、追加報告、これらについても求めることができるというようにいたします。ここは先ほど申し上げたとおり、こういう聞き取りだとか追加的な報告を求めるという中で順調といいますか、流通がきちんと流れている。また、それが異常だなというようなときには、そこでさまざまな働きかけをする等々をやってまいりますけれども、買い占めが疑われる場合など、特に必要がある場合には加工原料乳生産者補給金等暫定措置法23条に基づいて、国による報告徴収、立入検査も実施することがあり得ると思っています。

また、この売り渡し契約に違反したような行為が確認された場合には、同法の18条1号に基づいて、ALICは1年間売り渡しをしないことがあるということでございます。こういう形で計画を最終実需までやる。その過程を追っていくという流れの中で、さまざまな一時間問題になりましたような、どこかで詰まるとか、そういうことについてのチェックなりそういうことが可能であろうというように思っております。

この実施時期ですけれども、9月に公表いたしましたバター追加輸入分の4,000トンから実施をするということでございます。この対応については、いきなり出すと当然いろいろなことをございますので、落札をする可能性のある方々、そういう方々には事前にさまざまな議論をして、こういうように決めております。これによって流通がきちっとできるというように思っております。これが1点目でございます。

1枚目にお戻りいただきまして、2つ目の閣議決定の部分ですけれども、市場調査につ

いて点数等の制限にかかる状況、そういうものを加えるべきではないか。また、需給状況もきちっと把握して調査精度を向上させるべきではないかという決定になっております。

ここについては大きく2つのパターンでここに対応をいたしております。

まず1点目が店頭調査ですけれども、これはALICのほうがそういう調べる会社に頼んで、これまでもやっておりますけれども、閣議決定どおり、購買点数制限の実施状況についても追加をいたしました。また、調査回数を26回から年34回にふやすとともに、地域ごとに結果を公表しております。

これは別紙2ということで、先ほどの紙の次でございますけれども、10月11日、これが最新の一番新しい公表でございますが、見ていただきますとおり、1枚目のほうでいきますと、京浜の59店、京阪神の38店、97店について、店頭における家庭用バターの有無を調査しております。一番下のグラフが本年4月からの全97店の調査結果です。バター需給中心に、先ほど申し上げたとおり34回調査いたしますけれども、訪問日ですとか訪問の時間帯によって一時的にその棚にないということで、例えば7月とか9月1週とかそういうものがございまして、基本的にはほぼ全店でバターの陳列があるということでございます。

次のページをおめくりいただきますと、上の2が京浜と京阪神に分けたものでございます。あと一番下が今回追加をいたしました購入制限を行っている店舗の割合の推移です。全体で25%の店舗が現時点でも購入制限、要はお一人様1点限りという札を出しております。これはどちらかというと京阪神に多い状況です。外せとなかなか言えないものですから、後ほど御説明します情報交換とかということとあわせて、乳業等からのいろいろな働きかけだとかということをやっているというのを減らしていきたいと思っております。ある意味、やっているスーパーさんというのははっきりしていることはしていて、どちらかというと販売戦略的にやられているという状況ではないかと思っておりますが、余り好ましいこととは思わないので、できるだけこれが減るように努力をしていきたいと思っております。

次は、また1ページに戻っていただきまして、情報の部分です。閣議決定上は調査制度という観点で需給の話であり、また、あと全体、基本的には国貿で輸入した話の流れになっているのですが、これはともかく国貿とかそういうことではなくて、きちっと需給状況の情報を共有するというので、バターの生産、流通、消費にかかる関係者の間でバターの需給等に関する情報共有と意見交換会の会議を定期的を開催するというので8月の末に立ち上げました。月に1回の頻度でやるということは決めてございまして、何か緊急なことがあれば臨時的に開催をするという仕組みにしております。

その会議の資料として、これまで出しておりませんでした種類別の生産量等々、これも公表してございます。まず、別紙3がメンバーでございますけれども、実際の酪農家、あと中央酪農会議、Jミルク、この辺はどちらかというと生産サイド、あとJミルクは乳業のほうにもかかわりますが、Jミルクとか日本乳業協会が乳業サイド。あと日本アクセス

はバターに関する最大手の御でございます。あと新日本スーパーマーケット協会、日本パン工業会、あとお菓子のほうは洋菓子中心とか幾つか分かれておられますので、全日本洋菓子工業会、日本洋菓子協会連合会、全国菓子工業連合会。あと全国消費者団体連絡会、あと農林省とALICという形で参集いただいてさまざまな情報交換をしています。また4,000トン、この前、輸入を決めましたけれども、最終的には私どもの大臣が決めておりますけれども、ここの会議で合意をとって決めるということを実質的にはやりました。また、この会議が終わった後には、その場ですぐプレスに対して直接レクチャーをして、そのプレスの方々の御理解もいただくという形にしております。

別紙4という大きいものですが、これを配り、それぞれの生産なり乳業の立場からさまざまな状況分析をしてもらおうという形でやっておりますが、これは公表しております。ちょうどいいので、この資料で今年、前回は12月が大丈夫なのかと言われて大丈夫ですと答えましたが、そこの状況も御説明をいたします。

これは国内乳業メーカーの13社の御協力をいただいております、この13社で国内のバター生産の96%をカバーしてございます。まず、これまで余り分析ができていなかったバラとかポンド・シート、家庭用、これをまず種類ごとに分けました。御案内のとおり、バラというのは25キロ単位の工場に持っていくものです。あとポンド・シートというのが例の2年前にいろいろ問題になったときによく言われました、洋菓子店さんなどに卸す大体450グラムから1キロぐらいのものです。あと家庭用は200グラムの皆様方がスーパーでよくお買いになるものでございます。これについて生産量、輸入量等で分け、月末の在庫をそれぞれ分析してございます。

今年状況を見ていただきますと、まず生産量については28年7月までの累計で2万2,896トンということですが、例えばポンド・シートを見ていただきますと1万97トン、前年比110.4%ということで去年より10.4%多く生産をしてございます。また、家庭用のバターについては前年比100.7、前年と同水準になっております。

在庫を見ていただくと、28年7月のポンド・シートについては、前年比156.4%ということで大幅に在庫があるという状況でございます。家庭用はたまたま7月は96.9%となっておりますけれども、家庭用については冷蔵のために非常に消費期限が短くて多くの在庫を持ってない。前年度も高水準の在庫があったことに対する比率、前年比であるということ等が要因ですけれども、例の平成26年のバター不足のときに洋菓子店のほうにバターが行かなくて洋菓子店の方々がスーパーに買いに行って、それがさらに輪をかけたというような状況という観点で見ると、このポンド・シートの在庫がきちとございますし、生産もちゃんとされているということで洋菓子店に対して不足はございません。そういう意味からすると、洋菓子店の方がスーパーに買いに行くという必要もございませんので、家庭用バターも問題ないということでございます。

これは7月までを出しておりますけれども、先ほど雪印さんでしたか、少し御説明されていましたが、当然12月の最需要期なり、あと我々一応年度で見ると、

3月末なり4月初めの在庫がどうなっているかということシミュレーションしております。これまではJミルクというところが大体そういう需給の状況を出していましたが、今回は我々のほうでそれに対して生産がさらに減る、あと消費がさらに増えるという、例えば消費ですと過去5年間で最も消費が多かった月の量というようなことで再度計算をして12月なりの在庫等を確認してございます。

ここに数字はございませんけれども、いずれにしても12月のクリスマスの時期に家庭用のバターがなくなるということはありません。あと3月の末、来年度の末に大体厳しく見積もって2万トンというように在庫を見積もっておりますけれども、これまでの経験から、2万4,000トンぐらいあるとそんなに大きな問題は起こっていないということと、今年、北海道に台風が来て非常に畜舎なり牧草なりいろいろやられて、また牛の乳房炎も発生しておりますので、それが来年の夏に持ち越して生産が減る可能性があるというようなこともあって、来年度初期の4月頭の在庫を2万4,000トンに持っていくというために4,000トンを9月に入れる決定をした。実際に入るのは1～2月以降になりますけれども、ということで年度初には2万4,000トンがあって、あとはそこでの生産の状況等々を見つつ、カレントなり追加必要があればやっていくし、必要がなければやらない。このような情報交換会なり公表をすること等々を通じ、きちっと輸入も含めて臨機応変にやっていきたいと思っておりますし、また、実際に輸入されたバターがちゃんと店頭が届くように、最初に御説明したような契約、またそのチェックということできちっと担保していきたいと考えております。

以上でございます。

○金丸座長 ありがとうございます。

それでは、意見交換に移らせていただきます。意見につきましては、今日、先ほど来の議論も聞いていただきましたので、生乳あるいは乳製品の生産・流通にかかわるような内容についての御意見があれば、皆さんからお伺いしたいと思います。

では、飯田座長代理、お願いします。

○飯田座長代理 まず1つ、先ほど枝元さんからの説明の中で、バターの流通に関してお一人様1点限り等の店頭告知表示状況というところで、今後、それは望ましくないことで何らかの対応がというような言及があったかと思うのですが、ぜひ価格や広告戦略への干渉にならないよう注意いただきたいと思っております。といいますのも、バター等乳製品のモニタリング強化というのは需給において欠品取り扱いなしが発生しないようなモニターチェックでありまして、小売店の販売戦略上のポップまたは表示の戦略を指導するというのは、小売業にとってかなり望ましくない状況なのではないかというのが私の個人的意見です。ですから、あくまで不足が生じているかどうかを調査するのであって、そういった小売店の戦略には余り口を出すべきではないのではないかと思います。

今度はもう一つ、大きな話にはなりますが、結局、こういったバターの需給についてここまで細かな需給計画とモニタリングをし続けなければならないという根本的な原因がど

ここにあるのかという点から、例えばこういった規制改革推進会議のような大きな問題を話し合うときは考えていく必要があるかと思うのですが、今日、前半のヒアリングで比較的話題になったところでは、やはり一物多価の問題というのがかなり大きな要因の一つ。もう一つは輸入制限のほうになるのですけれども、一物多価状況になっている現在の生乳市場について、これはどなたにお伺いすればいいかわからないのですけれども、これを一物一価に近づけていくための方策というのが考え得るのか、検討されているのかについて伺えればと思います。

以上です。

○金丸座長 では、枝元局長ですか。よろしく申し上げます。

○枝元生産局長 まず、1点目のポップのほうは国ではできないので、1つは需給状況の交換会でスーパーマーケット業界の方とか来られているので、ここで来られているのは代表の方なので、スーパーマーケット業界の中でさらに会員の方々に集まっていただいて需給状況を説明するとか、そこで剥がしてくださいとは言えないので、そういう気持ちをあらわすというようなのが限界だということは承知してございます。

あと一物一価の話、一物一価はどういう意味でございませうか。

○飯田座長代理 用途を関係なく、同じものであれば同じ価格で取引されるというのが一物一価で、単純に言いますれば、今回の場合であれば、いわゆる用途別で乳価が違うという状況が一物多価で、一方で、用途にかかわらず1つの価格で取引される、または生産者さんに支払われれば一物一価というのがごく一般的な理解かと思うのです。

○枝元生産局長 全国一律でという意味ですか。

○飯田座長代理 違います。

○枝元生産局長 指定団体ごとにという意味ですか。

○飯田座長代理 指定団体ごと、今の制度だったらそうなるでしょう。加工と飲用で値段が違う状況が一物多価、そうでないのが一物一価という趣旨です。

○枝元生産局長 そこは混合乳価に戻すということだろうと思うので、我々としては検討しておりません。

○金丸座長 では、大田議長、どうぞ。

○大田議長 2点質問させてください。

1つは、流通計画を出させてチェックするという。これは前にヒアリングで出てきたのは、売り惜しみがあってクリスマスでケーキが増えたり、そういうときまで売るのを待っているということで、多分そういうもののチェックというのが目的なのだと思うのですが、12月を前にして売り惜しみしたものを出すのと実需が増えたから出すのはどうチェックされるのでしょうか。いずれにしても出ていく量が増えるわけですね。でも、それは実需が増えたからというものと、売り惜しみしていたからというものの区別というのは、このプランの中ではどうチェックされるのだろうかというのが1つ目の疑問です。

2つ目は、生乳の流通なのですが、これは以前に本間先生が御指摘されたことで、補給

金の役割が飲用向けと乳製品向けを調整するということであるならば、指定団体を通すと通さないで補給金の交付を決める、分けるという仕組みは必要ないのではないか。これは根本的な問題だと思うのですけれども、これについて改めて御意見伺えますか。

○金丸座長 では、大野部長、どうぞ。

○大野畜産部長 この流通計画とその後のフォローですけれども、御指摘に応じてというのがあるのですが、やはり前の規制改革会議の中で御意見があったのは、私ども昨年末は、かなりバターは足りていたのかなという印象を実際に店頭でも見ながら感じておりました。ただ、一部では供給制限があったという、メーカーから洋菓子店に対して供給制限があったとか、そういうような御意見もこの場でお伺いしました。したがって、どこが詰まっているのかというのがなかなかわからないので実際にこういう計画を出させて報告していただいて、場合によっては検査させていただいて、1回全部洗ってみよう。そういう中で今、本当に実需が増えているのか、それで足りないのではないとか、そういうところをどう見きわめるかですけれども、これは9月に立ち上げました需給情報交換会議で生産、メーカー、使うユーザーの方々、消費者の方々が入っていただきますので、そういうデータをもとに分析していければと思っています。

○松本牛乳乳製品課長 1点補足させてください。

議長がおっしゃったところでございます。今回の規制改革の際の6月のときにも、計画を確認し、それに基づいてやっているかというところが1つのみそかと思えます。ですので、確認をする際にも、こちらにお見せしました表の中にも、販売または売り渡しなどについての計画。一応とにかく実需の方と、これぐらいのときに自分のところは何トンぐらい使いますよという見込みを持って計画を立てられているので、まずはその計画に基づいて売り渡しをされているのかなというのが一義的な確認事項かと思えます。ただ、場合によりけりで、實際上、実需の方の販売とか製造がずれ込んだりしまして需要がずれたりするかもしれませんので、それはこういう事情があったからずれ込んだという確認になるということです。当初の計画と変更に伴った計画変更というものを2つの形でチェックをしていくということです。

○金丸座長 どうぞ。

○枝元生産局長 議長の2点目のところですが、お答えとしては、まさにここでの御議論とか、あと党での御議論とかを踏まえながら検討していくということなのですが、今日もいろいろ御意見いただきましたが、仮にそうするとしたときには、計画的にちゃんとやってもらわないといけないねとか、あといいところ取りというのは、いろいろな意味があるのでしょうかけれども、例えば北海道で今、加工のほうが多いので、こちらがより飲用が多い方が指定団体を通さないほうに行って飲用を中心にやる場合に、それはプールとしては指定団体を通すほうが安くなってしまふよねとか、多分いろいろなことがあって、そのあたりをどういうように整理していくかというのはすごく大きな課題ですし、また、プールした場合に条件不利にある方がより厳しくなるというのはそのとおりだと思うので、

そのあたり、いろいろ考えとしてはあると思うので、いずれにせよ、やる、やらないを含めて御検討いただきながらと思います。

○金丸座長 齋藤専門委員、お願いします。

○齋藤専門委員 今日の最初のいろいろな議論を聞きながら、このペーパーの開いたものをちらっと見ていたら、飼養動向がもうこの20年で半分。たしか指定団体制度、加工の仕分けを北海道中心にというのは、本州の酪農家を守るためにそういう措置がされた、それに対して税金が投入されているわけなのですけれども、全く本州のものは守られていなく、物すごい右肩下がり、飼養頭数が下がっています。養豚の場合は、飼養頭数は97%ぐらいで、飼養戸数が10分の1とか100分の1とかという急激に戸数が落ちて、頭数は規模拡大しながら肉の生産量というはある程度保っていたのです。

このまま北海道も右肩下がりになりつつ、バターは今年4,000トン輸入するという話ですけれども、これで言ったら来年は1万トンで再来年は1万5,000トンで、その次は2万トンで、バターも先ほどのMMJさんみたいなアウトサイダーと言われる補助金ももらわずに頑張っている人たちがどんどん増えて、経営を守ろうとすることが始まって、加工のほうにどんどん回らずに万年、加工乳の原料不足を来すという絵に見えてしまうのです。その辺、どう考えますか。

○枝元生産局長 まず、すごく大事なことなので、9ページをごらんいただければと思うのです。この前御説明したものです。補給金の目的は内地、都府県ではなくて、北海道をとにかく支えようということだったのです。ここに書いてあるとおり、加工原料乳に限って補給金を交付することによって生乳の再生産を確保する。これは当時、北海道は加工を中心でございましたので、当然、加工のほうは飲用のほうより価格が安い。さらに言うと、その場合は混合乳価方式でわけがわからなかった。それを一物一価と言うかどうかというのはありますけれども、そういうこともあって、とにかく北海道をまず支えよう。

ただ、2点目で書いてあるとおり、その当時は将来にわたって乳製品需要、特に飲用の需要が増えるというように見込んで、平成の初めぐらいまでは確かに伸びていたのですけれども、それが御説明したとおり減ってきたということです。ですから、何で暫定措置法かという、飲用が増えれば当然北海道のお乳も都府県を含めて飲用がごとく回っていく。それと、国際的に価格競争しないといけない加工ではなくて飲用の価格で売れるので、これはもう補給金は要らなくなるよねというのが最初の意図だったのですけれども、残念ながら、金丸座長もおっしゃったとおり、需要の変化なりいろいろなことがあって飲用が下がってきて加工がある意味伸びつつある。今後、我々もそんなに飲用が増えるとはとても思えないので、あといろいろな意味で勝負していくというのは加工中心。その加工というのはお乳をいろいろな形態でとる。そこはさまざまな需要が発生しているということも含めて言うと、そちらに持っていこうということで、例えば補給金というのはバターしかなかったのですけれども、チーズを補給金に加えるだとか、来年から生クリームを加えて、そこはもう単価を一本にしてできるだけ需要に敏感にするとかというような加工向けにや

ろうというようにしているというのがまず補給金の目的でございます。

あとは、もう飼養についてはおっしゃるとおりで、生産量ということから見ると、北海道は戸当たりの規模が増えていて、あと一頭当たりの乳量も増えているので、3ページとか見ていただくと、生産量という意味からすると北海道は伸びていますけれども、都府県が下がっている。逆に言うと、全国での生乳の生産量の減少というのは都府県に起因する。都府県と言ってもということで、次の下で、九州とか関東とか中国あたりは持ち直してきたけれども、ずっと右肩下がりのところがある。そういう意味では都府県都府県と十把一からげにできないということは、これから指定団体もそうかもしれませんけれども、乳業政策全体の中で、このあたりはいろいろなことを考えないといけないと思っております。

あとはもう御案内のとおり、今、黒毛がすごく高いので、乳牛の腹に黒を入れたりしているのがこれもまた都府県で、北海道は案外秩序立ててやるのですけれども、都府県はなかなかというような感じもあって、そのあたりも性判別精液をちゃんと利用するだとか、あと乳牛の雌をちゃんと性判別精液で確保した上で黒毛の精子を入れるとか、そんなことも含めて今、一生懸命黒毛とのバランスをとろうとしてございます。そういうことも含めてやっていかないといけない。基本的には先ほどどなたかおっしゃっていましたが、労働時間だとかいろいろなことがあって、そこは基盤をどう強化していくかというのはすごく大事な課題だと思います。

○金丸座長 ありがとうございます。

本日、御欠席の務台大臣政務官からの質問がございまして、紹介させていただきます。

「加工用の生乳を補助金で裏打ちさせながら、乳業メーカーに安価に提供することが現時点においてなお必要なのか質問させていただきたい。むしろ消費者ニーズが多様になる中、国産であれば、原料が高くとも良質な生乳チーズやバターをつくれれば売れるのであり、乳業メーカーはそういう市場の拡大を進めるべき。現行制度のもとではそのような工夫をしないですむ仕組みとして機能し、酪農の6次化の取組を阻害することになりうるのではないか」という御意見でございますが、いかがでしょうか。

○枝元生産局長 政務官の御指摘、一面当たってらっしゃると思うのですが、ただ、大宗は外国と競争、外国の脱粉だとかいわゆる原料用チーズ、だからバターと脱粉の闘いがあり、脱粉とホエイの闘いがあり、あとチーズも原料用ということなので、6次化とか進めていく必要はございますし、またいろいろな取り組みが始まっています。あと乳業は先ほど座長がまさにおっしゃったとおり、いろいろな需要に応じていろいろなことを開発してほしいということですが、その原料となっているものが大宗を占めているという中においては国際価格を意識せざるを得なくて、そういう意味では補給金が必要なのではないかなと思います。

○金丸座長 それでは、ほかにいらっしゃいますか。

このバターといいますか、国家貿易した以降のモニタリングの話なのですが、こ

れはもともと前会議で1回目に農水省のヒアリングをしたときに、この国家貿易の入札の要件は一体何かとお聞きしたら、特にないという答えをされて、その後、多少はあるのだけれども、財務対策だというようなお答えだったのです。それ以降、トレースはしていますかと言ったら、トレースはなさっておられないというのでこのモニタリングが出てきた。また、洋菓子を営んでいる経営者の人をお呼びしたときに、世論的にはバター不足が叫ばれている中、ある乳業メーカーさんに洋菓子の社長が問い合わせしたところ、今はスーパーマーケットに並べるといふ、要するに世論を優先しているのだから、業者である洋菓子は後回しになっているという答えだったというのがこの場の会議で出たことだったこともあり、ですから、ト्रेसナビリティといふか、要するに税金を使ってこんなことをやっているわけですから、そのトレースをしなければいけないでしょう。

そのときに、先ほど枝元さんの話の中で月末の在庫といふもおっしゃるので、私ではないですよといふも申し上げているので、それは今日も改めて申し上げますが、クリスマスは24日だから、在庫はその前になんかといふので、業者さんがおつくりになられる11月末の在庫とかあるいは10月の中旬ぐらいからでしょうか。そのリードタイムを勘案した在庫把握をしてほしいといふのと、あと今日、先ほど飯田座長代理から出た話であるのですけれども、前は店頭で1個でもあればありとなっていたのが、それはありといふほどありではないのかといふので制限つきについてモニタリングをしてくださいと頼んだので、今日、その数字が出てきたといふことで、制限つきの小口があるかなしかといふこと。そのときに1個とか2個とか数個だったら、それは本当に制限つきでお売りにならざるを得ない状況下にあると思うのですが、本当は在庫が店頭ではなくてバックヤードにあるのだけれども、戦略上、お一人様1個ですよといふほうが買ってもらえるという戦略もあるかもしれないので、そういうのはわざわざ介入するのはいかがかなといふ飯田座長代理の意見もあります。だから、ヒアリングなのだから、店頭と陳列の棚とバックヤードの在庫を聞いてほしいと。それで在庫がすっからかんだら、やはりまだ十分に裾野には至っていないと自己反省なさるのがいいのではないかと思います。私どもの要望のモニタリングをやっているといふのは感謝したいと思います。

生乳等の取引について、先ほどさまざまな意見が出ましたし、論点も割と明確になっていますし、規制改革会議のミッションの1つとしては、いわゆる指定団体の機能の検証がありましたので、そこについて我々がどんな考えを持つかといふこと。そして、あとは農業者の選択肢と、雪印さんは安定と言われたので、安定とは一体何かといふのも1つ論点になるのかなど。引き続き検討をしてまいりたいと思います。

どうぞ。

○枝元生産局長 申しわけございません。月末の12月を見ているときは11月末で、あと過去の経験を踏まえてその2.4倍あると大丈夫だといふ、これは過去の我々の経験、あと今回、乳業とかスーパーとかにいろいろ聞いた結果として、掛け2.4で厳しく見積もっているのだから、そこはちゃんとそういうようにしてございます。

○金丸座長 どうぞ。

○林委員 すみません、農水省に調査をお願いしたい点があります。今日の資料3-2で「指定団体制度の評価と課題」という中で、ホクレンがプール乳価、生乳単価から乳業メーカーの製品の運送コストを値引きして、実質運送補填をしているというやりとりが、9月26日に酪農法人会であったということが書かれております。この事実関係を確認させていただきたいと思います。

今日も集送乳のコストについて、酪農家から指定団体が控除する集送入費に実際の物流コストに加えて指定団体の手数料が含まれているというように関東生乳販連さんがお答えになりました。これについて、各指定団体がどのような名目の手数料をどれだけ引いているのか。その結果、手取りが幾らになっているかという調査を全部の指定団体についてさせていただきたいと思います。よろしくをお願いします。

○金丸座長 よろしいでしょうか。

○枝元生産局長 1点目は、ホクレンのやつですね。どこまで我々であれか、聞いてみます。

あと2点目は、こちらでも御説明したとおり、非常に不透明なのです。だから、これは今回のいろいろ議論した結果として我々もきちっとやるべきだと思っているので、今、慌ててやるかどうかというのは御相談させていただければと思います。

○林委員 すみません、農水省をもってしても不透明だと言われるのであれば、我々はもう何もわからないブラックボックスになってしまいます。ぜひ、今日明日ということではありませんので、調査をお願いしたいと思います。

○金丸座長 局長と相談させてください。

では、お時間も過ぎましたので、本日の会議はこれで終了させていただきます。お忙しい中、御出席賜りましてありがとうございました。