

第25回農業ワーキング・グループ 議事録

1. 日時：平成27年9月11日（金）16:00～18:14
2. 場所：中央合同庁舎第4号館2階第3特別会議室
3. 出席者：
（委員）金丸恭文（座長）、大田弘子（議長代理）、浦野光人（座長代理）、
滝久雄、林いづみ
（専門委員）北村歩、本間正義
（事務局）刀禰規制改革推進室次長、小野規制改革推進室次長、山澄参事官
（農林水産省）生産局畜産部 森牛乳乳製品課長
（説明者）有限会社アキダイ、全日本洋菓子工業会

4. 議題：
（開会）
 1. バターの需給の現状について
（有限会社アキダイ及び協同組合全日本洋菓子工業会からヒアリング）
 2. 牛乳・乳製品をめぐる状況について
（農林水産省からヒアリング）
（閉会）

5. 議事概要：

山澄参事官 それでは、定刻になりましたので、滝委員は、これからお見えということですが、これより第25回「農業ワーキング・グループ」を始めさせていただきたいと思います。

本日は所用により長谷川委員、田中専門委員、松本専門委員、渡邊専門委員が御欠席でございます。

それでは、金丸座長、御進行をよろしく願いいたします。

金丸座長 久しぶりの開催でございますが、第25回の農業ワーキングを始めさせていただきます。

9月2日の規制改革会議の本会議におきまして、第3期と同じメンバーで今期も議論することになりました。委員の皆様方、改めて、引き続きよろしく願い申し上げます。

本日、一つ目の議題でございますが「バターの需給の現状について」でございます。

議事に入る前に、事務局から本日の議題について補足説明をお願いいたします。

山澄参事官 農業ワーキング・グループにおきましては、これまで、規制改革実施計画

に記載する施策のフォローアップを今期行おうと。それに加えて、農業分野における課題を幅広く検討して、その中で規制の見直しの必要性について検討をしていきたいと、今期も考えておりますので、よろしく願いいたします。

本日は、昨今社会的な関心が高まっております、バターの需給の現状につきまして、現場のお話を伺うという観点から、都内のスーパーマーケットの各店舗で消費者に家庭用バターを販売されておられます、有限会社アキダイの秋葉代表取締役様、それから、製菓業界で、業務用バターを日常的に使用されておられます代表といたしまして、協同組合全日本洋菓子工業会の山田専務理事様にお越しいただいております。小売店や洋菓子店等におけます、バター需給の現状についてお伺いしたいと考えております。よろしく願いいたします。

金丸座長 ありがとうございます。

それでは、早速でございますが、有限会社アキダイの秋葉代表取締役から御説明を頂戴したいと思います。よろしく願いいたします。

有限会社アキダイ 有限会社アキダイ代表取締役、秋葉弘道と申します。

私は、都内に4店舗の生鮮市場アキダイとして、食品小売店と手づくりパン工房あきパン、創作料理、北彩亭を営んでおります。

長年店頭に立ち、大声で売り込みをしてきた結果、このような声になってしまいました。お聞き苦しい声で恐縮ですが、お許してください。

弊社は、とてもお客様との関わりを大切にしております、大手スーパーに勝ることの一つとして、私もお客様の声を店頭でダイレクトに聞くことができます。ですから、お客様の求める商品を仕入れにも生かせるのですが、昨今、厳しい品薄状況が続いております。バターにつきましては、とにかく苦しい心境でお客様に頭を下げております。

普段から取引のある問屋さんにもバターの需給状況についての調査をさせていただきましたので、一部お伝えさせていただきます。

問屋X社では、もともとC社のバターしか取扱いがありませんでした。C社のバターは、昨年の春までは注文数が確実に入荷していたそうです。

山澄参事官 すみません、資料1を御参照いただければよろしいでしょうか。

有限会社アキダイ はい、すみません、資料1です。

金丸座長 資料1の最後のページですか。

有限会社アキダイ はい、恐縮でございます。

資料1のバターの需給状況について、問屋さんの声です。

問屋X社では、もともとC社のバターしか取引がありませんでした。C社のバターは、昨年の春までは注文数が確実に入荷していたそうです。春以降は、前年の実績により、業者から割り当てられた数の入荷となり、昨年の12月頃にはX社の家庭向けバター200グラムの割当ては、30個入り5ケース、年が明けた1月からは3ケースに減少しました。

さらに、3月からはC社の家庭向けバターの生産はストップとなり、業務用450グラムの

生産だけになったそうです。

問屋X社では、バターの入荷がなくなってしまったので、大手メーカーのバターを仕入れようと必死に努力をしたそうですが、大手メーカーからの仕入れ実績がなかったため、全く取引をしてもらえないゆえに、X社では、今でも家庭用バターは、一つも入ってきていない、そのような苦しい状況です。

問屋Y社でも、やはり、昨年春からは注文制ではなく、割当ての数しか入荷しなくなりました。大手メーカーの家庭用バターの入荷状況は、以前を100%とすると、昨年3月からは80%から90%の割当て、また、本年度、昨年減ってしまった前年度の実績の80%から90%と、年々減少している状況で、明るい見通しがなく、不安を感じているとのことでした。

同じく問屋Z社では、資料の比較表どおり、Y社と同じように、前年の入荷実績の80%から90%となっており、やはり、いずれも年々減少傾向となっている状態です。

次に、弊社のバターの需給状況についてですが、これは、資料1の9ページです。

やはり、弊社の店頭でも、ちょうど1年ぐらい前からでしょうか、バターの売り場にほとんど商品がそろわない状況が始まり、日によっては欠品となり、お客様に御不便をかける状態になりました。

最初は、一時的なもので、すぐに緩和されるだろうと、それほど深刻には思っていませんでした。しかし、本来、特売をしたりする年末の繁忙期、そして、お客様がとても必要とされる12月のクリスマスシーズンに、店頭でバターが並んでいなかったという、お店としても、とても苦しい展開となってしまいました。

当然、私もさまざまな問屋さんに必死に掛け合いましたが、どの問屋さんからも、どうしようもないという言葉しか返ってきませんでした。

最近の弊社の現場の状況を申し上げますと、大手スーパーの需給状況は、少しずつ良くなっているようですが、弊社のような規模のお店への割当ては、相変わらず増えず、複数の問屋さんから少量ずつかき集めて仕入れしているような状況です。

入荷が安定せず、お客様が求めるメーカーのバターが店頭にないことが多いです。また、お一人様1点限りの張り札を、今までも張り続けております。

私も最近、何カ所か大手スーパーのバター売り場を見てまいりましたが、印象としては、やはり、大手メーカーのバターは品薄でしたが、大手スーパー独自のプライベートブランドのバターを販売していて、弊社の売り場より充実した印象でしたが、しかしながら、やはり、お一人様1点限りの張り紙はありました。

追加輸入等の対策による弊社への影響ですが、弊社の取引のある複数の問屋さんに尋ねましたが、どの問屋さんも輸入バターの入手ルートがなく、輸入バターの仕入れは断念いたしました。

しかしながら、輸入バターが市場に出回れば、大手メーカーのバターが、今までよりは流通するのではないかという期待もありましたが、実際は、入荷数が増えることなく、何の変化も感じることはできませんでした。

販売価格の転嫁についてですが、仕入れ価格の高騰は何度もありましたので、やむを得ず値上げをしましたが、当社の経営理念からすれば、お客様に喜んでいただけるよう特売をしたり、もう少し安値で販売したいというのが本音です。しかしながら、商品の確保すらできずに、味覚の秋、クリスマスシーズン、申し訳ありませんがバターありませんという販売員の言葉に、お客様ががっかりした表情で、バターを必要とする料理を作るための生鮮食品等を籠から陳列台へ戻してしまう。また、そんな2年目のつらい時期を迎えようとしております。

バター入りマーガリン等の販売に力を入れましたが、お客様の満足度は低く、お客様との会話から、バターの風味はとても優れていて、国民の食文化にとっても重要な調味料なのだ実感いたしました。

弊社の直営のこだわり手づくりパン工房、あきパンの部長に確認したところ、不足当初は、バターの仕入れに制限があり、価格も高騰していてコスト面から試作に業務輸入バターを使ってみました。味に癖があり、本来の風味が出せず、使用は断念し、バターを極力使わない新製品を考案してまいりました。

その結果、バターの使用はかなり減りました。弊社以外の食品加工会社も同じような考えに至った会社が多かったのではないのでしょうか。問屋さんに聞いてみると、驚くことに、業務用バターが余っていて、仕入れに制限がなくなっていました。

そこで、私が感じたことは、価格高騰、仕入れの制限による多くの食品加工業のバター離れによって、現在、減り続けていると言われている酪農家がさらに苦しい状況になっていないか。近い将来の日本の食文化にさらに影響を及ぼすことにならないか。牛乳が不足などという状況にならないかと不安を感じました。需要と供給のバランスの中で、慎重に調査した上での輸入であればやむを得ないのですが、国内需要で、今まで賄っていたものが賄えなくなった、その状況についての問題を、もう少し掘り下げて考えていってほしいです。

最後になりますが、酪農家が減っていく中での深刻なバターの問題です。酪農家の方が、これ以上減らないように、また、夢を持って家業を継ぐ後継者を育てる取組ができるような酪農家を守る、日本の食文化を守る、そんな政策を考えていってください。

消費者の皆さんの思いに、常に直面している小売業の私の立場から切に願っております。

以上です。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、続きまして、全日本洋菓子工業会の山田専務理事から御説明を頂戴したいと思います。

それでは、よろしく願いいたします。

全日本洋菓子工業会 全日本洋菓子工業会の山田と申します。どうぞ、よろしく願いいたします。

お手元の資料2に沿って御説明をさせていただきます。

まず、私の所属しております、全日本洋菓子工業会について簡単に御説明をさせていただきますが、今から54年ほど前、組合員相互、お互いの助け合いを目的といたしまして設立されました協同組合でございます。

組合員さんの中には、ブルミッシュ、コロンバン、エーデルワイス、ドンク、コージコーナー、不二家などの大規模洋菓子店舗から町の個人の洋菓子店舗まで、約200社が加盟しております。

設立当時、54年前なのですが、小麦粉やバターなどが、また、洋菓子の原材料、こういったものの調達が非常に難しい時期でございましたので、こういったものを調達するために、みんなが一致団結して協同購入しようということで設立されましたが、現在は、こういった原材料はたやすく手に入るという状況になりまして、本来の目的を見失っている時期でございますけれども、昨今のバター不足の問題から、また昔の原点に立ち返って、みんなでバターを協同購入しようではないかといったような声まで上がっているのが現状でございます。

次に「バター不足問題の現状について」という、お手元の資料2の2番のところから、一度読み上げて補足の説明をさせていただきます。

最近のバター不足の状況につきまして、数年前までは、ほぼ2～3年に一度の周期で発生していたが、ここ数年は例年のようにバター不足問題が発生している。

昨年11月～1月にかけての状況は、大口需要者である大規模洋菓子メーカーや店舗では、乳業メーカーと安定的な契約を結んでいることにより、特段の問題は生じなかった。

一方、中規模洋菓子店舗では一昨年対比で半分しか確保できず、また、町の個人規模の洋菓子店舗では、バターの確保が全く困難な状況が発生したところもあったというのが現状でございます。

私自身、この業界に入りましたのは、経験が浅くて、まだ4年ほどでございますが、4年前に前任から引き継いだときには、バター不足の問題というのは、大体2年に1回、1年おき、隔年で発生していますということで、去年は、私が入る前年に問題が発生しなかったのですが、今年辺りは、また、その問題が発生するかもしれませんよというような引き継ぎを受けていたのですが、私が入ってからの4年間というものは、毎年のように、この問題が発生しております。しかも、だんだんマスコミの取り上げ方が大きくなってきて、問題が大きくなってきているというのが現状でございます。

特に、直近の今年に関しましては、ほぼ毎日のように、地方の新聞社やテレビ番組から、同じ局の時間の違うテレビ番組から連日のように問い合わせが来まして、バターの不足の問題についてお話をお聞きしたいというようなことが殺到しておりました。

このバター不足の状況について御説明をするときに、ひとくくりでまとめて、こういう状況ですと説明することは非常に難しいと思います。

ここにも、今、書いてあるとおり、大規模洋菓子店舗、中規模の洋菓子店、それから、町の個人経営の洋菓子店、いわゆる小規模店舗によって、状況は、聞く人によってかなり

異なります。

大規模店舗の、いわゆる従業員100人とか200人以上のところは、バターの大口径購入者、大口需要者でございますから、乳業メーカーさんも問屋さんも安定的に供給をするという意味では、かなり先の契約まで行っておりますし、優先的にバターを回すという状況で、こういった大型の店舗から、それほど悲鳴は上がってこないというのが現状でございます。

それに対しまして、中規模店舗というのは、ここにも書いたとおり、昨年対比で半分しか契約をしてもらえないというようなところもございますし、小規模店舗に至っては、全く契約をしてもらえないと言いますか、供給が枯渇してしまうといったような状態になっておりますので、その規模の大きさに応じて、対応が全く異なっているというか、感想が違っているというのが現状かなという気がいたします。

現在の確保状況につきましてですが、洋菓子業界にとっては、夏場は低需要期であり、9月はバター不足問題が特段顕著になる時期ではない。当該問題が発生するのは、例年10月末頃からでございます。

現在というのは、今日現在の確保状況、いわゆるショートスパンと言いますか、今の状況で申し上げますと、今は全く忙しくない状況です。洋菓子業界が忙しくなるというのは、10月の末から7月上旬くらいまででございます。

この時期は、クリスマス、正月、バレンタイン、ホワイトデー、卒業式、謝恩会、入学式、さらには、昨年辺りから10月31日のハロウィーンが大イベントになりまして、ホワイトデー以上の売上げになった店舗もございますし、そういった意味でも、やはり、10月から7月上旬頃までが、この業界のピークでございます。

したがって、現在の状況を見て、バターが足りているのかどうかということにつきましては、少々時期がかけ離れているので、危険な気がいたします。

それから、年末需要期の見通しでございますが、これも、大規模、中規模、小規模によって見通しが異なりますが、中規模洋菓子店舗の一部には、今年の年末需要期には、十分なバターの供給が困難であると言われて、昨年比60から70%の供給が精一杯であるというふうに問屋から牽制球を投げられている店舗もございます。

一方、個人的に関しましては、年末の供給に関しては、全く見通しが立ちませんと回答されているところもございます。

一方、大型店舗に関しましては、ほぼ来年の春までの契約が完了しておりますので、全く心配していないと言ったら語弊があるかもしれませんが、それほど大きな心配はしていないというのが現状でございます。

また、ある大型店舗に至りましては、もし、途中で足りなくなれば、これから倒産する企業も出てきますし、そういったところのバターも優先的に回しますよというような、そういった契約と言いますか、口約束でございますけれども、そういったこともされている。つまり、大型店舗に関しては、かなり優遇されているというのが現状でございます。

仕入れ価格の変動につきましてですが、バターの仕入れ価格は、毎年上昇しております。

一方、仕入れ価格上昇分の製品価格への転嫁につきましては、消費増税後の売上げ減少に見られたように、価格高騰が需要の落ち込みを引き起こす懸念や、スーパー、コンビニエンスストアでの洋菓子販売の台頭による競争激化などから、製品価格の値上げは極めて難しい状況になっているのが現状でございます。

バターの値上げに関しましては、単位グラムあたりは非常に小さい額でございますが、仕入れとなりますと、やはり何十トン単位ということで、大量ロットで仕入れをいたしますので、単位当たりの値上げは小さいのですけれども、仕入れ価格そのものは、かなり経営を圧迫していると、大型店舗でも、そういった状況でございます。

それから、製品価格への転嫁、つまり、製品価格を値上げするということにつきましては、今年の消費税増税後に消費が落ち込みました。各洋菓子店は、売上げが大幅にダウンした経験がございますので、そのときの経験がトラウマになっております。

したがって、今、ここで原材料の価格が上がったからといって、すぐまた製品の値上げに踏み込むということは、非常に、あのときと同じ轍を踏むのではないかというトラウマがありますので、なかなか踏み込めない。

さらに、スーパーやコンビニでも御存じのとおり、最近、洋菓子の販売がかなり活発化しております。競争が年々激化しておりますので、価格の値上げということについては、非常に難しいと言わざるを得ないと思います。

次に、農林水産省さんからの情報提供につきましてですが、農林水産省からの提案や業界からの要請、こちらからお願いをいたしまして、情報提供及び情報交換の場は、状況に応じ、不定期かつ頻繁に開催されております。

また、農林水産省は、市場の動向を察知して、緊急輸入の決定に関しても、いち早く柔軟な対応を展開している。これは、正にタイムリーな対応をしていただいて、我々業界としては、非常に感謝しております。これは、お世辞でも何でもございません。いつも、私たちの意見を、状況は今、どんな状況ですかというようなことを聞いていただいて、また、緊急輸入に踏み込んだと決定したときには、プレスリリースがあった翌日には、細かい御説明をいただいております。そういったタイムリーな対応には、非常に感謝をしております。

ただ、次の緊急輸入分バターの市場への流通についてというところで少し申し上げたいのですが、不足バターを補うための緊急輸入の措置がとられ、プレスリリースがあった翌日には、農林水産省より洋菓子団体等に速やかな情報開示がございます。先ほど申し上げたとおりですが、緊急輸入分の数量の発表がございます。今回何トン輸入が決定いたしましたという発表があるものの、例年緊急輸入したバターの数量と、現実に市場に流通するバターの数量の間には大きな乖離があると言わざるを得ません。

農林水産省さんとの会議では、最需要期に業界では幾ら幾らの不足が見込まれるので、今回、これだけのバターの輸入を緊急輸入で決定しましたという御説明をいただきます。ただ、実際に、それが、これはまた農水さんの問題とは別なのですが、それが市場に流通

しないというのが現実の問題です。

今年の例で申し上げますと、今年は7,100トンが不足しまして、農水さんの方で1万トンを緊急輸入していただきました。それで、不足分に対応する8,000トンをすぐに放出して、さらに不足するときは、残りの2,000トンを市場の状況を見ながら放出するという御説明を受けました。

それで、私どもは、そういった業界の団体では、そういった説明を受けて、私のところでは、次の理事会でそういった数値を発表いたしますが、正直申し上げて、過去に何年か、そういった数値を発表するのですが、実際にそれがほとんど市場に出てこないということで、過去の理事会では、こうした数値を発表して、これから市場に出回りますよと、理事の皆さんに期待を持たせるだけで、結果的には、その期待を裏切っているということで、また、こういった数値を報告しましても、山田さんは現状が分かっていないですねという理事の皆さんからの御指摘を受けます。山田さんが言うように、それだけの緊急輸入分のバターが出るのだったら、何でこんなにバターが不足するのですかというふうに、私はつるし上げられます。

たとえ生産量が減ったり、これは後にも出てまいりますけれども、酪農家の離農によって生産が減っているだとか、貿易分が不足しているというような現実があったとしても、緊急輸入で対応した分が市場に出回っているのであれば、これほど大きな社会問題にはならないのではないかなと考えております。

次に、バター不足に対する代用品対策についてでございますが、これは、各社企業秘密であり、正確な現状把握は困難であるが、一部の店舗にとっては、代用品を使用しない限り企業の存続が危うくなることは明白である。

大型店舗に関しましては、代用品を使わなくてもしのげるというような状況が続いておりますが、中小店舗に至っては、胸を張って、うちは代用品を使っていますというところはございませんので、仮に代用品を使っても、同じ組合の中といえども、これは企業秘密で、正直なところ、なかなか皆さん打ち明けてくれませんので、こちらでも実態はつかめません。

ただ、代用品を使ったり、マーガリンを使ったりしますと、どうしても味に変化が出てまいりますので、最近のお客様、ケーキを購入されるお客様、非常に舌が肥えていらっしゃるから、すぐそういった味の変化については反応いたします。そういったことで、なかなか品質を変えるということについて、さらに品質を低下させるということについては、これも難しい状況で、もし、変えるとなれば、相当な工夫をして、相当な時間を費やしながらやっているのが現状ではないかと思えます。

次に輸入バター、2ページ目になります。輸入バターの使用についてでございますが、回答はパティシエにより千差万別ではあるが、総じて特段の問題はないとの回答を得ている。しかしながら、その輸入バターすら確保が困難な状況が続いているという状況です。

輸入バターにつきましては、味に非常にこだわりをもったパティシエは、輸入バターに

については、絶対使用しないという人もいます。特に、ニュージーランド産バターは、羊のにおいがすごいとか、いろいろこだわりを持っていらっしゃるようですので、人によって回答が全く異なってまいります。

また、中には、輸入だ、国産だのと言っている状況ではないのです。とにかくバターがほしいというようなことを切実に訴えられているパティシエの方もいらっしゃいます。

最後にまとめてございますが、バター不足問題は、本質的に大きく二つの問題に分かれるものと思われる。

第1番目としましては、国内産、海外産を含め、バターの市場における流通量そのものが不足する問題である。これにつきましては、国内産バターの不足に関しては、酪農家の離農による減産や農業政策、また、海外産バターの不足の問題は、酪農家保護のためのカレントアクセスに頼らざるを得ない貿易の規制問題、さらに国家間の経済問題に起因するところの高い関税、発展途上国のバターの消費の拡大等々、我々業界が解決するにはハードルが高過ぎる問題が山積しています。これらの問題の解決に当たっては、政府にお願いをするしかございません。

一方、第2の問題としましては、先ほどから申し上げていますように、政府が緊急輸入したバターが市場に流通しないという、出回らないということでございます。緊急輸入したバターは、一体どこにあるのだろうかというのが、洋菓子業界、パティシエの疑問でございます。

今年の年末分に関しましても、農水さんから、既に緊急輸入で対策を講じているという情報はいただいているのですが、それが、本当に今年、年末にまた流通に、ちゃんと市場に出回るのか、放出されるのか、それに関しまして、非常に疑心暗鬼に陥っているというのが現状でございます。

農水さんから非常にミーティングを何回か、非常に活発に開いていただいて、バター不足の問題に関しましては、高齢化、それから離農によって生乳生産は、この10年間で12%減産しているということや、平成14年度は733万トンになりましたということで、酪農家は、今年度1万7,700戸、10年前に比べると1万戸減少している。こういった御説明は、大変詳しく、表やグラフでお示しをさせていただいております。

また、国内の酪農家保護の観点からバターが輸入量や価格水準を管理する国家貿易の下にあって、民間による輸入は高率の関税がかかっている、非常に高価なものになるということも御説明いただいております。

こうしたことから、抜本的な解決法に関しましては、酪農家を増やす改革を行っていくことや、輸入を拡大してもらって今年か抜本的な解決方法はないのかなど、十分分かってはおりますけれども、到底、私どもの手に負える問題ではございませんので、先ほども申し上げましたように、これは国にお願いして解決をしていただくしかない問題だと認識しております。

ただ、一方の流通の問題に関しましては、政府も、今回、輸入分につきましては、そう

いったことで、ちゃんと牽制と言いますか、市場に出回るようにということで、落札業者に対しましては、11月までに市場に放出するようにというような一文も書いてくれているのですが、飽くまでもここら辺は信義則の問題でございまして、何ら拘束力を持っていないというのが、私ども使用者と言いますか、事業者にとりましては、ここら辺のところを何とかしていただきたいというのが切実な問題でございます。

こういった状況でございまして、緊急輸入を今年もやっていただいておりますけれども、果たして、この年末に、本当に今年は出てくるのかなというような疑問を持っているというのが、私どもの業界の危惧でございます。

以上でございます。ありがとうございました。

金丸座長 ありがとうございます。

それでは、二人の御説明につきまして、御意見、御質問があれば、お願いいたします。

林委員、お願いします。

林委員 ありがとうございます。

アキダイ様から、また、全日本洋菓子工業会様からも、いずれも恒常的なバター不足問題についての切実なお声を伺いました。

まず、アキダイさんにお伺いしたいのですが、資料1でお客様からアンケートを取っておられますね。正に直接的な消費者の声を聞いてくださって、非常に価値のある資料だと思うのですが、この中を見ますと、今のままで価格が満足だという方は、5%しかおらず、今の価格が高いという方が38.3%、多少高くても国産が良いという方が20.6%、あわせると、こういった価格は高い、多少高くても国産が良いという消費者が6割もいらっしゃる事が分かります。個別の声でも「国産バターを手軽に買えるように生産を増やしてほしい。」とか、「国内酪農家に頑張ってもらいたい。」という声を消費者が上げておられます。特に、端的に「バターが不足している理由を知りたい。」と、消費者がそういうお声を出していらっしゃるようです。店頭で、「何でこんなにバターが少ないの？」という声に対して、アキダイさんの方では、どういうふうにお答えになっているのか、教えていただけますでしょうか。

金丸座長 お願いいたします。

有限会社アキダイ これが、私も本当に直面している部分で、お客様に何で少ないのと聞かれたときに、やはり、自分たちも商売をして、お客さんもたくさん来ていただいている中で、当然、お店には、お客様が必要としている食材が並んでいる、それをお客様が買いに来るとというのが当たり前のことなのですね。しかも、物があり余っている日本、本当に、いろいろなものがあふれていると思うのです。その中で、こうやってバター不足というのが、長い期間で続いているという、入荷がゼロというわけではないのですけれども、入ってきても、すぐ終わってしまう。断続的に、本当に欠品というのが続いているということが、今までの日本の供給状況の中では初めてだったことなので、私たちも本当にどうしたら良いかということで、いろいろ問屋さんにも、先ほど述べたとおり、お伺いしたり

とか、いろいろな努力はしてまいりましたけれども、なかなか本質的な答えというのが出ないというのが現状ですね。

それで、割当てになってしまうからと言われて、結局、当店の方も、ゆえに割当てという形になってしまうわけです。ですから、ほしいから下さいと言って、余分に商品がそろっているのであれば、先ほど、お客様のアンケートをそのままお出ししたのですけれども、安値で売ってほしいという方も多少はいます。当然、お店の方としては、仕入れ価格を安く仕入れて、安く販売するというのが理想なのですけれども、ときには、お客様が必要としているときに、赤字でも良いから、ある程度安値で販売して、お店の方で、お客さんを喜ばせる、そういうような場面づくりを今までもしてきてはいるのですけれども、そもそも商品がそろわない、損したくても、損することすらできないというのが現状なのです。

ですから、お客様にも正直、頭を下げて申し訳ございませんと、それで、たまに言われるのは、西友さんでは並んでいましたよ、みたいな大手のスーパーで並んでいるということと言われて、実際に見に行くと、並んではいるのですけれども、やはり、担当者に聞いてみますと、ないときもあると。ただ、力加減、洋菓子組合さんの方でも、やはり、大手ではある程度入っているというのと同じようなもので、私ども規模のスーパーとかは、やはり、どちらかという、後手後手に回ってしまうというのが現状だと思うのです。

ですから、悔しいけれども、何とか頑張りますと、お客様には前向きな話をしますけれども、なかなか厳しい状況というのは、今、変わらないというのが現状なので、本当に、この場を借りて、お客様に何回も頭を下げる、先ほども申し上げたとおり、やはり、バターというのは、お客様にとって、そんなにバターを食べるといふ人よりも、バターは、本当に調味料としての大きな役割を担っていますので、バターがないことによって売れない食材がいっぱい出てきてしまうのです。これは、私どもスーパーにとっても大きな痛手であり、それがために、結局、中堅クラスのスーパーとか小売店の方には、お客様が来なくなってしまふというのは、非常に苦しい展開になってまいりますので、何とか、小売店、問屋さんにも必要な量が確保できて、お客様にある程度販売パフォーマンスができるような、そういうような販売状況になってもらいたいと思います。

本当に、私どももお客様には、説明としては、まともにできないのが現状なのです。ですから、なぜ、仕入れができない、販売ができないという状況になっているのかというと、やはり、酪農家の方が減っているというようなお話ししかないので、ですね。ですから、何とか変えていかないと、今後、どうなってしまうか怖いねという話で、お客様とは、いつも話をしているのですけれども、何とか改善していただきたいというのが、本心でございます。

金丸座長 ありがとうございます。よろしいですか。

林委員 はい。

金丸座長 それでは、どなたかございますか。

では、大田議長代理、お願いいたします。

大田議長代理 ありがとうございます。

ちょっと基本的なことを教えていただきたいのですが、仕入れ価格は問屋さんによって違うものなのか、問屋さんによって、価格とか品質に差があるものなのか教えていただきたいのが一つです。

それから、山田専務理事にお伺いしたいのですが、輸入バターを農畜産業振興機構ですか、ここが輸入すると、どういうところが落札して、どんなルートをとるのか教えていただけますか。

金丸座長 お願いします。

有限会社アキダイ 価格というのは、やはり、どのスーパーとかでも、大手スーパー、小売店、価格というのは、販売価格がある程度違うと思うのです。問屋さんも、まず、メーカーから一次問屋に流れるのですよ。一次問屋から二次問屋、二次問屋から私たち小売店というのが一般的な形なのです。ただ、大手スーパーなどでは、メーカーと直、若しくは一次問屋と直というのが現状なのです。ですから、価格帯としても、やはりある程度のところを歩いていくと、その分、少しずつ値上がりしていくというのは、やむを得ない状況ですね。

実際に、大量に仕入れているところと、少ししか仕入れていないところ、それでは、やはり仕入れ価格というのは、若干違いはあると思うのです。例えば、大手スーパーで、流通センターなどを持って、そこに直接メーカーから納品される、そういうものに関しては、比較的品不足というのは緩和されている。ただ、その大手のそういうところでさえ、限定をしているというのが現状であって、正直、恥ずかしさをしのんでも、仕入れをそういうところからしたら良いかなという気持ちになったわけですよ。それで、お願いしようかなと思って、話をしたら、前もって頼んでもらったら、10個ぐらいだったら、確保できますよと、アキダイですということは名乗らなかった、一般消費者としてお願いしようみたいな感じで、それでもお店に並べたいという気持ちだったので、言ってみたのですけれども、やはり、前もって頼んで、しかも10個ぐらいしか無理ですよと、5個とか10個というのが答えでした。それで、店頭には、やはりお一人様1点限りということで張ってありましたので、正直、価格帯というのは、これはもうやむを得ないと思うのです。仕入れ価格というのは、大手メーカーから直で買っているところと、若しくは問屋さんが何軒か、私もありますけれども、実際は問屋さんが得意なメーカー、不得意なメーカーというのがありますので、そこから仕入れた方が安いよという情報があって、これはバターに限らず、いろいろなナショナルブランドのものも全て問屋さんによって若干仕入れ価格が違います。

これは、私たちも各店共有して、少しでも安いところで仕入れれば良い、あそこは、あそこのメーカーが安いよみたいな形で、では、そこから仕入れようみたいな形でやっていますので、ただ、味というのは、当然、ナショナルブランドの大手メーカーのバターは、やはり、どこで買っても同じな状態ですね。ただ、国産のバターというような枠組みの中で、やはり、A社、B社、C社、いろいろあると思うのですけれども、それは、味が違い

ます。

ですから、本来、お店というのは、お客様が、その商品の好みによって、並んでいて選べるというのが、本当がお店なのです。それが、ここ数年は、本当にA社のバターが並んでいけば、バターありますかという形で、以前は、どこどこのメーカーとお客が言ったのですけれども、バターが並んでいけば、それで良いというような状況に、ちょっとお客様も諦めているというのが現状です。ですから、メーカーによって味が変わる、同じメーカーでは、問屋さんによっては変わらないのですけれども、大手メーカーによっても、若干の味は異なると思いますし、価格も違うというのが現状です。

金丸座長 ありがとうございます。

それで、専務理事から、落札と、その流通についてお答えいただけますか。

全日本洋菓子工業会 申し訳ありませんが、流通につきましては、私は、細かいことは存じ上げません。落札業者につきましても、商社だとか、大手乳業メーカーさんだか、そういう今年か分かりません。それが、間違っているのかどうかよく分かりませんが、流通についても、分かりません。

それで、農畜産業振興機構さんにつきましては、いわゆるalicさんにつきましても、説明を何度か聞いたり、最近、週刊誌がおもしろ、おかしくいろいろ書き立てているのを何回も読みますけれども、余りにも複雑過ぎて訳が分からないというのが現状です。

すみません、回答になっていないようですが、その程度しか、お答えできないので、分からないことを余りいい加減なことを言えないものですから、申し訳ありません。

金丸座長 ありがとうございます。

では、北村専門委員、お願いします。

北村専門委員 1、2点、お伺いしたいのですけれども、菓子工業会の方にお尋ねします。

生活レベルが、非常に多様化している中で、お菓子そのもののバターを使う量というのは増えているのか、減っているのか、生産量は減っているという情報はよく出ているのですけれども、お菓子の中でバターを使う全体量というのは、どういう形になっているのかということと、もしも分かれば、先ほど御説明があったように、バターの価格が1年、2年でバターが不足する年があるというようなことに、私は聞き取れたのですけれども、その牛の農産物は、多少そういうことがございまして、前年が非常に高ければ、翌年、皆が作ることによって単価が下がることはあるのですけれども、牛の場合は、なかなかそういう形にはなりにくいのでは。2年に一度不足が生じるというのは、なぜ起きるのだとお思いなのか、その2点をちょっとお聞かせ願えればと思うのですけれども。

金丸座長 お願いいたします。

全日本洋菓子工業会 なぜ、2年に一度なのかということにつきましては、すみません、私も分かりません。ただ、先ほど申し上げたような理由で、バターの生産量が減っているだとか、バターの値上げになる理由というのは、いろいろ説明を聞いているので、バター

が値上がりしていくのはやむを得ないというか、値上がりになっていく状況というのは、非常によく分かるのです。

その1年のうちに何回も値上がりになるとか、そういうことではなくて、大体値が上がるのが、パターンが決まっています。こうやって年末になると、必ずバターが不足するのですが、年を越して2月ぐらいになると、パターンの不足というのが全く聞かれなくなるぐらいバターが出回ってくるのです。

そうしますと、パティシエたちの間では、そろそろ手元のバターが余ってきたのかな、などという冗談めかした言葉も出てきます。

そのときに、必ずバターの仕入れ価格が値上げになっているそうなのですね。ですから、そのところが一番、さっき申し上げた疑心暗鬼になる部分で、どうも緊急輸入で潤沢に数値の上ではあるはずなのに、年末になると出てこなくなる。しかも、年を越して、1月、2月になると、ぼちぼち出回ってくる、出回ってくるけれども、値が上がってくるというように、そういう悪循環と言いますか、状況を年々繰り返しているようなのですか、そうしてみますと、バター値上げの材料のために、年末年始に出なくなってしまうのかなというふうなうがった見方もできてくるわけでございます。

それで、どこに問題があるのかというのは、私たちも分かりませんし、うちの組合は、さっき申し上げました、洋菓子店さんの組合員さんが200社ございますけれども、それ以外に150社、賛助会員さんというのがございます。その賛助会員さんというのは、洋菓子の周辺を扱っているメーカーでございます。原材料、お酒だとか、香料だとか、小麦粉、粉だとか、バターの乳業メーカーさんもあります、問屋さんもございます。

ですから、同じ組合の中に、そういった方々もいますので、我々もそんなはっきりした証拠を見て言っているわけでもないですし、いろんいうわさで聞くと、どここの倉庫には、かなり眠っているよというような話を、冷蔵庫のメーカーの方から聞いたり、いろんな情報が入ってくると、では、あるところにはあるのだなというのが、おぼろげながら分かってくるのですが、そこら辺の流通が、うまく操作をすることで、値上げの材料に使われているのかと、すみません、これは回答になっていないかもしれないのですが、値上げの仕組みというのは、今は何かそういうようなものが働いているような気がいたします。

金丸座長 ありがとうございます。

北村専門委員 すみません、もう一点、お菓子全体の業界としてバターの使用量はどうか。

全日本洋菓子工業会 バターの使用量に関しましては、上がっています。洋菓子というのは、今、テレビでもかなり騒がれていますけれども、洋菓子のクオリティーというのは、年々上がってきていますし、先ほど申し上げました、スーパーとかコンビニでも、今、本当に手づくりの、町の洋菓子屋さんを作るものと変わらないぐらいのものが買えるのです。

あのメリットは、女性が一人で買えるところ、一人で一つ買って帰れると。町の洋菓子屋さんに入ると、なかなか一つというのは買えなくて、無理して二つ買っていったり、そ

うというような傾向が今まであったようなのですが、スーパーとか、コンビニでああいったものを売り出すようになってからは、堂々と一人で一個を買って帰れるようになって、そういう需要が向こうに流れていったりしているのですね。しかも、さっき申し上げたように、品質もすごく良くなっていますから、クオリティーに関しては、今すごく、最上級のものを求められていますので、そういった意味では、偽ものが使えませんし、バターの量というのは、どんどん上がってきています。

金丸座長 ありがとうございます。

では、本間先生、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。

今のお話に関わるのですけれども、在庫をどうして把握できないのかということに関して、質問します。そういう情報というのは、後で農水省さんに聞いた方が良いのかもしれませんが、やはり、流通在庫がどれくらいあるかとか、どこでこれくらいのストックを抱えているかという情報などはあってしかるべきだという気がするのです。ましてや、保存の利くものですし、その辺り、これまで通常に流通していたから余り関心がなかったのかどうかということで、在庫に関する情報についてのニーズがどれくらいあるのかということに関して、もう少し要望なり、御説明なりをいただければということが1点です。

もう一つは、この状況が続いたら、この業界はどうなるのだろうかという見通しについて、教えてください。通常の財と言いますか、商品であれば、不足してくれば、当然、もっと値が上がって、中小のところも、もっと高くても良いから買うよという話になりますよね。大手のところからもっと高く買うことが可能だから、譲ってくれよという形で、もう少しマーケットがうまく機能すれば、全体のバター自体の値段が上がっていても、それに合う需要が満たされるという形の調整が利くと思うのです。その調整が利かない理由というのは何なのか、つまり、価格をうんと上げることができない、いわば業界のスタイルと言いますか、つまり、中小で言えば、買いたくても買えないから、結局、高くバターを買うよりも、結局は倒産という形にもっていかざるを得ないという状況なのか、今の状況が続いていったときに、あと2、3年後にどのようなことが起きるとお考えか、お二方にお伺いできればと思います。

金丸座長 では、ランプがついていますから、専務から。

全日本洋菓子工業会 今の状況が続くとどうなるかというのは。

金丸座長 洋菓子業界がということで良いですか、全体ですか。

本間専門委員 洋菓子工業会の方が担当者ですので、洋菓子業界がどのようになっていくかということで結構です。

全日本洋菓子工業会 やはり、一番しわ寄せを受けるのは、中小のケーキ屋さん、洋菓子店舗ですから、かなり、潰れてくる、それが直接の引き金になるかどうかは分かりませんが、これから倒産するお店も増えてくると思います。なかなか表には出ていませんけれども、今、洋菓子が非常にブームで、脚光を浴びて、洋菓子業界というのは非常に

景気が良いのではないかというような見方もされがちなのですが、本当に、いわゆるセレブと言われるパティシエというのは、ごく一握りです。非常に苦しい経営を皆さん迫られていまして、倒産している企業もたくさんあります。いわゆる中小のところはかなりダメージを受けています。

ちょっと話はそれますけれども、今、女性の職業で一番人気があるのがパティシエだというふうに、パティシエールと言うそうなのですが、女性の場合はパティシエールが人気があって、専門学校でも非常に人気があって、今、7対3ぐらいで女性の方が多いというようなところなのですから、では、実際に、こういった人たちが社会に出て、そのまま洋菓子をパティシエールになって続けるかということ、ほとんどが続かないのです。朝は早いし、運ぶものも重たいし、いわゆる3Kの職場ということで、実際に結婚した後も続けている女性というのは、町のケーキ屋さんでもそうだと思うのですが、ほとんど見かけなくて、皆さん、辞めていってしまうというようなことですから、それほど、世間が見るような、テレビでスポットを浴びているような職業でもないですし、皆さん、異口同音におっしゃいますけれども、それほど、これから、この業界は、もっともっと大きくなっていくのだというような希望を現実的に持っている方というのは、それほど多くないという感じはいたします。

すみません、お答えになっているかどうか分かりませんが、そういったことも含めて、これから、どんどん伸びていくという状況ではなくて、むしろ、今までは良かったなという声の方が圧倒的に多いですね。これだけ競争が激しくなってきたら、薄利多売なのです。

最初、私もここに入るまで洋菓子はすごく高いものだと思っていましたけれども、中に入って、あの洋菓子が1個500円、こんな小さなケーキも500、600円というのを見てからは、これは、もっと値上げしても良いのではないかなと、これだけ苦労して、いろいろ手を込んで、皆さんやっている中で、これが500円ぐらいの価値しかないというのは、逆にちょっとかわいそうだなという気もして、なかなか業界は難しい瀬戸際に立たされていると思います。

本間専門委員 在庫について、どういうふうにお考えか、つまり、緊急輸入したものが出回らないというのも、結局、在庫がどこかでたまっているという話ですよ。

全日本洋菓子工業会 そうですね。

本間専門委員 ですから、その在庫情報みたいなことに関して、もっと知りたい等のニーズがあるのかどうか、その辺りを一言。

全日本洋菓子工業会 一番良いのは、定量観測と言いますか、調査で、皆さん、どれぐらいの在庫を抱えていますかというようなことをアンケートでとれば一番良いのでしょうか、やはり、これも皆さん、企業秘密で、皆さん、うちはない、うちはないというようなところがあって、本音のところは、なかなか明かしてくれないのです。

さっき申し上げたように、うちの組合の中には問屋さんもいらっしゃいますし、そうい

った問屋さんに話を聞きますと、今、うちの営業は外に出られないのだと、全く在庫を持っていないものだから、外に出ていくと、何とかしてくれという町のケーキ屋さんから言われるけれども、もういかんともし難い状況なので営業に出るなど、今、言っているのだということもおっしゃっています。

そうすると、では、一体どこにあるのかなというような気がするのですが、定量的な調査というののでできなくて、どうしても皆さんから聞いて、どうなのですかというような話を聞いて、定性的な調査でしかできないというのが現実です。

おっしゃるとおり、定量的なものをやって、これだけしかないのだからということをして直接訴える材料としては説得力があるのかもしれませんが、実際には、そこまでできないというのが現実です。

金丸座長 ありがとうございます。

では、アキダイさん、時間がちょっと迫っているので、手短に、簡潔にお願いします。

有限会社アキダイ 私どもスーパーをやっていて、商品が並んでいないというのが、普通ではないというのを感じるのですが、欠品をするなど、ずっと、最大限の努力をしるということは申し上げてきたのですが、お店に並んでいない、そんな状況が何となく当たり前になってきて、お店の方としては、やはり、輸入ものとか、先ほど申し上げたとおり出回れば、多少なりとも、お店に今まで並んでいなかったけれども、並ぶ日が増えるとか、入荷量が増えるとか、そういうような、何かアクションは起きるのかなという期待はあったのですが、現実的にありません。

あと、大手スーパーとの格差が、かなり、格差社会には、本当にいろいろな面でなっていると思うのですが、今回のこの問題というのは、実際、私どもスーパーだけの問題で考えますと、まず、大手スーパーは、やはり仕入れ力が強い、だから、並べられる。また、先ほど申し上げたPBブランドですね、そういうものを持っているところはある程度強いという形になって、お客様を集客するのに、うちはバターがよそよりありますよという形で、かなりメーカーの方に圧力をかけて引っ張っているという部分は感じられるのです。

ですから、この状態が続いていきますと、私たち中堅クラス、又はもっと個人でやっている本当に小さいお店などは、だんだんお客様のニーズに答えられなくなってしまいます。これは、バターだけですけれども、場合によっては、今後、以前、東日本の大震災のときなどは、牛乳がない、卵がない、物がないのが当たり前のような形になって、お客様が、本当にそれを求めて、たくさん並んだのです。バターは、並んでいるという状況ではないのですが、現実的に、そういう問題の第一歩ではないのかなと思います。

ですから、やはり、日本で今まで需給できていたバター、強いてはバターというのは、その後にチーズもあると思うのです。同じ二次加工の中でも、チーズは問題にならないのは、どちらかという、チーズの方が、その残りでもたできるというような部分があるみたいで、バターの方が足りなくなりやすいという話を伺ったのですが、このまま続

いていくと、私たち小売業の中では、大手の大規模のところだけ残って、どんどん中堅クラスから下は落ち込んでいくのではないかという不安感は非常にあります。

ですから、何とか、それはもう価格は仕方がないと思います。本当に大手のメーカーと大手のスーパーが手を組んで、ある程度安く仕入れている、これは仕方がないと思うのです。少なくとも、価格がどうこうではなく、まず、お金の問題ではなく仕入れられるというような当たり前の状況を何とか確保していただきたいと思います。

ですから、今後、この問題としても、先ほど申し上げたとおり、何とか日本での需給ができるように、酪農家の方々がもっと家業を継いでいけるような、やめてしまったら、もう二度と、その家業を継いでいかないで、そのまま終わってしまう。農業などでは、社団法人みたいな形で、ある程度会社経営みたいな形にして請け負って、大きい農地を持ってやっていくというシステムができていますけれども、なかなかやめてしまう酪農家に対しての、ある程度、そういう取組というのは、なかなか進んでいないのが感じられますので、本来であれば、家業を継いでいくような、そんなような形にして、今後、今ではなく、10年後、50年後、100年後に、日本の酪農業が健在であって、昔は、日本でも牛乳が飲めたのだよ、みたいな、そんなような話にならないように、食文化が変わらないようにやってもらいたいなと思いますね。

金丸座長 ありがとうございます。

それでは、浦野さん。

浦野座長代理 すみません、時間がありませんので、手短に一つずつお願いします。

まず、山田さんの方に、バターの原材料費に占める比率と言いますか、いろいろお店によっても、商品にもよっても違うと思いますが、大ざっぱに何か工業会としてつかんでおられる数字があれば、原材料費に占めるバターの比率というのを教えていただければと思います。

それから、アキダイさんの方には、アンケートの中にもあって、お答えとしては、多分出ていると思うのですが、あえて聞きたいと思うのですが、お客様にとって、バターに代替する商品というのが、ないというふうにお考えのお客様と、そうでもないと言っているお客様と両方あると思うのですが、お店を見ておられる立場から、その辺の評価をどういうふうと考えておられるか、工業会の場合は、バターに対する代替品はないということで、多分結論は出ていると思いますけれども、それを1問ずつお聞きしたいと思います。

金丸座長 それでは、山田専務から。

全日本洋菓子工業会 バターの材料費は、全体材料費の中のどれぐらいの割合を占めているかは、申し訳ありません、把握しておりません。

ただ、お店によっていろいろ焼き菓子を中心にやっているところとか、生菓子を中心にやっているところ、そういったところで、かなり比率は違ってくるとは思いますが、正確な数値はつかんでおりません、申し訳ありません。

金丸座長 それでは、秋葉社長、お願いします。

有限会社アキダイ やはり、バターというのは、バターに変わるものがないと言って過言ではないと思います。当然、バターがないからといって、いろいろなメーカーでバター風味の何とかとか、バター風味とか、いろいろ私も食べてみて、感じたのは、もし、バターの代わりにパンに塗るという意味であれば、まあ、諦めがついたり、妥協できる部分があると思うのですけれども、これが一番ちょっとバターっぽいねみたいな感じで、話はいろいろしたのですけれども、実際のところ、先ほど申し上げたとおり、バターというのは調味料というような感覚が非常に強い、その調味料にバター風味のマーガリンを使えば良いかということ、やはり、お客様は、それでは満足ができていないのが現状なのです。

ですから、いろいろ何種類も似たようなものも売って見ましたが、結果的には、お客は、バターでなければだめだという形で、せっかくお買い物になって、例えば、今ですと、ハウレンソウとか、アスパラもそうですし、ホタテとか、結構バターを使って、バターソーテーとか、あと、グラタンにも使います。

今後、先ほど申し上げたとおり、クリスマスケーキ、自分の家で作る方もそうです。いろいろなものにバターは用いられる中で、バターがないということは、本当に、これは一般的にバターというのは、自分もそんなに、お店としては、正直いって、売上げとしても、利益としてもそんなに大きくないもので、そもそもバターというのは、利益率が非常に、食品の中でも少なかったものなのです。ですから、バターがなくなってもお店は潰れないという感覚はあったのですけれども、バターというのは、消費者にとって調味料に欠かせないものであるなということ、今回のバター騒動というか、今回のバターの問題におきまして、私は直面をしました。ですから、お客様からバターがないということに対して、代替りのものではだめだと、やはり、バターの風味というのはバターにしかない優れたものだということで、本来、お客様もバターがどこのメーカーのバターが好きだけでも、そのバターがありませんかというのは、去年の秋ぐらいはかなり言われていたお客様もいるのですけれども、ここ最近、そういうメーカーがどうこうまで言う人がいなくなったのが現状で、それだけお客様も諦めてきているというのが現状ですね。

ですから、バターに代わるものがないという状況の中で。

金丸座長 すみません、ちょっと時間が押しておりまして、浦野委員の質問に対しては、バターの代替品については、消費者の御意見としてないということによろしいですか。

有限会社アキダイ はい。

金丸座長 ありがとうございます。

それでは、お二人、週末前のお忙しい金曜日でございますが、当会議にお越しくださいますて、ありがとうございます。今日は、お二人から貴重な御意見を承ることができたと思っております。

本日は、どうもありがとうございました。

(有限会社アキダイ、協同組合全日本洋菓子工業会 退室)

(農林水産省 入室)

金丸座長 それでは、お待たせしました。続きまして、議題2「牛乳・乳製品をめぐる状況について」、農水省から、特にバターの国内流通の状況等についてお伺いしたいと思います。

これまでお聞きいただいていたとおりですが、小売業を営んでいらっしゃる社長様と、それから、大口需要家の、洋菓子の業界の専務理事がお越しになって、切実な御意見を御披露されたと思いますので、それを受けて、農水省様から、今、提起されたような懸念であるとか、ちょっと謎めいたところも出たわけですが、ぜひ、払拭できるようなクリアな説明をいただければありがたいと存じます。よろしく願いいたします。

農林水産省 牛乳・乳製品課長の森でございます。よろしく願いいたします。

座って失礼します。

お手元の資料の3を用いまして御説明を申し上げたいと思います。

タイトル「牛乳・乳製品をめぐる状況(バターの需給と国内流通)」が、今回のテーマかと思えますけれども、その背景の問題から御説明をさせていただきます。

めくっていただきまして目次がございます。大きく二つのパートに分かれていまして、「1 牛乳・乳製品をめぐる状況」と「2 バターの需給と国内流通」というふうに整理をしております。

まず、1番目のパートから御説明させていただきます。資料の2ページでございます。

我が国における酪農・乳業についてでございますけれども、御案内のとおり、牛乳・乳製品は、栄養に優れた食品でございます。また、先ほど話もございましたように、加工食品の原材料としても幅広く利用されているということがございますので、国民の食生活を支える上で、非常に重要な役割を果たしていると考えてございます。

地域の産業として捉えていきますと、北海道におきましては、特に道東や道北におきまして、お米や畑作物が作れないような冷涼な地域におきましても、酪農はできるということで、農業産出額の4割を占める重要な産業となっております。

また、北海道は大消費地から遠いということがございますので、生乳を運ぶことにコストがかかりますので、北海道で生産されました生乳につきましては、保存が利く乳製品の形で工場加工されて、それで流通していくという特徴がございます。

一方で、都府県につきましても、全国の生産の半分ぐらいを担っておるのですが、こちらにつきましても、消費地に近いということで、飲む牛乳、飲用向けの牛乳に向けた生産が中心に行われているということでございます。

3ページ、生乳と牛乳・乳製品の流通でございますけれども、一番左から、酪農家が生産いたしました生乳は、多くは指定生乳生産者団体という農協でございますけれども、こちらの方に集乳されまして、これを乳業メーカーとの間で、用途別、すなわち飲用牛乳若しくは生クリーム用若しくは加工原料乳用ということで用途別に取引をされて販売をされてまいります。

また、酪農家から直接乳業メーカーに販売されるようなことも行われてございます。乳業メーカーの方は、牛乳でございましたら殺菌処理をして売っていくと。また、バターなどでございましたら加工いたしまして、卸、小売に販売したり、また、実需者の方には原料として販売をされていて、いずれも消費者の方々の手に届くというような流れになってございます。

次に4ページをお願いいたします。

参考でございますけれども、牛乳・乳製品の特徴として、牛から搾りました生乳というお乳が、いろんな用途に使われているところが、一つの特徴であろうかと思っています。搾った生乳を加熱殺菌いたしますと、飲む牛乳になりますけれども、この生乳を遠心分離によりまして乳脂肪とそれ以外の成分に分離いたします。このピンク色の部分でございますけれども、脂肪分がクリームという形になりまして、これを練りますと、バターになります。

一方で、残った部分については、脱脂乳ということで、これを乾燥させて脱脂粉乳という形で保存されて利用されていくということが一般に行われてございます。

なお、チーズにつきましては、一番下にありますように、生乳に酵素を加えて凝固したもの、これが固まった部分がチーズになっていくというものでございます。参考でございます。

5ページをお願いいたします。

生乳の需給調整におけます乳製品の役割について御説明申し上げたいと思います。

生乳の生産は、牛の生理作用から出てくるものですから、特に暑さに弱い牛の体力が落ちます夏場には減少して、冬場には増加します。左下にグラフがあると思いますけれども、赤のラインが生乳生産のラインでございます。

一方で、生乳の需要、日本の場合は、飲用牛乳が中心なのですけれども、こちらにつきましては、夏はたくさん飲むと、冬は余り飲まないという逆の動きでございまして、左下のグラフでいきますと、青色の棒グラフでございます。そうしますと、不需求期と私ども申しておりますけれども、冬場から春先にかけての時期は、割とお乳が余る時期でございます。こういった時期に出ましたものを保存性が高い脱脂粉乳やバターという形に加工いたしまして保存していくという形で季節内の需給調整を図っていらっしゃるところでございますし、年を越えて、生乳生産が多い年、少ない年がありますけれども、バターなり脱脂粉乳の在庫で需給を調整していくと、そういう役割も担っているということで、私どもがバター、脱脂粉乳は生乳の需給調整弁の役割があるということは、このことを説明しているということでございます。

なお、そういった生産は、右下にありますように、北海道での製造と、先ほど申し上げましたように、遠隔地である北海道で乳製品向けを作ることが多く行われているところでございます。

次の6ページ、こういった酪農を支える国内制度といたしまして、指定団体の仕組みや

加工原料に補給金の仕組みがあるわけですが、その基本的な考え方を御説明したいと思います。

まず、我が国の総供給量というのが下にございますけれども、消費量と見ていただいたら良いのですが、26年度では、1,200万トンぐらい、これは、お乳ベースに換算して、例えば、バターを作るのであれば、必要なお乳のベースに戻してトータル生乳で1,200万トンぐらい消費があったということがございますけれども、このうち、国内で生産されたのは733万トン、輸入の乳製品の形で輸入してまいったのが443万トンということがございます。

輸入は、専らチーズでありますとか、アイスクリームという形で輸入が多くなってございます。

国内の生乳生産の半分ぐらいが、左側に箱がありまして、横の大きさが消費量なり生産量を表しているわけですが、半分ぐらいは飲用牛乳に向けられております。そのうち、色分けしてありまして、ピンクと水色とございますが、8割ぐらいは、都府県で生産、残りの水色の分は北海道の生産となっております。

一方で、それ以外の用途、生クリームでありますとか、チーズでありますとか、脱脂粉乳・バター、こういったところにつきましては、北海道の生産が大半ということになってございまして、箱に高さがございますけれども、これが、乳価でございます。飲用牛乳向けは、生産コストを上回る値段がついております。

一方で、乳製品向けは海外との輸入品との競合ということもございまして、安い値段になってございます。

こういったことで、酪農家といたしましては、さまざまな用途に売られた生乳をトータルでプールしまして収入を得るという形で経営が成り立ってございます。

特に脱脂粉乳・バター向け、また、チーズ向けにつきましては、値段が安いというところがありまして、これについては、先ほどの需給調整機能にも着目して政府が補給金という形で財政支援をすることを通じて、こういった部分の生産を維持できるようにして、全国的な生乳需給や酪農経営の安定を図るということを行ってございます。

次の7ページ、先ほどの生乳流通の最初のところでお話を申し上げました、酪農家の乳を集める指定団体の役割でございます。

最初のところに記述いたしましたけれども、生乳は、御案内のとおり、牛から毎日生産されてくるという一方で、腐りやすく、なかなか貯蔵するのは難しい液体であると、こういう特性がございますので、酪農家としましては、搾ったお乳をすぐ乳業メーカーに引き取ってもらわなければならないという立場にございまして、乳価の交渉をする上でも、非常に弱い立場にあります。

そういったことで、昭和30年代に酪農家と乳業メーカーとの紛争などもかなり多発したということ为背景に、今の仕組みが作られてございます。

すなわち、酪農家は、お乳を1回農協である指定団体というところに集めまして、団体の価格交渉していくということを通じて、指定団体が価格交渉力を強化して、乳業メ

メーカーと対等に交渉していくというような仕組みを作っております。

また、そのほか、輸送コストについても、乳業メーカーごとに集乳を別々に行っていると、ラインがふくそうしたりして、効率的な集送乳ラインになりませんので、こういったところを指定団体が一元化することによって、効率的な物流が実現されるということ。

それから、先ほど申しましたように、足りなかったり、余ったりと、季節的にも変動してまいる、そういったものでございますので、そういった調整、例えば、夏が暑くて都府県の生産が足りなくて、北海道からお乳を飲む牛乳のために運んでこななければならないという調整、こういったようなところを指定団体の方で行っていくと。また、そういうことを通じて、逆に余ったときには、脱脂粉乳・バターに加工して、お乳を捨てなくても良いように調整をする。以上のような機能に着目しまして、この指定団体が乳を集めるということを国は補給金の仕組みを通じて支援しているということでございます。

次に8ページ、そういった指定団体と酪農家の取引のルートでございますけれども、基本的には、酪農家が搾ったお乳を全量指定団体に預けまして、取引されていくというのが基本形ではございますけれども、冒頭申し上げましたように、酪農家自身が、自分で生乳をメーカーに売るということは、一番下の欄でございますけれども、これも可能ということになってございます。これについては、補給金は当たりませんが、それを選択することは、何も制限はされてございません。自由でございます。

一つ、昨年の産業競争力会議で御議論いただきました、部分委託ということで、真ん中のパターンでございますけれども、例えば、最近、酪農家の中で、チーズ工房を作って、自分で価値のあるチーズを売っていくというような取組をされる方もいらっしゃいます。ただ、搾った全量をチーズにするというのは、なかなか量的に難しいところがあるので、半分ぐらいは指定団体に、残りは自分でチーズにして売りたいというような売り方について、従来、あまりそういったことを認めるようなことをしていなかったものですから、その部分をもっと弾力的にできるようにするというところを行いました。

次の9ページにポンチ絵がついてございますけれども、6次産業化でありますとか、また、輸出促進のための酪農家の創意工夫に応える環境整備ということで、産業競争力会議における議論を踏まえまして、昨年度、生乳取引について、先ほどの部分委託、一部自分で加工して売るといったことなどについて、弾力的に取り扱えるような見直しを行って、これは、この4月から実施しているところでございます。

下に黄色の枠で事例が載っておりますけれども、特に、2014年には236件、こういった取組があったのですが、2020年には、これを500件にしようという目標を持って取り組んでございまして、2015年4月末現在で、284件、50件ぐらい上積みができたということでございます。

そういった状況で、右側にあるような例、ブラウンスイスのお乳をメーカーに直接販売して、メーカーがアイスクリームとして売っていくというような事例が出てきております。

次の10ページ、こちらは、自由民主党における議論がございましたので、それを御紹介

させていただきます。

今年の7月に自民党の中の生乳流通・取引体制等検討ワーキングチームというところがレポートを出してございます。

穀物価格が高騰して、酪農経営が厳しいという環境の中で、酪農家の所得向上に向けて必要な取組ということをいろいろ御提言いただきました。大きく分けて三つでございまして、指定団体を通じた乳価交渉力の強化をしていく必要があるということ。それから、団体が、まだ効率的ではない部分がある、こういったところの団体の合理化でありますとか、物流コストの削減でありますとか、こういったコストの削減という取組を進める必要があるという御提言をいただきまして、今、対応を検討しているところでございます。

次の11ページに、その工程表がございましてけれども、乳価交渉力の強化につきましては、これは、指定団体と乳業メーカーとの間の民間の交渉になってきますので、国がこうやってやりなさいというのは難しいところがあるのですけれども、指定団体と乳業者が協議する場を農林水産省としてセットしまして、そこで御議論をいただいております。これについては、後ほど、もう少し詳しく説明します。

そのほか、団体の再編でありますとか、物流の合理化ということにつきましては、指定団体が中心になってプランを年度内に作ってもらおうということで、今、進めているところでございます。

次の12ページ、生乳取引についての部分でございまして。先ほど申し上げました、乳価交渉力の強化という観点からの生乳取引のあり方の検討ということで、右側にありますようなメンバーの方々、指定団体と、それから、メーカーの方、これは、大手、中小も入っていただいております。こういった方で検討会を設置して、議論をいただいております。今月末に報告書をまとめるべく議論をいただいておりますけれども、検討内容は、左下にございますように、乳価改定が適切に行われるための交渉期限の設定でありますとか、地域ごとの生産コストなどを踏まえた乳価交渉のあり方のルールというのを15年ぐらい前に一度整理しておるのでございますけれども、これを今日的な観点から見直すということをやっております。

そのほか、そういった交渉に必要な統計データを、もう少しよく提供する方法でありますとか、また、乳価交渉の結果を酪農家の方々にきちんと説明していくことについてのやり方についての議論、また、4番目でございますけれども、現在の需給動向などを適切に反映し得るような、従来、生乳の取引というのは相対取引、乳業メーカーと指定団体の間の相対交渉で価格が決まってくるような形になっておりますけれども、そこに入札という方法を導入できないかということについても御議論をいただいております。

以上のようなことが、牛乳・乳製品をめぐる一般情勢でございまして、すみません、時間がかかって恐縮でございますが、13ページからバターの需給と国内流通について御説明を申し上げます。

まず、背景であります。酪農と生乳生産の動向についてでございますが、左側のグラフ

にありますように、酪農家の戸数が点々のようなことでございまして、全国、北海道とも右肩下がり減少してきてございます。

一方で、1戸当たりの頭数は、右肩上がりで増加しておりますので、生乳生産量としては、右側のグラフにありますように、横ばいないし、若干の減少で推移してきたところなのですが、平成18年ぐらい以降、ちょっと減少が急になっているような感じになってございます。

背景としましては、労働時間が過重であること、また、トウモロコシなどの飼料の値段が高くなっているというようなこと、これで経営が厳しいと。また、規模拡大も若干伸び悩んでいるというようなこともありまして、生乳生産量は減少傾向で、近年は推移しているということでございます。

14ページ、そういった中で、生乳需給なのでございますけれども、下のグラフを御覧いただきますと、緑が需要でございます。赤が供給でございます、年によって変動はございますけれども、長期的に見れば、下の平成8、9年ぐらいが一つのピークであって、それ以降、子供の数も減りました。飲む牛乳の量も減っていくということで、需要自体がだんだん減っていくという中で、酪農家の数も減って、生乳生産もそれに合ったような形で減っていくということでバランスをしてみましたが、近年、酪農家の減少、生乳生産の減少の方が大きくなってまいりまして、供給が足りないということで追加輸入をたくさんするような事態が、最近の26年の状況として出てございます。

なお、下に在庫のグラフがございまして、乳製品の在庫量について、特にバターは、このオレンジ色のグラフでございますけれども、変動を繰り返している。供給過剰のときに在庫は積み上がって、不足していくと減っていくというような形で変動してございますけれども、この在庫は、先ほど議論がございました、メーカーの在庫を、私どもは把握しているということでございまして、流通在庫については、私ども把握をするすべがなく把握ができておりませんが、こういった形で把握をいたしております。

次に15ページ、近年の生乳及びバターの需給動向をもう少しミクロで見てまいりますと、左側でございますが、25年、26年とも生乳生産が対前年マイナス2%ないしマイナス1.6%ということで減少いたしてございます。

注目すべきは、下から3番目のコラムでございますが、そのうちの脱脂粉乳とかバターに向けられた生乳の量の減少は、生乳生産の減少よりも大きく、すなわち25年度で8%ないし26年度であれば4%と大きく減少しています。

これは、先ほど申しました需給調整弁となるバター、脱脂粉乳は用途としては最後に向けられる、まずは牛乳に向けられて、最後にバター、脱脂粉乳で調整していくと、そういう役割でございますので、生乳生産が少し減れば、バター生産がたくさん減ってしまうという環境にあるということでございます。

それで、右側に最近のバターの状況がございまして、生乳の減少に伴いまして、バター生産も減少して、26年度につきましては、輸入を随分増やして、1万3,000トン近く

輸入したのですけれども、秋から年末にかけて不安が生じまして、スーパー等のバターが品薄となる事態が発生したということでございます。

下に、在庫量として見ますと、最終的な年度末の在庫量は、前年度末よりも若干の上積みになったということなのですけれども、一時的にそういう現象が強かったということでございます。27年度につきましては、生乳生産が、今、だんだん回復してきておりまして、それに伴いまして、バターの生産も増えております。

それで、輸入については、今、順次入ってきているという状況でございますが、在庫についても少し積み増しになっているような状況、足元の状況でございます。

16ページを御覧いただきたいのですが、昨年秋、冬に何が起きていたかということをお売店におけるバターの販売状況で示してございます。これは、POSのデータで、実際、どれくらい売れたかということをお売重量で見ているのですけれども、青線が平成25年度の動きでございます。26年度は赤線でございます。

大体秋から年末にかけて、先ほどありましたように、ケーキ等の需要、また、バレンタインのころに、たくさん売れるという基本グラフ25年なのですけれども、26年は、この10月の末ぐらいから、12月いっぱいぐらいにかけて、前年度よりも、これは、15%ぐらい多く売ってございます。これは、やはり、供給不安ということがあって、皆さん、若干買い急ぎ的なものも発生したということを受けて、こういったことであつたかなと思います。

その反動で、翌年1から3月の間は、前年よりも逆に売れていないというような感じになっているのを見てとれるかと思ひます。

27年度につきましては、黒線を書いてございますけれども、大体例年とそう変わらないような動きで、今のところ、推移をしているということでございまして、消費者に不安心理を発生させないというところ、非常に重要かと思ひております。

17ページ、バターの安定供給に向けた対策の前提としまして、このことを御説明しておきたいと思ひます。

バターには、大きく分けて三つの種類がございまして、国内生産でいきますと、大体それぞれ3分の1ずつぐらいのイメージなのですけれども、バラというのがございまして、これは、工場向けの大ロットで使うようなところのものでございます。20から25キロぐらいの段ボール箱に収納された冷凍のバターでございまして、これは、2、3年もちます。要するに、在庫の調整というのは、こういったものを持ちながらやっております。

さらに、輸入も、国際的に物流しているのはこのスタイルでございまして、この形で入ってまいります。

一方で、ケーキ屋さんがお使いになるような450グラムの塊、これはポンドと言ひますけれども、真ん中のものでございます。

それから、家庭用の100グラムとか200グラムとかいった形のもの、これにつきましては、チルド、冷蔵でございまして、賞味期限も6か月ということでございます。

こちらの部分については、あまり貿易も行われておりませんで、基本的に国産での供給

が中心となってございますが、近年は、輸入でバラバターを入れたものを改装ということで、こういった形に包み直しまして、小売に流通させるというような動きもちょっと出てきております。

それで、一番下のところをお読みいただきたいのですけれども、先ほど、輸入したバターがどうして出回らないのだというお話に一つ関係するかと思うのですが、国が輸入するバターは、先ほどの貿易の実態から左側のバラバターでございます。これを輸入いたしますと、乳業メーカーが国産でバラを作る部分を節約できます。そして、節約した生乳を右側のポンドでありますとか、家庭用に回していただく、そうしていくことによって、国内のポンドや家庭用の生産が安定的に行われるように、そういう環境を作るということをやっております。そういったことを通じて、バターの安定供給をしているということでございます。

18ページから、バターの安定供給に向けた対応ということで、大きく三つ御説明させていただきます。

基本は、やはり、先ほどお話もございましたように、国内の酪農生産基盤を強化していくということが基本でございますので、私どもは、昨年度から畜産クラスター事業という地域で、将来展望のある酪農をやらせてもらおうということで、事業も強化して取り組んでございまして、例えば、下の一番左にございますけれども、搾乳ロボットということで、省力化というのが、酪農において大きな課題になってございますので、こういったロボットによる搾乳で省力化を図るとか、それから、真ん中にありますが、餌を共同で作って、効率的に作るというようなこと、取組、こういったことを支援することを通じて、酪農生産の基盤の強化ということに取り組んでございます。

それが一つでございます。

次が、19ページでございまして、そうは申しまして、酪農生産が戻るまで、国民の方々に御不便をおかけしないようにということで、必要分を輸入で補うということをやっております。26年度は、こういったスケジュールで、27年度は、下にありますようなスケジュールで、1月に2,800トン輸入を設定して、5月に追加で1万トンの輸入を決定してございます。

決定したものは、これは、今ぐらいから10月末ぐらいまでに、輸入されてきてまして、国内に出回ってくるということになってございます。

これをalic、農畜産業振興機構を通じた国家貿易として行っているということでございます。

なお、20ページに、今年の1月に国家貿易の運用改善をしたのですが、その点を説明してございます。昨年バターの不足の反省も踏まえまして、国家貿易の輸入について工夫をすることで、国内への安定供給をより改善していくということで、左側に運用改善(1)(2)(3)とございますが、三つ措置してございます。

一つ目は、27年度に、輸入の時期について、判断を1月、5月、9月にやりますよとい

うことをあらかじめアナウンスしまして、川下の方々に、いつ頃こういった輸入の判断が行われるかということの透明性を高めることによって、予見性を高めるということを行ってございます。

また、昨年、追加輸入で入れましたバターについて、実際にものが入っているのが、11月の末ぐらいになってくるということがございました。これは、少し遅過ぎるだろうということで、これは、輸出国と協議し調整いたしまして、遅くとも10月までにユーザーに引き渡されるようにということで、期限を繰り上げてございます。

また、三つ目に、輸入対象を基本的には、従来、バラバターでの輸入が基本だったのですが、すけれども、新しい取組としまして、洋菓子店等が直接使えるようなサイズ、すなわち1キロから5キロぐらいと、洋菓子さんの冷蔵庫に入るぐらいのサイズの小物のバターという形での輸入、これを行いましょうということで、これをやりますことによって、輸入したものが直接洋菓子店さん等に使われるようになるような、そういったような措置も講じて安定供給に努めておりますし、右側にありますような、そういったことの情報共有、情報発信ということは、小売の方々また、川下のユーザーの方々等を含めてやらせていただいているところでございます。

そういった努力の中で、21ページ、今年度のバターの需給見通しでございますけれども、生乳生産は、北海道で今、もう回復に向かっております。都府県も、もう少し今、生産は良くなってきております。これは、7月時点の見込みデータでございますけれども、そういった中で、バター生産も下から4番目ですが、対前年を上回る感じで、順調に生産ができていますし、輸入は前年と同じぐらい入ってきますので、消費が若干増えると見込んでおりますけれども、在庫としては、前年を大きく上回るような年度末在庫を確保できると考えてございまして、供給状況は改善していると考えてございます。

最後に22ページに、メーカー等への働きかけということで、資料をつけさせていただきました。バターの流通実態はどうなっているのかというお話がございました。下のような図の形になっておりまして、これは、25年で比較的輸入が少なかった年の例でございますけれども、乳業メーカーで7万トン余り生産されまして、乳業さん自身もお菓子を作っていたりしますので、社内消費もありますけれども、8割ぐらいは社外に販売していきますと。

それから、不足分については、農畜産業振興機構を通じて輸入すると、この年は3,500トンだけですが、今年は1万3,000トン近くですが、これが輸入で入ってくるということでございます。

そして、この輸入分は、800トンは乳業メーカーが落とされて、2,700トンは一次卸が落とされたという形になっております。

このピンクのものが、業務用ということで、先ほどのバラでありますとか、ポンドでありますとか、そういったところが中心のスタイルでございますし、黄色は家庭用ということで、こういう形で流通しているのが実態でございます。

ですので、私どもとしましては、まずは、生産者団体は、バターに向ける生乳をちゃんと供給してくださいということをお願いしておりまして、今年度、従来よりもバター向けの振り向けを増やすという対策を行っていただいております。

それで、メーカーさんには、ちゃんと家庭用を特に中心に、しっかり作ってくださいということをお願いしておりますし、また、小売店や消費者の方々に不安を招かないように、流通の方々にもよくお話を伺いながらやっていきたいということでございます。

少し長くなりましたけれども、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、委員の皆様、御意見、御質問をお願いいたします。

では、浦野座長代理、お願いします。

浦野座長代理 すみません、皆さん、いっぱい質問があると思いますので、私も二つだけにさせていただきます。

まず、一つは、バターが生乳からできる牛乳の調整弁みたいな形の説明がずっと流れとしてあって、多分、今もそうだと思うのですが、そのこと自体に対する疑問ですね。牛乳自体は人口減等を含めて減ってきている。

一方で、バターの方は、いろんな関係の中で需要が増えているといったようなこと。さらに、牛乳は100キロは100キロだけれども、バターは100キロから5キロしかできないというようなことを考えたときに、政策として考えると、調整弁ではなくて、バターをどういうふうに作りますかと、あるいは生クリームも含めて、その製造工程を考え直す、これが普通の企業の考え方だと思うのです。

ましてや、これが、最終的に国家貿易という形の中で、農水さんが管理されているとすれば、その発想自体が、少し流れとして時代の流れに沿っていないのではないかというのがありますので、その調整弁という考え方から、どう抜け出すのかといったところを御説明願えればと思います。これは、一つです。

もう一つは、単純にデータの問題として、在庫のことが出ていたところがありましたね。その中で、ここで言う消費量の把握をどういう形で、生産量と輸入量は、これは確定でしょうけれども、消費量は、どういった数字でつかんでいるかということと、それから、在庫量は、先ほど、メーカー在庫だというお話がありましたけれども、在庫量が年末在庫として、これだけ残っているのであれば、先ほど来、お二人の方が足りない、足りないと言っていたこと自体が、やはり、普通では説明できないですね。それを流通在庫で、どこかにあるのだろうというようなことかもしれないけれども、農水としては、その事態をどう考えておられるか、それを教えていただければと思います。

金丸座長 お願いいたします。

農林水産省 まず、バターの調整弁としての位置づけの関係なのでございますが、これは、我が国に限ったことではなくて、世界中、やはり、生乳というのは、なかなか日持ちしないという中で、そういう日持ちのするもので調整をしていくというのが、どの国も行

われてございます。

ただ、そういったことを考えているときに、一つ考えていかなければいけないと思いますのは、小売でございますとか、家庭用でございますとか、ポンドでございますとか、フレッシュですね、冷蔵で流通していくような鮮度の高いようなもの、こういったものと、正に冷凍保存で長くもつようなバラの世界と、これは分けて考えていく必要があるかと思っておりますので、やはり、需給調整というのは、基本的にはバラで行っていく一方でも、家庭用ですとか、ポンドなどというのは、安定供給していくというのが基本であろうと考えてございます。

また、消費量の把握については、基本的には、消費量そのものを把握する方法がございませんので、基本的に廃棄がないので、出荷量の積み上げということの中で、生産量を把握いたしてございます。

在庫があるのであれば、もっと出せば良いのではないかというお話については、極力、そこら辺は、お持ちの在庫はメーカーにも出してほしいということ、我々もお願いしております。

一方で、安定的な流通をしていく上で、少し一定のところでのバッファも必要かと思っておりますので、そういった最低のところは必要かと思っておりますけれども、最低の部分を超える部分については、きちんと供給していただきたいというのをお願いしていくというのが、我々の基本的な考えです。

浦野座長代理 今日でなくても全然良いのですけれども、データとして、もし、分かれば出していただきたいのは、日本以外の、世界の国の中で、生乳がどういうふうに製品として分布していくか、牛乳とそれ以外のものと。

多分、欧米諸国では、チーズとかバターの消費が非常に大きいので、調整弁という考え方が、ちょっと意味合いが違うと思うのです。その辺のデータが、もし、国別に分かるものがあれば、出していただければと思います。

農林水産省 はい。

金丸座長 では、改めてお願いいたします。

では、林委員、お願いします。

林委員 ありがとうございます。

先ほども洋菓子工業会の理事長さんですら、バターの生産流通の仕組みが複雑でよく分からないとおっしゃっていたぐらいで、私などにとっては、全く理解不能な世界なので、教えていただきたいと思うのですけれども、まず、例えば、資料3の15ページの二つ目のところで、供給不安を背景として、家庭用バターの購入量が増加したことで品薄になった事態が生じた、というふうに書いておられますけれども、業務用でも品不足が起きているわけですし、それから、近年、ずっと品不足が続いているわけですね。そうすると、農水省さんは、一般消費者の、こういう品不足に対する先ほどのような切実な声に対して、いや、それは、あなたたちが供給不安で買い走ったからですよというふうにお答えになる

のでしょうか。「バターが不足している理由を知りたい。」という消費者の声に対して、農水省としては、どう回答を用意されているのか、それをお伺いしたいと思います。それが1点です。

それから、2点目ですけれども、資料3の8ページ「(6)指定団体と生乳販売」の図を拝見しますと、「加工原料乳生産者補給金」というのは、この指定団体を通じた生乳の委託販売に関してしか支払われないようです。補給金は、国内酪農家保護のためのものと思うのですが、なぜ、指定団体経由の販売にしか支給されないのでしょうか。

それから、部分委託の弾力化を今年から図るということで、それは結構なことと思うのですが、では、そもそもなぜ、指定団体への全量委託の場合にしか補給金を支払わないということを原則とされているのでしょうか。

この2点を伺いたいと思います。

金丸座長 では、お願いいたします。

農林水産省 まず、1点目でございますけれども、私どもとしましては、国内のバター供給を輸入も含めて安定的に行っていくことをきちんと御説明をしていくことを通じて、そういった不安が発生しないように、きちんと、私としては、必要量を供給していきますということを御説明していかなければいけないというふうに考えておりました、そういったことで、不安を招かないように、我々としてきちんと整備していかなければいけないという考え方で書いておるものでございまして、そういった考え方でございます。

林委員 すみません、供給できていないのではないですか。安定供給できていないのではないですか。

農林水産省 全体の需給で見ますと、26年度も、年度末在庫としては対前年上積みというふうになっているところもありまして。

林委員 すみません、3月末に在庫があっても、必要な時期に供給されていないから供給不足になっているのではないですか。3月末に在庫が幾らあっても役に立たないのではないですか。

農林水産省 正に消費量は変動しますので、それに合わせた供給が行われるような供給を年間通して行っていく必要があると思っております、そういったことを、きちんと輸入なり、この時期に、これから秋に入ってくるのですけれども、きちんと御説明をしていきたいと思っております。

それから、補給金についてお尋ねがございました。これにつきましては、資料の7ページで御説明したこと、こういった取組に着目して、私どもは補給金を交付するというような制度になっているということで、酪農家が指定団体を通じて共同して行う取組について支援するという観点になっておりますので、この部分についてのみ交付されるという形になってございます。

林委員 その指定団体の交渉力が機能していないことで、今、いろいろ議論されているのですね。交渉力の向上のために。

農林水産省 さらに向上する必要があるという御議論をいただいております。

ただ、取引乳価については、近年、酪農家の経営が非常に厳しいということもあって、今年も3円ほど上がったたり、一昨年の10月にも上がったたり、そういった形で酪農家の経営が成り立つような価格交渉が行える環境にもなっているということもございます。

それから、全量委託についてお尋ねがございました。これにつきましては、なかなか悩ましいところなのですけれども、いわば、御自分の持っているお乳を、基本的にはみんな飲用で高く売りたいというのが、やはりあると思うのですけれども、一方で需給が変動する中で、脱脂粉乳やバターを作ることもやらなければいけない。それを全体で調整して、ならして皆さんでやりましょうというのが、指定団体の仕組みなのですけれども、そこに一部だけ入れるという形にいたしますと、飲用で、自分が売り切れて、高くとれる部分だけは自分で売りましょうと、残った部分で、需給が悪くなったときとか、余って困るような部分だけ指定団体をお願いして、みんなでプールしてもらいましょうという形になってしまうのはよろしくないという観点から全量委託ということが原則になってございます。

金丸座長 どうぞ。

大田議長代理 簡単に3点伺いたいのですが、国が管理するバターで、消費者が買いたいのを買えないという事態が何年か続いているということは、政策の失敗と言わざるを得ないと思うのですけれども、安定供給のために、消費者が買いたいものを買うという当たり前のことができるように、消費者の立場に立って仕組みを本格的に考え直す必要があるのではないかと思うのですけれども、この辺は、どうお考えかというのが1点です。

それから、緊急輸入バターが出回っていないということの御説明はあったのですが、さはさりながら、先ほどの洋菓子業界の方が不信感を持っておられるわけですね。とすると、この10月出ていく8,000トン、その中でも小さいものが2,000トンですか、これについて、追跡調査をしていただくということはできないかというのが2点目です。

それから、指定団体は、今回のバター不足に対して、何をしたのかと、どういう対策を打たれたのかという、この3点をお願いします。

金丸座長 よろしいでしょうか、お願いします。

農林水産省 すみません、ちょっと順不同になってしまって恐縮でございます。

まず、8,000トンの追跡調査の関係でございますけれども、小物で入ります2,000トンにつきましては、これは、どういうふうに、ちゃんと落札された方が売り出していくかということについて、きちんと報告していただくような仕組みを設けてございますので、きちんと、この需要期までに売ってもらうという約束を作っておりますので、そこをきちんとフォローしていきたいと考えてございます。

大田議長代理 8,000トンの方は、追跡調査は、できないわけですか。残り6,000トンですね。

農林水産省 6,000トンについては、落とされた方が、あとは、これをベースに家庭用なり、それから、ポンドなりを生産していただくということをお願いしていきますので、そ

ちらの出力の方、家庭用なり、ポンドなりの生産がきちんと上がっていくかどうかというところをきちんとフォローしていきたいと考えてございます。

それから、指定団体が、この対応について、どういう役割を果たしたかということにつきましては、資料の最後のページになるのですけれども、北海道のお乳が、こういったバター等に向けられることが多いので、北海道の生産者団体としましては、27年度につきましては、生クリーム等、チーズ向けの生乳ばかりではなくて、バター向けに、きちんと作っていただくように、生乳ベースで6万トン、バター向けの生乳を増やしていただくということをやっていたいただきました。

最初のところが、すみません、見直しですかね。

大田議長代理 そうです。消費者の立場に立って仕組みを、30年代からこれだけ時間がたっていますから、本格的に見直す時期ではないのでしょうか。

農林水産省 昨年の経験も踏まえて、この1月に国家貿易の輸入の方針について、先ほど、20ページに御紹介申し上げましたような、見直しも行いながら、取り組んできておりますし、また、メーカーとの連携の体制を構築するとか、そういったこともいろいろやってまいっておりますので、そういったことを通じて、この仕組みについて、必要な見直しは随時やっていきたいと考えてございます。

大田議長代理 では、見直すのは輸入バターだけということですね。

農林水産省 必要なことについては、やってまいるのですけれども。

金丸座長 では、北村専門委員。

北村専門委員 私の方からは、2点ばかり御説明をお願いしたいと思いますが、酪農家が減っているというのは、事実減っていると思いますけれども、規模が大きくなって、ある程度、その頭数が多くなって、その生産量のある程度はカバーしているというところが見受けられますが、施策として、この基盤の強化にかなり役所の方は記載されておられるみたいですが、今後、その頭数、生乳の生産量を、今の段階で、援助することによって、元に戻ると、あるいは需要に必要な供給量ができるというふうに考えておられるのか、思いをちょっとお聞かせしていただきたいというのが一つ。

もう一つは、先ほど、メーカーに家庭用のバター製造を要請しているというお話がございましたけれども、メーカーとすれば、実は、利益の大きいものを優先して作っていく可能性は非常に高いわけですね。強制的に割合を出すような要請の仕方など、どういう形でメーカーに家庭用のバターなどの製造要請をされているのか、できれば、お聞かせ願いたいと思います。

農林水産省 まず、1点目、生産回復の見通しでございますけれども、私どもとしては、この3月に新しい酪肉近代化方針という、この酪農振興のビジョンみたいなものを改定いたしました。その中で、10年後には生乳生産を750万トンぐらい、今、733万トンぐらいになっただけでございますけれども、そのぐらいまで戻そうというビジョンを持っております。そういったビジョンが実現できるように、先ほど、御説明申し上げました事業などを活用し

て取り組んでまいりたいということで、そういったビジョンの中でやっております。

それから、メーカーに家庭用なりの生産を強制できるのかというところでございますけれども、これは、やはり強制はできないのです。ですけれども、私どもとしては、どういったぐらいの輸入量が必要かということにつきましては、乳業メーカー等とも、関係者といろいろ御相談をしながらやっておりますので、その際に、国としては、これぐらいの量を入れますので、メーカーとしても、これを基に安定供給をお願いしますということをお願いいたしまして、去年は、今、お持ちのものについてきちんと年末に出してくださいということで、彼らにお願いをしまして、年末に供給する量、これぐらい出しますということもやっていただいたこともございます。

北村専門委員 続けてすみません、現実には、そういうお話を聞くと要請はあったのだらうと思いますが、消費者の立場とすれば、やはり、先ほどスーパーの方がおっしゃったとおり、消費者も現場へ行って買おうとするけれども、ほとんど陳列されていないという場面が非常にあるわけですね。そうすると、その辺のところでは、非常に消費者が不信感を抱くような場面が、現実にも続いているというようなところでは、非常に心配と言いますが、農家としても一生懸命やっている割には商品が出てこないという不信感も、農家サイドにもあるような気がするのですけれども、いかがでしょうか。

農林水産省 店舗の状況につきましては、私どもも、先週、私どもの職員が手分けをして、首都圏の300店ぐらいのお店を見て回るということもやったのですけれども、バターが全くないというお店はごくわずかでございます。数パーセントでございまして、95%以上は何らかの形でバターを置いてあるというところがございました。

ただ、一方で、御指摘のように、お一人様1個限りというような表示などは、結構、大手さんなどは少ないのですけれども、割と小さいところは多いとか、5割ぐらい、半分ぐらいそういった表示があったということも承知しております。

そういった状況を見ながら、状況は、昨年末の状況よりは、少し改善しているとは思いますが、引き続き、生乳生産も戻ってきておりますので、きちんと輸入もやりますので、そういった安定供給がされていくということ、きちんと御説明していきたいと思っております。

本間専門委員 関連することなのですけれども、バラで輸入することの意味というか、こういう不足で騒がれているときに、小物で2,000トン輸入されるという話は理解できるけれども、それをどうして拡大できないのか。つまり、バラで輸入しても、結局、数年後には、それは、海外産のバターとして市場に出ていくわけですね。ですから、入ってくるものとしては、輸入が国産に一時的には置き換わっても、輸入した外国産のバターも結局市場に流れるという意味で、長いタイムスパンを考えたら、輸入と国産の割合というのは、そんなに変わらない。輸入した限りはですね。

ですから、そういうことであれば、バラの方が多分安いとは思いますが、小物でしっかり輸入して、それを直接流通させるという仕組みがないと、緊急輸入しても効果は

間接的なわけですね。バラで輸入して、その分を国内産でメーカーに置き換えてもらうというタイムギャップもありますし、その辺りが、やはり、国民に伝わっていない。基本的にこういう不足時期あるいは不安な状況があるときには、総量として足りているよということではなくて、迅速な形でアナウンスも含めて、やはり、小物で直接店におろしていくような部分を拡大するということが必要ではないか、その方がよろしいのではないか。つまり、現在バラを基本としていることの理由について、ちょっと御説明いただければと思います。

農林水産省 背景的な説明になってしまうのですけれども、従来、貿易のスタイルがバラの形だったので、そういったスタイルだったのですけれども、御指摘のように、小物で直接流通できるような形というのをやれないかということで、今年初めて、この1月の決定で、280トン、初めて小物をやってみました。実際、世界にそういったものがあるのかということも分からなかったもので、少量で、まず、試して、そして、また、輸入したものが、果たしてケーキ屋さんが、これで良いと言ってくれるかどうかということも分からなかったのですけれども、やってみまして、工業会さんのお話も伺って、使えるねというお話もあったので、今回は2,000トンまで増やしてきたという経緯でございます。今後も、この定着具合とか、そういったことも見ながら、配分については、いろいろ考えていきたいと思っております。

金丸座長 ありがとうございます。

では、一つお聞きしたいのですけれども、緊急で輸入されますね。そのときに、入札されるとおっしゃっていたのですけれども、その入札をするプレイヤーというのは、どんな人たちで、その入札をするときに、その資格はありますか。

農林水産省 落としているのは、メーカーと卸業者が中心になってございます。資格は、特段ないですけれども、きちんと、落とされたもの、代金を支払っていただける財政的な基盤がしっかりしているというところは見えております。そういったものでございます。

金丸座長 例えば、我々は乳業関係を何もやっていないのですけれども、財政基盤さえしっかりしているということであれば、その入札資格というのはあるのですか。

農林水産省 基本的には。

金丸座長 それは、あるということなのですか。

農林水産省 そこは、詳細なものを確認しまして、後日、御報告申し上げたいと思えます。

金丸座長 それで、入札をするではないですか、それで、バラで入って、そのバラが海外から入るので、その入札した人、それがメーカーであれば、先ほどの御説明だと、それをできる限り業務用とかに回して、その調整で家庭用に回すはずであるというストーリーですね。だけれども、今日のお二方のヒアリングでは、回らないという話だったので、回すはずのものが回らないという理由は、どこに問題があるとお考えなのか。

また、在庫の把握の頻度なのでも、時間軸というのは、年度末というお話があ

ったのですけれども、それは、月次で把握されるものなのか。

3点目は、実は、本当はいっぱいあるのですけれども、時間の関係で最後の1点にすると、夏場と冬から春にかけての生乳の需要と供給については、夏の生乳の供給量は出具合が余り良くなって、減るわけですが、そこでは、バター不足が起きていなくて、今度は、生乳の供給が増えるころ、しかも、生乳の消費者が、自分で牛乳を飲むのが減るというときに、本来、バター不足は解消されるはずなのだけれども、解消されるのをはるかに上回る、先ほどのハローウィンだとか、あとは、クリスマスケーキだとか、そういうイベント系の大きな需要が国内にあるので、それで足りないということなのですか、そこについては、ちょっとお答えいただけますでしょうか。

農林水産省 すみません、まず、在庫につきましては、月ごとの把握になってございます。

金丸座長 それは、メーカーの方々に聞くだけですか。

農林水産省 はい、そうです。メーカーからの聞き取りになっています。

それから、生乳需給の変動でございますけれども、今どきぐらいが一番バターが作れないというか、生乳需給がタイトな時期でございます。大体消費期限が6か月ということなので、今どきぐらいから作っているものが年末までぐらいに使われるということが多いため、そういう意味で、もともときつい状況にあるということでございますので、できるだけ、この時期までに在庫を少し多目に作っておいて、バラなどを増やしておいて、それで、秋以降は、家庭用等に生産を注力していくというようなオペレーションがメーカーの方で行われているということでございます。

すみません、1点目を、ちょっと。

金丸座長 バラのもので入れて、それで変換というか、結果として国産のバター家庭用に回るはずであると言って、大元に増やすわけですね。だけれども、回らないという理由は、では、何だと言うのですか。

農林水産省 全体的な需給としては、足りているというふうに認識しているのですけれども、その中で、店舗や業者の中で不足が出るというのを、どういうふうに捉えていくのか、私どもも難しく思っています、正直、これという答えがなかなかないのですけれども。

金丸座長 農水省さんが、それが分からないと言われてしまうと、我々も分かりようがないのですけれども、そうすると、22ページの絵を使わせていただくと、一番左側に乳業メーカーさんがありますね。乳業メーカーさんの、これはバターのケースなのでしょうけれども、これは、生乳で置き換えても良いのですが、社内消費と社外販売、この割合が、例えば、13.4%と83%と出ているのですけれども、これはバターに限って言うと、この社内消費の率が、過去から比べると、傾向としては増えているのか、どうか。

例えば、乳業メーカーさんで、これが大メーカーだと、御自身で、先ほどのコンビニ用の洋菓子も作ることが可能なので、そうすると、御自身のところは優先的に、自分で使え

るものは使って、残りは社外販売に出ていくかのごとく、そんなことはないのかもしれませんが、そうすると、このポートフォリオは誰がどう決めるのか。この乳業メーカーさん任せなのか。そうすると、この出ていった量が、乳業メーカーさん任せだとすると、それ以降の流通について、このポートフォリオも農水省さんは、御自身の管理下にはなさそうなので、そうすると、やはりこの大元のところの、緊急で輸入したものがトレースする仕組みが必要ではないか。需要と供給で在庫だけ見ると、うまくいっているものが、今日お越しのアキダイさんは、小規模店舗、4店舗だというお話なので、バターが余り入りにくいお立場にいらっしゃる。お客様は、地域にいらっしゃる、だからこそ、創業が長い間続いているスーパーであると思うのですが、そういうところに届かないというところに、視点を置いていただかないとまずいのではないのかなと。

だから、単に輸入を増やしたところで、足りないその根本なところを解決しないと、単に輸入のトン数の調整だけではないのではないですかということ。

そうすると、さっきの話にまた戻るのですけれども、入札している人たちは誰ですかと、私が聞いたときに、ぱっぱと答えられないと、トレースする気もないのではないのかと。

さっきの洋菓子業界の方は、誰かが、自分で持っていて、一番高く売れそうなときに出してくるのではないのかと、疑心暗鬼というお言葉をお使いでしたけれども、そういうことに対して、クリアな答えができないと思います。本日いろんなお話をお伺いして勉強になりました。今後、生産局の皆様とは、幅広いおつき合いが始まると思っておりますので、よろしくをお願いします。

今、私が申し上げたことで、何か御意見とか、御回答はありますか。

農林水産省 基本的に、実際の流通のところは、商売の世界でありますので、なかなか役所が介入していくのは難しいところがあるのですけれども。

金丸座長 いやいや、協議会には、小売業、メーカー卸のステークホルダーは皆さん入っていらっしゃるよな。

農林水産省 それで、私どもも実態をお伺いするということ、その川下の方々からやらせていただきながら、実際に、正にトレースの関係とか、物流がどうなっているのかということ一つずつ伺いながら、問題をもっと深めていきたいと思っているのですが、今、そういったことをやっているということでございます。

金丸座長 ぜひ、一緒に研究させていただければと思います。

それでは、よろしいですか。

滝委員、どうぞ。

滝委員 先ほど、質問にありましたが、消費者にとっての緊急時に行なう入札について調べていただけるとありましたが、非常にその点には興味があります。それが消費者にきちんと届く一つのきっかけになるやり方かもしれないなど。もし、良い形ができていないのだったら、何故できるようにできないのかなということも教えていただければと思います。

金丸座長 今日出た御意見を御参考にさせていただいて、後日、資料や御回答をいただきたいと思います。

それでは、ありがとうございました。

本日は、アキダイ様、全日本洋菓子工業会様、農林水産省の皆様から、バターの需給の状況や、国内流通の現状等について御説明をいただきました。

本日の内容を踏まえた上で、農業ワーキング・グループとしても、今後、具体的な規制改革の取組にどう反映させていくかにつきまして検討を進めていきたいと思います。

今期の農業ワーキングでは、いかにして農業者の所得向上を実現していくか、いかにして農業が生み出した付加価値を地域に残し、地域経済の発展につなげていくかという観点から、消費者目線と、そして、農業者の方々の健全な事業承継という観点も意識した上で、充実した検討を行っていきたいと考えております。

それでは、本日はちょっと時間が超過してしまいまして申し訳ございません。本当に、本日はありがとうございました。