

食料システムにおける適正な価格形成の実現

農林水産省大臣官房新事業・食品産業部
企画グループ長
木村 崇之

目次

【Ⅰ 物価とコストの概況】

| | |
|----------------------------|---|
| ○長期的な物価の動向 | 3 |
| ○直近の物価の動向 | 4 |
| ○農業物価指数の動向 | 5 |
| ○適正な価格形成に関する協議会 | 6 |
| ○適正な価格形成のによる持続可能な食料システムの実現 | 7 |
| ○第1回適正な価格形成に関する協議会における主な意見 | 8 |

【Ⅱ 品目別の価格形成等】

| | |
|---------------------|----|
| Ⅱ-1 米の価格形成等 | 11 |
| Ⅱ-2 野菜の価格形成等 | 15 |
| Ⅱ-3 食肉（牛肉・豚肉）の価格形成等 | 19 |
| Ⅱ-4 飲用牛乳の価格形成等 | 23 |
| Ⅱ-5 豆腐・納豆の価格形成等 | 27 |

【Ⅲ 協議会の議論の状況】

| | |
|-----------------------------|----|
| ○「適正な価格形成に関する協議会」における議論の進め方 | 31 |
| ○両WGのこれまでの協議状況等① | 32 |
| ○両WGのこれまでの協議状況等② | 33 |
| ○両WGのこれまでの協議状況等③ | 34 |
| ○飲用牛乳の取引における現状と課題 | 35 |

【Ⅳ 農産物・食料の流通実態調査事業】

| | |
|--------------------------------------|----|
| ○食品流通段階別価格形成調査（平成29年度） | 38 |
| ○適正な価格形成に向けたコスト等に関する調査（令和5年度補正予算事業）① | 39 |
| ○適正な価格形成に向けたコスト等に関する調査（令和5年度補正予算事業）② | 40 |

【Ⅴ 今後の課題と研究面での期待】

| | |
|----------------------------|----|
| ○農産物・食品の価格形成に関する課題と研究面での期待 | 42 |
|----------------------------|----|

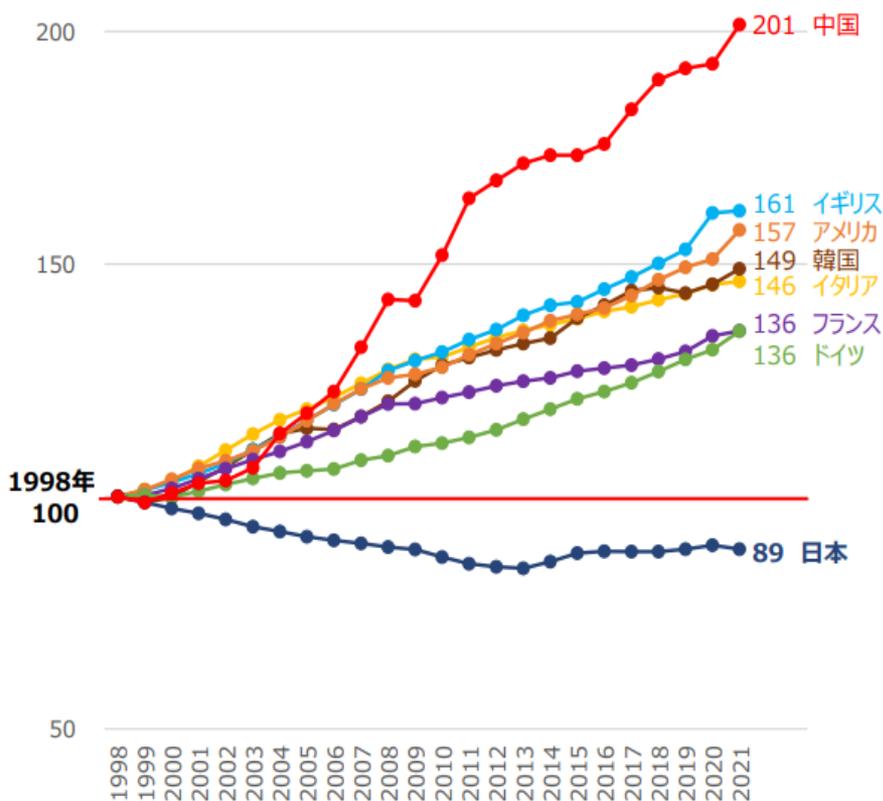
I 物価とコストの概況



長期的な物価の動向

- GDPデフレーター（国内経済全体の物価動向）は、1998年以降、各国で上昇するも、日本では**下降傾向**で推移している。
- 食料の**消費者物価指数**は、長期のデフレ下において、低位に推移していたが、**2014年以降上昇傾向**で推移している。

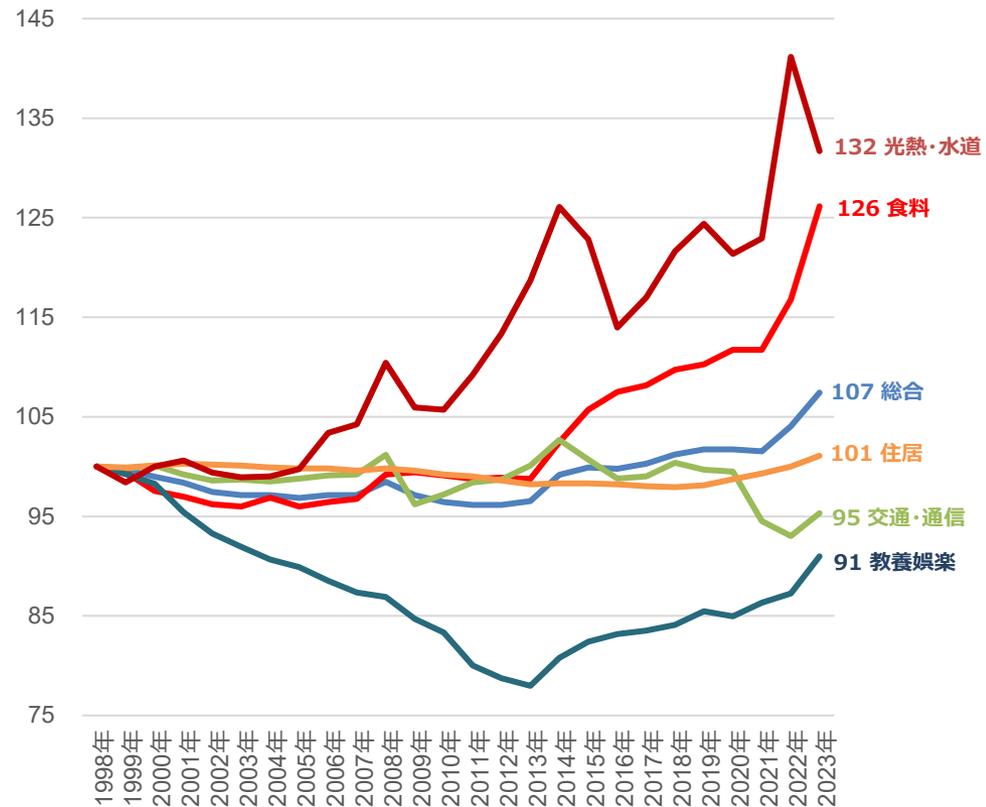
○各国におけるGDPデフレータの推移（1998年=100）



資料：THE WORLD BANK

注1：GDPデフレーターとは、(名目GDP) / (実質GDP) × 100で計算される、消費だけでなく、設備投資や公共投資なども含めた国内経済全体の物価動向を表す包括的な指標。
 注2：資料では2015年=100とされているものを、1998年=100とにおいて計算。

○消費者物価指数の推移（1998年=100）



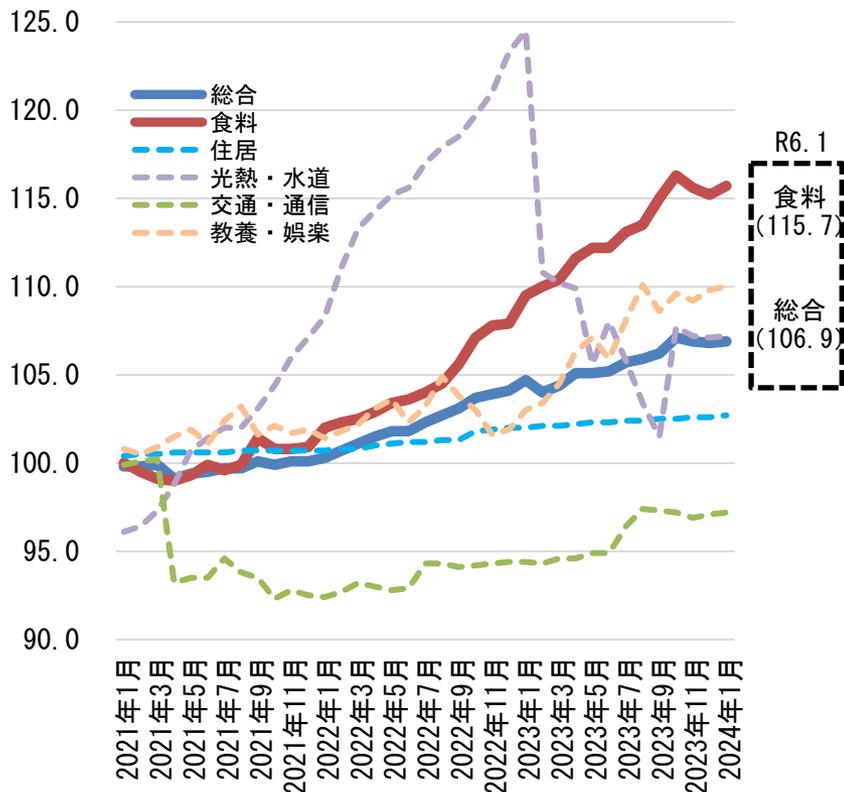
資料：総務省「消費者物価指数」(2020年基準消費者物価指数)

注：資料では2020年=100とされているものを、1998年=100とにおいて計算

直近の物価の動向

- 2021年9月以降、総合物価は上昇傾向。食料は、2021年9月以降、一貫して総合物価を上回って推移。
- 2024年1月時点、EU・米国では、日本に比べて食料価格の上昇が顕著。

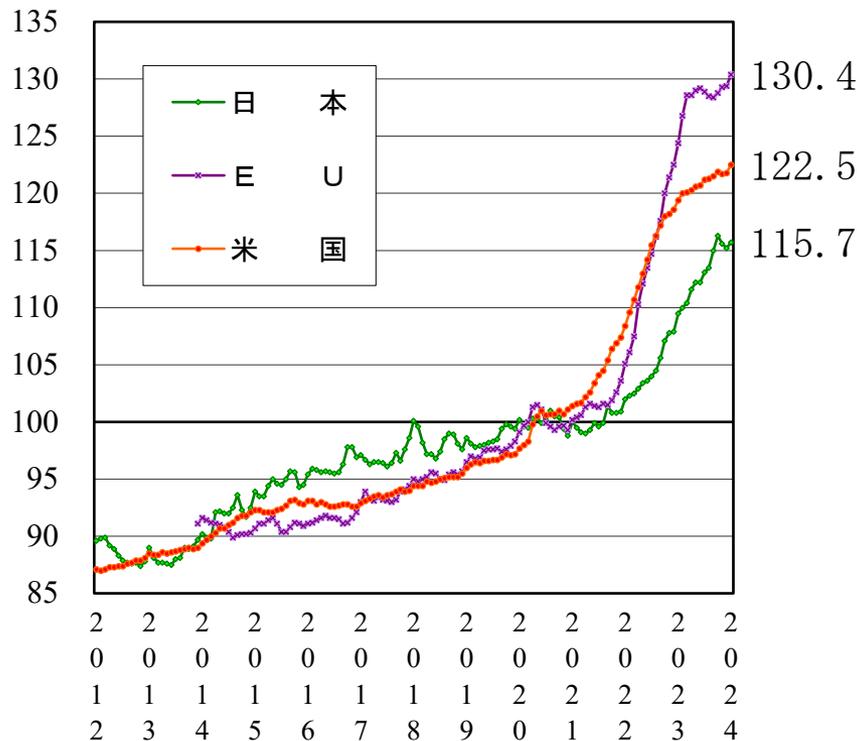
○直近の国内物価の動向



資料：総務省「消費者物価指数」（2020年基準）を基に農林水産省作成

○食料価格動向の諸外国との比較

(指数 2020年=100)



(出典) 日本：総務省「消費者物価指数」、EU：「EUROSTAT」、米国：米国労働省「LABSTAT」を基に農林水産省作成

注1：EUは2013年のクロアチア加入による第6次拡大後のデータを使用し、2020年2月以降は英国脱退後のデータを使用。

注2：日本の2014年4月及び2019年10月の上昇は主に消費税率引上げによるもの。

注3：日本は2021年8月に基準年を2015年から2020年に変更。

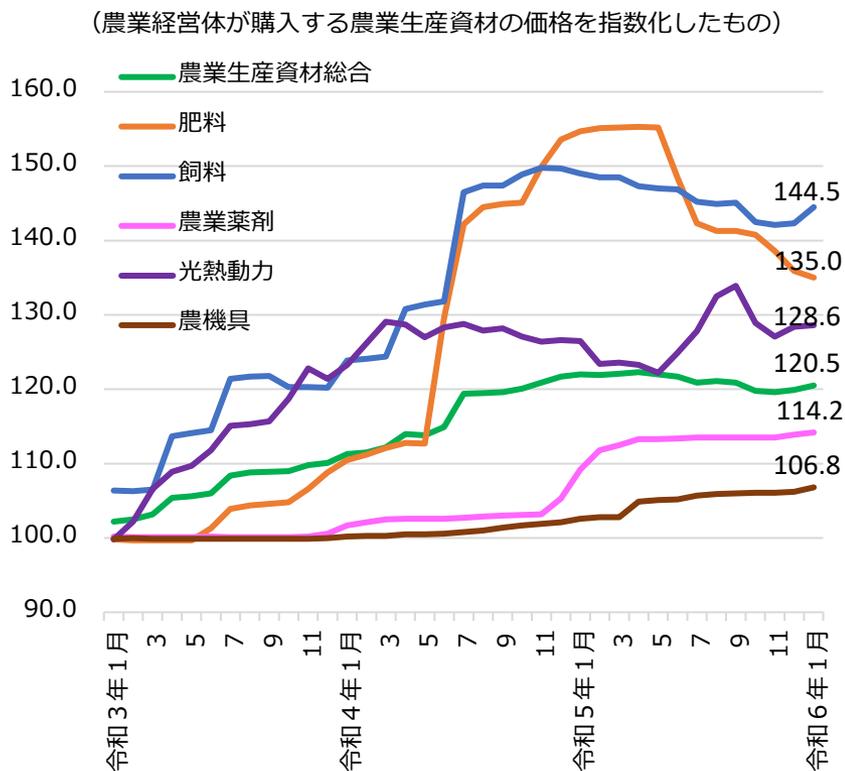
各国の出典の基準年はEUが2015年、米国が1982-84年であり、本資料の数値は農林水産省にて2020年を基準年として換算したものの。

農業物価指数の動向



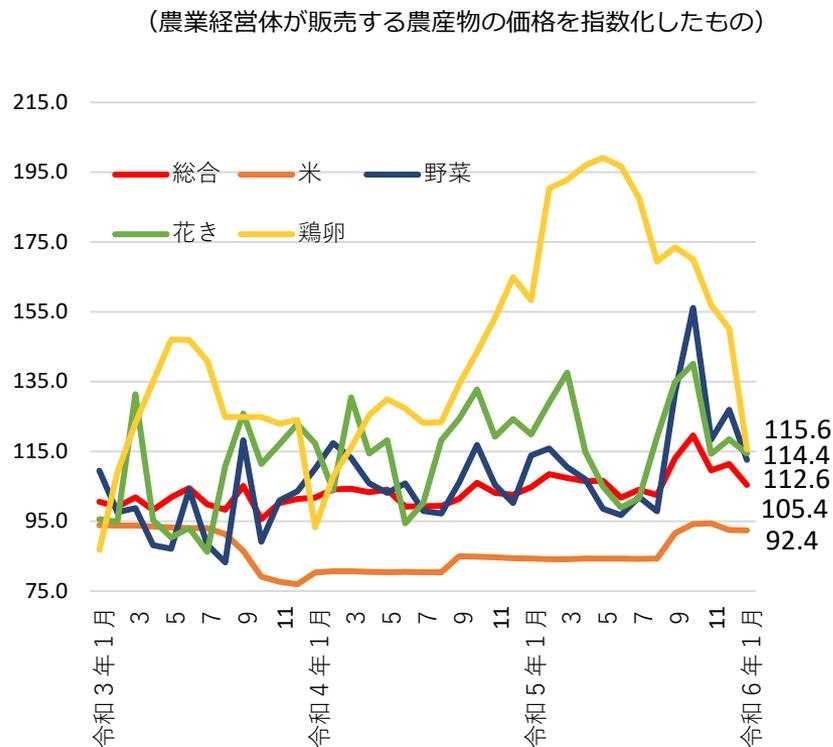
- 農業生産資材の価格は、2021年頃から**上昇傾向**であり、特に肥料及び飼料の価格指数は、令和4年に急上昇。令和5年以降も引き続き高水準で推移。
- 農産物の価格は、調査項目（総合、米、野菜、花き、鶏卵）のうち鶏卵を除き、**おおむね横ばい**で推移。野菜、花は変動が大きい。

【農業生産資材価格指数の推移】（令和2年=100）



資料：農林水産省「農業物価統計指数（令和2年基準）」（令和5年2月）を基に作成

【農産物価格指数の推移】（令和2年=100）



資料：農林水産省「農業物価統計指数（令和2年基準）」（令和5年2月）を基に作成

適正な価格形成に関する協議会



構成員

【生産者】

| | | |
|-------------|--------|------|
| 全国農業協同組合中央会 | 馬場 利彦 | 専務理事 |
| 全国農業協同組合連合会 | 齊藤 良樹 | 常務理事 |
| 日本農業法人協会 | 井村 辰二郎 | 副会長 |
| 中央酪農会議 | 隈部 洋 | 副会長 |

【製造業者】

| | | |
|----------|-------|------|
| 食品産業センター | 荒川 隆 | 理事長 |
| 日本乳業協会 | 沼田 一政 | 専務理事 |

【流通業者】

| | | |
|--------------|-------|------|
| 全国中央市場青果卸売協会 | 出田 安利 | 専務理事 |
| 日本加工食品卸協会 | 時岡 肯平 | 専務理事 |

【小売業者】

| | | |
|---------------|-------|------|
| 日本チェーンストア協会 | 牧野 剛 | 専務理事 |
| 日本スーパーマーケット協会 | 江口 法生 | 専務理事 |
| 全国スーパーマーケット協会 | 島原 康浩 | 常務理事 |

【外食・中食業者】

| | | |
|-------------|-------|------|
| 日本フードサービス協会 | 金丸 康夫 | 専務理事 |
| 日本惣菜協会 | 黒田 久一 | 副会長 |

【消費者】

| | | |
|-------------|--------|------|
| 日本生活協同組合連合会 | 二村 睦子 | 常務理事 |
| 全国消費者団体連絡会 | 郷野 智砂子 | 事務局長 |
| 主婦連合会 | 田辺 恵子 | 副会長 |

【学識経験者】

| | | |
|------|-------|--------|
| 九州大学 | 福田 晋 | 理事・副学長 |
| 宮城大学 | 三石 誠司 | 副学群長 |

開催実績・予定

| 月日 | 会合 |
|---------|---|
| 8月 29日 | 第1回 適正な価格形成に関する協議会 |
| 10月 11日 | 第2回 適正な価格形成に関する協議会 → ワーキンググループの設置を決定 |
| 20日 | 第1回 飲用牛乳ワーキンググループ |
| 30日 | 第1回 豆腐・納豆ワーキンググループ |
| 11月 17日 | 第2回 飲用牛乳ワーキンググループ |
| 28日 | 第2回 豆腐・納豆ワーキンググループ |
| 12月 27日 | 第3回 適正な価格形成に関する協議会 |
| 2月 9日 | 第3回 豆腐・納豆ワーキンググループ |
| 3月 15日 | 第3回 飲用牛乳ワーキンググループ |

適正な価格形成による持続可能な食料システムの実現



【直面する課題】

原材料価格の高騰や急速な円安の進行など、農業・食品産業の事業環境が急激に変化。



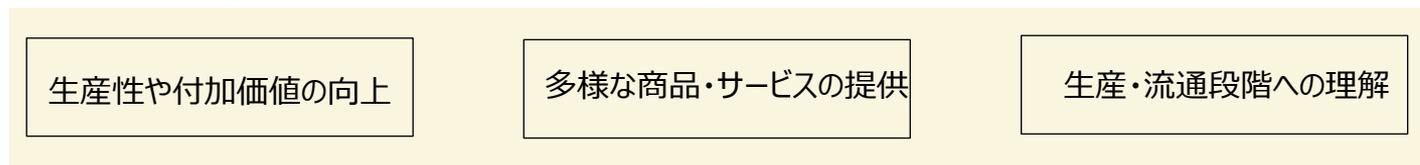
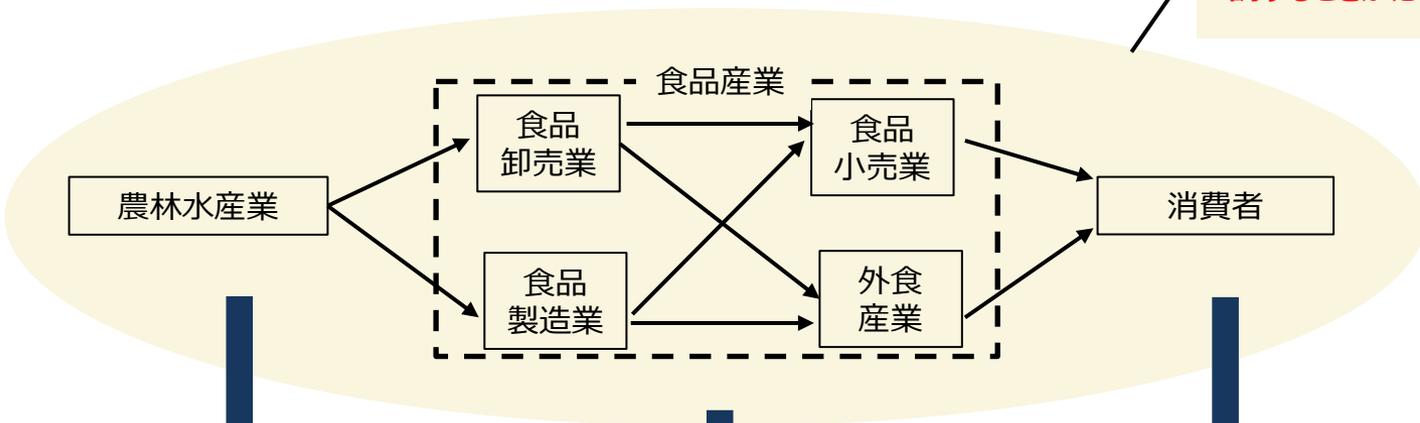
【本協議会の目的】

生産から消費までの各段階の関係者が一堂に集まり、適正な価格形成の在り方を協議。



【目指すべき食料システムの姿】

消費者の理解の下、食料システムの持続性を確保するために、協調することが必要。



持続可能な食料システムを実現

第1回適正な価格形成に関する協議会における主な意見



| | |
|--------------|--|
| 生産者に向けて | <ul style="list-style-type: none">交渉に当たり必要な客観的な数字やエビデンスを用意すること消費者に対し、コスト高騰の要因、生産者の置かれている状況をわかりやすく伝えること新しいニーズ・需要の創出や、異なる市場に売るといった取組を行うこと |
| 製造業者に向けて | <ul style="list-style-type: none">新商品開発やパッケージの工夫等により、従来品との差別化を図りながら転嫁をしていくこと魅力的な国産品の開発等により、消費者の心を掴む工夫をすること |
| 流通業者に向けて | <ul style="list-style-type: none">(特に加工食品について) 値上げの原因や背景を見える化し、説明能力を持つこと規格書やクレートの統一等により生産性の向上に取り組むこと |
| 小売業者に向けて | <ul style="list-style-type: none">物流の見直し(リードタイムの見直し等)により今までの仕事のやり方を変えていくこと |
| 食料システム全体に関して | <ul style="list-style-type: none">再生産可能な価格による食料の安定供給を目指すべき。農産物流通や食品流通は、多様な流通経路があるので、さらに深堀りをしていくのであれば、その品目や流通経路の違いに応じて分科会のような形で深堀りしていく考え方もあるのではないか。価格決定は、個々の市場参加者が行うものなので、規制的な措置の導入には相当慎重に議論をしていくべき。持続可能な食料供給の実現については、どの品目を施策の対象にしていくべきなのか、相当厳しく議論していくべき。 |

Ⅱ 品目別の価格形成等



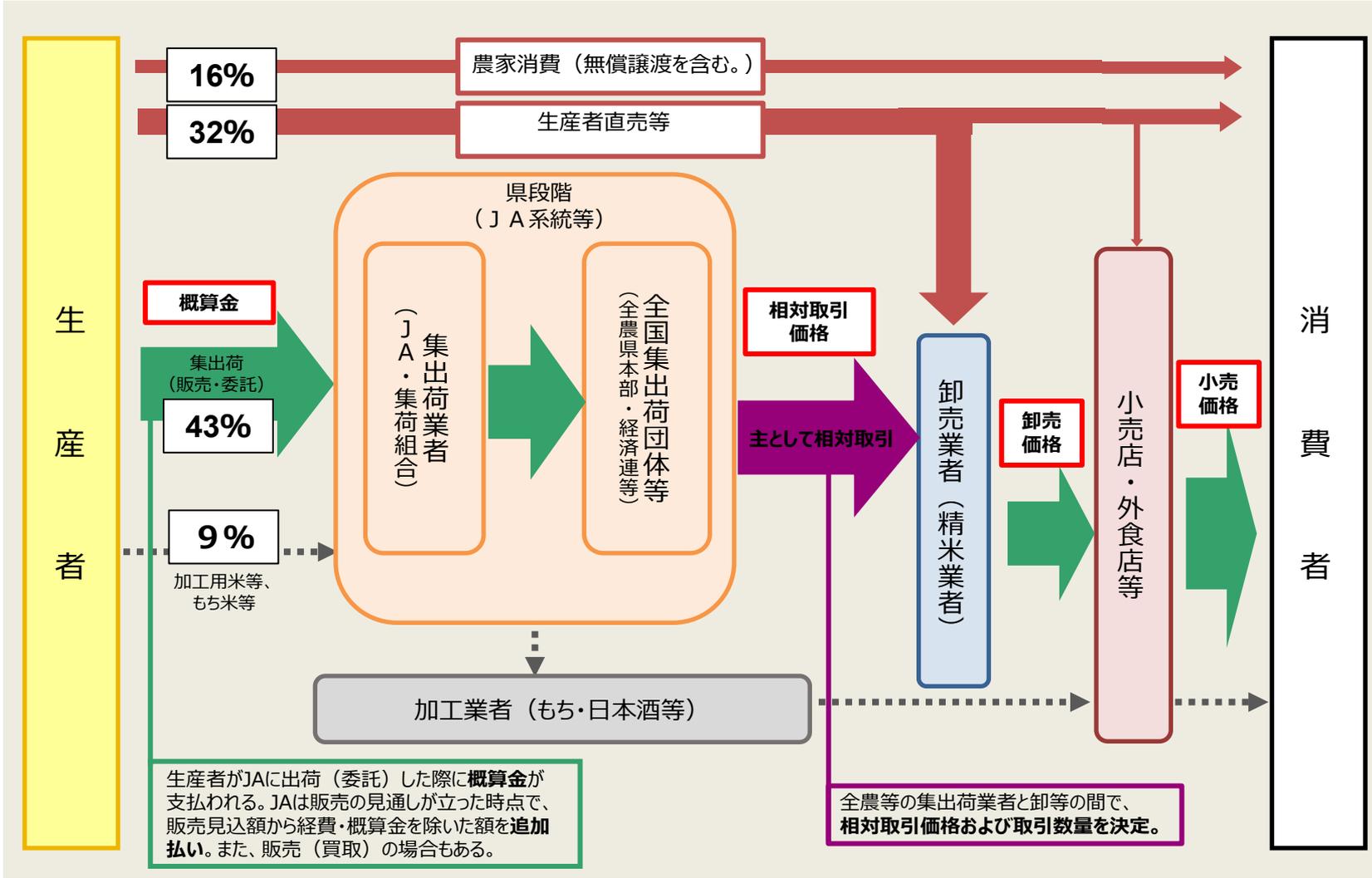
Ⅱ-1 米の価格形成等





品目①：米（流通経路）

- 流通経路は、JA等→全農県本部等→卸売業者→小売・実需が基本であるが、消費・販売の実情に応じて実態は様々であり、流通経路は複雑。
- 産地銘柄ごとの需給・品質を踏まえ、主に相対取引で価格が形成。県単位・地域単位でJAが**概算金**を決定するとともに、全農・卸間で**相対取引価格**及び取引数量が決定される等、各取引段階で多様な価格が存在。

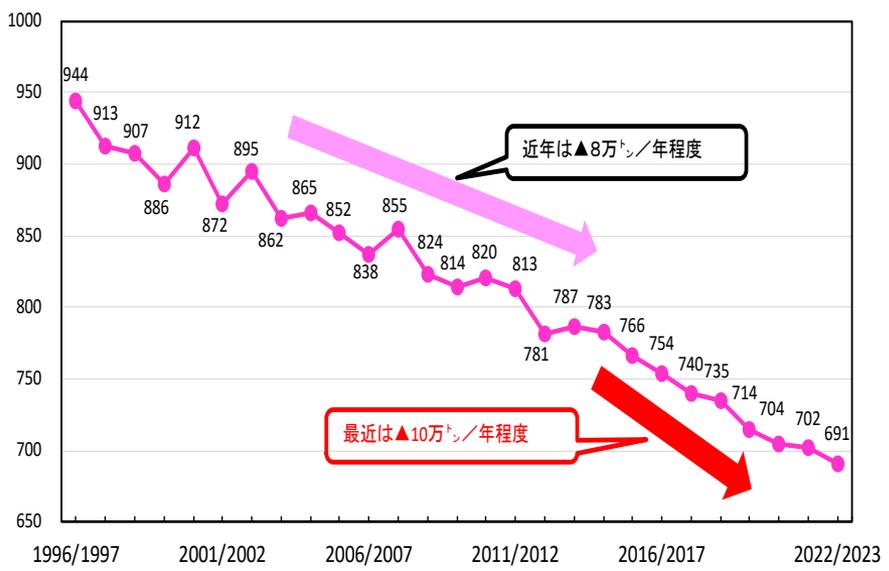


(※) 実際には、集出荷業者から小売店・外食店等への直接販売等、多様な流通経路が存在する。

品目①米（価格の動向）

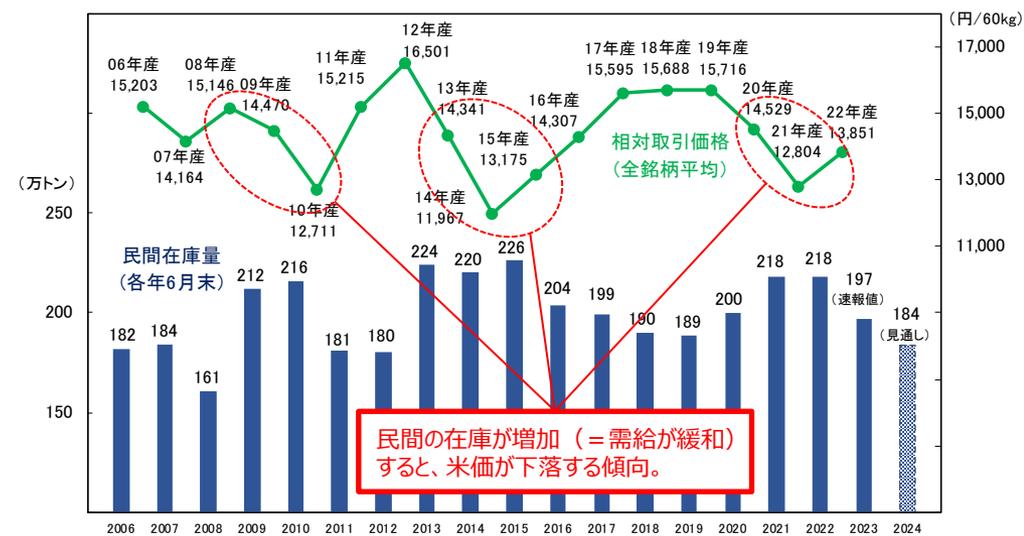
- 主食用米の需要が毎年減少する中、水田活用直接支払交付金等により主食用米から他の作物への作付転換を推進。
- 価格は、民間在庫水準等により、大きく変動。品種・銘柄間の価格差も大きい。

○ 主食用米の需要量の推移



出典：農林水産省「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針」

○ 相対取引価格と民間在庫量の推移



出典：農林水産省「米をめぐる状況について」、「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針」及び「米に関するマンスリーレポート」
 注：相対取引価格は、当該年産の出回りから翌年10月まで（2022年産は出回りから2023年8月までの速報値）の通年平均価格であり、運賃、包装代、消費税相当額が含まれている。
 注：相対取引価格の全銘柄平均価格とは、出回っている産地品種銘柄別の価格の平均値である。

○ 米の価格形成に関連する施策

- ・主食用米からの作付転換
 - －水田活用の直接支払交付金等（3050億円※2023当初、2022補正）
 - －畑地化促進事業（250億円※2022補正）
- ・主食用米の長期計画販売
 - －米穀周年供給・需要拡大支援事業（50億円※2023当初）
- ・肥料高騰対策
 - －肥料価格高騰対策事業（788億円※2022予備費）
- ・セーフティネット対策
 - －収入減少影響緩和対策（528億円※2023当初）
 - －収入保険（306億円※2023当初）
 - －農業共済（801億円※2023当初）

○ 銘柄別の相対取引価格（2022年産米の年産平均（2023年8月まで）） （玄米60kg税込み）

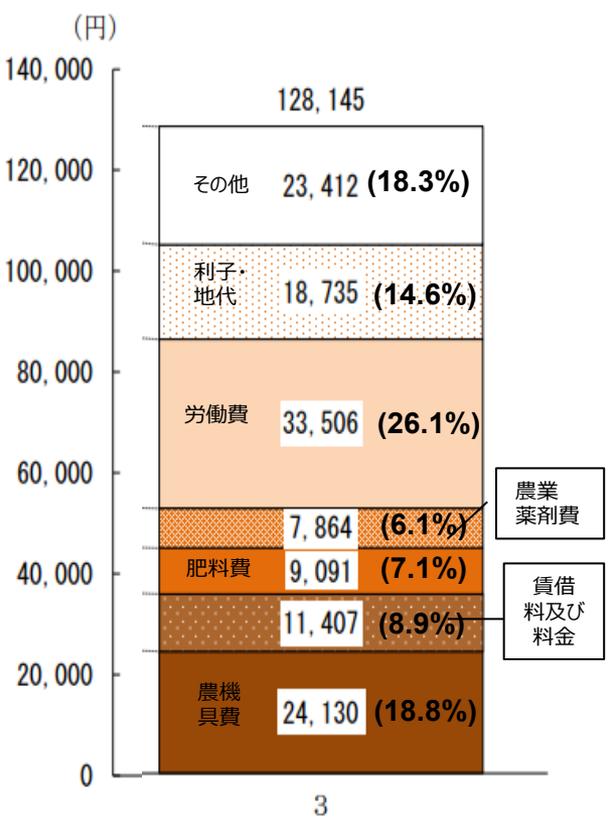
| 銘柄 | 相対取引価格 |
|--------------|---------|
| 全銘柄平均 | 13,851円 |
| コシヒカリ（新潟一般） | 16,555円 |
| コシヒカリ（新潟魚沼産） | 21,013円 |
| つや姫（山形） | 18,506円 |
| コシヒカリ（栃木） | 13,344円 |
| ふさこがね（千葉） | 11,332円 |



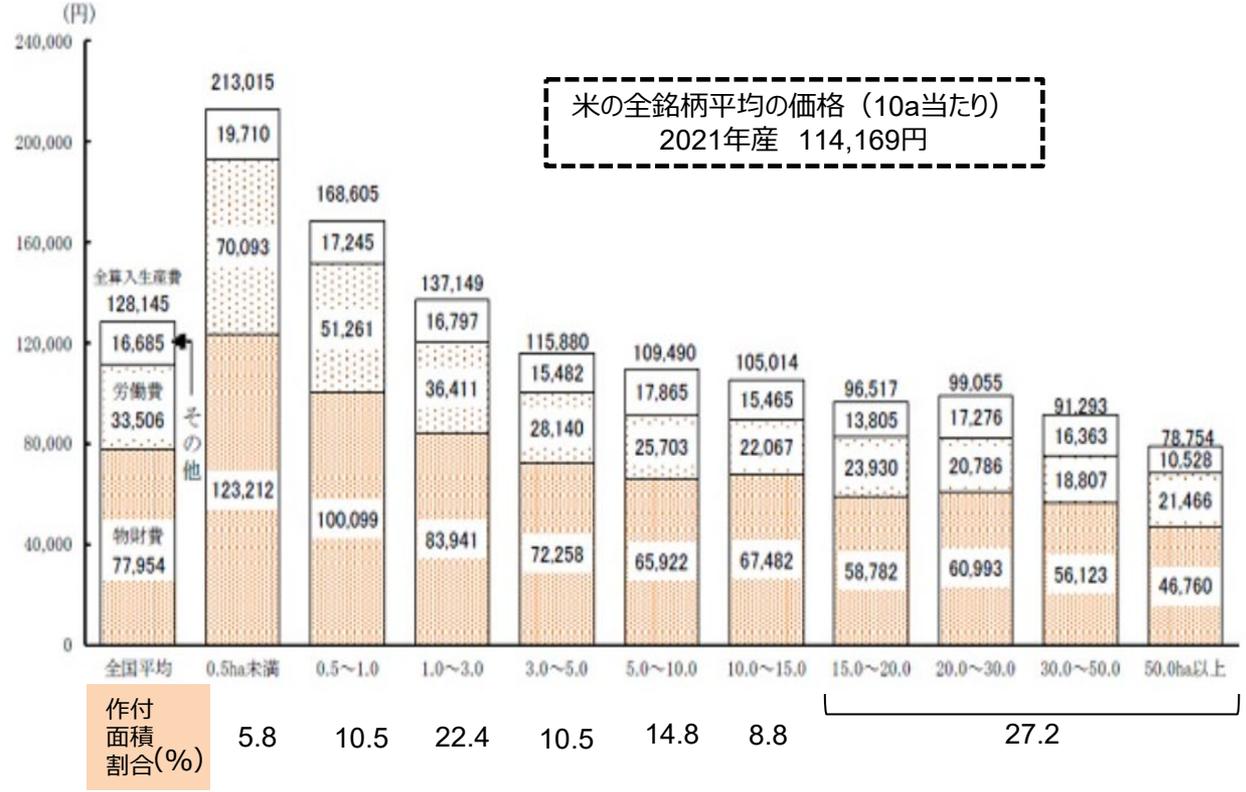
品目①：米（生産コストの構造）

- 米の生産コストは、労働費26.1%、農機具費18.8%、賃借料8.9%、肥料費7.1%、農業薬剤費6.1%等で構成。
- 作付面積の規模によって、生産費の水準は大きく異なる。

○ 米の全算入生産費（2021年産）
（個別経営・全国、10a当たり）



○ 作付規模別全算入生産費



資料：農林水産省「農産物生産費統計」
注：ラウンドの関係で割合の足し上げは100%にならない。

注：作付面積割合については、農林水産省「2020年農林業センサス」のうち「販売目的の水稲作付経営体数と作付面積」を基に算定。

Ⅱ-2 野菜の価格形成等

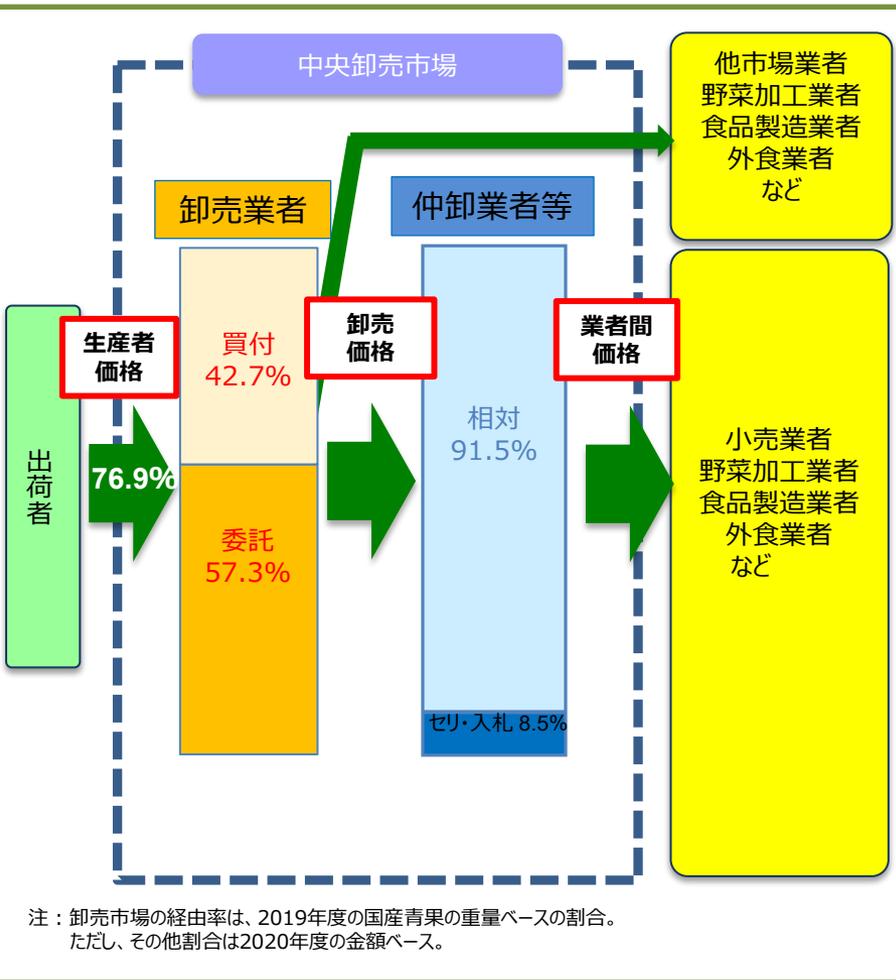


品目②野菜（流通経路）

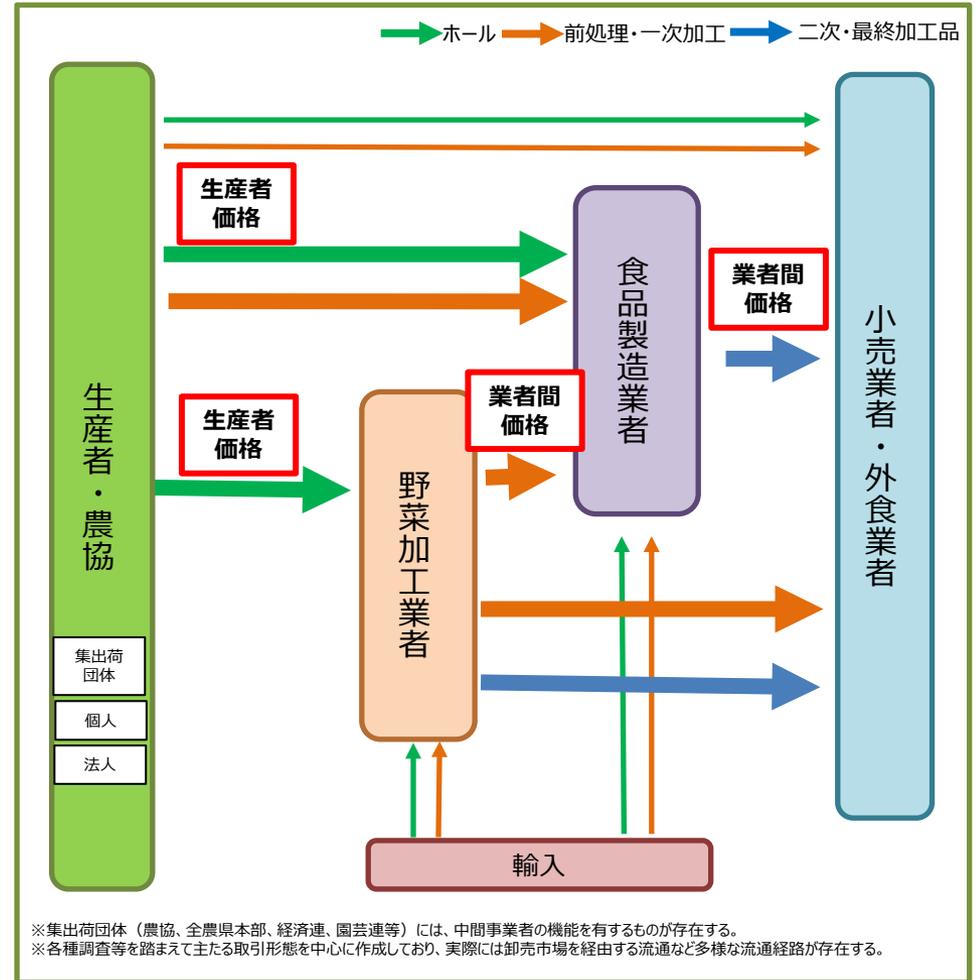
- 野菜の流通は、単協→全農県本部等→卸売市場→小売・実需が基本だが、全国各地の実情に応じて実態は区々。関係者も多岐多数であるため、**流通経路は複雑**。
- 加工・業務用野菜は契約取引も存在し、**用途の違いにより異なる取引価格が存在**。

○青果物の取引構造（中央卸売市場）

※青果物には野菜及び果実が含まれる。



○野菜の契約取引構造（加工・業務用野菜の例）

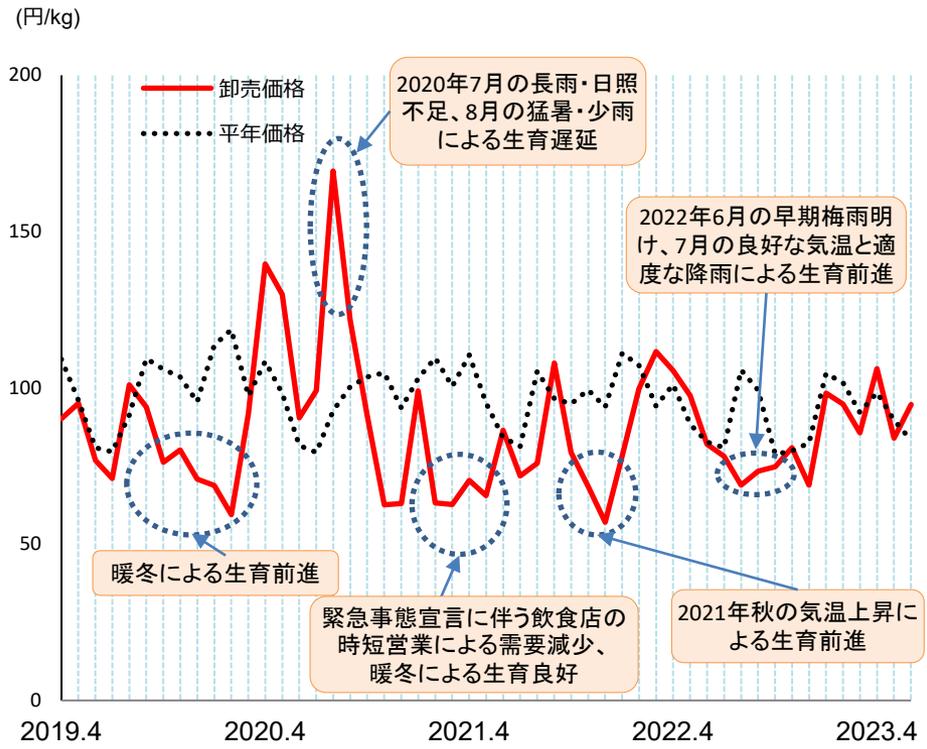




品目②野菜（価格の動向）

- 卸売市場で取引される野菜は需給に基づき価格が決定。
- 天候による作柄変動や保存性の乏しさに伴う供給量の増減や品目・産地・時期等に応じて価格は常時大きく変動。

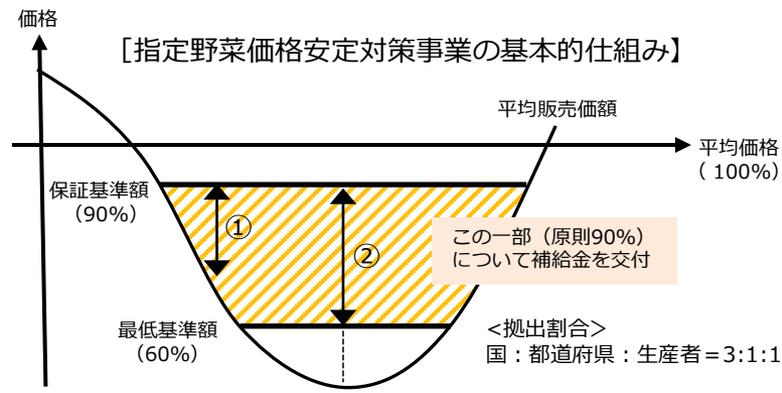
○キャベツの卸売価格（月別）推移



出典：（独）農畜産業振興機構「ベジ探」旬別価格・出荷量（東京都中央卸売市場）を基に作成
 注： 平均価格は、前年以前の5か年平均を指す

○野菜の価格形成に関連する施策

- ・セーフティネット対策
 - －野菜価格安定対策事業（所要額156億円※2023当初）
 - －収入保険（306億円※2023当初）
- ・生産資材等高騰対策
 - －施設園芸等燃料価格高騰対策（85億円※2022補正）
 - －肥料価格高騰対策事業（788億円※2022予備費）



- ①平均販売価額が保証基準額を下回る場合
 ⇒平均販売価額と保証基準額の差額の一部を交付
- ②平均販売価額が最低基準額を下回る場合
 ⇒保証基準額と最低基準額の差額の一部を交付

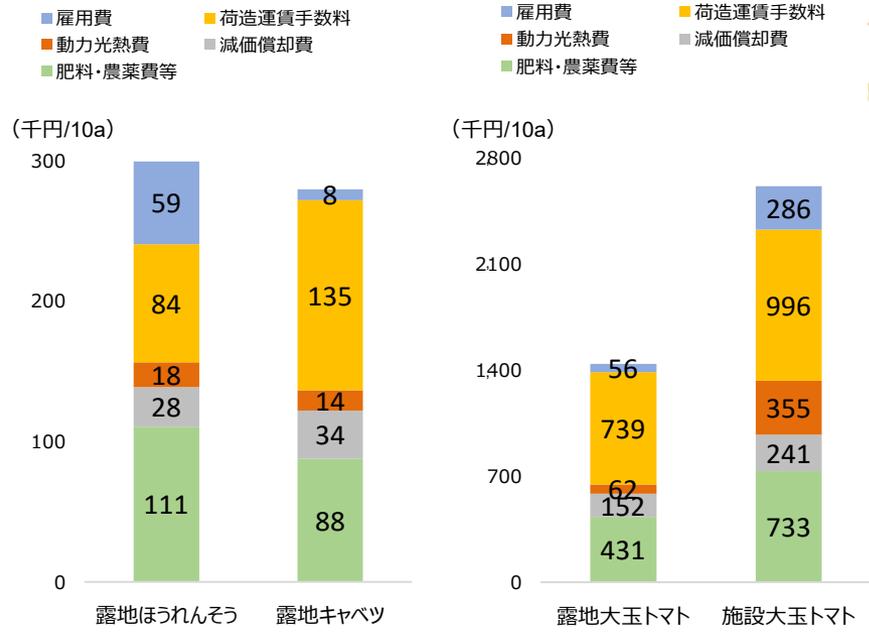


品目②野菜（生産コストの構造）

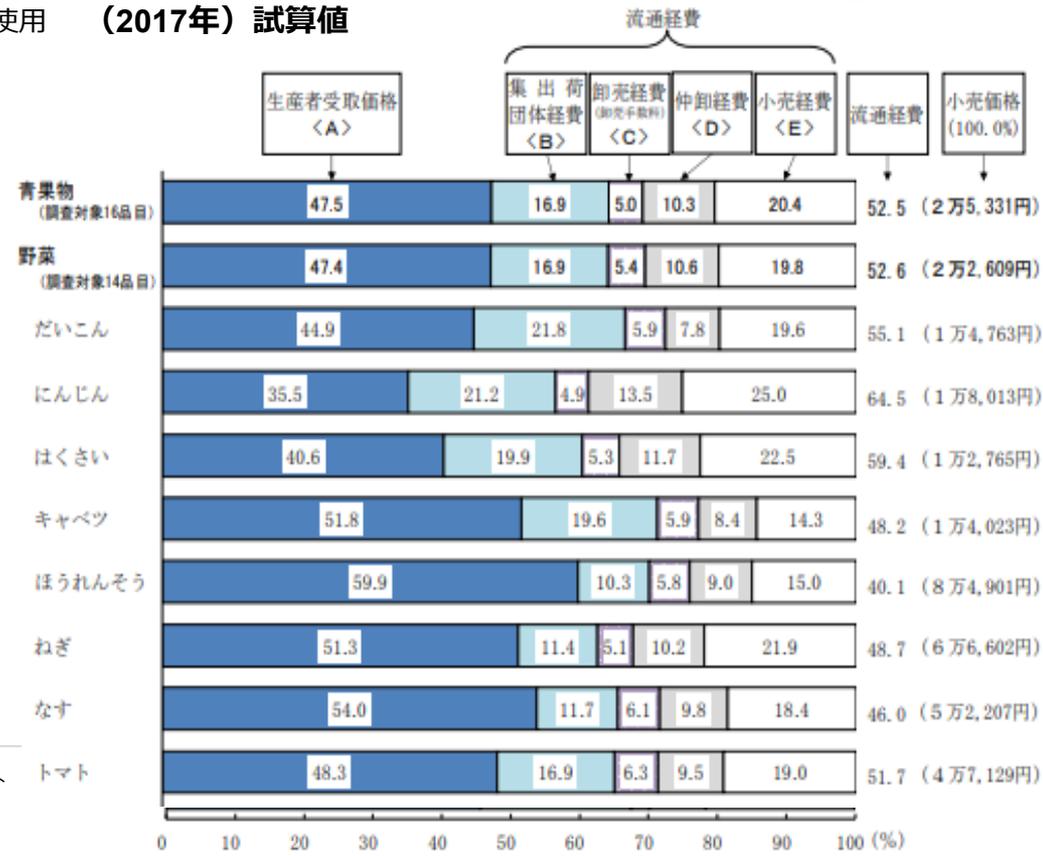
- 野菜は、品目や栽培方法（露地、施設など）によって、生産コストの構成割合が大きく異なる。
- 小売価格に占める流通経費の割合は、おおむね5割前後であるが、品目によっては大小がある。

○主要野菜の生産コストの例

※「営農類型別経営統計」の部門別収支における農業経営費の項目を使用



○品目別の小売価格に占める各流通経費等の割合（100kg 当たり）（2017年）試算値



資料：農林水産省「営農類型別経営統計」（2021年）を基に作成
 注：生産コストの例の項目として取り上げているものは、部門別収支における農業経営費の項目を参照。「肥料・農薬費等」には、種苗費・肥料費・農薬衛生費・諸材料費・農具費を含む。

資料：農林水産省「食品流通段階別価格形成調査報告」（2017年度）

Ⅱ-3 食肉（牛肉・豚肉）の価格形成等



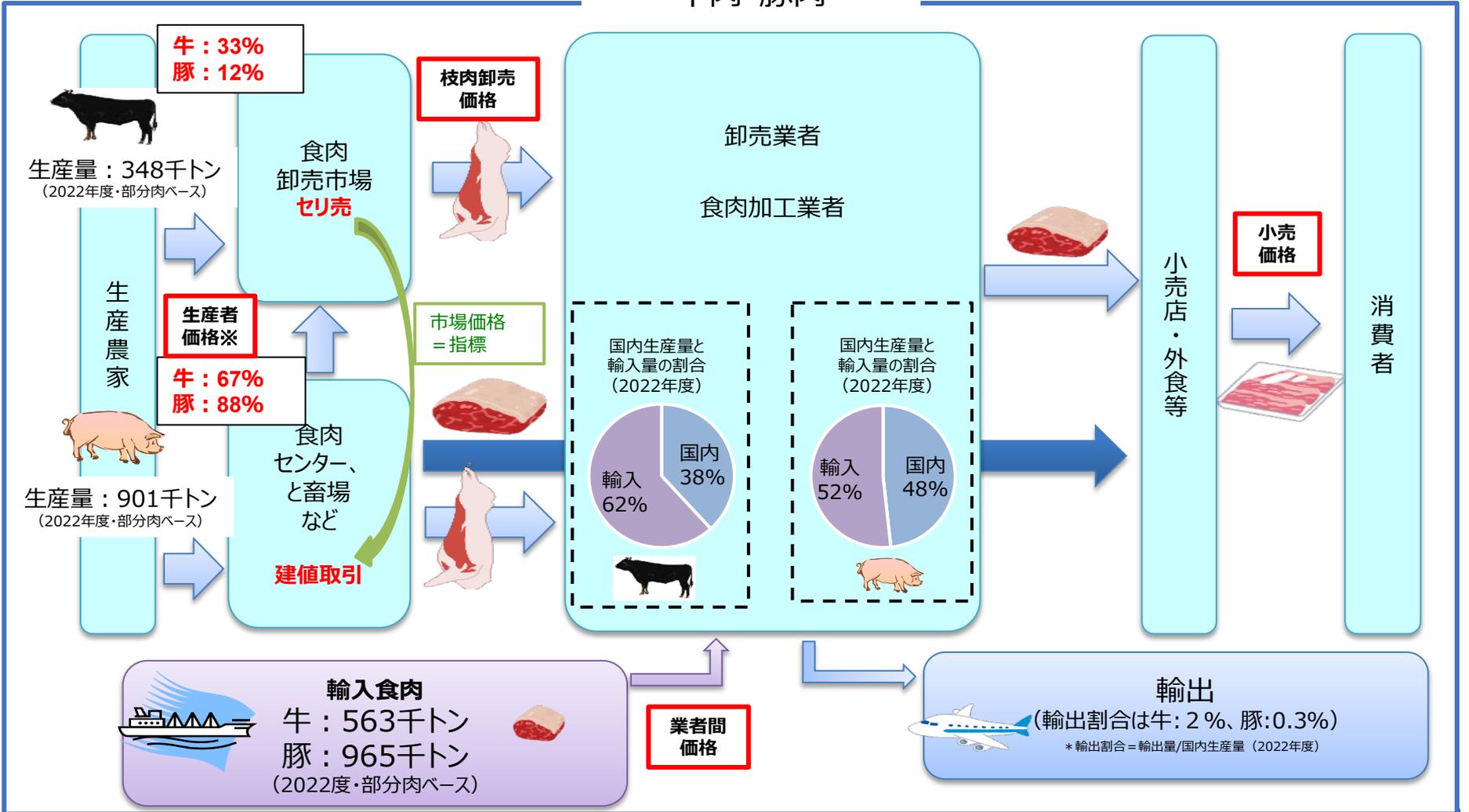


品目③食肉（牛肉・豚肉）（流通経路）

○ 流通は、生産者→食肉センター→卸売・加工→小売が主流だが、全国各地の実情に応じて**実態は様々**。関係者も多岐。

- ・セリ売：多数の購買者が価格をセリ合い一番高い価格をつけた者が買い受ける取引。枝肉卸売価格を形成。
- ・建値取引：卸売市場の価格を参考にした取引。

牛肉・豚肉

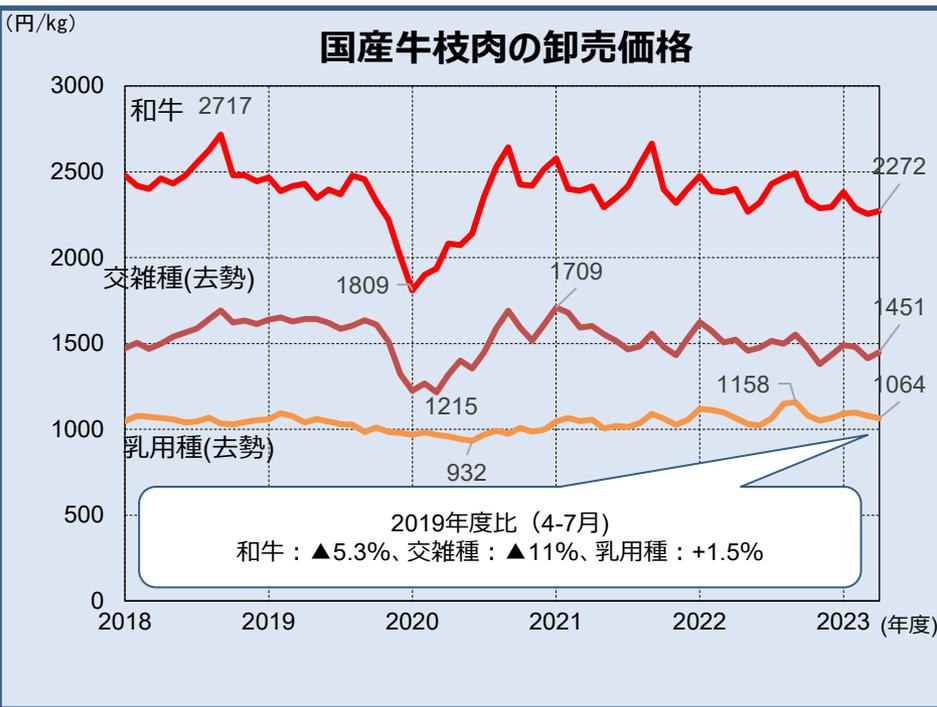


※生産者価格は、枝肉卸売価格から市場手数料等を引いたもの

品目③食肉（牛肉・豚肉）（価格の動向）



- 牛肉・豚肉は、外国産との競合もある中で、全国各地の**食肉卸売市場**において需給に応じた価格が形成（セリ売）。
- その価格を参考として**食肉センター等**において取引（**建値取引**）が行われるなど、**多様な価格形成**が存在。



資料：農林水産省「畜産物流通統計」（中央食肉10市場（全規格加重平均））

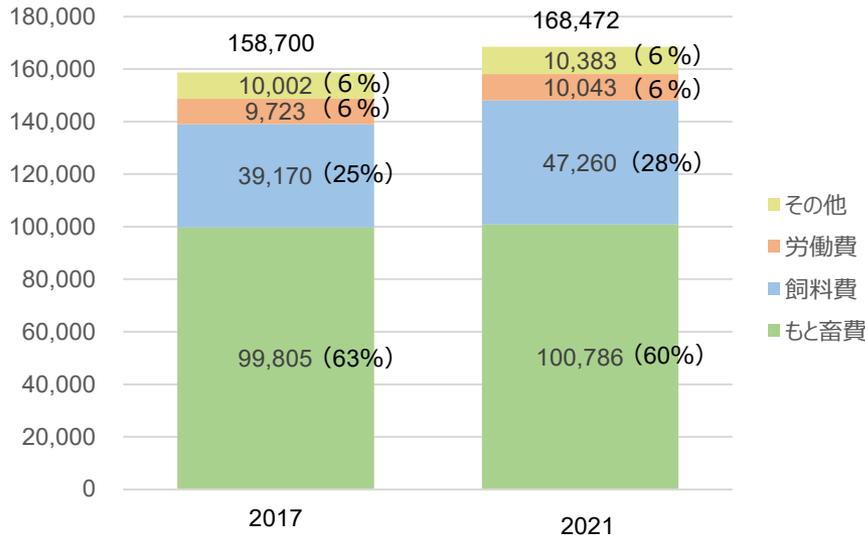


資料：農林水産省「畜産物流通統計」（中央食肉10市場（全規格加重平均））

品目③食肉（牛肉・豚肉）（生産コストの構造）

- 肥育牛（和牛）の生産コストの構成は、もと畜費60%、飼料費28%、労働費6%など。
- 肥育豚の生産コストの構成は、飼料費63%、労働費13%など。

（円） ○肥育牛（和牛）の生産費



資料：農林水産省「畜産物生産費統計」を基に作成
 注：去勢若齢肥育牛生体100kg当たりの物財費及び労働費の全国平均
 注：その他には、敷料費、光熱水料及び動力費、その他の諸材料費、獣医師料及び医薬品費、賃借料及び料金、物件税及び公課諸負担、建物費、自動車費、農機具費、生産管理費を含む

○生産者の経営安定に資する施策

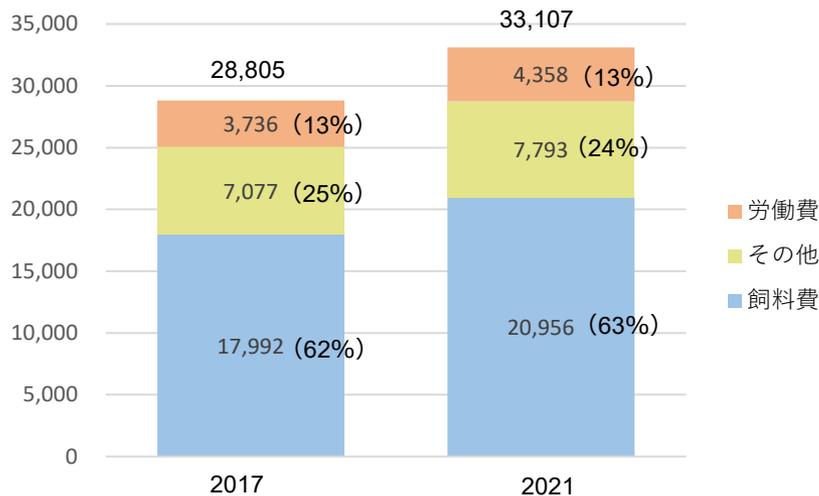
・セーフティネット対策

- －肉用牛肥育経営安定交付金（牛マルキン）（977億円（所要額）※2023年度）
- －肉豚経営安定交付金（豚マルキン）（168億円（所要額）※2023年度）

・激変緩和対策

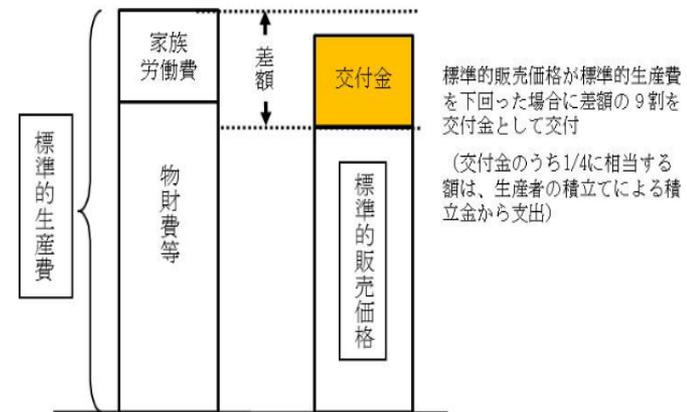
- －配合飼料高騰対策（2,092億円 ※2021補正・2022予備費・2022補正）

（円） ○肥育豚の生産費



資料：農林水産省「畜産物生産費統計」を基に作成
 注：肥育豚生体100kg当たりの物財費及び労働費の全国平均
 注：その他には、種付料、もと畜費、敷料費、光熱水料及び動力費、その他の諸材料費、獣医師料及び医薬品費、賃借料及び料金、物件税及び公課諸負担、繁殖雌豚費、種雄豚費、建物費、自動車費、農機具費、生産管理費を含む

[マルキンの制度概要]



Ⅱ-4 飲用牛乳についての価格形成等



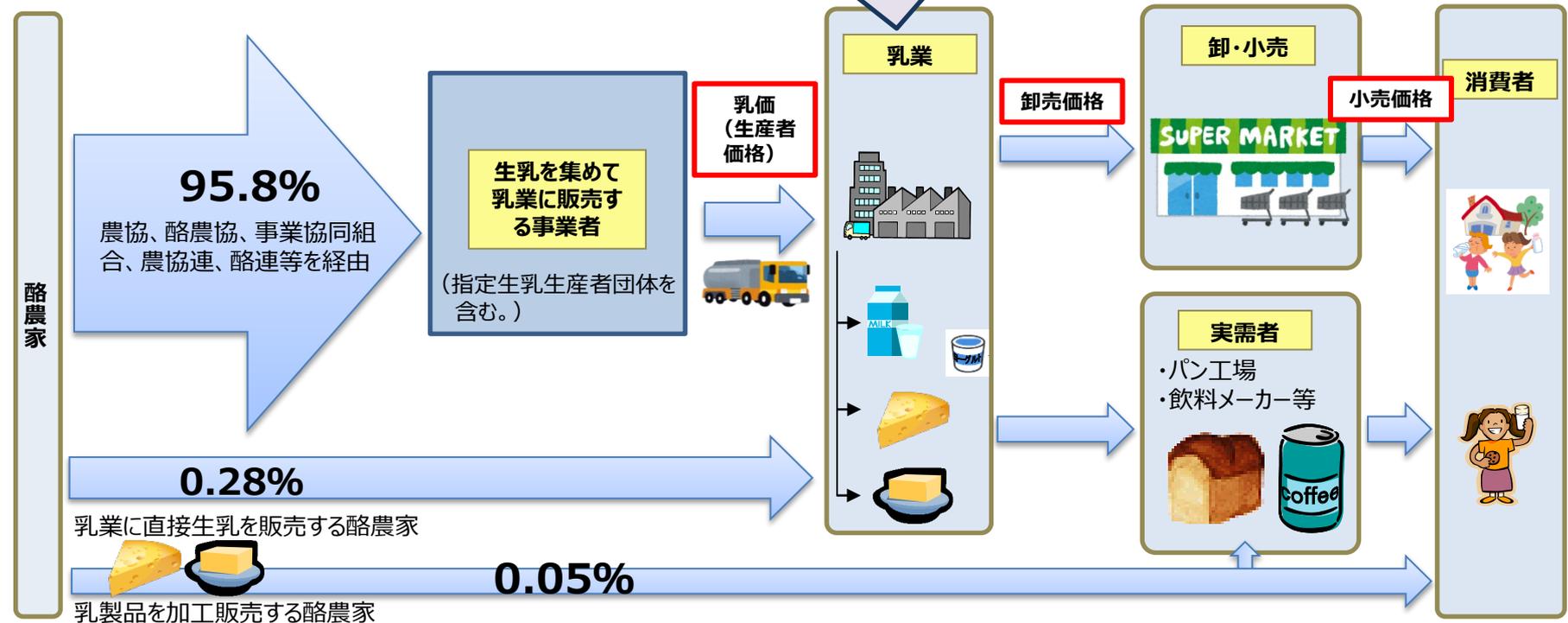
品目④ 飲用牛乳（流通経路）

- 流通は、酪農家→指定生乳生産者団体→乳業→小売が主流。
- 製品である牛乳については、**いわゆる日配品**で日持ちがせず、特売の対象となりやすい傾向。

・乳価交渉（相対）：当事者（指定団体等と乳業）間による、生産コストや需給を踏まえた価格設定（原則年1回）

乳業メーカーによる飲用牛乳生産量のうち
 大手乳業3社：約2割
 それ以外：約8割

注：牛乳乳製品課調べで飲用牛乳販売量等の割合を記載（2022年度）。



注：農林水産省「牛乳乳製品統計」の全国生乳生産量に対する農畜産業振興機構「交付対象事業者別の販売生乳数量等」の販売生乳数量の割合を記載（2022年度）。

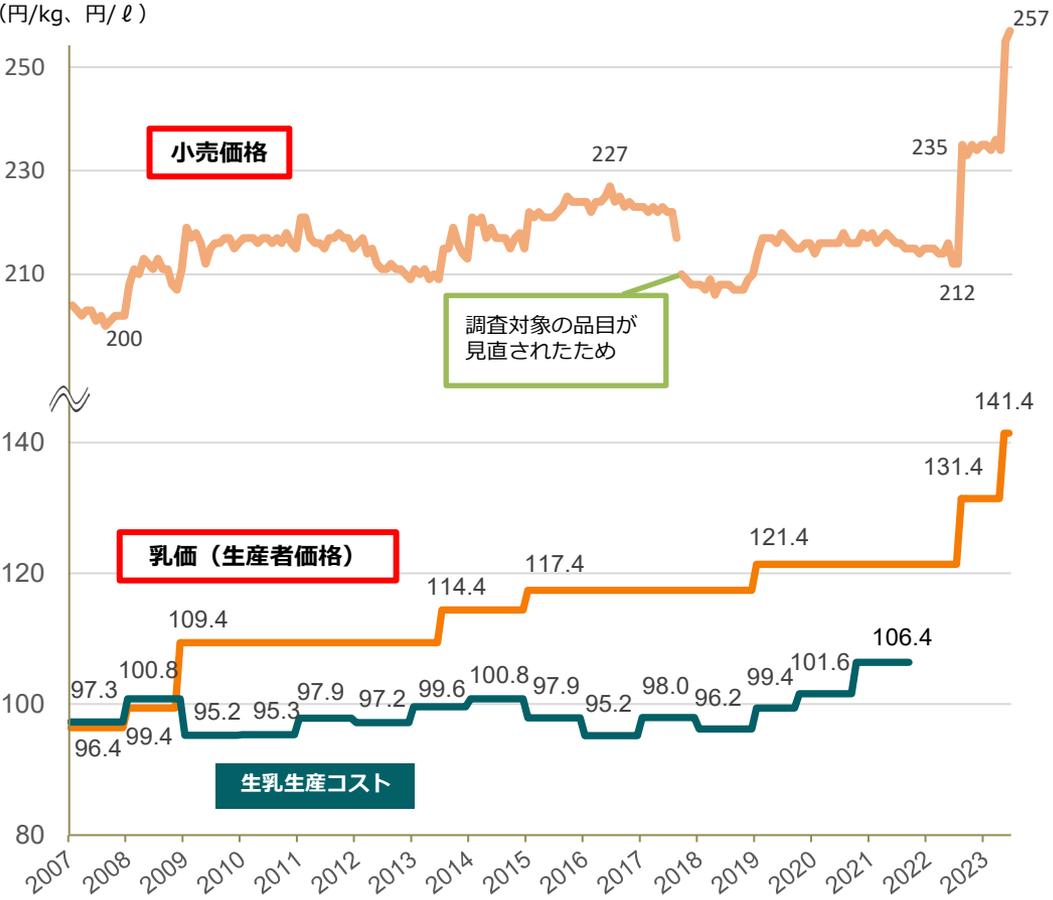


品目④ 飲用牛乳（価格の動向）

- 飲用牛乳の原料となる生乳については、主に都道府県の**指定生乳生産者団体・乳業間**において、生産コストや需給を考慮した**乳価交渉**により価格設定。
- 価格形成に係る関係者が比較的限定され、**大手乳業との交渉結果**が生乳買取価格の**全国的な相場**を形成。

○ 乳価等について

(円/kg、円/ℓ)



調査対象の品目が見直されたため

○ 生産者の経営安定に資する施策

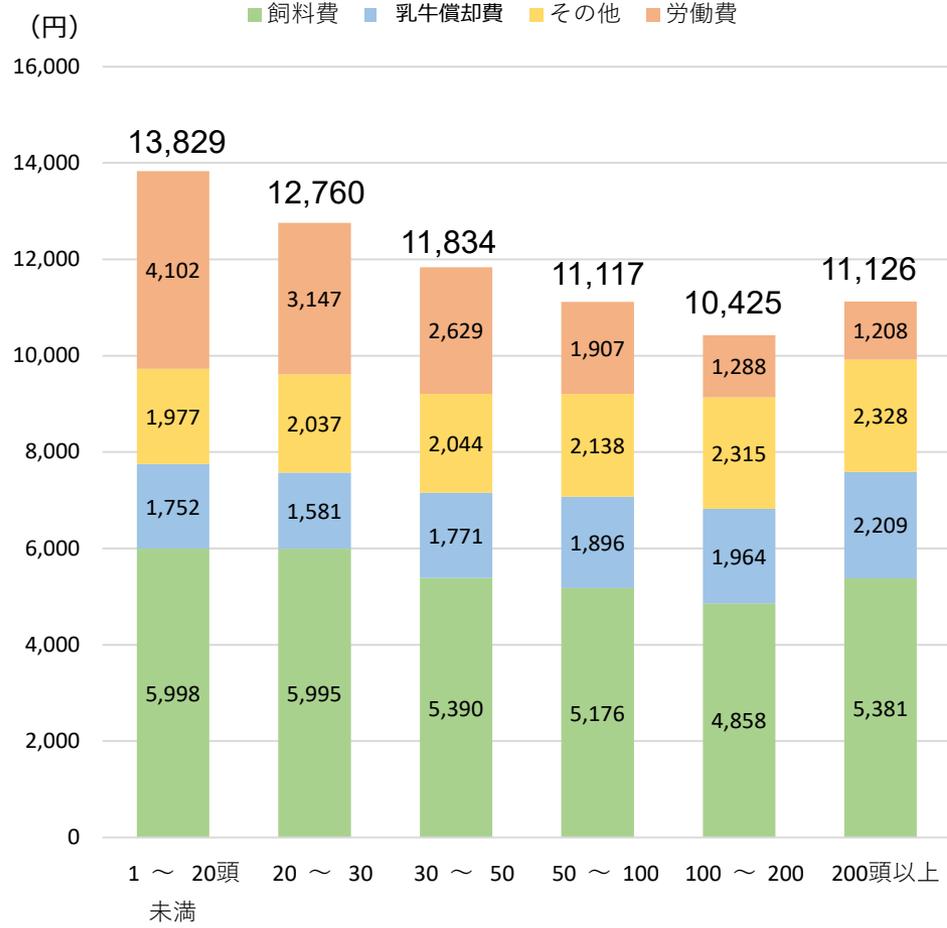
- ・**セーフティネット対策** (31億円 (所要額) ※2023年度)
 - －加工原料乳生産者経営安定対策事業
 - ※飲用向け生乳自体については、対象外
- ・**加工原料乳の安定化対策** (375億円 (所要額) ※2023年度)
 - －加工原料乳生産者補給金制度
 - ※飲用向け生乳自体については、対象外
- ・**激変緩和対策**
 - －配合飼料高騰対策
 - (2,092億円 ※2021補正・2022予備費・2022補正)

資料：農林水産省畜産局牛乳乳製品課調べ、農林水産省「畜産物生産費統計」、総務省「小売物価統計（東京都区部）」
 注1：飲用牛乳等向け乳価（取引価格）は各年度の代表的な水準、生産コストは都道府県の全算入生産費（費用合計に地代・利子を加え、副産物価額を差し引いたもの）。
 注2：生産費は2018までは年度、2019年からは年次。

品目④ 飲用牛乳（生産コストの構造）

- 生乳の生産費の構成は、飼料費 4 割程度を占める。飼育頭数が増加するにつれて労働費は減少するが、**200頭以上**になると**生産費は上昇**。
- 長期的に生乳の需要が減少してきた中、需要に合わせて生産・供給してきたが、ここ数年、飼養頭数・生産力は増加基調だったこともあり、足元では緩和基調。

○ 生乳の生産費（2021年）

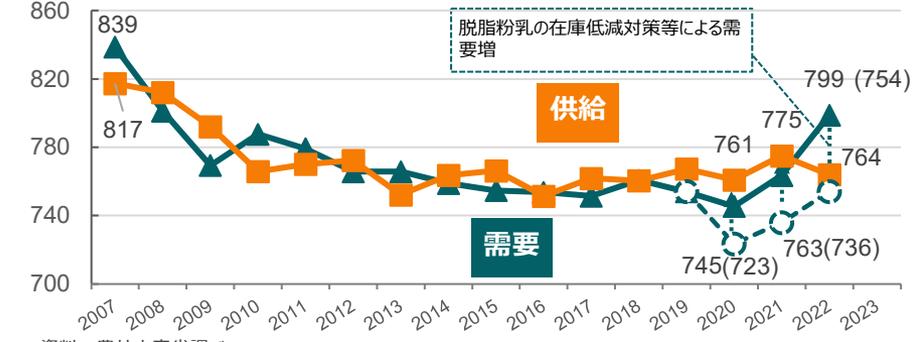


○ 飼養頭数の推移



資料：農林水産省「畜産統計」
注1 飼養頭数は毎年2月1日現在。
注2 2020年から統計手法が変更されたため、飼養頭数は2019年と2020年は接続しない。

○ 生乳の需要と供給の推移



資料：農林水産省調べ
注 輸入チーズを除いた数値。

資料：農林水産省「畜産物生産費統計」を基に作成
注：実搾乳量100kg当たりの物財費及び労働費の全国平均
注：「その他」には、種付料、敷料費、光熱水料及び動力費、その他の諸材料費、獣医師料及び医薬品費、賃借料及び料金、物件税及び公課諸負担、建物費、自動車費、農機具費、生産管理費を含む

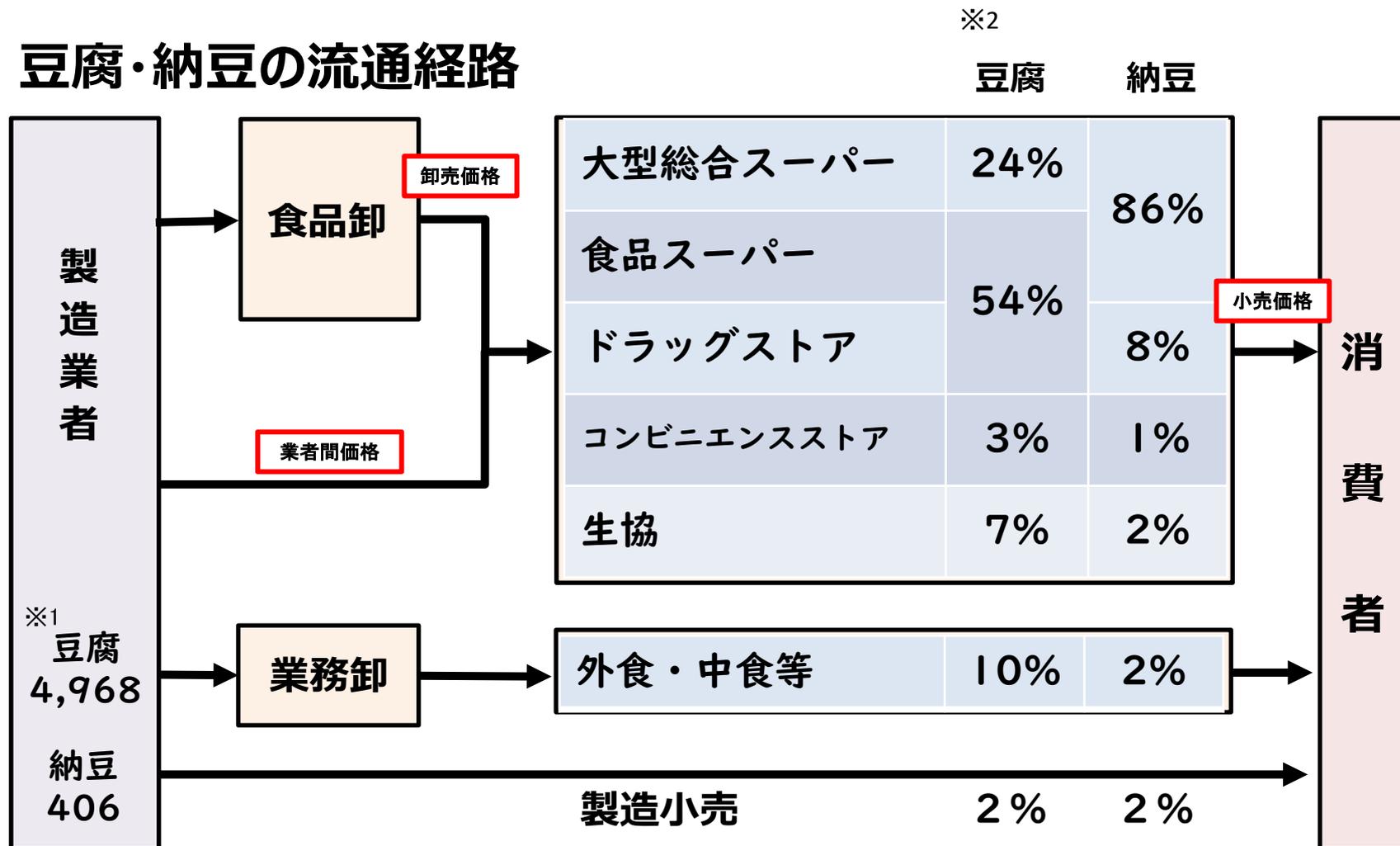
Ⅱ-5 豆腐・納豆の価格形成等



品目⑤：豆腐・納豆（流通経路）

- 流通は、製造→卸売→小売が基本であり、流通経路はシンプル。
- 製造業者は多いが、大手製造業者による事業継承の動きもみられる。

豆腐・納豆の流通経路



※1 製造業者数は、厚生労働省の許可施設数(2021年度)

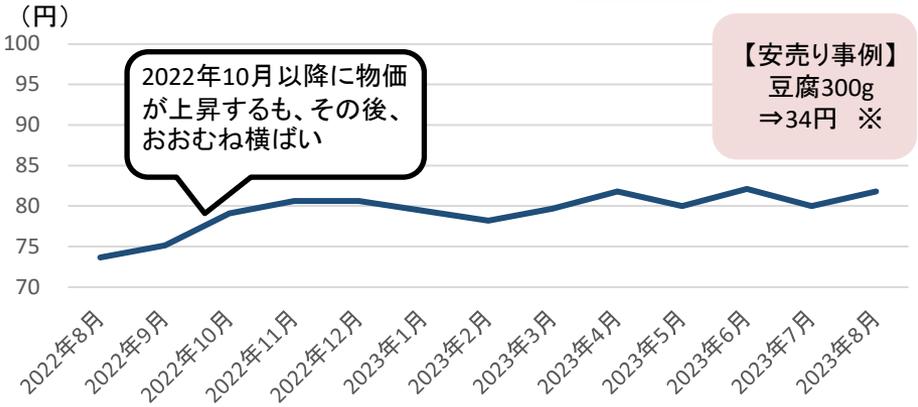
※2 業態別販売割合は、日本豆腐協会調べ(2022年度)及び「納豆に関する一般消費者調査」2023年6月全国納豆協同組合連合会調べ



品目⑤豆腐・納豆（価格の動向等）

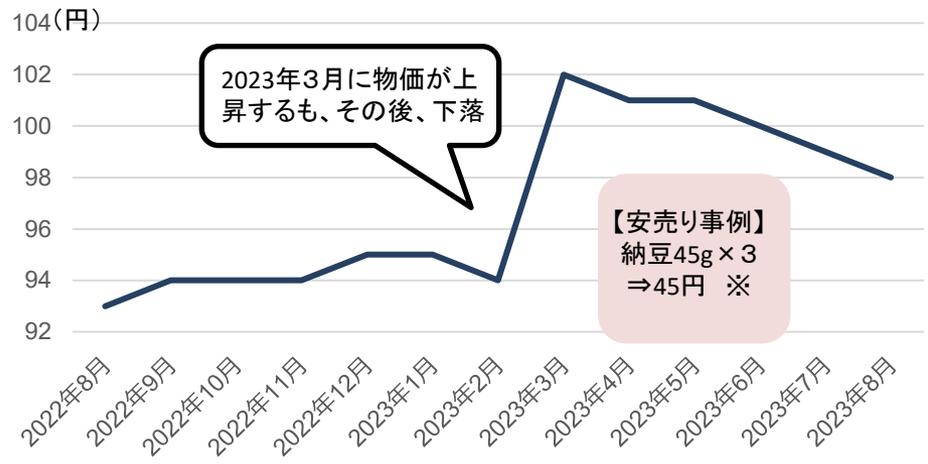
- 製造・卸売・小売間で価格設定がなされており、**価格形成過程が簡便。**
- **いわゆる日配品**で日持ちがせず、特売の対象となりやすい傾向。

○ 豆腐（300g）当たりの価格 小売価格



注：総務省「小売物価統計調査（動向編）の東京都区郡」にある1kg当たりの価格を300g当たりの価格に換算

○ 納豆（1パック45g×3等）当たりの価格 小売価格



資料：総務省「小売物価統計調査（動向編）の東京都区郡」を基に作成
※農林水産省調べ

■ 価格形成の事例

- ・食品卸を介しても基本的には、**メーカーと小売業者間**で価格交渉（豆腐・納豆）
- ・価格の優等生のイメージが消費者にあり、**値上げ交渉は難航**（豆腐）
- ・大手の値上げがないと**単独では困難**（豆腐・納豆）
- ・大手は生産効率が高く**薄利多売**。他社が追従することは難しい。（納豆）
- ・価格改定時期は、春（4月）秋（10月）の年2回（豆腐・納豆）

■ 発注・製造の特徴

- ・消費期限が短いことから**毎日配送**（豆腐・納豆）
- ・**前日発注**が多く、見込生産している（豆腐・納豆）
- ・発酵させるため3日前から仕込（納豆）

■ 需要期

豆腐：夏（冷奴）冬（鍋物）
納豆：豆腐と競合しない春、秋

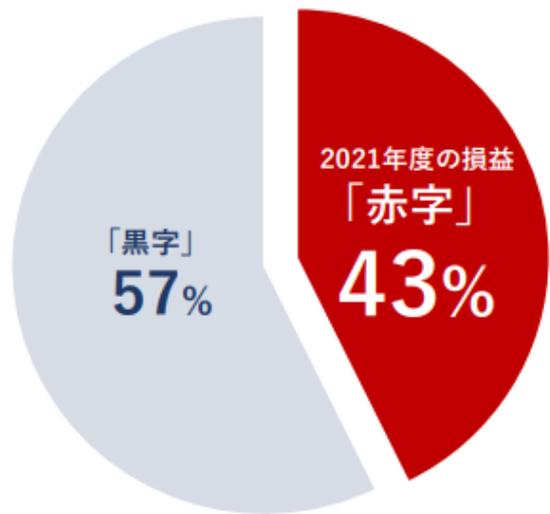
■ 消費期限

豆腐：カット豆腐 1週間、充填豆腐 2週間
納豆：10日～15日

品目⑤豆腐（損益状況等）

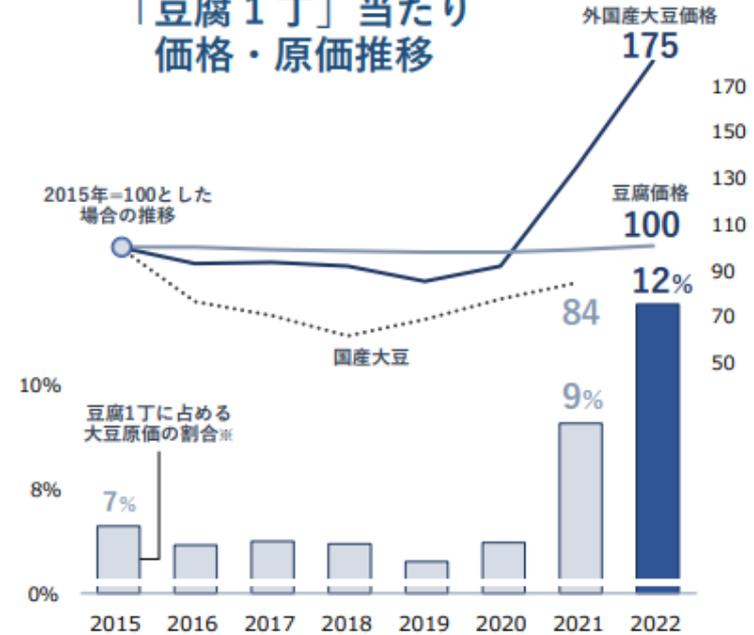
○ 2021年度の損益が判明した豆腐店のうち、赤字の割合は43%。主原料となる外国産大豆の仕入価格が高騰したことで調達コストが大幅に膨らんだことなどが影響。

「街の豆腐店」損益状況



- ・豆腐1丁当たりの販売価格に占める大豆原料価格の割合は、外国産ベースで推計12%（2022年）へ上昇。
- ・原料価格の急激な上昇を販売価格に転嫁できない状況。

「豆腐1丁」当たり価格・原価推移



資料：帝国データバンク「全国企業倒産集計2023年5月報」

[注] 帝国データバンク推計（豆腐1丁=300g換算）。大豆原価は輸入ベース。2022年は1-6月の平均
[出典] 総務省「小売物価統計調査」 世界銀行「Commodity Markets」ほか

Ⅲ 協議会の議論の状況





「適正な価格形成に関する協議会」における議論の進め方

- これまでの会合で、食料システムの各段階における状況や課題、**他のステークホルダーに求める対応等**を共有。
消費者の理解の下、食料システムの持続性を確保するためには、協調することが必要であることを確認。
- 今後、「適正取引を推進するための仕組み」を具体化していくため、**品目を特定**し、品目ごとに、価格形成やコスト構造、取引の実態等について、検討を進めていく。



- (1) 先ずは、**流通経路が簡素でコストの把握も比較的容易**であり、**生産等の持続性を確保**すべき品目として「**飲用牛乳**」及び「**豆腐・納豆**」を対象とし、それぞれの**WGを設置**して、検討を進めていく。
- (2) また、**上記以外の品目**については、次の事項等を引き続き、**本協議会**において、検討を進めていく。
 - － 産地、品目ごとに**コストデータを把握・収集**できるのか。
 - － 民間団体による**コスト指標の作成**ができるのか。
 - － **価格交渉**や**契約**において、どのような課題があるか。

両WGのこれまでの協議状況等①

飲用牛乳WG (第1回10/20、第2回11/17)
豆腐・納豆WG (第1回10/30、第2回11/28)

両WGでの協議状況 (小括)

【① 仕組みを設ける必要性】

- ・ 酪農生産サイドからは、コスト増加が乳価に十分反映できておらず経営継続ができない者が**廃業**しているといった現状への危機感が示された。**乳業メーカー**からは、**牛乳事業は赤字**といった経営状況が示された。
- ・ **豆腐・納豆メーカー**からは、利益が上がらず再投資ができない会社が多く将来的な**継続性に疑問**、今の価格や供給は**続かない可能性**があると(世間が)理解すべきといった現状への危機感が示された。また、流通側の考えに合わせて取引価格を決められているとの声もあった。
- ・ 小売業者等からは、
① **利益が取れないこと覚悟**で飲用牛乳の小売価格を決めているというのが現状
② 流通段階で上昇している各種のコストを(豆腐・納豆の)小売価格にそのまま**転嫁**すると**消費者に買ってもらえない値段**となるとの危惧、また、**競合他店**(小売)に勝つためには、価格で対応できる商品が必要 といった認識が示された。
- ・ 消費者からは、生産者の保護という観点から適正な価格転嫁が必要だということは認識してるが、**価値より価格に共感**といった声があった。
- ・ なお、酪農生産サイド・乳業メーカーからは、生産者の所得補償が必要ではないかといった声があった。

協議のたたき台

- WGにおいて協議が行われた品目については、**生産・製造・流通・小売**いずれの段階においても、利益が取れていない状況もみられる。こうした状況が続けば、**各事業の継続が困難**になるおそれ。
価格が上昇すれば、消費者の購入量の減少が懸念されるが、価格上昇を伴わなければ、**将来的に当該品目の供給自体が停滞**。
- コスト増加等を適正に反映した価格上昇を念頭に置かざるを得ないが、**各段階のコスト**を示すことなく、**消費者の理解**を得ることは困難ではないか。

【② コスト指標の検討、その前提となるデータの収集等】

- ・ 酪農サイドからは、コストデータについて、**公的なデータ**に加え、生産者団体の**独自データ**として提供・公表することにつき組織的な協議は可能といった認識が示された。
- ・ 乳業メーカーからは、コストデータについて、生産コスト・利益構造は各社で異なり、その公表は**他社との競争下**において**極めて困難**という意見があった一方、**保秘**を前提としてコストに関する**共通の様式**等があれば検討の余地があるといった意見があった。
- ・ 卸売業（牛乳）からは、何らかのコストデータについて、今後の議論の深まりや、構成員間で温度感が一致する段階で改めてお示しできればとの提案があった。
- ・ 豆腐・納豆メーカーからは、コストデータについて**原則として公開を控える**といった意見があった。他方で、豆腐の団体がまとめているデータで**業界統一のコスト構造**を考えられる、納豆の団体による**アンケート方式**で示せる可能性がある、といった提供方法の提案もあった。
- ・ 小売業者からは、両WG共通で、**日配品（豆腐、こんにやく、納豆、パン、乳製品等々）**というカテゴリー別の目標とする利益率以上**踏み込むことの難しさ**の認識が示された。

- 適正取引を推進する仕組みについては、**統計調査等を活用**し、食料システムの関係者の合意の下で「**コスト指標**」を作成し、これを利用して各段階で価格が適正に転嫁されることを想定。
- コストデータの収集等に関して、議論のたたき台として例示すると、次のとおり。
 - ① **生産段階**では、公的統計の制約（最大2年遅れ）等の事情に鑑み、**公的統計データ以外のデータも活用**した実態に合った指標の作成を検討してはどうか。
 - ② **製造段階**では、個社情報の公表の困難性に鑑み、WGでコメントがあった**団体での取りまとめ方式**で収集することも検討できないか。
 - ③ **小売段階**のように商品ごとのコストデータがない等の場合について、商品ごとの整理に拘泥せず、**電気・光熱費、人件費、物流費**等のコストを捉えることはできないか。
 - ④ 各段階のコストを「**指標化**」する場合、一律で**平均**するのか、**事業規模別**などでグループ化するのか等、**どういう指標が一層適切か**。

【③ コスト指標の活用方法】

- ・ データが**どういう形で使われるのか**分からないと、**どうい**
う出し方をしたら良いのか分からないといった意見があっ
- た。
- ・ また、**議論を深める**ためには、**たたき台**となるような具
- 体的な提案が必要との意見もあった。

- コスト指標の価格交渉における具体的な**活用方法**に
ついて、議論のたたき台として例示すると、次のとおり。
- ① コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、**コスト指標に連動**する形で**価格を改定**する方式
(**自動改定方式**)
- ② コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、**コスト指標を参考**として**価格を改定**する方式 (**改定方式**)
- ③ コスト指標の一定の変動が生じたタイミングに合わせて、**価格改定**について**再交渉**する (交渉テーブルに着く) 方式 (**再交渉方式**)
- 消費者の理解を得るためには、**コストの見える化**が必要。併せて、コスト指標を消費者に**分かりやすく伝えていく方策**についても検討。
- 生産等の持続性の確保に支障を来たし得る商品について**価格形成の方式を見直した**上で、従来方式からの移行に当たり、どのような**経過的措置**を講ずる必要があるのかも検討。



飲用牛乳の取引における現状と課題

○課題

- ① 集客を目的とする特売の対象とされ、競争環境が価格に最も影響するなど、**飲用牛乳単品では利益を考えない販売が行われることがある。**
- ② 取引の各段階において、（一部、コストが価格に反映できている等の意見はあるものの）、消費者の認識する値段から逆算した価格設定がなされやすい。



- 取引の各段階の価格決定において**納入価格が低く抑えられやすい**（生産・製造等のコスト増にかかわらず、消費への影響等の要素で納入価格が決定されやすい。）。

○現状（これまでのWGで出された意見）

【小売業者における販売の現状】

- 牛乳は、**特売比率の高い商品**。小売業においても、**利益が取れないことを覚悟**で販売価格を決めている。
- **小売価格は、競争相手の値段など、競争環境が最も影響**。
- PB商品のEDLP（エブリデー・ロープライス）化により、継続的に安く提供されることも進んでいる。

【価格形成の現状】

- 牛乳は**基本的にこの程度の値段、という消費者の認識**がある中で、価格形成が行われている。
- 消費者の中で「これくらいの価格」というものが確固としてあり、（卸業者として）価格形成においてイニシアティブを取りにくい。
- 生乳の特性上、需要と連動していない価格設定をしてしまうと、販売不可の処理しきれない生乳が生じてしまう。

【各段階の取引の現状】

- （指定団体－乳業間）
 - 生産者は、コストの積み上げで要請しているが、小売側が買える水準というのが乳業からの回答。
 - 乳価をあげたのは、この価格では本来売れないが、生産者が持続可能とならないから。
- （乳業－卸・小売間）
 - **牛乳事業は赤字**である。
 - 乳業のコストは取引価格に反映できていると感じる。
 - 中小乳業は、売り場を一定数確保するために、ステークホルダーの圧力に屈し、**乱売や廉売**を招いている。
- （卸－小売間）
 - **戦略商品としての位置づけが強いため、赤字取引が多いのが現状**。他の取引で収益化を図っている。

飲用牛乳の取引における現状と課題（続き）



| ○課題 | ○現状（これまでのWGで出された意見等） |
|---|---|
| <p>①（乳価交渉は原則年1回であることにより価格が安定しているという声がある一方で、）原材料費や製造コストが上がってから、価格交渉を行い、合意に至るまでの間にタイムラグが生じ、上昇するコストを速やかに価格に転嫁することが困難。</p> <p>② 消費期限の短い日配品であり、短期の需要の予測が難しく、取引において生ずるコストや欠品等のリスクを乳業メーカー側が負っている。</p> <div style="text-align: center; margin: 20px 0;">  </div> <p>● 取引の各段階において、売り手側の取引上の立場が弱いことの表れ。</p> | <p>【各段階の交渉の現状】 （指定団体－乳業間）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● タイムリーな価格形成が出来ているのかというのが疑問。 <p>（乳業－卸・小売間）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 中小乳業と小売の力関係は1：9であるという発言が過去にあったが、現在もその状況は変わっていない。 <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>同じ日配品である豆腐・納豆WGにおける意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 価格交渉の時期がほぼ決められており、その時期に集中して商談を実施。それ以外の時期は、交渉はしづらい状況 ● 直近のコストの上がり基調の中で、実際に交渉して店頭価格が変わる時期と、実際にメーカーのコストが上がっている時期との間にギャップがある。 ● リードタイムについて、現行の前日発注から、せめて2日前発注になれば生産計画がもっとやりやすくなり、コスト上昇の圧力の吸収ができやすい。 </div> |
| <p>● 消費者に値上げを受け入れてもらうには、各段階のコストを示すとともに、付加価値の向上も図っていくことが必要</p> | <p>【消費者の理解】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 最終的には消費者理解ということも非常に重要。 ● 消費者への情報提供、発信、特に共感をしっかりとることがポイント。 ● 「地域ブランド」なども活用し、付加価値を高めながら日々一生懸命、提供に努めている状況である。 |

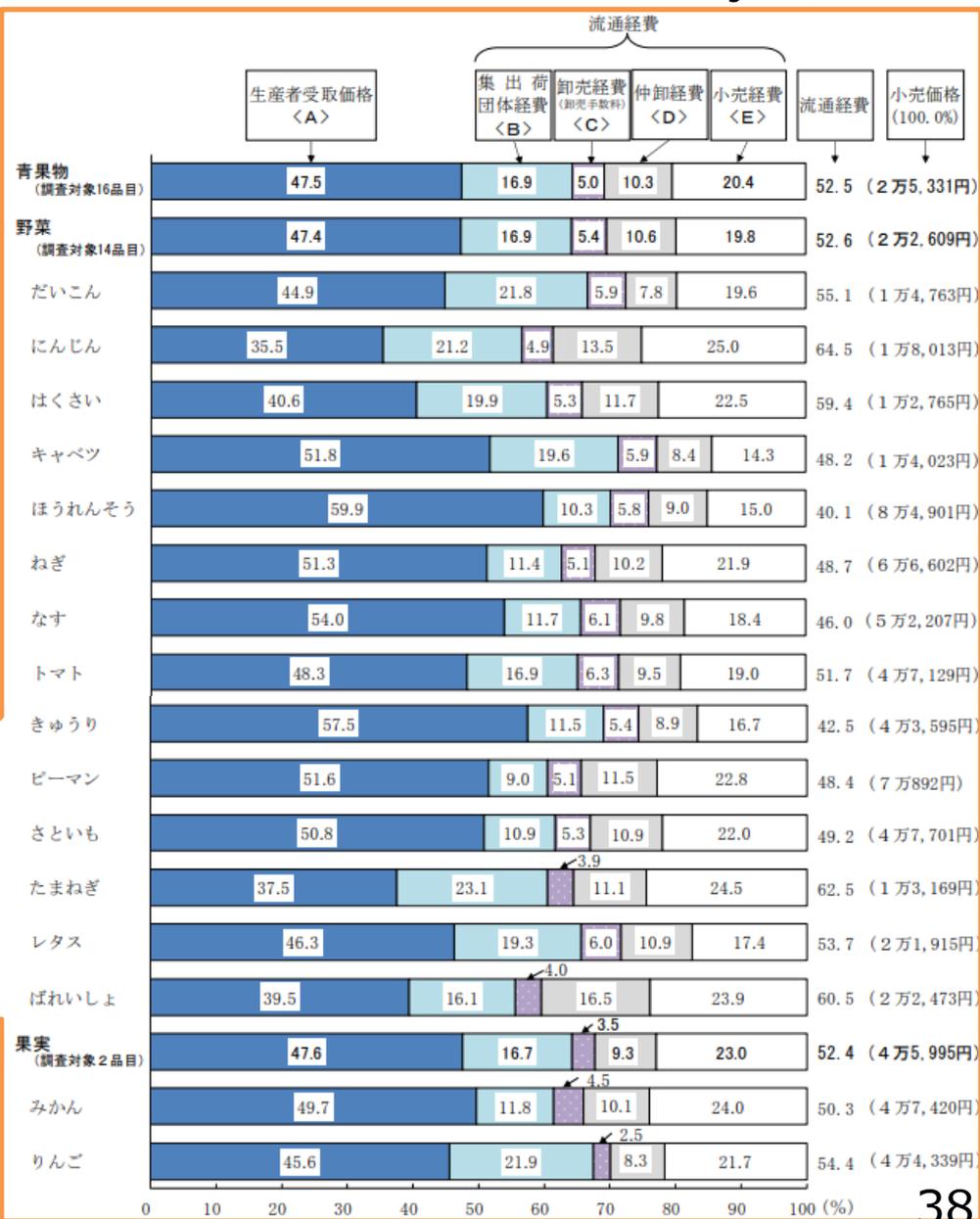
IV 農産物・食品の流通実態調査事業



食品流通段階別価格形成調査（平成29年度）

○ 品目別の小売価格に占める各流通経費等の割合（100kg当たり）（試算値）

- **食品流通段階別価格形成調査**（青果物調査）を5年に1度実施。（直近・平成29年度）
- この調査は、令和5年度に実施中であり、**次回の調査結果公表予定時期は令和6年6月**。
- 生産者、集出荷団体、仲卸業者、小売業者を対象に、**各段階での仕入・販売金額等**を調査。



○ 農林水産省HPにおける公表（現行）

食品流通段階別価格形成調査

ツイート

調査の概要

| 調査の目的 | 調査の沿革 | 調査の根拠法令 | 調査体系 |
|--------|---------|---------|-------|
| 調査の対象 | 抽出方法 | 調査事項 | 調査の時期 |
| 調査の方法 | 集計・推計方法 | 用語の解説 | 調査員 |
| 利用上の注意 | Q&A | 公表予定 | |

調査の結果

- ▶ **第1報** ※調査結果を速やかに取りまとめた資料
- ▶ **確報** ※確定した調査結果の詳細を取りまとめた資料

第1報（統計表一覧）

| | | | |
|-------|------------------------------|-------------|-------------|
| 公表資料名 | 食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）（平成29年度） | | 平成31年4月9日公表 |
| 公表資料 | 統計表（Excel・e-Stat） | 結果の概要（HTML） | |
| お知らせ | 令和元年6月14日に確報を掲載しました。 | | |

資料：平成29年度食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）

適正な価格形成に向けたコスト等に関する調査（令和5年度補正予算事業）①



調査目的

- 燃油・肥料・飼料等の価格が高騰する中、安定的な食料供給を実現していくためには、生産だけでなく、流通、加工、小売等の各段階の持続可能性を確保していく必要。
- 生産者、集出荷団体、仲卸業者、小売業者等を対象に**各段階での取引価格等を把握**し、その結果を用いて多様な流通における**コスト構造等の実態を把握**することにより、適正な価格形成に向けた検討に資することを目的として実施。

対象品目（案）

- 米、大豆、小麦
- 野菜（ピーマン、大玉トマト、キャベツ等）
- 果実（みかん、りんご等）
- 茶
- 飲用牛乳、鶏卵、食肉（牛肉、豚肉、鶏肉）
- 加工食品（豆腐・納豆、こんにゃく等）

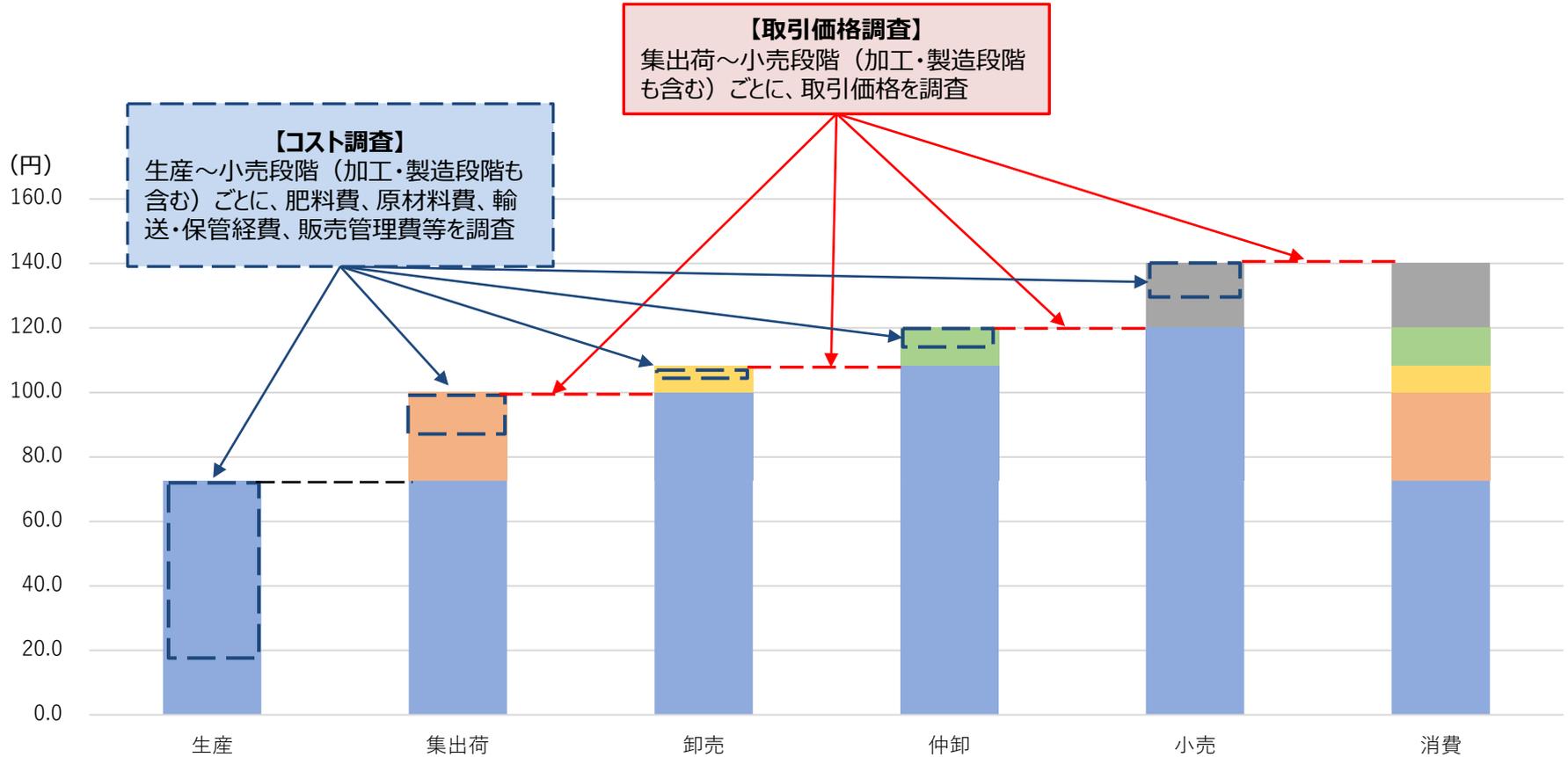
調査項目

- 生産者段階：生産費統計が実施されていない品目（野菜、果実、鶏卵等）
生産に要する経費（**雇用費、種苗費、肥料費、光熱動力費等**）
- 集出荷団体、卸売業者、小売業者等段階：
取引数量、取引金額、輸送費・保管経費等の総額等
- 加工・製造業者段階：加工用野菜、加工食品等
加工・製造段階に要する経費（**原材料費、販売経費、販売管理費等**）

注）各段階において、**価格交渉や契約における課題把握に関する調査**（取引実態調査）も同時に実施。

適正な価格形成に向けたコスト等に関する調査（令和5年度補正予算事業）②

- 各段階の取引価格について、農林水産省統計部において行っている「食品流通段階別価格形成調査」等を参考に、取引の金額や数量の総計から調査予定。
- また、各段階ごとのコストも調査予定。



※平成29年度食品流通段階別価格形成調査（青果物調査）を基にキャベツ1玉当たり（1kgと仮定）のコスト構造を事例にグラフを作成

コスト構造の把握を通じ、「適正な価格形成に向けた検討」を推進

V 今後の課題と研究面での期待





- 日本の食品流通構造や取引実態等を踏まえた実効性のある価格形成の仕組みづくりが課題。諸外国の制度を真似すればよいというものではない。

- 食料システム全体で合意形成を図っていくことが重要。消費者の理解を得ることを前提として、関係者間で協調しながら、食料システムの各段階で「合理的な費用」が考慮される仕組みを構築していく。

- 価格形成に関して期待される研究成果としては、以下のような例が挙げられる。
 - ・ サプライチェーンにおける価格伝達
 - ・ 品目別・流通段階別のコスト構造
 - ・ 品目間の代替性に関する分析

- 特に、サプライチェーンの各段階での取引価格やコストの実態については、行政としてもこれまで十分に把握できておらず、今後、「費用の明確化」を進めていく上でも、学会と行政との連携した取組が必要。