

6. 報告① – Dairy UK –

【報告者】

一般社団法人日本乳業協会 常務理事 本郷 秀毅
東京大学大学院 経済学研究科 准教授 矢坂 雅充

英国における酪農調査の第1日目の訪問先として、調査団は英国の乳業団体であるDairy UKを訪れた。

当初の予定では9時30分の開始予定であったが、訪問先に早く到着したため、予定より15分程度早く9時15分頃にはセミナーを開始していただいた。質疑応答が活発だったため、終了も予定より15分程度オーバーしたが、快く対応していただいた。対応していただいた政策部長のピーター・ドーソン氏には心より感謝申し上げたい。

セミナーは、事前に用意していただいた資料に基づき行われたが、資料内容が充実している中で通訳に要する時間などの制約もあるため、当方の関心の高い課題を中心に説明していただいた。

重点的に説明していただいたのは、第1に、ミルク・マーケティング・ボード（MMB）の解体過程に関連して、その背景、結果、現在から見た評価などである。第2に、MMBに比べればわずかな時間ではあるが、現在の酪農・乳業の現状に関連して、小売提携契約

（Retailer Aligned Contract）について、英国最大手の小売業者であるTESCOの例を参考に説明していただいた。



Dairy UK本部にて、ジュディス・ブライアン会長（現IDF会長）と講演者のピーター・ドーソン氏とともに。

1. MMB の概要

MMBは1933年に創設され、約60年後の1994年に解体された。英国内には、地域ごとに5つのMMBがあり、このうちイングランド・ウェールズMMBは、生産者数において全国の7割以上、生乳生産量で8割以上のシェアを占める最大の組織であった。MMBはわが国の指定生乳生産者団体（以下「指定団体」）に相当する組織であり、英国内で生産された生乳の一元集荷多元販売の権限を有していた。乳業との生乳取引価格は用途別に異なり、生産者への支払いはプール乳価でなされていたことも指定団体と同様である。なお、英国で生産される生乳の約50%は飲用に仕向けられ、自給率は80%強と、英国の市場構造は、ヨーロッパの中では最も日本の市場構造に近似している。

2. MMB解体の背景及びその過程

MMB解体の背景は、第1に、法律上の盲点により、生産者が直接消費者向けに低脂肪牛乳を販売することが可能だったこと。第2に、法律の技術的側面により、MMBが低収益商品から高収益商品へ生乳の配乳先を移すことが妨げられたこと。第3に、英国政府が規制緩和志向を強めていたこと。第4に、英国の酪農家は、他のEU諸国の酪農家と比べて十分な利益を得ていないのではないかとの不満があったことである。

英国の酪農家戸数で7割以上のシェアを有していたイングランド・ウェールズMMBを例にとれば、MMBの解体により、その後継組織として一元集荷多元販売の権限を持たないミルク・マークという生乳販売のための農協組織が設立された。しかしながら、MMBによる一元集荷多元販売・需給調整の機能が失われたことにより、用途別価格が維持できなくなり、飲用向け、加工向けなどの用途別に価格差のない単一乳価となった。ミルク・マークにより提案された契約タイプ別の乳価形成方式で生乳が販売される一方で、乳業メーカーは大規模酪農経営などとの直接取引を拡大するために集乳競争を展開した。

その結果、MMB解体後、約2年間はそれまでの飲用向けの乳価水準を維持できたものの、乳業メーカーが大規模酪農経営などとの直接取引によって一定の集乳地盤を確立すると、集乳競争を背景にしたプレミアムは消失していった。こうして生産者のミルク・マークからの離脱が加速化し、ミルク・マークの集乳シェアは低落していった。生乳取引交渉力はさらに低下し、取引乳価が低下するという悪循環に陥った。

その後、乳価は最も低いバター・脱脂粉乳向けの加工乳価水準にまで低下し、単一となった乳価は、その加工向けの価格水準に張り付いて推移した。しかも、その下落幅は大きく、わずかの期間に3割以上もの低下を示し、生産者所得の多大な損失を招いた。

乳価は加工向けの下限值水準まで低下したものの、飲用牛乳の小売価格は下がらなかった。乳業メーカーのマージンの取り分にも大きな影響はなかったことから、結果的に、酪農家の所得が小売業に移転されただけだった。加工向け水準にまで低下した乳価は、2007年に乳製品の国際商品市場価格が急騰するまでの約10年もの間、低迷したままだった。その後は短期間に大きな乳価変動を繰り返しており、ミルクサプライチェーンの安定という点で、消費者にも、小売業にも、乳業にも、そして酪農家にも、望ましい姿にはなっていない。

以上のとおり、MMBの解体という規制緩和対策により、英国の酪農家の所得は大幅に低下し、酪農経営の将来性を悲観した酪農家の離脱が加速した。乳業メーカーの過半が外国資本に置き換わり、消費者ニーズに応じた生産どころか、酪農・乳業を小売業が支配する体制ができあがった。政府は「競争を促し酪農と乳業の体質を強化する」ことを目指したが、結果的に、英国の乳業者の過半は外国資本に市場を明け渡してしまった。ドーソン氏によれば、「MMBは基本的に間違っていない。生乳流通も効率的であった。こうした経験を踏まえると、今でもMMBが望ましいシステムであったと考えている」とのことであった。



このことは、わが国の指定団体制度改革を考えると、大いに参考になるものと思われる。制度改革を実施するに当たっては、中長期的な視点に立ち、将来起こり得る様々な変化に対して、慎重な配慮が必要であると感じた。

【考察：MMB と指定団体の相違点】

ここでは、MMBと日本の指定団体の相違点について考察する。具体的には次のとおりである。

第1に、MMBは域内で生産されるすべての生乳について一元集荷多元販売する権限を付与されているのに対して、指定団体への参加は酪農家の自由意思に委ねられているという点である。このため、英国ではMMBへの参加は酪農家の義務であり100%であったのに対して、日本の酪農家の指定団体への参加率は約97%となっている。

第2に、MMBの一元集荷多元販売は地域内完結型であるのに対して、指定団体は他の指定団体の管轄する地域の乳業メーカー（工場）に生乳を販売することができるという点である。このため、隣接する地域同士の指定団体間などでは、乳業メーカーへの生乳販売をめぐる競争が行われている。

第3に、MMBの下では用途別取引により飲用向け・加工向けの乳価が異なるが、指定団体においては用途別に乳価が異なるだけでなく、加工原料乳には補給金が交付されるという点である。このため、加工原料乳の販売乳価の不利性が補正されて、指定団体に生乳販売を委託する生産者（いわゆるインサイダー）と指定団体を介さずに飲用向け市場に限定して生乳をブローカーあるいは乳業メーカーに直接販売する生産者（いわゆるアウトサイダー）との実質的な手取り乳価の格差が小さくなる。酪農家は指定団体による需給調整のリスクを負担することになるにもかかわらず、指定団体への参加率は高い。

以上のとおり、英国のMMBが極めて厳格に生乳を管理していたのに対して、日本の指定団体の方が規制は緩やかであり、指定団体と指定団体に参加しない生産者との間や指定団体間で、一定の競争が行われている点が異なっているといえる。

3. 小売提携契約

MMBの解体に伴って生乳取引価格が低下し、乳製品の国際商品市場価格との連動性を高めている。一般に、英国の消費者は酪農家に対するシンパシーが強いため、小売業者は消費者の信用を勝ち取るために、酪農家に対して公平な価格を支払っていることを訴求しようとする。また英国の牛乳の大半は小売業者のプライベート・ブランド牛乳（PB牛乳）であり、生乳生産の縮小によって必要とする飲用原料乳の安定的な調達が難しくなり、消費者への飲用牛乳の安定供給に支障が出ることを小売業者は危惧するようになった。このため小売業者は生乳生産費に見合った価格、なだらかな価格変動を実現する小売提携契約を提案し、動物福祉などの一定の要件を満たす酪農家を募り、安定的な生乳調達を図るようになった。

たとえば、この取組みを主導する最大の小売業者であるTESCOは、TSDG（Tesco Sustainable Dairy Group）という生産者グループに参画する約700戸の酪農家と提携契約を結び、PB牛乳の原料乳を調達している。消費者からは好意的に評価されており、TSDGに参画している酪農家の経営の安定化にも寄与している。しかしこのグループに入れな酪農家は乳製品の国際価格に対応した低く変動の激しい取引乳価に甘んじなければならず、酪農家間の軋轢を生んでいる。

②プレゼン資料

1

Dairy
UK

英国酪農乳業の構造と規制緩和の影響

Presentation by Peter Dawson, Dairy UK, to J Milk October 2016



2

Dairy
UK

内容

- ◆ 英国の規制緩和
- ◆ EUの規制緩和
- ◆ 英国酪農乳業の構造への影響

3

Dairy
UK

I .英国の規制緩和

4

Dairy
UK

MMBミルク・マーケティング・ボード

- ◆ 1933年の国会制定法によって発足
- ◆ 酪農家が直面する慢性的な価格不安定への対応
- ◆ 5つの組織が発足
 - ◆ イングランド&ウェールズMMB
 - ◆ 北アイルランドMMB
 - ◆ アパーディーン&地方MMB
 - ◆ スコットランド北部MMB
 - ◆ スコットランドMMB

5

Dairy
UK

MMB – 機能

- ◆ 各組織はその地域で生産された生乳を購入する独占権を保有
- ◆ 購入された生乳は加工業者へ搬送・販売
- ◆ 生乳の販売によって得られた収入は各組織でプール
- ◆ 乳量や農場位置に関係なく生乳生産者に対して同じ価格の支払い
- ◆ 各生産者への支払いは下記の基準で決められた:
 - ◆ 成分評価（乳脂肪とタンパク質）
 - ◆ 生乳品質の調整
 - ◆ 季節調整
- ◆ 各生産者の輸送コストや生産量による価格調整なし

注：生産者の地理条件と生産量は価格に影響せず、条件が不利な地域（工場から遠く他の酪農家からも離れている）とか生産量が少ない（生乳などのコストが生産量の多い酪農家より割高になる可能性が高い）などの条件は考慮されなかった。効率的な酪農家も非効率的な酪農家と同じ扱いであった。

6

Dairy
UK

MMB – 乳業者との交渉

- ◆ 乳業者への生乳販売価格は乳業者を代表する事業者団体と交渉
- ◆ イングランドとウェールズではDairy Trade Federationが代表
- ◆ 合意が得られなかった場合は、紛争は法的拘束力のある仲裁機関に持って行かれる

7

Dairy
UK

MMB – 価格システム

- ◆ 交渉で決定されるのは“用途別”価格であった
- ◆ 飲用向け生乳が最高価格で取引
- ◆ 加工向け生乳は低価格で取引
- ◆ 結果的に価格は段階的に(高い順に以下のとおり):
 - ◆ 飲用乳
 - ◆ 生鮮乳製品(ヨーグルト)
 - ◆ チーズ
 - ◆ バターと粉乳

8

Dairy
UK

MMB – 用途別価格システムの施行

- ◆ 乳業者は定期的に製品別の生乳使用量を公表
- ◆ MMB監査人が定期的に公表内容と製品の販売量の比較チェックをして支払額を検証

9

Dairy
UK

MMB – 飲用乳プレミアム

- ◆ MMBによって請求される飲用向け生乳価格は、加工向け生乳価格よりも相当なプレミアムがつくことがある
- ◆ MMBが高価格を請求できるのは飲用牛乳の貿易が非常に少なかったため
 - ◆ 英国の飲用牛乳の大部分は新鮮な低温殺菌牛乳であった
 - ◆ 低温殺菌牛乳の貿易は一般的に経済的ではなかった
 - ◆ 従って、英国の生乳価格はEUの飲用牛乳と競合する必要に迫られなかった
- ◆ 飲用乳プレミアムにより加工向け生乳販売の低い利益を相殺できた

10

Dairy
UK

MMB – 加工向け生乳

- ◆ 加工向け生乳価格は下記の基準で決められた:
 - ◆ 製品毎の市場から得られる収入
 - ◆ 加工経費
- ◆ イングランド & ウェールズと北アイルランド¹ MMBは加工処理施設を所有しており、他の加工業者と同じ生乳価格を支払わなければいけなかったため、MMBは加工経費を考慮した。
- ◆ 結果的に自らの加工処理事業に損害を与えたくなかった

11

Dairy
UK

MMB – 効果

- ◆ 生産者に対して多大な価格安定をもたらした:
- ◆ しかし、用途別価格システムは加工業者のマージンを効果的に保障した
 - ◆ 加工業者の商品開発に対する意欲を薄めた
- ◆ システムによって生産者と加工業者は水平的に分断された
 - ◆ 双方の間に商業的な関係はなかった
 - ◆ 大規模な生産者は輸送効率による恩恵を得られなかった

12

Dairy
UK

MMB – 課題

- ◆ 法律上の盲点によって生産者が低脂肪牛乳を直接消費者に販売することができた
- ◆ 法律上の技術的側面によりMMBが低収益商品から高収益商品に生乳の配乳先を移すことが防げられた

注：加工向け生乳の供給を確保するため、MMBが高収益となる飲用向けの生乳供給量を勝手に増やすことができなくなっていた
- ◆ 政府からの支援の減少
 - ◆ 規制緩和を志向
- ◆ EU生産者価格に比べてMMBの販売実績が低いことへの生産者の苛立ち

13

Dairy
UK

MMB – 解体

- ◆ 1994年国会制定法によってMMBを解体
- ◆ 生産者は自由に生乳を販売する組織・企業を選べるようになった
- ◆ MMBは任意の協同組合となることを許可された
- ◆ イングランド&ウェールズMMBは加工処理施設を他に販売するよう要求された
 - ◆ Dairy Crest(英国の加工処理能力の20%)を株式市場で販売
- ◆ イングランド&ウェールズMMBは任意の協同組合であるミルク・マークとなった

14

Dairy
UK

生乳供給の配分

- ◆ 大部分の生産者がMMBの後継組織である協同組合に供給することを選択
- ◆ しかし、乳業者が生産者との直接供給契約を採用し始めた
- ◆ MMB解体直後の英国における生乳供給の割合

◆ ミルク・マーク(イングランド&ウェールズ)	56%
◆ United Dairy Farmers	7%
◆ Scottish Milk	6%
◆ その他生産者グループ	10%
◆ 直接供給	20%

15

Dairy
UK

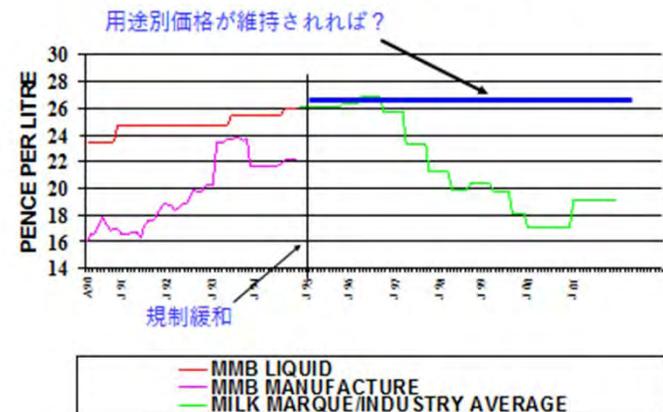
規制緩和の価格に対する影響

- ◆ 購入者と販売者間の自由交渉によって生乳価格を設定
- ◆ 飲用向け生乳価格を加工向け生乳価格と別々に設定することができなくなった;
 - ◆ 乳業者が供給者を簡単に変更できるようになった
 - ◆ バターや粉乳などの低収益市場向け生乳を飲用乳市場に仕向けることができるようになった
- ◆ 価格は、バターや粉乳市場の傾向を追うようになった
- ◆ 結果として、生産者所得に多大な損失を与えた

16

Dairy
UK

飲用乳プレミアムの喪失



17

Dairy
UK

ミルク・マーク販売システム

- ◆ ミルク・マークはサービスレベルによる価格差別化を試みた
- ◆ サービスレベルによって設定された価格:
 - ◆ 需要主導(必要量)の契約による高価格,
 - ◆ プレミアム、固定、日ごとの需要
 - ◆ 供給主導(生産量)の契約による低価格
 - ◆ バランス、変動、残余
- ◆ 生乳は量(他の要素と関係なく)で販売された
- ◆ 酪農場の位置(工場までの距離)への調整はなかった

18

Dairy
UK

ミルク・マークに関する議論

- ◆ ミルク・マークは独占的地位を利用しようとした
- ◆ ミルク・マークの競売システムは、需要と供給の帳尻を合わせるためにスケールバック(競り下げ)による高値を促した
- ◆ ミルク・マークはさらに加工施設への投資を提案し、その販売上の立場を強化しようとした
- ◆ 加工業者が競争政策当局(公正取引委員会)に訴え出た
- ◆ 乳業者は、また直接供給契約の生産者の採用にも力を入れた

19

Dairy
UK

ミルク・マークの解体

- ◆ 独占合併委員会によりミルク・マークの解体とより小さな協同組合への解体を勧告
- ◆ 政府はこの勧告を拒否し、代わりに下記を提案:
 - ◆ 垂直統合に制限を加える
 - ◆ 販売システムの見直し
- ◆ 2000年4月、ミルク・マークは垂直統合を追求すべく解体を要求することを決断
- ◆ 結果、加工生産能力に多大な投資をした3つの小さな協同組合の誕生
- ◆ 1者は失敗に終わり、1者は買収され、1者のみ現存

20

Dairy
UK

規制緩和の賛否両論

- ◆ 賛成論
 - ◆ 効率化への強い誘引
 - ◆ 生産者による市場志向の拡大
 - ◆ サプライチェーンを通じたより良いコミュニケーション
- ◆ 否定論
 - ◆ 新しい枠組みの持つ意味に対する無知
 - ◆ 非現実的な期待
 - ◆ 生産者が商品市場の不安定な価格にさらされる
 - ◆ 対立や抗議文化の誕生
 - ◆ 不安定な投資環境
 - ◆ 業界収益の顧客(小売)への移転

21

Dairy
UK

農家庭先価格と商品市場反映価格



25

Dairy UK

CAP市場運営

- ◆ 目的は、需要と供給を操作することで、EUの乳製品価格を管理し生産者価格を安定させること
- ◆ 供給手段
 - ◆ クォータ
 - ◆ 輸入関税
 - ◆ 民間在庫補助
- ◆ 需要手段
 - ◆ 消費補助
 - ◆ カゼイン用脱脂乳
 - ◆ 子牛飼料用脱脂粉乳
 - ◆ ベーストリー(パイなど)用バター
 - ◆ 学乳
 - ◆ 市場介入買い入れ
 - ◆ バター
 - ◆ 脱脂粉乳
 - ◆ 輸出補助
- ◆ 最も重要な要素は輸出補助
 - ◆ 価格差を埋めることで世界市場価格に低く抑え、EU市場で売れない10%の量を輸出で取り除くことができた

27

Dairy UK

EU介入価格カット

7月からの1年:	バター €/t	SMP€/t
2003	328.2	205.52
2004	305.23	195.24
2005	282.44	184.97
2006	259.52	174.69
2007	246.39	174.69
%	-25%	-15%

26

Dairy UK

WTOドーハ・ラウンド

- ◆ ガット(関税貿易に関する一般協定)ウルグアイ・ラウンドはEUに輸出補助金の使用制限を課した
- ◆ WTOドーハ・ラウンドは2001年11月に開始
 - ◆ すべての輸出補助金が撤廃されると期待
- ◆ EUは、域内酪農場価格を世界市場価格に合わせるよう酪農共通政策を改革する必要に迫られた
- ◆ それは下記の形で達成された:
 - ◆ 介入価格の段階的引き下げ
 - ◆ クォータの段階的拡大(供給が価格によって管理される)
 - ◆ 酪農生産者への代償的直接支払いの段階的導入

28

Dairy UK

酪農家への直接支払いの導入

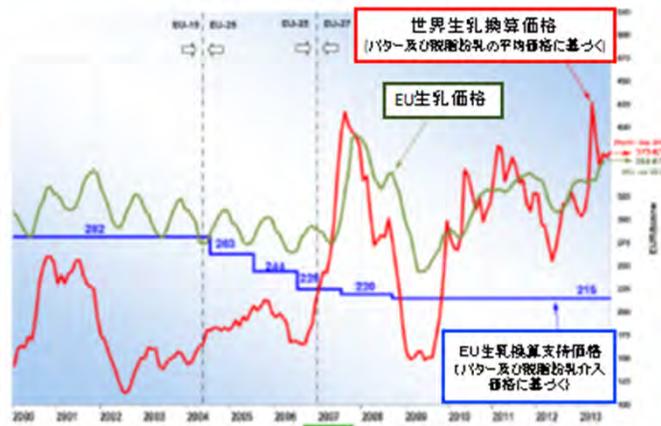
Calendar Year	€/t of Quota	Pence Per Litre
2004	11.81	0.81
2005	23.65	1.63
2006	35.50	2.45

- ◆ 支払いは生産と切り離された
- ◆ 直接支払いはすべて土地面積に応じて均等に分配された

29

Dairy
UK

世界価格水準へ収れん

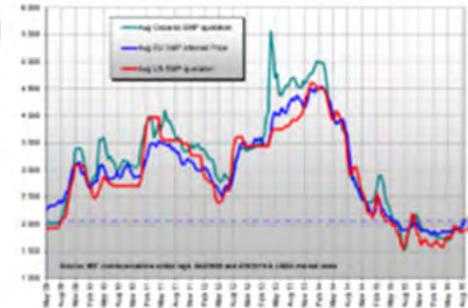


30

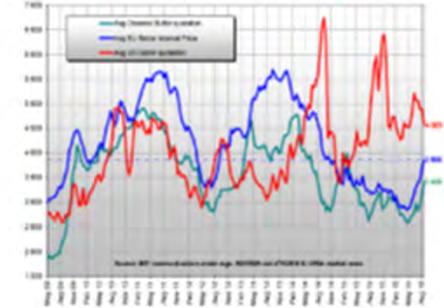
Dairy
UK

価格収れん：乳脂肪 VS タンパク質

EU/US/Oceania Quotations of SMP



EU/US/Oceania Quotations of Butter



31

Dairy
UK

酪農における価格不安定に対するEUの対策

- ◆ 2009年: 3億3000万ユーロを酪農家へ直接支援
- ◆ 2012年: ミルク・パッケージ
- ◆ 2015年: 5億ユーロ、協同組合が自主的に供給管理することの許可
- ◆ 2016年: 5億ユーロ
 - ◆ 1.5億ユーロは自主的生乳生産削減計画へ
 - ◆ 3.5億ユーロは特別な支援対策として

32

Dairy
UK

ミルク・パッケージ

- ◆ 2010年と2011年に生乳に関するハイレベルグループ会合
- ◆ EU規制：2012年10月ミルク・パッケージ
- ◆ 2013年CAPにおいて、すべての農産物生産への拡大

33

Dairy
UK

生乳取引契約に関する規制

- ◆ メンバー国が契約を規制するオプション
 - ◆ 契約は必ず下記を含まなければいけない:
 - ◆ 支払い乳価: 固定または公式により算定される
 - ◆ 生乳量と集乳カレンダー
 - ◆ 契約期間、有期限または無期限、契約解除条項を含む
 - ◆ 生産者に対して契約を義務化することができる
 - ◆ 最低契約期間を設定可能 (少なくとも6ヶ月以上)
 - ◆ 協同組合は、自らの規定が“同じような効力”を持っている場合、契約を提供する必要はない
 - ◆ 契約の内容は全て自由に交渉されること
 - ◆ スペインとフランスでは、契約に関する規制は、価格または価格算定公式が変わった場合、新しい契約を交わす必要があることを意味すると解釈される
 - ◆ 英国は自主規範のオプションを選択
 - ◆ 商系乳業(協同組合ではない)に供給している生産者は、価格変更の際3ヶ月の猶予期間を持って契約を解除できる
 - ◆ 英国での価格形成のプロセスに影響をもたらすものではなかった
- 注: もうすでに生産者グループ(組合)または個人で乳業と価格交渉を行っていたので、価格形成プロセスには直接的な影響を与えなかった。ただし、価格形成に関する内容が契約書に記載されるようになったことは大きな成果であった。

34

Dairy
UK

生産者組織の設立

- ◆ EUメンバー国は生産者組織の設立を許可しなければならない
- ◆ 生産者は商系乳業者と価格交渉を行うための組織を設立できる
- ◆ 生産者組織は生乳の所有権を持つ必要はない
- ◆ 国内生乳供給量の1/3までを管理できる
- ◆ 英国ではこのオプションの採用が非常に制限されている

注: 規制として(罰則が発生する)取り締まるか、自主行動を促すかは各メンバー国が施行時に決めることができたので、英国は規制をかけずに自発的な行動を促し、自主行動規範の形をとった

35

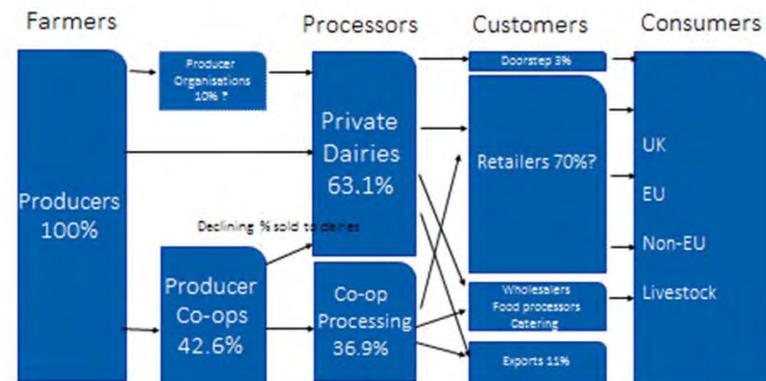
Dairy
UK

Ⅲ. 英国の酪農乳業の構造への影響

36

Dairy
UK

英国の酪農乳業サプライチェーン



The organisation (either co-op or dairy) with the contract with the producer is called the purchaser

37

Dairy
UK

英国の酪農乳業の構造への影響

- ◆規制緩和によって価格不安定性は増大した
 - ◆根本的な価格リスクの負荷は酪農生産者に降りかかる
 - ◆なぜならば生産者は差別化できない商品を販売しているから
- ◆英国の消費者の一部は供給が保証されるか心配している
- ◆結果、提携した生乳サプライチェーンが誕生

38

Dairy
UK

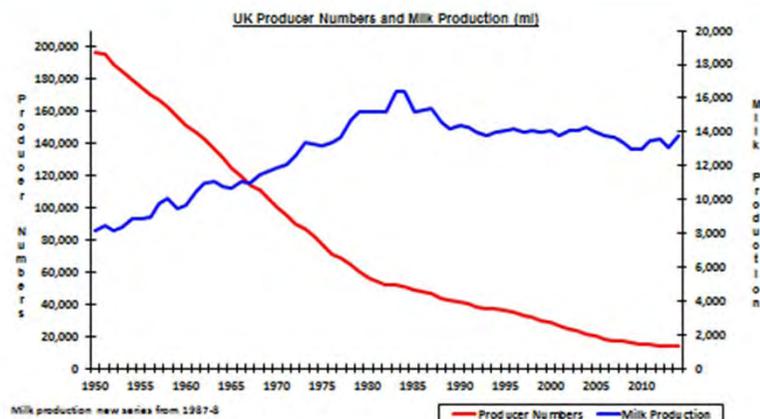
小売提携契約

Retailer	価格形成システム
Marks & Spencer	経費と市場収益を取り入れた手法
Waitrose	資本投資条件を取り入れた交渉
Asda	加工業者標準価格にプレミアム+
Sainsbury's	主要な農場運営コストの3ヶ月毎の見直し
Co-op	加工業者標準価格にプレミアム+
Tesco	経費と市場収益を取り入れた手法
Morrisons	加工業者標準価格にプレミアム+

39

Dairy
UK

英国酪農生産構造の変遷



40

Dairy
UK

結論

- ◆英国の酪農家の大部分は国際的な商品市場の基本的な傾向にさらされている
- ◆価格リスクは第3者（消費者や銀行）の協力によってのみ共有される
- ◆英国の酪農家は一般的にコスト効率が高く競争力がある
- ◆業界構造の進展は、酪農の構造変化のペースに明確な影響を及ぼしていない
- ◆生産量の規模への中期的な最大の誘引は英国ポンドの価値である

③ 主要な議論

1. MMBに関する質疑応答

Q1. MMBのシステムでは、飲用向けの用途別価格維持のために、国内市場は輸入から切り離されていたのか。

A. 英国は日本と同様に島国であり、生乳をタンクで持ってくるメリットはない。また、飲用牛乳も水と同じくタンクで持ってくるメリットはない。さらに、英国の飲用牛乳は低温殺菌（LTLT）牛乳であり、ヨーロッパ大陸の超高温殺菌（UHT）牛乳とは異なることも輸入を抑制する要因となっている。

Q2. 乳製品向けの加工向け乳価はどうか。

A. 英国内の乳製品製造コストが考慮されて加工向け乳価が決められた。バターやチーズの製造コストは小さいので、問題はなかった。MMBは消費者向けの製品価格の安定に貢献するとともに、需要に応じた生産を行っていた。

Q3. MMB解体の背景の一つとされている消費者への低脂肪牛乳の直接販売は、酪農家が生産して販売していたのか。

A. 一部の小規模酪農家が自ら加工して販売も行っていた。MMB解体の背景は政治的なものであり、一部の生産者は規制緩和をよしとしていた。英国の生産者は、他のヨーロッパ諸国の生産者よりも利益を得ていないのではないかとのフラストレーションがあった。

Q4. 「加工向け生乳の供給を確保するため、MMBが高収益となる飲用向けの生乳供給量を勝手に増やすことができなくなっていた」とされるが、具体的にはどういうことか。

A. EUへの乳製品輸出のため、輸出用の生乳を確保しなければならなかった。たとえば、EUへのバター向けとして生産した生乳は、供給責任を果たすために高い飲用向けには回せなかった。理論上はより乳価が高い飲用向けにも回せるが、飲用需要は安定しているため、追加供給はほとんどできない。生乳生産はクォータ制度のもとで安定的であった。用途別の生産量は、市場実勢をみながら乳業メーカーがMMBと協議して決め、予定を含めMMBに報告することとなっていた。民間企業に対して、何々を作れとはいえない。MMBは乳業が必要とする生乳の数量を保証する責務を負っていた。マージンは飲用も加工も差はなく、利益は安定的で高かった。共通農業政策（CAP）のため、他のEU諸国では乳価は単一価格であり、バター、チーズなどの市場価格の差は小さかった。カナダの乳価システムはいまでもMMBと同じシステムであり、飲用向けなどの高いプレミアム乳価で輸出用乳製品のコストを賄っている。ただし、英国のMMBはそうしてはいなかった。



Q5. MMB解体後、一気に単一価格となったのか。

A. すぐに単一価格となった。MMBの下では乳業が処理する生乳の用途、数量に規制があったが、MMB解体により処理用途が自由になり、飲用用途での処理が優先され、その結果、飲用・加工とも同一の単一乳価となった。その後、生産者価格は急低下したが、牛乳の小売価格は変わらなかった。結果的に、酪農家の利益が大幅に減り、乳業メーカーの-margin取り分はほとんど変わらず、小売業者の利益だけが增える結果となった。酪農家は、MMBの解体により加工向けの価格が飲用向けの価格水準に鞅寄せされ、生産者価格が上がると思っていたが、逆の結果となった。酪農家は基礎的な知識を持っていなかった。乳業メーカーはブランド化した商品が少なく、価格を上げられなかった。30年前は宅配牛乳（ドアステップ・ミルク）が中心であり、政府規制により小売価格と同じ価格だったので消費者は宅配牛乳を選択していた。1984年の小売の規制緩和により宅配価格は維持されたものの、牛乳の小売価格は下がった。このような牛乳市場の変化に対し、乳業メーカーはブランド商品の開発ではなく、牛乳の容器をガラス瓶からプラスチックボトルに変えて、大規模工場での生産効率向上によって対応しようとした。こうして二大乳業が誕生し、飲用牛乳のほとんどは小売業者のプライベート・ブランド（PB）となった。

MMB解体の動きに対して、乳業は制度維持を希望していた。政府は価格を下げるために、乳業メーカーを統合し、酪農家には競争をしてほしいと希望していた。酪農家は高乳価の実現を希望していた。そのために酪農家が望んでいたのはMMBをなくすことではなく、乳業メーカーの乳価交渉団体であるDairy Trade Federationをなくすことであった。乳業における独占をなくし、交渉の力関係を生産者有利にしたかった。大規模酪農家にとっては、高い乳価は達成できなかったが、輸送コストのプールがなくなることにより、輸送コストは安くなったかもしれない。結果の予測はできた。

いまでも議論はあるが、どういう理論がよいのか全くみえない。穀物や生花市場であれば、市場参加者はみんなよく理解しているが、生乳はそうではない。商品市場の動きがみえない中、政府がわけもなく介入したがる。



Q6. MMBは効率化のための取組みなどはしなかったのか。

A. 英国では乳業の加工施設が多すぎたので、過剰施設を整備するための補助を行っていた。

Q7. MMBのシステムにおいて、誰が用途別取引などのデータを検査していたのか。

A. MMBの職員である監査官が行っていた。

Q8. 飲用向けに限定して販売する業者はいなかったのか。MMB解体後はどうか。

A. MMBは独占購入権を持っていたので、そのような業者はいないし、不可能であった。MMB解体後にそのような可能性はあったであろうが、乳業メーカーはそのようには動かなかった。乳業メーカーは最も儲かる用途に生乳を振り向けようとした。英国では庭先での生乳取引なので、乳業メーカーは生産者と直接契約する場合には、輸送コストを低減するため、工場近隣の酪農家から生乳を確保するようにした。飲用工場は英国東部の消費地に立地し、乳製品工場は西部の生産地に立地している。しかしながら、東部では酪農よりも穀物生産の方が儲かるため、酪農家は減少した。この業界の中でもっともリスクを負っているのは酪農家である。生乳を生産した段階では、それが何の用途に仕向けられるのかわからないからである。MMBは基本的には間違っていなかった。生乳流通も効率的であった。供給（生産）は安定していたし、乳業メーカーも安定していた。消費者にも安定供給が図られ、価格も安定していた。こうした経験を踏まえると、今でもMMBが望ましいシステムであったと考えている。規制緩和は非現実的であった。改革は生産者が求めたこととは異なる結果をもたらした。いまでもMMBを残しておいた方がよかったという議論がある。

英国の酪農家の経営規模は、他のEU諸国の酪農家の経営規模よりも大きい。価格は下がったが、EUからの補助が増えた。

2. 小売提携契約に関する質疑応答

Q. 小売業者はその後どのような対応をとったのか。

A. 穀物価格が高騰し生産コストが上昇する一方、乳製品の国際商品市場価格が高騰し生産が回復しつつある中、2008年のリーマンショックに伴い乳製品の国際商品市場価格が急落し、2008年後半から2009年にかけて「欧州酪農危機」に見舞われた。英国の酪農家は低い生乳価格に怒り、デモを開始し、小売業者に圧力をかけるため、封鎖や配送の停止などの行動に出た。こうした事情を背景に、2007年に英国最大手小売業者のTESCOが小売提携契約を開始した。

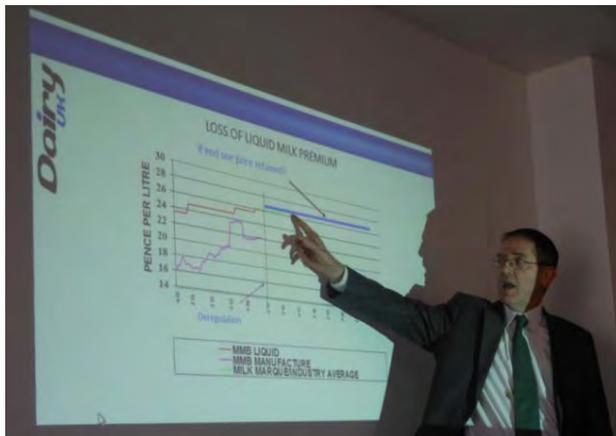
この結果、TESCOが販売する飲用牛乳向けに生乳を供給する生産者に対しては、生産費を考慮した乳価が支払われることとなった。小売業者が仕切っているものの、契約は乳業者と生産者の間で結ぶ。参加する生産者はすべてのコストを提示する必要がある。調査は第三者であるコンサルタント会社が行う。TESCOの例をみて、他社も同様の仕組みを導入しつつある。対象となる生乳は英国産生乳の約20%であり、飲用向け生乳に限ればその比率は倍の約40%になる。残りの約80%の生乳は乳製品市場価格のトレンドで決まる。この取組み（TSDG）に参加しない生産者は、自分たちにしわ寄せがくるとして不満を示している。乳業メーカーも面白くはないだろう。TESCOの販売価格は50ペンス/Lくらいであり、生産者取り分が20～30ペンス/L、乳業者取り分が18ペンス/L、小売のグロスマージンは客寄せのために圧縮されてきており5ペンス/Lくらいか。また、生乳・牛乳の輸送コストは1.5ペンス/Lくらい。乳製品加工の場合は小売マージンが動くが、乳業のマージンは安定している。

現在、TESCOのTSDGには約700戸が参加しているが、メンバーが減ったため、また新規の酪農家を採用し始めている。具体的な乳価は、契約生産者の供給する生乳の80%に対しては飲用向けの契約価格で、残りの20%については保証しない（通常の加工向けの取引価格）という契約である。スーパーマーケットとして生産者を大事にする取組みを行っているというイメージ戦略であり、多少マージンが減ってもよいと考えているようである。乳価が下がると、小売業者への社会的批判が高まるので、これを回避しようとしている。

3. P.O.に関する質疑応答

Q. 生産者組織（P.O.：Producers Organization）をどのように評価するか。

A. P.O.は農協のような交渉力はない。生産者に対するアドバイスのみである。具体的には、乳業メーカーとの交渉をスムーズにすることや契約内容が現実的なものとなるようにアドバイスすることが中心である。評価を行うにはまだ早すぎる。英国にはP.O.はひとつしかなく、乳業1社のみと交渉を行っている。生乳取引交渉だけが業務のPOはすべて失敗している。NFU（全国農業者連盟）はP.O.ではなく、P.O.を設立するように促している組織である。



政策・持続可能性部門部長のピーター・ドーン氏によるプレゼン。



当日のプレゼン資料は出国前に確認し、現地では質疑応答の時間を多くとった。

④ 調査先の概要

1. Dairy UKについて

英国の乳業、酪農家の代表、酪農協、飲用乳販売業者など酪農・乳業に関するさまざまな分野の関係者が会員となっており、これらの産業全体のための情報の提供や、政府への意見提言などを行う組織。

2. 主な活動内容

- ① 英国内の安全で安定した乳業サプライチェーンの維持。
- ② 業界の発展と成長課題に焦点をおき、政府の輸出取り組みへの高い関与など、業界全体でイニシアチブを發揮している。
- ③ Dairy Roadmapやその他のイニシアチブを通して、持続可能で環境的な最善の活動を行っている英国乳業界のリーダーとしての立場を守っていく。
- ④ Dairy Councilと協力し、健康でバランスのとれた食生活の中で栄養に富んだ食品として英国の牛乳乳製品を擁護する。
- ⑤ 政策立案者や意見に影響力のある人たちと、ウエストミンスターでのDairy All-Party Group（乳の全政党グループ）や各政権におけるイニシアチブを通して積極的に関わりを持ち、乳の問題を全レベルの政治家に正確に要旨の説明をする。
- ⑥ 政策、栄養、サプライチェーン整合性や持続可能性におけるEU問題に、直接EU委員会やEUの酪農乳業団体を通して携わっていく。
- ⑦ 同じ内容の世界問題に、Codex、WHOとFAOとIDF、GDPやDairy Sustainability Framework（DSF）を通して携わっていく。



本部はロンドン・ウエストエンド中心部。