

中販連 だより

2003
Vol.2

中国地域指定生乳生産者団体 中国生乳販売農業協同組合連合会 機関誌

発行●中国生乳販売農業協同組合連合会 編集・発行人●鍵山 信 儀
〒730-0012 広島県広島市中区上八丁堀8番23号林業ビル4階
TEL082-511-3371 FAX082-511-3399



CONTENTS

平成14年度乳価交渉●結果に見る光と影

平成15年度乳価交渉●方針を決定

平成15年度生乳計画●生産対策について

中国地区を巡る酪農乳業相関図●その1・2

平成14年度生乳受託販売実績他●編集後記

Chugoku Fresh Milk Sales-Agricultural Cooperative Association

平成十四年度

乳価交渉結果に見る光と影

妥結乳価は値上げか還元か？

本誌創刊号で平成十四年度飲用向け乳価交渉の進捗状況について報告しました。

既報の通り、膠着状態にあった交渉は九月終盤における明治乳業の回答提示により大詰めの局面を迎えたものの、円滑な進展とはならず、中販連管内ではようやく一月末段階で全乳業者と妥結に至りました。

確かに二十四年ぶりの値上げは光明と言えますが、先送りの課題も抱えております。

以下、このたびの交渉結果について紹介いたします。

交渉長期化と相場混迷の背景

☆市場正常化の停滞

交渉が長期化した要因には、乳業界における市場正常化（牛乳乱売の自粛、納入価格の改定等）の停滞

が上げられます。

生産者側も市場正常化には乳価値上げ原資の面から理解を示し、酪政連組織では量販店等への訴求活動に取り組みましたが、乳業界に渦巻く相互不信、量販店のバイイングパワー（買手の購買力）等の障壁は厚く、結果として交渉に不毛の期間をもたらしました。

このため需要期までに交渉を終結させたい生産者側としては、需給逼迫を背景とした生乳供給対策の実施と合わせ交渉手段についても地方交渉の行き詰まりから中央突破を図るべく全国連へのフリーハンドでの交渉を委任することとなりました。

中央交渉は当然のことながら明治乳業・森永乳業の二大乳業に絞られ、ようやく九月終盤に至り明治乳業から先行回答が提示されました。

☆地方交渉に混迷をもたらす大手の回答

しかし、明治乳業の提示は全国一律でなく新商品である「おいしい牛乳」の①製造ブロックに八〇銭/kg（当ブロック該当）②近々製造間近ブロックに七〇銭③製造予定のないブロックに五〇銭の三様、値上げ時期は十月一日からとする旨の内容でした。

さらに、やや遅れて森永乳業の回答として七〜九月の飲用向けに対し夏期奨励金として一円/kgを支払う（二円は十〜三月の下期換算で五〇銭/kg相当）との明治乳業とは全く異質の提示がなされました。森永乳業の提示については全国連及び各指定団体とも乳価でなければ評価できないとの強い抵抗から後に奨励金は乳価へと変更された。

このような大手二社の対処の違い及び明治乳業のブロック提示額の違いが相場観と地方交渉に混迷をもたらす要因となった。

中国管内は五〇〜八〇銭で妥結

☆八〇銭相場の全面浸透に障壁

中販連としては十月三日に生乳受

託販売委員会を開催し、明治の提示内容及び全国情勢を踏まえ、「明治乳業の提示額は今年度要求（域内統一乳価一〇〇円/kg）の内金として位置付け、今後は八〇銭を相場に販売委員との連携を図り地方交渉にあたる」旨がとりまとめられました。

このことにより、要求時点から実に七ヶ月もの空白期間を経て地方交渉の舞台が整いましたが、大手二社の対処の違いが八〇銭相場の浸透を阻むこととなりました。

それは地方乳業者から五〇銭相場が強く主張され始めたことに象徴されます。勿論、中には値上げ自体に反対する乳業者もありました。

交渉の大勢は五〇銭と八〇銭を巡る攻防となりましたが、強力な交渉において八〇銭を応諾する乳業者が出現したものの、多数の乳業者との間においては三〇銭格差の壁は想像以上に厚いものとなりました。

☆上げ幅五〇〜八〇銭の交渉で一月末に終結

時は十二月を迎える頃、中販連は事態の打開を図るに当り、再度、管内及び全国情勢による検討を行う中で五〇銭も相場として認識せざるを

得ず、当面の交渉進展にあたっては五〇〇八〇銭の範囲で妥協点を探る方が浮上しました。

妥協点の幅を持ったことにより十二月内に相当数の乳業者と合意に至り、さらには、止む無く越年という厳しい交渉を余儀なくされた乳業者においても一定の歩み寄りが見られていたことから一月内の合意に達した。

その後、合意事項及び値上げ適用期日である十月一日への遡及精算額の確認が行われ、長期間を要した十四年度交渉は一月末をもって管内全乳業者と終結に至りました。

乳価交渉の評価と課題

☆乳取委における総括

今年一月二八日、生乳取引等委員会（河合委員長・東海酪連会長）が東京で開催され、平成十四年度乳価交渉の総括が行われました。

席上、委員からは要求に比べれば低位の回答水準となったが、下げ基調で推移した乳価に対し二十四年ぶりの「値上げ」をもって歯止めが実現できたことは評価できるのでないかとの意見に集約されました。

他方、課題としては①乳価引き上げ原資として期待した市場正常化を通じた納入価格の適正化は不調に終わった。②統一乳価を目指した中で

値上げ額が小さく適正な乳価の在り方への乳業者間の是正は不調に終わった。③地方交渉が停滞した要因は大手乳業の出先工場が据え置き以上の権限を与えられていないことにある。④大手乳業の回答が年間同一価格（明治）と季節別価格（森永）という性格の異なる内容となった。等があげられました。

☆中販連としての総括

このことに中販連の総括を加えるに当り、自負との誤解を省みず揚げるならば、

①交渉が長期化したことへの指摘はあるものの、これは交渉主体である広域指定団体に組織力及び情報の一元化が集積できたことで交渉力が強化された。

②中販連自体として統一乳価の要求は二十四年来の低下基調にあった乳価について、根源となる牛乳の流通・小売価格の混乱に歯止めをかけ、構造不況と化した酪農乳業の再構築を図ることに基本を置いたこと

ことから今年度の値上げは要求額の「内金」として位置付けられ、次年度以降の要求にも妥当正を有している。

反面、課題として揚げるならば、①統一乳価を目指したものの今年度の妥結水準では基本乳価の形成は困難となり、乳価体系は実勢乳価をベースに値上げ分を加えることとなる。

②大手乳業の先行回答への労は多とするものの、大手乳業は「おいしい牛乳（明治）」のような新製品による独自の市場戦略で乳価原資の確保を可能としたが、市場戦略に劣る地方乳業者は横並びの値上げにより経営体質への影響をもたらしかねない。すなわち、今年度のような少額値上げでは量販店への納入価格の改定は不可能といえる。

③地方乳業者は交渉初期の段階から、交渉の受け皿を大手乳業に丸投げしたことから域内の酪農乳業間の相互理解を得る場が出来ず、生乳受託販売委員会の機能発揮が制約された。

残りですが、全国同様に中販連として最大の誤算は市場正常化の不調であり次年度においては今年度の轍を踏まないような生乳販売面からの戦略構築が必要とされます。

酪農乳業関係三団体再編の検討に着手

・・・平成十六年度目途

中央団体の内、（社）全国牛乳普及協会、全国学校給食用牛乳供給事業推進協議会と酪農乳業情報センタ一の三団体を十六年度から統合組織として設立する検討がはじまりました。

三団体とも訴求相手等の差はあるが牛乳乳製品の消費普及・啓蒙を通じて酪農乳業の発展を期する点での共通項があり、また活動資金についても生・処から拠出金が主体を占めています。

再編の方向は法人組織である全国牛乳普及協会の名称の下に各団体機能の整理・統合を通じた組織のスリム化と経費の節減を図ることにあります。

平成十五年度乳価交渉方針を決定

販売委員会・理事会

広域指定団体体制下における初の値上げ交渉となった十四年度の飲用向け乳価は、結果の是非はともあれ二四年振りの値上げをもって終結しました。

しかしながら、酪農乳業界が抱える構造化した課題の解消には程遠く、その実現は次年度に先送りされました。

息つく暇なく1月末から十五年度に向けた乳価交渉の火蓋が切られました。

中販連は去る二月十日に生乳受託販売委員会及び理事会を開催し、十四年度交渉の総括と一五年度の交渉方針について協議・決定しました。

以下、本紙幅では十五年度の交渉方針について紹介します。

☆用途別交渉の舞台背景の違い

価格は需給の産物とは言へ、生産者要求乳価は、本来、酪農経営現場のコスト及び収益等の実態に基づく

べきであります。

現に、乳製品向け乳価は制度価格から相対取引に移行したものの、交渉においては北海道における生産費調査結果は極めて重要な位置付けとなつていきます。

しかし、自由取引で経過した飲用向け乳価交渉は流通・小売市場の実勢が強く反映される枠組みの中で行われてきました。

過去二十余年にわたり流通・小売価格と飲用等向け乳価は年率1%ずつ低下する相関で推移しており、今日の酪農乳業界の構造不況をもたらしています。

☆前年度要求内容の実現を基本

中販連の十四年度における要求内容の組み立ては、流通・小売市場さらには酪農乳業界内部の過当競争に起因する双子の弊害の解消を図るため、次の二事項を基本に置きました。

① 販売用途の整備

飲用牛乳向け・学校給食用牛乳向け・醗酵乳等向け・生クリーム向け・チーズ向け・特定乳製品向けの六用途

② 求金額

飲用牛乳向け基本乳価100円/kg

この要求に対し50〜80銭/kgの値上げでは、要求金額の充足には至らないため、十四年度の値上げ額は「内金」と位置付け、引き続き十五年交渉で実現を期することとしました。

また、十五年交渉においても市場正常化は最大の課題となりますが、不調に終わった前年度の轍を踏まないためには新たな戦略が必要とされます。

このため中販連としては新規戦略として、生乳需給事情を追い風とした用途別・乳業者別の有利販売に取組み乳業者に一層の自覚を促すこととします。



▼ 事業経過報告

(平成十四年十二月十六日)

十二月二十五日 会員担当者会・中国地区需給調整会議(林業ビル)

十二月二十六日 理事会(広島市・メルパルク)

一月十八日 緊急優良経営後継牛資源確保対策事業担当者打合会議(林業ビル)

一月二十一日 会員担当者会(林業ビル)

一月二十四日 第四回指定団体機能整備検討委員会(林業ビル)

一月二十七日 中国地区需給調整会議(林業ビル)

二月六日 中央酪農会議理事会(東京・JABビル)

二月十日 理事会・生乳受託販売委員会(広島市・弥生会館)

二月二十日 第五回指定団体機能整備検討委員会(林業ビル)

二月二十一日 会員担当者会(林業ビル)

二月二十五日 中国地区需給調整会議(林業ビル)

二月五日 中央酪農会議理事会、総会、指定団体会長会議(東京・KKRホテル東京)

KKRホテル東京



定団別別に配分されます。
(指定団体別設定)

二、七、六七七・三千トンの八〇%

(前年五〇%)を十四年度の計画生産実績値とし、残り二〇%(前年五〇%)を十五年度出荷希望数量の指定団体別シェア

でそれぞれ配分、その合計が第一次設定数量となります。

(超過・未達削減数量の取扱いと供給目標数量の設定)

三、第一次設定に出荷実績が八〇%

加味されていることから十四年度削減対象基礎数量の二〇%を削減したペナルティ適用後の数量が十五年度供給目標数量となります。

(本会の十五年度計画生産基礎目標数量)

四、平成十四年度の会員調査による

生乳出荷数量は約三二四・七〇〇トン(前年実績比九九・九%)が見込まれ、目標数量(三二四七・二〇二トン)に対し、五、五〇

〇トン程度の未達(目標数量比九八・四%)が想定されます。削減除外数量を差し引いても一

千トン程度の未達に対するペナ

ルティ措置が適用されますが、これを差し引いても現時点での十五年度基礎目標数量は三四

六、二〇〇トン(前年実績比一〇一・一%)程度が見込まれます。

五、前項の三四六、二〇〇トンを会員の平成十四年度実績を八〇%・平成十五年度出荷希望数量を二〇%勘案し、各会員のシェアを加味し配分いたします。

六、超過・未達の措置についてはブロック全体で調整後、全国の措置に準じて実施いたします。

七、十五年度において発生するアウトイン等異動の数量については要領に準じて申請してまいります。

八、会員からの積み上げによる平成十五年度の出荷希望数量三四

四、五二一トンは目標数量に対し一七〇〇トン程度の不足となります。このため、中販連としては、会員別の配分はあるものの目標達成に向けては、全生産者・会員一丸となって取り組む

こととなりました。

去る二月十日開催の生乳受託販売委員会・理事会において十五年度の生乳計画生産対策が協議され、当ブロックにおける計画生産については全国段階での基本的な考え方を踏まえ、次により推進することが決定されました。
(全国の十五年度供給目標数量と配分)

一、全国の需要予測量は計画生産の上では生産を抑制しないものとしながらも脱脂粉乳の在庫を極力積み増ししないことを念頭に供給目標数量を七、六八七・三千トン(十四年度実績見込み比九九・七%)をインサイダー全国総量として設定され、新規就職農枠数量一〇千トンを差し引いた七、六七七・三千トンが指

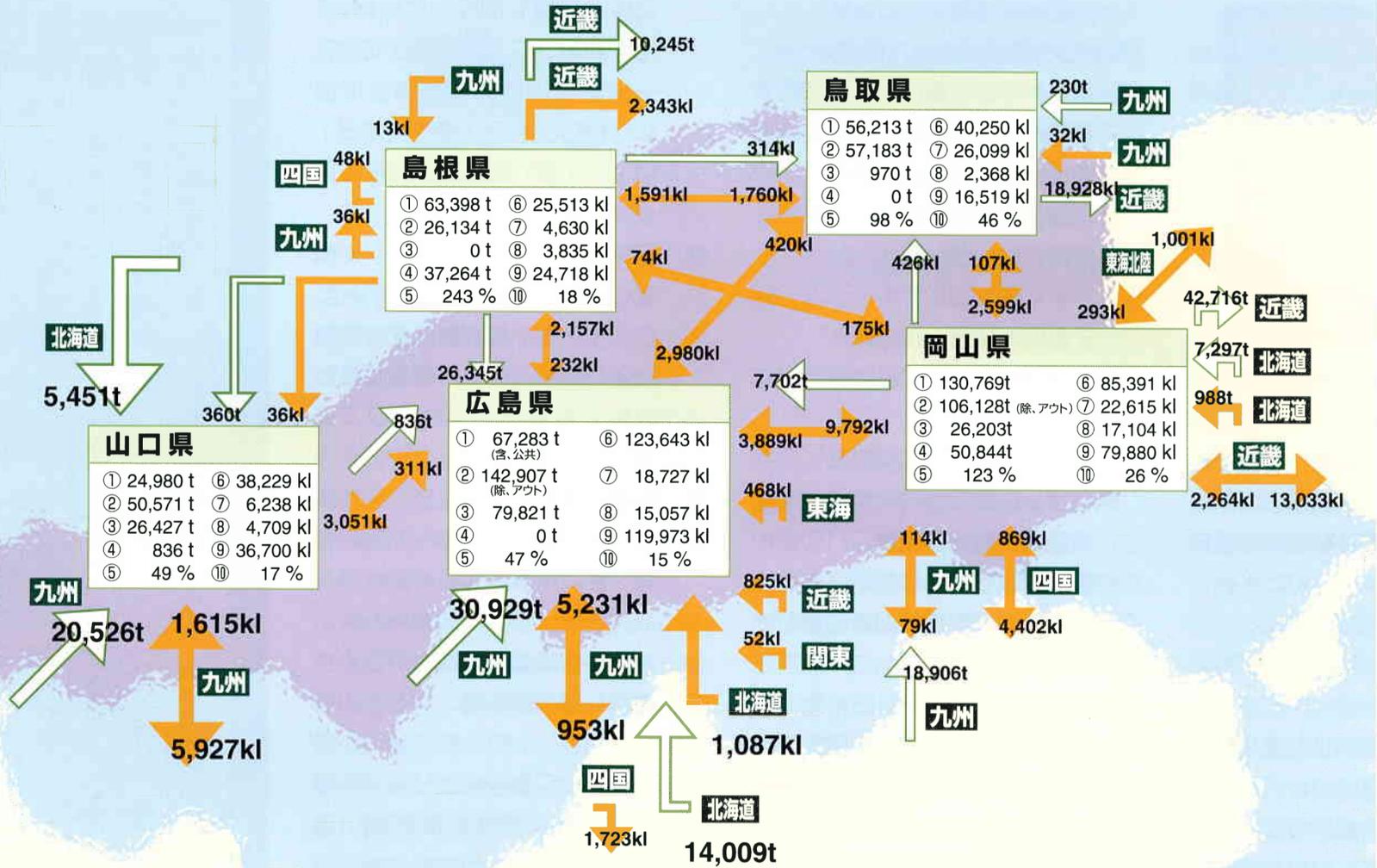
平成15年度生産見込数量

単位：トン

会員名	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	合計	14年度見込	前年比
大山乳業農協	15,780	14,988	15,240	15,727	61,735	57,576	107.2%
全農島根県本部	16,721	15,777	15,918	16,261	64,677	63,434	102.0%
岡山県酪連	33,780	30,010	30,360	31,850	126,000	130,572	96.5%
広島県酪農協	16,673	16,527	16,677	16,708	66,585	65,093	102.3%
山口県酪農協	6,756	6,079	6,079	6,610	25,524	25,096	101.7%
合計	89,710	83,381	84,274	87,156	344,521	341,771	99.2%

中国地区を巡る酪農乳業相関図

(その1) 平成13年度県間：ブロッツク間



摘 要	
①受託販売量	⑥飲用牛乳生産量(牛乳・加工乳)
②生乳処理量	⑦飲用牛乳移入量
③生乳移入量	⑧飲用牛乳移出量
④生乳移出量	⑨県内消費量(⑥-⑦+⑧)
⑤生乳自給率	⑩飲用牛乳移出比率(⑦/⑥)

凡 例	
	生乳
	飲用牛乳

中国地区を巡る酪農乳業相関図

(その2 平成13年度ブロック間)

管内全体需給	
①受託販売量	342,643 t
②生乳処理量	382,923 t
③生乳域内(県内)流通量	35,983 t
④生乳域外移入量	96,045 t
⑤生乳域外移出量	52,961 t
⑥自給率(①/②)	89 %
⑦飲用牛乳生産量	313,026 kl
⑧飲用牛乳域内(県間)流通量	29,138 kl
⑨飲用牛乳域外移入量	13,922 kl
⑩飲用牛乳域外移出量	48,473 kl
⑪飲用牛乳消費量	278,475 kl
⑫飲用牛乳移出比率(⑩/⑦)	15 %



平成14年度 会員別
生乳受託販売
実績

	第1四半期		第2四半期		第3四半期		累 計	
	(4月~6月)	前年比	(7月~9月)	前年比	(10月~12月)	前年比	(4月~12月)	前年比
大山乳業農協	14,978,544.8	102.8	13,994,323.4	104.3	13,983,086.7	102.2	42,955,954.9	103.1
全農島根県本部	16,733,288.2	100.3	15,406,992.3	101.6	15,337,072.7	99.9	47,477,353.2	100.6
岡山県酪連	34,766,653.5	99.2	31,286,629.8	100.5	31,474,125.4	99.7	97,527,408.7	99.8
広島県酪農協	16,856,878.5	97.1	16,165,688.2	98.3	15,969,541.2	98.4	48,992,107.9	97.9
山口県酪農協	6,688,447.0	99.9	6,026,137.0	105.9	6,016,473.0	99.7	18,731,057.0	101.7
合 計	90,023,812.0	99.6	82,879,770.7	101.3	82,780,299.0	99.9	255,683,881.7	100.3

平成14年度
用途別販売
実績

	第1四半期		第2四半期		第3四半期		累 計	
	(4月~6月)	前年比	(7月~9月)	前年比	(10月~12月)	前年比	(4月~12月)	前年比
飲用牛乳向け	76,120,692.9	97.9	71,085,645.6	99.8	70,066,606.4	98.9	217,272,944.9	98.8
はっ酵乳等向け	9,942,832.1	119.5	9,859,035.1	113.7	9,304,085.6	111.1	29,105,952.8	114.7
特定乳製品向け	2,707,450.0	98.4	1,224,122.0	111.6	2,412,887.0	95.8	6,344,459.0	99.6
生クリーム等向け	1,200,269.0	82.7	661,284.0	81.8	946,820.0	91.4	2,856,055.0	86.6
チーズ向け	52,568.0	102.1	49,684.0	91.6	49,900.0	92.6	152,152.0	95.3
総受託販売乳量	90,023,812.0	99.6	82,879,770.7	101.3	82,780,299.0	99.9	255,683,881.7	100.3

中国地方の
生乳生産量の
推移



編集後記

▼ 毎年今の季節になると、鼻水やくしゃみ・目のかゆみ等の花粉症にお悩みの方が多いと思います。

この花粉症の症状を改善する効果として、ヨーグルトを食べることで症状の緩和がみられるそうです。ヨーグルトは健康に多大に貢献してくれますが、毎日食べ続けることが大事です。

昨年テレビ等でヨーグルトの効果が取上げられてから、その消費が大きく伸びていますが、一時の流行で終わってほしくないものです。

▼ 最近新聞等の報道でよく目にする次のカタカナ語の意味をご存知ですか？
トレーサビリティ (識別表示)
コンプライアンス (法令遵守)
アカウンタビリティ (説明責任)

あまりにも難解なカタカナ語が氾濫しすぎです。もっとわかりやすい日本語表現はできないものでしょうか！

