TOPICS 2

トピックス…②

# フランスの酪農情勢とエガリム法下における乳価形成について

農林水産省では、2023年８月から「適正な価格形成に関する協議会」を設置し、合理的な費用を考慮した価格形成について議論が進められてきた。2025年３月には「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律」が国会へ提出されている。本会議では、2025年４月９日にフランスの酪農家であるデゥニ・ジャナン氏を迎え、「フランスの酪農情勢とエガリム法下における乳価形成」をテーマに記者懇談会を開催した。当日は業界関係者や報道関係者計23名が参加した。

## １．主催者挨拶

菊池専務理事は冒頭の主催者挨拶で、「事前に話を聞くと、フランスにおいても高コストの生産環境の中でいかに酪農経営を安定させるのか、ということがわが国とフランスの共通課題だと感じた。この課題に対する各国の歴史、組織、行政、アプローチの仕方は異なるが、最終的な方向は共通しているのではないかと感じた。これを是非、関係者の方々にも共有していただきたい。」と述べた。（写真１）

## ２．講演者の紹介

ジャナン氏は、フランスのブルターニュ・ノルマンディ地方のフランスミルクボード（以下：FMB）であるグラン・ウエストの取締役員や、フランス国内の生産者組織（Producers Organization以下：POs）を統括する組織であるFrance OPLaitの事務局長を務めている。ご自身もフランス西部地方の酪農家であり、モンサンミッシェルから約50kmの地域に居住している。現在、約50頭の乳牛および肉用牛を放牧形式で飼育しており、飼料には少量の油粕や大豆粕、一部とうもろこしのサイレージを用いる以外は、ほぼ全てをグラスフェッドの自給飼料でまかなう飼養管理を行っている。

同氏は1995年４月から就農し、本年で就農30周年を迎える。2005年までは地元の小規模乳業者に生乳を出荷していたが、取引先の倒産により出荷先を失った。その際、同様に出荷先を失った約400名の地元の生産者と共に生産者団体を結成し、新たな取引先の確保に取り組んだ。その後、４つの乳業者と生乳取引を開始したが取引条件が厳しく、経営的に苦しい時期が続いたという。2007年よりラクタリス（Lactalis）社と本格的な取引を開始したものの、乳価が安定するまでは苦労を重ねた。（写真２）

## ３．フランスにおけるPOsの結成と展開

フランスには、地域ごとに基盤を持つ３つの「フランスミルクボード」系のPOsが存在する。①ノルマンディー地方：フランスミルクボード・ノルマンディ（Normandie）、②西部地方：フランスミルクボード・グランウェスト（Grand Ouest）、③南西部地方：フランスミルクボード・スッドウェスト（Sud Ouest）。これら３団体が連合し、上位組織として「生産者組織連合会（AOPs）」を結成している。AOPs全体の総集乳量は約２億L、会員数は約350名である。現在、フランス全土では約90のPOsが存在しており、中には日本と異なり、牛乳のほか、羊乳や山羊乳を取り扱うPOsも含まれている。ジャナン氏は、2007年のラクタリス社との取引を開始した後、生産者の収入の安定を目的として、地元の生産者と共にPOsを設立した。

写真１：菊池専務理事

写真２：デゥニ・ジャナン氏

### ４．複数乳業者との交渉の歴史

フランスではこれまで複数の乳業者との取引や、既存の取引先を変更することは、慣習として認められておらず「１つのPOsが1事業者と取引する」という形態が一般的であった。しかし、フランスミルクボードはこの慣習を打ち破り、複数の乳業者と取引する新たなモデルを確立した。複数の乳業者との契約モデルを確立するまでには、POs設立から約9年の歳月を要した。ジャナン氏は、「自身が既にラクタリス（Lactalis）社と取引がある中で、仲間の為に他社との取引契約に調印するのは当時のフランスではとても異端で緊張する出来事であった。」と述べている。

### ５．フランスの乳価交渉について

このような歴史背景を踏まえ、現在のフランスにおける乳価交渉は、まず年度の初めに関係者で年間を通した生乳取引量の協議を行い、目標を設定する。その上で設定された目標を基に、毎月乳業者との乳価交渉が行われている。各会社に生乳を卸している生産者の中で、価格交渉グループが取引先に応じて組織されており、交渉に先立っては乳製品や価格に精通している専門家を交えて事前打合せを行う。生産者側は５～６人で交渉グループを編成して、必要に応じて交渉に弁護士が同席する場合もある。交渉の進め方は、はじめから具体的な価格を提示するのではなく、公的機関であるフランス・アグリメール（FranceAgriMer）やクニエル（Cniel）が公表する各指標に基づいて協議を進め、価格の合意を目指す形で取り進められている。また、現在協議中のテーマとして、「GHG（温室効果ガス）の削減」、「AW（アニマルウェルフェア）」等のガイドラインを遵守している生産者に対し、追加の支払いを求める交渉も同時に実施されているとのこと。

### ６．エガリム法の導入とフランス消費者の動向

エガリム法導入前のフランスでは、乳価交渉の際、乳業者がPOsや生産者に対して、生産費を考慮しない価格の提示が行われ、生乳の取引環境は大変苦しい状況にあった。しかし、エガリム法の導入以降は、取引価格の提示が乳業者側から生産者側へと逆転し、公的団体が公表する各種指標を考慮した取引価格の交渉が義務化された。この結果、フランスミルクボード会員の取引乳価が同法の導入前と比較して、平均して10％程度の値上げをしている。また、フランス全土の生乳取引価格（予測価格）も同様に10％程度値上げしている。なお、生乳の仕向け先は、国内向け、輸出向け、加工（脱・バ）の３つに大別され、このうち国内向けがエガリム法の対象となる。ジャナン氏は、「自身も生産者の一人として、『原材料供給者』という意識から『価値ある農産物の提供者』という意識に変化したことで、誇りを持って酪農業に取り組めるようになった」と述べている。

フランス国内の生乳生産者数および生産量ともに減少傾向で、前年対比で約４％の減少がみられる。更にフランス国内の乳価も周辺国（ドイツ、ベルギー、オランダ）と比較すると安価であり、このままでは、自国の生乳生産の基盤が危ないとの認識も手伝って、サプライチェーン全体において国内の生乳生産体制を見直す動きが活発化している。フランスの消費者の中では、「国内に限定したフェアトレード」が流行しており、適正な価格設定の製品に対する理解が浸透している。消費者からは、生産者に配慮した適正な価格設定の製品を望む声が高まっており、その影響を受けた製品が流行し、一般的な製品を上回るほどに市場が拡大している。ジャナン氏も4～500人の生産者グループと共に「fairefrance」という牛乳のブランドマークを立ち上げた。このマークが付された牛乳製品を購入すると、１Lあたり0.1ユーロが追加で生産者に対して支払われる仕組みだ。

わが国の酪農においても歴史、組織、行政、アプローチの方法は異なるが、学ぶべき部分も多いのではないだろうか。（写真３）

写真３：講演中の会場の様子