

## 生乳共販体制の役割 第一回

## 「生乳販売に必須の農協共販」

北海道大学 大学院農学研究院基盤研究部門

農業経済学分野 講師

清水池 義治

## 一 農協共販による生乳の販売

多くの消費者にとって牛乳乳製品は毎日消費する馴染みの食品であるが、どのような過程を経て食卓まで届けられているのか、あまり馴染みがないかもしれない。本連載では、「生乳」（殺菌処理がされておらず、乳牛から搾られたままの状態の牛乳）の販売・流通のしくみとそれを支える制度を解説し、生乳共販体制が果たす役割を述べていきたい。

酪農家が生産した生乳は乳業メーカーに販売され、そこで牛乳乳製品に加工される。酪農家から乳業メーカーへの生乳の販売は、通常、農協による共同販売（農協共販）を通じて行われている。農協共販は、農業者が個別に販売した場合に生じる不

規制改革会議は、「指定生乳生産者団体制度の廃止」を提言し、その後、与党・農林水産省と調整の結果、政府は「廃止」という表現は削除したものの、「同制度の是非や補給金の交付対象の在り方を含めた抜本的改革」について秋までに検討し、結論を得るとしました。そこで、北大の清水池義治講師に生乳共販体制の役割について三回にわたり解説していただきます。

利益を減らすために、農業者が共同して行う取り組みである。酪農家と乳業メーカーが直に生乳を取引することは、零細な取引を除くとほとんどなく、酪農が盛んな欧米諸国でも農協共販を通じた販売が主流である。

農協共販を通じた生乳販売は、酪農家と乳業メーカー、そして消費者にとってメリットがある。

酪農家が、直に乳業メーカーに販売する場合を想定してみる。生乳価格（乳価）を決める際、その価格が適正かどうかを判断するためには、生乳や牛乳乳製品の製造費用、他の酪農家の販売価格、牛乳乳製品の消費動向といった情報が必要である。しかし、一般的に、大企業であることも多い乳業メーカーと比較して、個々の酪農家はこういった情報を十分に持っていない。

## 清水池 義 治 (しみずいけ よしはる) 氏



北海道大学大学院農学研究院基盤研究部門農業経済学分野 講師  
1979年生まれ、広島県出身  
2009年に北海道大学大学院農学院博士後期課程修了、博士（農学）  
2006年より雪印乳業(株)酪農総合研究所・非常勤研究員  
2009年より名寄市立大学保健福祉学部講師、2015年より准教授  
2016年より現職

主著に『増補版 生乳流通と乳業』デーリイマン社（2015年1月刊行）。

一方、乳業メーカーはなるべく安い乳価で買おうとするので、酪農家にとって不利な条件で取引を求められるかもしれないが、情報が少ない以上、酪農家は不利かどうかの判断もできない。また、生乳生産に日々追われている酪農家は、生乳販売に使える時間は限られている。時間がない中、不利な条件を呑まざるを得なくなるかもしれない。農協共販で酪農家がまとまれば、農協が代表して取引を行うため、こういった問題は軽減される。

乳業メーカーとしても、農協共販は有益である。直取引だと大手メーカーほど多くの酪農家と多くの取引をこなさねばならないが、酪農家が共販でひとつにまとまっていた方が取引に関する手間と費用は小さくできる。取引や販売

に関する費用が小さくなれば、最終的な牛乳乳製品の販売価格も下げることができるわけで、これは消費者のメリットにもなる。

### 二．生乳販売における共販三原則の意味

農協共販は「共販三原則」にもとづいて行われる。三原則とは、①プールの価格、②共同計算、③無条件販売委託である。以下では、生乳を例に、その意味を具体的に検討しよう。

#### ①プールの価格

プールの価格（乳価）とは、農協が乳業メーカーに販売した際の乳価が用途などによって異なっていたとしても、農協が酪農家に支払う際は異なる乳価を平均化して支払うことである（注1）。

生乳は、同じ生乳であっても最終的にどの製品に加工されるかで乳価が異なる用途別乳価である。一見わかりづらいしくみだが、同じ牛乳乳製品でも製品種類によって売れ行きは異なるし、牛乳乳製品ごとの小売価格と生乳生産コストとのバランスの中で、用途によって乳価に差を付ける取引が行われてきた。具体的には、最も高い牛乳向けは生乳1kg一七円程度、逆に最も低いチーズ向けは七〇円程度、その中間の脱脂粉乳・バター等向けは七五円程度である（いずれも平成二八年度のホク

レン取引乳価)。

もし、プール乳価払いでないとすると、チーズ工場周辺の酪農家は低い乳価ばかりで売らざるを得ない一方、牛乳工場周辺の酪農家は高い乳価を受け取ることになり、どの地域にいるかによって有利不利が生じてしまう。しかし、プール乳価だと、全道一律の平均乳価で販売でき、北海道内の酪農家であれば同じ条件で生乳を販売できるのである。

## ② 共同計算

共同計算とは、共同販売に要するコスト(共販経費)を酪農家全体で負担し、個々の酪農家は平均費用を支払うことである。

代表的な共販経費は、酪農家から乳業工場までの生乳輸送費である。実際にかかっている輸送費は、工場や生乳を本州に送る港に近い地域の酪農家であれば安く、工場や港から遠い地域の酪農家ほど高い。もし共同計算を行わないとすると、前者の酪農家は有利だが、後者の酪農家は不利になり、特定の地域では酪農経営を行いつらいということになってしまう。

また、販売前に行う生乳の品質(乳質)を検査する施設や、一時的に生乳を貯蔵しておくクーラーステーションといった施設は、全ての酪農家が個別に運営するのは難しいが、酪農家が費用を共同負担すれば、より多くの生乳を対象に効率的に運営できる。共同計算によって、生乳の安全性をさらに高められるのである。

## ③ 無条件販売委託

無条件販売委託とは、酪農家が農協に販売を委託する際に販売に特に条件を付けないことである。

無条件販売委託は、前述の①と②の前提条件である。つまり、酪農家が農協に販売委託をする際に、高く売れるからといって牛乳向けでしか売らないようにとか、負担する経費を抑えるために近くの工場にしか売らないように、といった注文を付けられないということである。プール価格と共同計算を実現するためには、無条件販売委託が必要になる。

以上、みたように、農協共販は、比較的有利な立場にある酪農家がそうではない酪農家を助け、全体として支え合うという協同組合精神にもとづく取り組みである。そのことによって、広い北海道内であっても、地域的にバランスよく酪農を発展させ、牛乳乳製品の原料となる生乳を安定して生産してこれたと言える。

次回は、こういった生乳の農協共販を制度的に支えてきた指定団体制度のしくみをみていくことにしよう。

(注1) 乳質のよい生乳を生産した酪農家にはより多くの代金が支払われるしくみがあり、完全に平均化された価格で支払われるわけではない。