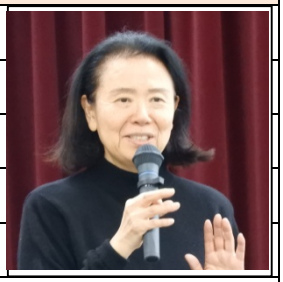
平成 30 年度 第 １７ 回講演会　記録

日　　時	平成３１年１月１２日（土）　13：00～16：00
会　　場	此花会館 梅香殿
講　　師	立命館大学 経済学部教授　新山 陽子 先生
演　　題	「日本農業再生への道：食品市場と日本農業」
備　　考	参加者 150 名　　記録 花住 繁



はじめに

【田中克先生】

平成３０年度は、生き物に焦点を当てた講座を進めてきましたが、残り４講座となりました。これからの３講座は私たちにとって最も大事な農林漁業をもう一度見直すベースとして、農業は新山先生、次回の漁業は鷲尾先生、そして林業は竹内先生に講演していただきます。農林漁業についてこれからの在り方を考える大事な時期に来ていますので、皆様と一緒に勉強していきたいと思います。

新山先生は 2017 年に京都大学を定年退職されました。現役時代は食の安全についてだれがどのようにして食べ物を生産したか、食のトレーサビリティとフードシステム、これからの農業はどうあるべきか等、農林経済を専門に研究されました。また当時の京都大学農学研究科には 70 名を越える教授が在籍していましたが、女性教授は 3 名ほどだったと記憶しています。そのころから社会的に問題になったセクシャルハラスメントが大きな問題になり始め、新山先生は学内の委員会で重要な役割を果たされました。

農学部は食にかかわる多様な分野から構成される総合学部ですが、縦割りの仕組みの中で関連分野が共同で研究や教育にかかわる機会は非常に少なく、数少ない研究会でご一緒させていただきました。

【新山陽子先生】

本日は次のことをお話ししたいと思います。

（１）　フードシステムとは：

農林水産業で食料が生産され、消費者の手元に届くまでの間の様々な産業（農林水産物卸売業、食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食産業など）を含めた産業間相互の繋がり、仕組みをフードシステムいいます。世界的には 1990 年代初めにアメリカでこの概念が提唱され、日本では 1994 年にフードシステム学会ができました。

（２）　食品市場の状態と農業：

食品市場の状態が健全でないと農業が成り立たなくなります。現状は食品市場の状態が非常に悪くなってきており、農業の存続が危ぶまれる状況です。日本の農地は中山間地域に多く広がっており、農業が成り立たなくなれば中山間地域に住む人も少なくなります。農業は食料を生産するだけでなく、中山間地域の維持に大きな役割を果たしています。現状の食品市場の状態と農業の存続について問題提起と提言を行いと思います。

（３）問題提起と提言

①持続的なフードシステムを未来世代に引き継げるか、 問題の状況と課題。

②フードシステムの持続性　：各段階事業の再生産と市場の取引、公正価格

③なぜ農産物は低価格か？：小売店の価格設定のあり方と消費者の価格判断

④価格破壊と生活価値意識：生活防衛のためには、安いものの購入は避けられないか？

⑤必要な政策的調整：市場の改善（競争政策）を中心に

【講演要旨】

１．持続的なフードシステムを未来世代に引き継げるか；問題状況と課題

（１）問題状況

１）食料自給率の長期低落

① 日本は先進国の中でも異例の食料自給率の低さであり、それが長期的に低下し続けている。

② 政府の毎年の消費者の世論調査では９割以上の人が食料自給率は高い方がいいと答えている。

③ 消費者の食品供給(国産品 or 輸入品)の不安と、国産の農産物や食品への期待が高まっている。

２）農業経営の存続危機

現在の状況は農業経営、食品事業経営の環境が悪化し、20 年後の日本に食料自給の力がどれだけ残っているか危惧される危機的状況である。

３）農産物・食品の小売価格の著しい安値

消費者のためには安い方がよいと言われるが、本当に安いほどよいのか？ 公正価格とは？

４）消費者の食品選択行動、消費行動

一円でも安い食品を追い求める一方で、大量の食品を廃棄している。

（２）課題

フードシステムが持続できて未来の世代に望ましい形で受け渡せるようにする。

１）持続的フードシステムとは

① ステークホルダー（全ての利害関係者＝生産者、食品に関わる全ての産業･事業関係者、消費者）が共存しうるフードシステム

② 自然環境と共存しうるフードシステム

２）ステークホルダー（生産者、食品産業、消費者）は、いかに考え、行動（意思決定）できるかの認識が問われ、智恵が問われ、それをより良くしていく技能が問われる。

（３）世界の食料自給率の推移と日本の問題状況

１）1961 年からの世界主要国の食料自給率の推移をグラフで示した。

２）オーストラリアはずっと 200%以上、カナダは 150%を超えている。アメリカ、フランスは 100%から 150%の間を推移している。そのあとヨーロッパ諸国が 50%から 100%の間で続く。

３）問題は日本の状況である。1960 年代初めには 75%近くあった自給率が下がり続けて 2000 年初頭には 45%になった。食料自給率を指標とするのは問題であるとする説もあるが、絶対値を問題にするのではなく継続して下がり続けているのが問題である。

４）スイスは 1961 年には 50%を切っていたが、現在は 60%位まで回復している。スイスはもともと山岳地帯であり食料自給率を 100%にすることは実現不可能であるが、自給率を高める目標を憲法に明記して国策としている。イギリスも同様に 1960 年代初頭は 45%であったが、2000 年には 70%まで回復させている。イギリスは、国土は平坦であるが北半分は冷涼地で農業に適さず、貿易で食料調達を効率よくすれば良いという考え方で自給率は低かったが、長年かけて自給率を上げる努力をして回復させてきた。ドイツも 1960 年代初頭は日本と同じく 75%であったが 2000 年にはほぼ 100%を達成した。

５）従来先進国は工業、途上国は農業というイメージがあるが、実は機械、肥料、技術が必要な産業である。農業に強い国は先進国といえる。日本は山岳地の割合が 75%を超えるため耕地が少なく、100%の

食料自給は無理であるが、日本は先進国であり農業に力を入れる必要がある。

（４）食料の海外調達 ／ 供給不安定と大きな環境負荷

１）食料を巡る世界情勢の変化

① 日本は食料（カロリーベース）の６割を輸入しているが、経済的負担を含め将来は楽観できない。

② 中国は膨大な人口を抱え食料の輸入依存型に転換、世界各地で中国と競って買う状況にある。

③ 日本型食生活（寿司が世界的な人気食）の世界的な普及で魚介類の争奪が始まっている。

２）輸入食料の供給不安定

① 輸出国の天候不順による不作時には輸出制限が起こる。

② 原産国の食品事故（鳥インフルエンザ・ＢＳＥ＝狂牛病などの発生）により輸入が途絶するリスクがある。

３）環境負荷の増大

・原産国では大量の水の使用による地下水の枯渇、土壌劣化（塩類集積）が進み、農地として使えなくなる。

・アメリカではグレートプレーンズ(注 1)での農業に必要な水は地下水であり、地下水脈の枯渇が進行している。

・日本は大量のバーチャルウォーター（注 2）の輸入国であり、原産国の環境問題を無視できない。

・日本国内では食料輸入による大量の窒素分の持ち込みで窒素の輸入超過になり、窒素の滞留による窒素汚染（大気、水質、土壌汚染）が問題になってきている。（農業農地による窒素消費が必要）

・輸入食料の増大によるフードマイレージ（注 3）が増加し、二酸化炭素排出量の増大も大きな環境負荷である。

４）国内農業の振興が不可欠

① 日本の農地は 1000 年以上も稲作を続けているが、いや地にならない。これは雨水が豊富で土壌が洗われることにより土壌劣化が起こらず連作も可能で、農業に向いていると言える。しかし現状は農地が使用されなくなり、荒廃が進み土地の保水力も落ちてきている。

② 上記と合わせ、大量の食料輸入による環境負荷（バーチャルウォーターの増大、フードマイレージの増加、窒素汚染）の低減のためにも国内農業の振興が不可欠である。

【記録者注】

［注 1］グレートプレーンズ(Great Plains)

Great Plains は、北アメリカ大陸の中西部、ロッキー山脈の東側と中央平原の間を南北に広がる台地状の大平原。ロッキー山脈から流れ出る河川によって形成された多くの堆積平野の総称

［注 2］バーチャルウォーター（仮想水）;

食料や畜産物を輸入する消費国が、自国でそれらを生産すると仮定した時に必要となる水の量を推定したもの。これは、食料や畜産物の輸入を、水を輸入していることと同様と捉える。ロンドン大学東洋アフリカ学科（SOAS）名誉教授のアンソニー・アラン氏により提唱された。例えば、1kg のトウモロコシを生産するには、灌漑用水として 1,800 リットルの水が必要。牛肉 1kg を生産するにはその約 20,000 倍の水が必要とされる。

［注 3］フードマイレージ（food mileage）

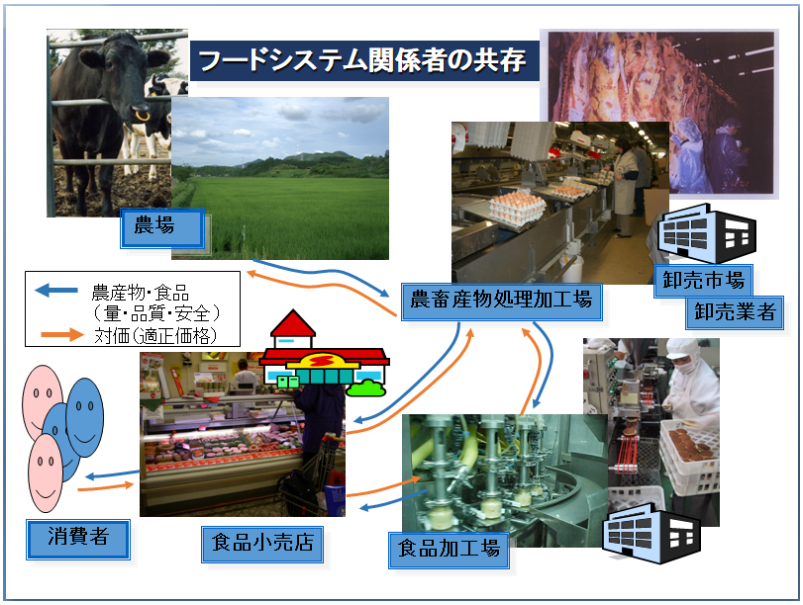
「食料の（ = food）輸送距離（ = mileage）」という意味。食料の輸送量と輸送距離を定量的に把握することを目的とした指標ないし考え方。食料の輸送に伴い排出される二酸化炭素が、地球環境に与える負荷に着目したものである。食料輸入重量×輸出国までの輸送距離（例えばトン･キロメートル）を表す。

〔環境省 HP、Wikipedia より引用〕

２．フードシステムの持続性；各段階事業の再生産と市場の取引、公正価格

（１）フードシステム関係者の共存

１）右図はフードシステムを構成する農家・農場、農畜産物処理工場、卸売市場業者、食品加工場、食品小売店、消費者の連環を分かり易く示した。



２）農場で生産された農畜産物は農畜産物処理加工場を経て一部は食品加工場をとおり、最終的に食品小売店に並べられて消費者にまで届く。従来はこの供給のルートでの量・品質・安全が重要視され論議されてきた。

３）しかしフードシステムの存続のためには、物を供給してその対価としての支払いを受けるこの逆ルートが重要。この対価が公正で適正に維持されることによりフードシステムは持続できる。このことが見逃されているために色々な問題が生じてきている。

（２）適正な価格：公正価格とは

１）フードシステムにおける市場と価格の決定

① 農家は食品製造業者に農産物を売り、食品製造業者は農産物を買う。市場というのは漠然とした抽象的なものではなく、例えば畜産農家が育てた牛は、生きた牛を売り買いする市場、牛を精肉しそれを売り買いする市場、小売店が消費者との間で売り買いする市場、というように各段階での市場がある。

② フードシステムにおける市場は、農業生産者、食品製造業者、食品小売業者、消費者のそれぞれの間に 1）農産物卸売市場、2）食品卸売市場、3）食品小売市場という具体的な市場がある。それらの市場の中で農産物・食品の供給とその対価の支払いが行われ、価格（市場価格）が決定されている。

２）日本の農業、市場についての言説

① 日本の農業について一般的な言説は、農業は補助金に依存、農業は非効率、国際競争力が低い、農家は経営努力が足りない、安くしか売れない、といったものであり、それに疑いを持つ人はほとんどいない。

② そして正反対あるいは矛盾した言説がいわれる。農家は経営努力し付加価値をつけて高く売ればよい？　一方で消費者の立場からすれば安い農産物を供給しなくてはならない。農業経営者がみんな努力して高い農産物・食品ばかりになればどうなるのか。安い農産物・食品はなくなるのでは？ 差別化をせよと言うが、全ての農家が差別化をすれば差別化ではなくなるのでは？全ての農家ができることではない。

３）日本の農業は非効率・経営努力が足りない、について反論

① 1963 年(昭和 38 年)からの**“消費者物価指数と生鮮食料品価格の指数の推移”**を見ると、小売物価指数は 1970 年(昭和 45 年)を起点に指数 100 とすれば 1995 年(平成 7 年)までずっと上がり続け、指数は 300 を超えた。それ以降は 2009 年(平成 21 年)まで大きな変動がなくほぼ一定である。

② それに対して農産物の価格は、米は食糧管理制度があり 1980 年代まで小売り物価指数とほぼ同じ動きをしていたが、1995 年に同制度が廃止されてからは価格が低下している。野菜は天候で大きく変わるが、小売物価指数よりはかなり低いところ（指数 200 前後）で推移している。豚肉、鶏肉、卵につてもかなり低いところ（指数 150 前後）で安定し上昇していない。牛乳は昭和 54 年までは公定価格であったが、それ以降（昭和 55 年以降）指数はずっと 100 を切り、下がり続けている。

③ このことは何を意味するかといえば、農家が経営努力をして効率的な生産で価格の上昇を抑えてきたということである。これらのデータから見れば農業は非効率というのは当てはまらない。

④ しかもこれらの農産物（米、卵、牛肉、牛乳など）の品質は世界に誇れる高品質である。卵について言えば生で食べられるのは世界中で日本だけである。海外の卵はサルモネラ菌が繁殖していて加熱しないと食中毒になる。日本では生産段階から農家がサルモネラ菌を管理し、定期的な検査もしている。

４）適正な価格（公正価格）とは

① 1995 年以降の牛乳の小売価格の推移を見ると、1995 年に平均 185 円／1L であった価格が 2007 年には 170 円／1L にまで下がっている。小売価格が低下し続け適正価格(公正価格）と乖離した状態である。

② 適正価格（公正価格）とは、生産コストをまかなえる価格かどうか、関係各段階の事業者の利益が均等に確保されているかかどうか、が問われる。

（３）小売価格と公正価格との乖離

１）牛乳の小売価格、生産者乳価、生産者乳価生産費の推移

① ’95 年から’07 年までの間に牛乳の小売価格は 185 円／1L から 170 円／1L とおよそ 15 円／1L 下がり、生産者乳価（生産者が売る価格）もこの間に 80 円／1L から約 70 円／1L に下がった。
しかし生産費（労働費・飼料代など）は 73 円~75 円で一定であり、生産費が下がったので小売価格が下がったのではない。生産者乳価は生産費とは関係なく小売価格が下がったことで下がり、酪農家の経営は苦しくなった。そして‘05 年には生産費が生産者乳価を上回り、更に’07 年から’08 年にかけては飼料代の高騰で生産費は 82 円／1L と急上昇し、酪農家は生産すればするほど赤字となった。

② 小売価格、生産者乳価は市場価格であり、酪農家の経営努力だけではこの状況の変更はできない。市場（経営環境）の状態の管理は経営努力のらち外であり、経営環境を整えること、市場の改善こそが政府の役割である。

２）農業経営への影響

① ’03 年から’09 年にかけての牛乳１L 当たりの農家の生産費用と所得の変遷を見ると、‘03 年は乳価が 98.3 円で生産費用は 74.0 円、所得は 24 円であったのが、06 年では乳価は 93.9 円で生産費は 75.0 円、所得は 18.9 円となり、09 年では乳価 99. ２円で生産費用は 89.7 円、所得は 9.5 円にまで下がった。

② 酪農家の所得は、全国平均規模の 2.5 人の家族労働で 62 頭の牛乳生産農家、これはヨーロッパ並みの規模であるが、’06 年の総所得は 821 万円（1 人 328 万円）で’04 年からは 120 万円の減少になっている。

３）酪農の規模の経済

① 規模の経済とは、生産規模を拡大するほど単位あたりの生産コストが低下し収益性が向上すること（スケールメリット）。 酪農の規模別生産費（円／kg）は、’04 年～’06 年の生産費データで見て 20～30 頭の小規模農家で 85 円／kg、平均的な酪農規模である 50～80 頭では 70 円／kg、100 頭以上の規模では 63 円／kgになり、規模の経済の効果がきれいに出ている。そして最小最適規模（生産費用が最も低くなる技術的な目標規模）は 100 頭以上といえる。

② 酪農家の規模と所得の関係を見ると、’06 年データでは 20～30 頭の規模で一人当たりの家族労働報酬は 200 万円／年、平均的な酪農規模である 50～80 頭では 340 万円／年、80～100 頭の規模で 450 万円／年、100 頭以上の規模では 750 万円／年なる。製造業の平均賃金（事業所規模 5 人以上のおよその平均値）は 450 万円／年であり、この製造業平均賃金との対比では、酪農の規模は 80 頭以上でないと将来的には後継者がいなくなり、継続的な経営が難しいと言える。実際に 80 頭以上の規模でないと酪農家が残らないとなれば北海道の酪農家はかなり減る。

③ 国際穀物相場が高騰した’08 年データでは酪農の生産費が極端に高くなり収入が減少し、80～100 頭の規模で 200 万円／年、100 頭以上の規模でも 320 万円／年となり、100 頭以上の規模でも経営が成り立たない状態である。

４）牛乳１Ｌの公正価格は？

① 右図は牛乳１Ｌの公正価格を 2007 年データに基づき西日本の酪農協同組合で試算したものである。

② 2007 年の実際の生産者乳価（市場価格）は 71.08 円／1L であるが、酪農経営を存続していける公正価格は約 116 円／1L と算定され、実際の価格とは約 45 円／1L の開きがある。

牛乳１ﾘｯﾄﾙの公正価格　　2007 年データによる試算

※ 2007 年生産者乳価 71.08 円／1L（市場価格）

※ 2014 年現在、生産費は+7 円

① 飲用向け生乳価格（プラントの原料価格）　約 116 円／1L
（酪農経営を存続していける生産者乳価）

② 農協を含む中間共販組織の経費とマージン　約 38 円／1L
（農協の処理費、輸送費、販売経費、マージン）

③ ミルクプラント製造費用　約 48 円／1L
（製造経費、牛乳包材費、管理費）

④ ミルクプラントからの売り渡し価格　約 202 円／1L
（ ①＋②＋③ ）

⑤ 適正小売価格　約 248 円～268 円／1L
（小売店の経費およびマージンによって変わる ）

③ 中間共販組織（農協等）の処理費用、牛乳製造工場の製造費用を加えた工場からの出荷価格（公正価格）は　約 202 円／1L となり、最終の⑤小売店の適正価格（公正価格）は約 248 円～268 円／1L と算定される。実際の 2007 年の市場小売価格はおよそ 170 円～180 円／1L であり、70 円~90 円／1L の乖離がある。

（４）市場原理が正しく機能しない小売価格

１）政府指導による価格改定

① 06 年から’08 年にかけて飼料代が高騰し生産費が生産者乳価を大幅に上回る状況になったが、市場での自然な状態で価格の改定はされなかった。この異常な状態を改善するため、政府（農林水産省）指導により’08 年、’09 年の 2 回にわたり小売価格、メーカーの売り渡し価格、生産者乳価の一斉価格引き上げを行った。この時生産者乳価は 3 円／1L の引き上げであったが、生産者乳価と生産費の逆転が解消されただけで酪農家の経営はまだまだ苦しい状況であり、’13 年にも政府指導による価格改定が進められた。

② 経済学の市場原理では、価格と需要と供給の関係で市場の自然な状態で価格が適正に維持されるものであるが、この乳価（生産者乳価、メーカー売り渡し価格、小売価格）に関しては市場原理

が正しく機能していない。メーカーは40年間市場に合わせた価格改定（値上げ）をしてこなかった。（できなかった）

③ 近年(2018年頃から）になりやっと生産者、メーカー、小売店で価格交渉ができるようになってきた。

２）政府指導価格改定による酪農家の家族労働報酬

’06年から’08年にかけて飼料代が高騰し酪農経営が成り立たない状況なっていたが、’08年、’09年の政府指導による乳価改定で、搾乳牛100頭未満の酪農家の一人当たり家族労働報酬は ’06年のベースまでほぼ回復した。しかし100頭以上の規模では’06年ベースには戻らなかった。（酪農規模100頭以上で一人当たり家族労働報酬は ’06年は750万円／年、’12年は590万円／年である。）

（５）EUの価格動向：原料価格の上昇を製品価格に転嫁

１）欧州委員会の報告では、’07年の国際穀物価格の高騰時には、数か月のタイムラグで生産者価格、食品製造者価格、消費者価格へと原料価格の上昇を製品価格に転嫁されていった。これは政府の指導によるものではなくマーケットの中で自然に価格が変動していった。

２）EUの問題は、穀物価格が元に戻った時に生産者価格、食品製造者価格が下がったにもかかわらず、小売価格が高止まりしたことである。欧州委員会は、小売業者が利益を得、農業者と消費者が不利益を被っていると批判し、不公正取引防止、農業生産者の販売組織強化を進めた。

（６）原因：市場におけるパワーバランス

１）日本の状態

① 飼料穀物価格が上昇しても牛乳価格が上がらない。原料価格の上昇を製品価格に転嫁できない状態が続いた。

② この原因は、買い手の市場支配力（価格交渉力）が強すぎることによる。農業生産者（酪農家）だけでなく食品製造業者（牛乳メーカー）も価格改定ができなかったことから、小売業者の市場支配力が圧倒的に強かったと言える。

２）実証産業組織論

① 実証産業組織論では市場支配力の強さをデータで分析することが行われており、欧米では市場支配力、価格伝達の計測に関する研究が盛んである。

② 日本ではこの分野での研究に遅れがあり、政府の政策にも影響している。

３）市場支配力（マーケットパワー）の計測

① 市場支配力をデータで分析する手法としてラーナー指数があり、卸売業者－小売業者間のラーナ―指数で小売りの市場支配力を数値化し評価できる。

（林田公平“フードシステム研究” p 25, Vol. 2, 1998）

② “ラーナ―指数による食品の市場支配力に関する比較”（同上文献）の中で、アメリカ、オランダ・ドイツ・オーストリアの農産品について比較分析しているが、日本の牛乳についての分析結果では小売業者の市場支配力が強いということが数値的にも実証されている。

３．なぜ農産物は低価格か？：小売店の価格設定のあり方と消費者の価格判断

（１）生鮮食品の低価格は、消費者の指向か？

１）小売業界を先導する大手小売店の強いバイイングパワー

① 大手小売店（スーパーマーケット）では日常的に「安売り」を行っているが、これは大手小売店の強いバイイングパワー（価格決定力・購買力）により実施されている。

② 大手小売店はこの「安売り」を「消費者の志向」「消費者が求めている」として正当化している。

③ しかし消費者は、自らのうちに独立した価格判断基準をもたない。他店よりも高いか安いか、昨日の価格よりも安くなっているかどうか、が購入の判断基準である。

２）消費者の価格判断基準

① 消費者は、生産コストから推算した適正価格についての情報がなく、生鮮食品では適正価格の判断基準を持てない。

② 消費者は、提示された価格を自らの判断基準に取り込み（受動的な判断の仕組み)、過去の購買で記憶のなかに蓄積された内的参照価格を価格判断の基準としている。

③ この経験的な価格判断基準では、昨日の価格より今日の価格が少しでも高ければ割高感があり、少しでも安いと割安感が働く。そして消費者（人間）の心理では、少しでも価格が高ければ割高感がより強く働き、損を避ける（損したくない）とういうことで価格の安い方を選ぶことになる。（プロスペクト理論）

３）**プロスペクト理論**：将来の不確かさと人間の心理

① 人間の損失と利得について意思判断するときの心理で、利得を得るときと損失を被る時では心理的価値が異なる、という心理学に基づく現実的な理論。(1979 年にカーネマンとトベルスキーによって展開された。カーネマンはこの業績で 2002 年にノーベル経済学賞を受賞している。)

② この理論では、損失を大きく感じ、損失回避が優先される。損失はリスクを取ってでもゼロにしようとする。利得は小さく感じ、利得場面ではリスクは取らずに利得を得ようとする。

（２）大手小売店の集客戦略としての低価格販売

１）大手スーパーマーケットの集客戦略

① 生鮮食品の「安売り」は関心を引きやすく、より強く割安感を感じさせる。

② 大手小売店の狙いは特定の生鮮食品の「安売り」「特売」で集客し、他の商品の販売を促進すること。

③ 大手小売店は集客するために「安売り」「特売」を日常的に行ってきた。

④ 牛乳は大手小売店の「特売」の材料にされてきた。

２）生鮮食品の低価格は、大手スーパーマーケットがつくりだしている

① 「安売り」「特売」価格が消費者の内的参照価格になり、さらなる割安感を感じさせるには、頻繁な「安売り」「特売」「値下げ」が行われ、消費者の内的参照価格をさらに低下させることになる。

② いったん低下した価格は回復できずに価格低下の悪循環になっている。

③ このようして低下した価格は需給調整のシグナルとして機能しなくなり、小売価格は上方硬直的（低い価格に固定される）になっている。

４．価格破壊と生活価値意識　－生活防衛のためには、安いもの購入は避けられないか？－

（１）生鮮食品の低価格は、消費者の価値観を破壊する

１）食べ物を粗末にする

① 消費者は品質の絶対的価値基準をもたない。品質の価値判断として価格の高いものは品質が良く、安いものはほどほどの品質であろう、と価格で品質の価値判断している。

② そうすると「安いもの」は価値が低く、粗末に扱われることになってきている。

③ 食品ロス問題は重大。冷蔵庫に一杯の賞味期限切れ食品がある。食べきれずに捨てられる食品が相当に多くある。

④ 「一円でもでも安く」は本当に節約になっているのか？ 消費者はもう一度問い直す必要があるのでは？

２）食事の価値が低下

① 食物、食事は命をつなぐものであるのに、食事の価値そのものが低下してきた。(価値観の多様化？)

② 食生活の変化で家庭で食材を調理して食事を作らなくなった。食材（生鮮食品）を買わなくなった。

③ 食事が必要なものと思わない親、食事にお金を使うことに価値を見出さない親が増えてきている。その結果、子供の食事に著しい崩れが現実に起きている。

３）適正価格認識の醸成が必要

フードシステムについて知識を持ち、生鮮食品の価値を再認識し、適正価格認識の醸成が必要である。

（２）市民／消費者の意識・行動のギャップ

１）大量の食べ残し、廃棄

① 「１円でも安いものを」は、生活防衛という意見があるが、本当に節約になっているか？

② 食料自給率が３９％といわれる中で、年間 700 万トンの残飯が発生し、廃棄されている。

③ 残飯による食生活の損失は年間 11.1 兆円であり、これは農業・水産業の総生産額 12.4 兆円とほぼ匹敵する額である。日本国全体、消費者全体でみればとても節約にはなっているとはいえない。

④ 食べ残しをもう少し減らせば、同じものをもう少し高く購入することができる。例えば大雑把な計算であるが、食べ残しを 1/2 減らせば 牛乳 190 円は 207 円、8 割減らせば牛乳 190 円は 224 円で購入可能となる。そうすることにより農家の経営改善、日本の農家の存続につながる。

２）意識と行動のギャップ

① 家庭で食材、食品が食べられるのに廃棄している。そして食べ残しをしながら安いものを購入しているの現状がある。

② 廃棄を減らし買う量を少なくすると、総購入額は同じで購入単価を上げることができる。

③ 望ましい生活に向けて行動をコントロールできていない。どのような行動をすればよいのか、情報が足りない。違った局面をつなぎ合わせて考えるためにも様々な情報が必要である。

５．必要な政策的調整　：市場の改善（競争政策）を中心に

産業組織論（注）では、どのように捉えられているか

- 市場の状態は、個々の事業者の努力では変えられない
- 市場（価格）に影響を与えられるは、寡占企業

（注）1920 年代にアメリカで生まれた理論、現在大きく発展

1）1952 年頃には、個々の事業者の努力では市場の状態を変えることはできないといわれていた。

2）寡占企業は独自に価格を決定することができるが、独占禁止法の規制対象である。

3）政府は市場の状態をどのようにしたらいいのか、公共政策としてきちんとしたデータを基に考え、事業者を含めた国民的な議論ができるようにすべきである。

（１）市場におけるパワーバランスの改善対策

１）欧州と日本のパワーバランスの違い

①　2008，2009 年の原材料価格上昇時に日本は製品価格に転嫁できなかったが、欧州はできた。この相違はパワーバランスの違いによる。

②　欧州の方が小売業の集中度は高く寡占的であるが、農業者やメーカーに対する相対的パワーは日本よりも抑制的である。欧州では農業者やメーカーの小売店に対するパワーは強い。逆に日本の方が農業者やメーカーに対し小売店のパワーが強い。

③　欧州では、小売業の消費者に対するパワーは強く、小売価格の高止まりになった。

２）市場政策、制度の違い

欧州と日本では、市場での生産者・食品事業者と大型量販店とのパワーバランスの確保について、その市場政策、制度が異なる。

３）欧州の市場政策、制度：不公正取引是正の行動

①　欧州では 2008 年の穀物相場高騰による市場価格変動後に、公正な取引とは何か、EU 委員会がコミュニケーションペーパー（2009 年）を出した。不公正取引の是正に非常に力を入れている。

②　ドイツ、フランスでは小売店の行動に対する法規制を強化した。

⇒ドイツ：特売の原則禁止（仕入れ価格以下での販売を例外なく禁止した）

⇒フランス：事実上のバックマージン要求となる行動の禁止　（販売員の派遣などの禁止）

③　更にフランスでは、パワーバランスを拮抗させるための法制化 (※) を行い、契約書の中に原価を書き込み、そしてその原価をもとにした価格交渉ができるようにした。（フランス大統領の肝いり政策）

(※)「安全で持続的な農業、食品部門における商業関係の均衡のための法」2019 年 1 月施行

④　日本では大型小売店が販売価格を先に決め、生産者・製造業者の原価を考慮せずに仕入れ価格を提示することが増えてきている。フランスではこうしたことができないようにした。

⑤　政府、職業団体（牛乳生産者団体など）が価格監視をし、そのデータを EU がまとめて公表している。

４）日本の市場政策、制度

①　独占禁止法の強化で、小売店の不公正取引を是正するための情報発信を強化している。

②　公正取引委員会はかなり監視しているが、欧州のように政府（農林水産省）が直接動くことはなかった。

③　政府（農水省）は昨年初めて「適正取引ガイドライン」（2018 年）を出した。その中で、牛乳、豆腐、厚揚げなど品目はまだ限定されているが、“特売のための仕入れ価格を特売終了後もその仕入

れ価格を継続してはならない”など具体的なガイドライン、やってはいけない行為を記載している。

④　日本の取り組みは欧州に比べて遅れており、これからの取り組み努力が必要である。

（２）必要な政策的調整：欧米と日本の違い

１）欧米：食料自給率の高さは保護によって実現されている。

①　農家の所得の半分を国家が助成（直接支払）している。農家の生産費をカバーするための様々な制度があり、結果として所得の半分は助成（直接支払い）となっている。アメリカの巨大な農家でさえ国家の助成を受けている。農家はその代わり環境に適合した生産をするなどの努力をすることが求められる。

②　市場価格では農業生産は存続できない。農業に国家の助成なければ労働力はどんどんと工業に流れていき、国の農産業は存続できない。

③　農産品の国際価格は自由市場価格ではない、保護によってなりたっている価格である。

２）日本：保護の欠如が食料自給率の低下を招いている

①　欧米並みの所得保障、助成（直接支払）がなければ、農業経営は不可能で成り立たない。

②　助成がなくては国際価格を実現できず、国際競争の前提を欠く。

③　これまで保護の仕方、政策の不備があり、農家へのばらまきという批判が多かった。日本の農業が存続できるための法制度の見直し整備、保護の財源確保、国民のコンセンサスが必要である。

（３）　必要な政策は何か

1)　せめて欧米並みの直接所得保障が必要

欧米の農家は所得の半分が補助金である。国際競争の前提になるような助成政策が必要である。

２）　国内フードチェーンのパワーバランスの改善

①　社会的な平均生産費をカバーしうる価格での取引ができるようにする。

②　公正取引＝競争の質の確保：不適切な競争を廃し、適切な競争ができるようにする。

［1］　独占禁止法の適用強化（EU の事例参照）

［2］　独消費者の意識の改善

［3］　独公正取引の実践

まとめ

複雑性、不確実性増大下の将来社会に対する社会的責任

１．社会の複雑性

・少し前までの社会はシンプルで行為の結果は直ぐに見えた。

・現在の社会は複雑になり、ひとつひとつの行為が生む結果が見えなくなっている。

２．責任の次元の変化

・これまで･･･ 倫理的に問われるのは、行為の直接の結果であり、
結果の範囲は狭く、予測、責任の及ぶ時間の幅は短い。

・いま ･････ 身近な企ても、空間、時間的に大きく広がる因果系列を引き起こす。
因果系列は累積的であり、因果の系列を洞察すること
たとえ行為が及ばなくても、それを「知る」こと、知れば工夫が生まれてくる。

（ハンス・ヨナス『責任という原理』東信堂）

以上、ご清聴ありがとうございました。

【質疑応答】

Ｑ１：私の生活感覚では、生鮮食品は安いという実感はなく、物価はじわじわと上がるが年金は下がっていき生活は苦しくなっています。具体的には納豆、うどんの話ですが、その原料となる大豆、小麦が国産品を使用しているものは輸入品使用のものに比べ相当高くなっています。そのことから考えると、日本の農業は小規模農業だから輸入品の価格には太刀打ちできないのではないかと思っています。ＴＰＰでは自動車の輸出のために、安い農産品の輸入が進められるといったことが懸念されます。食品についての国際間の交易は問題が大きいのではないでしょうか？

Ａ１:今の生活実感を与えている経済情勢を改善する経済政策の特効薬はありません。ただ一つの政策をすれば一点突破で全てが改善できるということではありません。多方面にわたる政策を複合的に実施していかなければならないと思っています。食品貿易のことについて言えば、貿易障壁を低くすれば、海外から安い農産品が入ってきて消費者にとっては安く買えるので良いですが、農家にとっては益々経営が苦しくなります。以前は関税で輸入量を制限するなどの施策を行い、国内農業を保護していましたが、現在の国際環境ではそうした政策はできません。このことは海外でも同じで、農家に対し所得を直接支援しています。日本においても農家に対し所得の直接支援をせざるをえないと考えています。また質問の初めの経済情勢を改善については、日本の給与水準は国際的にも比較的に高いと思っていましたが、現在は急激に低下しています。最低賃金についてはもともと非常に低い状態です。政策として先ずしなければならないのは、働く人の給与の改善であり、給与を上げないことには必要なものも買えないし、農産品を適正な価格で買うこともできません。日本の企業は内部留保をすごく溜めています。私たちも将来に備えて貯蓄をしています。日本全体でお金を貯めているばかりでは経済の活性，成長はなくなります。多方面にわたる複合的な政策を実施し、老後のことを心配することもなく貯めたお金をちゃんと使い、市場に出させるようにして、経済（お金）の循環を良くしていくことが必要です。それは経済学者の役割であり、経済学者は何をしているのか、ひいては農業経済学者は何をしているのか、しっかり役割を問い直さなくてはならないと思っています。

Ｑ２：牛乳について、コンビニやスーパーマーケットのブランドで売られている牛乳は非常に安くなっていますが、何故そういうことができるのか、どのような仕組みになっているのでしょうか？

Ａ２：実は私たちにとっても謎の部分です。通常メーカーの価格でも厳しい状況の中で、プライベートブランドの価格ではとてもやっていけないと思っています。その仕組み、メカニズムを知りたいのですが、なかなかメーカーもスーパーマーケットもその情報を出してくれません。大手乳業メーカーは牛乳では利益が上がらず牛乳生産を縮小し、他の乳製品（ヨーグルトなど）で利益を上げるように生産シフトしているのが実情です。私たち研究者としては、この問題は今後の課題と思っています。

【田中克先生 コメント】

１． 新山先生は私と同じ京都大学農学部研究科の中で研究されてきましたが、新山先生が永年にわたり日本の農業、食品のフードシステムを研究され、その問題点や課題を突き詰めて、国の根幹にかかわる農業政策として提言をされている真摯な研究姿勢に、あらためて刺激を受けました。

２． 先ほどの質問に対する答えではないですが、いろんな分野でその時々に様々な問題が発生し、その解決策として特効薬的な一点突破的解決策では、さらに深刻な別の問題を増やしているだけの場合が多くあります。総合的に政策を行い、その結果として流れをどう展開できるかを見極めることが大切です。今日は日本のフードシステムについて具体的な問題を提起され、それに対する改善策の

提言を聞かせていただきました。日本の農業の将来についての根幹であり、その施策を誤ると次の世代は深刻なことになります。確かな世界を次の世代につなぐため、共に考えていくことが必要であることを改めて認識しました。

３．　今日のお話の中のプロスペクト理論では、同じ１万円でも得をするときと損失を被る時ではその心理的に受ける価値の大きさが異なるということでしたが、この縦軸の価値を経済的な価値判断ではなく中身を変えて見直し、人として生きるときのもう少し次元の高い価値（幸福感）としてとらえてみれば、何か自分たちに有用（幸）か､無用（不幸）なものが起こった時に、自分たちが感じる幸せの大きさの度合いとしてみることができるのではないかと思いました。

４．　スマホがなければ生きていけないというお話がありましたが、現在多くの人の価値観が大きく変わってきています。食事についてもその価値観は大きく変わり、食事そのものに価値を見出さない人が増えてきているとのことですが、ではあなたは毎日何を食べて生きているのかと、いろんなことを考えさせられました。

５．　大きいものが豊かで発展のあかしであるとして、どんどんと大きさを求め大量生産、大量消費が世の中の流れになっていますが、その対極である Small is Beautiful という考え方が 50 年も前に提案されています。それは自由主義経済下で本当に人間らしい生活、幸福とは何かを求める経済学です。しかしそれがなかなか実現していません。今日の講演の内容はそういった方向に通じるものであると改めて感じました。本日はどうもありがとうございました。

以上