

産業競争力会議 実行実現点検会合（第37回）（テーマ：農業）

規制改革会議 農業ワーキング・グループ（第35回）

合同会合

（開催要領）

1. 開催日時：2016年3月30日（水）10:00～12:00

2. 場 所：中央合同庁舎4号館共用第1特別会議室

3. 出席者：

三村 明夫 新日鉄住金株式会社相談役名誉会長・日本商工会議所会頭
橋本 和仁 国立研究開発法人物質・材料研究機構理事長

金丸 恭文 フューチャーアーキテクト株式会社 代表取締役会長
岡 素之 住友商事株式会社相談役
滝 久雄 株式会社ぐるなび代表取締役会長
林 いづみ 桜坂法律事務所弁護士

北村 歩 株式会社六星取締役
田中 進 農業生産法人・株式会社サラダボウル代表取締役
松本 武 株式会社ファームアライアンスマネジメント代表取締役
渡邊 美衡 カゴメ株式会社取締役常務執行役員・経営企画本部長

大泉 一貫 宮城大学名誉教授

表 博幸 ジェイカムアグリ株式会社取締役副社長
田代 教昭 ジェイカムアグリ株式会社取締役営業統括本部長
鹿間 千尋 協同組合日本飼料工業会会長
山内 孝史 協同組合日本飼料工業会副会長
貫 和之 住友化学株式会社執行役員アグロ事業部担当
矢野 俊彦 住友化学株式会社アグロ事業部長
成清 一臣 全国農業協同組合連合会代表理事理事長
岩城 晴哉 全国農業協同組合連合会常務理事
山崎 周二 全国農業協同組合連合会常務理事
川田 一光 東京青果株式会社代表取締役社長

高鳥 修一 内閣府副大臣
松本 文明 内閣府副大臣

(議事次第)

1. 開 会
2. 生産者の所得向上につながる生産資材価格形成の仕組みの見直し及び生産者が有利な条件で安定取引を行うことができる流通・加工の業界構造の確立について
 - (1) 生産資材メーカーから生産資材供給の現状等についてヒアリング
 - ・肥料について：ジェイカムアグリ株式会社
 - ・飼料について：協同組合日本飼料工業会
 - ・農薬について：住友化学株式会社
 - (2) 全国農業協同組合連合会から生産資材供給、農産物の有利販売の現状等についてヒアリング
 - (3) 東京青果株式会社から卸売市場の現状等についてヒアリング
 - (4) 公正取引委員会から農業分野における独占禁止法の運用についてヒアリング
 - (5) 自由討議
3. 閉 会

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

お待たせいたしました。ただいまから「産業競争力会議実行実現点検会合（第37回）（テーマ：農業）・規制改革会議農業ワーキング・グループ（第35回）合同会合」を開催いたします。

本日は御多忙の中、御参集いただきましてまことにありがとうございます。
まずは高鳥副大臣から御挨拶をいただきます。よろしく願いいたします。

(高鳥内閣府副大臣)

皆さん、おはようございます。本日はお忙しいところお集まりをいただきまして、まことにありがとうございます。

きょうは生産者の努力だけでは対応できない分野である生産資材、流通機構の課題について、先月から産業競争力会議と規制改革会議の合同会合において検討を進めており、今回が2回目となります。

前回の会合では生産資材、流通構造の課題について、関係省庁のほうで農機

メーカー、ホームセンター、農産物流業者の方々から御説明、御意見を伺い、皆様に御議論をいただいたわけでございます。本日は前回の会合に引き続き、事業者の方々を中心に事業者の方々を中心に御説明、御意見を伺うことといたしております。本日までのヒアリングの結果を踏まえまして、次回の合同会合では論点整理案について御議論いただくこととしております。

なお、私は週末、地元で若手農業者の方々30名ほどと、主に地域の担い手、20ヘクタールから100ヘクタールぐらいやっている方々と意見交換会をしましたけれども、この分野には皆さん大変強い関心を持っておられました。きょうも関連な御意見をいただくことをお願いいたしまして、冒頭の御挨拶といたします。ありがとうございました。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続きまして、松本副大臣から御挨拶をいただければと思います。よろしくお願いたします。

(松本内閣府副大臣)

御参集に感謝をいたします。

昨年11月の総合的なTPP関連政策大綱にあるように、農業を成長産業化するには生産現場の体質強化、生産性の向上が不可欠だと考えております。2月に開催された農業ワーキング・グループでは、農業者から例えば生産資材については、肥料の種類が多過ぎる。ビニールや農薬等はJAより資材店の割安である。流通構造につきましては、資材価格は各地の農協が決める価格が基準となっている。市場流通において生産者が流通原価等を把握できないなどの意見が出されました。規制改革会議と産業競争力会議では、連携してこのような課題を解決するための方策を検討しているところであります。

本日は皆様方からのお話を伺うわけでありますが、活発な御議論をいただきますようお願いをして、挨拶といたします。ありがとうございました。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。それでは、議事に入ります。本日は生産資材価格と流通確保の業界構造に関して、有識者の方々からヒアリングを予定しております。お話を伺う有識者といたしましては、ジェイカムアグリ株式会社から表取締役副社長、田代営業統括本部長、協同組合日本飼料工業会から鹿間会長、山内副会長、住友化学株式会社より貫執行役員、矢野部長、全国農業協同組合連合会連合会から成清代表理事理事長、岩城常務理事、山崎常務理事、東京青

果株式会社から川田代表取締役社長に御出席をいただいております。ありがとうございます。

まず最初に肥料、飼料、農薬に関しまして、メーカーの方から供給の現状などについて御説明いただきたいと思っております。

まずジェイカムアグリ株式会社の表取締役副社長から、肥料について御説明いただきます。よろしく願いいたします。

(表ジェイカムアグリ株式会社取締役副社長)

おはようございます。ただいま御紹介に預かりました、ジェイカムアグリの表と申します。

本日はこの場をお借りしまして、弊社の会社概要並びにコーティング肥料を使用しました製品コスト低減例の紹介、最後にヒアリング事項について触れさせていただきます。

2 ページ、ジェイカムアグリは2009年10月に発足いたしました。チッソ、三菱化学、旭化成、親会社3社の肥料部門を事業統合した会社でございます。売上高は345億円で、主にコーティング肥料を主力にした肥料メーカーでございます。

3 ページ、ここには化成肥料の合理化の歴史を載せております。当時8工場10系列ありました肥料工場も、現在では3工場3系列となっております、特に1950年、1960年代に建てられた工場が多いものですから、この先、老朽化対策が非常に大きな課題の1つになってございます。

4 ページは飛ばしまして、5 ページをお願いいたします。今、申し上げましたように化成肥料は合理化の歴史ということなのですが、赤線で引っ張ったところが工場を停止したところになります。一方で青字部分ですが、コーティング肥料で新設、増産を投資してきたというのが歴史でございます。その部分が現在の弊社の強みにもなっているということでございます。

6 ページ、今、申し上げましたコーティング肥料を主力に、その他緩効性窒素肥料あるいは成型肥料など、肥効日数をコントロールする、あるいは肥効日数が長い、そういった各種の機能性肥料を幅広く取り扱っている会社ということでございます。

7 ページ、今、コーティング肥料のお話をさせていただいておりますけれども、まず構造についてでございます。左上をごらんください。コーティング肥料は尿素を樹脂で被覆したものであります。では、これがこういった機能を持つかということなのですが、次に右上の溶出パターンをごらんください。この緑の線は尿素そのものの様子でございます。これをコーティングすることで溶出をコントロールします。青の線は施肥直後から溶出を始めるリニアタイプと

呼んでいるものでございます。赤の線は施肥後一定期間溶出を抑制いたしまして、その後、溶出させていくというシグモイドタイプと呼んでいるものでございます。ここにありますグラフは80日タイプの例でございますけれども、タイプの的には20日から二百数十日タイプまでとりそろえております。これらのタイプのものを組み合わせることで、作物の品種あるいは地域に合った適正施肥を提案することをやっております。

8ページ、また、コーティング肥料の特徴といたしまして、窒素吸収率の向上ということがございます。これによって施肥量の削減につながるということです。その他この図にありますように、施肥法ですとか施肥位置を組み合わせることで、さらに吸収率が向上するということでございます。

9ページ、図をごらんいただきまして、左の全層施肥、これはばらまき施肥というものですけれども、右に行くに従って苗の近くに施肥をしている様子が見えるかと思うのですが、一番右の接触施肥は従来、田んぼに肥料を施肥していたということでございますが、その前段階の育苗箱に直接肥料を施肥するという新しい技術でございます。

10ページ、そういうことで慣行に比べて施肥量を減らすことができるという利点がございます。その他、省力という観点で夏場の暑い時期に追肥をしなくて済むといったことや、例えばお年寄りの施肥作業は大変ですけれども、そういった施肥作業の負担を軽減するといったことでも評価をいただいている肥料でございます。

11ページ、12ページでございますけれども、これは日本各地で行いました水稲ですとか園芸での実証例でございます。ただいま現在ですけれども、水稲分野でコーティング肥料が先行しております。大体今は30%を超えているところでございます。今後は園芸分野にも注力してまいりたいと考えておりまして、これらの技術を使ってマーケットを拡大して、日本の農業に貢献していきたいと考えております。

最後になりますが、ヒアリング事項ということで14ページをお願いいたします。ここでは今まで日韓比較ということで語られてきたと思うのですが、ちなみにこの表から申し上げますと14オールで、N%-P%-K%、14-14-14の肥料でございますけれども、400円の差がある。1,850円と1,450円でございますけれども、この差があるということなのですが、現在の我々の認識では400円ぐらい差がある地域もあれば、そうでないところもあるという認識でございます。

ただ、この差の要因といたしまして考えられることは何点かございます。1つは生産能力の差。左の表にございますように日本A社と書いてありますのは、これは弊社のことでございます。そういう意味では韓国A社は、弊社の4倍ぐらいの能力を持っていらっしゃるということでございます。これは主に生い立

ちの差といいますか、そこら辺が関連しているところもございます。そういう意味で大ロットの生産をしているということで、当然、原料調達面でも大口購入のメリットが弊社よりはあるのではないかと想定しております。

ただ、日本の市場は非常に品質要求が高い市場でございます、肥料というのはある意味、機械施肥に対応できないと肥料でないという位置づけもございます。当然、粒ぞろいですとか粉が少ないだとか硬度があるだとか、そういった品質面の対応をしている現状でございます、一方で海外品の多くはそういう品質面についてはかなり劣る。さらには安定供給面でも不安があるのではないかと考えております。

15ページ、どのような取組が考えられるかということなのですが、左のこれは日本の出荷実績でございますけれども、非常に需要が激減しているのが現状でございます。このように需要が減少していく現在の状況ですと、何もしなければどんどん製造コストが上がってまいります。過去いろいろな工場停止あるいは事業分社化、複数社にある事業を統合など、いろいろなコスト削減をやってまいりましたけれども、どちらかということ現状の状況では、下げていくというよりは上がっていかないようないろいろな手だてをやってきたと認識しております。

仮にこの需要減に歯どめがかかるということがあれば、この先、コスト削減効果を価格にして反映できることは考えられると思います。

その他、ここの下にあるのですが、弊社の取組といたしましてこの下の2番目でございますけれども、水稻育苗箱全量基肥施肥、これは新しい技術で先ほど紹介したのですが、これにつきましてはここ数年、全社を挙げて取り組んでいる状況でございます。

16ページ、まず銘柄数ということなのですが、ジェイカムアグリは2009年に発足していますが、発足してから約90銘柄統廃合を実施いたしております。これにつきましては今後も続けていきたいと考えております。

生産性ということなのですが、一例を申し上げます。左側の表1の一番上に富士工場というものがございます。これはここの実績では稼働率が約62%、生産量は6万5,000トンということなのですが、実は2011年に小名浜工場の1系列をとめまして、この富士工場に集約いたしました。当時は両工場を合わせて8万5,000トンの生産量があったということで、80%近い稼働率があったということなのですが、それから3~4年たった現在、6万5,000トンということで約2万トン減少しているというのが実態でございます。

そういう意味で1銘柄の生産量を上げるということだけではだめで、全体の生産量を上げることがコスト削減につながるということでございます。

最後になりますけれども、再編ということに関してでございます。弊社の例

かもしれませんが、ジェイカムアグリは事業統合後、約50名の要員を親会社に帰任させたということでございます。これも親会社の協力があってのことだと考えておりますが、そういう意味で再編を進めていくにも要員問題というのは1つの大きな問題としてあろうかと考えています。

2番目でございますけれども、当然、時間と工事用停止も伴いますと資金も要するというところでございます。

それから、現在、ここ10年を見ますと弊社もそうなのですが、他社さんも含めていろいろ複数社の統合が進んでいます。そういう意味では合理化が第3ステージにあると考えておりますけれども、まずは工場も複数ありますので、その中での生産効率化を優先してやっていくのではないかと考えています。

弊社の例ですが、一番最後ですが、2011年に小名浜工場をとめて富士工場に集約したということも当然、社内でやってきているということだと思います。

最後になりますけれども、現在、弊社は台湾でコーティング肥料の新しいプラント、先月から建設が始まっておりますが、建設しております。初めての海外進出ということで、これから海外にも出ていくということでございます。

ちなみになのですが、お隣の韓国の水稲分野も日本と同じように省力化ニーズがございます、こういったコーティング肥料は伸びてきております。ここ数年、弊社も韓国に輸出をし出してございますけれども、年々伸びているという実績でございます。

以上、簡単でございますが、御説明をさせていただきました。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続きまして、協同組合日本飼料工業会の鹿間会長から飼料について御説明いただきます。よろしく願いいたします。

(鹿間日本飼料工業会会長)

日本飼料工業会の鹿間と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は配合飼料の価格形成など、業界の現状について御説明させていただきたいと思っております。それでは、お手元の資料に沿って御説明させていただきます。

最初に、協同組合日本飼料工業会について簡単に御説明させていただきます。日本飼料工業会は、民間の飼料メーカー48社を組合員とする協同組合でございます。48社のうち、組合員同士のジョイントベンチャー会社あるいは子会社が18社あるため、実質的には30社で構成されております。全国の配合飼料生産量の約3分の2を担っております。

2番目に、飼料原料の実情について御説明いたします。現在、我が国の配合

飼料生産量は、年間2,300万程度ですが、この原料の大部分は海外からの輸入に依存しております。飼料穀物の輸入価格は海外産地の作柄など、原料穀物の需給、船舶の需給、為替相場、燃料価格などに左右されます。

次に、原料が港に着いた段階ではサイロチャージが発生します。これに港湾の荷役費などが加算され、隣接する各飼料工場へコンベア等で搬送する際にデリバリー費用がかかります。

飼料メーカーは、さまざまな輸入商社と取引し、アメリカだけでなくブラジル、アルゼンチン、ウクライナなどから相場もにらみながら、安価で品質の安定した原料を手当てしようと努力しております。

目下の大きな課題の1つは、国産飼料原料を輸入原料並みの価格でいかに安定的に確保するかということにあります。国産飼料用米の利用によって、飼料原料の自給率を高め、海外の穀物生産事情や為替相場に翻弄される外部依存型畜産からの脱却を図るとともに、水田を維持することにより国土や環境の保全にも役立つと考えておりまして、飼料用米の活用には私どもは大きな期待を持って取り組んでおります。

3番目に、配合飼料の銘柄数についてです。畜産生産者の皆様の要求に応じて、原料などの配合にこだわってきた結果、我が国の配合飼料は銘柄数が多いと言われております。配合飼料メーカー各社は効率を上げるために銘柄の整理を行ってきていますが、飼料の形状・配合を工夫して飼料要求率を下げ、トータルの飼料コストを抑制したいという生産者や、6次化の取組が進み、消費者にアピールするため飼料による差別化あるいはブランド化を図る生産者も多いのが現状でございます。生産者の皆様の御理解をいただきながら、今後とも銘柄の整理に取り組んでまいります。

4番目に、配合飼料価格の実情について御説明します。実際の販売の現場では、シェアトップの全農さんの公表価格より下値での熾烈な販売競争になっております。北海道ではさらに一段下のレベルでの価格競争が行われているというのが実態でございます。その結果、業界全体では配合飼料の販売価格のうち、売上原価がほとんど9割、販売費及び一般管理費が約1割で、最近では営業損益が約1%程度まで低下してきております。これは全製造業の中でも極めて低いレベルでございます。

5番目に、配合飼料価格の引き下げに向けた努力についてです。飼料工業会組合員は、これまで生産性向上と輸送コスト低減のために合理化に取り組んでまいりました。

1つは、複数社によるジョイントベンチャー会社を設立して、生産者の皆様により近いところで一定規模の工場をつくり、1つの配合飼料工場で複数社の配合飼料を製造して稼働率を高め、管理コストの低減に努めております。

2つ目は、汎用性の高い配合飼料については、飼料製造の受委託を既存工場間で盛んに行っております。具体的にはA社の工場にB社、C社、D社の配合飼料を製造することにより稼働率を高め、製造管理にかかるコストを削減するだけでなく、生産者に近い工場から配送することで輸送費の削減効果も見込んでおります。

近年の親会社同士の合併、連携の例では、平成15年の日清飼料と丸紅飼料の統合による日清丸紅飼料の設立。平成27年のフィード・ワンによる協同飼料と日本配合飼料の吸収合併、また、同年の伊藤忠飼料と中部飼料の業務提携と、合併会社みらい飼料の設立がございます。

下の図を参照ください。平成元年から26年度に至るまで、組合員の工場数を棒線に示しております。そして1工場当たりの生産量を折れ線グラフに示しております。工場数が減るにしたがって1工場当たりの生産量が増加していることがわかりいただけるかと思っております。

さらに、我々配合飼料メーカーは、配合飼料の販売というだけでなく、牧草、エコフィードなど生産者の御相談に対し、畜産経営全体のコストを下げるための技術指導や提案を行っているというのが現場の実情でございます。

最後になりますが、畜産業界あつての飼料業界と認識しております。今後とも各社できるところは協力してコスト削減の努力を続けるとともに、安全で安心な配合飼料を供給できるよう努力を続けてまいります。

成長し、発展するアジアの需要をどのように取り込んでいくかが、日本の農畜産業の将来にとって非常に重要だと考えております。これらの地域に日本のおいしい高品質で安全な畜産物の輸出拡大を図る上で生産基盤を強化するとともに、飼料の果たす役割は極めて重要と考えております。これからはきめ細かな顧客サービスを通じて、畜産生産者の皆様をサポートしてまいりたいと思っております。

どうもありがとうございました。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

続きまして、住友化学株式会社の貫執行役員から、農薬について御説明いただきます。よろしく願いをいたします。

(貫住友化学株式会社執行役員アグロ事業部担当)

おはようございます。住友化学の貫です。

本日は、私から、我が社の農業生産資材のコスト低減の取組、生産の安定化についての取組の概要を説明させていただきます。

2 ページ、まず住友化学の会社概要ですけれども、事業部門としては総合化学メーカーですから5事業部門ございまして、我々の農薬の事業部は健康・農業部門に属しています。健康・農業部門につきましては農薬および肥料の開発並びに製造、販売。それと私どものグループ会社では、野菜の種や灌水チューブ、農POフィルムなどの農業生産資材を扱っております。また、健康・農業部門ではそれ以外に家庭用の殺虫剤、ハエ、蚊、ゴキブリといったものの殺虫剤成分の開発等も行っております。

3 ページ、ここからはまず農薬の開発について少し御説明をさせていただきますと思います。農薬の開発に当たり、まずは現状の世界的な市場です。この表にありますように、国際市場は人口増加、食料増産に伴って農薬市場は拡大傾向です。特に中南米が拡大しているというところです。これは大豆、コーンといった飼料作物もしくはサトウキビといったバイオエタノールの原料の生産の伸びに起因しております。

かわって国内市場にいきますと、このグラフにありますように、ここ20年で約500億円ほど市場が減少しております。これは人口の減少、耕地面積の減少、農業就業者の減少があると思いますが、他の要因として、1製品で病気や虫など両方防除できるような高機能農薬製品の開発等により、防除回数が減るといったことも起因していると考えます。

4 ページ、農薬の開発に当たってはここの開発工程表にありますように、数万、数十万という化合物の中から1剤に絞り込みまして、そこから登録、製造販売までおおよそ10年以上かかっています。例えば日本だけをターゲットにした場合の開発費用は100億円、海外展開する場合には250億円と言われております。ここにありますように、スクリーニング（化合物探索研究）段階では、化合物が数十万から1個の確立で見つかった化合物の初期評価（効力・毒性評価）を数年行い、ここでいけると判断された化合物について、次のステージで本格的な開発及び登録申請データの取得を行い、最終登録に至ります。登録に至ると医薬と同じような精密機能成分なものですから、特殊なプラントを建設しますので、トータル開発コストが100億円以上かかっております。

5 ページ、先ほど説明しましたように、農薬登録に係る安全性試験というものでここに示しております。毒性関係につきましてはヒトの健康に与えるもので急性毒性、亜急性毒性からいろいろなタイプの毒性検査があります。これは医薬と同じです。医薬と1つ違うのは、農薬というのは意図的に環境にまくものですので、環境に対する挙動・毒性というものが登録をとるために試験データが求められていることです。ここにありますように土壌代謝、植物代謝、またミジンコや魚などに影響があるかどうか。こういった医薬にはない環境関係の挙動・毒性データもとることで、100件以上の試験が今、必要になっています。

こういったことが農薬の登録にかかわる、コストの拡大に繋がっております。この毒性検査については、欧米とほぼ日本は一緒です。

6ページからは、我が社の農業コスト低減についての取組の一覧表です。次のページから具体事例を申し上げますけれども、日本というのは海外に比べると特殊な気候風土で、多種多様な作物をつくっております。その各々の作物に発生する病害虫、雑草に対応した登録が必要になっております。このような特殊な市場の中で、我々としては市場性の低い作物（マイナー登録の作物）への登録の協力とか、もう一つは農業製品価格そのものを下げるというだけではなくて、先ほど申し上げましたように1製品でいろいろな病気や虫といったものを防除できるような製品の開発を行い、結果的にトータルコストを下げるという取組も行っております。

7ページ、まず農業コスト低減の取組ということで、特に担い手、大型農家向けにつきましては、通常は1キロ包装で売っているのですが、12キロ袋とか10キロ袋という大型規格包装で価格の低減を行っております。それ以外に、使わなかった農薬は有効期限が切れると廃棄されますが、廃棄を少しでも減らすために、通常3年の有効期限を5年まで有効期限を延ばすなどといった努力も行っております。

8ページからは、特殊な製剤ということで御紹介します。ラノーテープというのは我が社特有の黄色テープ型製品でして、これはコナジラミという重大な害虫に対して、通常、農薬を5～6回ハウスの中で散布する防除が必要だったのですが、ラノーテープに殺虫剤成分を含浸することによって、1回張ることによってコナジラミを防除できるということで、いわゆる省力化、労務コストの低減といったものにつながっております。

その下にある水田用の一発処理ジャンボ剤。これは除草剤ですが、水田に袋を投げ込むだけで初期から後期まで雑草を防除できる。これも省力化につながるという製剤の開発です。

9ページ、省力化に対する対応ということで、機械メーカーさんやラジコンヘリメーカーさんと一緒に、特に播種時、苗を植える段階、種をまく段階、ここで種や苗をまくと同時に農薬も一緒にまくということで、いわゆる労務コストの低減に取り組んでおります。

10ページ、ここからは少し農薬とは離れてしまうのですが、我が社は米の品種の開発も行っております。増収米で通常の収量の1.2倍といったものの開発を行ってしまして、今、3品種の試験、それと栽培を行っております。中身については北日本、中日本、西日本で使える品種ということで、今、試験栽培を行ってしまして、特に業務用ということでレストラン、コンビニエンスストアといったところの弁当に使われる品種の開発を行っているところです。

それ以外に、グループ会社では病気に強いニンジンの品種とか、温度感応型の農業ハウス用のフィルム、の開発を行っております。このフィルムは夏場は温度に反応してハウス内を薄暗くし、冬場は透明になりもっと日光を入れ、それを自動的に感応するようなフィルムです。こういったものに取り組むことによって、トータルで農業貢献、生産性の安定化に取り組んでいるところです。

最後です。我々は各地域で実際に農業生産法人の経営を行っております。全国7カ所。目的としましては生産性の向上を実証するという目的と、地域地域での就業支援、人材育成支援といったことを目的として取り組んでおります。このファームでの実証過程において、今、野菜加工センターも必要となり、四国に加工センターも1カ所つくっております。こういった農薬以外でも生産性向上などの我々としての取組も御紹介し、説明を終わらせていただきます。以上でございます。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長) ありがとうございます。

次に、農協系統の取組につきまして伺いたいと思います。全国農業協同組合連合会の成清代表理事理事長から御説明をいただきたいと思います。よろしく願いいたします。

(成清全国農業協同組合連合会代表理事理事長)

それでは、資料4を使います。私から3つの設問と、それを受けた資料の構成、概要等について説明をして、詳細はそれぞれ担当の常務が説明をします。

まず1番の設問に対して、肥料と農薬と農機、3つの全農の事業についてまとめられています。

2つ目の設問について、関連する事業として園芸農産事業についてまとめました。したがって4つ。

3つ目の設問については、以上、紹介する4つの事業で資料を用意しておりますけれども、それぞれの流通実態、ご覧いただければおわかりですが、全て自由な商品でございますので、なかなかこういう実態が想定できないので、これに関する考察は深めておりません。

それでは、どのような資料構成をしているかということについてだけ紹介します。

ページをめくっていただくと、肥料の事業について。まず肥料業界の変遷と全農の取組、戦後、行政、我々系統農協の取組について紹介し、以下農薬、農機も同様に整理し、その後でそれぞれの品目、農産物の流通の実態を明らかにして、その流通実態の中で例えば肥料で言うと2ページですけれども、番号を振って、それぞれについて全農のかかわりなどについて紹介をするということ

で、いただいた設問にお答えをしたいと思います。

それでは、早速1番目の関連の3つの事業について、山崎常務から報告をします。

(山崎全国農業協同組合連合会常務理事)

全農の山崎です。よろしくお願いたします。

それでは、私から肥料、農薬、農機について御報告いたします。

1ページ、ここは今、理事長が申し上げた年表でございます。上が施肥のコンセプト。そこでは昭和45年に減反が開始されています。次に肥料の変遷。ここでは昭和48年、49年、このあたりが肥料の出荷のピークであります。そして行政の取組ということで、昔は国が価格を決めていた。また、昔は肥料は輸出産業だったので内需を確保する法律もあったということでもあります。

2ページ、これは流通図です。肥料といいましても、全部で農家が使うのは1,400万トンあります。そのうち840万トンは堆肥などのいわゆる地場流通でございます。真ん中に500万トン。ここが我々が仕入れて供給しているものであります。右から見ていただきたいと思います。生産者はその約7割をJAから購入し、3割はほかからであります。そしてJAはその8割を私ども全農から購入している。その結果、我々のシェアは5割ということでもあります。

3ページ、肥料業界の現状と価格引き下げの方向であります。今の業界の現状であります。先ほどもお話がありましたけれども、今、肥料の取り扱いメーカー数は地場流通も入れて3,000であります。私ども全農は216社との取引があります。銘柄数は登録数ということでは2万であります。我々の取り扱い銘柄は約1万であります。流通量は先ほど言ったところでもあります。

参考1は、主要メーカーの再編の動き。これも先ほどお話があったとおりであります。こんな動きがあるということと、右上の参考2も先ほどありましたけれども、工場の日韓比較。ここでは一番右側の1銘柄当たりの生産量というところを見ていただきたいと思います。韓国の南海化学では1銘柄1万7,000トン。日本は数百トンというレベルであります。

仕入れの現状です。今、我々は協同組合ですので同一銘柄全国一律価格、県域拠点渡し、全国の運賃をプールするという価格を設定しております。今後、仕入れ強化の方向として、この基本的な考え方を見直す必要があると思っております。銘柄を絞って、例えば受託生産方式でコストの安いメーカーから集中的に仕入れる。また、先ほど申し上げたとおり、全国運賃プールですので、これも価格を下げるために仕切り価格の見直しが必要と思っております。それと為替にもよりますけれども、輸入肥料も価格を下げる有効な手段だと思っております。全農も30年以上取り扱っているのですが、品質が悪く、なかなか伸

びません。ただ、ここにも書いてあるとおりに使いこなせる生産者はいらっしゃいますので、今後積極的に推進してまいりたいと思います。

4 ページ、左下に小さい図ですが、主要原料の由来ということを書いています。肥料の原料のほとんどが輸入であります。したがって、原料の確保も全農の重要な役割と認識しております。

5 ページ、全農の取組として施肥量の低減、いわゆる肥料を撒く量を減らすという運動であります。5 ページの①に肥料価格の推移ということで、2008年、原油を初め資源が高騰したとき、肥料原料も同様に上がりました。全農は昔からいわゆる土壌診断、土の分析に取り組んでまいりました。この高騰を契機に、真ん中の日本地図にあります、9カ所で広域の土壌分析センターを設置して分析をして、徹底的に農家の撒く量を減らすという運動を展開してまいりました。その結果が右のグラフであります。これを契機に約30万トン、農家のまく量は減ったということあります。

ちなみに、ここに系統シェアという折れ線グラフがあります。この年に急に系統シェアが上がっています。これは、ホームセンターから肥料が消えたというときであります。

6 ページ、今度は安い銘柄をつくるという取組であります。このグラフにあるとおり、日本の土壌はリン酸、カリが結構豊富にあります。したがって、リン酸、カリを減らした銘柄、安い銘柄をつくる。しかも国内地域資源である鶏糞燃焼灰も使って価格を下げるという取組であります。

右上です。これはBB肥料というものを言っています。化成は原料を溶かして、造粒して乾燥させる。だから1粒の中に窒素、リン酸、カリが入っている。BBはただまぜるだけです。製造コストが安い。また、多くの銘柄に柔軟に対応できるということで、これを積極的に推進しています。

また、肥料は御案内のとおり1袋20キロで重量物資です。したがって、物流コストが大きい。ここをいかに減らすかということが重要と考えています。

次に農薬を説明します。7 ページです。ここにも年表があります。最初は効果重視だったものが安全性重視、そして環境調和型というように変わってまいりました。全農の取組のところにありますが、やはり農薬は農産物の安全、それと、農薬を撒く農家の安全、そういうことに早くから取り組んできたという歴史を書いております。

8 ページ、流通です。農薬は地場流通はありません。流通図がすっきりしております。右から見ていただきます。生産者はその6割を農協から購入しています。農協はその7割を全農から仕入れています。結果として我々全農のシェアは4割程度ということになります。

9 ページ、農薬業界の現状と価格引き下げの方向です。国内の農薬業界であ

ります。いわゆる農薬メーカーというのは3つあると思います。多くの原体を有する世界的メーカー、原体を有する国内メーカー、そして原体を購入して製品をつくるメーカー、この3つであります。

(1)に日本での売り上げ順位を20位まで載せております。参考の円グラフ、これは世界の農薬市場です。ここに名前が入っているのが、俗に言うビッグ6と言われております。ビッグ6以外が下の表にあります。ここにあるのはジェネリックメーカーと原体開発力のある日本メーカーとなります。

右です。仕入れの現状です。肥料と同様に全国一律価格ということの基本にしております。農薬については大型規格によって価格の引き下げを図っております。

仕入れ強化の方向です。海外マーケットというものがありますので、徹底的に海外の農薬価格を調べたいと思っております。それとジェネリックも有効な手段だと考えております。下の参考に日本のジェネリックとオリジナルの登録費用を載せております。日本の農薬のジェネリックの普及率は1.7%です。医薬と比べて非常に低いと認識しております。

10ページ、全農の取組で先ほどのビッグ6とともに日本に必要な農薬の共同開発または権利取得、ジェネリックを全農としても取り組んでいるということであります。

11ページ、大型規格の普及の図を載せております。普通の農薬は1袋で10アールをまく量であります。大型規格というものは1袋で1ヘクタールをまく。そういうことで価格を何とか下げていく。さらには近年、右にありますけれども、5ヘクタールの規格。これは容量で50キロあります。これを担い手に工場から直送する。そういうことで価格の引き下げを図っております。

12ページ、物流です。農薬は肥料のような重量物資ではありませんが、1人の農家が、1戸の農家が使う農薬の種類は多いです。そのためピッキングという作業が必要です。そこを合理化していくということで、農協がやっていた配送を今、全農がやる。さらには今、北部九州では1カ所のセンターから3県の農家・農協に配送しています。

13ページ、ホームセンターの肥料・農薬価格の比較であります。全農は平成15年から全国のホームセンターの価格を調査してまいりました。そして仕入れを見直す、あるいは農協さんと一緒に農家渡し価格を見直すということをしてまいりました。その直近の結果がこれであります。肥料は同じ中身のものがなかなかありませんので2つの銘柄を載せております。硫安と化成です。硫安は大体6勝4敗、7勝3敗というところですが。化成は2勝8敗、負け越しています。ただ、ここには載せていませんが、品質調査も一緒にやっております。品質調査をすると、この化成の約8割が全農の規格に合わない、不適合です。た

だ、これは全農の自主基準で公定の基準ではないので、今回の資料には載せておりません。

右のほうは農薬です。ここでは大体8勝2敗、78%が安いということであり
ます。

14ページ、ここに農水省さんが実施した農家の意向調査のデータを載せて
います。我々は、この規模が大きい農家ほど農協の利用率が下がっていること、
このことが問題だと思っております。資材の価格なのか、サービスなのか、農
産物の販売も含めた対応なのか、ここが大変重要な課題だと我々は認識をして
おります。

15ページ、農機事業です。ここも年表を載せております。上のほうの国内需
要を見てください。昭和52年、このときが農機の出荷のピークです。年間67万
台が出ておりました。これをずっと右端にいきますと、今は9万2,000台です。
台数で14%、金額で5割となっております。それとJAグループの取組のと
ころを見ていただきますと、農機は高額な耐久財ですので長く使うことが大変重
要です。農機を修理、整備する農協の担当者の講習会を、昭和29年から今も続
けております。

16ページ、流通であります。これも右から見ていただきたいと思います。生
産者は5割をJAから購入しております。JAはその8割を全農から購入して
います。結果的に全農のシェアは農機は3割であります。

17ページ、農機業界の現状であります。寡占化が進んでおります。それと下
のグラフです。国内需要が落ち込む中、各社輸出、海外の販売を強化しており
ます。

農機価格の引き下げの取組です。平成18年、韓国農機を我々は実際に輸入し
ました。これをてこに国内メーカーと交渉いたしました。そして輸出機をベー
スに最小限の機能を付加した型式の取り扱いを始めております。

今後の仕入れの強化の方向です。これも農薬と同じです。海外市場が大きい
です。徹底した海外市場の調査が必要だと思っております。それと大規模法人
とともに最低限の仕様を一緒につくる。その仕様について最も安いメーカーか
ら仕入れる。そのような取組をしたいと思っております。

18ページ、低減の取組です。この真ん中の参考の図を見てください。赤く四
角で囲っていますが、コンバインですけれども、今の日本の農家のコンバイン
は1,000万以上しますが、平均利用面積は3ヘクタールです。国が示している目
安は10ヘクタールです。なお、韓国は11ヘクタールです。非常に高額なのに稼
働面積が小さい。ここが問題だろうと思っております。そういうことで農機のリ
ースやレンタルを拡大する、つまり農機の所有ではなく共同利用の取組を強化
したいと思っております。

19ページ、農機は修理、整備で長く使うということで、全農自らが修理センターを持っております。最近では担い手の方が自分で修理できるような研修会もやっております。修理には当然、部品が必要です。部品のセンターも全農で持ってしております。そして、修理、整備のセンターを全農と農協が一体になって取り組む。そんな取組もやっております。

私からは以上であります。

(岩城全国農業協同組合連合会常務理事)

続きまして、私は園芸を担当している岩城です。園芸事業について説明する中で、農協が生産物を高く売る努力が十分でないということに対して回答させていただきます。

資料は20ページからです。20ページ、21ページと、これは青果物の流通概要なり卸市場の流通概要でございます。

1点だけ、20ページの下の方のところ、青果センター事業移管というものがああります。これは従来、全農は東京、大和、大阪に集配センターを持っていましたが、平成18年に株式会社全農青果センターを設立しました。当時は1,200億円ぐらいの売上げだったのですが、27年度では約1,600億円という事業実績を見通しています。

同時にもう一点、加工業務用対応強化と小さい字で書いていますが、加工業務用につきましても21年から取組を進めています。25年から青果センターにおいて、加工業務向けの事業を開始したという歴史があります。

21ページ、これは青果物流通の概要ですので、後ほどお目通しを願います。

22ページ、卸売市場の現状。これは1点だけチェックをお願いいたします。左側の図で卸売市場経由率、85とあります。国産青果の85%が卸を通過しているという現実があるということでございます。

それでは、結論から述べさせていただきます。農協が生産物を高く売る努力が十分でないという意見に対しては、全国全ての農協は生産物を高く売る努力、工夫を行っており、設問のような批判は当たらないと思っております。しかし、全ての生産者が価格に満足しているのかと問われれば、満足していない生産者もおられるということもあり得ることです。この意見は現在の価格に満足していないことを言っているのもあって、農協の努力が十分でないとの指摘ではないという認識でございます。

23ページ、農協はどのように努力してきたか。青果物の流通、価格形成の実態とあわせて説明させていただきます。

23ページの図があらわしていますように、青果物の価格決定は古くはセリによって9割が行われていました。当然、セリでは卸売業者と買参人との間で需

給バランスにより価格が決められており、生産者にとって最大の課題は、生産者自らが価格を決められないということでした。このため競合する他産地と比べて高く売るために、自らの生産物の市場評価をいかに高めるか、いわゆるブランド化を進めていくことが、農協にとっての最大の重要な課題という認識を持ったわけです。生産者手取り向上のためのJAの取組事例として1～3に記載していますが、このようなことをやりながら全国の農協が産地間競争を行ってきたということです。

その結果、JAのブランド化事例として記していますが、孺恋のキャベツであり、みっかびのミカンであり、福岡のあまおうの産地であり、いろいろな産地があるのですけれども、このような代表的な事例の産地が生まれてきたという経緯がございます。

それでは、現在はどうなっているかということで24ページをお開きください。セリ取引から今は相対取引に変化しております。この一番大きな理由は実需者側、量販店、生協さんが一番多いのですが、夜間配送ニーズです。チェーン化した店舗に朝一番に商品を並べなければいけない。ですからセリが終わってからでは間に合わないから、先取りが可能となる相対取引に移行したということがございます。それとともに、実は右側の実需者からのニーズが非常に多様化してきました。量販店が求めるニーズ、生協が求めるニーズ、コンビニが求めるニーズ、加工・業務業者が求めるニーズ、それぞれ異なった特徴のある商品を求めるようになったということです。

例えば都内のあるスーパーさんは、トマトの品質にこだわっております。従来ですと7分着色で産地から出荷していたのですが、完熟で出荷してもらいたい。そうすると、商品寿命は短い、当然そのリスクは店で持つということですが、その対象の産地農協は当然スーパーへの販売を優先しますし、我々受け入れる側も色回りを落ち着けるスペースを確保して対応しなければなりません。そのようなことがございます。従来までは品質の良いものをつくって、ロットをまとめて市場に出せば評価され、他産地よりも高く売れた。全くプロダクトアウトということがあったのですが、多様化するニーズという中ではこれまでの工夫、努力に加えて実需者側の個別のニーズに対応した産地づくりをやらないと、納得する価格を確保することができないという認識を農協は持つようになっております。

ですから全国の農協では1円でも高い生産者手取りを確保するために、実需者のニーズに対応した産地づくりという認識に立っています。特定量販店のニーズに対応した規格の簡素化とか、特定圃場の選定とか、業務加工用に適した品質。そういったものを産地で進めているということです。セリ取引から相対取引になって、産地そのものも取組姿勢、販売姿勢を変えていった経過があり

ます。こういったことを踏まえて冒頭申し上げましたように、産地は高く売る努力をし続けているということの結論です。

それでは、産地は販売努力はするのですが、一方、生産者みずからが価格を決められないということに対してはどういうことになっているか。この課題につきましては25ページ以降に載せています。後ほどの質疑で質問があれば、全農がどのような取組をしてきたかということも回答したいと思います。

私からは以上でございます。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長) ありがとうございます。

次に、卸売市場の現状につきましてお伺いしたいと思います。東京青果株式会社の川田社長から御説明をお願いいたします。よろしく申し上げます。

(川田東京青果株式会社代表取締役社長)

東京青果の川田でございます。

我々の会社は、中央卸売市場、大田市場の中で卸業務を行っております。今、全農さんから御説明がありましたように、全国で農林水産省から認可を受けております中央卸売市場の会社は約70社でございます。地方公共団体が開設しております地方卸売市場、これが約700社であります。ですから卸売市場と言っても中央と地方の2つの機能といいますか、性格を持つ会社が存在をしているということでありまして、我々は大田市場の中で卸をやっておりまして、ことの売り上げが大体2,000億円になっております。

市場の機能低下ということが言われて、特に市場経由率が下がっている。先ほどの資料にもございましたけれども、御指摘をいただいておりますけれども、国内で生産いたしました青果物の市場経由率は八十数%でありまして、かなり高い数字を示しております。ではなぜ市場経由率が低いか、下がってきたかということでありまして、これは分母の捉え方が少し我々の認識とは違う。皆さんの認識とは違うと思うのですけれども、例えば果実は今、四十数%となっております。これはブラジルから輸入されますコンクジュース等、全ての果汁、全ての果物に関するものを含めた中で市場を経由しているものが何%かということで、これが四十数%ということでございます。

野菜につきましても、例えば中国から輸入されますギョーザに入っておりますキャベツも換算をいたしまして、そのうち市場をどれだけ通っているかということで計算されてありまして、これは約70%でありますので、生鮮の取引についてはかなり市場経由率は高いと考えております。今、市場外流通がふえているということがございますけれども、先ほどの全農さんの1,500億を含めて約1割程度となっております。

御質問にありました生産物を高く売るという観点から、売り手の農業者には何が不足しているかという御質問でございますけれども、少し前の状況からすると、プロダクトアウトの発想から抜け出ていない。自分たちの作り手の理論で生産物をつくっている。今、現実には消費者サイド、マーケットインの発想がないとなかなか販売がスムーズにいかない。先ほど全農さんから御指摘がありましたけれども、今そういったことについて農協はかなり真剣に取り組んでおりまして、ニーズに対してどのようなサプライをするか。このような形で生産を変えていっております。どうも米の発想がありまして、米でつくったものをどうやって売るかという発想でありますけれども、青果物についてはかなりマーケットインの発想が出てきておりまして、大手量販店のニーズに合わせた、あるいは細かい消費に合わせた生産の形態に変わってきております。

そのためにコストの軽減も当然必要なわけでありまして、通い容器の採用ですとか、あるいは鉄道を使ったモーダルシフトといったことを使って、コストの軽減もお互いに図っているということでございます。

今後どのような形に進むべきかということをお申し上げますと、やはり先ほど言ったマーケットインの発想は非常に大事であります。については先ほど生産者が価格決定に入り込めないという御指摘もございましたけれども、実際はかなりの部分、予約取引、相対取引が進んできております。これはどういうことかということ、例えば週末に大手の量販店が1,000ケースのキャベツを売りたいというオーダーがありますと、これを産地にフィートバックいたしまして、幾らなら出せるのかという問いかけをいたします。産地の価格と量販店の価格がマッチした段階でディールできるということでありまして、少し前の市場で出して価格がよくわからないということではなくて、かなりの部分、生産者の意向を反映した価格になるということであります。

セリと相対の取引が混在しているわけでありまして、これが整合性がないという御指摘もありますけれども、市場でございますので、需要と供給のマッチングポイントが価格であります。ここに乖離がありますと、例えばセリ取引のほうが高ければ取引はセリに移行してまいりますし、また、相対のほうが高いということであれば相対に移行する。こういった機能を持っているのが市場でございます。

あと、手数料についてよく高いという御指摘をいただきますけれども、現在、我々の手数料は野菜が8.5%、果物が7%であります。ただ、これには全ての費用が含まれておりまして、産地に対します出荷奨励金が1.2%程度。市場使用料は開設者にお支払いをする。これは売上使用料と固定使用料がございます。そして代金回収。市場の場合は3日目決済でございます。この代金回収を確保するために小売方々あるいは仲卸の方々にリファンドする分が1%。ですので

我々の営業利益のスタートは約5%でございます。

そして、今、中央卸売市場、約100市場ございますけれども、その営業利益率が0.2%まで落ちていってございまして、ほとんどかすかすの状態で行っているということでございます。この理由が幾つかあるのですけれども、産地からの価格の要請が非常に強いということ。それに合わせまして買付取引と自由化というものが行われてございまして、これはどういうことかということ、市場の意思で買い付けを行う。例えば相場が1,000円であったものを例えば1,100円で買い付けて市場を安定させる、あるいは将来の取引につなげるといった取引が多くなってございまして、結果、今、営業利益率は0.2%になっております。

以上でございます。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

最後に、公正取引委員会から農業分野における独占禁止法の運用について御説明をいただきます。よろしく願いいたします。

(片桐公正取引委員会管理企画課長)

公正取引委員会の管理企画課長でございます。

資料6に沿いまして、農業分野と独占禁止法、この分野におけます公正取引委員会の取組について御説明をさせていただきたいと思っております。

1ページ、独占禁止法の概要でございます。独占禁止法では私的独占、不当な取引制限、不公正な取引方法を禁止しております。不公正な取引方法には、優越的地域の濫用、排他条件付取引、拘束条件付取引といったものが含まれるということでございます。

2ページ、農業協同組合につきましては、独占禁止法の適用除外制度がございます。農協の共同購入、共同販売につきましては、独占禁止法の先ほど言った禁止規定の適用が除外されているということでございます。一方で真ん中ぐらいい書いてございますけれども、不公正な取引方法を用いる場合ですとか、あるいは一定の取引分野における競争を実質的に制限することによりまして、不当に対価を引き上げることとなる場合につきましては、この限りではない。独占禁止法が適用されるという仕組みになっております。

3ページ、公正取引委員会では独占禁止法違反行為に対しまして、違反行為に対する厳正な対応、左側ですけれども、それから、右側の独占禁止法の考え方を明確化することによりまして、この独占禁止法違反行為の未然防止を図るという両面による対応に取り組んでいるということでございます。

4ページ、この違反行為への厳正かつ効果的な対応について説明をいたしま

す。この農業分野におきます独占禁止法違反行為に対する公正取引委員会の具体的な行政処分等の内容を示しているページでございます。公正取引委員会は、これまでこの農業分野におきます独占禁止法違反行為に厳正、効果的に対処してきているということでございます。

左側の法的措置等というところでは、この独占禁止法の行政処分、排除措置命令と呼ばれる行政処分、それから、警告と呼んでおります行政指導の内容を記載しております。具体的には、左上のほうですけれども、主食用の米の販売手数料を一定額を目安として定額とすることで、競争を実質的に制限した疑いのあった事例ですとか、それから、次の民営の販売所に農産物を出荷する場合は、農協直営の直売所に出荷させないといった行為を行っていたといった事案が存在をしているということでございます。

このほか、このページの右側ですけれども、注意とありますが、具体例と件数を記載しております。違反行為を疑うに足る証拠は得られませんでした、独占禁止法違反につながるおそれがあるという行為が見られた場合には、未然防止を図る観点から注意を行っているということでございます。

5ページ、独占禁止法の考え方を明確にして、違反行為の未然防止を図るという点でございますけれども、そこでありますように農業協同組合の活動に関する独占禁止法上の指針、農協ガイドラインと申しておりますが、これを作成、公表することによりまして、この未然防止を図るという取組でございます。こういったガイドラインをつくりまして、その周知に努めているところでございます。

このガイドラインの内容といたしましては、細かい字で恐縮でございますけれども、農業関係のさまざまな取引、単位農協とその組合員との間の取引、それから、農協の連合会と単位農協との取引、さらには連合会ないし単位農協とその仕入れ先、販売先との取引、さまざまな取引関係があるわけでございますけれども、そういった取引関係におきまして、どのような行為が独占禁止法との関係で問題となるのかという事例を挙げながら示しているものになります。

6ページ、このような公正取引委員会の従来を取組を御説明してきたところでございますけれども、今後この農業分野におきまして、競争の確保が重要だということでございますが、そういったことを踏まえまして公正取引委員会として今後さらなる取組を考えているということを紹介したいということでございます。

ここも左と右に大きく分かれておりますけれども、大きく情報収集と違反行為への対処ということについて取り組んでまいりたいと考えております。

左側のほうですけれども、広範な情報収集ということで、まずは広く農業者、商系業者の皆様方から、独占禁止法違反行為に係る情報を広く受け付ける窓口

を設置することにいたしましたところでございます。現在、受付のための電話番号等、準備が整い次第、公正取引委員会のホームページ、ウェブサイトのほか、そのほかの機会を捉えてチラシのような紙媒体も含めまして、この窓口について周知をしたいということで、広くお知らせをしていきたいと考えております。

右側の違反行為への効率的・効果的な対処ということでございますけれども、農業分野を取り扱いますタスクフォースを設けることにしたいと考えております。こういった部署では先ほどの情報窓口を通じてもたらしていただきました情報を踏まえまして、効率的に調査を行って、必要に応じて効果的な是正措置、事案の公表といったことを行ってまいりたいと考えているところでございます。

以上、簡単でございますけれども、私の説明は以上でございます。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

これからの議論の参考としていただくため、事務局から前回の合同会合において配付した資料から、現場における生産資材価格の例を簡単に御紹介させていただきます。よろしく申し上げます。

(山澄規制改革推進室参事官)

右肩に参考資料1と振っております資料でございます。本年2月4日に規制改革会議農業ワーキング・グループにおきまして、農事組合法人さんぶ野菜ネットワークから御提供があった資料でございます。

めくっていただきまして数ページありますが、手書き部分も含めまして全て御提出があったとおりのまま配付しております。

5ページと書いてあるところでございますけれども、野菜ネットワークとJAの段ボール価格の比較がございます。

14ページでございますが、ポリ、マルチ、ビニール、農薬の価格比較表ということで、これも地元の資材店とJAの価格比較がございます。これに関しまして当日の御発言といたしましては、肥料についてプレゼンターの方からあったのは、JAとそれ以外の価格を比較すると、現場で見るところではこのような価格差があるという御説明がございました。

12ページ、13ページは日本の肥料のリストについて現場でお調べになったものでございますが、これに関しましては当日のプレゼンテーションの御発言といたしましては、日本ははっきり言って肥料が多過ぎます。同じような銘柄が何だかいろいろ分かれてある。だからこれを集約すれば価格はもっとできるはずです。このような御発言がございました。

最後の資料21、22と振ってある横長の資料でございます。これはニンジンの

価格を例にいたしましてＪＡ山武と野菜ネットワーク。22ページの右半分の手書きで書いてある部分が野菜ネットワークの書いている価格でございますが、当日ありましたのは、21ページのワープロ打ちしてある表の一番右下に684という数字がございます。レギュラー品の数字、ＪＡのほうでは1月13日の段階で685円です。これに対比する形ですが、22ページの右下に泥を洗ったものということでは手書きで1,250円ということでございます。平均で1,250円になるのかなど。だからこういうことなのですよという御発言がございます。

本日の議論の関係で、再度配付させていただきます。

以上でございます。

（広瀬日本経済再生総合事務局次長）

参考資料としては、このほかに参考資料2-1から参考資料2-6として、これも前回の会合で農水省から配付していただきました、米の生産コスト、農業機械、肥料、農薬、飼料、食品流通に関する資料を配付しておりますので、御参照いただければと思います。

それでは、ここから民間議員、民間委員、有識者の方々に御議論をいただきたいと思っております。ここから先の議事進行は前回同様、金丸座長にお願いできればと思います。よろしくお願いたします。

（金丸座長）

それでは、議事進行をかわらせていただきます。

まず最初に、産業競争力会議のほうからどうでしょうか。大泉先生、御意見なり御質問なりございますでしょうか。

（大泉宮城大学名誉教授）

報告ありがとうございました。大分勉強になりました。

資材の業界の状況は、農業が衰退するにしたがってみずからの市場がだんだん縮小して行って、その中で合理化が進んでいて、コストダウンにもさらなる努力を続けているという状況が一様に報告されたものと伺いました。

それぞれの業界に共通のところと異なったところとがあるわけですが、まず肥料メーカーさんですが、一つ一つの会社さんが韓国と比べれば非常に小さいという御事情があるということですが、お伺いしたいのは、これまで農業界は非常にドメスティックな動きが中心だったように思うのですが、先ほど台湾へ市場を拡大しているというお話がありました。今後この業界での海外展開と業界の再編の可能性といいますか、その辺について教えていただきたいということが1つであります。

飼料メーカーさんに関しては、やはり今般、再編の話が農林部会あたりから出ておりますが、その辺についてはどうお考えなのか。

国産原料を確保する必要があるということで、餌米、飼料用米に大分御期待をされているということもよくわかるのですが、それ以外の国産原料、要するに子実トウモロコシだとか、その辺の可能性についてはどうなのかということです。

農薬の部分と少し違うのが、そういうことを考えた場合に国内での資材メーカーの農業参入ということに関しては、全くこれまで考えられなかったのか、これからは考えられるのか、あるいはどのように今お考えになっているのかといったあたりを、2つの業界にお伺いしたいということがあります。

農薬に関しては、これは先ほどドメスティックと言ったけれども、逆にインターナショナルに動かれていますので、とりたてて質問はないのでありますが、さまざまな努力をされているということはお伺いをしていたと思います。

全農さんなのですが、全農さんもそれなりにいろいろ努力をされているという話はよくわかるのですが、いかんせん全農は非常に大きなシェアを持っていますし、全農のありようということがこの業界に与える影響というのは非常に大きいのだと思うのです。資材のほうもさることながら、販売事業についてお伺いしたいのですが、販売事業で今、市場全体が青果物に関しては市場経由率が非常に多いということですが、セリではなかなか価格はつかないということなのでしょう。そこでJAさんはJA全農青果センターを昭和43年におつくりになって、バイパスルートでこれを流通させるということで、先ほどの御説明ですと、みずからが価格を決めたいというニーズにこれは沿っているのだというお話がありました。それでマーケットインの構造をつくるとすれば、私はこのパターンというのは結構評価に値するものだと思うのですが、ここで果たして生産者が実需者ニーズを反映して、それに基づくような生産がここで行われているのかどうかということが1つです。

もう一つは、これは株式会社ですね。全農さんはいろいろな事業、主要事業を株式会社形態でおやりになっていますが、確かに私は株式会社でやったほうが合理的でいいのだと思うのです。ですけれども、全農が協同組合形態でいることのメリットというのが何なのかというところがよくわからないのですが、それが2点目。

3点目は、資材に関してもしも、これは資材費を安くするとしたら全農さんの努力も非常によくわかるのですが、一般的に言えば単協が全農さんの販売エージェントになって農家に販売しているという構造がここでは見えるのです。きょうのお話では見えるのです。通常ここでもしも生産者のために、農家のために価格を安くしたいと考えたとするならば、農協は生産者の側に立って、む

しろ全農に対して安くしろという交渉をすべきではないかと思うのです。ところが、それが系統という組織の中で全農のエージェントとなることによって、どちらかという全農が見ているような気がするのですが、この辺の整理というものがどうなのか。

農協さんも、きょうは農協さんがいないので、単協さんがいないので、この話はお答えにならなくてもいいのですけれども、単協さんもこれまで生産者を多く抱えるというところを一生懸命やってこられて、それが実はすかすかになって、肥料も何も販売量がずっと落ちていく、機械も落ちていくという構造が生まれたわけです。だから農業を一生懸命やって成長させようというような人たちを対象にするのが農協さんとしての一番重要な話で、そこに対して彼らのニーズをどのように酌み上げるのかということが重要で、一般的にこのような努力をしていますよということではどうもないのではないかという気がするのです。ここはきょう農協さんがいらっしゃらないので、単協さんがいらっしゃらないので、全農さんにももしもお考えがあれば伺いたいなと思うのです。

それと、川田さんのところの資料で、東京青果の資料で出荷奨励金の話があった。8.5%の手数料の中に1.何%ぐらい入っている。それが最後のところで4ページになりますかね。出荷奨励金が実はこれは生産者のためにあるのだけれども、全農、県連、JAとしてまとめて扱われるために、どうも生産者に行っていないのではないか。この書き方だと農協が横取りしているような雰囲気があるのですけれども、この辺に関しては全農さんはどのようにお考えなのかといったことです。

いろいろあるのですが、私ばかり話してもしょうがないのですが、それで川田さんにお伺いしたいのは、相対で価格に透明性があるというお話がありましたが、もしもそうだとするならば、今マーケットインのシステムをつくるとしたら、市場で卸売市場と仲卸業者がありていと言えけんかというか、価格上、相対して、そこで値決めをする。ここは情報が途切れてしまうわけです。マーケットインを壊しているのは市場ではないかという言い方もあろうかと思うのですが、そうなってくるとこれからのマーケットインの農業をやるためには、市場の存在意義というのはどういうことになってくるのだろう。この辺に関してももしお考えがあったら教えていただきたい。

(金丸座長)

盛りだくさんの御質問ありがとうございました。

それでは、お答えは時間がないので手短かにしていただければありがたいです。一番最初に肥料のジェイカムアグリ様からお答えいただけますか。

(表ジェイカムアグリ株式会社取締役副社長)

2つ御質問があったと思います。

まず1つは再編の可能性ということと海外展開。再編の可能性のところで申し上げましたけれども、今、合理化は第3ステージにあると考えておりました、各社は事業統合を複数社で始めておりました、工場も数カ所持っているということなので、当面はその生産効率化に取り組むのではないかと考えています。もちろん需要が減っていくということがこの先も続くようですと、当然そういった再編ということも起きてくると思っております。

海外展開なのですけれども、ちなみになのですが、弊社はコーティング肥料は8万5,000トン製造販売しておりました、現時点で7万トンを国内向き、1万5,000トンを既に海外に輸出しているという状況でございます。

どちらかという、コーティング肥料は価格的には普通の化成肥料よりも高いものですから、例えば花ですとか、あるいは農作物でも換金作物的なところに向けて提案をしているということです。そういう意味で今、東南アジアを中心にそういった試験展示圃も含めて展開中ということでございます。

当然のことながら、日本以外は肥料需要として成長しておりますので、そういったところに向けて展開していきたいと考えております。

(金丸座長)

ありがとうございます。それでは、飼料工業会の方、お願いします。

(鹿間日本飼料工業会会長)

私から2点、御説明させていただきたいと思えます。

最初に再編の可能性についてなのですけれども、需要が徐々に減ってきてしまっているという状況の中、供給力に対して供給力過剰という状況がついてくるわけです。そういう中で各社の採算は非常に厳しくなっているということからすると、もう一段のそういう業界の再編というものが起きて不思議ではない。ただ、我々飼料工業会というのは民間企業の集まりですので、それぞれが独立経営しておりますし、その辺は市場原理にのっとっておのずと起きてくると思っております。ただ、工業会としてもこれは政府のほうでもこれからいろいろな調査を始められるということで、我々もそれに協力しながら現状の認識をもう一度新たにして、会員企業に情報を提供して、いろいろな経営判断をする協力をしていきたいと考えております。

それから、飼料米云々については山内副会長から説明してもらいますが、もう一点、海外展開でございます。これについてはどちらかという水産の飼料については結構、海外展開を既に模索していらっしゃる、既に展開を始められ

た会社もあります。これはまだ結構付加価値が高くて、輸出で対応できる、あるいは現地に工場をつくるという展開を進めているところもございます。ただ、畜産用で申しますと、これは地場での生産というものが基本でございますので、飼料をわざわざ日本から輸出というのはなかなか難しい。そうすると現地に工場をつくることになるわけですが、そうすると生産者と一体となった取組が必要になる。ですから今後、日本の生産者が海外に展開することがあれば、一緒に出ていくというのは十分考え得ると思っています。そうでなければ地場の企業とのタイアップとなるわけで、これは結構ハードルが高いというのが実情だと思います。

飼料米を山内副会長からお願いします。

(山内日本飼料工業会副会長)

飼料工業会の山内です。

飼料用米のほかに、何か国産で使える原料はないかというお話なのですが、例えば子実トウモロコシということなのですが、今、子実トウモロコシに関しましてもアメリカに広大な面積の畑がありまして、ミシシッピを下って日本に持ってきてというシステムはでき上がっておりまして、アメリカの中西部、山の中のトウモロコシを日本の港に持ってきて3万円そこそこ。現時点の相場ですが、ということで非常に競争力のあるシステムができ上がっておりますのでなかなか難しいということと、やはり飼料用米を我々が使いたいのは、1つの目的として水田を残せるという非常に大きな日本の農業にとって目的を達成できる。今どんどん水田が減っている中で水を張って水田を残して、いざというときにはお米がつかれるということを目的の半分だと思っておりますので、これは飼料用米に我々も積極的にもっと国策に沿って使いたいなと思っておりますし、鶏なんかブロイラーとかレイヤーでは、完全にトウモロコシに置きかえられた農家の方もいらっしゃいますので、非常に飼料用米が量的にも、あるいは国策的にもいいのではないかと我々は思っておりまして、あとエコフィードとか国産のものも努力も少しずつしておりますけれども、量的にはなかなかトウモロコシにかわるような大きな量にはならないと思っております。

最後の御質問にありましたメーカーの農業参入。飼料メーカーの農業参入と言うと、どうしても畜産農場と養豚したり養鶏したりということになるのですが、実は過去30年ぐらいにわたって飼料メーカー、そういうことに挑戦してきたわけですが、やはり飼料メーカーは飼料の専門家でありまして、動物をつくって卵をとったり肉をとったりというのは専門家ではありませんので、苦手でして、大きな赤字を出して、どうしても餌を売らんがための農場という

形になりますので、今、少なくとも私の会社では既存の農場はやめて、飼料メーカーでいい飼料をつくることに徹するという方向性でやっております、畜産農家の方にそういう農場はお任せしたいし、我々はそれに役に立つ飼料をつくっていくことに専念したいと思っております。

(成清全国農業協同組合連合会代表理事理事長)

農協に対する質問について、まず青果物の実需者ニーズを踏まえた産地づくりの問題と、卸売市場の産地への産地奨励金の取り扱いについては、担当の岩城常務からしたいと思います。3つ目以後は私が答えます。

(岩城全国農業協同組合連合会常務理事)

まず青果センターのところを聞かれましたので、実は私は青果センターが設立されました18年から5年間、社長を務めました。また、青果物流通には40年近く携わっています。青果センターの現状、この資料で言いますと25ページを見てください。首都圏のネットワークの事例というようにここでは載っております。ここは黄色の部分がいわゆる生協さんのセット事業をやっているセンターでございます。26ページを見てもらうと生協さんの宅配集品センターの業務フローが出ているのですが、このような事業をしながら、この青果センターは生協さんと500億円くらいの取引実績があります。

我々が生協さんのマーケットを狙ったというのは、実は生協さんというのは共同購入事業の商品価格は1カ月前からの商談となります。青果センターには産地からいろいろな要求がある。一方、生協さんも組合員からの要求があります。丁々発止の中で価格を決めていけるわけで、全部が全部、産地が要望する価格で決まっていくわけではありませんが、そこはクローズマーケットですから産地側の意見も通してもらえということです。このような値決め方式であるため、生協さんのマーケットを重要視しているということでもあります。

もう一点言いますと、全農は首都圏に青果物以外の会社を持っています。食肉の全農ミート、全農チキン、それから全農たまご、全農パールライス、この4社と青果センターを合わせて7,000億円の売上げがあります。このうち、生協さんに対して1,000億円ほどの取引実績があります。これはどういうことかという、我々は、我々の価格が一番反映できるようなマーケットに売る努力をしてきたということ。生協さんのマーケットを1,000億円とっているということは、結果として言うならば生産者が要望する価格を実現したいという反映でもあると思っております。まだそれは伸びています。

また、産地づくりという観点から申し上げますと、コープネットさんが今回、エサ米の給餌率10%を15%にして、本格的にエサ米のこめ豚をつくっていろ

という意向を示されています。我々としては、もっとこめ豚の産地をつくって商品を売っていきこうとその意向を米産地に届け、その商品づくりを全農ミートが対応するという流れです。

出荷奨励金のことでございますけれども、これは1,000分の17ということで川田社長からも言われましたけれども、例えば一番大きな園芸県の茨城ですと、全農茨城はそういうお金は素通りするだけ、まず農協はそれをもらおうと、農協の部会で協議してもらい、どう使うかを決めます。主な使用目的は、消費宣伝のための費用や、新たな品種を導入する際の試験栽培用費用などですが、全てそれは部会の中で話し合っ、使っているという事例が茨城県でございます。

全農がその部分で手数料をとっているところは、ないというのが現状でございます。ただ、市場と産地とは、これは民民ですのでお互いに引っ張り合いをして、当然、市場は経営を考えたらなくしたい。一方、我々産地側は既得権としてもらいたい、と考えることは自然なことで、両者で交渉して決めていく事項だとの認識です。

(成清全国農業協同組合連合会代表理事理事長)

それでは、3つ目の質問です。子会社を株式会社に転換しているの、本体のありようはどうかという御質問について申し上げます、まず事業を子会社として展開するのはなぜかという、先ほどの全農青果センターと、今、彼が紹介した肉の全農ミートフーズですとか、これは事業ごとに競争環境が異なっていて、全農本体でやるよりも株式会社にしたほうがよいという判断です。

ではなぜ本体の組織は考えないのかということですが、協同組合セクターと株式会社セクターは、組織・事業運営の理念が決定的に違っています。全農としては例えて言えばギリシャ神話に出てくるケンタウロスのように、頭は協同組合の精神を持つ全農本体で、事業推進のところは子会社化して運営しているということです。

次に、資材の関係で農協が全農のエージェントという印象があるという御質問ですけれども、これは全く逆でして、農協は肥料にしても農薬にしても農機にしても、全農を利用するかしないかというのは農協が独自に判断しているというのが実態です。したがって、全農は先ほどの農機の場合でも、重整備センターや広域部品センターなど農協単独でできない場合は全農が踏み込んでいきますけれども、生産者の利便になるのではないかといろいろなサービス事業を農協に提案することによって、結果として肥料においてもそれなりの評価を農協から得て、あるいは農協というよりも今は生産者部会の発言力が強くなっていると思っております、その評価を受けないと全農の方を見てはくれません。

それから、最後の農業を成長させようという人を農協事業の対象とすること

もこれからは重要ではないかという質問については、それはそのとおりだと思います。だから従来は先ほどの園芸のところで紹介しましたように卸売市場でのセリ取引がほぼ100%の時代というのは無数の農家があって、その方々が生産者部会を構成して、それぞれの農協のブランドづくりに励んできたわけですが、逆に生産者がどんどん離脱をし、規模の大きい人が出てくるというときに、向き合っているところとそうでないところとあると思うのです。したがって、それは御質問の趣旨のとおり、農協管内の農業を維持するためにも、担い手が変わればそれに応じた対応をしていかなければいけないと思います。

(金丸座長)

川田さんから補足をいただきます。

(川田東京青果株式会社代表取締役社長)

今、成清理事長がおっしゃったことと関連なのですが、市場ではもともと不特定少数と不特定少数が出会う場所ということで市場ができ上がったのですが、実際に出し手の農協がどんどん大きくなってきている。買い手の量販店もどんどん大きくなったということで、ある意味、特定少数と特定少数が結びつかないと商売ができないという状況でございます。

その中で需要が途切れるのではないかという御質問なのですが、実際に今、大田市場ですと大手量販店のバイヤーが全て常駐をしております。仲卸さん自身、規模の問題もあるのですが、例えば1,000ケース、2,000ケース取り扱うのを一仲卸だと無理な状況でございますので、我々としては直接スーパーのバイヤーと話をします。こういうことをやって情報の交換をしております。

仲卸はどのような機能を持っているかというのと、もちろん購買代理人という形ではあるのですが、スーパーのほうでは価格の透明性を要求いたしますので、仲卸さんとしては荷さばきをしたり、配送をしたり、個別に個店配送をしたり、こういった費用を明らかにして、スーパーからセンターのかわりとしての機能を強化して手数料をいただくという形になっております。ですから情報の途切れはないと考えていいと思います。

(金丸座長)

橋本議員、お願いします。

(橋本議員)

簡単に述べさせていただきます。

私は科学技術が専門ですので、全く素人なのですが、ただ、私自身は生まれたところが水田農家でして、クラスメートで私以外は全員水田農家を継いでいますので、そういう意味では非常に親近感のある分野です。そういう立場から違った視点で、ということで質問というよりはコメントです。

全農さんのお話、東京青果さんのお話を伺ってしまして、大変現場でいろいろと苦労をしながら、変わっていく状況に対応する努力をされているということが大変よくわかりました。しかし、一方で、そうやりながらも、例えば、東京青果さんでも利益率が0.2%と非常に小さなところですね。これが現状で、日本の農業全体が皆さんすごく努力されているけれども、ぎりぎりのところでやっているということが現状で、それがどんどん小さくなっていくと、そういう非常に大きな問題を抱えていて、それに対して現場で必死に対応しているということかと思えます。

これは実は私が担当している国立大学とか国立研究開発法人も同じでして、国からのお金が毎年少しずつ減らされて、必死にその場で対応して、対応して今に至っているという状況なのです。これでは限界があるなというのが実は大学も研究開発法人も同じで、農業の世界も同じような気がしまして、ちょっと視点を変えると、今のこのシステムというのは結局、状況が変わってきたために戦後システムを何とか直して来ているということだと思えるのですけれども、一方で科学技術で見ますとICTという技術が猛烈に変革して、世の中全体を大きく変えようとしているのです。私は総合科学技術会議のメンバーなのですが、そこで第5期の科学技術基本計画をこの前つくったのですが、そのときにICT技術が最も使える、期待できる分野として農業はすぐ出てくるのです。これは産業界の方も、科学技術を専門としている人間も、農業は絶対におもしろいよというような議論がすごく大きく出るのです。

なので、私がコメント、質問をしたいのは、確かにいろいろな問題があるのだと思うのですけれども、大変影響力の大きい全農さんのような立場の方が視点を変えて、その場その場で対応して、真綿で首を絞められるのを逃げるようなことをしないで、それはそれで必要なのでしょうけれども、大きな視点から見て変革をこの機会にするチャンスだと思うのです。政府全体で大きな変革をやろうと思っていますので、そういう視点で考えていただくのがいいかなと思いました。

(金丸座長)

では三村主査、お願いします。

(三村主査)

農業者に選択の自由を与えるということが、この合同会合のエッセンスだと思っています。例えば、飼料にしても肥料にしても、ブランドが増えていると言われるかもしれませんが、そういうブランドではなくて、普通のブランドだったらのくらいの価格で手に入るのかとか、といったことを知ることができるようにすることが必要です。また、先ほど全農さんが紹介してくれた価格比較と別の資料での価格比較とでは、どちらが安いかということについて、みんな見解が違うのです。本当のところどうなのだろうと思うのです。8勝2敗とか、それが事実なのかそうでないのか、客観的なデータで示されなければ、我々にはわからないし、そのことは農業者も同じだと思うのです。要するに、自由度のオプションを与えるような正しい情報提供ができないだろうかということが1つの印象です。

もう一つ思ったのは、その中で、意欲ある農業者は、全農・農協のルートを使わないで、より自由にいろいろ調達しているということの重さをどう評価したらいいのか、ということです。問題意識をお持ちだということはよくわかっているのですが、それはやはりいろいろな意味で一般的に力のある農業者は、全農・農協以外のところから買ったほうが有利であると判断しているからこそ、そのような全農・農協離れが起こっているのではないかということだと思います。この辺についてはもう少し、どうしてなのだろうかということをお私としては教えていただきたいと思っています。

公正取引委員会にお願いしたいのは、農業分野タスクフォースを今後速やかに設置、あるいは情報提供窓口の設置ということが書いてあるのですが、速やかにではなくて、いつまでにこれを設置していただけるのか、具体的な日程も含めてやっていただきたいと思っています。これを活用されることはいいことだとは思いませんけれども、役割はセーフティーネットですから、もう少しスケジュールを明らかにしていただけないかということです。

(金丸座長)

ありがとうございます。それでは、全農さんお願いします。

(山崎全国農業協同組合連合会常務理事)

農家の選ぶ自由度のオプションを上げていくというのは、そのとおりだろうと思います。ただ、現在でも農家は農協から購入するのか、ほかから購入するのかということをお自ら判断しており、JAのシェアがその結果だろうと思います。また、先ほどの客観的なデータということが我々も必要ではないかと思っています。ただ、それは価格だけでなく、品質や規格、また我々だけではなく

て業界全体としての公正なオープンの仕方が必要なのではないかと思います。

それから、大きい農家がJAから離れているという問題意識は我々も持っています。今回価格のこともあるので御紹介すると、JAというのは協同組合なので、不器用な対応なのです。生協さんも一緒なのですが、ヘビーユーザーと小口とは価格は基本的に一緒なのです。今の農協は、価格は一本です。農協も生協さんと同様に、無店舗販売なので予約をしてくれると少し値引きます。それから、大口で買ってもらうとまた値引きますよという、こういう奨励措置を設定しているのが一般的です。では実際に幾らになるのかというところが農家にきちんと伝わっていないのだらうと思います。したがって、もう少しわかりやすい価格にする。それをきちんと生産者に伝える。そういう努力はまだまだ足りないのではないかと考えています。

(岩城全国農業協同組合連合会常務理事)

あと一点、22ページの価格についてです。さんぶネットワークさんの商品は、昨日も伊勢丹に行ったらサニーレタスが400円ぐらいで売られている。要するに高い買取り価格というのは、さんぶネットワークさんのようにデパ地下の一番高く販売できる売り場を確保していて、400円ぐらいの売価の商談ができていうこと。だからJA山武郡市のニンジンの出荷額がだいたい20億円ぐらいあっても、さんぶネットワークさんのところは多分だいたい5,000万円ぐらいしかないと思うのです。だからマーケティング力の違いというよりも、狙うところのターゲットの違いで価格差が出てくる。ですからこれが20億円分、全部売れるかという売れないというか、規模のマーケティングが全然考慮されていなくて、単に単価が高いとか安いとか、この資料を見たときに比べられるのはいかがなものか。20億円分売るためにはこのぐらいの値段でやっていかなければいけないのに対して、さんぶネットワークさんには売り場があるのです。伊勢丹のようなデパ地下でも一番トップの売り場を確保されておられますから、両者の価格をこのように並列で書くこと自体が私はちょっとおかしいなというものがあります。

(金丸座長)

想像を絶する答えですね。林委員、どうですか。

(林委員)

参考資料1の、その前の21ページを見ていただきたいのですが、その表の下に書いてありますように、JA出荷の場合、生産者の手取りは時間給にすると450円以下です。さらに農機の減価償却の負担もあります。こんな収入で

農業生産者の後継者が生まれますか。という問題意識で、生産者の所得向上につながるように生産資材や生産物の流通構造を見直そうと、この会議で検討しているのです。ですから、今おっしゃられるような全農の立場からのお答えを伺うのは、私は非常に遺憾なことと思います。後で質問したい点もあるのですが、今はここまでにしておきます。

(金丸座長)

公取の今後の段取りというか、工程表について触れていただけますか。

(片桐公正取引委員会管理企画課長)

今後速やかにということなので、いつになるかということだと思いますけれども、窓口の設置につきまして電話をどうするかとか、農業の分野ということで東京だけではなくて公正取引委員会の地方の事務所で連絡体制をどうするかということで、農業分野以外のさまざまな分野も公正取引委員会は取り組んでおりますので、それとの仕切りをどうするかといったような準備をしているということですので、具体的に何月何日というものを申し上げる段階ではございませんけれども、半年とか1年ということではなくて、せいぜい半月とか数週間というようなタームのことですので、準備がとにかくでき次第、やりたいと思っています。

(金丸座長)

半月ということで、ありがとうございます。

(林委員)

公正取引委員会にお伺いしたいと思います。

冒頭に松本副大臣からも我々の2月のヒアリングの内容のご紹介がありましたが、現場の農業生産者とか資材の量販店とかアウトサイダーの方からは、いろいろと系統の下部構造における問題行動についての御指摘がありました。

公正取引委員会による農協関連の問題行為に対する排除措置命令や警告は、平成元年以来は15件にとどまっているのですけれども、我々のヒアリングを聞く限りは、実際の違反事例はもっと多いのではないかと推測されます。この点について公取としてどのように分析評価しておられるのか。これが質問の1点目でございます。

2点目ですが、本日の資料6の6ページ、2つ目のポツに「情報収集についての効率的な調査を実施」と書かれているのですが、具体的にどのようなことを想定されているのか。私が思うに、この点はぜひ農水省と連携して、協力し

て進めていただくことが必要ではないかと思うのですが、その点いかがか。

もう一つ、この下の3ポツに「効果的な是正措置」とあります。公取におかれましては、優越的地位濫用事件タスクフォースでは、排除措置命令や警告に至る前の「注意」という措置も機動的に行っていると思います。この農業分野においても「注意」という形でも機動的にびしびしと発していただくことが必要ではないかと思いますが、ぜひそういう方向で考えていただけないかというのが大きな2点目でございます。

3点目なのですが、先ほど全農の成清代表から、そういった流通障害の実態はないというお答えがあったのですが、情報が上がってきていないということもあるかもしれませんが、現場においてはどのような場合に独禁法違反になるのかがわかりにくいという点も非常にあると思います。そういう意味では、できるだけ具体的な事例で示すことが大事ではないかと思っています。

この点でぜひ農水省からも御協力いただいて、情報提供を受けるなどして、さまざまな事例を収集して、公取が出されている農協ガイドラインに、現在も連合会や単協による問題行為の例というものが書かれているのですけれども、この事例をさらに充実させていただいてはどうかと思います。

大きくこの3点について公取、また、できましたら農水省様からも御意見をいただきたいと思えます。

(金丸座長)

それでは、まず公取からお願いします。

(片桐公正取引委員会管理企画課長)

独占禁止法違反被疑事案、もっとたくさんあるのではないかと考えてございますけれども、事案については繰り返しになりますけれども、情報窓口を設置して問題把握に努めたいということがございます。

それから、それに対する措置命令15件は少ないのではないかと考えてございますけれども、2番目の質問の答えとも関係しますが、措置命令だけではなくて注意、先ほども紹介させていただきましたけれども、注意という対応もっております。まさに効果的、効率的な対応ということで、重大なものについては行政処分ということで厳正に対処する。他方で数が多い、違反と認定はできないけれども、違反につながる恐れがある行為が多く見られるというものについては、機動的に注意という対応をとることで引き続き対応してまいりたいと考えております。

どのようなものが問題になるのかわかりにくいといったことではございますが、ガイドラインをつくりまして今までも周知に努めてきたところでございます。

具体的な違反を摘発して公表するというのが一番わかりやすいのですけれども、こういったガイドラインについての周知活動というものについても、御指摘のように農水省とも協力しながら、引き続き努力してまいりたいと考えております。

(金丸座長)

農水省との協力体制についてお願いします。

(山北農林水産省大臣官房審議官 (兼経営局))

農水省でございます。

今、御指摘がございましたように、ガイドラインをつくる際にも、実は公正取引委員会さんと一緒につくらせていただいたということでございますし、それ以後の周知についても連携して取り組ませていただいております。また、今、事例の追加とかそういう御指摘もございましたけれども、これまでに公取さんのほうでも注意の事案も出てきているということでございますので、そういった点につきましては情報交換しながら協力していきたい。特に例えばブランド化といった場合に、ブランドを維持するためにどこがよくて、どこがだめなんだとか、そのようなことも出てくるのだらうと思います。そういう観点からガイドラインもつくっていただいているのですけれども、そういった点でさらに紹介といった機会を捉えて充実に努めてまいりたい。いずれにしても違法行為はだめということは、ここは明確な方針ということでございますので、それについてはしっかり対応していくということだと思っております。

(林委員)

ありがとうございます。

効率的な調査の点においても、農水省様の御協力が重要ではないかと思うのですが、その点はいかがでしょうか。

(山北農林水産省大臣官房審議官 (兼経営局))

ガイドライン作成の段階でも調査、それは団体側の協力という場合も、流通の実態を把握する、そういったことを踏まえて、あるいは現場でどのような取組をしているのかということ聞きながらでないとなかなかつくれないという部分もありますので、そういう観点からも関係団体に協力を要請する。我々もその中に入るといったことも今後も続けてまいりたいと思っております。

(林委員)

ありがとうございます。

先日の酪農関係のヒアリングのときも、ホクレンさんは中小の乳業メーカーと乳価交渉をしているとおっしゃいましたけれども、北海道ではない都府県の中小の乳業メーカーさんからは書面が出されまして、県酪からの事務連絡で大規模乳業メーカーとの交渉で価格がこう決定したから通知しますという、事後通知1枚で決められていますという証拠も出されています。こういった実態なども多分全国的にたくさんあると思いますので、ぜひ御協力いただきたいと思えます。よろしくお願ひします。

(金丸座長)

ぜひ今まで以上に協力体制でお願いいたしたいと思えます。

それでは、松本専門委員、お願ひします。

(松本専門委員)

公取の農業タスクフォース、非常に期待をさせていただきたいと思えます。それと農水省も私たち農業現場にいると非常に感じるのは、農水省が要は想定していない、想定外のことが実は現場で非常に起こっているということもありますので、そこは想定範囲を超えて物事が起こっているという前提で動いていただきたいと思えますし、農水省としても非常にそういった点では想定外のことにもいろいろ考えて、機動的に動いていただければというのがまず私どもの要望です。

それと今度は全農さんに1つと、東京青果さんに1つお尋ねしたいのですが、先ほど全農さんのセンターの部分で、生協さんとの取引が非常に大きいニーズ対応だということなのですけれども、当然、作物によっては時期によって豊凶があるかと思えます。その際に逆ザヤの可能性も当然あると思うのですが、決めた価格で納められないときに価格が逆に硬直化して農家手取りを抑えてしまう可能性はないのか。そういった部分。さらにはいろいろ大規模農家向けの資材の販売といったものにも積極的に取り組むということですが、では青果センターを例えば大規模農家が利用したいといったときに利用できるのか。この点について教えていただきたいと思えます。

それと東京青果さんにお尋ねしたいのが、先ほどマーケットインのお話をされたのですが、どうもお話を聞いているとあくまで供給のマーケットインであって、農業者等のマーケットインの考え方というものとは意味が違ふと感じました。あくまで供給するときに実需者ニーズに供給する体制としてマーケットインである話であって、それはおっしゃられた意味が少し誤解を生むのではな

いかと思いましたが、その点を教えていただきたい。

あと、いろいろ市場が努力していることは私どもも承知はしていますが、出荷奨励金を出すことによって、いわゆる出荷奨励金の対象先の産地だけが優遇されるリスクというのは当然起こり得るのではないか。要は本来は市場は価格を形成する上において公正に価格を決定しなければいけないのが、出荷奨励金によってゆがめられてしまうということを生産者側は感じております。特に有名産地ほどいわゆるプライスキープされて、新興産地の出荷を阻害する、いわゆる東京青果に出荷できない環境を東京青果自体がつくっているという意見を言う生産者もいる。この事実もあるということです。そういう認識ではないとおっしゃるかもしれないのですが、非常にそういった意味では東京青果自体が農業の自由な流通、市場の価格形成を阻害しているようにも見えるのですが、その点について御意見を聞かせていただければと思います。

(金丸座長)

それでは、全農さんお願いします。

(岩城全国農業協同組合連合会常務理事)

作物の豊凶についてですが、それは、生協さんによって違います。凶作だから仕方がない、高くなれば欠品で結構だと判断される生協さんと、ベンチマークがイオンさんなりヤオコーさんという生協さんでしたら、競合他社に対応するため、商品を出さなければいけませんから、絶対に注文した数量は持ってこいみたいなことはあります。

そういったときに行われるのは、例えばキャベツが198円だったら、25%の値入れで150円ぐらいで納入価格が決まりましたら、生協さんは198円まで買い上げてもらえますが、それよりは買い上げません。青果センター側でちゃんと集めてよということで、センター側が損をするということです。

ただ、年間52週、52回の販売チャンスがあるわけで、産地が得するか、生協さんが得するかは26勝26敗、そのあたりはお互いに長年の取引の中で、バランスを見ながらやっているというのが事実関係でございます。ですから長年ずっとそれをやってきていますから、それほど強引には言われません。価格が高いときにはキャベツも半切りにして届けるとか、そういうことをやりながら対応しているというのが我々の事業の実態です。

大規模農家は、当然我々も来てもらって受け入れています。ですから我々のセンターの販売も期待してもらって、実は我々は大きい産地よりも直販志向型の産地が一番受け皿が大きいセンターです。大規模産地は大手市場に任せればいいのですけれども、直販志向型に対して受け皿を持っていますから、言って

もらえればいろいろな諸条件をクリアして、幾らでも販売するという努力はいたしますし、法人協会さんともずっと連携もしていますから、言ってもらえればやっていきたい。売ることのサービスは提供します。そういうことでございます。

(金丸座長)

東京青果さんお願いします。

(川田東京青果株式会社代表取締役社長)

マーケットインが違うというお話だったのですけれども、我々も例えば先ほど全農さんとおっしゃったように、あるスーパーで完熟のトマトが欲しいといった場合、これに対応するべく産地につなげてニーズに合わせる。こういうことでございます。数が多いからということではなくて、どういうものを欲しておられるか。末端にどういうものが売れるか。このリサーチをしてマーケットを通して生産者の方にそういったものをつくっていただくということでありませぬので、マーケットインが違うというのはよく私自身、理解できなかつたです。

あと、我々が価格をコントロールして新規の産地を入れないというのは、これも我々としても理解できないのです。マーケットでありますので、価格は需要と供給のバランスで決定いたします。ですので恣意的に価格というのはつくれないわけです。ニーズがあつて需要と供給のバランスが、要は需要曲線と供給曲線が交わったところで価格ができるわけにありますから、新規の産地が入ってきて我々が受託を拒否することはあり得ないわけにあります。価格を恣意的に安くすることももちろんできない。買い手があつてのことでございますから。

(松本専門委員)

私は東京青果さんに出した経験があるのではっきり言わせていただくのですが、それは担当者レベルで大分反応が違つていて、ほかの農家さんとかもいろいろ話が聞きますけれども、東京青果さんに出すには大産地の指定を受けていないと、まず価格はつかないよという暗黙の了解的な状況が起つているというのは非常に問題ではないか。だから非常に敷居が高くなつている。東京青果さんがもう少しオープンでフレキシビリティのある市場としての姿勢をお示しいただかないと、市場経由率の問題もありますのですけれども、特に若い農家さんたちで東京で勝負したいといったときの窓口が、東京の市場がどうも大産地優遇の形になっているというのが大方の生産者に持たれているということがあつるといふのが多分、現場の感覚とは違つたかもしれませぬけれども、そのような

現場の感覚があるということです。

（川田東京青果株式会社代表取締役社長）

ただ、我々の顧客というのは全てが大手量販店ではなくて、今、全体の4割は小売の方であります。小売の方はどのような商売をやっているかという、店頭で売られている部分もちろんあるのですけれども、今、多いのは小さなレストランですとか、あるいは周りの小さな商店に自分たちのほうからデリバリーをする。こういった機能を持っておられるのです。ですので我々は大口なものばかりを扱っているわけにはいかないのです。ですから、当然ながら小ロットで訳あり、少し個性的なものを出していただいて、そういったものをニーズに合わせて配っていくことはいたします。実際にしております。4割の顧客は小さいわけですから、全部大産地だけでカバーすることはできないのであります。今、先生がおっしゃったことは私はよく理解できないのですけれども、受託の拒否もいたしませんし、価格は需要と供給のバランスでできるということでありますので、恣意的に我々は安くして参入障壁をつくっているわけではないという思いでございます。

（金丸座長）

岡議長、お願いします。

（岡議長）

きょうは御説明ありがとうございました。

今のやりとりに関連して、青果市場では、どの程度、ICTあるいはインターネットが活用されているのかを教えてください。実は、私、スケールは全然比較にならないくらい小さいのだけれども、沖縄県の久米島で、何人かの野菜をつくっている方がセンターに農作物を持って行き、今ニンジンが何本ある、幾らだと値付けする。その情報をレストランやホテルの需要者がインターネットで見て、こちらもニンジンを5本買うとかやって取引を成立させているのを見ました。ICTを活用すれば、情報がお互いに見えるというのは基本中の基本です。多分川田さんのところもそれと同じような機能を持っておられると思うのだけれども、インターネットを使って売り手にも買い手にも情報が見えるようなことは、今どの程度、行われているのかを教えてください。

（金丸座長）

お願いします。

(川田東京青果株式会社代表取締役社長)

今、パソコンだけではなくスマートフォンもございますので、産地からの情報は適宜、産地の担当の者には入っております。バイヤーのほうも最終的なオーダーは非常に遅く入ってくるのです。スーパーが翌日のオーダーをぎりぎり6時とか7時に出てくるものですから、産地の情報を持ちながら最後のオーダーに対応することは市場でやっております。これは卸だけではなくて仲卸さんが最後の調整をやっておりますので、使っているという状況だと思います。

(金丸座長)

北村専門委員、どうぞ。

(北村専門委員)

ありがとうございます。

私は先ほどから皆さんの御説明、御努力を、そのような御努力があって大規模化になったという現実を踏まえると、これからも労力を減らした商品が出てくるというのは非常にありがたいなと思います。残念ながら、かといって農産物は上がらなくて所得が落ちているというのも現実に片方ではあるので、今後とも御努力をお願いしたいと思います。

1点だけ全農さんにお尋ねしたいのですけれども、いただいた資料の14ページに最終のところですが、大規模農家が最終的にはホームセンターに行ってしまうというようなことがございます。今、最近では全農の方々が農協を通じて情報提供なり新しい商品の御提供をされるケースが、以前とは違って多くなっているというのはいいい傾向だと思います。ただ、そのずっと先から全農は大規模農家の特別支援といいますか、価格を設定してたしか大規模農家にも対応するようなことをおっしゃっていました。ただ、それが先ほどのような説明で価格交渉ができるというのは、たしか全農さんは大規模向けの価格を設定するというお話があったと思います。今あるのかわかりませんが、そういう中で私らが購入するという場合には農協を通じて買うわけですけれども、実際にはどれくらいのことがあって、これだけ安くなるというような話はほとんどないわけです。買うほうは不安になって、あるいは情報が少なくて買えないというところから、一般の農家より多少安いというのでは、やはりきちんとした価格設定を単協がやっていないのではないかという不安が私はあると思うのです。私自身がそう思っています。その辺の情報提供と価格設定をきちんとした形である程度オープンにしていかないと、実は全農、東京からせっかくの支援価格が出ていても、それは結果的には単協の支援になって、それが農家に戻るんだという議論をされても、一品一品肥料を買っている立場、農薬を買っている農家とす

れば、理に合わないようなところもあるのです。

大規模への支援価格は、どのような形で単協に行き、それが農家に反映されているか。大規模農家に反映されているか御説明いただければ幸いです。

(金丸座長)

お願いします。

(山崎全国農業協同組合連合会常務理事)

まず14ページのグラフは、これはホームセンターがふえているのではなくて、ホームセンターではなくてほかの業者のものがふえている。JAの利用率が下がっているという話であります。ホームセンターはホームセンターでこれも大事な話ですけれども、業者がそういう大規模農家へ直接営業をやられる。そこを我々JAグループももっと柔軟に対応しなければいけないという問題意識がこのページでわかりますということで申し上げました。

例えばですけれども、そういう意味ではその前の11ページ、この大型規格とわかりやすいもの。これを例えば青年部とか県の法人協会の集まりのときに直接紹介をさせてもらっているのです。おっしゃるとおり、なかなか情報が伝わりにくいところが正直あります。生産者に届くことが目的なので、そこをどのように農協と一緒に情報が伝わるようにするのかというのは、これはもっと努力していかなければいけないと思っています。こういうわかりやすい大型の農家専用ですよというものをもっと増やしていきたいと思っています。

(金丸座長)

渡邊専門委員、どうぞ。

(渡邊専門委員)

私からジェネリック農薬について農水省さんにお伺いしたいと思います。

全農さんの御説明の中で、ジェネリック農薬の登録手続の緩和が求められるという要請がございました。これに対してどのように取り組まれていくのかということをお伺いしたいと思います。全農さんからは、ジェネリックの日本国内での利用率は1.7%しかない。大変医薬品に比べて低いということがございました。これは例えば国際比較でどうなのかということが1つございます。

それから、例えば農薬メーカーを見ても、ビッグ6は進出しておりますけれども、例えば7位以下、アダマ、ニューファムとジェネリック専門メーカーはたくさんありますけれども、これらが日本に進出していないということを見て

おりますと、日本には何らかの制度の障壁があるのではないかという印象も受けます。あるいは農水省さんの11ページ目にグリホサートの資料がございますが、これはラウンドアップの主成分で、日産化学さんは今でもモンサントから輸入しているはずなのです。それにもかかわらず、後発品のみの販売という表現もミスリードではないかという印象を受けました。

以上です。

(金丸座長)

では農水省さんお願いします。

(川島農林水産省大臣官房審議官 (兼消費・安全局))

ジェネリック農薬についてでございますけれども、基本的には安全性の担保というものが原則としてございます。同じ有効成分であっても、製造の過程で生じます不純物が異なってまいりまして、その不純物に伴いますヒトに対する影響、慢性毒性ですとか発がん性ですとか、そういうものにつきましては異なりますので、このところについての試験は求めていく必要があるということでございますけれども、いわゆる残留性ですとか、場合によっては土壤中に幾ら残るかというものにつきましては、有効成分が同じであれば同じ動態を示すというような科学的な根拠に基づきまして、試験データを省略できる部分は省略しているということでございます。ただ、このジェネリック農薬のいわゆる登録の仕組みについて、そういう省略できる部分があるという情報が必ずしもまだ十分浸透していない部分がありますので、その辺につきましては我々きちんと情報提供していきたいというのが1点でございます。

それから、特許が切れるような時期を、前もってこういう時期が来ます、有効成分については特許が切れるような時期がまいりますというようなことについても、積極的に情報提供することで、ジェネリック農薬に取り組むことが進んでいくような形で取組を検討させていただきたいと考えております。

(渡邊専門委員)

ありがとうございました。

ハーモナイゼーションに取り組まれるということですが、日本のメーカーの輸出だけではなくて、海外からのジェネリックの輸入についても国際的な調和を求められるということで、よろしく願いいたします。

(金丸座長)

住友化学さん、何かありますか。皆さんからいただいた質問を総じて。

(貫住友化学株式会社執行役員アグロ事業部担当)

まず、価格の件でホームセンターさんとか農協さんの価格差ですけれども、農薬の一面から見ると、私のメーカーは製品を商系卸に販売していますが、販売先の卸は、農協さん、ホームセンターさん、どこにでも販売しており、また農家もどこからでも購入できるので、非常に競争原理が働いていると思います。どなたかから、製品ごとの価格情報を自由に得るようにはできないかとの質問がございましたが、製品価格というのは時期ごとの需要に応じて柔軟に動いております。

価格をたとえばネットで表示したとしても、実際はそれと異なる価格で売られるといったケースもありえますので、製品ごとの価格を公開していくというのは、いろいろ検討課題があるのかなというのは1点感じました。

ジェネリックメーカー、ジェネリックの件については弊社もニューファームというジェネリックメーカーに一部投資をしていますけれども、なかなか国内市場に入れたい要因としては、制度上の問題だけではなくて、冒頭申しましたように1製品で病気や虫を両方防除するというので、非常に効率化を求める製品が国内で求められるようになってきています。そうなるといろいろな成分を混合して、3種、4種と混合製品化をしなければいけないということで、ジェネリックで1成分だけ持ち込んでもほかの成分と混合製品の開発が必要ということで難しい部分があり、そういったところにもジェネリックが入りにくい要因がところもあるのかなと感じております。

以上でございます。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

最後に三村主査と金丸座長から一言ずつお願いいたします。

(三村主査)

きょうは本当にありがとうございました。ただ、共通の目標は、日本の農業生産物をもっと増やして、関係する人たちがみんな元気になるということなのです。そのために何が必要なのかということもきょうは議論しているわけで、各々の立場で懸命に努力していることはよくわかったのですけれども、しかし、一方では別の立場から考えるといろいろな不満もあります。これもいま一つ事実でありまして、さてこのギャップをどう埋めるのかということが我々のこれからの課題だと思っています。どうもありがとうございました。

(金丸座長)

それでは、私からも一言述べさせていただきます。

本日は皆様、精力的な議論をありがとうございました。この両会議の視点といますのは、農業者の方々に生産性向上、いわゆるコストダウンも含めて迫ってまいったわけです。社会も多くはそのように迫ってまいったのですけれども、農業者の方々の周り、農業者と関係性のある方々の国際競争力はどうかという視点で全部見直してみようというのが今回の試みでございます。

きょうは皆様のお話をお伺いいたしまして、最初の飼料、肥料などの分野は相当厳しいということが伝わったのですけれども、きょうまさしくシャープさんが鴻海と調印すると漏れ聞いておりますが、皆さんを足し合わせても韓国の1つのメーカーに足りないという現状に対しては、もちろん経営統合なども含めると相手があることですから時間がかかるとしても、そんなに残されている時間は多くはないのではないかという認識を持ちました。ぜひ一層の御努力をお願いしたいと思いました。

全農さんは、成清さんとお会いして3年近くたとうとしておりますし、その間も数回お会いさせていただきました。それから、成清さん率いる全農がいろいろな改革の試みをされていることも十分わかったのですけれども、私は正直まだ足りないと思っています。

それから、岩城さんが先ほどのさんぶ野菜ネットワークさんの話で反論されたのですけれども、私は間違っていると思います。なぜかということ、コンビニは最初にできたのは1店舗なのです。そのときに小売業のガリバーさんは何と言っていたかということ、1店舗ですから1日の売り上げといたってガリバーから見たら大したことなかったのです。だけれども、コンビニの1店舗はどのような商品がどのようなプライスで並んだかということ、定価に近かったのです。しかも1店舗目からお客様が入ったのです。それは何でかということ、プライスではなかったということです。24時間開くお店ができて、そうするとタクシーの方々などが夜、自分が好きなときに例えば弁当が食べられるという環境はその当時なかったのです。その1店舗ができて、1,000店舗か2,000店舗ぐらいまでコンビニは成長していくのですけれども、まだほかのガリバーの小売は油断をなさっておられて、今日あるのです。

ここの違いは、小売業で収益を上げているところは全て扱っている商品点数が少ないということです。百貨店は百貨という名前のおりたくさんの商品を扱っていますから、それを制御しようとするとは相当IT武装をしないとだめなのです。でもIT武装をしてもそれほどのリターンが得られない。なぜかということ、たくさん商品があるのでお客様が買わない、きょう買わない商品のほうが圧倒的に多くなります。だから農業者の方から見たら、先ほどの話で言うと20億円分でもいいではないですか。高く買ってくれる販売先を見つけるのが全農さんの

仕事で、20億を100集めるのが私は組織だと思うのです。だからぜひ農業者の方のために1円でも高く売ることにもっと真摯にやっていただきたいということと、また1円でも安く仕入れることにもっとこだわって、しかも知恵でやっていただきたいなと思いました。

それから、川田さんのところは、私はビジネスモデル的に最もインターネットが発達したときにはリスクが大きいモデルだと思うのです。先ほど岡議長が触れましたけれども、その中身はよくわかりませんが、情報をどのように集めて、それをどのような人とうまくスイッチングしてマッチングするかについては、もっと頑張っていたいただきたいと思いました。

公正取引委員会の皆様は、最初オブザーバーでお呼びしてお会いしてから、今回きょうは御提案のあったいろいろなホットライン等をやっていただけのようなことと、予防的な措置についても今まで以上にやっていただけるというお話をお伺いできて、非常によかったと思っています。

ぜひ農水省の皆様も、きょう出た全ての課題について御自身の課題だと受けとめていただいて、今回この両会議体でやっている視点、農業者の努力に報いるような、農業者の努力では何ともならない問題については、ぜひ一緒に解決していきたいと思います。

本日はどうもありがとうございました。

(広瀬日本経済再生総合事務局次長)

ありがとうございました。

以上をもちまして本日の会議を終了させていただきます。