

フランス国内の酪農家支援に向けた フェアトレードの仕組み ——最低保障価格の算出とその効果——

主席研究員 小田志保

2026年度から食料システム法が全面施行となる。合理的な費用を考慮した価格形成を目指す措置が講じられる見込みだが、これはフランスにおけるエガリム法の下での、サプライチェーンで農業の生産費に配慮した取引価格形成の仕組みを参考としている。

しかし、フランスではインフレのなか、輸入品への需要のシフト等もみられ、農業経営は安定していない。そのなかで、それを補完するかのようになり、国内の酪農家とのフェアトレードの枠組みを活用し、消費者が最低保障価格を支払う民間の仕組みが構築されている。

1 フェアトレードとその認証

一般に、フェアトレードとは、公正な国際貿易を意味する。そのサプライチェーンは、売り手側のグローバルサウスと買い手側の先進国の間で、国際的に展開している。

ここでの公正とは、経済(最低保障価格の設定や長期的な取引)に加えて、社会(児童労働の禁止や労働衛生環境の整備等)、環境(農薬散布の抑制や遺伝子組み換えの禁止等)、民主的な組織体制の構築を指している。そしてこうしたコンセプトは、詳細な基準に落とし込まれており、それに準じた商品がフェアトレードラベルを付けて販売可能になる。

フランスで、こうした認証事業等を担当する最大の組織が、1992年創立の「マックス・ハーフェラール・フランス(Max Havelaar France、以下「同組織」)」である。

2 乳価の最低保障価格の算出方法

こうした公正な貿易に加えて、フランスでは、国内の生産者と消費者の間における公正な取引の構築も目指されている。同組織は、グローバルサウスのコーヒー豆等の生産者に並び、2021年からは国内の生乳や穀物の生産者も対象とするようになった。この対象範囲は、26年には食肉まで広がる予定である。

ここでは、主に経済的な公正さに焦点をあて、最低保障価格についてみてみよう。原則として、買い手側は生産者に利益の出る価格、すなわち生産費をカバーする価格を支払う。さらに、農薬散布の抑制等、環境面での配慮を生産者に求めるので、その分の追加費用に対しプレミアムを上乗せする。

こうした最低保障価格は品目別に設けられている。それぞれ生産費の算出可能性に応じて設計されており、フランスの生乳由来の乳製品の場合、平野部／山岳部、慣行農法／オーガニックという、生産費に影響を与える生産地の構造別や飼養形態別に設定されている。また、これらは毎年更新され、公表される。

算出方法は以下の通りである。まず、専門職業組織「クニエル(CNIEL)」が公表する生乳生産費が基礎データとなる。この生産費は調査対象期間とそれが公表されるまでタイムラグがあるので、同組織は、統計局(INSEE)の月次の生産資材価格(IPAMPA指数)から未公表期間の変動を生産費に掛け合わせ、未公表分を算出する。

さらに、前述の経済、社会、環境等の公正さを追求するために発生する費用を計算する。これは、非遺伝子組み換えの飼料を使用する等の費用の加算分である。また酪農家の収入水準として、最低賃金の1.5倍と設定されている。

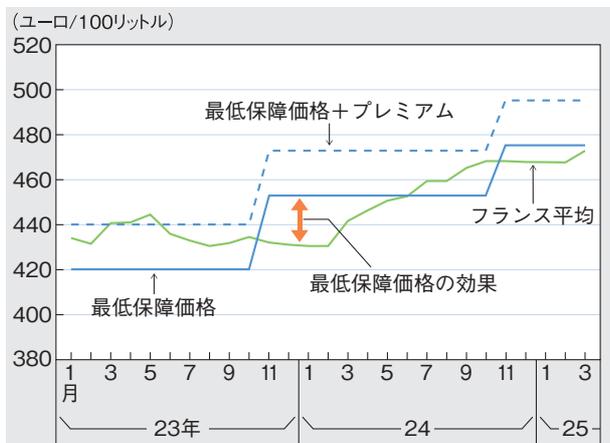
こうして算出した結果を、関連会社や酪農家にヒアリングし意見を聞いたうえで、同組織が最終確定させる。

3 最低保障価格の効果

生乳の最低保障価格は、25年の慣行農法の場合、平野部で475€/100kg、山岳部は531€/100kgの固定である。山岳部のほうが飼料生産等の効率は悪く、価格は高めとなっている。

26年分については、25年12月に公表され、この水準が、国内酪農家向けのフェアトレー

第1図 最低保障価格
(脂肪分38g/l、タンパク質32g/lの生乳)



資料 Max Havelaar France提供資料

ド認証を獲得している乳業や小売業にとって、26年3月1日～27年2月末の乳価の下限価格となる。図で、23年以降の同価格とフランスの平均乳価をみると、23年12月から24年6月までは最低保障価格が上回っており、同期間はフェアトレード認証を得ている酪農協や乳業メーカーはこの下限価格と平均乳価の差額を追加的に支払っている状態といえる。なお、ここではフランスの平均乳価は慣行農法の価格に近いとみている。

酪農協を含む乳業メーカー等は、フェアトレード認証のラベルを商品に付け、この下限価格で生産者を買っている消費者に訴求できる。消費者は認証ラベル付きの商品を購入すると、酪農家に公正な報酬を確実に支払うという支援を実行できる。

こうした仕組みは消費者からの信頼が重要であり、同組織のような第三者機関が最低保障価格を設定し、さらに外部の監査団体を通じた認証スキーム参加企業・酪農家等のチェックは必須とのことである。

さらに、同組織自身が行うのではなく、外部監査団体が、売り手と買い手における基準の順守をチェックする体制は、消費者からの信頼を得るために重要とされる。同組織は監査要領として、内容のチェックやヒアリングの方法を細かく規定し、監査団体間での内容の相違が生まれぬよう注意しているが、監査自体は内部化していない。

4 日本への示唆

こうした国内農産物に対するフェアトレードは、フランスで普及しつつある。フランスでは国産の農畜産物が含まれるフェアトレード商品の売上高は拡大傾向で、24年には14億ユーロに達した。23年まで上昇したインフレ率も、足元までに落ち着いているが、24年では依然として高い水準にあった。そのなかで、国内農家を買って支える市場も拡大していたということになる。

政策的な支援もある。同国では、法的規制が市役所や学食等の食材での公共調達で、ラベル付きの割合を規定し、そこにフェアトレード認証ラベルも含まれるようになっている。とはいえ、これも原資は消費者からの納税であり、家計等による消費も含め、国全体で国内の農畜産物を最低保障価格で買い支えているといえよう。

日本への示唆は、エガリム法がサプライチェーンでの適切な価格形成を進める一方で、民間による補完的な取組みも広がっている点にある。生乳に関するフェアトレードが開始した21年は、18年エガリム法の改正法が制定年だが施行前であり、さらにコロナ禍で燃料費高騰に起因した生産費上昇から、農業経営は危機的状況にあった。法制度といった公式な仕組み構築に加え、最低保障価格で買い支えるという複層的な基盤が構築されてきた。

また、消費者の信頼を得るためには、酪農乳業業界の関係者だけが声を上げて不十分という点である。今回みた取組みでは、認証事業を行う第三者機関と、その外部に認証スキームの参加者をチェックする監査団体といった関連する組織体制が構築されていた。インフレのなか、国産品を買って支えることは家計にとって一層難しくなっている。そのなかで支援を維持するには、科学的なデータでもって最低保障価格を算出し、その履行が間違いなく行われている保証がますます重要となっている。

※当研究は、2025年度『乳の学術連合』からの助成を受けている。

(おだ しほ)