

豪州での牛乳乳製品の小売価格上昇の動きとその要因

オーストラリアの消費者は、現在、牛乳乳製品の小売価格の30%もの上昇に直面している。原材料やエネルギーの価格が世界的に高騰する中、豪州国内では生乳生産量の減少によるメーカーの集乳競争の過熱、生産コストの上昇、物流の混乱、労働力不足の深刻化などが絡み合い、小売価格に上昇圧力がかかっている。すでに年間で10%を超える値上げが実施されている中で、直近では生乳生産量の7割以上を占める南東部で豪雨による洪水が発生し、広い範囲で壊滅的な被害が出たことも追い打ちをかけている。かつては、8年間にわたり価格上昇が見られず、「物価の優等生」だったオーストラリアの牛乳乳製品。最近の急激な価格上昇の背景を追う。

オーストラリアの食品小売市場で、合わせて6割以上のシェアを握るスーパーマーケット大手のウールワースとコールズは、2011年から2019年まで自社プライベートブランドの牛乳の販売価格を1リットル当たり1豪ドル(2022年の豪ドル為替レートは約80~97円で推移)で固定していた。この価格には、酪農家から「小売業界の安売りの犠牲になっている」と不満の声も上がったが、スーパーの強い購買力(バイイング・パワー)によってその声もかき消された。牛乳は「Everyday Low Price(毎日が低価格)」を標榜するスーパーの目玉商品だった。

だが2019年に発生した大干ばつで生産コストが急上昇し、廃業する酪農家が増加。酪農家

の苦境が広く知られたことで、政界や消費者側からも1豪ドル牛乳は不当な低価格との非難が強まった。これを受けてスーパーは価格を改定、2020年3月には同1.1豪ドルに引き上げた。消費者も受け入れた形となり、これ以降小売業界は段階的に値上げを実施した。現在の小売価格は同1.55豪ドルで、わずか3年間で実に55%も上昇したことになる。

有力紙シドニー・モーニング・ヘラルドの調べによると、今年8月時点の牛乳の小売価格は1年前に比べ16.5%上昇し、その他にバター:12%上昇、チーズ(平均):10.9%上昇、生クリーム:7.3%上昇、アイスクリーム:15.8%上昇と、軒並み値上げされている。



※2011年6月を100とする。

出所: The conversation



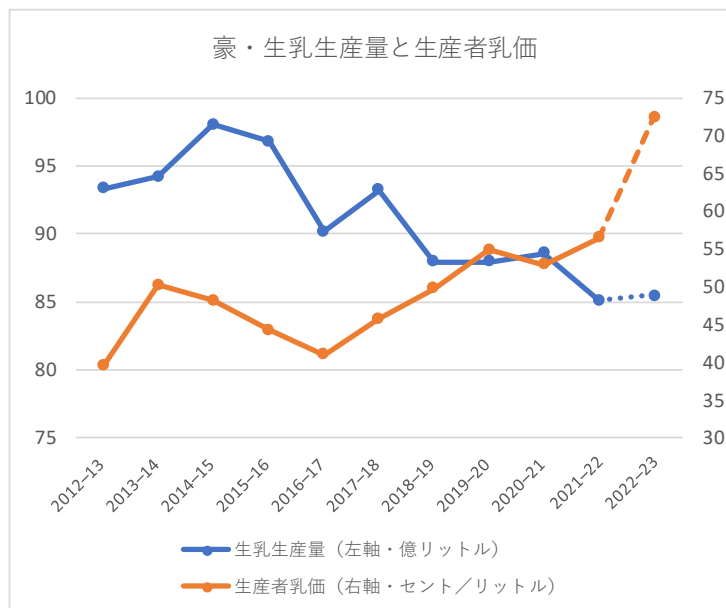
1リットル当たり1.55豪ドルと、この3年間で55%値上がりした
 =2022年10月(シドニー市内のコールズ)

供給減少で価格が急上昇

値上げ「解禁」後の価格上昇が急激だった背景の一つとして、国内の生乳生産が停滞していることがあげられる。

2018年度(年度は7月から翌年6月まで)に初めて90億リットルを下回った生産量は、以降は横ばいか減少が続き、業界団体デーリー・オーストラリア(DA)の集計値によると2021年度には85億5421万リットルにまで減った。

この生乳出荷量の減少に対して乳業各社が抱いた危機感が、生乳の買い取り価格である生産者乳価に表れた。生産者乳価は毎年7月のシーズン開始前に各社が提示するが、2022年度に向けた提示は例年よりも1カ月早く、3月に公表が始まった。当初の提示価格は乳固形分1キログラム当たり7.4豪ドルだったが、各社が少ないパイを争う形となり、以降頻りに引き上げられ、5月には大手各社の提示価格は8豪ドル超まで上昇し、6月の初旬には9豪ドルを突破、



出所：農業省

下旬には平均9.5豪ドルに達した。関係者の話によると、7月のシーズン開始時にはオプション契約で合計10豪ドル以上を提示した乳業会社もあったという。

農業省が発表した2022年度の生産者乳価は、過去最高水準にあった前年度をさらに28%も上回り、生乳1リットル当たり0.72豪ドルに達した。

乳業会社にとって、生産者乳価の上昇はコストの増加を意味する。地場乳業大手の幹部は、「生産者乳価の引き上げによるコストの急上昇は、自社で吸収できる範囲を超えた。必然的に牛乳乳製品の小売価格の値上げにつながる」と、価格への転嫁に言及した。

また前述の通り、本年度の生乳生産量の増加は期待できない中で、乳業会社からの需要が高いことから、酪農経営のファンダメンタルズ（基礎的な経済条件）は楽観的だが、酪農家の生産増加への動きは弱い。このような生産停滞と価格上昇というスパイラルが形成され、消費者の負担する小売価格の底上げ圧力が強まるといふ現象が生まれている。

業界の生産コストも上昇

生産コストの上昇も価格上昇に拍車をかけている。農業系金融機関ラボバンクのアナリストは「酪農家には牧草を育てるための肥料や乳牛の飼料、燃料コストや労働コストが重しとなり、乳業会社も包装材料のコストが高騰している」と指摘した。「酪農場から工場に至り消費者に製品が届くまで、すべてのプロセスのコストが上昇している。サプライチェーンの各参加者が利益の確保に動くことで、牛乳乳製品の小売価格が上昇する」と説明した。

市場調査企業IBISワールドによるとオーストラリアの肥料価格は、2022年に前年比125%増と大きく上昇した。また、地元紙オーストラリアン

によれば、今年10月の肥料価格は1トン当たり720米ドル（約10万8000円）を付けた。4月の最高値の同1049米ドルからは下落したものの、「新型コロナウイルス危機前の水準に比べ、はるかに高い水準」（生産者団体ユナイテッド・デーリーファーマーズ・オブ・ビクトリア）という。同紙によると、ウクライナ情勢を背景に、欧州へのガス供給減少が肥料の生産にコストと供給面で制約を加えているとされる。また中国政府が国内の肥料価格の高騰を嫌気し、国内流通量を増やすために輸出を禁止したことも、国際価格に影響を及ぼしオーストラリアにも波及したという。

ニューサウスウェールズ州の酪農家アンドリュー・ファー氏は「質の良い牛乳を生産するには質の良い牧草が必要で、高品質の牧草には適切な施肥が不可欠」と述べている。

また飼料コストに関しては、農業省のデータによると飼料小麦は1トン当たり約560豪ドルで、前年から3割、一昨年から6割上昇している。

労働力不足が現実的なブレーキ

さらに、新型コロナの流行に伴うロックダウン（都市封鎖）の影響を受け、オーストラリアの農業界には深刻な労働力不足も発生し、これもコストに圧力をかけ、生産量を圧迫する。連邦政府の農業系シンクタンク、農業資源経済・科学局が昨年実施した調査では、酪農業界はコロナ前の時点で、40%を超える労働力が一時雇用あるいはパートタイムによるものと判明した。こうした雇用には移民労働者や季節労働者、ワーキングホリデー取得者などが含まれ、彼らがロックダウンで帰国、あるいは国境・州境の閉鎖で移動が不可能になったことで、現場の労働力不足が深刻化した。

業界団体デーリー・オーストラリア(DA)によれば、酪農家の22%が必要な労働力を確保で

きず、また 40%は直近の 1 年間で 1 人以上の労働力を失ったとされる。

生産者団体オーストラリア・デーリーファーマーズのリック・グラディガウ代表は、「労働力不足は酪農企業にとって、現実的なブレーキと化している」と指摘した。

こうした労働環境もコストの上昇につながる。前出のファー氏は、「労働力を確保するためには従業員の給与を引き上げざるを得ず、その金額は 1 人当たり 10 万豪ドル(日本円で約 950 万円)に達した」と述べた。

また、人手不足により、酪農家はより大規模な事業を運営するための十分な労働力を確保できるか懸念が強く、長期的な投資に注意深くなっているという。このことも、今後の生乳生産量が増えない見通しの一因とされる。

農業界の生産コストの増加は、地政学的な不確実性から現時点で収束する気配はまだないとされる。連邦政府が 10 月 25 日に発表した 2022/23 年の本年度予算案では、こうした農業界の現時点での問題に対する方策はほとんどなく、農業界からは不満の声が上がっている。

苦境の小売業界

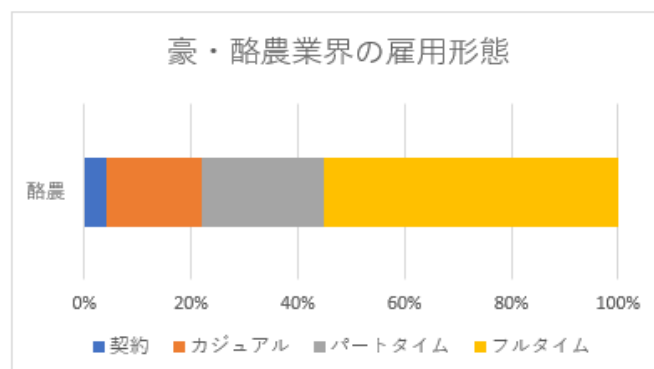
また、小売業界で発生するコスト増も販売価格に大きく影響を与える。食品小売最大手のウールワースは今年 5 月、物流の混乱や燃料費

の上昇が、サプライチェーン全体の投入コストに大きく影響を与えたと発表。さらに供給網の混乱による在庫の減少、物流センターなどの人手不足も、食品価格の上昇に影響を与えているとした。

実際に投資銀行 UBS は、ウールワースとコールズが今年第 3 四半期(7~9 月)に販売した食品価格が、前年から 8.2%上昇と大きく引き上がったとの調査結果を発表した。同銀行によると、生鮮食品の価格上昇率は 9%に上り、上昇率が前四半期の 5.7%から大幅に拡大した。加工食品の価格も 7.7%上昇し、前四半期の 5.5%を上回ったという。

一方、オーストラリア政府統計局(ABS)が発表した 2022 年第 3 四半期(7~9 月)の消費者物価指数(CPI)は、前年同期比で 6.1%上昇した。食品は前年から 9%上昇し、中でも牛乳乳製品や関連製品は、前年比 12.1%上昇と、青果に次ぎ大きく値上がりした。

ウールワースでも食品価格が大きく上昇したとはいえ、その上昇率は CPI を下回った形で、このことは食品小売業界がコストの上昇を消費者に直接転嫁する意向ではないことを示すという。だが同社のブラッド・バンダッチ最高経営責任者(CEO)は、増え続けるコストを念頭に「今後も(値上げ率を CPI 以下に)維持できるかは定かではない」と懸念を示している。



※カジュアルとは、継続的で無期限の雇用の確約がないもの

出所：豪農業資源経済・科学局(2021年)

牛乳乳製品価格、上昇はまだ止まらない

ここまで見てきたように、生産者乳価の急上昇や生産・小売のコストが相まって、オーストラリアの牛乳の販売価格を引き上げる圧力となっており、さらに30%上昇するという予想もある。

ラボバンクのアナリストは、その理由として今後の気候条件を挙げる。

オーストラリア気象庁(BOM)はこれまでに、オーストラリアの東部は今後、例年よりも雨が多い可能性は70%以上と予想した。ラニーニャ現象(太平洋赤道域の日付変更線付近から南米沿岸にかけて、海面水温が平年より低くなる現象)が継続していることと、負のダイポールモード現象(熱帯インド洋の東部で海面水温が平年より高く、西部で海面水温が低くなる現象)が進行中であることが理由だ。さらに、降水量が例年を極端に上回る可能性も指摘されており、降水量は平均の少なくとも2倍を超えたとし、今年10月から来年4月までの間、東部と北部は洪水のリスクが増加すると警告している。

ラボバンクのアナリストは「過度の雨は牧草の入手可能性と品質に影響する」と指摘し、「これ

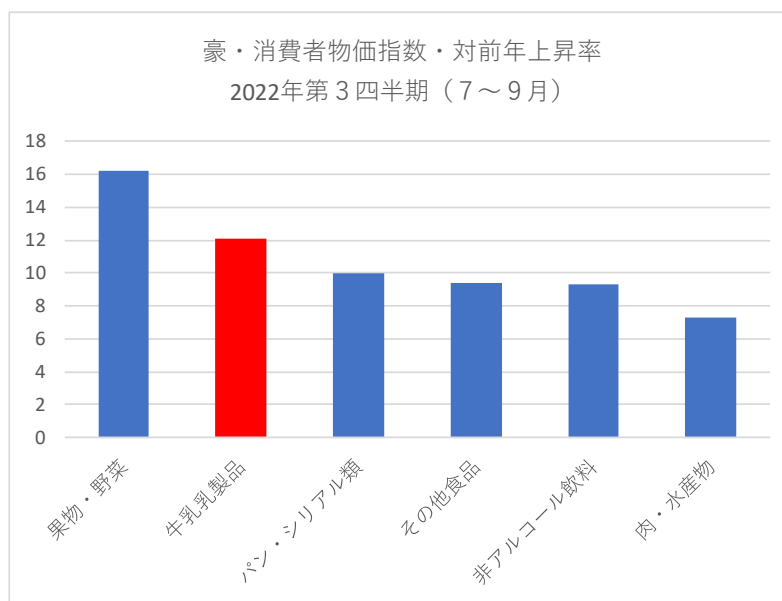
により生乳生産量の減少が広い範囲で発生する」と予想した。また生乳生産減少の問題は、物流コストの高止まりと相まって、バターやチーズ、ヨーグルトなど、その他の乳製品の価格も上昇すると説明した。

また、食品卸ユナイテッド・フードサービスも、今後6~12カ月で牛乳乳製品価格は最大40%上昇すると予想している。

オーストラリア東部州で大洪水が発生中、食品価格を押し上げ

実際にオーストラリアの東部州では10月初旬から約2週間豪雨が続き、農業地域の降水量は各所で例年の2倍以上を記録、下旬までに大規模な洪水が発生した。ニューサウスウェールズ州では少なくとも129件、ビクトリア州でも約60件の警報が発令された。

両州は合計で全国の7割以上の生乳生産シェアを握る。集荷車両が酪農場にアクセスできず、出荷できない生乳の廃棄が発生しているほか、洪水による電源喪失で酪農家は搾乳施設の洗浄ができないことや、インフラの損傷で現



単位：%

出所：豪統計局

場に従業員が近づけないことも問題となっている。

業界では搾乳の継続を優先事項とし、大手乳業会社は「ビクトリア州北部では各社が横断的に協力し、可能な限りの集乳を続ける」と発表した。複数の乳業会社が、洪水が原因で集荷できない生乳の代金も酪農家へ支払うことを決めたが、このことも最終的には乳製品の価格上昇につながることになる。

また、別の乳業大手は、ビクトリア州タトゥラの工場で洪水による停電が発生。操業を停止し、200万リットルに及ぶ原料乳を5時間かけて同州西部のコロイトの工場に移送した。

連邦政府のアンソニー・アルバニー首相はこの洪水被害を受け、食品価格が上昇するとの見方を示した。また、マレー・ワット農業相も「洪水は主要な農業生産地域を直撃し、食料の供給と価格に影響する」とした。さらに「今年2月以降のクイーンズランド州とニューサウスウェールズ州の洪水ではサプライチェーンが打撃を受けた。今回も深刻で長期的な影響が考えられる」との懸念を示した。当時の洪水では、青果の生産が打撃を受け、ブロッコリーの価格が200%増、イチゴが275%増に急騰し、影響を受けた期間も6月までと長期化した。

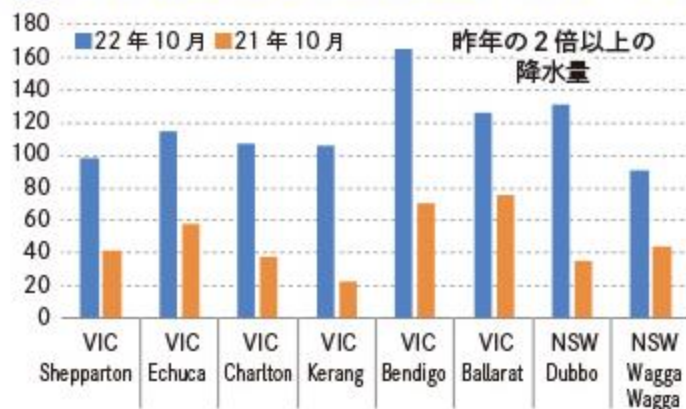
「消費者離れを防げ」

こうした原料価格の上昇やコスト増、気候条件の悪化を背景にした度重なる食料品の値上げの中で、オーストラリアの消費者の購買行動は変化したという。調査会社トルナが3月末に消費者1万人を対象に行った調査では、8割が生鮮食品の値上がりで困惑していると回答し、3割が日常的な買い物をより安い店に変更したり、購入ブランドを安価なものに格下げするとした。また決済企業ビフォーペイの調査では、消費者の今年9月の1日当たり食品支出額は、前月から19%減少したことが判明したという。

一方、こうした消費者の自衛行動に対し、小売各社がとる戦略は、プライベートブランド(PB)の強化による顧客離れの防止だ。利益率の高いPBは、その拡大が業績に好影響をもたらすことが期待され、小売各社は従来その拡充を図ってきた。だがロックダウンによる「巣ごもり需要」が発生した際は、高い貯蓄率を背景にナショナルブランドが売り上げを伸ばした。現在は消費者の行動変化を踏まえ、顧客の流出を懸念する大手スーパー2社は、PBに再び焦点をあて、あえて値下げする動きを見せている。

コールズはこのほどPB商品を中心に500品目の価格を引き下げ、1100品目の価格を来年

豪東部2州農業地域の降水量比較 (ミリメートル)



22年10月は19日まで、21年10月は全月累計

出所：豪気象庁

1月まで固定することを決めた。売上高におけるPBの割合を、現在の32%から40%に引き上げることを目標に据えた。同様にウールワースも今年11月までにPB約400品目を値下げすると発表している。

「牛乳製品は必需品」

ただ、実際の需要面をみると、農業系銀行ルーラルバンクによれば、今年前半の乳製品需要は小売店ではヨーグルトを中心に安定したという。また、飲食業界からの需要も堅調だったとされる。同銀行は「消費者はインフレ下でも牛乳乳製品を必需品とみなしている」と指摘し、この傾向は下期も継続するとの見方を示した。一方でこのことは、供給がタイトな中で堅調な需要が続くことを意味し、値下げの必要性を弱めるものとした。

同銀行はさらに、今年後半に生乳生産量が増加するまで価格への圧力は続く予想しているが、実際の今シーズンの累計生産量は、8月までで前年を6.6%下回っている状況だ。このことから、オーストラリアの牛乳乳製品の小売価格は、当面高止まりするものと予想されている。

参考資料:

- 1) オセアニア農業専門誌ウェルス
<https://wealth.nna-au.com/>
- 2) デーリーニュース
<https://www.dairynewsaustralia.com.au/>
- 3) ストック&ランド
<https://www.stockandland.com.au/>
- 4) ラボバンク
<https://www.rabobank.com.au/rabotv/#Dairy>
- 5) ルーラルバンク
<https://www.ruralbank.com.au/knowledge-and-insights/publications/insights/dairy/>

- 6) オーストラリア政府統計局
<https://www.abs.gov.au/statistics/economy/price-indexes-and-inflation/consumer-price-index-australia/latest-release>
- 7) オーストラリア農業資源経済・科学局
<https://www.agriculture.gov.au/abares>
- 8) オーストラリアン
<https://www.theaustralian.com.au/>
- 9) オーストラリアン・ファイナンシャル・レビュー
<https://www.afr.com/>

(資料閲覧期間:2022年10月1日~28日)

(取材執筆:オーストラリア在住 湖城修一)