



Title	新食糧法化における米の「地域銘柄」形成の意義と課題
Author(s)	小池, 晴伴; KOIKE, Harutomo
Citation	北海道大学農経論叢, 53, 35-45
Issue Date	1997-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/11148
Type	departmental bulletin paper
File Information	53_p35-45.pdf



新食糧法下における米の「地域銘柄」形成の意義と課題

—北海道・北空知広域連を事例として—

小池 晴 伴

The Meaning and Problems of the Formation of a “Local Brand” of Rice under the New Food Act : The Case of the Kitatorachi JA Group in Hokkaido

Harutomo KOIKE

Summary

The formation of “local brand” of rice has been undertaken in recent years due to the wide disparity in rice quantity throughout the prefecture, the demand of difference by product area, and the advertising conducted by large shops. This paper attempts to clarify both the intent and the problems of this standardization. The intent is presented as the allowance for to product and sele of rice accoding to area. The inherent difficulties presented include those of allocating a functional JA group, uniting action in the product area, and seeing the project through to its conclusion.

はじめに

1995年11月から新食糧法が施行されたことによって、米流通の再編がいっそう進行している。新たな制度においては、計画制度や業者の登録制度によって、政府によるある程度の管理がおこなわれるものの、その度合いは従来の食管制度よりも大幅に後退した。今後、民間主導によるあらたな米流通システムが形成されていくなかで、現在は過渡期と位置づけることができる。そのため、現在の米流通はどのような状況にあり、今後どのようなシステムが形成されていくかを解明することが、緊急の課題となっている。

流通規制の緩和によって、産地段階、卸・小売段階ともにさまざまな動きがでている。このなかで産地段階においては、系統内での米流通の機能分担のあり方が変化しつつも、今後とも基本的には系統農協が米流通の中心的な担い手となっていくと考えられる。

米流通の再編と系統農協との関係について、松島 [7] は、生産者—単協段階、単協—経済連段階ともに基本的に従来の流通ルートが主流となる見解を示しつつも、今後は「系統各段階がそれぞれいかなる流通機能をはたしうかが厳しく問われる」としている。また吉田 [12] は、系統農協の米穀事業の動向には、①従来の流通ルートの枠内での全農を核とした系統連合会づくり、②流通の多様化に対応した単協の共販機能の強化の二つ流れがあるとしている。この見解を基礎に、産地・銘柄の面では、従来の経済連単位のものから、差別化に基づいた地域銘柄と、県単位の一般産地・銘柄の共存へと変化していることを指摘している。また三島 [8] は、北海道米の販売戦略について、広域産地銘柄を前面に出した販売や、農協単独の精米販売がおこなわれていることを受けて、「地区ごとに品質向上の努力をしつつも、販売は系統を通じて行うことを基本姿勢にしたい」としている。

以上のように、産地段階における米流通の再編における問題は、米産地がどのような範囲で形成されようとしており、系統各段階での米流通機能がそれとどのように関連するかということであるといえる。このような問題状況を受けて本論文では、米流通における「地域銘柄」形成の意義と課題を明らかにすることを目的とする。ここで「地域銘柄」とは、県内において特定地域の産米の銘柄のことである。事例としては、北海道・北空知における北空知広域農業協同組合連合会（以下、北空知広域連）の取り組みを取り上げる。

本論文の構成は、まず1節において、「地域銘柄」形成の実態と要因を整理し、それがおもに産地指定というかたちでおこなわれていることを指摘する。つぎに2節では、事例の位置する北空知管内の特徴と管内の単協のこれまでの米販売対応の展開を明らかにする。また3節では、北空知広域連の「地域銘柄」形成の取り組みを整理して、今後の北海道産米の流通における意義と課題を検討する。

1 「地域銘柄」形成の背景と産地指定

1) 「地域銘柄」形成の実態

最近、米の「地域銘柄」形成のうごきが活発化している。それを端的に示すものとして、一つめは、自主流通米価格形成センターにおいて地域区分別上場が認められたことである。1995年産米からは、新潟コシヒカリが一般・魚沼・岩船・佐渡に、1996年産米からは、福島コシヒカリが中通り・浜通り・会津に、三重コシヒカリが一般・伊賀に区分されて上場されることになった。この地域区分別上場によって、それぞれの地区ごとに別々の価格形成がおこなわれるようになり、「地域銘柄」形成が米の価格形成の制度面からも進行している。

二つめは、量販店における米のプライベート・ブランドが、県・品種銘柄のみならず、県内の産地を限定していることである。表1は、大手量販店による米のプライベート・ブランドの産地指定の状況をみたものである。ダイエー・イトーヨーカ堂は、それぞれ「蔵米」・「あたたか」のPB名で、新潟コシヒカリ、秋田あきたこまち、北海

表1 量販店による米のプライベート・ブランドの産地指定

量販店名 PB名	ダイエー 「蔵米」	イトーヨーカ堂 「あたたか」	西友
コシヒカリ	新潟県 上越地区 (上越市など)	新潟県 信濃川流域 (いちい, 見附市, 長岡市, 中之島町, 三島中部)	長野県 伊那・安曇野北部 (伊那, 大北)
あきたこまち	秋田県 仙北・平鹿地区 (横手町, 六郷町, 雄物川町, 大曲市, 平鹿町, 十文字町, 千畑町, 仙南村)	秋田県 雄物川流域 (太田町, 角館, 中仙町, 仙北町)	秋田県 仙北西部地区 (秋田協和町, 刈和町, 土川, 大沢郷, 強首)
ひとめぼれ	岩手県 いさわ地区 (胆沢郡)	宮城県 北部 (中新田, 古川市, 三本木町)	岩手県 水沢・胆沢地区 (水沢, いさわ)
ササニシキ	山形県 おきたま地区 (東置賜郡, 西置賜郡)	—	岩手県 (岩手東和町, 水沢, いさわ)
ゆめさんき	—	岩手県 (衣川, 一ノ関, いさわ, 金ヶ崎)	—
きらら397	北海道 上川中央地区 (旭川市, 比布町, 当麻町)	北海道 沼田, 秩父別, 深川地区	北海道 浦臼・共和・北松山地区 北松山町, 若松, 前田, 浦臼町

(資料) 量販店PB米袋などより作成。

註) () 内の地名は、ダイエーについては郡市町村名、イトーヨーカ堂・西友については農協名である。

道きらら397などというように、価格帯ごとに県・品種銘柄を前面に出したブランドを揃えている。さらに県内のどの地域の米かを明示している。たとえばダイエーの「蔵米」をみると、新潟コシヒカリは上越地区、秋田あきたこまちは仙北・平鹿地区、北海道きらら397は上川中央地区が産地指定されている。このようなPBの産地指定は、量販店だけでなく、卸売業者によってもおこなわれており、今後も拡大すると考えられる。

三つめは、系統農協の組織改革における農協合併の進展と全農・経済連の統合の推進である（註1）。農協合併によって、単協による米の取扱量が増加し、単協独自の米の販売対応が量的には可能となる。また全農と経済連が統合された場合、全農が存続し、経済連は全農による販売事業などの「県本部」として位置づけられる。このことによって、産地間競争の実質的な担い手は経済連から単協へ、銘柄競争は県銘柄から「地域銘柄」へと移行することが予想されるのである。

2) 「地域銘柄」形成の要因と産地指定

このような「地域銘柄」形成の要因として、以下のことをあげることができる。一つには、これまでの県・品種銘柄では内部での品質格差が大きすぎたことである。そのため、卸売業者にとってみれば、同一の県・品種銘柄でも仕入れる産地によって品質格差が大きかった。そのために、相対的に品質の格差が小さい「地域銘柄」ごとの取引が要請されることになったのである。二つには、同一県内の良質・良食味米産地にとって、品質・価格面で差別化の要求が強くなったことである。三つめは、量販店にとって消費者に対して特定の産地の産米であることをアピールすることによって、他の小売店との差別化をはかったことである。

「地域銘柄」の形成は、現時点では単協による独自販売、つまり経済連、全農をとおさずに直接に卸・小売業者に販売するという段階には至っていない。単協やいくつかの単協が集まった組織が、完全な独自販売をおこなうことは、販売先の確保、価格設定、米の引き渡しのコスト、代金回収の点で問題が多いからである。

そのため、現在の「地域銘柄」の形成は、産地指定の範囲内でのなかでおこなわれているという

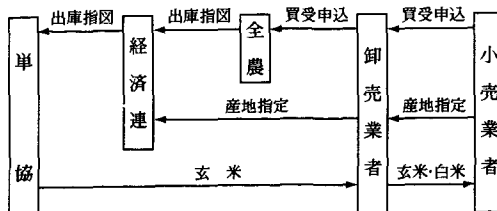


図1 自主流通米の引渡の経過と産地指定

のが実情である。産地指定とは、卸売業者や小売業者が、米の実際の引き渡しの際に、経済連に対してどの地域や農協の米を引き渡すかを指定することである。産地指定の流れをやや詳しくみておきたい。図1は、自主流通米の買受申込と引渡の経過を図示したものである。現在の自主流通米の流通は、生産者→単協→経済連→全農→卸売業者→小売業者→消費者というルートが基本となっている。卸売業者が全農に自主米の買受申込をするときには、県別・品種別銘柄でおこなわれる。この段階では、卸売業者は県内のどの地域あるいは農協の米を仕入れることになるのかを特定できない。県内のどの農協で生産された自主流通米をどの卸売業者に引き渡すのかを決定する権限は、各県の経済連がもっているからである。そこで卸売業者は産地指定によって、自分の必要とする産地（農協、地域）の米を仕入れるのである。

3) 北海道産における「地域銘柄」形成の進展

ここでは産地指定と「地域銘柄」の形成が、北海道においてどのように進展しているのかを整理したい。北海道は、特別自主流通米制度によって自主流通米の全国市場に参入した当初から、後発産地であるがゆえに、販路の確保のために卸売業者や生協からの産地指定を受け入れてきた。特自米制度は、自主流通米制度が発足後の北海道産米の販売先の縮小という状況を打破し、北海道産米の販路拡大を目的に、北海道産の自主流通米を政府売渡価格で販売していくというものであった。特自米の販売先については、道内：道外の比率を3：7とし、道外とくに大都市圏への販売に重点をおいた。このような特自米の道外販売の過程で形成されていったのが、次節で検討するみるような府県の生協や卸売業者と北空知の単協との結び

付きであった。

特自米は道産米の中でも良質・良食味米を集荷の対象としてきたので、道内の産地間格差が明確になった。当初、特自米の対象になった品種はおもにキタヒカリであり、その後、ゆきひかり、きらら397とその時期でもっとも食味のよい品種がおもな対象になっていった。この過程で、1990年までは「とも補償」が導入されるなど全道一丸となった取り組みであった。しかし特自米流通の展開のなかで明確になっていった道内における品質格差は、1989年からきらら397の自主流通米の価格に地域格差がつけられれことによっていっそう明確になっていった。その後1990年に特別自主米は、一般自主流通米に編入されて現在にいたっている。

今後はこのような地域格差を前提に、ホクレンを中心に広域産地の形成、道産米の販売がおこなわれると考えられる。この点については、1996年5月に全道農協組合長会議において決定された「北海道米生産・販売方針」のなかからもよみとることができる(註2)。このなかでは、「主食・業務用途・業態別シェア目標を定めた販売戦略の確立」と、「JA単位となっている道内産地を広域化」することが注目される。今後の北海道産米の販売においては、道内においていくつかの広域銘柄が形成され、それらの広域銘柄の産地が、それ

ぞれの産米の品質に応じた販売方法を採用し、それが全道共販の中でなんらかの調整がなされるようになると考えられる。

このようなホクレンが中心となって進めている北海道産米の広域産地形成のなかで、「地域銘柄」の形成のうごきがすでに起きている。北空知においては、1995年産米から、管内で栽培基準が取り決められ、食味検査で合格した米は、統一ブランドで販売されている。また上川中央部においては、ホクレンと管内の単協の共同出資による「上川ライスターミナル」の設立され、1996年度から稼働している。このほか中空知においては、中空知米生産流通対策協議会が中心となって、「北海道の中心蔵『中空知米』」の販売戦略が企画されている。また留萌地区においても、1995年産米から統一銘柄「るもい産きらら397」を販売している。さらに旭川市内8農協は、統一銘柄を作ろうとしている。

2 北空知における単協による市場対応の経過

1) 北海道産米の生産・流通における北空知の特徴

北空知の米の生産・流通面における特徴は、良質・良食味米地域であることを受けて、米の市場対応が先進的であるという点である。まず良質・良食味米地域であることは、産米の反収・品質・

表2 北海道の主要稲作地域における品種構成の推移

(単位: %, ha)

	南 空 知			北 空 知			上川中央部		
	1980	1989	1995	1980	1989	1995	1980	1989	1995
イシカリ	42.8	—	—	12.6	—	—	85.8	—	—
キタヒカリ	7.2	0.4	—	37.4	1.6	—	2.9	0.2	—
ともゆたか	43.6	—	—	20.1	—	—	3.4	—	—
みちこがね	—	1.8	—	—	0.8	—	—	0.3	—
ともひかり	—	1.4	—	—	1.3	—	—	3.8	—
ユーカラ	1.1	—	—	25.1	2.5	—	—	—	—
ゆきひかり	—	62.1	50.2	—	48.8	26.8	—	38.1	16.1
空育125	—	11.4	1.0	—	14.8	2.9	—	25.5	0.5
きらら397	—	21.2	44.4	—	27.7	64.4	—	21.5	72.0
ゆきまる	—	—	3.4	—	—	4.2	—	—	8.4
その他	5.3	1.8	1.0	4.8	2.6	1.7	7.9	10.6	3.0
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
実数	33,431	32,501	38,726	15,309	15,193	18,405	19,854	19,782	22,268

(資料) 食糧庁『米穀の品種別作付状況』。

註) 南空知は北海道食糧事務所岩見沢支所と栗山支所の合計、北空知は深川支所、上川中央部は旭川支所の数値である。

食味が指標となっているさらさら397の地域区分においても、管内11農協のうち特Aが8農協、Aが2農協、Bが1農協となっていることからうかがえる。

また品種構成についても、表2のように北空知においては特自米制度が開始された1980年にその主要品種であったキタヒカリの作付が37%に達しており、3類に格付けされていたユーカーラが25%となっていた。これに対して同じ空知支庁管内の南空知では多収穫品種であるイシカリ、ともゆたかが中心であり、現在では北空知とならぶ良質・良食味米産地である上川中央部ではイシカリに特化していた。また全道的にゆきひかりの作付比率がピークとなった1989年には、北空知においては、すでに次期主力品種であるさらさら397が28%と他地域よりも高かった。1995年の北空知におけるさらさら397の比率は上川中央部よりは低いものの、南空知を20ポイントも上回る64%となっている。

すでに特別自主流通米制度の発足以前から、北空知においては良食味米のユーカーラの作付に力がいられていた。そのため一部の単協では、1970年代から道内の卸売業者との結び付きができていた。1980年に特自米制度が創設されると、その主

力品種のキタヒカリの作付面積が大きかったために、北空知は特自米の主要な集荷産地となった。そのために、単協独自の卸売業者の訪問がおこなわれた。市場との接点の持ち方の度合いを示す自主流通米比率をみても、表3のように北空知は69.5%と他の地域よりも高くなっている。

このような市場の接点の持ち方の早期性は、1等米比率が高いことに現れている。表4は、北海道の稲作中核地帯である上川支庁と空知支庁の各地域における、1994年産うるち米の等級別検査成績をみたものである。近年、各地域とも1等米比率の上昇がめざましいが、その中でも北空知は1等米比率が95.8%ときわめて高くなっている。さらに、他用途利用米をのぞけば、北空知内の各農協とも、1等米比率は100%である。1等米の出荷のためには、栽培管理と乾燥・調整の徹底が必要である。この1等米出荷100%というのは、農協・普及センターの指導、下見検査の徹底によるもので、北空知管内における農協の力が強いことがうかがえる。

北海道産自主流通米の拡大過程で、北空知管内のいくつかの農協ではホクレンの仲介や独自の販売活動によって道内外の卸売業者や生協との結び

表3 北海道における地域別制度別検査成績（1994年産うるち米）

（単位：％，t）

	南空知	中空知	北空知	上川中央部	富良野	上川北部
政府米	45.3	42.8	23.4	29.9	42.0	57.6
自主米	47.0	53.7	69.5	56.0	49.7	31.1
超過米	6.3	1.2	6.2	8.5	7.2	9.5
特栽米	1.4	2.3	0.9	5.6	1.1	1.8
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
実数	172,810	69,671	90,488	109,913	21,178	36,449

（資料）北海道食糧事務所「業務年報」。

表4 北海道における地域別等級別検査成績（1994年産うるち米）

（単位：％，t）

	南空知	中空知	北空知	上川中央部	富良野	上川北部
1等	82.6	81.6	95.8	83.8	78.6	78.0
2等	15.9	15.2	3.8	13.0	15.1	17.6
3等	1.5	3.2	0.5	3.2	6.4	4.4
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
実数	184,823	74,976	96,344	118,066	23,002	39,405

（資料）表3に同じ。

註）他用途利用米を含む数字である。

表5 北空知管内の各農協における販売先業 (1992年産米)

(単位：%)

深川市		イチャン		納内	
1	木徳 19.6	木徳 18.1	木徳 26.0		
2	ホクレン 19.3	ホクレン 14.6	ホクレン 16.7		
3	愛知県経済連 6.0	愛知県経済連 7.9	日本マタイ 4.8		
4	北海道中央食糧 3.2	神奈川県経済連 6.0	空知米穀 3.1		
5	南空知食糧 3.0	空知米穀 3.2	東京パールライス 3.1		
音江町		多度志町			
1	木徳 22.4	木徳 32.0			
2	ホクレン 14.1	大阪農協食連 26.1			
3	愛知県経済連 12.5	東京パールライス 3.3			
4	山手食糧 3.0	日本マタイ 2.6			
5	山種産業 2.9	宝酒造 2.3			
妹背牛町		秩父別		雨竜町	
1	神奈川県経済連 20.4	神明 55.3	神明 17.9		
2	ホクレン 18.1	ホクレン 10.0	ホクレン 12.9		
3	東京パールライス 9.2	日本マタイ 9.5	木徳 10.9		
4	室蘭米穀 7.8	大阪農協食連 5.4	肥後食飯 6.6		
5	愛知県経済連 4.6	兵庫県経済連 3.1	日本マタイ 4.0		
北竜町		沼田町		幌加内町	
1	空知米穀 15.4	ホクレン 16.2	石岡酒造 14.6		
2	ホクレン 13.2	愛知県経済連 10.9	ホクレン 6.6		
3	大阪第一食糧 9.4	神奈川県経済連 9.0	兵庫県経済連 5.9		
4	和歌山県農協連 6.0	東京パールライス 8.6	神明 5.3		
5	神明 4.6	西ノ宮酒造 4.0	大阪農協食連 4.4		

(資料) 北空知広域連資料。

付きができていった。表5のように、深川市内の各農協と木徳、妹背牛町農協と神奈川県経済連、秩父別農協と神明、北竜町農協と空知米穀・大阪第一食糧などの結び付きができた。しかし北空知管内の各農協がすべて同じような対応をしてきたのではなく、個別に市場対応をし、さらにはしてこなかった単協もあり、このことが1995年から展開されている北空知広域連の市場対応活動のあり方にも影響を与えているのである。

2) 深川市内5農協

深川市内の農協による米市場対応はきわめて早くからおこなわれている。自主流通米制度が発足した1969年には、イチャン農協がユーカラを自主流通米として出荷を開始した。その後、ユーカラの自主米としての出荷は市内の各農協に広がり、1970年代半ばには流通が本格化し、市内各農協と深川市とが、道内の卸売業者を訪問し、購入の要請をおこなうなどの販売活動をおこなった。

1980年に特別自主流通米制度が創設されると、深川市はその主力品種のキタヒカリの作付面積が大きかったので、その主要な集荷地域となった。1981年には、都民生協(現、コープ東京)におけるキタヒカリの単品販売の原料米産地として、ホクレンがイチャン農協を斡旋した。この結び付きが深川市内の各農協に拡大し、さらに都民生協に米を卸していた卸売業者木徳との結び付きも開始された。

3) 北竜町農協

北竜町農協の米販売対応の特徴は、深川市内の農協のようにホクレンによる特別自主流通米の販売戦略のなかの単協と生協との結び付けがおこなわれたことに加えて、1980年代後半から単協独自で有機農業をアピールすることによって販売先を開拓していったことである。1970年代においては、北竜町農協管内ではユーカラの作付面積はわずかであった。それゆえ深川市内の農協のように、ユー

カラの自主流通米の販売活動はおこなっていなかった。またまた80年代に入ってから、キタヒカリの作付比率は高かったものの、80年代前半においては特自米についても販売活動をおこなっていなかった

1980年代後半以降、北竜町農協は生協を中心に独自に販路を確保していった。その契機はヒマワリ油の取引をおこなっていた札幌市民生協を1986年に訪問し、理事と懇談会を開き、北竜町産米をアピールしたことである。そして翌年には、札幌市民生協の職員・組合員約100人を北竜町農協が開催した「ひまわり祭」に招待し、町の視察、水田の見学、懇談会を通しての意見交換をおこなった。この結果、札幌市民生協から北竜町に産地指定があり、北竜町産米が同生協に販売されるようになった。さらに同じころに、九州の共生社生協（現九州生協連合グリーンコープ）とのつながりもできた。

さらに北竜町農協は有機農業をアピールすることによって販売生協との結び付きを強めていった。北竜町内では、1979年からすでに2戸の農家が、自然農法米に取り組んでいた。この影響もあって、1988年6月に農協青年部は、北竜町農民集会において、「安全・良質な食糧生産に対する対策」を提案し、有機農業の拡大をうったえた。これを受けて1986年からは、有機農業が全町規模で拡大していた。1994年には、きらら397の全量が有機栽培となり、水稻うるち米作付面積の87.2%が特殊栽培米となっている。現在では、上記生協のほか、空知米穀、十勝米穀、大阪第一食糧などの卸売業者に特別表示米として販売されている。

3 北空知広域連による地域銘柄の形成

1) 北空知広域連の性格

北空知広域連は、北空知管内の11農協を会員とする農協の地区連合会組織である（註3）。1973年3月に深川農産加工連として設立され、翌年4月に現在の名称に変更された。その事業は、設立当初のモミガラ処理に加えて、農業管理センターの設置、電算処理の集中化、LPガスの共同配送、会員農協の内部審査と拡大していった。その後、1985年に小豆貯蔵施設と玉ねぎ選果貯蔵施設、88年に麦集出荷貯蔵施設、そして93、94年には広域

野菜集出荷施設が建設され、管内で生産された農産物を共同で集出荷する体制が整備されていった。

1992年12月に、管内の11農協は、管内における広域農業振興方策として「『北育ち元気村』500億円ビジョン」を出した。これは、1991年度に130億円であった生産額を、2000年には500億円にすることを目標に、広域産地形成を推進するということである。1994年4月には、「『北育ち元気村』銘柄確立に向けて」が出され、1992年2月に制定された「北育ち元気村」のブランドで広域産地の確立がめざされた。しかし、1994年から96年において減反緩和がおこなわれ、野菜の生産額は激減した。

このように、複合経営をめざすなかで、野菜・花き振興のために立てられた「ビジョン」において、米については、1992年の作付面積を維持し、良質米生産に取り組むことによって自主流通米比率を向上させ、それによって販売単価を高め、生産額を増加させる計画であった。しかし、米についても統一ブランドでの販売が検討され、さらに新食糧法の制定によってこれが加速し、1994年12月、「北育ち『元気村こだわり米』生産協議会」の設立総会が開かれた。そして1995年産米から「北育ち『元気村こだわり米』」という統一ブランド、つまり「地域銘柄」で販売していくことになったのである。

北空知広域連は、「地域銘柄」形成の企画・立案、および各単協間の連絡の機関と位置づけることができる。意思決定については、各農協の農協組合長、営農部長、担当課長それぞれの段階での協議を経て、農家に周知するという方式をとった。北空知広域連としては、米の共同乾燥・調製施設をもっておらず、また実際の営農指導や産米の検査をおこなっているのは各単協である。そのため「地域銘柄」形成にとって、各単協の足並みの統一が重要な課題となっている。

2) 北空知広域連による「地域銘柄」形成

北空知広域連による「地域銘柄」の形成は、1995年1月に出された「北育ち『元気村こだわり米』販売戦略構想」にそって、1995年度から97年度の3か年計画が進められている。まず「基本目標」として、①顔の見える流通体制の構築、②交流・

情報ネットワークの確立、③新しい販売システムの構築が掲げられている。ここでの要点は、これまで作られてきた単協卸売業者の結び付きをもとに、これまでの流通ルートの中で、北空知産米としてのブランド化をはかることである。そのために、卸売業者から産地指定を受けることによって、卸売業者を絞りこんで販売していくことがおもな目標とされている。管内の米の販売先はこれまで分散しており、良質・良食味米産地としてのアピールが弱くなっていたのである。

「事業実施計画」のおもなものはとしては、①総出荷数量（限度数量，超過米，規格外米）200万俵のうち、「こだわり米」の比率を段階的に上昇させ、1997年度には75%すること、②広域連の職員と各農協の組合長が、道内の全卸売業者と道外の主な卸売業者に年に2～3回訪問し、意見交換をするとともに、産地指定の要請をおこなうことである。

また以上のような産地のアピールのための条件として、北空知広域連は独自の生産規準を設定している。それは、①安全性対策としての低農薬、②良品質対策として統一ブランドの対象を1等米のみとすること、③良食味米対策としてたんぱく質含有率を8%未満にすることである。

3) 初年度の活動実績

このような計画で実施された「北育ち『元気村こだわり米』事業」の1995年度における活動実績をみておこう（表6）。まず、産地指定活動については、道内の全卸売業者、都府県の主要卸売業者に対しておこなわれた。その結果、大手の卸売業者への出荷量の集約化がなされた。卸売業者訪問は、4～5月、7月、11月の3回おこなわれ、北空知地域の取り組みの説明と、産地指定の要請がおこなわれた。出荷先の集約化の状況については、表7のように、出荷量が少ない卸売業者の合

表6 北育ち「元気村こだわり米」事業の概要（1995年度）

1. 各卸売業者・ユーザー訪問	
	①道内 ②道外
2. 食味分析計と営農指導	
	①食味分析系の導入：全農協 ②食味分析計による食味検査
3. 北育ち「元気村こだわり米」生産対策	
	①生産規準設定：パンフレット作成，全戸配布 ②栽培試験研究：試験田設置 ③栽培に関する検討懇談会開催：生産管理台帳の活用
4. 北育ち「元気村こだわり米」販売対策	
	①独自パッケージ・ブランド米販売： ラルズ，三笠生協，道東生協，北空知管内Aコープ ②米の小売資格の取得 ③各ユーザーと取扱数の協議確認： 管内自主米の完販をめざしホクレンと協議
5. 北育ち「元気村こだわり米」PR・情報活動の推進	
	①PR看板の設置：北空知管内に58か所 ②「産地だより」の発行 ③PR用テレホンカードの作成：500枚 ④新食糧法に係わる懇談会開催：食糧事務所と農協担当者との懇談会 ⑤農協青年部・婦人部・稲作研究会等への出席： 各種研修会にて目的説明・協力要請
6. 北育ち「元気村ライスコンビナート」構想の決定	

（資料）北空知広域連資料。

表7 北空知管内農協における自主流通米の販売先
(単位：%)

卸名	1992	1994	1995
A	13.9	11.4	9.1
B	3.6	1.9	2.1
C	3.6	4.3	4.0
その他	4.5	4.3	2.9
道内小計	25.6	21.8	18.1
D	11.4	15.5	17.3
E	10.2	10.2	12.1
F	4.9	4.0	5.4
G	1.8	3.5	4.7
H	3.6	3.1	2.7
I	4.7	3.1	6.3
J	1.2	2.9	0.5
K	3.0	2.7	1.4
L	0.7	2.7	4.3
M	1.5	2.5	0.9
N	3.1	2.2	2.0
O	0.3	1.8	4.1
P	1.0	0.9	0.4
Q	0.9	0.8	0.7
R	1.1	0.9	0.4
その他	25.0	21.4	18.7
道外小計	74.4	78.2	81.9
合計	100.0	100.0	100.0

(資料) 北空知広域連資料。

註) 1995年産米は96年7月末の数字である。

計である「その他」の比率は、1992年の25%から95年には19%にまで縮小しているのである。また、これまでも出荷量が多かった道外の卸売業者D、E、F、Gの各社に対するシェアは上昇し、I、L、O社への出荷比率も上昇している。

また食味計が管内の全単協に導入され、各単協ごとに食糧事務所の等級検査の際に、たんぱく質含有量を中心とした食味検査がおこなわれた。対象生産者は2,763戸、分析点数1万7377点、対象数量は91万7767俵におよんだ。この検査によって、たんぱく質含有量が8%未満のものが「こだわり米」となって、一般の米と仕分されて、倉庫に搬入された。さらに各農家に対しては、栽培基準などが記されたパンフレットが全農家に配布され、農協・普及センターの指導がおこなわれ、生産管理台帳の記入がおこなわれた。

また販売対策としては、「こだわり米」の独自パッケージによる販売が、ラルズ、道東生協、北空知管内のAコープなどでおこなわれた。この他、

PR看板の設置、「産地だより」の発行、PR用テレホンカードの作成がおこなわれた。

このような取り組みのなかで、単協ごとの足並みの統一には欠けるところがあった。自主流通米のきらら397の出荷量に占める「こだわり米」比率は、深川市内の各農協でみても、もっとも低い農協で28%、高い農協で93%と大きな格差があった。また北竜町農協は、特別表示米を中心に独自のブランド化をおこなってきたために、1995年産の「こだわり米」は皆無であった。また沼田町農協は、「米穀低温貯留乾燥調整施設」を建設し、うち一部は氷室で貯蔵し、「雪中米」として独自ブランドで販売を計画している。さらに「こだわり米」規準自体も、各単協でばらつきがあり、産地に根付く段階には至っていないといえる。

4) 今後の米流通における意義と課題

以上のような北空知広域連の取り組みは、いまだ端緒的段階ではあるが、北海道産米において進展すると考えられる「地域銘柄」形成において先進的なものであると評価できる。また、産地指定による「地域銘柄」形成の基本的な形態であると考えられる。ここでは、北空知広域連が「地域銘柄」形成に早期に取り組むことができた条件、今後の道産米流通における意義、そして今後の課題について考察したい。

まず条件の一つめとしては、これまですでに各単協ごとに結び付きの強い卸・生協が存在したことがあげられる。このような結び付きには産地と販売業者との信用や人的な交流が重要なのであり、それらはすぐには形成できるものではないのである。二つめとしては、管内の単協を会員とする北空知広域連という組織が存在し、野菜などで単協をこえた共販体制が部分的にはあるがおこなわれてきたことである。農産物の広域共販は、各産地の利害関係で実施するのが困難であるが、それらの意見を調整するような組織が存在していたことの意味は大きい。

つぎに今後の道産米流通における意義としては、北海道の米産地にとって、地域ごとの米の品質にみあった生産・販売対応の方向が開けたことがあげられる。これまで北海道稲作は、特自米制度以降、全道的に良質・良食味米生産という単一の方

向をめざしてきた。このような方向は、良質米産地にとってみれば、品質の高い米を出荷しながら道産米として一括されることへの不満につながり、準良質米産地にとってみれば、過度な良質・良食味米の追及をせざるをえないという状況につながった。今後、米の品質にあった需要への対応という視点からみれば、地域の米の品質に応じた対応方向が模索されてもよいのではないか。このように考えると、北空知広域連の取り組みは、ホクレンによる上からの産地の区分ではなく、産地独自で自らの対応の方向を決めた取り組みとして大きな意義をもつと考えられる。

また今後の課題としては、一つには、北空知広域連とホクレンとの機能分担のあり方があげられる。北空知広域連は「地域銘柄」形成を推進しているが、実際の分荷権はホクレンにある。ホクレンにとっては、全道共販で道産米の全量売り切りをめざすために、特定の産地の産米だけを有利販売することはできない。他方で北空知広域連は産地の生き残りのために、地域の産米の有利販売をめざすことになる。しかし北空知広域連にとっては、ホクレンによる全道共販から完全に離れることはリスクが大きい。今後は、ホクレン、北空知広域連、管内の各単協とのあいだで、米流通のどの機能をどこが担うかが課題となろう。

二つめは、広域産地内の統一の問題点である。いいかえれば農協間の足並みの問題である。各農協ともこれまでのつながりの強い実需者とは今後とも取引を継続したい意向をもっており、それらを北空知管内の対応として一本化するにはまだ時間がかかる。現在は各単協とも、広域連には協力しつつも独自の販売方法を模索しているという状態である。

三つめは、取り組みの進め方が広域連からのトップダウン方式であり、現在は広域連から単協への趣旨の徹底、農協間の調整が問題となっており、その趣旨が農家にまで必ずしも伝わっていないことである。さらに現在では「こだわり米」に価格差がついていないため、農家レベルでの取り組みも本格化していない。

おわりに

以上、北海道においても良質・良食味米産地で

あり、米市場対応においても先進的である北空知について、1995年産からおこなわれている「地域銘柄」形成の取り組みについてみてきた。最後にその特徴、意義、課題について要約しておく。

その特徴は、まず販売面においては、これまで形成されてきた単協と卸売業者・生協との結び付きを基盤に、北空知における「地域銘柄」形成を、卸売業者からの産地指定というかたちで実現しようとしていることである。そのために食味検査を実施し、合格したものを統一ブランドで販売している。また生産面においては、米の品質の統一を図るために、栽培規準を設定し、農協・普及センターの指導でそれらを徹底しようとしている。

その意義としては、地域ごとの米の品質にみあった生産・販売の方向が開けたこと、課題としては、①系統農協内での機能分担のあり方、②産地内の統一の問題、③トップダウンの推進方法があげられる。

このような「地域銘柄」形成は、ともすれば、過度な産地間競争につながる可能性ももっている。そうなると低下傾向をたどっている米価下落が加速されてしまう。このような事態にならないためにも、地域の特質を活かした産米の販売がおこなわれつつも、経済連、全農による県単位、全国単位での米の品質別の需給調整機能が今後とも重要となってくるのである。

註

(註1) 農協の組織改革については、土屋 [5] 参照。

(註2) その詳しい内容については、柴田 [3] 参照。

なおその全文も掲載されている。

(註3) 北空知広域連、とくにそこにおける青果物の取扱については板橋 [1] 参照。

参考文献

- [1] 板橋衛「野菜産地における農協生産部会の発展論理」(北海道大学学位請求論文) 1995年。
- [2] 小池晴伴「北海道産米の流通展開と今後の市場対応」北海道農業研究会【北海道農業】No. 20, 1996年3月。
- [3] 柴田浩一郎「正念場をむかえる北海道米の生産・流通」北海道地域農業研究所【地域と農業】第22号, 1996年8月。

新食糧法下における米の「地域銘柄」形成の意義と課題

- [4] 玉真之介「市場制度と銘柄競争」京野禎一編著『競争下の食料品市場』筑波書房，1988年。
- [5] 土屋博「組織改革の方向」『月刊JA』第42巻第9号，1996年9月。
- [6] 松島正博「新食糧法の成立と系統農協の課題」『現代農業』増刊，1995年11月。
- [7] 松島正博「米流通の再編と系統農協」『農林金融』第49巻7号，1996年7月。
- [8] 三島徳三「スタートした食糧法と北海道米の対応方向」『北方農業』第46巻8号，1996年8月。
- [9] 持田恵三『米穀市場の展開過程』，東京大学出版会，1970年。
- [10] 吉田俊幸「自主流通米の価格形成メカニズムに関する理論的研究を巡るいくつかの論点」農政調査委員会『自主流通米の価格形成メカニズムに関する理論的研究報告書』，1994年。
- [11] 吉田俊幸「系統農協米穀事業の現状と課題」農政調査委員会，前掲報告書，1994年。
- [12] 吉田俊幸「新食糧法と米流通の変化，業界再編」『公庫月報』第44巻第8号，1996年11月。