HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	北海道における採卵養鶏業の企業化と系統農協機能の変化に関する研究［論文内容及び審査の要旨］
Author(s)	大森, 隆
Degree Grantor	北海道大学
Degree Name	博士(農学)
Dissertation Number	甲第12243号
Issue Date	2016-03-24
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/61902
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.1/jp/
Type	doctoral thesis
File Information	Takashi_Omori_abstract.pdf, 論文内容の要旨

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

学 位 論 文 内 容 の 要 旨

博士の専攻分野の名称： 博　士（農学）　　氏名　大森　隆

学　位　論　文　題　名

北海道における採卵養鶏業の企業化と系統農協機能の変化に関する研究

北海道における採卵養鶏業は、戦後間もない時期までは 5～10 羽飼養程度の小規模自給的経営が一般的な経営形態であった。1960 年代に入ると、1 戸当たり 50 羽未満の農家が主流を占めていたが、零細飼養規模の農家養鶏の廃業と、一方で残存の養鶏農家の規模拡大が進むことで、飼養羽数と鶏卵の生産量は著しく増大した。現在では農家による「小規模養鶏」はほとんどが廃業し、鶏卵生産量の約 70%は飼養羽数 20 万羽以上の養鶏企業によって担われている。

このように、商社系企業養鶏のシェアが拡大し、ホクレンに結集している養鶏農家や養鶏企業は今やジリ貧傾向にある。本論文ではこうした構造を生んだ背景と要因を明らかにし、系統農協が主導する養鶏振興の方向を解明することが課題である。

第 1 章では、北海道における鶏卵の生産・流通構造の変化を明らかにするため、フードシステム論的接近を試みた。1980 年と 2010 年の 2 点を定点として捉え、飼料供給から生産、選別調製、販売に至る変化を捉え、生産主体の変化の中で系統農協がいかにかかわってきたかを明らかにした。系統農協に結集していた個別農家養鶏とそれから企業化した農家事業養鶏は慢性的飼料高と低卵下に耐え切れず相当数が廃業を余儀なくされた。一方で大規模化が進んだ要因は、大羽数飼養管理を容易にするウィンドレス鶏舎やＧＰセンターの登場、鉄道からトラックへの輸送転換があった。また、流通段階における小売業の変化、つまり、SM、GMS、CVS が台頭し、小口のロットを取り扱う問屋や商店街が衰退し、商社系企業が従来の卸問屋を中心とした販売システムを超えて、産地 GP センターを基点に直接販売するシステムを構築したことも要因をなしている。

第 2 章では、系統農協の養鶏振興策である養鶏団地の形成とその帰結について検討した。北海道で不足する卵の移入をめぐり全販連が北海道に進出したことが契機となり、ホクレンは 1967 年から北海道内 24 農協を結集し、訓子府農協に代表される養鶏団地を形成した。この系統農協による養鶏団地は、従前より規模はやや大きいものの、商社系企業に比べると生産が零細な農家養鶏を結集する「協同組合方式」が主体となっていた。鶏卵は個別生産であるが、飼料や雛の購入、そして鶏卵の販売先はホクレンに一元化するシステムが構築された。しかし、養鶏団地はマレック病などの伝染病対策、コストや鶏卵市場対応のスピードなどで商社系の企業養鶏との競争に勝てず、市場から撤退していった。

農林省が打ち出した生産調整政策もまた、結果的に商社系企業養鶏の肥大化を側面から促進し、養鶏団地などの農家養鶏を追い詰める要因となった。なぜなら、違反者に対しての罰則がせいぜい価格安定基金の利用と補助金・融資の停止に止まり、ヤミ増羽を阻止できなかったこと。さらには、商社系企業養鶏が倒産した養鶏場を吸収合併して生産枠を確保し、増産期には資金力をバックに生産枠を独占することができたからである。

現在、減少傾向にあるとはいえ、ホクレンの鶏卵販売事業に結集している農家事業養鶏は依然道内 30 数%のシェアを保ち健闘している。第 3 章では、これら農家事業養鶏の今後の方向性を探るため、大規模経営と中規模経営の優良事例をそれぞれ 1 戸づつ選定した。大規模経営からは「低単価大規模生産型」として D 社、中規模経営からは「高単価中規模生産型」として J 社を選定し経営分析を行い、D 社の低コスト生産と、J 社の高付加価値生産を確認した。

以上、各章の結論を踏まえ、終章ではホクレンに結集する養鶏企業とホクレンの今後の方向について総合的に考察している。

これまで見たように養鶏農家の延長線上に企業展開しているホクレンのグループ企業群は、商社系のトップ企業と比較して劣位な経営環境に置かれているといえる。第一には、農業金融は家族経営を対象として制度化されており、アグリビジネスに対する民間融資体制は遅れたままで、投資に対しては政策公庫の融資はあるものの資格審査には厳しいものがある。これら企業は有限会社形態をとる農業生産法人が多いが、規模の拡大により単位農協の融資範囲を超える存在とな

っている。信連による融資は皆無であり、銀行・信金などの短期融資も限界を有している。

第二に、これら企業は自前で直販を行うための GP 施設を有しているが小規模であり、量販店への供給に見合うようなロットを有していない。したがって、ホクレンが有する北海道内３箇所の GP センターへの出荷を行うことで、安定的な販売が可能になっている。

第三には、ホクレンによる飼料供給単価は相対的に高い水準にあり、一定の大口対応は行われているものの、日配や協同飼料などの非系統取引を行っており、企業経営から見てホクレンも黙認せざるを得ない状況にある。

では、ホクレングループは今後どのような組織的対応を取るべきであろうか。そのヒントは第３章の企業養鶏の比較経営分析にある。ここで対象とした大規模経営の D 社は言わば商社系企業の動向を代表している。大規模多羽数飼養の経営戦略のもとで製造原価をおさえ、低単価ながら売上高を増加させる「低単価大規模生産型」の展開である。これに対し、ホクレングループを構成する中小規模企業の J 社は、小回りが利くという特色を生かして特殊卵生産を基軸に高品質、直売戦略により「高単価中規模生産型」を実現している。

こうした路線は、ホクレンが近年打ち出している販売戦略にも適合している。規制改革会議による農業・農協改革への意見への対応として『JA グループ北海道改革プランー実行計画指針ー』が出され、その中でホクレンも事業強化策を打ち出している。注目されるのは、販売対応の第一として掲げている「プロダクトアウトからマーケットイン」への事業転換である。これは食の外部化と外食・中食需要の増加という消費構造の変化に対応したものである。

中規模経営が特殊卵生産を基軸に高品質、直売戦略を強化する戦略は、まさに上記のマーケットイン戦略に対応しており、需要を掘り起こしながら品揃えを強化していく上でも適合的であるといえる。例えば、飼料供給の不安定性を逆手に取り、地域と結びつく農協ならではのエサ米や実取りトウモロコシを飼料とする特殊卵生産なども考えられる。

また、ホクレングループは、大規模養鶏企業の直営 GP センターからの直接出荷とは異なり、全道の 3 ヶ所（札幌、旭川消費圏と小規模な北見消費圏）に GP センターがおかれて、各農場から集荷が行われている。農協ならではの中規模生産単位をつなぐネットワーク体制ではあるが、物流費は前者に対して極めて大きくなる。故に、低単価の大規模生産を行うのではなく、高単価の特殊卵生産を行うことが適合的なのである。また、ホクレングループは分散型の立地をしており、鶏インフルエンザなど伝染病のリスクを低く抑えることができるという利点を持っていることは強調されなければならない。また、鶏卵の付加価値化の外に、鶏を健康に管理するためのアニマルウェルフェアの取り組みも必要となる時代に移行しつつあるが、これについても中規模経営に有利性がある。

道外の大規模養鶏の北海道進出という新たな展開も見られるが、ホクレンに代表される農協による北海道内の鶏卵供給が担保されることは、日用食品である卵という食の安心・安全にとって極めて重要であると考えられる。