



Title	単位農協による米直接販売の意義と限界
Author(s)	小池, 晴伴
Citation	北海道農業経済研究, 8(1), 55-67
Issue Date	1999-09-01
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/63200
Type	journal article
File Information	KJ00009065020.pdf



[論 文]

単位農協による米直接販売の意義と限界

小 池 晴 伴 *

I. はじめに

「主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律」(以下、食糧法と略す)の施行によって、わが国の米流通は、大幅な規制緩和がおこなわれ、急速に自由化が進行している。食糧管理制度下における自主流通米の流通は、生産者→農協→経済連→全農→卸売業者→小売業者→消費者というルートに特定されていた。しかし、食糧法による流通ルートの多様化によって、単位農協(以下、単協と略す)も、経済連を経由せずに、卸・小売業者、消費者に直接に販売できるようになった。その結果、これまでの経済連を単位とする産地間競争に加え、単協を単位とする競争も激化している。

今後、単協による独自販売、つまり単協が販売先や価格の設定に対して何らかの形で決定権を持つ販売の活発化によって、系統各段階の機能分担が大きく変化することが予想される。これまで米の系統共販は、全農を頂点とする一元的集荷・販売体制の下で、全体需給の調整がおこなわれてきた。たしかに、単協がこれまで以上に販売力を持つことは、地域農業の活性化に大きく寄与する面もあるが、わが国の米市場における最重要課題である需給と価格の安定が確保されるかという問題

もかかえている。現在、進展している系統再編(単協の広域合併、全農と経済連の統合)ともあいまって、単協の独自販売が、現在どのような状況にあり、今後いかなる展開をするかが注目される。

単協による独自販売については、系統共販において中心的な役割を果たすことを期待する見解がある。例えば、吉田[5]は、「今後は、単協の共販が基本であり、経済連、全農の機能は単協では対応できない取引や単協の共販機能を発揮する上での、代金回収、マーケティング等の支援機能をどのように確立するかが課題となる」としている。また小池[3]は、「新たな共販体制の構築」のために、「もっとも重要な役割を果たすべきは単位農協の米販売事業である」としている。

他方で、単協中心の共販の限界を指摘する見解もある。田代[4]は、「農家や単協が自ら売る努力」について一定の評価をしつつも、「販売ロットが小さなものがバラバラに売っていたのでは、需給調整もできなければ、大手小売の圧力を受けている寡占化した卸の『買う自由』に翻弄される」としている。

これらの研究では、経済連を中心とした現在の共販体制の下で、単協による独自販売が、現実的にどのような形態で存立し、系統共販の中心とな

* 酪農学園大学

りうるかについては、実証的には示されておらず、今後、実態分析の積み重ねが必要であると考えられる。つまり、単協による独自販売の存立構造の具体的な解明が必要とされているのである。

そこで本論文では、単位農協による米直接販売の実態を整理し、その意義と限界を明らかにすることを課題とする。田代による論点との関連でいえば、単協が主体的に安定した販売をおこなっているかが関係してくる。なお、単協による独自販売には、後に整理するように、経済連・全農を経由するものと、卸・小売業者や消費者に直接販売するものとの二つのルートがある。このうち後者、すなわち単協による直接販売（以下、単協直売と略す）を検討するのは、単協の販売力の発揮がより強く必要となり、独自販売の意義と限界がより鮮明に現れると考えられるからである。

事例としては、北海道における単協直売を取り上げる。それは、以下の理由による。単協による直接販売は、全国的にも、生産者による特別栽培米（以下、特裁米と略す）の消費者への販売の、単協に対する事務委託を契機とする場合が多い。北海道においては、特裁米の出荷量が多く、しかも、単協がその事務を受託するケースが多く見られ、事例として適当であると考えられるからである。北海道における単協直売は、米価下落がいちじるしく、品質が相対的に低いため、米販売が極めて困難化している地域での対応と位置づけることができる。

本論文の構成および検討項目は、以下のとおりである。まずⅡでは、単協による独自販売のルートの特徴を一般的に整理し、事例農協の選定の根拠について述べる。つぎにⅢでは、直接販売の拡大過程、集荷方法、販売ルート、価格についての整理・検討をおこなうことによって、直接販売の存立の安定性について検討す

る。Ⅳでは、単協直売の販売経費とホクレンによる自主流通うるち米共同計算（以下、全道共計と略す）との比較をおこなうことにより、単協直売の収益性について検討する。単協直売の存立条件として、全道共販から抜け出すことにより、販売主体がなんらかのメリットを得ていることが必要である。そして、そのメリットがどの主体に帰属するかによって、単協直売がどの主体にとって意義があるかが明らかになるのである。そして最後にⅤでは、以上の考察をもとに、単協による直接販売の意義と限界を明らかにする。

Ⅱ. 単協直売のルートと 北海道における拡大の背景

1. 単協直売のルート

ここではまず、単協による独自販売のルートの特徴を、一般的に整理しておきたい。図1のように、そのルートには、経済連・全農を経由するものと、卸・小売業者や消費者に直接販売するものがある。これらは、単協の販売機能の面で大きな違いがあるので、明確に区別して議論する必要がある。

前者は、自主流通米の産地銘柄内での分荷権が経済連にある中で、単協が卸・小売業者を訪問することにより販売促進をおこない、産地指定を受けたり、経済連に対して販売先指定をおこなうこ

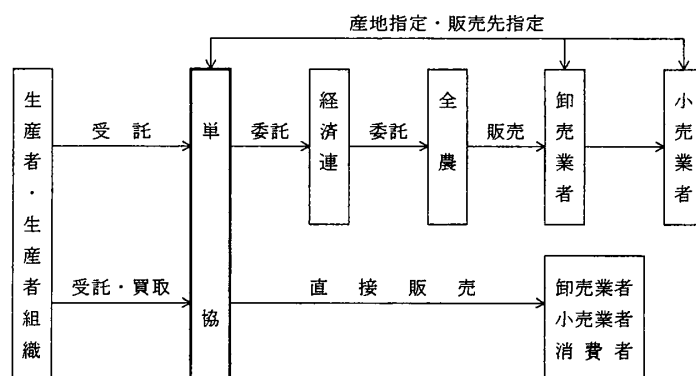


図1 単協による米の独自販売ルート

とにより結びつきを作るというものである。ここでは、代金回収、輸送手配、在庫負担については、全国・県レベルでおこなわれる。また、価格については、経済連による共販と同額か、若干の加算金が支払われる。単協にとっては、いわば経済連に対する委託販売の中での差別化販売ということができる。

これに対して後者の単

協直売は、代金回収、輸送手配、価格の決定を単協自らがおこない、販売経費も単協で負担し、古米在庫の負担も単協の責任となる。単協直売は、単協自身が価格を決定することによる高価格販売、さらには販売経費の削減の可能性がある。全道共販よりもメリットを得る可能性ある。集荷方法は、生産者からの受託に加えて、買取もおこなわれている。このように単協直売は、販売機能の全面的な発揮が必要とされるのである。

単協の独自販売のより具体的なルートには、①業務用需要、②消費者、③小売店・生協、④消費地卸、⑤消費地農協があるとされている¹⁾。北海道における単協直売は、事例でみるように、消費者への販売から出発し、小売店や卸売業者へとルートを拡大させていった。また、卸売業者に対する販売は玄米、消費者に対する販売は精米にそれぞれ限られるが、小売業者に対する販売は、玄米・精米の両方がある。

2. 北海道における単協直売拡大の背景

事例として取り上げる北海道における単協直売は、1993年の冷害による米不足を背景とした、94年産の特裁米の販売拡大を基礎としている。1993

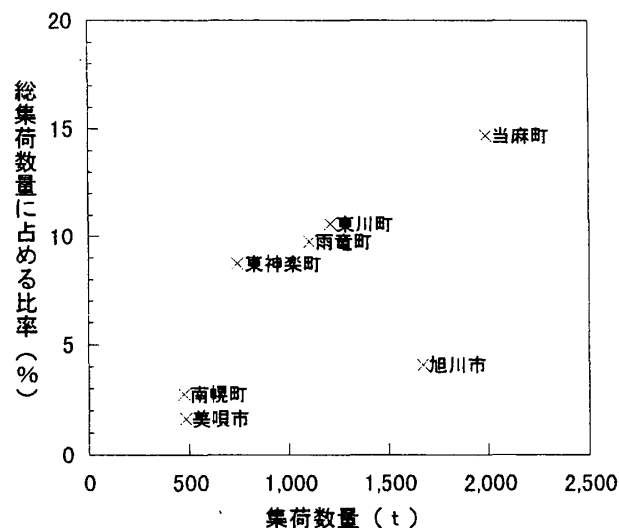


図2 北海道における特別栽培米の市町村別集荷数量・比率（1994年産）
（資料）北海道食糧事務所資料。

注）特別栽培米の集荷数量が400 t以上の市町を図示した。

年の不作による供給不足をうけて、国内産米を購入できなかった消費者の中から、生産者から直接購入する希望が多く出されたのである。1987年に設立された特裁米制度は、食糧事務所の許可を受けて、生産者が消費者に直接に販売するというものであった。北海道における特裁米の出回り数量は、1991、92年産では、第2位の新潟県よりも若干多い程度であったが、94年産では、1万3797 tと、府県を大きく引き離し、急激に拡大した²⁾。

図2は、北海道における特裁米の集荷数量、および総集荷数量に占める比率を、市町村別にみたものである。その特徴は、集荷数量の上位5市町のうち、4市町までが、上川中央部に所在することである。その比率は、当麻町が14.7%、東川町が10.6%、東神楽町が8.7%と高い。その理由として、道内でもっとも食味が良いとされている地域であること、野菜作が盛んであるため、農産物の商品化に対する意識が高い地域であることがあげられる。このような生産者や生産者組織による特裁米の直売を、農協が取り込むことによって、現在の単協直売の基礎ができたのである。

食糧法の施行によって、1995年産の特裁米は計画外流通米として流通したが、ホクレンは、1996

年産から、消費者契約栽培米（以下、契約米と略す）として計画流通米に取り込んだ。この制度の要点は、①単協が、生産者および消費者とそれぞれ契約を結び流通させる米であること、②あらかじめ単協・経済連・全農の間で結ばれていた売渡委託契約の一部の解除をおこなうことにより、流通ルートは生産者→単協（第1種登録出荷業者）→同一単協（登録小売業者）→消費者となること、③全道共販および全道共計には入らずに、販売先と販売価格は単協が決定し、自ら代金回収をすること、④経理面からみると、収入面では、政府からの「計画流通奨励金」の交付を受け、支出面では、「米需給調整・需要拡大基金」と「センター運営拠出金」を拠出し、また系統事務手数料をホクレン・全農に支払うというものである。形式的には消費者への販売であるが、実際には卸・小売業者へも販売されている。

契約米の入庫数量は、表1のように、1996年産の実績で13万2,932俵である。地域的には、ホクレンの旭川支所管内、とりわけ上川中央部で多くなっている。1996年産で、農協別にみると、東川町農協の4万50俵、東神楽農協の1万7,800俵、当麻農協の1万3,784俵と特裁米が盛んであった農協で多くなっており、従来の特裁米が契約米へ移行した状況が読みとれる。

北海道における単協直売の全体的な動向を示す資料はないが、単協直売のほとんどは契約米として販売されているものと考えられ、単協直売の具体的な事例としては、契約米が多い単協を選定することが適当と考えられる。そこで事例として、上川中央部の東神楽、当麻、東川町の3つの単協を取り上げる。

事例農協の概況を示したのが表2である。事例農協は、いずれも旭川市に隣接し、一つの町に一つの農協が存在する。さらに397の地区区分では、東神楽町と東川町が特A、当麻町がAとなっている。以下の事例分析では、1996年産米の販売を中

表1 消費者契約栽培米の農協別入庫数量

(単位：俵)

農協名	1996年産	1997年産	1998年産
上磯町	—	611	979
渡島大野	—	206	339
七飯町	—	335	551
厚沢部	—	75	74
若松	220	301	817
今金	2,377	1,999	2,124
函館支所	2,597	3,527	4,884
倶知安	35	—	—
発足	70	2,547	4,188
小沢	60	100	100
倶知安支所	165	2,647	4,288
厚鵬	—	618	22,888
川取	—	1,488	—
平取	800	506	218
門別	—	1,633	1,548
新冠	500	652	660
静内	—	1,500	2,287
苫小牧支所	1,300	6,397	27,601
北広島市	—	—	126
新篠津	705	750	750
厚田	—	59	—
千歳	173	275	164
札幌支所	878	1,084	1,040
いわみざわ	—	350	—
雨竜	7,437	6,395	6,443
北竜	22,733	19,078	25,467
岩見沢支所	30,170	25,823	31,910
羽幌	320	168	150
留萌支所	320	168	150
旭川市	3,364	2,988	2,966
旭川市神居	3,448	1,812	1,660
鷹栖	6,595	6,925	7,550
東神楽	17,800	15,360	23,430
東旭川	2,474	1,403	1,304
永山	—	2,571	2,023
当麻	13,784	16,635	28,192
愛別町	1,706	1,358	1,110
東川町	40,050	10,204	19,330
美瑛町	—	—	1,846
中富良野	1,746	239	241
士別市	4,029	1,500	1,500
旭正	2,506	—	—
旭川支所	97,502	60,995	91,151
合計	132,932	100,641	161,024

(資料) ホクレン資料。

表2 事例農協の概況

(単位：戸，ha，俵，%)

	東神楽	当麻	東川町
農家数	530	872	660
経営耕地面積	3,080	4,344	3,667
水稲作付面積	2,034	3,384	2,613
総集荷数量	111,869	242,653	176,496
直売数量	17,800	33,572	40,050
直売比率	15.9	13.8	22.7
さらに地区区分	特A	A	特A

(資料) 農林水産省「農業センサス」、各農協資料。

注) 農家数、経営耕地面積、水稲作付面積は1995年、総集荷数量は96年産の数値である。

心に分析していきたい。なお、各農協とも、直接販売している米は、有機栽培、減農薬栽培などによって、一般の米とは差別化をおこなっている。

注1) 小池〔2〕、p.87。

注2) 食糧庁『米穀の品種別出回り数量』による。

Ⅲ. 単協直売の展開と形態

1. 東神楽農協

東神楽農協における単協直売は、1994年の特裁米の拡大と96年の契約米制度の発足とを契機として拡大していった。米不足以前においては、同町における特裁米の販売数量は500俵程度にすぎなかった。しかし、1994年産の生産者による特裁米販売の拡大の際に、農協は、系統集荷の確保、差別化による有利販売をおこなうために、従来、消費者を中心に直接販売をおこなっていた約70名の生産者を組織化し、「こめこめクラブ」を発足させ、小売業者への販売も開始した。その結果、直接販売の数量は、1994年産の5,000俵、95年産の8,000俵へと拡大した。その後、契約米制度の発足を契機に、卸売業者への販売も開始し、1996年産においては、契約米の集荷数量は1万7,800俵となり、農協の総集荷数量11万1,869俵のうち15.9%を占めている（前掲表2）。

現在、東神楽農協による契約米の集荷・販売は、販売課が販売事業の一環として、農協経理の中で直接販売のための勘定を組んでおこなっている。集荷については、その対象を「こめこめクラブ」に所属する生産者に限定しており、これらの生産者に対してホクレンからの仮渡金と同額を仮払している。そして、玄米販売後に販売収入から販売経費を差し引き、余剰が出れば、販売完了後に精算している。そのため、生産者にとっては、玄米の販売価格から販売経費を引いたものがメリットとなる。

また農協は、集荷した玄米の一部を「玄米ばら集出荷施設（ライス・ステーション）」に併設された精米施設で精米し、それを販売しており、その収益は、農協の利用・加工事業に計上されている。さらに、精米をAコープでも販売しているが、その販売の収益は、購買事業の収益として農協に帰属する。

東神楽農協は、4つのルートで玄米の直接販売をおこなっているが、月別の変動が大きい。1996年産の玄米の販売の状況を示したのが図3である。

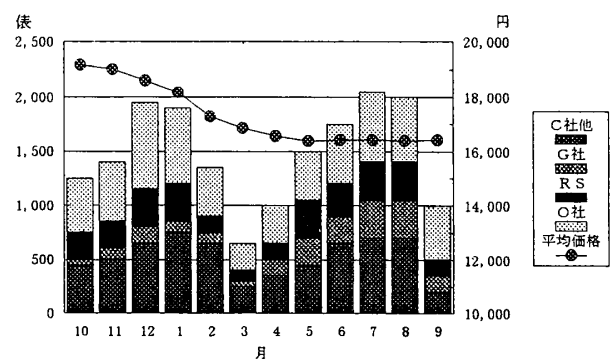


図3 東神楽農協における消費者契約栽培米の販売数量
（資料）東神楽農協資料。

注1) 1996年産米の1996年10月～97年9月までの数値である。

注2) R Sは、東神楽農協の精米施設への販売である。

年間の販売数量の内訳は、道内の卸売業者（C社）へが6,300俵（35.4%）、旭川市の販売業者（G社）へが2,050俵（11.5%）、農協内部の精米事業であるライス・ステーション（R T）が3,100俵（17.4%）、道内（稚内、函館、札幌、帯広、釧路）の小売業者で組織する共同仕入会社（O社）が6,350俵（36.7%）となっている。いずれの業者に対しても、月別の販売数量に大きなばらつきがみられる。販売量がもっとも多かった7月には、年間の販売数量の11.5%が販売されているのに対し、もっとも少ない3月にはわずか3.7%しか販売されなかった。このように、販売先が少数であるため、農協の販売数量は、販売先業者の購入量に大きく左右されているのである。

東神楽農協は、当初、差別化による有利販売のために、玄米の高価格での直接販売を目指したが、

自主流通米の過剰による全国的な価格低下を受けて、年間を平均すると低価格による販売を余儀なくされた。当初、1996年10月の時点での販売価格は、入札価格を上回ることができ、自主流通米価格形成センターでの北海道きらら397の基準価格が1俵（60kg）当たり18,650円であるのに対し、19,500円を基本価格としていた。その後、自主流通米価格の下落を受けて、販売先業者から販売価格の引き下げを要請され、高価格販売を維持することはできず、2月には17,000円程度、さらに3月以降には16,000円台と入札価格以下の販売となった（前掲図3）。この結果、年間平均販売価格は、入札における平均価格17,446円を下回る17,333円にとどまった。

また農協の利用・加工事業による精米販売についても、高価格での販売が期待できる消費者に対するものではなく、一般の小売業者への販売であり、高価格販売は実現されなかった。原料玄米の仕入については、農協の販売事業からの仕入数量3,100俵に加え、町内から計画外流通米を2,842俵仕入れており、合計で5,942俵となっている。そして「東神楽産自信作」のブランドで、道内外に販売している。道外販売のほとんどは、名古屋市の販売業者を介して、野菜の販売で結びつきができた東海地方をエリアとする生協への販売であり、その数量は玄米換算で3,311俵、平均価格は10kg袋詰で3,623円であった。また、道内販売としては、東神楽農協のAコープのほか、米生産がおこなわれていない地域の農協のAコープ、消費者グループ、学校給食用などがあり、その数量は玄米換算で2,631俵、平均価格は3,853円であった。精米販売においても、販売開始時の設定価格よりも値下げをして販売せざるをえず、当初の基本価格は3,700円であったが、7、8月には3,200円となった。

以上のように、東神楽農協による直接販売は、数量面でも必ずしも安定した販売にはなっておら

ず、価格的にも差別化による有利販売には至っていない。

2. 当麻農協

当麻農協における直接販売の特徴は、米不足期に消費者への精米の直接販売を一気に拡大させ、その後も集荷数量を維持していることである。同町における特裁米の生産は、1990年2月、現会長のM. S氏を中心として、高価格販売を目的に結成された「当麻グリーンライフ研究会」によって開始された。その規模は、発足当初から50戸と比較的大規模なものであったが、1993年までは徐々に拡大するにとどまっていた。その後、1993年度の冷害による米不足を契機として、購入を希望する消費者が急増したことによって、従来の会員生産者が新会員を勧誘し、94年度には、会員生産者数212戸、作付面積431ha、出荷数量2万9,036俵へと一挙に拡大した。1996年には会員が140戸と減少したが、集荷数量は約3万俵程度を維持し、96年の集荷数量は2万9,996俵となっている。

当麻農協による直接販売は、「当麻グリーンライフ研究会」からの販売事務の委託を受けておこなわれている。つまり、農協に研究会の事務局がおかれ、玄米の保管、とう精・袋詰、消費者からの精米の受注・発送、余剰玄米の販売は、農協がおこなっている。これらの対価として、農協は、研究会から「事務委託費」を受け取っているのである。

当麻農協における直接販売のルートは、消費者に対する精米販売と、販売業者に対する玄米販売の2つである。1994年産までは、精米販売が中心であったが、消費者の減少に対して、集荷数量を維持したので、95、96年産では、余剰分を販売業者に対して玄米で販売するようになり、その比重が高くなっている。販売先の消費者戸数は1994年産の6,000戸から、96年産では4,000戸まで減少したが、販売業者への玄米販売の数量は、1994年産

の6,930俵から、95年産の17,952俵、96年産では17,611俵と増加させている。その結果、米代金に占める精米販売の比率は、1994年産の83.9%から、95年産で56.6%、96年産で55.6%へと低下している。

当麻町においては、農協ではなく生産者組織が自ら経理をおこなっている。そして、東神楽町での事例のように、玄米販売による収益は生産者に、精米販売による収益は農協にそれぞれ帰属するのではなく、それらがともに生産者に帰属している。生産者組織は、農協から仮渡金を借り入れ、全道共販よりも高い価格で仮渡しをおこない、さらに余剰が出た場合には販売後に精算するという方式をとっている。

つぎに、当麻農協における直接販売の販売先・価格についてみてみよう。まず、精米販売についてみると、1袋（10kg）当たり単価が4,800円の「とっとき米」（きらら397）48,220袋、5,600円の「とっときスーパー」（彩）18,659袋を、道内を中心とした個別消費者や消費者グループに販売している。1996年産米の販売数量は、毎月ほぼ5,000袋であり、消費者に対しては年間契約で販売しているため、月別の変動が少なく比較的安定している。また販売業者への販売と違い、消費者への販売は、高価格の合意ができていたので、精米販売の当初の価格を維持することができた。

他方、玄米販売についてみたのが図4である。

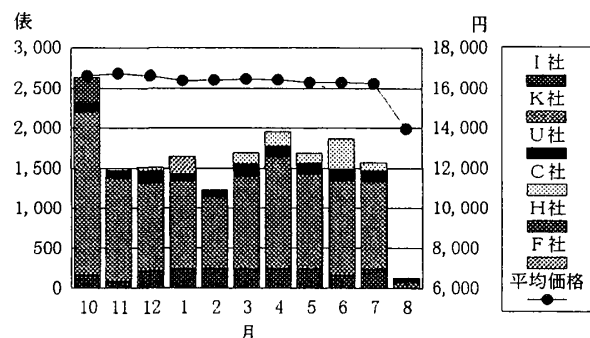


図4 当麻グリーンライフ研究会における玄米の販売数量
(資料) 当麻グリーンライフ研究会資料。

注) 1996年産米の1996年10月から97年8月までの販売数量である。

1996年産の販売数量は1万7,611俵であるが、玄米販売の販売先としては、旭川市の販売業者と道内の卸売業者であった。このうちもっとも多いK社には、毎月1,200俵前後、合計で12,584俵と販売数量全体の72.3%を販売しており、特定の業者に集中している。玄米販売の価格は、東神楽農協とは異なり、当初から差別化による有利販売を目指さず、1俵当たり16,500円を基本価格とし、平均価格は16,442円であるが、東神楽農協と同様に全道共販以下の価格である。

以上のように、当麻町の直接販売は、消費者の減少によって販売業者に対する玄米販売を増加させざるをえず、それも1社に頼っている。

3. 東川町農協

東川町農協における直接販売の特徴は、1994年産における特裁米の小売業者・消費者への販売拡大を基礎とし、それに加えて95年産以降、管内の生産者から大規模な買取集荷をおこない、卸・小売業者に販売していることである。

東川町における特裁米の取り組みは1988年に開始され、93年までは徐々に拡大し、94年には一気に拡大したが、95年産以降、この方式による販売は縮小している。1988年に、生産者2戸、作付面積0.9ha、販売数量53俵で開始され、94年では83戸、196ha、13,384俵へと拡大していた。しかし、1996年度には、販売数量が4,861俵まで縮小した。その販売方法は、小売業者に対し玄米を出来秋に一括販売するものであった³⁾。

他方で、1995年産において、農協では、特別表示米による卸売業者との結び付きを基礎に、買取集荷によって、約4万俵もの大規模な計画外流通米の販売をおこなった。1996年産では、直接販売のために契約米として40,050俵を集荷しており、その数量は農協の集荷数量全体の20%を超えている。

このような、生産者からの買取集荷の目的は、

良食味米産地であることを背景とした、系統集荷の確保である。農協は、その買取価格を、1995年産で16,500円、96年産で16,000円とホクレンによる仮渡金よりも若干高めに設定し、農協の農産係が販売を担当している。生産者にとってのメリットは、全道共計の仮渡金と東川町農協の買取価格との差となる。他方、農協は、玄米の売上の差額が収益となる。

つぎに1996年産の農協が集荷した米の販売先についてみたのが、表3である。玄米の販売先は、道内の卸・小売業者となっている。その特徴は、大口の販売先であるT社への販売が、数量が判明した1996年10月から97年9月までで、2万128俵と全体の約半分を占めていることである。T社に対しては、5月まではコンスタントに販売していたが、6～8月は販売数量を激減させている。そのため過剰問題が発生し、当初、販売の基本価格は60kg当たり17,000円台であったが、その過剰分を、8月には15,000円で、9月には14,500円で大幅な値引販売をせざるをえなかった。

また、精米については、おもに首都圏の量販店であるS社、および東川町農協のAコープに販売している。量販店に対する精米販売は、S社への販売が中心であり、1996年4月から開始された。S社への精米販売の数量は、玄米換算で、1995年

産で1,847俵、96年産で8,408俵であったが、97年産では、98年3月までに2,521俵を販売し、それ以降取引が中断されている。

以上のように、玄米販売、精米販売ともに、単協直売の数量は不安定であり、卸売業者や量販店による仕入動向に大きく左右されているのである。

注3) 東川町農協における、1994年産までの米販売対応については、荒木[1]を参照。

Ⅳ. 単協直接販売の収益性

ここでは、事例農協における単協直売の収益性について検討したい。なお、玄米販売については、ホクレンによる1996年産の自主流通うるち米共同計算と比較をおこなう(表4)。

1. 東神楽農協

前章でみたように、東神楽農協における直接販売の経理は、玄米販売については農協の販売事業として、精米販売については利用・加工事業としておこなわれているので、それぞれについての収益性について検討したい。まず、玄米の販売事業について、直接販売の生産者にとっての収益性を

表3 東川町農協における直売販売の数量(1996年10月～97年9月)

月	玄 米										(単位: 俵, 円)	
	卸売業者			小売業者							合計	平均価格
	T社	A社	C社	M社	E社	R社	N社	B社	K社			
10月	1,241	200	1,872	160	—	—	—	—	—	70	3,543	17,423
11月	1,497	—	1,500	—	—	—	40	—	—	—	3,037	17,989
12月	2,704	—	2,076	—	—	—	261	—	—	50	5,091	18,248
1月	2,690	—	1,552	600	—	—	50	—	—	83	4,975	17,540
2月	2,498	800	684	800	475	—	100	—	—	100	5,457	17,420
3月	3,414	1,400	240	1,500	525	—	200	150	—	500	7,929	17,281
4月	2,317	1,300	120	—	—	—	100	60	—	300	4,197	17,427
5月	2,535	—	130	—	—	240	—	—	—	300	3,205	17,502
6月	250	—	240	—	—	—	100	—	—	150	740	17,475
7月	200	—	—	260	—	—	200	200	—	170	1,030	18,019
8月	782	—	—	190	100	340	100	—	—	—	1,512	15,161
9月	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4,894	14,768
合計	20,128	3,700	8,414	3,510	1,100	580	1,151	410	1,723	45,610	17,166	8,408

(資料) 東川町農協資料。

注) 玄米の販売業者の合計には、1997年9月の数量を含まない。

表4 ホクレンによる自主流通うるち米共同計算（1996年産）

				(単位：円)			
共 計 受 入		金 額	共 計 支 払	金 額		金 額	金 額
販 売 代 金		17,425	仮 渡			15,326	
価 格 形 成 セ ン タ ー 買 入 負 担 抛 出 金		0	追 加 仮 渡			60	
産 白 加 算 諸 掛 等		14	精 算			293	
自 主 流 通 対 策 費		889	生 産 者 手 取 価 格			15,679	
計 画 販 売 促 進 費 等		365	検 査			50	
計 画 販 売 円 滑 化 事 業 抛 出 金		37	農 倉 諸 掛			394	
金 利		3	運 賃 諸 掛			668	
前 年 度 繰 越 金		71	消 費 地 諸 掛			202	
全 国 共 計 受 入 金		279	単 品 産 白 諸 掛			27	
消 費 税		765	金 利			286	
			農 協 手 数 料			424	
			ホ グ レ ン 手 数 料			209	
			全 農 手 数 料			70	
			北 海 道 米 販 売 拡 大 委 員 会 負 担 金			555	
			価 格 セ ン タ ー 運 営 抛 出 金			2	
			米 需 給 調 整 ・ 需 要 拡 大 基 金 抛 出 金			186	
			備 蓄 調 整 保 管 対 策 費			49	
			全 国 共 計 抛 出 金			282	
			消 費 税			765	
			販 売 経 費 小 計			4,170	
共 計 受 入 金 合 計		19,849	共 計 支 払 金 合 計			19,849	

(資料) ホクレン資料。

注) 金額は1俵当たりの数値で、総額を入庫実績6,000,715.5俵で除して求めた。

表5 東神楽農協における消費者契約栽培米の収支（1996年産）

(単位：千円、円)

収 入			支 出		
項目	金額	1俵当り 金額	項目	金額	1俵当り 金額
販 売 代 金	308,525	17,333	仮 渡 金	281,596	15,820
自 主 流 通 対 策 費	13,350	750	需 給 対 策 費	2,723	153
			ホ ク レ ン 手 数 料	3,880	218
			全 農 手 数 料	1,299	73
			保 管 料	4,584	258
			金 利	3,756	211
			農 協 手 数 料	7,321	411
			値 引 調 整 金 支 払	7,090	398
			経 費 小 計	30,653	1,722
合 計	321,875	18,083	合 計	312,249	17,542

(資料) 東神楽農協資料。

注1) 「需給対策費」は道米対委員会への支払。

2) 値引調整金支払は、600円が5,250俵、500円が3,200俵、300円が7,800俵。

3) 販売益は、ホクレン全道共販精算時の支払財源として保留。

検討するために、契約米の収支をみたのが、表5である。収入については、1俵当たりの販売代金は17,333円となっており、これは前述のように、入札の平均価格を下回っている。これに国からの「自主流通対策費」の750円を加えた18,083円が1俵当たりの収入となる。

他方、販売費用は1,722円であり、全道共計での費用4,170円よりも大幅に低くなっている。そ

の要因について検討しよう。まず、「需給対策費」が153円、「ホクレン手数料」が218円、「全農手数料」が73円、「農協手数料」が411円となっており、全道共計と大差がない。「保管料」は258円と全道共計の394円よりも低い。「金利」については、211円で全道共販の280円と比較して若干低い。このように、これらの経費については、全道共販によるものと大きな差がないといえる。

直売において、経費が少ないこと

の要因は、運賃が買い手負担であること、全道共販のための各種の負担金を支払わないことである。運賃については、全道共計においては売手負担であるのに対して、単協直売においては買手負担である。また、単協直売においては、全道共計での「委員会負担金」、「需給対策費」などの、北海道米の宣伝、値引販売のための費用も負担を免れている。東神楽農協における値引き販売に当てられ

表6 東神楽農協における精米事業の収支（1996年産）

(単位：千円、円)

支 出			収 入		
項目	金額	1俵当り 金額	項目	金額	1袋当り 金額
共計勘定より	52,799	17,032	道外 5kg袋	63,241	1,832
計画外米仕入	45,529	16,020	道外 10kg袋	2,249	3,623
人件費	2,835	477	道内 5kg袋	12,589	1,942
光熱費	1,238	208	道内 10kg袋	42,251	3,853
運賃	2,387	402			
諸材	1,867	314			
その他	581	98			
修繕費	325	55			
金保料	639	108			
雑費	770	130			
合 計	109,494	18,427	合 計	120,330	20,251

(資料) 東神楽農協資料。

註) 共計勘定より3,100俵、計画外米仕入が2,842俵。

る「値引調整金」は398円であるが、これは「委員会負担金」よりも大幅に低い。結果的に、生産者にとっては、仮渡金が同額なので、全道共計と比較して1俵当たり541円のメリットをもたらしている。以上のように、玄米販売のメリットは、差別化による価格面では発揮しえないが、負担金を回避することによる低コスト販売によってもたらされていると結論できる。

また、精米販売の収支であるライスステーション事業の収支をみたのが表6である。収入総額の1億2033万円から支出総額の1億949万円を差し引いた1084万円が、農協の収益となっている。

2. 当麻農協

つぎに当麻町における収益性を検討する。当麻町における直接販売は、生産者組織が、農協に販売事務を委託し、自らの経理によって、精米と玄米の販売をおこなっている。その収支をみたのが表7である。経理は、精米販売と玄米販売とが区別されていないが、それぞれの収益性をみるために、販売経費を玄米・精米別に分割して表出した。玄米販売の経費は、「事務委託費」の中の仮払出金の「利息」、「保管料」、「入出庫料」、「事務手数料」、および需給対策費、全農手数料、ホクレン手数料などの「拋出金」である。また、精米販売の経費は、精米加工や精米販売の事務にかかる

「労賃」、「精米料」、その他の様々な経費（「配達費」、「コレクト手数料」など）である。

まず玄米販売については、収入は1俵当たり16,442円であり、全道共販による入札価格での販売よりも低い。支出については、保管料と入出庫手数料の合計は230円となっており、全道共計の「農倉諸掛」よりも低く、また「拋出金」も108円と全道共計の各種負担金よりも低くなっている。他方、「利息」、「事務手

数料」はそれぞれ270円、500円と全道共計よりも高くなっている。玄米販売の経費は合計で1,108円となっており、全道共計での経費4,170円と比較して、3,062円少なくなっている。しかし、生産者の手取価格は15,334円とホクレン仮渡金15,820円を500円程度下回っている。このように玄米販売においては、生産者の収益性は、むしろ全道共販よりも低いのである。

つぎに、精米販売については、収入は玄米1俵当たり29,400円であり、支出については、玄米の仕入価格16,442円、販売経費が5,268円であり、差し引き7,690円となっている。精米と玄米を一体化して販売する「グリーンライフ研究会」の生産者手取価格が19,363円と高いのは、精米販売の収益の高さによって実現されているのである。

3. 東川町農協

つぎに東川町農協における農畜産物販売事業の「手数料」の品目別構成をみたのが表8である。この「手数料」には、委託販売品の手数料に加え、買取販売品の売買の差額を含んでいる。合計に占める販売品の米の金額の比率は、1995年度で38.8%、96年度で53.9%、97年度で44.5%と重要な位置を占めている。このことから、単協直売は、東川町農協にとっても欠かすことのできない事業となっているといえる。

表7 当麻グリーンライフ研究会の収支(1996年度)

(単位:千円、円)

支 出			収 入		
項 目	金 額	1 俵 当 たり	項 目	金 額	1 俵 当 たり
仮 払 出 金	579,219	19,310	負 担 金	2,572	86
追 加 金	1,592	53	米 売 上	655,320	21,847
生 産 者 手 取	580,811	19,363	米 糠 収 益	1,172	39
抛 出 金	3,238	108	会 費	695	23
利 息 *	8,099	270	雑 収 入	421	14
保 管 料 *	5,699	190	そ の 他 売 上	8,776	293
入 出 庫 量 *	1,200	40	対 策 助 成 金	10,338	345
事 務 手 数 料 *	14,998	500			
玄米販売経費	614,045	1,108			
労 賃 *	10,499	848			
精 米 料 *	4,335	350			
議 費	913	74			
資 材 費	5,229	422			
配 達 費	19,477	1,573			
コ レ ク ト 手 数 料	6,129	495			
振 込 手 数 料	1,077	87			
通 信 費	875	71			
印 刷 消 耗 費	186	15			
機 械 代 料	939	76			
保 管 料	66	5			
宣 伝 費	1,109	90			
イ ベ ン ト 費	114	9			
各 種 負 担 金	21	2			
販 売 推 進 費	920	74			
農 産 加 工 費	2,763	223			
研 修 費	2,165	175			
栽 培 研 修 費	369	30			
雑 費	428	35			
消 費 税	626	51			
そ の 他 支 出	7,010	566			
精米販売経費	65,249	5,268			
支 出 計	679,294		収 入 計	679,294	22,646

(資料) 当麻グリーンライフ研究会資料。

注1) 玄米集荷は29,996俵、精米対象は12,385俵である。

2) *は事務委託費

3) 1俵当たりの金額は、合計金額を玄米については玄米集荷数量で、精米については精米対象数量でそれぞれ除して求めた。

表8 東川町農協における農畜産物販売事業の手数料

(単位:千円)

		1995年度		1996年度		1997年度	
受託販売品	政 府 米	9,994	(10.1)	9,290	(8.5)	7,748	(7.4)
	自 主 流 通 米	30,180	(30.6)	22,766	(20.9)	33,455	(31.8)
	他用途米・加工用米	5,251	(5.3)	2,775	(2.5)	2,593	(2.5)
	規格外米・その他	1,264	(1.3)	3,585	(3.3)	5,837	(5.6)
	米 計	46,688	(47.4)	38,416	(35.2)	49,633	(47.2)
販売品	畑 作 品	295	(0.3)	406	(0.4)	365	(0.3)
	畜 産 品	371	(0.4)	262	(0.2)	166	(0.2)
	計	47,355	(48.0)	39,084	(35.8)	50,164	(47.7)
	一般うるち米	35,333	(35.8)	41,005	(37.6)	43,830	(41.7)
	特別栽培米	190	(0.2)	120	(0.1)	143	(0.1)
販売品	一般もち米	2,710	(2.7)	3,897	(3.6)	2,853	(2.7)
	特 定 米 穀	38,233	(38.8)	58,859	(53.9)	46,825	(44.5)
	畑 作 品	7,847	(8.0)	6,675	(6.1)	3,546	(3.4)
	そ の 他	5,132	(5.2)	4,544	(4.2)	4,597	(4.4)
	計	51,211	(52.0)	70,078	(64.2)	54,969	(52.3)
合 計		98,566	(100.0)	109,163	(100.0)	105,132	(100.0)

(資料) 東川町農協資料。

注) 事業年度は当該年の3月から翌年の2月までである。

V. おわりに

以上、北海道上川中央部に位置する東神楽・当麻・東川町の3つの農協を事例として、単協直売の実態を明らかにした。まず本論での分析結果を、各農協に即して整理したい。

まず、東神楽農協においては、1996年産からの契約米制度を契機に、本格的に単協直売を拡大させ、玄米の差別化による高価格販売が目指された。しかし、玄米販売については、その販売価格が、自主流通米価格形成センターにおける入札価格を下回るなど、有利販売は実現されていない。さらに月別の販売数量に大きなブレがあることもその不安定性を示している。しかし、収益性については、販売経費において、運賃、および全道共計における負担金の負担を免れているため、結果的に、全道共計以上の生産者手取価格を実現しており、直売のための生産者組織に加入している生産者にとっては、手取価格の向上となっている。また、精米販売については、農協の利用・加工事業によって一定のメリットをもたらしている。

つぎに、当麻農協においては、1994年産に消費者への直接販売を拡大させたが、消費者の減少によって、余剰分を販売業者にも販売せざるをえなくなっている。そこでは、玄米販売のみでは全道共計以下の手取価格しか実現できないが、精米販売をおこなうことによって、高収益を実現している。

東川町農協においては、買取集荷によって、大規模な直接販売をおこなっているが、数量的に過剰であったため、低価格販売を余儀なくされた。玄米の販売は、卸売業者の購入動向に大きく影響されるのである。また、量販店に対する精米販売についても、販売を中止せざるを得ないなど、販売が十分に安定したのものであるとはいいがたい。

以上の検討から、単協による直接販売の意義と限界について考察したい。

まず、その意義については、第一に、直接販売をおこなうことによって単協の集荷を確保していることである。全道共販においては、きらら397の地区区分はあるものの、基本的に一律の価格で集荷がおこなわれている。しかし、事例農協管内は、いずれも良食味米産地であることから、生産者は、北海道米一般よりも高い価格で販売できる可能性がある。生産者にとっては、より有利な販売をおこなうために、農協以外への販売の誘因が働くのであるが、単協直売は生産者の直接販売を取り込む形でおこなわれている。このように、全道共販での集荷を、いわば補完する形で単協が系統集荷を確保していることの意義は大きい。

第二に、直接販売によって、生産者、農協が一定の収益を得ていることである。たしかに、玄米販売においては、結果的に、全道共販よりも低い価格での販売を余儀なくされる場合もある。しかし、販売コストを軽減することによって、生産者にメリットをもたらしているのである。

つぎに、その限界としては、第一に、すでに直接販売をおこなっている単協がさらに販売数量を拡大することの量的な限界である。単協による直接販売における大口の販売先は限られており、販売量は買い手の仕入動向に大きく左右され、販売業者による原料米確保戦略に組み込まれてしまえば、有利販売が一層困難になるのである。また、新たに販売先を確保することは、単協の販売体制の一層の拡充をおこなわなければ困難である。さらに消費者への精米販売についても、その需要は変動しやすく、不安定要因となる。

第二に、大規模な直接販売が、今後、全道的に拡大することは困難であるという限界である。事例農協の現在における直接販売は、従来から取り組んできた特裁米の販売を、冷害による米不足を契機に拡大したものである。このような特殊な条件の下で拡大したため、今後、事例農協のように、大規模に直接販売をおこなう農協が現れることは、

有利な価格での販路開拓の点からみて、困難であると考えられる。

参考文献

- [1] 荒木和秋「特裁米・特表米産地形成による米自由化対応」酪農学園大学農業経済学科編『「農業総自由」の市場と地域農業』、酪農学園大学エクステンションセンター、1995年。
- [2] 北出俊昭『新食糧法と農協の米戦略』、日本経済評論社、1995年。
- [3] 小池恒男『激変する米の市場構造と新戦略』、家の光協会、1997年。
- [4] 田代洋一『食料主権』、日本経済評論社、1998年。
- [5] 吉田俊幸「動きだした新食糧法と農協改革－単協共販機能の強化と組織の見直し－」『新原則時代の協同組合－持続的改革に向けて－』、家の光協会、1996年。

(1999年8月27日受理)