

## 米流通の新たな動きと系統農協および産地での変化

誌名	農業および園芸 = Agriculture and horticulture
ISSN	03695247
著者	吉田, 俊幸
巻/号	82巻1号
掲載ページ	p. 177-183
発行年月	2007年1月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター  
Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council  
Secretariat



# 米流通の新たな動きと系統農協および産地での変化

吉田俊幸\*

〔キーワード〕：系統共販，生産者直売，単協直売，共計，奨励金付き販売

## 1. 食糧法以降の産地での米流通の変化と系統共販

旧食糧法制定前後からの産地での米流通は，系統農協の取扱シェア低下と生産者直売を中心とする系統農協以外のルートの肥大化という特徴を持っていた。改正食糧法以降になると，第三のルートとも言うべき農協直売，産地業者直売が増加している。以上の動きは，無条件委託販売と共計を基本とする系統共販システムと米の生産・流通実態との乖離が徐々に進展し，食管制度的流通から商品的流通への転換が進展していることを示している。

旧食糧法制定前後を境として，農家の直売等の旧計画外流通米が増加し，自主流通米を中心とした旧計画流通米（系統農協へ委託販売された米）が減少した。旧計画流通米は，平成2～6年産の680～730万tであったが，平成8～9年産で550～570万tへ，平成10～12年産で470～480万tへ，14年産では433万tへ減少した。一方，旧計画外流通米は，平成元～3年産の140～160万tから平成7～10年では270万t前後，12年産以降では315万前後へ増加した。

16，17年産になると，系統農協内部での委託販売と単位農協による直接販売の比率が変化した。さらに，全農への委託販売についても，従来通りの無条件委託とは異なる取引が潜在的に進展している。全農への委託米は，10～13年産までは440万t前後であり，そのうち加工用米が22～24万tなので主食用が410～420万tであった。改正食糧法以降になると，農協からの全農への販売委託米は17年産が417万tうち主食用が318万tへ減少した。一方，単協等が独自販売したと見込まれる数量は50万t前後から16年産では50～109万t，17年産では48～111万tへ増加した。

しかも，「単位農協等が独自販売した数量」が

60～70万tの範囲での誤差が生じている。その一つの要因は，生産数量目標と実生産数量との間には農水省の推計によると，17年産では約40万tの過剰生産が生じていることである。もう一つの要因は，流通の多様化と自由化が進展し，生産者直売や単協直売が増加し系統共販のシェアが低下したからである。そのため，系統農協内部においても生産者直売や単協の直売数量については，全農が正確に把握することが困難となっている。

## 2. 生産者直売での消費者直売の減少と農協等への販売業者への増加

「系統共販以外の米」（16年産より「生産者から単位農協以外への売渡数量」および単位農協直販の合計）は，16年産では241～300万tであったが，17年産では242～300万t推測される。その内訳をみると，消費者への直接販売数量（無償譲渡を含む）シェアが14年産までは，全体の約半数を占めていたが，15年産には全体の4割程度へ低下した。一方，計画外流通米の販売先で増加したのが農協および産地での米取扱業者であり，その割合は11～13年産の16～18%から平成15年産29%へ増加した。その数量も13年産の54万tから17年産の50～115万tへ増加した。

以上のように，生産者から消費者への直接販売が減少し，農協等の業者への販売が増加する傾向にある。その要因は，いくつかある。第一に，消費者の1人当たり消費数量が減少し，購入数量が減少している。また，第二は，消費者や実需者等が流通の多様化の下で購入先が多様化したためである。たとえば，一般消費者の購入先は，小売，スーパー以外でも直売所，通信販売等のルートも確実に増加している。とくに，直売所や通信販売等は生産者直売と競合する販売形態となっている。直売所は，かつては野菜や果実等が中心であった

\*高崎経済大学地域政策学部 (Toshiyuki Yoshida)

が、最近では米を積極的に販売している。多くの直売所では、量り売り、店頭精米等によって、米販売を積極的に展開している。

さらに、生産者が個人またはグループで米販売のための別法人を立ち上げ、生産者が直接、間接に関与する米取扱業者が増加している。生産者が消費者や外食産業へ直売している場合でも、生産者が形式的には小売業、産地業者等の取扱米穀業者を経由して販売することになる。たとえば、新潟県の神林村のS法人は、集落の生産者とともに米販売業者を立ち上げた。さらに、旧越路町の7法人で、米の共同販売のための法人を結成し、共同で米販売を行っている。このような例は各地で生まれている。その要因は、改正食糧法により集荷・販売業者は許可制から登録制に変化したことが制度的な背景である。また、生産者直売も米流通の変化のなかで、さまざまな販売競争に直面しており、量の確保、品質の保持のために法人化することが必要となっているからである。そのため、以前は生産者直売であったが、形式的にも実態的にも生産者から直売所もしくは生産者等による米穀取扱業者等を経由する例が増加したのである。しかも、生産者による米取扱業者がさまざまな業種（米菓メーカー、産地商人、消費地米穀卸、小売）とが結びつき新たな流通形態が生まれている。

### 3. 単協によるマーケティング基礎とした多様な米事業の展開

#### (1) 単協での米の集荷・販売事業の縮小、収支悪化と単協直売の拡大

食糧法制定以降、系統農協の米穀事業は、すべての段階・分野において事業規模が大幅に縮小し、収益が悪化している。その要因は米流通全体での系統農協シェアが低下し、さらに米価水準が低下

注1) 農協統計と農水省の流通実態調査の間で乖離があるのは以下の要因と推測される。農協統計での米穀にはくず米(特定米穀)や未検査米が含まれていない。地場等で直接販売する米や直売所等で販売する米は、別の項目に計上されている可能性がある。また、農協等の中には、前述のようにさまざまな産地米取扱業者が含まれている。

表1 単協の米集荷販売事業(億円, %, 農水省農協統計)

	取扱販売	販売手数料	取扱販売手数料		系統利用率	手数料率
			6年100	6年100		
平成6年	20,004	543	100.0%	100.0%	99.7%	2.7%
平成7年	19,695	572	98.5%	105.3%	98.8%	2.9%
平成10年	13,788	438	68.9%	80.7%	96.3%	3.2%
平成11年	12,811	395	64.0%	72.7%	96.3%	3.1%
平成13年	11,723	370	58.6%	66.1%	93.7%	3.2%
平成14年	11,369	373	56.8%	68.7%	94.9%	3.3%
平成15年	11,723	380	58.6%	70.0%	93.6%	3.2%
平成16年	10,242	353	51.2%	65.0%	91.3%	3.4%

傾向にあるためである。まず、単協の集荷・販売事業は、表1のように平成16年の1兆242億円であり、平成6年の水準である2兆4億円の51.2%までに減少した。その結果、米の販売・集荷に関する手数料も6年の543億円(7年の572億円)から65%(同61.7%)の353億円へ減少した<sup>注1)</sup>。

さらに、農協の米小売部門も平成6年度の1,556億円から平成16年には53.2%の820億円へ減少した。その結果、購買利益も6年の228億円から平成16年にはその47.4%の108億円へ減少した。

以上の取扱数量、販売高、手数料の低下による経営収支が悪化するなかで、単協は、米穀事業の新たな展開を模索している。その一つは、単協がマーケティングを行い、直売を行う動きである。もう一つは、マーケティングに基づき実需者、量販店との契約取引を行う動きである。

旧食糧法の計画流通制度のもとでは、自主流通米は系統農協を経由した米であり、単協直売は例外的な存在であった。とはいえ、旧計画外流通米として農協直売が50万t程度存在していた。改正食糧法以降、16年産では単協等が独自販売したと見込まれる数量は50~109万t、17年産では48~111万tへ増加した。

以上のような状況を反映して、単協による米の集荷・販売事業での系統利用率は、低下している。まず、農協統計によると、単協が集荷した米について系統経由率は平成6年では99.7%つまり、ほぼ100%の委託販売であった。しかし、平成14年には94.9%へ、さらに平成16年には91.3%へ低下した。大部分が系統への委託販売ではあるが、ほぼ1割が単協による別のルートを利用した独自販売なのである。単協直売数量は、前述の系統への委託米の417万tから推計すると、約40万tとなる。

表2 JAによる米の直接販売状況(全国農協中央会JAの活動に関する一斉調査)

	16年度	割合(%)	17年度	割合(%)	17-16年	割合(%)
0%	290	38.1	254	31.1	-36	-6.9
0.1~1.0%	64	8.4	98	12.0	34	3.6
1.1~5.0%	130	17.1	114	14.0	-16	-3.1
5.1~10.0%	98	12.9	86	10.5	-12	-2.3
10.1~20.0%	72	9.4	72	8.8	0	-0.6
20.1~30.0%	36	4.7	43	5.3	7	0.5
30.1~40.0%	15	2.0	21	2.6	6	0.6
40.1~50.0%	10	1.3	28	3.4	18	2.1
50.1~60.0%	3	0.4	15	1.8	12	1.4
60.1~70.0%	11	1.4	10	1.2	-1	-0.2
70.1~80.0%	4	0.5	15	1.8	11	1.3
80.1~90.0%	8	1.0	13	1.6	5	0.5
90.1~100.0%	21	2.8	47	5.8	26	3.0
小計	762	100	816	100	54	0.0
無回答	142		62		-80	
合計	904		878		-26	
直接販売割合 加重平均		10.46		16.37		5.91

## (2) 直売の農協間格差とマーケティングを基礎とした契約栽培の進展

また、「JAの活動に関する全国一斉調査」(平成18年3月)によると、単協の直売比率(農協アンケートによる加重平均による値)は、16年度では10.46%であり、前述農協統計と同じ水準であったが、17年度になると16.37%へ約6ポイントの急上昇となった。以上の統計や調査結果からみると、平成6~7年度までは系統共販が形式的には完全に維持されてきたが、平成14年以降、系統共販が急速に空洞化し、単協の直売比率は急速に増加した。その結果、単協直売は系統内部農協での米販売のみならず米流通全体にも影響力を持っている。

しかも、単協直売比率は単協間および地域間において大きな格差がある。前掲の調査によると、表2のように17年の米の直売比率別の農協数(無回答を除く)をみると、「0%」が31.2%、「1%未満」が12.0%である。さらに、「1~5%」が13.9%なので、57.1%の単協は、従来通りの委託販売、共計の枠内にとどまっている。一方、単協直売比率が「10%以上」が32.4%、「20%以上」が23.7%、「30%以上」が18.4%である。さらに、50%以上つまり半分以上を直売している単協も全体の12.4%存在している。なお、同じ調査のなかで、契約栽培で最も取扱高が高い品目が米である農協の割合は、31.3%である。この割合は、単協直売比率10%以上の割合とほぼ同一水準である。

なお、16年度の実績と比較すると、直売比率が10%未満は、農協数も割合もいずれも減少しているが、10%以上が農協数も割合も増加している。とくに、5%未満なのは、16年度では農協数が484、63.6%であったが、17年度では農協数446、57.1%である。一方、50%以上は16年度では農協数57、6.1%であったが、17年度では100農協、12.4%に増加している。したがって、約1/3の単協は独自販売に本格的に取り組んでいる。しかも、独自販売を行っているのは都市近郊、小規模農協だけではなく福岡八女(約5割)糸島(全量)滋賀グリーン近江(3割)、富山なのはな(3割)、新潟笹神(7~8割)、岩手江刺(4割)、北海道長沼(2割)等の大規模農協にも波及している。

さらに、先進的な農協は、直接販売という形態をとらなくともマーケティングに基づいて実需者と販売契約を結んだり、多様な販売ルートを探している。その場合でも、実需者等との契約販売の場合でも単協が独自販売、その他の販売形態を選択することは困難であり、従来どおりの全農経由を選択する例が一般的である。その要因は制度的、組織的な制約があるため、形式的に全農経由を選択せざるを得ないのである。さらに、代金回収のリスク回避あるいはトラブルを生じた場合の保険として書類のみを全農経由を経路としている例もある。つまり、単協が契約した場合には、単協、実需者、全農県本部との間で3者契約を結ぶ例が増加している。その場合、全農経由の生産者手取に上乗せとなる部分は、その契約に基づき実

表3 販売対策費の実態(全農調べ、平成17年5月)  
(単位:百万円, 円/60kg)

県本部	14年産		15年産	
	支出総額	平均財源単価	支出総額	平均財源単価
A	2,840	1,250	630	480
B	2,490	610	2,070	480
C	1,900	320	1,370	270
D	1,430	590	1,920	950
E	900	550	1,100	890
F	550	550	1,230	1,540
...	...	...	...	...
合計	25,200	520	24,400	630

需者と農協との間で精算される例が一般的である。これらの動きは、従来までの委託販売、共計とは異なる事業展開である<sup>注2)</sup>。

単協直売や単協主導の販売が増加したのは共計に基づく委託販売が、集荷率の低下や農家手取り低下の要因という認識が一部の農協での共通認識となっているからである。具体的には、「集荷率が年々低下し、半分近くになった。集荷率が低下したのは、農協経由は農家手取りが低いからである。共計の悪いのは諸経費が高く、追加払いの精算が1年以上かかる。農家手取りを増やすには、共計の柔軟化が必要である(広島県 M 農協)」、「農家手取りを増やすには共計の弾力化(M 農協)」や「農家手取りを増やすには独自販売(K 農協)」、「従来の委託販売、共計では集荷率が低下する(S 農協)」という認識だからである。

以上のように、各農協は、委託販売、一元共計の制約のなかで、単協の生き残り策として、多様な形態で米のマーケティング、契約販売、地場流通、直接販売を行い、部分的ではあるが成果をあげている。そのことを通じて、農協経由での販売よりも高い生産者手取りを実現するとともに安定的な販売先を確保している。単協の独自販売のためには、トレーサビリティシステム、蛋白仕分け、環境保全型生産米の生産、地帯別の作付誘導を実施している。さらには、用途別、品質別の販売先

を確実に実現するために、販売先別の生産部会を組織し、生産誘導を行っている。

#### 4. 系統共販・共計の問題点と流通コストの肥大化

ところが、経済連、県本部さらには全農本部は、従来までの委託販売方式と共計を、制度的、組織的に維持してきた。しかし、産地での米流通の変化や単協でのマーケティングやさまざまな動きと事業方式とが乖離した。そのため、共計と委託販売方式での流通コストの肥大化と全農本部、県本部、パール会社での販売力の低下と事業不振が顕在化した。その象徴が、秋田県本部による入札取引での価格操作、不良債権問題であり、全農の東西パール会社の巨額負債と事実上の経営破綻である。

まず、全農資料によると、委託販売、共計における平成16年の流通経費は60kg当たり3,000円であり、商人系の1,500円と比べると1,500円も高い水準にある。そのため、卸売業者への販売価格は14,500円であり、商人系の13,500円よりも1,000円程度高い水準である。しかも、生産者手取りも系統農協の場合には、11,500円であり、業者買取価格の1,200円と比べると500円も低く、仮渡金では1,000円も低い水準である<sup>注3)</sup>。

これらの問題点は、前述の農協や多くの論者か

注2) 詳しくは拙稿「系統農協の米穀事業の現状と活性化への課題」(『農村文化運動』181号2006年7月農文協)「3年前より生産あつての販売から、販売に合わせて生産する方向へ切り換えた。しかし、すべて県連を通すという方式をとっている。というのは、計画流通制度や稲作所得安定対策等のさまざまな制約があるため、実需者と契約生産を行うが、代金回収、配送等は県本部等を経由する方式とした(M 農協)」。「本年は24万5千俵のうち7割以上は契約や産地指定であるが、残りの3割は、契約した米を確実に販売する部分である。ただし、大部分を系統経由で販売している。全農の手数料の0.8%は保険料と考えている(H 農協)」。

注3) 詳しくは拙稿「系統農協の米穀事業の現状と活性化への課題」(『農村文化運動』181号2006年7月農文協)。16年産の宮城県の販売経費(ひとめばれ)は、販売経費が2,317円、全農手数料144円、単協手数料533円であり、合計2,994円である。平成9年、10年産でも「指標価格と生産者手取り価格との格差は60kg当たり3,500~4,000円程度であり、生産者手取りが低くなっている」。また、「食糧庁の試算によると、計画外流通米手取り価格は、自主流通米に比べると、検査米では780~1,080円ほど高い。」(前掲拙著『米政策の転換と農協・生産者』農文協82, 103頁)

ら度々指摘され続けてきたが、是正されなかった。その要因は、全農本部、県本部の販売力が形骸化したため全農による米「販売」は販売対策費に依存し、「重点卸」を通じた「委託」販売といえる内容に変化したからである。つまり、全農の事業方式が生産・流通の実態と乖離しており、そのため販売力の弱体化を補ったのが販売対策費であった。販売対策費は、15年産だけで244億円、14年産が252億円であり、表3のように平均すると1俵当たり630円であり、1,540円も支払っている県もある（全農資料）。さらに、卸や量販店等の宣伝費を各県本部が肩代わりした分を加えると、もっと多額な経費となる。

しかも、販売対策費の対象は重点卸といわれる大手卸のみであり、特定の重点卸への販売対策費は60kg当たり2,000円という例さえもある<sup>注4)</sup>。

その結果、「大手卸（重点卸）は、大手外食産業や量販店へは大口メリット（販売対策費）を考慮した価格で販売するとともに卸間売買を通じて指標価格より低価格で中小卸等へ販売している」（前掲拙著148頁）。しかも、販売対策費に依存した販売が大部分となり、そのコストが肥大化したため、「15年産米では4県本部では赤字となり、複数年産共計のような処理を行う結果」（前掲、全農報告書）となり、共計の不透明感を一層、拡大した。そのうえ、運賃等の流通コストにおいても食管理制度時代の平等主義と高コスト構造が依然として残存している。

しかも、全農本部は販売機能を喪失させ、全農本部は「仕組みの構築や債権管理、子会社を通じた代金回収等」のみを担当している状況となった<sup>注5)</sup>。

さらに、全農のみならず販売を担当している県本部、経済連の米「販売」方法も、販売対策費に依存しているうえに、「実需者接近販売といいながら、依然、既存卸会社への玄米販売を中心とし

た販売活動」である。「実需者向け精米販売ノウハウが全国本部、県本部にない」（前掲全農資料）のが現実なのである。そのため、前述のように、8～10社程度の重点卸へ約8割さらに最重点卸5社に約6割の米を、各県本部は販売対策費付きで販売している（前掲、拙著246～247頁）そして、重点卸は量販店、外食産業のみならず全国の中小卸に指標価格より安値で転売している<sup>注6)</sup>。以上の販売奨励金付きでの重点卸を中心とした「販売」は、販売業務といえるか疑問であり、全農および県本部による販売対策費付き重点卸への委託販売ということが正確である。

さらに、パールライス会社や経済連の卸部門も、取扱数量をピーク時の155万tから約100万程度へ減少させた。しかも、全農資料により、16年度のパール会社の事業実績をみると、精米販売の割合は半分以下の46.2%であり、玄米の卸間売買の割合は、22.8%を占めている。なお、卸間売買の割合が81.3%を占めている例もある。卸間売買の主要な内容は、県本部がパールライス会社を経由した卸へのダミー販売である。ダミー販売を可能としたのは、販売対策費の存在である<sup>注7)</sup>。

もう一つはパールライス会社による「伝票のみの転売（玄米とばし）」である。それは、販売対策費が存在しているため、値引き販売が可能だからである。同時に、パールライス会社も販売対策費の確保するために、販売数量を重点卸の基準仕入数量をクリアーすることが必要となるからである<sup>注8)</sup>。また、パール会社の精米工場は16年の実態調査によると40工場のうち稼働率50%以下が18工場であり、投資過剰の状態にあり、収支が悪化している。その結果、27社中11社は販売対策費に依存した卸間売買を主体とする業務が主要な部門となったのである。

そのため、「ダミーとした玄米販売や転売目的

注4) 拙稿「系統農協の米穀事業の現状と活性化への課題」（『農村文化運動』181号2006年7月農文協）「筆者のアンケート調査によると、（重点卸への販売は）販売数量全体の81.4%を占めている。重点卸は、販売奨励金の対象となっている」（前掲拙著246頁）。

注5) 「自主流通米の販売には全農（本部）は殆ど関与していない。計画流通制度に沿ったチェック機能と代金回収機能に特化している」（前掲拙著247頁）。

全農改革の報告書でも「統合全農では、各県本部の独立性が強く、職務権限や責任が分散している」と述べ、さらに「共計を管理する県本部が販売の主体を担い、全国本部には実質的な販売権限がない」（前掲、全農資料）。

注6) 前掲拙著145～146頁。

注7) 詳しくは前掲拙稿「パールライス会社をダミーとした県本部の玄米販売が、パール会社への販売対策費支援となっているが、同一顧客に対する販売チャンネルが複雑化をもたらした。」（前掲全農報告書）

注8) 前掲「全農報告書」および「商経アドバイス」2006年4月8日。

の玄米販売により、多額の債権が回収が不能」(前掲全農報告書)となる例が発生している。秋田県本部で発生したダミー販売、飛ばし、未回収債権問題は特殊な事例ではなく、構造的な問題であることを示している。

また、系統農協の米事業においては、東西パール会社は、量販店、外食産業等への実需者接近販売を担うことが期待されていた。しかし、東日本パール会社は、全農本部が出資の中心であり、各県本部のパール会社(群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川、山梨、新潟)を統合したものである。東日本パール会社は販売数量25万9千tのうち玄米販売が9万2千t(玄米比率が44.6%)であり、玄米卸間販売が3万1千t(11.8%)とパール会社のなかでも最高水準である。しかも、量販店、外食産業等の販売競争に立ち遅れたため、首都圏に立地しているにも係わらず玄米販売が半分を占めている。その結果、17年度の決算において、東日本パール会社は繰越欠損金の一部を解消するため、17億2,900万円の減資を行い、19億円の増資を行う。

また、西日本パール会社は全農本部が出資の中心であり、大阪、兵庫、長崎の卸部門を統合したものである。西日本パール会社も販売数量11万7千tのうち玄米販売が4万1千t(35.3%)、卸間玄米販売が2万t(16.8%)であり、大都市圏中心の営業という点を考慮すると、精米販売の比率が低い水準にある。そして、西日本パール会社も、累積欠損金の一部を解消するため11億円の減資を行い、12億円を増資する。この東西パール会社の巨額累積赤字による事実上の経営破綻は、系統の米穀事業が流通の変化に対応できないことを示す一つの象徴である。

以上のように、全農(および県本部)、パール会社の米販売事業は、販売対策費付きの重点卸に対する「委託販売」やダミー販売、卸の飛ばし販売がかなりの部分を占めており、販売活動とは言える内容ではない。一部には累積債務を拡大しており、委託販売、共計を基本とした従来型の事業方式は破綻したといえる状況にある。

## 5. 系統米穀事業の課題と新たな米流通システム

昨年秋に発表された「新生全農米穀事業改革」

では、共計、委託販売を基本とする事業方式の以上に示された諸課題を洗い出し、改善方向を検討した。改革案のポイントは、販売を起点とした生産・集荷事業、流通コストの徹底した削減、県本部、全国本部、パールライス会社と一体となった販売戦略の構築、実践、経営資源の一元化と効率的経営、パールライス事業の再構築の5点である。そのことを通じて、生産者手取りの最大化と生産者と消費者の架け橋機能の発揮をめざしている。以上の内容は、現実の米流通実態および農協の原点からみると当然の改革案であり、10年以上前に提示する内容である。

第一のポイントは、販売力の強化を中心とした事業改革が可能かどうかである。全農の販売は、販売対策費付き重点卸への委託販売やダミー販売が主体であり、実需者接近型販売や精米販売についてノウハウや人材が備わっていない。全農の一体的な販売体制への移行や経営資源の統合により、直ちに販売力が強化するとは考えられない。というのは、人材やノウハウを蓄積するには、一定の時間の経過が必要だからである。しかも、画一的な全農本部を中心とした販売を推進すると、一部の県本部で進展している積極的な事業展開が画一的な販売体制のなかに埋没する可能性がある。

第二は、入札取引改革により従来までの基本取引に比べると売り手の価格維持の色彩を強めた。この改革と全農による統一販売とを結びつけることにより、売り手主導の価格形成と販売を実現することをめざしている。結果的には、委託販売と共計とを基本的に維持することを意図している。しかし、販売対策費が必要となったのは、建値と需給実勢価格とが乖離であり、全農による販売力の低下である。委託販売と共計を見直し、販売力を改善しない限り、実需者、卸への「かたち」を代えた奨励金付き販売(安売り)が必要となる可能性が生じる。現実には18年産の入札取引での価格維持と形を代えた全農による値引き販売が実施されている。

18年産入札では、全農は入札数量を全販売数量の10%にとどめ(昨年は1/3)、最低落札希望価格を実勢価格よりも上の水準に設定している。そのため、ほとんどの産地・銘柄は、落札率が20%以下となっている。さらに、落札率がゼロの銘柄が続出して

る。その背景には、全農が相対取引において最低落札希望価格よりも60kg当たり300円程度で、一定規模の卸へ販売しているためと言われている。つまり、全農による入札取引での高値維持、相対取引での値引販売であり、従来のシステムと本質的に同じである。一方、ホクレンは、当初、最低希望落札価格を実勢価格よりも下の水準に設定し、全量を落札させることを通じて、入札取引価格を実勢価格に近づけた。そのことによって、取引を円滑に進め販売促進につながっている。両者の違いは販売、マーケティング力、中長期的戦略の差である。

第三は、一元共計、委託販売の改革方向と単協の機能役割と活性化について不明確な点である。とくに、「JAの直接販売は機能による最結集をうながすことを基本とする」と単協直売の削減をめざしている。これは、この数年の急速に拡大、進展している単協による直接販売をせざるを得なかった背景と実態を無視し、その取り組みの事実上の否定および「敵視」論である。

同時に、単協側からみると、「共計、委託販売」

の継続と強制であり、依然として「支店」の地位にとどめようとする内容である。しかも、単協がさまざまな制約のもとで、生産者手取の向上と集荷率向上のためにマーケティングや販売努力を行い、成果をあげてきたことを無視している。そのため、改革案が実施されても単協の米穀事業が、今後もますます機能が低下し、取扱シェアの低下を招く可能性を持っている。さらに言えば、新生全農米穀事業改革は、生産者、消費者、単協についての実態把握とそれぞれの視点が欠落している。全農による全農のための改革になり、結果的には単協の活力が低下し、系統農協の米事業も改善されない懸念が生じる。

以上のように、米流通の変化のもとで、産地での米流通は大きく変化しており、系統共販の事業方式、機能分担が迫られているのである。これは、全農による人為的な「価格維持」システムは限界があり、市場原理に沿った販売システムの構築が求められている。同時に、生産制限を通じた価格維持を目的とする。

生産調整方式の在り方に連動する内容である。