

II 部

第1章 米流通、取引に関わる主要分野での新たな動き (論点を含めて)

今回の研究会を通して、米の流通、取引の主要分野で生じている、新たな動きが明らかにされ、それをいかに評価するかも論議された。主として論議された対象は、米流通・取引ルートの多様化、米価形成メカニズムと全農の相対価格の位置づけ、および系統農協の集荷・出荷シェアの低下と共に販体制の弱体化、などである。これらは、いずれも米の流通構造を構成する主要分野であり、米流通の変化に影響を与える主要な条件でもある。この三つの問題に関して、研究会で明らかにされた事実を、以下、箇条書き的に整理しておこう。

なお、この三分野の動きに加えて、米市場の狭隘化、および米価の動向（下落傾向）も、各報告は取り上げている。この両者は一体のものであり、米流通、取引の新たな動きと密接に関係する。と言うよりも、米流通の変化を生み出す基本的な条件をなしている。とくに、米価の動向は全農の相対価格の米価形成メカニズムを評価する与件でもある。それゆえ、米市場の狭隘化、米価の動向に関する整理しておく。

なお、ここでの記述は、I部の各報告で明らかにされた事実を、主要課題に応じて再整理し、併せて、若干の論点を指摘するものである。伊藤報告の内容を除くと、とくに新たな事実の紹介はない。ただし、各々の主要分野での動きの整理に必要なかぎりで、農林水産省の報告書、および「米に関するマンスリーレポート」などの統計数字を使用し、それに依拠している。

1 米市場の狭隘化（市場の縮小）

(1) 米需要総量の減少

米流通の変容を生み出す、最大の条件は「米市場の狭隘化」である。この米市場の縮小、あるいは狭隘化は、吉田、木村、中村氏のそれぞれの報告で一様

に強調されている。それは、我が国の米の消費減退と同義でもある。日本の米消費量を、農林水産省の各種報告書に示される総需要量（需要実績）とほぼ同義とみなせば¹⁾、その減少率がいかに大幅であるか、この事実に改めて驚きを禁じえない。米消費は、1960年代前半をピークとして一貫して減少を続けている。なかでも、平成年度に入って以降、消費減の趨勢は強まっており、とくに最近数年間の減少率は際立っている。

平成元年以降の米需要量の推移を図1でみておこう。平成元年、すなわち、1989年の日本の米需要総量は1,066万トンである。それが、9年後の1997年には913万トンと153万トンも減少し、さらに、その後の10年間にも100万トン強減少した。そして、2012年には780万トンの水準にまで減少するにいたったのである。

最近の4分1世紀に、日本の米需要量は4分1以上も減少したことになる。

図1 米の需要総量（単位：1万トン）



各年度の米需要量は、当年度の7月から翌年度の6月までのものである。

例えば、2012年は、2012年7月から2013年6月までの需要量である。

出所：農水省、「米に関するマンスリーレポート」など。

最近の人口減にもかかわらず、2012年の日本の総人口は、1988年を若干、上回っている。このため、平成年度の米需要総量の減少は、人口1人当たりの米消費減に基本的によっている。

政府統計で集計される米の総需要量は、前年度の在庫量に応じて年ごとの変動幅が大きい。このため、基準を何年にとるかによって、米需要量の減少率に大きな差異が生じる。例えば、需要量が相対的に大きく表示される02年を基準にすると、最近11年間に数量で120万トン弱、率にすると13%も、米需要量は減少している。米消費量が10年間に100万トン前後減少するとなると、当然、米市場の構造変化にもつながるであろう。

このなかで、2008年までの数年間には、米の消費減には頭打ちの傾向がみられた。03～05年には、米需要量は850万トンから860万トン台で推移している。ところが、08年以降、米需要の減少が加速している。それだけに、09年以降の総需要量の大幅な減少は、米関係者にとっては大きな衝撃である。

それは、2011年には、「総務省家計費調査によると、コメの年間支出額は、前年比1,182円減の2万7,428円となり、パンの支出額2万8,318円を調査史上初めて、下回った歴史的な年となった」との吉田報告にも示される。このような米需要量の大幅減のなかで、2014年産の米の生産目標数量は756万トンへと大幅に引き下げられたのである。

(2) 内食から外食・中食への米消費の代替

最近の米の消費減の動きは、少子高齢化をともなう人口減の人口動態では説明ができない。吉田報告で指摘されるように、「いわゆる主食（パン、麺類等）や弁当類のなかで、コメのみが家計での支出金額を大幅に減少させている」からである。家庭での米購入数量は、1990～2009年に28%も減少し、同期間の米需要総量の減少率を大幅に上回っている。要するに、米の消費減の趨勢のなかでも、家庭の内食としての米の消費減が際立って大幅である。家庭の内食としての米消費の一部が、外食・中食に代替されていることは明らかである。

米市場の狭隘化のなかでも、家庭での内食から外食・中食への米の消費代替が米の市場構造の変容につながっている。それは、米市場の質的な構造変化を意味する。この事実に注目すると、米の市場構造の変容の背景として、主食としての米の地位、あるいはその内実が問われねばならない。

これは、木村報告のなかで、米の消費減の主要背景を社会環境の変化に求めていることと関連する問題である。木村報告では、社会環境の変化が日本の台所のサイズにまで影響を与える、とされる。このことは、現在、日本で進行している食生活パターンの変化がいかにダイナミックか、この事実を端的に示している。このような食生活パターンの変化と米消費の相関を解明するには、年齢層、所得階層、および世帯構成などに区分した、米消費動向の詳細な分析が必要される。米消費に影響をおよぼす社会・経済的要因の特定には、調査項目を細分化した、米消費と食生活パターンの相関が解明されねばならない。これを通して、米市場の構造変容の意味も、始めて理解できるであろう。

食生活パターンと米消費動向の相関は、吉田報告で指摘される、米の消費形態および消費者の米購入行動のそれぞれの変化にも見出される。「米市場の狭隘化」は市場構造の変質をともない、米価の動向に影響を与えているのである。

2 米価の動向（下落基調の強まり）

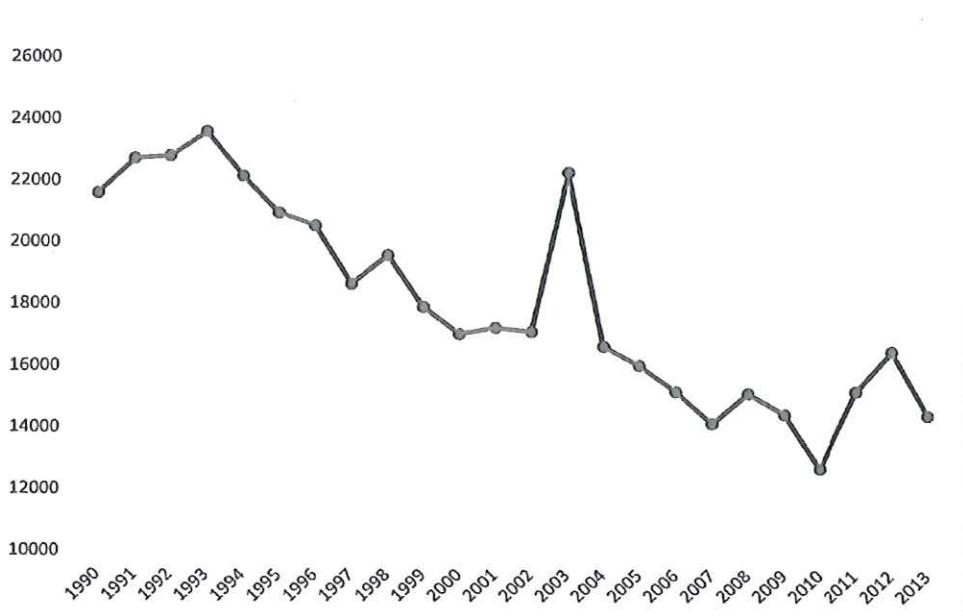
(1) 米価の長期的な低落傾向

「米市場の狭隘化」と米価との相関を理解するために、1989年（平成元年）以降の米価の動きをみておこう。1993、4年の未曾有の凶作時の米価高騰に代表されるように、年ごとの作況によって米価は絶えず変動を繰り返すものの、図2にみるように、長期的な下落傾向は明らかである（図2）。コメ価格センターによる主食用米（全銘柄）の価格は、1990年代半ばまでは玄米60kg当たり2万円台を維持していた。ところが、作況指数102の97年に1万8,000円台に下落した。以後、作況指数90の03年産の2万2,296円を例外として、一貫して下落を続けている。コメ価格センターによる米価指標形成の役割が事実上、意味をなさなくなる08年までに、米価は1万4,000円前後の水準に下落している。

それ以降、相対価格に示される米価下落は小幅であり、2010年産を除くと、ほぼ1万5,000円台と安定的に推移している。これが、概観的にみた、全農の相対価格が米価指標として使用される以降の相対価格の動きの一つの特徴である。過去に例を見ないほど過剰基調が強まっている2014年前半にも、全銘柄の平均相対価格は1万4,500円前後で推移している。

しかし、現実には同一年産の相対価格の月ごとの変動幅は大きいうえに、何

図2 各年産米のコメ価格（単位：60kg当たり、円）



2005年産までは、価格形成センターの全銘柄平均価格

2006年産以降は、相対取引価格の平均値

出所：農林水産省、「米の取引価格について」平成20年、および「米に関するマンスリーレポート」。

よりも相対価格と現実の市場取引価格、すなわち市中相場の間には大きな価格差が存在する。14年現在、市中相場は1万2,500円前後で推移している。市中相場を基準にすると、最近15年間の米価の下落率は、40%にもおよぶことになる。米価の下落率は、米消費量の減少率をはるかに上回るものである。

(2) 米価の短期かつ大幅な変動

米価が短期に大幅な変動を繰り返す画期は、中村報告によると、2007年産である。それは、価格センターの役割が事実上、終える時期とほぼ同じくする。その基本条件をなしたのは、中村報告によると、しばしば繰り返して発動された、政府の緊急米価対策、すなわち余剰米の一時的な市場隔離措置である。それに、2011年3月の東日本大震災・原発事故の発生が、米価の攪乱要因として加わった。07年産の出来秋の米価は、それまでの下落趨勢のもとで1万2,000円台へ落ち込んだ。この大幅な米価下落のなかで、政府は34万トンの市場隔離措

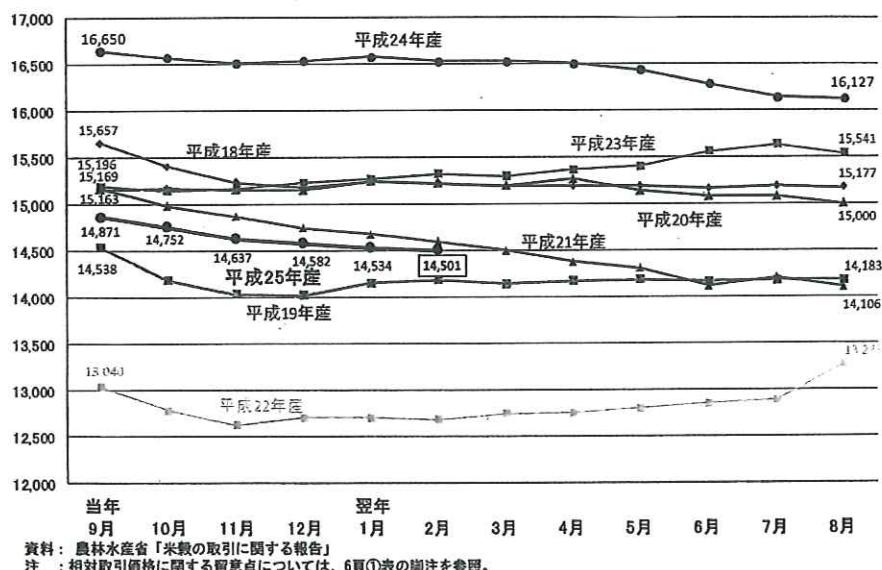
置を実施し、米価は一時的に大幅に反騰したのである。

だが、米の需給基調に基本的な変化がない状況下では、09年末に米価は1万2,000円台へ再び反落した。そして、07年末と同様な一時的な米価対策が、政治的圧力のもとで再び繰り返されたのである。それに、11年春に東日本大震災・原発事故の発生が重なった。この一時的な需給逼迫のなかで、米価は急上昇した。このような短期的な米価変動のサイクルを、中村報告は実際にリアルに伝えている。しかし、米流通業者による特有な対応も加わった11年以降の米価上昇の反動は、13年半ば以降、鮮明となる。以後、市中相場は下落の一途をたどっている。07年以降の米価の乱高下は、農水省の「米に関するマンスリーレポート」による相対価格の年産ごとの大幅変動にも、具体的に示される（図3）。

このなかで、相対価格は市中相場と比べると、相対的に高水準で推移している。全体としての米価は、緊急避難的な米価対策と東日本大震災・原発事故の発生がなければ、1万2,000円台（玄米60kg当たり）で推移した、とみるのが妥

図3 相対取引価格（年産別）

（単位：円／玄米60kg、税込み）



資料：農林水産省「米穀の取引に関する報告」
注：相対取引価格に関する留意点については、6頁①表の脚注を参照。

出所：農水省の「米に関するマンスリーレポート」（平成26年5月）。

当である。これは、10年産の相対価格とほぼ等しい水準である。このように、1万2,000円台が14年前半の需給動向を反映する米価水準とみなしうる。いずれにせよ、10年前には想定できない水準に米価は下落している。

米価水準は、米市場の狭隘化を考慮に入れると、近い将来、さらに下落すると予想される²⁾。それでは、米消費量の減少率を大幅に上回る米価の低下は、いかなる条件、要因に起因するであろうか。これには、米需要全体に占める業務用（外食・中食などの）需要の増大、米購入に際しての消費者の価格志向の強まり、および後者と密接に関わる消費者の購入パターンの変化、などの諸条件が影響すると考えられる。

（3）米価下落の諸要因

吉田報告は、大手卸売業者の販売価格を、精米と玄米に区別したうえで両者を比較している。それによると、精米の販売単価が実に玄米の販売単価を下回っている。玄米の搗精によって精米が生産されることを考えると、驚くべきことである。このことは、卸売業者の精米販売は、外食・中食業界向けが中心である事実によって始めて理解しうる。木村報告も、2011年産から12年産の米価急騰に際して、外食業界が原料米のコスト高の抑制にいかに懸命であったか、そのなかでSBS輸入米、裾ものへの依存度を高めた事実を指摘する。このように、外食・中食を中心とする業務用の米流通に占める比重の増大は、用途別の米市場の棲み分けを通して、全体としての米価下落を加速させている。

しかし、卸売業者が扱う玄米の販売価格の下落幅も、精米ほどではないにせよ大きい。これは、消費者の米購入に際しての価格志向の強まりが一因である。吉田報告は、米購入時に購入者が重視する要因として、「産地」、「品種」の品質・食味よりも、「価格」を重視する回答が圧倒的に多い、との調査結果を紹介している。価格志向を強める消費者の米購入の選択基準も、米価の下落を加速させる一因である。2011年の家庭での米購入額は、20年前の実に45%水準にまで減少している。購入数量をはるかに上回る購入額の落ち込みである。これは、この間の購入数量の減少、米価下落とともに、消費者の米購入に際しての価格志向の強まりによるものである。そして、この消費者の米購入の選択基準と、米の購入先の変化とが対応している。

消費者の米の購入先として、スーパーなどの大型量販店の地位上昇と対照的

に、米穀専門小売業者の著しい凋落は、周知の事実である³⁾。しかし、最近の購入先として、大型量販店での米購入比率は横ばいなのに対し、新しい販売先としてのドラッグストア、デスカウントショップ（DS）の購入比率が急速に上昇している。このことが、生産者直売、ネット販売、産地直売所からの購入比率の上昇とともに、最近の消費者の米購入先を特徴づけている。

ドラッグストアおよびデスカウントショップ（DS）、生産者直売、産地直売所、ネット販売をそれぞれ購入先とする、消費者の米購入の購入全体に占める比率は、いずれも7%台に達している。上記購入先による米販売の全体に占める割合を合計すると、30%前後を占めている。

とくに、ネットによる米購入は急速に増加しつつある。農水省のマンスリーレポートによると、ネット販売の米販売全体に占める割合は、2013年には10%に達した。最近の3年間に、その販売シェアは3ポイントも上昇している。米のネット購入は、消費者の購買パターンが大きく変化しつつある現実を示している。そして、最近の消費者による米の購入先の選択パターンは、次の米取引ルート、取引形態の多様化と対応する。両者は、並行して進展しているのである。

なお、国内の米価動向と米の国際価格の動きに関しても、一言、言及しておく。2000年代に入って以降、国内米価は全くと言えるほど、米の国際価格の影響を受けていない。両者は、むしろ逆方向の趨勢さえ示している。周知のように、07年末から08年前半に米の国際価格は急騰した。これに対し、この期間の国内米価にはほとんど変化がない。10年以降の米の国際価格は、2000年代前半の2倍前後の水準で推移している。国内米価とは、まさに逆方向の動きがみられる。日本の主食用米価は、市場規模が縮小するなかで、国際市場とは依然として隔離した市場条件のなかで推移している。

また、最近の米価動向には、民主党政権下の戸別所得保障政策などの政策的要因も、当然、影響をおよぼしたと考えられる。しかし、戸別所得保障政策が米価にいかなる影響をおよぼしたか、これに関しては、今回の研究会で論議を深めることはできなかった。

3 米流通・取引ルートの多様化

米の流通構造の変容を具体的に示すのは、米流通および取引ルートの多様化である。これは、5で対象とする全農の米集出荷率の低下、系統農協の共販率の低下と重なる問題である。今回の研究会のほぼ全ての報告が、米流通の変化を示すものとして、米の流通・取引ルートの多様化を強調している。そこで示される、米の流通・取引ルートの多様化は、概略、以下のように整理しうる。

(1) 卸売業者の集荷事業への参入

米の流通・取引ルートの多様化は、消費サイドの流通業者の産地の集荷事業への、また、生産者サイドによる消費地での販売事業へのそれぞれの進出に集約できる。産地、消費地の各々の流通業者による、産地、消費地への相互乗り入れの急速な進展とも換言できる。

この動きは、2011年の東日本大震災の発生を契機とする、大規模卸売業者による産地での米集荷の積極的な展開に代表される。すでに、改正食糧法による米の全面的な流通自由化のもとで、卸売業者の米集荷への参入が拓れた。それが、東日本大震災・原発事故の発生によって、加速されたのである。卸売業者は、大震災発生とともに全農による契約の一部破棄によって、必要とする米の調達を確保できなくなった。産地に進出しての米集荷は、大規模卸売業者に限らない。大型量販店および外食業者的一部も、同様な動きをするようになった。そして、消費サイドの米流通業者の集荷事業の展開は、需要趨勢に見合う米の仕入れ、調達に重点が置かれることにより、米の商品差別化による米市場の棲み分けを促進している。

(2) 生産者および農協直売の増大

消費サイドの流通業者の産地進出は、生産者サイドの独自の動きも誘発した。食管制の廃止、それに代わる食糧法のもとで生産者直売が可能となり、それとともに生産者直売が急増するようになっていた。そのうえに、卸売業者による積極的な米集荷への参入は、産地の米取扱業者の新たな対応を増幅したのである。

それを代表するのが、単協による共販を通さない直接販売＝農協直販の活発化である。卸売業者の米集荷は、単協からの直接仕入れによるところが大きい。卸売業者による産地での積極的な米集荷は、農協直販を促進するベクトルとし

て働くようになった。この結果、卸売業者による産地での米集荷の積極的な展開は、農協直売の比重の高まりと一対のものとも評価できる。

農協直販とともに、大規模生産法人による米直売も増大している。これも、取引ルートの多様化を主導する一つの動きである。2013年の米流通業界における大きな話題の一つは、東日本米連合の設立である。これは、大規模生産法人が積極的に米直売を推進する典型例である。I部の佐藤報告も、意欲的な大規模稻作法人が、いかに創意工夫を凝らしつつ米集出荷を展開しているか、その様相を活き活きと伝えている。

そこに示される新潟ゆうき社は、米販売を目的に地域の農家を組織化する、「第二農協」の特質を有している。その米の集荷、販売事業は、既存の農協主導の米流通ルートの障壁に挑戦するものである。独自の米集出荷への取組みを通して、系統農協の米集出荷事業の間隙をついている。そこに、米集荷を中心に、米取引ルートがいかに多様化し、米の流通構造の変容につながっているかが、具体的に示される。しかし、一方では生産者直売が頭打ちの傾向を強めていることへの留意も必要である。販路との関係で集荷量を現在の規模以上に増加することは、新潟ゆうき社にとっても困難である。それは、市場の狭隘化のなかでの米取引の多様化の限界もある。後の米価の形成メカニズムとの関係からも、生産者直売が容易に拡大する市場条件にはないのである。

(3) ネット販売、購入の急伸など

米流通・取引ルートの多様化は、それ以外の様々な分野でも生じている。なかでも最近の顕著な動きは、すでに言及したような、ネット販売の急伸である。米取引に際してのネット利用は、既存の流通・取引ルートの補完と、その代替との二面性を有する。補完とは、ネットの活用を通して、既存の取引ルートを維持するものである。取引ルートの変更をともなわない、たんなる取引方法の変化である。しかし、既存取引ルートにもとづく取引方法の変化も、米の取引態様の変化につながっている。消費者間で、ネットによる米購入の選好が強まれば、米流通、取引の様態の変化の加速につながるであろう。

これ以外に、政策的条件にも支えられて、加工用米、特別需要米の流通も増加している。このことが、主食用の米流通にいかなる影響を及ぼしているか、このことも米流通・取引の新たな動きをみる際の重要な問題である。とくに、

加工用米と主食用のなかで比重を高める業務用米の、それぞれの流通、取引の差異が何処にあるかも明らかにされねばならない。制度的には、加工用と主食用との流通は区分、仕分けされている。しかし、業務用と加工用（用途ごとの原料米の品質差の大きさとは当然としても）とのそれぞれに使用される米の品質上の差異は、必ずしも明確ではない。

とくに、加工用米の流通、取引が、米流通業者の取引上の地位にいかなる影響を与えていたかが問題である。新潟ゆうき社も、主食用の市場規模が狭隘化するなかで、加工用の生産、販売に一つの活路を求めていた。この際に、とくに全農や大規模卸売業者の加工用米の集荷、販売条件が問題となる。新潟ゆうき社に代表される、大規模生産法人が加工用米の生産、出荷拡大に活路を求めるとしても、その正否は加工用の取引条件に大きく依存せざるをえないからである。

(4) 卸売業界の再編

木村報告に紹介されるように、大規模卸売業者は卸売業としての従来の事業分野から、外食、炊飯、あるいは米加工など、米消費と関係する末端分野への事業進出を強めている。末端消費の米関連事業への進出は、集荷事業とあいまって、米のサプライチェーン全体への大規模卸売業者の関与の強まりを意味する。伝統的な米卸売業からの、明らかな業態転換である。吉田報告は、このような大規模卸売業者の事業展開を、米総合産業化の動きと表現する。米流通、取引ルートの多様化は、卸売業界の業界再編と同時に、大規模卸売業者を中心に、商社との資本提携をともなう新たな米関連事業体の創出を生み出しつつある。

ところで、米流通・取引ルートの多様化は、米価の動きと密接に関連するものである。流通業者間の米取引をめぐる新たな動きは、米価の形成メカニズムといいかに関係するものだろうか。米価の形成メカニズムは、米取引ルートの多様化とともに複雑さを増している。それゆえ、米価形成のメカニズムを正確に把握することは困難である。米価に関して利用しうる統計は、全農の相対価格以外には、先物取引を含むいくつかの現物市場での成約価格に限られる。しかも、利用しうる現物市場の成約価格も、市場取引される米価のごく一部を占めるにすぎない。米の流通・取引の核心をなす、米価の形成メカニズムをいかに理解、評価するか、この問題が今回の研究会における最大の関心事の一つとな

ったのである。

4 相対価格の不透明性、および米価形成メカニズム

(1) 相対価格の仕組み

コメ価格センターの解散以降、全農が発表する相対価格は、米の市場取引の基準価格、あるいは米価の指標に位置づけられる。しかし、全農の相対価格が市場の取引価格をどの程度、正確に反映するかには、多くの疑義が出されている。それは、中村報告に示される、相対価格と市中相場との大きな価格差にも明らかである。相対価格との乖離は、日本農産の市中相場に限らない。全米販（全国米穀販売事業共済協同組合）系流通業者の出資によって設立された、日本コメ市場での成約価格と相対価格の間にも、大きな価格差が存在する。

日本コメ市場の取引は、卸業者間の米取引を中心とするが、生産者サイドの業者もその取引には参加する。それゆえ、日本コメ市場の成約価格は、日本農産が発表する米価と同様に、市場取引を反映する米価の一指標である。日本コメ市場および日本農産のそれぞれの成約価格と相対価格との価格差は、時々の需給動向に応じて大きく変化する。前者は、市場の需給動向に敏感に反応して変動するため、概して、過剰時の両者間の乖離幅は大きくなる。とするならば、米価の基準とされる相対価格はいかなる意義を有するのだろうか。

その一つの答は、相対価格が設定される仕組みのなかに求められる。その仕組みを中村報告は具体的に示している。それによると、相対価格のベースは、系統農協が生産者に支払う仮渡し金である。それに流通マージンを上乗せしたものを、全農が米価の基準として卸売業者に提示する。これを卸売業者が了承すれば、相対価格となって発表される。それゆえ、相対価格は、基本的には全農の希望販売価格である。全農の希望販売価格を卸売業者が承認することによって、相対価格が米価の指標に位置づけられる。

(2) 相対価格の不透明性

さきに指摘したような相対価格と市中相場との価格差は、卸が全農から仕入れる調達価格が現実には相対価格を下回ること、そこに一因を求めることができる。それは、卸の仕入れ量などに応じて、全農が値引き（=払い戻し、バックペイと通称される）を行う、取引慣習にもとづいている。全農の希望販売価

格を相対価格として卸売業者が受け入れる最大の要因は、この値引き慣習によっている。仕入れ数量以外にも、どれだけ早期に契約数量を引き取るか、なども値引きの対象とされる。ただし、相対価格からどの程度の値引きがなされるかは、取引当事者（全農と卸売業者）以外には知る術がない。

相対価格からの現実の値引きは、ブラックボックスの世界である。このことが、米価指標としての相対価格を不透明にする最大の条件である。全農が相対価格方式を維持するのは、価格支配力の確保を目的とする。そこに、米集荷事業における寡占体としての、全農の地位の優位性が存在する。一方で、相対価格の仕組みは、卸売業者の米販売事業にもメリットを生じている。相対価格での契約を通して、保管コストなしに適宜に一定量の米仕入れを確保できる。加えて、実需者への販売価格の指標として相対価格を利用しうるからである。相対価格を実需者への販売価格の指標に利用すれば、相対価格からの値引き分はそのまま、卸売業者の収益源となる。

このことは、大規模生産法人の米集荷、販売事業にも該当する。新潟ゆうき社の集荷米の卸業者への販売も、全農の相対価格を基準とする。相対価格を価格交渉のベースとし、そのうえに産地銘柄の特栽米の品質メリットをいかに上乗せするかが、当社の販売事業の最大の課題となる。このように、相対価格は米価水準を維持するうえで一定の役割を果たし、生産者直売の収益性をも保障している。

しかし、相対価格は各種の値引き措置による不透明性に加えて、その方式を維持するために播種前契約などに依拠するなど、その具体的な運用のあり方は複雑である。そのことが、相対価格の基準価格としての信頼性を損なっている。播種前契約は、相対価格での卸売業者の年間購入量を播種前に契約し、全農の販売量を事前に確定するものである。全農にすると、播種前契約を通して、相対価格での年間販売量をある程度確定できる。播種前契約は、相対価格の有効性を担保する措置でもある。

しかし、現実には米の販売は様々な市場条件によって変動し、産地、銘柄ごとに売れ行きは相違する。このなかで、販売不振の産地・銘柄米も生じることになる。卸売業者は、事前契約した産地、銘柄米の販売が困難になると、播種前契約量の一部を履行できない。契約の中途破棄も余儀なくされ、規定にもと

づいてペナルティを全農に支払う。しかし、この契約の一部破棄にともなうペナルティの詳細も、当事者以外は知ることができない。

また、販売不振に陥った県産米の「全農県本部」は、在庫保有が増加すると相対価格を下回る値引き販売を余儀なくされるケースも、しばしば生じる。このような相対価格の値引きに際して、当該県本部の自由裁量はどの程度まで認められるか、この点も判然としない。これは、系統組織の一体化による全農の米穀事業に、系統組織内の利害調整問題を内在させることになる。いずれにせよ、ロットおよび早期引取などによる値引き、播種前契約などの相対価格の仕組み、あるいはその運用に複雑さが増すとともに、取引当事者間の個別事情が、その運用に影響する度合いは大きくならざるをえない。このことが、米価指標としての相対価格の不透明性を、一層増すことになるのである。

(3) 相対価格に内在する問題

それ以上に問題なのは、相対価格の米価指標としての役割、意味が、米の需給動向に大きく左右されざるをえないことである。需給逼迫時には、相対価格は指標価格として有効に機能しうる。売り手市場のなかでは、卸売業者は仕入れ量の確保を最優先するからである。2011年の東日本大震災の発生にともなう経緯は、その典型例である。対照的に、2010年および13年の過剰基調の時期には、米価指標としての相対価格の意味はほとんど消失してしまう。

在庫保有の累積を背景に、市場取引価格は下落の一途をたどるなかでは、相対価格による卸売業者の仕入れはほとんど進まない。この結果、生産者サイドの在庫保有は増大し続ける。このことが、米価下落に拍車をかける。米価下落は、窮屈販売的な様相さえ帯びることになる。要するに、全農主導の相対価格は、需給調整的な機能をほとんど果たせず、過剰基調を益々強めるように作用するのである。

そのことが、2013年半ば以降の、相対価格と市中相場との価格差の拡大に示される。繰り返しになるが、相対価格は全農の希望販売価格ゆえに、需給変動のなかでも硬直的に維持される。この結果、市場実勢に対して相対価格の引き下げには遅れが生じ、その引き下げも小幅にとどまる。価格は、本来、需給動向のシグナルとして需給調整機能を有している。相対価格は、その本質的な価格機能を果たせない。ここに、米価指標としての相対価格の最大の問題が存在

する。そのことは、全農の米穀事業の弱体化にもつながりかねないのである。

5 系統農協の集出荷量の減少と共販体制の弱体化

(1) 全農の米穀事業の後退

系統農協の米の集出荷量は減少を続けている。これは、食管制の廃止、食糧法の制定などの制度改編を通して、段階的に進行してきた。コメ価格センターの廃止、およびそれに代わる全農の相対価格方式のもとでも、全農の米穀事業の減退には、歯止めはかかっていない。

例えば、2011年産の系統農協の米出荷量は351万トンである。1996年の取扱い数量は631万トンであった。最近の15年間に、全農の集荷量は45%も減少している。系統農協の米出荷量の減少は、1の米市場の狭隘化が、その要因の一つである。同時に、集荷率の低下も、全農の米穀事業の減退を生む大きな要因をなしている。系統農協の米集荷率は、2011年には58.4%と、60%台を切るにいたった。食糧法の制定まで、農協の米集荷率は一貫して95%前後を維持していた。その後の集荷率の大幅低下をみると、系統農協の米集荷事業の独占が、いかに食管制度によって守られていたか、その事実を我々は改めて知るのである。

吉田報告によると、系統農協の集荷率は、食糧法制定にともなう生産者直売の急増とともに急速に低下するようになった。改正食糧法以降、生産者直売は伸び悩んでいる。にもかかわらず、農協の集荷率の低下に歯止めがかかっていない。08年に仮渡金が引き上げられた年を除くと、卸売業者などの米集荷事業の展開もあって、系統農協の米集荷率の低下は、依然として続いている。

この結果、全農の米販売高は大幅に減少するようになった。米価下落の影響もあって、2011年の全農の米販売高は6,912万円にとどまる。7年前の04年の1兆2,000億円と比較すると、2分1以下への減少である。さらに1994年と対比すると、11年の全農の米販売高は30%弱の水準に落ち込んでいる。これには、すでに指摘した集荷率の低下、米価下落に加えて、系統農協の米事業に占める全農への販売委託の減少も影響している。2011年産の系統農協の米販売に占める全農への販売委託の割合、すなわち、共販率は77%にとどまっている。これは、産地の単協の独自販売、すなわち、農協直販の増大と表裏の現象である。

吉田報告によると、農協直販は、最近、年々増加し、2011年には92万トンに達した。04年の農協直販は40万トンである。最近7年間に、農協直販は2倍以上に増加したことになる。全農の委託販売率の低下は、その共販体制の脆弱化を意味する。もちろん、系統農協の集出荷率および共販率は、米の主産県ごとに一様ではない。そこに、米の主要生産県ごとの、米集出荷における農協の位置、および系統農協の共販体制のあり方の相異を、我々は具体的に見ることができる。

周知のように、千葉、茨城、群馬の関東の米生産県は、かつての自由米の生産、販売の中心県である。この結果、農協の米集荷率は低い水準にとどまる。同様な傾向は、福島県にも見出せる。一方、系統農協の米集荷率は高いものの、共販率が低いのは、秋田、山形の東北の米主産県である。これに対して、系統農協の集荷率、共販率がともに高いのが、ホクレンへの組織結集力が強い北海道とともに、新潟、富山などの北陸の米主産県である。しかし、その北陸の米主産県でも、最近、新たな動きがみられるようになった。

(2) 「新潟米の販売問題」とは

ここでは、最大の米生産、出荷県の新潟を例に、系統農協の米穀事業が直面する問題を簡単に整理しておこう。これは、今回の研究会での新潟大学の伊藤氏の報告内容に全面的に依拠している。

伊藤氏によると、2012年産の新潟県の主食用米収穫量は59万9,000トンである。このうち農家保有米が10万トン前後を占める。このため、新潟県産米の市場出回り量は50万トンほどとなる。一方で、「全農新潟県本部」の集荷量は32万7,000トンである。この結果、系統農協の米集荷率は65%ほどと推定される。新潟県本部の集荷率は全農全体の集荷率を数ポイント上回っている。このうち、県本部が農協から委託される共販の数量は25万トン前後である。農協の集荷量の78%ほどを共販が占めている。新潟県の系統農協の共販率も、全農全体の場合にほぼ等しいか、それを若干上回っている。

ただ、12年産の新潟県本部の集荷率は、それまでの年を上回っていることに留意する必要がある。前々年の9年産の米価の大幅下落にともない、10年産の仮渡金は1万2,300円へと大きく引き下げられた。そして、仮渡し金の大幅引下げは、系統農協の集荷率の低下に直ちにつながった。この反省にもとづいて、

新潟県本部は、11年産米以降、仮渡金を操作して系統農協への結集を図っている。この結果、東日本大震災による需給逼迫もあって、12年産の系統農協の集荷率は上昇するようになった。一方で、単協の独自販売も増加を続けている。12年の農協直販は7万トンを上回る水準であり、新潟県本部の販売力にも影響をおよぼしている。

具体的には、新潟県本部による共販と、農協直売との市場での競合である。系統農協の一体的な販売体制の弱体化は、新潟県産米の販売力の低下と並行するものである。この背景には、米市場の変化にともない、最高品質米と市場評価されてきた「新潟コシヒカリ」が販売困難に陥る事態がある。これを、伊藤氏は「新潟米の販売問題」と呼んでいる。

氏によれば、「新潟米の販売問題」とは、端的に言えば、高価格ゆえに「新潟コシヒカリ」が売れない問題である⁴⁾。それは、「新潟コシヒカリ」の主要用途の家庭内食の需要減少に起因している。これは、すでに1、2で指摘したような、低価格志向、業務用ニーズの需要増にみられる米の需要構造の変化を背景としている。このなかで、新潟県本部による値引き販売は、他県産米のさらなる値引きの起点となりがちである。このことは、銘柄米全体のなかでの新潟県産米の位置づけ、全農の販売体制と関係している。要するに、全農の米穀事業、共販体制の維持にとって、新潟県本部には従前の共販による「やせ我慢」が要請される。

これは、従来の新潟県産米の系統農協の販売方法が、米の流通構造の変容のなかで、一つの壁に直面していることでもある。従来の「新潟コシヒカリ」の販売体制の強みは、その食味評価が広く浸透し、全国の多数の卸と広範な取引関係を築いていたことに求められる。そのことが、系統農協を主体とする安定供給体制を保障していた。安定供給体制は、系統の一枚岩による県内産地の抱き合わせ販売=共販力の維持を意味したのである。

しかし、米の販売環境が厳しさを増すにつれて、新潟県産米の従来のポジションの強みは弱みに転化しつつある。具体的に言えば、多数の卸との広範な取引は、特定卸との差別的な結びつきを困難にする。また価格の高さは、業務用（外食等）ニーズへの対応の点でも不利となりがちである。この結果、短期的な売り抜けによる販売対応が困難となる。また、地場市場が相対的に小さいゆ

えに、遠隔地販売への依存が高いとの販売体制の問題も抱えている。

(3) 共販体制の弱体化

こうしたなかで、さきに指摘したような、系統共販と農協直販が競合し、系統内の販売競争が強まりつつある。それは、系統組織内での情報共有の後退にもつながる。系統農協の組織内部でも、誰が誰にいくらで売ったかが分からぬ状況が生み出される。そのことが、系統農協の共販体制の後退の具体的な様相である。加えて、新潟ゆうき社のような、「岩船産」の産地銘柄をアピールする大規模生産法人の集荷、販売事業も、共販体制を掘り崩す一つの動きをなしている。共販が扱う一般の「新潟コシヒカリ」に対して、大規模生産法人は、産地・銘柄米の商品差別化を追求しうるからである。

このように、相対価格方式のもとでも全農の米穀事業の後退が続いている。それは、全農の共販体制の危機であり、系統農協の米穀事業をめぐる組織問題にも直結しかねない。予想を上回るペースで進む米の流通構造の変容のなかでは、不透明性に特徴づけられる相対価格方式は、市場動向によっては、系統農協の米穀事業に必ずしも有利に作用しないのである。各県本部間の競争、および主産県内の農協直販は、系統組織内の価格競争に帰着しかねない。農協相互間の相手を見ながらの販売対応、価格設定を生むことになるからである。相対価格による米価の「固定化」は、系統組織内で価格競争の回避に必ずしもつながらないのである。

このようななかで、全農が米穀事業をいかに再構築し、それに向けていかなる新たな方針を打ち出すかが注目される。集出荷シェアの低下にもかかわらず、全農は米の流通・取引量の過半を扱い、依然として米穀事業での寡占的地位を保持している。全農の米穀事業の新たな方針は、米流通、取引の今後の方向に大きな影響を与えるのである。

- 1) 農水省による当該年度の米需給総量は、その年の7月から翌年の6月までのものである。当該年度の米生産量に前年度の在庫量を加えたものから翌年6月末の在庫量を差引いて集計している。このため、前年の在庫量が当該年度の需要総量に大きく影響する。
- 2) 2014年産の北陸産コシヒカリの堂島商品取引所での先物価格は1万1,280円である（2014/4/12日本経済新聞、夕刊）。

- 3) 2014年4月に、精米購入量の38%はスーパーマーケットであり、米穀専門店の占める比率は3.7%にすぎない（「米に関するマンスリーレポート」平成25年5月、27頁）。
- 4) 2014年3月末の時点で、新潟県産米が他県産米と比べて、とくに販売困難に陥っているわけではない。2013年産米の「系統農協の集荷量に対する14年3月末時点での販売量の割合は、新潟米は47%と全国の42%を上回っている（農水省「米に関するマンスリーレポート」（平成26年5月）、13～14頁）。ただし、3月末時点での47%という販売量の集荷量に対する比率は極めて低いものであり、期末に相当の在庫保有を抱えることは間違いない。この意味で、「新潟米の販売問題」は克服されていない。