

[基調講演]

JA の米穀事業の現状と活性化への課題

吉田俊幸 (高崎経済大学学長 JA-IT 研究会副代表委員)

小麦、とうもろこし、大豆の価格が上昇している。ところが米の消費が増加するのかわいたら、価格等の問題でそうはなっていない。米等の用途別の価格をみると、小麦の価格が上昇しても、米粉パンその他と比べたらとても価格競争力がない。依然として米の価格というのは、主食用を除くと、米粉パンや米粉うどんなど新しい事態では価格問題に直面していくということがはっきりしている。

2007 年の秋で、米の全農の仮渡金が 7 千円とか 8 千円とか衝撃的な価格になった。そこで政府の緊急対策が行われ、価格面では収拾した。今年の当面の需給はなんとなく落ち着いてきているということが分かってきた。しかし、現場で話を聞くとこれは問題の先送り、また次に同じようなことが起こる可能性が高い。当面は良かったが、来年からどうするかということが現実だろう。また現場では、今の形の生産調整は限界にきているということがはっきりしており、それをどうするかという問題になっている。さらに生産調整にリンクした JA の共計・共販が行き詰まってきている。

米価維持を目的とする生産調整から消費者・環境視点の生産調整へ

生産調整政策については、3 年連続不作にもかかわらず米が過剰、米価が低落している。全国的に生産調整を行っていても現実には過剰である。統計で見ると、米の作付けは減少しているが、転作部分の作付面積はほとんど増加していない。米の作付面積で増加しているのは、水田の荒廃による減少である。つまり、生産調整によるものではなく、農業全体の高齢化や構造変革の立ち遅れが米の生産の減少なのである。もう 1 つは、いくら生産調整しても絶えず米の需要は減少している。データをみても、今後米の消費量は劇的に減少するということがはっきりしている。

このように水田農業の人と農地、土地利用、転作が空洞化している。それはこれまでの営農・政策面で限界が来ていることを示している。



農協に関しては、系統の米穀事業が弱体化している。農協の米穀事業は野菜などと比較すると、生産調整や米の集荷が主であり、営農指導や地域の将来方向に向けた事業をあまりやっているとはいえない。そうすると水田農家との関係が切れてしまい、集荷・販売面での競争力が低下する。消費者との接点も失われ、ますます生産者の農協離れが進んでいる。

新しい食料・農業・農村基本法の制定により、農水省は生産者のための省ではなくなった。国民経済のために農業農村が役割を果たす、そのための支援の省になった。生産者を守るとは一言も書いていない。書いてあるのは、1 つは国民に高品質な食料を適正な値段で安定的に供給する。適正な値段とは、消費者が判断するとされている。2 つは多面的機能、環境である。生産者政策は生産調整政策だけが残っており、米政策の内部矛盾が起きているといえる。

生産調整による 2 つの負のサイクル

価格維持の負のサイクル

米の消費は、1960 年代には、カロリーベースで 40% 程度あったが、現在は 20% 強と半分になっている。パン等の消費が横ばいであるのに対し、米のみが減少している。食の中での米の地位は低下しているのである。また価格維持によって産地の品種構成の歪みが生じている。かつての銘柄産地では、共販の維持による価格維持をしてきた。しかし、実際にはこれらの産地では 3 年位前から入札価格より実際の取引価格は低かった。今年に入って政府に買ってもらったり、価格を安くする事態となってようや

く品種などについて考えざるを得ないという動きになってきている。さらに価格維持には共販の維持が必要であり、流通の多様化ということができなくなっている。また主食用からその他の酒造用や米粉パン、バイオガソリンやエサ米等への転換が遅れている。

農協離れの負のサイクル

今回の政府の緊急対策のメリットを得たのは、生産調整をやらなかった「ただ乗り者」である。そのことによって、農協はこのただ乗り者を敵視せざるを得ない。そうするとそれらの生産者はますます農協から離れていくという構造にある。

水田農業の見直し

こういったことをふまえて、どうしていくか。

1 つは消費者に選択される米づくりである。農協米と民間流通米はどう違うのか。民間流通米は、確実に需要を確保している。全国的に注目されているのは北海道である。かつては政府依存だったが、現在は完売し、あきたこまちに匹敵するほどの価格になっている。なぜ変わったかということ、1 つは業務用米に絞り、販売先を確保した。もう 1 つは、国の基準ではなく販売先の基準で品質管理をしているためである。

JA-IT 研究会の会員に対するアンケートから、各単協でも、ある程度買取や仮払いを行う傾向にあり、最終需要者の確保の方向に向かってきている。これ

までの考えを変え、JA-IT 研究会で検討してきた、野菜や果実のマーケティング研究を米に合わせながらどうやっていくかということが我々の最終的な課題となる。米は、かつてはコスト積み上げ方式で生産者が食べられるかどうかから出発していたが、これからは消費者に選択される品種・品質・価格が基準となる。それと産地間競争から他の食品との競争という視点が必要である。

これからは誰に何をどういうふうにするかという視点が必要になる。それからそれを誰が生産するかということである。そのためには、販売先別の生産組織作りがポイントとなる。また生産者手取りの最大化、つまり店頭や業務用で売れる価格にするため、コストを最小化していくことが求められる。さらに販売ルートの問題では、地産地消、農協間連携が有効であることが分かってきている。

もう 1 つは米からの脱却である。これからの水田営農は、所得確保と仕事作りである。70 年代以降の農家経済の構造が大きく変化している。近年、格差社会のしわ寄せが農業・農村、特に農家に直撃している。そこで、むやみに規模拡大を追及するのはいいのかどうか。今後もコメ価格の上昇の要因はない。その中で日本に適した水田農業をどう模索するかが重要である。また多様な労働力と多様な形態づくり。これからは高齢化と女性の社会進出が一層進む。それに適した産業が農業だといえる。農協も地域での仕事づくりということが求められてくる。国際化が進むと地域資源型産業というのが残ってくる。これがこれからの農協の仕事ということになる。