

【基調報告 3】

変革期の米流通、水田農業、政策と産地戦略

吉田 俊幸 (JA-IT 研究会副代表委員・農政調査委員会理事長)

■ 米政策転換の本質を考える

水田農業はいま大きく変わろうとしている。農協の組織基盤、経営事業基盤が大きく揺らぐ時代に来た。人口減、高齢化社会の中で、米の消費や流通が変化している。そして米政策の転換は、新しい産地戦略を考える上で重要なポイントだ。



今回の生産調整見直し、および経営所得安定対策見直しの本質は何か。戸別所得補償について、自民党は「ばら撒きだから反対だ。多面的機能直接支払を導入する」と言っていた。品目横断経営安定対策と水田フル活用は民主党政権前の政策だが、これに自民党の新しい政策が加わった。それが今回の政策転換の本質である。その問題は、民主党が自民党時代の政策について検証抜きに戸別所得補償を導入したこと、そして自民党も戸別所得補償の検証抜きに政策転換をしたことにある。猫の眼農政とは、正にこういうことを言う。戸別所得補償の交付金を 15,000 円から 7,500 円に半減させた根拠は全くない。

ただし、今回の生産調整のポイントは、生産目標数量割当を縛っているのは米に対する直接支払いしかないということ。たとえば大豆や小麦その他の交付金は、米の生産調整目標数量割り当てとは関係なく支払われることになっている。米の直接支払いとは戸別所得補償しかない。だから自民党が戸別所得補償を止めると言った時に、既に自民党の公約には生産調整を止めるという公約が内包されていた。多面的機能直接支払について、検証時のペーパーを見ると、それをどうするかという議論はあったが、生産数量目標割り当てと結びつけることはできないとなっていた。5 年後に戸別所得補償を止めるのだから、生産調整目標の数量を縛る制度的な根拠はなくなる。だから戸別所得補償をなくすことは生産調整目標数量割当をなくすということと同じなのだ。生産調整を止めることが前提ではない。そこをマスコミが変な報道をしているからおかしい。

そもそも自民党の政策公約は生産調整目標数量割当をもたらす政策的な根拠はなかったということ。マスコミは「生産調整を止めるのは画期的」と言っているが、これは既に自民党の公約に入っていた。このへんは、皆さん鼻をつままれたようになるが、論理的にいくとそこなのである。そこを理解しないと今回の政策はとんでもない決断だということになる。これがもたらす影響についても検証していない。配られた資料にある「飼料米で儲かる」とするシミュレーションなどは、本当か?と思うような部分が相当ある。このことを理解していないと、たぶん現場で混乱が起きるだろう。要するに戸別所得補償がなくなるということが全てであって、それに代わる新しい生産調整目標数量割当を縛るものがなくなった、すでにこういう仕組みになっていたと、林農水大臣が 3 週間前にテレビで言っていた。ここがポイントで「米の直接支払い 5 年間 7,500 円」が一つの生産調整目標数量割当を縛る基準である。7,500 円

で生産者が縛られるか縛られないかは、今後問われてくる。

戸別所得補償を導入する前、北海道全体は生産調整目標をオーバーして転作していた。というのは、麦や大豆、野菜を作るほうが所得は多かったからだ。ホクレンは必死に作付けを維持した。JA いわて花巻でも、大規模な法人は麦、大豆のほうが儲かっていて米はあまりもうからなかった。交付金が 7,500 円になり、米の作付け増が出る動きがある一方、麦、大豆を強化する動きがあった。JA 邑楽館林は米をほぼ全量売っているが、主食用米より転作した加工用米のほうが儲かっている。これからの産地は、何でも主食用米をやるというのではなく、このようないろいろな制度を検討し、どれが儲かるかを考えなければならない時代に入ること間違いはない。

次に最近の米の情勢を見てみよう。平成 26 年度の米生産目標は 26 万トン減となった。昨年、全農は米価をかなり高く据え置いた。余っているのに据え置いたため、今年の米の販売には皆さん相当苦労されている。来年度以降の米の需給でも、また米生産目標を 26 万トン減らして市場を隔離すると、米の価格は乱高下する。このところ、3 年に一度ずつ乱高下し続けており、これをどうするかということも今後の米の問題を考える上で重要だ。安定取引、安定販売により自分で責任を持つ時代が来ている。

■ 従来型水田農業の空洞化と農家所得の減少

「水田農業地帯は兼業農家、規模は零細」と言われた時代はもう終わりに来た。これは、農協の組織、経営基盤が危ないということだ。農地 2ha 未満の販売農家が全国で 3 分の 1 も減っている。平成 22 年に JA いわて花巻で実施した 5 年後の農業の従事状況についてのアンケート結果をみると、「誰も農業に従事していない」22%、「法人化、集落営農に任せる」11%、「経営の全部を委託」20%。農地 10ha 以上の米販売農家でも、同じような傾向を示している。つまり組織経営体（法人）が農業構造を規定する地域がかなり生まれてきている。ただし、10ha 以上の層でも高齢化、担い手不足の問題が出てきている。さらに、園芸地帯でも、施設園芸や果樹で深刻な担い手不足になっており、農協にとって大きな問題である。農協は、法人や大規模経営とどう関係を作っていくかが、農業構造を考える上で大切である。

さらには、農家所得が減ってきている。米は 1984 年がピークだったが、2008 年では 48%にまで価格が要因して所得が減った。米だけが価格要因なのである。野菜なども同じ傾向が出ているが、米は価格が下がって生産調整をやりつつもまだ皆作っているという状況だから、米依存の地域農業は国内では限界が来ている。農地価格や小作料もずいぶん下落しており、約 10 年間で 3 分の 1 にまでなった。ということは農地を持っていても形骸化していることになる。地方を回ってみると、平場でも農地は邪魔だと相続の前に皆売ってしまう。「農地はいらない」という時代になった。農地の担保価値がなくなると、金融事業において非常に大きな問題が出てくる。農協は銀行と貸付競争になる。

構造の変化をもう少し詳しく見ると、青森県五所川原市では農地 5ha 以上の農業経営体層が 46%いる。花巻市では 30~50ha 層が 3~4 割も占めている。新潟県の三和村は平場だが、20ha 以上の層が農地面積の 44%を占めている。

このように、規模の大きな層が面積で 3 割 4 割を占める状況になってきた。そうした層と取引ができない農協は、経営基盤がなくなるということだ。5 年後には、間違いなく更なる構造変動が起きるだろう。

五所川原市と山形県鶴岡市の例で、どのくらい規模が激しく拡大しているかを見よう。五所川原市では、5年間で12~20haも経営面積が増えている。5年間の借入目標面積は50~100haにもなる。鶴岡市でも今まで拡大してきた面積を5年間でどっと増やしている。借入面積の目標30ha、50ha、100haは、ヒアリングしていくと5~10年で現実的に可能と思う数値だ。それぐらい変化が起き始めている。2010年センサスで起きた変化と2015年センサス、さらに2020年センサスと、水田地帯は本当に大きく変わるだろう。これを共有して農協の水田事業をどう考えるかが問題になってくる。

■ 米販売と水田経営の格差、米消費減・価格低下の進展

米の販売は多様化している。米専門的なところは自分で売っているが、複合経営で大規模なところはむしろ農協に出荷している。米は面積をこなして、その分、他のものに集中できるため、いろいろな経営の形が考えられる。だが、これから米価が下がった時には、20ha以上層でもかなり経営が危ない。これから米価下落の可能性のある時には経営の労賃が出ない。経営収支を考えた時に、大規模の稲作経営をやっても米の直接支払い交付金7,500円が効くかどうかはわからないが、実際の価格低下から見ると、米はそれ程儲かる産業ではなくなってくる。自分で売っているところは何とかなる。一俵あたり500円、1,000円という所得を確保するのは、規模が大きくなると経営に非常に影響する。生産者手取り優先や流通コストが、これから農協がこの辺の人たちと付き合う上で重要である。

米の消費量は、全体としてずっと減少している。だが、弁当における消費量はとても増えている、レトルト米飯なども増えてきている。26年度の米生産目標が26万トン減り、昨年、外食産業や中食では安い米が足りないということが起きた。その時にどう対応したか。弁当ではご飯を少なくし、外食でもご飯の盛り付けを少しずつ減らした。その量は10万トンとも15万トンとも言われている。ところが今年になっても、消費量の減少が全然回復していない。去年の米価格高騰で外食でのご飯の使い方が変わってしまったが、これに対する対応が全くされていなかったからだ。価格が上がると、コンビニ弁当や中食、外食での盛り付けが変わるので、米の消費は回復しないというのが一部の業界筋の見方だ。これはかなり正しいのではないだろうか。

米の価格や消費のレポートはJC総研と米穀機構が出している。JC総研の購入価格帯の調査結果をみると、2013年は5kg当たり1,500円未満の米購入が減った、だが、高い価格帯の米購入はあまり増えていない。米の産地は良質米で、この辺を狙っているのだが、需要は低価格志向にある。これは家庭での購入だが外食も同様だ。産地は購入者が少ないところを一生懸命狙っているからマーケティングもなにもない。この5年間ずっと米が余っているのは新潟コシヒカリ。価格帯の高いところが余っているということ。購入時に一番重視される点は価格、それから産地、品種、食味、年産と続き、安全性も重視されてきている。また、JC総研はおもしろい調査もした。米の価格が上がった時、100円以内の上昇なら買い方が変わらない人は83.2%だが、100~200円上昇すると、米のランクを下げる人は10%、200円以上上昇になると24%がランクを下げ、12%の人が量を減らすという結果が出た(平成23年)。購入行動の習慣性はあるが、購入価格に対し上方硬直性があるということになる。つまり、家計の中で米の支出は決まっている。こういう時代になった。

■ 米に対する評価と価格動向

全中が 3 年前に行なった調査をみると、朝食に米を食べる人は 29%しかいない。夕食でも 59%に留まっている。国産米価格評価で、新潟コシヒカリ茶碗一杯 37 円、秋田アキタコマチ 31 円が適当な価格だと思う人は 43%、高いと思う人 30%。安いという人は 10%しかいない。政策金融公庫も同じような調査をしていて、「現在の価格が妥当」という人が 54%となっている。また、輸入米に比べて 3 割超の価格でも国産品を選択する人は 35%おり、高くても国産品を買ってくれる人は多い。

実は価格形成が変わってきている。新潟のコシヒカリと北海道のきらら 397 の価格差を見ると、年次によってとても変動している。今年はずいぶんゆめぴりかが新潟コシヒカリを上回った。関東のコシヒカリと未検の雑米は吉野家など安い外食店舗で使うが、これも価格がかなり変わってきている。今まで新潟コシヒカリを頂点に、北海道米は最低として品質別の価格形成、全体需給を行なってきたが、品質と銘柄の需要が形成されて低価格米の需要が固定化してきた。従って低価格米の部分の需要が硬い。それと同時に需要別需給における価格形成があった。平成 23、24 年では北海道米と東北米の価格差は逆転している。作付け品種と需要との乖離が生まれていると同時に、用途別・需要別にどうやって売っていくかという時代が変わってきた。もう一つ重要なことは価格が乱高下していること。価格センターがなくなってから、全農の相対価格という表面の部分と実需との間に乖離がある。おおよそ 3 年に一度ずつ全農の相対価格との間にひずみが出ると暴落が起きる。そして需給調整をやる、というような形がある。

米の購入先調査を見ると、スーパーが若干減少傾向だが一番多い。注目は、インターネット販売が躍進していることで、米穀機構の調査では生協とほぼ同じにまで増えている。また、ドラッグストアと D S (ディスカウントストア) での販売は完全に定着した。スーパーはドラッグストアと D S に食われ、生協はインターネットに食われている。楽天での販売が 6 割を占めており、その売上げ規模は大手スーパーの売上げ規模に達した。これに対して生産者の直売はやや減っている。生産者直売は平成の大凶作の時に大きく増えたが、その顧客は高齢化して食べなくなってきたためだ。若い人はネット販売に行っている、と彼らは評価している。その理由は、ネット販売は産地などを選べるからだ。もう一つ配達型が伸びている背景だが、米穀機構で購入数量を調査したところ、スーパーでの購入は件数に比して数量が少なく、生産者直売ではほぼ同じぐらい、直売は数量が大きい。ネット販売も大きい。持ち帰り型は件数に比べると数量が少ないが、配達型は件数に比べて大量に購入している。つまり、配達してくれるところではたくさん買うが、持って帰るところでは少量になってきた。産地はこれをどう考えるか。ネット販売に対して、農協はどう取り組むかという問題は非常に重要になってきている。一方、コンビニやスーパーでは、買い物難民対策に取り組み始めている。この買い物難民にも農協はどう対応していくか、これは米の販売だけではなく社会的な問題である。

生協は店舗購入が減ってきているが、維持しているのは配達型。パルシステムなど、産直型による産直米と年間契約が主流になってきている。米は店舗購入よりも宅配の方が増えており、さらに予約登録米が増えている。コープネットでは、北海道米に人気が出ている。

■ 米流通の流れと卸業者の動き

一般消費者向け精米は 330 万トンだが、外食と中食を除くと流通に乗っているのは 150 万トンぐらいしかない。外食、中食のほうが多いということだ。一般消費者精米のうち小売は 180 万トンで生産者直売は 130 万トン。生産者が売っているのは一般消費者に 130 万トン、小売に 25 万トン。卸売業者は小売に 240 万トン、外食・中食に 160 万トンを出している。仕入れは、全農が平成 21 年は 289 万トンだったが今は 230 万トンになり、その分仕入れは多様化してきている。また、一般消費者から外食・中食を引いたものは生産者直売や無償譲渡より大きい。外食・中食は卸売業者と専門米穀店、生産者直売。だから町の米屋は今外食・中食中心になっている。

もう一つ卸売の問題ではどう変わったかということ、卸は、かつては非常に多かったが、平成 19 年には 5 万トン以上を扱うところは 20 社しかなく、約 60%を扱っている。平成 22 年度は半分以上が販売を減らしている。米取扱率 90%以下 100 億円以上の売り上げの業者は精米比で 61%のシェア、米取扱率 90%以上で 100 億円以上の業者では 64%、その中で玄米とかMA米（ミニマムアクセス米）が増加している。全農の県本部は、米は大手卸売 5 社と地元にはほとんどを売っている。売り先は県本部でも掴んでいない。卸業者に丸投げしている。卸が全農の代行をしているため、玄米やMA米が増加しているのだ。大手卸の神明は、平成 23 年に 55 万トンの玄米、加工用米、新規需要米を確保すべく産地と契約栽培をしている。加工用米は全農のシェアが激減している。全農は新しい動きはできない。産地との関係では、新しい品種、県の奨励品種以外のものを神明や木徳神糧など卸業者が組織している。今、北海道米は食味が良くなったので、吉野家の牛丼に見合う米がなかなか見つからないため、新しい多収品種を卸業者が開発し、海外展開もしている。外食と業務提携もしており、業界 2 位と 3 位の元気寿司とかっぱ寿司が統合し、その筆頭株主は神明だった。また無菌包装米飯を作ったり、兵庫で実験的に生産法人を作って米の宅配事業を始めた。木徳神糧も 36 万トンを超える。神明と木徳神糧の二つではほぼ 100 万トンを超えている。全農本体は 200 万トンだ。かつては全農本体が 300 万トン超で、卸売二社で 40 万トン程度だった。このように、だいたい米卸業者の力が強まってきている。大手卸が必要と業務提携したため、全農の販売は徐々に減り大手実需者との安定取引は 100 万トンしかない。神明など大手卸は全農販売の 7~8 割を占め、産地と提携もしている。

また、大手卸業者と商社の提携も進んでいる。たとえば、神明は商社である三菱商事と業務提携をしている。ここは同族会社だが、三菱商事は神明の株を 15%保有する。さらにミツハシには 20%出資して社長を派遣、子会社化している。伊藤忠食糧販売と伊藤忠ライスは統合したが、更に日本アクセスに卸統合する。三井物産は米卸の三井食品を完全子会社化、全農と丸紅の業務提携もある。こうした形で、大手卸業者と商社との提携がいろいろと始まっている。それから、農機具、米菓、日本酒メーカーが米関係にずいぶん参入している。国内では目立たないが、米の輸出はここら辺がやっている。

では中堅の卸業者はどうか。こちらは全農離れが起きている。ある卸業者の売上は 5 万トン未満だが、その仕入れは産地業者が 80%、連合会が 10%で全農はない。販売先は外食が大半を占め、農協直売が多い。中堅では、全農中心のところと全農離れしているところがはっきり分かれてきている。卸といっても全農と取引しているわけではなく、むしろいろいろなところが入ってきているのである。小売の仕入れは卸関係ではなく、産地にかなり入り込んでいる。産地、消費地卸、農業生産法人と、販売業務用が 50%を占めるのが分かる。かつて産地の米の販売先は全農、卸、小売と続いたが、今は流通の動きが

多様化していきっている。そこにどう対応していくかを、産地としては考えなくてはいけない。

食品卸業界でも、ずいぶんと再編が起きている。三菱食品は菱食などの卸が統合し 2011 年に誕生、売上高 2 兆円にもなる。日本アクセスへは伊藤忠系卸 3 社が統合した。

世界的な食糧需要が増加し、日本は買い負けしている。買い負けとはお金を出しても買えないこと。「ランドラッシュ」と言われ、中国やインドなど多くの人口を抱え食料需給に不安のある国が他国の肥沃な農地まるごと買い上げているためだが、三井物産も丸紅など日本の商社もランドラッシュをやっている。たとえば、丸紅は米国穀物取扱い第 3 位のガビロンを買収して、世界一の穀物商社になろうとしている。

商社は、日本国内に食糧を供給するだけでなく、今後の世界的な食糧需給の事情から、三国間貿易を考えている。その一環として先ほどの食品業界の再編がある。それを通じて商社は米の業界に食い込もうとする。そういう流れを理解してほしい。

■ 系統共販の見直し

食糧法が平成 7 年に施行された以降、第一期に、米が農協出荷から生産者直売に変化したことは大きな特徴。農協の計画流通米は 631 万トンあったが、第二期の平成 13 年には 482 万トンに減り、16 年度以降は単協の直売が大きくなった。その結果、全農委託より農協直売と生産者直売の生産数量合計のほうが高くなったのを見ると、農協の委託が少しずつ減っているが、実は全農の委託はずっと減ってきている。だが、逆に単協直売は増えてきている。農協の米販売高は 20 年に 9,775 億円だったが 23 年では 9,328 億円、系統利用率は 77% だ。系統利用率の低い県は、秋田 50%、鳥取 54%、群馬 56%。群馬などは農協に集まる米がだいたい 3 割しかない。利用率の高い県は福岡、島根といった米の非産地県が多い。農協の米の販売手数料は平均 4% だが、群馬は 11%、茨城と福島は 9%、千葉と兵庫が 8% と、県によってバラバラだ。

すでに各農協は、系統共販ではなく多様な売り方をする時代に入っている。全農の米販売高は、平成 6 年には 2 兆 4 千億円だったが 23 年には 6,912 億円に減少した。全農が今がんばっているのは播種前・収穫前・複数年契約。24 年は増えたことである程度価格維持できたという側面もあるが、今年はだいぶ減っている。全農は米事業の改革でこういう目標を立てている。取扱数量 280 万トン、これは実は減ったのだが、これを 300 万トン以上に増やす、その内大手実需者安定取引、全農がほぼ確実に売先を掴んでいるのは実は 100 万トンなのである。あとは大手卸に任せている。これを 140 万トンにしようと、その内精米は 96 万トンくらい、こういう計画ですが、実態はこんな状態だと。大きな問題は加工用米、18 万トンあるうち全農は 6 万トンしか扱っていない。飼料用米もこれしか扱っていない。米粉用米はやや高い。備蓄用米でもいまはいろいろな所が入ってきている。加工用米もはっきりしている。この新しい取引は全農があまりもうからないというのでやらなかった。加工用米はかつて 100% だったのがそうじゃなくなってきたので、今は神明だとか各生産地の JA がやっていて、農協ががんばっている JA 邑楽館林は加工用米をがちり押さえている。そういう流れで見た時に産地の農協さんはどう考えていくか、全農に皆預けても実はこれくらいしか売り先がはっきりしていない。あとはその時の相場に聞いてみるという状況だ。

系統共販を見直すポイントの一つは全農の問題だ。過剰米対策は販売残が出ないようにやりなさいとされている。実需者ニーズを踏まえた生産提案や JA と連携した県域ごとの生産・集荷・販売戦略の構築による玄米販売をきちっとやりましょう、それから「委託共計、委託非共計・買い取りなどの地域の実態に応じた多様な方式」の集荷をやりましょうとしている。かつてのように共計全部ということを全農ももう言っていない。野菜で言えば、市場取引にもいろいろ手数料があるのと同じだ。私は農協から相談を受けると「自分で売るのが慣れていないなら、委託非共計はいいよ」とアドバイスしている。手数料が 1% ぐらいで全農が面倒を見てくれるからそのほうがいいのではないかと思う。そういうことも産地の農協は掴まないといけない。播種前・収穫前契約を主体にした複数年契約については、全農はだいたい年間取引量の 3 割やりたいと言っている。申込み時期の提示価格を基準に 5~20% の変動幅があるが、ホクレンは農協と実需者を契約させてその後追認する。あとは加工用米や備蓄米については、今年はどうなるか。プール計算をやるというが、来年からはどうするのだろうか。

■ 政策転換と水田産地戦略

従来型の水田経営、米穀事業から農協は脱皮しなければならない。水田農業の構造再編及び米価下落・消費減による政策転換は、農協の組織、事業基盤をぜい弱化させ、大規模経営のシェアを拡大させた。農地価格の下落という問題にどう対応していくか。従来までの気分でやったら先細りだ。地銀との融資の有利性も弱まってきている。融資で言えば、6 次産業ファンドもばかにしたものではない。今、大規模経営者と企業の共同出資会社がどんどん生まれている。農地所有の経済的社会的条件の脆弱化とは、正に農協の基盤が崩れること。多面的機能直接支払や農地の中間管理機構は、戸別所得補償の 1 万 5 千円より農協にとってはチャンスではないだろうか。多面的機能直接支払は個人ではなく集落に交付し、何かの事業をするようにしなくてはいけない。農地の中間管理機構も、修正案が国会を通り、初めは全部公募としていたのが、地域の担い手や地域の実状に応じてやることになった。ここに農協の出番がある。農業構造再編のこの時に、これらを上手く使って多様な農業経営をやっていくこと、地域資源を保全・活用していくことは、これからの農協をつくるチャンス。これをやらなかったら農協の基盤はなくなる。

また、米の消費減・米価下落による農家所得減に対しては、米づくりから地域経営、所得確保、米とともに園芸、6 次産業化。特にこれからは需要開拓型の産地づくりをし、6 次産業化も需要創造型を考えていかなければならない。例えば JA 馬路村は需要創造型をやっていた。加工をやっても新しい需要を作るわけではなく競争だ。黒澤さんは 6 次産業化の相談を受けているが、食品加工は一つや二つではなく、20、30 と商品開発をしなければダメだ。新しい需要を開拓するなら、いろいろな商品が出てくる。だから需要創造型、もしくは地域流通を考える、今まで食品産業から買っていたものを地域の直売所等で売っていくことを考えなければいけない。米は今までは奨励品種だけだったが、新しい品種がいろいろ出てきた。これにはもうちょっとアンテナをもたなければいけない。

販売を軸とした農業の再編、産地戦略を考える。これは昨日の JA 横浜と JA こばやしの報告を米地帯も参考にすべきだ。JA-IT 研究会でやってきたことを、米の部門ではきちっとやりたい。戦略の一つ目は、生産者手取り最優先と平等原則から公平原則へ。米の産地はみな悪平等原則。努力してもしなく

でもいっしょくただ。生産者手取り最優先というのは高く売るのではなく、安定取引でかつ流通コストを押さえ、資材は豊富に安く売る。そのためには品目、販売先に応じた契約取引、共計、買取をする。その代わり、弾力的な価格設定や安定取引も考えていかななくてはならない。

また、画一的な生産販売体制ではなく、販路・実需者別に地域・栽培体系別生産者を組織化する。これは JA グリーン近江がやっており、JA 越後さんとうも酒米等でやっている。さらに、需要開拓、提案型販路開拓で量販店、大手外食等のニーズに応ずる。米菓や酒の加工用米、地場産業や農協間連携、学校給食などのニーズだ。例えば、リゾット米は白米の一粒から 5 年かけて育種したが、その需要は結構ある。なんでもコシヒカリがいいというのではなく、様々な需要に応じた米を考える時代になった。

多様な担い手を育成して多面的利用をしていく戦略も必要だ。農協の全利用システムの時代はもう終わった。個別事業連携で、JA 越後さんとうや JA 上伊那は法人にサイロを貸して利用料や出庫手数料を取っている。その代わり、産地として統一した肥料や農薬を農協から買う。「大豆などいろいろな作物は農協さんが世話してくれる」という。世話してくれた営農指導員が来て「ちょっと出してくれ」というと付き合わざるを得ない。そういう関係をこれからつくっていかなくてはならない。JA 邑楽館林もそここのところははっきりして、全利用ということは考えていない。

これからは施設を建て直さなければいけないだろう。今のカントリーは全農共販型の仕組みである。JA 越後さんとうのサイロは小さく、それをもっと進めたのは JA グリーン近江だ。サイロを小さくすれば、法人が一本ずつ借りられる。農協単独で大きなものやっけていくのは無理である。大規模経営の大口メリットでいうと、大規模経営者の組織化は毎年増えている。また税務記帳の代行、産地戦略に沿った栽培基準を作って、総合的に一人の法人ではできないことを産地でやりましょうということならば、法人は必ず付いてくる。そういう時代に来ているのではないか。それがこれからの産地戦略だろう。

来年から 5 年間、産地は相当変わって混乱すると考えられるが、これは生産調整を止めたからではなく、戸別所得補償が元々そうになっていたからだ。7,500 円がどこまで持つかということもあるが、全体の構造で見ると、制度が変わると、米はどうも「制度が悪い」と言うのだが、実は制度と同時に農業構造や流通消費が変わってきている。農協はその対応をきちっとやって、新しい産地戦略を作っていくことが総合的産地戦略の時代だ。その面では、昨日の JA 横浜や JA こばやしの例を米に還元したらどういことができるのかを考えたい。以上で私の報告は終わります。