

系統農協の米共同販売における早期契約の意義と問題点

—ホクレン，きたそらち農協を事例として—

小池(相原)晴伴

(酪農学園大学)

Significance and Problems of the Early Contract in Rice Marketing by Agricultural Cooperative
(Harutomo Koike-Aihara)

1. はじめに

2004 年 4 月の改正食糧法の施行によって，流通業者の区分，計画流通制度が廃止され，2011 年 3 月にはコメ価格センターが廃止された。これらの改革により，国が定める制度としては，時期別の出荷調整や統一的な価格形成の仕組みがなくなった。そのため，米市場において，取引や価格形成の分散化が進み，大手の実需者（メガ・バイヤー）が産地への価格引き下げの要求を強めるなかで，全農県本部・経済連（以下，県連）にとって，価格交渉力を強化する必要性が高まっている。

このような状況の下で，系統農協は，米の共同販売（以下，共販）において，播種前契約，収穫前契約などの早期契約を推進している。早期契約には，直接的な販売先である卸売業者だけでなく，スーパー・生協や外食産業など実需者を含めて契約が行われるものもある。県連や農協の販売戦略において，産米の品質・食味の向上に加え，契約・販売の時期・手法が重要となった。

系統農協の米共販における早期契約については，小野〔6〕による「大規模量販店等のバイイング・パワーに対する対抗力を強めようとする試み」という評価がある。また冬木〔2〕は，メガ・バイヤーへの対応として，「系統農協の役割があらためて重要」となるとして，「契約的・安定的な取引が推奨されている」なかで，「一つの産地で様々な販売方法に対応できるような体制の構築」が必要であることを指摘している。これらの評価・指摘は正しいと考えられるが，系統農協の米共販における早期契約に関する事例分析に基づいた実証研究は行われていない。

そこで本稿では，ホクレン，きたそらち農協を事例として，早期契約の実態を整理し，その意義と問題点を明らかにすることを課題とする。なお，早期契約のなかでも，播種前 4 者契約を中心に検討する。

ホクレン，きたそらち農協を事例とした理由は，早期契約を積極的に推進している先進事例であり，播種前契約の取扱数量が多く，早期契約の意義や問題点が鮮明に現れると考えられることである。

2. 米取引の状況と播種前契約の概要

1) 近年の米取引の状況

第 1 図は，主な産地銘柄別の相対取引数量をみたものである。銘柄によって売れ行きに大きな差があることがみてとれる。2009 年産では，北海道米については，不作であったこともあり，きさらぎ 3 月 7 は翌年 3 月末にはほぼ販売が完了していた。これに対して，秋田あきたこまち，新潟コシヒカリは販売が遅れた。

相対取引価格についても，年産によって大きく変動している。2003 年産は不作で価格が上昇したが，それ以降 07 年産までは低下し，08 年で上昇，09 年産で低下，10 年産では大幅に低下，11 年産では大幅に上昇している（註 1）。また，同じ年産でも，時期別に価格が大きく変動することもある。たとえば，2009 年産では，当年 9 月から翌年 8 月にかけて，全銘柄平均価格は 60kg 当たり 1,000 円以上，下落した。

このように，米の販売進捗や価格が不安定ななかで，県連にとっては，古米在庫の負担を避けるため，早期に販売先と契約を結ぶことにより，販売数量を確保し，販売価格を安定させることが重要となっている。

2) 播種前契約の概要

従来、県連による米販売では、数量契約方式が中心的な取引手法であった。数量の契約を行った後で、受渡時期別の価格は、コメ価格センターでの取引価格を基準に設定されていた。1998年産には特定契約として、収穫後に、県連・卸売業者・実需者の3者で数量・価格・引取期限をセットとする契約が導入されたが、近年まで、拡大しなかった。

全農による播種前契約の推進は、「新生全農米穀事業改革」

(2005年10月)に掲げられ、2007年産から、播種前契約、収穫前契約が本格的に導入された。播種前契約の主体は、2者契約では県連・卸売業者、3者契約では実需者が加わり、4者契約ではさらに農協が加わる。播種前契約は、4月までに「確認書」を取り交わし、数量と基準価格が定められ、出来秋に、作況に応じて価格の調整が行われる(註2)。「新生全農米穀事業改革」では、播種前契約は、全農による統一的販売における販売力強化の手段として位置づけられていた。

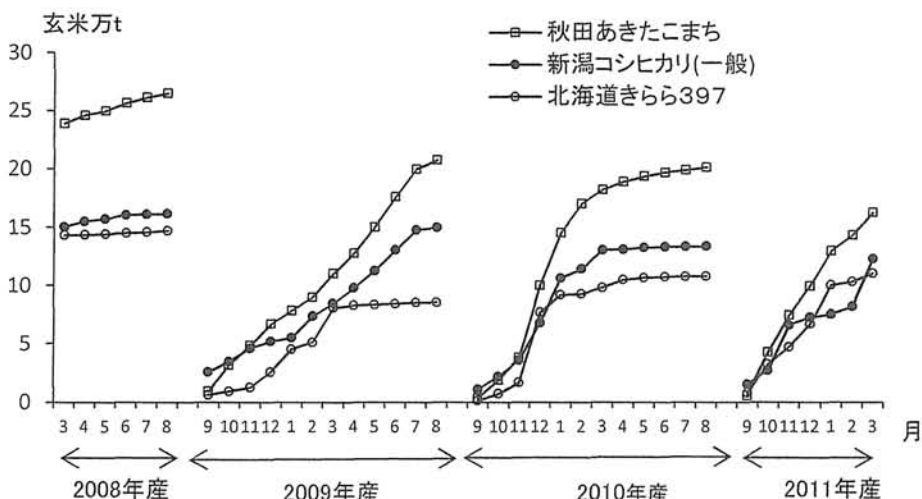
しかし、全農の米取引の方針は、「22年産米生産・集荷・販売方針」(2010年3月)によって、大きく転換した。全農による統一的販売の方針が後退し、県連レベルでの販売推進が強化されることになった。ここでは、播種前・収穫前契約は、県連レベル、さらには農協レベルでの弾力的販売の手段として機能するようになったといえる。

県連による播種前・収穫前契約の数量は全国的に拡大傾向にある。全農県本部の合計でみると、2007年産の27,447tから08年産の211,060tへと増加し、09年産では128,162tへと減少したものの、10年産では465,214t、11年産では905,070tへと増加している。県連別にみると、11年産では、新潟県本部、宮城県本部が10万t台前半であるが、ホクレンは20.9万tと飛び抜けて多い(全農本所資料、ホクレン資料による)。ホクレンの取扱数量が多い理由として、従来から、産地指定の受入や特定契約によって実需者との結びつきを強化してきたことに加え、品質・価格の安定がとくに要求される業務用米としての販売が多いことがあげられる。また、ホクレンは全農と統合せず、経済連として存続しているために、販売先の確保において、一定の独自性を持っていることも理由として考えられる。

3. ホクレンの共同販売における早期契約の推進

近年、北海道米の販売が好調である。その要因として、良食味品種が開発され、品種変更が行われたことに加え、大型集出荷施設の整備、品位区分別集荷の導入などによって品質が向上し、均質で大量の米の出荷が可能となったことがあげられる(註3)。また、ホクレンが2005年産から特定契約を導入し、業務用米を中心に販路を開拓し、実需者との結びつきを強めたことも大きい。

ホクレンは、2007年産から、共同販売において主要3品種(ななつぼし、きらら397、ほしのゆめ)を対象に早期契約を導入した。播種前契約や収穫前契約によって、販売先の卸売業者や実需者を早期に確保した上で、出来秋以降には、特定契約によって販売するという戦略である。



第1図 米の主な産地銘柄別の相対取引数量(累計数量)

資料：農林水産省「米に関するマンスリーレポート」。

註1：一定規模以上の出荷団体・出荷業者が卸売業者などと主食用の相対取引契約を行った数量である。

2：数量と価格が決定した時点を基準とした数量である。

第1表 ホクレンによる米の共同販売における契約状況

(単位：千t、%)

			2007年産	2008年産	2009年産	2010年産	2011年産
販	売	計	320 (100)	384 (100)	309 (100)	374 (100)	378 (100)
契 約 実 績	合	計	314 (98)	...	228 (74)	...	376 (99)
	政	府	—	...	20 (6)	...	—
	入	札	5 (1)	...	0 (0)	...	—
	早	播 種 前 4 者	31 (10)	99 (26)	88 (29)	10 (3)	67 (18)
	期	播 種 前 2・3 者	59 (18)	—	—	119 (32)	79 (21)
	契	収 穫 前 契 約	106 (33)	91 (24)	27 (9)	39 (10)	63 (17)
	約	小	197 (61)	190 (49)	115 (37)	168 (45)	209 (55)
	特	定 契 約	110 (34)	...	89 (29)	...	第1・2回 92 (24)
	ス	ポ ッ ト 等	2 (1)	...	4 (1)	...	第3・4回 55 (15)
							22 (6)

資料：2007年産はホクレン「米穀を巡る情勢および20年産米販売の取り組みについて」（2008年3月）。

2009年産はホクレン「米穀を巡る情勢について」（2010年2月）。

2011年産はホクレン「うるち米を巡る情勢について」（2012年2月）。

2008・10年産はホクレン資料。

註1：2007・09・11年産は翌年1月末、08・10年産は最終実績。

2：2007・11年産は主食用うるち米の数字、2009年産は特定契約における契約実績にその他品種・原材料うるち・かけ米を含む。

3：「...」の部分の資料は得られなかった。

播種前4者契約については、販売経費は全道共計の対象となるが、販売価格はストレートに農協に精算される。この契約への参加は、農協の手上げ方式により、農協の出荷数量の3割程度を上限としている。数量・価格の決定においては、農協、卸売業者がそれぞれ希望する数量・価格をホクレンに伝え、ホクレンが調整している。販売価格は、出来秋以降には調整を行わず、播種前に決定した価格をそのまま適用している。

播種前2者・3者契約、収穫前契約については、全道共販一般共計品に含まれ、販売価格・経費と

も全道共計の対象となる。播種前2者・3者契約の販売価格は年間固定が原則だが、先安感が強いなかで、固定価格での推進が困難であることから、2011年産については、出来秋以降の価格と連動させることになった。収穫前契約は、8～9月に契約するもので、価格は、固定価格によるものと、相対価格に準じるものがある。播種前2者・3者契約、収穫前契約ともに、取引先の卸売業者・実需者の取扱数量・用途に応じて、価格が設定される。

第1表は、ホクレンの契約状況をみたものである。ホクレンの全体の販売計画は32～38万tであるが、播種前4者契約の数量は、2007年産の3.1万t（販売計画に占める比率は10%）から、08年産で9.9万t（26%）に拡大した。09年産は不作であったが、8.8万t（29%）が確保された。10年産は、先安感のなかで卸売業者・実需者に敬遠され1.0万t（3%）へと縮小した。ただ、出来秋以降に価格を決める播種前2・3者契約を増加させ、早期契約全体としては数量が拡大した。11年産では4者契約が再び6.7万t（18%）に拡大した。ホクレンは、需給・価格動向に応じて、多様な取引手法を組み合わせることによって契約を推進をしている。

第2表は、播種前4者契約の価格メリットをみるために、全道共販における一般共計品と播種前4者契約のそれぞれの平均販売価格を比較したものである。一般共計品に対する播種前4者契約の価格差は、2007年産では+200円、08年産では-295円、09年産では+420円、10年産では+2,329円となってい

第2表 ホクレンによる米の共同販売における平均販売価格

(単位：円/60kg)

年産	全道共販 一般共計品	播種前 4者契約	価格差
2007	13,236	13,436	200
2008	13,926	13,631	▲295
2009	13,674	14,094	420
2010	11,235	13,564	2,329

資料：ホクレン「うるち米共同計算精算書」。

註1：消費税込みの価格である。

2：販売代金を共計入庫実績で割って求めた。

る。2008 年産については、一般共計品、播種米 4 者契約の価格とも前年産を上回ったが、一般共計品の価格がより大きく上昇したため、播種前 4 者契約の価格メリットがマイナスとなった。2010 年産については、一般共計品の価格が大きく下落したため、播種前 4 者契約の価格メリットが大きかった。播種前 4 者契約の価格は、前年産の価格や当年産の予想価格をもとに決められるが、その価格メリットは、一般共計品の価格動向に大きく左右される。

北海道においては、農協による播種前 4 者契約への取組は、北空知地方、上川中央部といった道内の良食味米産地で盛んである。北空知地方には、きたそらち農協、北いぶき農協の 2 つの農協があるが、2011 年産の播種前 4 者契約の取扱数量はそれぞれ 1 万 t 以上であり、これら 2 農協で全道の播種前 4 者契約の数量の 40%を超えている。以下では、道内でもっとも取扱数量が多い、きたそらち農協を事例として、播種前 4 者契約の実態を整理する。

4. きたそらち農協による播種前契約への取り組み

1) 農協の概要

きたそらち農協は、北海道の中心的水田地帯である空知地方の北部に位置し、深川市、雨竜町、北竜町、幌加内町の 1 市 3 町を区域としている。2000 年 2 月に、域内 8 つの農協が合併して誕生した。「北海道米あんしんネット」によれば、2011 年産における水稻うるち米の作付面積は 10,027ha であり、品種はきらら 397 がもっとも多く 43%を占め、ななつぼしが 33%、ふっくりんこが 12%などとなっている。また、農協の総代会資料によれば、2010 年産において、農産物販売高 156 億円のうち米が 65%を占めており、うるち米の集荷数量は 45,068 t (751,128 俵) である。米の取り扱いを中心とする農協であり、米産地としての規模も大きい。

北空知地方は、合併前から旧農協ごとに道外の生協から産地指定を受けるなど、実需者との結びつきが強かった（註 4）。合併後は、全道共販において産地指定の拡大を図りつつ、農協直売にも取り組むなど、販売を強化してきた。農協直売に取り組んだのは、良食味米産地であっても全道共販では価格差が付かないため、直接的な価格メリットを得るためである。

農協の取引手法には、①全道共販の一般共計品としての出荷、②播種前 4 者契約（以下、播種前契約）、③ホクレンへの直接販売（ホクレン買取）、④ホクレン以外への直接販売（農協直売）の 4 つがある。これらの販売代金は、農協でプール計算され、品種ごとに平均単価を算出し、農協の手数料などが控除されて、生産者に精算される。

2) 播種前契約の販売状況

第 3 表は、きたそらち農協における主要 3 品種の販売数量を、取引手法別にみたものである。播種前契約への取組は 2008 年産から開始され、初年度の数量は 10,257 t（販売数量合計の 23%）、09 年産では 13,413 t（41%）であった。全道的に播種前契約が減少した 10 年産では 3,774 t（10%）へと減少した。全道的に拡大した 11 年産では 17,141 t（43%）に拡大した。農協の取引手法別の販売数量は、全道的な動向に応じて大きく変動している。

第 4 表は、播種米契約の販売先をみたものである。O1～O8 社を経由し、実需者を特定して販売し

第 3 表 きたそらち農協における米の販売数量（主要 3 品種）

	(単位：t、%)			
	2008年産	2009年産	2010年産	2011年産
全道共販一般共計品	25,417 (58)	14,432 (44)	31,338 (86)	16,789 (42)
農協独自販売	18,253 (42)	18,337 (56)	5,033 (14)	22,932 (58)
播種前 4 者契約	10,257 (23)	13,413 (41)	3,774 (10)	17,141 (43)
ホクレン買取	7,996 (18)	4,924 (15)	1,259 (3)	3,355 (8)
農協直売				2,435 (6)
合 計	43,670 (100)	32,769 (100)	36,371 (100)	39,720 (100)

資料：きたそらち農協資料。

註：「主要 3 品種」とは、きらら 397、ほしのゆめ、ななつぼしのことである。

第4表 きたそらち農協における播種米契約の状況（2011年産）

(単位：t)						
販売先	実需者	品種	数量	地区	品位	栽培方法
○1	J 1 (道外生協)	ななつぼし	219		日生協基準	日生協基準
	*	きらら	397	2,560		
○2	J 2 (道外生協)	きらら	397	510	多度志	特栽米
	*	きらら	397	1,734		
	*	きらら	397	306		
	*	ななつぼし	2,040			
○3		ふっくりんこ	510		基準外	
	J 3 (道外生協)	きらら	397	153	多度志	Y C
		ななつぼし	51	多度志		Y C
	J 4 (道外生協)	きらら	397	204	多度志	J 4 生協基準
○4	J 5 (道外生協)	きらら	397	92	北竜町	節減米
○5	J 6 (道外生協)	きらら	397	408	雨竜町	
○6	J 7 (道外スーパー)	きらら	397	510		
		ななつぼし	102			
○7	J 8 (道外米専門店)	おぼろづき	10	北竜町		特栽米
		ななつぼし	1,025			
	J 9 (道内スーパー)	ななつぼし	122	音江		特栽米
		ほしのゆめ	77			
○8	J 10 (道内スーパ)	ななつぼし	459	雨竜町		
	*	ななつぼし	3,509			
	J 11 (工場給食)	きらら	397	2,040		
	J 12・J 13 (外食産業)	ななつぼし	1,020			
○9	合 計		17,661			

資料：きたそらち農協資料。

註1：*は実需者を特定しないもの。

2：「Y C」は「YES!clean米（北のクリーン農産物）」、「特栽米」は「特別栽培米」、「節減米」は「農薬節減米」を示す。

ているものは、いずれも産地指定から播種前契約に移行した。○9社への販売は、農協直売から移行したものである。また、契約時点では実需者が特定されない販売もある。

まず、道外の生協（J 1～J 6社）への販売は、すべて合併以前から産地指定を受けていたものであり、いずれも店頭では、「JAきたそらち」と表示された袋で販売されている。J 1社（関東地方）からは、1980年に特別自主流通米制度が創設された直後に産地指定を受けた。当初、深川市内の旧5農協が指定を受けていたが、合併以降は、日生協の栽培基準による米を確保するために、農協内の地区を限定せずに出荷している。J 2～J 6社については、地区を限定した取引であり、J 6社以外へは、特栽米など特徴のある米を販売している。道外生協それぞれへの販売数量は多くはないが、強い結びつきがある。

つぎに、道外のスーパーについては、J 7社（関東地方）からは、合併後に産地指定を受けた。深川市の特産品である長いもを販売していたことを契機に、米の取引に拡大した。店頭では、「JAきたそらち」と表示された袋で販売されている。深川市による農産物販売支援事業である「深川市マルチ連携型プロジェクト」の一環として、市長と農協組合長がトップセールスを行うなど、結び付きは強い。

また、道内のスーパーJ 9社については、部分的には合併前から販売を行っていたが、本格的に産地指定を受けるようになったのは合併後である。きたそらち農協は道外からの産地指定が多かったため、ホクレンによる道内消費拡大の戦略のなかで、結び付きが強化された。

○9社を通した販売は、J 11社へは工場給食用、J 12・J 13社へは外食産業用である。○9社は大手総合商社であり、主要産地の大規模な農協から直接的な仕入れを行っている。きたそらち農協も、2000年代半ばに、○9社に対して直接販売を開始したが、その後、播種前契約に移行させた。

これらの取引とは性格が違うのが、○1、○2、○8社への実需者を特定しない販売である。これら

は合計で 10,658 t、61%を占める。卸売業者のブランドでの販売が中心であり、小売業者ごとの販売数量をあらかじめ確定できないので、販売先の小売業者ごとの数量は、卸売業者の裁量にまかされている。

第5表は、一般共計品価格、播種前契約価格、平均販売価格をみたものである。一般共計品に対する播種前契約の価格差は、2008年産で+162円、09年産で+598円であり、一定のメリットがあった。

とくに、2010年産では、一般共計品の価格が大きく下落したため、+2,077円と大きなメリットがあった。ただ、農協の販売数量に占める播種前契約の比率は低かったため、平均販売価格では248円のメリットにとどまった。

2011年産については、一般共計品の価格が大きく上昇したため、播種前契約の価格が一般共計品の価格を下回った。さらに397の農協の播種前契約の価格は12,500円程度であるが、農水省が公表している相対価格（1月）は14,124円と大きな価格差が発生した。さらに、11年産は、農協の販売数量に占める播種前契約の比率が高かったため、農協の平均販売価格は、一般共計品より下回る見通しである。

きたそらち農協の播種前契約による販売は、家庭用米を扱う生協やスーパーからの産地指定によって形成された関係をいっそう強化するものといえる。こうして販売先を確保し、価格メリットを追求している。価格メリット獲得の成果については、2010年産までは成果を上げた。また、実需者を特定しない播種前契約については、卸売業者との結び付きを基礎に、播種前契約を量的に拡大させ、価格メリットをいっそう増加させるために行っているとみられる。ただ、2011年産のように、一般共計品の価格が大幅に上昇してしまうと、逆に、デメリットになってしまうという問題点もある。

5. おわりに

本稿では、ホクレンによる早期契約の推進状況を整理し、きたそらち農協による播種前4者契約による販売対応を、販売先業者との関係と価格メリットに着目して分析してきた。

播種前4者契約の産地側の意義として、以下の点が指摘できる。第1に、きたそらち農協にとっては、卸売業者・実需者との結び付きの強化によって、販売先の確保と有利販売を可能としていることである。政策的に「売れる米づくり」が進められるなかで、水稻作付面積を維持するための積極的な対応と評価できる。こうした対応が可能になったのは、産地指定によって卸売業者・実需者との結び付きが形成されていたという条件があった。第2に、ホクレンにとっては、これまで形成されてきた農協と卸売業者・実需者との結び付きを基礎として、全道共販全体としての契約進捗の確保を可能としていることである。また、農協直売が拡大するなかで、農協と実需者との関係を維持しつつ、全道共販に取り込めるという面で、ホクレンの集荷対策としての意義もある。

産地側の問題点として、変動性の高い取引であることがあげられる。2010年産のように価格下落が見込まれる年産では、産地側にメリットがあるが、買い手が買い控えるために数量が減少する。2011年産のように価格上昇が見込まれる年産では、買い手にとって早期に相対的に安い価格で確保できるメリットがあるために、数量は増加する。播種前4者契約の取引数量は、産地側の意向よりも、買い手（卸売業者・実需者）の意向によって左右されるのである。

卸売業者・実需者にとってのメリットは、必要とする産地の米をより確実に仕入れることが可能となったことである。産地指定よりもさらに確実に特定の産地の米を仕入れることができたようになったの

第5表 きたそらち農協における米の販売単価（主要3品種）
（単位：円/60kg）

		2008年産	2009年産	2010年産
販売単価	全道共販一般共計品	12,423	12,561	10,139
	農協独自販売平均	12,748	13,100	11,931
	播種前4者契約	12,585	13,159	12,216
	平均販売価格	12,559	12,863	10,387
価格差	全道共販一般共計品	0	0	0
	農協独自販売平均	325	539	1,792
	播種前4者契約	162	598	2,077
	平均販売価格	136	302	248

資料：きたそらち農協資料。

註：販売単価は、農協による手数料・保管料・入出庫料・検査料の控除前、税込みの金額である。

である。

卸売業者・実需者のニーズが、品質・食味だけでなく取引方法にまで拡大するなかで、系統共販にとっては、契約形態を多様化させることが重要となる。契約的取引は、産地間の過度な価格競争を避けることにつながる。だが、大幅な価格変動が起きているなかでは変動性が高く、今後、複数年契約の拡大など、より安定した仕組みの整備が課題となる。

〔註1〕新潟県産米を中心とした2010年産米の価格動向については、伊藤〔3〕で分析が行われている。ここでは、米市場の特徴として、産地品種銘柄間の価格序列の形成が指摘されている。

〔註2〕相対契約の内容については、農林水産省総合食料局「米の取引価格について」（第12回「販売」を軸とした米システムのあり方に関する検討会資料，2008年5月）に簡単な説明がある。

〔註3〕北海道における農協の米マーケティングについて、青柳〔1〕が製品差別化戦略と「生産者管理」といった特徴を持っていることを指摘している。また、仁平・吉川・細山〔5〕は業務用米・加工米飯用の産地化について分析している。

〔註4〕北空知地方における合併前の農協の販売対応については、小池〔4〕を参照されたい。

引用文献

〔1〕青柳齊「新政策下の農協米マーケティングの展開形態－北海道の農協事例から－」『新大農研報』第58巻第1号，2005年。

〔2〕冬木勝仁「コメ消費・流通構造の変化と販売戦略」『農業経営研究』第42巻第4号，2005年。

〔3〕伊藤亮司「コメ戸別所得保障モデル対策下における米価問題の構図」農業・農協問題研究所『農業・農協問題研究』第46号，2011年。

〔4〕小池晴伴「新食糧法下における米の「地域銘柄」形成の意義と課題－北海道・北空知広域連を事例として－」『農経論叢』53集，1997年。

〔5〕仁平恒夫・吉川好文・細山隆夫「北海道米の需要ニーズと業務用・加工米飯用を基軸とする米産地化戦略」関野幸二・梅本雅・平野信之編著『制度変革下における水田農業の展開と課題』農林統計協会，2009年。

〔6〕小野雅之「米の価格動向と流通再編－川下のバイイング・パワーの強まり－」『農業と経済』第76巻第12号，2010年。

本稿の研究は、研究代表者：小野雅之（神戸大学）「農水産物における垂直的マーケティング・システム形成の態様に関する実証研究」科研費補助金（基盤研究（B），2009～11年度）の助成を受けている。