

「新食糧法」施行によせて

今こそ、農協に奮起を望む

大阪正米市場社長
近藤 昇

こんどう・のぼる／昭和15年新潟県刈羽村生まれ。高校を卒業後、33年より46年まで就農。その後米穀卸商社・木徳（株）に入社、48年退社し近藤昇商事会社創設。53年新潟農産販売会社創設。63年大阪正米市場（株）創設。平成元年日本農業株式会社創設。現在、大阪・新潟の4社の社長を兼務しながら、新しい米穀生産体系・流通体制を研究し、現在に至る

新食糧法が施行された。米についてもいよいよ市場原理の働く時代が到来したのだ。いくらかの混乱があるかもしれないが、米の生産・販売・消費に新しい可能性が与えられたと言つてよいだろう。その結果、米の販売形態や新規の米商品、米販売方法の開発や新たなご飯販売が活発化し、ひいては我が国の米消費が増大に向かうと本誌は考えている。一方、これまでの特別栽培米や産直は物珍しさも手伝つての人気であったが、これからは生産者（販売者）の販売する米が、味や品質は当然であるだけでなく、どれだけの個性を持つているか、また販売方法自体にも顧客の満足を得る個性がない限り、

その営業環境は厳しいものになっていくだろう。単なる「素朴さ」を売り物にするだけでは早晩に飽きられてしまうだろうし、生産者と消費者の信頼感だけに依存するのでは長続きはしないであろう。しかし、そうした変化の時代であればこそ、企画力と営業力とを持った人にとってはさまざまな可能性があるのも事実である。

農業を評論する立場ではなく米の流通業者としての体験を踏まえ、前号に引き続き大阪正米市場（株）の近藤昇氏に「新食糧法施行によせて」と題して寄稿していただいた。同氏は、今こそ農協の奮起を期待すると述べる。

1、食糧法と新食糧法の違い

食糧法では行政が流通と生産を管理しており、行政が細かく指示を出していた。勝手な行動（自由な発想・創造的な仕事）は許されていなかった。しかし、その代償として、所得について一定の保証（農業補助金・米価）をしていたのである。結果的に、農業者も流通業者も、自由経済にはついてまわる能力による優勝劣敗

がつぎにくく、合理化は進まなかったのである。稲作農業の規模拡大のテンポは鈍く、米作地帯の農協も独自の米戦略を持つことはできなかった。

新食糧法では、生産も流通もやりたい人がやりたい方法で参加することができ、組合、法人、個人など組織形態も自由にできる。流通は米穀卸や一次出荷業者の資格要件のハードルを低くし、新規参入がしやすくなつており、またまったく無資格であっても、計画外米は農業者

から自由に買うことができる。米穀小売店は届け出だけで有資格者になることができる。また、これまで禁止されていた小売店相互の取り引きも自由になった。

農業者の自由意思で、生産調整に参加する、または参加しないを決めることができる。計画米は一種出荷業者（これまでの1次集荷業者）に売り渡すわけだが、これまでのように所属する農協、または1次集荷資格のある商人のいずれか「二つ」に売り渡すのではなく、これが

らは「二つ」に登録することが可能となった。所属している農協と隣町の農協の二つに登録しても無意味なので、二つ目の登録先は商人ということになる。農業者は有利な方に売ることができ、また計画外米であれば、登録以外の業者、消費者直売も可能である。

このように新食糧法では、行政は管理から手を引き、自由な発想と創意工夫で同業者（農業者同志・米穀業者同志）が競争に合理的な生産体制・流通形態をつ

くることになる。合理化競争はルールなしではないが、これまでに比べたら極めて緩いルールである。結果における優勝劣敗は必死である。破れた者が去り、適正な「人（法人も含めて）」と形態」が残ることになる。

生産面では特色のある農業者、例えば付加価値の高い米を作る人や、コスト競争に強い人などが残り、こうした稲作のできる土地が、稲作的地として発展することになる。流通面では、スーパーやコンビニエンスストアの進出で、魚屋、肉屋、八百屋、雑貨商が街から姿を消しつつあるように、米屋がなくなっても消費者が不便を感じなければ淘汰されてしまう可能性がある。しかし、行政は介入しない。競争は時代の流れである。適者適正を決めるには、競争が最も公平なのである。

2、農業者と農協はどう動くか

「一人は万民のために、万民は一人のために」ではなく、個人利益を追求することが公益に結び付くことに目覚めるべきである。食管法では、自主米を農業者が農協に販売の委託をし（仮渡し金とメリット精算）、農協は経済連に再委託をすることが義務付けられていた。新食糧法では、この義務がなくなる。農協は独自で販売ができ、相手は全国の消費者、米穀小売、卸、生協など無制限である。

その中の選択肢の一つとして、経済連との取引がある。農協にとって有利な販売方法を選ぶことが、組合員農業者の米を高く売ることになる。農協はこれまで

地元の消費者に小売りする米を経済連から買っていた。米に関して農協は汗を流して集荷するだけで、植民地のような有様だった。これからは営農指導を強化して、市場性の高い米を自らの責任で売って、そしてそれを翌年の営農指導に反映させる。これが農協の独立である。

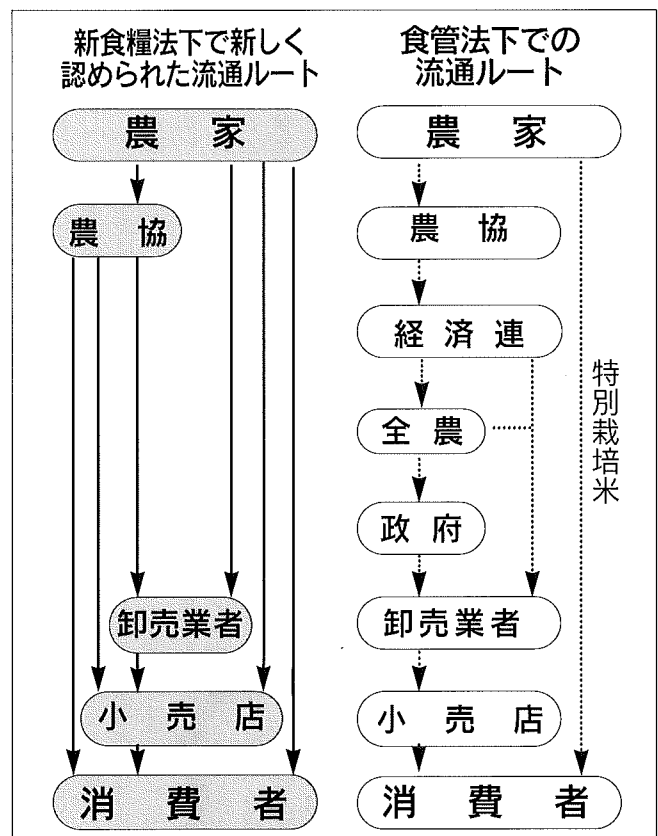
農業者が消費者との産直に走ったのは、消費者の支払う米代金と自らの売り渡し代金の落差が大きいために動機になっている。流通の合理化が進み、流通コストが安くなる。玄米で農協に売ることが、組合員農業者にとって有利になる仕組みを新食糧法では作ることができる。それぞれの地域としての米戦略を含めた農業ビジョンを農協と一緒に考えてみる時なのである。

3、米価は高くなる

農業の各種補助金には、消費者からみて分かりにくいものが多く、それが米の流通統制で不透明感が増幅されて「米」のイメージを暗くする。これも消費減退の大きな理由である。昨年3月の米騒動を思い出すまでもなく、消費者の国産米に対する願望は強いものがある。

今、米作りの大半は、いつでも稲作から撤退できる人たちである。今の米価では、法人が地代を払い、雇用している社員に他産業並みに給料を支払うことはたいへんである（一部にはもつと安い米価でも充分という人もいるが、詳しい収支決算書で説明してほしい）。再生産が必要であるなら再生産するものに、それに見合う対価を支払わねばならない。今

流通ルートの違い



の米価はそれに見合っているのか、否か。見合っているのに農業者所得が低いなら、経営能力が足りないことであり、兼業農家の出血稲作が米価を押し下げているなら近い将来、米価は上がる。

新食糧法では、米取り引きが自由になる。特に農協の販売活動が市場に与えるインパクトが大きい。「どこの農協が、どの米穀業者に、いくらで売った」という情報が飛び交うことで、必然的に米相場が生まれ、伝達されることを反復することで『私設米市場』が形成される。整備された市場がないまま米取引が行なわれるとトラブルも予想されるが、この点については別の機会に述べることとする。こうして米市場がシステムとして形成されることを認めているのが新食糧法である。

4、新食糧法への対応が鈍い生産者サイド

大きな可能性を秘めた新食糧法にもかかわらず、農協の新時代への熱気が感じられず、農業者も消費者直結思考から離れられないようである。農協が独自販売の『リスクと決断が結果を生み出す』ことに躊躇しているのであれば、それは責任回避であり、農業者が単純に1円でも高い買い手を探すだけであれば、隣のオヤジと比べて喜ぶだけのことで終わる。

新食糧法の下で農協と組合員農業者が一体となつて、構造的な米価問題に取り組まなければ、再生産のできる、すなわち後継者の育つ農業は生まれえない。生産調整で米価を維持するような消極策では明日の農業は見えてこない。