

米消費・流通構造再編期における大規模水田経営体の展開方向と地域農業との関係 についての研究

西川邦夫（東京大学大学院農学生命科学研究科農業・資源経済学専攻）

米価下落の起点としての消費者ニーズ

現在の米価下落は消費者の低米価志向の深化が起点であり、その背景には1990年代後半からの雇用調整の本格化による世帯収入の減少、特に低所得層への偏った影響がある。

米価下落による農協系統販売の動揺

米価下落圧力は米流通構造に大きな影響を与えつつある。特に市場の不透明感の強まりによるリスクの上昇は、農協系統組織における年内に見込みで仮渡金を支払う方式を動揺させ、その結果が2007年産米においていわゆる「7,000円ショック」をもたらした。

単協独自販売の展開

単協は系統に対する生産者の不信感に対応するために、リスクを自ら背負った買取米方式による独自販売を展開している。しかし、それは単協レベルと旧経済連レベルの間の値下げ競争を惹起しかねない。

米価下落による小規模農家の離農と農地流動化の展開

生産現場に目をやると、米価の下落は世代交代期の小規模農家の営農意欲を減退させ、利用権設定による農地流動化が急速に展開するようになった。

最上層経営の独自販売の展開と二番手グループも含めた農協の「生産者管理」

構造変動によって誕生した100haを超えるような大規模経営は、自らが用意できる生産物のロットが大きいために実需者の要望に応じた独自販売を展開できる条件が整った。一方で、そこまで規模が達していない大規模な経営も含めて、農協は品目横断的経営安定対策を契機とした集落営農組織化も絡めながら、ロット確保・品質均整を目的とした「生産者管理」を進めている。

担い手による販路の分担

確保したロットの大きさに応じて、大規模経営は相対的にロットが小さくて済む個人飲食店等の地場市場向け、農協は大きなロットを要求される量販店、外食チェーン等の全国市場向けという販路の分担が見られる。

本研究の成果

- ・ 消費・流通構造の変化が生産構造に与えた具体的影響の解明
- ・ 大規模経営 = 地場市場、農協 = 全国市場、という今後のマーケティングの方向性を示唆