

現局面における米生産者直販の展開論理

——茨城県筑西市田谷川地区の事例より——

西川 邦夫¹

The Development Logic of Rice Direct Marketing by Farmers on the Present Dimension

Kunio NISHIKAWA (Institute of Social Science, The University of Tokyo/JSPS Research Fellow (PD))

The theme of this article is to show the development logic of rice direct marketing by farmers on the present dimension and to obtain the suggestion that rice direct marketing has stagnated from a macroscopic view. I will notice the demand structure of rice and the structure of productive force, and will take up an example of Tayagawa area, Chikusei City, Ibaraki Prefecture. Conclusions of this article are as follows. Farmers need to cut down distribution cost and to lower the selling price by developing a lot of deals. Advancement of the structure of productive force makes it possible to sell directly, and is therefore required. It is suggested that paddy fields farmers who can do direct marketing in earnest are limited by this factor.

Key words : demand structure of rice, structure of productive force, cutting down distribution cost, independence of business management labor

1. はじめに

1) 問題の所在と課題の設定

本稿で問題とする米生産者直販（以下、「直販」）は、これまで水田作経営の経営発展の過程で必然化するものとされてきた。実際、後述するように1990年代まで直販は拡大が続いていた。しかし2000年代に入り、直販が停滞的に推移していることが様々な資料から確認されている。大規模水田作経営の形成が各地で進展し、また米価下落によって高収益が望める直販の意義はますます重要になっているにもかかわらず、である。なぜ直販は拡大の歩みを止めたのか。

本稿の課題は、茨城県筑西市の大規模水田作経営に対する実態調査を通じて、現局面における直販の展開論理を明らかにすることである。そして、分析を通じて直販の停滞について有意義な示唆を得ることである。

2) 分析視角

これまで直販を扱ってきた研究は、水田作経営が直

面する米需要構造（以下、「需要構造」）と、直販を実施する経営の生産力構造に注目してきた。

(1) 需要構造と直販

70年代以降の食糧制度改革による米流通自由化、消費者の所得増大による良食味米や有機栽培米等の高付加価値米への需要増大が、生産者によるそれらの作付拡大と高価格販売を可能にしたというのが、需要構造に関する90年代までのフレームワークであった（註1）。

しかし、米流通の自由化は着実に進展しているにもかかわらず、2000年代以降、直販は停滞を見せている。よって、需要構造の変化が水田作経営の対応にどのような影響を与えたのかという側面から、分析を深めていく必要があるといえる。

(2) 生産力構造と直販

経営の生産力構造と直販の関係については、適正規模を超えた継続的な面積規模の拡大により、主に機械投資の側面からスケールメリット発揮の限界が訪れ、そして収益性を改善するために直販を実施すると、これまでは仮説的に議論されてきた（註2）。

2000年代に入り農地流動化はさらに進展し、水田

¹東京大学社会科学研究所／日本学術振興会特別研究員
nishikawakunio920@yahoo.co.jp

作経営の規模は飛躍的に拡大している。しかし、従来のフレームワークでは直販は拡大するはずだが、実態はそうなっていない。一方で、90年代後半以降の水田高度利用政策の展開は、高度利用の取り組みへの地域的な多様性を見せつつ（註3）、水田作経営の生産力構造を複雑なものとしている。機械投資を中心としたスケールメリットに議論を限定するのではなく、むしろ作付様式、労働力構成等、経営の生産力構造全体を問題にする必要があるといえる。

なお、これまで需要構造と生産力構造はそれぞれ別々に検討されてきた傾向にある。本稿では、両者の直販との関係を統合的に考えていきたい。

3) 本稿の構成

本稿の構成は以下のとおりである。「2」では、本稿の分析の位置づけについて需要構造と生産力構造の両面から、時期的・地域的に整理する。「3」では、研究対象地域である茨城県筑西市田谷川地区における水田作経営の展開と直販の実施状況を概観する。「4」では、直販の展開論理について需要構造については確保可能な取引ロットと販路構成から、生産力構造については機械装備、労働力構成、経営の収益性から検討を加える。「5」では、田谷川地区で現局面における典型的な直販を実施している大規模水田作経営の事例分析を行う。「6」では、本章で与えられた課題に対する結論を提示する。

2. 研究対象の時期的・地域的位置づけ

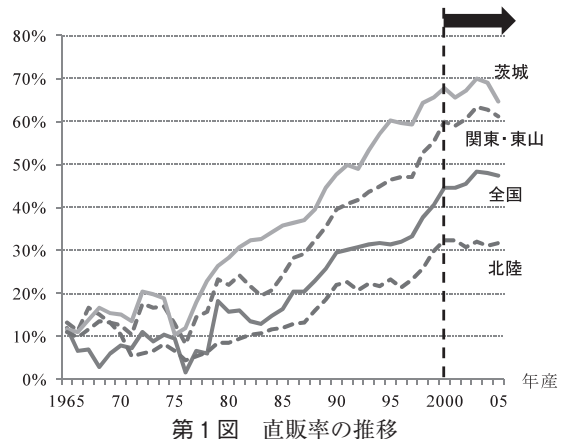
1) 時期的位置づけ

(1) マクロ的に見た直販率の推移

「米生産者直販」とは、一般的には「生産者がJAを通さずに米を出荷・販売すること」（註4）と定義できる。しかしその内実は、どのような需要に対応するのか、どのような販路に販売するのかといった点に応じて多様である。

第1図は、マクロ的に推計した直販率の推移を示している。同図からは、1970年代から90年代にかけての直販率の上昇と、2000年代以降の停滞が見てとれる。

直販率の停滞は、他の資料でも示されている。農林



第1図 直販率の推移
 註：農林水産省『作物統計』『食糧統計年報』より作成。以下の方法で推計した。

- ①市場供給量 = 前米穀年度生産量 + 年度初現在高 - 年度末現在高 - 農家自家消費量
- ②直販量 = 市場供給量 - 政府買入数量 - 自主流通米出荷実績 (~70年産) - その他買入数量
- ③直販率 = 生産者直販量 / 市場供給量
- ④在庫の関係上、直販率がマイナスとなる年があるので、前後3カ年平均で表示した。

水産省『米穀の需給及び価格に関する基本指針（平成20年3月公表）』によると、生産者「直販数量」に「無償譲渡」を加えたものは、01年産215万トンが06年産では187万トンへ、「農協等出荷」との合計に対する比率も30.0%から26.7%へと低下している。第1図とはデータソースが異なるので厳密な比較はできないが、直販の停滞は傾向として定着しているといえる。

一方で拡大を見せているのが、「単協等直販」である。同じく『基本指針』によると、01年産30~84万トンが06年産では84~163万トンへ、割合は4.5~12.7%から13.0~25.2%へと拡大している。集荷段階でのこのような動きは、単協による米販売強化が直販に影響を与える可能性を示唆している。

(2) 1990年代までの需要構造と直販

90年代までの直販率上昇の要因は、繰り返しになるが、需要構造の側面からは消費者の所得上昇に伴う

(註1) 例えば、吉田(1990)を参照。

(註2) 例えば、90年代後半の各種アンケートを駆使した斎藤(2003)を参照。

(註3) 制度の頻繁な変更により分析には困難が多いが、直近の状況の検討として、秋山(2011)を参照。

(註4) JAへの出荷・販売の可否によって直販を定義することは一面的である。しかし、食糧制度下におけるJAの圧倒的な存在感と、それとの対抗で直販が伸びてきたという歴史的経緯を考えると、本稿のように時系列的な変化を念頭に置く場合に、このような一般的定義を設定することの意味は、いまだ失われていないといえる。

高付加価値米志向の高まり、制度的側面からは政府米の売買逆ザヤの解消、特別栽培米制度導入等の食管制度改革の進展である。その結果、生産者が高付加価値米の作付を増やし直販を拡大することが可能になった。それまでの血縁・地縁に基づく「縁故的直販」とは異なる、上向展開を遂げる経営の経営戦略としての直販の出現である。

当時の直販の実態を先行研究から探ってみよう。91年の千葉県での調査に基づく吉田（1992）によると、直販実施経営ではコシヒカリや有機栽培米のような高付加価値米を生産し、小規模な消費者グループや近隣の零細な飲食店等に、最大でも6トン程度の小ロットで販売していた。そこでは精米による販売が多いこと、販売価格はJA 仮渡金よりも1割から最高2倍の高さであったことも明らかにされている。また、良食味米地域の新潟県での調査に基づいた斎藤（1995）からも、直販を実施している法人経営の販路は個別消費者を中心に300~3,500世帯にのぼること、精米販売でJA 仮渡金の2倍に達する高価格を実現していたことが確認できる。そこでの問題点としては、精米や個別包装等の必要性から流通コストがかさみ、高コストであることが指摘されている。

以上の調査結果から、当時の直販は第1に高付加価値米を、第2に個別の消費者を中心に販売し、第3に流通コストを中心に高コストである、「小ロット直販」とすることができよう。そして、高コストを支えていたのはJA 価格を大きく上回る高価格販売であった。

(3) 2000年代以降の需要構造と直販

90年代末から2000年代にかけて、需要構造は大きく変化する。

97年金融危機を契機とした経済停滞と雇用調整の進展は、消費者の所得低下と低価格米志向を深化させた。低価格米志向の深化は米の中食・外食消費の拡大へとつながり、中食・外食消費率は98年の35.3%から、07年には41.6%まで上昇した（註5）。

中食・外食消費の増大に対して、中食・外食産業は

以下のように応えた。第1に、米をより多く使う日本料理や中国料理、韓国料理に比重を置いた出店である（註6）。第2に、チェーン展開による企業規模の大規模化である。

後者について、第1表は総務省『事業所・企業統計』から外食業者を代表して「一般飲食店」を取りだし、資本金規模別に96年から06年にかけての変化を見たものである。統計の産業分類上の制約のため、中食業者については代表できるデータが得られなかった。まず同表から、資本金規模の小さい5,000万円以下の層の企業数の減少と、10億円以上の層の増加がわかる。さらに、複数事業所企業の1企業当たり事業所数が平均で38.5%、50億円以上層で97.0%増加していることも確認できる。つまり、この間大規模な業者がチェーン展開を進めて企業規模を拡大し、小規模・零細な業者が駆逐されてきたのである。企業規模の拡大は、チェーン店で主流である本部一括仕入れの下では取引ロットを大規模化する。同表から直接わかるわけではないが、米の取引ロットも大規模化したと考えるのが一般的だろう。取引ロットの大規模化は、スケールメリットの発揮により流通コストを削減させ、消費者への低価格での供給を可能にする（註7）。

一方で、以上のような一般的な傾向の中でも具体的な取引ロットは多様性を維持している点に注意が必要である。再び第1表を見ると、中小企業（註8）である300~500万円層、3,000~5,000万円層でのチェーン展開の相対的な活発さがわかる。複数事業所企業において両層は企業数、事業所数ともに増加させ、1企業当たり事業所数も後者は27.6%増加と、1~10億円層、50億円以上層に次いで増加率が大きくなっている。300~500万円層は1企業当たり事業所数が2.7、3,000~5,000万円層は9.4と、小規模なチェーン展開を見せている。そして、小規模な外食業者ほど単協や卸ではなく、生産者からの直接仕入れが多くなっていることは先行研究でも指摘されている（註9）。以上をまとめると、中小規模の外食業者のチェーン展開が、

（註5） 詳しくは、西川（2008：p. 41~44）を参照。中食・外食消費率は、前掲『基本指針（平成18年11月）』にあった計算方法をもとに、総人口から農家人口を差し引いた消費人口を求め算出した。なお、中食・外食消費拡大の要因として女性の社会進出を否定するわけではない。ただ、90年代後半以降は低価格志向が重要な要因として浮上してきたということである。鎌田（2010：p. 56~57）も合わせて参照。

（註6） 谷口（2004：p. 85）を参照。

（註7） 取引価格の低下と取引ロットの大規模化には相関関係がある。業務用需要のニーズを分析した、薬師寺（1998：p. 80~81）を参照。

（註8） 中小企業基本法では、サービス業で常時使用する従業員100人以下、資本金もしくは出資金額が5,000万円以下の企業を中小企業としている。

第1表 一般飲食店の資本金規模別チェーン展開の状況

	企業数	単一 事業所 企業	複数事業所企業			
			企業数	事業 所数	事業所数/ 企業数	
計	48,370	41,032	7,338	61,032	8.3	
2006年	300万円未満	1,375	1,308	67	163	2.4
	300～500万円	28,212	25,625	2,587	7,066	2.7
	500～1,000万円	7,027	6,191	836	2,385	2.9
	1,000～3,000万円	10,120	7,333	2,787	13,168	4.7
	3,000～5,000万円	794	378	416	3,897	9.4
	5,000～1億円	519	191	362	5,548	15.3
	1～10億円	261	3	224	14,094	62.9
	10～50億円	42	2	40	5,441	136.0
	50億円以上	20	1	19	9,270	487.9
計	- 11.6%	- 12.8%	- 4.8%	31.8%	38.5%	
変化率 (96～06年)	300万円未満	- 23.3%	- 21.5%	- 46.8%	- 47.1%	- 0.5%
	300～500万円	- 4.3%	- 6.1%	17.6%	25.0%	6.2%
	500～1,000万円	- 20.2%	- 20.4%	- 19.0%	- 15.2%	4.7%
	1,000～3,000万円	- 21.9%	- 22.6%	- 19.9%	- 18.7%	1.5%
	3,000～5,000万円	- 12.1%	- 31.0%	17.2%	49.5%	27.6%
	5,000～1億円	8.6%	- 9.0%	35.1%	22.0%	- 9.7%
	1～10億円	- 9.4%	- 96.5%	10.9%	134.9%	111.8%
	10～50億円	31.3%	100.0%	29.0%	29.0%	- 0.1%
50億円以上	17.6%	0.0%	18.8%	134.0%	97.0%	

注：1) 総務省『事業所・企業統計』（会社企業・名寄せ統計）より作成。会社企業で名寄せ可能であった事業所のみを集計対象としているので、全事業所を網羅していない。

2) 300～500万円層、および3,000～5,000万円層の注目すべき値について網かけを施した。

生産者レベルで確保可能な取引ロットにより、生産者が業務用需要へ対応することを可能にしていることが示唆されるのである。

中食・外食業者のニーズは、家庭用米の場合とは異なる。業務用への需要が大きい北海道産米について検討した仁平他（2007）によると、業務用米は商品に応じた品質特性とともに安定・低価格供給が求められ、大ロットで取引される性質があるとされている。

近年の研究でも、上述の変化を反映した実態が明らかにされつつある。福岡県でのアンケート分析による福田（2010）、これまでは高付加価値米の個別消費者への販売が中心とされてきた北陸を対象とした宮武

（2011）のいずれも、「多く売れる」「安定して量を売る」という量的な要因から中食・外食業者への販売が増加していることを明らかにしている。90年代の「小ロット直販」と対比するなら、2000年代の直販は「大ロット直販」と呼べるような性格を持つといえるのである（註10）。

2) 地域的位置づけ

(1) 需要構造と茨城県産コシヒカリ

茨城県の主力品種であるコシヒカリは、平均的な価格形成をする銘柄である。農林水産省「平成21年産米の相対取引価格」では、全銘柄平均14,470円/60kgに対して茨城県産コシヒカリは14,388円/60kgとなっ

(註9) 冬木（2003：p.183）を参照。

(註10) 高付加価値化戦略の採用が困難になった生産サイドの要因として、そのような手段が「デファクトスタンダード化」したとする小野（2008）の指摘も重要である。

ており、高付加価値米という範疇には含まれない。

また、茨城県産コシヒカリは業務用需要としてのニーズが大きいことも特徴である。農林水産省『平成19年度 外食事業者等に対する米の仕入動向等アンケート』によると、回答194業者のうち37.7%がコシヒカリを仕入れ、その中で茨城県産は8.2%と第4位になっている。また、ブレンド米を仕入れている168業者のうち24.2%がコシヒカリを原料米として仕入れ、その中で茨城県産は11.4%と第3位である。

茨城県における直販は高付加価値米ではなく、価格を抑制しつつ業務用需要へ適応するという形で展開する可能性が示唆されるのである。需要構造の観点から、研究対象地域が現局面において持つ典型的性格が指摘できよう。

(2) 経営が直面する需要の地理的性格

関東・東山、および茨城県はヤミ米地帯としての伝統からもともと直販率が高く、そして現在も高い。再び第1図を見ると、2005年で全国平均に比べて茨城県は17ポイントも高い。大消費地東京の近くである当地域の生産者にとって、JA以外の出荷先は相対的に確保が容易であるといえる。また、茨城県の場合、直販率の低下が明瞭であることも指摘できる。現局面における直販を分析する本稿の課題に適合的な地域である。

一方で、本稿で対象とする茨城県筑西市の場合、地場需要への期待はあまりできない。筑西市は県西地方に位置し、東京および水戸へは高速道路を利用して1~2時間程度である。2011年現在の人口は11万人余りであるが、農村部であるため縁故的な贈与・販売が多いことが予想される。また中食・外食業者の展開も活発とはいえない。『事業所・企業統計』(06年)の「一般飲食店」「料理品小売業」事業所数を、『国勢調査』(05年)の人口で割って1,000人当たり事業所数

を算出すると、それぞれ全国平均0.33、0.43に対して、筑西市は0.31、0.32となっている。また観光資源に恵まれているわけではなく、同じく「宿泊業」では0.50に対して0.30と、そちらの方からの需要も期待できない。交通の便は悪くないこともあり、地場需要以外へ販路を拡大していくことが必要な地域といえる。その結果として、地場の零細な業者ではなく、東京を中心として取引ロットが相対的に大きい業者への販売が多くなることは、本稿の検討で明らかにされる点である。その点からも、本稿の事例は需要構造の観点から典型的なものといえることができる。

(3) 地域農業の性格

直販は、実施する主体に応じて個別経営が行うものと、農地流動化が進展しない中で取引ロットの不足を補うために、複数経営が販売組織を設立するものとに分類できる(註11)。本稿では経営の生産力構造が直販行動に与える影響に焦点を当てるので、農地流動化と個別経営の大規模化が進展している地域の事例が対象として望ましい。

北関東では、2000年代以降に転作受委託を含めた農地流動化が急進展していることが、これまで明らかにされている。本稿で対象とする茨城県筑西市でも、転作受委託および利用権設定による農地流動化と大規模経営の形成が進展している(註12)。当地域を研究対象とする場合は、稲作だけではなく麦・大豆も含めた動きを問題とする必要がある。つまり、経営の生産力構造の観点から、本稿の結論には地域的な限定がつくことになる(註13、14)。

3. 研究対象地域の概況と直販の実施状況

1) 茨城県筑西市田谷川地区の農業構造の概況

筑西市田谷川地区は、田谷川土地改良区管内539ha、水田面積で497haの平場水田地域である。

(註11) 齋藤(2008:p.226)を参考にした。

(註12) 北関東は安藤(2005)を、田谷川地区は西川(2009:p.329~349)を参照。

(註13) 以上の筑西市の地域的位置づけは、良食味米地域で個別消費者を主に対象として直販を実施し、また水田単作的な経営発展を遂げてきた北陸と対照的である。しかし、宮武(2011)によって直販の業務用需要への傾斜が現在は北陸でも見られることが明らかにされていることは先述した。一方で、生産力構造との関係については、同じく宮武(2011)が筆者と近い問題意識で実態解明を試みているが、必ずしも明瞭になったとはいえないように思われる。なお、これまでの直販研究は良食味米地域とされる北陸を高付加価値化のモデルとして行われてきた傾向が強い。しかし、高付加価値化の意味が以前より低下した現在、これまでのように北陸の事例を一般化することは難しいように思われる。

(註14) 本章では、生産力構造の観点からの時期的位置づけを行わなかった。梅本(2008:p.i~ii)が指摘するように、1970年代から80年代にかけて稲作中型機械化体系が成立して以降、水田農業の生産力段階に基本的な変化はないと筆者も考えているからである。

第2表 各類型の性格

類型	I	II	III	IV	
経営数	1	2	4	8	
直販	直販の形態	大ロット直販	小ロット直販	縁故的直販	直販未実施
	販路	中食・外食業者	個別消費者 零細飲食店	集荷業者	—
	開始時期	2000年代中頃	90年代～ 00年代初頭	相当前	—
	直販率	32.9%	25.0%	34.5% (14.1%)	0.0%
生産力構造	企業形態	法人(有限会社)	家族経営	家族経営	家族経営
	総経営面積	107.5 ha	61.8 ha	12.9 ha	17.9 ha
	経営主	管理労働	生産労働	生産労働	生産労働
	雇用導入	常雇	一部臨時雇	なし	ⅡかⅢと同じ
	機械体系	大型複数体系	中大型体系	中型1台体系	ⅡかⅢと同じ

註：直販率と総経営面積は、各類型の平均値を示す。直販率について、Ⅲの括弧内の数字は第3表のⅠ経営を除いた値である。

圃場整備は30a区画を中心に既に完了し、機械作業に支障はない。コシヒカリが米作付の9割以上を占め、3年に1回のブロックローテーションによって、3年4作(稲-稲-麦・大豆)の作付体系が確立されている。

1990年代後半は転作受委託で、近年は利用権設定によって急速に農地流動化が進展しており、利用権設定を中心とした通年貸借地率は2008年で43.8%に達する。担い手の連絡組織として、93年に設立された田谷川協業組合のメンバーである15経営への農地集積率は39.7%、転作受託を加えると5割以上になる。

田谷川地区を管内とするJA北つくばは、集荷率は08年産で4割弱にとどまるが、全農を通さない米の独自販売に積極的に取り組んでいる(註15)。買取方式により08年産では集荷量19,000トンの7割が独自販売に向けられた。また、品質の整った米を大量に確保するため、資材を統一した米(以下、「資材統一米」)の作付を水田・畑作経営所得安定対策に対応して設立された集落営農組織を中心に拡大している。

2) 田谷川協業組合メンバーの類型化と経営概況

田谷川協業組合の15経営は、前章で整理した直販の性格に応じて第2表のように、【Ⅰ類型：大ロット

直販経営、1経営】、【Ⅱ類型：小ロット直販経営、2経営】、【Ⅲ類型：縁故的直販経営、4経営】、【Ⅳ類型：直販未実施経営、8経営】に類型化できる。第3表は各経営の経営概況を、第4表は米販売と稲作付の状況を、第5表は直販の販路・価格と販売開始の経緯を、第6表は機械体系を示している。

(1) 大ロット直販経営

A経営のみの1経営である。米販売は直販が主力であり、07年産では販売額の32.9%、09年産では後掲第8表のように、92.6%にまで上昇している。販路は中食・外食業者への10トンを超える大ロットのものであり、現局面における直販の典型例である。総経営面積(総作付面積+稲作作業受託面積)は107.5haに達する。労働力は家族労働力の枠を超えて、常雇4人、臨時雇4人を導入している。田植機は2台(8条植1台)、自脱型コンバイン4台(5条刈以上3台)と、大型機械を複数セットで導入している。よって、A経営の機械体系は大型複数体系(註16)とすることができよう。なお、A経営はJAライスセンターを利用しているために乾燥機は少ない。04年に法人化し、有限会社となっている。今回の分析対象経

(註15) 詳しくは、西川(2009:p.317~329)を参照。

(註16) 本稿では、梅本(1997:p.78~89)による「中型1台体系」「中大型複数体系」「複数体系」の定義を踏まえ、当地区の実態に適合する形で以下のように定義する。「中型1台体系」：中型機械である50ps未満トラクター、6条植以下田植機、4条刈以下自脱型コンバインの1台導入。「中大型体系」：大型機械である8条植田植機、5条刈以上自脱型コンバインの1台導入、50ps以上トラクター・乾燥機の複数台数導入。「大型複数体系」：田植機・自脱型コンバインを含めて大型の主要機械の複数台数導入。

第3表 田谷川協業組合メンバーの経営概況と類型化

(単位：歳，人，ha)

類型	経営主 年齢	労働力				うちオ ペレー ター	経営耕地面積		作付面積		稲作作 業受託 面積	総経営 面積
		家族	常雇	臨時雇	合計		うち 水田	合計	うち 稲			
A	I	53	3	4	4	5	47.6	39.2	105.4	28.5	2.1	107.5
B	II	59	3	0	3	3	39.9	26.3	66.8	18.5	2.0	68.8
C	II	52	4	0	0	2	29.6	28.1	51.2	22.5	3.7	54.8
D	IV	39	4	0	0	2	23.8	16.1	36.8	15.7	5.3	42.1
E	IV	67	3	0	10	2	23.0	22.5	29.0	16.4	3.0	32.0
F	IV	75・74	4	0	3	2	18.8	18.4	25.8	12.5	0.0	25.8
G	IV	71	3	0	0	2	16.9	10.9	26.0	8.0	0.0	26.0
H	III	52	2	0	0	2	13.4	7.9	25.6	5.8	2.9	28.5
I	IV	62	2	0	0	1	9.0	5.4	8.5	3.7	0.0	8.5
J	III	55	3	0	0	2	8.4	8.1	10.9	5.8	0.3	11.2
K	IV	77	3	0	0	2	5.7	3.9	5.7	3.9	0.0	5.7
L	III	59	2	0	0	1	5.5	5.5	5.9	3.8	1.0	6.9
M	III	42	3	0	0	1	4.5	3.2	5.1	3.0	0.0	5.1
N	IV	76	3	0	0	1	1.8	1.8	1.8	1.0	0.0	1.8
O	IV	79	3	0	0	1	1.2	1.2	1.2	1.2	0.0	1.2

註：各経営への聞き取り調査，JA北つくばおよび田谷川土地改良区提供の資料より作成。データは，G経営のみ07年（06年産），その他は08年（07年産）である。F経営は2戸協業経営の形態をとっているため，経営主年齢に2人の年齢を表記している。常雇・臨時雇の区分，経営耕地面積，作付面積の定義は，農林水産省『2010年農林業センサス』に準じている。臨時雇は人数で示したためにE経営の値が大きくなっているが，田植に集中しているため日数的にはA経営を大きく下回る。稲作作業受託面積＝(耕起+田植+収穫)/3。総経営面積＝作付面積+稲作作業受託面積。

第4表 各類型の米販売と稲作付の状況

(単位：万円，ha，トン)

類型	米販売の状況			稲作付		06～08年産推計 確保可能 取引ロット	集落営農 組織への 参加率
	販売額	生産者直販 販売額	割合	作付 面積	資材統一米 の作付率		
I	2,371.3	780.0	32.9%	28.5	0.0%	94.7	0.0%
II	1,110.0	277.4	25.0%	20.5	35.6%	67.2	50.0%
III	314.0	108.5	34.5%	4.6	55.5%	18.6	50.0%
III'	319.0	44.9	14.1%	4.9	70.7%	20.0	75.0%
IV	485.0	0.0	0.0%	7.8	69.9%	27.4	37.5%

註：資料は，第3表と同じ。各類型の平均値を示している。III'は，III類型からI経営を除いた値。生産者直販の割合は金額ベース，資材統一米等の作付率は面積ベース。06～08年産推計確保可能取引ロットは，田谷川協業組合『平成20年度 生産性限界打破モデル実践成績書』による水稲移植栽培反収540kg/10aに3カ年平均米作付面積を掛け合わせ，2俵＝120kgで計算した水田小作料を差し引いて求めた。G経営のみ1年分しかデータが取れなかったため外した。I類型の値は07年産のものなので，09年産のデータを示した後掲第9表とは一致しない。第5表も同様である。

第5表 米生産者直販の販路・価格と販売開始の経緯

(単位：円/60kg, トン)

類型	販売先	価格	販売量	米販売額 に占める 割合	開始時期	開始の理由・経緯	
A	I	外食産業 (東京)	玄米 14,000	18.0	17.7%	2007年	JA 価格の下落
		外食チェーン (東京)	精米 18,000	12.0	15.2%	2007年	JA 価格の下落
B	II	酒造業者 (市内)	酒米 14,000~17,500	5.5	14.8%	2003年	価格の高さ・安定性 (以前はJAが仲介)
		蕎麦屋 (名古屋)	精米 23,700	1.5	5.8%	2004年頃	価格の高さ
		レストラン (市内)	玄米 16,800	1.2	3.3%	2000年頃	価格の高さ
C	II	自営直売所	米ぬか米 20,000~30,000	2.3	8.1%	2003年頃	作り方へのこだわり
		自営直売所	有機米 20,000	4.2	12.6%	1998年以前	作り方へのこだわり
		製粉業者	もち米 12,000	2.1	3.5%	2000年頃	つきあい
		地主へ直販	JA 価格と同じ	1.2	1.7%	かなり以前	つきあい
H	III	近所の人	玄米 14,000	0.6	3.5%	父の代から	つきあい
J	III	集荷業者 (市内)	JA 価格と同じ	0.9	5.8%	2005年頃	つきあい
L	III	集荷業者 (市内)	JA 価格と同じ	15.5	83.6%	1990年頃	経営主が集荷業者勤務
		消費者	玄米 14,000	2.1	16.4%	2000年頃	つきあい
M	III	米小売業者 (市内)	JA 価格と同じ	3.0	37.4%	父の代から	つきあい

註：資料は、第3表と同じ。07年産のJA価格は、年内価格（仮渡金+年内追加払い）で13,000円/60kgである。

営で法人化しているのは、A経営のみである。

(2) 小ロット直販経営

B経営とC経営の2経営である。米販売はJAへの出荷が主体で、直販は類型で金額ベース25.0%、資材統一米の作付率は35.6%である。販路は、零細な飲食店や自営の直売所で、販売価格は高いが販売量は小口である。直販とJA出荷を使い分けているといえる。C経営は集落営農組織（註17）にも参加している。

総経営面積はB経営68.8ha、C経営54.8haと、A経営に次ぐ規模である。労働力は、B経営が農繁期に臨時雇を若干日数導入する以外は家族労働力で賄って

いる。機械体系は中・大型機械が混在し、類型で田植機1台(0.5台)、自脱型コンバインは1.5台(1.5台)と、複数台数とはなっていない。よって機械体系は、中大型体系とする。

(3) 縁故的直販経営

縁故的な販路を中心に直販を実施している経営である。経営主が集荷業者に勤務しているL経営（註18）を除いたⅢ'で見ると（第4表）、直販規模も小さく、直販率は14.1%にとどまる。資材統一米の作付率は高く、類型で55.5%（Ⅲ'で70.7%）に達し、集落営農への加入率も50.0%（75.0%）である。

（註17） 当地区の集落営農組織は、いわゆる「枝番方式」によるものであり、参加しても個別経営の自立性が失われるわけではない。詳しくは、西川（2010：p.67~69）を参照。

（註18） J・L経営の場合は集荷業者への販売委託であり、厳密な意味での直販ではない。しかし、本稿での直販の定義。またその業者は地域でJAとトラブルを抱えた農家の避難所として長年存在してきたことから、縁故的直販の範疇に入れた。

第6表 各類型の機械体系

類型	トラクター			田植機			自脱型コンバイン			乾燥機	
	合計 ps	台数		合計 条植	台数		合計 条刈	台数		合計 石数	台数
		計	50 ps 以上		計	8 条植 以上		計	5 条刈 以上		
I	360.0	7.0	4.0	14.0	2.0	1.0	19.0	4.0	3.0	65.0	2.0
II	312.0	4.0	3.0	6.5	1.0	0.5	8.0	1.5	1.5	252.0	4.5
III	54.3	1.3	0.7	6.7	1.0	0.3	4.3	1.0	0.3	63.0	1.7
IV	161.6	2.9	0.8	6.4	1.0	0.3	5.9	1.3	0.5	86.0	2.0
IV'	220.5	3.8	2.5	7.0	1.0	0.5	6.8	1.3	1.0	141.3	3.0

註：資料は、第3表と同じ。各類型の平均値を示している。IV'はIV類型のうち、総経営面積が20ha以上の経営。J経営は田植機以外の機械を協業組織で共有しているので、III類型に含めていない。

総経営面積は最大で28.5ha、最小で5.1haにとどまる。機械体系は全ての類型の中で最も小さく、田植機1.0台(0.3台)、自脱型コンバイン1.0台(0.5台)である。機械体系は、中型1台体系とすることができよう。

(4) 直販未実施経営

直販を全くしていない経営である。総経営面積は42.1haから1.2haまで多様である。総経営面積が20haを上回る経営が全く直販をしていない理由は、経営主の多くの年齢が60代後半から70代に達し、新しい販路開拓に消極的であるためと思われる。一方で資材統一米への作付率は高く、69.9%となっている。

4. 直販の展開論理

1) 直販開始時期と需要構造

(1) 確保可能な取引ロットの格差—I・II類型とIII類型の違い—

直販を開始する前提条件として、各経営が確保できる取引ロットの大きさがある。第4表によると、米作付面積に規定されてそれぞれ94.7トン、67.2トンを確認できるI、II類型と、18.6トンしか確保できないIII類型には大きな格差がある。一定の取引ロットを確認して大量販売が可能なI・II類型に対して、III類型は縁故的直販以外の販路開拓が困難であり、メリットも少ない。III類型の確保可能な取引ロットは、A経営の販路1つぶん程度にしかない。同じく第4表では、I→II→IIIと確保可能な取引ロットが減少していくにつれて直販割合は低下し、資材統一米作付率は上昇するという明瞭な対照性が確認できる。そして取引ロットの小さな経営は、独自販売を強化しているJAに組織化されていくのである。

(2) 直販開始時期の違いによる直販の性格の違い— I類型とII類型の違い—

I類型とII類型では直販の性格が異なるが、それを直接的に規定しているのが直販開始時期の違いである。

第5表によると、1990年代から2000年代初頭に販路を開拓したB・C経営では、JA価格を3割から最高2倍程度まで上回る販売価格と、大きくても6トン程度までの零細な販路へ販売していることがわかる。零細販路への販売であったためにJA出荷との両立が可能であった。またC経営の場合、自営の直売所での販売が中心だったので、地場需要の狭隘性から販売が大きくは伸びなかった点も指摘できる。

一方で、07年から直販を開始したA経営は、大消費地である東京の外食業者へ、価格を抑えつつ10トン以上の大量販売をしている。大量販売が中心であったために、JA出荷との両立は不可能だった。なお、外食チェーンへの販売価格は精米で18,000円/60kgと高いが、後掲第9表では、09年産では玄米で14,500円/60kgまで価格を下げている。I類型とII類型では、直販開始時に直面した需要構造が異なったのである。

では、なぜB・C経営は新たに地域外の中食・外食業者への大量出荷に踏み切らないのか。そこでI類型とII類型を分ける生産力構造が問題となってくる。

2) 各類型の生産力構造と直販の関係

(1) 急激な規模拡大と作物交替時の労働ピークの形成

2000年代に入って、A経営の規模拡大のスピードは、転作受託による増加を含みつつ急速なものであった。水田経営耕地面積の増加を見た第7表によると、II類型も00年から08年にかけて17.1ha(年平均1.9ha)の増加であったが、I類型は同期間に27.3ha

第7表 各類型の水田経営耕地面積増加の推移

類型	水田経営		02~08年 増減面積	年平均 増減面積
	2000年	08年		
I	11.9	39.2	27.3	3.0
II	10.1	27.2	17.1	1.9
III	4.3	6.2	1.9	0.2
IV	6.9	10.0	3.2	0.4

註：資料は、第3表と同じ。各類型の平均値を示している。自作地と通年賃貸借をしている水田・陸田について示している。ただし、陸田はごくわずかである。

(3.0 ha) と、それを上回るスピードで規模拡大が進展した。

麦・大豆を含んだ形での規模拡大は、春・秋の作物交替時に労働ピークを形成させる。春は4月の水稻播種に始まり、5月田植、6月麦刈、7月大豆播種と作業が連続し、秋は9月中旬～10月中旬に稲刈、11月中旬まで麦播種、12月いっぱい大豆播種と続く。その中でも特に春の農繁期は厳しい労働ピークを形成する。A経営の場合を見た第2図によると、6月から7月にかけては梅雨の影響で作業ができる日が限定される。その時期はちょうど田植から麦刈へ、麦刈から大豆播種へ作業が切り替わる時期であるが、雨天のために作業ができない日が多く発生している。そのために、適期作業遂行のために天候のいい日の労働時間が長くなり、1人当たり10時間を超える日もあるそうである。労働ピークの形成はII類型でも見られるが、規模拡大が急速に進んだI類型で、より厳しく発現する。

以上の問題に対して、第1に経営者による農作業の精緻な「段取り」が求められる。特に当地区の場合は、3年に1回のブロックローテーションを実施しているので毎年作付圃場の位置も変わり、重要性は高い。しかし、これは後述の経営管理労働の個所に位置づけられる問題である。第2に、適期内で作業を完遂するために機械装備の大型複数体系への移行が求められる。

(2) 機械装備の大型複数体系への移行と雇用導入

大型複数体系への移行に伴い、2セット目の機械を動かすためには雇用の導入が必要になる。一方で、当地区では麦・大豆を含めて規模を拡大していくので周年就業が可能になり、常雇での導入が可能になる。機械装備の大型複数体系への移行、常雇を中心とした雇

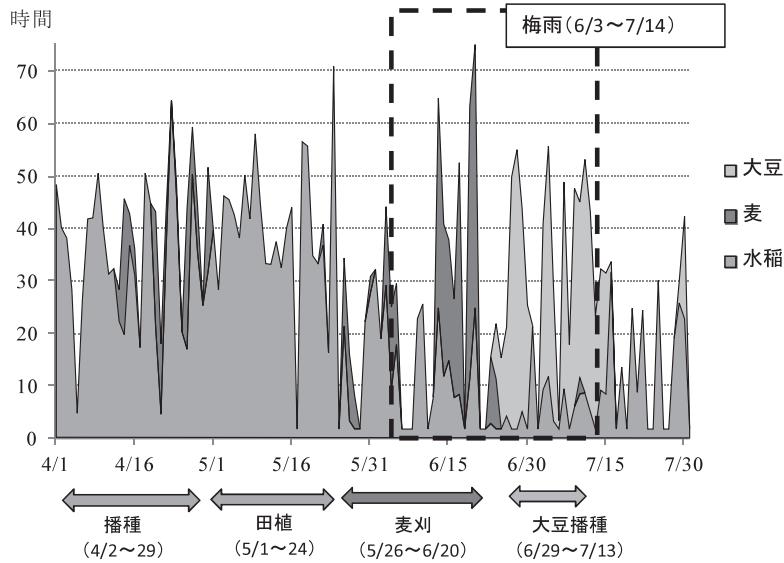
用労働力の導入、そして経営管理労働の独立、これらの点がI類型とII類型の生産力構造上の決定的な差である。

先行研究の分析視角によると、規模と対応して機械の有効利用が図られているかという点が問題になる。第3図は田谷川協業組合のメンバーについて、ブロックローテーションの実施を考慮に入れ、横軸に3年平均の作業面積、縦軸に3年平均の性能単位当たり作業面積を作業毎にプロットしたものである。トラクターは耕起、田植機は田植、自脱型コンバインは刈取に対応させている。作業面積は各経営の実態に合わせ、作付面積と作業受託面積を足し合わせた。例えば刈取に関しては、自脱型コンバインで稲刈と麦刈を両方実施している経営と、稲刈しかしていない経営があるが、それも経営毎に反映させた。ここでは、性能単位当たり作業面積が大きくなるほど機械の有効利用が図られているとする(註19)。

同図からはまず、稲作以外でも利用できるトラクターについて、 R^2 の値は0.46程度でやや小さいが、二次曲線が計測の範囲内では最後まで右上がりになっていることがわかる。つまり、作業面積が大きくなればなるほど、機械の有効利用が図られているのである。一方で、稲作のみの田植機、一部で麦刈にも利用している自脱型コンバインは、作業面積が20haを超えるといずれも二次曲線が屈折している。 R^2 の値も0.8以上と高い。屈折はいずれもA経営のところで発生しており、A経営ではII類型の経営と比べ、作業面積に比してこれら機械の稼働状況が低下している。逆にいうと、機械の有効利用の余地があることを示している。

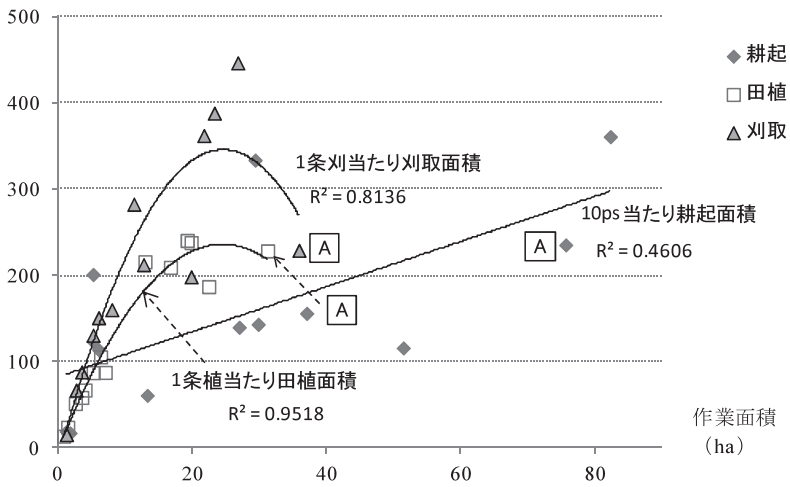
続いて雇用導入の影響を検討しよう。第4図は、経営の主幹的な労働力数をオペレーター数に代表させ、オペレーター1人当たり水田経営耕地面積の推移を見たものである。家族労働力の数にオペレーター数が規定されるII類型は、02年にB経営で、03年にC経営で長男が就農したので値が低下したが、それ以降は増大している。06年にはI類型を上回り、08年には10.9haに達して家族労働力に相当の負荷が生じていることが示唆される。一方で、A経営は04年に10.7haに急上昇した後、05年に臨時雇(180日程度出勤の準常雇的存在)で、06年には長男の就農で、08年には常雇でオペレーターを増やし、06年以降は値が安定的に推移している。以上の動きは、オペレーターと水田経営耕地面積の比率が安定的になり、今後

(註19) 以上の分析手法は、梅本(1997:p.67~71)を参考にした。



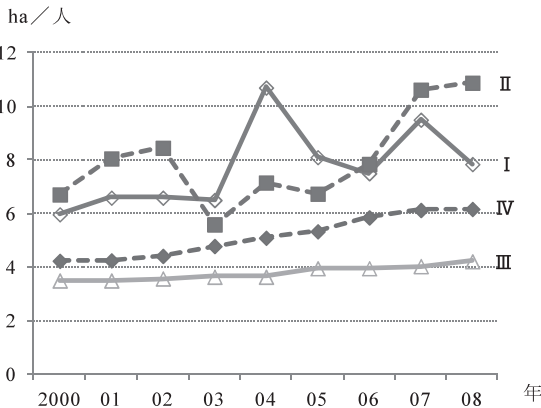
第2図 A 経営の春農繁期における労働時間の推移 (09年)
 註：A 経営提供の資料より作成。

作業面積 (ha)
 /性能単位



第3図 作業面積と各機械の性能単位当たり作業面積の関係 (06~08年平均)

註：資料は、第3表と同じ。協業組織を運営しているJ経営は、田植のみ表示した。1年分しかデータがとれなかったG経営は外した。また、A経営の位置については図中で明記した。近似曲線は、いずれも二次曲線で統一している。田植、刈取は二次項のp値はいずれも0.1以下であり、統計的に有意である。耕起については二次項のパラメーターは非常に小さく、統計的にも有意ではないが、観測値の範囲内では作業面積が大きくなるほど機械の有効利用度が高くなっているという本文内での指摘に沿う動きである。



第4図 各類型のオペレーター1人当たり水田経営耕地面積の推移

註：資料は、第3表と同じ。各類型の平均値の動きを示している。

も規模拡大とともに雇用が増えていくことを示唆している（註20）。

以上の状況からは、A経営の規模拡大が労働力の側面からも可能になる一方で、常雇の数が増えていくにつれて給与支払いが重荷になることが示唆される。総経営面積10a当たりの生産原価、減価償却費、労務費を示した第5図によると、A経営は減価償却費の低下が限界に突き当たる中で労務費負担は重くなり、生産原価は他の経営に対して優位性を発揮していないことがわかる。

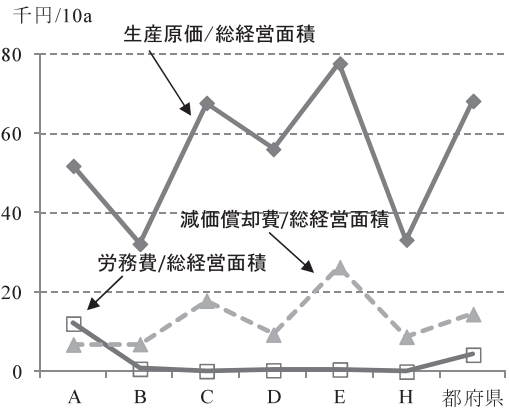
(3) 経営管理労働の独立

雇用導入の拡大により生産部面は雇用や他の家族労働力に任せることになり、結果的にA経営では経営主の経営管理労働への専念をもたらした（註21）。

それにより、第1に先述した「段取り」の精緻化が可能になる。そして第2に、経営主は本格的なマーケティング活動が可能になった。後述するような様々なマーケティング活動を通じて、A経営では販売額の9割を直販することが可能になったのである。

(4) 小括

ここまでの検討から、生産力構造と直販の関係について、以下のようにまとめることができよう。I類型では麦・大豆を含んだ急速な規模拡大により、機械装備の大型複数体系への移行と、常雇を中心とした雇用の導入が進んだ。そこで発生した生産力構造上の変化



第5図 各経営の総経営面積当たり生産原価の比較

註：各経営提供の収支資料、農林水産省『営農類型別経営統計（個別経営・水田作）』より作成。06～08年の収集できる資料の限りで計算した。都府県平均は06～07年の「作付延べ面積20ha以上経営」。生産原価＝材料費＋雇用労賃＋経費＋地代家賃。法人経営であるA経営とその他の家族経営を比較するため、A経営は役員報酬と家族への支払給与を、その他の経営は専従者給与を、つまり自家労賃部分を除いて計算した。

は、第1に機械の有効利用の余地の発生である。規模に対応した常雇の導入もあって、それは機械の有効利用を図るための規模拡大を促し、さらなる取引ロットの確保を可能とする。その結果、中食・外食業者への余裕を持った対応が可能になり、今後も直販の拡大が可能になる。第2に、機械の稼働状況が以前より低下する中で労務費負担の増大は、収益性を改善するため直販の拡大を必要とさせる。第3に、経営管理労働の独立によりマーケティング活動を充実することができる。つまり、生産力構造の高度化が直販を可能にするとともに必要とするのである。

一方でII類型は、I類型よりも規模拡大のスピードが遅かったので、まだそのような生産力構造になっていない。実は、II類型は第6表でIV'とした、IV類型の総経営面積20ha以上経営と比べると、経営主の年齢以外は労働力構成も機械体系も大きな差はないことがわかる。そして、所与の機械装備と労働力を限界近くまで稼働させているII類型の経営は、規模拡大の余地を失いつつある。B・C経営ともに、現在の経営耕地面積と比べて1割程度の拡大が限界であろうということである。B・C経営も、これ以上規模拡大が進展

(註20) A経営が最初に常雇を導入したのは、経営主が病気を患った1995年である。それ自体は突発的であるが、2000年代以降は先述のように、経営発展の過程として説明できる。

(註21) ただし、農繁期に人手が足りない場合は、経営主も機械を操作することがある。

第8表 A 経営の展開過程

(単位: ha, 人, 台, 万円)

		計算式	2003	04	05	06	07	08	09
面積規模	経営耕地 計		12.9	23.6	26.6	38.1	46.0	47.6	53.7
	面積 水田		11.9	21.6	24.6	30.1	38.0	39.6	45.7
	総経営 計		56.0	82.0	104.0	114.0	103.0	107.5	118.8
	面積 水稲作付面積		9.0	14.0	15.0	20.0	27.0	28.5	29.9
労働力	家族労働力		2	2	2	3	3	3	3
	常雇		1	2	2	2	3	4	4
	臨時雇		1	2	4	4	4	4	6
	うちオペレーター		2	2	3	4	4	5	5
	機械体系		5	6	6	7	7	7	7
	トラクター		5	6	6	7	7	7	7
	田植機		1	2	2	2	2	2	2
	自脱型コンバイン		3	3	4	4	4	4	4
収入	計			4,947	6,519	7,602	8,997	10,086	10,396
	米販売額			1,010	1,346	1,047	2,371	2,271	3,035
経営費	計			3,610	4,796	5,641	5,965	6,728	7,743
	労務費の増加寄与率				1.1%	45.3%	70.3%	92.8%	36.2%
付加価値額	計	①		3,107	3,379	3,966	5,440	6,620	6,700
	労務費の占める割合			15.9%	15.0%	22.4%	20.5%	27.6%	32.7%
米生産者直販関係	確保可能取引ロット		30.5	56.1	55.7	72.4	99.0	113.4	108.0
	生産者直販率		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	32.9%	68.0%	92.6%
	全量JA出荷と仮定した場合との販売額との差	②		0	0	0	153	297	425
	付加価値額との比率	②/①		0.0%	0.0%	0.0%	2.8%	4.5%	6.3%

註: A 経営提供の資料, および聞き取り調査より作成。付加価値額は役員報酬+労務費+地代家賃+租税公課+支払利息+基盤強化準備金。経営費は, 経常利益レベルまでかかった費用から, 役員報酬(妻への給与を含む)を除いたもの。労務費からは妻に支払っている給与を除いた。労務費の増加寄与率=労務費増加率/経営費増加率。「全量JA出荷と仮定した場合との販売額との差」は, 全販売量をその年のJA価格で掛け合わせて求めた販売額を, 実際の米販売額から差し引いて求めた。

する場合は常雇の導入を検討するとしているが, 安定的な雇用機会を現時点では提供できないという理由で踏み切れないでいる。雇用を導入していないことは, 経営管理労働の独立ももたらさない。その結果, II 類型では2000年代初頭以降, 独自に販路を開拓できていない(第5表にあるB経営の酒造会社への販売は, JAが仲介したものである)。II 類型は, 直販を拡大していく生産力構造上の必然性がないのである。

5. 個別事例分析—A 経営の販売戦略と直販の効果—

1) A 経営の展開過程と直販実施の経緯

第8表は, A 経営の展開過程を示したものである。A 経営は, 2009年で経営耕地面積53.7ha, 水稲作付面積29.9ha, 総経営面積で118.8haに達する。労働

力構成は家族労働力3人, 常雇4人, 臨時雇6人である。また, 稲・麦・大豆の3年4作の作付体系により, 労働力の周年就業が可能になっている。雇用労働力を導入する過程で, 経営主は経営管理労働に専念するようになった。年々の変動はありつつも経営費の増加に対する労務費の増加寄与率は大きく, また付加価値額に占める労務費の割合も, 04年の15.9%から09年の32.7%へ増大し, 労務費負担が徐々に重荷となりつつある。03年には既に自脱型コンバインを3台所有し, 04年には田植機2台体制に移行している。

A 経営はもともと米をJAへ100%出荷していた。直販へ乗り出した直接の契機は, 07年産米をめぐる, いわゆる「7,000円ショック」(註22)である。JA 渡金が7,000円/60kgにまで引き下げられたために,

「経営が立ち行かなくなる」と考えた経営主はJA出荷を見直した。直販の拡大と先述した生産力構造の高度化は並行して行われ、直販率は金額ベースで09年産では92.6%まで急上昇した。それとほぼ同時に、A経営は精米プラント（精米機、1.2トン保管が可能な低温貯蔵庫、色彩選別機）に2,500万円を投資した。これは、制度資金を利用せず全て地方銀行からの借入金で賄われた。投資額の大きさからして、A経営の直販はスポット的なものとは考えられないといえる。

米の作付品種は全てコシヒカリである。畜産農家と稲わら・堆肥の交換を行い、10a当たり700kg程度堆肥を投入している。また、有機質含有の肥料を秋田県から取り寄せて、10a当たり7～8袋/15kgを投入している。農業は除草剤1回と空中散布1回に抑えている。田植に関しては、地域標準が10a当たり苗箱20箱程度なのに対して、16～18箱程度に抑制している。栽培方法にこだわりつつも、なるべく省力化を図っていることがわかる。

2) A経営の直販の性格

(1) 直販の販路と取引方法

第9表および第10表は、A経営の直販の販路と取引方法を示したものである。

これらの表から第1に、本格的な販路として位置づけられていないものとして、「市内の産直コーナー」、「東京での直売」という宣伝用のもの、「取引先企業の食堂」、「外食業者①」という付き合いによるものが挙げられる。いずれも小口・高価格な販路で、精米で販売し、こちらから配達してその場で現金決済をするものが多い。全体の販売に占める割合は多くない。「集荷業者」は第5表のJ・L経営と同じ販売先であるが、JAとトラブルがあった際に大豆を引き取ってくれた縁で出荷し、出荷量は15トンと大きい。

第2に、本格的な販路として位置づけられているのである。「外食業者②」は、知人aに紹介してもらった全国チェーンのバイヤーにより09年産から始まった。まだ試験的なものだが、今後の拡大を期待している。市内の「中食業者①」は知人bからの紹介で、従来から話があったが断ってきたものを「7,000円ショック」を契機に取引を開始した。東京の「小売業組合」は知人cの紹介で始まった。東京の「中食業者②」とは、もともとは別の生産者の米をA経営の精米機で精米していた関係から取引が開始された。08年産は1.5トン程度であったが、09年産では一気に

30トンまで拡大した。「外食業者③」は東京を中心に10店舗程度展開している小規模チェーンで、06年に知人dから米の保管を依頼された関係から取引を開始した。

JAへの出荷は、直販に回さなかった米を出荷する限界的な位置づけとなっている。大口取引先からの追加注文は10トン単位であるので、JA出荷の減少が加速した。

(2) 地域外の大口取引先への安定的供給

A経営の直販は近年急速に展開したこともあり、中食・外食業者を中心としつつも、様々な性格の販路が併存している。しかし、その中でもいくつかの特徴が見えてくる。

まず、地域外の大口取引先への販売が挙げられる。中食業者②、また小規模チェーンである外食業者③という30トン以上の取引先に、金額ベースで55.1%を販売しているが、これはA経営が100トン超の取引ロットを確保できるので、そのような販路開拓が可能になっている。大口の取引先とは毎月トン単位で取引をし、中食・外食業者にとって重要である安定供給が可能になっている。これらの業者はいずれも大消費地である東京に所在しており、市内には存在しないタイプの業者である。

また、大口取引先とは農繁期も含めて取引し、その場での現金払いではなく、口座振込での後払い等の代金回収の問題が出てくる取引方法が多くなっている。これらは、経営主が経営管理労働に専念しているので対応が可能となってくる。

なおA経営は、個別消費者への販売は考えていない。小口な販路への配達の手間がかかるうえ、宅急便を利用しても個別包装等でコストがかさむと考えているからである。

(3) 高価格販売の手法としての流通コストのカットの重視

販売価格に注目すると、取引ロットが大きい取引先はJA価格とさほど違いがない水準になっていることがわかる。平均でも15,491円/60kgであり、外食業者③への販売価格は14,500円/60kgと、JA価格13,320円/60kgとほとんど差がない。08年産の全農いばらきの卸売業者への、およびJA北つくばの卸売業者への販売価格は14,500円/60kgである（註23）。A経営の販売価格は08年産と09年産で違いはないので、単純に計算すると08年産の場合で、A経営は

（註22）「7,000円ショック」については、西川（2009：p. 321～322）を参照。

（註23）西川（2009：p. 326）を参照。

第9表 A 経営の米販売先の状況 (09年産) ①

(単位: トン, 円/60 kg, 万円)

	所在地	販売量		価格	販売額		出荷形態
		実数	構成比		実数	構成比	
産直コーナー	市内	0.1	0.1%	24,000	5	0.2%	2 kg 袋・精米
直売	東京	0.4	0.4%	24,000	17	0.6%	5 kg 袋/2 kg 袋・精米
寮の食堂	県内	0.8	0.7%	21,600	29	0.9%	10 kg 袋・精米
外食業者①	東京	2.4	2.0%	16,000	64	2.1%	30 kg 袋・玄米
外食業者②	全国展開	6.0	5.1%	14,320	143	4.7%	30 kg 袋・玄米
中食業者①	市内	7.5	6.4%	16,000	200	6.6%	30 kg 袋・精米
小売業組合	東京	9.6	8.2%	19,800	317	10.4%	10 kg 袋・精米
JA 北つくば	市内	9.7	8.3%	13,320	215	7.1%	30 kg・玄米
集荷業者	市内	15.0	12.8%	15,000	375	12.4%	30 kg・玄米
中食業者②	東京	30.0	25.5%	16,000	800	26.4%	30 kg 袋・精米
外食業者③	東京	36.0	30.6%	14,500	870	28.7%	30 kg・玄米
計・平均		117.5	100.0%	15,491	3,035	100.0%	

註: 資料は, 第8表と同じ。

第10表 A 経営の米販売先の状況 (09年産) ②

(単位: トン)

	取引頻度	1回当たり 取引量	輸送手段	代金決済方法
産直コーナー	1カ月に1回	0.02	配達	現金
直売	1カ月に1回	0.04	配達	現金
寮の食堂	1カ月に1回	0.06~0.09	配達	1カ月後に振込
外食業者①	不定期	0.30	配達	現金
外食業者②	09年産は1回のみ	6.00	引き取り (トラック)	現金
中食業者①	1週間に1回	0.24	配達	2週間後に振込
小売業組合	1カ月3~4回	0.20	配達	不定期に振込
JA 北つくば		9.70	ライスセンターに出荷	仮渡金+精算金
集荷業者	1年に1回	15.00	引き取り	1週間後に現金
中食業者②	1カ月に1回	1.50	引き取り (ワゴン車)	前金
外食業者③	1カ月に1回	6.00	引き取り (トラック)	1週間後に振込

註: 資料は, 第8表と同じ。

JA 系統や卸などの既存の流通ルートを通さないことで差額の 1,180 円/60 kg を得ていることになる。取引先にとっても、従来のルートではかかるはずの流通コスト分をカットして、安く米を仕入れることができる。

契約内容は、A 経営の手間を省く内容のものが多く、大口取引先は配達ではなく、引き取りに来る場合が多い。配達しない分だけ手間が省けるので、価格を下げで対応している。また、精米と玄米のどちらでもできるが、玄米販売の場合も価格を下げている。米販売に占める玄米の割合は販売額ベースで 55.0% になるが、

大量に米を販売していく中で精米をする妻の負担軽減を図るとともに、新たな雇用を導入する必要もなくなる。中食・外食業者にとっても引き取りに行き、玄米で仕入れることで仕入価格を引き下げることができる。

A 経営は高価格販売を実現するに当たって、高付加価値化という生産部面によるものではなく、出荷時の手間を減らすこと、流通ルートを短縮することによる流通コストのカットという、流通部面によるものを手法として重視しているのである。

3) 直販の効果

先の第8表では、A経営の経営実績と、直販を実施していないと仮定した場合の比較を行っている。それによると、09年産では実施していない場合と比べて販売額が425万円のプラスになり、そのプラス分が付加価値額に占める割合は6.3%になっている。直販は、A経営の収益性向上になくはならない存在になっていることがわかる。

6. 結 論

本稿の検討を通じて、以下の点が明らかになったといえよう。

まず需要構造と直販の関係については、2000年代以降、業務用需要への対応が必要とされる中で、直販を実施するためには、取引ロットの大規模化と販売価格の抑制が求められることがわかった。本稿の事例からは、地域外の中食・外食業者と中心的に取引をし、高価格販売の手法を生産部面での高付加価値化によるものではなく、流通部面での流通コストのカットを重視するものへと変化させている直販実施経営の姿が浮き彫りになった。以上の動きは、1990年代以前の直販の動きとは明らかに異なるものといえよう。

そのような需要構造に対応するためには、経営の生産力構造の高度化が求められる。そして規模拡大、作付様式、機械装備、労働力構成という生産力構造の高度化が、直販を可能にするとともに必要とされることが本稿の分析で明らかになった。特に規模拡大によるさらなる取引ロットの確保と、経営管理労働の独立によるマーケティング活動の活発化は、中食・外食業者との取引に適したものであった。ただし、本稿で明らかにできたのは麦・大豆を含めて水田作経営の規模拡大が進展する北関東の場合であり、水田単作の地域等では別の論理が存在することは十分予想される。

以上の結論は、大ロット取引が必要な需要構造に対応し、またそのような対応が可能な生産力構造を持つ大規模水田作経営は、本稿の事例からは現時点では一握りに過ぎないということを示している。そして、それに対応できない経営には、かなりの規模層にまで、米販売を強化する単協の影響力が強まっていることも明らかになった。本稿の結論は、直販がマクロ的に見て停滞している事実と1つの示唆を与えるものといえよう。

[付記] 本稿を執筆するに当たって、調査に協力していただいた現地の関係者の皆様に、この場を借りて感謝申し上げます。なお、本稿は科学研究費補助金特別研究員

奨励費(09J06166, 11J08191)、および(財)日本農業研究所 平成20年度人文・社会科学系若手研究者助成事業の助成を受けた研究成果である。

引 用 文 献

- 秋山満(2011)「東日本における米戸別所得補償モデル対策取り組みの現状と課題—栃木県の取り組みを中心に—」梶井功・谷口信和編『民主党農政1年の総合的検証—新基本計画から戸別所得補償本対策へ—』(日本農業年報57)農林統計協会, 90~111.
- 安藤光義(2005)『北関東農業の構造』筑波書房, 406 pp.
- 福田晋(2010)「米販売自由化における稲作農家の米販売先の選択—福岡県を対象として—」梶井功・矢坂雅充編『民主党政—政策の混迷は解消されるのか—』(日本農業年報56)農林統計協会, 71~85.
- 冬木勝仁(2003)『グローバリゼーション下のコメ・ビジネス—流通の再編方向を探る—』(現代農業の深層を探る4)日本経済評論社, 228 pp.
- 鎌田譲(2010)「外食・中食産業の動向と米需要」『北海道大学農経論叢』, 65, 50~65.
- 宮武恭一(2011)「北陸地域における稲作経営の規模拡大と米販売の新展開」『農業経営研究』, 49(2), 11~20.
- 仁平恒夫・吉川好文・細山隆夫(2007)「北海道米への実需ニーズと業務用・加工用米の産地化」『北海道農業研究センター農業経営研究』, 94, 1~76.
- 西川邦夫(2008)「現局面における米価下落の要因について—需要構造分析の視点から—」『歴史と経済』, 201, 34~46.
- 西川邦夫(2009)「1990年代後半以降の米需要の多様化を受けた水田農業の構造変動と農業経営・JAの販売戦略の転換—茨城県下構造変動急進地域を事例として—」『日本農業研究所研究報告 農業研究』, 22, 303~369.
- 西川邦夫(2010)『品目横断的経営安定対策と集落営農—「政策対応的」集落営農の実態と課題—』(日本の農業245)農政調査委員会, 127 pp.
- 小野雅之(2008)「米フードシステムの変化と米政策の転換」農業問題研究会編『農業構造問題と国家の役割—農業構造問題研究への新たな視角—』(現代の農業問題4)筑波書房, 87~113.
- 齋藤仁蔵(2008)『生産者の米マーケティング戦略と管理の特質』農林統計協会, 236 pp.
- 斎藤潔(1995)「米のダイレクトマーケティング」和田照男編『大規模水田経営の成長と管理』東京大学出版会, 197~210.
- 斎藤潔(2003)「農業法人の経営革新」日本農業経営学会編『新時代の農業経営への招待—新たな農業経営の展開と経営の考え方—』農林統計協会, 36~51.
- 谷口信和(2004)「農業生産構造の変化と政策転換—米政策改革をめぐって—」『農業経済研究』, 76(2), 80~96.
- 梅本雅(1997)『水田作経営の構造と管理』日本経済評論社, 254 pp.
- 梅本雅(2008)『転換期における水田農業の展開と経営対応』農林統計協会, 278 pp.
- 薬師寺哲郎(1998)「米の業務需要の動向と今後の見通し—

- 飲食店・外食企業アンケート調査結果―』『農業総合研究』, 52 (3), 53~92.
- 吉田俊幸 (1990) 『米の流通―「自由化」時代の構造変動―』農山漁村文化協会, 263 pp.
- 吉田俊幸 (1992) 『稲作生産構造および米流通の変化と千葉県での米出荷, 流通問題』JA 千葉中央会『千葉県における稲作生産構造の変化と産地での米流通・転作の変貌』63~116.
- (2010年12月21日受付, 2012年2月6日受理)

要旨：本稿の課題は、現局面における米生産者直販の展開論理を明らかにするとともに、マクロ的に見た直販停滞についての示唆を得ることである。本稿では、米需要構造の動きと経営の生産力構造に注目するとともに、茨城県筑西市田谷川地区の事例から課題に接近する。本稿の結論は以下のとおりである。2000年代以降、中食・外食需要へ対応するために、取引ロットの大規模化による流通コストのカットと販売価格の抑制が求められた。また、生産力構造の高度化が、直販を可能にするとともに必要とされた。本稿の分析により、現局面では本格的に直販に取り組める水田作経営は限られてきていることが示唆された。

キーワード：米需要構造, 生産力構造, 流通コストのカット, 経営管理労働の独立