

第 1730 回 (10 月 14 日)

2000 年に向けた米生産農家の

生産・流通・販売戦略

——特別栽培制度と行政と

生産者と消費者の接点で——

稲垣 紀夫

本報告では、1987 年に登場した特別栽培米制度が、行政と生産者と消費者の間でどのように展開し、そしてどのような意義を持っていたかを聞き取り調査を踏まえ考察する。

食糧管理制度のもとでは、基本的に生産者に生産・流通・販売の自由はなく、機械化、省力化によるコストダウンにも限度があり、農地の集積による規模拡大も思うように進まなかった。

こうしたなかで、特別栽培米制度は、発足の趣旨からすると米の自由販売の流れに應えるためではなくいわゆる有機米の流通のためにはあるが、食糧管理制度上初めて農家に米の直接販売を認めるものであった。制度の概要は、通常栽培と著しく異なる方法で栽培され、消費者が特定され、転作が達成されていることを要件として、生産者と消費者が行う直接取引に承認を与えるものであった。

米流通で既得権益を持つ全農や全糧連はこの制度の発足に反対したが、食糧庁は、要件が厳しく普通の生産者が取り組めるものではないと説得にあたった。一方で、特別な栽培をしている生産者との直接取引を求める消費者団体の要求に対しても応えるために、苦心の末特別栽培米制度を生み出した。

翌 1988 年には改正を行い、特別栽培米を食糧管理法上自主流通米や他用途利用米と同じ位置づけとし、複雑だった手続きも簡素化された。この時でも食糧庁内部の大方はこの制度を拡大する意図はなかった。しかしながら、当時の長官がこの制度の理解者となり普及を推奨したことから、特別栽培米の推進役となった担当官は、あらゆる方法でこの制度

の宣伝普及を図った。制度普及のための雑誌掲載は 20 を超え、各県の農業雑誌にも全て掲載された。農家からの要請があれば全国各地に出向き開催した勉強会は 10 回を超えた。ノウハウ本を作成し、食糧事務所が通達を独自に解釈して申請を遅らせたり、却下させないようにした。特に、通常と異なる栽培について「無農薬無化学肥料の栽培」だけではないこと、取引の上限は 10 トンであるが、それは生産者 1 人当たりの上限ではなく、申請書 1 通当たりの上限であることを明確にし、このことが制度の透明性をたかめ普及に弾みをつけた。

全国紙にもおおむね好意的に取り上げられ、1990 年 1 月にはある全国紙の 1 ページを独占した。この時の消費者の反響は大きく、連日食糧庁に問い合わせが殺到した。当初から流通にしても栽培方法にしても、農林水産省にとってあくまで例外的な存在であった特別栽培米は、消費者と生産者に厚い支持を受け、この時には、もう誰も止めることのできないほどの大きな胎動となっていた。当時は、米生産者が国内の米流通自由化や米の貿易自由化圧力等の局面に対応するために、その方策を模索していたところで、特別栽培米は将来の進むべき道を照らす一筋の光明となった。通常、制度が浸透するのには 2~3 年の歳月がかかるところを、担当官の精力的な宣伝普及活動も手伝って、1988 年の改正を機に全国各地の米生産者が取り組むようになり、量的にも面的にも一気に特別栽培米は拡大した。米生産農家は、特別栽培米を通じて、米の流通・販売を経営に取り込んでいった。

1987 年に 34 トンだった特別栽培米の取引実績は、1990 年 6306 トン、1994 年には 57686 トン、と急拡大していった。特別栽培米に取り組む生産者数も 1987 年の 26 人から 1994 年には 22044 人となった。地域的には、北陸、東北、北海道、九州が高い伸びをみせた。概して特別栽培米に取り組む生産者は稲

作専業経営が多数をしめ、米の流通、販売に対する関心がもともと高く、自分の生産した米を自ら販売したいという欲求も強かった。栽培方法については、無農薬で化学肥料を一切使用しない栽培が大半を占めた。九州を中心として米の無農薬栽培の経営規模拡大を技術的に可能とするアイガモ農法が普及した。

各地の米生産者は特別栽培米に取り組む中で、試行錯誤を重ねながら、米の消費者への直接販売、代金回収、クレーム処理、販路拡大などの新しい経営ノウハウを蓄積していった。同時に、販売ルートの多角化、固定客の獲得、独自ブランド（米のブランド化）の形成などを果たしていった。生産者は、直接消費者に米を販売することで、農業に携わる意義や喜びをも取り戻していった。このことは、生産者に、安心できるものを消費者に責任を持って供給していくという使命感を醸成させていった。

行政の苦肉の策として生み出された特別栽培米は、その意図とは裏腹に次のような意義を持っていたといえる。①特別栽培米生産者は、自主流通助成金等の補助金をあてにせず自ら販売したことから、自立の精神が培われた（補助金農業からの自立）。②米生産者が流通、販売活動に直接参加することにより、流通及び価格決定の主導権を流通業者から生産者へ転換させ、生産者自身の努力により手取り価格の大幅アップを可能にした。③これまでの規模拡大、コストダウン、大量生産、安い農産物生産から脱却し、生産を刺激せず、環境と調和する農業へ回帰させた。④農産物の流通に関して、品質保証は生産者と流通業者のモラルの問題であり、栽培方法という直接目に見えない品質を持つ農産物の流通については、信頼関係を軸にした産直が優位性を持つことを実証した。⑤消費者の日本農業、農村に対する理解と支持を拡大させる役割を果たした。

特別栽培米は、さもすれば自由米販売を選

択したやも知れぬ生産者を取り込み、行政と生産者と消費者のバランスの上に発展してきたものといえる。米生産者にとって特別栽培米への取り組みは、米の流通自由化に向けて、経営に有機農業を採り入れ、消費者の信頼を基にした直接販売を通じて固定客を確保し、流通・販売を取り込んだ農業経営へと転換していくものであった。

1995年11月から新食糧法が施行され、生産者は自由に米を販売することができるようになり、特別栽培米制度自体は消滅した。しかしながら、米価の低落傾向が続く中、大幅なコストダウンも期待できないとすれば、無農薬栽培米などを生産し、流通マージンも自らの所得分として取り込んでいくしか方法はないであろう。その際に、特別栽培米の生産・販売の経験が大きな意味を持つてくると考えられる。