

<定例研究会報告>

第1770回(1月19日)

現代産直論

——地場流通の展開条件——

(東京農工大学) 野見山 敏 雄

1. 産直商品の使用価値論

産直商品は、消費者にとっての生活手段、生産者にとっての交換手段・営利手段たるにとどまらず、双方にとって「社会的損失」(化学的合成資材を多投する生産による人体への被害、環境汚染)を軽減する手段として、特別の使用価値を有している。

これが、産直が煩わしい作業を繰り返し行う経済事業で、買い手・売り手双方にとって既存の卸売市場流通に比較して効率が悪い流通方式であるにもかかわらず、あえて採用される理由である。

2. 産直と広域流通

広域的な流通は、需給調整や適地適作の促進などのメリットを持つが、農産物の産地間競争を激化させ、規格等の厳しい選別の要請に耐えられない零細農家を共販から離脱させる。また、見かけの品質向上のための作業(例えばりんごの玉まわし)に力が注がれる反面、安全性や味など真に追求すべき商品の使用価値が軽視されるという問題も孕む。

産直においても、消費者の際限のない欲求に地場流通で対応できないとなれば、広域流通へと向かい、究極的には「国際産直」にまで進むことになる。そして生産者から疎遠となった消費者には、産直商品の使用価値に対する不信・不安が生ずる。

3. 産直と地場流通

近年の農産物直売所の目覚ましい展開は、産直=卸売市場流通の補完説では不十分な、産直が地域経済・社会で果たす役割についての検討を求めている。

地場産直では、消費者が生産者と交流(単なる儀式的なものではなく)しながら地域作り運動に参加することにより、産直商品を持続的に入手する条件を形成する。すなわち、農業経営を持続的に、それも点的ではなく集落以上の面的な存在として存続させようとする。それによって地域農業資源を含めた地域環境の保全が可能になり、地域振興の基礎的な条件が整えられる。

このような認識に立てば、産直は単品・少品目のそれから、地域農業・産業をまるごと抱え込む東都生協とJAやさとの産直のように総合的な産直へと発展していく。

そして野菜の場合、1品目だけでなく、前後作の品目についても取引を行い、輪作を重視した作付け計画を基本にして、生産も消費も相互に計画的に行うようにすることが理想的である。このような取組みは、地方の組合員5万人程度までの小規模生協ならば実現可能と考えられる。

4. 地場流通の復権

地場流通や地場産直の規範的な主張は、果たしていない欲望の追求の前では、その役割を薄れさせ、農産物流通は全般的に広域化と大規模化の途をたどるかのように思われる。

だが、そもそも端緒的な地場流通は市(いち)として自然発生的に成立した。市は単に商品交換の場だけでなく、買い手と売り手のふれあいがあり、祭りや縁日などの賑わいと文化を形成した。

いま一度、文化を育む流通方式として地場流通の復権を提起したい。そのためには、卸売市場制度の全面的な見直しが必要となる。

なお詳細は、野見山敏雄『産直商品の使用価値と流通機構』(日本経済評論社、1997年)、同「農協生協間産直の現代的課題と対応方策」(『農業経営研究』36-2、1998年9月)を参照されたい。

(文責・千葉 修)