

青果物流通における協同組合間提携の実態と成果

— かながわ生協と全農大和センターとの相互関係より —

安 村 碩 之

はじめに

わが国の青果物流通の中心はなんといっても卸売市場流通である。しかしその卸売市場流通にも生産者、小売業者、消費者などそれぞれの立場から様々な問題点が指摘され、その改善やこれに代る流通経路が模索されている。現在の卸売市場流通の問題の一端をあげると、①委託販売セリ取り引きを基本としているため入荷青果物の量が不安定であると同時にそのことは価格の乱高下をもたらしていること、②生産者から荷受業者、荷受業者から仲卸・小売・消費者とそれぞれの繋がりはあるものでも全過程を通じた結びつきに乏しく、生産者はただ作って売る、消費者はあるものを買うといった単なる2つの当事者間の商取り引きになっていること、③スーパーや生協といった大量取引を前提とする大型小売業との取り引きにおいて不都合が多いこと等である。

こうした卸売市場流通にまつわる問題点を克服するために予約相対取り引きの拡充など卸売市場そのものの改善策もところみられているが、一方で注目されているのが産直を中心とする市場外流通である。この市場外流通の形態は従来から引き売、街路・朝市等様々な形態があったが、最近生産者と団地自治会、生産者とスーパー、生産者と生協等の提携や生産者と消費者とのダイレクトマーケティング等が卸売市場流通の補完的な地位ながら多くみられるようになった。⁽¹⁾

ここでは生産者団体である農協と消費者団体である生協との産直に焦点をあわせ検討してみたい。

全農の販売事業には大きくみると2つの機能がある。その1つは需給調整とそれに伴う価格形成という生産者団体として必要な基本的な機能である。もう1つは消費者及びそれに近い需要者への流通・直販機能である。つまり前者が川上にかかわる対策であるのに対し、後者は川下対策である。⁽²⁾ 一方消費者や生協などの消費者団体もとくに農協が川下対策にも力を入れ始めたことに対応して、直接取り引きを行ない、安全・良質・安価な農産物を安定的に入手したいという要求の実現をめざそうとする動きが活発になってきている。そしてこの取り引きとしての「産直」はその実践を積み重ねるなかで「協同組合間提携—協同」を意識し、新しい生産・流通・消費の体形を模索し始めた。⁽³⁾

神奈川県では1982年農協中央会、経済連、生協県連、かながわ生協などの実務者による「神奈川県協同組合提携研究会」の開催を皮切りに、85年には農協中央会会長の諮問機関として「協同組合間提携研究会」が設置され、そこで農協と生協組織との提携をめざすとの方針がかたまった。こうした動向をふまえ、86年7月には両組織の役員レベルでの合意が成立、ついで事務局レベルでの会合によって「神奈川県協同組合提携推進協議会の設置について」という覚書がまとまった。つまり農協、生協双方が同じテーブルについて提携の推進方向や具体的な提携活動について協議がされているのである。⁽⁴⁾ そうした一連の条件整備のなかで、全農大和生鮮食品集配センター（以後全農大和センターと称す）とかながわ生協との関係も単なる取り引きから「協同組合間提携」へ、さらに県内・地元をより意識した「地域提携」「地場流通」をめざす方向に展開している。

そこで、小論ではかながわ生協と全農大和センターとの取り引きの事例からその実態、および現段階での成果について整理し、「産直」「協同組合間提携」のあり方の参考に資したい。

1. かながわ生協、全農大和センターの概要と相互の取り引き

(1) かながわ生協の概要と青果物仕入れルート

かながわ生協は、1975年に県内の5つの生協（川崎生協、川崎市民生協、横浜生協、湘南市民生協、浜見平生協）が合同して設立され、その後79年に神奈川みなみ生協、西湘市民生協と、80年にはさがみ生協と合同して現在の姿になっている。

1987年3月現在（1986年）の概要をみると（表1）、組合員は636,126人、家庭班37,230班、店舗数143店、正規職員数1,088人、パート職員数4,205人、出資

表1 かながわ生協の概要

	1970年度	1975	1980	1985	1986
組合員数（人）	40,702	120,955	298,094	572,923	636,126
家庭班数（班）	2,217	6,450	17,721	34,815	37,230
店舗数（店）	12	33	55	134	143
出資金（億円）	1.5	6.7	27	81	101
供給高（億円）	23	206	596	1,181	1,226

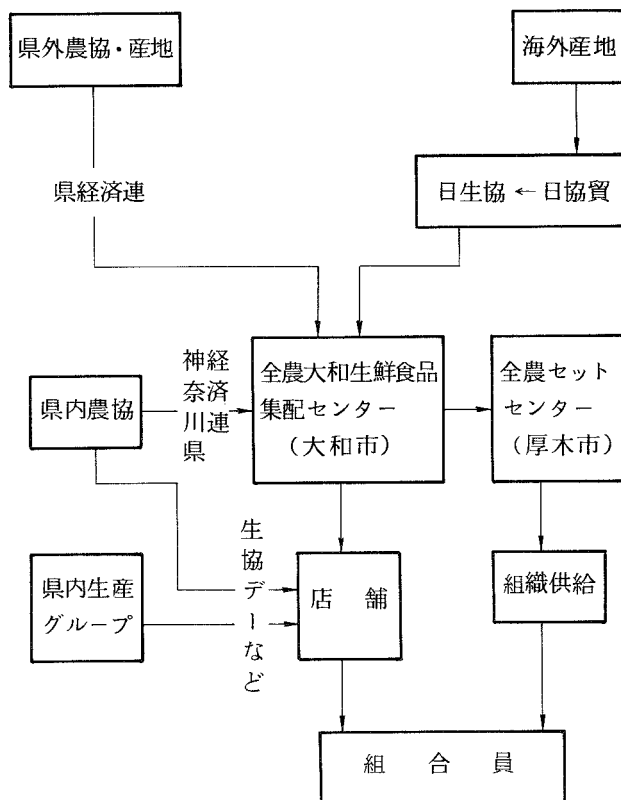
注：各年度末（3月）の数値である。

86年度末の正規職員数は1,088人、パート職員数は4,205人である。

金101億円、年間供給高1,226億円と全国的にみてもビック3にあげられる大きな地域生協となっている。参考までに84年度の供給高1,082億円を他の生協と比較してみると、灘神戸生協(2,301億円)、札幌市民生協(1,181億円)につぐ第3位である。また全国のスーパーや百貨店等をふくめた小売店全体のなかでも34位であり、中堅のスーパーマーケットと肩をならべている。

このかながわ生協が取扱っている青果物は図1に示すような経路をとっている。すなわち、①県内外の農協・産地から全農大和集配センターを経由するのと、②県内の農協・生産者グループから直接各店舗にながれるものの2つの経路がある。しかし、②の経路については「生協デー」などにおいて散発的に利用したり、店舗ごとに生産者と結ぶ契約によるもので、最近次第に重要視され初めているものの量的にはいまだ少なく、かながわ生協の青果物仕入れの大部分が①の全農大和センター経由のものとなっている。

図1 かながわ生協における農産物の流れ



なお、かながわ生協における青果物の仕入れは、以前は横浜中央卸売市場（1946年～69年3月）、全農東京集配センター（69年4月～73年8月）に依存していたが、1973年9月に全農大和センターが設置されると同時に同センターからの仕入れに切換えられた。従って現在では、上述の②の経路（県内農協・生産者グループからの仕入れ）以外は全て全農大和センターからの仕入れで、他からの仕入れはない。

（2）全農大和センターの概要と青果物の集荷状況

全農大和センターは東京センター（埼玉県戸田市）、大阪センター（大阪府摂津市）について1973年に神奈川県大和市に設置された。こうした全農の集配センターは「単発的な産直でない本格的な市場外流通」⁽⁵⁾施設として設置された。

この集配センターの機能・運営上の特徴として、①卸売市場におけるセリ取引に代り、相対取引を採用し、量販店の希望する大量取引による仕入れと販売の合理化にたいして予約取引で対応すること、②具体的には予約相対取引により短期的な価格変動をおさえること、消費者単位包装の採用により顧客の要請にこたえること、通い容器、コンテナ等の採用により流通経費節減と鮮度保持の効果をたかめること、貯・冷蔵施設保有により短期的な需給調整機能をはたすこと、③予約取引において仲卸機能、すなわち小売店、生協との受発注業務、販売対応、配送などの業務を行うこと、があげられている。⁽⁶⁾

全農大和センターの青果物取扱金額は設立翌年の74年には73億円であったが、その後79年までの5年間は年率12～22%の伸びを示し79年には195億円と200億円の大台に接近した。その後は伸び率が若干低下したものの10%内外の伸びを示し85年に300億円の大台を突破、327億円になった。これは、設立2年度目の74年の取扱金額のほぼ4.5倍であり、大阪センターに大きく差をつけ、東京センターに接近してきている。

この取扱分量を野菜・果実別にみると概ね野菜7割、果実3割という取扱状況となっている。ここ6年間の構成比の推移をみると、僅かながら野菜のウェイトが高まり、果実が低下する傾向にある。

青果物は、38～39都道府県から集荷されており、ほぼ全国を集荷圏としている。しかし、上位10県で総取扱量の5割（果実）～7割（野菜）を占め、他の多くの都道府県からの集荷は全体の取扱量からみて僅かである。集荷量の多いこの上位10県は、ホクレン、岩手を除くと地元神奈川をトップに、関東およびその周辺の諸県が中心となっているところに特徴があろう。

神奈川産の野菜について金額でその変化をみると1981年に約15億円であったも

のが、次第に増加し85年には27.6億円に、総取扱い金額に占める神奈川県産の割合も9.6%から11%台に、最高時の84年には13%になっている。そして県別順位も81年が3位、82年が2位、83年以降1位と次第に上昇してきている。一方、神奈川県果実は1981年の2.2億円(288トン)84年には2.6億円(418トン)に増加し(その後若干減少している)、それによって総取扱量に対する神奈川県産の割合も高まったものの、金額で2~3%、重量で1%内外とそのウェイトは極めて低い。県別順位は金額で10~15位というところである(表2)。

表2-(1) 全農大和センターにおける神奈川県産野菜・果実の位置—金額

(百万円・%)

		1981年度	1982年度	1983年度	1984年度	1985年度	1986年度
野 菜	総 量 (A)	15,645	17,414	21,160	19,883	23,208	24,120
	神奈川県産 (B)	1,498	1,989	2,453	2,606	2,762	2,636
	(B) / (A)	9.6 (3)	11.4 (2)	11.6 (1)	13.1 (1)	11.9 (1)	10.9 (1)
果 実	総 量 (A)	7,527	7,572	8,209	10,171	10,188	10,357
	神奈川県産 (B)	215	218	259	262	240	223
	(B) / (A)	2.9	2.9 (10)	3.2	2.6	2.4 (12)	2.1
合 計	総 量 (A)	23,172	24,986	29,369	30,054	33,396	34,477
	神奈川県産 (B)	1,713	2,207	2,712	2,868	3,002	2,859
	(B) / (A)	7.4	8.8	9.2	9.5	9.0	8.3

表2-(2) 全農大和センターにおける神奈川県産野菜・果実の位置—重量

(トン・%)

		1981年度	1982年度	1983年度	1984年度	1985年度	1986年度
野 菜	総 量 (A)	90,764	96,194	99,818	110,955	114,016	127,139
	神奈川県産 (B)	13,651	15,897	16,635	20,734	20,168	22,187
	(B) / (A)	15.0 (1)	16.5 (1)	16.7 (1)	18.7 (1)	17.7 (1)	17.5 (1)
果 実	総 量 (A)	32,441	33,529	37,436	36,258	39,358	42,161
	神奈川県産 (B)	288	327	397	418	373	393
	(B) / (A)	0.9	1.0	1.1	1.2	0.9	0.9
合 計	総 量 (A)	123,205	129,723	137,254	147,213	153,374	169,300
	神奈川県産 (B)	13,939	16,224	17,032	21,152	20,541	22,580
	(B) / (A)	11.3	12.5	12.4	14.4	13.4	13.3

注：全農大和生鮮食品集配センター資料より作成

()内の数字は県別にみた順位

(3) 相互の取り引きと予約相対システム

全農大和センターにおける販売先は、予約相対取り引きを前提とする農協、生協、スーパーマーケットなどの量販店と当日相対取り引きによる専門小売店、食材・外食・漬け物業者、地方市場・卸などであるが、このなかでも生協への販売は101億円（1985年）で最も多く、総販売額（327億円）の実に31%を占めている。

現在取り引きしている生協は、かながわ生協のほか静岡生協（かながわ生協と業務提携が決定している）、下馬生協、生活クラブ生協の4つの生協であるが、かながわ生協の取り引き額は92.9億円で生協との取り引き総額の94.1%を占めている。すなわち全農大和センターにおけるかながわ生協の位置は非常に大きい。しかもそのウェイトは次第に大きくなってきている。

前述のようにかながわ生協は取扱い青果物の大部分をこの全農大和センターからの仕入れに依存しているのであるが、そのうち神奈川県産の割合は16.7%（1985年、金額ベース）で、次第にそのウェイトを高めている。これは先にみた全農大和センターの総取扱い金額に占める神奈川県産の割合（同9.0%）に比較すると極めて高い値である。すなわち、かながわ生協では、全農大和センターに入荷する県内産の青果物を他の取り引き業者より多く受入れているのである。また、後に述べるように今後とも県内産のウェイトを高めていくことも一つの目標にしている。

そこで、かながわ生協と全農大和センターとの予約相対システムを生協側の作業スケジュールからみてみよう。

- ① まず前日の午後3時：生協本部商品部が各店舗よりコンピューターで明日分の注文を受ける。
- ② 同4時30分～5時：生協本部商品部は各店舗からの注文をまとめ全農大和センターに発注する。
- ③ 当日午前5時～7時：商品を受取り、トラックに積み込む（この際一部の商品についてはセンターの職員と相対で値決めをするが、大部分の商品については前日に、また「特徴品」一次の項で詳しく述べる－については週に1～2回値決めする）。
- ④ 同7時～7時15分：売価伝票作成。
- ⑤ 同7時15分～7時30分：センター出発。
- ⑥ 同8時～9時30分：店舗着。

青果物が注文され各店舗に届くまでには、このようなスケジュールを経過するが、このほか青果物の取り引きに関連する仕事として、発注調整、量確保、品質チェッ

ク、価格決定、請求伝票チェック、情報収集、業務計画書作成（月度、週間）、店舗指導、産地視察、商品開発、全農各課との情報交換・計画協議などがある。これらの仕事は生協商品部（正職員4名、パートタイマー1名）が担当しているが、仕事の内容によっては全農大和センターの職員の力を借りたり、共同で行うものもある。たとえば産地視察や商品開発においてはセンターと共同で進められることが多いが、この場合センター側からみれば産地の生産者に消費者からの情報・要求を直接知ってもらい交流を深めることによって、売れる商品の開発、安定した入荷につながるというメリットがある。生協側からみてもセンター職員の産地とのつながり商品知識などのノウハウを享受しながら、自らの要求する商品が開発できるのである。

2. かながわ生協における「特徴品」の開発と全農大和センター利用の利点

(1) 農産物取扱い上の基本方針⁽⁷⁾

かながわ生協では、現在農産物（青果物）の取扱いについて3つの柱をたてその実現のために様々な実践がされている。

第1は、「よりよい品質の追求」である。ここでは、①「鮮度の良さと本物の味」と②「出どころが確かで安全な農産物」を追求するとされている。

①については、まず収穫から消費までの時間を出来る限り短縮することによって鮮度のよいものを供給するために、とうもろこし、きゅうり、レタスなどで「朝どり品」の取扱いを行っている。また葉物類や遠隔産地の青果物でも鮮度が維持できるよう産地予冷品を扱い、夏場は蓄冷剤入り保冷シッパーで商品を提供している。また日曜・祭日は全農大和センターは休みであるがセンター及び生産者と協力して一部の商品（鮮度の落ちやすい葉物類やいちごなど）については休日集荷をすすめている。さらに「みかけの良さ」ではなく、熟度を高めた味の良い商品や完熟品の取扱いにも力を入れている。この対象となっているものには現在いちご、みかん、トマトがある。

②については、生産者の栽培努力や土づくりなどの技術を高めることで、農薬を減らしていくことが可能であるとの考えのもとに、「実際の農薬使用記録」を生産者に提供してもらうという「農薬使用の公開の原則」を確立すること、生産者と消費者（生協組合員）の「交流」を密にし、お互いの理解と信頼を深めること、生協として「残留農薬検査」をすすめる体制をつくること等農薬の使用を減らしていく生協独自のとりくみを掲げ、実践もされている。

第2は、「消費者（生協組合員）のくらしを圧迫しない価格と数量の安定供給の追求」である。その実現のためにつぎのような努力がはらわれている。

- ① 価格や数量をできる限り安定させるために、予約注文ができる全農大和センターを利用し、できる限り週間単位に価格をきめるなどの工夫をしている。
- ② 一部の地域では、組織的な確認にもとづいて地域の農協を通じ直接生協の店舗に商品を提供することで流通の時間を短縮し、価格も相対的に安くするとりくみをすすめている。これを「地域提携」とよんでいる（詳しくは後述する）。
- ③ 流通経費を節約するために、プラスチック製の通いコンテナやバナナの空ダンボールを出荷容器として活用したり、店舗における「はだか陳列」や包装の簡素化をすすめている。
- ④ 特定産地の特定の生産物が集中しないよう、品目ごとに「複数の産地」との提携をしたり、一つの産地でも「複数の生産物」を取扱う工夫をする。
- ⑤ 消費者の幅広い用途にこたえるため「1品目複数品種」の取扱いを追求する。

第3は、「産地との交流、県内農業の振興と協同組合間の提携の追求」である。

ここでは、まず生産者と消費者の相互理解と信頼を高めるために相互交流がすすめられていることである。県内においては生協が定める「行政区」ごとにその管内の農協と地域交流をすすめ、地域経済振興・明るい町づくり運動を推進している。また農協に限らず老人会などとも交流を深めている。県外の提携農協は60以上に達しているが、それぞれ行政区単位で年間計画にもとづいて産地交流がすすめられている。

つぎに「協同組合まつり」や「国際協同組合デー」の実行に生産者・農協の参加のもとで取り組んでいることである。「協同組合まつり」は従来は生協主体の「生協まつり」であったが、83年から農協も加わり協同組合間提携をより強力にすすめる原動力となった。

さらに県内生産物の取扱いを増やし、都市農業としての県内農業の振興をめざすということである。そのために、県段階と行政区段階で農協との話しあいをすすめ、地域ごとに生協組合員の声が反映されるようにするとともに、県外産にひけをとらない品質と価格など特徴ある県内の野菜や花の取扱いを計画的に増やすように努力している。また県段階で設置された生協と農協による「協同組合提携推進協議会」と「協同組合提携研究会」の活動をすすめ、生協と農協の提携を推進している。さらに幅広い消費者団体、生産者団体、労働組合などとの相互交流・理解を深めるため「食の見直しと県内農林水産業の振興をめざす懇話会」の活動を組合員の参加の

もとで実施している。

このようにいくつかの協同組合間提携のための努力によって、県内農業の振興や県内産直の必要性について消費者と生産者双方が共通の認識をもつようになり、実際の活動も強化されてきている。

(2) 特徴品の開発と県内産地との提携

前項にあげた農産物取扱いの基本方針（3つの柱）にそって取扱われている商品を「特徴品」というているが、その特徴は、①特殊栽培（例えば低農薬、有機栽培、緑健栽培、養液栽培等）、②朝どり、③高・完熟、④ノーワックス、⑤無漂白・無着色・防腐剤無使用、⑥休日集荷、⑦コンテナ出荷、⑧簡易包装、⑨夏場予冷、⑩県内産、などである。

この「特徴品」の大部分が全農大和センター経由で仕入れられているが、かながわ生協の1985年1年間の「特徴品」の取扱い金額をみると、野菜が28.4億円(14,690t)、果実が16.5億円(5,919t)、合計44.9億円である。85年度にかながわ生協が全農大和センターから仕入れた青果物の総金額は94.1億円であるから金額でみる限り、取扱い青果物のほぼ半数が「特徴品」であるといえよう。またその内、県内で生産された「特徴品」の取扱い金額に限ると野菜が11.6億円、果実が1.4億円であり、「特徴品」総取扱い額に占める県内産割合はそれぞれ40.7%、8.8%である。すでに述べたように取扱い青果物全体のなかでの県内産の割合は16.7%であるが、これに比較すると野菜の「特徴品」は県内産のウェイトが格段に高い。すなわち野菜の「特徴品」開発については県内に重点がおかれているようである。

ところでこの特徴品の開発、取扱い状況について「完熟トマト」の例からみてみよう。かながわ生協では1975年から「完熟トマト」を扱いはじめた。そのきっかけは生協組合員の「昔のトマトの味がなつかしい」「樹になったまま赤く熟させたトマトがほしい」という声であったといわれている。まさに遠隔大産地から送られてくる青いトマトに慣れさせられつつあった消費者も「本物の味」は忘れられなかったのである。こうしたことから県内のトマト生産者との話合いがもたれ、市場出荷規格があまりにも細かく厳しいことに困っていた生産者も規格・選別を簡素化した「完熟トマト」の生産に取り組みはじめた。この「完熟トマト」の生産・出荷・取り引きに関する内容は生協、全農、農協、農家による打ち合せで取決めている程度でお互の信頼を前提としている。その打ち合せの主要内容はつぎのようである。⁽⁸⁾

- ① 栽培方法は有機質肥料を多用し、病虫害に強い丈夫なトマトを育てる。農薬散布は可能な限り抑え、使用する場合は農薬名、時期、回数を明確にする。そ

して樹で80%以上着色したものを収穫する。

- ② 規格等級は一L（正常品、重量260g以上）、M（正常品、140～260g）、S（正常品、80～140g）、B（正常品、80g以下）とC（正常品以外のもの—空洞果、変形果等で烈果、病虫害果を除く）の5段階とする。
- ③ 配送はバナナの空箱を回収利用する。
- ④ 価格は農協、全農、生協の協議により週間値決めを原則とする（毎週火曜日に木～火曜日の価格を決める）。その際の価格は、生産原価を尊重しつつ市場価格も参考にして決める（いささか文章表現が難解であるが、聞き取り調査によると、むしろ市場価格を基本的指針にしているようである）。
- ⑤ 出荷日は収穫時期においては生協の定休日（第1、第3水曜日）以外毎日、日曜日でも出荷する。

また、品種、作付面積、収穫期、収穫量などの計画は前年に関係者が同席のうえで作成されるが、シーズンまえに生産者が出荷会議を開き出荷調整するというのが一般的である。

このような取決め、計画調整のもとで「完熟トマト」が生産・出荷されているが、生産者は厳しい規格等級に振り回されない、価格が平均して高値で安定している、全量出荷できる点で魅力を感じているようである。

表3は、「完熟トマト」の取扱い状況を示している。これによると生産者グルー

表3 完熟トマトの取扱い産地

農 協 名	取 扱 い 時 期	栽 培 方 法	実 績 (t)	
			76年	85年
海老名市農協	3月上旬～7月上旬	ハウス栽培	120	306
〃（津久井地区）	7月上旬～10月中旬	露地栽培	24	125
神奈川農協	5月上旬～7月末	ハウス栽培～露地栽培	—	10
横浜南農協	6月上旬～9月上旬	ハウス栽培～露地栽培	35	200
横浜北農協	3月下旬～7月末	ハウス栽培～露地栽培	11	65
藤沢市農協	6月上旬～9月中旬	露地栽培	—	150
綾瀬市農協	10月中旬～3月末	ハウス栽培	12	250
綾瀬市農協	6月中旬～8月末	露地栽培		
茨城県麻生町農協	9月上旬～11月中旬	ハウス栽培	21	280
合 計			223	1,386

注：かながわ生協「CO-OP商品のしおり」（1986年3月）および生協資料より作成。

プは県内6農協と県外1農協であるが、これら生産者グループごとの調整やハウス栽培・露地栽培の組合せによって周年供給ができるような体制がつくられていることがわかる。取扱い量は76年の223tから10年が経過した85年には6倍強の1,386tに急増している。

「完熟トマト」の取り引き例からその内容をみてきたが、この例を含む「特徴品」開発＝産地との提携の状況を県内についてまとめたのが表4である。これをみると県内の主要な野菜産地である15の農協と全農大和センターを通じて提携・取り引きをしている。しかしそれは現在の神奈川県内の43農協の1/3に過ぎず残りの2/3の農協とはいまだ提携に至っておらず多くの空白地域が存在する。しかも県内各農協の全農大和センターへの出荷量には大きな差があるが、この格差に同センターの販売取引先として最もウェイトの高いかながわ生協―各農協間の取り引き量の格差もほぼ比例しているものと思われる。地場流通を前提とした青果物仕入れをおしすすめるためにはこうした全く取り引きのない、また取引量の少ない県内各農協との結

表4 県内提携農協と取扱商品

農 協 名	主 な 取 扱 商 品
あしがら農協	葉付き大根・土付きつま・低農薬玉ねぎ・低農薬じゃが芋・キューイ・土付ねぎ・土付人参・みかん
小田原市農協	梅・みかん・なす
秦野市農協	メークイン・小ねぎ
平塚市中央農協	土付人参・土付ねぎ・小松菜・いちご
茅ヶ崎市農協	土付ねぎ・小松菜・かぶ
海老名市農協	完熟トマト・朝もぎとうもろこし・朝どりきゅうり・サニーレタス・にら・キャベツ・いちご
綾瀬市農協	朝どりきゅうり・朝どりレタス・朝もぎとうもろこし・完熟トマト・土付人参・ブロッコリー・うど
大和市農協	カリフラワー
藤沢市農協	完熟トマト・キャベツ・葉付大根
横浜南農協	完熟トマト・葉付大根・かぶ・うど・白菜・柿
都岡農協	ブロッコリー
神奈川農協	大根・完熟トマト・キャベツ・かぶ・ほうれん草・野菜苗・小松菜
横浜北農協	完熟トマト・カリフラワー
三浦市農協	キャベツ・サニーレタス・大根・かぼちゃ
横須賀市農協	キャベツ・サニーレタス・大根・かぼちゃ

注：かながわ生協「CO-OP商品のしおり」（1986年3月）より。

びつきを深めていくことが不可欠であろう。

かながわ生協では、新しい試みとして、地域の農協と生協の地域ブロック（行政区）あるいは店舗単位との話合いで独自の企画を進めるといった、より小さい単位での提携も推進されつつある。これが先にもあげた「地域提携」である。すなわち、かながわ生協のすべての組合員を対象にしたのでは生産供給量が少なくその需要量をカバーできないもの、朝どり品や葉物類のように鮮度がとくに要求されるものなどについては、できるだけ小さい範囲で流通できるようにしようとする試みである。すでに農協の生産部会などに属していなかった兼業農家の生産物をまとめて全農大和センターを通さずに直接店舗に仕入れたり、婦人やそのグループが生産した野菜や手作りした農産加工品などをもって生協デーに出店したりして地域での交流・提携が徐々に進んでいる。また、こうした生産物の取り引きだけではなく生活講座や婦人の集いなどで消費者と農家との人的交流も推進している。このような実践の積み重ねはこれまで交流・提携が実現していなかった地域との接点をつくり、提携を強化していく上で貴重なものである。とくに未組織、兼業、高齢農家などをふくめた地域ぐるみの提携・活動となり、それは地域ぐるみの農業の振興の原動力ともなるであろう。

（3） かながわ生協の全農大和センター利用の意図・利点

かながわ生協は全農大和センターが1973年に設立されて以降14年間青果物の仕入れ先として同センターを全面的に利用してきた。この間にかながわ生協も同センターもそれぞれ発展的に変化し、その変化にそって様々な改善もされてきた。

かながわ生協のセンター利用の意図もその発展段階に応じて変わってきたのであろうが、その経験の中から整理される現段階における意図・メリットを聞き取り調査結果や資料によって整理すると次のようなことがあげられる。

すなわち、①予約相対取り引きであるため産地、等級、数量など計画に添った集荷、供給がしやすい、②独自の集配センターを利用することと比較すると開かれた集配センターであるため需給調整機能をもっているため危険負担が少ない。③産地・生産者との交流ができ、生協組合員の意見が反映され、一方それに添った産地・商品開発が直接できる、④全面的に同センターを利用することによって物流機能の一元化が実現し、合理的仕入れ・配送、コストの削減ができる、⑤予約相対取り引きでしかも分荷機能を合せ持っていることから当日の作業が機能的に進み、たとえば開店時に品揃えが可能である、⑥日曜・祭日の集荷業務が実施されており、よりよい品質の追求が可能である、⑦同センターの職員は産地・生産者とのつながりや専門的

な商品知識を持っているが、産地との交流・提携や産地・商品開発を行う際この有能な人材に依存できる等があげられよう。なかでも、②需給調整機能、③産地・商品開発機能、④物流機能の一元化、⑦人材依存の4つの点が今日最も強調されている点である。

かながわ生協にとって全農大和センターはこのような多くの利点を持っているが、今後の課題として、①良質・均質な青果物の量確保、②近在荷、特に葉菜類の集荷、品質向上、③産地指定、契約栽培の推進、④日曜集荷、品目と時期の拡大、⑤コンテナの有効活用、⑥事前値決め制の推進、⑦荷さばき所、プラットフォームの拡大、⑧組合員を主体にした交流活動の推進をあげている。さらに農協との提携推進について別枠でとりあげ、その強化の必要性が強調され、そのためのポイントがかかげられている。

個々の取り引き上の課題もあるが、とくに協同組合間提携がかながわ生協の協同組合運動上の大きな柱となってきたところに民間商業資本とは異なった協同組合としての意義をはっきりと見出すことができる。もちろん提携先である全農＝農協も同じ立場にあることはいうまでもない。

3. 全農と生協との産直の特徴と協同組合間提携

全農の集配センターの設立当初の目的は、生産の大型化と一方での小売段階の大型化といった情勢変化のなかで高まってきた本格的な市場外流通(単発的な産直でない)への要請に応えることであった。そして生産者団体が自ら土地・施設を取得し運営にあたるもので、その取り引き上の主要な特徴は集荷機能と分荷(仲卸)機能が統一されていること、卸売市場がセリ取り引きを原則にしているのに対してここでは予約相対取り引きを中心に行っていること等であろう。

このような目的と特徴をもって全国に3カ所設置された全農の集配センターの中で、最も遅く設立した大和センターでもすでに14年を経過した。この間にはその取り引きの分量はもちろん集荷・販売先、取扱い農産物の性格、さらには消費者ニーズ等同等センターおよびセンターをとりまく社会経済環境情勢が次第に変化してきた。これらの変化にともなって当然全農集配センターへの期待や役割の重点も変わってきているものと思われる。

そこで全農大和センターの果している現実的役割について検討したいが、かながわ生協からみた具体的役割については前項でみてきたので、ここではもう少し総合的観点から述べておこう。

全農の集配センターは、設立当初の目的にも示されているように「単発的な産直でない本格的な市場外流通」システムをつくりあげてことを目的にしたのであった。全農大和センターはこの点については、一定の成果をあげているといえよう。とくに取引先の最大手であるかながわ生協は、全農大和センターを単なる仕入れ先とみるのではなく、「産直」を意識して生協運動の一環として位置づけている。しかもその「産直」に関する認識もその発展段階によって変わってきているかに思われる。つまり当初は「物の流れ―取り引きとしての産直」であったが、それが次第に「運動としての産直」に発展している。それはとくにかながわ生協の展開過程に規定されての変化であったと考える。すなわち、その間には生協規模の拡大、生協組合員からの多様な要求の出現、農業とくに県内農業の切り捨て、これに対する生協の取り組み姿勢の強まり等、の情勢変化があり、これにともなって「良質・安全な農産物の追求」「農産物の安定供給」「県内農業の振興」などの認識、要求が強まっていった。こうした認識や要求の強まりが「産直」活動に組み込まれ「運動としての産直」に質的变化してきたのである。

このように「運動としての産直」への発展はとくに生協側のイニシアティブによって進められたのであるが、ただ生協だけの力で産直はできるものではない。そこにはそのパートナーである全農大和センターの役割も見逃すことができない。つまり同センターも「本格的な産直」を実現することを目的の一つとして掲げており、そこにより強い産直運動意向をもった生協側の働きかけがあり、両方で産直を発展させてきたのである。

この「運動としての産直」の特徴について特に全農大和センターの積極面での役割を意識しながらあげると次のようである。

第1は、産地・商品開発が活発に行われていることである。多様な消費者のニーズにあった良質・安全性な農産物の供給は農協にとっても生協にとって重要な課題である。市場流通においてはとくに荷受資本の要求によりその規格等級がきびしく農家にとって大変な負担になっていると同時に消費者からみても残留農薬の心配や本来の味への疑問が強まってきている。そこで消費者は直接産地に出向き生産者である農家に自ら要求する農産物の生産を依頼し、そこで生産されたものを農家の要求を組入れながら買入れるという産直が進められているのである。これは単なる“直結”ではなく、新たな商品を開発することを前提にしてお互の要求をできるだけ実現しようとするまさに中身のある産直である。この商品開発をする場合、全農大和センターは農協組織であることから産地・生産者とのつなぎ役となると同時に流通

担当者として持ち合せている商品知識をフルに発揮するなど大きな役割を果たしている。

第2は、県内産の農産物の掘り起こしをすすめ地場流通を積極的に発展させつつあることである。消費者の農産物に対する要求を実現させる上でも身近な産地、顔の見える農業に大きな期待が寄せられている。なかでも生協組合員からのこうした期待はこのところ特に強まっており、一方身近な消費者とのつながりをもつことは地元生産者団体である農協にとっても重要な政策課題となっている。そこで、生協、全農大和センター、県内農協組織の3者が協力しながら、県内産地の掘り起こしをはじめ、商品開発においても県内産に重点をおいて進められている。すでに述べたように、全農大和センターにおける取扱い野菜のうちの神奈川県産の地位は年々高まり1983年には茨城を超越して1位になった（総取扱い金額に占める県産の割合は84年が13.1%）。またかながわ生協の青果物取扱い金額に占める県内産の割合はそれより高く16%、生協取扱いの「特徴品」に限ってみると実に47.7%に達している。かながわ生協が産直活動を通じて県内産の農産物に力を入れ、それに従って全農大和センターにおける県内荷の地位も高まってきていることがうかがえる。

第3に、県内産の農産物の取扱いを前提にした地場流通を発展させると同時に周辺諸県からの農産物をも取扱い県民の食料の安定供給にも寄与していることも見逃せない役割であろう。とくに神奈川県は東京都、大阪府に次ぎその食料の需要も膨大なものである。この需要に対し都市化地帯としての神奈川の農業はそれなりに適した品目を生産供給しているが、品目によっては他の諸県にその多くを依存せざるを得ないものもある。現在の全農大和センターの県外産農産物の取扱い割合はあまりにも高すぎるが、県内農産物を中心としそれを補完するという意味で周辺の諸県からの集荷することも膨大な県民食料を賄ううえで重要な役割である。

第4は、県内農業の振興という点でも大きな力となりつつあるということである。地場流通の必要性を認識すればするほど足元の県内農業が重要になる。こうした考え方はこのところ都市住民のあいだで強まってきているかに思える。とくに「食」の問題に関心をもっている人々はその問題の解決のためには、その基礎にある食料の生産＝農業問題の解決が必要であることに気付き、消費者側から農業を守り発展させようとする機運が高まってきている。ところが農業とくに都市農業は次第に切り崩され、身近な地元の産直の相手は少なくなり、しかも住環境もますます悪化している。そこで消費者自らの食生活と住環境を守るためにも地元農業の振興を図ることが必要であり、とくにかながわ生協ではそのことを活動の大きな柱の1つと

している。このことは全農大和センターとの取り引きにおいても産地育成、地場流通を重んじるということで意識されている。さらにそれから発展して共販の確立していない地域の農家、兼業農家、高齢者農家等ややもすると一般の流通からはみ出しそうな農家群との取り引き、交流にも力を入れつつある。経済原則からすれば取り引きロット量の拡大が望まれるところであろうが、それを乗り越えて地域農業の振興という命題が優先され、少量取引も重視されてきているのである。

第5は、消費者と産地との交流が盛んに行われていることである。産地とのふれあいは産地・商品開発の時にまず始まるが、その後お互が知り合い、消費者は農業・農家の実情を理解し場合によっては自然とのふれあいを楽しみ、農家は消費者からの情報・ニーズをつかむ。このことは、作る人と食べる人が遠く引離され、お互が理解しあうどころかむしろ対抗関係にあるかのような認識が強まりつつある今日においては非常に重要なことである。交流の積み重ねによって農家も消費者も同じ立場で「食」の問題を考えていくことのできる基礎が醸成されるのである。

第6は、協同組合間提携の機運の高まりとそれが実践されつつあることである。全農大和センターと生協との取り引きはこれまで述べてきたような特徴ある「産直」をつくりあげてきた。その実践活動のなかから「協同組合間提携」の機運が高められ、これまでは単なる「供給者＝作る側」と「需要者＝食べる側」という関係でしかなかった生産者（農協）と消費者（生協）とが、お互の向上と協同組合地域社会の建設をめざして同じテーブルについたのである。とくに現実的には政治志向も異なり、利害の対立する団体間の提携は総論としては進められても各論ではなかなか難しいと考えられていた。ところが、神奈川の場合は県レベルでの生協と農協の間で提携が合意され、さらにそれに基づいた具体的な動きもできている。この提携発展の背景には、①全農大和センターを通じた取り引き、産直の積み重ねのなかで県内農協との結びつきが強まってきたこと、②そうしたなかで現実のお互の政治志向や考え方を乗り越えた付き合いができるようになり、また逆にお互に乗り越えるまでもなく双方の付き合いが全農大和センター止りとなって、同センターが吸収、クッションの役割を果していること、③その後とくに冒頭にも述べたような「神奈川県協同組合間提携研究会」「神奈川県協同組合提携推進協議会」の設置や、「協同組合まつり」「食の見直しと県内農林水産業の振興をめざすシンポジウム」の開催等によって具体的な詰めを行い、積極的に合意形成をはかろうとする努力がされていること、などがあげられよう。いずれにしても全農大和センターはその合意形成に至る過程で一定の役割を果しているのである。

むすびにかえて

今日の「運動としての産直」の特徴とその実践を通じて築いた成果、そしてそれを築くうえでのかながわ生協、全農大和センターの役割を積極的な側面について述べてきた。これらの成果は一方のみの力で築かれてきたものではなく、双方の協力関係を基礎にした実践の積み重ねのなかでの現時点における到達点である。すなわち一方での生協側の発想と行動力におうところが多いが、他方全農大和センターは生産者団体＝農協組織のもつ集配施設であるという特質を生かし常に大きな役割を果たしてきているのである。

全農大和センターとかながわ生協における青果物の産直は、単なる商取引として始まったとしても、その実践のなかで一方の要求は見方を換えれば他方の要求にも通ずることが多いことに気付き、その共通の要求を実現するために双方が協同して取り組む方向へと発展していつている。そしてお互いの要求を理解し合い、それが自らの要求でもあると認識し、お互いの主体性を尊重しながら提携・協力の力でその実現のために努力するといった「運動としての産直」に展開しつつあるといえよう。

こうした全農＝生協の産直・提携は県農協連あるいは地域単協と生協・生協地域ブロックといった、県段階、地域段階の産直・地域提携へと展開している。つまり「広域提携」から「県内・地域提携」へと、より身近な、密度の高い提携が指向されているのである。そしてその方針は、かながわ生協の「地域経済の振興と明るい町づくり運動」に連動し、その中での地域農業・産業との協力・共同関係の育成強化活動においても根付こうとしているのである。

もちろん、かながわ生協における産直の展開は、単に全農大和センターとの青果物の取引＝産直だけではない。例えば、岩手県経済連・全農を通じての牛肉、鹿児島県経済連あるいは岩手県経済連との提携による豚肉、佐賀県経済連あるいは岩手県経済連との提携による鶏肉、新潟県経済連・神奈川県経済連を通じての「白雪米」⁽⁹⁾、神奈川県漁連あるいは全国10数箇所の漁業・漁協との提携による水産物等々、生協と農協・漁業の組織力をフルに発揮した産直が実践されているのである。

ところで、こうしたかながわ生協と生産者団体との産直＝提携は、他の地域で実践されている生協組合員と生産者グループ・単協レベルの発想と結びつきを中心にした産直に比較すると、広域的、組織的、事業先行的、物流的な性格が強いということから「上からの組織化」とみられている向きもある。⁽¹⁰⁾ しかし、そうした性格をもった産直・提携であるだけにその弱点を克服して一旦末端組合員の意識を変革し組織化を実現した場合にはその強さがより発揮され、むしろしっかりした産直＝提

携関係が形作られることになる。つまり「下からの組織化」された産直・提携は末端組合員のしっかりした問題意識・要求とその克服・実現のための強い運動理念をもちあわせているが、逆に現実的な経済的商取引において弱点がある場合が多いようである。その点において「上からの組織化」された産直・提携は比較的強力な経済基盤と力量をもっているのである。

またその経過はともかく卸売市場が集配センター化しつつある今日、全農の集配センターの市場外流通施設としての特徴が薄れてきている。そうしたなかで、いかにその独自性を発揮しその存在意義を示すかが同センターの最も大きな課題となっている。かながわ生協も合併をくりかえし、その都度規模を拡大し、いまや全国3番目の大型生協になった。それだけに規模の経済合理性を追求することに重点がおかれ、運動体としての存在が薄れつつある。そうした課題の克服のためには以上のようなこれまでの積み重ねで得た積極的な特徴と役割をさらに発展させていくことが不可欠であろう。このことは前述した「協同組合間提携研究会」の討議の結果をまとめた「農協、生協間の提携方策に関する報告」（1986年1月）等でも強調されており大方のコンセンサスを得ている。また県経済連では全農大和センターの厚木移転を前提とした新しい「神奈川県農協農畜産物流通センター構想」を描いているが、その構想される流通システムにおいても前向きに取入れ、引継がれていくことが望まれる。

以上、全農大和集配センターの産直との関連における積極的な特徴や役割をあげてみた。そのほかにもいくつかの特徴や役割があり、また逆に問題点や当面の課題もいくつかかかえているがここでは省略する。

（本稿は、かながわ生活協同組合からの委託研究「全農大和センターの移転に関する神奈川県経済連の農畜産物流通センターの構想の検討（青果物を中心に）」の筆者分担課題「全農大和集配センターの現状と果たしてきた役割」として取りまとめ提出した原稿の一部を組替え、修正加筆したものである。

注

- (1) 市場外流通の形態とそれぞれの状況については、小林彰一「青果物流通の現状」山崎農業研究所『耕』No.50 1987年10月等で述べられている。
- (2) この点については、山下洋治「全農の青果物販売戦略」農政ジャーナリストの会『青果物の新しい市場戦略』1984年7月で指摘されている。
- (3) 全国レベルでの協同組合間提携の動向については、前田典秀「協同組合間協同の新しい発展を願って」協同組合経営研究所『協同組合経営研究月報』No.391 1986年4月を参照されたし。

- (4) 神奈川県における協同組合間提携に関する経過については、1986年2月21日付け『日本農業新聞』の記事「生協提携 全事業・運動で」、田代洋一「協同組合間提携型産直と地域農業振興」全国農業協同組合中央会『協同組合奨励研究』第十三輯 1987年8月および前掲(3)の前田報告の記述を参照。
- (5) 全農が生鮮食品集配センターを設置しようとした当初の目的のなかにこの表現がある。その全内容を三国英実「集配センターにおける青果物流通の現状と課題」全農協労連『全農の畜産・野菜事業に関する調査報告書』 1987年3月によってあげると、「一方では農業の生産基盤が従来の小規模な段階から、主産地形成、団地化と大型化され、他方ではいわゆるスーパー方式の拡大、生協組織等の発達のもとで、従来の卸売市場流通ではそれぞれの要求が満たされなくなり、いわゆる『流通のバイパス』が必要とされるように至った段階で、単発的でない本格的な市場外流通の確立の要望が高まり、農協の販売機能としてこれらの要望に応え、さらに市場流通に競争条件をもちこむことによる、流通全体の合理化の基礎をなすもの」と記されている。
- (6) 前掲(5)三国報告より。
- (7) この項については、かながわ生活協同組合「'87 CO-OP 商品のしおり」1987年3月に依拠した。
- (8) かながわ生協の会議資料より引用。
- (9) かながわ生協の「白雪米」の取扱い状況等については、宮村光重「かながわ生協白雪米供給事業と新潟産地農協の対応」農業・農協問題研究所『農業・農協問題研究』第2号 1987年11月で詳しく述べられている。
- (10) 例えば、前掲(4)の田代洋一「協同組合提携型産直と地域農業振興」では、かながわ生協と全農大和センター・県経済連・単協の青果物産直を生活協同組合ひろしまと経済連の牛肉産直、名古屋勤労市民生協と地域単協・農民組合の「産消提携」、京都生協と単協間の提携の各事例と比較検討したうえで、「『上からの組織化』という性格をぬぐえないもの」と指摘している。

参考文献・資料

1. 三国英実「青果物集配センターの形成と卸売市場の再編過程」 湯沢誠編『農業問題の市場論的研究』 お茶の水書房 1979年
2. 三国英実「全農『集配センター』の実態と課題」 御園喜博、宮村光重編『これからの青果物流通』家の光協会 1981年7月
3. 首都圏流通問題研究会編『農産物流通の現代的課題』 農林統計協会 1979年6月
4. 赤沼肇「野菜のスーパーとの直接取引の実態」『神奈川県農業総合研究所研究報告』第129号 1987年
5. 野原敏雄著『現代の地域産業—地域の経済的基礎』 新評論 1986年11月
6. かながわ生協『CO-OP商品のしおり』 1986年3月