

# 農家の知恵で生まれた 共選・共販



農家が生産した農産物をJAがとりまとめて市場に販売することを「共同販売」（共販）といいますが、共同で選別し、共同で販売する場合は「共選・共販」とも呼ばれます。

なぜこのような仕組みが生まれたのでしょうか。農産物の共同販売は、大正時代の終わり頃から各地で始まりました。当時は産地商人が幅をきかせていて、四国など都市から遠い産地では農家が直接販売できないのをよいことに、安く買いたたかれていました。そこで必要とされたのが協同の力。一戸の農家の生産は小さくても、規格をそろえて量をまとめ、トラックを手配するなどして、みんなで力を合わせれば、産地商人の力を借りずに消費地市場で販売することができず。商人や市場での不当な扱いにも、組織で対処できます。共同販売で、農家は自立できたのです。

もし共同販売がなかったらどうなりますか。たとえば、野菜を自力で売ろうとします。まずは泥を落とし、大きさや品質ごとに分け、梱包・荷造りをします。品目によっては保冷も必要。雇用をしたり、もちろん輸送費もかかります。「販売代金を回収できるのかな」なんて心配もついで回ります。昔の共選・共販はこれらの煩雑な作業をメンバーの農家が共同でやっていた。それらの作業をJAが代行しているのが、現在の共選・共販なのです。

「共選・共販は、リスクをとらない他人任せのやり方だ」なんて言う人がいますが、誤解です。一面で農業というのは、天候や経済動向に

左右される不安定な仕事です。共選・共販は、そのリスクに共同で対処しようという発想でつくりあげられた仕組みです。そのどこが他人任せなのでしょう。

共選・共販のメリットについて、もう少し詳しくみていきましょう。みんなで出荷すれば、大きな数量の農畜産物を一定の品質で安定的に販売できます。現在はスーパーなどの量販店や外食チェーンの寡占化がすすんでいますから、生産者の側がある程度まとまっておかないといけません。そうやって産地への信頼が高まり、買ったたかれる心配からも逃れることができます。巡り巡ってみなさんの営農とくらしの向上につながるわけです。つまり、共選・共販は農家の助け合いの仕組みであり、同時に販売戦略でもあるのです。

それでも「納得できない！」と言う人もいるでしょう。「手をかけて作った農産物と、そうでない農産物が同じ評価なんて」と。共選・共販の販売代金は、一定期間内の平均価格で精算する共同計算によって公平に分配されます。確かに「人よりがんばった分が報われない」と言いたい気持ちはわかります。ただ、もう一度確認しましょう。共選・共販は協同の力でリスクを分散させていく仕組みである、ということですよ。

それに現在、農畜産物の流通は、卸売市場一辺倒ではなく多様化しています。消費者や飲食店への直接販売も増えてきました。農家が生産した農畜産物を自分で加工・販売する6次産業化も進んでいます。しかし意欲的な生産者も、共販という安定した販路を確保した上で、新たな販売チャンネルにチャレンジしている場合が多いようです。また逆に、販売はJAに任

せて、生産の規模拡大に力を入れる生産者も少なくありません。昨今マスコミなどでは、個人で加工や販売に進出するカッコイイ生産者が増えてはやされる傾向があります。しかし、それには投資とリスクが付きものです。リスクをとるかからないかは、それぞれの農業者の経営判断ですが、流通業界が寡占化の中で、大規模化したとはいえ農業者の力は弱いのが現実です。農業者の共同は依然として必要でしょう。

なにより市場出荷をメインとするJAの共販価格は、「農畜産物販売の基準価格になっている」のです。共販が崩れて基準となる価格が下がれば、みなさんがよりどころにしている農業生産の根幹が不安定になります。「自分の農産物さえ高く売ればよい」という考えは、いずれは自分の首を絞めることになります。

とはいえ、JAの共選・共販の仕組みが「昔のままでもいい」ということではありません。販売チャンネルが多様化しているということは、それだけニーズが細分化しているということでもあります。いま、世の中でどんな農畜産物が求められ、それにはいかなる販売戦略で臨めばよいのか。もし共選・共販に不満があるのなら、みなさんが積極的に利用し、関わることで変化する時代に即した態勢に更新していったらどうでしょうか。



著者  
増田 佳昭

滋賀県立大学教授。1952年生まれ。京都大学大学院農学研究科博士課程修了。専門は農業経済学、農業協同組合論。著書に『大転換期の総合JA 多様性の時代における制度的課題と戦略』『JAは誰のものか多様化する時代のJAガバナンス』（以上、家の光協会）など多数。