

青森県における米の生産・流通の現状と課題

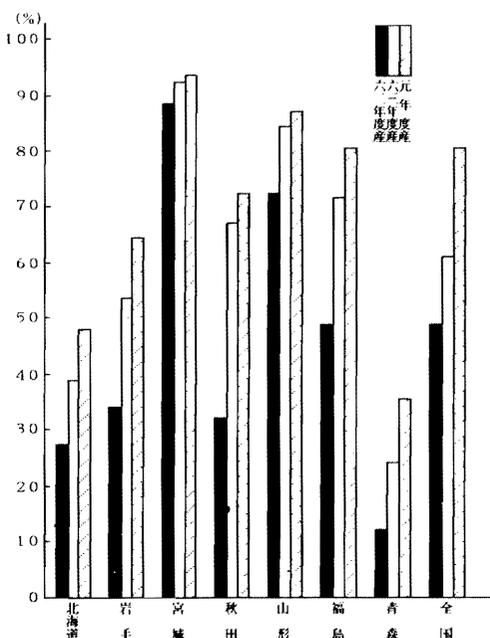
—「つがるおとめ」について—

須藤 友佳子

I はじめに

近年、米流通は政府米中心から自主流通米主流時代へ入った。需要面では、消費量の減少と、食生活の欧米化に伴う消費者ニーズの多様化、生産・流通面では、自主流通米の価格上昇に伴う、経済的メリットの増大などがその要因である。吉田（1990）は、こうした変化を、①自主流通米の拡大と商品化の進展、②流通業者（特に米小売）の分化と多様化、③産地の分化と農業構造変動による農家の分化と新しい経営主体の形成、であるとしている。また滝沢（1990）や、梅木（1990）も、銘柄米産地の一層の銘柄化と、非銘柄産地での新品種への取り組みなどから、全国的銘柄化のひろがり指摘している。しかし青森県における自主流通米比率は、平成元年度産で36%と、全国平均70%の2分の1にとどまっており、自主流通米時代への対応の遅れは、明らかな事実である。

そこで本論文では、本県の米流通の現状を生産も含めて明らかにし、問題点を見出すことによって、今後の米流通における課題を考察しようとしたものである。研究方法としては、新銘柄の「つがるおとめ」を中心に、主に行政、卸売業者、生産者等による聞き取り調査を行った。また、米を食べなくなったとされる若者の、米に対する意識を探るため、弘前大学学生（以下、弘大生）約300人のアンケート調査も参考とし、さらに他地域の銘柄米との比較ということで「あきたこまち」との比較も行った。



▶ 図1. 自主流通米出回り比率(うるち米)
(青森県農林部(1990)「青森農業」より作成)

II 地域の概観

(a) 自然的条件

青森県は本州最北端に位置し、寒冷地にあたるため、一般的に稲作条件は厳しい。しかし、津軽平野，なかでも南部の中弘南黒地方に限っては、梅雨の影響が少なく、比較的乾燥し、夏は気温が30℃を超過するなど、稲作条件に恵まれ、良質米産地として知られている。新品種の「つがるおとめ」も、品質確保を重視する点からこの地域の10市町村に限定作付された。



▶ 図2. つがるおとめ作付地域
(青森県米本部, 1990「つがるおとめ」より)

(b) 社会的条件

津軽地方の農業は米とりんごがその中心であるが、りんごに比べて米は明らかに知名度が低いといわざるをえない。政府米中心ということで生産者も“質より量”という意識が強く、そのデメリットが時代の流れに遅れた要因となった。しかし逆にこのことが、単位面積当りの収量が常に全国のトップレベルにあるという、技術水準の向上を生み出す結果ともなった。ここ数年、農家の意識にも変化が表れ、高水準の技術を生かした、新しい流通販路の拡大が早急に求められている。

III つがるおとめの生産と流通

(a) つがるおとめの生産

「つがるおとめ」(青系96号)は、昭和53年県の藤坂試験場で、「奥羽305号」と「青系85号」(むつかおり)の組み合わせから生まれた。県内では“ササコシ”の血をひく初めての品種であり、63年に奨励品種となってからは、県産米のエースとして期待されている。

表1は、作付状況を示したものであるが、田舎館村が特に高い値をみせている。これは自然条件の有利性に加えて、農協ぐるみの積極的な取り組みの成果を表している。「つがるおとめ」に関しては、品質特性を生かした土づくりや、施肥などの栽培協定、生産者登録制など、生産団地の育成を県や農協が中心となって行っているが、こうした積極的な取り組みは今後、益々求められるであろう。

しかし、このような取り組みにもかかわらず、2年目にあたる平成2年の「つがるおとめ」は、夏の高温に見舞れ、品質の低下を招く結果となった。登熟期の特に夜間の高温が稲の呼吸活動を促進させ、でんぷんを消費させたというものである。初年度の一等米比率がほぼ100%に近かっただけに、平成2年度の40%を割る一等米比率は厳しいものである。気象条件を予測することは

難しいことだが、寒さへの対応に加えて、それ以上に暑さ対策というものも、今後の課題の一つであろう。

▶表1
つがるおとめの作付面積、
生産量とその割合（平成元年度産）

	作付状況		生産量	
	面積(a)	全体比%	数量(t)	全体比%
弘前市	19.177	13.0	562.74	9.3
岩木町	6.254	4.2	145.74	2.4
黒石市	9.535	6.4	369.06	6.0
藤崎町	4.273	3.0	127.62	2.0
尾上町	6.479	4.4	284.88	4.7
浪岡町	7.052	4.8	260.04	4.3
平賀町	16.588	11.1	725.76	12.0
常盤村	2.028	1.4	50.7	0.8
田舎館村	63.550	43.0	3,085.56	50.8
板柳町	12.907	8.7	465.96	7.7
計	147.843	100.0	6078.08	100.0

（青森県経済連での出荷状況を）
参考に作成

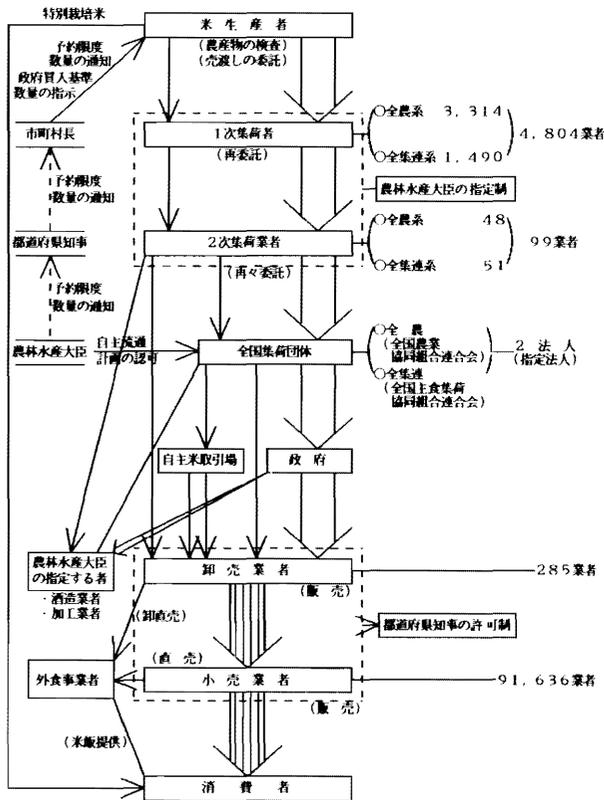
これまでの一般的な流通の他に、特別栽培米制度によって生産者から消費者へ直接、米の販売を行っている団体が田舎館村にある。

「米と生きる会」というこの団体は、県内10市町村、約2,300世帯へ直送、委託、宅配便などによって各家庭に、販売を行っている。消費者の健康志向や、生産者のメリットから考えて、今後新たに拡大する流通の1つであると考えられる。またこうした直売が県外に広がれば、量産が難しい現段階の「つがるおとめ」の消費者段階の評価を早期に得ることができ、より効果的な流通戦略の1つになるのではないかと考えられる。

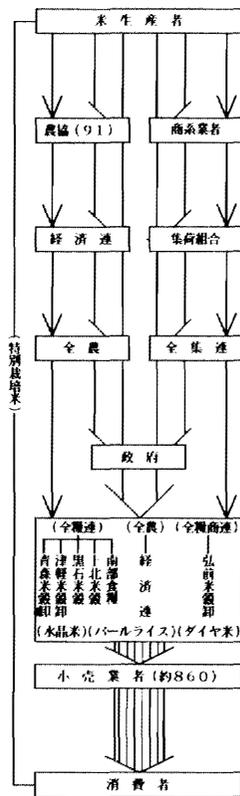
これまでの県産米には見られなかった「つがるおとめ」の包装や、デザインの商品登録、ポス

(b) つがるおとめの流通

米の流通は食管制度に枠組みされているため、図3-1)に示した流通機構が固定されたものとなっている。「つがるおとめ」は、自主流通米の基本的な流れである、米生産者→1次集荷業者→2次集荷業者→全国集荷団体→卸売業者→小売業者→消費者という流通経路にのっている。青森県の流通を図3-2)で詳しく見ると全農系と全集連系の2系統の集荷業者を経て、県内7卸売業者から、約860の小売業者へ販売され、消費者の手元に届くという流通経路が主なものである。元年度産は6,700t中、45%の3,000tが100%つがるおとめの単品出荷で県内に流れた。残りの55%は全国18都道府県、103の卸売業者に出荷されたが、神奈川県卸売業者1ヶ所以外は全て混米として出荷され、消費者に「つがるおとめ」としての評価はまだ得られていない段階にある。増産と、単品出荷の実現にはまだ多少の時間を要するものと思われる。

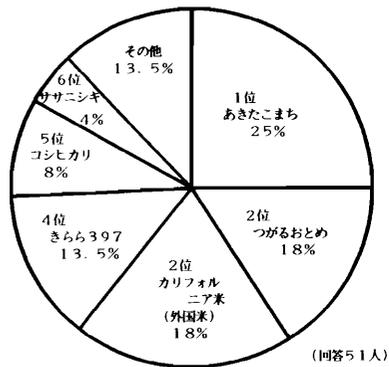


▶ 図3-1) 米流通のしくみ
(県農林部内資料より)

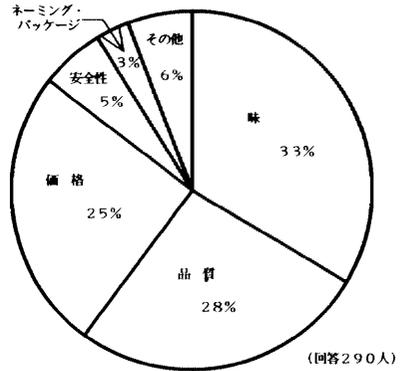


▶ 図3-2) つがるおとめの流通
(県農林部内資料より)

ター、ミスつがるおとめの公募に至るまでの活発な宣伝活動は、県産米の推進体制の中心的な機関である、県産米需要拡大推進本部（米本部）が行っている。米本部は、政府機関や、業者などの民間組織を含めた、米の生産・流通の関連機関からの出資金によって運営され、主に県産米のPR活動を専門として設置された機関であり、その活動に期待が、寄せられている。しかし、他県においても続々と新しい銘柄が登場しており、これに対抗するためにも、米本部のような官民一体の機関を最大限に利用し、他にはない、独自の活動を行うことが求められている。



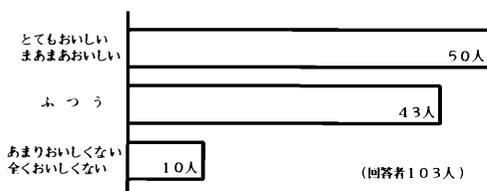
▶ 図4-1) 食べてみたいお米は？
(弘大生アンケート調査)



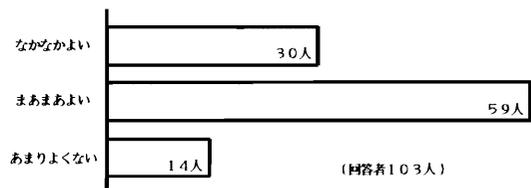
▶ 図4-2) 米を選ぶときのポイントは？
(弘大生アンケート調査)

(c) 他地域の銘柄米との比較

今まで銘柄米といえば、代表的なものは、「ササニシキ」「コシヒカリ」であった。実際、南東北以西の40県で栽培されており、いまだに銘柄米の主流であることは確かであるが、第二世代といわれる新品種が、各県で続々と登場しているのもまた、ここ数年の新しい動きである。中でも、信仰的とまでいわれた“ササコシ”時代に対抗する新品種の筆頭にあげられるのが、「あきたこまち」であろう。図4-1)の弘大生のアンケートを見ても、全体の4分の1が「あきたこまち」を食べてみたい米としている。



▶ 図5-1) つがるおとめの味は？



▶ 図5-2) つがるおとめのネーミング・パッケージについては？

「あきたこまち」と「つがるおとめ」を生産面で比べたのが表2である。両者とも本格的に出荷された最初の2年を比べるため、年次はあえて統一しなかった。まずい作付状況だが、敢えて統一しなかった。まず作付状況だが、確かに比率的には同レベルだが、米どこ

▶表2.
つがるおとめとあきたこまちの生産推移の比較

銘柄	つがるおとめ		あきたこまち	
	平成元年	平成2年	昭和50年	昭和61年
作付面積 (ha)	1,478	5,101	2,877	8,341
作付比率 (%)	2.3	8.1	2.6	7.5
生産量 (t)	6,700	31,000	17,262	50,046
出荷量 (t)	6,200	17,000	10,298	30,877
1等米比率 (%)	60.0	36.0	96.1	98.5
自主流通米比率 (%)	98.0	51.8	79.4	97.2

ろ秋田と本県とでは、絶対的な量で、倍近くの差があることを念頭におく必要がある。次に、品質面だが、自主流通米比率と、一等米比率でもわかるように、「つがるおとめ」の品質低下が如実に表れている。質・量共に、まだまだ「あきたこまち」のレベルには達していないといえる。また、流通面では、「つがるおとめ」がまだ県内出荷中心であるのに対して、「あきたこまち」は全国40都道府県に出荷されている。全国的評価を得るだけあって、数量的にも品質的にも銘柄化に十分な要素を備えた品種であるといえる。では「つがるおとめ」が評価を得るために、増産や品質向上をめざせば、「あきたこまち」のようになるかといえは、必ずしもそうとはいかないだろう。たとえ、それらの項目をクリアーしても「つがるおとめ」の品種能力の限界を考えれば、難しいと思われる。「あきたこまち」に習うことはあっても、決して同じ路線をたどるのではなく、独自性を打ち出していくことが、今後の「つがるおとめ」の生き残りのポイントになると考えられる。

IV 結 論

以上「つがるおとめ」を中心とした青森県の米流通に関して述べてきたが、2年目もまた、初年度以上の熱さによって品質を著しく低下させ、出鼻をくじかれる結果となった。流通面においても、品質の低下をうけて、自主流通米比率は前年度を大きく下回り、基本的な自主流通米ルートにのせるのが精一杯という状況であった。まだ2年目ということで、本格的にはこれからが大事な時期であり、行政、民間業者、生産者が一体となり、これまでの体勢をさらに強化して、今後はまず第1に品質の向上維持、第2に量産体制を目標とした長期の計画的な生産がこれまでに以上に求められる時期になる。アンケート調査図3、4を見ると、「つがるおとめ」に対する評価は必ずしも低くない。一等米、二等米の差はあっても、味には、さほど影響がないことを示しており、こうした品質以上の味の良さと、本県の生まれながらの低農薬性、ネーミングやパッケージの良さを、どう消費者に売り込むかが今後の課題である。そのためには、基本的な自主流通米ルートの確保も必要ではあるが、小口の消費者に直接評価を得られるような、産地直送や、宅配

を利用した細かな流通にも、目をむけていく必要があると考えられる。

本研究を作成するにあたり、直接ご指導頂いた今井敏信先生をはじめとする弘前大学地理学系の諸先生方に厚くお礼申し上げます。資料収集に際して御協力頂いた、青森県農林部、黒石試験場、青森県米本部、青森県経済連、秋田県農政部、田舎館農協および、田舎館村の工藤善治さん、鈴木孝雄さんなど、多くの方々に感謝の意を表します。また、故石岡在正先生に、心から感謝の意を表します。

【参 考 文 献】

- 吉田俊幸（1990）：米の流通「自由化」の構造変動。農山漁村文化協会
- 農産物市場研究会（1990）：自由化にゆらく米の食管制度。筑波書房，189～198
- 青森県農業改良普及会（1990）：青森農業，41，13～30
- 青森県農林部（1990）：「新青森コメづくり運動」推進方策 ―地域の米の顔づくりをめざして―。
- 青森県庁，青森県産米需要拡大推進本部，青森県農産物改良協会（1988）：米の生産と流通。