生産資材購入における農協利用状況

はじめに

農林水産省『総合農協統計表』によると，農協の生産資材供給取扱高は90年度以降のピークである91年度を100とすると01年度には80.1に低下している。これには農業生産の縮小による需要の減少に加えて，農業資材業者等の進出により，大規模生産者を中心に，生産者が農協以外の業者を利用するケースが増えてきたことも影響しているものとみられている。

本稿では肥料を事例に，生産資材購入に関する農家の農協利用状況および農協の大口利用者対策の取組状況を紹介することにしたい。使用するデータは02年度に実施した農家に対するアンケート調査（サンプル数は４農協＜東北１農協，関東２農協，四国１農協＞管内の農家合計1,279戸。野菜供給安定基金から受託した「契約取引実態アンケート調査」を含む。以下「農家アンケート調査」），および全中「全国のＪＡの活動に関する一斉調査」（以下「一斉調査」）である。

1　生産者の肥料の購入先

「農家アンケート調査」により販売農家の肥料の購入先をみると，農協のみから購入している割合は57.4％，農協と農協以外の両方から購入している割合は31.5％であり，合わせて88.9％が農協を利用している。農協以外のみから購入している割合は，11.0％となっている（第１表）。

農協のみから購入している割合を販売金額別にみると，500万円未満では72.7％であるものの，500～1,000万円未満では56.4％，1,000～1,500万円未満では47.6％，1,500万円以上では39.1％となっており，販売金額が多くなるほど農協のみの割合は低下している。販売金額の多い層では農協と農協以外の両方から購入している割合が比較的高く，1,500万円以上では44.0％となっている。

2　生産者による農協の肥料供給への評価

販売金額の多寡によって肥料の購入先が異なる理由の１つに，販売金額の多寡によ

第１表　販売農家の販売金額別にみた肥料の購入先と農協の肥料供給に対する評価

（単位　件，％，ポイント）

	サンプル数	肥料の購入先			農協の肥料供給に対する評価DI値				
		農協のみ	農協と農協以外の両方	農協以外のみ	価格	品質	品ぞろえ	専門的指導	決済サイトの長さ
合計	1,297	57.4	31.5	11.0	△33.3	43.0	7.6	18.9	3.0
500万円未満	444	72.7	18.7	8.6	△22.7	52.1	9.5	28.8	29.8
500～1,000	360	56.4	32.5	11.1	△35.6	45.5	7.8	26.6	9.8
1,000～1,500	250	47.6	42.8	9.6	△40.4	45.0	14.2	19.2	△15.4
1,500万円以上	225	39.1	44.0	16.9	△42.2	23.3	△1.4	△5.8	△26.6
500万円未満のDI値－1,500万円以上のDI値					19.5	28.8	10.9	34.6	56.4

資料　農中総研「農家アンケート調査」

って農協の肥料供給に対する評価が異なることがあると考えられる。「農家アンケート調査」により，農協の肥料供給への評価を，価格，品質，品ぞろえ，専門的指導，決済サイトの長さの５項目についてみてみよう（第１表）。全体では品質のDI値（「農協の方がよい」回答割合－「農協以外の方がよい」回答割合）が最も高く，専門的指導，品ぞろえ，決済サイトの長さのDI値もプラスだが，価格のDI値はマイナスとなっている。また，品ぞろえを除く４項目で，販売金額が多くなるほど，DI値が低くなるという傾向がみられる。

さらに販売金額による評価の差（「500万円未満のDI値」－「1,500万円以上のDI値」）をみると，決済サイトの長さ（56.4ポイント）や専門的指導（34.6ポイント）において，販売金額の多寡による差が比較的大きく，販売金額が多い農家の要求水準は販売金額が少ない農家と大きく異なっていることがうかがえる。

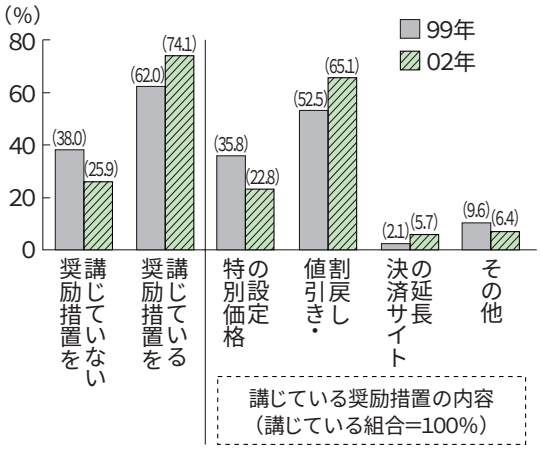
３　農協による大口利用者対策

一方，農協は生産資材購買の大口利用者に対してどのような対策を講じているのだろうか。「一斉調査」によると，肥料において，大口利用者に対する奨励措置を講じている農協の割合は02年には74.1％となっており，99年の62.0％から12.1ポイント上昇した（第１図）。

02年の大口利用者に対する奨励措置の内容（単数回答）は，値引き・割戻し65.1％，特別価格の設定22.8％，決済サイトの延長5.7％，その他6.4％となっている。99年と比べると，特別価格の設定の割合が低下し，値引き・割戻しの割合が伸びている。

１つの農協が複数の対策を同時に行っている場合もあると思われるので一概にはいえないが，アンケート結果では，値引き・割戻しに比べて，決済サイトの延長を実施している割合は低いものとなっている。

第１図　農協による大口利用者に対する奨励措置（肥料）



資料　全中「一斉調査」
（注）　回答数は99年1,507戸,02年1,026戸。

おわりに

『第23回JA全国大会議案』に示されているように，経済事業改革では農協利用のメリットを高める方策として生産資材価格の引下げに力点がおかれている。本稿で示したように，農協の肥料供給価格のDI値は販売金額の多寡にかかわらずマイナスとなっており，価格引下げのニーズは高いといえる。

また，大規模生産者において，価格に次いで評価が低い決済サイトや専門的指導については，一部のホームセンターでは代金の収穫期決済（年に１回引落し）の導入や営農相談への対応など，従来農協が提供してきたサービスの手法を取り込む動きがみられる。今後，生産資材の価格だけでなく，代金決済サイトや生産資材の使用方法等の指導の面でも，農協と他業態とのサービス競争が激しくなることが予想される。

（研究員　尾高恵美・おだかめぐみ**）**