全農が米販売抜本見直し

特定契約を拡大

実需との結び付き強化

JA全農は、2006年産から米販売を抜本的に見直す。入札での販売では、先の全国米穀取引・価格形成センターの取引改革で導入が決まった「スポット的取引」を新たな上場の場として活用する。米卸との相対取引も、実需者との結び付きを強める狙いから、全農、米卸、小売店など3者が、取引量から取引価格までをセットで決める「特定契約」を拡大する。全農の大半の米を取引するのに使ってきた事前年間契約は廃止する。

同センターが新取引の詳細ルールを6月に決める予定で、全農はそれを受けて06年産からの販売改革の最終案を固める意向。全農は米販売の最大手で、入札と相対取引を主体に年間300万㌧以上を販売する。農家の「手取り最大化」を掲げた全農米穀事業改革や、入札取引活性化を目指した同センター改革を踏まえ、販売法の見直しが必要と判断した。

入札販売は、同センターに新設する「スポット的取引」を活用する。毎週開催されるため、状況に応じて随時活用する。

従来、全農が使ってきた「基本的取引」は、売り手に上場義務があるが、「スポット的取引」は上場義務がなく、対応しやすいとの判断が働いている。

相対取引も改革し、「特定契約」と「一般契約」という方法に改める。主力と位置付ける特定契約は、全農、米卸、さらにスーパーやコンビニといった最終販売者との3者契約を基本にした方式。中長期にわたって取引量、価格を個別交渉する。「売れる米づくりの推進へ、実需者との結び付きを強める」（東日本米穀販売センター）狙いだ。

もち米取引で導入している収穫前の契約や、2年分を契約する複数年契約も採用。5月に米卸の意向を調べる。

変わる全農の米販売方式

入札販売

- 取引の場として積極活用
- 各県本部ごとの上場から全農の一本化上場へ
- 上場義務がないスポット的取引の活用を想定

相対取引

- 特定契約を拡大
- 一般契約を新設
- 従来の事前年間契約は廃止
- 販売対策費は廃止

（2006年5月4日付、日本農業新聞）