

## アグリビジネスにおける契約生産の諸条件

駒 井 亨

### 目 次

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| I . アグリビジネスと契約生産       | VI . プロイラー契約生産の変遷     |
| II . 契約生産の利点と条件        | VII . 生産規模の拡大と契約生産の変容 |
| III . 契約相手方企業による労働サポート | VIII . 食品製造業と契約生産     |
| IV . 契約生産の諸方式          | IX . 食品サービス産業と契約生産    |
| V . 日本でのプロイラーの契約生産     | X . 食品小売業と契約生産        |

### I . アグリビジネスと契約生産

アグリビジネスにおける契約生産 (contract farming) の普及と成果は、1940 年代にはじまるアメリカのプロイラー産業の発展において最も顕著であり、インテグレーションに組み込まれた契約生産の成功によって、アメリカのプロイラー (鶏肉) 生産は 1950 年の 6 億羽から 2000 年の 83 億羽へ 14 倍に拡大し、同時に拡大したターキー (七面鳥肉) の生産と併せて、1988 年以降、アメリカにおける食肉消費の中で家禽肉 (鶏肉と七面鳥肉) は牛肉及び豚肉を抜いて最大 (46%) の消費割合を占めるに至った。

アメリカで成功したこの方式は、西欧諸国、日本、韓国、タイ、ブラジルなど市場経済諸国だけでなく、旧計画経済諸国にも急速に普及して、今や全世界のプロイラー生産は年間 400 億羽以上に達して、全世界の食肉生産量の 3 分の 1 を占めるに至った。

アメリカでは、プロイラーで成功したインテグレーションと契約生産に倣って、他の分野、たとえば豚肉生産分野でも、いくつかの企業がこの方式をコピーしており、また最近では、穀物生産分野でも契約生産が試みられているという<sup>1)</sup>。

野菜や果実の分野でも、昔のプランテーション経営に代わって契約生産が普及しており、契約農業は、先進国ではすでに農業生産の 15% を占めている<sup>2)</sup>。発展途上諸国では多数のアグリビジネス企業が、ジャガイモ、トマト、アスパラガス、茶、砂糖きび、ブロッコリー、カリフラワー、芽キャベツ、トウモロコシ、バナナなど多種類の農産物について、現地農家と協同して契約生産を推し進めている<sup>2)</sup>。

フィリピンでは、包括的農地改革法 (CARL) によって、多国籍企業が所有、経営していたバナナ・プランテーションが地元の農家に分与されることになった結果、多国籍企業は、農民の協同組

織と長期栽培契約を締結してバナナを納入させる方式に移行している<sup>3)</sup>。

食品、農業関連企業（アグリビジネス）や多国籍企業が農畜産物（以下、単に農産物と略記する場合もある）の契約生産を行う場合、これらの企業は当該農産物の生産に必要な資材（たとえば、種苗、種畜、肥料、飼料、薬品など）を供給し、生産技術や経営指導などのサービスを提供し、生産された生産物の処理加工から流通までを一貫して垂直統合（インテグレーション）することにより、商品（生産物）の均一性、均質性、独自性などを確保して、商品の安定供給と品質保証、差別化によって市場でのシェアを拡大しようと努力する。

契約生産を組み込んだインテグレーションを推進することによって、アグリビジネス企業は、多数の生産者が所有する生産手段（土地、設備、労働力）を安定的に利用、確保することができる。同時に、生産資材の全量と生産物の流通段階までを包括することによって、巨額の企業収益を得ることができるが、その反面、農畜産物に特有の価格変動リスクや生産上の（生物学的）リスクをも負担することになる。

## Ⅱ. 契約生産の利点と条件

契約生産では、後述のどの方式を採るかによって、その程度に差違はあるものの、生産者は生産物の販売や価格変動のリスクから解放され、契約相手方の企業が生産資材を供給（提供）し、生産指導や労働サポートなどのサービスをも提供する場合は、生産上のリスクからもある程度は解放される。

一方、契約相手方の企業は、一定数量の生産物を一定の価格またはコストで入手できたことによって、相当金額を投資した加工工場の経営を安定させることや、農産物の流通販売において一定のシェアを確保することができる。

しかしこのように、生産者（農家）と企業の双方にとって有利な契約生産を成功させるための基本的な条件として、契約当事者（両者）間の相互の信頼と生産者が一定以上の生産規模をもつこと、また生産者が良質の生産物を生産することのできる生産技術をもっていることが必要である。

当該生産物が市場で不足しているときに、生産者がその生産物を契約相手方以外の買い手に横流しをしたり、いくら良質の生産物であってもその生産数量が少なくて契約相手方の必要量に満たなかったり、生産物の品質が劣悪で市場価値が低かったりしたのでは、契約生産は成り立たない。

良質の生産物を生産できる技術は、相当の知識と経験を必要とするが、契約相手方の技術指導によって実現することができるし、また生産者によって差違のない均一な規格、品質の生産物を生産するための技術指導は、企業側にとっても肝要である。

契約生産（契約農業）は、過去のプランテーション（大農園）での強制労働や大地主による小作農民の搾取などの連想から非難や批判の対象となることもあるが、現在の契約農業では生産農家と契約する相手方企業は、生産農家（生産者）に優良な種子、種畜を供給したり、良質の生産資材を

斡旋したり、生産計画、生産技術、生産経営を指導するなど各種のサービスを生産者に供与するばかりか、生産施設等の資金の貸付あるいは信用の供与などによる生産者の支援さえ行っている。

契約生産については、観念的、教条的批判をするよりも、むしろ現在の契約生産の実態を正しく把握して、そのアグリビジネスにおける重要な役割を積極的に評価するべきではないか。

### Ⅲ. 契約相手方企業による労働サポート

農畜産物の生産では、耕耘、播種、苗の植付、施肥、収穫、農薬撒布、入雛（飼付け）、出荷など短い期間に労働が集中する作業が多い。

生産者（たとえば夫婦一組）でこのような作業を行う場合、当該生産物の生産規模は当然生産者のみで行い得る範囲に限定されて、一定以上の規模拡大は不可能である。

この場合、生産者自身が一時的に雇用労働を手配することが困難なとき、契約相手方企業が、それぞれ特定の作業に熟達した作業チームを派遣してサポートまたは代行すれば、生産者は日常的な作業のみに限定して相当な規模の生産が可能となる。

このような労働サポートは企業自身の社員でなくても、下請企業を利用することもできる。

また特殊で高度な技術や知識を要する作業を専門家に委託することによって、高い生産性や高品質を獲得することも可能になる。

契約生産を成功させるためには、相手方企業は、単に生産者の生産手段（土地、設備、労力）を利用して、必要な数量の生産物を一定価格または一定コストで入手するだけでなく、生産者に対する技術提供、指導、労働サポートなどを継続的に実施しなければ、長期間にわたって、良質の農畜産物を大量に確保することは困難であろう。

### Ⅳ. 契約生産の諸方式

契約生産には次のような諸方式がある。

#### 1. 面積契約

特定の農産物の一定の栽培面積、たとえば1ヘクタールのブロッコリーを契約し、この畑から収穫されたブロッコリーの全量を契約相手方企業が買い取る。この際通常その買い取り価格は時価とする。

面積契約では生産物の数量は環境条件（気候など）や生産者の技術によって変動するから、相手方企業は、必ずしも必要な数量の生産物を入手できるとは限らない。

## 2. 数量契約

特定の農産物を一定期間内に一定数量を相手方企業に出荷することを約束する。たとえば月間1トンの漬物用キュウリを出荷する契約を結ぶ。この場合契約数量が不足しないように多目の作付けをするのがふつうだから、余剰分は生産者が自身で販売しなければならない。

数量契約は、加工工場で一定の数量の原料が必要なジャガイモ、トマト、漬物用野菜などの生産に多用されるが、この場合、数量と共に価格も予め契約するケースが多い。

## 3. 一定価格契約

特定の農産物の一定の作付面積や数量を契約生産する際、相手方企業は予め生産者と協議の上、規格合格生産物のみを一定の価格で買い取ることを約束する。

この価格は、予め生産者と相手方企業の間で合意された価格であるが、生産物が出荷される時期になって、市場価格が高騰すると、生産者は損をしたことになる。また生産者の中には、契約相手方以外の買い手に生産物を高値で販売して利益を得ようとする者も現れ、その結果、契約相手方企業は、当該農産物が生産過剰で価格が安い時は必要数量を入手できるが、当該生産物が品薄で高価格の時は必要数量を契約価格で入手できない結果となるおそれがある。

## 4. 最低価格契約

最低価格契約は、面積契約や数量契約を締結する際、生産者に最低価格を保証し、生産物は市場価格がこの最低価格を上回る場合は時価で買い取るとする契約である。

最低価格保証によって、生産者は価格変動リスクから解放されると同時に価格高騰時の不満も解消される（時価で買い取ってもらえるから）。

しかしこの方式は、当該生産物の市場での価格競争が激化して、市場価格が最低保証価格を下回る期間が長期化すると、契約相手方企業は価格競争力を失って赤字経営に陥り、契約生産を継続できなくなる。

## 5. 賃料契約

賃料契約は、特定の農産物の規格合格品の出荷単位重量について、生産者に一定の賃料を支払う契約で、この賃料は、当該生産物の生産のために使用された生産手段の対価と考えられる。

賃料契約では、生産者は生産手段を提供し、契約相手方企業は生産に必要な資材を供給して、生産された生産物の全量を相手方企業が引き取る。

この場合、供給される資材を生産者に販売して、その代わりに、生産物を一定の価格で買い取ることによって、実質的に生産者に一定の利益（賃料相当金額）を保証する場合と、生産資材は全量企業側の持ち込みで、生産物の全量を引き取る際、生産物の単位重量あたりに予め契約した賃料を支払う委託生産方式とがある。

賃料契約生産で、契約相手方企業が生産に必要な資材を生産者に委託する場合、契約相手方企業は、価格変動リスクだけでなく、生産上のリスクの大部分をも負担することになるから、企業側は生産技術指導を徹底して生産上のリスク負担を回避すると同時に、生産者も相当の経験と技術もっていて、良質の生産物を安全に生産できることが要求される。

規格合格生産物の単位重量に対して支払われる賃料は、通常成績によって増減される。なぜなら、同量の生産資材を使用しても生産者によって生産数量に多少共の差違を生ずるからで、賃料にボーナスやペナルティを付加することによって、生産者に対するインセンティブとし、当該生産物の生産性や品質の向上を実現することができる。

## V. 日本でのプロイラーの契約生産

日本でのプロイラー（肉用若鶏）の契約生産は昭和 30 年代の前半（1957 年頃）からはじまったが、当初契約生産の主体となったのは、当時食鳥（鶏肉）流通の主役であった東京や大阪の旧来の食鳥問屋であった。たとえば、当時東京で最大の食鳥問屋であった千住の鳥市商店は群馬県経済連と組んで、その傘下生産者（農協）との間で、最低価格保証方式による月間 15,000 羽のプロイラーの契約生産を開始した。

鳥市商店によるこのプロイラーの契約生産は、当時価格変動が激しくて困難な初期のプロイラー生産経営を安定させること、またそれによって急増する肉用若鶏需要に対応することを目的として開始されたが、この鳥市商店のプロイラー契約生産は大成功を収めて、開始後 3 年の昭和 35（1960）年には、その生産規模は月間 6 万羽に達し、群馬経済連傘下の農協の大部分を占める 43 農協がプロイラーの契約生産に参加した。

群馬県での契約生産の成功を契機として、鳥市商店は、茨城県、長野県、福島県から遠く香川県にまで各県経済連との契約生産による取引を拡大した。

このような鳥市商店のプロイラーの契約生産の成功に倣って、他の大手食鳥問屋、商社、飼料会社、漁業（水産）会社、食品会社なども、急増するプロイラーの需要を見込んで各地で大規模なプロイラーの契約生産に着手、拡大したため、昭和 40（1965）年には 11 万トン（生体重量）であったプロイラーの全国生産量は、昭和 45 年には 50 万トン、昭和 52 年には 100 万トン、そして平成元（1989）年には 190 万トンと急激に増加し、鶏肉の国内生産量は全食肉国内生産量の実に 40% をも占めるに至った。

## VI. プロイラー契約生産の変遷

最低価格保証方式による契約生産は、生産者にとっては極めて有利な方式であるが、契約相手方企業にとっては多大の負担となる。前出鳥市商店は全国主要県の経済連とプロイラーの取引を拡

大して急成長したが、それと同時に増大する最低価格保証による負担に堪えられなくなり、ブロイラーの主な生産資材である初生雛及び飼料の供給者である全購連（県経済連の上部組織で生産資材などを供給）、ブロイラーの製品を販売する全販連（県経済連の上部組織で農畜産物の流通を担当）をも包括した共済基金による価格保証に移行することになる（昭和38年）。

この共済基金は、農協系のブロイラー生産に係る全構成者（鳥市商店、全販連、全購連、県経済連、農協、生産者）が、それぞれ資材や生産物の取引単位当たり一定の金額を拠出して基金を造成し、ブロイラーの生産者価格低落時にはこの基金による補填で最低価格を保証する共済制度である。

こうした共済基金方式は他の商系ブロイラー契約生産にも波及したが、昭和50年代後半になって、ブロイラー産業が成長期から成熟期に移行して、企業間の競争が激化し、価格低迷が常態化すると、基金が涸渇して、農協系をはじめ商系などほとんどの基金が解散せざるを得なくなる。

前述したように、昭和30年代の後半から、農協系、食鳥問屋、飼料会社、商社、水産会社、食品会社、産地ブロイラー企業などが入り乱れて推進した契約生産によるブロイラーのインテグレーションは、日本のブロイラー（鶏肉）産業を大きく発展させたが、昭和60年代（1985年以降）に入って、激しいインテグレーター間の競争と輸入鶏肉の急増（平成7年以降鶏肉全供給量の約40%を占める）によって多数の企業が脱落した。

現在日本国内のブロイラー生産量は最盛期（1987年頃）の約85%（生体出荷重量年間約150万トン、羽数にして約5億7千万羽）を維持しており、これを約50社のインテグレーター（ブロイラー企業）が生産・供給している。

これらのブロイラー・インテグレーターのうち最大のシェアをもつのは、鹿児島、宮崎、岩手など主要産地の農協系ブロイラー企業を傘下に収める全農（約15%のシェア）で、他は大手商社、日本ハム、飼料会社、食品会社などの系列ブロイラー企業及び産地ブロイラー処理場である。産地ブロイラー処理場のうち最大の企業は宮崎県の児湯食鳥（株）で年間約4000万羽を生産し、その年間売上高は300億円に達する。

商社の場合、多数の契約農家を抱える煩雑もあり、また委託契約生産では、価格変動リスクだけでなく生産上のリスクの大部分も負担しなければならないから、それならむしろ直営生産の方が製品の品質管理や差別化、ブランド化に有利と見て、ブロイラーの直営生産が主体となっている。

三菱商事のジャパンファーム、三井物産の第一ブロイラー、丸紅の平成ファームなどがそれであり、また日本最大の食肉加工企業である日本ハムは、北海道、青森、宮崎に直営農場をもって年間約3,000万羽のブロイラーを直営生産している。

産地ブロイラー処理場は、もともと産地でブロイラー用飼料を販売していた業者や大規模生産者が主体となって、ブロイラーの委託生産者を集めて、生産されたブロイラーを自社の処理加工場で解体加工し、その製品（大部分は生鮮鶏肉解体品）を消費地荷受業者に販売または自社営業所を設置して直売するローカル・インテグレーターと呼ばれるブロイラー企業で、その多くは賃料契約または年間一定価格でブロイラーの委託契約生産を行い、ブロイラー生産者の平均的な規模は、年間

19万羽を生産し、生産者には500万円～800万円の年間所得を保証している。

## Ⅶ. 生産規模の拡大と契約生産の変容

国内生産者間及び輸入農産物とのきびしい価格競争によって低下せざるを得ない契約生産の委託賃料や契約価格のもとで、年間の所得を維持、増加するためには、生産規模を拡大するしかないが、この場合問題になるのは設備投資のための資金調達である。

耕種農業の場合は農用地の購入資金が、また畜産の場合は用地及び建物設備新增設の資金が必要となるが、生産者の信用は往々にしてこれらの資金を借り入れるのに充分ではない。また、たとえ多額の資金を借り入れるのに十分な信用力があっても、多額の投資が個人のリスク負担能力を超える場合が多い。

このような場合、契約相手方企業が自ら用地を取得し、あるいは、生産者の所有する土地に建物設備を新增設し、これを生産者に請負わせることになる<sup>4)</sup>。

契約生産では通常生産手段は生産者が所有し、生産者はこの生産手段を提供する代償として賃料や価格を受け取るが、請負生産では生産者は単に労働だけを提供し、その代償（対価）として一定の賃料を受け取ることになる。

契約相手方企業は自社で用地を取得または借用して設備投資をするのだから、雇用労働で直営生産すれば良さそうなものだが、良質の農産物を生産できるスキルをもった雇用労働が入手できない場合、熟達した生産者に請負生産させるしかない。

また農産物の場合、工業製品の場合と異なり、賃金労働者よりもパフォーマンス報酬をインセンティブとする任意労働（請負生産）の方が適合していると言える。

## Ⅷ. 食品製造業と契約生産

食品製造業者による契約生産の代表的な例としては、ジャガイモ（ポテトチップス及びフレンチフライ）、トマト（ジュース、ケチャップの製造原料）、キュウリ（ピクルスの製造原料）などが挙げられるが、これら食品製造業者の契約農業（契約栽培）の特色は、加工製品に保存性があり（つくり置きができる）、そのため、生産農家と面積契約した場合、たとえ豊作で生産数量が増えても、その全量を引き取ることが可能なことである。

カゴメの場合、岩手、山形、福島、茨城、栃木、群馬、山梨、長野、新潟、愛知の各県経済連と契約して、合計900ha以上のトマトの面積契約栽培を実施して、トマトジュース用原料トマトを確保している。同社はまた、生食用に品種改良したトマトを生産する目的で、約5億円を投じて13,000㎡のガラス温室を建設し、これを農業生産法人に賃貸して、生産されたトマトをスーパーに販売している。

「アグリビジネスと契約農業」<sup>5)</sup>に紹介されているマッケイン・フーズ社はカナダに本拠をおく多国籍企業（世界第2位のフレンチフライ製造企業）で、7カ国に合計14の工場があるが、同社の原料ジャガイモの多くは契約生産によって供給されていると言う。

マッケイン・フーズ社の加工用ジャガイモは、集約化された大規模なジャガイモ専業農家によって契約栽培されており、この契約栽培用の種子、肥料、収穫用機械はすべてマッケイン系企業が供給し、加工工場はもとより、製品の出荷、輸送、輸出、販売なども一貫して系列企業によりインテグレートされていると言う。

加工原料用の農産物は特定の品質、規格を要求されるから、種子（品種）から流通まで一貫した垂直統合経営が必要かつ有利なのである。

## IX. 食品サービス産業と契約生産

食品サービス産業（外食・中食業者）による農産物の契約生産については、（財）外食産業総合調査研究センターによる詳細な調査（外食産業と契約栽培関係がある産地、生産者及び今後取引希望する産地、生産者名簿、平成9年8月<sup>6)</sup>）があるが、この調査の結果を整理してみると、次のとおりである（現在行っている契約栽培取引の内容）。

### 1. 現在契約栽培を行っている生産者

現在契約栽培を行っている生産者の総数は77で、その内訳は、JA（農協、経済連）50、個人農場・農家グループ・農業生産法人など27である。これらの生産者は、北は北海道から南は沖縄まで全国に及んでいる。

このほか、現在まだ契約栽培を行っていないが、契約取引を希望している生産者が全国に47あり、その内訳は、JA（農協、経済連）23、その他24で、個人農場や生産者グループの新規参入希望が多い。

### 2. 契約栽培取引先業種

契約栽培によって生産される農産物を出荷、販売する取引（仕向）先の業種は、地元レストラン・飲食店、学校給食センター、レストランチェーン、弁当・惣菜メーカー、ホテル、旅館、居酒屋、給食企業、ファーストフードチェーン、都心の高級レストラン、和食レストランチェーン、病院、大衆割烹など外食、中食の全業種に及んでいるが、その中でも、ファーストフードチェーン、弁当・惣菜メーカー、学校給食センター、都心高級レストラン、地元レストラン・飲食店が多数を占める。

### 3. 契約栽培品目

契約栽培品目は、バレイショ、ニンジン、タマネギ、カボチャ、ハウレンソウ、キャベツ、カブ、



ダイコン、ピーマン、ゴボウ、ハクサイ、レタス、ネギ、エンドウ、インゲン、ブロッコリー、カリフラワー、トマト、オクラ、ナメコ、カンショ、サトイモ、パプリカ、ナス、ミョウガ、タケノコ、ナバナ、コマツナ、シシトウ、アスパラ、ミツバ、チンゲンサイ、セロリ、パセリ、ニラ、香草類など多種類に及ぶ。

#### 4. 契約栽培の方式

契約の方式は、数量契約（出荷量の契約）が大部分を占め、一部面積契約を含む。

#### 5. 契約栽培の条件

契約栽培の条件は、3～5年以上の長期取引契約で、収穫期毎の契約は少数である。

取引（販売）価格は、全部が市場価格スライドで、最低価格や一定価格の契約は無い。

また、一部の取引で、農薬散布や施肥方法について条件を設けている。

上述のように、外食や中食業者を相手方とする契約生産は、数量契約が一般であるが、外食や中食は曜日、天候などによる需要繁閑の変動が大きくて、相手方業者が必ずしも契約数量を消化できるとは限らない。従って食品サービス産業における農産物の契約生産では、生産者と業者との間にコーディネーターが介在して、需給を調整することが望ましい<sup>7)</sup>。

## X. 食品小売業と契約生産

スーパーなど食品小売業者と契約生産者との関係は、小売業者と生産者の直接取引よりも、商社や食品会社などが生産者と栽培契約を結び、生産された農産物をスーパー等に売り込むケースが多い。以下そのいくつかの例を挙げる。

### 1. ドール・フード・カンパニーの契約生産

世界最大の生鮮野菜、果実の供給企業であるドール・フード・カンパニー（本社・アメリカ・カリフォルニア州）の日本法人であるドールは、1998年から全国各地（10道・県）で、合計1,200戸以上の農家と野菜、トマトなどの契約生産を行い、生産物は事前に取り決めた価格で全量を買取り、スーパー、青果店等に販売する。ドール社は日本国内の青果卸売業者350社と以前から輸入青果の取引があり、2002年末には売上高の4割に当たる500億円を日本国内産の野菜・果実とする計画であると言う（日本経済新聞、1997年9月29日付）。

生産農家はドール社との取引により、相場変動のリスクを回避でき、収入の安定が期待できる。

### 2. JT（日本たばこ産業）の契約生産

日本たばこ産業（JT）は、スーパーなど小売業者向けの野菜販売事業を1998年6月から本格的に

開始する。同社は全国約 1,000 戸の農家をネットワーク化し、自社開発した種苗、肥料などを供給し、各種の野菜を契約生産して全国約 1,000 店のスーパーに卸売市場を通さずに直接販売する。

当初は、トマト、ミニトマト、ホウレン草、種なし小玉スイカ、短いキュウリなど 7 品目で、いずれも減農薬、減化学肥料で栽培し、既存の商品に比べて糖度、栄養価値を高め、10%高い価格で販売する。JT はこのような付加価値の高い差別化商品販売して、1998 年度は 30 億円の売上を見込む（日本経済新聞、1998 年 5 月 17 日付）。

### 3. 日商岩井の有機農産物の契約生産

日商岩井は、1997 年 10 月にも、日本で初めて有機食品の検査認証団体を設立する。有機食品について国際水準の基準を確立すると同時に、基準をクリアした農産物の委託生産と全国販売に取り組む。すでに全国で 800 戸の農家と生産契約を結んでいる。

この契約生産では、予め定めた作付け面積の中で、決まった時期に肥料を施したり草取りをするなど認証基準に基づく栽培指導をして、一定量の収穫を目指す。気候の変動などで収穫できなかった場合も一定の収入を保証し、生産者のリスクを軽減するという（日経ビジネス、1997年6月23日号）。

上述の例はいずれも食品関連企業が生産農家と農産物の栽培契約を結び、生産された農産物をスーパーなどに売り込もうとする事業であるが、最近ではスーパー自身も生産者と直接契約して、各店舗で独自に新鮮な地野菜を販売しようとする動きが見られる。

消費者に生産者の顔が見える新鮮で安全な農産物を提供しようとする農販同盟で、たとえばダイエーでは全国の店舗に「地野菜コーナー」を設けて、地元の農家の顔写真入りで地野菜を販売している。

このような小売業者自身による生産者の確認と安全性担保の動きは、消費者の安全性追求の高まりと共にますます拡大するものと思われ、小売業者自身も生産農家との契約栽培による直接取引を強化せざるを得ない。

小売業者による安全性担保の動きは畜産物にも波及しており、たとえば食品スーパーのボランタリーチェーン最大手である CGC ジャパンでは、鹿児島、宮崎の畜産農家を資金面で支援して、黒毛和牛を預託肥育し、厳しい経営環境が続く和牛肥育農家を支援して高品質で安全な食肉の安定確保を目指している（日本経済新聞、1998 年 2 月 25 日付）。

一般に食肉の仕入れは、食肉メーカーや各地の農協、経済連を通じるのが一般的であるが、生産者との直接取引によって消費者に食肉の出所と安全性を確実に約束する事ができる。

このような小売業者と生産農家との直接の結びつきは、生産農家の生産経営を安定させるが、その反面、小売業者の要望する数量を充足できなかったり、逆に一時的な過剰に陥るおそれもある。このような過不足の調整は一戸あるいは少数の農家だけでは不可能で、あるていどまとまった戸数の農家のグループ化（水平的統合）によって、生産物の需給調節が容易になるし、また生産用資材の共同購入によって生産コストを引き下げることも可能となる。

このような調整者の役割は、従来 JA（農協、経済連）が担ってきたが、最近では、前出の（財）外食産業総合調査研究センターの調査にも見られるように、農業生産法人や篤農家のグループが多数参入して積極的に関与する動きが目立っている。

#### 引用文献

- 1) 駒井亨 他共著「アグリビジネス論」（株）養賢堂、1998年、74ページ。
- 2) D・グローバー、K・クスター共著、中野一新監訳、「アグリビジネスと契約農業」、（株）大月書店、1992年、255ページ。
- 3) 日本農業市場学会編「農産物貿易とアグリビジネス」、筑波書房、1996年、96ページ。
- 4) 駒井亨「ブロイラー生産の規模拡大と契約生産の変容」、農畜産業振興事業団、畜産の情報、1999年12月、4～12ページ。
- 5) D・グローバー、K・クスター共著、中野一新監訳、「アグリビジネスと契約農業」、（株）大月書店、1992年、118～123ページ。
- 6) （財）外食産業総合調査研究センター「外食産業と契約栽培（取引）関係がある産地、生産者及び今後、取引希望する産地、生産者名簿」、（財）外食産業総合調査研究センター、平成9年8月。
- 7) 斎藤修「食品産業と農業の提携条件」、（財）農林統計協会、平成13年、179～218ページ。

## The Conditions of Contract Farming in Agribusiness

Tooru KOMAI

### ABSTRACT

The contract farming in the U. S. broiler industry started in early 1940's has been so successful that broiler production expanded from 600 millions in 1950 to 8.3 billions in 2000, and poultry meat (chicken and turkey) now occupy 46% of the total meat consumption in U. S.

The success of contract farming in broiler production has been followed or copied by other agricultural sectors and it is implemented even in the grain production. In the fields of vegetable and fruit production, the share of contract farming reached 15% in total production in developed countries. In developing countries, not a few multinational companies are promoting contract farming with local farmers to produce sugar cane, tea, grains in addition to various kinds of vegetables and fruits.

The following subjects are studied in this paper.

1. The merits and conditions of contract farming.
2. Various forms or systems of contracts.
3. Broiler growing contracts in Japan.
4. Contract farming by food manufacturers.
5. Contract farming in food service industry.
6. Contract farming by food retailers.