

ア メ リ カ の 家 族 経 営 と 稲 作

佐 藤 了・梅 本 雅*・角 田 毅

(東北農業試験場・*農業研究センター)

Family Farms and Rice Production in the U. S. A.

Satoru SATO, Masaki UMEMOTO* and Tsuyoshi SUMITA

(Tohoku National Agricultural Experiment Station・)

*National Agriculture Research Center

1 は じ め に

1995年5月から6月にかけてアメリカの稲作事情について現地調査する機会を得た。本調査を通じて得た情報はもちろんその一端に過ぎない。が、中粒種主体のカリフォルニア州と長粒種主体のアーカンソー州（以下カ州、ア州と略称する）でそれぞれ2戸の稲作経営、1精米業者（販売農協）、1試験場の合計8カ所で視察調査ができ、比較的バランスの取れた状況理解ができたので報告する。特に注目するのは、我々が会った農業者たちが多くの困難にもかかわらず、強い信念と誇りをもって技術改良と販売の工夫に打ち込んでいた点である。それはいったいどこから生まれるのか、個別経営の観点からその一端に接近しよう。

2 家族経営が担うアメリカ稲作

アメリカにおける農場の定義は「年間1千ドル以上の販売金額があるところ」で、それには個人・家族経営、パートナーシップ（兄弟親族を中心とする共同経営）、法人経営（98%が家族所有）の3形態がある。農場数・土地面積の構成は個人・家族経営87%・65%、パートナーシップ10%・16%、法人4%・19%だが（1987年センサス）、稲作では90%以上が個人・家族経営で、家族以外が所有するケースは稀である。最近家族経営が法人格を取得する例が増えているが、その主な理由は規模の大きな農場で相続税を軽減し、補助金を有利に獲得しようとするにあるという。

このようにアメリカ稲作があくまで家族経営を基礎に担われている一因はその低い収益性にある。例えばア州のJ. バークット氏は父母と氏の所有地の400エーカーに長粒種を作り、94年の収量は130ブッシェル／エーカーで地域平均以上あった。これを、平均的なコストで作り平均価格で販売したとしても、売上が391ドル、地代抜きのコストが347ドルで、地代込みの所得でも44.6ドル／エーカー、全面積（160ha）でわずか17,840ドルにしかない（聞き取りと州立大学試験場等の資料に基づいて試算）。この数字は「米の市場価格だけでは経営が成り立たない」という農業者た

ちの証言を裏付ける。アメリカの稲作経営は地代込みの所得に政府の補助を積み上げてようやく成立し得ているのである。

もっともその家族経営の内容は、家族労作経営のような古典的な意味の家族経営とは大きく異なり、家族以外の労働力、サービス会社等に大きく依存している。特にメキシコ人などの臨時の雇用労働力の供給や飛行機による肥料農薬散布業者、精米加工販売業者、市場情報や作況情報など、作業単位・機能単位ごとに外部化・分業化を進める支援システムの存在に大きく支えられている。そしてそのような外部化の進行とともに家族経営では経営管理や資産管理等の能力が重視され、後継層にその高等教育を受けさせる例が増えている。

3 アメリカ稲作の技術的基礎

アメリカにおいては稲は基本的に畑輪作の中の作物の一つであり、稲を作付けするときには伝統的に自然勾配の等高線に沿って約6.5cm毎に畦を設けて湛水している。しかし勾配が急な土地では畦が湾曲して稲作の作業効率や栽培管理の精度が制約される。

このため機械力を使って斉一な管理をして労働生産性を高めていくには、圃場のレベリングが特に重要になる。ア州の先進的稲作経営者C. イザベル氏は氏と3人の常雇で480haの効率的な直播稲作を行っているが、「私の農場の最大のマネジメントは勾配ゼロのレベリング技術にある」という。それによって一筆数十haの整形圃場で均一な大規模栽培を可能にしたからである。ライスランド社のベル社長も、今後南部の稲作は湾曲した畦畔を撤去し均平化して生産性を向上させ、水量、人件費を削減していくことが目標であるとしている。

こうした基盤の上で行われている稲作には、厚播・高粳単収・低精米歩止まりという特徴がある。表1はわれわれの調査事例であるが、日本の直播から見れば3～5倍の畑作物並みの播種量で、肥料も日本に劣らず投与されている。粳レベルの単収は10a当たりア州平均で635kg、カ州で945

表1 アメリカ稲作の耕種梗概事例

	カ リ フ ォ ル ニ ア	ア ー カ ン ソ ー
播 種 量	17～18kg (田牧氏) 16.9kg (レザーズ氏)	13.5kg (イザベル氏) 15.1kg (バークット氏)
肥 料	N 12.9kg (M201, レザーズ氏)	N 3.45～5.17kg (コシヒカリ, イザベル氏)
除 草 剤	ローンデックスとオードラムを2回 (レザーズ氏)	ボレロとサイオピンカーブ1回 (イザベル氏)
防 除	ほとんどなし (レザーズ氏)	虫害防除2～3%の面積(?)
粳 単 収	945kg (カリフォルニア) 1,125kg (レザーズ氏, M201)	635kg (アーカンソー, 94年) 760kg (スタットガルト) 658kg (バークット氏, 長粒) 506kg (イザベル氏, コシヒカリ)
精米歩止まり	50～58% (Dr.マッケンジー) 50% (M401, 田牧氏) 55% (U.S.A. ライスカウンシル)	55～56% (長粒, バークット氏) 48% (コシヒカリ, イザベル氏) 50～60% (アーカンソー)

表2 農業者に密着した品種改良、技術開発、普及体制

	カリフォルニア	アーカンソー
組織・予算	ビッグス米作試験場 米の生産者の非営利団体 生産者代表12人からなる審議会 研究社PHD 3人、技術者 4人：200haの敷地 約100万ドルの予算 米100ポンドにつき5セントの強制拠出 74.3% 農業会社などの寄付金、原種販売 25.7%	アーカンソー農業試験場 試験場、農協普及員、農務省からなる 研究者PHD12人：370haの敷地 約400万ドルの予算 米1ブッシェルにつき3セントの任意拠出 43.8% 原種販売 8.5% 連邦政府（大学を通じて） 17.5% 同州政府 30.2%
業務	品種改良、原種生産中心 （カリフォルニアの95%の米品種） 環境等の問題は大学の分担 普及指導は農協（FRCなど）	技術開発、普及、指導、品種改良、原種生産（品種改良は長粒種中心） DD50プログラム：温度基準値をもとに意思決定していくプログラム

kgと相当な高さにあるが、精米後の完全粒の歩止まりは50%台と低い。それは、①収穫期が昼30～40℃の高温で乾燥して夜低温になるための立毛中の胴割れが15～20%、②収穫時のモミ、ゴミ、土、ワラが20%余、③米ヌカが9～10%に上るからである。

また、品種改良・技術開発・普及体制が農業者に密着して取られていることも見逃せない。表2は両州の稲作関係の試験場の組織、予算、業務の概要であるが、①カ州農試が品種改良、原種生産に特化しているのに対して、ア州農試は他に栽培、普及・指導も兼ねておりやや性格が異なるが、前者の予算の74.3%、後者の43.8%も農業者の拠出金に依拠しており、②カ州では試験場自体が米生産者の非営利協同組合で、販売農協に設置される普及部門と密接に連携し、ア州では大学に設置された農試に販売農協の普及・指導部門も置かれている。このようにいわば農業者を中心とした技術開発（試験場・大学）—普及（農協）—販売（農協）による支援システムが形成されているのである。

4 アメリカの稲作経営の販売戦略

従来アメリカの米は輸出主体であった。が、最近その需要には重要な変化が起きている。70年代初め国民一人当たり5kgだった消費量が91年には約10kgに約2倍に拡大した（図1）。このため94/95年産の米の54%が国内向けに回された。この国内需要の拡大は、ヒスパニック系、アジア系の移民増加による米食の増加や健康食としての米食への高

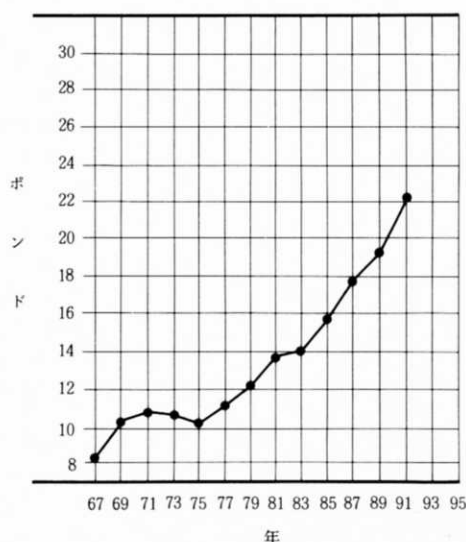


図1 アメリカの1人当たり米消費量
資料：アメリカ農務省
注. 1ポンド (pound) = 453.6 g

所得者層を中心とする需要の高まりとともに、シリアル、ライスパスタ、スナック、抗アレルギー食品、ビール醸造用、米ヌカ油、モミ研磨剤、ペットフードなど多様な用途開発といった販売農協等による販売戦略の積極的な展開が要因である。

このため各経営では自分の経営条件に合わせて個性的な市場志向型 (Market-Oriented) の戦略が取られている。例えばア州のJ. パーケット氏は最も市場が安定している長粒種をより有利な精米業者を選択しつつ販売し、C. イザベル氏は日本市場をも睨んでコシヒカリの栽培と独自販売ルートの確立に努力している。有利販売しないと採算が取れないからである。

こうした個々の経営の選択性を重視する販売戦略は、精米販売業者間の競争と相呼応している。例えばアメリカ最大の精米業者のライス・ランド社にしても米の共販率は65%にとどまる。そのため協同組合であっても顧客確保のため有利な販売に力を入れざるを得ない。RMA (全米精米業者協会) の有力メンバーの一人でもある同社のベル社長は、「日本はミニマム・アクセスで8%を輸入するのは一歩前進だが、6年後は関税に踏み切るべきだ」という。アメリカの米産業の立場での要求であるが、その背後に少しでも有利販売しようとする個々の農業者の販売行動があることも見逃せない。

5 アメリカの稲作経営の示唆と課題

本稿の冒頭でわれわれは、アメリカ稲作農業者たちの強い信念と誇りに言及し、その淵源を問うた。彼らは確かに自己責任に基づいて変動の激しい市場に立ち向かい目的志向の強い経営実践を積み重ねていた。しかし以上の観察から他方では、政府の財政的支援をはじめ作業面、技術面や販売面においても網の目のような支援態勢、すなわちベター・サポート・システムが機能していることが浮かび上がってくる。つまりアメリカ稲作農業の経営の自己責任原則はそれだけでは自由に成り立たず、社会の中に多様なベター・サポート・システムが形成されることと相互规定的に成立している。それは経営の自己責任原則のみが殊更に強調される昨今のわが国の風潮に一石を投じるものである。

アメリカ稲作経営はいま重大な問題に直面している。95年の農業法改訂による政府の農業補助金の削減問題と残かん焼却禁止や農薬使用制限などの環境問題である。これらの問題に対処するため農業者たちは、一層の技術向上など内部努力とともに、有利な販路開拓のため国内の需要創出や日本などへの市場参入要求を強めることが予想される。

なおアメリカの農業者たちの信念や誇りの淵源に関連してわれわれは調査の端々で家族や地域社会との絆の強さに気付かされたが、このベター・ファミリー、ベター・コミュニティの領域は今後ますます重要である。