

## 食料供給と農村空間の商品化-東北地方における水稲の主要品種の変化-

### Food supply and commodification of rural space: changes in the main varieties of paddy rice in the Tohoku region

仁平 尊明<sup>1\*</sup>

Takaaki Nihei<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>筑波大学

<sup>1</sup>University of Tsukuba

日本において主食とされるコメの生産量は、90%以上の自給率が維持されている。1994年に主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律が公布されると、コメの流通は、民間流通による自主流通米が主体となった。コメの生産面もまた、政府による管理が弱まった結果、商品を生産するという機能が強くなった。このようなコメの生産と流通の変化は、1990年代中期以降、主要品種の地域的な変化をもたらした。本研究では、コメの品種開発と産地での普及過程に注目して、大量・安価な食料生産に基づいた農村空間の商品化のメカニズムを解明することを目的とする。

事例とする東北地方は、全国の約3割の生産量を占める日本の代表的なコメの産地である。とくに東北地方の中央部に位置する仙北平野、北上盆地、横手盆地は、水稲の栽培面積の比率が高く、かつ高い品質のコメを生産する大産地である。1990年代の中期以降の東北地方における水稲品種の空間的な分布の特徴は、次の3つにまとめられる。すなわち、(1) 地域レベルでは、栽培品種が多様化して地域分化したこと、(2) 県レベルでは、栽培品種が特化してきたこと、(3) 全体的に、新品種の命名法が一般化してきたことである。

近年の消費者は、食味の良いコメをより一層好むようになった。このような市場の動向のもとで登場したのが、産地品種銘柄として2000年より販売されているブランド米である。産地品種銘柄は、都道府県、生産者団体、実需者団体等が協議を行って決定し、国によって指定されるものである。産地品種銘柄として登録される品種は、県内あるいは隣接県の機関で育成されたものがほとんどであった。近年では、栽培面積は少ないものの、県外の民間の研究所や、個人が発見・登録した品種も産地品種銘柄に指定されるようになった。

このような新品種の開発と普及のプロセスのなかで、コメ生産の商品化を現す現象として捉えることができるのは次の3点である。まず、(i) 市場の需要に対応して、食味良好な品種が絶え間なく育成されてきたことである。次に、(ii) 新品種の一部は、地域ブランド（コメの産地品種銘柄）に指定され、付加価値が付けられたことである。また、(iii) 農家レベルの普及では、県や農協の販売戦略を反映して、有力な新品種が一齐に採用されたことである。農家レベルで栽培品種が多様化しなかった要因として、県や農協の販売戦略ばかりでなく、農業従事者が高齢化していることも指摘できる。また、商品化に伴ってコメの価格が低下したことも、新品種の普及を妨げる要因となっている。

今後のコメ産地の対応として考えられることは、先端技術で新品種を開発している小規模な企業との連携、農家個人や小規模な組織による販売部門への参加、コメ生産のさらなる低コスト化である。また、農家の高齢化に対応して、耕地と労働力の流動化を促すような農業政策も必要である。

キーワード: 商品化, 食料供給, 水稲, 品種, 東北地方

Keywords: commodification, food supply, paddy rice, variety, Tohoku region