

コメ市場開放、決断の構図

大須 真治

1. コメ市場開放、決断のあらすじ

広く流布しているコメ市場開放をすすめる論理の情景の一つは、およそ次のようなものである。

まず、コメ市場開放に反対しているのは誰かという、それは農民だということになる。とりわけ農民のなかでも零細経営のものあるいは兼業農家が特に強く反対しているというのである。なぜなら彼らこそがこれまで過保護農政の下で大きな恩恵を享受してきたからであり、保護からはずされることで強烈な打撃を受けることとなるからである。これに対して同じ農家でも大規模農家は競争力もあり、市場開放の打撃もそれほどすくないので反対もそれほど激しいものではないというのである。

一方、消費者については、過保護農政の下でコスト引き下げの努力もあまりしないような農家のつくる高い米を食べさせられてきたので、外国から安い米の入ってくるのを心待ちにしており、コメの市場開放には大賛成するだろうというのである。

話の流れは、およそこのようなものであるが、本当にそんなことが言われているのだろうかとか疑われる人も居られるかもしれないので、このあらすじを最近の新聞報道であとづけてみよう。

「この一年これからの一年」（『朝日新聞』93年

12月30日）で東京・経済部長の権藤満氏は「コメ農家にはショックを与えたが、コメ市場の部分開放を受け入れた連立政権の93年の決断は妥当なものだったと思う」と述べている。市場開放がコメ農家に不利益をもたらし、それ以外の人に利益をもたらすものであることを明確に述べている。それならば、ここで考えられているコメ農家とは一体どのような農家なのであろうか。それは「総農家数の7割を占め、コメの収穫量の半分以上を生産する第二種兼業農家」であるとされ、その性格は次のようなものとされている。

「食糧制度や補助金農政の恩恵を最も享受してきたのが二種兼業農家だ、といわれている。コメを出荷すればある程度の収入が保証され、補助金や助成金も専業農家と大きな差がなかったからだ」。（「コメ部分開放“週末農家”の胸中は」『朝日新聞』93年12月9日）。

この二種兼業農家が市場開放のもたらす打撃をもっとも強く受けるものとみなされている。再び権藤氏は「コメの55年体制」（『朝日新聞』93年12月12日）で次のように述べている。「政治の55年体制は生産者米価をほぼ一貫して引き上げ、コメの55年体制を維持してきた」。「コメだけが保護に甘んじ続けるわけにはいくまい。プロのコメ農家をどう育て、農家と消費者がその成果を分かちあえるようになるのかどうか、農政

の力量が問われている」と。

要するにコメ生産が過保護農政の下に置かれてきたために、プロの経営感覚に欠ける第二種兼業農家を中心にコメ生産が行なわれてきた、そのためにコストの高いコメ生産が温存されてきたというのである。

消費者は長年にわたってこの高いコメを買わされてきたのであり、市場開放は外国から安い米を手に入れ、国内のコメ価格を引き下げ、コメ生産農家間の競争を激化させて、プロ感覚のない農家をコメの生産場面から排除するまたとない機会をもたらすこととなるのである。これによってコストの低いコメ生産を実現できるということとなる。

こうした意味を持つコメ市場開放に消費者は当然賛成するはずであるというのが先の論理のいきつくところとなる。そうならなければならなかったのである。

ところが現実にはそうはいかなかった。93年12月12日『朝日新聞』夕刊は「コメ開放、消費者団体なぜ反対?」という記事をのせている。その中で元サラリーマン新党代表の青木茂氏が語るところをみよう。

「消費者団体が消費者を代表しているとする、ほぼすべての団体が反対という状況は、理解できない」。「消費者団体には労農提携という古いイデオロギーが残っているのではないか。こうした考え方が、農家保護政策をとってきた政府に都合よく利用されている。もっと時代に合った、消費者本位の考え方をする団体がないものか」。

市場開放に賛成するのが消費者本位の考え方であるというのが青木氏の考えるところであるらしい。

このように市場開放をすすめる論理をたどって見て、最後に行きつくべきは必ずの点で現実と

反してしまうこととなる。それにはそれなりの理由があるように思われる。それはこの論理自体が大きな事実の誤認や、一面的な誇張にもとづいているからである。もちろん個々の点で問題にすべきところも多々あるが、さし当り論理の筋道の根幹にかかわることについてのみここで吟味しておくこととしよう。

2. 規模拡大を阻害する市場開放

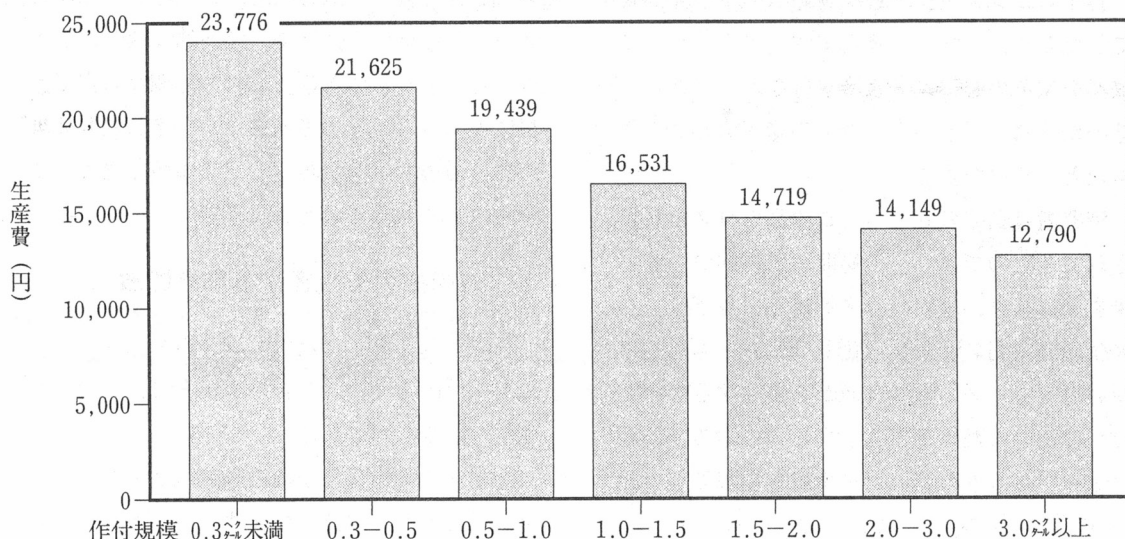
吟味すべき第1の点は、コメ市場開放で第1に困るのは農民、とりわけ零細な農民なのだろうかということである。

たしかに市場開放は国内米価の低下をもたらすであろうから、コメ生産費の高い農家の方が価格低下の影響をより早く、より強く受けることになるであろう。図1に見られるように、生産費の比較を行なってみれば、0.3㍏未満の零細な農家の生産費がもっとも高くなっており、3㍏以上のその2倍近くになっている。この限りではコメ価格の低下に対して零細農家のもっとも弱い部分としてあることはまちがいない。しかも水稻収穫面積0.5㍏未満の零細なコメ農家は収穫農家の52.2%を占め(表1)、日本のコメ生産の過半はこの農家層によって担われているのである。

ところがコメの売渡数量でみるとこの零細農家の占める比率はわずか11.7%にしか過ぎない(表2)。52%の農家が売渡し数量では12%弱の比率しか占めていないのである。なぜそうなるかということ、この零細農家は多くのコメの売り渡しを行なっていないか、行なっていたとしてもわずかな部分しか行なっていないからである。0.5㍏未満の作付農家で売り渡しを行なっている農家は56%でしかないが、0.5㍏以上を作付けている農家では95%以上の農家が米の売り渡しを行なっているのである(表3)。

特集・日本独占資本の改革ビジョンとその批判

図1 水稻の作付規模別生産費(60kg)の比較



注) 1991年度米、都府県、全調査農家、60kg当り支払い・利子・地代算入生産費
資料：農林水産省統計情報部「平成4年度米及び麦の生産費」

表1 水稻の収穫面積規模別収穫農家数

(販売農家・都府県)

	計	0.5㍿未満	0.5-1.0	1.0-2.0	2.0-3.0	3.0-5.0	5.0㍿以上
実数(1,000戸)	2,533	1,323	737	361	78	29	6
構成比(%)	100.0	52.2	29.1	14.3	3.1	1.1	0.2

資料：農林水産省統計情報部「1990年世界農林業センサス」

表2 作付面積階層別米の売渡数量(1992年産米)

作付面積階層	0.5㍿未満	0.5-1.0㍿	1.0-1.5㍿	1.5-5.0㍿	5.0㍿以上	合計
売渡数量(1,000㍿)	764	1,561	1,160	2,428	636	6,549
構成比(%)	11.7	23.8	17.7	37.1	9.7	100.0

資料：食糧庁長官官房調査課「米穀生産者の階層別売渡状況調査」

表3 作付面積階層別作付・売渡生産者数及び比(1992年産米)

	0.5㍿未満	0.5-1.5㍿	1.5㍿以上
A作付生産者(1,000戸)	1700	936	272
B売渡生産者(1,000戸)	952	904	270
B/A(%)	56.0	96.6	99.3

資料：食糧庁長官官房調査課「米穀生産者の階層別売渡状況調査」

表 4 A 稲作一位複合経営の作付規模別農業所得等の比較（都府県・1991年）

	農業所得 (1,000円)	農外所得 (1,000円)	農家所得 (1,000円)	農家粗収益 (1,000円)	農業所得率 (%)	稲作収入 (1,000円)
平均	973.1	5,506.2	6,479.3	2,616.5	37.2	1,509.0
0.5㍉未満	42.7	5,834.1	5,876.8	744.8	5.7	465.9
0.5－1.0	601.5	5,600.7	6,202.2	1,857.8	32.4	1,035.0
1.0－1.5	1,128.6	6,078.5	7,207.1	3,037.8	37.2	1,738.9
1.5－2.0	2,015.3	4,975.3	6,990.6	4,592.9	43.9	2,683.7
2.0㍉以上	4,117.2	3,793.8	7,911.0	8,909.4	46.2	5,147.7

資料：農林水産省「農家の形態別にみた農家経済」

表 4 B 稲作収入が20%減少した場合の試算

	稲作収入 (1,000円)	農業粗収益 (1,000円)	農業所得 (1,000円)	農家所得 (1,000円)	農家所得の変化
平均	1,207.2	2,314.7	861.1	6,367.3	98.3
0.5㍉未満	372.7	651.6	37.1	5,871.2	99.9
0.5－1.0	828.0	1,650.8	534.9	6,135.6	98.9
1.0－1.5	1,391.1	2,690.0	1,000.7	7,079.2	98.2
1.5－2.0	2,147.0	4,056.2	1,780.7	6,756.0	96.6
2.0㍉以上	4,118.2	7,879.9	3,640.5	7,434.3	94.0

表 4 A より作成

零細なコメ農家の多くはコメの販売を行っていないか、行なっていたとしてもそれは収穫量のごく一部でしかない。コメ生産の実態がそうであるとすれば、コメ価格の低下はこれらの農家にはそれほど大きな影響を与えないこととなる。もともと売ってないコメの価格が上がろうと下がろうと、直接的な点だけを考えれば農家経済には何の関係もないといって良いであろう。だからコメ価格の低下によって一番影響を受けるのは零細農家だというのは事実と合わないことになる。

1991年度の農家経済調査にもとづいて、他の条件に変化がなかったことを前提に、稲作収入が減少した場合、作付面積規模別に農家所得にどの程度の影響が出るかを試算してみたのが(表 4)である。米価が20%低下し、稲作収入が20%減少したことを想定してみる(表 4 B)と、0.5㍉未満の農家では農業所得は4万2千円から3

万7千円に減少し、農家所得は5,877千円から5,871千円に減少する。それは農家所得0.1%の減ということになる。2㍉以上の農家について見ると、稲作収入は5,147千円から4,118千円になり、農家所得は7,911千円から7,434千円に減少し、その減少率は6.0%となる。作付面積規模の大きな農家の方が小さな農家よりも米価下落の影響をまともに受けることとなるのである。このことはコメ市場開放をすすめようとする論理が、市場開放によって生じると予想されている事態と大きく異なった結果になることを意味している。

1993年12月14日『朝日新聞』の「社説」は次のように述べている。

「私たちは、この市場開放によって、日本の稲作農業が衰退に向かうのではなく、農家の創意と活力を生かし、若者が明日を託せるものに再生させることができると考える」。「市場開放が

特集・日本独占資本の改革ビジョンとその批判

事実上決まった今、早急に着手しなければならない課題は、国内農家の大部分にかかわる稲作の強化である。「その基本思想は農業に『経営感覚』を吹き込むことにある。稲作でいえば、15万戸の大規模経営農家と2万の経営体で80%のコメ生産を担うというものだ。これには、現在は1戸当り1畝以下の水田面積を10～20畝に集約する大規模化が必要となる。コメの生産コストは、これによって約半分に低下するという」。

この「社説」が言うように規模拡大によってコメの生産コストを半減させることを本当に希望するならば、その人はコメの市場開放に反対しなければならなかったのである。なぜなら市場開放はコメ価格を押し下げ、コメの価格低下は大規模農家を直撃するものだからである。

ところが事実はまったく逆で大規模化やコスト削減が市場開放の理由の一つとされているのである。なぜそうなるのか、にわかには理解しがたいところである。ただ考えられることとしては、コメ生産の実態についてあまり知らない人が勝手に考えたということがありえる。コメ生産農家の大部分が兼業化している今日では、米価の低落はプロ感覚をもってコメ農業をいとなんでいる農家に対してむしろ強いショックを与えるようになっているのである。この事実を知らない人が市場開放すれば大規模化が実現できると勝手に信じているに過ぎないということは十分ありえることといえよう。その事を十分承知していながら、市場開放が規模拡大につながるかとあえて主張する人がいるとすれば、その人は市場開放をなにがなんでも実現させたいがために知らない人をあざむいているに過ぎないといしか言いようがない。いずれであるかは定かではないが、いずれであるにせよ言っていることと、やっていることとの関係については十分な

表5 各種コメ価格 (10kg当り・円)

国内産米小売価格 (食糧庁・94年2月末調査)	
「特」	6,365
「上」	5,791
「中」	5,472
特定標準価格米	4,423
外国産米 (94年3月17日, 18日調査)	
米国産	4,283
中国産	4,136
オーストラリア産	4,230
タイ産	2,989

吟味を行ない、事実の点検を慎重に行なっていくことが必要であろう。それを怠ればまやかしの論理に導かれて、誤った決断をする危険はどこにでも横たわっているのである。

3. 消費者がのぞまないことのために 行なわれる市場開放

論理の筋道の上で根本的な問題となるもう一つの点についてふれておくこととしよう。消費者は長年の間、日本の高い米を買わされてきており、それが消費者にとって大きな問題になっているという点についてである。だれも買うものは高いより安い方が良くに決まっているから、コメももっと安くなることをのぞむのは当然のことであろう。問題は、高いより安い方が良くというような程度のことではなく、日本の米は高くてかなわない、どうしてもがまんできない、というような切実さで日本のコメ価格の高さが消費者の意識にのぼっていたかどうかということである。

そこでまず、消費者は一体どのくらいのお金をコメに支払っているのかを見てみよう。総務庁の「家計調査」によれば1992年に勤労者世帯がうるち米の購入に当てた金額は59,507円で、購入量は117.03kgであった。これは年間の消費

支出額4,233,840円の1.41%である。1ヶ月で見ると米類支出金額は5,002円でこれは消費支出352,820円の1.42%である。勤労者世帯がコメに支出している金額は、消費支出金額の1.4%程度である。これでも高いといっていえないことはないが、他にも高いものはいくらでもあるなかで、あえてコメだけを取り上げて“高い、高い”というほどのものではないであろう。総理府が93年11月に行なった「食生活・農村の役割に関する世論調査」でも食料の安定的確保のための政策として77.4%の人が、「国内で生産できるものは、生産性の向上を図りつつ、できるかぎり国内で生産する」と回答しており、安ければ外国から輸入すれば良いという考え方には立っていないことが明らかになっている。

さらにこれを裏付けるような事態が発生した。緊急輸入として外国から安い米が入ってきたのである。その価格は表5に示したように10kg当りで国内産米の価格より1,000円以上も安いものであった。消費者が国内産米の高さにとことん悩まされていたとすれば、この安い輸入米に飛びついたはずであった。ところが現実には起ったことはこれと逆のことであった。消費者は安い輸入米を避けて、高い国産米に殺到したのである。この行動は、消費者にとって国内産米の高さが第一義的な問題にはなっていなかったことを如実に示している。消費者はコメならば、とにかく安ければ良いという考えは持っていなかったし、事実としてそのような選択も行なわなかったのである。

この事態を見てジャーナリストの黒川宣之氏は「『米国民は味や鮮度が落ちて、値段が半分ならそちらを買う。日本人は値段が倍でも味や見栄えがよいほうを選ぶ』。食べ物の品質にこだわるのは消費者として当然のことだが、行列の多くが輸入米の味見さえしてないらしいのには

驚いた。コメ鎖国が生んだ『外米はまずくて危険』という神話に踊らされた、食わずきらいのコメ不足騒ぎの面もある」。(94年4月1日付『朝日新聞』)と述べている。米国民がみな黒川氏のこのような行動をとるのかどうか疑わしいが、例えそうであったとしても日本国民が米国民と同じ行動をとらなければならないということもないであろう。黒川氏にとっては、日本国民が彼の思った通りに行動をとらなかったのはなんとも歯がゆい事態であったのかもしれない。

4. 決断の妥当性……

あらためてここで、コメ市場開放の決断は妥当なものであったのかどうか考えてみるべきであろう。

コメ生産との関係でいえば市場開放の決断は、コメ生産の大規模化には逆行するものであった。大規模化を実現しようとするならば、すくなくとも現在5～6戸規模の経営を行なっており、今後さらに規模拡大の意欲を持っている農家層が安心して追加投資のできるような安定的な経営基盤をつくりあげていかなければならないのである。その安定的な経営基盤をつくりあげる一つの要素として安定した米収入の見通しは不可欠であろう。そのためにはむしろコメ市場開放に反対し、安定した生産者米価を実現できる制度を確立していくことの方がむしろ妥当な決断といえよう。コメ市場開放によって規模拡大をはかろうというのは言っていることとやっていることがまったく矛盾していることを意味しているのである。

消費者との関係でいえば、コメ市場開放の決断は消費者が望んでもいないことを勝手に望んでいると錯覚したうえでの決断であった。あるいは錯覚したふりをした上での決断ともいえよう。消費者が第一に問題にしていたのは国内産米

特集・日本独占資本の改革ビジョンとその批判

価格が高いことではなかったのである。

以上のようにコメ市場開放の決断は実現目標と実現手段の不整合、そして実態のとりちがえの上に行なわれたものであった。そこからはこの決断を妥当とみなす根拠は一つも出てこない。

この妥当性を欠く決断を放置しておくならば、農家も消費者もそして国民の多くが将来大変な損害をこうむることは必定であろう。

(会員・中央大学教授)



労働総研ジャーナル(英文) 6号発刊

第6号は、木元進一郎論文『日本の労使関係と人事考課』です。

年4回発行。希望者には、年2,000円で頒布。