

世界の農業機械・資材トレンド

ヨーロッパの農業機械テストの権威、ドイツ「profi」誌に掲載された世界の農業機械情報。

オーストラリア

影響力を増す合併新会社

オーストラリア

クトリア州にあるアジャックス・ファーテライザー・アンド・ルーラル・サプライズ社の社長、ブルース・オキーフ氏は「以前は限られた時期にしか肥料の散布ができなかったが、今は違う。農家は家畜飼料の収穫量を増やすため、冬季でも肥料を散布したいのだ。これが最善策なら、作物への窒素分の投与にためらいはない」と話す。



アジャックス・ファーテライザー社の社長、ブルース・オキーフ氏（右）と物流担当マネージャー、スティーブ・ジェフリーズ氏（左）。



オーストラリア国内の農業販売会社が合併で誕生する。大手販売企業は、より大きな経済的影響力を握ることになる。

トラクタ販売会社であるアグリカルチャー・ホールディングズ社とユーロ・アグ社の2社が合併し、PFGオーストラリア社となった。また、新会社はこの1年にオーストラリアとニュージーランドで農機具を販売するハワード社の経営権を握った。

PFG社のクレイグ・メイバー社長は今回の合併について、これらはいずれも経営資源全般の効率的な集約や「市場での棲み分け」の終了、ロジスティックス（物資輸送）の改善につながると話す。マコーミックトラクタの販売開始式典では「合併前の会社はニュージーランドを基盤しており、3代目が経営する同族会社だった。2004年にはタスマン海を挟んだニュージーランドとオーストラリアの両国で2,100台ものトラクタの販売実績

がある」と挨拶した。

PFG社が扱うトラクタのブランドには、マコーミックやバーサタイル、ランディーニ、デドンが含まれ、同社は南半球で最大の民間農機販売企業のひとつとなる。

年間販売額3億NZドル（約230億円）と成長を続けるこの企業の社員数は400名。



PFG社の社長、クレイグ・メイバー氏（左）とマコーミックトラクタのポール・ウエイド氏（右）。

オランダ

ブランドと色がものを言う南アフリカ市場

南アフリカ

需要があると考えている。

チョッパは前部PTOによる駆動だが、他の主要機能は油圧で作動させる設計になっている。



フレド社製「トラック」の機体後部から、トウモロコシのペールが時間あたり90個排出される。



南アフリカでは、商品のブランドとそのカラーに対するこだわりが驚くほど根強い。洗剤のような日用品でも、今ではブランド名がほとんど製品全体を指す言葉になっている。

農業分野も例外ではなく、ある特定の農機メーカーが他社がうらやむほど強いブランド力を誇る。例えば、中古トラクタ市場のある分野で最初に選ばれる商品は、あるブランドの赤いトラクタと決まっている。他の農機についても同じことが言える。

このことをクワズル・ナタル州ハウイクにある「ファルコン農機社」の例で見てみよう。小規模農家向けのプラウを製造する他社メーカーが市場から撤退し、市場に隙間が生まれた。それに気付いたファルコン社はその会社のプラウを販売品目に加えることにした。そして、販売に自社製品の評判を利用しようと考え、「赤い色」のプラウを自社のブランドカラーの「緑とクリーム色」に塗り替えた。



ブランドの持つ強力なパワー。ファルコン社は機体の色によって確実に売れ行きに差が出るという。

これが失敗だった。販売代理店や見込み客から、以前と同じ「赤でないといけない！」と即座に反応が返ってきたのだ。ファルコン社の社員は、自社カラーに対するプライドを押し殺し、プラウを赤に塗り戻した。その結果、売れ行きはとても好調となった。南アフリカにおけるブランドカラーの力は強い。



遠隔操作の作物偵察機



間もなく、無線やGPSで制御されるハイテク無人飛行機が米国の空を飛ぶ。多周波数領域で空撮された圃場の写真から、農家は虫害や雑草、灌漑状況などの様子を確認することができるようになるのだ。

この無人飛行機を販売するインディアナ州ウエストレミントンにあるカーマーマッピング



グサービス社のカート・ロス氏はこう話す。「当社では、これまで商業用衛星や政府の衛星が提供する空中写真撮影サービスを利用してきた。だが、撮影依頼から入手までに120日以上かかることも少なくなかった。この無人飛行機によって、多周波数領域を撮影した空中写真をほんの数時間で顧客に提供できるようになる」

「カーマークロップコンドル」と呼ばれるこの飛行機は、翼幅3m、最大積載時でも重量は8kgにしかならない。バッテリー駆動の電気モータが推進用プロペラを回転させ、1時間以上の継続飛行が可能。バッテリーは再充電できる。

ロス氏は、大規模農場向けに約174万円から236万円の価格で販売したいと考えている。

遠隔操作の偵察機がアメリカの空を飛ぶ。目的は農業に利用する写真の撮影だ。

米国

膨張タイヤで沈まないスプレッダ



セントラル・タイヤインフレーション・システム (CTIS) と幅厚の膨張ゴムが装備されたマン社製トラックは農家に多大な貢献をしている。

CTISによりタイヤの空気を減圧し、タイヤの横幅を広げることができる。これにより、雪道やぬかるんだ場所でのグリップ力が向上し、通年で肥料散布ができるようになったのだ。

2005年からこの装備を導入しているヴィ

CTISと膨張タイヤでマン社製トラックの沈み込みを吹く。



需要のある小型農機



アフリカの農業は、気象・土壌・土質・降雨量のいずれもが極端な様相を呈する厳しい条件下で行われる。そのなかで農法は先進国型の機械化農業から自給自足型の農業までさまざまである。後者の農法に適した農機具は非常に限られており選択の余地がない。

ある雑誌に小規模農家向けの記事が掲載されたところ、驚くほど広範囲の読者から反響がありそうした農機具が不足している現状が明らかになった。記事で紹介されていたのはアースウェイ社の手押し播種機。トウモロコシや豆、レタス、キャベツ、カブなど幅広い作物の播種ができる機械だ。

南アフリカ国内からだけでなく、隣国のレソトやスワジランド、ボツワナ、遠くはザンビアからも問い合わせがあったという。



販売されている播種機を試す未来の農家。

南アフリカ

トウモロコシ用の角型ベール



オランダのドーデバルトにある農機メーカー、ブレド社は、自社の大型自走式走行車「トラックVT3936」をベースに、フォレンジハーベスタと角型ベールが連動して作動する複合機を開発した。

ケンパー社製ロータリーヘッドとハーベスタが作物の刈り取り・細断を行った後、ハーベスタが漏斗型のコンテナの中へ作物を吹き込む。さらにコンテナに接続されたブレド社製の角型ベールが高さ0.8m×幅0.8mの角型ベールを次々と作りだす。ベールの長さはさまざまに変えることができる。写真のベールは長さ1.2m、重さは500kgで、ストレッチフィルムで包装された後、機体後部から滑り出る。

ヨーロッパではこれまで、トウモロコシのベールはロール状に成形されていた。しかしブレド社では、より小さい角型のベールのほうが取り扱いや積み重ね、輸送が楽にでき、