

第3章 米需給および米価の動向と卸売業界の再編

全国米穀販売事業共済協同組合

理事長 木村 良

1 全体的な米需給および米価の動き

(1) 社会環境の変化を背景とする米の消費減少

日本社会の構造変化は、人口減少、高齢化社会の到来などに代表される。それは、家族構造およびライフスタイルの変化をとめない、米の消費減少にも帰結している。2013年現在、日本の米消費量は800万トン前後である。しかし、農水省の試算によると、人口減をベースに国内の米消費量は、今後10年間に毎年1%ずつ減少し続ける。数量にして、毎年8万トンずつ減少を続け、10年後に米消費量は現在のほぼ1割ほど減少することになる。これは、人口減だけに起因するものではない。家族構成の変化や高齢化にもとづく、家庭での主食としての米の消費減にもよっている。

アメリカの大豆協会や穀物協会は、2030年の日本の穀物消費に関して、興味深い予測をしている。その一つは、日本の台所の平均面積が2030年には風呂場ほどのサイズにまで縮小する、とのものである。台所面積の縮小は、家庭での調理機会の減退によるものであり、惣菜類の購入傾向の強まり、および調理食品への依存の高まりと対応する。現在、コンビニで惣菜類を最も頻繁に購入する年齢層は、リタイアした高齢者と20代および30代の若年齢者であると言われる。これは、コンビニエンス・ストアの商品企画力の成功にもよるものである。コンビニなどの経営戦略にも支えられ、高齢および若年齢層の世代を中心に、家庭内で料理、調理しない傾向は、今後、さらに強まることが予想される。

こうした動きは、最近の家庭での米炊飯量の減少にも示される。家計消費調査によると、2013年12月の全国の家計の米消費量は、対前年度比8%の減少である。対照的に、外食・中食を中心に、業務用の米需要は増大している。社会環境の変化は、米消費の全体的な減少のなかでも、業務用需要の比重増大に帰

結している。最近の米取引と米価の動向は、日本における社会環境の変化を基本的的に反映するものである。しかし、平成23年度から25年度までの米需給、米価のそれぞれの動きには、東日本大震災・原発事故との特殊な諸条件が強い影響を及ぼしている。

(2) 東日本大震災・原発事故の米需給への影響、およびその反動

平成25年産の米需給は、「豊作にももとづく過剰在庫」を基調とする。「豊作にももとづく」過剰在庫と言うのは、平成23年の東日本大震災および原発事故による様々な影響、その余波が現在も続いていることによる。平成24年、25年の作況指数は、いずれも102である。この作況指数に示される豊作が、過剰在庫の主要条件となっている。平成26年、6月末の在庫ベースから予測すると、おそらく60万トンとも70万トンもの米の供給余剰が生じるとみられる。このように膨大な過剰在庫の見通しのなかで、何らかの政策対応が要請されるとの噂が、米流通関係者間では流れている。

膨大な米余剰の契機をなしたのは、平成23年3月の東日本大震災、原発事故である。これによって、23年度には福島県の米供給が途絶えることになった。福島県の米生産量は30万トンを優に上回り（2012年度の生産量は34万トン）、福島県は全国6位の米生産県に位置する。その米が出荷できない、あるいは大幅に出荷が遅れる事態が、全国の米流通に大きな影響を及ぼしたのである。

具体的には、震災によって被害を受けた米、また原発で出荷できなくなった米の契約を、全農は卸売業者に対して履行できなくなった。米流通業者としての卸売業者も、米を集荷できなければ大変なので、産地を回って米調達に奔走した。この過程で、卸売業者間の集荷競争が展開され、米価が上昇したのである。米価の上昇は、米の市場出回り量が少なくなるとの見通しのもとに、卸業者が競って集荷に取り組んだことの結果とも言える。24年度に入っても、福島県の米生産、とくに原発事故による放射線の影響には、見通しがたたない状況が続いた。このなかで、23年産の102の作況指数にもかかわらず、米価は高値で推移した。

25年産は需給は緩和すると予想された。しかし、十分に米供給をできずに顧客の不信を招いた前年までの反省もあり、概して、卸業者は滞りのない集荷を重視した。このため、25年産も高値で始まった。しかし、余剰米の発生が明白

になるにつれて、高値の米の売れ行きは極度に悪化した。これには、震災後に家庭内での米備蓄が増えたことも影響している。この結果、スーパー、生協の販売数量は、対前年度比にすると80%台にまで落ち込んだ。加えて、米価下落が予想されるなかで、小売業者による買い控えの動きも強まった。これらの諸条件が合体し、25年産米の市中米価は大幅に下落したのである。

この動きは、業務用米についてとくに顕著であった。23、24年の外食用米価格は、品薄の結果として、60kg当たり22年対比3,000円、率にして20%前後も高騰した。原料米価格の高騰に直面し、外食業者は提供する商品（食事）の単位当たり米使用量を減らす（例えば、牛丼一杯の米使用量を20グラムほど減らすなど）などの対応さえしたのである。高い原料米はビジネスモデルに合わない。このため、チェーン展開する牛丼のような外食業者は、SBS輸入米にも殺到した。この結果、市場ではSBS輸入米も品薄となった。外食業者による米使用量の減少は、それを合計すると、米流通量全体におよぼす影響は無視できない。寿司や丼の（一貫、一杯などの）単位当たり米使用量の減少を積算すると、全体では優に10万トン以上にもおよぶと推定される。このような外食業者の対応のもとで、25年には米の過剰基調が強まり、それとともに、業務用を中心に米価の下落に弾みがつくのは不可避となったのである。

2 相対価格形成の不透明性

(1) 相対価格と市中価格（市中相場）との乖離

平成24年産は高値で始まった。しかし、25年の2、3月頃から24年産の作況指数102による豊作とSBS輸入米の使用増もあって、供給余剰の強まりが感じられるようになった。市中価格も下落し続けた。市中価格の下落のなかで、卸売業者は全農に相対価格の引き下げを何回か申し入れた。しかし、全農はほぼ1年間を通じて、相対価格の引き下げに応じなかった。

結局、卸売業者は高値で購入したものの、高値では売れないなかで相当量の在庫保有を抱えるようになった。相対価格と市中価格との大きな価格差、そのもとでの在庫保有増によって、卸売業者は大きな差益損を被ったのである。このような事態は、平成10年、15年にも経験している。しかし、今回の在庫保有による卸売業者の差益損は、過去2回をはるかに上回るものである。ある意味、

学習効果を生かせない業界の体質を反映しているのかもしれない。しかし、それは、全農の相対価格が内在する問題とも大きく関わっている。

(2) 全農と各県本部との調整問題

相対価格は、各々の銘柄米などの需給動向などに沿って、全農が毎月、発表している。その相対価格に、各県産米の販売状況にもとづく各々の県本部の判断が、どの程度、反映されるかは不明である。それは全農内部の組織問題であり、第三者には容易には窺い知ることができない。

しかし、播種前契約の履行に際して、全農と各県本部との調整問題の一旦は示される。全農は、現在、集荷米の販売戦略として播種前契約、三者、四社契約を重視している。播種前契約は、出来秋月の相対価格を基準に卸との販売数量を契約するものである。播種前契約は、一本価格での契約であるが、市中で米価が大幅に上下した際には、それに応じて、県本部が卸への販売価格を部分的に調整するケースもある。卸売業者も、取扱い全量を播種前契約で調達することはない。業者によって相違するが、必要量の7割ないし8割を契約する卸売業者が多い。それは、需給逼迫の際には、契約書が無いと必要量を調達できないからであり、その事態を懸念するためである。ただし、市場動向によっては、卸売業者も事前の契約量を履行できないため、契約量を途中で解約することもある。その際には、事前に定めた一定のペナルティを支払っている。

このような相対価格の仕組み、それによる相対価格と市中価格の乖離幅の拡大は、全農の米集荷、販売事業にも跳ね返る。全農も販売できない多量の集荷米を抱え、多額の赤字を計上する。この結果、全農の卸部門のパールライスによる安値での販売合戦の動きが強まっている。しかも、皮肉なことにパールライスによる安値販売が、市中価格をさらに下落させる。相対価格を基準とする米価形成システムは、そのような悪循環のパラドックスを内在させている。

3 卸売業の構造と卸業者の新たな経営対応

(1) 米卸売業者の分化

全米販に加入している卸売業者は、全体では180社ほどを数える。ただし、業者ごとの取扱数量には、大きな格差が存在する。上位14～16社が取扱数量の60%以上を、残りの150社が残りの35%ほどを、それぞれ占める。取扱数量か

らすると、零細規模の卸売業者が大半である。零細卸売業者の多くは産地に立地している。零細卸業者と上位10数社、なかでも上位数社との取扱う数量は隔絶するだけでなく、事業内容、業態も相当に相違する。

産地に立地する零細規模の卸売業者の多くは、地元のパルライスと販売競争を展開しても、対抗できないのが実情である。このため、産地の零細卸業者の主要業務は、全国展開する大規模な卸売会社などの実質的な下請け的な業務を中心とする。地元で集荷し、製品として仕立て、大規模業者に納入するものである。このなかで、米取引のなかで急速に増大しているのがネット販売である。これに、いかに取り組み、対応するか、このことが産地メリットを生かす卸売業者の経営課題をなしている。ただし、米のネット販売に関与する業者の数は、生産者および小売業者を含めると、2,000あるいは3,000とも言われる。そのなかで、産地の卸業者が他の業者のネット取引事業といかに差別化を図れるかが課題であろう。

ただし、小規模卸業者の経営環境は厳しく、最近数年間でも幾つかの中堅卸業者の経営が行き詰った。業者間の合併、それによる新たな事業展開は容易ではない。このことは、米卸売業界の体質にも関係することである。こうした状況下では、早晩、業務承継をできない零細卸業者が増えることが予想される。

(2) 卸売業の業態変容

一方で、大規模卸業者は、従来のような卸売業務から新たな分野への参入、進出の動きを強めている。なかでも、米流通の制度的規制はほとんど撤廃されているので、卸売業者間では、集荷業務への進出が目立っている。これは、東日本大震災・原発事故に際して、十分な数量を確保できなかった反省にももとづくものである。産地での集荷は、単協、地域の大規模生産者からを中心とするが、最大手の神明は米生産に乗り出している。また、末端の消費市場への進出の動きも強めている。神明が回転寿司のチェーン店を子会社化したのは、その代表的なケースである。米の産地から消費地をつなぐサプライチェーンとして、卸売業者がいかに効率的な事業展開をしようか、このことが今後の米流通、米取引をめぐっては注目される。

ただし、全国的な集荷団体としての全農の役割は、卸売業者にとって依然として重要である。このことにも、留意を喚起しておきたい。米の集荷、保管に

は、相当の流通コストを要する。米の集荷事業は、資金調達を中心に経営リスクをともなっている。全農が集荷した米を適宜に調達しうることは、卸売業者の米保管、輸送に要する流通コストの節減に役立っている。それは、全農への経営リスクの転化を意味する。卸売業者の経営リスクの一部を、全農が肩代わりしている側面も軽視すべきではない。

4 木徳神糧社の経営戦略

さきに記したように、東日本大震災を契機に、卸売業者は産地での米集荷活動を活発化させている。これは、木徳神糧についても例外ではない。これには、産地の米供給力が低下しつつある事情も関係する。産地での集荷業務に力を入れなければ、卸売業者の米の調達力が弱体化しかねないのである。このような供給力が弱体化している日本の米生産をめぐる現実にも、留意しなければならない。

産地での米集荷、仕入れは、比較的大規模な生産法人からと産地の農協からの2ルートがある。いずれに重点を置くかは、どちらのルートによる調達コストが、より安価であるかが基本となる。従来は、大型量販店や外食向け販売の営業活動に、当社は重点を置いてきた。しかし、大手の販売先はほぼ固定している。このため、従来よりも多くの従業員を産地での調達ルートの開発に向けている。

重視するもう一つの経営戦略は、主食用米の需要縮小のなかで、付加価値をつけた米商品の開発、販売に向けた努力である。当社は、低蛋白米の販売を重視している。低蛋白米は、成人病を中心とする医療用食品と位置付けている。腎臓病などの成人病患者数は多数を数える。このような慢性疾患患者の食事（ご飯の原料）に低蛋白米が適しているとされる。この低蛋白米の潜在需要に注目している。従来は、乳酸菌で処理加工して蛋白を抜いていた。それが、現在では加熱した酵素処理の方法を開発し、低蛋白米を製造、販売している。低蛋白米は、毎日の米飯として使用するには、価格が高いという問題はある。しかし、低蛋白米は国内市場だけでなく、台湾、中国向け輸出も目標としている。このため、低蛋白米の潜在需要は大きいと予測している。

もう一つは、海外での米の生産、販売である。木徳神糧は、大分、以前から

ベトナムでのジャポニカ米の契約栽培、現地での精米事業、販売に取り組んできた。これらのベトナムで生産、精米したジャポニカ米は、ベトナムを含む東南アジアの近隣諸国で主として販売してきた。しかし、最近の輸出先はカナダ、オーストラリアにも広がっている。契約栽培によるジャポニカ米の生産には、品質管理面で課題を抱えている。だが、一般に予想される以上に、海外での寿司を中心とする日本食のマーケットは拡大している。この拡大する海外の日本食マーケットに、ベトナム産のジャポニカ米の生産、販売の増大を通して、応えていきたいと考えている。

5 今後の米市場の方向

価格形成センターが解散した以降、米市場は全農の相対価格を指標とする全農と大手卸の米取引が、その中心をなしている。しかし、それ以外の米市場あるいは流通ルートの比重が増大している。また、全農と卸との播種前契約にしても、需給動向によっては、契約量を確保できない事態さえ生じる。このような場合に、先物市場（取引）の活用も一つの方策である。最近の値動きをみると、先物市場での米価は、現物市場での米価とほぼ並行して動いている。このため、先物取引を活用する余地は大きいとも考えられる。しかし、先物取引では、欲しい産地、銘柄の米を調達できる保障がない。現在の先物市場は、このような問題を有している。全農による集荷独占が崩れる状況のなかで、生産者団体の米市場に及ぼす影響力は低下している。このような状況下で、消費者の視点にもとづく米市場、米取引のあり方としてはどのようなものが望ましいか、このことは米流通業者にとっての課題である。