



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	食糧法施行直後の米の価格・流通問題
Author(s)	三島, 徳三
Citation	北海道農業経済研究, 6(1-2), 61-76
Issue Date	1997-05-30
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/63114
Type	journal article
File Information	KJ00009064979.pdf



[特別寄稿]

食糧法施行直後の米の価格・流通問題

三 島 徳 三 *

はじめに

約半世紀にわたってわが国の米需給と価格、および流通を管理・規制してきた食糧管理法が廃止され、新たに「主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律」(以下、食糧法と呼ぶ)が全面施行されたのは、平成7年11月1日のことである。ここで、「全面施行」と断ったのは、いわゆるウルグァイ・ラウンド合意にからむ米麦の貿易関係の法律条項は、同年4月1日に部分施行されていたからである。また、食糧法のもっとも重要な柱である米流通業者(販売業者、出荷取扱業者)の登録制度については、政省令にもとづき翌平成8年6月に新法最初の登録がなされたばかりである。それ故、食糧法施行に伴う米の価格・流通問題を論じるにはまだ時期的に早すぎることを重々承知の上で、あえてこうした課題を設定するのは、次の二つの理由による。

第一に、「主要食糧の需給及び価格の安定を図る」という食糧法の表向きの目的(法第1条)とは裏腹に、米については平成8米穀年度末ですでに300万トンに達する持ち越し在庫を抱え、これが重しになって自主流通米の価格が、一部の銘柄を除いて低落を続け、このことが米穀生産者の再

生産に大きな影響を現に与えているだけでなく、価格安定の見通しも全く立っていないことである。

第二に、その反面で、食糧法の本当のねらいと言ってもよい、米流通の規制緩和については、昨年6月の新規登録以前からすでに米販売業者の構造変動が発生し、新法の施行がこれに拍車をかけていることである。

そのため、本稿では、第一に米過剰下の価格動向について、第二に米流通における構造変動について、食糧法施行直後の実態を明らかにすることを課題とする

I. 今日における米過剰の実態と性格

わが国は昭和40年代と50年代の二度にわたり600万トンを超える米過剰(期末在庫)を経験し、莫大な費用を投じて過剰米処理対策を行ってきた。だが、図1にみられるように、昭和60年代に入ると62年をピークに在庫が減少し、平成に入って以降は安定在庫水準を切り、加工用米を中心に米不足の兆候さえみられるようになった。そこに平成5年産米の大凶作が起き、周知の緊急輸入を強いられたわけだが、その時点(平成6米穀年度末)の持ち越し在庫は限りなくゼロに近いものであった。

だが、平成6年産から3カ年連続の豊作が続き、

* 北海道大学農学部

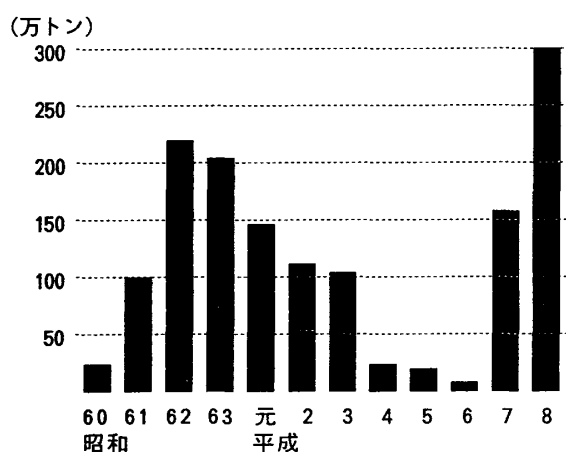


図1 米の年度別在庫量の推移

注1) 食糧庁調べ

注2) 各米穀年度末(10月末)の持ち越し在庫量。

その他の需給情勢の変化も加わって事態は一変し、再び米過剰の時代に入ってしまった。

表1は、平成9年産米の政府買入価格を決める米価審議会(平成8年11月28日開催)のために、

食糧庁が提出した「平成9～10米穀年度の需給見通し」である。これによると、8年10月末の持ち越し在庫量は294万トンであり、これは平成9米穀年度における主食用・加工用等を合わせた計画流通米(自主流通米、政府米)の年間需要総量635～650万トンの45～46%に達する。すなわち、持ち越し在庫を9米穀年度内に消化しようとする、計画流通米として供給される米のおよそ半分が古米によって占められる計算になる。持ち越し在庫の内訳は、6年産、7年産米の国産政府米224万トンと調整保管として残された7年産自主流通米39万トン、およびミニマム・アクセスによって8米穀年度に輸入され、売れ残った外国産米31万トン(玄米換算)である。

食糧法では政府の備蓄責任が規定されている。その規定は、旧食糧法になかったもので評価してよい。だが、政府が目標としている備蓄量は150万トンである。したがって、現在の約300万トン

表1 平成9～10米穀年度の需給の見通し

(単位: 万トン)

		全体需給	計画流通米		
			自主米	政府米	合計
8年10月末持ち越し在庫量		294	39	255	294
平成9年米穀年度	8年産米生産量	1,032			
	8年産出荷量		480～490	110～120	595～605
	外国産米	51	—	51	51
	供給量計(A)	1,377	520～530	415～425	940～950
	主食用等需要量(B)	975～985	425～435	120～130	545～555
	加工用等需要量	90～95	19	70～75	90～95
	9年10月末持ち越し在庫量(A)－(B)	300～310	65～75	225～235	300～310
うち備蓄	うち備蓄	235～245	10	225～235	235～245
	調整保管	45～55	45～55	(10)	45～55
	在庫保有(もち)	10	10	—	10
平成10年米穀年度	9年産米出荷量	978			
	9年産米出荷量		470～480	120～130	595～605
	外国産米	60	—	60	60
	供給量計(C)	1,340～1,350	540～550	415～425	960～970
	主食用等需要量(D)	970～980			
加工用等需要量	加工用等需要量	75～80			
	10年10月末持ち越し在庫量(C)－(D)	280～290			

注1) 生産量および自主流通米の出荷量は、加工用米の生産予定量(8年産・9年産とも19万トン)を含む。

注2) 主食用等需要量は主食用ほか、自主流通米で供給されている酒造用およびもち米。

注3) 加工用等需要量は、加工用、輸入米粉調整品代替、新規用途および国際機関、食糧不足国等からの要請に応じ用いられる援助用等。

注4) 在庫保有(もち)は、従来から行っているもち米需給安定対策事業により在庫保有を行うもの。

注5) 政府米備蓄欄のカッコ内は外国産米の数量で内数。

という持ち越し在庫は、明らかに過剰在庫である。どうして、こうした過剰在庫が生まれたのか。その要因として次の5点ほどが指摘できる。

一つは、平成6年～8年産の3カ年連続した豊作の影響である。これには5年産の大凶作による在庫払底に危機感をもった政府が、6年産の減反を大きく緩和したことも作用している。

二つ目は、5年産米の凶作に対して緊急輸入された250万トンを超える外国産米が、消費者の不評を買って大量に売れ残ったことである。さらに、ウルグアイ・ラウンド合意によって平成7年度から輸入が始まったミニマム・アクセス米も、加工用の需要を除いて大部分が売れ残った。幸い(?)、緊急輸入米の売れ残りは、海外援助によって全量消化できたが、米過剰が顕在化した中で、国際約束の名の下で輸入がなされたミニマム・アクセス米は、主食用としてはまったくといってよいほど売れず、政府の指定倉庫で保管料を食いながら静かに眠っている。

三つ目は、こうした国内産米・外国産米の供給過剰の一方で、米の国内消費量が、平成6年以降、著しく減少してきたことである。その契機になったのは、平成5年産米の凶作を契機とした米不足(「平成コメ騒動」)とそれを埋め合わせた輸入米の激増である。輸入米を嫌った消費者は、米からパンやめん類に消費を移し、これによる米の家庭消費の減少が、その後も尾を引いた。

四つ目は、米の総生産量から計画流通米を引いた、いわゆる農家消費等米の増大である。平成8年産米でのこの量は、総生産量の実に4割強に当たる427～437万トンに達する。このうち実際に農家で消費されるのは120万トン～130万トンと推定され、残りの300万トンくらいは、計画外出荷米、自由米(農家直接販売米を含む)、縁故米、贈答米の形で、農家から直接に、あるいは中間業者を経て、消費者に届けられる。無視できないのは、こうした計画流通米(食糧法の下では政府管理米)

以外の米の流通量が、ここ数年、顕著に増大していることである。その反面で、計画流通米(従来は政府管理米)の消費量が減少し、その米の持ち越し在庫量が増大する一因になっている。

五つ目は、以上の諸要因によって増大する持ち越し在庫量の増大が、計画流通米の中での古米、古々米の割合を高め、これがまた計画流通米(政府管理米)の消費拡大の足かせとなっていることである。

このように最近の米過剰要因はかなり根が深く、現行制度の抜本的改革をはからなければ解決しない性格のものである。過剰在庫を解消するためには、さしあたっての対策として、第一には計画外米、自由米の減少のため、計画流通米の農家手取り価格に経済的メリットを付与すること、第二には現在の回転備蓄方式を棚上げ備蓄方式に改め、適正備蓄量を超える過剰米やミニマム・アクセス米は海外援助や飼料用途に回すことが必要である。だが、いずれの対策もかなりの財政負担が避けられず、財政当局の抵抗が大きい。ミニマム・アクセス米を国内消費に回さないことについては、輸出国やWTOからの批判も覚悟しなければならない。

そうした内外の抵抗を回避して米の持ち越し在庫を減らす方法として、政府がこれまでとってきたのが、米の生産調整＝減反政策であった。食糧法が制定される前には、選択的減反や「つくる自由」が喧伝されたが、その後の米過剰の中でこうした方向が否定され、従来どおりの割り当ての減反の継続と減反目標面積の拡大によって、過剰在庫を解消する道が選択された。

食糧法施行直後に策定された新生産調整推進対策要綱(平成7年11月)では、8年産の生産調整対象面積は過去最大に近い67万600ヘクタールに決められた。9年産も同じ面積が対象になっている。

だが、一方でミニマム・アクセス米の輸入拡大

を続けながらの減反面積の拡大は、生産者のつよい反発を招いた。そのことも影響してか、8年産では秋田県、東京都、大阪府など12県で減反目標が未達成になった。9年産ではさらに減反拒否農家や未達成県が広がりそうな雲行きである。そうなれば、“正直物が馬鹿をみる”ことになりかねず、政府の唯一の過剰在庫対策は、その足元から揺らいでいくことになる。

Ⅱ. 自主流通米入札の弾力化と価格動向

1. 入札の仕組みとその弾力化

米生産調整が期待したような効果が出ない中で、連年の豊作と消費量の減少、および計画外流通米・自由米の増大がすすみ、政府米・自主流通米の過剰が累積してきている。こうした需給事情を背景に、平成6年産米以降、自主流通米の価格低落がほとんどの銘柄でみられるようになった。

自主流通米の価格形成は、平成2年産米から公益法人である「自主流通米価格形成機構」が開設する東京、大阪2カ所の取引場で行われるようになった。食糧法では同「機構」を「自主流通米価格形成センター」と改称し、法律的にも位置付けたが、取引の仕組みの基本は「機構」時代とほとんど変わっていない。売り手は、自主流通法人である全農（農協系）、全集連（商人系の全国団体）とこれらの傘下の都道府県の連合会であり、買い手は全国200数十の登録卸売業者である。食糧法では、これら既存業者に加え、新たに売り手として第1種出荷取扱業者、買い手として小売業者を認めしたが、その資格要件をめぐって売り手と買い手との折り合いがつかず、いまだ実現をみていない。とくに量

販店が買い手として入札に参入することによって、その存在を否定されかねない卸売業者が、買い手の拡大につよく反対している。

その他の入札の仕組みは表2のようなのだが、上場数量は自主流通米の集荷量のおよそ25%であり、各取引場の個々の入札で決められた加重平均価格が、その銘柄の指標価格となり、これを基準に売り手と買い手との間の相対取引がなされる。

自主流通米については全農と全集連が窓口になって、買い手の卸売業者との間に年間の販売契約がなされている。そのため、本来ならば売れ残ることはないのだが、最近では米消費の減少、計画外流通米等の増大によって、卸売業者には自主流通米の買い控えの空気がつよい。こうした状況が、のちに述べる入札価格にも影響しているだけでなく、相対取引価格自体の値引きをも生んでいるようである。

表2には「自主流通米価格形成機構」が開設された以降の、基準価格と値幅制限の動向が示され

表2 自主流通米入札の仕組み推移

項目 年産	入札回数	上場数量(ト)	基準価格	値幅制限
2	東京・大阪で各4回	55万	元年産の取引価格	年間＝基準価格の±7% 対前回＝前回加重平均価格の±5%
3	東京・大阪で各5回	61万	2年産米の加重平均価格	同 上
4	同 上	80万	2、3年産米の加重平均価格	同 上
5	東京・大阪で各2回 (大凶作で第3～5回を中止)	21万	2、3、4年産米の加重平均価格	同 上
6	東京・大阪で各5回	80万	3、4、5年産米の加重平均価格	同 上
7	東京・大阪で各6回	83万	6年産米の加重平均価格に1%上乗せ	同 上
8	同 上	77万	7年産米最終入札の加重平均価格に1.5%上乗せ	同 上

注) 7年産より基準価格の弾力化がはかられ、上場数量のうち、年間上限価格または下限価格での落札数量が9割を超えるか、あるいは2回連続して3分の2を超えた場合、または3分の1を超える落札残が発生した場合、運営委員会の決議を経て、当初基準価格の3%の範囲内で基準価格を調整することができるようにした。

資料：日本農業新聞1996年9月2日付け。

ている。そのうち基準価格は、その年産米の入札取引が開始される前に、売り手と買い手の代表も参加した運営委員会で銘柄ごとに決められるが、従来は直近3カ年の加重平均価格を基礎に決められていた。これは、自主流通米価格の安定性を求める売り手（生産者団体）側の意向を反映したものであった。だが、平成7年産米の入札から前年産の加重平均価格が基礎数値になり、これに1～1.5%上乗せしたものが基準価格になっている。6年産以降の連続豊作によって過剰と自主流通米の価格低下がすすみ、それだけ買い手（卸売業者）側の要求がつよまったことが、基準価格の決定により直近の価格状況を取り入れるようになった背景である。

また、自主流通米の過度の価格変動を抑えることを目的に、入札ごとに値幅制限が設けられている。表2にあるように、それは年間では基準価格の±7%、前回取引に対しては前回加重平均価格の±5%であり、当初から変わっていない。だが、「機構」の業務規程では年間値幅制限は±10%に定められていた。しかし、できるだけ価格変動を避けようとする生産者団体の要求によって、運営委員会では上記のような運用措置を認めてきた。しかし、7年産米の入札から表2の注にあるようなルールを導入した。具体的には、当初基準価格の3%の範囲内で基準価格を調整できるようにし、事実上、値幅制限を±10%に拡大した。

このように自主流通米の入札取引は、次第に直近の需給実勢と形成価格を取り込む方向で仕組みの弾力化がはかられている。

2. 入札価格の動向と地区区分上場

次に、図2から最近の自主流通米入札価格の動向に触れる。

平成5年産米の大凶作によって同年の自主流通米の入札価格は、各銘柄とも上限に張り付き、東京、大阪とも第3回目以降の取引は中止となった。

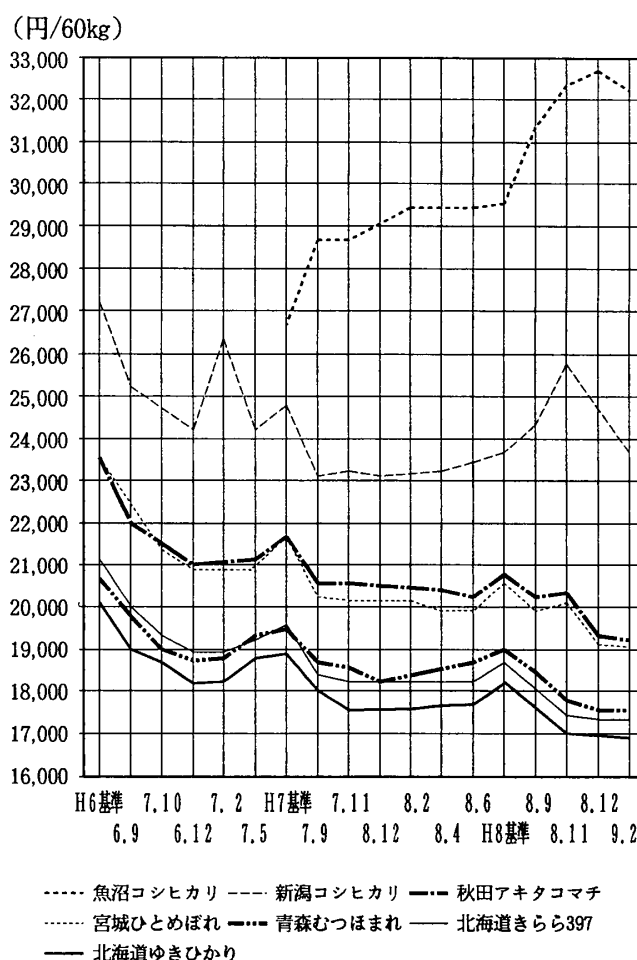


図2 自主流通米主要銘柄の基準価格・指標価格の推移

- 注1) 自主流通米価格形成センター資料より作成
 注2) 横軸の「H6基準」とは「平成6年産基準価格」、「6.9」は「平成6年9月入札の加重平均価格」を意味する（以下、同じ）。
 注3) 東京取引場での入札結果である。
 注4) 「新潟コシヒカリ」は、平成7年産から地区区分上場（一般、魚沼、岩船、平成8年4月入札から佐渡）がなされたが、本図では「新潟一般」と「魚沼」について示した。
 注5) 「北海道きさら397」は「A地区」のものである。

翌6年産米の入札は、3～5年産米の加重平均価格を基準価格としてスタートした。だが、同年産米は前年の凶作から一転して、作況指数109の大豊作となり、総生産量は約1,200万トンにも達した。そのため、自主流通米の入札価格は1回目の取引から下落し、12月の取引では大部分の銘柄で基準価格比7%の下限をつけた。

7年産米も豊作を反映して、第1回目の取引から基準価格の下限に張り付く銘柄が続出した。しかも、同年産の基準価格の計算基礎に前年産の加

重平均価格が採用されるようになったため、基準価格自体が低めに設定されていた。

連続3年目の豊作となった8年産米でも、過去2年と同様の価格下落が続く。図2をみて分かるように、6～8年産ではほとんどの銘柄が1～2回目の入札で下限価格ぎりぎりのマイナス7%近くまで下落し、それ以降の入札は、値幅制限によって下限価格に張り付いたまま展開するといった動きになっている。

しかし、すべての銘柄が以上のような安値傾向にあるかというところではない。豊作の中でも「魚沼コシヒカリ」のような希少価値をもった人気銘柄では、自由米として高値で取引がなされていた。ところが、平成6年産まで自主流通米取引場に上場される産地品種銘柄は、基本的に県単位となっていたため、県内地区間の品質や人気の差が価格差として反映されず、それが「魚沼」のような優良米産地の不満となり、自由米として系統共販から離れる一因にもなっていた。

そこで、7年産の入札から新潟県経済連の申し出により、「新潟コシヒカリ」が「魚沼」「岩船」「一般」（両地域以外）に地区区分され、上場されるようになった。その結果、同年産の「新潟コシヒカリ」の入札取引では、他のほとんどの銘柄（「新潟一般コシヒカリ」を含め）が前記のように下落した中で、「魚沼」「岩船」のみが1回目の入札からいきなり上限7%に上昇した。もっとも、その後、「岩船コシヒカリ」の価格は関係者が期待したような価格になっておらず、「魚沼コシヒカリ」だけが独歩高といってよい動きを示している。こうした動きは8年産の入札においても続いた。だが、平成9年2月の入札では、あまりの高値に対する警戒感からか、「魚沼コシヒカリ」も一転して値を下げている。

なお、地区区分上場は「新潟コシヒカリ」ではその後「佐渡」が加わり、8年産米からは「福島コシヒカリ」（会津、中通り、浜通り）が追随し

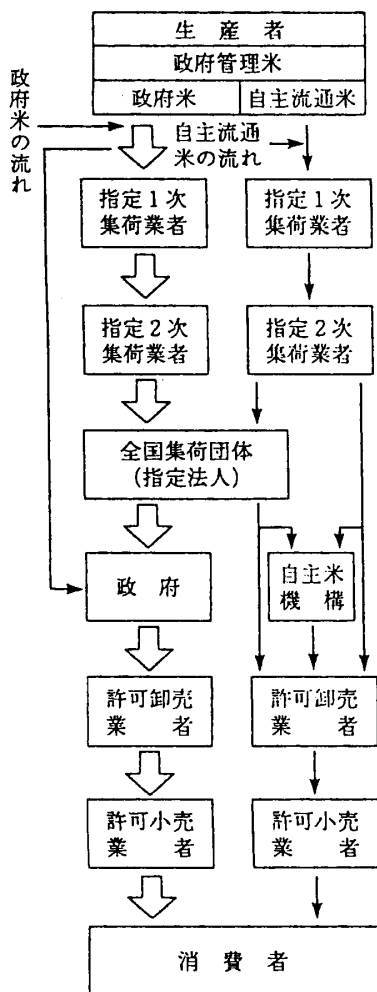
た。しかし、今のところ関係者が当初期待したような価格差は形成されていない。

いずれにしても、一部の優良銘柄米において地区区分上場が導入された結果、銘柄間の価格差が異常に拡大した。例えば、平成8年12月の東京取引場の入札結果（60kg当たり玄米）によると、最高価格をつけた「魚沼コシヒカリ」は32,689円と、最低価格の「北海道ゆきひかり」16,927円の間には、金額で15,762円、倍率で1.93倍の開きがある。これは嗜好品並の価格差である。

多くの農産物では、全般的過剰の中で品質・銘柄ごとの価格差が拡大する傾向がある。これは、過剰に伴う価格とマージンの低下を、品質差別化・高価格によって防ぐための流通業者の行動と、これを可能にする「高品質・高価格」需要の存在が背景にある。だが、バブル経済の破綻と不況の長期化による所得低下が、後者の需要を次第に縮小し、「魚沼コシヒカリ信仰」さえ陰りがみえるようになった。まして、「魚沼」以外の「新潟コシヒカリ」あるいは「福島コシヒカリ」においては、区分上場の価格効果はほとんど現れていない。平成8年産の入札ではこれら区分上場銘柄のほとんどは回を追うごとに価格低下がすすみ、基準価格を大きく割り込む結果になっている。こうして、区分上場による差別的高価格を期待した産地の思惑は、いまのところ外れている。

自主流通米の入札取引をめぐる以上の経過から、さしあたって次の2点を指摘できる。第一に、需給情勢が過剰に向かっている中では、あらゆる銘柄が価格低下の圧力を受けるということである。一部優良銘柄について地区区分上場したとしても、結局のところその銘柄においても、こうした価格低下圧力を回避できない。したがって第二に、生産者側が自主流通米価格の全体的な維持・引き上げをはかるためには、市場で評価の高い優良銘柄を含め、生産者全員参加で全体的需給調整をすすめる以外に有効な手立てがないということである。

〔食糧管理法に基づく流通ルート（旧）〕



〔食糧法に基づく流通ルート（新）〕

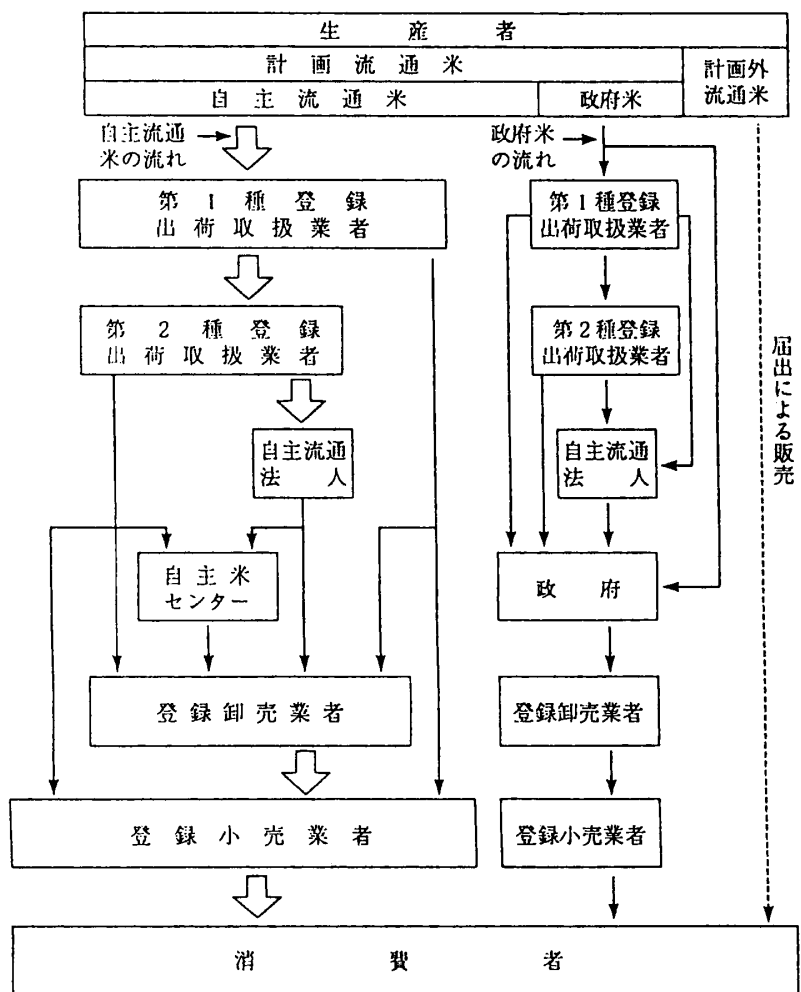


図3 米流通ルートの変化（新旧比較）

注1）図は一般家庭向けの流通のみを表したものであり、他に加工業者等への流通がある。

注2）食糧法の下では、図のルートのほか、卸間・小売間売買等の流通がある。

資料：『農業および園芸』第72巻第1号、94頁（前田敏行論文）。

Ⅲ. 米流通の構造変動と

「資本」ブランドの展開

1. 食糧法による流通規制緩和

次に食糧法下ですすんでいる米流通の構造変動について述べる。正確に言うと、この変動は食糧法施行以前から進行し、同法によって加速されたものである。

食糧法と食糧法の相違点のひとつは米の流通規制の緩和にみられる。具体的に言うと、第一に米

流通業者の新規参入が食糧法に比べ容易になった。第二に、食糧法時代の特定化され単線的であった米流通ルートに加え、多様で複線的なルート、例えば産地出荷業者から小売業者へとといった「産直」的ルートなども認められた（図3）。従来、不正規流通米とされた自由米も、食糧事務所届け出をすれば、「計画外流通米」として認められるようになった。

第一の点に関わって表3を示す。これは、米流通業者の要件が、旧食糧法と新食糧法でどのように変わったのか比較対照したものである。

表 3 米流通業者要件の新旧比較

	食 糧 法	食 管 法
一般登録出荷業者	○経験要件なし ○契約締結要件 ・10人以上の生産者 ・20トン以上の取り扱い見込み ○自主米買い取り集荷も可 ○自主米売り渡し先は二種出荷業者、自主流通法人、卸、小売り、加工業者 ○新規参入は要件満たせば無制限	○申請者が1年以上の経験 ○結び付き要件 ・30人以上の生産者 ・50トン以上の限度数量 ○買い取り集荷の禁止 ○2次集荷業者に売り渡し委託 ○実質的に制限
二種登録出荷業者	○経験要件なし ○法人要件なし ○一種出荷業者と自主流通法人との自主流通契約を締結 ○買い入れ先 契約した一種出荷業者 ○自主米の買い取り集荷も可 ○自主米の売り渡し先は、自主流通法人、卸、小売り、加工業者 ○新規参入は要件満たせば無制限	○申請者が1年以上の経験 ○法人要件 農協連、事協、事協連 ○買い入れ先 一次集荷業者 ○買い取り集荷の禁止 ○指定法人への売り渡し委託卸、加工業者への売り渡し ○法人要件で制限
卸売業者	○知事の登録制 ○登録区域は都道府県域。ただ400トンなら他県で営業可 ○結び付き要件なし ○数量要件 年間4000トン ○経験要件なし ○買い入れ先、自主米は自主流通法人、出荷業者、卸 ○販売先は、卸、小売り、大型外食業者、加工業者 ○新規参入は要件満たせば無制限	○知事の許可制 ○許可区域は都道府県 ○結び付き要件あり ○数量要件 年間4000トン ○申請者が1年以上の経験 ○買い入れ先は、政府、指定法人、2次集荷業者、卸 ○販売先は、卸、小売り、大型外食業者 ○定数制の実施
小売業者	○知事の登録制 ○店舗を一括して登録（営業所、特定営業所、販売所の区分廃止） ○登録を受けた県内で店舗の新增設は自由。配達、通信販売の区域は制限なし ○経験要件なし ○数量要件なし	○知事の許可制 ○店舗ごとに許可 ○店舗許可は市町村ごとで、配達は県域 ○申請者が1年以上の経験 ○数量要件あり

資料：日本農業新聞1995年10月13日付。

まず収集過程における変化であるが、食管法では生産者からの米の集荷は、農林水産大臣が指定した「指定集荷業者」（「指定集荷業者」は、農家から売り渡しまたは売り渡しの委託を受ける業者を第一次集荷業者、第一次集荷業者から売り渡しの委託を受ける業者を第二次集荷業者に区分され

る）の手を経てなされた。これは、流通米がすべて政府米であった時代に、政府米を安定的に集荷するために採られた措置である。「指定集荷業者」は農家から米を買い取って販売したり、委託されて販売するのではなく、あくまで政府に代わって米を集荷し、政府から集荷手数料をもらうのであ

る。

しかし、昭和44年に自主流通米制度が始まり、基本的に市場によって価格が形成される米の流通量が増えてくるに依じて、「指定集荷業者」である農協や商人は、いやおうなく「販売」に努力せざるをえなくなった。自主流通米中心の米流通になった食糧法時代末期においては、「指定集荷業者」の実体はすでに「販売業者」に変わっていたのである。そのため、食糧法では食糧法時代の「集荷業者」は「出荷取扱業者」に名称が変わったが、この背景には以上のような実態の変化が存在している。

「出荷取扱業者」は、「指定集荷業者」と同じように第1種（生産者から売り渡しまたは売り渡しの委託を受ける業者）と第2種（1種出荷取扱業者から売り渡しまたは売り渡しの委託を受ける業者）に区分され、それぞれ農林水産大臣の登録を受けなければならない。

「出荷取扱業者」の登録要件は表のとおりだが、食糧法の「指定集荷業者」の指定要件との主な違いは、旧法にあった「1年以上の経験要件」が新法ではなくなり、さらに「1種出荷取扱業者」における量的要件が「10人以上の生産者から20トン以上の取り扱い見込み」へと緩和されたことである。食糧法の「第1次集荷業者」の指定要件は、「30人以上の生産者から50トン以上の売り渡しまたは委託」であった。食糧法では収集過程における新規参入が容易になったことは明らかである。この措置が農協以外の業者（商人、会社）の新規参入の促進をはかることをねらいとしていることは言うまでもない。

次に同じ表3から米穀販売業者（卸売業者、小売業者）の要件の変化をみてみよう。旧法の知事による許可制が登録制に変わったが、これは用語上の問題であり意味がない。大きな変化は、第一に、食糧法時代に存在した卸売業者と小売業者との間の結び付き要件が、食糧法ではなくなった

ことである。第二の変化は、卸売業者が登録を受けた都道府県以外で支店等を通じて営業したい場合、支店を開設する都道府県ごとに400トン以上の取り扱い予定があれば、いわゆる「他県卸」として営業が許可されるようになったことである。第三の変化は、従来、米小売業者の許可要件であった数量要件、経験要件がなくなり、新規参入が原則として自由になったことである。また、本店で一括登録すれば、支店での米販売店舗の設置が自由になったことも大きい。

2. 食糧法下の米穀流通業者の登録状況

平成8年6月に食糧法による第1回目の米穀出荷取扱業者、米穀販売業者の登録がなされた（受付は同年4月）。全国の登録結果は表4、表5のごとくである。

出荷取扱業者については第1種、第2種とも食糧法制定前後であまり変化がない。逆に第1種では全体として5%ほど減っているが、これは農協合併の影響とみられる。新規業者は全国で54しか生まれていない。平均すれば1県1業者くらいだが、これは一方で農協組織が独占的な集荷体制を確保している中では、商人系の業者参入の余地があまりないことを示唆している。

次に販売業者の登録状況を見る。卸売業者については新規参入が73になっているが、これらの多くは比較的規模が大きい米小売業者が新規登録を受けたもので、これらの大半は従来から仲卸しの業務を行っていたとみられている。その他の新規参入卸で注目されるのは、総合商社の丸紅と生活クラブ生協である。その他の総合商社や大規模生協は今のところ様子をうかがっているようであり、来年以降に登録する可能性がある。

今回の卸売業者の登録で目を引くのは、いわゆる「他県卸」が延べで766も生まれたことである。食糧法の下でも、卸売業者としての許可を受けた都道府県に隣接した県については営業が認められ

表4 米穀出荷取扱業の登録状況

(単位：業者、%)

	登録前の 業者数(A)	今回の登録業者数			比 率 (D)/(A)
		既存業者 (B)	新規業者 (C)	登録業者 計 (D)	
第1種出 荷取扱業	3,477	3,242	54	3,296	95
第2種出 荷取扱業	86	85	1	86	100

注1) 食糧庁調べ

注2) 登録前の業者数は平成8年6月1日現在。

表5 米穀販売業者の登録状況

		登録業者数 (A)	登録申請前 の業者数(B)	倍 率 (A)/(B)
卸 売 業 者 (年間販売見込 数量4,000精米 トン以上)	既存	266	274	1.24倍
	新規	73		
	計	339		
いわゆる「他県卸」	業者数	延べ766	—	—
小 売 業	業者数	109,994		
	販売所数	175,609	93,334	1.88倍

注1) 食糧庁調べ

注2) 登録申請前の業者数は、卸売業は平成8年4月1日現在。小売業は平成7年4月1日現在。

ており、そうした「他県卸」の延べ数は179であった。これと比べると新食糧法下の「他県卸」は一気に4.3倍になったわけだが、そこには大規模卸売業者の全国展開の様相をみることができる。

「他県卸」が多い卸売業者名を具体的に言うと、神明（本店は兵庫県）41県、ミツハシ（神奈川県）37県、ヤマタネ（東京都）32県、大阪第一食糧（大阪府）28県などである（『農業および園芸』第72巻第1号、天野論文。その他の数字も同論文による）。これらの米卸売業者が「他県卸」を増加させた背景には、のちにみるように、大手量販店の全国販売戦略がある。

また、都道府県別に「他県卸」の登録状況みると、埼玉県48社、大阪府44社、東京都42社、神奈川県41社、千葉県37社など、やはり人口が集中した大都市圏が多い。これらの地域での既存卸、「他県卸」を合計した米卸売業者数は、多い順に

言うと、東京都67社、大阪府67社、神奈川県59社、埼玉県58社、千葉県44社である。いかに人口集中地帯とはいえ、この数は異常である。ちなみに、北海道は新たに9社の「他県卸」の登録がなされ、既存13卸（平成6年6月現在）を含め22社の卸売業者が競うことになった（その後、3社が合併し、現在は20社）。

次に米小売業者の登録状況だが、前掲表3のように登録にあたって経験要件も数量要件も不要になり、いったん登録を受けた県内では、店舗の新増設は自由になったことから、全国的に小売登録がすすみ、販売所数は一気に1.88倍の増加をみた。その結果、1販売所当たりの人口は、平成7年4月時点の1,202人から今回の登録で640人に半減した。それだけ、店舗同士の顧客の取り合いが激しくなったのである。

だが、販売業者数の増加に比べ、登録業者数のそれは1割程度にとどまっている。登録業者数と販売所数のギャップは、全国展開をしているコンビニエンス・ストアや量販店チェーンなどが本部一括登録をしたためと想像される。登録小売店の店舗形態は、米穀専門店20.5%、コンビニエンス・ストア17.7%、スーパー・マーケット11.7%、酒屋9.7%、食料品店8.7%、農協7.3%、生協1.0%、その他23.4%となっている。その他の中には、薬屋、駅売店、運送業者、観光土産店、青果店、農業資材業者などが含まれている（『農業および園芸』第72巻第1号、前田論文による）。

いずれにしても、食糧法下で米の主要な小売業態であった米穀専門店（米屋）の相対的地位の低下がすすみ、店舗形態は多様化した。だが、食糧法施行前から全国的に量販店による米販売シェアの拡大がすすみ、東京都ではすでに3年ほど前から米穀専門店の追い抜いている（東京都消費者センターによる消費生活モニターアンケート結果）。

そこで次に、大手量販店による最近の米販売動向をみよう。

3. 大手量販店による「資本ブランド」の展開

食糧法時代には、都道府県ごとに卸売業者と小売業者の結び付き登録制度があった。そのため、例えば全国チェーンの量販店では本部による米の一括仕入れができず、都道府県ごとに異なった卸売業者から仕入れなくてはならなかった。これは一方で、量販店による統一的なマーチャンダイジング（商品計画）の支障になっていた。食糧法による前述の制度変化は、こうした制約を一気に解決し、「資本ブランド」とも言える、全国同一の量販店ブランドの形成がすすんだ。また、大手の卸売業者の中には量販店の全国展開に対応して、主要な都道府県に複数の支店を開設するものがあらわれた。

量販店最大手のダイエーでは、PB（プライベート・ブランド）商品として「蔵米」を全店舗（全国360）で販売している。「蔵米」は代表的な産地品種銘柄のシリーズからなるが、昨年10月からのシリーズは「新潟コシヒカリ」「秋田あきたこまち」「岩手ひとめぼれ」「山形ササニシキ」「北海道きらら397」で、いずれも産地指定の「厳選」ということでアピールしている。その他、一部店舗では減農薬米として山形県高畠町の「はえぬき」を販売している。ダイエーのPB米の納入卸は、丸紅、神明、ミツハシの3社に集約され、これまで各県のダイエー店舗に米を納入していた大部分の卸は外された。3卸のうち丸紅は、今回、総合商社で唯一、卸登録を行ったが、その背景にはダイエーとの密接なつながりがあったのである。当初、ダイエーでは原料玄米の仕入れをすべて丸紅を通じて行い、これを卸間売買で全国の主要卸に供給し、精米・包装した上で、各店舗に供給する構想をもっていたようであるが、当の丸紅に自主流通米の買入れ実績がなく、次善の策として3卸体制になったといわれる。

量販店では売上高第2位のイトーヨーカドーでは、PB米として「あたたか」シリーズをもち、

現在では「新潟コシヒカリ」「秋田あきたこまち」「宮城ひとめぼれ」「北海道きらら397」が指定されている。この基本PBに加え、同社では「こだわりシリーズ」「逸品厳選シリーズ」を相次いで開発し、「岩手自然乾燥米ゆめさんさ」「最上川純米／山形紅花の里（はえぬき）」などのネーミングをし、「産地指定こだわり米」として販売している。納入卸も全国で5社ほどに絞られ、伊藤忠商事がオルガナイザーとなって「あたたか会」なる組織がつけられている。これにはイトーヨーカドーに米を供給する12経済連も参加している。

西友では同社独自の「産地・栽培基準」によるPB米として、「食の幸・岩手ササニシキ」「エスリボン・長野コシヒカリ」などの産地指定米を販売している。また、「マイケル」と名前を変えたニチイは、「生活美人」なるPB米シリーズを米販売の軸にしている（以上の量販店の動きについては、『食糧ジャーナル』各号、その他による）。

大手量販店による米販売戦略の特徴を整理すると、第一に「蔵米」「あたたか」「生活美人」などの「資本ブランド」ともいえるPB米を軸とした販売を行っていることである。第二に、産地・品種を絞り込み、栽培方法も独自の基準を設けた差別化商品（こだわり米）が多いことである。第三に、食糧法施行に対応して、納入卸の少数化をはかり、量販店本部による統一的なマーチャンダイジングを展開していることである。第四に、米の小売価格政策では当初、ダイエーに代表されるような「価格破壊」を行い、周辺の米専門店の顧客を奪っていったが、最近ではヨーカ堂に代表される「高品質・高価格・高利潤」路線に転換する量販店が増えている。

次に、コンビニエンスストアの米販売戦略を簡単にみる。

まず業界最大手のセブンイレブン・ジャパンでは、昨年6月から全店舗（4月末で6,454店）で米販売を開始している。仕入れは全国を10数ブロッ

クに分け、それぞれの地域で指定卸を決め、これらを新たに設立した伊藤忠商事系の子会社が統括している。

西友系のファミリーマートも全店舗（平成8年4月現在で4,052店）で米を販売するようになったが、ここは独自にPB商品「粳蔵（もみぞう）」を開発し、鮮度重視の粳貯蔵・今摺り米として売り出した。各店舗への納入は、伊藤忠商事が90%出資している米小売のコメキュウ（本社・東京）が一括して行っている。コメキュウはファミリーマートのPB米の原料米仕入れを一手に担当しているが、実際には5つの地域ブロック別に各1社の米卸と契約し、そこに精米・袋詰めを委託している。

ダイエー系のローソンも、昨年6月から全店舗（平成8年4月現在で5,750店）で米販売を開始したが、「新潟コシヒカリ」「秋田あきたこまち」を主力に、他に地元産米と減農薬米の1キロ、2キロパックを揃えている。納入卸は愛知県以東がミツハシ、以西が神明の2社で、精米・袋詰めした米は、全国34カ所のローソンの配送センターに届けられる。（以上のコンビニエンス・ストアの動きは、『食糧ジャーナル』1996年6月号による。）

このように、全国津々浦々に店舗展開を行っているコンビニエンスストアにおいても、小袋パックを主体とした「資本ブランド」の米販売に積極的である。これらの「資本ブランド」の米は、いずれイトーヨーカドー、西友、ダイエーといった系列の量販店のそれと一体化していくものと思われるが、そのオルガナイザーになろうとしているのが、次に述べる総合商社である。

4. 大手総合商社による米事業の本格化

食糧法施行施行を契機に、「4兆円」市場といわれる米事業に総合商社がどのような形で参入するかは、関係者すべてが注目するところである。いまのところ業界紙の情報しかないが、図4から

各商社の米事業の概況をさぐってみよう。

食糧法施行に伴う総合商社の動きは、当面、小売事業と海外事業に向けられており、卸売事業への直接参入は、いまのところ前述の丸紅以外にはみられない。その要因は定かではないが、精米工場建設に新規投資が必要であることや、これまで自主流通米等の買入れ実績がなく、直接仕入れに問題を残す点などにあるように思われる。

だが、総合商社が米の卸売業務への参入をあきらめたわけではない。図にみられるように、少なからぬ総合商社が、資本参加という形で既存の卸売業者の経営にすでに入り込んでいる。卸売業者間の競争激化の中で、今後、経営危機に陥る米卸売が増加する気配にあるが、総合商社による卸売業者の吸収・統合の動きは強まることがあっても弱まることはないだろう。また、量販店と総合商社の業務提携によって、総合商社が、量販店に納入する各米卸の統轄者としての機能を果たすようになることが予想される。その先駆けは、前述したように、イトーヨーカドーへの米納入業者をメンバーとした「あたたか会」の運営を伊藤忠商事が行っているところにみられる。ダイエーと丸紅との間にも事実上の業務提携がなされている。その他、ジャスコと三菱商事、西友ストアと三井物産の提携もすすんでいると言われる。

総合商社が量販店と業務提携を行うねらいのひとつには、輸入米の売り先確保があることは容易に想像がつく。図のように総合商社は米の海外事業と輸入を手広く行っているが、外食産業や米加工業とともに、量販店は輸入米の大きな販売先として期待できるからである。

だが、両者の業務提携のもうひとつのねらいは、国産米の仕入れ業務にあると考えられる。量販店への国産米の納入は、前述のように、しばらくは既存の卸売業者が担当することになるだろうが、一方で代金決済に問題を残している。というのは、米穀専門店と米卸売業者との間の代金決済は慣例

資料：「米穀アドバイス」平成9年1月13日付。

	系列食品卸	コメ小売など	コメ卸との提携など	登録状況	海外事業	輸入	取扱量販店
伊藤忠商事	伊藤忠食品 西野商事	コメキュー ごはんテイアンド アイ(炊飯) コメックス(炊 飯)	フードエキスプレス (大阪第一45%、伊藤 忠45%、コメックス10 %) 愛知米穀商に60%以 上出資	東京・大阪・名古屋・福 岡・札幌・仙台・金沢・ 静岡の本社・支社・支 店で小売	中国北京で 精米工場建 設(大阪第一 などと合併)	米国产米を SBS輸入	イトーヨー カ堂
三井物産	三友食品(シ ンセイを合併)	赤坂天然ライス (第三セクター、 三井10%)	物産ライス(三井55 %、神糧25%、村 瀬10%、三友10%) 梅原米穀が三友の 月曜会に参加	東京・札幌・仙台・新潟・ 長野・金沢・静岡・名古屋・ 大阪・岡山・広島・ 高松・福岡・那覇で小 売	ベトナムで 精米事業、中 国でサタケ 等と合併会 社	木徳とバス マティ、アル ポリオをS BS輸入し ロイヤルへ	西友スト ア
丸紅	丸紅食糧	ライスワールド (丸紅80%、加ト 吉20%)	福岡米穀の株を40 %取得 ミツハシ・神明など の「蔵米会」を運営	東京で卸、大阪・福岡 で他県卸 丸紅食糧・日産丸紅商 事など50カ所で小売	ミャンマー (ビルマ)政 府とコメ生 産事業		ダイエー
三菱商事	菱食			東京・大阪・名古屋の 10本社・支社で小売	タイ・ベトナム でコメ加工 事業		ジャスコ、 ライフ、 ヨークベ ニマル
住友商事	住商食品	糧販 九州糧販 住商農産(肥料 卸)		東京・大阪・名古屋の 本社・支社・支店、住 商食品・住商農産など 41カ所で小売	米国・中国で 契約栽培	米国产コマ チ有機米を SBS輸入	サミット、 全日本スー パーマー ケット協 会
日商岩井	日商岩井食料 日興商会		野澤米穀卸と早炊 き米を製造・販売	本社・日商岩井食料など 系列会社を含め、東京・ 大阪・愛知・北海道・宮城・ 埼玉・静岡・広島・香川・ 福岡の14カ所で小売	タイ・ベトナム から中南 米へ三国間 貿易		
トーマン	トーマン食品	東部食糧 中部米穀 名古屋米穀 サイキョウライ スセンター	中部食糧(トーマン 100%出資の卸)	東京・大阪・名古屋の本 店、札幌・仙台・新潟・広 島・岡山・高松・福岡の7 支店が小売。トーマン食 品が東京・大阪で小売		中国からS BS輸入	
ニチメン	ニチメン食料 ニチメン食品			北海道・宮城・東京・静 岡・新潟・富山・福井・ 香川・福岡・那覇で小 売	中国黒龍江 省で精米事 業	米国で業務 用米を生産。 英・蘭・シン ガポールで 貿易。	サンクス
兼松	兼松食品	兼松アグリイッ ク(肥料商)	千田みずほ・オーカー 米穀・丸三米穀・福 岡農産などの「日本 山田米会」を運営	東京・大阪・名古屋・福岡・ 札幌の5店で小売。兼松 食品が東京・大阪・名古屋・ 福岡・那覇で小売。兼 松アグリテックが船橋・ 埼玉・秋田で小売	米国加州で アキタコマ チ生産	米国产コマ チ「山田米」 をSBS輸 入	

図4 総合商社における米事業の概況

として「1週間サイト」でなされていたが、量販店の支払いサイトは1カ月以上がザラだからである。そうなると、量販店に納入する米卸は資金繰りが苦しくなる。そこで、量販店と米卸との間に総合商社が入り、米卸に対する支払いを代行するのである。このように、量販店と総合商社との業務提携は、いまのところ納入米卸に対する代金決済機能を軸にしているようである。だが、その一方で総合商社は、米卸に対する支配をつよめ、資本参加や経営参加を通じて、卸売業務に全面的に参入する機会をうかがっているようにみえる。

しかし、食糧法施行直後の総合商社の直接参入は、図のように米小売業において顕著である。図示したすべての総合商社が、多くの都道府県で小売登録を行っている。また、住友商事や伊藤忠商事では糧販（北海道）やコメキュー（東京）といった既存の中堅米小売業者に資本参加し、多店舗展開を行っている。糧販の前身はもともと札幌市に本拠を置く米穀専門店であったが、平成7年に住友商事が資本参加して以降、「こめどんや」をブランドにして急速な多店舗展開をはかり、96年末には90店舗ほどに拡大した。住友商事では、北海道における成功に自信をもち、96年には九州糧販を設立し、さらに97年中に関東糧販、大阪糧販の設立を計画しているという（『商系アドバイス』平成9年1月13日付）。

住友商事のような米小売業への進出は、他の総合商社ではまだみられない。また、住友商事としても今後どこまで米小売業に進出するか、いまのところ不明である。住友商事は住商農産という肥料を中心とした農業資材業の子会社をもち、同社を先導として農産物集荷と資材販売に本格的進出をはかろうとしているからである。米小売業への参入は、そのための「産直ルート」の開発をねらいとしていると言えないことはない。

総合商社による米市場への参入は、たんに家庭用の米販売にとどまらず、こうした「川上」にお

ける農産物や農業資材の販売事業への足掛かりにするねらいもあるように思われる。また、「川下」においても、炊飯事業や加工米飯事業を通じて、外食産業やコンビニエンスストアの弁当部門等に進出する動きもみられる（伊藤忠商事系のコメックス等）。

このように食糧法による米流通の規制緩和は、「川上」から「川下」まで、わが国の米市場を総合商社や量販店に引き渡す地ならしになっているのである。

5. 米卸売業者の危機と再編

米市場への量販店と総合商社の進出は、食糧法下で農協組織と卸売業者によってまがりなりに保たれていた米市場の秩序を、破壊する方向で作用している。とくに規制緩和＝自由化の著しい米の卸小売業では、競争の激化の中で流通業者の交替が急速にすすむ可能性が高い。

米小売業では、米穀専門業者（米屋）に代わって量販店が主役の座につきつつある。生き残ることができる米屋は、総合食品店やコンビニエンス・ストアに衣替えしたそれに限られるだろう。生協も今後、米販売に新機軸を打ち出さないかぎり、後退は免れえない。だが、こうした米小売業界の再編は、食糧法施行前、食糧法時代から続いていたことである。

食糧法施行によって、より直接的な影響を受けているのは既存の米卸売業者である。米卸は、前述のように小売との結び付き制度がなくなり、小売業者から逆選別される時代になった。また、いわゆる「他県卸」の登録増加によって、卸売業者間の競争が一気に激化した。また、量販店による卸の絞り込みによって、突然、売り先を失った卸売業者が続出した。

食糧法施行以前から卸売業者は、量販店やディスカウント・ストアが仕掛けた「価格破壊」によって、全体として苦しい経営を強いられていた。

「価格破壊」は米卸に納入価格の引き下げを迫ったからである。加えて、「平成コメ騒動」以降の消費者の“コメ離れ”傾向と、正規の米販売業者の手を経ない各種の「産直米」の増加は、卸売業者の米売上高に悪影響を与えていった。

図5のように米卸売業者の売上高は平成に入ってから以降は横ばいであったが、6年度以降では一気にダウンしている。また、経常利益も6年度以降、大きく落ち込み、7年度にはマイナスに転じている。この間の経緯を表6からより詳しくみると、営業収入の減少が大きく響いていることが分かるが、これは前述の売上量の減少に加え、「価格破壊」等による売上単価の切り下げによるものと思われる。

いずれにせよ、表にみられるように営業利益、経常利益、当期利益（税引）すべてが赤字であるというのは、昭和33年に全国食糧信用協会がこの種の調査を始めて以来のことである。ここにも、

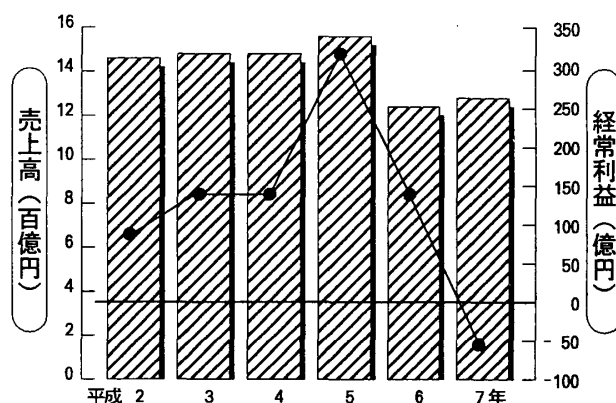


図5 米卸売業者の経営動向

注1) ㈱全国食糧信用協会調べ。年度は4月～翌年3月。
注2) 商人系卸のみの集計である（平成7年度は218社）。

米卸売業者の深刻な経営実態がうかがえる。こうした現実をみると、今後、弱小卸の倒産や大手卸による吸収・合併が急速にすすむことが予想される。

だが、米卸のすべてが同じような経営危機に陥っているわけではない。同協会の7年度調査による

表6 米卸売業者の年度別決算の推移

年度 項目		平成3		4		5		6			7		
		金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	売上 千円 当たり	金額	前年比	売上 千円 当たり
営業収入		百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円銭	百万円	%	円銭
		167,126	106.7	173,180	103.6	204,250	117.9	178,827	87.6	118.25	142,360	79.6	92.93
営業費	事業費	76,802	103.3	80,534	104.9	87,516	108.7	83,885	95.9	55.31	74,676	89.0	49.77
	人件費	38,735	101.4	41,015	105.9	43,426	105.9	42,430	97.7	29.67	39,482	93.1	29.08
	事務費	22,813	107.5	23,830	104.5	25,887	108.6	26,090	100.8	17.81	24,440	93.7	17.33
	金融費	18,839	104.4	15,759	83.7	13,565	86.1	11,044	81.4	7.65	8,888	80.5	6.44
	計	157,189	103.5	161,138	102.5	170,394	105.7	163,449	95.9	110.43	147,486	90.2	102.62
営業利益		9,937	207.2	12,042	121.2	33,856	281.1	15,378	45.4	7.82	▲5,126	—	▲9.69
経常利益		13,290	164.0	13,365	100.6	31,317	234.3	13,398	42.8	7.19	▲5,033	—	▲7.81
当期利益(税引)		7,146	229.8	5,576	78.0	12,578	225.6	3,789	30.1	0.90	▲8,795	—	▲10.42
対総資本	経常利益	3.35%		2.99%		6.48%		2.06%			▲2.12%		
利益率	当期利益(税引)	2.50%		1.36%		2.85%		0.27%			▲2.81%		

注) 図5に同じ

と、調査した218卸のうち32%に当たる69卸が売上高を増加させ、11.1%に当たる24卸が経常利益を増加させている。すなわち、多くの卸売業者が経常利益の赤字、すなわち経常欠損になっている中で、ごく少数の卸売業者が売上も利益も増加させているのである。そうした卸売業者は、いうまでもなく「他県卸」を全国展開させている大規模卸に多い。

こうした大規模卸の中には、卸売業者独自のPBブランド（業界トップの大阪第一食糧の俵印など）によって、売上を伸ばしてきたものが少なくない。また、売上を伸ばしている大規模米卸は、一方で量販店やコンビニエンスストアへの米供給

に対応しつつ、他方で米穀専門店向けに原料厳選のブレンド米を開発し（大阪第一食糧の「日本のかほり」、ヤマタネの「大地の実・自然の心」、ミツハシの「いいとこどり」など）、高価格・差別化商品として売り出している。ここにも、大規模米卸による「資本ブランド」の展開がみられる。

このように、食糧法はその施行直後において早くも米の流通構造の再編に道を開き、米の小売・卸売業者の分解がすすんでいる。そうした中で、大手量販店、大規模米卸による「資本ブランド」の包装精米の流通が増大しているわけであるが、これが米産地に与える影響は今後ジワジワと広がってこよう。