農水省のコメ現物市場検討
設計に産業化ビジョンなし

熊野 孝文

くまのたかふみ●鹿児島県鹿屋市生まれ。コメ記者歴40年、元「米穀新聞」記者。同紙は2021年10月、堂島コメ市場不認可に伴い廃刊、以後フリーランスとして取材・執筆活動を続けている。著書に『ブランド米開発競争』（中央公論新社）など。

大手中食事業者サイドから、農水省が検討している「コメの現物市場検討会（以下検討会）」について筆者に問い合わせがあった。検討会については生産者サイド、流通業界の関心が強いのは当たり前としても、需要者サイドから問い合わせが来るのは珍しい。

それだけこの問題が、コメの先行きに大きな影響を与えると見ているからに他ならないが、残念ながら農水省が3月に公表した「現物市場の制度設計」を見る限り、何をやりたいのかさっぱり分からない。

分からない原因は、様々な立場から検討会に出席した委員の意見を切り取って総花的に羅列しただけの内容だったからである。結論として分かるのは「4月以降、関係者からの更なる意見収集を行いつつ、運営主体等も含め継続検討」と結んでいることだけである。

なぜこうしたことになってしまうのか？　最大の原因はコメ政策にビジョンがないからに他ならない。コメを産業化したいというビジョンがあれば「コメの市場」のあり方は自ずと決まって来るはずである。

制度設計に呆れる出席委員
運営主体も示されず

昨年9月の第1回会合から今年3月までに4回にわたり開催された検討会では、取りまとめとして制度設計について、以下のように記されている。

●関係者の立場に応じた多様な取引需要をマッチングし、納得感のある取引を実現する場として現物市場を設計

●需給を反映した取引の情報として、取引量と取引価格に関する情報を生産者を始めとする関係者への需給シグナルとして伝達

●今後一層具体化してスタートし、取引参加者のニーズを踏まえながら見直し

市場施設については、現物市場（マッチングの場）として、配送手配、決済（代金回収）、情報処理、情報提供、事故・クレーム処理を含め、取引参加者のインセンティブになる機能を検討。運営コストも、細部についてビジネスベースで継続検討するとしている。

〈大口取引〉

●集出荷業者と卸売業者との取引

●大ロット（トラック1台：12ｔ程度）

●定期取引（年7回程度）＋随時取引

●産地品種銘柄＋用途　主食用を中心にスタート

●マッチング取引　売り手・買い手の取引条件を基に開設者がマッチング

●期日を定めて受渡（産地倉庫から配送）

〈小口取引〉

●事務処理にデジタル技術を活用

●生産者と卸売業者・実需者との取引

●小ロット（フレコン1袋：1ｔ程度）

●定期取引（5月、11月）＋随時取引

●産地品種銘柄＋用途＋栽培方法等　有機栽培、特別栽培、環境対応等

●マッチング取引

●売り手が受渡手法を提案

この検討会に出席した委員の一人に率直な感想を聞いてみたところ、いきなり「アホらしくて発言するのを止めた」という。何がアホらしいのか。市場作りと言いながら誰がやるのかも全く示さず、単にこんな市場を作りましょうねという案を示したに過ぎないからである。

怒っている最大の原因は、これまでコメの価格は「自分たちが知らないところで不透明に決められており、これが公の市場で決められることになる」と期待していただけに、取りまとめられた設計案では肝心なことが何も示されなかったからである。

農水省から示された制度設計に

呆れているのは、この委員だけではない。民間主導でコメの市場を開設したいという思いを持っている人の中には、年7回程度の定期取引という項目を見て「骨董市のような市場でコメの価格を決めるというのか」と揶揄している。

年7回の取引会の意味とはクリスタルライスがモデル?

そもそも論として、なぜコメの現物市場が必要なのか? それは検討会の設置趣旨に記されているように「価格形成の公平性・透明性を確保しつつ、コメの需給実態を表す価格指標を示す現物市場の創設を検討し、農業者、集荷業者、卸売業者、実需者の経営に資するよう」にするためである。それが年7回程度の取引で実現できるとは思えない。

なぜ年7回程度という取引プランが出て来たかと言うと、これは農水省が既にある民間のコメ取引の場から聞き取り調査したところ、年7回程度取引していたところがあったからである。

それは全米販(全国米穀販売事業共済協同組合)の100%子会社クリスタルライス。ここでは年7回程度FAX取引を行なっており、検討会で全農サイドから「とりあえずスモールではじめても良いのではないか」というお墨付きの発言を得たことから盛り込まれることになった。

年間300万tのコメを扱う組織から見れば、年間の取引量がせいぜい4万、5万tの組織はスモールと言われても仕方がないが、言われた方は面白いはずがない。もちろんクリスタルライスも年7回だけ取引を行なっているわけではなく、日常的に電話で売買している。年7回の取引はあくまでもFAX取引会であって、コロナ禍以前は全国3会場に参集して取引を行なっており、参加者の情報交換会も兼ねていた。

今後、現物市場の運営主体をどこにするのかという議論が出てきたときに、クリスタルライスがひとつの候補になることもあるだろう。

クリスタルライスが運営主体になった場合のメリットは、全米販傘下の卸は与信が組まれており、売買代金が保証されていることにある。クリスタルライスの取引会の売り手には農協も入っており、全農系統も利用しているため、その枠を全農県本部まで広げれば市場としての形は整うことにはなる。しかし、それでも問題になるのは全農が各卸に提示している相対取引価格との整合性はどうなるのかという点だ。

産業インフラとしての市場現物と先物の二つが必要

全農系統がコメの価格決定権を市場に委ねたくないという考えが変わらないかぎり、閉鎖された価格形成センターの二の舞になりかねない。さらにはクリスタルライスの成約価格はクローズが原則であり、これを続けている以上、コメの指標とはなりえない。

当たり前のことだが、生産者、流通業者、実需者が経営に資するだけの価格指標とは「自由で公平でオープン」でなければならない。さらに産業のインフラになりうる市場は、現物と先物清算市場の二つが必要だ。例えば現物市場では新米が出回る時期が近づくと先渡し条件の取引が必須になる。それができない市場など売り手買い手にとってメリットがない。

仮に先渡し取引ができるようになったとして、収穫時までの価格変動をどのようにリスクヘッジするのか。先物清算市場があれば現物市場の先渡し条件で新米を買い契約した卸は先物清算市場で売りヘッジすれば価格変動のリスクを回避できる。つまり現物市場と先物清算市場の二つがあってはじめて産業インフラとしての機能を果たせるのである。

農水省は先物市場でのコメの本上場非認可という決定を下した。このことに対しては、堂島取の筆頭株主がいう「無知蒙昧」の決断としか表現しようがないが、これをそのままにしておいて良いはずがない。堂島取に今一番求められることは、コメの試験上場を再申請することである。

特に強調しておかなければならないのは、コメの生産現場では農協に委託販売して共同計算によりコメ代金を受け取る小規模の生産者は加速度的に減り、自ら生産・販売のリスクを負う大規模生産者が増加、経営面積も拡大することである。

そうした生産者のためにも、先行きの価格が分かり、リスクヘッジが可能な市場がなくてはならないのである。そのためには生産者ばかりでなく流通業、実需者までコメのあるべき市場について大きな声を上げなくてはならない。