

今月の

数字

260円/580円

西友の中国米価格/高級小売店の新潟コシヒカリ価格
(どちらも1kg当たり)

松田 恭子

Profile まつだ・きょうこ ● 津田塾大学国際関係学科卒業後、日本能率協会総合研究所で10年間公共系の地域計画コンサルタントとして勤務。その後、東京農業大学国際食糧情報学科助手を経て、現在、農業マーケティングアドバイザーとして農産物商品開発や販路開拓などをサポートする。(株)結アソシエイト代表取締役。

数カ月前、都心の米穀店に生産者と視察した。「店で一番売れ筋なのは？」という生産者の問いに対する答えは「中米」(1.70~1.85mmのふるい下米)だった。顧客の半数以上が飲食店であり、東日本大震災以来の米の高止まりで中米の需要が増えているということだった。

3月10日、西友が首都圏など149店舗でSBS(売買同時入札制度)米の販売を開始した。中国・吉林省産の玄米を輸入し、日本で精米した商品で、小売価格は5kgで1,299円と同店で最も安い国産米より2割も安い。西友ではこれまで全体で100t程度だったSBS米の店頭販売を3月から1,000tへと引き上げるという。

SBS米とは、輸入米の適正な市場評価を得るため、輸入する商社と買い手の卸売業者あるいは加工業者などが連名で、農林水産省総合食料局に対して買い入れ及び売り渡しを申し込むもので、売り渡し申込価格と買い受け申込価格の差の大きいものから順に農林水産省総合食料局と契約する方式だ。ミニマム・アクセス輸入の一部として、毎年約10万tがSBS方式で輸入され、主として主食用に販売される。どの国からどの米を輸入するかは、業者の裁量に委ねられているため、SBS輸入は、自由化前の米輸入の予行演習のような性格を持つと言われている。2010年度に9回の入札で約3万7,000tにとどまった落札量が、翌年度は4回で10万tに達した。

現在、SBS輸入は中国米が半数以上と最も高いシェアを占めている。95~97年はアメリカのシェアが最も高かったが、98年以降、中国産米がアメリカ産米を追い越して1位となり、アメリカ産米は15~20%のシェアに低下した。中国から輸入されたSBS米のほとんどすべてが東北地方で育種されたジャポニカ米であり、従来日本米とのブレンドを前提として使用されてい

たのに対し、アメリカ産米はあくまで品質で勝負し、ブレンドをせず100%単品で販促を推進してきた(実際、USAライス連合会は中粒種のジャポニカ米「カルローズ」を外食産業に向けてここ数年、息の長い販促活動を行っており、3月8日の「FOODEX JAPAN 2012」では小売向けも見据えた試食サンプリングを実施している)。

今回の吉林省産米の小売店での販売は、ブレンド用と考えられてきた中国米がとうとう単品勝負での感触を探ろうとしていると受け止められる。これまでのところ、粘り、つや、香りは劣るものの、丼ものやチャーハンに使えばわからないだろうという声がほとんどだ。

いずれにしても、一連の動きは国内産米の高止まりが大きな誘因となっている。4月2日現在、新潟コシヒカリ一般の主食うるち米相対価格は1万8,500円。高級小売店では米の価格が震災前より高くなったとはいえ、キロ50~80円アップがせいぜいで、長くは続かないだろう。米相対価格を真に受け、高値を期待するあまり在庫を抱え込んだり、生産者の論理だけを押し通して顧客からの信頼を失ったりしなければよいが……。

農業経営者のなかには、販売力をつけて他の生産者からの仕入れ販売を増やし、ブランドを確立しようとする動きや、もう一度足元を見直して個人の顧客との関係を新たな方法で強化する動きもある。「相対価格も高くなっているから」「食べてもらえばわかる」なんてユルイことを言っている場合ではない。将来に向けて競争力を維持するために、ターゲットの設定、品質、用途、コスト削減、顧客管理を再構築するには、多少なりとも米価や所得に余裕があるここ1~2年が最後のチャンスなのだ。