



コメが足りない



株式会社 日本経済研究所 地域本部

常務執行役員 本部長 佐藤 淳

日本の象徴ともいえるコメは、減反に象徴されるように、余り気味でした。しかし、日本酒のV字回復を受けて、高価な酒米が不足しています。このままでは日本酒が入手しづらくなるかも知れません。コメ不足の現状をレポートします。

コメが足りない。戦中や終戦直後の話ではない。21世紀の日本において、ある分野のコメ需給が逼迫している。

1960年代以降、日本ではコメ余りが続いてきた。1970年には減反で知られる生産調整が始まり、今日まで続いている。

コメ余りに対しては、減反以外に様々な対策がとられてきた。例えば和食から洋食へ嗜好が変わったことがコメ余りの原因とみる見方がある。このような考察からは、コメをパンとして食してはどうかとのアイデアが生まれた。米粉である。

また、輸入飼料に大きく依存する畜産がカロリーベースの食料自給率を下げていることを問題とみる立場もある。このような見解からは、コメを餌として活用すべきとの結論がでる。飼料米は10アールあたり8万円の補助金がもらえる。ちなみに人間向けには同0.75万円と約1/10である。

これらの手厚い対策にも関わらず、コメ需要は減少を続けてきた。但し、希望もある。需要が増えたケースが少なくとも二つある。しかもその一つは現在進行形である。

一つは2008年のグリーンショックである。世界的に穀物が高騰した。リーマンショック前のバブルではあったが、高騰によって国家貿易による小麦も値上げされた。

値上げによって、カロリーベース当たりの国内

価格は、日本のコメが一番割安になった。そのとたん、コメ需要が急拡大したのである。コメに関連するカレー粉や沢庵も売れに売れた。残念ながら、ほどなくリーマンショックとなり、穀物価格の国際相場は暴落、価格差とコメ需要は元にもどった。

要するにコメの需要は価格次第なのであって、嗜好の変化とは言い難いのである。従ってコメの需要を増やすには、国家貿易による小麦の価格を上げるか、コメに対する所得補償（直接払い）を増やせば良いと、理論的には整理できる。実現できるかどうかは別である。

もう一つは現在進行形の日本酒の成長に伴う、醸造用玄米、通称酒米に対する需要拡大である。特に、高級酒に用いられる山田錦に関するニーズが強い。

日本酒もコメ同様、長らく需要減少に悩んできた。というか、日本酒の主な衰退要因は原料である国産米が割高だったことにあるのだが、今回はこの話題には触れない。さて不振が続いてきた日本酒は、東日本大震災を契機に、地酒に多い高級酒を中心にV字回復している。しかも、一時的な被災地支援に留まらず、長期的な成長サイクルに入った可能性が強い。

なぜかという、説明が長くなるので、今回はこの話も省略しよう（端折った話に興味がある方

は拙著「グローバルプレッシャー下での日本の産業集積」第三章をお読み下さい)。

とにかく、酒米を大量に使用する高級酒が急伸しているのである。さて、日本酒に利用されるコメのウエイトは全体の3%程度である。その気になれば、需給の改善はたやすいように思える。しかし、現実にはそうでもない。

農家とすれば、食米は長らく手がけてきているし、自治体や農協の営農指導を受けられるので栽培はた易い。しかし、酒米はそうでもない。人気がある品種は戦前からのモノで、背が高く倒れやすかったりして作るのが難しい。営農指導が受けられれば良いが、最も人気がある山田錦でいえば、奨励品種に指定している西日本の六県ぐらいしか、指導は受けられない。

酒米は大ざっぱに言えば、各県毎に奨励品種が異なる。それぞれの農業試験場による努力の結晶であり、素晴らしいものばかりである。従って、各県の奨励品種を利用していけば、問題はない。という理屈は成り立つのであるが、日本酒の市場は資本主義原理で動いているので、そのような理想と現実はずしもミートしない。山田錦を始めとする評判の高い酒米を醸した酒は高くても良く売れるが、そうでもない酒米を利用した酒はあまり売れないのである。

結果として、山田錦の価格は高く、一俵60kgあたり28,000円ほどもする。普通の食米の数倍に相当する価格である。これなら栽培が難しくとも、農家には魅力的である。高いコメに対するニーズが高く、今後暫くは高いニーズが続く。

例えば日本酒を代表する急伸銘柄として山口の「獺祭」がある。獺祭は全てが山田錦から作られる。獺祭を仕込む旭酒造では需要の急拡大をうけて、大設備投資を実施中である。

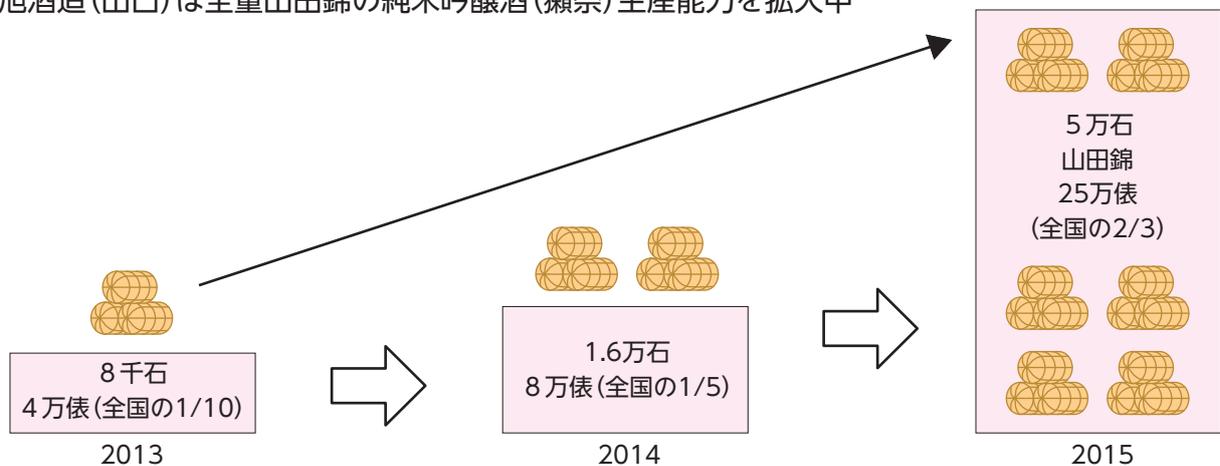
旭酒造では、昨年度、日本全体の山田錦の1/10を利用した。設備投資が完了する来年度には製造能力は約6倍となる。このニーズに応えるためには、日本全体の山田錦の生産量を約1.5倍に拡大する必要がある。

しかも、山田錦を使いたいのは旭酒造に限らない。全国の蔵が生産を増強中である。コメ農家からみれば夢のような話である。価格が数倍もするコメが作れば作るほど売れるのである。

唯一の課題は、生産ノウハウである。山田錦を作るのは難しいとされる。奨励品種ではなく営農指導を受けられない県でどうするか。気候的には九州から東北の中部まで実績があり、ほぼ全国で栽培が可能である。茨城ではどうだろうか。千載一遇のチャンスである。何とかして、栽培拡大方策を探るべきであろう。

酒米逼迫の中、獺祭の挑戦

旭酒造(山口)は全量山田錦の純米吟醸酒(獺祭)生産能力を拡大中



(出所) 桜井博志「逆転経営」2014ダイヤモンド社より作成