

茨城県内の米生産者による輸出への取り組み

県内生産者が協同で取り組む米輸出と現地定着

筑波総研株式会社 主任研究員 山田 浩 司

1. はじめに

米はわが国の主食の代表格として国民の食を支えてきた。また、米は和食や和菓子、日本酒、米菓などに用いられるため、わが国の食文化には欠かせない食品である。

しかし、現在、食の多様化や人口減少、高齢化などの要因を背景に、国内での米の消費量は年々減少している。米の需要と供給のバランスが崩れると、米の価格低下が生じ、生産者の経営に悪影響を与えることになる。

こうした中、一部の米生産者では新たな販路として海外への輸出に活路を見出しつつある。しかし、現地での価格競争や知名度向上、輸出手続きの煩雑さなど、米の輸出への課題は多い。こうした課題は、全国でも有数の米の産地である茨城県においても指摘できる。

そこで本稿では、まず、わが国の米の輸出を取り巻く現状や課題、政策の推移などについて整理をする。次に、茨城県において米輸出に取り組んでいる株式会社百笑市場と茨城県へのヒアリングから、今後の展望を示し、最後に、今後の米の輸出の可能性についてまとめたい。

2. わが国の米の輸出を取り巻く現状と課題

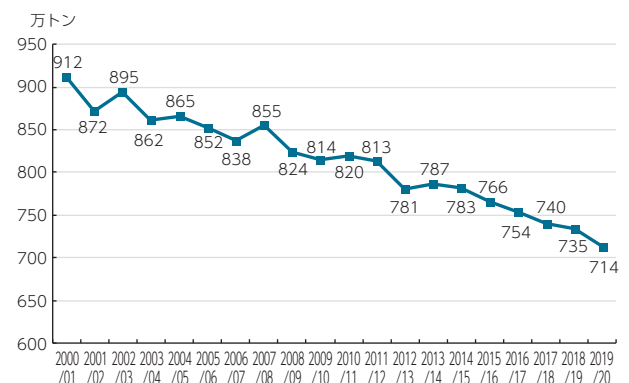
■人口減少下で、米の国内需要の減少が進む

現在、わが国の国民1人当たりの米の年間消費量は56.6キログラム（2019年）とこの20年間で約2割も減少している。背景には、米以外の主食の普及による食生活の多様化や人口減少による総消費量の減少、少子高齢化による摂取量の多い

若年層の減少などがあげられる。

これにより、主食用米の国内需要は減少を続け、直近の2019/20年（19年7月～20年6月）は714万トンと2000/01年の912万トンから20年間で約200万トン、年間約10万トンのペースで減少している。先行きについても、国内の人口減少が続くと予想されており、米の国内需要が回復に転じることは難しい。また、米の需給バランスが悪化することになれば、米の販売価格の低下によって米生産者の所得が減少し、生産者のさらなる減少を招きかねない。

主食用米の需要量の推移



出所：農林水産省「米穀の需給及び価格の安定に関する基本方針」より筆者作成

■新たな販路として米の輸出を開拓

国内の米需要が減少していく中、わが国では米生産者の所得向上を図っていくための新たな販路として、海外市場への輸出拡大に力を入れている。

例えば、転作に取り組む生産者に対する交付金の対象品目について、2018年度から、輸出用米が「新規需要米」として加えられた。

しかし、これまで米の輸出を大きく伸ばすことはできなかった。この背景には、日本の米と海外の米の価格差や輸出手続きの煩雑さ、海外現地でのPR不足による認知度の低さなどがある。

とくに、日本の米は海外で販売されている米に比べ高価格であり、日本で生産された米は味や安全性において高い品質で海外での評価も高いものの、購入者は日本食レストランや富裕層に限定されていた。このため、今後さらに輸出を拡大していくためには、現地米との価格競争力を持った米の供給が求められる。

こうした中、政府は農業改革にさらに力を入れている。2013年には、農業・農村全体の所得を今後10年間で倍増させることを目指す「農林水産業・地域の活力創造プラン」を策定した。

同プランでは、「国内外の需要拡大」「農林水産物の付加価値向上」「多面的機能の維持・発揮」「生産現場の強化」の4項目を柱としており、国内外の需要拡大では、世界における日本の食材の活用推進や日本の食文化・食産業の海外展開、農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略に基づき、日本の農林水産物・食品の輸出拡大を一体的に推進している。

また、2016年には、「農林水産業の輸出力強化戦略」を策定し、農林水産物の輸出力強化に向け、国・地域別、品目別の対応方向などを示している。

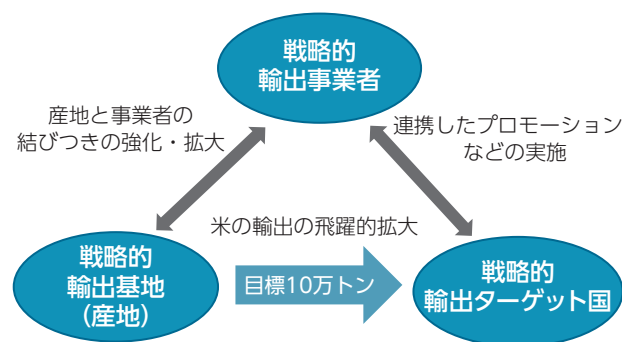
とくに、米については、これまでの日本食レストラン向けを中心とするものから、輸出相手国・地域のニーズに合わせた商品の多様化や生産コスト削減による価格競争力強化など、輸出ターゲット市場の拡大への取り組み方針を示している。

同戦略では、輸出用米生産に関する制度運用を改正している。これまで、国内主食用米と区別するため、生産者は毎年6月時点の販売契約書の提出が必要であり、7月以降の新たな輸出の契約については生産対応ができなかった。改正後は、「輸出計画書」の提出のみで生産ができ、生産者の年間計画によって自由に輸出用米を生産することが可能となった。

さらに、2017年には、農林水産省が米の輸出に取り組む関係者と連携し支援することを目的に「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」を立ち上げた。

同プロジェクトでは、農林水産省が、米の輸出に取り組む事業者を「戦略的輸出事業者」、全国・都道府県単位の集荷団体などを「戦略的輸出基地」として募集している。米国や香港、シンガポールなど、戦略的輸出事業者が重点的に輸出拡大を目指す国や地域を「戦略的輸出ターゲット国」とし、国と連携したプロモーションを実施することで、海外における日本の米（米菓や日本酒なども含む）の需要を拡大させ、米の輸出を10万トンにまで拡大することを目指している。

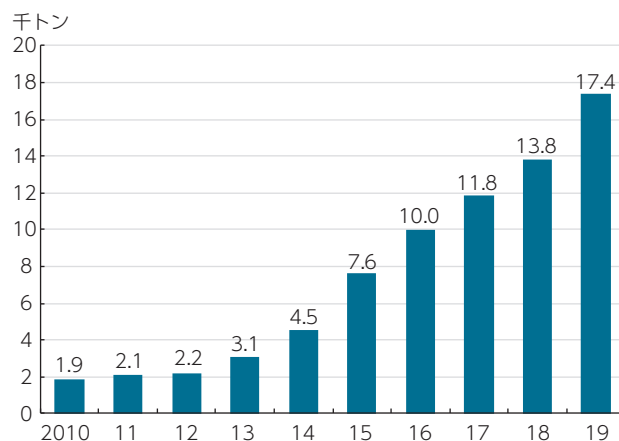
コメ海外市場拡大戦略プロジェクトの概要



出所：農林水産省資料より筆者作成

こうした取り組みによって、米の輸出数量は増加傾向にあり、2019年は17.4万トンにまで増加している。しかし、年間約10万トン減少している米の国内市場縮小分を補うためには、さらなる輸出拡大への対応が求められる。

米の輸出数量の推移



出所：農林水産省「商業用米の輸出実績」より筆者作成

3. 茨城県産米の輸出に向けた取り組み

農林水産省によれば、茨城県の米生産量は34.4万トン（2019年産）と全国有数の米の生産地である。全国と同様、国内の米需要の減少は茨城県においても課題となっており、輸出などによる対応が求められる。

茨城県でいち早く米の輸出に取り組んできた株式会社百笑市場は、国内需要の減少に危機感を抱いていた県内の米生産者8人が設立した事業会社である。同社の代表取締役である染野実氏は、自身も農業生産法人有限会社ソメノグリーンファームの経営者として、坂東市内で米作りに取り組んでいる。

今回、染野氏に米輸出開始の経緯や輸出の取り組み状況、今後の展望などについて話を伺った（インタビュー日：2020年10月7日）。



お話を伺った染野実氏（筆者撮影）

染野氏は、坂東市内野山で代々続く米農家に生まれた。高校を卒業後、茨城県立農業大学校で園芸について2年間学んだ。同校を卒業後、染野家の5代目として米作りに取り組み始めた。

染野氏が経営する(有)ソメノグリーンファームでは、現在、62haで水稻を作付けしている。このほか、55haで小麦、10haで緑肥を作付けしている。さらに今後は大豆の作付けも開始する予定だという。従業員数は染野夫妻を除いて10人。従業員の年齢層は30代が中心と若い構成で、自社の米作りの様子をSNSで投稿するなどPRにも力を入れている。

米の作付け銘柄は、「コシヒカリ」「にじのきらめき」「ちほみのり」「とよめき」、また、輸出用として「ハイブリッドとうごう3号」「ほしじるし」と販売先に合わせた幅広い銘柄を扱っている。なお、販路はすべて自社で開拓している。

同社では米の鮮度を大切にしており、販売する米の包装には「冬眠米」という技術を用いている。冬眠米とは、収穫した米と炭酸ガス等特殊な袋に入れることで、袋の内部が24時間後に真空状態となる米の包装技術である。この技術により、袋の中の米が“冬眠”状態となり、代謝が抑制されることで米の品質低下を抑えることができる。



(有)ソメノグリーンファームの「冬眠米」（筆者撮影）

■人口減少に危機感を抱き、8人で米輸出を開始

米の輸出を開始した経緯について、染野氏は「今後、国内の人口が減少していく中、将来的に米の需要が大きく減少するのではないかとという危機感を以前から抱いていました。また、転作にも限界がある中で、国内市場ではなく海外市場にも目を向けた方が良いのではないかと考えるようになりました。しかし、米の輸出を始めるにあたり、言語への対応や輸出量の確保、輸出手続きのノウハウがないなどの課題があり、一人で始めるのは難しいと考えていました」と振り返る。

米輸出への思いを抱きながらも、なかなかきっかけを掴めないままであったある日、長年親交のある県西の米生産者が集まる研究会で、「一人で始めるのが難しいなら、みんなでやろう」という話になり、染野氏を含めた8人の米生産者共同で米の輸出に取り組むことを決意した。

そして、2016年、事業会社である(株)百笑市場を設立、同時に、生産者や茨城県などで組織する「茨城県産米輸出推進協議会」を立ち上げ、県の協力も得ながら茨城県産米の輸出を開始した。農林水産省の「コメ海外市場拡大戦略プロジェクト」において、同社は「戦略的輸出事業者」に、同協議会は「戦略的輸出基地」に登録されている。

■海外でも販売できる競争力を高める

(株)百笑市場では、事業に参加する生産者から米を集荷し、常陸那珂港区から海外に輸出している。共同で輸出をすることで、まとまった量の確保や物流コストの低減などができる。

輸出国については、現地視察による市場調査に加え、茨城県などとの相談の結果、まずは米国への輸出を決めた。また、現在は、香港やシンガポールにも輸出をしている。米国に輸出される米は、現地在住の日本人客をターゲットとし、茨城の頭文字を取った「茨米（うばらまい）」のブランド名で日系スーパーなど小売店で販売されている。



海外に輸出される「茨米」（筆者撮影）

米国に輸出された米は、カリフォルニア産コシヒカリなどの現地産米や東南アジアなどからの輸入米との競合となる。(株)百笑市場では、海外での価格競争力を高めるため、収益性の高い米作りに取り組んでいる。

まず、多収品種の導入である。圃場1反¹当たりの米の収量を増やすため、ハイブリッドとうごう3号などの多収品種を輸出用として扱う。

一般的にコシヒカリの収量は1反当たり約8俵といわれている。一方、多収品種であれば10～11俵、ハイブリッドとうごう3号では約13俵と高い収量を誇る。また、味についても、ハイブリッドとうごう3号は糯米と粳米の中間の半糯性で、適度な粘りがあり、日本人に好まれる味のため輸出ターゲットに適している。

次に、作付けにかかる作業時間の削減である。近年、低コスト稲作技術の一つとして生産者に取り入れられている、圃場に種籾を直接播く「乾田直播」を輸出用米の作付けにも利用する。これにより、代掻きをした水田に育苗を植える従来の方法と比べ、労働力を約40%削減できるという。また、乾田直播は田植えに比べると稲が倒れることが多いが、ハイブリッドとうごう3号は根が強く、乾田直播に向いている。

また、(株)百笑市場では、生産者に対して輸出用米の「等級検査」を設けていない。染野氏は「国内と違い、海外では等級が重視されていません。等級検査に関する手続きを省略することで、出荷までの作業時間を大きく減らすことができます」とその効果を指摘する。

さらに、玄米の選別の際にふるいにかける目幅を従来の1.85mmから1.75mmに細かくしている。これにより出荷量が増え、農家の収入増加につながっている。このほかにも、効率的な農業を実践していくことでコスト削減に取り組んでいる。



倉庫に保管されている輸出米の説明をする染野氏と筑波銀行猿島支店酒井支店長（筆者撮影）

1 991.74平方メートル。

■現地試食販売での好評に手応え

こうした取り組みの結果、現地で高価格帯であるカリフォルニア産コシヒカリと同程度の価格で茨城県産米を販売できるようになった。

また、価格面が意識されがちであるが、当然ながら味と鮮度にもこだわる。現在、(株)百笑市場では、玄米で輸出して現地で精米する方法と、国内で精米してから輸出する方法の2通りの方法をとっている。国内で精米したものは、(有)ソメノグリーンファームの冬眠米による包装技術が活用されているため、精米してから輸出しても鮮度を保つことができ、取引先からも好評を得ている。

今年は新型コロナウイルス感染症の影響で開催できなかったが、毎年、生産者自らが海外の日系スーパーで試食販売を開催している。スーパーで試食した現地在住の日本人客からは「海外でこんなに美味しい米を食べられると思わなかった」と好評で、持参した分がすぐに売り切れるほどの好調であったという。染野氏は「カリフォルニア産コシヒカリと同価格帯で販売できれば、茨城の米は海外でも売れます」と手応えを口にする。

また、海外現地スーパーの試食販売に参加した従業員は、自分たちが作った米を現地の人が喜んで食べてもらえる姿を実際に目にする事で感動し、さらなるモチベーション向上につながっている。



海外現地スーパーでの試食販売の様子(株)百笑市場提供

■茨城県産米を世界に輸出し、生産者に還元を

(株)百笑市場の取り組みは県内の生産者の共感を得ており、現在、県西をはじめ県内全域の生産者

が参加、とくに、県央・県北地域で若い生産者が参加している。同社を設立した年の輸出量は8人の生産者で60トンであったが、2020年は76人の生産者で955トンの輸出を予定している。

今後の展望について、染野氏は「(株)百笑市場を設立した当初、ビジネスで輸出するなら輸出量1,000トンは必要と言われました。設立から5年間で当初目標としていた年間輸出量にほぼ到達することができました。次は、茨城県の米生産量の約1%である3,000トンを目指していきたいです」と今後の目標について語る。

また、国内に精米工場を設立し、食品安全規格基準の国際規格「FSSC22000」の認証取得を目指すという。また、生産者による農作物の安全認証の国際規格「グローバルGAP」の取得を目指している。これにより、欧州への輸出を視野に入れる。

染野氏は「こうした認証を取得することで、確かな品質で世界の市場と競争することができるようになります。そして、輸出の拡大を通じて(株)百笑市場が利益を生み、生産者に還元できる仕組みをつくることを第一に考えています」と思いを口にする。

4. 茨城県の取り組み

前述したとおり、コメ海外市場拡大戦略プロジェクトにおいて、(株)百笑市場は戦略的輸出事業者に、茨城県産米輸出推進協議会は戦略的輸出基地に指定されている。

そこで、茨城県産米輸出推進協議会の取り組み状況や支援の状況、今後の展望などについて、茨城県農林水産部産地振興課に話を伺った(インタビュー日:2020年10月28日)。

茨城県産米輸出推進協議会は、2016年7月、輸出に取り組み始めた生産者らが設立した。現在、米生産者、全農いばらき、茨城県が参加している。また、米の輸出に取り組みする生産者以外に、今後輸出に取り組みうと考えている生産者も参加することができる。

同協議会は、輸出の情勢や栽培技術などについて

て学ぶ「生産者全体会」や低コスト化などの栽培技術試験を行う圃場の見学などを通じて、県内関係者が一丸となって米の輸出を推進する場となっている。

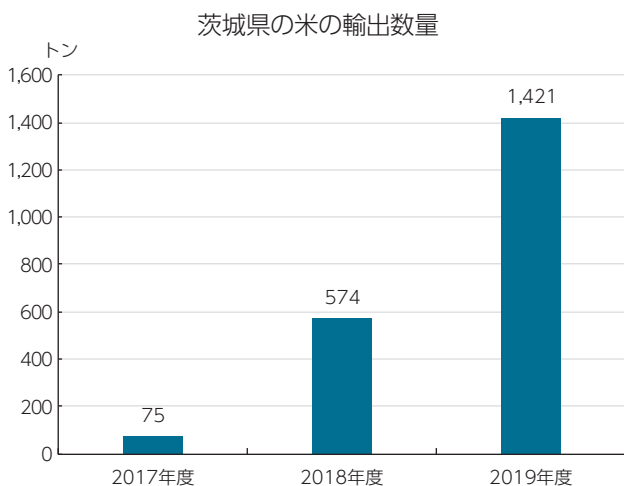
また、海外のスーパーでの販促活動や市場調査などの支援活動も展開している。現地スーパーの販促活動については、今年は新型コロナウイルス感染症の影響で開催できなかったものの、設立以降ほぼ毎年開催しており、茨城県産米のPRにつながっている。

同協議会の今後の目標は、新たな市場への販路を先んじて開拓することによって、輸出のさらなる拡大を目指すことにある。とくに、米国市場では、現在は西海岸への輸出が中心であるが、中西部など東側への市場は今後も開拓の余地があり、開拓できれば米の輸出量がさらに増加する。

また、輸出する国や地域、寿司や弁当向けなど、ニーズに合わせた米の銘柄を選択するなどの戦略についても展開していくと語る。

今後、海外産の米や国内の他県産の米との競合も予想されるが、過度な価格競争とならないよう、新たな市場の開拓をさらに進めることで、県産米の需要拡大、生産者の所得につなげていくことを目標としている。

(株)百笑市場をはじめ、県内の米生産者や県、関係機関などによる県産米輸出拡大への取り組みの結果、2019年度の茨城県の米の輸出数量は1420.6トンと2017年度の74.5トンから2年間で約19倍に拡大している。



出所：茨城県「2019年度農産物の輸出実績について」より筆者作成

5. おわりに

これまで、日本の米は味と安全性で世界的にみても高水準な品質でありながら、現地で販売される米に比べて高価格であることなどを背景に輸出量は低水準で推移してきた。しかし、多収品種の導入やコスト削減によって価格競争力を持つことで、さらなる輸出拡大の可能性があることがわかった。

今回とりあげた(株)百笑市場では、一生産者では難しい米の輸出を多数の生産者が集まって取り組むことで、輸送費用の削減や事務手続きの効率化、安定した輸出量の確保などの課題を生産者主導で解決している。また、生産者自らが直接海外に行って試食販売することで、品質や安心感を客に提供し販路拡大につなげている。

また、こうした取り組みは国の輸出用米への補助金などができる前から開始しており、全国でも先駆けとなったモデルといえる。また、茨米というブランド名を付けたことも、茨城県産米のPRに貢献している。

外務省によれば、海外に在留する日本人（2018年10月1日時点）は139.0万人と過去最多となっている。また、海外での日本食ブームを背景に日本食レストランも増加しており、農林水産省によれば、その数は（2019年時点）約15.6万店にもなる。こうした状況を背景に、今後、海外での米市場はさらに拡大していくことが期待される。

政府は、農林水産物の輸出額を2019年実績の9,121億円から、2025年に2兆円、2030年に5兆円にまで増加することを目標に掲げている。そのうち、米についても、2019年実績の46億円から、2025年に97億円、2030年に261億円にまで拡大することを目標にしている。

米の輸出量は、生産量に比べるとまだまだ少ないものの、今後さらに拡大していく可能性が十分にある。茨城が誇る米が世界で食される日も近いだろう。