

# 「米飯ビジネス」と食糧管理制度

冬木 勝仁\*

## 目 次

1. 問題意識と課題
2. 米飯ビジネスの定義と区分
3. 米飯事業の動向
4. 外食産業における米・米飯流通の特徴
5. 米飯ビジネスと既存の米販売業者との関係
6. 米飯ビジネスと食糧管理制度

### 1. 問題意識と課題

近年、日本における米の消費量は全体として減少傾向にあるが、外食による米消費量はむしろ増加している。また、家庭内での米消費に関しても、持ち帰り弁当や調理済米飯等のようないわゆる「中食」形態での消費が進み、米消費にとって必要な「炊飯」という行為が、家庭内から家庭外へと「外部化」されつつある。こうした状況をもたらした要因は、核家族化、生活スタイルの変化といった家庭のありようとも関わっているが、そういった「消費する側」の事情とともに、見逃してはならないのは、「販売する側」の事情である。

日本における米の市場規模は、消費が減少しているとはいえ、極めて大きく、主食であることから、好不況にあまり左右されない安定した市場でもある。こうした市場を大手資本が見逃すわけがなく、何らかの形で参入しようとする動きが見られる。すでに米の小売業務には、多くの大手流通業者が免許を取得し、参入しているが、米流通の根幹である集荷業務、卸売業務には参入できていない。これは食糧管理制度に基づく、集荷、卸売免許制度が存在し、新規参入がなかなか認められない（小売業務も免許が必要であるが、新規参入が大幅に認められ、また既存の小売業者の廃業に伴って、その免許を譲り受けることで大手流通業者が参入している）からである。

このように「米」は食糧管理制度に基づき、既存業者以外からの参入は非常に困難であるが、「米」が一旦炊飯・加工され「米飯」の形になれば事情は別である。そこで大手資本は「米」ではなく、いわば食糧管理制度の「枠外」ともいえる「米飯」をさしあたって扱うことによって、米の事業に参入しようとしているのである。

他方、既に免許を取得し、米の事業に携わっている既存業者（卸売、小売、集荷業者等）の方の事情も存在する。米を扱っている業者は、殆どが協同組合や中小企業であり、また米の事業に大きく依存する経営体質を持っている（註1）。こうした業者にとって、米の消費量が全体として減少し、米の売上高が縮小することは、経営の危機を意味する。また、この間の米流通規制緩和の進展により、業者間競争が激化する下で、既存の米販売業者は事業を発展させるか、それとも

---

\* 東北大学農学部生物資源情報学研究室・講師

潰れてしまうかの岐路に立たされている。こうした事情から、既存の米販売業者は事業の多角化を図ろうとしているが、これまでの「米」販売事業との相乗効果（既存事業の市場拡大、新規事業の仕入チャネルの確保、等）を考えた場合、「米飯」販売事業が最も有効である。それゆえ、既存の米販売業者も米飯事業に乗り出している。

以上の事情によって、米飯ビジネス（外食、中食、加工米飯等）は進展しているのであるが、このことは食糧管理制度に基づく米流通に直接的、間接的に影響を及ぼす。米飯ビジネスを展開する上で必要な条件を満たすために、合法的に、あるいはなし崩しに米流通制度を変化させていくのである。そこで本稿では、米飯ビジネスの特徴を明らかにし、それが食糧管理制度に及ぼす影響を考察することを課題とする。

註1) 三島徳三 [17] 169-172ページ。

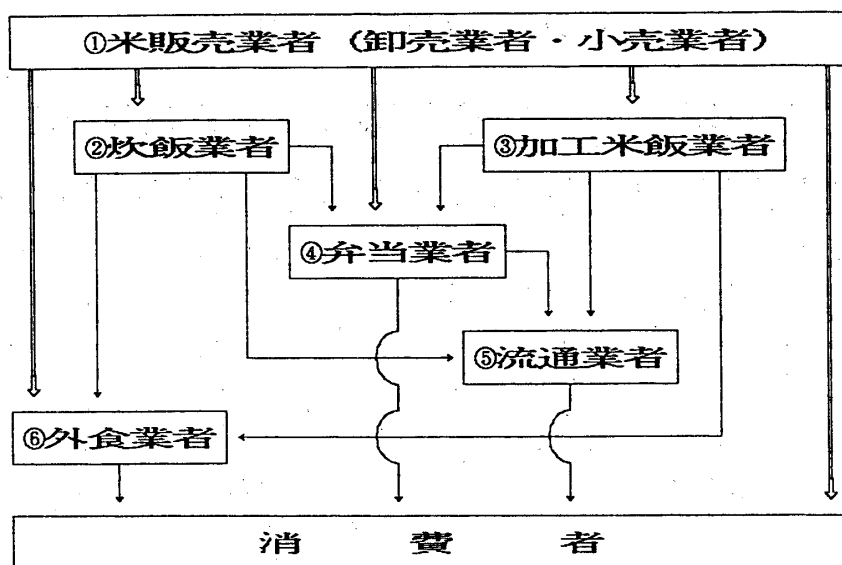
## 2. 米飯ビジネスの定義と区分

「米飯ビジネス」については定まった定義があるわけではなく、本稿では米飯の製造・販売等を行う狭義の米飯ビジネスとともに、米飯の供給が重要な位置を占めるいわゆる外食産業も含めた広義の米飯ビジネスを扱う。というのも現在ではいわゆる「中食産業」と呼ばれるような業種が現れ、外食産業や米飯事業との境界があいまいになりつつあるからである。それ故、外食や中食産業も含めた広義の米飯ビジネスについて論じるということを最初に言明しておくとともに、それらの区分を明確にしておきたい。米飯の流通が米の流通に及ぼす影響を見るために、「米飯ビジネス」を仕入形態と販売形態の相違で分類しておく。

第一に、米販売業者（卸売業者・小売業者）から米を仕入れて、米飯もしくは加工米飯の形態で流通業者を経て消費者に販売するか、もしくは他の業者に原料として販売するもの、具体的には炊飯業者・加工米飯業者などがこれにあたる。

第二に、米の形態で米販売業者から仕入れるか、もしくは米飯・加工米飯の形態で第一の業者から仕入れ、それに調理を施して、流通業者を経て、あるいは直接に消費者に販売するもの、具体的には外食業者、弁当業者などがこれにあたる。

前者が「炊飯」（米 → 米飯）という過程を担うことを主たる事業にしているのに対して、後者は「調理」という過程が主たる事業で、「炊飯」はその一部に過ぎないか、もしくは全く「炊飯」を行わない。従って、以下では前者を「米飯」事業と呼び、後者を「外食」産業と呼ぶ。これに米販売業者（卸・小売業者）、流通業者、消費者を加えて、それらの関係と米・米飯の流れを示したものが第1図である。以下の叙述では、炊飯事業、炊飯業者といった場合、②を表し、加工米飯事業、加工米飯業者は③、外食事業、外食業者は⑥、弁当事業、弁当業者は④を表している。また、米飯事業は②と③を併せたもの、外食産業は④と⑥を併せたものを表し、米飯ビジネスはそれら全体を総称する用語として用いている。なお、中食といった場合は④及び②、③である。もちろん、この分類は事業内容による分類であり、当然同一事業者が複数にまたがっている場合もある。むしろ、経営戦略上の相乗効果を考慮した場合、複数の事業にまたがっている場合が多



第1図 卸売業者から消費者までの米と米飯の主な流通経路

- (注) (1)①に区分した業者は、卸売業者と小売業者に分類され、その両者の間に売買の関係があるが、ここでは省略した。また、以前は外食業者等への販売は小売業者に限られていたが、1981年の食糧管理法改定以降、「改正食糧管理制度の運用について」(1982年1月14日)及び「集荷業者及び販売業者の業務運営基準」(1982年1月14日)で卸売業者が大型外食業者に直接販売する制度が設けられているので、卸売業者と小売業者をひとくくりにした。
- (2)近年、本来は⑤であったものが①の免許を取得したり、①が⑤の業態に変化している事例が多くなっている。従って、①は当然⑤の機能も有していることになるが、便宜上二つに分けた。
- (3)図中の→は米飯の流れを表し、⇒は米の流れを表している。

いと考えられるのである。また、食材卸売業者や物流業者なども米飯ビジネスに関わっているが、それらについては本稿では扱わない。

### 3. 米飯事業の動向

米飯事業は当初、炊飯事業が中心で、事業所や病院の給食、旅館・ホテルへの白飯供給等を行っていた。1976年に学校給食に米飯が本格導入され、また炊飯業に対して食糧庁から補助金が出されるようになったことから、米の卸売業者が炊飯事業に参入しはじめた。日本炊飯事業協議会の推定によれば、大規模炊飯業者は現在約150社と見られている(註1)。

米飯事業にはこうした炊飯事業とともに、加工米飯事業がある。加工米飯事業はここ数年で生産量が急増しており、またこれまで炊飯事業を行ってきた業者のいくつかが無菌包装米飯(後述)などの加工米飯事業に乗り出している。では、第1表で示した加工米飯の生産量の推移について検討しておこう。

加工米飯には、レトルト米飯、無菌包装米飯、冷凍米飯、チルド米飯、缶詰米飯、乾燥米飯などがあるが、最も生産量が多いのは冷凍米飯で、1992年には加工米飯全体の生産量のうち75%以上を占めている。次いで多いのはレトルト米飯(14.2%)であるが、近年急激に生産量を伸ばして

第1表 加工米飯生産量の推移

単位：トン，％

		1986年	1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1992年 /1987年
種 類 別	レトルト米飯	19,961	13,138	17,861	17,053	21,248	22,693	21,422	163.1
	無菌包装米飯	—	22	335	685	2,625	5,237	7,316	33,254.5
	冷凍米飯	31,910	42,686	55,251	67,060	88,591	95,476	114,250	267.7
	チルド米飯	2,197	2,672	2,935	1,343	1,910	1,975	1,850	69.2
	缶詰米飯	876	977	1,320	1,233	2,640	2,147	1,854	189.8
	乾燥米飯	3,715	3,791	3,665	4,107	4,210	3,821	3,887	102.5
合 計		48,659	63,286	81,367	91,481	121,224	131,349	150,579	237.9
食 品 品 目 別	白 飯	3,162	3,535	5,022	6,319	5,762	8,036	10,155	287.3
	赤 飯	18,744	10,159	10,115	10,501	11,791	11,507	11,600	114.2
	混 飯	35,366	47,657	60,181	67,576	83,087	84,973	93,585	196.4
	かゆ・雑炊	836	1,275	3,122	2,751	9,145	8,870	9,148	717.5
	すし・おにぎり	315	315	1,145	2,005	7,372	9,526	19,260	6,114.3
	そ の 他	236	345	1,782	2,329	4,067	8,437	6,831	1,980.0

(原資料) 食糧庁加工食品課

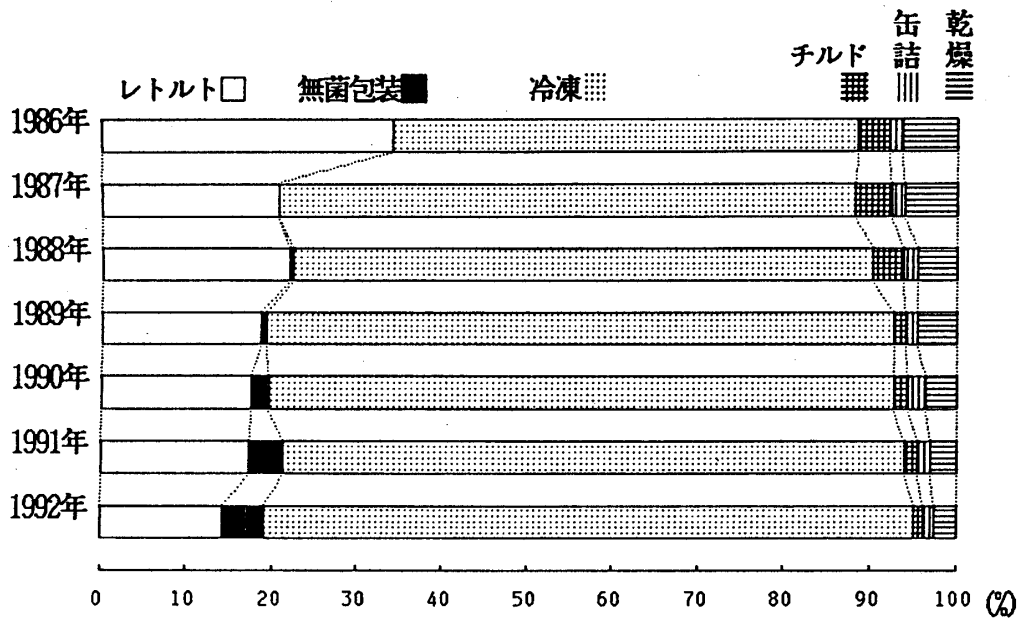
(資料) シーエムシー編集部 [4] 9, 10ページ, 全国食糧事業協同組合連合会 [11] 20ページ, より作成。

いるのが無菌包装米飯である。初めて生産量が統計に現れた1987年には22 tにすぎなかったが、1992年には330倍以上の7,316 tになり、冷凍米飯、レトルト米飯に次ぐものになっている。逆にチルド米飯や缶詰米飯、乾燥米飯は減少傾向にあるといえよう。全生産量に占める割合で見た場合、チルド米飯、缶詰米飯、乾燥米飯が縮小しているとともに、レトルト米飯が生産量の伸びが停滞していることによって、割合が1986年の41.0%から1992年の14.2%に急激に縮小している(第2図を参照)。

次に食品品目別に見た場合、いずれの品目も生産量が増加しているが、際立って伸びているのが、すし・おにぎりである。また、白飯は生産量が1992年段階で全体の7%弱を占めるにすぎないが、1986年の3,162 tから1992年の10,155 tに3倍近い伸びを示していることも注目される。生産量全体に占める割合では、混飯、かゆ・雑炊が縮小ないしは停滞傾向、赤飯が縮小傾向であるのに対し、すし・おにぎりが急激に拡大している。また、白飯も1990年に一旦割合が縮小したが、通して見れば拡大傾向にあると言えよう(第3図を参照)。

更に種類・食品品目別の1990年から1992年にかけての伸び率を第2表で見ておこう。レトルト米飯は白飯、赤飯、混飯で減少し、かゆ・雑炊で増加している。無菌包装米飯はその逆になっている。また、冷凍米飯はすし・おにぎりで大幅に増加し、混飯でやや増加しているものの、白飯、赤飯、かゆ・雑炊で減少している。生産量が多いこれらの種類の増減の状況から言えること

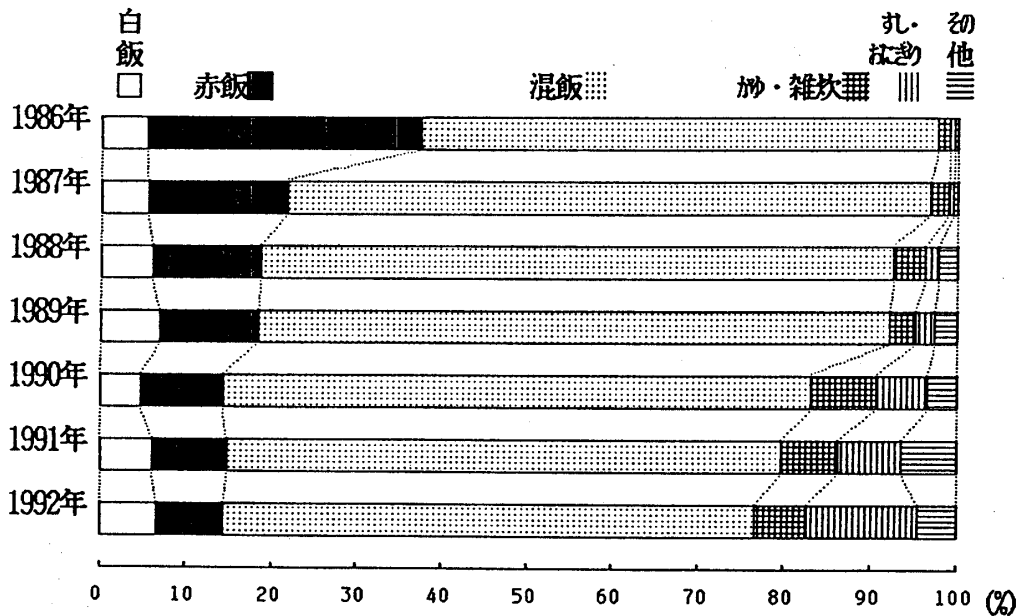
「米飯ビジネス」と食糧管理制度



第2図 加工米飯の種類別割合

(原資料) 食糧庁加工食品課

(資料) シーエムシー編集部〔4〕9ページ、  
全国食糧事業協同組合連合会〔11〕20ページ、より作成。



第3図 加工米飯の食品品目別割合

(原資料) 食糧庁加工食品課

(資料) シーエムシー編集部〔4〕10ページ、  
全国食糧事業協同組合連合会〔11〕20ページ、より作成。

第2表 加工米飯の種類別・品目別生産量の増加率（1992年／1990年）

単位：％

種類 \ 品目	白 飯	赤 飯	混 飯	か 雑 ゆ 炊	す し おにぎり	そ の 他	合 計
レトルト米飯	-9.2	-6.9	-27.1	21.8	—	6.4	0.8
無菌包装米飯	747.8	716.7	396.4	-23.8	(a)	-22.7	178.7
冷凍米飯	-52.4	-12.5	15.5	-40.0	160.4	315.5	29.0
チルド米飯	90.0	-9.4	13.0	—	(a)	(b)	-3.1
缶詰米飯	(a)	13.7	-7.7	-50.7	—	-18.4	-29.8
乾燥米飯	27.5	5.2	-3.4	-11.5	—	-99.6	-7.7
合 計	76.2	-1.6	12.7	0.0	161.3	68.0	24.2

(原資料) 食糧庁加工食品課

(資料) シーエムシー編集部 [4] 10ページ,

全国食糧事業協同組合連合会 [11] 23ページ, より作成。

(注) (a) : 1990年には生産されておらず, 1992年には生産されている。

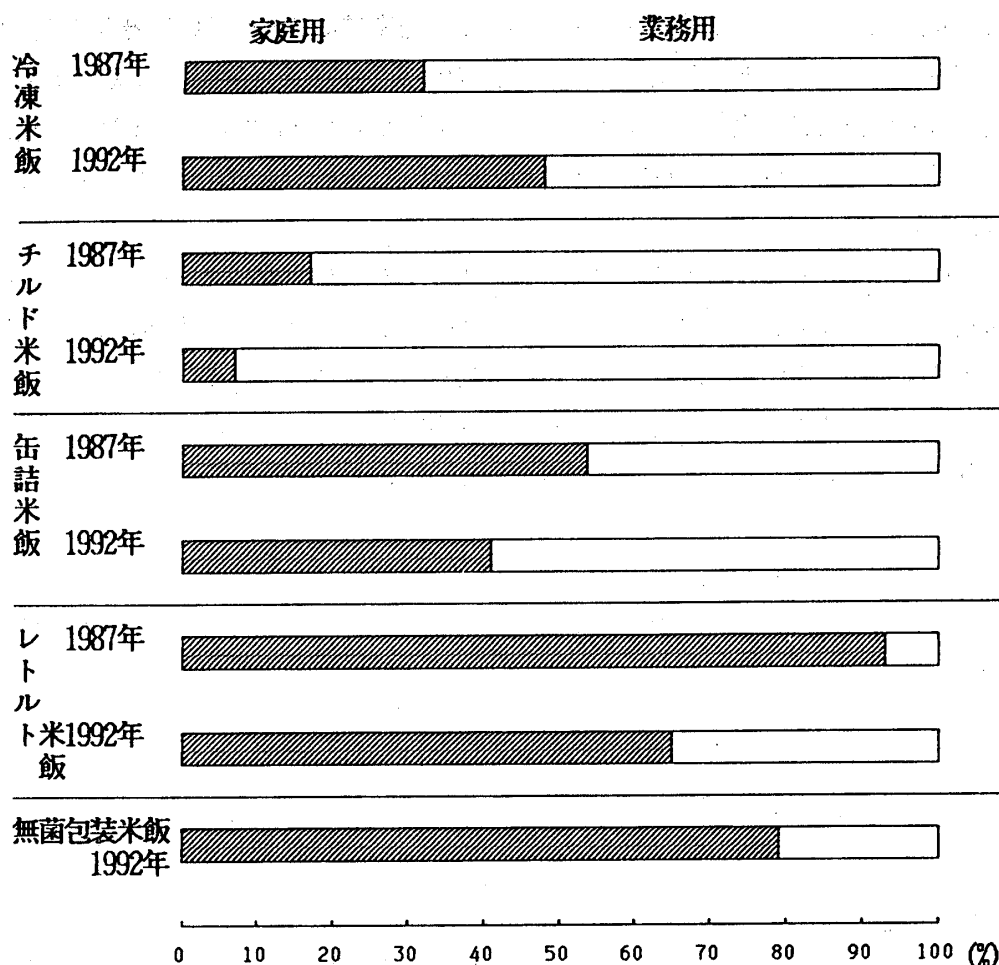
(b) : 1990年には生産されていたが, 1992年には生産されていない。

は、食品品目の適性にあった保存方法ができる種類への転換が進みつつあるということである。つまり、レトルトのような保存方法の場合、白飯などの比較的水分の少ない品目よりも、かゆ・雑炊のような水分の多い品目に適しており、そういった品目に特化されつつあるということである。また、冷凍のような保存方法では、解凍による食味の劣化を伴うことから、調味料や添加物などによって「ごまかしのきく」混飯やすし・おにぎり等の調味済ないしは加工度が高い品目が伸びている。そういう意味で、白飯のような加工度が低いものは冷凍やレトルトによる長期保存には向かず、減少しているが、新たに導入された無菌包装がそれらの保存方法にとってかわり、大幅な増加を示している。

では、加工米飯がどのような用途に用いられているのかについて第4図で見ておこう。チルド米飯はもともと大半が業務用であったが、ますますその傾向が強まり、缶詰米飯も1987年と1992年とでは家庭用と業務用の割合が逆転している。レトルト米飯は大半が家庭用であったが、業務用の割合が伸びてきている。加工米飯の大半を占める冷凍米飯では、以上の三種類とは反対に、家庭用の割合が増加しており、また無菌包装米飯も家庭用の割合が大きい。以上のことから全体としては家庭用の割合が徐々に拡大しており、その主力を冷凍米飯と無菌包装米飯が担っているといえよう。これは家庭での米飯消費に必要な「炊飯」という行為の「外部化」傾向を示すものである。

以上、加工米飯の生産動向を検討してきたが、最後にこうした動向によってもたらされる影響について検討しておこう。加工米飯が増加してくることによって、米飯供給全体に占める炊飯事業の位置が低下し、米飯事業の持つ性格も変わってくる。炊飯事業の場合、保存、鮮度保持と

「米飯ビジネス」と食糧管理制度



第4図 加工米飯の用途別構成の変化

(原資料) 日本経済新聞社「日経商品情報」、1993年7月。

(資料) シーエムシー編集部(4)11ページ。

(注) 無菌包装米飯については1987年のデータが不明。

いった点で限界があるため、販売できる範囲は大きなものでもせいぜい隣接県までであり、大体が工場が所在する市町村内に限られ、その地域内の弁当業者や外食業者などに販売するだけである(註2)。しかし、加工米飯は長期保存に耐えられるため、流通業者を媒介にして、全国に販売先を拡げ、消費者に直接販売することができる。ただし、こうした販路を持つためには、一定の実績が必要であり、どの業者もできるというわけではない。また、加工米飯製造に伴う技術の導入も不可欠であり、この点でも全ての業者に途が開けているわけではない。従って、炊飯事業の場合、中小業者や既存の米販売業者(卸売・小売業者)が多く参入しているのに対し、加工米飯の場合、寡占度が高い。例えば、加工米飯の主力である冷凍米飯の場合、味の素、ニチレイ、日本水産、雪印乳業、日本酸素、ニチロの6社で生産金額の70%以上を占めており(註3)、比較的新しい商品である無菌包装米飯の場合、エスビー食品、佐藤食品の2社で販売金額の80%を占め

ている（註4）。また、米販売業者や中小企業が加工米飯事業に参入している場合でも、大企業との提携が不可欠になっている。例えば、早くから無菌包装米飯を手がけていた樋口敬治商店（切り餅製造、米の集荷及び小売業者）はエスピー食品を通じて販売している。また、佐賀経済連は雪印を通じて冷凍米飯を供給し、熊本経済連はいくつかの大企業と共同で冷凍米飯会社を設立している（註5）。

このように加工米飯事業の増大は、地域限定流通から全国広域流通へ、中小企業・米販売業者による供給から大企業による供給へと米飯事業の性格を変化させたのである。言いかえるならば、炊飯事業は食糧管理制度に基づく米流通の延長あるいは付属物に過ぎなかったが、加工米飯事業は米飯を広域流通させ、米販売業者以外の大企業に担われることにより、食糧管理制度から相対的に独立した「ビジネス」としての米飯事業を成立させたのである。

註1) シーエムシー編集部 [4] 51ページ。

註2) 同前52ページには、主要炊飯サービス業者の一覧表が掲載され、各業者の主な配送地域も示されている。

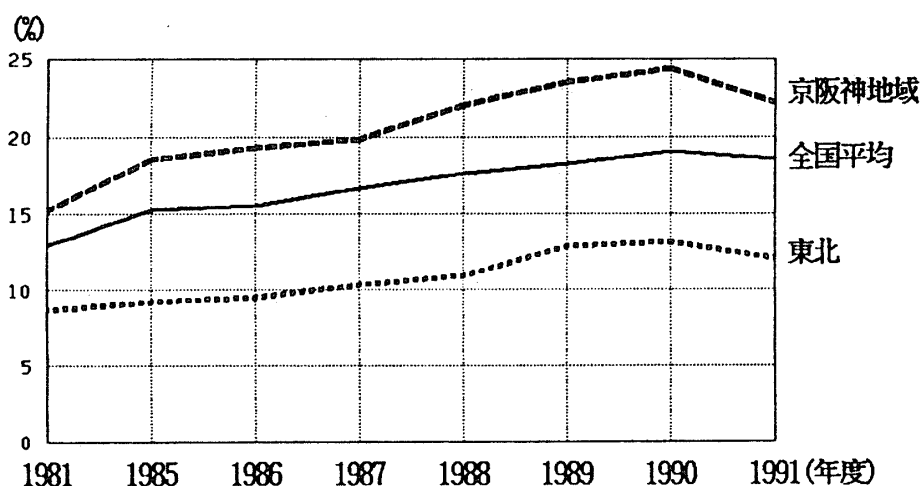
註3) 同前25ページ。

註4) 同前37ページ。

註5) 全国食糧事業協同組合連合会 [10] 28ページ, [11] 28-29ページ, [12] 15ページ。

#### 4. 外食産業における米・米飯流通の特徴

第5図で示したように、米消費世帯における米の消費量に占める外食の割合は近年高くなって



第5図 米消費世帯における米の消費量に占める外食の割合

(原資料) 食糧庁「米穀の消費動態調査」

(資料) 食糧庁 [5] 173ページ、[6] 185ページ。

(注) ①米の消費量は家庭食と外食の合計である。

②京阪神地域は、京都、大阪、兵庫の府県である。



「米飯ビジネス」と食糧管理制度

きている。全国平均で約20%が外食での消費になっており、一番低い東北地帯でも1/8、最も高い京阪神地域では実に1/4近くが外食での消費になっている。こうした状況をふまえるならば、外食で米飯を供給する外食産業の動向が米の流通、生産に大きな影響を及ぼしていると考えられる。そうした事情から、財団法人外食産業総合調査研究センターは、全国農業協同組合中央会から委託を受け、外食産業の米・米飯の取扱実態等の調査を行い、『外食産業のメニュー編成と米飯料理の売れ筋メニュー』と題する報告書を取りまとめた(註1)。本稿では、その調査結果も引用しつつ、外食産業の米・米飯流通の特徴と食糧管理制度に基づく米流通に及ぼす影響について明らかにする。なお、前述の報告書は全国の外食産業へのアンケート調査に基づいているが、本稿で言う外食業者(第1図の⑥にあたるもの)だけでなく、百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア等の流通業者(第1図の⑤にあたるもの)、惣菜店・弁当店などの弁当業者(第1図の④にあたるもの)、あるいはホテル・旅館なども含まれており、それらの業者全体の傾向が示されている。

第3表及び第4表は年間売上高規模別に見た外食産業の米・米飯の仕入れ状況である。これら

第3表 年間売上高規模別に見た外食産業の米の仕入れ先の割合(複数回答)

単位：%

売上高	仕入先	専門小売業者	スーパー・生協	米穀卸売業者	炊飯米業者	本店・本部の配送	業務用食材問屋	その他
全 体		77.8	1.3	21.2	3.8	3.3	4.2	1.1
5,000万円未満		83.6	1.9	15.9	1.9	1.4	3.7	0.9
5,000万円以上 1億円未満		75.9	1.1	18.4	2.3	3.4	4.6	2.3
1億円以上		75.4	0.5	27.6	5.4	5.9	3.9	0.5
不 明		64.3	2.4	23.8	9.5	—	7.1	2.4

(資料) 外食産業総合調査研究センター [3] 385ページ, より作成。

第4表 年間売上高規模別に見た外食産業の米の仕入れ形態の割合(複数回答)

単位：%

売上高	仕入れ形態	精米を仕入れている	無洗米等を仕入れている	ご飯を仕入れている	レトルトのご飯を仕入れている	調理済ご飯を仕入れている
全 体		97.6	1.3	2.9	2.0	4.2
5,000万円未満		99.5	—	0.9	0.5	0.9
5,000万円以上 1億円未満		97.7	2.3	—	1.1	3.4
1億円以上		95.6	2.5	6.9	3.9	7.9
不 明		97.6	—	—	2.4	4.8

(資料) 外食産業総合調査研究センター [3] 388ページ, より作成。

の表から読み取れる特徴をあげておこう。仕入先では、専門小売業者を仕入先にしているものが大半であり、次いで米穀卸売業者から仕入れている。スーパーや生協なども米の小売免許を有する「米穀小売業者」であることから、米販売業者からの仕入れが大宗を占めると言えよう。また、仕入形態では精米での仕入れが殆どである。

しかし、年間売上高規模別に見た場合、規模による傾向の違いが読み取れる。大規模業者では、同じ米販売業者からの仕入れでも米穀卸売業者から仕入れている割合が小規模業者よりも大きくなっているとともに、炊飯米業者や本店・本部からの配送など米販売業者以外からの仕入れも多くなっている。年間売上高1億円以上の業者では、1/4の業者が米穀卸売業者からの直接販売（卸直売）制度を利用している。

また、仕入形態でも規模による違いが表れている。大規模業者では無洗米といった特別な搗精方法を用いた精米を仕入れ、労力の削減を図っている。1億円以上の業者では他にも、ご飯やレトルトご飯、調理済ご飯といった米飯での仕入方法も採用し、炊飯作業や米を研ぐ作業にかかる労働力のコスト削減を図っている。

このように大規模な業者ほど、仕入先を複数化し、仕入先業者を競争させることにより、低コスト仕入れを実現しようとしている。同様に、仕入形態も多様化（米→米+米飯）し、自社炊飯によるコストと米飯仕入れによるコストを勘案しながら、仕入比率を変えることができるようにしているのである。

では次に、こうした仕入動向が米流通に及ぼす影響について示しておきたい。第一に、仕入先業者の複数化、競争化による低コスト仕入れは、米価の低下、あるいは低価格米の需要増大をもたらす、それが川上段階、すなわち米の集荷、生産段階に波及することになる。

第二に、大手外食産業は、年間事業計画に基づき、米の仕入れにおける価格、数量、品質の安定化を求める。前述した外食産業総合調査研究センター〔3〕では、仕入れた米に対する満足度、及び不満の内容についても調査しているが、それによると不満の内容としては「品質規格の不統一」(37.3%)、「米特性の情報提供が不十分」(31.2%)、「価格等の情報提供が不十分」(33.8%)の三つの比率が高い(註2)。こうした不満を解消するために、米販売業者は価格、品質ともに安定した米を恒常的に納入しなければならない。また、仕入れる米の価格や銘柄等について、年間あるいは期間契約を結ぶ場合もある。その結果、米販売業者は、出来秋の時点で、一定の品質、価格の米を大量に確保する必要に迫られ、それができない場合には、米販売業者の方が負担、とりわけコスト面での負担を背負うことになってしまう。また、こうした負担を避けるために米販売業者はブレンド方法の向上を図るとともに、ブレンド原料用品種の確保（高価格米の米価を引き下げ、ブレンド用に用いてもコスト面で見合うようにすることも含めて）に乗り出す(註3)。こういう事情ゆえ、出来秋には低価格米中心に需要増大、米価上昇という状況が現れ、供給量が減少し、「市場原理」に基づけば本来は価格が上昇するはずの端境期にむしろ価格が低下する。

第三に、大規模業者に見られた本店・本部からの配送による米の仕入方法がもたらす影響である。米販売業者の手を離れた米が、外食産業の本店・本部から支店・支部へと、都道府県境を越えて、広域で流通することにより、米流通の姿をより複雑なものにする。例えば、千葉県産のコ

シヒカリが東京都の米穀卸売業者の手を経て、ある外食産業の東京都にある本部に納入され、それが千葉県内の支店に配送されるというような事態である（註4）。こうした形態での米流通が進むことにより、米の都道府県別需給状況の本当の姿を把握することが困難になり、食糧管理法に基づく都道府県別需給計画が、必ずしも実態に見合わないものになる。

第四に、上記の仕入方法が持つもうひとつの意味は、各支店、支部、店舗が個別に仕入れず、本部等で一括して仕入れることにより、仕入先に対するバーゲニング・パワーが強くなることである。これは米価の低下につながるであろう。

以上、外食産業の米・米飯仕入動向について検討してきたが、他にも指摘しておかなければならない点がある。それは、米飯を扱う外食産業の種類増加である。例えば、日本マクドナルドは、周知のようにハンバーガーのファースト・フード業者だが、数年前から米飯メニュー（カレー、炒飯等）を導入している。同様にケンタッキー・フライド・チキンも焼きおにぎりを販売している。また、モス・バーガーは「ライス・バーガー」と呼ばれるメニューを開発し、供給している。このライス・バーガーは、従来のハンバーガーのバンズ（パン）の代わりに「ライス・プレート」と呼ばれる米飯加工品を用い、その間に惣菜をはさむことによって、ハンバーガーの形状で販売している。

こうしたファースト・フード業者が米飯メニューを扱うことになった背景には、日本人の米食嗜好の根強さがあるが、導入を可能にした条件は、技術、製造機械の開発である。ライス・バーガーの場合、ライス・プレートの開発が不可欠だが、このライス・プレートは米飯を円形の板状にしたものである。米飯をそのままですりつぶした形にした場合、崩れてしまっており、とてもファースト・フードのような食べ方はできない。従って、特別な加工技術、製造機械が必要であるが、そのためには調理機械メーカーとの提携が不可欠になる。逆に調理機械メーカーは開発した技術を生かして外食産業に進出しつつある。例えば、ライス・プレート製造機械を開発した鈴茂器工株式会社は、他にも握り寿司の自動調理機械等を開発し、それを利用した包装寿司のフランチャイズ店の展開を図っている（註5）。このように米飯加工技術の進展、新しい米飯利用商品の開発・導入は米飯ビジネスに参入する企業の幅を拡げている。

註1) 外食産業総合調査研究センター [3]。

註2) 同前394-397ページ、不満の内容としてはこれらの他に「品揃えが貧弱」(12.7%)、「米の鮮度が低い」(18.5%)、「過大な包装荷姿」(3.8%)、「少ない配送回数」(3.8%)、「配達まで日数が掛り過ぎ」(1.9%)、「タイムリーな注文が不能」(0.8%)、「その他」(12.3%)となっている。

註3) 米穀卸売業者のブレンド精米に関しては、拙稿 [16] 156-161ページ。

註4) 同前164ページ、180-193ページ。

註5) 食糧問題研究所 [9] 45-60ページ。

## 5. 米飯ビジネスと既存の米販売業者との関係

既にいくつかの事例を紹介したように、食糧管理制度を前提にした場合、大企業が米飯ビジネスに参入する上で、原料としての米を確保するために既存の米販売業者との提携が不可欠になる。また、逆に既存の米販売業者が米飯ビジネスに参入する場合にも、販路確保や技術導入、資金獲得といった点で、大企業との提携が必要である。1981年の食糧管理法改定以降、導入された様々な流通規制緩和措置、例えば大型外食事業者への米穀卸売業者の直接販売制度や食材卸売業者の米穀販売などは、米飯ビジネスと米販売業者、とりわけ米穀卸売業者とを結びつきやすくした（註1）。

では、こうした提携の特徴を見ておこう。第一に、販路提供型提携といえるものである。さきに紹介した新潟の樋口敬治商店は、以前から製造・販売していた切り餅の包装・保存技術を生かし、無菌包装米飯の開発に成功したが、それを大量に生産し、広域・大量販売を実現するために、エスビー食品との共同出資でエフ・アール・フーズ<sup>株</sup>を設立した。この会社で製造された無菌包装米飯はエスビー食品の流通網を使い、エスビーのブランドで広域流通している（註2）。また、佐賀経済連が製造した米飯は雪印の冷凍加工米飯として販売されている（註3）。

第二の型は技術の提供を媒介にするものであるが、これには製造技術とともに販売ノウハウなどの経営・販売技術の提供も含まれている。大手米穀小売業者のいちかわアクト<sup>株</sup>は業務用の無菌包装米飯を製造、販売しているが、そのための技術開発、製造工場建設については三菱重工業<sup>株</sup>から協力を受けている。また、販売面でも<sup>株</sup>丸紅から食品部門の部長を役員に迎えている（註4）。他にも、熊本経済連が冷凍加工米飯を製造、販売する株式会社を設立しているが、この会社に共同出資しているのは先に紹介したいちかわアクト<sup>株</sup>、大阪ガス<sup>株</sup>、近畿冷熱<sup>株</sup>、熊本県である。この場合は、販路提供（いちかわアクト<sup>株</sup>）、製造技術提供（大阪ガス<sup>株</sup>、近畿冷熱<sup>株</sup>）の両方を含んでいる（註5）。

第三は、資金提供である。例えば、大手商社である伊藤忠商事<sup>株</sup>の進出で話題になったコムックス<sup>株</sup>の場合、共同出資者は大阪第一食糧事業協同組合（米穀卸売）、辰之巳（米穀小売）、わらべや日洋（炊飯）などであるが、米の仕入れや炊飯の製造では既の実績がある既存業者である。また、販路については、まもなく開業予定の関西国際空港（大阪府泉佐野市沖合の海上に建設）と連絡橋で結ばれた「りんくうタウン」（大阪府泉佐野市）に工場があることから、そこへの供給を狙っている。従って、伊藤忠商事<sup>株</sup>は資金提供という役割が大きいと考えられる（註6）。

こうした提携が米の生産者に及ぶ場合もある。さきに紹介した熊本経済連の場合、冷凍ピラフ用の原料米を生産するために、インディカ種とジャポニカ種の交配品種であるホシユタカという米を専用加工米として、生産者に契約栽培させている。

もちろん、ここで紹介した事例は単一の型とは限らず、複数の型が合わさっている。また、大企業が一方的に提供するだけでなく、既存業者の技術を吸収したり、販路を利用したりする場合もある。

このように米飯ビジネスの伸長に伴って、以上の様な形態で大企業と米販売業者との提携が進展しつつあるのである。

註1) 第1図の(注)を参照されたい。

註2) 全国食糧事業協同組合連合会 [10] 28ページ, [11] 28-29ページ。

註3) 全国食糧事業協同組合連合会 [12] 15ページ。

註4) 全国食糧事業協同組合連合会 [11] 22-25ページ。

註5) 食糧問題研究所 [8] 40-41ページ。

註6) 食糧問題研究所 [7] 66-67ページ。

## 6. 米飯ビジネスと食糧管理制度

最後に、米飯ビジネスが食糧管理制度に及ぼす問題点をまとめておきたい。第一に、広域流通がもたらす問題である。食糧管理制度に基づいた免許を受けた米販売業者の手を離れた米が、米飯や米のままの形で広域流通することによって、都道府県毎の正確な需給状況の把握が困難になる。食糧庁は米穀卸売業者や小売業者などの米販売業者からの報告に基づいて、都道府県毎の米の需給状況を把握しているが、その把握方法では外食産業等が行っている本部・本社一括仕入れ、支店等への配送といった形態での米の流通量が完全には把握しきれない。確かに、外食産業の同一企業内配送については、食糧庁に報告する制度が存在するが、完全には把握しきれない。米飯の広域流通の場合は殆ど把握できないであろう。こういった事情から、米販売業者ベースでの米の都道府県別出回り状況が示している数字は、当該都道府県の実際の米消費量を表さず、外食産業等の本部・本社や米飯工場が立地する都道府県で実際の消費量よりも大きくなっているであろう。以上のような事態は、食糧管理法に定められた米の需給計画の策定、需給調整にも影響を及ぼすであろう。

第二に、米飯形態で貯蔵されることも、上記と同様に米の需給調整に影響を及ぼす。米の形態で米販売業者等に貯蔵されている数量を把握するだけでは、米飯形態や米のまま外食産業や米飯業者に貯蔵されている数量がぬけおち、消費者への実際の供給余力がどの程度なのか判断がつかない。こうした事態は1993年(1994米穀年度)のような米不足状態の際に大きな問題となる。

第三に、米価が「製造コスト」として認識されることによる問題である。消費者にとっての米の価格は、家計費の一部ではあるかもしれないが、何かの「製造コスト」として認識されるわけではなく(註1)、実際に相対的低価格の(特別)標準価格米よりも価格の高い銘柄米等がよく買われている。しかしながら、米飯ビジネスにとっては米価はまさに「製造コスト」であり、その低廉化による米飯商品の価格引き下げが企業間競争に打ち勝つ条件である。あるいは低価格でなくても、安定した価格、数量、品質が必要となってくる。前述したように、こういった事情が米価引き下げ要因になるとともに、時期による米需給のアンバランス、産地・品種による需給アンバランスの要因にもなるのである。

第四に、大企業と既存の米販売業者が結びつくことによって生じる問題である。米飯ビジネスにおける大企業と米販売業者との提携関係を考えた場合、多くの点(販路、技術、資金)で大企業の方が有利な条件を有している場合が多い。ただ米販売業者は食糧管理制度に基づく卸売・小売免許を有しており、米の販売を(合法的に)許可されているという優位性を持つに過ぎない。

その意味では米販売業者も食糧管理制度に守られているのであるが、制度上の規制緩和の進展とともに米販売業者の優位性は弱まらざるをえない。例えば、米穀卸売業者から大型外食事業者への直接販売制度の導入は外食産業等が米穀小売業者と米穀卸売業者を競わせる条件になる。また、米消費量全体が少なくなっている下で、外食で消費する割合が拡大していることも、米販売業者の優位性を弱める結果となる。こうした事情により、既存の米販売業者が大企業の従属的な地位に置かれたり、それ程ではなくても、大企業の経営戦略の影響を大きく受けるようになった場合、米販売業者を通じて、米流通の川上段階、すなわち集荷や生産の段階に大企業の意向が及び、全体として米の生産、流通が大企業に支配されかねない。

第五に、食糧管理制度改変圧力が強まることである。上記のような状況であるとはいえ、大企業が米飯ビジネスを営む際、合法的に原料の米を仕入れるためには、米販売業者を媒介にせざるをえない。これは大企業の米飯ビジネス事業にとって制限要因となる。そういう点で、大企業は食糧管理制度に基づく規制を緩和する要求を強めるであろう。

第六に、米輸入自由化との関係である。前述したように、外食産業は大規模業者ほど米または米飯の仕入れを多様化、複数化している。こうした戦略の一環として海外を仕入先の一つとすることを求めるだろう。実際に、米や米飯が種々の「調整品」（例えば冷凍寿司が「魚調整品」として輸入されたように）として輸入され、海外が仕入先の一つとして機能している。ただし、1994米穀年度における米不足に伴う緊急輸入で明らかになったように、現在の米飯ビジネスの製造工程では「外米」を原料にした場合、様々な難点が現れている。それゆえ、その克服のための技術開発や商品開発、販売方法の検討が既に進められており（註2）、また政府の方でも、1993年12月にガット・ウルグアイ・ラウンド交渉の最終協定案の受け入れ、米の部分的市場開放を決定して以降、中国やタイなどの米輸出国に対し、米の日本への輸出に伴う様々な技術援助（生産技術、貯蔵技術や日本人の嗜好に合った米を作る技術など）を行おうとしている（註3）。このように米輸入自由化の方向に更に進めるという問題が存在するのである。

以上のように、米飯ビジネスの進展は、全体として食糧管理制度の変質を進めることになるのである。

註1) 経済学的に言えば、確かに、「労働力商品」を売りに出す賃金労働者にとって、米の購入費用は「労働力商品」の「製造コスト」に違いないが、個々の賃金労働者がそのように認識しているわけではない。むしろ、一般的には、「労働力商品」を買い取る資本の方が、食糧価格の高騰による労賃上昇傾向を気にする。

註2) [1], [2], [14], [15]。

註3) [13]。

## 引用文献

- [1] 『朝日新聞』 1994年 1月12日付
- [2] 『朝日新聞』 1994年 1月21日付

「米飯ビジネス」と食糧管理制度

- [3] 外食産業総合調査研究センター『外食産業のメニュー編成と米飯料理の売れ筋メニュー』  
外食産業総合調査研究センター 1993年
- [4] シーエムシー編集部『米・加工米飯ビジネス』シーエムシー 1993年
- [5] 食糧庁『米麦データブック平成3年版』瑞穂協会 1991年
- [6] 食糧庁『米麦データブック平成5年版』瑞穂協会 1993年
- [7] 食糧問題研究所『月刊食糧ジャーナル』1991年3月号
- [8] 食糧問題研究所『月刊食糧ジャーナル』1991年7月号
- [9] 食糧問題研究所『月刊食糧ジャーナル』1992年3月号
- [10] 全国食糧事業協同組合連合会『月刊食糧』1991年4月号
- [11] 全国食糧事業協同組合連合会『月刊食糧』1991年9月号
- [12] 全国食糧事業協同組合連合会『月刊食糧』1992年4月号
- [13] 『日本経済新聞』1994年1月5日付
- [14] 『日本経済新聞』1994年1月14日付
- [15] 『日本経済新聞』1994年1月24日付
- [16] 冬木勝仁「米穀卸売業者の動向と卸間競争」河相一成・冬木勝仁・横山英信・小金沢孝昭  
『市場形成が宮城米の生産と流通に及ぼす影響について』宮城県農業協同組合中央会  
1991年
- [17] 三島徳三『流通「自由化」と食糧管理制度』農山漁村文化協会 1988年