

第 1739 回 (1 月 27 日)

業務用米の需要と流通

薬師寺 哲 郎

米の消費量が全体として減少傾向にある中で、外食あるいは中食による米消費量は増加している。しかしながら、このような業務用米の需要と流通については、断片的な情報はあるものの、全体としての動向については現在のところ必ずしも十分な資料があるわけではない。そこで、食糧法のもとで業務用米の需要と流通が全体としてどのような動向にあり、今後どのように推移するののかの手がかりを得るためアンケート調査を実施した。

アンケート調査は、平成 9 年 10 月に、全国主要都市の飲食店・外食企業・弁当等製造企業 2,461 店舗・企業を対象に郵送によって行った。有効回答数は 634 店舗・企業であり、その内訳は、単独店 368、本店 30、支店 47 (以上店舗計で 445)、複数店舗の本社・本部 152、弁当等製造企業 37 であった。

その結果の概要は以下の通りである。

- ① 回答企業の精米仕入規模は、「単独店」については 1 ヶ月当たり精米仕入量 5 トン未満のものが 93% を占めた (平均 0.4 トン) のに対し、「複数店舗の本社・本部」、「弁当等製造企業」では 5 トン以上のものがそれぞれ 55% (平均 153 トン)、73% (平均 188 トン) を占めた。
- ② 今後の米・ご飯全体の仕入量について、仕入規模の小さい店舗・企業 (大勢は「単独店」) は変化しないか減少すると見通しており、仕入規模の大きい店舗・企業 (大勢は「複数店舗の本社・本部」、「弁当等製造企業」) は増加すると見通している。
- ③ 今後の米・ご飯の仕入先の変化については、米穀店からの仕入れは、「単独店」、「複数店舗の本社・本部」において減少するとするものが増加するとするものよりも多かった。他方、米穀卸売業者からの仕入れ

は、「複数店舗の本社・本部」、「弁当等製造企業」において増加するとするものが減少するとするものを上回った。これは、米穀卸売業者から仕入れている割合が高いのが、「複数店舗の本社・本部」、「弁当等製造企業」であること及びこれらの企業では仕入数量の増加を見通していることと関連している。

- ④ 過去 2 年間の仕入単価の変化については、仕入規模の大きい店舗・企業ほど大きく低下した。また、これらの店舗・企業では以前より高単価の米への切り替えを行ったものが多かった。
- ⑤ 今後の仕入精米の変化については、「複数店舗の本社・本部」や「弁当等製造企業」のような仕入規模の大きな企業では、増加するものとしてブレンド米をあげる企業が多かった。今後、米の業務用需要が増加するならば、そこにおいて米穀販売業者が果たすブレンドの役割がより大きくなると考えられる。「複数店舗の本社・本部」については、このほか単一産地品種銘柄米や無農薬・減農薬・有機栽培米をあげるものが多かった。
- ⑥ 仕入れる米・ご飯の選択に当たって重視している点は、「単独店」では食味、品質安定、価格安定の順であったが、「複数店舗の本社・本部」、「弁当等製造企業」では食味、品質安定が最も多いものの、価格安定よりも価格が低いことの方が多かった。

このアンケート調査の結果、食の外部化が進行する中での、外食チェーン等多店舗の外食企業や弁当等の形での米消費の増加に伴う弁当等製造企業の伸張が、業務用米需要の増加の大きな要因であること、及び店舗・企業の形態別、仕入規模別に米の需要動向は大きく異なることが明らかとなった。