

参議院常任委員会調査室・特別調査室

論題	視点「日本のコメから世界ブランドへ」
著者 / 所属	笹口 裕二 / 農林水産委員会調査室
雑誌名 / ISSN	立法と調査 / 0915-1338
編集・発行	参議院事務局企画調整室
通号	432号
刊行日	2021-2-19
頁	2
URL	https://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rip_pou_chousa/backnumber/20210219.html

※ 本文中の意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。

※ 本稿を転載する場合には、事前に参議院事務局企画調整室までご連絡ください (TEL 03-3581-3111 (内線 75020) / 03-5521-7686 (直通))。

日本のコメから世界ブランドへ

農林水産委員会 専門員

ささぐち ゆうじ
笹口 裕二

日本語で「ごはん」と言えば、食事のことであるとともに、コメを炊いたものも、ごはんである。その言葉のとおり、我が国では、食事の中心となる主食は、コメである。ただ、ときどきの食事によっては、あるいは、人によっては、パンや麺類が主食となるかもしれない。実は、家計調査によれば、10年程前から家庭におけるパンの購入金額は、コメの購入金額を上回ってきた。それでも、我が国において主食は、今なお、コメであると思う。

日本に稲作が伝来してきたのは、約三千年前とも言われる。以来、コメは、その生産増大が人口の拡大を支え、水利用が農村地域の秩序を形成し、農耕を通じて祭祀や生活習慣など文化形成に影響を与えてきた。言わば我が国の原風景である農村社会を形作った。

中世から近世にかけて、領主による年貢の徴収が行われ、江戸時代には、幕藩体制の下、年貢米の換金収入によって武士階級の経済活動が支えられた。新田開発の拡大や貨幣経済の進展によって市場の米価が下がると、それは武士階級の経済的資源を減少させるため、幕府は米価統制に苦心し続けた。一方、豊凶作などによるコメ市場の変動は、商人側にコメ取引のリスクを管理する必要を生じさせ、コメの集積地であった大坂に、享保15年(1730年)に世界で初めての先物取引市場として堂島米会所が開設された。

昭和の時代に入り、戦時体制として創設された食糧管理制度の下、コメの生産は、戦後の食糧不足を経て、昭和40年代にようやく完全自給を達成するが、一方で、食事の洋風化などにより、ピーク時に118kg(昭和37年度)であったコメの一人当たり年間消費量は、54kg(平成30年度)へと半減した。この間、生産調整の開始(昭和44年)、食糧管理制度の廃止(平成7年)、流通規制の廃止(平成16年)、国による生産数量目標配分の廃止(平成30年)が行われた。コメの生産や流通に対する統制が緩むのに合わせ、おいしいコメに対する選好が顕在化し、市場が縮小する中、最近では、ブランド米による産地間競争の状況を呈している。

需要減少は続き、かつて農業産出額の過半を占めていたコメは、平成30年には2割を切るまでに低下した。コロナ禍の中、来年の主食用米は需給均衡に向けて大規模な作付け転換が必要な状況となっている。それでも、人口を拡大し、文化を形成し、経済を支えた、主食として生活の中心にあるコメは、我が国においてなお特別な穀物である。現在、海外の市場に目が向けられ、輸出拡大の取組が行われている。しかしながら、世界では、インディカ米が主流であり、ジャポニカ米は少数派である。我々の「おいしい」がそのまま世界の「おいしい」とは限らない。輸出を拡大するためには、食べ方や食文化と合わせて「おいしさ」を伝えていくことが必要である。その際、「おいしさ」を伝える指標やお墨付きがあれば、世界的なブランド形成に効果的である。農林水産省は、令和3年度から予算でコメの民間規格の制定を支援するとしており、期待したい。