



武藤泰明の 経営者目線で読む 景気動向

連載
第121回

コメ問題の「大局」を読む



むとう やすあき
武藤 泰明

1955年生まれ。1980年、東京大学大学院修士課程修了。株式会社三菱総合研究所の主席研究員を経て、2006年から早稲田大学スポーツ科学学術院教授。専門はマネジメント。「スポーツファイナンス」(大修館書店)、『人手不足時代の人事戦略』(日本能率協会マネジメントセンター)など著書多数。

労働市場のトレンド
未来予測の羅針盤!

コメが高い。スーパーでの購入額は、昨年4月から12月にかけて5割くらい上がったよ
うだ(表)。

比較のために、イタリア政府は2023年5月にパスタ高騰に対応するための会議を開催したのだが、3月の価格は対前年同月比17.5%の上昇。日本のコメの値上がりよりおとなしい。しかも消費者物価上昇率は8.7%だったので、パスタの上昇率が高いといえ物価上昇を差し引くと一応「ひと桁」である。それでも大騒ぎになって、政府はパスタの価格監視システムをつくり、早くもその五月には価格上昇は沈静化した。消費者団体はパスタストライキ(不買運動)を表明していたがとりやめている。この騒動と比べると、今回の日本のコメの値上がりはちょっとおかし
い。

テレビやインターネットでは、誰かが買い占めているとか、実は生産量が少なすぎたの

低を記録した。つまり、24年度に家計調査でコメの購入量が増えているのは、在庫ではなく実際に食べているからだということになる。

・これを確認するために表のd-g列を見ると、コメの家庭内在庫量が安定していることが分かる。24年12月は少し多く見えるが、過去の12月と比較すると23年以外は在庫が多いので特異な現象ではなさそうだ。つまり、コメの家庭内在庫は増えていない。国民は全体としては買いためをしていないということだ。コメ不足は消費者の買いためのせいでは

ではないか(つまり減反の問題)といった議論が中心なのだが、どうも論点や観点が、ずれているとは言われないが足りないように思える。もう少しよく観察して、それらもあわせて大局的に見ておく必要があると感じる。以下はその作業と結論である。

○消費者は買いためしていないようだ

メディアをみていくと不足していると感じるのは、消費者がどう動いたかという情報、データである。スーパーの店頭でコメがなかったり、マイクを向けられた人が値上りには困ると言っているだけでは事実がわからない。

この分野のデータの「定番」は、総務省の家計調査である。まずこれによると、2人以上の世帯(家計調査は単身者と2人以上を分けて集計している)が昨年8月からの4ヵ月間に買ったコメの量は前年比14%増であつ

ない。かなり重要な結論であろう。

○日本人は高くてもコメを食べている

経済学の概念で、需要の「価格弾力性」というのがある。商品やサービスの価格の上下に従って需要が変動する度合いが大きければ価格弾力性が高いという。一般的に選択財(宝飾品、外車、嗜好品など)は弾力性が高い。つまり値下げすると売れる。これに対して必需財は価格によって需要があまり変動しない。そしてこの必需財の典型が、日本ではコメなのである。

ここまでのデータから明らかのように、コメ価格が高騰していく過程で、消費者はコメの購入を増やしている。そしてそれは買いためではなくて実需のようなのである。おそらく、少し細かく見ていくなら、コメが値上がりしたのでコメの消費を減らしてパンや麺類に乗り換えたり、コメの在庫を減らす(というより買い控えの結果として在庫が減る)という人もいるのだろう。テレビの街角インタビューには、こんな人が登場している。しかし一方で、価格がもつと上がると思って在庫を増やす人もいるのだと思われる。そしてこれらを「ひとまとめ」にすると「国民」になつて、国民は全体としてはコメの価格に反応していないのである。弾力性は低い。弾力性が低いということは、需給によって価格が調整されないということである。値段が上がると需要が減って値段が下がるような商品は需給に任せておけば、たとえ価格が上

た。一世帯あたりの増分は3.1キログラム、全体では11万トンで、これが買いため、つまり家庭での在庫増になっていて、そのぶん市場にコメがないという見解が見られる。コメ不足は21万トンなので、その半分程度が家庭での買いためによるということだ。

念のためにもう一つデータを見ておく。(公社)米穀安定供給確保支援機構が毎月公表している「米の消費動向調査結果」という資料がある。コメに特化した団体の調査なので、いろいろなことがわかる(表)。とくに、コメの消費や在庫がわかるデータなので、今回の検討には家計調査より適している。つぎのようなことが分かっている。

・c列に見られるように、2024年にはコメの家庭内消費が増えている。この理由は、23年5月に新型コロナウイルスがいわゆる五類に移行して外出食が復活したこと、反動である。実際、23年度の家内消費は18年度以降の最

がつもいずれ下がる。しかしコメの場合は価格が5割上がったでも買われ続ける。だから政府の介入が必要になる。これも重要な結論である。

○必要なのは溢れるほどの供給

さいごに、今後起きそうなことを整理しておきたい。

・もうこれ以上価格が上がると思わなければ、買いためはなくなる。しかしコメが高すぎると思っている人は、高いままではコメに戻ってこないで、トータルの需要はこの事件の前より少し減るはずである。つまり、高値安定になって需要が減るのだが、では価格を下げると需要が戻るかというところでもない。価格弾力性が低いからだ。だから価格は下がり需要が縮小した状態になる可能性が高い。

・政府の備蓄米放出で価格が下がると思えば、放出が実施されるまでの間、購入と家庭内在庫が減るはずである。つまり、アナウンスメント効果で家庭内在庫が減って、コメ不足が解消される。この場合も右と同じで、価格が下がっても需要は増えない。だからそんなにコメの値段は下がらないだろう。

結論として、コメの値段を「元に戻す」ことを目標とするなら、政府が備蓄米から不足分を供給するだけでは不十分である。供給者の間に競争がなければ、価格は下がらない。一時的にせよ、溢れるほど備蓄米を放出する必要がある。

武藤泰明の 経営者目線で読む 景気動向

労働市場のトレンド
未来予測の羅針盤!

表 コメの価格・消費量・在庫

	a	b	c	d	e	f	g
	スーパーの価格/kg 2024	スーパーの価格(2024.04=100)	家庭内消費量 対前年比% 2024	月末在庫 2024	(kg) 2023	2022	2021
4月	416	100	102.3	5.9	6.0	6.6	6.2
5月	410	99	104.3	5.7	6.1	6.6	6.1
6月	435	105	102.3	5.9	6.1	6.4	5.8
7月	479	115	100.4	5.6	6.0	6.5	5.8
8月	532	128	103.4	5.8	5.8	6.4	5.7
9月	620	149	100.0	6.0	5.8	6.3	6.2
10月	635	153	98.0	6.4	5.9	6.6	6.9
11月	650	156	103.0	6.6	6.0	6.8	7.1
12月	653	157	113.3	6.9	6.1	7.0	6.9

資料：公益社団法人 米穀安定供給確保支援機構「米の消費動向調査結果」
注：スーパーでの購入価格を取り上げているのは、世帯で購入する経路の中でスーパーが50%を超えていて最大だからである。