

米の小売価格の形成要因

磯島 昭代

(東北農業試験場)

Factors Influencing Rice Retail Price

Akiyo ISOJIMA

(Tohoku National Agricultural Experiment Station)

1 はじめに

食糧庁の「食糧モニター定期調査」によると、消費者が米を購入する際に重視する項目として、「食味」や「価格」及び「産地銘柄」等があげられている(1999年度第1回調査)。また、品質と価格の関係に対する消費者の意向としては、「値段も味もまああのものを選ぶようにしている」という意見が最も多く(1997年度第1回調査)、米の消費動向をみる上で値段と味のバランスが重要となっていることがうかがえる。本報告では、米の小売価格と食味や産地銘柄等との関係を分析し、消費者が購入する米の価格がどのような要因で形成されているかを明らかにする。

2 分析方法

分析には数量化Ⅰ類を用いた。外的基準は産地銘柄別精米1kgあたり年産平均小売価格である(図1)。デー

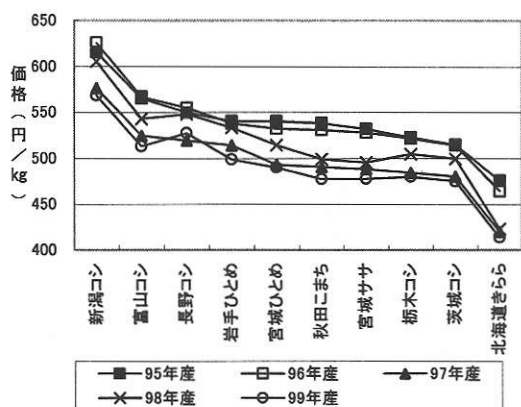


図1 産地銘柄別年産平均小売価格
注. 食糧庁「米麦等の取引価格調査」による。

タは食糧庁「米麦等の取引価格調査」によるもので、1996年4月以降、作付け面積の多い10産地銘柄について計上している。毎年10月に新米に切り替わるので、それぞれその年の10月から翌年の9月までを年産米として区切り、その平均を求めた(ただし、'95年産米は'96年4月から'96年9月まで、'99年産米は'99年10月から2000年4月まで)。

アイテムには、年産、食味、生産地域、ブランドをあげた。食味は、日本穀物検定協会「米の食味ランキング」から、各年ごとに、①【食味Ⅰ】すべての地区で「A」の

評価を得ている、又は「A'」及び「A」の評価を得ている。②【食味Ⅱ】すべての地区で「A」の評価を得ている。③【食味Ⅲ】「A」及び「特A」の評価を得ている。④【食味Ⅳ】すべての地区で「特A」の評価を得ている。以上4つのカテゴリーに分類した(表1)。

生産地域については、「北陸(新潟・富山)」、「東北(岩手・宮城・秋田)」、「関東(栃木・茨城)」、「甲信(長野)」

表1 米の食味ランキング

産地品銘柄	地区	95年	96年	97年	98年	99年
北海道きらら397	空知	A'	A'	A'	A	A
	上川	A'	A'	A'	A	A
岩手ひとめぼれ	県南	特A	特A	特A	特A	特A
	県北	IV	IV	IV	IV	IV
宮城ササニシキ	県北	特A	A	A	A'	A'
	県中	A	A'	A'	A'	A'
	県南	A	A'	A'		
宮城ひとめぼれ	県北	特A	特A	特A	特A	特A
	県中	特A	特A	特A	A	特A
	県南	A	A	A		
秋田あきたこまち	県南	特A	特A	特A	特A	特A
	県北	特A	特A	A	A	A
茨城コシヒカリ	県北		A	特A	A	A
	県南	II	II	IV	II	II
栃木コシヒカリ	県北	A	特A	A	A	A
	県中	A	特A	A		
	県南	A	A	A		
新潟コシヒカリ	上越	A	特A	特A	A	特A
	中越	特A	特A	A	特A	A
	下越	特A	A	特A	A	A
富山コシヒカリ	県西	特A	特A	特A	特A	特A
	県東	IV	IV	IV	IV	IV
長野コシヒカリ	北信	A	A	A	A	A
	南信	II	II	II	II	II

- 注. 1) 日本穀物検定協会「米の食味ランキング」より。
2) 98～99年のランキングは99年度の資料、95～97年は97年度の資料を用いた。
3) ローマ数字は、カテゴリー分類を示す。
4) 新潟産コシヒカリについては、魚沼・佐渡・岩船地区を除外した。

「北海道（北海道）」と分類した。また、ブランドは、「新潟コシヒカリ」と「それ以外」に分類した。

3 分析結果及び考察

分析の結果を表2及び図2に示す。まず、年産について

表2 小売価格形成要因の数量化I類分析結果

アイテム	カテゴリー	度数	カテゴリー数量	範囲	偏相関係数
年 産	95 年	10	22.16	46.81	0.943
	96 年	10	20.18		
	97 年	10	-18.40		
	98 年	10	0.72		
	99 年	10	-24.65		
食 味	食 味 I	7	-3.33	14.83	0.644
	食 味 II	15	-5.91		
	食 味 III	14	-0.92		
	食 味 IV	14	8.92		
生産地域	北 陸	10	23.25	102.11	0.963
	東 北	20	-0.33		
	関 東	10	-6.86		
	甲 信	5	35.32		
	北 海 道	5	-66.79		
ブランド	新潟コシ	5	59.02	65.58	0.940
	そ の 他	45	-6.56		

注. 定数項517.1, 決定係数0.976, 修正済み決定係数0.970

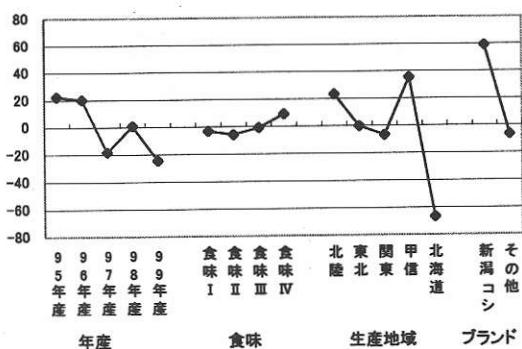


図2 各アイテムのカテゴリ数量

みると、'95年は精米1kgあたり22.2円、'96年は20.2円、'98年は0.7円平均より高く、'97年は18.4円、'99年は24.7円平均より低くなっている。年産アイテムはその年の価格の傾向を表し、作況や在庫など米の需給実勢を反映していると考えることができる。

次に食味について見る。「食味I」から「食味III」にかけては大きな価格差は見られない。しかし、「食味IV」は

平均より8.9円高くなっており、「すべて特A」という最高ランクの食味の場合には、明らかに他の食味ランクよりも価格が上昇していることがわかる。

生産地域は、北陸地域で23.3円、甲信地域で35.5円平均より高くなっており、東北地域は0.3円、関東地域は6.9円、北海道地域は66.8円平均より低くなっている。

ブランドについては、「新潟コシヒカリ」というブランドがつくと平均より59.0円高くなり、ブランドがつかない場合には6.6円低くなることがわかる。なお、新潟は北陸地域にも含まれているため、このブランドによる上昇は生産地域という要因を除いた金額である。「新潟コシヒカリ」というブランドに「北陸地域」という要因も合わせると、新潟一般コシヒカリは平均よりも82.3円も高くなることがわかる。

さらに、各アイテムの範囲を比較すると、年産が46.8、食味が14.8、地域が102.1、ブランドが65.6となっており、価格に与える影響の大きさは、地域、ブランド、年産、食味の順であることがわかる。

4 ま と め

以上、今回の分析によって、米の小売価格には、年産、食味、生産地域、ブランド等の違いが影響していることが明らかになった。また、その影響の大きさは、食味よりも地域やブランドの方が大きいという結果となった。

食味の影響が他の要因より小さくなった原因として、ひとつには、データ上の制約があげられると考える。すなわち、分析の対象とした10産地品種銘柄はすべて、食味ランキングで基準米と同等若しくはそれ以上と評価されており、既に食味の面では及第点を得ているため、大きな差につながらなかったということである。その一方で、最高ランクの食味に対しては他の食味ランクとは明確な価格差が生じており、やはり食味の影響は無視できないものであると言える。

また、ブランドについては、今回は食味と分けて分析を行い、食味による価格への影響とブランドによる影響とを分離して示したが、そもそもブランドとは食味の良さが評価されることによって形成されていくという面があり、いったん形成されたブランドは、消費者にとっては米のおいしさを保証する目安になっていると考えることができる。そのため、この点に関しては更なる検討が必要であり、今後は食味とブランド、価格との関係について、消費者の意識を明らかにしていくことが重要であると考えられる。