

## 近代食堂 12月号原稿

2006年10月30日

### デフレ時代は終わった。底固い価格上昇の動き！ 原材料値上がりを強く意識しよう

産業のコメつまり基礎素材である「鉄と石油」の値上がりが、続いたため、多くの素材コストが影響を受け上昇してきている。これら「鉄と石油」の上昇幅は、この3~4年間で実に2~3倍にもなっており、食品業界全体においては特に石油の値上がりがコストアップの大きな要因となっている。具体的に説明すると、石油はエネルギーとして、輸送費（船運賃・トラック・配送車などの燃料代）光熱費（厨房器具、工場のボイラー・空調冷凍機等）また石油化学製品としては包装資材（真空パック、ポリ袋、トレー等）や店舗内装資材（プラスチック等）直接間接に実に多くの製品に対して原油の高騰が影響している。これらの値上がり率については、供給各社の企業努力や業界内部の競争によっては、マチマチであり、フードサービス業界においては現在のところそれほど大きな値上がりとの実感が無いかもしれないが、ボディブローのように徐々に効いて来ているのは事実であり、各社がその対応に知恵を絞っているのを最近しばしば耳にする。

目を転じて、焼肉食材の価格動向を見てみると、こちらも同様に世界的には値上がり傾向になっている。大局的な観点から、この食材の値上がりの原因について列記してみよう。

1) 需給バランス（例えば中国の需要増大、飼料穀物の生産量減少等）

2) 「鉄と石油」の値上がりによる全ての物価のコスト高

以上が世界的な要因である。また日本国内に限って言えば、以下の2点加わる。

3) わが国の法制度の不備（豚肉差額関税制度等）

4) 食の安心コスト(BSE検査・米国産牛肉全箱検査による付加コストと輸入量の減少、トレサ法、ポジティブリスト制による付加コスト等)

また、これらコストアップ要因に加えて、景気回復にともない今春から自動車・電機それらに続いて来年から実施される事になった鉄鋼および様々な業界等の賃上げによる人件費の上昇がさらなるプレッシャーとなってくるのは明白である。

フードサービス・焼肉業界に直接インパクトのある身近な問題として、主要食材の一つである米国産牛肉について言えば、安心を確保するための日本側の厳しい月齢基準により供給量が極度に限られている結果、焼肉、牛丼向け部位を含めて全般的に価格は2003年12月の米国産禁輸前と較べて軒並み高くなっている。また、輸入牛肉の大部分を占めるオーストラリア産も高値が続いており、その上、韓国の買いつけなどもあり、中期的に見て下がる要素は少ない。このような状況下で牛丼販売を再開した吉野家は値上げせざるを得なか

ったし、11月から米国産ステーキの販売を再開するペッパーフードサービスは禁輸前人気のあったステーキメニューを15%値上げして900円とした。また、筆者が直接関係のあるフードサービス会社やレストランなどもすでに値上げに踏み切ったところや、今後顧客に値上げをスムーズに受け入れてもらうために、それぞれ知恵を絞っている最中である。こういった状況に加えて恒久的なコスト上昇の新たな要因として考えられるのは上で少しふれたポジティブリスト制度やトレサ法などがある。ポジリス制度は特に残留農薬など農産物の安全性に対する消費者の不安が高まったことに対応して導入されたものだが、農産物の安全性を確保するためには生産・流通の各段階で色々なコストが追加してかかる事になり、ひいては最終的な販売価格の上昇という事にならざるを得ない。

次に中国の今後増大する需要について述べたい。筆者はこの3~4年間中国の江南、特に上海・蘇州地区にほぼ毎月出張しているが、都市の変貌ぶりには目を見張るものがある。ビルや道路がものすごいスピードで新しくなっている。また、人々の暮らしも目に見えて変化している様に思える。レストランにしても高級海鮮料理はもとより、本物の和牛を提供する高級鉄板焼きレストラン、日本資本・韓国資本の焼肉店、香港資本の回転すし、ラーメン、もちろん日本の大手居酒屋チェーンの、白木屋、笑笑や、牛井の吉野家も店舗を構えている。では、これらの店舗で働いている人の出身地はどこだろうか？もちろん中国人だが、ほとんどは中国の内陸部の出身者である。貧しい内陸の農村を捨てて豊かな沿海地区の都会に働きに来た人達なのである。そのレストランに食事に来ているのが、地元の上海人なのである。この事は、「農村の疲弊と都会の巨大消費地化」を意味している。世界の豚肉の実に50%を生産・消費している中国は、生産人口の減少と消費人口の増大によって、食料生産国から巨大な消費国に急速に変貌しつつあると言える。ある統計によると、中国は2015年には食料自給率が90%を割り込むとの事である。日本の人口は中国の約10%なので、日本の総人口に匹敵する食料を中国が輸入する事になる。

水産物の一部においては既にこの状況は始っており、かつてはほとんど輸入していなかった高級水産物のロブスターなどで、日本は中国に買い負けている。また、世界中に広がりつつある日本食の人気により水産物の価格が上昇してきており、かつては日本が最大買付国であったサバやニシンなどの価格も急騰していると言う。これに追い討ちをかける様にミナミマグロの漁獲制限と予想される値上げがある。食肉に関しては、まだまだ中国の国内価格は国際価格に比べて安いので急激に日本が買い負ける事は考え難いが、今後予想される人民元の切り上げなどによって中・長期的には中国全体の購買力がさらに増すと考えられるため目が離せないところである。

また、畜産物の値上がりにつながる大きな要因では、世界的な問題として飼料（畜産）から燃料（自動車）への穀物需要のシフト、つまりバイオエタノール生産への米国の傾斜による飼料用穀物の供給減や、地球温暖化による生産国の天候の変調など食肉のコスト上昇の大きな要因がある。また、国内問題では30数年も前に制度化されたまま実情に合わなく

なってしまった豚肉差額関税制度の不備による豚肉価格上昇などあるが、これらは紙面の都合上、後日レポートしてみよう。

いままで述べてきた事は、なにもすべてが今日明日に起こるという問題では無いが、すでに一部の兆しは見えてきているのは事実であり、それ程遠くない将来にはわが国の食料戦略を左右する大問題になるはずだ。最近の報道によると、多くの外食チェーンで客単価の上昇が続いており、外食全体では9月まで6ヶ月連続で客単価が前年を上回っている。つまり、外食チェーン各社ともメニュー単価の上向き変更を行ってきているのだ。当然の事ながら、同じ品質と同じ量で単価設定を高くすれば、消費者の反発を招くため、品質や材料へのこだわりを「安さから質への変化」として客単価上昇への理由として、現状はそこそこ成功しているようだ。これら、消費者の動向の変化を前向きにとらえ、いままでの「安ければ良い」「安さ一辺倒」を追求する経営から「高品質に見合った価格設定」「こだわりのメニュー」を指向した幅のある経営に徐々にカジを切り替えて行くことが肝要である。原材料の価格上昇は既に起きており、これに対応できる様にお客様の理解を得られるメニュー開発・食材の選定・客単価の設定など早急に準備を進めていく必要があると考える。

ミートジャーナリスト・コンサルタント

高橋 寛