

小麦の国際価格変動下における国内産小麦需要の変化について

政策研究調整官 吉田 行郷

1. はじめに

近年、国内産小麦の生産量が増加し、品質も向上したことから、国内産小麦を積極的に評価し、外国産小麦とのブレンドではなく「国内産小麦使用」を売りにした商品が開発・販売され定着してきており、小麦の需要における国内産小麦の地位は次第に向上しています。他方で、小麦の国際価格の高騰・急落が国内産小麦の需要に影響を与えています。

そこで、こうした状況を踏まえて、POSデータ、業務統計等を用いた小麦の需給動向や小麦製品の販売動向の分析、関連企業に対する調査による動向分析から、国内産小麦に対する需要について、国際価格の高騰・急落の前後における比較を行うことで、それがどの程度変化しているかを把握しました。

2. 近年の国内産小麦の需要変化

小麦の国際価格が高騰し、国内産小麦に割安感が出て、中華麺等で新たな用途が開発され、国内産小麦が積極的に使用されるようになった20年度になると、中華麺用、パン用等での使用割合が高まりました。このようにして増加した国内産小麦に対する需要が、小麦の国際価格の急落を受けて国内産小麦に割高感が出る中で、21年度にどの程度残ったかを正確に把握するためにはデータの取りまとめを待つ必要がありますが、JA関係者、製粉事業者によれば、少なくとも21年産の国内産小麦については、JAから製粉企業への引き取りで、大きな販売残が出る等の混乱はみられませんでした。この要因の一つとしては、21年産が不作で、国内産小麦の供給量に制約があったことも挙げられますが、根強い国内産小麦に対する需要があったことも要因として考えられます。以下、順次、現時点で把握できるデータ等から、そのことについて検証します。

3. 外国産小麦と国内産小麦の価格の相対関係

国内産小麦に割高感がある中で、21年10月に、22年産の国内産小麦の播種前契約における入札が行われましたが、指標価格（落札された価格の平均値）の平均下落率は7.8%と、値幅制限の下限（▲10%）

に貼り付くことなく、それを2.2%下回りました（第1表）。産地銘柄別に見ても、9%以上の下落率となったのは全29産地銘柄のうち10銘柄にとどまっています。また、相対的に価格の低い産地銘柄では、申込が殺到したことから価格の下落率が10%を大きく下回る結果となりました。こうした入札結果からは、国内産小麦に割高感がある中で、2次加工メーカー等からの国内産小麦への需要が根強く残っていることがうかがえます。

4. 「国内産小麦使用」表示のある製品の首都圏における出回り状況

POSデータを用いて、首都圏のスーパーマーケットでの上位4社が販売している全うどん（生麺）に占める「国内産小麦使用」表示のある製品の比率（金額ベース）の推移をみると、外国産小麦の政府売渡価格が上昇し始めた2007年秋以降大きく増加し、2008年以降は、うどんの消費量が減る7～9月期を除いて65～70%の間で推移してきています（第1図）。国内産小麦に割高感が出始めた2009年10月以降についても、出回り率はあまり減少せず、7～9月期を除いて65%前後で推移しています。

このように、国内産小麦に割高感が出始めた2009年10月以降、不作によって国内産小麦の供給減があったにもかかわらず、「国内産小麦使用」表示のある製品の出回り比率があまり落ちなかった理由としては、そうした製品が消費者に幅広く受け入れられ定着していることが要因として考えられます。

また、首都圏のスーパーマーケットで販売されているうどん（生麺）の3社製5製品のこの3年間の小売価格の推移をみると、国内産小麦の価格が3年連続で上昇する中で、2008年夏以降、大手の2次加工メーカーA社、B社では、企業内のコストカットで原料値上げ分を吸収し、あくまでも価格を引き上げずに国内産小麦を使用し続けています（第2図）。このことから、両社が、消費者の間に国内産小麦を使用した製品に対する根強い需要があると認識していることがうかがえます。他方で、中小企業の中には、C社のように、国内産小麦の価格上昇を製品単価に反映させざるを得ず、国内産小麦を使いたい意向を持ちながら、その使用を断念するところも次第に出始めています。国内産小麦の割高感が解消されれば、こうした国内産小麦の使用を断念した企業でも、再び、国内産小麦の使用を再開する可能性があります。外国産小麦を使用する状態が長くなればなるほど、その可能性が低くなってしまふことに留意が必要です。

第1表 平成22年産小麦の入札における落札決定状況

産地	銘柄	平成22年産	指標価格	申込数量	落札数量
		指標価格	前年産増減率	／上場数量	／上場数量
		円/トン	%	%	%
北海道	ホクシン	55,910	▲8.6	66.3	66.1
北海道	きたほなみ	55,812	▲8.7	87.1	81.5
群馬	農林61号	53,968	▲3.3	186.0	98.3
福岡	シロガネコムギ	49,279	▲6.2	146.8	100.0
福岡	チクゴイズミ	50,907	▲3.1	215.0	100.0
佐賀	シロガネコムギ	47,649	▲6.8	128.1	95.7
佐賀	チクゴイズミ	49,652	▲4.1	212.4	100.0
全産地銘柄加重平均		55,241	▲7.8	97.6	78.1

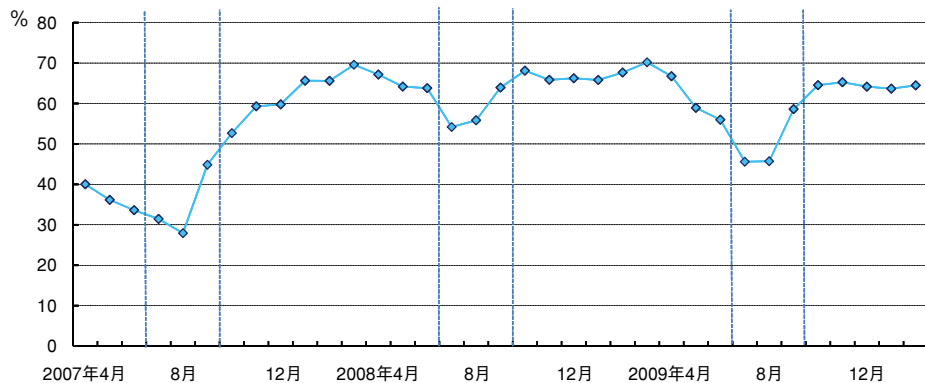
出所：(社)全国米麦改良協会「平成22年産民間流通麦に係る入札結果の概要」

注：基準価格、指標価格ともに消費税相当額を含めた額である。

また、つけ麺、ざるラーメン、冷やし中華といった中華麺で、「国内産小麦使用」をうたった商品を開発・販売した大手2次加工メーカーA社では、外国産小麦との価格差次第で、国内産小麦の使用に関する方針を変える可能性を示唆していましたが、商品のウエイトは小さくなったとはいえ、依然として、こうした新しいスタイルでの中華麺での使用を続けています。加えて、インスタントラーメンでも、同社が「北海道産小麦100%使用」表示のある

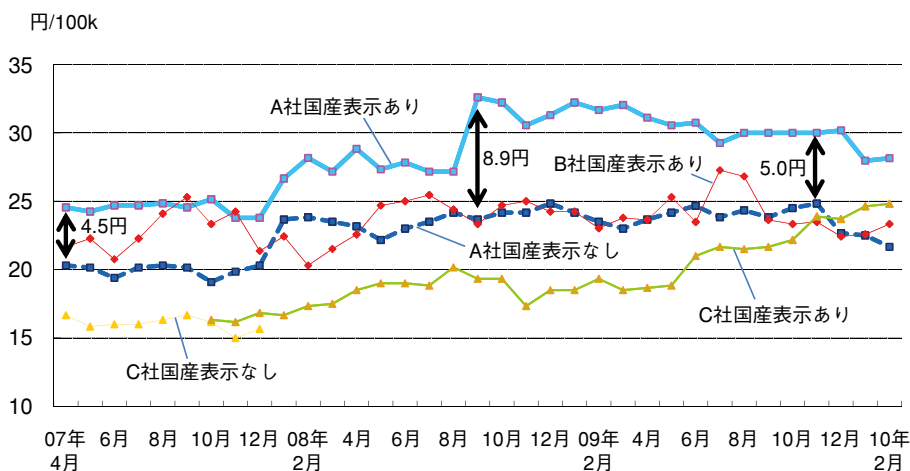
製品の生産を続けています。

こうした企業行動の背景には、消費者サイドに根強い国産志向があるだけでなく、国内産小麦を使用する供給サイドにも、国内産小麦を高く評価し、外国産小麦を使用した製品と遜色ない、もしくは上回る製品を作れるという考えがあることも要因として挙げられます。製麺事業者2社及び製粉企業4社に対して、外国産小麦と比較した上で国内産小麦に対する評価について調査を行った結果をみると、う



第1図 首都圏上位4社製造の「うどん(生麺)」に占める「国内産小麦使用」表示商品の割合の推移
(販売金額ベース・首都圏・スーパーマーケット)

出所：日経メディアマーケティング社による首都圏スーパーマーケット93店におけるPOSデータに基づき筆者が集計。
注：現時点で「国内産小麦使用」表示のある製品は、その発売時から同表示があったものとして試算した結果である。



第2図 うどん(生麺)の小売価格の推移(首都圏・スーパーマーケット)
出所：日経メディアマーケティング社による首都圏スーパーマーケット93店におけるPOSデータに基づき筆者が集計。

第2表 2次加工メーカー、製粉企業による国内産小麦に対する評価

業種	企業名	本社	国内産小麦に対する担当者等の評価
製麺業	A社	関東	国内産小麦は、モチっとした食感が出せる。中華麺のうち、茹で伸びのないざるラーメン、つけ麺に明らかに適している。また、うどんでも国内産使用を訴えた商品では、(くすんだ)色は消費者に受け入れられており、漂白しているような真っ白よりは印象が良い可能性。
	B社	関東	国内産小麦をうどんに使用した場合には、もちもちした食感が出せるが、外国産ではこうした食感を出せない。外国産に比べて食感がいい。また、国内産の方が(ASWに比べて)色がくすんでいるという指摘もあるが、そのことが販売量に影響することはなく、全く問題ないと認識。
製粉業	D社	九州	外国産に比べて国内産は、そんなに見劣りしていない。品質、加工適性が劣るという指摘もあるが、当社ではそう認識していない。特に、「ニシノカオリ」は、中華麺に適しており、外国産のセミハードの代替えとして十分に使用可能。
	E社	九州	北海道産の春播き小麦は、パン用として、国内産100%でも満足いく質が出せる。また、九州産「ミナミノカオリ」は、パン用というよりは、中華麺、手延べ素麺用に適性が高い。
	F社	関東	原産小麦のメインで売り出し中の「イワインダイチ」は、ASWに近いクリーム色を出せる上に、粘弾性でASWを超えることが可能。タンパクが低い分、健全なでん粉を多く含んでおり、モチモチ感を出せる。タンパクが低くて麺が切れやすい点は、製麺業者の技術でカバーが可能。
	G社	北海道	北海道産の秋播き小麦は、品種が変わる度に品質が良くなっている。他方で、競合する豪州産のASW、カナダ産の1CWは、品質が落ちてきていると感じており、その差はほとんどなく、縮まっている。あとは、麺にした時の色が良くなれば、ASWを逆転可能。

出所：筆者が、2008年から2010年の間に、各企業から、主に外国産との比較で国内産に対する評価を聞き取った結果である。

どんや中華麺にした場合の食感は、6社のうち5社で、外国産と同等もしくはより優れているという認識を持っており、国内産小麦独特の色にくすみもハンディにはならず、むしろ差別化するために活用できる可能性も示唆されています(第2表)。

5. おわりに

以上のように、国内産小麦に割高感がある中で、①国内産小麦に対する需要は減少しつつも、相当量が根強く残っていると考えられること、②「国内産小麦使用」の表示のある製品についても、新たに開発された製品も含めて、依然として数多く出回っていること、③国内産小麦を使う供給サイドにも国内産小麦を高く評価する声があることが明らかになりました。

これらの状況からは、小麦の国際価格の高騰、急落の前に比べて、国内産小麦の地位が向上し、割高感がある中での国内産小麦を志向する大きな動きがあるという意味では、国内産小麦に対する需要が質的に変化したことを示しており、小麦の国際価格の高騰が、こうした変化を促進した面もあったことを示しています。