

# 論説

## 小麦の需要変化や国際価格高騰の影響を踏まえた国内産小麦の需要拡大の可能性

政策研究調整官 吉田 行郷

### 1 はじめに

小麦は、パン・麺・菓子・味噌など多様な用途で使用され、食生活において大きな役割を有している。他方、消費されている小麦の内訳をみると、近年増加傾向にはあるものの、国内産のシェアは依然1割強にとどまっている。このため、米の消費量の減少が続く中で、自給率を向上させる観点からは、国内で消費されている小麦において国内産のシェアを拡大させることが重要な課題の一つとなっている。

そこで本報告では、国内産小麦の民間流通が定着し需給のミスマッチがかなり改善された現時点において<sup>①</sup>、今後、さらに国内産小麦の需要を拡大するための方策を探ることを課題とし、①わが国の小麦需要が変化する中で国内産小麦の使用状況を筆者の既往研究から整理した上で、②国内産小麦を積極的に評価し使用する動きが拡大し

ていることを明らかにするとともに、③今回の小麦の国際価格の高騰が国内産小麦の需要拡大に与えた影響について分析した。さらに、それらを踏まえて、④国内産小麦のさらなる需要拡大のための課題について考察した。

### 2 わが国における国内産小麦の使用状況

『食料需給表』の「国内消費仕向け量」

で小麦の需要の推移を見ると、「国民1人当たり供給純食料」の微増トレンドに、人口増加の影響が加わるので、1994（平成6）年度までは増加傾向で推移し、その後、人口増加の勢いが鈍化してからは、安定的に推移している。しかし、今後は、人口減少の影響が出てくるので、近い将来、減少トレンドに入る可能性が高い<sup>②</sup>。

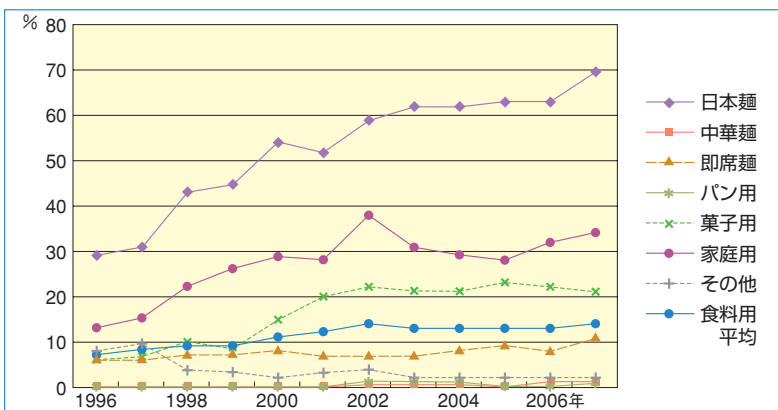
国内の小麦需給の現状をみると、総

本稿の詳細については、農林水産政策研究第17号「小麦の需要変化や国際価格高騰の影響を踏まえた国内産小麦の需要拡大の可能性」（平成22年1月）を参照されたい。

需要量の9割弱が外国産小麦の輸入で賄われており、残りの1割強が国内産による供給となっている。

国内産小麦の使用用途をみると、加工適性がある日本用小麦に58%が使われ、続いて、菓子用に22%、家庭用小麦粉に9%がそれぞれ使われているが、小麦の使用量が最も多いパン用では、わずか9千トン（国内産小麦の1%）しか使われていない。また、日本用以外では、多くの国内産小麦が外国産小麦とブレンドされる形で使用されている状況にある。

第1図で、用途別の国内産小麦のシェアの推移をみると、近年、国内産小麦の生産量の増加を背景に、日本用小麦の使用における国内産小麦のシェアが増加傾向で推移してきたが、2003年から2006年にかけては、60%余で推移している（後述するように、2007年には、外国産小麦の価格高騰の影響で国内産小麦に対する需要が拡大し、70%まで急上昇した）。



第1図 用途別国内産小麦使用割合の推移

資料：農林水産省調べ。

さらに、わが国の麺類への小麦粉の使用量をみると、2001年以降一貫して減少傾向で推移しており、特に、日

本麵が47%を占める「生麵」と、96%を占める「乾麵」での減少が著しくなっており、日本麵用の需要自体も、今後は、減少していく可能性が高い。

したがって、今後、国内産小麦に対する需要を拡大するには、日本麵における国産使用割合のさらなる拡大だけでなく、パン、中華麵、菓子等において、そうした用途に使えるよう国内産小麦における適性品種への転換、品質の向上に努めつつ、国内産小麦の使用量を増やしていく必要がある。

### 3 国内産小麦を積極的に評価し使用する動きの拡大

近年の消費者の根強い国産志向に加えて、国内産小麦の品質の向上と国内産小麦の加工技術の開発を背景として、日本麵だけでなく、国内産小麦にはあまり適性がないとされてきたパン類や中華麵等でも、外国産小麦とのブレンドではなく「国内産小麦（100%）使用」を売りにした商品が見られる。また、こうした商品は、大手だけでなく、中小の2次加工メーカー、製粉企業によっても開発され定着してきている。さらに、産地表示がなされた産地消費的な製品も増加しつつある。こうした取組は、以前から事例的には散見されていたが、近年は、市場で一定の割合

を占めるまでに拡大してきている。この点について、国内産小麦の取り扱い比率が比較的高い中小製粉企業7社と大手製粉企業2社での実態調査をもとに、各道県産小麦のうち、外国産小麦とブレンドされず単独で使われている数量（おそらく「国内産小麦100%使用」と表示された商品に使われている数量）がどれだけあるか試算を行った結果が第1表である。

後述するように、小麦の国際価格の

第1表 道県産別の国内産小麦の単独使用割合の試算結果（2006年産）

	収穫量 (万トン)	流通量 (万トン)	国産単独使用量 (万トン)	国産単独使用 割合
北海道	51	49	22~24	4~5割
福岡県	7	6	2	3割
佐賀県	5	4	1	2割
以上3道県計	63	59	24~26	4割
北関東4県計	8	8	1	1割
その他府県計	13	12	2	2割
全国計	84	79	27~30	3~4割

資料：農林水産省「作物統計」、製粉企業11社の業務データ等を基に筆者が試算。

注(1) 収穫量は「作物統計」、流通量は大手製粉企業4社と中小製粉企業とのシェア等公表されている数値、国産単独使用量は、筆者聞き取りにより推計した。

(2) 北海道、福岡県、佐賀県産小麦については、3道県での聞き取り結果を基に、それ以外の府県産小麦については、福島県、群馬県、愛知県、滋賀県、香川県、山口県、大分県、熊本県での聞き取り調査の結果を基に、①農林61号やそれに近い特性の品種、②ニシノカオリ、ミナミノカオリ、ダブル8号等パン用の適性がある品種とに分け、それぞれごとに推計した。

高騰を機に、2007年以降、「国内産小麦使用」と表示された商品が急激に増加したが、この試算結果によれば、それ以前に出回った2006（平成18）年産においても、すでに、全国で27〜30万トン程度、全流通量79万トンの3〜4割に達する国内産小麦が単独で使用されたと見込まれる<sup>(3)</sup>。

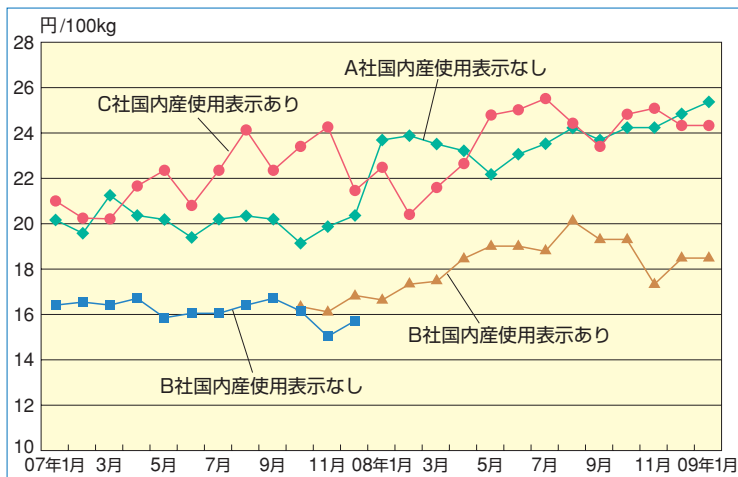
国内産小麦の民間流通への移行間もなくの時期には、今よりも生産量が少なかったにもかかわらず、国内産小麦に対する需要が思うように確保できず、需要を供給が上回ってしまう需給のミスマッチが大きな問題となっていた。このことを踏まえれば、国内産小麦の品質の向上を背景に、国内産小麦を積極的に評価し戦略的に使用していくという動きが拡大していることが、国内産小麦に対する需要を押し上げていくものと考えられる。また、こうした国内産小麦に対する需要の拡大傾向は、国内市場における国内産小麦の地位が変化しつつあるという意味では、構造的な変化の兆しと見ることも可能である。

### 4 小麦の国際価格の高騰が国内産小麦の需要に与えた影響

2007年以降、小麦の国際価格の高騰を受けて、国内における外国産小麦の政府売渡価格が段階的に引き上げられたが、これに対して、国内産小麦の価格は播種前に集荷団体と製粉企業との間での入札取引によって決められることになっており、また、2008（平成20）年産価格は、2007年夏という小麦の国際価格高騰前の時期に決められたこともあって、2007（平成19）年産価格に比べてあまり大きな引き上げとはならなかった。このため、2008年においては、相対的に国内産小麦に割安感が出て、国内産小麦に対する需要が大きく伸びたと考えられる。こうした外国産小麦の価格上昇を受けて、製品の原料となる小麦を割安な国内産に切り替えることで、製品価格を抑える動きが見られた。その一例として、ここでは国内産小麦の最も大きな使用先である日本麵の代表としてうどん（生麵）を取り上げる。

第2図は、首都圏のスーパーマーケットを対象としたPOSデータに基づき、首都圏のスーパーマーケットで販売されているうどん（生麵）3製品のこの2年間の小売価格の推移である。

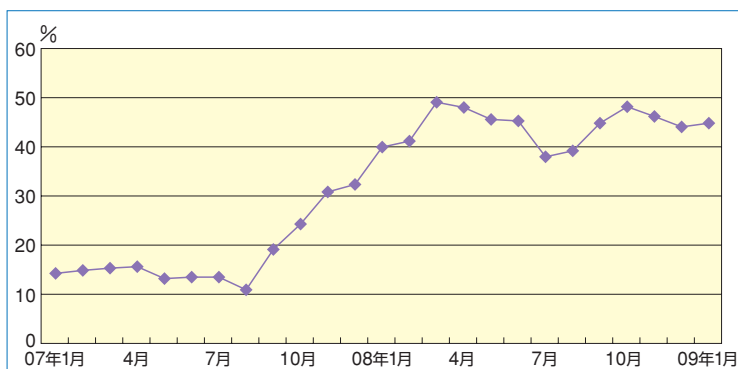
国内産小麦使用表示のないA社製品の価格は、右肩上がりです。2007年4月、10月といった外国産小麦の政府売渡価格の引き上げから若干の時間をおいて価格上昇に転じる動きが見られる。他方、B社製品は、2007年秋に国内産使用表示のある商品に切り替えられ、価格は若干上昇しているものの、その上昇率は低く、A社製品との価格差が拡大している。これらに対して、2007年1月以前より国内産小麦使用表示がされているC社製品の価格は、



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)

資料：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。

2008年4月に外国産小麦の政府売渡価格が30%引き上げられた以降でも、比較的安定した価格で推移している。また、このような日本産での使用において特徴的だったのは、単に国内産小麦の使用割合が増えただけでなく、消費者の国産志向に 대응する形で、「国内産小麦使用」表示の製品の出回り比率が大きく増加したことである。



第3図 首都圏市場上位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)

資料：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：2009年1月現在、「国内産小麦使用」の表示のある商品は、発売時より同表示があったものとして、また、同表示のない商品については、発売時より一貫して表示されていなかったものとして試算を行った。

「(生麺)では、2007年秋以降、「国内産小麦使用」表示のある製品の出回りが急増し、市場の半数近くを占めるまでになっている。続いて、うどん(生麺)以外での、「国内産小麦使用」と表示された商品の出回り状況も把握するため、都内の食品スーパーの同一店舗において、2008年6月末から7月初旬にかけて、および2008年12月末の2時点で店頭調査を行い、その品揃えの変化を把握したものが第2表である。この調査結果によれば、2008年6月末から7

に基づく調査結果から見てみる。第3図は、首都圏の上位4社の販売している全うどん(生麺)に占める国内産小麦使用の表示を行っている製品の比率(金額ベース)の推移である。それまで10%から20%の間で推移していたのが、外国産小麦の政府売渡価格が引き上げられ始めた2007年10月の直前から大きく増加に転じ、その後、2008年に入ってから40%から50%の間で推移している。このように、少なくともうどん

第2表 国内産小麦使用商品の出回り状況(2008年夏期、冬期)

	品目数	うどん(生麺)		冷やし中華麺等(生麺)		うどん(乾麺)		うどん(冷凍麺)		袋入りインスタントラーメン(5食パック)		小麦粉	
		夏期	冬期	夏期	冬期	夏期	冬期	夏期	冬期	夏期	冬期	夏期	冬期
DスーパーF駅支店	品目数	12	21	19	0	3	9	6	12	4	11	5	4
	うち国内産小麦使用品目数	9	13	9	0	1	2	3	7	1	3	1	1
	うち北海道産小麦100%使用品目数	7	7	7	0	0	0	0	0	1	3	0	0
EスーパーF駅支店	品目数	9	12	7	0	4	7	4	5	4	5	4	4
	うち国内産小麦使用品目数	8	8	3	0	0	1	1	1	0	1	1	1
	うち北海道産小麦100%使用品目数	1	3	3	0	0	0	0	0	0	1	1	1

資料：筆者が都内のJRのC駅に立地する2スーパーで調査した結果を集計。注：夏期は2008年6月第5週～7月第1週、冬期は2008年12月第4週。

月初旬の時点で、都内の大手DスーパーF駅支店では、店頭のおどん(生麺)12種のうち9種で「国内産小麦使用」の表示があった。また、つけ麺、冷やし



中華、ざるラーメン19種のうち9種に「国内産小麦使用」の表示がされていた。これが、同年12月になると、季節柄、つけ麺、冷やし中華、ざるラーメン等が売り場から消えたものの、その代わりに、鍋用うどん等でアイテムが強化され、うどん（生麺）21種のうち13種で「国内産小麦使用」の表示がされていた。以上のように、「うどん（生麺）」で、「国内産小麦使用」の商品が多く見受けられるだけでなく、2008年夏期には、つけ麺、冷やし中華等の中華麺で、大手2次加工メーカー製を中心に「国内産小麦使用」と表示された製品が多数出回った。日本麺とは異なり、中華麺では、これまで「国内産小麦（100%）使用」をうたった製品の全国レベルでの商品化が容易にはできないできた（2008年夏以前では、大手製麺業者では、1社が即席麺を、1社がざるラーメンを、それぞれ開発・定着させているのみであった。しかしながら、消費者の国産志向を踏まえ、「モチモチした食感が出る反面、茹で伸びしやすい」という国内産小麦を使用した麺の特性を活かした製品化に向けた様々な技術開発も行われ、つけ麺、ざるラーメン、冷やし中華といったスタイルの中華麺で、「国内産小麦（100%）使用」をうたった商品が数多く販売されることとなった。

以上国内産小麦の品質が大きく変わる

らない中で、小麦の国際価格の高騰を背景に、消費者の国産志向にも応える形で、国内産小麦に対する需要が拡大し、食品スーパーの店頭で、「国産小麦（100%）使用」をうたった製品が多数出回るようになったことを、様々な角度から捉えようと試みてみた。これらことから、小麦の国際価格の高騰が、単に国内産小麦の需要を拡大させただけでなく、大手2次加工メーカー等が国内産小麦を中華麺で使う製品開発・技術開発を行ったことが新たな国内産小麦の需要を生み出したことがうかがわれた。そして、これらの動向からは、以下のことが明らかにになった。

① 現在の国内産小麦の品質でも、外国産小麦に比べて価格面で割安感が出れば、外国産とブレンドする形も含めて需要が大きく拡大する余地がまだかなり存在する。

② 国内産小麦をできるだけ使用するための製品開発、技術開発が、2次加工メーカー、製粉企業等によって行われれば、その分、国内産小麦の需要を拡大させる余地ができる。

## 5 おわりに

わが国の小麦需要の変化と国内産小麦の使用状況の分析からは、今後、小麦の総需要量が減少が見込まれる中で、

国内産小麦の需要を無理なく着実に拡大していくためには、国内産小麦の品質を向上させつつ、日本麺用だけでなく、小麦使用量は多いにもかかわらず国内産小麦の使用割合の低いパン、中華麺、菓子等でも、国内産小麦の需要を掘り起こしていくことが必要不可欠なことが明らかになった。

他方、既に国内産小麦の需要が頭打ち気味であった日本麺用も含めて、多様な小麦製品で、「国内産小麦（100%）使用」をうたうことで、外国産小麦を使用した製品との差別化を図った製品が出回り始め、小麦の需要に構造的な変化の兆しとも言える動きが見られた。国内産小麦の需要を拡大させるためには、こうした動きを促進し、「変化の兆し」ととどめることなく、拡大・定着させていくことも重要である。

さらに、2007年以降の小麦の国際価格の高騰の影響の分析からは、小麦の国際価格の高騰が、単に国内産小麦の需要を拡大させただけでなく、製粉企業や2次加工メーカーによる国内産小麦を戦略的に使う取組が盛んに行われたことが明らかになった。そして、これらの取組に対する分析からは、国内産小麦の需要を拡大するには、新規用途向けの使用を可能にする商品開発・技術開発、品質面以外での国内産小麦の割高感の解消等の取組も重要になってくることが示された。

また、今後の研究課題としては、本報告で示された小麦需給の構造変化の兆しとも言える動きが確固たるものになっていくのか見極めていくことが重要である。そのためには、小麦の国際価格の高騰が収束した時点において、わが国における小麦需要がどの程度となり、一時的に国内産小麦の需要が拡大した影響がどのように出てくるのか分析・整理するとともに、国内産小麦の割安感が解消された後でも、国内産小麦を戦略的に使った取り組みが引き続き拡大していくのか、その影響も含めて調査・分析を行っていくことが必要である。

注(1)吉田行郷(2008)「消費者・実需者ニーズに対応した国内産小麦の供給構造に関する分析」(製粉振興No.500、製粉振興会)では、近年、需給のミスマッチはかなり解消し、国内産小麦の価格も総じて上昇しつつあることを明らかにした。

(2)吉田行郷(2007)「少子・高齢化の進展下における小麦の需給動向」(「農林経済」第9897号、時事通信社)では、今後、少子・高齢化により、小麦の需要は減少するが、米よりは減少率が低くなることを示した。

(3)2008年度に実施した九州の複数の中小製粉企業に対する調査では、農林61号やそれに近い品種では、2006(平成18)年産までは国内産小麦単独での使用割合が2割であったのが、2008(平成20)年産には4割から5割に急上昇している。