

# 主産地毎にみた近年の国内産大麦・はだか麦に対する需要の変化と需要拡大に向けた新たな動き

総括上席研究官（農業・農村領域） 吉田 行郷

## 1. はじめに

近年、民間流通制度導入後、新品種の導入や品質の向上等を背景に、国内産大麦・はだか麦に対する評価が高まり、それぞれの産地の特性を踏まえた国内産独自の需要が生まれています。そこで、本報告では、国内産大麦・はだか麦のフードシステムがどのように変容したかを主産地毎に示し、今後の国内産大麦・はだか麦の需要拡大に向けた課題を明らかにしました。

## 2. 変貌を遂げる主産地での大麦・はだか麦の生産

大麦・はだか麦の主産地では、品種の転換が進んでいて、次第に外国産との差別化が可能な品質を有する品種の生産が拡大しています。

特に、北陸では、実需者である押麦等を生産する精麦企業の意向を踏まえて全面的な作付転換が行われ、主産地を形成している3県で作られている六条大麦は「ファイバースノウ」に100%統一され、実需者の求める品質の向上と均質性を実現しています（第1表）。

また、九州でも、実需者であるビール醸造メーカー、焼酎醸造メーカー、味噌メーカーの意向を踏まえて、二条大麦、はだか麦で作付転換が進められています。

第1表 六条大麦「ファイバースノウ」の県別作付面積の推移

(単位：ha)

	平成13年産	14	15	16	17	18
全国計	-	-	4,650	7,760	7,160	7,300
福井県	50	410	1,780	4,700	4,030	4,100
富山県	-	-	1,400	1,470	1,690	1,810
石川県	-	-	888	1,220	1,110	1,030
その他	-	-	582	370	330	360
(参考) 福井県産「ミノリムギ」の作付面積	4,080	4,060	2,780	0	0	0

資料：農林水産省「作物統計」、福井県庁調べ。

注：1) 農林水産省による品種別作付面積についての調査は18年産が最後。

2) 平成13年産、14年産については福井県庁調べの数値。

これらに対して、関東でも新品種の導入が積極的に行われていますが、栃木県のビール用大麦以外では、品種転換という形ではなく、古い品種も数多く残されています。

## 3. 主産地毎に見た国内産大麦・はだか麦のサプライチェーン

九州産大麦・はだか麦は、主に焼酎、味噌、ビール用に使われ、焼酎用、味噌用については、九州内の精麦企業が精麦しています。そして、ビール用は、大手ビール醸造メーカーの工場直接加工されます。

関東産は、二条大麦がビール用に、六条大麦が麦茶、押麦等用に使用されます。このため、前者が関東内の大手ビール醸造メーカーの工場、後者が、中小の麦茶メーカー、精麦企業で加工されています。

北陸産の多くは押麦等に使われていますが、その精麦・加工を行うのは関東の精麦企業で行われており、押麦等は首都圏だけでなく、広く全国で発売されています。

このように、3主産地で、用途が異なり、使用する2次加工メーカーや精麦企業の立地でも棲み分けられています。他方で、地元産の精麦を行える精麦企業が地元十分に立地していないケースが多数見られます。したがって、今後、各主産地での大麦・はだか麦の生産量がさらに増加すると、i) 麦焼酎や味噌用では、使用製品自体に対する需要を九州以外の消費地で確保していくことが必要になり、ii) 全国の手ビール醸造メーカーの主要工場に同種同質の大麦を移送することが必要になると考えられます。このため、各主産地の大麦・はだか麦のサプライチェーンも、小麦同様に、より広域なものに変わっていく必要がありますし、精麦企業の立地や生産能力、コーディネート機能の問題を解決していくことが大きな課題になってくると考えられます。

## 4. 主産地産毎に見た国内産大麦・はだか麦の近年の消費動向

九州産大麦・はだか麦では、「九州産大麦・はだか麦使用」表示のある麦焼酎で需要が生まれて持続しています（第1図）。また、首都圏等にもこれら

が進出し定着しています。麦味噌は、その多くが国内産大麦・はだか麦を使用してきましたが、そのことを表示して差別化する動きはこれまで稀でした。しかし、近年、国産使用表示により差別化する動きが拡大しています。また、大分県では、同県特産品の大麦製品のイメージを活かして、国内産大麦を使用した大麦麺、スナック菓子の製造・販売に取り組む動きも出てきています。

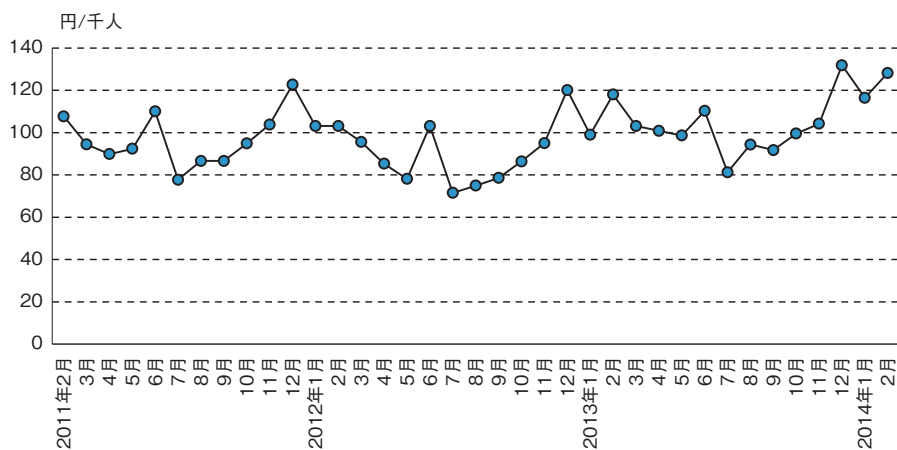
関東産では、日本最大のビール用二条大麦の産地・栃木県で、新品種への転換が進展しています。これらを背景に、国内産大麦を使用したプレミアムビールを本格的に発売し、これを定着させようという動きが拡大しています。また同じく栃木県では、ビール用に使われなかった地元産の二条大麦を使って、国内産大麦使用表示のある焼き菓子や麦味噌を製造・発売し、これが新たな需要を生みつつあります。

北陸産では、北陸3県における「ファイバースノウ」への全面転換を機に、全国流通する関東の精麦企業による「国内産使用」表示のある押麦等で、全国に独自の需要を確立し、販売額が増加しています(第2図)。このため、精麦企業から増産要請を受ける状況となっています。また、既存の精麦企業が立地していないため、北陸産の大麦を自ら精麦、製粉して製造した「大麦粉」を販売する新たな企業が出現しています。将来、この大麦粉が新たな需要を生み出す可能性が出てきています。

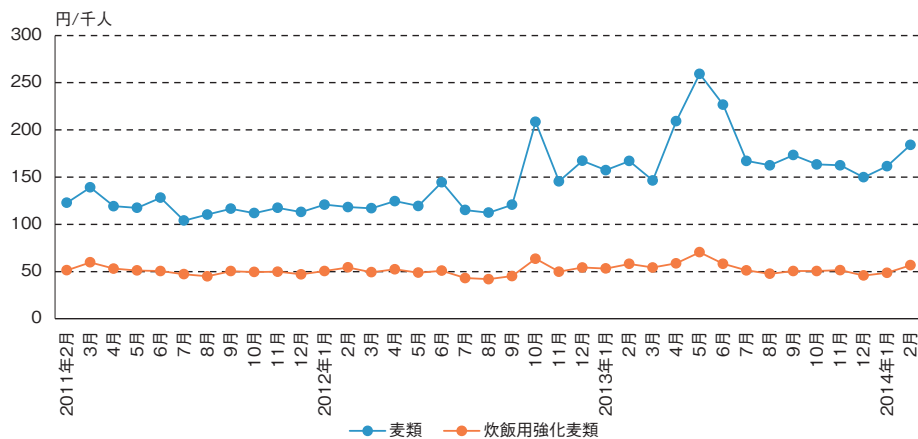
## 5. 大麦・はだか麦の需要拡大に向けた今後の課題

今後、需要に応じて国内産麦の生産を拡大していくためには、現在、棲み分けられている「大麦・はだか麦市場におけるそれぞれの居場所」を着実に拡大しつつ、粉食向け等の新たな需要も拡大していくことが必要です。

焼酎用、ビール用では、品質の安定、均質性、十



第1図 国内産大麦を使用した麦焼酎の販売額の推移 (上位30品目計)  
資料：日本経済新聞デジタルメディア社による全国のスーパーマーケット等331店舗におけるPOSデータから筆者が集計。



第2図 麦類の販売額の推移 (全国)  
資料：日本経済新聞デジタルメディア社による全国のスーパーマーケット等331店舗におけるPOSデータから筆者が集計。

分な生産量、ロットの確保が重要なので、需要が十分に確保できるスピードで転換を行いつつ、主産県間で品種統一を図ったり、それに合わせたサプライチェーンを構築していくことが必要と考えられます。

焼酎用、味噌用等の国内産麦の使用とその表示がまだ少ない分野で、消費者にアピールする差別化戦略の強化が求められます。例えば、関東での地元産麦を使った付加価値の高い麦味噌の製造・販売を参考に、九州でも、国内産麦を戦略的に活用し、麦味噌、麦焼酎に更に付加価値を付ける工夫が必要です。

新たな可能性を秘めた大麦粉については、小麦粉、米粉との差別化を図るため、大麦独自の美味しさや機能性を活かした商品開発が重要です。

そして、精麦企業が産地でコーディネート機能を発揮できれば、より安定的な国内産の需給の確保、新商品開発による新たな市場の開拓、精麦コストの削減による需要拡大の可能性がります。