

民間流通制度導入後の国内産麦のフードシステムの変容に関する研究（大麦・はだか麦編）

～最新の需給事情も踏まえた今後の対応方向～

企画広報室長 吉田 行郷

1. はじめに

民間流通制度が導入された2000年以降、再び国内産麦の需給や麦政策に関する研究が行われ始めており、その成果の数も少しずつですが増加してきています。しかし、民間流通制度導入後の国内産麦のフードシステムがどのように変化し、国内産大麦・はだか麦に対してどのような需要が生まれているかを主産地ごとに分析した研究は、まだ行われていません。そこで、まず主産地である九州、関東、北陸における大麦・はだか麦の生産・流通・使用状況の特徴と違いを整理・分析しました。そして、各主産地産の大麦・はだか麦に対する需要が異なる形で変化し、特に近年は、国内産大麦・はだか麦の需給全体に影響を与える新たな動きも出てきていることから、主産地ごとに需要拡大に向けた今後の対応方向が異なることを明らかにし、国内産大麦・はだか麦に対する需要を拡大させていくための中長期的な課題について考察します。

2. 各主産地における大麦・はだか麦の生産動向

九州では、福岡県、佐賀県において、ビール用の二条大麦で徐々に品種転換が進められています。関東でも、栃木県においては、ビール用の二条大麦で「スカイゴールデン」から「サチホゴールデン」への転換を平成26（2014）年産に終了させていますが、残りの3県ではそうした動きはみられず、多くの種類の大麦・はだか麦が生産されています。これらに対して、押麦、麦茶用に使われる六条大麦の日本一の産地である北陸では、関東の精麦企業等実需者からの要請を踏まえ、平成13（2001）から15（2003）年産にかけての3年間で、「ミノリムギ」から「ファイバースノウ」への全面転換が行われています。このように、民間流通制度が導入された2000年頃に比べると、小麦と同様に、大麦・はだか麦の主産地でも、程度の差はあるものの品種の転換が進展しています（小麦同様に品種の整理・統合が課題になっている産地もあります）。そして、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割合が拡大しています。

3. 主産地ごとに異なる国内産小麦のサプライチェーンの特徴

九州産は、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。ビール用は大手ビール醸造メーカーの工場に直接加工されています。これに対して、関東産は、二条大麦がビール用に、六条大麦が麦茶、押麦等麦類用に使用されており、それぞれ関東内の大手ビール醸造メーカーの工場、中小の麦茶メーカー、精麦企業で加工されています。北陸産は、その多くが押麦等麦類に使われ、その精麦・加工を行うのは関東の精麦企業で、押麦等麦類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がされています。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数多くみられます。

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、麦焼酎や麦味噌で、使用製品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ます。また、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も求められるようになり、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。このため、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いくと考えられます。

4. 近年、国内産大麦・はだか麦の消費で見られる新たな動き

押麦に加工するのではなく、そのまま粒で米に混ぜて食べるもち麦（もち性大麦）については、その食感の良さ（柔らかく、粘りが強い）や含有βグルカンの多さが、消費者に認知されつつあります。特に、2016年に入ってから、販売額が年間を通じて大きく増加しており、需要がどの水準で落ち着くか今後の動向を見守る必要があります（第1図）。また、現在はもち麦を使用した主要製品の多くが、原料となる大麦を外国産に依存していますが、そうし

た中で、国内産もち麦を使用した製品が、産地だけでなく首都圏でも出現していることが注目されます。

原料を大きく外国産に依存する麦焼酎でも、近年、国内産大麦・はだか麦を使用して、そのことを表示する動きが拡大し、それが継続しています。

ビールでも、これまで単発で、国内産大麦を使用したビールが大手ビール醸造メーカーから発売されてきましたが、2014年2月には国内産大麦を使用したプレミアムビールの本格的な発売キャンペーンが展開され、お中元、お歳暮商戦の基幹的な商品としてだけでなく、定番商品として一時定着し、現在も同じコンセプトの製品が販売され続けています。今後、こうした国内産大麦を使用したビールが定着していくか注視していく必要があります。

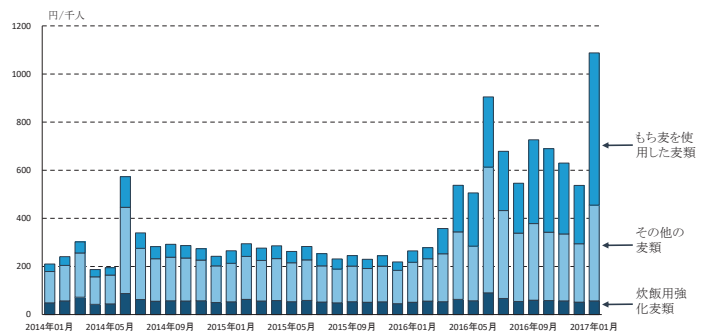
麦味噌でも、九州出身者、転勤で九州に住んだ経験のある者等を対象に、首都圏等九州外での麦味噌の販売が次第に拡大しています。そうした中で、麦味噌でも、近年、国内産原料使用表示を行う製品が少しずつ増加しています。

また、グラノーラが、テレビ番組、雑誌等での紹介を受けては販売が拡大するという動きを繰り返しつつ販売金額を増加させてきています（第2図）。そうした中で、2014年9月に国内産二条大麦を使用したグラノーラが発売になって以降、その販売金額が右肩上がりで急増しています（第3図）。このため、国内産大麦を使用したグラノーラのブームが去った後に、どのくらいの需要が残る、そこに十分な供給ができるか見極めていく必要があります。

5. 国内産大麦・はだか麦の需要拡大に向けた中長期的な対応方向

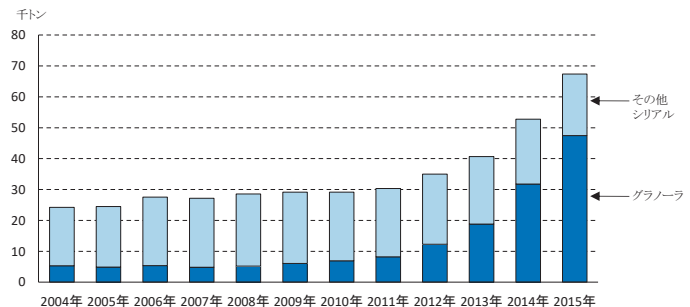
需要がブームで急増しているものの原料を大きく外国産に依存しているもち麦やグラノーラ、国内産の需要拡大の可能性が大きい焼酎やビールでの国内産の使用を拡大するためには、それらの用途に適性のある新品種を開発・導入するだけでなく、品質の安定、均質性、十分な生産量、ロットの確保も重要になります。そして、需要が十分に確保できるスピードで転換を行いつつ、主産県間で品種統一を図り、それに合わせたサプライチェーンを構築していくことが必要です。

また、焼酎用、味噌用といった国内産麦の使用とその表示がまだ少ない分野では、消費者にアピール



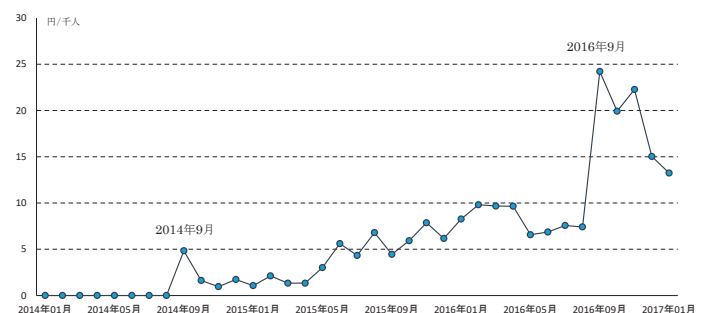
第1図 麦類の販売額の推移（全国）

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など419店におけるPOSデータより筆者が集計。



第2図 シリアル生産量の推移

資料：日本スナック・シリアルフーズ協会「シリアルの出荷（生産）額」。



第3図 国内産大麦を使用したグラノーラの販売金額の推移（首都圏）

資料：日本経済新聞デジタルメディア社による首都圏スーパーマーケットなど113店におけるPOSデータより筆者が集計。4社7種類の製品の販売金額の合計である。

する差別化戦略の強化が必要です。

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βグルカン由来の機能性を活かした商品開発が重要になります。また、大麦粉の需要拡大のためには、二条大麦と六条大麦の産地が連携して日本全体で市場を拡大していくことが効果的と考えられます。

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・製粉コストの削減による需要拡大の可能性が広がります。