

国内産小麦の需要拡大に向けた今後の対応方向 ～北海道産小麦と九州産小麦の比較分析から～

政策研究調整官 吉田 行郷

1. はじめに

近年、我が国の小麦需要における国内産の地位が次第に向上してきています。他方で、各産地で生産されている小麦の特性や流通・使用状況に違いが見られます。そこで、北海道産と九州産の小麦について比較分析を行うことで、主産地ごとに国内産小麦に対する需要の違いがあり、需要拡大に向けた今後の対応方向も異なることを明らかにしました。

2. 北海道産小麦と九州産小麦の生産・流通・使用状況の違い

北海道産と九州産の小麦の生産・流通・使用の特徴を整理すると第1表のようになります。

第1表 北海道産小麦と九州産小麦の生産・流通・使用状況の違い

	北海道産小麦	九州産小麦
生産状況	輪作での作付が頭打ち。「ホクシン」から「きたほなみ」への全面的な作付転換で生産量拡大、品質向上が期待できる状況。春播き小麦が多くを占める強力小麦の生産が停滞していたが、秋播きの「ゆめちから」の増産が見込める状況。	水田裏作での作付は頭打ち。ただし、大麦からの転換の可能性があり、裏作の行われていない水田も多い。歴史の長い品種が多く、「シロガネコムギ」から「チクゴイズミ」や強力小麦「ミナミノカオリ」等への作付転換は進んでいない。
流通・使用状況	8割以上、道外で消費。その多くは大手2次加工メーカーが全国展開する商品の原料。日本麺、冷やし中華の国産、北海道産使用表示のある商品での使用も多い。「春よ恋」等の強力小麦は、全国各地のリテール・ベーカリーが使用。道内での中華麺での使用も増加。	7割が九州内で製粉され、製粉後も九州内での地元の2次加工メーカーによる使用が多い。九州内では、日本麺用が中心で、九州産小麦使用表示のある商品も出回り。強力小麦「ミナミノカオリ」も、北海道産に比べ割安感があり、九州内でパン用、中華麺用の需要が拡大。

北海道産の普通小麦「きたほなみ」は、外国産と差別化された大きな需要があるものの、外国産とは厳しい競合関係にあり、外国産との価格関係や大手1社の使用方針の変更で大きく需要が増減する可能性があります。他方で、北海道産の強力小麦は、国産志向の強い消費者向けとして外国産と棲み分けられています。需要が拡大しているにもかかわらず、これまで作付面積が増えない状況が続いてきました。

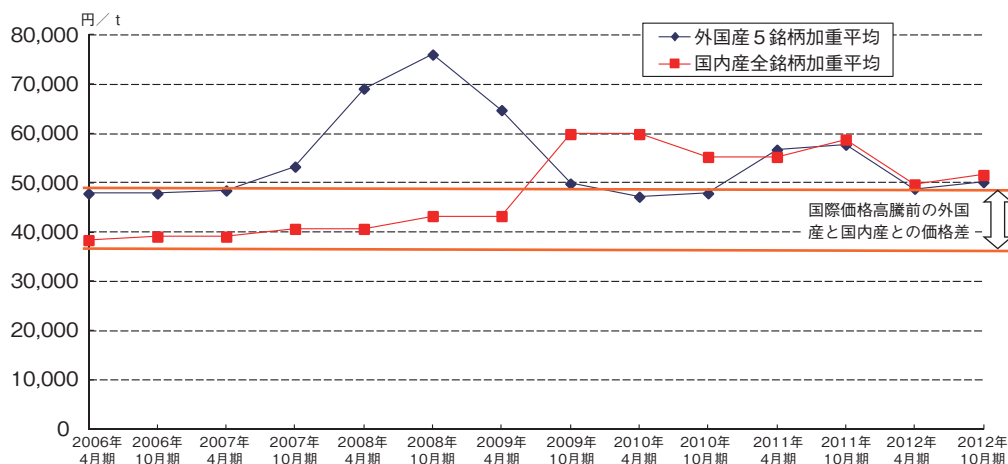
一方、九州産の普通小麦では、もちもちした食感を出せる「チクゴイズミ」が、外国産と棲み分けていますが、供給が需要の拡大に追いついていません。他方で、外国産に比べて品質が劣り、外国産とのブレンド需要が多い「シロガネコムギ」は、国内産が割高なため（第1図）、需要が減少していますが、需要のある品種への作付転換が進んでいません。また、強力小麦の「ミナミノカオリ」は、外国産だけでなく、北海道産の強力小麦とも、割安なため棲み分けていますが、需要の拡大に応じた供給はまだ実現できていません。

3. 北海道産、九州産小麦の需要拡大に向けた課題

(1) 当面の課題

外国産小麦に対して割高感がある中で、外国産とのブレンド需要減退への対応、強力小麦の増産が必要な点は共通ですが、北海道産と九州産の小麦では、その特性、生産・流通・使用状況の違いにより、外国産との競合関係、対応方向が異なります。

北海道産小麦については、収量の高い「きたほなみ」が、外国産に品質面で劣らないものの厳しい競合関係にあるため、豊作になっても過剰とならないよう、需要を確実に確保していく必要があります。



第1図 外国産小麦の政府売渡価格、国内産小麦の入札価格の推移

資料：農林水産省「輸入小麦の政府売渡価格の改定について」、(社)全国米麦改良協会「民間流通麦に係る入札結果の概要」
注(1) 価格は外国産小麦、国内産小麦共に消費税込みの価格である。

(2) 国内産小麦の入札価格は、前年夏の播種前契約における指標価格である。ただし、2011年10月以降については、外国産の価格変動に対する事後調整ルールを指標価格に適用して算出した価格である。

す。また、需要に応じた生産拡大ができていないため、「春よ恋」等の強力小麦の価格が高くなり過ぎており、現在ある需要が冷え込むことが懸念される状況が続いています。このため、こうした事態をできるだけ早く解消する必要があります。

一方、九州産小麦については、これまで4年連続の不作ですが、割安であることを前提に外国産とブレンドさせていた「シロガネコムギ」が、平年作以上で過剰になる可能性があるため、これを回避する必要があります。他方で、需要に供給が追いついていない「チクゴイズミ」や強力小麦の「ミナミノカオリ」、「ラー麦」の増産を図る必要もあります。

(2) 中長期的な課題

中長期的には、日本麺の消費量の減少、少子・高齢化の更なる進展から、日本麺が主な用途の普通小麦全体の需要が減少すると見込まれています。このため、中長期的には、北海道、九州共に、自給率向上に向け小麦の生産を拡大させつつも、需要に応じた生産のためには、日本麺が主な用途の普通小麦から、パン用、中華麺用に使える強力小麦への転換が不可欠になります。しかし、生産されている小麦の特性、生産・流通・使用状況が異なるため、北海道と九州では対応方向に違いがあります。

北海道の畑作地帯では輪作小麦の作付面積の拡大が困難なため、水田作地帯における転作小麦の生産拡大が重要です。同時に、普通小麦から強力小麦への転換を着実に進め、大手2次加工メーカーが求めるロットと均質な品質の強力小麦の生産を実現し、それらが製造するパンや中華麺での外国産との置き換えを実現する必要があります。

一方、九州では、水田作地帯における裏作小麦の作付拡大に努め、その拡大のスピード以上に普通小麦から強力小麦へ転換していく必要があります。また、生産拡大に伴い、九州内だけでは十分な需要が

確保できなくなり、九州外で九州産小麦の需要を掘り起こす必要も出てくると考えられます。

4. 需要拡大に向けた需要サイドでの具体的な対応

(1) 北海道産小麦

北海道産小麦の多くは、大手2次加工メーカーの製品の原料に使われ、全国の手廻りスーパー、CVS等で売られています(第2図)。これを踏まえたマーケティング戦略が重要であり、具体的には、北海道産小麦のイメージアップ戦略により、付加価値を高めて、外国産との更なる代替を実現していくことが考えられます。こうしたイメージアップができれば、まだまだあまり使われていない外食・中食での使用も拡大していくことが期待できます。

また、大手2次加工メーカーが、「ゆめちから」等を主要製品の原料で使うには、均質性と大ロットの確保面でまだ時間がかかるため、それまでの間は、製粉企業と中小の2次加工メーカー等とが連携した強力小麦の需要の掘り起こしが重要になると考えられます。

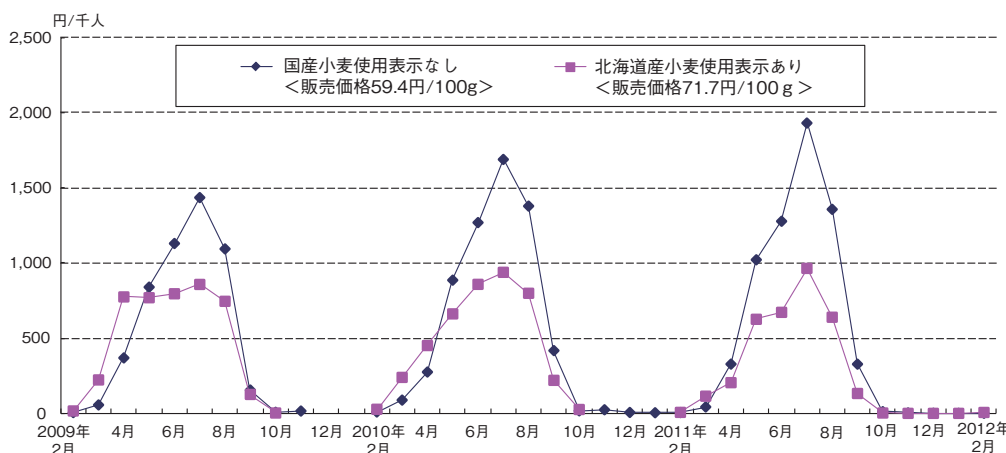
(2) 九州産小麦

「チクゴイズミ」の首都圏等における需要が拡大しているものの、九州産小麦の多くは、九州内で製粉された後、九州内で最終製品化され、九州の消費者が購入しています。

したがって、まずは、「チクゴイズミ」や強力小麦を戦略的に活用し、九州産にこだわった九州内の需要を、更に掘り起こし、将来の需要拡大に結びつけていく必要があると考えられます。また、その際、「シロガネコムギ」と他の九州産小麦とのブレンドによる「九州産小麦使用」表示商品の拡大も、「シロガネコムギ」の過剰回避の観点からは有効です。

そして、中長期的には、北海道産より割安な九州

産強力小麦の有利性、普通小麦の外国産にはない特性を活かして、九州以外にも新たな需要を開発していく必要があります。また、「九州産小麦使用」、「チクゴイズミ使用」といった表示が九州以外でほとんど見られないことから、九州産小麦の知名度アップの取組も重要になってくると考えられます。



第2図 首都圏の市場に定着した大手製麺業者J社が製造する生冷やし中華麺

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等92店舗におけるPOSデータから筆者が集計。注。価格は、それぞれにおいて、この37ヶ月間で最も売れた商品の同期間における平均価格（販売額加重平均）である。