

主産地毎にみた近年の国内産小麦に対する 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、強力系小麦も含めた新品種の導入、品質向上、使用技術の開発等を背景に、国内産小麦に対する需要は大きく変化しています。そこで、本報告では、国内産小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、今後の国内産小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小麦生産

中力系小麦では、北海道で「ホクシン」から「きたほなみ」へ全面転換が行われ、関東でも長らく生産の大宗を占めていた「農林61号」から「さとのそら」への転換が急速に進展しています（第1図）。これらに対して、九州では古い品種の生産を継続しています。

強力系小麦では、北海道で「ゆめちから」の生産量が急増しています。九州では「ミナミノカオリ」が4県すべてで生産されるようになり、「ラー麦」の生産量も着実に増加しています。関東でも、4県すべてで強力系小麦の作付を実現しました。

このように北海道で大手2次加工メーカーが使用可能な品質と量の中力系小麦と強力系小麦が揃い、九州でもそれに準ずる供給体制が整いつつあります。これらにより、我が国における小麦製品での国内産小麦の使用状況を大きく変える可能性が出てきています。

3. 主産地毎に見た国内産小麦のサプライチェーン

北海道産は8割以上が道外に移出され、主に大手2次加工メーカーが全国展開する製品の原料で使用

しています。他方、九州産は7割が九州内で製粉され、主に九州内の中小2次加工メーカーが使用しています。これらに対して、関東産はその多くが関東内で製粉され、外国産とブレンドされて大手2次加工メーカーの製品等で使用されています。

このように、これまで3主産地産の小麦は、使われ方が異なり棲み分けられてきました。しかし、今後、各主産地での小麦の生産量がさらに増加すると、外国産との競合関係も強まり、3主産地間の競合関係が強まるものと考えられます。

既に、北海道産と九州産とが競合関係にあることを示す動きも出てきています（第2図）。九州産の不作（5年連続）の方が北海道産の不作（3年連続）より長かったこともあり、平成26年産の入札取引までは強力系小麦では大きな価格差が存在していたのが、一気に価格差が縮まり、北海道産の方が安くなってしまいました。こうした動きにより、北海道産の方が品質面で高く評価されている一方、北海道産に対して「割安」というメリットにより安定した需要を確保していた九州産が、そのメリットを失ってしまい、27年産の入札取引では、九州産の価格が大きく下落しています。

そして、こうした競合関係の強まりを受けて、それぞれ主産地毎に異なる形で形成されてきた国内産小麦のサプライチェーンも、より広域なものに変わっていく必要が出てきます。

4. 主産地産毎に見た国内産小麦の近年の消費動向

北海道産は、全国流通する大手2次加工メーカー製の「国内産小麦使用」、「北海道産小麦使用」表示のある製品で独自の需要を確立しています。

そして、強力系小麦の増産等により、こうした「国内産小麦使用」表示製品が、うどんから冷やし中華、ラーメン、パンへと製品の種類でも拡大しています（第1表、第3図）。

他方、九州産は、九州域内で流通する「九州産小麦使用」表示のある製品で独自の需要を確立しています。特に、「モチモチした

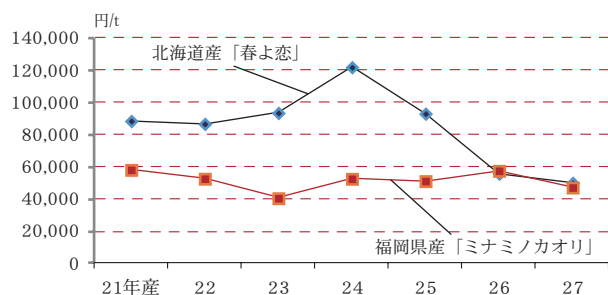
年	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2014
北海道	きたほなみ							2006年		
	キタノカオリ						2002年			
	春よ恋						2001年			
	ゆめちから								2011年	
九州	シロガネコムギ	1974年								
	チクゴイズミ				1993年					
	ミナミノカオリ						2003年			
	ラー麦							2008年		
関東	農林61号	1943年								
	さとのそら							2009年		
	タマイズミ						2002年			
	ゆめかおり							2009年		

第1図 北海道、九州、関東における主な小麦品種の導入状況（2014年現在）

資料：農林水産省「品種登録ホームページ」。

注(1)各品種の欄にある年数は、品種登録年である。

(2)網がけされた品種は強力系小麦であり、それ以外は中力系小麦である。



第2図 北海道産小麦と九州産小麦の価格比較（強力系小麦）

資料：(一社) 全国米麦改良協会「民間流通に係る入札結果の概要」。
注：価格は、各年における落札加重平均価格（税別）である。

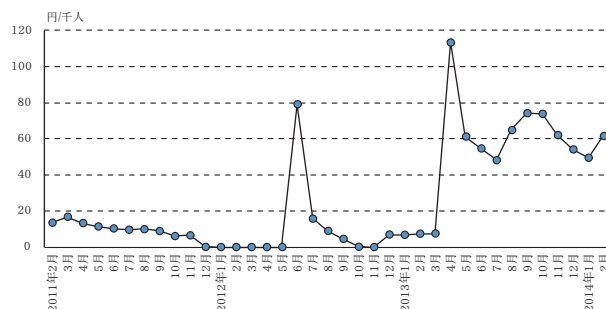
食感」を出せる「チクゴイズミ」の評価が高まり、つけ麺等の一部の用途では首都圏等でも需要が拡大しています。

また、前述のように、九州産の「ミナミノカオリ」は、北海道産より品質面で劣るものの、平成25年産までは価格面で比較優位にあり、九州内だけでなく、首都圏、関西圏でも使用されるなど、国産志向の強い消費者向け需要を中華麺やパン用で確保していました。加えて、新たに導入された「ラー麦」の需要も着実に拡大しています。

これらに対して、関東産は、「農林61号」から「さとのそら」への全面転換で、外国産小麦とのブレンドではなく、単独での使用が拡大すると見込まれています。そして、最近、関東各県で強力系小麦が生産され始めたのを受けて、新たな用途が広がっています。

このように、民間流通制度の導入後、強力系小麦も含めた新品種の導入や使用技術の向上を背景に、国内産小麦を積極的に活用しようとする新たな動きが出てきており、それが国内産小麦に対する評価を大きく向上させてきています。

5. 小麦の需要拡大に向けた今後の課題



第3図 国内産小麦使用食パンの販売額の推移（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等95店舗におけるPOSデータから筆者が集計。

近年、国内産小麦に対する評価は大きく向上しましたが、他方で、北海道や関東における品種転換については、需要が供給の拡大スピードに追いつかず、供給過剰を引き起こしました。

また、九州産の「チクゴイズミ」、「ミナミノカオリ」は、近年需要が拡大していましたが、そのスピードに見合った増産ができず価格が上昇してしまいました。そして、外国産、北海道産に対する割安感というメリットがなくなり、一転して供給過剰となりました。

このような課題が発生しているということは、「小麦のサプライチェーン内で、2次加工メーカーから小麦の生産者に情報が伝達されない」という従来から指摘されている課題が未だに解決していないことを示していると言えます。

また、新たに導入される品種の数が増加する中で、以前から作られている品種が未整理なため、作付品種が増え過ぎることも課題になってきています。

このほか、国内産小麦を使用し、そのことを表示することで差別化を図る製品が全体的には増加しているものの、消費地によってその程度に違いがみられ、それぞれの消費地で、そうした取組の普及・定着が不十分な分野が存在していることも明らかになっています。

第1表 生冷やし中華そば（チルド）の販売金額ランキングの変化（首都圏）

2009年			2013年		
順位	製造企業の規模・産地表示	販売金額 シェア	順位	製造企業の規模・産地表示	販売金額 シェア
1	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	13.3	1	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	17.1
2	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	10.8	2	大手製品（国内産小麦使用表示あり）	10.5
3	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	8.8	3	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	8.1
4	大手製品（北海道産小麦使用表示あり）	5.2	4	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	4.9
5	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	4.7	5	大手製品（国内産小麦使用表示あり）	4.7
6	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	4.1	6	中小製品（国内産小麦使用表示なし）	4.0
7	中小製品（国内産小麦使用表示なし）	3.9	7	大手製品（北海道産小麦使用表示あり）	3.7
8	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	3.6	8	大手製品（国内産小麦使用表示あり）	3.4
9	大手製品（北海道産小麦使用表示あり）	3.5	9	大手製品（北海道産小麦使用表示あり）	3.1
10	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	2.8	10	大手製品（国内産小麦使用表示なし）	2.8
上位10製品の売上高に占める国内産小麦使用表示のある製品のシェア（%）		14.4	上位10製品の売上高に占める国内産小麦使用表示のある製品のシェア（%）		40.9

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等（2009年：93店、2013年：101店）におけるPOSデータに基づき筆者が集計。

注(1) 〇は、2014年4月時点において、既に国内産小麦使用表示の新製品に差し替えられている。

(2) 2009年は2009年4月から2010年2月までの値であり、2013年は2013年1月から12月の値である。