

日本の麦—拡大し続ける市場の徹底分析—

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（大麦編）

企画広報室長 吉田 行郷

1. 研究の背景と目的

消費者の健康志向の高まりの中で、大麦に豊富に含まれているβ-グルカン（水溶性食物繊維）が注目され、国内産大麦に再び脚光が当たり、新たな需要も生まれてきています。特に近年は、もち性大麦に対する需要の急増、大麦粉を使用した製品の開発・発売等国内産大麦の需給に影響を与える新たな動きが次々に出てきています。しかし、国内産大麦の産地が、こうした動きに十分な対応ができず、国内産のもち性大麦を中心に需要が供給を上回る逆ミスマッチ状態が続いています。

こうした状況となった要因を、2016年以降の新たな動きも踏まえて、我が国の大麦のフードシステムにおける各主産地産の大麦の位置付けを浮き彫りにしながら、明らかにしました。

その上で、今後、国内産大麦の需要を更に拡大・定着していくために取り組むべき中長期的な課題について考察しました。

2. 各主産地での新品種の導入が国内産大麦の需給に与える影響

民間流通制度が導入された2000年頃に比べると、その後、小麦と同様に、大麦の主産地でも、程度の差はあるものの品種の転換が進展しました（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）。このため、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ました。こうした品種の転換に加えて、栽培技術の向上等もあり、国内産大麦への積極的な評価が増加し、国内産が使用可能な用途も拡大しています。

3. 主産地ごとに見た麦類等での大麦の使用状況の変化

健康ブームを背景として、押麦や五穀米、十穀米等に使われる精麦の需要拡大とその収束がありました。その後、押麦等麦類の販売額は2015年まで安定的に推移しました。しかしながら、2016年に入ってから、もち麦（もち性大麦）の爆発的なブームにより、麦類の販売金額が急増し、それが2年半以上続く状況となっています。

なお、図からも分かるように、「その他の麦類」の大部分を占める国内産大麦を使用した製品の販売額は、一時、「もち性大麦を使用した麦類」とともに増加する時期もありましたが、最近は減少傾向にあり、相対的な地位も低下しています。

これに対して、2011年以降2016年くらいまで、国内産大麦に割高感があり、かつ、麦焼酎の総販売額が減少する中で、国内産大麦を使用しそれを表示している製品の販売額は全体的には安定的に推移しています。2017年には、各社、国内産大麦を使用したプレミアム商品を新たに発売しました。その背景として、国内産大麦の品質への評価の高まりがあると考えられます。しかし、国内産大麦の使用が、芋焼酎も含む他の焼酎との差別化に利用されているものの、紙パック製品が多いなど本当の意味でのプレミアムの獲得は、まだ不十分といえます。国内産大麦を使用した長期貯蔵のプレミアム焼酎も相次いで発売されましたが、残念ながらその後市場に定着したとは言いきれない状況が続いています。

また、ノンカフェインの健康飲料として近年注目されている麦茶飲料の生産量が堅調に推移して

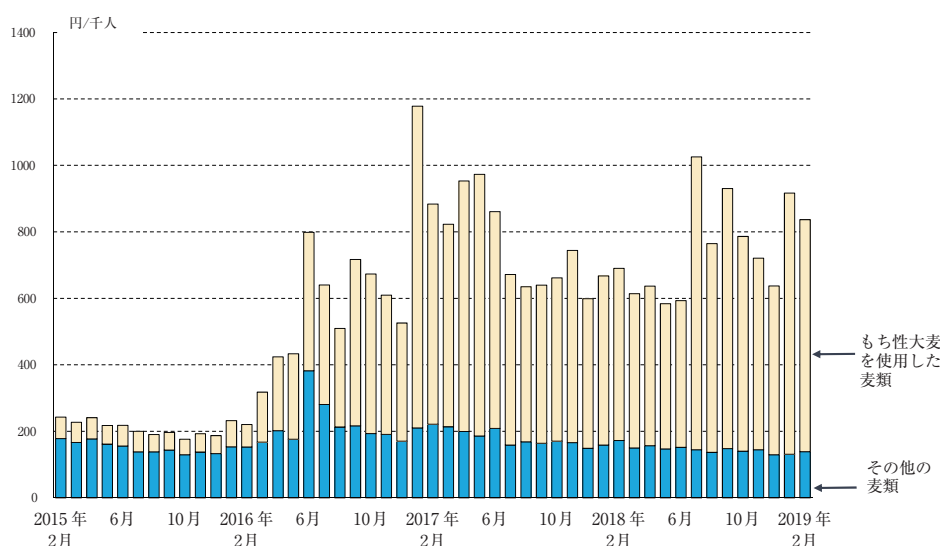


図 表類の販売額推移（全国）

資料：日本経済新聞デジタルメディア社による首都圏のスーパーマーケットなど119店におけるPOSデータより農林水産政策研究所吉田行郷が集計。

注：麦類とは、押麦、米粒麦等米に混ぜて炊飯して食べる大麦製品のことである。

おり、国産使用割合も2016年以降、回復しています。これらに対して、国内産大麦の使用割合が高い麦味噌の生産量については、近年、減少傾向で推移しています。

他方で、シリアル生産量が近年急増していますが、その内訳をみるとグラノーラの増加によるところが大きく、その他シリアルは、むしろグラノーラに押されて減少しています（ただし、グラノーラの生産量は2016年をピークに2年連続で減少しています）。食品スーパーにおけるシリアル・コーナーでも、現在は、グラノーラの占有率が圧倒的に高くなっていますが、高級食品スーパーでは、国内産大麦を使用した製品も販売されています。

以下、大麦の使用状況について主産地ごとの特徴を整理しました。

＜北陸産大麦＞

北陸4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ました。ただし、北陸産六条大麦の豊作、外国産もち性大麦の需要拡大とその後の定着から、「ファイバースノウ」にやや過剰感が出て価格が下落し、作付面積も減少しています。今後、麦類製品での国内産もち性大麦に対する需要拡大に対応していくかが課題となっています。

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や大麦製品を製造・販売する福祉施設が出現しています。将来、これらが新たな需要を生み出す可能性があります。

＜九州産大麦＞

九州産大麦を使用した大麦グラノーラ、大麦麺、もち性大麦を使用した麦類製品への需要が拡大しており、こうした需要に対する国内産大麦の増産が急務となっています。

＜関東産大麦＞

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（大麦粉使用）、大麦バターサンド等を製造・発売し、これが新たな需要を生んでいます。

4. 大麦の需要に応じた生産に向けた課題

今後、需要に応じて国内産大麦の生産を拡大していくためには、現在、各産地で棲み分けられている「大麦市場におけるそれぞれの居場所」を着実に拡大しつつ、もち性大麦製品、粉食向け等の新たな需要も拡大していくことが必要となっています。

需要が急増しているもち性大麦やグラノーラで国内産大麦を使用してもらうためには、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、同時に、品質の安定、均質性、十分な生産量、ロットの確保が重要です。現在は、国内の各産地で徐々にもち性大麦の生産が進展していますが、まだ、少量多品種で、産地や用途に適した品種を模索している段階の地域も多くなっています（表）。

今後は、需要が十分に確保できるスピードで転換を行いつつ、産地内で品種統一を図り、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になってくると考えられます。

また、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です。大麦粉の需要拡大に向けて、産地内だけでなく、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です。

焼酎用、麦味噌用、麦茶用等従来の用途向けにおいても、原産地表示の導入や国産志向の強まりを踏まえた戦略的な品種の切り替え・統一が重要になってきています。

また、小麦における地産地消的な取組、農商工連携的な取組、農産官学連携的な取組では、中小製粉企業の産地と2次加工メーカーを結びつけるコーディネート機能が鍵となっている事例が多くなっています（例：江別市での「ハルユタカ」を使った中華麺開発等）。

これに対して、大麦での需要拡大につながりそうな新たな取組では、2次加工メーカーと産地が直接結びつく傾向にあります（生産サイドに最終ユーザーの意向が伝わるという意味ではプラス）。ただし、香川県では、農商工が一体となって地域ブランド化に取り組む事例が、新潟県では、産官学が一体となって地域振興に大麦を活用する事例もそれぞれ出現しています。さらには、農福連携による取組も出現しており、今後の動向に注目する必要があります。

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要の確保、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あります。

精麦工程だけでなく製粉工程まで必要とする菓子用、大麦粉用では、特に、産地でのそうした加工機能の確保が重要です（一部の精麦企業がそうした機能を持ち始めていますが、まだ少ない状況となっています）。また、新商品開発のための研究体制をどう構築していくかという点も課題になってきています。

表 もち性大麦の検査数量の推移

		(単位：トン)	
	産地	2017 年産	2018 年産
六条大麦	宮城	—	11
	長野	613	843
二条大麦	福岡	—	299
はだか麦	茨城	174	353
	岡山	—	85
	広島	—	17
	徳島	97	40
	香川	—	246
	佐賀	173	322
	埼玉	104	96
	米澤モチ2号	109	83
合 計		1,269	2,396

資料：農林水産省「農産物検査結果」。

注：2018年産は確定値で更新した。