

日本の麦一拡大し続ける市場の徹底分析ー 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）

日時：令和元年11月27日（水）13:30-17:00

場所：農林水産政策研究所セミナー室

政策研究調査官 糸井 明美

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、特に近年は、もち性大麦に対する需要の急増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が、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、国内産大麦についても国内産小麦と同様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。本セミナーでは、こうした状況になった要因について、近年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、国内産大麦の粉食用用途の可能性、急拡大したもち性大麦に対する需要の見通し、国内産大麦の新たな用途の拡大状況についてそれぞれ報告していただきました。さらに、報告者4人から、今後の国内産大麦の需要拡大の可能性と課題について討論を行いました。その概要を紹介します。

1. 研究報告



吉田 行郷
企画広報室長

まずは、農林水産政策研究所の吉田企画広報室長から、同研究所の研究成果を報告しました（報告内容は、本誌2～3頁を参照）。次に、株式会社大麦工房ロアの上武裕専務取締役からは、大麦への取組の背景として、栃木県が全国1,2位を争う二条大麦の産地であることから、二条大麦が主にビール麦として取引されている一方で、ビール規格外としても相当に販売されているため、当初は洋菓子専門店として開業したものの、地元のものを使って日持ちのする製品を作りたいという願いから、栃木県産大麦を使用した大麦ダクワーズを発売しました。



上武 裕氏

ダクワーズ開発当初、大麦は一般に流通していなかったため、地元産の大麦を入手するのが困難であり、農協からの協力も得がたい状況でしたが、長谷川農場と勅使川原精麦所と出会うことによって、大麦ダクワーズが誕生しました。その後、大

麦の認知度向上に向けて、麦の穂が黄熟してくる5月下旬頃、全国から希望者を募り、麦畑の散策や大麦を使ったランチの提供等、地域に密着したワークショップや体験型イベントなどを多く開催しているとの紹介がありました。

さらに、β-グルカンを多く含むビューファイバーに着目し、2017年6月に農業法人 株式会社大麦工房アグリを設立し、原料の大麦を自社で栽培する取組を始めました。きっかけとなったのは、会社が所在する足利市内に多く発生している耕作放棄地をうまく活用できないかと考え、当初は、ほ場整備等到大変苦労しましたが、2018年11月にはビューファイバーの種まきができ、徐々に面積、収穫量ともに拡大しているとの発言がありました。

このようにして、栃木県産大麦の生産拡大に努めるとともに、2012年には『栃木の大麦食品を広める会』を発足し、地元栃木県内の企業、生産者など約50社が会員となって会を盛り上げています。栃木県では圧倒的にビール麦生産が多い中で、食用大麦が健康の維持・向上に有用であることを示し、利用・活用した食品を開発し広めることにより新たな需要創出、産業活性化、農業の発展、自給率の向上を目指し、身近な定食屋など地元のお店をはじめとして大麦の普及に努めているとの報告がありました。



林 恵子氏

株式会社はくばくのエチ子購買部マネージャーからは、「麦こそが健康の源」という想いが、株式会社はくばくの原点であることを紹介し、健康と密接に関連している大麦を色々な視点のデータを用いて解説されました。全粒穀物には多くの食物繊維が含まれており、世界中でも全粒穀物の重要性は脚光をあびています。日本人の食物繊維の摂取源は主に白米とパンに寄っており、美味しさの観点から麦ご飯を食べなくなった日本人に、癌等生活習慣病が多くなったことを指摘しました。もち麦性大麦は健康面に加え美味しさを伴っているの、大麦のイノベーションが起きているのではないかと指摘しました。また、大麦のターゲットはすべての年齢階層。いかにリピートして買ってくれる人を定着させるこ

とが重要であるといえます。それは、若者向けであったコンビニの来店者も50歳以上が37%を占めるようになり、大手コンビニでは次々と大麦入り食品を発表し戦略のひとつとなっていることからもうかがえます。また、2018年のスーパー等を対象とした大麦市場は71億円で前年比113%となり、その約8割がもち性大麦であることを示しました。今後の国産もち性大麦の需要は、健康が一番大事と考えている人が大半を占める中で、健康に良いだけでなく、においが少ないなどの美味しさ、粒の色の綺麗さ、白米とのなじみの良さから拡大が望めるのではないかと考えを示しました。

さらに、株式会社はくばくでは全国の産地に向けて大麦生産拡大を依頼していますが、既存産地であると、うるち性大麦の生産が減少してしまうという問題などから、今まで食用大麦を作付けしていなかった北海道オホーツクへ新たな産地開拓に動いています。オホーツクには、オホーツク文化の遺跡としてモヨロ貝塚があり、そこでは大麦が栽培され、食されていたという歴史もありました。健康都市を推進する網走市をはじめ、はくばく、東京農業大学、ボランティア、地域企業、生産者とともに、大麦食を推進するオホーツク機能性大麦推進協議会に参画し健康な地域作りを支援する活動を行っています。単純に大麦という農作物を生産するのではなく、日本の未来の健康を作るためといった新しい価値形成を目指し、儲けだけではなく良いものを作るという意識形成も行っています。また、生産にあたり、まずは大麦を美味しいと食べてもらうために、生産者向けの料理教室や勉強会、消費者へ向けて東京農大のマルシェに出店するなどオホーツクエリアを中心とした普及啓発活動を行っているとの報告がありました。



浦松 亮輔氏

最後に、農研機構食農ビジネス推進センターの浦松亮輔コーディネーターから、大麦の可能性と期待される機能性活用について報告されました。

大麦の消費をより定着・拡大するためには、近年消費減少が続く米（米飯）の復活、そして、麦めし（米・麦）としての拡大しかないと考え方がありますが、大麦に関しては、品種改良や栽培、加工技術の進歩から、さらには、食の多様性により嗜好品（健康食）としての役割も生まれてきており、さらに超高齢社会への突入時代においては、 β -グルカン豊富に含んだ大麦の持つ機能性が注目され、活躍できると指摘しました。また、大麦はアレルギー指定原材料ではない、小麦グルテンは含まない、低GI食品である、 β -グルカンを含む食物繊維

の宝庫である、粒、粉、リキッド多種多様に活用できることをキーワードに挙げ、大麦が昔のイメージと違って、より健康でより加工性の高い美味しい食材であることを重要視しました。そのため、大麦が機能性成分 β -グルカンの補給源、食物繊維源として栄養補助食だけでなく、高齢者食、介護者食、災害食として年齢に関係なく多様なシーンでの活用が期待されることを示し、具体的には、スマイルケア食や災害食にこそ要介護者向けに食物繊維を含む β -グルカンを入れる必要があると示しました。また、普段食べているものを災害時でも同じように食べることができる保存性の高いバリアフリー食品として、大麦商品を開発することが重要であると述べた上で、機能性食品へのニーズは超高齢社会において高騰すると考えられ、潜在市場規模は約2兆9千億円とも試算されていることから、そのうちの1～2割を大麦が占めれば大きく活躍する場が生まれるだろうと述べました。

今後の課題としては、栽培地域を育成し農家の収益確保、流通形態の改善への取組のほか、精麦会社に頼る加工でよいのか、米より高い大麦価格（もち性大麦）を消費者が受け入れ続けるのか、さらには、商品規格作りなどの消費者教育は今のままでよいのかなどの業界としての課題への取組への提起がありました。

2. 討論会及び質疑応答

吉田企画広報室長がコーディネーターとなって、討論が進められました。

大麦の今後の可能性については、今回のもち性大麦の需要の急拡大が単なるブームではないとの認識が共有され、機能性成分 β -グルカンを多く含むもち性大麦のポテンシャルは非常に高いので、健康食品としての可能性に留まらず、モチモチとした食感などの美味しさを活かし、更なる需要拡大を目指す必要があるのではないかと示唆されました。

生産面では、まだ潜在的に増産の可能性があり、ビール麦などからの転換も期待されるものの、どの程度の需要が実需者からあるのかを見極め、どのように流通させるかが課題であり、加工業者を含む企業との連携などが重要であると述べられました。

質疑応答では、もち性大麦がブームになる前から生産している農家の方から大麦の将来性についての質問などがあり、吉田企画広報室長から、現在は過渡期であり、今後、もち性大麦の生産量が増加し安定した流通が確保されれば、需給も安定し、適切な入札価格の形成が見込めるのではないかと回答しました。

注. 本セミナーの資料は農林水産政策研究所Webサイトをご覧ください。
<https://www.maff.go.jp/primaff/koho/seminar/2019/index.html>