

国産麦を使用した地域ブランド化が拡大傾向

長い間、(1) 国産小麦は、主に外国産小麦に増量材としてブレンドして使用され、(2) 国産大麦は、主に押麦として米に混ぜて使用されてきました。(両麦とも地域ブランド化の余地なし)

しかし、近年、小麦でも大麦でも高品質な新品種が導入されてきました。また、小麦では小ロットでの製粉を可能にする技術が普及し、大麦では健康志向を受けた粉食等の導入により用途が多様化してきており、各地で国産麦を使用した地域ブランド化の動きが出てきました。

ただし、需要の拡大等に結びついている例はあるものの、生産者利益の拡大という意味での高付加価値化まで実現できた例はまだ多くなく、今後、生産者の所得向上の観点からは、どのような課題を克服すれば高付加価値化を実現できるのか解明していく必要があります。

麦類を使用した地域ブランドの取組の拡大の状況

ブランド名	取組拡大の状況
ラー麦	作付面積：22 年産 150ha→28 年産 1,770ha
きぬあかり使用うどん	2014 年商標登録。シンボルマーク使用企業数：95 社
あやひかり使用伊勢うどん	2000 年登録。E マーク認証伊勢うどん製造企業数：15 社
十勝小麦ヌーヴォー	参加ベーカリー：初年度 220 店→4 年目 367 店
筑前麦プロジェクト	2011 年発足。参加企業数：30 社（年間 30 トン使用）
JA 糸島まるいとブランド	年間使用量 180 トン（うどんのみから中華麺まで）
麦わらぼうしの会	会員数：2016 年 106 名→2017 年 178 名
埼玉産小麦ネットワーク	会員数：2016 年 189 名→2017 年 194 名
トヨホシ使用麦焼酎	作付面積：28 年産 39ha→30 年産 100ha 超
讃岐もち麦ダイシモチ	生産量 70 トン超え（20ha）。販売店舗数 500 店舗
JA たきかわキラモチ	生産量：28 年産 60 トン→29 年産 100 トン
栃木県産大麦ダクワーズ	年商：2009 年度 10 億円→2015 年度 48 億円
福井大麦倶楽部	年間使用量 12 トン。3 年間で 30 アイテムにまで増加。

資料：農林水産政策研究所調べ。