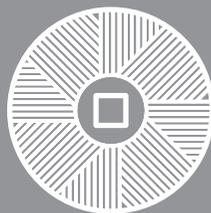
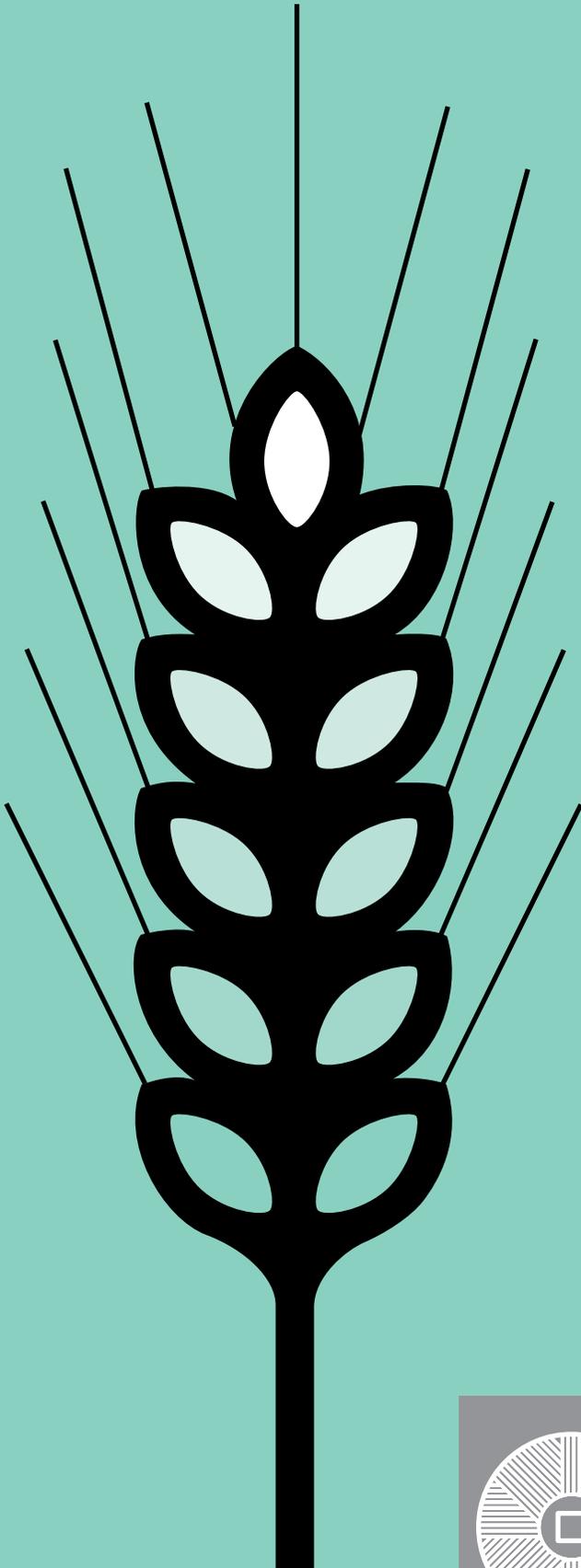


ISSN0913-8838

製粉 振興

2013
No.561
9



一般財団法人

製粉振興会

★目次

輸入小麦の政府売渡価格決定及び
抱えている課題について…………… 3

食品産業の直面する課題について(その2)
——「食品表示法」を中心に——…………… 5
一般財団法人 食品産業センター理事長
西藤久三

最近の外出・中食産業の動向…………… 15
宮城大学 食産業学部フードビジネス学科 准教授
堀田宗徳

酷暑の過ごし方…………… 27
日本食品保蔵科学会顧問 藤木正一

小麦粉のある風景
「アテ」なるもの…………… 29
食文家 ひらの あさか

世界の粉界展望…………… 34

業務日誌…………… 31
業界ニュース…………… 33
国内資料…………… 49
編集後記…………… 55

輸入小麦の政府売渡価格決定及び 抱えている課題について

ブルネイで開催されていたTPP交渉は、8月30日に9日間の日程を終え閉幕した。今回の交渉は我が国が冒頭から参加する初めての会合となった。8月23日に出された閣僚会合における共同声明では、10月上旬に開催されるアジア太平洋経済協力会議(APEC)までに大筋合意を、さらに年内の妥結を目指して交渉を加速させることが確認されている。具体的な交渉内容については不明であるが、製粉産業においても小麦の扱いがどのようになるのか等、引続き強い関心を持って動向を注視していかねばならない。

さて、平成25年10月期の輸入小麦の政府売渡価格については、5銘柄平均で4.1%、額にしてトン当たり2,270円(税込み)上げられることが決定した。今回の引上げは平成24年10月期の3%、25年4月期の9.7%に続く3期連続の引上げであり、5銘柄平均の売渡価格でみると、平成24年4月期にはトン当たり48,780円(税込み)であったものが、トン当たり57,260円(税込み)に上昇、額にして8,480円/トン(税込み)、17.4%上げられたことになる。今回の改定についても従来通りの改定ルールに基づき、直近6ヶ月間(平成25年3月～平成25年8月)の平均買付価格を基に算定されている。また、改定の主な要因として農林水産省は「昨年末から円安が進むとともに、少雨により生産量が減少した豪州産小麦の輸入価格が高止まりで推移した一方で、米国産冬小麦の収穫の進展等により、昨年7月頃から高水準で推移していた小麦の国際相場が、豪州産小麦を除き全体として軟調に推移したことによります」としている。

相場連動制について改めて考えてみると、仕組みの根幹となっているのは、政府による小麦の売渡価格の改定が、流通のそれぞれの段階に適切に反映されていくことである。しかし今回のような価格の引上げ局面においては、引続くデフレ環境下、流通のそれぞれの段階に価格変動が適切に反映されているとはいえないケースが見受けられる。政府から製粉企業への小麦の売却については、価格変動が確実に反映されることになるものの、流通のそれぞれの段階への反映が不十分な場合、製粉産業、小麦二次加工産業は自らの蓄えを削って対応せざるを得なくなる。製粉企業は継続的に高品質で安全な小麦粉を毎日安定的にユーザーや消費者に届けることが社会的な使命であると認識しているが、自らの蓄えを削って対

応するような状態が続けば、安定供給のために必要な設備投資すら事欠くことにもなりかねず、結果としてユーザー等に迷惑をかける事態も想定される。さらに、製粉産業自体が国際競争力を失い、国内産小麦の安定的な引取り・消化に支障を来すような事態も心配されるところである。

農林水産省は輸入小麦の安定供給確保のための相談窓口において「消費者等に対して、輸入小麦の政府売渡価格の改定理由及び背景等の情報提供に努める」としているが、3期連続の引上げとなる今回は従来にも増して流通の各段階に相場連動制の仕組みについて丁寧に説明すると同時に、主要食糧である小麦及び小麦粉の安定供給の重要性、そのためには相場連動制の趣旨に則った安定的な運用が極めて重要であることを関係者に理解されるよう有意義な情報提供をお願いしたいと考える。

次に価格の反映を適切に進めていくうえで、仕組が抱える課題について考えたい。相場連動制の課題の一つは小麦国際相場の変動を政府売渡小麦価改定を通して小麦粉価格に反映させるまでの時期ずれの問題である。農林水産省によれば、小麦の国際相場は、昨年6月～8月に高騰したトウモロコシ価格の下落に追随しつつ、世界全体の生産量が史上最高となる見込みや、米国産冬小麦の収穫の進展等から下落傾向にあるとのことである。今後小麦相場がどのような動きをするのか予断を許さないところであるが、例えば国際相場が大きく下落している状況下において、小麦粉価格を引上げざるを得ない場合も考えられる。そのような場合、国際相場に速やかに連動する小麦粉調製品等輸入小麦製品の存在もあり、小麦関連産業は政府売渡小麦価の変動をそれぞれの段階に反映させることが難しくなるのではと懸念される。さらに平成22年10月以降即時販売方式の導入に伴って政府が所有していた備蓄小麦1.8ヶ月を製粉企業が保有することになったため、政府売渡小麦価の改定から小麦粉価格の改定までの期間が先に延び、その結果国際相場と小麦粉価格改定との時期ずれが大きく拡大し、価格反映を難しくしている。

また、小麦価改定が小幅であった場合の小麦粉価格の改定についても、経験則として流通のそれぞれの段階への反映は難しいものとなっている。次回の改定に合算して算定するようなルールについても検討が必要であろう。

相場連動制の仕組みを健全に機能させていくためには、まず農林水産省及び製粉企業等小麦関係者が、現行の輸入小麦全般の仕組み及びその意義、国の政策として重要な国家備蓄制度を製粉企業が肩代わりして担うようになったことなどについて消費者等に改めて説明して理解を得ること、さらに現在抱えている課題について関係者が速やかに検討し、解決していくことが必要と考える。

食品産業の直面する課題について(その2) ——「食品表示法」を中心に——

西 藤 久 三

はじめに

本誌5月号に、筆者は、「食品産業の直面する課題について(その1) ——「消費税の転嫁対策」を中心に——」と題して寄稿したが、本稿は、その続編であり、前通常国会で成立した法律のうち食品産業に関係の深いもの、特に「食品表示法」を中心に解説することとしたい。

また、同通常国会で成立した「消費税転嫁対策法」のほか、審議は行われたものの採決には至らず、今秋の臨時国会に継続審議となっている、いわゆる「集団訴訟法案」の動向についても、簡潔に触れることとしたい。

第1 食品表示法の制定と今後の食品表示の検討

1 食品表示法の成立

前通常国会において長年の懸案であった「食品表示法」が成立し、6月28日に公布された。

周知のように、食品に関する表示は、消費者が食品を摂取する際の安全性の確保や消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保する上で、重要な役割を果たしている。

しかし、現行の食品の表示に関するルールは、食品衛生法、JAS法(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律)、健康増進法の3つの法律とその下位の内閣府令や告示に分かれて規定されているほか、多くの通達や「Q&A」も係わっていることから、複雑で煩瑣なものになっており、用語の面でも必ずしも統一のとれたものとはなっていない。

このため、現行の食品表示制度は、食品を購入する消費者にとってわかりにくいだけでなく、食品事業者にとっても、ルールに適合した表示を行うために多大の労力・コストを費やさざるを得ないものとなっている。

このような事情を背景に、食品の表示に関する規定を統合して、食品表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設することは、消費者行政の長年の懸案とされ、いわゆる「食品表示一元化法」の早期制定が消費者庁の喫緊の課題の一つとなっていた。

こうした中で、前通常国会において「食品表示法」が制定されたことは画期的なことであり、関係者のご尽力に深甚の敬意を表したい。

今後、同法が適切に運用され、消費者の食品表示に関する理解を増進するのみならず、食品事業者が食品表示を遵守しやすくなることを期待したい。

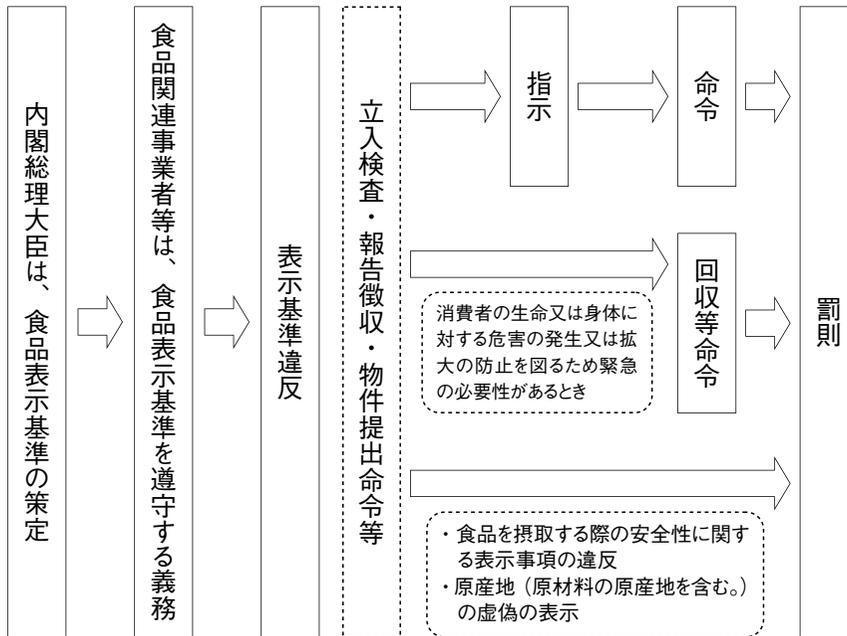
2 食品表示法の概要

食品表示法は、食品衛生法、JAS法、健康増進法の中の食品表示に関する規定を統合して、食品表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設するものであり、食品表示に関する大枠(スキーム)を定めたものである。以下、その概要を4点に分けて、紹介したい。

第1は、食品表示法の目的と基本理念である。

ここでは食品表示の重要な役割として、「消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保」を掲げ、「食品に関する表示について、基準の策

食品表示法のスキーム



定その他の必要な事項を定めることにより、その適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図ること等」(第1条)を食品表示法の目的としている。

また、基本理念(第3条)として、「食品に関する表示の適正の確保のための施策は、消費者基本法に規定する消費者施策の一環として、消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援を基本とするとともに、小規模の食品関連事業者の事業活動に及ぼす影響等に配慮しなければならない」旨を謳うことにより、消費者・事業者の双方の立場への配慮を示している。

第2は、「食品表示基準」の策定とその遵守であり、食品業界にとって最も関心の深いところである。

内閣総理大臣(消費者庁)は、内閣府令で、食品を販売する際に表示すべき事項(表示事項)とそれを表示する際に遵守すべき事項(遵守事項)

を内容とする「食品表示基準」を定めるものとし(第4条)、食品関連事業者等は、「食品表示基準」を遵守し必要な表示をしなければならないこととしている(第5条)。

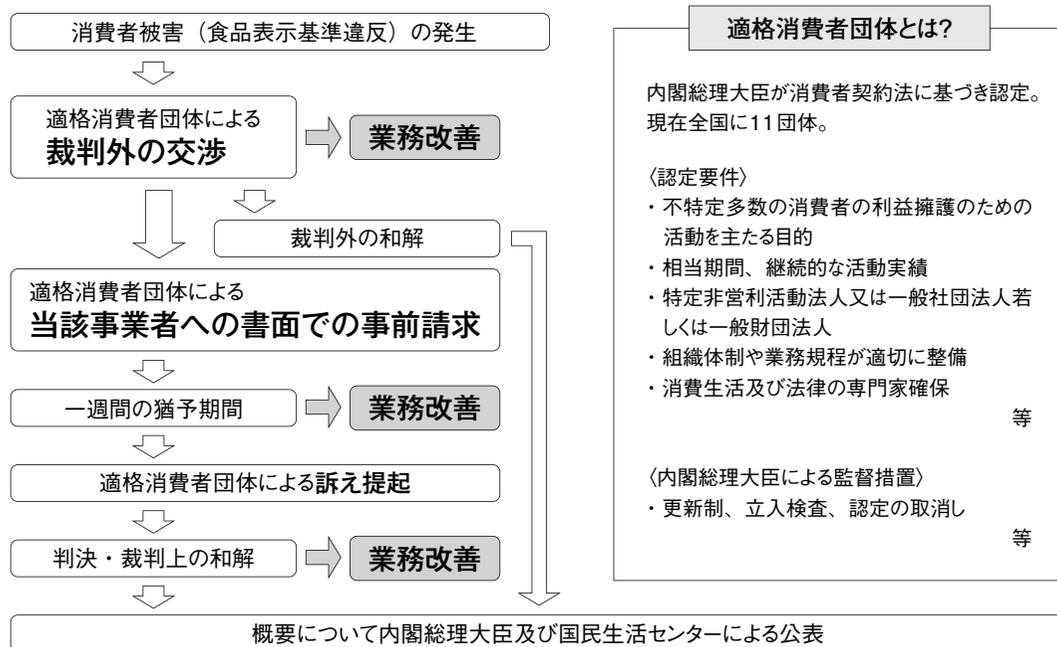
表示すべき事項の事例として、食品表示法第4条では名称、アレルゲン、保存の方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分の量及び熱量、原産地が列挙され、現在は任意表示となっている栄養表示についても、義務化が可能な枠組みとなっている。

今後、内閣府令である「食品表示基準」において、個別の義務表示事項や表示に用いる文字の大きさ等が定められることとなっており、消費者庁における検討状況が注目される。

第3は、行政による食品表示法の監視・執行体制である。

内閣総理大臣等(消費者庁、農林水産省、財務省)は、「食品表示基準」に違反した食品関連

差止請求の流れ



事業者に対し、表示事項を表示し、遵守事項を遵守すべき旨の指示をすることが出来るほか、正当な事由なく指示に従わなかったときは、命令をすることが出来ることとされている(第6条及び第7条)。

また、違反調査のため必要がある場合には、食品関連事業者等に対し、立入検査、報告徴収、書類等の提出要求、取去等を行うことが出来ることとしている(第8条～第10条)。

(注) 「取去」とは、試験の用に供するのに必要な限度において食品又はその原材料を無償で取り立てることであり、現行の食品衛生法(第28条)にも同様の規定が設けられている。

第4は、「適格消費者団体による差止請求制度」と「内閣総理大臣等に対する申出制度」である。

このうち「適格消費者団体による差止請求制度」(第11条)は、食品関連事業者が著しく事実と相違する表示を現に行い、又は行うおそれが

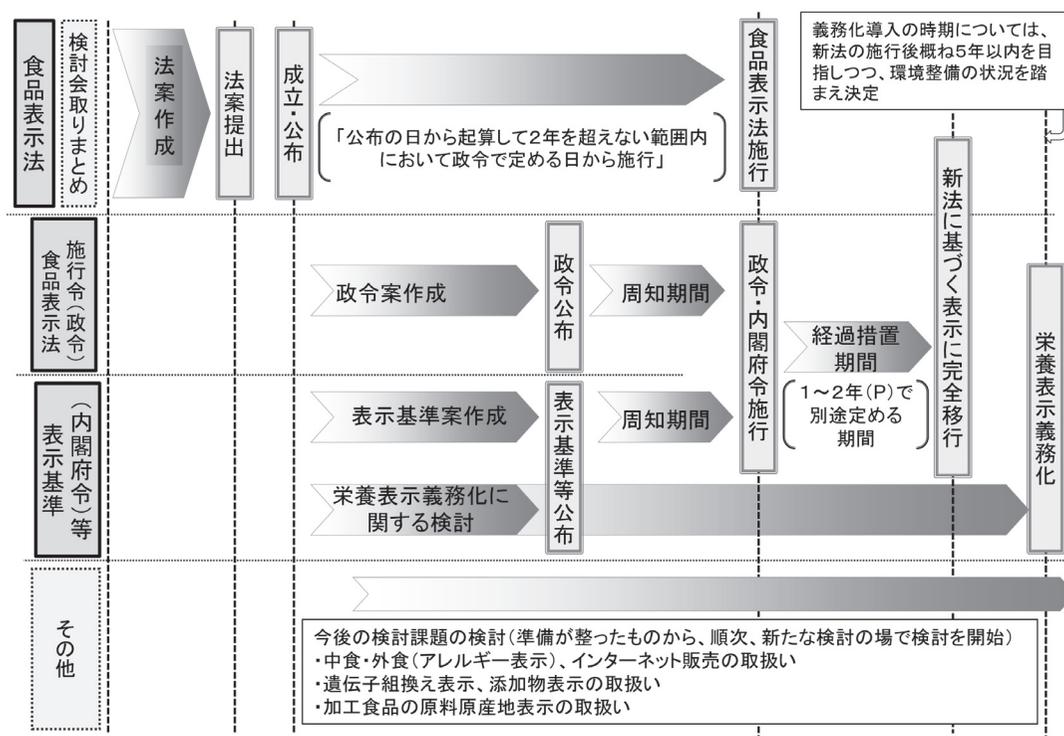
ある場合には、適格消費者団体は、当該食品関連事業者に対し、当該行為の停止等の措置を請求することが出来る制度であり、消費者契約法や特定商取引法、さらには景品表示法にも、同様の規定が設けられている。

(注) 適格消費者団体は、不特定多数の消費者の利益の擁護のための活動を主たる目的とする団体であり、内閣総理大臣(消費者庁)が認定し、監督を行っている。

現在、特定非営利活動法人消費者機構日本など、全国で11の団体が適格消費者団体としての認定を受けている。

しかし、本制度の導入については、食品表示法案の立法化に先立って開催された「食品表示一元化検討会」(平成23年9月～24年8月)の場において議論が行われておらず、「濫訴により食品事業者に不測の事態を生じるのではないか」との懸念もあることから、今後、適切な制度の

新食品表示制度の施行に向けたタイムスケジュール(案)



運用が望まれるところである。

一方、「内閣総理大臣等に対する申出制度」(第12条)は、食品に関する表示が適正でないため一般消費者の利益が害されているときに、その旨を内閣総理大臣等に申し出るものであり、現行のJAS法(第21条の2)にも同様の規定が設けられている。表示違反行為により被害を受けた消費者本人に限らず、個人・法人を問わず誰でも申し出ることが出来る。

3「食品表示基準」の策定に向けた検討

以上、前通常国会で成立した食品表示法の概要を説明したが、同法は、一言でいえば、

- ①現在は任意表示となっている「栄養表示」についても、義務化が可能な枠組みとしたこと
- ②「適格消費者団体による差止請求制度」に関

する規定を新設したこと

を除くと、基本的には、食品衛生法、JAS法及び健康増進法の3つの法律の食品表示に関する規定を抜き出して、統合・整理したものといえよう。

同法は、公布(6月28日)の日から2年以内に施行されることとなっており、今後、消費者庁において「食品表示基準」の策定作業が進展するものと見込まれている。

なお、食品表示法の制定により義務化が可能な枠組みとなった「栄養表示の義務化」については、食品表示法の施行後概ね5年以内を目指しつつ、環境整備の状況を踏まえて義務化の導入時期を決定することとされている。

周知のように、食品表示に関する基準としては、現在、

- ①食品衛生法に基づく「食品衛生法第19条第1項の規定に基づく表示の基準に関する内閣府令」
- ②JAS法に基づく「加工食品品質表示基準(告示)」、「生鮮食品品質表示基準(告示)」、「遺伝子組み換え食品に関する品質表示基準(告示)」や「個別の加工食品に係る品質表示基準(告示)」
- ③健康増進法に基づく「栄養表示基準(告示)」等、多くのものが制定されている。

今般、新たに食品表示法第4条に基づいて策定される「食品表示基準」は、こうした多くの「表示基準」を整理・統合することを基本としており、3つの法律を一元化したことによる表示義務の範囲の変更や拡大はないものとされている。

具体的にどのような形で、現行の「表示基準」が整理・統合されるのかは、現時点では明らかではないが、食品業界としては、次の点に配慮したいと考えている。

第1は、多種多様な業種から構成され、そのほとんどが中小零細企業である食品業界の実態に十分配慮し、できる限りわかりやすいものとするところである。

第2は、新しい食品表示のルールに円滑に移行出来るよう、できる限り早期に「食品表示基準」の原案を提示し、十分な「準備期間」を確保できるようにすることである。

加えて、食品表示法の施行後も、一定の期間は旧来のルールによる表示を容認することである(いわゆる「猶予期間」・「移行期間」の十分な確保)。

第3は、食品表示法の指導・監督機関である農林水産省の出先機関(地域センター)や都道府県の保健所において、表示ルールに関する食品事業者からの問い合わせに対し迅速に対応出来る

る体制を整備することである。

4 食品表示のあり方に関する今後の検討

食品の表示に関しては、「食品表示の一元化」に伴う「食品表示基準」の策定以外にも、多くの課題が検討の俎上に上っており、このうち、中食・外食におけるアレルギー表示のあり方やインターネット販売の取扱いについては、当面、実態調査を実施することとされている。

また、遺伝子組換え表示や添加物表示の取扱いについては、当面、国内外の表示ルールの調査等を実施することとなっている。

さらに、加工食品の原料原産地表示については、現行制度の下での拡充を図りつつ、表示ルールの調査等を実施することとされている。

これらの食品表示のあり方をめぐる諸課題については、「食品表示基準」の策定に目途がついた段階から、順次、検討の場を設けて検討することとされており、当面は、「食品表示基準」の策定が先行するものと予想される。

ところで、筆者は、食品表示法案の国会審議に際し衆議院消費者問題特別委員会(平成25年5月23日)において、参考人の一人として、食品事業者の立場から「食品表示法案」に関して意見を述べる機会を与えられた。

その際、筆者は、「今後の食品表示のあり方の検討に当たっては、高齢化や商品の小型化の進展、情報技術の進歩等の実態を踏まえ、消費者にとっての分かり易さ、事業者の実行可能性、国際基準との整合性等に配慮した、バランスの取れた慎重な論議が必要と考えられる」旨を再三強調した。

幸いにも、今般の食品表示法案に対する国会の附帯決議(衆・参消費者問題特別委員会)や新しい「消費者基本計画」(6月28日一部改定(閣議決定))においては、こうした趣旨が明確に盛り込まれており、食品表示のあり方についてバラ

食品表示法案に対する附帯決議
(平成25年6月19日参議院消費者問題特別委員会)(抜粋)

- 1 食品表示基準の策定に当たっては、消費者の表示利活用の実態や消費者のニーズ、食品の製造・流通の実態等を十分に調査し、消費者、事業者双方にとって分かりやすく、実行可能で、かつ国際基準との整合性等を十分に踏まえた食品表示とすること。
- 4 栄養表示義務化に伴う表示基準の見直しを始め、加工食品の原料原産地表示の在り方、中食・外食へのアレルギー表示の在り方、食品添加物表示の在り方など表示基準の見直しについては、本法成立後速やかにその検討のための機関を設置し、検討に着手すること。また、その委員の人選に当たっては、表示基準の見直しを幅広く消費者や事業者の理解を得ながら進めていくという観点から、広く各層の声を反映できるよう、公平・中立で均衡のとれた委員構成とすること。

消費者基本計画(閣議決定)
(平成25年6月28日一部改定)(抄)

施策番号	具体的施策	担当省庁等	実施時期
69 ・ 73	食品表示法に基づく食品表示基準については、消費者の表示利活用の実態等を調査しつつ、消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示の在り方、表示の実行可能性、国際基準との整合性等を十分に踏まえて、関係者の理解を得ながら策定を行います。 栄養表示の義務化については、対象成分を始め栄養成分の表示の在り方について検討を進めます。小規模事業者に義務化が過度な負担とならないよう、食品関連事業者に対する支援措置等環境整備を図ります。	消費者庁	食品表示法公布後2年以内の施行に向け、同法に基づく食品表示基準の策定等必要な取組を実施します。
70 ・ 75	加工食品の原料原産地表示、中食・外食へのアレルギー表示、食品添加物表示、遺伝子組換え表示などの個別課題についての表示基準の見直しについては、順次検討を進めます。	消費者庁	新たな食品表示基準の策定について目途がついた段階から検討を実施します。

ンスのとれた議論が展開される素地が出来たものと期待している。

いずれにしても、今後、食品表示のあり方について検討する場合には、丹念に実態を調査・把握するとともに、長年にわたって積み上げられてきた食品表示をめぐる様々な議論の経緯・背景等を十分踏まえた上で、慎重な審議を行うことが必要であり、一方の立場に偏した議論は避けて頂きたいと考えている。

5 食品の機能性表示の拡大

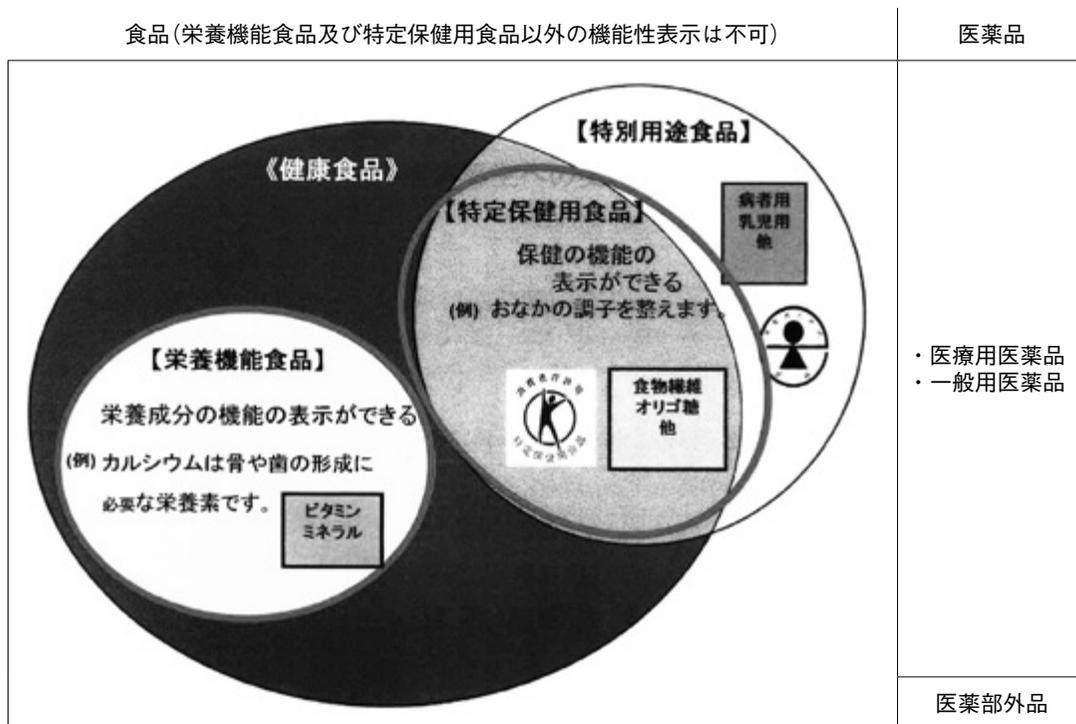
「食品表示法」の制定とは直接の関係はない

が、「規制改革会議」の答申(平成25年6月5日)や安倍内閣の成長戦略である「日本再興計画」(6月14日)に盛り込まれた「一般健康食品の機能性表示」について、最後に簡単に触れておきたい。

周知のように、いわゆる健康食品をはじめ、保健機能食品(特定保健用食品、栄養機能食品)以外の食品は、一定以上の機能性成分を含むことが科学的に確認された農林水産物も含め、その容器包装に健康の保持増進の効果等を表示することは認められていない。

このため、国民が自ら選択してそうした機能

保健機能食品制度



のある食品を購入しようとしても、自分にあった製品を選ぶための情報を得られないのが現状である。

一方、健康で長生きしたいとの国民の意識が高まり、「健康寿命」の延伸を図ることが期待される中、自己健康管理を進める「セルフメディケーション」を実現することが求められている。

このような事情を背景に、今般、上記の答申等の中で「一般健康食品の機能性表示を可能とする仕組みの整備」が謳われ、「平成25年度中に検討を開始し、来年度中に結論を得た上で実施する」とこととされたところである。

その内容は、「いわゆる健康食品をはじめとする保健機能を有する成分を含む加工食品及び農林水産物の機能性表示を容認する新たな方策を検討し、結論を得る」ことであり、「その検討に当たっては、国ではなく企業等が自らその科

学的根拠を評価した上でその旨及び機能を表示できる米国のダイエタリーサプリメントの表示制度を参考にしつつ、安全性の確保も含めた運用が可能な仕組みとすることを念頭に行う」とこととされている。

ちなみに、米国のダイエタリーサプリメント制度の主な特徴を述べると、第1は、機能性表示ができるのは、いわゆる錠剤やカプセル、ゼリー状やドリンク状の形状のものに限られることである。

第2は、事業者の責任において、構造/機能表示(身体の構造や機能に影響を与える機能)が出来ることであり、疾病リスク低減表示は禁止されている。

第3は、国の免責表示等が必要であり、「この表示はFDA(アメリカ食品医薬品局)によって評価されたものではない」旨の表示が義務づけ

られている。

第4は、発売後30日以内の届出が義務化されていることである。

第5は、品質面に関して、GMP(適正製造規範)が義務化されていることである。

このように同制度は企業の責任において表示が出来るという自由度はあるものの、米国政府内部からも、

- ①構造/機能表示の根拠となる文書がFDAのガイダンスを満たしていないものがあること
- ②義務的表示事項であるFDAの免責表示が欠落しているものや本来禁止されている疾病に関する表示が行われているものがあること

等の様々な問題が指摘されている(米国保健福祉省の報告書(2012年10月))。

加えて、消費者団体等からは「一般健康食品の機能性表示の拡大」について慎重な検討を求める声も強く、「米国のダイエタリーサプリメントの表示制度」を我が国にそのまま導入することには多くの問題があることが指摘されている。

このため、本件の検討に当たる消費者庁としては、当面、

- ①一般の消費者がどの程度正確に表示を読み取ることが出来るのか
- ②機能性表示に係る根拠について、一般の消費者はどのぐらいのエビデンスがほしいのか

等の調査を行うこととし、現在、その準備をしているところである。

第2 消費税転嫁対策法の制定と施行

昨年8月に成立した「社会保障と税の一体改革関連法」に基づき、消費税率が引き上げられる

こととなったが、今般の引上げは、平成26年4月と27年10月の2段階にわたるものであること等から、中小零細事業者を中心に消費税の価格への転嫁について多くの懸念が示された。

このため、消費税を価格へ転嫁しやすい環境を整備していくことが重要な課題となり、前通常国会において消費税転嫁対策法が制定され、

- ①大規模小売事業者等による納入業者に対する減額・買ったとき、税抜価格での交渉の拒否等の禁止
- ②転嫁拒否等の行為に対する検査・指導、勧告・公表
- ③消費税の転嫁を阻害する表示(「消費税は転嫁しません」等)の禁止
- ④税込価格と誤認されない場合には、税抜価格での表示の容認(総額表示義務の特例措置)
- ⑤事業者による「転嫁カルテル」及び「表示カルテル」の容認(独占禁止法の適用除外制度)

等の特例措置を講ずることとなった。

加えて、法運用の透明性の確保や事業者の予見可能性を高めるため、公正取引委員会、消費者庁及び財務省は、消費税転嫁対策法の円滑な施行に向けて次ページのガイドラインを作成し、公表した(平成25年9月10日)。

以上のように、今般の消費税率の引上げに際しての転嫁対策については、制度的な準備が整ったところであるが、本稿執筆時点では、消費税率が法律の規定どおり引き上げられるかどうかの最終決定が行われていない。

近く、様々な経済指標の動向等を見極めながら最終決定が行われることとなろうが、その取扱いの如何によっては消費税転嫁対策法の施行にも影響の及ぶことが見込まれる。

しかし、消費税率の引上げは、いずれは不可

消費税転嫁対策法のガイドラインの名称及び担当省庁

名 称	担当省庁
1 消費税の転嫁を阻害する行為等に関する消費税転嫁対策特別措置法、独占禁止法及び下請法上の考え方	公正取引委員会
2 消費税の転嫁を阻害する表示に関する考え方	消費者庁
3 総額表示義務に関する特例の適用を受けるために必要となる誤認防止措置に関する考え方	財務省
4 総額表示義務に関する消費税法の特例に係る不当景品類及び不当表示防止法の適用除外についての考え方	消費者庁

避であり、その際は本法に基づく迅速かつ効果的な措置に加え、「デフレからの脱却」により、消費税の円滑かつ適正な転嫁が実現出来る環境が整備される必要がある。

いずれにしても、消費税率の引上げが食品事業者の経営に悪影響を及ぼさないことを期待したいものである。

第3 消費者裁判手続特例法案(いわゆる「集団訴訟法案」)の動向

消費者の財産被害については、同種被害が多数発生する傾向にある一方で、

- ①消費者と事業者との間に情報の質・量及び交渉力に格差があること
- ②現行の訴訟制度を利用するには相応の費用・労力を要すること

から、個々の消費者が個別に訴えを提起し、被害回復を図ることは困難であると考えられ、消費者の被害回復の実効性を確保することが積年の課題となっていた。

このため、集団的に生じた同種・多数の消費者被害について、消費者団体が多数の消費者の利益のために訴える新しい訴訟制度を創設することは、消費者庁の設立時からの懸案事項とされ、前通常国会に「消費者裁判手続特例法案」が提出された。

同法案においては、

- ①内閣総理大臣の認定を受けた「特定適格消費者団体」が訴えを提起して、事業者がこれらの消費者に対して金銭を支払う義務を負うべきことを確認し、
- ②当該団体が勝訴した場合には、当該団体の通知・公告により、被害を受けた消費者が手続へ加入する。

加入者が集まった後に当該団体が請求金額等を取りまとめ、裁判所への提出を行い、事業者による金額の認否等の手続を経て消費者への返還金額が確定する。

との2段階型の訴訟手続が設けられている。

同法案は、衆議院で審議が行われたものの成立には至らず、今秋の臨時国会において引き続き審議が行われる見込みであるが、同法案の国会提出をめぐる経済界が「通常国会への法案提出の再考」を求めたのに対し、消費者団体等は「早急な成立」を求める等、関係者との調整が難航した経緯もあり、今後ともその動向を注視することが必要である。

むすび

以上、前通常国会において成立した「食品表示法」を中心に、「消費税転嫁対策法」や継続審議となった「消費者裁判手続特例法案」について

解説した。

このほかにも、食品業界が注視しなければならない政府の取組としては、

- ①安倍内閣の成長戦略である「日本再興戦略」、とりわけ「攻めの農林水産業」の具体化
- ②TPPをはじめEPA/FTAへの対応（食品業界にとっては「原料農産物と製品の国境措置の整合性」の確保が重要な課題）
- ③当面の電力需給対策と中長期的なエネルギー

ー・環境政策のあり方

- ④食品中の放射性物質の検査と風評被害への対応
 - ⑤食品廃棄物や容器包装のリサイクル制度の見直し
- 等、様々な課題が山積しており、引き続き食品業界を挙げた対応が求められる。

（ 一般財団法人
食品産業センター理事長 ）



最近の外出・中食産業の動向

堀田 宗徳

1. はじめに

平成25年の夏は、平年の夏を大幅に上回る猛暑、熱帯夜、ゲリラ豪雨など、まさしく亜熱帯のような気象状況であり、最高気温では、高知県四万十市で8月12日に41℃を記録し、平成19年8月16日に埼玉県熊谷市、愛知県多治見市で記録した40.9℃を6年ぶりに更新している。

外出産業にとっては、夏は暑ければ暑い方がよい(売上が上がる)と言われているが、今回のような異常な気候・気温では、外出する頻度も少なくなり、逆に売上高に影響が出てくる場合も考えられる。

また、この異常気象は、生産面でも影響が出てくることになる。地域によっては豪雨で川が氾濫し、米などの作物に影響を及ぼし、ある地域では降雨量が少なく作物の発育などに影響を及ぼしている。

相場が上がり仕入面でのコスト上昇につながる場合があり、外出企業としてはコストアップ要因となる。ちなみにこのような異常気象で、相場が上がった場合、品質の悪い食材を高く仕入れる状況となり、消費者に対しても影響を及ぼすことになる。

直近で食材仕入面で注目されていることは、小麦の政府売渡価格の引上げである。平成25年4月から平均9.7%引上げられたため小麦を主食材とする業種では影響があったが、さらに、10月から平均4.1%引上げられることが決定された。年に2回の引上げとなると、うどん店、ラーメン店、パン小売業などの小麦を主原料とし

ている業種では売上高に大きな影響がでる可能性がある。

業界紙によると、平成25年8月12日からの旧盆の1週間、洋風ファーストフードでは、前年同時期も天候に恵まれたため、天候要因は売上高増加に寄与する要因にはならず、企業によって売上高にばらつきが見られている。ただ、前述の通り気温が高く推移したことから、ドリンクメニューが伸びた企業が見られたようである。

一方、ファミリーレストランでは、ファーストフードと異なり天候要因が売上高増加に寄与した企業が多く、また、JTBの推計によると、国内旅行者数は前年2.2%増加の7,624万人と2000年以降、最も多くなっていることなども売上高増加の要因と考えられる。

このように、外出・中食は天候要因や経済状況、人口問題などあらゆる要因で変化する状況となっている。

これらのことを踏まえながら、本稿は、最近の外出・中食産業の動向をデータを基にみてみることにする。

2. 食を巡る環境

(1) 食全体のマーケット

家庭内の食事である「内食」、持ち帰り弁当や惣菜などの「中食」、そして「外出」の合計を食全体と考えた場合、食全体の市場規模は、平成10年が77兆8,575億円で最も大きくなっており、その後、年々縮小傾向であり、平成23年には65

表1. 食全体の推移

実数 単位：億円

	平成元年	平成10年	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年
内食	382,767	449,657	422,355	421,764	400,898	402,591	410,968	409,865	367,426	369,168	363,557
中食	18,785	43,957	52,576	53,196	55,158	56,047	56,581	55,313	55,682	56,893	57,783
外食	234,714	284,961	245,684	244,825	243,903	245,523	245,908	245,068	236,599	234,887	229,034
食全体	636,266	778,575	720,615	719,785	699,959	704,161	713,466	710,165	659,707	660,948	650,374

資料：内閣府「国民経済計算年報」、(公財)食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模」、経済産業省「商業統計表」などにより作成

兆374億円となっている。

ピーク時の平成10年と平成23年を比較すると、約12兆8千億円減少しており、毎年、マーケットは1兆円ずつ縮小していることになる。(表1)

ただ、このような状況の中、「中食」は堅調に拡大しており、消費者の食のアウトソーシング志向が強いことが分かる。

食全体マーケット減少の要因としては、食の多様化、すなわち、「内食」、「中食」、「外食」にも分類されない食事形態、例えばサプリメントなどの服用やお菓子の利用などのようなものを食事代わりに使っていることや高齢化世帯の増加で、世帯当たり、もしくは1人当たり食料支出額の減少などがあげられる。

また、この食全体のマーケットには人口減少は加味されていないので、将来に向けては、人口減少も加味されることから食全体のマーケットはマクロ的には縮小傾向になることを考慮する必要がある。

(2) 将来人口推計

食の需給の関係は、一般的に考えると、マクロ的には食料が沢山消費(消費されない)されるということは、人口拡大(縮小)に起因する。また、人口拡大に伴う食料の量産は土地に起因す

ることになる。

今後の日本の人口推計を考えた時、全体人口は減少する傾向にある。すなわち日本の食料供給としては減少する傾向となる。

一方、65歳以上の高齢者人口は増加する形となり、その分野の食料供給量は従来と比較すると増加すると考えられる。

食関連の企業としては、この将来人口問題をどのように考え、食料供給量が減少していく中、企業の勝ち残り策を考えていくことが必要となってくる。

外食・中食産業も同様で、従来のビジネスモデルが通用しなくなっている中、客数の増加対策やメニュー開発などの再構築が必要となってくると思われる。

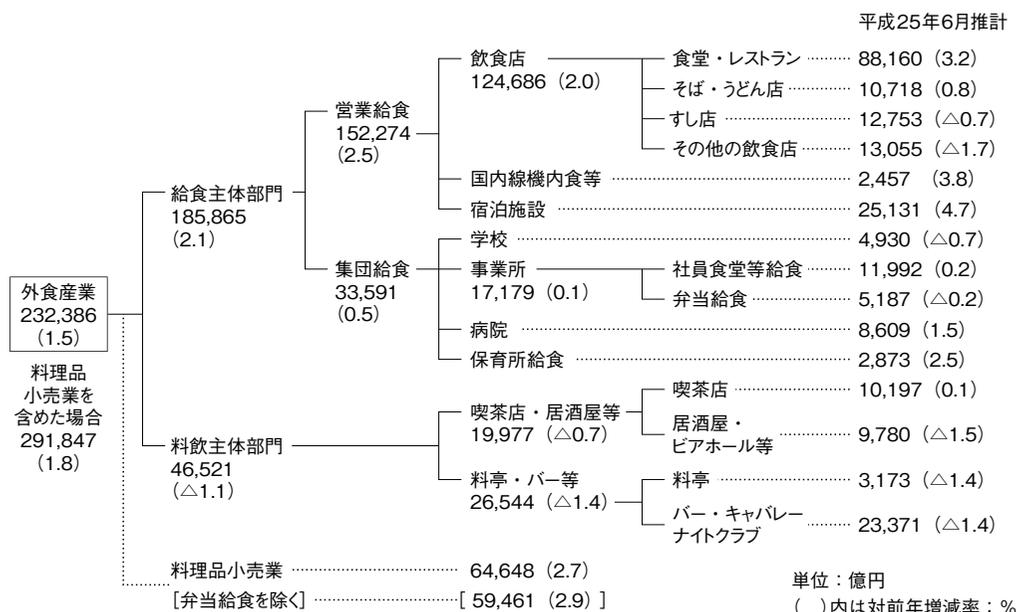
さらに、企業経営としては、従来、外食産業は、若いパート・アルバイトの活用により拡大してきたが、今後、その若い世代の減少によりどのように労働力を確保していくかなどの問題も出てくるように思われる。

2. 外食産業の動向

(1) 外食産業の市場規模

外食産業市場規模とは、企業サイドから見ると当該年1年間の日本国内に存在する外食企業の売上高の合計であり、一方、消費サイドから

平成24年(2012年) 外食産業市場規模推計値



資料：(公財)食の安全・安心財団 附属機関外食産業総合調査研究センターの推計による。

見ると、当該年1年間で日本国内にいる人が外食に支払った金額の合計となる。

平成24年の外食産業市場規模は、平成23年3月の東日本大震災の反動等もあり、世帯1人当たり外食支出額が増加したことや、同じく震災の反動により法人交際費の下げ止まりが予想されること等から、前年より1.5%増加の23兆2,386億円と(公財)食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センターが推定し公表した。

この外食産業市場規模をほかの産業と比較すると、経済産業省の商業統計表によると百貨店・総合スーパーの年間販売額が15兆1,555億円(平成19年)、国内自動車・バイク(新車、中古車含む)の年間販売額が15兆5,669億円(平成19年)となっており、外食産業市場規模が如何に大きなマーケットであるか分かる。

(2) 業種別の動向

外食産業市場規模を業種別に見ると、飲食店、宿泊施設、社員食堂、病院給食などを含む「給食主体部門」の市場規模は、市場規模全体の80.0%を占め18兆5,865億円。前年より2.1%増加している。

「給食主体部門」のうち、飲食店、宿泊施設などの「営業給食」の市場規模は、15兆2,274億円で、前年より2.5%増加している。

「飲食店」の市場規模は、前年より2.0%増加し、12兆4,686億円となっており、詳細を見ると、ファミリーレストランや定食店などの一般食堂、日本料理店、西洋料理店、中華料理店・その他の東洋料理店(焼肉店等も含まれる)を含む「食堂・レストラン」(対前年増減率3.2%増)、「そば・うどん店」(立ち食いそば・うどん店も含まれる)(同0.8%増)は増加したが、回転寿司を含

む「すし店」(同0.7%減)や「その他の飲食店」(ファストフードのハンバーガー店、お好み焼き店も含まれる)(同1.7%減)は減少している。

ホテル、旅館での食事・宴会などの「宿泊施設」の市場規模は、震災の影響が薄れる中、稼働率の改善傾向等から、全体として前年より4.7%増加している。

「集団給食」の市場規模は全体で、3兆3,591億円と、前年より0.5%増加した。

主として国公立の小学校や中学校などの給食である「学校給食」は、児童数の減少傾向等の影響で前年実績を下回り、前年より0.7%減少となっている。

「事業所」給食では、従業員数が減少したが、「社員食堂等給食」は出勤日数の増加等から0.2%の増加であったが、一方、会社等と契約をして弁当を配達する形態である「弁当給食」は0.2%減少した。

入院患者の給食である「病院」給食は、平成24年の国民医療費が増加していることから推計し、前年より1.5%増加している。

ドリンク主体の「料飲主体部門」の市場規模は、「喫茶店」が1兆1,977億円と前年より0.1%増加、「居酒屋・ビヤホール等」が前年より1.5%減少の9,780億円、「料亭・バー等」が前年より1.4%減少の2兆6,544億円であったことから、全体として、前年より1.1%減少し4兆6,521億円となっている。

以上のように、平成24年の外食産業市場規模は全体では増加しているものの、多くの業種は、前年の東日本大震災で大きく減少した反動によるものであり、今回の増加で外食産業界が活性化してきたとは言い難い状況であると考えられる。

(3) 外食産業市場規模の推移

平成元年からの外食産業市場規模の推移をみ

ると、平成バブル時の、平成元年、2年、3年では、毎年、2兆円程度の増加を示している。この2兆円という数字は、化粧品業界の年間販売額に相当する規模である。

しかし、バブル経済が崩壊すると、増加率が急速に低下し、昭和50年から右肩上がりであった外食産業市場規模が、平成6年に初めて減少(対前年増減率0.2%減)し、約27兆7千億円となった

この時期、各外食企業は、期間限定でメニュー価格の引き下げを行い、客数増加を図ろうとしたが、メニュー価格引き下げ時には客数は増加し、売上高が増加したものの、メニュー価格を元に戻すと客数の増加は止まり、いわゆる、カンフル剤も徐々に効かなくなっていた。

このような状況の中、ローコストオペレーションを構築し、恒常的に低価格メニューを提供する業態として平成5年にすかいらーくが「ガスト」を開発し、従来のファミリーレストラン「すかいらーく」を業態転換する形で出店を開始している。

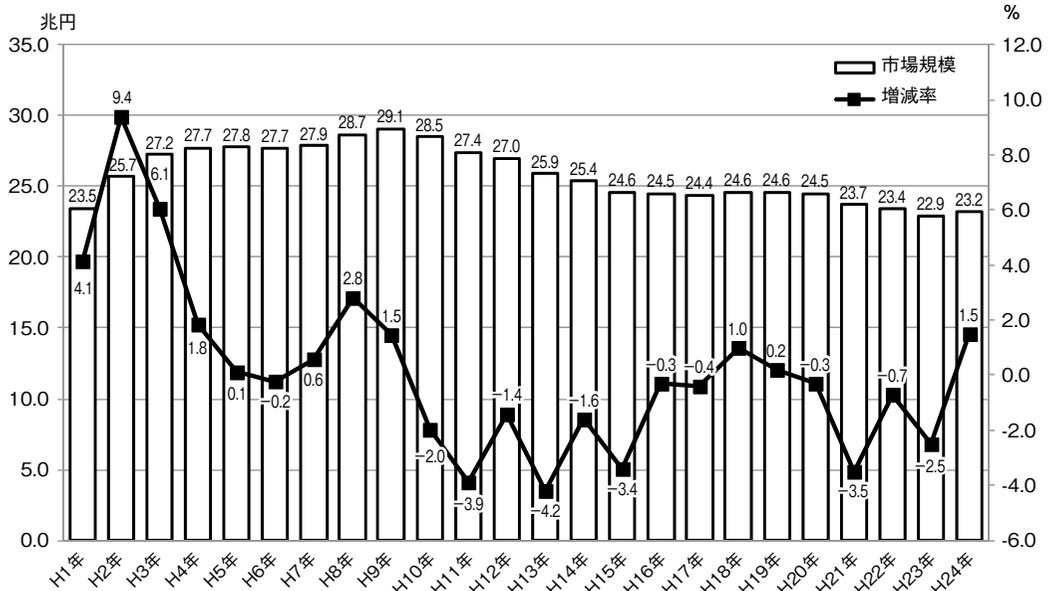
その後、市場規模は増加に転じ平成9年には29兆702億円と、外食産業市場規模の推計を開始した昭和50年以降、外食産業のマーケットは最大となった。

しかし、平成10年(対前年増減率2.0%減少)以降、平成17年(同0.4%減少)まで8年連続前年実績を下回って推移した。

このことは、今まで右肩上がりであった外食企業の経営戦略や手法が通用しなくなったことを意味していることであり、各企業はその対策を考える時期に来ていると思われる。

また、消費者のライフスタイルの変化により、食の多様化を生み出し、さらなる消費者ニーズの把握が必要となり企業の戦略も難しい局面を迎えていた。

外食産業市場規模の推移



資料：(公財)食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター

そして、平成24年では23兆2,386億円となり、平成年代に入り最も低い市場規模となっており、ピーク時の平成9年から比較すると5兆8,316億円減少している。

外食産業市場規模が平成10年以降減少した主な要因としては、景気低迷が長引き個人消費が冷え込んだこと、デフレ経済下であったこと、消費者のライフスタイルの変化に伴う食の多様化などがあげられる。

3. 中食産業の動向

(1) 中食の市場規模

中食のマーケットは、従来、経済産業省の商業統計表にある料理品小売業の年間販売額を中食産業市場規模として使用していた。

料理品小売業とは、「主として料理品を小売りしている事業所」をいい、中食産業市場規模は事業所が取り扱っている商品の中で最も多く

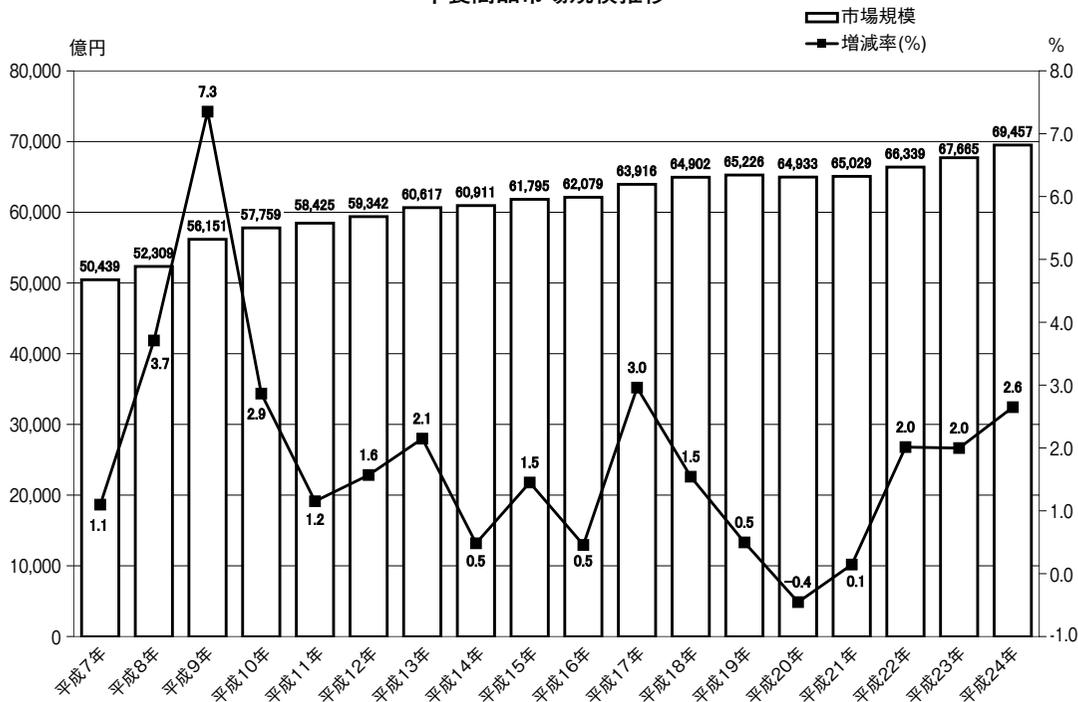
売上げている商品が料理品、すなわち調理済み食品である事業所の年間販売額の合計であった。

しかし、この料理品小売業には中食を牽引してきたといわれているコンビニエンスストアやスーパーマーケットは含まれておらず、従って、コンビニエンスストアの弁当・おにぎり、惣菜、調理パン等の調理済み食品やスーパーマーケット等の中食商品が入っていないなど課題があった。

そのため、筆者を含む当時の(財)外食産業総合調査研究センター(現(公財)食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター)が、コンビニエンスストアやスーパーマーケット、デパ地下の中食商品もマーケットに反映されるような市場規模として、「中食商品市場規模推計値」の手法を開発した。

この中食商品市場規模は、文字通り、中食商

中食商品市場規模推移



資料：総務省統計局「家計調査年報」、経済産業省「商業統計表特定業態編統計編」などをもとに筆者が推計

品に注目した推計手法であり、産業ベースの料理品小売業の年間販売額と対象を異にしていると同時に、商品ベースの方が、コンビニエンスストアやスーパーマーケットの中食商品も含まれることから、より現実性のある市場規模と考えられる。

推計の基本となるデータは、総務省統計局「家計調査年報」、経済産業省「商業統計表特定業態編統計編」などの公式統計をもとに推計を行っている。

その中食商品市場規模をみると、平成6年(4兆9,890億円)以降、年々拡大し、平成13年(6兆617億円)には6兆円台になり、平成24年(6兆9,457億円)には約7兆円規模となっている。

その伸び率を見ると、平成9年で7%以上の増加率を示したが、その後は、1.5%前後の増加

率で推移している。

この期間で、唯一、前年実績を下回ったのは平成20年(対前年増減率0.4%減)であった。平成7年から平成24年までの同期間の外食産業市場規模は、前年実績を下回っている年が多いことから、中食のマーケットは比較的堅調に推移していることが伺える。

このように中食が外食に比べて堅調に拡大している要因としては、高齢者を含めた単身者の増加、女性の社会進出、調理の時間を短縮して楽しく食事を楽しみたいといったことや調理が複雑(時間がかかる)で家庭でできないなどの消費者の簡便志向、コンビニエンスストアの影響、食品メーカーの技術革新(惣菜が美味しくなっていること)などがあげられる。

表2. 年齢階級別、単身世帯の外出率、調理食品率、食の外部化率

単位：%

		平均	34歳以下	35～59歳	60歳以上	うち65歳以上
平均	外出率	31.8	49.4	38.2	21.5	20.0
	調理食品率	13.8	14.1	14.9	12.9	12.9
	外部化率	45.6	63.5	53.1	34.5	32.8
男性	外出率	41.7	52.0	43.6	31.9	29.4
	調理食品率	15.0	14.7	15.7	14.4	14.7
	外部化率	56.8	66.8	59.3	46.3	44.0
女性	外出率	20.8	43.2	24.6	15.9	15.7
	調理食品率	12.4	12.6	13.2	12.1	12.1
	外部化率	33.1	55.8	37.8	28.1	27.8

資料：総務省統計局「平成24年家計調査年報」(単身世帯)

(2) 中食のターゲティング

中食市場は外食市場に比べて比較的堅調に推移していることが分かったが、中食がターゲットとする客層はどこに存在するのか、家計調査を基に見ることにする。

まず、「平成24年家計調査年報単身世帯編」で男女平均の外出率(食費に占める外食費の割合)は平均で31.8%であるが、34歳以下では49.4%であり、男性でみると、その割合は52.0%と食費の半分以上を外食に当てていることが分かる。

しかし、外出率は、年齢階級が上昇するにつれて低下しており、34歳以下と60歳以上では、外出率は大きな格差となっている。

一方、調理食品率(食費に占める調理食品支出額の割合、いわゆる中食支出額の割合)は、男女平均では、13.8%であり、年齢階級別にみると、35～59歳が14.9%と比較的高く、次いで34歳以下の14.1%、60歳以上の12.9%となっている。男性で、35～59歳で15.7%と高くなっているほか、他の年齢階級では14.5%前後となっており、特に65歳以上では14.7%と60歳以上より上昇している。

この状況を見ると、外出率の年齢階級により格差があるのとは異なり、調理食品率では、各年齢階級で大きな格差がないことが分かる。

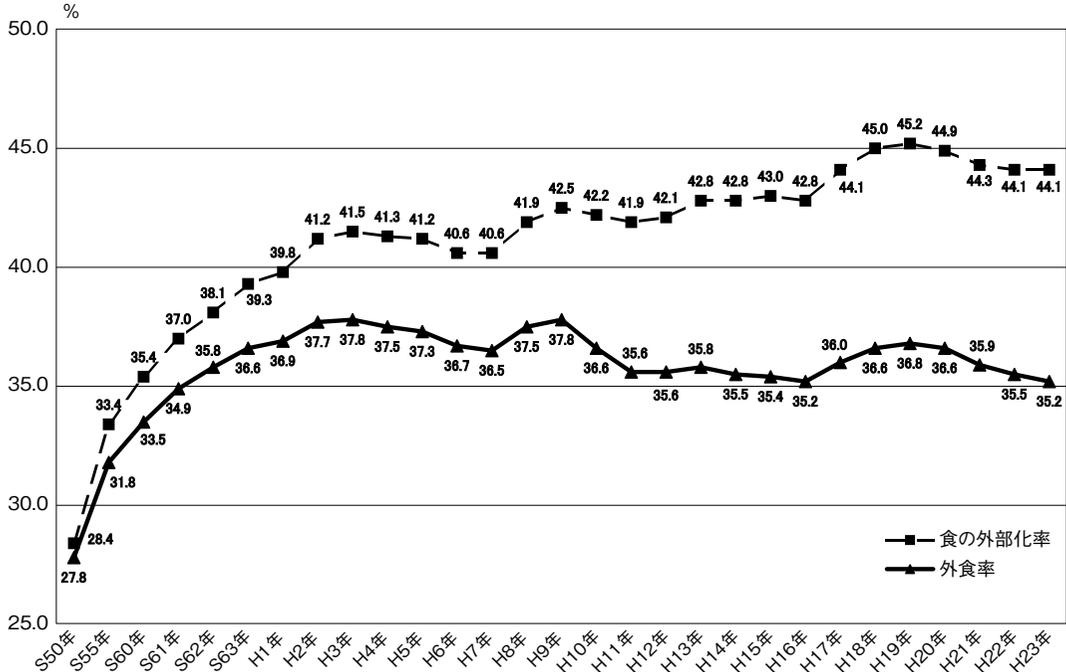
これらのことから、外食では、60歳以上の外出率が調理食品率より高くても、それ以上に高い34歳以下(平均49.4%)に客層を絞らなければならないが、中食では、各年齢階級すべてを対象とすることができる。

そのため今後、人口が増加する高齢者への対応も比較的、外食よりも容易に参入できることが予想される。

すでに、中食の牽引役であるコンビニエンスストアでは、高齢者向け惣菜や弁当の宅配を実施しているほか、若者向けのサービスとして挽き立てコーヒーのテイクアウトも実施しており、各年齢階級層をターゲットにして商品展開を実施している。

また、外食企業でも高齢者向け弁当の宅配へ参入しているほか、買い物難民への対応策としてスーパーマーケットが宅配事業を開始、首都圏ではデバ地下の商品を宅配するサービスなども行っており、中食は、他企業からの参入や宅配方法の多様化などにより活性化していると同

食の外部化率と外食率の推移



資料：内閣府「国民経済計算年報」、(公財)食の安全・安心財団附属機関外食産業総合調査研究センター「外食産業市場規模推計値」などをもとに推計

時に今後、競争激化も予想される。

4. 消費者の外食・中食動向

(1) 食の外部化率と外食率

各外食企業や中食企業は顧客のニーズを把握することが重要である。消費者が何をどのくらいの量をいくらで望んでいるか、また、何故、来店してくれないのかなど、消費者のきめ細かい情報を収集分析し、経営や販売に反映することになるが、まずは、消費者は食費のうち「内食」を利用するのか、それとも「外食」「中食」を利用するのかを見る指標として食の外部化率と外食率がある。

中食のターゲットのところで述べたが、外食率とは食費に占める外食費の割合のことである。全国平均だと平成23年が35.2%であり、食費のうち35%は外食に使用している状況

である。

外食率を時系列で見ると、昭和50年には27.8%であったものが、昭和55年には30%以上に達し、その後、毎年、外食率は上昇し、平成3年には37.8%と、平成9年と並んで最も高くなっている。

外食率は、時系列で見ると、ほぼ横ばいか、若干低下傾向となっており、食費に占める外食費の割合は、平成年代で見ると36.4%前後で推移している。ただ、直近の平成23年では35.2%と昭和62年(35.8%)の水準となっている。

一方、食の外部化率(食費のうち家庭で調理しないで、外部に依存している金額の割合)は、平成23年で44.1%になっており、食費のうち44.1%は家庭で調理しないでアウトソーシングした食事金額の割合ということになる。

ちなみに、米国の米穀協会が調査した「FOOD

表3. 平成24年の世帯1人当たり一般外食品目別支出動向

単位：%

	一般 外食	そば・ うどん	中華 そば	他の 麺類	すし	和食	中華食	洋食	ハンバ ーガー	他の主 食外食	喫茶	飲酒
平成24年 1月	1.2	10.0	▲3.8	▲11.5	▲0.9	2.2	▲0.5	▲0.2	▲1.0	9.4	7.9	▲10.4
2月	▲2.0	▲4.7	▲8.7	0.7	▲6.7	▲4.7	5.5	▲8.7	▲4.6	1.3	▲7.2	5.7
3月	23.5	21.9	6.8	25.8	20.7	18.3	17.6	8.6	11.7	29.4	11.9	46.8
4月	6.8	14.1	▲1.7	4.6	5.8	5.5	3.4	3.6	9.1	6.6	▲5.7	18.3
5月	0.2	▲10.4	▲12.3	▲11.8	▲5.1	▲2.3	▲6.1	▲15.2	▲14.9	11.4	▲6.9	8.9
6月	5.3	▲5.2	4.0	8.6	▲1.2	9.3	▲1.3	0.1	▲2.0	10.0	▲5.0	6.1
7月	▲2.4	▲6.6	▲1.5	27.2	1.1	▲4.5	▲12.6	▲4.9	▲2.2	0.9	▲10.8	▲7.4
8月	3.1	3.3	2.7	22.9	6.7	1.2	▲8.3	8.1	▲3.5	4.3	▲0.8	▲3.5
9月	5.2	2.8	▲1.5	24.3	3.1	3.2	20.3	5.6	0.4	7.8	0.4	0.7
10月	▲4.4	▲1.8	▲11.5	▲7.2	▲2.9	▲1.4	▲10.4	▲14.5	▲17.9	▲0.2	0.7	▲4.3
11月	0.9	8.0	▲1.9	▲15.2	▲2.3	0.6	▲12.4	▲1.0	▲2.2	5.8	3.9	▲5.2
12月	▲0.3	17.4	9.2	5.5	▲0.9	0.2	▲3.4	▲6.5	▲12.1	1.5	▲4.2	▲2.1
平成24年平均	2.7	3.3	▲1.9	5.2	1.3	1.8	▲1.9	▲2.2	▲3.8	6.8	▲1.8	2.8

資料：総務省統計局「平成24年家計調査年報」

2040」によると、2040年にはこの食の外部化率は70%に達すると予想している。このことは、将来、ほとんど家庭で調理をしない状況を意味している。

この食の外部化率は昭和50年には28.4%であったが、年々、上昇しており、平成19年に45.2%と最も高くなっているが、その後も横ばい基調となっている。

食の外部化率が50%近くになっているということは、食費のうち素材から作る費用は約50%であり、年々、出来合いの食品を買う傾向が高くなっていることを考えると外食・中食企業以外の食関連企業の戦略も素材だけを販売するのではなく、加工品等の販売も必要となってくる状況にある。

(2) 家計調査から見る品目別の動向

では、次に、具体的に、消費者の外食と調理食品(中食)の平成24年1年間の購入状況を総務省統計局の家計調査年報で見ることにする。

1) 一般外食

世帯員数で除した世帯1人当たり一般外食の各品目別支出金額をみると、年間を通して比較的好調だったのは、そば・うどんからハンバーガーまでの品目に分類されない「他の主食的外食」で前年を下回ったのは10月(対前年同月増減率0.2%減)のみであり、年間平均でも前年より6.8%増加している。次いでそば・うどんや中華そば以外のスパゲッティなどの「他の麺類」が年平均で前年より5.2%増加、また、セルフうどん店が好調なように「そば・うどん」が、年間平均で前年より3.3%増加している。「飲酒」は年後半減少したが、3月(同46.8%増)、4月(同18.3%増)の大幅な増加もあり年間平均が前年より2.8%増加した。

以上のことから家計調査で指定された品目以外の「その他の主食的外食」の好調さが目立ち、消費者ニーズの多様さがここでも伺える。

一方、低調に推移した品目は、「ハンバーガー」で年間のうち前年実績を上回ったのが3回しか

表4. 平成24年の世帯1人当たり主食的調理食品品目別支出動向

単位：%

	調理食品	主食調理食品	弁当	すし	おにぎり他	調理パン	他の主食的調理食品
平成24年 1月	3.0	9.5	16.1	2.2	11.9	6.7	11.0
2月	6.1	7.4	13.2	6.1	▲1.4	0.7	8.0
3月	3.1	5.8	6.3	5.3	9.9	5.4	4.8
4月	4.9	7.1	10.5	3.7	6.1	6.0	7.1
5月	3.2	1.6	3.4	▲1.9	▲0.9	7.9	1.9
6月	3.0	3.3	6.0	▲0.6	7.8	3.6	2.2
7月	0.7	1.5	4.7	▲3.0	▲3.9	6.2	2.3
8月	2.7	4.8	9.4	▲2.3	6.7	10.7	4.7
9月	2.7	▲0.0	0.8	▲0.0	▲2.4	5.8	▲2.6
10月	3.5	▲2.3	▲4.9	▲4.3	▲2.5	1.9	2.0
11月	1.8	▲2.8	▲4.4	▲9.3	▲2.0	4.2	2.9
12月	3.2	▲2.1	▲4.9	▲3.3	▲0.7	2.7	0.5
平成24年平均	3.0	2.5	4.2	▲0.8	2.0	5.1	3.5

資料：総務省統計局「平成24年家計調査年報」

なく、その他の月は前年実績割れとなり、年平均でも前年より3.8%減少と6年ぶりに減少しており、ハンバーガー業界のリーディングカンパニーである日本マクドナルドの決算も低調に終わっている。その他の品目では「洋食」(年平均増減率2.2%減)、「中華そば」(同1.9%減)、「中華食」(同1.9%減)、「喫茶」(同1.8%減)の品目が低調に推移した。

2) 調理食品

① 主食的調理食品

調理食品のうち世帯1人当たり主食としての調理食品支出額の動向をみると、主食調理食品全体では、9月以降前年実績を下回ったが年平均では前年より2.5%増加と3年連続の増加となっている。

品目別にみると、「調理パン」が年間を通して前年実績を上回り、年平均で5.1%増加と、3年連続の増加となっている。その他の品目では「弁当」(年平均増減率4.2%増)、「他の主食的調理食品」(同3.5%増)で好調であったが、「すし」は

5月以降前年実績を下回り、年平均で0.8%減少と2年ぶりの減少となっている。

② 他の調理食品

調理食品のうち世帯1人当たり副食としての調理食品支出動向をみると、全体としては1月(対前年同月増減率1.6%減)で前年実績を下回ったが、その後毎月前年実績を上回り、年平均では前年より3.3%増加と4年連続増加している。

品目別にみると、「サラダ」(年平均増減率8.6%増)が年央まで2桁の大きな伸びとなっており、消費者の健康志向が反映されている結果となっている。その他、好調な品目は「しゅうまい」(同6.8%増)、「その他」(同5.1%増)、「冷凍調理食品」(同4.8%増)、「やきとり」(同3.3%増)などとなっている。また、「天ぷら・フライ」では年平均増加率は小さいものの年間を通して2回しか前年実績を下回っておらず、家庭での調理の面倒さから根強い好調さとなっている。

一方、「うなぎの蒲焼き」では、シラスウナギ

表5. 平成24年の世帯1人当たり他の調理食品品目別支出動向

単位：%

	他の調理食品	うなぎの蒲焼き	サラダ	コロッケ	カツレツ	天ぷらフライ	しゅうまい	ぎょうざ	やきとり	ハンバーグ	冷凍調理	その他
平成24年1月	▲1.6	▲17.6	13.4	▲1.0	2.8	3.6	3.0	▲12.0	▲2.7	▲5.7	▲3.1	▲3.6
2月	5.0	▲24.5	8.5	2.7	6.9	7.3	▲0.7	5.2	10.3	▲7.1	0.7	3.8
3月	1.0	▲19.7	13.5	▲6.6	13.8	▲0.3	12.7	▲4.8	17.3	▲5.3	3.4	▲3.3
4月	3.3	▲43.0	14.5	▲1.1	1.4	▲0.5	3.1	▲5.3	5.7	3.2	7.8	2.7
5月	4.5	▲48.6	17.0	▲1.8	▲4.1	3.7	7.6	6.7	▲10.4	7.0	8.1	4.6
6月	2.8	▲35.8	13.2	▲4.8	0.7	3.4	▲0.5	▲0.5	10.4	5.5	0.4	6.1
7月	0.1	▲19.3	11.0	▲4.1	▲6.0	0.3	▲0.9	▲4.2	4.1	17.9	0.3	5.8
8月	1.1	▲24.9	5.2	▲9.1	▲5.0	0.8	3.3	▲2.2	▲1.6	0.7	1.8	7.3
9月	4.8	▲30.4	▲0.8	▲1.9	11.6	2.2	15.9	4.8	6.7	▲0.5	15.5	4.5
10月	7.9	▲31.3	1.4	4.4	5.4	5.5	17.0	3.5	4.0	11.3	11.7	12.5
11月	5.3	▲41.6	0.7	▲4.6	5.5	0.7	5.2	▲1.9	▲8.2	▲9.2	4.8	13.0
12月	5.9	▲14.0	8.9	1.7	7.4	4.3	18.3	▲8.0	12.7	12.3	7.4	6.7
平成24年平均	3.3	▲26.6	8.6	▲2.3	2.9	2.3	6.8	▲2.0	3.3	2.1	4.8	5.1

資料：総務省統計局「平成24年家計調査年報」

の不漁による価格高騰で年間を通して2桁の大幅な減少率となり、年平均では26.6%減少した。そのほか低調な品目は「コロッケ」、「ぎょうざ」であった。

5. まとめ

外食・中食を含む食産業は、人口問題や環境問題などの諸課題と密接に関係している。今後の日本の人口減少の中で食市場も縮小する傾向にあり、その中で、各食関連企業は、如何にして売上や利益を確保するか模索している。

また、環境変化による食料・原材料の確保の課題なども、現状の輸入に頼っている現状でよいのか、課題がでてくる。

外食産業では、各業種・業態で課題も異なると思うが、共通する点は、如何にして客数増加を図り、売上高や収益を確保していくかということではないかと思う。

今まで見てきたように、マクロで見る外食産業のマーケットは、将来的には人口減少に伴い、

漸次、縮小の方向に向かうことが予想される。

その中で、新しいビジネスチャンスがどこにあるのか、消費者ニーズの収集分析の中で探し出すことが必要となってくる。

また、従来の業種・業態でビジネスを行うのであれば、顧客ニーズを的確に把握し、出店戦略、メニュー戦略などを駆使しながら客数の増加を図る必要があると思う。

中食産業では、急速に進展している高齢化社会への対応が外食に比べて比較的容易であると前述したが、注目されている市場は各方面からの参入も多くなり、競争激化が予想される。また、中食産業の産業構造は、中小・零細企業が大部分を占めており、中食産業の中で、ボトムアップを図り、体力を付ける必要がある。

最後に、業界紙である外食産業新聞社の平成25年上半期の重大ニュースとして最近の外食・中食を紹介しておく。

まず、ワインを主力とした居酒屋業態が新規参入期から成長期に入ったということ。このワ

イン主体の居酒屋では客単価が3,000円～3,500円と、従来の居酒屋の2,000円前後での価格競争とは別の次元での経営となっており今後も有望である。

第2は、パンケーキ中心の店舗の増加である。米国初ブランドの「Slappy Cakes」や「オリジナルパンケーキ」などが東京に1号店を出店し女性客を中心に人気になっている。

第3は米国牛肉輸入条件緩和である。厚生労働省は2月1日付けで米国やカナダなど北米産牛肉の輸入条件であった20ヶ月齢以下から30ヶ月齢以下に緩和したことである。これにより牛肉主体の飲食店などはプラス効果となることが多いのではないかと。ちなみに吉野家では4月18日から牛丼価格を380円から280円に値下げし、客数が大幅に増加している。

第4には従来からいわれていることであるが、社員やパート・アルバイトの教育に力を入れている企業が多くなっているということである。

社員やパート・アルバイトの質的向上によりサービスが向上することで、売上高増加に繋げ

ることを考えている

しかし、最近のSNSへのアルバイト等の冷蔵庫に入った写真の投稿など、従来、食関係で働いている従業員であれば考えられない行動が行われていることから、ますますの従業員教育の強化を望みたいものである。

第5として大都市圏を中心に新たな商業施設が続々と誕生していることである。そこには、飲食店の出店が可能となり、従来の飲食ではない地方の有名店の出店が期待され、外食産業の活性化に寄与するものと思われる。

以上のようなことなどが、業界紙で紹介されていたが、外食産業の最先端は、流行に流されがちであり、流行が終わってしまうと、流行を追っていた飲食店も撤退していくという状況になる。その意味では、消費者の最先端のニーズを踏まえつつ、飲食店の本筋をしっかりと持って経営していくことが必要なのではないかと思う。

（ 宮城大学 食産業学部
フードビジネス学科 准教授 ）

酷暑の過ごし方

藤 木 正 一

近年の夏の酷暑は耐えがたいほどだ。40℃にも達する異常な高温が日本各地で発生し、熱中症といわれる症状で入院される方も過去最高になったという。一昔前の夏は、暑いといっても30℃を少し超える程度が普通だったと記憶している。また夕立などが比較的多く発生し夕立一過で、しのぎよくなったような気もする。ただし、クーラーなどの普及もなかった時代だから、どちらが耐え難いかは判断しにくいのだが。

また世界的にも、過去に例のなかったような高温や豪雨が各地に発生し、大きな被害を与えている。特に気象関係の環境が従来とは大きく変わってきているように思われる。

そこで、にわかに熱中症対策がクローズアップされてきた。とにかく、「喉が渇かなくてもひんぱんに水を飲め」、「ただの水ではなくスポーツ飲料がよい」など、商品の宣伝も含め諸説入り乱れてどうにも解りにくいところがある。私どもの青年時代はペットボトルなどという便利なものもなく、運動や山登りの時も、「水を飲むと汗をかいて疲れるから水はなるべく飲まないように」と指導され、いまだに水を持ち歩くような習慣は身につかないでいる。しかし、「特に高齢者は喉の渇きの感度が鈍くなり、体温調節の機能も衰えるので、熱中症になりやすい。喉が渇かなくても一定時間ごと

に水を飲む習慣を身につけるべきだ」というのが、近年の常識のようだ。

確かに、年齢、性別、運動の有無などで差が大きいのか、どのような水を、どのように飲めばよいか、適切な指針がないような気がする。

例えば保健関係者がすすめる補水液(1リットルの水に40gの砂糖と食塩3gを溶かしたものは、ただの水より体内への吸収が早いということだが、砂糖や食塩の摂取は個人によって問題もあるかもしれない。最近小生はゴルフの際などはこの処方にクエン酸を加えた特殊水を持参するようにしている。ただし、この配合では歯を傷めるのではないかと思い、飲んだ後に普通の水を飲んで口を洗っているのも、つまり2種類の水を持参している。

室内でクーラーをつけている場合などは、汗で食塩が失われないため、特に食塩の補給は不要、或いは血圧の高い人には有害かもしれない。スポーツなどで汗を多量に流す場合には、一般にスポーツ飲料がすすめられているが、同時に糖分も多く含まれているものが多いので、常時飲むには注意が必要である。

暑いからと、ゴルフ場などで冷たいビールを飲む人がいるが、水の補給には逆効果だそう。アルコールは利尿作用があり水分を体外に排出させる原因になってしまう

う。お茶やコーヒーにはカフェインが含まれ、これも利尿作用があり、水分を排出するので更に水分を補給する必要があるという。

登山の場合の給水の目安は、体重(kg)×歩行時間×5mlと教えられたが荷物の制限もあり、とても持参できない量になってしまう。

異常高温の時代にふさわしい夏の過ごし方として、それぞれの生活環境に合わせた水の補給方法を各自が編み出すしかないようだ。

話題は変わるが、酷暑と水不足で今夏のが家庭菜園はキュウリ、ナスなどは振るわなかったが、夏を謳歌しているのはオクラとモロヘイヤだ。

ともに比較的新しく普及し始めた夏野菜で、原産地はいずれもアフリカとされ、さすがに暑さと水不足をものともせず毎日次々と成長してくる優れものである。

オクラは今では夏野菜の代表格となっているが、アオイ科の一年草で5月ごろタネを蒔くと、プランターでも簡単に栽培することができる。横断面が五角形の5角オクラと円形の丸オクラがある。7～8月ころ、1～2m位まで伸びながら、毎朝アオイに似た淡黄色(中心は濃赤紫)の8～10cmのきれいな花を咲かせる。現在はこの花も食用(サラダ、酢の物用)に販売されている。翌日花の萎んだ後に1cmくらいの小さなオクラができていく。2日目に5cm、3日目に7～10cmの食べごろになった若い実(サヤ)を収穫する。これ以上放置すると硬くなり食べられなくなる。こうなると翌年のタネ用として成熟後採種する。このように成長

が非常に早いので必ず一日おきに、収穫してやらないと伸びすぎて食べられなくなったオクラに養分をとられ次の収穫に影響するので、タネ用以外は摘みとる必要がある。一日おきに次々と30本以上も獲れると食べる事を楽しむ前に処理する感覚になってしまう。オクラの特徴は主成分の粘性物質によるネバリである。生のままでも各種料理にも用途は広い。

モロヘイヤは王様の野菜といわれ普及してきたが、シナノキ科の一年生の木の葉芽を摘んで食用とする。各種の栄養価が高く、オクラと同様に粘性物質による粘りが特徴である。5月頃タネを蒔くと簡単に萌芽し、暑くなると旺盛に沢山の枝を出しながら、1m以上のこんもりした形に成長する。適時に枝先10cmを摘み取り収穫する。摘み取るほど枝分かれを繰り返し、いくらでも収穫できる。枝葉そのままでもネバリがあるが、包丁などで細かく刻み、つぶしたりすると、とろとろのネバリ物質(緑のとろろ)となり、スープなどに独特な風合いをもたらす。

ネバリ物質は夏の健康維持に有用であるといわれている。これらのネバリ(粘性)物質はペクチンと同類の多糖類で、重要な食物繊維の一種であり、種々の生理活性を持っている。

難しい化学物質のことは別にして、ネバリ物質を豊富に含むオクラ、モロヘイヤなどが盛んに出回っているので、大いに食べて、酷暑に負けないネバリ腰で秋を迎えたいものだ。

(日本食品保蔵科学会顧問)

「アテ」なるもの

ひらの あさか

枕草紙で「あてなるもの」とは、上品なもの、雅なものを表わしますが、近畿方面から伝わったことば「アテ」。アテとは「あてがう」もの、酒にあて添えるものを意味します。今回は小麦粉を使ったおつまみを紹介します。秋の夜長にちょっと小粋な「アテ」でおいしい一杯はいかがでしょう。

パンでつくる「アテ」

「アンチョビ・マヨ」サンドイッチ用の薄切り食パンを使ったアテ。食パンは軽く焼いて4等分に切り揃える。マヨネーズと粒マスタード、ピクルスのみじん切りを混ぜ合わせてパンに塗り、アンチョビフィレは食べやすい大きさに切ってその上にのせる。好みでイタリアンパセリをちぎってのせる。

「いちじくのカナッペ」フランスパンは斜め薄切りにしてこんがり焼いて、クリームチーズは室温に戻して、甘らっきょうはみじん切りにして、クリームチーズと合わせる。いちじくは皮をむいて、1個を縦に8等分に切る。焼いたフランスパンにクリームチーズを塗り、いちじく、バルサミコ酢とはちみつ、こしょうを合わせたソースを

電子レンジで温めて上にかける。

「たことセミドライトマトのアテ」フランスパンは、ひと口大の乱切りにして、フライパンにオリーブオイル、にんにくのみじん切りを入れて低温からじわじわとにんにくに火を通して、香りが出てきたところで塩とこしょうを入れ、半量は器にとっておく。フランスパンを加え、焦げ目がつく手前で器に移し、みじん切りのパセリをまぶしておく。同じフライパンでガーリックオイルを入れてゆでだこのひと口大のものを軽く炒めてしょうゆ少々で味を調える。ガーリックトーストにセミドライトマトのオイル漬け、炒めたタコを串に刺す。

ピザ生地でつくる「アテ」

市販のピザ生地を使って「さわやかサラダピザ」にんにく、黒オリーブの実を種を取ってみじん切り、オリーブオイルに合わせ、好みでアンチョビペーストを加えたソースをピザ生地に塗り、オーブンでこんがり焼き、食べやすい大きさに切れ目を入れておく。ルッコラ、ベビーリーフ、薄く切ったトマトを好みのドレッシングで和えたサラダを生地にのせ、生ハムものを、すり

おろしたパルミジャーノチーズ、粗びき黒こしょうをかける。

「ねぎと肉みそピザ」豚ひき肉、にんにくのみじん切りをフライパンで炒め、信州みそ、みりんで味を調える。長ねぎは白髪ねぎにする。ピザ生地にもみそ、ピザ用チーズをのせ、オーブンでチーズがほどよく溶けるまで焼き、焼き上がりに白髪ねぎ、好みで七味唐辛子をかけ、食べやすい大きさに切る。

薄焼き小麦粉生地を巻いた「アテ」

小麦粉はふるってから卵、牛乳、水、塩を加えて少し休ませておく。フライパンにサラダ油を加え、生地を流し入れ、あまり火を強くしないで丸くのばして、表面が乾いてきたら裏返して焼く。

「きのこベーコンの薄焼き巻き」しめじ、まいたけ、しいたけ、エリンギは食べやすい大きさに切り、にんにくはみじん切り、赤唐辛子は小口切り、ベーコンブロックは棒状に切る。フライパンにバターを溶かして、にんにく、赤唐辛子、ベーコン、きのこの順に加えて炒め、白ワイン、しょうゆで味を調え、レモンを絞る。具材を薄焼き生地にのせ、巻いて食べる。

「りんごとマスカルポーネの薄焼き巻き」りんごは、皮つきのまま、薄いくし切りにしてさらに食べやすい大きさに切る。フライパンにバターを熱して、水気をよくきったりんごを入れて焦がさないように炒め、みりん、砂糖少々を加え、好みでシナモンをふりかける。薄焼き生地に、マスカルポーネチーズ、炒めたりんごをのせて巻

く。

揚げない春巻き

「香菜春巻き」長ねぎ、しいたけ、香菜はみじん切り、フライパンにごま油を熱し、長ねぎ、豚ひき肉、しいたけを入れて炒め、火が通ったら、甜麺醬、しょうゆ少々を入れて味を調え、香菜を加えてさっと火を通す。春巻きの皮を広げ、具材をのせてはみ出さないようにきっちりと巻き、小麦粉を水で溶いてのりのようにつける。オーブントースターで焦げないように両面を焼く。これをフライパンにサラダ油をひいて、両面を焼いてもおいしい。

ちょこっと「アテ」めん

「焼きなすのたたきそうめん」なすは皮に包丁で切れ目を入れてグリルで焼いて、熱いうちに皮をむく。粗熱を取ってからまな板にのせて包丁でたたき、しょうがのすりおろし、青じその細切り、ストレートのめんつゆをかけて混ぜ合わせる。そうめんはゆでて水気をきり、器に少量を移し、めんつゆをかけて、焼きなすをのせる。

「あぶり帆立の豆乳そうめん」豆乳4に対してめんつゆ1の割合いでつゆをつくり冷やしておく。オクラは軽くゆでて小口切りに。刺し身用の帆立貝柱は厚さを半分にして酒をふり、グリルで軽くあぶる。トマトは小さい角切りにする。ゆでたそうめんは水気をきって、冷やしたつゆをかけ、オクラ、トマト、あぶり帆立をのせる。

(食文家)

業務日誌

総務

平成25年8月22日、評議員会を開催しました。

第79回評議員会を(株)鉄鋼会館において農林水産省生産局農産部 折原直貿易業務課長のご臨席のもとに開催し、次の議案を審議決定しました。

- 第1号議案 第47事業年度会務報告に関する件(報告)
及び第47事業年度決算報告に関する件
- 第2号議案 評議員の補選について
- 第3号議案 理事の補選について

- ◎評議員…… (退任)飯田英章氏
(新任)鈴木規弘氏
- ◎理事……… (退任)下坂正夫氏、本田常隆氏
(新任)滝原賢二氏、堀内俊文氏

役員及び評議員名簿については、次ページをご参照ください。
なお、資料については本会のホームページをご参照ください。

業務日誌

一般財団法人製粉振興会 役員及び評議員名簿 (敬称略)

平成25年8月22日現在

《役員》

役職	氏名	役職	氏名
理事長	鈴木五六	理事	高橋信男
専務理事	落合通人	〃	滝原賢二
理事	安孫子建雄	〃	沼山勝己
〃	小田善一	〃	堀内俊文
〃	門田正昭	監事	青木中
〃	志賀弘嗣	〃	新妻一彦

《評議員》

氏名	役職	氏名	役職
伊藤元久	一般財団法人 日本穀物検定協会 理事長	鈴木規弘	農林中央金庫 常務理事
井上好文	一般社団法人 日本パン技術研究所 所長	田村真八郎	農林漁業金融公庫 元技術参与
加藤茂夫	学校法人 専修大学 教授	中村靖彦	学校法人 東京農業大学 客員教授
斎藤修	国立大学法人 千葉大学 教授	東直樹	公立大学法人 首都大学東京 名誉教授
西藤久三	一般財団法人 食品産業センター 理事長	藤村勝	独立行政法人 国民生活センター 元理事
坂本元子	学校法人 和洋女子大学 名誉教授	盛田清秀	国立大学法人 東北大学 教授
生源寺真一	国立大学法人 名古屋大学 教授	横田章憲	横田会計事務所 所長

〈訂正とおわび〉

8月号の通巻番号(表紙及び裏表紙)が「No.600」とあるのは、「No.560」の誤りでした。

訂正し、お詫び致します。

業界ニュース

プレスリリース

平成25年8月28日
農 林 水 産 省

★輸入麦の政府売渡価格の改定について

農林水産省は、「主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律(平成6年法律第113号)第42条第2項」に基づき売り渡す輸入麦の平成25年10月期の政府売渡価格を決定しました。

★政府売渡価格の考え方

輸入麦の政府売渡価格の改定ルールに基づき、直近6か月間(平成25年3月～平成25年8月)の平均買付価格を基に算定すると、平成25年10

月期(平成25年10月～平成26年3月)の政府売渡価格は、5銘柄平均で57,260円/トン、4.1%の引上げになります。

なお、今回の政府売渡価格の改定の主な要因は、昨年末から円安が進むとともに、少雨により生産量が減少した豪州産小麦の輸入価格が高止まりで推移した一方で、米国産冬小麦の収穫の進展等により、昨年7月頃から高水準で推移していた小麦の国際相場が、豪州産小麦を除き全体として軟調に推移したことによります。

(単位：円/トン(税込み))

	25年4月期の 売渡価格	25年10月期の 売渡価格	対前期比
5銘柄加重平均価格	54,990	57,260	4.1%
うちハード・セミハード系	55,460	57,130	3.0%
ソフト系	54,130	57,490	6.2%

注1：上記のハード・セミハード系の数値は、アメリカ産ダーク・ノーザン・スプリング(主にパン・中華めん用)、カナダ産ウェスタン・レッド・スプリング(主にパン用)、アメリカ産ハード・レッド・ウィンター(主にパン・中華めん用)の平均値です。また、ソフト系の数値は、オーストラリア産スタンダード・ホワイト(主に日本めん用)、アメリカ産ウェスタン・ホワイト(主に菓子用)の平均値です。

注2：対前期比は、小数点以下第2位を四捨五入しています。



世界 (1) 2013/14年度の小麦は生産が6.91億トン、消費が6.88億トンで、期末在庫は微増。

国際穀物理事会(IGC)は2013/14年度の小麦需給を[表1]のように予測した。生産は前年度比3,700万トン増の6.91億トン、消費は1,500万トン増の6.88億トン(うち、食用は500万トン増の4.70億トン)である。期末在庫は200万トン増えて1.76億トンになる。

(IGC-GMR・436/13)

(2) 2013/14年度の小麦貿易量は前年度比110万トン増の1.407億トン。

[表2]はIGC予測の小麦貿易量で、2013/14年度は前年度比110万トン増、前々年度(過去最高)比410万トン減の1.407億トンである。中国の輸入が720万トンに増える。ブラジルは国内産小麦が霜害を受け、720万トン輸入する。イランは引き続き買付け意欲が旺盛で、前年度の530万トンより少ないが370万トン輸入する。パキスタンは国内価格調整のために50万トン輸入する。ロシアは年度の初めに多量の輸出をしたが、年度を通しての輸出量は1,410万トンに留まる。ウクライナは堅調な市場価格と増産に支えられ、近年で最高の850万トンを輸出する。カザフスタンも生産量増加で輸出量が700万トンになる。EUは過去5年で最高の2,300万トン輸出すると予測される。アメリカとカナダは他

の地域の品質問題も絡み、高品質製粉用小麦の輸出が好調で、それぞれ3,000万トンと1,960万トンの輸出が予測される。

(IGC-GMR・436/13)

(3) 9,800年前にエンマー小麦が栽培されていた。

ドイツの3人の考古学者が、中東の肥沃な三日月地帯東端(イランのザクロス山脈丘陵地帯のChogha Golan)の新石器時代遺跡の発掘現場から、黒く焦げたエンマー小麦の種子を発見した。これまで肥沃な三日月地帯西端(現在のシリア北部)での発見のみだったが、考えられていた以上に広域で栽培されていたことと、今から9,800年前に栽培タイプのエンマー小麦があったことが分かった。石臼の他に、粉碎や調理に使ったと思われる道具も見つかり、遊牧生活でなく定住していたと推定される。

(World-Grain.com・July 10/13)



アメリカ (1) 2013/14年度の小麦は前年度より生産と消費が減り、輸出が増え、期末在庫は大幅減。

合衆国農務省、8月14日発表の2013/14年度小麦需給予測を[表3]に示した。生産量は単収が前年度並みの3.11トン/ヘクタールと予想されるが、収穫面積が大幅に減るので、前年度比6.8%減の5,754万トンである。食用消費は1.4%増の2,607万トンだが、飼料用消費が減るので国内消費計は6.9%減の3,568万トンである。輸出は9.2%増の2,994万トンで、期末在庫は23.2%減の1,501万トンになる。銘柄別需給は[表4]で、ハード・レッド・ウインター小麦は前年度に比べ生産と国内消費が減るが、輸出は1,102万トンに増える。ハード・レッド・スプリング小麦も生産と国内消費が減るが、輸出はほぼ前

年度並みの640万トンで、期末在庫は462万トンに増える。ホワイト小麦は生産が減るが、国内消費は増え、輸出は408万トンに減るが、期末在庫は大幅減の138万トンである。デュラム小麦は生産が大幅減の164万トンだが、輸入が122万トンに増え、輸出は68万トンに減少する。2013-14年度の平均農家手取り価格は1ブッシュェル当たり6.40~7.60ドルと予測され、前年度の7.77ドルを大幅に下回る。

(USDA)

(2) 小麦粉価格は変動が大きい。

2012年3月以降の小麦粉価格を[表5]にまとめた。公表価格はcwt当たりのバラ貨車渡したが、トン当たりに換算した。2012年7月以降の高値はやや沈静化した。相変わらず変動が大きい。市場による価格差もかなりある。ライ麦粉が上昇しており、高値を更新した。

(MBN, FBN複数号/12, 13)

(3) 2013年7月の小麦生産者手取り価格は前月比37セント、前年同月比94セント安。

[表6]は合衆国農務省発表の全小麦平均生産者手取り価格である。7月は6.95ドル/ブッシュェルで、前月比37セント、前年同月比94セント安である。冬小麦は6.86ドル、デュラム小麦は7.94ドル、デュラム小麦を除く春小麦は7.38ドル。

(USDA)

(4) ノースダコタ製粉は販売量増で増益。

州営のNorth Dakota Mill & Elevatorの2013年度(6月30日締め)の利益は前年度比48%増の1,190万ドルで、これまでで3番目である。売上高は3.18億ドルだった。増益は主に製品販売量が前年度比3.01%増加したことによるもので、優れた品質の春小麦とデュラム小麦を原料にし

た粉が評価されたためだが、生産効率向上も寄与した。

(World-Grain.com・Sept.26/12)

(5) 北米製粉協会はグルテンが大多数の人の健康に有益との見解。

北米製粉協会(NAMA)の8月5日発表によると、合衆国食品・医薬品局(FDA)に対して「グルテンフリー」の定義を明確にするよう勧告した。グルテンフリー食品はセリアック病やグルテンに耐性のない人には不可欠だが、大多数の人には健康利点があるという科学的な根拠はないのに、健康に良いと誤解する消費者もいる。むしろ、グルテンはそれに耐性がある通常の人では、植物性蛋白質としての栄養面の価値のほかに、腸内細菌を健全な状態にするのに有用であることが研究で示されている。FDAに対しそのあたりを明確にするよう要望した。

(World-Grain.com・Aug. 6/13)

(6) 食品・医薬品局がグルテンフリーの定義を発表。発効は1年後。

食品・医薬品局(FDA)はやや曖昧になっているグルテンフリーの定義を「グルテン含量20ppm以下」と定めた。gluten-free、no gluten、free of gluten、without glutenと表示するためにはこの定義を守ることが要求される。発効は1年後である。

(MBN・92-12/13)

(7) GM小麦はオレゴン州の1農家以外では検出されていない。

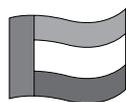
合衆国動植物健康検査局(APHIS)の7月29日発表によると、GM小麦はオレゴン州の1農家以外では検出されていない。

(IGC-GMR・435/13)

(8) 小麦の国立科学財団産業・大学共同研究センターを設立。カンザス州立大学が中心に。

正式名称「国立科学財団産業・大学共同研究センター・小麦遺伝学センター(略称、NSF I/UCRC小麦遺伝学センター)」が設立される。合衆国にはこの種のセンターが61あり、それらの多くは工学や電子工学分野で、農産作物では初めてのセンターである。カンザス州立大学が主導研究機関として選ばれた。小麦と他の作物の食品製造の改良と耐病性を中心に研究し、学生や若い研究者の教育の場としても活用する。施設はカンザス州マンハッタンにあるカンザス小麦イノベーションセンターが中心になる。

(World-Grain.com・Aug.21/13)



アラブ首長国連邦 Salalah製粉がオマーンに工場を新設。全社1日の能力は1,500トンに。

Salalah製粉は1998年に1日の挽砕能力300トンで創業し、2012年までにさらに3ラインを増設した。今回、オマーンに建設中だった1日の挽砕能力600トンの最新鋭工場(同国で最大)が完成し、全社の挽砕能力は中東で最大の1,500トンになった。機械設備はビューラー社製を採用した。パン用小麦粉、パスタ用セモリナ、伝統食用の小麦挽割粉などを製造し、近隣諸国への輸出も行う。

(MM・150-13/13)



アルゼンチン 国内の小麦と小麦粉の供給と価格安定を模索。

政府は小麦と小麦粉の在庫不足とそれに伴うパンなど主要食料品の価格上昇に対処するため、官報で施策を発表した。

(IGC-GMR・435/13)



イギリス (1) 閉鎖中のエタノール工場が小麦使用で再開。

7月30日、Ensus社は4月に閉鎖したエタノール工場を今秋に再開と発表した。生産能力は年に4~4.5億リットルで、約10万トンの飼料用小麦を使用する。

(IGC-GMR・435/13)

(2) パンの食塩含量は減少傾向。

Wolfson予防医学研究所の研究によると、スーパーマーケットで売られているパン100グラムの平均食塩含量は2001年の1.23グラムから2011年には0.98グラムになり、20%減少した。スーパーマーケットのプライベートラベルの平均が0.95グラムに対し、ブランドものでは1.04グラムと高い。パンのタイプ間での差はない。健康省が設定した2012年のパンの目標は100グラムに1グラム以下だが、この目標を満たすパンの率は2001年に28%、2006年に52%、2011年に71%だった。減量は着実に進んでおり、目標に向かってさらなる減量が可能で、この分野で世界のリーダーになって、多くの命を救えるという。

(MBN・92-9/13)



イラク EUからの小麦輸入を検討。

7月26日の発表によると、イラク穀物局は小麦輸入先を増やすためEU(フランス)からの輸入を検討しており、近く、試験輸入が行われると見られる。

(IGC-GMR・435/13)



インド 食料安全保障法の成立へ。

7月3日、政府は政令によって国家食料保障法を導入した。補助金付きの小麦と

米を人口の70%に販売することが盛り込まれており、大統領の承認を得て、議会で追認される必要がある。

(IGC-GMR・435/13)



オランダ CSM社が社名を変更し、新戦略を発表。

製パン材料などを製造販売する国際企業のCSM社は、社名をCorbion社に変更し、2013～2016年の戦略を発表した。バイオベース食品材料と生化学品に重点を置くバイオベース製品の世界的な供給者を目指すという。

(EB・128/13)



韓国 (1) ウェスタン・ホワイト小麦の輸入を再開。

韓国製粉工業会は最近輸入したアメリカからのウェスタン・ホワイト小麦にGM品種が検出されなかったため、輸入を再開した。しかし、韓国食品・医薬品局は輸入検査を続ける。

(IGC-GMR・435/13)

(2) ドンアウォン社の製粉工場の能力拡張工事が完成間近。

DonA One社はソウルから120キロメートル南の港湾都市、唐津(タンジン)に製粉工場を持つが、能力拡張工事を進めており、9月に完成予定である。これにより、4,200トン/週の製粉能力が6,750トン/週(1,222トン/日)になる。5ラインになり、Aライン(350トン/日)は硬質小麦ミル、Bライン(350トン/日)はコンパインドミル、Cライン(450トン/日)は軟質小麦ミル、Dライン(36トン/日)は有機小麦ミル、Eライン(36トン/日)は小麦全粒粉ミルである。ビューラー社が建設を担当し、同社の最新

鋭設備が導入されている。また、同社によると、ドンアウォン社の業務用小麦粉の市場シェアは約40%で、2015年までに1兆ウォン(9.17億米ドル)の収益達成を目指し、海外売り上げを現在の10%から30%に拡大する計画だという。

(diagram・164/13)



キルギス 増加する輸入小麦粉の予防措置調査を開始。

同国は7月2日、世界貿易機関(WTO)に輸入小麦粉の予防措置調査を開始すると通告した。小麦粉輸入量は2010年に比べて2011年には5.3倍、2012年には4.35倍になり、2011年の国内小麦粉生産量は前年比8.2%減少した。国内で消費される小麦粉のうち輸入小麦粉が占める割合が2010年の5%から2012年には24.85%になり、2013年1～3月には33%に達した。輸入量はさらに増えると予想され、国内メーカーの価格にも抑制的に作用すると予想される。政府は国内製粉産業に与える影響を調査する。

(World-Grain.com・Aug. 16/13)



中国 小麦の価格上昇で買上を一部中止。

7月4日発表によると、最近の国内小麦価格の上昇に対処するため、主産地の河南省での政府買付を一時中止する。

(IGC-GMR・435/13)



ドイツ 7月の小麦、ライ麦及びふすま価格は下落。

[表7]は国内主要市場平均の7月の小麦、ライ麦、及びふすまの価格である。いずれも5月以降下落傾向で、前年同月よりかなりの安値である。

(MM・150-15/13)



フランス 製粉協会が2014年産小麦の奨励品種と期待する小麦品質を公表。

フランス製粉協会が公表した2014年産普通小麦の奨励品種と期待する製粉用小麦の品質は[表8]と[表9]である。製粉協会の奨励品種は51品種である。奨励品種のほかに、奨励品種にするかどうかを判断するため生産される小麦の品質を観察中の品種も示した。生物農業用小麦とは、有機栽培用品種である。

(IC・183/13)



ベトナム 住友商事が韓国のCJ CheilJedang社と合併で製粉事業。

住友商事は韓国の製粉を含む大手食品会社のCJ CheilJedang社と合併で、Ba Ria-Vung Tau州で小麦粉とパン用プレミックスの製造、販売を行うことで合意した。人口が増加しており、現在の9,000万人から2020年代には1億人を超えると予想され、西洋風のライフスタイルが食事の主流になって小麦粉と関連製品の需要が増すと期待している。製造、開発などをCJ社が行い、販売は住友商事が担当する。今後、穀物の収穫と貯蔵、冷凍生地、飼料の分野にも業容を拡大するという。

(World-Grain.com・June 27/13)



ヨーロッパ連合 2011年にオーストリア、スペイン、ポーランドなどで製粉工場が減少。

[表10]は2011年の国別の製粉工場数、普通小麦挽砕量、及び国内産小麦使用比率である。オーストリアでは138から124工場に減少し、普

通小麦挽砕量も63万トンから60万トンに減った。スペインは148から140工場に減ったが、挽砕量は360万トンで変化がない。ハンガリーも63工場から56工場に減り、挽砕量も130万トンから120万トンに減少した。ポーランドは490工場から465工場に減ったが、挽砕量は420万トンで変わらなかった。ドイツの挽砕量が705万トンから710万トンに、イギリス・アイルランドが495万トンから510万トンに、チェコが108万トンから129万トンに、スイスが47万トンから48万トンに増え、オランダが125万トンから96万トンに減少した。ハンガリー(100%)、フランス(99%)、ドイツ(98%)、チェコ(97%)は国内産小麦使用比率が高い。普通小麦粉の生産量、貿易量、及びルート別販売量を[表11]に示した。小麦粉生産量が多い順に、ドイツ(562万トン)、フランス(449万トン)、イギリス(410万トン)、イタリア(380万トン)、ポーランド(320万トン)、スペイン(280万トン)である。以前より小麦粉輸出量は減ったが、引続き貿易が活発で、輸入量を差し引いた純輸出量は、ドイツ(52万トン)、フランス(47万トン)、ベルギー(41万トン)、イギリス(12万トン)、ハンガリー(10万トン)、ポーランド(9万トン)が多い。デンマーク、ポルトガル、ルーマニア、チェコは輸入が輸出を大きく上回る。イギリスでは全量実需への直接販売だが、デンマークでは全量再販業者経由である。国別の小麦粉用途別消費割合を[表12]に示した。パンの比率が高い国が多いが、オランダ、フランス、ポーランド、スペイン、ポルトガルなどは菓子の比率も高い。手づくりベーカリーでの消費比率が高い国も多い。フィンランド、リトアニア、オーストリアは家庭での小麦粉消費が多い。

(annuaire de la Meunerie Francaise 2013)

[表1] 世界の小麦需給

(百万トン)

	10/11	11/12(推定)	12/13(予測)	13/14(予測)
期初在庫	199	194	194	174
生産	653	695	654	691
供給 計	852	890	848	865
消費 計	657	696	673	688
うち飼料用	119	151	130	134
工業用	19	19	19	19
食用	456	459	465	470
期末在庫	194	194	174	176
前年度比	-4	0	-20	+2
主要輸出国*	74	69	48	50
貿易	126	145	140	141

(2013年8月30日現在) *はアルゼンチン、オーストラリア、カナダ、EU、カザフスタン、ロシア、ウクライナ (IGC)

[表2] 世界の小麦貿易量

(百万トン)

輸 入 国		10/11	11/12	12/13(推定)	13/14(予測)
ヨーロッパ	アルバニア	0.3	0.3	0.3	0.3
	EU*	4.7	7.2	5.5	4.5
	ノルウェー	0.3	0.4	0.3	0.3
	スイス	0.4	0.3	0.4	0.4
	その他	0.4	0.5	0.4	0.3
	計	6.1	8.7	6.9	5.9
CIS	アゼルバイジャン	1.3	1.4	1.2	1.4
	ベラルーシ	T	T	T	T
	グルジア	0.6	0.8	0.8	0.8
	ロシア	T	0.4	0.9	0.1
	ウクライナ	T	T	T	T
	ウズベキスタン	1.6	2.7	1.9	2.0
	その他	1.8	2.3	2.1	2.1
計	5.4	7.7	6.8	6.5	
北・中 アメリカ	キューバ	0.8	0.8	0.8	0.8
	メキシコ	3.4	5.0	3.9	3.7
	アメリカ	2.1	2.5	3.0	2.5
	その他	2.9	3.2	3.2	3.0
	計	9.2	11.6	10.9	10.1

輸 入 国		10/11	11/12	12/13(推定)	13/14(予測)		
南アメリカ	ボリビア	0.3	0.3	0.3	0.3		
	ブラジル	6.6	6.8	7.8	7.2		
	チリー	0.6	1.0	1.0	1.0		
	コロンビア	1.3	1.5	1.5	1.4		
	エクワドル	0.6	0.5	0.6	0.6		
	ペルー	1.8	1.7	1.7	1.7		
	ベネズエラ	1.4	1.7	1.6	1.7		
	その他	0.1	0.1	0.1	0.1		
	計	12.7	13.6	14.6	13.9		
近東アジア	イラン	0.1	2.4	5.3	3.7		
	イラク	3.5	3.9	3.9	3.9		
	イスラエル	1.3	1.9	1.5	1.9		
	ヨルダン	0.9	0.7	0.9	0.9		
	レバノン	0.4	0.5	0.5	0.5		
	サウジアラビア	1.7	2.9	2.0	2.4		
	シリア	0.4	0.7	0.9	0.8		
	トルコ	3.5	4.3	3.3	3.8		
	UAE	0.8	2.1	1.4	1.8		
	イエメン	2.6	2.6	3.0	2.9		
	その他	0.9	0.9	1.0	0.7		
	計	16.1	22.8	23.8	23.3		
極東アジア	太平洋アジア	中国	1.0	3.0	3.4	7.2	
		インドネシア	6.6	6.5	7.1	7.2	
		日本	6.0	5.8	6.4	5.9	
		北朝鮮	0.2	0.3	0.3	0.3	
		韓国	4.9	5.1	5.2	4.7	
		マレーシア	1.4	1.4	1.3	1.4	
		フィリピン	3.2	4.0	3.6	3.5	
		シンガポール	0.3	0.4	0.3	0.3	
		台湾	1.3	1.4	1.4	1.4	
		タイ	1.9	2.5	1.7	2.0	
		ベトナム	2.5	2.7	1.8	1.8	
		その他	0.7	0.7	0.8	0.8	
			計	30.1	33.7	33.2	36.4
		南アジア	バングラデシュ	3.4	1.7	2.6	2.7
	インド		0.1	T	0.1	T	
パキスタン	0.1		T	T	0.5		
スリランカ	1.1		0.9	0.9	1.1		
その他	2.1		1.5	1.8	1.9		
	計	6.7	4.2	5.4	6.2		
	計	36.8	37.8	38.6	42.6		

輸 入 国		10/11	11/12	12/13(推定)	13/14(予測)	
ア フ リ カ	北 ア フ リ カ	アルジェリア	6.4	6.3	6.2	6.3
		エジプト	10.4	11.6	8.3	9.0
		リビア	1.4	1.6	1.8	1.6
		モロッコ	3.9	2.9	4.0	3.4
		チュニジア	1.8	1.4	1.5	1.8
		計	23.8	23.8	21.7	22.1
	サ ハ ラ 以 南	コートジボワール	0.5	0.5	0.5	0.5
		エチオピア	0.3	1.4	1.1	1.4
		ケニア	0.7	1.3	1.1	0.9
		ナイジェリア	4.0	3.9	4.2	4.0
		南アフリカ	1.7	1.6	1.4	1.7
		スーダン	1.6	2.4	1.8	2.0
		その他	5.4	6.9	7.0	7.0
	計	14.2	18.0	17.1	17.4	
計		38.0	41.8	38.8	39.5	
オセアニア	ニュージーランド	0.4	0.5	0.4	0.4	
	その他	0.4	0.4	0.5	0.4	
	計	0.8	1.0	0.9	0.8	
世 界 計		125.7	144.8	139.6	140.7	

注：年度は7月～6月、Tは5万トン以下 *2012/13年度までEU-27、2013/14年度からEU-28
(2013年8月30日現在)

(百万トン)

輸 出 国	10/11	11/12	12/13(推定)	13/14(予測)
アルゼンチン	7.6	11.3	7.1	5.5
オーストラリア	18.5	23.1	21.4	19.7
カナダ	16.3	18.2	18.8	19.6
EU*	22.1	15.6	22.0	23.0
カザフスタン	5.6	11.1	6.2	7.0
ロシア	4.0	21.6	11.2	14.1
ウクライナ	4.3	5.4	7.1	8.5
アメリカ	35.7	27.9	27.5	30.0
中国	0.4	0.4	0.4	0.4
インド	—	1.3	7.7	4.0
パキスタン	1.3	0.5	1.1	0.8
メキシコ	0.8	1.0	0.9	1.0
シリア	T	T	—	T
トルコ	2.4	3.1	2.8	3.2
その他	6.7	4.4	5.3	4.0
世 界 計	125.7	144.8	139.6	140.7

注：年度は7月～6月、Tは5万トン以下 *2012/13年度までEU-27、2013/14年度からEU-28
(2013年8月30日現在)

(IGC)

[表3] アメリカ小麦の需給

(百万トン)

年 度		2009/10	2010/11	2011/12	2012/13 推定	2013/14 予測	
作付面積(百万ヘクタール)		23.96	21.69	22.02	22.54	22.87	
収穫面積(百万ヘクタール)		20.19	19.26	18.49	19.83	18.49	
単収(トン/ヘクタール)		2.99	3.11	2.94	3.11	3.11	
供 給	期初在庫	17.87	26.55	23.47	20.21	19.55	
	生 産	60.37	60.06	54.41	61.75	57.54	
	輸 入	3.23	2.64	3.05	3.34	3.54	
	計	81.46	89.25	80.93	85.31	80.62	
需 要	国内消費	食 用	25.01	25.19	25.62	25.72	26.07
		種 子 用	1.89	1.93	2.08	2.00	1.99
		飼 料 用	4.08	3.52	4.42	10.62	7.62
	計	30.98	30.64	32.11	38.34	35.68	
	輸 出	23.93	35.15	28.61	27.42	29.94	
	計	54.91	65.79	60.72	65.76	65.62	
期 末 在 庫		26.55	23.47	20.21	19.55	15.01	
消費量に対する在庫率(%)		48.4	35.7	33.3	29.7	22.9	
平均農家価格(\$/ブッシェル)		4.87	5.70	7.24	7.77	6.40~7.60	

(2013年8月14日現在)

(USDA)

[表4] アメリカの小麦銘柄別需給

(百万トン)

銘 柄	HRW		HRS		SRW		White		Durum		計		
	12/13	13/14	12/13	13/14	12/13	13/14	12/13	13/14	12/13	13/14	12/13	13/14	
供 給	期初在庫	8.63	9.33	4.11	4.49	5.03	3.37	1.74	1.71	0.69	0.64	20.21	19.55
	生 産	27.32	21.54	13.73	12.92	11.43	14.75	7.05	6.68	2.23	1.64	61.76	57.54
	輸 入	0.48	0.27	1.19	1.14	0.49	0.68	0.20	0.22	0.98	1.22	3.34	3.54
	計	36.43	31.14	19.03	18.56	16.95	18.81	8.99	8.62	3.90	3.50	85.31	80.62
需 要	国内消費	16.76	14.75	8.24	7.54	8.33	8.03	2.53	3.16	2.48	2.20	38.34	35.68
	輸 出	10.34	11.02	6.30	6.40	5.24	7.76	4.75	4.08	0.78	0.68	27.42	29.94
	計	27.15	25.77	14.54	13.93	13.57	15.78	7.28	7.24	3.26	2.88	65.76	65.62
期 末 在 庫		9.33	9.27	4.49	4.62	3.37	3.03	1.71	1.38	0.64	0.62	19.55	15.01

(2013年8月14日現在)

(USDA)

[表5] アメリカの小麦粉価格

市場	種類	2012					2013				
		3/16	5/18	7/13	9/14	11/16	1/18	3/15	5/17	7/26	8/9
カンサスシティ	ベーカーズ・ショート・パテント	428.8	410.1	459.7	476.2	474.0	453.0	411.2	434.3	418.9	424.4
	ベーカーズ・スタンダード・パテント	426.6	407.8	457.5	474.0	471.8	450.8	409.0	432.1	416.7	422.2
	セカンド・クリアー	308.6	308.6	308.6	308.6	308.6	308.6	308.6	308.6	308.6	308.6
ミネアポリス	スプリング・ショート・パテント	456.3	446.4	467.4	438.7	449.7	443.1	407.8	426.6	389.1	395.7
	スプリング・スタンダード・パテント	454.1	444.2	465.2	436.5	447.5	440.9	405.6	424.4	386.9	393.5
	ハイ・グルテン	520.3	510.4	531.3	502.6	513.7	507.1	471.8	490.5	453.0	459.7
	ホール・ホイト	454.1	444.2	465.2	436.5	447.5	440.9	405.6	424.4	386.9	393.5
	スペシャルティ・ホール・ホイト	461.9	451.9	472.9	444.2	455.2	448.6	413.4	432.1	394.6	401.2
	ファンシー・スプリング・クリアー	450.8	440.9	428.8	433.2	444.2	437.6	402.3	421.1	383.6	390.2
	ファースト・スプリング・クリアー	448.6	438.7	461.9	431.0	442.0	435.4	400.1	418.9	381.4	388.0
	ライ(ホホワイト)	438.7	446.4	442.0	434.3	459.7	479.5	474.9	499.3	499.3	512.6
シカゴ	クラッカー	345.0	361.6	421.1	442.0	420.0	393.5	357.1	356.0	338.4	347.2
	ファンシー・ケーキ	378.1	394.6	454.1	475.1	453.0	426.6	390.2	389.1	371.5	380.3
ニューヨーク	ウインター/スプリング・ブレンド	481.7	463.0	512.6	529.1	526.9	506.0	464.1	487.2	471.8	477.3
	スプリング・スタンダード・パテント	507.1	488.3	537.9	509.3	504.9	503.7	468.5	483.9	460.8	459.7
	ハイ・グルテン	573.2	554.5	604.1	575.4	571.0	569.9	472.9	550.0	526.9	525.8
	ファンシー・ケーキ	422.2	438.7	498.2	519.2	497.1	470.7	434.3	433.2	415.6	424.4
	ライ(ホホワイト)	493.8	501.5	497.1	489.4	514.8	534.6	529.1	554.5	554.5	567.7
ロサンゼルス	ベーカーズ・スタンダード・パテント	496.0	481.7	531.3	577.6	578.7	573.2	541.2	564.4	548.9	536.8
	ベストリー	482.8	492.7	542.3	575.4	566.6	561.1	529.1	543.4	528.0	533.5

(MBN、FBN)

[表6] アメリカ小麦の生産者平均手取り価格

(ドル/ブッシェル)

月別	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
1月	8.12	7.05	6.69	4.90	6.20	7.96	4.53
2月	7.97	7.10	7.42	4.73	5.79	10.10	4.71
3月	7.79	7.20	7.55	4.70	5.71	10.50	4.75
4月	7.71	7.11	8.01	4.41	5.75	10.10	4.89
5月	7.68	6.67	8.16	4.34	5.85	8.87	4.88
6月	7.32	6.70	7.41	4.16	5.72	7.62	5.03
7月	6.95	7.89	7.10	4.49	5.17	7.16	5.17
8月		8.04	7.59	5.44	4.85	7.64	5.64
9月		8.27	7.54	5.79	4.48	7.43	6.76
10月		8.38	7.27	5.88	4.47	6.67	7.65
11月		8.47	7.30	6.10	4.79	6.28	7.39
12月		8.30	7.29	6.44	4.87	5.91	7.71

(USDA)

[表7] ドイツの小麦・ライ麦・ふすまの価格

品 目	2013年				2012年
	7/22~7/28		7/15~7/21		7/23~7/29
	Euro/トン	市場数	Euro/トン	市場数	Euro/トン
Aグループ 高品質小麦	186.63	4	195.00	6	243.33
パン用小麦	185.50	5	196.58	6	240.00
パン用ライ麦	138.63	3	142.88	5	218.50
飼料用小麦	174.81	4	181.83	6	241.50
小麦ふすま(バラ)	132.33	5	130.43	5	176.14

(MM)

[表8] 2014年産フランス小麦の製粉協会奨励品種

パン用 普通小麦	奨励品種	パン用小麦	Aerobic, Aligator, Alixan, Allezy, Ambello, Apache, Aprilio, Arezzo, Arlequin, As de Coeur, Aubusson, Bermude, Caphorn, Cezanne, Exelcior, Goncourt, Illico, Pakito, Premio, Prevert, Saint Ex, Scenario, Selekt, Soissons, Sorrial, Sy Mattis
		強力小麦	Antonius, Bologna, Ch Nara, Forel, Galibier, Lorenzo, Pireneo, Runal, Segor, Siala, Togano
		生物農業用小麦	Aerobic, Capo, Lukullus, Midas, Nogal, Pannonikus, Pireneo, Renan, Saturnus
	観察品種	パン用小麦	Calabro, Laurier, Oregrain, Solehio, Solveig, Sweet, Sy Moisson, Sy Tolbiac
		強力小麦	Cimabue, Molinera, Sensas, Valbona
		生物農業用小麦	Athlon, Element, Energo, Skerzzo
軟質・ ビスケット用 普通小麦	奨励品種	Arkeos, Bagou, Crousty, Glasgow, Lear	
	観察品種	—	

(ANMF)

[表9] フランス製粉協会が期待する製粉用小麦の品質

	たんぱく質 %	アルベオ グラフ	その他の特性
強力パン用普通小麦	>14	W>350	ファリノグラフ：吸水60%以上、安定度>8分
パン用普通小麦	11.5～ 12.5	W>170 P/L<0.7が 望ましい >2は拒否	パンの点数：>260 (NF V03-716で)
軟質ビスケット用 普通小麦		W<150 0.3<P/L<0.5	軟質小麦 ビスケット試験で良好
生物農業で生産 されたパン用小麦	>10.5	W>140	パンの点数：>230 (NF V03-716で)

(たんぱく質は乾物量%)

(ANMF)

[表10] ヨーロッパの製粉工場数と普通小麦挽砕量(2011年)

国名	製粉工場数		普通小麦挽砕量 (トン)		国内産小麦使用比率 (%)	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
ドイツ	270	271	7,053,326	7,100,000	98	98
オーストリア	138	124	632,000	597,664	85	80
ベルギー	38	38	1,700,000	1,700,000	35	35
デンマーク	5	5	350,000	350,000	50	50
スペイン	148	140	3,600,000	3,600,000	50	50
エストニア	1	2	70,000	75,000	75	80
フィンランド		5	274,800	255,100	75	84
フランス	456	457	5,582,286	5,560,697	99	99
イギリス・アイルランド	57	56	4,948,837	5,100,000	80	85
ハンガリー	63	56	1,300,000	1,200,000	100	100
イタリア	259	259	5,140,000	5,140,000	49	49
オランダ	14	9	1,250,000	961,000	10	15
ポーランド	490	465	4,200,000	4,200,000	94	78
ポルトガル	21	21	850,000	850,000	0	0
チェコ	48	46	1,080,000	1,285,000	99	97
ルーマニア	1600	320	1,900,000	1,900,000	85	80
スロベニア	8	7	136,575	135,000	45	45
スイス	66	64	470,000	483,722	85	86

(ヨーロッパ製粉協会加盟国)

(annuaire de la Meunerie Française 2013)

[表11] ヨーロッパの普通小麦粉生産量・貿易量・ルート別販売量 (2011年)

国名	生産量	輸入量	輸出量	販売 (%)	
	(トン)	(トン)	(トン)	実需へ直接	再販業者経由
ドイツ	5,616,887	73,419	593,956	67	33
オーストリア	593,068	62,188	62,046	81	19
ベルギー	1,160,740	211,181	621,546	85	15
デンマーク	400,000	75,000	200	0	100
スペイン	2,800,000	20,000	70,000	85	15
エストニア	37,250	0	454		
フィンランド	310,000	12,900	10,000	65	35
フランス	4,491,375	178,129	646,518	97	3
イギリス・アイルランド	4,100,000	60,639	178,254	100	0
ハンガリー	910,000	27,911	126,022	95	5
イタリア	3,800,000	11,533	50,558	65	35
リトアニア	160,000	8,147	18,503	90	10
オランダ	1,000,000	307,100	307,400		
ポーランド	3,200,000		89,315	95	5
ポルトガル	680,000	41,138	1,934	85	15
チェコ	1,002,300	51,000	6,400	80	20
ルーマニア	1,600,000	120,000	10,000	65	35
スロベニア	120,000	19,764	20,669	67	33
スウェーデン	600,000	9,669	46,130	95	5
スイス	380,967	2,055	4,329		

(ヨーロッパ製粉協会加盟国)

(annuaire de la Meunerie Francaise 2013)

[表12] ヨーロッパの小麦粉用途別消費割合 (2011年)

(%)

国名	手づくり ベーカリー	工業規模 ベーカリー	大手 製パン会社	ビスケット・ ビスコッ 製造業者 ケーキ 製造業者	家庭用	その他用途
ドイツ	36	26	10	15	7	6
オーストリア(2008)	45	7	12	15	15	6
ベルギー(2008)	70	15	0.5	9	1.5	4
デンマーク(2008)	15	60	20	—	5	—
スペイン	20	50	5	20	2	3
フィンランド		60	—	5	25	10
フランス	37.9	20.7	5.8	28.3	6	1.4
イギリス・アイルランド		57		15	3	25
ハンガリー	19	44.5	12	13	10	1.5
イタリア		70		14.8	5.8	9.4
リトアニア(2008)	20	55			25	
オランダ(2008)	17	43	1	33	2	4
ポーランド	30	29	9	20	7	5
ポルトガル(2008)	48	24	5	19	4	—
チェコ	10	47	15	8	9	11
ルーマニア(2008)	42	34	7	5	10	2
スウェーデン(2008)	13	73	6	2	6	0

(ヨーロッパ製粉協会加盟国)

(annuaire de la Meunerie Francaise 2013)

(単位：千トン、前年比%)

製粉工場における玄麦および小麦粉の月別需給動向(25年度)

年月	玄			麦			小			麦			粉			
	買入数量	対前年比	加工量	対前年比	月末在庫	対前年比	生産量	対前年比	販売量	対前年比	月末在庫	対前年比	生産量	対前年比	販売量	対前年比
平成19年度	5,901	94.1	6,037	100.9	616	82.0	4,684	101.8	4,677	101.8	293	101.8	4,677	101.8	4,677	101.8
平成20年度	5,748	97.4	5,848	96.9	517	83.9	4,564	97.4	4,575	97.8	282	97.8	4,575	97.8	4,575	97.8
平成21年度	5,802	101.1	5,916	101.4	405	78.2	4,612	101.1	4,620	101.0	274	101.0	4,620	101.0	4,620	101.0
平成22年度	6,559	113.0	6,041	102.1	924	228.1	4,725	102.4	4,700	101.5	308	101.5	4,700	101.5	4,700	101.5
平成23年度	6,362	97.0	6,040	100.0	1,246	134.9	4,708	99.6	4,700	100.2	316	100.2	4,700	100.2	4,700	100.2
平成24年度	6,231	97.9	5,911	97.9	1,566	125.7	4,654	98.9	4,664	99.2	307	99.2	4,664	99.2	4,664	99.2
24.4	336	63.1	512	90.8	1,071	119.9	405	91.8	400	92.2	321	92.2	400	92.2	400	92.2
5	393	83.6	484	95.2	980	114.6	379	96.2	383	98.4	317	98.4	383	98.4	383	98.4
6	540	103.2	492	93.5	1,028	120.6	384	94.3	373	89.7	327	89.7	373	89.7	373	89.7
7	465	81.0	458	99.3	1,034	107.3	358	101.0	382	109.1	304	109.1	382	109.1	382	109.1
期計	1,734	82.6	1,946	94.5	1,539	153.9	1,526	95.6	1,539	96.8	304	96.8	1,539	96.8	1,539	96.8
8	407	56.5	472	103.6	969	78.9	365	104.2	370	101.4	299	101.4	370	101.4	370	101.4
9	670	115.5	492	98.6	1,147	87.6	384	100.0	381	98.4	303	98.4	381	98.4	381	98.4
10	610	101.7	506	101.8	1,251	88.6	395	102.5	393	101.5	305	101.5	393	101.5	393	101.5
11	529	104.5	522	99.9	1,258	90.1	417	101.7	408	101.7	314	101.7	408	101.7	408	101.7
期計	2,215	92.1	1,992	100.9	1,562	100.8	1,562	102.1	1,552	100.8	314	100.8	1,552	100.8	1,552	100.8
12	248	54.6	540	99.6	965	73.9	428	100.1	438	100.7	304	100.7	438	100.7	438	100.7
25.1	421	118.2	448	99.1	939	77.5	355	100.1	344	102.5	314	102.5	344	102.5	344	102.5
2	591	120.8	460	95.1	1,070	87.9	365	96.0	365	97.6	314	97.6	365	97.6	365	97.6
3	1,022	183.2	526	99.4	1,566	125.7	419	100.1	426	100.1	307	100.1	426	100.1	426	100.1
期計	2,282	122.9	1,973	98.4	1,566	100.2	1,566	99.1	1,573	100.2	307	100.2	1,573	100.2	1,573	100.2
25.4	313	93.2	514	100.4	1,367	127.6	406	100.2	409	102.2	303	102.2	409	102.2	409	102.2
5	351	89.4	504	104.2	1,214	123.8	398	105.0	393	102.5	308	102.5	393	102.5	393	102.5
6	405	74.9	495	100.6	1,124	109.4	390	101.7	393	105.3	305	105.3	393	105.3	393	105.3
7	397	85.5	463	101.0	1,060	102.4	363	101.4	369	96.7	299	96.7	369	96.7	369	96.7
期計	1,467	84.6	1,976	101.5	1,557	101.7	1,557	102.0	1,565	101.7	299	101.7	1,565	101.7	1,565	101.7
8																
9																
10																
11																
期計																
12																
26.1																
2																
3																
期計																
年度計																

(注) 1. 玄麦の買入・加工数量にはSBSでの買受分(19年度から)、大臣証明制度による輸出入見返り分、納付金輸入分、民間流通麦及びその他国内産麦を含み、小麦粉の生産・販売量は、輸出入を除いた数量である。
 2. 「製粉・精麦工場需給実態報告」(生産局貿易業務課)による。
 3. 四捨五入の関係で内訳と計が一致しないことがある。

小麦加工食品の輸出の推移

(単位：トン、金額：千円)

区分 年月	小麦粉、小麦(ひき割、ミール、ペレット)			小麦粉調製品(ケーキミックスを含む)			マカロニおよびスパゲッティ			うどんおよびそばめん			
	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額	
平成17年	289,911	-4.8	8,048,049	2,317	29.4	744,439	1,054	221.3	110,260	7,863	1.9	2,062,502	
18	290,033	0.0	7,895,261	2,442	5.4	797,965	1,196	13.4	126,174	10,065	28.0	2,476,428	
19	255,377	-11.9	7,725,611	3,151	29.1	1,043,144	1,150	-3.8	140,800	12,561	24.8	2,988,513	
20	186,882	-26.8	8,338,085	3,377	7.1	1,242,742	743	-36.4	150,112	12,517	-0.3	3,227,623	
21	185,229	-0.9	5,414,482	3,113	-7.8	1,150,484	822	10.6	150,825	11,947	-4.6	3,124,772	
22	88	196,183	5.9	5,860,022	3,574	14.8	1,256,700	770	-6.3	139,835	12,492	4.6	3,214,545
23	80	191,480	-2.4	5,791,147	2,497	-30.1	917,040	607	-21.1	103,142	11,728	-6.1	3,005,454
24	192,598	0.6	5,874,121	1,998	-20.1	784,555	598	-1.5	105,860	10,810	-7.8	2,830,555	
25年1月	87	12,251	461,413	136	-40.7	62,581	54	100.6	7,614	837	20.8	202,368	
2	91	13,615	518,849	101	-42.2	38,268	31	-46.5	6,840	796	-4.3	224,163	
3	94	13,706	544,630	185	-23.8	80,091	43	-13.5	8,579	967	-15.1	275,128	
4	96	13,628	557,331	160	-29.5	72,432	39	10.7	7,676	837	-14.5	216,352	
5	99	15,153	635,333	190	39.6	86,473	53	15.6	11,940	879	0.5	264,620	
6	100	14,365	613,497	188	25.8	85,831	54	-12.0	12,926	882	-9.0	248,432	
7	99	13,401	559,619	151	6.2	60,477	29	-56.1	7,920	782	-3.7	238,733	
25年1~12月計	96,119	-16.3	3,890,672	1,112	-14.6	486,153	302	-11.7	63,495	5,980	-5.1	1,669,796	
区分 年月	ビスケット(サイト)			その他のベーカリー製品等			インスタントラーメン						
	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額	数量	前年増減率	金額				
平成17年	719	-6.6	762,779	12,274	31.6	8,722,215	8,445	1.9	3,214,048				
18	762	6.1	804,131	13,120	6.9	9,755,783	9,091	7.7	3,586,187				
19	1,098	44.2	1,133,758	14,688	12.0	11,536,637	9,200	1.2	3,645,447				
20	1,198	9.1	1,270,762	14,672	-0.1	12,115,107	8,120	-11.7	3,507,616				
21	886	-26.1	993,506	11,972	-18.4	10,258,866	6,181	-23.9	2,919,649				
22	974	10.0	1,067,436	13,343	11.5	11,770,935	5,981	-3.2	2,825,812				
23	80	698	801,032	11,967	-10.3	10,091,546	5,012	-16.2	2,146,062				
24	80	797,369	14,228	14,228	18.9	12,962,025	5,862	16.9	2,530,121				
25年1月	49	-25.7	53,287	1,213	46.9	1,163,874	441	36.2	182,877				
2	91	21.9	53,523	1,101	4.7	1,022,793	475	8.7	215,518				
3	94	-56.0	58,392	1,181	9.3	1,113,969	681	43.2	291,628				
4	96	-4.5	55,064	1,081	-7.0	1,024,922	712	60.8	273,855				
5	99	39.4	98,940	1,461	26.5	1,349,365	820	71.5	318,437				
6	100	67	80,920	1,491	24.9	1,367,893	729	31.0	302,327				
7	99	46	58,382	1,457	22.4	1,315,575	519	10.0	224,079				
25年1~12月計	406	-10.8	458,508	8,984	17.3	8,358,391	4,378	37.4	1,808,721				

(注) ①財務省貿易統計(全国分>品別国別表>輸出>月次)による。
②その他のベーカリー製品等は、サイトビスケットおよび米菓を除く焼菓子類並びにライスバーバー等をいう。

国際価格の推移

(単位：トン当たりドル、()内はブッシェル当たりドル)

品名	年	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
小麦 (シカゴ・SRW小麦No.2、 期近もの)	2005	(2.98)	(3.00)	(3.68)	(3.09)	(3.06)	(3.23)	(3.49)	(3.16)	(3.23)	(3.39)	(3.07)	(3.19)	
		109	110	135	114	113	119	128	116	119	125	113	117	
	2006	(3.29)	(3.52)	(3.62)	(3.50)	(4.00)	(3.62)	(3.66)	(3.66)	(3.77)	(3.93)	(5.43)	(4.82)	(4.94)
		121	129	133	129	147	133	134	134	138	144	199	177	182
	2007	(4.64)	(4.53)	(4.61)	(4.88)	(4.97)	(6.07)	(6.02)	(6.02)	(6.97)	(8.46)	(9.53)	(7.78)	(8.55)
		170	167	169	179	183	223	221	221	256	311	350	282	314
	2008	(9.32)	(9.43)	(10.93)	(8.96)	(7.76)	(8.77)	(8.11)	(8.11)	(8.25)	(7.27)	(5.56)	(5.34)	(5.20)
		342	378	426	329	284	322	298	298	303	267	204	196	191
	2009	(5.69)	(5.36)	(5.44)	(5.22)	(5.78)	(5.75)	(5.35)	(5.35)	(4.82)	(4.71)	(5.05)	(5.39)	(5.37)
		209	197	200	192	212	211	196	196	177	173	186	198	197
	2010	(5.10)	(4.87)	(4.79)	(4.91)	(4.72)	(4.52)	(4.52)	(5.96)	(7.03)	(7.27)	(7.05)	(6.73)	(7.65)
		187	179	176	180	173	166	166	219	258	267	259	247	281
	2011	(7.73)	(8.40)	(6.68)	(7.44)	(7.36)	(6.73)	(6.73)	(6.95)	(7.13)	(6.96)	(6.23)	(6.33)	(5.79)
	284	309	245	273	271	247	247	255	262	256	229	232	213	
2012	(6.02)	(6.26)	(6.65)	(6.24)	(6.09)	(6.10)	(6.10)	(8.85)	(8.47)	(8.78)	(8.48)	(8.46)	(8.01)	
	221	230	244	229	224	224	224	325	311	323	312	311	294	
2013	(7.83)	(7.42)	(7.23)	(6.94)	(6.88)	(6.81)	(6.81)	(6.70)	(6.38)	(6.41)				
	288	273	266	255	253	250	250	246	234	236				
2005	(2.00)	(2.00)	(2.14)	(2.08)	(2.08)	(2.22)	(2.22)	(2.37)	(2.15)	(2.04)	(2.02)	(1.93)	(2.02)	
	79	79	84	82	82	87	87	93	85	80	80	76	80	
2006	(2.13)	(2.23)	(2.24)	(2.37)	(2.45)	(2.38)	(2.38)	(2.44)	(2.30)	(2.42)	(3.03)	(3.56)	(3.70)	
	84	88	88	93	97	94	94	96	91	95	119	140	146	
2007	(3.91)	(4.11)	(4.02)	(3.62)	(3.70)	(3.81)	(3.81)	(3.26)	(3.31)	(3.51)	(3.69)	(3.69)	(3.86)	
	154	162	158	142	146	150	150	128	130	138	145	145	152	
2008	(5.08)	(5.01)	(5.56)	(6.06)	(5.91)	(7.33)	(6.47)	(6.47)	(5.30)	(5.62)	(3.88)	(3.86)	(3.75)	
	200	203	215	239	236	288	255	255	209	221	153	152	148	
2009	(3.65)	(3.63)	(3.92)	(3.94)	(4.17)	(4.06)	(3.30)	(3.30)	(3.19)	(3.47)	(3.73)	(3.91)	(4.08)	
	144	143	154	155	164	160	130	130	126	136	147	154	160	
2010	(3.72)	(3.62)	(3.63)	(3.64)	(3.63)	(3.54)	(3.92)	(3.92)	(4.12)	(4.95)	(5.63)	(5.56)	(5.84)	
	146	142	143	143	143	139	154	154	162	195	222	219	230	
2011	(6.49)	(6.91)	(6.36)	(7.42)	(6.97)	(7.02)	(7.02)	(7.01)	(7.07)	(7.01)	(6.40)	(6.46)	(5.79)	
	255	272	250	292	275	276	276	276	278	276	252	254	228	
2012	(6.00)	(6.27)	(6.69)	(6.29)	(5.97)	(5.80)	(5.80)	(7.77)	(7.94)	(7.48)	(7.37)	(7.21)	(7.19)	
	236	247	263	248	235	228	228	306	313	294	290	284	283	
2013	(7.31)	(6.99)	(7.17)	(6.47)	(6.42)	(6.55)	(6.55)	(5.36)	(4.82)	(4.57)				
	288	275	282	255	253	258	258	211	190	180				

(注) 1. 小麦は、シカゴ相場による月央の終値である(2013年9月分は9月16日)。
2. とうもろこしはシカゴ相場による月平均価格である。

輸入食糧小麦の入札結果(港灣諸経費を除く)の概要

(単位：トン、円/トン)

入札月および積月		平成24年11月入札分 (積月：1月積み、2月到着)			平成24年12月、平成25年1月入札分 (積月：2月積み、3月到着)			平成25年1月入札分 (積月：3月積み、4月到着)			平成25年2月入札分 (積月：4月積み、5月到着)			平成25年3月入札分 (積月：4月積み、5月到着及び6月積み、6月到着)		
産地	銘柄	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格
アメリカ	WW	87,417	31,071	32,625	104,456	31,691	33,276	28,609	33,733	35,420	36,734	35,451	37,224	52,099	35,806	37,596
	SH	110,845	34,692	36,427	129,345	34,164	35,872	29,705	35,779	37,568	46,154	36,811	38,652	59,444	36,717	38,553
	DNS	94,125	35,993	37,793	108,003	35,495	37,270	57,341	36,634	38,466	64,926	37,797	39,687	77,976	38,982	40,931
	小計	292,387	34,029	35,730	341,804	33,829	35,520	115,655	35,697	37,482	147,814	36,906	38,751	189,519	37,399	39,269
カナダ	1CW	95,713	34,425	36,146	109,762	34,526	36,252	95,793	35,582	37,361	112,734	37,163	39,021	109,514	36,086	37,890
	小計	95,713	34,425	36,146	109,762	34,526	36,252	95,793	35,582	37,361	112,734	37,163	39,021	109,514	36,086	37,890
オーストラリア	ASW	91,082	34,120	35,826	121,188	38,581	40,510	26,085	39,297	41,262	28,165	42,458	44,581	97,334	39,586	41,565
	小計	91,082	34,120	35,826	121,188	38,581	40,510	26,085	39,297	41,262	28,165	42,458	44,581	97,334	39,586	41,565
	計	479,182	34,125	35,831	572,754	34,968	36,716	237,533	36,046	37,848	288,713	37,548	39,425	396,367	37,573	39,452

入札月および積月		平成25年4月入札分 (積月：6月積み、7月到着)			平成25年5月入札分 (積月：7月積み、8月到着)			平成25年6月入札分 (積月：8月積み、9月到着)			平成25年7月入札分 (積月：9月積み、10月到着)			平成25年8月入札分 (積月：9月積み、10月到着及び10月積み、11月到着)		
産地	銘柄	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格	数量	落札価格 (加重平均) ※税別	※左の税込み 価格
アメリカ	WW	47,534	34,704	36,439	49,817	33,849	35,541	—	—	—	153,136	32,429	34,050	92,177	36,454	38,277
	SH	75,122	37,085	38,939	71,621	37,536	39,413	94,266	34,820	36,561	51,927	35,488	37,262	88,104	35,670	37,454
	DNS	66,645	39,166	41,124	84,261	39,217	41,178	125,929	36,514	38,340	58,339	35,779	37,568	333,417	34,398	36,118
	小計	189,301	37,220	39,081	205,699	37,332	39,198	220,195	35,789	37,578	110,266	35,642	37,424	108,176	34,572	36,301
カナダ	1CW	79,821	37,471	39,345	120,957	37,571	39,450	151,759	34,789	36,528	81,753	35,112	36,868	108,176	34,572	36,301
	小計	79,821	37,471	39,345	120,957	37,571	39,450	151,759	34,789	36,528	81,753	35,112	36,868	108,176	34,572	36,301
オーストラリア	ASW	52,032	39,867	41,860	60,221	39,914	41,910	101,411	38,827	40,768	50,312	41,678	43,762	64,986	39,537	41,514
	小計	52,032	39,867	41,860	60,221	39,914	41,910	101,411	38,827	40,768	50,312	41,678	43,762	64,986	39,537	41,514
	計	321,154	37,711	39,597	386,877	37,808	39,699	473,365	36,119	37,925	242,331	36,716	38,552	506,579	35,094	36,849

(注) 上表の詳細は、農林水産省ホームページ「申請・お問い合わせ」を参照し、次に「調達・入札」の「調達情報・公表事項」を参照して、「契約情報の公表」を参照し、「食料安定供給特別会計」を参照し、「アドレス」[http://www.maff.go.jp/i/supply/kouhyou/keiyaku/kyokyu.html]、「米管理動定・麦管理動定」を参照し、「一般競争入札・指名競争入札(物品役務等)」を参照して輸入小麦に該当する箇所をご覧ください。
(資料：農林水産省総合食料局(食糧貿易課))

—「ソフト＆ハード」(読者の欄)への投稿のお願い—

読者の皆様、当振興会の広報誌「製粉振興」の内容を、より親しみのもてるものにするために、次のような内容の投稿をお待ちしていますので、記事をお寄せ下さい。

また、この広報誌の内容の充実を図っていきたくと考えていますので、ご意見等がございましたらお寄せ下さい。

- ・テーマは、小麦や小麦粉製品についての随想、紹介等と考えていますが、小麦と関係のない趣味などの話でも結構です
- ・投稿者名は実名でも筆名でも結構です
- ・長さは1,200字程度(1頁)とします
- ・掲載分には薄謝を進呈します



「コナちゃん」

(マスコットの小麦粉の精)

★ 編集後記

- 台風18号で初めての特別警報が出された。気象庁は、重大な災害が起こる可能性が著しく高まっている場合で、数十年に一度の現象が基準となるといっている。耳新しい名称の警報等がいろいろと出されているように思うが、今回のような特別な警報は年に何回もいや一度出されるかどうか、ましてや毎年出されることなどないと思っているが、警報の名称が新名称と旧名称が併存するのでややこしい。最近では災害が起こる度にその内容が記録更新されているようで、的確な名称が底をつきはしないか気になる。
- 新聞、TV等が報じる気象異変・災害の種類(?)も豪雨・雷・突風・竜巻・洪水等と多彩である。今年は夏から秋にかけて居所から県外に出向くことが多かったが、天気予報は気になった。雨が降らないか、傘を持つかの思案ではなく、全国と地方の天候の中に異常発生の恐れはないかの心配である。不案内の土地で自分が災害に合わないにしようと思っていたが、振り返ってみると紙一重で巻き込まれずに済んだと思われるものが何回かある。7月27日、山口県にいた。山口、島根の豪雨が気になり、萩方面を諦めて帰宅。9月5日、早朝、東海・神奈川集中豪雨と激しい雷で関東の交通大混乱の中、新幹線運行中断の合間を縫って関西に出向いた。豪雨と激しい雷の中、新幹線駅まで到着できたのが不思議なくらいである。9月15日、山陽地方にいた。台風18号接近、東海・関東上陸予報に急遽その夜、帰宅。夜半から翌16日は、台風の直撃で関東は大荒れでした。
- いつまでも変わらないことと、時代時代に応じて変化することを、俳諧の言に「不易流行」とある。気象庁の災害時の警報等もそんなことが基本なのかもしれない。ところで、最重要なTPPの動きと情報が、8月末からぴたりと止まっている。今後の成り行きを予想すらできない情報の貧困である。ある時ふたを開けてみたら、前例のないような特別措置なんてことはゴメンであるが、口に出不さいだけで予想ができていいのかもわからない。

製粉振興 9月号 (No.561)

発行／平成25年9月20日

編集発行人／落合通人

発行所／一般財団法人 製粉振興会

〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町15番6号
製粉会館2階

Tel. (03) 3666-2712 (代表)

<http://www.seifun.or.jp>

Fax.(03) 3667-1883

E-mail:seifunshin@mri.biglobe.ne.jp

禁無断転載