

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

筑波大学大学院

生命環境科学研究科

博士（農学）学位論文

吉 田 行 郷

1. 研究の背景と研究の目的

戦後、食の欧米化の進展などにより小麦に対する需要も拡大したが、国内産小麦は、こうした変化に対応できず生産量を減少させていった。また、米の増産により、米に混ぜて食べる押麦としての大麦・はだか麦の需要も急速に減少し、日本における麦生産は、長らく低迷することとなった。

ところが、1972年の食糧危機や米に対する需要の減少による生産調整強化の必要性から、生産調整作物として麦の生産が再び振興されるようになり、生産量が拡大しただけでなく、次第に麦類の品種の開発・改良にも力が入れられ、近年、その効果が期待できる状況となっている。さらに、国内産麦の流通制度が、2000年に民間流通へと移行したことも、国内産麦のフードシステムを変化させる契機となったと考えられる。

そこで、本研究では、民間流通制度導入時に比べて、国内産麦のフードシステムが大きく変容し、その結果として、国内産麦に対する評価が高まり、2次加工メーカーなどで積極的に使用されるようになってきていることを、小麦と大麦・はだか麦それぞれの主産地毎に実証的に分析することで明らかにする。その上で、国内産麦の今後の需要拡大の方向性が各産地で異なることを示し、需要拡大のための課題について考察する。

これらによって、今後の国内産麦に対する需要の一層の拡大、ひいては食料自給率の向上に貢献することを目的とする。

2. 全国ベースで見た国内産麦に対する需要の変化

国内産小麦は、第二次世界大戦前から大きな需要のあった「日本麺用」では高いシェアを維持しているものの、同大戦後に大きく需要が拡大したパン用、中華麺用などでは、後述するように、近年、そうした用途に使用できる品種の導入が進んできているとはいえ、依然として外国産が大きなシェアを占めている。こうした国内産小麦の使用状況を踏まえれば、今後、高齢化と人口減少が進展する中で、国内産小麦の需要を拡大させるためには、日本麺用に向く中力系小麦よりも、パン用、中華麺用などに使用できる強力系小麦を増産し、外国産と棲み分けながら、その使用を拡大していく必要がある。

これに対して、大麦・はだか麦は、需要の絶対量は大きくないが伝統的な「主食用」、「麦味噌用」では高いシェアを占めているものの、需要の大きなビール用、焼酎用では外国産が大きなシェアを占めていることが分かる。小麦同様に、高齢化の進展、人口減の影響で、

大麦・はだか麦に対する総需要は減少する反面、国内産の使用割合が低い用途において外国産と棲み分けることで需要を拡大できる可能性があるほか、小麦とは異なり、押麦等、麦味噌など伝統的な用途が健康志向などにより見直され、需要が拡大する可能性もある。

3. 麦類の国際価格の高騰・急落と3年連続の国内産の不作による需給への影響

国内産麦については、色々な用途で外国産麦との競合関係にある。さらに、2007年以降、外国産麦の政府による売渡価格が、麦類の国際価格の動向を受けて変動するようになったことから、そのことが外国産麦と競合関係にある国内産麦の需給にも影響を与えるようになった。そして、そうした政策変更の直後になる2007年から2008年にかけて麦類の国際価格が高騰し、一転、2008年から2009年にかけては麦類の国際価格が急落した。

麦類の国際価格の高騰・急落による国内産麦の需給に対する影響についての分析結果からは、まず、麦類の国際価格が高騰する中で、i) 製品の原料となる麦類を、外国産から割安感のある国内産に切り替えることで、製品価格を抑える動き（小麦に比べると大麦・はだか麦では、こうした動きは限定的であった）、ii) 「国内産麦使用」表示のある製品の出回りの増加（小麦では、外国産とブレンドせず、国内産単独で使用する割合の増加）、iii) 中華麺で国内産小麦を使用する新たな製品開発・技術開発の動き、iv) 競合する芋焼酎や米の価格が変わらない中で、国際価格の上昇の間接的な影響を受けた麦焼酎、押麦等の全体需要の減少という動きがあったことが明らかになった。

そして、麦類の国際価格が急落した後、外国産麦に比べて、国内産に割高感がある中でなお、国内産麦に対する積極的な使い方が維持されたことが明らかになっている。具体的には、i) 生うどん、生冷やし中華そば、麦焼酎などの麦製品における国内産麦使用表示の増加、ii) 冷やし中華そばでの中力系小麦の使用を可能とする技術開発といった動きなどである。これらの動きも、国内産麦に対する評価を高め、新たな需要を生み出す方向で寄与している。

4. 変貌を遂げる主産地での麦類生産

民間流通制度が導入された2000年以降、主産地間で進展状況に差があるものの、古い品種から新品種への転換、新品種の導入が次第に進んでいる。

小麦では、北海道で生産されている品種が大きく変わり、関東でも長らく生産の大宗を占めていた古い品種から新品種への転換が急速に進展している。九州でも、古い品種

が残ってはいるものの、品種転換が徐々に進展している。

特に、北海道では、「ホクシン」から「きたほなみ」への全面転換と「ゆめちから」の導入により、外国産と品質面で遜色のない品種が中力系小麦、強力系小麦双方で揃ったことになる。量的にも、懸案だった強力系小麦で、大手 2 次加工メーカーが使いこなせる量が確保されたことから、今後、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得る供給体制が整備されたと言える。

また、そうした観点から見れば、九州でも、中力系小麦の「チクゴイズミ」が主産地 4 県で生産されているのに加えて、強力系小麦において、「ミナミノカオリ」が 4 県全てで生産されるようになっており、佐賀県、大分県ではその作付面積が減少しているものの、生産量が多い福岡県、熊本県では増加していることから、中力系小麦だけでなく、強力系小麦でも、中小 2 次加工メーカー以外での使用を拡大させ得る、北海道に準ずる供給体制が整いつつある。

関東でも、中力系小麦では、主産地 4 県で共通する品種として「さとのそら」の増産が進んでいるが、強力系小麦では、各県でそれぞれようやく生産が始まったという段階にあり、作付けられている品種も 4 県でそれぞれ異なり、中には品質の面での問題も抱えた品種も含まれていることから、今後、九州のような 4 県での品種統一の動きが出てくることが期待される。

国内産小麦については、このように、総じて見れば、実需者が求める方向で品種の転換が進んできている。しかしながら、北海道では、実需者が求めている以上のスピードで「ゆめちから」の増産が進んでしまった結果、北海道産の強力系小麦の価格が大きく下落する事態となってしまった。また、九州では、実需者の意向に反して、「ミナミノカオリ」の増産に合わせて「チクゴイズミ」の生産が減少したり、一部の県では「ミナミノカオリ」の作付面積が減少したことから、これら 2 産地銘柄の価格が他の競合関係にある産地銘柄の価格に比べて割高な状態が生まれてしまっている。

他方、大麦・はだか麦の主産地でも、品種の転換が進んでおり、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ている。九州、北陸では、実需者からの意向も踏まえて、2000 年以降、積極的に品種の転換が進展していた。また、関東でも、栃木県では、ビール用の大麦で品種転換が進められている。

特に北陸では、実需者である押麦等を生産する精麦企業の意向を踏まえて全面的な作付転換が行われ、主産地を形成している 3 県で作られている六条大麦は「ファイバース

ノウ」に 100%統一され、実需者の求める品質の向上と均質性を実現している。

また、九州でも、実需者であるビール醸造メーカー、焼酎醸造メーカー、味噌メーカーの意向を踏まえて、二条大麦、はだか麦で作付転換が進められており、品種の数も、福岡県のビール用大麦を除いては、絞り込まれる傾向が見られる。

これらに対して、関東でも新品種の導入が積極的に行われているが、栃木県のビール用大麦以外では、品種転換という形ではなく、古い品種も数多く残されており、平成 25 (2013) 年産現在、4 県で 14 品種が作付けられている。実需者の使い勝手の向上のためには、今後、品種の整理・統合が必要になってくると考えられる。

なお、大麦・はだか麦の入札価格の推移をみると、小麦のような大きな価格変動がないことから、大麦・はだか麦の品種転換では、小麦のような実需者からの需要を超えた供給の増加、実需者の意向とは異なる方向での品種転換という事態は発生していないことがわかる。

5. 主産地毎に見た国内産麦のサプライチェーンの形成状況

小麦では、北海道産、九州産、関東産いずれも、用途は日本麺用が中心であるものの、使われる場所や使用する実需者で棲み分けが行われている。北海道産小麦は、8 割以上が首都圏、関西圏、中部圏など北海道外に移送され製粉され、主に大手 2 次加工メーカーが全国展開する製品の原料として使われている。他方で、九州産小麦は、その 7 割が九州内で製粉され、主に九州内の中小 2 次加工メーカーによって使用されている。これらに対して、関東産小麦はその多くが関東内で製粉され、大手製粉企業を中心に外国産とブレンドして製粉され、主に大手 2 次加工メーカーの製品の原料として使われている。そして九州、関東では、地元の中小 2 次加工メーカーが大手との差別化を図るために地元産小麦の使用に積極的であり、それを地元の中小製粉企業が地元産小麦を使った小麦粉を供給することで支えている姿も明らかになった。これに対して、北海道では地元の中小製粉企業がそれぞれ道内の仕入れ先で独自色を出して北海道産小麦を使った小麦粉を製造していたが、販売先は道外のウエイトが高かった。いずれにしても、民間流通制度導入を受けて、主産地の各県、道内の各産地がそれぞれ地元の中小製粉と相互依存関係にある。

このように、国内産小麦については、主産地毎に販売先で棲み分けができていますが、今後、各主産地での小麦の生産量が増えてくると、国内産と外国産の競合関係が強まる

中で、これまで棲み分けていた 3 主産地間の競合関係が強まるものと考えられる。また、それぞれ主産地毎に異なる形で形成されてい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ある。このため、産地と 2 次加工メーカーとの間のコーディネート機能を担う製粉企業が、これまで以上に広域できめ細やかに対応することを求められるようになっていくと考えられる。

他方で、大麦・はだか麦では、九州産、北陸産、関東産で用途が異なり、使用する 2 次加工メーカーや精麦企業の立地でも棲み分けされている。九州産二条大麦・はだか麦は、九州内で焼酎、味噌、ビール用に使われており、ビール用は直接、九州に立地する大手ビール醸造メーカーの工場加工されるが、焼酎、味噌用では、九州に立地する精麦企業が産地と九州に立地する大手、中小双方の 2 次加工メーカーとの間の精麦工程で介在している。一方、北陸産六条大麦の多くは押麦等に使われ、その精麦・加工を行うのは主に関東の精麦企業となっている。これらに対して、二条大麦と六条大麦の両方が作られている関東では、二条大麦はビール用に主に使用され、六条大麦は、麦茶、押麦等用に使用されており、それぞれ関東内の大手ビール醸造メーカーの工場、中小の麦茶メーカー、精麦企業で加工されている。

そして、国内産大麦・はだか麦のサプライチェーンの大きな特徴としては、地元産の大麦・はだか麦の精麦を行う精麦企業が地元立地していないケースが多く見られることが挙げられる。精麦企業が、こうした状況にあることから、国内産小麦で製粉企業が担っているコーディネート機能を精麦企業が果たしづらく、2 次加工メーカーと産地が直接結びつく例が見られる。また、場合によっては、遠方の精麦企業に加工を依頼せざるを得ず、こうしたケースでは、流通コストの問題が発生している。

今後、国内産大麦・はだか麦の生産が拡大していくと、麦焼酎や麦味噌用では、使用製品自体に対する需要を、九州以外の消費地で確保していく必要が出てくると考えられる。また、ビール用での使用拡大のためには、大手 2 次加工メーカーの小麦製品と同様に、全国大手ビール醸造メーカーの主要工場に同種同質の大麦を移送する必要が出てくる。こうした事態に対応するため、各主産地の大麦・はだか麦のサプライチェーンも、より広域化する必要が出てくるので、精麦企業の立地や生産能力、コーディネート機能の問題を解決していくことが大きな課題になっていくと考えられる。

このように、国内産小麦のサプライチェーンについては、各主産地で生産される麦類の生産状況、用途や販売先の違いから、それぞれ独自のサプライチェーンが形成されてい

ることが明らかになった。また、今後、各主産地での麦類の生産の拡大や需要の拡大に合わせて、それぞれのサプライチェーンが異なる課題に対応していく必要が出てくる。

6. 主産地毎に見た国内産麦の近年の消費動向

そして、以上のような主産地毎の生産状況やサプライチェーンの形成状況の違いから、主産地毎に国内産小麦の使用状況やその変化にも違いが見られる。

まず、北海道産の中力系小麦では、近年、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、外国産とも差別化された独自の需要を確立している。特に、「ホクシン」から「きたほなみ」への全面転換後は、「北海道産小麦使用」表示製品への需要が拡大している。そして、強力系小麦、中でも超強力系小麦「ゆめちから」の増産や、それらの新たな用途開発により、こうした「北海道産小麦使用」表示製品が、うどんなど日本麺から冷やし中華、ラーメン、パンへと製品の種類でも拡大し、前述のように、大手2次加工メーカーが強力系小麦を使用できる条件が整ってきたことから、中小2次加工メーカーの製品から大手2次加工メーカーの製品へと拡大しつつある。

一方、九州産の中力系小麦では、「モチモチした食感」を出せる「チクゴイズミ」の評価が高まり、つけ麺などでは、首都圏などでも需要が拡大している。九州産の強力系小麦でも、「ミナミノカオリ」については、九州内で国産志向の強い消費者向け需要が中華麺やパン向けで拡大している。さらに、強力系小麦では、新たに導入された「ラー麦」の需要も着実に拡大しているが、この「ラー麦」の導入は、単に強力系小麦の使用先が拡大するだけでなく、福岡県産小麦がラーメンに使えることを消費者に認識させたという意味では、新たな付加価値を生んでおり、結果として、九州産小麦に対する評価を高めている。

これらに対して、関東産の中力系小麦では、その生産の大部分を占めてきた「農林61号」から「さとのそら」への全面転換が2011年から2015年にかけて行われており、今後、外国産小麦とのブレンドにとどまらない国内産小麦としての単独使用での需要拡大の可能性が出てきている。近年は、関東独自の「地粉使用」製品の出回りや、地元産小麦の使用を要件としたご当地うどんの取組も見られ、最近、強力系小麦の新品種が北関東4県で導入されたことを契機として、こうした品種を活用した中小製粉企業による地産地消的な取組も増加している。

大麦・はだか麦についても、主産地毎に異なる使用状況やその変化が把握された。

九州産二条大麦・はだか麦では、九州域内で製造される「国内産大麦・はだか麦使用」表示のある麦焼酎で需要が拡大している。さらに、首都圏などでもこうした製品が販売され定着しつつある。他方で、麦味噌は、その多くが国内産麦を原料として使用しているものの、これまで、そのことを表示しない製品がほとんどであったが、近年、国内産原料使用表示により差別化する動きが出てきている。このほか、大麦を製粉し製麺することで「大麦麺」とし、新たな国内産大麦の需要を掘り起こす動きも出てきている。

これに対して、北陸産六条大麦は、これまでも押麦等に使われてきたが、北陸3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「国内産大麦使用」表示のある押麦等で、全国に独自の需要を確立し、これが拡大している。また、北陸3県には、既存の精麦企業が立地していないことから、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が出現している。将来、この大麦粉の普及・拡大が新たな需要を生み出す可能性がある。

関東では、日本最大のビール用二条大麦の産地である栃木県において、新品種への転換を背景に、国内産大麦を使用したプレミアムビールを本格的に発売、定着させようという動きが出現し、製品が定番商品として定着しつつある。また同じく栃木県では、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や麦味噌を製造・発売する動きがあり、こうした用途開発によって新たな需要が生み出されつつある。

7. 国内産麦の需要拡大に向けた課題

北海道における「ホクシン」から「きたほなみ」への品種転換、「ゆめちから」の導入、関東における「農林61号」から「さとのそら」への品種転換については、その速度に課題があった。また、九州における「ミナミノカオリ」の生産拡大は、「チクゴイズミ」の作付減少と「シロガネコムギ」の作付維持が伴ったことから、転換される品種の選択に関して課題が残った。今後、国内産小麦に対する需要を拡大していくためには、こうした課題を克服していく必要がある。

なお、このような課題が発生しているということは、近年、地元産小麦を使った地産地消的な製品の開発で、製粉企業がJAと2次加工メーカーの間を取り持つコーディネーターとして機能する局面も増えてきてはいるものの、それが大きな流れにはなっておらず、「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わらない」

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。

また、新たに導入される品種の数が増えていく中で、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となっている。特に、北関東4県では、各県で相次いで強力系小麦の品種が導入されているが、品種がばらばらであり、かつ北海道産の強力系小麦に比べると品質面で劣っている。北関東4県には、地元国内産の強力系小麦に対する強い需要がないため、それらの生産が拡大すれば前述のように首都圏で北海道産の強力系小麦を使用した製品と競合するため、棲み分けを模索していく必要がある。

さらに、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た。そして、そうした取組が盛んな地域でも、取組の普及・定着が不十分な分野が存在していた。

これに対して、国内産大麦・はだか麦については、大麦の主要な用途の押麦等や麦味噌ではあまり外国産とブレンドして使用されてこなかったこと、実需の意向を踏まえた適度な速さでの品種転換が行われたことなどから、今のところ小麦のような一時的供給過剰は発生していない。しかしながら、今後、国内産大麦・はだか麦に対する需要を拡大していくためには、次のような課題が残されている。

まず、大麦・はだか麦においては、小麦に比べると古い品種の作付が多く残っており、特に、福岡県では、ビール用二条大麦が3種、焼酎用二条大麦が2種生産されており、関東4県で6種類の二条大麦、8種類の六条大麦・はだか麦が生産されている。また、ビール用二条大麦で全国のシェア4割を占める栃木県でも2種のビール用二条大麦の統一ができないうちに、3種類目の品種が導入されつつある。このため、生産量の安定やロットの確保の観点に立てば、作付品種が増え過ぎていることが関東産小麦と同様に課題となっている。

また、現在、需要が拡大しているもち麦についても、現在、繊維質が国内産より多く含まれる外国産が輸入されているので、新品種の導入などにより国内生産を強化していく必要がある。

さらに、国内産大麦については、地場の2次加工メーカーと産地が直接結びついた地産地消的な取組により、新たな需要が生まれつつあるが、製粉企業のようなコーディネーション機能を果たしている精麦企業は少なく、地元の精麦企業の能力不足から、精麦やそのさらに先の製粉という工程を他県の複数の精麦企業に依存するため、コスト面で課題を抱え、事業拡大を阻害している例も見られた。したがって、精麦企業のコーディネーション能力の向上も、大麦・はだか麦

の需要拡大に向けて取り組むべき課題と言える。

このほか、国内産大麦・はだか麦の麦焼酎での使用とその表示が増加し、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、高級感のある製品での使用は未だ見られず、まだ本当の意味でのプレミアムを獲得できていない状況が続いており、この点も改善が求められる課題といえる。

また、九州で製造されている麦味噌は、原料のほとんどが国内産大麦・はだか麦であるにもかかわらず、一緒に使用する大豆における国内産確保がネックとなり、そのことを表示している製品はそれほど多くない。今後、他の大豆や米を主な原料とする味噌との差別化を図り需要を拡大していくためには、国内産原料使用表示をさらに拡大していく必要がある。

8. おわりに

以上のように、民間流通制度導入後、小麦、大麦・はだか麦のいずれの主要産地においても、品種の転換や新品種の導入を契機として、それぞれの産地毎に異なる形で国内産麦のフードシステムが大きく変容していることが明らかになった。

そして、その結果として、主産地毎に異なった課題を抱えてはいるものの、国内産麦に対する評価が高まり、2次加工製品でも国内産麦の使用を売りにした積極的な使い方が拡大しつつあり、新たな用途開発も行われている。そして、外国産麦と棲み分ける形で、それぞれの主産地の特性を踏まえた国内産麦独自の需要が生まれ、それが実際に拡大したり、拡大する可能性があることが明らかになった。

そして、このような国内産麦のフードシステムの変容と国内産麦に対する評価の高まりを踏まえれば、前述のような国内産の小麦、大麦・はだか麦それぞれにおける需要拡大のための課題に対応することで、外国産麦に対する競争力が相対的に向上し、国内産麦に対する需要もさら拡大させることが可能になると考えられる。

具体的には、以下のような対応を講じていく必要があると考える。

(1) 国内産麦類の入札制度の維持・強化

これまでの分析結果からは、入札制度による価格形成が、ある程度、需給のミスマッチを防ぐ方向で機能していることが明らかになった。今後、入札制度が一層需給調整機能を発揮できるようにするためには、国内産麦に対する需要を、JA全農県本部や各JAだけでなく、個々の生産者にまで伝えていく必要があり、そのためには、引き続き買い手、売り

手双方の意見も踏まえて現行制度に改良を加えながら、維持・強化していく必要がある。

(2) 需要拡大のスピードに応じた新品種の導入，作付転換

今後も、国内産小麦の需要拡大のためには、需要が減ってしまった古い品種から新たな需要や需要の拡大が期待できる新品種への品種転換を行っていく必要があるが、そのためには、需要の拡大スピードに合った生産の拡大，作付転換のスピードが求められる。その際には、今回の調査分析で明らかになった品種転換，新品種導入をスムーズに行えた事例，色々と課題が発生した事例双方から学ぶ必要がある。

(3) 主産県間での品種統一と効率的なサプライチェーンの実現

国内産大麦・はだか麦に対する需要を拡大していくためには、焼酎用，ビール用で国内産大麦・はだか麦の使用拡大が重要であるが、こうした用途では、品質の安定性，均質性，十分な生産量，ロットの確保が必要である。そのためには、用途によっては、主産県を横断しての品種の統一が求められる。また、そうした同一品種の大量流通に対応できる効率的なサプライチェーンの構築も求められる。

また、国内産小麦においても、関東においては、近年、強力系小麦を中心に新品種が相次いで導入されることで作付品種の種類が急速に増加している。関東産小麦の販売先の多くを中小製粉企業が占めていることを踏まえれば、多品種生産による非効率さが中小製粉企業の経営を圧迫することのないよう、やはり主産県間で品種の統一を進めていく必要がある。

(4) 製粉企業，精麦企業によるコーディネーション機能の強化

今後、需要の拡大に応じて国内産小麦の生産を増やしていくためには、製粉企業がコーディネーション機能を発揮する形での 2 次加工メーカーと生産者との連携の強化が求められている。主産地毎の小麦の流通・用途を踏まえて、大手 2 次加工メーカーと北海道の生産者との間では大手製粉企業が、主産地の生産者と主産地に立地する中小 2 次加工メーカーの間では中小製粉企業が、それぞれ役割分担をしながらコーディネーション機能を発揮していく必要がある。

また、国内産大麦・はだか麦においても、新たな需要を生みつつある地産地消的な取組において、精麦企業が産地でコーディネーション機能を発揮できれば、より安定的な国内産大麦・はだか麦の需給の確保，新商品開発による新たな市場の開拓，精麦コストの削減による需要拡大の可能性もある。さらに、新たな可能性を秘めた大麦粉については、小麦粉，米粉といった他の粉食との差別化を図って需要を拡大していく必要がある。

(5) 「国内産麦使用」表示の一層の普及・定着

小麦製品では、その消費地によって、国内産使用表示の普及・定着の程度に差が見られた。

また、大麦・はだか麦製品では、麦焼酎において、国内産使用表示によって本当の意味でのプレミアムを形成できていない状況が続いており、麦味噌では、一緒に原材料として使われている大豆での国内産の確保問題が、国内産原料使用表示の拡大を阻害する要因となっていた。

これらは、逆に、まだ、国内産麦使用表示により需要を拡大できる余地があることを示しているとも言える。

今後は、麦種、産地と消費地、用途における、そうした取組の違いを踏まえて、特に、国内産麦の使用とその表示が少ない分野で、それぞれ消費者にアピールする差別化戦略を強化していく必要がある。

