

Back Number

本論文は

世界経済評論 2020年5/6月号

(2020年5月発行)

掲載の記事です



世界経済評論 定期購読のご案内

年間購読料

1,320円×6冊=7,920円

6,600円

税込

17%

送料無料

OFF

富士山マガジンサービス限定特典

※通巻682号以降

定期購読
期間中

デジタル版バックナンバー 読み放題!!



世界経済評論 定期購読



☎0120-223-223

[24時間・年中無休]

お支払い方法

Webでお申込みの場合はクレジットカード・銀行振込・コンビニ払いからお選びいただけます。
お電話でお申込みの場合は銀行振込・コンビニ払いのみとなります。

Fujisan.co.jp

雑誌のオンライン書店

ヨーロッパのパンは米国のパンより美味しい



小田部 正明

前回のコラムでは、私の米国での経験と観察に基づいて、日本の米と湿気の関係に焦点を置いて日本経済、生活への影響に関して書いて見た。今回は、何故ヨーロッパのパンの方が米国のパンより美味しいのかを経済学とマーケティングの視点から説明してみたい。この事例から見えてくる米国経済の競争環境の歪に言及する。

欧米を旅した経験のある方は既に感じていることと思うが、確かにヨーロッパ（例えばフランスやドイツ）のパンは、米国のパンよりも種類が多いばかりでなく、菌ごたえがあり、味も良い。この事実は米国人も良く知っている。何故そうなのだろうか。

私も昔から関心があって、今となっては20年以上前の話だが、日清製粉の米国子会社の重役の方にその質問をする機会があった。その時の答えは、米国の小麦は硬質小麦と呼ばれる種類であって、それから作られる小麦粉は日本では一般に強力粉として知られている。強力粉はタンパク質を多く含み、その中でも粘着性の高いグルテンと呼ばれるタンパク質が豊富で、少しの量でも酵母の力で固まりやすいので、フワフワした柔らかいパンを作るのに適している。それに対して、ヨーロッパの小麦は軟質小麦と呼ばれる種類であって、それから作られる小麦粉は日本では薄力粉として知られている。薄力粉はタンパク質、グルテンが少ないので、少量では固まりづらく、薄力粉を多く使い、しかも酵母の力を長く使い、練りにもかなりの工夫をしなければならぬそうだ。その努力の結果、ヨーロッパのパンは米国のパンと比べると味、食感とも優れているという説明である。米国でグルテンの多い強力粉を使ってヨーロッパ仕様のパンを作ると、固すぎるパンになってしまう。

その話に納得はできるが、私の関心はこれで終

わりではない。米国人はヨーロッパのパンを好んでいるのに、何故米国の普通のベーカリーでは本格的なヨーロッパ仕様のパンを殆ど売っていないのだろうか。米国国内のパンの専門店に行っても、ヨーロッパではどこでも入手できるような普通のパンと比較しても、味、食感が同じように良いパンにめぐりあうことは稀である。では「何故米国では本格的なヨーロッパ仕様のパンを作れないのだろうか、そして作らないのだろうか」。今回の2つの研究課題である。

1. ヨーロッパ仕様のパンを作れない

世界で小麦の生産量が多い上位の7か国は、中国、インド、ロシア、米国、フランス、カナダ、ドイツの順である。小麦の輸出量の順位では、ロシア、カナダ、米国がトップ3である。輸出量は世界第3位ではあるが、よく米国は世界の「ブレッドバスケット」とも言われてきた。それにもかかわらず、ヨーロッパ仕様のパンを作れないということは、ヨーロッパ仕様のパンの素材である軟質小麦から作られる薄力粉の生産・供給が少ないからに違いない。調べてみると、答えは小麦の国内供給と貿易に原因があることがわかる。

第一に、米国の小麦の種子の供給が寡占状態であることが大きな原因である。米国では、以前からモンサント、デュポン、ダウが小麦の種子の供給をほぼ独占している。まさに教科書上の寡占競争状態である。更に最近になって寡占状態が、合併・買収を通して益々独占状態に近づいたと言っても過言でない。モンサントはさらに大規模なドイツのバイヤーに買収され、デュポンとダウの種子生産部門は合併し、コルテバ（Corteva）という新会社を設立し更に市場力の集中化を成し遂げ

た。昔から硬質小麦の開発・改良に力を入れてきている為、米国農家の小麦の生産量の殆どが硬質小麦であり、製粉会社はそれから作られる強力粉を市場に多く供給している訳だ。

第二に、もし小麦の貿易が本当に自由であったなら、米国ではヨーロッパ仕様のパンの潜在需要が高いのだから、米国国内の製粉会社は海外（例えばフランスやドイツ）から現地の軟質小麦やそれから作られた本格派の薄力粉を輸入しても良いはずだ。ところが現実には、米国は（硬質）小麦を大量に輸出はしているが、海外の小麦（硬質、軟質共）ないしは薄力粉を殆ど輸入していない。米国が硬質小麦を殆ど輸入しないのは容易に理解できても、軟質小麦をあまり輸入していないことには疑問を感じる。私は米国の小麦輸入関税等の貿易障壁のデータは持っていないので確かなことは言えないが、米国の小麦の種子の供給市場がモンサント（バイヤー傘下）とコルテバ（デュボンとダウの合併）によってほぼ独占されていることを考えると、この2大企業の政治力の賜物ではなからうか。

2. ヨーロッパ仕様のパンを作らない

顧客の立場で考えてみると、ヨーロッパに旅行したことがある米国人（つまり大勢の米国人）は、ほぼ異口同音にヨーロッパのパンは米国のパンより美味しいと言っている。米国でヨーロッパ仕様のパンの需要がある限り、多少の軟質小麦（ないしは薄力粉）への輸入障壁があったにしても、もう少し本格的なヨーロッパ仕様のパンが買えても良いのではなからうか。ヨーロッパで普通に買える美味しいパンは、米国国内では余程の高級ベーカリーに行かない限り入手できない。新たに、何故なのだろうかと第二の課題に突き当たる。その答えは、米国の製パン会社2社による独占状態にある。現在、メキシコ発祥のビンボ・ベーカリーズ（Bimbo Bakeries）とフラワーズ・フーズ（Flowers Foods）が、米国のパン市場の

61%を占有している。

これ程市場集中が高い（つまり独占力がある）と、企業は顧客市場のニーズを満たすことに努力して製品を作るより、コストを下げ利益率を上げようとする独占的戦略をとるようになる。硬質小麦（強力粉）を使った方が、簡単にしかも安価でパンを製造することができるので、そのようなパンが市場で主流になる。まさに米国のパン市場の現状である。この話から一般化できることは、資材の供給市場と完成品市場が両方とも独占的であると、種類の豊富な高品質の商品は生まれてこないということだ。

では日本のパン市場はどうなのだろうか。最初に、日本は小麦の殆どを輸入に頼っているので、硬質小麦でも軟質小麦でも国内需要に合わせて輸入している。米国小麦市場とは全く異なっている。次に、日本のパン市場は、山崎製パン（16.5%）、敷島製パン（6.6%）、フジパン（5.6%）3社合わせて、28.6%の市場占有率を持っている。米国市場ほど、産業集中度は高くない。また、日本のパン市場の30%弱が無数にある個人経営の職人ベーカリーによって成り立っている。それを考えると、主観的かもしれないが、日本には種類が多く、美味しいパンがいろいろな所で買えることが容易に理解できる。

こたべまさあき テンプル大学フォックス経営大学院教授