

北のごはん倶楽部

DECEMBER★2006

平成18年12月発行

ニュースレター

VOL. 2



 **ホクレン**

ホクレン農業協同組合連合会

米穀事業本部 米穀部 主食課

〒060-8651 札幌市中央区北4条西1丁目

TEL:011-232-6233 FAX:011-242-0135

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

北海道米販売拡大委員会

<http://www.hokkaido-kome.gr.jp>

日本一の米どころ“北海道”から、
お米についての最新情報をお届けする「北のごはん倶楽部」。
今回は、今年7月に発表された年間販売実績で、全国一になった北海道米の人気の秘密を探ります。

特集 今、北海道米が売れている。



お米の販売 実績No.1の 理由を探る。

販売実績比23.8%増の底力

今、北海道米の人气が全国的に急上昇しています。今年7月に発表された農水省の統計で、5年ぶりに年間の需要実績が新潟県を上回り全国第一位になりました。米どころの他府県が軒並み数値を下げているのに比べて、北海道は前年比23.8%も販売量が増加しています。

いったい北海道のお米に何が起きているのか？全国的な6月の低温は、北海道の米作りに影響を与えたのか？今年、本格デビューするブランド米「八十九」の特徴は何かなど、ホクレンの米穀部主食課課長補佐・南草也の話を交えながら、北海道米の気になる情報をお伝えします。

●消費者から直接問い合わせが入るようになった、北海道米

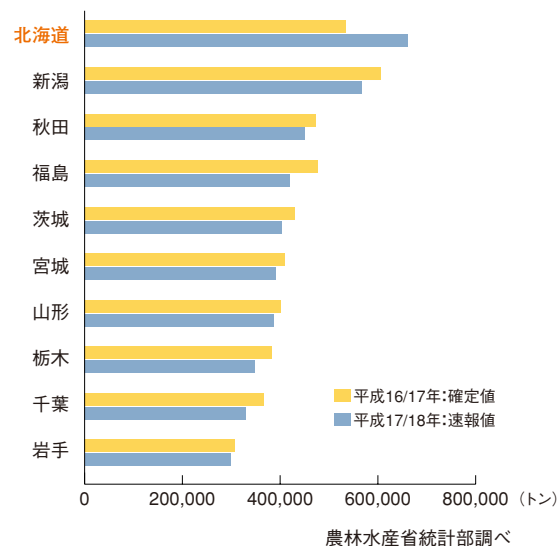
北海道米の躍進が続いています。今年6月、東京のコメ価格センターで北海道を代表する銘柄の一つ「ほしのゆめ」の価格が、東北や関東産の「コシヒカリ」「あきたこまち」の価格を上回り、大きな話題となりました。北海道のお米が、売れているのです。

「消費者の方から注目されているのは感じます。先日も福井県の消費者から直接電話があり、北海道のお米を買いたいので売っている場所を教えてくださいと言われてびっくりしました。どこで情報を知ったのかお尋ねしたところ、新聞の記事を読んで食べてみたくなったということでした」(南)

昨年53万トンだった需要実績が、今年は66万トンの需要実績になるということですが…。

「ホクレンの取扱量だけを見ても、平成16年に穫れたお米と17年に穫れたお米では販売量が5万トンほど増えています。売れているなと思います。売れているから品薄になる、だから価格も上がったのでしょうか。農協の組合長さんが集まった会議でも、需要実績が日本一になったことが話題になりました。高い食味値をもつ低タンパク米を仕分けする取り組みや、新しい品種への挑戦など、頑張ってきた甲斐があったと励みになっています。しっかり世間に認知してもらえるお米になってきたことは、大きな喜びですね」(南)

図-1 都道府県産米の需要実績(上位10都道府県)



●お米の品質を一定に管理する仕分け集荷

「ななつぼし」「ほしのゆめ」といった北海道ならではの美味しいお米の登場。それに続くさまざまな新品種の開発など、確かに北海道は他府県と違ったお米作りを進めています。食味はどんどん向上しているのに、価格は低め。同じ美味しいお米なら、少しでも安いものを購入しようという消費者の意向が、北海道米の売れ行きに好影響を与えているのは確かです。でも、売れている理由はそれだけでしょうか？他に何か秘密があるの



ホクレン農業協同組合連合会
米穀事業本部 米穀部 主食課
課長補佐 南 章也

では…。
「品質にばらつきが少ないということも一因かもしれません」(南)

それは、どういうことですか？

「お米にも、当たりはずれがあります。同じ品種でも、穫れた県、穫れた場所、あるいは販売している業者によって、品質は

まちまちです。前に食べたときはおいしかったけど、今度はそうでもなかったということがしばしば起こるわけです。このような問題をなくすため北海道米は、収穫した段階で、食味値を判断する指標となるタンパク値と、粒が充実した整粒とで、品質を分ける仕分け集荷を全国に先駆けて行ってき

図-2 高品質米の仕分け集荷基準

北海道米独自の仕分け基準として、平成9年産から、整粒歩合(※)・精米タンパク値による高品質米の仕分け集荷を行っています。将来的には、高品質米を北海道米のスタンダードにしたいと考えています。

整粒歩合	タンパク		8.0%以上
	低タンパク米	一般米	
	6.8%以下	6.9~7.9%	
一等米	高整粒(整粒80%以上)	4次	9次
		高品質米	
	3次	2次	
		1次	

「きらら397」「ほしのゆめ」「ななつぼし」の仕分け基準

※整粒歩合(せりりゅうぶあい)：整った形をしているお米の割合

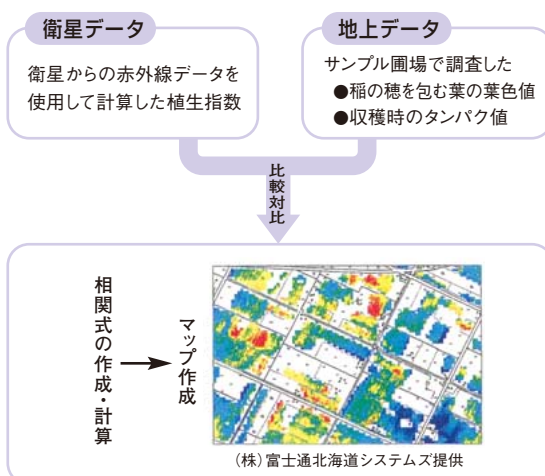


大型米穀集出荷施設
石狩平野北部の妹背牛町(もせうしちょう)にある超低温貯蔵施設(サイロ)を備えたライスセンター。冬の冷気をサイロにため込み、魔法瓶と同じ仕組みで夏場でも超低温を維持しています。理想的な温度で玄米を貯蔵し、新米に近い状態で出荷することができます。

ました。色が付いている米だとか、未熟な米をはねて、玄米としていいものに仕上げる均一化作業を、大型施設で一気にやってしまうのです。つまり『ななつぼし』と明記されたお米であれば、どこで買った『ななつぼし』でも、品質はほぼ同等。この前はおいしかったけど今度のはいまひとつ、というような声も以前は聞きましたが、今はなくなりました。それがよい評価につながっているのかもしれない」(南)

人工衛星で撮影した水田の赤外線データをもとに、成育中の稲のタンパク値を推定してマップ化、生産地の米作指導や集荷方法に反映させる試みも行っています。より品質の高いお米をお届けするために、まさに北海道ならではのダイナミックな取り組みが進んでいます。

[人工衛星を利用したタンパク値の推定方法]



●北海道米ブランド化プロジェクトが始動

ところで北海道といえば「梅雨知らず」。6月も青空が広がり稲穂もすくすく伸びていく…というのが例年の姿でした。ところが今年は、全国的な6月の低温・長雨の影響が北海道にも現れて、日照不足が続きました。気になる今年の北海道米の出来はどのようなのでしょうか？

「正直心配しました。しかし、7月後半の冷害危険期になって天候が回復。8月は好天に恵まれて、昨年が続いて豊作となり、品質的にも非常に良いものになりました」(南)

そして今年の新米からは、期待の新ブランド米「八十九」も登場しました。これは、食味試験で新潟県産「コシヒカリ」に匹敵する評価を獲得し、従来の北海道米にはない味で注目を集めている新品种「おぼろづき」を高級ブランド米として販売するもの。

「八十九」では、新しいブランドイメージを作り出すために、気鋭のアートディレクター佐藤卓氏がオリジナルパッケージを作成しています。「明治おいしい牛乳」「NTTドコモ FOMA P701iD」などの商品デザインを手掛けた同氏が、お米のパッケージを手掛けるのは初めてのことになります。

ホクレンでは将来、もっとおいしい北海道産の新品种ができた際にも、この「八十九」のブランド名を生かして販売していく予定です。お米の品種名だけでなく、ブランド名をあわせて継続して使用することで、消費者に覚えてもらい大切に育てていく。品種改良の盛んな北海道ならではの、新しいブランド米を育てるための工夫といえます。

品種改良による食味の改善、その品質を厳しくチェックする集荷体制、さらにブランド化の努力、こうした3つの要素が相まって、北海道米の人気を作り出しているのです。

今年の北海道発のお米にぜひご期待ください。



北海道米の代表的な品種の特徴とルーツ



サラブレッドではありませんが、お米の食味を左右しているのが交配です。ホクレンでは、消費者の皆さまに北海道米について興味をもっていただくため、食味や特徴と合わせて、代表的な品種の系統を紹介しています。お米は本来一人ひとり好みが違うもの。イメージした食感のお米を見つけるヒントとして、お役立てください。



■ きらら397

「ほしのゆめ」などの他の北海道米と比較して、つや、粘りは劣るが、噛んだあとの甘みが強いのが特徴です。硬めのご飯がお好みの方に選ばれています。北海道米のロングセラーです。

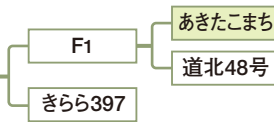
きらら397



■ ほしのゆめ

「きらら397」などの他の北海道米と比較して、つや、粘りが強いのが特徴で、柔らかめのご飯がお好みの方におすすめします。北海道米で現在最も売れている品種です。

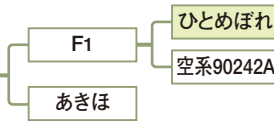
ほしのゆめ



■ ななつぼし

平成16年から本格デビューした新品种で、つや、粘り、甘みのバランスに優れているのが特徴で、程よいつや、粘り、甘みをお求めの方におすすめします。北海道米、期待のニューフェイスです。

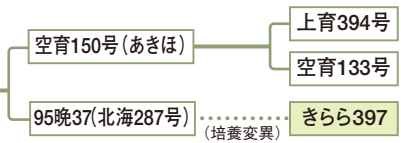
ななつぼし



■ おぼろづき(八十九)

粘りと柔らかさを併せ持つ画期的な味で注目を集めている新品种です。「八十九」のブランド名で北海道発の高級ブランド米として今年本格デビューしました。

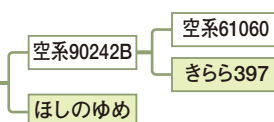
おぼろづき



■ ふっくりんこ

道南生まれの期待の品種。北海道立道南農業試験場で育成、平成15年に奨励品種に採用されました。その名のとおりふっくら、柔らか、おいしさ長持ちが特徴です。

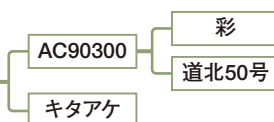
ふっくりんこ



■ あやひめ(玄米さらだ)

サラダ感覚で食べられるヘルシー玄米「玄米さらだ」として発売中。粘りが強い低アミロース品種の「あやひめ」の玄米を100%原料として使用することで、玄米でありながら粘りのあるおいしさを実現。炊飯器で簡単においしく炊き上がり、冷めても粘りが長持ちします。

あやひめ





オピニオン

淡泊な料理に合う北海道のお米は、子どもたちに食文化を伝えることができるお米です。

にしじまとよぞう
米穀専門店「スズノブ」代表取締役 西島豊造氏

雑穀や玄米で食べてもおいしいお米

北海道のお米のよさは、現地に行って食べればわかります。でも行かない人にはわかりにくい。それを伝えてあげるのが米屋の義務であり、お米マイスターの仕事だと思っています。

例えば北海道には「ほしのゆめ」と「ななつぼし」というお米がありますね。どちらも女性にとっても評判のいいお米です。女性は食材としてのお米の面白さに気づいているからです。最近ではお米に、雑穀を入れたり、玄米で食べたり、分付き米にしたりと、いろいろな食べ方をするようになりました。実はこのように多様な食べ方をしたとき、一番力を発揮するのが北海道の高品質米なのです。オールマイティに、いろんなジャンルの食文化を巻き込んでも使いやすいわけです。実際、うちの店で北海道のお米を買っていく人の9割が女性です。

冷めてもベタツとしないし、硬くならない。雑穀であるとか、納豆とか海苔とか、野菜でも何にでもよく合います。その代わりに、コテコテのステーキなどには向いていないかもしれません。一般的に男性は、ハンバーグやカルビといった脂っぽい食事を好みます。お米に甘さを求めるのも、粘りを欲しがるとも男性です。だから「コシヒカリ」が好きなのです。しかしヘルシーとか美容とか、ある程度の少ない量で満腹感を感じたいといった嗜好になると、北海道のお米が一番いいと思います。

スズノブでは今、滝川の高度クリーン米※「ななつぼし」と北空知の低タンパク米「ほしのゆめ」

を取り扱っています。「ななつぼし」のほうが味がしっとりしていて、「ほしのゆめ」はもっとさらっとしていますね。そのまま炊いて食べた場合、どちらが東京仕様かという「ななつぼし」だと思います。東京の人は、しっとりした感じが好きなので、さっぱりしすぎるお米は向いていないからです。ところが不思議なことに雑穀や玄米で食べた場合には「ほしのゆめ」も好まれるんですよ。

白身の魚の味がよくわかるお米

「ななつぼし」や「ほしのゆめ」に一番よく合う料理は白身の魚、和食の朝食。白身の魚というのは、ものすごく淡泊な味ですね。「コシヒカリ」「あきたこまち」「ひとめぼれ」などで白身の魚を食べると、魚の味がわからなくなって口の中が最後にお米の味になります。お米が勝ってしまうのです。

ところが「ななつぼし」や「ほしのゆめ」は、相手の味が薄ければちゃんと薄いように自分を抑えてくれる。逆に相手が強ければ表に出てくる。極上品の北海道のお米はそういう性質があります。ですから小さなお子さんのように、これからさまざまな食べ物の味を覚えてもらいたい人にとって、すごくいいお米だと思います。

極端な話、「コシヒカリ」や「ミルククイーン」のように強い味のお米ばかり食べていると、料理の味も濃くないとわからなくなってしまいます。北海道のお米を子どもたちに食べてもらって、朝ご飯のおいしさ、淡泊な食材のおいしさ、野菜のおいしさ・甘さを感じさせてあげると、日本の食文化がちゃんと伝わるのではないかと思います。

【プロフィール】

西島 豊造

にしじま とよぞう

1962年 東京生まれ

北里大学獣医畜産学部畜産土木工学科卒業。米穀専門店「スズノブ」代表取締役。99年(社)日本米穀小売振興会主催の優良米穀コンクールにて「食糧庁長官賞」を受賞。五ツ星お米マイスターの称号を持つ。著書に「今日はこの米!コシヒカリの子孫たち」(NHK出版)など。

用語解説

※高度クリーン米通常、使用されている基準よりも農薬と化学肥料の使用量を減らして栽培した米。



人物紹介

雪を溶かすところから、
北海道のお米作りははじまります。

もせうしちよう 妹背牛町農民協議会 ほ せ ひろゆき 長谷浩幸氏

雪が、土の中の「余分なもの」を洗い流す

田んぼのあぜ道にハーブが植えられています。手でこすると、甘い香りが…「アップルミントですよ。稲に害虫がつかなくなるというので、町を挙げてハーブを植えています」

冷涼な気候のため、他府県に比べて病害虫が少ないといわれている北海道。その中でも米どころとして知られる石狩平野北部にある妹背牛町では、ハーブの効果で、さらなる減農薬を進めています。しかし、積雪量が1.7～1.8メートルにも達するこの地域では、稲作にはいろいろな苦勞が伴うはずですよ。

「春先の農作業は、ものすごく集中しますね。稲作りは、泥を乾かすことから始まりますが、その前に雪を溶かさなければなりません。3月の半ばぐらいから融雪剤を撒いたり、苗床の除雪をしたり、そうしたことは余分な作業かもしれません。でも裏を返せば、雪があると土は若返ります。余分なものを洗い流して、床場が出来上がっていく。また、雪には地面を天然の断熱材として保護することで、“しばれさせない”(＝凍らせない)効果もあります。北海道の稲作に、雪は不可欠なんです」

長谷さんは、最近の北海道米についてどう思いますか？

「『きらら397』がデビューした時は、衝撃でした。正直言って、こんな旨い米が北海道で穫れるのかと思いました。当時、私の父は、これからは北海道米も量ではなく味の時代になる。食味を上げることを考えろと言っていました。そこで肥料を極力抑えることにもいち早く挑戦しまし

た。肥料を抑えることで、泥の特性というか、土が本来もっている力が戻ってきて、お米がおいしくなる。それを経験として学びました」

「ななつぼし」には、粘りに加えて、旨みと甘みがある

今、話題となっている「ななつぼし」はどうですか？

「『ななつぼし』は、粘りの部分で『きらら397』よりも断然勝っているため、食感的に好む人が多いと思います。『ほしのゆめ』も粘りはありますが、『ななつぼし』はそれに加えて旨みと甘みがあります」

長谷さんも「ななつぼし」を栽培されていますが、苦勞されている点はどこですか？

「実は、『ななつぼし』は意外と作りづらいうか、肥料の量に左右されやすい品種だと思います。私たちとしては、肥料を抑えてタンパク値の低いお米に育てたいのですが、肥料が少なすぎると生産量も落ちてしまいます。そのバランスがやっとわかってきたところですね。タンパク値を7以下、できれば6.5くらいを目標に育てています」

北海道米の知名度が最近ぐんぐん上がっていますが、消費者の方にメッセージはありますか。

「何て言えばいいのかな…内地米には絶対勝てる自信はあります。親戚に『コシヒカリ』を送ってもらったり、他府県のお米もいろいろ食べてみるのですが、自分が作ったお米のほうがおいしいと感じますからね。もちろん負けたくないという気持ちがあるせいかもしれませんが(笑)。私たちが作った『ななつぼし』や『きらら397』を食べてください。おいしいです。これに尽きます」

米袋の常識を変えた 「八十九」のパッケージデザイン。

ホクレンでは、お米とパッケージをセットにして販売することで、消費者の方に「八十九」(おぼろづき)の存在を伝え、ブランドとして定着させていきたいと考えています。ブランド化戦略の一環として、これまでの米袋とは一線を画したデザイン、遠くからでも存在感のあるデザインを、アートディレクターの佐藤卓氏にお願いしました。

「八十九」のパッケージデザインに込められたメッセージを、同氏にお伺いします。



「一度見たら忘れられない米袋」を目指して

アートディレクター 佐藤 卓氏

私は、デザインとはコミュニケーションとして「つなぐこと」だと思っています。お米であれば、生産されたお米があって、それを生活者の方に届けるためのパッケージでありネーミングです。クリエイターとして最近私が興味あるのは、特別なものや変わったものではなく、むしろこれまで見過ごされてきた日常にどのような提案ができるかです。

日本人の体は基本的にお米で作られています。水田という環境を作り、そこで作ったお米を食べるのが日本人の原点です。つまりお米とは、日常の基本中の基本なのだと思います。

そうした観点から、市場にあるお米のパッケージを見て「これでいいのだろうか」という思いを強く抱きました。多色刷りの米袋が増え、かえって米袋のデザイン性が乏しくなり、どの袋も

「買ってくれ、買ってくれ」と叫んでいます。もう少しどっしりと、正面から真摯にお米を捉えてデザインすることができれば、静かだけれど目立つパッケージになると考えました。こうして生まれたのが「八十九」のパッケージです。

八十八の手間がかかるといわれるお米より、さらにひと手間かけた「八十九」というネーミング。この名前に込められたメッセージを力強く表現する目的で、あえてシンプルなデザインを採用しました。北海道らしい素朴さを表すために、色数を抑えて2色刷りにしました。

他のどこにもない「八十九」ならではの顔つきをデザインすること。遠くから見ても近くから見ても「八十九」だとわかるようにすることで、一度見たら忘れられない、一度食べたら忘れられない米袋を目指しました。

【プロフィール】

佐藤 卓

さとう たく

東京芸術大学デザイン科卒業、同大学院修了。株式会社電通を経て、1984年佐藤卓デザイン事務所設立。「ニッカ・ピュアモルト」の商品開発、「ロッチェ・ミントガムシリーズ」「明治おいしい牛乳」などの商品デザインを手掛ける一方、「TOYOTA・VISTA」のVIデザイン、NHK教育「にほんごであそぼ」の企画など、第一線のアートディレクターとして幅広く活躍している。日本パッケージデザイン大賞金賞、Gマーク金賞、ニューヨークADC銀賞、デザインフォーラム金賞など、受賞多数。