

# 北のごはん倶楽部



News Letter

vol. 18

JULY 2014 平成26年7月発行



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>

CONTENTS

●特集

高度クリーン米「ななつぼし」の田植えが芦別でスタート	1
美味しくてクリーンな「ななつぼし」を食べてもらいたい	2
CM効果で認知度アップ「ななつぼし」の販売が好調に推移しています	3
●お米REPORT	
●お米REPORT 外食向けにターゲットを絞った新品種「空育180号」が来年から本格栽培へ	4
●Topics パナソニック「Wおどり炊き®」の炊き分け機能に「ふっくらんこ」が仲間入り	6

●お米REPORT

●Topics

特集

高度クリーン米「ななつぼし」の  
田植えが芦別でスタート

北海道でもっとも作付面積が広く、  
人気を誇る主力米「ななつぼし」。  
これに、さらなる付加価値をつけた  
高度クリーン米「ななつぼし」の  
田植えが、芦別市で始まりました。

芦別市は、北海道のほぼ中央に位置し、  
かつては灰鋤と米作で栄えた町です。現  
在の基幹産業は農林業に移りましたが、  
豊かな自然と内陸性の温暖な気候を生  
かした米作りはいまも盛んです。この地  
で、安心して、しかもおいしいお米を  
食べたいという人たちの需要にこたえた  
高度クリーン米「ななつぼし」づくりに  
取り組む人たちがいます。5月のす  
がすがしい晴天の中、田植え作業が進む  
「ななつぼし」高度クリーン米の田植え  
現場を訪ねました。

芦別市



## 美味しくてクリーンな 「ななつぼし」を食べてもらいたい

数々の特色ある北海道米の中で、近年注目されている高度クリーン米。高度クリーン米とは、使用できる化学合成農薬が5成分、化学肥料は慣行の半分以下という厳しい条件のもとで作られ、しかもタンパク質の含有率6.8%以下のもののみが名乗ることを許されている米です。今回は、「ななつぼし」の高度クリーン米を手がける「中空知エコ米生産共和国」の山本英幸会長を芦別市に訪ね、生産への取り組みをうかがいました。

中空知  
エコ米生産共和国  
会長 山本 英幸氏



### 「ななつぼし」を選んだのは、「うまい!」と思ったから

「一般的に米産地では、収穫時期をばらけさせ、病気や自然災害の被害を分散させるために、複数の銘柄を並行生産します。われわれが『きらら397』や『ほしのゆめ』にかわる銘柄を探していたときに出会ったのが『ななつぼし』でした。自分たちで食べてみてうまかったのが決定の理由です」と話す山本英幸会長。つや、粘り、甘みのバランスが特徴の「ななつぼし」の食味と、収穫量を確保できるメリットが選定の大きな理由となり、「ななつぼし」の高度クリーン米作りが始まってから、今年で10

年目を迎えました。高度クリーン米とは、タンパク値6.8%以下、化学合成農薬5成分、化学肥料は慣行の半分以下しか使わないという厳しい基準を満たす米のことです。

「よく、『高度クリーン米作りは大変でしょう?』と聞かれますが、もともと15年前から京都の生協向けに無農薬・無化学肥料栽培米の『ゆきひかり』を作っていたので、その経験と技術を応用することができました。そうは言っても、なかなか一筋縄ではいかないのが米作りです」と山本会長は言います。

### 病気、虫、草……。どこに農薬を使うかが勝負

「なかでもむずかしいのは、5つの化学農薬をどう使うかということです。稲に使う化学農薬には、病気対策、防虫対策、除草があります。芦別は山に囲まれた盆地で風が少ないので、葉が乾燥しにくく、病気になりやすいことに加えて、山に近い地勢で虫も多いのには悩まされます」

さらにやっかいなのが草取りの大変さです。あまりの過酷さに脱落していく農家も多いのだとか。苦勞がしのげられます。草にも、病気にも虫にも化学農薬を使いたいの、使えるのはたった5つだけ。使いどころを一步間違えれば、命取りにもな

りかねません。

そのような苦勞を押し立てても高度クリーン米づくりにこだわり続ける理由は、ひとえに安心して安全、美味しい「ななつぼし」をお客さんに食べてもらいたいという、米作り農家としてのプライドだと言い切ります。

「難度の高い無農薬・無化学肥料栽培米と、それよりほんの少し制限のゆるい高度クリーン米の両方を作ることは、われわれにとっても勉強になりますし、それを慣行米作りに生かすこともできます」

### 食べ比べて 好みの味を見つけてほしい

「私たち生産者が言いたいのは、先入観を持たずに、いろいろな種類の米を食べてみてほしいということです。近ごろは米も少量で売られるようになり、以前より手軽に食べ比べられるようになりました。ですから、機会を見つけて自分の好みや家族の好み、お寿司はこれ、カレーならこれ……などと食べ比べてみてほしいのです。案外、微妙な味の違いや、意外なおいしさに気づくと思いますよ」と山本会長は力強く語ってくれました。



ビニールハウスで種から発芽させた苗を、田植え機に積み込む



ホクレン  
米穀事業本部  
米穀部主食課  
課長 南 章也

## CM効果で認知度アップ 「ななつぼし」の販売が 好調に推移しています

北海道の主力米である「ななつぼし」。販売拡大に向けて展開した2月からのCM放映が弾みとなり、消費税増税後も順調に販売を伸ばしています。これまでの取り組みとその成果、そして今後に向けての戦略を、米穀部主食課課長の南章也が語ります。

### 認知度が味の評価につながり、約1.7倍の販売増

「ななつぼし」はこれまでも順調に販売を伸ばしてきましたが、道外での知名度はまだ低く、ブランド名の定着が課題でした。そこで2月、3月にほぼ全国で、マツコ・デラックスさんを起用したCMを放映。予想を超える反響があり、東京では1年前に43%だった認知度が71%に伸びるなど、3都市計でも前年比約30ポイント増となりました。

この春は消費税増税という局面があり、一般家庭でも3月中にお米を多めに購入する動きがあり、道外に限ると、3月実績では北海道米全体で前年比35%増。その中でも特に「ななつぼし」は67%増という伸びをみせました。これは同時期に放映されたCMがかなり好影響を及ぼしたとみられます。

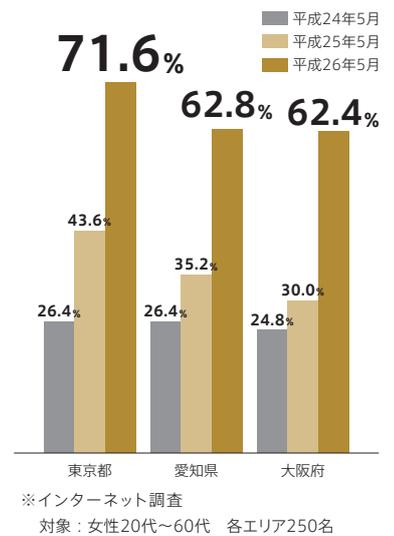
加えてミツカンさんとのコラボ企画として、首都圏を中心に「ななつぼし」を使ったちらし寿司のキャンペーンも展開しました。消費者の方々に味わっていただくことで、より親しんでもらえるきっかけになったと考えています。

「ななつぼし」の販売躍進はCM効果によるところが大きい

のですが、同時に食味ランキングで4年連続特A評価をいただいている実力が広く認められたとも言えるでしょう。増税の反動で販売量が減少した

4月以降も道外では、前年比で4月は117%、5月は128%と伸びています。3月までに「ななつぼし」を選んだ方が、再び購入いただくリピーターになってくださった。『「ななつぼし」って美味しいお米だ」と消費者の方たちに支持された、味に対する評価のあらわれではないでしょうか。

「ななつぼし」認知度調査



### タイアップや食べ方提案で、夏場の消費拡大を

今後はこの好循環をどのように維持していくか。特に米全体の消費が落ち込む夏に向けて、さらなる戦略が必要です。

6月末から7月中旬には大丸東京店で「ななつぼし」の「7」にちなんで、7種類の食材を盛り込むなど工夫をした期間限定の「ななつぼし弁当」を各店舗で競っていただく、タイアップ企画がスタートします。

また永谷園さんと連携した「冷やし茶漬け」の提案も仕掛けていく計画です。あっさり系の「ななつぼし」の特徴を生かし、冷やし茶漬けでさっぱりといただく。炊きたてとはまたひと味違った、「ななつぼし」の新しい魅力に気づいていただけ

るのではと期待しています。

「ななつぼし」のCM効果は、先に2年間続けた「ゆめぴりか」CMが牽引役ともなりました。知名度では一歩先をいく「ゆめぴりか」と肩を並べ、北海道を代表する2品種としてさらに消費者の方々に印象づけたいという思いから、秋の新米の時期にはあっさりした美味しさの「ななつぼし」と、豊かな甘みと粘りを持つ「ゆめぴりか」、この両雄を共にアピールするCMを現在企画中です。

それぞれに特徴を持つ2品種を筆頭に、北海道米の存在感をさらに高めていきたいと考えています。

## 外食向けにターゲットを絞った 新品種「空育180号」が来年から本格栽培へ

北海道米の生産量のうち、約5割を占めるのが業務用として使われるお米です。そこで業務用に特化したお米、という新しい観点から育種がすすめられ、新品種「空育180号」が開発されました。その魅力と可能性を、開発と分析それぞれを担当した専門家にうかがいました。

● 北海道立総合研究機構 中央農業試験場

### 育てやすさと多収が魅力 北海道の未来を担う お米です

地方独立行政法人  
北海道立総合研究機構 農業研究本部  
中央農業試験場 水田農業グループ  
主査 尾崎 洋人氏



### 「きらら397」を超える新品種を

日本の主食であるお米は、一般家庭向けに販売される以外にも、外食、中食において多く消費されています。こうした業務用のお米もまた、日本の食を支える重要な役割を果たしています。

これまでの外食産業を支えてきた北海道米の主役は『きらら397』でした。控えめな粘りと適度な硬さ、他の国内産のお米にはないこの特徴が、加工等を行うことの多い業務用米に適し

ているため、外食業界や飲食店等で長年支持されてきたお米です。

しかし「きらら397」が誕生してから26年。年々、「きらら397」を作付けする生産者が減少している現状があり、生産者が育てやすい、より外食向けに特化した新たな品種の開発をという機運が道内で高まったことが、新品種誕生の背景にはあります。そして10年ほど前から道内の中央農業試験場では、外食向け専用とする業務用米の研究が始まりました。

### 多収＋育てやすさが特徴

「業務用米は一般流通米と比較して価格が低く抑えられるため、それに見合うだけの収量が求められます。開発にあたっては、『きらら397』と同等の食味を持ちつつ、収量を上げることがひとつの指標となりました」と中央農業試験場で業務用米の開発に携わった尾崎洋人主査は語ります。

そこで平成18年に、食味に優れた「空育455号」と、収量が多く寒さに強い「大地の星」の交配が行われ、その後は世代促進を行って3年目には768系統を育て上げました。そこから生産力試験や特性試験を行いながら系統選抜を繰り返し、もっとも適した品種として選ばれたのが「空育180号」です。

最終的には「きらら397」「ななつぼし」を上回る収量を確保し、栽培特性として耐冷性・耐病性・割割発生が少ない点が優れていると認められ、生産者が育てやすい、魅力あるお米となりました。

さらに業務用米として求められる粘りを抑え、硬さもある程度維持したお米、という品質の課題もクリアすることができ、優良品種として認定されました。

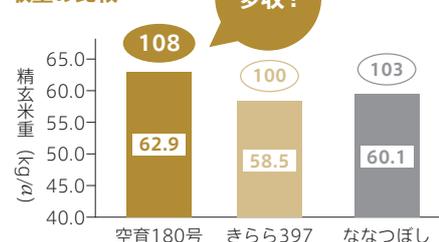
「24年からは生産者の方々にも試験栽培をお願いしましたが、

『楽しみなお米だね』と声をかけていただいたことも励みになりました」と開発の年月を振り返ってくれた尾崎主査。

現在、一般流通に向けて品種名の募集が始まり、年内には新しい品種名も決定する予定です。そして来年春からは一般の生産者たちの本格的な栽培もスタートします。

北海道の米づくりの形を変えていく可能性を秘めた「空育180号」。業務用米に特化した新しい魅力を持った新品種で、日本の外食業界での北海道米のシェア拡大をめざします。

収量の比較

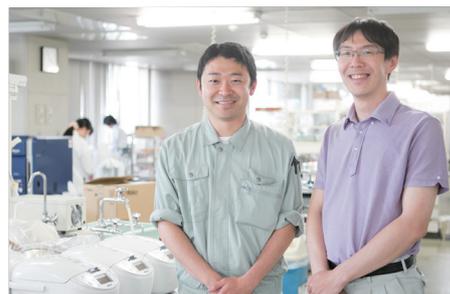


※平成23～25年、普及見込み地帯、標肥区の平均、n=50。グラフ外上の数値は「きらら397」を100としたときの精玄米重比。

● ホクレン 農業総合研究所

# 業務用米に適した「空育180号」 研究データからも証明

ホクレン 農業総合研究所  
食品研究室食品加工研究課  
武田 貴宏 吉田 慎一



## しっかりとした粒感が業務用米としての強み

北海道米の味わいや特性などを研究するホクレン農業総合研究所では、加工、業務用米に特化した新品種「空育180号」の誕生を受け、平成24年産米より本格的な食味試験をスタートさせました。これまで業務用として活用されている「きらら397」との差異などを分析し、業務用米として求められる特性を持ち得ているかを評価するのがその目的です。

今回の研究では、業務用への適性を図るため、一度に大量のお米を炊ける業務用炊飯器を使用。実際に使用されるであろう環境を想定して特性を評価しました。

食味試験では、「きらら397」との比較でその特性を分析したところ、白さ、つや、香り、味、硬さ、粘りにほとんど差はないことが明らかとなりました。

「やわらかく粘りが強いお米が主流となっている中で、『きらら397』のような粒がしっかりしていてべたつかないお米は、加工や調理作業が必要な業務用米に適しています。『空育180号』もその特性は遜色なく、業務用としての適性を大いに感じました」と分析にあたった武田貴宏。期待以上の新品種の登場に手応えを感じました。

### 農業総合研究所での食味試験結果

試料名	白さ	つや	香り	味	硬さ	粘り
きらら397	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>空育180号</b>	<b>0.06</b>	<b>0.17</b>	<b>-0.15</b>	<b>0.08</b>	<b>0.04</b>	<b>-0.29</b>

※平成25年産「きらら397」を基準、平成25年産「空育180号」2産地分の評価結果の平均値  
ホクレン農業総合研究所パネル24名の平均値、7段階評価(-3~+3)  
(白さ・つや・粘り=強弱 香り・味=良悪 硬さ=硬軟)  
全評価項目において有意差なし(素データでのTukeyの多重比較法、p<0.05)

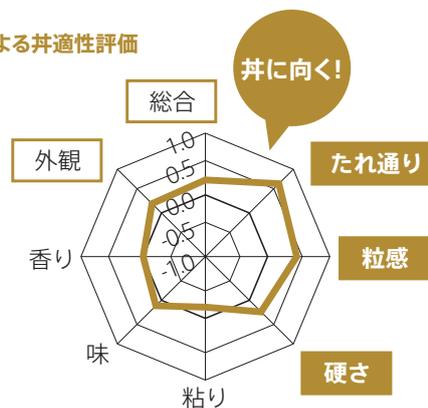
## ユーザーサイドからも食味試験で高評価

さらに大手牛丼チェーン店の協力を得て、店舗で提供するときと同じ炊飯器で炊いたご飯での食味試験が行われました。

ここでは研究所で行っている評価項目に、たれ通りとたれをかけた後の粒感の項目も加えて、同社のバイヤー等が判定。その結果、たれ通り、たれをかけた後の粒感で特に高い評価を得ることができました。

このチェーン店では、ご飯へのクレームは軟らかすぎるといものがほとんど。「食感がしっかりしており、粘りが適度におさえられている。業務用としては好ましい」という声も上がりました。実際に業務用米を使って商品を提供する現場サイドからの高い評価は「空育180号」の今後に向けて、期待の持てるものとなりました。

### 実需者による井適性評価



※平成24、25年産の3試料(「総合」は25年度の2試料)を使用。実際の使用場面を想定したブレンド米を用いた。外食、米卸業者6~7名による、良い(+1)、普通(0)、悪い(-1)の絶対評価。

## 「空育180号」の可能性を研究でサポート

「業務用米は、白飯以外にも、丼物、寿司、おにぎり、チャーハン、リゾットなど、その用途はとても幅広く、求められる特性も異なります。単一品種でその特性を満たすことは少ないので、ブレンド米が使われることが多いです。『空育180号』がもつしっかりとした食感は貴重な特性なので、ブレンド米の中でも有用なお米となっていくでしょう」と武田は分析します。

今後は「空育180号」の特性をしっかりと把握し、それぞれ

の使い手の要望に応えるブレンド米の開発など、農業総合研究所の担う役割も注目されます。「使い手の方たちに愛されるお米になれば、生産者の方たちが作付けをしなくなるようなお米にもなります。スタートしたばかりの『空育180号』ですが、北海道が誇る業務用米になれるように我々も精一杯サポートしていきます」

## パナソニック「Wおどり炊き<sup>®</sup>」の 炊き分け機能に 「ふっくりんこ」が仲間入り

2014年6月発売のパナソニック炊飯器「Wおどり炊き<sup>®</sup> SR-SPX104」の「銘柄炊き分けコンシェルジュ」に、北海道米の「ふっくりんこ」が選ばれました。数ある銘柄米の中から、「ふっくりんこ」が選ばれた経緯などを、パナソニック株式会社コミュニケーショングループ プランニングチームリーダー 岡康之参事、スモールアプライアンスグループ キッチンチーム 高沼朋香主事のおふたりにうかがいました。



SR-SPX104-RK

### 「元気で美味しい北海道米」の次期エースに

「銘柄炊き分けコンシェルジュ」とは、銘柄を選ぶだけで、それぞれのお米の特性に合った火加減、加圧・スチーム時間などを調整し、最大限に美味しく炊き上げる機能です。炊き分け可能な銘柄は20銘柄21品種<sup>\*</sup>にのぼり、こだわりの米を美味しく食べたい人たちから好評を得ています。

今回、「ゆめぴりか」「ななつぼし」「きらら397」とともに、そのラインアップに仲間入りしたのが、北海道米「ふっくりんこ」です。

『Wおどり炊き<sup>®</sup> SR-SPX104』は、2009年にグループ会社となった三洋電機とパナソニックの技術を組み合わせて作った炊飯器です。今までより火加減の微妙な調整が可能となり、よりバラエティに富んだ炊き分けができるようになりました。これが『銘柄炊き分けコンシェルジュ』です」と岡参事は話します。

では、どのようないきさつで「銘柄炊き分けコンシェルジュ」に、「ふっくりんこ」が入ることになったのでしょうか。

「最近、『ゆめぴりか』『ななつぼし』の人気・躍進が顕著で、『北海道のお米は元気がいい』というのが私たちの間でも話題になっていました。今回、『銘柄炊き分けコンシェルジュ』に、どのお米を選べばお客様に喜んでいただけるかを考えていたとき、人気も実力も兼ね備えた北海道米の『ふっくりんこ』なら間違いのないのでは？ という話になりました」と岡参事。



コミュニケーショングループ  
プランニングチームリーダー  
岡 康之参事

### クラウドのデータも「ふっくりんこ」人気を実証

実際に「ふっくりんこ」を「銘柄炊き分けコンシェルジュ」に搭載する際のプロセスについてもうかがいました。

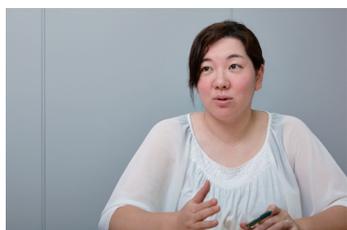
「社内に、炊飯器の調理プログラムを専門に行う『ライスレディ』という専門チームがあります。これは、パナソニックが誇る、炊飯器開発のスペシャリストたちの集団です。栄養学などの専門知識を修め、味覚に長けた女性たち8人で構成され、年間3トンもの米を試し炊きながら、美味しいごはんを追求しています。彼女たちが実際に『ふっくりんこ』を炊き、甘みやかたさ、冷めたときのおいしさなどを味わいながら、加熱時間や釜の中で米を踊らせる回数、火加減などを微細に調整し、『ふっくりんこ』の特性である、炊きあがりのふっくら感と、甘みを生かす炊き方を追求しました。『ふっくりんこ』の選定から、

実機搭載までに約半年くらいかかっています」と高沼主事は話します。

「『Wおどり炊き<sup>®</sup> SR-SPX104』のもうひとつの特徴に、スマートアプリとの連動があります。クラウドのデータでお客様の使用動向がわかるのですが、実際にデータを精査してみると、発売以来間もないにもかかわらず、『ふっくりんこ』を選んで炊いている人が一定数いることがわかりました。これは、実際に『ふっくりんこ』を食べている人からご満足いただけているからこそその数字だと言えるでしょう」と高沼主事。

「Wおどり炊き<sup>®</sup>」の顧客満足度は売れ行きにも反映され、なんと10万台を超える販売数を記録しているのだとか。

「これは、『こだわりの米をより美味しく食べたい』という消費者のニーズにこたえることができた結果だと自負しています。いろいろなお米の銘柄それぞれの個性を楽しみ、『美味しさにこだわるのは幸せなこと』だと実感していただけたとうれい입니다」と岡参事、高沼主事ともに笑顔でお答えいただきました。



スモールアプライアンスグループ  
キッチンチーム  
高沼 朋香主事