

北のごはん倶楽部



News Letter

vol. 20

JULY 2015 平成27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

「ふっくりんこ」の生産地 知内町(道南)、深川市(空知)レポート	1
道南で生まれた「ふっくりんこ」をより多くの人に食べてもらいたい。[生産者・知内町(道南)]	2
「ふっくりんこ」の物語はこれからも続きます。[JA新はこだて(道南)]	3
「ふっくりんこ」によって生まれた、新しい米づくりのスタイル。[生産者・深川市(空知)]	4
首都圏のスーパーマーケット「サミット」で、深川市産「ふっくりんこ」が売られています。[販売・東京]	5
●お米 REPORT 1 [対談] 北海道米のこれからを考える	6
●お米 REPORT 2 [海外] 2015年7月、台湾、シンガポールにホクレンの輸出拠点を設置。	8

ぬくもり米生産組合
組合長 菊入 等氏



深川市



知内町



函館育ちふっくりんこ蔵部
部会長 木本 勉氏



平成26年産米で悲願の特Aを獲得！

「ふっくりんこ」の生産地 知内町(道南)、深川市(空知)レポート

道南と空知の一部の産地限定でつくられている「ふっくりんこ」は、平成26年産米で、「ゆめぴりか」「ななつぼし」とともに、日本穀物検定協会が行っている「米の食味ランキング」で最高評価の特Aを獲得。生産地は祝福の声に包まれ、大いに盛り上がりました。しかし、生産者の関心は既に、現在生育中の平成27年産の「ふっくりんこ」に向けられています。

田植えを待つ時期に知内町、深川市2つの産地を訪ねました。

道南で生まれた「ふっくりんこ」を より多くの人に食べてもらいたい。

道南地域の「ふっくりんこ」生産者団体「函館育ちふっくりんこ蔵部」は生産者自らが独自のルールを策定し、「ふっくりんこ」の品質を高め、維持してきました。部会長を務める木本 勉氏に、特A獲得の喜びと、品質維持への取り組みをうかがいました。

函館育ちふっくりんこ蔵部
部会長 木本 勉氏



美味しいお米だから、自分たちで決まりをつくって守る。

渡島半島南西部に位置し、津軽海峡に面している知内町。山と海に囲まれた田畑では、米や野菜がつくられています。木本 勉氏の家は、知内町で大正時代から米づくりに携わってきました。木本氏も米をつくって30年以上。「ふっくりんこ」も「渡育240号」と呼ばれていた平成13年の試験栽培時代からの付き合いです。長年「ふっくりんこ」をつくり続けて、特Aを初めて獲得したことについて、どのように感じているのでしょうか。「特Aは素直にうれしいですよ」と淡々と語るものの、「自分も『ふっくりんこ』を食べていて、『ゆめぴりか』や『ななつぼし』よりうまいと思っていたからね」と、特Aは当然という自信をうかがわせます。

海と山に囲まれた半島という地理的な条件で、道南地区は北海道の他の地域に比べて、一戸一戸の規模も小さいという特徴があります。収量も少ないため、存在感をアピールするには厳

しい状況がありました。いくらいいお米でも一定の量がまとまらないと流通にも乗らず、消費者の手元には届きません。

「だから、みんなでまとめることが大事だった」

木本氏が現在部会長を務める「函館育ちふっくりんこ蔵部」では『ふっくりんこ』の品質を維持するために、基準を満たさない米は『ふっくりんこ』として流通させないなど、厳しい基準を設けています。これは外部からの押しつけではなく、生産者たち自らが決めていったといいます。

「やっぱりね、つくっている人もうまいって感じてるから、思い入れは人一倍強い」

自ら厳しい基準を設け、守り、それを毎年続けてきたことが平成26年産で実を結びました。道南地区で平成15年に28名20haでスタートした「ふっくりんこ」は、現在890戸2500haに拡大しました。

特 A 取得をきっかけに、より多くの人に食べてもらいたい。

「土地の条件によって、美味しい米がとれる、とれないという違いはありますが、土地のせいだけにはしない。年に1回土壌調査して適正施肥を行うなど、やれることはやっています。これまでもさまざまな取り組みはしてきたけれど、まだまだやれることはあると思う」

木本氏は特A評価に慢心することなく、これからの米づくりを考えています。一方で「特Aを獲得したことで、より多くの人に関心を持ってもらえるのがうれしい」と語ります。

「ふっくりんこ」は、道南では認知度も人気もトップの銘柄ですが、北海道外ではまだまだ認知が高くありません。

「特Aといえばインパクトもあるから、今まで食べたことがない人にも食べてもらえと思う。そうすれば新しいお客さんが増えることにつながる」

平成27年産の米づくりは、もう始まっています。

「生産者としていちばんうれしいのは、買ってくれるお客さん

が『美味しい』っていつてくれることです。これからもそういうお米をつくりますよ」

「ふっくりんこ」の品質を守る

『函館育ちふっくりんこ蔵部』3つの掟

1 厳格な栽培基準

土壌診断の分析に基づく適正施肥、透排水性の改善の実施 など

2 流通のルール

精米タンパク含有率6.8%以下、基準を満たさない米は「ふっくりんこ」として流通させない など

3 収入は成果主義

精米タンパクを4段階に分け、品質に対する生産努力を反映

平成26年産米特A獲得。平成28年3月、北海道新幹線開業。

「ふっくりんこ」の物語は これからも続きます。

特Aを獲得した「ふっくりんこ」ですが、ここに至る過程は決して順調なものではありませんでした。もしかしたら、今存在していなかったかもしれないのです。そんな「ふっくりんこ」の歴史を辿ります。

新函館農業協同組合
生産販売部米穀課
課長 三浦 治氏



冷害の前に消えていった「ふっくりんこ」の先輩たち。

道南地域は、北海道の米づくり発祥の地。しかし、梅雨から夏にかけて道南特有の季節風（やませ）による冷害の被害を受けることが多く、道南の米づくりの歴史は、冷害との戦いでした。道南には、「巴まさり」、「マツマエ」、「ほのか224」といったお米がありましたが、すべて道南の気候の前に敗れ、消え去っていききました。新函館農業協同組合の三浦 治氏は語ります。

『ふっくりんこ』の前でダメになったのは『ほのか224』と

いうかわいい名前で、非常にいいお米でした。でも粒が黒くて寒さに弱かった」

道南でつくられた品種はすべて消え、道南で生産されるのは、上川など道南ではない地域でつくられた品種になってしまいました。そこで立ち上がったのが、道南農業試験場です。平成5年のことでした。

「日本一美味しくない」といわれて。

道南農業試験場が、道南地方のためにつくった耐冷性に優れた品種が「渡育240号」。「ふっくりんこ」と呼ばれる前の名称です。

お米の新品種は、現地試験を経て、北海道の優良品種としての採用を判断されます。そこで採用されなければ、一般に流通させることはできません。「渡育240号」は、耐冷性、食味は評価されたものの、道南限定で収量が見込めない、という問題を抱えていました。平成13年の品種検討協議では採用見送りとなり、翌14年に再協議。「ロットが小さい」、「知名度がない」、「美味しくても売れない」といった否定的な意見が出るなかで、

ある一人の生産者が発言しました。

「美味しいといわれたい。美味しいといわせたい。また食べたっていわせたい。だから、『渡育240号』をつくりたい」

その生産者は以前、卸から「この米は日本一美味しくない」といわれ、「絶対に美味しい米をつくる」と奮起。そんなときに寒さに強くて美味しい「渡育240号」に出会い、この米に懸けようと決意していたのです。

生産者の気持ちがひとつになり、その思いが流通関係者の懸念を追い払い、平成14年「渡育240号」は2年がかりで道南限定生産の優良品種に決定しました。

北海道新幹線開業に向けて、さらなる認知度アップを目指す。

難産の末に平成15年にデビューが決まり、名前も一般公募で「ふっくりんこ」に決定。ところが、この年の夏、不幸にも冷害に見舞われます。道南地域の作況指数が44と低迷するなかで、「ふっくりんこ」は6～7割の収穫を確保し、耐冷性をみごとに証明。「災い転じて福となす」かたちで、「ふっくりんこ」の評価は一気に高まりました。

そして、生産者の熱意は地域全体を動かしました。道南の「ふっくりんこ」の生産を支えてきた新函館農業協同組合も大奮闘。予算のない中、自分たちでできる販促活動を考え実施しました。地域の学校で米づくり体験や食育を行い、子どもたちにも「ふっくりんこ」愛が着実に育っています。このような地

道な努力が実を結び、道南地域では「ふっくりんこ」は「自分たちのお米」としてすっかり定着しています。

平成26年産米で「米の食味ランキング」特A評価を獲得。そして、平成28年3月、道南地域では北海道新幹線開業が控えています。三浦氏は、道南が脚光を浴びるこのチャンスにむけて今まで以上に熱く燃えています。

「函館にはイカだけじゃなくて『ふっくりんこ』もあることをPRしていきます。『ふっくりんこ』を使用したイカめしとか。とにかく自分たちにはできることは何でもやりますよ。道南地域以外の方にもぜひ『ふっくりんこ』を知って、食べていただきたいですね」



「ふっくりんこ」によって生まれた、新しい米づくりのスタイル。

道南地域で誕生した「ふっくりんこ」は北海道有数の米どころ、深川市でもつくられています。なぜ、道南から遠く離れたこの地でつくられているのでしょうか? 「ふっくりんこ」特有の産地事情を深川市の「ぬくもり米生産組合」 菊入 等組合長にうかがいました。

ぬくもり米生産組合
組合長 菊入 等氏

産地を超えた取り組みで「ふっくりんこ」の品質を守る。

「ふっくりんこ」が生まれた頃、農業関係者の意識に変化が起きていました。

「そのころ、農水省から『売れる米づくりじゃないとダメだ』っていうようなお達しがあって、同時に、『タンパク値が低いと美味しい』という認識も浸透してきたんだよね」と語る菊入氏。

深川では早生種を探していましたが、当時生産していた早生種は量がとれず、タンパク値も下がらず、よい結果を出すことができませんでした。平成12年頃、「ふっくりんこ」と名がつく前の「渡育240号」の試験栽培が、深川市でも実施されました。深川でも育つということがわかり、「ふっくりんこ」がデビューする前年の平成14年に、深川市の3名の生産者が現地試験を行いました。

「量もとれるし、タンパク値も低い。食べてみたら美味しいし、炊飯しても劣化しづらい。これなら売れる。しかも、晩生で収穫の時期もいい。みんなつくりたいね、ということになりました」

しかし、当時は道南の品種という意識が強く、道南以外での生産は、すぐには認められませんでした。

道南のお米として「ふっくりんこ」がデビューした平成15年、深川では8名の生産者が現地試験を実施。この年、北海道では冷害に見舞われたものの、深川には冷害の影響は少なく、

収量、品質ともに良好な結果を収めました。道南以外でも、初期生育が確保できる地域では作付を認める方向となり、平成19年から深川での本格栽培がスタートしました。

同年に「ふっくりんこ産地サミット」推進協議会を設立。道南の「函館育ちふっくりんこ蔵部」と深川の「ぬくもり米生産組合」が協議し、同一の栽培基準を設けました。その後、「ふっくりんこ産地サミット」にはJAピンネふっくりんこ生産組合、JAたきかわふっくりんこ生産部会が加わり、毎年開催されています。

「米の世界では農協を超えて同じ品種の中で交流を持ったり、産地間で提携を組むのは珍しいこと。『ふっくりんこ産地サミット』は、流通にはインパクトがあったんじゃないでしょうか」

「ふっくりんこ産地サミット」
(函館育ちふっくりんこ蔵部、
JAピンネふっくりんこ生産組合、
JAたきかわふっくりんこ生産部会)
で締結された厳しい品質基準をクリアしたお米には、
品質へのこだわりの証しとして公
認マークが付けられます。



特Aをとっても今まで通りまじめにつくり続けていく。

「守るべきことをきちんと守ってつくられているお米だということを、流通関係者にPRしよう」という思いからつくられたのが、深川市の「ふっくりんこ」生産農家の組合「ぬくもり米生産組合」です。

「口でいうと簡単に聞こえるけど、この程度ならいいだろうってのをなくして、地道に決まりごとを守っていくことが大事。ホクレンがそんな我々の取り組みを認めてくれて、道外でもいろいろなところに声をかけてくれて。それが実を結んで、今では、首都圏で深川産『ふっくりんこ』が販売されていて、パッ

ケージに『深川市産』って大きく入っている。こういうのはあまりないんじゃないかな」

ところで、道南で生まれた「ふっくりんこ」を深川でつくるのはむずかしいのでしょうか?

「この子は、とても素直で育てやすい。深川は米づくりにはいいところなんで、正直につくっていれば、美味しいお米ができる。つくる側は特Aをとったからといってつくり方が変わるわけでもないの、今まで通り、守るべきことを守ってまじめにつくっていくよ」



サミット株式会社
一般食品部
バイヤー 原田 大一氏

首都圏のスーパーマーケット「サミット」で、 深川市産「ふっくりんこ」が売られています。

首都圏に113店舗を展開するスーパーマーケット「サミット」では深川市産「ふっくりんこ」が販売されています。なぜ深川市産「ふっくりんこ」なのか、「サミット」のバイヤー原田 大一氏にうかがいました。

今の時代や嗜好にマッチしていた「ふっくりんこ」。

「サミット」が深川市産「ふっくりんこ」の取り扱いを始めたのは平成23年産の新米からです。当時、「サミット」の米の品揃えは、10年近く変わっていない状態でした。「世の中が変われば、嗜好も変わる。マンネリ化して飽きられるのでは」という危機感を抱き、当時のバイヤーは新しい銘柄を探して全国のめばしい銘柄を試食していたそうです。

その頃、住友商事からJAきたそらちを紹介され、人気が出始めた北海道米の次の注目株として名前が挙がったのが「ふ

っくりんこ」でした。食べてみると、ほどよい甘みと粘りでふっくらとした食感。これまでの「サミット」の品揃えにはない特徴がありました。バランスがよく、今の嗜好に合っていると感じた当時のバイヤーは「ふっくりんこ」の販売を決めました。

「発売当初から順調、だったらよかったんですけど、そううまくはいきませんでした。バイヤーも知らないくらいだから、お客様も当然知らない。どうやって売ったらいいのか、わかりませんでした」（原田氏）

JA きたそらちと一緒に、販売促進に取り組む。

その翌年、平成24年から原田氏がバイヤーになりました。相変わらず「ふっくりんこ」は売れず、バイヤーも店舗も途方に暮れ、悶々としていたといいます。そんななか、原田氏は東京からJAきたそらちにも足を運び、関係者と会合を重ね、どうやって売ればいいのかを模索していました。

「ホクレン、JAきたそらち、生産者、店舗、バイヤー、関係者すべてが『ふっくりんこ』は美味しい。『ふっくりんこ』を売ろう。そういう共通認識を持っていました」

そして、「サミット」は、平成26年秋に米売り場を大幅に変更。

主力銘柄のひとつが深川市産「ふっくりんこ」になりました。

「『ふっくりんこ』のお米としての魅力はもちろんですが、JAきたそらちの皆さんと一緒に取り組む中で、この人たちのつくった米なら、自信を持って売れる、と感じました。皆さん一緒になって、どう売るか、真剣に考えてくれました」

JAきたそらちの青年部が、定期的に店頭販売を行っています。これがJAきたそらちと話し合うなかで生まれた企画です。

「つくっている人が売ると非常によく売れます。お客様も『あなたがつくったの？じゃあ食べてみよう』と思うようです」

「深川市産」を強力にアピール。

「サミット」で販売されている深川市産「ふっくりんこ」のパッケージには、産地名が堂々と記載されています。

「以前、お客様から『米売り場にはたくさんの米が置かれているけれど、どうやって選べばいいかわからない』という意見をいただき、売り場の構成やパッケージなど、すべてを見直しました。『私たちが選んだ米を自信を持っておすすめしよう』ということで、主力の3銘柄に関しては市町村単位で産地を表示。ポップにも、銘柄の特徴をわかりやすく説明しています」

そして深川市産「ふっくりんこ」の売り上げは前年の3倍に。平成26年「サミット」の消費者モニター約100名の投票で順位を決定する「第35回サミット新商品人気コンクール」にて、加

工食品部門第3位を獲得しました。

「深川市産『ふっくりんこ』を買うために『サミット』に来店されるお客様もいると思います。深川市産『ふっくりんこ』を販売することで、『サミット』も差別化を図ることができるのです。残念ながら『サミット』の力だけでは深川市産『ふっくりんこ』は売れません。ホクレンやJAきたそらちとともに考え、行動したから今があるのだと思います」。



平成27年4月には、無農薬パック米飯も発売。発売以来半月で300万円強を売り上げ、人気商品に。
200g×3個 ￥294(税別)

美味しさは百人百様。 北海道米の多様性を伝える、次の一手とは？

平成26年産米の食味ランキングで「ゆめぴりか」、「ななつぼし」、「ふっくりんこ」が特Aを取得した北海道米は認知度も販売も順調に伸びています。次に目指すものとは？北海道米のこれからについて、フードディレクター奥村 文絵さんとホクレン米穀部主食課の南 章也が対談しました。

(左) ホクレン 米穀事業本部 米穀部 主食課 課長 南 章也

(右) フードディレクター 奥村 文絵さん

Foodelco inc. 代表。食べる人とつくる人の橋渡し役となり、食の商品開発からブランディングまでをトータルで手がける。デマヒマ展《東北の食と住》(2012)、コメ展 (2014) の企画にも関わる。



美味しいお米をつくっている人たちの存在に目を向ける。

奥村 南さんはどのようなお仕事をされているのですか？

南 私の仕事は、全国に北海道米を販売することです。取引先とのお米の商売のほかに、プロモーションなどの広告宣伝も担当しています。

奥村 私が生業としているフードディレクションは、アイデアを出してかたちにするのが仕事です。南さんは、北海道のお米のフードディレクターですね。農家の顔も、消費者の顔も見ている。トータルでわかっていて、しかも実現できるのが強みだと思います。私の仕事と似ていますが、もっと規模が大きい。

南 私がホクレンに入会した頃はまだ国が米の流通を管理していた食管法の時代で、産地を指定した米が流通することには否定的でした。生産者の顔も見えませんでした。産地や生産者を指定することはいい悪いがはっきりしてしまって、すべての生産者を平等に扱えないという考えだったのではないかと思います。しかし、今は産地・生産者にスポットが当たる流通にも積極的に取り組んでいます。

奥村 最近の北海道米の躍進は、食べる人が産地や品種を気にし始めるきっかけをつくりましたよね。

南 平成7年に食管法がなくなり「売れる米をつくらないと産地としてつぶれてしまう」という危機感が高まりました。当時、お米の食味に影響するタンパク質の含有率で仕分けして流通させたり、大型施設を整備して1等米を出

荷できる体制をつくるなど、今日の土台が構築されたのです。タンパク仕分けは他県より10年以上早い取り組みだったのですが、逆にいうと、北海道米の追い込まれていた状況を示しています。現在、北海道米のトップブランドである「ゆめぴりか」は、タンパク値の基準を満たしたものを「ゆめぴりか」として流通しています。このような取り組みがスムーズに導入できたのも、過去からのインフラがあったからですし、みんなが一丸となってよいお米をつくって、みんなでお金を出し合ってPRしたことが、成功につながったと感じています。

奥村 先日、北海道米をおにぎりにしていただいたんですけど、美味しくてびっくりしました。10年ほど前に食べたときは、粒がすごく小さくて、まだタンパク値も高く、透明じゃないお米というイメージだったんです。北海道米は、すごいスピードで進化していると感じました。

南 しかし、私は今、やや停滞感を抱えているんです。ややもすると、基準を満たすことだけが目的化しているような気がして…。より美味しいお米を食べていただくためには、どうすればいいんだろう。守りに入ってはいけな。みんな考えて次の一步をどう踏み出すか。今は次の段階に移行する時期だと思っています。

奥村 農家さんと話をすると、皆さん「農作物はある日突然できるんじゃないくて、私たちが手をかけ、時間をかけてつくっているんだということに気付いてほしい」といわれます。農家さんの生きがいややりがいを生み出せたら、その先に美味しいお米が生まれてくるのではないのでしょうか。お米だけを見るのではなく、その背景に、米をつくる人の存在を見ないと、この先には行けないのかもしれない。



「ゆめぴりか」ってたしかにおいしいけど、私は「ななつぼし」のほうが好き。

南 お米の味を追求していくことはとても重要なんですけど、それだけではないような気もしています。

奥村 私も、商品開発の仕事をしていると、味だけを追求していく時代は終わったと感じています。これ以上、うまみに偏った競争ばかりを激しくしていいのかなって、考えてしまいますね。終わりの見えない消耗戦になるおそれもある。

南 お米の味って、ピラミッドのように1位2位3位ってランキングできるものではないような気もするんです。北海道米では「ゆめぴりか」、「ななつぼし」、「ふっくりんこ」が26年産の食味ランキングで特Aを獲得しています。それぞれ味

や食感に特徴があり、伝えようと努力はしているんですが、まったく伝わっていない。そもそも、味に違いがあることを知らない方も多いんです。一般消費者の方から見ると、「全部特Aで、全部北海道のお米で、

一体何が違うの？」って。パスタみたいに形が違ったり、見てわかれば、わかりやすいんでしょうけど。「違わないのに、こんなに違う」という日本人のところが伝わればおもしろいんですが。

奥村 毎日食べているお米は、あまりにも身近で当たり前になってしまって意識していませんが、本当はとても多様な世界なんですよ。ワインだって、コーヒーだって、日本酒だって、コクのあるものだけではなくて、あっさりもあれば、酸味もあれば、甘みが強いものもあれば、いろいろなものがある。だから、シーンに応じて使い分ける、パリエーションを楽しめる贅沢がありますよね。お米も使い分ければ、もっと楽しくなる。そういうことがいえるといいですね。

南 そうなんです。CMでも『ゆめぴりか』ってたしかにおいしいけど、私は『ななつぼし』のほうが好きって。マツコさんを通して、好みで選ぶことや、選べる楽しさを伝えたいと思ったんです。

奥村 美味しさというものは百人百様で、その人の人生観がそのまま表れるものなので、答えはたぶんひとつではない。「美味しさの多様性があるっていい」と伝えることがひとつの鍵になるような気がします。



お米にストーリーが見えてくると共感の度合いが増す。

奥村 もともと食べ物をつくることは、食べることと同じように、生きるために欠かせない行為でした。しかし、食べ物はあるときから商品になり、お金と交換するものになりました。食は、連綿と続いてきた地域情報の塊です。この歴史を次の世代にどのようにつないでいくかが、大切なのだと思います。消費者が生産者を支えている関係性が見えてくると、味一辺倒の価値観だけでは物足りなくなってきた、多様性を支えていく市場へ移行していくと思うんです。土地の歴史やつくり手の顔、思いなど、お米にストーリーが見えてくると共感の度合いが増しますよね。そんな満足感がひとつの道筋になるのではないのでしょうか。

南 北海道米は“やっかいどう米”といわれた昭和の時代から、平成に入って「きらら 397」がデビューしたのを皮切りに、次々と良食味品種を開発し、それを美味しく育てる技術を身に付けたことで、やっと米主産地に追い付きました。今、北海道米の合言葉は、「北海道を米どころ日本一へ。」です。その目標を実現するため、例えば「ゆめぴりか」のコンテストを開催できないかと考えています。食味はもとより、どの地域で、どのような人たちが、どうやってつくって、どう仕上げたかがわかっ

たうえで味わって評価してはどうかと。そういったことを消費者としっかり共有できるようになることで、日本一の米どころに近づくのではないかと感じています。

奥村 そういうコンテストは興味深いですね。北海道は豊かな産地としてブランディングされています。涼しくてもともと病気も少ない。これからは、未来の食を考える上で欠かせない、安全、健康な大地のイメージをしっかり育てていくべきだと思います。情報発信型の産地、新しい食の価値を創る北海道に期待しています。農業に未来があるという土壌を育てていきたいですね。





ホクレン農業協同組合連合会
代表理事会長 佐藤 俊彰

2015年7月、台湾、シンガポールに ホクレンの輸出拠点を設置。

和食はユネスコ文化遺産に登録され、世界的にも人気が高まっています。北海道米を世界に発信し、海外市場の開拓を目指すホクレンは、台湾、シンガポールに輸出拠点を設置します。

国内に留まらず、世界へ北海道米の魅力を発信。

近年北海道米は国内にて評価が高まりましたが、少子高齢化、人口減少が進む日本では米の消費量も年々減少。国内マーケットは残念ながら縮小傾向にあります。しかし、海外に目を転じると、日本米は認知度、流通量ともに低く、まだまだ成長できる可能性を秘めています。さらに、世界的に和食の人気が高まっており、北海道米を世界に普及させるには、絶好の機会ともいえます。ホ

クレンは北海道産農畜産物の新たな市場の創造と拡大を目指し、第一ステップとして日本に近い食文化をもつアジアに進出。台湾、シンガポールに輸出拠点を設置します。



インドネシアでの緑日祭(2014年5月)
にて、おにぎりブースを出展

シンガポールを拠点にアジア市場の拡大を図る。

日本米全体の輸出量^{*}は、平成20年1,294tに対し平成25年3,121tで、順調な伸びを示しています。なかでも輸出量が増えているのがシンガポールで、平成20年173tに対し平成25年961tで約555%も伸びています。こうした実績からも海外進出の第一歩としてシンガポールに輸出拠点を設置しました。シンガポールはアジアのハブとして目覚ましい経済発展を遂げ、日本米の購入ターゲットとなる富裕層も集中。シンガポール自体への販売拡大はもちろん、インドネシア、タイなど、今

後拡大していくであろうマーケットへの拠点と位置づけ、市場調査や販路開拓に取り組みます。

北海道米の海外販売実績は、平成25年産が約200t、26年産は約3倍の約600tを目指しています。



海外用店頭ステッカー

現地主力米と価格差は5倍以上。課題を乗り越えるために。

海外では、日本米の評価は高いものの価格も高く、海外における現地主力米とは2～5倍以上もの価格差があります。また、日本からの輸出量も少ないため、海外で日本米と称されているものは、カリフォルニアを中心とした外国産短粒種（ジャポニカ米）が主流となっているのが現状です。

ホクレンでは、海外から実際にお米を使用される実需者、バイヤーを招聘し、実際に食べていただくプレゼンテーションを実施する等、地道な活動を展開。シンガポール、香港、インドネシア、タイ、台湾などでも美味しい北海道米の販促活動を積極的に実施してきました。これからは、台湾、シンガポールに駐在員を置くことで、現地での商談や輸出拡大に向けた人的ネットワークの構築、需要調査にあたります。これまでよりもさらにきめ細かく密な対応をとることで、北海道米の魅力を幅広く、着実に浸透させていきます。世界へ羽ばたく北海道米にご期待ください。

北海道米の現在、今後の海外戦略

- 1 「ゆめぴりか」、「ななつぼし」などを輸出。
今後も、さまざまな北海道米を幅広い客層に訴求する。
- 2 知的財産保護に留意し、
世界に向け、北海道米ブランド構築を目指す。
- 3 「精米」、「玄米」はもちろん、「無菌米飯」等、
米が原料となっている製品も輸出することで、
米原料全体の輸出需要拡大を図る。