

北のごはん倶楽部

SEPTEMBER★2007

平成19年9月発行

ニュースレター

VOL.3



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>

雄大な自然に恵まれた北海道は、おいしい食材の宝庫。

「北のごはん倶楽部」では、日本一の米どころ北海道からお米の最新情報をお届けします。

今回は、2007年6月に行ったお米に関するアンケート結果から、多様化する消費者の嗜好について分析します。



特集

日本一の販売量*を誇る
北海道米は、
「味」がいろいろ。

—選ぶ楽しさを提供できる北海道のお米—



最近、コシヒカリやあきたこまちなど特定の銘柄だけが、おいしいと認められる状況に変化が生じつつあるようです。消費者の嗜好が多様になったため、お米に対してもさまざまな「おいしさ」が求められるようになったのです。では、「おいしいお米」とはどのようなお米なのか。ホクレンが全国2,000人の消費者に行ったアンケート調査では、年代や性別などによって、食べてみたいお米の食味に違いがあることがわかりました。

圧倒的な耕地面積と品種改良の積み重ねの歴史を持つ北海道。さまざまなブランドのお米によって、消費者のさまざまな嗜好にお応えしてきたことも、最近の北海道米の人気急上昇の背景にあるのかもしれませんが。

*農林水産省発表の「都道府県産米の需要実績」(平成18年～19年速報値)で、北海道米の需要実績678,049トンが2年連続日本一となりました。

●お米には、いろいろな「おいしさ」がある

お米は、古来から日本人の主食。以前は地方によって栽培されているお米は多種多様でしたが、近年はどこへ行ってもコシヒカリやあきたこまちなど限られた品種が主流です。

この状況下では、あまり知られていない銘柄や産地は、有名な品種を頂点とするピラミッドの下の方にとらえられがちです。そして、消費者の人たちがお米を選ぶ時、つい頼りにしてしまうのが「ブランドイメージ」。肝心のお米の味に関しては「おいしい」「おいしくない」といった程度の情報しか伝わっていきません。

ところがお米の「おいしさ」には種類があるのです。

粘り、コシ、甘み、歯ごたえ、やわらかさ、色、ツヤ、もちもち感、香り……など多様な要因がからみあって「おいしい」と感じるのです。

たとえばお米と同様、日本の食卓の定番であるお味噌。甘い、辛い、白味噌、田舎味噌、信州味噌、京味噌、八丁味噌、麦味噌、米味噌……味だけでなく、産地や製造方法、あるいはどのような料理に使うかによって、評価は異なります。どこのお味噌が一番おいしい! と、単純にいえるものではありません。

お米にも、いろいろなおいしさ(食味や食感)があることが、最近、消費者の間で知られるようになってきました。

お米の品種改良が盛んな北海道では、以前から「多様化する消費者の嗜好に対応する」という視点から研究を重ねてきました。その結果、特徴的な食味を持ったお米が栽培されるようになってきています。

最近の北海道米の売れ行きの理由には、そのような要因もあるのかもしれませんが。

●独自の品種改良、広大な栽培面積で異なる食味を提供

亜寒帯に属している北海道は、亜熱帯の植物である稲の栽培にはもともと不向きでした。明治時代になって本格的な水田開発がはじまり、明治6年(1873年)耐寒品種「赤毛」の栽培に成功。これをきっかけに、さまざまな品種が開発されるようになりました。

最初は、厳しい気候風土で「育つ」ことが優先され、それがある程度実現すると「収穫量」の多い品種が開発されました。収穫量が増えてくると、今度は「食味」の改善が急がれました。そして平成元年(1989年)にデビューしたのが、今も北海道米の代表銘柄の一つ「きらら397」。このお米によって、他府県のお米と肩を並べることができるようになったのです。



今でも道内3カ所の道立農業試験場と国の北海道農業研究センターが中心となって、良食味のお米を研究しています。普通、新しい品種のお米を作るには10年以上の歳月が必要ですが、北海道では薬培養^{*}などの技術を導入し、7~8年のサイクルで育種できるようになっています。

その成果として生まれたお米は、味も食感も、香りも本州のお米とは異なります。歯ごたえがしっかりしていたり、もちもち感が強かったり、甘みがあったり、冷めてもおいしかったりと品種ごとに「おいしさ」の性質が違うのです。

栽培面積が小さければ、農家は一番売れる品種を栽培するのが普通です。平成18~19年の需要実績678,049トンを誇る北海道は、日本一の米どころ。広大な栽培面積をもっているからこそ、うるち米12種・もち米2種といった多様な品種を栽培することができるのです。

栽培している農家の人たちに聞くと「食感がしっかりしているきらら397が一番だね」「毎日食べるなら、粘りと甘みのあるななつぼし」「はしのゆめがさっぱりしてていい」と好みが分かれます。人によって、好きな品種も異なるのです。

お米に対する多様な嗜好が存在している……この傾向は果たして北海道だけのものなのか? ホクレンではアンケートと試食によって確かめてみました。

用語解説

※薬培養(やくばいよう)
薬とは稲の花粉が詰まった袋のこと。薬培養とは、薬を培養してできた未分化細胞を育てることで、遺伝的に固定された稲を作り出す手法。品種固定までの時間を短縮することができる。

●消費者調査でわかったお米の好み

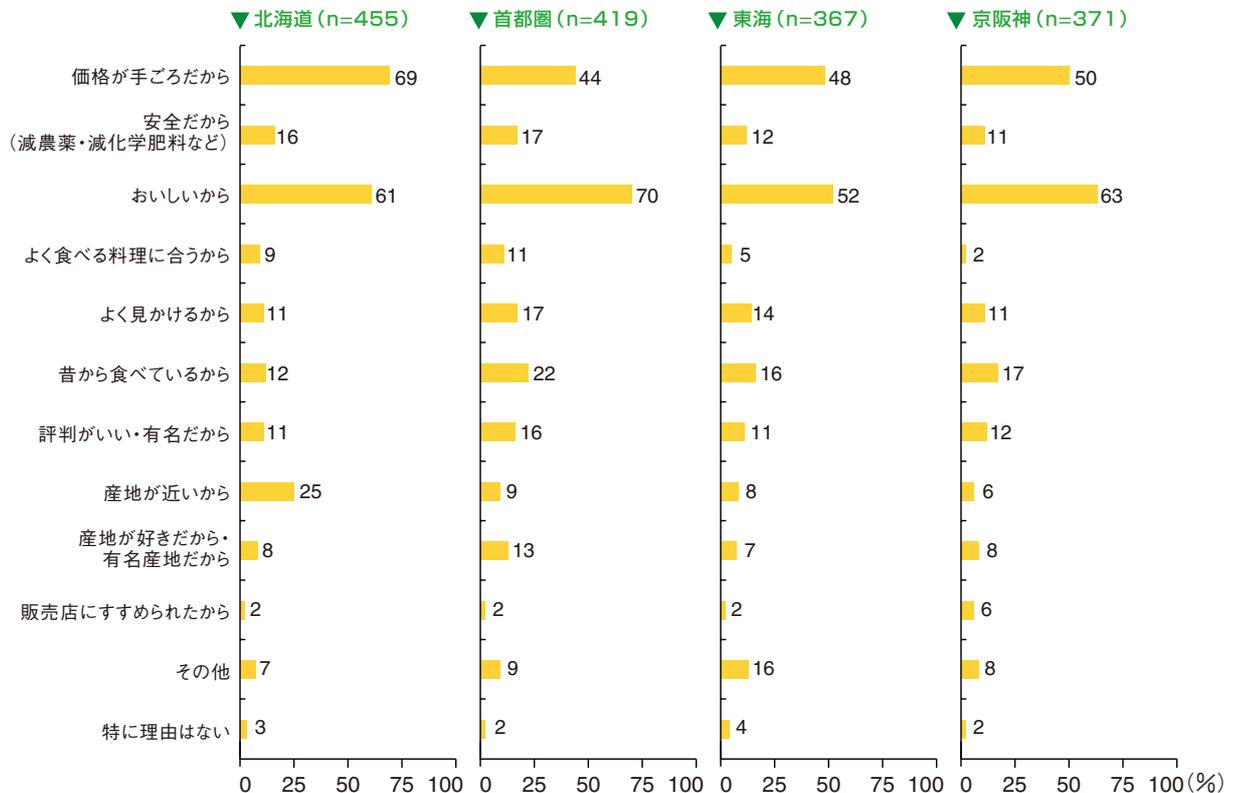
ホクレンでは、北海道、首都圏(1都3県)、東海(愛知県)、京阪神(京都府・大阪府・兵庫県)の一般消費者(20～69歳の男女個人)2,000人(各地域500人)を無作為に選び、Webアンケートを行いました*。

設問では、まず普段食べているお米を選んでいる理由を聞きました(図-1)。

どこの地域でもお米を選ぶ理由として「価格が手

ごろだから」「おいしいから」を選んでいます(複数回答)。それ以外の理由としては、「昔から食べているから」「よく見かけるから」「評判がいい・有名だから」と回答する人が多く、特定の銘柄を選ぶ積極的な理由を持たない人も多い様子がうかがえます。しかし「安全だから」と回答した人が首都圏で17%に達しているように、減農薬栽培などへの理解が進んでいることもわかりました。

図-1 「最もよく食べているお米」を選ぶ理由(複数回答)



※ 地域・性・年代別の有効回収数(計2,000件)

	北海道		首都圏(1都3県)		東海(愛知県)		京阪神	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
20代	44	44	51	47	51	46	46	47
30代	49	52	62	57	61	57	55	57
40代	46	49	47	44	47	44	43	45
50代	57	63	52	51	53	52	53	56
60代	44	52	44	45	45	44	47	51

次に消費者が考える「理想のお米」について自由回答で尋ねてみました(表-1)。その中で使われた言葉を抜き出してみると、どの地域でも「無農薬/減農薬」が上位に入っています。

興味深いのは、理想のお米の食味に対する回答です。各地方とも「粘り」「ふっくら」「甘みがある」「つや」「もちもち」などが理想のお米の上位に挙げられています。

表-1 理想のお米について(自由回答からキーワードを整理)

順位	北海道 (N=500)	n	首都圏 (N=500)	n	東海 (N=500)	n	京阪神 (N=500)	n
1位	冷めてもおいしい	186	無農薬/減農薬	149	無農薬/減農薬	146	無農薬/減農薬	136
2位	無農薬/減農薬	139	冷めてもおいしい	95	冷めてもおいしい	93	冷めてもおいしい	94
3位	安い	103	甘みがある	80	甘みがある	68	甘みがある	82
4位	安全/安心	72	ふっくら	67	安い	61	ふっくら	64
5位	粘り	71	安い	55	安全/安心	60	もちもち	55
6位	ふっくら	53	安全/安心	49	ふっくら	56	安い	54
7位	甘みがある	51	もちもち	48	つや	34	安全/安心	47
8位	つや	31	粘り	41	もちもち	30	つや	40
9位	もちもち	18	つや	28	粘り	25	粘り	27
10位	有機栽培	17	香り	21	香り	16	有機栽培	19

 …無農薬または減農薬に関する回答

 …食味に関する回答

●性別や、年代、地域によっても嗜好は異なる

アンケートでは、お米の味やおいしさについてもっと深く掘り下げるため、「食べてみたいお米」の特徴を5つまでお聞きしました(図-2)。

「甘みのある」「ふっくらした」が各地域とも人気が高く、「ツヤツヤ」「もちもち」「粒がしっかりした」「香りのよい」「コシのある」というキーワードがこれに続いています。「粘りがある」ことに関しては、北海道以外の人たちはあまり重視していないこともわかりました。

この結果を、性別、年代別に示したのが表-2(北海道)、表-3(首都圏)、表-4(東海)、表-5(京阪神)です。性別や年代ごとに、食べてみたい食味の違いがあることも現れています。

例えば北海道、首都圏、東海では、女性より男性の方が「コシのある」お米を好む回答者が多いのに対して、女性の方が「甘み」があり「ふっくら」とし

たお米を好む傾向がより強くみられます。一方、京阪神では男女間で「コシ」「甘み」に関する嗜好の差は少ないものの、女性が「もちもちしたお米」を好む傾向が他地方よりも強くみられます。また、全ての地方で、女性の方が男性よりも「ツヤツヤしたお米」を好む割合が高くなっています。

さらに、年代別でもお米の好みの違いが読み取れます。北海道、首都圏、東海では、若い方が「歯ごたえのあるお米」を好む傾向が強い一方で、年代が上がるほど「粘りのある米」を好む割合が高くなっています。一方、京阪神では、他地域ほどは「歯ごたえのあるお米」に関する嗜好の年齢差はみられません。

消費者は「おいしいお米」を求めているといっても、その「おいしさ」の基準は、年代や性別、地域によって異なります。つまり多様な嗜好が存在していることが、このアンケートからわかるのです。

図-2 食べてみたいお米の特徴

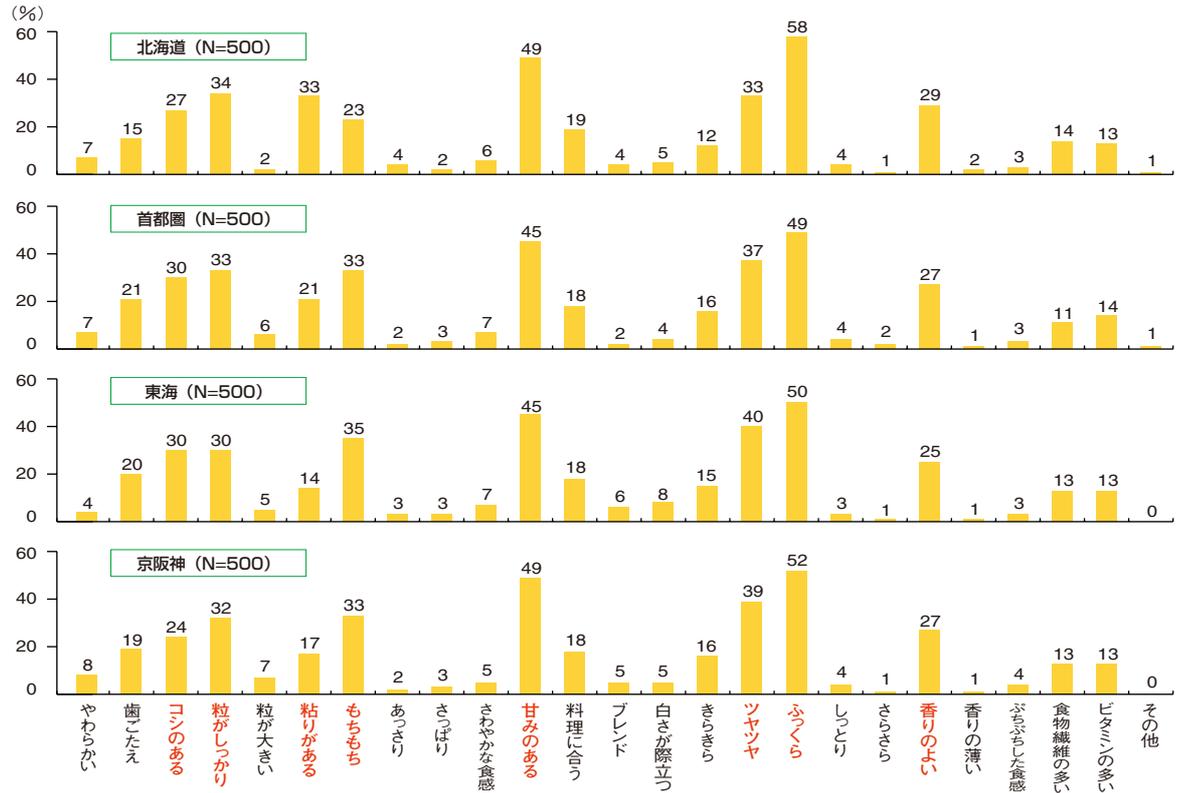


表-2 食べてみたいお米の特徴(北海道)

(n数以外の数値は%)

	全体	性別		年代				
		男性	女性	20代	30代	40代	50代	60代
n 数	500	240	260	88	101	95	120	96
やわらかいお米	7	8	7	19	6	4	3	7
歯ごたえのあるお米	15	20	10	24	15	20	11	8
コシのあるお米	27	32	23	26	23	31	25	32
粒がしっかりしたお米	34	34	34	25	35	42	32	37
粒が大きいお米	2	2	2	5	1	—	3	1
粘りのあるお米	33	27	38	19	28	33	39	42
もちもちしたお米	23	20	25	30	29	18	17	23
あっさりしたお米	4	5	4	7	4	3	3	4
さっぱりしたお米	2	3	0	2	2	1	3	1
さわやかな食感のお米	6	9	3	2	5	3	8	10
甘みのあるお米	49	44	53	46	55	44	50	49
いろいろな料理に合うお米	19	20	18	21	13	22	18	21
おいしいブレンドのお米	4	3	5	1	4	6	3	5
白さが際立つお米	5	7	4	9	6	8	3	1
きらきらと輝くお米	12	13	11	16	13	12	10	10
ツヤツヤしたお米	33	27	39	22	32	33	34	44
ふっくらしたお米	58	50	65	46	57	54	67	63
しっとりしたお米	4	3	5	3	4	4	3	7
さらさらしたお米	1	1	0	—	—	1	1	1
香りのよいお米	29	29	29	34	32	27	25	26
香りの薄いお米	2	2	2	1	—	2	3	2
ぶちぶちした食感のお米	3	3	3	2	4	4	1	5
食物繊維の多いお米	14	10	18	13	14	14	16	14
ビタミンの多いお米	13	9	17	11	11	15	18	9
その他	1	1	—	1	—	2	—	—

表-3 食べてみたいお米の特徴(首都圏)

(n数以外の数値は%)

	全 体	性 別		年 代				
		男 性	女 性	20代	30代	40代	50代	60代
n 数	500	256	244	98	119	91	103	89
やわらかいお米	7	7	6	12	8	2	5	6
歯ごたえのあるお米	21	22	21	27	24	18	20	17
コシのあるお米	30	36	24	34	26	28	30	33
粒がしっかりしたお米	33	31	36	35	29	26	40	36
粒が大きいお米	6	7	6	11	8	6	5	1
粘りのあるお米	21	18	23	13	17	28	21	26
もちもちしたお米	33	31	36	34	31	30	33	39
あっさりしたお米	2	3	2	3	4	1	1	2
さっぱりしたお米	3	4	3	4	3	2	6	1
さわやかな食感のお米	7	9	5	4	5	1	8	16
甘みのあるお米	45	40	50	43	41	47	45	49
いろいろな料理に合うお米	18	17	18	18	17	18	19	17
おいしいブレンドのお米	2	3	2	2	4	1	2	2
白さが際立つお米	4	6	3	7	5	6	2	2
きらきらと輝くお米	16	13	18	19	17	15	14	12
ツヤツヤしたお米	37	35	40	27	32	47	40	44
ふっくらしたお米	49	43	55	42	45	56	51	52
しっとりしたお米	4	4	4	3	5	3	3	7
さらさらしたお米	2	2	1	—	3	3	2	1
香りのよいお米	27	29	25	29	29	26	24	28
香りの薄いお米	1	1	1	2	1	1	—	1
ぶちぶちした食感のお米	3	3	3	8	2	1	2	2
食物繊維の多いお米	11	7	15	11	10	8	12	14
ビタミンの多いお米	14	10	17	15	12	11	15	16
その他	1	1	—	1	1	—	1	—

表-4 食べてみたいお米の特徴(東海)

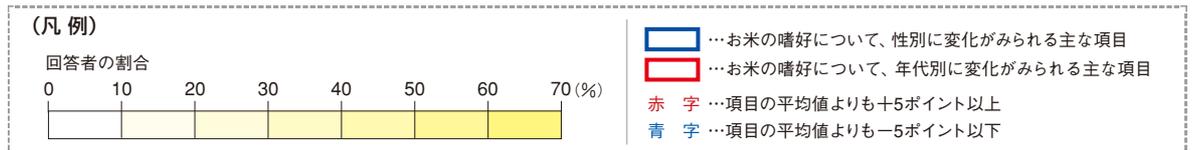
(n数以外の数値は%)

	全 体	性 別		年 代				
		男 性	女 性	20代	30代	40代	50代	60代
n 数	500	257	243	97	118	91	105	89
やわらかいお米	4	5	3	6	5	2	4	3
歯ごたえのあるお米	20	23	18	23	25	22	17	15
コシのあるお米	30	34	26	30	24	33	31	35
粒がしっかりしたお米	30	31	29	27	27	37	28	34
粒が大きいお米	5	4	7	7	8	4	3	3
粘りのあるお米	14	12	16	7	12	15	17	19
もちもちしたお米	35	32	39	29	36	41	37	33
あっさりしたお米	3	4	2	3	4	2	2	2
さっぱりしたお米	3	4	1	4	2	4	—	3
さわやかな食感のお米	7	9	5	1	6	4	11	12
甘みのあるお米	45	40	51	41	44	46	49	46
いろいろな料理に合うお米	18	17	19	24	15	15	17	18
おいしいブレンドのお米	6	7	5	7	5	4	6	9
白さが際立つお米	8	8	7	10	9	6	7	8
きらきらと輝くお米	15	14	16	20	14	12	13	16
ツヤツヤしたお米	40	36	45	34	35	40	50	44
ふっくらしたお米	50	42	58	51	41	52	50	60
しっとりしたお米	3	3	4	2	3	3	4	5
さらさらしたお米	1	2	0	2	3	—	—	—
香りのよいお米	25	27	23	27	24	22	26	25
香りの薄いお米	1	1	0	1	—	1	1	1
ぶちぶちした食感のお米	3	2	4	5	4	2	3	—
食物繊維の多いお米	13	11	14	12	14	9	14	12
ビタミンの多いお米	13	13	14	13	9	17	18	9
その他	—	—	—	—	—	—	—	—

表-5 食べてみたいお米の特徴(京阪神)

(n数以外の数値は%)

	全 体	性 別		年 代				
		男 性	女 性	20代	30代	40代	50代	60代
n 数	500	244	256	93	112	88	109	98
やわらかいお米	8	12	4	8	6	10	7	9
歯ごたえのあるお米	19	23	16	19	25	17	10	24
コシのあるお米	24	23	25	20	18	18	30	34
粒がしっかりしたお米	32	32	32	26	29	38	28	42
粒が大きいお米	7	6	8	8	7	8	9	2
粘りのあるお米	17	16	17	8	13	17	22	24
もちもちしたお米	33	24	43	29	32	36	34	36
あっさりしたお米	2	3	2	2	3	1	4	1
さっぱりしたお米	3	3	2	4	1	5	2	2
さわやかな食感のお米	5	7	3	2	2	9	8	5
甘みのあるお米	49	49	50	54	55	42	49	47
いろいろな料理に合うお米	18	17	18	22	26	16	15	10
おいしいブレンドのお米	5	5	6	8	5	6	4	5
白さが際立つお米	5	4	6	4	9	2	6	3
きらきらと輝くお米	16	12	19	19	15	10	15	18
ツヤツヤしたお米	39	32	46	33	29	44	50	39
ふっくらしたお米	52	46	58	51	49	43	62	53
しっとりしたお米	4	3	4	1	4	6	1	7
さらさらしたお米	1	2	1	2	—	3	1	1
香りのよいお米	27	29	25	31	25	24	27	27
香りの薄いお米	1	1	—	—	1	—	2	—
ぶちぶちした食感のお米	4	4	4	2	1	6	6	4
食物繊維の多いお米	13	12	14	14	11	11	14	13
ビタミンの多いお米	13	14	13	17	12	15	16	8
その他	—	—	—	—	—	—	—	—



column

試食でわかった「きらら397」の人気

本当に若い人たちは、歯ごたえのあるお米を好むのでしょうか？

首都圏(1都3県)の一般消費者を対象にモニターを募集し、試食してもらうことにしました。20~30代の独身と子供のいない共働きの女性、20~30代の主婦、40~50代の主婦それぞれ6名ずつの3グループに参加してもらいました。

その結果、20~30代の独身と子供のいない共働きの女性のグループで「おいしいお米」としてもっとも高い評価を得たのは、「きらら397」(6人中4人)でした。「硬めで食感がいい」というのがその理由です。一方、40~50代の主婦のグループでは、6人中5人がもっと粘りのあるお米を選ぶ結果が出ています。



●自分の好みや料理に合わせて、お米を選ぶために

アンケート結果でもわかったように、お米のおいしさを決める要素は一つではありません。いろいろな人たちが、いろいろなおいしさをお米に求めています。

稲の作付け面積、お米の収穫量ともに日本で1～2位を争う米どころである北海道では、多様な消費者の嗜好に応えるために、北海道米のマルチブランド化を推進しています。

歯ごたえのあるお米が好きな方には「きらら397」、粘りがあるお米が好きな方には「八十九(おぼろづき)」、ふっくらしたお米としては「ほしのゆめ」などの品種があります。また、ほどよいつや、甘み、粘りをあわせ持つ品種として、今年、新パッケージを用いて「ななつぼし」を全国で販売する予定です。

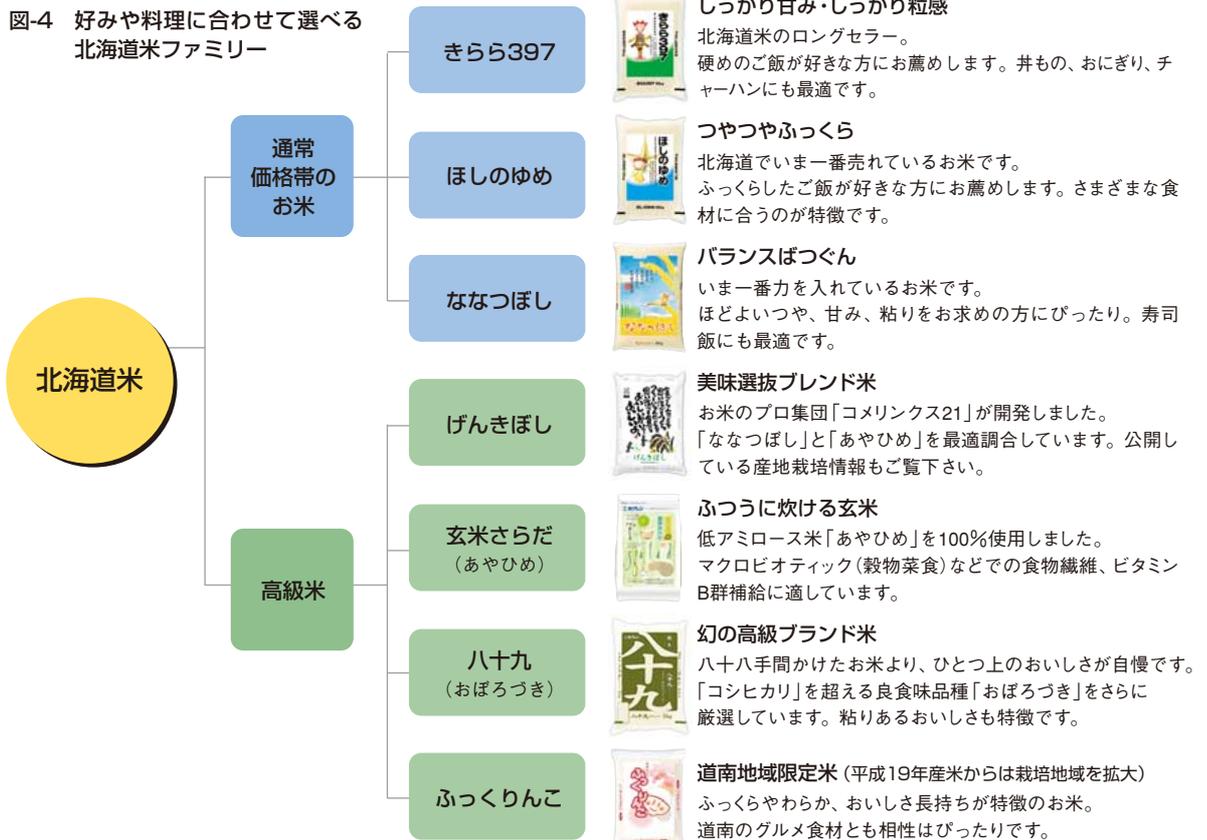
「『きらら397』、『ほしのゆめ』、『ななつぼし』は、食味の異なる品種をお手頃な価格帯で選ぶことができます。毎日の食卓を彩る家庭用のお米という位置づけです。これとは別に高級米路線としてブランド化を進めているのが『八十九』(『おぼろづき』)と『ふっくらんこ』です。

昨年は、幻のお米としてデビューしたばかりで、粘りが強い低アミロース米の『おぼろづき』を使用したブランド米『八十九』がひっぱりだこになりました。当初60トンだった『おぼろづき』の収穫量も、昨年は8,000トンに増え、今年は1万トンを超える予定です。それでも道内でほとんど消費されてしまう人気ですが、可能な限りイベント等で本州の消費者の皆さんにも味わっていただきたいと思っています。

一方『ふっくらんこ』は名前の通り、ふっくらした食感が特徴のお米です。『八十九』ほど粘らないので使いやすく、プロ御用達のお米という位置づけでブランド化を進めています。また、和食や寿司などに特に適した食味をもっています。昨年に比べて作付け面積も4倍に増え、今後の動向が楽しみです(ホクレン米穀部 南)

ホクレンでは新品种開発の一方で、消費者の皆様に「自分が一番おいしいと感じるお米」をみつけてもらうために、それぞれの銘柄の食味や食感、特徴、調理方法などを明確に伝えるブランド化の努力も続けていきます。

図-4 好みや料理に合わせて選べる北海道米ファミリー



interview



品種によるおいしさの違いが、
理解されるようになってきました。

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 みなみ しょうや 南 章也



最近、道内のホテルや旅館、レストラン、寿司店などで、北海道米が積極的に使われるようになってきました。他府県からの問い合わせも多く、この2年間ほど北海道米の人気を肌で感じるようになりました。お米についていろいろな食味が求められているのだらうと考えています。

甘みがあって、粒がしっかりしているのが「きらら397」、つややかでふっくらしているのが「ほしのゆめ」、ほどよいつや、甘み、粘りのバランスのとれた「ななつぼし」といった具合に、それぞれのお米の特徴やどのような料理に適しているかということを消費者の方たちに伝えてきましたが、道内ではこうした品種による違いがかなり理解されるようになってきています。

また、今回のアンケートの「食べてみたいお米」の調査で、「無農薬や減農薬」という項目

に多くの人が感心をもっていることがわかりました。もともと北海道米は、他府県米に比べて農薬や化学肥料の使用量が少ないことがPRポイントの一つです。健康や安全性という点から、さらに農薬の使用を抑えた栽培方法などを普及させていくつもりです。

本州で北海道米というとあいかわらず「きらら397」の認知度が高いのですが、道内の消費者からは「ほしのゆめ」「ななつぼし」の評価が高く、栽培面積も2品種で5割を超えています。今年、道外で「ななつぼし」の無洗米を販売する理由としては、「きらら397」以外の北海道米の認知度を上げていきたいという思いがあります。道内での「ななつぼし」の人気の高いので大量に出荷することができず当面スポット的な販売になると思いますが、「きらら397」とはまた違った北海道米のおいしさを届けることができたらと考えています。

“プロが使う食材”を表現した 「無洗米ななつぼし」の新パッケージ。 全国的に新商品として いよいよ登場。

冷めてもおいしく、甘みと粘りのバランスに優れた期待の北海道米「ななつぼし」。今年には北海道外で新パッケージの無洗米を販売します。佐藤卓氏による斬新なパッケージに注目してください。

グラフィックデザイナー
さとう たく
佐藤 卓氏



【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・ミントガムシリーズ」「明治おいしい牛乳」等の商品デザインを手掛ける一方、北海道大学コミュニケーションマークデザイン、NHK教育「にほんごであそぼ」の企画など、第一線のグラフィックデザイナーとして幅広く活躍している。Gマーク大賞、ニューヨークADC銀賞、毎日デザイン賞など、受賞も数多い。

ホクレンが進めている北海道米のマルチブランド化は、新しい「おいしさ」のお米を開発するだけではありません。そのお米の特徴を消費者にわかりやすく伝えて食べていただくために、パッケージデザインにも力を注いでいます。

通常、お米の袋は小売りや流通加工業者が製作するため、卸売り業者はタッチしません。しかし、昨年から本格的に販売が開始された幻の北海道米「八十九」（「おぼろづき」）のように、洗練されたパッケージと合わせて販売することで、他のお米との違いを表現し、ブランド化を推進することができるとホクレンでは考えています。

ブランド化に向けた斬新なパッケージデザイン。第二弾となるのが、無洗米「ななつぼし」です。パッケージデザインは、「おぼろづき」同様、新進のグラフィックデザイナー佐藤卓氏に

お願いしました。

「お米は日本人の主食です。だから正面からデザインを見つめ直してみよう。真摯にデザインしようと思いました。これは“八十九”の時と基本的には同じです。キャラクター等を使わず、色を少なくして派手さを抑えることで、相対的に目立つ存在にしたつもりです。シンプルで強く伝わること、遠くから見てもわかることを大切にしました。

さらに安心感・信頼感を伝える意味から、業務用的というかプロが使う食材というイメージを求めました。具体的にいうと“ななつぼし”を開発した試験場の認証印を意識しています。空育163号という種苗登録番号を加えたのも、印鑑的な要素を加えたかったからです。“空育”という言葉は、北海道らしくて魅力的だと思います」（グラフィックデザイナー 佐藤 卓氏）

