

北のごはん倶楽部

OCTOBER★2008

平成20年10月発行

ニュースレター

VOL.6



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>

きれいな水、きれいな空気で育つ北海道のお米。

「北のごはん倶楽部」は、北海道米の最新情報を定期的にお知らせしています。

今回は「研究者も注目する北海道米」という視点から、北海道大学で行われた2つの研究についてお伝えします。



特集

研究者も注目する、北海道米！

北海道米のおいしさが注目される中、

地元、北海道大学でも北海道米をテーマにした、さまざまな研究が行われるようになっていきます。

今回は、北海道大学 大学院 国際広報メディア・観光学院／メディア・コミュニケーション研究院の

小早川護教授を中心に行われた「米ブランド構造研究」と、

北海道大学 大学院 農学研究院 食品加工工学研究室の川村周三准教授による「北海道米の食味試験」について、

インタビューを基に概略をご報告します。

特集-1 北海道米の食味が、若者から高評価。 —— ブラインド、ブランデッド調査からわかること。 ——

おいしくなったといわれている北海道米。
その評価を妨げている要因の一つに、
お米に対する「ブランド信仰」があるのではないか、
というユニークな視点から、
首都圏で米飯試食試験を行った小早川護教授。
ブランドイメージを取り除くと、
10代～30代の若者を中心に、
北海道米が高く評価される実態が見えてきました。



研究の動機

メディア・コミュニケーション研究院は、実務的なことまで含めて研究していくのが基本的スタンスであり、私たちはこれまで道内の「食」や「地場産業」などに対して、広報やコミュニケーションなどのあり方についてさまざまな提言を行ってきました。

今回、私たちが取り上げたのは北海道米。研究院スタッフの多くは、北海道出身者ではありませんが、皆一様に「このごろの北海道米はおいしい」ということを体験しています。道内では、この10年間ほどで北海道米を食べる割合が、38%から70%へと倍近く増えているのも、こうした事実を裏付けています。

これに対して、首都圏で北海道米が食べられている割合は、ごくわずかにすぎません。道内と首都圏における北海道米の大きなギャップは、何を意味するのでしょうか。

コミュニケーションの問題か、ブランド力なのか、それともマーケティングの問題か？ こうしたことを明らかにし、北海道米の将来をさぐるために、まず、お米の評価に対するブランド力を調べることにしました。ブランド名を伏せた場合（ブラインド）と明示した場合（ブランデッド）で、食味試験結果がどのように変化するかを調べ、結果を洗い出したのです。

主な結果

今回の調査でわかったことは、大きく分けて4つあります。

- 1 北海道米はブラインドでは、「秋田産あきたこまち」に匹敵し「新潟産コシヒカリ」に迫る評価。
- 2 「ブランド力」は味の評価に大きく影響している。
- 3 若い世代ほど、硬めのごはんを嗜好している傾向がある。
- 4 10代～30代の北海道米への評価が高い。

首都圏における米飯試食調査

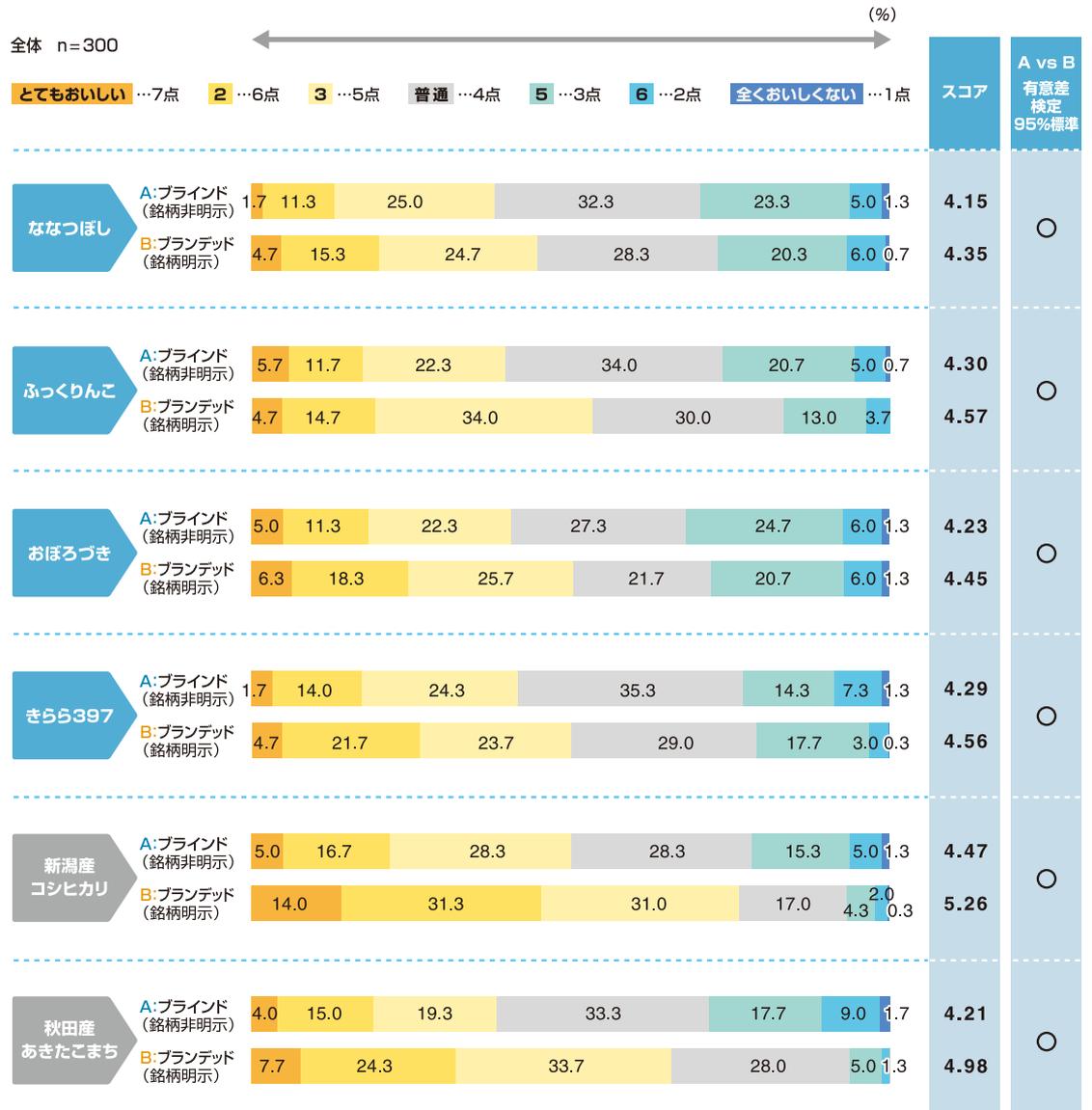
調査目的：米のブランドイメージと、消費者の嗜好とのギャップを明らかにし、北海道米のブランドイメージ形成の方向性づくりに役立てる。

調査手法：調査会場にて首都圏在住の15～69歳までの男女計300人に「ななつぼし」「ふっくりんこ」「おぼろづき」「きらら397」「新潟産コシヒカリ」「秋田産あきたこまち」を、ブラインド（銘柄非明示）、ブランデッド（銘柄表示）で試食、自己記入式で調査。

調査日時：2008年5月9日～11日

1 北海道米はブラインドでは、「秋田産あきたこまち」に匹敵し、「新潟産コシヒカリ」に迫る評価。

図-1:ブラインド、ブランドによるお米の評価の変化



※有意差検定(信頼水準95%) : ○…有意差有り / ×…有意差無し

● 銘柄を明示するとコシヒカリの評価が急上昇

ブラインド、ブランドによる評価の違いをみると、今回調査した6銘柄は、いずれも名前を明らかにすることによって、評価が高くなっていることがわかります。とりわけ、「新潟産コシヒカリ」と「秋田産あきたこまち」は、ブランドすることで評価が著しく上昇し、かつネガティブな評価が大幅に減少していることがわかります。

ブラインドの場合、北海道米4銘柄は、「おいしい」という評価では、いずれも「秋田産あきたこまち」とほぼ同じ水準で「新潟産コシヒカリ」に迫る高評価となっています。

一方、おいしくないという評価を見ると、「きらら397」は、両方の評価ともに「新潟産コシヒカリ」と同レベルで低く、嫌われにくいお米(誰にでも合うお米)ということがいえるかもしれません。

2 「ブランド力」は味の評価に大きく影響している。

図-2: “おいしい” TOP2 (とてもおいしい■+2■)の割合

n=	(%)					
	ななつぼし	ふっくりんこ	おぼろづき	きらら397	コシヒカリ	あきたこまち
ブラインド(銘柄非明示)(300)	13.0	17.4	18.3	17.3	21.7	19.0
ブランド(銘柄明示)(300)	20.0	19.4	24.6	26.4	45.3	32.0
ブランド後の増減	+7.0	+2.0	+6.3	+9.1	+23.6	+13.0

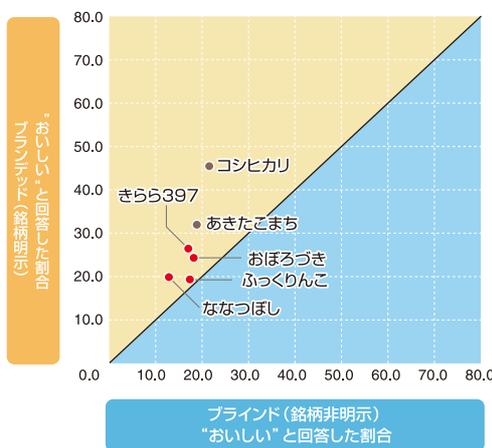
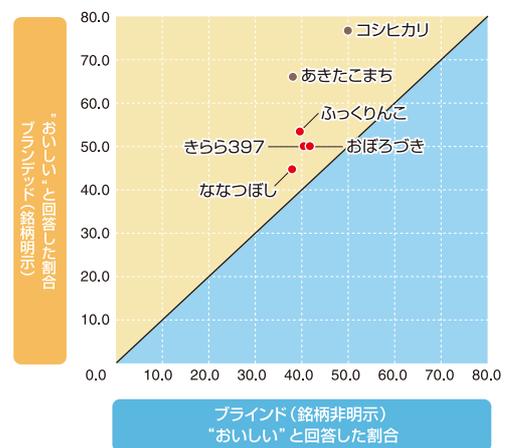


図-3: “おいしい” TOP3 (とてもおいしい■+2■+3■)の割合

n=	(%)					
	ななつぼし	ふっくりんこ	おぼろづき	きらら397	コシヒカリ	あきたこまち
ブラインド(銘柄非明示)(300)	38.0	39.7	40.6	41.6	50.0	38.3
ブランド(銘柄明示)(300)	44.7	53.4	50.3	50.1	76.3	65.7
ブランド後の増減	+6.7	+13.7	+9.7	+8.5	+26.3	+27.4



●北海道米は銘柄を明示しても評価微動

「おいしい」の評価を7段階で判断してもらいました。そのうち、おいしいのTOP2をグラフ化したものが図-2、おいしいという評価のTOP3をグラフ化したのが図-3です。

これらの図からブラインドでの評価と、ブランドでの評価の違いをみることができます。ブラインド、ブランドどちらでも評価が変わらない場合は、45度の斜め線上にドットが乗ります。

図-2、図-3とも、「新潟産コシヒカリ」と「秋田産あきたこまち」が、ブランド名を明らかにすると著

しく評価が上昇している様子がみて取れます。まさに、首都圏の消費者は、「ブランド力のあるお米を食べている」ということができるでしょう。

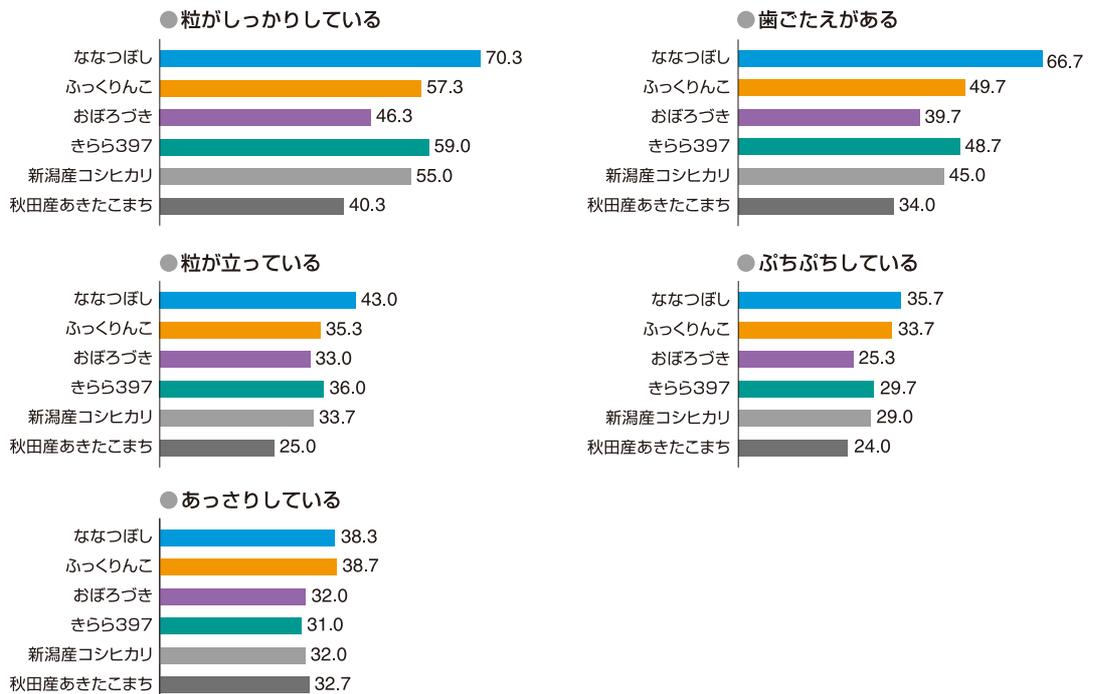
これに対して、北海道米は、ブランド名を明らかにしても評価がそれほど変化しません。ただ、おもしろいことに、図-3では「ふっくりんこ」が名前を明らかにしたことで、評価の増加率がやや高くなりました。実際には、「ふっくりんこ」は首都圏でまったく出回っていない品種なので、ネーミングについて考えさせられる結果となりました。

図-4: 各品種の持つ食味の特徴的評価（ブラインド）
食味属性評価での“とても+ややそう思う”割合

■ :ブランド間での上位3位

全体 n=300	ななつぼし		ふっくりんこ		おぼろづき		きらら397		新潟産 コシヒカリ		秋田産 あきたこまち	
	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位	%	順位
粒がしっかりしている	70.3	1位	57.3	3位	46.3	5位	59.0	2位	55.0	4位	40.3	6位
粒が立っている	43.0	1位	35.3	3位	33.0	5位	36.0	2位	33.7	4位	25.0	6位
粒が大きい	30.0	3位	28.3	5位	26.0	6位	37.3	2位	41.3	1位	29.3	4位
柔らかい	14.0	6位	29.0	5位	47.3	3位	33.0	4位	48.0	2位	52.7	1位
歯ごたえがある	66.7	1位	49.7	2位	39.7	5位	48.7	3位	45.0	4位	34.0	6位
粘りがある	27.0	6位	37.0	5位	49.0	3位	39.0	4位	52.0	1位	50.7	2位
ぶちぶちしている	35.7	1位	33.7	2位	25.3	5位	29.7	3位	29.0	4位	24.0	6位
ふっくらしている	25.3	6位	34.0	5位	36.3	4位	37.3	3位	49.3	1位	37.7	2位
さらさらしている	22.7	1位	21.7	2位	20.7	3位	17.0	4位	15.0	6位	17.0	4位
甘みがある	27.7	6位	33.3	5位	36.3	3位	34.3	4位	40.0	1位	38.0	2位
あっさりしている	38.3	2位	38.7	1位	32.0	4位	31.0	6位	32.0	4位	32.7	3位
白さが際立っている	10.0	6位	17.0	2位	14.3	4位	13.3	5位	21.3	1位	14.7	3位
ツヤツヤしている	15.0	6位	22.3	5位	33.0	2位	25.0	4位	34.3	1位	27.3	3位
香りがよい	25.3	5位	25.0	6位	28.3	3位	29.0	2位	30.7	1位	26.3	4位

図-5: 北海道米への評価が高い項目（ブラインド）
ブラインドでの食味属性評価について“とても+ややそう思う”割合（%）



●食感を楽しむ人が北海道米を高評価

図-4を見ると、北海道米の品種ごとの特徴は、「ななつぼし」が粒がしっかりしている・歯ごたえがある、「ふっくりんこ」があっさりしている・歯ごたえがある、「おぼろづき」はツヤツヤしている・粘りがある、「きらら397」が粒がしっかりしている・粒が大きいなどと評価されていることがわか

ります。

また、図-5からは、“粒がしっかりしている”“歯ごたえがある”“粒が立っている”“ぷちぷちしている”“あっさりしている”といった項目で北海道米の評価が高いことがわかります。つまり味だけでなく、お米の食感を楽しむ人に北海道米がうけている様子うかがえます。

3 若い世代ほど、硬めのご飯を嗜好。

図-7: 消費者の年代別にみるご飯の嗜好特性 (複数回答)

複数回答	全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代	
全体	n= (300)	(150)	(150)	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)	
甘みがある	72.7	72.7	65.3	80.0	68.0	74.0	74.0	76.0	80.0	64.0
ふっくらしている	71.3	71.3	72.0	70.7	68.0	78.0	60.0	74.0	72.0	76.0
ツヤツヤしている	66.0	66.0	60.7	71.3	36.0	54.0	64.0	86.0	84.0	72.0
粒がしっかりしている	53.3	53.3	56.7	50.0	68.0	50.0	52.0	52.0	52.0	46.0
香りがよい	50.7	50.7	46.0	55.3	40.0	46.0	50.0	64.0	54.0	50.0
粒が立っている	40.7	40.7	42.0	39.3	10.0	38.0	50.0	48.0	56.0	42.0
粘りがある	33.7	33.7	30.0	37.3	4.0	24.0	30.0	42.0	52.0	50.0
歯ごたえがある	32.7	32.7	37.3	28.0	36.0	40.0	40.0	28.0	22.0	30.0
柔らかい	15.7	15.7	13.3	18.0	14.0	12.0	16.0	12.0	16.0	24.0
白さが際立っている	12.3	12.3	14.7	10.0	14.0	18.0	14.0	10.0	6.0	12.0
粒が大きい	6.7	6.7	4.7	8.7	14.0	10.0	8.0	2.0	4.0	2.0
ぷちぷちしている	5.7	5.7	9.3	2.0	8.0	6.0	6.0	8.0	2.0	4.0
あっさりしている	5.7	5.7	6.0	5.3	16.0	8.0	4.0	2.0	2.0	2.0
さらさらしている	1.3	1.3	2.0	0.7	4.0	2.0	2.0	-	-	-
その他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

■ 全体に対して+10%以上 ■ 全体に対して-10%以上 (単位: %)

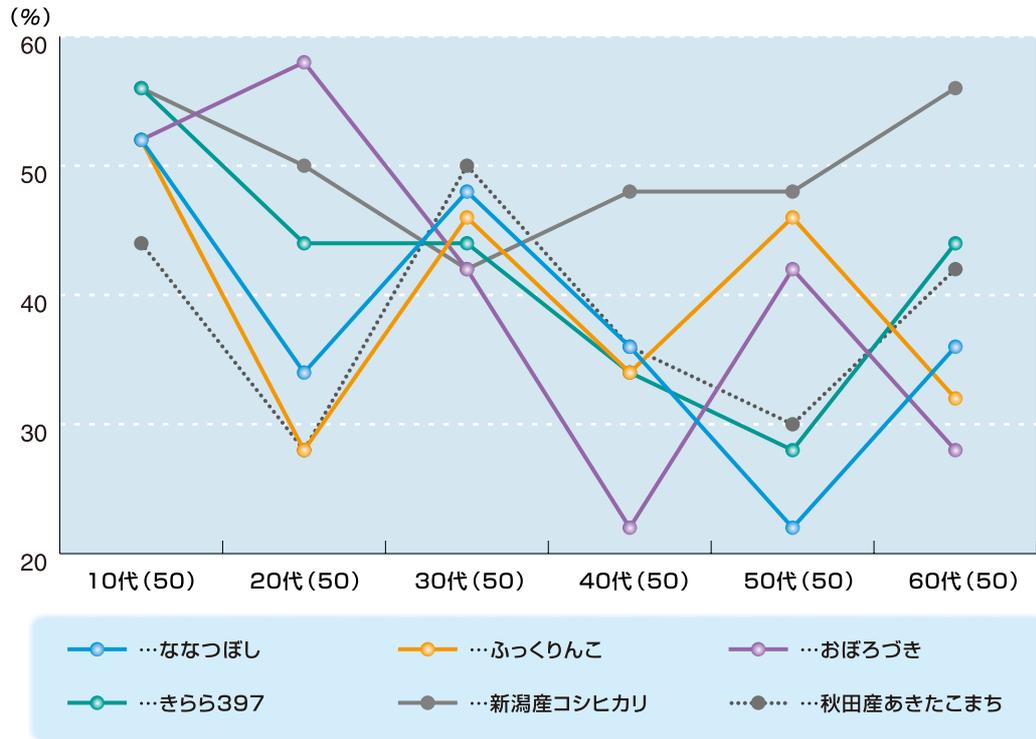
●食感を楽しむ人ほど北海道米を高評価

お米に対する嗜好性はどうなっているのかに關して、世代ごとの嗜好を分析してみました。その結果、10代は“粒がしっかりしている”、10~30代は“歯ごたえがある”の割合が高いなど、若い年代ほど硬めでしっかりしたごはんを好む傾向があることがわかりました。

こうした若い世代の嗜好と、北海道米の特徴的な食感(粒がしっかりしている、歯ごたえがある、ぷちぷちしている等)とが噛み合い、北海道米への高評価につながった可能性があります。

4 10代～30代の北海道米への評価が高い。

図-6: 年代別でみた「おいしい」TOP3 (とてもおいしい+2 +3) の割合 (ブラインド)



● 20代に飛び抜けて支持された「おぼろづき」

お米に対する嗜好が多様化しているということがいわれている中、この調査でも興味深い事実が浮かび上がっています。北海道米4銘柄の評価は、10代と30代では「新潟産コシヒカリ」「秋田産あきたこまち」と比べて遜色(そんしょく)のない評価を獲得しました。幻のお米といわれた「おぼろづき」は10～20代での評価が高く、特に20代では「コシヒカリ」以上の評価を得ています。20代は銘柄によって評価が分かれるものの、全体的に若い

年齢層が北海道米を支持する傾向があるようにみえます。

その一方、40～60代では北海道米の評価が分かれ、40代と60代は「おぼろづき」、50代では「ななつぼし」の評価が低くなっています。

こうした傾向は、お米の味に対する好み属性によって変化している現状を示している可能性もあり、今後、さらなる調査分析が求められます。

年代などの属性に応じた、多様な種類のお米が求められている可能性も考えられます。

●米飯試食調査からわかること。

「新潟産コシヒカリ」や「秋田産あきたこまち」は、実力に加えブランド力を背景においしいと感じてもらえるのに対して、北海道米はブランド力の差から、まだ十分に評価されていないのが現状です。

実は、北海道には「北海道産」という強力なブランドがあり、昆布もウニも、ジャガイモもトウモロコシも、「北海道産の…」というだけでおいしいと感じてもらえます。お米だけは、そのアンブレラの中から外れているのです。

「実際に北海道米を食べてもらうと、おいしい」ということは試食調査からも明らかです。

ブランドの基本となるものは、「事実」です。食べておいしいかどうかです。おいしいことが事実ならば、きちんと道筋をつけることでブランド力は高められるはずで。例えば品種改良のこと、気

候風土のこと、減農薬のことなど、お米に対する「北海道仕様」をもっと明確にPRしながら、「北海道産のお米＝おいしい」というイメージを作っていくことが必要だと思います。つまり「北海道産の…」というアンブレラの中にお米を入れていく努力をするわけです。

今回の調査は基礎的なものなので、今後はコミュニケーション、ブランド、マーケティングなどの側面から仮説を立て、北海道米の普及に貢献することができればと考えています。

私自身、北海道の出身ではありませんが、このごろの北海道米は、ほんとうにおいしいと思っています。おいしくて安全で、コストパフォーマンスのよい食品を広めていくことは、研究者の責任ではないかと感じています。



取材に応じる研究チーム

左から、
徐 在完 助教、
小早川 護 教授、
北見 幸一 助教

特集-2 継続的な食味試験でわかった北海道米の実力

北海道米はおいしくなったといわれているが、その実力はどの程度のものなのか？
農学研究院の川村准教授は北海道米の食味というストレートな視点から研究を行っています。北海道米の品質を向上させる上で不可欠ともいえる「お米の選別、乾燥、貯蔵、精米」という分野で多大な貢献をしている川村准教授に、食味試験を継続的にやっている理由をお聞きしました。

北海道大学 大学院 農学研究院
食品加工工学研究室 農学博士
川村 周三 准教授



●北海道米は「ほんとうにおいしい」を実証したかった。

お米をおいしくするには、いくつか方法があります。1つ目が、品種改良。2つ目が、栽培技術。そして3つ目が、収穫した後の工程、すなわち選別や貯蔵です。私はカントリーエレベーターの開発など、お米の選別・乾燥・貯蔵・精米分野をずっと手がけてきました。

特に北海道では、収穫後のお米の品質の自動判定や籾の精選別と玄米の色彩選別、冬の自然の冷気を使った超低温貯蔵に関して全国で初めてとなる取り組みを行ってきました。

お米の味というのは収穫したてがピークで、その後だんだんおいしくなくなっていくイメージではありませんか？ でもほんとうは、そうとは言えません。たとえば収穫したてのお米は品質が不均一です。タンパク含有率など一定レベルの基準を満たしたお米だけを分別し、さらに良く実ったお米を選別することで、よりおいしいお米になるわけです。

貯蔵方法も、他府県では玄米で保存するのが一般的です。これだと徐々に品質が劣化していきます。これに対して北海道では籾のまま、氷点下の温度で超低温貯蔵するカントリーエレベーターがたくさんあります。品質が劣化していないお米を一年中いつでも提供することができます。

「最近、北海道米がおいしくなった」という話をあちこちで耳にしますが、おいしくなった理由は

品種改良や栽培技術とともに、北海道米の選別や貯蔵の技術が進んだため、消費者の手元においしいお米を届けられるようになったことも大きな要因だと考えています。

では、ほんとうにおいしくなったのか？

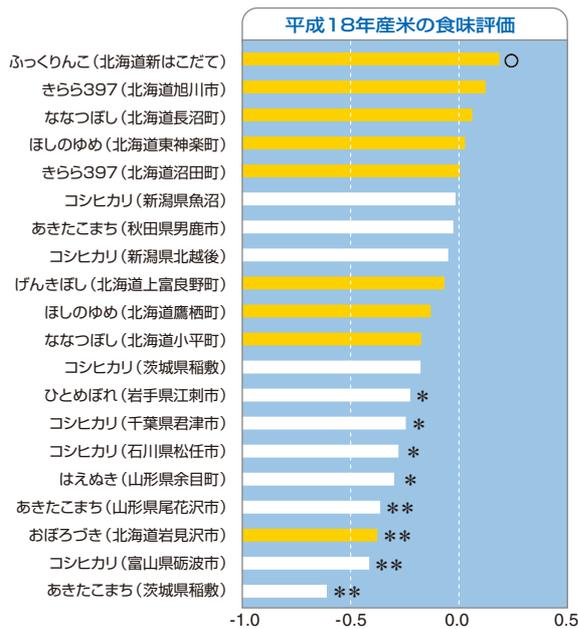
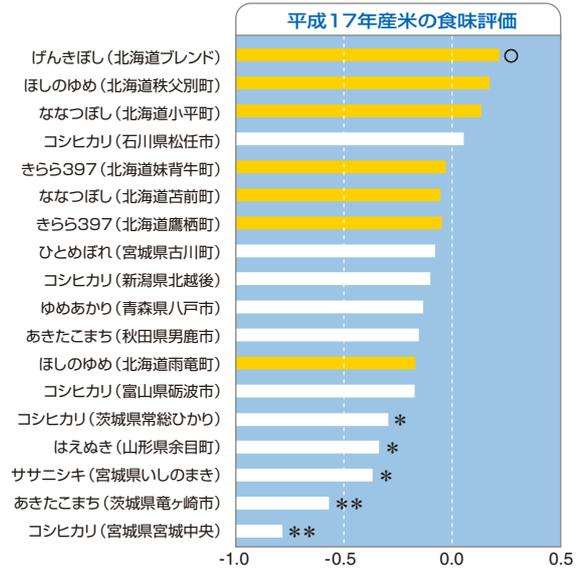
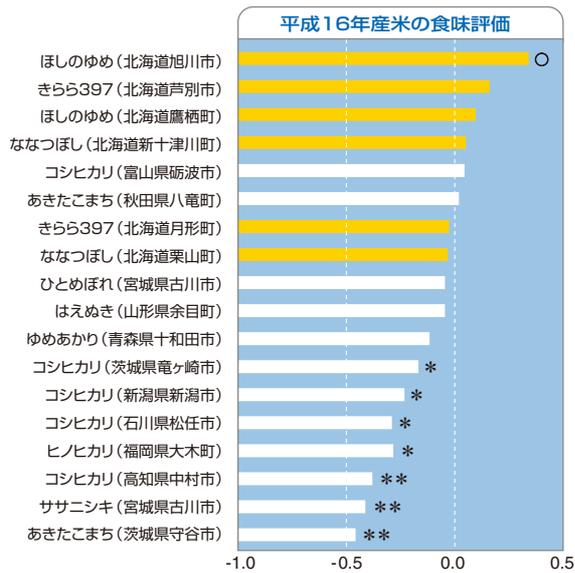
それを実証したくて、北海道米と他府県米の食味試験を行いました。1度だけの試験では、たまたまそういう結果になっただけだと思われるので、3年間継続して食味試験を行い結果をまとめたのが棒グラフです。

この食味試験の特徴の1つは、特別なお米は使っていないという点です。一般の消費者が口にする市販のお米をそのままブラインドで試験してもらいました（試験は北大のキャンパスで行ったため、評価した人は道内居住者ですが、その多くは道外出身です）。



農学部大講堂での食味試験の様相

1回の食味試験では40人余りが被験者となり、ブラインドで炊きあがったお米の外観や香り、食べた際の粘り、やわらかさ、総合評価（おいしさ）などの設問に答えていく。こうした試験を何度も積み重ねながら、複数の品種についてデータを集積した。




3年間の
食味試験の総合評価で、
北海道米(黄色い棒グラフ)が
上位を独占。

*、**：危険率5%、1%で○に対して有意差あり

3年間、上位10種品種の中に、北海道米が6~7品種を占めています。

アミロースが何パーセント、タンパクが何パーセント、白さがどの程度と数値でいいますが、私は

結局のところお米は「食べてみておいしいかどうか」がすべてだと思っています。3年間の食味試験を通して、北海道米はたしかにおいしくなったと、はっきり言うことができるのではないのでしょうか。