

北のごはん倶楽部

MAY ★ 2010

平成 22 年 5 月発行

ニュースレター

VOL. 7



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。

今回は北海道米を全国ブランドとすべく生産者自らが進めている取り組みについてお伝えします。

特集

生産者自らが進める北海道のブランド米づくり



出荷量が限られても、
品質基準を守り抜く
理由とは

「北海道から、ニッポンの米を。」
のキャッチフレーズのもと、北海道米の期待の星として全国展開が予定されていた「ゆめぴりか」。ところが 2009 年は冷害に襲われ、品質基準をクリアすることができたお米は限られていました。収量が足りないにもかかわらず、「品質」にこだわり続けた背景には、生産者を主体に立ち上げた「北海道米の新たなブランド形成協議会」の存在があります。協議会会長の東廣明氏などの話をもとに、「ゆめぴりか」のこれからについてご報告します。

●「ゆめぴりか」試練のスタート。

よりによってという言葉が、これほどぴったりした年はありませんでした。北海道米期待の新品種「ゆめぴりか」デビューの年、北海道の米作農家は7月下旬まで、日照不足と多雨に悩まされ続けました。農林水産省が発表した2009年度の作況指数によると、全国平均は「やや不良」を示す98、ところが北海道は全国最低の89「不良」という結果になってしまったのです。「ゆめぴりか」だけではなく北海道米の多くの品種に不稔（もみに実が入らない状態）が発生し、もち米なども大打撃を受けています。

2009年9月「ゆめぴりか」の収穫風景を撮影しにうかがったときの東氏の言葉にも、悔しさがにじみ出ていました。

「これほどひどい冷害に遭うとはね。北海道の作物全体の生育が遅れ気味で、米は『ゆめぴりか』だけでなく、ほとんどの品種がやられてしまった。『ゆめぴりか』も耐冷性があるはずなんだけど、去年のデータがまったく役に立たない状態で、同面積単位の収量が昨年よりダウンするのは確実。しかも『ゆめぴりか』の場合、出荷基準としてタンパク含有率6.8%以下という数値目標があるから、これをクリアできるお米がどれくらいあるか心配だね。冷害のなかった昨年でさえ、6.8%に達しなかったところがあるんだ



北海道米の新たなブランド
形成協議会
会長
あずまひろあき
東 廣明氏

から。デビューの年に6,000トン道外に流通させるという宣伝効果はものすごく、『ゆめぴりか』を待っている人たちがたくさんいることはわかっているんだけど、食べておいしいと思ってもらわないことには何の意味もない。ブランド協議会としては基準に達しないお米を出すわけにはいかない」（東廣明氏）



●困難を乗り越えることで、明日が見えてくる。

「でもね、最悪の年にデビューしたってことは、『ゆめぴりか』の真価が問われているってことだと思うんだ。冷害の中で収量が下がる、品質が基準に到達しない…ある意味これほど貴重なデータはない。こういう状況の中でも一定の基準をクリアした生産



者がいる。水管理はどうだったんだ、土壌管理はどうなんだ、そういう成功データを共有することができれば、今後どんな冷害が来ても怖くない。だからこれはチャンスなんだ。期待の高級ブランド米ってことで注目を浴びて作付を行った農家の中でも、今年状況を見て来年の作付をあきらめる人も出てくるだろう。覚悟と技術をもった生産者だけが、2010年またチャレンジする。生産者にとって、いい洗礼だったと思うんだよ。米を収穫できるのは、1年に1回だけ。その1回を積み重ねて、毎年毎年基準に達したおいしいお米を出荷し続けていくことがブランドづくりにつながると私は信じているんだ。だから、『ゆめぴりか』のほんとうのデビューは2010年だと思う」（東廣明氏）

●ブランド協議会はどうして生まれた。

「ゆめぴりか」を高級ブランド米として育てていくために、上川や空知など道内の米どころ7地区の生

産者農家が主体となって設立したのが「北海道米の新たなブランド形成協議会」です。

北海道の場合、極めて広域で稲作が行われているため、同じ品種でも地域によって品質にばらつきが



生じる恐れがあります。品質のばらつきを抑えて、ほんとうにおいしいお米だけを提供したいという生産者の熱意が、協議会設立の原動力となっています。

そして、2009年1月に行われた設立総会で、タンパク含有率が6.8%以下の「ゆめぴりか」だけを、協議会認定の「ゆめぴりか」として出荷することが決まりました。食味との相関性が高いタンパクにこだわって目標値を設定した理由は、高級ブランド米としての位置づけを定着させたいという決意の表れでもありました。

●成功例「ふっくりんこ」に学べ。

生産者主導でお米の品質等を管理するという動きは、道南で生まれた高級ブランド米「ふっくりんこ」のときにはじまりました。新函館農協で当初「きらら397」や「はしのゆめ」の栽培成績がよかった28名の生産者が集まり、「新しい品種を栽培するからにはルールをつくろう」と話し合いが行われ、この動きはやがて栽培・生産・出荷にまで独自のルールを取り決めるまでになりました。2007年には道内の他産地も参加し「ふっくりんこ産地サミット」を開催。おいしい「ふっくりんこ」をつくるための品質基準を定めた協定を締結しました。その中には「2年続けて平均精米タンパク率が基準値に達しなければ、翌年は『ふっくりんこ』を栽培してはいけない」という厳しい決まりもあります。厳しいルールがあったからこそ「ふっくりんこ」のおいしさが道民に認められ、道内の作付面積も増えていったのです。

東会長の深川地区でも7年前、「ふっくりんこ」を栽培するにあたって生産者同士が意思統一を図ってきた経緯があります。

「ゆめぴりか」ではこうした経験を踏まえた申し合わせを行い、「種子更新率100%とすること」「栽培履歴記帳の義務化」など、栽培・生産・出荷について全道的な基準づくりを進めてきたのです。

●集荷量不足を覚悟して、品質を守り抜く。

2009年度「ゆめぴりか」は約3,000ヘクタールに作付が行われました。予定されていた収量は約1万3,000トン。しかし、実際には約1万1,000トンの収穫にとどまりました。その中で、品質基準であるタンパク含有率6.8%以下を達成することができたのは約1,100トン。全体の約1割に過ぎませんでした。天候に恵まれた2008年の試験栽培では、収穫したお米のほぼ全量が基準値に達していたため、2009年の約1割という数値はだれも予想することのできないものでした。

当初の予定では、7,000トンを道内に、6,000トンを道外に流通させる予定でしたが、極端な品不足のため、基準に達したお米は道内を中心に販売しました。それでも、消費者の関心も高かったため、店頭に並ぶとあっという間に売り切れてしまいました。基準を満たさないお米は、特徴を生かした最適なブレンド比率を研究し、8:2の比率で粘りの強い「おぼろづき」と合わせたブレンド米として販売することになりました。

「どこに行っても手に入らない」という消費者の批判の声を受けて、基準値を下げた方がよいのではないかという声もありましたが「不作の年であっても、品質のよいものしか売らない。それが結果的に消費者の信頼につながると思います」（ホクレン農業協同組合連合会 湯佐友広）という姿勢を貫き、「ゆめぴりか」の名前で販売するお米の品質基準を守りぬいたのです。



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
湯佐 友広

ちなみに2009年産米を使った食味官能試験を北海道大学大学院農学研究院の川村周三准教授が行ったところ、他府県産米を含む6品種のうち1位、2位が「ゆめぴりか」。天候条件がこれほど悪い中でも、品質基準を満たした「ゆめぴりか」のおいしさが実証された形となりました。

●冷害の教訓を生かすために。

それでは2010年「ゆめぴりか」はどのようなのか？

当初予定では2010年の作付面積は約6,000ヘクタールでしたが、冷害による種子不足の結果、約5,300ヘクタールの作付を見込んでいます。予定されている収量は、約2万5,000トンです。

北海道米の新たなブランド形成協議会が「ゆめぴりか」生産者全戸に対して行ったアンケート調査によると、冷害に襲われた2009年でも、深水管理をこまめに行った農家の作柄は比較的良好なものでした。この教訓を生かすため、ホクレンでは2010年は稲を低温から守るための深水管理を徹底させることなどを、技術講習会等を通して栽培農家に浸透させる考えです。

●2010年「ゆめぴりか」期待と展望。

首都圏や北海道で行われた食味試験で「コシヒカリ」を上回る高評価を受けた「ゆめぴりか」は、期待も高く、早く味わってみたいという道民の声もたくさん寄せられていました。2008米穀年度（07年11月～08年10月）で北海道民が北海道米を食べている割合は75%、2009米穀年度（08年11月～09年10月）で78%。ホクレンでは高級ブランド米を投入することで、この北海道米食率を80%に引き上げたい意向をもっています。

また、首都圏をはじめとする全国展開でも「お米の味や品質を、自分の好みに応じて選ぶことができる」というコンセプトを展開し、北海道米の普及を図っていききたい考えです。そのためにも「粘り・やわらかさ・旨味」すべてのバランスに優れた「ゆめぴりか」の存在が不可欠です。

「2010年は、予定収量の2万5,000トンを全国に展開していく予定です。しかし、昨年の教訓を踏まえて、品質基準に達する『ゆめぴりか』を栽培・収穫することに当面全力を挙げていく考えです。消

費者の皆さま、流通関係者の皆さまに多大なご迷惑をおかけして本当に申し訳ないと思っていますが、2010年こそ全国デビューの年と気持ちを新たにしていって取り組んでまいります。私たちも勝負の年と覚悟し全力を傾けていますので、何卒よろしく願いいたします」（ホクレン農業協同組合連合会 湯佐友広）

column

協議会認定マークを発表

2009年8月20日に開催された北海道米の新たなブランド形成協議会主催の「ゆめぴりかデビュー」発表会では、「認定マーク」の発表も行われました。

消費者に、「安心・安全」なお米を食べていただくことを目的にしたこの認定マークは、「北海道の形」とともに、「美しさ」を意味するアイヌ語の「ぴりか」という言葉にちなんだ「美しい女性の横顔の形」をデザイン化したものです。

認定マークは、協議会の品質基準をクリアした「ゆめぴりか」だけに認められるもので、精米パッケージに貼られています。



開会のあいさつを述べる東会長



高橋はるみ北海道知事も列席されての認定マークの発表

FOCUS

多様な品種のラインアップで、北海道米の魅力を伝える

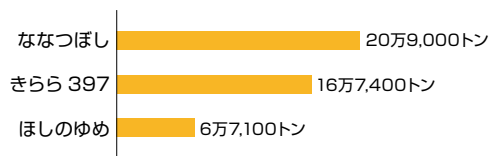
長年、北海道米の代名詞だった「きらら397」。
2009年はその作付トップの座が「ななつぼし」に入れ替わりました。
各品種の特徴と魅力、動向をお伝えします。

「北海道を代表するお米は？」と質問すると、道外では「きらら397」と答える人がほとんどだと思います。その「常識」が、今、大きく変わろうとしています。

「きらら397」は道立上川農業試験場が開発した品種で、耐冷性を重視してきたそれまでの道産米に「コシヒカリ」の遺伝子をかけ合わせることで、食味を飛躍的に向上させることに成功。1995年から14年間、道産米を代表するブランドとして「道内作付面積1位」の座をキープしてきました。

ところが、2009年産米の品種別収穫量を農水省がまとめた結果によると、道産米は「ななつぼし」が「きらら397」を抜いてはじめてトップになったことがわかりました。

2009年産米の品種別収穫量



作付面積でも「ななつぼし」が「きらら397」を上回り、全国の品種別作付割合（2009年農水省）では「北海道 ななつぼし」6位、「北海道 きらら397」8位となっています（ちなみに品種別作付割合1位は「コシヒカリ」、2位「ひとめぼれ」、3位「ヒノヒカリ」、4位「あきたこまち」…7位「山形 はえぬき」）。

「北海道を代表するお米」の主役が交代した。その理由としては「ななつぼし」の食味があげられます。「ななつぼし」は道立中央農業試験場が開発した品種で、アメリカから逆輸入した「国宝ローズ」とかけ合わせることで、従来の北海道米になかった「粘り

を強く感じることができるお米。つまり、日常食べる「白米」として、おいしさを実感できる食味をもっています。



道内における北海道米の食率が78%（08年11月～09年10月）に達した背景にも、粘りと甘みの「ななつぼし」といった、食味に優れ値段も手ごろな品種が「毎日食べるお米」として道民に浸透したことが大きく関係しています。

こうした流れに対してホクレンでは、「ななつぼし」「きらら397」「ほしのゆめ」といった基幹3品種について、生産者に生産維持を呼びかけています。北海道米は、品種によって特徴があり「消費者が自分好みのお米を選ぶことができる」という多彩さに加え、どの品種を選んでも品質のばらつきが少なく「一定レベル以上のお米を安心して購入することができる」という安定感が普及の原動力となっているからです。

さらにホクレンでは基幹3品種の生産を安定させる一方、ブランド米「ゆめぴりか」「ふっくりんこ」「おぼろづき（八十九）」の3品種を“北の美食米”と位置づけて販売を強化し、北海道米のイメージを革新しようとしています。

冷害に見舞われた2009年でしたが「ゆめぴりか」のデビューだけではなく、道南や空知など「ふっくりんこ産地サミット」に参加した地域を中心に栽培されている高級ブランド米「ふっくりんこ」も全国レベルで注目され、JAL国内線ファーストクラス機内食に採用されました。

この勢いを受けて、新函館農協では「ふっくりんこ」などの生産者が登場するCM映像*を独自に制作し、2010年からインターネット配信を行うなど道

南米のPRに力を注いでいます。

毎日の食卓を支える“スタンダードライス”といえる「ななつぼし」「きらら397」「ほしのゆめ」の3品種と、生産者のこだわりがみえる“北の美食米”。ホクレンでは二段構えの普及戦略によって、「選べる北海道米」の魅力を道内外に伝えていく意向です。

※映像は下記のサイトで見るすることができます。

「お米バンク」(<http://www.e-fsc.net/jashinhakodate/>)

column

北海道米のブランド紹介

好みや料理に合わせて選べる北海道米のラインアップ

北海道には、他の地域では生産されていない、特徴をもった「おいしいお米」がたくさんあります。現在流通している主なお米をご紹介します！

北の美食米（プレミアムライス）

ゆめぴりか

さまざまなお米の好みに合う期待のブランド米

父系の品種にあたる「ほしのゆめ」からとった「ゆめ」と、アイヌ語で「かわいい、美しい、すばらしい」を意味する「ぴりか」とを組み合わせて名付けられました。粘りとやわらかさが最高のバランスで、和食や洋食などさまざまな好みに合うおいしさが特徴です。

ふっくりんこ

道南からデビューしたブランド米

ふっくらやわらか、おいしさ長持ちが特徴のお米。グルメ食材とも相性はぴったり。和食にもよくあうプロ御用達のお米です。道南からデビューし、2007年の「ふっくりんこ産地サミット」に参加した北海道内の産地を中心に、おいしさのための品質基準を定めてお米づくりに取り組んでいます。

八十九（おぼろづき）

粘りのあるおいしさが特徴のブランド米

八十八手間かけたお米より、ひとつ上のおいしさが自慢です。良食味品種「おぼろづき」をさらに厳選しています。粘りあるおいしさが特徴です。

スタンダードライス

ななつぼし

バランスばつぐん

いま北海道で一番売れているお米です。ほどよいつや、甘み、粘りをお求めの方にぴったり。寿司飯やおにぎりに最適です。

きらら397

しっかり甘み・しっかり粒感

北海道米のロングセラー。硬めのご飯が好きな方におすすめします。丼もの、チャーハンやカレーライスに最適です。

ほしのゆめ

つやつやふっくら

北海道で根強い人気のあるお米です。あっさりした食感が特徴で、おかずを生かすお米としてさまざまな食材にあうのが特徴です。

ヘルシー玄米

玄米さらだ（あやひめ）

ふつうに炊ける玄米

低アミロース米「あやひめ」を100%使用しました。マクロビオティック（穀物菜食）で評判の玄米ならではの食物繊維、ビタミンB群などが含まれています。



TOPICS



● JAL 国内線ファーストクラス機内食「ふっくりんこ」採用

2009年10月から、JALの国内線ファーストクラスで提供されるすべてのお米が、北海道の高級ブランド米の一つ「ふっくりんこ」に変わりました。生産者団体である「函館育ちふっくりんこ蔵部」による厳しい栽培基準と品質に対する「こだわり」が、JAL国内線ファーストクラスのコンセプトと合致したことが、採用の大きな理由となっています。

● 北海道米普及のユニークな試み「道産巻」

毎年10月3日は「道産の日」。北海道の食を味わおう!という試みが道内で活発化しています。その主役の一つが「道産巻」。北海道各地で現地の食材を使ったオリジナル巻き寿司をつくり、市民や観光客に味わってもらうものです。

2009年は道内30市町村の寿司店196店舗で、10月2～4日の3日間限定で販売されました。また、道産の日を前にした9月25日には、全道の道産巻を一同に集めた「道産巻のつどい」も行われました。

北海道はいわずとした食材の宝庫。海の幸といえば、いくら、シャケ、甘エビ、カニ、ホタテ、昆布など。畑の幸ならば、たまねぎ、ほうれんそう、おおばなど。趣向をこらした具材を北海道米でぎゅっと包んだ巻き寿司は、彩りも豊か。全道で16種類ある道産巻はどれを食べても極上の味わいとあって、年を追う毎に認知度も上がり、北海道米をPRする絶好の機会ともなっています。



ANA 国際線ファーストクラス機内食に「ゆめぴりか」採用

2009年12月から、ANA国際線ファーストクラスの和食メニューとして「ゆめぴりか」が登場しています。

「食材」「おいしさ」に深いこだわりをもつファーストクラス機内食に、なぜ「ゆめぴりか」が採用されることになったのか。

その経緯などを商品戦略室の巴山アシスタントマネジャーにお聞きしました。

「ゆめぴりか」がもっているヒストリーが、採用の大きな決め手です。

全日本空輸株式会社 商品戦略室
はやま みか
巴山 美香 アシスタントマネジャー



機内食としてこの食材を使って欲しいというご提案は、毎日のようにたくさんあり、お米についてもいろいろお話をいただきます。

北海道の新しいお米「ゆめぴりか」に関しては、最初、当社の札幌支店からの紹介でした。北海道を代表するお米が誕生したこと、食味官能試験で非常によい結果を出していることなどを、ホクレンの方を交えて札幌支店担当者がたいへん熱心に語るので、それなら試食してみようということになりました。

私たちとしては、それまで採用していたお米もこだわりのあるものでしたので、それを超える価値がなければ、あえて変更するつもりはありませんでした。

試食は機内食を担当している和食の料理長、商品戦略室スタッフ、営業担当者などで行いましたが非常に好評で、料理長の「これにしよう」という言葉で決まりました。

実際に機内食として「ゆめぴりか」が採用されるまでには、まだ階段がありました。ANAでは数十年前から、ファーストクラスのお客様に機内で炊い

た「炊きたてのご飯」を食べていただくサービスをはじめています。そのためどうしても無洗米が必要になります。「ゆめぴりか」はまだ新しいお米ということで、無洗米がありませんでした。早速ホクレンの方に、無洗米にして持ってきていただいたのですが、食べてみるとこれがちょっと違うんですね。このままでは、採用できない。試食のときに食べた「ゆめぴりか」の食味にできる限り近づけていただけよう、何度もやり直していただきました。

また、機内では乗務員が細かく水を計量している時間がないので、ペットボトルの水でお米を炊きます。ペットボトル1本でおいしい「ゆめぴりか」のご飯が炊ける分量に、お米をパッケージしていただきました。機内食というのは地上のレストランと違って、このようにいろいろ制約があります。おいしければそれだけでオーケーというわけにはいきません。その点「ゆめぴりか」にはホクレンというバックアップがあり、こちらの要望に柔軟に答えていただけます。こういう部分も食材を採用するかどうかの判断材料です。

さらに「ゆめぴりか」にはヒストリーがあります。米づくりは不可能といわれていた北海道で、品種改良を重ねながら、おいしさを追求して生まれたお米です。厳しい環境の中でも現状に満足することなく、お客様のために新しいサービスを開発していくという当社の考えと共通する部分がありました。

食材がもっているヒストリー。実はこれが、その食材を採用するかどうかを決める大きなポイントになっています。

欧米線8路線のファーストクラスに12月から、ビジネスクラスは4月19日から炊きたての「ゆめぴりか」をお出ししています。ごはんは和食の中心ですから、ちょっとでも問題があるとすぐクレームになります。「ゆめぴりか」はお客様に満足いただいているようで、クレーム等もありません。冷害で品薄と

いう話を聞きましたが、提供していただける当面は初夏ごろまで在庫がある限り「ゆめぴりか」を使っていく予定でいます。



国際線機内食工場での作業風景。
「ゆめぴりか」は機内で炊きたてをサービスしている。