

# 北のごはん倶楽部

SEPTEMBER★2008

平成20年9月発行

ニュースレター

VOL.5



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、きれいな空気ですぐ北海道のお米。

「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。

今回は注目の話題、「おぼろづき」「ふっくりんこ」の全国デビューについてお伝えします。

特集

粘り・甘みが自慢。

## 北海道の高級ブランド米、 首都圏での販売がスタート。

試験販売当時「幻のお米」といわれ、あっという間に完売してしまった「おぼろづき」。生産者自らが栽培方法や品質を厳しく管理し、函館エリアで圧倒的な支持を受けている「ふっくりんこ」。おいしさが自慢の北海道米の中でも高級ブランドとして知られ、道内だけで消費されてきた2品種です。

今秋、まず首都圏を中心に、全国ブランドとしてデビューします。



特集

## 今秋、北海道の高級ブランド米 「おぼろづき」「ふっくりんこ」 いよいよ全国販売開始。

ホクレンでは、今秋より、首都圏を中心に、「おぼろづき」と「ふっくりんこ」の販売を開始します。それぞれ1,000トン以上が販売目標。

「おぼろづき」は、2005年から販売がはじめたプレミアム米。従来の北海道米になかった強い粘りとやわらかさ、冷めてもおいしさが変わらないことなどが特徴で、アミロース含有率が14%前後と低く、食味試験ではコシヒカリに匹敵する評価を獲得しています(財団法人 日本穀物検定協会へ委託)。



試験販売当時は「幻のお米」といわれ、道内の高級ホテルなどで採用されたり、高級食材として景品になるなど、道内だけであっという間に完売していました。今年は前年比75%増の約7,000トンの収量を予定しており、いよいよ全国の消費者に、そのおいしさをお届けできるまでになりました。

一方、「ふっくりんこ」は、道南農業試験場で開発され、2003年に試験栽培がスタートした新品種のお米。ふっくらした食感と、冷めても変わらないおいしさが特徴です。「ふっくりんこ」の生産者によって組織された「ふっくりんこ蔵部」が、栽培・生産・出荷について厳しいガイドラインを定め、基準に達したお米だけを出荷するといった努力を重ねた結果、品質の高いお米として、函館を中心とした道南エリアで、圧倒的な人気を誇っています。昨年の

「ふっくりんこ」の収量は5,000トン。全道で販売され、在庫切れとなりました。今年の収量は、約1万トンが予定されており、その一部を首都圏に振り分けるかたちとなります。



広大な耕地に実った「ふっくりんこ」。  
大型の機械で一気に刈り入れる、北海道ならではの風景。

最近、そのおいしさが注目されている北海道米。これまでは「きらら397」「ななつぼし」など、どちらかというと「さっぱり系」の食味をもつ主要品種の全国展開を行ってきました。今秋より、高級ブランドである「おぼろづき」「ふっくりんこ」を導入することによって、粘りや甘みを好む人たちにも北海道米のおいしさを感じていただきたいと思い、ホクレンでは、試食販売を積極的に取り入れながら販売拡大を行っていく考えです。

## 洞爺湖サミットの国際メディアセンターとなった ルスツリゾートで、北海道米が好評

去る7月7日から3日間、北海道で開催された洞爺湖サミットでは、ルスツリゾート内に国際メディアセンターが置かれ、議長・首脳の記者会見場、また、プレス関係者の作業スペース等を備えるプレス関連の総合施設として使用されました。

期間中、関係者に24時間体制で飲食の提供をすることとなったルスツリゾートホテルでは、ホテル内のレストランすべてで北海道米を使用、海外の方々からも好評を博しました。

同ホテルの総料理長である野坂氏に、北海道米を使用するに至った経緯についてお聞きしました。



ルスツリゾートホテル 総料理長  
野坂 精二氏

ルスツでは、和食は「コシヒカリ」、その他は全部「あきたこまち」を使っていました。ところが、3年ほど前に、後志支庁しりべししちようの方たちが、「道産米を試してもらえませんか」と持ってきてくださったのです。それなら、ということでテストしてみたら、これがおいしい。10年前に食べた「きらら397」とは全然違っていたので驚きました。それ以来、ホテル内の和食3店舗で使うお米は「おぼろづき」、洋食、中華、ファーストフードなどで使用するのはいずれも「ななつぼし」に変えました。「おぼろづき」を年間12.5トン、「ななつぼし」を67トン使っています。お客さんの評判もよく、特に「おぼろづき」は、冷めてもおいしいどころか、冷めるとさらにおいしくなる感覚さえありますね。炊き方が難しいのがちょっと難点かもしれませんが…。

こうした実績、経験を積んでいましたので、サミットのメディアセンターに食事を提供する際も、道産米を自信をもって使うことにしました。これまで国際的なイベントに何度も立ち会わせていただいているのですが、私のモットーは「普段どおりのことをしよう。自分たちがおいしいと思っているものをお出ししよう」ということです。サミットだから、

外国の記者だからと、普段と違うことをしようとするとうまくいきません。

お米の話ですが、非常に評判がよかったですね。和食は海外の人たちにほんとうに人気で、お寿司の店舗は、ずっと50～60人ほど行列ができています。にぎりに使ったのは、「ななつぼし」です。

サミット開催期間中、メディアセンターのために5つのレストランを稼働させ、そのうち1店舗は24時間対応。レストランで食事を出すだけでなく、おむすびやサンドイッチのテイクアウトを用意するなどスタッフ全員が働き続けました。サンドイッチだけで期間中に約1万食、おむすびも3時間置きに何百個と作りました。冷めてもおいしい道産米の実力が発揮できたかなと思いますね。

終わってみれば、過去18回のサミットの中で、一番食事がおいしいサミットだった、という評価をいただきました。無事に終わってほっとしています。

海外プレスの人々がわざわざホールにシェフを呼んで「おいしかった。ありがとう」と日本語で言って帰っていったという話も耳にしました。その一言が何よりもうれしいですね。



## 「ななつぼし」の新パッケージがデビュー



イトーヨーカドー アリオ亀有店

装いも新たに、  
「ななつぼし」が全国デビューしました。  
記念に、イトーヨーカドー各店で  
試食販売キャンペーンを実施、  
「無洗米ななつぼし」の感想を  
お聞きしました。

前々回 (VOL.3) にお伝えした、気鋭のグラフィックデザイナー佐藤卓氏デザインによる  
「無洗米ななつぼし」の新パッケージが、今年から使用されます。

これに先立ち、首都圏のイトーヨーカドーで、試食販売キャンペーンを行いました。

試食販売を担当したスタッフが、店頭でお客様に「無洗米ななつぼし」の味について  
感想を伺ったところ、

- 「冷めてもおいしい」(葛西店)
- 「うまみ、甘みがあり、おいしい」(蘇我店)
- 「歯ごたえがある。つやもよい」(東村山店)
- 「甘みがあっておいしい」(大和鶴間店)
- **試食していただいた方、ほぼ全員「おいしい」との反応**(アリオ内 川口店)
- **「おいしい」という若い方が多かった。**(南大沢店)

と評判も上々。

“シンプルで強く伝わること”“プロが使う食材のイメージ”  
といったコンセプトから生まれた佐藤卓氏のパッケージ  
デザインと相まって、北海道米の消費拡大に期待が寄せられて  
います。



イトーヨーカドー ららぽーと横浜店