

【米粉消費拡大への取組について情報提供】

◆全国の動き「米粉倶楽部の活動、米粉倶楽部員企業の取組状況について」

(フード・アクション・ニッポン推進本部 事務局長 渋谷哲久 氏)

(司会)

それでは、知って、作って、食べてみる米粉の魅力、米粉消費拡大への取り組みについての情報提供として、まず全国での動きについて、フード・アクション・ニッポン推進本部事務局長 渋谷哲久様にご講演をお願いいたします。

渋谷様は、フード・アクション・ニッポン推進本部の事務局長として活躍され、活動の1つである米粉倶楽部では、米粉を通じて新しい食の可能性を広げるため、米粉に係る様々な関係者と一緒になって米粉の普及に向けた取り組みを進めています。

それでは、米粉倶楽部の活動、米粉倶楽部員企業の取り組み状況について、渋谷様、よろしくをお願いいたします。

(渋谷氏)

皆さん、こんにちは。

私、ご紹介いただきましたフード・アクション・ニッポン推進事務局の渋谷と申します。

日頃より、食料自給率向上に向けた国民運動、フード・アクション・ニッポンにご支援、ご協力を賜りまして、誠にありがとうございます。

本日、米粉倶楽部の活動について、米粉倶楽部員企業の取り組み状況ということで、全国各地の米粉倶楽部の皆様の動きを少しご紹介させていただければと思っております。

資料の3ページ、上が今出ている表紙になります。下が日本の食料自給率とありますが、ここには、右上に1とありますが、これが1ページになります。このページで皆様にはご紹介していきたいと思っておりますので、画面と資料の方をご確認いただきながら進めさせていただきます。

日本の食料自給率、昭和40年代で73%ほどありました。近年、平成22年度になりますと39%で約半減して参りました。これは、世界の中でみますと、先進国の中では最低水準になります。

一方で、オーストラリアやアメリカなどは100%を超えた自給率で、自国の中で100%完結し、輸出に回しているといったところがこの図で分かると思います。

では、なぜ変わってきてしまったんだろうと。昭和40年代、皆さんも、記憶の中にあるところで、ごはんがありお魚がありお味噌汁があり納豆がありといったところで、ごはんの量、牛肉の量、油の量がそれぞれ1日5杯ですとか月1回ですとか年3本といったところが、22年度の39%になってしまったというのは、やっぱりごはんを食べる機会が少なくなりました。これは、パンがやっぱり多くなったということだと思います。

あと、お肉を食べる機会も多くなりました。油も多くなりました。ということで、食の欧米化ということが大きく関わってきているのかなという風に思っております。

食料自給率の変化ということで、顕著なところでいいますと、やっぱり畜産物ですね。これは、外国からの輸入の飼料を食べた豚、鶏、牛、これは自給率に換算されません。殆どが今、海外から輸入される飼料で賄われているといったところで、畜産物の海外化みたいなものが増えてきていること。あと、お米を食べる量が少なくなってきたということです。

先ほど、試食で食べさせていただきましたが、非常に美味しい。青森には非常に美味しいお米があるわけですので、やっぱり県の方々が率先して県産品を消費していただくという行動を消費者の皆様の方から盛り上げていっていただきたいと思っております。これは40年代と22年の比較の問題でございます。

次に、食料自給率50%目標の達成ということで、これは、2010年度に新しい「食料・農業・農村基本計画」ということで政府の方で決定しまして、これに伴いまして、いろいろな計画のポイントを掲げさせていただきました。

農業の持続的な発展ということで、戸別所得補償制度、自給率の向上、これは2020年度までに50%に引き上げていきたいと思います。39%から50%に引き上げるというのは、非常に難しいかもしれませんが、やっぱり一人ひとりの自分ごと化といいますか、国内産品を積極的に食べるということでこの50%を目標にしましょうということを掲げさせていただきました。

農村の振興ということで6次産業化とよく耳にすることもありますが、やっぱり生産、流通、加工といった1、2、3の産業が一体となって、地元のもの、地産地消を含めて、地元のもので地元の方が消費をして、また、多くなれば首都圏、関西といったところにも広げていくということで、この県産の農産物が盛り上がっていくだろうということで、農村の振興ということも掲げさせていただきました。

食料の安定供給の確保ということですが、これから正面から必死になって取り組もうということで、この基本法が制定されたわけでございます。

50%目標達成ということで、それぞれ共通項目、小麦、畜産、大豆、飼料米、その他ということで、それぞれの目標値も掲げられて、これに向かって今、フード・アクション・ニッポンの方は、国内産品、国内の農産物を積極的に召し上がっていただくということで、今、推進本部として動いているといったところでございます。

そういう背景をもとに、6ページになりますが、2008年10月から今年4年目になりますが、この食料自給率向上に向けた国民運動、フード・アクション・ニッポンというものが立ち上がったわけでございます。基本的なメッセージということで、子どもたちの子どもたちのそのずっと先の子どもたちも食べていけますようにということで、子ども、孫、ひ孫という世代を超えて食べていけますようにということもメッセージにさせていただいて、国内農産物の消費拡大ということで運動を推進しているといったところです。

5つのアクションということで掲げさせていただいています。

「いまが旬」のものを食べましょう。やっぱり旬のものが1番美味しいといったところは当たり前のところだと思います。

地元でとれる食材を日々の食事に活かしましょう。やっぱり青森の方は青森の県産品を召

し上がっていただくのが1番美味しいと思います。

私は埼玉なのですが、埼玉のものを食べる、東京のものを食べるといったものがやっぱり1番美味しいのかなど。また、県外からみえる観光客の方々もいらっしゃると思いますが、やっぱり青森に来たら青森のものを食べたいよね、といったところがあると思いますので、地元でとれる地産地消といったところで食事に活かしていただきたいといったところです。

あとはごはんを中心に、野菜をたっぷり使ったバランスのよい食事を心がけ、しっかり朝ごはんを食べましょう。今日、朝、パンという方も中には沢山いらっしゃると思いますが、やっぱりごはんを、朝からごはんを食べて、お味噌汁を食べて、お魚を食べてといったところで、昭和40年代のお食事ではないですけども、しっかりとごはんを中心に召し上がっていただくといったところをメッセージとしております。

あとは、食べ残しですね。特にお子さんのいらっしゃる方、多いと思いますが、食べ残しは極力減らしていきましょう、ということもメッセージということです。

それから、最後になりますが、食料自給率に関わるさまざまな取組を知り、応援し、試してみましようといったところです。食料自給率というとなかなか難しい言葉になってしまいますので、国産農産物をしっかりと日々の生活の食事の中に生かしていきましょうといったほうが分かりやすいのかなと思います。

こういった5つのアクションを推進しているというのが、フード・アクション・ニッポンでございます。

推進パートナーと言われるフード・アクション・ニッポンに登録していただいているパートナー、企業、団体がいらっしゃるんですが、今、6,100社ほどいらっしゃいます。後ほど、ご講演いただく高砂食品さんもそうなんですが、青森県さんも当然そうなんですが、この方々にこの食料自給率向上に向けた国民運動と一緒に推進していただいています。

事例を幾つかあげさせていただきます。リンガーハット、常盤村養鶏農業協同組合、レークレイズ。リンガーハットですと、野菜をたっぷり使ったちゃんぽん、皮は米粉を使った餃子。それから、常盤村さんは、鶏にお米をあげて、ちょっと見にくいかもしれませんが、黄身が白っぽいんですね、お米を食べているから。こういったところで、お米ということで、日本の飼料をあげているといったところです。レークレイズさんですと、岐阜県産の米粉100%を使った冷麺を開発して、推進をしていただいていると。

企業・団体だけではなくて、個人の会員の方々も今は8万名を超えまして、日々の生活で食料自給率に寄与いただいているといったところです。

展開事例の幾つかをご紹介させていただきたいと思います。

常盤村さんも、先ほど申しました「こめたま」ですね。フード・アクション・ニッポンアワード表彰制度がございますが、2009年の大賞を取られております。農林水産大臣賞のダブル受賞ということで、これが大賞に選ばれております。

あとは、青森県の道の駅ひろさきでは、りんごを使ったロールケーキで、これも積極的に県産品を使っていた商品ということで食料自給率の向上に寄与いただいているといったところです。

あとは、ポッカコーポレーション、ジュースのポッカですね。ポッカのほうからは、青森

県産のにんじん、それからりんごを使ったジュースを販売していただいていると。

それから、津軽スパリングということで JT です、日本たばこさんの方で青森、津軽のりんごを使ったジュースを販売していただいているということで、企業と地元の企業、大手の企業と地元の企業、それから県であるとか市であるとか町であるとか、一体となってこの推進をしていただいているというのが、こういった事例に結びついているところです。

表彰制度ということで先ほどご案内しましたが、2011 年度の先々週行われました、大賞の方は愛農学園、三重県で、これは就農率 45% ということで、農業高校ですが、農業の担い手を育てる農業高校ということで、40 年ほど前から農業の担い手を育成している学校が大賞を取りました。

プロダクト部門ですが、エースコックのもちもち食感の「米粉練り込みラーメン」ということで、これは米粉 10% 入っているんですね。新潟県の米、それとエースコックのラーメンの技術ということで、これがコラボをしまして、新麺組という商品を開発しました。これはもう発売して 1 年足らずで 1 千万食を売り上げたという大ヒット商品になりました。ですので、青森のお米を使う、それから企業とコラボをして新しいものを作っていくといったところ。あと、コミュニケーション・啓発部門の和田浦くじら食文化研究会、製造・流通・システム部門のセブン・ミールサービス、研究開発・新技術部門の東京海洋大学といったところが表彰を受けているということでご紹介させていただきました。

ここから本題といたしますか、「米粉倶楽部」についてご案内させていただきたいと思います。新しいお米の食べ方ということで、米粉に注目をいたしまして、米粉倶楽部というものを立ち上げさせていただきました。2009 年からですので、今年が 3 年目ということになります。コマーシャルでも見たことがあると思いますが、テリー伊藤さんを起用いたしまして、米粉の消費拡大ということで各企業さんが米粉倶楽部にご入会いただいて、米粉の商品に米粉倶楽部のマークを付けていただいたり、流通であれば米粉商品の所にポップを置いていただいたり、腰巻を付けていただいたり、旗を立てていただいたりということで、一般消費者の方に見えるような形で販売促進をしていただいているといったところが始まりでございます。

米粉の市場の推移ということで、今、約 4 万トンぐらいなんですね。小麦が 500 万トン。平成 32 年度までに米粉を 50 万トンまで引き上げていこうという目標がございます。約 1 割です。米粉の推進、小麦に代わるというよりは、小麦と対抗してもしょうがありませんので、米粉という商品に付加価値をつけて販売していくといったふうに考えていただいた方がいいと思いますが、こういった形で米粉を消費拡大していこうと。

今、トップをいっているのは、当然新潟県になります。栃木、秋田、山形、宮城と続いております。どこもやっぱり米どころでありますし、また、製粉会社さんも大きな所もありますので、県、自治体、企業、地元企業、生産者の方が一体となって推進しているところが、やっぱり強いんだなと。こういった青森県さんの方でセミナーを開いていただけるということになりますと、やっぱり自治体側のバックアップは当然ありますので、こういった自治体主導、民間の方もそうですが、消費者も含めて一体となって推進していただくということが重要なのかなというふうに思っております。

特徴は、私が言うまでもありません。もちもち美味しい食感ということで、もちもちしている。それから、優れたアミノ酸バランスということで、小麦と米ですと、やっぱり少し米の方がアミノ酸が多いですね。

特徴的に家庭で意識していただきたいのは、低吸油でさっぱりヘルシーというところです。米粉で揚げたから揚げ、天ぷら、それは油の吸収率が低いので、ヘルシーであるし、小麦粉で揚げたよりもサクッとして食感もよく、冷めても美味しいというような特徴もございます。

食料自給率アップということで、国産の米粉パンを1人が1ヵ月で3食、食べ続けると自給率が1%アップします。これは、国民運動ですから、我々がいくらエイエイオーと言ってもしょうがありません。一人ひとりの消費者の方の自分ごと化がいかに大切かということはお話をさせていただきたいと思います。

「官」の広報と「民」の取組ということで、「官」の広報ということでは、国の方でテリー伊藤さんを使いましてCMそれから新聞、雑誌等々で米粉の啓発をさせていただいていると。「民」の取組ということで、先ほどお話をした取り組み、各企業さんの取り組みをはじめ、一般消費者の方々からのご意見を頂戴しながら、こういった運動を進めているといったところでございます。

食品メーカー、コンビニ、飲食店、生産団体ということで、こういった事例は後ほどご紹介させていただきますので、先に進めさせていただきます。

ここからが、皆さんの方の資料には載っておりませんので、前の方でご確認いただきたいと思います。

これはメーカー、製パンでございます。コンビニ、スーパーでたぶん皆さんも召し上がったことがあると思いますが、それぞれの企業さんでパンであるとかスイーツであるとか、開発をさせていただいております。各パッケージには米粉倶楽部のマークを入れていただいて、少しでも一般消費者の方々はこの米粉倶楽部と、米粉が入っているよというのをアピールするためにマークを入れていただいております。

(某パンメーカー)は、普通のパン屋さん、町にあるパン屋さんなんですが、定期的に新しいメニューを開発していただいて、常に新しい米粉パンを開発していただいているというところでございます。

メーカー、製麺でいいますと、先ほど言いました(某製麺メーカー)ではフォーであるとかマカロニ、それから(某製麺メーカー)ですね、これはパスタですね。(某製麺メーカー)の先ほど言いました麺ですとかカステラなんかを開発していただいています。これは、県であるとか、各自治体、市、町の協力を得ながら開発をしているというところです。

県の自治体の動きです。山形県や新潟県、新潟県なんかは、R10プロジェクトということで、消費量を10%上げていこうということで、県一体となって取り組んでいるというところです。

あと、熊本県ですと、コメロンパン、これは高校生が開発したメロンパンなんですけど、コメロンパンですね。米を使ったメロンパン。

それから長久手町、愛知県ですけど、こちらは米粉の起業をする方々に補助金を出すとい

うような制度を行っているというところでございます。

流通です。(某大手スーパー) など。ちょっと派手派手しくて恐縮なんですけど、各店頭で米粉倶楽部のポップを貼っていただいたり、ポスターを貼っていただいたりということで、売り場を盛り上げて、少しでも消費者の方の目にあたるように掲出をしていただいていると。

百貨店も同じです。都内だけではなくて某百貨店さんとか、地元のデパートにもこういった形でご協力いただいて、掲出の方をいただいているというところでございます。

特に(某百貨店)なんかは、米粉ロール選手権ということで、12店舗、12種類のロールケーキを一堂に会しまして選手権をしまして、日々、1位、2位、3位ということで順位づけをして競わせたというような、そういった選手権も行っているというところでございます。

社員食堂もあるんですね。工場とか、当然、県内に沢山あると思いますが、社員食堂で米粉を使ったメニューで、シチューであるとか、から揚げであるとか、天ぷらであるとか、うどんであるとか、パスタであるとか、ということで使っていただいております。各企業さんがというよりは、給食会社であったり、社員食堂の会社さんが主体となってやる所があると思いますが、そういった企業様にもご協力いただいて、米粉のメニューを開発していただいているといったところでございます。

外食ホテル、こちらの方もいろいろフェアがありますよね。例えば、北海道フェアとか、青森県フェアとか、沖縄フェアとか、いろいろありますが、そういったフェアに乗じて、特に(某外食ホテル)は、いつも春のメニューだけだったんですが、ここにフード・アクション・ニッポンのロゴ掲出をいただいたり、米粉を使っていたりということで、県内にも沢山ホテルさんがいますので、そういった所にご協力いただくというのも1つの手なのかなと。それはもう、県内の方々の消費、それから県外からのお客様にも召し上がっていただける良いチャンスではないかなと思います。

道の駅も沢山あると思います。SAPAはサービスエリアとパーキングエリアですね。こういった所にも県産の米粉を使った商品を、特にSAPAなんかは県外からのお客様も沢山買うと思いますし、道の駅は、今やもう1兆円産業と言われていたぐらい、かなり地元の方のスーパー代わりといったところもありますので、こういった所に米粉商品を置いていただいて、消費拡大に寄与いただいているというところでございます。

今、いろいろ連携のお話をさせていただきました。ホームベーカリーの世界にも今、皆さん、耳にされたことがあると思いますが、“ゴパン”というお米を入れるだけでパンが出来ちゃうという機械も大変好評に売れているということで、以前は三洋電機だったんですけども、統合されましたので、今はパナソニックゴパンということで、新しく11月から発売されて売れ行きの方は好調だと思います。他のメーカーなどでもいろいろ米粉を使った製品もできてきているところでございます。

米粉のマーケットの状況ということで、皆さんのいろんなご意見、供給者であるとか生産者であるとか、消費者の方のいろいろなご意見をいただいて、新しいマーケットが作れないかなと、そういったいろいろな知見を集めまして、その知見を集約できないかなということで、米粉倶楽部アカデミーというものを立ち上げさせていただきました。

これは、特徴ある商品の紹介であるとか、多様な米粉情報を集めた情報プラットフォームであるとか。それから、消費者の関心、注目度を活用するといったようなことを目的に米粉倶

楽部アカデミーというものを、アカデミーと付くぐらいですから、ちょっと学ぶとかヒントになるといったところを掲げさせていただいたところでございます。

皆さんのページでいいますと18ページになります。先ほど言いました、これは情報を集めた情報プラットフォームということで米粉倶楽部アカデミーというものを立ち上げさせていただきました。質問項目ということで、「米粉に使うお米には、産地を売りにしたものや、有機栽培などのお米、玄米もあるのでしょうか？」をクリックすると答えが出てくるというような、こういった質問コーナーみたいな形でさせていただいておりますので、是非、ご覧いただきたいと思います。

消費者の関心を集めることが1番重要だと思っております。「米粉気になるランキング」ということで、消費者の方々が点数を入れていただいて、随時、更新をしています。1位から10位まで表示されるようになっております。こういったものを見ていただくというのも面白いかなと思います。

特徴のある商品、情報を集めたプラットフォーム、消費者の関心・注目度を活用ということで、企業であるとか団体であるとか自治体であるとか、消費者の方、生産者の方、マッチングというのも今、事務局の方ではさせていただいております。A社さんが、「こんなピューレが欲しいんだよね。」、B社さんが「こんな米粉が欲しいんだよね。」「こんな製粉をして欲しいんだよね。」と言ったところで、課題があると思いますが、そういったお悩みを私共どもフード・アクション・ニッポンの方にお問い合わせいただいて、それをマッチングする。そうすることによって新しい商品が開発できるということで消費が伸びていくわけですので、そういったお手伝いも私どもはさせていただいておりますので、どうぞお気軽に、青森県さんを通じてでも結構ですし、直接でも結構でございますので、是非お問い合わせいただければと思います。

食料自給率を1%向上させるために私達ができることは？ということで、4つほど書かせていただきました。これが全てではありませんけれども、こういった地道な活動、これは国民運動でございますので、私、いつも申し上げているのが、一人ひとりの自分ごと化が重要ですとお話しているんですけども、私だけやればいい、あなただけやればいいということではなくて、皆が少しずつ積み上げていくことというのが非常に重要なのかなと思いますので、是非、ご協力いただければと思います。

ちょっと米粉とは違うのですが、被災地支援の取り組みということで、今年は食べて応援しようというような取り組みをさせていただいております。東日本大震災の被災地及び被災地周辺の農林水産物、加工品、これを積極的に食べて、食べることによって応援しましょうということで、首都圏を中心に消費拡大に努めております。お陰様をもちまして、消費生活者調査をさせていただいたところ、こういった意識の方々は50%以上の方が意識をさせていただいているという調査が出ました。調査で50%以上というのは、なかなかないことなんですけど、こういった被災地及び被災地周辺の支援というのもフード・アクション・ニッポン、国民運動でございますので、していきたいなというような想いをもちながら、また、次年度も

含めて、米粉を中心に進めさせていただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

こちらで終わりにさせていただきますが、米粉を中心に民間企業、自治体の活動内容をご紹介させていただきましたが、何かお悩み、課題等がございましたら、何なりとお問い合わせいただきまして、一緒になってご解決していきたいと思っておりますので、是非、フード・アクション・ニッポンを覚えていただきたいと思いますし、米粉倶楽部のほうにご参加いただければと思ひまして、講演を終わらせていただきたいと思います。

ありがとうございました。

(質問：上小国ファーム)

実は私共も米粉の製粉機を入れて、そして今、普及活動を行っております。

そこでこれは質問ではないんですが、お願いとして、是非、米粉倶楽部の方に、学校給食のほうに全て、パンは米粉パンというふうな感じの進め方を是非、やって欲しいということなんです。

実はこれ、私共もやっておりますが、なかなか栄養士さんとか、あるいは学校給食の原料費ですか、260円から290円ということで、なかなか使ってもらえません。従いまして、これは国を挙げてやっぱり少子化とかそういうものも考えれば、食育なども考えれば、是非、学校給食は米粉を使ったパン、そういうものを是非これから大いに増やしていただきたいと思います。

以上です。

(渋谷氏)

ありがとうございます。

先ほど、ちょっと流してしまいましたが、米粉パンの学校給食導入状況ということで、皆様の資料の12ページの下の方に書いてありますが、導入されて、一切されていないわけではないんですね。今、学校給食現場でも、栄養士さんが決めるということが強いようでございまして、今、栄養士協会さんも巻き込んだ形で学校給食の方にはトライはさせていただいておりますし、国の方にもそれは申し上げていくつもりでございます。

学校給食は子どものうちに米粉の食感であるとか美味しさというものを植え込めば、植え込めばというのは適切か分かりませんが、やっぱりこの美味しさが持続する、大人になっても持続するのかなということで、子どもの食育というものを私共も非常に重要な課題だと思っております。

社食が成功いたしましたので、決して学校は駄目とは思っておりませんので、是非、ご期待いただいといたしますか、しっかりとトライしていきたいと思ひます。