

## 「米チェン」「麦チェン」の取組について

平成25年2月18日  
北海道農政部

## I 「米チェン」の取組

## 1 「米チェン」の経緯

- 平成17年にオール北海道で道内食率向上に取り組む「北海道米食率向上戦略会議」を設置し、米主産県並みの食率80%を目標に、道内における北海道米への「米チェン」を推進
- さらに、地域段階にも北海道米食率向上戦略会議を設置し、関係者が一体となって「米チェン」の取組を推進

「米チェン」とは… 米主産県並の食率をめざして、道内で消費される米を府県産米から北海道米へのチェンジを推進する取組

## 2 具体的な取組

## (1) 生産面での取組

## ア 良食味・優良品種開発

良食味米については、「ゆめぴりか」など府県産ブランドに対抗できる品種が開発されており、ブランドの信頼性を維持するため、「北海道米の新たなブランド形成協議会」において、作付規模やタンパク含有値の基準を設定するなど品質向上に努力

## イ 高品質米の安定集荷・供給の確保

高品質米を確保するため、タンパク含有値等に応じた仕分け集荷に取り組んでおり、これにより、北海道米の食味確保に向けた産地の意識づけや、実需者からの評価向上、品位に応じた用途別販売などに効果

## ウ 高品質・低コスト生産体制

良食味で値頃感のある家庭用・業務用米などのニーズに応えるため、栽培技術の向上や、省力・低コスト生産に取り組むとともに、直播栽培や無代かき栽培などの新たな技術の導入を推進

## (2) 消費拡大の取組

## ア 道段階の取組

各種イベントでの北海道米のPR活動や親子料理教室の開催など、全道的な消費拡大運動を展開

→ 「北海道米LOVE」CMの放映、ポスター作成、  
ANAオープンゴルフトーナメント など

→ 北見市「たんのカレーライスマラソン」、帯広市「平原まつり」 など

## イ 地区段階の取組

漁協や観光協会などと連携した地域イベントにおける北海道米のPR活動や小学校への出前授業、PRキャラクターの作成など、地域段階における消費拡大運動を展開

## 【取組事例】PRキャラクター「コメファイター」

- ・ 留萌管内では、「ななつぼしレッド」や「ゆめぴりかブラック」などの戦隊キャラクターを作成し、CGや着ぐるみなどの普及啓発資材によるPRを展開しており、ご当地キャラとして地域に浸透するとともに、るもい米の消費拡大に大きく貢献



## ウ 関係団体による取組

北海道鮭商生活衛生同業組合では、平成19年から、10月3日を「道産の日」とし、北海道米や道産昆布、道内各地の特産物を使ったご当地限定のり巻き「道産巻」を通して、道産食材の安全性・品質の良さをPRするなど、関係団体がそれぞれ独自の取組を展開



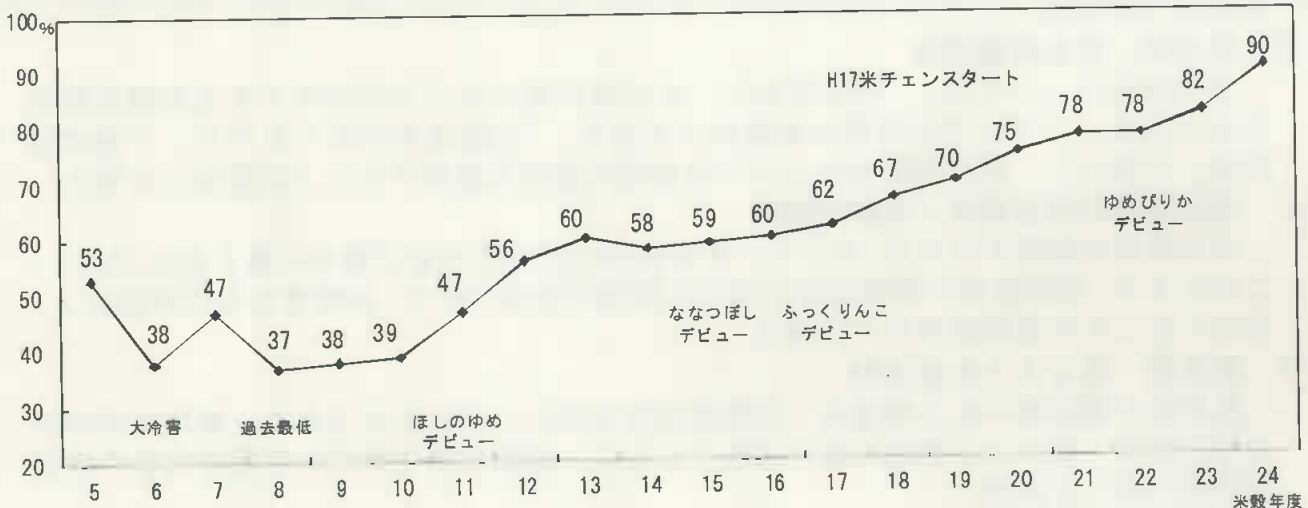
## 3 取組の成果

こうした取組等によって23RYの道内食率は82%となり、目標の80%を達成したことから、24年度以降の新たな目標を85%に設定し、北海道米の食率の低い地域での重点的なPR活動などに取り組み、24RYの道内食率は、北海道米のおいしさの認知度がさらに上昇したことや、東日本大震災や原発事故の影響により安全・安心な北海道米への需要が高まった要因も加わり90%へ上昇

平成24米穀年度の北海道米の道内食率（暫定値） = 90%  
（前年度より8ポイント向上、過去最高値）

※平成24米穀年度：平成23年11月～平成24年10月

### 【北海道米の道内食率の推移】



## 4 今後の取組方針

### (1) 高品質・低コスト生産の推進

「売れる米づくり」を一層進めるに当たり、極良食味米の銘柄を確立するため、栽培技術の向上に努める一方、値頃感のある家庭用・業務用米については、直播栽培などによる省力・低コスト化を推進

### (2) 道内食率目標85%の確保

今後、米価変動や原発事故の影響など北海道米を取り巻く需給情勢が変化しても、道内食率85%を着実に維持・確保できるよう、引き続き、関係機関・農業団体等と一体となって北海道米のPR活動に取り組み、北海道米のファンをさらに拡大

### (3) 多様なニーズに応える生産体制の確立

「売れる米づくり」を基本として、高品質なブランド米に加え、値頃感のある業務用米をはじめ、加工用米・備蓄米などを含めて安定的な供給体制を構築し、消費者や実需者の多様なニーズに応える北海道米ブランドへの信頼性の一層の向上

### (4) その他

ア 北海道産の酒造好適米で醸造した道産酒の普及を図る「酒チェン」などの新たな取組の展開

イ 極良食味品種の早期育成のほか、価格優位性の確保に向けたコスト低減技術の開発や安定生産のための生産基盤の整備の推進

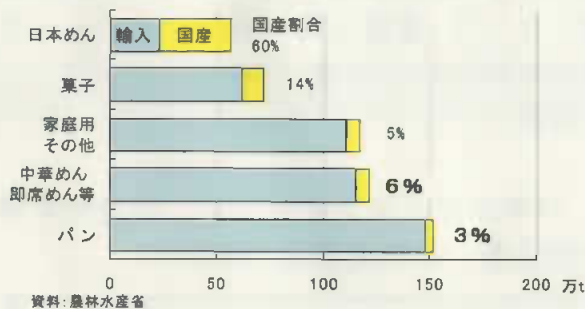
## II 「麦チェン！」の取組

### 1 麦チェン!とは

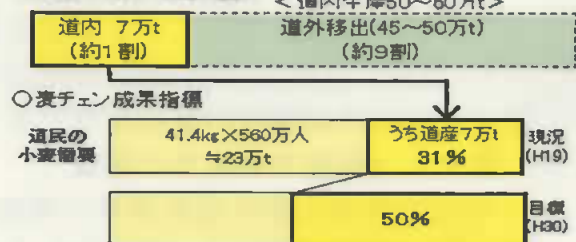
- 本道は国産小麦の6割以上を生産する主産地であるが、その多くが道外に移出され、道民が消費する年間約23万tの小麦のうち、道内で製粉した道産小麦利活用率は31%と少ない実態
- このため、平成21年度から、道産小麦の地産地消と付加価値向上を推進するため、生産から流通、消費に係る関係機関・団体で構成する「麦チェンネットワーク会議」を設置して、相互の連携を強化し、関係者が一体なって、「麦チェン！」の取組を展開



□ 小麦の主な用途と国内産の使用状況 (平成21年度)



○ 道産小麦の流通(推計) <道内生産50~60万t>



麦チェンとは・・・輸入小麦から道産小麦への利用転換を推進する取組  
 <道産小麦利活用率 31% (現状) → 50% (目標: H30) >

### 2 具体的な取組

#### (1) 生産面の取組

##### ア 主な品種開発

- ・ 日本めん用小麦では、平成18年に育成された秋まき小麦「きたほなみ」が、クリーミーな粉色が実需からASW並との高い評価
- ・ パン・中華めん用小麦では、「ハルユタカ」、「春よ恋」といった春まき小麦が中心となり、平成19年には「はるきらり」が育成されたが、近年は、「キタノカオリ」をはじめとした秋まき小麦の品種開発も進められ、最近では、平成21年の超強力小麦「ゆめちから」につづき、平成24年には「つるきち」が育成

○ 道産小麦の用途別作付割合 (25年産見込み)

用途	区分	主な品種	付面積(ha)	割合(%)
日本めん用	秋まき	きたほなみ、きたもえ	97,816	84.2
	春まき	ハルユタカ、春よ恋、はるきらり	7,339	6.3
パン・中華めん用	秋まき	キタノカオリ、ゆめちから	10,984	9.5

#### イ 「ゆめちから」や「きたほなみ」等の安定栽培技術の普及

- ・ 普及展示ほの設置、栽培技術検討会の開催
- ・ 高品質安定生産及びブレンド指針の策定

#### ウ 「ゆめちから」等の加工適性評価

- ・ 新たな秋まき超強力小麦「ゆめちから」と道内主力品種である日本めん用小麦「きたほなみ」のブレンド粉の製パン・製麺適性を評価  
→ 道内の製パン7社及び製麺8社に配付し、各社が普段使用している輸入小麦粉と比較
- ・ 評価結果を取りまとめたパンフレットを作成し、関係者に広く配布

### (2) 流通・消費面の取組

#### ア 麦チェーンサポーター店の登録

店舗での道産小麦使用率が30%以上、または、道産小麦100%の商品を1アイテム以上提供していることを要件として、道産小麦の製品やメニューを販売・提供する外食店や製造・販売店等を対象として登録（H21～）

※25年1月末現在の登録数は241店舗

#### イ 麦チェーン交流フェスタの開催

地域や民間企業の取組事例の発表、パネルディスカッション、試食会を通じて、道産小麦関係者が一堂に会した交流会を、毎年度実施（H21～）

#### 【取組事例1】江別産小麦を使った地産地消の取組

- ・ 平成10年から江別市内では、生産者と地元企業が連携して、江別産小麦の普及・振興や地産地消の取組を推進
- ・ 地元製粉企業で製粉した江別産ハルユタカを使用した「江別小麦めん」を商品化し、地元飲食店で提供するなど、小麦の生産から、製粉・製麺までのすべてを市内で完結



## 3 今後の取組方針

### (1) 生産面の取組

各試験研究機関において、めんやパン、菓子の加工適性に優れ、病害や障害に強い小麦品種の開発を進める。

また、農業試験場との連携の下、「ゆめちから」の実証展示ほを設置し、栽培特性などの理解を深めるとともに、実証展示ほにおける生育調査を基に栽培マニュアルを作成して、栽培技術の向上を図る

### (2) 流通・消費面の取組

今後、市場への流通の拡大が見込まれる「ゆめちから」をはじめとした道産小麦の利用促進に向けて、麦チェーンサポーター店の連携強化とその登録拡大を図るとともに、より一層の利用転換を図るため、実需者及び消費者へのPRを加速