

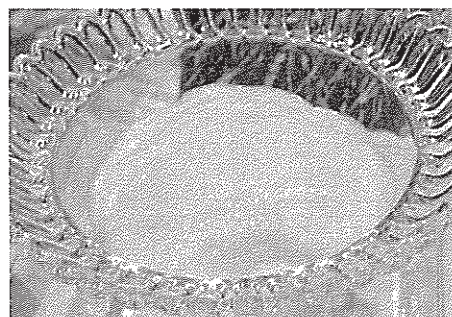
コメ改革の起爆剤になるか？ 新規需要創出をねらう コメのピューレ



収穫前のあきたこまちの田んぼ（記事とは関係ありません）。

生産現場でコメ改革の急先鋒として走ってきた(株)大潟村あきたこまち生産者協会（以下、こまち協会）の涌井徹代表が、需要を掘り起こすために新たな仕掛けに打って出た。コメを素材にした調味料にも乳化剤にもなる「コメネピューレ」である。多用途に活用できる新たなコメ食品を投入し、コメ産地の活性化を図る。

文・写真（田んぼ写真以外）◎窪田新之助



米の細胞を破壊せずピューレにした「コメネピューレ」。ゼラチンなどの引き合いも多い。

「コメに関する研究はこれからだが、リンゴではその成果が確かめられている。青森県産業技術センターが「王林」で糖度（Brix）を損なうこともない。旬の素材をネピューレに加工して急速冷凍しておけば、加工品として通年でそのおいしさを味わえる。

乳化剤は、天然素材では卵黄や大豆のレシチン、牛脂などから作られる。また化学的に合成されたものもある。たとえ安全性が担保されていても、食品添加物を気にする消費者は少なくない。その点、コメネピューレなら「乳化剤」ではなく「米加工品」「米ペースト」などと表示できるという。

東 京都千代田区にあるJA共済ビルで6月上旬、こまち協会とネピューレ社がコメネピューレの発表会を開いた。詰めかけたのは300人以上。報道陣に加えて、山崎製パン(株)や(株)不二家など大手食品メーカーの会長や役員が顔をみせていることから、新たな食品素材としての注目度の高さがうかがえる。

ネピューレとは、ネピューレ社独自の新たな加工技術によって穀物や野菜、果物をピューレにした食品のこと。加工方法は、素材を水洗いする→過熱蒸気にかける→遠心分離技術で加水することなくピューレに仕上げる、といった流れである。特徴的なのはピューレにする過程で素材の細胞を破壊しないことで、栄養成分の流出を防げる。素材のうまみや香り、機能性を損なうこともない。

旬の素材をネピューレに加工して急速冷凍しておけば、加工品として通年でそのおいしさを味わえる。

コメに関する研究はこれからだが、リンゴではその成果が確かめられている。青森県産業技術センターが「王林」で糖度（Brix）を損なうこともない。旬の素材をネピューレに加工して急速冷凍しておけば、加工品として通年でそのおいしさを味わえる。

乳化剤は、天然素材では卵黄や大豆のレシチン、牛脂などから作られる。また化学的に合成されたものもある。たとえ安全性が担保されていても、食品添加物を気にする消費者は少なくない。その点、コメネピューレなら「乳化剤」ではなく「米加工品」「米ペースト」などと表示できるという。

すでに果物や野菜のネピューレは商品化されているが、コメネピューレはこれから。用途は調味料や乳化剤。なかでも主要な用途となるパンの製造では、ふかふかした食感を出し、維持するために使われる乳化剤の代わりにコメネピューレが使えるという。同じく乳化剤を用いるマヨネーズやサラダドレッシングにも応用できる。

新技術部門優秀賞を受賞した。

すでに果物や野菜のネピューレは商品化されているが、コメネピューレはこれから。用途は調味料や乳化剤。なかでも主要な用途となるパンの製造では、ふかふかした食感を出し、維持するために使われる乳化剤の代わりにコメネピューレが使えるという。同じく乳化剤を用いるマヨネーズやサラダドレッシングにも応用できる。

米粉用米50万tの2割をネピューレ

こまち協会の涌井代表は、コメネピューレの製造にあたって自身が100%出資する新会社、(株)ネピューレ東北（秋田県大潟村）を創業した。コメネピューレの製造装置は、1日当たり150〜450kgの少量型、15〜24tの中量型、7t以上の大量型の3種類あり、同社が導入したのは大量型だ。補助金は使わずに設置したそのフロントを5月22日から稼働させている。原料にするのは秋田県産のコメだ。

この事業には新潟県も絡む。ネピューレ社、こまち協会、新潟県の三者は6月12日、米粉ビジネスで官民連携の協定を締結した。こまち協会がネピューレ用のコメ生産、ネ

ピューレ社が販路の開拓、県が情報発信を担う。県は将来的には自県にネピューレのプラントを設置することも検討しているという。新潟県では官民挙げて、輸入小麦の10%以上を国産米粉に置き換える運動「R10プロジェクト」を展開しているからだ。

また農業政策で、コメネピューレは米粉用米として扱われることになった。つまり農家はネピューレ用にコメを作れば、米粉用米を対象にした10a当たり最大10・5万円の交付金をもらえる。米粉用米の全国生産量は2011年が4万t。これを農水省は2020年に50万tに増やす目標を掲げている。涌井代表は記者会見で「50万tのうち10万tをネピューレにしたい」とぶち上げた。

これには根拠がある。ネピューレを使って米粉パンを作る際、米粉とネピューレの割合は4対1になる。つまり米粉用米50万tのうち米粉40万t、ネピューレ10万tというわけだ。涌井代表は、この10万tのうち3万tを大潟村で作付けする予定でいる。3万tというのは、大潟村におけるコメの生産量の6割に当たる数字だ。

この事業が注目されるのは、コメ改革に貢献する期待の大きさからだろう。現状のままでは稲作経営の将来は決して明るくない。主食

稲作農家のための加工技術とする

発表会で涌井代表は、大潟村では用途に関わらずコメの売り上げを10a当たり14万円にする計画を進めていることを明らかにした。村の平均経営面積は約15haだから、一経営体あたり2100万円。諸経費を差し引けば所得は1000万円になる見込みだ。まずは秋田県で生産、加工、販売に至るまでのビジネスモデルを作り上げる。その後には全国展開するうえで、ネピューレ社が製造を任せるのはあくまでも農家だ。

「コメネピューレを造れるのは食品加工メーカーではなく農家としたい。農家には収穫したコメを自分でネピューレに加工し、それを食品メーカーに売って儲けてもらう。この加工技術は農家のためのものと考えているからだ。製造が軌道に乗るまではネピューレ社が責任を持って買う。うちはロイヤリティだけで経営

が成り立つ仕組みにする。こうすることで、一つの大きな農業改革ができるのではないかとネピューレ社の加納社長は言う。

食品メーカーへの販路は現在、小売業者との商談を進めているところ。この点でキーマンとなるのは大手コンビニ(株)セブン・イレブン・ジャパンで常務だった加納社長である。涌井代表は強調する。

「普及させるうえで最大の壁は日本のマーケット。安いものは受け入れられるが、革新的なものにはなかなか受け入れられない。革新的なものを守るには相当なマーケティング力が必要。その点、食品業界に通じた加納社長がいることは極めて重要だ」

もう一つ重要なのは食品メーカーにとっての原価である。これについて加納社長は「乳化剤の代わりにネピューレを使うことで、

安くはならないが、それほど高くせずにおいしくできる。中間以上の価格のパンには十分に使ってもらえるコストになる」と語った。

ネピューレ社によれば、コメネピューレを使った商品の第一弾はパンで、今夏に出る。コメ改革の起爆剤となるか。今後の行方が注目される。

米粉用米の作付面積が減少

表1 新規需要米ベスト3の作付面積推移

	平成20年産 (2008)	平成21年産 (2009)	平成22年産 (2010)	平成23年産 (2011)	平成24年産 (2012)	平成25年産 (2013)
WCS用稲 (稲発酵粗飼料用稲)	9,089	10,203	15,939	23,086	25,672	26,600
飼料用米	1,410	4,123	14,883	33,955	34,525	21,802
米粉用米	108	2,401	4,957	7,324	6,437	3,965

※農林水産省「平成25年度 食料・農業・農村白書」より抜粋

表2 価格の比較 (60kgあたり)

米粉用米	2,000円程度
小麦	3,000円程度
米粉	7,200～18,000円
小麦粉	6,000円

※農林水産省「平成26年2月 米粉利用の推進について」より

「平成25年度 食料・農業・農村白書」によれば、新規需要米のうち、米粉用米の作付面積は2011年をピークに下降している。これは最終製品の需要の伸びが鈍いため、製粉コストが小麦粉に比べて高いことから、米粉の最終製品が割高になることが大きな理由だ。価格以外の、小麦粉にはないメリットや魅力の打ち出しが求められている。

コメネピューレを使った食パンのサンドイッチ。発表会で試食提供された。

