

～北のブランドカ～

確かなコムギの味で勝負する (いわみざわ小麦生産集団キタノカオリグループ)

石狩川の東側に位置し、空知の穀倉地帯であるJAいわみざわ管内は、パン作りなどに適した秋まきコムギ『キタノカオリ』の日本一の産地である。平成23年産の作付面積は604ヘクタール。収穫作業を前にした7月中旬、コムギ畑は黄金色に染まり始めていた。



「以前は脚光を浴びる作物ではなかったんですが、『キタノカオリ』が登場し、パンを焼いたり、消費者と交流するなかで、パンや中華麺に向けたコムギの消費ブームに乗ることができました。北海道が進める『麦チェン事業』（輸入コムギから道産コムギへの利用転換と、強力系コムギの生産増量）も追い風になり、胸を張って作れるようになりました」

と話すのは、「いわみざわ小麦生産集団キタノカオリグループ」の代表を務める渡辺辰一さん（39・写真左）。三笠市内でも指折りの大規模経営農家で、農地面積の3割にあたる43ヘクタールでコムギを栽培する。グリーン・ツーリズムの企画にも積極的に加わり、農業や農村の魅力を発信してきた。グループ誕生から5年、『キタノカオリ』の栽培を軌道に乗せ、小麦粉や加工品を使った地産地消の輪を広げている。

クリーン農産物の認証も取得 付加価値をつけて販路開拓へ

『キタノカオリ』は、かつて北海道の主要品種だった『ホロシリコムギ』を母に、ハンガリーの品種を父として誕生し、平成15年に道の優良品種に認定された。パン用として人気が高い春まきの『ハルユタカ』に比べて収量が多く、中華麺にも適した品種として登場。JAいわみざわ管内では、優良品種の認定と同時に生産が始まり、JAはいち早く岩見沢市内の学校給食向けに直接供給してきた。

『キタノカオリ』は、製パン特性や耐病性が高く、香りのよさと、もちもちとした食感が魅力。優れた特性をアピールしながら生産し、地域の特産物にしていくには、農家の組織づくりが欠かせない。

「うちは十勝やオホーツクにつぐコムギ産地ですが、うどんの原料になる『ホクシン』がほとんどでした。パン用の品種にも挑戦したけれど、うまくいかなかった。そこに登場した『キタノカオリ』の特色を際立たせ、付加価値をつけて販売する旗印にしようと考えたんです」

と、JAいわみざわ米穀課・考査役の西飯弘行さん（55・写真右）が振り返る。18年に設立された「キタノカオリグループ」の育ての親でもある。

同グループは、栗沢地区にある岐阜ライスセンター利用組合に所属する12戸を含め、18戸で構成されている。

独自の栽培基準を作り、平成19年には減農薬・減化学肥料栽培を進める「YE



S! c l e a n (イエス・クリーン) 生産集団の認証を受けた。現在の認証圃場は 107 ヘクタール。出荷後は江別製粉でひいてもらい、『いわみざわ小麦』の名称でブランド化してきた。

「連作するといいものができません。ダイズの後にコムギを作ると、実のぎっしり詰まった最高の品質になりますよ」

と、メンバーの滝谷陽一さん(59)が豆類との輪作効果を強調する。

グループのメンバーを含む約 200 人で行く「豆・麦・輪作研究会」の前会長で、輪作体系を確立することで収量アップにつなげてきた。ダイズの葉が落ちる前に、ラジコンヘリを使ってコムギを播種する技術を開発。さらに、一つの圃場でダイズとコムギ、米を順に作る「田畑輪換」の手法も確立しており、地域のリーダー的な存在でもある。

同研究会では、研修のたびにかならず加工品を試食してみる。その年に収穫した生産物の品質の違いを体感するためだ。

「品種ごとの味の違いがわかるようになり、みんなの『キタノカオリ』に対する思いが強まっていった」
(滝谷さん)

消費者に喜ばれるものを生産 地産地消やネット販売も定着

▼『キタノカオリ』の検査風景



消費者や関連業者との交流にも熱心に取り組む。グループとして、NPO法人「北海道食の自給ネットワーク」が進める「小麦トラスト」の会員になり、見学交流ツアーなどを実施したこともある。

「農家自身は気づかないが、農業には教育や癒しの空間としての価値もある」

と捉えている代表の渡辺さんは、
「交流のなかで、うどんを打ち、ラーメンを作り、パンを焼いたりして、『おいしい!』と言ってもらえると励みになる。『買ってくれるのは消費者』を念頭に、対等な関係で理解度を高めていくことがだいじです」と、力を込める。

昨年、『いわみざわ小麦』(イエス・クリーンのキタノカオリ)のJA出荷量は493トンに達し、うち74トンが小麦粉として地消された。JAいわみざわ直営のインターネットショップ「わくわく情熱広場」でも販売。「香りのよいパンがおいしく焼けました。農業を応援します」といったメールが

全国から相次ぎ、担当者感激させた。リピーターも多い。

「3年前のコムギの価格高騰後、肉食志向が高まり、家庭でパンを焼く人が増えています。ネット販売が伸びたのは、手頃な値段に加え、『JAが出している』という安心感があるからでしょう」(西飯さん)

地産地消も定着してきた。岩見沢市内には、『キタノカオリ』を原料に使うパン屋や、パスタ、ラーメンを提供するレストランなどが合わせて10店ほどある。いわみざわ公園内にある「レストラン はまなすの丘」では、『キタノカオリ』の粉があると知り、市内の製麺業者と一しょに生パスタを商品開発した。

「5年前からメニューに加え、お客さんからは『香りがいい』『独特のもちもち感がたまらない』と好評です。全体の8割ほどの方がパスタ料理を注文してくれ、うちの看板になっています」

と、料理長の三上憲一さんが話す。

また、JAいわみざわは本年度、『キタノカオリ』を素材にしたお菓子作りをテーマに掲げ、道の「麦チェーン事業」のモデル地域の指定を受けた。地場産のタマネギやワインとも結びつけ、ドイツの代表的なタルト「ツヴィーベルクーヘン」の商品化などに取り組み始めている。

さらに、国の戸別所得補償制度のなかで、パン・中華麺向けコムギに加算措置が新設されるなど追い風が吹いてきた。春まきの『はるきらり』とのセットで「いわみざわ小麦」のブランド力をさらに高める構想も練っている。

「作りやすく収量も多い『きたほなみ』の登場で、『キタノカオリ』の作付けが減っています。そんななか、うまく面積を増やしつつ、しっかりした理念を持って、消費者が喜ぶものを生産したい」

と、渡辺さんは意欲を見せる。

地元に着せながら、多くの人たちに発信するための努力が続く。

【産地のデータ】



JAいわみざわ管内は『キタノカオリ』生産量の約7割を占める日本一の産地。なかでも5年前に設立された「キタノカオリグループ」が生産するものはトップグレード。土づくりや農薬を減らすことにも徹底してこだわってきた。岩見沢市内の小中学校全校で給食のパンや麺類に使用。小麦粉は管内のAコープなどのほか、ネットショップ「いわみざわ農協わくわく情熱市場」でも購入できる。

<http://store.shopping.yahoo.co.jp/ja-iwamizawa/>