

【北のブランドカ】

裏切らない米（函館育ちふっくりんこ蔵部）



田園地帯のど真ん中に「北海道水田発祥の地」の石碑が立つ北斗市大野地区。古くから米作りが盛んで、南は函館山、北は駒ヶ岳を望む平野地帯だ。この地で、平成15年から栽培されている『ふっくりんこ』は、道南の稲作農家にとって待望の品種である。しかし、地元から生まれた米を、地元で愛されるまでの道のりは、平坦なものではなかった。

暑い日が続いた8月中旬、例年にない早さで色づく水田では、『ふっくりんこ』の稲穂がこうべを垂れ始めていた。

「これは、作る側にきちんと応えてくれ、消費者にも評価してもらえ、**“裏切らない米”**なんです。すばらしい資質を持つ品種だと、つくづく思いますね」

と、今年の春まで、生産から販売までを視野に入れた生産者団体「函館育ちふっくりんこ蔵部」の部会長を務めた、斉藤秀樹さん（60）が胸を張る。

試験栽培のころから手がけ、今は水田面積の約6割にあたる7ヘクタールで作る。販路の開拓に奔走した経験もあるので、この米に対する人気の高まりに自信を深めている。

大冷害に遭った平成15年、「地元の消費者に『おいしい』と言わせたい」との思いを込めて生産がスタート。厳しい栽培・出荷基準をつくり、実需者や消費者に働きかけ、『ふっくりんこ』を浸透させた。その歩みを振り返ると、道産米のブランド化を実現させたポイントが見えてくる。



これはいける！ 生産者主導の栽培

まわりを海に囲まれた道南地方は、7月後半に冷たいヤマセが吹くことが多く、早生タイプの品種では出穂期とぶつかる。過去に『ほのか224』『巴まさり』などの晩生品種が登場したが、品質や収量面で安定せず、いずれも姿を消した。稲作の歴史は古いものの、産地指定率は低く、多くの課題をかかえていた。

そんななかで、北海道立道南農業試験場（当時）が平成7年から育成を始めたのが、カリフォルニア米由来の『空系90242B』を母に、後の『ほしのゆめ』を父にもつ『渡育240号』（現ふっくりんこ）。生産者に委託し、13年までに現地試験が始まった。



「ほかの品種が早霜にやられても、この品種だけは大丈夫でした。耐冷性があるとわかり、興味をひかれたんだ」

と、大野稲作振興会の会長のかたわら、現地試験に協力した斉藤さんが振り返る。育種の責任者だった道南農試作物科長の田中一生さんは、「これからも『きらら397』一辺倒では冷害に泣く日がくる。ブランド米として根づいているコシヒカリよりもおいしいから、まずは食べて

みて」と、熱心に農業関係者を説得して回った。

各地の生産者団体やJA、行政などをつくる「函館育ち南部米品質向上委員会」はそのころ、玄米の白度基準をクリアしたものに広域ロゴマークを付けて販売するなどの努力を重ねていた。しかし、新たに『渡育240号』を導入するかどうかをめぐっては、紆余曲折があった。

「試験場や生産者、JA、ホクレンのあいだで激論になり、話が折り合わない。『また新品种で失敗するのでは…』と、販売する側も及び腰でした」

と述懐するのは、『ふっくりんこ』のブランド化を支えてきた、JA新はこだて大野基幹支店営農センター長の田山光幸さん(44)。みずから水田を作り、当時は函館育ち広域農協連が運営するライスターミナル(下の写真)の工場長。「おいしいだけ、高品質だけでは売れない」と考え、新品种の導入には否定的だったという。

「俺たちはなんのために米を作っているのか？ この米は、すごくおいしい。近所の人からおいしいと言われてうれしいから作るんだよな」

知内町の生産農家、橋本清一さんが発したひと言が、その場の雰囲気を変えた。地元の人から「おいしい」と評価されることを忘れていた生産者たちは、その言葉に納得した。

「もっと地元を向け、愛される米を作らなければ」

生産者がリードして話が進み、15年に道の奨励品種に採用された。地域で長年米作りをやってきた篤農家28人が協力して、20ヘクタールで本格栽培に着手する。

一般公募で寄せられた銘柄名は4,600通余り。道南在住の女性18人でつくる選考委員会が、「一粒一粒がふっくらとした、おいしそうなイメージ」から『ふっくりんこ』と決定した。その年は冷害に見舞われて出荷量は50トンにとどまったが、即完売する。



翌16年、「函館育ち南部米品質向上委員会」に生産者の広域専門部会として「函館育ちふっくりんこ蔵部」が設立され、独自のルールを作った。

土壌診断や種子の更新、苗の栽植密度など生産面に始まり、出荷から精算に至る基準を設けたが、とりわけ厳格なのは品質についてのルールだ。「精米タンパク含有量は6.8%以下」の基準を設け、「2年続けて7.6%以上の場合、翌年の種子は供給できない」「受け入れ検査などで8%以上のものは検査流通もしない」と厳しい。食味の良い低タンパク米になるほど価格が高い精算システムも創る。

「窒素分を与えすぎないようにする、その勘どころが難しい。土壌診断をしてケイ酸資材を適切に使うことも、基準値に収めるコツだね」（斉藤さん）

地元を向け行った販路開拓



生産者みずから『ふっくりんこ』を持参し、まず業務用の販路を開拓した。だが、当初はスーパーや米穀業者から販売を断られる日々が続く。国に依存して独自に売っていく努力を怠り、地元の人たちに目を向けてこなかった——。そうしたことのツケがまわり、悪戦苦闘しなければならなかったのである。

そんななかで、真っ先に『ふっくりんこ』を購入してくれたのは、函館市内を中心にファストフード店を展開する「(有)ラッキーピエログループ」。当時、旧大野町の町長だった吉田幸二産さんと、同社の社長、王一郎さんとの出会いが供給のきっかけになった。

「ライスターミナルからお米をもらい、銘柄は出さず、ずっと使ってきた宮城産『ひとめぼれ』と食べ比べてみた。集まった同店の店長たち全員が『ふっくりんこのほうがおいしい』と評価し、これでいくことになりました」

と、副社長の王未来さん（40）が笑顔で話す。炊きたてを提供するために「当日、精米したもの」「1.5キロ詰めのパッケージで」が購入の条件。18年産米の50トンから始まり、今では年間百トンへと使用量が増えている。

米を皮切りに野菜類や肉も地元や道産のものに切り替えた。その比率は全体の8割。積極的な地産地消の取りくみは、ファストフード業界では群を抜く。

「うちの新年会に『ふっくりんこ蔵部』の会員が参加したり、こちらから水田を訪ねたりすることで、生産者の顔が見えるようになりましたね」（王副社長）

「ふっくりんこ蔵部」では、各種イベントをとおして販売促進を進める一方、地元のFM放送局の番組に出演したり、函館大妻高校の食育授業を受け入れたりするなど、広く発信

する取り組みを続けている。

函館特産のイカ飯や、老舗の五島軒が製造する洋菓子にも『ふっくりんこ』が使われるようになった。昨年秋からは日本航空国内便のファーストクラスの機内食にも供給中。搭乗客から「あのお米を送ってほしい」と注文が舞い込む。

議論の末の大きな決断

年を追って作付面積が増えるなかで、「ふっくりんこ蔵部」は議論の末に大きな決断をする。19年にJAきたそらちの生産者団体と「ふっくりんこ産地サミット」を開き、栽培方法や品質管理について産地協定を締結したのだ。たがいに提携してブランドを守っていくことを誓い合い、全道デビューを果たす。



今、JA新はこだて管内だけで『ふっくりんこ』の生産者は700戸、作付面積は2,000ヘクタールに達した。生産現場の底上げを図り、地元の消費者をたいせつにしながら、一歩ずつブランドづくりを進めていく――。

つねにその最前線に立ち続けてきたJAの田山さんは、「ずっと、『消費者目線でどう努力するか?』ばかり考え、お米の品種に勉強させられました。飲食店などの考え方を学ぶなかで、自分の人生も変わった。品質を落とさないことはもちろん、生産量を抑えるなどの工夫も必要かもしれません。いい気にならず、生産者とともに、これまでのモチベーションを持ち続けたい」

と、口元を引き締めた。

熱い議論を交わし、生産者が主導してブランドの魅力を発信していく。道産米の新境地を開いた「ふっくりんこ蔵部」の実践に学ぶことは多い。