

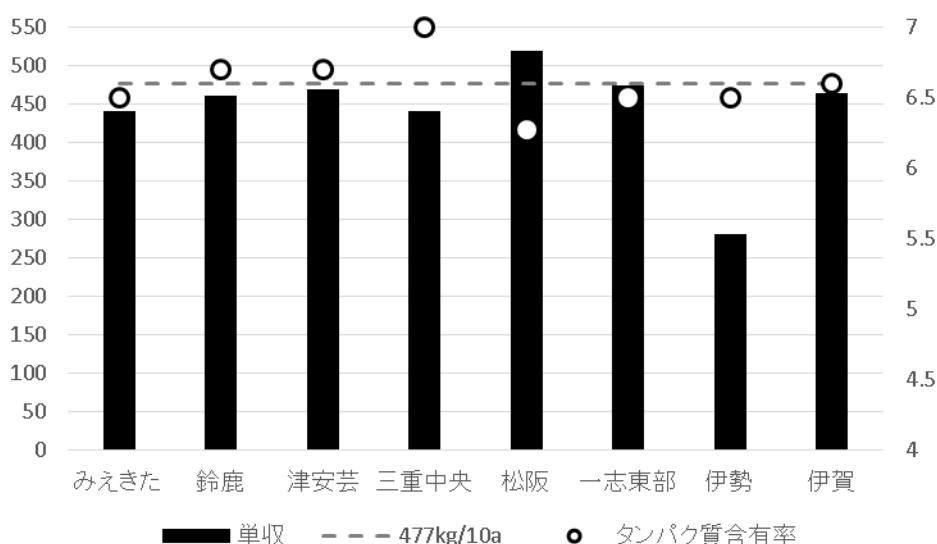
結 び の 神 通 信 第 17 号

令和2年2月

令和初の「結びの神」の収穫も終わり、令和2年産に向けた準備をはじめていること
と思います。今回は、令和元年産の生産・販売動向をお知らせします。

■令和元年産「結びの神」の生産結果について

令和元年産の「三重23号」作付面積（基幹流通）は179ha、集荷量は814tで
平均単収は454kg/10aとなりました。三重県全体の単収が477kg/10a、作況指
数が95であったこともあり、三重県全体として厳しい結果となりました。一方、1
等米は775.8tで 1等米比率は約95.3%とコシヒカリの1等比率22.6%を大きく
上回る結果となり、改めて高温に強い品種特性が発揮された年となりました。最終的
な「結びの神」合格量は732.4t、集荷量の90%となる見込みです。



JA 別に見ると、このような厳しい年でも安定した収量・品質を確保できた産地も
あり、改めて各地域の条件に応じた作りこなしの重要性が再認識できる年となりまし
た。2月14日に開催する「三重の新たな米協創振興会議」でもご紹介いただきます
が、JA 松阪では、品質向上に向けて生育初期及び中期における巡回指導、収穫適期
判定と作柄状況確認のための生産者参加の現地検討会、反省会及び次年度の計画検討
会などを毎年実施しています。

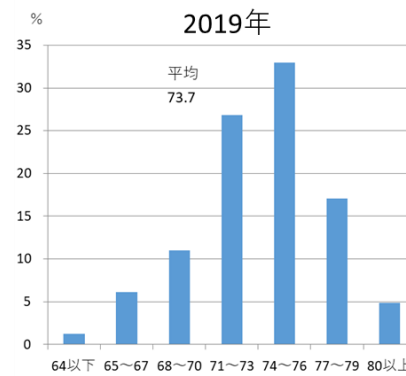
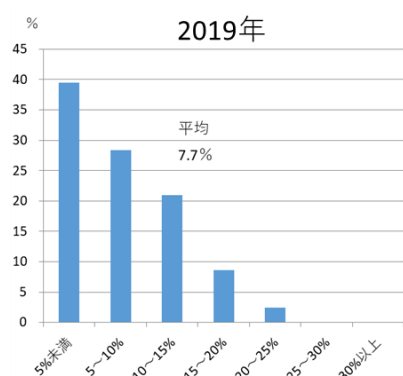
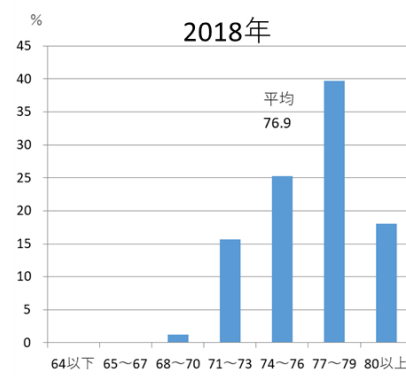
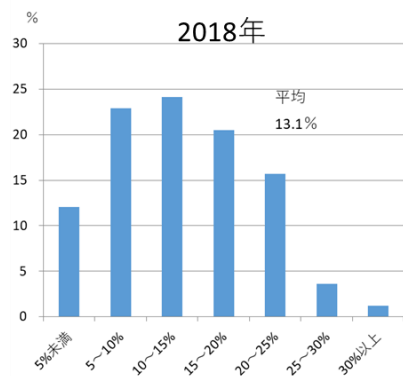
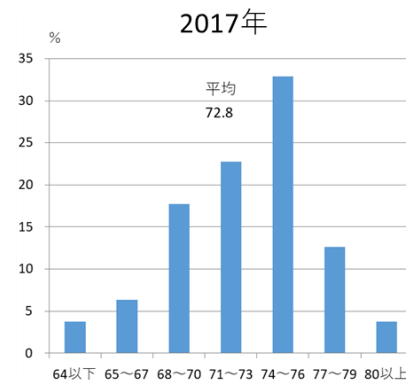
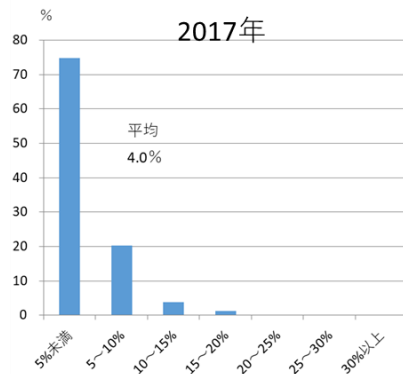
令和2年産の作付けが目前に迫っています。有機物施用、土壌改良剤散布、深耕な
ど産地一丸となって万全の準備をお願いします！

■令和元年産「結びの神」の生産者別品質分析結果をお知らせ

株式会社ミエライスのご協力をいただき、令和元年産「結びの神」の生産者別品質
（外観・食味）分析を行いました。この取組は、平成29年度に開始してから3年目

を迎えます。

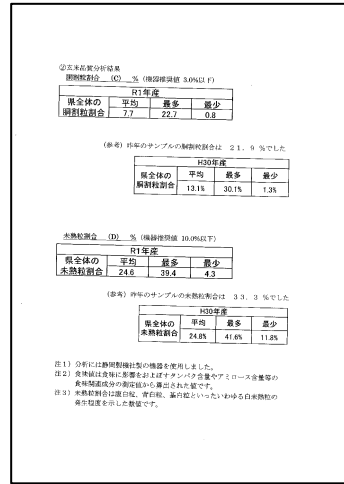
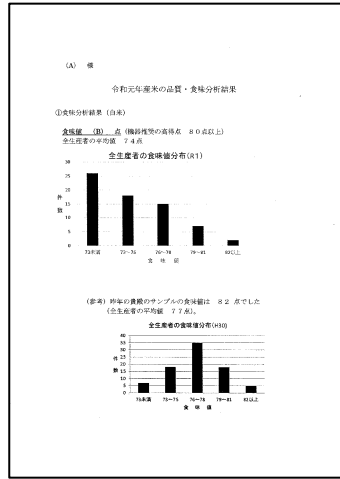
過去3年間の取組結果から、胴割粒については、猛暑であった2018年に増加しており適期収穫が難しかったことが伺われますが、前年と同様に猛暑であった2019年には減少していることから、**高温条件下でも収穫適期の判断技術が向上している**ことが伺われます。食味についても、日照不足であった2019年の平均が2017年の平均を上回り、気象条件に応じた栽培が実践されていることが伺われます。このように、**県全体では、栽培技術が向上している**ことがわかりました。



(胴割粒)

(食味)

生産者別の結果については、昨年度との比較および県平均との比較で当該生産者のポジションがわかるように結果通知を作成しております。**今年産と前年産の結果を比べ、令和2年産の栽培に役立てて下さい。**



生産者別分析結果表 (左: 表面 右: 裏面)

なお、生産者別品質分析は今年度で一旦完了とさせていただきます。さらなる品質向上に向け、同様の取組を各産地で実施することもご検討下さい。

■いなべそば祭で「結びの神」をはじめてPR

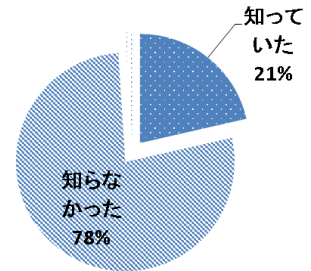
～北勢地域での知名度は??～

11月3日にいなべ市で開催された「いなべそば祭」において、はじめて「結びの神」のPRを行いました。また、PRと併せて「結びの神」の認知度もアンケート調査しました。

アンケート調査の結果から、県外からの来場者も多く「結びの神」の知名度が低い(21%)ことがわかりました。一方、試食した消費者からは、「いつも購入している(近隣県の)米とは違う食感」という声が多く聞かれ、「県外ではどこで買えるのか?」と尋ねられるお客様もみえました。

北勢地域は、県が実施した県民アンケート結果で他地域と比べて県産米の消費割合が低くなっていますが、消費者は概ね「結びの神」の食味に好印象であったことから、今後も継続して知名度の向上に努めます。

「結びの神」認知度



ステージイベントで「結びの神」をPR



試食はすぐに売り切れる人気でした

■ 1月17日は「おむすびの日」!

県内マルヤスで「結びの神」を使ったおむすびをPR

平成7年1月17日に発生した阪神・淡路大震災の時、ボランティアの手で被災地に届けられた炊き出しの「おむすび」は、被災者に希望とぬくもりを与え、お米の大切さを再確認させてくれました。この大震災での体験をきっかけに、食料とりわけ、お米の重要性、ボランティアの善意をいつまでも忘れないために、「ごはんを食べよう国民運動推進協議会」(事務局:兵庫県農政環境部、平成11年4月から30年8月で協議会としての活動終了)が1月17日を「おむすびの日」に定め(平成12年に日本記念日協会登録済)、平成30年より公益財団法人米穀安定供給確保支援機構に理念が引き継がれています。

県内卸、JAと県で構成する「みえの米ブランド化推進会議」では、毎年、「おむすびの日」に合わせて県産米のPRに取り組んでいます。今年度は、マルヤスの協力を得て、県内の3店舗において「結びの神」のPRを行いました。冷めてもベチ

ヤつかず、粒がしっかりしている「結びの神」はおむすびとの相性もバツグンです。日頃からおむすびを販売している店舗において、改めてお米の大切さを発信したことで、消費拡大につながる事が期待されます。



■ 三重調理専門学校生徒さんに 「お米について」の出前講義を行いました。

三重調理専門学校は、食のプロを目指す学生が集い、多数の調理師を育成しています。みえの米ブランド化推進会議では、1月21日に1年課程、28日に2年課程の学生向けに「お米について」の出前講義を行い、「結びの神」をはじめとする県産米の取組を紹介しました。

講義では、はじめに全農みえより「お米の洗い方」について説明しました。昔に比べて精米機的能力が向上したことで力を入れて洗わなくてよい、研ぎ汁が透き通るまで洗わなくてよいなど消費者に美味しいごはんをお届けするコツを説明しました。続いて、県農産園芸課より「お米の種類と品種開発」について説明しました。コシヒカリなど一般的な品種と「結びの神」など県が育成した品種の違いとそれぞれに合う料理などを説明しました。最後に、①「結びの神」②三重県産コシヒカリ③みえのゆめ④複数原料ブレンド米、の食べ比べを行いました。生徒たちは、米の違いを感じるために真剣に食べ比べに取り組み、「結びの神」は「甘くて粒がしっかりしている」との声が聞かれました。

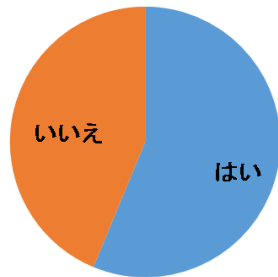


また、受講者を対象としてアンケートを行ったところ、**「結びの神」の知名度は1年課程で56%、2年課程で31%となりました。**同専門学校の教諭によると、社会

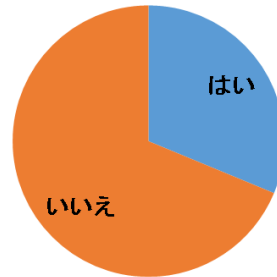
人経験者が多い1年課程と違い、2年課程の学生は高校卒業直後に進学する生徒が多く、スーパーで食料品を購入する機会が少ないため知名度が低い、とのことでした。

今後も引き続き、三重調理専門学校と連携し、未来の調理師が県産米を選んでいただけるような取組みを続けていきたいと考えています。また、アンケートから明らかになったように、**若年層の知名度向上**についても検討していきます。

1年課程



2年課程



三重調理専門学校生の「結びの神」知名度

■ 「結びの神 Premium」が試験的に関西デビュー ～おこめの美米庵で試験販売を実施～

オリンピック東京 2020 大会後を見据えた大都市圏での販売の一環として、**1月より関西圏で高級米穀店を展開するおこめの美米庵(びまいあん)3店舗(難波、泉北、京都)で「結びの神 Premium」の試験販売をはじめました。**関東以外の地域で「結びの神 Premium」の販売ははじめてということで、販売初日の1月24日と25日には、高島屋大阪店(大阪市中央区難波)で試食PRを行いました。

有機栽培や特別栽培の米も並ぶ中、試食された方からは、「硬めで甘い」、「これまでの商品と違った食感が特徴的」など声が聞かれ、多くの消費者にお買い求めいただきました。栽培方法だけでなく、米の食味がしっかり評価いただけたと考えています。

当面の間、3店舗での試験販売を行い、「結びの神 Premium」を評価していただきます。**今後、定番商品としての取扱いにつながるよう、事業者との連携を図っていきます。**



【事務連絡】令和2年産「結びの神」が足りません！

令和2年産「結びの神」は、拡大する需要に対応するため **300ha を目標に推進** を図ってきましたが、**作付予定面積は需要を下回っています**。田植え直前ではありますが、作付面積の拡大が可能な生産者のみなさまは、お近くの JA または 県事務所へお声掛けいただきますようお願いいたします。

【編集後記】「結びの神」産地化に向けて

「結びの神」の作付面積は、取組開始から順調に増加しており、令和元年産ではじめて 200ha を突破しました。今後、さらなる発展を目指すに当たり、他県のブランド米の産地構造と比較してみました。**「結びの神」は他県のブランド米と比べると一人当たりの作付面積が大きい**ことがわかりました。「結びの神」は、「選ばれた『農の匠』の自信作」をコンセプトに掲げており、**主に担い手のプロ農家が生産している**ことが伺えます。一方、**他県のブランド米は一人当たりの作付面積が 2ha 以下**となっており、**担い手だけでなく地域の多様な農業者がブランドづくりに参画している**ようです。

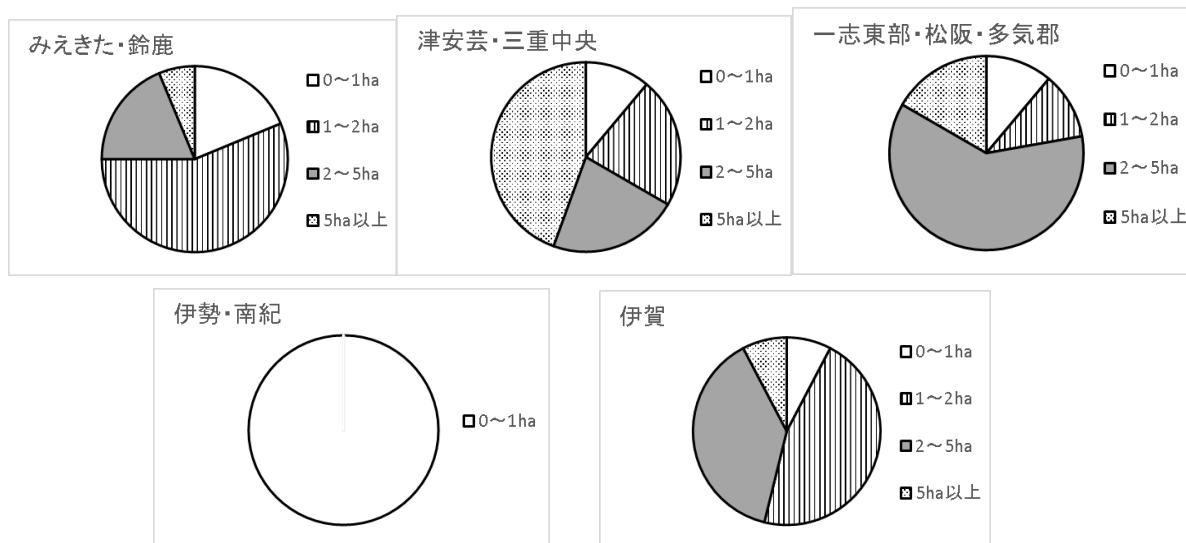
ブランド名	道県名	1人当たり作付面積		生産者数
		(ha)	作付面積(ha)	
結びの神	三重県	2.83	178	63
つや姫	山形県	1.75	9293	5321
富富富	富山県	1.60	1078	673
いちほまれ	福井県	1.95	800	410
みずかがみ	滋賀県	1.01	2299	2283

「結びの神」について、産地別に見ると生産者数や作付の傾向に違いが見られます。生産者数が少なくとも作付面積の大きい産地は、生産者一人当たりの作付面積が大きく、**生産者が「結びの神」を作りこなすことで収量・品質面で経営的なメリットを受けている**ことが伺えます。生産者一人当たりの作付面積が小さい産地は、グループや集落営農組織での取組など、他県のブランド米同様、多様な農業者がブランドづくりに参画していただいていることが伺えます。

JA名	1人当たり作付面積(基幹流通)		
	(ha)	作付面積(ha)	生産者数
みえきた	1.61	24.16	15
鈴鹿	10.00	10.00	1
津安芸	4.60	13.80	3
三重中央	3.81	22.88	6
一志東部	4.98	24.90	5
松阪	2.97	35.64	12
多気郡	12.00	12.00	1
伊勢	0.32	0.32	1
伊賀ふるさと	2.31	30.03	13
旧三重南紀	0.71	4.26	6

さらに、生産者別に見ると 5ha 以上の面積を作付ける生産者も増えてきました。「結びの神」が作期分散だけでなく、経営の主力品種として生産されはじめていることが伺えます。一方で、中山間地域などほ場面積が小さい地域では、2ha 以下の生産者も多

く見られます。このような地域では、地域流通に取組まれる生産者も多く、地産地消など基幹流通とは違ったブランド化戦略を選択していることが伺われます。



今後は、各地域での「結びの神」の取組方針の違いを踏まえ、本格的に産地化させていく段階に入ったと思います。300ha、さらにはその先の500haに向けて、**①生産者数の少ない産地を中心に引き続き、新規生産者の育成に取り組む**とともに、**②それぞれの既存生産者が「結びの神」を作りこなし、経営の柱となる品種として2ha、5haと作付面積を増やしていただく**ことで、県全体の「結びの神」も新たな展開が可能になるものと考えます。

(編)三重県農産園芸課水田農業振興班 [TEL:059-224-2547](tel:059-224-2547)

(班の名称が改正されました)