

MDAレポート

No.75号

2016年4月19日

MDAシステムを取材する

MDA精米による料理用途別 究極ブレンド米を商品化 石川・(株)米屋

業務用米の匠が商品化

石川・(株)米屋「能登門前米」など柱に
石川の大手米穀小売、(株)米屋（魚住正栄社長、
野々市市）は26年産から、同社主力ブラン
ド「能登門前米」（輪島市門前町産コシヒカリ）
に、持ち味の違う複数のコメ品種を1%単位
の緻密な配合でブレンドし、おむすび用、お寿
司用、弁当用、カレー用など各用途に合うオリ
ジナルのおいしさを追求した小袋セット商品「米
屋 こめりえシリーズ」を本格販売している。

1%単位の緻密な配合

米屋は明治元年創業の「魚住商店」が母体。
創業約150年の歴史を持つ、石川でも有数の老
舗米穀商だ。石川県産米を柱に年間4~5万俵
を取り扱い、販売先は業務用・加工用が主体。

北陸3県の外食・中食や事業所給食、米菓・
加工会社などに業務用うるち米や加工原料用も
ち米を納める。うるち米では寿司店・レストラ
ン・弁当店など各用途に最も合う理想のご飯を
追求してやまない職人肌の米穀商でもあり、北
陸3県の業務用米ユーザーが絶大な信頼を寄せ
る存在だ。

コメの品種特性や年産ごとの特徴、ブレンド
の価値を知り尽くした「業務用米のプロ中のプ
ロ」である同社が、長年の経験をベースに研究
を重ね、たどり着いた新商品が「こめりえシリ



ーズ」だ。こめりえは、1袋2合（300グラム）の小袋真空パックが6袋入った箱入りセット商品。「お弁当のためのお米」「おむすびのためのお米」「カレーのためのお米」「お寿司のためのお米」—— など各用途に合うおいしさと食感を追求したブレンド米4種類に、独自ブレンド「能登門前米」（単一コシ使用）と「能登の白ごはん」（能登門前米+珠洲市産コシ）を加えた計6アイテムで構成される。小売価格は3240円。

4種の料理用途別ブレンド米の基本的な原料は、能登門前米、山形ひとめぼれ、石川日本晴など。各用途に合わせて配合率を1%単位で調

整している。冷めた状態で食べるのが基本の弁当用米には石川産ミルキークイーンを配合したり、季節の変化とともに水温など炊飯条件も変わるため品種・配合を随時変えるなどし、一年を通して安定したおいしさを保てるよう調整している。

米屋では、以前は他県産米も相当量を扱っていたが、この10年ほどは「地産回帰」を進めており、現在は取り扱うコメの約9割が石川県産米だ。それでも新商品開発に際しては、甘さ、粘り、粒感などを基準に魚住社長自身が試食に試食を重ね、予断抜きで各用途に最も合うコメを追求した結果、原料の一部は他県産の山形ひとめぼれになった。炊飯特性の点で高く評価しており、とくに内陸産ひとめにこだわって仕入れている。

ひとめ自体は石川でも一部作られているが、「業務用米の匠」の目でみると、県内産ひとめは粘りが強過ぎ、今回のような商品設定には不向きと考えた。日本晴はかつて滋賀や岡山産を寿司店向けの主力原料米に使用していた時期があり、新商品でも、とくに寿司用米で石川日本晴が重要な役割を果たしている。

おむすび用は、「硬過ぎず、ふっくらと粒が立ち、口に含むとほろほろとほぐれるおコメ」「塩水との混ざりやすさ、1粒1粒の存在感、噛むほどに甘みが広がるやさしい味わい」を目指して品質・配合を決めた。寿司用米は「寿司酢やネタとの相性を一番に考え、粘りを抑えつつも淡白過ぎない絶妙な配合」、弁当用米は「冷めてもおいしいモチモチの食感」、カレー用米は「ルーが主役で、ご飯は脇役。ご飯の甘さ・粘りは控えめ」— などのポイントを重視して設定した。

選び抜いた奥能登米

全精米商品をイオン処理

こめりえシリーズ6種類すべてに入る能登門前米は、奥能登の輪島門前町で栽培されるコシヒカリ。今春スタートした能登が舞台のNHK朝の連続小説「まれ」でも、泣き砂で知られる琴ヶ浜海岸をはじめ門前町の各所がロケ地に使われており、奥能登の豊かな自然や伝統的な街



主カブランド「能登門前米」

並みなど農山漁村の原風景が広がる町だ。

魚住社長がかって県内各地のコシヒカリを何年もかけて食べ歩き、「ある年はおいしくても、違う年にはおいしくない」という地域も多かった中、年ごとの品質のブレが少なく、最も安定したおいしさを保っていたのが門前町のコシだったことから、20年以上前に米屋の独自ブランド米として商品化した。

能登門前米の特徴は、コシヒカリらしい粘りだけでなく、しっかりした粒感と適度なあっさり感を併せ持ったコメであること。コシにありがちな粘り一辺倒の食感ではなく、だからこそ各料理用途向けのコメとしても使える。同社では寿司店や和食店などの業務用米にも能登門前米を使用。外食・中食では品質の均一性が強く求められるため、能登門前米はしっかりしたオペレーターが運営する共乾施設のフレコン物に仕入れをほぼ限定し、卸経由で安定的に仕入れている。

一方、同じ奥能登コシでも珠洲市産は、コシ独特のもっちり感が一番の持ち味。「能登の白ごはん」は、この2つのコシの持ち味を見極め、最良の比率で合わせることで、「石川コシ」「能登コシ」という商品設定を超えた、ほかにないオリジナルのおいしさと価値を生み出している。また同社精米工場では、高純度の炭（陽イオン）と電子（陰イオン）の力を利用して食品製造の大敵である静電気を取り除き、コメの品質を高める丸子電子㈱の特許技術「MDAマイナスイオン精米」（静電気除電精米）を全面的

に採用。能登門前米のパッケージにも「マイナスイオン精米」とうたっている。門前町という能登の優良地域指定やフレコン仕入れによる安定品質の確保とともに、静電気除電精米技術による高品質性が大きな特徴だ。

米屋では能登門前米に限らず、うるち・もち精米の全商品をイオン処理しており、同社の業務用うるち米は炊飯から時間がたっても硬くならず、シャキッとした食感と粘りを維持し、変色も少ないなど品質の高さ、使いやすさが特徴。外食・中食ユーザーや品質に厳しい和菓子・餅菓子職人が大きな信頼を寄せる「米屋の業務用米」の商品力を支える土台となっている。

贈答向けにサイト刷新

こめりえ商品化に際して作製したミニパンフの中で、同社はブレンドにかける思いをこう綴っている。「ブレンドとはおコメが持つ長所と長所を結び合わせることで、おコメを知り尽くした私たちだからこそできる、おいしいご飯を創り出すための工夫です」。

近年は育種段階から各種料理用途向けを想定した専用品種も開発されているが、すでに普及している一般品種がそれぞれに持つ長所をプロの目で見極め、“結び合わせる”ことで、新しいおいしさとオリジナルの価値を“創り出す”ことのできるブレンド米は、365日コメと向き合う米穀業者だからこそ創造可能な商品であることは間違いない。

こめりえシリーズは、中元・歳暮や内祝いなど主に贈答需要を想定して開発したもので、同社はこれに合わせ、4月28日付でweb販売サイトを大幅リニューアル。新サイト「おこめ本舗」は、こめりえなど贈答用商材をメインに据えた作りで、ギフト市場における全国ベースのファン層獲得に力を入れる。

ノベルティーで大量発注も

一方で日常の食にも利用してもらうため、用途別2合・3合サイズでカジュアルなパッケージの1個売りタイプを商品化。住宅会社からマンション見学会で配布するノベルティー用に大量の注文が入るケースもあり、さまざまな需要



カジュアルな1個売りタイプも

を想定しながら販路開拓を進めていく。海外市場を見据えた輸出商品としても構想中だ。

引用……………商経アドバイス記事より

※MDAレポートは皆様のミニコミです。

MDAレポートに関するご批判、ご意見ご提言、皆様の体験レポート（家庭用、工業用）あるいはご質問など何でも結構です。書欄にて当社までお寄せ下さい。

☎921-8831

石川県野々市市下林4-499-2

丸子電子株式会社

TEL<076>246-6806

FAX<076>248-0103

MDA特性総合研究所

TEL<076>246-6863