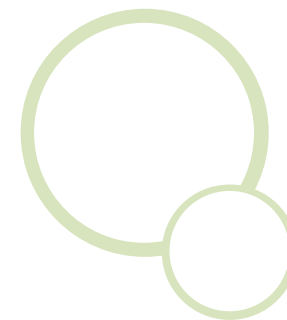




北陸米粉サロン 「知りたい・米粉のウラ側」 開催概要

令和5年10月18日 開催

北陸農政局
生産部 生産振興課



北陸米粉サロンの概要＜背景＞

- 製粉技術の進歩や米粉加工品を活かした新たな商品の開発により、全国の米粉用米需要量は1.3万トﾝ（平成21年度）から4.8万トﾝ（令和5年度見込み）に拡大。
- 国際情勢や地球温暖化による気候変動等を背景とした、食料安全保障の観点からも、国内で自給可能な米穀を原料とした米粉の利用拡大は極めて重要。
- 米粉の需要をさらに伸ばすためには、小麦粉の代替にとどまらず、米粉でなければならない商品を開発し、定着させることが必要。
- さらに、日常生活のさまざまな場面で米粉に親しむ環境を育むとともに、需要の伸張が著しい国内外のグルテンフリー市場等に目を向けて、米粉・米粉商品の輸出を推進することが重要。
- 北陸農政局では、米粉関連事業者の皆様から米粉利用の現状を紹介いただき、米粉の課題や新たな米粉商品の可能性に資するサロンを開催。

北陸米粉サロンの概要<ブリーフィング>

(株) 波里・藤波社長 (米粉製造)

- 米粉をホワイトソース（とろみづけ）に使うと滑らかな仕上がりとなるだけでなく、シフォンケーキのような洋菓子に使うとしっとりとした仕上がり、小麦粉以上に相性が良い。
- 米粉は、他の穀粉類以上に、ハンバーグや肉団子の「つなぎ」に好適であるにもかかわらず、そのことがあまり世間に知られていない。
- 米粉は、小麦粉と比べ「ダマになりにくい」、「粉をふるう煩わしさが無い」など調理性にも優れた特性を持つにもかかわらず、そのことが世間に知られていない。
- 米粉の特性や優れた調理性を知れば使ってみたくするのが道理。そのメリットを広めるだけでも、需要拡大に繋がる余地がある。
- 小麦粉と同様、米粉にも粒度やアミロース含有量などで用途に向き不向きがあるため、パン、つなぎ、揚げ物など、料理の種類や用途・レシピによって、使用する米粉を選ぶことが、より良い料理や製品の開発に繋がる。

(株) タイナイ・塚本社長 (米粉パン製造)

- コメの最大のウリはアレルギー表示の対象となる特定原材料ではないこと。当社はそのウリを強化して、専用工場では米粉パンを製造している。
- 米粉商品の購入層は、食物アレルギーで困っている人。肌感覚ではあるが、ここ最近の傾向としてグルテンを摂取したくない客層がかなり増えてきた。
- 小麦粉と米粉は違うもの。米粉は小麦粉の代替として考えてはいけない。
- 米粉パンの開発・販売の課題は、時間の経過で固くなったり、パンの表面に割れが生じること。このような場合、当社では、食べる前に加熱して、柔らかくして食べることを勧めており、この解決策として、品質の低下が緩やかで、日持ちが良く、即食できる製品の開発に取り組んでいる。
- 顧客から「米粉パンはどこで買えますか」という問い合わせが多いにもかかわらず、取扱店はまだまだ少ない。今後の課題は、取扱店・販売店を開拓していく必要がある。
- 米粉パン、米粉の普及は、エンドユーザーである消費者にその存在を知ってもらい、使い方や食べ方を広く正しく伝えることがポイント。

北陸米粉サロンの概要<ブリーフィング>

小林生麺（株）・小林社長（米粉麺製造）

- 米粉麺は、小麦麺と比較すると歯ごたえやコシが弱い。一方、小麦と異なり、**アレルギーフリー、グルテンフリー**を強調できる点が一番のセールスポイント。
- 米粉商品の購入者には、**アレルギー疾患をもつ人、健康意識が高い人や医療関係者が多い**と感じる。また、グルテンフリーダイエットの影響で、ファッションに関心のある層からの問い合わせも多い。
- 最近では**外食・中食の関係者からの問い合わせが増えている**。
- 当社は、**海外ではグルテンフリーが広く浸透していると認識**。中でも**インスタントの米粉麺は、海外需要があり輸出のメイン**となっている。
- 米粉を活用したグルテンフリーの食生活では、腸内環境がきれいになることで、栄養吸収率が上がり、その効果が肌に出てきたり、スポーツ選手では集中力が高まるという話も聞いている。
- 米粉における**商品開発・販売の課題**は、グルテンを含まないため小麦粉と比べ**粘り気が弱い**ところ。**茹で汁が濁る、食感が弱い**などの弱みもあり、これが製造や調理における改善すべきポイント。

新潟県食品研究センター・穴戸科長

- 米粉の製法中、**酵素処理米粉**は、細胞組織を酵素で分解するため、**生地の給水量が少なくパンが自重で潰れにくい**のが特徴。**二段階製粉米粉**は、粉碎機を替えて米を二回粉碎するため、**微細な粉と吸水量が多くなる**のが特徴で、**日持ちがする和菓子用途に適している**（いずれも新潟県が開発）。
- 商品中、**米粉麺の開発が一番難しい**。これが上手くいけば米粉の利用がどんどん伸びていくと思う。
- 米粉の粒子は非常に細かく、魚など食材の組織の中に入っていきやすいので、揚げ物にすると**ドリップ（食材から分離される液体）を吸収しやすい**。また、**レジスタントスターチ（難消化性でんぷん）を多く含むこと**などは、**高血糖を患う方への訴求ポイント**となる。
- 米粉の商品化のポイントは、**団子感をなくすことや、特有のパリパリ食感を利用すること**（例：餃子の皮、冷めても衣の食感が変わらない天ぷら）
- 米粉の商品は時間が経つと固くなるという課題があるが、**リベイク（温める）で美味しく回復する**。
- 介護・離乳食など、**米をアルファー化処理（柔らかく）したもの**に、お湯を加えて調理する食品は、**食べる量の調整が効き、乾燥しているので日持ちも良く衛生的**。

北陸米粉サロンの概要 <ディスカッション①>

テーマ	米粉商品のPRポイント	製品の特徴を踏まえたターゲット（購買層）	新たな製造方法や食べ方の提案
(株) 波里 藤波 社長 	・ 出汁巻き卵に米粉を使うとドロップ(水分)が出るのを防げる。 ・ お弁当に入れる卵焼きに使うと柔らかさを維持できる。 ・ 非常に細かい粒度のものは水を吸わないため、パンの膨らみが良い。 ・ ムニエルの衣などは、吸水しないタイプの米粉を使用するとサクサク感がある。	・ もちもち食感を出すために食パンに少量の米粉を加える等、各メーカーが工夫を凝らしながら様々な商品を出しており、米粉の使い方が広がりがでている。 	・ ほとんどの人が、調理の際の「つなぎ」や「とろみ付け」に米粉が適していることを知らない。 ・ 老化（固くなる）を生かすことも米粉の商品開発の大きなポイント。 ・ 学校給食に使用すると、食育に繋がるのではないかな。
(株) タイナイ 塚本 社長 	・ 当社の商品は、健康感で選ばれている。 ・ 小麦グルテンが摂取できない方々には、米や米粉を使用した料理や商品が選択される可能性が結構広がる。 ・ パンに適した米粉(専用品種など)をブレンドすることにより、仕上がりが安定する。	・ 当社ではアレルギー疾患のいる世帯を、国内世帯の約14%・470万世帯、グルテンフリーを志向する人を、人口の5%弱・約480万人と見込んでいる。 ・ 当社の米粉パン購入者の約6%はアレルギー疾患のない人で、米粉は健康に良いというイメージを持っている。	・ 米粉製品は、小麦製品と比べ、固くなってしまふ特性から温めてから食べていただくことが前提となっているため、温め方、美味しい召し上がり方など発信していく。 ・ アレルギーを患っている人々は、自宅のローリングストック(回転備蓄)としても活用。

北陸米粉サロンの概要 <ディスカッション①>

テーマ

米粉商品のPRポイント

製品の特徴を踏まえたターゲット（購買層）

新たな製造方法や食べ方の提案

小林
生麺
(株)

小林
社長



- ・ 麺の美味しさは食感の影響が大きい。米粉でも種類や配合を変えることで、食感を調整することができる。
- ・ 米粉麺は「食べた後が楽」「お腹にもたれる感があまりない」と感じる人が多い。
- ・ 米粉麺の需要拡大には、小麦麺との比較ではなく、米粉麺という食文化を作っていく必要がある。

- ・ 当社の米粉麺の購入層は、アレルギー疾患のある層、健康志向のある層、ファッションに関心のある層、学校給食を含めた飲食店の4つに分類される。
- ・ 当社は、グルテンフリーの市場よりもベジガン（厳格な菜食主義者）の市場の方が圧倒的に大きいと認識。

- ・ 利便性を高める商品として、カップ麺や電子レンジで調理できる食品、例えばラーメン、焼きそばなどをアイテムに加えていくことにより、いろいろな環境や場所、時間に食されるような商品を作る必要がある。

食品
研究
センター

穴戸
科長



- ・ 食品は食感が大事。消費者が、米粉製品の団子感を米粉の特徴として許容できるかがポイント。
- ・ 製品の仕上がりは米粉の種類による。高アミロースの粉は、麺に向いている。
- ・ 米粉製品は日持ちしづらいので、その日のうちに食べきる商品の開発が必要。

- ・ 米粉に多く含まれるレジスタントスターチ（難消化性でんぷん）をPRすると、高血糖の人に訴求できる。
- ・ もちもち感を出すのなら、加水した方が良く、しっとり感(保水性)を求めるのならアルファ一化された粉が有効。

- ・ 食品容器に使われるプラスチックに代えて、米粉などを原材料とした食べられる容器を使うなどの工夫を凝らせば、利用量も増加するのではないか。



北陸米粉サロンの概要 <ディスカッション②>

参加者
からの
質問・
回答



Q 米粉100%のPRポイントは何か。それを消費者がメリットして感じるのか。

A 健康に気を遣っている人々から「グルテンは体にとって良い話を聞かない」、「米粉パンは国産原材料を使っている」などの話を聞くと。健康志向だけでなく国産のコメに対する安心感からも米粉パンが選ばれている。（（株）タイナイ 塚本社長）

Q 米粉専用品種（パン・麺用）の特徴と今後の利用法は。

A ・ 麺用品種の「亜細亜のかおり」は、食感も固すぎず茹で溶けがしづらいので、その特徴を活かした商品開発をしたい。（小林生麺（株） 小林社長）
・ アミロース含有量が高すぎると用途が限られる。品種を上手に組合わせて使えば、メニューによっては小麦粉に対する優位性がある。（（株）波里 藤波社長）
・ 新潟県でも米粉パンに向く品種があれば使ってみたい。そのためには米粉パン事業を拡大し、量を扱える体制作りが必要。（（株）タイナイ 塚本社長）

Q 米粉の機能性についてどのようなものがあるか。

A ・ コメはアミノ酸スコア（必須アミノ酸の含有比率）が小麦よりも優れている。（（株）波里 藤波社長）
・ 機能性というよりも、他の素材を引き立てる力がある。コメ自体は様々な料理と組み合わせても、何の邪魔もしない長所がある。（（株）タイナイ 塚本社長）
・ 栄養素的な機能性より、プロテインやギャバを足していくという使い方がよいのではないか。コメは機能を加えやすい穀物だと思う。（小林生麺（株） 小林社長）
・ 玄米の米粉は、精米からの穀粉以上に健康志向の人に訴えかけるものがあると思う。（新潟県食品研究センター 穴戸科長）

北陸米粉サロンの概要＜アンケート結果①＞

※参加者(申込者)数123名 アンケート回答者数66名 回答率54%

- 1 参加者の内訳として最も多かったのは行政。続いて食品製造事業者、生産者・生産者団体の順。
- 2 開催を知ったきっかけのうち、「農政局（県拠点含む）からの案内」が6割、「ホームページ」が2割。
- 3 「本サロンは参考になったか」との問いに対し、9割の回答者が「参考になった※」と回答。

(※ 1. 大変参考になった 2. ある程度参考になったを含む)
- 4 特にどの点が参考になったかについては、「用途別に様々な米粉が開発されていること」、「料理によって推奨される米粉が違ふこと」等があった。
- 5 今後、さらに深掘りしたり、取り上げてもらいたいことについては、「米粉の特性と美味しさ」「専用品種」等の意見が多かった。

北陸米粉サロンの概要＜アンケート結果②＞

参加者の購入状況

※ 複数回答可



- 現在、購入している米粉商品は、①パン（5割）、②スイーツ（3割）、③クッキー等の菓子（2割）を占めた。一方、購入していないが3割を占めた。
- 米粉が今後も広く利用されるためには、①米粉の特性を活かした商品開発が7割、②米粉と小麦粉との価格差の縮小、③米粉料理レシピの普及が5割ずつを占めた。
- 米粉商品の購入機会を増やすために、どんな商品が開発してほしいかの問いには、①麺類、②カップ麺、③冷凍パンが4割ずつを占めた。

実需者、流通・販売業者等の意見

- 米粉の機能性について深掘りして欲しい。
- 原料メーカーと最終製品メーカーがタッグを組めるようなコミュニティを希望。
- 米の品種による味などの違いや、業務用レシピが知りたい。
- 地元の米粉を使用したいので、持ち込み可能な製粉会社の情報や、交付金の情報が知りたい。

生産者の意見

- 米粉用品種の研究・開発の成果に期待している。

