

PRESS RELEASE

報道関係各位

2015年9月1日
日本お米向上委員会

食味計では計れない“甘いお米”を目利きする「日本お米向上委員会」は、日本全国の生産者を発掘する「お米番付 2015」を11月16日（月）に開催致します。3年目のテーマは「つなぐ」。生産者と消費者を“甘いお米”でつなぎます。

食味計では計れない“甘いお米”を目利きする「日本お米向上委員会」は、日本全国の生産者を発掘する「お米番付 2015」（<http://www.okome-ranking.com>）を本年も開催することとなりました。3年目迎える今年のテーマは「つなぐ」。全国の生産者と“甘いお米”を食べたい消費者を、直接「つなぐ」架け橋となるコンテストを目指します。

The image is a promotional banner for the 'Okome Banzuke Selection 2015' event. On the left is a circular logo with a crown at the top, containing the text '2015 OKOME BANZUKE SELECTION' and '日本お米向上委員会' at the bottom. To the right, the title 'お米番付 2015' is written in large, bold Japanese characters. Below the title are two dark blue boxes: '先着エントリー 200点限定' and 'エントリー料 3000円 ※1品種につきエントリー'. At the bottom, there are three red boxes with white text: '受付開始!' (Start of application), 'エントリー期間 9/1▶10/30 必着' (Application period), and '出品米受付期間 11/5 必着' (Product submission period), followed by '結果発表 11月下旬 予定' (Results announcement).

◆従来あるお米コンテストの“矛盾”から生まれた「お米番付」

現在日本で広く行なわれているお米のコンテストは、一次審査で食味計の機械を使ってお米を点数化しています。この点数は、タンパクが少ないお米、でんぷんの中のアミロースが少ないお米が高得点を得られるようになっており、そこで残ったお米だけが二次審査の実食で評価される制度になっています。そのため、人が感じるお米の「甘さ」という基準は一次審査の段階では正しく評価されておらず、「甘いお米」は埋もれている現状があります。その矛盾から「お米番付」は、食味計を使った審査は一切行わず、食のプロが五感で「甘い」お米を選びます。また、特定の産地や銘柄にこだわらず、全国では無名のその地域でしか知られていないような「甘いお米」を実際に食して「目利き」し、それを作る生産者とそれを食べたい消費者を結びつけるイベントとしてお米の消費拡大に貢献していきます。

◆“甘いお米”は日本のお米文化の原点

お米番付は2013年から開催し、今年で3年目を迎え、米料亭八代目儀兵衛での食べる体験（累計1万食提供）や某大手航空会社の国際線機内食採用（5生産者採用実績）など、「甘いお米」づくりの生産者とそれを食べたい消費者とを直接つないできました。また、「お米番付」の認知度の高まりとともに、「甘いお米」づくりを目指す生産者、「甘いお米」を食べたい消費者が共に増えてきていると自負しております。

私たちは、「甘いお米」こそ日本人が残すべきお米文化の原点だと考えております。まだまだ発掘されていない生産者を掘り起し、消費者と直接つなぎ、これからの日本米全体の価値向上・底上げに貢献いたします。

◆「お米のメディア」として、地域PRの支援

「お米番付」は「お米で地域を盛り立てたい」という想いもあるコンテストです。私たちは、お米のメディアとして、テレビ、新聞、雑誌など数多くのメディアへ、お米の正しい情報を発信し続けてきました。その結果、各地域では、生産者へ直接取材が入り、「お米番付」を通して、多くのメディアに掲載されました。

昨年受賞した生産者の方からは、「“甘いお米”づくりが評価され、お米を販売が躍進するきっかけになりました。」と、感謝のお言葉をいただきました。「お米」を通して地域貢献に、微力ながら寄与していると実感しております。「お米番付」は、お米メディアとして、情報を発信し続けることにより、有名産地、有名銘柄だけではないお米の地域PRの一端を担っていきます。



◆昨年受賞された方の声



「お米が足りないぐらいに」

私達のように知名度が低く、販売に苦戦している農家にとっては、素晴らしい宣伝となりました。地元の新聞にも取り上げられ、POPやfacebookなどでも胸を張って自分達のお米を宣伝することができました。お米の売れ行きも順調で、今ではお米が足りないぐらい。そのため昨年度に比べ作付け面積を30%増やしました。また、米料亭で自分のお米が提供されている期間に実際に足を運んだ際の感動も忘れることができません。

「日本酒や米菓の加工にもチャレンジ」

受賞後の反響が非常に大きく、お陰様で自分達で販売する分のお米も完売となりました。様々なところからお声をかけていただくようになり、お米が足りないぐらいです。また、現在の苦しい農業情勢のなかこの受賞で、日本酒や米菓などの加工にもチャレンジするきっかけをいただきました。これからも生き残りをかけて一生懸命頑張りたいと思います。

「自分のやり方は間違っていなかった。」

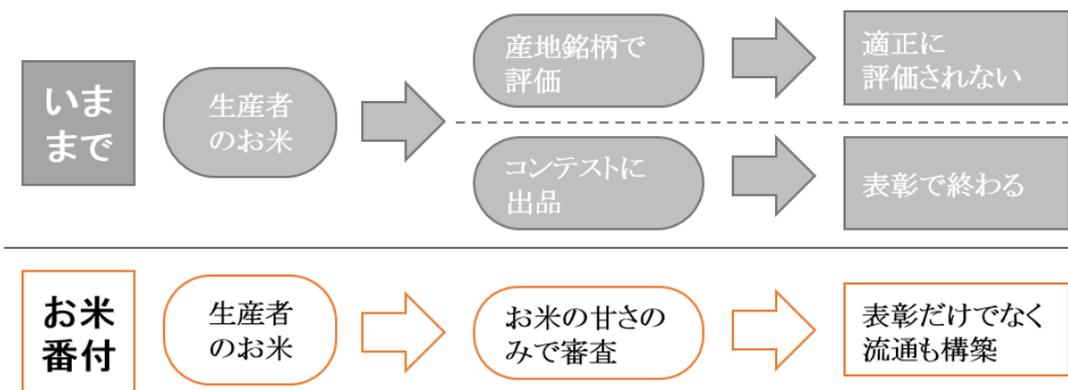
毎年毎年、初心者のような気持ちで長年農業をしてきました。天候に負けない強い稲作りが、本当に美味しいお米作りにつながっていると思っています。どうしたら美味しいお米が作れるのか、どうしたら消費者に喜んでもらえるか。愚直に試行錯誤してきた農業人生が報われたように思います。これからも美味しい米を作り続けます。

◆「お米番付」から始まる新たな「お米」の流通の仕組み

毎年行われる日本穀物検定協会主催の全国食味ランキングが発表されると、消費者の間では上位のお米を「食べてみたい」という動きが起こります。発表をされた上位のお米は市場・スーパーで同じ産地、同じ品種のお米は入手できても、審査されたお米そのものではありません。お米は本来、作られる土壌、作り手、肥料など様々の要因によって、同じ地域・品種でも味の差が出てしまいます。

「お米番付」では、審査されたお米を実際に買って、食べることができ、そしてギフトとして贈れるという新しい流通の仕組みが構築されています。生産者にとっては、今まで産地銘柄という枠に縛られていたものが、品質で評価され、お米づくりに対しての正当な評価を得る機会でもあります。

これまでのグランプリに選ばれたお米は、大手航空会社国際線ファーストクラスの機内食やミシュラン星付きレストランでの採用をはじめ、銀座、祇園の米料亭 八代目儀兵衛で1万食を以上提供し、新しい流通の仕組みが構築されました。



日本お米向上委員会は、このような新たな流通の仕組みを創り、日本のお米業界の活性化を進めてまいります。



◆「七つの食味審査基準」に則った23名のお米マイスターによる一次審査

一次審査は、日本米穀小売商業組合連合会（日米連）に認定された23名のお米マイスターが「七つの食味審査基準」に則り、実食審査し、最終審査へ残る16品のお米を選出致します。

全てのお米を平等に審査するために、厳格なルールに基づいて炊飯を行います。「七つの食味審査基準」とは、**ツヤ**（お米表面の光沢）、**白さ**（透明感がある白さ）、**香り**（湯気から感じる甘み）、**食感**（粒ごとの歯ざわりのなめらかさ）、**粘り**（跳ね返りを感じる心地よい噛みごたえ）**甘さ**（噛むほどに染み出る甘さ）、**喉越し**（喉でとろけるような感覚）からなる、お米を総合的に評価する基準です。7項目を10段階で点数化し、特に食味計では計測されないツヤ・甘さ・のど越しの項目を20段階にて加算し、人が感じる感覚を大切に点数化することで、お米本来の“おいしさ”を正確に審査します。

◆多方面にわたる食のプロフェッショナルによる最終審査

最終審査は、2015年11月16日（月）「銀座米料亭八代目儀兵衛」にて開催し、ミシュラン星付き料理人や世界で活躍するフードコラムニストなど、各方面の食のプロフェッショナルを招き、その年の“甘いお米”8品を決定致します。

【最終審査員紹介 ～東西から食のプロが集結～】



●日本お米向上委員会 委員長 株式会社八代目儀兵衛 代表 橋本 隆志
江戸寛政時代より続く橋本儀兵衛の八代目当主。五ツ星お米マイスター。「お米ギフト」の開発や、祇園・銀座に「米料亭」を展開するなど、様々な観点からお米の価値観を変えていく米業界の風雲児。



●日本お米向上委員会 「割烹 祇園 さくら木」 店主 佐々木 浩
カウンターで繰り広げられる独特な調理スタイルは日本料理へのイメージを覆す独創性で評判を呼ぶ。ミシュランガイド関西 2014 二つ星獲得（6年連続）「情熱大陸」（毎日放送）等、テレビ出演も多数。



●日本お米向上委員会 フードコラムニスト 門上 武司
料理雑誌『あまから手帖』の編集顧問を務める。食に携わる生産者・流通・料理人・サービス・消費者をつなぐ役割を果たし「関西の食ならこの男に聞け」と評判も高い。「水野真紀の魔法のレストラン」（毎日放送）のコメンテーター等、テレビ出演も多数。



●銀座「てんぷら 近藤」店主 近藤 文夫
「天ぷらの本当の味を知ってほしい」との思いから、革新的な料理を提供し、多くの文化人や海外からのゲストを魅了する和食界の巨匠。美食の最前線に立ち続け、ミシュラン2つ星を獲得した今も素材の産地には自ら赴き、昼夜を問わず今でもカウンターに立ち続ける。



●「新ばし しみづ」の店主 清水 邦浩
鮭ネタは丁寧に仕事がされており、「いなせ」という言葉がぴったりの江戸前の寿司店。鮭一筋の暖簾を掲げて16年、独自の美学から常に最高を追求し続ける、予約の取りにくい東京の寿司店。

=====
<お米番付2015 コンテスト概要> ～食味計では計れない甘いお米を発掘するコンテスト～

- 主催：日本お米向上委員会
 - 代表・発起人：橋本 隆志（株式会社八代目儀兵衛 代表取締役社長）
 - 協力：佐々木 浩（祇園さゝ木店主）、門上 武司（フードコラムニスト、雑誌「あまから手帖」編集顧問）
 - 公式サイト：<http://www.okome-ranking.com>
 - 応募資格：全国のお米生産者及びJ A団体
 - エントリー数：先着 200 点限定
 - エントリー料：3,000 円 ※1 品種につき、1 エントリー
 - 大会日程 エントリー期間：2015 年 9 月 1 日（水）～10 月 30 日（金）必着 ※メール・FAX・郵送にて受付
出品米の受付期間：9 月 1 日（水）～11 月 5 日（木）必着
最終審査：2015 年 11 月 16 日（月）銀座米料亭 八代目儀兵衛
- =====

◆日本お米向上委員会について

お米の質＝「甘さ」を追求する米づくりを大事にしていくことが、これからの日本の農業を支えていくことだと考えております。「お米番付」に始まり、親子での食育授業や、お米の美味しい食べ方講座、田植え・稲刈りなど多岐にわたる活動を通じて、日本米の素晴らしさをもう一度実感していただくために、この委員会を設立しました。

【日本お米向上委員会の誓い】

お米の消費量拡大や、お米文化の啓蒙活動をはじめ、8つの行動指標

1. お米の消費量を増やし、日本の食糧自給率の向上に貢献します。
2. お米を「食糧」ではなく、「味わうもの」として、お米の楽しさを伝えます。
3. 親子でお米の美味しさを体験する機会を作り「コメ離れ」から「コメ好き」の輪を広げます。
4. 行政・大学とも連携し、篤農家と消費者との懸け橋となり、日本の米産業の発展に寄与します。
5. 日本型炊飯メソッドを世界中に普及活動をしていきます。
6. 産地・銘柄だけでお米を判断せず、全国の美味しいお米を紹介し続けます。
7. お米・ご飯についての正しい情報を世の中に発信します。
8. 日本の「風味豊かなお米」を消費者に届けるため流通の仕組みを構築します。

【本件に関するお問い合わせ】

日本お米向上委員会

〒104-0061 東京都中央区銀座 5 丁目 4 番 15 号 株式会社 八代目儀兵衛内

広報担当：松下 祐

Mail：matsushita@okomeya.net

電話：090-3959-2175(直通)