

# 第15回一般社団法人高機能玄米協会 定時社員総会



令和5年6月23日

一般社団法人 高機能玄米協会

## 決議事項I 令和4年度の事業及び収支報告について



### <計画>

#### ①「With-G」の進化と発展

### <動画制作と配信>

昨年度発足した会員プラットフォームコンテンツとして、若年層から中高年に玄米を薦めるというショートムービー。金のいぶきを栽培する農家と主人公のやりとりや母子の温かいコミュニケーションを通して、農と食が玄米で繋がるように企画した。

### <重視した点>

- ・金のいぶき栽培から刈取りまでの一年を追う
- ・中高年向けにライフスタイルを意識した玄米食への興味喚起
- ・金のいぶき2大産地（登米市・大崎市）の生産者によるリアルな映像・・・当協会にしか出来ないこと

### <動画内容>

タイトル:「母から私へ、私から母へ。新しい玄米食との出会い」  
幼いころ母親から独特の食育を経て、長じて食に興味を持つことになったフードライターの主人公が、金のいぶきの生産者を訪ねインタビューを重ねながら玄米食と金のいぶきの魅力に目覚め、やがて母親の健康を願い金のいぶきを薦めることで、中高年層のライフスタイルに関して2世代間のコミュニケーションが有効であることを示唆するドラマ映像を当協会With-G内のYouTubeチャンネルにて配信した。閲覧数を上げるために、5月8日よりYouTube広告を行った

## <結果>

- ・全6話完結の映像で1万1千回~2万2千回の視聴履歴を実現した
- ・登米と大崎の産地協力を得た1話と3話の視聴回数が上がっている
- ・今後も有効なコンテンツとして活用可能。

第1話



「母から私へ、私から母へ」  
新しい玄米食との出会い ...

2.2万 回視聴・8 か月前

第2話



「母から私へ、私から母へ」  
新しい玄米食との出会い 第...

1.1万 回視聴・8 か月前

第3話



「母から私へ、私から母へ」  
新しい玄米食との出会い第3...

1.5万 回視聴・8 か月前

第4話



「母から私へ、私から母へ」  
新しい玄米食との出会い第4...

1.4万 回視聴・8 か月前

第5話



「母から私へ、私から母へ」  
新しい玄米食との出会い第5...

1.1万 回視聴・6 か月前

第6話



「母から私へ、私から母へ」  
新しい玄米食との出会い第6...

1.2万 回視聴・5 か月前

<玄米ショートムービー活用事例>

展示会の出展や販売デモンストレーションなどを行う際に、ショートムービーを流すことで、参加者の目を引いたり情感を高めるなどに活用



F A B E X「お米未来展」F A N C L社が出展に活用

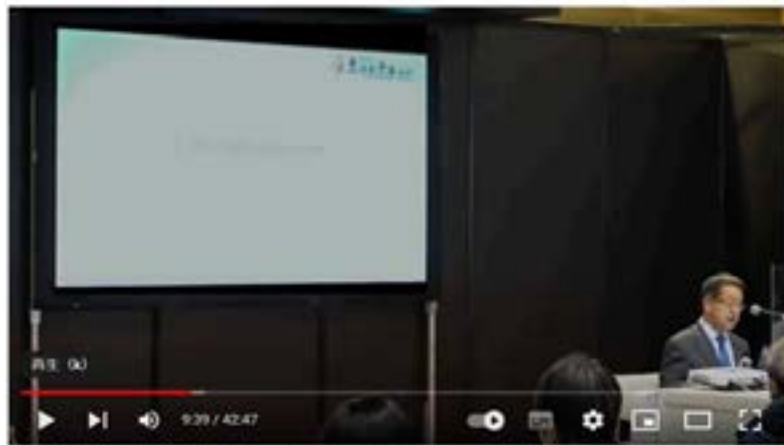
## ②金のいぶきを起点とした玄米食普及活動

### <計画>

玄米食への興味は明らかに上がって来ており、戦略的米資源「金のいぶき」を起点とした米消費の底上げが期待出来る状況が続いている（NHK「あさイチ」で取り上げられるなど）。With-Gで今後立ち上げる部会や、動画配信を通して活動量や露出を上げていきながら、協会会員各社が新しい商品や消費者とのコミュニケーション手法の開発に務め、市場の活性化に繋げていきたい。

### <振り返り>

尾西会長がお米未来展において特別セミナー講師として参加した。米の消費動向やライフスタイルの変化から、中高年層の米離れについて言及した上で、人間の食欲を呼び起こすメカニズムや、苦み（ロースト）に関する小麦食品との比較などから、米食をもう一度復権させるための提言を行った。今後玄米食を起点に米の消費拡大と水田の有効活用を目指す当協会の方向性を明確にすることで重要な講演となった。



【お米未来展2022 特別セミナー】白米は、うまい！玄米は、すごい！お米の魅力再発見～「旨味」と「苦み」からひも解くお米の消費拡大への提言～



ごはん健康シンポジウム（2023年12月3日）において(株)金のいぶきによる金のいぶき商品のデモを行った。

### ③金のいぶき栽培量の増加と一般需要の拡大

#### <計画>

CVSや外食産業による業務用途での需要拡大機会創出に向けて、令和5年産金のいぶき作付面積の拡大による安定供給体制を実現する。

#### <振り返り>

令和4年産は作付拡大と栽培技術の安定化について一定の目途が立った。一方で一般需要の拡大は、まだまだ会員各社の既存商品に留まっており、給食や外食需要の取り込みが急務とされる。

### ④玄米食の普及を牽引する次世代リーダーの育成

#### <計画>

(一社)日本発芽玄米協会設立後14年の歳月が経過しており、経験や情報が蓄積されている一方で、次世代を担う人材を育成する必要性が生じている。今後玄米食関連商品の開発や営業活動につき、率先して行える人材の育成が必要である。新プラットフォームを活用しながら、協会活動に登用可能な人材の育成を図る。

#### <振り返り>

2023年11月26日(水)With-Gのプラットフォームを活用した会議を実施した。

令和4年産金のいぶきの集荷対策として、かねてより全農宮城県本部が各単協に配布した種子から栽培された原料で行き先不明のものがあり、集荷に影響があることに加え、販売に関しても会員企業に影響があるため課題となっている。そこで今回過去実績と作付面積を推定したところ、令和4年産で最大300+規模の流失が予測されるため、種子供給と需給調整の現状と課題を鑑み、当協会が昨年発足したプラットフォーム「With-G」内コミュニケーション部会にワーキンググループを設置し、第1回の討議の中で課題共有と今後の対策について議論した。



収支報告(別紙参照)

当協会は13年間にわたる金のいぶきの栽培と普及啓蒙を通して、新たな玄米による米市場を創出しました。玄米普及のトップランナーとして、国内外に向けた玄米市場拡大を図る次のステージに挑戦します。

## <活動の基本方針>

### 玄米の感動で農と食の未来を創る

1. 産地機能の最大化  
(10年にわたる金のいぶき栽培による産地での繋がりを最大限に発揮する)
2. 情報発信力の強化
3. 玄米市場の拡大支援



# 1. 産地機能の最大化

# 1. 産地機能の最大化



## <農業会議の設置>

全世界的に持続可能な農業への取り組みが行われる中、国内でもみどりの食料戦略システムにより化学肥料や農薬使用に関する制限が必要な状況にある。米作りについても例外ではない。金のいぶき栽培で繋がりのある産地との新たな取組により、米作りの未来を創る活動を開始した。

金のいぶき生産者による産地ネットワークの形成

名称:タカシヨク生産者連合 マカセロ  
～100年先につなげる農業を～



# 水田と食卓の距離を縮める



「食」を考えた農 「農」を考えた食

## 会議の目的

世界の変化に適応する

産地ネットワークの構築による

世界最強になるであろう

生産者集団の結成

## 会議の目標

2027年(令和9年)収穫時まで以下に以下の目標を達成する。

1. SDGsの考え方に賛同し、環境に適した手法を工夫して環境に配慮した農業を確立するため、LPコート肥料不使用と中干期間40%延長を達成する。
2. ネオニコチノイド系農薬には環境及び生物に対して影響があると認識し、使用成分の50%削減を達成することで、食の安全と100年先の生態系を意識した農業の礎を築く。
3. 地球環境と生物の未来を本気で考えた農業を実践し、周知活動を通じて企業などの賛同を獲得することで収穫物への付加価値を高め、農業収入の30%増を達成する。

# これまでの協議



## 1. 水田における環境対策

- (1) LPコート不使用の栽培
- (2) 中干の延長・メタンガス排出抑制
- (3) 水田の既存機能の再認識



## 2. 水田における食の安全

- (1) ネオニコチノイド系農薬の削減
- (2) 収穫物のトレサビリティ確立



## 3. インボイス制度導入に向けた対策

## 4. 産地ネットワークの形成 (名称・ロゴ)



## 協議の結果

### (1) LPコート肥料の削減

- ・取り組みの可否・・・削減ではなく「不使用」を目指すべき。

※令和4年産 登米地区3haで実施

令和5年産 登米・大崎地区14haで実施予定

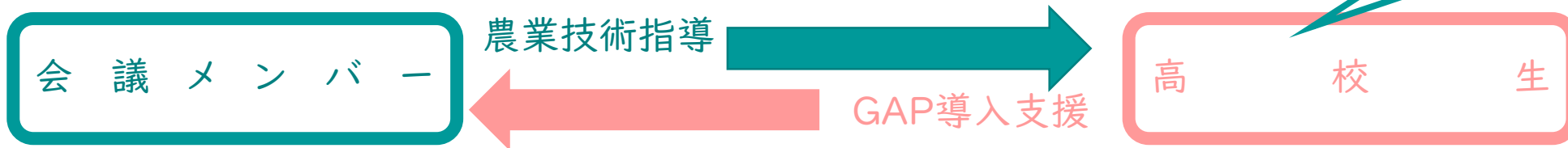
### (2) 中干作業の延長

- ・取り組みの可否・・・可能だが取組前の基準が必要。

- ・既存機能の再認識・・・水田の冷却機能の証明

# 評価方法の策定

## 宮城県内の高校と連携したGAP認証を検討



GAP認証制度の「記録」方法など理解されやすい「規格」を策定し正確で根拠のある評価を行う。

生産物の評価方法として戦略的にGAP認証制度を活用する。

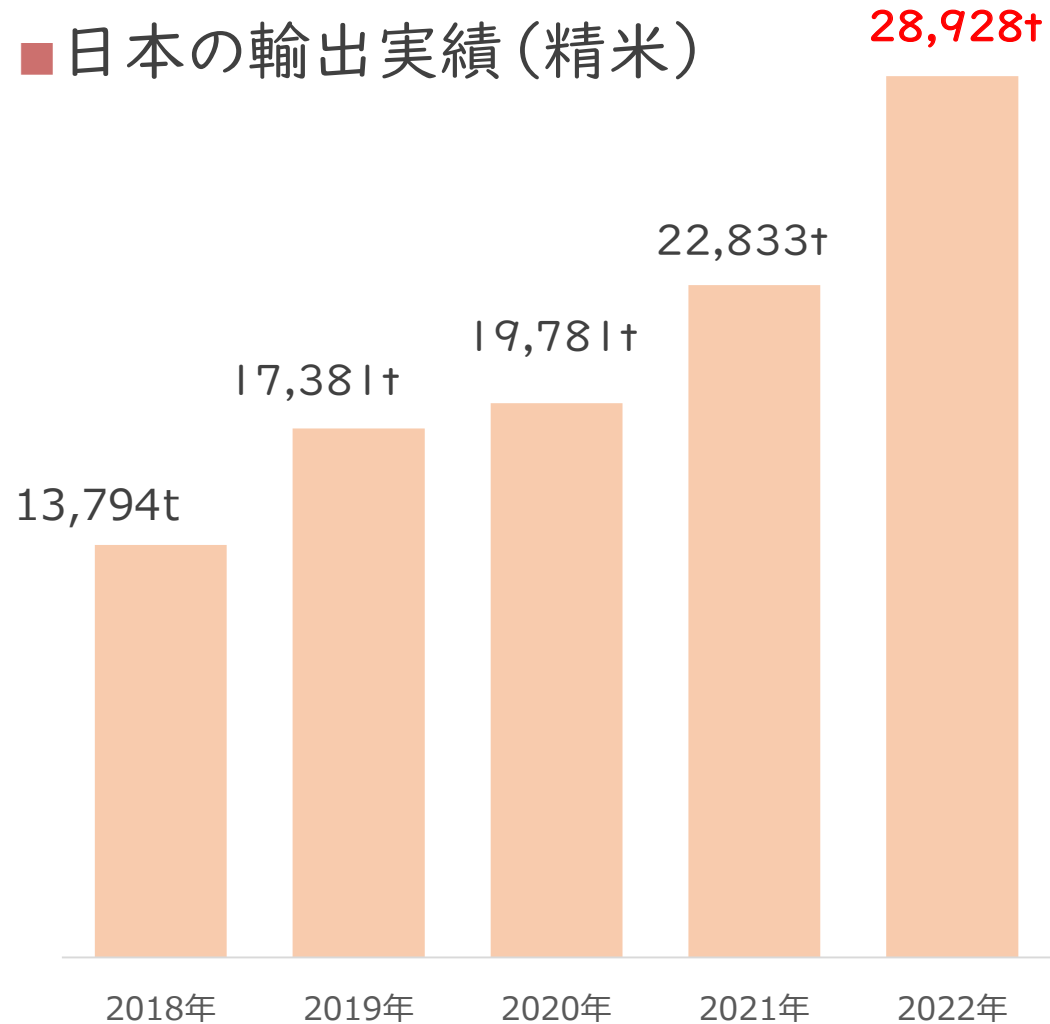


## 2. 情報発信力の強化

## 2. 情報発信力強化①

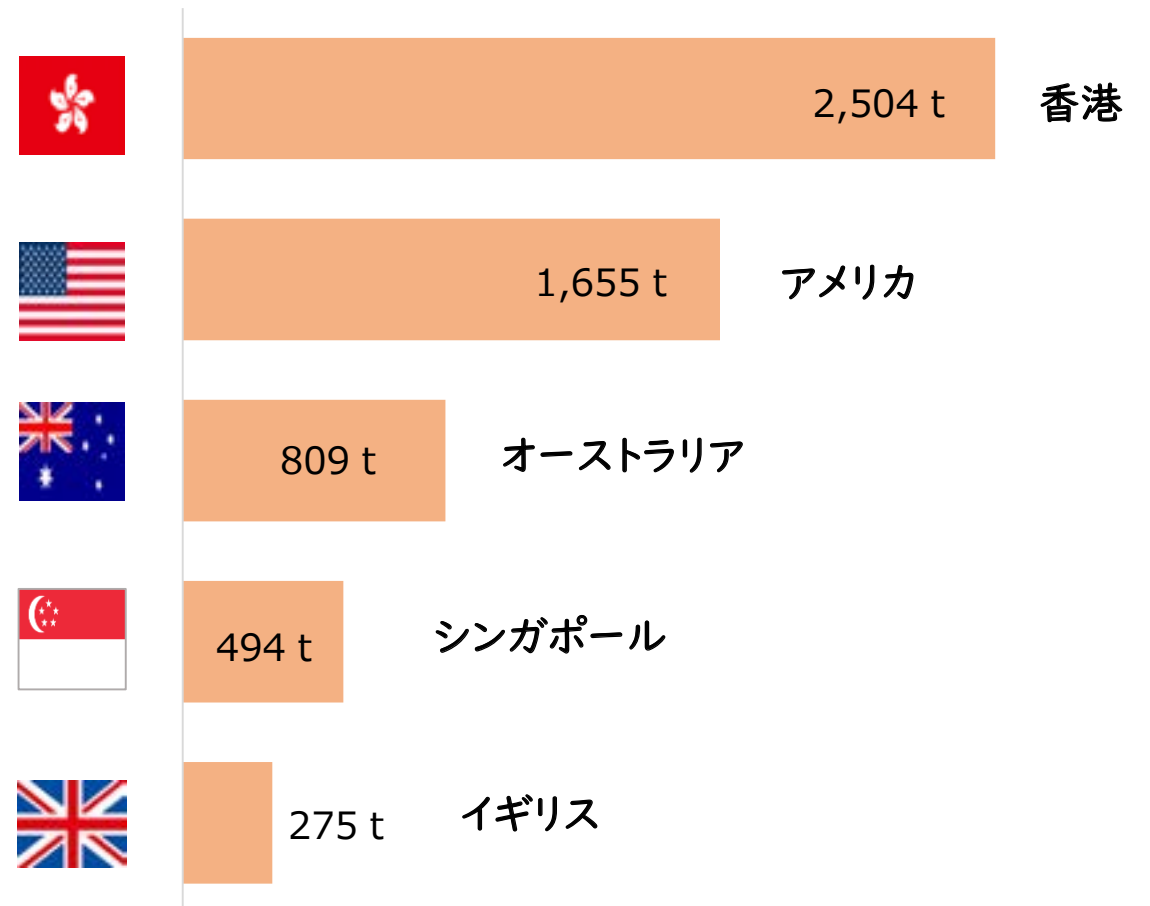
### 精米の輸出実績

#### ■ 日本の輸出実績 (精米)



### 輸出先の上位5か国 (精米)

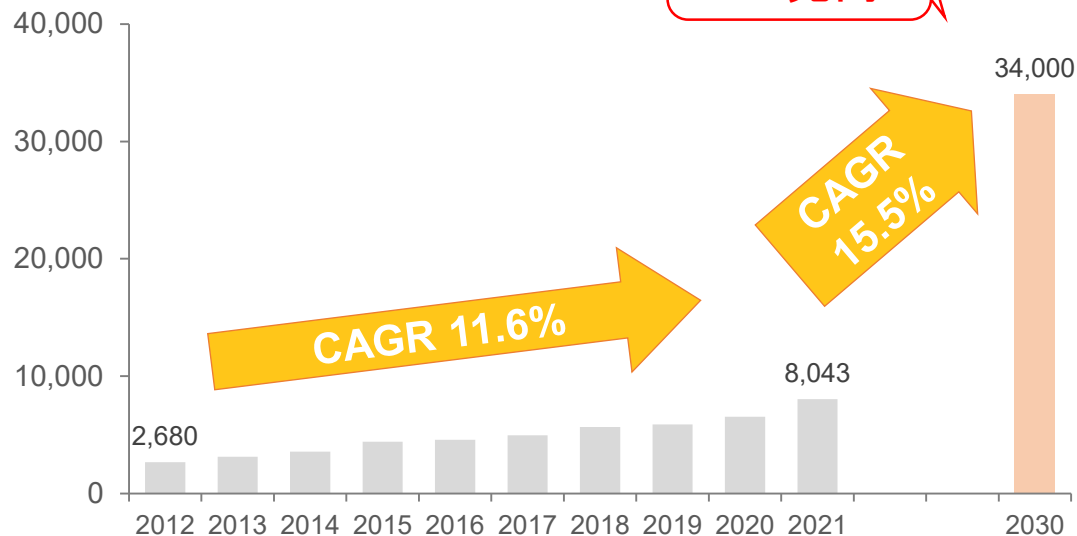
※2022年実績



## 2. 情報発信力強化①

### 日本の農作物 輸出額の推移

(単位: 億円)



出所: 財務省「貿易統計」、農林水産省「農林水産物・食品 輸出額の推移」  
農林水産省「食料・農業・農村基本計画令和4年12月」

◆ 日本食人気の高まりによって、農産物の輸出額は年率 **11.6%** の成長を遂げている

◆ 日本政府は国策として、農産物輸出額を2030年に **3.4兆円** まで増加させる目標を立てている



農林水産物・食品輸出  
プロジェクト

輸出診断(可能性)を輸  
出検討企業へ無償提供



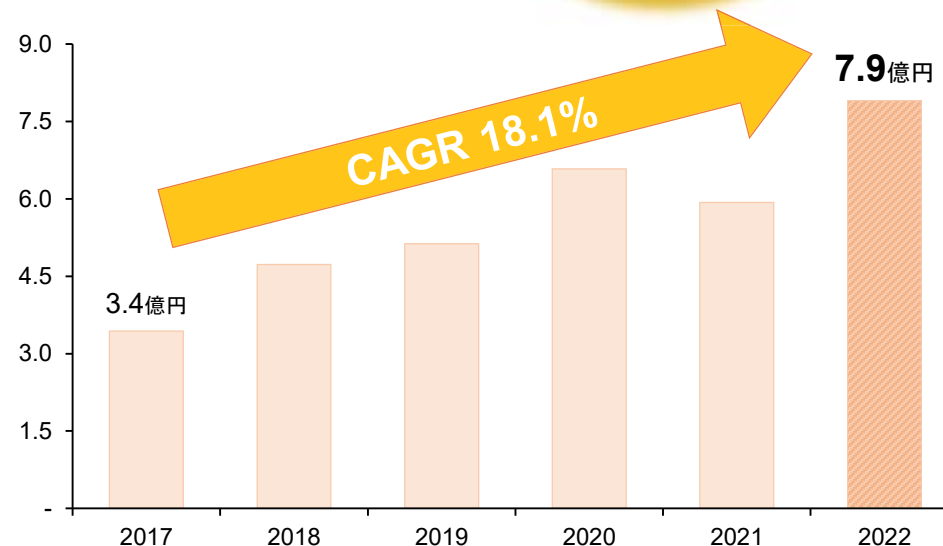
日本食品海外プロ  
モーションセンター

輸出候補先でのプ  
ロモーションを実施



### パックご飯輸出規模推移

(単位: 億円)



出所: 農林水産省「包装米飯等の輸出数量等の推移」

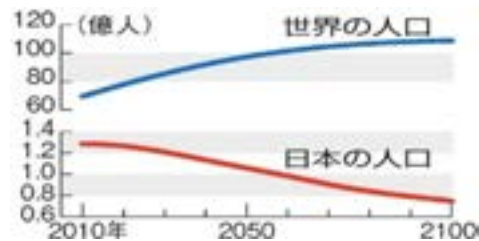
- ◆ 2022年、パックご飯の輸出が過去最高に
- ◆ 今後も輸出量は拡大していく見込み



# 玄米および米関連商品が持つ高機能的価値や栄養的価値を 海外へ普及啓発を発信していく

### 世界人口は2050年には97億人 お米の需要が拡大している市場への訴求

- ・ 世界の食料需要は、2020年40億+から**2050年には60億+**が必要となる
- ・ 8億2800万人が飢餓で餓死している、食料不足



### 健康に対する意識が高くなっているのは世界共通 玄米の機能や効用を正しく伝えニーズに応える

- ・ 世界のグルテンフリー製品の市場規模は、2021年の175億\$から**2027年には283億\$**に達する予測
- ・ 「健康に良い」や「ダイエット」イメージで市場は拡大

### コメ・コメ関連食品輸出促進協議会の賛助会員 として機能と役割に貢献していく

- ・ 海外の情報収集、発信、広報素材として取り組み
- ・ プロモーション事業の開催や市場開拓への展開
- ・ 加入企業や団体との連携により更なる推進を強化
- ・ 官庁との協業を深めミッションを加速させていく

## 2. 情報発信力強化②

使用する側（消費者・需要者）にメリットがある情報を強化



### 玄米塾（仮称）の開講と講師派遣

「白米はうまい、玄米はすごい。お米の魅力再発見」をテーマに、これまで尾西会長の講演やYouTubeでのセミナー動画を配信してきたが、活動する中で感じたことは、消費者や需要者はお米に関して総じて関心が低いという点である。一方で私たちにとって当たり前のことを伝えると、とても興味を持ってくれるという業界人目線ではわからない気づきもあった。もっと消費者の目線に立ってお米の魅力を伝えなければならない。そのために必要なのは、専門家による大所高所からの講釈ではなく、私たち自身がお米を心から好きであること、お米を通して人を笑顔にすることが喜びであることが伝わることではないか。今一度原点に立ち返り草の根をかき分け活動し、お米の可能性を伝えていく。

#### <対象>

- ・ 小・中・高校
- ・ 料理教室
- ・ イベント・展示会
- ・ 地域サークル
- ・ 企業研修

#### <お米の魅力伝道師>



尾西洋次 代表理事  
「白米はうまい、玄米はすごい!お米の魅力再発見」をテーマに豊富な体験を元に講演



川西孝彦 理事  
「つながるおこめ」をテーマにお米と地域の繋がりを実践する幸南食糧の活動を講演



佐藤貴之 理事  
「おいしいごはん」をテーマに産地との取り組みから炊飯まで農と食を繋げる活動を講演



日浦拓哉 理事  
「金のいぶきとは何か」をテーマに米の誕生から普及までの物語を軸に講演



#### <イメージ>

※他にもテーマや要望によって協会が講師依頼をしながら活動する

## 2. 情報発信力強化②

使用する側（消費者・需要者）にメリットがある情報を強化

### 各種イベントでのPR

全国各地にあるイベントスペースや展示会に協会会員企業と協同で出展しながら玄米関連商品の陳列及び販売やレシピ、料理のデモンストレーションなどで玄米の利点や扱いやすさなどをPRすることで、より来場者への情報開示や玄米と触れ合うきっかけ作りを行っていく。

<検討事例>・・・「YANMAR TOKYO」ビルのイベントスペースを活用した玄米食PR



YANMAR TOKYO

- JR東京駅直結地下3階・地上14階建の複合施設
- 環境負荷低減に向けた取り組みや、魅力ある食文化の創造を通じて人と未来を育む活動の拠点

#### ★各検討案★

##### レストラン「ASTERISCO」

玄米食に特化してスペシャルメニューをレストランで提供（案）

##### 物販スペース

協会会員各社の玄米関連商品を紹介し試食販売も行う（案）

##### 海苔丼八重八

羽釜で炊飯した金のいぶきで鮭海苔丼を提供（案）



### 3. 玄米市場の拡大支援

白米はうまい!玄米はすごい!玄米の感動で農と食の未来を創る!

「知識の提供」・「食体験の機会創出」・「消費拡大支援」



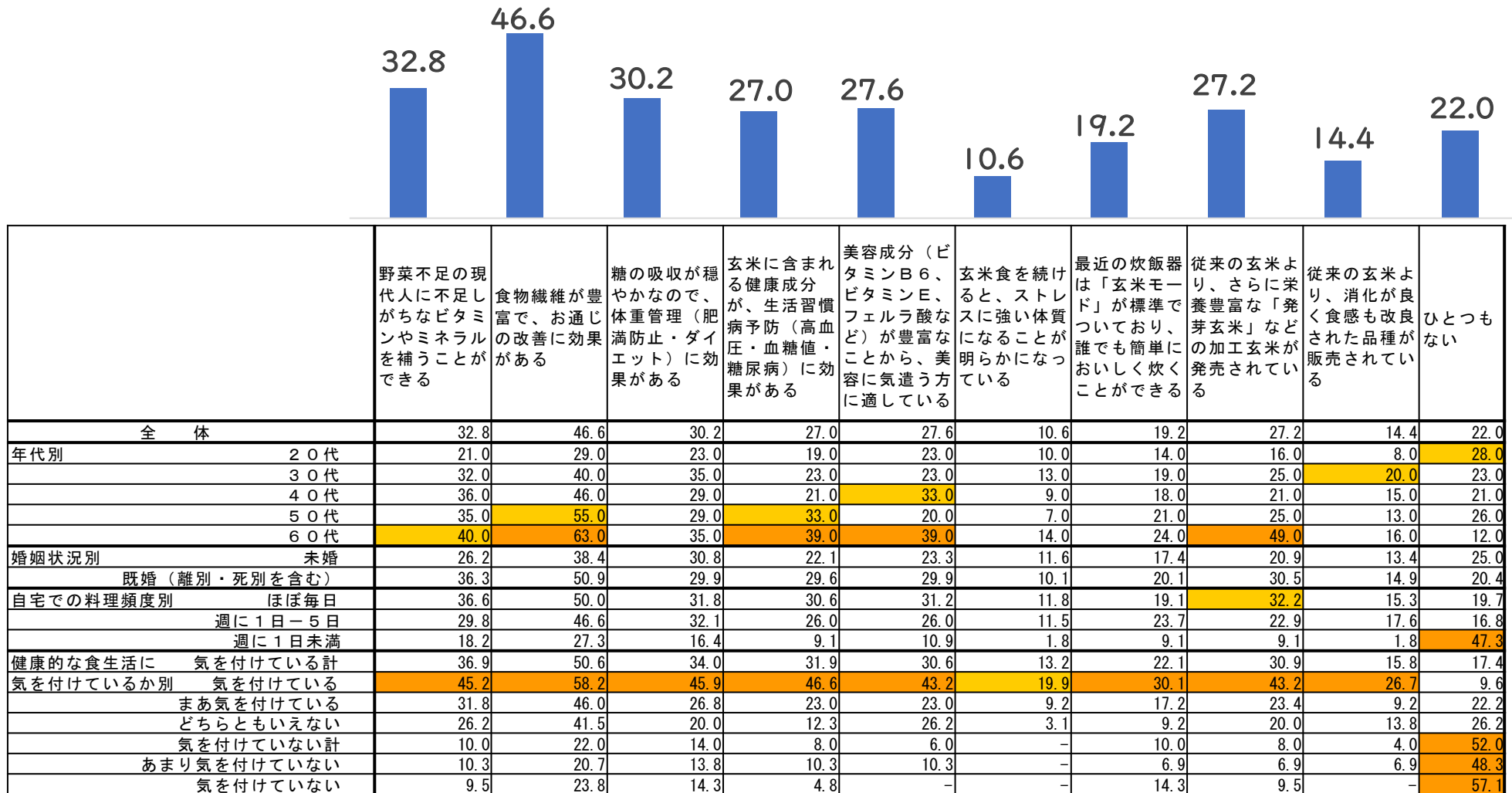
特長認知度では「お通じ改善」が半数弱で最も高い。

「最近の炊飯器は玄米モードがあり簡単に炊ける」(19.2%)、

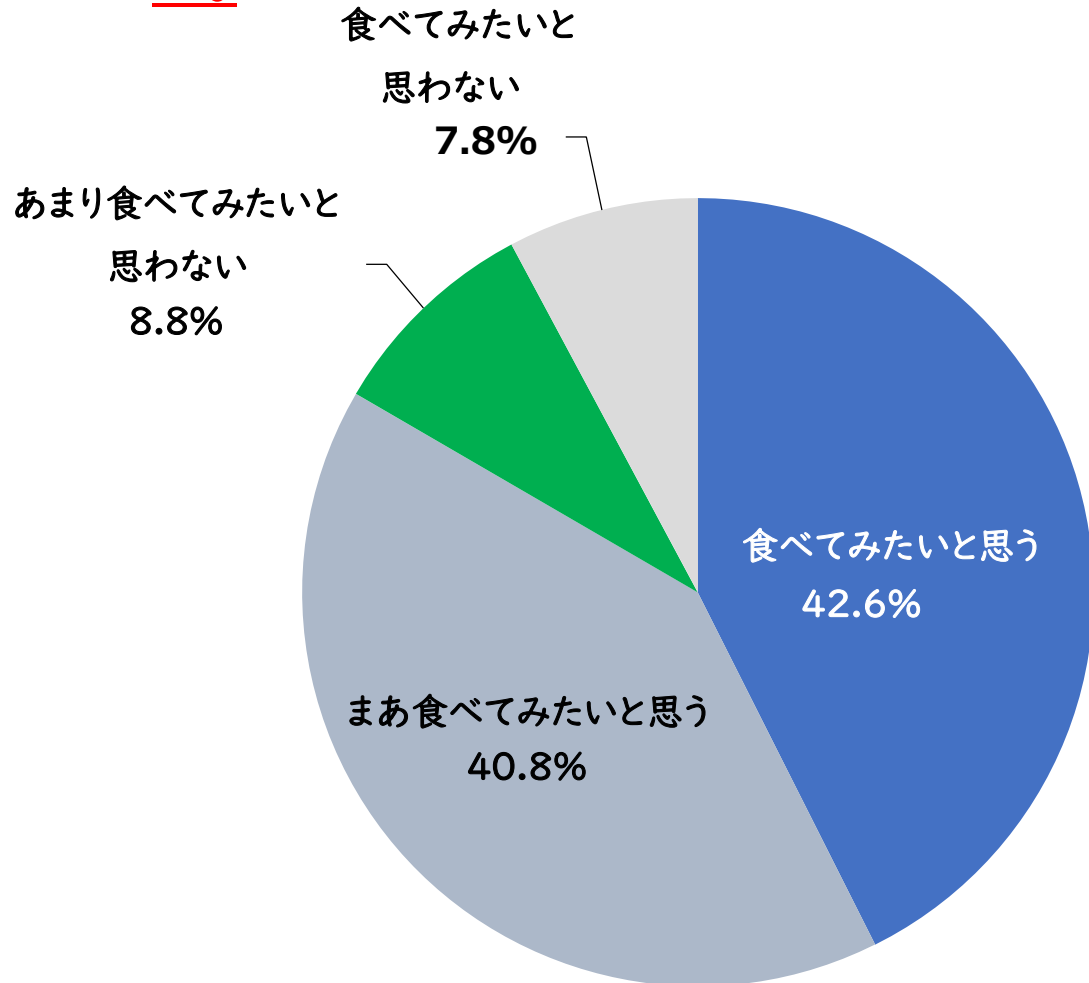
「従来の玄米より消化が良く食感が改良された品種がある」(14.2%)についての認知度は低い。



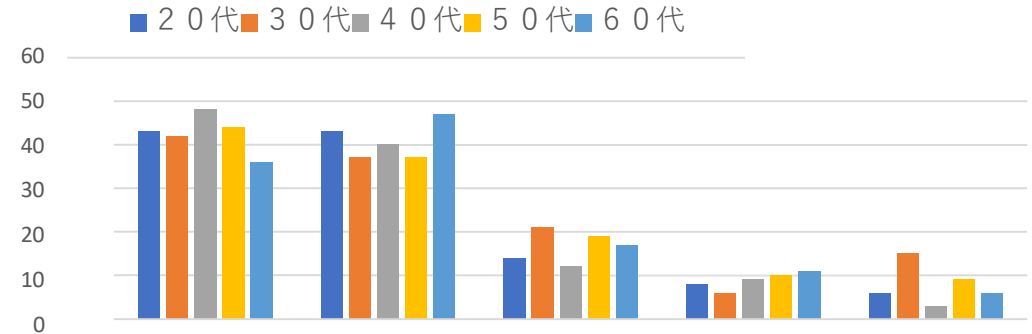
➡玄米のポジティブ情報への認知が低い状態。



## 玄米食の特長を知った後の食用意向度は、「食べてみたい」が8割を超えてい る。



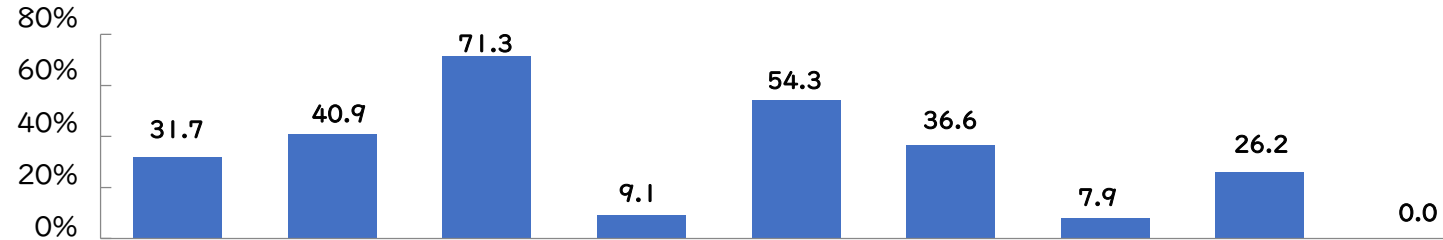
### 玄米の特長認知後の食用意向



	食べてみたいと思う	まあ食べてみたいと思う	食べてみたいと思わない	あまり食べてみたいと思わない	食べてみたいと思わない
年代別 20代	43	43	14	8	6
30代	42	37	21	6	15
40代	48	40	12	9	3
50代	44	37	19	10	9
60代	36	47	17	11	6

- 玄米食を摂取するのはどの年代でも「自宅での夕食」が群を抜いている。次いで、「食堂やレストランなどでのランチ」という結果となった。

➡「健康的な生活に気をつけているかどちらともいえない」層で「食堂やレストランなどでのランチ」で食用する傾向が見られる。



	自宅での朝食	自宅での昼食	自宅での夕食	自宅での夜食や間食	食堂やレストランなどでのランチ	食堂やレストランなどでの夕食	学食・社員食堂での外食	コンビニなどで購入するおにぎりや弁当	その他
全 体	31.7	40.9	71.3	9.1	54.3	36.6	7.9	26.2	-
年代別									
20代	38.7	45.2	77.4	9.7	48.4	22.6	6.5	25.8	-
30代	36.1	47.2	69.4	19.4	50.0	44.4	16.7	30.6	-
40代	25.0	30.6	61.1	5.6	61.1	41.7	13.9	27.8	-
50代	32.3	41.9	87.1	6.5	64.5	38.7	-	25.8	-
60代	26.7	40.0	63.3	3.3	46.7	33.3	-	20.0	-
婚姻状況別									
未婚	27.9	37.7	70.5	13.1	55.7	41.0	8.2	34.4	-
既婚（離別・死別を含む）	34.0	42.7	71.8	6.8	53.4	34.0	7.8	21.4	-
自宅での料理頻度別									
ほぼ毎日	36.2	44.8	75.2	8.6	53.3	33.3	5.7	21.9	-
週に1日～5日	25.0	36.5	69.2	11.5	51.9	40.4	13.5	32.7	-
週に1日未満	14.3	14.3	28.6	-	85.7	57.1	-	42.9	-
健康的な食生活に									
気をつけている計	32.2	42.5	73.3	10.3	54.1	37.7	8.2	26.7	-
気をつけているか別									
気をつけている	35.8	46.9	74.1	13.6	58.0	39.5	11.1	28.4	-
まあ気をつけている	27.7	36.9	72.3	6.2	49.2	35.4	4.6	24.6	-
どちらともいえない	21.4	21.4	57.1	-	64.3	28.6	7.1	28.6	-
気をつけていない計	50.0	50.0	50.0	-	25.0	25.0	-	-	-
あまり気をつけていない	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-
気をつけていない	50.0	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	-

# 白米はうまい!玄米はすごい!玄米の感動で農と食の未来を創る!

## 「知識の提供」・「体験の機会創出」・「消費拡大支援」

### 玄米のポジティブ情報を伝えることで 認知度向上を図ることが必須

- ・玄米の認知度は高い。「健康に良さそう」「栄養が豊富そう」「お通じが改善しそう」などイメージは浸透している。
- ・「おいしくなさそう」「調理に手間がかかりそう」「高価そう」などのマイナスイメージも挙げられる
- ・「食感が改善された玄米食専用米がある」「炊飯器に玄米モードがある」等の**ポジティブ情報を知らない人が多数**



### 玄米の外食での食用傾向/内食での食用傾向 外食シーンでの食べる体験の機会創出

- ・比較的高年齢で健康志向が強い、内食消費が多い
- ・一方、若年層は常食者が少ないが、満足度が高く、外食で選択する率も高い。**外食シーンの増加がカギ**

### 食の未来を担う業界団体へ 玄米の価値と魅力を伝え届けて、消費拡大支援

- ・外食、中食等の業界団体(\*一般社団法人大阪外食産業協会等)への玄米のPRや意見交換
- ・外食、中食向けの玄米事情のヒアリング強化し、共有を図る
- ・外食、中食企業の当協会活動への参画打診

# 令和5年度予算

期間(令和5年4月1日~令和6年3月31日)

(単位:円)

科目	収入	支出	備考
前年度繰越金	580,477		
年会費収入	2,250,000		正会員8名、賛助会員29名
講演交通費			
未収金			
受取利息			
小計	2,830,477		
業務委託費		242,000	監査・HP改装費・維持管理費
会議費		350,000	会員総会
広告宣伝費		1,800,000	新規事業費
諸会費		30,000	全米輪
交際接待費		10,000	
支払手数料		7,000	
租税公課		185,000	商標更新 登記費用・印紙代
事務用消耗品費		3,000	
旅費交通費		50,000	理事交通費
通信費		6,000	
小計		2,683,000	
次期繰越金		147,477	
合計	2,830,477	2,830,477	



### 決議事項3 全米輸への入会

正会員の(株)タカシヨクより金のいぶき玄米の輸出が始まったことや、行政が輸出米に期待する流れを受けて、コロナ禍を終えた今食に健康を求めるニーズが高まっている今、日本にしかない高機能な玄米食専用品種や安全を担保する殺菌殺卵処理加工を推奨する当協会として、会員企業への情報提供や橋渡しなどの観点から「一般社団法人全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会(全米輸)」への入会を行いたい。賛助会員としての入会で費用は3万円である。

### 決議事項4 役員改選

契約栽培による金のいぶきの栽培圃場が200haを越え、供給面の課題は克服しつつあるが、出口戦略を含めて国内外への普及が必要なステージに入った。当協会法人化後来年で15年を迎えるにあたり、尾西会長と事務局を中心として事業推進を図る現行の体制から、今後の任期2年は次期代表理事候補の育成期間とみなし、新時代に対応可能な体制移管への準備期間と位置づけたい。

#### 新任理事候補

尾西洋次	会長	現任	(株)金のいぶき
市川伸介	副会長	現任	尾西食品(株)
日浦拓哉	理事	現任	(株)ファンケル
川西孝彦	理事	現任	幸南食糧(株)
佐藤貴之	理事	現任	(株)タカシヨク
筒井慎治	理事	現任	(株)神明
佐藤潔	理事	現任	(株)金のいぶき
樋口完治	監事	新任	(株)たいまつ食品

#### 退任理事・監事

桑原節子 樋口元剛
--------------

## 報告事項I 令和4年産金のいぶき・令和5年産金のいぶき

### <令和4年産栽培状況>

令和4年産金のいぶきは一年を通して、栽培が順調に推移した年となった。田植え後の5月～6月には異常低温が続き、生育に遅れが見られたが、その後は気温が上昇し回復した。生育期の7月～8月は猛暑となり高温障害が懸念された時期もあったが、8月中旬以降は一転して曇天が続き、相反する不安が付きまとうことが多い年であった。また、8月15日には栽培の安定化のために、実際の圃場を会場とした「現地検討会」を開催し、50名以上の生産者が集まって情報を共有した。収穫期を目前とした9月には2週連続の台風直撃が宮城県を襲ったものの、風雨は非常に軽微であったため大きな被害は確認されなかったが、台風被害を見越した早期の刈取においては、登熟不良の高水分米が多く発生し、収穫量減少が顕著にみられた。また、3年産の欠品による計画的早刈りについては、肥培管理と水管理により、異常な高水分は避けられたものの、やはり収穫量は減少した。11月初旬に収穫が完了し、4年産の収穫量は概ね8.5俵～9.5俵（タカシヨク管轄生産者）となり十分な収穫量を確保できた。近年は異常気象が慣例化してきており、栽培の要所において難しい判断を迫られることが多く発生しているものの、栽培経験が積みあがったことや、検討会の開催などの地道な情報発信が徐々に成果を発揮し、生産者とともに手ごたえを感じる一年となった。



登米地区刈取風景

## <令和4年産集荷状況>

タカシヨクが管轄する県内の集荷は、倍増した生産量に加えて国内のコメ需要の回復が遅れに由来する「保管場所の不足」に苦しんだ。台風発生による収穫の遅れもあり、通常は晩期である金のいぶきの収穫が、その他品種と重なったことにより、短期間で大量の荷受けが発生し、10月～11月において混乱した。しかし、協会の取り組みの周知（全量買入）が進み、大規模生産法人などで一時保管の申し入れなどがあり、外部に流出することなく予定数量の集荷ができる見込み。

**令和4年産集荷実績 1440t**

## <実績検討会>

12月21日（水）に「実績検討会」を開催し、多収穫や新たな技術などを共有する検討会を行った。  
各地区の生産者がそれぞれ取り組み状況や、肥料の使い方、追肥時期などをプレゼンし情報共有を図った。





## <令和5年産作付状況>

関係者の多大なる尽力により、順調に生育された場合1477+規模（昨年同時期比150%）の収穫量が実現する見込み。これに全農宮城作付分を加えると

**1700+以上**の収穫量が見込まれる

令和5年度金のいぶき作付量と収量予測

	(a)	(kg)	(kg)
宮城県内	27925	10379	1,340,400
県外	2850	1,000	136,800
			<b>1,477,200</b>



6月9日圃場視察風景

## 報告事項2 商標第29類30類 金のいぶき商標の更新



更新申請日:令和5(2023)年 5月 17日  
(156)更新登録日:令和5(2023)年 5月 19日  
(180)存続期間満了日:令和15(2033)年 11月 15日  
商標(検索用):金のいぶき  
(541)標準文字商標:金のいぶき  
(561)称呼(参考情報):キンノイブキ, カネノイブキ  
(732)権利者氏名又は名称:一般社団法人高機能玄米協会

## 報告事項3 会員の状況

正会員:(株)オクモト 尾西食品(株) 幸南食糧(株) (株)神明 (株)タカシヨク  
たいまつ食品(株) (株)名古屋食糧 (株)ファンケル 計8社

賛助会員:(一社) AuBless (株)秋田ニューバイオフィーム 秋田県湯沢市  
(株)五十嵐商会 (有)石孫本店 JA加美よつば  
(株)KAWACHO RICE 木徳神糧(株) (株)銀しゃり  
群馬製粉(株) JAこまち (株)サタケ 三和油脂(株)  
JA新みやぎ 全農宮城県本部 タカラ米穀(株) (株)種商 (株)ツナギ  
築野食品工業(株) (株)八代目儀兵衛 (株)平山商会 (株)福祉工房  
ボーソー油脂(株) 瑞穂糧穀(株) (株)山形ライスファーム21  
JA山口県 (株)山田屋本店 (株)吉野家 (株)ライシー宮城 計29社