

玄米がじわりとブームになってきた。昔は「硬くてパサパサだ」と敬遠する人もいたが、技術改良によって軟らかく炊ける玄米が増えた。皮が残っている分だけ白米より栄養分が多い。健康志向で女性や若い世代を中心に買う人が広がってきた。

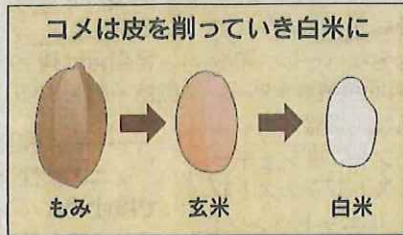
玄米ブームじわり芽吹く

栄養分豊富、技術改良で軟らかく



玄米は健康志向と少量販売で人気が高まっている（東京都中央区の米屋彦太郎・銀座三越店）

健康志向が後押し 女性・若者に人気



大手コメ卸の木徳神糧は、今夏から「宮城県産玄米・金のいぶき」を売

っている。宮城県が開発したコメで、もとは油を抽出するための品種だった。予想外の食味の良さから、主食用に抜てき。通常の玄米は吸水に時間がかかって硬さもあるが、この銘柄は炊くとコメ粒が玄米の皮を破って膨らむので白米に近い食感となる。栄養分を含む胚芽の大きさは通常の約3倍あり、ヒタミンEは白米と比べると30倍、食物繊維は同7倍という。同社の山本盛夫事業戦略部マネジャーは「コメ全体の消費が落ちても玄

米や雑穀、麦は健康志向で伸びている」と話す。外食では十六穀米を選べる店も増え、とくに女性客が選択するようになった。「金のいぶき」はも

っちりした低アミロース米という分類。食べやすさを売りにする。

東洋ライス（東京・中央）は、2年前に出した「金芽ロウカット玄米」（2kg1200円程度）

の出荷が伸びている。同社はタニタ食堂で採用されている「金芽米」で有名で、玄米にも進出。表面のロウ層という水を通しづらい膜を均一に取り除き、ふっくら炊けるようにした。糖尿病が社会

問題になっているシンガポールでは健康に配慮した食品に認定された。昨年の出荷が約1300ト、今年は20%以上の増加を見込む。

産地との協力体制も特徴だ。「玄米は農薬を気にする消費者が多いので、減農薬の技術がある地域を探した」（同社の阪本哲生副社長）。まず長野からコメを集め、今年にはJAしまね（松江市）と業務提携を結んだ。大規模な農業法人・フアー

ム宇賀荘（同県安来市）に「きぬむすめ」という銘柄を作ってもらい、農協が物流や乾燥業務を担う。

神明（神戸市）も食べやすく工夫している。「ぶちぶち玄米」とはん（1・8kg1300円程度）は、金のいぶきと宮城県産ひとめぼれをブレンド。ミツハシ（横浜市）の「美食玄米」（900g650円程度）は、玄米の表面を加工して炊きやすく仕上げた。どちら

も吸水時間は1時間以内で、炊飯器の「白米モード」で炊けるとい

う。

鮮度保てる少量販売好評

コメ販売の流れに乗り、玄米も少量販売が人気だ。家族構成が小さくなり、昔の10kg袋では新

鮮なうちに食べきれない。5kg袋さえ「重い」と言われる。玄米も健康志向と少量の二段構えで

売り返す。米屋彦太郎・銀座三越店（東京・中央）は、10種類の玄米を1kgずつ量

り売りする。店頭で精米機で7分や5分など好みの精米度合いに応じる。数字が大きいほど白米に近い。同店を運営する山田屋本店（東京都調布市）の秋沢毬衣さんは「魚沼産コシヒカリに人気が集まっていた頃と異なり、多様な銘柄を少しずつ試す人も増えた」とい

コメ農政では「需要が年間8万トずつ減少する」というデータを悲観視しすぎる傾向もある。消費の現場を見ると販売が伸びている分野もある。生産・流通・消費の盛り上がりを支えることが必要だ。

（小太刀久雄）