熊本県推奨うまい米基準について

（熊本県良食味米生産・品質推奨基準）

熊本県農産園芸課

１．必要性及び目的

　日本穀物検定協会が実施した平成２４年産米の食味ランキングで、県産米３銘柄「森のくまさん」、城北「ヒノヒカリ」、「くまさんの力」が最高ランクの「特Ａ」に格付けされ、中でも森のくまさんは最多得点で「日本一」の評価を得たことから、県産米に対する消費者の注目度や期待が高まっている。

　本県においては、従来から基本栽培技術の励行及び適地適品種の作付を推進してきているが、販売される米の食味や品質について目安となる基準等は定められていない。

このため、今後とも、消費者の期待に応えることができる米を生産・出荷し、県産米のブランド力や価値をさらに高め、有利な販売を展開し、農家所得向上につなげていくため、熊本県推奨うまい米基準（県推奨基準）を設定する。

２．基本方向

（１）消費者への米の表示については、現在「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（ＪＡＳ法）」に基づく「玄米及び精米品質基準」により、①名称、②原料玄米（産地、品種、産年）③内容量、④精米年月日、⑤販売者の表示が行われている。しかし、米の食味や外観に関する項目については表示されていないため、今後県独自の基準を設けて消費者へセールスポイントとして示していく。

（２）県独自の基準としては、特別栽培米などの生産基準と米のタンパク質含有率などの品質基準の両面による基準とする。

（３）さらに一定の品質・食味を確保する「Ａランク基準」と、さらに厳しい水準の「Ｓランク基準」を設定し、販売者は基準に基づいた商品づくりを行い、県産米の商品価値の向上とブランド化を図る。

※イメージ

|  |
| --- |
| 熊本県推奨うまい米基準 |
|  |  | Sランク | Aランク |
| 生産基準（栽培方法） | 特別栽培米 | 必須 | 任意 |
| 種子更新 | 必須 | 必須 |
| 地域の耕種基準を順守 | 必須 | 必須 |
| 品質基準（玄米） | タンパク質含有率（水分15％換算） | 6.5%以下 | 7.0%以下 |
| 検査等級（農産物検査） | 1等 | 2等以上 |
| 篩目（ふるいめ）の大きさ（調整方法） | 1.85mm以上 | 1.8mm以上 |
| 水分 | 14.0～15.0％ | 14.0～15.0％ |
| 品質基準（精米） | 色彩選別 | 必須 | 任意 |
| 注）熊本県奨励品種・認定品種を対象とする |

３．県推奨基準とは

良食味・高品質

多様なニーズに対応した流通

一般家庭向け等を中心とした

精米販売等

**Ｓランク基準**

**Ａランク基準**

プレミアム

　　県推奨基準とは、県産米ブランドを確立するため、一定水準以上の食味及び品質を確保するための目安として、本県独自の基準を設定し推奨するもの。

　　基準を満たした米については、県推奨基準に基づく県産米商品であることを自己責任において表示、販売することができることとする。

４．県推奨基準の項目について

|  |  |
| --- | --- |
| 特別栽培米 | 国のガイドラインに定める特別栽培農産物として、化学肥料及び化学農薬を慣行の栽培より５０％以上減らして作られたもので、安全安心な農産物の供給と環境への配慮に取り組むものである。 |
| 種子更新 | 種子を更新することにより異品種混入や種子伝染性病害虫を防ぐ効果がある。 |
| 地域の耕種基準を順守 | 地域の気象や土壌条件等に合った適切な肥培管理を行うことで、品種本来の食味や品質などの特性が発揮される。 |
| タンパク質含有率 | タンパク質含有率は食味との関係が大きく、タンパク含有率が高くなると粘りが少なくなり、硬さが増すため食味が低下する傾向にある。 |
| 検査等級 | 登録検査機関による農産物検査を行い、外観上の品質等に応じて１等、２等、３等及び規格外に格付けされる。 |
| 篩目（ふるいめ）の大きさ | 玄米は主に篩（ふるい）などにより選別・調整されるが、篩目を大きくすると粒揃いが良く、外観品質や食味が向上する。 |
| 水分 | 過度に乾燥すると胴割れ米が生じ、精米時の破砕による食味の低下等に影響する。 |
| 色彩選別 | 斑点米や白未熟粒の混入が多くなると、見た目の品質が低下するため、色彩選別機により除去する。 |

・取り組みイメージ

県推奨基準に基づく

良食味米づくりへの取組

生産基準に基づき栽培、出荷

生産者

品質基準に基づき、調整等による仕分を行い、基準を満たしたものについては、県推奨基準に基づく商品であることを自己責任において表示※、販売することができる。

　この取り組みに参加する販売者等は別紙様式により熊本県農産園芸課に届け出を行う。

連携

協働

出荷

集荷

農業団体、集荷業者、

卸、販売者

ブランド確立

信頼確保

基準に基づいた

品質・食味を提供

消費者