勝つ 中小企業のものがたり

東洋ライス 1

どんな品種も〝金芽米〟に

タニタなどとコラボ

消費量2万㌧

65年間、コメに魅了されて可能性を追求している男がいる。東洋ライス社長の雑賀慶二だ。努力が結実した「金芽米」。2014年1―4月期の消費量は前年同期比5・5倍の約2万㌧。すでに13年の消費量に迫る。14年は同7万㌧の見込み。勢いが増している。

レンジで調理するパックご飯「タニタ食堂の金芽米ごはん」。発売から約2年、14年9月時点で累計1000万食を出荷した。「実は提携するまでタニタを知らなかったし、こんなに売れるとは思っていなかった。タニタはすごいね」。雑賀は驚きを隠さない。

一方、タニタの担当者は「以前、タニタ食堂で『コメの味がバラついている』との声があった。そんな時に金芽米を知った。健康食を届けるとのコンセプトにぴったりだったため採用した」と振り返る。

2012年、タニタ食堂の金芽米シリーズの発表会に臨んだ雑賀慶二社長㊧

もみ殻を取り除いた玄米から胚芽とぬかを取り除いたのが白米だ。この際、ビタミンやミネラルなどを含んでいる亜糊粉層と呼ばれる部分も取り除かれる。一方、金芽米はここを残す。13年5月に香川大学医学部客員准教授の稲川裕之らが学会で「金芽米は自然免疫力を高める成分『LPS（糖脂質）』が通常の白米の約6倍含んでいる」と発表し、人気に拍車がかかった。

弁当やPBに

同年11月、お弁当チェーン「ほっともっと」などを運営するプレナスグループが採用し、現在、国内外2996店舗で提供している。理由は「おいしいご飯にこだわっている」（担当者）からだ。イトーヨーカドーも5月、プライベートブランド商品「あたたか金芽米　宮城ひとめぼれ」を発売した。現在、全国約130店舗で取り扱っており、「販売が伸びつつある」（担当者）と手応えを感じている。

雑賀は「金芽米は単なるコメではなく、健康に貢献する機能性食品として評価されている」と言い切る。評価は国内だけではない。米国の取扱店は現在の6店舗から11月に15店舗になる予定。価格は国内の2倍だが、それでも選ばれている。

技術の集大成

金芽米は精米技術の集大成でもある。精米機に内蔵している独自のコメ循環ロールで、コメ粒に均等に圧力をかけて削り過ぎずに亜糊粉層を残す。精米機、異物や色彩などの選別機、計量包装機、搬送機、測定機。ロールはこれらの装置開発でコメ粒と向き合ってきたからこそ完成した。

このロールがあれば、どのコメも金芽米に精米できる。「コシヒカリ」「ササニシキ」といったブランド、産地を問わない。〝金芽米ブランド〟の潜在力はここにある。（敬称略）

▽本社＝東京都中央区銀座5の10の13、03・3572・7550▽社長＝雑賀慶二氏▽従業員＝170人▽資本金＝1億円▽売上高＝97億200万円（14年3月期）▽URL＝www.toyo-rice.jp

無断転載・複写禁止　㈱日刊工業新聞社