

令和4年5月20日

報道関係各位

東洋ライス株式会社
代表取締役 雑賀慶二

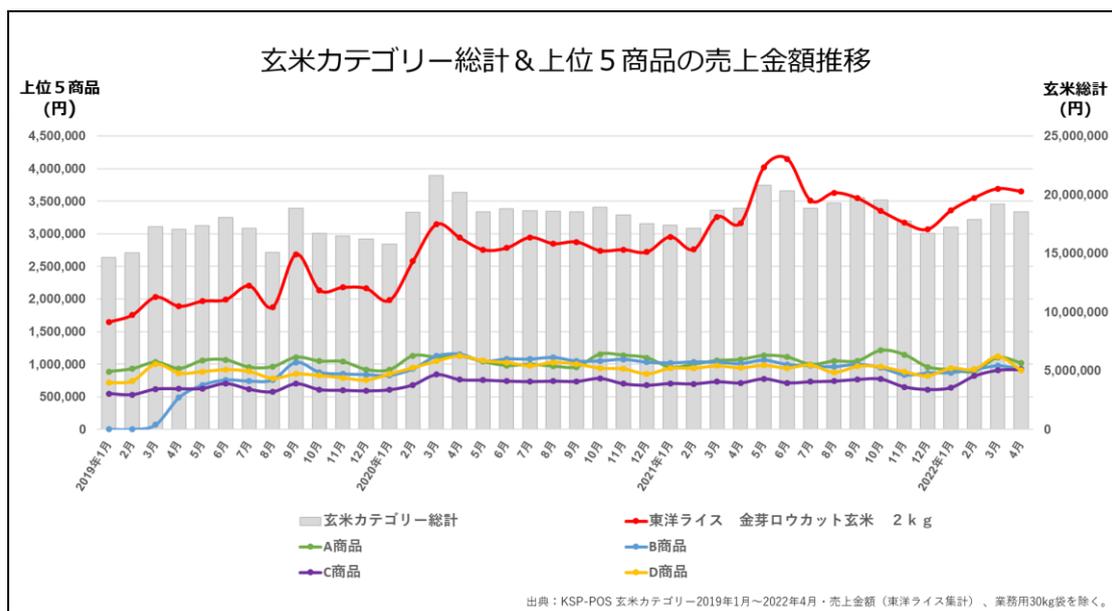
48ヶ月連続玄米商品カテゴリー売上 No. 1、 白米を含む米カテゴリー全体でも売上 TOP10 入りを達成！ 停滞するコメ市場を「金芽ロウカット玄米」が活性化！

東洋ライス株式会社（銀座本社：東京都中央区、代表取締役：雑賀慶二、以下「東洋ライス」）が開発、製造・販売する「金芽ロウカット玄米(容量：2kg、以下省略)」が、48ヶ月連続で玄米商品カテゴリー売上 No. 1 を達成(※1)、白米を含む米カテゴリー全体でも売上 10 位を達成しました(※2)。とくに、米カテゴリーにおいては、市場全体での価格冷え込みによって、上位 9 商品の kg 単価が 200 円台～450 円程度と 500 円を割り込むなか、本商品は例年通りの 550 円を維持、売上点数と粗利を確保できる商品として各量販店からもご評価をいただいています。さらに、全国展開する某量販店では、本年 3 月より、玄米商品としては異例ともいえる「4kg」タイプの本商品を新たに導入、消費者の反応も早く、売れ行きも好調に推移しています。

このように、コメ市場は正にロウカット玄米によって「玄米ブームの創成期」を迎えつつある状況ではありますが、従来の「玄米」のままでは有り得なかったことは特筆すべき点であります。

※1 KSP-POS 玄米カテゴリー-2018年5月～2022年4月・売上金額（東洋ライス集計）、業務用 30kg 袋を除く。

※2 KSP-POS 玄米カテゴリー-2022年4月・売上数量（東洋ライス集計）



■金芽ロウカット玄米について

2015年3月に発売した本商品は、食べにくさなどの原因である、玄米表面を覆う防水性の高い「ロウ層」という部分を独自加工技術により均等に除去することにより生まれた玄米商品です。特徴は、①玄米の豊富な栄養成分はほぼそのまま、②白ごはんのようにおいしく食べられる、③炊きやすく、消化性にも優れている、④糖質32%オフ、カロリー30%オフ(白ごはん比較)と、従来の玄米のデメリットを払拭した、いままでにない商品です。

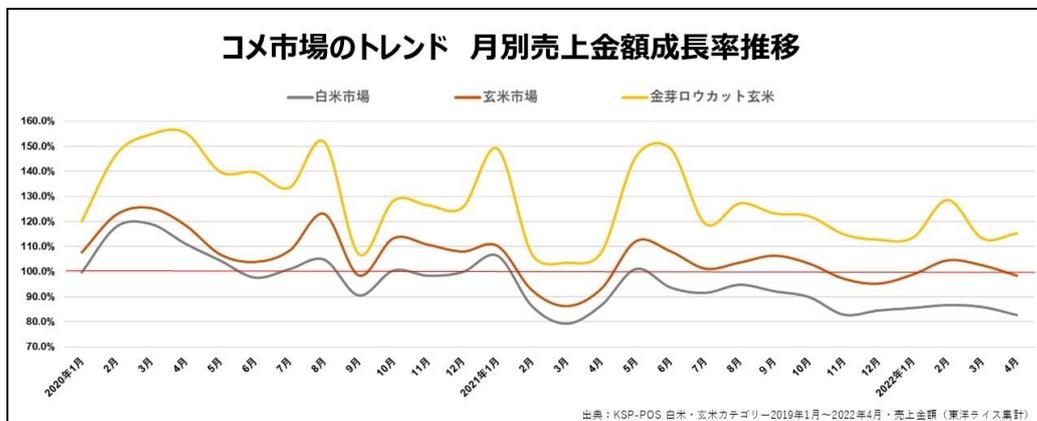
また、2021年3月には「コメ及びその飯そのもの」として特許を取得しました。これは、いかなる機器で製造しようと、またいかなる製法で造ろうと、上記①～④の他に、玄米であり乍ら、米粒が白米のご飯粒のように、大きく膨張していて、粘りもあって寿司、おむすびにもなると云う特徴をもつ金芽ロウカット玄米のようなコメすべてが、独占排他的な特許権となっています。



■成長を続ける玄米市場を「金芽ロウカット玄米」がリード

現在のコメ市場は、消費量の低下に加え、昨今深刻となっているコメ需給のアンバランスも相まって、価格の下落が顕著となるなど苦戦を強いられています。2021年5月～2022年4月では前年度比89.5%(*3)となりました。また、コメのなかでも「白米」においては、一時的に需要拡大したものの、全体ではダウントレンドとなり、こちらも同89.2%(*3)となっています。そのようななか、「玄米」市場については、消費者の健康意識の高まりを背景に、同102.7%(*3)と伸長、特に金芽ロウカット玄米については、同123.8%(*3)と玄米市場の成長をリードする形となりました。

*3 KSP-POS 白米・玄米カテゴリー2019年1月～2022年4月・売上金額(東洋ライス集計)



■玄米商品では異例の「4kg」容量が新登場

上記の通り、玄米市場をリードする金芽ロウカット玄米は、各量販店のバイヤーからも高い評価をいただいております。とくに、大手量販店では、玄米商品では異例ともいえる「4kg」容量の要請を受け、本年3月に一部地域でテスト導入、本年の白米商品と同等以上となる「2,080円」という価格設定で発売しました。消費量の減少から、「コメの小袋化」の流れの中で「大袋化」の要請自体が異例のことであり、この動向は、金芽ロウカット玄米が消費者に受け入れられるとともに、白米と同様に「主食化」しているともいえ、この潮流は米穀業界全体の動向を大きく変える可能性があると考えております。



【東洋ライス株式会社の概要】

- ・ 設立＝1961年（昭和36年） ・ 資本金＝1億円
- ・ 事業内容＝金芽米、金芽ロウカット玄米、BG無洗米の加工・製造・販売、精米機器の開発・製造販売その他
- ・ 銀座本社所在地＝東京都中央区銀座5-10-13
- ・ 電話番号＝03-3572-7550 ・ ファックス＝03-3572-7551
- ・ URL＝ <http://www.toyo-rice.jp/>