

h2: パックご飯の生産量増加の背景

【本報情報】

◆米飯・冷凍米飯加工品の販売個数、前年比6～7%増(農水省POS4月)

農水省はこのほど、小売店における令和6年4月の米類の分類別販売個数(POSデータ、前年同月比)を公表。米類全体は+8%と前年を上回っており、うち「米」は+12%。加工品等については「米飯加工品」が+6%で、細目別では「かゆ・雑炊」の伸び率が大きく、「無菌パック米飯」も引き続き上回っている。「冷凍米飯加工品」は+7%で、細目別では「その他冷凍米飯」(白飯、赤飯、おこわ、炊き込みご飯、オムライス、カレーライス)の伸びが目立つ一方、「冷凍おにぎり」は下回っている。「惣菜」は▲1%と7カ月連続で下回っており、細目別では「おにぎり」が+6%で、冷凍おにぎりとは逆に上回っている。

米類の分類別販売個数・前年対比(農水省)

分類名	5年 12月	6年 1月	2月	3月	4月
米類全体	±0%	5%	9%	14%	8%
米	9%	9%	10%	17%	12%
包装餅	▲1%	1%	3%	13%	▲1%
米飯加工品	▲2%	7%	11%	14%	6%
かゆ・雑炊	▲5%	11%	25%	28%	16%
無菌パック米飯	▲1%	5%	9%	6%	4%
レトルト米飯	▲4%	3%	1%	19%	±0%
冷凍米飯加工品	1%	2%	7%	9%	7%
冷凍ピラフ、炒飯	±0%	1%	8%	7%	5%
冷凍おにぎり	▲5%	▲5%	▲5%	4%	▲2%
その他冷凍米飯	▲6%	▲8%	10%	10%	15%
惣菜	▲3%	▲9%	▲12%	▲2%	▲1%
おにぎり	▲2%	▲9%	▲9%	7%	6%
寿司	13%	▲7%	▲2%	▲6%	▲4%
弁当	▲13%	▲13%	▲32%	▲19%	▲15%

資料:農水省「米に関するマンスリーレポート」6月号より抜粋。

注1:(株)KSP-SPのPOSデータに基づき農水省作成。同データは全国約1千店舗のスーパー、生協等の購入データに基づく。

注2:POSデータは、データ提供企業から遅れて報告されるものもあるため、時点によって集計結果に若干のずれが生じることがあり、今後、修正されることもある。

注3:POSデータの提供店舗数は、変動があることに留意が必要。

注4:POSデータの販売個数は商品容量に関わらず販売された商品の個数を単純にカウントしたものであることに留意が必要。

h3:【利便性を追求したパックご飯】中盛ごはん

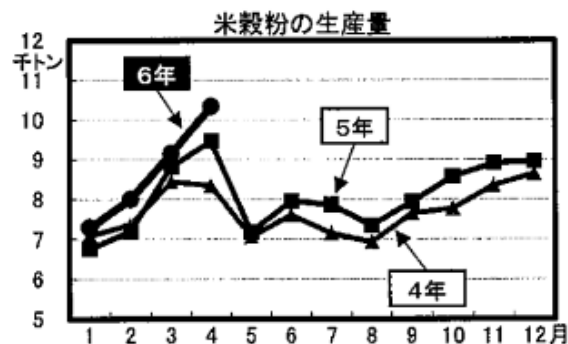
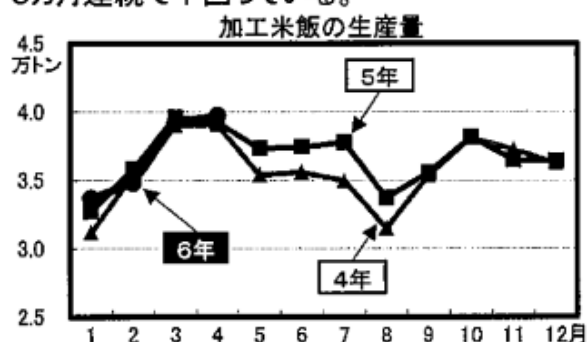
◆「中盛ごはん」新発売、業界初「あけずにレンチン」を採用(ウーケ)

神明グループの(株)ウーケはこのほど、新たにパックご飯商品『中盛ごはん』を発売した。同商品は内容量が同社標準サイズである200gよりやや多めの220gで、標準サイズでは物足りない、もう一口、二口食べたいという人におすすめ。原料には国内産米のみを使用し、北アルプスの天然水でふっくら食感に炊き上げている。また、容器には業界初となる自動蒸通機能「あけずにレンチン」を採用しており、蓋をはがすことなく電子レンジで加熱ができるうえ、同社従来製品と比較してよりストレスなく軽い力で開封できる。さらに、深型容器を採用したことで生まれた空間により、混ぜやすさが向上し、おかずをのせて手軽に“丼ぶり”として利用するなど、様々なシーンでパックご飯を楽しめるようになった。

以下の資料は直接的に使用しておりません。

◆加工米飯の生産量、前年比1.2%増（4月）

食品需給研究センターが11日に公表した食品製造業の生産動向によると、令和6年4月の加工米飯の生産量・速報値は3万9,705トン（前年同月比1.2%増）と3カ月ぶりに上回った。細目別では主力の「無菌包装米飯」が4.2%減となる一方、「冷凍米飯」は9.0%増と引き続き上回っている。「米穀粉」は9.2%増と14カ月連続のプラスで、うち主力の「上新粉」は3.8%増、「新規米粉」も17.7%増とそれぞれ堅調。「米みそ」も3.9%増と11カ月ぶりに上回ったほか、マイナス続きの「米菓」は0.1%減と前年並みに。一方、「包装もち」は17.5%減と3カ月連続で下回っている。



米加工品の生産量（6年4月）

単位：トン

品目	4月	前年比	1～4月	前年比	品目	4月	前年比	1～4月	前年比
加工米飯	39,705	▲1.2%	147,402	▲0.0%	米穀粉	10,333	9.2%	34,777	7.9%
無菌包装米飯	17,626	▲4.2%	66,687	▲6.3%	上新粉	4,924	3.8%	15,624	6.6%
冷凍米飯	16,808	9.0%	63,078	8.0%	新規米粉	3,685	17.7%	12,338	10.1%
レトルト米飯	4,673	▲3.7%	14,578	▲0.7%	もち粉	950	7.3%	3,619	8.8%
乾燥米飯	362	44.2%	2,029	1.3%	白玉粉	316	▲2.8%	1,265	▲2.5%
チルド米飯	212	▲23.2%	895	▲8.8%	菓子種	173	39.5%	788	8.4%
缶詰米飯	24	▲7.7%	135	▲4.9%	寒梅粉	136	8.8%	529	3.7%
米菓	19,016	▲0.1%	69,668	▲4.9%	だんご粉	75	17.2%	339	13.8%
あられ	8,363	▲0.6%	30,594	▲4.0%	らくがん粉・みじん粉	74	15.6%	275	29.7%
せんべい	10,653	0.3%	39,074	▲5.7%	味噌	42,838	2.9%	150,805	▲1.4%
包装もち	3,889	▲17.5%	15,020	▲10.4%	米みそ	37,238	3.9%	129,175	▲1.1%

※速報値。味噌の内訳は米関連の品目のみ。

【本報情報】

◆第4工場新築・包装米飯製造設備工事の入札を実施（ウーケ）

神明グループの（株）ウーケは14日、「令和5年度産地生産基盤パワーアップ事業」における同社第4工場の工事について、入札を実施することを発表した。今回入札を行う工事は①第4工場新築工事②第4工場製造設備工事…の2つ。

①では、富山県下新川郡入善町下飯野地内の現状更地（駐車場）となっている敷地に鉄骨造2階建て、準耐火建築物の食品工場を施工。建築面積は3,020.75㎡（913.78坪）、延床面積は4,316.69㎡（1,305.80坪）で、主要用途は無菌包装米飯の製造となっている。

②では、①の工場で使用する「添加剤を使用しなくても無菌を担保できる包装米飯の製造装置」として、▽洗米浸漬装置▽洗米充填装置▽カセット搬送システム▽クリーンスチーム発生装置▽短時間殺菌装置▽液体連続殺菌装置▽加水搬送装置▽加水充填装置▽加圧連続炊飯装置▽容器シール装置▽蒸らし装置前後搬送装置▽蒸らし装置▽除水装置▽生産管理システム…の14点を施工。同設備で製造する製品は、150～200gの普通盛容器（133×156×28mm）と、250～300gの大盛容器（133×156×38mm）。処理能力は設備ライン公称生産量7,200食／h（設備ライン能力7,500食）としている。なお、施工範囲には搬入、据付、電気工事、保温工事、調整試運転、連動運転、能力検証を含む。

①②とも参加期限は6月21日まで、入札および開札は6月28日となっており、予定価格の制限の範囲内で最低価格者を落札者と決定する。工期は契約日翌日から7年3月17日までの予定。

決算情報		◆梅の花					
		(単位: 百万円、カッコ内は対前期増減率)					
企業名	連結・個別	期間	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	
梅の花	連結	2023～24年	29,816	819	739	1,020	
		5 ～ 4 月	(8.6%増)	(812.5%増)	-	-	
		「すしん」など、外食事業の売上高は169億99百万円(前年同期比11.6%増)。					

【米穀情報】

◆パックご飯の第2工場に着工、年間9,100万食計画（あきたこまち協会）

秋田県の(株)大潟村あきたこまち生産者協会(南秋田郡大潟村、代表取締役社長:涌井信)は27日、パックご飯の第2工場の建設を6月に開始したことを公表した。来年3月に完成、6月に本格稼働する予定で、第1工場と合わせて年間約9,100万食を製造する計画。

同工場は、村内の同業者と設立した(株) ジャパン・パックスライス秋田(大潟村)が男鹿市に建設しているもの。同社は2021年に県内初のパックご飯工場を大潟村に建設し、現在は国内量販店のPB商品をメインに、年間約3,600万食を生産している。農業者主体の会社が運営していることから、原料は契約栽培米を中心に考え、米の栽培から加工・販売まで一気通貫で運営。また、あきたこまち・サキホコレなど産直のブランド米を使用した付加価値の高い商品を安定的に生産することで、他社との差別化を図っている。設備投資には多額の費用を要するが、国や県の補助を受けることで、産直米のパックご飯事業を実現した。同社における2023年のパックご飯生産量は前年比1.2倍に拡大しており、2024年も引き続き増加を見込む。その背景として、シニア世帯の核家族化に伴う食の簡便志向や、米購入時の身体的負担の回避、パックご飯の食味向上を挙げる。

同社は2021年からパックご飯の海外輸出を開始し、現在は年間約1万2千~1万5千食を輸出している。ただ、現状は国内需要を優先しており、十分に対応できていないことから第2工場の新設を決定した。新工場により、コメ需要が大きい米国や中国・台湾を中心に年間約1,500万食の輸出を目指す。また2024年度はシンガポールやオランダでも試験販売を実施し、好評を博した。日本食のヘルシーさが支持されていることや、訪日観光客が増え、帰国後も美味しい日本食を手軽に食べたいとの需要から、さらなる海外市場の拡大が期待されるとしている。2018年には「海外産直プロジェクト」も立ち上げ、商社を通さず中間マージンをかけない輸出の実証を行ってきた。輸送費の面では港までの陸路に大きなコストがかかるため、大潟村から最も近い秋田港から台湾に輸出しており、さらに県内他社の輸出商品も同梱することで、コスト削減を図っている。今後は輸出先国をさらに増やし、県内の企業を取りまとめる“地域商社”の役割を担う企業として、地域活性化に貢献するとしている。