

2019年2月号 『SQUET』三菱UFJビジネススクエア会員誌に  
当社が掲載されました

## 企業最前線

# 創意と工夫で市場を拡大 コメ文化の再創造目指す

## アルファー食品

本社 島根県出雲市  
設立 1966年  
売上高 49億円(2017年11月期)  
従業員数 250人(2018年12月現在)  
銀行取引店 三菱UFJ銀行岡山支社

アルファー食品は、「アルファ化米」のトップメーカーである。アルファ化米とは、加水・加熱し、ごはんになった状態のコメを、熱風で急速に乾燥させたもの。一般のコメに比べ、短時間で炊けるほか、水分が少ないため、長期保存ができるといった特長を併せ持つ。

「戦国時代の武士が戦の際、腰にぶら下げた『干飯』という携帯食がある。アルファ化米という難しく聞こえるが、炊いたコメを乾燥させたものという意味では同じです」。同社の篠原隆社長はこう教えてくれる。

同社がこの分野に進出したのは1966年。現在の本社を構える大社町周辺には、当時、松の木が多く植えられており、初代の社長は、その切り株から抽出される松根油を使ってゴムの軟化剤を製造する事業を営んでいた。あるとき取引先を通じて打診され、同社を設立して始めたのがアルファ化米の製造だった。

ベトナム戦争のさなか、米軍向けの特需という背景があり、ノウ

ハウはなかったものの研究を重ねて商品化に成功した。だが、戦争が終わると当然ながら発注はなくなる。同じ時期、拡大したのは給食向けの用途だった。

問題となっていた「コメ余り」を解消するため76年、米飯給食が正式に導入される。従来から学校の厨房にあるパン窯でも簡単に調理できるアルファ化米に白羽の矢が立った。

80年ごろからは、総合スーパーが簡便な商材として惣菜を強化し始めた。店内の限られた人員でも簡単かつ均一に調理できるアルファ化米に注目が集まった。篠原社長は「とにかく、びっくりするほどよく売れました」と振り返る。

### 日本を襲う震災で 非常食向け分野が急拡大

近年、アルファ化米市場において、最も伸長しているのが非常食



篠原隆社長

としての分野だ。拡大のきっかけになったのは、1995年の阪神・淡路大震災。さらにいくつもの震災が日本を襲った。それまで非常食の主流は乾パンだったが、非常時でも日本人の主食、ごはんが手軽に食べられるアルファ化米に取って代わられるようになった。同社の直近の実績に目を向けると、商品分類別の主な構成は業務用35%、非常食用30%、給食用20%、その他15%となっている。今後2〜3年以内に非常用が最も多くなると、アルファー食品では予測する。

そうしたなか、同社が強化するのが、味を追求する取り組みだ。「年配層には、登山の際にアルフ



①「給食」「業務」「備蓄」「家庭向け」とアルファ化米の幅広い用途開発力が強み。②数種の国産米をブレンドすることで理想の食感に近づけたり、地域や顧客に合わせて風味や米粒の色を微妙に変えたりするなど、細やかな調整が要求される。当然、原料検査と商品検査の徹底が前提となる。③単身世帯の増加にともなう個食ニーズへの取り込み、赤飯文化の啓蒙も商品開発・営業活動における大切な視点。④保管から輸送までの品質管理にも軸足を置く

リニューアルする計画だ。そのた

27品目がある。

いまのところ対応しているのは一部の商品だが、本年6月までに

### 「お赤飯の日」を制定 新たな需要の創造を

今期、アルファー食品が非常食用商品で力を入れているのは、アレルギー対応である。現在、食品のうちアレルギー物質として食品表示法で指定されているものには

えび、かに、小麦、そば、卵など

「ア化米を食べた人が多いと聞くが、味けないという感想が大半。そういった意見を反映し、具材を含めおいしい商品の開発に力を入れてきました」と篠原社長は語る。

一部の商品だが、本年6月までに

アイデアが出てくるかもしれない

「お赤飯の日」を立ち上げて、11月23日

「お赤飯の日」を制定、新たな需要開拓に乗り出している。

「お赤飯の日」を制定、新たな需要開拓に乗り出している。

「お赤飯の日」を制定、新たな需要開拓に乗り出している。

「お赤飯の日」を制定、新たな需要開拓に乗り出している。

