

3類型	農林水産物	通巻番号	3 - 21 - 111
地域資源名	新潟米	認定日	平成21年6月29日
地域	新潟県全域	所管省庁	農林水産省、経済産業省

**事業名:健康志向に対応する簡便・美味な新潟米の「半炊き乾燥米」製品の開発・販売**

会社名:有限会社クリエーション

所在地:新潟県長岡市宝5 - 1 - 19

連絡先:TEL:0258 - 21 - 2821

FAX:0258 - 21 - 2822

### 事業概要(新たな活用の視点)

#### ・産地・地域の現状と課題

稲作生産者は、お米の消費量の半減、米価の下落と非常に苦しい経営状況となっており、消費者ニーズに合った簡単便利で健康志向を満足させる商品を提供する事で、お米の消費拡大と付加価値販売による収益増を図る必要が生じた。

#### ・事業着手の経緯

有限会社クリエーション社長の実家が米生産農家でもあり、米市場に関心のある中、お米の加工食品の需要増を機会と捉え、市場評価の高い新潟県産コシヒカリをベースとした「半炊き乾燥米」製品を開発し、市場ニーズに対応した製品の開発に着手したところである。

#### ・地域資源の強みと新たな活用視点の導入

本事業では、大半が生米で流通されていた地域産業資源「新潟米」の高品質、良食味、高い知名度、高い産地ブランド力などの特長を生かして、半炊き加工技術による付加価値米を製造する。

### 売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

#### 競争力

#### ・新商品、新サービスのコンセプト

玄米と生薬エキス入りの「半炊き乾燥米」は、食べ易く、また健康志向にも対応した、主食を通じて健康志向に対応する商品である。

炊飯袋入り「半炊き乾燥米」は、食べたい時に食べたい量だけ、簡単便利に炊飯でき、無駄なゴミを出さないことを特徴としている。

#### ・競合製品との優位性

他社のアルファ化米に比べ、味と香りの再現に優れている。

#### 市場性

#### ・市場ニーズ、市場規模

市場調査の結果、成人病や生活習慣病の増加に伴い、国内外を問わずに健康志向を満足させる食品のニーズは高く、市場規模の拡大が期待できる。

#### 販路

#### ・販路開拓方針

健康への意識の高い国内外消費者や国、都道府県等の行政機関が販売ターゲット。

### 地域資源における関係事業者との連携

新潟県内の稲作生産者から食の安全安心が担保された高品質・良食味のお米の提供を受け、新潟県食品研究センターや長岡高専の指導の下に、商品開発や製造技術の改善を行う。

「薬膳」ツーリズムとの関係を発展させ、新潟県内の宿泊施設との連携で「食と健康と観光」の推進を図り、地元食材を使用した「半炊き乾燥米」の拡販に努める。

