

## 「もみ太郎」発売に際し、その商品開発の背景

米穀業を営む弊社は、縄文時代より続く稲作文化をわが国の食文化の基盤と考え、良質な米の生産活動に寄与し、その販売活動に努めてきた。

近年、わが国の食糧事情は飽食の度を増し、食生活はより欧米化、多様化し、家庭での米の消費量は減少の一途を辿っている。その一方で、加工された米飯という形で、外食・中食産業、あるいは店頭での無菌パックという販売形態をとり、その消費は拡大している。

しかし、現代のように世界の至る所から、食材、食品が国内に流入し、食糧消費の構造が変化しようと、またライフスタイルが変わろうとも、依然米が主食としての座に在り続けるのは、米がもつ魅力から来るものであろう。そこには文化的背景があり、栄養学的要素、調理的要素、生産的要素、経済的要素などが複雑に絡み合っており、現在の米消費事情を作り上げているものと思われる。

弊社は、過去およそ 30 年間ほど米穀の精米および販売の業務に携わりながら、米の消費形態が精白米を中心とした一次加工製品の形から、今後はさらに付加価値を備えた二次加工食品主体の時代にシフトして行くことを痛切に感じている。現に商品として、既に無菌パック御飯、発芽玄米粥の販売を手がけ、別部門で炊飯事業も営んでいる。

そうした中で今回開発した商品は、米の新しい消費形態を提案するものであり、米の消費拡大に大きく貢献し得るだけの力を秘めた商品であると信ずる。また、生産者とも親交がある弊社にとって、需要拡大は、農業従事者の生産意欲を高めるためにも不可欠のものであり、延いては高レベルでの安定した米の需給バランス、さらに米の自給率 100%維持に通ずるものと考えている。