

事業計画名 新型色彩選別機の導入で精米工程のQCD革新と、廃棄物であった「しらた」を活用したカンタン米粉による新商品開発

消費者の美味しい米への拘り化も進んでいるため精米工程に色彩選別機を追加導入して「ブランド米」の精米効率を向上

計画の概要

新型設備の導入で「精米時間の劇的短縮」と「段取り替え削減」の実現、また厳選された「整粒」から新たな高付加価値商品への展開、さらに「しらた」（「粉状質米」「白濁米」）を廃棄物から食べられる商品へと逆転化して「予防医学に貢献できる米粉の商品化」を現実的なものとする新たな事業展開である。

有限会社 おき

■事業者名	有限会社おき
■代表者名	代表取締役 隠岐 聡美
■設立年	1937年(昭和12年)創業
■所在地	本社／〒689-2501 鳥取県東伯郡琴浦町赤碕1144-14 Tel.0858-55-0309 Fax.0858-55-0545
■資本金	8,000千円
■従業員数	3人(平成29年8月末時点)
■業務内容	(飲食料品卸売業) 米穀卸・小売、飲食店



代表取締役 隠岐 聡美

企業概要

当社は、琴浦町赤碕に昭和12年に創業し、米穀店を営む一方、「五ツ星お米マイスターのアンテナショップ開業し、お米の美味しい食べ方提案」として、米子市内に「美味しいお米」に拘った飲食店「米蔵」を経営している。「米蔵」は拘りの「おむすび」や「ご飯のおいしい定食」が好評で、固定客が増加している。しかし、米穀販売は売り上げの減少傾向が続いており、従来の小売・卸売に加え、ギフト用商品を作成し百貨店のカタログギフトやふるさと納税の返礼品として提供している。



“米蔵”外観

事業の計画概要

●設備導入のきっかけ

(現状)

- 食生活の高度化、多様化、人口減少に伴い「米」の需要が低下し、コメの販売量の低下が進んでいる。
- 精米の基準では「粉状質粒（粒質が粉状または半粉状の粒）」の割合が制限されている。
- 精米の購入先がスーパーマーケット、生産者から直接購入、インターネットショップ等の入手経路が大半を占め、米穀専門店からの購入が激減している。
- 「米」の販売形態がギフト用や加工品等、販売形態の多様化が進んでいる。

(課題)

- ①精米効率が悪い(高品質米の精米における色彩選別機の機能・精度不足)
- ②ブランド米の販路拡大、米関連商品の開発による新たな販路開拓

(解決策)

- ①精米工程の効率向上
 - ・ブランド化などで種類も多様化した米が、「選ぶ時代」となっているため、売れる「米」の少量パックやギフト用としての商品開発。
 - ・精米における色彩選別機を導入して「整粒商品」を

厳選して、「ブランド化」する。

②「しらた」の商品化

・「しらた」を加工食品として開発。

(事業実施期間)

開始：平成27年8月～完了：平成27年11月

機械装置名	活用方法
小型色彩選別機・中継昇降機	製品中に含まれる未熟米「しらた」の選別除去



小型色彩選別機「選り助」



「しらた」選別後の整粒

選別された「しらた」

事業の取組内容

●事業の概要とその成果

- ①精米工程の効率向上
 - ・色彩選別機を追加導入により、米の選別精度の向上と精米時間の短縮が実現した。(230分⇒97分)
 - ・色彩選別機・中継昇降機を追加導入により精米工程の効率化が図られ、百貨店等に厳選した高付加価値の「整粒割合の高い」商品の提供が可能となった。
- ②米の選別制度の向上
 - ・「しらた」混入割合が大幅に改善された。



五ツ星お米マイスター厳選のブレンド米商品

事業化の可能性と展望

●当初の事業化への目標

(1)「米蔵米」を整粒商品としてブランド化

①高品質・高付加価値のギフト商品としてスーパー、百貨店等の販売を促進している。

(2) アンテナショップ「米蔵」活用による商品開発

①整粒割合の高い商品を店舗で販売を行い、消費者ニーズを調査・分析している。

②消費者ニーズの把握のために、店頭において各種調理方法の研究と商品販売を行い、消費者より高い評価を得ている。拘りの「おむすび」や「ご飯のおいしい定食」販売に固定客が増加している。

③広く美味しさを理解してもらうために「弁当」事業にも進出している。

(3)「しらた」の商品化

①専門家を交えて「米蔵」店内において「しらた」の加工食品の研究開発に着手している。



おむすびをはじめメニュー豊富な定食を提供



事業のポイント

食生活の高度化、多様化、人口減少に伴い「米」の需要が低下し、米の販売量の低下が進み、パン食への移行も顕著となっている。米が、まとめ買いから美味しい米への拘り化も進んでいるため色彩選別機を追加(増加)導入して精米効率を上げ、「ブランド米」として販路拡大を行っている。またアンテナショップを開業し、お米の美味しい食べ方の提案を行い、固定客も増加している。更には高品質米の精米時に出る「しらた」の商品化を目指して研究開発するなど、新たな米販売のチャレンジ的取組として成果を上げつつある。