

～ シリアル・ルネッサンス ～ <http://www.riceisland.co.jp>

## 「お米検索サイト「komes」をお使いください」

お米検索サイト「komes」オープンから半年が経過して、よりよくお使いいただける方法をご案内させていただきます。サイトを一度ご覧いただけますように、パスワードもお送りできます。是非一度サイトをご覧ください。お米の業界紙に掲載された「新米効果」は、産地・品種の特徴を強調して、売り上げ拡大するの流が見て取れます。

-----  
外食・中食が新米効果を狙い競う弁当包装紙使った”新米”宣伝も

外食・中食産業の大手には毎年、新米への早期切り替えを行い、店頭で「新米入荷」を消費者にアピールする光景が目止まる。今年も対応ぶりを追った。最近ではまた、農水省が策定したガイドラインに沿った使用食材の原産地表示に乗り出す外食も出始めるなど、米による消費者向けアピールはこの先一段と強まりそう。

持ち帰り弁当店「ほっかほっか亭」を九州及び東日本で展開するプレナスは、東日本、西日本ともに8月末に新米に切り替えた。店頭ポスターによる「新米入荷」の宣伝と併せて、弁当購入者には商品包装でも、「新米入荷」を宣伝。必ず目止まる直接的な宣伝方法で集客効果を狙った。新米は宮崎と高知産のコシヒカリから開始、切り替え時の仕入価格は前年に比べて2～3%ダウンしたという。産地との太いパイプを活用し、昨年は使用米の生産県を紹介したTVCMを放映して同社のブランドイメージを高めた。引き続きホームページでは1年を通じて米へのこだわりを紹介している。

すかいらーくの新米切り替えは、和食業態の「藍屋」がのぼり旗で「新米入荷熊本天草産コシヒカリ100%」のほか農協名も表記し注目を引いた。

-----  
外食業界は全体で年々3%～5%の売上減少で、市場自体が縮小傾向にある中、価格重視から、産地・品種をアピールして付加価値をつけて伸びている企業との格差が大きくなってきました。

その流れを助長させている農水省の原産地表示のガイドラインは産地表示が義務化されれば逆にアピールポイントとして利用できるとみているのです。

お米検索サイト「komes」は、唯一の仕入先検索のお手伝いができるサイトで、産地と直接お繋ぎいたしますので産地・品種はもちろんのこと、産地しかわからない情報が得られやすいことに利点があります。

外食の競争激化で、他社との差別化としての食材のトレースや、こだわり・品質・価格が支持されることで、企業間格差が広がってきています。

米卸などの流通のお米は、ブレンドすることによって、量・価格の安定がなされ、その部分が今まで指示されて使われてきました。

一方、産直純米は年によっては品うすになったり、入札などによって価格変動があり、デメリットもありますが、トレースができる・食味が安定する、そしてアピールできる食材などのメリットこそが、現在市場で望まれていることなのではないでしょうか。

そんな中で、「komes」は、登録リストの企業様に対して、トレースが出来る農協のお米、特に栽培にこだわったお米、農協・生産者の中で特徴のあるお米、食味の良いお米など、お客様のご希望にあわせたお米をご紹介します。

大手外食チェーン店様で「komes」を利用された、お米も出回り始め、産地・品種の選定は、複数産地をピックアップし提案できます。試食も準備しておりますのでご請求いただける体制をとっています。

次にはお米から、全国各地の野菜や果物・農産加工品などもご提案できる農Sサイトの立ち上げも準備しています。安心・安全な農産物が出回ることで、身体にも美味しい食が提案できると考えています。