ライスミルク商品化

全農 10月に 飲みやすさ、健康重視

ＪＡ全農は、国産米で作った飲料ライスミルク「お米のミルク」を商品化し、10月から発売する。１本（１２５ミリリットル）当たりの精米の使用量はコンビニエンスストアで販売するおにぎりの約３分の１（17グラム）で、手軽に米の栄養分を摂取できるのが特徴だ。11月からは一般スーパーでの販売を狙う。

ライスミルクは牛乳、豆乳に続く第三のミルクとして最近、注目を集めている。今年、国内の大手メーカーなどが相次いで販売している。全農がライスミルクを発売するのは初めて。国産原料にこだわった「全農ブランド」の商品として売り出す。

工場での製造能力は現段階で年間１００万本。単純に計算するとフル稼働で精米を年間17トン使うことになる。

商品化に向け、飲みやすさや健康面も考え、米胚芽油、玄米に含まれるビタミン「イノシトール」を独自に配合する。全農は「米が持つ自然の甘味を生かし、癖がなく飲みやすい喉越しに仕上げた」とＰＲする。朝食を食べる時間のない人や牛乳アレルギーを持つ人、運動する人を主なターゲットに売り込む。

希望小売価格は１本１５８円（税別）。初回の出荷は４万本を見込んでいる。販売開始の時点ではＡコープ店やＪＡで販売する他、全農のインターネット通販サイト「ＪＡタウン」で取り扱う。

（2015年8月26日付、日本農業新聞）