

# 全農グループが展開する米粉事業の今

## 専用工場の新設やこだわりの原料米調達で事業拡大

近年、米粉の需要は、小麦に含まれるグルテンの摂取を避ける健康志向の高まりや、商品開発による使用用途拡大、また安定供給の観点から国内で自給可能な米を原料とすることなどを背景に拡大しています。農水省によると、2024年度の米粉用米の需要量は5万6,000 tとなっており、直近10年間で2.5倍に伸びています(図1)。

米粉の需要が高まるなか、主に精米販売を中心に事業を展開する全農グループ会社である全農パールライス株式が、2025年9月に大型米粉工場を新設し、米粉事業が本格的に始動しました。

今号では、全農グループにおける米粉事業の取り組みについて紹介します。

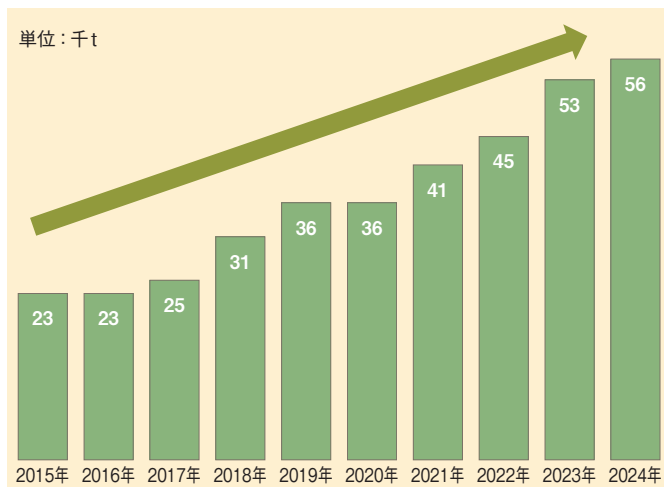


図1 米粉用米の需要数量の推移  
農林水産省公表データに基づき全農作成



写真1 2025年9月に新設した千葉米粉工場

### 全農グループの米粉事業への本格参入

全農パールライス株式(以下、全農パール)は、国産精米の取扱いナンバーワン企業として、全国各地に14精米工場を設置しており、各地で生産された国産100%のお米を高度な精米と徹底した品質管理を行う主食米事業を展開しています。また、同社で精米した100%国産米を自社工場で炊飯して提供する炊飯事業(全農パールおよび子会社で3工場設置)や、清酒製造用の酒造用精米を提供する酒米事業(1工場設置)も行っています。

米粉の需要が拡大している情勢を受けて、全農パールは、本格的な米粉の製造・販売を目的に、JAグループとして初めてとなる大型米粉工場を千葉県に新設しました(写真1)。全農パールが、米粉事業に乗り出した背景には、日本の米消費量の継続的な減少があります。多様化する現代の食事形態において、お米を食べる機会が減少しているなか「パンや麺の原料に米粉を使用することで、国産米の消費量の拡大を図り、ひいては日本の水田・米づくりを守ることに貢献したい」という思いから米粉事業への参入を決めました。

### こだわりの製造で5種類の米粉製品をラインナップ

新設した大型米粉工場(以下、千葉米粉工場)は、年間最大1,152 tの生産能力があり、2026年3月までの初年度は130 t程度を生産する予定で、4年後の2030年にはフル稼働をめざしています。

千葉米粉工場は、湿式製法を採用しており、米を浸漬する工程があります(写真2)。米を浸漬するには、適切な排水の処理が必要となりますが、隣接する全農パールの炊飯工場が排水浄化設備を保有しており、この設備を活用することで対応しています。



写真2 浸漬タンク



写真3 気流粉碎機



製品例

写真4 米粉製品(左:家庭用500g、中央:家庭用300g、右:業務用10kg)

また、パンや洋菓子など幅広い用途に適した米粉を製造するために、生地の食感に影響する「デンプン」の損傷率を10%以下に抑えることが可能な気流粉碎製法を採用しています(写真3)。

製造する米粉製品は、家庭用に300g・500g・1kg、業務用に10kg・20kgの5種類をラインナップしています(写真4)。特に、販売のメインとなる業務用では、顧客ニーズに臨機応変に対応できる体制となっています。

## 米粉事業における課題と今後の展望

千葉米粉工場では、原料米として米粉専用品種を中心に使用しており、なかでもパンへの加工に適した「笑みたわわ」を栽培している千葉・埼玉・茨城など関東圏の産地を中心に契約し、全農を通じて原料を調達しています。「笑みたわわ」のほかにも「ミズチカラ」や麺への加工に適した「亜細亜のかおり」など用途に適した米粉専用品種を使用しています。

こだわりを持った原料を調達するなか、産地における米粉用米の生産量は、最近の主食用米の価格高騰を受けて減少傾向にあり、原料の米粉用米を確保するのが困難になっています。今後も安定的に米粉製品をお届けするためにも、全農や産地との連携を強化し、生産者との契約栽培を進めるなどして原料米の確保を図っていきます。

販売面では、従来の全農パールの精米取引先企業のほか、全農の品目横断営業部隊である営業開発部との連携を強化しながら、「メニュー提案」と「顧客ニーズに合致した商品の提供」の2本柱を武器に積極的に新規顧客の開拓を進めます。

また、グルテンフリー市場が日本よりも大きい海外市場への進出も見据え、米粉製品の輸出も検討して米粉事業の拡大を図っていきます。



千葉米粉工場では、同工場における米粉事業の拡大が、米粉市場のさらなる拡大に向けた起爆材となるよう努めていきます。また、小麦などからの代替えを進めながら、日本における「米粉文化」の発展・浸透に貢献し、たくさんの方に美味しい米粉製品を食べていただくとともに、産地においても安定した生産につ

なげるなどして、米粉で日本を元気にしたいと考えます。

また、パールライスブランドや自社の認知向上を目的に各種メディアで実施する広報活動のなかでも米粉製品を訴求していきます。

【全農 米穀部】