

特集1

6次産業化を進める、地域への新しい風

# 地域の神事で使われる赤米で6次産業化

レッドライスカンパニー株式会社（岡山県総社市）

大学在学中からUターンして  
起業することを決意

夫婦二人三脚で12年をかけて準備をし、  
6次産業化を展開



上京して気が付いた  
地域の特産物とその弱み

岡山県総社市にあるレッドライスカンパニー株式会社は、難波尚吾さんと友子さんが夫婦で創業した。総社市は、尚吾さんの生まれ故郷で、社名にも記されている「赤米」<sup>あかこめ</sup>を使って2011年から6次産業化を展開している。

赤米で起業しようと考えついたのは、尚吾さん。「大学時代、夏休みなどで岡山に帰省して、東京に戻る時にお土産を買おうとしても、お土産の種類が少なく、メジャーなのは吉備団子しかない気がしてきました。地方から何か発信できるものはないかと考え、僕の地元には赤米があり、これを加工して吉備団子を越えるようなお土産品になれば面白いんじゃないかと思いました」と話す。

県内でもメジャーとはいえない特産品だが、尚吾さんは小学生の時に赤米の収穫体験をした思い出が忘れられなかった。大学で知り合った友子さんも尚吾さんの夢に共感し、将来を共にしようとして決意した。

6次産業化で起業を目標に  
夫婦で12年をかけて準備

難波さん夫婦は、東京で共にした大学時代から、「赤米」による6次産業化を構想していた。尚吾さんは、大学の研究室で赤米の基礎分析をはじめ、赤米でお酒を作るなど可能性を追求。この頃すでに、赤米を使った加工品の構想は何十種類もあったという。「大学の研究室で、赤米の研究を行っていた時代も含めると、起業に向けての準備期間は12年にもなります」と尚吾さん。

卒業後は互いに首都圏の食品メーカーに就職し、マーケティングから商品開発、衛生管理、成分分析などに

レッドライスカンパニー株式会社 取締役

難波 尚吾 さん (35)

岡山県出身。1981年、燃糸業を営む家に次男として生まれる。高校時代はラグビーに打ち込み岡山県代表に選出される。東京農業大学に在学中、吉備団子に代わる岡山の特産品を作りたいという思いから「赤米」による6次産業化に着目。卒業後は食品メーカーに就職し、30歳で岡山にUターンして起業する。



レッドライスカンパニー株式会社 代表取締役

難波 友子 さん (35)

1981年生まれ、山口県出身。東京農業短期大学在学中に夫の尚吾さんと知り合い、尚吾さんの赤米を使った地域おこしの夢に共感。大学卒業後は食品製造会社の研究開発社員として従事したのち、尚吾さんのパートナーとして起業までの準備期間を支える。起業と同時に尚吾さんからの推薦でレッドライスカンパニー株式会社の代表取締役に就任。農林水産省が主催する「農業女子プロジェクト」のメンバーとしても活動中。4児の母でもある。



レッドライスカンパニーの加工商品第一号の「赤米塩糰(しおこうじ)」。肉料理や豆腐にかけたり、ドレッシングの材料としても使用できる。



赤米を使った甘酒「はれのひ」。古代よりハレの日の祝いに用いられてきた赤米を使用したことから、「はれのひ」とネーミング。砂糖不使用でノンアルコールの甘酒。第13回グルメ&ダイニングスタイルショー新製品コンテストで、ビバレッジ部門大賞を受賞。



レッドライスカンパニーの赤米は、古代より受け継がれる総社赤米とサイワイモチを掛け合わせて生まれた「あかおもち」という新品種。現在、岡山県総社市、長崎県対馬市、鹿児島県南種子町の3市町が連携し、古代から親しまれている「赤米」を文化庁が認定する日本遺産にしようと申請の準備が進められている。

農業が未経験の二人にとって、赤米栽培は未知の世界。「普及員の方をはじめ、地元のみなさんに、苗作りから収穫までの一連の作業を親切に教えていただきました」と友子さん。ただ、農業に取り組む女性からの視点では、女性用の農作業着の種類が少なく困ったことや、農機具の扱いにも苦勞したとのこと。

従事し、経験とスキルを積んだ。「加工食品の一括表示についての知識もありますし、原価試算も適正価格にできます。これは前職のおかげです」と友子さん。

異業種からの就農と岡山へのイターン

30歳までに起業しようと決めた難波さん夫婦は、3人の子供と共に家族5人で岡山県へ移住。移住後、当初の事業計画では、赤米を仕入れて、二人がこれまで培った技術で商品開発をしていくイメージだった。しかし、原料となる赤米が、その稀少さゆえ仕入れ価格が高く、これを原料とすると加工品の価格まで高額になってしまふ。それでは、吉備団子を越えるお土産品にはならないと考え、自分たちで赤米を作ろうと、尚吾さんの実家の休耕地1ヘクタールを借りて赤米の栽培を始めた。

地元農家とも連携  
総社古代米生産組合を発足

初年度の赤米は無事に収穫できたが、圃場1ヘクタールでの赤米の収穫量では、加工品を作るのに十分ではない。二人は、「総社古代米生産組合」を発足させ、赤米を栽培してくれる農家を募った。「神事に使う赤米で事業をしていくことに反対される方や、雑穀米を作るのに抵抗を持たれた方、地域の方々の反応は最初はいろいろありましたが、話し合いを重ねて理解をいただけたと思っています」と尚吾さん。また、「全量でなくてもいい、半分でもいいから作ってほしい、買い取り値段も全力で努力する」と呼びかけ、賛同してくれた農家の圃場も合わせ、赤米の栽培面積は5ヘクタールに広がった。



翌年、設立した会社の社長には友子さんが就任。「赤米のニーズは女性にあり、赤米を広報活動するのも女性がいいと主人から推薦され社長になりました」と友子さん。

何とか実現してあげたいと思わせる新しい地域の風

難波さん夫婦がちょうど岡山に移住してきた頃、私もこの地区に配属され、縁あって二人と知り合いました。農業未経験の二人は、熱心に様々な知識を吸収しようとしていました。尚吾さんにおいては常識を覆すような栽培方法の提案や、新たな品種の提案を受け、驚くことも多かったです。私としてはそれを受け止めて、どうしたら可能にできるか考えている毎日、まるで課題を出されているようにも感じました(笑)。友子さんにおいてはとにかく一生懸命で、岡山に移住してから4番目のお子さんを産み、1箇月も経たないうちに圃場に出て作業されていました。地域を盛り上げていこうという若い二人の6次産業化をこれからも応援し続けたいと思います。

サポーター紹介



岡山西農業協同組合 営農部 営農企画課 酒井啓(さかいあきら)さん(66) :写真中央



## レッドライスカンパニー株式会社 6次産業化への道

- 1981年6月 友子さん 山口県に生まれる
- 1981年7月 尚吾さん 岡山県に生まれる

●1999年4月  
友子さん、東京農業大学短期大学部醸造科に入学  
尚吾さん、東京農業大学生物生産学部に入学

●2001年3月  
友子さん 大学卒業後、食品製造会社の 研究  
開発社員として従事

●2003年3月  
尚吾さん 食品メーカーに就職し研究室に所  
属。衛生管理、商品開発、成分分析、マーケティ  
ングなどに携わる

●2011年1月  
岡山県総社市に移住。友子さんにとっては  
Iターン、尚吾さんにとってはUターン。

●2011年5月  
赤米の生産を開始

●2012年3月  
レッドライスカンパニー株式会社を設立

●2012年6月  
六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業  
計画の認定を受ける

●2013年2月  
グルメ&ダイニングスタイルショー2013  
新商品コンテストビバレッジ部門にて赤米甘酒  
「はれのひ」が大賞を受賞

●2013年6月  
国分寺前園場にて赤米大使・相川七瀬さんと  
「赤米食育プロジェクト」を開始

●2014年8月  
岡山アワード2014「地産品生産者賞」を受賞

●2015年5月  
JR西日本 ふるさとあっ晴れ認定委員会に  
て、赤米うどんが「うめえもん」に認定

●2015年12月  
ふるさと名品オブ・ザ・イヤー 株式会社コンタン  
世界のアカバ部門にて赤米甘酒「はれの日紅  
白セット」が最優秀賞を受賞



レッドライスカンパニー株式会社  
岡山県総社市上原162-2  
TEL:0866-90-3117  
<http://www.redrice-co.com/>



Iターンで新規就農から5年。これまでを振り返り、「総社は、地域のいろんな方々から、元氣や勇氣をいただける  
ところ。パワースポットみたいなところですよ」と友さんは話す。

### 米を米売り場で売らない 斬新な販路開拓

赤米の生産現場では二年生だった  
が、商品開発においては二人とも豊  
富な知識があった。また、かねてより  
加工商品の構想も十分にあった。  
「あとは時代のニーズに合わせて、い  
つ出すか」というタイミング次第だっ  
たと友子さん。雑穀米の認知度が  
上がり、塩麴ブームが後押しする  
中、レッドライスカンパニーでは「赤米  
塩麴」を開発し販売。他の塩麴製品  
が並ぶ商品棚で、ほんのりピンクが  
かった赤米の塩麴は、ターゲットを女  
性に絞って商品開発が行われた。  
マーケティングの知識も豊富に  
あった二人は、麴の次は甘酒がブーム  
になることを予測。女性を意識した

甘酒で、パッケージはかわいらしく  
スタイリッシュに。そして、友子さんの  
アイデアから商品名は「はれのひ」  
に決まった。

赤米を使ったこれらの商品は、縁  
起物として、ブライダル市場や神  
社・仏閣からも注文が来るようにな  
った。販路開拓の意外性も、レッド  
ライスカンパニーの強みである。「売  
り場に縛られず市場を広く捉える  
ことができたのは、前職のおかげで  
す」と友子さんは話す。また、尚吾さ  
んは「米を米売り場で売りたいくない  
ですね」と話す。最近では百貨店や  
企業とコラボレーションした商品を開  
発するなど、赤米を使った加工商品  
の販路はさらに広がり、レッドライス  
カンパニーの6次産業化は注目を集  
めている。



自社の運営だけでなく、田んぼ  
での農作業体験イベントを企  
画・実行し子供達への食育を  
推進するなど地域貢献活動に  
も積極的に取り組んでいる。