

第7回 GOHANプロジェクト 発表資料



2026年7月31日
アイリスオーヤマ株式会社
小山 康志

GOHANプロジェクトから生まれた新たな連携事業

～アイリスオーヤマ × クロスリーチ～

パックごはんを活用した現地食文化との融合・健康志向市場への参入

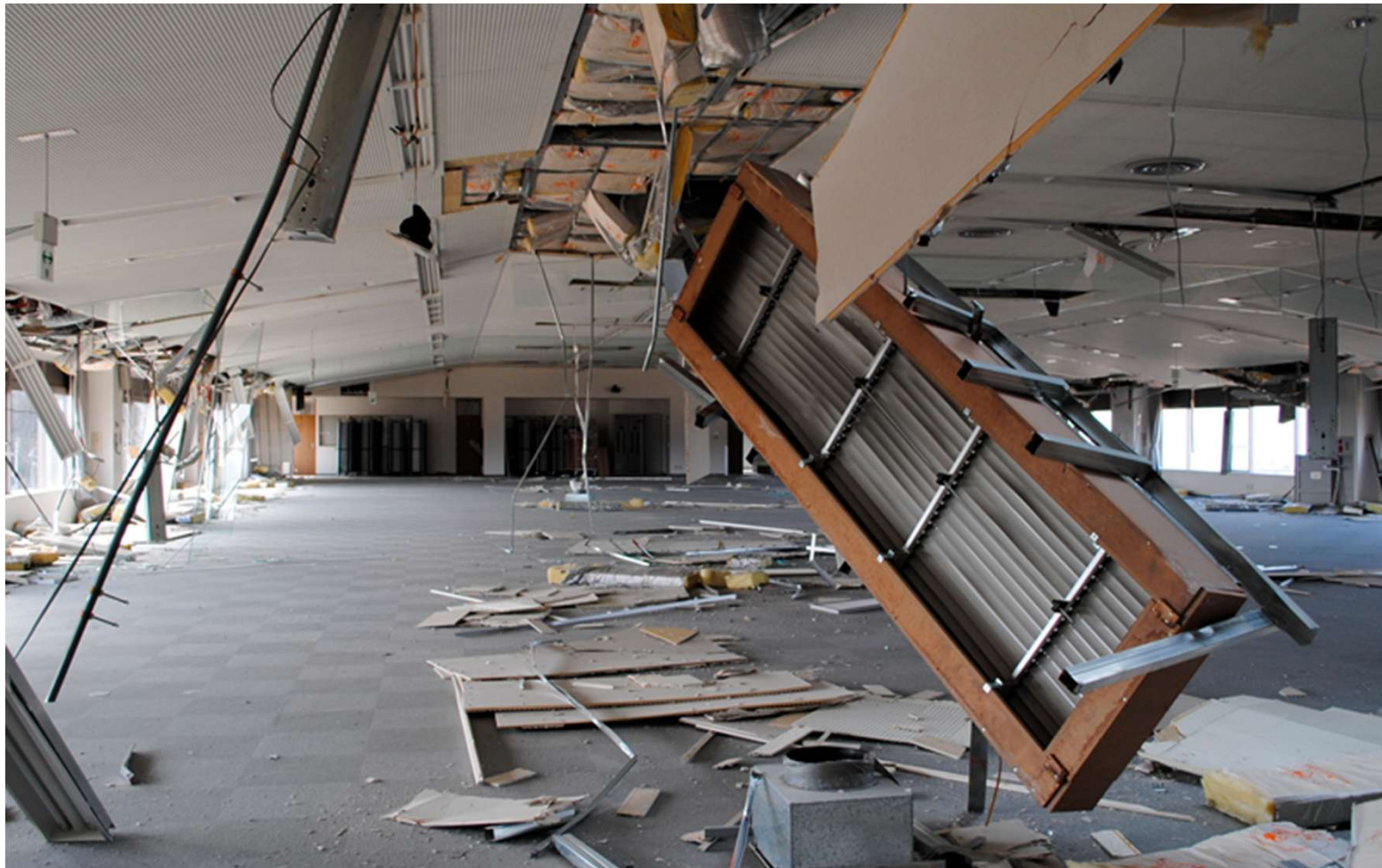


本日のアジェンダ

1. 当社の精米事業・食品事業の沿革
2. 海外輸出と課題
3. GOHAN PJから生まれた連携
4. 共同事業の概要
5. 今後の展望

宮城県にも本社を置く当グループも東日本大震災で被災

2011年3月11日 東日本大震災で被災

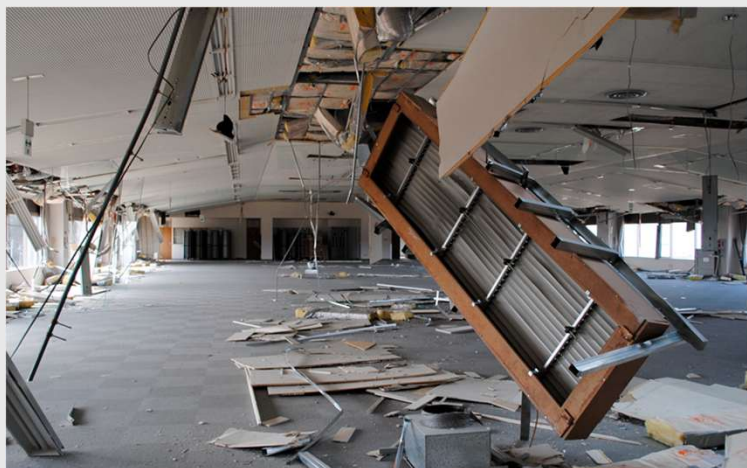


▲震災直後のアイリスオーヤマ 角田I.T.P.(宮城県)

「ジャパン・ソリューション」の事業展開

“被災経験”が、その後の“事業展開の軸”を変えた

東日本大震災の経験



▲震災直後のアイリスオーヤマ 角田I.T.P.

- ・宮城県にも本社を置く
当グループも大きな被害
- ・震災直後から復興に尽力
- ・ステークホルダーも未曾有の災害で
日々の生活にも苦労

日本の社会課題を解決する
「ジャパン・ソリューション」へ

技術者の
海外流出防止／
家電事業



震災後の
節電需要に／
LED照明事業



東北の農家の
営農再開を支援／
精米事業



コロナ禍で迅速に
国内生産を開始／
マスク事業



労働力不足に／
ロボティクス事業



食品事業 参入背景・沿革

【精米・パックごはん事業】

東北の営農再開を目的に
食品事業(精米)参入

パックごはん
販売開始

福島県南相馬市沿岸地域の
営農再開支援を開始

パックごはん
自社生産開始

農業参入を発表

鳥栖工場で
食品生産開始

2013

2014

2015

～

2017

～

2021

～

2023

2024

2025

2026

切餅事業に参入
(岩手工場稼働開始)

飲料事業、レトルト食品、
缶詰事業に本格参入

緑茶市場
に参入

【その他食品事業】

復興支援を事業として継続しながら、日本の社会課題を解決

資材生産・玄米調達・精米・加工・流通・販売を自社グループ内で担う体制

資材生産	調達・精米	加工	流通	販売
アイリスプロダクト	アイリスアグリ イノベーション	アイリスオーヤマ	アイリスフーズ	アイリスプラザ
				
福島県南相馬市	宮城県亘理町	宮城県角田市等	全国	ECサイト ホームセンター

復興支援の一環として
地元の雇用創出と
食品事業拡大を目的に
震災後に新設



(ご参考)
一気通貫体制の強みから、
2025年は随意契約の
政府備蓄米をいち早く発売！

アイリスオーヤマの海外輸出の現状

当社の米関連商品の海外展開

- ・ 台湾輸出開始(2022年) ・ 米国・タイ向け輸出開始(2024年)



- ・ 次の展開先

シンガポール/マレーシア/オーストラリア

しかし...

「精米とパックごはんは同じ売り方では通用しないのではないか」

GOHAN PJで共有した課題

パックごはんと精米は同じ市場なのか？

精米輸出：

- ・ ご飯を炊く文化が前提
- ・ 原料としても流通
- ・ 日本食需要の拡大が追い風



パックごはん輸出：

- ・ 商品そのものを販売
- ・ 食べ方の提案が必要
- ・ 利便性理解が必要
- ・ 新しい食シーンの提案が必要



●仮説：

日本産米の販促手法をそのままパックごはんに適用しても海外市場での需要拡大には限界があるのではないか

GOHAN PJでの出会い

課題共有から連携へ

GOHAN PJ会合にて当社がパックごはん輸出の課題、現地市場での販促の難しさを共有



Cross Reach横山氏から

- ・ ASEAN市場での知見
 - ・ 現地ローカル市場での販促事例
 - ・ 食文化融合の可能性
- について提案頂く



「一緒に検証してみよう」という話に発展・事業申請

GOHAN PJが連携の起点となった

なぜこの取組みが必要なのか

海外市場での現状

日本産米輸出 ≠ パックごはん輸出（を想定） パックごはんの課題とは？

- ①商品認知不足
 - ②食べ方が伝わらない
 - ③価格競争に陥りやすい
 - ④現地食文化との接点不足
 - ⑤健康食品市場のアプローチ不足
 - ⑥新しい需要創造が必要
- Etc. . .

目指す姿

「日本食」として販売するのではなく「現地で選ばれる食品」として定着させること。

今回の連携事業概要

「進出候補先国・地域の市場リサーチ等の取組みの推進」

対象国: シンガポール/マレーシア/オーストラリア

実施者: アイリスオーヤマ×Cross Reach

●2つの仮説検証

① 現地食文化との融合

- ・ シンガポール(チキンライス・バクテー)
 - ・ マレーシア(ナシレマ・ラクサ) Halal認証取得
 - ・ オーストラリア(ヘルシーボウル)
- などとの組み合わせを検証。

「日本食」ではなく「現地食として食べてもらう」



今回の連携事業概要

「進出候補先国・地域の市場リサーチ等の取組みの推進」

対象国: シンガポール/マレーシア/オーストラリア

実施者: アイリスオーヤマ×Cross Reach

●2つの仮説検証

② 健康食品市場への参入

海外では

- ・ グルテンフリー
- ・ フィットネス

健康志向市場が拡大



パックごはんを「主食」ではなく「健康的な炭水化物補給食品」として提案できないか

GOHAN PJへ

本連携事業で期待される効果

市場リサーチ/消費者調査/サンプリング/商談会/輸出/成功要因・失敗要因分析

現時点で見えている課題

まだ事業開始前だからこそ検証したいこと

- ① 現地消費者はパックごはんをどう理解するか
- ② 健康市場への適合性
- ③ 現地飲食店との連携方法
- ④ 韓国産との競争優位性
- ⑤ 継続購入につながる販促方法

GOHAN PJ全体の知見でパックごはん輸出モデルを作りたい

GOHANプロジェクトメンバーの皆様へのお願い

ぜひ皆様のご協力・アドバイスをお願い出来れば幸いです。
特に以下の情報・知見を求めています。

- 現地流通チャネル情報
- 現地外食連携
- 健康市場への知見
- ハラル市場への知見
- 成功事例や失敗事例など



原材料はお米と水のみ。

添加物
不使用

炊きたてのごはんの香り・味を
お届けするため、原材料はお米と水のみ。
添加物不使用なので、
バックごはん独特のにおいがしません。



GOHAN PJメンバーの皆様と共に
パックごはん輸出モデルを構築したいと考えています。

GOHAN PJから生まれた挑戦を成功事例へ

今後の目標パックごはん独自の海外展開モデルを構築し日本産米・米加工品輸出拡大に貢献してまいります。

ご清聴ありがとうございました。



IRIS OHYAMA



XREACH

Cross Reach