

## インド共和国

## 新たな米加工品(調理済食品)の現地生産体制構築・ビジネス化に関する基礎調査

## 企業・サイト概要

- 提案企業：アルファー食品株式会社
- 代表企業所在地：島根県出雲市
- サイト：インド共和国ケララ州



## インド共和国の開発課題

- 経済成長が続く中、今もって都市部と農村部の経済格差は存在。
- 食品加工業の振興により、農村部主要産業である農業分野経済をけん引し、もって経済格差の是正と国内経済の好循環の実現を目指している。

## 中小企業の製品・技術

- 米のアルファ化加工技術
- 米の蒸し・急速乾燥加工を軸に、その加工度合を調整したり、調理・梱包・品質チェック体制を拡充することで、調理時間の短縮、保存期間の長期化、臭気抑制等の付加価値を米に与える技術。

## 日本の中小企業の事業戦略

- 現地の米加工事業者との提携によるOEM生産を軸に、現地卸業者を介して製品を市場供給し対価を得る。
- 提携企業のネットワークを活かし、大量炊飯を行う学校・ホテル・病院、高級スーパー等の顧客を開拓する。
- 初年度は提携企業との代理店契約により日本で製造した製品を販売し、2年目以降に共同で現地法人を設立、OEM生産による生産拡大を図る。

## 中小企業の事業展開を通じて期待される開発効果

- インドで未普及の調理済米加工品を現地企業との提携で製造することで、食品加工産業の裾野が拡大する。
- これら製品の流通により同業他社の類似品・対抗品参入が促され、その競争の中で業界全体が発展していく。
- 原料米を政府の最低支持価格以上の価格で買い取るようになるため、農家の収益改善に繋がる。

# Survey on Construction of Production System and Business Structure of New Processed Rice Products (Ready Meals) in India (SME Partnership Promotion)

## SMEs and Counterpart Organization

- Name of SME : Alpha Food Co.,Ltd.
- Location of SME : Izumo, Shimane Pref., Japan
- Survey Site ▪ Counterpart Organization : Government of Kerala, Kerala State , India



## Concerned Development Issues

- Despite the growth of the economy, there is economic gap between wealth and poverty.
- In order to narrow the economic gap and boost domestic economic circulation, agricultural sector that is main industry in rural area is needed to promote through promoting food-processing sector.

## Products and Technologies of SMEs

- Processing technology for pregelatinized rice
- The technology adds additional value to rice, such as reduction of cooking time, extending shelf life, reducing odor of rice products through controlling processing level of rice, such as steaming, fast drying, and checking system for cooking, packing and quality of the products.

## Business Sustainability

- Getting profit through supplying the products that are manufactured by an OEM in a market through local wholesalers.
- Expanding customers, such as schools where provide a lot of cooked rice to students, hotels, hospitals, and grocery stores where has customers who are middle class through linkage with local firms.
- Making an agreement for agency to selling the products with local firms and selling the products that are manufactured in Japan through the local firms In the first year. In order to expand of production by an OEM, establishing local subsidiary with a local firm.

## Expected Impact

- Extending market for a food-processing sector through producing our processed cooked rice that is not popular yet in India with local firms.
- Our products influence other firms to prompt producing similar products in a same sector and effect a competitive market. That influence to develop the sector.