

精米工場の保管・管理システムが産地に波及

1. 概要

本社所在地:西日本、年間取扱数量:10万トン以上

2. 基本姿勢及び特記事項

米の販売を通じ、お客様と生産者を信頼というパイプでつなぐことを経営理念としている。大消費地と生産地が混在する県内には優良産地が存在しており県民に人気の良質米も生産される。そのため県内産を振興する意味もあり、県内産で構成する商品の開発と販売にも力を入れている。



3. 仕入れについて

仕入れの主な産地品種は、コシヒカリが新潟・富山と県内産、あきたこまちが秋田と西日本産、ひとめぼれは宮城・岩手産を主力にしている。業務用対象として北海道・青森・西日本産の米を仕入れている。今後は農協の広域合併もあり、「地域を指定した仕入へのシフト」は避けられない。

4. 販売について

販売比率は玄米30%、精米70%で構成される。精米販売の内訳は量販店40%、外食事業者40%、小売店10%、業者間販売10%の比率である。また、精米販売のうち、単品販売が60%で家庭用、ブレンド販売が40%で業務用となっている。

主な販売エリアは大阪・兵庫を中心とした関西地区が80%、その他20%となっている。

5. 商品づくりについて

家庭用のコシヒカリは、新潟と県内産を中心とした原料構成にしている。業務用・外食事業者のニーズに対応し安定供給を確保するため、生産地との提携を密にしている。販売業者に対する量販店や外食事業者の要求は「価格」と「品質」であり、一般消費者の要求はその2つに加え「安全・安心」である。

外食事業者は炊飯の変化に敏感で納入する商品と品質分析結果の提出を求め、「契約内容と品質が一致しなければ返品」となるほど厳しい。また、外食事業者のベンダーが精米工場を頻繁に訪れ、精米工程・品質管理状況のチェックや納品商品についての情報交換を行っていることから、販売業者として原料米の保管や精米工程の管理に細心の注意を払っている。

6. 産地に対するメッセージ

精米工場に対する要求として消費者・ユーザーからコンタミの防止・原料張込から商品出荷に至る製造記録の記帳・清潔かつ厳正な在庫管理が求められているが、今後、同様の要求が必ず生産段階にも波及する。生産者段階においてもコンタミの防止は言うに及ばず、カントリーの施設運営や保管・管理システムの構築、徹底が求められる。今でも、量販店の関係者は販売業者を伴って産地の調査を実施しており、栽培基準の励行、原料米の品質管理等に厳しい目を向けている。

また、農産物検査の民営化によって、検査が甘くなった地域が散見される。このような地域は確実に淘汰される。「整粒歩合」は品質確保と販売業者の利益確保にとって重要なポイントであり、「産地としての信頼」を獲得するためにも、生産者は「整粒歩合の高い玄米」の提供に努めて欲しい。

更に、日本人の食生活の変化の状況から外食産業の拡大と量販店における低価格競争の拡大は避けられない。価格水準の維持は一層厳しくなっており、生産者も消費動向の実態を把握した対応が求められる。販売の現場や自社精米工場で収集した品質情報は必ず産地にお返しするので、産地はそれらの情報をきっちり受け止めて改善に努めて欲しい。いずれにしろ米は「農産物から商品に変わった」ことを自覚して欲しい。