

# B外食事業者

## きらら397を主体にしたブレンド米

### 1. 概要

本社所在地：東日本、営業地域：全国展開（海外）  
営業形態：牛・豚等の丼物、定食を店内提供と持ち帰り  
創業：明治32年個人営業→昭和63年名称変更  
→平成19年持株会社設立  
売上高：650億円以上  
店舗数：1300店舗（国内1,019店舗、海外281店舗）  
従業員数：社員1,022名・パート5,348名  
関連企業：4社  
年間使用数量：約3万トン



### 2. 基本姿勢及び特記事項

BSEで牛肉の輸入禁止措置で全体の売上げが減少、半減まで追い込まれた。平成18年に輸入が再開され牛丼が復活、以前の水準に回復した。但し、牛肉の供給は不安定で牛丼の提供時間が11時～24時までの限定販売に迫られ、牛丼の売上げが減少、他のメニューでカバー、結果的に牛丼の販売比率9割の単品事業から転換できた。メニューの売上げシェアは牛丼が50%、豚丼が20%、その他で30%の割合。経営理念は「For the People」（人のためを考え、人を大切に、人に必要とされたい）とし、牛丼事業を中心にした食事の提供で豊かな人間社会に貢献するとしている。

牛丼が休止したことにより牛丼以外のメニューが定着、男性一人9割の来店客が家族や男女ペアの客層が増加、郊外型の店舗にテーブル席を設置し、客層の変化に拍車を掛けている。テーブル席が人気を呼び、年内に100店舗にテーブル席を拡大の方針。

### 3. 仕入れについて

原料構成は丼物に合うブレンド米とし、きらら397をベースにあきたこまち・はえぬき・つがるロマン・まなむすめ・ヒノヒカリ・アケボノなどの中から地域毎に1～2品種をブレンド（合計2～3品種）する。きらら397は8農協と契約、数量と価格の契約は年2回（3月～10月、11月～2月）に分けて納入業者と協議し、決定する。仕入れ先は既存の5届出事業者（卸売業者）を主体にし、一社が50%を占めている。

炊飯は店頭炊飯、量目は20kg（4kg×5袋）で配送する。また水分の安定を目的に新米は12月から1割程度のブレンドから始め、徐々に新米比率を上げ、翌年の4月～5月頃に切り替えを完了する。

### 4. 求める品質について

4年前までは全国均一の食味という観点から全国統一のブレンド米を使用していたが調達コストの低減と食味が全体的にアップしたことから地場産を使用したブレンド米に切り替えた。そのため、地域によってブレンド内容が異なっている。品質の確保では水分・白度・蛋白質等6項目を公的機関に検査を依頼している。基軸銘柄のきらら397は蛋白質の含有率を7%台で決めている。提供商品が丼物主体であり、タレ通りの良い、食味に優れている米が仕入の条件であり、契約前に試食で品質と食味を確認している。

### 5. 産地に対するメッセージ

絶対条件は「安全」であり、さらに品質の安定化と数量確保が求められる。再生産価格は維持したいと考えているが外食産業としては競争激化の中、メニュー売価改定は容易ではなく低価格米が必要とされている。産地としては、業務用途米の生産拡大（多収穫米等）を明確な位置付けとして取組んで頂きたい。