

「一粒入魂＝米ひとつぶにこだわる味づくり」にこだわる商品提供

1. 概要

本社所在地：東日本 年間取扱数量：5万トン未満

2. 基本姿勢及び特記事項

- ア. 「一粒入魂＝米ひとつぶにこだわる味づくり」をモットーにお客様に信頼され満足頂ける商品提供に努めている。
- イ. 平成14年にISO9001を認証取得したことにより、当社独自の品質保証体系を確立し、よりスピーディーに、より安全に安定した受注から納品を実現化した。
- ウ. 小麦アレルギーで苦しんでいる人のために、米粉パン、米粉ケーキなどの米粉商品（アレルギー対応食品）の製造販売を行っている。



3. 仕入れについて

仕入先の構成は全農・全集連が50%、農協が20%、生産法人が15%、その他が15%である。

仕入の主要銘柄比率はコシヒカリが30%、あきたこまちが20%、ひとめぼれが15%、北海道が5%、その他が30%で構成される。

主要産地品種銘柄は、コシヒカリが新潟（全地区）、富山、山形、福島（全地区）、長野、茨城、栃木、埼玉、千葉、京都、兵庫、宮崎、鹿児島、あきたこまちが秋田、岩手、山形、福島、茨城、千葉、ひとめぼれが宮城、岩手、山形、福島、茨城、栃木、千葉である。その他の銘柄は、北海道のななつぼし、ゆきひかり、きらら397、青森のつがるロマン、まっしぐら、山形のはえぬき、埼玉の彩のかがやき、特別栽培米の「こだわり産地銘柄」を仕入れている。新潟は産地精米の「しらゆき米」を扱っている。

仕入価格は全農・全集連に対しては「年間相対」で、「農協」や「生産法人」に対しては「相対」で契約している。

4. 販売について

販売先は量販店が35%、業務用が35%、一般小売店が30%の比率で、玄米・精米比率は玄米が30%、精米が70%となっている。

販売エリアは埼玉県内が90%、関東が10%である。販売価格は納品先との商談による相対価格である。

5. 商品づくりについて

ISO9001に基づく商品の製造品質管理を実施している。原料入荷時においてロット管理の徹底（入庫チェック、品質分析）、製造工程では製造データのチェック、精米における品質・食味分析、炊飯テストを実施している。

業務用米に関しては販売先のニーズに対応した製品づくりを基本とし、細やかな製造対応を実施している。

6. 生産者（産地）に対するメッセージ

- ア. 農協は、消費地（流通業者）の実情を考慮した生産指導（作付指導）をしっかりと行って欲しい。異物混入（草の実）が多い産地がある（特に個人乾燥のもの）ので、異物混入に対する意識向上を図って欲しい。
- イ. 産地との交流として、かつては、田植え・稲刈ツアーを実施していた。現在、米屋（一般小売店）の後継者の勉強会を実施しているので、産地交流の場として、それらを復活させたい。生産者がばらばらで活動するのではなく、農協組織を活用した活動も重要な視点だ。
- ウ. 小売業者と量販店は「価格」を重視した商品の構成で提供する。これに対して外食事業者は「品質」を求めている。生産者は「価格」と「品質」の両方に対応しなければならない。