

F 小売業者

安全安心な米の提供を第一に考えており、特別栽培米の取扱いが多い

1. 概要

創業：昭和9年（1934年、創業も同じで、現在2代目） 本社所在地：西日本 店舗数：1店舗
従業員：正社員3人（夫婦、息子） 主たる営業区域：兵庫県（神戸市内）で100%
営業形態：米穀専門小売店、米穀が95%、その他 取扱数量：180トン（月間15トン）
商品（醤油、灯油、切手、葉書）が5%
売上高：約60百万円（平成21年度）

〈地域環境〉創業から震災までは、人口密集地であり、市の新生市場もあり、活発な商業地域であった。しかし、震災後は建ぺい率の問題もあり、家屋が大幅に減り居住人口が減少した。また、高齢化、核家族化が進み、米の販売数量（消費量の全体）が激減しており、現在では「御用聞き」をしづらい状況にある。

2. 基本姿勢及び特記事項

安心安全な米の提供を第一に考えている。そのため、取り扱っている米の過半が特別栽培米であり、契約栽培により安定確保を図っている。なかでも、ある産地の米のキャッチフレーズは、「清冽な雪解け水と陽光溢れる恵まれた大地で『〇〇××さん』が心を込めて栽培した京都丹後半島〇〇町のコシヒカリです」である。

お米甲子園で平成20年、21年と2年連続準優勝した地元県産のヒノヒカリを積極的に取り扱っている。また、代表は、お米マイスターの資格を持っており、年間14～15回の出前授業を行っている。

3. 仕入れについて

仕入先は卸売業者が80%、農家直売が20%の比率である。

主な産地品種銘柄はコシヒカリが新潟（魚沼、一般）、富山、福島（中通）、京都（丹後）であり、京都（丹後）は特定生産者が生産する米のうちの約70%を仕入れている。

ヒノヒカリは佐賀と兵庫の特定生産者が生産する米のうちの約20%を仕入れており、その他は千葉のふさおとめ、ふさこがね、兵庫のどんとこいを仕入れている。

仕入価格は、卸売業者とは都度相対であり、農家直売では年間一本価格である。



4. 販売について

家庭用・業務用とも精米100%であり、販売比率は業務用が75%、家庭用が25%である。品目は家庭用が単品100%、業務用は単品が若干でブレンド米がほぼ100%である。

業務用は、中華用、レストラン用はブレンド米（(例)21年産兵庫どんとこい；50%、22年産千葉ふさおとめ；30%、21年産福島コシヒカリ20%）、寿司用は単品（兵庫・佐賀ヒノヒカリ）である。

配達には家庭用が配達40%、店頭（持ち帰り）60%。業務用は配達100%であるが、家庭用で持ち帰りが多いのは、持ち帰り値引きが400円/10kgであり、特定期間中に野菜等のおまけ付きがあるためである。

販売価格は消費者向けを年間固定とし、業務用は原則年間固定であるが、業種によって販売価格・ブレンド内容を変えている。

5. 商品づくりについて

売れ筋商品は単品で京都コシヒカリ（丹後産）＝特別栽培米4,900円/10kg、兵庫ヒノヒカリ（神崎郡産）＝お米甲子園準優勝米4,200円/10kg、新潟コシヒカリ＝5,800円/10kgと続いている。

量目は5kgが50%、10kgが50%であるが、新潟（魚沼、一般）のみ2kgがある。

販促活動はスタンプカード（お楽しみプレゼントカード）を発行しており、スタンプが25個貯まると1,000円相当の商品と交換できる。

6. 生産者に対するメッセージ

安心して食べられるこだわりの米（特別栽培米＝減農薬栽培米等）を作って欲しい。

毎年、一般消費者が加入している友の会会員を産地（丹後地区）に案内し、産地視察と意見交換会を実施しているので、今後も継続したい。

自慢の米（こだわりの米）を作るのか、安い業務用の米を作るのか、「二者択一」の時代に入ったことを見極めて生産して欲しい。