

S 販売業者

産地指定の契約栽培によるこだわりのコメ作りを支援

1. 概要

本社所在地：西日本（取扱数量 5 万トン以下） 創業：昭和 43 年 4 月（設立は昭和 47 年）
従業員：役員 6 人、従業員 60 人 主たる営業区域：西日本
営業形態：米穀卸売業 売上高：101 億円

2. 基本姿勢及び特記事項

経営理念：食を通じて社会に奉仕する。産地指定の契約栽培によるこだわりのコメ作りを支援していく。

- ア. 生産地の育成と環境保護のため、有機栽培米、特別栽培米を推進。
- イ. 水質汚染防止のため、米のとぎ汁を出さない無洗米の製造・販売。
- ウ. 二酸化炭素削減のため、天然ガス車で配送。
- エ. 環境重視の一環として、平成 13 年に ISO14001 認証を取得。

3. 仕入れについて

仕入先は、JA 直売 80%、連合会 10%、生産法人・農家等 10%

卸問仕入は皆無。JA 直売の取扱いと実需との結びつけを強化してきた。現在仕入れの 90% は JA と直接話して決めている（JA が連合会通しを希望するときは連合会扱い）。有機栽培、特別栽培米などは、JA に行き生産者に会い、どういった米が必要か伝えている。

全体の 4 割がコシヒカリで、産地は茨城、新潟、富山、石川、福井、三重、滋賀、京都、兵庫、鳥取、岡山となっている。あきたこまちが秋田、岩手、茨城、三重、岡山、ひとめぼれが岩手、宮城、鳥取、ヒノヒカリが岡山と九州各県、ヒカリ新世紀が三重、滋賀、鳥取となっている。

基本は一本価格で出来秋に決めている。産地、実需者の希望、相場が予測しにくいときは 2～3 回に分けて決めている。

4. 販売について

販売先は家庭用 3%、量販店 42%、外食 55% の比率で、玄米・精米の比率では精米が 95% となっている。販売エリアは近畿が 80%、関東 10%、中部とその他で 10% となっている。

産地と実需の結びつけを重視しており、販売価格は、産地の価格をふまえ、基本的に出来秋一本となっている。

5. 商品づくりについて

環境に配慮した栽培方法を推進し、生産地区を限定して、実需と結びつけた商品づくりを行っている。

10 年以上前から無洗米の NB 商品を推進している。東日本大震災を契機として取扱が増えており、精米に占める無洗米の割合は 45% となっている。

6. 産地（生産者）に対するメッセージ

- ア. 月 100t 位扱う実需（量販、業務用）は、安定供給ができる産地の目安として、取扱量が 2 万俵以上あるか、更に 5 万俵以上かみている。
- イ. 取り扱う米は品質、食味を重視している。JA、地域を指定し、実需者と結びつける役割を果たしていくため、今後も JA との関係を強化していく。



※ 1. 販売業者のアルファベットは消費地情報 No.6（Q～R）に継続して符号しています。