

「日本の食生活をもっと良い方向に変えたい」との理念で「家庭食」を提供

1. 概要

本社所在地:東日本 主たる営業地域:全国(東京を中心とした関東地域が主体)

創業:昭和33年1月(設立:昭和58年5月) 売上高:174億円(平成21年3月期)

※景気の悪化の影響を受け、8月以降、売上額が落ちている。小麦粉の値下げもあり、消費者の志向が「粒食」から「粉食」に移行している。

店舗数(平成21年9月14日時点)

国内:249店舗(直営店:165店舗、加盟店:84店舗)

海外: 35店舗(タイ:18店舗、台湾:11店舗、インドネシア:3店舗、香港:2店舗、シンガポール:1店舗)

従業員数:正社員343人 パート・アルバイト:3,348人(平成21年3月31日現在)

営業形態:定食専門店(和食) 他に料理屋1店舗と弁当屋2店舗を経営する。

年間使用米穀数量:約3,200t(月約270トン)

2. 基本姿勢及び特記事項

「日本の食生活をもっと良い方向に変えたい」という理念から、できる限り化学添加物を使用しないで「安心・安全な食事をお客様に提供する」ことを目指している。毎日、朝昼晩で食べても栄養バランスが確保されるように、「家庭食」の代行業として、できる限り体に良い食材を使っている。また、野菜を中心にした独自の主菜を開発する等、炊飯を含めすべての店舗で個別に調理を行っている。

国内産の食材は、産地と提携して確保に努め、外国産の食材についても受入時に厳しい品質確認を行っている。店内で酒(日本酒、ビール、ワイン、焼酎)も用意しているが、食事中心のお客様が多い。

3. 仕入れについて

仕入れはすべて卸売業者(商社系、商人系、全農系の卸)からである。価格・数量等の契約締結は年1回を原則とし、通常は9月に納入先(卸売業者)と交渉して決定する。今年は古米在庫もあり、作柄が不透明なため交渉が遅れている。

主な産地品種銘柄は、北海道:ふっくりんこ、ほしのゆめ、青森:つがるロマン、岩手:いわてっこ、秋田:あきたこまち、山形:はえぬき、栃木:コシヒカリ、埼玉:彩のかがやき、千葉:ふさおとめである。

お客様にはご飯で提供することから、仕入れに当たって基本的には産地品種銘柄に拘らない。価格に値頃感があり食味の良いお米を求めている。生産量の少ない非上場の銘柄でも条件に合えば仕入れている。

また、健康志向からあわひえ等の雑穀の需要があり、商品化して提供している。

4. 求めるお米の品質について

基本的には産地品種銘柄には拘らない。食味値は某社の食味計で80以上を基準としているが、同産地品種銘柄のブレンドでも食味が異なる場合があり、炊いたご飯で食味チェックを行っている。食味値が80であっても、炊いたご飯の食味(感応試験)が悪ければその米は仕入れから外し、食味値が80未満でも炊いたご飯の食味が良ければ仕入れの対象にする。

食味を優先するため、単品ではなくブレンド米を利用しており、納入先(卸売業者)には、仕入価格を提示し、価格条件に見合った食味基準を満たしたブレンド米を提案してもらっている。具体的なブレンドは卸売業者に任せている。

仕入時期別の米の銘柄は、結果的に9月～11月は早生品種を使い、12月、1～3月、4月以降と徐々に普通期の品種が多くなっている。

炊飯はガス釜を使用し各店舗で個別に行っている。また、各店舗ではお客様からアンケートをとって、「おいしいご飯」の炊き方等の参考にしている。最近のお客様は、「軟らか目のごはん」より「硬めのごはん」の方を好むようである。

5. 生産者(産地)に対するメッセージ

効率的な生産で価格の安定した値頃感のある米を提供して欲しい。気象状況もあるが、同じ地域の同じ銘柄でも食味は毎年異なる。今後も食味計による精米チェックと炊いたご飯の食味試験を行い、それぞれのチェックに適合したお米を仕入れて行きたい。

産地訪問については、納入業者と一緒に産地に出向き、生産者や農協の営農指導員と会うことが多く意見交換を行っており、今後も継続する。

現在の1人当たりのお米の年間消費量は60kgを下回る状況になっており、当社はおいしいご飯を提供することで、米の消費拡大に貢献したい。

