

## C小売業者

### お客様に美味しいお米を提供するため、品質・食味重視のお米と手作りおにぎりを販売

#### 1. 概要

創業:1952年(昭和27年) 株式会社設立:2005年(平成17年) 本社所在地:東日本  
店舗数:1店舗 従業員数:2名(夫婦で経営)  
主たる営業地域:東京都(目黒区、品川区で100%) 営業形態:米穀販売+手作りおにぎり販売  
取扱数量:米の販売:約60トン(月平均約5トン)、おにぎり:180個/1日⇨精米1,960kg/年間  
売上高:年間約30百万円(米:約24百万円、おにぎり:約6百万円)  
その他販売品目:発芽玄米・胚芽押麦と米粒麦・手作り味噌(熟成期間10日で減塩)等



#### 2. 基本姿勢及び特記事項

お客様に美味しい米を提供するため、産地だけでなく米の品質・食味を重視するとともに、「自社取扱のお米」のおいしさを知ってもらうため、「手作りおにぎり」の製造販売を行っている。

また、食農教育の一環として、小学生を対象に出前授業を行っている(対象地域:目黒区、品川区、大田区)。

更に、店舗を現在の場所に移転する前までは、農業高校、農業大学校からの生徒・学生の研修を受入れ、彼等を通して産地に消費地の米流通事情を伝えていた。この関係から、平成9年より青森・岩手・山形・福島・新潟県の農業高校で生産されたお米を販売している。

このような活動が認められ、平成14年に「第14回優良小売店全国コンクール食糧庁長官賞」を受賞し、平成16年に「地域に根ざした食育推進協議会会長賞」を受賞した。

#### 3. 仕入れについて

仕入形態は玄米が40%、精米が60%で、仕入先は卸売業者60%、農協20%、生産者20%の比率である。仕入価格は売り手の希望価格を尊重した相対価格で、近年は出来秋時の決定価格で年間固定している。

仕入れの主要産地銘柄はコシヒカリが宮城、山形、福島(会津)、新潟(岩船、佐渡)、富山、福井、茨城、栃木、千葉、島根(仁多米)、宮崎、ひとめぼれが岩手、宮城、福島、沖縄、あきたこまちが秋田(白神地区)、茨城、ミルキークイーンが福島と広範囲に仕入れている。

#### 4. 販売について

営業形態(金額ベース)は米穀が80%、おにぎりが20%の比率で、米穀の販売比率は精米100%(弁当屋向に若干の玄米販売あり)で、販売先の構成比率は家庭用が40%、業務用が60%である。

家庭用は店頭販売が30%、配達が70%で、地方発送が若干存在する。販売品目は単品が95%、ブレンド品が5%の比率である。業務用は配達が100%で、販売品目は単品が20%、ブレンド品が80%の比率である。業務用の販売先は、個人経営の弁当屋、中華屋、とんかつ屋、寿司屋等であるが、数量は減少傾向にある。

なお、販売価格は「米のおいしさ」を看板にしており、下げないことを基本にしている。

#### 5. 商品づくりについて

営業区域には一戸建ての住宅が多く、マンションは中層のマンションである。周辺住民の特徴として、「御用聞き」を嫌がることから、拡販対策は主にキャンペーンを実施しており、口コミからの新規購入が多い。

家庭用の量目別販売比率は2kg・3kgが20%、5kgが70%、10kgが10%である。

家庭用の売れ筋商品(ベスト3)は、①福島喜多方コシヒカリ②福島ひとめぼれ③新潟コシヒカリである。

業務用は、「価格より食味を」という相手先の要望に応えるため、食味の良い米を納入している。このため、価格は下げない姿勢を貫いている。

最近の「健康志向」から、雑穀の販売も増えている。その他、新しい品種として青森県の「つばゆき」(普通品種との比較で米粒が60%程度、胚芽が75%程度あり、胚芽米の原料に適している)に注目している。

#### 6. 手作りおにぎりの販売

平成17年、新店舗の開店と同時に、お米のおいしさを知ってもらうとともに、業務の多角化を図るため、「手作りおにぎり」の販売を開始した。販売するおにぎりの種類は塩むすび、焼きおにぎり、葉とうがらし、おかか、昆布、梅干、鮭、明太子等13種類で、使用原料米は固定しておらず、全国各産地の米を使用するのが特徴。(4年間のサイクルで47都道府県の米の提供を目指している。)

単価は1個当たり100円~140円、重量は1個100gである。販売個数は、1日当たり平均180個、曜日では木曜日と土曜日が比較的好調、火曜日は不調。また雨の日は、外出者が少ないため売れない。季節別では春と秋が比較的売れて、暑い時期と寒い時期(8月、2月)が低調。販売状況は朝(9時まで)が勤め人の購入が多く、昼は主婦の購入が多い。

#### 7. 生産者(産地)に対するメッセージ

品種改良が進み、産地品種銘柄による味の差がなくなって来ている。このため、自分が生産する米を売り込む場合は、品種銘柄に依拠するのではなく、「ホテルの群生」等地域の自然環境、特徴を伝える言葉を考えるべきである。そのためには、消費地における米の流通・評価などを自分の目で確かめて来て欲しい。