

シリーズ

“キラリ企業”の現場から 第 3 回

当会社のさまざまな事業を活用しながら、一筋に経営に取り組む企業をご紹介します“キラリ企業の現場から”。

第3回目は、美味しく、安全な米の販売を追求し、産地から店頭までの米の履歴を一元的にデータ化して公開するトレーサビリティ（追跡可能性）システムを開発した米販売店、合資会社 加藤商店をご紹介します。代表役員の加藤肇氏には当会社の「若手商人育成事業」(注1)の講師としてご協力いただいています。

先進的な取り組みで“美味しさ”に“安心”を添えた米の販売を追求し続ける米販売店

～合資会社 加藤商店～

加藤商店と米を取り巻く環境変化

西武拝島線小川駅前の商店街に、一見するとどこにでもあるような米販売店がある。加藤肇氏（61歳、3代目）が経営する合資会社加藤商店だ。当商店は昭和63年頃まで、大手外食チェーンやコンビニエンスストアを主な取引先とし、ピーク時には売上が30億円を超えていた。しかし、大手への販売は取引条件が厳しく、在庫と売掛金は増え続け、利益はできるものの、資金繰りが苦しい状態が続き、心の休まる日なかった。

その上、平成5年の冷夏による米パニック、平成7年の新食糧法への移行などで、米をめぐる流通環境は、大きく変わっていった。誰でも、どこでも、米を自由に売ることができるようになり、1円でも安い米を売る価格競争の時代になっていった。

“「経歴明快」米システム”の導入～産地から店頭までの米の履歴を公開するシステム～

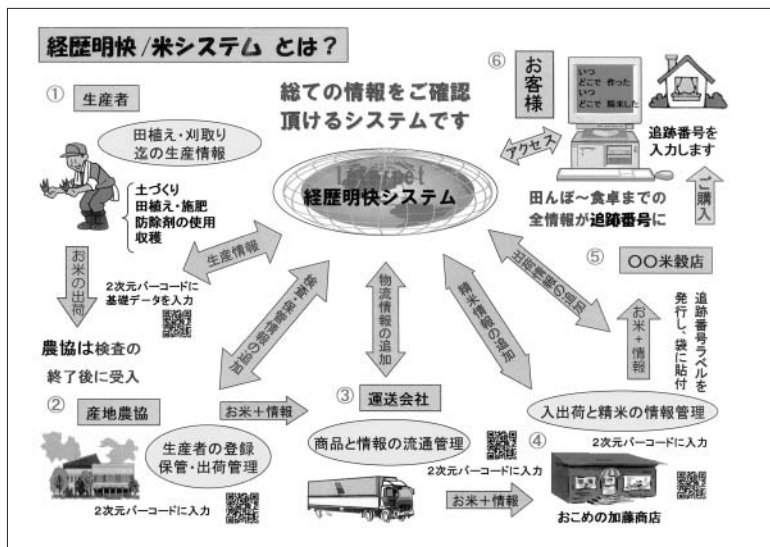
米をとりまく大きな環境変化のなかで、加藤氏は産地のことをもっと知り、消費者の立場に立った米作りや販売が必要であることを痛感するようになり、店頭に並ぶまでの米の履歴を一元的にデータ化して公開する仕組みができないか考えるようになった。その結果、荷物の集配を管理する宅配システムをヒントに米のトレーサビリティ（追跡可能性）システムを思いついた。“経歴明快”米システム”の誕生である。

加藤氏は数千万円かけてシステムを実用化し、平成13年から導入した。“経歴明快”米システム”は生産地から店頭までの情報を上書きすることで情報を一元化する仕組みになっている。

まず、田植え時に、生産者と作付けする米にあらかじめコード番号が割り当てられ、農薬や肥料の名称や使用回数、田植えや収穫の日程、農協への搬入量や日付など刈取りまでの基礎データが入力される。その後も産地農協では保管・出荷の詳細情報、運送会社では会社名や出荷先、数量などの流通情報、販売店では精米情報や出荷情報というように、米の移動や加工のたびに米



QRコードをカメラ付き携帯で読み取り、米の履歴を確認する



「経歴明快」米システムの仕組み

とその固有の情報を一体化させてコードの情報が上書きされる。この情報は、販売店で固有の追跡番号ラベルとして発行され、店頭で並ぶ米袋に貼付される。

消費者は追跡番号ラベルのコード番号やQRコードを利用し、インターネットやカメラ付き携帯電話で米の履歴を検索できるので、安全性を確認して買うことができるのだ。

徹底した表示情報への信頼から「経歴明快米」の取扱加盟店は増えつづけており、現在、1都3県、62店となっている。

生産地の土作りの指導で、「安全」で「美味しい」米作りを目指す

加藤氏は米の履歴の公開だけでなく、美味しい米作りを目指して、生産地の土作りの指導もしている。美味しい米は粘土質の土で水の綺麗な場所できるといふ。指導をする山形県大石田町では、水田の畦にスペアミントのハーブを植えたところ、雑草と害虫が減り、除草剤もほとんど使わずに済むようになった。生産過程の面でも「安全」で「美味しい」米作りができるようになったのだ。

コシヒカリなどの銘柄米だけにこだわらずに、「安全」で「美味しい」米を重視しているだけに、加藤商店で取扱う米は実に美味しい。加藤商店の隣に総菜やおにぎり、弁当などの販売店を別会社として兄弟で営んでいるが、地域の客の来店が絶えることなく、知る人ぞ知る「ご飯がおいしい惣菜・おにぎり屋」となっている。実際、この取材の当日は雨、しかも夕方であったが、客足は絶えなかった。筆者もおにぎりを4個買って食べたが、粘りとふっくらとした歯ごたえのある味で、50数年の人生のなかでこんな美味しいおにぎりを食べた記憶がない。この美味しさは加藤商店がめざす「安全」で「美味しい」米作りの結晶だといえる。



米のおいしさが伝わってくるおにぎり



米作りに最適な粘土質の土

お客にもっともっと近づき、3つの「コ」にこたえていくことこそ大切

加藤氏は「お客さんにもっと近づき、どうして欲しいか聞いていく姿勢が必要」と強調する。加藤氏は家庭における米食には3つの「コ」の時代が来ているという。

3つの「コ」とは、①「個」（消費者の趣向が細分化していること）、②「孤」（一人で食事をする機会がふえていること）、③「小」（一度に多くの米を必要としないこと）だ。

「こういった時代のニーズを機敏に察知し、敏速に対応していくことができるのは小売店だけです。小売店ならではのフットワークを活かして消費者が安心できる商品を届けたい」と加藤氏は力説する。加藤商店には3つの「コ」の条件を満たす1合パックの米がかわいい包み方でカラフルに店頭で陳列してあり、よく売れている。



お客の心を捉えた1合パックの米

取材を終えるにあたり、今後の抱負をうかがった。「市場が変化しているときには安定した仕組みを考えず、新しいことに挑戦して、数多くの試行錯誤を繰り返し、変化し続けることが生き残りの道を歩み続けることになる」と目を輝かし、夢を語って頂いたのが印象的であった。革新的な経営を追い求め続ける経営者の姿を見た。

(新事業創出課 上杉 治通)

(注1)

若手商人育成事業とは、経営意欲あふれる若手店主の方を対象に、専門家チームを現地に派遣し、経営アドバイスやヒントを提供する「商店街パワーアップ作戦」や「商人大学校」、「若手商人研究会」などさまざまな支援を行っている事業です。

企業名：合資会社加藤商店 代表役員：加藤 肇 資本金：100万円 従業員：20名

本店所在地：東京都小平市小川西町4-14-21

電話：(042) 345-0050 (代表) FAX：(042) 345-7711

URL：http://www.keireki.net/home1.html (経歴明快米システム)