

## スマート・オコメ・チェーンコンソーシアム 会員インタビュー

スマート・オコメ・チェーンコンソーシアムの会員様にお話をお伺いする会員インタビュー。埼玉県川越市で米穀販売業を営まれている、株式会社金子商店代表取締役の金子真人様にお話を伺いました。



株式会社金子商店  
代表取締役社長  
金子 真人氏

### Q 御社の取組や特色について教えてください。

お客様に対するアプローチとして、お店のHPや店頭POPでおすすめの理由を掲載しています。

成分（タンパク質、水分、アミロース）、外観、完全粒（%）の品質データから、自社基準（AAA、AA、A）を作り、お知らせしています。

お米の買い方は、品種銘柄以外の選択肢は産地、値段、栽培方法などしかなく分かりにくいと感じています。

品質データを可視化することで、「どうして同じ品種なのに値段が違うのか」という事を消費者に分かってもらいたい、生産者の努力が見えるようにして、生産者の適正な評価を受けてほしい、ということから、お客様にお知らせするようにしています。

### Q コンソーシアムではどのようなことを期待されますか。

お客様が考えているのは、「お米のおいしさの理由が知りたい」ということだと思います。

また、一般的には、男性はデータを重視する傾向があると思いますが、家庭でお米を買うことが多い女性は買い物の際に、一番最初にデータを見る方は少ないのではと思います。コーヒー豆などでよく見るかと思いますが、選ぶ基準は、深煎り、浅煎り、コク、甘味、酸味くらい。入り口としてみればそのくらいの基準がちょうど良い。米もそのくらいの基準でないと選びにくいのではと思います。

それを踏まえると実需者向けのデータと、消費者向けのデータは分けて考えたほうがよいのではと。スマート・オコメ・チェーンでは、そのようなデータ活用に期待しています。

また、生産地への思いとしては、データ活用により産地の努力の見える化や、お米が適正に評価される仕組みになってほしいと思います。

北海道の乾燥・調整施設では、1等米をさらに細かく区分するため、仕分集荷されたお米を「食味・品質」の測定値に基づき10パターン程度に区分、需要に合わせた区分出荷をされています。

毎年安定したおいしいお米をお届けするためにも、そのような対応が日本中で出来ればと思っています。

海外へのお米の販売も取り扱っていますが、相手の食習慣をよく理解しないといけないと感じています。



ずらりと並んだ炊飯器で、お米の食味を確認されているとのこと。

炊く「水」（硬度）であったり、日本では「お茶碗」で食べていますが諸外国では、調理して「お皿」で食べるが多いため、違った食感のお米を好まれることもあります。

日本製に対する海外からのイメージは良いので、自分たちの好みにぴったりあったお米や、美味しさはもちろん、健康、美、環境への意識が高い方にも魅力的に伝われば、ますます売れるのではと思います。

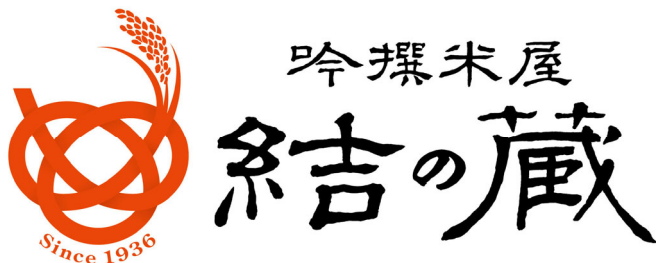
## Q 今後の活動について教えてください。

ずっと3Dで産地の春夏秋冬を見てもらいたい、ということを考えていました。昔は夢でしたが今、ほぼ叶いそうになってきています。

お米は、生産者が手間を掛けて、田植え、稲刈りだけではなく色々な作業や四季を経て、このような環境で作られているということをお客様に分かってもらいたい。

店舗でも動画を流すことで、お客様に知っていただくことで、お客様に産地を好きになってもらい、産地に遊びに行きたくなるような仕組みができて、産地とお客様の距離が近くなるようになれば良いなと思います。

— ありがとうございました —



株式会社金子商店

<https://www.kaneko-shouten.co.jp/>



川越氷川神社の門前にある、金子商店さんの店舗「結の蔵」