

七十七ビジネス大賞受賞

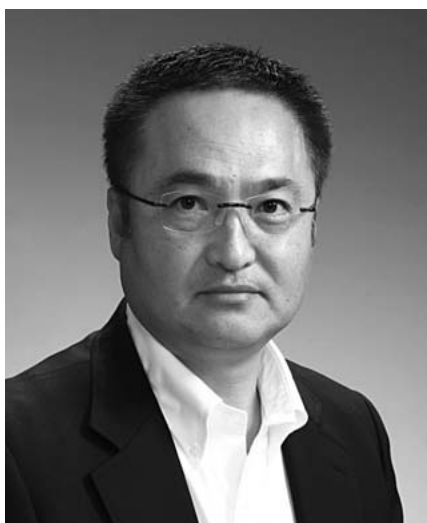
第16回(平成25年度)

企業 インタビュー

Interview

ナカリ株式会社

代表取締役社長 中村信一郎 氏



会社概要

住所：加美郡加美町羽場字山鳥川原9-28-4

設立：昭和31年（創業：大正12年）

出資金：10百万円

事業内容：米穀卸売業

従業員数：57名

電話：0229 (63) 3167

URL：http://www.nakari.jp/

大正時代から米穀を取り扱い地域産業の発展に貢献、食の安全・安心を第一として環境・健康に配慮した商品を提供し、東北の農業を牽引

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、ナカリ株式会社を訪ねました。当社は、大正12年、肥料米穀販売業として中新田で創業し、宮城県の主たる農産品である米穀を取り扱い、主食用米から炊飯米、加工用米に至るすべての米を取り扱う「オールライスメーカー」として地域産業の発展に貢献。現在は宮城県を中心に主に東日本で生産された米を全国へ供給し年間取扱量は約5万トンで、特に加工用の米である特定米穀について年間取扱量は約3万トンに及び、国内トップの取り扱いを誇る。県内を代表する米穀卸売業者として、穀倉地帯の地域経済発展に大きく貢献してきた企業である。当社の中村社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容等についてお伺いしました。

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

今回の受賞を社員一同非常に嬉しく思っています。これまで受賞された企業は、ほとんどが宮城県の最前線で活躍されており、先進的な取り組みをしていて、そうした情報発信力の強い企業ばかりでしたので、そのような名だたる企業の中で、今回大賞を受賞することができ大変光栄に感じています。

——創業から今日に至るまでの経緯について教えてください。

大正12年に肥料米穀販売業として中新田で創業しました。昭和17年に食糧管理法が制定され、昭和25年までお米は国の統制下に置かれ、事業の一時的な中断を余儀なくされました。そして統制が緩和された昭和26年から事業を再開し、昭和31年に会社組織にして今年で60年になります。平成7年に新食糧法が制定されるまでは旧食糧管理法の制度の下で流通を制限された業務というのが米穀卸売業界の大きな特徴でした。

創業当時は集荷が主な業務でしたが、昭和30年代半ば以降に、加工原料用のお米、いわゆる特定米穀（くず米、他、主食以外の米穀）との出会いがありました。特定米穀に関しては、一般的な米穀よりも比較的規制が緩く自由に集荷販売することが可能でしたので、米菓、味噌、焼酎等の加工用原料の取り扱いを開始して、製品化に向けて積極的な事業展開を行ってきました。

当社は、お客様のニーズに対応すべく様々な経営施策を行ってきました。まず昭和57年に、仙台市で米穀小売業のタカラ米穀株式会社を設立し主食用米の販売を開始しました。平成4年には利府町で炊飯業のボン・リー宮城株式会社を設立し、炊飯米をスーパーやレストラン等へ提供しています。

お客様からの多様な要望にお応えできる商品提供や事業展開を進めることで現在に至っています。



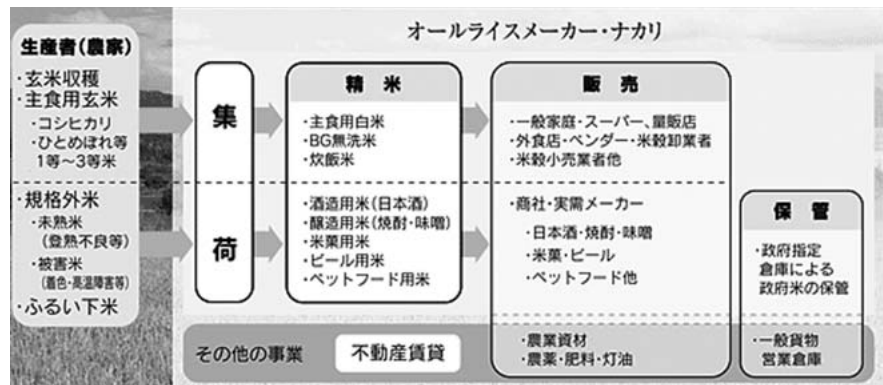
本社

「オールライスマーカー」

——現在取り扱っている商品について教えてください。

当社の米穀の品目としては主食用米から無洗米、炊飯米、酒造用米、米菓用米、味噌用米、焼酎用米、ビール用米等、幅広い用途のお米を取り扱っています。

主食用米に関しては、無農薬で栽培された良質なお米からお客様の要望に応えた低価格帯のお米まで各県産のお米を幅広く取り揃え、無洗米や炊飯米の要望にもお応えできるよう品揃えをしています。その中でも無洗米は、“BG無洗米”を採用し、その



生産から販売までの流れ

製法は、白米の表面に残る「肌ヌカ」という粘着性のあるヌカを工場に取り除き、家庭でのとき洗作業を必要としないお米に仕上げます。「B」とは「B r a n = ヌカ」、「G」は「G r i n d = 削る」を意味しています。

当社は、農家の方が生産して我々が集めるすべてのお米を商品化することをテーマにしています。当社の社名のキャッチフレーズを「オールライスマーカー」としていますが、これは農家の方が生産したお米をすべて製品化し、すべてが主力商品だという意味が込められています。このテーマのもとに、現在は宮城県を中心として主に東日本で生産された年間約5万トンのお米を全国のお客様へ安定供給しています。

——特定米穀は年間3万トン取り扱っていると伺いましたが。

当社が取り扱う年間約5万トンのお米のうち、主に加工用原料米である特定米穀は約3万トンに及びます。特定米穀はお米の全生産量のうち約3~5%しかとれません。田んぼ一反(300坪)で約500kgのお米が生産されますが、特定米穀の収穫量はその内の約15~25kgほどですので、年間3万トンの取り扱いは広範囲にわたり、主に東北地方を中心とした関東地方、北海道に至る東日本全域からの集荷が必要となります。

我々は、特定米穀に関してはダムのような役割を担っていると考えています。主食用米のダムの役割は主に農協が担っていますが、特定米穀のダムの役割が我々ナカリの仕事になります。集荷方法としては、各産地のお米の集荷業者からまとめて購入したり、地元の集荷業者や農協、更には近辺の農家の方

が軽自動車で会社まで持ち込んでいただくこともあります。様々な形態での集荷が必要とされますが、この集荷力は我々が今まで各産地の集荷業者や農協、生産農家の方々と築きあげた信頼による力だと自負しています。

日本全国で年間約800万トンのお米が生産されますが、その3~5%だと約24~40万トンが特定米穀の発生量ですので、当社の年間3万トンの扱いは、この品目では全国で最も多い取り扱い量になります。



本社構内

「3つの挑戦」

——御社の経営方針とも言える「3つの挑戦」について教えてください。

当社の経営理念は「オールライスメーカーとして、将来を見つめ、変化に適応する進化企業を目指します。」「生産者の思いを形にし、お客様との信頼の輪で、地域社会の発展に貢献します。」「『新鮮な学び』と『感謝の心』で、互いに夢を語り合い、光り輝く人生を目指します。」としています。これを実現するための具体的な取り組みとして、「高品質・適正価格・安定供給のための取り組み」「食の安心・安全への取り組み」「環境への取り組み」という3つの挑戦を標榜し、日々社員とともに取り組んでいます。

——1つ目の高品質のお米を提供するための取り組みについて教えてください。

機械メーカーと共同で最新鋭の異物の選別機を開発しました。お米は収穫の際にコンバイン等の農業機械で一気に刈り取るため、石や雑草、カメムシ等から被害を受けた着色したお米も一緒に収穫されてしまいます。それをいかに高精度に選別して製品に仕上げるかが我々の大きな仕事であり、他社と差別化できるポイントでもあります。

方法としては、各品目に合わせた精米方法に加えて、「色彩選別」や「赤外線ガラス選別」という最新鋭の選別方法を組み合わせることによって精度の高い選別を行っています。「色彩選別」では、カメムシ等の被害を受けて着色しているお米を一粒一粒センサーで選別し、空気銃で打ち抜いて取り除きます。「赤外線ガラス選別」とは、近赤外線と紫外線を使用した選別方法です。まず、近赤外線によって、ガラスや小石等の水分が少ない物体を感知して、空気銃で打ち抜き取り除きます。次に紫外線によって、水分があってもお米ではない異物を同じ方法で取り除いていきます。

精米の工程において「色彩・ガラス選別機」を使用して、異物を取り除いたよい状態のお米のみを製品にしていますが、それに加えて当社では「品質管理室」を置き、お米で重要になる食味（口当り、粘り、柔らかさ等）が基準を満たしているか等の測定を随時行い、年間を通して一定品質の商品を提供しています。



「色彩・ガラス選別機」

お米は付加価値が少ないため、あまりコストをかけられない商品ですが、我々は高品質のお米を提供することを第一とし、そのための設備投資は惜しまず行っています。平成20年にはISO 9001（品質マネジメントシステムに関する国際規格）を取得し、品質管理の高度化と品質の向上に努めています。

——2つ目の「食の安心・安全への取り組み」について詳しく教えてください。

当社では平成16年より「食品安全管理室」を置き、ここでは主に放射能測定、残留農薬測定、カドミウム測定の3つを管理し、安心・安全情報をお客様へ提供しています。当初、残留農薬測定とカドミウム測定はその他の分析とともに食品分析センター



カドミウム分析機器（原子吸光分光光度計）

等の社外へ依頼していましたが、近年お客様から特に要請が大きくなったことで自社にて分析システムを導入しました。米穀業界における残留農薬測定システムは当社が宮城県内で初めて導入し、全国でもまだ数ヶ所しかありません。社外に依頼する場合、分析結果がでるまでに数週間かかっていましたが、自社分析の場合、残留農薬測定は1日、カドミウム測定は2日にまで短縮することが可能になりました。これにより、独自に安全基準を証明でき安心・安全の付加価値を乗せて商品の提供が行えるようになりました。

以前、当社が販売したお米で製造した日本酒を量販店にて購入したお客様が、体調を崩したとしてクレームの報告がありました。当社は出荷したお米の残留農薬等の安心・安全データをすべて記録・保管しているため、その日のうちに日本酒メーカー、量販店、お客様の順に要求された情報をすべてお伝えすることができ、問題が即日解決に至った事例がありました。時間が経つほどにトラブルが大きくなる可能性が増しますので、今後も丁寧かつ迅速に情報提供をしてお客様の安心に貢献していきます。



残留農薬測定機器

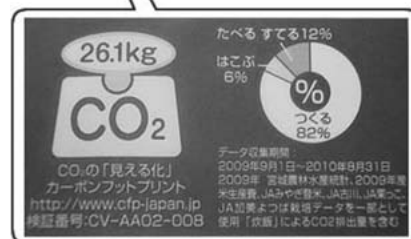
—3つ目の「環境への取り組み」について詳しく教えてください。

環境の産物として生産されるお米を取り扱う会社として、平成16年にISO14001（環境マネジメントシステムに関する国際規格）を取得し、未来に向かい再生産できる環境作りに貢献するために主に次の3つの活動に取り組んでいます。

まず、1つは、“BG無洗米”の取り扱いです。一般的に、お米の量に対して約20倍のとぎ汁が排出されると言われています。当社では“BG無洗米”を年間約4,800トン取り扱っているため、約96,000トンのとぎ汁をその使用によって下水に流さずに済みます。お米のとぎ汁はリンやチッソが含まれる有機廃棄物にあたり、その栄養をエサにする微生物が大量発生し、アオコや赤潮、ヘドロの蓄積等、水質汚染の原因となっています。

2つは、「カーボンフットプリント」です。これは生産から廃棄までにかかるCO₂の排出量を数値化し、商品に表示することで、消費者の方々にCO₂排出量を知っていただき、CO₂排出削減活動を啓蒙する取り組みです。当社では宮城県を代表する「ひとめぼれ」の4商品にこの制度を取り入れています。全国で初めて一般栽培のお米にこの制度を導入したのが当社であり、非常に細かいデータ収集が必要のため、一般栽培米では現在でも全国で当社のみ取り組みです。

3つは、「太陽光発電」です。当社の再生エネルギー事業への取り組みは、平成23年に農林水産省の6次産業の助成事業である低温倉庫屋上への発電設備から開始しました。当社は低温倉庫に設置している太陽光パネルの電気で倉庫の使用電力をまか



「カーボンフットプリント」

なっています。続いて、電力の全量買取制度に沿って発電所を開設し、今年度中に完成する発電所を合わせると、発電所が2ヶ所、太陽光パネルが設置された倉庫が3ヶ所となり、総合計で2,500kwの発電が可能となります。



加美町にある孫沢発電所

——御社の新しい商品である“金芽米”について教えてください。

“金芽米”とは、白米と同じ口あたりで、白米よりも旨味・甘味があり、栄養価が高いお米です。低カロリーで天然ビタミン・ミネラルが豊富で、自然免疫力がアップすることが医学的にも証明されています。健康・環境の2つに配慮し、かつ栄養とおいしさを両立したお米であり、消費者の健康増進にも貢献できているかと思えます。「均圧精米法」という均等な圧力をかけて精米具合を調整する精米方法と「BG無洗米加工」というとき洗いが不要になる精米方法の2つの高い技術が用いられており、パートナー企業の協力を得て、平成25年7月から自社製品として製造を開始しました。



“BG無洗米の金芽米”

社員の質 = 会社の質

——人材育成への取り組みについてお聞かせください。

お米という差別化が難しい商品を取り扱っている

会社として他社との差別化を図るには、お客様への対応の精度を高めることが必要であり、そのためには働く社員の精度、質の向上が不可欠だと考えています。当社では、人材育成を企業活動の最重要課題と位置づけ、社員とともに自己研鑽に取り組んでいます。

最も重視しているのが「朝礼」です。営業日は毎朝、約20分間の中で①発声・挨拶・礼儀作法の基礎訓練の実践、②社会人としての心構えについて倫理法人会が発行する『職場の教養』を使用した学習、③経営理念の唱和、等を行っています。朝礼は「公私の切り替えの場・チームワークを高める場・自己研鑽の場」であり、社員もこの意義を十分に理解し朝礼に取り組んでくれています。

そのほかにも社外研修では、「管理者養成学校」で行われる“地獄の特訓”という管理者育成を目的とした研修へはこれまでに20名以上が参加しています。独立行政法人の「中小企業大学校」には年間のべ約20名の社員を派遣し、社員の自己啓発と能力向上に取り組んでいます。

これら社外研修で得た知識や学びを活かすべく、4年前に会社の活性化を目的として若手社員を選抜して、“組織活性部”という組織を発足させました。「会社の見える化」「組織のビジョン作り」「社員の目標の数値化」等各種プロジェクトを立ち上げ活動しています。

例えば、「会社の見える化」では、社員1人ひとりの仕事に対する意識の共有化を図るために“社員手帳”を作成しました。社員手帳には、経営理念や経営計画書の内容、社長の考え方や決意等が記載されており、社員全員が所有しています。また、当社では年度初めに、社員1人ひとりが「私の決意二ヶ条」として目標を掲げ、社内に掲示して業務に取り組んでいます。その中で、「目標を掲げるだけではやりっぱなしで、その進捗度合を評価しなくては意味がないのではないか」と組織活性部から指摘があり、年に3回4ヶ月ごとに何%達成できているか、自分の目標への達成度を数値にて評価して見える化を図っています。

組織活性部を中心とした活動は、当社は勤務時間が早番・遅番と2交代制のため一定の時間に集まるのが難しかったのですが、社員で協力し合い、昨年は1年間で約100回も組織活性部のプロジェクト会議が開催されました。社員が自発的に問題の提起



朝礼の様子

やその解決に向かい取り組んでくれて、社員の仕事への意識も今まで以上に高まり、会社の活性化に非常に貢献しています。

消費者と生産者をつなぐ架け橋

——今後の米穀業界の展望についてお聞かせください。

日本の農業は大きな転換期を迎えていると考えています。現在の政権でもTPPの問題、生産調整の廃止、農地集約の課題、全農の役割の見直し、農業従事者の高齢化等問題が山積している状況で、今後も変化に対する判断が求められることと思います。このような状況下で、お客様の要望に沿った商品を生産することが今後の日本の農業には求められています。例えば、寿司用等では粘りが強いお米は酢との相性がありあまり好まれないのですが、各産地とも粘りの強い、食味の良いお米の生産のみに向かっていていると感じています。使用する側の要望が生産者に伝わっていないため、あまり要望に応えられないのが現状です。

当社のグループ会社のタカラ米穀やボン・リー宮城は、消費者に近い立場で要望に応えるノウハウを蓄積していますし、ナカリは生産者に近い立場の要望に応えています。グループ全体として、消費者と生産者の両者の橋渡しをしていくことが我々の役割だと感じています。この役割を果たす中で、経営理念にもある“お客様との信頼の輪”を大切にしていきたいと思っています。消費者というお客様、生産者というお客様、その信頼の輪にナカリが貢献していきたいと考えていますし、それは我々にとっても米穀業界においても大きなテーマであると考えています。

お客様の要望に応え続ける

——最後に経営者の方々へアドバイスをお願いします。

私は社長の立場になって日が浅く、コメントができるものではありませんが、日頃感じていることをお伝えします。どのような事業を行う会社においても企業の存在意義は、「事業を通して人類社会の進歩発展に貢献する」であり、時代が変わっても変わらない企業の責務と考えています。そして貢献を続けていくためには、お客様の要望に応え続けていく必要があると思います。

当社では毎年スローガンを掲げており、今年は「お客様の声に応え、心をひとつにして業界No.1のファーストコールカンパニーを目指す」として社員とともに活動しています。「ファーストコールカンパニー」とはお客様の相談事に真っ先に声がかかる会社を呼びます。お客様の要望は様々ですので、例えば、事業を進めるためにパートナーを探している方がいれば、情報提供や会社間の橋渡しを行い、食の安全性に関する要望があればすぐに詳細なデータをお渡しして説明させていただきます。お客様からの要望に応え続けることで、何かあればお客様から真っ先に声をかけていただける会社になれると信じています。

将来に向かい、お客様の要望は何なのかに耳を傾けて、その1つひとつにお応えすることで、各業界で一番にお客様から声がかかる「ファーストコールカンパニー」を各社が目指していただければと思います。



中村社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(26. 8. 8取材)