

米を通して人・自然・夢が交わり幸せを追求する。  
数字や金額では表せない喜びを求めて、「lets米ニケーション！」

# ライスボードのポジニープ米ニケーション

(株)ライスボード新潟総務部長・米ニケーター 豊永 有

睡眠不足と中途半端な二日酔い、そして、食べ過ぎのムカツキで気持ち悪いし眠たいし最悪の体調。機内食のおかわりなどしなればよかった。サービスの酒を意地汚なくガブ飲みするのでなかった。憧れのアメリカの第一歩は軽いめまいとともに反省から始まった。

空港の到着ロビーにボランティアでサポートしてくれた「MCCフードアメリカ」の野田支配人がにこやかに迎えてくれた。太平洋をはさんだやりとりをしたがこの場が初対面だった。日本から派遣されたド・サラリーマンをイメージしていたが日焼けしたカリフォルニアスタイルのすてきなおじ様だった。「最初に私どもの店にお連れします。」と私たちをフォードの大型バンに乗せ颯爽とフリーウェイを飛ばした。

## ● ライスを主食にする白人

MCCフードアメリカの経営する「ライスロード」は大型ショッピングモールの一角にあり、近隣にはハイテク企業が立ち並び比較的裕福な人が来店する。ライスロードはライスを主役にアメリカのファーストフードスタイルで提供していた。従業員はチーフを含め

全員メキシカン。昼の忙しい最中にお邪魔したのだが全員テキパキ実によく働く。東京のハンバーガーショップで仕事をなめぎったアルバイトとは動きが違う。ラテン系やるときややるぜ。

それよりもビックリしたのがお客様のほとんどが白人で東洋人は見かけない事だ。しかも、メニューは焼き肉・野菜炒め・カレーなどをライスの上にかけて丼ものばかり。ライスロードには名前のとおりライスのメニューばかりだ。皆さん、気持ちいいくらいに大盛ライスを食べまくっていた。

私の知っているテレビの中のメキシコ人は毎日がお祭りで勤労のイメージと程遠い。白人は米を野菜扱いで皿の片隅で目立たない筈じゃないの。アメリカに降り立って僅か一時間。インターネットの時代に生きる私の偏狹な先入観はズタボロだ。

## ● 華やかでスマートなライス

ショッピングモールの食料品スーパーを歩けばすぐに多種多様な米に巡り合えた。米売り場にはカリフォルニア産に始まり、オーストラリア、スペイン、タイ、フランス、世界

の生産国から集まっている。なぜか日本で普及しているポリ袋は見かけず紙袋の容器ばかりだったのが気になった。

米売り場以外でもシリアルのコーナーで米を販売していた。このコーナーに並ぶ米はパッケージ・デザインが可愛らしく購買意欲をそそる。特に気に入ったのがポシェットの風の袋に詰めたオシヤレなイタリア産の米だ。部屋のインテリアとしても十分使えうだ。日本の米の販売方法はおおむね地味だがイタリア人はセンスが違う。

他にもペットボトルの米のなかに数種類の彩り鮮やかな豆が入っていて、炊くとそのままご飯になる物もあった。目を引くお菓子のと見間違えそう。兎に角、随所に工夫が施してあり「米」が高度な商品として完成されていた。

「米」といえば「銀シャリ」のイメージから抜け出せない古い「米観」の日本人とは大違いだ。これからの米の消費を支える若者を相手に商売をする為には、「見せる米」と「若者向けのポーターレスご飯」を考えなければならぬだろう。世界の米が輸入される時代に生きる若者たちは「米」に対する価値観が違うはずだからだ。

何故ならば、私はカリフォルニアの町並みを見て感動しなかったからだ。海や気候などの自然には随分と驚かせられ感動したが、ファーストフード・ショッピングセンターetc、皆日本と同じで興奮めしてしまった。「マクドナルド」しかり「am/pm」も日本で「見慣れた」と感じる感覚がアメリカ化の証拠だ。アメリカの真似で育つ消費者は必ずや「アメリカの米の食べ方」も真似するだろう。この事が解ただけでもアメリカに米を輸出した意味があった。

明日の「NOMO」は君、願いをかなえるために行動だ！



上・左)「パシフィックスーパー」での「クイーンブライト」の陳列風景。アメリカで最高水準価格である「TAMAKI」米よりも、1kg当たりの価格では6.7倍にもなってしまった。この価格差の一因は、為替にある。

## ● 日系人町のスーパー

ロスアンジェルス近郊の町「ガーディナ市」は、日本からの移民が住みつき多くの人が「植木職人」で生計を立てていたのが町の名前の由来となっている。現在では、日系3世4世の方が多く、既に現地に溶け込んでいて日本語が話せない人が多い。

「パシフィックスーパー」は日本の商社が最近モール毎買収し日本食を中心に品揃えをしている。他の日本から進出した百貨店ならば日本から来ている駐在員が利用するからサイフの紐は緩いらしい。しかし、日系人は顔は東洋人でも感覚はアメリカンなので価格には非常にシビアらしい。事実、取材に来た地元の日系新聞記者や冷やかに来た商社の駐在員の方々も声を揃えて「厳しい」と判定を下した。しまいは「ヤオハンでやればよかったのに」と異口同音にのたまわる。

## ● 「TAMAKI」米の6.7倍

私たちの持ち込んだ「クイーンブライト」(有機低農薬栽培コシヒカリ)の販売価格は1kgを7・99ドルに設定し、日本での価格に合わせた。現在の為替レート(1/31)で販売価格を設定できれば6・66ドルで販売できた。今更だに自然条件に左右される農産物が為替というルールで翻弄されるのには憤りを感じる。5ヶ月前と比べ1kgあたり1・33ドルも変わってしまったのだから、日本で生産現場で細々としたコストダウンの努力がばかしくやっていられない。

為替の話は置いておいても、あの「TAMAKI」米と「クイーンブライト」は1kg当たり実に6.7倍の価格差がついてしまった。「TAMAKI」米は価格的にはアメリカで生産されている米の中では非常に高い。そして、アーカーソン産の中粒種の米ならば13倍から14倍の価格差になってしまいうから、いくら「品質」と「味」で勝負と息巻いてもお話しにならない。その為に、5kg袋を1kg袋に詰め直した。5kgで40ドル近い価格になっては日本人の駐在員しか買わないだろう。それでは意味がないのだ。1kgでも多く現地の人に買ってもらいたい。しかし、1kgにしても価格は高いし、何と言っても袋の小さが余計に目立ってしまう。1kg袋を販売台一杯に広げていたら「サンプルはいから7・99ドルの袋を出してくれ」とお客様に言われる始末だった。

## ● 実演販売で2500食を提供

2日間のイベントで、おむすびの試食と餅つきを企画した。私の経験では東京の「越後ぎんむす」やスーパーイベントで試食販売をよくするが、試食に応じてくれる人は10人中1人か2人ぐらいだ。日本のスーパーの食料品売り場でお客様に声を掛けることはむなし事だ。無視されるか嫌な顔をされ避けられるのが関の山だ。

しかし、アメリカは違う。殆どの人が試食を勧めれば応じてくれる。しかも、はっきりと評価を下してくれる。まさか、たった2日間のイベントで2500食以上の試食が出るとは予想もしていなかった。最初は小さなおむすびを結んでいたが製造が間に合わず小さなスシの型にして提供した。試食の反応は「大変おいしい」か「大変値段が高い」が大方の反応だった。



右・下) 餅つきの実演とおむすびの試食の様子。日本とは違い、試食の勧めにも快く応じてくれる。「おいしい」と好評だったおむすびは、2日間で2,500食以上の盛況となった。



### ● 嘆かず挑戦しよう

の消毒を一切していない)。その為に、製袋メーカーにご協力いただき特殊加工した米袋の提供を受け白米の鮮度が低下しないか実験してみる。結果がよければ熱帯の国や日本から遠く離れた国までカバーできるようにする。

ライスボードのホープで大学の後輩でもある

丸山和秀は一昨年に新潟に戻り農業を始めたバリの農業者だ。彼は「自分は米のNOMO」と称し「米」の前に自分をアピールした。日焼けした彼は物怖じもせずアメリカ人に話しかける。コシヒカリのアメリカ進出は生産者自らが販売を刻んできた記念すべきことだ。

結果として、2日間で米が約200kgと味噌、かゆ、酒が日系人を中心に買って頂けた。残った300kg(約1ヶ月)については、パシフィックスーパーの米のコーナーで販売して頂き9月中には完売した。スーパーの店長の話では高価格にもかかわらず熱心なりピーターがついたそう。帰国後には7軒程、国際電話で直接注文して下さる方もいらしたが残念ながら運送料が高すぎて実現できていない。

### ● フランス・オーストラリアは追加注文が

商業ベースにのせたいフランス・オーストラリア向けの輸出は予想に反し快進撃を続けていた。フランスは初回玄米300kgを送ったが店

頭販売ですぐに完売。あわてて、すぐに600kgのオーダーが入り、昨年だけで玄米3600kgを送り完売した。販売価格は1kg約1200円で店頭で精米をしている。新潟から送り出しフランスの店頭で米が並ぶまでに約2ヶ月かかる。白米は鮮度が勝負なので致し方なく玄米で輸出した。しかし、品質保持とパフォーマンスの面から他国産の白米に比べ玄米販売が受けた。

オーストラリアは昨年3回輸出し合計白米620kgを輸出した。オーストラリアの場合は玄米の輸入を禁止している(玄米は種子とみなされる)新潟の産地精米で送っている。オーストラリアまでは2週間程度で店頭に並ぶし、赤道直下を数週間も航海するわけでもないので品質に関するクレームはない。

今年の2月から新たにブラジルに向けて輸出を始める。隔月で白米300kg程度の予定で第一便を横浜の税関倉庫に向けて明日出荷する。ブラジルまでの航路は赤道直下を1ヶ月以上航海するので品質劣化が本心に心配だ。ブラジルについて袋を開けたら「蛾」が一斉に飛び出したらシャレにならない(ライスボードは精米機

日本から輸出してアメリカで「米」がビジネスになるとは思わない。ただ、ピルグリムファザーの昔から夢を求めた大陸には「夢」があった。だから、野茂英雄投手も単身アメリカに渡りメジャーリーグに挑戦したのだろう。そして、その挑戦する姿に自分たちの親もかつて大陸に夢を描いて渡って来た事を思い出したのだ。

現状を嘆き不平不満ばかりで決して挑戦しない人間には「夢」は無い。21世紀を切り開くのは政府でも法律でもない。自分自身なのだ。農家が集まって作った会社が世界を相手に商売をする時代だ。願い、行動を起こせば必ずかなう。



とよなが・ゆう／1964年2月東京都生まれ。東京農業大学卒。井関農機㈱に勤務後、94年4月、東京から新潟県見附市に移住。現在、新潟県の稲作経営者が集まって設立した(株)ライスボード新潟(新潟県長岡市臨川新田町字前島970-100 ☎0258-66-0070)の総務部長として商品企画・販売を担当。