

トモエ肥連・通常総会開催

新たなる出発 トモエ印の原点に立ち返り、トモエ化成の更なる拡販

第60回トモエ肥料販売協同組合連合会通常総会及び全国拡販推進会議が去る6月12～13日御茶ノ水の東京ガーデンパレスにて開催された。通常総会は27店の参加を得られた。開会に先立ち今年ご逝去された元トモエ化学工業(株)三宅社長に黙祷が捧げられ、五十嵐副理事長(株式会社ネイグル新潟代表取締役社長)の開催宣言により始められた。議長選出を受けた米倉理事長(米倉商事株式会社代表取締役社長)のもとで、各地区組合員より平成25年度事業報告がなされ26年度事業計画等の議案が審議された。また、理事改選の年となっており新理事長に(株)ネイグル新潟の五十嵐康之社長、新副理事長は武蔵商事(株)武蔵輝彦社長(新任)、(株)植竹虎太商店植竹一裕社長(留任)の2名、理事として、大宮肥料(株)横田健司常務(新任)、波部産業(株)波部尚徳社長(新任)、(有)トモエ商事澁谷省一社長(留任)、豊田肥料(株)豊田富士雄社長(留任)、(有)齊忠商店齊藤昌弘社長(留任)、監事は(株)出沼三郎商店出沼浩之専務(新任)、(株)塩野谷周太郎商店塩野谷憲司社長(留任)、員外理事として山本保男事務局長(留任)の体制となった。

新理事長に就任した五十嵐社長はトモエ肥連前進の日東肥連が立ち上がる前の昭和29年より新潟県での単協設立からのエピソードを話され会員の一致団結した結束を呼びかけた。第61期スローガンは「新たなる出発」と目標を掲げ総会は滞りなく盛会に終了した。祝辞として農林水産省生産局農産部技術普及課より安倍内閣が推進する攻めの農林水産業と生産資材対策についての説明、エムシー・ファーティコム(株)山森社長からは、いわき工場の設備投資に伴う改修工事状況、消費増税後の販売状況説明がなされた。当社三宅社長からは、変わりゆく農業環境においてもたゆまず、共に歩んでいきたいと締めくくった。総会前に行なわれた全国拡販推進会議では各単協より活動報告と優良事例の発表・報告がなされた。また、エムシー・ファーティコム(株)技術普及グループ及より新商品ダイアロングの特徴と試験事例報告がなされた。また、近年では水稻における



新理事長に選出された(株)ネイグル新潟 五十嵐社長

《第61期スローガン》

新たなる出発

トモエ印の原点に立ち返り、トモエ化成の更なる拡販



(注) トモエ印は、三位一体の結びつきを表しています。

(次ページへ続く)

高窒素 L 型一発肥料を使用する傾向が高いこと、土づくり資材の使用が減少していることから PK 入りの土壌改良資材の必要考察を披露した。講演としては公益社団法人日本農業法人協会より活動紹介、三菱商事（株）農産油脂部米チームの齋藤統括マネージャーより、飼料米の流通事情と米の生産動向について説明がなされた。いずれの内容についても参加者は熱心に聴講され好評であった。

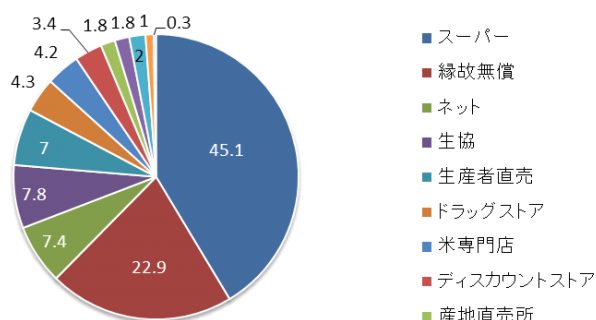
あなたはどちらから？コメの購入先

～みなさんはどちらからコメを買いますか？

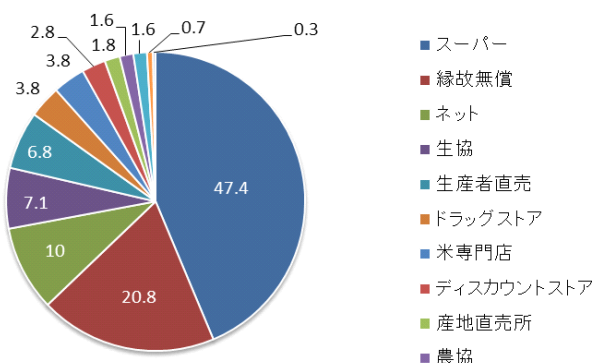
米穀機構は全国の消費世帯を対象にインターネットを利用して平成 25 年度の精米購入割合、購入数量、精米消費量を調査、このほど集計結果を発表した（有効調査世帯数は 2485 世帯数）。精米購入別割合ではスーパーマーケットでの購入がほぼ半数の 47.4%とダントツとして首位となっており、増加傾向にある。家族や知人からの無償提供（いわゆる縁故米）がやや減少して 20.8%の 2 位となった。

注目すべきはインターネットによる購入比率が二けた台の 10%と躍進した以外は横ばいか減少となっている。また、精米の購入数量はインターネットでの購入以外は軒並み減少。コメはかさむ商品群に位置付けられることで、ネット宅配利用が消費者のニーズに呼応、直接生産者から買付したことにより安心感も増したものと見られている。一人あたりの 1 ヶ月当たりの精米消費量は前年比△443 g の 4,466 g となった。前年比較では家庭内消費が前年比△10.7%の 2,993g、中食・外食でも前年比 6% 前後の消費減となった。コメの消費量減少に歯止めが効かない状況だ。消費が減少すると一般主食用米の価格下落に伴い値頃感が出て消費が伸びて欲しいところだが、そのようにはいかないようだ。かつてはコンビニやスーパーの弁当でも「大盛り」や「ドカ盛り」の商品があり、筆者の腹を満たすとても嬉しい商品が多かったのが今やそのような商品はなかなか棚に並んでいない様子（皆様お気づきでしたか？）。現在のトレンドは健康志向がキーワードで購買者はカロリー表示に敏感である調査結果もあるようだ。コンビニ等ではまずカロリーを落とすために、ごはんの量を減らす事が主流となっており、米価が下がっているにもかかわらず消費減退に歯止めが掛かからない、とても残念な実情があるようだ。

精米の購入先(購入人数割合)24年度



精米の購入先(購入人数割合)25年度



6 月 21 日は夏至でした。冬が終わり、日増しに日が延びていくのが嬉しかったのですが、夏至を境に日が短くなるとすると、少し寂しい気がします。関西地方の一部地域では、夏至にタコを食べる風習があるそうです。タコの八本足のように稲の根が、深く広く張るように願って食べるのだとか。皆さんがお住まいの地域には、夏至にまつわる風習が何かありますか？

編集事務局：南部、助川

電話：03-5275-5511/E-mail：macjournal@mcagri.co.jp URL <http://www.mcagri.jp>