

【会社概要】
▽所在地 松江市南田町52
▽営業種目 米穀、雑穀、燃料及び住
宅機器の販売、設置工事、
住宅リフォーム
▽代表者 物部伸吾
▽従業員数 10人
▽電話番号 0852(21)4733



現在の精米工場内部＝松江市南田町

太平洋戦争が終戦を迎えた後、復員した4代目の物部太郎は昭和26年、創業地・松江市南田町の米子川東岸にコメ販売の「物部米穀店」の店名で家業を再開し、翌年には有限会社化した。現会長で5代目の宏太郎(81)は太郎社長の下、初代平三郎が取り組んだ薪炭業を、灯油やガスを扱う燃料事業に発展させる。家々を回り、コメの配達をする中で見た勝手口の光景を源流にした取り組みは、やがては「台所」

をコンセプトにした事業展開に結びつき、社業の柱の一つになっていく。

家業にやりがい

宏太郎は、30年に家業に加わり、オート三輪トラックの免許を取得。同社は1台を購入して、宏太郎が運搬や配達に励んだ。

当時、松江市は郊外に住宅地が増え始めた頃で、運搬手段がリヤカーからオート三輪トラックに替わることで配達エリアは同市古志地域まで広がった。事業は拡大した。

35年、今後の社会到来によるコメ運搬などの利便性から、本社を松江市の東側地域



現会長で5代目社長の物部宏太郎氏

とのアクセスの良い城山北公園線(通称・大手前通り)に面した現本社隣接地の同市南田町内に移転した。店舗の半分を鍋や金物などの台所商品を売る雑貨屋部分にし、店舗後ろに精米工場を設けた。

当時のコメ販売は、スーパーマーケットなどで自由に売られている現在とは異なり、食糧管理法が絶対の時代。大半の人が米穀配給通帳を使い、近所の米穀店から購入するのが普通だった。

米穀店も他店の顧客を奪うことはタブーで、新店舗や新しくできた住宅地で顧客を増やすことが中心。コメだけで売り上げを大きく伸ばすのは難しい時代だった。

宏太郎は、コメの配達をする中で、配達先の信頼を得ないといけない、台所のある勝手口から入っていくことができる家業にやりがいを感じていた。そこで、一歩進んでコメと一緒に配達できる商売を考える。

31年から再開していた薪や

配達時代の勝手口の光景源流 石油ストーブ販売、事業拡大

炭中心の燃料部門も担当していた宏太郎は、米子市の販売会社を持ち込んだ大手暖房器具メーカー、(株)トヨミ(名古屋市のトヨ石油ストーブに注目する。

当時は、一般家庭から学校、公共施設までほとんどが石炭ストーブの時代で、ようやく海外製や国産の石油ストーブが市場に姿を見せ始めた頃だった。

宏太郎は実際に数日、トヨ石油ストーブを使用したところ、



プロパンガス事業として、松江市内で行うプロパンガスの配達模様

着火と消火に時間がかかり、灰汚れが出る石炭ストーブと違い、マッチ一本で着火できるなど使いやすいくことを実感。「これからは石油や灯油の時代」と確信する。灯油は利益率も高く、顧客も利便性がよくなることから「三方よし」にも沿うと、販売を決めた。

宣伝チラシを作り、石炭ストーブを使う同市内の個人病院や理髪店などに配ると、使いやすいこともあり次々と売れた。病院や学校など石炭ストーブを多く使う場所にも営業をかけて売り上げを伸ばし、翌年、トヨミ本社から表彰された。

コメの配達で家々の勝手口を回っていた日々と重ね合わせ、宏太郎はここで、「台所」をコンセプトにした事業展開を確かな手応えとともに進める。昭和40年代からはプロパンガス供給に取り組み、その後、ガス給湯器やシステムキッチンなどのリフォーム事業も手掛けるようになった。

現在、灯油やプロパンガスは松江市内約1千世帯に供給する事業にまで拡大。社の柱事業の一つに成長した。

立て続けの激震

一方、経営では、約35年続いた太郎との二人三脚時代は節目を迎える。平成3年に82歳の太郎が退任し、宏太郎が社長に就任した。

就任後の5年、現本社近くの同市南田町内に鉄骨2階建ての精米工場を約1億円かけて整備した。面積で旧精米工場の約4倍、広くなったスペースに最新の精米機などを入れ、大型化した配送用の10トトラックの荷下ろしもできるようになった。

7年には精米工場隣接地に低温貯蔵庫を設置。約200トが貯蔵可能で、山陰地域の小売り米穀店が持つ貯蔵庫としては異例の大きかったが、低温環境で質の良いコメの品



低温でコメの品質を維持する約200ト貯蔵可能な低温貯蔵庫＝松江市南田町



最大日産で約7ト、精米できる精米機＝松江市南田町

質を維持し、年間で安定供給するために必要と判断した。大型投資に取り組む中、全国のコメ販売関係者を揺るがす激震が立て続けに起きる。

5年、冷夏による記録的なコメの生育不良により、コメの全国生産量が大幅に減少。全国の米穀店は販売するコメ確保に追われる。

同社は販売するコメ確保に駆け回る。この頃、既に家業に入っていた宏太郎の長男で現社長の伸吾(49)は、農家の手持ち米を集めるため、遠くは鳥

取県西部の山間部まで足を延ばし、農家を夜間回り、国産米の販売量を確保した。

6年にはコメ不足を受けて米国、中国、オーストラリア、タイなどから海外産米が入ってきた。米問屋から品薄の国産米を購入する際には、国産米1に対し、海外産米0.2の割合のコメを受け入れないと購入できない状況だった。販売では海外産米は敬遠され、翌年の7年3月には倉庫に約10トの海外産米が残り、動物飼育施設に安価で販売するしかなかった。

同じ年の7年には、約半世紀続いた食糧管理法が廃止となった。新食糧法により、コメは自主流通米になり、米市場に市場原理が働く自由化時代に突入した。

スーパーマーケットなどでもコメが販売され、同社の販売環境も厳しくなると、レストランや病院など業務用市場を開拓。生き残りを図った。

宏太郎は「米穀店として経験したことない、大変な時期だった」と振り返る。

(文中敬称略)
―次号に続く―
(堀江純一郎)