

2016年10月26日

第3種郵便物認可

月刊 日 新 聞



でぐち・ともひろ 1978年札幌市生まれ。信州大卒業後、香港の日系アパレルメーカー勤務などを経て2009年に独立。社名の「ワッカ」はアイヌ語で「水(みず)」。「水のようなたり前の存在になりたい」。



トピックに聞く

「香港にシンガポール、台湾や米国ハワイへ日本米を輸出しています。」

「香港で駐在員をしているところ、接待で現地の和食店に行くことが多かったのですが、コメは値段が高いのにおいしくなかった。日本では当たり前で食べているものが、海外では手に入らない。これは商機になると思っていました」

「初年度の顧客は35で20件ほどでしたが、いまでは駐在の日本人家庭や現地の富裕層などの個人客、ミシランガイドに掲載された中華料理店など、4カ国で約800社、約1万件のお客さんがいます」

「現地で精米しているのも独特ですね。」

「コメは精米したが一番。本当の味を食べてもらいたいし、自社で精米・販

道産米アジアに輸出、手応え

売することで毎日でも食べられる『適正価格』を実現したいと考えたからです。有機栽培米や銘柄米など手ごろなもので1kg、500円ほどから用意しています」

「新潟・魚沼産コシヒカリなど本州の銘柄米とともに、道産米も扱っています。評判はどうですか。」

「かつて『やっかいどころ米』と言われた道産米は、品種改良や農家さんの努力で格段においしくなりました。コシヒカリは、すじには不向きですが、ななつばしは、すじにも丼物にも合います。料理ごとにコメを炊き分けるのは店にとって負担で、その点でも道産米は売り込みやすい」

「海外の人は道産米がまずかったという先入観がない。東北地方や新潟県が日本どこにあるか知らない

人は多いですが、『北海道』という誰もが知っています。北海道ブランドは本当にすごい」

「今後、事業をどう広げていきますか。」

「今年中には、コメの生産・輸出国でもあるタイのバンコクにも対面販売の店を設ける予定です。米国本土や豪州への進出や、日本国内でのコメの栽培も考えています」

「環太平洋経済連携協定(TPP)はコメづくりにどう影響しますか。」

「輸出しやすくなるのなら、海外に活路を開きたい」という農家が増えていきます。かつては『お宅のコメを輸出しませんか』と持ちかけると、『だまされるのではないか』と警戒されました。ただ後継者不足は深刻です。農家を続けられるような施策が求められます」

(聞き手・上地兼太郎)



ワッカ・ジャパンがハワイ・ホノルルで営む店舗兼精米所。同社提供

の屋号で展開し、従業員は計22人。各店舗には日本人の「米・食味鑑定士」(お米のソムリエ)がいて、食べ方をアドバイスしている。また自社のインターネットサイトや現地のテレビ・雑誌を通じて、日本米の炊き方や保存方法を広めている。

輸出シェアは1割超
ワッカ・ジャパン(札幌市)は2009年の香港を皮切りに、11年にはシンガポール、13年には台湾、今年6月にはハワイへ進出。日本米の輸出シェアは全体の1割超を占める。漢字圏では「三代目 徳屋玄兵衛」、英語圏では「the rice factory」