

T.G. Press

Tokyo Guarantee Press

巻頭

Special Feature

有限会社小池精米店 代表取締役三代目 小池理雄氏

米の個性や背景を伝える
価格ではなく価値で売る

“気づき”をくれる本

T.G.Select
東京の気になるお店

T.G.Voice
株式会社オルカテック
経営の土台となった
創業スクールへの参加

T.G.Info

Instagram公式アカウントはじめました!



95年以上の歴史を持つ老舗の米屋だ。顧客の8割以上は飲食店で、寿司店をはじめ、ミシュラン掲載店など食材に強いこだわりを持つ店が多い。

そうした店から支持される理由は、扱う銘柄の豊富さと提案力にある。卸売業者だけでなく、産地や農家と関係を築き、直接仕入れるルートも確保しているため、常時80〜90種類ほどの銘柄が揃う。さらに、顧客の要望に合わせてブレンド米を提案できるのが強みだ。

「例えば、寿司屋さんから『こういうシャリにしたい』という要望を受けたら、まず複数の品種を提案して食べ比べてもらいます。『もう少し硬さが欲しい』と言われたら、別の品種を少し混ぜて調整する。やり取りを重ねながら、その店に合う米をつくっていきます」

営業先を変えたことで取引先の拡大を実現

相手の要望を聞き取り、形にして提案する力は、前職のコンサルタント時代に培われたものだという。



原宿・表参道で歴史を重ねてきた小池精米店。かつて、このエリアには数十店舗の米屋があったが、現在は1店舗となった。



「生産者と消費者の架け橋になりたい」と話す小池さん。「原宿・表参道の店」で扱われることは、生産者にも喜ばれることが多い。(左から3人目が小池さん)



北海道から沖縄まで、全国47都道府県の米を取り扱う。小池さんが産地を訪問して選び抜いた製品が揃う。



有限会社小池精米店
代表取締役三代目
小池 理雄
Koike Tadao

1971年生まれ。大学卒業後、出版社で編集者として勤務。その後、人事制度コンサルティングファームに入社。2006年、小池精米店を承継。五ツ星お米マイスター認定者。

一般企業で働いていた小池さんが、小池精米店を継いだのは30代半ばのこと。父が倒れたことがきっかけだった。「もともと家業を継ぐ気はありませんでした。ただ、前職で中小企業の経営者と接するうちに、経営に興味を持つようになっていきました。そうしたタイミングが

がたくさんあるなら、むしろ面白いかもしれないと思いました」

承継後、まず直面したのは、店頭に米を並べても売れない現実だった。そこで飲食店への飛び込み営業を始めたが、結果は厳しかった。既存の飲食店は、すでに仕入れ先が決まっているからだ。

重なり、挑戦しようと思っ
たんです」

店は赤字続きで、小さい子どももいたため、不安も大きかった。それでも、挑戦する価値があると判断した。「赤字ということは、裏を返せば改善の余地があるということなんです。やれることが

「新しくオープンする店なら、仕入れ先は決まっていないため契約を取れるかもしれない。そう考え、求人情報などを手がかりに開業予定の飲食店を探し、営業をかけていきました」

狙いは当たり、取引先は一気に増え、業績も改善していった。

イベントを通して気づいた発信することの重要性

転機となったのは、2011年。東日本大震災の影響により物流の混乱や買い占めが起こって米が不足し、小池精米店も売れる商品がなくなった。時間が生まれたことを機に注力したが、米の魅力を伝えるイベントだ。



「安ければいい」ではなく 米本来の価値に見合う商いを

有限会社小池精米店 代表取締役三代目 小池 理雄氏

1930(昭和5)年から続く小池精米店。三代目の小池理雄さんは、赤字続きだった家業を一代で立て直し、米農家や飲食店から名を知られる存在となった。その軌跡と思いに迫る。

取材・文/國天後治 写真/清水亮一

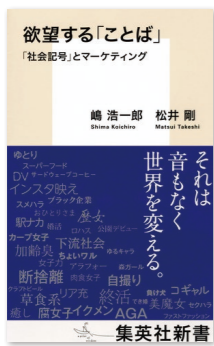
「備蓄米」「古古古米」。近年、これらが流行語になるほど、米の価格は私たちの生活に影響を及ぼしている。日本では多様な銘柄の米が生産されているにもかかわらず、消費者は価格重視で米を買わざるを得なくなっている。

生産者も販売側も厳しい環境に立たされる中、小池精米店・代表取締役三代目を務める小池理雄さんは、「市場の波に合わせて売る」のではなく、「米の価値を伝え、それに見合った価格で売る」ことを経営の軸に据えてきた。その根底には、生産者と直接つながり、米の個性や背景まできちんと伝え、その価値を理解してもらった上で、適正な価格で買って欲しいという思いがある。

斜陽産業といわれる米業界で、業績を伸ばし続ける小池さんの挑戦を追った。

飲食店の要望に沿ったブレンド米を提案

小池精米店は、アパレルショップやカフェが立ち並ぶ原宿・キャットストリートの一角に店を構える。祖父が創業し、



『欲する「ことば」 「社会記号」とマーケティング』

嶋 浩一郎、松井 剛【著】 / 2017年 / 集英社新書 / 1,012円 (税込)

「女子力」「加齢臭」など、どこからともなく現れて一般化した造語を「社会記号」と捉え、マーケティングのプロと研究者がタッグを組み、それぞれの視点で考察した一冊。



『イン・ザ・メガチャーチ』

朝井リョウ【著】 / 2025年 / 日経BP / 2,200円 (税込)

現代のファンダム経済を舞台に、仕掛ける側、のめり込む側、かつのめり込んでいた側の3つの視点から、人の心を動かす「物語」の功罪を描いた長編小説。

第1回 “気づき”をくれる本

“熱狂”や“トレンド”はどのように生み出されるのか

新しい商品やサービスを生み出すには、市場の需要や時代の潮流を的確に捉える視点が欠かせません。では、人々が熱狂し、トレンドが生まれる背景には何があるのか——。そのヒントを与えてくれる2冊を紹介します。

『欲する「ことば」』では、流行を表し社会に定着するような言葉 (=社会記号) について解き明かしており、言葉の裏にある“人々の潜在的な欲望”を読み解くことが、マーケティングの土台となることを教えてください。

『イン・ザ・メガチャーチ』は、社会記号の一つである「推し活」を題材としており、立場の異なる複数の視点を行き来することで、人々の欲望と、そこから生まれる経済の動きをリアルに描き出しています。2冊あわせて読むことで、社会記号の全体像がより立体的に見えてくるでしょう。

笹沼 颯太 (ささぬま・そうた)

株式会社 Yondemy 代表取締役。「子どもの読書離れ」に課題意識を持ち、東京大学在学中の2020年にYondemyを設立。読書習慣を育むオンライン習い事「ヨンデミー」を開発する。著書に『東大発！1万人の子どもが変ったハマるおうち読書』(ディスカヴァー・トゥエンティワン)。



右 / 季節感と新鮮さを大切にしたい店内ディスプレイで、訪れるたびに新たな発見がある。上 / 「包丁 基本の3本」(庖丁工房タフサ) 12,100円 (税込) ~。下 / 「スチーマー」(工房アイザワ) 12,100円 (税込) ~。



T.G.Select

東京の気になるお店
自分へのほっとひや、手土産を購入できる
東京都内のステキなお店を紹介します。

c o t o g o t o

暮らしが豊かになる特別な一品が見つかる

「日本の手仕事・暮らしの道具店」をコンセプトとした、さまざまな暮らしの道具が揃う店。調理道具や器をはじめ、掃除や洗濯、裁縫で使う道具、肌着や小物類まで、暮らしに寄り添う品を幅広く扱っている。いずれも日本の作り手が日本の素材を生かして作ったもので、丈夫で使いやすく、長く使っても飽きのこない佇まいが魅力だ。店内の製品は、作り手の考え方や製造背景に納得した上で選定し、販売前には実際に使い心地を確かめることも大切に行っているという。

細やかな気配りや工夫が息づく道具の数々は、日々の暮らしに自然となじみ、使うほどにその良さを実感できるものばかり。日常使いの道具としてはもちろん、長く大切にしたい一品や贈り物を探す場としても訪れたい。



北海道から沖縄まで、日本各地から多くの人が来店する。

cotogoto

- ことごと
- 高円寺
- ☎ 03-3318-0313
- 📍 東京都杉並区高円寺南 4-27-17-2F
- 🕒 11:00~19:00
- 🚗 なし
- 🚉 JR各線高円寺駅 南口から徒歩1分

注) 上記では、通常時の営業時間、定休日のみを表示しています。営業時間短縮および年末年始や夏期などの臨時休業日につきましては、各店舗にお問い合わせください。

米の魅力伝える経営で、幸せの輪を広げていきたい

「初めは地域のつながりで声をかけられたのが、きっかけでした。10人ほど集めて、精米や品種について話したのですが、予想以上に盛り上がりつつあります。米の魅力伝えることの価値を実感し、積極的

に取り組みようになりました」イベントの様子をSNSで発信するにも取り上げられるようになり、問い合わせが増えつつあります。こちらが営業をきっかけとも顧客が集まる循環が生まれた。さらに、知名度が上がったことで、生産者からの問い合わせも増加。紹介の輪も広がって、仕入れ先も拡大していった。今では多くの生産者と契約しているが、全国各地の生産者のもとへ足を運び、直接対話することを欠かさない。



小池精米店の店内。限られたスペースで精米や袋詰めを行うため、小池さんは多くの注文に応えるべく早朝から作業に取りかかる。

「その米がどんな土地で、どんな人によって、どんな思いで作られているのか。売り手として、自分の言葉で語りたいと思っています。自分が現地で感じたことや感動は、お客様にも伝わりやすく、購入の決め手にもなる。お客様へ提案するためのネタ探しという意味で訪問していますが、生産者の方と直接顔を合わせることでより良い関係づくりにもつながっていると感じます」

生産者の努力や苦勞を目的の当たりにするからこそ、価格競争に巻き込まれない経営の重要性を強く感じる。価値を理解してくれる顧客を増やすには、消費者を増やすことが重要だと考えている。

「子どもの頃に『おいしい』と感動した経験があるかどうかで、大人になってからの食の選択は変わると感じます。実際にバケツ稲の栽培を経験した子どもたちは、ご飯を残さなくなることが多い。だから小学校や保育園から依頼があれば、できる限り足を運ぶようにしています」

「農家の売上につながり、飲食店がその米でお客さんを喜ばせる。そして食べた

小池さんへの3つのQ&A

- Q** 東京信用保証協会を利用したきっかけは？
A コロナ禍で米価が高騰し、先払いの仕入れ資金負担が増えた際です。資金繰りの面で助かりました。
- Q** おすすめの米の銘柄はありますか？
A 岐阜県の「銀の朥(みかづき)」です。粒が大きく、むっちりしていて、噛むとうまみが広がります。
- Q** 好きな「ご飯のお供」は？
A ウニを原料とした「ウニひしお」です。卵かけご飯に垂らすとウニ丼風味になり、とてもおいしいです。

Company Profile

有限会社小池精米店
創業：1930年
代表者：小池理雄
事業内容：米の小売、卸売、オーダーメイドサービス、オリジナル商品の開発・販売など
所在地：東京都渋谷区神宮前 6-14-17
URL：https://komeya.biz/

経営の土台となった 創業スクールへの参加



株式会社オルカテック 代表取締役社長

来田 知也氏

臨床工学技士、応用情報技術者、医療情報技士。北里大学医療衛生学部臨床工学専攻を卒業後、2013年に東海大学医学部付属病院に入職。臨床工学技士として現場の経験を積んだ後、2020年に医療系ベンチャーへと転職。2024年11月に株式会社オルカテックを創業する。

臨床現場で感じた DXの可能性

株式会社オルカテックは、「コメディカル」出身のエンジニア集団です。コメディカルとは、看護師、臨床工学技士、診療放射線技師、理学療法士など、医師以外の医療に関わる専門職を指します。社員はもちろん、業務委託スタッフも含め、全員が臨床工学技士として従事した経験を持ち、現場にとって最適なシステムや施策を提案できるのが大きな強みです。

現在の事業内容は、医療業界を対象としたシステムの受託開発をはじめ、自社サービスの開発、医療DX人材育成やDX戦略立案などのコンサルティング、医療機器開発支援など。現場で培った知見を活かし、コメディカルが活躍できる環境づくりを目指しています。

私自身、8年ほど臨床工学技士として病院に勤務していました。その中で痛感したのが、医療現場ではDXが大幅に遅れていること。サポートが終了したOSが使われ続けている、資格更新に必要な学会参加の証明を紙に貼り付けて郵送したりと、アナログな運用が根強く残っています。機密性の高い情報を扱うにもかかわらず、セキュリティ面の不安や業務負荷の増大につながって

ると感じていました。

また、医療機関側にITに詳しい人材が不足していることで、システム開発の発注時に適正価格を判断できず、割高な金額で導入してしまうケースも見受けられます。一方で、開発業者側も医療の知識が十分でないため、現場ニーズを反映しきれない場面が少なくありません。

私は学生時代にITを学んでいたこともあり、医療現場を理解するエンジニアであれば、ニーズに即したシステムを適正価格で提供できると考えました。実現すれば、コメディカルの力を引き出せるはずだ。そう確信し、創業を決意。医療IT

Company Profile

株式会社オルカテック

医療領域に特化したシステム開発会社。コメディカル出身のエンジニアで構成され、現場の実情に即したシステム開発、DX支援、人材育成を行う。コメディカル一人ひとりが主役となり輝く未来を目指す。

創業：2024年
代表者：来田 知也
事業内容：医療従事者向けの教育支援やDXコンサルティング、DX人材育成、システム開発など
所在地：東京都港区赤坂4丁目8-19
URL：https://olcatec.jp/



2026年4月にリリースした、臨床工学技士向け学習情報サービス「mana med」のβ版

収益を軸に事業を捉える 視点が身についていた

ベンチャーで医療現場以外の業界での経験を積んだ後、2024年に創業しました。もちろん、コメディカルとして働きたがら、システムエンジニアとして活躍できるスキルを持つ人を探するのは容易ではありません。学会発表のテーマなどから目星をつけたり、周囲の人に聞くなどして、一人ひとりに声をかけて仲間を集めていきま

した。東京信用保証協会（以下、協会）の存在を知ったのは、港区で融資に

株式会社オルカテックと東京信用保証協会との軌跡

2026年

自社サービス「まなメド」をリリース

学んだ知見を活かして自社サービスを具体化し、リリースに至る。

2025年

創業スクールに参加 経営の基礎を学ぶ

財務など経営に関する講座を受けたり、創業計画書を作成する。

2024年

創業準備中に 創業スクールと出会う

融資を検討する中で、創業スクールの開催を知り、参加を決める。



来田社長（中央）と、東京信用保証協会の審査担当 久保課長代理（左）、創業スクール担当 平野課長代理（右）

ついでに相談したことがきっかけです。港区の中小企業融資あっせん制度が利用できるというメリットがあることがわかり、審査基準などを調べ始めました。その過程で知ったのが、協会が主催する創業スクールです。中小企業診断士から経営の基礎を体系的に学びながら、ビジネスプランも構築できる内容で、実務に直結する学びが得られると感じ、2025年1月から開催された第36期に参加することに決めました。

スクールでは販売や人材育成など幅広いテーマを学びましたが、特に財務の基礎を一から学べたことは大きな収穫でした。資金計画の立て方や調達方法、収支計画の考え方を理解することで、必要な資金規模が明確になりました。また、協会が主催する創業スクールでは、中小企業診断士から経営の基礎を体系的に学びながら、ビジネスプランも構築できる内容で、実務に直結する学びが得られると感じ、2025年1月から開催された第36期に参加することに決めました。

とりわけ、「自分の発想だけでシステムを作るのではなく、いろいろな人に会って話を聞くべきだ」という助言は、今も強く心に残っています。実際に医療現場や学会に足を運び、ヒアリングを重ねる中で、当初想定していなかった課題や改善の方向性が見え、自社サービスの精度向上にもつながりました。

加えて、異業種の経営者と交流できたことも非常に価値のある経験でした。ディスカッションを交えながら創業計画書をブラッシュアップしていくので、飲食業や小売業など、異なる領域の経営プランに触れたり、新たな視点からの意見をもらえたりしたことで、自社の事業を客観視することができました。そしてスクール受講後、協会へ保証の申込みをし、審査の結果、保証

を受けられることができ、融資による資金調達が実現しました。資金繰りの目処が立ったことで、臨床工学技士向け学習情報サービスの開発に注力でき、2026年4月には「まなメド」としてβ版をリリース。今後は順次機能を追加していく予定です。今後は持続可能な経営を実現するため、スクールで作成したビジネスプランを土台に事業をさらに磨き込み、業界内での知名度を高めていきたいと考えています。こうしたステップを積み重ねながら、システム開発やDX支援を通じてコメディカルの新たな可能性を切り拓く企業へと成長していきたいです。

東京信用保証協会からの 一言 Message

創業スクールでの学びやその後の保証支援が、事業づくりの一部として役立ったと伺い、担当者一同うれしく思っています。これからも（株）オルカテック様の歩みに寄り添いながら、さらなるご発展を応援してまいります。



Instagram公式アカウント はじめました!



当協会をより多くの方に知っていただけるよう、令和8年3月19日にInstagram公式アカウントを開設しました。写真や動画を通じて、皆さまのお役に立つ情報を随時配信してまいりますので、ぜひ「フォロー」の上、ご活用ください!



配信内容

- 東京信用保証協会の上質な活用術・お知らせ
- 経営に役立つセミナー・イベント情報
- 先輩経営者のリアルな声がわかる事例動画
- 創業・経営お役立ち情報



フォロー方法

1 Instagramアプリから

Instagramアプリ内の画面下部にある検索窓に「東京信用保証協会」と入力し、検索してください。



2 二次元コードから

以下の「二次元コード」を読み込んでフォローしてください。



お問い合わせ 東京信用保証協会 企画部広報課 TEL:03-6264-1695



● Editor's Note

米本来の価値を信じて発信し続ける小池社長の情熱に圧倒されました。生産者と消費者の架け橋となり、適正な価格で価値を循環させる姿勢は、真摯な商いの姿勢そのものだと感じました。

ITと医療の双方に精通する強みを活かし、アナログな運用を打破していく来田社長の挑戦は、日本の医療業界を底上げする希望と言えます。(N)

\\ まるガモ応援隊 /



まるガモたちは、どのお米を買おうか悩んでいるみたい。炊き立てのご飯を食べ比べてみたいなあ。

ご意見・ご感想は、以下までお寄せください。
東京信用保証協会 企画部広報課
〒104-0061 東京都中央区銀座6-17-1
銀座6丁目-SQUARE 13階
TEL: 03-6264-1695
HP: <https://www.cgc-tokyo.or.jp/>

