

の大地」の取り扱いを、広げていきたいと考えている。

輸入食肉 国際的な需給関係の変動や国家間の貿易条件の変更をにらみつつ、各カテゴリーでのシェアアップを図る。また海外事業にも注力し、海外での製品加工、販売なども取り組んでいく。

製品事業 こてっちゃんやもつ鍋を始めとする食肉加工品の開発・販売力の強化が喫緊の課題です。不安定な食肉相場に左右されにくい安定的な収益を確保する基盤を築いていきたいと考えている。

小売・外食事業 マーケットの拡大が望めず激しい競争が続く業界において、川上部門との協力関係の強化により訴求力のある売り場をつくり、収益の拡大を実現する。

積極的なビルト&スクラップにより、競争力のある店舗の維持拡大に努める。外食においては、焼き肉以外の業態の店舗開発によりグループの川下部門の裾野の拡大を図る。

③ 組織の統合や、部門間にまたがる共通業務の一元化などにより、業務の効率化やコストの圧縮を図っていく。営業力の強化により、適正利益の確保を目指す。

④ 具体的な拠点新設計画等は予定していない。国内国外を問わず、経営方針に沿った投資は、時期を見極めつつ積極的に進めて行く。

⑤ 政府方針としては、TPP推進の方向で進んでいるので、その是非を論じるよりも、実際に導入された場合に備え、国産食肉事業をどのように、変化に対応した形にしていけるか、また、輸入食肉をどのように受け入れていくかを経営課題として取り組んでいく。

ミートコンパニオン

牛はオンリー1銘柄の浸透拡販
TOKYO-Xは販売戦略見直す

① 牛肉事業 昨年の国内産牛肉について

は、生食由来の食中毒事件や放射性セシウムの問題等から、思うような販売が来ず、グループ会社ともども、残念ながら売上高減少を余儀なくされた。

しかし、早い段階に放射性物質の検査機を導入して、自社において検査体制を整備したことから、得意先より一定の支持を得られたと思う。

弊社は消費地により近い埼玉県和光市に食肉センター（株）アグリス・ワン和光ミートセンター）を保有している。このメリットを生かして、これまで以上に、食肉センターから発信する自社ブランドをひとつでも多く開発して、国産ビーフの拡販を目指していく。

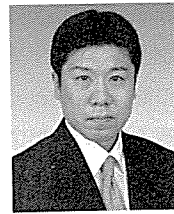
また、国産牛肉の海外輸出事業は、順調に推移していたが、宮崎県の口蹄疫の発生、放射性セシウム問題と、そのたびに輸出が頓挫し、安定していないが、今後はより継続的な販売を目指していく。

すでに昨年、マカオに続いてタイ国への輸出施設認定を取得しているため、より広範囲に新たな販路を求めて海外輸出を推進して、その品質の高さ・おいしさを広く国外に伝えていきたいと考えている。

今後も産地、生産者団体との直接的な取り組みを高めていくことはいうまでもなく、差別化できる優良な産地ブランドをひとつでも多く取り扱っていききたいと考えている。

豚肉事業 弊社の扱うTOKYO-Xというブランド豚の認知度が高まり、生産頭数も徐々に増加してきている。昨今の低価格志向の高まりと、ブランド豚の乱立もあり、消費者の選択肢もかなり広がっていることから、ここ最近では、思った以上の販売ができていないのも事実だ。

これまでは、量販店、専門店向けにテールミート主体の販売に特化していたが、加工品や、外食業態向けなどに販売活動や差別化



阿部昌史代表

戦略を見直して、東京だけではなく、全国で評価されるようなブランド豚を目指していく。

その他の事業 外食向けの食肉加工事業の製造販売は、おおむね順調に推移している。昨年は焼肉業態向けの販売がやや低調だったが、その分ステーキ業態向けの販売が好調に推移した。

現在、新潟県に2工場、福島県に1工場、神奈川県に1工場を保有しているが、そのうち、2つの工場が365日稼働をして、チルド製品の日配対応をしている。これまでのノウハウを生かして拡販を目指していく。

② 昨年のはじめは、これまでの拡大路線をいったん見直して、不採算部門であった外食店舗や関連子会社、営業所等を譲渡、閉鎖するなど体制を整備したことで、良い効果が生まれた。

2012年からは、再び事業拡大に向けて、首都圏内の新たな生産基地となる工場の取得と産地（沖縄県）への事業所新設を計画している。

③ 牛では引き続き「おきなわ和牛」「石垣牛」「千屋牛」などの「オンリーワンブランド」の流通販路を構築し、産地、生産農家と一体となってブランド牛の浸透・拡販を図っていく。

また地産地消の推進から、埼玉県産「彩さい牛」、農場管理獣医師協会が認証する「FMVA認証牛」など独自のブランドの拡販を目指していく。

豚では、出荷頭数の増加に伴いTOKYO-Xの拡販を重要視していく。

④ 今春も開催される「食肉産業展」や、その他特産品イベントへの参加、マスコミを利用した商品アナウンスやインターネットを通じての加工品プレゼンテーションなど、さまざまなアプローチで産地・ブランドの広告宣伝を行い、生産者・JA・行政などと連携して、新たな「食のネットワーク」を構築し

ていく。

とくにことしは、JAおきなわと協力して「石垣牛・おきなわ和牛・アグー豚」などの沖縄ブランドの定着に注力していきたいと考えている。

全農ミートフーズ

消費者と国内畜産農家の懸け橋
その使命の新価値問われる年

① 平成23年度は、デフレの長期化による消費の低迷に加え、東日本大震災、セシウム汚染牛肉問題が発生し、口蹄疫の影響が完全に解消されない中で、国産牛肉を取り巻く環境は過去にない厳しいものとなった。

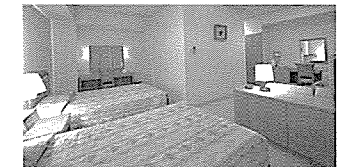
24年度の課題は、国産牛肉の信頼回復による消費の回復が大きな課題となる。弊社は、その経営理念として「JAグループの一員として食肉販売を通じて、消費者と国内畜産農家の懸け橋となる」ことを掲げており、まさに使命をどう発揮するかが問われる年度となる。新たな重点施策としては、次の3点を考えている。

①セシウム汚染牛肉の風評被害の解消に向け、生産者の飼養管理に関する情報開示体制の強化を図る。②食肉のセシウム検査の信頼をさらに高める。検査に関する消費者の理解



木村敬代表

アクセス抜群！大阪ミナミのピュアホテル
充実の客室設備と朝食無料サービスが大好評



<http://www.nissin-namba-inn.com/> ニッシン・グルメビーフグループ



〒556-0016 大阪市浪速区元町3丁目10番18号
TEL: 06-6649-0033 FAX: 06-6649-3535
地下鉄御堂筋線大町駅2号出口より徒歩5分 なんばパークスより徒歩5分