

タイの優位性活かし将来5期棟で2,000t体制へ、市販冷食やNB拡大、現地販売も

(4面から続く)——復旧を果たし、今後の課題は。

新田 販売の面で、従来の業務用主体から、日本ハムデリニュースの市販冷食や量販店向けのデリカなどに力を入れていきたい。またタイ国内と東南アジア向け販売にも力を入れていきたい。から揚げや焼きとりなどはタイでも馴染みになりつつある食材であり、こうした日本仕様の商品を地元でも強化していきたい。現在日本人1名を含めて4名の営業があり、タイ国内や市販冷食・NBを中心に拡大することで、新棟を中心に拡大を図り、全体で合計1,700tとフル稼働に早期に持っていきたい。

日本マーケットへの供給拠点という意味では、競合国として中国やブラジルがある。中国は消費地でもありブラジルは遠隔地であることなどから、タイは供給基地としてまだまだ優位性が高い。原料供給だけでなく、インフラが充実しており、柔軟な要望にも応えら

れるのが強みである。できればもう一期棟を稼働させ、2,000t規模まで拡大できればと、考えている。そのためにも手作業で付加価値を高めつつ、片や機械化による生産性を上げるというコンビネーションで対応していきたい。

<タイ日本フーズの概要

>△会社設立=1989年10月△工場稼働=90年12月△所在地=タイ国アユタヤ県(ロジャナ工業団地内)△敷地=5.1万㎡△延べ床=約1.9万㎡(旧棟約1.5万㎡・新棟約4,000㎡)△従業員=1,000名(日本人6名で運営管理)△代表的な製品=若鶏もも唐あげ、甘辛チキンステーキ、塩麹炭火焼チキン(=写真)、あんかけ茄子挟み天。



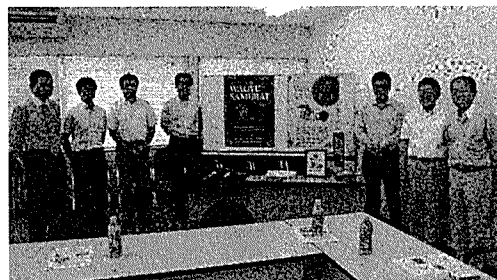
○ 首都圏ミートパッカー輸出推進協が総会、交雑『Japanese Beef KABUTO 兜』PR

首都圏ミートパッカー輸出推進協議会は6月27日、ミートコンパニオン会議室で、定例理事会(総会)を開催(=写真)、新規会員として、ミヤミートの入会を承認したほか、役員改選、事業計画などを原案通り可決した。

本協議会は、首都圏・関東を中心とした地域の畜産関係者と食肉流通事業者を会員として構成し、国内産の優良な食肉等を今後、期待される海外市場に向けて輸出推進し、日本産食肉ブランドの認知度向上とブランドの確立を目的に昨年7月に設立された団体。

前期は、海外輸出に取り組む支援対象者として、農林水産省の特認団体に承認されたこともあり、今年度は、タイ、香港、マカオ向けを中心に、より積極的に輸出事業を推進していくことが確認された。これまで協議会の第1ブランドとして『WAGYU SAMURAI』を立ち上げたが、今期は新たに国産牛(交雑種)ブランドとして、『Japanese Beef KABUTO 兜』を立ち上げ、ホテルイベント等でPRしていくことが計画されている。

今年度の事業計画では、目標額として13年の国産牛肉は6億円を、また14年7.5億円、



15年7.8億円とし、豚肉を含む合計では13年で6億300万円、14年7億

5,350万円、15年7億8,400万円とした。海外の販促活動では、8月から翌3月まで、香港・タイの見本市や百貨店・レストランなどで、メニュー化やカット実演・広報活動などを行う。

総会では、新規会員として東京食肉市場内においても、和牛上物の取扱いが高い牛肉専門卸(株)ミヤミートの入会が承認され、今期の役員・役職は以下のように承認された。

▽代表理事阿部昌史(ミートコンパニオン)▽副代表理事原田智昌(原田畜産食品)▽同貴志和男(山梨食肉流通センター)、▽理事阿部徳次(アグリズ・ワン)▽同宮健一(ミヤミート)▽同森島了(ウエイ)▽会計監査役植井敏夫(上里ファーム)。