

ミートコンパニオン 阿部昌史代表

新たな販路を海外市場にも求める
相模原に製造基地を新設し集約化

① 牛肉事業について

昨年は、シンガポールやマカオ等の新興国においても、日本産牛肉の輸出が解禁されるなど、国内の牛肉消費が低迷している中で、国内産牛肉の新たな販路として期待が高まっている。弊社のグループ会社である㈱アグリス・ワン（埼玉県和光市）においても、すでに10月、対マカオ輸出施設として認定されたことに加えて、11月現在、対タイ国への輸出施設認定に向けても申請中。

すでに商社を通じてベトナム等には輸出をしているが、と畜場併設加工場という対外輸出の施設認定を取得することで、食肉センターの新たな役割と、新たな商売への取り組みが少しづつ進展してきている。

また、産地、生産者団体との直接的な取り組みをこれまで以上に高めて、差別化できる優良な産地ブランドを一つでも多く取り扱っていきたいと考えている。

豚肉事業について

当社の扱うTOKYO-Xというブランド豚の認知度も高まり、生産頭数も徐々に増加してきているが、昨今の低価格志向の高まりと、ブランド豚の乱立もあり、加えて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出来ていないのも実情。ブランドに胡坐をかかず、販売活動や差別化戦略を見直して、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きたいと考える。

その他事業について

数年前に新規事業として、直営の焼肉店を4店舗展開していたが、現在は2店舗の運営



となり、当面新店計画はない。ただし、インターネットショップについては、年々、実績が上がってきてるので、オリジナル商品を増やしながら、新たな柱の事業となれるように強化していきたい。

② 現場レベルでの販売活動や、新たなブランドや、商品開発を強化していくことはもちろんだが、同業他社、あるいは畜肉以外の食品メーカーでも、M&Aの案件については、取引銀行や証券会社などを通じて、情報を得ながら、今後も積極的に検討していく考え。

また、4月には、子会社の㈱日本カイハツミート加工部門の新工場が完成する。365日稼働するチルド温度帯の日配製品が主体であるため、地方ではなく、神奈川県相模原市に新設することになったが、分散していて手狭な製造基地をここに集約して、生産能力を高めていくだけではなく、同時に効率化や合理化も推し進めていく。

③ 一時期より、当社においても米国産牛肉の取り扱い量は少しづつ増えてきているが、現在、価格、量とともに中途半端な状況である。月齢制限を撤廃して、輸入停止前の流通環境に戻すことが最も望ましい。

④ 春に開催予定の食肉産業展には、産地と連携して、「おきなわ和牛」「あぐー豚」など、沖縄ブランド（JAおきなわ）と、「千屋牛」（岡山県千屋牛振興会）などを中心にアピールしていく予定だ。