

【連載・食肉卸売企業の牛肉事業戦略をきく】⑫ ニイチク
山田彰男 代表取締役社長
生産は20%増目標、繁殖農場の開設を計画



―前年度の牛肉の販売実績、今年度の計画を教えてください。

国産牛肉の売上実績は前年比95%、輸入牛肉は88%、合計では93%と厳しい結果となりました。卸事業では、収益を上げることがむずかしい環境の中で積み増した在庫を処理し、仕入れを抑えて在庫適正化を図りました。輸入ビーフはファミリーレストラン向けの加工原料を中心に取り扱っていますが、メニュー単価が1千円を超えるとなかなか売れない状況から他畜種のメニューへシフトが進み、厳しい販売環境が続きました。

ただ、今年度からは徐々に消費マインドは回復傾向となっており、状況は改善しています。来年のラグビーワールドカップ、さらに翌年の東京オリンピック・パラリンピックを控え、首都圏を中心に少なくとも2020年まではある程度は堅調な需要が見込まれるのではないのでしょうか。

また、当社で最も収益性の高い事業は石垣島での黒毛和牛の一貫肥育生産事業であり、前年度は10%の増頭を果しました。今年度はさらに拡大して20%の増頭を目標にしています。

さらに、大きく伸びているのがメディアプロモーションの事業です。前年度は172%増と大きく伸ばしました。テレビショッピングも含めてさまざまなチャネルでの通販事業を行っており、百貨店のカタログギフトなども大きく伸びています。ギフト市場全体が縮小傾向にあり、カタログの発行部数なども減少傾向にあります。それでもギフトには根強い需要があります。

当社としては、しっかり品質の高い商品を供給していくことで、まだまだ拡販のチャンスはあると考えています。こうしたメディアプロモーションを強化していくことで、全体の売価を上げることにもつながります。

また、通販向けの加工品開発にも引き続き注力。原料にこだわり、極力化学調味料や添加物を使わない、まかないメニューなどを提案していきます。

さらに業務提携している㈱ミート・コンパニオングループとは、積極的な人材交流に加え、ギフト向け商品や通販向け商品の製造などで双方の強みを生かしています。今後はさらに連携を深めていきたいと考えています。

―販売を強化している牛肉ブランド、その特長などを教えてください。

国産牛肉では、沖縄県産「石垣牛」をはじめ、引き続き㈱松永牧場の生産牛や「彩さい牛」「五穀牛」の販売に注力します。

さらに「のぎぎ牛」「いわて南牛」「くまもと黒毛和牛」「甲州牛」「松阪牛」などのブランド牛も引き続き拡販していきます。(次ページへ続く)

(前ページからの続き) 一方、輸入ビーフでは米国産牛肉を2週間氷温熟成したチルドビーフを高付加価値商品として提案しています。熟成期間があるために賞味期限が通常より短く、予約販売が前提となります。また、氷温熟成牛肉を当社がローストビーフに加工してセットで販売することも行っており、氷温熟成のシリーズとして展開。パネルやPOPなどを店舗に提供して、コーナーを設置していただくことで定着してきました。

―生産事業への取り組み、今後の計画などを教えてください。

当社では石垣島で黒毛和牛の一貫肥育生産を行っており、島には3万3千㎡の土地を所有していますが、現在携わる繁殖農場は1カ所しかありません。

そこで新たな繁殖農場の開設を計画しているのですが、その農場はある意味で「学校」にしたいと考えています。高齢化などで農家を廃業したがまだまだ元気な生産者がいる一方、肉牛の生産農家をやりたくても資金がない若い世代もいます。若い人を鍛錬して一本立ちさせるには、資金がかかります。

そこで当社が施設を建設し、そういった人たちを雇用。経験を積んだ生産者に次世代に向けて技術やノウハウを指導してもらおうのと同時に、最新のAI技術などを導入して両面から生産を学んでもらいながら、自分たちの収益にもなるような牧場モデルを構築します。

また、当社では今後、西表島でも繁殖事業を行う計画があり、人材確保なども含めた先行投資でもあります。

―牛肉消費活性化に向けた販売戦略、貴社の強みを教えてください。

お客さまが困っていること、古い慣習の中で気付かないことなどに、いかに気付いていけるかが重要です。つねに社員には「企業にはバイオリズムがあり、良いときも悪いときもある。当社が悪いときはお客さまも悪いときであり、お客さまが困っていることは何か。それを一緒に考えていくのが本場の営業だ」と伝えています。

当社はおかげさまで昨年、創業80周年の節目を迎えましたが、100年続く会社にするためには、お客さまのこともっと勉強していく必要があります。卸企業は「便利屋」であり、それが欠落すると流通構造が変化し、たどきに存在意義が問われます。生産もそうですが、消費者のニーズをどうつかむかが最も重要です。当社は毎月1回、直販を行っています。地域貢献に加えて社員教育という側面もあります。自分たちで商品をつくって直接販売することで、消費者の生の声をきくことができます。利益はほとんどありませんが、非常に重要な機会だと考えています。

【訃報】渡邊 浪子氏 (ワタナベフォーマック渡邊相談役、渡邊会長の母堂)

渡邊 浪子氏 (わたなべ・なみこ) ワタナベフォーマック(株)の渡邊健吉相談役ならびに渡邊英二会長の母堂) 19日、死去。通夜は20日午後6時から、告別式は21日午前10時から、名古屋千種区のいぢやなぎ中央斎場で執り行われる。喪主は長男の健吉氏。