

② 食肉卸売企業

【質問項目】 **1** 年頭にあたりことしの抱負についてお聞かせ下さい **2** ことしの部門別の事業計画（できれば国産・輸入別）について、お聞かせ下さい **3** ことしの販売政策に伴う品質強化策や供給体制（工場施設など）の強化策がありましたらお聞かせ下さい **4** 今後あるいは現在、販売強化している国産・輸入の銘柄、ブランド、産地について、お聞かせ下さい **5** 国産・輸入の需給と相場展開の行方について、お聞かせ下さい

ミート・コンパニオン

1 昨年においては、台風や震災などの天災による被害が各地で多発したこともあり、少なからずも商流に影響が出ていました。おかげさまで、弊社においてはそれほどの影響はありませんでしたが、被災された地域の皆さまにはあらためてお見舞い申し上げます。昨年の弊社の業績面においては、直近11月末までの実績で売上高、粗利益高とも前年実績を5%以上上回り、ここまでは順調な推移をしております。しかし、経費も年々上昇傾向であり、特に地方の工場における人員不足による派遣従業員の労働時間、賃金上昇が顕著に影響しています。製造人員の採用確保は、メーカー機能を主体とする弊社において今後の大きな課題でもあります。さて、ことしは弊社において、将来への足掛かりになるであろう重要な1年になると考えています。昨年は、双日食料(株)を中心とした株式会社ミートワン設立への参画をはじめ、複数の企業と業務提携、共同事業を開始しました。引き続き、多くの情報を得ながら食肉事業を主体とした多角化を目指し、あらゆる施策を打っていきたくと考えます。国内事業



阿部昌史代表

においては、今秋に予定される消費増税の影響は大きくないと考えていますが、とくに国産（和牛）の消費推移を慎重に見守りたい。常に消費のトレンドを意識して、社内外と連携をとりながら取り組んでいく所存です。また和牛輸出事業においては、特に台湾輸出が顕著に推移しています。台湾、タイを中心としたアジア地域に絞り、さらなる販路拡大を進めていきます。

2 【牛肉】国産牛については、株式会社アグリ・ワン（和光ミートセンター）における生産者との相対仕入を中心とした調達体制をとっています。出荷して頂いている生産農家の皆さまと直接的な関係を構築することで、消費者（マーケット）のニーズにフィードバックを行っています。ことしは、業務提携企業である株式会社ニイチクとの協業を一層強化し、共同仕入、産地や生産者の開拓だけでなく、加工業務の一元化や共同配送など、連携を深め、多様なニーズに応えるべく注力していきたいです。

【豚肉】引き続き付加価値の高いブランド、商品開発を進めていきます。昨年からの扱いを開始した十勝産の放牧豚「どろぶた」は、ユニークなネーミングに加え話題性もあり、新たな付加価値を作ることができるブランドになる可能性も見えます。また、当社の主力ブランド豚である「TOKYO X」については、2020 オリンピック・パラリンピックの指定食材を目指して、東京都と連携してさらに付加価値を上げられるよう取り組みを強化していきます。昨年は、パーツ販売の強化を進め、インバウンド需要を含めた都心部のレストランでの食材等をはじめ、テーブルミート以外の需要が顕著に推移しました。さらにプロモーションを強化していきます。

3 昨年は、来たる HACCP 義務化を踏まえた対応を推し進め、新たに神奈川事業所、相模原工場の2拠点において、HACCP システムを導入し外部認証を取得しました。また昨年末より、鶴ヶ島工場、新潟デリカセンターにおいても HACCP システムの導入を進めており、年明け早々には外部認証の取得を予定しています。

ことしも引き続き、国内複数拠点の HACCP 外部認証取得を目ざした対応を進め、2020 年までに国内全拠点において HACCP システムの導入、外部認証の取得を目ざしていきます。また、台湾における現地事務所（台北市内）の開設を準備していきます。

4 主力ブランド「TOKYO X」の 2020 オリンピック・パラリンピックにおける指定食材を目ざし、ブランド価値をさらに高めていきます。

また牛肉は、自社の食肉センターである㈱アグリス・ワンに集荷される産地ブランドに加え、定期で産地より買いつけをしているおきなわ和牛、くまもと赤牛、秋田牛を主力としていますが、特定の産地に執着せずセレクト和牛として自社の品揃えができるように、常に産地の開拓を意識的に行なっていく考えです。また輸入ビーフ、ポークの扱いブランドにおいては、特定のパッケージ、ブランドに固執せず、商社や関係先各社と連携して、現状のニーズだけではなく、消費者の多様化とトレンドを常に注視しながら、幅広く扱えができればと考えています。