

実施されたことで落ち着きを取り戻しておりますが、今後も防疫体制を含め慎重に対応していきたいと考えます。さて、昨年の弊社業績は直近11月末までの実績で売上高、売上総利益ともに前年実績を下回っており、とくに夏場（8、9、10月）の時期が低迷したことから、ここ数年では最も厳しい年度となっています。消費増税の影響や、度重なる天災被害による消費者の購買心理の低下、また中国経済の減速や日韓問題の影響によるインバウンド需要の伸び悩みを発端とした飲食業の不調につながっているのではないかと推察します。一方、ここにきて日本産牛肉の対中輸出の解禁への合意が早い段階で締結されるのではないかと期待感もあり、そのための準備も必要であると考えます。また、いよいよことしは東京オリンピック・パラリンピックの開催を迎える年度です。開催前後において都内の交通状況や配送手段など対策を講じなければならない不安要素もありますが、さらなる観光客需要と、大会の大きな盛り上がり消費活動につながればという大きな期待感もあります。変わりゆく消費トレンドをつねに意識しながら、今期の後半戦にしっかりと挽回をしていきたいと考えます。

2【牛肉】 弊社グループ会社の食肉センターである(株)アグリズ・ワン、資本業務提携会社(株)ニイチクの3社協業での産地政策に力を入れてまいります。すでにいくつかの産地ブランドを共同で仕入れ、両社の顧客への販売実績となりました。今年度は、さらに集荷力を高め、安定的に拡販できるように連携を高めていきたいと考えます。そのひとつである沖縄ブランド牛（石垣牛、おきなわ和牛）の販売強化および安定化を旨とします。また、熊本県では褐毛和牛の預託肥育を増頭し、安定的に首都圏の顧客への拡販が出来るよう注力してまいります。預託肥育牛は今春より出荷予定で、(株)アグリズ・ワンでと畜流通する計画です。一方、輸入ビーフは、アメリカ産およびカナダ産はTPP・TAGの効果から、さらに関税が下がるため、

ミート・コンパニオン

1 昨年、とくに関東地方で台風、豪雨によって甚大な被害をもたらしたことに心を痛めるばかりです。幸い弊社ではすべての事業所で大きな被害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。また関東では、CSFの発生により、弊社食肉センターでも集荷などへの影響がありました。早期にワクチン接種が



阿部昌史代表

主力のバラ系およびロイン系の取り扱いを増やしてまいります。さらに、豪州産挽き材の産地リスクを回避するため欧州産の取り扱いを増やしていく考えです。国産、輸入を問わず、昨今の健康、赤身志向の高まりと、多様化するトレンドをつねに意識して、取扱品目の範囲を徐々に広げていく考えです。

【豚肉】 弊社の主力ブランドである「TOKYO X」は、昨年、東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて意図的にイベント参加やプロモーションを強化したこともあり、さまざまな媒体で取り上げられる機会も多く、知名度が上がってまいりました。そしてことしはそのピークを迎えると考えます。昨年からのパーツ販売を開始したことにより、とくに都内の飲食店から食材としての引き合いも強く、多くの新規顧客との取り引きが始まりました。引き続き高品質および希少性を価値として、これまで同様生産側とも連携し、さらなる付加価値をあげられるよう取り組みを強化してまいります。また(株)アグリリス・ワンの機能を活用した新たな国産豚ブランドの集荷、販売ルートの開拓を進めることも、今後の課題としています。

3 数年前より HACCP 義務化を踏まえた対応を推し進めた結果、昨年は新たに新潟工場、新潟第2工場デリカセンター、および鶴ヶ島工場の3拠点で HACCP 外部認証を取得しました。今年度中には残りの国内すべての製造拠点で外部認証を取得する見込みです。また、複数の業務提携先とはお互いの得意分野で製造および販売協力ができる体制と信頼関係を構築しながら、全国的な供給力を高めてまいります。将来に備え、同業他社との資本業務提携も視野に入れながら、多角的に展開していく考えであり、製造及び販売機能の強化を図ってまいります。

4 国産牛は、(株)アグリリス・ワンに集荷する和牛、交雑牛を中心としますが、顧客のニーズを第一に考え、産地ブランドも積極的に取り扱いを進めてまいります。とくに山形牛、まつなが牛、

武州和牛、石垣牛、おきなわ和牛、熊本あか牛の販売を強化していく考えです。また、輸入ビーフではアメリカ産 F1 極み牛の焼き肉材およびステーキ材の扱いを強化し、輸入ポークではフランス産四元豚 JPA ブランドの取り扱いを開始してまいります。

5 牛肉は、中国による豪州産の偏りにより、挽き材をはじめ赤身部位の価格が高騰しており、それにつられるように他国産も価格が強気である状況です。輸入ビーフの価格に手ごろ感がなくなれば、今後、取り扱いや消費数量が減少に転じる懸念もあります。豚肉も、中国における ASF の取束がない限り、当面スソ物価格が軟調になることもないと考えられるだけに、厳しい状況には変わりありません。いずれにせよ相場価格に一喜一憂することなく、弊社が顧客に支持されるためには、これまで以上の加工機能の強化と、取り扱い品目の拡充による営業強化を目指していく考えです。