銘柄牛の販売注力

通販事業大きく伸びる

ニイチク山田　彰男 代表取締役社長

「厳しいときだからこそ前に踏み出す」と山田社長

――前年度の概況、また今年度の見通しは。

2019年度は前年度から売り上げは減少したものの、卸売事業の見直しを図ったことでコストダウンを実現。収益は前年度を上回りました。

今年度はなかなか見通しが立ちにくいですが、経済についてはコロナ前と比べると、戻っても7～8割とみています。そうした中で収益性を上げ、生き残るために戦略を練る必要があります。たとえば同業他社との業務提携などを含めた連携もその一つです。

全体の売り上げは前年度比5%増、利益率も前年をとらえたいと思っています。売り上げを伸ばすだけでなく、中身を重視して事業を行うことが重要です。厳しい事業環境ではありますが、今年度は人材の確保も進めます。

――とくに注力する事業や販路はありますか。

小売では比較的高級な量販店などへ向けて「石垣牛」「松阪牛」など銘柄牛の販売に注力。一方、当社の外食向け加工事業は、これまでファミリーレストラン向けのステーキポーションなどが多かったのですが、牛肉、とくに1千円を超えるメニューはなかなか出ません。

そのため、昨年度からの業務卸などと連携したための準備を進めます。

一方、ホテル・レストラン向けは、コロナの影響で前年比2～3%まで落ち込みました。今後は肉以外の食品も含めてほかの業務卸などと連携した提案なども模索しています。手切りの割合が多く、ステーキポーションなどに比べると生産性は落ちますが、焼き肉業態はコロナが落ち着いてくれば、反動で需要が伸びると期待しており、その上回る売れ行きとなり、緊急と畜で対応したほどです。

また、和牛の販売が苦戦する中、和牛バラを使った「黒毛和牛のこだわり牛丼」が好評です。業務提携している㈱ミート・コンパニオンの工場で生産しており、当初予定の3倍を売り上げるヒット商品となっています。

――生産事業について教えて下さい。

当社は石垣島で黒毛和牛の一貫生産と肥育事業を行っており、一貫生産の割合が現在37%まで上がってきました。生産頭数は今年度も2ケタの伸びを見込んでいます。近年中に新たな繁殖農場を開設予定であり、雇用確保や若手生産者の育成にも注力します。

一方で、増頭するのであれば、県外でもしっかりとした販路を構築しなければなりません。すでに百貨店などへ販売していますが、今後はさらに首都圏などで販売網を確立し「石垣牛」の知名度を上げる必要があります。「石垣牛」の指定認定店は県内にしかなく、より幅広い流通を図るためにも流通協議会の設立も考案しております。

――海外輸出や新商品開発などの取り組みは。

コロナで遅れていますが、中国向けの牛肉輸出が解禁される見込みで、当社も輸出に取り組みたいと考えています。中国は火鍋などスライス文化があり、さまざまな部位が使えます。

また、牛肉を使用した加工品の開発にも引き続き積極的に取り組みます。現在、ローストビーフのように低温で調理した牛バラ肉をスライスして焼き肉のタレに絡め、レンジで温めるだけで食べられる商品を開発中です。

ミールキット商品の開発も強化しており、冷凍対応のしらたき、豆腐、野菜、割り下と和牛をセットにした「すき焼き」なども提案します。

シニア層です。

頒布会では「石垣牛」「松阪牛」に加え、㈱松永牧場の交雑牛「まつなが牛」の販売が非常に好調。雌の3～4等級のみを比較的手ごろな価格で販売しています。想定を