

② 食肉卸売企業

【質問項目】 ① 新年の抱負について、お聞かせください 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、お聞かせください ③ ことしの販売政策にともなう品質強化策や供給体制(工場施設など)、従業員確保の強化策がありましたら、お聞かせください 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、お聞かせください ⑤ 国産・輸入の需給と相場展開の見通しについて、お考えをお聞かせください ⑥ 原料や資材、エネルギーなどの価格高騰への対応策をお聞かせください ⑦ 人手確保の対策をお聞かせください

ミート・コンパニオン

① 国内の経済活動は、およそ3年越しに及んだコロナ禍からようやく正常化に向かい、インバウンド需要を含めて、外食産業にも活気が戻ってきています。しかし、物価高騰によるさまざまな値上げの実施から、消費者の出費をさらに抑える傾向は明らかに強まっていると感じます。また、人件費の上昇と慢性的な人手不足にも拍車がかかり、われわれ、流通業界においても、依然として厳しい経営環境が続いています。当社の加工部門であるフードサービス部は、外食に特化集中していたために、コロナ禍から長く低迷を続けていました。これに対して、数年前よりスーパー量販店向けの商品に対応していく営業活動の強化と商流の変更にも力を注ぎ、一部工場の再投資と商品開発を続けてきました。その努力のかいもあって、直近においては大手量販店への継続商品の納入が決まっています。サイクルの長い定番商品の構成と、一品当たりの



阿部昌史代表

大量ロット製造が期待できるので、固定した製造ラインで、今以上に効率を高めて、さらに工場の再編や、各工場においても生産効率を高める目的の設備投資は、積極的に行っていくつもりです。

また、昨年10月には大型のクリーンルームを新設した福島工場がJFS-B規格認証を取得したことで、大手コンビニエンス規格の商品の製造依頼も格段と増加してきています。今後はコンビニエンス向けの大型商材の供給に向けて、現在、生産体制の準備を整えています。加えて、今後、健康志向や環境に配慮した植物代替肉への関心がさらに高まることを踏まえて、商社の双日グループと提携して、製造体制を構築してきました。昨年はさまざまな展示会や商談会への出展等により、顧客の関心は日に日に高まってきており、ことしは、本格製造に取り掛かる年になるであろうと期待をしています。

一方、主に和牛の卸売販売を行うミートパッカー部門においては、直近数年間、扱量は減少することなく、順調に推移をしてきました。これまで通り、生産地の恵まれた環境や生産者のこだわり等、生産段階からのブランド化を推進して、さらに顧客より支持を頂けるように努力していきます。

昨年は、インバウンドや萎縮した行動規制が解放されましたが、以前とは違った消費者志向やマーケットトレンドに変革や進化が求められる年になりました。業界全体で、時代の流れに柔軟に対応できる体制作りを行っていく必要があります。また昨年10月には、これまで関連会社であったセブンシーズトレーディング(株)を吸収合併し、当社の関西地区の営業拠点として位置づけ、新たな販路拡大に期待を寄せています。当社はことしの5月には創業50年を迎えることとなります。半世紀という節目となる年度なので、従業員が一丸となって、さらに飛躍できる1年にしていきたいと思っています。

② 【牛肉】 和牛の増頭はわずかであるが増え続けています。しかし、枝肉安の影響で子牛価格の暴落が起こっています。

当社では産地と取り組み、生産地の特性や生産者のこだわりや肥育技術の素晴らしさが伝わるように生産段階が消費者にみえるブランディングを行っています。また、国内で消化しにくいロインの海外輸出を積極的に行い、ブランディングと部位のバランス販売を優先して、生産者に再生産可能なシステムを引き続き提供し、構築していかなければならないと考えます。生産側としっかりと協力体制を取って、さらに和牛の販売において販売増頭を目指していきます。

輸入牛においては、米国産は生産数減少とドル高で高騰を続けているため、生産量の回復してきている豪州産(ショートグレイン)、ニュージーランド産の取り扱いを増加して対応していきます。また、原料高によって、再び需要が高まってきている加工肉向けに豪州産・ニュージーランド産のカウまたはブルのロイン取り扱いを増やし、外食業態へ提案していきます。さらに、ウルグアイ産は中国向けが落ち着いていることから、肩系の取り扱いを検討し、モモ系は従来から継続していきます。

【豚肉】 国産豚肉は価格志向の代名詞になっており、最近の売り場では輸入豚肉と並列に置かれる様相を呈しています。各地で少しずつ銘柄化が行われてきていますが、実績を上げているブランドはまだ少ないと考えます。当社では25年程前からTOKYO Xのブランド化をしてきました。TOKYO X-Associationという流通組織をつくり、フードチェーン構築を果たしてきたという自負があります。新たな試みとして、数種の国産ポークのブランド化を進めていきます。

輸入ポークの販売は、当社としては新たな試みとなりますが、現在、バラのみですがフランス産ブルターニューポーク(四元豚)の販売を始めて、差別化商品として外食(焼き肉業態を主体)業態に提案をしていきます。

スペイン産ポークにおいては、現地熟成三元豚のカタロースの取り扱いを開始しており、評価が良いことから、ロースの取り扱いも開始して、主にトンカツ用として外食、量販への提案をしてい

きます。

③ 健康趣向などの高まりにより、現在、福島工場で製造している植物性原料からつくる植物代替肉への期待と評価は高く、今後も展示会等に積極的に出展PRし、新たな販路の獲得につなげていきます。

また、量販店、コンビニエンス向け冷凍総菜の製造が順調な福島工場と、新潟デリカセンターの加熱調理を主体とする2工場には、包装機や殺菌システムの再投資をして、その対応とさらなる品質向上を目指していきます。

また、福島工場に新設したクリーンルームおよび炭火焼対応設備を活用し、トップシール製品、チャーシュースライス、ローストビーフスライス、炭火焼きハンバーグ等の製造販売に力をいれていきます。

④ ・国産牛肉(沖縄県産<おきなわ和牛、石垣牛>、鹿児島県産<のぎき牛、のむら牛>、佐賀県産<作用姫牛>、埼玉県産<彩さい牛、武州和牛>、群馬県産<五穀牛>、青森県産<NAMIKI牛、NAMIKI和牛>、大分県産<おおいた和牛、藤彩牛>

・輸入牛肉および内臓肉(米国産F1極黒牛)

・輸入豚肉(フランス産四元豚バラ・スペイン産現地熟成三元豚カタロース)

⑤ 【国産牛肉】 物価高騰、人口減少、高齢化などの影響もあり、日本人による国内消費は低迷していくと予想され、今後はますます外国人観光客と海外輸出頼みとなると考えられます。今年度においても和牛肉需要拡大緊急対策事業が始まり、一時的に国内相場は上昇すると考えられますが、残念ながら国内消費が進む起爆剤となるかは不透明です。米国の干ばつの影響は大きく、と畜数減少の回復は2025年までは見込めないと聞き及んでいます。米国内においても安価な牛肉が減少しており、豪州を中心に購入量を増やしていることから、日本が希望する価格になるのはかなり厳しい状況だと思われます。価格面重視の日本マーケットにおいては、豪州・ニュージーランド・メキシコへの移管がより加速すると思われま

す。

【国産豚肉】 TOKYO X、吉野川ポークなど、牛肉価格高騰を受けて、豚肉への需要が増えており、とくにロース・カタロースの価格が上昇、比較的安価であったピクニックも需要増により価格上昇しています。現地工場での人件費も高値推移していることから価格を下げる要因はないと予測しています。

⑥ 輸入原料肉対応に強いセブンスーズトレーディング社との合併統合があり、今後は、情報収集力を高めて、現地政策も含めて、選択肢を広めていきます。また工場で使用する原料肉においては、より歩留まりの良い原料を選別(工場における作業時間短縮)し、資材関係は複数の仕入れ先を集約することにより、数量メリットを出して、多少でも値上げ幅を圧縮していきます。

幸い、各工場の空調設備の省力化は完了していますが、エネルギーコストの上昇はすさまじく、引き続き価格転嫁を実施していかなければなりません。

⑦ 人の流出を含めて人手不足を背景にした人件費の上昇は、年々、大きな懸念となっています。採用活動に、さらに時間とコストをかけていくことは当然ですが、われわれのような中小企業規模ですと、従業員の定着率の向上と、育成にも今以上の力を入れていかなければ将来への不安は尽きません。3年前より入社に近い若手社員を中心として、社内に各種委員会制度を設けました。リモートワークによって、遠方となる社内各拠点をつないで、従業員が横断的に意見交換ができる環境を整えています。明るく開かれた環境作りと、働きやすい職場づくりに向けて、従業員自らが発案、発言する機会を増やしています。そうしたさまざまな意見や考えを執行部にフィードバックしながら改善していこうという試みはこれからも継続的に行っていくつもりです。

海外からの人材受け入れは、とくにベトナムの優秀な人材の確保を中心として、現地と連携を取りながら行い、定期的に複数名の集団採用を継

続していきます。高齢化や若手人材の離職率が高くなってきている地方の工場では、現地採用がほとんど期待できません。そうした状況から、引き続き、外国人労働者の依存度が高くなってきているのが現状です。

(月刊ミート・ジャーナル2024年1月号掲載)