

②食肉卸売企業

【質問項目】 ①新年の抱負をお聞かせ下さい
②昨年の総括をお聞かせ下さい ③今年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 ④今年の販売政策に伴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 ⑥その他、注目している社会情勢、喫緊の業界課題についてお聞かせ下さい

ミート・コンパニオン

① 新年あけましておめでとうございます。さて、今年はまず和牛の国内販売において、依然として厳しい状況が継続すると見込んでおり、当社は引き続き海外市場への輸出強化を最重要施策として取り組んでまいります。現在展開しているタイ、ベトナム、フィリピン、米国、台湾を中心に輸出量の拡大を図るとともに、ステーキ文化が主流である各国に対し、焼き肉・すき焼き・しゃぶしゃぶといった日本独自の食文化を積極的に発信し、ロースやヒレ以外の部位についても輸出拡大を推進していきます。

また、これまでの提案営業を一段と強化して、新規取引先の開拓はもとより、変化の大きい既存取引先のニーズを的確に把握し、新商品の開発へつなげてまいります。四つの自社工場が有する加工技術および設備機能を最大限に活用し、未加熱品・加熱品の双方において複数工場による生産体制を構築し、安定供給と増産体制の確立を進めます。とりわけ福島工場における炭火ライン、ハンバーグライン、クリーンルームを活用した高付加価値商品の開発および販売強化を最重



阿部昌史代表

要課題としています。

また新たな設備投資が必要となる際、費用対効果を慎重に検証した上で、さらに柔軟に設備投資を実施して、製造機能の拡充を図ります。同時に各工場の生産効率のさらなる向上を目的に、工場レイアウトの見直しを進めてまいります。

輸入畜肉原料の調達環境は引き続き厳しい状況にありますが、価格変動の影響を受けにくい差別化商品の取り扱いを拡充し、適正利益の確保を図るとともに、取扱量については前年比110%の達成を目指して取り組んでまいります。原料高騰、エネルギー高、物流費高、人件費などのコスト上昇など、今年においても厳しい環境下での運営となります。

また代表を務める私自身も昨年還暦を迎えたこともあり、数年先の経営環境や、後継者への継承を見据えて、社内の仕組みや次の世代に向けた体制づくりや人材育成にも積極的に取り組んでいくつもりです。

② 4月以降、和牛の売れ行きは下降傾向となり、枝肉相場においてはA3からA5までの価格差が縮小し、特にA5等級の下落が顕著となりました。何よりも物価高騰により消費者の購買意欲がさらに減退したことが、主たる要因と考えられます。

一方、交雑牛においては、輸入品価格の高騰による代替需要の増加や、全国的な出荷頭数の不足を背景に高値安定で推移し、年末にかけてさらなる価格上昇がみられ、販売に影響を及ぼしました。

また、昨年の特徴的な動きとして、和牛去勢の需要が急拡大した点が挙げられます。春先と比較し、秋頃には枝肉相場が150~200円上昇したにもかかわらず需要は衰えず、交雑牛の高値安定を受け、比較的安価な和牛としての評価が高まったことに加え、切り落とし材・ひき材としての需要増加が寄与したものと推察されます。

当社4工場におきましては、外食・中食・量販(総菜)・CVS ベンダー・宅配業者向けに安定的な製品供給と販売を実現いたしました。特に加熱調理した製品や、簡便商品・ミールキットの需

要は大きく伸長しました。

営業部門においては、原料高騰下においても商社・ハムソーセージメーカーとの連携を強化することで原料の安定確保と原価抑制を図り、収益改善に寄与しました。加えて、定期的な価格改定の実施や展示会への積極的参加により、新規取引先の獲得を進めることができました。

工場部門では、物流効率化の取り組みにより物流費の抑制を実現し、さらに製造計画の精緻化および残業時間管理の徹底により生産効率の向上を達成し、経費削減にもつながりました。

輸入畜肉においては、米国産牛肉の生産減が回復せず、世界的な輸入牛肉価格の高騰を招いた結果、国産牛へのシフトおよびメニュー改廃が進み、当社における取扱数量は減少しました。

輸入豚肉は、スペインにおけるアフリカ豚熱(ASF)発生に伴う輸入停止により、代替産地から十分な供給が確保できず、特にベリーおよびカタロースの価格高騰が継続し、依然として改善の見通しが立たない状況です。

輸入鶏肉においても、鳥インフルエンザの影響で国際的な需給逼迫が生じ、規格基準が厳しい日本は競争力が弱く、買い負けが続く厳しい調達環境となりました。

③ [牛肉]国産牛部門は生産者との協力体制を強化し、オーダーメイド型の肥育を推進します。肉質・脂質・歩留まり・月齢管理の最適化に取り組み、独自性のある国産牛を確立し、安定した販売価格と差別化を図ります。輸入牛肉部門は米国産長期肥育「極み SRF」は、チャックアイログおよびチャックアイを中心に外食向け販売を拡大します。アルゼンチン産ビーフ(FRIDEVI)は、チャックアイ、キューブロール、ストリップの安定供給と継続販売を進めます。

[豚肉]国産豚肉部門は現在取り扱い中の銘柄豚(例:TOKYO X、戸澤豚/山形県産、吉野川ポーク/徳島県産、弓豚/茨城県産など)に加え、今年は新たに茨城県産ばんぶうの取り扱いを本格的に進めます。輸入豚肉部門は環境配慮型ブランドDANISH CROWNのシートベリーおよび

ピクニックパツの取り扱いを開始します。価格重視向けに、ブラジル産のスソ物部位の取り扱い再開を検討します。

[鶏肉]輸入鶏肉におきましては、本年新規品目の導入は予定しておりませんが、既存の取引商社、およびハム・ソーセージメーカーとの関係を再構築し、鶏肉供給の安定性確保を最優先とします。

④ 工場現場における品質管理体制をさらに強化していきます。具体的には、品質担当者による各工場巡回の頻度を増やし、現場での日々の課題を速やかに把握。これらの情報を本社の品質管理部門および営業部門と共有し、改善策を即时に実施できる体制を確立いたします。

供給体制については、当社が所有する4工場の加工技術および設備を最大限に活用し、未加熱商品・加熱商品を問わず、複数の工場で同一製品を並行製造できる体制を整備します。これにより、需給変動への対応力を高め、安定供給と増産体制を確保します。

特に重点とするのは、福島工場における炭火ライン、ハンバーグライン、クリーンルームの活用です。これらを用いた高付加価値商品の開発・生産・販売を最重要課題と位置づけ、品質・差別化・収益性の向上を図ります。

深刻な人手不足や従業員の高齢化、世代交代という課題に対応するため、人材確保策を一段と強化し、外国人従業員(特定技能、技能実習など)の定期的な採用を継続します。

同時に、当社の企業イメージ向上および認知度拡大を目的として、公式キャラクターの制作、公式YouTubeやSNS発信を強化して、各種イベント等への参加を通じて採用プロモーションを行い、新卒者・若年層へのアピールを強化します。

⑤ [牛肉]物価高による景気悪化や、購買意欲の低下から、和牛相場は年末などの繁忙期を除いてはまだまだ回復は難しいと考えます。交雑牛に関しては輸入品の高値安定から需要は高まり相場は高値安定が続くと思われます。

[豚肉]輸入品の高騰と消費者の牛肉に対する購買意欲の低下から需要は安定的に続くと思われ相場も夏場を除けば安定すると思われます。

[鶏肉]消費者は食費を抑えるため、比較的安価な鶏肉の需要は安定して高く推移すると考えます。

❶ 現状、日本では物価高と最低賃金の底上げが継続しているものの、実質賃金は上がりつておらず、消費者の購買力・購買意欲の回復にはつながっていないと考えます。

食肉業界としては、高価格帯商品の需要減少が続く可能性が高く、安定供給や価格の抑制こそが求められています。そのため、国・行政には生産者支援(補助金、コスト補填等)の拡充を要望し、消費者に比較的手頃な価格で食肉を提供できる政策が必要であると考えます。

同時に、慢性的な人手不足・高齢化という構造的課題を踏まえ、厨房・店舗バックヤードの省力化が進むことで、簡便加工品やミールキットへの需要増、外食・小売の業態転換、新業態・業界再編のチャンスがあると考えられます。