

《大手牛肉サプライヤーインタビュー》 ミート・コンパニオン 福島孝義常務執行役員

頭数確保が課題に、新たな商品開発も注力
——前期の販売実績について。

牛肉販売実績は、数量ベースで前年比90%となりました。

輸入牛肉については、価格高騰の影響によりロイン系の取り扱いが大きく減少し、比較的価格の抑えられるカタ系部位へシフト。一方、国産牛との価格差縮小を背景に、バラ系部位には底堅い需要がみられましたが、アジア圏においても需要が高まっていることから、日本国内向けに希望数量・希望価格での調達に難しい状況が続きました。

国産牛肉においても、消費者の節約志向の高まりを受けて販売環境は厳しさを増しましたが、スネやブリスケなど比較的安価な部位への引き合いは強く、年間を通じて品薄傾向が続きました。ロースなど高価格帯部位の販売は苦戦したものの、実績は前年比109%と前年を上回りました。

——今期の計画は。

数量ベースで前年比105%を目標としています。米国産牛肉の生産頭数回復が遅れており、引き続き厳しい調達環境が見込まれますが、冷蔵牛タンや自社工場の活用を見据えたモモ系部位の取扱強化により、販売数量拡大を図ります。

また、牛枝肉相場の高騰により売上高の増加が見込まれる一方、利益確保は一段と難しくなると想定。特に交雑牛については、頭数減少の影響により価格が高値圏で推移しており、主な販売先である量販店向けを中心に、取引価格の適正化や安定的な仕入頭数の確保が重要な課題です。

今後も、継続的な価格改定と生産者の確保に取り組むとともに、販売先の選定についてもより慎重に進めます。合わせて、ミートパッカー部門では国産豚の販売強化にも注力し、TOKYO X以外の銘柄豚の提案も進めます。

——販売を強化するブランドや販路は。

今後、販売強化を予定しているブランドが、米国・コーンベルト地帯で栄養価の高い穀物を用いて長期肥育されたブラックアンガス「オーロラ」。主にモモ系部位の取り扱いを予定しており、穀物肥育ならではの

安定した肉質と赤身のうまみを生かした商品として提案を進めます。当社ホームページに掲載している牛肉・豚肉の商品につきましても、引き続き拡販に努めます。

販売を強化している分野は、外食産業および麺業態向けのスライス用原料。特に、バラおよびその周辺部位に注力します。合わせて、牛肉・豚肉・鶏肉の各原料価格が高騰する中、未加熱商品では鶏肉加工や内臓加工にも取り組み、商品の幅を広げております。

タンブリング加工、スリッター加工、軟化加工、結着加工などの加工技術も強化。販路面では、回転ずし、うどん、ラーメンといった専門業態に加え、コンビニエンス・ストア向けの商品開発にも注力します。さらに、量販店や宅配業者向けでは、時短・簡便ニーズに対応したミールキット商品の需要が引き続き堅調であり、アイテム数拡充を進めます。

加熱済み商品では、電子レンジ対応商品や、蒸気窯を活用した煮込み商品(牛肉、チャーシュー、角煮)を強化。

現在開発を進めている商品としては、牛脂を注入せず、軟らか製剤を使用した「ひとくちステーキ」があります。また、炭火焼き牛肉についても、より多くの得意先に導入いただけるよう商品開発を進めています。

——輸出の取り組みについて。

前年度に引き続き、今年度もフィリピン向けの販売が好調に推移。引き合いも引き続き多く、新規案件の増加がみられる中、タイ向けの案件も増加しています。今後も各市場の需要動向を見極めながら、輸出販売の拡大に取り組みます。

——加工場の稼働状況について。

スチームコンベクションを導入したことにより、低温調理商品の製造が可能となり、加工品目の幅が広がりました。これにより、従来よりも多様な調理提案や商品開発が可能となり、得意先のニーズに応じた柔軟



2 SHOKUNIKU SOKUHO

な対応力の強化につながっています。

また、工場内では効率的な動線を意識したレイアウト変更を進めるとともに、5S推進委員会を発足し、安全衛生委員会と連携しながら、作業効率の向上、職場環境の改善、品質管理体制の強化に継続して取り

組んでいます。

こうした設備面と現場改善の両面から加工機能の充実を図ることで、生産性向上に加え、付加価値の高い商品の安定供給につなげています。