

② 食肉卸売企業

【質問項目】 ① 昨年の振り返りと新年の抱負について、お聞かせください ② 新年の部門別の事業計画(できれば国産・輸入別)について、おきかせください ③ 自社業績に影響を与えた出来事や環境変化について、おきかせください ④ コストアップ状況やそこへの対応策(価格改定があれば改定率)おきかせ下さい ⑤ 国産・輸入の需給と相場展開の見通しについて、考えをおきかせください ⑥ 業界全体として取り組むべきことをおきかせください ⑦ 政府への要望をおきかせ下さい

ミート・コンパニオン

① 直近数年においては、コロナの影響に加えてエネルギーコストの上昇やさまざまな物価高から、家庭消費の伸び悩みと節約志向が加速し、価格の高い牛肉の消費は落ち込んでいました。特に和牛肉においては、肥料価格の高騰によりコストが上昇する中、枝肉価格は低迷し、生産者においては、厳しい経営環境が今も続いています。また、正肉販売においては、価格の低迷から利益の確保が難しい状況にあります。その中でも、前年度の秋頃から外食需要の本格的な回復が見られ、春から始まった今年度の業績は売上、利益共に前の年度から大幅に伸長し改善を果たせました。スーパー量販店においては、値上げの影響による消費の伸び悩みなど浮き沈みもありますが、比較的、順調に推移していると感じます。



阿部昌史代表

当社においては、コロナ禍の数年においては、経費を最小限に抑えながら、内部のスリム化を果たしてきましたが、今年度からは消費回復と同時に、さらに飛躍できる年となることを踏まえ、積極的に攻める年にしたいと考えております。国内産においては、生産者とのパイプをさらに強化して、自社と畜頭数を増やししながら、オリジナルブランドの開発と、差別化を図った販売戦略などを強化していきます。また、加工品製造を担当する4工場の現状は、外食・量販・CVS・CVSベンダーへの安定的な製品製造と販売ができています。原料、物流費、資材、副原料、人件費など、あらゆるコストが上昇している中で、生産性の向上とコスト削減だけでは追いつきません。営業部門の努力によって、定期的な価格改定を実施することができたことが、直近の収益向上に大きく影響していると考えます。工場においては、より生産効率を高め、経費を抑制することができました。今年に入ってからも、原料高の状況が続く予測ですので、さらに加工度を上げた商品開発、特に再設備投資を完了した福島工場の炭火焼成ライン、クリーンルームを活用した高付加価値商品の開発と販売強化を重点事項として、取り組んでいきます。

② [牛肉] 高級食材である国産牛肉は動きが鈍くなっていますが、当社はこの数年でも、自社と畜場に全国から生体集荷を増頭して、さまざまなブランドの取り扱いを増やしてきました。自社と畜した牛肉も、差別化できるものは、オリジナルの名称を付けて販売しているものもあり、取引先からも好評を得ています。今後もオリジナルブランドの開発を行っていきます。また輸出も好調に推移していることもあり、ロイン等の高級部位を海外に向け、国内にはカタ・モモを向けるようなバランス

販売をすることにより、活性化を図っていきます。北海道から沖縄まで生産農家と連携を取り、農家のこだわりが消費者に届くようなブランディングを行っていきます。主な取り扱いブランドとしては、花舞牛、馬場牛、さくら和牛、五穀牛、彩々牛、武州和牛、ワインビーフ、甲州牛、静岡そだち、おおいと和牛、藤彩牛、くまもと黒毛和牛、くまもとあか牛、おきなわ和牛、石垣牛です。

また、輸入牛肉においては、変わらず価格の高騰と円安の影響により、しばらくメニューに採用されない時期が続いていましたが、外食事業者への価格転嫁も少しずつ改善が図られていることから、ステーキや焼肉メニューに牛肉が使われてきており、今後の牛肉メニューの復活に期待が見込めます。アルゼンチン産牛肉取り扱いの再開およびオセアニア・スペイン産牛肉でも特徴あるパッカーの取り扱い(肩系・ロイン系)を開始していきます。

〔豚肉〕国産豚においては、相場は今後も高値安定が続くと思われま。牛肉から豚肉にシフトする量販店も多く、需要は高まっているので、ノンブランドの白豚ではなく、できるだけこだわりのあるブランド豚を取り扱い、自社と畜場に生体で集荷を行い、販売する流れを構築していきたいと考えま。国産豚肉は、TOKYO Xをはじめ、吉野川ポーク、狭山丘陵チェリーポーク、戸澤豚一番育ち、どろぶた、あぐー豚などブランド豚の販売を引き続き強化していきます。

輸入豚肉は、カナダ、米国を中心にヨーロッパ産も含めて、それぞれの特性に合った仕向けや加工を行っていきます。また、スペイン産栗豚のパーツの取り扱いを開始しています。

③ 光熱費の値上げによる工場経費の上昇、円安による原料肉仕入価格が急騰した要因から、販売価格の改定までにタイムラグが生じていました。また、各工場においては、現地の日本人従業員の採用が難しく、従業員の高齢化

も深刻です。定期的に採用している技能実習生や特定技能の外国人従業員が増加していることから、今後は外国人従業員の教育が重要課題となっています。また、人手不足やタイムパフォーマンスの社会環境の下、昨今の総菜、冷凍食品の品質の高さと技術進歩には驚かされることも多く、トップフィルムパック商品の製造体制の充実を図ってきており、これが時代のニーズにマッチして大きな需要を取り込んでいると考えま。

⑤ 国産牛肉の消費(需要)は和牛は横ばい、交雑牛は上向きと考えま。相場はそれに比例すると思われ、和牛はロースの国内消費が戻れば、相場も上がると考えま。消費者の価格志向が強い現状においては、輸入牛肉は価格が下がれば、需要は大きく上がると推察しますが、まだ相当の時間を要すると思えま。

国産豚は、引き続き需要は堅調に推移すると予想しています。枝肉相場は飼料代の高騰などから高値安定。輸入豚肉は需要は安定して横ばいであり、相場価格は徐々に落ち着いてくるのではと期待しています。

⑥ 輸入牛、豚、鶏肉原料の安定価格による輸入と輸入国の拡大。日本産畜肉のさらなる輸出推進と、日本産加工品の輸出強化。国内の畜産品は魚や野菜・穀類と異なり生産現場や生産者のこだわりや意向が伝わりにくく、欧米と比べてフードチェーン化が遅れています。この点を改善して、適正価格の維持や安定化を図り、再生産可能な体制作りが必要であると考えま。