

【大手牛肉サプライヤーにきく】ニイチク

山田彰男代表取締役社長

石垣牛を一貫生産、加工商品の提案を強化

―前期の概況、また今期の見通しをおきかせ下さい。



2020年度はコロナ禍の中、当社の基幹事業である卸売事業については大きな打撃を受け、とくに昨年春ごろは厳しい状況でした。一方で巣ごもり需要もあり、シヨップチャンネルでの通販事業は前年度比170%と引き続き大きく伸長しました。通販事業は比較的利益率も高く、卸売の不振をカバーした形です。

ただ、今後もホテルやレストランなどが以前のように回復することは非常にむずかしいでしょう。企業の交際費が削減され、またリモートワークなどにより人の動きが半減。商流が変化していると実感しています。

外食向け加工事業は、ことしに入ってもコロナ前の7割程度にしか回復しておらず、とくにファミリールレストラン業態(以下FF)は不振です。外食加工の売り上げは、15年前くらいまでは7割がFF向けでしたが、現在は2割まで減少。その分、現在は焼き肉業態が7割を占めています。

今期も全体ではある程度の収益性を確保できる見込みですが、卸売は苦戦が予想されます。当社の基幹事業であり、つねに衛生担保経費は同額で賄うため、売上減では経費ダメージが伴います。しかし、商流が変化する中、卸売事業も量より質を求め、さらに通販など新たな事業を収益性の柱として育成していかなければなりません。

―とくに注力する事業や販路はありますか。

シヨップチャンネルの通販事業は近年非常に伸びていますが、ことし4月以降は少しさまたわりしてきました。当社は生の精肉販売をメインとしていますが、大手通販業者の相次ぐ参入などにより、テレビショッピングでの精肉販売の競争が激化。さらに量販店も和牛の販促を始める企業が増えてきました。また、簡便性へのニーズが非常に強く、湯せんかレンジ対応可能な加工製品が売れ筋です。当社も和牛バラを使った牛丼を販売していますが、昨年は前年比3倍の売り上げとなるなど非常に好調。1日で1万5千セット、17万食が売れる人気商品になりました。

通販事業では商品を買ったお客さまにリピートしてもらえかが重要であり、商品力を高めなければなりません。今年度も年間前年比115%増を計画。牛丼に加え、牛スジの煮込みやビーフシチューなどの提案も強化します。こうした加工商品は一部を除き、ほとんどを業務提携先の㈱ミート・コンパニオンの工場で生産しています。これまでローストビーフ用のブロック肉を提案していましたが、これをローストビーフに仕立てて販売するなど、お客さま目線で一步踏み込んだ提案を行います。(次頁に続く)

(前頁からの続き) さらに和牛原料を供給し、当社が「和牛の目利き」として商品の監修を行ったカレーなど、有名店とのコラボ商品の開発も行っています。収益性はそれほど高くありませんが、原料供給ができてさらに当社のPRにつながります。また、今夏にも台湾向けに輸出を開始する予定です。現地の大手外食事業と連携し、ロイン系以外のウデなどのアイテムについても提案していきます。

―「石垣牛」の販売、生産事業についてはいかがですか。

当社は石垣島で黒毛和牛生産事業の応援を行っています。そのうち一貫生産の割合は約40%であり、それ以外は子牛市場からの導入で賄い、今後も良い子牛は市場から導入しますが、一貫生産の割合を増やします。

また、コロナで予定が延びていますが、新たな繁殖農場を開設します。働き方改革やITの導入なども含め、新たな生産現場の形として、雇用確保や若手生産者の育成にも注力していきます。

さらに、観光客減少などで島内での販売が落ち込む中、ことし3月には流通協議会を設立。百貨店、量販店、通販事業者、外食などの代表者が参加しており、相談役には石垣市の中山義隆市長に就任していただきました。首都圏をはじめ、全国へ「石垣牛」の消費拡大を図ります。