

外食産業における取組みについて
(意見交換会用資料)

株式会社 人形町今半
取締役副社長 高岡哲郎
(日本フードサービス協会会員)

【業務内容と経営状況】

- 和牛を年間 3,500 頭取り扱っており、飲食部門、精肉販売部門、ケータリング部門の各部門でそれぞれ 3 分の 1 ずつの取扱となっている。牛肉購買部で枝肉を仕入れて、全ての部位が無駄なく使えるように各部門に分配した上で、季節変動により特定部位の不足をカバーするため部分肉での仕入れも行っている。
- 牛肉の相当部分は卸から仕入れており、わずかではあるが生産者との相対取引を実施。

【川下のセクターに求められること、川上のセクターに求めること】

- 生産者に対しては、顧客に直接牛肉を提供している我々と、肉質に関する価値観を同一にしてもらいたいと考えている。そのために、生産者から仕入れた牛肉を使った料理をその生産者に食べてもらい肉質等について意見交換を実施することにより価値観の摺り合わせを図っている。
- 食肉の流通において、卸売業者の果たす役割は重要であり、具体的には、川下の求めに応じ一定水準以上の肉質の枝肉を納入してくれること、加工（カット）技術が非常に高く、衛生的な取扱いが可能であること等が挙げられる。
- 今後、卸売業に期待していることは、時代と共に変化する消費者ニーズを的確に捉え、食肉取扱の専門家としての視点から、これまでない様な商品について積極的に提案を行っていただくこと。
- 卸売業が良い牛肉として提案するものを、外食産業が消費者に広めるという形が望ましく、このような関係を築いていければと考えている。
- 我々食肉を取り扱う者は、生き物の命を預かりそれを成仏させた上で食品として提供しているということについて、消費者に理解していただく機会があればありがたい。

【消費者ニーズの把握、消費拡大につき川上川下のセクターと連携して取り組んでいること】

- 外食産業としては、消費者のニーズに対応したものを提供するだけでなく、我々から新たな商品を提供することで、消費者の需要拡大のきっかけとなることが重要な役割と考えている。
- そのため、マーケットインの考え方も重要であるが、大多数の消費者ニーズに対応するという考え方に偏ると、商品が画一化しマーケットの活性化にはマイナスの面もある。外食産業としては、マーケットの中にユニークなプロダクトを提供し、消費者の需要拡大のきっかけを作る役割も重要であり、プロダクトアウトの考え方も不可欠であると考えている。
- 顧客ニーズに合った、若しくはニーズを喚起するような牛肉を生産するため、相対取引を行っている生産者と牛肉の品質等について意見交換をするなど密接に連携している。但し、マーケットがバラエティに富んでいることも重要視しているため、生産者に画一的な飼養管理方法を要求することはしていない。現状では、我々の求める肉質に近づけるため、生産者が自ら試行錯誤を重ねる中で最も良い飼養管理方法を見いだしている。

【枝肉格付以外の牛肉の品質についてのわかりやすい情報提供】

- 顧客のマインドを引きつけるため、独自の規格により牛肉の品質評価をした上で販売している。今後こうした独自の肉質評価をスコア化し可視化できればと考えている。
- 消費者が喜ぶ牛肉の品質と関係している要素について、取引する生産者との間で共有できていれば、現行の枝肉格付規格を変更する必要はないと考える。我々が考慮している要素を格付規格に持ち込んだ場合、マーケットに出る商品が自社のものと同じようなものとなってしまう、それはそれで好ましくないと考える。
- ただし、現行の格付規格でも考慮されているが結果が公表されていない要素（肉の締まり・きめ、脂肪の色沢等）の結果や、格付を盛り上げるために格付員の資格、資格取得までの仕組み（勤務年数、試験等）についてはもっと公表してもよいのではないかと考える。