

ヒアリング御協力者の概要

みやぎ まさひろ

宮城 昌弘 伊藤ハム米久ホールディングス株式会社

食肉事業本部 国内食肉本部 輸出推進部 部長



【会社概要】

- ・ 輸出量 約 609 トン
- ・ 輸出金額 約 42 億 3 千万円
- ・ 輸出先国・地域 米国、EU 等、英国、香港、台湾、シンガポール、タイ、ベトナム、フィリピン、マカオ、豪州、カナダ、ブラジルの 13 か国・地域
- ・ 輸出実績施設 3 工場

【組織の概要・特色】

- ・ 日本からの和牛輸出は 1990 年に開始され、2000 年の口蹄疫発生にて一時輸出停止したが 2005 年に輸出再開。以降基本的に右肩上がりに輸出量・金額は拡大。
- ・ そのような環境下、弊社グループからの和牛輸出は 1998 年の香港向けより開始。次いで 2006 年に米国向けが開始されるとともに弊社牛肉生産の基幹施設である「サンキョーミート(株)」での更なる輸出認可取得を推進、各国への輸出に本格着手。
- ・ 2015 年には伊藤ハム(株)に自社生産畜肉の海外輸出専門部門として国内食肉本部内に「輸出推進部」を設置。同時に行政主導の牛肉輸出拡大への各取組にも積極参画し、以降牛肉輸出を確実に拡大させてきた。

伊藤ハム米久 ホールディングス株式会社 における牛肉輸出の現状と課題



令和6年6月25日（火）

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社

食肉事業本部 国内食肉本部

輸出推進部 宮城

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社 概要

本社 : 東京都目黒区三田1丁目6番21号

創立 : 2016年4月1日

資本金 : 300億円

売上高 : 9,556億円 (2023年3月期)

事業内容 : 食肉加工品の製造及び販売、食肉の製造及び販売、
調理加工食品、総菜類の製造及び販売を行う
グループ内傘下子会社経営管理及びこれに付随する
一切の業務

輸出実績 : 牛肉主要輸出先	香港、米国、EU諸国、台湾など
輸出重量	610トン (2023年3月期)
輸出金額	42億3千万円

伊藤ハムグループにとっての輸出ビジネスの重要性

- ・日本の総人口は2010年の1億2,805万人をピークに年々減少、逆に高齢化率は2030年前後で30%台、その後も年々上昇との予測から導かれる「人口減による国内市場規模縮小」と「高齢化率増加による国内の動物性タンパク由来製品の市場規模縮小」という二重の課題が弊社グループにとっては大きな懸念材料となっていた。
- ・一方で全世界の人口推移は「日本とは対照的に増加・拡大」が今後も継続。この日本と世界での人口推移状況の差異並びに弊社取扱製品群の特質・性質を熟考、弊社グループとしてはこれまでの国内市場中心の売上維持、拡大を改め、「海外市場に向けた自社製品輸出ビジネスの着手、実施、拡大への取り組みがグループ全体の存在、成長に不可欠である」という結論に至った。
- ・数々の食肉製品を取り扱う中、輸出事業への取り組みやすさから、先駆けとして「2006年より自社製造の牛肉輸出」に本格的着手。2015年には輸出業務専任部局「輸出推進部」設置、また輸出自社ブランド「ITO WAGYU」も立ち上げ輸出強化、結果20年近い事業継続において輸出事業は現在弊社食肉事業の一翼を担うものに成長した。



2024年現時点での牛肉輸出拡大への取組

- ・青森県に輸出対応の最新鋭工場（十和田ビーフプラント）を新設。同施設は24年3月稼働開始、現在各国への輸出認定申請中。輸出開始でグループの牛肉輸出拡大は確実に加速、同時に北日本で手薄な牛肉輸出施設として地域の畜産振興や雇用へも寄与する。
- ・これまで牛肉輸出主力製品であった「ロース肉」に加え「ロース以外の肉」や「ポーションカット製品」も拡販する。そのため輸出基幹工場であるサンキョーミート有明プラント内に輸出認可を持つ「ビーフパックセンター」を23年に建設し輸出開始。新たな製品群で輸出相手国の多様なニーズや人材不足へ対応していく。
- ・弊社グループの海外販売拠点ネットワークの強みを更に活かす為、海外現地グループ企業で現地人販売スタッフを雇用。旧来の現地在住日本人ネットワーク依存の販売営業活動でなく、新規開拓として地場現地人企業への営業活動、関係強化を図り、競合他社にはない独自強固な現地販売チェーンを構築する。
- ・畜産コンソーシアム事業等の行政主導牛肉輸出拡大支援各事業へ積極参加、国内外での日本産牛肉販売拡大につながるネットワークを構築・強化していく。

【十和田ビーフプラント】



【サンキョーミートビーフパックセンター】



グループ内での牛肉輸出の課題とその解決の方向性

- ・ そもそもの根本的な課題として、畜産業界における生産や製造の現場・施設での労働者及び後継者不足は既に深刻な問題となって久しい。
→ それらの解決に向けては一個人や一企業の努力・工夫では既に限界に達している。
- ・ 旧来型「牛肉輸出ビジネスモデル」依存からの脱却と「シン・牛肉輸出ビジネスモデル」の創造。
 - 1: 海外各国における現地人企業との販売チェーン構築への対応、確立。
 - 2: 海外顧客目線での製品ラインナップの充実並びに利便性の改善。
 - 「ブロック肉」だけでなく顧客ニーズに即した「ポーションカット製品」や在庫管理の省力化に直結する「海外顧客所望のバーコードを有す製品」の開発など。
 - 3: 取り扱いブランド並びに同ブランド製品における「海外顧客目線」でのオリジナリティーや付加価値の創出。
 - 4: 環境にやさしい流通への対応。
 - CO2排出削減につながる「海上便輸出の積極利用・拡大」
 - 「商品積載率向上につながる官民一体の創意工夫・規制改善」
 - 「包材資源削減につながる必要表示項目共通化」等
- ・ 老朽化施設における輸出対応への方向性（施設閉鎖か継続前提の改築もしくは統合か）の決定。

【焼肉カットポーション製品（スキンパック）】



政府等への期待事項

- ・牛肉輸出可能国（2国間協議）の追加新規解禁。
→輸出可能国増加＝輸出金額・物量・利益の増加可能性が高まる。
- ・輸出、通関関連書類及び手続きの簡略化、省力化、電子化の早期実現・導入。
→輸出実務における無駄な労力・トラブル・損失の削減につながるばかりでなく
昨今の「働き方改革」と深くリンクし雇用問題の解決や底支えも期待できる。
- ・ハラル認証への導入ハードルの低減化及び認証自体の簡略化、共通化。
→現状の既存牛肉輸出可能国でのビジネス頭打ち感を打破するターゲットとして
行政も期待している「ハラル市場」への円滑な参入が課題。
- ・時流にリンクした適切な長期目標の設定と施設整備等への支援の継続。
→世界情勢は常に変化、輸出ビジネス業者も施設整備含めて常に情勢変化を念頭に対応、
故に業界が指針とする政府長期目標も情勢変化に合わせ柔軟な設定対応が必要と考える。
- ・EU向け輸出にて今後影響出るとされる各施行事項・制度への徹底交渉。
→既にEU市場は日本産牛肉販売市場としてなくてはならないものとなっており
関連交渉においては日本側に不利とならない対応姿勢を期待する。

伊藤ハムグループが目指す輸出ビジネスの方向

- ・伊藤ハムグループの海外輸出ビジネス戦略は「食肉事業」から始まり、独自に約20年の歴史とノウハウを積み上げ今日に至るが、伊藤ハムグループの「食肉事業における川上から川下までのバリューチェーン」自体もこの20年で大きく拡大。
結果として輸出事業継続がグループの食肉事業全体に好影響をもたらしたことは明白である。
- ・2024年の十和田新ビーフプラントの稼働、牛肉輸出開始を弊社グループは食肉輸出及び食肉事業のバリューチェーン飛躍の「新たなステージ」と捉えている。また同時にこれまで輸出ビジネスに携わらなかった「加工品事業」においても「輸出元年」を宣言、堂々加工品輸出をこれまでの食肉での輸出ノウハウを活かした戦略で展開していく予定である。
- ・従って2024年は伊藤ハムグループが持つ「全社ビジネス領域」において「輸出事業」が総合的に機能的に展開される記念すべき年となると共に、これまで食肉事業で独立的に発展してきた輸出ビジネスとその恩恵が加工品を含む全社にわたっての輸出ビジネスに発展、拡大し、恩恵をもたらすことが期待される。