活力ある お肉屋さん

顧客満足度を高める店舗展開に向けて

成功のヒントを深掘りする！ 3本掲載

全国のお肉屋さん サクセスストーリー 7本掲載

日本各地のお肉屋さんから

成功のヒントを集めました

MEET MEAT
SUCCESS STORIES

令和4年度食肉流通経営体質強化促進事業調査報告書

全国食肉事業協同組合連合会
alic 独立行政法人 農畜産業振興機構

はじめに

食肉専門小売店は、スーパーなど大型店舗の出店はもとより、諸々のコスト高を背景とした商品原価や資材、エネルギーの高騰、慢性的な人手不足など厳しい経営環境下にあります。こうした中で、食肉小売店の活性化を図るためには、専門店としての特色、対面販売のメリットを活かすとともに、経営の合理化、活力ある店舗づくりを推進し、顧客の多様なニーズに対応した小売店の機能強化を図ることが重要な課題となっています。

このため全国食肉事業協同組合連合会では、独立行政法人農畜産業振興機構の助成を受け、令和４年度食肉流通経営体質強化促進事業のうち食肉流通機能強化推進事業により、平成 29 年度から５回目となる活力ある店舗づくりのための成功事例の収集及び調査を実施しました。

今年度は、全国の食肉小売店の中から、専門店ならではの仕入れ・販売、品ぞろえや商品開発、新しい取り組みなどを推進する計 10 店舗に新型コロナウイルス感染症拡大の長期化などを含め取材、専門家による調査を行い、その成果を調査報告書（成功事例集）「活力あるお肉屋さん―顧客満足度を高める店舗展開に向けて」として取りまとめました。食肉小売店の活性化および機能強化に向け、活用していただければ幸いです。

全国食肉事業協同組合連合会

会長　河原光雄

活力ある お肉屋さん

顧客満足度を高める店舗展開に向けて

令和４年度食肉流通経営体質強化促進事業調査報告書

CONTENTS

Chapter.1 成功のヒントを深掘りする!

大吉商店（滋賀県）
文／宮城学院女子大学名誉教授　安部　新一 …… 2

横浜南部晃進（神奈川県）
文／東京農業大学准教授　野口　敬夫 …… 7

グルメショップ渡清（栃木県）
文／宇都宮大学准教授　神代　英昭 ……11

Chapter.2 全国のお肉屋さんサクセスストーリー

かたい信用やわらかい肉 肉のいとう（宮城県） …16

肉の旭屋（山形県）……18

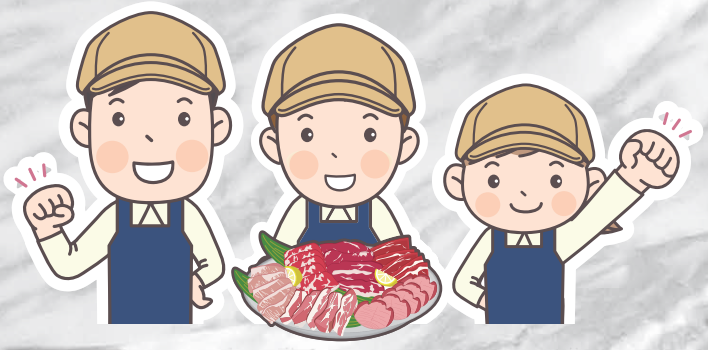
肉の藤太（岐阜県）……20

丸小本店（愛知県）……22

おき精肉店（島根県）……24

肉のクマザワ（岡山県）……26

花本商店（広島県）……28



活力ある お肉屋さん

顧客満足度を高める店舗展開に向けて

令和４年度食肉流通経営体質強化促進事業調査報告書

Chapter.1
成功のヒントを深掘りする!

食品の生産から流通・加工・販売、また農業・畜産などについて大学で研究する3人の専門家が、活力ある店舗づくりに挑戦する食肉専門小売店を訪れ、調査・分析を行った。

研究者として、さらに第三者の視点で、活性化に向けて取り組んでいる食肉専門店の仕入れ・販売戦略や商品開発などをみてもらい、顧客満足度を高める店舗展開に向けた取り組みの方向性を見出す。

総菜・加工品は世界的なコンテストに出品
直営レストランで自社牧場生産の「近江牛」の美味しさを広める
大吉商店

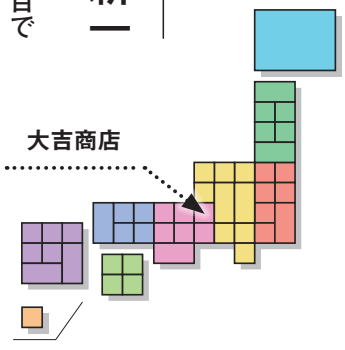
滋賀県大津市

文／宮城学院女子大学名誉教授　安部　新一

創業100年を超える老舗の食肉専門店「大吉商店」の外観

大吉商店㈱は、滋賀県高島市に本社をおく、創業１００年を超える老舗の食肉専門店。現社長は４代目であり先代の社長から経営を引き継いだのは20代前半であった。当初は売り上げが伸びず厳しい経営状況下にあり、経営改善の大転換の契機となったのは東京の老舗百貨店との出会いであった。老舗百貨店との取引や郵便局のゆうパックなど外販部門の強化により業績を向上させ経営を軌道に乗せた。その後、社長の革新的な経営方針と強いリーダーシップにより、全社員が一丸となり新商品開発の強化や自社牧場の新設など新たな業態を展開してきた。自社牧場の新設により近江牛の生産としての１次産業が生まれ、２次産業としての製造、加工、さらに３次産業としてのレストラン販売までの大吉商店流の６次産業化を構築した。川上から川下までの一貫生産管理体制により、「生産、加工製造過程の明確化」や「地域資源の有効活用による展開」、これら「安心・安全」などの情報提供による理解醸成に役立てている。

そこで、本稿では、６次産業化を実践する店舗として２０１６年に開店した「農家レストランだいきち」を調査対象とした。同店舗は、１階に近江牛メインの精肉売り場、その他自社加工品、総菜などの売り場を設け、２階と３階は近江牛を食材としたメニューを提供するレストラン部門である。そこで、主に精肉売り場部門の販売活動を中心に、レストラン部門を併設するねらいとメリット、さらに両部門に提供する食肉加工品などの具体的な取り組み内容を紹介したい。



精肉は近江牛に特化し総菜・弁当類はクオリティーの高い商品の品ぞろえ強化

だいきちは３つの組織で構成されるグループカンパニーであり、調査対象の食肉小売やレストラン、さらに食肉加工製造販売などの業務を行う大吉商店本社の他に、自社牧場を経営する大吉牧場などがある。精肉売り場では自社牧場で生産している近江牛に特化した品ぞろえを前面に打ち出した売り方である。そこ

編集委員
安部　新一　Shinichi Abe
宮城学院女子大学名誉教授／農学博士

◆PROFILE
食品・農産物の生産から流通、加工、販売、さらに消費までを研究対象としている。とくに、近年では農林水産省が政策推進している6次産業化の取り組み事例を対象に、1次産業である生産者が生産した生産物の加工から販売までのマーケティング活動の取り組みの現地調査を実施。また、食品・農産物の輸出促進を図るため輸出先国マーケットの実情とプロモーション活動の課題の把握に関する研究を実施している。

で、近江牛の品質の高さを顧客に知ってもらうために、買いやすいリーズナブルな価格で「切り落とし」を商品化し提供。その狙いは、近江牛の美味しさを実感してもらい、つぎにハレの日や祝い事などで比較的高い価格の「すき焼き」や「焼き肉」などを購入してもらうためである。さらに、自社牧場から仕入れるため、一頭仕入れである。このため、いかに部位バランスを考慮して販売していくかが重要な課題となる。そこで、商品化において、例えば「赤身づくし」には、赤身の部位3種類をいれて商品化している等いろいろな部位を組み合わせて商品化を行っていることが注目される。一方で総菜・弁当類の製造の特徴は、店舗内レストランのシェフがすべて調理していることである。プロの味を提供することをモットーに、総菜類でもクオリティーの高い商品を製造し、付加価値を高め、地域の競合店に比べ単価の高い商品を提供している。販売価格が高くとも、総菜品のクオリティーの高さ、さらに美味しいことで売り上げを高めた。とくに、コロナ感染拡大により、テイクアウト商品と弁当を本格販売し、現在では精肉売り場部門売上高の約3割を占める売れ筋商品群に成長している。

㊤㊦精肉の取り扱いは、自社牧場で生産している近江牛に特化している

併設するレストランの役割と利用による精肉売り場との相乗効果

店舗内にレストランを併設している背景には、異なる年代の来店客を迎える利点がある。精肉売り場には幅広い年代の顧客が来店している中でも高齢者の比率が高く、一方、レストラン部門では若い世代の特に女性客の来店が多い。また、グリーンツーリズム主体の観光地でもあるため観光客が来店しレストランで食事後に1階の精肉売り場で食肉加工品の他にリーズナブルな価格の近江牛の切り落としなどの精肉商品を大量に購入する観光客

も多くみられる。さらに、レストランのメニューには自社加工食品を多く取り入れていることが注目される。例えば、近年に商品開発したコンビーフは近畿圏のテレビ番組で紹介され注目を集めた商品である。このコンビーフを食材として使用したメニューも人気がある。このメニューを食べたお客が1階の精肉売り場でコンビーフを購入する、2次販売サイクルが多くなった。このように、レストランを併設することにより、近江牛の美味しさを知ってもらえることと、これまでの主なマーケット以外の新たな世代層や地域外の顧客の増加を得ている。

店内には近江牛が並ぶ陳列ケース。奥にはレストランも併設されている

新規顧客開拓と固定客確保のための仕組み作りとPR活動

店舗における顧客の来店を増やすための販売促進活動としては、「肉の日」の仕組みとして購入金額が高まる毎に割引率を高め、買えば買うほど相対的に割引金額が高まり、必然的に安く購入できる特売システムがあり、これを「だんだん割り引き」と命名している。さらに、お中元の時期や年末年始の時期、ゴールデンウイーク時期など年4回の特売には、近隣地域にチラシを配布している。主に通常販売しているパック商品の数量を増やして割安で提供している。贈答用には贈り先により桐箱入りも用意されている。さらに、贈答用の注文はメールやFAXでよりも、主に店頭に直接来店し注文するよう誘導する仕組みづくりを行っている。たとえFAXで注文したとしても商品の受取りは来店し店頭で渡す仕組み。さらに、会員制度を導入し、例えば「肉の日会員」や「ライン会員」などがあり、会員には割安で購入できる特典を付与している。こうした仕組みを導入することにより、新たな顧客の開拓とともに固定客の確保をねらいとしている。本

コロナ拡大による需要の変化を受け、テイクアウト商品や弁当を本格販売

㊧㊨総菜品はそのクオリティーの高さから売り上げを高めた

年度は特に弁当を年末・年始に買ってもらえる需要を獲得した。

地域ブランドメーカーとしてクオリティーの高い食肉加工品の製造・販売

自社食肉加工品は、本社製造部が担っている。大吉商店が提供する商品の理念としては、「田舎のすばらしさとおいしい風土食の提案」「大らかな自然に包まれ育まれた中でのいつわりのない食材素材を生かした味わいと本来の旨味の提供」を目指して、日々自社オリジナル商品開発を行っている。これを可能としているのが、自社牧場での近江牛の生産と食材として積極的に利用する地域の新鮮で美味しい農産物調達ルートの開拓・確保、風土色の強い調味料、これらに加えてクオリティーの高い品質の商品開発力である。こうした加工食品は通信販売など、主に本社で受発注業務を行う。ただし、加工食品は農家レストランだいきちの精肉売り場で品ぞろえ販売し、さらにレストランの主要なメニューにも多く取り入れられていることは特筆される。代表的な加工品の一つとして「近江牛和風ローストビーフ」がある。自社牧場で生産した近江牛のモモの部位を、地元醤油メーカーが２年以上熟成させた醤油に一昼夜漬け込み焼き上げた商品である。こうした自社加工商品の品質を客観的な評価を得るために、モンドセレクションなどのコンテストに２０１０年から出品している。現社長の出品のねらいは「田舎で昔ながらの作り方にリニアルした商品と味が世界に通用するのか確認したかった」との発言

㊤㊦近江牛を食材とした料理を味わえるレストランを併設。精肉売り場の売り上げにもつながっている

LINEを利用した会員制度で、割安で購入できる特典を付与

であった。モンドセレクションコンテストに出品した先の「近江牛和風ローストビーフ」や「近江牛みそ漬け」は2011年以降6年間毎年最も高い評価である「最高金賞」を受賞した。

こうした世界的な評価は、自社商品のクオリティーの高さとともに、目指すべき方向性が評価されたことでもあった。今後とも地域ブランドメーカーとして、自社加工製造食品や精肉、総菜などの商品づくりにおいてもクオリティーの高い美味しい商品づくりを目指す。

成功のヒケツ

①自然豊かな環境の自社牧場で飼育した、近江牛に特化した品ぞろえで販売

②レストランシェフ調理によるクオリティーの高い総菜・弁当類の品ぞろえを強化

③フェア等販促における来店を促す会員制と、割安料金などの独自体制と仕組みづくりの導入

SHOP DATA

店舗名（運営会社）		農家レストランだいきち(大吉商店株式会社)
代表者名		永谷　武久
住所		〒520-0241 滋賀県大津市今堅田2-25-11
連絡先	電話	077-572-1129
	FAX	077-572-2951
	ホームページ	https//www.omibeef.com
	メールアドレス	otsu@1129.co.jp
営業時間		精肉店10:30～17:00、レストラン11:00～14:30/17:00～21:00
定休日		毎週水曜日・第二火曜日
立地	鉄道路線	JR湖西線
	駅名	堅田駅
	徒歩	10分
	バス	5分
	商店街名	ー
	競合店(スーパーなど)の有無	有（スーパー（イズミヤ堅田店・平和堂堅田店・トクヤ堅田・フレスコ堅田など）、焼肉レストラン（金田・新羅・焼肉さかい・焼肉さんぐ・南大門・味都など）、精肉店（げんさん・金子精肉店）
店舗の沿革・歴史	創業年	明治29年
	創業者名	永谷　大吉

主な客層	年齢層	20～80代
	男女別女性客	80%
	男性客	20%
	客単価	約3,000円
販路	店頭売り	100%
	配達、納め	0%
	その他	イズミヤ堅田店にて不定期に精肉販売実施
販売形態		対面・計量販売・パック販売
仕入形態	牛	パーツ仕入れ
	仕入先	本社よりパーツの仕入れ（焼肉・ステーキ）
	豚	パーツ仕入れ
	仕入先	スライスカットし納品
売上構成比	精肉	70%
	牛肉	98%
	豚肉	0.5%
	鶏肉	0.5%
	内臓肉	1%
	その他	0%
	総菜・弁当・加工品等	30%

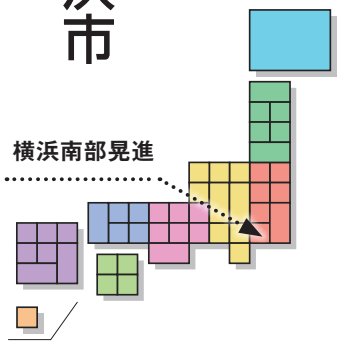
品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	近江牛
	販売品目	ー
	生鮮豚肉銘柄等	SPF豚（鹿児島）
	販売品目	1アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	ブロイラー（京都）
	販売品目	4アイテム
	内臓肉	近江牛ホルモン
	販売品目	3～5アイテム
	その他生鮮食肉銘柄等	ー
	販売品目	ー
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	近江牛、その他
	販売品目	4アイテム
	自家製加工品・総菜等販売品目	約20アイテム

横浜南部晃進

自社生産のブランド牛を主軸に集客
グループ全体で6次産業化

文／東京農業大学准教授　野口　敬夫

■神奈川県横浜市



コーシンが次々にオープンさせた精肉店のうち、横浜南部市場内に位置する「横浜南部晃進」

㈱コーシンは1982年に精肉店として創業し、1990年代前半には食肉卸売業を始め、2001年には加工・流通を担う川崎営業所を開設した。また、横須賀市には業務卸の武店を設置している。さらに、同社は2014年に藤沢市の藤沢マーケット内に「藤沢晃進」、2016年に横浜市の彩鮮市場・松原店内に「松原晃進」、2019年には横浜市のブランチ横浜南部市場内に「横浜南部晃進」、2020年には横須賀市のコースカベイサイドストアーズ内に「横須賀晃進」と、立て続けに精肉店をオープンさせた。

このなかで、今回訪問した横浜南部晃進の店舗近くには、外食レストラン「ミートダイニングコーシン」や同社グループの牧場であるコーシンファームの軽食店が併設されている。このように、同社は卸売、小売だけでなく、グループ全体で生産、加工品製造、外食まで事業部門を拡大している。食肉専門店としては、自社ブランド牛を中心とした国産和牛を強みとしている。幅広いラインナップで鮮度の高い国産商品をより購入しやすい価格で販売するように努めている。

幅広い商品ラインナップと自社ブランド牛

売上構成比をみると、精肉が約83％、総菜・弁当・加工品等が約17％と、精肉が売上の大半を占める。精肉については、売上全体の約60％が牛肉である。生鮮牛肉については、「三浦牛」などの自社ブランドに加えて、茨城県産、栃木県産、静岡県産などを中心に約50アイテムを取り扱っている。牛肉以外

編集委員
野口　敬夫　Takao Noguchi
東京農業大学准教授／農業経済学博士

◆PROFILE
1979年茨城県生まれ。東京農業大学大学院農学研究科農業経済学専攻博士後期課程修了、博士（農業経済学）。2010年4月東京農業大学国際食料情報学部食料環境経済学科助教を経て、2014年10月より現職。研究テーマは『農業貿易の自由化とフードチェーンの構造分析』等。

㊧専門店でありながら、店内はスーパーに近い構造になっている　㊨創業以来、およそ40年間経営を続ける三留社長。グループの事業を次々に拡大している

では、豚肉が売上全体の約20％、鶏肉が約10％、内臓肉が約5％を占める。生鮮豚肉については、あやせポークなど神奈川県産や茨城県産などを中心に約30アイテム、生鮮鶏肉については、日南どりなど約20アイテム、内臓肉については、国産豚・和牛の商品を約20アイテムと、多数の商品をそろえている。特に牛内臓は、と畜場から直接仕入れており、新鮮さと種類の多さ、対面での量り売りにもこだわっている。

これら商品のなかで売上の上位をみると、1位が和牛小間切れ、2位が和牛サーロイン、3位が和牛焼肉切落しとなっており、和牛商品の人気が高い。取り扱っている和牛のうち約90％は自社牧場からの直販である。自社牧場の㈲コーシンファームは2005年に設立され、神奈川県三浦市に設置されている。同ファームでは、肥育牛を中心に肉牛が約100頭飼養されており、これに加えて約30頭が他社に預託されている。また、2020年度からは酪農事業も開始し、乳牛約6頭が飼養され、搾乳からプラントへの搬出まで低温殺菌処理された牛乳は、「みうらみるく」として販売されている。このみうらみるくを原料としたアイスクリームも製造しており、コーシンファームの軽食店などで販売されている。今後、このみうらみるくを原料とした加工品も開発していく方針である。なお、同ファームでは、大根、白菜、キャベツ、カブ、ニンジン、トマト、きゅうり、長ネギ、かぼちゃ、レタスなど、神奈川県産の生産も行われる。これらの野菜は小売や自社レストランなどで販売される。

自社のブランド牛としては、主に「三浦牛」「葉山クィーンビーフ」「福幸娘」を販売している。三浦牛は約80頭飼養されており、飼養期間は28カ月以上で、優れた血統を持つ黒毛和牛に、米や豆腐粕を加熱した穀類などを自家配合した飼料が給与されている。アミノ酸が豊富な発酵飼料を給与することで、肉の甘味などが評価されている。葉山クィーンビーフは約50頭飼養されており、飼養期間は30カ月以上で、希少とされる黒毛和牛の雌牛の中から優れた血統を選定し、三浦牛と同様にアミノ酸が豊富な発酵飼料を与えている。葉山クィーンビーフについては、A5～A4、B5～B4の格付が条件とされる。福幸娘は東日本大震災後、東北の復興を目的としてブランド化され、東北・北海道から経産牛を仕入れ、福島県や栃木県などの預託牧場で4～10カ月以上再飼育した肉牛である。

自社ブランドを原料とする「三浦牛入りボロニアソーセージ」

自社ブランド牛を活用した加工品の開発

と畜は地域の食肉センター等に委託されるが、枝肉の加工や精肉カットについては自社で行っており、コストを抑え、鮮度の高い商品を提供できるように努めてきた。基本的に各店舗は半マル単位で取り扱っており、店舗内で精

㊤㊧「葉山クィーンビーフ」の商標登録証　㊤㊨「三浦牛」などをはじめとした自社ブランド牛のアイテムが多数　㊦㊧自社牧場の㈲コーシンファームの軽食店も併設　㊦㊨ 外食事業にも着手。レストラン「ミートダイニングコーシン」が併設されている

肉用、加工品・総菜用として調整される。自社生産牛であるから当然、内臓など希少部位の調達も可能となっている。精肉カットについては、部位の特性や、肉牛の年齢、格付などによってカットを調整している。

加工品は委託製造されており、三浦牛入りボロニアソーセージなどの自社ブランド牛を原料とした商品、黒毛和牛フランクフルト、黒毛和牛ウインナーなど黒毛和牛を使用した商品が製造・販売されている。一部の店舗には、ローストビーフの製造施設が併設されており、黒毛和牛ローストビーフも製造されている。また、自社のレストランでは、三浦牛コロッケ、三浦牛入りメンチカツなどの総菜も製造されている。これら総菜については、パック詰めでの販売から、その場で食べられるホットケースでのバラ売りまで行っている。

さらに、自宅でも食べられるように、三浦牛コロッケやレストランで提供している黒毛和牛100%ハンバーグについては、冷凍品も販売されている。今後は、賞味期限がある程度長く、和牛の美味しさを活かした加工品開発が課題となっている。

顧客の特徴と店舗づくり、PR方法

販売については、店頭売りが約95%を占める。男女別の顧客割合をみると、女性客が約65%、男性客が約35%となっているが、年齢層は30代後半から60代まで幅広い。美味しく安価な和牛を求める顧客が多いが、和牛の内臓など他店にはない商品を購入する若い顧客もみられる。なお、テレビ等の放送もあって、最近では地方からの来客が増えている。

ファミリー層の顧客が多く、客単価は約2500円と比較的高い。物価高で顧客の買い渋りと客単価の低下がみられるが、仕入の工夫などによって可能な限り値上げをしないよう努めている。和牛については、平日では2~3人前くらいを目安とした内容量で販売しているが、週末では4~6人前くらいの大容量で販売している。特に、週末は朝一番にピークを迎えるため、開店時の品ぞろえを大事にしている。また、店舗に入りやすいよ

うに、専門店でありながらレジの設置、冷蔵ケースの配置、自動ドアなどについては、スーパーに近い造りにしている。

店舗では、部位の説明から料理の仕方に至るまで、顧客の要望に応えられるよう努めており、スタッフの教育にも力を入れている。厚さや量など顧客のニーズに応え、牛・豚・鶏のオーダーカットサービスや、スーパーなどではみられない内臓の量り売りも行っている。オーダーカットについては、顧客とのコミュニケーションに力を入れており、例えば牛タンを1本購入した顧客には、調理の仕方を聞き、焼肉用ならば網目を入れてカットする、タン先は焼肉用には不向きであるためシチューや煮込み用にするといった情報も提供している。

自社ブランド牛については、ポスターやシールの作成に加えて、商標登録証の掲示などを行うことで、顧客への認知向上に努めている。また、三浦牛については、三浦半島の自然をアピールしたPOPなどの作成や、一定期間30%オフにするなど多くの顧客にその美味しさを知ってもらう機会をつくっている。

店舗における販売促進・PR活動としては、創業祭や1日5品程度の特売、2と9が付く日を29(ニク)の日として大売り出しを行っている。また、横浜南部晃進に併設される外食レストランのミートダイニングコーシンでは、instagramを利用して、旬の話題やお勧めメニューの紹介を行っている。

なお、コロナ禍における対策については、入場制限により密を避け、従業員のマスクの着用・手洗い・チェックシートによる体温管理を徹底している。

このように、㈱コーシングループでは、自社ブランド牛を軸とした商品ラインナップや加工品開発に注力している。また、同社グループは生産、加工、卸売・小売まで一貫して行うことで、ある事業部門が厳しいときに他の部門で調整するといったインテグレーションの強みが発揮されている。

成功のヒケツ

①多数の商品をそろえ、売上の大半を精肉が占める。和牛商品の人気が高い

②枝肉の加工や精肉カットは自社で行い、コストを抑え、鮮度の高い商品を提供

③生産、加工、卸売・小売まで一貫して行うことで、インテグレーションの強みを発揮

SHOP DATA

店舗名（運営会社）		横浜南部晃進（株式会社コーシン）
代表者名		三留　晃
住所		〒236-0002 神奈川県横浜市金沢区鳥浜町1-1
連絡先	電話	046-857-1129
	FAX	046-857-1729
	ホームページ	https://www.kooshin.jp/
	メールアドレス	kooshin@xmail.plala.or.jp
営業時間		9:00 ～ 19:00
定休日		無
立地	鉄道路線	シーサイドライン
	駅名	南部市場駅
	徒歩	1分
	バス	20分
	商店街名	ブランチ横浜南部市場
	競合店（スーパーなど）の有無	―
店舗の沿革・歴史	創業年	昭和57年
	創業者名	三留　晃

主な客層	年齢層	30代後半～60代
	男女別女性客	65%
	男性客	35%
	客単価	約2,500円
販路	店頭売り	95%
	配達、納め	―
	その他	5%
販売形態		対面・パック販売
仕入形態	牛	枝肉
	仕入先	卸
	豚	枝肉
	仕入先	市場から直接仕入れ
売上構成比	精肉	83%
	牛肉	60%
	豚肉	20%
	鶏肉	10%
	内臓肉	5%
	その他	5%
	総菜・弁当・加工品等	17%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	三浦牛、和牛
	販売品目	約50アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	あやせポーク、国産豚
	販売品目	約30アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	日南どり、国産鶏
	販売品目	約20アイテム
	内臓肉	国産豚、和牛
	販売品目	―
	その他生鮮食肉銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	三浦牛を使用したPB商品の販売
	販売品目	―
	自家製加工品・総菜等販売品目	和牛ローストビーフ

小売では銘柄食肉や自社製加工品を販売 顧客の希望に応えることを第一に

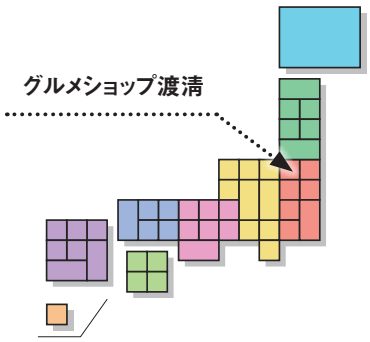
グルメショップ渡清

栃木県宇都宮市

文／宇都宮大学准教授　神代　英昭

栃木県宇都宮市の㈱渡清は、宇都宮市の中心商業地の一角を占め伝統のある日野町商店街にて、1934年に創業している。業務用食肉卸売事業を中心に、自家製のハム、ソーセージ、パテなど食肉加工品のシャルキュトリ事業や、PB・OEM開発事業を展開している。工場を平成12年には宇都宮市内に移転しているが、同社発祥の地に小売店舗「グルメショップ渡清」を構え続け、専門店として銘柄食肉や自社製造の加工品を店頭販売している。

宇都宮駅周辺の中心商業地に位置する専門店「グルメショップ渡清」



シャルキュトリではPBやOEMも対応

㈱渡清の主な販路は、ホテル・レストラン・工場食堂・学校給食・大学病院など、配達収めが95％である。シャルキュトリ事業やPB・OEM開発事業では、得意先からの多種多様な要望を聞き、それに合わせた試作品を提案し、再び意見を聞きながらさらなる商品開発につなげている。このような動きを支えるのは高い技術力である。もともと食肉卸なので、原料の加工処理、整形を行える従業員はそろっている。他社が作っていないものを作ることでマーケットの中で主導権を握っている。自社製品とPB・OEM開発事業での製品を合わせれば、加工品製造アイテムは約470にものぼる。

同社が作る加工品はいずれも厳選された素材とストーリー性、高い技術による美味しさを追求したほかにはできないものとして高い評価と信頼を得ている。自家製シャルキュトリの美味しさは、モンドセレクションやDLG（ドイツ農業協会）、ITI（国際味覚審査機構）といったコンテストで毎年最高位賞を受賞されるなど、国際的にも高く評価されている。

またECインターネット事業も力を入れており、「プレミアムデリ

編集委員
神代　英昭　Hideaki Jindai
宇都宮大学准教授／農学部農業経済学科

◆PROFILE
農産物の生産から食料品の消費までの流れを総合的に把握する「フードシステム」的視点を軸に、農業、食品産業、消費者の各役割や相互関係の変化、課題とその解決方法について研究する。

カわたせい」の店名で、楽天市場、アマゾンにも出店し、なかなか市場には出回らない部位や加工品の取り扱いもしている。

小売店はアンテナショップの役割果たす

「グルメショップ渡清」における店頭売りの割合は㈱渡清全体の5％ではあるが、アンテナショップとしての役割を発揮している。食肉技術者が顧客対応も行っており、自信をもって肉の良さをPRするとともに、スーパーマーケットとは違う売り方を行っている。店頭では、対面・計量販売を行い、顧客のオーダーカットの要望に徹底的に応えている。銘柄食肉の切り売りは、効率は悪いが、朝スライスし、その日のうちに売り切っている。またひき肉の量り売りなど顧客のニーズに合わせた対応をしている。

売上構成比は、精肉80％、総菜・加工品等が20％である。精肉の内訳は、牛肉が約24％、豚肉が約36％、鶏肉が約16％、内臓肉が約4％である。牛肉・豚肉ともに栃木県産の銘柄品を扱い、うまい商品の仕入れ、枝肉仕入れにこだわっている。銘柄販売は平成2年から開始している。また仕入れた枝肉を牛肉は2週間、豚肉は5日間、冷蔵保管し熟成させることで、精肉だと出すぎてしまう肉の必要な水分を残し、旨味を高めている。

牛肉の代表銘柄の「とちぎ和牛」は、栃木県のリーダーブランドであり、枝肉を市場から相対取

㊤業務用卸を中心にさまざまな事業に取り組む渡邉秀夫社長　㊦地元栃木産「とちぎ和牛」の取扱指定店（右）であり、栃木県の代表銘柄「ゆめポーク」などの銘柄をメインに提供する

「とちぎ和牛」の枝肉を市場から直接仕入れている。霜降りが売りのブランド牛肉

引にて直接仕入れている。去勢和牛が主で霜降りが特徴である。豚肉の代表銘柄「ゆめポーク」も栃木県のブランドであり、枝肉でセット契約取引をしている。仕上げの段階で麦を多く与えているため、豚肉の脂身がしっとりし、うまみがある。料理に合わせて使用部位や切り方など顧客の希望にこたえることを第一としており、最上級の栃木和牛（匠）においても指定スライス・切り身・定貫売りを実施している。これは他店にはまねできない。

豚肉では、しっとりとした脂身が特長の「ゆめポーク」の商品を取りそろえる

オリジナリティーの高い総菜製品

総菜・加工品は、特徴・特色のある自社製品開発にこだわっており、アイテム数は50個である。売れ筋は、「美食工房」（自家製ハム・ソーセージ）、「元祖 三つ編みバラ焼豚」、「とちぎ和牛 和牛ハンバーグ」などである。

「元祖 三つ編みバラ焼豚」は、豚バラ肉を使い、ローストしながら、創業時から継ぎ足してきた秘伝のタレに漬け込むことで人気を博してきたチャーシューを、さらに手間暇かけて三つ編みしたものである。味が中までしみこむことでさらに美味しくなっている。

また、「美食工房」は、うまさにこだわり手間をかけており、メーカーが出さないものを製造している。海外の肉製品を参考に日本人や外国人にも美味しい製品開発を心がけており、イタリア・フランス・ドイツのシェフも指名買いしている。

「とちぎ和牛 和牛ハンバーグ」は玉ねぎをあめ色に炒めたあとに、牛肉、卵を加えて作っている。植物タンパクは使用せず、素材のうまさをそのまま引き出している。

主な客層を見ると、女性客60％、男性客40％とバランスが良

㊤秘伝のたれの味が染み込んだ「元祖 三つ編みバラ焼豚」が売れ筋　㊦「とちぎ和牛 和牛ハンバーグ」が人気を博す

自家製シャルキュトリは本場ドイツで最高位賞を何度も受賞している

い。年齢層は50代、客単価は約1500円である。総菜や食肉加熱加工品などの手作り商品の人気が高く、ピークの時間帯は16時から18時ごろまでである。地元の固定客が多いとともに、専門店としてこだわりのある顧客が多い。またインターネットで購入した人が来店するケースも増えている。新型コロナウイルスの影響が拡大した際も、売上・来客者数は変化しなかった。

現在の課題として、物価や光熱費の高騰を指摘している。その対応策として、週休2日を実施し、配送ストップの日を1日増やす分、製造に特化することを検討している。また高い技術力と顧客との信頼関係を生かした豊富な商品開発という強みを生かして、今後は、インターネット販売向けの商品開発や、銘柄食肉の販売の継続・強化、食肉加工品・総菜の商品開発を目標としている。

成功のヒケツ

①業務用などプロの実需者からの多数の要望を聞き、独自の高い技術力でそれに応え、多種多様な商品化に成功

②総菜・加工品は、特徴・特色のある自社製品開発にこだわる

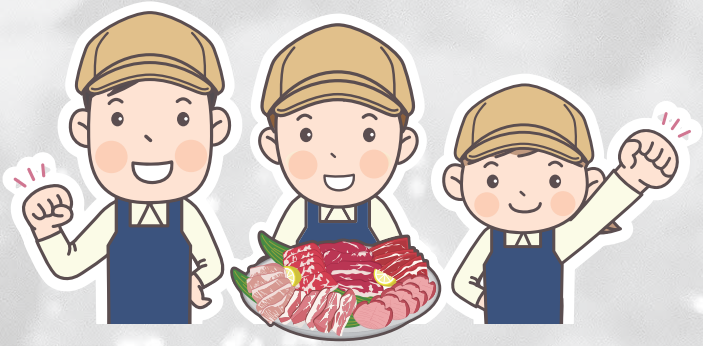
③ＥＣインターネット事業も力を入れ、市場で入手しにくい部位や加工品を販売

SHOP DATA

店舗名（運営会社）		グルメショップ渡清（株式会社渡清）
代表者名		渡邉　秀夫
住所		〒320-0804 栃木県宇都宮市二荒町8-1
連絡先	電話	028-639-5533
	FAX	028-639-0129
	ホームページ	https://www.rakuten.ne.jp/gold/premium-deli/conpany.html
	メールアドレス	headoo@watasei.co.jp
営業時間		10:00 ～ 18:00
定休日		日曜日・祭日
立地	鉄道路線	JR宇都宮線
	駅名	宇都宮駅
	徒歩	15分
	バス	8分
	商店街名	日野町商店街
	競合店(スーパーなど)の有無	―
店舗・歴史の沿革	創業年	昭和9年
	創業者名	渡邉　清一郎

主な客層	年齢層		50代
	男女別女性客		60%
	男性客		40%
	客単価		約1,500円
販路	店頭売り		5%
	配達、納め		95%
	その他		―
販売形態			対面・計量販売
仕入形態	牛		―
	仕入先		―
	豚		パーツ・セット仕入れ
	仕入先		市場から直接仕入れ
売上構成比	精肉		80%
		牛肉	24%
		豚肉	36%
		鶏肉	16%
		内臓肉	4%
		その他	―
	総菜・弁当・加工品等		20%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	とちぎ和牛
	販売品目	15アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	ゆめポーク
	販売品目	10アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	岩手十文字
	販売品目	4アイテム
	内臓肉	栃木県産
	販売品目	5アイテム
	その他生鮮食肉銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	美食工房
	販売品目	50アイテム
	自家製加工品・総菜等販売品目	20アイテム



活力ある お肉屋さん

顧客満足度を高める店舗展開に向けて

令和４年度食肉流通経営体質強化促進事業調査報告書

Chapter.2
全国のお肉屋さん サクセスストーリー

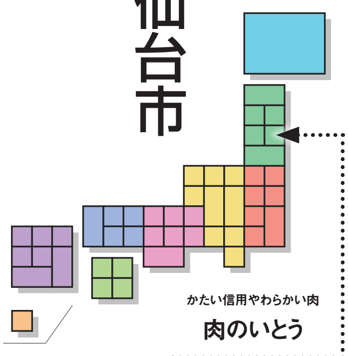
全国各地で成功している食肉専門小売店を取材した。計7店を訪れ、それぞれの歴史、特長や強み、商品および店舗展開などを聞いた。

各店とも厳しい時代を今日まで生き抜き、発展を続けているのには訳がある。地域の実情に合わせた店舗展開、消費者ニーズや時代と環境の変化に対する対応、独自商品による差別化、付加価値化などに取り組んでおり、成功への秘訣を探る。

新店オープンが新たな客層拡張に寄与

かたい信用やわらかい肉 肉のいとう

宮城県仙台市



伊藤会長（中央）と店舗スタッフの皆さん。会長自らの目利きで仕入れを行う

　宮城県仙台市の「かたい信用やわらかい肉『肉のいとう』」（伊藤直之社長）は1967年9月に創業した精肉店。2014年12月に建て替えをしてリニューアルオープンした。創業者である伊藤攻（おさむ）現会長は、いまでも自らの目利きで仕入れを行うなど、第一線での活躍を続けている。

　仙台市に構える同店は仙台駅から少しだけ離れた住宅地といった立地で、地下鉄やバスを使えば簡単にアクセスできる。客層は幅広いが、近辺に長く住んでいる60代くらいの女性が割合としては最も高い一方で、近隣に大学があるため学生も少なくない。

　さらに、一昨年から仙台駅内にも店舗を出しており、昨年からは焼肉店も始めた影響によるものか、市外からの買い物客も多いという。それまで本店以外の実店舗は展開しておらず初めての試みだったが、新たに客層が拡張する要因になっているようだ。また、インターネット上での販売にも取り組んでいるが、駅で同店を知った人がオンラインで買い物をしたり、反対にネット通販をきっかけに実店舗を知ったりする人も多く、相乗効果を生んでいる。

　売上構成比の65％にあたる精肉のうち、およそ半分を占める仙台牛をメインとして、15種のアイテムを販売。豚肉は宮城県内産、鶏肉は岩手県産を中心に取り扱う。総菜はこだわりの素材や調理法によって、それぞれをベストな状態で提供している。売り上げ数としては、「お肉屋さんのコロッケ」「仙台牛すき焼き煮」「仙台牛切り落とし」などがとくに人気だ。

　同店の特長の一つとして、日替わりセールの充実があげられる。およそ150種類の商品がある中で、100品目を超える総菜のうち30種ほどが日替わりで店頭に並び、定番の数点を除き、多くの商品は日ごとに異なるラインアップとなる。さらに、会長の発案で始めたDM会員セールでは月に一度の8日間20～40％引きで買えるものもあり、多種多様な商品の中で好みのものをみつける楽しみにもなりそうだ。

　本店の近くには工場

㊤本店の外観。2014年には現在の店舗にリニューアルされた　㊦㊧売り上げのうち、精肉の半分を占めるのが同店自慢の仙台牛　㊦㊨仙台牛をメインとした、バラエティーに富んだ品ぞろえ

が設置されていて、そこでつくられる弁当などは、仙台駅の店舗に加え、仙台市に隣接する名取市のイオンモール名取店にもおさめている。この2店舗では精肉を取り扱わず、主に弁当と総菜を販売。店舗ごとに特色があり、駅の店舗ではオシャレな雰囲気を出し、イオンの店舗ではパック詰めを主な売り方とし手軽に便利に商品が手に取れる」方、本店は量り売りを主体として、お客様と実物をライブでみて買い物を楽しんでもらえるようになっている。

弁当は豊富な品ぞろえが魅力。名物「仙台牛壱万円弁当」（1万8000円／税込み）は、3～4人前の大きな弁当で、すべてA5ランクの仙台牛が5種類（ヒレ、サイコロ、特上カルビ、ロースト ビーフ、ハンバーグ）も入った、贅沢に味わえる極上の品だ。

ほかにも、一番人気で同店特製秘伝のタレを絡めて味つけされた極上カルビとサイコロステーキを使用した「仙台牛大関弁当」（2160円）をはじめ、肉厚牛タンと仙台牛の極上カルビを楽しめる「ぎゅうぎゅう弁当」（1800円）、特製の味つけでじっくりと煮てすき焼きの味を引き出した「仙台牛すき焼き煮弁当」（1280円）などが売れ筋。味わいや食感のみならず、価格帯も千円を切るものから1万円のものまで取りそろえ、同店の強みとなっている。

㊤㊦総菜類・弁当類にも力を入れる　㊤㊥特製「仙台牛ローストビーフ」が人気　㊥㊦贅沢なものから手軽なものまで、弁当を豊富に用意しているのも特長　㊦㊥ベストセラーの「お肉屋さんのコロッケ」

SHOP DATA

店舗名		かたい信用やわらかい肉 肉のいとう
代表者名		伊藤　直之
住所		〒980-0813 宮城県仙台市青葉区米ケ袋 1-6-8
連絡先	電話	022-222-5647
	FAX	022-266-2476
	ホームページ	https://www.oniku1129.com/
	メールアドレス	hitomi.sato@widefood.jp
営業時間		10:00 ～ 20:00
定休日		日曜日
立地	鉄道路線	仙台市地下鉄南北線
	駅名	五橋駅
	徒歩	12 分
	バス	10 分（仙台駅前発）
	商店街名	上杉中央商店会
	競合店（スーパーなど）の有無	―
店舗の沿革・歴史	創業年	昭和 42 年
	創業者名	伊藤　攻

主な客層	年齢層	60 代
	男女別女性客	60%
	男性客	40%
	客単価	約 3,000 円
販路	店頭売り	70%
	配達、納め	20%
	その他	10%
販売形態		対面・計量販売、対面・パック販売
仕入形態	牛	枝肉仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
	豚	パーツ仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
売上構成比	精肉	65%
	牛肉	50%
	豚肉	30%
	鶏肉	20%
	内臓肉	10%
	その他	―
	総菜・弁当・加工品等	35%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	仙台牛
	販売品目	15 アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	宮城県産
	販売品目	7 アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	岩手県産
	販売品目	5 アイテム
	内臓肉	―
	販売品目	3 アイテム
	その他生鮮食肉銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製加工品・総菜等販売品目	100 品目中日替わりで 30 品目

肉の旭屋

新たな販路として自動販売機やSNSを活用

山形県南陽市

㊧新たに設置された冷凍自動販売機。総菜や加工品を中心に販売　㊨店舗外観。観光地に近く、新幹線停車駅の徒歩圏内にある

山形県南陽市の「肉の旭屋」（山口智社長）は1967年に創業した精肉店で、97年には2代目として山口正彦氏（現会長）が社長に就任。いまの所在地にオープンしたのは2006年で、飲食店「食楽亭旭屋」の開店に合わせ、精肉店も同じ南陽市内に移転することとなった。現社長就任は令和2年のことだ。

店舗を構えるのは、山形新幹線の停車駅であり、南陽市の拠点ともいえる赤湯駅の徒歩圏内。温泉街としてにぎわう赤湯温泉が近くに位置しており、車であれば観光エリアから数分で行ける場所だ。そのような立地も影響して、主要な卸売先は旅館や飲食店となっている。

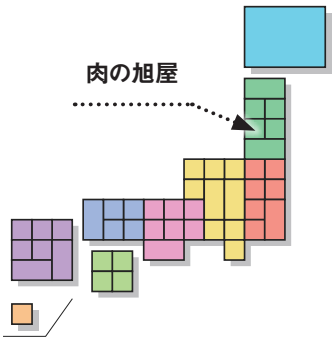
県内を通る高速道路では無料区間内であるため、宮城県や福島県をはじめ、県外からの来客も少なくない。米沢牛で有名な山形県内にはほかの精肉店も多いが、その中で同店を選んで足を運ぶ人も多いようだ。その上で、観光客向けの値段設定ではなく、地元のお客に寄り添うような価格帯を心がけている。

同店がもつ強みの一つは、米沢牛枝肉市場における直接の買参権をもつ、数少ない肉屋であること。格付けに頼らず、代々受け継がれてきた目利きの技で、店主自身がせり落とす。

売上の約8割は精肉、そのうちおよそ70％が牛肉で、とくに小間切れは同店における売り上げのトップとなっている。ほかにも米沢牛や山形牛のアイテムを豊富に取りそろえ、一つひとつの肉の熟成具合を見極め、おいしい状態で消費者に届けていく。贈答用として、米沢牛のすき焼き用、焼き肉用も好評だ。

精肉の売り上げの20％程度を占める豚肉には、「米沢豚一番育

㊤広々とした店内に米沢牛など、幅広いラインアップをそろえる　㊦総菜では米沢牛コロッケが人気。午前中で売り切れることもある



ち」を使用している。ランドレース種と大ヨークシャー種を交配させたSPF豚にデュロック種を交えた、三元交配豚だ。軟らかさや甘さ、うまみのバランスに優れ、ヘルシーでさっぱりとした上品な味わいが特長。

総菜もよく売れており、午前中に売り切れてしまうものもある。とりわけ米沢牛コロッケが売れ筋で、メンチカツの人気も根強い。注文や取り置き依頼の電話は毎日のようにかかってくるという。

弁当はワンコインで購入できる手軽なもの、3千円前後で贅沢なものなど、幅広いラインアップ。近年は外食を控える人が多いため、弁当やオードブルの注文も増えた。コロナの影響としては、旅館や飲食店向けの卸売が減少している一方で、精肉店での小売の増加があげられる。状況に合わせ、テイクアウトも強化してきた。

また、できたての提供にこだわりをもっており、つくり始めるのは注文を受けてから。これにより、SDGsの2番「飢餓をゼロに」、12番「つくる責任つかう責任」にも掲げられているような、フードロス削減にも寄与している。

飲食店で客足が伸びにくい昨今の状況下で、内食需要の伸長をさらに生かすための新たな手段として、冷凍自動販売機を設置した。できたての商品を瞬間冷凍しているため、味や風味をそのままに、24時間いつでも購入できるようになっている。この自販機では現在、温めてすぐに食べられる総菜や加工品を中心に販売中。こちらも新たな試みとして設置したばかりであるため、品ぞろえについては今後も試行錯誤を続けていくことになるだろう。

それ以外では、従来の販売方法を継続しながら、SNSを活用した新しい販売方法にも着手。若い客層に向けたLINEクーポンの配信、フェイスブックやインスタグラムの体制強化に加え、年内の実施を目標にオンラインショップの開設、それに伴うギフト開発などにより、全国での顧客獲得を目ざしている。こうしたデジタル化も視野に入れつつ、現場スタッフと広報担当が話し合い、計画的に広報活動を行っているところだ。

㊧高品質な米沢牛を販売。店主自身の目利きでせり落とす　㊨売り上げトップの小間切れ。これを目当てに来店する人も少なくない

SHOP DATA

店舗名		肉の旭屋
代表者名		山口　正彦
住所		〒999-2232 山形県南陽市三間通 367-1
連絡先	電話	0238-43-2639
	FAX	0238-43-2085
	ホームページ	http://www.nikuno-asahiya.com/
	メールアドレス	syokurakutei@gmail.com
営業時間		9:00 ～ 18:30
定休日		水曜日
立地	鉄道路線	JR 奥羽本線
	駅名	赤湯駅
	徒歩	15 分
	バス	―
	商店街名	―
	競合店（スーパーなど）の有無	有（ヨークベニマル）
店舗の沿革・歴史	創業年	昭和 42 年
	創業者名	山口　昭吉

主な客層	年齢層	20 ～ 60 代
	男女別女性客	60%
	男性客	40%
	客単価	約 3,000 円
販路	店頭売り	50%
	配達、納め	40%
	その他	10%
販売形態		対面・計量販売
仕入形態	牛	枝肉・パーツ仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
	豚	枝肉・パーツ仕入れ
	仕入先	市場から直接仕入れ
売上構成比	精肉	80%
	牛肉	70%
	豚肉	20%
	鶏肉	5%
	内臓肉	5%
	その他	―
	総菜・弁当・加工品等	20%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	常陸牛、山形牛
	販売品目	25 アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	米沢豚一番育ち
	販売品目	15 アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	岩手県産
	販売品目	3 アイテム
	内臓肉	国産品、輸入品
	販売品目	10 アイテム
	その他生鮮食肉銘柄等	会津産馬刺し
	販売品目	1 アイテム
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製加工品・総菜等販売品目	40 アイテム

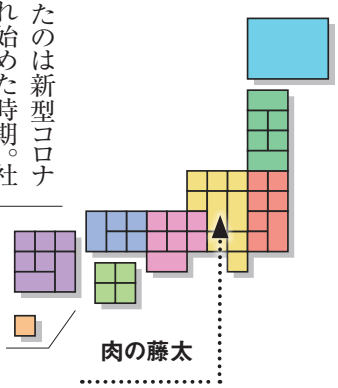
飛騨牛をリーズナブルな価格で提供
肉の藤太
岐阜県養老郡

岐阜県養老郡の「肉の藤太」（羽賀健二社長）は大正初期から続いている精肉店で、創業者の鈴木藤太氏から現社長・羽賀氏に至るまで約１１０年の長い歴史をもつ。およそ15年前には羽賀氏によって㈱藤太も設立された。

岐阜県に初めてと畜場が建てられた地域が養老郡であり、かつて同店周辺のエリアには現在よりも数多くの肉屋が立ち並んでいたという。いまの店名に変更する前の「鈴木藤太精肉店」は当時から経営しており、その中でもとくに老舗といえる。

現店舗は3年前の２０２０年4月に移転したもので、以前と比べて倍以上にもなる、非常に広びろとした空間が店内につくられている。移転を終えたのは新型コロナがちょうど騒がれ始めた時期。社会情勢によって外食が激減したため、同店から道路を一本挟んだ先にある直営の焼き肉店「やきにく藤太」は苦戦したが、その一方でインターネット販売や宅配が増加。「肉の藤太」は好調なスタートを切った。

㊤ 約110年の長い歴史をもつ、岐阜県の「肉の藤太」 ㊦「やきにく藤太」はコロナ禍からの回復に伴う客数増加に期待がかかる



買い物客の平均年齢は50代くらいだが、40代以下の若い人も少なくない。岐阜県内のみならず愛知、三重、滋賀、福井といった他県からの来店も目立ち、車を利用する人が大半であるため、一度にまとめて購入することが多い。客数は平日で３００～５００人程度、土日には約８００人にも達するなど、活気に溢れている。日によっては、１００台近くの車を置ける駐車場が埋まるほどだという。

先述のとおり、3年前の移転で店舗は拡張している。以前は対面販売・量り売りを基本としてパック販売を少なめにしていたが、リニューアルを機にその販売方法の割合を逆転。パックを大幅に増やし、対面販売のスペースを縮小さ

㊤㊧希少部位・高級部位も豊富にラインアップ ㊤㊨3年前に移転したゆとりのある空間が広がる新店舗 ㊦㊧、㊦㊨飛騨牛の取扱店としても人気を博す同店には、品質・鮮度に優れた多くのアイテムがそろう

せている。これはコロナの影響で衛生面が重視されるようになった世間の潮流に沿った変更でもあり、その効果はしっかりと売り上げにも反映されたようだ。

飛騨牛の取扱店としても親しまれている同店は独自ルートで一頭買いしており、品質・鮮度にこだわった飛騨牛のアイテムを数多く取りそろえる。いろいろな希少部位・高級部位をリーズナブルな価格で提供しており、飛騨牛のモモスライスや切り落としが売れ筋であるほか、希少部位もそれらに次いでよく売れている。

豚肉については、けんとん豚に加え、「寒天豚」とも呼ばれる三浦豚もメインに取り扱う。寒天を使用した飼料で育てられる、岐阜県特有の豚肉だ。なお、売上の6割にあたる牛肉に続き、豚は約20％を占めている。

総菜もさまざまに販売しており、中でも馬肉コロッケが人気商品だ。あっさりとして食べやすい馬肉を、馬の油を含む揚げ油で香ばしく仕上げた一品。植物由来のものと比較して、動物系の油脂を使用すると、冷めてもおいしさが保たれるという。馬すじ肉のどて煮、馬刺しなども売られ、馬肉関連商品は同店の強みの一つとなっている。

そのほか、オンラインでの販売が安定する中、ふるさと納税を利用した買い物も増えてきた。宴会などの大規模なものを除くと飲食店の客足も回復している上に、それらのあらゆる要因で客層が幅広くなりつつある。移転から4年目を迎える今後、さらなるにぎわいにも期待がかかる。

寒天を使った飼料で育てられた「三浦豚」は岐阜県特有

㊧共進会などのさまざまな受賞歴を誇る　㊥総菜にも力を入れ、数多くのアイテムが並ぶ　㊨馬肉も同店の強み。馬刺しのほか、馬肉コロッケも人気

SHOP DATA

店舗名		肉の藤太
代表者名		羽賀　健二
住所		〒503-1245 岐阜県養老郡養老町上方1342
連絡先	電話	0584-32-0133
	FAX	0584-47-9866
	ホームページ	https://www.hidagyu-tohta.com/
	メールアドレス	haga1967@outlook.jp
営業時間		平日9:00～19:00、土日祝8:00～19:00
定休日		月曜日（祝日の場合は翌火曜日）
立地	鉄道路線	養老鉄道養老線
	駅名	美濃高田駅
	徒歩	30分
	バス	―
	商店街名	―
	競合店（スーパーなど）の有無	―
店舗の沿革・歴史	創業時期	大正初期
	創業者名	鈴木　藤太

主な客層	年齢層	40～60代
	男女別女性客	60%
	男性客	40%
	客単価	約6,500円
販路	店頭売り	80%
	配達、納め	10%
	その他	10%
販売形態		対面・パック販売
仕入形態	牛	枝肉仕入れ
	仕入先	市場から直接仕入れ
	豚	枝肉・パーツ仕入れ
	仕入先	市場から直接仕入れ
売上構成比	精肉	98%
	牛肉	60%
	豚肉	20%
	鶏肉	10%
	内臓肉	8%
	その他	2%
	総菜・弁当・加工品等	2%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	飛騨牛
	販売品目	アイテム多数
	生鮮豚肉銘柄等	三浦豚
	販売品目	アイテム多数
	生鮮鶏肉銘柄等	桜姫
	販売品目	アイテム多数
	内臓肉	―
	販売品目	―
	その他生鮮食肉銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製加工品・総菜等販売品目	アイテム多数

レストランと相乗効果。SNSで情報発信

丸小本店

■愛知県名古屋市

新栄町駅近くのオフィス街に立地する「肉の丸小本店」

名古屋市で食肉の小売卸・外食事業を展開する㈱丸小本店（名古屋市中区、小出政巳社長）は創業1895年（明治28年）。初代の小出光次郎氏が精肉店「小出商店」を開業すると同時に、氷の卸売業を兼営したところから始まる。

現社長は4代目。卸事業では外食店のほか、産業給食を展開する給食会社への商品供給を行う。本社ビル1階部分では、食肉専門店「肉の丸小本店」、レストラン「本格肉料理　丸小」を経営している。

店舗は名古屋市営地下鉄東山線・新栄町駅から徒歩3分のオフィス街に立地。周辺では近年、新築マンションが増加しており、将来的な集客増も見込めるが、現在も週末に車で遠方から来店し、まとめ買いする顧客も多い。客単価は約2500円。

コロナの影響を強く受けた約2年半、卸事業は苦戦を強いられる場面も多かったが、小売店は堅調に推移している。卸に関しても「コロナ以前と同じくらいとはいかないが、少しずつ回復している」という。

小売店の売上構成比は精肉が約7割を占め、内訳は牛肉約6割、豚肉約2割、鶏肉約1割、内臓類約1割。総菜・弁当・加工品などが約3割を占める。テイクアウトやデリバリー用に開発した弁当や総菜が人気になり、その比率が高まっている。

牛肉は名古屋市中央卸売市場南部市場で枝肉を仕入れる。以前は宮崎県産和牛雌の4、5等級を中心に、月齢30カ月以上、枝肉重量400kgを目安に手当てしてきたが、近年は愛知県産の比率が高い。

宮崎県からの出荷が減っていることや卸先で地元食材を求める店舗が増えたことも要因だが、肉の丸小本店でも地産地消をうたい地元ブランド「みかわ牛」として販売。店舗ではほぼ枝肉仕入れの商品をそろえるが、ヒレなどのロイン系は卸先の需要が高いほか、自社レストランでも使用するため、不足した場合は単品購入で補う。牛肉の売れ筋価格帯は100g

㊤精肉は愛知県産中心に品ぞろえ　㊦テイクアウトやデリバリー用に開発した弁当や総菜

レストランを改装し新設した焼き肉スペース

のため設備投資も積極的に行ってきた。

豚肉は愛知県田原市の「田原ポーク」、鶏肉は「奥三河若鶏」をそれぞれメーカーから購入。どちらも県産の味にこだわった商品として販売している。豚肉の売れ筋価格帯は２４０円前後。

オリジナルのハムやカレーなども取り扱い、近年では手づくりの「炭火焼きチャーシュー」が大ヒットしている。売り場では肉とセットで買い物ができるよう数種の青果類も販売。調味料など関連商品も豊富にそろえる。

また、併設するレストランを利用した人が小売店を訪れるなど近年は相乗効果も出ている。グルメアプリでの評価も高いほか、メディア露出も増加。肉料理専門店として接待需要を中心に支持を高めてきたが、コロナをきっかけに若い客層をつかむため店内を改装し、予約制で利用できる焼き肉スペースを設けた。

人気限定メニューの導入やＳＮＳでの情報発信が奏功し、ファミリー層や若者の客層が増加。さらに新規顧客がＳＮＳで情報を拡散する相乗効果も生まれ、それが小売店の新規顧客獲得にもつながっている。小売店とレストランが併設されているため、端材も活用しやすくロスはほぼ出ない。

ホームページも一新し、ネット通販での販売も伸長。ギフトは法人需要が伸び悩んでいる一方、個人消費として活用する顧客が増えている。まだ、企業としては卸事業の比率が高いものの、「今後は自社販路の比率を高めていきたい」としている。

また、新たな取り組みとして昨年、店舗前に肉の自動販売機を設置。馬刺しや焼き肉、カレーなどの人気が高く、店舗を訪れたことがない人や外国人観光客などにも好評だという。会などの大規模なものを除くと飲食店の客足も回復している上に、それらのあらゆる要因で客層が幅広くなりつつある。移転から４年目を迎える今後、さらなるにぎわいにも期待がかかる。

昨年は店舗前に肉の自動販売機を設置

７００～８００円。

商品化は1次加工を２００７年（平成19年）に開設した塩屋工場で行い、自社小売店、レストランで使用する分に関しては真空パックで店舗に納品しバックヤードで最終的な商品に仕上げる。塩屋工場には作業効率向上や鮮度アップ

SHOP DATA

店舗名		丸小本店
代表者名		小出　政巳
住所		〒460-0005 愛知県名古屋市中区東桜2-18-24
連絡先	電話	052-931-0371
	FAX	052-932-0528
	ホームページ	https://www.h-maruko.co.jp/
	メールアドレス	maruko1895@gmail.com
営業時間		11:00～18:00
定休日		日・月曜日
立地	鉄道路線	名古屋市営地下鉄東山線
	駅名	新栄町駅
	徒歩	3分
	バス	ー
	商店街名	新栄商店街
	競合店（スーパーなど）の有無	有（バロー、マックスバリュ）
店舗の沿革・歴史	創業年	明治28年
	創業者名	小出　光次郎

主な客層	年齢層	40～50代
	男女別女性客	80%
	男性客	20%
	客単価	約2,500円
販路	店頭売り	30%
	配達、納め	70%
	その他	ー
販売形態		対面・計量販売
仕入形態	牛	枝肉・パーツ仕入れ
	仕入先	卸
	豚	パーツ仕入れ
	仕入先	市場から直接仕入れ
売上構成比	精肉	70%
	牛肉	60%
	豚肉	20%
	鶏肉	10%
	内臓肉	10%
	その他	ー
	総菜・弁当・加工品等	30%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	宮崎県産、鹿児島産
	販売品目	30アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	田原ポーク
	販売品目	10アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	奥三河鶏
	販売品目	2アイテム
	内臓肉	和牛
	販売品目	10アイテム
	その他生鮮食肉銘柄等	ー
	販売品目	ー
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	自社ブランド
	販売品目	2アイテム
	自家製加工品・総菜等販売品目	20アイテム

離島の社会インフラとして地域貢献に努める
おき精肉店
島根県隠岐郡

㊧島後地区唯一の食肉専門店「おき精肉店」　㊨村上社長(右)と夫人

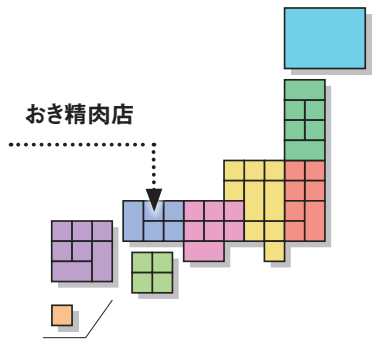
島根県の北50kmに位置する隠岐諸島。島根県からフェリーで片道3時間、高速船で1時間の距離。ただ島の空港「隠岐世界ジオパーク空港」は東京都、大阪府、福岡県などの主要都市にアクセスしている。隠岐諸島は大きく「島前」「島後」の二つに分けられる。今回は島後の㈲おき精肉店(村上聖継社長)を取り上げたい。島後にある唯一の食肉専門店だ。

おき精肉店は、本店には小売店舗はなく、主に加工機能となっており、本店近くの焼き肉店に併設する食肉専門店を有する。

また、同社はそのほか島根県本土に焼き肉店2店舗と、東京都にも1店舗を有しており、焼き肉事業の規模が食肉専門店を上回っている。また、隠岐の島町では自社牧場も運営するなど、生産から販売まで手がけている。

もともとは隠岐諸島にもと畜場があり、地元の「隠岐牛」を積極的に販売してきたが、年々少なくなってしまい、隠岐牛がなくなってしまうことを危ぐし、10年ほど前から協力者の納屋を借りて、実験的に肥育を始めた。隠岐諸島の畜産は繁殖主体であり、肥育は島前に2戸、島後はおき精肉店のみとなっている。補助金を得て本格的に始めたのが5年ほど前となる。

㊤「隠岐黒磯牛」が味わえる焼き肉店「勇花理」を運営　㊦直営店内観



雌牛の方が肉の繊維が細かくておいしいと考えていることから、雌牛のみを飼養。「隠岐黒磯牛」というブランド名で販売している。赤身志向の顧客向けに経産再肥育牛も飼養しており、総頭数は18～20頭程度となっている。全頭を本土の㈱島根県食肉公社でと畜し、内臓肉も含めてセットで買い戻し、自社の各店舗で活用する。

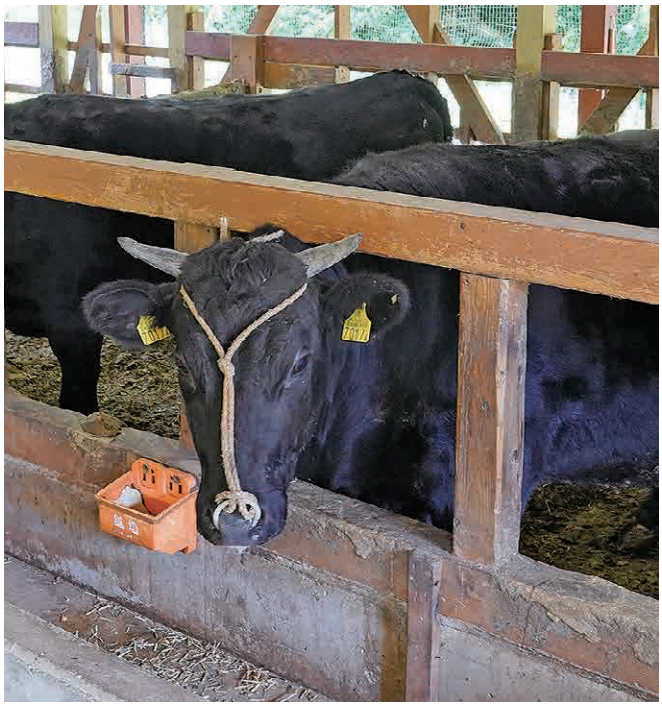
おき精肉店が運営する食肉専門店は、セルフ販売が中心だが、対面でのやり取りを望む顧客も多いため、対面販売も行っている。もち

ろん自家生産の隠岐黒磯牛も販売している。売上構成比は牛肉では和牛３割、交雑牛６割、乳牛１割と、買いやすい価格帯である交雑牛が中心だ。

売れ筋は、牛肉は、焼き肉用、牛すき焼き用・しゃぶしゃぶ用など。豚肉はみそ漬けした「みそ豚」も人気だ。

卸売は学校給食、老人ホーム、旅館、食堂など、多岐にわたる。地域に肉を行き渡らせるためにはおき精肉店の働きが欠かせない。商売ということ以上に、社会インフラとして地域貢献に務めている。

コロナ下のこの３年は、やはり卸や焼き肉業態の売り上げが減少し、食肉専門店の売り上げが伸長。店頭の顧客は増えているが、やはり卸売りの比率が高いため、トータルでみると減っているという。同社は東京にも焼き肉店を出店しており、焼き肉ブームを背景に今後、コロナから回復すれば、焼き肉店の売り上げが収益の柱になるとみている。



5年ほど前から肉牛の肥育を実験的に開始した

㊤自社牧場牛の「隠岐黒磯牛」

㊥内臓肉も販売している

㊦地域に欠かせないアットホームな店舗

SHOP DATA

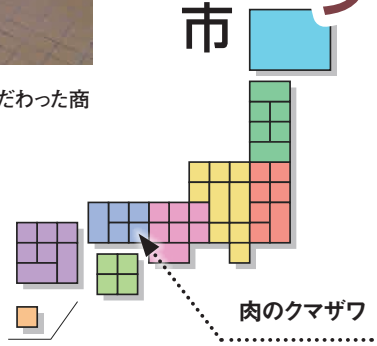
店舗名		おき精肉店
代表者名		村上　聖継
住所		〒685-0011 島根県隠岐郡隠岐の島町栄町592
連絡先	電話	08512-2-0507
	FAX	08512-2-1572
	ホームページ	―
	メールアドレス	okiniku@helen.ocn.jp
営業時間		9:00 ～ 18:00
定休日		日曜日
立地	鉄道路線	―
	駅名	―
	徒歩	―
	バス	―
	商店街名	―
	競合店（スーパーなど）の有無	有（食品スーパー２店舗）
店舗の沿革・歴史	創業年	昭和 30 年
	創業者名	村上　歳夫

主な客層	年齢層	30 ～ 70 代
	男女別女性客	70%
	男性客	30%
	客単価	―
販路	店頭売り	25%
	配達、納め	15%
	その他	60%（焼き肉事業）
販売形態		対面・計量販売
仕入形態	牛	パーツ仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
	豚	パーツ仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
売上構成比	精肉	90%
	牛肉	50%
	豚肉	20%
	鶏肉	10%
	内臓肉	5%
	その他	5%
	総菜・弁当・加工品等	10%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	隠岐黒磯牛、島生まれ島育ち隠岐牛ほか
	販売品目	―
	生鮮豚肉銘柄等	大山豚
	販売品目	―
	生鮮鶏肉銘柄等	大山どり
	販売品目	―
	内臓肉	―
	販売品目	―
	その他生鮮食肉銘柄等	5アイテム
	販売品目	―
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	―
	販売品目	―
	自家製加工品・総菜等販売品目	―

ピーチポーク原料に自家製ハム・ソーセージ
肉のクマザワ
岡山県岡山市

㊤岡山市にある、肉のクマザワ本店　㊦店内にはおいしさにこだわった商品を陳列



岡山県の中心地であるJR岡山駅からほど近くにある「肉のクマザワ本店」(㈱肉のクマザワ)。同店を運営する熊澤雄司社長は3代目にあたる。この本店のほか、同じくJR岡山駅近くの百貨店「天満屋岡山本店」で、支店である「肉のクマザワ岡山天満屋店」を運営している。

本店の売り場は対面冷蔵ケースと、小型冷凍ケースを活用。「おいしいお肉を食べたいと思って買いに来られた方が満足していただけるように」(熊澤社長)という思いで築きあげた陳列が次のとおりだ。

牛肉ではメインに岡山県産「奈義和牛」を使用。県内有数の産地として知名度を高めているブランドで、奈義町の指定生産者が育てており、指定飼料のほか、地場の黒豆「作州黒」を給餌。

熊澤社長は「県内産で良い牛を探していて出会った。安定して良い牛がそろうブランドだと思う。さらにその中でもロースの大きさやサシ、肉厚のものなど、選定して仕入れている。味とみた目の両方を兼ね備えたものが好ましい」と話す。店頭はすべて黒毛和牛を扱っているが、そのうち奈義和牛が7割を占める。そのほかは「宮崎牛」なども扱う。

牛肉の売れ筋は定番の切り落としのほか、赤身需要を受けて高単価部位であるヒレの売れ行きが良い。また、普段使いしやすいよう100g程度の少量でカットした赤身のミニステーキも好評を博している。

豚肉は岡山県産「ピーチポーク」を使用。県内指定農家が育てたSPF豚となっている。

鶏肉は木酢液を活用した岡山産「森林どり」や三重県産「伊勢の赤どり」を販売。伊勢の赤どりについては「硬さも適度で食べやすく、おいしい」としている。そのほか牛内臓として売れ筋の小腸、ミノ、レバーは店頭に陳列。そのほかの部位は店頭に掲示しているメニュー表での注文としている。メニュー表には牛肉の焼肉メニューやホルモン、豚トロやスペアリブのほか、伊勢赤どりの各部位を記している。

このように品ぞろえにこだわった同店だが、さらなるこだわりが2018年3月から始めた自家製ハム・ソーセージの販売だ。本店

㊧和牛は県産「奈義和牛」を扱う　㊨自家製の食肉加工品が人気

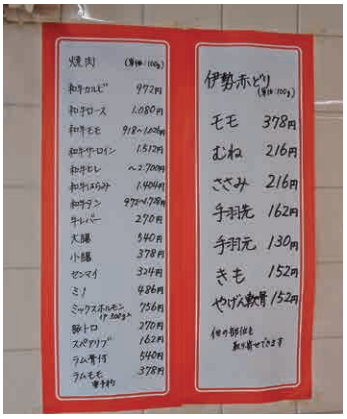
㊧人気の赤身ミニステーキ　㊥味に定評がある「伊勢赤どり」　㊨豚肉は県産「ピーチポーク」を扱う

近くに工房を建設。ピーチポークを原料とし、塩やスパイスなど最小限の調味料だけで製造している。アイテム数は最大15種類にのぼり、週替わりで提案している。最初は趣味のように始めたものだが、現在は製造が追いつかない人気ぶりとなっている。

コロナ下での内食需要拡大を受けて、同店も好調に推移したが、外食が回復に向かっている昨今においても好調が続いており、コロナをきっかけに、口コミを通じた新規顧客の増加を感じるという。

自動車中心の生活圏であるため、利用客は20～30㎞圏内といった遠方からも多い。隣の市や兵庫県からの来店も少なくない。

「自分たちが食べておいしいと思わなければ売れない。品ぞろえも、そうした思いを持って販売している」と熊澤社長は話す。



㊧メニュー表でも販売している　㊥冷凍商品も充実　㊨「なぎビーフ」の指定店

SHOP DATA

店舗名		肉のクマザワ
代表者名		熊澤　雄司
住所		〒700-0807 岡山市北区南方 2-12-9
連絡先	電話	0584-32-0133
	FAX	0584-47-9866
	ホームページ	https://kumazawa-meat.com/
	メールアドレス	info@kumazawa-meat.com
営業時間		9:00～18:30
定休日		火曜日
立地	鉄道路線	JR 山陽本線
	駅名	岡山駅
	徒歩	12 分
	バス	―
	商店街名	―
	競合店（スーパーなど）の有無	無
店舗・歴史の沿革	創業年	昭和 8 年
	創業者名	熊澤　市郎

主な客層	年齢層	幅広い年代
	男女別女性客	65%
	男性客	35%
	客単価	約 5,000 円
販路	店頭売り	30%
	配達、納め	30%
	その他	40%（天満屋岡山店）
販売形態		対面・計量販売
仕入形態	牛	パーツ仕入れ
	仕入先	卸から直接仕入れ
	豚	パーツ仕入れ
	仕入先	卸から直接仕入れ
売上構成比	精肉	90%
	牛肉	40%
	豚肉	25%
	鶏肉	20%
	内臓肉	3%
	その他	2%
	総菜・弁当・加工品等	10%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	奈義和牛、宮崎牛ほか
	販売品目	13 アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	ピーチポーク
	販売品目	12 アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	森林どり、伊勢赤どり
	販売品目	5 アイテム
	内臓肉	―
	販売品目	3 アイテム
	その他生鮮食肉銘柄等	―
	販売品目	5 アイテム
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	―
	販売品目	10 ～ 15 アイテム
	自家製加工品・総菜等販売品目	3 ～ 5 アイテム

花本商店

電話注文で宅配にも対応。和牛タンを積極的に入荷

■広島県呉市

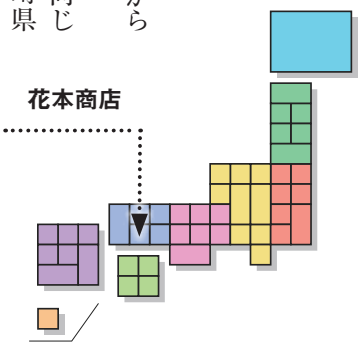
食肉専門店の㈲花本商店（花本豊社長）は広島県呉市にある。呉市は瀬戸内海に面する広島県の主要都市の一つで、戦前は海軍の重要な拠点だったことで知られている。花本商店は市の主要駅である「呉駅」から徒歩10分程度にある商店街に位置している。

もともとは創業者の花本保氏が、現店舗近くの市場街である「東泉場」で、勤めていた食肉企業から独立開業した。その後、共同市場に移動し、20年前から現在の場所へ移った。同店と目と鼻の先である徒歩40m南では「花本商店台所」という弁当店も経営。こちらは百貨店「そごう呉店」に入店していたが、そごう閉店に伴い移転したもの。

花本商店は、牛肉では取扱量のうち4割が広島和牛で、同じく島根県の㈲かつべ種畜牧場生産牛が4割程度。宮崎牛が2割程度を占め、一部、その他の黒毛和牛を扱っている。広島和牛は、地場の牛であることから積極的に使用しており、かつべ種畜牧場については、実食した際のおいしさから定時定量で取り扱うようになった。宮崎牛についても、そのおいしさで昔から扱っているという。

豚肉については同じく広島県産と宮崎県産を使用し、物量はだいたい半数ずつ。鶏肉も広島と宮崎のほか、大山どりを使用する。

花本商店の花本社長



そのほか国産内臓肉にも力を入れている。かつべ種畜牧場からはセット買いをするほか、希少な黒毛和牛タンについては単品で積極的に集めている。タンを用いたしゃぶしゃぶ「タンしゃぶ」を提案したところヒットとなるなど、人気が高い。小腸は200gの冷凍パックにして販売するが、売れ行き好調。単品で売りづらい部位については、ホルモンミックスとして混ぜてパック

㊧地場の肉を多く扱っている　㊨現店舗は20年前にオープンした

商品としている。

そのほか量販店との差別化のため、OEM製造でオリジナルのソーセージを販売。独自の味わいが人気を博している。

来店客は地元以外にも10～20km圏内から自動車などで幅広く来店する。客層も幅広く20代以上が来店。とくに多いのが60代以上だとしている。

特徴的ともいえるのが、バイクを用いた個人宅への配達を行っているところ。電話注文を受けて、個人宅へ順に配達していくという。創業以来取り組んでいるサービスで、配達料もかからない。ただ、税別1千円以上で1ポイントが付くポイントカードのポイントが付かない点のみがデメリットだ。ちなみにこのポイントは毎月2日、9日、29日は2倍になり、さらに雨の日は5倍になるという。2倍の日で雨天なら7倍という驚異の還元率となる。

「いまは待ち構えている時代ではない。昔のようにはいかない。打って出ないといけない時代になっている。ホームページ、Instagramに力を入れている」と花本社長は強調する。

㊤㊧オリジナル加工品を販売　㊤㊨ローストビーフも人気　㊦㊧冷凍で自家製の加工品も多く扱っている　㊦㊨内臓肉も品ぞろえする

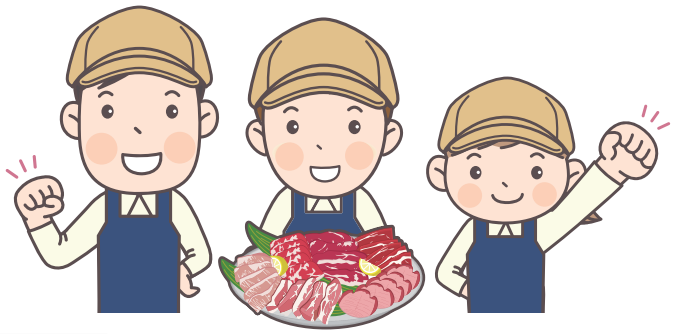
SHOP DATA

店舗名		花本商店
代表者名		花本　豊
住所		〒737-0045 広島県呉市中通 2-4-20
連絡先	電話	0823-25-5503
	FAX	0823-25-5504
	ホームページ	https://nikuya-hanamoto.com/
	メールアドレス	―
営業時間		9:00～17:30
定休日		日・火曜日
立地	鉄道路線	JR 呉線
	駅名	呉駅
	徒歩	20 分
	バス	5 分
	商店街名	呉中通商店街れんがどおり
	競合店（スーパーなど）の有無	有（大型ショッピングセンター）
店舗・歴史の沿革	創業年	昭和 24 年
	創業者名	花本　保

主な客層	年齢層		18 歳～ 80 代
	男女別女性客		70%
	男性客		30%
	客単価		3,500 円
販路	店頭売り		80%
	配達、納め		15%
	その他		5%（イベント等）
販売形態			対面・パック販売
仕入形態	牛		枝肉・パーツ仕入れ
	仕入先		市場・卸から直接仕入れ
	豚		パーツ仕入れ
	仕入先		市場・卸から直接仕入れ
売上構成比	精肉		70%
		牛肉	40%
		豚肉	15%
		鶏肉	10%
		内臓肉	5%
		その他	30%
	総菜・弁当・加工品等		30%

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	広島和牛、島根和牛（かつべ種畜牧場）、宮崎牛
	販売品目	13 アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	広島県産、宮崎県産
	販売品目	9 アイテム
	生鮮鶏肉銘柄等	広島県産、宮崎県産、大山どり
	販売品目	8 アイテム
	内臓肉	島根県産、広島県産
	販売品目	10 アイテム
	その他生鮮食肉銘柄等	―
	販売品目	5 アイテム
	自家製造ハム・ソーセージ銘柄等	―
	販売品目	5 アイテム
	自家製加工品・総菜等販売品目	16 アイテム

MEET MEAT
SUCCESS STORIES



活力ある お肉屋さん

顧客満足度を高める店舗展開に向けて

令和４年度食肉流通経営体質強化促進事業調査報告書

発行所

全国食肉事業協同組合連合会
東京都港区赤坂6-13-16
https://www.ajmic.or.jp/

後援

alic 独立行政法人農畜産業振興機構
東京都港区麻布台2-2-1　麻布台ビル
https://www.alic.go.jp/

編集委員

安部　新一（宮城学院女子大学名誉教授）
野口　敬夫（東京農業大学准教授）
神代　英昭（宇都宮大学准教授）
高塩　一樹（株式会社食肉通信社）
村田　稔（全国食肉事業協同組合連合会）
岡　史郎（全国食肉事業協同組合連合会）

※本誌の一部または全部を無断で複写、複製、転載、データ配信することを禁じます。乱丁・落丁の場合はお取り替えします。

近江牛
すき焼き・しゃぶしゃぶ用
(リブロース・肩ロース)
100g 1,620円
近江牛
すき焼き・しゃぶしゃぶ用
(肩ロース・肩ミスジ)
100g 1,350円
近江牛
すき焼き・しゃぶしゃぶ用
(肩・モモ)
100g 1,080円
国産100%
合挽きミンチ
タレ漬け
切り落とし焼肉用
100g 702円
近江牛
花咲ステーキ用
100g 1,080円

¥680.-
¥600.-
カレー
¥400
どて丼
¥450
キムチ
牛丼/豚丼
¥500/¥490
おろしポン酢
牛丼/豚丼
¥500/¥490
辛~い豚
¥450
牛丼
¥400
カツカレー
¥600
高菜牛丼/豚丼
¥500/¥490
どてたま丼
¥550
和牛そぼろ
¥400

桜姫

山形県産 米沢牛
特選リブロース
(すき焼き、しゃぶしゃぶ用)
100g ¥2480 (税込)

有)おき精肉
八日
営業時間
午前10:00

飛騨牛
精肉特売

MEET MEAT
SUCCESS STORIES

活力ある お肉屋さん

顧客満足度を高める店舗展開に向けて

令和4年度食肉流通経営体質強化促進事業調査報告書

発行所

全国食肉事業協同組合連合会
東京都港区赤坂6-13-16
https://www.ajmic.or.jp/

後　援

alic 独立行政法人農畜産業振興機構
東京都港区麻布台2-2-1　麻布台ビル
https://www.alic.go.jp/