

# ニッシン・グルメビーフ株式会社

The 30 Anniversary of Our Company and Future Objective

# ANNIVERSARY

## 愛媛工場開業30周年記念

愛媛工場開業30周年記念インタビュー  
「酒井宏社長に企業の今を聞く」

2016年、ニッシン・グルメビーフ愛媛工場は開業30周年を迎えました

広告 企画/愛媛新聞社営業局

### 街の肉屋から一大食肉加工メーカーへ

ニッシン・グルメビーフの創業は昭和34(1959)年にさかのぼる。愛媛県内子町出身の創業者、酒井忠明氏が大阪市の玉出に開いた「酒井精肉店」がその始まりだ。後に、現在本社のある難波に店を移す。「そこは、まさしく映画『三丁目の夕日』に出てくるような商店街でした」と、忠明氏の長男であり、現社長の酒井宏氏。「子どもの頃、父が作業場で肉を切り、母がコロッケを作り店頭で売っていたのをよく覚えています」

時代は高度経済成長の真っただ中。昭和40年代になると、難波周辺の外食産業が発展しはじめる。小売りに加え、個人経営のステーキ屋やレストランなどへの卸売りが増え、徐々に職人の数も増えていった。小学生の頃から店の仕事を手伝っていた酒井社長。学校から帰ると自転車で各店に商品を配達し

ていたという。「当時のシェフは厳しくてね。『前に持ってきたのと肉質が違う』などと、よく叱られたもんです」。一頭一頭異なる牛や豚の肉質が違うのは当然のこと。だが、お客の要望をかなえるには、いわば工業製品のように毎回同じ品質の肉を生産することが必要と考えた忠明氏。大きな賭けに出る。昭和61(1986)年、食肉加工基地として、松山市勝岡町に愛媛工場を開業。それは顧客も販路もまだ確立していなかった。スタート



### 消費者や外食産業のニーズに応える

工場設立当初、月間800kg程度だった生産量も、今や500トンを超える。今年4月からはタイで合弁会社を設立し、新工場を稼働させる。右肩上がりの業績を支えているのは商品の「安定した品質」にある。「例えば、1万枚のステーキ肉なら、軟らかさや肉と脂の割合など、均一した品質で1万枚つくることできる」と社長は胸を張る。この強みを生かし、大手のステーキチェーンや焼肉チェーンなどへのセールスを強化してきた。

マーケットインの発想で、各外食チェーンのターゲット層から導き出される売価帯を把握。メニューの内容や、バックヤードに配置された調理機器や人の動きまで確認した上で、何度でもバイヤーと意見を交わす。商品ありきではなく、お客の要望から逆算して、肉の産地やカットの仕様、包装形態などを

考え、共同で最適な商品を開発する。提供する企業や店舗ごとに商品は異なるため、総アイテム数は500~600種に上る。



外食産業への商品提供は、全出荷量の47%を占める。一方、同等の出荷量を占めているのが消費生活協同組合(生協)の冷凍宅配だ。

愛媛工場で生産している加工肉はすべて急速凍結されたもの。肉の鮮度やうま味を損なわず、安全に供給するには冷凍が最適と考えているからだ。その冷凍供給が、家庭まで直接配送する生協の宅配

# Farm to Table ~食卓に笑顔をお届ける~

システムと合致したことで、必然的に出荷数が伸び現在では全国の生協で取り扱っている。

「お肉は食卓の主役」と社長。その主役を余すことなく使い、おいしさを味わってもらうため、臭いの吸着を防ぐジップ式の保存袋で提供したり、家庭で簡単に作れる月替わりのレシピをつけたりと、保存方法や調理の仕方にも気を配る。

新たな商品開発にも余念がない。一つ一つバラバラに凍結され、調理も解凍も保存もしやすい「パラパラミンチ」はその代



表。さらに、現在主力商品となりつつあるのが「熟成旨味加工肉」だ。肉を一定の温度で一定時間



“寝かせる”のではなく、米麹から抽出した酵素の力を利用して熟成させる、ニッシン・グルメビーフ独自の技術。より軟らかく、肉の自然な味わいがすると評判が高い。まさに、愛媛工場設立以来、肉の加工一筋に研究を続け、培ってきた技術力のたまものだ。

もちろん衛生管理や安全管理もぬかりない。高感度の金属探知機やX線検査機を導入し、異物混入を防止。加工時に出たドリップ(肉汁)を全量回収し徹底した衛生検査を行うなど、万全の安全対策をとっている。これはすべてお客の声を現場にフィードバックしたもの。「私が100%安全と言い切れる商品を作っているからこそ、自信を持ってお客さまにお勧めすることができる」と社長。外食産業や消費者のニーズを捉えて離さない理由がここにある。

### 社員が会社の宝

ニッシン・グルメビーフの従業員数は現在400人以上。業務拡大のため、さらなる人材を求めている。従業員数一人一人が「パートナー」だと話す酒井社長は、自身のメールアドレスを公開し、納得いくまで直接話し合える仕組みをつくるなど、社内のコミュニケーションを大切にしている。福利厚生も手厚く、ラインで働くパートタイマーの社員登用制度を設けたり、年に一度盛大な

パーティーを開催し、従業員の労をねぎらうなど、働く人を大事にする施策によって、離職率は以前より大幅に減ったという。

親子二代にわたって勤める従業員もいる。「パートさんから、『うちの子どもをこの会社に入れてくれないか』と言われたときは本当にうれしかった」と社長は顔をほころばせる。

食卓においしさと笑顔をお届けるため、社員と会社が一丸となり、ニッシン・グルメビーフはより一層の飛躍を目指す。

## after business

### アメリカ留学が原点です。 代表取締役社長 酒井宏

子供の頃から海外への憧れがあり、高校2年の夏、アメリカのミネソタ州セントポールに留学。穀物の一大産地で、世界最大の穀物会社カーギルもある。そんな土地柄のため、クラスメートですら農業や畜産に関する知識や意識が高く、衝撃を受けたものです。

当時必死で勉強した英語は今なお現役。アメリカやオーストラリアへ現地視察に行く際には、アテンドや航空券の手配など全部自分でやっています。合理的で大胆なアメリカという国が当時の自分に大きな影響を与え、その経験が今の仕事にも生かされていると感じています。



## お客さまの声にしっかり耳を傾ける、30年経っても、それがスタートライン。

「お肉は好きだけど、最近歯が悪くてね」とおばあちゃん。「脂がのったジューシーなお肉が好き」とお父さん。「手早く調理できれば助かるわ」とお母さん。「お弁当にもお肉を入れてね」と僕とお姉ちゃん。そんなさり気ないひとことが、私たちの商品づくりのヒントです。日々の食事に、ご家族皆さんの「おいしいね」という笑顔があふれますように。まずはお客さまの声にしっかりと耳を傾け、原料の価値をよりいっそう高める加工技術や包装技術の創意工夫を行うことが、ニッシン・グルメビーフの使命です。



おかげさまで愛媛工場開業30周年を迎えました

ニッシン・グルメビーフ株式会社

ニッシン・グルメビーフ 検索 <http://www.n-g-beef.co.jp/>