

活カ
ある
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
集めました!

日本各地のお肉屋さんから

MEET
MEAT
SUCCESS
STORIES



全国のお肉屋さん
サクセスストーリー

7 本
掲載

成功のヒントを
深掘りする!

3 本
掲載



令和7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7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30年度から8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 村上幸春



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7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!

松牛本店（和歌山県）
文/宮城学院女子大学名誉教授 安部 新一
..... 2

METZGEREI TAMON(メツゲライ・タモン)（茨城県）
文/東京農業大学教授 野口 敬夫
..... 7

肉の立山(niku Eden)（富山県）
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

丹野畜産（宮城県）16
肉のくろぬま（山形県）18
肉の店 牛見（長野県）20
正直屋（滋賀県）22
大井肉店 本店（兵庫県）24
三谷ミート（高知県）26
肉のやまぐち(福岡県)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7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。

コンセプトは「ちよつと贅沢なお肉屋さん」
自社ブランド「紀の川天空和牛」で地域振興

松牛本店

和歌山県岩出市

文／宮城学院女子大学名誉教授 安部 新一

松牛本店は、和歌山県岩出市に2007年に新築オープンした。それまでは、和歌

山市内松江市場内の精肉店舗で祖父の代から営業を行っていたが、近隣に大型スー

パーが進出して来店客数が減少したことから、現在地へ移転した。現在の店主は、和

歌山県内の精肉店で修行した後、2007年に先代から店舗の経営を引き継いだ。



松牛本店



①②「ちよつと贅沢なお肉屋さん」をキャッチフレーズとする、和歌山県岩出市の「松牛」

新店舗への移転と共に、精肉店の経営の引き継ぎにより、新たなコンセプトとして、「ちよつと贅沢なお肉屋さん」をキャッチフレーズとした。そこには、店主の思いとして、「贅沢な」とは、単に高価な商品を購入し満足するのではなく、たとえ価格の安い商品でも価格以上においしく、さらに、それらのおいしい商品を求めて、またお店に買いに行きたいなど、思ってもらえる店づくりを目指している。

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。





①⑥自社ブランド「紀の川 天空和牛」を中心とする商品展開が特徴

店舗での商品の品揃えにおいても、全国から主に黒毛和種の雌牛を中心に仕入れてきた。さらに、近年では黒毛和種でも地元の和歌山県の紀の川市の二農場で生産された熊野牛の中から、自社の品質に見合う熊野牛を「紀の川 天空和牛」のブランド名で販売している。その背景には、松

牛店主の地元へ貢献を果たしたいといった心の変化と心構えにより、地場産業を盛り上げて地域の活性化を図る狙いがある。そこで、熊野牛の「紀の川 天空和牛」を中心とした黒毛和種ブランド牛を原料とした精肉の商品開発と惣菜類のPB商品開発、及び販売促進活動について、具

体的な取り組み内容を紹介したい

地産自社ブランド「紀の川 天空和牛」の特徴と取引経緯、販売促進活動

松牛では近年、和牛にシフト

した品揃えの充実と販売体制の強化に努めてきた。こうした状況下、若手でやる気のある二名の熊野牛生産者と松牛店主の三人が熊野牛の将来を見据えた話し合いの中で、自社ブランド「紀の川 天空和牛」を作り上げることになった。
紀の川 天空和牛の特徴は、出荷月齢30ヶ月であること。飼育

紀の川 天空和牛の商品化と販売促進活動

では「健康な牛づくり」をコンセプトに、給与する飼料には、河内菌を添加した麩食を与えている。また、飼育環境も和歌山県紀の川市、標高600mに牧場があり、ミネラル豊富な湧き水とみどり豊かな自然環境の中で飼育されている。こうした環境で育てられた紀の川 天空和牛を「健康に育った牛こそが本場においておいしい牛肉になる」をキャッチフレーズに、健康的な肉牛生産に努めている。

これまでの和牛の仕入では、店主自身が売りたい和牛を主に枝肉で仕入れてきた。しかし、近年では顧客の好みも多様化してきており、顧客の好みを重視した仕入と品揃え対応へと変化してきた。代表的な品揃え商品として、和牛ロースのみで3アイテムの商品づくりを行なっている。一つは、最も店頭価格の高い、A5ランクの霜降り部位で、商品名「上ローススライス」で販売。二つ目は2番目に店頭価格が高く、赤身のリブロース部位で、少し脂身のあるところを使用した、商品名「和牛ローススライス」。三つ目は、2番の商品よりやや販売価格が安く、サーロイン側のロース部位を用いた脂身の少ない商



2007年に先代から経営を引き継ぎ、店舗の活性化を実現する松下店主

品名「赤身ローススライス」である。つぎに、紀の川天空和牛を用いた商品開発をみてみよう。ギフト・ネット販売向け商品として使用。さらに、2023年12月に松牛本店を含め4箇所に自動販売機を設置。自販機での販売10商品のうち、紀の川天空和牛を用いて、スキンバック冷凍でのステーキ、スライス、ローストビーフ、ハンバーグ、炙りユッケなど多様な商品づくりと販売を進めている。

先代おばちゃんのコロッケ味の伝承と地元メーカーとのコラボによる商品開発の強化

松牛本店での売上高ベスト3は、1位はNEW松牛コロッケ、2位は松牛メンチカツ、3位は元祖松牛コロッケと、コロッケが人気商品となっている。このことは、地元百貨店の催事に出店した折りに、1週間で1万個販売した実績からも人気商品であることがうかがえる。コロッケの



④⑤、⑥⑦豊富な商品群の総菜類はコロッケやメンチカツが人気を博す ⑧店内には精肉、総菜いずれも多様なラインアップが並ぶ



家庭の電子レンジを使ってすぐに食べられる「揚げないコロッケ」など、商品開発にも力を入れている

原料は、店主がジャガイモなど特定の産地と調味料にもこだわる。また、黒毛和牛の端材などの使用比率も一般的に他の同業者のコロッケに比べ高く、増量することでおいしさのアップとともに

の「すきやきコロッケ」を含め、およそ15アイテムほどの充実した商品化を進めている。コロッケの新商品開発とともに、販売方法にも力を入れていく。今日の主婦や女性の社会進



「肉だれ隆喜」「天空焼肉醤油だれ」といった地元メーカーとのコラボ商品も開発

に、手作り感のある商品開発を進めている。もともとのコロッケは、店主のおばあちゃんのレシピと味を大切に受け継いだ元祖松牛コロッケである。そこから、先の1位から3位までの売れ筋コロッケには、紀の川天空和牛も原材料に使用している。さらに紀ノ川天空和牛

新たなPR活動としては、自社でアプリを開発し、登録会員が1700人を超えるまでに増加した。こうしたPR活動は個人商店としての販売活動の特徴や量販店との違いを直接消費者に訴求する手段、活動とし

ユーチューブや自社独自アプリ開設などPR活動の強化

また、地元メーカー製造の醤油と宝来みりんを使用した万能調味料「肉だれ隆喜」を2013年に共同開発した。さらに地元しょう油メーカーの名品「生本黒豆食油」を使用した、「天空焼肉醤油だれ」などコラボ商品づくりを積極的に進めている。

出を受けて、揚げたてコロッケを冷凍して、「揚げないコロッケ」のネーミングで販売。自宅において油で揚げることなく、電子レンジで1分熱処理すればすぐに食べられる。揚げないコロッケは店頭販売だけでなく、自動販売機やネット・通信でも販売し、人気商品となっている。また、店頭販売では、冷凍ではなく生のコロッケを用いて、事前に作り置きをしないで、店頭での注文の他に、事前の電話予約を含め、主に当日に注文を受けてから揚げることで、揚げたてを提供することに努めている。

て力を入れていく狙いがあった。具体的には、「松牛の木曜日 マツモク」と題し、毎週木曜日に

アプリ会員限定のセールを開催。また、ユーチューブを開発し、これまで店主の食肉に関する深い



自動販売機などを利用した多様な商品作りを進めている



専用アプリを利用した販売活動にも取り組む



成功の ヒケツ

① 自社ブランド「紀の川天空和牛」の販売強化による、地元の地域振興・活性化への貢献

② 新たな冷凍設備のプラスチックエアーやスキンパック導入による、ロスを出さない効率的販売対応への強化

③ 「紀の川天空和牛」販売強化のための商品開発、ネット通販やイベント、PR活動の強化



スキンパックを活用した商品管理も強みの一つだ

見識から、自稱「肉道」と称して、お肉に関わることを分かりやすく消費者に語り続ける活動を始めている。さらに、和歌山県の白浜市は全国的にも知られた観光地である。市内の「とれとれ市場」や近隣のホテルなどに自社ブランド天空和牛の

商品を委託販売すると共に、県外の人達にも広く認知してもらうための、試食会の開催、チラシの配布など宣伝活動を行なってきた。ただし、来店客の増加と共に、固定客の増加を図るための、曜日を決めた割り引きセールの開催は行なっていない。そこで、購入額5800円以上購入した買い物客には、自社で製造し店頭販売している「天空のチーズケーキ」（店頭価格580円）を1個提供している。そこには、売り上げ販売額を高めるための狙いもある。以上の取り組みは、顧客とのつながりやコミュニケーションを強め、固定客の確保につながる狙いでもある。

SHOP DATA

店舗名 (運営会社)	松牛本店
代表者名	松下 隆紀
住所	〒649-6216 和歌山県岩出市野上野35-60
連絡先	電話 0736-69-0505
	FAX 0736-69-0606
	ホームページ https://www.matsugyu.com/
	メールアドレス info@matsugyu.co.jp
営業時間	9:30~18:30
定休日	水曜日
立地	鉄道路線 JR 西日本和歌山線
	駅名 岩出駅
	徒歩 30分
	バス -
	商店街名 -
競合店(スーパーなど)の有無	有 (コープ岩出)
店舗の沿革	創業年 昭和30年
	創業者名 松下 虎松

主な客層	年齢層	40~60代	
	男女別女性客	90%	
	男性客	10%	
	客単価	約3,000円	
販路	店頭売り	40%	
	配達、納め	40%	
	その他	20%	
	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	卸から直接仕入れ	
	豚	パーツ仕入れ	
売上構成比	仕入先	-	
	精肉	牛肉	70%
		豚肉	67%
		鶏肉	10%
		内臓肉	3%
		その他	15%
	総菜・弁当・加工品等	30%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	天空和牛
	販売品目	約20アイテム
	生鮮豚肉 銘柄等	三味豚
	販売品目	約3アイテム
	生鮮鶏肉 銘柄等	紀州うめどり
	販売品目	約2アイテム
	内臓肉	国産
	販売品目	約6アイテム
	その他生鮮 食肉 銘柄等	-
	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	約10アイテム	



④⑤水戸市で人気の手づくりハムとソーセージの店「METZGEREI TAMON (メツゲライ・タモン)」

素材と製法にこだわった手作りハム・ソーセージを販売
他店であまりみられない加工品アイテムも魅力

METZGEREI TAMON

茨城県水戸市

(メツゲライ・タモン)

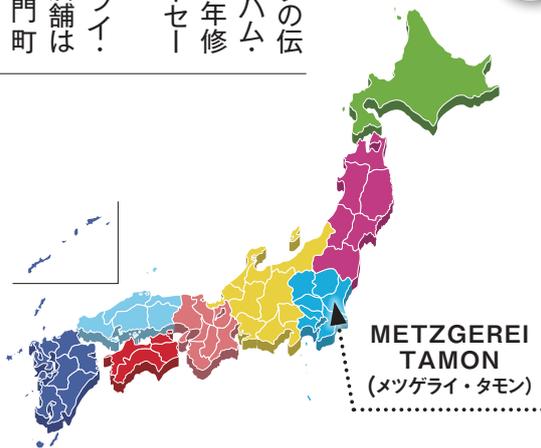
文／東京農業大学教授 野口 敬夫

METZGEREI TAMON(メツゲライ・タモン)は、水戸市本町の食肉卸売・小売会社である稲石畜産株式会社(肉の稲石)のハムソー

セージ部門を独立させる形で2016年に設立された。長年食肉販売に携わってきた稲石心氏が社長、その息子の稲石太門氏が工場長を務める。

工場長の太門氏は、ドイツの伝統的な製法による手作りハム・ソーセージの専門店で長年修行を積んでおり、ハム・ソーセージの教室も開講してきた。

メツゲライ・タモンの店舗は水戸市酒門町に立地しており、素材と製法にこだわった手作りハム・ソーセージと地産にこだわった精肉の販売が特長となっている。また、添加物を極力減らし、着色料・保存料を使用していない商品を提供している。



この自家製ハム・ソーセージを中心に、作り手の顔が見える販売店を目指している

手づくりハム・ソーセージと地産の精肉を中心とする商品ラインナップ

売上構成比をみると、45%が精肉、残り55%が加工品である。設立当初は精肉と加工品の割合が半々であったが、次第に加工品



編集委員

野口 敬夫 Takao Noguchi

東京農業大学教授／博士 (農業経済学)

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、2024年4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。



①②ショーケースには、自慢の自家製加工品が数多く並び ③④生鮮牛肉で取り扱うのは茨城県ブランド「常陸牛」 ⑤⑥生鮮豚肉では茨城県内で生産される「梅里豚」を取り扱っている ⑦⑧「梅里豚」の証明書

の売上が延びていった。売上の上位3位をみると、ハム・ソーセージが最も多く、豚肉、牛肉と続く。

45%を占める精肉の内訳をみると、豚肉が約25%、牛肉が約15%、鶏肉が約5%となっている。生鮮豚肉については、茨城県茨城町の広沢ファームで生産される「梅里豚」だけを取り扱っている。梅里豚は、飼料原料として麦類（挽きパン粉や大麦）、サツマイモを多く配合した飼料や良質な井戸水を利用して飼育される。開放的かつ衛生的な豚舎で飼育された豚は、臭みもなく良い風味がある。

また、肉質も優れ、これまで取り扱ってきた豚と比べて旨味と甘味が全く異なるという。同店舗では梅里豚のロース、ヒレ、モモ、バラなど10アイテムを揃えている。現在、梅里豚を取り扱っているのは、県内で同店含め2店舗しかないため、競合店との差別化にも繋がる。

生鮮牛肉については、当初交雑牛なども取り扱っていたが、スーパーとの差別化を図るなかで安価な牛肉の取扱いを縮小させ、現在は茨城県ブランドである常陸牛だけを扱っている。常陸牛については、ロース、バラ、カルビ、モモなどを中心に6アイテムを揃えているが、購買層の年齢が比較的高いため、程よいサシが入っているモモなどが売れている。また、同店は顧客を広げるために、他店と比べて常陸牛を若干安価な価格で提供している。

生鮮鶏肉については、銘柄鶏である桜姫を取り扱っている。桜姫は飼料に植物性主体の原料を利用しており、それが鶏特有の臭いの抑制に繋がっている。また、鶏の健康を考慮して、飼料原料にビタミンEが多く給与されている。桜姫は一般の鶏肉と比べて、旨味成分であるグルタミン酸の含有量が高い。

これら精肉については、主に卸売業者3社から仕入れられている。牛肉についてはパーツで仕入れられているが、豚肉については主に枝肉で仕入れ、不足部分をパーツ仕入で補っている。



本場ドイツの伝統的な製法の修行を積んでいる稲石工場長

こだわりの自家製加工品の製造と販売

同店が提供している主な自家製加工品は、25アイテムである。設立当初は15アイテムほどであったが、常連客の要望を聞いて商品化するうちに、アイテム数が増えてきた。ハムソーセージは手作りで行っており、日本人の嗜好に合わせてスパイスなどをブレンドしている。日本人向けの加工製法で

あるが、本場ドイツの製法を取り入れたハイブリッドな製法となっている。店舗裏に製造施設があり、工場長1名でこれら加工品を製造している。

ウインナー、ロースハム、ベーコン、ソーセージ、ハンバーグなどに加えて、他店であまりみられないリエット、コンビーフ、レバーペースト、サラミ、パテなども製造している。また、同店特有の加工品として、精肉で販売している梅里豚を原料として利用したロースハムがある。赤身と脂身のバランスがよく、

旨味があると評判である。冬にはポトフ用の生ソーセージや柑橘を入れたソーセージなど、季節に応じた加工品も製造している。新商品の試作品は、常連客に無料で提供して、意見をもらっているという。

同店のオリジナルギフトとして、ロースハム、ベーコン、ソーセージなどの詰め合わせセットも取り扱っている。お中元、お歳暮などのギフトに加えて、ホームパーティーやバーベキューにも利用できる。

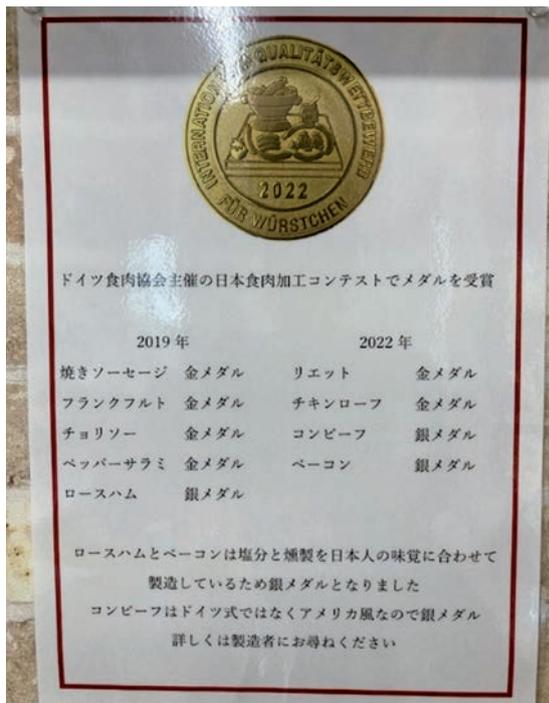
ドイツ食肉協会主催の日本食肉加工コンテストで多数受賞

同店は3年に1度開催されるドイツ食肉協会主催の日本食肉加工コンテストで多数受賞している。2019年は、焼きソーセージ、フランクフルト、チョリソー、ペッパーサラミ、2022年はリエット、チキンローフが金メダルを受賞した。

また、同店は豚メンチ、ひとくちヒレカツ、トンカツ、厚切りハムカツ、メンチ、から揚げなど、多数の揚げ物を扱っている。特に、常陸牛の切り落としを使用したメンチカツや、自家製のソーセージを使用したハムカツなど、同店特有の揚げ物がみられる。これらはすべて電話等でオーダーが入ってから調理しているため、揚げたての商品

となっている。これら揚げ物の購買層は子育て世帯が多く、特にから揚げ、豚メンチが売れ筋となっている。

同店では、「工場長の手作りソーセージと燻製教室」を定期的に開催してきた。この教室ではソーセージ、ベーコン、ハムなどに関する知識や製造方法を本格的に学ぶことができる。店舗が比較的余裕ある時期に開催しており、一般の方だけでなく、飲食店の経営者や料理人なども多く参加されるという。



ハムやソーセージ、ベーコンの質が高く評価され、日本食肉加工コンテストで多数の受賞歴を誇る



店舗販売の特徴と宅配、
イベント企画

同店の客層をみると、約80%が女性で、30代から70代まで幅広いが、子育てが一段落した50代以上の客層が多い。特に食のこだわりが強く、少量でも美味しいものを求めて専門店にくる主婦が多い。ただし、惣菜やホームパーティー、バーベキューなどで使う食材を求めてくる30代の顧客も少なくない。

同社は店頭売りが基本であるが、インターネット販売も行っており、今後拡大させる方針である。また、店舗以外に地域のイベントにも積極的に出店している。イベント限定のソーセージやオリジナルのホットドッグ、低温調理した豚カカロースのステーキなどを販売している。イベントへの参加は店舗のPRになり、認知度向上にも繋がっている。お歳暮などのギフトで多忙の12月は除き、水戸市内で月1〜2回開催されるイベントに参加しているという。水戸市以外では梅里豚が生産されている茨城町のPRイベントにも参加している。

同店ではインスタグラムやフェイスブックなどのSNSを使用している。商品紹介や食べ方などを紹介している。また、店内や製造施設、製造風景などをアップすることで、出来るだけ身近に感じてもらえるよう努めている。SNSのフォローワーについては、食にこだわりのある40〜60代が多いが、若い顧客も取り込んでいくことが今後の課題となっている。こうしたイベント出店やSNSの影響もあり、週末に新規の顧客が増えているという。今後、この新規顧客をリピーターに繋げられるかが重要となる。来店された顧客には丁寧な接客を心掛け、気持ち良く買い物をしてもらい次の来店に繋がるよう努めている。



成功の
ヒケツ

① 売り上げの半分以上を占めるのは、工場長が本場ドイツの製法で作る加工品

② 枝肉で仕入れる良質な「梅里豚」は県内に取り扱い店舗が少なく、競合店との差別化につながる

③ 店外での地域イベントにも積極的に出店し、イベント限定ソーセージやホットドッグの評判が店舗の認知度アップに

SHOP DATA

店舗名 (運営会社)	METZGEREI TAMON (メツゲレイ・タモン)
代表者名	稲石 心
住所	〒310-0841 茨城県水戸市酒門町 1441-5
連絡先	電話 029-297-3939
	FAX 029-297-2900
	ホームページ https://metzgeriei-tamon.com/
	メールアドレス -
営業時間	10:00 ~ 18:30
定休日	日曜日
立地	鉄道路線 JR 水戸線
	駅名 水戸駅
	徒歩 -
	バス 20分
	商店街名 -
競合店 (スーパーなど)の有無	無
店舗の沿革	創業年 平成 28 年
	創業者名 稲石 心

主な客層	年齢層	30 ~ 70 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	100%
	配達、納め	-
	その他	-
	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	枝肉・パーツ仕入れ
売上構成比	仕入先	卸から仕入れ
	精肉	45%
	牛肉	15%
	豚肉	25%
	鶏肉	5%
	内臓肉	-
	その他	55%
総菜・弁当・加工品等	55%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	常陸牛
	販売品目	約 6 アイテム
	生鮮豚肉 銘柄等	梅里豚
	販売品目	約 10 アイテム
	生鮮鶏肉 銘柄等	桜姫
	販売品目	約 3 アイテム
	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	約 25 アイテム	
自家加工品・総菜等 販売品目	約 7 アイテム	



富山県立山町にある「肉の立山(niku Eden)」は、創業70年以上の歴史を持つ老舗精肉店である。2022年、3代目店主・森川雄二氏のもとで新店舗を



オープンし、「肉屋の概念を変える」という理念のもと、精肉販売にとどまらず、惣菜、ランチ、移動販売、情報発信など、多角的な展開を行っている。森川氏は、祖父母の代から



①富山県の「肉屋の立山(niku Eden)」は精肉販売にとどまらない多角的な展開を行う ②3代目の森川店主の下、2022年に新店舗をオープンした

を新。妻恵理子氏とともに、地域に根ざした革新的な店舗運営を始めた。店舗名「niku Eden」(「肉の立山」)では、富山酒粕

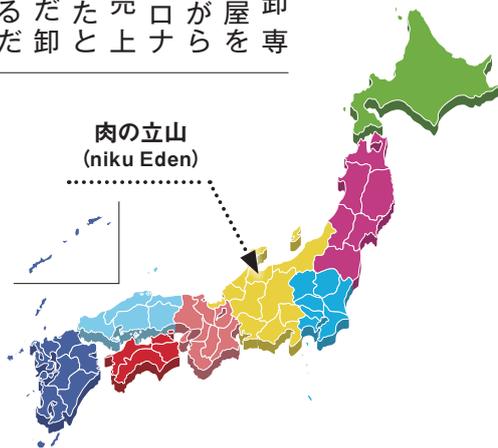
続く卸専門の肉屋を継ぎながらも、「コロナ禍で売上が落ちたとき、ただ卸しているだけでは限界がある」と感じたという。そこから「肉屋だけでなくランチもやる」という新しい形を模索し、店舗づくり

文／宇都宮大学准教授 神代 英昭

肉の立山 (niku Eden)

富山県中新川郡

「肉屋の概念を変える」—— 地域に根ざした革新型精肉店



地元ブランド肉を活かした商品展開と惣菜開発

「肉の立山」では、富山酒粕

る。未来が湧く・沸くという思いが込められている。店舗は、半分がレストラン、半分が精肉・惣菜売り場という構成で、調理スペースはガラス張り。精肉加工やデザート製造は別棟で行われており、清潔感とライブ感を両立させた空間づくりが特徴である

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。



和牛、立山ポーク、大山鶏といった地元ブランド肉を中心に、部位を余すことなく活用した商品開発を行っている。
富山酒粕和牛は、酒粕を飼料に混ぜて育てられたメス牛で、脂の質が良く、柔らかさが際立つ。店主の同級生が朝日町で丹精込めて育てており、森川氏は毎月一頭買ひしてすべて使い切る。「去勢じゃなくて、柔らかくて脂の質がいいメスにこだわっているんです。惣菜にして無駄なく回しています」と語る。



精肉・総菜の販売に加え、レストランも経営する

立山ポークは、地元の養豚業者が「立山つぼく」と名付けたブランド豚で、脂の甘みと肉質のバランスが良く、焼き物や煮込み料理に最適。大山鶏は、国産鶏の中でも特に旨味が強く、唐揚げや煮物にしても肉の風味がしっかりと感じられる。

惣菜部門では、こうしたブランド肉を活かした定番商品が並ぶ。「牛すじ煮」は、長時間煮込むことでとろけるような食感と深い旨味を引き出し、「豚モツ煮」は臭みを丁寧に取り除き、甘辛味付けで仕上げている。「手作りハンバーグ」は、精肉加工で余った部位を活かして無駄なく加工し、ふっくらジューシーな仕上がり。「豚さがり焼き」は、希少部位を使った香ばしい一品で、リピーターも多い。
ランチメニューの「Nickランチ」(Edenランチ)(1800(2750円)は、富山県産コシ



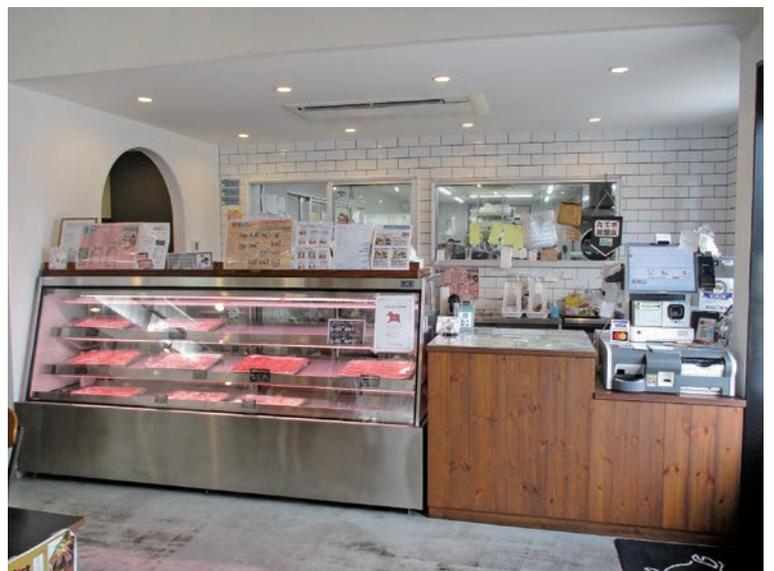
ヒカリと地元の新鮮な野菜を使用し、ブランド肉を贅沢に盛り込んだセット。Nickランチは、牛・豚・鶏の3種の肉をバランスよく盛り合わせたプレートで、ポリウムと栄養の両立を図っている。一方、Edenランチは、季節の野菜と特製ソースを組み合わせた創作メニューで、見た目にも華やか。どちらも「肉屋のランチ」としての満足感を追求している。

このランチメニューは、店主夫妻の「肉屋の概念を変えたい」という思いから生まれた。「奥さんが主婦が喜ぶおしゃやかなランチを出し



たいって言うてくれて。じゃあ、肉屋だけどランチもやってみよう

て始めたんです」と店主は語る。厨房の設計からメニュー開発ま



①二人で協力して店舗を盛り上げる店主夫妻 ②③、④⑤精肉では富山酒粕和牛、立山ポーク、大山鶏などの地元ブランドを余すことなく活用している



焼豚は好みの量にカット販売



冷凍品やパック商品なども幅広く販売



老人ホームや周辺企業の駐車場など、移動販売にも積極的に取り組んでいる

で、夫婦で試行錯誤を重ねた結果、現在のスタイルにたどり着いた。ランチは週末は終日満席になることも多い。SNSでの発信が功を奏し、「インスタで見て来ました」という来店客も増えている。見た目の美しさと味の満足度が両立したランチは、地域の女性客を中心に支持を集めている。

販売構成比は、惣菜40%、精肉30%、ギフト20%、ランチ10%。惣菜部門は10名体制で、妻の恵理子氏を中心に月10品以上の新商品を開発。主婦目線を活かした冷凍惣菜やパック商品は、時短調理や保存性、栄養バランスに優れ、忙しい家庭の食卓を支える存在となっている。「子どもが4人いるので、主婦が喜ぶものは何か、自然と考えるようになった」と恵理子氏は語る。



移動販売・SNS活用による地域密着型の販売促進

販売の中心は店頭販売だが、

月10か所程度の移動販売も実施。老人ホームや企業の駐車場などを巡回し、地域のニーズに応じた柔軟な販売活動を展開している。イベント出店や企業向け販売にも対応し、地域とのつなが



①㊦、①㊧多くの来店客であふれるレストランでは、満足感を追求したランチメニューを提供 ①㊦、①㊧売上構成比の4割を占める総菜類



活 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7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。

週に2回オープン——人が集まる場としても愛される精肉店

丹野畜産

宮城県仙台市



④仙台市蒲生で食肉卸をメイン業務とする「丹野畜産」は、小売店を週2回オープン ⑤長い歴史をもつ同店は、現在は4代目の丹野代表の下で経営中

仙台市・蒲生で古くから経営を維持してきた(有)丹野畜産は、100年超えの長い歴史を持つ食肉卸。4代目にあたる丹野真社長の下、今も安定した歩みを続けている。

メイン事業は卸売であり、学校や病院、老人ホームなどに商品を届けているが、一方で毎週金曜日および土曜日には小売店をオープン。こちらも長年にわたって人気を博している。

たどってきた同社は昭和50年代まで養豚を生業としており、「丹野畜産」という社名もその名残。「丹野精肉店」として小売業を運営していた時期もあるが、創業時の名称をあえて残し、現在も「丹野畜産」として展開中だ。

以前、同店が位置する地域は準工業地帯であったが、2011年に起こった震災の被害を受けた影響もあり、工業団地に姿を変えた。それ以降は同店の周りに住宅が建たなくなったが、そ

ういった環境下で復興に尽力。震災直後にリフォームを施し、そのあと徐々に周囲の道路が整備されてくると、同店もまた新たな店舗を構えた。今年で6年目を迎えている。

今では仙台市内を中心とする幅広い地域から買い物が訪れる。1週間のうち2日、質の高い精肉や惣菜を購入することは、多くの消費者にとっても楽しみになっているようだ。

おしさを第一に追い求める同店では、店主自らの目利きで肉質を見極めつつ、主に宮城県産牛・枝肉・豚枝肉を競り落とす。地域的な豚肉需要の高さ、そして養豚業を行っていた同社の歴史的背景から、売上構成比をみると、精肉のうち6割程度を占めるのが豚肉となってい

る。一方、定番の一番人気はとりのから揚げで、これを目当てに来店するお客も少なくない。パックからあふれ出るほどのポリウムでありながらもリーズナブルな価格設定で、十数年前から多くの人に愛されている看板メニューだ。

加えて、レバーのから揚げ、砂肝のから揚げ、豚肉



鳥のから揚げは大人気の看板商品だ



みそ漬け、棒ヒレカツも人気で、冬限定のシウマイも売れ筋商品。そのほかにも、消費者の動向を考慮しながら、アイデアが思い浮かべば積極的に商品化を試みている。

現社長の丹野氏に代替わりする前と比べると、売り方に変化が生じている。従来は計量販売をしていたが、今はお客が手に取りやすいよう、パック販売が基本。量り売りはお客の要望があった際に対応している。ただし、対面販売を生かしたお客とのコミュニケーションは重要視しており、それぞれの希望に沿った提案ができるよう、常に心掛けている。



①②、③④から揚げをはじめ、豊富なラインアップの総菜類も多くのお客に愛されている ⑤⑥、⑦⑧牛・豚ともに宮城県産を中心に取り扱いしている

また、金曜日は近隣の会社に勤務している人が昼休憩時に足を運ぶほか、毎月29日（ニクの日）前後は特売日として、かなり多くの集客を実現している。開店日が週2回とあって、日頃から絶え間なくお客の出入りしていることがうかがえる。

以前は月曜日から土曜日まで開店していたが、震災後、毎週金曜日と土曜日という体制に切り

替えた。先述したように近隣地域には住民が少ないため、当時は卸売りに専念することも少し検討されたが、「蒲生で人が集まる場所を作りたい」という3代目社長の思いから、週に2回は店を開くことに決めたという。当初は震災のダメージもあった中でお客様の生活と心を支える拠点としての存在意義もあり、今日に至るまで、客数は日を追うごとに伸び



牛肉は「仙台牛」、豚肉は「米澤豚一番育ち」など、ブランド品も

蒲生の地からおいしい肉を広く提供するため、同社はこれからも挑戦を続けていく。

だ。

を経営したりといったことを視野に入れていく。今の店舗を拠点にして住宅地に新店を建て、アウトパックで商品を送ってパック販売を行うなど、その方法をさまざまに思案しているところだ。

高品質な肉を食べるには欠かせない店でもあり、仙台周辺の住民にとっては、いくら距離があっても車で通いたい店となっている。

同社は将来的に業務卸以外の分野にも目を向け、食肉を消費者に直接提供することを考えている。現在、卸売業が好調ではあるが、今後を見据えた新しい展開も検討中。たとえば精肉店の店舗数を増やしたり、レストラン

SHOP DATA

店舗名	有限会社丹野畜産
代表者名	丹野 真博
住所	〒983-0002 宮城県仙台市宮城野区蒲生1-106-2
連絡先	電話 022-258-2086
	FAX 022-258-2095
	ホームページ -
	メールアドレス -
営業時間	10:30 ~ 16:30
定休日	日曜～木曜日、祝日
立地	鉄道路線 JR 仙石線
	駅名 陸前高砂駅
	徒歩 45分
	バス -
	商店街名 -
競合店（スーパーなど）の有無	無
店舗の沿革	創業年 昭和2年
	創業者名 丹野 真

主な客層	年齢層	30～60代
	男女別女性客	50%
	男性客	50%
	客単価	約1,000円
販路	店頭売り	6%
	配達、納め	74%
	その他	20%
	販売形態	対面・パック販売
仕入形態	牛	枝肉仕入れ
	仕入先	市場から仕入れ
	豚	枝肉仕入れ
	仕入先	市場から仕入れ
売上構成比	精肉	50%
	牛肉	20%
	豚肉	60%
	鶏肉	20%
	内臓肉	-
	その他	-
総菜・弁当・加工品等	50%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	国産黒毛和牛
	販売品目	-
	生鮮豚肉 銘柄等	国産
	販売品目	-
	生鮮鶏肉 銘柄等	国産
	販売品目	-
	内臓肉	国産
	販売品目	-
	その他生鮮食肉 銘柄等	-
	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	20アイテム	

地元・山形の需要に応え、お客に寄り添う精肉店

肉のくろぬま

山形県東村山郡



山形県のスーパー内に出店している「肉のくろぬま」

に移り変わることに
なった。

祖父、父から事業を継承した現社長・黒沼望氏は山形県内に4店舗を展開しており、食肉製品の販売を通じて地域住人の生活を支えている。今回は、父の代にオープンしたという「中山店」を中心に紹介する。

4店舗のうち、「中山店」と「食品館256店」はスーパーマーケット内に出店している。中山店は第1号店にあり、およそ30年の歴史を持つ。主婦層をはじめとする幅広いお客が通う、質の良い肉を買える評判の精肉店だ。同店の売上

山形県東村山郡の黒沼畜産株が運営する精肉店「肉のくろぬま」は、1948年から80年近くも事業を継続している食肉企業だ。代表者の祖父でもある初代社長が始めた馬喰が会社の起源であり、牛の売買・仲介を担う商売から、卸売、一般小売と徐々に事業を拡大。父の代、つまり2代目になると小売販売がさらに強化され、地元での人気に火が着き、店頭売りを軸とする現在の業態



3代目・黒沼社長の下、現在は4店舗を経営中

構成比をみると、精肉、総菜・加工品類はおよそ5割ずつ。精肉のうち、牛肉が40%、豚肉と鶏肉がそれぞれ25%、内臓肉が残り10%程度を占める。

いずれの畜種も主に国産品を用意しており、その中でもメインに据えるのは、山形の自然に育まれた滋味深い県産品。牛肉は「山形牛」、豚肉は「庄内豚」、鶏肉は「やまがた最上どり」と、魅力的



なラインアップになっている。

山形牛はすき焼き、ステーキ、焼き肉といずれの用途でも好評。豚肉は「塩こうじ漬け」「西京漬け」「柚子こしょう漬け」とみそ漬けのレポートリーが豊富で、よく売れている。季節感をもたらず華やかもあるため、ギフトとしてもお客からのニーズは高い。日頃の買い物にとどまらず、「こぞ」で頼られる店といえる。

その他、総菜品の売り上げも好調。月に1回は新しい味付けで商品開発するというから揚げは特に人気で、売れ筋商品の一つだ。近年はしばらく内食需要の高まりが見受けられる中、オードブルも「焼き肉オードブル」と「総菜オードブル」のバリエーションで人



名物のみそ漬けはレポートリーが豊富



「山形牛」などの県産品を中心に取りそろえる



気を博し、クリスマスチキンなどの季節モノも豊富。品ぞろえのパターンが変わることが多いため、お客としては定期的に通うことが楽しみとなる。これも集客につながる大きな要素だ。

同店は、秋の風物詩「芋煮会」の時期にも活躍する。5万円以上の注文をした人に対して、芋煮およびバーベキューの出張サービスを提供しており、県内各所にカッ



新商品や特売で、日々の販売にアレンジを加えている

から揚げをはじめ、総菜類は売れ行き好調

に相應る点でも地元で親しまれている。

先述した4店舗に加え、焼き肉店の「王様の焼肉くろぬま」「焼肉ホルモンおうじ」「大衆焼肉酒場けむすけ」も運営している。同級生との共同経営で、運営会社は別になっているが、黒沼畜産が厳選した自慢の肉を提供している。

また、経営している4店舗につ

トした肉や芋などの食材を配達している。その上で、必要な機材の準備、ごみの回収も担い、お客は同店に丸投げすることで手間を省けることとして重宝。もちろん、便利さだけでなく、肉のおいしさも抜群だ。

なお、山形県の文化ともいえる芋煮は、ちょうど同店が位置する東村山郡中山町が発祥の地とされている。特別な製法で仕上げたレトルト商品「いも煮会発祥の地 中山町の山形牛いも煮」も販売しており、レトルトとは思えない素材のおいしさを残した味わいが支持されるなど、地域特有のニーズ

から揚げをはじめ、総菜類は売れ行き好調



地元根付く「芋煮会」では、配達サービスやレトルト商品を提供

近年はオードブルも人気を博す

いては「中山店」の他、2019年に「寒河江店」、22年に「山形南店」、25年に「食品館256店」をオープン。黒沼社長はひとまずは現状の4店舗の経営に集中し、とりわけ昨年始めたばかりの「食品館256店」は早々に軌道に乗せたいと語る。どの店舗でもお客の支持を得ているのは間違いなく、今後も引き続き良質な肉を届けていくだろう。

SHOP DATA

店舗名	肉のくろぬま
代表者名	黒沼 望
住所	〒990-0401 山形県東村山郡中山町長崎 103
連絡先	電話 023-662-3387
	FAX 023-662-2534
	ホームページ http://kuronuma.jp/
	メールアドレス -
営業時間	9:30 ~ 18:30
定休日	無
立地	鉄道路線 JR 左沢線
	駅名 羽前長崎駅
	徒歩 15分
	バス -
	商店街名 -
競合店(スーパーなど)の有無	無
店舗の沿革	創業年 平成 23年
	創業者名 黒沼 健

主な客層	年齢層	50代女性を中心に幅広い世代
	男女別女性客	70%
	男性客	30%
	客単価	約 2,000 円
販路	店頭売り	80%
	配達、納め	20%
	その他	-
	販売形態	対面・計量販売(中山店)
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	50%
	牛肉	40%
	豚肉	25%
	鶏肉	25%
	内臓肉	10%
	その他	-
総菜・弁当・加工品等	50%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	山形牛
	販売品目	-
	生鮮豚肉 銘柄等	庄内豚
	販売品目	-
	生鮮鶏肉 銘柄等	山形県産
	販売品目	-
	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	-	

善光寺近隣で人気を博し、飲食店としても評判を呼ぶ

肉の店 牛見

長野県長野市

多くの参拝客でにぎわう長野市・善光寺に程近い老舗精肉店「肉の店 牛見」は創業80年を超え、地元住人に長く愛され続けている。その一方で、石坂康氏が代表に就任してから店の経営は少しずつ変化を遂げ、3年前には店舗のリニューアルを行い、文字通り姿を変えた。

内装、外装はいずれも刷新されている。以前は大きな精肉ショーケースを置き、野菜や一般食品生活品を並べ、コンビニのような機能も持ち合わせていたが、リニューアルに伴って販売点数を限定。現在でも一部の野菜や調味料をそろえてはいるものの、肉・総菜により特

化したショップとなったといえる。

周辺に建つスーパーマーケットとは競合相手というよりは、どちらかといえば、ともに周辺エリアを盛り上げる仲間のような関係性だ。その反面、スーパーとは異なる客層への販売を行う上で、管理を徹底した質の高い商品を届けることで差別化を狙う。その他、石坂社長はお客とのコミュニケーションを重視しており、その点でも専門店らしい雰囲気や魅力が作られている。

販売アイテムに目を向けると、揚げ物が人気で、売り上げの6割を占めているのが総菜だ。長野駅方面から善光寺に向かうまでの「善光寺仲見世通」は食べ歩きができるスポットで、ほぼその道中に店舗を構える同店では、手軽に味わえるコロッケが長く看板メニューの一つとなっ



約3年前、4代目の石坂康社長が店舗をリニューアル



④、⑤長野市・善光寺に近いエリアで店を構える「肉の店 牛見」



ている。

売上げの残り4割にあたる精肉については、牛肉は主に信州牛を取り扱い、豚肉も同じく長野県産を重用。加工品でも軽井沢ソーセージなどの県産を用意している。

なお、精肉店としての役割は、

同店が備える機能のおよそ半分。もう半分の機能は、リニューアルに際して併設された、おいしいランチを提供するイートインスペース（レストラン）だ。飲食も楽しめる食肉専門店には長野市内にはおそろしく他になく、同店が唯一無二の存在だともされている。

石坂社長は、先代から店を引き継ぐまでの期間は長野駅付近でレストランを経営しており、当時も同店から肉を仕入れていたという。その経験の中で得たノウハウは、舞台を変えて今でも発揮されているというのだ。また、以前のレストランのファンが来店することも多く、かつての飲食店経営が、現在の店を活気付けることにもつながっている。

さらに、自店で運営しているインスタグラムに加え、料理を

味わたったお客が次々とSNSに投稿することで評判を呼び、遠方か



コロッケなどの総菜が大人気。食べ歩き用に買う観光客も多い



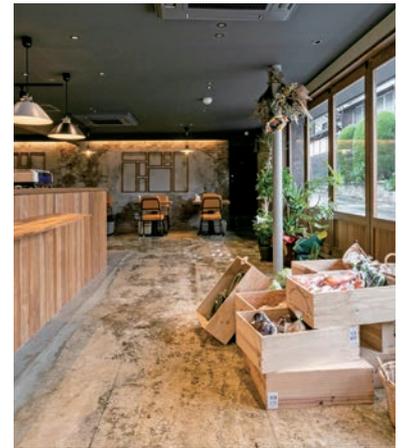
精肉は長野県産を中心にラインアップ



ら善光寺にやって来た人の中で、同店にも足を運ぶケースが増えてきている。

売れ筋メニューは「牛カツ定食」。中心に赤みを残し、肉のうまみを味わえる逸品だ。また、テイクアウトができる「USHIMI I サンド」も売れ行き好調で、食べ応えのある分厚い肉とマスタードがクセなる定番商品となっている。

また、地元の人々に親しまれる店ではあるが、イトインには観光客も多く来店する。お客は8割ほどが女性だが、高齢者もいれば、20代の若い年代にも好評。



④、⑤⑥、⑦⑧精肉・総菜やその他商品に加え、リニューアルに合わせて飲食スペースも

リニューアルを機に外観が変わり、観光地の雰囲気に合わせてながら、オシャレな店構えとなったことが、若い年齢層を集客できる理由の一つだろう。

今後見据えるのは、まずは現状維持。このまま安定して経営を続けていくためには、時代の流れに合わせつつ、その時々で取り組めることに挑戦し



「USHIMIサンド」はイトインでもテイクアウトでも

精力的な活動が実を結んでいる。日頃の店舗運営に努めながら、常にアンテナを張り、チャレンジの機会を窺っていると石坂社長は語る。

なければならぬ。たとえば、同店はこれまで、そして今年も、信州エリアの催事に出店し、東京都、神奈川県、静岡県と各地域でも数多くの総菜やサンドイッチを販売してきた。その盛り上がりがきっかけで全国放送のテレビ番組で店舗が紹介されるなど、

SHOP DATA

店舗名	肉の店 牛見
代表者名	石坂 康
住所	〒380-0852 長野県長野市長野東之門町 429
連絡先	電話 026-234-0175
	FAX -
	ホームページ https://www.ushimiseinkuter.jp
	メールアドレス -
営業時間	10:30~17:30(ランチLO 11:30~14:00)
定休日	毎月1日・隔週日曜日
立地	鉄道路線 長野電鉄長野線
	駅名 善光寺下駅
	徒歩 -
	バス -
	商店街名 -
競合店(スーパーなど)の有無	有
店舗の沿革	創業年 昭和18年
	創業者名 -

主な客層	年齢層	20~70代
	男女別女性客	70~80%
	男性客	20~30%
	客単価	約3,000円
販路	店頭売り	50%
	配達、納め	50%
	その他	-
	販売形態	対面・計量販売
仕入形態	牛	パーツ仕入れ
	仕入先	-
	豚	パーツ仕入れ
	仕入先	-
売上構成比	精肉	40%
	牛肉	25%
	豚肉	50%
	鶏肉	25%
	内臓肉	-
	その他	-
総菜・弁当・加工品等	60%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	信州牛ほか、国産牛
	販売品目	-
	生鮮豚肉 銘柄等	上州もち豚ほか、長野県産
	販売品目	-
	生鮮鶏肉 銘柄等	-
	販売品目	-
	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	-	

黒毛和牛を廉価販売、独自製法のさいぼしも好評

正直屋

滋賀県米原市

米原市は滋賀県東北部地域の中心に位置する人口約3.8万人ほどの地方都市。近畿・中部・北陸の結節点に位置する全国屈指の交通の要衝として、古くから時の為政者が地政学的見地から非常に重視してきた地域であり、彦根・長浜に連なる城下町の一角として栄え、現在も多くの史跡が残

されている。また、県内最高峰で日本百名山の二つでもある伊吹山の麓にあり、伊吹山地の森林の周囲には醒井峽谷などの景勝地も多く点在。天の川が流れる長岡地区二帯はゲンジボタルの一大発生地として全国で唯一、特別天然記念物に指定されているほど自然豊かな地域でもある。



左から、土田志名子さん、土田純也さん、西澤遥香さん、土田海也さん、竹内萌々香さん(写真中央奥が土田社長)

この米原市の中心部、米原駅から関ヶ原方面に5kmほど向かった国道21号線沿いに店舗を構えるのが今回紹介する「正直屋」(土田大輔社長)。上質な和牛肉を中心に買い求めやすい価格で販売し、隣接する焼肉店と併せて県内外から支持を得ている食肉専門店だ。



牛肉は和牛のみを販売、離にこだわる

同店の創業は昭和30年代で当初は鶏肉販売からスタートしたという。現在の場所到店を構えたのは約40年前。そこから時代の変遷とともに徐々に牛肉販売にシフトし、昭和50年代からは精肉店に隣接した焼肉店「しょうじき亭」を開業した。3代目となる大輔社長になってからは平成22年に法人化し、徐々に業容は拡大。近年は卸事業に注

力しており、現在の構成比率は卸が小売の売り上げに近づいてきているという。店舗はメインのショーケースと、バック販売用の冷蔵ケース、平型の冷凍ストッカーというシンプルな構成。精肉の売り上げの構成比率は約9割が牛肉。豚と鶏は1割ほどだという。メインとなる牛肉は全量が黒毛和牛。卸業者からパーツで仕入れており、近江牛のほか、宮崎や鹿児島など九州産の和牛を主に扱う。総菜類は揚げ物などを販売し、弁当類も豚カツや焼肉弁当など、注文を受ければ対応する。牛肉の価格帯は450円〜2000円ほど。和牛のみの商品構成としてはかなり廉価で販売している印象を受ける。隣接する焼肉店においても同様で、4000円台で和牛の焼肉コースを提供。駅までのマイクロボスでの送迎も代金に含まれるため、コストパフォーマンスの高さから団体客の需要も多いという。

精肉の売れ筋商品は和牛モモ肉を適量にカットした「ヘルシーステーキ」(グラム780円)。近年の赤身志向の高まりもあり、サシと赤身のバランスが良いと好評を

らスタートしたという。現在の場所到店を構えたのは約40年前。そこから時代の変遷とともに徐々に牛肉販売にシフトし、昭和50年代からは精肉店に隣接した焼肉店「しょうじき亭」を開業した。3代目となる大輔社長になってからは平成22年に法人化し、徐々に業容は拡大。近年は卸事業に注



④店舗外観、2026年9月に新装を予定 ⑤⑥米原市では食肉専門店は珍しいそうだ ⑦⑧店舗横には焼肉店を併設し、そちらも好評を博す



⑤ OEMで自社ブランドの加工品も販売



⑥ 食肉加工品



トランの需要回
か、ホテル・レス
団地があるほ
隣地域は工業
す土田社長。近
手ごたえを話
する卸事業の
「取引が広がっ
ている」と、注力
している。注力
する卸事業の
手ごたえを話
す土田社長。近
隣地域は工業
団地があるほ
か、ホテル・レス
トランの需要回

博している。
看板商品は、独自の伝統的な製法で作られてきた馬の燻製肉「さいまし」。馬のモモ肉を寝かせて塩漬けし、じっくりと約8時間も燻製して作るさいましは、作っただけから売り切れる大人気商品で生産が追いつかないほど。さいましのために遠方から来店し、1回の購入で10kg以上買い求める客もいるほどで、週に400kg近く販売する同店のキラーコンテンツとなっている。
コロナ禍では隣接する焼肉店の売り上げは半分程度に大きく減少したが、小売事業については果敢もり需要もあり、さいましなども含めて売り上げが大きく伸ばした。現在、店舗は家族経営で、既に後継として子息の純也さん、海也さんの2人が店舗スタッフと

して従事しているが、2人とも食肉学校を卒業し、他地域の有名精肉店で修行した上で家業に入ったという。「2人が入ってきて、LINEやインスタグラムなどのSNSを使つての販促を開始したことで若い方も多く来店するようになった」と若い力の効用を話す。また、調理師学校を卒業した息女もいることから、将来的には「総菜部門を充実させてくれたら嬉しい」とのことだ。
このように次代の担い手が順調に育ってきていることもあり、業容のさらなる拡大にも熱心で「遅い時間に急に連絡が来ることもある。皆が面倒くさがることにも対応しているからなのか、各方面から自然と声をかけていただいている」と、注力している。注力する卸事業の手ごたえを話す土田社長。近隣地域は工業団地があるほか、ホテル・レストランの需要回



カットステーキ材なども人気。週末には多くの客が来訪する



各種のタレを販売

復や、バーベキュー場の開設などアフターコロナの追い風で活況を呈しており、納品先も急増しているようだ。現在、店舗横の土地を市から取得し、加工場も設けた新店舗を建設中。9月に新装予定となる。

SHOP DATA

店舗名	株式会社正直屋	
代表者名	土田 大輔	
住所	〒521-0022 滋賀県米原市樋口402-1	
連絡先	電話	0749-54-0401
	FAX	—
	ホームページ	https://shojikiya-maibara.com
	メールアドレス	—
営業時間	9:00～19:00	
定休日	火曜日、毎月第3月曜日	
立地	鉄道路線	JR 東海道本線
	駅名	米原駅
	徒歩	30分
	バス	—
	商店街名	—
競合店(スーパーなど)の有無	有	
店舗の沿革・歴史	創業年	昭和30年代
	創業者名	—

主な客層	年齢層	40～70代
	男女別女性客	50%
	男性客	50%
販路	店頭売り	60%
	配達、納め	40%
	その他	—
	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	パーツ仕入れ
売上構成比	仕入先	卸から仕入れ
	精肉	70%
	牛肉	65%
	豚肉	25%
	鶏肉	5%
	内臓肉	5%
	その他	—
総菜・弁当・加工品等	30%	

品ぞろえ	生鮮牛肉銘柄等	近江牛、黒毛和牛(九州産中心)
	販売品目	20アイテム
	生鮮豚肉銘柄等	国産
	販売品目	—
	生鮮鶏肉銘柄等	国産鶏、親鶏
	販売品目	—
	内臓肉	—
	販売品目	—
	その他生鮮食肉銘柄等	—
	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	10アイテム	

明治から続く伝統の食肉専門店、時代の変化に合わせて対応

大井肉店 本店

兵庫県神戸市

以上の長期肥育
をしていること
もあって味が良
く、鹿の仔牛目

現存する食肉専門店の中でも
間違いなく最古の部類に入る(株)
大井肉店。創業は1871年(明
治4年)だが、実際はその前から
肉を生業としていた。まさに日本

の食肉の歴史を代表する老舗で、
食肉業界関係者なら誰もが知る
名店だ。

JR「神戸駅」近くに位置する
本店は、創業時から同じ場所に

位置する。そのほか神戸の百貨店
の「神戸阪急」「大丸神戸店」、大
阪の百貨店の「阪神梅田本店」内
に支店を持つ。

本店と各支店では地域の特性
を生かし、品ぞろえを少し変えて
いる。特に大きな違いとしては、
神戸は霜降り肉の需要が少ない
方、大阪では霜降りの需要が比較
的高いことだとしている。

本店は1
階が精肉売
り場で、2、
3階が事務

所。4〜5階がレストランとなつて
いる。本店の精肉売り場は2台の
対面ケースで構成されており、箱
型の冷蔵ケース、冷凍ケースも陳
列している。

本店で取り扱うのは牛、豚肉と
加工品。うち牛肉は主に3種類の
商品を展開している。

一つが同社を代表する自社ブラ
ンド牛「鹿の仔牛」。九州の川本
畜産と提携して生産しており、B
MS No.11〜12が中心で、鹿の子模
様の「小ザシ」が特長。無理なビタ
ミンコントロールをせず、32カ月齢

当てる顧客は多い。
ロースの構成比が高く、モモ抜
けも良い。枝肉重量500kg程
度を中心だが、これはステーキで
厚みを得るためや、スライサーで
加工しやすいサイズにするため
だ。

二つ目は「但馬蔓」。兵庫県西
脇市の柘田宗彦氏と提携して作る
「神戸ビーフ」の自社ブランド。ビ
タミンコントロールをしない昔なが
らの牛作りを行っている。

給餌している稲わらは酒米の山
田錦で、ビタミンを含む多くの栄
養素が含まれている一方、霜降り
肉作りには適さない。

ただ同社の岸田好純取締役は
「過度なビタミンコントロールは
牛の健康を損ない、肉の味もなくな
ってしまう。動物福

祉にも適さない。昨今
は霜降り牛肉がそれ
ほど求められていない
ことから、今の世代に
合った、おいしさにこ
だわった牛作りを行っ
ていただいている」と強
調する。

三つ目が、競り市場
や、卸業者から仕入

れる目利きに基づく牛肉。特に本
店は兵庫県産にこだわって仕入れ
ている。

仕入れ基準は4等級でなるべく
モモ抜けが良いもの。やはり適度
な霜降りにこだわりの、28カ月齢以
上を基準に仕入れているが、昨今
はそうした枝肉がほとんどなく、
仕入れは年々難しくなっていると
いう。

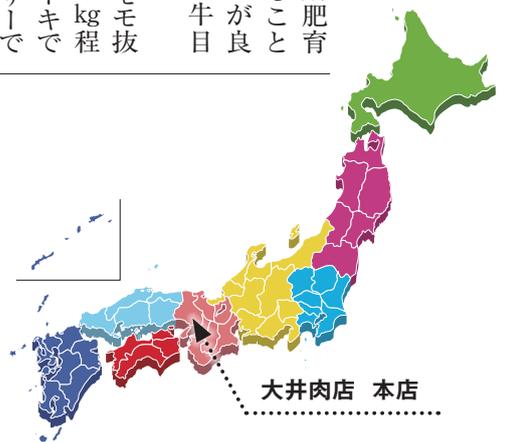
内臓肉は但馬蔓の内臓が入荷
するため、ハラミ、サガリなどはそ
のまま冷蔵販売し、それ以外の部
位は主に冷凍のホルモンミックスに



④歴史ある大井肉店の本店。同社で主に仕入れを担当している岸田好純取締役 ⑤2020年にリニューアルした本店は伝統にとらわれないモダンな内装



明治から伝わる伝統の佃煮「しぐれ」





本店の豚肉は「伊予いも豚」を使用している



同社を代表する自社ブランド牛「鹿の仔牛」



昔ながらの神戸ビーフを標ぼうしている「但馬蔓」

している。家庭で簡単に食べられるよう念入りに洗浄処理し、隠し包丁も入れて食べやすくして

ることから非常に人気が高く、すぐに売り切れる。豚肉は、本店は「伊予いも豚」を使用。サツマイモを配合した飼料を給餌しており、甘みが特長。支店は黒豚、あくぐーを使用している。

そのほか加工品製造にも力を入れている。代表格となるのが明治時代から作り続けている佃煮の「しぐれ」。牛肉以外には、砂糖、水飴、しょうゆしか用いておらず、まさに伝統の製法による人気商品。

それ以外にも冷凍ハンバーグ、レトルトカレー・シチュー・ハンバーグといったレトルト商品の売れ行きも良い。「肉がたくさん入っていないとカレーじゃない」という岸田取締役のこだわりから、たっぷり肉を入れており、原価は高いが「やっぱり大井肉店だな」といつてもらえる商品だとしている。

同社の強みは、変化を恐れない姿勢だ。長い伝統を持つ店舗も、伝統に縛られてしまふと時代に取られ残される。同店では、長い歴史の中で、それぞれの時代のニーズに合わせて商品やイメージを変えている。今の時代でいえば、霜降りから赤身志向への変化。「かつては贈答用も多かったため見



明治4年創業は食肉専門店の元祖といえる



御料肉として昭和天皇にも献上



明治時代は当時珍しい洋館風の店舗だった

栄えが求められたが、現代は「自分が食べたいものを、しっかりと選んで買う時代」と岸田取締役。この取り組みが奏功している最良の事例が、ロースの売れ行きが良いことだ。近年はロースが売りづらい時代といわれているものの、同店の場合にはロースから売れていく。「健康的に育ったおいしい肉を食べていただくことが何より大事だ」と岸田取締役は話す。

SHOP DATA

店舗名	大井肉店 本店	
代表者名	岸田 伊之助	
住所	〒650-0022 兵庫県神戸市中央区元町通7-2-5	
連絡先	電話	078-351-1011
	FAX	078-351-5494
	ホームページ	https://www.oi-nikuten.co.jp
	メールアドレス	—
営業時間	月曜～土曜日10:00～18:30(日曜日10:00～17:00)	
定休日	1/1、1/2	
立地	鉄道路線	JR 神戸線
	駅名	神戸駅
	徒歩	5分
	バス	—
	商店街名	—
革・店舗の歴史	創業年	明治4年
	創業者名	岸田 伊之助

主な客層	年齢層	40～80代
	男女別女性客	80%
	男性客	20%
	客単価	約5,000円
販路	店頭売り	80%
	配達、納め	20%
	その他	—
	販売形態	対面・バック販売
仕入形態	牛	枝肉・パーツ仕入れ
	仕入先	卸・市場・生産者相対で仕入れ
	豚	パーツ仕入
	仕入先	卸・生産者相対で仕入れ
売上構成比	精肉	90%
	牛肉	78%
	豚肉	20%
	鶏肉	2%
	内臓肉	—
	その他	—
総菜・弁当・加工品等	10%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	但馬蔓、鹿の仔牛
	販売品目	—
	生鮮豚肉 銘柄等	伊予いも豚
	販売品目	—
	生鮮鶏肉 銘柄等	—
	販売品目	—
	内臓肉	—
	販売品目	—
	その他生鮮食肉 銘柄等	—
	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	—	

「土佐あかうし」の主要販売店、オリジナルの「手羽先」も大人気

三谷ミート

高知県香美市



④香美市で人気を博す「三谷ミート」 ⑤店内はオーソドックスな陳列スタイル

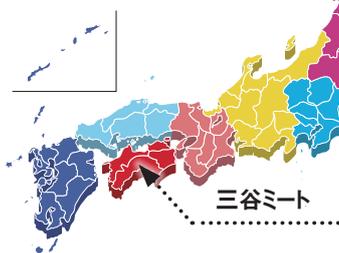
いる。

その香美市の土佐山田町で食肉専門店を営むのが今回紹介する「三谷ミート」。県産の和牛ブランド「土佐あかうし」の主要販売事業者として域内外に広く知られている有力専門店だ。

同社の事業構成は卸事業が6割で小売が4割ほど。昭和47年に創業し、52年に法人化。そこから約半世紀にわたり、営業を続けている。経営は三谷勝義社長と実弟の高志専務が担

うシンプルな構成。

売上構成は牛肉が約6割強で豚肉が3割弱。残りは加工品。



三谷ミート

総業類が占める形。牛肉は土佐あかうしが大半で一部、国産牛を扱う。牛肉の価格帯は320円（国産牛コマ切れ）から1250円（土佐あかうしロースすき焼き用）。地域は年間を通じて焼き肉用がよく売れる地域ということで、夏場をすぎてもスライス材よりも焼き材をメインに陳列しているそう。売れ筋アイテムは土佐あかうし焼肉用カルビ（税込700円）、ロースすき焼き用（税込1250円）、モモステーキ用（税込700円）など。

豚肉についても県産ブランド「四万十ポーク」を取り扱っている。

高知県香美市は平成18年に土佐山田町・香北町・物部村が合併して誕生した都市で、高知県の面積の7.6%に及ぶ広い面積を有している。高知市中心部から約10

kmほどに位置し、のどかな雰囲気を持ちながらも、生活インフラに不自由が少ないバランスの良い暮らしができるエリアとして、近年は都市部からの移住先としても注目を集めている。

また、アンパンマンの産みの親であるやなせたかし氏の故郷としても有名で、昨年NHKの朝ドラ「あんぱん」の舞台にもなったことから、大いに注目を集



店舗の実務全般を担当する、三谷新吾主任

め、アンパンマンミュージアムや生家跡に立つ墓地公園は人気の観光名所となつて

も注目を集めている。また、アンパンマンの産みの親であるやなせたかし氏の故郷としても有名で、昨年NHKの朝ドラ「あんぱん」の舞台にもなったことから、大いに注目を集

め、アンパンマンミュージアムや生家跡に立つ墓地公園は人気の観光名所となつて



④牛肉はほぼ全量が土佐あかうしを扱っている ⑤地域柄、焼き肉材は通年売れる人気商品



繁忙期は1日600kg以上を販売する大人気の手羽先



豚は四万十ポークを販売

る。四万十町の豊かな水と自然の恵みを受けて飼養される豚肉は、柔らかな肉質と良質な脂肪が特徴で肉の甘味とうま味が強く感じられる豚肉として人気を博す。価格帯はバラ、カタロース、ロースがそれぞれ240円。そのほか、鶏肉は国産鶏を使用し、内臓は国産と豪州産、米国産の輸入物を取り扱う。

一方、土佐あかうしと並んで、同社の「看板商品」とも言えるのが鶏の揚げ物。その中でも創業以来、製造方法と味付けを変えずに販売している手羽先は1kg(17(18本)1300円で販売しており、地元の名物グルメとして、抜群の人気を誇っている。取材時は平日の昼間であったが、引きも切らず客が訪れ、大半が手羽先を買い求めている。高志専務の子息である三谷新吾主任は「高知は盆や正月などに皆が集まり酒を沢山飲むという昔ながらの宴会の風習が根強く残っている。手羽先は少し濃い目の味付けで提供しており、酒のアテとして年末などは一人で10kg購入するお客様もいる」と話す。平常時でも150kgを販売。クリスマスや年末はフライヤーを店外に増設し、朝から閉店までひたすら揚げ続けるほどの盛況で、1日に600kg以上を販売するというから驚きた。

現状の課題は、土佐あかうしの供給面。同社は土佐あかうしの生産頭数の過半数を取り扱う主



オリジナルのタレ



冷蔵ケースではハンバーグ、ローストビーフなどを販売

要事業者。これまでの地道な販促活動や赤身志向の高まりなどもあり、近年、同牛の引き合いは着実に増加。黒毛和牛と明確な差別化ができることから海外からの注目度も高く、同社も輸出に意欲的だが、生産者の高齢化も進む中、供給面の課題が依然として残る。「最近では黒毛和牛と同等かそれ以上の価格で取引されるようになり、若い生産者も出てきているが、なかなか急激には増えていかない。あかうしの認知度も高くなってくれば、今よりも高い値段で買うことができる。行政とも連携しながらブランド力を向上させていきたい」と意気込みを話す。

SHOP DATA

店舗名	株式会社三谷ミート
代表者名	三谷 勝義
住所	〒782-0039 高知県香美市土佐山田町堺町11-3
連絡先	電話 0887-53-5125
	FAX 0887-53-5127
	ホームページ https://m-meat.jp
	メールアドレス info@m-meat.jp
営業時間	9:00 ~ 19:00
定休日	水曜日
立地	鉄道路線 JR 四国土讃線
	駅名 土佐山田駅
	徒歩 15分
	バス -
	商店街名 -
競合店(スーパーなど)の有無	有
店舗の沿革・歴史	創業年 昭和47年
	創業者名 三谷 進一

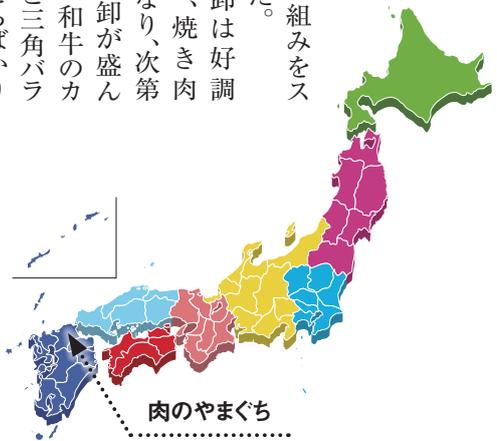
主な客層	年齢層	50 ~ 70代
	男女別女性客	50%
	男性客	50%
	客単価	約2,000円
販路	店頭売り	40%
	配達、納め	60%
	その他	-
	販売形態	対面・計量販売
仕入形態	牛	枝肉仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
	豚	枝肉仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
売上構成比	精肉	70%
	牛肉	65%
	豚肉	20%
	鶏肉	10%
	内臓肉	5%
	その他	-
総菜・弁当・加工品等	30%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	土佐あかうし
	販売品目	20アイテム
	生鮮豚肉 銘柄等	四万十ポーク
	販売品目	8アイテム
	生鮮鶏肉 銘柄等	-
	販売品目	8アイテム
	内臓肉	土佐あかうし
	販売品目	2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	10アイテム	

週2回のびっくり市が大人気、
和牛商品の3ヶ旬価格が強み

肉のやまぐち

福岡県北九州市



ればあるほど、
リーズナブルさを
求めて顧客が
増えてきている
のだという。

金・土のみと
いう変則的な
営業の同社のス
タッフの業務内
容としては月・
火曜日は卸向
けの対応と、び
っくり市の仕込
み中心。水曜日
は休日、木曜
日は朝からびっ
くり市の仕込み。金・土曜日はび
っくり市の対応。日曜日が休日と
なっている。

売り場商品の特徴は、仕入れ
を厳選していること。和牛で扱っ
ているのはヒレ、ブリスケ、カタ、ラムイ
チ、スネのみ。いわゆる王道のサーロ
インやカタロースは扱わない。バラは
ブリスケだけ、モモもラムイチ以外
は使わない。

サーロインを扱っていないため、
通常サーロインが担っているステー
キ材は、代わりにイチボステーキ
100g税込み1080円やラ
ンプ芯ステーキ951円を提案。
「イチボはサーロイン以上のおいし
さがある。何も高いサーロインを使
わなくても、おいしいステーキが作
れ、お客からも支持をいただける」と
深堀社長は強調する。

うと取り組みをス
タートした。
業務卸は好調
だったが、焼き肉
ブームとなり、次第
に焼き肉卸が盛ん
になると、和牛のカ
タロースと三角バラ
の良いところばかり
売れ、残りのカタロースのネット側や
ブリスケがどんどん残っていく。こ
の残った肉をびっくり市でリーズナ
ブルに販売すると、飛ぶように売
れたことから「良いものを手が届
く価格で提供すると、若い人でも
来てくれる」ということが分かった」と
深堀社長はびっくり市の可能性
に気づいた。

びっくり市を始めた当初は輸
入肉中心で、業務用に手が取られ
「おまけでやっているような商売
で、あまりパツとしなかった」と話
す。それを和牛中心に切り替えて
いき、現在の行列店を作り上げて
いった。

卸業務は、リーマンショックやコロ
ナ、最近では物価高など、何かがあ
るとそれに影響され、売り上げが
変動してしまう。しかし小売はむ
しろ物価高などの悪いニュースがあ



⑥アイデア力を武器に独自の商品を展開する深堀社長 ⑤④行列ができる人気の「肉のやまぐち」 ③①小売は金・土曜日の営業

福岡県北九州市に店を構える
「肉のやまぐち」(山口商事株)深
堀勇社長)の小売販売は、金・土曜
日の営業のみのいわゆる「ジャンボ
市」「びっくり市」と呼ばれる業態。
同社ではこのうち「びっくり市」と
呼称している。
住宅街に位置するものの、郊外
で最寄り駅から少し距離があ
り、特に立地に優れているというこ
とはないが、営業日は遠方も含め
て多数が来店し、軒並み買い物か
ご一杯に購買。表には行列ができ
人気ぶりとなっている。
深堀社長の父である先代が経
営していた際は、現店舗の近隣の
市場に店舗があった。しかし時代
の流れとともに、食品スーパーが台
頭すると市場も衰退。
これを受けて深堀社長は
1983年(昭和58年)に、現在の
地に加工場を建設。元々は自社の
養豚場だったが、周辺が住宅地に
なるに連れ養豚ができなくなっ
てきたことから離農していた。
加工場は業務用に注力するた
めに建てたもので、当初は業務の
ほとんどを卸とする考えで、これ
までの市場の一般客用に週2回のみ
びっくり市として小売営業をしよ



①切り落としは周囲の脂をきれいに除去して商品化 ②焼き肉用も周囲の脂をきれいに除去している ③ヒレステーキは極上霜降り肉を陳列

素材は、カタ794円を活用。「霜降りがしっかりと入ったカタを使えば、サーロインの代わりのイチボステーキのように、リーズナブルにステーキ商品ができる」としている。そして同店の商品作りの根幹を担っているのがブリスケだ。焼き肉、すき焼き、切り落とし、煮込みといった主力を398〜598円で販売するほか、厚切りにしてス



売れ筋の和牛イチボステーキ

のみを活用する理由は、やはり原価のリーズナブルさにある。加えてこれらの部位は、仕入れた個体ごとの歩留まりや霜降り度合いにバラツキが少ないことも強みだという。このため原価率が安定し、利益を見込みやすい。商品は複数の卸先から吟味して仕入れており、各卸業者も競うように良い品物を納品してくれる

ステーキも作るなど、あらゆるアイテムをブリスケで賄っている。すき焼きや切り落としにする際は脂を適度に除去し、あつさりや食べやすくなるよう商品化。焼き肉、ステーキは筋切り器を活用することで、食感が硬くないように工夫をしている。こうした部位

トモバラの表面にあるカッパを焼き肉やスジにして販売している他、和牛のブリスケや豚バラの裏側についているリブフィンガーを商品化したものなど、他社にみられない商品提案。

鶏肉については、朝に骨抜きしたものや真空パックなしで納品できる限り鮮度が良い状態にすることで、「とにかくおいしい鶏肉を提供したいと考えている」と深堀社長。常識にとらわれない独自の商品開発を強みに実績を伸ばす同社だが、現在も新商品開発に余念がない。「新しい食べ方や、今まで店頭になかった商品づくりを、常に料理の本をみながら研究している」としている。

「新しい商品の開発はまだできると思っている。新商品があればあるほど、宣伝をしなくてもお客が来てくれる」と深堀社長は笑顔で話す。

SHOP DATA

店舗名	肉のやまぐち 山口商事株式会社
代表者名	深堀 勇
住所	〒800-0051 福岡県北九州市門司区下馬寄8-19
連絡先	電話 093-381-4303
	FAX 093-381-4620
	ホームページ -
	メールアドレス -
営業時間	10:00 ~ 18:00
定休日	月曜～木曜日、日曜日
立地	鉄道路線 JR 鹿児島本線
	駅名 門司駅
	徒歩 15分
	バス 3分
	商店街名 -
競合店(スーパーなど)の有無	-
店舗の沿革	創業年 昭和28年
	創業者名 山口 一夫

主な客層	年齢層	30～60代
	男女別女性客	90%
	男性客	10%
	客単価	約3,700円
販路	店頭売り	-
	配達、納め	-
	その他	-
	販売形態	対面・パック販売
仕入形態	牛	パーツ仕入れ
	仕入先	卸から仕入れ
	豚	枝肉・パーツ仕入れ
売上構成比	仕入先	市場から仕入れ
	精肉	95%
	牛肉	60%
	豚肉	25%
	鶏肉	13%
	内臓肉	2%
その他	-	
総菜・弁当・加工品等	5%	

品ぞろえ	生鮮牛肉 銘柄等	九州産黒毛和牛
	販売品目	20アイテム
	生鮮豚肉 銘柄等	福岡県産ハイポー
	販売品目	15アイテム
	生鮮鶏肉 銘柄等	九州産
	販売品目	12アイテム
	内臓肉	国産
	販売品目	6アイテム
	その他生鮮食肉 銘柄等	-
	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	1アイテム	

MEET MEAT

SUCCESS STORIES



活カ 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7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)
岡 史郎 (全国食肉事業協同組合連合会)
岡田 万里子 (全国食肉事業協同組合連合会)
村田 稔 (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ます。



**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7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/>