

○食鳥肉販売業の現況について

第36回 厚生科学審議会生活衛生適正化分科会

令和2年10月27日

資料5

連合会名：全国食鳥肉生活衛生同業組合連合会

1. 業界(組合員)の経営環境について

業界(組合員)の経営資源の強み

鶏肉販売の専門店として地域密着で長年築いてきた顧客地盤と信頼
顧客のニーズに対応した専門技術による鶏肉加工での商品価値の高さ
顧客の要求や問い合わせに対応した料理法や鶏肉の知識の提供による接客ノウハウ

会員企業の9割近くが営業30年以上

業界(組合員)の経営資源の弱み

販売業態として特に小売専門店では零細企業が多く、地域密着型であるだけに強みもある反面、営業網の拡大が難しい。
業務卸形態も含め、経営者の高齢化や後継者不足での事業継承が課題。
人手の確保が近年特に厳しくなっている。

業界(組合員)を取り巻く環境 → (競合(大手等)、顧客、マクロ環境など)の良い状況

大型量販店や食品スーパーの進出の歴史に合わせ競合が厳しくなり、零細な食鳥小売店の数は減少傾向が続いている。そうした中でも健康志向の高まりを背景に扱う商品である鶏肉の需要は着実に伸長している。スーパー等との競合が厳しい中で、専門店としての技術や取り扱う商品の品揃えなどで、地域の顧客を確保している店も多く、専門店の価値を前面にしっかりアピールし、いい商品いいサービスを提供すれば、競合に打ち勝てる下地を有している。

業界(組合員)を取り巻く環境 → (競合(大手等)、顧客、マクロ環境など)の悪い状況

量販店等との価格競争の厳しさ。
人手不足による商品(加工惣菜含め)の手当や仕上げ作業が間に合わず、ビジネスチャンスを逃していることも少なくない。
また、都市集中しがちな人口変動や立地条件による売上減も見逃せない。

2. 振興指針に定められた事業の取組状況等

組合で策定する振興計画の作成に当たっての指導、振興計画の取組状況等の把握

振興計画を作成する際に、連合会としてはこれまでの好事例などを踏まえ提案するなど、作成に当たって相談にのっている。
各組合の認定された振興計画を提出してもらい、組合間での相互の取組の参考になっている。

組合への支援事業の取組状況

販促パンフレット等の作成配布
役員研修会の開催
生命共済制度の強化
顕彰制度の推進

特に成果が上がった事業(取組)

ポスターやチキンレシピ集、鶏肉に関するパンフレットの配布。
各組合で行う鶏肉料理講習会等で利用し、消費拡大につながっている。
専門店の存在や価値の啓発につながっている。

取組が難しい事業

零細規模の会員が多いため、全組合員参加型のイベント事業などの取組。
景況が悪いと施設や設備に対する投資が難しい。

改善方策

公庫等などの融資や各種計器対策を有効に活用する。