

現地視察（事務局）の概要

現地視察（食鳥肉販売業）の概要について

1. 視察日時 平成24年10月15日 13:00～16:00

2. 視察場所 東京都品川区大井、西五反田

3. 参加者（敬称略）

（参考人）	井元 弘（全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会会長）	
	齋藤 健彦（	〃 専務理事）
	中馬 充男（	〃 事務局長）
	石坂 直明（有限会社信濃屋社長）	
（厚生労働省）	依田 泰（健康局生活衛生課長）	ほか

4. 現地視察の趣旨

地域に密着して営業している食鳥肉販売業の経営実態等を視察（調査・研究）し、今後の生衛業の振興方策に係る議論に資することを目的とする。

5. 現地視察の概要

（1）（株）鳥芳（阪急阪神百貨店 大井食品館店）

○衛生的で明るい店づくり

店舗は、生肉販売と惣菜販売の2ヵ所に分かれており、対面販売を実施。いずれも大型のショーケースに明るい照明によって商品が照らされ、清潔で明るい店づくりが行われていた。生肉販売ブースの奥に衛生的に管理された加工調理場があり、その日に納品された新鮮な鶏肉の加工が行われていた。

○豊富な品揃えと多彩なメニュー

百貨店を利用する様々な客層を対象に豊富な品揃えが行われていた。生肉販売のブースでは、量り売りのほか、生肉が小分けされ1品ずつパック詰めとなった商品や、惣菜半製品や専門調味料が取り揃えられていた。また、鶏肉を使った料理のレシピも置かれていた。惣菜販売のブースでは、唐揚げや串ものなど多種多様な惣菜がショーケース内に整然と陳列されていた。惣菜毎にカロリー表示や使用添加物の表示が行われていた。

(2) (有)信濃屋

○単独店舗を効率よく活用した店づくり

店舗正面に惣菜や弁当類を中心にショウケースに陳列され、店舗横の奥まった場所に生肉販売のショウケースが配置され、単独店舗が効率的に活用されていた。揚げたての唐揚げなどの看板商品が通りから顧客の目を引きやすい店構えとなっていた。

○小売りと卸しを兼ねた幅広い客層に対応した店づくり

店舗正面では惣菜や弁当を会社関係者が購入する一方で、奥の生肉販売では、産地銘柄の国産鶏を付近の飲食店が買い求めるなど、一般の主婦等の消費者はもとより、地域に密着し、幅広い消費者が訪れていた。顧客に肉の部位に合わせた調理法を教示するなど、専門店としての特性も活かされていた。

(3) 現地視察後の参考人との意見交換の中で、次のような意見があった。

○専門店は質の良い国産物を取り扱っており、その分価格が少々高くなるが、価格が高くても購入してもらうためには、専門性や対面販売等の利点を活かし、大手では対応できない取組みが重要。

○よく売れることが経営の好循環を生む。

○今後は複数の専門店で共同して仕入れることも検討が必要ではないか。

○鶏肉には揚げる、焼くなどの多彩な調理方法があり、鶏肉の特性を活かした、高い商品力を持った料理の提供ができる。

○鶏肉は我が国の歴史のある食文化であり、国民が鶏肉のおいしい料理方法や鶏肉に関する知識を高めることは重要。

○組合において、一般消費者を対象とした講習会を開催し、鶏肉を使用した調理方法や鮮度の見分け方や特性など鶏肉に関する知識を広めていくことは、家庭での鶏肉の消費を高めることにもつながる。

○学校給食での使用を高めていくことも課題。





