

大橋商事 株式会社

既存製品の増産とECサイトによるブランド肉加工品自社販売への挑戦

EC市場拡大を背景にギフト部門では成長が続く一方で、新型コロナウイルスの影響を受け卸売部門では大幅に売上が減少している。本事業ではギフト部門の事業拡大に加え、新たにOEM先と共同開発したブランド肉加工品を大手ECサイトである「楽天市場」での自社販売を可能とする生産体制を構築し、感染症による危機を乗り越える。

■ 代表者	大橋 秀之	■ 所在地	〒605-0817 京都府京都市東山区松原通大和路西入弓矢町11番地
■ 設立	1979年9月8日	■ 実施場所	〒601-8354 京都市南区吉祥院仁木ノ森町4番5号（南加工センター）
■ 資本金	30,000千円	■ TEL/FAX	TEL. 075-541-1186 / FAX. 075-541-0888
■ 従業員数	23人	■ URL	http://www.ohashitei.co.jp/
■ 業 種	各種商品卸売業	■ E-mail	ohashitei@ohashitei.co.jp
		■ 得意分野	和牛肉加工卸販売

補助事業の目的、取組のきっかけ

◆ コロナ禍で飲食業向け卸売上が9割減

コロナ禍により、飲食業向け卸売上が前年比9割減という危機的な状況にありました。一方巣ごもり需要を受けて、当時EC市場は非常に活況でした。そこで、当社においてもかねてより構想していたカレーなど加工食品事業へ参入し、ECサイトで販売することを決意しました。

◆ 補助事業で加工能力5倍へ

コロナ禍で飲食業向け卸売上は減少していたものの、ギフト需要などが好調だったため、生産余力としては不足していませんでした。加工食品事業に参入するには、生産性を向上させ、生産能力拡大を可能にする設備投資が不可欠でした。

そこで、補助事業により高速スライサーとX線検査機を導入しました。高速スライサーの導入により、これまでの5倍、年間30万パックの加工能力を確保することができ、生産性の大幅な向上を実現できました。



高速スライサー

補助事業の取組内容

◆ 肉が多くてカレーが見えない?!肉屋のカレー誕生

加工食品の開発にあたっては、かねてから取引のある食品加工事業者の協力を得て、「京都府産黒毛和牛カレー」、

「京都府産黒毛和牛ハンバーグ」、「京都府産黒毛和牛 牛丼の素」の3種を開発しました。コンセプトはただ一つ、「肉屋が作ったのだから、とにかく肉をたっぷり入れる」です。カレーには120gもの肉を入れ、試食した人に「肉が多くてカレーが見えない」と言わしめたほどでした。

開発の目途が立ったため、いよいよ京都府下の畜産業者より大量の牛肉を仕入れ、加工食品事業がスタートしました。仕入れた牛肉を高速スライサーで加工して、食品加工事業者で委託製造しました。食品加工事業者が製造したカレーなどを当社にてX線検査機で検査することによって品質保証をより万全なものにし、合計で3万食を製造しました。

◆ 地域を支える、子ども食堂などへ12,000食寄付

ただここで、販路の課題にぶつかりました。当社は卸売事業が中心で、店頭販売以外で直接消費者へ販売した実績はありませんでした。当初の計画通り楽天市場で店舗を開設しましたが、EC販売のノウハウが不足していたこともあり、3万食を売り切るのは困難でした。

最終的に、18,000食は売れたものの、12,000食が残りしました。社内で議論を尽くした後、残った12,000食すべてを京都府下の子ども食堂や児童養護施設へ寄付しました。もともと、ものづくり補助金など行政の支援で実現した事業です。企業の役割としてしっかり地域を守り、行政から受けたご恩を返そうと考えました。

◆ 加工能力と検査体制の充実

このように加工食品の販売で課題を残しましたが、補助事業の成果としては当社の生産能力と検査体制を充実させられたことが大きいです。特に包装から金属探知機、X線検査機まで自動で流れる包装・検査ラインは当社自慢の設備です。牛骨など金属探知機では探知できない異物も探知できるようになり、ほぼ100%の異物を除去できるようになりました。工場へ視察に来られたお客様は一緒に、金属探知機とX線検査機で入念に検査する体制に驚かれ、当社製品への信頼度が高まりました。

企業概要



肉の大橋亭 本店

主要取引先

伊藤ハムフードソリューション（株）など

当社は明治27年創業の食肉卸売事業者です。京都市東山区で店舗を構え100年以上営業を続けてきました。「総本家肉の大橋亭」として京都老舗精肉店のブランドを確立し、業界内では抜群の知名度を誇ります。また、近年ギフト販売に力を入れており、全国の百貨店で当社の精肉が販売されています。

主要製品

和牛精肉各種加工品等



近江牛



店頭で人気の近江牛クロック

主な保有設備

2020年にクリーンルームを備えた最新鋭の工場を新設。主な保有設備は、高速スライサー、スキンバック自動包装機、金属探知機、X線検査機、大型冷凍倉庫など



当社工場クリーンルーム



金属探知機(右)とX線検査機(左)

補助事業の成果と今後の展開

◆ 次なる課題は人手不足への対応

補助事業で出荷量がこれまでより10%増え、年間12万～13万パックを出荷できるようになりました。コロナ禍の収束により飲食業向け卸売上が回復してきていますし、ギフト需要の伸びもまだまだ見込めます。加工食品事業についても、ビーフシチューなど商品ラインナップを増やし、百貨店の催事など新たな販路が開拓できており、徐々に販売数が伸びています。

一方、販売の伸びしろが大きいにも拘らず、最大年間30万パック生産できる工場の加工能力を十分活かしきれいていません。その最大の要因が人手不足です。昨今の深刻な求人難の影響を受け、常時人材募集を行っています。必要な人材を確保できていません。



近江牛銀のビーフシチュー

◆ さらなる生産性向上、輸出への挑戦

そこで、今後の展望としてできるだけ生産性の高い事業へ注力していく必要があります。その一つがスキンバック自動包装機の活用です。スキンバックとは、真空包装を行うことで鮮度を保ち消費期限を長く保つ包装方法です。高速スライサーと自動スキンバック包装機で、スライスから包装までの工程をほぼ自動化できるため、人手に頼らず生産量を大幅に拡大することができます。

ただ、スキンバックを施すと、空気に全く触れないため、肉などはくすんで見えることがあります。そのため見た目を重視する日本の消費者にはあまり受け入れられていません。一方欧米など海外では、消費期限を延ばし食品ロスを減らせる利点が支持され、広く普及しています。そこでスキンバックを施し、急速冷凍した和牛肉の海外輸出を目指します。輸出にあたっては、厚生労働省や保健所が定める基準を満たし、国ごとに異なる輸出認定を取得する必要があるため決して容易ではありませんが、少しずつ準備を進めています。



スキンバックされた牛肉

◆ 次世代へつなげる事業

当社社長は、創業から6代目になります。長く事業を続ける中で重視してきたのは、自社と取引先や社会など関わる全ての人たちの利益とのバランスです。

自社だけが儲かるような一人走りは当社のやり方ではありません。少しずつでも前に進み、事業を次の世代へ継続していきます。