

### Ⅲ. 施策の方向性

これまで、近年の食肉の生産、流通、消費の状況について全国、京都府、京都市のレベルで現状の確認を行ったうえで、今回実施した京都市食肉協同組合組合員の調査結果を紹介し、そこからみえてきた課題について若干の提示を行った。本章では、今後の施策の方向性について何点か述べ、本報告書を閉じることとしたい。

#### 1. 個店の経営を安定、発展させる施策

##### ① 店舗での小売と併存し、経営のベースにできる事業の強化

現状の各店とも、精肉の小売に加えて、総菜の製造・販売、通信販売、飲食店運営、卸売、輸出など、複数の柱を持って経営されているが、それぞれの事業を強化していく余地は、まだまだ残されているように思われる。複数のベースとなる事業を確保することで、経営の安定を図ることができ、地域の食肉専門店を次世代につないでいくことが可能になる。各店が今後伸ばしていきたい事業分野に関するサポートが求められる。

##### ② 食肉専門店と消費者の関係を再構築する

組合員調査の課題の項目でも述べたが、専門店として地域の食肉小売店が持つ品質の高さ、品揃え、商品知識の豊富さが、特に若年の消費者に浸透していない現状がある。長年のなじみ客を大事にすることはもちろん重要であるが、専門店を敬遠している若い消費者との関係を構築しないことには、これからの事業の持続は望めない。組合員調査の中でも、食育指導員として学校に定期的に出向いている例や、主婦層への肉のカッティング・セミナーが好評であったことが回答されている。近年の他の事例では、商店街の各店主が、商品に関する知識を消費者に伝授する無料のセミナーを店舗で開催し、消費者の知識の向上と店舗の存在をアピールする「まちゼミ」という取組もある。こうした新しいかたちで消費者との関係構築を目指していくことも考えられる。

#### 2. 組合の事業活動の再構築

##### ① 個店の取組をサポートする共同事業の提案

上で述べた個店の施策に関して、組合が業界としてサポートする余地は十分にある。共同購入のような事業は、持続のためのハードルが非常に高いことは経験済みであるので、共同販促のようなところから改めて共同事業を再構築していくのはどうだろうか。例えば組合で、個店の一番特徴のある商品（精肉だけでなく、揚物、総菜、弁当なども）を、「実は肉好きの京都人が支持する京都のお肉屋さんの逸品」として紹介する「京の肉屋の逸品マップ」というようなものをネット上に開設して、継続的に情報発信していくなどである。京都市のコロッケの消費量が国内でもトップクラスであることは、I章で述べた。店頭でコロッケを販売している店舗も数多く、それらを食べ歩く人もいるようである。「京の肉屋

のコロケマップ」くらいに絞ってもよいかもしれない。

## ②店舗運営をめぐる外部環境の情報提供機能の強化

各店において、外部環境の状況に関する情報が収集しにくいのではないかとすることは、前章のまとめでも指摘した。またこれまでも組合、青年会が活発に勉強会を開催してきたことは、記念誌などにも詳細にまとめられており、これからも継続していくべき事業であることは疑いが無い。今後はさらに、個店の経営改善のサポートに資する情報提供機能の拡充や、業界として政府、自治体への提言を行えるような体制づくりが必要になるのではないだろうか。その際には、京都市小売商総連合会をはじめとした他の小売業、中小企業支援組織との連携や、大学の研究者、中小企業診断士など外部の専門家と連携して事業を行う必要があるだろう。

## 3.他業種、行政との連携の必要性

こうした他業種の小売業や、類縁機関、他分野の専門家との連携は、今後の事業の存続にとって、組合レベルでも、個店レベルでも、ますます重要になってくると思われる。ひろく異業種との連携を進めることで、小規模小売業の社会的な存立基盤を安定させ、地域住民にとって地場の小売業が必要不可欠であることの認識が共有されるからである。

行政との関係でいえば、これまでのような政策要求、補助事業の実施といった活動だけでなく、企業・団体からの提案による事業の実施といったかたちでの行政との連携が、求められるようになってきている。例えば、京都府北部では近年、農地の鳥獣害被害が拡大し対策が急がれているが、京都府が主導して、北部地域でのジビエ活用の取組が進められてきている。こうした事業に販路の拡大という点で、京都市内の食肉小売業が業界として、個店として連携できることが可能になれば、小売業の事業活動を通して地域課題の解決にもつなげることができる。

また、近年頻発する災害に備え、自治体と各業界の企業、地元の経済団体、協同組合との間で災害時支援協定を結ぶ例が増加している。小売業でも、災害時に食料を供給する協力協定が、業界団体、大手企業だけでなく、多くの地元の協同組合と行政との間で締結されている。京都市では物資供給における同様の協定の締結の相手先は大手企業が中心のようだが、災害時の食料の供給は生産から販売までの各段階間の連携や、経営規模の大小を含めた重層的な連携が必要な問題ではないだろうか。さらには、他府県の同業者組織との間で被災時の相互応援協定を結ぶ例もみられる。こうした面でも地元の協同組合組織は、大きな力を発揮することが可能である。新たな連携のあり方を検討してみてもよいのではないだろうか。

2016年11月

## 京都市食肉青年会商業活性化調査 調査票

京都大学大学院経済学研究科岡田知弘研究室

|     |  |     |  |      |  |
|-----|--|-----|--|------|--|
| 調査日 |  | 調査者 |  | 整理番号 |  |
|-----|--|-----|--|------|--|

## I. 基本情報

|               |  |
|---------------|--|
| 1. 企業名・店舗名    |  |
| 2. 所在地        |  |
| 3. 代表者名・役職・年齢 |  |
| 4. 電話、メールアドレス |  |
| 5. ご対応者・役職    |  |

## II. 企業・店舗の概要

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| パンフレット等の提供                    | あり 内容( ) 保管者( )  |
| 1. 経営形態                       | 法人 / 個人  |
| 2. 創業時期                       |  |
| 3. 法人化の時期                     |  |
| 4. 店舗数                        |  |
| 5. 店舗形態(複数店舗ある場合は店舗数を( )内に記入) | 1. 独立店舗( 店) 2. スーパー等への入居( 店)<br>3. その他( 、 店)                                   |
| 6. 立地(複数店舗ある場合は店舗数を( )内に記入)   | 1. 住宅街内もしくは近辺( 店) 2. 中心市街地( 店)<br>3. 郊外ロードサイド( 店) 4. 鉄道駅近辺( 店)<br>5. その他( 、 店) |
| 7. 上記のうち、商店街内にある店舗数           | 店  |

## III. 事業内容・規模

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1. 事業内容(主たる事業には◎を付ける)         | 1. 小売 2. 卸売 3. 惣菜等の製造・小売 4. 惣菜等の卸売<br>5. 飲食店運営 6. 牧場運営等肉畜の生産 7. 肉の加工・流通<br>8. 通信販売 9. その他( )   |
| 2. 兼業・副業、関連事業の有無と内容           | 兼業・副業 あり / なし<br>関連事業(子会社等) あり / なし<br>内容:   |
| 3. 昨年度の年間総売上高(兼業、副業等の売り上げを含む) | 集計時期( 年 月 ~ 年 月)<br>1. ~ 199万円 2. 200~ 499万円 3. 500~ 999万円<br>4. 1,000~1,999万円 5. 2,000~4,999万円 6. 5,000~9,999万円<br>7. 1億~9億9,999万円 8. 10億円~49億9,999万円 9. 50億円以上 |
| 4. 近年の売上高全体の動向                | 売上高動向: 増加 / 横ばい / 減少<br>ピーク時: 年ごろ<br>現在:ピーク時の %  |

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| 5.売上高・収入の事業別構成(副業・兼業、年金、不動産収入等含む)と近年の動向 |                               |
| 6.一般消費者への小売における品目別の売上構成と近年の動向           |                               |
| 7.大まかな利益率と近年の動向                         | 利益率: 約            %<br>近年の動向: |

#### IV.従業者

|                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1.従業者数の合計                          | 人(うち家族従業者            人)  |
| 2.正社員／パート・アルバイト等の別                 | 正社員            人／パート・アルバイト等            人   |
| 3.従業者の年齢構成                         | 1. 10代 (            )人    2. 20代 (            )人    3. 30代 (            )人<br>4. 40代 (            )人    5. 50代 (            )人    6. 60代 (            )人<br>7. 70代 (            )人    8. 80代以上 (            )人                       |
| 4.従業者の勤続年数                         | 1.     ～9年 (            )人    2. 10～19年 (            )人<br>3. 20～29年 (            )人    4. 30～39年 (            )人<br>5. 40～49年 (            )人    6. 50～59年 (            )人<br>7. 60～69年 (            )人    8. 70年以上 (            )人 |
| 5.従業者の人材確保・世代交代、技術の継承に関して、課題などがあるか |  |

#### V.取引関係

|  |                |
|--|----------------|
| 1.商品の主な販売先(可能であれば主な事業ごとに。大まかな販売先の類型と、比率) |                |
| 2.商品の主な仕入先(可能であれば主な事業ごとに。大まかな仕入先の類型と、比率) |                |
| 3.販売先、仕入先に近年変化があったか                      | あり / なし<br>内容: |

|  |  |
|--|--|
| 4.一般の消費者への小売に関して、近年の顧客の動向、主な客層など       | 顧客数： 増加 / 横ばい / 減少<br>客単価： 増加 / 横ばい / 減少<br>その他状況： |
| 5.一般消費者への小売に関して、自店の商圈の範囲はどのくらいと認識しているか |  |

VI.自店・自社と周辺を取り巻く状況

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| 1.自店・自社の事業に関して、今後期待される外部状況          |  |
| 2.自店・自社を取り巻く困難な外部状況（景気、取引相手、競合店舗など） |  |
| 3.自店・自社の強み                          |  |
| 4.自店・自社の弱み                          |  |

VII.各種取組の状況

|  |                       |
|--|-----------------------|
| 1.食品ロス対策の有無と事例（売れ残り、賞味期限切れの商品への対策）                 | 食品ロス対策 あり / なし<br>事例： |
| 2.自店・自社での独自商品の開発・販売の有無と事例                          | 独自商品 あり / なし<br>事例：   |
| 3.ネット販売、通信販売等の有無と状況                                | ネット販売等 あり / なし<br>状況： |
| 4.他業種との連携の有無と事例（他の小売業との連携、商店街内での連携、6次産業化、農商工連携、など） | 他業種連携 あり / なし<br>事例：  |

|   |                             |
|---|-----------------------------|
| 5.いわゆる「買物難民」への対応などの有無と事例                    | 買物困難者対応 あり / なし<br>事例：      |
| 6.その他地域貢献、社会貢献活動（考慮中のものを含む）の事例              | 地域貢献活動 あり / なし<br>事例、今後の意向： |
| 7.その他経営上の問題点と対策（IV-1、2で挙げた点に関する対策など）        |                             |
| 8.経営理念、経営方針の作成の有無。作成している場合はその内容             | 経営理念等 あり / なし<br>内容：        |
| 9.食肉協同組合（および食肉青年会）、食肉生活衛生同業組合以外に加入している経済団体等 |                             |

Ⅷ.行政・組合への要望、その他

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| 1.食肉小売業および関連する各業界に関する今後の懸念、見通し、意見など |  |
| 2.行政・組合への要望事項など                     |  |
| 3.その他特記事項                           |  |

## 執筆分担

- 望月 理生（京都大学大学院経済学研究科博士課程） I-1、2  
金 佑榮（京都大学大学院経済学研究科博士課程） I-3  
水島 和哉（京都大学大学院経済学研究科経済資料センター研究員） II、III、編集