

専門店の“こだわり”豚肉販売

食肉店における豚肉の立ち位置は、どちらかというとハレの日需要にある牛肉に対し、日常食として品ぞろえされている。ただ、豚肉で目ごろ、お客の心をとれただけでつかんでおくかによって、贈答などの際にどれだけ牛肉を買ってもらえるかにつながるともいえ、決して軽視はできない。そのため近年は豚肉でも①生産者とのつながり②各種のブランド豚肉を導入することによる目新しさ③手間暇をかけた商品づくり——など「飽きさせない売り場づくり」が標ぼうされている。こういって複雑になってしまいが、ホリユームのあるトンカツ、独自の味付けの焼き豚、豚バラ鍋の訴求など、ほんの1品の提案で人気店となっている店も多い。今回、このようにこだわりの豚肉販売を行っている東西2店舗取材した。

東京都 齋藤音弥商店

(前)齋藤音弥商店(東京) 運営している。

都台東区、齋藤旺子社長は、齋藤社長の夫である故・齋藤音弥氏が1949年(昭和24年)に新橋に食肉専門店を開業したことに始まり、56年に有限会社化した。現在、「肉の初音」「肉のさいとう初音」「銀座初音」「根津初音」を首都圏に展開するほか、ここで開設10年目となるネットショップ「エスニツク食材 むら珍食材」を

き詰める ●「食肉専門店」を突



「肉の時代がきている」と話す齋藤旺子社長

おいしくて良質なタンパク源・豚肉

・生産者」を指定したものが多く、お客も「値段より、産地、品質の高い肉を求めている」とい

また、食肉専門店として精肉に特化した売り場づくりを進めており、食

の大規模改装に伴い実施したもので、売り場だけ

豚」の百貨店での常時販売は初めて。



お客のニーズに合わせ、異なる価格帯の銘柄豚を用意

そのために、生産者とも交流を図っている。とくに、銀座店にはライフキ

全商品にトレサビ

生産者との交流も図る

齋藤社長は「肉の時代がきている」という。スーパーでは畜肉の売り上げが食品部門をけん引。総菜、冷凍食品でも畜肉

の百貨店内や食品スーパー内、路面店に出店しており、立地条件も客層も異なる。そのため、地域

●産地の顔がみえる食肉店、基幹店を改装



新しい銀座初音店、長いショーケースが目立つ

用が高い割合を占めている。一方、豚肉は家庭や別荘用の利用がほとんど。『美味北総豚』で値

豚は兄弟豚だけを同じ房で飼育する「腹飼い」など、豚にストレスをか

主要企業のブランド戦略および販売戦略