



シリーズ  
企業訪問

## 株式会社 いとうフーズ

～「美味しさと食の安全・安心」の提供を通じ躍進を続ける企業～



代表取締役  
伊藤 治 (いとう おさむ)

企業概要

代表者：伊藤 治	設立：1987年1月
所在地：郡山市安積町荒井字河葉池 19	T E L :024 -946 -3545
資本金：1,000万円	F A X :024 -937 -0061
従業員：22名	U R L : <a href="http://www.itofoods.co.jp/">http://www.itofoods.co.jp/</a>
事業概要：食肉・食肉加工品の販売	E-mail : <a href="mailto:info@itofoods.co.jp">info@itofoods.co.jp</a>

近年の食品業界を巡る様々な事件・事故等の発生（つい最近の例では、「牛肉ユッケ事件」など）は、消費者が食に対し寄せてきた信頼を揺るがせ、「食の安全・安心」をいかに確保していくかが、改めて重大な問題として、広く国民の注目を集めた。同時に、それは食の提供を業とする企業にとっては、本問題への向き合い方を、問われる契機ともなった。

今回は、こうした点を踏まえつつ、食品業界において創業以来徹底した「食の安全・安心」の追求を通じ、お客様の安心や満足を実現、企業としての成長・発展に邁進する(株)いとうフーズを訪ね、伊藤社長より企業経営にける思いや経営戦略について、話を伺った。

◆創業の経緯などについてお聞かせください。

当社は、第一次オイルショックの直前の1973年4月、郡山市富久山町地内に伊藤精肉店として、私が25歳のときに個人開業したのが始まりです。私は会津の出身で、高校まではサラリーマンを目指し、勉学に励んでおりました。ところが、進学を前にして肉屋を経営していた父親から、急遽「お前も肉屋になれ」と鶴の一声があり、方向転換することとなりました。

そして、宮城県農業短期大学（現宮城大学）に進み、卒業後は修行を兼ねて仙台牛の老舗「佐利総本家」に入社し、5年ほどお世話になりました。ここで再び父親が登場し、「会津に戻らなくてもいい。お前は郡山で頑張れ。」との一声で、父親



(ハサップ準拠の設備を有する工場社屋)

が探してきた富久山地内の空き店舗を借り受け、開業となったわけです。

しかし、開業はしたものの地縁も人縁もなく、実家と違って名前も売れてなかったことから、だいぶ苦労しました。しかし、開業から半年後に第一次オイルショックが起き、物価は急騰、巷には品不足感が高まりました。これが追い風となって、売り上げも伸びるところとなり、店の経営も軌道に乗り、その後1979年には自前の安積店を開店することができました。

さらに1987年には、ヨークベニマルさんの富久山店内にテナント出店する話がまとまり、これを契機に(株)とうフーズへ組織変更しました。

当社の強みは、国産和牛の取扱経験・ノウハウがあることや、会津の出で馬刺しの調達ルートを有していたことが挙げられます。当時郡山地域では、馬刺しや国産和牛の取扱業者が少なかったことなどもあり、大手ならびに地元業者との差別化を図れたことが、規模の小さい後発の肉屋が、商売を継続できた最大の理由と考えています。

裏話となりますが、ヨークベニマルさんに出店するに当たり、当社は「国産和牛」、「馬刺し」、「惣菜」の3本柱で勝負しますと言ったところ、ヨークベニマルさんの担当者から大丈夫かと心配されました。しかし、こういう遣り方が、「小が大に立ち向かうためのマネジメント戦略」だと私は考えています。

#### ◆飛躍の契機についてお聞かせください。

お蔭様で、精肉販売を主に業績は着実に伸びて行きました。しかし、このままでは将来に向けた成長・発展は望めないと考え、食肉加工品の製造

販売や卸売業の分野に進出することを決断しました。そのために、安積店の隣地に店舗兼製造拠点として安積センターを増設し、ソーセージや馬刺しといった加工食品の製造を開始しました。これによって、加工品の販売や馬刺しの卸売りの体制が整い、精肉小売業中心から加工食品販売、本格的な馬刺し卸売業といった現在の事業モデルが出来上がりました。

精肉小売業から食肉加工食品の製造販売業への進出に際し、力となったのが、1996年3月より始まったヨークベニマルさん本部仕入部との卸取引でした（テナント店は撤退）。それに合わせ、馬刺し卸売業強化のため安積センターにクリーンルームを設置、操業を開始しました。振り返れば、ヨークベニマルさんへのテナント出店と、そこから発展した本部仕入部さんとの取引により、食肉加工食品の製造販売業に業態を転換できたことが、飛躍の契機になったものと感じています。

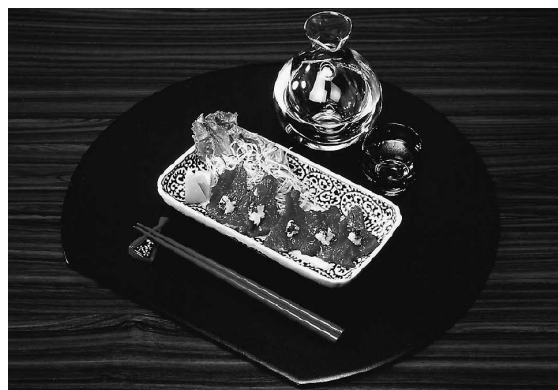
#### ◆マネジメント戦略についてお聞かせください。

近年、食品をめぐる事件、事故等様々な問題の発生により、食に関する安全・安心が大きな注目を集めています。食の提供を業とする当社では、創業以来「美味しさに安心を添えて信頼される企業を目指すこと」をマネジメント戦略の中心に据え、こうした問題の発生とは別個に、「食の美味しさ」ならびに「食の安全・安心」問題を研究し、対応を図ってまいりました。

企業にとって利益を上げることは、勿論大事です。しかし、それ以上にその利益をどのようにお客様に還元するかが、重要であると考えています。当社としては、「食の安全・安心」に繋がる



(美味しさに安心を添えて提供される当社の商品)



(当社の看板商品「馬刺し」の盛り付け例)

投資へ、利益を投入することに努めています。企業としての成長・発展は、こうした努力がお客様より評価されれば、自ずとついてくるものと信じています。

◆具体的な取り組みについてお聞かせください。

一つ目のテーマである「食の美味しさ」の提供では、会津人の出自を活かし、業界内で取扱いが少なかった「桜さしみ（馬刺し）」の卸売に重点的に取り組みました（一度味わって頂ければ、その美味しさが実感できると思います）。お蔭様で、「桜さしみ」は今や当社を支える看板商品に成長しています。とにかく、当社のような後発の小規模事業者が、大手業者と対抗していくためには、大手が参入しないニッチ市場を狙うことが、成功するための鍵と考えています。

次に、二つ目のテーマ「食の安全・安心」に関する取り組みで言えば、1996年3月ヨークベニマルさん本部仕入部との取引（前記・桜さしみ）に絡み、細菌対策を含めた衛生面の管理強化のため、新たにクリーンルームを設置しました。それから約半年後、国内で「O-157食中毒」事件が発生しました。我々食肉関連業界も、当然ながら大きな打撃を受け、当社の売り上げも落ち込みました。しかし、当社の衛生管理姿勢が評価され、同業他社が苦勞する中、栃木県や茨城県方面より新たな受注が飛び込むなど、当社にとっては結果的に売り上げ拡大の商機となりました。

◆「食の安全・安心」に関する取り組みについて、続けてお聞かせください。

当社では業界団体の一つ「福島県食肉公正取引

協議会」に加入しています。本会では、食の安全・安心・安定の確保に関する行政ならびに消費者の動向などについて、情報交流等を通じ、業界や加入企業の発展に努めています。そして、本会での情報から、今後は食材の生産情報から加工情報まで求められる時代が、必ずやって来ると確信しました。

そこで当社では、「食の安全・安心」に関する取り組み推進の観点から、2000年に国産和牛などのトレーサビリティ管理を徹底するため、コンピュータによるデータ管理システムを独自に構築し、稼働させました。同システムでは、牛肉で言えば「生産者や一頭ごとの個体情報に始まり、ロース・カルビなどの部位情報、冷凍・生・解凍といった加工処理情報」に至るまでコンピュータ管理するもので、当該データは直近から過去5年間分について保存することとしました。

国内でBSE感染牛が発見され、全頭検査が開始されたのは、それから1年後のことでした。そして、その対応策として「牛トレーサビリティ」法が施行されたのは、さらに2年後のことでした。

因みにBSE問題の発生により、国産和牛の消費は一気に落ち込み、当社も大きな打撃を受けました。取引が手控えられるケースが多々発生する中、有力取引先の旅館業者からは、牛肉納入の取引を従来同様継続していただきました。その訳を聞くと、当社の食に対する安全管理姿勢（トレーサビリティ管理システムの導入）を評価してのことと伺い、システム開発に踏み切った判断が、信頼を高め大切な取引を継続することに結びついたと安堵するとともに、県食肉公正取引協議会へ加入していたことが大きかったと実感しました。



(冷蔵クリーンルーム内での仕分け作業風景)



(ドイツ製のソーセージ製造マシン)

続いての取り組みは、2007年3月 HACCP（ハサップ※）準拠の工場を新設したことです。ハサップ手法の導入により、コスト的には高上がりとなりますが、信頼性の面では格段に高まりますので、食の安全・安心を求めるお客様より好評を頂いています。

特に、学校給食に関係する栄養士や納入業者の方には、福島県産の豚を使用したベーコンが出来上がる製造工程を実際に見学していただき、ハサップ手法に基づく「安全・安心」管理面や、発色剤などの添加物の少ない製造方法が高く評価され、子供たちに安心して提供できるとの声を頂戴しています。

こうした「食の安全・安心」に対する追求姿勢が、当方から積極的な営業活動を行わなくても、流通業界などからも評価され、取引先や取引エリアの拡大という結果に結びついており、本当に有り難いことです。

#### ◆最後に、企業経営にかける思いについてお聞かせください。

当社は、精肉小売業から出発し、加工食品の製造を手掛け、卸売業へ進出と歩みを辿ってきました。この間、業界には様々な問題が起こり、その都度厳しい経験もしましたが、後発の小規模事業者が、大手が取組みにくい市場に狙いを定め、「食の美味しさ」、「食の安全・安心」を徹底して追及してきたことが、取引先やお客様より相応の評価を頂き、現在に繋がったものと感謝の念でいっぱいです。

私の好きな言葉の一つに、「三方よし」という近江商人のマネジメント精神を表す言葉があります。商売を行うに当たって、当事者の「売り手」と「買い手」ばかりでなく、「世間」を含めた三方が、皆よくなるものでなければならないと理解されていますが、私は特に、3番目の「世間（世間様）よし」を重視しています。美味しさや食の安全・安心は、「世間様」の目から見てもよし

と思われることが、特に重要であると考えています。

足元では、東日本大震災からの復興や原発災害の克服など、これまで経験したことのない困難が立ちはだかつております。一方、私どもの業界においては、心無い食品加工卸業者や焼肉チェーン店の経営者による、消費の安全を無視した「ユッケ事件」が起こり、極めて難しい対応を迫られるといった状況にあります。

こうした四重苦、五重苦ともいえる環境下においても、当社としては過去の成功体験におぼれることなく、「食文化の明日を担って行く」との強い自覚を持ち、今後とも「食の安全・安心」を最優先に掲げ、一日も早い事業の安定化の実現に向け、一步一步努力していきたいと考えています。

#### 【インタビューを終えて】

精肉店の小売業からスタートし、今や大手量販店や旅館・ホテル、飲食店、学校給食などへ製品を納めるまで事業を成長・拡大させた伊藤社長の話を伺い、その成功の背後に、「世間様よし」を強く意識した優れたマネジメント戦略の存在を垣間見ることができました。

取材の場となったハサップ準拠の設備を有する工場の応接室には、企業理念と共に、日本の「経営の神様」と呼ばれる稲盛和夫氏の経営訓や、大手広告代理店電通の「鬼十則」などが掲示されており、企業経営に臨む伊藤社長の並々ならぬ思いを窺い知ると同時に、企業経営とは、正に意志の結晶であることを強く感じさせられました。

伊藤社長の強い意志のもとで、「美味しさと食の安全・安心」の提供を旗印に、「世間様よし」を目指す当社の姿に、今後益々の飛翔が脳裏に浮かぶ感慨深い取材となりました。

（担当：星）

※ハサップとは、米国で開発された食品の衛生管理手法で、最終製品の検査を中心とするのではなく、原材料から製造工程のすべてを連続的に管理することにより、製品の安全性を保証しようとする衛生管理手法です。具体的には、原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、あらかじめ危害を予測し、その危害を防止（予防、消滅、許容レベルまでの減少）するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するので、不良製品の出荷を未然に防ぐことができるシステムです（出典：農林水産省）。