

積極的なリブランディングを実施 首都圏進出で新規需要を開拓

同社は、1956年の創業以来、羊肉の製造、スーパー・量販店への卸売、レストランの直営に取組み、北海道を代表する食文化であるジンギスカンの普及、発展に貢献してきた。また、北海道では「ジンギスカンといえばマツオ」というポジションを確立しており、団体客減少や消費動向の変化、原材料の高騰、調理現場での人手不足といった環境変化をも乗り越え、4代目である現社長のもとリブランディングに取組み、需要の拡大を図っている。

●所在地 北海道滝川市流通団地1-6-12

●電話/FAX 0125-23-1919/0125-23-7380

●URL <http://corp.matsuo1956.jp/>

●代表者 代表取締役社長 松尾 吉洋

●設立 1956年

●資本金 1,100万円

●従業員数 108人



積極的なリブランディングで新規需要を開拓

ロゴの制定、店舗名称の統一、パッケージリニューアル等を手掛ける一方で、事業売却による経営合理化を目的としたスクラップ&ビルドを実施。また、中華やスイーツの企業をM&Aによりグループに加え、本業との相乗効果から収益をあげている。加えて、めん羊牧場の開設、ミートファクトリーの新設等、新規事業にも着手。コンビニエンスストア向けに小パック製品の開発や、高級感あるレストラン、フードコート・商業施設への積極的な展開等、リブランディングに取組み、一般家庭・個人客の需要まで開拓している。



松尾ジンギスカン

調理手順の簡素化と流通形態の見直しで、首都圏進出を加速

重点的に展開している調理提供型の店舗では、調理手順の標準化・簡素化、重労働となる焼き鍋洗いも不要とする等、店舗オペレーションの効率化を図っている。また、客席のロースターや個別空調が不要になったことでスペースやコストの制約が小さくなり、首都圏での出店や量販店等での常時販売も増加している。こうした取組により、現在、都内に5店舗を構え、2019年には東京営業所を開設した。さらに、ジンギスカンの流通温度帯を冷凍に一本化したことで、在庫管理が容易となり、フードロス削減にも寄与している。



松尾ジンギスカン 渋谷パルコ店

地域の学校給食へ食材提供や食育教室の開催を実施

地域への貢献と次世代の継承を目的とし、地域の小中学校へ学校給食用食材の無償提供の他、社員が学校に出向き「味付きジンギスカンの作り方」や「歴史」を学ぶ「出張食育教室」を実施している。マツオのブランドプロミスで掲げる「楽しい・美味しい」思い出作りを実現し、次の時代を担う子どもたちに郷土の味ジンギスカンをより知ってもらう機会として、食文化の伝承・定着にも取り組んでいる。



学校給食への食材提供