



株式会社 はなふさ

“会いに行くお肉屋さん”を事業軸に  
生産者と食べる人を笑顔でつなぐ

地元畜産農家と連携し  
ブランド和牛を創出  
鳥取の和牛文化振興へ歩む

鳥取市に本社を置き、高品質の和牛肉を中心に食肉全般の卸売、加工、小売事業を手がける《株式会社はなふさ》。2005年の創業以来、米子、大阪、神戸、岡山に営業拠点を拡げながら、鳥取県内で《お肉のはなふさ賀露本店》、《花房精肉店（米子）》と、対面販売の直営店舗を構えている。

通常、食肉の卸売業では、市場で購入した牛肉、豚肉、鶏肉などを扱いきやすい大きさに加工し、飲食店や消費者に販売する。しかし、はなふさの立ち位置は、同業他社と少し異なる。業務の出発点は市場での仕入れではなく、地元、山陰、全国の生産者の元に足を運ぶこと。最高に旨い肉を届けたい」と願う生産者の想いを共有し、自分たちの舌で味を確かめた中から、自信をもって販売できるお肉だけを扱っている。

「特に牛肉は、血統、餌、飼育環境などさまざまな要因で味が左右されますが、同じ牛でも作り手の創意工夫によって肉の味が違うのです。ですから、子牛生産者を含む肥育繁殖農家を訪ね、その想いを知ることが

私たちの仕事の原点です」と花房稔社長は語る。

はなふさでは、これまで地道に生産者と会い続けた中から、《大山黒牛》《鳥取和牛オレイン55》《隠岐牛》など、高品質の黒毛和牛ブランドを取り扱っている。さらに、創業当初から地元の畜産農家と密に連携しながら、自社のブライベイトブランド《鳥取いなば万葉牛》を創出し、現在は鳥取を代表する和牛ブランドの一つへと押し上げた。また、全国の産地から肥育期間と脂の質にこだわった黒毛和牛をセレクトし、はなふさオリジナルブランドの《花乃牛》を生み出している。



「鳥取を、全国からわざわざ和牛を食べにやって来るような町にして、交と流人口を増やしたい」と夢を語る花房稔社長（52）。和牛本来の味と香り、和牛らしい霜降りを守り続ける生産者が最高の笑顔になれる牛肉づくを目指す

生産↓流通をガラス張りに  
飲食店のブランディングまで  
三方よしの経営方針を貫く

はなふさ創業前、大手食品メーカーで食肉卸部門の社員だった花房社長は、勤務地の岡山では美味しい和牛が普及していたのに対し、出身地・鳥取の精肉売り場に並ぶ牛肉は、輸入牛、乳牛などが大半で、和牛がほとんど店頭には並ばない現実を目の当たりにした。22歳から食肉を扱い、全国各地の和牛の魅力を熟知していた花房社長は、ふるさと鳥取に美味しい和牛文化を根付かせたいと、一念発起。2003年、現在の《お肉のはなふさ賀露本店》を個人で立ち上げたのが、株式会社はなふさの最初の一步だった。

当初から自分が良いと思う肉だけを取り扱うことに徹した花房社長は、自ら生産現場に足を運ぶ中、高い技術と努力で、素晴らしい肉質の和牛を生産する、河原町の谷口畜産と巡り合う。2007年に誕生した《鳥取いなば万葉牛》は、鳥取の生産者が作った和牛のおいしさを広く知ってほしいと願う花房社長と、谷口畜産が創り上げた逸品だ。きめ細かい肉質とキレの良い脂であっさり口溶けが良く、霜降り肉を敬遠していた人も振り向かせた。

「私たちは単に肉を売るのではなく、物語を売る。ことが仕事です」と話すのは、統括本部長として、肉の仕入れ、飲食店への営業活動、会社経営まで幅広く携わる中山直己さんだ。「はなふさで取り扱う肉は、質の高さに比例して生産コストもかかり、価格も高くなります。そのため、お肉の付加価値となる生産者の想いを、買手にしっかりと伝えることにしています。焼き肉店など飲食店には、お肉の特徴を活かす料理を提案したり、社内のデザイン部と連携し、メニュー作成などのお手伝いもします。一方、生産者には、丹精こめて育てたお肉がどんな商品として売られているかを伝えます。一般では、生産者と飲食店が情報を共有することはありませんが、はなふさが橋渡しになることで、互いの考えを知り協力しながら成長することができます。これからも生産者、はなふさ、飲食店（消費者）、三方よしの経営を目指し、進んでいきます」と話す。



中山直己統括本部長（35）。  
「一生懸命取り組み、自分で面白さを発見できる人と働きたい」

# 和牛を極める はなふさ

株式会社 はなふさ

**業種** 卸売業  
**事業内容** 卸売事業、小売事業、食肉加工業

**創業** 平成17(2005)年12月14日  
**代表者** 代表取締役 花房 稔  
**社員数** 65名(男34名 女31名)  
〒680-0914  
鳥取県鳥取市南安長2丁目690-18  
TEL/0857-37-2077  
<https://hanafusa-meat.jp/>  
●鳥取営業所  
●米子営業所  
●岡山営業所  
●神戸営業所  
●大阪営業所  
●お肉のはなふさ賀露本店  
●花房精肉店  
●肉匠はなふさ  
JU米子高島屋別館 フードスタジオカクバン店

## 求める人材像 Check!!

- 明るく大きな声で元気な挨拶ができる人
- 礼儀、マナー、TPOをわきまえた常識的な行動ができる人
- チームワークやコミュニケーションが上手に取れる人
- 体力に自信があり、元気で明るい人

資料請求・お問い合わせ先

採用直通 TEL

0857-37-2077

採用直通 E-mail

hanafusa1129-toku@outlook.jp

資料請求

公式サイトは  
こちら

インターンシップ

会社見学



りました。商品を確実に届けるだけでなく、お客様への元気な応対も大切だと感じ、気を付けています」  
2022年7月に移転オープン2年目を迎えた《花房精肉店》で店長を担う谷葉月さん(38)は、同年3月入社。元米子タカシマヤ地下精肉コーナーで18年の勤務経験で培った接客ノウハウを生かし、新たな店づくりに奮闘中だ。「店舗内、米子営業所内共にコミュニケーションが良く、店舗運営部の上司も私の意見を吸い上げてくれるので、頑張り甲斐があります」と話す。販促チラシの企画、SNSを活用した情報発信も積極的に取り組むほか、店舗運営部係長として、エリア内のJU米子高島屋別館・フードスタジオカクバンに出店した《肉匠はなふさ》への納品と店舗運営もサポート。スタッフ

と共に、地域のお客様の食卓で幅広く利用してもらえ精肉店を目指す。同じく米子営業所で商品管理を担当する加藤玲和さん(26)は、2021年入社。「映画の現場で観ただけの大きな枝肉を、自分で扱う日が来るとは思いませんでした」と目を細める。営業を3か月間経験し、肉の特性や育てる人の工夫をしっかり学んでからの商品管理。加えて営業所への入出庫・在庫管理を行う商品管理も兼務しており、責任を強く感じている。加藤さんは大山町生まれ。大学進学で広島に出たことで、地元の良いさを再確認したと語る。「万葉牛をはじめ鳥取県産の特産品を扱う仕事ができるのを誇りに思います。周りに自慢できます」。はなふさの商品への愛情をモチベーションに日々業務に取り組んでいる。



きめ細かい肉質であっさり溶ける霜降りが魅力  
和牛本来の味と香り、キレのある脂を追求した  
鳥取いなば万葉牛

(左) 主力商品の万葉牛は、はなふさが設立の《万葉牛生産流通組合》が認定する生産者でJAいなばへの出荷が条件。現在、《谷口畜産》含む6件の畜産農家が生産している。  
(下) 米子営業所併設の加工センターでは、鮮度の良いお肉を無駄なく円滑にカット処理。得意先の要望に細かく対応している。敷地の隣は2021年、米子市東福原から移転した《花房精肉店》。店頭には万葉牛、大山豚、大山産ハーブチキンなど鳥取県産のお肉が並び。



## 鳥取の総合食品卸売市場内にあるはなふさ鳥取営業本部

鳥取営業所、鳥取加工センターを擁する鳥取営業本部は、食品団地内の活気と共に「肉のスペシャリスト集団」はなふさの活動を支えている。社内にはデザイン部があり、自社の広報活動、販売促進企画、Webデザイン、得意先飲食店のメニュー作成など写真撮影からデザインまで社内一貫で作る。もちろん、はなふさのトレードマーク・社用車(冷蔵2トントラック)の外装デザインも創業以来手がけている。

鳥取から全国へブランド牛発信  
未経験の若手も飛躍のチャンス  
2012年の入社後から、自社ブランド《鳥取いなば万葉牛》を東京の飲食店に営業していた中山直己さんだったが、知名度の低さから相手にされず、多々、悔しい思いをしてきた。しかし、万葉牛の特徴や生産者の想いを少しでも多くの人に知ってもらおうと、個人のアカウントでSNSによる情報発信を始めたところ、少しずつ飲食店の目に留まるようになり、今ではそれがきっかけで契約に結び付くことも少なくない。万葉牛は、2017年、宮城県で開催された《第11回全国和牛能力共進会》の肉質部門で日本一に輝いたほか、神戸などの和牛市場の品評会で数々の実績をあげ、関西圏や首都圏でも評価と認知度が高まった。現在、全国の焼き肉店、イタリアン、フレンチレストランなどで、万葉牛が食べられるお店の指定登録店は70店舗にまで伸びている。生産者に会い、牛舎で育てる牛を知り、牛肉づくりに込めた真摯な想いを共有・発信し、肉のスペシャリストとして得意先や消費者の信頼に応えるはなふさ。各拠点では、夢や目標を持って働く社員の活躍が光る。

米子・岡山営業所の所長を兼務する大島壯登さんは建設業から転職。中山さんと出会い、営業の楽しさ、肉を売る面白さを説かれ、はなふさに入社を決めた。2016年、3か月の研修をへて米子営業所のルートセールスへ。社用車(冷蔵2トントラック)で担当エリアの得意先の元へ商品をお届けしながら、新規客も開拓した。「扱う商品のおいしさを実感し、生産現場を知っているの、値段が高い理由を自信を持って説明できます。生産者の想いをお客様に伝わり、契約を頂けた時は本当にうれしくやりがいを感じます」。わずか入社1年で主任に抜擢。その後、2つの営業所長として15名の部下を束ねる。昨年26歳で中国営業部営業次長に昇格した。2020年新卒入社の中村歩夢さん(20)は県外の拠点勤務が希望だったが、配属されたのは出身地の鳥取営業所だった。入社後の研修が終わっても県外勤務をあきらめなかった中村さんは、7月の親睦食事で上司に相談。神戸営業所のルート配送の仕事に志願し、さっそく自費で準・大型免許を取得。9月に転勤することができた。「住まいの家賃を会社が半額負担し、赴任手当も支給されるなど、待遇面に感謝しています。赴任後、自分では普段通りに接しているつもりでも、配達先から「元気がない」と気遣われた事がある



## 独自の商品構成やサービスを積極的に発信

花房精肉店の目標は、お肉を専門店で買いに行く文化を花開かせること。店長の谷葉月さんとスタッフは、商品の魅力や生産者の想いを伝えながら接客にあたる。弁当やカツサンド製造(要予約)など独自のサービスをSNSで発信し、ファンが増加中だ。

## 年功序列は無く「やる気」と実績で評価される

「多くのお客様に、生産者の顔が見えるお肉のおいしさを届けたい」と話す大島壯登さん。19歳の未経験で営業に飛び込んだが、牛舎に違い牛に関して知識を貪欲に学び、仕事で結果を出す大島さんを社長や上司はきちんと評価。今につながっている。



## ワンストップ納品を支える商品管理の仕事

広大な冷蔵庫内で取扱商品を管理する加藤玲和さん。商品が搬入されると、誰よりも真っ先にお肉の状態をチェックする。商品はPCでの一元管理だが、アナログも大事。「庫内の在庫をすべて頭に焼きつけ、営業に聞かれた時に即答したい」と意欲的だ。

## 得意先へ商品の積荷から配送までを行う物流課

社用車の冷蔵2トントラックに注文品を積み込む中村歩夢さん。牛の部位ごとに分けた塊肉は、たとえば内もも1頭分で重さ20〜30キロ。夏場など商品が傷まないように、入出庫は手早い作業を心がけている。積荷確認→伝票発行→安全運転でGO!