

# 輸出事業計画

## ※申請者名：近江牛輸出コンソーシアム、品目：牛肉

### 1. 輸出における現状と課題

#### 【現状】

##### <背景>

##### ・近江牛の特色

近江牛は、滋賀県内で最も長く飼育し、かつ最終飼養した黒毛和種の牛肉であり、霜降り度合いが高く、芳醇な香りと脂質の口溶けのよさが特徴である。また、肉牛肥育の先進地である滋賀県で育まれてきた「近江牛」は、日本の牛肉食文化発展への貢献や、現在まで受け継がれてきた肥育技術の高さから、日本三大和牛の一つとも称され、高い社会的評価を得ており、平成29年12月、地理的表示保護法に基づく地理的表示（GI）に登録された。

##### ・県内の農林水産業における位置付け

滋賀県内における肉用牛生産は、農林水産省の畜産統計調査（令和7年2月時点）では1戸当たり飼養頭数272頭で全国1位となっている。特に、ブランド和牛の中でも最も古い歴史をもつ近江牛は、その品質を高く評価されており、本県を代表するブランド産品として広く知られている。

また、同じく農林水産省の生産農業所得統計（令和5年）によれば、県内肉用牛産出額は71億円で、畜産全体の約63.4%を占めている。

##### ・産地の状況と強み

日本三大和牛である近江牛ブランドを有するため、滋賀食肉センターにおける黒毛和種の枝肉取引価格については、他市場よりも比較的高値で取引される傾向にある。

##### <これまでの輸出の取組>

滋賀県では、平成23年から海外プロモーションを実施するなど、「滋賀の食材」の海外販路拡大を目指した取組を開始し、平成28年からは滋賀県農畜水産物輸出戦略に基づき、事業者や支援機関等が連携した取組を進めてきた。さらに、令和6年には、滋賀県農畜水産物等輸出促進協議会が設立され、県内で生産される農畜水産物や加工食品について、今後、より戦略的かつ効率的な海外展開を目指している。

近江牛関係事業者においては、県やジェトロ滋賀等と連携し、現地でのプロモーションや商談会、カッティングセミナー等を実施し、近江牛の輸出を押し進めてきた。また、平成29年には滋賀食肉センターが対台湾輸出牛肉取扱施設の認定を受けたことから、新たに台湾への輸出も開始した。

台湾への近江牛の輸出は、平成29年より始まり、令和3年以降、畜産物輸出コンソーシアム推進対策事業を活用することにより、輸出実績は令和5年まで増加してきた。一方で、台湾における和牛ブランド間競争の激化などから、令和6年は落ち込んでおり、計画の見直しが必要な状況となっている。

##### <ターゲット国のニーズ及び規制等>

当コンソーシアムがターゲット国に位置付ける台湾では、平成29年の日本産牛肉の輸入解禁以降、和牛が人気となり、外食向け市場を足掛かりに売上は少しずつ拡大していた。しかし、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による外食向け市場の停滞から需要は一定程度回復したものの、現地における和牛ブランド間の競争が激化したことなどから、現状の方法のみでは、輸出のさらなる拡大は難しい状況にあると認識している。

一方、台湾では旧正月や中秋節に和牛等の高級食品をギフトとして贈る文化が根付いているほか、鍋料理が広く親しまれており、東南アジア・欧米等の地域に比べ、スライス肉へのニーズが高いことが見込まれる。

よって、今後は、外食向け市場のみならず小売り向け市場への展開を目指し、スライス肉をはじめとした高級部位以外の利用促進活動を実施することで、高所得者層だけでなく中所得者層への展開も必要であると認識している。

台湾への牛肉輸出に対応するため、滋賀食肉センターにおいて「台湾向け輸出牛肉の取扱要綱」に則った施設整備や衛生管理を行うことで施設認定を受け、食肉衛生証明書が得られた牛肉を輸出している。

#### 【課題】

##### <流通・販売>

これまで輸出促進活動等に取り組んだ結果、台湾への近江牛の輸出実績は、令和5年まで増加したものの、令和6年は落ち込んでいる。

今後、近江牛が他の和牛ブランドとの熾烈な競争を生き残り、輸出を拡大させていくためには、従来、構成員が個々に実施してきた現地営業活動のフォロー、カット技術の伝達、メニュー提案等の取組については、既存の商流の維持・拡大のために、一定程度継続するが、今後、例えば、構成員全社が共同で集会的な飲食会、講習会等を実施するなど近江牛輸出コンソーシアムとして統一感のあるプロモーションを展開することが重要と考える。

# 輸出事業計画

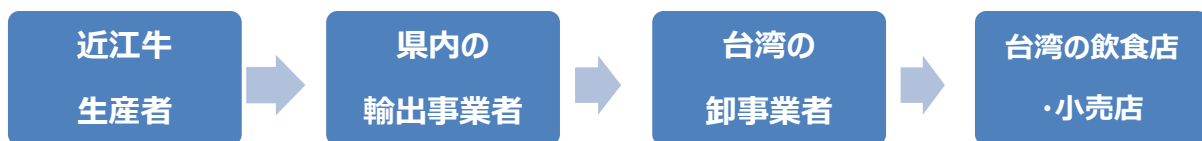
※申請者名：近江牛輸出コンソーシアム、品目：牛肉

## 2. 輸出事業計画の取組内容

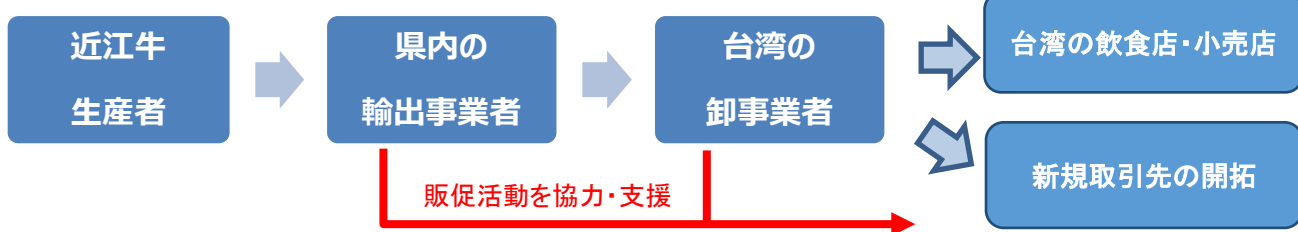
### <近江牛輸出における加工、流通・販売の課題と取組内容>

・今後、構成事業者による個々の取組のみならず、台湾の食品バイヤーや飲食店関係者等を対象とした国内招へい事業において、構成員全社が共同で集会的な試食会を実施するなど、近江牛全体として統一感のあるプロモーションもメリハリをつけて展開する。

#### 現在の商流

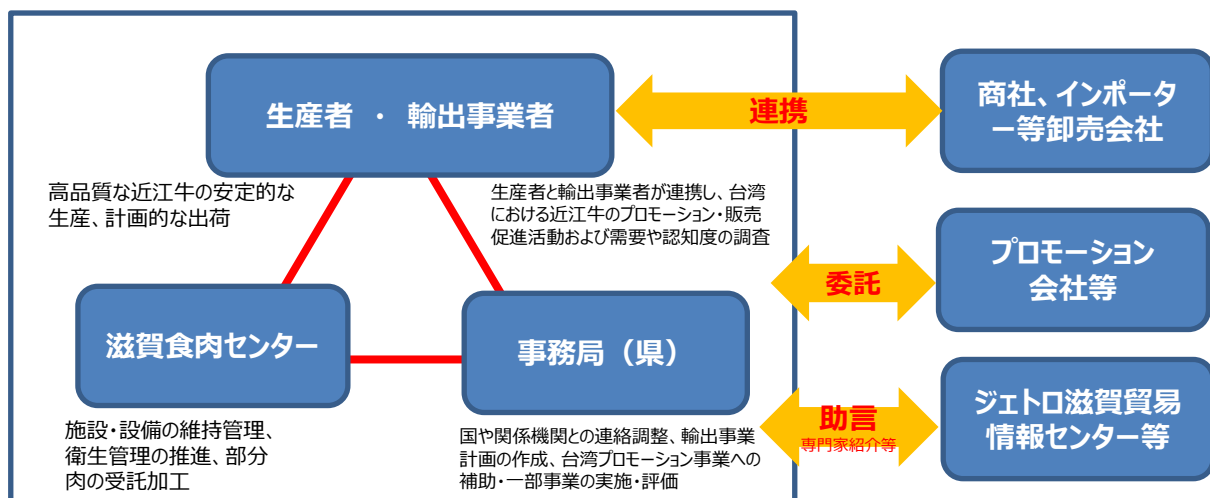


#### 今後の商流の展開



## 3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

### 近江牛輸出コンソーシアム



コンソーシアム構成員である、輸出事業者および生産者から、台湾におけるプロモーションや販売促進活動の実施状況およびその効果についてヒアリングを行い、自己評価をとりまとめ、その結果については有識者やJETROなどの関係機関に確認頂き、評価・今後の取り組みへの助言等を頂くことにより、滋賀食肉センターでと畜解体・部分肉加工された近江牛の台湾への輸出促進の取り組みの充実を図る。

## 輸出事業計画

※申請者名：近江牛輸出コンソーシアム、品目：牛肉

## 4. 輸出目標額

		現状 (令和2年)	目標年 (令和8年)	備考
滋賀食肉センター を中心とした産地	輸出額 (千円)	100,183	347,993	
	輸出量 (t)	21.8	58.4	
	輸出先国	台湾	台湾	滋賀食肉センターでは、マカオ、タイ、シンガポール、フィリピン、ベトナム、ミャンマー、台湾の7か国・地域の輸出認定を取得しているが、コンソーシアム規約第3条では、台湾をターゲットと定めている。
	取扱量 (t)	3,145	3,385	滋賀食肉センターのと畜頭数から1頭当たり枝肉重量と部分肉歩留まりから取扱量を積算