

輸出事業計画

申請者名：スターゼンミートコンソーシアム、品目：牛肉、豚肉

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- コロナ禍による巣ごもり需要からそれまでメインだった外食から小売やECへ販売チャネルがシフト。
- 販売チャネルのシフトまたコロナによる労働者数の減少から人手不足が発生していることで、日本でスライスされた1次加工品の要望も強まっている。
- 小売やECでの売れ行きが伸びたことから消費者が直接商品を目にすることが増えたことで、これまでよりブランドやストーリーが求められるようになってきている。
- 畜種、国を問わず、ストーリーや加工品のニーズは強まっている（東・東南アジアなど）
- （牛肉）輸出先国では和牛肉の取扱いや日本式のスライスカットに慣れておらず、ブロック肉から消費者に提供するスライス肉までの加工スキル・能力が不足
- （豚肉）牛肉と違い海外産豚肉と見た目では区別がつけづらく、品質を理解してもらうために現地の方に食べて頂く必要もある。

【課題】

- 生産：海外での動物福祉要求の高まりにより、生産段階での新たな対応を求められている。
現状鼻環のある牛は誘導時に鼻を刺激してしまい施設内での頭絡への付け替えが必要。
- 加工：海外から要求される加工方法と、品質の向上両立が求められている。
EU、アメリカの認定要綱に基づくと畜により、シミの発生による品質低下が課題。
- 流通：牛肉、豚肉とも元々高かった空輸コストがコロナ禍における減便でさらに上昇傾向にあり海上輸送コストも上昇し、スケジュールも乱れが発生。
- 販売：牛肉、豚肉とも海外市場が成熟するにつれ国内他産地との競争激化。
また納品後にカットされる原料という位置付けで卸売をしてきたが、コンシューマーパックのような食品といった見方をされる傾向も強まっているため、消費者に訴求出来るようなブランドやストーリーが不足。

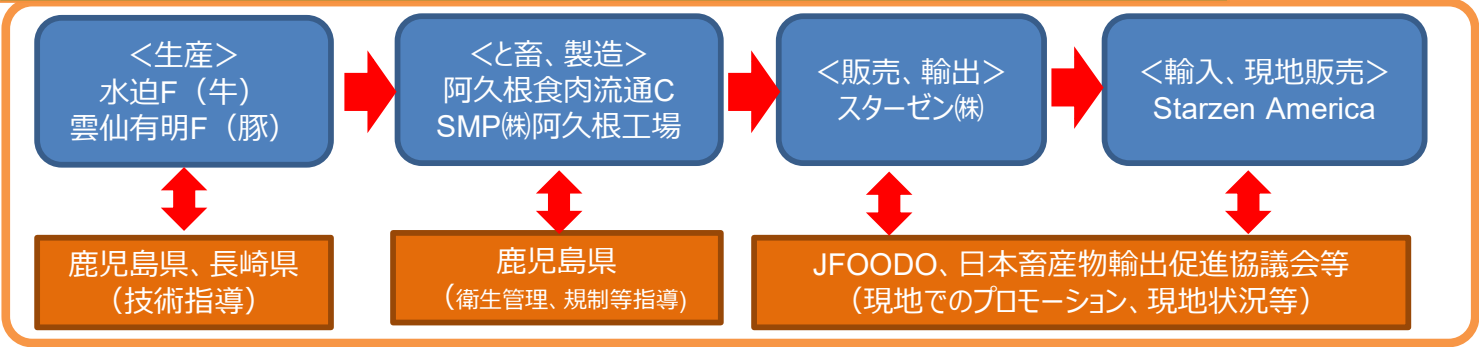
2. 輸出事業計画の取組内容

- 生産：鼻環を使用しない生産や出荷方法について開発実施していく。
頭絡を使用した生産や出荷を依頼して、問題点の抽出と対策を実施する。
- 加工：シミやムレ等瑕疵の原因究明と改善を実施する。
他施設や海外の施設での加工及び管理方法を視察、情報交換によりシミやムレ等の瑕疵発生状況を確認した後、当施設との差異を抽出して、改善策を策定実施と発生状況を分析する。
- 流通：冷凍での輸出を強化し、空輸よりコストを抑えた海上輸送を強化。また別途推進している阿久根食肉コンソーシアム事業での設備変更による室内温度調整能力を強化することで賞味期限の延長を図り冷蔵での船便強化も目指す。
- 販売：牛肉、豚肉とも他産地との差別化を図るべくブランディングを実施。それに伴い販促物やウェブサイトの立ち上げ、SNSを通じて海外への発信などを目論む。
豚肉については、認定要綱からの生産性、品質低下他の問題点が無く、如何に購買して頂くかの点に注力。

輸出事業計画

申請者名：スターゼンミートコンソーシアム、品目：牛肉、豚肉

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



4. 輸出目標額

		現状 (令和4年)	目標年 (令和6年)	備考
牛肉：阿久根地区	輸出額(百万円)	4,630	6,000	
	輸出量 (t)	711	900	
	輸出先国	米国、EU、タイ、豪州、カナダ、マカオ、フィリピン、メキシコ、ロシア、スイス、シンガポール、ベトナム、ニュージーランド、台湾、香港	米国、EU、タイ、豪州、カナダ、マカオ、フィリピン、メキシコ、ロシア、スイス、シンガポール、ベトナム、ニュージーランド、台湾、香港	
豚肉：阿久根地区	輸出額(百万円)	89	116	
	輸出量 (t)	55	72	
	輸出先国	シンガポール、タイ、香港、マカオ、ベトナム	シンガポール、タイ、香港、マカオ、ベトナム	