

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る。品質は、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づけ

肉用牛生産は、平成30年度の畜産統計では1戸当たりの飼養頭数が約223頭と全国第1位となっており、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、その品質が高い評価を得ている本県を代表するブランド産品である。また、肉用牛の平成30年産出額は66億円と畜産全体の約59%を占めており、基幹産業の一つとなっている。

・産地の状況と強み

飼養農家は、繁殖農家で廃業する例がある一方、肥育農家の繁殖への新規参入や酪農からの転換も見受けられ、また肥育農家を中心に若手の生産者も育ってきている。また、黒毛和種の枝肉取引価格については、日本三大和牛の近江牛ブランドを有するため、全国平均よりも高値で取引される傾向にある。

<これまでの輸出の取組>

県では、平成23年から海外プロモーションの実施等、「滋賀の食材」の海外への販路拡大を目指した取組を開始、平成28年からは滋賀県農畜水産物輸出戦略を策定され、これに基づき事業者、支援機関等が連携した取組を進めて来られた。令和元年～令和4年の4年間で、3,560トンから7,847トンと約2.2倍に増加している。特に黒毛和種の牛肉は富裕層に人気が高く、今後も輸出拡大が期待できる。

県やジェトロ滋賀等と連携し、現地でのプロモーションの実施や商談会の開催、牛肉のカット技術セミナーの開催等を行い、近江牛の輸出を推し進めてきた。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、新たに台湾への輸出も開始した。

滋賀食肉センターからの主な輸出先は、シンガポール、タイ、台湾となっており、輸出商社を介さずに独自に輸出される事例や、現地に自社店舗や関連の近江牛専門店を持つ事例も出はじめ、継続的な輸出につながっている。令和2年の滋賀食肉センターからの牛肉輸出状況は、輸出が可能なマカオ、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・地域合計で55.2トンであり、そのうち、台湾は全体の39%を占め最も多い。

<ターゲット国のニーズ及び規制等>

コンソーシアムがターゲット国に位置付ける台湾における牛肉消費環境は、平成29年に日本からの牛肉輸入が解禁以降、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が、令和2年～4年において新型コロナウイルス感染症拡大による外食向け市場の停滞により、現状の方法では販路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おり、また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、令和3年度以降は外食向け市場のみならず小売り向け市場への展開と、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図ることで、高所得者層だけでなく中所得者層への展開も必要だと認識している。

【課題】

<生産>

国内では、人口減少や少子高齢化により食料消費が次第に減退しており、将来的にはこの傾向が続くことが予想されていることなどから、販路拡大のため、海外での需要を取り込むことは喫緊の課題となっている。このため、コンソーシアムでは、令和3年度から、生産者、輸出事業者および台湾の協力事業者が連携・協力しながら、近江牛の台湾への輸出促進に向けて、台湾におけるセミナーの開催、展示会や有力品評会への参加、台湾のバイヤー・レストラン関係者等の滋賀県への招へい等によるPR活動、具体的な販路拡大のための商機会の設定等の販売促進活動の実施、近江牛の需要やブランド認知度等にかかるマーケット調査に取り組んでおり、引き続き実施する。

<加工>

本県唯一の牛食肉処理加工施設である滋賀食肉センター（以下、「センター」という）では、マカオ、タイ、シンガポール、フィリピン、ベトナム、ミャンマーおよび台湾の7か国・地域への輸出施設認定を取得するなど、近江牛をはじめとする県産牛肉の中核的な輸出拠点として機能しており、輸出実績においても平成22年の輸出開始から平成30年まで着実に輸出を伸ばしてきた。

一方、平成19年にセンターを開設してから約15年が経過するなかで、センターの施設・設備の老朽化が進むとともに、牛の大型化が進み、施設の狭隘化や能力不足が明らかになってきたことなど、センターを取り巻く環境は大きく変化している。

<流通・販売>

台湾への近江牛の輸出実績は、輸出が始まった平成29年は約9.6t、平成30年で約64.6t、令和元年が約18.8t、令和2年は21.8t、令和3年は28.3t、令和4年は28.3tと推移しており、輸出量は伸び悩んでいるのが現状である。

この原因としては、台湾における近江牛の認知度不足、近江牛をはじめとする和牛のカット技術や調理法の習熟度が不足していることが原因と考えられ、これらの原因を解決することは、今後の近江牛輸出拡大に向けて急務となっている。

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

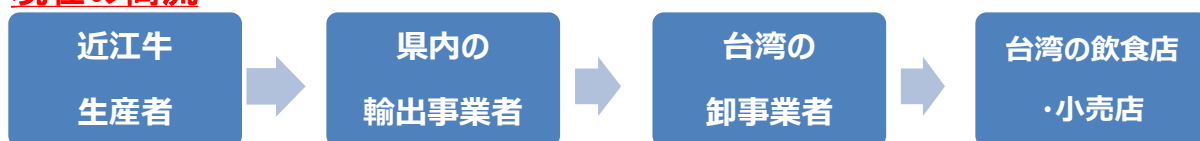
2. 輸出事業計画の取組内容

<近江牛輸出における加工、流通・販売の課題と取組内容>

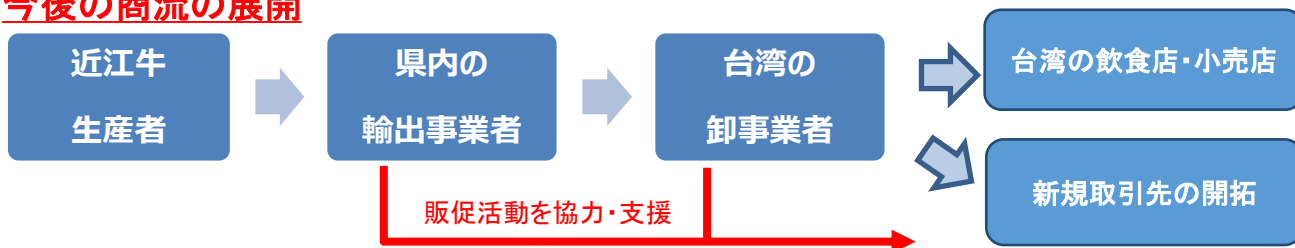
・台湾への近江牛の輸出量の増加に向け、令和3年度に近江牛輸出コンソーシアムを設立し、畜産物輸出コンソーシアム推進対策事業を活用しながら、現地PRに併せて商談会の開催、カッティング技術講習会の開催を開始し、バイヤー等の招へい等を行った。この間、新型コロナウイルスのまん延の影響により、一部の計画を中止や縮小したが、令和4年の台湾への輸出量は28.3tに増加した。これまでの取組が新規契約や既存顧客の取扱量の増加、高級部位以外の輸出量増と取引の継続性の強化につながった。今後、既存の顧客に対しては、定期的に営業活動のフォローやカット技術の伝達およびメニュー提案を行うことが重要であり、これらを行うことで取扱量のさらなる増加が期待できる。新規顧客の開拓については、活動中心エリアの台北に加え、他のエリアでの販路を形成も行っていくことも重要である。

・本事業では、活動エリアを拡大し、新規顧客の開拓を重視しながら、PR、試食会、商談会の実施に加え、高級部位以外の輸出量増加に必須であるカッティング技術講習会の開催、令和4年度で好評であったメニュー提案やギフト提案等を行う。台湾で歴史と伝統ある近江牛の魅力を伝えるとともに、より効果的な販路拡大活動を行うことにより、輸出量の増加をさらに加速していく。

現在の商流

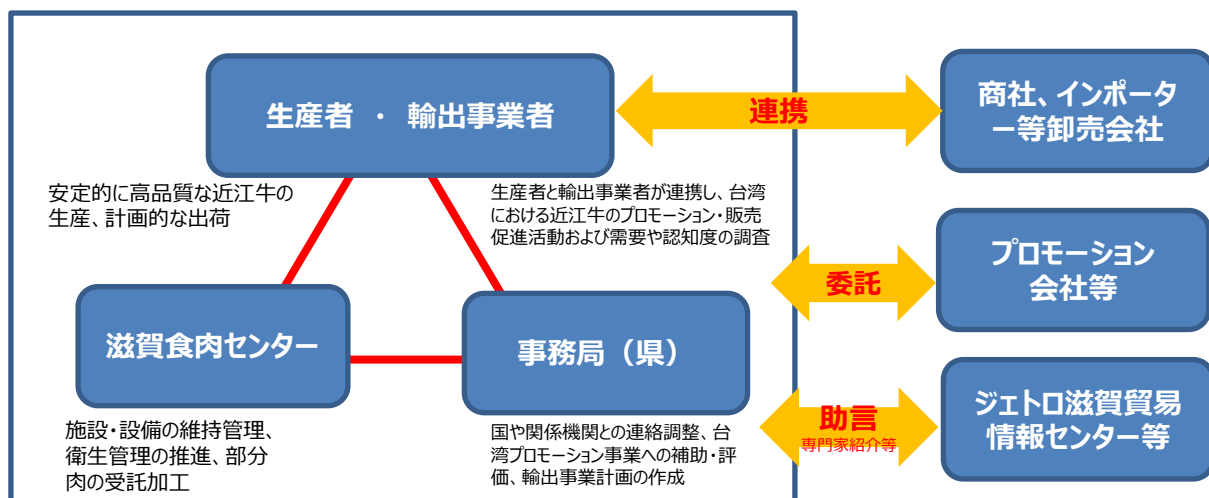


今後の商流の展開



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 6 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	241,797	
	輸出量（t）	21.8	39.3	
	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	3,348	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