

様式 2

宮崎牛 G F P グローバル産地計画書 目次

ターゲットとする輸出先国のニーズ	P 2
牛肉輸出における課題と解決策	P 3
輸出目標	P 4
G F P グローバル産地計画の実施体制	P 5
G F P グローバル産地計画の実施スケジュール	P 6

令和 3 年 1 月 2 0 日

株式会社ミヤチク

ターゲットとする輸出先国のニーズ

宮崎牛輸出の背景

- 平成2年に、全国に先駆け当社高崎工場がアメリカ向け牛肉輸出認可を受け牛肉の輸出を開始。
- 海外での和牛需要が高まるにつれ、当社からの牛肉輸出重量についても拡大傾向で推移。
- 米国においては、アカデミー賞授賞式アフターパーティで3年連続採用されるなど評価は高く引き合いは強い。
- 新たな輸出国への輸出や既輸出国への更なる輸出拡大を図るため国内最新鋭の施設を整備し輸出拡大への対応が可能となった。
- 令和元年8月に対EU輸出食肉取扱施設として同施設が認定され、以前からオーダーのあるEUへ本格的に輸出できる環境が整った。
- 当社の直販レストランに来る訪日外国人からの宮崎牛の評価は高く、中国等新たな国が解禁となれば更なる輸出拡大の可能性は高い。



宮崎牛は世界に通用するブランドであり輸出拡大の可能性が高い

牛肉輸出における課題と解決策

課題

●既存輸出先国・地域

輸出先国での競争が激化する中で、価格競争に陥らない施策が必要。

これまでも当社の主要輸出牛肉である宮崎牛のブランディングに関わる情報をパートナー企業と共に末端取引先に提供し、情報による付加価値醸成に力を入れているが、末端取引先への納品を堅持するためにも、継続的な現地での取り組みが必要である。

また、EU向けは動物福祉や給餌飼料に配慮した生産・出荷体制が必要となっている。

●新規輸出先国・地域

中国をはじめ、今後新たに輸出認可を受ける輸出先については生産・加工面を含め、国・地域別の輸出規制に柔軟に対処する必要がある。

また、現地マーケット情報を迅速に収集し、新たな商流を構築する必要がある。

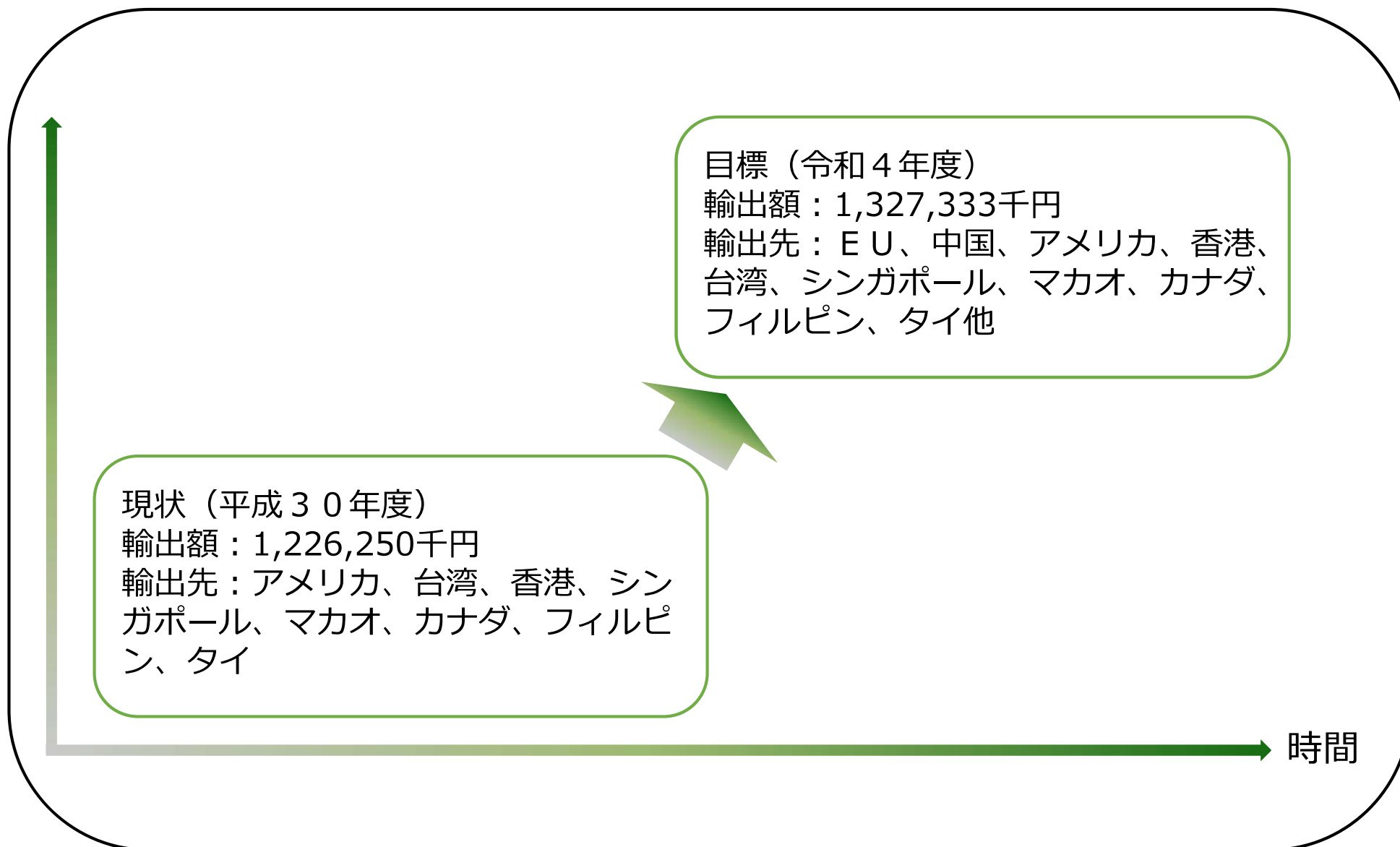
【生産】

- ・ 動物福祉や飼養管理
に関わる情報共有・指導
- ・ 生産性向上に関わる技術指導

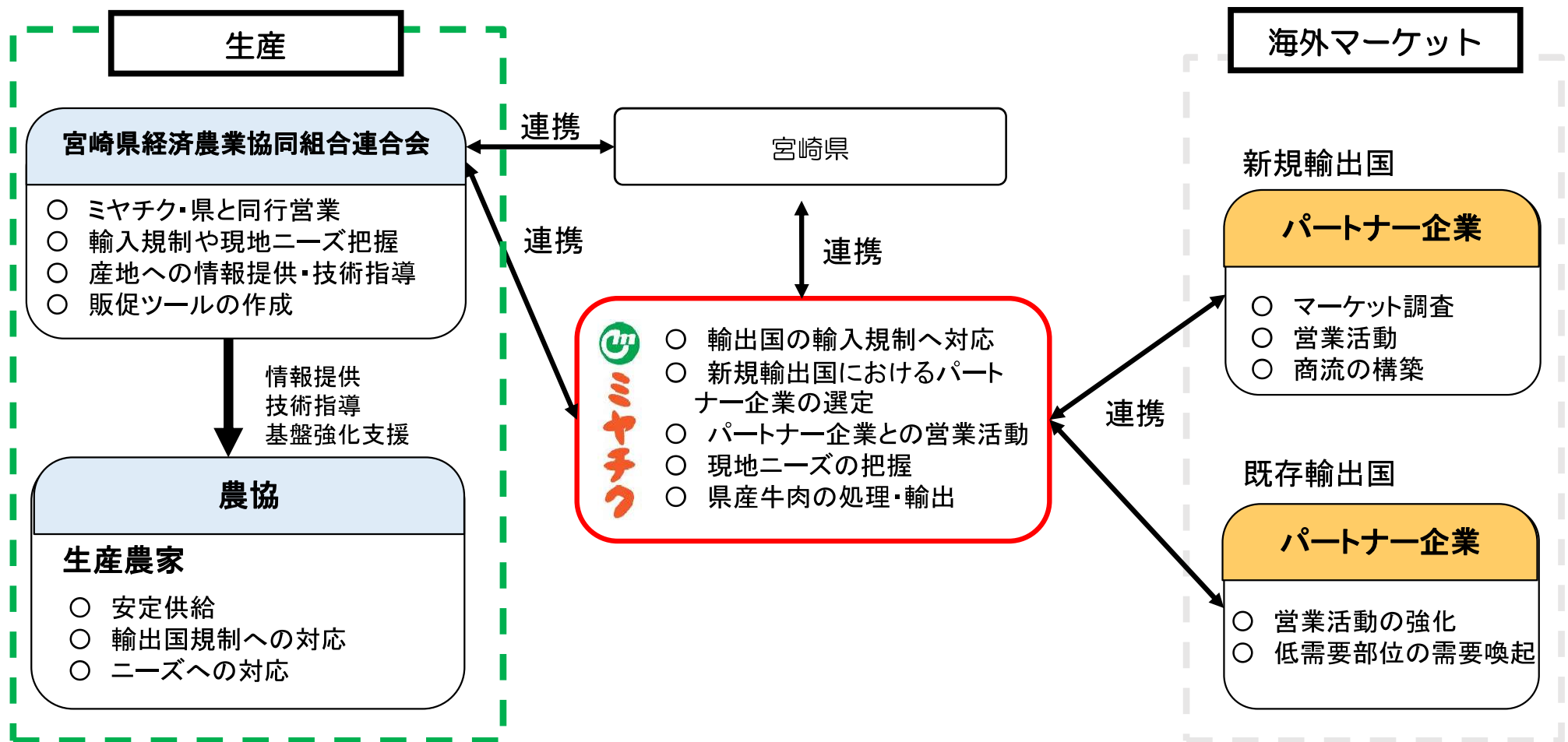
【流通・販売】

- ・ 現地でのプロモーション活動、同行営業等をパートナー企業と共に継続的に実施
- ・ 新規輸出先国や輸出量が少ない仕向先については現地マーケット調査を行い、需要拡大に繋がる商流を構築

輸出目標



グローバル産地計画の実施体制



実施スケジュール

内 容	令和 2年 4月	令和 2年 5月	令和 2年 6月	令和 2年 7月	令和 2年 8月	令和 2年 9月	令和 2年 10月	令和 2年 11月	令和 2年 12月	令和 3年 1月	令和 3年 2月	令和 3年 3月	令和 3年 4月	令和 3年 5月	令和 3年 6月	令和 3年 7月	令和 3年 8月	令和 3年 9月	令和 3年 10月	令和 3年 11月	令和 3年 12月	令和 4年 1月	令和 4年 2月	令和 4年 3月
○GFPグローバル産地計画の策定																								
GFPグローバル産地計画の検証・改善	—											→												→
○ 生産者への輸出関連情報の共有・産地基盤強化																								
現地ニーズや輸出規制に係る情報共有・対応の検討	○実施										→	○実施	○実施										→	○実施
輸出対応力向上のための飼養管理研修会等の開催	○実施					○実施						○実施	○実施					○実施					○実施	
○新規輸出先国への牛肉輸出認可前																								
新規輸出国についての取引先商社の選定			○実施	—											○実施	—								
対新規輸出先国への牛肉輸出準備プロジェクト設置・協議 (取引先商社の選定・輸出に向けた諸準備を進める)	○開催													○開催										
新規輸出国の現地マーケット調査 (取引先商社・現地ディストリビューターとの現地需要開拓)	○実施												○実施											
○新規輸出先国への牛肉輸出認可後																								
新規輸出先国へのテスト輸出		○実施												○実施										
新規輸出先国での商談会参加(取引先商社と共に)			○実施								○実施				○実施								○実施	
新規輸出先国での流通網の構築																								
○既存輸出国(アメリカ・EU・アジア)での販路拡大に向けた活動																								
商談会参加によるニーズ調査及び課題の抽出				○実施			○実施					○実施				○実施			○実施				○実施	
既存輸出国での流通網の構築				○実施			○実施					○実施				○実施			○実施				○実施	
低需要部位の販路拡大に向けた現地研修会の開催等							○実施											○実施						