

令和2年度 第3次補正予算事業
「海外フードバリューチェーン再構築緊急対策事業」
成果報告書

持続可能な和牛のグローバルフードバリューチェーン構築に関して

2022年6月17日

日本畜産輸出促進コンソーシアム
(株式会社 銀閣寺大西)
大西 英毅

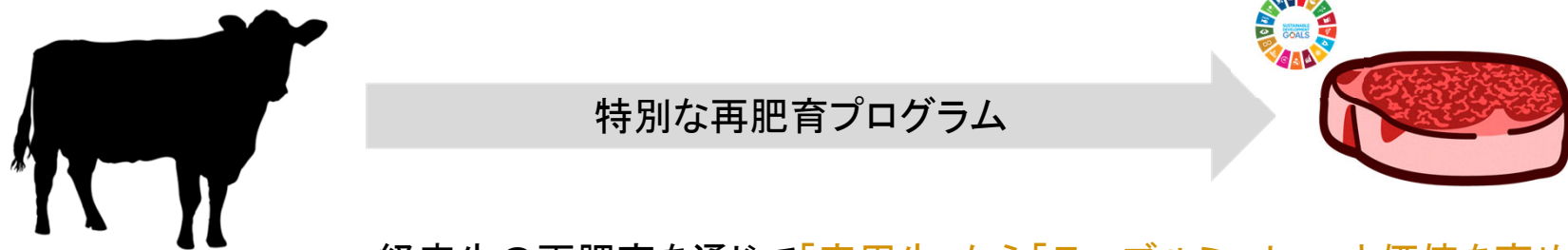
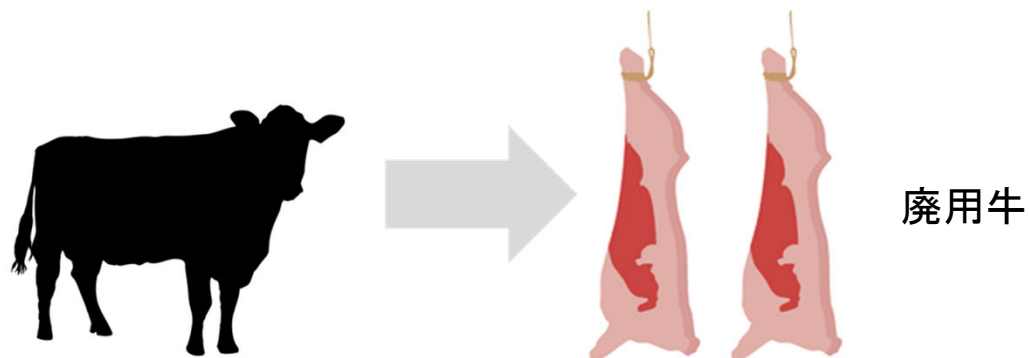
■ 事業の目的

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、本来、レストラン等で一定以上の価格で提供されていた牛肉等の流通段階における滞留が起こり、低価格での取引が発生。また、コロナ禍で行き場を失った食材の「フードロス」をきっかけに、SDGsの目標の一つでもある「つくる責任、つかう責任」等を意識する先が増加傾向。
- ・ このコロナ禍で変わりつつある新たな価値観に対応し、再肥育を行った経産牛を推進し、事業化可能性調査。結果、牛肉の生産から消費に至る各段階のフードバリューチェーンの付加価値を高め更なる需要喚起を促し、また今までアプローチ出来なかった既存マーケット(例:オーガニックスーパーマーケット、飲食店)の開拓により牛肉の輸出拡大を模索。





12 つくる責任
つかう責任



経産牛の再肥育を通じて「廃用牛」から「テーブルミート」へと価値を高め、ニーズのあるマーケットへとバリューチェーンを繋げていく。

■ 経緯

- ・ 新たなマーケットを求め牛肉の輸出を進めていく中、他国のアニマルウェルフェア、サステナブルな取組に対する考え方を理解。特に、こういった視点はEUにおいては重要視されていることも考慮すべき観点。
- ・ グローバルなマーケットに供給すべく行っている和牛の増頭計画も、その一因を担っている母牛は、日本では一般的に廃牛扱いとされ、グローバルスタンダードで見た場合のアニマルウェルフェアに沿って飼育されているとは言い難い状況。
- ・ 和牛の輸出促進を行っていくにあたり、母牛の扱いを向上させ、グローバルスタンダードであり、よりサステナブルな日本の畜産業に発展するよう整備を行っていく必要があると考察。





■ 方針

- ・ 経産牛を適切な管理・飼育環境下で再肥育し、テーブルミートへと価値向上を目指す。再肥育した経産牛に関する情報発信及び持続可能な日本畜産業の取り組みをHPで情報発信・PRするとともに、オンライン講演会・現地においても情報発信を実施する。
- ・ アニマルウェルフェア及び畜産業のサステナビリティの意識が高いEUをターゲットとし、本経産牛の需要あるマーケット（例：サステナビリティ商品をそろえるEUのスーパーマーケット、飲食店等）へのアプローチを行う。これにより経産牛の需要を喚起し、輸出促進を目指す。
- ・ また、持続可能な取組の情報発信を行うことで、生産現場の付加価値を高め、持続可能なフードバリューチェーンへの意識改革及び構築を目指す。
- ・ これまで日本からの和牛輸出に際して重視されてこなかった新たな「こだわり」を生み出し、このこだわりを繋げていくという新たなグローバルフードバリューチェーンを構築する。



JUKUHO FARM CO.,LTD.

株式会社銀閣寺大西

株式会社大恵

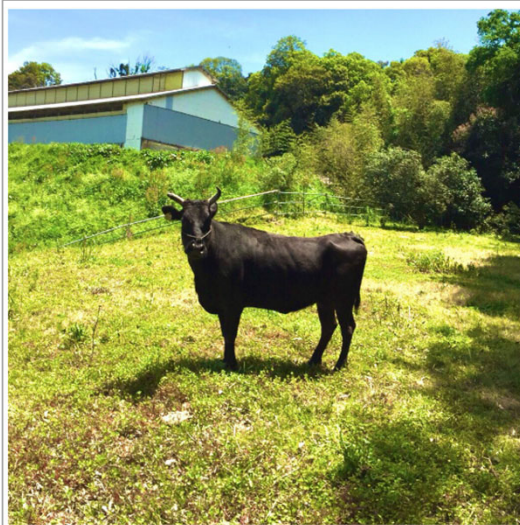
日本畜産輸出促進コンソーシアム

コロナ禍で行き場を失った食材のフードロスをつきかけに、SDGsの目標の一つである「つくる責任、つかう責任」等を意識する先が増加傾向にあります。

このコロナ禍で変わりつつある新たな価値観に対応し、再肥育を行った経産牛を推進していきます。

子牛の生産といった、畜産業界にとって重要な役割を担っている母牛を「廃用」から「テーブルミート」へと価値を高め、「つくる責任」と果たし、畜産業界のサステナブルな取組へと繋げることを目的として銀閣寺大西、大恵、養熟農ファームで構成する団体です。

これまで輸出に供されていなかった経産牛の輸出により、新たな日本産牛肉の輸出カテゴリーが増え、日本畜産業界の「サステナブルな取組み」を広く認知させることで新たな「こだわり」を生み出し、繋げていくことで新たなグローバルフードバリューチェーンを構築します。



Deep taste and the rich flavor

Keisan-gyu is the cattle which has given birth. In Japan, female cattles are usually divided into beef cattle for the meat and a breeding cattle to have children.

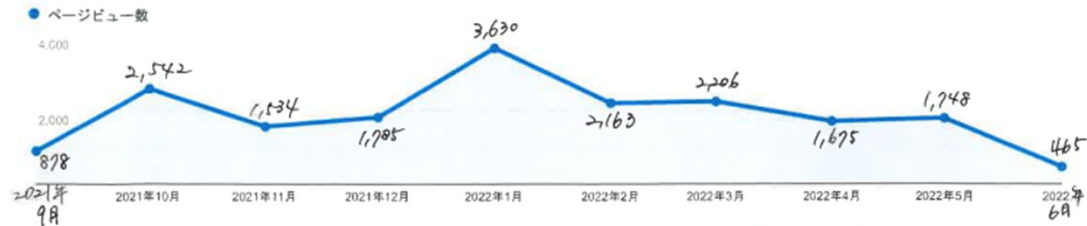
Speaking of Japanese beef, the meat of a castrated and the heifer (the cattle which has not given birth) for food is considered to be valuable, and is characterized by tender fleshy substance and delicious fat, and receive authorization as "brand beef" by a production area and age.

On the other hand, Keisan-gyu is had the image that its fleshy substance is inferior to a castrated and a heifer. They are made into processed meat or mince after giving 7-8 births on the average per one cattle.

However, in fact, we demonstrated that the Keisan-gyu fattened up well was born again to the meat with the taste that was totally different from the fleshy substance of a castrated and the heifer with deep taste and the rich flavor.

HP作成

サマリー



情報発信



ドイツ: 世界最大規模の展示会、ANUGA 2021に参加。
スイス: 日本大使館・JETROと共同イベントを実施。また、レストラン・精肉卸会社にて意見交換会を実施。
ドイツ: 精肉会社を招待し、経産牛を使ったディナーイベントやレストランシェフを招待し意見交換会を実施。
イタリア: レストランシェフを招待し、ディナーイベント・意見交換会を実施。



■ 結果

- EUに初めての経産牛輸出を実行。EU輸出国は8カ国、ドイツ・スイス・イタリア・イギリス・フランス・フィンランド・ブルガリア・クロアチアに拡大。
- ターゲットにしていたEU向けの輸出頭数は53頭、輸出重量は4,357kg。金額ベースで25,303千円。経産牛を使用してもらった業種は、ホテル・レストラン・スーパー・精肉店と多岐に渡り、**新たなバリューチェーンを構築出来たと思料。**
- 国内であれば「なぜ経産牛を使うのか？」といった声が多くある中、海外であれば経産牛を使うことはサステナブルの観点から当たり前であり、**当初狙っていた需要のあるマーケットへとアプローチ出来たもの**と考察。経産牛の持つ味の濃さに加え、サステナブルな取り組み、アニマルフレンドリーな仕組み、和牛独特の甘み・脂質等も高評価を頂けた。
- また、本取組・発信等を通じ、他企業もEUマーケットにおける経産牛のポテンシャルを感じ、大手をはじめ経産牛の輸出を始めた企業も。
- これまで日本からの和牛輸出に際して重視されてこなかった新たな「こだわり」を生み出し、**このこだわりを繋げていくという新たなグローバルフードバリューチェーン構築に繋がったと思料。**

以上、成果報告とさせていただきます。
ありがとうございました。