

農林水産大臣賞

スターゼン株式会社

(東京都港区)

牛肉
豚肉
加工品

・台湾
・欧州
・アメリカ
・香港 他

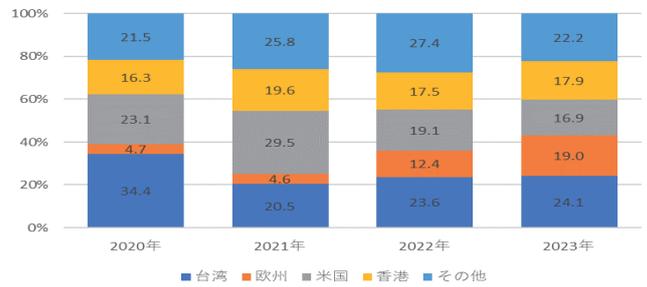
最高の技術と輸出専用ブランドで海外に展開

取り組み内容

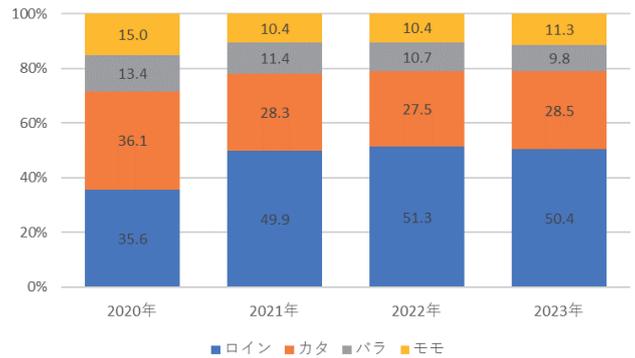
- 『食の感動体験を創造することで世界中の人々と食をつなぎ続ける』を経営理念とし輸出事業に注力。
- 食肉輸入で構築した海外拠点やネットワークを強みに海外輸出を展開し、現在51の国と地域へ輸出可能な体制を構築。
- 輸出の要である阿久根工場は最高技術を有する「部分肉製造マイスター」が多数在籍し、細かな顧客ニーズに対応。
- 同施設内では新たに「スキンパック加工」設備を導入し、流通チャネルを拡大。
- 賞味期限を延長し、フードロス削減に寄与。
- 海外輸出専用ブランド「AKUNE GOLD」を立ち上げ、欧州のステーキ品評会で最優秀賞を受賞するなど、ブランド認知度が向上。

輸出実績の推移

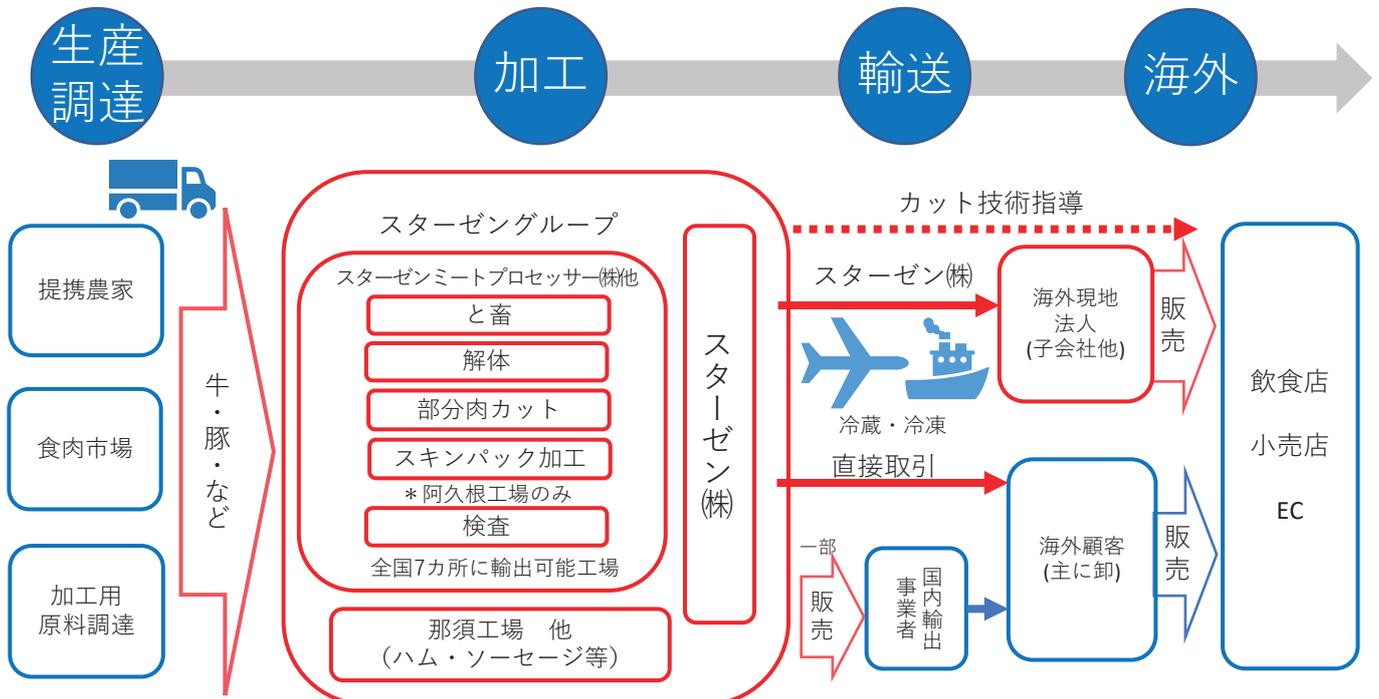
国別輸出金額構成比の推移



牛肉部位別輸出重量構成比の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 日本国内の人口減少により、国内での食肉の販売が縮小していくことが想定され、和牛の輸出に取り組み始める。国内工場の輸出認可取得を進め、2010年にマカオ向け和牛輸出を開始。2011年に香港、2012年に米国、2014年には欧州向けも加わり、世界における和牛認知拡大と共に、今日まで輸出実績が伸長している。
- これまで日本への食肉原料を調達することが主軸であった5つの海外現地法人を活用し、輸出拡大へ販売網を構築している。

課題と解決のポイント



「匠」の技術で販売増

米国、欧州では食肉を薄切りにする食文化がなく、ステーキ用のロイン系に需要が集中する。ロイン系に限ると1頭からとれる量も限られ、頭打ちとなる。

部分肉製造マイスター等の人材育成に取り組むとともに、技術者派遣による海外でのカットイベント実施、自社工場に顧客を招きカット技術・食べ方提案を行い、新たな部位の販売に繋げている。



最優秀賞で認知増

多くの和牛が世界各国へ輸出されている中で、スターゼンの知名度を広げていくには独自性・強みなどを訴求していくことが必要となる。

輸出専用ブランド「AKUNE GOLD」を立ち上げ、ホームページやSNSを活用し、海外プロモーションを強化。欧州で開催された品評会に出品し最優秀賞を受賞。ブランド認知を向上させ、販売量の増加を図っている。



新規加工設備で解決

コロナ禍の消費動向の変化からEC・小売業者の需要が急増。小分けされた加工度の高い商品が必要となる。また不安定な需要環境から、長い賞味期限が求められる。

と畜、加工を行う施設内では前例のなかった「スキンパック加工」設備を導入。さらに衛生管理の強化により菌数を抑制し、賞味期限を延長。これらによって食品ロス削減など顧客利便性を向上させている。

スキンパックした商品▶は、従来のラップ包装商品に比べて、賞味期限が伸長▼



▲輸出EXPO出展風景



▲カットイベントの様子

欧州品評会
World Steak Challenge
で最優秀賞受賞▼



今後の展望

- ロイン系以外の部位について、有効な加工・調理方法を提案することで、1頭あたりに占める取扱い重量増加を目指す。
- オリジナルブランドであるAKUNE GOLDのブランディングを推進しプロモーションを強化することで、消費者へのブランド認知度向上を図る。
- スキンパック加工は食品ロス削減や高い利便性により、飲食店等への更なる需要が見込まれることから、市場開拓を進める。