

農林水産大臣賞

株式会社力ミチク  
(鹿児島県鹿児島市)

和牛肉

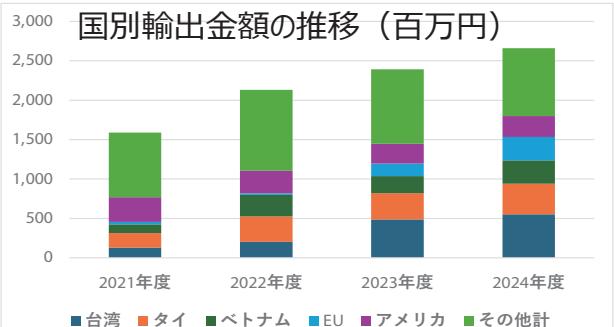
・台湾  
・タイ  
・香港  
・ベトナム  
・EU 他

## 各国への最適なアプローチによりニーズの変化に対応

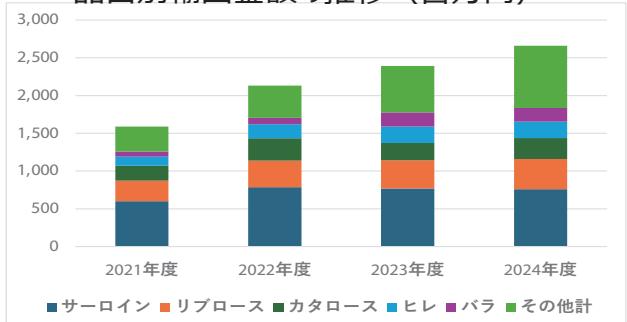
### 取り組み内容

- 牛の飼料の生産から、肥育、製造・加工、小売・外食までを一貫して事業化し、グループ全体で6次産業化（Farm to Table）モデルを構築。
- 6次産業化により、生産にかかるコストを管理し、生産農家の経営を安定させ、牛の価格も安定的に供給できるため、安全・安心で良質な牛肉を生産者・消費者共に納得のいく価格で届けている。
- （株）力ミチクの売上は約212億円、うち約26億円（約12%）が輸出事業の売上。
- 2010年のタイ・マカオへの輸出を皮切りに、現在では12か国へ輸出、香港とベトナムでは現地法人も有し、ベトナムでは飲食店を運営し、さらに牛の肥育も行っている。

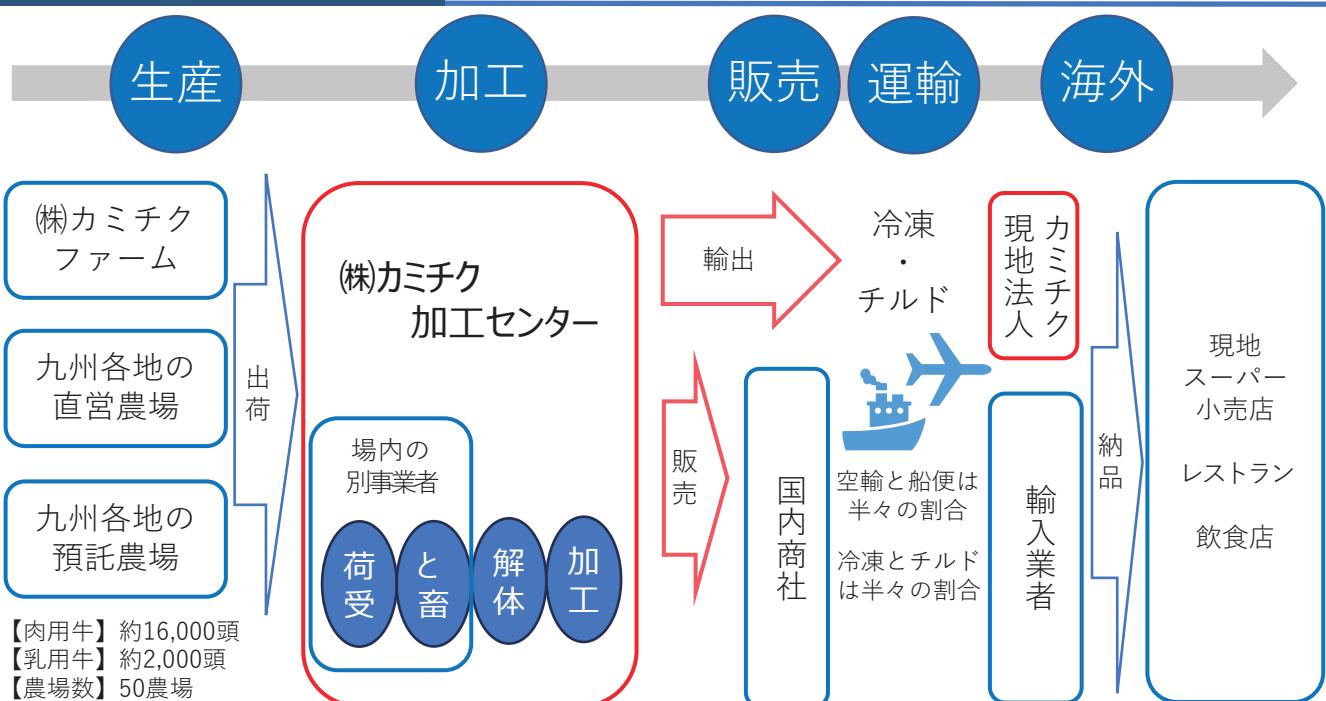
### 輸出実績の推移



### 品目別輸出金額の推移（百万円）



### 輸出の仕組みチャート



## 輸出に取り組んだ背景

- 国内市場において、高単価なA5ランク和牛（特にリブロースなど）の需要が将来的に減少するという危機感から、2015年に和牛の輸出事業を本格的に開始。
- きっかけは取引銀行からの商談会の紹介で、タイへの輸出からスタート。当初は、費用対効果の面で社内の理解を得るのに苦労したが、コロナ流行の1~2年前（2018年頃）から、インドネシア向けハラル商品の輸出と、香港のパートナー企業との合弁会社（FSカミチク）設立により売上が安定。
- 海外営業チームは計8名体制、5人が外国人であり現地のニーズも踏まえながら運営。

## 課題と解決のポイント

### 各国への最適なアプローチ

現状は輸出国は12か国で、直営企業や現地パートナー企業など、それぞれの国に応じた対応を取っている。また各国の施設登録やレギュレーション対応が必要。

### 商品の付加価値向上

和牛のブランド確立と、安全・安心な商品を提供できるよう、賞味期限の延長や、偽造防止、トレーサビリティの強化に取り組み、差別化を図る。

### 多様化、変化への対応

今後予想される国内の和牛（特にA5ランク）需要減少や、経産牛のニーズ向上、生産者の高齢化対策と収益確保等の今後の多様化、変化への対応が必要。

国によって国内商社や現地パートナー企業との関係構築、合弁企業の設立など、最適なアプローチを実現している。台湾向けの自社加工場のライセンス取得や、ハラル対応、各国規制への対応など、きめ細かい対応が今後も必要。

チルド輸送を増やすため、現状の賞味期限55日を延ばす取組を行っている。またNFCタグ（非接触型ICタグ）を活用したシステムの試験導入を台湾で計画中で、これによりNFCタグを箱に付けて、商品の流れがトレースできるようになる。

国内外の多様なニーズに応えるため、特に海外の販路開拓を図る。また経産牛はWAGYUとして販売できるため収益力強化につながる。さらに独自ブランドのTMR飼料を農家へ生産委託しており、耕作放棄地の抑制や牛の品質向上に寄与している。

飼料用稻作を農家に委託委託し、TMR（完全混合）発酵飼料を用いた独自の飼料で、牛を肥育。



シンガポールのマリーナベイサンズKOMAレストランでのカミチク薩摩牛を使用したイベントを開催。

## 今後の展望

ベトナムで、現地パートナー企業の営業担当者向けのトレーニング講習



△ 随時海外からの視察も受け入れ、試食・商談も実施

- (株)カミチクでは2035年の売上300億円を目指しており、うち輸出事業で30%（現在は約12%）を目指している。国内の和牛（特にA5ランク）需要減少を見越し、国内の需要減を海外輸出で補完する戦略をとっている。
- 現在、ベトナムで【オーストラリア和牛×現地のホルスタイン】の牛を40頭肥育しており、2026年から出荷予定。これを足掛かりに東南アジアでの生産拠点化を図る。
- 中国の和牛輸入解禁に向けては香港の現地法人を通して情報収集・対応を行っており、香港の政情不安などから、アジアのハブがシンガポールへシフトする流れも注視し、対応する。