

輸出・國際局長賞

株式会社熟豊ファーム (島根県雲南市)

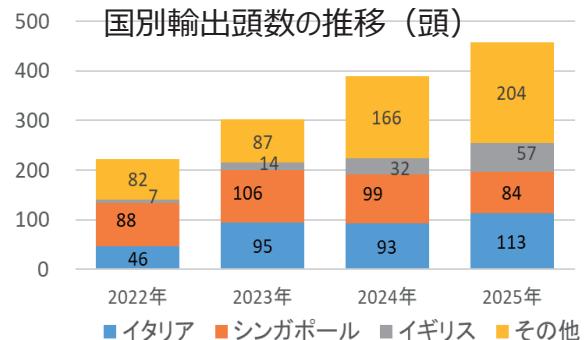
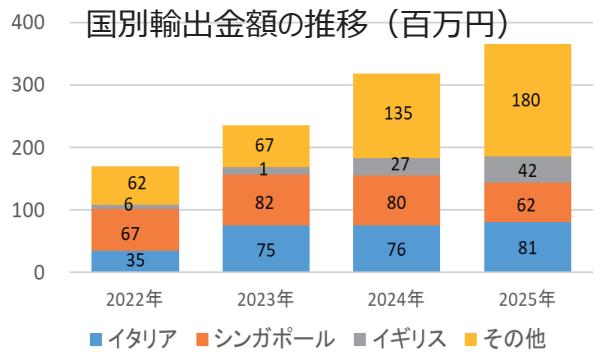
和牛肉
(絹産牛) • イタリア
• シンガポール
• イギリス 他

経産牛の肉質向上に取組み、国際品評会でも高評価

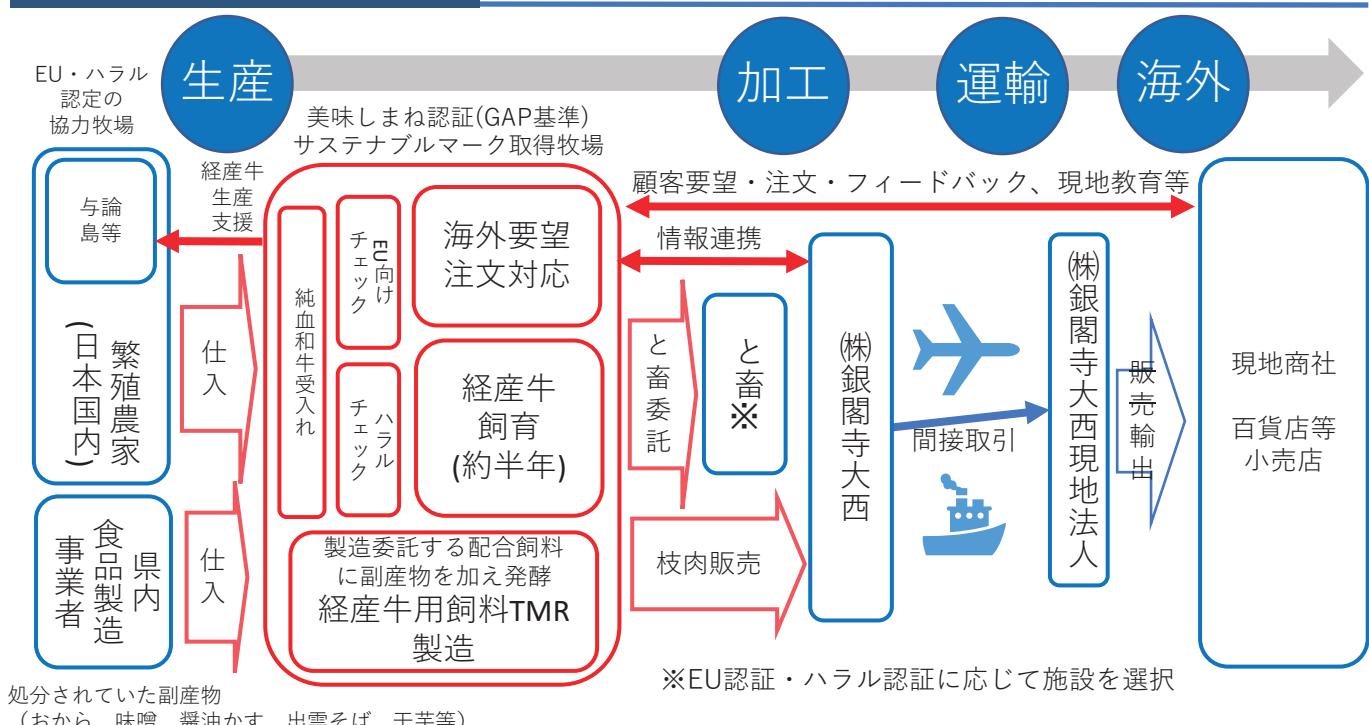
取り組み内容

- 経産牛の価値を上げるべく、栄養価・嗜好性を研究し自社製TMR(完全混合飼料)を6年かけて開発。地域の食品副産物の再利用にもつなげ、個体差のある経産牛をAランクに安定生産。
 - 海外顧客が重視する第三者認証としてGAP基準に基づく「美味しいね認証」取得。海外市場でアニマルウェルフェア等サステナブル重視や信頼性を示すべく「サステナブルマーク」を官民連携で運用開始(日本初)。
 - 経産牛を「熟」(JUKU)としてブランド化。肉の国際品評会World Steak Challengeを2024年・2025年2年連続で金メダル獲得。ブラインドティスティングで海外産WAGYUや一般的な和牛と同じ土俵で「美味しいさ」の評価を受けた。

輸出実績の推移



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 2017年創業。公務員から知識ゼロで畜産業へ転身。5頭の経産牛の育成から始める。国内の食肉市場では経産牛というだけでコマ材やミンチ材扱いとなり評価が低くなる。美味しい経産牛の出荷を目指し、自社独自飼料(TMR)を開発し、肉質向上に成功。
- 日本国内市场に出荷を進めるもコロナ禍の影響を受ける。新たな販路を目指すが定着しない中、和牛文化の歴史のある京都では、いいものをきちんと評価されることを知り出荷。SNSを活用し京都の食肉卸(株)銀閣寺大西へ評価を依頼。規格を揃えて生産できる農場である評価を受け、海外の食文化に経産牛が合致することから、海外輸出でダッグを組む。

課題と解決のポイント

| 知識0から飼料開発 | 規制対応体制構築 | ブランド認知を高める |
|--|--|---|
| <p>受入れから半年で出荷可能な経産牛は個体のバラツキがあり、専用の配合飼料もなく肉質の品質向上が困難。また、牛のグッズのメタンガス削減は環境課題である。</p> | <p>2023年6月、欧州森林破壊防止規則(EUDR)」が発効。牛肉も規制対応が求められ、禁止薬物使用歴、白血病対策等、履歴管理を求められる。</p> | <p>経産牛の味が好まれるEUであるが、ブランド認知を進め、「熟」を選んでもらう必要がある。イタリアのバイヤーからはサステナブルの認証マークがほしいと要望を受ける。</p> |
| <p>知識0から栄養価と嗜好性を研究。地元の食品残渣(酒粕、味噌等)も加え発酵させ独自の飼料(TMR)を開発。牛のグッズのメタンガス削減を他社と共同実験。CO₂排出量を最大63%削減、農水省からCO₂削減飼料添加物指定を受ける。</p> | <p>農水省・県・JA・市場等関係機関と連携し、禁止薬物使用歴、白血病対策、酒粕由来アルコール成分規制、EUDR等基準に対応可能な体制を構築。薬剤・EUDR対応に加えハラル対応の確認可能な履歴管理の仕組みを整備した。</p> | <p>生産者の声を現地バイヤーに直接教育。取組に共感した百貨店スタッフが着物を着用し消費者にPR。現地で100g 7000円の販売価格がつけられた。また、県と連携しサステナブルマークの運用を開始し、海外での取り扱い増に繋げた。</p> |



▲牛舎の経産牛たち



熟(JUKU)として
ブランド化▼

当社開発飼料TMRは副産物を活用、更に添加物製造会社と共同開発しメタン排出削減を実現、農水省温室効果ガス削減飼料添加物指定を受ける▼



▼現地販売員が着物で「熟」をPR



◀社員がEUDRやハラル対応の牛かを一目でわかるよう管理

今後の展望

- 和牛文化の維持・発展のためには輸出で売上を確保することが重要。サステナブル和牛「熟」が肉質・取組の両面から海外で評価されていることを皮切りに、「熟」が生んだ子牛との親子関係をストーリーにした販売戦略を運用。子牛を出荷した先の牧場が「熟」とのストーリーを活かした販売を行える体制づくりによる販売促進を進めていく。実際にこの形でのブランド和牛はドバイ輸出に繋がった。消費者にわかりやすい付加価値・共感を呼び起こす販売促進として、更に進めていく。