

輸出事業計画

申請者名：神戸食肉輸出コンソーシアム 品目：牛肉

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- ・平成27年12月22日に地理的表示保護制度（GI）の登録産品に認定された神戸牛を含む和牛輸出については「世界的な和食ブーム」、「日本産食材が有する安心・安全という信頼」、「日本産和牛の食材としての世界的な価値、評価」、などを背景に輸出額、量ともに増加している。
- ・神戸西部市場食肉センターでは平成29年9月に台湾への輸出認可を受け、同年10月より輸出を開始している。
- ・台湾は日本と物理的、文化的距離が近く、日本は台湾人の旅行先としての人気も高く、台湾国内に日本食レストランも多い。また牛肉を薄切りで用いる食文化があり、外食産業、量販店、精肉店などで幅広く和牛肉が消費されている。
- ・本コンソーシアムは、①神戸市西部市場食肉センター（食肉処理施設）、②神戸中央畜産荷受株式会社（枝肉、精肉販売）、③株式会社ケイピーシー（部分肉加工処理会社）、④伊藤ハム米久ホールディングス株式会社（輸出事業者）、⑤みらいファーム株式会社（生産者）、⑥JA全農兵庫 ⑦神戸肉流通推進協議会で構成される。
- ・台湾を対象国とし、輸出拡大に取り組む。

【課題】

現状台湾における和牛の販売や消費の傾向は世界の中で最も「日本における形式」に近いと言える。それは数ある輸出先主要国の中でも唯一「冷蔵での取扱いが圧倒的に多い」かつ「ロース以外部位の高い輸出比率」という二要素を同時に満たす輸出実績が示している。

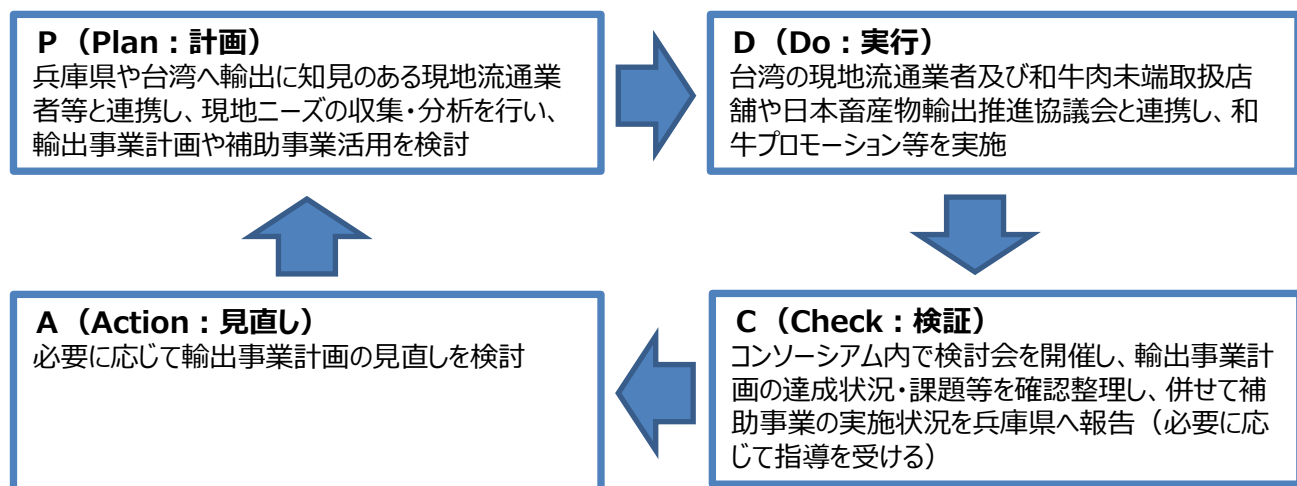
一方で台湾での販売・消費において神戸牛を含む和牛の肉の知識、魅力、ポテンシャルなどを深く正しく理解し、活用しきったプロモーションは充分行われておらず、和牛の正確な情報をもとに取扱業者から消費者まで幅広く対象とし、プロモーションを行うことが更なる輸出拡大への課題と考えられる。

2. 輸出事業計画の取組内容

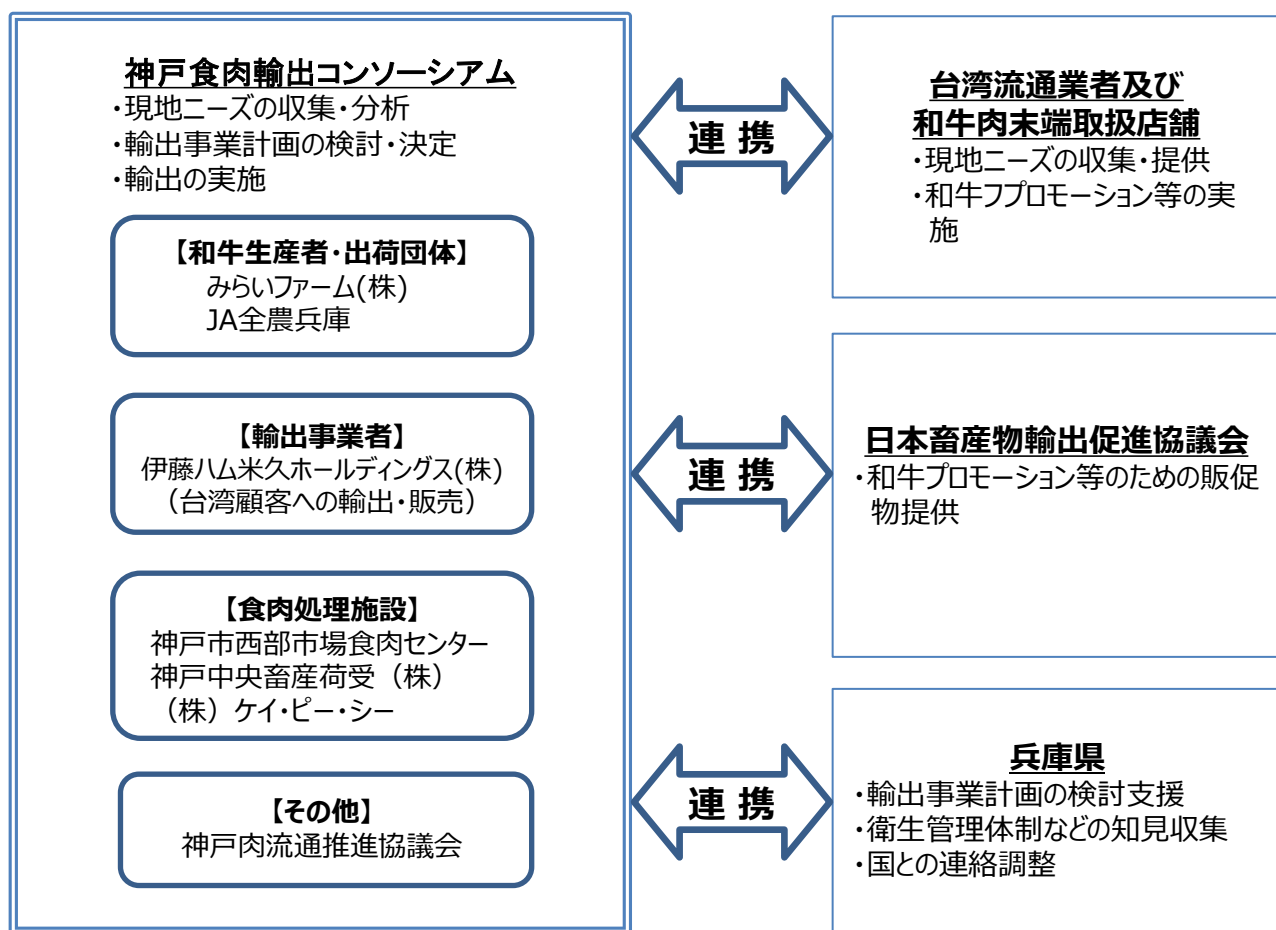
- ・本コンソーシアムが供給する神戸牛を中心とした和牛の知識、魅力を伝えるPR動画を作成し、輸出拡大プロモーションに活用する。
- ・消費者に対しては日本、台湾両国において「和牛肉の魅惑的な美味しさ」を、取扱業者に対しては日本において本コンソーシアムが供給する「和牛の生産から消費まで」を、いずれも「直に実感・体感できる」機会を提供する取り組みを実施する。
- ・消費者、取引業者を対象に、台湾現地外食店舗での和牛の魅力や美味しさを伝える、和牛プロモーションイベント実施。
- ・日本から和牛を台湾に輸入する業者に対して、産地、食肉加工施設等を紹介すると共に、日本における牛肉の食文化、レストランなどを紹介し、和牛肉に対する理解を深め、購買を促進するため、日本に招聘してのプロモーションを行う。
- ・和牛の魅力を紹介する動画作成、ポスター、PRグッズなどデザイン、作成し、プロモーションに活用する。
- ・台湾からの旅行者、ビジネス客などの帰国便、関西の空港から台湾へ出発する航空機の搭乗券などに広告掲載を行う。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

<PDCAサイクル図>



<連携体制図>



4. 輸出目標額

牛肉	現状（令和 4 年）	目標年（令和 6 年）
輸出額（円）	0	5,000,000
輸出量（kg）	0	250
輸出先国・地域	台湾	台湾