

輸出事業計画

※申請者名：佐賀牛輸出促進コンソーシアム、品目：牛肉

1. 輸出における現状と課題

【現状】

本県畜産業の振興を図っていくためには、国内市場はもとより、海外市場への販路拡大を進めながら、「佐賀牛」など畜産物の流通・販売を展開していくことが重要であるが、既存の食肉センターは、牛と豚の処理ラインが完全に区分されており、E Uや米国などへの輸出基準に適合していない。

このため、現在は鹿児島県等にある輸出認定処理施設においてと畜・加工処理し、アメリカ、香港、台湾等の9か国・地域へ県産牛肉を輸出してきた。

また、県内で万が一、口蹄疫等の悪性家畜伝染病が発生した場合には、法的に移動の制限がない農場であっても、県外のと畜場から出荷自粛の要請が想定されるなど、リスクヘッジの観点からも県内に1か所は産地と畜場が必要である。

このような状況を踏まえ、新たに整備する輸出対応型の佐賀県高性能食肉センターKAKEHASHI（以下「KAKEHASHI」という。）は、「佐賀牛」の輸出拡大に向け、EUや米国等の輸出認定を取得するなど今後の畜産振興施策の展開に必要な機能も備えた施設として整備する予定である。また、米国やタイへの輸出認定を取得し、それぞれ輸出を開始するとともに、その他の各国・地域への輸出認定を順次取得していく予定である。

【課題】

➤生産（米国、E U）

食肉処理施設の米国およびEU輸出認定を取得するにあたっては、最終的にKAKEHASHIにと畜を依頼する全ての生産者が対米およびEU 向けの牛取扱い（頭絡装着）を行うことが求められている。

➤製造（米国、E U）

食肉処理施設の対米及び対EU輸出認定の取得に当たり、と畜放血手順の変更（懸垂式放血）を行うことが必要である。

➤販売（各国共通）

①今後輸出量の拡大を目指すにあたって、輸入・卸業者（商流）を拡大することは有効な手段とも考えられ、複数の商流が存在する中で、いかに高級・高品質としての佐賀牛ブランドを維持していくかが課題となる。同時に、訪日客の多くが訪れる「TOKYO」や「OSAKA」、「KYOTO」と比較すると海外での「SAGA」の認知度は高いとはいえず、漢字「佐賀」やアルファベット表記「SAGA」による佐賀県自体の認知度を各ターゲット市場で広め、ブランド化することも必要である。

②海外市場では高級部位（ヒレ、サーロイン等）が好まれる傾向にあり、それ以外の部位（モモ、肩等）を定期的に輸出することが難しい状況。

➤販売（E U）

加盟国はヨーロッパ全土から27カ国総人口約5億人にまたがる、文化、経済、宗教的にも多様性を持つ連合体である。各国の歴史的背景や国民性、趣味嗜好も異なるため、高級・高品質な佐賀牛を展開するにはE Uの中でも富裕層を中心としたターゲット国を複数定め、それらの細分化された複数の市場に対してアプローチすることが必要である。そのため、特定のターゲット国を発掘するための市場調査から始め、ターゲット国選定後は、各市場内に参入するための有力な輸入・卸売業者の発掘、人脈の構築を行う必要がある。

輸出事業計画

※申請者名：佐賀牛輸出促進コンソーシアム、品目：牛肉

2. 輸出事業計画の取組内容

【取組】

➤生産（米国、E U）

当コンソーシアムにおいて、輸出先国の要件に応じた頭絡装着などアニマルウェルフェアに配慮した牛の取扱について生産者等に周知を図る。

➤製造（米国、E U）

（米国）対米認定については、毎月実施される厚生労働省査察等を通し、輸出認定を継続する。併せて、他県の先進的な輸出認定施設に出向き、放血手法の改善や輸出に対応したカットに必要な知識・技術をKAKEHASHI職員が習得する。

（E U）対E U認定に向け、対米認定継続のための査察を通し、衛生的な所作や適切な施設の維持管理に取り組むとともに、対米同様に、放血手法の改善や輸出に対応したカットに必要な知識・技術をKAKEHASHI職員が習得する。

➤販売（各国共通）

①佐賀県には有田焼をはじめとした陶磁器や佐賀酒、諸富家具等、海外市場で高い評価を得ている県産品が存在する。これまでは、それぞれの産品がそれぞれのターゲット国やターゲット層に対してプロモーションや販路拡大に取り組んできたが、今後は海外における天皇誕生日祝賀レセプション等の機会を利用して、佐賀牛をはじめ、米、青果物、酒等を含めた佐賀県産品をワンパッケージとして多様なターゲット層に多角的にアプローチしていく。

②佐賀牛やKAKEHASHIに係る多言語パンフレット、多言語プロモーション動画（佐賀牛の肉質等級やBMS値の基準、KAKEHASHIが動物福祉や衛生面、環境面に配慮した輸出対応型の施設であること、KAKEHASHIが完成、稼働したことにより、佐賀牛を生産から加工、輸出まで一気通貫で供給できるようになったこと等を紹介）の制作、ターゲット国・地域における佐賀牛のブランド価値の向上、販路開拓等に取り組む。その中で、高級部位だけではなく、セカンダリー部位（モモ、肩等）についてもプロ向けのカット技術向上や調理法の講習会を開催する等、需要喚起を行い、部位ごとではなくフルセットでの佐賀牛の輸出を目指す。

➤販売（香港）

現在のところ、佐賀牛の最大の輸出先であるため、輸出認証取得に向けて取り組むとともに、飲食店におけるフェアを中心に、SNS等の活用を含め、香港の実需者、消費者（高・中所得者層）に対して、佐賀牛の販売促進活動を展開する。

➤販売（台湾）

認証取得に向けて取り組むとともに、台湾における半導体製造の中心地であり、台湾のシリコンバレーとも呼ばれる新竹地区において、ビジネス客や富裕層を対象とした佐賀牛の販売促進活動を展開する。

➤販売（米国）

認証取得に向けて取り組むとともに、認証取得後は、東海岸、西海岸の主要都市をターゲットとした佐賀牛の販売促進活動を展開する。なお、米国は多国籍人種の国であるが、現地シェフと連携した米国人向けの和食メニューの考案、提供等を通じて、特に米国人への佐賀牛の浸透を図る。

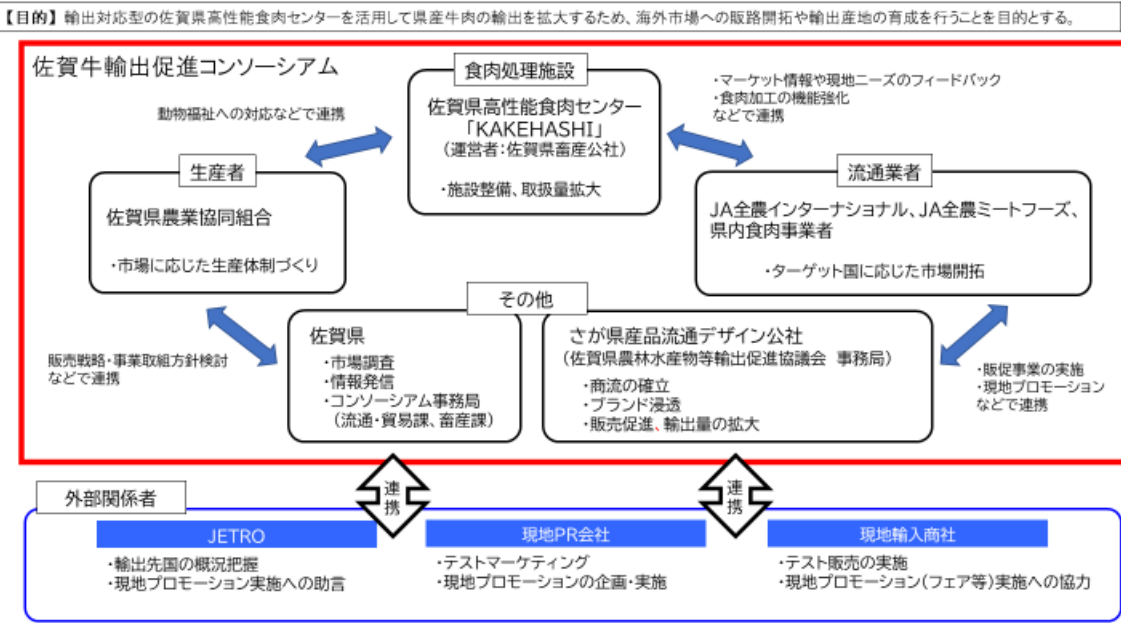
➤販売（E U）

認証取得後、速やかな販路確保・販促施策を実施できるよう、令和4年度に実施するSIALパリでのブース出展を皮切りに、E Uにおける他県産牛肉の流通ルート等を調査し、イギリスを含めた現地でのターゲット国を選定するとともに、有力な輸入・卸売業者の発掘、人脈の構築に取り組む。

輸出事業計画

※申請者名：佐賀牛輸出促進コンソーシアム、品目：牛肉

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



4. 輸出目標額

		現状 (令和3年)	目標年 (令和8年)	備考
佐賀県食肉センター を中心とした産地	輸出額(千円)	0	679,000	
	輸出量 (kg)	0	97,000	
	輸出先国	0	香港、台湾、米国、 EU等	
	生産量 (kg)	2,431,000	3,674,000	枝肉重量