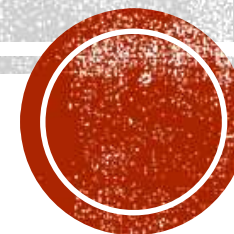


道産農畜産物輸出拡大加速化事業（牛肉） 調査研究委託業務

報告書概要版

令和5年3月



株式会社北海道二十一世紀総合研究所

1 事業の目的・趣旨

- 北海道では「北海道食の輸出拡大戦略 ～第Ⅱ期～」で、農畜産物・農畜産加工品の輸出額**125億円**を目標水準に設定した。
- 重点品目に設定されている4品目（米・日本酒・青果物・牛肉）のひとつである「**牛肉**」について、輸出を拡大させるため、既存の商流の維持・拡大及び新たな商流の開拓に向けた取組を行った。

2 本事業のポイント

区分	内容
現状	<ul style="list-style-type: none">• 本事業の対象国のアメリカ、タイでは和牛は高級牛肉として定着しており市場が拡大。
課題	<ul style="list-style-type: none">• 輸出される和牛は高級部位（サーロイン、フィレ等）に集中。
事業のポイント	<ul style="list-style-type: none">• さらなる市場拡大を図るため、和牛（タイについては交雑種も含め）のセカンダリー部位の普及を図る。

3 事業内容

区分	内容
アメリカ	<ul style="list-style-type: none">• 焼肉店における北海道産牛肉（和牛）フェアの開催• ECを活用した北海道産牛肉（和牛）の販売実証
タイ	<ul style="list-style-type: none">• 北海道産牛肉（和牛・交雑種、セカンダリー部位）の商談会

4 アメリカにおける事業（フェアの実施）

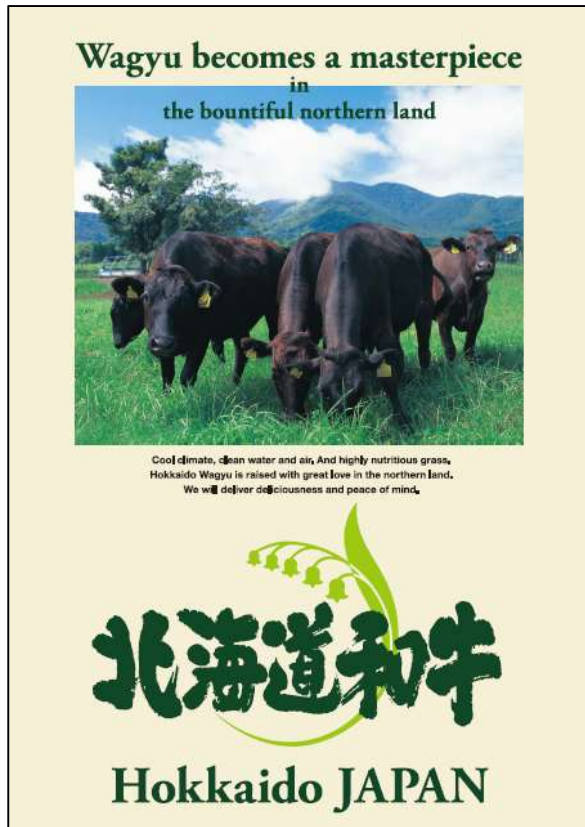
(1) 北海道産牛肉フェアの実施概要

項目	内容
場所	焼肉店のTSURUHASHI（鶴橋）サンディエゴ店 ※サンディエゴ（カリフォルニア州人口第2位の都市（約140万人））
期間	令和4年12月2日(金)～12月31日(土)※週末（金土日を実施）
品種・部位	北海道産牛肉（和牛、セカンダリー部位（三角バラ、ウデ、モモ（ウチモモ、シンタマ）、ランプ等、サーロイン））
メニュー	<ul style="list-style-type: none">料理長のおまかせプレート（道産和牛のセカンダリー部位中の中から料理長が自信をもって奨める3～4種類の部位を選んで一つの皿に盛り込み）を開発。定番メニューに三角バラ、サーロインを使用。
プロモーション 資材	<ul style="list-style-type: none">道産和牛ポスター、パネル道産和牛ミニのぼり

4 アメリカにおける事業（フェアの実施）

(2)フェアの内容

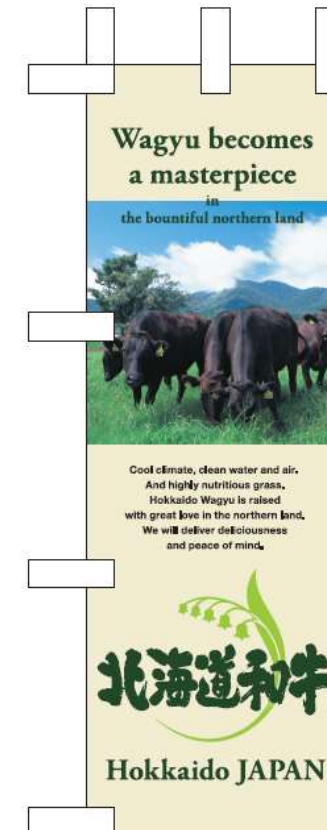
①フェアに使用したプロモーション資材



ポスター



パネル

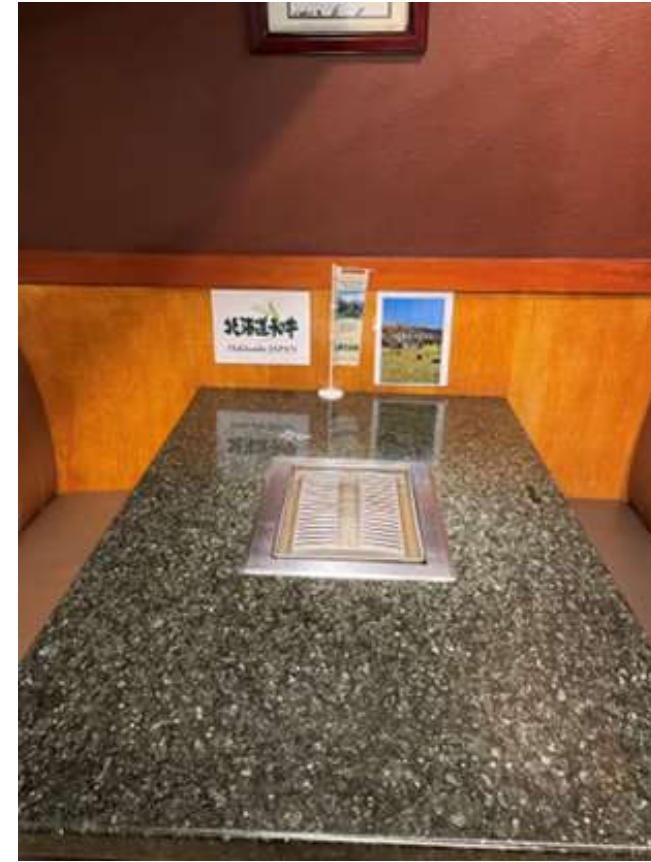


ミニのぼり

4 アメリカにおける事業（フェアの実施）

(2) フェアの内容

② 店舗の装飾



4 アメリカにおける事業（フェアの実施）

(2)フェアの内容

③開発したメニュー（料理長のおまかせプレート）



4 アメリカにおける事業（フェアの実施）

(3)フェアの結果

①フェアの反応

- 焼肉店では、「料理長お任せプレート」は、来店客がどのような反応を示すか開催前は半信半疑であった。しかし、フェアを開始すると好評であり、クリスマス前には問い合わせが多いメニューとなり、“平日には提供しないのか？”といったお客様から問い合わせもあった。
- 「料理長お任せプレート」はサシが入って濃厚な味わいの部分と肉の味が濃い赤身の部分を同時に味わうことで、同じ個体の牛でも部位によって全く味わいが異なることを知った等の声を得られた。

4 アメリカにおける事業（フェアの実施）

(3) フェアの結果

メニュー名等		料理長のおまかせプレート	定番メニュー (サーロイン、三角バラ関連)
提供食数	(食)	327	579
単価	(USD)	90	-
	円換算(円)	12,060	-
金額	(USD)	29,430	21,178
	円換算(円)	3,943,620	2,837,852

4 アメリカにおける事業（フェアの実施）

(4) フェアの評価・考察

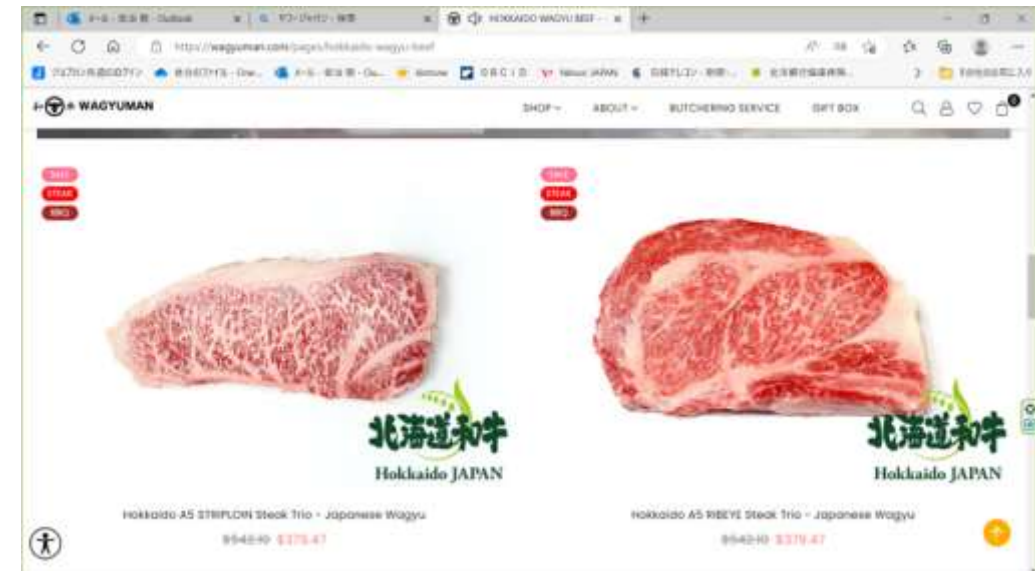
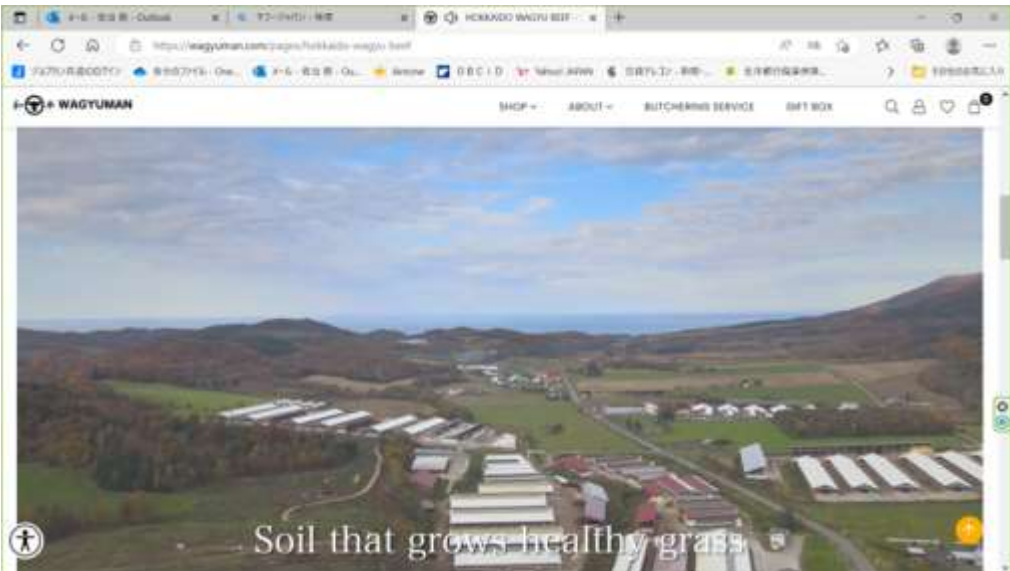
- サンディエゴ界隈の消費者が産地に強い関心があること、提供方法やメニューの工夫によりセカンダリー部位が受け入れられることを確認。
- ステーキには向かないセカンダリー部位については焼肉形態の業態での普及が効果的とみられる。
- ただし、実施店舗からみると、高級食材である和牛のセカンダリー部位を展開することにリスクを感じていること（客が受け入れるか不安）、セカンダリー部位を加工できる人員が少ないことが課題となっている。

5 アメリカにおける事業（E C販売実証の実施）

(1) E C販売実証の内容

項目	内容
E Cサイト	WAGYUMAN
E Cサイトの特徴	• 日本産の和牛、水産物を専門に販売するサイト。扱う和牛の産地は、北海道、岩手、群馬、滋賀、兵庫、熊本、鹿児島、宮崎等
販売商品	北海道産牛肉 (和牛サーロイン、リブアイ、三角バラ)
商品価格	通常の30%OFF価格で販売
販売期間	令和5年2月13日～3月1日
プロモーション	• サイト内に北海道産牛和牛コーナーを設置し、道産和牛のプロモーション動画を掲載して販売。

5 アメリカにおける事業（EC販売実証の実施）



5 アメリカにおける事業（E C販売実証の実施）

(1) E C販売実証の結果

①販売結果等

- 販売量：約206kg
- 販売額：約600万円

②サイト会社のコメント

- リブローズ(ブロック)の売れ行きが特に好調であり、通常価格の2倍以上のスピードで売れた。
- ブロックなので好みに応じた調理ができること、アメリカ人は部位の中でも特にリブローズを好む傾向にあること、1ポンド(450g)あたりの価格が100ドル以下となり割安感が感じられたことが好調の要因。

商品名	重量 (kg/個)	単価			販売数量 (個)	販売重量 (kg)	販売額 円換算(円)
		円/個	円/kg	USD/LB			
Hokkaido A5 RIBEYE Center Cut (北海道和牛A5リブローズ ブロック)	2.25	53,119	23,608	80	30	67.5	1,593,566
Hokkaido A5 STRIPLOIN Center Cut (北海道和牛A5サーロイン ブロック)	2.25	53,119	23,608	80	25	56.3	1,327,972
Hokkaido A5 RIBEYE Steak Set (北海道和牛A5リブローズ ステーキ用(3枚))	1.35	50,470	37,385	126	22	29.7	1,110,329
Hokkaido A5 STRIPLOIN Steak Set (北海道和牛A5サーロイン ステーキ用(3枚))	1.35	50,470	37,385	126	26	35.1	1,312,207
Hokkaido A5 CHUCK SHORT RIB BBQ Cut (北海道和牛A5三角バラ 焼肉用)	0.9	32,122	35,691	121	20	18.0	642,443
合計					123	206.6	5,986,518

6 タイにける事業（商談会の実施）

(1)実施内容

区分	内容
実施方法	<ul style="list-style-type: none">• 現地食品卸の協力を得て、道産牛肉（和牛種または交雑種、セカンダリー部位）に関心のあるとみられる取引先を選定。• 現地食品卸が、道産牛肉のプロモーション資材を用いた説明、サンプルの提供により個別に商談を実施。
商談件数	<ul style="list-style-type: none">• 3件 飲食業（顧客層：中所得層1件、高所得層2件）
使用したサンプル	<ul style="list-style-type: none">• 和牛（肩ロース、肩、ウデ、三角バラ、モモ、ランプ）• 交雑種（肩ロース、三角バラ）
実施時期	<ul style="list-style-type: none">• 令和4年11月

6 タイにおける事業（商談会の実施）

(2)商談結果（バイヤーの反応）

区分	内容
比較対象	<ul style="list-style-type: none">和牛：日本の他産地の和牛交雑種：OGWagyuまたはThaiWagyu
商談における反応	<ul style="list-style-type: none">北海道産というイメージが良い。焼肉メニューとして使える（和牛：肩ロース、肩、ウデ、三角バラ）すき焼き用として使える（和牛：肩ロース）ステーキ、ハンバーグ用として使える（和牛：ランプ、モモ）スープやラーメンに使える（和牛：モモ（シンタマ））和牛のセカンダリー部位は品質・食味が良いので、新メニューの開発によりメニューのバリエーションの拡大を図れる可能性がある。OGWagyu、TahiWagyuと比較して、価格が妥当であること、霜降りの状態が標準に準じた品質（交雑種：肩ロース、三角バラ）サンプルは品質が良く、これと同水準の品質での安定供給が重要

6 タイにおける事業（商談会の実施）

(3) 商談後の状況

- 商談を実施した3社いずれも商談が成立し、北海道産牛肉を全体で965kg（和牛種：659kg、交雑種：306kg）を納品。
- 各飲食店では、北海道産であることをアピールしながら料理を提供。飲食店に支給した販促物（ミニのぼり等）をみて来店者が道産であることを信頼し、食味の反応も好評であった。
- 購入後の販売が好調であったことから、3社いずれも継続購入の方向。

7 道産牛肉の輸出拡大方策

(1)アメリカ（道産牛肉フェア・EC販売実証の結果から）

- メニューの工夫により道産和牛のセカンダリー部位が受入られるが、セカンダリー部位の経験がない飲食店ではリスクを感じている。
- 飲食店ではセカンダリー部位の加工ノウハウの不足が課題
- EC販売では価格調整により販売拡大の可能性がある



- 多様な部位を扱う焼肉店を対象としたフェア開催支援により、セカンダリー部位の使用に係る不安の払拭。
- 飲食店を対象としたセカンダリー部位の加工ノウハウの提供及び加工済商品の開発の推進
- 焼肉店における実績の拡大と他業態の飲食店への普及
- ECでの販売における最適価格に係る検討の継続

7 道産牛肉の輸出拡大に向けた方策

(2) タイ（商談会の結果から）

- 道産牛肉のセカンダリー部位に対する評価は総じて高い
- 交雑種はOGWagyu等よりも評価が高い
- セカンダリー部位の活用によりメニューのバリエーションが拡大する可能性
- “北海道産”であることがアピールポイントになる
- 高品質での安定供給が重要



- サンプル提供とセカンダリー部位が適したメニューレシシピ提案等による用途拡大
- 交雑種については、OGWagyuを扱う飲食・小売業をターゲットとした販売促進
- 高品質・安定供給の継続