

# 『常陸牛』輸出促進の取り組みと

## 海外輸出の現状と展望

公益社団法人 茨城県畜産協会

常陸牛輸出販売促進チーム

甲斐 良輝

常陸牛とは、常陸牛指定生産者が茨城県内で飼育した黒毛和牛のうち、枝肉取引規格が歩留等級AまたはBの肉質等級が4と5等級に格付され、茨城県常陸牛振興協会が認定したもので、常陸牛販売指定店等を通して販売されています。

常陸牛は、茨城県や常陸牛振興協会を中心に関係団体が一体となり、次の点を中心に活動しています。

① インターネット、メディアを活用したPR活動や企業等と連携したキャンペーンの実施

② 品質向上のための肉質の優れた種雄牛の造成、

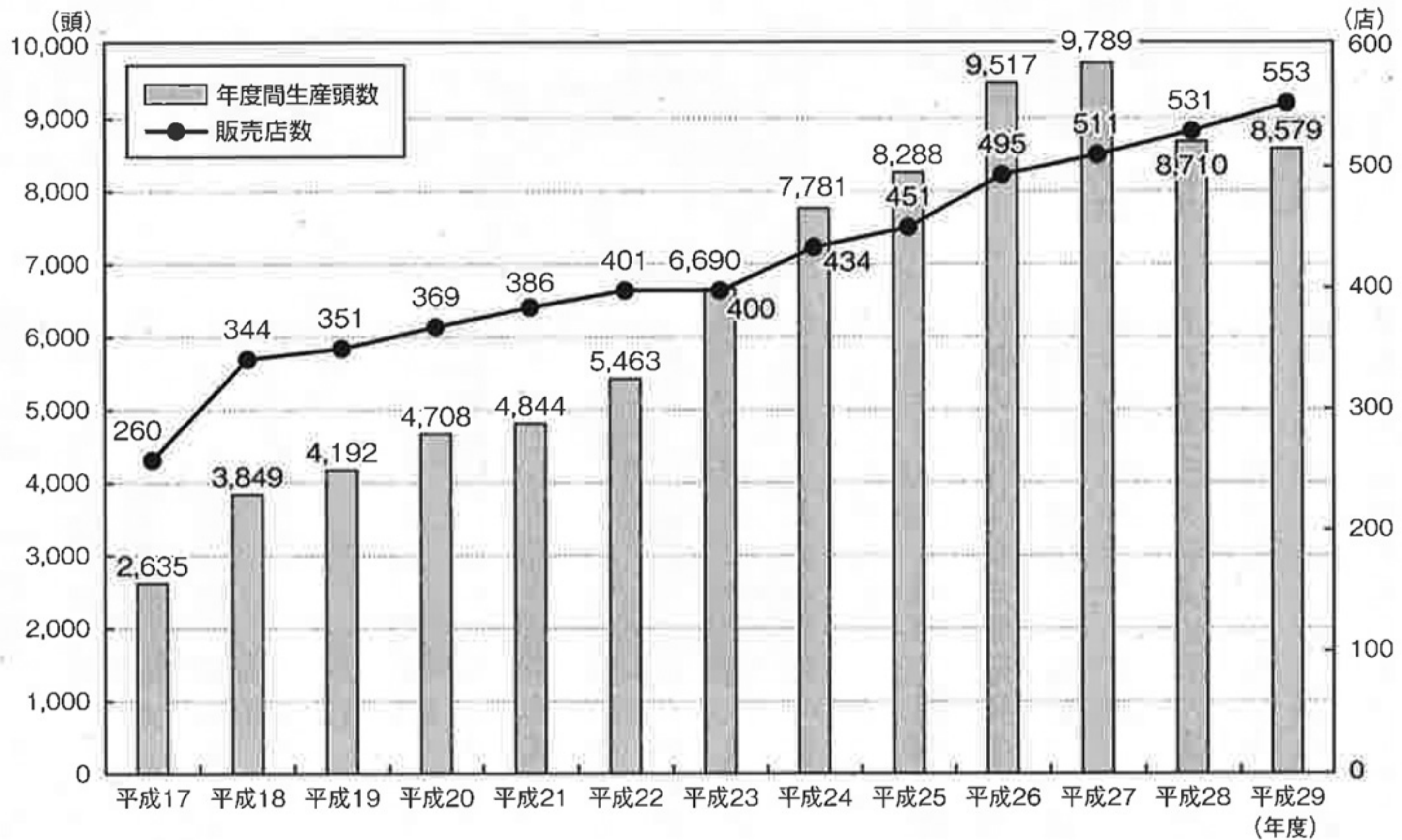
飼養技術の向上のための共励会や生産者研修会の開催

③ 産地証明書の発行や生産者生産履歴情報をインターネットで公開

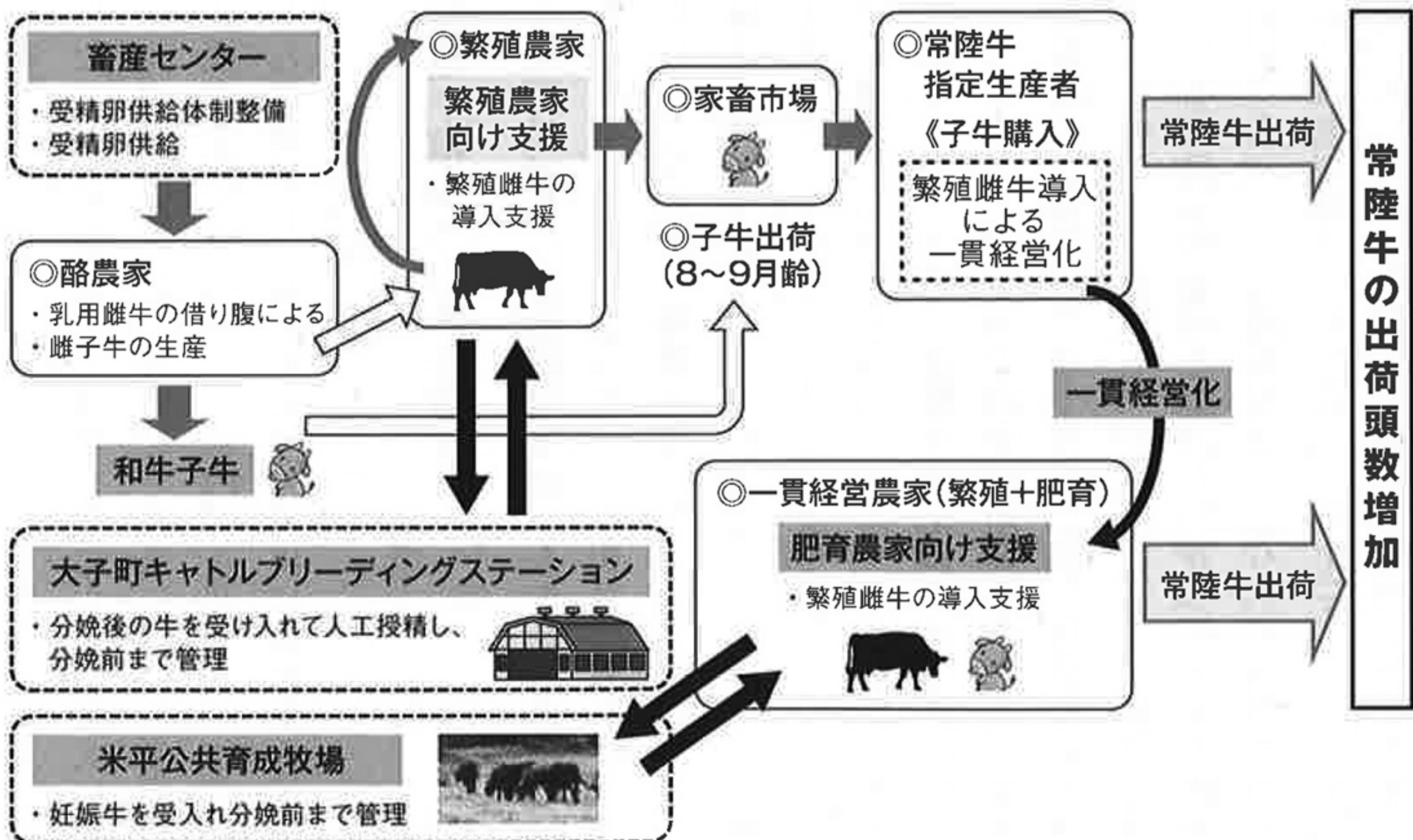
これらの取り組みの結果、常陸牛の生産頭数、販売店数を年々順調に増やすことができ、平成27年度には、年間刻印頭数が過去最多の9789頭となり、全国的にも有数の出荷頭数を誇るブランド牛に成長することができました。しかしながら、平成27年以降は、全国的に肥育素牛不足が続く影響で、肥育素牛価



〈図1〉常陸牛の推移



〈図2〉和牛繁殖雌牛増頭に向けた取り組み





〈表〉茨城県の和牛繁殖雌牛の飼養頭数

単位：頭

年次	平成20年	平成22年	平成24年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
茨城県飼養頭数	4,020	4,370	3,620	3,480	3,020	3,410	3,640	4,050

資料：農林水産省「畜産統計」より  
注：頭数は各年2月1日現在

格が高騰し、肥育経営の先行きに大きな不安を抱えるとともに指定生産者の離農が増え、早急な肉用牛生産基盤の回復を求め声の日々高まってきました。

〈図1〉

このような中、茨城県では和子牛生産拡大を推進するグラウンドデザイン行動計画を作成し、①規模拡大する和牛繁殖農家や一貫経営化に新たに取り組む常陸牛指定生産者への導入支援②CBSや公共育成牧場の整備による農家負担の軽減③県畜産センターにおける和牛受精卵供給体制の強化④新規繁殖和牛経営入門講座の開催による担い手確保の取り組み——を実施していきます〈図2〉。平成30年の茨城県における繁殖和牛頭数は約4千頭まで回復しており、徐々に取り組みの効果が出てまいりました。

た〈表〉。

また、常陸牛出荷1万頭を目標に生産量拡大に取り組んでおりますが、同時に、将来にむけて必要となる販売力強化対策として県内、首都圏向けに続く新たな販路として常陸牛の海外輸出に取り組み始めたので、その内容を紹介します。

常陸牛輸出への取り組み

平成26年10月に茨城県知事がベトナムを訪問し、レセプション会場となったシェラトンハノイホテルで行われたベトナム茨城交流レセプションにおいて、常陸牛のステーキ、しゃぶしゃぶ、ローストビーフ及び炙りずしを提供したところ好評を得るとともに、これを契機にシェラトンハノイホテルが常陸牛海外推奨第1号店となり、常陸牛輸出が始まりました。また、交流レセプション以降に開催された在ベトナム日本国大使館主催による天皇誕生日祝賀レセプションに常陸牛を提供し、好評を得ることができました。その後毎年提供を続けており、ベトナム政府関係者、在ハノイ各国外交団、在ハノイ日本関係者等600名を超える招待者へ常陸牛「Hitachiwagyu Beef」のおいしさをPRする場となっております。





在ベトナム日本国大使館主催の天皇誕生日レセプション

さらに、新たな販路拡大とブランド力向上のために、平成27年度から茨城県畜産協会に輸出販売促進チームを設置して、経済成長が著しい東南アジアを中心に海外販売推奨店の拡大に取り組んでいます。具体的には輸出入業者との連絡調整やベトナムやタイでの商談会に参加するほか海外販売推奨店や飲食店の巡回をおこなっています。これまでにベトナム8店舗・タイ10店舗・米国1店舗の合計19店舗を海

外販売推奨店として指定しており順調に増やすことができました。

また、これまでの常陸牛輸出については全て東京食肉1市場からの輸出でしたが、平成28年10月に海外輸出認定（マカオ・ベトナム・タイ）を取得している茨城県中央食肉公社の輸出体制が整ったことから、県内外輸出業者を介してベトナム、タイへ初輸出することができました。これにより今までの流通体制に加え生産から流通までオール茨城体制の輸出が可能となり、さらなる常陸牛の輸出拡大に向けた産地の意識が高まってきました。

その後、海外展開を進めている県内酒造業者との連携によりアメリカ合衆国への輸出がはじまり、平成29年度からは、タイに販売網を持つ国内の大手食肉メーカーと取引が始まったことで輸出規模が拡大し、さらにはシンガポールへの輸出も計画しております。

### さらなる輸出拡大に向けて

#### 【ベトナム市場】

ベトナムはまだまだ経済成長が期待できる国で、





ベトナムでの常陸牛カッティングセミナー

所得水準が高い都市部では今後も高級なレストランが増加すると予測されます。特に富裕層を中心とした日本産和牛のニーズは高くなると見込まれ、今後の消費拡大が期待されております。首都ハノイでは富裕層をターゲットに、シェラトンハノイホテルをはじめとする推奨店による販売やレセプション等、富裕層の集まるパーティーへ常陸牛メニューを提供す

ること、ブランド力向上に取り組んでいます。

加えて、現地輸入業者が常陸牛を専門に小売販売するアンテナショップをハノイと経済都市であるホーチミンにオープンさせ常陸牛PRを実施しております。

ベトナムでは富裕層を中心に霜降り肉の人気が高く、常陸牛の輸出もサーロインなど高級部位が中心となっています。このため、常陸牛を扱う卸売業者の職人を現地に派遣し、肉の扱い方や調理法の実演を交えながら説明する『常陸牛カッティングセミナー』を開催し、肩ロースなど他の部位を使った料理を提案しています。参加した現地レストランのシェフ達からは今後も続けてほしいといった好評の声が寄せられ、徐々に様々な部位が扱われるようになってきておりますが、その割合はまだまだ少なく、今後も推進が必要であります。

今後は、ハノイ・ホーチミンに加え、観光都市のダナンにある高級ホテル等をターゲットに現地輸入業者と連携し営業活動を強化しており、ベトナム主要都市全てに常陸牛を販売できる流通体制を構築することを目標としています。



## 【タイ市場】

日本からタイへの牛肉等の輸出は、27年の1800万ドルから28年の2100万ドルと15%の伸びを示しましたが、日本からの和牛輸出も数字こそ伸びていますが、日本からの和牛輸出も数字こそ伸びていくようですが、価格競争に晒されているような状況です。バンコクにおける日本料理店の数は2300を超える店舗数（27年には2364店舗）JETRO（調べ）となっており、競争は激化の一途を辿っています。250店にも上る日本料理の新規開店の半数以上が1年で閉店に追い込まれるほどの過当競争状態となっています。常陸牛としては、価格競争に巻き込まれず、どこまでブランド力で勝負できるかが、今後の大きな課題と言えるでしょう。

現地タイ人に向けてアンケート調査を実施し知っている和牛銘柄を尋ねたところ、海外では神戸牛が和牛の代名詞のようになってきている状況もあり、神戸牛は7割の方が知っているのに比べて常陸牛は1割に満たないという結果となりました。このため、知名度向上のため、来場者が50万人を超える大規模イベントのジャパンエキスポ2018バンコクに現地常陸牛推奨店とともに出展し、PR活動を実施し

ました。出展ブースでは、常陸牛を使った肉巻きおにぎり（1個150バーツ）を販売したところ、通常のおにぎりの約4倍の価格であったにもかかわらず、短時間で完売するほど好評でありました。続いて5月には、バンコクの東急パラダイスパークで行われたジャパンビレッジに出展し、常陸牛のPRブースを設置するとともに、シェフによる焼肉弁当やステーキ弁当が販売されましたが、3千円を超える価格帯でも売り切れとなるなど好調な売れ行きで、想像以上にタイ人の購買層の広がりを実感することとなりました。

ジャパンエキスポ2018バンコクに出展



これにより、11月にバンコクで新たにオープンする高島屋内に常陸牛メニューを扱う惣菜店を常設することが決まり、さらなる販売量拡大と知名度向上が期待されております。

### 【アメリカ市場】

茨城の地元酒造メーカーで『常陸野ネストビール』の海外展開をしている木内酒造が新たに米国サンフランシスコに自社レストランをオープンさせ、そこで常陸牛を常設メニューとするために、常陸牛の米国輸出は始まりました。牛肉の本場米国で、常陸牛



アメリカでの常陸牛フェア



常陸牛の海外向けギフト

がどれだけ受け入れられるのか、今後の展開が非常に楽しみな市場です。

米国でのさらなる販路拡大に向け、茨城の新規事業IBARAKI海外展開チャレンジ事業にて、木内酒造のサンフランシスコ店に著名な料理人の方々を招き、大井川茨城県知事が常陸牛を主とした県産品のトップセールスを行いました。参加者から「こんな肉があるとは知らなかった、是非使いたい」「脂が甘くて、ジューシー」など驚きの声があがるなど好評でした。米国の巨大なマーケットを相手に、新しいチャレンジが始まったばかりですが、手応えは大きく、ブランド化と販路開拓にむけてレストランや小売店へのアプローチを本格化していく予定です。

今後の海外展開としては、現在19店ある常陸牛海外販売推奨店を30店に増やすことを目標とし、国内の常陸牛生産量の拡大を進めながら、常陸牛輸出の取り組みを通して知名度を高めつつ、海外においても市場規模の拡大が想定される通販・贈答品向け販売にも重点的に取り組んでいきたいと考えています。