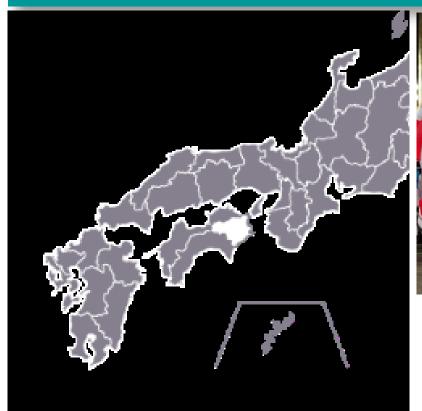
## 「JGAP畜産」認証取得を必須要件とした地域ブランド牛

# -徳島県 とくしま三ツ星ビーフー











#### 畜産業を巡る情勢

高齢化 担い手不足 エネルギー 飼料・資材高騰 環境問題 産地間競争 グローバル化 激化

持続可能な畜産業の発展とは 競争力強化に繋がる取組とは 収益アップを図るには



# 「とくしま三ツ星ビーフ」誕生の背景 (平成~令和 コロナ前)

「地域ブランド牛」競争激化

「経済のグローバル化」の加速化

- ・2020東京オリ・パラ 「畜産GAP」食材調達基準
- ・ TPP、日EU・EPA、日米貿易協定



#### 国の影響額の算出方法に基づく徳島県畜産業への影響試算

TPPの影響

日EU・EPAの影響

肉用牛 : 3.9~7.8億円

乳用牛: 29~53万円

豚 : 0.9~1.7億円

鶏卵: 影響なし

鶏肉:影響なし

肉用牛 : 1.8~3.6億円

乳用牛: 23~41万円

豚: 0.8~1.7億円

鶏卵 : 2~4百万円

鶏肉 : 影響なし

- 畜種の中で「肉用牛」への影響が最も大きい
- 「畜産物」の海外展開を見据えたグローバル化対策の必要性
- ・徳島県産ブランド畜産物の競争力強化に向けた取組



#### 徳島県内生産者・関係団体の声(生産者アンケートの実施)

- ・「経済のグローバル化」の影響について⇒悪影響(73%)
- 輸出への興味・関心について⇒ある(24%)
- ・ブランドカ強化や品質向上の取組みが必要
- ·安全·安心な畜産物の生産が必要 (「畜産GAP」等認証取得)
- ・輸出にあたり、勉強会の開催や輸出関連情報の提供



# 徳島県の畜産施策の展開

- 畜産ブランドの高付加価値化
- ・ 厳しい国際競争に立ち向かう新たな局面
- ・ 反面、本県畜産物を積極的に輸出する「絶好の好機」
- ・ 海外展開を加速させる必要あり



「とくしま畜産物」の認証拡大&レベルアップ



国内外で評価される「畜産ブランド」確立



### 徳島県におけるブランド牛創設の背景

全国のブランド牛の定義

- 系統 - 飼料 - 出荷月齢 - 格付 - オレイン酸 - - - -



有名ブランドは歴史、ネームバリューなどによるところが大きい



ブランド牛の戦国時代において、後発でブランド牛を展開していくには、定義づけをどうすれば良いか?



# 令和元年度 徳島県の新たな牛肉のプレミアムブランド

# 「とくしま三ツ星ビーフ」創設



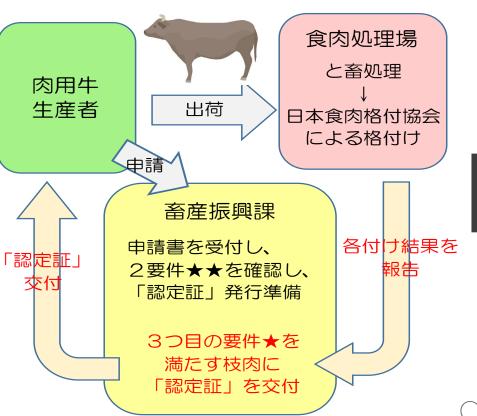
	ゴールドスター		シルバースター	
牛の種類ロゴマーク	黒毛和種	***	交雑種	***
1. 牧場の要件	JGAP認証牧場		JGAP認証牧場	
2. 飼育の要件	徳島県内で出荷前1年以上飼育		徳島県内で出荷前1年以上飼育	
	28か月齢以上で出荷		25か月齢以上で出荷	
3. 肉質の要件	歩留等級A又はB		歩留等級A又はB	
	肉質等級 4 以上		肉質等級3以上	

地域ブランド牛の要件としては、日本初!!



# 徳島県の「とくしま三ツ星ビーフ」認定システム

徳島県が開発したオンラインシステムで 迅速な認定証の発行











- ○認定頭数(令和5年3月末日時点)
  - ・ゴールドスター (黒毛和種): 774頭
  - ・シルバースター(交雑種):5,861頭



# 「とくしま三ツ星ビーフ」スタート

- ・畜産物グローバル化対策研修会開催(JGAP推進や海外輸出をテーマ)
- ・肉用牛農家生産者、畜産団体を対象とした「とくしま三ツ星ビーフ」説明会
- ・「とくしま三ツ星ビーフ」認定要綱、認定生産者、取扱登録店の策定
- ・ロゴマーク、販売促進資材作成
- ・マスコミ資料提供(「とくしま三ツ星ビーフ」店頭販売開始)
- ・「とくしま三ツ星ビーフ」出荷食肉市場での説明会開催
- 国内外での商標申請、海外情報サイト、レシピ動画作成
- ・食材宅配事業者と連携した新メニュー開発、大手百貨店でのフェア
- 県内飲食店等を対象とした説明会開催





## 「コロナ禍」で様々な社会活動の制限



# 認知度調査(消費者アンケート実施)

実施時期:令和3年6月16日~30日

実施店舗:「とくしま三ツ星ビーフ」取扱店5店舗

回答者数:256名

調査結果:

Q1「とくしま三ツ星ビーフ」を知っているか?

知っている 89名(35%) 知らない167名(65%)

Q2「JGAP」を知っているか?

知っている 41名(16%) 知らない215名(84%)

Q3 牛肉購入の際、重視することは?

価格 141名(55%) 安全・安心 135名(53%)

ブランド名 49名(19%) その他12名(5%)





## 認知度向上のための方策を検討(アンケート結果を踏まえ)

•「とくしま三ツ星ビーフ」や「JGAP」の効果的なPR方法?



・官民一体となった取組を進めるブランド確立対策協議会設立



・戦略なきPR活動では知名度向上は無理 ターゲットを明確化し、「インパクト」のあること



・ 先ずは突破口として、

食材にこだわる「有名シェフ・消費者」をターゲット、海外輸出展開



#### 認知度向上のための新たな展開

#### 有名シェフのJGAP牧場視察







生産現場、JGAPの取組を目の当たりにすると、 調理する時、お客さんに提供する時の モチベーションが全然違う

#### 高級ホテルでトップシェフの集うイベント









リーガロイヤルホテル大阪にて、フレンチトップシェフが集うクラブ・デュ・タスキドールで 「とくしま三ツ星ビーフ」 イベント

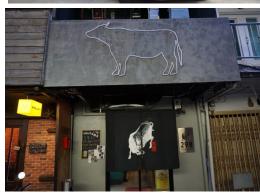
> TOKUSHIMA Mitsuboshi beef

## 認知度向上のための新たな展開

#### 海外輸出展開









上段:とくしま三ツ星ビーフ欧米輸出 (アメリカ、デンマーク、フランス)

下段:とくしま三ツ星ビーフ取扱店(タイ)

#### 各種マスメディア、新聞記事掲載









海外輸出や海外での知事トップセールス

## 「とくしま三ツ星ビーフ」の取組を通して



#### JGAP認証取得した生産者(とくしま三ツ星ビーフ認定生産者)の声

- ・社長である私の意識が大きく変わり、JGAP認証農場にふさわしい行動をしなければと志が高くなった
- ・「JGAP畜産」を認証取得して、牧場経営に更に「やる気」が出てきました。

JGAP認証取得への取組は生産者の可能性を広げる

生産管理の効率化・省力化 補助金を活用した畜舎の拡張をしたい 大消費地で新たな販路を開拓したい 生産物を海外輸出したい 大阪・関西万博を契機に自社牧場PR

JGAP認証は「生産者の顔が見える」畜産ブランド作りに効果的

JGAP認証によりブランド化「とくしま三ツ星ビーフ」 官民一体となって、認知度向上・販路拡大に取り組み、JGAPの認証取得が 生産者の利益となって帰ってくるような仕組みを構築し、ブランド展開

