

国産牛肉消費拡大に向けた緊急提言

国産牛肉需要拡大緊急会議

平成21年3月

提言1. 国産牛肉に関する正しい知識普及や消費シーンの創生

- 「牛肉はメタボになり易い」等の誤ったイメージを払拭するため、国産牛肉の栄養・機能に関する科学的知識を分かり易く提供
- 「国産牛肉を食べる日」というイメージが自然に沸くような特定の日を創設し、その日は全国的に特別販売を行うなど、消費者に確実に浸透
- 誕生日や記念日など、各家庭毎の「ハレ」の日のご馳走として国産牛肉を積極的に選択してもらうなど、特別な消費シーンに関するイメージの定着
- 繁殖雌牛や子牛は放牧や国産粗飼料主体の飼養管理が基本であり、こうした肉牛の生産段階全体を通じた「物語」をセットに商品化する工夫
- 国産牛肉に関する知識や消費シーン等が国民に確実に浸透するような普及宣伝。特に、マスメディアが取り上げ易くなるようなプレイアアップの工夫

提言2. 積極的な販売促進活動の展開

- 小売段階での通常価格の低減や特別販売の頻度の増加、試食販売の定期的な実施等による需要の喚起
- 生産者(団体)の店頭販促への参加、道の駅での直販や小売・外食等における販路拡大の推進等、生産部門が積極的に販売に関与

提言3. 消費者ニーズの把握と適切な対応

- サシが多い牛肉は家計消費ニーズと必ずしもマッチしない。多様なニーズに対応し、品質を維持しつつ値頃感のある商品を提供する工夫も必要。
- 日々のメニュー、買い物や調理時間の悩みを少しでも解消するため、手軽で美味しいレシピや簡単に調理できる加工品の開発等
- 切り落としの需要が増え、高級部位の需要が低迷するなど需要構造が変化する中、部位、アイテム、価格等に関する既成概念の見直し

- 牛肉の栄養機能やレシピ等の、販売店での積極的な広報、TV番組や新聞・雑誌等に取り上げ易いコンテンツの形での情報提供等
- 「肉の日」をターゲットに、国産牛肉の話題について新聞・雑誌やTV等で取り上げてもらうような取組を推進
- マスメディアで、記念日に牛肉料理を食べる習慣のある地域の食文化を紹介してもらう等、「ハレの日に牛肉を」キャンペーンの展開
- 食肉販売店や外食店で、来客の記念日に「国産牛肉〇%引」や「国産牛肉特別メニュー」等のサービスを展開
- 放牧等、生産段階で「物語」を確立できる産地については、それを分かり易く表現したラベルやポップ等を作成し、店頭で表示・配布
- 牛肉の好きな著名人にちなんだエピソード等をマスメディアで紹介

- 試食と合わせた販売促進の効果を普及するとともに、試食等の経験がない店舗に取り組むきっかけを作るためのマニュアルを作成・配布
- 農産物直販所等で牛肉の直接販売を行っている優良事例等を紹介し、売り場作りやアイテム作り等のノウハウを普及

- 美味しさと値頃感のバランスがとれた牛肉の生産・販売が主流となるよう、生産・流通・販売部門が密接に連携し、
 - ・エコフィード等国産飼料の活用や肥育技術等の飼養管理方法の改善
 - ・流通・販売の各過程における効率化・省力化のための工夫
 - ・流通・販売部門から生産部門への実需者ニーズの伝達や技術指導
- 関西圏を中心とした牛肉消費量が多い地域の食文化や食習慣の実態等を調査・分析し、その結果を他の地域への消費拡大に活用
- 料理研究家やシェフによる、牛肉に特化した手軽な家庭料理レシピの開発と普及

提言4. 分かり易い表示等の工夫

- 販売店での等級表示や価格と「おいしさ」との関係が不明。分かり易いおいしさの基準や表示が必要
- 乳用種と和牛を交配した「交雑種」は品種名が浸透しておらずイメージも良くないので、ブランド化推進と併せ、全国共通の愛称も検討
- 店頭において、製品やメニューが国産であることや、国産の使用割合が一目で分かるような表示の工夫

提言5. 新たな需要層の創生

- 高級規格や部位の既存の需要層である「贈答」や「社用」に替わる需要層が必要。輸出の促進や少量多品目の「プチ贅沢」商品開発等の工夫
- 安全安心への対応や安定供給のための契約生産等により、加工や外食等業務用需要における需要拡大を図る
- 供給価格低減、地場産物加工品開発や給食用レシピ開発等により、学校給食における需要拡大を図る

- 外食や中食(惣菜店等)において、メニューや製品中の国産の使用割合が一目で分かる表示(ラベル、看板、ポップ等)の工夫
- 和牛統一マークを活用するなど、国産牛肉であることが消費者に一目でわかるような表示方法の工夫

- 典型的な牛肉料理以外の焼鳥、中華料理、イタリアン、回転寿司等の外食店への販路拡大(高級部位の少量多品目・多チャンネル販売等)
- 不需要期(3~8月)に消費を掘り起こすための、季節や行事に合った牛肉メニューやレシピの開発
- 子供や若者の国産牛肉の消費機会を増やすため、学校給食や家庭料理で使えるレシピ開発、コンビニやF・Fでの国産牛肉を使った製品開発
- 学校給食で牛肉を使用していない地域への安全性の理解醸成、生産者自らが講師となった食育活動の展開等、給食での利用拡大の支援
- 国産牛肉の需要が見込まれる国に対する輸出解禁に向けた働き掛けの強化、相手国の衛生条件等に対応した食肉処理施設整備の推進等