

令和5年度広島和牛ブランド構築事業の取組について

1 要旨・目的

「ひろしまブランド」の価値向上のため、ブランドポテンシャルの高い「比婆牛」の県内高級飲食店での定期提供や取扱店舗の拡大、また、味の調査を通じた価値要素の明確化などによりブランド力を高める「広島和牛ブランド構築事業」の取組について報告する。

2 現状・背景

令和3年度に策定した比婆牛のブランド戦略に基づき、次の取組を実施した。

- (1) 比婆牛取扱店舗の拡大と流通課題の把握のため、県内高級飲食店11店舗で営業実証を実施した。あわせて、料理人や来客者の反応を調査し、比婆牛の魅力となる要素を明らかにするとともに、料理人を対象とした生産現場の視察及び生産者と意見交換会を行い、比婆牛の背景にある価値の共有化を図った。
- (2) 魅力の要素として挙げられた「さらっとした口どけのよい脂身」や「しっかりとした肉の噛み応えと風味」について、美味しさを指標化するための官能調査や試験研究を実施した。
- (3) 様々な媒体を活用し、比婆牛の認知度向上のための情報発信に取り組む中、本年5月に開催されたG7広島サミットのワーキングディナー等にも提供され、認知度向上につながった。

3 事業概要

- (1) 食べる場づくり・流通の円滑化（店舗での定期提供）
令和4年度に実施した県内高級飲食店での取扱の定着を図るため、フェアを継続し、メニュー開発支援に取り組むとともに、新規取扱店舗の掘り起こしを行う。
また、比婆牛の取引の持続性確保に向け、生産者、流通業者、料理人の関係性を高めるための仲間づくりに取り組む。
- (2) エビデンスの精度向上
食味分析をさらに深め、比婆牛の美味しさに関する科学的根拠の精度向上に取り組む。
- (3) 情報発信（PR）
G7広島サミットで提供されたことを契機とし、首都圏を含めた比婆牛の情報発信を拡充する。



サミット IMC での比婆牛試食料理



サミットで提供された比婆牛料理

4 店舗での定期提供の取組内容

上半期については、比婆牛の継続取扱店舗の定着を図るため、昨年度の取扱店舗を中心に、比婆牛と広島食材を組み合わせたメニュー開発の支援と実際の営業で提供するフェアを開催する。

《表》第1回目及び第2回目の実施店舗

| | 第1回目（7月） | 第2回目（8月） |
|--------------|--|---|
| 実施店舗 （予定） | <ul style="list-style-type: none"> ・イブシロン（広島市） ・懐石わたなべ（広島市） ・フレンチレストラン ソンスクレ（広島市） | <ul style="list-style-type: none"> ・ホテル宮島別荘（廿日市市） ・肉割烹 まさ岳（き）（広島市） ・フィース・ブーシュ（広島市） ・新規店舗6店舗程度 |

提供に当たっては、料理人から来店者に比婆牛の歴史や味の魅力を説明し、来店者から感想や意見を収集する。

また料理人には、利用しにくい部位の調理方法も併せて検討していただくとともに、比婆牛の魅力向上に向けた課題などの意見をいただく。

下半期については、上半期の取組を検証し、改善を図った上で、第3回目及び第4回目のフェアを開催する。

5 今後のスケジュール

| 項目 \ 時期 | 1Q (4～6月) | 2Q (7～9月) | 3Q (10～12月) | 4Q (1～3月) |
|------------------------------|------------------------------|--------------|----------------|--------------|
| (1) 食べる場づくり・ 流通の円滑化（定期提供） | | 1回目 2回目 | 3回目 4回目 | |
| (2) エビデンスの精度向上 | 比婆牛の成分分析、官能調査等 | | | 取りまとめ |
| (3) 情報発信（PR） | 定期提供 PR | | 定期提供 PR | |
| | 比婆牛の情報発信（G7 広島サミット、観光プロダクト等） | | | |

6 予算

38,324 千円