

広島和牛ブランド構築事業における定期提供の取組について

1 要旨・目的

広島和牛ブランド構築事業は、比婆牛のブランド力向上を図るため、食べる場づくり、エビデンス（美味しさなどの根拠）の向上、効果的なPR（首都圏を含む県内外）の3つを軸に取り組んでいる。

今回は、「食べる場づくり」の取組についての下半期の取組を報告する。

2 現状・背景

上半期の概要

- ・食べる場づくりのため、7月1日～8月31日に、県内高級飲食店14店舗において、定期提供に取り組んだ。提供にあたり、料理人から比婆牛の味の魅力等を説明することにより、来店者からは概ね高い評価を得た。
- ・比婆牛を余すことなく流通させるため、利用しにくい部位のメニュー開発に取り組んだ。
- ・店舗自ら比婆牛を調達してもらうため、店舗の既存商流に加え、新たに県が取引先を提案し、調達の試行に取り組んだ。
- ・ヒアリングを通じて、店舗ごとの課題を抽出した。

3 下半期定期提供の取組内容

(1)対象者

- ア 次の3点全てに該当する14店舗
- ・1万円以上のコースを提供している県内高級飲食店
 - ・県の取組に協力する意向確認ができている店舗
 - ・現在の和牛肉の取扱状況から、比婆牛の継続的な取扱につながる可能性がある店舗

イ 実施店舗

下表のうち岩惣は下半期から新規追加実施

	第3回目（11月）	第4回目（12月）
（予定） 実施店舗	<ul style="list-style-type: none"> ・イプシロン (広島市) ・フレンチレストラン ソンスクレ (広島市) ・ホテル宮島別荘 (廿日市市) ・肉割烹まさ岳 (広島市) ・Fine bouche (広島市) 	<ul style="list-style-type: none"> ・稲穂の肴 (広島市) ・パファムドゥルンヌ (広島市) ・日本料理瀬戸内 (広島市) ・リュニベル (広島市) ・グルタ (広島市) ・レストランテカルロッタ (広島市) ・シマラボ (広島市) ・キョコラージュ (広島市) ・岩惣 (廿日市市)

(2)内容

下半期は、上半期に得られた課題を踏まえ、メニュー開発や商流構築に取り組む。

(3)スケジュール

11月1日～11月30日及び12月1日～12月31日

4 予算

38,324千円

《写真：上半期の定期提供における料理の一例》

