

令和6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

「おいしい！広島」プロジェクトの取組と一体的に取り組み、「ひろしまは美味しさの宝庫である」状態を目指し、「ひろしまブランド」の価値向上を図るため、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取扱店舗の拡大、また、美味しさに関わる成分を高める調査・開発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「令和6年度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

これまで、広島和牛のブランド戦略に基づき、次の取組を実施した。

- (1) 全ての部位が魅力的な料理に使用できるよう県内の高級飲食店の料理人とともにメニュー開発を行い、高級飲食店での取り扱いが、1店舗から目標どおり4店舗に拡大した。
- (2) 比婆牛は、他県産和牛に比較して赤身中に含まれるミオグロビン（色素たんぱく質）含量が高いことが判明した。この結果、食味が良く、赤身のうま味コクがあることを確認した。
- (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、G7広島サミットのワーキングディナー等にも提供され、認知の向上につながった。



メニュー開発に関わった料理人 (R5)

3 事業概要（令和6年度）

- (1) 食べる場づくり・流通の円滑化（店舗での定期提供）

通常使いにくいと言われる部位のメニュー開発などを通じて、1頭丸ごと比婆牛として流通する環境づくりなど商流課題にあわせた流通実証を行い、県内高級飲食店での取扱の定着や取扱店舗の拡大を図る。

- (2) エビデンスの調査・開発

牛肉中のミオグロビンとMUF A※含量を高めるための飼養管理方法の調査・開発に取り組む。

※MUF A：オレイン酸を代表とする一価不飽和脂肪酸。他の脂肪酸より融点が低く、MUF Aが高い和牛肉は、口溶けが良く和牛の香りが引き立つと言われており、近年、全国的に肉の評価の指標として注目を集めている。

- (3) 情報発信（PR）

生産者から消費者までの各段階において、比婆牛に対する熱量が高まるよう、エンゲージメント（関係性）向上と県民認知の獲得を狙った、生産現場を訪問するガストロノミーツアーなど情報発信に取り組む。

4 食べる場づくりの具体的内容（秋の比婆牛堪能グルメフェア）

(1) ねらい

県内の様々なジャンルの高級飲食店において、比婆牛と広島食材や飲み物と組み合わせた魅力的な料理を提供し、本県ならではの食資産として外食及び旅行需要を喚起し、取扱店舗の定着を図るため、1回目のフェアを次のとおり開催する。

(2) 実施時期

9月2日（月）から10月末（予定）

(3) 参加店舗

20店舗程度（うち新規店舗8店舗含む）を目標に調整中。

主な参加店舗は次のとおり。

- ・日本料理 喜多丘（広島市東区） ・フレンチ リュニベル（広島市中区）
- ・イタリアン イプシロン（広島市中区） ・鮨 稲穂（広島市中区）
- ・フレンチ ル・トリスケル（広島市中区） ・フレンチ シマラボ（広島市中区）

(4) 報道関係への発表会の開催

食べる場づくりなど広島和牛ブランド化の取組を告知し、報道を通じて県民共感を獲得する。

と き 9月2日（月）11:00～13:00

ところ そらさやキッチン（広島市中区本川町のスタジオ）

内 容 事業紹介、秋の比婆牛堪能グルメフェアの告知、料理プレゼンほか

5 今後のスケジュール

時期	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月
(1) 食べる場づくり・ 流通の円滑化(定期提供)		1回目 流通実証等	2回目	
(2) エビデンスの精度向上	比婆牛の飼育環境調査			取りまとめ
(3) 情報発信（PR）			PR	PR

6 予算

43,585千円