

## 令和7年度広島和牛ブランド構築事業の取組状況について

### 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7年度広島和牛ブランド構築事業」の取組状況について報告する。

### 2 今年度の取組及び成果

#### (1) 食べる場づくり

「比婆牛プレミアムグルメフェア 2025 夏」（7月1日～8月31日）を25店舗で、「比婆牛プレミアムグルメフェア 2025 秋」（11月1日～12月31日）を29店舗で開催した。

##### 【成果】

グルメフェアの取組は、着実な比婆牛取扱い店舗の拡大につながっている。（取扱い店舗R7の目標10店に対し、10店の実績となる見込み）

フェアに参加した料理人から、「来店客の反応が良く、フェア期間以外でも比婆牛を使うようになった」、「農場の見学に行ったこともあり、自分も比婆牛のファンになった」等の意見が聞かれた。



比婆牛喫食客を対象としたキャンペーンには、夏のフェアで607件の応募があり、うち約17%にあたる106件が県外からの応募であった（前回：561件中9.2%、55件が県外）。

#### (2) 流通の円滑化

##### ア 民間主導の流通への働きかけ

比婆牛を使いたい仕入れ先の取扱いがないという飲食店が複数あったことから、広島市内を中心として活動する仲卸業者と仕入れ先業者の直接連携を促すことで、供給体制を整えた。

##### 【成果】

既存の仕入れ先などから比婆牛を調達できるようになったことで、フェア参加店舗の増加やフェア期間外での比婆牛取扱意欲向上につながった。

##### イ 研鑽会（メニュー開発）

歩留まりの悪さや手間の多さなどの理由から高級飲食店では通常取り扱わない部位（流通課題部位）の利用を促すため、食肉事業関係者や料理人が集まり、意見交換や情報提供を行う研鑽会を2回行った。（8月19日、3月3日〔予定〕）

##### 【成果】

流通課題部位を活用したメニュー開発により、多くの部位が比婆牛肉として活用されるとともに、料理人同士の意見交換の場を設けたことで、比婆牛取扱いに関する知識と共感が進んだ。

また、この機会が比婆牛のメニュー開発にとどまらず、和と洋の料理手法の情報交換など、他ジャンルの技術を学べる貴重な機会として参加した料理人から好評を得、料理人同士の仲間作りが進んだ。

#### ウ 加工商品開発

流通課題部位の利用促進を目的としたお土産品の開発のため、県内の料理人7名（和食部門4名、洋食部門3名）が試作し、県内のバイヤー等が審査する実食審査会を、10月1日に開催した。

##### 【成果】

和洋各1品のレシピを採択し、商品発売に向けて開発を進めており、3月下旬の試食販売イベントにてお披露目予定。



加工品開発 実食審査会（10月1日）

### (3) イメージ醸成

#### ア 料理人と生産者の仲間づくり

フェア参加店舗の料理人らが畜産技術センター及び庄原市内の肥育農場を見学するツアーを実施した。（6月25日、8月25日）

##### 【成果】

ツアーで得た知識やインスピレーションを活かした料理が作られる等、比婆牛取扱いに関する知識と共感が進み、店舗での提供や加工品開発事業への応募につながった。

さらに、この様子が中国新聞等3媒体に掲載された。

#### イ プレス向けイベント、SNSでの情報発信

フェア開催の告知、加工品の審査及び採択者発表に至る経緯等をプレス向けイベントで説明し、メディアによる情報発信を促すとともに、参加した料理人と生産者のエンゲージメント向上を図った。

フェア期間中、参加店舗への誘客を目的としたSNS投稿を行った。

##### 【成果】

地元テレビ局をはじめ累計9社が取材に来場し、情報番組等で取り上げられた。

### 3 全体スケジュール

項目 \ 時期	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月
(1) 食べる場づくり		1回目	2回目	関係者 ヒアリング
(2) 流通の円滑化 加工品開発		流通実証等	商品開発	販売
		加工品募集・審査		
(3) イメージ醸成		SNS	SNS	

### 4 予算

26,487 千円

### 5 令和8年度の取組予定

これまでの取組を強化するとともに、その効果を広島和牛全体に波及させるため、広島和牛の新たな訴求要素の調査・検討を行う。