

国産食肉の輸出事業が 「輸出に取り組む優良事業者表彰」にて農林水産大臣賞を受賞

スターゼングループ（スターゼン株式会社 本社：東京都港区、代表取締役社長：横田和彦）は、この度、「令和6年度 輸出に取り組む優良事業者表彰」において、最高賞にあたる農林水産大臣賞を受賞しました。将来的な国内市場の縮小を見据え、当社は2009年に食肉輸出施設の認定を受け、以来、台湾、香港、米国、欧州、東南アジア等への輸出を拡大してきました。今回の受賞では、生産から加工、海外での販売に至るまでサプライチェーンの構築に取り組んできた点が高く評価されました。



（横田は最前列左から2番目）

- 輸出事業のポイント
 - 国内の輸出認定7工場から台湾、欧州、米国を含む51の国と地域へ輸出を展開。
 - 従来、原料調達を担っていた海外現地法人を活用し、輸出拡大に向け販売機能を強化。
 - 国内の加工工場に「部分肉製造マイスター」が多数在籍し、細かな顧客ニーズに対応が可能。
 - ロイン系など希少部位への需要集中を受け、海外取引先を国内工場に招待し、カット方法や食べ方の提案を通じ、新たな部位の需要喚起と販売を推進。
 - 加工施設の衛生管理を強化し、原料の初発菌数を抑制することでスキンパック商品の賞味期限を延長。販売先での利便性向上や食品ロス削減にも貢献。
 - 輸出専用の和牛ブランド「AKUNE GOLD」を立ち上げ、2022年に欧州のステーキ品評会で最優秀賞を受賞。ウェブやSNSを活用しブランドの認知拡大を図る。
- 輸出に取り組む優良事業者表彰について
 - 概要 農林水産物・食品の輸出に向け、顕著な実績を挙げている事業者について表彰を行い、取組

内容を広く周知することによって、日本の農林水産物・食品の輸出を促進するもの。「輸出規模」「成長性」「イノベーション」「定着性」「波及効果」「農林漁業の持続的な発展」の6つの項目で審査。

- 賞の種類
(1) 農林水産大臣賞 (2) 輸出・国際局長賞 (3) 食品流通機構会長賞 CHALLENGE 賞
- 主催
公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

ご参考：

スターゼンの海外事業

<https://www.starzen.co.jp/mission/#mission06>

「AKUNE GOLD」について (英語)

<https://www.starzen.co.jp/en/product/>

【プレスリリースに関するお問い合わせ先（報道機関窓口）】

スターゼン株式会社

広報・IR部 海老原 俊司

TEL 03-3471-5521 ／ FAX 03-3471-5690 ／ E-mail information@starzen-group.com

以上

スターゼン株式会社

(東京都港区)

牛肉
豚肉
加工品

・台湾
・欧州
・米国
・香港
他

最高の技術と輸出専用ブランドで海外に展開

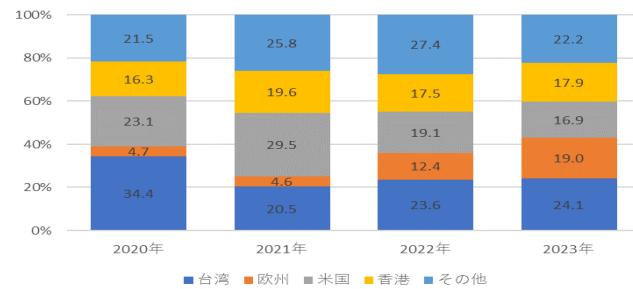
取り組み内容

- 『食の感動体験を創造することで世界中の人々と食をつなぎ続ける』を経営理念として輸出事業に注力。
- 食肉輸入で構築した海外拠点やネットワークを強みに海外輸出を展開し、現在51の国と地域へ輸出可能な体制を構築。
- 輸出の要である阿久根工場は最高技術を有する「部分肉製造マイスター」が多数在籍し、細かな顧客ニーズに対応。
- 同施設内では新たに「スキンパック加工」設備を導入し、流通チャネルを拡大。
- 賞味期限を延長し、フードロス削減に寄与。
- 海外輸出専用ブランド「AKUNE GOLD」を立ち上げ、欧州のステーキ品評会で最優秀賞を受賞するなど、ブランド認知度が向上。

輸出の仕組みチャート

輸出実績の推移

国別輸出金額構成比の推移



牛肉部位別輸出重量構成比の推移

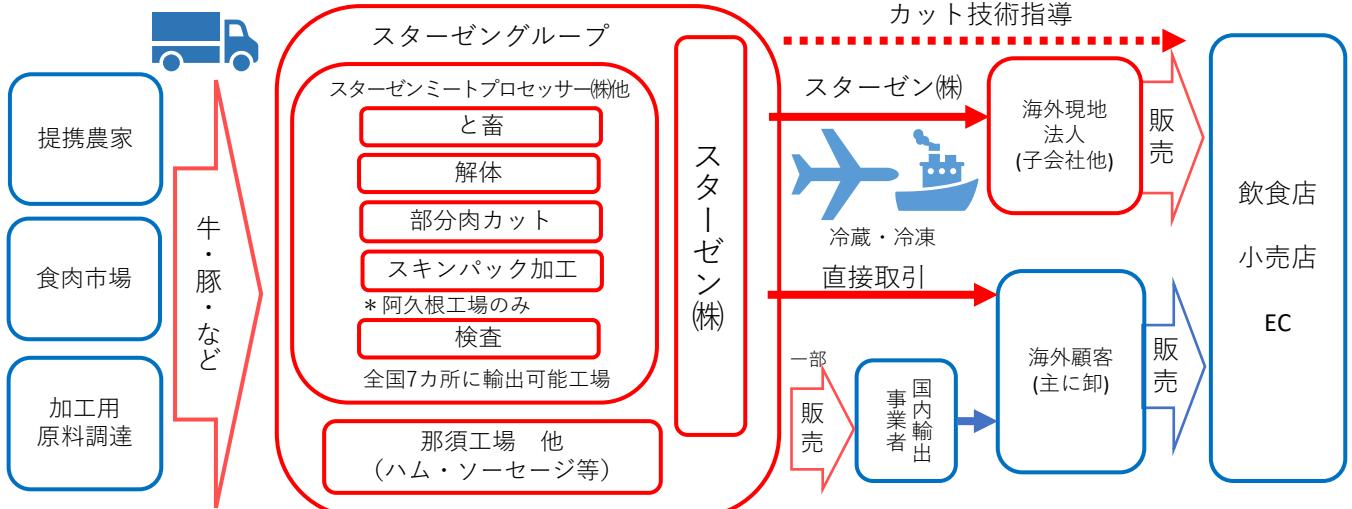


生産
調達

加工

輸送

海外



- 日本国内の人口減少により、国内での食肉の販売が縮小していくことが想定され、和牛の輸出に取り組み始める。国内工場の輸出認可取得を進め、2010年にマカオ向け和牛輸出を開始。2011年に香港、2012年に米国、2014年には欧州向けも加わり、世界における和牛認知拡大と共に、今まで輸出実績が伸長している。
- これまで日本への食肉原料を調達することが主軸であった5つの海外現地法人を活用し、輸出拡大へ販売網を構築している。

課題と解決のポイント

「匠」の技術で販売増

米国、欧州では食肉を薄切りにする食文化がなく、ステーキ用のロイン系に需要が集中する。ロイン系に限ると1頭からとれる量も限られ、頭打ちとなる。

最優秀賞で認知増

多くの和牛が世界各国へ輸出されている中で、スターゼンの知名度を広げていくには独自性・強みなどを訴求していくことが必要となる。

新規加工設備で解決

コロナ禍の消費動向の変化からEC・小売業者の需要が急増。小分けされた加工度の高い商品が必要となる。また不安定な需要環境から、長い賞味期限が求められる。

部分肉製造マイスター等の人材育成に取り組むとともに、技術者派遣による海外でのカッティングイベント実施、自社工場に顧客を招きカット技術・食べ方提案を行い、新たな部位の販売に繋げている。

輸出専用ブランド「AKUNE GOLD」を立ち上げ、ホームページやSNSを活用し、海外プロモーションを強化。欧州で開催された品評会に出品し最優秀賞を受賞。ブランド認知を向上させ、販売量の増加を図っている。

と畜、加工を行う施設内では前例のなかった「スキンパック加工」設備を導入。さらに衛生管理の強化により菌数を抑制し、賞味期限を延長。これらによって食品ロス削減など顧客利便性を向上させている。

スキンパックした商品▶は、従来のラップ包装商品に比べて、賞味期限が伸長▼



今後の展望

▲輸出EXPO出展風景

▲カッティングイベントの様子

- ロイン系以外の部位について、有効な加工・調理方法を提案することで、1頭あたりに占める取扱い重量増加を目指す。
- オリジナルブランドであるAKUNE GOLDのブランディングを推進しプロモーションを強化することで、消費者へのブランド認知度向上を図る。
- スキンパック加工は食品ロス削減や高い利便性により、飲食店等への更なる需要が見込まれることから、市場開拓を進める。