



八甲田牛の特性を活かした 六次化実験事業

八甲田牛推進会

目次

- ▶ 団体紹介
- ▶ 事業概要
- ▶ 活動スケジュール
- ▶ 活動内容
- ▶ 収支決算
- ▶ 事業成果
- ▶ 総評

団体紹介

- ・八甲田牛推進推進会は青森中央学院大学経営法学部の3年生10人から構成されている。
- ・後継者不足や物価の高騰等により消滅の危機に直面している青森市のブランド牛である八甲田牛の価値を高め、危機を乗り越えるために少しでも協力したいという思いから結成された。

事業概要

八甲田牛の現状と課題

▶ 生産者の高齢化・減少

- 若者の農業への関心が低下
- 黒毛に比べて、短角牛の収益率が低い

▶ 八甲田牛の収益率の低さ

- 認知度向上、付加価値の創造が必要
- 低需要部位の発生(バラ、ネック、スネなど)



事業概要

本事業の目的・内容

- ①八甲田牛のブランド価値向上のためPR活動を行う
- ②低需要部位を利活用するための商品開発を実施



- 生産者所得の向上
 - 畜産農家の増加
- に貢献したい！

活動スケジュール

- ▶ 9月：八甲田牛の認知度やニーズのアンケート実施
- ▶ 10月：関係者打ち合わせ
- ▶ 11月：地域イベント等に参加、調査活動
- ▶ 12月：商品試作品完成
- ▶ 1月：商品完成、商品発表に向けてのスチール撮影
- ▶ 2月：八甲田牛商品完成試食会に参加
- ▶ 3月：試験販売 成果報告

活動内容

① イベント参加などでPR活動



9月30日～10月1日開催の肉フェスや
11月11～12日開催の「大農林水産祭」、
11月18～19日開催の「うまい森青い森フェア」
3月24日開催の「青森ナイトin大宮」
などに参加し、八甲田牛のPR活動を行った。

活動内容

②低需要部位使用商品開発

・11月～12月にかけて(株)いしおかと商品製作の打ち合わせを行い、商品の試作が完成した。試食などをするにつれて、味が薄いなどの指摘があり2回の試作改良を行った。1月に商品完成に至る。

・1月後半～3月にかけてデザイナー和久氏と共にパッケージデザインを作成し、自由な食べ方ができるといったコンセプトから以下のデザインが完成した。

・打ち合わせの様子



・パッケージデザイン(データ)



八甲田牛コンビーフ

- ・使用部位：切り落とし（ウデ・モモ・バラ）
- ・商品企画：八甲田牛推進会（青森中央学院大学）
- ・商品化：（株）いしおか
- ・冷凍パック商品
- ・「スライス」や「ほぐし」など
→様々な味わい方が可能
- ・塩と香辛料のみシンプルな味付け



収支決算

1 収入の部

(単位：円)

区 分	決算額	摘 要
自己負担額	95390	青森市産官学連携プラットフォーム事業費など
市補助金額	378000	令和5年度あおもりフィールドスタディ支援事業補助金
合 計	473390	

2 支出の部

(単位：円)

科 目	決算額	内 訳			摘 要
		自己負担	補助金	その他	
原材料費	68850	68850	0	0	材料費、加工費
広告宣伝費	253000	26500	226500	0	スチール撮影料、デザイン費
旅費交通費	96540	40	96500	0	移動交通費
印刷製本費	55000	0	55000	0	ラベル印刷費
合 計	473390	95390	378000	0	

事業成果

PRについて：TVや様々なイベントに出演し、県内外問わず八甲田牛の認知度に良い影響を与えることができた。

商品開発について：低需要部位の使用により、八甲田牛1頭の価格の上昇につながるような商品を開発・完成させることができた。

・完成試食会での様子



総評

- ・事業を通じて、生産者や卸売業者など様々な地元の人が八甲田牛を盛り上げていると感じ、今後事業のさらなる発展を期待することができた。
- ・商品開発の値段設定をする際、自分たちが希望したデザインと開発側との意見の違いが生じ、どちらも納得がいくような料金設定にするのが課題となった。
- ・今後の展開として、今回商品のパッケージデザインはパックにシールを貼って完成であったが、商品のPOPや配送の箱などを制作し、消費者にリピートしてもらえる工夫で事業を拡大していきたい。