

## 消費者ニーズを考慮した牛肉の効率的生産に関する調査研究

先日、あの三越デパートから流通業界の売上高トップを奪ったダイエーが王座をセブンイレブンに明け渡したというニュースがありましたが、モノの流通もメーカーの販売努力（コマーシャル、営業）によって売る時代から、流通業者による流通合理化によって大量に売る時代、そして、コンビニや通販の繁栄に代表されるように、消費者のニーズを満足させる売れるモノ作りが必要な時代へと変わってきています。

右のグラフはここ数年の牛枝肉平均単価の推移を示しています。景気の停滞により、全体的に単価がやや右下がりなのに対し、安価な輸入牛肉と競合すると思われる低価格帯の枝肉の単価は、やや上がり気味に推移しており、消費者の国産牛肉へのニーズ（安心・安全性）が高まっているものと推察されます。

このように畜産を含む食の産業においても、こうした消費者のニーズを考えた売れる農産物づくりを、考えなければならない時期に来ています。

畜産試験場では、こうした食をとりまく情勢の変化を考慮し、今消費者から求められている牛肉を生産するための肉用牛の合理的生産体系の確立に向けて、次のような調査研究を実施していく予定です。

### 消費者及び市場のニーズの調査分析

今、どんな牛肉が消費者から求められているのか、明確にするために過去数年間の枝肉格付情報や小売店の販売状況等について調査分析を実施します。  
肉用牛生産を取り巻く状況の分析

生産コストの大半を占める素牛価格の推移等について分析を行い、採算ライン等について、枝肉の取引価格なども考慮しながら検討します。

### 低コスト安定生産技術の検証

畜産試験場肉用牛研究室で本年度から実施される、黒毛和種去勢牛の酪肉近代化計画肥育目標 19 ヶ月（肥育期間短縮）と従来の肥育牛の生産方式について、経営面から比較検討し、生産技術の改善による肉用牛の低コスト安定生産体系について明らかにしていきます。（企画経営部 木下強）

