

『国家の根幹、支えませんか！』

和牛生産を通じて産業の拡大と外資取得のスキーム構造



【農家を救う重要性】

現在、和牛の取引の多くは、特定の市場（食肉市場）に売り手と買い手が直接集まる「競り（オークション）」形式で行われています。

現地開催のオークションでは、衛生管理上の課題や取引における時間的制約が存在するという問題点があります。さらに、市場までの移動にかかるガソリン代や人件費といった運営のための費用もかさみ、これらが生産者をはじめ、関わる人たちの利益を減らす原因となっています。

これは、優良な肉牛生産を行う農家の収益を圧迫し、日本の畜産業の持続可能性を脅かす要因となりかねません。

私たちは、この現状を打破し、農家が安定的な収益を確保できる仕組みを構築することが、**食肉業界全体の発展に不可欠**であると確信しております。

【EC 化の背景】

このような現状を打破するため、

私たちは「肉オークションのオンライン・プラットフォーム化（EC 化）」を推奨します。

この仕組みなら、従来の物理的な会場に依存せず、時間や場所の制約を受けない取引環境を提供します。これにより、オークション参加に伴う移動コスト（ガソリン代、宿泊費等）や人的リソース（時間、労力）といった、これまで「不可避」とされてきた**運営コストの大幅な削減**を可能にします。

また、重要なのは、このコスト削減がもたらす**経済的なインパクト**です。削減されたコストは、生産者の収益向上に直接寄与するだけでなく、より競争力のある価格設定や、品質向上への再投資など、**事業成長への原資**とすることが可能です。

これは、商品（和牛）の価値を高める**好循環**を生み出します。

さらに、オンライン化は地理的な制約を取り払いこれまでアプローチが難しかった全国、あるいは海外の多様なバイヤー（実需家、食品加工業者、大手小売等）へのアクセスを可能にします。

これにより、新たな市場機会の創出と、飛躍的な販路拡大を実現します。**従来の閉鎖的な市場構造から、オープンでダイナミックな市場への転換**を促進するのです。

このように、肉のオークション EC 化は、現状の流通課題を解決し、新たな価値を生む必然的な流れとなります。

【3 方良し！な EC 化の効果】

生産者（農家）にとって

- ・ より多くの買い手が参加することで、**公正な価格形成**が期待でき、適正な価格での販売機会が増えます。
- ・ 販路拡大と運営コストの削減により、**収益の安定化**を図ります。
- ・ 削減できたコストや時間を、さらなる**品質向上**への再投資に振り向け、より価値の高い和牛生産に集中できます。

流通業者にとって

- ・ 市場への移動や滞在が不要となり、仕入れに関わる**運営コスト（交通費、人件費等）**を大幅に削減できます。
- ・ 時間や場所の制約から解放されることで、より多くの取引へ参加可能となり、**仕入れ機会の損失（機会ロス）**を防ぎます。
- ・ 複数のオークション情報を効率的に収集・比較検討できるため、**ビジネスチャンスが拡大**します。

消費者にとって

- ・ 生産現場での品質向上努力が促進され、より**高品質な和牛**が市場に流通することが期待されます。
- ・ 流通プロセス全体の効率化により、高品質な和牛をより**適正な価格で購入**できる機会が増える可能性があります。

EC 化を推進することで、これらの課題を解決し、生産者、流通業者、そして消費者の全てにとってメリットのある、いわゆる「三方良し！」の状態を目指すことができます。

【今後の展開】

今後の展開としては、まず国内市場における

和牛オークションのオンライン・プラットフォーム (EC 化) の確立を目指します。

国内での基盤確立後、私たちの展望は国内市場に留まりません。現在、国内の和牛オークション関連市場は約 1 兆円規模と推定されています。さらに、海外への本格進出を視野に入れることで、ターゲットとする市場規模は現在の 10 倍、すなわち 10 兆円規模にまで拡大する可能性を秘めていると考えています。

日本の和牛の品質は海外でも高く評価されており、このオンライン化 (EC 化) という新たな流通チャネルを確立・活用することで、グローバル市場での**圧倒的なシェア獲得**を目指してまいります。