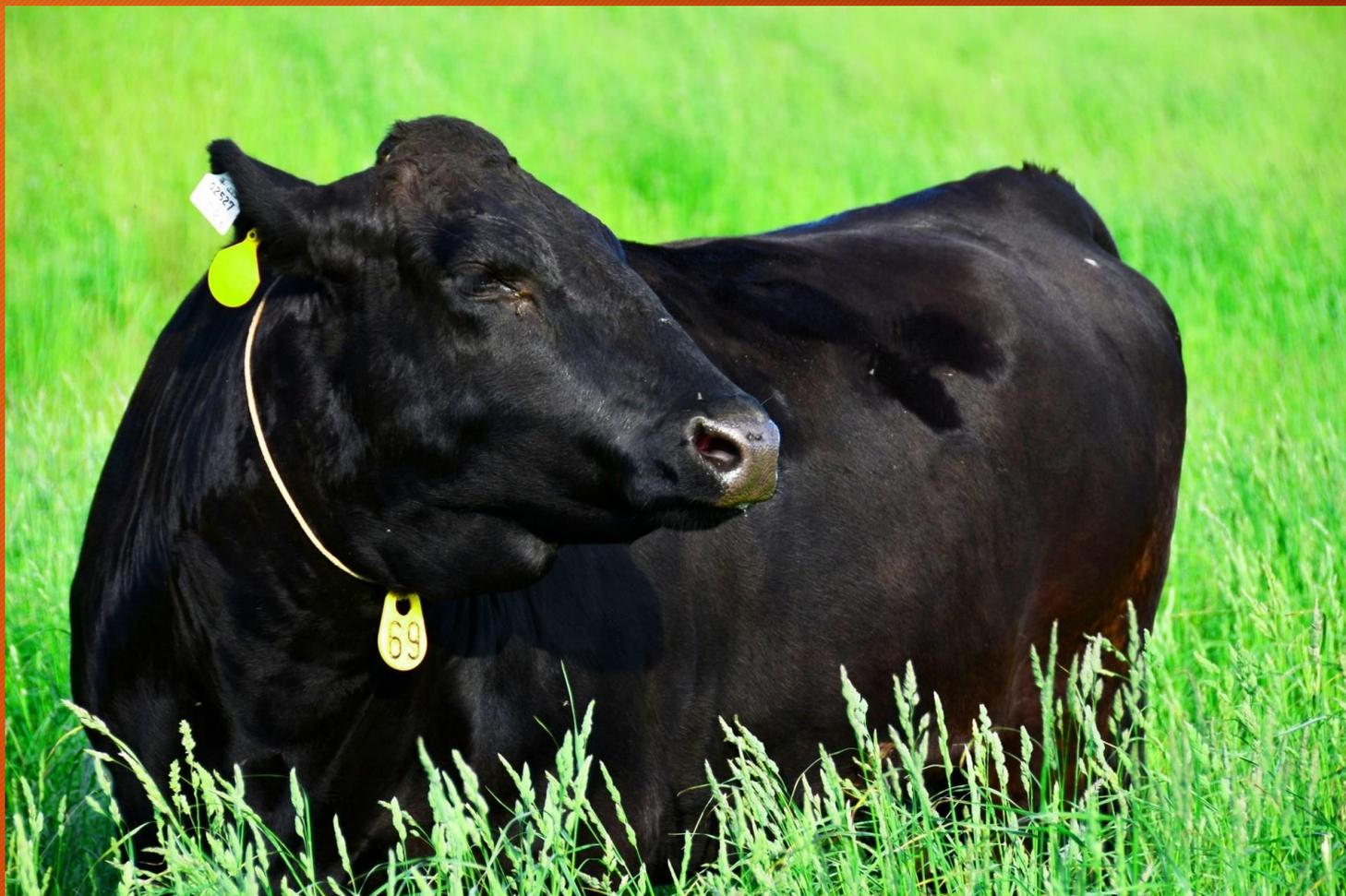


株式会社トモウエル TOMOWELL CO.,LTD



牛肉



【企画提案書】



通过让中国友人了解和品尝日本最著名的三种牛肉之一的“近江牛肉”，我们将通过民间贸易提供近江牛肉的美味和口感，并提供食品配料。为了跟其他澳，美国家牛肉区分开来，我们将扩大近江牛肉的品牌，近江牛肉是日本三种最受欢迎的日本牛肉产品之一。另外，为了将来考虑，似乎仅通过提供产品来竞争性就会变差，因此目前尚无加工肉类的想法，目前日本肉类出口商是最必要的。通过进行安全安心的储存，管理和加工，最大的优势就是可以与其他澳，美国家肉类进口商区别对待，并且可以做出价格差异性决定。



近江牛肉被认为具有极好的味道和香气，甚至是一件艺术品！其肉的柔嫩和独特的风味吸引了世界各地的美食家。

这些地区被起源于铃鹿山的爱知河，日野河和安苏河所包围，它是江州米（近江大米）产区的中心，从那以后已被多次使用，例如小麦。因此，我们拥有充足的自给自足的饲料，并通过提高水质和良好的亲和力使其制成了具有理想肉质的近江牛肉。

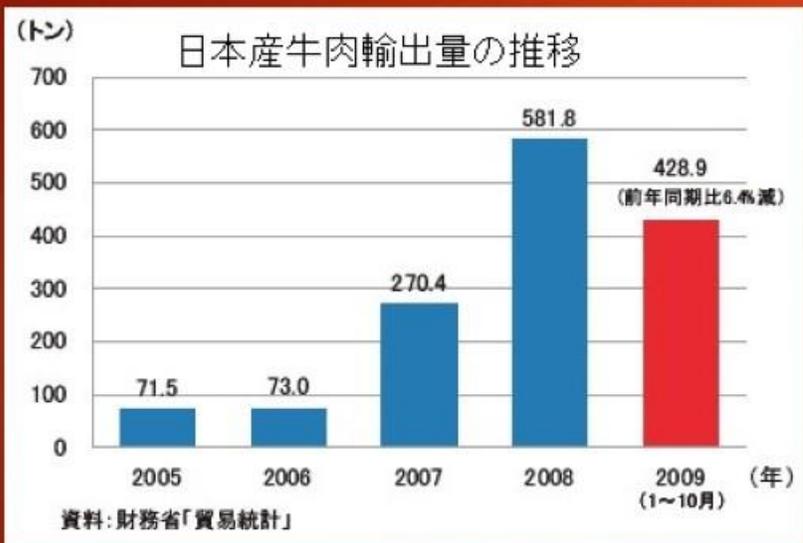
在日本琵琶湖周围清澈的水和自然环境中，它以出色的技术精心施肥，具有高度的大理石花纹，并具有独特的香气和柔软度。

- 肉质细嫩可口的“近江牛肉”的特点是肉质细腻+质地越细，肉越软。
- 美丽的大理石花纹肉质不会消失。大理石花纹肉质是指肉和脂肪的混合物。
- 脂肪具有特殊的黏性良好的脂肪是有光泽的白色或淡奶油，具有适度的黏性。



亚洲新的出口禁令

随着经济发展和日本全球食品热潮的蔓延，富人数量的不断增长，牛肉正稳步推进新市场的发展，到2020年，对中国的出口将在18年来首次取消。牛肉出口占前三名国家的90%牛肉占肉类出口值的一半，在前三个国家（越南，香港和美国）中，牛肉占总出口量的90%。2009年1月至2009年10月，牛肉整体出口量同比下降6.4%至428.9吨。越南是最大的出口目的地，同比下降2.4%261.3吨，香港第二位下降4%至88.5吨，美国第三位下降38.2%至54.9吨，均略低于上年。另一方面，新加坡在5个月内以13.8吨位居第四，对市场的出口强劲。由于衰退，对现有市场的出口减少，预计未来新市场将更增长。



“开拓新市场并提出符合当地习俗的烹饪方法”

我们与农林水产省讨论了进一步扩大出口的要点。

“由于从事牛肉出口的肉类中心的数量增加了，生产地区之间的竞争已经开始在海外市场上进行，而且未来似乎还会继续发展。”

但是，我们认为出口的优点在于调整整个日本的供求平衡。重要的是首先要了解和开发新市场。有必要了解当地的风俗习惯和文化，考虑当地的炊具/方法，调味料等，并提出食用适合当地美食而不是“日本料理”的日本牛肉的方法。我们觉得我们需要考虑新的供应和销售方法以迎向我们未来的挑战。另外，“如果有一个新市场，我们想出口越来越多。我们想研究猪肉配菜和鸡肉。为此，我想回顾一下与当地饮食文化的关系。”表现出意愿。

日本牛肉对香港的出口量/金额
(2009年) 112吨 · 6.55亿

1.和牛市场在世界上是无止境的

在日本，极有可能甚至失去日本牛肉的生产基地。为了避免这种情况，以日本腰部为中心的“出口”向世界上可以购买优质日本牛肉的国家是将来日本畜牧业繁殖的重要问题。最初，日本作为“出口产业”组织一直保持着高速增长。日本牛肉和猪肉在亚洲尤其是在香港受到高度评价。世界上最优质的牛肉和猪肉是“**日本制造**”。我认为这应被最大化，以作为“竞争优势”。

因此，重要的是“如何与世界抗争”，如何建立“世界品牌”和“如何建立国产牛肉和包括日本牛肉在内的国产肉的出口体系”。这成为一个问题。可以说，日本畜牧业的土地设计不能想象不与世界市场竞争，而与世界竞争则主要在高品位地区以高价出售。农产品，包括日本的“大米”，尤其是“水果”，有一个问题要问“您如何与世界抗争？”除非它是世界一流的世界级农产品，否则日本农业将无法生存。

“越光”，“天雄”，“二十世纪”，“三富士”，“和牛”，“黑猪肉”等已成为世界品牌。“鹿儿岛”，“宫崎”和“北海道”等地已成为世界知名品牌。重要的是在政府的支持下实现包括这些在内的出口。

日本畜牧业的优势在于，“世界上最美味，最安全的牛肉”是围绕“和牛”的。

人们认为您可以使用可以与世界战斗的“武器”与世界对手进行全面战斗。日本和牛/杂交牛和日本黑/红/白猪受到了很多关注。

在日本，未售出的猪肝和炉膛在香港和中国大陆市场的价格与腰部价格相同。它并不便宜。

日本内脏也很好吃。来自日本的牛肉，猪肉，鸡肉，内脏都可以成为世界一流的品牌。

我认为现在是发展世界市场的时候了。

2.增加日本牛肉的出口

对香港，美国，中东和东南亚的销售更多地集中在“腰部”销售而不是固定销售。这是因为在该领域缺乏日本牛肉加工技术的经验。

因此，通常用简单的加工技术从“腰部”制备菜肴。当然，在提供有关加工技术的指导的同时培训工程师。下一个任务是为无需技术即可处理的每种烹饪应用制定规格。进口国的客户是相同的，当涉及到“和牛”时，我们通常主要以“牛排”做饭。

目前，根据财务省的《贸易统计》，2008年牛肉的冷藏和冷冻出口总额为585.1吨，出口值为473,341亿日元，分别是上一年的2.2倍和2倍。可见增长。

如果将出口金额反算，则大约为10,000日元/KG，因此看来大部分出口主要是里脊肉出口。

2009年，世界经济放缓，同比增长70%，但是随着亚洲经济的积极复苏，出口报价迅速增加，芝浦市场上只有沙朗牛排短缺。

..这是因为热衷于购买的海外买家主要购买牛Sirloin，所以不仅牛Sirloin而且从“Rib roast”和“Ramp”到“Tenderloin”和“Shoulder loin”的需求都在扩大。

为此，我们可以继续扩大整个区域的销售，例如肉类工程师和厨师，商业化所必需的切片机等机器，维护的备用机器，香料，调味料，托盘等小物品。必须与政府合作并组建一个新的组织来创建该机制。这样看来，提速将得到促进，所有参与肉类分配的农民和参与肉类分配的人们将能够通过肉类获得食物和梦想。

3.“牛肉出口澳门”

2009年7月28日牛肉出口澳门解禁。

如果是将解体加工与每个县的分体相集成的设施,则可以出口30个月大的牛肉,因此比香港和美国的出口容易,比越南的出口容易。这意味着可以对它们进行准确的管理,并可以将其出口到澳门。解体处理设施的数量也将从香港和美国的四个设施显着增加。

但是,由于澳门的市场主要集中在“赌场酒店”上,因此预计它将更加以“贷款为中心”。

但是,拉斯维加斯在2小时的飞行时间内拥有3亿人口的业务区域。据说澳门有十五亿人口,赌场人口很高,潜在需求似乎比拉斯维加斯高。

因此,希望随着澳门的出口,促进牛肉的出口,以及包括牛奶在内的乳制品和畜产品的出口将增加。

从2010年5月1日起,上海世博会将举行6个月,日本馆将从9月9日开始建造。

毫无疑问,日本最大的日本牛肉市场是“中国/大陆”,但日本和中国之间不仅不允许日本牛肉而且也不允许猪肉出口。

如果可能的话,日本牛肉和猪肉将在上海世博会的日本馆及时提供,如果中国人民广泛认可,我认为日本牛肉和日本食材的销售渠道将会扩大...。

* 概念

在处理国产牛肉时,肉的味道很自然,但是我们拥有肉加工技术,使其美味。简单地切割,烘烤和煮并不能提供真正的味道。需要一种能带来美味的加工技术。我们不仅提供肉类,而且还为客户提供肉类的加工和烹饪方法,并且我们希望为与我们打交道的客户提供帮助。此外,通过提供此类存储,管理和处理服务以及执行这些服务,可以节省时间和人工成本,并且只有最少的必要厨师才有可能,预期成本降低效果优于价格。

我们期待香港·澳门多建设牛肉加工厂·加工修整厂,冷冻库场·并建立一个完善配送的系统·一家餐厅等以消除其他部分的库存 餐馆的综合利用·除了批发牛肉之外,我们还向我们的业务合作伙伴推荐我们的商业食材·通过利用我们的餐馆知识发展特许连锁经营权·使用商业食材的快餐店、快餐店 利用各方面的知识进行特许经营发展

我们将加工并提供肉类,以便我们的客户轻松烹饪。此处理技术(规范处理)需要大量技术,因此您可以节省烹饪时间和精力。在日本也有烤肉串,员工仅需切割加工(指定加工)的肉并将其提供给客户,因此我认为可以降低人工成本。但是,它需要加工厂和牲畜饲养场才能进行肉类加工。另外,由于仅在加工厂是废物,所以我们建议在加工厂设有餐厅等。

Block部位采购的优缺点

优缺点

优点

- 可以购买喜爱的部位
- 因为可以只订购需要的肉部位, 所以不需要库存
- 最少的人数和空间



缺点

- 高成本
- 供给无法快速回应
- 入货商业伙伴数量有限
- 容易造成参与其他牛肉和批发商的价格竞争
- 无法处理应对各种菜肴



整牛采购的优缺点

优点

- 整体看每个部位时,可以更便宜低价格地采购
- 通过采买整牛肉,可以使每个部位的价格更容易满足客户喜好
- 通过采买整牛並处理各种部位时,可以更广泛在行业中进行交易
- 需要肉类加工技术与需要保存倉庫

缺点

- 需要資金能力
- 需要销售渠道或大客户
- 可能有库存压力



流通

和牛牧場



TOMOWELL



台灣
新加坡
大馬
中国
香港



百貨店

連鎖超市

高級餐厅

食品同業

How can “WAGYU” be cooked?

Hamburgers



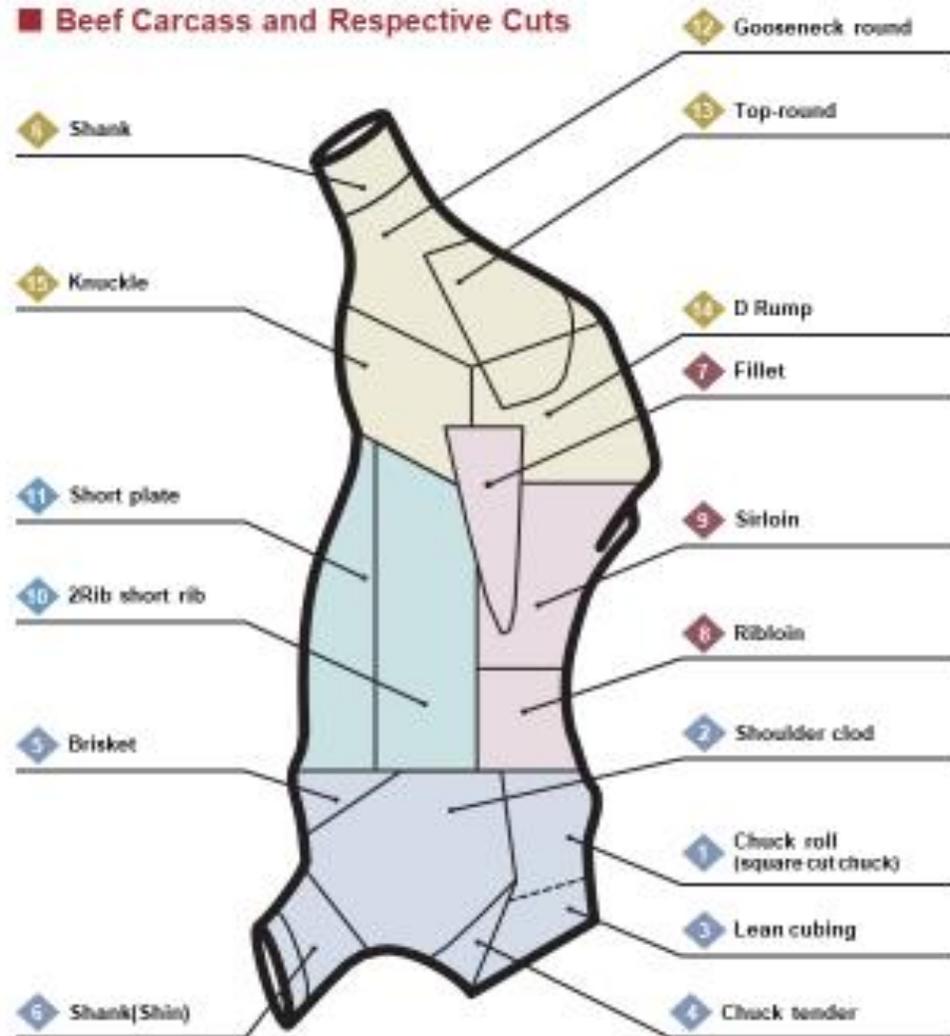
BBQ



Beef Red Wine Stew



Beef Carcass and Respective Cuts



Ragout Beef



Sukiyaki



Pot Roast



牛皇



三届冠军牛
Champion

以上是我们提供的构思与内容
是基于我们的研究分析的业务模型。
希望基于此粗略的想法,让我们双方都能进行
积极的讨论并建立一个更好的商业模式。

谢谢

2020
构思与内容提供
TOMOWELL Co.,Ltd
株式会社トモウエル
株式会社アーステックジャパン