

## 十六銀行グループがコーディネートした「#おうちで飛騨牛」 オール飛騨で取り組むクラウドファンディングが始まります

当行、株式会社十六総合研究所（社長 三浦文彦）は、日本を代表する和牛「飛騨牛」のブランドを支えるため、「#おうちで飛騨牛」オール飛騨で取り組むクラウドファンディングをコーディネートし、4月29日（水）より開始することとなりましたので、お知らせいたします。

### 記

～経緯～

#### ■飛騨牛の肥育農家がピンチ！

飛騨牛は、生産者と販売店の組合、JA、自治体、岐阜県が連携して、10年以上かけてブランディングが進められ、その品質と味は日本のみならず海外でも高く評価されている銘柄です。しかしながら、新型コロナウイルス感染防止の外出自粛により外食産業への流通が激減し、飛騨牛の枝肉相場はここ約2ヶ月で3割ほど下落しました。

とりわけ飛騨牛はその流通市場における価格形成が競りで行われるため、需給ギャップ（総需要と供給力の差）が枝肉価格に反映されやすい構造にあり、その影響を最も強く受けるのは肥育農家です。農家にとっては、「BSE以来」といわれるほどの経営危機が迫っています。

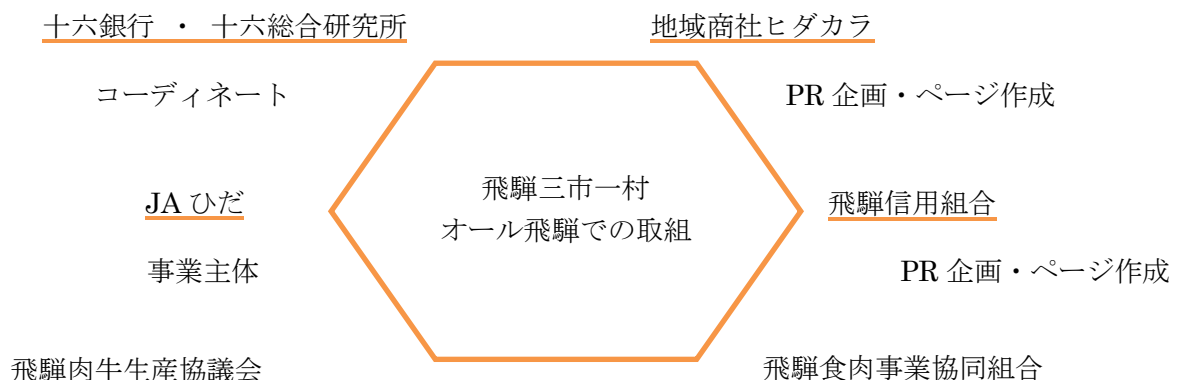
#### ■当行グループの役割

飛騨牛の産地である岐阜県飛騨地方には、十六銀行が6つの支店を展開するほか、2017年よりシンクタンク部門を担う株式会社十六総合研究所の研究員1名が飛騨地方に常駐し、同地方の産業経済や地域課題の調査研究を行っています。また、主任研究員が「高山市経済政策アドバイザー」の委嘱を受け、地域のより良い経済循環を構築すべく、行政と民間をつなぐサポート、地域の課題解決に向けた提案を行っています。

飛騨地方にはまだ新型コロナウイルスの感染者は出ていませんが、感染防止のための外出自粛は当面続くものと考えられ、外食市場の冷え込みと価格形成の構造からすると、飛騨牛の消費を促すためには、「巣ごもり消費（自宅消費）」へと狙いを切り替えることが一つの方法だと分析しました。

そこで、ネット通販やふるさと納税の取扱いに強みを持つ地域商社「ヒダカラ」と共同して、飛騨農業協同組合（JAひだ）に本アイデアを提案、「#おうちで飛騨牛プロジェクト実行委員会」がスタートしたものです。

#### ■本プロジェクトの構成メンバー



本プロジェクトは、JA ひだが中心となり、クラウドファンディングはヒダカラおよび飛驒信用組合がサポートします。

金融機関の系列を超えて「オール飛驒」で飛驒牛のブランド維持をはかる取組みとして、支援してまいります。

クラウドファンディングの概要はこちら

⇒ 「#おうちで飛驒牛」 <https://camp-fire.jp/projects/view/265287>

以 上