

農林水産大臣賞

株式会社ミヤチク
(宮崎県都城市)

牛肉
豚肉加工品
豚肉

・アメリカ
・台湾
・香港 ほか

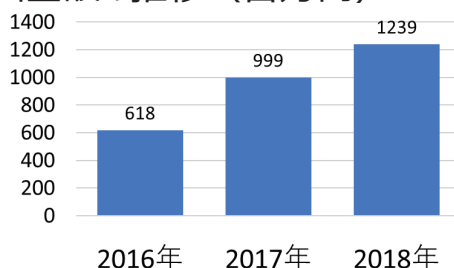
取引先セールスやシェフへの技術指導でブランド確立

取り組み内容

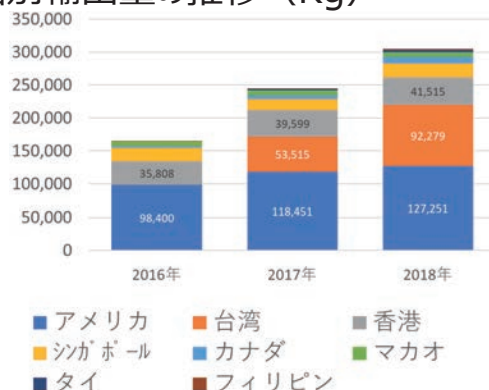
- 宮崎県内で生産・肥育された牛肉を中心に部分肉として海外に販売。種雄牛まで指定し、宮崎生まれ宮崎育ち、肉質等級4等級以上の黒毛和牛を「宮崎牛」としてブランド化。豚肉・豚肉加工品の輸出も行う。
- 直販営業を強化。現地のディストリビューターに当社の料理長等が同行し、納品先であるレストラン等に宮崎牛をおいしく食べるためのカット方法や調理方法を実演・指導。
- 宮崎県・JA宮崎経済連等と一緒にアメリカや東アジアでトップセールスを展開。台湾ではハローキティを使ったレセプションも開催し、「宮崎牛」の知名度アップ。

輸出実績の推移

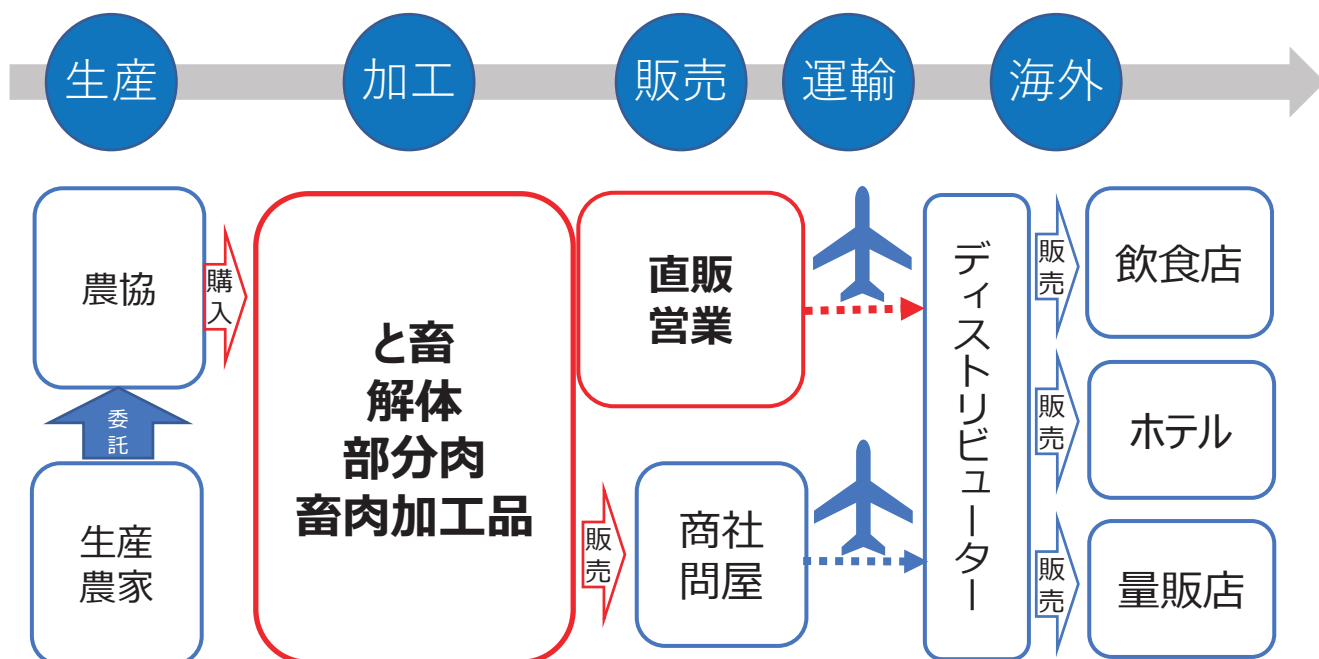
輸出金額の推移 (百万円)



国別輸出量の推移 (Kg)



輸出の仕組みチャート



輸出に取り組んだ背景

- 平成2年に日本商社からの依頼でアメリカに和牛を輸出したことから当社の輸出が始まった。当時国内では輸出認定された工場が少なく、当社の日本国内での評価は高かった。
- 和牛への海外からの注目度も高かったが、疾病の発生等で輸出は伸び悩んでいた。平成24年にJA宮崎経済連香港事務所を開設し、本格的な輸出をスタートさせた。
- 香港を拠点に海外ディストリビューターとの直接取引が急速に拡大した。展示会にも参加し納品先のシェフから高い評価を受け、後のアカデミー賞アフターパーティー採用に繋がった。

課題と解決のポイント

👉 国際的知名度

平成2年に輸出をスタートしたが、「宮崎牛」は日本国内での知名度も高くなく、海外では有名ブランドに押されて売上高は伸び悩んでいた。

海外のレストランシェフに「宮崎牛」を認めてもらうために様々な活動を実施。商談会への参加の他、取引先のシェフに対する調理セミナーを実施して宮崎牛の用途を説明。自社レストランにシェフを招いて技術指導。

👉 同行セールス

国毎に食習慣が異なり、それぞれの国の調理方法では「宮崎牛」の本当の美味しさを味わってもらうことができない。売りっぱなしでは「宮崎牛」のブランド化が難しい。

日本国内でレストランを6店舗経営している。取引先であるディストリビューターの営業マンに当社レストランの料理長等が同行し、納品先のシェフにおいしく食べるためのカット方法や焼き加減等、調理技術を指導。

👉 高品質維持

「宮崎牛」はブランド牛に育っているが、海外のシェフからの評価は高品質でありながら量を確保できることである。生産者と共に品質と量を継続確保が必要。

血統へのこだわりばかりでなく、JA宮崎が関わり開発した配合飼料を中心に生産者に供給。肉質と味の安定品質を維持。黒毛和種であり肉質等級4等級以上の牛肉を「宮崎牛」と呼ぶこととし、ブランドを維持。



取引先シェフによる調理セミナー



レストランへの同行セールス



EUへの牛肉輸出開始式典



キティと一緒に台湾でのトップセールス

今後の展望

- 日本国内での大きな拡販は期待ができないため、EUにも販路を拡大する計画である。2019年4月よりEU基準対応の新工場が稼働している。安売りをせず需要を開拓してくれる現地ディストリビューターを確保しようとしている。EU向け調理方法も新たに開発している。
- 海外旅行者が多い沖縄に営業拠点を開設し、沖縄の飲食店との取引を積極的に開拓する。日本（沖縄）で「宮崎牛」を食べてファンとなり、自国でも「宮崎牛」を食べて欲しい。
- 台湾では放射線問題で止まっていた取引が2年前に解禁された。焼肉店を中心に拡販できたが、今後も安定した輸出を維持するためには同行セールス等の地道な活動が必要。