

輸出事業計画

※申請者名：宮崎県牛肉輸出コンソーシアム、品目：牛肉

1. 輸出における現状と課題

○現状

宮崎県は肉用牛（黒毛和種）飼養頭数全国第2位を誇る牛肉の生産地であり、中でも宮崎牛は、5年に1度開催される全国和牛能力共進会において3大会連続で内閣総理大臣賞を受賞した「日本一」の牛肉として国内外での販路拡大に取り組んでおり、大相撲優勝力士への毎場所の贈呈や、米国のアカデミー賞受賞式のアフターパーティで3年連続提供されるなどその評価は高い。

宮崎牛の海外輸出については、平成2年から全国に先駆けて取り組んだ対米輸出を皮切りに継続して取り組んでおり、経済連（生産）、ミヤチク（加工）、県（行政）が三位一体となったプロモーション活動や営業等に取り組んだ結果、米国及びアジアを中心に輸出量は近年右肩上がりで推移している。

特に、平成29年の台湾の日本産牛輸入再開時には、三者連携のもと迅速な対応により日本産牛肉の第1便として宮崎牛を輸出し、平成31年には対EU基準を満たす食肉処理施設を新たに整備するなど、引き続き輸出の伸びが期待されている重要品目として位置づけ注力している。

○課題・

【生産】

・高齢化や担い手不足により肉用牛飼養戸数が減少しており、生産頭数の減少による輸出量低下が危惧されるため、生産基盤の強化が必要である。

・輸出拡大に向けた増頭を推進するためには、分娩間隔や肥育日数の短縮や事故率の低減等による生産性向上を推進する必要がある。

【加工】

・スライス肉など加工ニーズの多様化が進展する一方、現状ミヤチクの工場では輸出向けのスライス加工対応が出来ないため、新たな需要を取り込めない可能性が高い。

・懸垂方血により血斑が発生（発生率 R元：6.6% R2：5.4%）するため発生率低下に向けた改善が必要。

・ほとんどが鼻環装着牛のため、頭絡装着等による動物福祉への対応が必要。（米国、EU）

【販売】

・輸出産地の増加により価格競争が激化しており、ブランド価値向上に資する資材の提供や科学的根拠に基づく差別化が必要。

・コロナ禍においてECに販売が増加しているため、関係事業者に加え、インターネットで直接購入する消費者へのブランドの浸透や購入促進のためのプロモーションが必要。

・これまで現地事業者と産地側の同行営業により輸出量を伸ばしてきたが、コロナ禍で産地からの渡航が困難になり新たなプロモーション手法が必要。

・欧米向け輸出の86%をロイン系が占めており、多様な部位の販売が必要。（米国、EU）

2. 輸出事業計画の取組内容

【生産】

・C S、C B S、コントラクターの整備支援や利活用の推進により生産基盤を強化。

・アパート牛舎整備や承継事業の活用により規模拡大や新規参入を推進。

・拠点施設等を活用した雇用型の研修体制の構築による法人就農、新規就農の拡大。

・繁殖管理システムや分娩監視システム等のICT機器を活用した分娩間隔短縮、事故防止。

・増体能力に加え、M U F A やおいしさに関する指標を取り入れた種雄牛造成。

【加工】

・商談会等で加工へのニーズを把握し、対応可能なスペックを提案

・血斑発生要因特定のために、係留時間や牛の状態、スタンニングから放血までの時間等のデータ収集及び分析（米国、EU）

・頭絡等の着用による適切な家畜の取扱いを普及するための事例調査や生産者への啓発。（米国、EU）

【販売】

・宮崎牛の特徴や価値を訴求するためのリーフレット等資材作成・提供やバイヤーの産地招聘等を通じたブランド価値の理解醸成

・オンライン商談会やEC販売に活用する販促ツール（プロモーション動画等）の作成

・輸出事業者による現地でのフェアの開催や情報発信のための牛肉サンプル提供

・現地情報誌掲載やSNSを活用した商品広告・プロモーション

・見本市・商談会への三位一体（ミヤチク、経済連、県）となった出展

・部位毎のカットや調理方法の提案による多様な部位の販売（米国、EU）

輸出事業計画

※申請者名：宮崎県牛肉輸出コンソーシアム、品目：牛肉

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

宮崎県牛肉輸出コンソーシアム



4. 輸出目標額

(株)ミヤチクを中心とした産地	現状年 (令和2年)	目標年 (令和6年)	備考
輸出額（千円）	1,174,542	3,638,571	
輸出量（t）	196.3	583.0	
輸出先国	米国、台湾 香港、EU	米国、台湾 香港、EU	