

- 宮崎牛が、全国和牛能力共進会第10回大会(平成24年10月長崎、通称:和牛オリンピック)において、2大会連続(前回は平成19年)で優秀な成績を獲得。これを受け、宮崎県知事が連続『日本一』を宣言。
- 平成22年の口蹄疫発生により大きな打撃を被った宮崎県畜産業界は、これを機に消費者への宮崎牛ブランドの確立を目指す。
- 大会直後から宮崎牛の贈答向け販売が好調、子牛も県外ハイヤーの注目が高まるなど、畜産業界等に好影響の兆しが現れつつある。

### 1. 宮崎県畜産業の概要

平成22年度 (出所:宮崎県、畜産協会)

- 農業産出額に占める畜産のウェイトが高い(宮崎県54%、全国32%)。
- 子牛出荷県として認知度が高い。出荷先で肥育され各地でブランド牛として売り出されている。
- 肉用牛の飼養頭数は全国3位(1位 北海道、2位 鹿児島県)。



【各地の主なブランド牛】

三重:松阪牛、長野:信州和牛、佐賀:佐賀牛、兵庫:神戸牛・但馬牛、滋賀:近江牛

### 2. 口蹄疫\*を乗り越えて宮崎牛が優秀な成績を獲得

第10回大会(38道府県から480頭の牛が出品)で、優秀な成績を獲得。

- 各出品区の総合得点で道府県の順位を決める**団体賞で1位**。
- 大会史上初めてとなる、2大会連続での全9区分中**過半数の区分で優等首席を獲得**(前回7、今回5)。
- 種牛の部で**内閣総理大臣賞**を受賞。
- 宮崎県知事が「**宮崎牛が日本一であること**」を宣言(10月30日)。

※22年4月発生の口蹄疫により、終息宣言が出されるまでの約4か月間で29万7808頭(うち牛は6万9454頭)が殺処分。県の推計によれば、県内経済への影響額は、畜産関連業で約1400億円、観光・小売業等で約950億円、合計約2350億円。

### 3. 好成績につながった宮崎県畜産業の取組み

- 「**全国からの支援への恩返しは日本一になること**」との思いで、畜産農家をJA・行政等の関係機関がサポート。「**チーム宮崎**」として、口蹄疫後、JA職員が畜産農家に日参し、給餌、牛の運動、ブラッシング等を行うほか、餌の食込み状態等を観察するなど飼養管理を徹底。
- 県が種雄牛の候補牛を買い上げ、戦略的かつ計画的な肉用牛の改良及び増殖を促進。これにより、交配データの蓄積に加え、飼いやすい・太りやすい・肉質が良い、統一性のある子牛の生産が可能。



県内全域に大々的に発行された号外。  
(H24.10.29発行 宮崎日日新聞社提供)

### 4. 大会結果による影響に関するヒアリング結果

#### (1) 精肉関連

- 優等首席を獲得した宮崎牛は2,063万円で落札。H23年の最高額は約400万円。
- 贈答向け販売が好調に推移。
- 宮崎牛を提供する地元飲食店で予約待ちの状況。
- JAL欧米線6路線のファーストクラスで、1月から3月末まで宮崎牛を使った料理を提供。

#### (2) 子牛関連

- 11月の競り市で、子牛の平均価格は前回9月を2万円以上上回り約44.5万円。
- 「競り市で県外ハイヤーの姿を多く見かけた。県産子牛への高い評価が価格に反映。」と分析。

### 5. 課題と取組み

#### (1) 課題

- 口蹄疫の打撃から完全に回復したとはいえない中、今後の発展のためには、**今回の盛り上がりを一過性で終わらせず**、精肉分野での認知度も高め、消費拡大に繋げていく必要。  
⇒「**宮崎牛**」の**ブランド価値を首都圏で高めていくことが課題**。

#### (2) 取組み(県・JA等による全国キャンペーン等)

- 県が販路拡大策として、25年度予算に2,465万円(昨年度の2.5倍)を計上。
  - ・県主催による大手卸売業者や百貨店等向けの商談会の開催(県主催は初)。
  - ・食肉処理を通じたハイヤーアピールをねらい、東京中央卸売市場に生体出荷(JA宮崎経済連主催)。
  - ・神話ゆかりの地をめぐる旅行プラン参加の県外客に市内の飲食店や販売店で使用できる宮崎牛クーポンの提供。
- 東京お台場で、宮崎牛の魅力を発信する「宮崎フェスティバル」の開催(2/9)。
- 宮崎牛の品質を全国に発信するキャッチフレーズを全国紙で募集(3月決定予定)。
- 首都圏を中心に、大型量販店等での試食イベントの実施(適時実施)。
- 消費者へのPR効果をねらい、プロスポーツ選手等に宮崎牛の贈呈(適時実施)。