

宮崎牛の銘柄化に関する一考察

仲 川 直 毅
藤 原 大 花

1. はじめに

現在、全国の各産地で数多く生産されている銘柄牛肉¹のなかで、知名度の高い銘柄牛肉の一つとして、宮崎県で生産されている宮崎牛をあげることができる。例えば、日経MJ「バイヤー調査 和牛」によれば、宮崎牛は、「供給の安定性」、「価格水準の妥当性」、「利益率」などがとくに高く評価され、総合評価で第3位となっている²。また、宮崎県産の黒毛和牛は、2022年10月に開催された第12回全国和牛能力共進会において、8部門中、2部門（第3区と第7区）で第1位となり、第7区では最高賞である名誉賞（内閣総理大臣賞）を受賞している³。今回の全国和牛能力共進会において、名誉賞を受賞したことで、宮崎県産

-
- 1 食肉通信社 [2023] では、376種類の銘柄牛肉を掲載し、紹介している（食肉通信社 [2023] 12ページ）。
 - 2 日経MJ、「バイヤー調査 和牛」によれば、この調査は、「上位20位までに入ったブランドでランキングを作成した」としている。調査期間は、2023年2月13日から2023年3月13日であり、「百貨店、スーパーで精肉の仕入れを担当しているバイヤー236人」に、「FAX」で調査票を送信し、「97人（回収率41.1%）から回答を得た」（日経MJ、「バイヤー調査 和牛、2023年3月29日、3面）としている。なお、総合評価の第1位は松阪牛であり、第2位は神戸ビーフである（同上）。
 - 3 第12回全国和牛能力共進会の審査結果の詳細は、公益社団法人全国和牛登録協会Webサイトで公表されている「第12回全国和牛能力共進会受賞牛名簿」を参照されたい（公益社団法人全国和牛登録協会Webサイト「第12回全国和牛能力共進会受賞牛名簿」、「受賞牛名簿」<http://cus4.zwtk.or.jp/zenkyo/wp-content/uploads/sites/3/2022/1>

の黒毛和牛は、同賞を4大会連続で受賞したことになる⁴。中川[2012]によれば、5年に一度開催される全国和牛能力共進会は、「和牛のオリンピック」とも称され、2002年に開催された「第8回「全共」で最上位に入賞した飛騨牛がそれを契機に全国的ブランドを確立したことはよく知られている」(中川[2012]133ページ)とされている。中川[2012]の先行研究や宮崎県産黒毛和牛が全国和牛能力共進会において、4大会連続で名誉賞を受賞したという結果を踏まえれば、本稿で分析対象とする宮崎牛は、現在、さらなる認知度の向上や販売力を強化することができる好機にあると考えることができる。

本稿では、このような状況下にある宮崎県産銘柄牛肉、宮崎牛の生産、流通段階における品質向上や販路拡大の取り組みの現状を明らかにしたうえで、今後の課題について検討することを目的とする。

2. 宮崎県における肉用牛生産の概要

本節では、宮崎県における肉用牛の生産の動向をみていくこととする。第一に、宮崎県の肉用牛の産出額をみていくこととする。農林水産省「生産農業所得統計」によれば、2021年の宮崎県の肉用牛の産出額は、全国第3位(815億円)である。この宮崎県の肉用牛の産出額815億円は、同年の宮崎県の農業産出額3,478億円の約24%を占めている⁵。

第二に、宮崎県における肉用牛の飼養戸数、飼養頭数等の推移をみていくこととする。表1は、宮崎県で口蹄疫が発生した2010年の前年の2009年から2022年までの宮崎県における肉用牛の飼養戸数、飼養頭数(肉用を目的として飼養

0/28ada15f60a21a3fc75fa5f8c84c7b3d-1.pdf (アクセス日: 2023年8月21日))。

- 4 宮崎県産黒毛和牛が4大会連続で名誉賞(内閣総理大臣賞)を受賞したことは、多くのメディアで報じられているが、例えば、日経MJ、「バイヤー調査 和牛」、2023年3月29日、3面で紹介されている。
- 5 農林水産省「生産農業所得統計」https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/nougyou_sansyutu/ (アクセス日: 2023年8月21日)を参照。なお、同統計によれば、2021年の肉用牛の産出額全国第1位は、鹿児島県(1,240億円)であり、第2位は、北海道(1,131億円)であるとされている。

しているすべての品種の牛の頭数を合計したもの）および黒毛和牛の飼養頭数の推移を示したものである。まず、飼養戸数をみると、2009年の10,100戸から2010年には10,000戸を下回り、9,550戸となっている。その後も一貫して減少を続け、2022年には4,940戸にまで減少している。2009年と2022年の飼養戸数を比較すると、半分以下にまで減少していることがわかる。次に、肉用牛の飼養頭数をみると、2009年に297,900頭であった肉用牛の飼養頭数は、2010年に宮崎県で発生した口蹄疫の影響を受け、2011年には、239,700頭にまで減少している。なお、2010年に宮崎県で発生した口蹄疫で殺処分となった牛、豚などの合計頭数は、297,808頭⁶であり、宮崎県が発表した経済的損失は、総額で2,350億円である（宮崎日日新聞社[2011] 1ページ）。2012年は、251,200頭と増加に転じ、その後、増減を繰り返しながら推移し、2022年には254,500頭となっている。2022年の肉用牛飼養頭数を宮崎県で口蹄疫が発生した2010年と比較すると増加しており、発生前の水準に回復しつつあるといえるが、口蹄疫が発生する前年の2009年と比較すると、率にして約14.6%減少していることになる。次に、1戸当たり飼養頭数をみると、2009年の29.5頭から2018年には40.0頭にまで増加している。その後も一貫して増加を続け、2022年には、51.5頭となっている。このことから、1戸当たりの飼養規模は拡大しているといえる。最後に、黒毛和種の飼養頭数をみると、2009年の246,400頭から2011年に204,200頭にまで減少し、2012年に、215,500頭となり、その後、増減を繰り返しながら推移し、2022年には、220,800頭となっている。黒毛和種と肉用種の飼養頭数の推移を比較すると、ほぼ同様の推移をしているといえることができる。また、肉用牛飼養頭数のうち黒毛和種の飼養頭数が2009年から2022年までのすべての期間で80.0%を超えていることから、肉用牛のなかでも黒毛和種が占める割合が高くなっていることがわかる。

2009年と2022年を比較すると、肉用牛の飼養頭数および黒毛和種の飼養頭数は、減少している。しかし、宮崎県の2022年の肉用牛飼養頭数は、全国第3位

6 宮崎県経済農業協同組合連合会畜産部肉用牛課によれば、牛のみは、69,454頭であるとされている。

であり、黒毛和種の飼養頭数は、全国第2位である⁷。このことから、全国的にみれば、宮崎県は、肉用牛のなかでも黒毛和牛の生産が盛んであり、日本有数の黒毛和牛の大規模産地であることがわかる。加えて、宮崎県の農業産出額の約24%を肉用牛が占めており、肉用牛のなかでも黒毛和種が占める割合が高くなっていることから、黒毛和牛の生産が宮崎県農業の柱の一つになっているといえる。現在、宮崎県で黒毛和牛の生産が盛んな理由について、宮崎日日新聞社〔2014〕は、以下の二点をあげている。第一に、明治、大正期の宮崎県における「畜産の主役は馬」であり、その生産が盛んであったことから、「宮崎の牛づくりは昭和一〇年代に入るまでは盛んではなく、全国的には後発組に入る」が、「太平洋戦争後の需要減少にともない」、「和牛生産が盛んになり、馬を生産していた農家は次々に牛へと転じていった」（宮崎日日新聞社〔2014〕10ページ）ことがあげられている。この時期、農家が馬の生産から和牛生産に転換したことにに関して、「もともと、馬の生産によって畜産熱は高かったため、牛づくりが発展する素地は十分にあったといえる」（同上）とされている。第二に、「自然条件」（宮崎日日新聞社〔2014〕12ページ）があげられている。宮崎県の「自然条件」について、「高温多湿で餌となる植物の生育が良く、飼料作物の栽培に適している。また、県民が「台風銀座」を自認するほどの台風常襲県。風水害の影響を受けにくい畜産に目が向いたのは必然といえる」（同上）とされている。

では、日本有数の黒毛和牛の大規模産地であり、その生産が盛んであるといえる宮崎県では、宮崎牛の銘柄化を推進するために、現在、どのような取り組みがなされているのであろうか⁸。以下では、宮崎牛の銘柄化推進の取り組みの現状をみていくことにしよう。

7 農林水産省「畜産統計」<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tikusan/index.html>（アクセス日：2023年8月21日）を参照。なお、同統計によれば、肉用牛の飼養頭数全国第1位は、北海道（553,300頭）、第2位は鹿児島県（337,800頭）であり、黒毛和種の飼養頭数第1位は、鹿児島県（321,000頭）、第3位は、北海道（193,900頭）であるとされている。

8 宮崎県以外の黒毛和牛の大規模産地における黒毛和牛の銘柄化の現状を明らかにすることを目的として行った研究として、仲川・古田・伊藤〔2023〕、仲川〔2021〕をあげることができる。

宮崎牛の銘柄化に関する一考察

表1. 宮崎県における肉用牛の飼養戸数・飼養頭数
および黒毛和牛の飼養頭数の推移

	飼養戸数(戸)	肉用牛		1戸当たり 飼養頭数(頭)
		肉用牛 飼養頭数(頭)	黒毛和種 飼養頭数(頭)	
2009年	10,100	297,900	246,400	29.5
2010年	9,550	293,200	248,200	30.7
2011年	8,410	239,700	204,200	28.5
2012年	8,200	251,200	215,500	30.6
2013年	7,730	250,100	215,400	32.4
2014年	7,300	250,000	215,900	34.2
2015年	6,980	249,000	214,200	35.7
2016年	6,500	243,600	210,000	37.5
2017年	6,280	243,800	212,300	38.8
2018年	6,120	245,000	214,800	40.0
2019年	5,810	250,300	218,600	43.1
2020年	5,360	244,100	212,800	45.5
2021年	5,150	250,000	217,300	48.5
2022年	4,940	254,500	220,800	51.5

注：肉用牛飼養頭数は、肉用を目的として飼養しているすべての品種の牛（黒毛和種、褐毛和種、無角和種、日本短角種、外国系統牛の肉専用種および乳用種（ホルスタイン種、交雑種など）の飼養頭数を合計したものである。

資料：農林水産省「畜産統計」<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tikusan/index.html>（アクセス日：2023年8月21日）をもとに作成。

3. 宮崎牛とは⁹

宮崎牛の名称が正式に定義された時期は、1986年10月である。宮崎牛の名称について、甲斐[2010]は、「一般に宮崎牛と呼ばれるようになった歴史は定かではないが、正式に「宮崎牛」と定義された」時期は、「より良き宮崎牛づくり対策協議会」（甲斐[2010]139ページ）が創設された時期（1986年10月）と同じであるとしている。2007年に地域団体商標を取得し、2017年には、地理的表示保護制度に登録されている。なお、宮崎牛という名称に決定した経緯について、宮崎日日新聞社[2014]によれば、「名称は「日向牛」も候補に挙がったが、

9 宮崎牛の定義、生産段階、流通段階における取り組みの現状は、2023年9月15日、宮崎県経済農業協同組合連合会畜産部肉用牛課への筆者ら聞き取り調査に基づく。

すでに宮崎牛として販売していたり、大阪での枝肉展示会へ「宮崎牛」の名で出品していたりしたことから、関係者の混乱を避けるため、「宮崎牛」に決まった」(宮崎日日新聞社[2014] 52ページ)とされている。

宮崎牛の定義は、(1) 宮崎県で出生し、かつ最長飼育地が宮崎県の黒毛和種であること、(2) 肉質等級が4等級以上であること、(3) 血統が明らかであること、(4) 県産種雄牛、もしくは家畜改良のため指定された種雄牛を一代祖にもつものであることとされる。宮崎牛の定義のうち、定義(4)は、2017年4月に新たに加えられたものである。新たな定義を加えた主な理由として、種雄牛を指定し、品質の安定化を図ること、血統¹⁰にも特徴をもたせることで他の産地との差別化を図ることなどがあげられる。なお、宮崎牛の出荷月齢は29～30カ月であり、屠畜後の枝肉重量は、去勢が約500kg、雌が約430kgである。

4. 生産段階における取り組み

宮崎牛の生産段階における取り組みとして、各生産者による繁殖や肥育の技術の開発をあげることができる。宮崎県で生産される子牛は、県外への出荷が多く、他県の生産者から高く評価されているといわれている。県外への出荷状況について、まず、宮田[1986]の先行研究から1970年代の宮崎県における子牛の県外出荷の状況を見ると、「昭和五十二年の宮崎県の和子牛生産頭数約六万七〇〇〇頭のうち県内向け三六％、県外向け約六四％の出荷で県外向けが多く」(宮田[1986] 401ページ)なっているとされている。次に、2021年度の宮崎県で生産された肉用牛子牛の出荷状況(表2)をみると、2021年度に出荷

10 宮崎日日新聞社[2014]は、宮崎牛の血統について、「現在の宮崎牛の源流は兵庫、鳥取、島根系であり、さらに明確にいうなら田尻、気高、糸桜系が「三大ルーツ」ということになる」(宮崎日日新聞社[2014] 18ページ)としている。また、宮崎県における和牛改良について、その方法は、「独特」であり、「例えば、肉質の外見的な目安となる毛質が荒くなると兵庫(但馬)系を交配し、発育が遅れ体積が乏しくなると鳥取系を交配するといった具合に「肉質の但馬」と「肉量、増体の鳥取」の反復交配によって改良を図ってきた」(同上21ページ)とされている。

された子牛65,439頭のうち、約67.3%の44,045頭が県内に出荷され、約32.7%の21,394頭が宮崎県外に出荷されている¹¹。この表2で示されている2021年度の子牛出荷頭数は、肉用牛であり、黒毛和種の子牛の出荷頭数のみが示されているわけではない。そのため、表2で示されている子牛の出荷頭数には、黒毛和種以外の品種も含まれていると思われるが、宮崎県で生産されている肉用牛の8割以上が黒毛和牛であることを踏まえれば、出荷される子牛の大部分が黒毛和牛ではないかと推察できる。一般的に考えて、他県の生産者が肥育しにくい子牛を購入するとは考えにくいことから、宮崎県産で生産される黒毛和牛の子牛は、現在も他県の生産者から高く評価されており、子牛を生産する繁殖農家の技術水準は高いと考えることができる。なお、子牛出荷先の上位5県は、第1位が三重県(2,931頭)、第2位が鹿児島県(1,822頭)、第3位が佐賀県(1,820頭)、第4位が兵庫県(1,705頭)、第5位が滋賀県(1,543頭)(宮崎県農政水産部畜産局編[2023] 8ページ)である。1977年の宮崎県外への子牛の出荷割合をみると、約64%と半分以上が宮崎県外に出荷されていることから、1970年代の宮崎県における肉用牛の生産は、子牛の生産が中心であり、肥育は子牛生産ほど盛んではなかったと推察できる。1977年に約64%であった宮崎県外への子牛の出荷割合は、2021年に32.7%にまで減少している。このように宮崎県内への出荷割合が増加していることから、この期間中に肥育に取り組む生産者も増加していると考えることができる。加えて、宮崎牛の定義には肉質等級が4等級以上であることが含まれていることから、各生産者は、この定義を満たし、さらなる肉質の向上を実現するために、繁殖や肥育の技術の開発に取り組

11 宮崎県同様、黒毛和牛の大規模産地であるといえる鹿児島県の子牛の県外出荷割合(鹿児島県経済農業協同組合連合会取り扱い分)をみると、近年、「鹿児島県で肥育される子牛(黒毛和種)の割合」が増加傾向にあり、「子牛(黒毛和種)の県内保留率(鹿児島県外に移出することなく、県内にとどまる割合)は、2015年の75%から2021年には84%に上昇している」(仲川・古田・伊藤[2023] 40ページ)としている。2021年の鹿児島県の子牛の県内保留率が84%であるということは、鹿児島県外に出荷される割合は16%となる。鹿児島県の子牛の県外出荷割合は、鹿児島県経済農業協同組合連合会取り扱い分のみであるため、単純に比較することではできないが、2021年の鹿児島県と宮崎県の子牛の県外出荷割合を比較すると、宮崎県の子牛は、県外に多く出荷されているといってもよいと思われる。

んでいることが推察される。

表2. 2021年度の宮崎県産肉用牛子牛の出荷先

宮崎県内出荷頭数	宮崎県外出荷頭数	出荷頭数合計
44,045頭 (雌20,761頭、去勢23,284頭)	21,394頭 (雌12,010頭、去勢9,384頭)	65,439頭 (雌32,771頭、去勢32,668頭)

資料：宮崎県農政水産部畜産局編「2023」8ページをもとに作成。

生産段階における取り組みの成果として、全国和牛能力共進会において最高賞である名誉賞を4大会連続で受賞したことをあげることができる。一般的に、他の産地で生産される牛との差別化を図り、市場で高く評価される牛を生産することを目的として、どの産地でも品質向上を目的とした繁殖や肥育技術の開発に取り組まれていると思われる。しかし、4大会連続で名誉賞を受賞したという結果は、長期間にわたり繁殖や肥育技術の開発に取り組んできた成果であるにとらえることができる。また、宮崎牛をはじめとする宮崎県産牛の繁殖や肥育に取り組む生産者が、繁殖や肥育に関する技術を高いレベルで維持できていることの証左であるといえよう¹²。

5. 流通段階における取り組み

まず、宮崎牛の主な流通経路をみていくこととする。図1は、宮崎牛の主な流通経路を示したものである。宮崎牛は、主に宮崎県経済農業協同組合連合会の肥育牛登録農家によって生産されている。2022年の肥育牛登録農家数は、

12 現在の宮崎牛生産者の肥育技術について、例えば、公益社団法人宮崎県畜産協会Webサイトで公表されている情報誌『宮崎牛』によれば、2022年6月21日にJA宮崎経済連和牛枝肉共進会（於：株式会社ミヤチク高崎工場）が開催され、同共進会に出品された牛105頭すべてが肉質等級4以上、上物率100%であったと紹介されている（公益社団法人宮崎県畜産協会Webサイト「宮崎牛」No.89（2022年8月発行）4ページ <http://www.miyazakiken-chikusan.jp/wp-content/uploads/2022/08/11c17ad77bd99bbceec4370e8b517b10.pdf>（アクセス日：2023年10月9日））。

宮崎牛の銘柄化に関する一考察

247戸である。肥育牛登録農家によって生産された宮崎牛は、大部分が宮崎県内の食肉処理場に出荷¹³され、屠畜・解体後、枝肉となる。なお、宮崎県内の主な食肉処理場は、株式会社ミヤチク都農工場、株式会社ミヤチク高崎工場であり、県外の主な出荷先は、東京都、兵庫県、福岡県、鹿児島県などである。屠畜・解体後の枝肉は、株式会社ミヤチクを通じて食肉卸売業者に販売され、部分肉に加工後、食肉卸売業者から小売店や飲食店に販売される。小売店、飲食店によって仕入れられた部分肉は、加工、調理された後、消費者に販売される。

図1. 宮崎牛の主な流通経路



資料：宮崎県経済農業協同組合連合会畜産部肉用牛課への聞き取り調査をもとに作成。

次に、流通段階における取り組みをみていくこととする。流通段階における主な取り組みとして、宮崎牛指定店制度、より良き宮崎牛づくり対策協議会による販売促進活動をあげることができる。まず、宮崎牛指定店制度についてみていくこととする。より良き宮崎牛づくり対策協議会が定めた基準を満たした小売店や飲食店などを宮崎牛指定店に認定している。宮崎牛指定店認定基準の主な内容は、宮崎牛を常時販売していること、宮崎牛の販売促進に積極的に取り組む店舗であることなどとされる。2022年度の宮崎牛指定店数（2023年3月31日時点）は、宮崎県内に221店舗、宮崎県外に241店舗、海外に117店舗あり、合計で579となっている。海外で宮崎牛指定店に、認定されている店舗が100以上になっている点が特徴的である。次に、より良き宮崎牛づくり対策協議会による販売促進活動についてみていくこととする。より良き宮崎牛づくり対策協議会は、宮崎牛の生産の振興および消費の拡大を主な目的として、1986年10月に創設された組織であり、主な構成員は、宮崎県、宮崎県経済農業協同組合連

13 宮崎県経済農業協同組合連合会畜産部肉用牛課によれば、2022年に肥育牛登録農家によって生産された宮崎牛の約8割は宮崎県内に出荷されているとのことであった。

合会、株式会社ミヤチク、市長会、町村会、消費者団体、指定店などである。主な活動内容は、認知度向上と消費拡大を目的とした大相撲優勝力士（1986年11月場所以降、毎場所実施）やJリーグ、プロ野球など様々な団体への宮崎牛の贈呈、指定店でフェア開催、宮崎牛指定店の認定、株式会社サンリオの人気キャラクターの一つである「ハローキティ」を宮崎牛PR大使とした販促企画の実施などである。「ハローキティ」を宮崎牛PR大使とした販促企画は、2016年から実施しており、現在までの顧客層に加えて、女性や子供など幅広い世代の顧客層の確保や海外での認知度向上に寄与しているとのことであった。宮崎牛の贈呈に関して、宮崎日日新聞社[2014]によれば、大相撲優勝力士への宮崎牛の贈呈を開始した当初、「他県からは「やられた」と恨み節が聞こえ」、「反響は予想以上」（宮崎日日新聞社[2014]53ページ）であったとしている。このような他県の畜産関係者からの大相撲優勝力士への宮崎牛の贈呈に関する意見や様々な団体に宮崎牛の贈呈を継続していることを考慮すると、宮崎牛の贈呈は、現在も宮崎牛の認知度を向上するための効果的な手段の一つになっていると考えることができる。

宮崎牛の流通段階における取り組みの成果として、宮崎牛指定店が着実に増加している点をあげることができる。表3は、2010年度から2022年度までの宮崎牛指定店の店舗数の推移を示したものである。まず、宮崎牛指定店数の推移（合計）をみると、2010年度に431であった宮崎牛指定店の店舗数は、2017年度に500を超え、2022年度には579にまで増加している。次に、地域別に宮崎牛指定店数の推移をみると、宮崎県内は、2010年度の211（販売店133、レストラン78）から2022年度には221（販売店141、レストラン80）へと10店舗増加している。宮崎県外は、2010年度の209（販売店170、レストラン39）から2022年度には241（販売店174、レストラン67）へと32店舗増加、海外は、2010年度の11（販売店1、レストラン10）から2022年度には117（販売店17、レストラン100）へと106店舗増加している。最後に、2010年度と2022年度の国内と海外の宮崎牛指定店数を比較すると、2010年度に420であった国内の宮崎牛指定店数は、2022年度には462へと42店舗増加し、海外の宮崎牛指定店は、2010年度の11から2022年度には117へと106店舗増加している。この結果から、2010年度か

宮崎牛の銘柄化に関する一考察

ら2022年度までの期間中、宮崎牛指定店は、国内、海外とも増加傾向で推移し、そのなかでもとくに、海外の宮崎牛指定店数の増加が顕著であることがわかる。海外の宮崎牛指定店が大幅に増加している理由として、宮崎県産牛肉の輸出量増加への対応、つまり、牛肉を輸出する際の課題の一つである輸出先での新たな販路の開拓¹⁴に対応するものであると考えられる。なお、宮崎県農政水産部畜産局編〔2023〕によれば、宮崎県産牛肉の輸出は、1990年から始まり、その輸出量は、2010年度の50トンから2021年度には949トンにまで増加したとされている（宮崎県農政水産部畜産局編〔2023〕9ページ）。国内、海外ともに宮崎牛指定店が増加し、宮崎牛を常時販売する店舗が増加することは、宮崎牛の販路が拡大しているととらえられることから、流通段階における取り組みの成果であるといえる。

表3. 2010年度から2022年度までの宮崎牛指定店数の推移
(単位：店)

	県内		県外		海外		合計
	販売店	レストラン	販売店	レストラン	販売店	レストラン	
2010年度	133	78	170	39	1	10	431
2011年度	131	83	174	42	1	10	441
2012年度	130	81	180	47	1	10	449
2013年度	133	83	171	61	2	14	464
2014年度	138	80	152	56	3	19	448
2015年度	139	86	161	55	8	22	471
2016年度	140	84	170	68	8	26	496
2017年度	141	84	174	68	8	28	503
2018年度	142	83	182	70	11	67	555
2019年度	137	84	176	69	12	70	548
2020年度	142	80	168	73	13	74	550
2021年度	143	80	170	68	14	92	567
2022年度	141	80	174	67	17	100	579

資料：図1に同じ。

14 例えば、櫻井〔2022〕では、国産牛肉の輸出量を増加させるための課題の一つとして、「日本産牛肉の市場開拓と需要の創出」（櫻井〔2022〕176ページ）があげられている。

6. おわりに

ここまで宮崎県産銘柄牛肉を事例として、その生産、流通段階における品質向上や販路拡大の取り組みの現状をみてきた。宮崎牛の生産段階における取り組みの成果として、長期間にわたり繁殖や肥育技術の開発に取り組んできた結果、全国和牛能力共進会において名誉賞を4大会連続で受賞したことをあげることができる。流通段階における取り組みの成果として、宮崎牛指定店が増加傾向にあることをあげることができる。とくに、宮崎県産牛肉の輸出量が増加している状況下において、海外で宮崎牛指定店が増加していること、つまり海外での販路確保が順調に進んでいる点は評価できる。

その一方で課題も存在する。喫緊の課題は、消費者に宮崎牛の特徴をどのように伝えるかという点である。2016年から「ハローキティ」を用いた販促企画の取り組みで幅広い層の認知を得ていることや、宮崎牛の定義に種雄牛の条件を追加することで、地域性を追求することにより、他の産地との差別化を図ろうとしている点は評価できる。しかし、日経MJ「バイヤー調査 和牛」で高く評価された項目のなかに、産地に関する内容は含まれていない。このことを踏まえば、宮崎牛が地域性の観点から差別化を図ろうとしている点、つまり宮崎牛の特徴を小売業者や消費者に十分に伝えることができているとまではいいがたいと考えられる。そのため、宮崎牛の品質の高さに加え、他の産地で生産される銘柄牛肉にない宮崎牛の特徴を消費者にいかに関心を訴求していくかが、今後の課題となるといえる。

なお、本稿では、全国的にみて大規模産地であるといえる宮崎県における銘柄牛肉の生産、流通の現状は明らかにできたが、小規模産地において生産されている銘柄牛肉の現状の分析までは行えていない。今後、小規模産地における銘柄牛肉の生産、流通の現状を明らかにし、小規模産地における国産牛肉の銘柄化の方策を検討することを課題として取り組んでいきたい。

謝辞

調査協力をいただいた宮崎県経済農業協同組合連合会畜産部肉用牛課の國府

智彦様、河野愛加様には大変お世話になった。この場を借りて、深く御礼申し上げます。なお、すべての誤謬は筆者に帰するものである。

参考文献

- 甲斐諭 [2010]「宮崎牛のブランド化の現状と課題」財団法人日本食肉消費総合センター『平成 21 年度 国産食肉需要構造改善対策事業 国産牛肉産地ブランド化に関する優良事例調査報告Ⅱ』、139～157ページ、http://www.jmi.or.jp/suishin/suishin_index02_21_all.pdf（アクセス日、2023年9月30日）。
- 櫻井研 [2022]「牛肉の輸出戦略と輸出拡大の課題」下渡敏治編著『農林水産物・食品の輸出戦略とマーケティング マーケットインの輸出戦略』166～176ページ、筑波書房。
- 食肉通信社 [2023]『銘柄牛肉ガイドブック2023』、食肉通信社。
- 中川隆 [2012]「北部九州における和牛肉のブランド化戦略 ―長崎和牛を事例として―」、『別府大学紀要』第53号、133～143ページ、別府大学。
- 仲川直毅・古田成志・伊藤宏支 [2023]「国産牛肉の銘柄化に関する事例研究 ―鹿児島黒牛に焦点を当てて―」、『中京学院大学紀要』第2巻第1号、31～41ページ、中京学院大学。
- 仲川直毅 [2021]「国産牛肉の銘柄化に関する事例研究 ―佐賀牛の事例を中心として―」、『中京学院大学紀要 経営学部』第1巻第1号、13～22ページ、中京学院大学経営学部。
- 日経MJ、「バイヤー調査 和牛」、2023年3月29日、3面。
- 農林水産省「生産農業所得統計」https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/nougyou_sansyutu/（アクセス日：2023年8月21日）。
- 農林水産省「畜産統計」<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tikusan/index.html>（アクセス日：2023年8月21日）。
- 宮崎県農政水産部畜産局編 [2023]『宮崎の畜産 2023年版』宮崎県農政水産部畜産局。
- 宮崎日日新聞社 [2011]『ドキュメント 口蹄疫 感染爆発・全頭殺処分から復興・新生へ』農山漁村文化協会。
- 宮崎日日新聞社 [2014]『宮崎牛物語 口蹄疫から奇跡の連続日本一へ』農山漁村文化協会。
- 宮田育郎 [1986]「牛肉の流通機構」、吉田寛一・川島利雄・佐藤正・宮崎宏・吉田忠共編『畜産物の消費と流通機構』、398～424ページ、農山漁村文化協会。

