様式１－１

鹿児島県　肉用牛（和牛）関連産業分野における地域産業クラスター計画

１．地域産業クラスターの形成を目指す産業領域：和牛を核とする畜産関連産業領域

（１）該当する業種

肉用牛（和牛）

①畜産業（農業）、②飼料製造業（食料品製造業）、③食肉処理施設（食肉処理業）、④その他食肉流通業（輸送・倉庫・卸売・販売・飲食等）

（２）特定の理由

本県の農業産出額は北海道に次いで全国２位である。その中でも、畜産の産出額が約６割を占めるなど、地域経済を支える重要な産業であり、日本一の和牛生産県として、高品質な牛肉を安定的に供給する重要な役割を担っている。

本県は、優れた肉質の和牛を安定的に供給できる強みがあり、複数の産地食肉事業者がそれぞれにと畜場や食肉処理場を保有・運営し、長年独自の販売戦略の中でブランドを確立している。

特に、本県には、牛肉食肉処理施設において輸出認定施設が７施設あり、（株）ナンチク、サンキョーミート（株）有明ミート工場、（株）阿久根食肉流通センター、（株）ＪＡ食肉かごしま南薩工場の４施設が、衛生条件の厳しい対米、対ＥＵ牛肉輸出の認定を取得しているほか、鹿児島食肉センター等を含め、米国、ＥＵ以外にも台湾、香港など最大 52 国・地域の認定を取得しており、多くの国・地域への輸出体制を備えている。

また、県内には、肉用牛の生産から、と畜・食肉加工、輸出用食肉商品製造までの機能が一体的に集積しており、バリューチェーンが地域内で完結する産業構造を有している。

流通については、国内市場は、和牛の枝肉価格が消費者の生活防衛意識の高まりによる需要の減少が相まって弱含みで推移しており、国内市場は今後、人口減少と高齢化に伴い、縮小傾向となることが予想される中、国際情勢の影響による物価高騰などから、さらなる消費の落ち込みや枝肉価格の低下も懸念される。こうした中、海外における和牛に対する評価が高まっており、また、牛肉の輸出拡大は国内の牛肉相場を下支えする効果があることから、海外市場における県産和牛「KAGOSHIMA WAGYU」の認知度向上と販路拡大を通じて、生産基盤を維持・強化し、和牛産地鹿児島の生産から流通に至る畜産関係事業者の稼ぐ力の向上を目指す。

２．地域産業クラスターの形成を目指す区域

（１）特にクラスター形成の核となる区域

【鹿児島地域、南薩地域、北薩地域、大隅地域】

畜産業者、飼料製造業者（食料品製造業者）、食肉処理施設、その他食肉流通業者が立地する地域であり、生産～と畜～加工の主要機能の集約が可能な地域。

（２）計画推進の核となる企業

企業名	機能	所在地
鹿児島県経済農業協同組合連合会	生産	鹿児島市など
株式会社カミチク	と畜～加工	鹿児島市
株式会社　ＪＡ食肉かごしま	と畜～加工	南九州市
株式会社　阿久根食肉流通センター	と畜～加工	阿久根市
サンキョーミート　株式会社	と畜～加工	志布志市
株式会社　ナンチク	と畜～加工	曽於市

（３）特定の理由

県内には、肉用牛農家戸数が多い地域を中心として輸出認定施設をはじめ、食肉関係企業も周辺に数多く立地していることから、これらの地域を、さらなる産業集積の可能性がある地域として特定した。

県全域の中でも産地食肉処理施設の立地している地域を特定しているが、当区域は、①生産～と畜～加工の主要機能が集約されており、効率化が図られる。また、②高速 IC・港湾が近接している地域については、大ロット輸送と国際物流の機能性も高くなっている。

３．当該分野の現状認識と目指す姿【目標】

（１）現状の整理

本県の農業産出額の６割を占める畜産部門のうち、和牛は、飼養戸数・飼養頭数ともに全国１位となっており、第 12 回全共において二大会連続日本一となるなど、供給力と品質を備えており、関連産業を含め地域経済を支える基幹産業である。一方で、担い手の高齢化や後継者不足、生産資材価格の高騰などにより、飼養戸数は減少しており、生産基盤の維持・強化が必要である。

また、流通については、国内市場は、和牛の枝肉価格が消費者の生活防衛意識の高まりによる需要の減少が相まって弱含みで推移しており、国内市場は今後、人口減少と高齢化に伴い、縮小傾向となることが予想される中、国際情勢の影響による物価高騰などから、さらなる消費の落ち込みや枝肉価格の低下も懸念される。

こうした中、海外市場においては、和牛に対する評価が高まっており、本県からの主な輸出先国は、米国、台湾、香港、EU で、輸出量の約８割を占めている。牛肉の輸出については、県と県内の食肉事業者等からなる鹿児島県食肉輸出促進協議会を組織し、「KAGOSHIMA WAGYU」の統一名称で輸出促進に取り組んでおり、令和６年度の県産和牛肉の輸出量は約 2,717t（対前年度比 31％増）、輸出額は約 173 億円（対前年度比 23％増）で、年々増加している。ロースやヒレなど高級部位の輸出量が多いが、台湾や香港、東南アジアでは、多様な部位や調理方法のニーズがあり、ウデやモモなどセカンダリー部位の需要も増加している。今後は、東南アジアにおいてはセカンダリー部位の販路拡大、米国やＥＵにおいては、セカンダリー部位の需要喚起、新規市場開

拓など、新たな商流構築や、国際情勢の変化に対応し、牛肉の輸出拡大を図るため、米国のテキサス等中南部など輸出先国・地域の多角化が必要である。一方で、県内の食肉処理施設の多くが老朽化しており、輸出先国の求める衛生条件やニーズの多様化への対応が必要である。

（２）目指すべき目標

本計画における官民設備投資額は、令和 12 年に 47 億円（累積 435 億円）を目指す（県の生産基盤強化・流通対策費などを反映)。

本計画における産業人材育成数は、令和 12 年までに 250 人を目指す（これまでの新規就農者数から推計)。

本計画における付加価値額は、現行 645 億円（令和６年度）を令和 12 年までに 811 億円に、167 億円の増加を目指す（生産基盤強化対策による経営体質の強化、流通対策による輸出額増などを反映)。

（３）設定の根拠

付加価値増加額については、令和 12 年の目標数値等を踏まえて、売上増加額（輸出額の増加、農業産出額の増加）を推定し、当該数値に既存の付加価値率を乗じて算出した。

官民設備投資額については、県における生産基盤強化・流通対策や、過去の食肉処理施設の事例の施設投資額から算出した。

産業人材育成数については、これまでの新規就農者数を基に、農業就業人口が減少する中においても、現状維持することを見込んで算出した。なお、新規就農者数の確保に当たっては鹿児島県立農業大学校等の教育機関において、高度な農業技術と経営管理能力を備えた人材を育成することとしている。

（４）効果検証

本プランで掲げた目標について、毎年度フォローアップを実施し、国からの求めに応じて結果を報告する。

４．勝ち筋の特定と投資の具体像、定量的なインパクト【道筋】

（１）基本戦略：当該産業領域における勝ち筋・鹿児島県に構築すべき機能

現在、国内における和牛肉の需要が軟調に推移しており、国内市場は人口減少と高齢化、消費者ニーズの多様化などから、今後、縮小傾向となることが予想される。

この動向を踏まえ、①和牛の改良や生産性向上に向けた施設整備などによる生産基盤の維持・強化、②ＥＵの輸出に係る規則や規制への対応や米国の輸出条件変更への対応など、より高度化する輸出相手国の衛生基準に対応するための食肉処理施設の加工処理機能の高度化や再編・合理化による供給体制の強化、③国内外での認知度向上

などによる販路開拓・輸出促進、海外市場の不確実性の高まりに対応するための輸出先国・地域の多角化を図る。

以上のように、鹿児島地域では鹿児島食肉センターを、南薩地域では（株）ＪＡ食肉かごしま南薩工場を、北薩地域では（株）阿久根食肉流通センターを、大隅地域では（株）ナンチクとサンキョーミート（株）有明ミート工場を中心に、肉用牛の生産から、と畜・食肉加工、輸出用食肉商品製造までの機能を一体的に集積させることで、和牛肉の枝肉価格を維持し、和牛を核とする畜産関連産業領域の稼ぐ力の向上を目指す。

勝ち筋：

Ⅰ　生産基盤を維持し、安定的な生産体制を確保するため、労働負担の軽減や生産性向上のための牛舎等の整備を行う。また、多様な消費者ニーズに対応するため、家畜の改良や飼養管理技術の向上普及、スマート畜産技術の活用を推進し、収益性の向上を図る。

Ⅱ　食肉処理施設の安全性向上に資する処理・加工技術の高度化を行うことで、これまで輸出実績のない新たな市場開拓を推進する。また、2030 年からＥＵの包装・包装廃棄物規則（PPWR）において、リサイクル可能な包装による牛肉輸出が必要となることや、米国への牛肉輸出において、牛のと畜時の放血方法がこれまでの懸垂方式に加え、横臥方式でも可能となったことから施設の改修が必要となることなど、輸出先国のニーズに合った付加価値の高い商品製造に必要な施設整備を行い、販路拡大を図る。さらに、人材不足による安定的な供給体制に支障を来たすことがないように、食肉処理工程の省力化等の合理化を実施し、輸出需要の拡大への対策を推進する。

Ⅲ　海外の食品展示会への出展などの機会を捉えて、統一ロゴマークの活用や県産和牛の特徴や魅力を発信することにより、「KAGOSHIMA WAGYU」の認知度向上及び需要喚起を図る。また、販路拡大の鍵となる流通関係者を産地に招へいし、商流の強化を図るとともに、現地バイヤー等に和牛の魅力を直接体験させることにより、新たな海外需要を獲得する。

Ⅳ　専門家派遣による調理・カット技術の普及・指導を行うことで、ロース・ヒレ以外のセカンダリー部位の需要を開拓する。また、新商品のサンプル輸出や販促資材の提供、現地店舗での新商品メニューの提案や新商品試食イベントを実施することで、取引先との関係性を深め、輸出量の拡大を図る。

Ⅴ　県内外での「和牛日本一鹿児島応援店」のさらなる登録推進に加え、「応援店」と連携した「和牛日本一鹿児島」のＰＲに取り組むとともに、「東京食肉市場まつり」などを通じて構築した商流や首都圏のシェフ等の食肉実需者の産地招へいや、富裕層をターゲットとした首都圏におけるフェアの継続的な開催など、さらなる県産和牛の認知度向上とブランド力向上を推進する。

（２）投資の具体像

総額 435 億円

具体的な投資内容は以下のとおり。

・生産基盤の維持・強化

鹿児島県経済農業協同組合連合会などの畜産事業者等において、多様な消費者ニーズに対応するための家畜の改良や飼養管理技術の向上普及、労働負担軽減・生産性向上のための施設の整備やスマート畜産技術の導入に対し、区域内の５年間累計で約 127 億円の投資を行う。

・供給体制の強化

食肉事業者の株式会社ＪＡ食肉かごしま、株式会社阿久根食肉流通センター、サンキョーミート株式会社、株式会社ナンチクにおいて、ＥＵのＰＰＷＲへの対応に係る整備や米国への輸出のための放血方式変更に伴う改修等、施設の食肉処理・加工技術の高度化、並びに自動化・省力化を図る再編・合理化などの取組に対し、区域内の５年間累計で約 200 億円の投資を行う。

・販路開拓・輸出促進

株式会社カミチク、株式会社ＪＡ食肉かごしま、株式会社阿久根食肉流通センター、サンキョーミート株式会社、株式会社ナンチクなどの食肉事業者と県からなる県食肉輸出促進協議会において、海外の食品展示会への出展や、専門家派遣による調理・カット技術の普及・指導、販路拡大の鍵となる流通関係者の産地招へい等、区域内の５年間累計で約 108 億円の投資を行う。

（３）地域へのインパクト、目指すべき姿

各関係機関・事業者が一体となって「和牛日本一鹿児島」「KAGOSHIMA WAGYU」の認知度及び付加価値の向上に取り組み、本県が有するポテンシャル（地理的優位性、交流実績、交通基盤）を最大限生かして、鹿児島の稼ぐ力を向上させる。

５．投資促進に向けた課題と事業環境整備の取組【政策手段】

（１）投資促進に向けた課題

①　生産基盤の維持・強化

生産資材価格の高騰などにより、畜産農家の経営は圧迫され、飼養戸数が減少しているため、和牛の改良やスマート畜産技術の活用や施設の整備、飼養管理技術の向上による生産性の向上を図る必要がある。

②　供給体制の強化

国内の牛肉の消費者ニーズは、脂肪交雑の多い霜降り肉に加え、近年では、適度な脂肪交雑や赤身肉など多様化しており、消費者ニーズの高度化・多様化に対応する必要がある。また、輸出相手国の求める衛生基準に適合した食肉処理施設を整備し、安

定的な供給体制の確保を図る必要がある。

③　販路開拓・輸出促進

特に輸出拡大に向けては、これまでの商流を活かしながら、日系の飲食店の商流拡大に加え、外資系飲食店や販売店に対する新たな商流構築を図るほか、国際情勢の変化を見据え、輸出先国・地域の多角化を図る必要がある。また、ロイン系以外のセカンダリー部位（部分肉）の販路拡大を進める必要がある。

国内の販路拡大に向けては、首都圏等における認知度向上が課題であることから、県産和牛の広告塔である「和牛日本一鹿児島応援店」の県内外での登録推進や首都圏の食肉実需者やシェフなどの産地招へい、富裕層をターゲットとした首都圏でのフェアやイベントの継続的な開催等により、さらなる認知度向上及びブランド力向上の取組が必要である。

（２）講じるべき政策パッケージ（相談窓口：鹿児島県農政部畜産振興課）

クラスター形成の中核となる企業に対して、鹿児島県食肉輸出促進協議会と連携した状況確認等を実施しながら、伴走支援を行う。

①　生産基盤の維持・強化

高齢の繁殖雌牛から増体や肉質等に優れた若い繁殖雌牛への更新などを推進し、収益性の向上を図るとともに、国の「総合的なＴＰＰ等関連政策大綱」に基づく畜産クラスター事業等を活用し、労働負担軽減・生産性向上のための施設の整備やスマート畜産技術の導入により、和牛生産基盤の維持・強化を図る。

②　供給体制の維持・強化

消費者ニーズの多様化や輸出相手国の求める衛生基準の高度化などに対応し、安全で高品質な製品の生産を可能とするため、安全性向上に資する処理・加工技術の高度化、さらには自動化・省力化システムの導入や機器更新を進めるとともに、国の予算も活用しながら、施設の再編・合理化を推進する。

③　販路開拓・輸出促進

（海外対策）

県と食肉事業者等からなる県食肉輸出促進協議会と連携して、海外の食品展示会への出展や知事トップセールスなどを実施し、統一ロゴマークの活用や県産和牛の特徴や魅力を発信することにより、「KAGOSHIMA WAGYU」の認知度向上を図る。海外販売指定店の拡大や、専門家派遣による調理・カット技術の普及・指導を行うことで、セカンダリー部位の需要を開拓する。

さらに、米国中南部をはじめとする地域の販路拡大の鍵となる流通関係者を産地に招へいし、現地バイヤー等に和牛の魅力を直接体験させることにより、新たな海外需要を獲得する。

また、これまで輸出実績のない新たな市場開拓（ハラル圏等）について、国際情勢の変化を見据え、事業者等の意向を確認しながら、市場開拓を推進する。

（国内対策）

県内外での「和牛日本一鹿児島応援店」のさらなる登録推進に加え、「応援店」マップの更新及び観光案内所等への配架、キャンペーンやイベントの開催など「応援店」を広告塔とした「和牛日本一鹿児島」のＰＲに取り組むとともに、首都圏における高級ホテルレストラン、高級スーパー等での和牛日本一鹿児島フェアの実施、「東京食肉市場まつり」で構築した食肉実需者等との関係を深め、産地招へいするなどさらなる県産和牛の認知度向上とブランド力向上を推進し、販路拡大を図る。

（３）KPI 及び KPI 未達時の撤退基準の設定

KGI 達成に向けた政策手段の進捗状況を確認するため、目標年の中間年である令和９年の鹿児島県産和牛の輸出額を、236 億円まで拡大することを KPI として設定する。

また、令和９年における鹿児島県産和牛の輸出額が、KPI を下回った場合には、事業計画の中断を含め、計画の再考・見直しを行うこととする。