農林水産商工委員会資料
（農林水産部所管分）

■ 報告事項

① しまね和牛の新ブランド戦略「旨し縁」について … P 1～P 2

② 家畜伝染病防疫措置への民間事業者の活用について … P 3

令和８年１０月２８日
農　林　水　産　部

令和８年１０月２８日
農林水産商工委員会資料
農林水産部畜産課

しまね和牛の新ブランド戦略「旨し縁（うまえにし）」について

１　経　緯

・ R4 年の和牛全共（鹿児島大会）でしまね和牛が好成績を収めた以降、認知度拡大に取り組むも、他産地との差別化の必要性を痛感。

・ 昨年６月から今年７月、県内外で飲食店を運営するコンサルティング事業者とともに、県内外の飲食店シェフや食肉事業者、肥育農家との協議や試食会、レストランフェア来客者へのアンケート等を通じて**マーケットインでのブランドコンセプト**を検討。

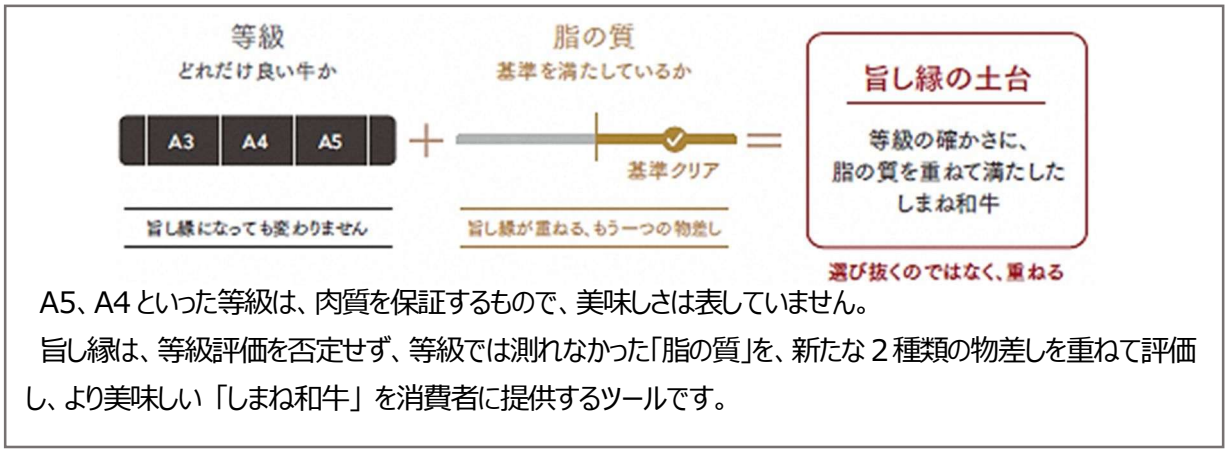
・ この度、このブランド戦略の核となる和牛肉の「**新たな評価指標**」を畜産技術センターの研究成果をもとに確定し、これを活用する「**しまね和牛 “旨し縁”**」として発表。

２　新たな評価指標

① 良質な脂肪（MUFA：一価不飽和脂肪酸）の含有量 ＝ **60%以上**

② **小ザシ指数**（赤身肉と脂肪のバランス）＝**130 以上**

３　評価の建付け



A5、A4 といった等級は、肉質を保証するもので、美味しさは表していません。
旨し縁は、等級評価を否定せず、等級では測れなかった「脂の質」を、新たな２種類の物差しを重ねて評価し、より美味しい「しまね和牛」を消費者に提供するツールです。

・ 既存の等級とは別の観点（**脂肪の質＝旨さ**）から肉質を評価するものであり、既存の評価（取引）と新たなブランドは併存可能で、**業界関係者に受け入れやすい**構成。

・ 新たなブランド（評価基準）を満たす牛肉は、現時点で**しまね和牛全体の 30%程度**であり、**将来は 50%以上を目指す**。（数%程度のトップカテゴリーという位置づけではない）

・ 島根県と唯一 連携協定を結ぶ「(一社)家畜改良事業団」では、**小ザシのゲノミック評価**を準備しており、数年後には、全国の和牛で小ザシに着目したブランドが立ち上がる可能性があることから、本県では、他県より早く生産現場に導入し、改良・増殖を図ることで、**県内の生産者に先行メリット**を生み出す。

４　運営体制

・食肉公社に出荷する全肥育農場の和牛を、畜技 C 職員が専用機器を用いて枝肉断面を撮影、画像分析し、枝肉に新たな評価指標の数値を付してセリで販売。

５　スケジュール

（１）プレ発表

① 9 月 29 日　「和牛のふるさと山陰フェア前夜祭（品川）」で食肉業界関係者へ発表

② 10 月 5 日～31 日　都内 3 店舗で「限定メニュー（しまね和牛わたしの旨し縁～リッチ、ハーモニー、レッド～）」を提供中

（２）本発表

③ **12 月 3 日**　**「“旨し縁”発表会」**を出雲市多伎町（Caffe&Pizza LOCALE）で開催

④ **12 月中**　**発表レストランフェア**を東京、大阪、出雲のレストラン計 10 店舗で開催

６　参考

この他に、次のブランド戦略の展開を県がサポート。

切口	主な主体	内容
SDGs （美味しまね認証）	・熟豊ファーム ・松永牧場	・GAP、エコフィード、耕畜連携、アニマルウエルフェア、 J-クレジット等の有効活用
地域ブランドの再構築 （銀山和牛）	・かわむら牧場 ・島根農場 ・熟豊ファーム	・石見銀山和牛（JA 系）と銀山和牛（島根農場）を銀山和牛に統一 ・見せ方、売り方を変えることでブランド力を強化（銀山リッチ、銀山レッド、銀山熟）
蔓(つる)牛 （和牛の歴史）	・能義育種組合 ・藤増牧場	・彦右衛門蔓の系統牛を売りにする新ブランドを構築

令和８年１０月２８日
農林水産商工委員会資料
農林水産部畜産課

家畜伝染病防疫措置への民間事業者の活用について

１　概要

鳥インフルエンザ等の家畜伝染病が発生した場合に、これまで県や市町、JA 職員等で行っていた発生農場での防疫作業に、他県で作業実績がある民間事業者を活用する体制を構築。

２　民間事業者の活用を想定する農場と委託の条件

・ 10 万羽以上（殺処分が３日以上かかる）５農場で鳥インフルエンザが発生した場合

	市町	種別	羽数(万羽)	防疫作業期間(日)	一般動員者数(人)
1	雲南市	採卵	12	8	1,000
2	雲南市	肉用	12	9	1,400
3	大田市	採卵	42	11	2,600
4	益田市	肉用	26	9	1,400
5	吉賀町	採卵	24	15	2,700

・ 防疫措置３日目朝から防疫措置完了までの農場内作業（殺処分、清掃・消毒）
・ １日３クールで各クールに 80 名派遣
・ 派遣者を集合場所・農場・解散場所まで移送するバスは業者が手配

３　期待される効果と課題の整理

（１）効果

・ 県・市町・団体職員からの動員者を 1/４以下に削減（２日目までは従来どおりの動員が必要）
・ 県外で経験を積んだ現場リーダーや重機オペレーターの派遣により作業を効率化・迅速化
・ 民間事業者（大手旅行代理店）は、派遣者を移送するバスも一括で手配可能

（２）課題

・ 県外から人材を確保するため多額な費用が必要
⇒ 費用の 1/2 に国の負担金･交付金を充当可能(残る 1/2 の県負担分に 80%の特別交付税措置あり)
⇒ 事例が生じた場合、当初予算に計上している家畜伝染病危機管理経費で初期対応。その後、補正又は専決により民間委託に必要な予算を確保
・ 同時期に複数個所（他県）でも発生した場合、派遣能力を超過する可能性
⇒ 島根県内では、他県より早い時期（12 月まで）の発生が想定され、重複する可能性が低い

４　今後の予定

・ 11 月初旬までに次の２業者と「家畜伝染病の防疫措置の実施に関する協定」の締結を予定

① 株式会社阪急交通社　　**② 東武トップツアーズ株式会社**