

令和4年11月4日

出張報告書

津山市議会議員 岡田 康弘

出張日	令和4年10月27日(木)～29日(土)
種別	<input type="checkbox"/> 調査研究・視察
出張先	沖縄県石垣市
調査研究項目 要請・陳情項目 研修会・会議名	石垣牛における肥育頭数の増頭方策による安定的な流通量の確保策、 販路開拓とプロモーションのあり方の調査研究
応対者/講師名	石垣市議会 箕底用一議員
目的	<p>津山市では、「つやま和牛」のブランド化を確立させるため、肥育頭数の増頭による安定した流通量の確保を図るとともに、販路開拓を進め、和牛生産者等にかかわる所得向上を目指しています。</p> <p>このたび、鹿児島県において「和牛のオリンピック」である共進会が開催され、鹿児島牛、宮崎牛が上位に入賞しましたが、昨今ダークホース的位置にある石垣牛について肥育から繁殖、そして販路拡大及びプロモーションについて調査研究するもの。</p>
概要	<p>沖縄本島の南西約400キロに位置し、年間100万人以上の観光客が訪れる石垣島。ここで生まれ育った「JA 石垣牛」は、国内外のグルメ通の間でも人気の高いブランド牛として知られている。</p> <p>石垣市における肉用牛は、年間平均気温24℃、降水雨量2,100mmの亜熱帯性海洋気候を利用し、古くから周年放牧を主体とした経営がなされている。</p> <p>1972年の本土復帰後、沖縄特別措置法が施行されるに伴い温暖な気候条件と土地の高度利用を図り肉用牛を振興するため、国庫補助による草地開発整備事業、畜産建設事業、各種事業を導入し、粗飼料生産基盤及び施設、機械整備等、肉用牛の経営改善を強力に推進してこられた。</p> <p>その結果、着実に実を結び令和3年12月末の肉用牛の飼養頭数は、23,396頭となっており、確実に伸展が図られている。</p>

○石垣牛の特色及び成果

1. 四季を問わず粗飼料の確保ができることから、自給粗飼料により飽食させ腹づくり に努めていること
2. 通年放牧により骨格の形成及び内臓器官が強化されていること
3. 放牧により日光浴ができ、ミネラル、ビタミンの補給が豊富であること

今後とも、繁殖経営を主体とした一貫経営を推進し、ブランド化した「石垣牛」の生産拡大を図り、消費者のニーズに応えるよう販路の拡大が考えられている。

実際、島には数多く石垣牛を扱う店が存在し、地元の人や観光客で賑わっている。

次に、地域特産品の高収益ブランド形成について成功のポイントを聞き取ってきた。

1. 「ここでしか食べられない」希少性

石垣島の特産品「JA 石垣牛」がの販売は石垣島に限定され、「JA 石垣牛」を目当てに観光客が訪れる。市場人気の高まりによる単価の上昇も相まって販売総額も順調に推移し、2014～2016 年度における JA 石垣牛肥育部会の販売高は、約 6 億 1,700 万円から約 9 億 6,700 万円へと大幅な伸びを示している。

2. プロモーションの歴史と方法

「石垣牛」の名を世に知らしめる契機となったのは、2000 年 7 月に開催された『九州・沖縄サミット主要国首脳会議』とのことである。

沖縄県名護市で開催されたサミット晩餐会で、メインディッシュとして「JA 石垣牛」のステーキが提供され、各国首脳から称賛を浴びたことで一躍有名になった。このプロモーションが大成功になったわけである。

しかし、2001 年の牛海綿状脳症（BSE）発生で風評被害を受け、出荷頭数も大幅な減少となった。この危機を乗り越え、JA おきなわを中心に生産者、精肉業者、小売店と連携する中、高収益ブランドの市場を築き上げてきたが、新型コロナウイルス感染症の影響により価格下落となってしまった。このことから、昨年 6 月より県外への肉販売強化を開始したとのことである。

工場で大量生産される商品と違い、「牛肉」という食材のブランド化は一筋縄ではいかない。どの要素が欠けてもブランド化の成功に至ることはなかった、やはり関係者の連携と熱意であると感じた。

得られた成果
市政への反映点
今後の課題点
など

3. プレミアム感を醸成する地産地消戦略

2002年、「JA石垣牛」の商標登録を取得後、出荷頭数が再上昇し始めたとのことである。2006年には、JAおきなわが「JA石垣牛」の地域団体商標を申請。この地域団体商標は、JAなどの事業協同組合が一括管理し、会員にのみ使用权が保護される「地域名+商品名」の商標である。

この戦略の狙いは次のようにまとめられていた。

「石垣牛を地元産業の発展に貢献する旗印にするのと同時に、誰もが簡単に石垣牛を名乗れない抑止力を持たせるのが大きな狙いでした。この地域団体商標があることで、生産者の利益を守ることにもつながります」(JAおきなわ 担当部長)

2008年4月、申請から2年間の審査期間を経て、念願の地域団体商標を取得。また、この段階で基本的に島外の市場への出荷を止め、出荷はJAおきなわと石垣市、竹富町による第3セクター方式で運営される「八重山食肉センター」での枝肉単位のせりに一本化している。

ここが大きなポイントになっている。卸業者を島内に限定し、一部を除いて島外に出荷されないことから、「現地に来ないと食べられない」門外不出のプレミアム感の醸成につながった。限られた肥育頭数を逆手に取った地産地消戦略、これはすばらしい決断と取組であったと思う。

そこに加え、商標登録だけではブランドは守れないことから、品質の保証された牛肉が確実に消費者に届くよう、精肉業者・小売業者への流通にまで目を配った施策をつくった。

JAおきなわでは、「石垣牛」の商標と品質を守るために、枝肉を購入する精肉業者に対して、一頭ごとに「信頼・安心・安全」を保証する証明書を発行し、その肉を利用する飲食店やスーパー、小売業者には、石垣牛取扱店舗認定証を発行する仕組みを築いている。

今後、島内約60店舗の焼肉店で、石垣牛ラベルを掲げている認定店の数を増やすと同時に、既存の認定店に対しても、順次精査し、拡大していく戦略を持っておられるとのことである。

あわせて、安全性への取組として八重山食肉センターにおけるより高度なHACCP認定施設取得が検討されているとともに、輸出も視野に入れた新たな市場獲得も考えられている。

今回の研修テーマとは別となるが、石垣市新本庁舎が令和3年11月に完成し、業務が行われている。設計は隈研吾都市設計事務所約12億円の経費を要したとのことだが、この地域の赤瓦屋根の外観とリュウキュウマツを使用した内装を併せ持ち、地域防災の拠点として十分な耐震性を備えるとともに、塩害等も考慮した長寿命の構造であり市民の安心安全を担う市役所として快適に市民の方々が利用する姿が見られた。