

沖縄県における大規模和牛産地の取り組みに関する一考察

— JA 石垣牛に焦点を当てて —

A Study of Large-Scale Japanese Wagyu beef Production Areas in Okinawa Prefecture

— Focusing on JA Ishigakigyū —

伊藤宏支・古田成志¹・仲川直毅²

Hiroshi Ito, Seishi Furuta¹ and Naoki Nakagawa²

要約

本論文では生産と流通の視点から JA 石垣牛の銘柄化の現状を明らかにすることを研究目的として、検討を行った。その結果、生産面では配合飼料の統一を通じて JA 石垣牛の枝肉重量の増加、肉質等級の質も向上させることに成功している。

流通面では JA 石垣牛販売指定店制度、石垣市内における販売促進活動、沖縄県外での販路開拓である。その中で石垣市内における JA 石垣牛の認知度向上および消費拡大を図るため独自の取り組みとしてドライブスルー方式による販売促進活動をおこない成果を上げている。一方、JA 石垣牛のさらなる銘柄化の推進を図るためには県外への販売促進の強化が課題であることも明らかになった。

キーワード：生産・流通・JA 石垣牛・沖縄県

I. はじめに

本論文は JA 石垣牛の銘柄化の現状について、生産と流通の視点から検討することを研究目的とする。

近年、他の産地で生産される国産牛肉や輸入牛肉との産地間競争に対応するために、全国の各産地で数多くの国産銘柄牛肉が生産されていることは広く知られている（仲川・古田・伊藤, 2023）。畜産物の銘柄化とは、「自分が生産した畜産物についての消費者の認識を高め選好性を向上させる」ことで「購買を促進し、他畜産物より優位な地位を確立しようとする戦略の一つ」（成・小栗, 2001, p55）と定義される。一般的に、国産牛肉の銘柄化に成功すれば、自身が生産する牛肉を有利に販売することができると考えられる（仲川,

2021）。したがって、国産牛肉の銘柄化を推進することは重要であるといえる。

国産牛肉の銘柄化に焦点を当てた先行研究として以下の2点が挙げられる。（仲川, 2021）は佐賀牛を事例対象として、銘柄牛肉の生産、販売の取り組みの実態を明らかにすることを目的としている。事例研究を通じて、生産段階において高品質な佐賀牛を安定供給できる体制の構築、佐賀牛を常時販売する取扱指定店と継続的な取引関係の構築、販売促進活動において佐賀県と連携して佐賀牛の販売促進を実施する体制の確立を、佐賀牛の銘柄化の取り組みの成果として明らかにした。（仲川・古田・伊藤, 2023）は鹿児島黒牛を事例対象として、銘柄化の現状を明らかにすることを目的としている。事例研究を通じて、飼料の改善

¹ 松本大学総合経営学部総合経営学科 ² 大阪経済法科大学経営学部経営学科

を通じた肉質等級4, 5に評価される肉の増加、鹿児島県外の販売量の増加を鹿児島黒牛の銘柄化の取り組みの成果として明らかにした。

これら2つの先行研究は、大規模高級和牛産地を事例対象としている点が共通している。しかし、佐賀牛、鹿児島黒牛以外の銘柄化の実態が十分明らかにされていない点が研究課題として挙げられる。そこで、本論文ではJA 石垣牛を事例対象とする。

本論文でJA 石垣牛を事例対象とする理由は以下の2点である。第一に、先行研究で議論されてきた鹿児島黒牛（仲川・古田・伊藤, 2023）と比較すると黒毛和種の飼養頭数は少ないものの、沖縄県の黒毛和種の飼養頭数は全国で5位の実績を誇っているためである。2022年2月のデータ（農林水産省畜産統計, 肉用牛飼養戸数・頭数）によると、鹿児島県における黒毛和種の飼養頭数は321,000頭であることに對し、沖縄県では76,500頭である¹。また、沖縄県は多くの人口を抱える関東や関西などの大消費地との距離も離れており、かつ広大な海域に多数の離島が点在しているなど、地理的制約を抱えている。そのため、沖縄県における大規模和牛産地の取り組みを明らかにすることで、先行研究の課題に対応することに適合する。第二に、JA 石垣牛は全国的にみて高い評価を得ているためである。JA 石垣牛が注目される契機となった出来事として、2000年に開催された九州・沖縄サミットが挙げられる。サミットの晩餐会でJA 石垣牛が提供されたが、各国首脳に賞賛されたことにより脚光を浴びたとされている（JA おきなわ八重山地区畜産センター・JA 石垣牛肥育部会, 2019, p5）。また、2017年に開催された食肉産業展の「第2回銘柄牛好感度コンテスト」で、JA 石垣牛が最優秀賞を受賞した²。このように、JA 石垣牛は国内外で高く評価されている銘柄牛とみなすことができる。以上2つの理由から、本論文ではJA 石垣牛を事例対象とする。そして、JA 石垣牛の銘柄化の現状について、生産と流通の視点から検討することを研究目的とする。

本論文の構成は以下の通りである。第2節でJA 石垣牛の定義を説明する。第3節で、JA 石垣牛の生産と流通の現状を説明する。なお、第2, 3節は沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課への聞き取り調査に基づいた内容となっている。第4節でJA 石垣牛の生産と流通の考察を述べる。

II. JA 石垣牛の定義³

JA 石垣牛は、八重山群島内の畜産業の活性化を主な目的として、銘柄化された銘柄牛肉である。1994年に地元で根ざした銘柄牛の生産、販売を通じて八重山群島内の肥育牛の生産の拡大および販路開拓を目標に掲げ石垣島和牛改良組合の組織下に26名の肥育生産者で肥育部会を設立したとされる。その後、1995年に石垣牛の銘柄化に向けた協議を開始し、2002年に商標登録され、2008年には、地域団体商標を取得している。なお、現在、石垣島和牛改良組合肥育部会で行われていた活動は、八重山群島内の肥育牛の増頭、JA 石垣牛の銘柄牛肉としての地位を確立させることを主な目的として、1999年に設立されたJA 石垣牛肥育部会⁴によって行われている。

JA 石垣牛の定義は、(1)八重山郡内で生産・育成された登記書及び生産履歴証明書を有し、八重山郡内で生後おおむね20ヶ月以上肥育管理された純粋の黒毛和種の去勢および雌牛であること、(2)出荷齢は、去勢が24～35か月齢以内、雌が24～40か月齢以内であること、(3)公益社団法人日本食肉格付協会の格付を有する枝肉であることとされる。

定義(3)の公益社団法人日本食肉格付協会の格付に関して、牛枝肉の格付結果で歩留等級がAもしくはBであり、肉質等級が2以上の枝肉がJA 石垣牛に認定される。この歩留等級AもしくはBであり、肉質等級2以上の牛枝肉のうち、歩留等級AもしくはB、肉質等級5もしくは4に格付された枝肉は、特選に認定している。加えて、歩留等級AもしくはB、肉質等級3もしくは2に格付された枝肉は、銘産に認定している。上記の定義

(1)から(3)までの条件を満たした枝肉は、JA 石垣牛に認定され、食肉卸売業者が購入後（売買成立後）に、石垣牛ラベル、登録証、生産履歴書、給餌証明書、認定書などが発行される。

Ⅲ. JA 石垣牛の生産と流通の現状

1. JA 石垣牛の生産の現状

JA 石垣牛は、JA 石垣牛肥育部会の部会員によって生産されている。JA 石垣牛肥育部会の部会員は、JA 石垣牛生産の主要な担い手である。2022年12月1日時点のJA 石垣牛肥育部会の部会員数は、48名（正部会員20名、准部会員28名）である。JA 石垣牛肥育部会の部会員（JA 石垣牛生産者）の経営形態に関して、現在、大部分の部会員は、子牛の繁殖と肉用牛の肥育を一貫して行う繁殖肥育一貫経営を行っているとしている。沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課によれば、JA 石垣牛肥育部会の大部分の部会員が繁殖、肥育を一貫して行っている点は、JA 石垣牛の生産段階における大きな特徴の一つであると認識しているとのことであった。JA 石垣牛肥育部会で繁殖、肥育を一貫して行っている部会員が、今後さらなる繁殖技術の向上に取り組み血統や発育の良い子牛を安定して生産できるようになれば、結果として、さらに高品質なJA 石垣牛の生産につながるようになると思われる。

図1は、2011年から2021年までのJA 石垣牛の出荷頭数の推移を示したものである。2011年に751頭であったJA 石垣牛の出荷頭数は、2013年に562頭にまで減少している。2014年は、2013年の562頭から110頭増加し、672頭となっている。その後、増減を繰り返しながら推移し、2020年に855頭、2021年には、741頭となっている。2020年と比較して2021年に出荷頭数が減少した要因として、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、JA 石垣牛肥育部会部会員を中心とするJA 石垣牛生産者が2021年に出荷するJA 石垣牛の肥育頭数を減少させたと推察できる。

JA 石垣牛の生産段階における取り組みの一つとして、配合飼料の統一をあげることができる。飼料の統一は、高品質なJA 石垣牛を安定して生産すること、具体的には、屠畜後の枝肉重量を増加させることにより、品質のバラつきをなくすことを主な目的として行われている。屠畜後の枝肉重量を増加させる理由として、沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課が2008年度からJA 石垣牛の枝肉重量の推移について分析した結果、枝肉重量が440kg以上の枝肉の場合、肉質等級5に格付される割合が高いが、枝肉重量400kg以下になると肉質等級5もしくは4に格付される割合が低くなることが明らかになったことがあげられている。上記の理由から、現在、JA 石垣牛肥育部会では、屠畜後の枝肉重量を去

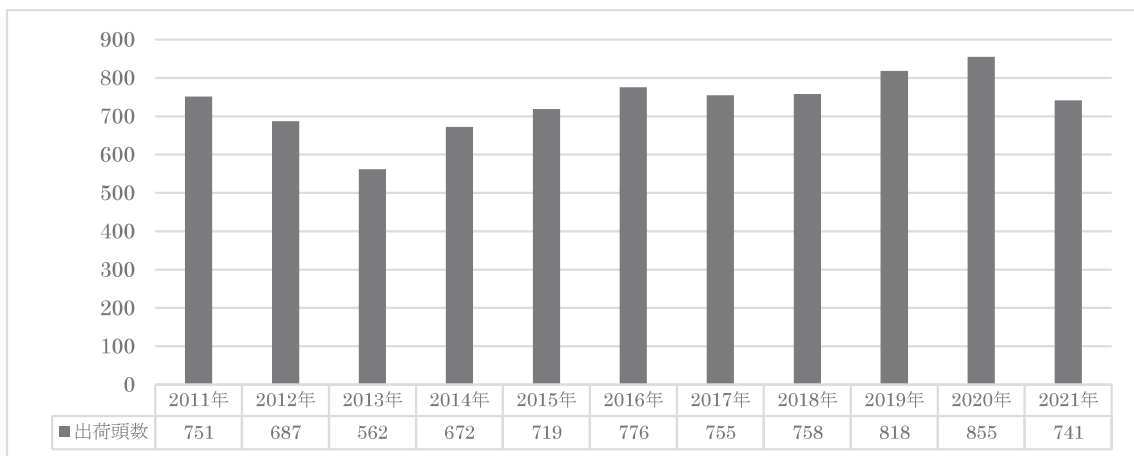


図1. 2011年から2021年までのJA 石垣牛の出荷頭数の推移 (単位：頭)
資料：沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課への聞き取り調査をもとに作成。

勢の場合、500～550kg、雌の場合、480kgにすることを目標として、JA 石垣牛の肥育方法を検討しているとのことであった。なお、粗飼料は、大部分の生産者が地元（八重山地区）の農家から調達しているとのことであった。JA 石垣牛に給与する粗飼料に関して、JA おきなわ八重山地区畜産センター・JA 石垣牛肥育部会（2019）によれば、JA 石垣牛には、「年間4～5回の刈り取りができる自給粗飼料を与え、長期間の飼育に耐えられる腹づくりを実践」しているとされている。また、粗飼料の稲わらに関して、「八重山地区水稲生産部会から日本一早い地元新米の稲わらを年に二回集草し、肥育牛の粗飼料として利用」（JA おきなわ八重山地区畜産センター・JA 石垣牛肥育部会（2019）4 ページ）しているとされている。粗飼料としても牧草以外に稲わらを地元の農家から調達することに関して、沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課によれば、地元の稲わらを活用することを通じて、地域の農家との共存、ひいては地域活性化の一助となることを目指しているとのことであった。JA 石垣牛の粗飼料となる稲わらなどを八重山地区の農家から調達できる体制が整っている点は、粗飼料の自給率を高めることに加え、離島である石垣島への粗飼料の輸送費がかからないことから、JA 石垣牛の生産にかかるコストの削減にも寄与すると考えられる。また、上記の取り組みに加えて、JA 石垣牛肥育部会では、4月と11月の年に2回、JA 石垣牛共励会を開催（主催）し、JA 石垣牛生産者に生産者間の情報交換の場を提供するとともに生産意欲の向上につなげることができるよう取り組んでいるとのことであった。

2. 流通の現状

JA 石垣牛の主な流通経路からみていくこととする。図2は、JA 石垣牛の主な流通経路を示したものである。JA 石垣牛肥育部会の会員（生産者）によって生産されたJA 石垣牛は、株式会社八重山食肉センターに出荷される。株式会社八重山食肉センターに出荷されたJA 石垣牛は、屠畜・解体後、枝肉になり、枝セリにかけられる。

JA 石垣牛枝肉購買者がJA 石垣牛の枝肉を仕入れる際の取引方法は、セリ取引である。相対ではなくセリで取引する理由は、以下の通りである。JA おきなわ八重山地区畜産センター・JA 石垣牛肥育部会（2019）によれば、2003年に「BSEの煽りを受け、一部肥育生産者が繁殖経営へシフトしたことと出荷の中核を担っていた石垣畜産センターが廃業に追い込まれたこと」によって、2004年のJA 石垣牛の出荷頭数が大幅に減少し、JA 石垣牛取扱業者に対して、十分にJA 石垣牛を供給することが困難な状況に陥った。このような状況を受け、JA 石垣牛が「精肉業者に公平に行き渡るように、相対販売からセリ販売へ変更」（JA おきなわ八重山地区畜産センター・JA 石垣牛肥育部会（2019）5 ページ）することにしたとしている。なお、原則、JA 石垣牛の屠畜・解体は、毎週火曜日、水曜日に、セリは、金曜日に行われている。

JA 石垣牛枝肉購買者が買い取った枝肉は、部分肉もしくは精肉に加工後、JA 石垣牛販売指定店を経由し、消費者に販売される。

JA 石垣牛の流通段階における主な取り組みとして、1. JA 石垣牛販売指定店制度、2. 石垣市内における販売促進活動、3. 沖縄県外での販路開拓をあげることができる。

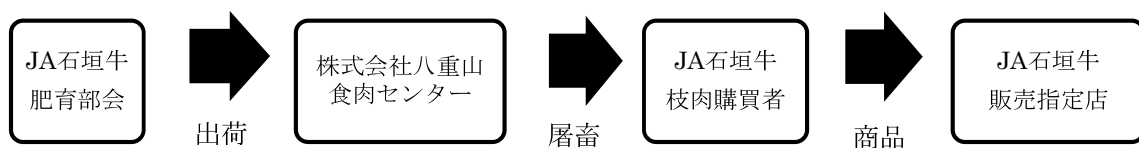


図2. JA 石垣牛の主な流通経路

資料：図1に同じ。

まず、1. JA 石垣牛販売指定店制度についてである。JA 石垣牛銘柄推進委員会では、2018年から同委員会が定めた認定基準を満たした小売店、飲食店をJA 石垣牛指定店に認定している。JA おきなわ石垣牛オフィシャルサイトで公開されている「JA 石垣牛取扱店舗認定要領⁵⁾」によれば、認定基準は、「(1)JA 石垣牛の名声を高め、消費者への普及啓蒙に積極的に努める販売店。(2)JA 石垣牛を継続的に使用している販売店。(3)JA 石垣牛の商標マーク表示において販売するにあたり、顧客の信頼に応えるよう常時販売と適正表示に努めることができる販売店。(4)JA 石垣牛の品質保持及び表示方には万全の注意を払い、消費者へ他の銘柄牛との誤認、誤解が生じないよう取扱う販売店。(5)認定を受ける者は、原則県内にあるJA 石垣牛取扱い販売店を基本とする⁶⁾」こととされている。2018年にJA 石垣牛販売指定店に認定された店舗数は、石垣市内が59店舗、那覇市が1店舗、沖縄市が1店舗、豊見城市が1店舗の計62店舗である。認定基準(5)にあるように、JA 石垣牛販売指定店は、石垣市を中心とした沖縄県内の店舗となっていることがわかる⁷⁾。また、JA 石垣牛販売指定店の認知度向上を主な目的として、JA 石垣牛銘柄推進委員会では2018年にJA 石垣牛販売指定店に認定された62店舗を紹介したガイドブックを作成し、2019年に出版している。

次に、2. 石垣市内における販売促進活動についてである。石垣市内における販売促進活動の一つとして、2020年9月に実施したドライブスルー方式によるJA 石垣牛の販売(主催:沖縄県農業協同組合、共催:JA 石垣牛肥育部会、石垣市農林水産部畜産課)をあげることができる。このドライブスルー方式によるJA 石垣牛の販売方法や販売した商品の概要は、以下の通りである。販売方法に関して、まず、2020年9月7日~11日の期間中に、ドライブスルー方式で商品引換券を5,000円で販売する。次に、2020年9月19日に、商品引換券と商品をドライブスルー方式で交換するという方法を採用している。販売した商品に関して、ドライブスルー方式によるJA 石垣牛の販

売で準備した商品は、JA 石垣牛特選セット(ステーキ用、焼肉用、切り落とし(1kg))のみであるとしている⁸⁾。JA 石垣牛特選セットは、1,200セット準備していたが、すべて販売したとしている。なお、JA 石垣牛特選セットの商品化に関して、JA 石垣牛枝肉購買者がセリで購入した枝肉をJA 石垣牛肥育部会が買い戻し、同部会がJA 石垣牛枝肉購買者に商品化を依頼し、同購買者が精肉に商品化したとしている。沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課によれば、上記のような販売促進活動を通じて、石垣市内におけるJA 石垣牛の認知度向上に加え、消費拡大につながればと考えているとのことであった。

最後に、3. 沖縄県外での販路開拓についてである。沖縄県外での販路開拓の主な取り組みとして、石垣牛流通協議会の設立をあげることができる。石垣牛流通協議会は、沖縄県外での販路開拓および消費拡大を主な目的として、2021年3月に設立された。沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課によれば、石垣牛流通協議会設立後から沖縄県内からのJA 石垣牛の受注に加え、沖縄県外からの受注や問い合わせも徐々に増加しており、需要が増加している状況にある。このことから、現在は、JA 石垣牛の出荷頭数を1,000頭にまで増加させることを目標に取り組んでいるとのことであった。石垣牛流通協議会が2021年に設立されたことを考えれば、協議会としての活動は、始まったばかりといえるが、今後、その活動が広がることで、沖縄県外におけるJA 石垣牛の認知度が向上していくことが予想される。

IV. 考察とまとめ

1. JA 石垣牛における事例の整理

前節でJA 石垣牛の生産と流通の現状を説明した。生産面、流通面の観点から、JA 石垣牛の取り組みを通じて銘柄化に寄与していることを以下で説明する。

生産面では配合飼料の統一が挙げられる。配合

飼料の統一は屠畜後の枝肉重量を増加させることにより、品質のバラつきをなくすことを目的としていた。その取り組みは実際に成果として示されるようになった。表1は2011年から2021年までのJA石垣牛（特選）の平均枝肉重量の推移を示したものである。

表1. 2011年から2021年までのJA石垣牛（特選）の平均枝肉重量の推移
(単位：kg)

| | A-5 | B-5 | A-4 | B-4 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2011年 | 418.9 | 0.0 | 418.5 | 437.8 |
| 2012年 | 399.3 | 0.0 | 407.1 | 434.5 |
| 2013年 | 417.3 | 424.0 | 407.1 | 430.2 |
| 2014年 | 422.8 | 620.5 | 421.2 | 448.2 |
| 2015年 | 435.4 | 491.1 | 419.2 | 438.3 |
| 2016年 | 443.7 | 463.1 | 430.5 | 456.9 |
| 2017年 | 443.7 | 440.8 | 424.4 | 456.9 |
| 2018年 | 454.1 | 465.8 | 433.0 | 435.5 |
| 2019年 | 444.1 | 489.8 | 436.1 | 463.5 |
| 2020年 | 456.8 | 476.5 | 444.5 | 467.6 |
| 2021年 | 452.2 | 513.0 | 432.5 | 466.8 |

資料：図1と同じ。

2011年と比較すると年により多少のバラつきがあるものの、特選牛は右肩上がりで枝肉重量が推移している。同時に、配合飼料の統一を通じて肉質等級の質が向上した。石垣牛肥育部会会長の仲大盛吉幸氏は以下のように述べている。

10年ほど前に飼料を統一する以前は、出荷牛は3等級がほとんどであり、上物率は40%にも満たなかった。現在は飼料を統一した効果が出ており、上物率は95%にもものぼる。肉質の改良も進んできた⁹。

さらに、2021年度は2等級に格付けされた枝肉は一頭もなく、今後数年2等級の枝肉が出なかったら3等級の枝肉にも挑戦するとのことであった¹⁰。配合飼料の統一は鹿児島黒牛の取り組みと共通

する。鹿児島黒牛では飼料の改善を通じて4,5等級に評価される枝肉が増加した(仲川・古田・伊藤(2023))。以上のように、配合飼料の統一を通じてJA石垣牛の枝肉重量が増加しただけでなく、肉質等級の質も向上させることに成功した。

流通面での取り組みは、JA石垣牛販売指定店制度、石垣市内における販売促進活動、沖縄県外での販路拡大であることを前節で述べた。販売指定店制度および県外への販路拡大は鹿児島黒牛(仲川・古田・伊藤(2023))および佐賀牛(仲川(2021))で明らかにされた取り組みである。その中でJA石垣牛の独自の取り組みとして石垣市内での販売促進が挙げられる。JA石垣牛はJA石垣牛販売指定店を紹介したガイドブックを2019年に出版したが、主に観光客を対象としたものである。一方、石垣市内におけるJA石垣牛の消費者の購買意識は高いものではない。株式会社八重山食肉センターが2022年3月に発表した「石垣牛についての消費者意識調査報告書」¹¹(以下、調査報告書)による調査結果をもとにその根拠を述べる。

調査結果を述べる前に、調査報告書の概要を述べる。この調査は石垣市の委託事業で、石垣産牛肉の販売開拓を目的としたものである。アンケートの実施期間は2022年1月21日から2月21日で、インターネットを利用したアンケートを実施した。有効回答数は1,198件であった。

調査報告書から明らかになったJA石垣牛における消費者意識の特徴は以下の2点である。第一に、JA石垣牛が地元の特産品であることを強く認識している点である。地元の特産品であるかという質問項目で、「強くそう思う」および「そう思う」の回答割合が約96%であり、石垣市を代表する特産品であると認識している。また、JA石垣牛の推奨度(人に勧めたいと思うか)という質問では、「強くそう思う」および「そう思う」の回答割合が約84%であった。JA石垣牛に対する愛着や信頼度が強いことを示している。第二に、JA石垣牛は高級品であると強く認識している点である。価格が高いかという質問項目で、「強

くそう思う」および「そう思う」の回答割合が約95%であった。大多数の消費者がJA石垣牛は価格が高いと認識している。同時に、高級だと思ふかという質問項目では、「強くそう思う」および「そう思う」の回答割合が約97%であった。

これら2つの特徴を整理すると、JA石垣牛は石垣市を代表する特産品であると同時に、高級品で気軽に購入することができないと消費者が認識していることが示唆される。この課題に対応する施策の一つとして、前節で述べたドライブスルー方式によるJA石垣牛の販売活動が挙げられる。ドライブスルー方式によるJA石垣牛の販売は、石垣市内におけるJA石垣牛の認知度向上および消費拡大につなげることを目的としており、調査報告書で示された課題に対応する販売促進活動であると推察される。

JA石垣牛はすでにブランド牛として一定の認知度がある。JA石垣牛の魅力定期的にSNSで配信することにより、最新の情報を観光客や地元の消費者に届けことができ、購買や飲食店の利用にも繋がるであろう。また飲食店などの直営店を県外に展開することも認知度向上と販路拡大の一助になると推察できる。

2. JA石垣牛における今後の課題

JA石垣牛の銘柄化をさらに推進していくうえの課題として2点挙げられる。第一に、出荷頭数を増やすことである。第3節で述べたように、JA石垣牛の価格形成は全て枝セリを採用している。出荷頭数が少ないと、石垣牛1頭に対して枝セリに参加する企業が多くなるため、価格が上昇する傾向にある。価格が上昇すると特に地元向けの購買意欲がそがれてしまう。したがって、出荷頭数を増やす必要がある。

第二に、県外とりわけ東京都など首都圏への販路拡大である。新型コロナウイルス感染症の影響で観光目的の石垣島への来訪者が激減した。石垣牛は観光客が石垣島で食べることで定着しているため、島内での需給バランスは非常に不安定である。そのような状況下で、2021年3月4日に

石垣牛流通協議会が設立された。石垣牛流通協議会は石垣牛の振興と向上を図り、ブランド保持、高揚および全国へ消費拡大を促進することを目的としており、様々な流通事業者が会員となっている¹²。石垣牛流通協議会の発足を通じて、県外への販路拡大の橋頭保となることが期待される。

3. むすびにかえて

本論文ではJA石垣牛を事例対象とし、生産と流通の視点からJA石垣牛の銘柄化の現状を明らかにすることを研究目的として設定した。JA石垣牛の銘柄化の取り組みは、鹿児島黒牛(仲川・古田・伊藤(2023))および佐賀牛(仲川(2021))の取り組みと共通している点を明らかにすることができた。一方、JA石垣牛は鹿児島黒牛と佐賀牛と比較すると県外への販売促進が課題であることも明らかになった。販売促進は流通業者だけでなく生産者を含め多くの事業者と連携する必要があり、JA石垣牛のさらなる銘柄化の推進を図るために必要な取り組みであると推察される。

一方、本論文における限界点は以下の2点である。第一に、本論文はJA石垣牛を対象とした単一事例研究である。したがって、宮崎牛や十勝和牛(北海道)など他の大規模和牛産地における銘柄化の取り組みまで十分に検討することができなかった。第二に、JA石垣牛の銘柄化において距離的制約を解消する取り組みを十分に明らかにすることに至らなかった。これらの点は今後の研究課題としたい。

謝辞

調査協力をいただいたJAおきなわ八重山地区畜産振興センター 畜産部 新垣 亮太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。

付記

本研究は、本学共同研究費(令和4年度)の助成を受けて行われものである。

注

- 1 農林水産省「令和4年度畜産統計, 肉用牛飼養戸数・頭数」
<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tikusan/>
(アクセス日: 2023年2月23日)を参照.
- 2 食肉速報(2017.4.17)「第2回銘柄牛コンテスト, 最優秀賞に「石垣牛」が輝く」
<https://www.shokuniku.co.jp/1813>
(アクセス日: 2023年2月23日)を参照.
- 3 JA石垣牛の定義および生産, 流通の現状は, 2023年12月8日, 沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課への筆者ら聞き取り調査に基づく.
- 4 1999年にJA石垣牛肥育部会を設立したことに関して, 福田(2011)は, 「地域一貫体制の確立と出荷体制の見直しを目指してJA内に部会を作るという点が狙いであった」としたうえで, 「この時期が「石垣牛」ブランド化のスタート期である」(福田(2011)「地域に密着した「石垣牛」のブランド化戦略」
<https://lin.alic.go.jp/alic/month/domefore/2011/jul/spe-01.htm>
(アクセス日: 2023年1月23日))と述べている.
- 5 JAおきなわ石垣牛オフィシャルサイト「JA石垣牛取扱店舗認定要領」,
http://ishigakigyuu.com/pdf/pro_yoko.pdf
(アクセス日: 2023年1月18日)を参照.
- 6 同上.
- 7 JA石垣牛販売指定店を沖縄県内の店舗を基本とすることに関して, 福田(2011)は, 「BSE発生直後に枝肉価格が暴落すると, JAの預託事業で経営を行っている部会員の中には餌代や労賃も償えず, 経営継続ができない事例が出始めた」ことから, 2004年には「県外販売を中止し, 県内での販売促進を心がけた」としている. その後, 2010年には, 「首都圏向けなど振興センターが認める事例や共励会以外はすべての肥育牛を県内でと畜している」(福田(2011)「地域に密着した「石垣牛」のブランド化戦略」
<https://lin.alic.go.jp/alic/month/domefore/2011/jul/spe-01.htm>
(アクセス日: 2023年1月23日))と述べている. JA石垣牛の場合, 銘柄設立時に, 地元根拠した銘柄牛の生産, 販売を通じて地域の畜産業の活性化を図ることを目標に肥育部会が設立されている. この経緯を踏まえれば, JA石垣牛販売指定店を沖縄県内の店舗を基本とすることは, 当然のことであると考えられるが, BSE発生の影響を受け, 「県外販売を中止し, 県内での販売促進を」図るようになったことも理由の一つになっているのではないかと考えられる.

- 8 沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課によれば, 第1回のドライブスルー方式によるJA石垣牛の販売は, 2020年5月であるとしている. この2020年5月の販売では, 予想以上に人が集まったこと, 初めての取り組みであったことなどを要因として, 混雑が発生したため, 2020年9月に実施した第2回のドライブスルー方式によるJA石垣牛の販売では, 商品内容と販売方法を見直し, 実施したとしている. その結果, 2020年9月実施の第2回ドライブスルー方式によるJA石垣牛の販売では, 第1回実施時よりも混雑を緩和することができたとしている.
- 9 食肉速報(2022.5.24)「石垣牛流通協議会が総会, 植村会長「生産の優位性をおいしさに付加」」
<https://www.niichiku.com/wp-content/uploads/2022/05/b7196d3052b9cd836c13fa19e7f67b70.pdf>
(アクセス日: 2023年2月23日)を参照.
- 10 沖縄県農業協同組合八重山地区畜産振興センター畜産部畜産課への聞き取り調査から.
- 11 八重山牛食肉センター(2022)「石垣牛についての消費者意識調査報告書」
<https://www.city.ishigaki.okinawa.jp/material/files/group/10/ishigakigyutyousakokunai.pdf>
(アクセス日: 2023年2月23日)を参照. なお, 調査報告書は石垣市委託事業(令和3年度石垣産牛肉の販路開拓業務)として実施された.
- 12 月刊ミート・ジャーナル(2021)「生産振興と向上を図る 石垣牛流通協議会設立する」72~73ページ.

【文献】

- JAおきなわ八重山地区畜産センター・JA石垣牛肥育部会(2019)『JA石垣牛肥育部会20周年記念誌』.
- 成善政・小栗克之(2001)「畜産物フードシステムにおける国産銘柄牛肉流通の実態分析」, 『岐阜大学地域科学部研究報告』, 第9巻, 53~68ページ, 岐阜大学地域科学部.
- 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.
- 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.
- 福田晋(2011)「地域に密着した「石垣牛」のブランド化戦略」, 独立行政法人農畜産業振興機構「畜産の情報」2011年7月号,
<https://lin.alic.go.jp/alic/month/domefore/2011/jul/spe-01.htm>
(アクセス日: 2023年1月23日)).