

石垣牛流通協議会設立総会①年間出荷頭数1250頭目標に



石垣牛流通協議会の設立総会で、石垣牛肥育部会の仲大盛吉幸部会長(写真左)は石垣牛の概要について、肥育部会設立当時から歩みなどを振り返りながら紹介。「平成20年頃の出荷頭数は約500頭、上物率は30%程度であり、そのうち2等級が15%を占めていた。そうした中、肥育部会で一致団結して改善に取り組み、まず飼料を統一した。それから10年余りが経ち、現在の出荷頭数は850頭まで伸長。上物率は90%にのぼり、2等級は1〜2%程度まで減っている」と説明。その上で今後の課題として枝肉重量の増加をあげ、「現在は平均で、去勢460kg、雌400kg程となっている。今後は去勢500kg、雌450kgまで増やすため、飼料の見直しなどで大きくすることを目ざしていきたい」と語った。

また、植村光一郎会長(写真右)は協議会設立に至るまでの経緯や石垣牛を取り巻く状況、ブランディングの取り組みなどを次のとおり紹介した。

石垣牛は温暖な気候と豊富な牧草資源の中でストレスを感じずに育てられ、飼料は統一されている。肉質は美しい霜降りが入り、甘みのあるさっぱりとした風味豊かな味わいが特徴。また、石垣島は全国屈指の素牛生産地だ。石垣牛はブランドとして地元住民に愛され、誇りをもたれている。また、SDGsやアニマルウェルフェアが考慮され、生産工程に優位性をもつ。

ちなみに日本を代表するブランドの「松阪牛」は昭和33年に消費者側の東京の食肉事業者との間で松阪肉牛協会が結成された。その代表として事業推進を図ったのが、昭和11年創業の新潟畜産創業者の山田勝久氏であり、ニイチクの創業者だ。ニイチクにはこうしたノウハウがあり、石垣牛の流通についても松阪牛同様に超一流のブランドを目ざす意気込みで取り組んでいる。

石垣島では観光客が石垣牛を食べることが定着している。ただ、島内の小さな市場で消費されていたので、価格高騰の常習化で他県産や輸入牛肉に需要がシフトする事態も起きた。さらに昨年春にはコロナの影響でインバウンドや観光客が激減。島内での需給バランスは非常に不安定だ。そうした中で協議会としては販売チャネルの多様化推進を目ざし、日本全土、アジア、北米、ヨーロッパ、その他諸外国に拡大し、価格安定を図っていききたい。海外輸出は価格維持に非常に大きな要素といえる。将来的には輸出も含めて、石垣牛を育てていきたい。現在、年間と畜頭数は850頭だが、流通協議会を創設することで現在の環境で1250頭まで増やし、活性化を図っていく。

