



ニイチク

創業以来、80年以上にわたり、牛肉専門の卸業を行ってきたニイチク(山田彰男社長)。同社では、宅配やネット販売などを含めて商流が変化する中、基幹事業である卸売事業についても量より質を求め、さらに新

たな事業を収益性の柱とすべく育成している。

とくにここ数年好調なのが、シヨップチャネルの通販事業だ。精肉だけでなく、簡便

石垣牛の拡販に注力

流通協設立して世界へ

性を高めた加工製品開発にも注力しており、和牛を使った牛丼のほか、牛スジの煮込み、ビーフシチューなどを販売し、好評を博している。

平成20年ごろ、「石垣牛」は出荷頭数約500頭、上物率30%程度、そのうち2等級が15%であった。これに対して生産者が一致団結して飼料の統一など改善に取り組み、現在の出荷頭数は850頭。上物率は90%にほり、2等級は1〜2%程度まで減少している。

「石垣牛」にかかわる小売、通販、ホテル・レストラン、食肉卸企業などが会員となり、会長には同社の植村光一郎取締役が就き、事務局長には木村明俊常務取締役が就任。相談役は石垣市の中山義隆の中山義隆市長が務める。

日本を代表するブランド牛の「松阪牛」は昭和33年、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ニイチクの創業者である山田勝久氏だ。

一方、同社では川上

る。

また、同社では石垣

は「生産者から消費者

では他県産や輸入牛肉

である生産事業にも取

り組んでおり、2013

に届く物流は一方通行

に需要がシフトする事

3年から石垣島の支援

開設予定。働き方改革

が多く、情報共有が希

態も起きた。さらにコ

牧場で「石垣牛」の育

やI.O.Tの導入など生

産維持、増頭のために

口ナの影響で観光客が

成、一貫生産の支援活

産現場の抱える課題に

流通機構を構築し、販

激減。島内の需給バラ

動を行う。石垣島は屈

現場の形として、雇用

売者と連携をとって肥

ンスは非常に不安定に

指の素牛生産地。現

育部会にフィードバッ

クしていききたい」と意

は世界で知られる超一

在、一貫生産の割合は

の確保や若手生産者を

欲をみせる。

全国、そして将来的に

約40%。それ以外は子

育成する場として活用

していく。

流ブランドにすべく取

牛市場に出荷している

が、今後は一貫生産の

小さな市場で消費され

り組んでいく。

割合を増やしていく方

針だ。

「石垣牛」は島内の

は世界で知られる超一

針だ。

ことし3月には山田

社長が発起人となり、

流ブランドにすべく取

針だ。

ことし3月には山田

社長が発起人となり、

流ブランドにすべく取



ことし3月、石垣牛流通協議会を設立