

# 林外相訪ね現況報告

## 石垣牛流通協会の代表ら

石垣牛流通協議会(植

村光一郎会長)はこのほ  
ど、林芳正外務大臣を表  
敬訪問し、石垣牛流通協  
議会の活動と和牛輸出の  
現状などを報告した。林  
大臣はこれまで2度にわ  
たって農水大臣を務め、  
海外でのイベントでは自  
ら和牛の試食用メニュー  
を来場者に配るなど、ト  
ップセールスパフォーマ  
ンスを行った経験もあ

る。  
植村会長は、日本畜産  
物輸出協議会設立時から  
同協議会の理事も務めて  
おり、和牛の輸出拡大に  
尽力してきた。今回の報  
告会ではそういった経緯  
もあり、林大臣にこれま  
での輸出報告やコロナ禍  
による窮地を乗り越えつ  
つある日本最南端の和牛  
生産地である石垣島の現  
状などを報告。

和牛の輸出货量は順調に

伸びており、ともに輸  
出拡大に取り組んだ当  
時のエピソードなどが  
語られた。また、石垣  
牛についてはコロナ禍  
で観光・インバウンド  
客が減少し厳しい状況  
にあったが、現在は首  
都圏の需要開拓活性化  
の目的で石垣牛流通協  
議会が発足し、需給関  
係の健全化が図られて

いることが報告された。  
植村会長は石垣牛の流

左から肉牛事業組の中林  
理事長、林外相、植村会  
長、ニイチクの山田社長



通協議会について説明。  
協議会理事は食肉卸、百

貨店・量販店、食肉専門  
店、ホテル、通販事業  
者、外食、そして食肉処  
理業の7業種の代表理事  
で構成され、消費者ニ  
ズが偏らないように調  
整。相談役、顧問やアド  
バイザーにも市長はじめ  
関係者が名前を連ねてい

る。

第1次ブランド戦略が  
「おいしさの訴求」で、  
まず食べておいしさを味  
わってもらい、認知され  
ること。第2次ブランド

戦略は「おいしさの訳を  
説く」で、脂肪の融点が  
低く口解けが良い、脂に  
甘みがある、健康的な霜  
降りが入る、赤身のうま

みが強い、筋繊維が緻密  
で細かい、和牛香が強く  
風味豊か、そして全体的  
にあっさりした味わいで  
あることを訴求。

第3次ブランド戦略は  
「生産工程の優位性を説  
く」で、石垣島の風土の  
豊かさ、子牛生産から一  
貫生産、粗飼料の多給、  
一年中牧草が収穫できる

こと、ストレスのない肥  
育方法などを強調してい  
る。

第4次ブランド戦略  
は「フードチェーン構  
築」。生活者の購買活動  
は生産工程の一部であ  
り、生活者もフードチェ  
ーンの一役を担っている  
ことを説く。第5次ブラ  
ンド戦略は「需要をクロ  
ーバルに求める」。価

格、需要の安定、知名度  
のグローバル化、ブラン  
ド力の絶対的地位確立、  
観光資源としての発信を  
行う。

この五つの戦略が示さ  
れ、その運営費はチェッ  
ク・オフで行われている  
ことが説明された。

林大臣は、和牛輸出の  
プロモーションやイベン  
トで各国の日本大使館や  
領事館の使用についても  
可能な限り協力する意向  
を示し、「輸出は国益に  
なることであり、引き続  
き応援していく」とエー  
ルを送った。