

葉山牛のブランド化の取組

早川 治（日本大学生物資源科学部）

昭和 41 年頃から 2 戸の酪農家が乳雄肥育を取り入れ、乳肉複合経営を始めたのが三浦半島における「葉山牛」の第一歩である。その後、昭和 45 年に葉山町で葉山町酪農肥育組合が結成され、昭和 57 年から「葉山牛」の本格的な肉牛生産が始まった。その後、肉質がよいなど消費者の声が広がり、食肉卸売業者からブランド化へ向けての強い協力要請も出てきたことから、昭和 60 年に地元 J A の中にある三浦半島酪農組合連合会を表示主体とする葉山牛出荷部会を組織して、銘柄牛「三浦葉山牛」を旗揚げした。その後、平成 17 年 2 月に「葉山牛」の商標が登録されたことを契機に、平成 18 年 7 月より「三浦葉山牛」をブランド牛「葉山牛」に改称した。

「葉山牛」とは、「三浦半島酪農組合連合会の会員が経営する神奈川県内の牛舎において指定の飼料を給仕し、12 カ月以上の肥育を行い、葉山牛出荷部会名で出荷された」牛肉と定義されている。肉牛の種類は、黒毛和種の未経産雌牛ならびに去勢牛であること。また、神奈川県内の食肉市場（横浜食肉市場、厚木食肉市場）と東京中央卸売市場に上場されたもので、日本食肉格付協会の格付けを受けた枝肉であること。ただし、三浦半島酪農組合連合会会長が認めた共進会、共励会、研究会に代表として出品したのも同等の扱いとしている。さらに、日本食肉格付協会が定めた格付審査で A-5、A-4、B-5、B-4 に格付けされたもので、外観および肉質・脂質が優れている枝肉であること、と定められている。

葉山牛に給与される飼料は「指定の飼料」で、肥育前期には粗飼料が中心となり稲わらやチモシー、スーダンなどが給与されている。肥育後期には、指定の配合飼料として日本農産工業（株）の「くろうし後期」が給与される。それ以外に、生産者の独自の判断で、おからやビール粕などの地元で発生する食品残渣や米麦を加熱処理加工して給与している。

生産者から出荷された肉牛は、J A よこすか葉山を経て、東京食肉市場、横浜食肉市場、厚木食肉市場の 3 カ所の市場に出荷される。葉山牛の販売店は、葉山牛規定に従って限定されており、「葉山牛出荷部会の趣旨に賛同し、葉山牛を取り扱う店舗を指定店」となっている。平成 21 年 1 月 1 日現在の指定販売店は 39 店、指定飲食店は 15 店である。こうした指定販売店や指定飲食店での限定販売にしている理由は、葉山牛の絶対量が少ないことから流通上での不当表示やまがい物の発生を防ぎ、葉山牛に対する生産者の責任を明確にして品質管理を徹底することで、販売店や消費者の信頼を確実なものにしている。



写真 「葉山牛」商標認定証

ブランド確立のために、生産者自らが行っている取り組みを列記すれば以下の通りである。

第1に、肉質の安定のために、肥育後期に給与する飼料を統一している。第2は、肉牛出荷時には葉山牛出荷部会員が必ず同行してセリに立ち会い、出荷牛の枝肉評価を確認している。第3は、枝肉には給与飼料明細書を必ず添付し、生産履歴内容を開示し、生産者の生産責任の所在を明確にしている。第4は、生産者は毎月1回必ず出荷牛の牛肉を食べて、自分たちの生産技術の確認と向上に役立てている。第5は、年1回、生産部会員は指定店を訪問し、葉山牛販売の有資格店であることを検証したのち指定店証を直接手渡している。葉山牛取り扱い指定店制度によって、葉山牛の流通経路の把握と流通経路上で生じる恐れのある不当表示を防止する機能を有している。それと同時に、販売現場を確認し、葉山牛の取扱い方法などを確かめ、販売店との意見交換を行うなど、自分たちの作出した葉山牛の販売実態までも責任を持とうとしている。

また、葉山牛看板取扱規程を制定し、表示の方法などを統一化している。のぼり旗、ポスター、表示シール、リーフレットを部会で作成して、販売店に配布している。葉山牛の生産者自らが、販売のポロモーションに取り組むと同時に、葉山牛の販売まで責任を保持する姿勢が理解できる。



写真 指定販売店頭の葉山牛ショーケース