

1. 仙台牛の取り組み

安部新一（宮城学院女子大学）

1. 生産段階での取り組み

仙台牛銘柄推進協議会（以下、推進協議会）は昭和 53 年 4 月に設立された。設立の目的は、「宮城県並びに宮城県畜産関係農業団体等の密接な連携のもとに、仙台牛生産肥育体系の普及による生産拡大と仙台牛の銘柄確立及び販売促進をはかること」であった。

協議会の要領・規約から、仙台牛の定義（基準）については、「黒毛和種」で、仙台牛生産登録農家が仙台牛生産肥育体系に基づき個体に合った適正管理を行い、最長肥育地を宮城県とした肉牛で、（社）日本食肉格付協会枝肉取引規格「A-5」および「B-5」である。また、本協議会が認めた市場（仙台市中央卸売市場、東京都中央卸売市場、及び宮城県食肉流通公社）並びに共進会等に出品したものである。さらに、仙台牛と認定した場合には、「仙台牛」規格枝肉に対しては、押印表示する。

協議会の構成員には、正会員の他に基幹産地農協会員、及び協賛会員のより構成されている。正会員は、宮城県、古川農業協同組合仙台牛銘柄推進協議会、みどりの農業協同組合肥育牛生産組合、みやぎ登米農業協同組合肉牛部会、全国農業業同組合連合会宮城県本部、北日本くみあい飼料株式会社、社団法人宮城県畜産協会、仙台中卸売市場(株)、(株)宮城県食肉流通公社である。

仙台牛の定義では、最長肥育地が宮城県とした肉牛であることの他に、「仙台牛」基幹産地農協の認定を受けた宮城県内の 11 農協であり、さらに基幹農協に所属し年間 12 頭以上の肉牛（黒毛和種）を出荷し、出荷頭数のうち仙台牛率が前年度 50%以上である生産優良農家 99 名を含め、生産登録農家 757 名が生産した黒毛和牛である。こうした肥育農家が生産した 21 年度の出荷頭数は 1 万 2,755 頭、その内、仙台牛として認定されたのは 4,229 頭（仙台牛率は 33.3%）である。

そこで、仙台牛の肥育体系のモデルから飼養管理の特徴をみると、去勢牛における肥育体系では、8 カ月齢の子牛導入、生後 28~32 カ月齢、平均では生後 31 カ月齢まで肥育後に出荷となっている。肥育期間 23 カ月のうち、前期、中期、後期、そして仕上げ期の 4 期のステージに分けて肥育を行っている。肥育前期では、導入時のストレスを取り除き、中期以降の増体と脂肪交雑を図るための準備期間として内蔵と骨格づくりの期間である。中期には枝肉脂肪や脂肪交雑の肉質項目を確実に発育させ、肥育後期でも脂肪を確実に増加・蓄積させる。仕上げ期には、仙台 BEEF の他に仙台 BEEF 仕上げの配合飼料を給与し、脂肪交雑とともにキメ・シマリを充実させる飼い方となっている。今日、全国的にブランド牛として高い評価が得られるようになった仙台牛は、昭和 49 年兵庫県「茂重波」の導入以降の県の仙台牛（黒毛和牛）の品質と増体を目的とした改良とともに、20 年ほど以前に開発され、今日まで継続して給与している配合飼料の「仙台 BEEF」も重要な要因であった。

2. 流通加工段階での取り組み

こうして宮城県内の生産登録農家により肥育された肉牛は、仙台牛銘柄推進協議会会員である、県内の仙台食肉卸売市場と宮城県食肉流通公社の他に、東京食肉卸売市場へ出荷される。県内の宮城県食肉流通公社への出荷頭数は僅かに見られるに過ぎない。食肉流通公社への出荷分は契約的な取引先が決定しており、と畜解体後の枝肉形態で大手食肉加工メーカーとの相対により取引が行われている。仙台食肉卸売市場と東京食肉卸売市場出荷分は、併設と畜場でと畜解体後、枝肉形態で上場されセリ取引により取り引きされる。セリ取引後は買参者の取引ルートで販売されるため、推進協議会として販売先の把握は不明である（このため、指定販売店への加入により一部のルートのみ把握は可能）。また、仙台牛の食肉卸売市場ルート以外のスーパー・外食企業等実需者への直接販売・市場外取引ルートは見られない。なお、東京食肉市場での仙台牛の確認作業は、「共進会」開催に伴い事前に名簿の提出を求め、JA 全農駐在事務所の駐在員が仙台牛生産登録農家であるのか確認作業を行っている。

3. 卸・小売・外食段階での取り組み

協議会では、仙台牛の銘柄確立と販売促進を図る目的により、仙台牛を取り扱う小売店部門（販売指定店）と外食店への提供部門がみられる。

平成 21 年度における指定店数をみると、仙台牛の指定小売店は 134 店、仙台牛と仙台黒毛和牛（日本食肉格付協会枝肉取引規格 4 等級、3 等級）の両ブランド牛指定店は 198 店、合計 332 店となっている。なお、スーパーいなげやでは、全店舗となる 126 店舗が指定店（仙台黒毛和牛が中心）となっている。そこで、指定店においては全国販売指定店の統一キャンペーン企画である「仙台牛と仙台黒毛和牛」ウインターキャンペーンを 279 店の参加を得て開催した。次に、仙台牛の提供店では、仙台牛のみは 106 店、仙台牛と仙台黒毛和牛では 51 店舗、合計 157 店舗となっている。外食の提供店でとくに注目すべき販促活動としては、仙台市内の提供店である焼肉店等 4 店舗で結成した「仙台牛銘柄」を中心として、在仙のテレビ局で CM と特集番組を組んで 4 店舗を紹介する放映を行って、店舗の紹介と共に仙台牛の認知度とブランド強化を高めることに繋がっている。仙台牛の販売活動は国内に留まらず、海外への輸出促進にも取組を開始し、21 年度には香港へロイン部位を中心に、月に 1 頭ベースでの輸出を開始している。

注) このレポートは平成 23 年 11 月時点の調査データから作成した。