

2. にいがた和牛の取り組み

小泉聖一（日本大学生物資源科学部）

はじめに

にいがた和牛は、新潟県のにいがた和牛推進協議会（事務局：公益社団法人新潟県畜産協議会）でブランド化された黒毛和牛である。新潟県では、魚沼牛、小千谷牛、くびき牛、佐渡和牛、胎内牛、津南牛、新潟牛、村上牛など数多くの地域銘柄牛が生産されていた。これらの銘柄は個別に市場に出荷されていたが、ほとんどが小規模なものであったため、卸売業者の定時、定量、定質な商品を取り扱いという要求に答えることが難しくブランドの評価を確立することが困難であった。こうした状況を打破し、新潟県産の肉用牛生産の振興を図るために、平成 12 年度から統一ブランド化をするための事業を新潟県と生産者団体、流通関係団体が進めてきたが、平成 15 年 9 月に「にいがた和牛推進協議会」を設立し、平成 15 年 11 月に「にいがた和牛」の銘柄が創設された。

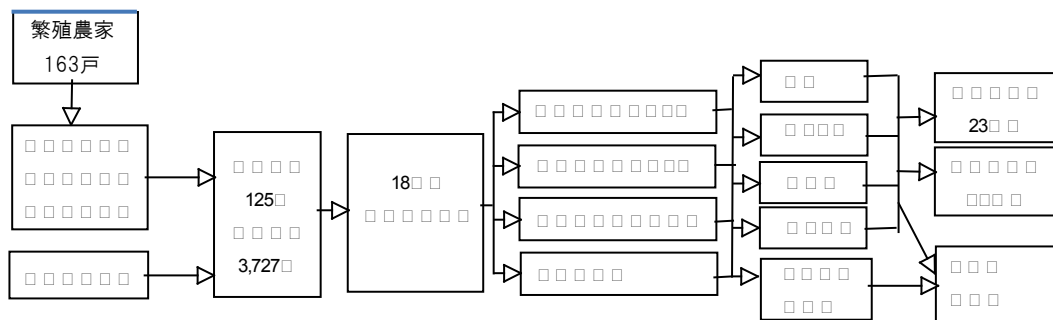
1. ブランドの定義

にいがた和牛は、平成 18 年 6 月に商標の出願を行い、平成 19 年 8 月に商標登録証の交付を受けた（登録第 5067369 号）。ブランドの定義は以下の通りである。①黒毛和種の去勢牛又は、未經産牛であり血統が明確であるもの。②県内で肥育され最長飼養地が県内であるもの。③品質規格等級において、「A」「B」3 等級以上のもの。④家畜個体識別システムにより、生産から出荷までの移動履歴の確認ができるもの。

なお、にいがた和牛推進協議会では特例として、村上牛生産協議会加入農家が肥育する黒毛和種で、「A」「B」4 等級以上のものを「にいがた和牛（村上牛）」として認めている。

2. 生産、流通、販売経路

にいがた和牛の流過程は、下記の図に示す通りである。



3. ブランド定着への取り組みと課題

1) にいがた和牛推進協議会の取り組み

平成 15 年 9 月に設立された「にいがた和牛推進協議会」を中心に、にいがた和牛のブラン

ド戦略が進められてきたが、その目的は、新潟県産和牛の生産から流通に至る関係者及び関係団体が提携し、県産和牛の銘柄確立による生産拡大と販売促進対策を総合的に推進することにより、新潟県の肉用牛生産の進行に寄与することとしている。にいがた和牛推進協議会のメンバーは、新潟県知事を会長として牛肉の生産・流通・販売・消費まで非常に広範な関係者が参画している。

にいがた和牛推進協議会では、にいがた和牛産地証明書の発行やロゴマークや、シンボルマーク等を利用する要領を定めている。また、新潟県産和牛の生産量増加と品質の向上を図るために、優れた経営生産技術を持つ生産者を「にいがた和牛肥育名人」に認定し、肥育技術を県内に普及するとともに、にいがた和牛の生産者として販売戦略活動などに参画してもらい、にいがた和牛ブランドの強化を図っている。

2) 行政面での取り組み

新潟県における取り組みとしては、にいがた和牛推進協議会の会長として県知事を置き、県の事業の中でブランド確立、振興を図っている。具体的には、繁殖用優良雌牛の導入や優良受精卵の移植などを推進し、「にいがた和牛」の子牛生産から出荷までの県内一貫生産体制の強化を図るほか、HACCP方式の導入により安全・安心な畜産物を生産する農場を「安心農場」として認定し、畜産物の安全性の確保と有利販売を推進している。また、県知事によるトップセールスなど、「にいがた和牛」のPRを強化し、消費者や流通関係者へのブランド浸透を図っている。

3) 生産面での取り組み

にいがた和牛を生産するための統一的な飼料給与基準、飼養基準などは村上牛を除き、特に設けられておらず、生産者にまかされている。にいがた和牛の肥育農家のうち、飼養規模が比較的大きく、にいがた和牛肥育名人として認定されている、田口正一氏の経営では、日頃から牛舎にいる時間を長くとり、管理観察を徹底することと、牛舎内の使用環境を良くすることによって、飼養牛の事故や疾病によるロスを少なくするよう努力しており、事故率はほぼ0%を続けている。濃厚飼料にはNon-GMOのものを使い、粗飼料は転作田や河川敷から収穫する飼料作物と刈り取り後の水田から収集する稲わらの給与によって100%自給しており、飼料コストの低減、粗飼料確保を図るとともに、地域の循環型農業の確立に貢献している。

4) 流通・販売での取り組み

(1) 株式会社タカノの取り組み

株式会社タカノは長岡、川崎、仙台に営業所を持っている食肉加工・食肉卸売業者であるが、タカノグループとして生産から小売りまで一貫して食肉の流通にかかわっている。取扱和牛のうち、90～95%がにいがた和牛、村上牛などの県内産で、前沢牛、松坂牛、仙

台牛、などが残り 5%を占めている。にいがた和牛の販売先としては新潟県中心で、量販店やスーパー、長岡市内の食肉専門店に卸している。にいがた和牛については 95%が精肉で販売されているが、5%は贈答用に味噌漬けなどに加工してインターネットやカタログギフトを通して販売している。現在、にいがた和牛の高品質化のために県の畜産研究センターに協力して、食肉の味に係わる脂肪酸組成、特にオレイン酸の測定を実施し、生産現場にフィードバックを行っている。また、地域における研修会にも参加するなど、様々な側面においてにいがた和牛ブランド化の推進のために積極的な活動を行っている。

(2) 販売店「(株)よね新」の取り組み

(株)よね新は、三条市において販売店および焼肉店を経営している。食肉別の売上比率は牛肉が 50%で、豚肉 30%、鶏肉 10%、加工品 10%の割合である。牛肉の取扱いは和牛 70%、交雑種 20%、乳用種 5%、輸入牛肉 5%の割合である。取扱和牛のうちブランド牛肉は 30%ほどで、仙台牛が 60%で、にいがた和牛の A4、A5 が 30%、村上牛 10%の割合である。ブランド牛肉に対しては、暮れの繁忙期に消費が集中し、年間を通しての販売がむずかしく、また、1回当たりの購入量も少量であり、利益率も徐々に低下している点など、取扱に難しい土地柄であるが、消費者にブランド牛肉を更に認知させるためにも地元産ブランドの販売を拡大、継続していくことが必須であると考えている。

5) ブランド確立、ブランド管理の取り組み

にいがた和牛の振興については会長を新潟県知事とする「にいがた和牛推進協議会」を中心に行政を含めた地域全体で積極的に取り組んでいる。推進協議会では、ブランドの信頼性を確保するための、産地証明書・シールの発行、管理において非常にきめ細やかで徹底した対応がなされている点や、新潟県産和牛の生産量増加と品質の向上を図るために「にいがた和牛肥育名人」を認定するなど、様々な側面でブランド化に必要な事業の推進を行っている。また、新潟県においても「安心農場」の認定や安定供給に向けた生産体制強化と県知事によるトップセールスなどによりブランド浸透を図っている。さらには、繁殖用優良雌牛の導入や優良受精卵の移植などを推進し、「にいがた和牛」の子牛生産から出荷までの県内一貫生産体制の強化を図っている。しかしながら、個々の地域ブランドをにいがた和牛として統一したことから、地域との関連性が薄れ、消費者をとらえるためのブランドストーリーを確立することが難しく、今後長年にわたるブランド戦略を継続していくことが必要といえる。また、ブランドとして差別化につながる付加価値をより明確にし、品質の平準化を図っていくことなどが非常に重要になってくる。

注) このレポートは平成 22 年 12 月時点の調査データから作成した。