

## 8. 博多和牛のブランド化の発展過程と到達点

甲斐 諭（中村学園大学）

### 1. ブランド推進主体の概要

#### 1) 銘柄設立年月日、銘柄創設の経緯、銘柄化の目的

博多和牛のブランド推進主体は、「博多和牛販売促進協議会」である。同協議会の発展過程をトレースしてみよう。

福岡県では平成3年に「福岡県銘柄牛肉推進協議会」が県及び関係団体により設立され、各種の事業に取り組んでいた。しかし、福岡県内では容易に和牛ブランドの定着化が進まず、その後、平成10年代に入り、全国各地の和牛ブランド産地から大きく差を開けられた。

平成13年9月に国内で初めて発生したBSEによる相場の下落は深刻であり、特にブランド化を確立していない地域にあっては大きな被害を受けた。福岡県も例外ではなかった。

この緊急事態に福岡県内の生産者や関係者は、危機感を持ち「安全・安心」、「より美味しい牛肉の提供」、「地域に根ざした牛肉の生産」が必要であると考えた。福岡県内でも中核的な生産者である三宅貞行氏（現「福岡県肉用牛生産者の会会長」兼、「博多和牛販売促進協議会会長」）が中心となって、「生産者の相互研鑽の場」として、また「一致協力して肉用牛に係る課題に対応するため」に、平成14年に「JA福岡県肉用牛生産者の会（現福岡県肉用牛生産者の会）」を立ち上げた。

平成17年にはブランドを確立すべく商標登録（出願：平成16年9月10日、登録平成17年6月17日）を行い、併せて「博多和牛」の販売促進活動を担う団体として、福岡県を含め関係団体に呼びかけて同年に「博多和牛販売促進協議会」を設立した。

さらに、平成20年4月1日に福岡県内肉用牛生産者の意志を統合し、同協議会活動を福岡県全域に広げるため、協議会事務局を（社）福岡県畜産協会へ移管すると共に「JA部会」と「福岡食肉市場部会」の2つの部会を立ち上げて、それぞれの特長を活かした販売促進活動を開始した。



#### 2) 博多和牛販売促進協議会の目的と事業の概要

博多和牛販売促進協議会は、関係団体の密接な連携のもとに、博多和牛の販売促進により、その振興を図ることを目的し、目的を達成するために、次の事業を行っている。

- ①博多和牛の飼養管理及び販売の管理に関すること
- ②博多和牛の生産販売計画に関すること

- ③博多和牛の消費拡大に関すること
- ④博多和牛の地産地消活動に関すること
- ⑤その他目的達成に必要な事項

協議会は第2条の目的に賛同する次の団体等（以下「会員」という）をもって構成する。

- ①福岡県肉用牛生産者の会
- ②JA部会
- ③福岡食肉市場部会
- ④（社）福岡県畜産協会
- ⑤福岡県農林水産部畜産課
- ⑥その他目的に賛同するもの

## 2. ブランド化への取組

### 1) 生産体制

生産者数は平成23年8月現在で56戸であり、ブランド名での出荷頭数（平成22年度実績）は3,415頭である。

生産頭数増頭などの生産体制構築に関する今までの取組みをみると、特に安心と安心に重点が置かれてきたことが分かる。博多和牛は、生産から販売まで、肥育履歴確認（トレーサビリティ）を導入し、情報公開、販売店の指定など消費者が安心して食べられるための取組みが行われてきた。

三宅協議会会長が、①生産者の会の会員に出荷頭数の維持と拡大を要請し、②未加入の生産者には博多和牛の生産者の会への参加を呼び掛けるなど飼養頭数の維持と増頭を推進してきた。その結果、一部の生産者においては、牛舎を増築し、1割程度の増頭を図っている。それはブランド化の成果の一つでもある。

県・関係機関と連携して博多和牛対象の飼料試験を行い、その試験結果に基づき博多和牛飼養管理指針を策定し、その周知を図り、肉質の安定・向上に取り組んでいる。

さらなる肉質向上を図るため協議会内の若手部会員を中心とした勉強会を立ち上げ、勉強会参加者による共励会も開催するなど、後継者育成も兼ねた技術向上への取組みも行っている。

### 2) 博多和牛の品質向上への取組～「博多和牛」の定義～

博多和牛販売促進協議会では、下記の博多和牛の基準を作成して、品質向上に取り組んでいる。

- ①福岡県肉用牛生産者の会の会員であり、かつ、博多和牛生産者の登録を受けている者が、県内で12カ月以上肥育して出荷した黒毛和種及び褐毛和種で、福岡県産であること（JAS法に基づく原産地表示で、主たる飼養地が福岡県であること）。

- ②飼養(生産工程)管理目標は別記に定める。
- ③社団法人日本食肉格付協会の定める肉質等級が「3」以上のものであること。  
(当初、品質規格を佐賀牛と同じ4等級以上にするという意見もあったが、スーパーでも取り扱ってもらいたいということから3等級に決められた)

ちなみに、博多和牛飼養(生産工程)管理目標は次の通りである。

- ①通常導入牛の場合は、導入より3カ月間粗飼料を多給し、その目標を4kg/日とする。
- ②肥育期間を通して県内産イナワラを給与し、肉質の向上に努めること。
- ③県内産飼料の利用を進めること。
- ④生産した堆肥を地域の稲作、野菜、果樹などの品質向上のための土づくりに活かすとともに地産地消のシステム作りを目指すこと。

以上の博多和牛の基準を定めた背景には下記の3点が指摘できる。

- ①ブランド化の当初の理念を徹底するため、生産者は生産者団体である福岡県肉用牛生産者の会会員とした。
- ②飼養管理方法の単純な統一は肉質低下を招きかねないが、飼養管理目標を設定して県内生産者の取り組みを明文化している。
- ③広く県内消費者に食べてもらおうというブランド設立の意義を重視している。

### 3) 販路開拓への取組

飼料試験等を通じたより美味しい博多和牛の研究、様々なキャンペーン企画や博多和牛見学ツアーの開催等を通じ、地域に根ざしたブランド牛肉としての普及活動を進めている。

また、地元テレビ局やラジオ番組へのコンテンツ提供等で主に県内へのブランド定着を図っている。ブランドイメージは現在のところ、高級和牛というよりは地域に根ざした和牛生産である。肉質の向上、各種共励会への出品・入賞等を通じて高品質というイメージの定着を図り、情報提供もホームページで随時行っている。

### 4) 販売促進活動への取組

「博多和牛」ブランドは、生産者が必要性を感じて自ら立ち上げたブランドである。ブランド名も「福岡和牛」や「福岡牛」といった候補もあったが、定着しにくいということから親しみやすい「博多和牛」に決定した。その独立性の確立を図るべく「博多和牛」の商標登録を取得している。商標登録は博多和牛のイメージを統一するという効果があり、イメージの認知度向上に寄与している。

福岡県内の1カ所の卸売市場と1カ所の食肉センターへの博多和牛上場日を取り決

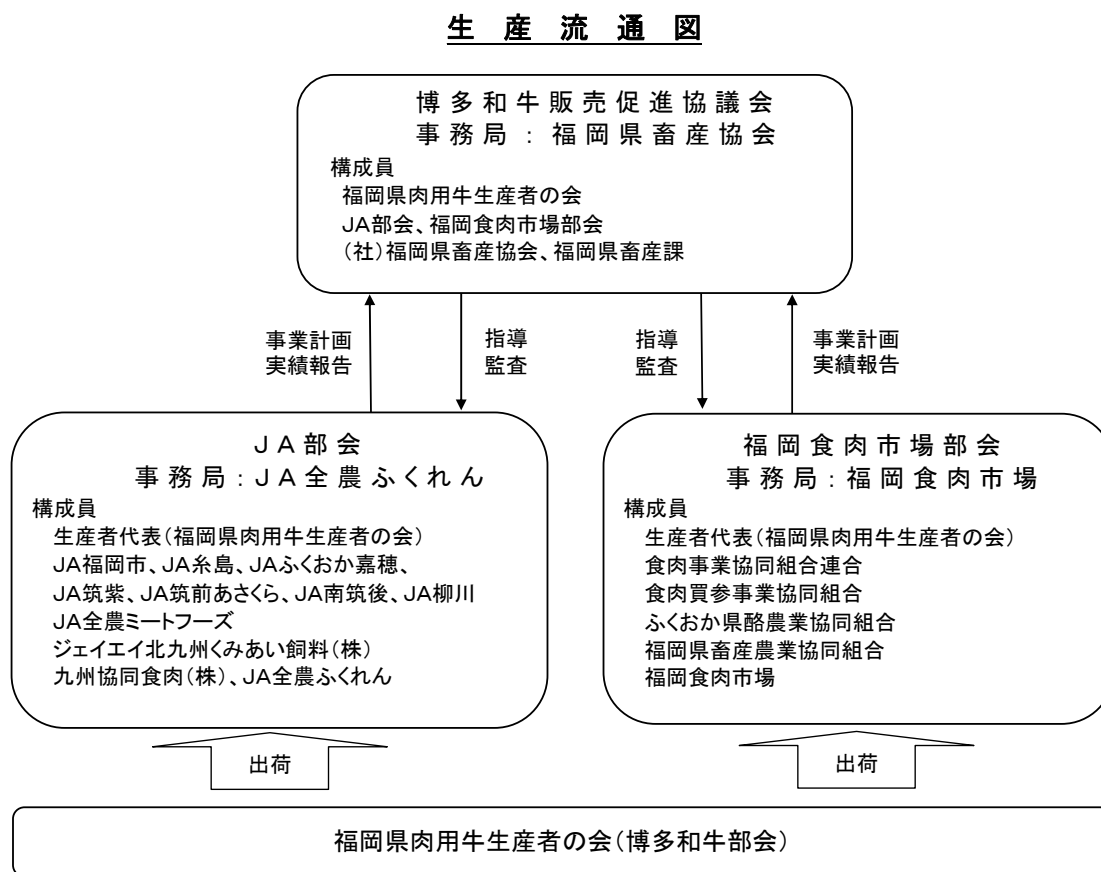
め、定期定量取引に努めている。生産者団体である福岡県肉用牛生産者の会と共催して年3回の共励会を開催し、生産者間での研鑽を通じて肉質向上へ繋げ、購買者へのアピールの場としている。

協議会活動としては、指定店の認証制度を導入して、博多和牛の取扱数量の維持・拡大を図ると共に、キャンペーン企画と連動してラジオ等で店舗紹介を行うなど消費者に繋がるような取り組みを行っている。

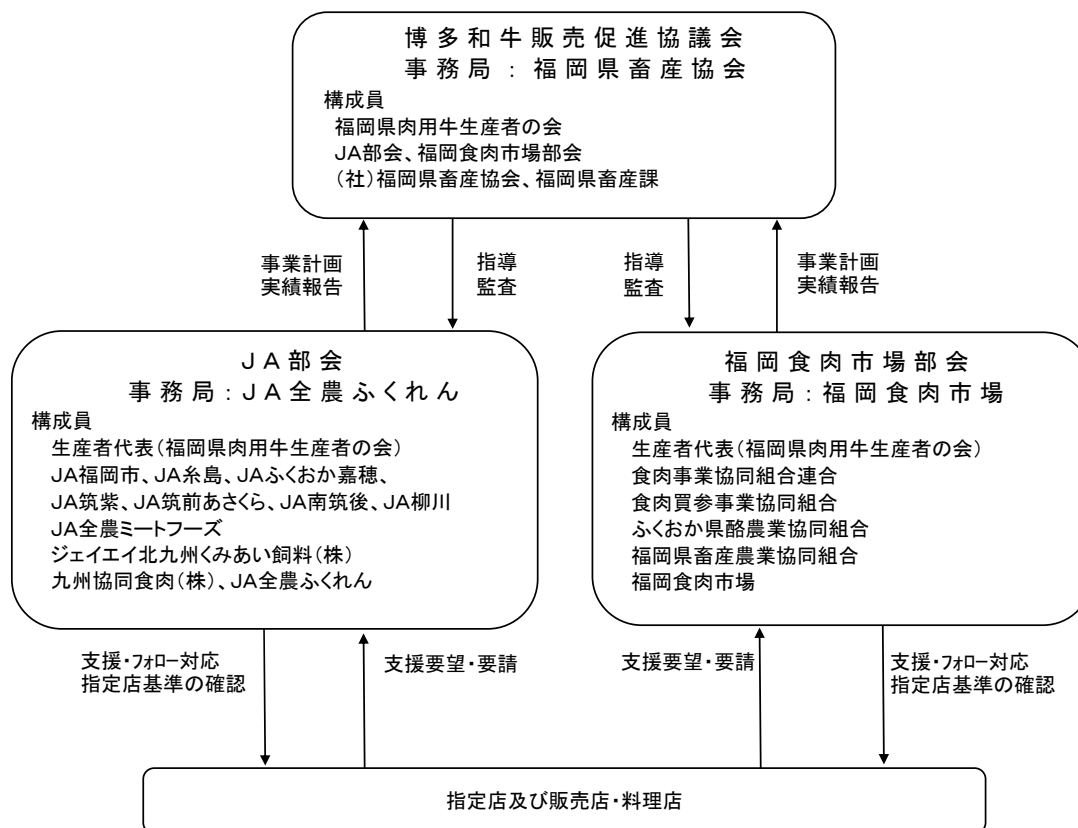
また、福岡県の福岡県畜産振興総合対策事業、県産ブランド畜産物販売推進事業への取り組み・連携強化を通じて消費者へのPRを進めている。

### 3. ブランド牛肉の生産流通販売フロー図

博多和牛の生産流通販売のフロー図は、下図の通りである。



## 推 進 体 制 図



## 4. ブランド化の成果と課題

### 1) ブランド化の成果～現在の到達点～

ブランド化の成果の現在の到達点として2点指摘できる。第1は博多和牛販売促進協議会が、福岡県内の中心的な牛肉生産販売組織に発展していることである。

平成23年度時点で、博多和牛生産者数は、福岡県内肉用牛生産者233戸の24% (56戸)、飼養頭数では肉用牛総頭数25,200頭の33.3%、肉専用種17,260頭の48.6% (8,386頭)を占めるなど、県内中心組織に発展している。

第2点は品質が向上したことである。「相互研鑽の場」として従前のJA福岡県肉用牛生産者の会から現在の福岡県肉用牛生産者の会を通して、肉質改善に取り組み、平成23年9月3日に開催された第35回九州管内系統和牛枝肉共励会において、博多和牛生産農場である(有)三宅牧場が最高賞である金賞を受賞した。このように博多和牛の品質は九州のトップブランドの一つになりつつある。

### 2) ブランドが克服すべき今度の課題

ブランドが克服すべき今後の課題として下記の3点を指摘できる。

- ①肉質の高位平準化の為の飼養管理方法の確立

血統によっても飼養管理が異なるため、飼料試験等を通じて知見を集積する必要がある。

#### ②販売方法の多様化と消費者への対応

流通販売体制についてみると、生産農場から出荷市場までの過程では協議会内組織の連携が図られている。しかし、消費者に接する指定店は100店舗を超え、取扱い店舗はそれを大きく超えているので、ブランドイメージ等を消費者に直接伝えるツールの強化が必要である。

#### ③情報の一元管理

肥育成績を向上させるためには肥育に係る情報の収集・分析及びその一元管理が必要である。関係機関・生産者と連携して、生産技術改善と併せて経営改善にも取り組み、より美味しい牛肉の生産を生産者の経営安定に繋げていく必要がある。

### 3) 東日本大震災及び放射能汚染問題の影響と対応策について

放射能汚染問題については、東京市場相場の影響を受けて、枝肉単価の下落が深刻になっている。景気後退、牛肉食中毒問題もあり需要が減退していたところに放射能汚染問題が重なり、大きな影響を受けている。

それへの対応策としては、「県産イナワラの年間を通じての給与」等安全・安心のPR活動を行っている。また、福岡県肉用牛生産者の会は「肉用牛経営危機に関する緊急要請集会」を開催し、国・県の支援を依頼している。

### 4) 5年後の目標

5年後についても、ブランド設立当初の理念に基づいて、地域に根ざした肉用牛生産に取り組み、消費者の支持を得られるよう、博多和牛の浸透をより一層図る計画である。

生産面では飼料・飼養管理の統一化を目指すとともに、技術向上に取り組み、流通面では、消費者に直接博多和牛を届けることができるように流通体制の検討を行う。

このような活動を通じて、今後も博多和牛の生産者が再生産可能な生産・流通体制の構築を目指す。

### 謝辞

本稿を草するに際し、博多和牛販売促進協議会副会長で（社）福岡県畜産協会専務理事の江崎正氏および同協議会事務局兼（社）福岡県畜産協会畜産コンサルタントの外山伸一郎氏から、多大なご協力と資料提供を受けた。記して感謝の意を表します。