

4. 伊賀牛のブランド化とその現状

早川 治（日本大学）

1. 伊賀牛の歴史

伊賀牛が史実に現れたのは、1310年の「国牛十図」で大和牛として記されている。それ以後、伊賀忍者が乾燥肉として牛肉を保存食にして携帯したと言い伝えられており、忍者が携帯したこの乾燥肉が伊賀牛のルーツとされている。伊賀忍者の文献上の初見は1487年の室町幕府時代であることから、伊賀牛は、500年以上の歴史がある。

昭和28年5月、伊賀にある食肉店が中心となって伊賀牛振興協議会が設立された。その後、昭和30年代初頭には伊賀牛の生産が本格化し、伊賀地域全般に生産が拡大した。昭和37年9月には、伊賀産肉牛の生産振興を目的とした伊賀産肉牛生産振興協議会が発足し、以来増頭を果たしたことから、昭和40年に農林水産省（旧農林省）の和牛肥育指定地域に指名されている。

2. ブランド推進主体の概要

推進主体である伊賀産肉牛生産振興協議会は、農業の選択的規模拡大の方策として、伊賀産肉牛の生産を振興し、「伊賀産肉」産地造成を図るため、地区内産地を統一して生産および販売の計画的推進ならびに使用管理等の必要な諸問題を研究しながら肉牛生産農業の振興と経営の安定向上を目的としている。事務局は、全国農業協同組合連合会三重県本部畜産部畜産課においている。

本協議会は、その目的を達成するために以下の事業を行っている。

- ① 牛導入に対する計画調整に関すること。
- ② 飼養管理技術の研究及び経営の合理化に関すること。
- ③ 飼料等生産資材に関すること。
- ④ 肉牛の販売計画調整に関すること。
- ⑤ 伊賀牛の販売促進活動に関すること。
- ⑥ 肉質及び市場調査及び産地造成に関すること。

協議会は、第3条の目的に賛同する次の機関によって構成されている。

地区内農業協同組合、産地各市、三重県伊賀農林商工環境事務所、三重県伊賀地域農業改良普及センター、全国農業協同組合連合会三重県本部、三重県農業共済組合連合会伊賀家畜診療所、三重県中央家畜保健衛生所伊賀支所、三重県獣医師会伊賀支部、伊賀牛生産者

協議会には、会長1名、副会長3名、理事4名以内、監事2名の役員がおり、この役員は、市長、副市長、および農協理事から選出されている。現在の会長は、伊賀市

長の内保博仁氏である。

3. ブランド化への取り組み

1) 生産体制

生産者数は平成 24 年 1 月現在で 35 戸、飼養頭数は約 3,000 頭で、ブランド牛出荷頭数は約 1,700 頭である。農家経営以外では、有限会者、株式会社がそれぞれ 1 社ある。飼養頭数 3,000 頭のうち、50%が個人飼育、50%が農協預託である。生産者の年齢は、最高齢 80 歳、最小齢は 27 歳であるが、農家の高齢化、後継者問題も大きく、若い担い手による伊賀牛青年部会も結成して、今後の伊賀牛の更なる品質向上を目指すなど、牛肉生産のために試験・勉強会等の活動を行なっている。

2) 伊賀牛の定義

伊賀牛の定義は以下の通りである。

- ① 黒毛和牛の雌の未經産牛
- ② 伊賀産肉牛生産振興協議会の会員である生産者が飼育管理したもの
- ③最終飼育地として伊賀管内(伊賀市、名張市)で最長かつ 12 カ月以上飼育したもののブランド牛は、移行期間を設け平成 18 年 4 月 1 日より実施している。



3) 伊賀牛の飼養管理

(1) もと牛(子牛)の導入

「伊賀牛」生産者は、九州、岐阜、東北など全国の素牛産地市場から生後 9 カ月令前後の黒毛和牛の雌素牛を「伊賀牛」として肥育するために、年間 700 頭購入している。素牛の 80%は、JA が委託買い付けを行っている。購入した素牛はトラックで搬送され、三重県伊賀地域の各生産者の牛舎に配送される。一部の生産者は、自家繁殖に取り組み、生まれてから肉牛として出荷するまで一貫飼育に取り組んでいる農家もある。

(2) 飼養管理

導入された素牛は、それぞれの生産者の牛舎で稲わら等の粗飼料を給与して丈夫な胃づくりに務めている。肥育中期からは、トウモロコシや大豆粕、フスマ、ビタミン類を調整した配合飼料を与えている。地域別部会等では、肉量の取れ、適度なサシの

ある旨味のある肉とするための現場の勉強として、県の畜産関係機関とも連携して、肉質向上、経営向上のための勉強会等も行なっている。

糞尿は、下敷材であるオガ等に吸着させ、個人の堆肥舎やJAの堆肥センター等で発酵・堆肥化して肥料等として水田に還元している。その水田からは、稲わらを集めるなどしており、地域内循環が一部実現している。しかし、地域内稲わらの調達量は少なく、多くを輸入稲わらに依存していることも事実である。

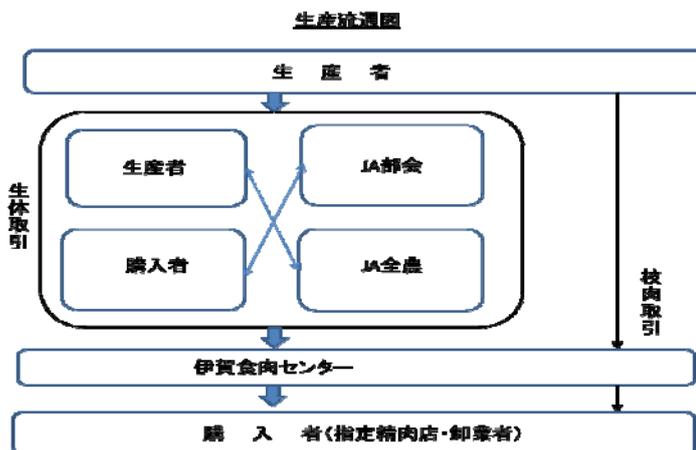
4. 流通・販売

伊賀牛の75%は、地元伊賀市、名張市の精肉店および家畜商への生体取引である。購入申し込みがあると、農家の庭先で生産者、取引業者（精肉店・家畜商）、JA、JA全農の4者で価格交渉が行われる。生後30カ月齢以上で、生体重700kgで取引の対象となる。生体取引は、生産者・購買者の情報や要望が直接交換できる場ともなっており、精肉店からの要望は飼養管理に反映させている。肥育牛の生体取引は全国でも非常に珍しく、「伊賀牛」の大きな特長でもある。

伊賀牛の15%は、伊賀地域以外または県外の卸・精肉店へ出荷されており、この場合は通常の枝肉取引で行われている。

残りの約10%は、生体セリ販売で取引されている。伊賀牛の購買者は、指定された出荷日に、主に伊賀食肉センターでと畜・解体する。

伊賀牛の生産流通販売のフロー図は、下図の通りである。



伊賀牛の指定販売先は以下の店舗および卸売業者である。

(伊賀市)

伊藤精肉店、丸之内店、伊藤精肉店 銀座本店、A コープ青山、JA のお店あやま、ひじりや精肉店、伊賀の里 モクモク手づくりファーム、伊賀肉 森辻、伊賀肉 森辻銀座、伊賀肉の駒井、元祖伊賀肉 金谷、大道精肉店、(株)サンショク 伊賀上

野直売所、米井精肉店

(名張市)

牛虎精肉店、肉の向本（卸業者）、精肉のオクダ、伊賀牛老舗 森脇商店

(奈良県)

肉のよしだ

5. ブランド継続の課題

高齢化・後継者不足が大きな課題となっており、会員農家戸数は、現在 35 戸であるが、平成 24 年には 33 戸に減少する予定である。主に、小規模農家の廃業が要因であるが、立地条件の問題あるいは水田との複合経営存続の可能性が乏しく、農業そのものを廃業する農家が今後も予定されている。従って、飼養頭数の維持も大きな問題点である。

一方、伊賀地域は、古くから牛肉消費量が多く、牛肉文化が育っていたところで、精肉専門店も数多く存在していた。しかし、こうした専門店も大型量販店との競争あるいは利便性から年々減少する傾向にあり、ブランド牛肉販売条件も弱体化してきている。

伊賀牛の流通の特徴は、その多くが生体取引で行われている点である。生体販売は枝肉販売とは異なり、肉質が直接確認できない反面、個体差による価格変動が少ない。さらに、内蔵を含む価格となっていることから、比較的高価に取引されている。生産者は肉質にこだわって、必要以上にコストをかけたり、過度な肥育管理を必要としない。また、購買者は格付けもないことから、無理のない売買可能な取引価格で値決めができています。しかし、そのことが肉質の向上あるいは経営管理の習熟といった経営努力が希薄になりかねない。

伊賀地域での農業生産基盤が弱体化している問題は大きい。今後とも、牛肉販売のブランド化を推進し、ブランドメリットを追求するとすれば、定時定量定質なブランド牛肉の生産基盤強化が必須条件である。生産規模の弱体化をどのようにして防ぐか、また、地域産業としてどのように活性化させるかは、生産者・食肉販売業者、JA、行政が一体となった整備強化に務めなければならない。さらに、伊賀牛販売指定店との協調関係を強化する取り組みも急務である。精肉店の経営弱体化は、ブランド牛肉販売チャネルを失いかねない。車の両輪となって、伊賀牛の普及に努力する必要がある。

伊賀牛の販売先は、主に地場販売である。伊賀市、名張市は奈良県とも近接しており、消費者の経済行動は地元以外に奈良県とも密接な関係にある。そのため、食料品の調達先は、地元に限らず、奈良県的大型量販店からの購入も多い。こうした消費者行動を把握し、地元での牛肉消費拡大の方策を真剣に検討しなければならない。地域住民の高齢化が進み、牛肉消費の行動が変化し、また牛肉消費金額も縮小する中、いかに購買力を高め、維持させていくかは、販売戦略に留まらず、牛肉の肉質に改善に

もつながる大きな課題となろう。

謝辞

本稿を草するに際し、JA 全農みえ畜産部畜産課 副審査役 今井隆氏および畜産部畜産課山崎雅哉氏から、多大なご協力と資料の提供を受けた。期して感謝の意を表したい。