

# 農用馬の活用による地域振興

古 林 英 一

開 発 論 集 第 80 号 別 刷  
2007年 9 月 北海学園大学開発研究所

# 農用馬の活用による地域振興

古 林 英 一\*

## 1 はじめに

馬は古くから慣れ親しまれた家畜である。とりわけ北海道においては身近な役畜であった。そもそも馬なくして北海道開拓は語れない。だが、1960年前後から北海道農業の機械化が急速に進展する。農業の機械化にともなって、耕地から農耕馬は急速に姿を消していったが、それでも冬山造材などの山林作業では1970年代前半までは馬が活躍していたし、札幌でも1960年代なかばまでは荷物を運ぶ馬車の姿がみられた。役畜としての馬といえば農耕馬のイメージが強いかもしれないが、少なくとも北海道では農耕以外の用途の方が長らく馬を使っていた。

とはいえ、遅くとも1980年代にはいる頃までには北海道でも馬は産業現場から殆ど姿を消した。北海道の馬としてまず思い浮かぶのは、今日では主として日高・胆振地方で生産・育成されている競走用のサラブレッドであろう。

だが、サラブレッドとは全く別に、年間2,500頭を超える農用馬が現在もなお全国で生産されており、北海道はその約9割をしめている。サラブレッドの生産が日高・胆振に集中しているのに対して、農用馬の生産は道内全域に広く分布しており、なかでも北海道十勝地方はその農用馬の中核的生産地である。

2006年秋、かねてより経営不振を続けていた鞍曳（ばんえい）競馬の存廃問題がマスコミを賑わした。この問題は一地方競馬の廃止としては異例の反響をよび、全国的に大きく報道された。結果的には、全国から寄せられた存続を求める市民の声、十勝地方の農用馬生産者および関係者の存続への熱意、そしてこれらを背景としたソフトバンク系企業の進出によって、これまでの4市主催ではなく、帯広市の1市主催という形で鞍曳競馬の存続が果たされた。鞍曳競馬の存廃は、北海道の農用馬生産の帰趨を制する大きな問題でもあったが、それ以上に重要なことは、競馬を単なる地方自治体の収益事業として位置づけるだけでなく、農用馬と鞍曳競馬を十勝地方における地域活性化の資源として活用しようという機運が醸成されたことにある。

このことは、わが国で近代競馬が始まって以来、百数十年の歴史のなかでまさに画期的な出来事であった。競馬の目的は、根拠法である競馬法には明示されていない<sup>\*1</sup>ものの、事実上、

\* (ふるばやし えいいち) 開発研究所研究員, 北海学園大学経済学部教授

\*<sup>1</sup> 第二次大戦後成立した法律では珍しいと思われるが、競馬法には競馬そのものの目的が記載されていない。他の公営競技(いわゆる公営ギャンブル)の根拠法、すなわち、自転車競技法(競輪)、モーターボート競走法(競艇)、および小型自動車競走法(オートレース)にはそれぞれの競技の目的が

古くは産業用および軍事用家畜である馬の品種改良，高度成長期以降は，国・地方自治体の収益事業（いわゆる「財政競馬」）が競馬の目的とされてきたが，今回の鞍馬競馬の存続運動は，競馬を市民の共通の文化的社会資本として位置づけ地域活性化の資源として活用していこうという新たな方向を市民自らが創造・選択したのである。

鞍馬競馬存続運動を通じて機運が醸成しつつある馬を利用した地域活性化の動きはまだ始まったばかりである。本稿は，現段階における農用馬の生産と利用・消費の構造を明らかにし，それを踏まえて農用馬の活用による地域活性化の可能性を検討しようとするものである。

## 2 農用馬とは何か

これまで「農用馬」ということばを定義せず使ってきた。しばしば誤解されているところであるが，語源的な意味はともかくとして，現在使用されている農用馬という用語は農耕馬を示す言葉ではない。

そもそも家畜としての馬の分類には以下の5つの基準が用いられている。すなわち，

- (1)用途
- (2)力の使い方
- (3)品種
- (4)馬格（馬体の大きさ）
- (5)登録制度上の基準

の5つである。

まず，(1)である。用途に応じて家畜は役畜と用畜に大別される。役畜とは「農業経営などにおいて，労役の目的で飼養する家畜」（広辞苑，第5版）のことであり，用畜とは「子および毛・皮・脂・肉・乳などを得ることを目的として飼育する家畜」（同上）のことである。子をとるために飼育している馬を労役を使用する場合も当然ある。かつて北海道の農家で一般的におこなわれていた馬産は，「役繁兼用」といい，繁殖牝馬を労役および厩肥生産にも供するというものであった。役畜としての馬をさらに具体的な用途別に分類することもある。競走馬，農耕馬，軍馬，馬車馬といった類いの分類であり，この場合は一種の産業分類といってもいいだろう。

馬の力の使い方には，馬車や櫓を「曳く」（鞍馬），荷物を「積載する」（駄載），そして人を「乗せる」（騎乗）の3つがある。(2)はこれらに即した分類である。鞍馬用の馬を鞍馬（ばんば），駄載用の馬を駄馬，騎乗用の馬を乗馬<sup>\*2</sup>という。

馬には数多くの品種がある。(3)の品種による分類は(1)～(5)のなかで最も細かい分類といえる。

---

記されている。

<sup>\*2</sup> 英語では，騎乗して馬を操る人が騎手 jockey であり，馬車や櫓に乗って馬を操る人は馭者 driver という。鞍馬競馬では馬を操る人を騎手とよんでいるが，これは正確には馭者というべきであろう。

品種は生物学における種のような自然科学的分類ではない。動物や植物を系統繁殖・育種し、特定の形質を遺伝的に固定したものを品種とよんでいる。

馬の場合でいえば、サラブレッド、アラブ、アングロ・アラブ、ベルシュロン、ブルトン、ベルジャン、 Trotter、ギドラン、シェットランド・ポニー、北海道和種、等々というのが品種である。

馬の体格すなわち馬格は品種ごとに概ね決まっている。したがって、(4)の馬格による分類は数多くの品種を体格別に大別したものといい。馬格を基準とした分類とは、馬格の大きい品種を重種、相対的に小さい品種を軽種とし、重種と軽種の間を中間種とする分類である。品種と馬格分類の関係は表2-1に示したようになる。

馬格による分類はわが国独自の分類である。馬文化の面で先進国とされる欧米にはこうした分類はない<sup>43</sup>。しいていえば小格馬をポニーと総称する程度である。また、重種・中間種・軽種という分類は洋種馬の分類であって、在来種およびその雑種は馬格的には軽種よりさらに小さく、和種という分類で括られることが多い。

(5)の登録制度上の分類は、現在、馬の血統登録業務をおこなっている2つの団体（日本軽種馬登録協会と日本馬事協会）の規定に基づくものである。現在、日本の馬の登録業務についてみると、日本軽種馬登録協会が担当する品種は、サラブレッド、アラブ、アングロ・アラブ、アラ系、サラ系の5つであり、それら以外の馬の登録業務は日本馬事協会が担当している。日本馬事協会が登録業務を担当している馬は、その品種に応じて、乗系馬・鞍系馬・小格馬の3つに分類されている。

以上の分類で、「農用馬」というのはどの分類に即したのかといえば、結論的にいえば、どれも属さない呼称であるというしかない。(3)の品種的にいえば、ベルシュロン、ブルトン、ベルジャンおよびその交雑種(日本鞍系種<sup>44</sup>)であり、(4)の馬格でいえば重種であり、そして(5)

表2-1 馬格による馬の分類

分類	品 種
軽 種	サラブレッド、アラブ、アングロアラブ
中間種	アングロノルマン、ブルトン*など
重 種	ベルシュロン、ベルジャン、シャイアー、クライズデルなど
小格馬	シェットランドポニー、ミニチュアホースなど
和 種	北海道和種(ドサンコ)、御崎馬、野間馬など

\*ブルトンは重種に区分されることもある

<sup>43</sup> この分類は日本陸軍が創出した分類法のようなものである。英語には「軽種馬」や「重種馬」に相当する単語はない。それゆえ、わが国の軽種馬生産者団体である日本軽種馬協会の英語表記は、Japan Broodhorse Breeders' Association (JBBA) である。

<sup>44</sup> 鞍系競走馬や肉用として生産されている馬の殆どは、ベルシュロン種、ベルジャン種、ブルトン種の3つの品種を交配したものである。これまでこうした交配種は半血(半血とは平たくいえば「雑種」である)、さらに昔は重半血や重系と表記されていたが、2001年産以降は日本鞍系種と表記されることになった。

の登録業務的には日本馬事協会が担当している馬のことである。(1)の用途面では、一部が鞍曳競走馬としての役畜であり、大多数は馬肉用の用畜である。当然のことながら、繁殖牝馬としての用畜もある。以上をまとめると、「農用馬」とは、ペルシュロン、ブルトン、ベルジャンなどの重種もしくはその交雑種で、鞍曳競馬の競走馬もしくは馬肉用として繁殖・飼養されている馬の総称である。本稿でも農用馬という用語をこの意味で使用している。

### 3 農用馬の生産構造

農用馬生産の全国分布をみたのが表3-1である。生産頭数の9割を北海道がしめている。農用馬の主たる用途は鞍曳競馬と馬肉である。生産される農用馬のうち、鞍曳競馬の競走馬になるのは年間200頭程度に過ぎない。したがって、大部分の農用馬は結果的に馬肉として消費されることになる。

競走馬需要は量的に圧倒的に少数であるにも関わらず、農用馬の生産動向は鞍曳競馬の動向に強く規定されている。図3-1は農用馬生産頭数の推移と鞍曳競馬の売得金額(馬券の売上高)をみたものである。少なくとも1970年代後半以降は、生産頭数の推移と鞍曳競馬の売得金額の推移には明らかに相関がみられる。生産は種付けから始まり、およそ10か月で仔馬が生まれる。生まれた仔馬の数が生産頭数であるから、鞍曳競馬の売得金額の推移をみて、生産者が種付けをおこなっていることがわかる。

なお、鞍曳競走馬の生産地はその殆どが北海道であり、近年では青森や岩手といった道外産馬は1年に1頭いるかいないかという程度にとどまっている。

近年の肉用馬の価格上昇と鞍曳競馬の不振ということから、競走馬としてより肉用馬として農用馬生産をおこなうようになっている生産者もいないわけではないし、元々、日高地方で農

表3-1 農用馬生産の地域的分布 (2005年)

	頭数	比率
	頭	%
北海道	2,395	90.21
青森県	36	1.36
岩手県	81	3.05
島根県	35	1.32
長崎県	8	0.30
熊本県	70	2.64
宮崎県	26	0.98
沖縄県	0	0.00
その他	4	0.15
計	2,655	100.00

資料：農水省畜産振興課「馬関係資料」(元資料は日本馬事協会調べ)

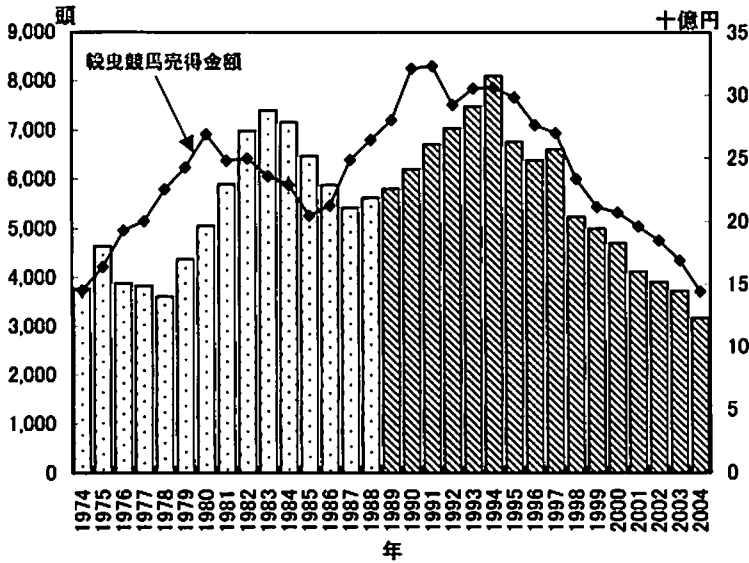


図3-1 農用馬生産頭数と競走馬売得金額の推移

注. 1988年までの生産頭数には在来馬, ポニー, 乗系馬を含む  
 資料: 日本馬事協会および北海道市営競馬組合

用馬の繁殖牝馬を飼養している生産者などは乳母馬<sup>\*5</sup>として農用馬を飼養している場合が多く、そもそも競走馬の生産はあまり意識していないのであるが、こうした競走馬を前提としない生産者は、北海道全体からみれば依然として少数にとどまっている。北海道以外の農用馬生産は基本的に肉用馬生産であるが、最大の農用馬生産地である北海道における農用馬生産の最大のインセンティブが競走馬にあることは未だに変わっていない。

これは北海道の生産者の多くが、農用馬の生産を副業的・趣味的におこなっていることによる。松橋和彦氏は畑作の副業として農用馬を飼養している農家を想定し、その損益計算をおこなっている<sup>\*6</sup>。繁殖牝馬5頭を所有し、生産率が60%として3頭が生産され、生産された馬を当歳(出生からその年の年末までをいう)<sup>\*7</sup>で1頭60万円で販売するという想定で収支が計算されている。それによると、1頭あたりの損益は約7万円の損失となっている。ここでは自家労賃は費用に算入されていないため、自家労賃を考えるとさらにペイできず、農用馬の生産は

<sup>\*5</sup> 母馬が死んだりして仔馬に乳を与えることができない場合、農用馬がサラブレッドの乳母として利用する。日高地方ではこうした乳母馬の需要がそれなりにあるため、乳母用に農用馬を飼養している牧場が少なからず存在する。ちなみに、乳母の仔馬の方は人工乳で飼育する。サラブレッドの方が大事に扱われているということである。

<sup>\*6</sup> 松橋和彦「わが国における重種馬の生産と利用に関する社会・経済的研究」(修士論文, 北海学園大学経済学研究科 2003年1月提出, p.22~24)

<sup>\*7</sup> 馬の年齢は、生まれた年の年末までを当歳, 翌年1月から12月までを1歳という。この年齢表記法は、わが国では2000年から用いられるようになったもので、それまでは今でいう1歳を2歳馬とよんでいた。古い資料を見るときは注意せねばならない点である。

基幹作目にはなりえないと松橋氏は結論づけている。松橋氏の試算は多少厳しすぎるようにも思われるが、基幹的作目にはなり得ないという結論は肯定できる。

馬の生産は種付け（交配）から始まる。わが国においては、馬の種付けは基本的には種雄馬と種雌馬\*\*を性交させる自然交配（本交という）が主体である。種雄牛から採取した精液を用いる人工授精が専らである牛とはこの点が異なる。

2004年に供用された農用馬の種雄馬は382頭、種付けされた雌馬は5,313頭である（日本馬事協会調べ\*）。したがって、種雄馬1頭あたりの平均種付け雌馬頭数は13.9頭となる。ちなみに、軽種馬の場合は350頭の種雄馬に対して11,125頭の種付け雌馬であるから、種雄馬1頭あたり31.8頭となり、軽種馬の種雄馬の相対的価値は農用馬のそれに比べると、格段に高いといえよう。現行程度の種付け頭数であれば人工授精をはかる必要がそもそもないといえる。

種雄馬には、音更町にある独立行政法人家畜改良センター十勝牧場が所有しているもの（以下、センター有）、日本馬事協会が所有するもの（以下、協会有）、センター有でも協会有でもない種雄馬（以下、民間有）の3つの所有形態がある。センター有の種雄馬には十勝牧場に繋養されているものと、日本馬事協会がセンターから借り受け、さらに会員に貸し付けているものがある。また、協会有の種雄馬はすべて会員等に貸し付けられている。種雄馬の地域分布は表3-2のようになる。

324頭の種雄馬のうち296頭が北海道にいる。道外の、特に九州で供用されている種雄馬の殆どは品種的にはブルトンである。ブルトンは農用馬のなかでは比較的小柄で肉付きがよいので、現在では専ら肉用として飼養されている。

種雄馬の種付け価格はその種牡馬の市場評価を反映し千差万別である。サラブレッドの場合、わが国でこれまで最も高価であったのはサンデーサイレンス号（かのディーブインパクト号をはじめ多数の優秀な競走馬を生み出した）で、その種付け料は一時は2,500万円とも3,000万円ともいわれていた。その一方でなかには種付け料無料などという種雄馬もないではないが、大部分の種雄馬の種付け料は50万円から500万円くらいの範囲にはいる。

これに比べると農用馬の種付け料は格段に安い。近年、種付け料が最も高かったといわれるのがマツノコトブキ号であるが、それでも50万円程度であったという。ばんえい競走馬を意識して種付けされる種雄馬の種付け料は比較的高価であるが、それでも概ね10～30万円の範囲にとどまっている。

約10か月の懐妊期間を経て生まれた仔馬はほぼ半年で離乳する。サラブレッドの場合、当歳のときからできるだけ広い放牧地で、同じ世代の仔馬たちと共に運動させるのが望ましいとされる。それゆえ、広大な放牧地を利用しうる大規模な牧場が優位なのであるが、農用馬の場合

\* サラブレッドを中心とする軽種馬生産の世界では、種雄馬を種牡馬（しゅぼば）、種雌馬を繁殖牝馬とよぶのが一般的であるが、農水省の統計や馬事協会の資料では種雄馬・種雌馬と表記されている。本稿では種雄馬・種雌馬と表記する。

\*\* 農林水産省畜産振興課「馬関係資料」（2006年2月）

表 3-2 純系種雄馬の地域分布

	センター有	協会有	その他	計	
北海道	2	57	237	296	
(内訳)	石狩	—	1	6	7
	渡島	—	1	10	11
	檜山	—	2	9	11
	後志	—	—	3	3
	空知	—	2	5	7
	上川	—	—	1	1
	留萌	—	—	3	3
	宗谷	—	8	12	20
	網走	—	5	23	28
	胆振	—	2	8	10
	日高	—	2	6	8
	十勝	2	13	62	77
釧路	—	14	54	68	
根室	—	7	35	42	
青森県	—	6	9	15	
岩手県	—	10	3	13	
福島県	—	—	2	—	
栃木県	—	1	1	—	
島根県	—	1	6	—	
高知県	—	2	—	—	
長崎県	—	2	—	—	
熊本県	—	9	11	—	
宮崎県	—	4	1	—	
沖縄県	—	1	1	—	
計	2	93	271	324	

注。「センター有」は家畜改良センター十勝牧場、「協会有」は日本馬事協会の貸付馬

資料：日本馬事協会「純種馬名簿 平成 16 年」

は、まず馬体を大きくすることに主眼がおかれる。比較的カロリーの高い濃厚飼料が多く与えられるが、運動させずに濃厚飼料を与えすぎると、脚部の疾病を発症するリスクが高まるので、適度な運動が必要なのは当然であるが、草原を疾走するサラブレッドと異なり、必ずしも広い運動場は必要ではない。こうした点も、農用馬の副業的・趣味的生産を可能ならしめている。

競走馬として供用されようと、肉用素馬として九州に出荷されようと、馬体が大きい方が相対的に高く取引される（肉畜ならば当然であろう）。

農用馬生産者の経営戦略として、肉牛生産のような多頭肥育を行うという方向も考えられないではないが、現実的にはこうした方向に農用馬生産をシフトさせようという生産者は殆どいない。十勝を中心とする農用馬生産は、競走馬生産を念頭においた副業的・趣味的な位置づけにとどまっているのである。繰り返すが、肉用素馬としての販売はあくまで結果であり、生産の目的とはなっていない。

最後に道内における生産構造を地域別に概観しておこう。

表 3-3 は支庁別にみた農用馬の飼養戸数および飼養頭数である。飼養戸数・飼養頭数ともに



表3-3 北海道における農用馬飼養戸数と頭数（2005年）

	飼養戸数		飼養頭数	
	実数	比率	実数	比率
石狩	—	—	—	—
渡島	40	3.2	120	1.5
檜山	72	5.7	182	2.2
後志	26	2.1	84	1.0
空知	22	1.7	136	1.7
上川	106	8.4	628	7.7
留萌	10	0.8	38	0.5
宗谷	37	2.9	135	1.6
網走	94	7.4	399	4.9
胆振	87	6.9	262	3.2
日高	50	3.9	147	1.8
十勝	288	22.7	2,579	31.5
釧路	244	19.2	1,846	22.5
根室	192	15.1	1,638	20.0
計	1,268	100.0	8,194	100.0

資料：北海道畜産振興課「北海道酪農・畜産関係資料（2005年版）」

最も多いのが十勝で、戸数で22%、頭数で32%をしめている。また、十勝・釧路・根室の道東3支庁を合計すると戸数の6割、頭数で74%をしめている。

#### 4 農用馬の流通

農用馬流通の概略は図4-1に示したとおりである。

生産者は生産した仔馬を馬主に直接交渉で販売する（これを庭先取引という）か、もしくは家畜市場に上場し販売する。また、なかには生産者自らが馬主となって自分の馬を競走馬として供用することもある。

生産した仔馬をどの段階で販売するかは様々である。当歳のうちに販売されることもあるし、2歳になってようやく販売されることもある。しかしながら、馬の取引は1歳での販売が本来的な形態で、現在も市場の上場頭数では1歳馬が最も多い。これは、春に生まれた仔馬が秋に離乳し、冬を越えて1歳の春から夏になると母馬から自然に離れるという生物的な成長過程に対応しているのと同時に、1歳になれば骨格や馬体もある程度判別しやすくなり、さらに人に慣れさせる馴致の段階から、家畜としての訓練（＝育成・調教）にはいることができるという意味合いがあるからであろう。

当歳のうちに取引されるのは、1. 血統などから見て競走能力が高いと予測され、早めに買い手がつく馬、2. 競走馬として供用するには致命的な欠陥があって処分しようとする馬、3. 何らかの事情で生産者が換金を急ぐ場合、の3つが考えられる。

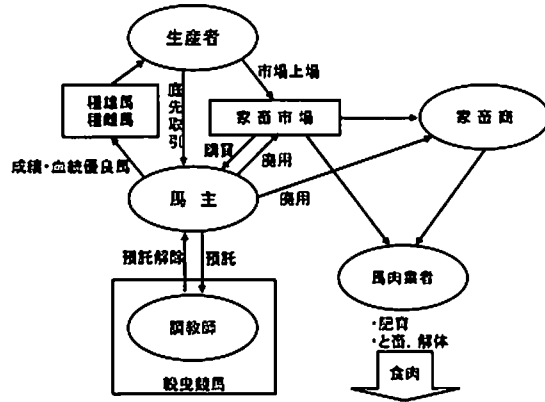


図4-1 農用馬流通の経路

当歳馬に比べると1歳馬の方が飼料代などのコストが投下されているし、買い手の側からみても1歳馬の方が当歳馬よりもリスクが小さいことから、1歳馬の方が当歳馬よりも高くなるのが当然なのであるが、わが国のサラブレッド生産では当歳馬市場の方が1歳馬市場よりも高い価格帯で取引される場合が多い。これは上記1.の理由によるものである。

だが、農用馬の場合は、1歳馬の方が当歳馬よりも高い価格で取引されるケースが多い。図4-2および図4-3は当歳馬と1歳馬の価格水準を、最高値、平均値の両方で比較したものである。年によって異なった家畜市場のデータが使用されているので、やや正確さに欠けるデータではあるが、概ねの傾向は把握できる。

最高値を付けられるような馬は、肉用素馬としてではなく、ばんえい競馬の競走馬として期待された馬であるとみてよい。かつては1歳馬では500万円以上、当歳馬でも200万円以上という取引があったことがわかる。注意せねばならないことは、競走馬としての資質が高く評価

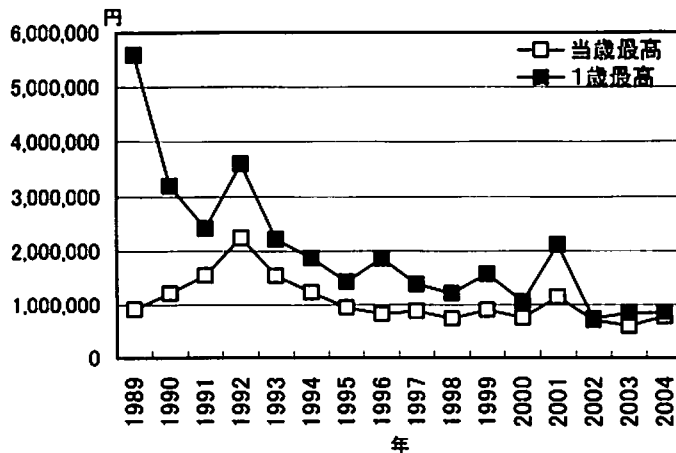


図4-2 最高価格の年次推移

資料：農水省「馬関係資料」

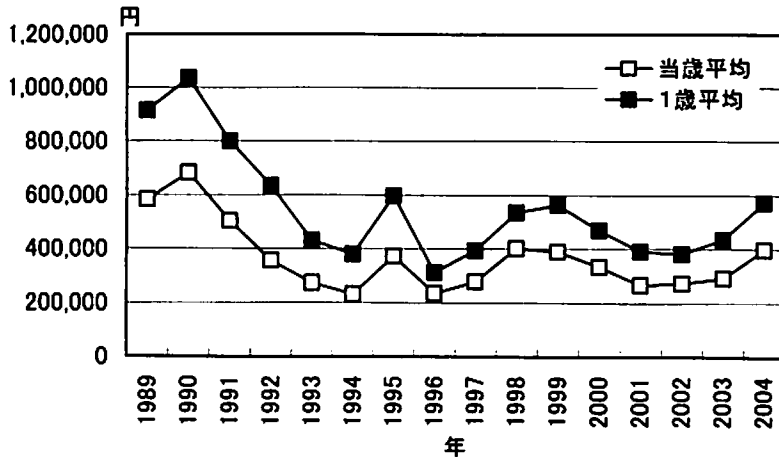


図4-3 平均価格の年次推移  
資料：農水省「馬関係資料」

される馬は市場取引ではなく、庭先取引で売買される傾向が強いことである。庭先取引での取引価格は売買の当事者以外には正確なところはわからないが、1990年代はじめころであると、当歳で1,000万円以上という取引もなされていたという話もしばしば聞かれる。

競走馬の価格は、サラブレッドの場合、競走における期待稼得賞金額と、競走引退後の繁殖馬としての期待価格が経済的な決定要因として考えられるが、オーナーの顕示欲などのファクターが加わるため、いわゆる良血の高額馬になるほど単純な経済合理性では推し量れない。こうした意味で、競走馬の価格形成は美術品の価格形成に近いものがあるかもしれない。

これに対して、肉用素馬としての価格は馬肉の需要構造に規定された価格形成がおこなわれる。肉用素馬としてみた場合の北海道産農用馬の価格は熊本の馬肉業者の動向に左右される面が強い。

庭先取引がなされる馬は、結果的に肉用となったにしても、取引成立段階では競走用である。それに対して、最初から肉用として購入されるのはほぼ100%市場取引である。肉用素馬を購入する馬肉業者は必要頭数を確保するため、一度に頭数をまとめて確保するために専ら市場取引を利用するからである。このあたりは一般的な食肉用家畜の取引と何ら変わるところはない。

## 5 馬肉需要の構造

わが国の農用馬生産を量的に支えているのは馬肉の需要である。ここではわが国における馬肉の需給構造をみていくことにする。

わが国における馬肉食は現在では必ずしも全国的・一般的とはいえない。馬肉を食した経験がないという人も少なからずいる。だが、その一方で、熊本県や長野県など、極めて日常的な食肉として馬肉が利用されている地域もある。

北海道は馬肉食の盛んな地域ではないといわれているが、歌志内市ではナンコ<sup>\*10</sup>と称する馬腸の味噌煮込みが郷土料理として今なお伝わっている。内臓肉の料理が鉱山労働者の料理であったことは確かであろう<sup>\*11</sup>。だが、当然のことといえば当然だが、内臓肉を利用するためだけに馬がと畜・解体されたとは考えづらい。おそらく内臓より高い価格で肉が取引されたと推測されるのだが、興味深いことに、歌志内の場合、馬刺しなどの馬「肉」料理は郷土料理として伝わってはいない。

実際のところ、かつて馬肉は一般的な食肉として豚肉や牛肉と同様に流通・消費されていたのではなかろうか。馬が農業や林業さらには短距離輸送といった産業現場からその姿を急速に消すのは1960年代前半である。使役に耐えられなくなった馬はと畜され皮革や食肉として利用される。歌志内の場合、と畜された馬の内臓だけを食用に回したと考えるのはあまりにも不自然である。北海道に限らず、馬肉はそれと意識されることなく食されていたと考えるほうが自然であろう<sup>\*12</sup>。

牛肉の場合、かつては役牛（主として農耕）として使役された牛を食用としてと畜していた。おそらく馬も同様であったと考えるべきであろう。役畜としてみた場合、牛よりも馬の方が活躍の場は明らかに広がった。使役中に斃死した場合はともかく（その場合でも解体して食肉として利用したケースは多いだろう）、役畜としての役割を終えた馬はと畜し、食肉・皮革として利用されていたと考えるのが自然である。

福原康雄「日本食肉史」（食肉文化社、1956年9月）によると、1872年7月に馬肉を牛肉と偽って懲役刑を受けた記録が残されているという。当時、牛肉の消費はようやくおこなわれるようになっていたものの、馬肉は一般的な食材とはなっていなかったようであるが、1887年頃には東京において馬肉店が開業されている（同上書、p.51）。

ただし、福原前掲書では「馬肉上等百斤に付二円五十銭，同下等百斤に付二円なりしと云ふ，当時肉牛上等牝百斤に付十円五十銭，上等牡同八円なりし」<sup>\*13</sup>という記事が引用されており、当時は牛肉にくらべると馬肉はかなり安価である（同上）。

また、夏目漱石「三四郎」に「熊本の学生はみんな赤酒を呑む。それが当然と心得ている。たまたま飲食店へ上がれば牛肉屋である。その牛肉屋の牛が馬肉かも知れないという嫌疑がある。学生は皿に盛った肉を手攫みにして、座敷の壁へ抛き付ける。落ちれば牛肉で、貼付けば

<sup>\*10</sup> ナンコは秋田県の方言に由来するという説が一般的である。十二支の午が南にあたることから、馬肉を表す隠語として生まれたという。歌志内市のホームページによると、「「なんこ」は秋田県の鉱山労働者に伝わる食べ物だと思われます」とある。

<sup>\*11</sup> 山形県新庄市一帯も馬肉食が盛んな地域であるが、ここもかつては鉱山町であった。

<sup>\*12</sup> 2007年ミートホープ社による偽装牛肉事件がに発覚した際、田中稔同社社長は「昔の肉屋の感覚を引きずっていた」と発言したと報じられたが、田中発言が真実であるとするならば、獣肉を混合して販売するのは業界的には常識的なことであり、かつては馬肉が消費者に明示することなく供給されていた可能性もあろう。

<sup>\*13</sup> 出典は牧畜雑誌第1号で、1888年10月20日調査の相場であるという。

馬肉だという。まるで呪見たような事をしていた」<sup>14</sup> という一節がある。これは熊本から上京し帝国大学に入学した三四郎の述懐である。夏目漱石は1896年に熊本の第五高等学校に赴任し、4年3か月の間熊本に居住している。肉を壁に投げつけて馬肉か牛肉かを判断する識別法が当時広く一般におこなわれていたのかどうかはわからないが、少なくともその当時馬肉を牛肉と偽って販売しているという疑いを熊本の一般市民が持っていたことは確かであろう。

馬肉王国・熊本においてさえ、かつては馬肉が牛肉のまがい物的な扱いを受けていたことは確かである。それがいつ何を契機として馬肉の地位が向上したのかはわからない。ただ、熊本の畜産関係者によると、かつて他の地域では使役後の馬はすぐにと畜・解体していたが、熊本では使役後の馬も、牛と同様に、いったん肥育してからと畜していたという。それだけ馬肉に対しても品質面での注意が払われていたということであろう。

ともあれ、馬肉の地位が相対的に向上したのは馬肉の本場熊本でさえもそう古いことではなく、町や農山村から馬が姿を消した高度経済成長期以降のこととみてよさそうである。馬が役畜として活躍していた産業現場から急速に姿を消すのに対応して、多くの地域では馬肉食も自然に姿を消したのだが、熊本をはじめ、いくつかの地域では馬肉を馬肉として意識し消費し続けたがゆえに、馬肉食（内臓食も含む）が郷土食として今日に伝わっているのではないだろうか。

次に現在における馬肉の需給をみていこう。

図5-1は2005年の馬肉の需給構造を表したものである。国内の馬肉の消費量は枝肉換算で約2万トンである。このうち国内生産量は約35%にあたる7,000トン、輸入量は65%にあたる13,000トンとなっている。

長期的にみると、馬肉の需給構造には大きな変化がみられる。図5-2は国内産と輸入量の長

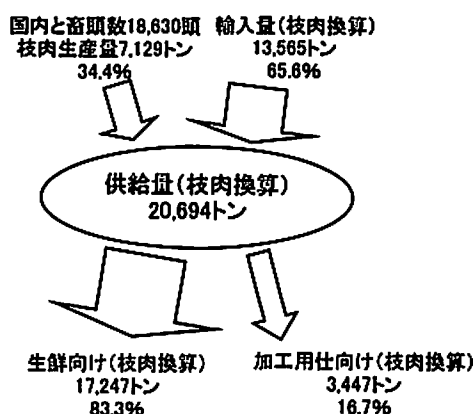


図5-1 馬肉需給(2005年)

資料：農水省「馬関係資料」

<sup>14</sup> 夏目漱石「三四郎」岩波文庫版、p.147。

期推移をみたものである。国内産馬肉の生産量は5千トンから7千トンの水準であるが、輸入量は1979年には10万トン近い馬肉が輸入されていたのが、年を追って輸入量が激減し、近年では2万トン程度となっている。その結果、自給率は1970年代後半には7%台であったのが最近では40%近くまで高まっている。

輸入馬肉が大きく減少したのは馬肉そのものの消費構造の変化によるところが大きい。図5-3は加工用と生鮮用の推移をみたものである。生鮮用の消費もピーク時に比べれば半減してはいるものの、2万トン程度の水準は維持している。ところが、加工用は1980年代に入って以来急速に消費量を減少させ、今では3,500トン程度と生鮮用の消費量にも遠く及ばないほど少なくなっている。わが国では馬肉食は一般的ではないとされているが、こうした加工肉の存在を考えると、わが国の馬肉食は一般的ではないというのは誤解であるといえよう。ただ、馬肉を無意識に消費していたに過ぎない。

それともかく、ハム・ソーセージの原材料として大量に使用されていた馬肉が昨今では殆ど使用されなくなったことで加工用馬肉の消費量が大きく減少したのに対し、馬刺しなど生鮮馬肉の需要は相対的に根強いものがある。

用途の変化を反映し、輸入相手国も大きな変化をみせている。表5-1は馬肉の輸入相手国の変化をみたものである。1975年当時はブラジルとアルゼンチンの2か国で総輸入量の8割をしめている。当時の主たる輸入形態は冷凍馬肉である。活馬の輸入が自由化されたのは1972年であるが、当時の活馬輸入はもっぱら繁殖用もしくは競走用のサラブレッドに限定されていた<sup>15</sup>。

30年を経た今日の輸入先はカナダやアメリカといった北米が台頭している。旧来からの冷凍

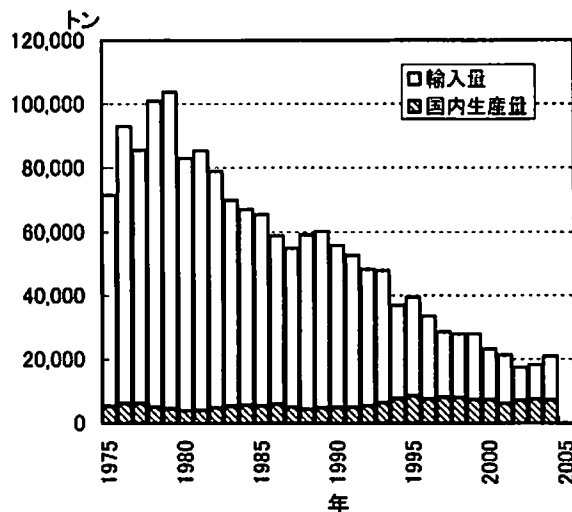


図5-2 馬肉供給量の推移

資料：図5-1に同じ

<sup>15</sup> 松橋和彦氏の調査によると、札幌市内の食肉小売店ではメキシコ産の輸入冷凍馬肉は「ドンキー」

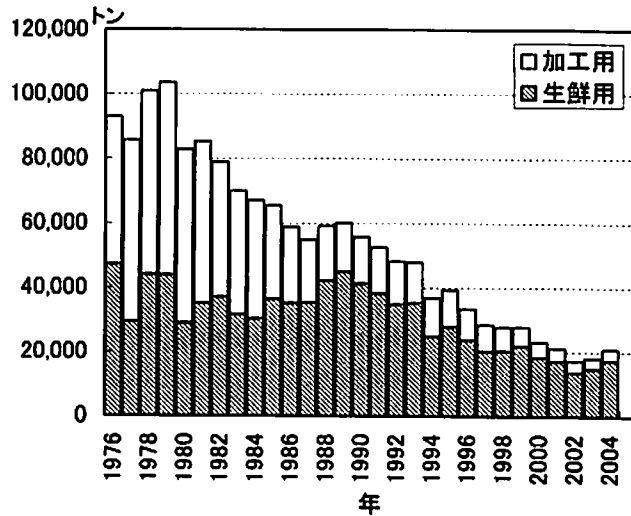


図5-3 馬肉消費の推移

資料：図5-1に同じ

表5-1 馬肉の輸入国数量および価格 (1975年・2005年)

相手国	1975年			相手国	2005年		
	単価 円/kg	数量 トン	数量比率 %		単価 円/kg	数量 トン	数量比率 %
ブラジル	352	22,253	51.70	ブラジル	220	2,641	29.95
アルゼンチン	321	13,217	30.70	アルゼンチン	196	2,533	28.73
メキシコ	347	2,826	6.57	カナダ	705	2,020	22.91
カナダ	274	2,084	4.84	アメリカ	391	736	8.35
アメリカ	331	1,702	3.95	オーストラリア	201	387	4.39
ソ連(当時)	211	519	1.21	メキシコ	224	162	1.84
中国	273	184	0.43	中国	1,261	109	1.24
ホンジュラス	269	113	0.26	ニュージーランド	229	101	1.15
グアテマラ	375	68	0.16	イタリア	1,932	46	0.52
パラグアイ	338	49	0.11	ベルギー	1,917	27	0.31
ポーランド	269	15	0.03	アイスランド	1,788	21	0.24
ウルグアイ	126	10	0.02	モンゴル	396	19	0.22
韓国	849	6	0.01	ポーランド	524	14	0.16
計	335	43,046	100.00	計	370	8,817	100.00

資料：農水省「馬関係資料」(元資料は財務省「日本貿易月報」)

馬肉に加え、食用としての活馬輸入もおこなわれるようになってきている。

ハム・ソーセージ原材料肉としての馬肉ではなく、生鮮用としての馬肉の消費構造を今少し

という符牒で呼ばれていたという。このことを松橋氏に教示した小売業者はドンキーがロバの意味であることを知らなかった様子であるという(松橋和彦, 前掲論文, p.38)。ロバ肉を馬肉として輸入していた時代があったのかもしれないし、南米産馬肉がかなり出回っていたことの証左かもしれない。

詳しくみておきたい。

まず、食肉用に供される馬の品種である。十勝産農用馬の多くが結果的に食肉用として販売されることはすでに述べたとおりであるが、農用馬だけが食肉になるわけではない。様々な品種の馬が食肉として利用されている。ただし、牛肉でもそうであるように、馬肉も品種によって肉質には差異があり、このことが馬肉価格の規定要因のひとつとなっている。

品種ごとの特性を簡単に述べておこう。まず、肉質的には本稿の分析対象である農用馬がもっとも高品質とされる。しかしながら、馬体が1トンを超える大型品種（枝肉重量は馬体重の約半分で500 kg前後）であるため、ロットが大きくなり、それなりの需要が存在しないところではと畜し得ない。肉質的にもっとも低いとされているのがサラブレッドなどの軽種馬である。サシが入りにくいことから肉質的には劣るとされるが、農用馬に比べれば小さく（しっかり肥育してもせいぜい600 kg前後）、農用馬を肥育するのに比べれば餌代も少なくすむ、さらに供給源であるサラブレッドが年間7千頭前後生産され比較的入手しやすいといった利点があるため多く利用されている。ポニーやドサンコ（北海道和種）は馬体が小さいことから肉畜として扱いやすく、さらに軽種に比べるとサシが入りやすいので重宝される<sup>\*16</sup>が、生産頭数は必ずしも多いわけではない（2005年におけるわが国の生産頭数は、和種馬を除く小格馬が370頭、和種馬が1,471頭である<sup>\*17</sup>）。

部位によって価格が大きく左右されることも他の畜肉と同様であるが、もっとも上級の馬刺し用部位の品種ごとの価格序列は、概ね、農用馬、ポニー・ドサンコ、軽種馬の順となっている。馬刺し用の場合、これも牛と同様であるが、脂肪のはいり具合によって価格は大きく変わってくる。馬肉の場合、サシが入りやすいのはバラ肉であることから、ロースやヒレよりもバラが高価格である。

表5-2は2004年の馬の出荷頭数とと畜頭数を都道府県別に対比させたものである。この表からは馬肉消費の地域間格差について興味深い事実が浮かび上がる。

と畜頭数は熊本県が圧倒的である。と畜頭数の44%を占めている。また、出荷頭数でも41%を占めている。だが、熊本県は馬の生産県としては決して大きな県ではない。2005年を例にとると、熊本県の馬の生産頭数は、農用馬がわが国全体の2.6%（日本馬事協会調べ）、サラブレッドが0.2%（日本軽種馬協会「軽種馬統計」による）に過ぎない。生産県ではないにも関わらず、出荷頭数でもと畜頭数でも全国の4割以上をしめているのである。

\*16 明治期以前からわが国で飼養されていた馬は和種馬とよばれる。明治期以降導入された洋種馬によって品種改良が加えられ、南部駒など多くの和種馬は消失を余儀なくされたが、現在に至るまで残っている品種は8種ある。この在来8種のなかで、他の7種に比べ、北海道和種（通称ドサンコ）の生産頭数は格段に多い。これは馬肉需要に対応していることによる。

\*17 いずれも「馬関係資料」による。ただし、小格馬（いわゆるポニー）は血統登録をおこなった頭数であり、血統登録をおこなわず、と畜することも多々あると思われるので、実際の実産頭数はもっと多いと考えられる。和種馬の7割は北海道和種（ドサンコ）であり、北海道和種馬が他の和種馬にくらべ、生産頭数が圧倒的に多いのは肉畜としての需要に対応しているからである。



表5-2 馬の出荷頭数とと畜頭数

都道府県	出荷頭数 (A)	構成比	順位	と畜頭数 (B)	構成比	順位	(B)-(A)
	頭	%		頭	%		
熊本	8,083	42.0	1	8,442	43.8	1	359
北海道	2,847	14.8	2	478	2.5	6	-2,369
福島	1,207	6.3	3	2,706	14.0	2	1,499
長野	1,142	5.9	4	246	1.3	12	-896
福岡	1,016	5.3	5	1,536	8.0	3	520
青森	948	4.9	6	1,348	7.0	4	400
佐賀	904	4.7	7	24	0.1	26	-880
山梨	551	2.9	8	467	2.4	7	-84
山形	296	1.5	9	417	2.2	9	121
沖縄	293	1.5	10	293	1.5	11	0
千葉	270	1.4	11	6	0.0	33	-264
岩手	245	1.3	12	46	0.2	22	-199
群馬	201	1.0	13	59	0.3	18	-142
高知	159	0.8	14	86	0.4	16	-73
静岡	146	0.8	15	155	0.8	13	9
宮崎	139	0.7	16	136	0.7	15	-3
愛知	139	0.7	17	10	0.1	32	-129
栃木	121	0.6	18	441	2.3	8	320
秋田	103	0.5	19	416	2.2	10	313
長崎	63	0.3	20	58	0.3	19	-5
東京	58	0.3	21	58	0.3	19	0
岡山	51	0.3	22	52	0.3	21	1
山島	50	0.3	23	23	0.1	28	-27
鹿見島	37	0.2	24	38	0.2	24	1
大分	36	0.2	25	40	0.2	23	4
茨城	24	0.1	26	11	0.1	31	-13
埼玉	23	0.1	27	24	0.1	26	1
広島	21	0.1	28	21	0.1	29	0
神奈川	18	0.1	29	2	0.0	37	-16
岐阜	15	0.1	30	1,347	7.0	5	1,332
宮城	15	0.1	31	14	0.1	30	-1
三重	9	0.0	32	0	0.0	43	-9
石川	8	0.0	33	0	0.0	43	-8
山口	5	0.0	34	5	0.0	34	0
滋賀	4	0.0	35	4	0.0	35	0
島根	4	0.0	35	4	0.0	35	0
兵庫	3	0.0	37	1	0.0	39	-2
奈良	3	0.0	37	1	0.0	39	-2
大阪	3	0.0	37	0	0.0	43	-3
京都	2	0.0	40	2	0.0	37	0
新潟	2	0.0	40	1	0.0	39	-1
その他	2	0.0	40		0.0		
鳥取	1	0.0	43	1	0.0	39	0
和歌山	0	0.0	44	144	0.7	14	144
愛媛	0	0.0	44	77	0.4	17	77
香川	0	0.0	44	27	0.1	25	27
富山	0	0.0	44	0	0.0	43	0
福井	0	0.0	44	0	0.0	43	0
計	19,267	100.0		19,267	100.0		

資料：農水省「畜産物流通統計」

牛や豚などの畜肉と異なり、馬肉はと畜後熟成期間を殆どおらずに消費される。これには二つの理由が考えられる。桜肉という別称があることからわかるように、生鮮馬肉は鮮やかなピンク色（特に上質部位はそうである）であるが、鉄分が多く含まれるために鮮度が落ちると格段に色があせることがその一つの理由である。いま一つの理由は馬肉にはグリコーゲンが多く含まれている。これが馬刺し特有の甘み成分になるのだが、と畜後時間が経過するとグリコーゲンが分解することでこの成分が失われるというものである。

かなり差はあるものの、と畜頭数が熊本県の次に多いのは福島県である。と畜頭数の上位10県には、福島県の他に、青森県（4位）、山形県（9位）、秋田県（10位）の東北諸県がはいっている。これら東北諸県はいずれも県内全域で馬肉が消費されているというわけではなく、福島県の場合は会津地方、青森県では南部地方、山形県では置賜地方が馬肉消費が盛んな地域である。

きわめて大雑把に言えば、大型品種である農用馬をと畜・処理・消費しうるためにはそれに見合った需要が存在せねばならない。農用馬を利用しうるのは突出した馬肉需要が存在する熊本県以外には少ない。そのため、十勝産農用馬の仕向先は必然的に熊本県が多くなり、他の地方では軽種馬、ドサンコやポニーといった品種の馬が食肉用に利用されることになる。

次に最大消費地である熊本における馬肉の消費・流通についてみておこう。熊本の馬肉消費は突出している。図5-4は家計調査年報による1世帯あたりの食肉購入金額を品目別にみたものである（2004～2006年平均）。家計調査年報の生鮮肉は、「牛肉」、「豚肉」、「鶏肉」、「合い挽き肉」および「その他の生鮮肉」という区分となっている<sup>18</sup>。全国の県庁所在地および政令指定都市で「その他の生鮮肉」の購入金額が目立って多いのが熊本市と札幌市である。札幌の「その他の生鮮肉」は羊肉であろう。

全国平均では生鮮肉への年間支出額は58,881円であるのに対して、熊本市は全国平均より6,017円多い64,898円が支出されているが、なかでも「その他の生鮮肉」の支出額が全国平均

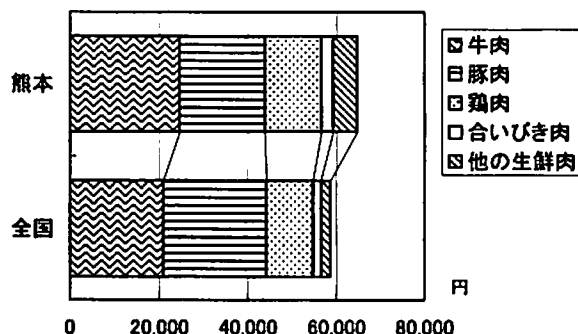


図5-4 生鮮肉購入金額の比較

資料：家計調査年報（2004～2006年平均）

<sup>18</sup>「その他」といっても、実際には馬肉と羊肉くらいしかないであろう。

を3,186円も上回っている。

2006年12月に調査したところによると、熊本市内の大手デパートの地下の食肉専門小売店の店頭価格では、もっとも高いステーキ用松阪牛が100gあたり2,700円程度であったのに対して、もっとも高価な馬刺し用馬肉の価格は3,150円であった。もちろん価格は部位や品種によって大きな差があるのは馬肉も他の食肉と同様である。しかしながら、100g3,150円という高値がつくことから、馬刺しに対する熊本市民の強い愛着がうかがわれる。ただし、家計調査年報のデータからみると、熊本市の家計で購入される牛肉の平均価格は100gあたり261円、その他の生鮮肉は224円であり、平均的にみればそんなに高価な馬肉が家庭で消費されているわけではない。

1年間のと畜頭数が熊本県だけで8千頭を超えているのに対して、わが国の農用馬の生産頭数は3千頭程度に過ぎない。その差は輸入で埋められている。輸入といっても、馬肉そのものを輸入するわけではなく、輸入した活馬を県内で肥育しと畜しているのである。

図5-5は食肉用活馬の輸入頭数の推移である。約30年の長期推移をみると、1970年代末に一度輸入頭数のピークがある。1974、5年の輸入はすべて韓国からである。その後アメリカからの輸入がはじまる。1979年に1,1152頭とピークをむかえる。この段階ではオーストラリアとアメリカがほぼ半々となっている。その後、輸入頭数は減少し、1984年にはいったんゼロになる。その後、北米からの輸入によって1992年をピークとする増減を示す。2000年から再度急増し、2004年にアメリカからの輸入が激減し、2005年にはアメリカ産が途絶し全量がカナダ産となった。アメリカ産が途絶した背景にはアメリカの偏狭かつ独断的な動物愛護運動の存在があるようだ。

アメリカ・カナダから輸入される食肉用の馬の品種はわが国の農用馬に近い。したがって肉質的には国産農用馬とほぼ同等である。さらに輸入した活馬を熊本県内で肥育するのであるから、国産と北米産の間には肉質の差異は殆どないといってよい。この点が輸入牛肉と国産和牛

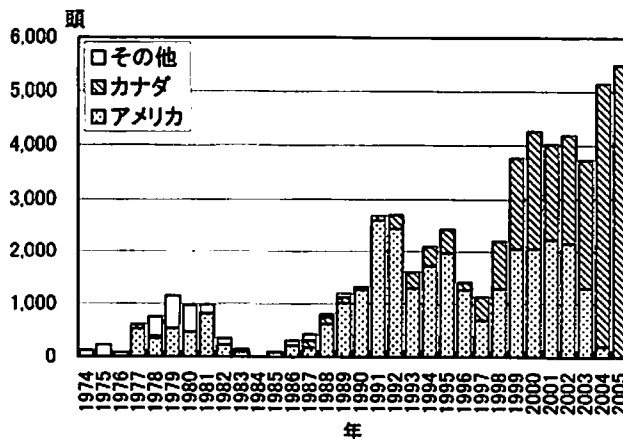


図5-5 食肉を目的とした輸入頭数の推移

資料：農水省「馬関係資料」

の関係とは大きく異なる。

しかしながら、品質に関する輸入牛肉と国産和牛の格差のイメージが消費者に植え付けられていることから、「国産」にはブランド価値が発生する。それゆえ、JAS法による産地表示の義務づけは国産（＝北海道産農用馬）の価格上昇を引き起こす契機となった。なお、輸入馬の低イメージを払拭するため、熊本では小売店頭で販売される馬肉には「県内肥育」という表示が行われている。

図5-6は現在の熊本における馬肉の流通の概略を示したものである。馬肉王国熊本県とはいえ、全県まんべんなく馬肉が盛んに消費されているわけではなく、関係者の話では県南部の水俣や八代方面では熊本市内ほど馬肉食が盛んではないという。

熊本県内のと畜施設は4か所あるが、恒常的に馬のと畜処理を行っているのは熊本市食肉センターと千興ファーム食肉センターの2か所である。この2か所で解体・処理されて馬肉が県内・県外に流通する。

千興ファーム食肉センターが設立されるまでは馬のと畜・解体はすべて熊本市食肉センターでおこなわれていた。処理頭数が増大するにつれ、施設が狭隘化したことから、大手業者の一つである千興ファームが自社で馬専用のと場を建設し、2000年秋から運用を開始した。千興

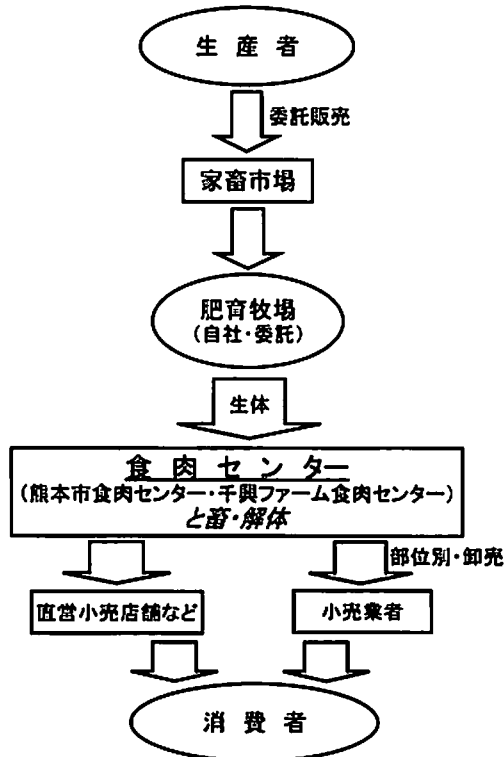


図5-6 熊本における馬肉の流通

注. 聞き取りから作成

ファーム食肉センターはわが国で唯一の馬専用のと畜場である。法制度的には千興ファーム以外の業者が千興ファーム食肉センターを利用することも可能であるが、実際には千興ファーム以外の業者はこの施設を利用していないので、事実上、千興ファーム専用のと場となっている。

図5-7は熊本市食肉センターの馬のと畜頭数の年次推移をみたものである。1965年からの長期動向をみると、1970年、76年、86年をピークとする約10年ごとの周期がみられるが、1980年代後半以降は増加基調が続いている。なお2001年にと畜頭数が急減しているが、これは、前述の千興ファーム食肉センターの開場によるものであり、県内にと畜頭数は減少したわけではない。むしろ、全体的にと畜頭数は増加傾向にあり、前述したように現在では8,000頭水準に達している。

熊本市食肉センターでと畜される馬の9割近くが4つの業者によって搬入されたものであるという。これら大手4業者のうち3業者は馬以外の食肉も扱っている。馬肉を扱っている精肉小売業者はこれらの業者から部位別に食肉を仕入れている。馬に限らず、食肉一般にいえることであるが、売りやすい部位も売りにくい部位もあり、さらに農用馬の場合は1頭の生体で1トン（枝肉内重量約500kg）とロットが大きいので、直営小売店や県内外の販路を持った大手業者でないと捌ききることが困難である。

熊本市食肉センターの年間稼働日数は約250日程度で、通常は1日あたり12～13頭の馬がと畜されるが、年末および8月の旧盆前にと畜数は通常の3倍を超え、最高1日80頭がと畜される日もあるという。千興ファームが熊本市食肉センターを利用していた頃だと1日100頭を超えたこともあったという。

品種別の統計はとられていないので正確な数値は定かではないが、食肉センターの職員によ

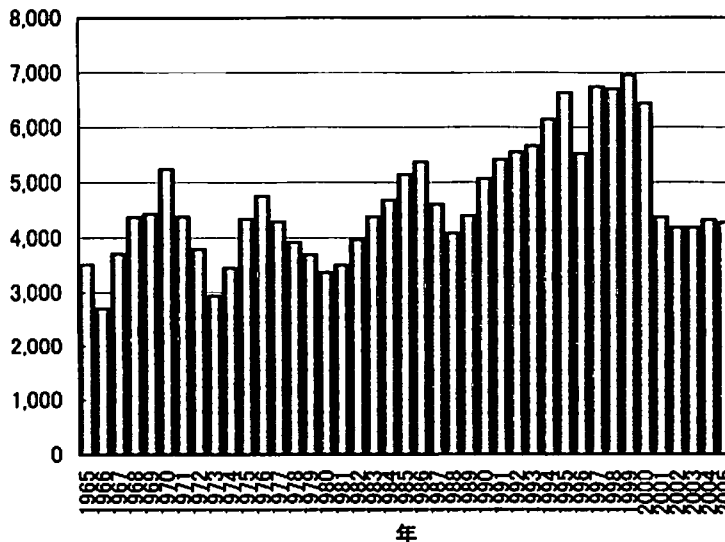


図5-7 熊本市食肉センターにおける馬のと畜頭数

資料：熊本市食肉センター

ると、12～13頭のうち、軽種は2、3頭混ざっているようだという。軽種は県内肥育ではなく、福岡県の柳川近辺の業者を通じて熊本の業者が仕入れているようである。

現在、熊本最大の馬肉業者は千興ファームである。千興ファームグループの活動によって、地場消費に限定されていた馬肉の全国的展開がはかられ、そのことが馬肉消費量全体の底上げがはかられたとっていいだろう。

千興ファームの前身は1987年に県産品振興を目的に6つの業者によって結成・設立された千興ファーム協業組合（後に株式会社に組織変更）であるが、その中心的存在となっていたのが老舗の馬肉業者・菅乃屋である。菅乃屋は1789（寛政元）年創業の老舗であるが、急成長を遂げたのは現在の菅逸司社長の代になってからである。

株式会社千興ファームは馬肉の流通・加工をおこなう会社で、傘下には生体の仕入れを担当する有限会社駒城、馬肉小売店およびレストランを運営する株式会社菅乃屋ミート、さらに馬油や石けんを製造・販売するエステイ・シュバルがある。

千興ファームは馬刺を中心に様々な馬肉商品を開発し全国的に出荷している。千興ファーム食肉センターを建設する以前の段階でも出荷先は熊本県内と県外がほぼ半々くらいであったが、食肉センター建設以降は県外出荷の方が多くなっているようである。馬刺の真空パックを開発し、これを大手スーパーや生協に販売することに成功したのが成長の契機となったようである。飽和状態に近い地元市場への依存ではなく、県外（全国）市場を新規開拓し、それに対応した施設整備を実現したところに千興ファームの成長があったと見ることができる。

ただ、わが国全体を見れば、先の図5-3にみたように、生鮮馬肉の市場規模そのものが格段に大きくなっているわけではなく、近年の生鮮馬肉の消費量は年間2万トン水準で推移している。だが、生産頭数から推測すると、このうち国産農用馬は1,500～2,000トン程度にすぎない。また、肉用活馬の輸入頭数増加は、農用馬の国内生産頭数の減少に対応しているが、これは国内産農用馬が価格競争で外国産馬に負けたわけでもない。そう考えると、北海道における農用馬生産を支える量的な基盤である馬肉需要は十分に存在しているといえよう。

## 6 ばんえい競馬の再生と農用馬の新たな可能性

以上述べてきたように、農用馬の主たる用途は結果的には食肉であることは疑い得ない事実である。だが、繰り返しているが、農用馬生産のインセンティブを形成しているのは鞍曳競馬である。

公営競技<sup>\*19</sup>としての鞍曳競馬は1946年地方競馬法<sup>\*20</sup>施行規則において「競走の種類は駈歩競走、速歩競走、障害競走及び鞍曳競走の4種とする」と定められたことに始まるが、馬事競

\*19 競馬、競輪、競艇、およびオートレースの4つをいう。

\*20 後に廃止され、競馬法に統合されている。

技としての鞍馬大会は明治期には既におこなわれていたようである。北海道や東北で行われていた鞍馬大会（東北地方では馬力大会という）を公営競技化したのが鞍馬競馬である<sup>\*21</sup>。鞍馬競馬は青森県と北海道で公営競技として実施されたが、青森県は開始後数年で廃止され、北海道のみが残り現在に至っている。

鞍馬大会は北海道の農民娯楽であったといわれることが多いが、これは必ずしも正確ではない。鞍馬大会で活躍していたのは農家で飼養されている馬よりは、運送業者が使役している馬であり、山林作業を主たる仕事とする馬であった。

1960年代初め頃までの鞍馬競馬は馬も騎手も本業が他にあり、開催日数も少なかったが、産業界現場から役畜としての馬が姿を消していく一方で、馬券発売が順調な伸びを見せ開催日数も増大したことから、現在のような競走専業の馬と人による鞍馬競馬が形成されたのである。

他の地方競馬と同様、1990年代半ば頃から鞍馬競馬の馬券発売額が急減し、1998年にはついに単年度赤字を計上し、それ以降、累積債務が増大し、存廃問題が浮上するに至った。存廃問題の経緯などについては別稿を参照していただきたい<sup>\*22</sup>が、帰結だけを簡単に述べると、2006年度までの4市（旭川市、岩見沢市、北見市、帯広市）主催による競馬事業は廃止・精算し、業務を担っていた一部事務組合である北海道市営競馬組合は解散し、2007年度からは改めてソフトバンク系企業への業務委託を柱とする帯広市単独開催による鞍馬競馬が開催されるに至った。

4市主催による鞍馬競馬が崩壊に至った原因に関しては、地方競馬を取り巻く厳しい状況や、それに有効な対応をとることをしなかった主催4市当局の無責任きわまりない経営姿勢などいくつもの論点を指摘しうるし、特に後者に関しては競馬事業に限らず、地方公共団体による各種事業の問題点につながる議論も可能であろう。だが、ここでは、この点についての検討に関しては別の機会に譲ることとし、存廃問題を通じて生まれた新たな動きについて述べたい。

鞍馬競馬廃止の方向が表面化した2006年11月下旬以降、起死回生に向けた関係者の様々な動きが水面下でおこなわれるのと同時に、11月29日に十勝の農用馬生産者が緊急集会を開催したのを皮切りに、帯広市民を中心として「ばん馬を愛する十勝の会」が発足し12月1日には帯広市で街頭署名がおこなわれた。署名活動は瞬く間に全国的な拡がりを見せ、署名活動開始以降2週間ほどのあいだに約3万筆が集まった。また、矢野吉彦<sup>\*23</sup>、斎藤修<sup>\*24</sup>、旋丸巴<sup>\*25</sup>、お

<sup>\*21</sup> 鞍馬競馬の展開過程については拙稿「鞍馬大会から鞍馬競馬へ——1960年の資料を中心に——(1)」(『ヒポファイル』No.26, 2006年10月)および「鞍馬大会から鞍馬競馬へ——1960年の資料を中心に——(2)」(同, No.27, 2007年1月)、鞍馬競馬そのものの解説に関しては拙稿「もうひとつの競馬・ばんえい(鞍馬)」(『ギャンプリング・ゲーミング学研究』第3号, 2007年3月)を参照されたい。

<sup>\*22</sup> 存廃問題とその経緯に関しては、前掲「もうひとつの競馬・ばんえい(鞍馬)」および「ばんえい競馬の存続」(札幌大学経済学部附属地域経済研究所「地域と経済」)を参照されたい。

<sup>\*23</sup> フリーアナウンサー。競馬実況アナウンサーとして有名であると同時に、鞍馬競馬のファンとしても知られている。

<sup>\*24</sup> 雑誌編集者。地方競馬全国協会の広報誌「ハロン」の編集長である。

<sup>\*25</sup> 茅室町在住のエッセイスト。これまで馬や競馬に関する文章を数多く発表している。

よび筆者の4人が呼びかけ人となって開設した純血競馬存続に向けた提案を募るウェブサイトには数日間で800を超える提案が寄せられた。こうした一連の動きはマスコミをもひきつけ、一地方競馬の廃止としては異例ともいえる報道が全国的におこなわれた。ソフトバンク系企業（ソフトバンクプレーヤーズ）による業務委託の実現にはこうした市民の声が背景にあったことは確かである。

上述の存続要請運動の特徴的なことは、それらを主体的に担った人たちが、必ずしも純血競馬の利害関係者ではなかった点にある。例えば「ばん馬を愛する十勝の会」の中心メンバーのなかには、これまで殆ど純血競馬と接点を持たなかった人も少なからずいる。むしろ、いわゆる競馬ファンではない市民が中心になっていったといってもいいかもしれない。

彼ら・彼女らが純血競馬存続運動に立ち上がったのは、純血競馬を十勝・帯広から無くしてはならないという動機によるものであった。その背景には、映画『雪に願うこと』のロケに多くの市民が協力したということもあったかもしれない。もし仮に存廃論議が起ころなければ、市民の多くは純血競馬の存在を改めて意識することもなかったであろう。純血競馬存続運動は、純血競馬を地域にとってかけがえのないものとして市民に意識させたといっていいたいだろう。

とはいえ、純血競馬が公営競技である以上、馬券発売による収支を無視し得ないことは確かである。厳しい地方財政の状況のもとで、競馬事業による赤字を垂れ流すことは容認できることでもないだろう。2007年度の報償費（賞金、手当）は2006年度よりも約4割減額<sup>26</sup>され、これまで40人以上いた競馬組合の職員によって運営されていたのが、ソフトバンクプレーヤーズが設立した子会社ソフトバンクプレーヤーズばんえいマネジメントでは20人程度の人員での運営となった。競馬組合から新会社に移籍した職員の給与も大幅に減額された。

地域にとってあるべきものとしての純血競馬と、事業としての純血競馬のギャップをどう埋めていくかが、現在の純血競馬に課せられた大きな課題である。純血競馬を単なるシンボリックな意味での「あるべきもの」から、地域に利益を産む資源として多面的に活用することが、このギャップを埋める戦略的方向であろうと思われる。いいかえれば、競馬を単なるテラ銭稼ぎ以上のものとして位置づけることである。すでに述べたように、競馬法には競馬の目的の記載はなく、競馬を単なるテラ銭稼ぎの道具以上のものとして位置づけてはならない法的根拠はどこにもない。

2007年5月NPO法人とかち馬文化を支える会（以下、支える会）の設立総会が帯広市内で開催された。支える会は存続運動に携わった人たちを中心に結成されたもので、その目的は「広

<sup>26</sup> 報償費4割削減というのは関係者に大きな衝撃を与えた。馬主が馬を手放さざるを得なくなり、その結果、調教師・騎手・厩務員が生計を立てることが出来なくなり、結果的に競馬が運営できないのではないかという懸念もあった。しかし、この4割減額というのは数字が一人歩きした面もなくはない。収支計画を立てるにあたり、これ以下にはなり得ないという馬券売上を想定し、この数値を根拠に報償費を算定したものである。最低限の売上高をクリアすれば、その分はボーナスとして支給することになっており、実際の売上高は、想定された最低水準の売上を上回っている。



く国民に対して、北海道十勝に根付く有形無形の馬文化に関しての情報発信や馬が担う多面的機能の実証・普及に関する事業を行い、馬と人とのふれあいを通じた情操教育・福祉の普及・増進、馬文化の継承・振興、馬資源を活用したまちづくり・経済活動の活性化に寄与することを目的とする」(定款第3条)とされている。

「馬資源を活用したまちづくり・経済活動の活性化に寄与」とあることからわかるように、まさに純血種馬と競馬場をまちづくり・地域活性化の資源として活用しようという方向が明記されている。

また定款第5条にはこの支える会のおこなう事業を以下のように記している。

「第5条 この法人は、第3条の目的を達成するため、特定非営利活動に係る事業として次の事業を行う。

- (1) 馬とのふれあいを通じた情操教育の普及・推進活動
- (2) 乗馬セラピーの啓発・普及活動
- (3) 祭典ばんば、草ばんば等馬事振興に対する支援活動
- (4) 世界唯一の競馬「ばんえい」文化への理解醸成活動
- (5) 馬産王国十勝からの馬文化情報の発信活動
- (6) 馬を活用した街づくり等による地域活性化推進活動
- (7) 前各号の事業の遂行に必要な事業活動

2 この法人は、次のその他の事業を行う。

- (1) 物品販売業
- (2) 請負事業
- (3) 出版業
- (4) 一定の技芸教授業等

3 前項に掲げる事業は、第1項に掲げる事業に支障がない限り行うものとし、収益を生じた場合は、第1項に掲げる事業に充てるものとする。」

支える会は、日常的な業務として、すでに帯広競馬場内にリッキーハウスという案内所兼グッズ販売施設を運営しているが、それ以外に表6-1に掲げた各種のイベントを主催している(予定も含む)。

また、直接的には支える会の事業ではないが、十勝観光連盟なども純血種馬を観光資源として位置づけ、観光客の誘致をはかっている。

支える会の活動や観光客の増大が馬券売上の増大に寄与するかといえば、それにはあまり大きな期待はできないであろう。それゆえ、こうした活動を疑問視する競馬関係者もないわけではない。

だが、地方経済の衰退とレジャーの多様化のなかで、馬券売上だけを伸ばそうとしてもそれは不可能である。レジャーの多様化は、地方競馬主催者が馬券売上高の減少の要因として等しく口にする言い訳文句である。責任はレジャーの多様化に対応しようとしなかったことにある

表 6-1 支える会が主催するイベント (2007 年)

7 月	2007 ピュア・アラビアンホース・フェア
8 月	ウエスタンホースショー (馬インフルエンザ騒動で中止)
9 月	とちろ障害者乗馬ヘルパーのための講習会
//	馬耕まつり2007

※会場はいずれも帯広競馬場

資料：支える会

のではなからうか。

簡単な例え話である。観光客が1時間少々の滞在時間のなかで、馬券を1万円分買うだろうか。おそらく買わないであろう。ギャンブルに関心がなければなおさらであろう。だが、馬車や馬鞍に乗ったり、馬に触ったり、昔の馬具や農耕の様子を見聞したり、さらに映画のロケ現場を見たり、さらには可愛いグッズや十勝ならではの食を楽しめたら、2千円や3千円くらい支払う可能性は十分あるだろう。馬券を1万円販売してもそのうち約7,500円は的中者への払戻にあてられる。つまり、馬券1万円分の実質的な売上高は約2,500円なのである。つまり、馬券を1万円買ってんでも、2,500円支払って馬と遊んでも等価である。また、加えていえば、観光客の滞在時間が延びれば延びるだけ、地元への経済波及効果は大きくなる。十勝・帯広への観光客が競馬場に足を運ぶだけでも滞在時間は増える。

支える会の活動はこれまで競馬主催者が「財政競馬」の枠組に縛られ目をつけなかった面を掘り起こしていく可能性をもっている。幸い十勝は今なお馬産王国である。農用馬だけではなく、ポニー、ドサンコ、サラブレッド、トロッターなど各種の馬が飼養されている。これらを有効に活用していく場としての競馬場があり、その中心に純血競馬があるというかたちが形成されれば、純血競馬は地域資源としての有効性を大きく発揮することになるであろう。

## 7 む す び

2006年の北海道経済において夕張市の財政破綻は最も大きなトピックであった。今さらいうまでもないが、大型施設の建設による観光客誘致政策の破綻は夕張市に限らない。芦別市のカナディアンワールドの破綻や各地の公営温泉施設の経営不振など、自治体主導による観光施設の失敗は枚挙にいとまがないほどである。

その一方で例外的な成功をおさめたのが旭山動物園である。だが、周知のように、旭山動物園は長らく不振を極めていた既存施設の再生に成功した事例であって、大型施設の新規建設ではない。

地域経済の再生・活性化にあたっては、まずもって地域に既に存在する諸資源の再評価と活用が優先的に考えられて然るべきであろう。この点において旭山動物園の成功は大いに評価すべきであるが、反面、動物園という施設が、施設の性格上当然のことながら、そもそも基本的

な資源（動物園でいえば飼育される動物）が地域に内在しているものではないという点にも留意せねばならない。地域に内在する資源でない以上、他で模倣することは比較的容易である。

本稿では十勝地方に内在する資源としての農用馬と鞍馬に注目した。もちろん、農用馬の生産・育成は他でも可能だし、鞍馬も他の地域で開催することは原理的には可能である。だが、北海道開拓の時代から今日まで馬とともに歩んできた人々の歴史と馬に対する愛着は代替不可能なものである。馬があつて鞍馬をやっているという事実の背後にこうした諸要素があるからこそ、馬と鞍馬は地域に内在する資源であると評価しうるのである。

中津鞍馬（大分県）の廃止を皮切りに、1990年代後半以降、数年のうちに7つの地方鞍馬が廃止された。鞍馬も同様の運命をたどるはずであった。少なくとも廃止を画策した旭川・北見・岩見沢各市の当局はそう見込んでいたはずである。だが、帯広においてはそうはならなかった。十勝の生産者・市民は鞍馬の存続を選択し、なおかつ地域に内在する資源として鞍馬を再認識したのである。

4市巡回開催から帯広市1市単独開催になったことで、はからずも帯広市は世界で唯一の鞍馬開催地となった。これは単なる飾り文句ではない。というのは、馬文化・馬事競技は世界的な広がりをもっているからである。国境を越える普遍性と北海道で生まれ育った固有性を鞍馬は備えているのである。このことは鞍馬が有するひとつの可能性であろう。

4市のなかで、なぜ唯一帯広市だけが鞍馬の存続に踏み切れたのか。それはいうまでもなく、存続を強く主張し、行動する人々が数多くいたからである。ではなぜこうした人々が帯広市（および十勝地方）にいたのかといえば、帯広市を含む十勝地方が馬産地であったからである。かつてはともかく、帯広市以外の3市はいずれも馬産地ではない（生産者が全くいないというわけではないが）。それゆえ、鞍馬は行政的にも単なるテラ銭稼ぎの手段以上の位置づけはされにくかったのである。

現段階における農用馬の生産は副業的・趣味的要素が強い。広大な放牧地が必要なわけでもなく、数百万円という高い種付け料が要求されるわけでもないという経営・技術的条件に加え、農用馬生産を下支えする肉用馬の市場が安定的に存在している。農用馬の生産と利用（消費）がうまく適合しているといえよう。

だが、農用馬生産には、副業的・趣味的生産であるがゆえの限界ないしは弱点が存在していることも指摘しうる。副業的・趣味的であるということは、生産者の情熱といった経済合理性以外の要因が強く作用する。農用馬の生産者は比較的高齢化しているといわれる。高齢の生産者は子どもの頃から馬と共に暮らしてきた人たちであり、馬に対する思い入れも強い。だが、農業機械化以降の農家は馬に対する思い入れも強くない。高齢者のリタイアを期に馬産をやめるケースも多い。

逆にいえば、副業的・趣味的な生産であるがゆえに参入・退出も比較的容易なのが農用馬の生産である。したがって、鞍馬が活性化することで新規参入ないしは再参入も起こりえよう。

地方競馬の衰退傾向のなかで軌曳競馬の活性化を考えるにあたり、今回の軌曳競馬の存続は期せずして新たな地平を切り開いたと評価しうる。

第一はテラ銭稼ぎのための競馬、いわゆる「財政競馬」の制約を事実上打破しようという動きが生まれたことである。それは上述のように、競馬そのものを地域の内在的資源として活用しようという方向が市民の間から起こってきたことである。

第二に、軌曳競馬を地域の内在的資源として活用するために、NPO 法人が設立されたことである。主催者である市、業務を受託しているソフトバンク系企業、そして軌曳競馬をサポートする NPO 法人の3つがパートナーシップを発揮することで、新たなかたちでの競馬運営が展望しうることである。

第三は2003年の競馬法改正によって私人への業務委託が大幅に可能になったにも関わらず、競馬事業においては必ずしもその動きは鈍かった\*27。ソフトバンク系企業の進出で、今回初めて本格的な業務委託が実現したことである。ここでは民間委託一般を賛美する気は毛頭無いが、少なくとも競馬事業については機動性・柔軟性といった点でメリットは発揮されているように思われる。ただしこの点に関する詳細な検討は今後の課題としたい。

ともあれ、軌曳競馬を核とした農用馬の活用は、軌曳競馬の存続運動を契機として、新たな段階に入ったことだけは確かであり、今後の展開が注目される。

---

\*27 競輪や競艇の方が私人への業務委託の動きは先行していた。この点でいえば、2003年の競馬法改正はその意味で、自転車競技法（競輪の根拠法）やモーターボート競走法（競艇の根拠法）の後追いの改正でもあった。