

り（指定市町村：競馬法第1条第2項）、旭川、帯広、北見、岩見沢の各市営競馬が発足した。各市は当初、道職員の派遣を受けて、平地競馬とばんえい競馬を開催していたが、経費が高額である事を理由に1962年から市営競馬は、ばんえい競馬だけの開催となった。

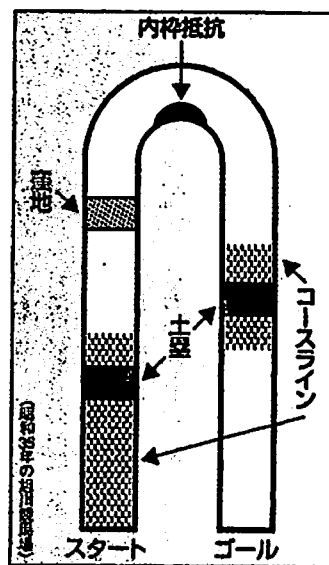
1966年には平地競馬を北海道が、ばんえい競馬を市が行うという二分経営方式が確立した。1968年には「北海道市営競馬場協議会」が設立され、その後、1989年には、この協議会を母体とする一部事務組合として「北海道市営競馬組合」が旭川に設立され、4市（旭川、北見、帯広、岩見沢）開催による地方競馬として、現在に至っている。

ばんえい競馬というのは重量物を載せた鉄ソリを重種馬に曳かせ、途中で2ヶ所の障害（坂）がある全長200mの直線コースで勝負を競う競馬である。一般的な中央、地方競馬の平地競馬とは違い、スピードだけではなく、牽引力と持久力を競うものである。着順は、ソリの最後尾がゴール線を通過した段階で勝敗が決まる。判定の難しさから騒擾事件なども頻繁に起こったが、現在はパトロールVTRなどの浸透により、そういった騒ぎは起きなくなっている。

とはいえ、現在に至るまでに、ばんえい競馬は、紆余曲折の道を歩んできている。現在と大きく違う点はコース形態と馬の格付け区分である。

まず、コース形態であるが、1960年代半ばまで、U字型で行われていた。（図4-1）

図4-1 1960年当時のコース形態



資料：地方競馬全国協会発行『ハロン』1998年9月号より作成

周回は全て右回りで、距離は旭川と帯広が220m、北見が210m、岩見沢が200mであった。スタートから第1障害までと最後の直線部分はセパレートコースで、曲線部分はオープンコースであった。そのため、内側に馬が殺到するようになり、危険防止と内を通る馬の有利性をなくすため、曲線部に砂障害を設けた。

しかし、障害を設けても圧倒的に外をまわる馬が不利なため、1963年、旭川が直線コースになったのを皮切りに、他の競馬場もそれに追随し、1968年には4場全ての競馬場が、直線コースとなった。

馬の格付け区分は、開催当初は、検査員達による協議、審査で行われ、その後、体重制に移行。現行の取得賞金順になるのは1973年からである。

検査員達による格付け区分は、ばんえい競馬がスタートした1947年から1964年まで行われた。検査員に選ばれたのは、開催地の鞍馬組合の役員、道の派遣職員、地元農家の顔役の3人である。彼らが、体高、胸囲などを測定し、祭典鞍馬などの成績をふまえて、独断と偏見で格付けを行っていた。格付けの名称も甲・乙・丙・丁でわけられ、丁級はさらにA組、B組に分けられていた。

しかし、この方法は、人間の眼力による判断であったため、大変面倒な作業であった。また、馬主側から不平、不満が続出した。そのため、1964年に格付け区分は体重制となり、1970年には、格付けの名称もA・B・C・Dと変更された。

だが、体重による格付け区分も思い通りには進まなかった。体重の重い馬は、積載量も重く、相手も強いA級に区分される。それを避けようと、関係者達は簡単にクラスを下げようとカイバ量を減らし、体重を落とす馬が続出したからである。

結果、体重制による格付け区分は10年ともたずに廃止となり、前述したように、1973年から格付け区分は、取得賞金制に変更され現在に至っている。

現在は、上のクラスから順に、3歳以上はオープン、1,000万円未満、800万円未満、600万円未満、450万円未満、250万円未満となっており、2歳馬に格付け区分は、存在しない⁴⁾。

長い歴史の中には、幾多の名馬も登場する。現在までに賞金総額が1億円を越えた馬は6頭おり⁵⁾、その中でも最初の1億円馬「キンタロー号」は、ばんえい競馬随一の人気馬であった。キンタロー号は、1986年引退し、最終的に1億1,672万5千円を取得したが、現在でもこの記録は破られてはいない。

最近では「サカノタイソン号」が1997年から足かけ2年間で、19連勝を達成し、連勝記録を樹立している。

(2) ばんえい競馬の展開過程と現状

既に触れたように、ばんえい競馬は、北海道の4市で開催されている。その2002年度の開催日程は表4-1の通りである。

ばんえい競馬は、4月下旬のゴールデンウィークに合わせて、旭川で開催をスタートさせ、翌年の2月中旬の帯広開催まで、毎週土、日、月の3日間開催される。

しかし、2002年度は、北見競馬場で何者かに、コース上にパラフィン(ろう)がまかれ、秋の開催は中止となった⁶⁾。

表 4-1 2002 年度ばんえい競馬開催日程

旭川	4/20～5/20 9/21～10/28
北見	5/25～7/1 11/2～11/25
岩見沢	7/6～9/16
帯広	11/30～2/17

資料：北海道市営競馬組合『平成 14 年度ばんえい競馬実施方針』より作成

表 4-2 出走頭数累年比較

(単位：頭)

年度	開催日数	出走延頭数		出走 実頭数	1競走 平均頭数
		年間合計	1日平均		
1989年	138	13,680	99.1	678	9.36
90年	138	14,140	102.5	700	9.50
91年	138	14,361	104.1	697	9.59
92年	138	14,725	106.7	724	9.54
93年	144	15,598	108.3	732	9.69
94年	144	15,560	108.1	726	9.67
95年	156	16,907	108.4	725	9.67
96年	150	16,260	108.4	726	9.72
97年	150	16,148	107.7	729	9.66
98年	150	16,433	109.6	741	9.72
99年	150	16,136	107.6	727	9.62
2000年	150	16,433	109.6	736	9.69
01年	148	16,524	111.6	742	9.70

資料：北海道市営競馬組合『平成 13 年度ばんえい競馬成績書』より作成

2001 年度、競走馬登録頭数は馬房の関係もあり、最大 750 頭となっている。表 4-2 は出走頭数の累年比較であるが、1989 年と比べると開催日数も増加した影響もあり、出走延頭数、出走実頭数ともに増加している。1 競走平均出走頭数も 1989 年度の 9.36 から 2001 年度は 9.70 と増加しており、殆どのレースが 10 頭フルゲートで行われたことを示している。

表 4-3 年齢別出走実頭数累年比較

(単位：頭)

年令 年度	2	3	4	5	6	7	8	9	10	合計
1989年	218	133	102	78	40	41	36	30		678
90年	224	135	108	79	57	30	36	31		700
91年	224	138	113	78	52	42	24	26		697
92年	224	143	111	91	65	39	34	16	1	724
93年	226	130	118	85	69	48	29	27		732
94年	227	122	110	87	69	50	40	21		726
95年	224	134	90	87	73	47	40	30		725
96年	227	135	109	72	69	53	29	29	3	726
97年	225	131	112	87	55	54	45	19	1	729
98年	226	135	105	90	75	34	45	31		741
99年	220	137	106	83	72	53	24	30	2	727
2000年	220	134	107	95	67	44	47	19	3	736
01年	220	128	116	85	76	45	35	36	1	742

資料：北海道市営競馬組合『平成13年度ばんえい競馬成績書』より作成

2歳時の能力検査が狭き門であるということは、第3章で述べたが、能力検査は競走馬となってからも毎年行われる。その対象馬は取得賞金で決められており、3歳馬は通算取得賞金が100万円未満の馬、4歳馬は通算取得賞金が235万円未満の馬で1年間の取得賞金額が100万円未満の馬、5歳以上馬は過去3年間の通算取得賞金額が355万円未満で1年間の取得賞金額が100万円未満の馬が対象である。

つまり、9歳での引退（10歳で出走する馬もいる）を迎えるまで、ばんえい競走馬は、常に試されているのである。

表4-3は、年齢別出走頭数の推移であるが、約半分の馬が、4歳で競走馬を引退している。9歳でレースに出走できるのは、毎年約30頭である。北海道の重種馬生産頭数が、毎年約4,500頭と考えると、ここまで辿りつけるのは、わずかに0.6%であり、非常に厳しい世界である。

『平成14年度ばんえい競馬実施方針』によれば、現在、騎手は、40名在籍しており、その中には、女性騎手もいる。一般的に競馬で勝つためには、馬の能力が7割、騎手の技量が3割といわれる。しかし、ばんえい競馬は、騎手の技量がものをいう競馬である。コースに2つある障害をどうクリアするかお互いに牽制しあいながら、一気に攻めたり、一

息ついたり人馬一体で駆け抜ける、スリルいっぱいの駆け引きがファンを魅了している。

調教師は現在 39 名在籍しており、その中には「ミスターばんえい」こと、ばんえい競馬唯一の 3,000 勝騎手であった、「金山昭彦」の名前もある。調教方法は、実際に馬に跨って行う乗り運動、調教用ソリに重量物を積載し、平坦走路を曳いて回る引き運動、調教走路における障害の登板とスタートダッシュの 3 種類があり、毎朝 1~2 時間程度行われている。

次に、運営面について見ていく。表 4-5 はばんえい競馬の平成に入ってから発売額と入場人員の推移であるが、ともに 1991 年度をピークに減少傾向にある。

図表 4-4 発売額・入場人員の推移

(単位：日、%、千円、人)

年度	開催日数	発売額	前年度比	1日平均	前年度比	予算現額	予算対比	入場人員	
								総数	1日平均
1989年	138	28,002,724		202,918		27,930,000	100.26	753,439	5,460
90年	138	32,105,080	114.65	232,646	114.65	28,598,752	112.26	824,899	5,978
91年	138	32,292,489	100.58	234,004	100.58	31,525,540	102.43	843,365	6,111
92年	138	29,225,594	90.50	211,780	90.50	31,665,487	92.29	791,664	5,737
93年	144	30,542,572	104.51	212,101	100.15	32,801,005	93.11	838,181	5,821
94年	144	30,563,390	100.07	212,246	100.07	31,500,000	97.03	811,081	5,633
95年	156	29,813,995	97.55	191,115	90.04	32,600,000	91.45	806,972	5,173
96年	150	27,628,377	92.67	184,189	96.38	28,830,000	95.83	748,634	4,991
97年	150	26,992,859	97.70	179,952	97.70	27,082,000	99.67	741,608	4,944
98年	150	23,368,775	86.57	155,792	86.57	26,234,000	89.08	674,775	4,499
99年	150	21,163,155	90.56	141,088	90.56	23,100,000	91.82	612,980	4,087
2000年	150	20,717,069	97.89	138,114	97.89	21,783,010	95.11	601,387	4,009
01年	148	19,601,628	94.62	132,443	95.89	23,008,200	85.19	609,167	4,116

資料：北海道市営競馬組合『平成 13 年度ばんえい競馬成績書』より作成

注) 1日あたり、10~12 レース開催

勝馬投票券の売上の約 75% は、購入したファンへの払い戻しに充てられる。売上 25% のうち、約 1% は地全協へ、さらに、約 1% は公営企業金融公庫に納付される。残り約 23% は開催経費に充てられ、剰余金が出た場合は地方自治体の一般会計に繰り入れられる⁸⁾。

発売額は、1994 年までは 300 億円前後を保っていたが、1994 年から 2000 年にかけて、開催日数は増えているものの発売額は 6 年間で約 100 億円程減少している。長引く不況、

レジャーの多様化など様々な要因が絡んだ結果であると思われる。また、発売額は 1991 年以來予算現額を上回ることなく、1995 年度以降は単年度収支が赤字に転落し、2001 年度終了時累積赤字は約 13 億円ともいわれている。道営競馬（軽種馬）の累積赤字は約 100 億円強であり、それと比較すると、10 分の 1 程度で、まだ余裕があるように感じられるが、ばんえい競馬の場合主催者が 4 市共同の競馬組合であり、経営規模は道営に比べてはるかに小さく、13 億円という数字は地方財政に重くのしかかっており、追い込まれているという状況は道営競馬とさほど変わらない。

発売額が下降線を辿ると、まず競走賞金が削減されていく。厩舎の運営も厳しくなり、馬主の財政も苦しくなると預託料が滞る、厩舎はさらに、運営が苦しくなり、その周辺業者にも影響が出てくる、ついには、自腹を切っても厩務員などの給料を支払わなければならない調教師が破綻し、馬主も競馬から手を引き、馬がいなくなる。魅力あるレースが組めなくなり、発売額が減少する・・・という悪循環がおこる。現在、全国各地でこのようにして地方競馬は廃止または廃止の方向に追い込まれている。

幸い、ばんえい競馬の場合、普通の軽種馬の競馬ではなく重種馬による競馬であるため、肉馬として転用できるので、用途が変更されても、走ることだけを宿命づけられている軽種馬より重種馬は高く売却されるケースが多い。そのため、他の地方競馬の事情とは違っており、馬主が競馬からすぐに離れていくことはとりあえずないと思われる。

また、重種馬は軽種馬と違い、事故発生率も非常に少なく、丈夫であるため、数多くレースに使える利点があり、1 着にはならなくても、毎週のごとく競馬に使い、入賞を繰り返すことにより賞金を稼ぐことも可能であり、馬主経済への負担は相対的に小さい。

とはいえ、現在、平場のレースで 1 着賞金は 25 万円程度、2 着は 6 万 2 千円、3 着、3 万円、4 着、2 万円、5 着、1 万 2 千円程度となっており、1 回の出走手当は 4 万 5 千円、預託料は 1 ヶ月 14 万 5 千円である。仮に、1 ヶ月間で 3 回馬を出走させたとする。その馬の着順が 3 着、6 着、4 着だったとすると、獲得総賞金は 5 万円となる。賞金のうち、馬主に支払われるのは 80% であるため、4 万円となる。それに 3 回分の出走手当が加算されるので、合計 17 万 5 千円となる。馬主にとっては経済的に非常に厳しく、「預託料をさげろ」という声が出るのも無理はない。発売額が減少している中で、馬主を失いたくないならば、預託料を下げる、能力検査の間口拡大などの措置が必要である。

最近では 2000 年から始まった電話投票、2001 年から始まった広域場間場外発売、新馬券の導入の影響で、若干ではあるが発売額の減少に歯止めがかかってきている。これらは、後述するが、ばんえい競馬のファン拡大、全国進出にも一役買っており、これからの広がり期待したい。

次に入場人員であるが、発売額同様、1991 年の 84 万 3,365 人をピークに一時は盛り返すものの、その後、減少している。しかし、1999 年度から 2001 年度にかけて騎手サイン会、「人間ばんば」などのイベント・ファンサービスの充実、拡大戦略のための北海道内外でのキャンペーンの実施、新馬券の導入などにより、ようやく歯止めがかかってきている。

しかし、その歯止めは、発売額の減少を止めるには至っていない。1人当たりの購買額が減少しているからである。もはや、現状に甘えることなく、フルゲートの頭数を増やす、さらなる新馬券の導入といったような、思い切った改革を行い、より魅力のあるレース体系を組んでいかなければならないと思われる。

(3) ばんえい競馬の将来

ばんえい競馬は、北海道の地方都市で地味に開催されている極めてローカルな地方競馬である。全国放送のTVやマスコミなどで紹介されることはあるが、全国的な知名度は殆どないに等しい。日本人にとって競馬といえば中央競馬に代表される、軽種馬のスピード競馬である。

おそらく、地方競馬は軽種馬のスピード競馬では規模の大きさ、華やかさ、マスコミの取り上げ方などを見ても中央競馬にはかなわない。現に、不況の昨今、幾つかの地方競馬は廃止、またはその方向に追い込まれている⁹⁾。

しかし、ばんえい競馬は重種馬の競馬であり、力強さを競うものである。同じ競馬というジャンルではあるが、軽種馬とは全く違うものであり、「世界で唯一の競馬」というばんえい競馬のキャッチフレーズにもあるように、非常に独創的な競馬である。

(2) でも見てきたように、発売額は年々落ち込んできている。しかし、発売場所は北海道内、しかも旭川、北見、帯広、岩見沢の各競馬場と道内の釧路、岩見沢、旭川、苫小牧の場外発売が主である。電話投票も次第に増えてきているが、2001年度の段階で総売上のおよそ8%にすぎない。その中で、1日平均で、約1億3千万円の発売額を記録しているのであり、大健闘と言える。方法次第では、知名度が上昇し、北海道から全国区への変貌を遂げ、発売網を広げ、発売額を上げる事も可能であり、ばんえい競馬発展の可能性は高いと思われる。

具体的には、まず、札幌での発売、開催である。北海道で開催しているにも関わらず、ばんえい競馬は北海道の中心都市である札幌での発売、開催は行われていない¹⁰⁾。もし、中央競馬が開催される夏の盆の時期に、ナイターでばんえい競馬を開催したら、かなりの売上が見込め、知名度も一気に上昇するものと思われる。そのためには、新競馬場建設など障害は多いがそれを吹き飛ばす程の効果はあると思う。開催は無理だとしても、その時期にアトラクションとして、札幌競馬場で昼休みにでも重種馬を披露し、模擬レースを行い、「ばんえい」の名を広めることはできないだろうか。

2つ目は全国的な広域間場外委託発売の拡大である。これは、1991年の「競馬法」改正により可能となった。2001年度現在、それを実現しているのは主に北関東地区¹¹⁾と山形の上山競馬であり、2レースだけの発売で約1,000万円を売り上げた。2002年度は上記の2地区に岩手競馬が新しく追加されている。

ばんえい競馬の関係者の話によると、東京の大井競馬場でアトラクションとして行われ

た模擬レースも、非常に盛大であったという。南関東地区¹²⁾で広域間場外委託発売が実現すると、売上は飛躍的に伸びると考えられ、是非とも実現して欲しいものである。それ以外の競馬開催地域（中部、近畿、九州など）にも北海道市営競馬組合は積極的に働きかけており、全国に「ばんえい競馬」が浸透する日も近いのかもしれない。

ばんえい競馬は、北海道の重種馬関係者達が試行錯誤を繰り返し、育て上げた競馬産業であり、馬文化である。世界中を見回しても開催されているのは北海道だけであり、2001年には、重種馬の原産国である、フランスでもデモンストレーションとして、ばんえい競馬が披露され、非常に好評であったという。

北海道が作り上げた、世界でたった1つの重種馬による「ひき馬」競馬¹³⁾を、これからも永く大事に後世まで引き継ぐ必要があるのではないだろうか。

第2節 馬肉

(1) 馬肉消費の現状

表4-5をみてもわかるように馬肉全体の消費量は年々減少している。

図表4-5 馬肉の消費状況（枝肉ベース）

（単位：トン）

年度	1970年	1975年	1980年	1985年	1990年	1995年	1999年	2000年	2001年
輸入量	65,060	66,210	79,104	60,062	51,003	30,951	20,443	15,898	15,158
国内生産量	10,697	5,283	3,741	5,418	4,737	8,433	7,324	7,215	6,115
消費量	75,757	71,493	82,845	65,480	55,730	39,384	27,767	23,113	21,273

資料：日本馬事協会「農用馬生産等関係資料」（平成14年10月現在）より作成
注）消費量＝国内生産量＋輸入量 数字が合わないのは輸出肉が存在するからである

牛、豚などの他の家畜と比べるとその消費量は断然少ない。農林水産省の「食糧需給表」によれば1999年度牛肉の国内総消費量は150万7千tであり、豚肉は218万7千tである。食肉全体に占める割合は牛肉が26.8%、豚肉が38.7%で馬肉はわずか0.4%である。このことからわかるように、馬肉は一般的な食材とは言いがたく、他の畜肉との競合はあまり考えられない。

第3章でも説明したが、この馬肉消費量の減少は加工用の輸入馬肉が大きく減少したことによるものであり、国内生産量がほぼ横ばいで推移していること、また、肉用の生体輸入馬が増加していることから、ここ最近の生食用馬肉はそれほど増減なく推移しているものと思われる。つまり、これからの馬肉を考えるならば、生食用の馬肉消費を考えてい

かなければならないということになる。

近年、生食用の馬肉は、全国チェーンの居酒屋に「馬刺し」がメニューに取り入れられたり、消費地とは言い難い札幌の小売店でも売られている。また、熊本や長野などには馬肉を宅配便で真空パックし、全国に発送するという食肉業者や、生産から販売まで一貫して行う馬肉専門の食肉業者、海外に食肉専用馬の牧場を持つ食肉業者などもある。

馬肉は低カロリー、高蛋白で鉄分やグリコーゲンを多く含む栄養価の高い肉として、馬肉消費増大を提唱する人もいるが、局地的な食の地域性によりその拡大には限界がある。おそらく、現在の馬肉消費というのは「安くてうまい肉」として昔から食していた人間達が、国産肉が高級肉として変わった現在でも、長年親しんできた嗜好を捨てきれなかった結果、残っているものと思われる。だからこそ、より「安い肉」を生産しようとわざわざ外国に牧場を持ち、馬刺し用に馬を肥育させ、カット肉を冷凍し、日本に輸入したり、安い生体馬を輸入し肥育させるのではないかと考えられる。

馬肉を語る時、「近年のグルメブームに乘じ消費拡大」であるとか、「食の多様化に伴い需要急増」という言い方が必ずついてまわる。しかし、ここ数年、生産量、消費量ともに、急激に増加してはいない。また、馬肉生産地が増加したという話も聞こえてこない。表4-6を見ても、馬肉の生産地と消費地はほぼ一致している。消費地として名高い、熊本が断然に多く、次いで、福島、福岡、青森の順になっている。これらの地域では、1975年と比べると馬肉の生産量は伸びている。しかし、それら以外の地域は微増、もしくは減少である。

つまり、全国的な枝肉の生産量は増加しているが、殆どが昔から嗜好されていた地域でのみ増加しており、未だに嗜好品の域を脱してはいない。馬肉は全国的に生産、消費拡大されているわけではなく、一定の固定的需要が存在していると考えた方がよいといえる。

おそらく、これからもこのことは変わることはなく、馬肉が大衆化する可能性は殆どないものと思われる。

消費の多い熊本などでは、小売店、スーパーなどの大型店を問わず店頭には並べられているが、札幌の小売店を調査してみると、殆どの店で馬肉を取り扱っていたものの、他の畜肉はショーケースに並べられていたが、馬肉は冷凍しているか、真空パックのものであり、注文があった時に初めて、消費者の前に姿を現す。全国展開をしているスーパーなどの大型店などでは馬肉は取り扱われていなかった。馬肉は殆どが「馬刺し」という生肉需要であり、鮮度を重視するためそのような扱いなのだろうが、これでは、消費の多い地方でしか売れないのも当たり前である。

表 4-6 馬肉の地域別生産量（枝肉）の推移

（単位：トン）

	1975年	80年	85年	90年	95年	96年	97年	98年	99年
北海道	238	114	172	96	710	829	724	539	339
青森県	196	144	298	172	503	498	545	556	467
秋田県	311	116	157	112	156	140	141	157	160
山形県	—	—	—	130	341	286	209	179	157
福島県	207	239	515	515	816	776	858	916	875
栃木県	—	—	—	91	219	214	247	245	211
群馬県	—	—	—	29	151	176	163	136	64
山梨県	347	448	373	227	254	207	238	249	247
長野県	696	290	269	104	263	189	193	222	331
岐阜県	207	178	159	77	384	332	376	332	171
福岡県	587	624	807	797	1,009	763	817	817	756
熊本県	1,323	1,078	1,773	2,027	2,854	2,371	2,821	2,926	3,013
沖縄県	—	—	—	17	115	143	135	116	89
その他	1,171	510	895	343	658	499	505	440	444
全国計	5,283	3,741	5,418	4,737	8,433	7,423	7,972	7,830	7,324

資料：十勝馬事振興会「十勝馬事通信No.21号」より作成

(2) 馬肉の将来

あえて、馬肉消費の拡大を考えるならば、馬肉の「ブランド化」しかないのではないだろうか。つまり、牛肉でいう松坂牛、神戸牛のように九州の熊本産の高級国産肉をブランド化し、知ってもらおう。そして、その嗜好品度を高め、それから安い肉を全国に展開し、一般化していくという方法しかないのではないだろうか。

また、その時に、重種馬のイメージを国民に植え付けることが重要である。「馬」という言葉を知らない日本人はいない。しかし、その「馬」のイメージは、一般にサラブレッドである。颯爽と草原や競馬場を駆け抜け、人間達を魅了する華麗な姿である。そこには、重種馬の肉になっているイメージはない。単に「馬肉」と書かれていたら大半の人間が、サラブレッドをイメージするのではないだろうか。ここに、馬肉の消費が拡大しない1番の理由が存在するのではないかと考える

「北海道には『ばんえい競馬』という重種馬による『ひき馬競馬』が存在する。その競走馬になるためには、幾つもの難関が存在する。そして、逐次、競走馬になれなかった重種

馬達は、肉用馬として肥育される運命にある。その肉は非常に美味である」というようなことを世間に広め、重種馬のイメージを構築していく必要があるのではないだろうか。つまり、ばんえい競馬の馬利用と馬肉消費を別々に考えるのではなく、ともに密接に結びつけながら、重種馬の利用を考えていくべきである。

まず、高級肉として消費地だけではなく馬肉を全国的に広める。その時に、一般に肉用馬というのは、「サラブレッド」ではなく「重種馬」であるというのを位置付ける。そして、ある程度広まったら安い肉を次第に流通させていく。可能性は低いですが、これを達成したならば、馬肉消費はある程度広がっていくだろう。

札幌のある小売業者は、

「一般の消費者は、肉になっている馬が殆ど「重種馬」だという事知らないだろうね。馬といえばさあ、やっぱり競馬場を走っているサラブレッドって考えるのではないか。そういう考え方がなくなると、売れないと思う。他の肉ほど売れるとは思わないけれども、考えてるより馬肉は結構売れる。(高級肉を) こっちに持ってきて、ある程度、売れるのではないか」といっていた。

馬肉の消費拡大を模索する方法は、あながち間違っていない。しかし、この小売業者が言うように、仮に消費拡大に成功しても「ある程度」売れるのである。つまり、馬肉が「嗜好品」の域を脱することは今後もないのである¹⁴⁾。

- 1) 青森のばんえい競馬は 1951 年廃止。わずか 4 年の寿命であった。
- 2) 北海道馬産史編集委員会発行『蹄跡』1983 年、p 740。
- 3) 同著、p 742。
- 4) 3 歳、4 歳馬は、9 月中旬まで通算取得賞金 350 万円以下の馬は、350 万円未満、250 万円未満、150 万円未満に分けられる。
- 5) キンタロー号以外の 1 億円馬は、取得賞金順にフクイチ号、マルゼンバージ号、ヒカルテンリュウ号、タカラフジ号、アサギリ号の計 6 頭 (2001 年度開催終了時)。
- 6) 2001 年、2002 年と続けて北見競馬場にまかれた。2002 年度には馬場改修が行われ、その費用は約 2,000 万になるという。
- 7) 北海道市営競馬組合発行『平成 13 年度ばんえいポケットブック』2001 年、p 13。
- 8) 岩崎 徹著『競馬社会をみると、日本経済がみえてくる』源草社 2002 年、p 64。
- 9) 2001 年、中津競馬 (大分) 2002 年、県営新潟競馬、益田競馬 (島根) の 3 つの地方競馬が、ここ数年の内に廃止している。
- 10) 2002 年、道営競馬と提携し、札幌競馬場で 1 日 2 レース限定で発売する話があったが、結局実現しなかった。
- 11) 宇都宮競馬、足利競馬、高崎競馬の 3 つの競馬が行われている地域。しかし、足利競馬は 2002 年度限りで廃止の予定。
- 12) 浦和、川崎、船橋、大井の 4 つの競馬が行われている地域。
- 13) 欧米では、トロッター種 (中間種) による繋駕競走もあり、人気を博している。
- 14) 特殊な需要として、動物園というのがある。札幌の円山動物園では年間 7.9t もの馬肉を消費しており、実は札幌で一番の馬肉ユーザーは、円山動物園の動物達である。

終章

本論は、今まで、殆ど明らかにされたことのない、重種馬の歴史、生産・需要（流通）・利用それぞれの現状を明らかにしてきた。そこで、今一度、全体を振り返り重種馬の生産・利用について一つの結論を述べたい。

重種馬の歴史は、北海道開拓の歴史でもあった。農耕用にプラウを牽き、たい肥を生産し、運搬用に荷物を運ぶなど、北海道の産業に欠かせない存在であった。また、文化的側面として、ばんえい競馬の原型ともいえるべき、「草競馬」が開拓民の欠かすことのできない娯楽として浸透し、戦後、ひとつの競馬産業として、ばんえい競馬が独立する基礎を形成した。

戦争の激化に伴い、軍馬需要も次第に増えていった。確かに、重種馬自体も砲兵鞍馬として活躍した部分もあるが、軍が最も必要としたのは、駄載用の中間種馬であり、重種馬は大きすぎて扱いにくい面もあり、あくまでも馬格改良の面で軍馬に貢献したものであった。

第2次大戦が終結し、軍馬需要がなくなると重種馬は再び、農耕用、運搬用として飼養されることになるが、高度成長期におけるモータリゼーションの普及とともに、重種馬需要は急激に衰退の道を辿ることになる。耕耘その他の作業はトラクターに変わり、運搬はトラックに代替された。たい肥は化学肥料に代替されてしまった。いつしか、重種馬は「近代化のはずれもの」として「ばんえい競馬」と「馬肉」という2つの需要のために飼養される事になったのである。

重種馬生産は、あくまでも畑作・酪農農家の副業として行われており、重種馬生産が基幹作目にはなることはなく、重種馬による利益だけで農業経営は成立しない。

その原因は、様々な問題によって引き起こされるが、受胎率の低さによる生産効率の悪さと販売の不安定性という2つの不確定な要素が存在することが大きい。

重種馬は人工授精も殆ど行われておらず、その生産率は約60%にとどまっている。一般農家の繁殖牝馬飼養頭数は3~5頭である。つまり、運が悪いと、年によっては子馬が生まれない年もあり、子馬販売による収入がない年もあるなど、かなりのリスクを背負った生産を行っている。

それに加え、販売時期も販売価格も一定ではなく、ケースバイケースなのである。子馬が繁殖牝馬の腹の中にいる時点で、既に関手が決まっている場合もあれば、最後まで、子馬の買手が見つからない場合もある。また、競走用か肉用かで価格にも大きな差が出てくる。

これほどのリスクがあるにも関わらず、重種馬生産による利益は非常に小さく、基幹作目として成立することはあり得ないのである。しかし、生産者達は自分の生産馬が、あわよくば競走馬として活躍することを願い、副業として、多分に趣味的に、その生産を続け

ているのである。

重種馬の需要構造（流通形態）は、最終需要の 9 割は食肉需要であるにも関わらず、生産者の意識は競走馬にあるため、あくまで、「結果として、肉用に転化されている」と言える。言い換えれば、「競走馬」という大きなふるいが存在し、常にそのふるいにかけて続けられ、そこから落ちた馬は逐次、食肉用に回されているのである。

このことが可能な要因は、競走用と食肉用、双方ともに求められる資質が「体格の大きい馬」と共通していることにある。前者はそれによる牽引力を、後者はそれによる産肉性を求めている。この共通点を活用し、現在の重種馬需給は微妙なバランスで成立し、循環している。

とはいえ、重種馬需要は、競走用、食肉用共に局地的なものであり、規模は非常に小さい。中でも、重種馬需要の大半を占める食肉需要に関しては、重種馬生産地と消費地の分離、閉鎖的な流通構造、限られた消費形態、加工用肉が主であった輸入肉の生食市場への参入、生体馬の輸入増加などの様々な要因により、需要構造の複雑さ、不透明さはさらに進行している。

重種馬の利用形態は、競馬産業である「ばんえい競馬」、食肉産業である「馬肉」があるが、ばんえい競馬は現在、一つの岐路に立たされている。ばんえい競馬は、北海道が創りあげた独創的な一つの産業であり、馬事文化である。しかし、近年、他の地方競馬同様、累積赤字に苦しみ、決して順調な産業とはいえない。最後の望みである全国展開にその全てを託すしかない状況となっている。後述するが、ばんえい競馬が重種馬産業の鍵を握っており、決して、廃止にはしてはならない。

馬肉は「近年グルメブーム、食の多様性により消費拡大」ということを常に言われ続けているが、実際にその消費が伸びているのは、古くから、馬肉を食している地域である。おそらく、このことは今後も変わらなく、あくまでも嗜好品として、一部の人間に食されていくことになるであろう。

重種馬の特徴について述べてきたが、現状では、「特徴＝問題点」ということができる。しかし、重種馬の最大の問題点は、「肉用馬」という位置づけがされていないことにある。

現在、重種馬需要の大半は食肉需要である。本来ならば、重種馬は「肉用馬」と名づけられなければならない。しかし、馬肉消費地以外の馬に携わる人間にとってその事はかなりの抵抗があろう。古くから、馬は特殊な家畜として飼養されてきたからである。開墾のための労働力、地力維持のためのたい肥生産といった農業経営の充実という側面、「強い馬を生産」という農民の生き甲斐といった農村生活の充実という側面、ばんえい競馬のような馬事文化的な側面など様々な側面に支えられ、今日まで飼養されてきた。

とはいえ、経済条件などを無視し、趣味的要素だけで飼養を維持していくことは無理である。現に、重種馬の生産頭数は年々落ち込み、飼養農家戸数も減少している。現状の生産、利用形態ではもはや、限界ということであろう。

しかし、趣味的要素を含みながら副次的に生産される事が本来の馬産の姿なのではなか

ろうか。その生産・利用拡大だけが全てではないのである。

生産・利用拡大を謳われ「趣味」や「名誉」ということを失い、「経済動物」、「生活の糧」となった、軽種馬産業はどうであろう。圧倒的多数の農家が専業で軽種馬を生産し、現在、経営難となり、多くの牧場が倒産に追い込まれている。

重種馬の現在の形は「馬産」ということを考えれば、ある意味、理想形なのではないだろうか。ばんえい競馬の競走馬を目指し、趣味的、副業的に生産され、競走馬になる確率は低いが、なれなかったとしても「馬肉」というそれなりの需要があり、大損はしない。不安定ではあるが、競走馬として成功すれば、経済的恩恵を受けることができる。「馬産」とは本来そういうものではないだろうか。

この一連の流れが変わらない限り重種馬生産はなくなる。仮になくなるとすれば、趣味的要素、つまり、ばんえい競馬が廃止になった時である。おそらく、今後も局地的なことは変わらないが馬肉需要はなくなる。輸入チルド肉、生体馬輸入は増加しているが、今後も国産馬肉は高級嗜好品として一定量消費されていくものと思われるからである。

とはいえ、生産者の多くが肉用に重種馬を生産するかといえば疑問である。「競走馬より肉用馬の方が安い」という価格の問題ではない。前述したように、馬は特殊な家畜なのである。生産意欲をかきたてる「競走馬」というものがあるからこそ、重種馬産業は成立するのである。確かに安い種牡馬を種付けし、肉用に重種馬を生産している農家や畜産業の中にはいる。しかし、仮に生産している重種馬の中で馬格の大きい馬が生産されたとしたら、即座に肉用に売却ということになるだろうか。おそらく、「とりあえず、能力検査を受検させてみよう」ということになるのではないかと思われる。

つまり、重種馬産業の鍵を握っているのは、「ばんえい競馬」である。ばんえい競馬の活性化こそが重種馬産業の発展を担っているのである。決して廃止にはしないのである。

確かに、ばんえい競馬を取り巻く環境は厳しい。現行、法の下では北海道に新しく競馬場を建設することはできなく、1つの可能性として、本文中で述べた札幌での開催も実際のところ難しい。累積赤字も増えつづけており、地方財政を圧迫している部分もある。また、「競馬といえば博打」という世間的にダークなイメージも依然として残っている。しかし、1つのレジャー産業としてみた場合、年間約150日開催し、一日平均で約4,000人を動員、一億円強を売り上げることのできるレジャー産業が北海道にあるだろうか。

ばんえい競馬は北海道民が試行錯誤を繰り返し創造した、世界に誇れる独特な馬事文化でもある。この馬事文化の保存を唯一可能にするのが「重種馬」なのである。馬産振興の重要な柱として、ばんえい競馬の振興を図るべきである。「ばんえい競馬を北海道遺産として認定すべき」という声もある。北海道開拓の歴史を考えた時、こうしたことも考慮すべきではないだろうか。

ばんえい競馬を否定する人間がいたとするなら、一度ばんえい競馬の能力検査を見て欲しい。そこに渦巻く、張り詰めた緊張感。障害を越すことができず、その場に座り込んで

しまう一頭の重種馬。その様子を何とも言えない表情で見つめる、その馬の生産者と思われる一人の老父。地域の生産者達が集まり、みんな自分の馬が一番強いと考え、一つの出来事にみんなで声を張り上げ、一喜一憂している。そして、競走馬として失格の烙印を押された馬は生産者にとって不本意ながらも、即座に肉用として売却されていく。その様子を見ていると、この一連の流れこそが、本来の「競馬」、「馬産」の姿であるような気がしてならないのである。

参考文献

- ・ 武市 銀治郎著『富国強馬』講談社 1999 年
- ・ 石井 常雄著『「馬力」の運送史』白桃書房 2001 年
- ・ 植竹 伸太郎著『馬を食う』銀河書房 1984 年
- ・ 農山漁村文化協会編『畜産全書 畜産総論・馬』農山漁村文化協会 1983 年
- ・ 社団法人日本馬事協会編『馬の飼い方マニュアル』社団法人日本馬事協会 1996 年
- ・ 日本家畜商協会編『最新 家畜取引の知識』ぎょうせい 1994 年
- ・ 道新スポーツ編『北の蹄音 ホッカイドウ競馬四十年史』北海道新聞社 1989 年
- ・ 近藤 誠司著『アニマルサイエンス① ウマの動物学』東京大学出版会 2001 年
- ・ 北海道立総合経済研究所編『北海道農業発達史 上巻』
北海道立総合経済研究所 1963 年
- ・ 北海道立総合経済研究所編『北海道農業発達史 下巻』
北海道立総合経済研究所 1963 年
- ・ 日本食肉三水会編『日本食肉小売業発達史』全国食肉事業協同組合連合会 1971 年
- ・ 岩崎 徹編『競馬社会をみると、日本経済が見えてくる～国際化と場産地の課題～』
源草社 2002 年
- ・ 北海道馬産史編集委員会編『蹄跡 つめあと』デーリイマン社 1983 年
- ・ 長尾 正克著『北海道十勝における農業機械化の展開』小野哲也先生退官記念事業会
1984 年
- ・ 山森 芳郎・有馬 洋太郎・岡村 純編著『図説 日本の馬と人の生活誌』
原書房 1993 年
- ・ 桜井 厚・岸 衛編著『屠場文化－語られなかった世界－』創土社 2001 年
- ・ 財団法人農政調査委員会編『農用馬生産の基本方向に関する調査研究』財団法人農
政調査委員会 1983 年
- ・ 社団法人帝国競馬協会編『日本馬政史』一～五 社団法人帝国競馬協会 1928 年
- ・ 財団法人神翁顕彰会編『続日本馬政史』一～三 財団法人神翁顕彰会 1963 年
- ・ 社団法人日本馬事協会発行『ホースメイト』vol33～35 社団法人日本馬事協会 2001～
2002 年
- ・ 社団法人日本馬事協会編『日本の馬産－戦後 50 年の歩み－』社団法人日本馬事協会
1999 年
- ・ 寺島敏治著『馬産王国・釧路』釧路市史編さん事務局 1991 年
- ・ 吉田忠著『畜産経済の流通構造』ミネルヴァ書房 1974 年
- ・ NAR 地方競馬全国協会発行『ハロン』第 8 巻第 5 号～第 10 巻第 3 号 1997～1999 年