

獣害対策としてのエゾシカの食肉化における 流通主体の役割と主体間関係に関する研究

長 尾 真 弓

（明治大学大学院農学研究科博士後期課程）

目 次

1. はじめに
2. エゾシカ有効活用の取り組みの概要
 - 1) エゾシカ被害と対策
 - 2) 有効活用の現状
3. 調査の設計
4. 食肉処理業者の概要と取引
 - 1) 食肉処理業者Aのケース
 - 2) 一時養鹿/食肉処理業者Bのケース
 - 3) 一時養鹿/食肉処理業者Cのケース
5. 大口需要への対応と主体間関係
 - 1) 生産者組合の役割
 - 2) 食肉処理業者と大口取引先の関係性
6. おわりに

1. はじめに

全国の至るところで野生鳥獣による農作物被害、いわゆる獣害が発生している。農林水産省[1]によれば、被害金額は平成21年度に200億円を上回り、現在も200億円前後で推移している。獣害の影響は、営農意欲の減退や耕作放棄地の増加に結び付くといわれ、対策が急がれている。被害防除、個体数調整、生息地管理を対策の3本柱としてきたが、平成25年に環境省・農林水産省は「抜本的な鳥獣捕獲強化対策」として、ニホンシカ・イノシシの生息頭数を10年後

までに半減させることを目標としてかかげたことで、より捕獲の強化を促す対策が求められてきている。

捕獲の増加に伴って野生動物も資源であるという観点から、主に食肉としての野生動物の有効活用が考えられるようになり、平成28年の鳥獣被害防止特措法の改正において、捕獲した野生動物をジビエとして利用推進することが法の目的に明記され一層の食肉利用の促進が求められるようになった。

現在、全国の様々な地域で食肉利用の取り組みが行われているが、野生動物を食肉として利用する場合には、食品衛生法に基づいた食肉処理業の営業許可を受けた食肉処理施設での処理・加工が必要であり、農林水産省[1]によれば、平成20年に42箇所であった食肉処理施設は、平成27年には172施設に増加している。

野生動物の食肉利用を進める上で、家畜の肉との違いが課題となってくる。消費者にとって野生動物の肉はなじみがなく、また生産・流通段階における衛生上の扱いが法的に定められていない。このため、消費や流通の詳しい実態はほとんどわかっていない。今後さらに食肉利用の取り組みを進めていくためには、野生動物の肉の流通及び消費の実態を明らかにするとともに、適切な流通網の整備と衛生管理の方策を検討していく必要がある。

野生動物の肉に関する既往研究は、地域の特産化を目指す取り組みを述べた四方ら[2]や取り組みの参加者の意識に焦点をあてた大澤ら[3]が挙げられるが、いずれも、取り組みの実態の記述にとどまっている。課題の一つである衛生管理に関しては、大泰司ら[4]や長尾ら[5]が、行政が作成した衛生処理マニュアルや民間団体による認証制度によって、と畜場法にかわり安全性を担保しようとする動きがあることを指摘している。なお、厚生労働省も平成26年に「野生鳥獣肉の衛生管理に関する指針」を作成しており、法的な拘束力はないが、と畜場法を補う一応の衛生管理の仕組みができつつある。衛生管理に関するマニュアルやガイドラインは野生動物の肉の生産者となる捕獲者やハンター、食肉処理業者を対象としている。長尾ら[5]は、エゾシカ肉について流通関係者の実態調査を行い、食肉処理業者を中心とした狩猟・捕獲から消費に至るまでの流通システムが形成されつつあり、安全な鳥獣肉の供給する上で、ハンターからの受け入れ、解体・加工、販売を担う食肉処理業者の果たす役割が大きい

ことを指摘している。

しかしながら、農林水産省[6]が指摘しているように、多くの食肉処理施設は赤字経営であり、その理由として安定した販売先を確保することが困難であるとされている。木下[7]、松井[8]は、販路の確保の重要性を述べた上で、レストランや直売所のほかに、複数の流通業者と取引することの必要性を述べている。長尾ら[9]は、社会的に結びつきの強い流通業者が介在することで大口の販路を得ることを明らかにしている。

近年は、株式会社ぐるなびが2014年に世相を反映した食として「今年の一皿」に「ジビエ料理」を選出したことに代表されるように、飲食店での需要の拡大がみられる。また大手の一部小売業者が野生動物の肉の小売販売を始めるなど、ジビエとしての季節性のある食材としてだけでなく、通年での需要も増加していると考えられる。

本研究では、長尾ら[9]で明らかにした北海道における小売業者及び流通業者と取引のある食肉処理業者を対象とし、まず食肉処理業者の実態を明らかにした上で、どのようにして食肉処理業者は大口の販路に対応しているのか、またその取引先とどのような関係性¹⁾を構築し、安定的な流通の仕組みを形成しているのかを検討する。

本研究では、野生動物の食肉化に全国に先駆けて取り組みを進めている北海道のエゾシカを対象とする。

2. エゾシカ有効活用の取り組みの概要

1) エゾシカ被害と対策

北海道での鳥獣被害は約90%をエゾシカによる農林業被害が占めている。エゾシカの農林業被害は明治期の保護政策を経て、昭和時代から発生しており、平成8年度には農林被害額は50億円を超えた。それ以降はいったん減少傾向にあったが、近年になって被害は再び増加し、平成23年度は64億円と過去最高額となった。被害金額のうち97%が農業被害であり、そのうち56%が牧草被害であった。

北海道では平成6年度から地域を限定した被害軽減対策を実施し、その後の

保護管理計画で徐々に対象範囲を広げ、全道を対象とした保護管理計画を策定してきた。現在は平成26年の鳥獣保護法の一部改正(平成27年5月29日施行)を受け、平成24年に策定したエゾシカ保護管理計画(第4期)を変更し、北海道エゾシカ管理計画(第4期)を策定、さらに平成29年4月から北海道エゾシカ管理計画(第5期)に基づき、増えすぎたエゾシカの適正な管理を進めている。

2) 有効活用の現状

(1) 食肉化に向けた制度整備

北海道は、エゾシカの個体数の管理を進めるために平成18年に「エゾシカ有効活用のガイドライン」を策定した。エゾシカの有効活用はエゾシカの個体数調整の一環であることを基本的な考え方として示したうえで、エゾシカの食肉としての活用について指針を示したものである。以降、エゾシカ保護管理計画(第3期、第4期)及び北海道エゾシカ管理計画(第4期、第5期)の中でもエゾシカの有効活用が明示されている。

ガイドラインと合わせて策定されたのが、「エゾシカ衛生処理マニュアル」である。捕獲から解体に至るまでの衛生管理基準を示し、マニュアルに従うことで食肉として安全なエゾシカ肉の流通を可能とするねらいがある。その後、平成26年11月に厚生労働省が「野生鳥獣肉の衛生管理に係る指針」を作成したことをうけ、平成27年4月に改訂を行った。エゾシカ衛生処理マニュアルは主に捕獲者及び食肉処理業者が遵守すべきものである。

衛生マニュアルなどを遵守して処理されたことを消費者に示すものとして、一般社団法人エゾシカ協会²⁾が平成19年から実施しているエゾシカ肉認証制度がある(以下、「協会認証」)。認証はマニュアルの遵守に加え、協会が定めた独自の衛生管理基準を満たしていることが基準である。認証を取得した食肉処理業者はエゾシカ肉の出荷に際し、認証マークを使用することができ、消費者に高い安全性のもとで生産されたエゾシカ肉であることを示すことができる。平成28年1月時点で、認証を取得した施設は14社である。

平成28年からはエゾシカ肉のさらなる販路拡大や地域ブランド化の推進を目的として北海道がエゾシカ肉処理施設認証制度の運用を始め、公的な認証制度が確立した。道による認証制度(以下、「道認証」)では認証取得のためにマニ

アルの遵守に加え北海道HACCPでのA評価以上の取得が条件となり、衛生管理が一層強化されている。平成28年12月時点での認証施設は11社である。

(2) 食肉化の現状

エゾシカ有効活用の現状を表1に示している。捕獲数に占めるエゾシカの処理頭数の割合は増加傾向にある。平成26年度の処理割合は18%であり、処理頭数と共に過去最高値となっている。北海道における処理割合は全国的にも高いといわれており、野生動物の食肉利用における先進的な地域である。

また、消費拡大の取り組みも積極的に行われている。道は毎月第4火曜日を「シカの日」とし、道内の飲食店でのエゾシカ肉料理の提供及び消費の拡大に取り組んでいる。「シカの日」に飲食店で提供されるエゾシカ肉は認証制度を受けた食肉処理場から出荷されたもの限定しており、消費の拡大とともに認証取得済みの食肉処理場への支援としての側面も備えている。

また、北海道は後述するZ生協及びD組合と協力して、平成25年からZ生協の店舗でエゾシカ肉の通年販売にも取り組んでいる。また、平成27年6月から他の大手小売業者の一部店舗においてもエゾシカ肉の販売が行われている。

表1 エゾシカ処理頭数の推移

| | H16 | H17 | H18 | H19 | H20 | H21 | H22 | H23 | H24 | H25 | H26 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 捕獲数(A) | 69,708 | 78,357 | 74,546 | 72,956 | 82,972 | 97,245 | 109,120 | 137,632 | 144,414 | 132,239 | 137,269 |
| 処理頭数(B) | 4,849 | 6,998 | 8,948 | 11,224 | 11,762 | 12,004 | 13,522 | 18,997 | 23,741 | 21,074 | 24,237 |
| 処理割合(B/A) | 7% | 9% | 12% | 15% | 14% | 12% | 12% | 14% | 16% | 16% | 18% |

単位:頭

出典：北海道庁資料及びエゾシカ協会資料から筆者作成

3. 調査の設計

以上をもとに本研究の調査対象者を選定した。本研究では、食肉処理業者3社(A、B、C)とした。このうち2社は養鹿事業者でもある。3社とも道認証を受けており、道認証ができる以前は協会認証も取得している。また、この3社は長尾[9]が調査対象とした流通業者と取引のある食肉処理業者であり、また、D組合の加盟員であることから、大口の販売先を持っていることが想定され、本研究の課題を検討するのに適していると考えた。

調査は各食肉処理業者への聞き取りによって実施した。調査時期は平成28年

9月である。聞き取り内容は、生産段階として養鹿事業・仕入れ、処理・加工及び衛生管理に関すること、流通段階として販売や取引に関することである。

4. 食肉処理業者の概要と取引

本章では3社の食肉処理業者への聞き取り調査の結果について、事業内容と販売の実態についてまとめる。

1) 食肉処理業者Aのケース

A社は平成17年に設立された日高地域の食肉処理業者である。A社は全国初のエゾシカ専門の食肉処理施設を造ったことで知られている。従業員は11名であり、ハンター、食肉処理従事者、パートタイム、事務を含んでいる。A社で扱うエゾシカは猟銃で捕獲されたエゾシカである。以下、銃を使用し捕獲したエゾシカを食肉としたものを銃猟物とする。

A社はハンターからの買い取りを行っている。A社にエゾシカを持ち込むハンターは、A社に登録したハンターである。登録の条件は、買い取るシカが①首、頭を撃っていること、②月齢3歳以上(オス4歳まで、メス5歳まで)、③捕獲後、放血及び処理場への運搬が2時間以内に可能であること、④価格は1頭につき8000円(2歳で首・頭を撃っている場合には2000円)、である。これらの条件を理解し、A社と信頼関係が構築できるハンターが登録ハンターとなり、25名程が登録されている。また、A社従業員のうち6名が社員ハンターとしても従事している³⁾。

A社はエゾシカの解体処理に際して、エゾシカ衛生処理マニュアルが作成される以前から、自主的な衛生管理基準を設けていた。平成19年以降は協会認証を取得しており、平成28年度には道認証の開始に合わせ、北海道HACCPのAランクを取得し、道認証を取得している。A社の処理頭数を表2に示す。処理頭数は年度によってばらつきがあるものの、全体としては増加傾向にあることがわかる。A社の処理頭数の規模は銃猟物専門の食肉処理業者としてはかなり大きいと言われており、北海道だけでなく、全国的にも先進的な業者の一つである。

また、A社は平成26年6月以降、新ひだか町を除く日高振興局管内の6町か

ら有害駆除されたエゾシカの受け入れをしている。受け入れ条件は町ごとに異なる。有害駆除のエゾシカは食肉用としてではなく、ペットフード生産に用いられている。平成26年6月から平成28年8月までの駆除個体の受け入れ総数は15782頭である。

表2 A社の食肉処理頭数の推移

単位：頭

| | H17 | H18 | H19 | H20 | H21 | H22 | H23 | H24 | H25 | H26 | H27 |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|
| 頭数 | 597 | 418 | 525 | 830 | 604 | 456 | 762 | 684 | 805 | 1079 | 909 |

出典：A社聞き取り調査より筆者作成

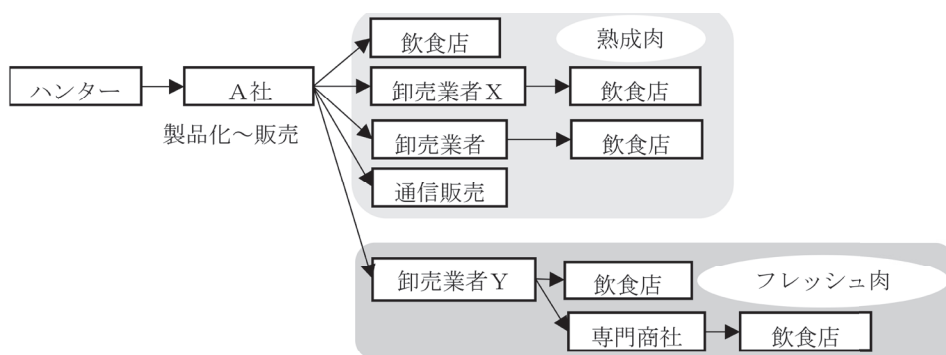
図1にA社の主要な流通経路を示す。主要な販売先として、ホテル・レストランを含む飲食店、卸売業者が挙げられる。A社はエゾシカ肉の熟成も行っており、販売は熟成肉と熟成なしのフレッシュ肉に分けられる。

熟成肉はA社の自社販路のほかに、卸売業者へ販売されている。自社販路の販売先は、北海道内が中心で、札幌近郊の飲食店や日高地域の飲食店に年間を通じた固定の販売先を持っている。卸売業者への販売は、東京への販売先を持つことを目的に取引している。現在A社と取引している卸売業者X社は、平成25年頃からA社の東京の販売代理店としての機能を持ち、東京都内を中心とした飲食店に熟成肉を卸している。その際、飲食店への販売価格はX社が設定している。X社を通じた販売額はA社の年間売上の約10%を占め、主要な取引先の一つとなっている。A社はX社以外にも複数の卸売業者と取引を行っているが、主に、10月～2月のジビエとしての需要に合わせた季節限定の取引である。これらの卸売業者に販売されたシカ肉は、北海道内のホテルや関西圏のホテルなどで消費されている。

A社のフレッシュ肉の販売先としては北海道内の卸売業者Y⁴⁾がある。Y社とは約6～7年間、継続して取引をしている。Y社の要望でフレッシュ肉を枝肉の状態で卸している。販売量は、近年は年間約500～600頭であり、Y社への販売量は大きい。Y社との取引は年間を通して行っているが、販売数量は固定されていない。そのため、エゾシカを枝肉とし次第、Y社の加工場に運搬している。多いときには月100頭近くなることもある。販売価格は、今日ほどエゾシカ肉の需要が多くなく、A社が販路に悩まされていたころには、Y社はA

社の経営が継続できるように、比較的高い価格で買い取っていた。現在は、A社が別の販路を持つようになったため、相場によって価格を決定している。A社にとってY社との取引は大口販路を持つために欠かせない取引相手となっている。

A社はこれらの継続的な取引だけでなく、スポット取引も行っている。スポット取引の場合、道内・道外・日高地域の3地域で別々に販売価格が設定される。道内・日高地域向けの価格は道外向けよりも1割程度安く設定しており、その理由として、A社は北海道内のエゾシカ肉消費拡大といわゆる闇肉⁵⁾への対抗措置をあげている。



出典：A社聞き取り調査より筆者作成

註：飲食店にはホテル・レストランを含んでいる（以下に同じ）

図1 A社エゾシカ肉の主要な流通経路

2) 一時養鹿/食肉処理業者Bのケース

B社は平成17年に建設業から参入し、釧路地域で一時養鹿事業を行っている。異業種からの参入であるが、冬場の雇用対策にもなり、また、牧場施設や運搬において建設業の資源を用いることができることがメリットである。B社はエゾシカを一時的に飼育するため牧場を2つ、面積にして併せて6haのものを所有している。一時養鹿の場合、大型の囲いワナを用いた生体捕獲を行うが、B社はM財団と連携し、捕獲する。捕獲したエゾシカはB社が牧場に運搬している。1～3月にかけてエゾシカの捕獲を行い、エゾシカの牧場で一時的に飼育し、12月頃からと殺を始める。飼育方法は、経験によって培われたといい、と殺は牧場に隣接すると殺施設でおこなう。

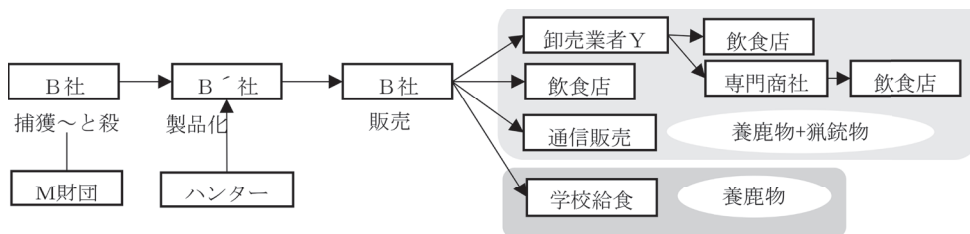
と殺後の処理は、平成18年にB社を母体として設立されたB'社が行ってい

る。B'社は食肉処理施設を有する食肉処理業者である。B'社の従業員は社員2名、パート1名であり、冬期は雇用を増やし5名体制で運営している。B社の牧場でと殺及び血抜きされたエゾシカはB'社の食肉処理施設に運搬され、内臓摘出や加工が行われる。また、B'社は、銃猟物の買い取り処理も行っている。買い取りは契約ハンターのみから行う。条件として、①首から上を撃っていること、②放血後1時間以内にB'社に運搬することである。契約ハンターは信頼関係に基づいており、20名ほどのハンターのうち4、5名が主なハンターとなっている。買い取り価格は重さによって決められている。

衛生管理に対してB社及びB'社は牛肉や豚肉と同水準の衛生管理を基本としており、B'社は協会認証も取得し、平成28年10月以降は道認証を取得している。年間の処理頭数は1500頭を採算上の必要な頭数として設定している。事業開始以降は、養鹿物が約750頭、銃猟物が約750頭であり、おおよそ半数ずつであったが、近年は阿寒地域でのエゾシカの生息密度の減少により生体捕獲がしにくくなり、養鹿物は200頭を下回り、一方で銃猟物は増加し1300頭となっている。

図2にB社の主要な流通経路を示す。B'社で製品化されたエゾシカはB社が販売している。販売は、養鹿物と銃猟物、養鹿物のみの2つに分かれている。養鹿物と銃猟物の販売先としては、まず阿寒地域の飲食店がある。これは主に、ホテルやレストランなどを含む飲食店との取引であり、B社の販売量の約20%を占める。量的に多いのは、前述のA社と取引のある卸売業者Y社への販売である。Y社との取引は年間を通して行われ、枝肉の状態、毎週一定頭数を宅急便によって輸送している。狩猟期である10月以降は取引量が増加する。価格はY社との交渉によって決められている。Y社への販売量はB社の約60%を占めており、販売先としてY社の存在は大きい。B社とY社とは平成20年から取引を継続しており、B社がエゾシカ肉の販売を現在程に持っていない時期からの付き合いであり、信頼関係が構築されている。

B社の養鹿物のみの販路としては、学校給食がある。阿寒地域での小中学校で平成19年以降、年2回、B社の養鹿物が学校給食に提供されている。学校給食においては、安全性の観点から屋内でのと殺・放血が行われた養鹿物のみが扱われている。



出典：B社聞き取り調査より筆者作成

図2 B社エゾシカ肉の主要な流通経路

3) 一時養鹿/食肉処理業者Cのケース

C社は平成18年に建設業を母体として設立された、養鹿物及び銃猟物を取り扱う食肉処理業者である。B社と同様に異業種からの参入であるが、エゾシカの捕獲をすることにより、C社周辺において多発していたエゾシカと車の接触事故の減少への貢献や雇用の場を確保が可能となることが背景にある。従業員は7名で、そのうち1名はペットフード向けの生産に従事している。

知床半島を中心に、大型の囲い罠を設置してエゾシカを生体で捕獲し、捕獲後は自社の牧場に運び飼育を行っている。エサは、牧草、ビートパルプ、澱粉かす、人参などの地元の生産物を活用している。

また、C社は養鹿のほかハンターからの買い取りも行っている。猟友会や個々の地元のハンターがライフル銃によって捕獲したエゾシカをほぼ全頭買い取りしており、銃で捕獲し、放血後、1時間以内での搬入を条件としている。

と殺後あるいは買い取り後のエゾシカは食肉処理施設内で製品化される。施設は以前からエゾシカ衛生処理マニュアルの遵守をし、また協会認証をうけた処理施設であった。平成24年には北海道HACCPの評価を受け、平成28年10月からは道認証を受けている。また、通常の食肉処理工程とは別に、小売業者Z向けのエゾシカ肉を生産しているが、Z生協との取引条件に合わせて、肉を生産する際には北海道庁から派遣された獣医師が目視検査を行っている。

C社の食肉処理頭数を表3に示す。食肉処理頭数は増加傾向にある。変動はあるものの、近年は1800頭前後で推移しており、そのうち養鹿物は約800頭、銃猟物は約1000頭で推移している。また、C社もA社同様、ペットフードの生産も行っている。

表3 C社の食肉処理頭数の推移

単位：頭

| | H19 | H20 | H21 | H22 | H23 | H24 | H25 | H26 | H27 |
|----|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 頭数 | 600 | 1000 | 1200 | 1600 | 2000 | 2200 | 1926 | 1850 | 1840 |

出典：増子ら[10]及びA社聞き取り調査より筆者作成

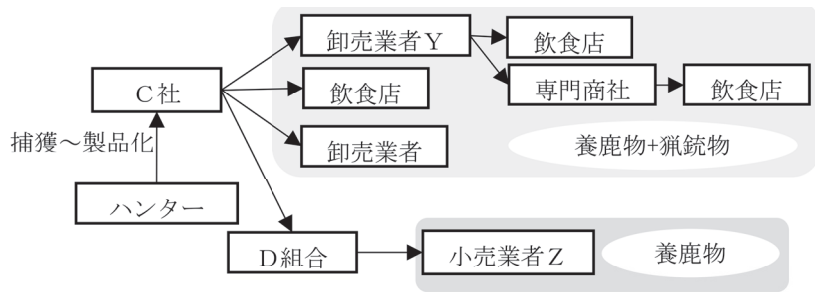
図3にC社の主要な流通経路を示す。主な販売先は、北海道内、関東方面のレストランやホテルを含む飲食店、卸売業者が中心である。C社の販売量のうち50%は東京に卸している。販売先は、北海道からの紹介や商談会、知人からの紹介、営業活動などを通して開拓している。これらの販売先には、養鹿物、猟銃物を販売している。販売時には養鹿物と銃猟物は違いが分かるようになっており、販売価格は養鹿物の方を1割程度高く設定している。

C社はA社、B社同様、卸売業者Y社とも取引を行っている。Y社の当時の社長(現会長)は、C社設立時に募った有志の一人であり、Y社はC社の株主となっている。C社の創業1年目には、Y社に全量を卸していたが、Y社からの勧めがあり販売先を現在は拡大し、Y社への販売数はそれほど多くはない。Y社へは枝肉を卸しており、1週間の取引数量及び単価が決まっている。

C社の現在の大口の取引先として小売業者Zがある。Zは北海道内の大手小売業者であり、生活協同組合である。Z生協との取引は後述のD組合を通して、エゾシカ肉の消費拡大を目的とした協働事業として平成25年から継続して通年の取引を行っている。Z生協への販売は取り決めにより養鹿物に限定されている。C社は毎週火曜日にZ社向けにエゾシカ肉1頭分を生産して、Z生協のエゾシカ肉販売店舗10店舗に送っている。毎月、シカの日は2頭分が送られる。したがってZ生協との取引は年間約660頭になり、C社の養鹿物の販売先として大きな割合を占めていることがわかる。販売価格はD組合を通して設定した一定の価格となっている。

5. 大口需要への対応と主体間関係

本章では4章で明らかにした食肉処理業者の実態をもとに、どのように大口需要に対応しているか、また各主体との関係性がどのようになっているかを検



出典：C社聞き取り調査より筆者作成

図3 C社エゾシカ肉の主要な流通経路

討する。

1) 生産者組合の役割

まず、本研究の分析対象であるA社、B社、C社が加盟している生産者組合の視点から、食肉処理業者が販路を持つ際にどのような役割を持っているかを検討する。

A社、B社、C社はD組合の組合員であり設立メンバーでもある⁶⁾。D組合は、平成18年に設立されたエゾシカ食肉処理業者を中心とした生産者組合である。現在11社の組合員からなり、うち8社が食肉処理業者、3社が流通業者である。

D組合は、C社の創業に先立ち食肉処理場を経営していたA社、B社がエゾシカ肉の販路確保に苦戦していたことがあり、個々の処理業者がそれぞれの販売先を持つだけでなく、共同販売によってエゾシカ肉の販売先を強化し、流通を拡大させていくことを目的に設立されたものである。

共同販売は当初、個々の処理業者で処理されたエゾシカ肉をいったんC社に集め、加工技術のばらつきを平準化して行っていた。現在は加工技術の向上とともに、組合を通して出荷するエゾシカ肉については個々の処理業者が直接販売先にエゾシカ肉を送っている。また、衛生管理に関する講習会を開催し、組合員間で情報交換、共有をしている。なお、組合に加盟している食肉処理業者は全てエゾシカ衛生処理マニュアルの遵守及び協会認証を取得している⁷⁾。

D組合での共同販売及び情報共有の仕組みができたことで実現した取引が小

売業者Z社との取引である。衛生管理体制及び供給体制が整ったことで、C社は養鹿物の大口販路を、D組合を通して固定的に持つことが可能になった。

また、組合に加盟している3社の流通業者の一つがA、B、C社全てと取引している卸売業者Y社である。D組合では、組合員となっている流通業者を特約店として捉えている。そのため、双方が優先的にエゾシカ肉を取引することを可能となっている。Y社は北海道内の大手の食肉卸売業者であるため、Y社と取引することでそれぞれの食肉処理業者は大口の販路の獲得につながっている。

したがって、D組合があることにより、組合員の食肉処理・加工における技術水準の向上が図られたことに加え、供給体制がまとまり、食肉処理業者は小売業者及び流通業者との大口の取引や販路の新規開拓が可能となっていたことがわかる。

2) 食肉処理業者と大口取引先の関係性

ここでは、各食肉処理業者と大口取引先がどのような関係性になっているかを検討する。

まず、A社と卸売業者X社は、平成25年頃から取引を行っているが、両者は取引以前から関わりがあった。両者は協会認証を行っていた一般社団法人エゾシカ協会を通して知り合っていた。取引開始時には、単発の取引の相手とは異なり、双方がそれぞれの技術や販路に関する情報を有していたと考えられる。そのため、取引を安心して実施することができ、A社はX社を東京の代理店として位置づけ、販売価格の決定もX社に委ねている。

また、A、B、C社と卸売業者Y社の関係性についても信頼関係を基にした取引が行われていた。A、B、C社ともに共通していることとして、エゾシカ肉の需要が現在程多くなく販売先の確保に苦勞していた頃から、Y社は3社からエゾシカ肉を購入している。それにより、処理業者3社にとって事業開始の比較的早い段階から一定の販売先を確保することができ、特に、エゾシカ肉の取り扱いを検討したY社の現会長との信頼関係は厚い。なお、Y社にとってもエゾシカ肉は競合他社との差別化やY社の東京進出の要となっている。

現在Y社はD組合の組合員であり、特約店として位置付けられているが、特

約関係によって取引が継続しているよりも、現会長との信頼関係を背景とした取引であることが取引の継続には大きいと考えられる。

次に、C社はD組合を通してZ生協と取引を行っているが、この取引はZ生協、D組合、北海道による協働事業である。エゾシカの被害対策を背景としたエゾシカ肉の消費拡大に関する3機関での協働事業協定の下で行っている。また、Z生協は生活協同組合である性質から、商業的な側面よりも被害対策に関連づけた課題解決に対する側面が強いといえる。そのため、現状ではZ生協はエゾシカ肉の販売から利益は出ていないが、エゾシカ肉の普及を目的として、C社及びD組合との取引を継続して行っている。したがって、行政や関連施策と結びついた社会的なつながりが構築され、継続した取引が行われているといえる⁸⁾。

6. おわりに

本研究での実態調査から、個々の食肉処理業者が自ら販売するだけでなく、技術、販売量の観点から、生産者がまとまることで大口需要に対して安定的に対応していた。その関係性は、相互の社会的な結びつきや信頼関係に基づいていた。家畜の肉のように市場ができておらず、衛生管理体制を満たす食肉処理業者や野生動物の肉を販売できる流通業者が少ない状況において、他の業者と取引を行う誘因は小さいと考えられ、信頼関係が取引の継続に重要な役割を持っていると考えられる。

しかしながら本研究の対象は3社の食肉処理業者に限られているため、エゾシカ肉流通の全体を把握したものではない。特に、調査対象者はすべてD組合の組合員であったため、それ以外の食肉処理業者がどのように販路を持っているのかは定かではない。今後、事例分析を蓄積し、エゾシカ肉流通の全体像がどのようになっているのか検討することが必要である。

本研究の成果は、2017年度明治大学農学部研究報告に論文の投稿を予定している。また、筆者の学位請求論文の構成に組み入れることとしている。

註

- 1) 本稿における関係性とは、長尾ら[9]の新制度経済学を用いたジビエ流通における売手と買手の2者間の取引関係を表している。新制度経済学については、浅見[10]を参照されたい。
- 2) 平成11年に設立した一般社団法人である。森とエゾシカと人の共生関係の実現を法人の目的としている。2015年度以降はシカ捕獲認証制度を設けている。
- 3) 社員ハンターが捕獲したエゾシカは、後述のペットフード向けになることが多い。
- 4) Y社は北海道内大手の食肉卸売業者である。牛肉、豚肉、鶏肉の他、羊肉やカモ肉を取り扱い、自社で食肉生産や加工も行っている。外食産業向けの業務卸が主力だが、直営の小売店舗での販売なども行っている。
- 5) 食肉処理業の営業許可を受けた食肉処理施設を介さずに処理され、流通している野生動物の肉を指している。
- 6) D組合の設立メンバーには3社の他にもう一社あるが、本研究の調査対象となっておらず、記述していない。
- 7) 道認証を取得するための北海道HACCPのAランク以上を取得できなかった食肉処理業者があるため、今後一時的に加盟数は減少することが見込まれている。
- 8) 取引における行政の役割については長尾[9]を参照されたい。

参考・引用文献

- [1] 農林水産省「鳥獣被害の現状と対策(平成28年10月)」<http://www.maff.go.jp/j/seisan/tyozyu/higai/attach/pdf/index-13.pdf>
- [2] 四方康行、今井辰也、鄒金蘭「イノシシの資源化による地域活性化」『農林業問題研究』第170号、pp29-35、2008年
- [3] 大澤啓志、清水由紀奈「獣害対策のシシ肉を地域特産にする試みをめぐる関係者意識」『農村計画学会』32巻論文特集号、pp263-268、2013年
- [4] 大泰司紀之、平田剛士『エゾシカは森の幸一人・森・シカの共生』近藤誠司監修、北海道出版社、2011年
- [5] 長尾真弓、廣政幸生「エゾシカの食肉化に関する流通システムと消費者意識の分析—獣害対策とフードシステムの視点—」『フードシステム研究』22巻3号、pp311-316、2015年
- [6] 農林水産省「鳥獣被害対策とジビエをめぐる状況」、『第2回日本ジビエサミット説明資料』、2016年
- [7] 木下良智「地域資源として捕獲獣を有効活用するために検討すべき課題—安全性の担保と販路確保が必須条件—」『畜産コンサルタント』47巻第11号通巻563号、pp29-33、2011年
- [8] 松井賢一「6章 シカ肉処理・販売の資格と施設」、松井賢一、藤木徳彦、竹内清、

- 長谷川直、中村勝宏『うまいぞ！シカ肉―捕獲、解体、調理、販売まで』、農山漁村文化協会、pp134-140、2012年
- [9] 長尾真弓、廣政幸生「ジビエのフードシステムにおける流通業者の役割と関連性に関する分析」、『フードシステム研究』22巻3号、pp235-240、2016年
- [10] 浅見淳之『農村の新制度経済学』、日本評論社、2015年
- [11] 増子孝義、相馬幸作「北海道におけるエゾシカの養鹿事業の実態と課題―生息65万頭→捕獲11万頭→解体処理1万3000頭の現状を解決するために―」『畜産コンサルタント』47巻11号通巻563号、pp46-49、2011年