

# “但馬牛”今昔物語

兵庫県立但馬牧場公園「但馬牛博物館」

館長 渡邊 大直

## 第17回「肉用牛になった但馬牛 ～神戸ビーフへの途～」（その4）

「神戸ビーフは世界的に有名だが、その定義が明確にされていない。また流通は殆ど阪神間に限定されている。こうしたことから生産者、食肉流通業界、消費者から神戸ビーフを名実共に世界一にしようという気運が高まり、昨年9月、兵庫県の指導の下に神戸肉流通推進協議会を設立するに至った。」

これは1984年2月24日に行われた神戸肉流通推進協議会発足記念式典で、長本政子・兵庫県消費者団体連絡協議会事務局長が行った趣旨説明の一説です。この中に但馬牛が役肉用牛から肉用牛に変わり、新たに生じた課題が垣間見ることができます。

その第一は神戸ビーフの定義がなく、店頭に並ぶ肉が本当に神戸ビーフなのか消費者が確認するすべがなかったことです。

高度経済成長によって日本人の食生活は豊になり、牛肉の消費が増え、高くても美味しく、高級感のある牛肉の需要も増えてきました。そして、昔から高級牛肉の代名詞として名を馳せてきた神戸ビーフや神戸肉を掲げて販売する肉店やレストランが乱立しました。すると食肉流通業界や消費者団体等から「但馬牛ではないのに神戸ビーフとして売られている」とか、神戸肉として売られているが、肉質が悪い」、「神戸ビーフの定義はどうなっているのか」といった声が寄せられるようになりました。

既にも書きましたが、神戸ビーフという名称は、江戸時代末期、但馬から連れてきた雌牛を三田や有馬郡辺りで、麦を食わせて太らせるという飼い方をし、横浜開港により外国人が来日すると、神戸港から回漕して食用にし、この牛肉がとても美味しかったので“KOBE BEEF”と賞賛されたことに由来します。そして明治、日本人が牛肉を食べるようになり、「月下亭」など牛肉を食べさせる店ができ、神戸肉という呼称が定着しました。こうした肉は繁殖しないで農耕にだけ使う神戸周辺で飼われていた但馬牛の肉だったといえます。戦後、去勢肥育が普及しますが、これも但馬牛がもと牛で、県内で肥育したものでした。

このような歴史から、当時、定義はありませんでしたが、但馬牛を県内肥育したものを神戸ビーフや神戸肉というのが通念化していて、それ以外の牛肉を神戸ビーフや神戸肉と称するのは不正表示と認識されたようです。しかしそれを確認、指摘することはできませんでした。

そしてもう一つの課題は、子牛価格が肥育素牛の需要に左右されるようになり、神戸ビーフの需要を増やさないと但馬牛の生産拡大が難しくなってきたことです。

図1に示すように子牛価格は概ね3～5年間隔で上がったたり下がったりし、「牛の相場は千日相場」と言われました。これはキャトルサイクルと言ひ、子牛価格が上がると繁殖雌牛が増え、繁殖雌牛が増加すると子牛出荷頭数が増えて子牛の値が下がるといった価格変動が、雌牛を育成して子牛生産できるまでに要する3年余の間隔で繰り返される現象ですが、肥育素牛ひいては神戸ビーフの需要が一定していて、増えないことの表れでもあります。

1979年度、但馬牛の子牛価格は502千円まで上がり、役牛利用が無くなって一時8千頭あまりにまで減った子牛出荷頭数も1万頭を超えるまでに回復しました。しかし子牛出荷頭数が1万2千頭を超えた1981年度から子牛価格は大きく下げ、1983年度には286千円にまで低下する事態となり、農家の生産意欲は大きく落ち込み、神戸ビーフの需要を増やし、子牛価格を回復することが但馬牛振興上急務の課題となりました。

このため、1982年、県畜産課は神戸ビーフの流通実態を調べ、食品衛生や食品流通を所管する県や神戸市の部署をはじめ、経済連、農協、畜連といった生産者団体、食肉業界団体、消費者団体等に呼びかけて議論を重ねました。

これが神戸肉流通推進協議会設立に向けた最初の一步となりました。