

第7章 ヤギの生産の概況と振興の課題

原田 淳

1. ヤギ飼養の概況

ヤギの飼養頭数の推移を見てみると、1957年の66万9200頭（飼養戸数61万戸）が最高である。なお、ヤギ飼養の最も盛んな沖縄県は、この時点では本土復帰前であり、畜産統計の対象外となっている。このヤギの飼養頭数は、当時のめん羊の50万頭や、馬の55万頭をも上回っており、乳用牛の百万頭に比べても立派な数字である。この背景には、戦後の食糧難の中で、自給用飼料源が有効利用できることに加えて厩肥生産にもつながり、しかも小柄なヤギは、日本人の体格にぴったりで、老人、婦人、子どもにも飼いやかったことが、指摘できる（萬田正治『ヤギ』2000）。しかし、このピーク時点以降、やぎの飼養頭数は急速に減少してゆく。

畜産統計にやぎが登場するのは1997年が最後であるが、その時点では沖縄県も含めても28,500頭（飼養戸数5,280戸）となっている。中央畜産会の統計では、その後の頭数は横ばいで推移している。1987年からの10年間で、飼養戸数は1/3以下に激減しているが、頭数は4割減にとどまっている。したがって、一戸当たりの飼養頭数は2.0頭から4.7頭へと倍以上の伸びを見せている。つまり、90年代までは1~3頭程度の自給的な飼養によって占められていたものが、それが激減する一方、90年代に入って多頭数飼養が現れてきたことが示されている。

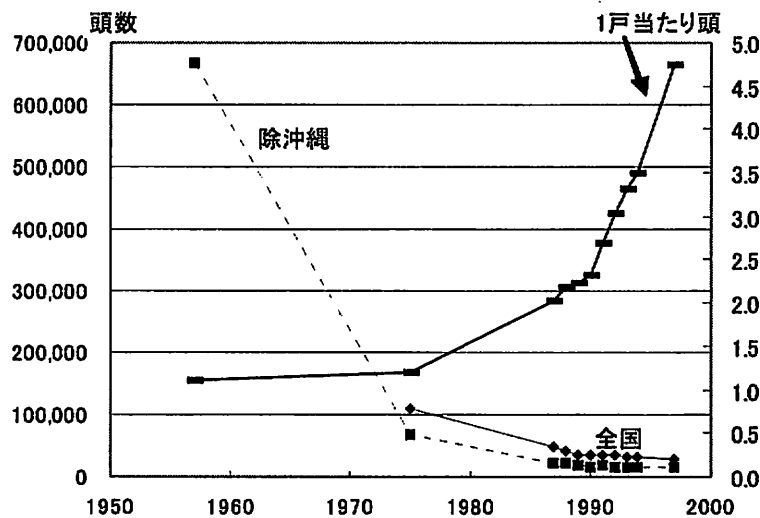


図1 ヤギ飼養頭数の推移

資料：畜産統計

ヤギ飼養頭数の都道府県別割合を見てみると、ピーク時の1957年には全国的に分散しており、各地で導入が盛んだったことがわかる。それが1975年になると、沖縄県を除いても特定道県に集中しており、長野県だけで1/4を占めている。これに沖縄県を加えると、沖縄県だけで1/3を占める。この集中は1997年にはもっと激しくなっており、沖縄県だけで半分、鹿児島県と熊本県と併せると8割を占めるほどである。

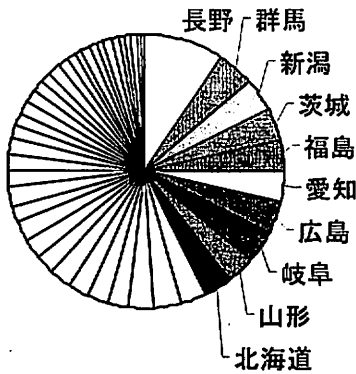


図2 1957年の飼養頭数都道府県別割合
(沖縄県を除く)

資料：畜産統計

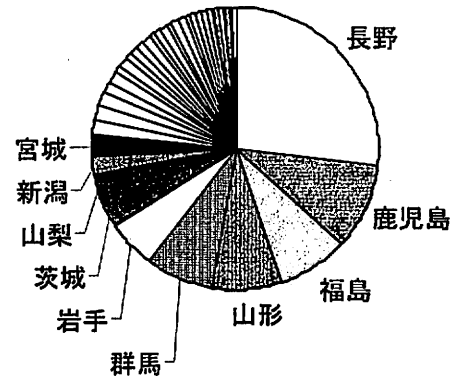


図3 1975年の飼養頭数都道府県別割合
(沖縄県を除く)

資料：畜産統計

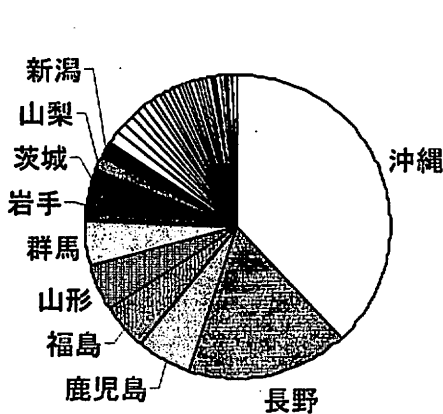


図4 1975年の飼養頭数都道府県別割合
資料：畜産統計

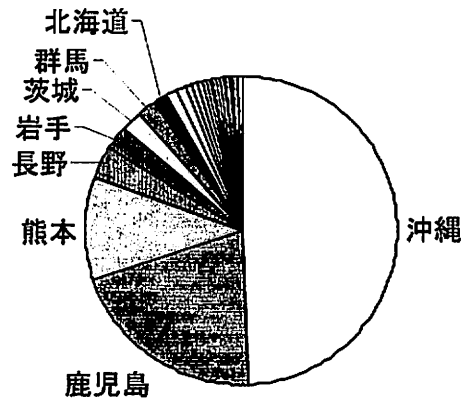


図5 1997年の飼養頭数都道府県別割合
資料：畜産統計

2. ヤギの生産・消費の特徴

生産面から見たヤギの特長は、何よりも飼養管理が楽なことである。そのために、乳用牛飼養から転換すること路もあるほどである。飼養管理が楽なのは、まず身体が小さい上におとなしいので、取り扱いの楽なことである。また、飼料も草だけでよく、その種類も何でもよい。そればかりでなく、放牧しておけば生えているものを何でも食べる。したがって、除草作業にも使える。

しかし、こういった短所を裏返せば短所になる。身体が小さいということは生産性が低いということになる。肉用にするにも、生体でせいぜい50kg、精肉歩留まりが30%である。乳用としても、1頭当たりの搾乳量は1日平均2kgで泌乳期間も8ヶ月程度である（産肉データとも日本乳用ザーネン種）。さらに、季節繁殖が解消できず、分娩期の春は乳量が豊富だが、秋から冬にかけては枯渇してしまうという問題も避けられない。

また、消費に目を向けると、生産物の販路の狭さという問題に直面する。まず、食肉の利用であるが、これはほぼ沖縄・奄美、せいぜい鹿児島、狭い地域に限られる。これは、ヤギ肉には独特の臭いがあり、嗜好性が強いためである。これらの地域では伝統的に、お祝い事の場でなべ料理（やぎ汁）として供される。強い臭いのため、それが嗜好性をもたらす反面、食生活が豊になった中では若者にはなじみにくく、消費の減退につながっている。

産乳量は少ないながら、その乳も利用される。終戦後に飼養が広まったのも、この乳の利用のためである。しかし、牛乳やその乳製品が大量に流通するようになって、自給用のヤギ乳利用はほぼ姿を消したと言ってよい状況である。しかし近年、労力軽減のために乳用牛飼養からヤギ飼養に転換する経営が現れるようになり、ヤギ乳の販売も増えつつある。乳は、加工してヨーグルトやジェラート、さらには石けんなどにもなって販売されている。

その他の用途として、日本ではほとんど見られないが世界的には高級素材の原料として注目されている採毛利用や、数は少ないながら実験用動物としての利用がある。また、ペットブームの流れの中で、愛玩用としての飼養も増えているが、広い敷地が必要となるなど、この用途としては飼養のハードルが高く、拡大は限定的であろうと思われる。さらに、幼稚園・保育所や小学校などで教育用に飼われることもある。

最近になって注目されている用途は、農山村の荒廃が問題とされる中で、除草管理や野生鳥獣忌避のための活用である。一部で実用化されているようであるが、まだ実験・実証の段階にあるところが多い。

ヤギ製品の特徴であるが、まず肉や乳の長所としてヘルシーであることが指摘できる。肉は低脂肪高タンパクであり、世界的には広く食用に利用されている。日本においても、健康ブームの中で注目されてはいるが、羊肉や鹿肉に比べると出遅れている。また、乳は人間のものに組成が近く、それゆえ戦後の食糧難の中で母乳不足を補うという目的が、飼

養が広まった一因ともなっている。さらに、脂肪球が小さいため消化吸収がよく、アレルギー物質も少ないという長所を持っているため、アトピーが増加している中では注目される存在である。

しかし、大きな短所も持っている。その最大のものは、肉も乳も独特の臭いが強烈であることである。ただ、肉の場合は脂を丁寧に除去するという処理によって、乳の場合は飼料の配合によって、かなり臭いを抑えることはできる。しかし、多くの日本人には慣れないと気になる臭みである。

また、季節繁殖を回避できないために、産乳量の季節性に制約されるという問題も大きい。出産の季節である春先には乳量が豊富であるが、需要のピークを迎える夏場に向けて乳量が低下していき、秋から冬にかけては枯渇してしまう。そればかりでなく、乳脂肪分の季節変動も大きく、もともと高くないために、乳脂肪分の低下する夏場には乳等省令の基準をクリアできず、飲用乳として流通させることができなくなるかもしれない、というリスクをかかえている。

さらに、肉としても乳としても、流通させるためには処理施設が必要であるが、その施設が僅少であるという問題もある。乳の場合は、どうやってラインを確保するかという交渉の問題であるが、肉の場合は深刻である。BSE対策の強化によって、スクレイピーの問題を抱えるヤギは、独立した設備でないと食肉処理できない。つまり新たな設備を設置しなければならないという、高いハードルに直面する。また、特定危険部位の内臓は廃棄しなければならないが、この部分こそ嗜好性の強いヤギ肉ファンが楽しみとするところであり、なじめない若者ばかりでなく根強いファンすらヤギ肉消費から遠ざかる要因となっている。

ヤギ乳の生産・販売者は各地に点在しており、なおかつ生産規模も小さいため、局所的な地場市場での展開にとどまっている。自前のプラントをもてるほどの規模でなければ、小規模なプラントを有する地場の乳業メーカーとの提携が不可欠である。チーズ、ヨーグルトやジェラートといった加工品であれば、このハードルは低くなる。ちなみに、アイスクリームとして売るためには乳固形分が15%以上必要なため、濃縮する手間をかけるか、ヤギ乳の割合を低くして市販の生クリーム（牛乳製）を利用するか、ということになるため、ジェラートとして売られることが多いようである。

食肉としての消費地は、ほぼ沖縄県に限られるため、営利目的で飼養されているヤギは最終的には皆沖縄県に行き着くことになる。この生体での流通は、個人の家畜商が担っている。この沖縄県への生体での移入量は、1998年前後で年間千頭前後となっている。一方で枝肉での輸入が、大部分がオーストラリアから行われており、これが年間100～150 t程度あり、国内産と市場を二分する形となっている。（社団法人日本緬羊協会『平成13年度めん羊山羊生産物利用促進事業 山羊生産物利用実態調査報告書Ⅲ』2002）

しかし、国内での食肉処理を一手に行っている沖縄県であるが、その中心である沖縄本島においてもBSE対策の必要性から、2002年3月に南部にあった食肉処理場がヤギの扱

いを停止し、北部の名護市にただ一カ所残すのみとなってしまった。生産と消費の多い南部と中部からの利用は不便であり、2001年に3千頭を超えていた屠畜頭数が2千頭を前後するまでに減少している。

ヤギを扱う家畜市場は、沖縄以外にも3カ所ある。むしろ、沖縄の家畜市場の開設が最も遅く、2000年のことである。この沖縄県南部家畜市場でのヤギ市場は、小規模飼養と相対取引では、価格決定が生産者側に不利ではないかということで、開設にこぎ着けた。開設後に南部の食肉処理場でのヤギの扱い停止があり、処理に困った生産者が市場に持ち込む数が増えたという。年間150頭だった取引数が、2002年以降は2百頭を超えている。

その他は、群馬県渋川市、長野県下伊那、愛知県新城市にある。渋川市場は1959年に開設され、年間50頭程度の取引量である。下伊那市場は開設が1949年と古く、年間取引量も150頭程度と多い。新城市場は1986年の開設で、年間百頭程度の取引である。

3. 事例紹介

多頭数飼養を行っており、利用形態の違う3つの事例を紹介する。調査はいずれも、2006年の9月に行ったものである。

(1) A畜産（沖縄県島尻郡八重瀬町）

調査時点で肉用に3百頭程度飼養していたが、最盛時には千頭飼養していた。縮小理由の第一は、周囲で市街化が進み、農地転用が増えたために自給飼料用の畑が確保できなくなったことである。第二は、近くにあったと畜場が山羊の扱いを停止し、名護市まで運ばなければ食肉処理ができなくなって手間がかかり、コスト的にも割が合わなくなってしまったことである。

飼料は、青草を自給し、食品残渣を譲ってもらい、乾草を購入して、配合している。青草は、周辺の農地をただで借りて栽培している。その面積は最盛時には千坪あったが、調査時点では3百坪であった。

3百頭飼養しているうちの80頭は繁殖用の雌ヤギで、年間の出荷は2百頭になる。その8割は直営の山羊料理店で利用し、残りの2割は精肉として販売しているが、これは内地の沖縄料理店むけに出荷されている。直営店でのメインは山羊汁で、これは仕出しの需要が多い。仕出しの山羊汁はお祝いの場で振る舞われる。山羊汁そのものは臭いが嫌われ、牛汁や豚汁に取って代わられているものの、かつては自分で作っていたものが仕出しに置き換えられてきており、売上は堅調であるということであった。ただし、10年前に比べると値段は下げているそうである。

(2) B牧場（沖縄県中頭郡中城村）

飼養を始めたのは1996年である。調査時点での飼養頭数は120で、80頭から搾乳して

いた。沖縄では、ヤギ飼養は盛んでもそれは肉用としてであって、乳の商品化はなかった。飲用乳としての販売がメインであるが、ヨーグルト、チーズ、アイスクリーム、石けんも製造・販売している。このうち、アイスクリームだけは委託製造である。種付け時期をできるだけずらして、季節繁殖の問題を緩和しようとしているが、やはり冬場の供給のためには冷凍保存しておくしかないようである。

販売は、量販店や宅配の販路開拓に力を入れているが、空港の売店で販売が最も大きいのが現状である。販路開拓の難しさには、通年安定供給の難しさも絡んでいる。しかし、それ以上に、牛乳との差別化が重要であると考えている。

そこで、販路開拓の切り札として機能性に目をつけており、琉球大学と共同研究に取り組んでいる。機能性の開発も含め、産乳能力の向上や、季節繁殖の打開の模索のため、新品種の実験的導入にも熱心である。

(3) 観光牧場C (栃木県那須塩原市箭坪)

コンサルタントをしていた経営主が、ヤギによる地域振興に携わったことから、自分でもやろうと土地を捜して那須にやってきて、2001年に観光ヤギ牧場をオープンさせた。調査時点での飼養頭数は40で、そのうちの20頭から搾乳していたが、将来的には百頭まで増やすことが目標であり、その際には通年繁殖を実現したいとのことである。

乾草を中心とした飼料給与によって、臭みを解消した乳を搾っている。わざわざ風味を出すために、ジェレート用には数日おいた乳を使用するほどである。このミルク、ジェレートに、プリン、ヨーグルト、チーズを、牧場内の喫茶コーナーで提供している。業務用としてホテルにも販売している。チーズとヨーグルトは、加工を委託している。乾乳期には、冷凍保存しておいた乳を使用している。

肉も利用したいと考えているが、屠畜場がないので無理である。廃用ヤギは、業者が買いに来て、沖縄に運ばれている。中近東出身の人が、売ってくれないかと来ることもあるそうである。また、子ヤギを売ったり貸したりしてくれないかと、幼稚園・保育所からの引き合いが関東一円から来るという。さらに、草地の管理のために貸してくれないかという需要もあるようである。

4. ヤギ振興の課題

消費のネックとなる肉や乳の臭みも、技術的には解消可能な問題である。肉は丁寧に処理して脂を除去すればいいし、乳は飼料の配合で臭みを抑えることが可能である。周年繁殖も、ニュージーランドでは実現されているようなので、将来的には可能かもしれない。

しかしながら、そうした技術の開発や普及の体制が欠けていることが、根本的な問題である。そもそも、ここ数十年、生産性の向上がほとんど見られていない。公的な試験研究機関は、家畜改良事業団長野牧場1カ所しかない。沖縄県畜産研究センターですらヤギの研究は行われてこず、2008年からようやくヤギが研究課題として取り上げられたのであ

る。技術情報に関しては、民間のネットワークの活性化に期待するしかないのが実情である。

生産の問題以上に深刻なのが、加工設備、流通ルートの問題である。乳の加工品ならそれほど大がかりな設備は必要ないが、飲用乳として販売しようとする大きなプラントが必要となる。食肉処理も、多の畜種と独立した設備が必要なため、一定量以上の処理を行わないと採算がとれない。つまり、生産・販売の拡大のためには大きな投資が必要なのであるが、現状の非常に小さな販路の拡大を同時に行わなければならないため、非常に大きなリスクを負うことになる。

ジンギスカン以来、ヘルシー肉ブームの流れの中で、鹿肉の消費が伸びている。これは、獣害対策の一環として生産が拡大し、その処理のため販売促進活動が活発化しているからである。獣害対策が起点となっているため、そこには公的な補助も投入されている。ヤギの場合、現状ではこうした補助は期待できない。しかし、獣害対策や耕作放棄地管理への活用が模索されており、それが軌道に乗れば、大きな投資を可能にするような補助も期待できるようになるかもしれない。