

生鮮食品卸のいずみホールディングス(HD、札幌)は、道産馬肉を道内で消費する取り組みに着手している。同社は2018年にも、道内初となる馬専用のと畜場と加工場を建設する計画で、飲食店やスーパーなど道内での食肉流通を加速させたい考えだ。

馬肉は熊本県や福島県で、古くから馬刺しや鍋の具材などとして親しまれている。一方、ばんえい競馬など馬の活躍する場が比較的豊富な道内は国内の約9割を占める最大の馬産地だが、長く農耕に使われてきた歴史があるほか、競馬愛好者ら抵抗がある人も多く、食肉はあまり流通していない。

こうした事情から食用に回る道産馬は、個人取引で生きたまま消費地に運ばれて加工されている。同社によると、九州で出回る馬肉の3割、東北の5割が道産だという。近年は道内でも馬肉を提供する飲食店が増えているものの、冷凍など味が落ちるものが多い。同社は畜産卸の子会社を通し、質の良い肉を地元で消費できる仕組みをつくることとし、2月上旬から「蝦夷ノ馬刺」の商品名で業務用の生肉販売を始めた。1キロ6550～8千円で、札幌市内の飲食店約30店に売っている。道内の牧場で買い付けた軽種馬を、福島県の工場で加工しているという。

## 道産馬肉 地消伸ばせ

### いずみHD、加工施設建設へ

同社によると、自前のと畜場と加工場が完成すればコストが下がり、今よりも3割ほど安い価格で提供できるという。早ければ3年後に、年間2400頭を食肉処理し約15億円の売り上げを目指す。同社は「馬肉を身近な存在に感じてもらう、北海道の食文化の一つに育てたい」としている。



いずみホールディングスが飲食店向けに販売を始めた道産の馬刺し (同社提供)