



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	乗用馬の生産牧場による新規参入の実態分析：北海道標茶町を事例に
Author(s)	清本, 学史; 東山, 寛
Citation	北海道大学農経論叢, 79, 17-29
Issue Date	2026-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/99269
Type	departmental bulletin paper
File Information	02_kiyomoto.pdf



乗用馬の生産牧場による新規参入の実態分析 －北海道標茶町を事例に－

清 本 学 史・東 山 寛*

Analysis of New Entrants in Passenger Horse Production Farms: A Case Study of Shibecha Town, Hokkaido

Satoshi KIYOMOTO, Kan HIGASHIYAMA*

Summary

The purpose of this study is to examine the management practices of riding horse production farms using Shibecha Town, Hokkaido, as a case study, and to clarify the actual conditions of new entrants into this field. Shibecha Town is pursuing unique regional development utilizing horses, and riding horse production farms are attracting people to the area as a tourism resource while utilizing land abandoned by farmers. The survey revealed that new entrants into riding horse production farms typically receive support from local farmers, following a path not significantly different from conventional agricultural entry routes. However, acquiring training and husbandry skills imposes substantial labor and financial burdens on newcomers, potentially creating barriers to entry. Furthermore, since there were few opportunities to sell riding horses and they often failed to attract buyers, it was essential to implement strategies for business stabilization, such as introducing other livestock breeds.

Key words : riding horse, new entrants, acquisition of management resources, stabilization of management

1. 研究の背景と課題

1) 研究の背景

日本の馬産は、北海道の日高地方で盛んに行われている、競馬を目的とした競走用軽種馬の生産を中心としている。ただし、馬には競走用軽種馬以外にも、ばんえい競走、肥育、農耕を主な用途とする大型の重種馬、重種馬と軽種馬の中間的な性質や体格で、乗馬を主な用途とする中間種、ポニーや日本在来馬など、愛がんや乗馬を主な用途とする小柄な小格馬が存在する。そして北海道には、日高地方以外にも馬産が盛んな地域があり、本研究が事例地域とする標茶町はその中の1つである。

北海道標茶町は、明治時代の軍馬生産をきつ

けに、馬産が盛んとなった地域である。そしてその馬産は、日高地方のような競走用軽種馬ではなく、馬術競技や乗馬体験などの競走（競馬）以外の乗馬を目的とした中間種や小格馬、いわゆる乗用馬を中心としている。標茶町は農村部として人口減少などの課題に直面する中で、この馬産の歴史や乗用馬生産という特徴を活かし、乗用馬に関連するふるさと納税の導入、観光資源としての乗馬コースの開発や乗馬体験の提供、生産牧場による引退乗用馬（馬術競技の引退馬）の終の棲家としての受け入れなど、馬を利用した独自の地域づくりに取り組んでいる。また、町が設ける新規就農支援（住居提供、研修制度、資金的支援など）の対象ではないものの、乗用馬の生産牧場による新規参入も少数ながら行われており、離農農家が年々増加する中、一農地の引き受け手として、その生産牧場は離農跡地の有効利用に寄与してい

*Corresponding author: khiga@agr.hokudai.ac.jp

る。

日高地方の軽種馬生産や標茶町の乗用馬生産は、食料生産を目的としていない。ただし、その過程には採草地や放牧地が不可欠であり、土地に資本や労働を投下し、家畜を飼養するという点で、その営みは畜産業の範疇に含まれる。そして標茶町では、乗用馬の生産牧場は、他の営農類型と同様に農地の維持・活用に寄与しつつ、農村部の地域づくりの一手段として重要な役割を果たしている実態がある。そこで、人口減少や少子高齢化、農業面ではそれらに伴う離農跡地の増加など、農村部を取り巻く環境が年々厳しさ増す中で、乗用馬の生産牧場を新規参入という観点から研究対象とすることは、その農村部の担い手に関して新たな知見を得るという点で意義があるといえる。

2) 先行研究の整理

馬の牧場経営に関する研究は、前述の通り日本の馬産が競走用の軽種馬生産を中心としていることから、競走用の軽種馬経営を中心に展開されてきた。岩崎ほか（1979）は、競馬の経済的動向によって経営動向が左右されるという、軽種馬経営の独特な流通・生産構造が形成された背景や要因を分析している。小林（1986）は、営農費用、経営規模、労働力などの分析から軽種馬経営の農業的性格と投機的性格を明らかにしている。岩崎ほか（2000）、松原ほか（2019）は、年齢、労働力、飼養頭数、飼養方法、経営面積などの様々な指標をもとに、軽種馬経営の経営類型別の分析を行っている。このように、馬産の構造や経営内容の分析に焦点を当てた研究はされているものの、馬産農家がどのように経営資源を獲得し、就農するかという、新規参入の観点から分析が行われた研究は見られない。

新規参入に関する研究では、参入者の経営資源の獲得や地域への定着には、地元農家らの役割が重要であることが指摘されている。島（2013）はイチゴ農家を事例に、地元の橋渡し役農家による支援は参入者の定着プロセスに合わせた継続的なものであるとしている。山本ほか（2012）は、第三者継承を事例に、農地、施設、機械、家畜、果樹などの有形の経営資源は、営農類型によって獲得方法に特徴があるが、飼養管理や栽培の技術の

獲得に関しては、共通して地元農家らによる継続的な指導が必要であることを指摘している。また、経営資源の獲得方法を分析した研究には、田村ら（2025）が存在する。田村らは、地域おこし協力隊制度が新規参入にもたらす効果を明らかにするために、まず営農に必要な経営資源を、農地、施設、機械、資材、住宅を有形の経営資源、技術、販路、地域への信用を無形の経営資源に分類した。そして、事例へのヒアリング調査をもとに、各種経営資源の獲得方法を、協力隊活動を通じた獲得と協力隊活動以外の定住・定着活動を通じた獲得の2種類に区分し、分析を行っていた。

3) 課題と方法

以上の背景を踏まえ本研究では、乗用馬生産が盛んな標茶町での調査をもとに、乗用馬の生産牧場の経営内容を把握するとともに、その新規参入者らの経営資源の獲得方法を分析することで、乗用馬の生産牧場における新規参入は、どのように経営資源を獲得して就農に至っているのかという、実態を明らかにすることを主眼に置くこととしたい。

なお経営資源の獲得方法の分析に際しては、田村ほか（2025）の分析フレームに倣い、各種経営資源を農地、施設、機械、家畜、資材、住宅を有形の経営資源、技術、販路、地域への信用を無形の経営資源に分類する。ただし技術に関しては、乗用馬は調教の程度が家畜としての価値に直結することから、飼養管理の技術と調教の技術の2種類に分類する。次にその獲得方法を、乗用馬の生産牧場は標茶町の新規就農支援の対象ではないことを踏まえ、「地元農家ら（A牧場など）の支援をきっかけとした獲得」と、「自らの判断、行動に基づく、地元農家らの支援をきっかけとしない獲得」の2種類に分類する。

調査対象は、標茶町で40年以上にわたって乗用馬の生産を行っている地元農家のA牧場、乗用馬の生産・観光牧場として未経験の状態から新規参入したB牧場（就農4年目）、競走馬の牧場への勤務から独立し、乗用馬と肉用羊の生産牧場として新規参入したC牧場（就農3年目）の3事例である。調査方法は聞き取り調査であり、2025年10月から2026年1月にかけて調査を行った。

本研究では、まず2節で、事例分析に先立ち、

道東地域における乗用馬の市場取引の実態を整理する。次に3節で事例分析を行う。そして4節で分析結果を踏まえ、乗用馬の生産牧場による新規参入の実態についてまとめ、結論を述べる。

2. 乗用馬の市場取引の実態

1) 道東地域における乗用馬の市場取引

道東地域における乗用馬の市場取引は、北海道乗用馬オークション（以下、オークション）と、ホクレン釧路地区家畜市場の馬市場（以下、馬市場）の2種類が存在する。

第1表にオークションと馬市場の相違点をまとめた。オークションは、調教済みの乗馬可能な馬のみを取り扱う専門的な市場であり、年に一度開催している。主催は根釧乗用馬育成振興会（以下、振興会）という、道東地域の乗用馬の生産牧場や馬の愛好家らによって構成される、馬産振興を目的とした団体である。市場へ参加するには振興会の構成員となる必要があるが、入会に際して繁殖実績や入会金などの条件はない。取り扱う馬は、4歳までの中間種や小格馬である。調教には

身体的成長の点も考慮すると、1～2年の時間が必要であるため、出場する馬は2～4歳馬がボリューム層となっている。出場する馬には、日本馬事協会への血統登録が必須である。買い手は、そのほとんどが馬術競技への利用を目的とした乗馬クラブや、乗馬体験を実施する観光牧場などの乗馬施設である。

一方、馬市場は、体型、年齢、調教の程度などの質に関わらず、馬そのものを幅広く取り扱う市場である。主催者はホクレンであり、現在は半年に一度開催されている。市場への参加要件は、農協に正組合員として加入し、受託販売契約を結ぶことである。市場は、ばん馬などの大型馬（重種馬）が出場する農用馬、ポニーや在来馬などの小型馬が出場する小格馬、その他の体型で乗馬向きの馬が出場する乗用馬、という体型に基づいた3つの区分が設けられている。そして各区分において、ばんえい競走、肥育を主な用途とする重種馬、愛がんと乗馬を主な用途とする小格馬、調教の程度を問わない乗馬向けの馬、経営の縮小や繁殖成績の悪化、年齢、ケガなどを理由に廃用出荷

第1表 北海道乗用馬オークションとホクレン釧路地区家畜市場馬市場の相違点

	北海道乗用馬 オークション	ホクレン釧路地区 家畜市場 馬市場
主催者	根釧乗用馬 育成振興会	ホクレン
開催頻度	年に1度 (毎年10月頃)	半年に一度 (毎年度10月、2月)
参加要件	振興会の構成員 であること	農協の正組合員 であること
馬の体型	主に中間種、小格馬	制限なし
馬の年齢	4歳まで	制限なし
調教の程度	乗馬可能な状態 のみ出場可	制限なし
乗用馬の 血統登録	必須	不要
買い手	乗馬クラブ 観光牧場	ばんえい競馬関係者 食肉用の肥育、繁殖農家 家畜商 乗馬クラブ 観光牧場

資料：聞き取り調査（2025年12月）より筆者作成。

される馬など、様々な馬が出場している。乗用馬の区分に関しては、日本馬事協会への血統登録は不要である。その買い手は、乗馬クラブや観光牧場などの乗馬施設ではなく、ばんえい競馬関係者、食肉目的の肥育・繁殖農家、家畜商などが中心である。

2) 乗用馬の市場取引の特徴

第2表に牛も含めたホクレン釧路地区家畜市場全体とオークションについて、各市場1回分の平均的な取引実績をまとめた。

第2表の取引実績の比較より、乗用馬の市場取引の特徴として、①市場取引の開催頻度の少なさ、②出場頭数の少なさと売却率の低さ、③市場の種類による取引価格の差、の3点が挙げられる。まず、①市場取引の開催頻度の少なさについて、ホクレン釧路地区家畜市場の乳牛市場と一般市場は、1週間～3か月に1度と高頻度で開催されている。一方、乗用馬は半年または1年に1度と低頻度での開催である。そのため、乗用馬の市場取引による販売は、収入が得られる時期が10月または2月のみと限定的となっている。次に、②出場頭数の少なさと売却率の低さについて、乗用馬は、馬市場、オークションともに出場頭数が約30頭、売却率が約5割と、他の区分と比較して取引頭数が少なく、買い手が付かないことが多い。

これは、乗用馬ならではの馬の特徴に起因する。農用馬と小格馬は、馬の中でも太らせやすく、歩留まりが良いという特徴がある。そのため、ばんえい競走や愛がん、乗馬に向けた需要に加え、肥育農家などからの食肉用に向けた需要も高い。一方乗用馬は、生産者や買い手にとってスポーツや趣味用という意識が馬の中でも特に強いため、最終的な廃用出荷を除き、食肉用に利用されることが少ない。そして取引相手は、乗馬への利用を目的とした団体や個人に限定され、その数も多くはない。そのため乗用馬は、出場頭数、売却頭数ともに少なく、販売収入を得られない可能性が他の家畜より高くなっている。最後に、③市場の種類による取引価格の差について、乗用馬は食料ではなく趣味やスポーツの手段として生産、育成される。そのため、調教の程度、年齢、個体の血統など、手段としての仕上がり具合や質が家畜としての価値を決める最も大きな要素となる。ゆえに、調教の程度や年齢などの質に関わらず馬を取り扱う馬市場では、乳用牛や肉用牛と同程度の取引価格であるのに対し、調教済みの乗馬可能な馬のみを取り扱うオークションでは、取引価格がいずれも高値となっている。

以上の点をまとめると、高価格での販売が可能なものの、その販売収入を得られる時期が限定さ

第2表 ホクレン釧路地区家畜市場と北海道乗用馬オークションの市場1回分の平均的な取引実績（令和7年度実施分）

	市場の種類	区分	開催頻度	出場頭数	売却頭数	売却率	最高価格	最低価格	平均価格
ホクレン釧路地区家畜市場	乳牛市場	育成	2、3か月に1度	207頭	183頭	88.7%	495,000円	55,000円	233,534円
		初妊経産	1か月に1度	263頭	246頭	93.6%	1,027,400円	55,000円	600,090円
	一般市場	乳用種	1週間に1度	25頭	25頭	100.0%	729,300円	9,900円	232,599円
		肉用種		484頭	481頭	99.4%	684,200円	110円	166,765円
	馬市場	農用馬	半年に1度 (毎年度10月、2月)	169頭	156頭	92.3%	2,115,300円	26,400円	1,093,330円
		小格馬		119頭	89頭	74.8%	935,000円	6,600円	231,111円
		乗用馬		24頭	11頭	45.8%	501,600円	40,700円	291,000円
北海道乗用馬オークション	乗用馬		年に1度 (毎年10月頃)	30頭	16頭	53.3%	2,250,000円	750,000円	1,000,000円

資料：聞き取り調査（2025年12月）、ホクレン家畜市場情報HPより筆者作成。
注：1）各値は令和7年度4月～12月に開催された市場の取引実績から算出。馬市場は10月28日開催分、オークションは10月7日開催分のデータを利用。乳牛市場の育成は5回分の平均を算出、初妊・経産は市場9回分の平均を算出。一般市場は市場39回分の平均を算出している。
2）最高価格と最低価格は各区分の全市場を通し、最高の価格と最低の価格をそれぞれ利用。

れ、さらに確実な収入を得られるか否かがわからない不安定さを有している点が、乗用馬の市場取引の特徴と言える。特に販売収入を得られる時期が限定されることは、安定した資金繰りを行うことができないという点で、営農における課題となると考えられる。事例調査の結果についてまとめる次節では、この乗用馬生産ならではの経営的課題に対し、各事例農家が講じる対策にも着目する。

3. 事例調査の結果

1) 乗用馬と肉用牛の生産牧場であるA牧場 (地元農家)

地元農家であるA牧場は、乗用馬の生産、育成、調教、販売と肉用牛の繁殖経営を複合的に営む法人経営の牧場である。

現在の代表は、約20年前に同じ地域の酪農経営からA牧場に移転し、経営を継承した。代表は、離農農家が年々増加し、乗用馬生産も含めた標茶町の一次産業が衰退している現状に危機感を抱いている。そのため、振興会の代表を務め道東地域の馬産振興に取り組むだけでなく、後継者の育成を目指し、B牧場とC牧場の就農支援（後述）を行っている。

第3表にA牧場の経営内容をまとめた。

労働力は、代表も含め雇用労働力を中心とした9名である。このうち4名が調教担当であり、2名が乗馬指導者の資格を持っている。牧草の生産量は、乾草ロール1,000個である。飼養頭数は、乗用馬65頭と肉用牛70頭である。乗用馬の内訳は、中心的な繁殖牝馬が15頭、販売目的の育成馬が30頭、乳母として貸し出すために繁殖に利用する牝馬が8頭、その他ケガなどを理由に余生を過ごす馬が5頭、借用の種馬が2頭、預託管理する引退乗用馬が5頭である。借用の種馬2頭は、日本馬事協会が所有する乗用種雄馬である。種馬の導入費用を抑えるため、購入ではなく賃借している（註1）。乗用馬の導入や繁殖は、スポーツホース（註2）に分類される品種から、馬術競技で活躍した乗用馬の血統に連なるものを中心に行っている。年間の繁殖数は10～12頭である。肉用牛は黒毛和種の繁殖雌牛を70頭飼養しており、年間の繁殖数は50～60頭である。

第3表 A牧場の経営内容（2025年11月時点）

労働力		代表 社員 2名 アルバイト 6名
経営 面積	所有地	採草地 30ha 放牧地 20ha
	借地	採草地 50ha
施設		厩舎 馬場
機械		トラクター 採草に要する機械
飼養 頭数	乗用馬	・所有 58頭 繁殖牝馬 15頭 育成馬 30頭 乳母馬 8頭 その他 5頭 ・借用 2頭 種馬 2頭 ・預託 5頭 合計 65頭
	肉用牛	繁殖雌牛 70頭
金融 機関		日本政策金融公庫 JAしべちゃ
事業 内容		乗用馬の販売 乳母馬の貸し出し 肉用子牛の販売

資料：聞き取り調査（2025年11月）より筆者作成。

乗用馬の販売は、オークションによる市場取引を基本としつつ、得意先の乗馬クラブと一部庭先取引を行っている。年間の販売頭数は8頭前後である。乳母馬の貸し出しは、出産後の牝馬を競走馬の生産牧場に子馬の育て役として貸し出すことである。肉用子牛はJAしべちゃを通じてホクレン家畜市場へ出荷している。全体の売上の約半分を、市場取引による乗用馬の販売収入が占めている。

肉用牛の繁殖部門は、市場取引を基本とする乗用馬の単一経営では資金繰りに課題を抱えることが多くなったため、代表の判断のもと約12年前に導入した。肉用牛を選択した理由を、①代表が習得している酪農の飼養管理技術を応用することが可能なこと、②酪農ほどの設備投資が不要であること、③市場取引が通年で行われているため、安定して販売収入を確保することが可能なこと、の

3点としている。

2) 乗用馬の生産・観光牧場であるB牧場（就農4年目）

(1)就農までの経緯

B牧場は乗用馬の生産、育成、販売と乗馬体験やカフェ、宿泊などの体験型事業を提供する、乗用馬の生産・観光牧場である。

馬も含めた農業に関する経験がほとんどない中で、2022年5月に娘（経営主）と父で法人経営により新規参入した。新規参入のきっかけは、旅行で標茶町を訪れた父が、自然の中での馬とのふれあいに感動し、自らもこの地で馬を育てたいと考えたことである。

まず、父が町内に住宅を購入した。そして、近

隣住民からA牧場、A牧場から前土地所有者S氏の紹介を受けた。しかし、父は主に年齢が原因で新規就農者となることができず、農家として牧草地を購入することができなかった。そこで、獣医学部の出身である経営主（娘）が、父の代わりに認定新規就農者として新規参入することを了承した。そしてS氏の働きかけのもと、近隣農家へ就農内容の説明会を開き、地域からの理解を得たうえで、経営主（娘）が代表としてB牧場を設立した。

(2)経営内容

B牧場の経営内容を第4表にまとめた。

中心的な労働力は、経営主、父、業務委託1名、牧場ボランティア1名の4名であり、その他

第4表 B牧場の経営内容（2025年10月時点）

労働力	家族	経営主、父、母
	常時雇用	業務委託 2名 アルバイト 1名
	ボランティア	牧場ボランティア 1名 乗馬教室の手伝い 2名
経営面積	所有地	採草放牧地 16.5ha
	借地	採草放牧地 12.6ha
施設	厩舎（屋内の馬場併設） 丸馬場、角馬場（屋外） カフェ兼宿泊所 トレーラーハウス2台（宿泊用）	
機械	ホイールローダー ユンボ 多目的四輪車 軽トラ	
飼養頭数 （乗用馬のみ）	・所有 8頭 繁殖牝馬 2頭 育成馬 2頭 ・預託 1頭 合計 9頭	
金融機関	日本政策金融公庫	
事業内容	乗用馬の販売 乗馬体験（予約制、午前と午後1組ずつ） カフェ（予約制） 宿泊 乗馬教室（月額制） イベントの開催	

資料：聞き取り調査（2025年11月）より筆者作成。

註：丸馬場は円運動に伴う1対1の調教、角馬場は騎乗した状態での調教にそれぞれ利用される、砂場を柵で囲んだ空間である。

の4名は補助的な労働力である。所有地、借地ともに酪農家の離農跡地である。牧草の生産量は乾草ロール200個であり、採草に必要な機械を購入する資金的余裕や採草技術を習得する人的・時間的余裕がないことから、作業のすべてをA牧場に委託している。飼養頭数は乗用馬9頭のみで、このうち繁殖牝馬が2頭、販売を検討している育成馬が2頭である。乗用馬の導入や繁殖は、人に従順な気質、体高がサラブレッドなどより低く乗馬向き、人を載せて斜面を上る力があるなど、観光牧場に適しているという理由から、中間種のクォーターホースを中心に行っている。現時点では、繁殖には他の牧場の種馬を利用している。金融機関は日本政策金融公庫を利用しており、農業制度資金のうち青年等就農資金、経営体育成強化資金を利用している。また、農林水産省の補助事業である経営発展支援事業、新規就農者向けの助成措置である経営開始資金、観光庁が実施する観光コンテンツ造成支援事業などの補助金も受給している。なお、振興会へは未加入である。

乗用馬の販売は、町内の宿泊施設との庭先取引による預託馬1頭のみである。取引の方針として、庭先取引は付近の宿泊施設や観光施設に向けた預託による販売、貸出など、乗用馬を地域資源として活かす方法を考えている。市場取引は、オークションへの参加を考えている。体験型事業は、乗馬体験と宿泊は国内外からの観光客が、カフェと乗馬教室は周辺地域や地元の人々が主に利用している。現時点での1ヵ月当たりの平均的な利用状況は、乗馬体験が約30名、宿泊とカフェが数日、乗馬教室が4名（月額制）となっている。イベントは、道東地域のALTや地域おこし協力隊の外国人と協力し、周辺地域や地元の人々に向けて、英会話体験や馬とふれあう機会などを提供するものである。クリスマス、イースター、ハロウィンなどの季節行事に合わせて開催しており、各回の参加者は数十名に上る。

その他の活動として、獣医学部の大学生の実習や牧場ボランティアの受け入れ、教育委員会主催の教育事業や地域行事でのふれあい体験などに取り組んでいる。特に牧場ボランティアは外国人からの需要があり、受け入れ始めた2024年10月以降、5名の外国人ボランティアを採用している。

経営主らは、自然の中での馬とのふれあいを提供する牧場を目指しているため、乗用馬以外の導入は考えていない。そのため、収入源の多角化による経営の安定化という点は、乗用馬の預託による販売や貸出を拡大し、月々の預託料、貸付料を確保することや、乗馬体験の予約枠の拡大、カフェの通常営業など、取引方法の工夫と観光的側面の2点で実現を目指している。

(3)経営資源の獲得方法の分析

第5表にB牧場の現在の経営資源について、その獲得時期と獲得方法をまとめた。なお、表中のT氏は経営主らが参加した調教セミナーの講師であり、国内外で牧場経営に携わった経験があることから、B牧場の新規参入に携わることとなった人物である。

まずは有形資源について整理する。農地はA牧場紹介のもとS氏から所有地を購入し、その後、農地保有合理化事業で借地を追加した。借地の追加は、その立地が湖沿いで景観が良く、観光牧場として将来的に活用できると判断したためである。施設は、まずT氏が設計の一部を監修し、厩舎、丸馬場、角馬場を建設した。これは、未経験の経営主らだけでは馬用の設計などを判断することが困難であったためである。その後、観光牧場としての必要性から判断し、トレーラーハウスを2台購入し、カフェ兼宿泊所を建設した。機械は作業に応じて必要なものを自ら判断し、購入している。乗用馬は、2頭をT氏の仲介によって購入し、3頭を自ら購入先を見つけ獲得した。自ら購入先を見つけた理由は、観光牧場として調教の程度を、生産牧場としてその血統を自らの目で判断しなかったためである。資材は、乗馬に必要な道具の一部や、電気柵などの主要な資材を地元農家らのサポートを得て獲得しつつ、それ以外は必要なものを自ら判断し、購入している。

次に無形資源について整理する。技術のうち飼養管理は、A牧場での共同作業によって獲得しつつ、大学の講座の受講や乗馬クラブへの参加など、自らも行動することで獲得した。調教の技術は、同様に調教セミナーへ参加しつつ、A牧場やT氏による指導のもと獲得した。なお、調教の技術の指導役には、1日数万円の指導料を支払っている。就農3年目以降に他地域の調教師を利用し

第5表 B牧場の経営資源の獲得時期と獲得方法

経営資源の内容		経営資源の獲得時期と獲得方法		
		就農1年目 2022年5月～2023年5月	就農2年目 2023年5月～2024年5月	就農3年目以降 2024年5月～
有形資源	農地	●A牧場紹介のもと、S氏から所有地を購入	—	○その景観の良さから、農地保有合理化事業で借地を追加
	施設	●T氏監修のもと、既舎、丸馬場、角馬場を建設	○観光牧場としての必要性から、1台目のトレーラーハウスを購入	○観光牧場としての必要性から、カフェ兼宿泊所を建設 ○同様に、2台目のトレーラーハウスを購入
	機械	○作業の必要性から、多目的四輪車とユンボを購入	○作業の必要性から、ホイールローダーを購入 ○知り合いから軽トラを賃借（後に購入）	—
	家畜（乗用馬）	●T氏仲介のもと、庭先取引で2頭購入 ○日高地方の市場取引に自ら出向き、1頭購入 ○道東地域の同業者に自ら働きかけ、庭先取引で2頭購入	—	—
	資材	●A牧場から乗馬に必要な道具の一部を借入 ●S氏のアドバイスのもと、電気柵などの主要な資材を購入 ○その他の資材は必要に応じて自ら判断し、購入	—	—
	住宅	○町内の住宅を購入	—	—
無形資源	技術	飼養管理 ●A牧場での共同作業 ○大学の講座の受講（有料） ○乗馬クラブへ数日参加（有料）	—	—
		調教 ●T氏、A牧場による指導（有料） ○調教セミナーへ参加（有料）	●A牧場による1か月に1度の指導（有料）	●A牧場による2、3か月に1度の指導 ○他地域の調教師による指導（ともに有料）
	信用	●S氏が近隣農家へ働きかけ、就農内容の説明会を開催	○地域行事でふれあい体験を実施	○地域行事でふれあい体験を実施 ○S氏とA牧場に声をかけ、ともに教育事業を実施 ○各種イベントの開催
	販路	—	—	○農協へ正組合員として加入したことで、ホクレン家畜市場を獲得
農業制度資金		○青年等就農資金、経営体育成強化資金を自ら調べ、利用		

資料：聞き取り調査（2025年11月）より筆者作成。

注：獲得方法は、地元農家らの支援をきっかけとした獲得を●、自らの判断、行動に基づく、地元農家らの支援をきっかけとしない獲得を○でそれぞれ示している。

ているのは、調教には人それぞれの考え方や方法があり、経験を積んだことで、既存の指導役以外からも新たな知識・技術を獲得したいと考えたためである。信用は、就農時はS氏による部分が大きかったものの、地域行事でのふれあい体験や教育事業の実施、イベントの開催など、経営体制が整うにつれて自ら行動することで獲得し、地域への定着が図られたと考えられる。販路は、JAしべちやへ正組合員として加入したことから、ホク

レン家畜市場を利用することができるようになった。農業制度資金については前述したように、青年等就農資金と経営体育成強化資金を自ら調べ、利用することができている。

3) 乗用馬と肉用羊の生産牧場であるC牧場（就農3年目）

(1) 就農までの経緯

C牧場は乗用馬の生産、育成、調教、販売と肉用羊の生産、育成、販売を複合的に営む家族経営

の牧場である。

経営主は、小学生の時に競馬に強く関心を抱いたことをきっかけに、観光牧場での手伝い、競走馬の牧場でのアルバイトを経て、競走馬の牧場に20年以上勤務していた。そして、前職で北海道安平町の牧場に勤務しつつ、自ら所有する馬を育て販売したいという思いから、個人的に乗用馬と肉用羊の飼養を始め、独立して新規参入することを目指していた。しかし安平町では、競走馬の牧場やアサヒメロンの生産農家など、他の品目による経営拡大が盛んなため、農地を確保することができなかった。そこで以前より知り合いであったA牧場から、標茶町には農地に余裕があること、町有牧場で肉用羊が飼養されていることを聞き、標茶町で新規参入することを決めた。

まず経営主は、A牧場が所有する戸建て住宅と農地の一部を賃借し、既に飼養していた乗用馬と肉用羊とともに標茶町へ移住した。そして移住後の2023年4月に、地域おこし協力隊（以下、協力隊）として町有羊の管理活動を始め、同年11月にC牧場として独立就農した。就農に先立ち協力隊として活動し始めた理由は、育成馬の調教とその頭数の確保、繁殖雌羊の頭数の確保など、C牧場としての経営基盤を整えるまでの生活資金を確保するためである。

(2)経営内容

C牧場の経営内容を第6表にまとめた。

労働力は基本的に経営主のみで、場合によっては妻も作業に参加している。元酪農家から放牧地3.5ha、羊用の畜舎（旧搾乳牛舎）、トラクターを賃借して肉用羊の半数を飼養し、A牧場から放牧地0.25ha、馬用の厩舎、馬場、トラクターを賃借して、乗用馬と肉用羊の残り半数を飼養している。なお乗用馬に関しては、A牧場の放牧地20haも利用している。飼養頭数は乗用馬が9頭、肉用羊が59頭である。乗用馬の内訳は、繁殖牝馬が所有と借用で合計5頭、販売予定の育成馬が1頭、その他引退競走馬などの繁殖、販売に利用しない馬が3頭である。借用の繁殖牝馬2頭は、日本馬事協会が所有する種雌馬（繁殖牝馬）である。A牧場と同様に、繁殖牝馬の導入費用を抑えるために賃借している（註2）。乗用馬の導入や繁殖は、乗馬向きの体高、人に従順な気質、健康状態など

第6表 C牧場の経営内容（2025年12月時点）

労働力		経営主、妻
経営面積	所有地	なし
	借地	放牧地 3.5ha, 0.25ha
施設		羊用の畜舎（旧搾乳牛舎） 馬用の厩舎 馬場
機械		トラクター
飼養頭数	乗用馬	・所有 8頭 繁殖牝馬 3頭 育成馬 1頭 その他 3頭 ・借用 2頭 繁殖牝馬 2頭 合計 9頭
	肉用羊	・所有 37頭 繁殖雌羊 30頭 繁殖雄羊 7頭 ・預託 22頭（町有羊） 合計 59頭
金融機関		なし
事業内容		乗用馬の販売 乗用馬の調教・管理指導 羊の肉用出荷 羊の生体販売

資料：聞き取り調査（2025年12月）より筆者作成。

を基準に、特定の品種にこだわらず行っている。現時点では、繁殖には他の牧場の種馬を利用して、肉用羊は、繁殖雌羊が30頭、繁殖雄羊が7頭、協力隊の活動として預託管理する町有羊が22頭である。品種は、肉用に適したサフォーク種を導入している。現在は自己資金を中心に営農しているため、農業制度資金は利用していない。なお、振興会へは未加入である。

乗用馬の販売はまだ行っておらず、乗用馬の調教・管理指導も、労働力不足のため休止している。乗用馬の販売は、オークションへの参加を優先的に考えている。肉用羊の販売は、町内の食肉加工業者や本州と札幌の飲食店へ向けた肉用出荷と、道内の同業者に向けた繁殖雌羊と雄羊の生体販売をごく一部行っている。

肉用羊の部門を導入した理由は、競走馬の牧場への勤務経験から、乗用馬の単一経営で独立することは困難と考えたためである。肉用羊を選択し

た理由を、①市場環境が未成熟なため、同業者との差別化という点で参入障壁が低く、また販路開拓の努力次第では良い価格での取引が可能なこと、②小柄なために管理がしやすく、設備投資や労働力を抑えられること、③繁殖から販売までの期間が乗用馬より短く、肉用出荷と生体販売の組み合わせを工夫することで継続して収入を得られること、の3点としている。

(3)経営資源の獲得方法の分析

第7表にC牧場の現在の経営資源について、その獲得時期と獲得方法をまとめた。

まずは有形資源について整理する。農地、施設、機械、住宅は、就農時、就農2年目の経営拡大時ともにA牧場のサポートを得て獲得（賃借）した。家畜は移住前から既に所有していたため、

就農のために獲得したものはなく、新たに獲得したものは、経営拡大や協力隊活動に伴うものである。乗用馬は、1頭をA牧場から購入し、もう2頭を日本馬事協会から賃借することで獲得した。肉用羊は、22頭を協力隊活動のために預かり、5頭を移住前の知り合いの同業者から購入した。資材は、競走馬の牧場への勤務経験を活かし、必要に応じて自ら判断し、購入している。

次に無形資源について整理する。技術は、飼養管理、調教ともに競走馬の牧場への勤務経験から獲得済みである。年に数度だけ調教セミナーへ参加しているが、これは不足している技術を身に着けるという、自らの判断に基づく行動である。信用は、協力隊活動の一環として羊と馬のふれあい体験を実施することで獲得し、地域への定着が図

第7表 C牧場の経営資源の獲得時期と獲得方法

経営資源の内容		経営資源の獲得時期と獲得方法		
		就農1年目 2023年11月～2024年11月	就農2年目 2024年11月～2025年11月	就農3年目以降 2025年11月～
有形資源	農地	●A牧場から放牧地0.25haを賃借	●A牧場の紹介のもと、元酪農家から放牧地3.5haを賃借	—
	施設	●A牧場から馬用の厩舎、馬場を賃借	●A牧場の紹介のもと、元酪農家から羊用の畜舎（旧搾乳牛舎）を賃借	—
	機械	●A牧場からトラクターを賃借	●A牧場の紹介のもと、元酪農家からトラクターを賃借	—
	乗用馬	（繁殖牝馬2頭、その他1頭を移住前から所有）	●A牧場から庭先取引で繁殖牝馬1頭を購入 ○日本馬事協会から繁殖牝馬2頭を賃借	—
	肉用羊	（繁殖雌羊10頭、繁殖雄羊2頭を移住前から所有） ○協力隊活動として、町有羊22頭を預かる（繁殖雌羊）	○移住前の知り合いの同業者から、繁殖雌羊5頭を購入	—
	資材	○競走馬の牧場への勤務経験を活かし、必要に応じて自ら判断し、購入		
	住宅	●A牧場の戸建て住宅を賃借		
無形資源	飼養管理	（競走馬の牧場への勤務により、移住前から獲得済み）		
	調教	（競走馬の牧場への勤務により、移住前から獲得済み） ○不足している技術を補うため、年に数度だけ調教セミナーへ参加（有料）		
	信用	○協力隊活動の一環として、地域行事で羊と馬のふれあい体験を実施		
	販路	○協力隊活動を通じ、町内の食肉加工業者を獲得	○移住前の知り合いの紹介で、本州と札幌の飲食店を獲得	—
農業制度資金		利用なし		

資料：聞き取り調査（2026年1月）より筆者作成。

註：獲得方法は第5表と同じ。

られたと考えられる。販路については、協力隊活動や移住前の知り合いを通じて、肉用羊の販売先を獲得している。

4. まとめと結論

本研究は、乗用馬生産が盛んな標茶町を事例に、乗用馬の生産牧場の経営内容を把握するとともに、その新規参入の実態を明らかにすることを目的とした。そして、地元農家1事例、新規参入者2事例へ聞き取り調査を行った。聞き取り調査の結果から、乗用馬の生産牧場の経営内容と新規参入の実態は、以下の3点に集約することができる。

1点目は、乗用馬の生産牧場は、飼養する家畜が食料目的ではない乗用馬のみであっても、各種農業制度資金や補助事業の利用、農地保有合理化事業の利用など、他の営農類型と同様に正当な営業者として新規参入することが可能な点である。特に、酪農家の離農跡地を活用しつつ、国内外から地域に人を呼び込んでいたB牧場の事例は、農家による農村部の交流人口の創出という点で、担い手の役割について新たな示唆を与える事例と言える。

2点目は、乗用馬生産は、市場取引による販売収入のみで営農することが困難な点である。乗用馬の市場取引による販売は、収入を得られる時期が限定的であり、不確実な面もある。そのため、安定した営農に向けて、それ以外の収入源を確保する必要がある。この点について、A牧場とC牧場は、技術、投資費用、労働力などの経営資源に合わせた他品種の家畜の導入によって、B牧場はその経営方針から、体験型事業と取引方法の工夫によって、収入源を多元化し、経営の安定化を図っていた。食料目的ではないがゆえに販売機会と取引相手が限定され、市場取引のみでの営農が困難となる点は、畜産業の中でも乗用馬生産ならではの特徴と言えるであろう。

3点目は、技術の獲得における参入者の負担が大きい点である。乗用馬の生産牧場による新規参入においても、一般的な就農ルートと同様に、地元農家らのサポートによる有形資源の斡旋や地域への橋渡しが行われていた。ただし、技術指導に関しては、研修施設や自治体が認める受け入れ農

家などが存在しないため、参入者本人が技術の獲得が可能な機会や指導者を見つけ、利用する必要があった。特に調教の技術に関しては、調教セミナーへの自費による参加、または1日数万円の指導料を要する講習の利用など、機会も限られており、参入者の費用負担も大きい。乗用馬は調教の程度が販売価格に直結するため、調教の技術は販売収入を決める重要な要素となる。そのため、技術の獲得において、労力面や費用面による参入者の負担が大きい点は、特に未経験者による新規参入を阻む要因となると考えられる。

乗用馬生産は、農地を利用するものの、食料生産を目的としていない。そのため、自治体が設ける新規就農支援の対象とすることは、食料生産を担う者の確保という観点からは望ましくないように思われる。ただし、乗用馬は観光資源のひとつとして人を地域に呼び込むことができ、その生産牧場は農地の有効利用と観光資源の造成を同時に行うことができるという点で、唯一無二の強みを持つ。そこで、乗用馬の生産牧場を新規就農支援の対象とし、技術の獲得に関わる費用の助成や指導機会の提供など、乗用馬生産ならではの参入障壁を取り除くような支援を行うことは、観光資源の造成と担い手の確保を並行して行うことができるという点で意義があるであろう。

註)

- 1) 日本馬事協会(2021a)は、日本の馬産振興や馬の改良を目的に、日本馬事協会などの関係機関が所有する乗用種雄馬を全国の主要産地に配置する取り組みを行っている。実態としては、馬術競技や競馬で活躍した牡馬を日本馬事協会が購入し、種雄馬として生産者らに貸し付けるといったものである。その賃料は、日本馬事協会(2021b)が定める年間の配置料に該当する。一般にこの配置料は、実績のある牡馬を種馬として購入するより安価とされている。
- 2) 柏村(2014)は、スポーツホースを馬術競技を目的として育種改良されている馬のタイプとしている。
- 3) 日本馬事協会(2021c)は、日本の馬産振興や馬の改良を目的に、日本馬事協会などの関係機関が購入した種雌馬(繁殖牝馬)を全国の生産者らに貸し付ける取り組みを行っている。乗用種雄馬の配置事業と同様に、馬術競技などで活躍した牝馬を日本馬

事協会が種雌馬として購入している。貸付料は同様に日本馬事協会（2021c）が定めており、年間5,000～10,000円としている。

引用文献

- 北海道（2021）「2020年農林業センサス結果（北海道）—農林業経営体調査「確定値」—」
<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/tuk/026caf/2020.html>（2026年1月6日参照）。
- 岩崎徹・進藤賢一（1979）「軽種馬生産の展開と農業構造の変貌」『経済と経営』9（3・4）：23-79。
- 岩崎徹・小山良太（2000）「日高地方における軽種馬経営意向調査：初めての経営類型別分析」『経済と経営』31(1)：139-183。
- 公益財団法人ジャパン・スタッドブック・インターナショナル「登録のあゆみ」
<https://www.jairs.jp/history.html>（2026年1月18日参照）。
- 公益社団法人日本馬事協会（2022）「公益社団法人日本馬事協会登録規定（第15版）」
https://www.bajikyo.or.jp/pdf/touroku_kitei.pdf（2026年1月6日参照）。
- 公益社団法人日本馬事協会（2024）「公益社団法人日本馬事協会登録規定事務細則（第22版）」
https://www.bajikyo.or.jp/pdf/kitei_22.pdf（2026年1月6日参照）。
- 公益社団法人日本馬事協会（2025）「令和6年子馬生産頭数」
https://www.bajikyo.or.jp/pdf/06_kouma.pdf（2026年1月18日参照）。
- 公益社団法人日本馬事協会（2021a）「公益社団法人日本馬事協会種雄馬管理規程」
<https://www.bajikyo.or.jp/pdf/kanrikitei1.pdf>（2026年1月20日参照）。
- 公益社団法人日本馬事協会（2021b）「公益社団法人日本馬事協会種雄馬配置料規程」
<https://www.bajikyo.or.jp/pdf/kanrikitei2.pdf>

（2026年1月20日参照）。

- 公益社団法人日本馬事協会（2021c）「公益社団法人日本馬事協会種雌馬貸付規程」
<https://www.bajikyo.or.jp/pdf/kanrikitei3.pdf>（2026年1月20日参照）。
- 柏村文郎（2014）「ヨーロッパにおけるスポーツホースの育種改良の現状」『Hippophile』58：18-25。
- 小林茂樹（1986）「軽種馬生産の農業的性格と投機的性格」『農村研究』63：59-69。
- 小山良太（2002）「軽種馬先進国と比較した日本の軽種馬生産の特質」『北海道大学農経論叢』58：1-17。
- 松原幸佑・原口るり子（2019）「北海道日高地方における軽種馬経営の現状と動向」『農業経済研究第』91(1)：101-106。
- 農林水産省（2025a）「馬産地をめぐる情勢」
<https://www.maff.go.jp/j/chikusan/keiba/lin/pdf/index-81.pdf>（2026年1月6日参照）。
- 農林水産省（2025b）「馬をめぐる情勢」
https://www.maff.go.jp/j/chikusan/kikaku/tikusan_sogo/attach/pdf/sonota-28.pdf（2026年1月6日参照）。
- 農林水産省（2023）「令和5年市町村別農業産出額（推計）詳細品目別データ」
https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sityoson_sansyutu/attach/xls/index-16.xlsx（2026年1月6日参照）。
- 島義史（2013）「農業への新規参入における橋渡し役農家の役割—イチゴ作新規参入者を対象として—」『農林業問題研究』49(2)：274-279。
- 田村濤・清水ゆかり・山本淳子（2025）「新規参入における地域おこし協力隊制度活用の効果—茨城県の2事例から—」『農村生活研究』68(1)：9-16。
- 山本淳子・梅本雅（2012）「第三者継承における経営資源獲得の特徴と参入費用」『農業経営研究』50(3)：24-35。

要約

本研究の目的は、北海道標茶町の乗用馬生産を事例に、乗用馬の生産牧場の経営内容を把握するとともに、その新規参入の実態を明らかにすることである。標茶町は馬を活用した独自の地域づくりを行っており、乗用馬の生産牧場は離農跡地を活用しつつ、観光資源のひとつとして地域に人を呼び込んでいる。調査の結果、乗用馬の生産牧場による新規参入は、地元農家らのサポートを得て行われており、一般的な就農ルートと大きく変わらないことが明らかとなった。ただし、調教や飼養管理の技術習得は、労力面と費用面で新規参入者の負担が大きく、この点が新規参入の参入障壁となる可能性があった。また、乗用馬は

販売機会が少なく買い手が付かないことが多いため、他品種の家畜を導入するなど、経営の安定化に向けた工夫が必須であった。

キーワード：乗用馬，新規参入，経営資源の獲得，経営の安定化