

## 米沢牛の話

「米沢牛」と言うと、現在では日本国内では一度は耳にした事があると思う。言わずと知れた、日本国内屈指のブランド牛だ。本年度は米沢牛が全国デビューして150周年の年。藩校興讓館の英語教師として赴任した、英国人のチャールズ・ヘンリー・ダラスが任期を終え、米沢から居住地横浜に牛一頭持ち帰り、外国人仲間に料理として振舞って、たぶん「Deliciou!」か「Yummy!」か、何と感嘆したかは知らないが、それで有名になって150年と言う事らしい。現在では、県外の方に「米沢と言えば何を思い出す?」と聞くと、上杉でも鷹山でもなく、ましてや我妻栄でも伊東忠太でもない。大抵の人は米沢牛と答える日本三大ブランド和牛の一つになった。

私は仕事柄、当然の事として商品知識も必要な事から、米沢牛の肥育生産農家と会話する機会が多い。米沢牛の定義から始まり、美味しさの秘密から、出荷頭数、流通や小売り飲食等々の現況まで。その中でも、中々耳にする事がない、生産現場のリアルなエピソードを少しだけ紹介したい。

昨年一昨年はコメの高騰が世を騒がせた。需給バランスが崩れたのか、投機対象になってしまったのか、専門家ではないから価格変動の原因はわからないが、工業製品ではなく農産品である以上、急な需給の変化には対応出来ないのは容易に想像できる。食用牛、米沢牛も例外ではない。

勿論、米沢牛だって競りはあり、需要供給や内容、品質によって価格が変化する。しかし、肥育生産農家さんは、「牛は生き物だからなあ〜。急に増やせと言われても困るなあ。」と当然のように返答する。肉牛になるまで3年掛かるのである。「安く大量に」は土台無理な話。ましてや、安く買い叩くなら、「もう農家やめっちゃ」になる。その時点で日本の誇る食文化は消え去る訳だ。だから、購買者と言われる、食肉流通、卸し、小売等々は、「高く買って高く売る」事が、手塩に掛けて育ててくれた農家への敬意や感謝であるとともに、ブランドの維持、業界の発展にも繋がる。その証左として、チャンピオン牛を高く競り落としたり、セリ市場は拍手喝采になる訳である。

私が若い頃、チャンピオン牛を競り落とした店で食する機会があった。育てた農家さんも一緒だった。そしたら、農家さんは全く口にしない。「なんで?」と聞いたら、「色々思いあつから」と。若く、馬鹿な私は、「じゃあ何で育てたものを殺して食べるのか?」という愚問をしてしまった。そしたら、「馬鹿か〜、お前は?」と。「生きる為の業だべよ。生業って言葉を知らねえのが?大学まで出てよ〜」と思いきり笑われた。動物の生命を扱い、生きる為に必死な方々はきっと「優しい」のだと、その時に思った。

後継者育成についてある肥育農家さんから聞いた話がある。跡継ぎの息子が生まれて初めて牛を育てる時の事である。子牛市場で得た10カ月の雌牛を与え、32カ月(米沢牛の定義の一つ、現在では33カ月)、その一頭だけ毎日毎日世話をさせた。その牛舎の方針に従い、朝昼晩と自分の子供の様に面倒を見させる。風邪などひいたり病気になったら大変な事に(良い肉牛にならない)。彼は若い時分だから周りの友人と遊びに行きたいだろう。天職として「この道に生きる」と

覚悟を決めたからには、一日たりとも手を抜けないのである。そうして我が子のように育てた牛が屠殺場に向かう日、その若い彼がどんな気持ちで牛を見送ったかは、あとは想像にお任せする。

この業界に従事する人間として思うところがある。そうやって愛情を注ぎ苦勞して育てた牛を、食肉になってからも大事に扱い、美味しく調理し、適正な価格でお客様に届け、余すところなく適正に管理していく事はとても大切な事だ、と。また、「金銭面よりも自分の良心に従う事」は、食品を口にするお客様への大事な約束だと思っている。業界の信用や信頼は「一日にして成らず」である。