

## 国産ジビエのこれから

時代や社会の影響を受けやすい「食」。この連載では、今注目される食の事象から背景や経緯を考察し、今後の食の新たな視点を探っていく。今回は国産ジビエの価値について。

4月のある晴れた日、駿河湾を望む熱海市伊豆山で猪の解体に立ち会った。主催は、農と猟を兼業する「原農園」の原征洋さん、そして原さんから猟猟の手解きを受けた高志織さんだ。元々東京在住だった高さんは、薪ストーブの暮らしに憧れ、薪探しをきっかけに原さんと交流を持つようになった。農と猟兼業の原さんから猟を習い、狩猟免許も取得したのだという。「本来の肉を食す過程を、関心のある人に見てほしい」という高さんの呼びかけで集まったのは20人ほど。多くは東京からの食関係者だ。自分の場合、「野生の動物が食材になるまでの過程を見たい」というよりは「見ておかなければ」という思いが長年あって、今回はまたとない機会だった。この日集まった人たちも、多かれ少なかれ、似た思いを抱いての参加だったのではと思う。

昨今、野生動物が日本各地の田畑を荒らし、害獣とされ、もったいないから「食用に」と言われてきた。しかし、もっと積極的な価値もあるのではないか。今回は、国産ジビエの持つ価値を考えてみたい。

### 生から死、そして食材への過程で

私たちが見学したのは、2歳前の雄猪の「止め刺し」(止めを刺す)だ。山で迷った子猪を原さんが捕獲し、しばらく自ら栽培した野菜を与えてきたという。「体躯は50kgほど。伊豆山にいる間、猪は筍や沢蟹、椎の実などを食べて育ちます。雄は発情期の冬は臭いが強いが、3月ぐらいに臭いが抜け、夏は痩せる。食べるならば春。2歳前までは雌と遜色ない肉質」と原さんが猪の生態を説明してくれた。

止め刺し直前は猪が興奮しやすく、対峙する人間に危害を加えかねない。私たちは静かに柵から少し離れたところで猪と原さんを見守った。原さんが猪の牙や手脚をロープで括って吊り上げ、頸動脈辺りに刃を一瞬で入れると、猪は想像より暴れることも叫ぶこともなく、断末魔というには控えめな呻き声を4度ほど上げた。喉元から流れる大量の鮮血は、不謹慎

ながら美しくさえ感じた。原さんの見事な仕事故である。「ストレスを与えずにできた」と原さん。苦しませず逝かせるのは、生を重んじる志あつての技量だ。そして、食材としての品質を高める技でもある。動物が興奮して長い時間暴れると内出血が起こり、肉の臭いの原因となるからだ。

小さな死の現場に立ち会い、私たちは死の間際の動物の感情を想像したり、立場を自分に置き換えたり、逆説的に生を考えたり、命を奪って食べる現実を思ったり、死が呼び起こすそれぞれの感情と向き合った。

止め刺し後は、体躯を冷やす場所に移動させ、まず内臓を取り出す。そして参加者も一緒に洗浄処理を行った。初動で重要なのがすぐに冷やすことだ。熱を持ったままでは肉質が劣化する。内臓を素早く取り出すのもそのためだ。腹を割くと、想像以上の量感で内臓が溢れるように出てきた。内臓部分がぼっかり空くと、骨と肉が露わになる。いわゆる肉は、わずかな量に見えた。猪の場合、肉として使える歩留まりは約5割。この時、ヨーロッパの精肉店に並ぶ、ピカピカに磨かれた内臓肉の光景を思い出した。肉食ブームといっても、日本人が喜んで食べる部位はまだ限られる。適切に処理された新鮮な内臓肉は、本当は貴重なご馳走で、肉食民族はそれをよく知っている。

まだ生温かい内臓を洗いながら、残っている野生のエネルギーを感じる。全てを余すことなく美味しく食べたい。そんな気持ちが、ごく自然と湧いてきた。

内臓の処理が終わり、熱海で人気のピストロが準備してくれたジビエ料理も加わり、ランチタイムとなった。ピスト



左上：原農園の園主、原征洋さんは猟歴60年。15年ほど前に銃猟免許は返上して、今は猟猟中心に行く。日本の狩猟免許は、銃猟（第一種・第二種）、網猟・猟猟の4種類



左下：高志織さん。原さんとの出会いからジビエに興味を持ち、猟猟免許を取得。近年若者や女性の猟猟免許取得が増えている  
右：止め刺し直後の猪。原さんは、血抜きの方法や肉の捌き方を専門家から学んだ、熟練した技術の持ち主

## 今回のキーワード

狩猟免許 罾猟 銃猟 止め刺し 鳥獣  
被害防止特措法 害獣駆除 猪 鹿 ジ  
ビエ処理施設 ペットフード キャンプ

ロのスタッフも止め刺しの見学者。特別な体験を共にしたからだろうか、参加者には初対面でも気心の知れた一体感があるようだった。

高さんたちは、こうした体験学習を親子向けや観光客向けのオプションツアーとして提案していきたいと考えている。「自然環境の中だから伝えられることがある。皆と一緒にジビエBBQや、鹿の角を使う工作も貴重な体験になると思います」(高さん)

## ジビエビジネスの面白さと難しさ

野生動物の被害対策が積極的に行われるようになったのは、環境省の鳥獣保護管理法が1999年に改正され、2007年に農林水産省管轄の鳥獣被害防止特措法が施行になってからだ。鳥獣の捕獲は、国から自治体の許可権限になり、田畑を守るための害獣駆除の名目で、猟期以外の鳥獣捕獲が推奨されるようになった。

2012年以降は、捕獲した獣の新たな食資源としての活用に、農林水産省の財源が強化された。こうして各自治体がジビエ処理施設を整備し、日本各地でジビエブームが謳われるようになったのだ。国のガイドラインに沿った安全・衛生基

準をクリアする処理施設の整備には、数千万円の投資が必要だ。巨額を投じたジビエ処理施設が補助金を使って全国に増えたが、しばらくすると稼働していないのだ、稼働しても赤字だとの声が各地から漏れ聞こえてきた。

ジビエ肉の流通は、それまで猟師と料理人、双方の信頼関係のもとに行われていた。猟師の中には料理人や精肉店に学び、食材として適切な血抜きや熟成方法を学ぶ人もいて、彼らの扱う肉は個人ブランドとして一部のジビエ料理有名店に出回っていた。だが、国や自治体が介入し、整備された処理施設の肉の使用を飲食店に推奨するようになると、以前のような直接取引はグレーな取引と見なされるようになった。結果、技術ある猟師がジビエ肉をレストランに直接販売し、適切な利益を得るのは難しくなったとも聞く。処理施設の引取価格は、猟師の腕にかかわらず同一が基本だからだ。しかし、これはあくまで一部の話で、全体として見れば質の悪いジビエ肉が流通し、国産ジビエの評判を落としてきたのも事実だ。国や自治体が関与しながら、健全な市場をどう創ることができるのか。参考になる事例を探した。

山梨県には現在県の認証を受けたジビエ処理施設が6カ所ある。甲府市出身

の保坂幸徳さんは、タバジビエというブランドを数年前に立ち上げた。保坂さんは東京で人材派遣会社に勤めていたが、東日本大震災をきっかけに、故郷で起業しようと考えようになったという。「最初は山梨県を盛り上げるために新たな特産品を作れないかという、漠然とした気持ちからでした。その頃、山梨県でも鹿の獣害に取り組み始めていた。自分は狩猟する気持ちは全くなく、肉を仕入れて東京のレストランに卸売りするつもりでした。県内の処理施設を一つずつあたりましたが、よそ者とはなかなか取引してくれません。協力的だったのが丹波山村でした。狩猟免許を取得したのは地元の人たちと交流を深めるためです」。丹波山村は人口約530人で、兼業を含む猟師は30名。伝統的に猟師率は高い。若い猟師も多く、小さなグループで知識や技術の共有が図れ、肉の品質も安定しているという。しかしすぐに、精肉販売では食べていけないことがわかった。「まず、思ったほど鹿が獲れない。年間で100頭レベル。身体の小さな本州鹿の場合、一頭あたり肉になるのは11kgほど。キロ当たり4,000円台でも年間400万円程度の売上で、肉を横に流すだけでは食べていけない。でも、そもそも自分がやりたかったのは地元を盛り上



ランチのジビエカレー。鹿肉や猪肉のさまざまな部位が入り、ルーではなくサラッとしたスパイスカレーが美味



猪肉を塊のまま炭火焼きし、スライスして食べる



原農園の軒先でのランチの様子。ジビエに合いそうなワインや日本酒とのペアリングも楽しんだ

## Kaori Shibata

早稲田大学卒業後、(株)ジェイアール東日本企画入社。2004年に退社。イタリアのスローフード協会設立の「食科学大学」マスターコースを修了(1期生)。帰国後、(株)三越伊勢丹研究所の食品ディレクターを経て、20年(株)KOTODAMA PRESS設立。食の情報発信やコンサルティング業に従事。

げること肉屋になりたかったわけではない。そこで、6次化して付加価値を付けようと、村のジビエ処理施設、隣接された惣菜加工所の運営を請け負う交渉を村としました。村が人を雇っても人件費は赤字。私が管理者になるのはお互いに良かった。今、精肉販売はECで一般向け小売のみで、加工品が中心です。どうやったらジビエを名物にして過疎の村に人を呼べるかという起業の原点に立ち返り、今はキッチンカーで都内のマルシェに出店。丹波山村のジビエとして、ハンバーガーやコロッケ、ソーセージなどを販売しています。一頭の商品価値を最大化するのに、骨はラーメンの出汁、血の入ってしまった肉はペットフード、そして皮革製品にも。甲州の伝統工芸に、鹿皮に漆づけする「印伝」があります。印伝のスリーブ付きカップは、スターバックスのJIMOTO made第1弾に選ばれました。肉も骨も皮も、使える部位は使い尽くしたと思います。次に始めたのが『狩猟学校』。東日本大震災以降、若者や女性で狩猟免許を取る人が増えています。でも、資格を取っても鉄砲や罠を実際に学んだり、実践の機会もない。ほとんどの人はペーパーハンター状態。これは初のソフト面の事業です」

保坂さんがジビエの処理施設や惣菜



山梨県の伝統工芸、甲州印伝を用いて作られた鹿皮のスリーブ

加工所を運営するようになり、村の赤字は解消された。ジビエの処理施設はほとんどが山間地にあり「保守的な気質の人が多い」と保坂さんは話す。そうした環境で新たなビジネスを起こすのに、自治体はハード面の整備だけでなく、地元と外からビジネスマインドを持って入ってくる人とを結着、媒介するのも重要な仕事となる。

また、印伝のように日本各地の文化や伝統に、山の鳥獣を生かしてきた知恵がほかにもありそうだ。現在の日本のジビエビジネスは、飲食店での利用の拡大に重点が置かれている。補助金事業が多いという事情もあるだろうが、この数年のジビエ肉の利用推移を見ると、量は微増で肉単価も横ばい。食肉というだけでなく、ジビエの価値をいかに複眼で見られるか。肉の販売量を増やすより、一頭の命を使い切り、新たな価値を探せるかが、ジビエビジネスの難しさであり面白さのようだ。

## これからの市場とジビエの本質的価値

「もったいないから食べる」だったジビエ肉への見方が、近年「変わった」と保坂さんは言う。「最近引き合いが多いのがアスリート系の人たち。ジビエ肉の高タンパク・低脂肪という健康メリットは前々からいわれてきましたが、アスリートの人たちにとっての魅力は、“野生のエネルギーを蓄えた肉”ということ。自然なエネルギーを宿した肉は、養殖肉よりも健康価値が高いという認識のようです」

猪は豚の祖先だが、栄養価もビタミンB12は豚の3倍以上、鉄分も4倍だ。鹿肉も多くの鉄分を含み、脳機能を向上さ

せ、ストレス軽減、疲労回復成分であるアミノ酸の一種アセチル-L-カルニチンも多く含まれる。

そして目下、需要を伸ばしているのがペットフードだ。ペットフード市場は現状約3,850億円(2019年度/矢野経済研究所「ペットビジネスマーケティング総覧2020年版」)で、年々増加している。先の高さんともペットフードに取り組む一人で「伊東や伊豆高原はペットと泊まれる宿に力を入れている。そういった場所で商品を覚えてもらうようにしています」と言う。これからはペットと人が一緒に高齢化する。既に犬猫専用のドッグフード、オーガニックフード、プレミアムフードが登場して、人間の食との差がなくなってきている。愛するペットと一緒に楽しめるジビエフードというのも、今後はありかと思う。

ペット市場同様、拡大する市場でジビエと相性が良さそうなのがアウトドアやキャンプだ。コロナ前から盛り上がっていたキャンプは目下、第2次ブームといわれる。キャンプ人口が増えている背景には、東日本大震災のような経験をして、文明社会と切り離されても生きられる力、一種の野生の力の見直しや憧れが心の奥底にあるからではないかと思う。デジタル社会もまた、野生の力を失うことへの危機感や渴望を強めている要因だろう。であれば、ジビエにも野生の力の補強効果のようなものが期待されるのではないかと。

ジビエビジネスの出口はいろいろあるだろうが、その根本的価値はジビエが自然や生命力の表象であることなのかと思う。ジビエは、人が自然や野生とつながる感覚を得られるユニークな媒介役・仲介役になることができるからだ。