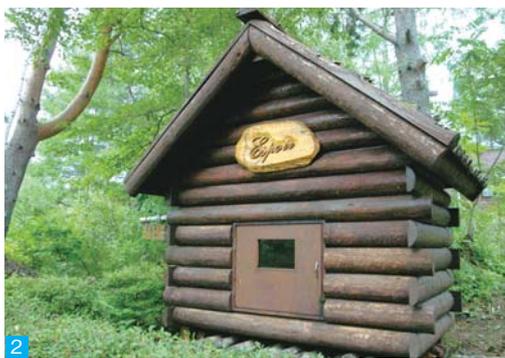


ジビエに関する明確なルールを 作ることから始まった 「信州ジビエ」ブランド化と 販売戦略

オーベルジュ・エスポワール(長野県茅野市)



1



2

- 1 ジビエとして出荷するシカは、銃で仕留めず、罠にかけ処理施設に持ちこむ。成体になると70kgもあるので、高齢の猟師にとって体力的に大きな負担となる。藤木さんは自動車メーカーと共に移動解体車両の開発も進めている。
- 2 オーベルジュ・エスポワールのガーデンにある燻製小屋。信州産のジビエは、生育環境や仕留めたときの状態などもわかるので品質的に安心できる。



別々に取り組まれていた鳥獣被害対策、害獣駆除、ジビエ振興をひとつにまとめ、ジビエを活用した産業を拡大していこうと、フランス料理の料理人藤木さんは、10年以上活動してきた。

質のいいジビエの調達や加工、販路開拓もすべては「志」を共有できる人たちとの連携によって成り立っていると話す。

今やジビエの伝道師と呼ばれる藤木さんに、その志を聞いた。

ジビエは、商売を助けてもらった 恩人のようなもの

「ジビエ」とは、フランス語で狩猟で得た天然の野生鳥獣の食肉を意味する言葉だ。日本で有名なジビエといえば、捕獲数の多いシカ、イノシシが挙げられるが、実は、狩猟の対象となっている野生鳥獣は全てジビエとして定義されている。日本ではまだ馴染みの薄いジビエだが、藤木徳彦さんは、フランス料理の料理人として修業時代からジビエに向き合ってきた。1998年に自身がオーナーシェフを務める「オーベルジュ・エスポワール」を長野県の避暑地、蓼科たてしなに開いたが、冬になると厳しい寒さの影響を受けて客足が激減。

商売あがったりと頭を悩ませていたが、地元の猟師からシカ肉を分けてもらい、新たなメニューの提供を開始した。それから徐々に、美味しいジビエ料理が食べられるオーベルジュとしてSNSなどクチコミで知られるようになり、冬場の集客に成功。藤木さんは、「ジビエは、商売を助けてもらった恩人といっているような食材です」と話す。

ジビエのブランド化を目指した ガイドラインの作成

2004年、長野県からジビエを使ったおもてなし講習会の講師を依頼され、試食用にジビエ料理を準備していたところ、提供しないよう保

オーベルジュ・エスポワール オーナーシェフ
日本ジビエ振興協議会理事長

ふじきのりひこ
藤木 徳彦さん(44)

1971年生まれ。「オーベルジュ・エスポワール」のオーナーシェフとして腕を振るうかたから、ジビエをはじめとする地元食材を使った料理教室や食育講座、大学・高等学校の講師も務める。また、「地産地消の仕事人※」として全国各地で地域の魅力を発信するための助言も行っている。

※地産地消の仕事人

農林水産省が選定した、各地の地産地消の発展に向け活躍が期待される方々のことで、地場産物の安定供給体制の構築など地域の農林水産物の生産、販売、消費をつなぐ中心的な役割を果たす。





6



7



5



3



4



オーベルジュ・エスポワールには、11/15から翌年2/15までの狩猟期間、シカ、イノシシ、野ウサギをはじめ、山鳩、真鴨、カルガモ、キジ、コジウケイなど、多くの信州産ジビエが入荷する。
 ③仔イノシシ生ハム ④マルカッサン(仔イノシシ)骨付きロースのロティパースニップを包み込んだパイアッソン添え ⑤鹿ロティとツキノワグマのバイ包み ⑥自家製信州産仔イノシシの骨付き生ハム ⑦鹿肉のテリーヌ・メリメロサラダ添え

健康所から通達を受けた。ジビエの明確な流通のルールがないというのが理由で、これに納得できなかった藤木さんは当時の長野県知事・田中康夫氏にメールを送った。輸入のジビエが検疫を通じて、国内のジビエはなぜダメなのか？ジビエの流通にルールが必要なこと、今後、信州ジビエというブランドで新たなマーケットの開拓が期待されることなどを伝えたところ、田中知事も藤木さんの意見に賛同。イベントは予定通りに開催され、このことをきっかけに、2007年に信州ジビエ衛生管理ガイドラインが作成された。

「長野県の場合は、ジビエを地域のブランドにしていこう、美味しいジビエを食べてもらおうという観点からガイドラインを作成していますから、害獣駆除に終わらず、調理法まで記載されています。これがよかったですね」と藤木さん。長野県をモデルに他県もジビエのガイドライン作成に乗り出し、藤木さんはアドバイザーとして奔走した。ジビエを産業にして、鳥獣被害に悩まされていた農家に還元していきたいと願っていた藤木さんにとつては、大きな一歩となった※。

※2014年11月14日には、国においても「野生鳥獣肉の衛生管理に関する指針(ガイドライン)」が策定された。

価格交渉、調理方法の考案そして販路開拓へ

ガイドラインは整ったものの、価格が高いことがジビエの普及を阻んだ。成体70kgのシカの場合、内臓を出す、皮を剥ぐ、脱骨するなどの処理をすると重量が約半分になり、飲食店が使いたい部位のロースやモモは、わずか10kgから15kgしかとれない。当時の輸入シカ肉の価格が1kg当たり約3500円だったのに対し、約4500円と高い。そこで藤木さんは、前足やすね肉、首の肉など、硬くてミンチにしないと使いづらい「くず肉」と呼ばれる部分を安く買い取る事ができないか精肉加工施設を運営する事業者と交渉し、契約を成立させた。

「くず肉は、名前はわるいですが美味しいんですよ。ただ硬い。そこで、ジビエの本場、フランスで生まれた技術を活用し、真空状態にして低温で調理することになりました」と藤木さん。価格を抑え、調理法の目処もつけたところで、藤木さんは販売先を探し始め、過去にジビエを活用した駅弁等の共同開発でつながりがあつた東日本旅客鉄道株式会社(JR東日本)に話を持ちかけた。



自然豊かな信州・蓼科高原の中にあるレストランと宿泊施設を備えたオーベルジュ。藤木さんのジビエ料理を目当てに、常連客や他県からの視察客も多く訪れる。



「信州ジビエ THE★鹿肉バーガー」。2013年から毎年秋の期間限定で、都内のベッカーズで販売している商品。720円(税込)という価格にも関わらず人気商品となっている。



首都圏でジビエを使った カレー、ハンバーガーを提供

JR東日本から、首都圏で「エキナカフード」を展開しているジェイアール東日本フードビジネス株式会社(JEFB)を紹介してもらい、藤木さんはプレゼンテーションを行った。鳥獣被害と駆除された動物の命が活かされていない状況、そしてジビエの普及について訴求したところ、契約が成立。大消費地への販路開拓が叶った。

初年度の2011年は、JEFBが運営するレストランやカフェなど3店舗で、シカ肉を使ったカレー、ミートソース、ハヤシライスを期間限定で販売。消費者の反応がよく、翌年の取組は6店舗に拡大された。

そして3年目の2013年には、シカ肉の味をより堪能できるハンバーガーを開発。店舗での調理環境を踏まえ、どのような調理状態でシカ肉を納品したらよいか検討を重ねた。

そうして、JEFBが運営するハンバーガーショップ「ベッカーズ」の内20店舗で販売されたハンバーガーは、期間終了を待たず一萬食を完売。追加で3680食を用意したが、すべて売り切れた。関係者や消費者から寄せられた「美味しい」という評価に、藤木さんは確かな手応えを感じた。さらに、シカ肉ジビエドッグなど新たなメニューも加え、JEFBでの展開は2015年で5年目を迎えた。



「信州鹿肉ジビエカレー」は690円(税込)。2013年から都内のベックスコーヒーショップで販売を始めたメニューで、こちらも期間限定商品。販売期間中は注目が集まるヒット商品。

地域と共に生きる会社の方針とも一致 藤木シエフ提案の ジビエレシピを首都圏で提供



ジェイアール東日本
フードビジネス株式会社の取締役
佐野 正人 さん

オーベルジュ・エスポワールの藤木さんが、試食品を持ってジェイアール東日本フードビジネス株式会社にジビエを使ってほしいとプレゼンテーションに訪れたのが2011年。鳥獣被害に悩む農家、動物の命を自然の恵みとして活かすことができている現状に、担当の佐野さんは心を動かされたという。藤木さんの提案は、地域と共に生きる「地域再発見プロジェクト」を推進する会社の方針とも一致し、ジェイアール東日本フードビジネスが運営するカフェやハンバーガー店でジビエ料理を展開していくことに

なったが、内心佐野さんは、「果たしてお客様は受け入れてくれるだろうか」と心配していたという。

「心配をよそに売れましたね。5年にわたって取り組んできましたが、ブームで終わらせたいのではなく継続させていくことが大事だと思います。また、今は期間限定で販売していますが、今後は、通年展開も可能になると良いですね」と佐野さんは期待を寄せる。



様々な客層が訪れるJR東日本グループのエキナカ飲食店。信州ジビエキャンペーン期間中、店頭のポスターも目立つ。



「ジビエを広めていくためには、ジビエ料理が美味しいことをわかつてもらうことが第一です。そのためには、肉質の良さと調理の工夫が大切です」と藤木さん。藤木さんが「肉質がいい」と推薦する県内の処理施設、信州富士見高原ファームでは、仕留めたシカを1時間以内で処理施設に持ち込み、素早く解体を始める。時間が経ってしまったらでは肉が硬くなり、生臭さも残ってしまうからだ。また、処理施設では一度に何頭も解体できないので、猟師たちは時間が重ならないよう連絡を取り合っている。

「信州富士見高原ファームがある富士見町でのシカ肉の利用率は、ほぼ100%です。しかし、全国で見ると



オーベルジュ・エスポワール

長野県茅野市北山蓼科中央高原
Tel & Fax : 0266-67-4250
<http://www.auberge-espoir.com/>



ジビエの振興のため、全国各地を飛び回る藤木さん。2012年、ジビエに関係する課題を全国で共有しようという目的で、「NPO法人 日本ジビエ振興協議会」を発足させ、理事長に就任。「おいしいジビエをより多くの人に、ジビエを通じて地域の活性化に貢献」という活動理念を掲げている。

まだ5%しかありません。駆除されたほとんどのシカは土の中にそのまま埋められてしまいます。とった命は無駄なくいただき、人の命の糧としようというのは世界共通のものだと思いますが、多くの方々の協力や連携が必要です。富士見町は地域が一丸となって美味しいジビエの加工・販売に取り組み、その成果が出ている地域だと思えます」と藤木さん。いつしか「ジビエの人」と呼ばれるようになって藤木さんだが、今後も長野だけに限らず、全国を舞台にジビエの振興に力を尽くしたいと考えている。



信州富士見高原ファーム
とぐち ゆうき
戸井口 裕貴 さん

駆除後に埋め立て処分していた
シカやイノシシを
ジビエにして町の特産物に

信州富士見高原ファームは、6次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受け、交付金を活用しつつ、富士見町と地元猟友会メンバーなど有志の出資により、2014年に精肉加工施設を建設した。多い日は1日に5頭、精肉約35kgを加工している。肉質にこだわった精肉処理は高く評価され、JA全農や県内の大手ショッピングセンター11店舗に供給しているほか、県外飲食店からの問い合わせも多いという。代表の戸井口さんは、「農業被害を減らし、捕殺後の肉を無駄にしないよう



ロースやモモなど5種類の部位についてそれぞれ精肉加工を行い、商品化している。バラ肉は加工場直売価格で2200円/1kgから提供。



富士見町猟友会
かがみ はるお
加々見 春男 さん

にするのが目標。品質にこだわり、今後も販路を広げていきたい」と話す。また、長野県の鳥獣対策・ジビエ振興室と連携してトレーサビリティの体制を整え、出荷精肉には商品情報を追跡できるQRコードを付けている。