

学位論文

長野県における肉用鶏飼育の変遷と鶏肉の自給

-山賊焼を事例に-

平成30年度

信州大学大学院

総合理工学研究科

農学専攻

地域共生マネージメントプログラム

山崎肇

目次

| | |
|--|-------|
| 第 1 章 緒論 | 2-5 |
| 第 2 章 山賊焼の歴史と変遷 | 6-34 |
| (1) 山賊焼誕生以前の鳥料理 | |
| (2) 山賊焼の誕生 | |
| (3) 山賊焼の拡大 (1 店舗から塩尻、そして中信地方へ) | |
| (4) 山賊焼の定着 | |
| (5) 山賊焼の第 2 拡大期 (中信地方から長野全域へ、そして全国へ) | |
| 第 3 章 他県における鶏料理の変遷 | 35-48 |
| 第 4 章 まとめ | 49-55 |
| 第 5 章 参考文献 | 56-57 |
| 謝 辞 | 58 |

第1章 緒論

日本経済はバブル景気崩壊以来、「失われた10年」あるいは、「失われた20年」という言葉に代表されるような低迷から抜けそうで抜けられない状況に終始している。特に地域経済は、明らかな低迷状態を続け、景気低迷から抜け出すための方策が提案、実施されているものの、明確な効果が上がっていない。

長野県においても地域振興、地域活性化が叫ばれ、農業分野では六次産業化などの様々な施策が行われているが、その効果は限定的である。六次産業化とは、農林漁業者が、生産だけでなく、加工、流通、販売にも主体的にかかわることで、農林水産物の付加価値を高め、これらを一体的に捉えて、農林漁業者の所得を高める新たな産業の創造である。そして、近年は、これらの取り組みにより、農山村地域の活性化を図ることが全国的に進められている。

農業の六次産業化を進めるにあたり、重要なのは、他地域との差別化を図るためのブランド作りである。長野県では、スンキ漬や市田柿が、全国統一規格である GI 認証を取得している他、長野県独自の原産地呼称管理制度の中で商品化されたワインや米、そして信州伝統野菜認定制度として、様々な農産物が生産されている。いずれも共通しているのは、長野県独自の食文化や、風土の中で、栽培、加工され、他県と比較しても、ストーリー性があり、比較的消費者の共感を得やすい産物となっている。

一方、畜産物に目を向けると、長野県ブランドを冠した商品に、信州プレミアム牛肉、信州黄金シャモなどがある。信州プレミアム牛肉とは黒毛和種を用いて、平成21年に、一般的な牛枝肉取引規格に加えて、牛肉脂肪中のオレイン酸含有率が52%以上（脂肪交雑基準（B.M.S）が8以上の場合）のものが認定される付加価値牛肉である。開発当時は、他にあまり類を見なかったが、しかし今日では、隣県（岐阜、愛知、新潟、富山）はもとより、

全国でも同様の指標が用いられ、長野県の独自性は見られない。

信州黄金シャモは、全国的に地鶏改良に用いられているシャモに、名古屋種（旧称、名古屋コーチン）をかけあわせた品種である。飼料に至っては、栄養価などの考慮はしているものの、全国どこでも手に入るものを使っているに過ぎない。したがって、その開発過程を含め、信州黄金シャモに長野県の食文化や気候、風土を持たせた独自のストーリー性は見いだせない。

農産物のブランド化は、その商品が持つ価値の明確化と、他との差別化ポイントを確立することが重要である（ケラー、2010）。

また、そのブランドタイプは、機能性、イメージ、経験の3つに大別される（青木、2010）。青木（2004）は、地域資源を対象にした商品のブランド化には、その価値担保のシステムと、産地正当性、独自性、そして、加工品においては、その原材料の正当性、差別性の他、独自の加工技術が重要であると述べている。また、他との差別化においては、その商品の持つ歴史やストーリー性も重要であることが、京野菜のブランド化戦略で示されている（松井、2011）

したがって、信州の畜産物では、原材料としての産地はうたえても、地域資源としての正当性、独自性は希薄であり、歴史やストーリー性を持たず、地域ブランドとしての展開は難しい。

また、長野県は、「信州ブランド戦略」（2013）において、「信州らしさ」の発信が必要としている。「信州らしさ」とは、信州の自然や人、独自の文化に基づく、信州の暮らし、原風景、健康長寿を意味している。

残念ながら、長野県の地域ブランドとしての畜産物の存在は希薄であるが、信州らしさというコンセプトに当てはまると思われるメニューとして山賊焼がある。本論文では、山賊焼を事例として取り上げ検証を行いたい（写真1）。

山賊焼とは、鶏のモモ肉やムネ肉を大きく開いて、しょうゆやニンニクで味付けし、片栗粉を付けて、油で揚げた料理である。

山賊焼は、鶏のから揚げの一種であるが、今や長野県でも有数な地域の料理に成長し、その販売数量は年間約250万食に上る。今や中信地方だけでなく、長野県内全域から、県外でも販売されるようになり、長野県を訪れる観光客の、来訪目的にも挙げられるようになった。

そのように広く周知され、好まれるようになった山賊焼ではあるが、そのメイン食材である鶏の生産や流通、加工や販売に至るフードチェーンの中で、現在長野県の肉用鶏生産は脆弱で、経済効果を生み出せるのは、加工と販売の部分だけである、という現実がある。加工品のブランド化には、その原材料の原産地も重要な要素となる（青木、2004）

そこで本研究では、山賊焼に焦点を当て、その原材料である鶏肉の生産、流通、さらには、それらの拡充により、地域経済が広く潤う可能性を探ることを目的とした。

本論文では、事例として取り上げた山賊焼を、その誕生から現在に至る変遷を振り返り、長野県における鶏（鳥）の食文化としての成立と推移、発展の経過、ならびに肉用鶏飼育の変遷とともに整理した。そして、かつて地産地消であった山賊焼が、何時しか他産地消になってしまった現実を踏まえ、メイン食材である鶏肉の長野県内における実態を把握した。また比較のために、他県の鶏肉料理を調査し、その生い立ちや展開から新たな可能性の発見に努めた。以上の調査研究をもとに、将来、長野県産の鶏肉を原材料として用いた山賊焼の地産地消の可能性について検討した。

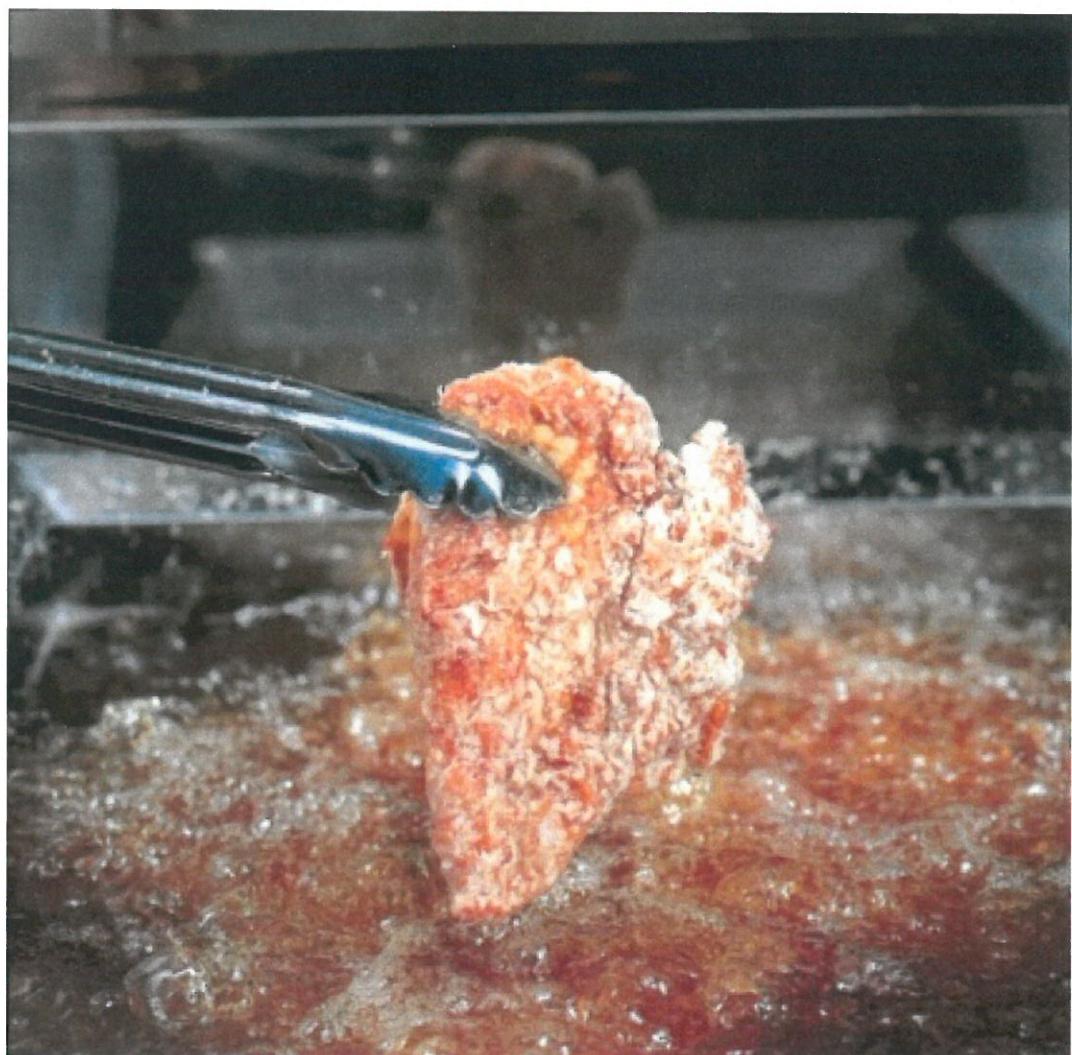


写真 1 山賊焼

第2章 山賊焼の歴史と変遷

1節 山賊焼誕生以前の鳥料理

信州では明治から大正、昭和にかけてツグミ (*Turdus eunomus*) やアトリ (*Fringilla montifringilla*) などの渡り鳥をカスミ網という、漁網を改良した網で捕らえる猟が盛んに行われていた。

写真2のように、野鳥は毎年10月から12月に、シベリアから能登半島に飛来し、その後、飛騨から木曽の山間部を通り抜け、塩尻や松本方面に飛來した。そして、その時、現在では禁止されているカスミ網で、これらの野鳥を大量に捕らえ、山間部であるその場で、焼鳥として販売する鳥屋場（とやば）といわれる仮小屋に客を寄せる商売がとても繁盛してきた。鳥屋場では客にこれらを供するばかりでなく、周辺の旅館や料亭に大量に卸していた。（近代日本狩猟図書館⑯）

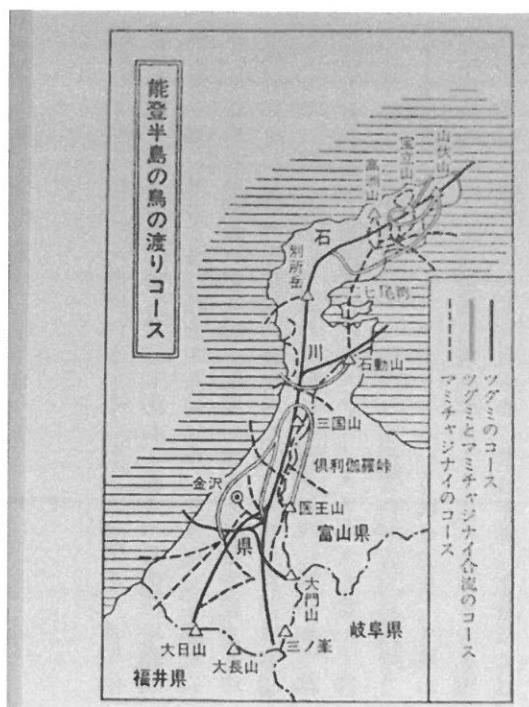


写真2 (1998 石川近代文学全集. 13. 101-114. より引用)

昭和初期には木曽谷だけで 350 余の鳥屋場があった。野鳥を保護する団体として、昭和 9 年に誕生した日本野鳥の会による同年の集計では、木曽谷では、ツグミ 19 万羽を含め合計 467,695 羽の野鳥が捕獲された（石川近代文学全集 13 卷 中西悟堂）。初年度の調査ということで、多分に漏れもあった集計であろうが、膨大な数量である。したがって、信州では、鳥屋場や野鳥の卸業が盛んだったと考えられる。

また、山国信州のこの時代は、鳥屋場、そして野鳥を焼いた焼鳥は地域の人々にとって、現在の松茸山で食す松茸料理のように季節の訪れを知る交遊の手段であるとともに、数少ない動物性たんぱく質の供給源でもあった。信州の鳥（鶏）料理を考える際、このカスミ網、鳥屋場そして野鳥料理は地域の人々から根強い支持を受け、食文化としても定着していったと考えられる。事実、写真 3 に示されるように、松本市浅間温泉東方の美ヶ原山麓には鳥屋場があり、戦前の浅間温泉に卸されていたとの証言がある。

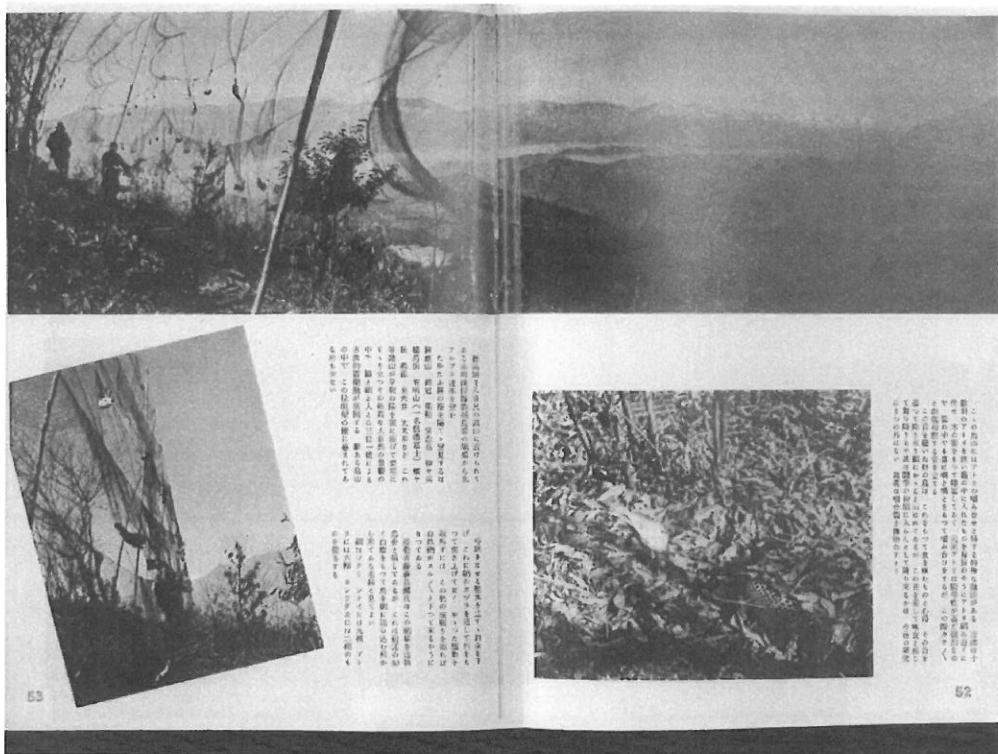


写真 3 松本市浅間温泉の鳥屋場（近代日本狩猟図書館より引用）

松本出身で日本野鳥の会の会報「野鳥」を創刊号から出版してきた梓書房の店主、岡茂雄氏はその著書「本屋風情」の中で、「近頃の愛鳥家に叱られることは必定であろうが、私は山国で生まれ育ったせいか、幼いころから小鳥（野鳥）の味を覚え、これほど好きなもののはなかった。そしてついぞ、罪の意識に悩んだこともなく、ほかの動物を食べるのと何ら変わることがなかった。

（中略）私の不行跡をさらに告白するならば、3～40年前までの私は、10月半ばを過ぎると、独りサブルックを背負い、自然の山野に溶けいる気持ちで、心ゆくままにあちこちの網場を渡り歩き、鳥屋場のあるじと炉をはさんで、よもやまの話に耽りながら、小さい命を味わう長閑さを、天与の幸としみじみ有り難く思っていたのである。今では許しがたい罪業と、悔い悔やまれてはいるが。」と書いている。野鳥保護や環境保護を唱える日本野鳥の会の会報を発行するようになって、岡氏自身の若いころを反省する態度が興味深いが、大正から昭和にかけて、信州人の焼鳥に対する嗜好が表れていると考えられる。

2 節 山賊焼の誕生

山賊焼は塩尻市にある「山賊」という店名がその起源である。この店主、高見安二郎氏は長野県富士見町の出身で、太平洋戦争前には塩尻を中心に家畜商をしていたという。戦前、地方では牛馬が農耕や運送の使役として用いられてきた。その当時、自動車は未だ希少で、農耕だけでなく地方経済の輸送力に牛馬は欠かせない存在であった。表1から、昭和初期の塩尻では、組織的な畜産はほとんど行われず、乳用牛の存在も僅かで、農耕や運送に使役する牛馬が主体であったことが伺える。豚や鶏の飼育頭（羽）数も僅かで、鶏はほとんどが採卵鶏であった。これらの養鶏は自家用の卵を採るために数羽の鶏を庭先で飼う程度であり、この当

表1 太平洋戦争前の、塩尻における家畜の飼養状況と車両台数

| | 家 畜 | | | | | 車 輛 | | | | | | |
|------|-----|------|-----|-----|-------|-----|-----|-----|----|----|-------|------|
| | 乳用牛 | 役肉用牛 | 馬 | 豚 | 鶏 | 牛馬用 | 荷車 | 自動車 | 乗用 | 貨物 | 自転車 | 自動二輪 |
| 昭和6 | 8 | 30 | 98 | 134 | 5,799 | 42 | 703 | | 6 | 9 | 794 | 1 |
| 昭和10 | 18 | 64 | 118 | 252 | 3,981 | 66 | 689 | | 11 | 9 | 1,030 | 0 |

塩尻町 車輌と牛馬統計、塩尻畜産統計より作表

時の多くの農家では、伝統的に小規模な庭先養鶏が行われていた。

その後、高見氏は「松本食堂」という飲食店を開店した。戦争の足音が聞こえ始め、牛馬も軍用に徴用されて、家畜商の行く末に限界を感じたのであろう。戦前のこの時期に山賊焼が考案されたのでは、という古の証言があるが、徴兵で中国大陆に渡った高見氏が現地の鶏料理からヒントを得て作り上げたという説もある。山賊焼という名前の由来は高見氏の親戚筋に当たる「高橋食堂」の当主が「お前の顔は山賊のようだ」という言葉から名付けられた。

山賊焼は現在、鶏肉を「油で揚げる」料理であるが、考案当時の日本は油が貴重品であり、鍋の底に薄く油を引いて揚げ焼にしたので山賊「焼」という名前になったと考えられる。

終戦後に復員した高見氏は食堂を再開したが、そこには山賊焼という鶏料理が既に存在していた。

この当時、山賊焼の原材料である鶏肉は、地元調達以外考えられないこの時代とすると、表1の庭先養鶏で産卵が終了した廃鶏の利用であったと考えられる。

我が国の養鶏業の成立と面から見ていくと、江戸時代後期には、採卵を目的としたサムライ養鶏という組織だった養鶏が既に見られた。明治期になると、フランスなどから孵卵器の輸入や、国産の模倣品も出現したが、展開のきっかけは日露戦争の勝利であった。欧風文化の流行も相まって産業としての発展が可能になった。そして、大正年間には各地で共進会が行なわれ、養鶏の協同組合も設立された。大正13年になると、それまで大量に輸入されていた鶏卵に対する関税が課され、国内の養鶏産業が安定化し、昭和2年には農林省が養鶏奨励規則を分布し、養鶏業を後押しすることとなった。(全国養鶏関係業者名簿.1956)

このように我が国で養鶏業が勃興する中、松本では大正14年に小松種鶏場が誕生した。それまでの養鶏は、庭先で数羽～十数羽を飼い自家用に卵を採る程度、それらは自然交配と雑草や余っ

た雑穀で飼育する原始的なもので、卵や鶏肉はほとんど家庭内で消費されていた。各地方に興った孵卵場や種鶏場は性能の良い鶏種（採卵には白色レグホン、卵肉兼用には横斑プリマスロックなど）を導入し、飼育方法や鶏舎改善の指導もしながら鶏の増産に努め、山賊焼が誕生した時代には養鶏の規模も大きくなってきた。山賊の3代目である現在の店主、高見直孝氏の言によると、高見氏の親戚筋の方が養鶏をしていたという。

事実、高見氏は家畜商をしていた経験を生かして、農家や養鶏場を自転車で回り卵を産まなくなった廃鶏を集め、それを処理して山賊焼の材料にしていた。家畜商として山間部の農家を回る際に鳥屋場の盛況も見聞きし、鶏（鳥）の可能性に気付いていたことであろう。

自転車の荷台に竹を編んだ籠（100cm×80cm×30cm程度）を2～3段に積み、それぞれの籠に8～10羽ずつ、そして近距離の場合はハンドルにも数羽をぶら下げる、多く見積もっても1回に20～30羽ほどを買い付けて処理したと推察される（写真4）。

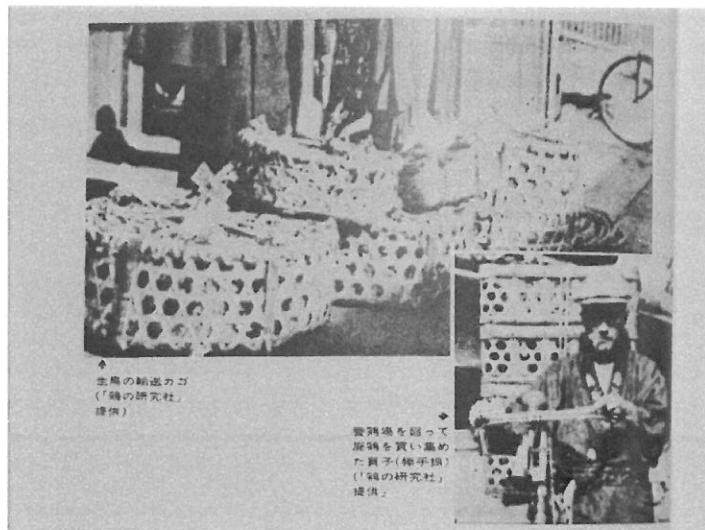


写真4 自転車での集荷方法（駒井亨著、鳥市百年史より引用）

塩尻に伝わる山賊焼のエピソードを以下に紹介する。それは「山賊焼を食べたかったら酒を2合注文せよ」という決まりだった。このエピソードは、高見氏が山賊焼だけの注文では1回分の集荷羽数である30羽分の売り上げ（1羽あたりモモ肉、ムネ肉それぞれ2枚）だけである。1軒の飲食店としては $30\text{羽} \times 4 = 120$ 枚の売り上げだけでも大きいが、せっかく来店した客に山賊焼と合わせて酒の注文をしてもらうことで、より売り上げを増大しようと、商魂たくましく考えたのである。当時から酒を納入していた酒屋の弁によれば、味付けに使う酒だけでも2升、飲むためを含めると、大量の酒を買ってもらった大得意様だったという。

当初「山賊」のメニューは山賊焼のモモとムネ、それとモツ煮のみだった。集荷してきた1羽の鶏から、モモ2枚、ムネ（ササミも添付）2枚、皮や内臓類を煮たモツ煮である。1羽の鶏から取れる全ての部位を販売していた。また山賊焼の価格は、「時価」と表示してあったという。それは集荷してきた鶏が大きなものから小さなものまで種々雑多であり、毎日鶏肉の大きさが違い、そこで大きさに合わせて価格を変える必要があったと考えられる。

また大町市での聞き取りでは、「塩尻で評判だった山賊焼を食べるため、わざわざ汽車に乗って塩尻まで食べに行った」という話を得た。山賊焼の評判が広がるために、その頃の交通インフラの果たした役割は無視できない。塩尻は長野県のほぼ中央に位置し、昔から松本と並ぶ中信随一の交通の要衝であった。終戦後の塩尻は中央東線、中央西線、篠ノ井線、辰野線が乗り入れる鉄道交通網の中心で、塩尻駅前からは各方面へのバス路線も発達し、鳥居峠から木曽方面、善知鳥峠を経て辰野方面、塩尻峠を経ての諏訪方面へヒトやモノが集散する起点でもあった。

もう一つ、塩尻が隆盛を極めたのは市街とは駅を挟んだ反対側に大規模に展開した昭和電工の存在であった。現在の塩尻はEPSONなどの大きな工場も郊外に立地し、市街地は空洞化してひっそりとしていて想像できないが、戦後の塩尻市街地の集積度

は大変高く、国鉄（現 JR）や昭和電工の労働者、鉄道やバスの乗降客、周辺地域からの物資の集散のため、活気に満ちた市街地であった。現在でも市街地の小路には昔の商店や飲食店の名残が見て取れるが、戦後の塩尻市街は活況を呈していた。これらの人々の活発な流れが山賊焼を広めたと推察される。

「松本食堂」は戦後、主力商品の名前を冠して「山賊」として出発、その後 3 回の移転を繰り返して現在地に店を構えるに至る（写真 5）。そのうちに山賊焼の評判を聞き、真似をする店が現れたのは自然の成り行きでもあった。



写真 5 現在の「山賊」店舗

第 3 節 山賊焼の拡大（一つの店舗から塩尻、そして中信一帯へ）

山賊焼に続いて海賊焼やグローブ焼きという名前で、山賊焼を模倣した料理も出現した昭和 30 年中頃が、山賊焼の拡大期と考えられる。現在でも創業者が現役で活躍している「正和食堂」の主人に聞いたところ、同店の創業は昭和 43 年で、その時には「山賊」以外にも「夕月」や「とよのぼり」などいくつかの店舗でも山賊焼を販売していた。東京で修業した正和食堂の主人が鶏のか

ら揚げの名前で販売したところ、客から「塩尻では、から揚げではなくて山賊焼だ」と言われて改名したという。この聞き取り結果から、昭和 43 年には、塩尻の人々の中に、山賊焼という鶏肉料理がしっかりと定着していたのである。高見氏は、それらの店舗に対しても寛大に接していたようである。高見直孝氏の話によるとその頃、「山賊焼は私の発案だ」と言いがかりをつけてきた人物が現れたという。山賊焼を販売するのは良いが、発案者は自分だという立場だけは守ろうとの思いから、高見氏は「元祖山賊焼」という石碑を店の前に建てて元祖を主張した（写真 6）。



写真 6 山賊の店先にある元祖の石碑

そして、この時期になると塩尻以外でも山賊焼を扱う店が誕生した。松本では昭和 38 年に「河昌」や「びわの実」が、山形村では「成美屋」などが昭和 30~40 年代にかけて開店する。

筆者が経営する本郷鶏肉で惣菜としての山賊焼を販売し始めたのが昭和 38 年である。写真 7 は昭和 42 年 12 月のチラシであるが、右上に山賊揚と記載がある。この時代になると、山賊焼を

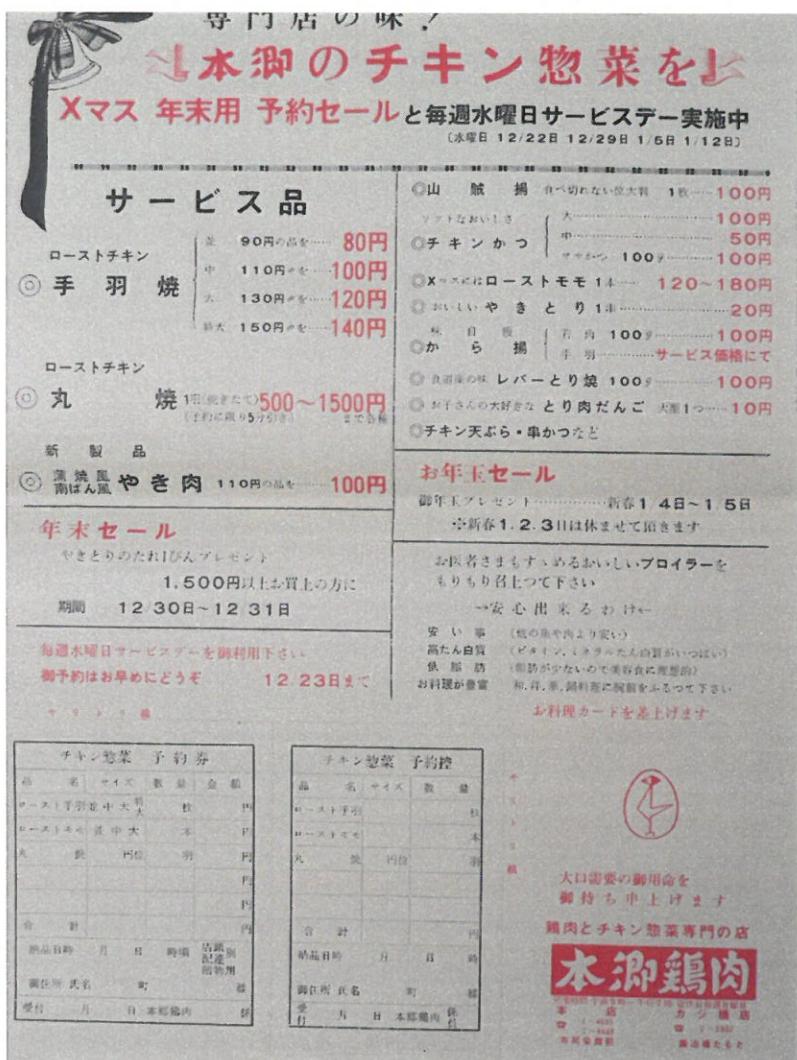


写真7 本郷鶏肉のチラシ（昭和42年12月）

調理する食用油も潤沢に出回るようになり、山賊焼から文字通りの揚げる料理に変わってきたため、山賊揚という名称で販売する店も出てきた。惣菜としての山賊焼はサンフーズ、ミートフーズ、竹内食品など、中信地区で多くの惣菜屋が手掛けるようになり、市場経由や小売店への直売を経て家庭の食卓に進出していった。

写真8は、松本での山賊焼元祖と言われる「河昌」の創業者を偲んで出された記事を示した。記事中に記載はないが、生前、市川昌三氏から聞いた話では、松本駅前で山賊焼の販売をスタート



写真8 河昌創業者記事

させたのは昭和38年ということである。市川氏は「山賊は物をとりあげる（鶏揚げる）から山賊焼である」というフレーズを松本に定着させた人として有名である。なお、本記事中で、現在の河昌オープンが1985年とあるが、これは浅間温泉の店舗開店の年度である。

この期間に山賊焼は、塩尻から周辺の松本を含めた中信地方に広まった。また、それまでは主に大衆酒場のメニューとして、酒と共に供され、主に成人男子が口にするつまみであった。しかし鶏肉店や食品小売店、そのころ新たな業態として開業したス

ーパーマーケットで販売され、家庭で普通に食べられるおかずとしての立場へと大きく変貌、普及した。筆者の子供時代には、ほろ酔い加減の父が、お土産として新聞紙に包まれた山賊焼を買ってきて、兄弟相争って飛びつくという稀少なものから、普段の食卓の、ちょっと豪華なおかずとへ、よりポピュラーなものへと変わり、中信地方で馴染みのある料理として定着していった。写真6に見るように、クリスマスを家庭で祝い、ローストチキンと並んで山賊焼も食す食文化が定着していったのである。

昭和30年代後半は、それまでの廃鶏を利用した山賊焼からブロイラーを利用した山賊焼への転換点でもあった。廃鶏とは卵を産まなくなった生後2年よりも飼われる鶏であり、その肉も旨味はあるが固い肉である。昭和40年からは農林水産省で肉用若鶏（ブロイラー）の流通統計が始まった。表2に示したように昭和30年代にブロイラー生産が我が国に定着し、昭和40年からは農林水産省が食鳥の統計を出し始める。昭和35年と平成1年を比較すると29年間でブロイラーの流通量は90倍以上、国産だけでも77倍に増えている。特筆すべきは、昭和40年から昭和45年のわずか5年間で3.9倍という伸びを示していることである。また後に掲載する表5に、昭和40年からの肉用鶏出荷羽数を示した。長野県は昭和40年から昭和50年の10年間で3.1倍という増加率である。表5の右端に示した塩尻市のブロイラー生産が増加したことも分かる。驚くべきは、宮崎県が昭和40年からの10年間で60倍近い伸びを示し、昭和40年には北海道、長野県より少なかった羽数が一気に両県を大きく凌駕している。このことは、後に述べる宮崎県の鶏料理にも影響を与えている。

戦前に盛んだったカスミ網猟や鳥屋場による野鳥販売は、敗戦後アメリカ連合軍総司令部（GHQ）によって昭和22年禁止になったが、野鳥の捕獲や販売はそれからも後を絶たなかった。昭和38年に狩猟法を改正して誕生した「鳥獣保護及狩猟に関する法律」が成立するまで、半ば公然と野鳥猟が続けられた（野の鳥は野に

表2.日本の鶏肉流通 (単位t)

| 年次 | 国産鶏肉生産量 | 輸入鶏肉 | 合計 | 拡大率 |
|------|-----------|---------|-----------|------|
| 昭和35 | 17,496 | 33 | 17,529 | 1 |
| 40 | 89,253 | 5,936 | 95,189 | 5.6 |
| 45 | 353,913 | 9,692 | 363,605 | 21.4 |
| 50 | 601,196 | 20,630 | 621,826 | 36.5 |
| 55 | 996,159 | 70,256 | 1,066,415 | 62.7 |
| 60 | 1,228,504 | 100,455 | 1,328,959 | 75.9 |
| 平成1 | 1,319,462 | 270,638 | 1,590,100 | 90.9 |

(社)日本食鳥協会 ブロイラー産業30年史より

(拡大率とは昭和35年の生産量を1としたときの拡大率)

評伝中西悟堂)。野鳥の減少に対する危機意識と、自然保護に対する関心という世論の高まりによって野鳥を食することができなくなった反面、養鶏産業の盛り上がりと、消費者の肉食嗜好の高まりも相まって、昭和 40 年以降肉用鶏の生産、流通は増加していった。

ブロイラー生産が普及する昭和 40 年代になると鶏の体形が飛躍的に大型化した。昭和 30 年代の採卵鶏のオスを利用した肉用鶏から準専用種、そこから専用のブロイラー種へと変化する中で産肉量も増え、昭和 35 年から昭和 60 年までの 25 年間で、1 羽の生体重は 3 倍となった(表 3)。

表 3 に示した 1 羽あたり生体重と、(過去 30 数年間におけるブロイラー主要銘柄の産肉能力の推移)にある、モモ肉、ムネ肉の各歩留まり率からモモ肉、ムネ肉の 1 枚あたりの量目を表 4 に示した。

鶏の生体重の増加とともにモモ肉、ムネ肉も飛躍的に增量した。表 4 の数値はモモ肉、ムネ肉 1 羽分の重量である。消費者が山賊焼を実際に食べる 1 食分は、この重量の半分となる。昭和 35 年、40 年の量目は 1 食分 100g 前後、飲食店で酒の肴として一人で 1 枚を食べられる適度な大きさだが、ブロイラー専用種が導入され、さらには品種改良も進み一人では食べきれないような大きさになった。

またブロイラーの大型化が進み、消費が増大してくると、鶏舎を最大限に効率よく利用する方法としてヒナをなるべく多く鶏舎に入れ、成長中途で鶏舎が手狭になると一部の鶏を小ビナから中ビナ(飼育日数の少ない 5 ~ 6 週齢のブロイラー)の段階で出荷し、残ったヒナを大きく育てる飼育方法ができた(現在は疾病予防の観点からもオールイン、オールアウト方式になった)。

その際、大ビナは骨を外して正肉として売られたが、小さい鶏は骨付きのまま調理できる料理用に仕向けられ、そのような鶏肉が山賊焼にも利用された。

表3.鶏の生体重の推移

| 年代 | 飼育鶏種 | 生体重 g |
|-------|-------------|-------|
| 昭和35年 | 採卵用1代雑種オス | 820 |
| 昭和40年 | 専用種 無鑑別 | 1,650 |
| 昭和50年 | 専用種 オス、メス平均 | 2,055 |
| 昭和55年 | 専用種 オス、メス平均 | 2,110 |
| 昭和60年 | 専用種 オス、メス平均 | 2,575 |
| 平成2年 | 専用種 オス、メス平均 | 2,958 |

20

(社)日本食鳥協会 ブロイラー産業30年史

8週齢における比較

山賊焼も最初は廃鶏の骨付きのモモやムネをそのまま開いて、大きさに合わせて時価で提供し、客も一人1枚を平らげられた。廃鶏は小振りで、ちょうど小ビナや中ビナと同程度のサイズであったのである。つまりサイズの面からも廃鶏利用から、ブロイラー（小ビナ、中ビナ）への移行がスムーズに進行した。

このように山賊焼が塩尻の一つの店舗の看板メニューから中信地方に広がったのは、この料理が地元の人の口に合ったこともあるが、野鳥を食べられなくなったことと、ブロイラー産業の進展の時期が符合したことと大きな役割を果たした。元祖山賊焼を生み出した高見氏の経営転換を垣間見ると、繁盛する店を営業する以外に農家や養鶏場を回って鶏を集めのでは商売にならなかつたと考えられる。地元産の鶏肉が潤沢に出回ったことで、養鶏と鶏の販売、店の営業の分化が顕著になった。また、山賊焼という名前がユニークで大胆だったこと、さらには、当主高見氏が周りで同じようなメニューを開拓することに寛大だったことなども普及、拡大の要因として挙げられる。

第4節 山賊焼の定着

昭和40年以降、山賊焼は中信地方にじわじわと浸透していった。扱う飲食店も徐々に増え、小売店でも必須アイテムとなった。しかしこの時期に浸透したのは中信地方だけだった。先に述べた鉄道やバス路線網に沿った山賊焼流行の広がりだったが、モータリゼーションが発達する前の時代の限界と思える。

その後、山賊焼は扱う店は増えても廃業する店もあって、塩尻の「夕月」や「とよのぼり」、「松本のびわの実」は現在存在しない。そのような状態の中でも、山賊焼は中信地方の人々の中に深く根を下ろしていったことは、前述のように家庭料理としての扱いが始まったことからも伺える。

その後、平成になるまでブロイラー産業は大きく発展した。羽数の増加と1羽当たりの体重の増加から産肉量は飛躍的に伸びたがコスト競争も激化し、小さい鶏を出荷したのでは採算が取れなくもなった。また疾病対策のためオールイン、オールアウト式の生産方式が一般的になった。つまり、飼育途中で小ビナや中ビナを抜き出すこともできなくなり、正肉での販売が大多数となると、山賊焼に使用する小振りな骨付き肉はだんだん入手困難となつた。そのことを受け、山賊焼の原料も骨付き肉から正肉へと移行せざるを得なかつた。また中信地方に6軒ほどあった食鳥処理場が、採算の悪化もあり、次々と閉鎖され、地元の要望を受けて小回りを利かせた処理業者が無くなつた。

骨付きから正肉への移行は、それを食べるシーンにも変化を与えた。一人で1本の山賊焼を食べる昔ながらの飲食店のシーンから、一人では食べきれない大きな1枚の山賊焼をカット、または最初から切ってある肉を揚げた一口山賊焼も現れた。皿を囲んで数人で食べるというシーンへの変化である。家庭では夕食のおかずの定番として家族皆で食べることができる。飲食店でも数あるメニューの中の一品として数人で食べられる。専門店の中には、山賊焼ともつ煮にこだわるところもあったが、一般の飲食店も多彩なメニューの一環として、積極的に山賊焼をメニューに取り上げるようになった。

またその期間は、食鳥産業が大きく変貌を遂げる期間でもあつた。表3、表4のように鶏種も採卵鶏の雑種から肉専用種へと変化し、産肉量も増加、鶏肉の将来性が高まると、食肉業界にも大手を含む新規参入が相次いだ。

松本や塩尻にあった鶏肉店の半分は、戦前から川魚を商っており、その副業として鶏肉も扱う程度であった。川魚も鶏も（時には野鳥も）、その集荷には農村や川筋を回り集めたが、それは家畜商の経験を生かして高見氏が鶏の集荷を業として行っていたことも一致している。昭和20~30年代、これらの鶏肉店は農村や

表4.鶏の生体重から見た産肉量の変化

(8週齢)

| 年次 | 鶏種 | 生体重g | むね肉歩留% | むね肉量目 g | もも肉歩留% | もも肉量目 g |
|-------|------------|-------|--------|---------|--------|---------|
| 昭和35年 | 採卵鶏一代雑種オス | 820 | *17.5 | 143.5 | *22.7 | 186.1 |
| 昭和40年 | 準専用種、無鑑別 | 1,050 | *17.5 | 183.8 | *22.7 | 238.4 |
| 昭和40年 | 専用種、無鑑別 | 1,650 | *17.5 | 288.8 | *22.7 | 374.6 |
| 昭和50年 | 専用種オス、メス平均 | 2,055 | *17.5 | 359.6 | *22.7 | 466.5 |
| 昭和55年 | 専用種オス、メス平均 | 2,110 | *17.5 | 369.3 | *22.7 | 479 |
| 昭和60年 | 専用種オス、メス平均 | 2,575 | 18.4 | 473.8 | 21.3 | 548.5 |
| 平成2年 | 専用種オス、メス平均 | 2,958 | 15.6 | 461.5 | 19.4 | 573.9 |

平成2年は部分肉取引規格変更のため低下

*は昭和55年の肉歩留で算出

(社)日本食鳥協会 ブロイラー産業30年史

過去30年間におけるブロイラー主要銘柄の産肉能力の推移 を参考に作表

養鶏場から卵を産まなくなった廃鶏を集荷し自店で解体処理していた。

先代の話によると、本郷鶏肉も昭和27年の創業以来、農家を回って廃鶏を集荷し、それを販売してきた。その頃は1日5~10羽の鶏を販売すれば普通の暮らしが維持できた。集荷した鶏卵をリュックに詰め、汽車で東京まで売りに行けば、帰りに上諏訪温泉で遊興ができたくらい利益率の高い仕事だったという。

この時代は全国的に鶏肉相場が立つ前の時代で、生鶏の売買も農家との相対取引であった。農家の鶏舎に入って、わざと鶏を脅かし、逃げ回らせて脱糞させ、その分軽くなった鶏を安く買いたたくなどというテクニックが商売のコツでもあった。

事実、鶏肉屋の自家処理が主流であったこの時代、写真9に示した鶏靈供養塔を、昭和39年に松本鶏肉商組合が建立している。組合には22軒の鶏肉屋が加入しており、このような鶏を対象とした動物慰靈碑が建立されるほど、当時の鶏肉屋は活気にあふれていたと推察される。



写真9 松本鶏肉商組合鶏靈供養塔建立（昭和39年）

また、昭和 31 年発行の全国養鶏関係業者名簿には、全国に 1,207 か所の孵卵場が存在し、長野県には 39 か所、中信地方だけでも 9 か所があった。これらは肉用鶏だけでなく採卵鶏も扱っていたが、地元の鶏肉や鶏卵に対するニーズの高まりを象徴している。

しかし昭和 40 年代になると、中信地方でもブロイラーを飼う養鶏場が出現する。このことは塩尻のブロイラー飼育が昭和 40 年代に急増したことが反映している（表 5）。これらの養鶏場は、それまでの養鶏とは異なり、飼料を供給する飼料会社や農協がリーダーシップを取るインテグレーションで、自社で食鳥処理場も併設していた。飼料やヒナを販売して、生産物である鶏を全量買い受け、と体処理をして販売するという経営形態である。このようなインテグレーション経営が中信だけでも 6 か所ほど誕生した。このようなインテは、地元鶏肉屋の要望に合わせて大ビナだけでなく小ビナや中ビナ、廃鶏も出荷していた。

そこで一般の鶏肉屋は、生鶏を自力で集荷し、自店処理することから、これらの処理場から脱羽処理したと体で鶏肉を購入し、解体、販売するようになった。

地元資本のインテグレーション、そして地元の鶏肉屋の連携の中で、山賊焼の顧客に対しても、希望のサイズの鶏肉が届けられた。またこの時代になると鶏 1 羽の肉を飲食店ですべて使うのではなく、顧客によってはモモ肉だけ、ムネ肉だけを卸して欲しいという要望もでてきた。このような部分肉の取り扱いが多くなると、と体を 1 羽丸ごと出荷するインテグレーションとは違って、鶏肉屋では 1 羽の鶏各部位をバランスよく捌くことができない。特にクリスマスになると、モモ肉だけが売れ、ムネ肉が大量に余るという事態が起きてきた。このようなアンバランスを覆す工夫が山賊焼でも起こった。松本の「河昌」はムネ肉の皮と肉の間にピーマンを挟み込んだ山賊焼を考案し有名になった。本郷鶏肉でも、ムネ肉の山賊焼を消費者に美味しく食べてもらおうとの考え方で味付けや揚げ方を工夫したむね肉山賊焼が売れ筋になった。モ

表5.肉用鶏・肉用鶏出荷羽数

単位 千羽

| | 全国 | 北海道 | 長野 | 宮崎 | 塩尻 |
|-------|---------|--------|--------|---------|-----|
| 昭和40年 | 91,372 | 1,601 | 2,995 | 682 | — |
| 昭和45年 | 303,652 | | | | 152 |
| 昭和50年 | 435,656 | 1,868 | 9,069 | 40,859 | 458 |
| 昭和55年 | 624,150 | | | | 553 |
| 昭和60年 | 725,223 | 3,102 | 7,034 | 100,243 | 527 |
| 平成1年 | 728,751 | 17,363 | 5,719 | 118,577 | — |
| 平成26年 | 661,030 | 34,635 | *2,917 | 130,813 | — |

*は出荷羽数、平成26年度、長野県の処理は無し

農林水産省 食鳥流通統計より

塩尻の数値は塩尻市誌より

モ肉を使うところも骨付きの小型モモ肉から、大ビナの大きなモモ肉をさらに開いてボリューム満点の山賊焼も開発した。現在、主流を占める正肉の大判山賊焼の原点がこの時代に形作られた。

昭和 50 年代になるとブロイラー産業はさらに大きく成長した。インテグレーション体制とはいえ、地方の中小養鶏場は大手資本に統合されていく。養鶏場だけでなく、処理場もさらに大型にすることで、より生産コストを抑えることができるようになった。それまでの地元食鳥処理場では月産数万羽の処理羽数が大半であったが、大手処理場の中には日産で万を超える羽数を処理できる施設も現れるようになった。中信地方に 6 か所あった処理場は昭和の終わりに県内で 1 か所に集約され、その後その処理場も経営不振で閉鎖した。鶏肉を山賊焼の店舗に納入していた鶏肉屋も、松本の例では 22 店舗あったものが現在では 3 店舗に急減少している。先に書いた長野県下に 39 か所、中信に 9 か所あった孵卵場も現在ではただ 1 か所になっている。長野県内には零細な小規模食鳥処理場は数か所あるが、山賊焼やその他の県内産鶏肉の需要を賄える規模や衛生設備は存在しない。

前述のような食鳥処理場の閉鎖が進行していく中で、昭和 55 年頃には、地元で飼育、処理された屠体を仕入れて解体販売するよりも、そのころ勃興してきた大産地（九州や東北）の工業的な大規模処理場由来の冷凍正肉を仕入れ、販売する方が以前と比べて解体コストが明らかに安くなった。

本郷鶏肉でもこの当時、と体の入荷計画が狂い、大量に販売しなければならない顧客に欠品が生じそうになった際、名古屋経由で鹿児島から冷凍鶏肉を調達したが、その受け入れ価格は、社内でと体を解体するコストよりかなり割安だったことを覚えている。その後のコールドチェーンの発達によって、鶏の部分肉は冷凍からチルドによる流通に代わったが、鶏肉の工業的流通はこの動きを決定的なものにした。

また鶏肉の輸入も急増した。昭和 50 年代にはアメリカ産、それ

に次いで中国産の、主に骨付きや中抜きグリラーが輸入され、昭和 60 年代になるとタイ産、それに次いでブラジル産のモモ肉やムネ肉などの正肉が主流を占めるようになった。アメリカ産や中国産の鶏肉は品質が不良でサイズもそろっていなかったが、タイ産は品質も良く、サイズ選別も厳格で、タイ産を真似て後追いしたブラジル産と共に急激な増加を示した。このようなことにより平成元年には日本の鶏肉流通の 17% 近い量が輸入されるようになった（表 2）。

国民の食生活も生鮮食品を買って家で調理していた内食から外食や中食の割合が増加し、家で油を熱して揚げ物を作る時代からスーパーで買う時代になる。

第 5 節 山賊焼の第 2 拡大期（中信地方から長野全域へ、そして全国へ）

平成の世になると、バブルが崩壊し（平成 3 年）、そしてリーマンショック（平成 20 年）も含め、失われた 20 年といわれる時代が到来し、地方経済が大きく疲弊していくことになった。それまで「国の方を向いていれば何とかなった時代」、「右にならえ」の時代から、自ら考え、動き出さなければならない時代へと大きく変化していった。どの地方でも地元の良さを発見するために試行錯誤するが、思うように定着しない。松本市でも各種団体が新しい名物を作ろうと知恵を絞るが実にならないことが続いた。

そのような中、平成 18 年に「B-1 グランプリ」がスタートし、全国の注目が集まった。全国各地域ではこぞって、新旧問わず地元料理の紹介に力を注いだ。松本でも全く新しい名物を作り出すのではなく、今まで地元にあって定着しているものに焦点が当たるようになった。平成 19 年、松本食堂事業協同組合青年部が山賊焼に注目して動き出し、「松本地域で老若男女を問わず親しまれている山賊焼を松

本の名物にしよう」と取り組みを始めた。この年7月に開催された松本オクトーバーフェスタで、信州黄金シャモを使った山賊焼を出店し、広く注目を集めた。その後、同青年部は「山賊焼マップ」を作り、山賊焼を食べられる店をPR、イベントへの積極参加を始めた。

そして、その後、山賊焼振興運動が始まった。平成22年秋には松本、塩尻の山賊焼関係者や大学、関係自治体も集まり、「山賊焼を考える会」が発足した。その3年前から松本では、前述の山賊焼の活動が始まっていたが、塩尻市議会で議員から「松本が山賊焼で盛り上がっているが、このままでは塩尻が元祖の山賊焼を松本に取られてしまう」という市当局への強い危機感が発せられ、発祥の地である塩尻市でも山賊焼の機運が高まった。塩尻の元祖「山賊」や松本の自称本家「河昌」も山賊焼を考える会に加わったことで、平成の地域おこしとして、新たに活動を始めたメンバーとも連携した動きが本格化した。

初めて顔を合わせた「山賊」3代目の若い店主、高見直孝氏のもとへ、「河昌」の80歳代の創業者、市川昌三氏が歩み寄り、「私が山賊焼を商って今まで来られたのも全てあなたのおかげです。ありがとうございました」と手を取り、深々と頭を垂れたことで山賊焼振興運動が一本化した。

山賊焼を考える会で考案した「松本 vs 塩尻 山賊焼大合戦」は、大きな反響を呼んだ。これは「松本と塩尻で山賊焼をめぐって争っているらしい」という当時の風評を逆手に取っての打ちだしだった。そして、コンビニエンスストアのセブンイレブンやサークルKでは、山賊焼を入れた弁当を販売。松本大学では、山賊焼を研究するゼミがスタートし、山賊焼紙芝居を作成、山賊焼に合うソースの開発に着手し、山賊焼のXマスバーレルの考案、山賊焼味のポテトチップスの発売と、様々な動きが始まった。ついには山賊焼パフェまで出現した（写真10）。また松本駅では、山賊焼の駅弁も登場し、さらには、今まで作り立てでしか味わえなかった山賊焼を揚げてから冷



写真 10 山賊焼きポテトチップス、山賊焼弁当



写真 11 冷凍山賊焼紹介記事

凍したお土産用山賊焼も会内の意見交換の中から生み出され、早速、サービスエリアの売店に並べられた（写真 11）。

松本では「信州松本山賊焼」の幟が飲食店に林立するようになると、塩尻も「松本が頑張ってくれて知名度が上がった」、「元祖塩尻も負けられない」と動き始めた。

平成 23 年からは、3 月 8 日が塩尻山賊焼の日（さん）ぞく（や）き、3 月 9 日が松本山賊焼の日（さん）ぞ（く）やき、と決まり、松本、塩尻両地域で山賊焼に焦点を当てた、街おこし的な取り組みが行われるようになった。塩尻で開かれた初の山賊焼の日では、市内で山賊焼を提供する 23 店のうち 16 店が集結し、500 人を超える市民が集まり、中には開始 1 時間ほどで完売する店も現れた。

山賊焼の関係者が一堂に会する鶏肉の供養祭が、写真 9 の大安楽寺、鶏靈供養塔で行われ、それから毎年多彩な催しを行っている。10 月には「発祥の地 塩尻、発信の地 松本、新興の地 安曇野」と銘打って塩尻、松本、安曇野の山賊焼が勢ぞろいした信州山賊焼ダービーも開催された。

平成 24 年 1 月には松本が、食堂事業協同組合に加えて、商工会議所や旅料飲食組合連合会も合同した「松本山賊焼応援団」を結成した。平成の街おこしの初期に、創作料理で松本を打ちだそうとしていた中には「山賊焼なんて料理じゃない」と否定的なことを言っていた人物もいたが、松本市を挙げて山賊焼を振興する立場に統一された。

松本市の蟻ヶ崎高校書道部が揮毫したロゴを採用、一般から募集したキャラクター「さんぞくん」というマスコットも誕生した（写真 12）。また、乗鞍スキー場では「さんぞくっく」という類似のマスコットも誕生した。一方、塩尻では行政の後押しから脱却して、5 月に山賊焼の事業者が主体の「塩尻山賊焼の会」を結成した。

5 ~ 6 月に新宿高島屋で開かれた「大学は美味しいフェア」に松本大学が出店し、山賊焼をメインにした展示即売では、「近大マグロ」に次いで 2 位の売り上げを達成した。また「さんぞくん」の着ぐる

みは松本市内の保育園で大活躍し、さんぞくんが登場した日の給食には山賊焼がメニューに載り、園児が大人になっても山賊焼を愛好する素地を作っていました。この年のグルメ料理雑誌「dancyu」9月号は、信州、まつもと山賊焼を特集、これが県外発信に火をつけた。



写真 12 松本山賊焼応援団のキャラクター「さんぞくん」

平成 25 年、農林水産省の食文化活用、創造事業、現地調査が行われ、その結果、山賊焼は年間総提供枚数 44 万食、経済波及効果が 4 億 8000 万円に上ると報告された。

また、山賊焼には地元の地鶏を使おうと、山賊焼を考える会が、養鶏業者と組んで、山賊焼用の地鶏開発がスタートした。面白い動きとして、松本で有名になりつつあった「松本一本ネギ」と山賊焼とのコラボ弁当を大学生が発案し、松本駅の駅弁として販売がスタートした。

平成 26 年には、塩尻に伝わるエピソード「山賊焼を食べたかったら、酒を 2 合注文せよ」にちなんで、山賊焼に合う地酒を地元酒蔵から選定、山賊焼の元祖の名前にちなんで「安二郎」と命名し山賊焼と共に供する試みが行われた。松本では、「信州松本山賊焼を食べて、当てよう」という試みで、特賞は FDA で札幌や福岡への往復航空券や松本山雅の観戦チケットが当たるスタンプラリーも行われた。

このころになると、活動主体の団体や業者、松本大学以外でも信州大学付属松本中学校や塩尻市立丘中学校などで自主的に山賊焼を取り上げた活動も行われるようになり、学校給食のメニューに山賊焼が登場することも珍しくない状況となった。

以上のような経過が、平成に入ってからの山賊焼第2拡大期である。このような取り組みが継続して行われる中、「山賊焼は全国どこにでもあるものと思っていた」という地元民の声が上がった。地元の人にとって山賊焼がいかにポピュラーなもので、塩尻や松本では深く定着していたことが伺える。

このような大きな動きはマスコミにも注目された。新聞や雑誌はもちろん、全国ネットのテレビなどでも大きく報道され、山賊焼は中信地方から全県、そして県外へとその知名度を広げていった。

そして塩尻、松本市内の飲食店でも、ほとんどの店で山賊焼をメニューに取り入れはじめた。各店の独自性を打ち出すアイデアを盛り込んだ山賊焼も登場。味付けに信州みそを加えた山賊焼や、「そばの香りが分からなくなる」と、今まで山賊焼を出すことはタブー視されていた手打ちそば店でもそばつゆをベースにした山賊焼も登場、中華料理と合った山賊焼を提供する中華料理店も出てきた。

松本では、「松本山賊焼」の定義として、ニンニク以外にショウガを入れることで塩尻との差別化を図るようになった。このショウガをいれるという工夫は、松本市の副市長が、遠方の自宅へバスで帰る際に「山賊焼をお土産にしたいがニンニクの匂いがバスの中に漂って困る」という要望に応えたものだった。

本来、山賊焼は骨付きの鶏肉を大きく開いて、しょうゆ、酒、ニンニクなどで味付けし、片栗粉をまぶして揚げていた。しかし、広がっていった先々の事情で、元来の定義にこだわらない調理の仕方も、山賊焼振興の懐の深さも大きく広がった要因と考えられる。

スーパーも、中信地方でしか取り扱っていなかった山賊焼関連商品が全県の店舗に拡大し、県外のスーパーでも定番商品として販売されるところも増えてきた。松本大学の学生が考案した「山賊まぶ

し丼」は、コンビニエンスストアも含めて大きなヒット商品になった。

また、サービスエリアや観光地の飲食店や売店でも、山賊焼は必須メニューの一つとして取り上げられるに至った。山賊焼をパンにサンドしたもの、具材としてピザに活用した例もある。

こうして山賊焼は、中信地方の地方料理から押しも押されもない信州の名物になり、全国へ名前を広げていった。

第3章 他県における鶏料理の変遷

前章で、山賊焼の今までの歩みを振り返ってみたが、本章では、山賊焼とかかわりの深い、また山賊焼に類似した成立ちと歩みをしてきた他県の鶏肉料理を取り上げ、類似点、相違点を整理した。

まず、「山賊焼」という鶏料理は、信州だけのものではないということから記したい。

「山賊焼」という名称の商標登録は、山口県、岩国市周辺で展開しているレストラン「いろり山賊」と、大手調味料メーカーである「日本食研」が、各々平成になってから取得している。



写真 13 岩国、いろり山賊店舗

岩国の山賊焼は、山の中の城塞のようなドライブインである（写真 13）。広島市内で昭和 26 年に開業した「的場大学」から発展し、昭和 46 年から「いろり山賊」として営業をしている。現在、3 か所で営業しており、個人客から団体の宴会まで幅広い客層を得て、地元の人々には定着している店である。

こここの山賊焼は、写真 14 に見るようにローストチキンの串刺しであり、この野趣は信州の山賊焼にも共通している。この山賊焼と同じようなものが、岡山県でも販売されているが、上記のように、「いろり山賊」が商標権を取っているためか、山口の地元で、この



写真 14 いおり山賊の山賊焼

ような山賊焼が他店に伝播し、広がってはいないようである。日本食研の山賊焼は、調味料としての名称である。上記、山口のように肉を焼く際に漬けるタレとして使用するもので、長野県の山賊焼とは一線を画している。

信州の山賊焼振興をする際に、上記の商標権が問題になった。行政が振興運動に関わる場合、他に商標を取られているものを担いで良いのだろうか？ という葛藤である。

現在この件は、信州の山賊焼の方が古くから存在するうえ、中信地方に深く根付いた食文化であるので、商標権に關係なくやっていこう、との内部解釈が成り立っている。

また、北海道にも山賊焼がある。それは紋別郡興部（おこっぺ）町である（写真 15）。筆者もここへは行ったことがなく、成立の経過等を詳しくは知らないが、興部町のホームページを見たところ、骨付きの鶏の半身を開いて、炭火で焼いたものである。どちらかというと山口の山賊焼に似ている。こちらは1店舗のみのメニューのようである。

また、確認には至っていないが、徳島県の三好市、祖谷渓にも山賊焼が存在するという情報もある（個人情報）。



写真 15 興部の山賊焼（興部観光協会 HP より引用）

山賊焼という名称ではないが、信州の山賊焼発祥の件で、高見氏が中国へ従軍した際に現地で見聞きして作りあげたのでは、という推論があった。そこで、台湾に山賊焼によく似た鶏料理があるという情報を得て、台北の「大鶏排」という鶏料理を視察した。その結果、大鶏排は成立から 20 数年にしかならないことを確認し、山賊焼の方が歴史的に古いことを確認した。この鶏料理は、山賊焼と同じように、骨付きの鶏肉を大きく伸ばし、片栗粉を付けて揚げたものなので、外観は山賊焼の特徴と同じであるが、味付けが薄味で、買った客が各々の好みで調味料をオーダーすることができる。この料理は、下記の元祖以外に類似の店が数店出ていた。



写真 16 台湾、大鶏排の店



写真 17 台湾の山賊焼？大鶏排

余談にはなるが、台湾に行った際、古くからの市場見学をした。その時、驚いたのが鶏肉屋である(写真 18)。様々な商店が並んだ、衛生的とは言えない一角で、生きた鶏がカゴに入り、積まれている。



写真 18 台湾、市場の鶏肉屋

客は、自分の好みの鶏を指定し、店主がその場で屠鳥、脱羽、中抜き、解体して客に渡す。鶏の中には明らかに地鶏と思える羽色や足の色の鶏もあって、台湾の地鶏の存在を伺わせた。巨大なシステムになってしまった現在日本の食鳥生産では考えられない、単純、明快な商売である。また、これが究極の鮮度管理とも言えそうである。

もう一つ、山賊焼の関わりでは、岐阜の鶏料理「鶏ちゃん」と山



写真 19 山賊焼、岐阜の鶏ちゃんと連携

賊焼の連携である（写真 19）。

岐阜県の鶏ちゃんは、飛騨地方の下呂や郡上八幡で、戦後から食されている鶏肉料理である。鶏肉のこま切れとキャベツを特有のたれで炒めた簡易な料理だが、この地方の人々には古くから定着していた料理で、初期には廃鶏で、その後はブロイラーの肉で作られてきた。ここでは「鶏ちゃん合衆国」という任意団体が活動している。そこには専門業者や鶏肉屋も加入しているが、市民や行政の人々が有志で結束して興した団体だという。

「山賊焼を考える会」の有志が目にした新聞記事から、連絡を取り合い、「北アルプスを挟んで鶏料理で連携しよう」という趣旨で、「鶏もつ縁」を深めようと、「鶏ちゃんと信州山賊焼との鶏和友好条約」を締結した（写真 20）。

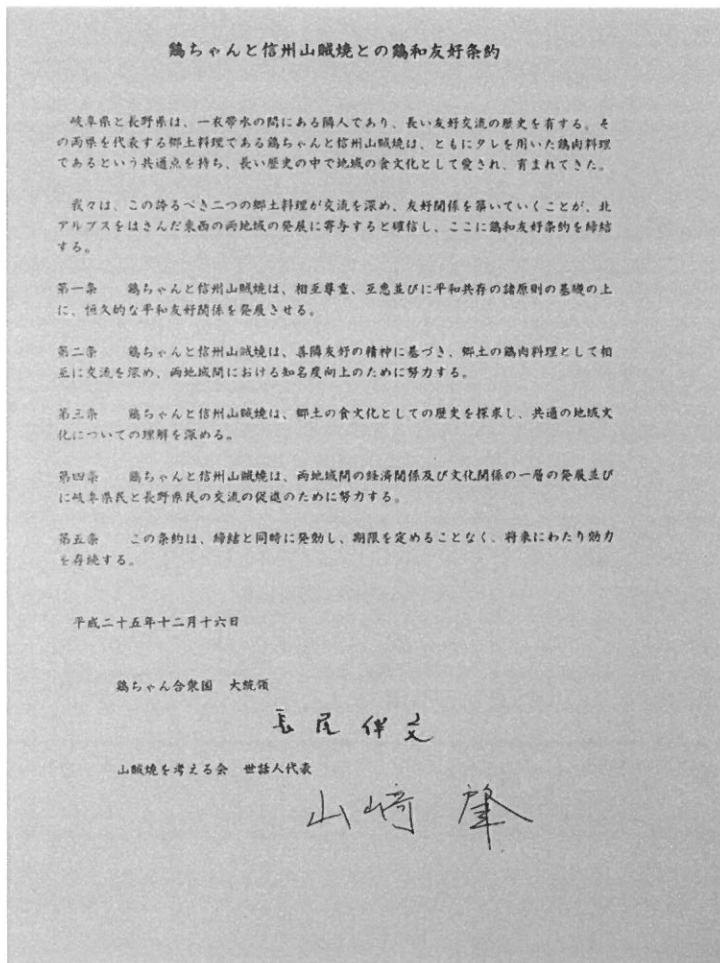


写真 20 鶏和友好条約

以上のように、全国には山賊焼に関連した鶏料理もたくさん存在するが、山賊焼のように、昭和 40 年以前に成立し、その後発展した鶏料理がいくつも存在する。山賊焼の歴史にも記したように、食鳥産業の爆発的な展開、環境の激変があった昭和 40 年以前から存在していた鶏料理は、この環境変化の中で、廃れずに、逆にその環境変化をバネにして現代に生き残った料理であり、地域の食文化として確立していったものである。

そのような鶏料理の中から、北海道小樽「若鶏時代なると」の半身揚げと宮崎県延岡の「直ちゃん」及び「味のおぐら」のチキン南蛮、そして宮崎市「丸万焼鳥本店」の鶏のもも焼き、「賢豊」の地鶏の炭火焼きを現地で聞き取り調査した。

小樽の、「若鶏時代なると」は昭和 32 年に創業した。創業者の孫で、現在三代目の阿部誠氏から、貴重な創業者栗嶋寅男氏の一代記の複写本を頂いた（写真 21）。



写真 21 若鶏時代なると 手探り一代記

半身揚げは初期の山賊焼と同じような小さい鶏（小ビナ、中ビナ）を骨付きのまま使っている。創業当時はお好み焼きをメインにしていたが、その後若鶏を勧める業者が現れ、お好み焼きの鉄板でできるように考えたが、余ると固くなってしまう。そこで、油で揚げるよう工夫を凝らした末に若鶏の半身揚げが生まれたという。



写真 22 若鶏半身揚げ

その後、この半身揚げは評判を呼び、クリスマスには「館」という洋菓子店のケーキと、なるとの半身揚げは定番、また、年末の年越しにはクリスマス以上に売れたという。

その頃は、地元で鶏肉を調達できたが、現在では北海道で手に入る鶏肉は大型になってしまい、やむを得ず東北などから仕入れている。

写真 23 は、半身揚げの創始者栗嶌寅男氏に、その3代目である孫の阿部誠氏が呼び掛けているという構図になっている。栗嶌氏は、一時全国を風靡した「居酒屋つば八」の創業者石井氏に半身揚げを伝授して、半身揚げを全国に広めた功労者だという。5年ほど前にも、半身揚げはテレビなどで紹介され、全国の注目を集めており、阿部氏自身も、小樽のみならず、札幌に店舗を開設し、全国のデパートの物産展にも出店している。現在は海外展開も視野に入れている。



写真 23 小樽 なると屋ポスター

るということである。

また宮崎県ではチキン南蛮が有名であるが、最初に始まったのは宮崎市ではなく、同じ宮崎県北の延岡市であることが判明した。そこで延岡に出向き、当地の観光協会を訪れ、「延岡発祥チキン南蛮党」党首、永野時彦氏にお話を伺った。

チキン南蛮が全国に知れ渡ったきっかけは、大手弁当チェーンのメニューとして採用されたことだという。チキン南蛮は、延岡の2つの店がルーツとされる。

一つが「直ちゃん」である。写真 24 を見ていただきたい。開店 30 分前からこの行列である。この店は昭和 38 年創業、こちらのチキン南蛮はムネ肉にサクサクの衣を付けて揚げたあと、南蛮たれに付け込んである。チキン南蛮特有のタルタルソースはかかっていない。一見チキンカツだが、衣はパン粉ではなく、卵と小麦粉のブレンドで、さっぱりと食べられる（写真 25）。



写真 24 延岡 「直ちゃん」



写真 25 延岡 直ちゃんのチキン南蛮定食

「味のおぐら」は昭和 39 年創業、ここのチキン南蛮は、主にモモ肉を使い、南蛮たれと共にタルタルソースをかけたタイプで、その後宮崎市に展開し、有名になったのはこの店の分店である（写真 26）。



写真 26 延岡 味のおぐら チキン南蛮

聞き取り調査の過程で、「直ちゃん」「味のおぐら」の両創業者が創業前に修行していたという「ロンドン」という洋食店のまかない料理としてチキン南蛮が成立したと聞いた。偶然なことから、その当時「ロンドン」に鶏肉を卸していたという人の娘さんとお会いで、「父は宮崎のブロイラーを先駆けて生産していた、児湯食鳥の社長さんと仲が良く、その鶏肉をロンドンに納品していた」という話を聞くことができた。表5のように昭和40年ころ宮崎県は鶏の産地ではなかった。その後児湯食鳥が原動力となり鶏の生産が大きく伸びて、現在では鹿児島に次いで大きな生産県になっているので鶏肉の地産地消が実現している。

宮崎県の鶏料理で、もう一つの名物が、「地鶏の炭火焼き」である。そのルーツと言われる「丸万焼鳥本店」は昭和28年創業の屋台が前身である。現在三代目の前田龍好氏にお話を伺ったところ、面白いことに最初はスズメの丸焼きが名物だった。長野県の野鳥の焼鳥と同じような経過をたどっている。その後入手しにくくなったスズメから廃鶏肉を使ったもも焼きが名物となったが、創業当時は農家を

回って鶏を集めたということで、そこも山賊焼と似通っている。この店では現在も廃鶏肉にこだわっているが、プロイラーの肉が手に入らなかつた昭和 20 年代の流れを忠実に引き継いで、廃鶏肉の商売がそのまま続いたのだ。



写真 27 宮崎市 丸万焼鳥本店 もも焼き

地鶏の炭火焼きも、その後いくつかのバリエーションが生み出された。当初は「丸万焼鳥本店」のように骨付き肉を提供していたが、山賊焼と同じように、骨付きの原料が入手困難になると、正肉を使った炭火焼きが出現する。

地鶏の炭火焼きを全国に普及させたと言われる「ぐんけい」元店主黒木賢二氏が、現在経営している店「賢豊」で、炭火焼きの豪快な調理を見せていただいた（写真 28）。

まず鶏の脂を炭火にかざして豪快に炎を上げ、そこに一口大に切った鶏肉を投入して焼き、そして燻す料理である。黒木氏は、炭火焼きに宮崎の地鶏「地頭鶏」を利用することや、宮崎名産の柚子を



写真 28 黒木氏による地鶏の炭火焼き、調理風景



写真 29 宮崎市「賢豊」地鶏の炭火焼き

「柚子こしょう」として炭火焼きの薬味として使うことで地産地を目指し、地鶏の炭火焼きを宮崎県の名物にした功労者である。この時も宮崎県産「日南鶏」の炭火焼きを頂いた。

以上のように他県の鶏料理も成立時の環境の制約を大きく受けている。また現在も時代は便利になったとはいえ、鶏の生産や流通などの制約から逃れることはできない。

表5に見るように、長野県は肉用鶏の生産では他県から大きく後れを取ってしまった。平成26年の集計では、生産はしているが処理場がないため処理は他県（山梨県等）で行っていることが分かる。

鶏肉の流通業者からの聞き取りでは、長野県産鶏肉約290万羽のうち、少なくとも230万羽は山梨の処理場で処理、解体され、商社系、農協系のルートで販売されているが、そのほとんどは関東圏のスーパーに販売される。長野県内には3分の1ほどが戻ってくるが、指定された一部のスーパーでの販売や、学校給食分がほとんどで、飲食店など山賊焼を販売している店に回ってくるのはわずかだ。

各県では肉用鶏（ブロイラー）の生産だけでなく、各県独自の地鶏や銘柄鶏も開発して独自性を競っている。長野県にも信州黄金シヤモという地鶏があるが、年間2万羽の生産量しかなく、生産量と共に生産者も減少傾向である。また大きな問題として先に述べた、衛生的な処理場もない中でこれから肉用鶏の生産を伸ばしていくのか？ そんな危機感が筆者の原点である。

第4章　まとめ

現在、山賊焼は「山賊焼は長野の名物らしいけど、使っている鶏肉はどこ産？」という観光客の素朴な声に答えられない現実に直面している。実際、山賊焼の原料となる鶏肉はほとんどが県外産、あるいは輸入ブロイラーが占めている。地元でも若干の肉用鶏は飼育されているが、長野県にはその処理をする処理場がない。安曇野など長野県内で飼育された肉用鶏は山梨、一部は新潟の処理場へ送られ、処理をされた後は、大部分が首都圏へ販売されているのが現状である。

平成25年、農林水産省の調査で山賊焼の年間総提供枚数44万食、経済波及効果が4億8000万円という数字が発表された。その後、平成27年に松本大学と筆者の試算では、山賊焼の推定市場規模が年間250万食に上ることが明らかになった。この提供量を金額にすると11億1500万円程になる。さらに、これを鶏の羽数に換算すると62万5000羽となる。山賊焼だけでこの羽数を消費するだけの地元の力があることを示している。

一度落ちてしまった県内の肉用鶏生産力や、食鳥処理場を復活させることは容易ではないが、新しい視点でこれを実現させることを検討することが重要である。

現在、国産と言われて販売されている鶏肉も、一部の地鶏や採卵鶏を除けば、そのほとんどが海外から導入されている種鶏を元に作出されている。また、地鶏と言えど、その飼料は90%以上が外国から輸入される配合飼料に頼っている。

表6-,A,B,Cに、全国の地鶏、銘柄鶏の一覧を示した。地鶏とは明治時代までに国内で成立または導入後定着した鶏種の血統を50%以上受け継ぐ鶏種で、飼育期間75日以上、28日齢以降は平飼いで1m²あたり10羽以下の飼育密度で飼うことが日本農林規格の定めとなっている。また、銘柄鶏とは、鶏種は一般のブロイラーでも構わないが、飼料や環境を工夫した育て方をした鶏を指す。

表6-A

全国の地鶏ブランドとその給餌飼料

鶏種名省略案内

| | |
|-----------------|----------------|
| ロード=ロードアイランドレッド | ハンプ=ニューハンプシャー |
| コーコーニッシュ | オーストラ=オーストラロード |
| ロック=ブリマスロック | サセックス=ロードサセックス |
| ブレノ=ブレノアール | ライト=ライトサセックス |

血統、給餌飼料色分け

| |
|------------|
| 100%地鶏血統 |
| 50%以上地鶏血統 |
| 外国産鶏種 |
| 国産、地元産飼料添加 |

| 県名 | 名称 | 事業体 | 品 種 | | 飼料の特徴 |
|-----|------------|-----------------|-----------------------|--------------|--------------------|
| | | | ♂系 | ♀系 | |
| 北海道 | 新得地鶏 | 十勝・新得フレッシュ地鶏（㈲） | 名古屋種 | 大シャモ×ロード | 配合飼料、ミネラル |
| 青森 | 青森シャモロック | 青森シャモロック生産者（協） | 横斑シャモ | 迷羽性横斑ロック | 専用配合飼料+ガーリック粉末 |
| | 青森シャモロック | （㈲）グローバルフィールド | 横斑シャモ | 速羽性横斑ロック | 専用配合飼料+ガーリック粉末 |
| 岩手 | 南部かしわ | 岩手南部かしわ生産組合 | 軍鶏×赤色コーコー×岩手地鶏 | 白色ロック×ロード | 配合飼料、別内容大豆、野菜 |
| 秋田 | 比内地鶏 | J.A秋田北山比内地鶏育種組合 | 比内地鶏 | ロード | 比内地鶏専用飼料 |
| | 比内地鶏 | 比内地鶏 | 比内地鶏 | ロード | |
| | 比内地鶏 | （㈲）本家比内地鶏 | 比内地鶏 | ロード | 比内地鶏専用飼料 |
| 山形 | やまがた地鶏 | やまがた地鶏協同（協） | 赤谷シャモ×名古屋種 | 横斑ロック | 飼料管理マニュアル |
| 福島 | 川俣シャモ | （㈲）川俣シャモファーム | シャモ×赤色コーコー | ロード | 川俣シャモ専用飼料 |
| | 会津地鶏 | 会津養鶏（協） | 会津地鶏×白色ロック | ロード | 会津地鶏専用飼料 |
| 茨城 | 奥久慈しゃも | 農林省久慈しゃも生産（協） | シャモ×赤色コーコー | 名古屋種×ロード | 専用飼料 |
| 栃木 | 栃木しゃも | 石澤しゃも農場 | しゃも | ブレノ×ロード | 自家配合 |
| 群馬 | 上州地鶏 | 鶴クリチク | 軍鶏 | 赤色コーコー×白色ロック | 専用飼料+梅酢、桑粉末混合 |
| 埼玉 | 彩の国地鶏タマシャモ | 鶴おじま自然農園 | ニューハンプシャー | 大シャモ×ロード | 配合飼料+飼料米 |
| 山梨 | 甲州地鶏 | （農）甲州地鶏生産（協） | シャモ | 白色ロック | nonGMコーン、植物タンパク |
| 長野 | 信州高金シャモ | ササキ商事飼飼 | 軍鶏 | 名古屋種×ロード | |
| 新潟 | にいがた地鶏 | にいがた地鶏生産者組合研究会 | とうまる×名古屋種 | 横斑ロック | 抗生素質不使用飼料、飼料米 |
| 石川 | 能登地どり | 能登島の里 | 岐阜地鶏改良種 | 白色ロック×ロード | 自家免飼飼料 |
| 福井 | 福地鶏 | 福地鶏推進協議会 | ロード | 岡崎おうはん | |
| 岐阜 | 奥美濃古地鶏 | 岐阜アグリワーズ㈱ | 岐阜地鶏改良種 | 白色ロック×ロード | E.M菌添加、抗生素質不使用飼料 |
| | 奥美濃古地鶏 | （㈲）トリ沢 | 岐阜地鶏改良種 | 白色ロック×ロード | 精量飼料料±15% |
| | 飛騨地鶏 | 飛騨地鶏研究クラブ | 大型黒軍鶏 | 名古屋種×ロード | 配合飼料 |
| 静岡 | 一黒シャモ | とりこく飼育者ホシノ | ホシノ黒シャモ | 横斑ロック×ロード | 仕上飼料ME 23.0%，飼料米 |
| | 御殿地鶏 | 東富士農産飼 | ロード | ロード | ビビオ添加飼料 |
| | 駿河軍鶏 | 静岡県アグリヤード組合 | ホシノ、乳白鶏、土佐入が、横斑ロック、社内 | ロード×白色ロック | 静岡県産飼料、精料水 |
| 愛知 | 岡崎おうはん | 鶴太田商店 | 横斑ロック | ロード | |
| | 鏡奕名古屋コーチン | 九トボートリー㈱ | 名古屋種 | 名古屋種 | 専用飼料、木酢液 |
| | 名古屋コーチン | タッキーーフーズ㈱ | 名古屋種 | 名古屋種 | 配合飼料 |
| | 名古屋コーチン | 鏡奕名古屋コーチン協会 | 名古屋種 | 名古屋種 | 後期飼料設定 |
| | 名古屋コーチン | （㈱）マルセ | 名古屋種 | 名古屋種 | 専用飼料 |
| 三重 | 熊野地鶏 | 熊野地鶏生産組合 | シャモ、ハンプ | 名古屋種 | 配合飼料、飼料米 |
| 滋賀 | 近江黒鶏 | 例シガボートリー | ロード、オーストラ | ロード | 低カロリー飼料、大麦 |
| | 近江しゃも | 近江しゃも香魚産直販組合 | しゃも、ハンプ、横斑ロック | 横斑ロック、ハンプ | 飼料米等耐寒工法 |
| 京都 | 京赤地どり | 中央食飼飼 | ロード | ロード | 専用配合飼料 |
| | 京地どり | 京地どり | シャモ | 横斑ロック、名古屋種 | 専用配合飼料 |
| | 地鶏 | 丹波黒地どり | ロード、オーストラ | ロード | 専用飼料 |
| 兵庫 | 丹波地どり | 協和食品飼 | ロード | ロード、サセックス | 抗生素質、合成抗菌剤不使用 |
| | ひょうご味どり | ひょうご味どり香魚産直販組合 | 劣性白色ロック | 鹿鳴鶏、名古屋種 | 自家配合 |
| | 松風地鶏 | 鶴松屋 | 純种名古屋コーチン | 純种名古屋コーチン | 完全無薬自家配合 |
| 奈良 | 大和肉鶏 | 大和肉鶏農協 | シャモ | 名古屋種、ハンプ | 銀座牛、銀鮭を含む、香料2% |
| 鳥取 | 鹿野地鶏ビヨ | 鶴ふるさと鹿野 | シャモ、ロード | 白色ロック | 抗生素質無投与 |
| 鳥根 | 銀山赤地どり | 鶴ササダ直販 | ロード | ロード | 自社発酵飼料 |
| | 天領軍鶏 | 鶴ササダ直販 | 純种軍鶏 | 純种軍鶏 | 自社発酵飼料 |
| 山口 | 長州黒かしわ | 深川養鶏農協 | 黒鶏、ロード、軍鶏、白色ロック | ロード | 地元原料50%以上自家配合飼料 |
| 徳島 | 阿波尾鶏 | オンドン農協 | 軍鶏 | 白色ロック | 地養素配合、オリーブ粕 |
| | 阿波尾鶏 | 貞光食糧工業㈱ | 軍鶏 | 白色ロック | 植物飼料、ハーブ添加 |
| 香川 | 瀬戸赤地どり | （㈲）カワフジ | ロード | ロード | 指定飼料 |
| | 讃岐コーチン | （㈲）カワフジ | 讃岐コーチン | 白色ロック | |
| 愛媛 | 媛っこ地鶏 | 媛っこ地鶏苗飼育組合 | 白色ロック | シャモ、ロード、名古屋種 | 市販飼料、飼料水・植物性 |
| 高知 | 土佐ジロー | 高知県土佐ジロー協会 | 土佐地鶏 | ロード | |
| | 土佐はちまん地鶏 | 高知県はちまん地鶏育種組合 | 土佐ジョン、大軍鶏 | 白色ロック | 抗菌剤無添加飼料 |
| 福岡 | はかた地どり | （農）福宗組合 | しゃも、横斑ロック、 | 白色ロック | 専用飼料 |
| 長崎 | 五島地鶏しまさざなみ | 五島さざなみ農業 | しゃも、横斑ロック、 | 横斑ロック | 米糀・大豆魚粉茶葉のじき油蜜アレード |
| 熊本 | 天草大王 | 熊本県天草内閣農業組合 | 天草大王 | 九州ロード | |
| 大分 | おおいた冠地どり | おおいた冠地どり共済組 | 白色ロック、ロード、島骨類 | 九州ロード、ロード | 専用飼料設定 |
| | 豊のしゃも | 豊のしゃも推進協 | しゃも | 九州ロード | 配合飼料、緑飼 |
| | 豊のしゃも | 内那地どり牧場 | しゃも | 九州ロード | 自家配合 |
| 宮崎 | みやざき地頭鶏 | みやざき地頭鶏事業協 | 地頭鶏、劣性白色ロック | 九州ロード | 専用飼料 |
| 鹿児島 | 黒さつま鶏 | 鹿児島県地鶏振興協 | 薩摩鶏 | 横斑ロック | 仕上に飼料米 |
| | さつま地鶏 | 鹿児島県地鶏振興協 | 薩摩鶏、ロード | 薩摩鶏、ロード | 仕上に飼料米 |
| | さつま若しやも | 薩摩若しやも | 薩摩鶏 | 白色ロック | 専用飼料 |
| 沖縄 | やんばる地鶏 | （㈲）中央食品加工 | ロード | ロード、サセックス | ウコン、ヨモギ、唐辛子、ニンニク |

㈳日本食鳥協会 全国地鶏、銘柄鶏ガイドブック2017より

表 6-B 全国の銘柄鶏ブランドとその給餌飼料①

| 県名 | 名称 | 事業体 | 品種 | | 飼料の特徴 |
|-----|--------------|---------------|-------------|-------------|---------------------|
| | | | ♂系 | ♀系 | |
| 北海道 | 中札内田舎どり | 鶴中札内若どり | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 地養素添加 |
| | 桜姫 | 日本ホワイトファーム㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物性主体、B-E添加 |
| | 知床どり | 日本ホワイトファーム㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物性主体、北海道産小麦配合 |
| 青森 | 桜姫 | 日本ホワイトファーム㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物性主体、B-E添加 |
| | 健然鶏 | プライフーズ㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 抗菌剤、抗生物質不使用 |
| | 五穀味鶏 | プライフーズ㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 抗菌剤、抗生物質不使用 |
| | めぐみどり | プライフーズ㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 専用設計飼料 |
| 岩手 | さわやかあべどり | 鶴阿部繁孝商店 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | さわやか専用飼料 |
| | 南部どり | 鶴アマタケ | 赤色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 抗菌剤、抗生物質無添加 |
| | 奥州いわいどり | 鶴オヤマ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | ブナ、ナラ樹液、枯草菌添加飼料 |
| | 奥の都どり | 鶴オヤマ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | ブナ、ナラ樹液、枯草菌添加飼料 |
| | 地養鶏 | 鶴オヤマ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物性たんぱく質 |
| | 菜、彩、鶏 | ㈱十文字チキンカンパニー | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物由来飼料、B-E添加 |
| | 鶏王 | ㈱十文字チキンカンパニー | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | ファフィア酵母、パブリカ抽出物添加 |
| | 楽鶏 | ㈱十文字チキンカンパニー | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | カルスピリン添加 |
| | みちのく清流味わいどり | 住田フーズ㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 抗生物質、抗菌剤不使用 |
| | 奥州ハーブ鶏 | ときめきファーム㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | ハーブ添加飼料 |
| | 純和鶏 | ㈱ニレイフレッシュフーズ | たつの種 | | 飼料米10%以上 |
| 宮城 | 宮城県産森林どり | ㈱ウェルファムフーズ | チャンキー | チャンキー | 木酢酸炭素末吸着飼料、B-E |
| 福島 | 伊達鶏 | 伊達物産㈱ | ロードアイランドレッド | 雄性ロード、サセックス | 無薬専用飼料 |
| 群馬 | 赤城どり | 群馬農協チキンフーズ㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物性主体、小麦胚芽、梅酢 |
| | 健彩鶏 | 群馬農協チキンフーズ㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物性主体、B-E強化 |
| | 麦風どり | 群馬農協チキンフーズ㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 小麦胚芽、B-E強化 |
| 埼玉 | 丹精鶏（国産鶏種はりま） | 国産鶏種はりま技術開発 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | NONGMOとうもろこし、大豆かす |
| 千葉 | 房総ハーブ鶏 | ときめきファーム㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | ハーブ添加、休薬7日以上 |
| | つくば茜鶏 | 内外食品㈱ | ロードアイランドレッド | ロード矮性、サセックス | 植物飼料、NONGMO、無薬 |
| | つくばオーガニックチキン | 内外食品㈱ | チャンキー | チャンキー | 有機JAS飼料、有機飼料米 |
| | つくば鶏 | 内外食品㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 植物飼料、NONGMO、無薬 |
| | あじわい鶏 | 日鶏食産㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 特殊配合飼料 |
| | 総州古白鶏 | 日鶏食産㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 専用配合飼料 |
| | 地養鶏 | 日鶏食産㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 地養素配合飼料 |
| | 華味鶏 | 日鶏食産㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 特殊配合飼料 |
| | 錦爽どり | 丸トボートリー㈲ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 専用設計飼料、木酢液 |
| | 水郷赤鶏 | 丸トボートリー㈲ | ロードアイランドレッド | ロード矮性、サセックス | 専用設計飼料、木酢液 |
| 東京 | 香鶏 | 鶴藏王フーズ | 泰山鶏 | 泰山鶏 | 指定配合飼料 |
| | 東京しゃも | 東京しゃも生産組合 | しゃも純系、ロード | しゃも純系 | 組合指定配合飼料 |
| 神奈川 | かながわ鶏 | かながわ鶏生産組合 | 軍鶏系 | 岡崎おうはん | |
| 山梨 | 健味どり | 甲斐食産㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | トレハロース添加 |
| | さわやか健味どり | 甲斐食産㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | とうもろこし不使用飼料 |
| 新潟 | 越の鶏 | ニイプロ㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 天然ヨモギ、3種のハーブ粉末 |
| 石川 | 能登どり | 能登どり | チャンキー | チャンキー | 自家発酵飼料、ファフィア酵母 |
| 静岡 | 富士の鶏 | ㈱青木養鶏場 | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 静岡産飼料米20% |
| | 鶏一番 | ㈱シガートリースタジオ | チャンキー | チャンキー | 抗生物質、動物性油脂不使用NONGMO |
| | ふじのくにいきいきどり | 鶏静岡若どり | チャンキー | チャンキー | ハーブ配合 |
| | 地養鶏 | ㈱久井いしい・鶏静岡事業所 | チャンキー | チャンキー | ハーブ飼料 |
| | 大地のハーブ鶏 | ㈱久井いしい・鶏静岡事業所 | チャンキー | チャンキー | |
| | 美味鶏 | ㈱久井いしい・鶏静岡事業所 | チャンキー | チャンキー | |
| | 太陽チキン | 東富士農産㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | トウモロコシ主体 |
| 愛知 | 奥三河どり | ㈱奥三河チキンファーム | チャンキー | チャンキー | 専用設計飼料 |
| | 錦爽どり | 丸トボートリー㈲ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 専用設計飼料、木酢液 |
| | 三河赤鶏 | 丸トボートリー㈲ | ロード | 雄性ロード、サセックス | 専用設計飼料、木酢液 |
| 三重 | 錦爽どり | 丸トボートリー㈲ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 専用設計飼料、木酢液 |
| | 伊勢赤どり | 伊勢特産鶏曾崎鶏 | ロード | 雄性ロード、サセックス | 専用飼料 |
| 滋賀 | 近江鶏 | ㈱シガートリートリー | チャンキー | チャンキー | 低カロリー抗生物質不使用大麦添加 |
| 京都 | あじわい丹波鶏 | 三栄プロイラー販売㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 特殊飼料 |
| | 奥丹波どり | 三栄プロイラー販売㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 特殊飼料 |
| | 丹波あじわいどり | 三栄プロイラー販売㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 特殊飼料 |

(社)日本食鳥協会 全国地鶏、銘柄鶏ガイドブック2017より

表6-C 全国の銘柄鶏ブランドとその給餌飼料②

| 県名 | 名称 | 事業体 | 品種 | | 飼料の特徴 |
|-----|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------------|
| | | | ♂系 | ♀系 | |
| 兵庫 | 但馬すこやかどり | 咲但馬どり | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 無薬飼料 |
| | 但馬の味どり | 咲但馬どり | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物原料主体飼料 |
| | 但馬どり | 咲但馬どり | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物原料主体飼料 |
| | 播州赤どり | みのり農業協 | 白色コニッシュ | ロード、ライト | 専用指定配合飼料 |
| | 播州百日どり | みのり農業協 | 白色コニッシュ | ロード、ライト | 専用指定配合飼料 |
| 和歌山 | 紀州うめどり | 有田養鶏農業協 | チャンキー | チャンキー | 脱塩濃縮梅酢Bx70 |
| 鳥取 | 大山どり | 鶴大山どり | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 専用飼料 |
| | 大山産がいなどり | 名和食鶏㈲ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 指定配合飼料 |
| | 大山産ハーブチキン | 名和食鶏㈲ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 指定配合飼料、オレガノ添加 |
| | 大地のハーブ鶏 | 米久おいしい鶏卵農畜産直販 | チャンキー | チャンキー | ハーブ配合オリジナル飼料 |
| 岡山 | 岡山県産森林どり | ㈱ウェルファムフーズ | チャンキー | チャンキー | 木酢酸炭素未吸着飼料、B-E |
| 広島 | ひろしまハーブ鶏 | 鳥巧商事㈱ | チャンキー | チャンキー | 指定配合飼料、オレガノ添加、ハーブ、枯草菌 |
| 山口 | 長州どり | 深川養鶏農業協 | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 抗生素質、抗菌剤不使用、ハーブ入り |
| 徳島 | 阿波すだち鶏 | 咲イシイフーズ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 抗生素質、抗菌剤不使用、イシイミックス |
| | 神山鶏 | 咲イシイフーズ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 抗生素質、抗菌剤不使用、イシイミックス |
| | 彩どり | オンドン農協 | チャンキー | チャンキー | EM菌、生糞添加NONGMOトウモロコシ |
| | 地養赤鶏 | 貞光食糧工業㈱ | 白色コニッシュ | 赤どり | 地要素配合、オリーブ粕 |
| | 地養鶏 | 貞光食糧工業㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 地要素配合、オリーブ粕 |
| 愛媛 | 浜千鶴 | 愛媛マルハ㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 専用飼料、土壤微生物群給与 |
| | 松山どり | ㈱ビージョイ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 指定配合飼料 |
| | 四万十鶏 | 高知県食鶏農協 | チャンキー | チャンキー | 特殊飼料 |
| | 土佐一番どり | 高知県食鶏農協 | チャンキー | チャンキー | 特殊飼料 |
| 福岡 | 華味鶏 | トリゼングループ生産部 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 専用飼料 |
| | 華味鶏レッド90 | トリゼングループ生産部 | ロード | 雌性ロード、サセックス | 専用飼料 |
| | はかた一番どり | はかた一番どり推進協 | 桃斑ロック、白色ロック | 白色ロック | 八女茶添加飼料 |
| 佐賀 | ありたどり | ありたどり生産協 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物主体飼料、ケルプ、乳酸菌 |
| | 骨太有明鶏 | 咲JAフーズさが | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 抗菌物質不使用 |
| | みつせ鶏 | ㈱ヨコオ | レッドプロネイキッドネック | レッドプロ | 生米糠、大豆、飼料米 |
| | ふもと赤鶏 | ㈱ヨコオ | カラーアイグル | レッドプロ | アルファルファ、大豆給与 |
| 長崎 | 雲仙しまばら鶏 | 吉山しまばら誕生直販 | コップ、チャンキー、ハーバート | コップ、チャンキー、ハーバート | ハーブ乳酸菌添加、抗生素質無添加 |
| | 長崎夢みどり | 長崎県農業試験場 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物主体飼料 |
| | 長崎ばってん鶏 | 長崎県森鶏農業協 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 長期抗菌剤無投与、ハーブ配合 |
| | ハーブ育ちチキン | 長崎福島鶏舎営業所 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | かぼちゃ種、紅花、おおばこ |
| 熊本 | 九州産うまかハーブ鳥 | 咲熊本チキン | チャンキー | チャンキー | ハーブ入り飼料 |
| | 庭鶏 | 咲熊本チキン | チャンキー | チャンキー | ハーブ入り飼料 |
| | 肥後のうまか赤鶏 | 咲熊本チキン | レッドプロ | レッドプロミニ | ハーブ入り飼料 |
| 大分 | おおいた宇佐すもう鶏 | ㈲カハノフーズ | チャンキー | チャンキー | 大麦発酵濃縮液TS50投与 |
| 宮崎 | 宮崎県産森林どり | ㈱ウェルファムフーズ | チャンキー | チャンキー | 木酢酸炭素未吸着飼料、B-E |
| | 薩摩いも鶏 | 江夏商事㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 専用飼料、ソノマイモ |
| | 薩摩純然鶏 | 江夏商事㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 専用飼料、カルスボリン、ハーブ |
| | 薩摩錦チキン | 江夏商事㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 専用飼料、カルスボリン、ハーブ |
| | さつま雅 | 江夏商事㈱ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 専用飼料、カルスボリン、ハーブ |
| | 高原ハーブどり | ㈱エビス商事 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 全期間休薬、プレミックス |
| | 霧島鶏 | ㈱エビス商事 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | ハーブ添加 |
| | 大阿蘇どり | 咲児湯食鳥 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 独自配合飼料 |
| | 特別飼育豊後どり | 咲児湯食鳥 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 独自配合飼料 |
| | 日南どり | 咲児湯食鳥 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 独自配合飼料 |
| | 日向鶏 | 咲児湯食鳥 | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 独自配合飼料 |
| | 桜姫 | 日本ホワイトファーム㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 植物性主体、BE添加 |
| | はまゆうどり | 高崎鶏白チャփーフーズ㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 発酵乳粉末、BE、木酢液、ぼーむゆ粉末 |
| 鹿児島 | 薩摩ハーブ悠然どり | 咲アクリシーズ | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 抗生素質、抗菌剤不使用 |
| | 鹿児島いいとこ鶏 | 鹿児島くみあいチキンソーラー㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | BE、ウコン、ブドウポリフェノール、ハーブ |
| | 健康咲鶏 | 鹿児島くみあいチキンソーラー㈱ | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 抗生素質、抗菌剤不使用 |
| | ジャパンファームの桜島どり | ㈱ジャパンファーム | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 独自飼料 |
| | ジャパンファームの桜島どりゴール | ㈱ジャパンファーム | 白色コニッシュ | 白色ブリマスロック | 活性めかぶ、ハーブ、茶、BE |
| | 赤鶏さつま | 赤鶏農協 | | | |
| | 南国元気鶏 | マルイ農協 | チャンキー、コップ | チャンキー、コップ | 抗生素質、抗菌剤不使用 |

（出）日本食鳥協会 全国地鶏、銘柄鶏ガイドブック2017より

地鶏は全て、50%以上在来鶏の血統を受け継いでいるのは当然である。しかし、表6に示した、給餌飼料の特徴を見ると、微量であっても国産飼料を与えていると確認できるものは15件で、わずか24%に過ぎない。銘柄鶏に至っては6件で、わずか5%である。ブロイラーより高品質、高付加価値と謳われている地鶏や銘柄鶏の給餌飼料でも、いかに輸入に依存しているかがわかる。

これらのデータに示されているように、飼料の国産（地産）化比率を高めることによって、他県から出遅れている長野県の肉用鶏生産の差別化を築くことが重要と考える。

本研究を始める前に筆者らは、平成28年に「信州地鶏を語る会」をスタートさせた。この会には現在、鶏の生産者、養鶏業者、加工業者、農業者、流通業者、レストランの料理長、大学、農業高校の教員、行政、量販店などが集まり、飼料の地産化に向けて取り組みを始めている。

最初に手掛けたことは、チキントラクターという簡易式移動鶏舎を使った実験であった（写真30）。



写真30 チキントラクター（中央が小型、左が大型）

チキントラクターとは、数羽から 20 羽程度の鶏を飼育できるスペースがある鶏舎である。チキントラクターには車輪がついているので、雑草の生えた遊休農地へこれを移動させ、その雑草を鶏が啄み、草が無くなれば、隣の雑草が生えた所へ移動させていくという仕組みである。

雑草だけで鶏が育つわけではないが、除草対策も兼ねた、文字通りの飼料地産化へのスタートであった。この取り組みは現在も南安曇農業高等学校の生徒の手で実証試験中である。

それに引き続き、会員のそば栽培業者から排出されるそばの甘皮を鶏に食べさせる試験を行い、現在、そばの甘皮を食べさせた鶏肉の中に、そばのアレルゲンが移行していないかの検査を進めており、予備検査ではアレルゲン陰性という結果が出た。これからは鶏卵も含めて本検査を行う予定である。また来年には、ソルガムなどの地元の雑穀を鶏に給餌する計画を考えている。このように長野県内、または国内で産する飼料化可能な産物を探るとともに、活用されないで廃棄されている、または地域で問題となっている未利用資源を飼料として取り入れることを検討中である。

鶏の飼料国産化を、現在のフードチェーンの中に組み込むことは、鶏のインテグレーションが完成している現在では、その仕組、生産及び輸送コストを考えるとその実現は難しい。しかし、地域の休耕田畠の増加、農業人口の減少、廃棄物の有効利用など、地域が抱える様々な問題を少しでも緩和させるためにも、それらの可能性を探り地元の料理である山賊焼を、地元の農産物で飼育された地元の鶏肉で完結させることは重要なことである。

今後は、一連の国産飼料化研究を進めるとともに、耕作放棄地を活用した、チキントラクターによる肉用鶏生産体系の確立を模索し、これらを実行、充実させるための仕組みづくりと人材育成を並行して進めねばならない。

グローバルな目、マクロの目で見れば、現在の肉用鶏産業も大きなグローバル化の波にさらされている。より少ないコストで、より

安価な飼料で、より大規模で効率的な養鶏をして、より安価な鶏肉を供給することも必要なことかもしれない。翻って「信州ブランド戦略」では、信州らしさの発信が必要と謳われている。信州らしさとは、グローバル化の波に洗われ、疲弊していく地域である信州に、今一度活気を取り戻そうというミクロの意思であり、地域の問題を地域の中で解決することが信州らしさの実現に結びつくと考える。

信州の自然の中に舞い込んできた、野鳥を食べることがきっかけとなって生まれた山賊焼である。中信地方の食文化として、70年以上にわたって人々の暮らしの中に根付き、現在では長野県外にまで広まっている山賊焼を、より信州らしく作り上げていくことが今必要であると考える。

第6章 引用文献

- 塩尻市誌編纂委員会. 1992. 塩尻市誌 3.(株)ぎょうせい, 東京.
- 駒井亨. 2010. 肉用鶏の歴史. (株)養賢堂, 東京.
- 駒井亨. 1979. 鳥市百年史. (株)鳥市, 東京.
- 高松正子男. 1956. 全国養鶏関係業者名鑑. (株)鶏友社, 名古屋.
- 坂東成治, 富久章子, 笠原猛. 2011. 過去30数年間におけるブロイラー主要銘柄の産肉能力の推移. 徳島畜研究 10. 47-61.
- 食鳥流通統計. 1965. 農林水産省大臣官房統計
- 食鳥流通統計. 1970. 農林水産省大臣官房統計
- 食鳥流通統計. 1975. 農林水産省大臣官房統計
- 食鳥流通統計. 1980. 農林水産省大臣官房統計
- 食鳥流通統計. 1985. 農林水産省大臣官房統計
- 食鳥流通統計. 1989. 農林水産省大臣官房統計
- 食鳥流通統計. 2014. 農林水産省大臣官房統計
- 堀内讚位. 1939. 近代日本狩獵図書館. (株)三省堂, 東京.
- 中西悟堂. 1998. カスミ網の実態と問題点. 中西悟堂、中谷宇吉郎
谷口吉郎. 石川近代文学全集. 13. 101-114. 石川近代文学館,
石川.
- 小林照幸. 2007. 野の鳥は野に評伝中西悟堂. (株)新潮社, 東京.
- 岡茂雄. 1983. 本屋風情. 中央公論新社, 東京
- 栗嶺寅男、たみ子. 2008. 若鶏時代なると手探り一代記. 北海道.
6次産業化の論理と展開方法 2015 農林水産政策研究所
- 松井実 2011 京野菜ブランド化戦略の新展開
- 長野県 2012 信州ブランド戦略
- 青木幸弘. 2004. 地域のブランド化を推進し地域の活性化を図る.
池尾恭一、青木幸弘、南智恵子、井上哲広、「かんぽ資金」. 東京.
- 青木幸弘. 2010. ブランド政策. 池尾恭一、青木幸弘、南智恵子、井
上哲広. 「マーケティング」、有斐閣. 東京.
- ケビン・レーン・ケラー. 2010. 恩藏直人監訳. 戰略的ブランド、

マネジメント第3版、東急エージェンシー、東京。
松井実. 2011. 京野菜ブランド化戦略の新展開. フードシステム研究第18巻2号.

謝辞

本研究にご協力いただきました多くの皆様に、心より御礼申し上げます、ありがとうございました。

「山賊」店主 高見直孝様

「加藤鯉鶏肉店」社長 加藤光久様

「河昌」店主 故市川昌三様

「正和食堂」様

「松本山賊焼応援団」の皆様

「塩尻山賊焼の会」の皆様

「信州地鶏を語る会」の皆様

「小松種鶏場」社長 小松伸好様

「松本鶏肉商組合」の皆様

「全農チキンフーズ」小笠原大様

「若鶏時代なると」社長 阿部誠様

「鶏ちゃん合衆国」の皆様

「延岡発祥チキン南蛮党」党首 永野時彦様

「(社)延岡観光協会」事務局次長 岩本晋長様

「丸万焼鳥本店」代表 前田龍好様

「賢豊」代表 黒木賢二様、黒木誠也様

「(株)まつの」副社長 松野圭太様

信州大学農学部、先生、動物行動管理学研究室の皆様