

図1 鯨肉供給量の推移  
『食料需給表』から筆者作成

図一を一瞥すれば、①鯨肉供給量のピークは一九六二年の二二三〇〇〇トンで、②五七年から七五年までの一八年にわたって一〇万トンの大台にあったことがわかる。この期間を「捕鯨黄金時代」とよんでおこう。

七六年以降の衰退の主因は、南氷洋捕鯨の規制強化にある。頭数規制

**スーパーの大躍進**

このように鯨食文化の特徴のひとつは、地域的偏りにある。しかも、こうした地域には鯨肉専門店が存在し、赤肉から白手物とよばれる皮や内蔵まで幅広い「鯨肉」を提供している。だから、お正月や節分などのハレの日はもちろん、日常の食卓でも、TPOに応じた選択が可能となる。

ただ、ことは、そう簡単ではない。六〇年代前半に見合結婚と恋愛結婚の比率が逆転したように、高度成長期にわたしたちの価値観や生活様式が激変したからだ。食生活も例外ではありえなかった。今日までつづく長寿番組「きょうの料理」がはじまったのが五七年。六〇年にはステンレスの流し台が登場したし、六二年には都市ガスの普及が五〇〇万戸を突破……。

この種の事例は、枚挙にいとまがない。なかでも注目すべきは、六五年に科学技術庁が出した「コールドチェーン勧告」であろう。生活文化史家の村瀬敬子の名著『冷たいおいしさの誕生——日本冷蔵庫一〇〇年』(二〇〇五



写真1 鯨肉専門店(2013年3月、佐世保市にて筆者撮影)。この鯨肉店では、各種の部位にくわえ、自家製ベーコンも販売していた。

いわゆる「捕鯨問題」は、種々の問題が相互に絡みあった問題群である。資源量に関する科学的デベートをはじめ、捕獲調査の是非を問う法学的論争、鯨食についての倫理的是非など、論者によって問題視するポイントはことなってくる。

よく批判されるように、現代日本において、なにも鯨を食べる必要はないのかもしれない。では、そうした飽食国家的食環境は、いかなる過程を経て誕生したのか？ 本稿では、規格と効率を重視するスーパー(マーケット)の浸透が鯨食慣行に与えた影響についての私見を提示し、鯨食文化のみならず多様な食環境を維持/創造していくためには熟練したプロの存在が不可欠

であることを主張したい。

**鯨食文化の地域性**

農林水産省の『食料需給表』によれば、二〇一四年度に供給された鯨肉は四〇〇〇トンであった。年間、国民一人当たり三三グラムの鯨肉を食べた計算になる。鶏肉と豚肉の一二キログラムずつ、牛肉の五・九キログラムと比較すれば、鯨肉消費はゼロにひとしい。

しかし、これはあくまでも統計上の話である。調査船団を提供する共同船舶が二〇〇八年に試算した推定値によると、一人当たりの年間鯨肉消費量は、長崎県の一七七グラムを筆頭に、佐賀県一六八グラム、宮城県一四八グラム、山口県一三三グラム、福岡県一二〇グ

# Ⅲ 日本 の肉食文化 ②

## プロが支える 鯨食文化

PROFILE

一橋大学大学院教授  
**赤嶺 淳**  
(あかみね じゅん)

1967年生まれ 大分県出身  
専門分野●食生活学誌、東南アジア地域研究  
著書●『ナマコを歩く——現場から考える生物多様性と文化多様性』『グローバル社会を歩く——かかわりの人間文化学』(編著)『鯨を生きる——鯨人の個人史・鯨食の同時代史』他

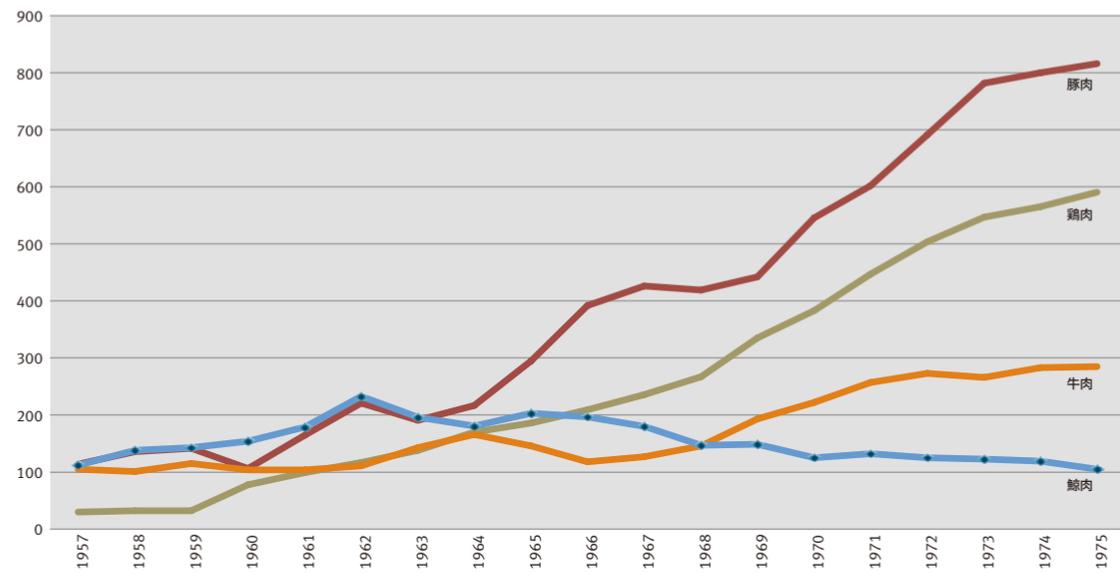


図2 食肉と鯨肉の供給量 (1,000t)  
『食料需給表』から筆者作成



写真2 ミンククジラの赤肉の成形(2015年6月、ノルウェーにて筆者撮影)。この会社では、「接ぎ」はおこなわず、もっぱらステーキ用として150グラムの塊で成形していた。

年)によれば、同報告は「穀類や芋類、塩蔵品などの常温で保存しやすい食品に偏っている日本人の食生活の改善を目的として、生産現場から家庭までを低温でつなぐコールドチェーンの整備を提唱」したものであった。つまりは、動物性たんぱく質の摂取を奨励するため、「流通体系の合理化」を国家が命じたわけだ。

この報告に敏感に反応し、冷蔵・冷凍食品を積極的にあつかったのは、成長途上にあつたスーパーマーケットであった。しかも、規格ごとにパック詰めされた食品をセルフサービス風に売れば、人件費も節約できる。

南氷洋で生産される赤身鯨肉は、船

上で解体・成形され、冷凍される。冷凍船で日本に到着した鯨肉は、そのままトラックで全国各地へ配送されていく。その意味では、スーパーの躍進こそが鯨肉販売の追い風となるはずであった。

しかし、実態はことなっていた。それは、冷凍鯨肉が成形した複数の肉塊を接いだものだったからだ。何万トンもの肉塊を処理するわけだ。当然ながら、規格が必要となる。それが、ケースとよばれるもので、一ケースは一五キログラムとされた(現在は一〇キログラム)。ぴったり一五キログラムの塊もあれば、半端な部分を接ぎあわせて一五キログラムとする場合もあった。このケースにあわせて肉塊を成形する作業を「パンだて」とよんだ。無駄をなくすためにも、経営上も不可欠な作業だ(写真2)。

部位や肉質はもちろんのこと、この「接ぎ」の大きさによっても等級は決まった。巨過市場(北九州市)に鯨肉専門店を構えて五〇年超の岡崎敏明さんはいう。

「接ぎが多いと、その分、塊の一個

を突きはなすのは六四年であった。東海道新幹線が開通し、東京オリンピックに沸いた年だ。つづいて六六年に鶏肉が、六九年に牛肉が鯨肉を追いこした。皮肉なことに自身の「黄金時代」に鯨肉は、王座の地位を譲りわたしていたのだ。

### プロの技に学ぶ

二〇一三年のことだ。経済成長に沸くマレーシアのコタキナバルに長期滞在する機会を得た。「プチ移住」に際し、妻とわたしは、ある実験を思いついた。「スーパーではなく、市場を中心に生活しよう」というものだ。いわば、「高度成長ごっこ」である。

結果は、プロの技に魅せられる毎日であった。魚屋には、色とりどりの魚が並んでいた。「今晚は、蒸すつもり」と告げると、即座に候補を推薦してくれた。肉屋では、頭から尻尾まで解体したての豚肉がそろっていた。店主は決まって「なにを作るのか」とメニューを訊いてきて、「それなら、こっち」と選んでくれた。第一、ロースや

一個が小さくなるつちゅうことです。(中略)そりゃあ、塊の方がええに決まっています。接ぎ目を無視して切ったら、刺身やつたときに、もうバラバラですよ。屑みたいになるやないですか。それじゃあ、プロの仕事やない。

(中略)スーパーなんかは、接ぎなんか外しきらんし、外したりせん。外したらロスがでるけんね。だから、解凍して、そのまま電気ノコでパンつてやるだけです。そしたら、この接ぎ目にあたってときは、もう、ポロポロになるんです。もともとは別々の肉やったわけやけん、あたりまえやわね。お客さんが買うて、運のいい人は接ぎはないけど、悪い人は接ぎだらけでしょ？ 鯨の人氣がイマイチなんは、運の悪いところを掴まされたっていうこともあるんやないですか？ わたしら、この接ぎをきれいに外して販売する。で、接ぎを外すために削ったら、切り身ができませんよ。それは、また、それで使えるんですよ。それが、プロの商売っていうもんです」

捕鯨黄金期の鯨肉と食肉の消費量を比較してみよう(図2)。豚肉が鯨肉

ヒレ、バラなどといった標準的な知識しかなかったわたしは、細分化された部位を前にうろたえるだけであった。

むろん、高度成長ごっこは、すべてがバラ色だったわけではない。海が荒れば途端に魚市場は品薄となった。朝、少しでも出遅れると、ほしい部位は売り切れていた。

身勝手なことは、承知している。ほしい商品が棚にあると安心するし、規格はシンプルの方が合理的だと思う。おなじ品質なら、安い方がいいに決まっている。だから、スーパーを否定はしない。だが、食環境はもつと多様であつてよい。画一性と多様性のバランスは、いかに両立しうるのか？ そんな環境を維持／創造していくためには、プロの経験に共感しつつ、生活力を鍛えていくしかない。

### 【参考文献】

- ・赤嶺淳、『鯨を生きる——鯨人の個人史・鯨食の同時代史』、二〇一七年、吉川弘文館
- ・祖父江智壮・赤嶺淳、『高級化するエビ・簡便化するエビ——グローバル時代の冷凍食』、二〇一四年、グローバル社会を歩く研究会
- ・高正晴子、『鯨料理の文化史』、二〇一三年、エンタール出版