

特集

やっぱり大好き！

お肉は ごちそう

ステーキ、すき焼き、ローストビーフ……私たちはお肉料理を前にすると、目は輝き、高揚感に包まれる。口にしてとろけるような食感にうっとりし、かみ締めて、体中に元気がみなぎってくるのを実感する。

そんなごちそうとしてのお肉の魅力について、フードジャーナリスト松浦達也さんに導いていただきながら、歴史的な観点から見つめてみた。



文明開化は牛肉から

ふだんの食卓とはちよつと違う、特別な料理「ごちそう」として思い浮かぶのは、どんな料理だろうか。

お正月に親戚と一緒に囲んだすき焼き、クリスマスの食卓の鶏の丸焼き、火起こしに苦労した、バーベキューでの豪快な塊肉、仕事の打ち上げで訪れた、有名店の焼肉。肉料理の香ばしい匂いが漂ってくると、自然と笑顔あふれ歓声が上がる。

このように、「ごちそうの場面としてさまざまに思い浮かぶお肉の光景が、多くの日本人に当たり前のよう

に浸透したのは、歴史としてみると、実は意外と新しい現象だ。
時は150年ほど前にさかのぼる。1871年に「断髪令」が出され、「散切り頭を叩いてみれば文明開化の音がする」という歌が流行した翌年、明治天皇が牛肉を召し上がったと報じられた。このニュースは、日本の庶民にとって、肉食へのハードルを大きく下げた出来事だったと、フードジャーナリストの松浦達也さんは語る。

「7世紀から繰り返し肉食を禁じるお触れ（禁令）が出されてきて、殺生を禁じる仏教の教えもあり、肉食には穢（けが）れのイメージが強くなっていました。それを急に推奨しますと言

われて庶民は戸惑っていたところだったので、肉を食べることへの後ろめたさをなくしてくれた出来事だったと言えるでしょう」

牛鍋ブームが幕末から始まり、当時のベストセラー小説『安愚楽鍋』（1871年／仮名垣魯文）に「牛鍋（うしなべ）食はねば開化不進奴（ひらけぬやつ）」という流行語が載るほどだったが、肉食は穢（けが）れという社会通念は強く残っていた。

たとえば横浜の居酒屋「伊勢熊」の店主が、はやり始めた牛鍋の店を始めたと言った時、妻に猛反対された。それでも牛鍋をやりたい主人は諦められず、折衷案として店内を仕切り、居酒屋部分から隔離した場所ですき焼きを始めることになった。いざ牛鍋を始めると大繁盛し、今や「伊勢熊」と言えば日本最古の牛鍋屋のひとつとして語り継がれている。このように人気は出ても、穢（けが）れのイメージが拭えない中、明治政府は肉食を推奨した。

「富国強兵のため栄養状態を改善して国民の体格を向上させる必要がある」と政府は考え、オランダの化学者がプロテインと表現した、三大栄養素のひとつ、たんぱく質摂取を推奨することにしました」（松浦）
たんぱく質による体づくりは国づくりのために不可欠だと考えられて

いた。たとえば、明治初期の官僚がペンネームで著したと言われている西洋料理のレシピやテンプルマナーの解説書『西洋料理指南』（1872年／敬学堂主人）には、「一身の強壯は勿論、諸国との交遊を進めるうえからも肉食を行なうべき」とある。しかし、保存技術が未発達だった時代は、新鮮な肉を一般人が食べるのは不可能だった。

「肉のもつともよいところは政府の高級官僚や軍幹部が利用する高級料理店が使い、庶民が口にできるのは端切れや内臓がほとんどで、臭み消しにみそや砂糖を使って濃厚な味に仕立てた煮込み料理が多く、牛鍋も最初はみそ仕立てでした。ブームのお陰で、流通する牛肉が品質改善され、明治時代の後半にはしょうゆと砂糖を合わせた割り下で煮込むようになりました。それでも、高級店の肉とはかなり違いました」（松浦）
一般人には煮込み料理や軍支給の缶詰など、肉料理のバリエーションは限られていた状態だったが、時代が正に移り、未曾有の大震災を境にして、肉料理に大きな変化がやってきた。

おいしい肉料理が庶民へ

「政財界の要人や軍幹部だけでなく、

好景気で増えた新興のお金持ちが宴会や会合に使う高級西洋料理店が繁盛しました。庶民には手が届かない存在でしたが、1923年の関東大震災をきっかけに、高級店で腕を振るっていた料理人たちが広く大衆向けにも料理を提供するようになり、日本における料理の大転換点となりました」（松浦）
大正時代には、日本人向けにアレンジされたカツレツ、カレー、コロッケが手頃な価格で提供され、三大洋食として人気を集めていた。

「復興支援で関西地方との交流が増えた影響を受け、牛鍋が『すき焼き』と呼ばれるようになったのもこの頃です」（松浦）
西洋料理を安く提供する簡易洋食店が続々と開店し、呉服店から生まれ変わった百貨店は洋食を提供する大食堂を構えるのが標準となった。百貨店大食堂は、シヨートヘアで洋服を着たモダンガールたちの社交場となった。

栄養学の知識が広まるのに合わせて、主食の「飯に足りない栄養を補う『おかず』」レシピが盛んに紹介されるようになったのも大正時代からだった。洋食レシピは料理書だけでなく、新聞など日常、目に触れるものにも掲載され、都市部を中心にコロッケやカレー、ハムエッグなどが



松浦達也
まつうら たつや

東京都武蔵野市生まれ。家庭の食卓から外食の厨房、生産の現場まで「食」のまわりのあらゆる場所に足を運び、食べる、つくる、徹底的に調べることが得意とする。著書に『教養としての「焼肉」大全』（扶桑社）、『大人の肉ドリル』『新しい卵ドリル』（共にマガジンハウス）ほか、共著に『東京最高のレストラン』（ぴあ）など。主な興味、関心の先は「大衆食文化」「調理の仕組みと科学」「生産者と消費者の分断」「高齢者の食事情」など。日本BBQ協会公認上級BBQインストラクター。



牛鍋屋に集う人々を描写した『牛店雑談 安愚楽鍋』（仮名垣魯文）



一般家庭の食卓に並ぶようになった。さらにこの頃、海外との人的交流が増えた影響から、外国料理の店が増えた。特に豚肉料理が得意な中華料理や、メニューに焼肉がある朝鮮料理の店舗数の増加が顕著だった。

「今の日本の焼肉の原型にあたる料理が朝鮮料理店で提供され始めましたが、『おうち焼肉』のように家庭の食事に取り入れられるのはずっと後、1970年ごろになります。肉を焼く料理はなかなか広まりませんでした。が、前述のように関東大震災後に関西の風習が伝わった影響を受けて、東京でもすき焼きは家庭で楽しむ『ごちそう』になりました」(松浦)

すき焼きで使われる薄切り肉の調理は、塊肉に比べるとハードルが低かった。

おいしく焼かれた牛肉には、表面が茶色く変化するメイラード反応によるこんがりとした焼き目と、少し低い温度で加熱した赤い部分があり、同時に存在する必要がある。

「特に関西流のすき焼きの場合はさらに、その中間にあたる温度帯で加熱した部分から和牛の甘い香りも楽しめる。一枚の肉で3つの違う加熱部分をつくれるので、現在も通用する『ごちそう』のひとつになっています」(松浦)

大震災という苦難を乗り越え、食

文化は高級なものから一般家庭向けまで、さまざまな形で大きく花開いた。ところが、元号が昭和になると雲行きが怪しくなる。日中戦争が始まり、国家総動員法が公布され、砂糖やマッチなどが配給制になり、日常生活での物資不足の厳しさに国民が気づくと、間もなくアメリカとの戦争が始まった。

1945年まで続いた第二次世界大戦とその敗戦は、食材も調理法も多種多様となった日本の食文化を大きく後退させ、停滞させることとなった。

◆ 外食での肉料理の変遷 ◆

戦後復興期をくぐり抜け、高度成長期になり賃金が継続的に上昇し、人々の生活に少し余裕が出てきた1970年、アジア初の万国博覧会が大阪で開かれた。会場では月の石や携帯電話の原型、動く歩道などの展示とともに、回転ずしやファミリーレストラン、ファストフードなどの外食産業が人々を惹きつけた。「万博が開催された1970年は外食元年と呼ばれています。この年から本格的な外食産業やチェーン飲食店が増え、普段よりちよつとよい『ごちそう』をファミリーレストランなどへ食べに行くことを家族で楽しむ

ようになりました」(松浦)

ちよつとした『ごちそう』として人気だったのは、すしやエビフライ、そしてステーキやハンバーグなどの肉料理だった。

ところが、1990年代初頭のバブル崩壊から約30年にわたり、日本経済は長期的な停滞が続くことになる。賃金が上がらないため人々は日々の生活防衛を図り安さを求める行動を続け、販売者も価格を上げられずにいた。

「食べ放題や郊外型の低価格焼肉チェーンが台頭し、ファミリーレストランもドリンクバーやサラダバーなどを充実させるなど、安さを重視するチェーンが増えました」(松浦)

「ごちそう」肉体験と家庭の食卓

一方で、2000年代以降はごちそう、特に肉料理をめぐる光景が多種多様になった。

「フレンチレストラン『カンテサン』が2006年にオープンした翌年、ミシュラン三つ星を獲得した頃から、オープンに入れば外で休ませる、という工程を何十回も繰り返す火入れ方法が評判になりました。それをきっかけに、フレンチシェフなどが用いる塊肉の調理法が高級店

以外でも使われたり、一般家庭で肉を焼くことへの意識が高まってきました」(松浦)

同じ頃、従来のロース、カルビ、1990年代にブレイクしたハラミだけでなく、ミスジ、ザブトン、イチボなどをメニューに加えた焼肉店が人気を集め、希少部位ブームが起きた。部位の硬さに応じた食べ方も工夫され、コース料理を充実させる焼肉店が増えた。そして、一頭買いや牛枝肉^{おきび}買いで肉を提供する店が急増した。

2010年代になると、サーロインの赤身の旨味が特徴的なニューヨークステーキの有名店が次々と日本へ出店し、肉のごちそうの新ジャンルとして歓迎された。同時期に、立ち食いステーキが大規模にチェーン展開し、普段の食生活をちよつと豊かにするプチごちそうとして広く愛されるようになった。

外食でのおいしくて楽しい「ごちそう」体験は、家庭に持ち帰られることで食卓の風景も豊かにしてくれる。

「おいしい牛肉料理とは、焼き目がついて、肉の切り口がピンク色に見えても、ちゃんと加熱されていて安全に食べることができる。そして外食で味わった『ごちそう』を、家族や大切な人にも食べさせてあげたいという温かい気持ちが生まれるのが理想

重視する風潮は、『ごちそう』を軽視する方向へ世の中を誘導してしまつと、松浦さんは危惧している。

「街のレストラン、チェーンの飲食店そして原料を供給する川上にあたる食品メーカーも一緒になって、日本の食生活に『ごちそう』文化を継承し発展させてほしい。コロナ禍の影響がまだ残るなど厳しい事情がある今こそ、食に関わる業界全体で改めて『ごちそう』とは何かについて考えていくときだと思います」(松浦)

新しい「ごちそう」の形として松浦さんが今注目しているのは、牛肉大国、アルゼンチンの伝統的なバーベキュー料理「アサード」だ。崩した炭や薪で^{おきび}燐火をつくり、パリージャと呼ばれる網の上で大ぶりの牛

肉や豚肉、内臓などを何時間もかけて焼き上げる。仕上がりを待ちながらワインや会話を楽しむスタイル全体も含めてアサードと呼ばれる。アルゼンチンの食肉消費量は一人あたり1年で約110kg。中でも牛肉は約50kgと、日本人の5年以上分もの消費量になる。じっくり時間をかけて調理しながら客と主人がコミュニケーションをとりつつ、おいしい料理を味わう。もてなす主人とその気持ちを受け止める客の真ん中に肉料理がある。国や文化が違っても、真ん中に「ごちそう肉」があれば、誰もが笑顔で語り合えるのではないだろうか。



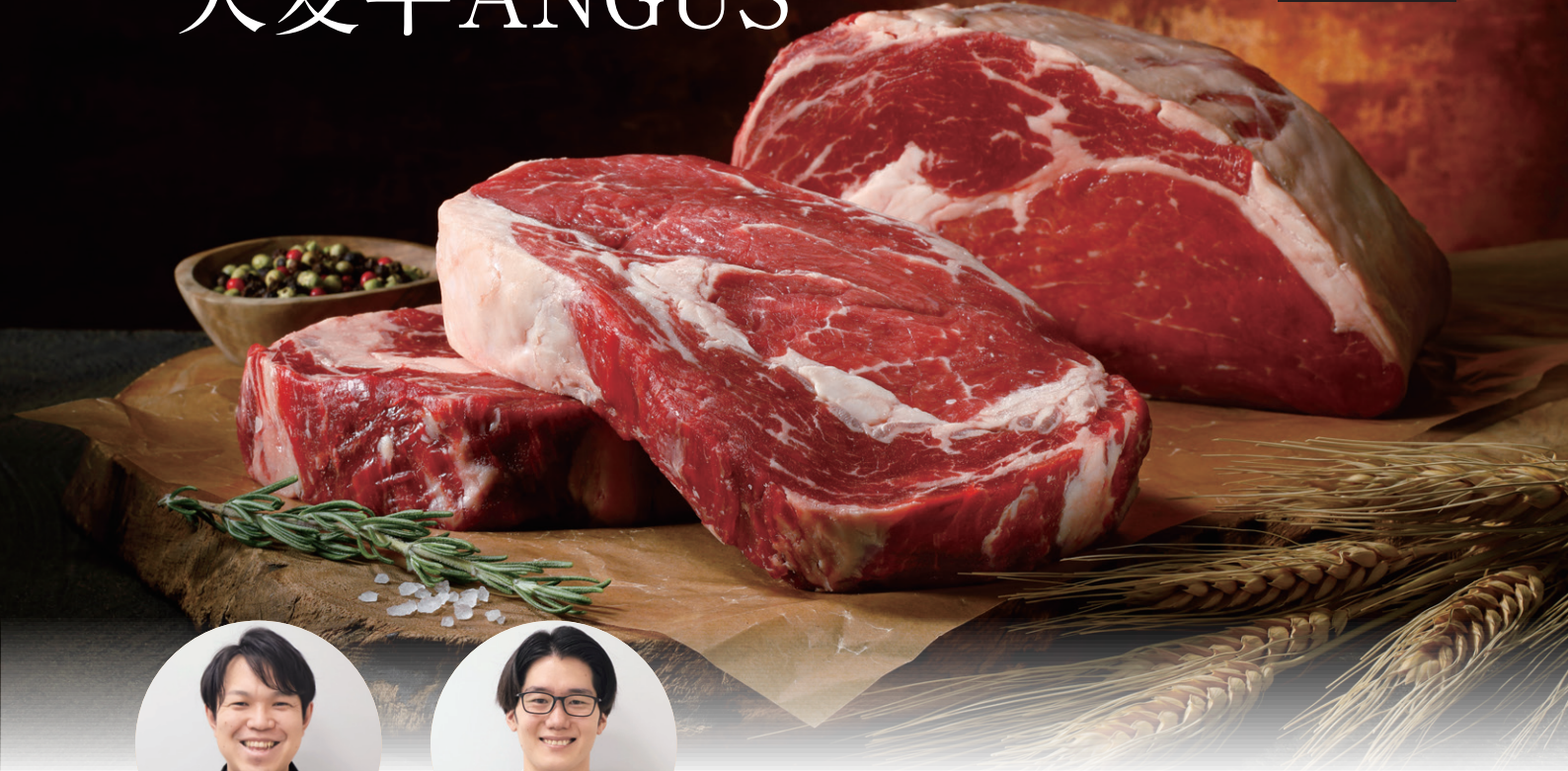
「母方の祖父母宅に親戚が集まって、大広間ですき焼きをするのが正月の恒例でした。母は8人きょうだいで、親戚全員そろつと何十人にもなるので、すき焼き鍋をのせたコンロを10〜15台並べて、その中で肉がおいしそうに湯気を立てているところを大勢で囲みました。ごちそうって、それを一緒に楽しむ人たちと過ごす時間や空間も含めた特別なものだと思います」

世界で共有される「ごちそう肉」

2026年春、長崎在住の漫画家がSNSへ投稿した楽しそうに肉を



日本人の食卓を彩る “大麦牛ANGUS”



日本ハム(株)食肉事業本部
食肉マーケティング推進室

水谷 慶司



日本ハム(株)食肉事業本部
海外食肉事業部 チルドビーフ課

山城 健

ニッポンハムグループの牛肉生産事業の要であるオーストラリアで、大切に、愛情こめて育てられているブランド「大麦牛ANGUS」。近年は外食店の料理人たちからも、その安定した品質が高く評価されるようになってい。同ブランドが愛される理由に迫った。

肉質がよいからこそ
活用の幅が広がる

ニッポンハムグループの牛肉ブランド「大麦牛」は、約2年前に「大麦牛ANGUS」に名称変更し、リブランディングした。品質の確かさを、「育ちのよさは、質に出る。」という新しいキャッチコピーとともに、改めて食卓に届けようという狙いだ。海外食肉事業部チルドビーフ課の山城健は言う。

「香りがよいこと、退色が少ないこと、他ブランドと比べても非常に優秀である」と、お得意先から高評価を頂いています」

かつて輸入牛肉といえば独特のにおいで敬遠されることもあったが、近年はオーストラリアで高品質なサシ(脂肪交雑)入り牛肉を生産する穀物肥育が増加し、「サツパリした赤身で食べやすい」とポジティブに受け止められることが増えている。その中でも「大麦牛ANGUS」は、高評価を得ている。

「本来はサシがかなり入って脂っぽくなりがちな部位であるのに、『大麦牛ANGUS』では肉と脂肪のバランスがよく、肉のうま味がしっかりと感じられるなど、活用の幅が広いところが非常に好まれている理由です」(山城)

たとえば、通常は切り落としやブロックに加工され、煮込み料理など



「近代食堂」(旭屋出版)の記事では、「流シエフの手による『大麦牛ANGUS』使用の料理を紹介。肉質のよさにお墨つきを頂いた。

に使われることが多い筋肉質で硬い肩や腕の肉を、「大麦牛ANGUS」においては、適度なやわらかさがあるため、カットの仕方を工夫するなどしてステーキ肉にも利用する。そんな変化球ともいえるような使い方も、営業担当者に向けた勉強会で積極的に共有するなどして選択肢を広げ、お得意先への新しい提案に活かしている。

さらに料理のプロたち、人気レストランの料理人からは、品質が安定していると好評だ。

「処理加工部門のカット担当までさ

現状だ。

「ニッポンハムグループが日本人のために育ててきたブランドが『大麦牛ANGUS』です。洋食はもちろんですが、昆布締めや、出汁で食べるメニューに使ってもらううま味が際立つので、和食を含めた多様なメニューをワンランク上の料理に上げてくれる牛肉であることを伝えたい。そして、どんなメニューが思い浮かんでも、おいしい牛肉料理を食べたいから『大麦牛ANGUS』にしよう、とお客様から指名されるブランドに育ってほしいです」(水谷)

人々の食生活の移り変わりに合わせて進化し、販売開始からもうすぐ30年になる「大麦牛ANGUS」。今後も日本の食卓に寄り添う牛肉ブランドとして、さらに実力を発揮していくことが期待される。



赤身のうま味とジューシーさを両立 ーアンガスビーフ「大麦牛ANGUS」で味わう、赤身の底力ー

食感

赤身でも
やわらかい

豪州産3種中やわらかさの最高値を計測。ステーキから煮込みまで、幅広い料理でやわらかさを実感していただけます。

ジューシーさ

加熱後も
ジューシー

加熱時の肉汁保持力が3種中最も高い値を計測。さまざまな調理において肉汁を逃さずジューシーな仕上がりになります。

味わい

赤身のうま味が
最も豊か

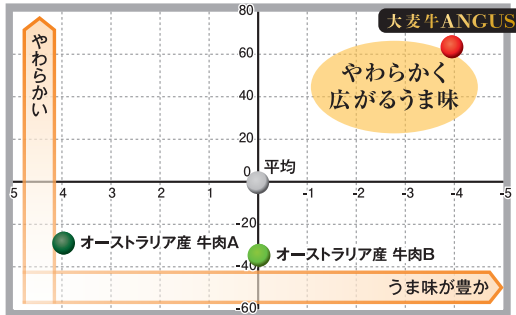
うま味に寄与する遊離アミノ酸量が3種中最多を計測。データに裏付けされた、うま味の豊かさを感じられます。

大麦牛ANGUSおいしさの特長 血統で決まる肉質の違い

大麦牛ANGUSは、アンガス血統の肉質の特長を活かし、大麦を含む穀物飼料で肥育した牛肉です。本比較は、オーストラリア産牛肉における代表的な肉質タイプの違いを示したものです。

ブランド	やわらかさ	ジューシーさ	うま味の豊かさ
オーストラリア産 牛肉A(牧草育ち)	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	★★★☆☆
オーストラリア産 牛肉B(穀物育ち)	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
大麦牛ANGUS (アンガス血統 × 穀物育ち)	★★★★★	★★★★★	★★★★★

解析・監修:味香り戦略研究所



データは、豪州産牛肉3種(各n=6の平均)の理化学データ(剪断力値・加熱遊離水分量・遊離アミノ酸分析)に基づいた結果です。

※牛肉A:グラスフェッド 牛肉B:ショートグレイン ※全検体、サーロイン部位の赤身芯で検査

ブランド誕生 30年目に向けて 未来につながる取り組みを

今期で「大麦牛ANGUS」のリブランディングから3年目を迎え、お陰様で量販・外食で指定購入していただけたお得意先も増えてきました。今後はタンなど内臓製品やひき肉原料などの取り扱いも増やし、さらなるブランド価値向上を目指してまいります。昨年から実施している外食向けセミナーや外食専門誌への掲載なども継続的に行っており、外食チャネルへの取り組みも強化しております。来期は大麦牛ブランド立ち上げから30年目を迎えます。節目の年を迎えるにあたり、未来へつながるような取り組みを引き続き行ってまいります。



日本ハム(株)食肉事業本部
海外食肉事業部 チルドビーフ部
部長 鶴谷 祐司