
第18回 旅行動向シンポジウム

料理人の世界観が 人を呼ぶ時代

～オーベルジュが観光を変える!?!～



はじめに

財団法人日本交通公社では、ひろく観光業界や各国政府観光局そして自治体の観光担当の方々を対象に、毎年7月に「海外旅行動向シンポジウム」を、12月に「旅行動向シンポジウム」を開催しております。

各シンポジウムの前半では、旅行市場の動向や見通しを独自の調査データをもとに解説し、後半ではその時々テーマをとりあげ、業界内外から主に実践家をお招きして当財団のコーディネーターとともに多様な角度から議論を深めています。

平成20年12月に実施した「旅行動向シンポジウム」は「料理人の世界観が人を呼ぶ時代～オーベルジュが観光を変える!？」と題し、ゲスト講師として、北海道での本格的オーベルジュの先駆けとして平成9年、真狩村に「マッカリーナ」をオープンさせたオーナーシェフ中道博氏をお招きしました。氏は、北海道を代表する料理人として洞爺湖サミットに深く関わるほか、JAびえいや札幌市との異色の協働事業によるレストラン運営を通じ、地域や人を元気にしています。

シンポジウムでは、近年オーベルジュが注目されている背景やそこに求められる価値について、これからの観光の方向性を考えるヒントを探りながら議論を展開しました。

夢と志のある料理人が創り出した場としてのレストランは、地域の生産者と旅行者をつなぐ役割を果たし、旅行者はそこで、地域の景色や文化と一体化した食体験を楽しんでいます。食材や味だけでなく、料理に表現された“創造性”や“物語性”に感動したり、シェフの“世界観”に共感して人が集まる時代になっているのです。

おかげさまでシンポジウムは高い評価をいただきました。料理人とのコラボレーションが地域の新しい観光価値を生むという発想が、より良い旅行・観光地づくりへとつながるきっかけになればと願っております。

平成21年6月

財団法人日本交通公社
常務理事 小林 英俊

第18回 旅行動向シンポジウム

料理人の世界観が人を呼ぶ時代 ～オーベルジュが観光を変える!?!～

開催日：2008年12月17日(水) 13:30～17:20 会場：東京・大手町 経団連会館

◎ゲスト講師

レストラン「モリエール」・オーベルジュ「マッカリーナ」オーナーシェフ

中道 博氏



北海道を代表するフレンチシェフ。
高校卒業後、札幌の一流ホテルでフランス料理を学び、その後23歳で渡仏。
1978年には世界料理人オリンピックで金賞を受賞。
帰国後札幌にフランス料理店「モリエール」を開店。ほかにも北海道内に数店舗のレストランを持ち、
地元北海道の素材にこだわった食のプロジェクトを展開中。
07年、JAびえいととの協働による「美瑛選果・アスペルジュ」を開業。
08年、洞爺湖サミットの際の料理をプロデュースして話題となった。

◎コーディネーター

財団法人日本交通公社 常務理事 小林 英俊

財団法人日本交通公社 主任研究員 久保田 美穂子



【小林】 皆さま、こんにちは。最初に今回のシンポジウムの企画の主旨をお話したいと思います。

私は昨年から北海道大学で集中講義をやっていて、せっかく北海道に来たんだから観光的にどんな動きがあるのか見てこようとJT北海道の課長に相談したら、「一番面白いのは地元の農協の直売所でレストランもやっている『美瑛選果』だよ。日高と帯広にも面白いオーベルジュができています」と言われました。

実は私は今まで北海道に対して、「食材はいいんだけど料理は……」というイメージがあったんですが、その3カ所を回ってみて、北海道は変わってきたなという印象を強く受けました。フランスの田舎はどこでも料理がおいしくて、泊まれるところがあり、田舎の景色も良くて、ずっとドライブしていても飽きないですね。北海道もそういう面白い場所になってきたんじゃないかと。

そのきっかけは、真狩村に「マッカリーナ」というオーベルジュができたこと、フランスの三つ星シェフ、ミシェル・ブラスが洞爺湖畔の「ザ・ウィンザーホテル洞爺リゾート&スパ」にレストランを開いたこと、この2つの出来事が大きな影響を与えているのではと思ったわけです。

実際、日本では最近、地方に質のいいレストランやオーベルジュがいくつも生まれ、料理を中心に面白い動きが出てきています。これを今回のシンポジウムのテーマにしようということで、マッカリーナの経営者で、「美瑛選果」の創設プロジェクトにも携わり、北海道の観光を食の文化から変えようとしている中道博さんをお招きしました。

今日は単なるグルメの話ではなく、食を中心とした日本で起こっている観光の動き、食が持っている社会性や文化性、シェフが料理を通じて何をお客様に伝えようとしているのか、そういったことをお聞きしながら、日本の観光について考えていきたいと思っております。これから先の進行は久保田に任せます。

【久保田】 こんにちは、久保田と申します。中道さんは2008年7月の洞爺湖サミットの会場となったザ・ウィンザーホテル洞爺リゾート&スパの料理顧問をされており、ファーストレディーの昼食会も中道さんの経営するオーベルジュ マッカリーナで開かれました。サミットに関するお話も後でお聞きしたいと思いますが、まず、中道さんと美瑛町の農協との共同プロジェクトによって生まれた「美瑛選果」について伺ってきたいと思います。

野菜が美味しい！を見せる「美瑛選果」

【久保田】 美瑛選果は、美瑛町の農畜産物を広く知ってもらおうと地元の農協「JAびえい」が2007年5月にオープンした施設です。地元産の食材を使ったレストラン「アスペルジュ」と野菜を売るマーケット、加工品を売る工房の3つのパートに分かれています。

私も、よくある産地直売所に素朴な農家レストランみたいなのが併設されているのかなと思っていましたが、実際に行ってみたら想像とは全く違い、ガラス張りのとてもモダンで洗練された建物でした。

そしてレストランの隣にはおしゃれなオープンキッチンがあり、建物の外からガラス越しにシェフが働いているところがよく見えます。そもそも、中道さんがJAさんと組まれたことにとっても驚かされたのですが、その経緯を教えてくださいませんか。

【中道】 はじめまして、中道と申します。この会場に農協の関係者がいたら申し訳ないんです

美瑛選果(農協と料理人と観光の融合)



野菜料理レストラン アスペルジュ

コンセプト
北海道を代表するシェフ・中道博氏とJAの本格的な共同プロジェクトとして、旬を活かした美瑛ならではの料理を提供します。食べた人に感動を与えるおいしさで、美瑛産農畜産物のファンになっていただくことを目指します。



が、一般的によく、農協は野菜のおいしさを追求してないとか、悪者のように言われることが多く、僕も、曲がって箱に入らない野菜は不良品扱いになるといった報道を聞いたりして、「食べ物は工業製品じゃない」とずっと批判的でした。

一方、美瑛町は前田真三というカメラマンがこの土地にヨーロッパの風景を見いだして「拓真館」という写真美術館を作ったりしていて、僕も非常に好きな町です。一般の観光客と同じで、「きれいな所だなあ」という印象を持っていました。

ある時、その美瑛町のJAびえいから僕に、「直売所と併設したレストランを作って美瑛の生産

基盤である野菜のおいしさを世の中の人に正しく伝えたいので、協力してほしい」という話がありました。アンテナショップ的な要素もちろんあるけれど、それ以上に地元の農家の人に「おいしい野菜を作らないと、これからの自分の生活を守れないよ」と知らせたいからということでした。

最初のプランで見せられたのは、いかにも直売所という感じの、気持ちが寂しくなるような建物だったので「これなら僕はやりません」と言いました。「予算だけ残して、もう一度ゼロから作らせてもらえますか」と言うと、JAの理事会に連れていかれたんです。

僕に話を持ってきたのは北野和男という62歳の常務理事で、定年を迎える前に農協の古い体質や価値観を何とかしたいということで、そのために僕と共同戦線を張ろうという考えだったんです。でも他の理事は「フランス料理やってる中道？ 誰だ、そいつは」みたいな感じだったので、理事会で説得してほしいということでした。

理事は19人でほとんど地元の人たちです。今回の事業については反対者が18人、賛成は北野さん1人だけでした。その時、僕は言葉でいろいろ言うより、何か料理を食べてもらおうと思いました。

それで、「ビールで一杯やりましょう」と言いながら、だしに大根おろしを入れたみぞれ鍋に、薄切りにした野菜をしゃぶしゃぶにして食べてもらったんです。フランス料理じゃないけど、家ではよくやる料理で結構うまいんです。

そしたら、理事の一人が「お、この野菜うまいな」と言いました。僕は「しめた」と思い、「そうなんですよ、僕がやるべきなのは野菜がおいしいレストランだと思っています。料理がおいしいとか素晴らしいと言われるレストランはやりません。おいしい野菜だなんてと言われるレストランをやりたい」と言ったんです。

で、理事たちに「じゃあ、あなたたちの作っている野菜は本当にうまいか、それを一緒に検証しながら今回の事業を進めませんか」と言ったんです。そうしたら、農家の気持ちを分かってくれるやつだと思ったのかどうか分かりませんが、「中道になら頼んでもいい」という話になりました。

そしてこういう建物ができました。でも最初は、農家や農協の人たちからはさんざん「何じゃ、これは」って言われてたんですけどね。とにかく調理場は素晴らしいのを造りたいと思ったので、ガラス張りで僕たち料理人が憧れるような造りにしました。

自分の美味しいをおすそ分け

【久保田】 農家の人が自分の作った野菜を食べていないことも意外に多いそうですね。

【中道】 そうなんです。北海道ではよく、畑の脇で水を張ったバケツにホワイトアスパラガスなんかを入れて売ってますが、あれは気をつけた方がいいです。アスパラは水をどんどん吸って元気でぴんぴんしてるけど、よく見たら下の方は水を吸いすぎて透明になっていたりして。

そういうのを道端でたくさん売ってるのが北海道の状況です。朝もぎとか言ってますが、じゃあ、どこで取れたのかと疑問なものがたくさんあります。ホワイトアスパラはエグいとか、アクを取るために皮をむいてゆで汁に浸けろとかよく言いますね。でも、取りたてで新鮮ならアクなんかありません。

農家の人が、野菜を単にお金に換えるもの、工業製品のように考えていて、自分の作っている野菜を食べてないこともよくあります。だから今のホワイトアスパラの状態がどうなっているのかよく知らなくて、いつ食べたか聞くと、「去年かおとし」なんて答えが返ってきたりします。

料理人が料理を出すのもそうですが、農家が自分で作ったものを売ることは、おすそ分けだと僕は思うんですね。すごく単純なことで、自分がいいと思うものをお客様に分けるわけだから、自分がおいしいと思ったもの以外は売れないんじゃないかと。自分で作ったものを自分で確かめて、良ければそのまま売ればいいし、良くなければ改善して、よりお客様に喜ばれるようなものにしていけばいいんじゃないかと僕は思ってるんですが。

【久保田】 美瑛選果には「選果市場」という野菜などの直売コーナーもあります。こちらも陳列の仕方や内装などが工夫され、非常におしゃれに造られています。写真を見ていただくと分かりますが、コの字形のカウンターの中に職員の方が立っていて、蒸したジャガイモを試食できたり、野菜をおいしく食べるためのアドバイスを直接受けられるんですね。こちらについても、中道さんがアドバイスされたと伺いましたが。

【中道】 会話しながら物を売り買いする、フランスのマルシェ(市場)みたいな雰囲気にしたかったです。ただ、北海道はいかんせん四季が短い。

6月から9月くらいまでは何とか野菜が豊富に揃いますが、秋以降はジャガイモくらいなので、年間を通じての品揃えという点ではどうかなあというところはあるんですが。

最近をよく、わざとでもないんだらうけど、野菜に土をつけてみたり、作ってる人の顔写真を出したりしていますが、そんなことがなんでおいしいことと関係あるのかなあって、僕はすごく思うんです。確かに土をつけた方が長く保存できるってことはあるかもしれませんが。

美瑛選果では、そういう小手先のことでなく、きちんと野菜づくりをやりながら、それを売る本来の正しいあり方をしてみたいというのがあって。だんだんそういう方向になっていると思います。

【久保田】 そのためには、対面で販売することはやはり大事なことですか？



【中道】 それは絶対大事です。物を売るという場面を通じて、自分たちが確認した野菜についてきちんとお客さんに伝えることが必要だと思いますから。

ただ、僕が思うのは、よく「素晴らしいものを」って言うけど、じゃあ素晴らしいって何を基準に言ってるんだと。エグみがあったり、甘さがあったり、ホクホク感があったり、そういうのは野菜によって持ち味が全部違うわけです。それを理解しながら適した料理に使ってもらえれば、それぞれの野菜の持ち味を生かす道はいろいろあると思います。そういう意味では、金太郎あめみたいに、これが売れてるからこれだけ売ろうなんてことは、ここではやりません。

野菜の成り立ちをお皿に表現



【久保田】 では、美瑛選果のレストラン・アスペルジュでどんなお料理が出るかをご紹介します。

この時はコース料理をいただいたんですが、この写真の左上にあるのが、20種類くらいの美瑛の野菜を盛り合わせた前菜のプレートです。そして真ん中の下が、メインのポーク料理です。

ポークももちろんおいしかったんですが、この付け合わせのジャガイモがすごくおいしかったんですね。私がとても印象に残ってるのは、前菜の野菜のお皿と、メインの付け合わせのジャガイモなんです。やはり、野菜料理レストランと名

付けているだけあって、野菜がおいしかったなと。

【中道】 今まで野菜料理は付け合わせだったんですが、今は野菜を主体にした料理が増えていきます。

僕としては、タマネギならタマネギ1個で料理をしたいと思ってるくらいです。本当は、豚肉を使うんでも、ダシだけとって、それでジャガイモなんかを調理したいというのが僕の夢なんですけど、やはり、それだけではなかなかお金は頂けませんから。

ただ、ここに来れば、野菜をたっぷりの分量、普通の倍くらい食べていただけて、野菜の素材感を感じてもらえる。それがこのレストランの良さだと思います。

【久保田】 アスペルジュのシェフは加藤さんという方なんですが、自分で野菜を取ってから出勤されるそうですね。

【中道】 野菜は6月末から9月くらいまで、すべての種類の野菜をうちのシェフが朝、店に出勤する前に摘みにいってます。なぜかという、農家にとって一番大変なのは摘み取り作業で、その時期が一番忙しい時期だから。いろんな小さい野菜をいっぱい作ってくれているんですが、農家の人たちが自分で収穫するのは結構辛いことなんです。

ですからうちから2人くらい行って、その日使う量を取ってくる。6~9月は、ほとんどよそから買うものはないですね。そういう意味では、利益も高いです。

料理人が野菜を取るからいいとは、必ずしも僕は思っていないんですが、そういう作業を通じて

ひとつ分かったことは、小さければ小さいなり、筋張ってあれば筋張ったなりに、柔らかければ柔らかいなりにおいしさがあるということです。シェフが野菜の成り立ちを見ているから、そういうことがお皿にも表れて、力強くなります。非常に盛り方がきれいというか、風通しが良くなって、こういう風になったのかとびっくりするくらいですね。

目の前にある素材の生かし方を深く考える

【久保田】 私はそれまで、料理人の方は厨房にしか居ないものと思っていたので、畑へ行って自ら野菜を取るといってお話に、すごく驚きました。

【中道】 レストランなどの実務シェフは、それくらいやらないとダメだと思います。というのは、僕もシェフを始めて25年くらいたちますが、前はよく業者さんが野菜を持ってきた時に、「こんなトマト使えない」なんて投げ返したこともあって。でも、今思うとそのトマトには全然責任はなくて、自分が思っていたのとは違うトマトでも、それで何ができるかと考える力があれば、そんなことしなくてよかったんじゃないかと、非常に反省してまして。

今も昔も、いい素材に出会っていい仕事をしたいという思いは変わらないんですが、じゃあ、本当に野菜でも魚でも「いいもの」って、いったい何なんだと。小さいとか大きいとか、脂がのつるとかのつてないとか、それぞれの持ち味というものがあるんじゃないかと、今はそう思ってるんですね。それを知るためには、現場のシェフはやっぱり足を使わないといけないんじゃないかと。

かといって、テレビなどでコックさんが畑で土をなめたりしてますが、僕はあんまりああいうことをしてほしくないなと思ってます。土作りは農家というプロにお任せして、僕らはできた野菜をどうやって調理過程に生かすかに焦点を合わせないと。だから、コックさんが野菜を収穫することをお客さんが珍しがったり喜ぶのはいいんですが、お客さんが喜ぶことを目的にするのは良くないと思っています。そういう作業を通じて、目の前に来た素材をどう生かすかを深く考えることが一番の目的であって、そこにしか僕ら料理人の生きる道はないんじゃないかと思っています。

ちなみに、マッカリーナでは11月末から1月くらいまでは、地場で取れる野菜は一つもありません。でも出てきたお皿に載ってる野菜を「土のおいがしておいしい」と言うお客さんも結構います。僕は正直にこれは築地から送ってますとか、魚も鮮度いいねと言われると、冷凍ですなんて言っちゃう(笑)。「夢を壊すな」って怒るお客さんもいるんですけど。

【久保田】 こんなに正直にお話ししてもらって大丈夫かなって、ちょっと心配になったんですけど……。

【中道】 ああ、それは構わないですよ。地産地消ってよく言いますが、地元で取れる時には地元できちんと消費するのが当たり前だと思ってますし、わざわざ言うことじゃないんじゃないのかなあって。その程度のことをいちいち言っていたら先がないような気がして、しょうがないんです。

だからそういう意味では、地元で取れておいしい時は地元のものを使い、ない時はほかで取ったものを使えばいいと。それを正しくちゃんと伝えて、あとは調理の技術で素材に適した料理を作ればいいことであって、どこ産だからいいとか、どこ産だからダメだという話にはなら

ないんじゃないかなあと。

例えば、北海道のアスパラガスはいいって言う人は、もちろんそれで構わないけど、自分の仕事は目の前に来た素材を生かし切ることで、自分としてはこういう素材を使うのが好みだ、というだけで十分じゃないかなと思います。

情報で“おいしさ”を伝えるな

【中道】 僕はもともとお客さんの前に出るのが苦手なんですけど、シェフがお客さんの前に出て行って「どうですか？ 美味しいですか」って聞くことは、間違ってるんじゃないかと思ってまして。タダにするなら別だけど、相手からちゃんとお金をもらうのに、「美味しいですか」はないだろう、馬鹿なこと聞くなよって。

でも、自分でもそういうことやっていた時期があって、そうしたらあるお客さんから、「美味しいとか、美味しくないはどうでもいいんだ」と言われたことがあるんです。「あなたがどういうスタンスで仕事してるか、それは空気で分かるんだよ。あなたが何か言う必要はないんだ」と。

もう十数年前ですが、これは羊蹄山麓の真狩村で取れた朝もぎのホワイトアスパラで、みたいなことをメニューに書いて、お客さんに説明した時も、「その羊蹄山麓とか、朝もぎとかってどういう意味？」と言われたんです。

「だからおいしいということか？ でも美味しい美味しくないは客が決めることで、あなたが決めることじゃないだろう」と。自分でやっていることに間違いはないと思ってるなら、わざわざそんなこと言う必要はないと。「そういうことをいろいろ説明して、どう思われたいの？ 褒められたいの、それでお金をもらいたいの？」と言われたんです。

それよりも、何も言わずにただ料理を出して、食べた時にお客さんから「これ香りがいいね」と言われたら、そこで初めて「実は真狩村という所で、1時間くらいかけてちょっと取ってきました」と言ってみなさい、と。そうしたら客は感激して、ひよっとしたら倍のお金を払うかもしれないよと。

とにかく、最初からあれこれ説明するんじゃないと言われ、それ以来、うちのレストランではそういうことは一切書かないことにしました。だから、メニューに書くことがなくなりまして（笑）。

本当に、お客さんは侮れないんですよ。「侮れない」という意味は、お客さんは、喜ぼうと思って期待して来ているわけで、ある意味では仲間なんです。あとはこちら側が、使った素材を通して自分たちの力でどう感動してもらうか、いかに努力をしたかがすごく問われるんだなと思っています。

【小林】 京大で食品科学をやっている伏木亨教授が、先週の日経新聞で今の中道さんのお話とまさに同じようなことを書いていました。それは、最近は“おいしさ”を情報で伝えようとしす

「おいしさ」の四分類

1. 生理的な欲求に合致する
2. 地域や民族の食文化に合致する
3. 特定の食材に誘導されるやみつきになるおいしさ(おいしさは快楽。チョコレート、ケーキなど)
4. 情報がリードするおいしさ
- (5.) 社会的なおいしさ(みんなで食べればおいしい)

『人間は脳で食べている』伏木亨 ちくま新書

ぎじゃないか、ということですね。

食べる人の感覚をもっと大事にしないといけないのに、とにかくいろんな情報を出して、これはどこ産だからおいしいなどと言いついでいる。もっとお客さんが本来持っている感覚を大事にした方がいいんじゃないかと。今のグルメブームは、情報を楽しんでいるだけではないかと警鐘を鳴らしているんですね。

今のお話を聞いてなるほどと思うとともに、おいしいという言葉の意味について、もう一度原点に戻って考えなきゃいけないなと思いました。

芽ばえ始めた地元農家と料理人の相互作用

【久保田】 私たちはJAびえいの方たちにもお会いして、中道さんが美瑛選果のプロジェクトに携わったことでいろいろな変化が起きたというお話を伺ったので、ここでご紹介したいと思います。

JAびえいの組織はこれまで、野菜や馬鈴薯を扱う青果部、米や豆などを扱う農産部と、生産物の種類ごとに部署が分かれていました。しかし、美瑛選果ができたことで、販売部という部署が新しく作られ、今まで生産物ごとに分かれていた部署がすべてそこに集約されました。

また、これまではお客さんと直接やりとりすることはなかったのですが、販売部の中に販売促進課という課が作られ、それができるようになったそうです。この課に美瑛選果担当の係も作られるなど、組織に変化が生まれました。

また、小口の商売もできるようになり、地元の飲食店や宿泊施設に野菜を直接売るセールス活動も始めたそうです。最初はこのプロジェクトに反対の農家の方もいましたが、今は「美瑛選果で野菜を売りたい」と言う方が増えているというお話も聞きました。美瑛選果では野菜の直売やレストランだけでなく、料理教室もやっつけらっしゃるそうですね。

【中道】 地元の農家の奥さんたちの集まる「若妻会」という会があって、その人たちを対象に野菜を使った料理の講習会をやっています。とはいえ、こういうところでは40歳、50歳でも若妻っ

て言うんですが(笑)。

美瑛町は農業で生活している人がほとんどなんですが、さっきも言ったように、自分たちが作ったもの、販売しているものをいつも食べているかといったら、ほとんど食べてないと。だから、奥さんたちに喜んでもらえて、気持ちをくすぐるような料理方法を教えることで、「自分たちが作っている野菜はおいしい」って感じてもらいたいという思いがあります。

それに、美瑛選果の取り組みがまだ地元で十分理解されていないので、仲間づくりをして理解を深めてもらおうという思いもあります。

【久保田】 美瑛選果のキャッチコピーは「美しい美瑛から美味しい美瑛へ」ですね。美瑛町は美しい風景で知られていますが、「美味しい」というのも新たなキーワードにしようというこ

JA美瑛の「美瑛選果」後の変化

- ・ 農協の組織改編
 - 青果部(野菜と馬鈴薯) → 販売部 販売促進課
 - 農産部(米・豆・ピー) → 販売企画課(小口販売)
- ・ 地元の飲食店や宿泊施設へのセールスや販売を始めた
- ・ 「美瑛選果」で売ってくれという農家が増えた
- ・ レストランでの農家の奥さん向け料理教室などで、施設の意味がわかり消費者に向くようになった
- ・ 「美しい美瑛から美味しい美瑛へ」美瑛のキャッチコピーが変わった

とですね。

【中道】 美瑛が美しいのは、農業がつくり出す風景がきれいだからなんですね。丘がいっぱいあって、ジャガイモの花が咲いたりして、それだけで十分きれいだと思うんですね。わざわざきれいな花を植えたりする必要なんかはないと思うんですけど、最近はだんだんお花畑っぽくなってきていますね。

それはさておき、美瑛町ではアスパラの会、男爵イモの会など、10軒くらいの農家が自分のところの生産の中心となる野菜ごとに部会を作っているんです。それで、それぞれの部会で、その野菜を生で食べたかどうか、ゆでたらどうか、あるいはローストするとどうなんだ、といういろんな方法で食べてみるということをやっています。

農家の人は、野菜というと生ものとして考えがちなんですが、それ以外にもいろいろな食べ方、おいしさがあるわけで、それをもう一度見直しましょうということです。僕らコックと農家の方がそれぞれの立場で、自分たちが作っているものをもう一回確認するという意味で、これは非常にいい取り組みだと思います。

【久保田】 料理を通じて感動したり驚いたりしながら、地元の農家の方たちの意識に少しずつ変化が生まれているんですね。

【中道】 例えば、アスパラガスは植えてから大体10年くらい収穫できて、3~4年目くらいがピークとされているんですね。でも、そういう風に、今まで野菜について言われていることは本当に正しいのかと。次のステップとしては、長い期間にわたって何度も日常的に食べることで、野菜のおいしさをちゃんと検証しようという話をしています。

今はまだそこまでいってませんが、そういう活動を通して、どんな野菜をどう作るか、作付面積はどのくらいか、どんな風に手を入れるかとか、そういうことまで考えられるようになったらいいなと思っています。

量からの転換が生む農家の“生き生き”

【中道】 パリの郊外にジョエル・チボーという農家があります。フランスでも物流に沿った大量生産の野菜作りが始まっていますが、ジョエルさんはそれに警鐘を鳴らし、独自の野菜作りをしています。

ある有名シェフが彼の野菜を使って料理を作り、一躍有名になりました。レストランのメニューにも彼の名前が書かれ、パリ市内のレストランでこの野菜を使わないと一流とは言えないといわれるくらいの、「カリスマ農家」的な存在です。

美瑛選果を立ち上げる時、何軒かの農家と農協の人と僕らでジョエルさんに会いにいきました。とはいえ、野菜の作り方を見にいったわけじゃなくて、僕は彼がなんでそういう野菜作りをしているか、農家の人に考え方を共有してもらいたいと思ったんです。ちなみに美瑛町は百合根の産地でもあるんですが、ジョエルさんが百合根について学びたいということだったので、その時は交換条件で百合根の作り方を教えにいったんですね。

現地に行った時、農家の人たちはまず畑を見て、「随分手を入れてない畑だな。こんな土だったら、自分たちの方がもっと仕事が丁寧だ」なんて、ちょっとうれしそうに言っていました。その後、ジョエルさんの家に招かれてお茶を飲みながらいろいろ話した時、彼は「野菜は、き



たえて育てなきゃいけない」と言ったんです。

野菜のおいしさは風味であり、野菜が成長しやすい環境を整えたら、風味なんか出ないと。だから、雑草を取ったり、畑の最低限の環境は整えるけど、栄養などは外から極力与えないんだと。野菜本来が持っている力で成長させないと、風味は良くならないという話でした。

その後、美瑛の農家の人たちを京都で京野菜を作っている所にも連れていきました。北海道はすごく広い面積で農業をやってますから、見渡す果てまでタマネギ畑みたいな感じなんですけど、ここでは小さいスペースで野菜作りをこまめにやっているわけですね。

そこで僕が思ったのは、北海道は土地が広いからって、なんで広く使おうとするのかなって。広い所でも狭く使って、家庭農園の大きいバージョンみたいなのを作って、野菜に負荷をかけて頑張ってもらおうようにしたら、風味のあるおいしい野菜が作れるんじゃないかと。

美瑛に帰ってきてから、数軒の農家がそういう野菜の作り方を始めました。中心となっている一軒の農家は、ご主人が60歳を過ぎていて、娘さんしかいないので後継者がおらず、自分が力尽きたら終わると。だったら、最後に遊んでみようということでやっています。北海道としては異質な小規模の野菜作りをやってもらったわけですが、今年はそれがうまくいきました。

できた野菜は僕のところで全部買うというのが条件だったんですが、美瑛選果のレストランと周囲のペンション、一部は札幌の僕の店にも送ってもらって、作った分は全部使うことができました。総額からしたら大した金額ではないかもしれないけど、おいしい野菜を作ってそれがすべて売れるということは、農家の人にとって一番大事で幸せなことなんです。

大量生産でキロ当たりいくらという考え方もいいけど、その人の生活を守りながら、農家と

周辺のレストランやペンションなんかがうまく協力していくという仕事のやり方もありだっているのが、この農家を見ていて気づいたことです。

【久保田】 農家の方の生き方までも変えてしまったということで、中道さんの影響力の大きさに改めて驚きました。

【中道】 いや、変えたわけじゃないんですけど、そこの農家は結構元気にはなりましたね。「俺んとこの野菜はうめえんだ」って、ちょっと強気になったって感じですね。

料理人がつなぐ地域の生産者と旅行者

【小林】 なぜ地方でオーベルジュが増えているか、我々に行く側の人についての調査をやっているんですが、その理由として、海外旅行の経験を積んで、いいサービスの価値を分かる人が今増えているということが挙げられます。またインバウンドも急増していて、中道さんの経営するマッカリーナでも、ニセコに冬場滞在しているオーストラリア人がたくさん来たり、箱根の「オーベルジュ オー・ミラドー」にも外国人のお客さんがたくさん来ると聞いています。

さらに近年は、食で人を呼べないかという考えが自治体の間で出てきています。今日の主旨ですが、中道さんの話も含め、図式にまとめてみるとこんな形になります。

今までは農産物などの生産者と、料理人、それらを食べる消費者または旅行者がみんなばらばらでした。しかし、先ほどの中道さんのお話のように、生産者と消費者の間に料理人が間に入って、素材をおいしく提供したり、創意工夫をする動きが出てきています。

それは、生産者が自分の作っているものを使うという風に使ってもらえるんだと自覚することに



つながります。中道さんから、フランスに視察に行つて刺激を受け、野菜の作り方を変えて元気になった農家のお話がありました。おいしくなった素材を受けて、料理を作る人もまた工夫をし、訪れた人は創造性あふれる料理に刺激され、これは面白いと意見を言う。そこで生まれたアイデアや提案を料理人が取り入れて、また新たなものが生み出される。こういう流れができつつあり、我々観光に関わる者はこういった流れを側面から応援することで、結果として地域を変える力になるのではないかと考えています。

「ミスター円」の愛称で知られる元財務官の榎原英資さんは、「フードジャパンネットワーク (FJN)」という組織を作り、食で地方に人を呼び、元気にしようという活動をされています。榎原さんは、その土地に行つて食べることで、その価値がどんどん高まり、新しい人の流れが作れるんじゃないかという考えをお持ちなんですね。

榎原さんが書かれた『食がわかれば世界経済がわかる』という本はすごく面白いんですが、世界の歴史や経済の流れを見ると、その時代に力を得ている地域の食が元気になっているというんですね。今は「リ・オリент」といって、東洋が見直されていて、なかでも日本料理が見

世界主要国の食文化の形態

<p>「食は文化なり」</p> <p>中国 日本 フランス イタリア スペイン アルゼンチン</p> <p>スローフード、豊かな食文化、製造業、手工芸的、品質主義、ローカリゼーション</p>	<p>「食は資源なり」</p> <p>イギリス アメリカ カナダ オーストラリア</p> <p>ファーストフード、貧しい食文化、金融業、システムチック、効率主義、グローバルゼーション</p>
--	--

『食がわかれば世界経済がわかる』構原英資 文春文庫

富士宮市 長屋門「レストラン ヴァルナ」

- FJNコンサル第1号店として2008年9月開業
- 「地元の食材をつかった人を呼べるレストランで富士宮を活性化する」




グルメの町 デュルビュイ(ベルギー)


デュルビュイの町は、絵本のような、人口500人足らずの世界で一番小さな町。

人口の割に高級レストランやホテルも多く、本格的なアルデンヌ料理が楽しめます。グルメの里としても有名。

ベルギーの有名なシェフが駅亭を買取り、宿泊できるレストランを開いたのが切っ掛け。



皇太子ご夫婦も訪れたレストラン
「ル・サングリエ・デ・ザルデンヌ」



レストランが並ぶ町の通り

直されている時代だと書かれています。

特に面白かったのは、食を資源と見なして国家戦略に組み込む国と、食を文化と考える国に分けられると書かれているんですね。そしてアメリカを中心とした、食を国家戦略に使って世界を牛耳ろうという考え方が行き詰まってきたのではないかと。つまり、規格品を大量に生産して、システムチックに効率よく食材を動かしていくというやり方ですね。その代わりに出てきているのが環境への配慮やスローフード、豊かな食文化、品質、ローカリゼーションなどで、これらももっと食の世界で重要になってきていると。中道さんのお話を聞いていて、まさにそういう流れだなあと感じました。

2008年9月にはFJNがコンサルティングを行った第1号店として、静岡県の富士宮市に「レストラン ヴァルナ」が開業しました。これは長屋門という市の文化財を活用していて、地元の企業のコンソーシアムがその場所を使い、FJNはシェフ、メニュー、ノウハウ、仕入れ、建築まですべてを請け負って協力して作ったものです。

単にレストランを作ったというだけでなく、その店が地域の食材・文化を集めた情報発信源となり、町に人の回流を新たに作ろうという発想でやっているんですね。レストランが単に食事する場所という以上に、もっと大きな意味を持つひとつの例ではないかと思っています。

実際にこうした試みがうまくいくのかという点ですが、成功している例が海外にあります。ベルギーのデュルビュイという人口500人足らずの小さな町なんですが、ここに、ベルギーで5本の指に入る一人のシェフがおいしい食材が手に入ることによってレストランを開きました。それがきっかけで、いろんなシェフが集まってきて、グルメの里として有名になったんですね。

ブリュッセルから高速で1時間半ほどの場所に

あり、静かな環境と食事を楽しみながら泊滞在する場所という感じになっているんですが、もとは一人のシェフが移り住んだことがきっかけなんですね。食の可能性は非常に広がりがあり、奥が深いということだと思います。

オーベルジュの魅力=素材感、周辺の風景+料理人の志・夢

【久保田】 私もいろいろ調べるなか、レストランや料理がこんなに地域を変え、人に影響を与えるのかと、改めてその力に感銘を受けました。しかし都会にも市場があり、地方のいろんな食材が集まってくるのに、なぜ、わざわざそこへ足を運ぶのかということも気になると思います。

その土地の食材を地元で食べるためということもあるとは思いますが、それだけではなく、その場所に行って食べる時の気持ちみたいなものが、やはり大事なのではないかなと思うんですね。中道さんは、どんな風を感じていらっしゃいますか。

【中道】 多分、お客さんは便利な場所にいると、便利なものに対して批判的になるんじゃないかなと思います。そういう意味で、都会からちょっと離れた場所のレストランやオーベルジュに来るお客さんは、あらかじめ期待して、喜ぼうという気持ちがまず先にあるんだと思うんです。

レストランやオーベルジュとしては、いわば応援をしてもらってるわけで、あとは地元にある素材感とか、周囲の風景などを利用すれば、意外とうまくいくんじゃないかなというのはあります。でも、その一方で、ただそれに乗っかるだけだと、転んでしまうという怖さもあります。

とにかくお客さんは、その地域でレストランやオーベルジュをやるということの志とか夢みたいなものを、ある意味、空気感として感じ取っているんじゃないでしょうか。それはやはり侮れないなと思います。

ですから、地方でレストランをやるのは、大変さももちろんありますが、それ以上の強みは、お客さんの協力を得られて、非常に気持ちのいい仕事ができることじゃないかなと思います。

【久保田】 私も、地方のレストランやオーベルジュに行く人がどうして増えているんだろうということが気になって、資料を調べたり、お話を伺ったりしていたんですが、その中でとても印象に残った言葉があります。

「フォンテーヌブロー仙石亭」のホームページでオーナーシェフの斎藤厚男さんがお書きになっていたんですが、「都会ではストレスで鈍った感覚や身体に訴える刺激のある料理が重視される。しかし、郊外に行くと感覚が研ぎ澄まされて、野菜とか優しいものを楽しめる身体になる」と。



とても感覚的ではありますが、同時にとても科学的というか、人に起こる変化というのをすごくよく表しているのではないかなと思いました。この方は帝国ホテルでのシェフを経て、山中湖や箱根でオーベルジュをやっていたらっしゃるんですね。改めて、地方のレストランやオーベルジュというのはすごく奥が深く、広がりのある世界だなと思ったわけです。

【中道】 僕が経営しているマツカリーナについて言うと、札幌から車で往復して約4時間かかりますが、お客さんにとってここに来ることは、旅行に行く感覚なんじゃないかなと思うんです。

お店に入った時にマッカリーナを感じるんじゃないなくて、行こうと思って町を出た瞬間、あるいは行こうと思った瞬間にそう感じているのかもしれませんが。そして到着するまでに目にする周囲のきれいな風景も、すべてマッカリーナの料理やサービスに反映しているんじゃないかなど。

だから僕は、マッカリーナは単にお店の名前というだけじゃないんじゃないか、その道すがらも全部マッカリーナで、そういう意味では、北海道の持つ力というのも大きいんじゃないかと感じます。

マッカリーナはひとつの夢物語

【久保田】 マッカリーナができた経緯については、『北海道の食彩・マッカリーナ物語』という一冊の本にもなっていて、オープンするまでにはいろいろなドラマがあったようですね。

【中道】 僕は正直、美瑛選果もこんなにうまくいくとは思いませんでしたけど、マッカリーナについては、最初から人が来ないと思っていました。僕はお店を開けてから3年間一人もお客が来ないという事業計画を立てていたので(笑)、いかに経費を削減するかということと、その間スタッフにどのようなアルバイトをさせるかということしか考えてなかったんです。

マッカリーナは真狩村という村にあり、村営の施設をうちが経営している形です。遊休地を利用した公園計画の一環として建てられ、オーベルジュを造るには4億円くらいかかっています。

今は民活という考え方がありますが、当時はそんな考え方は全然なく、税金をそんな風に使っていいのかという批判もあって、結構たかれました。僕と真狩村の村長と助役と係長とは、条例や法律のすき間をぬってぬって、ぬいまくった感じです。ですから、立ち上げの頃の思い出はたくさんあります。マッカリーナが公的な施設としてできたのは、稀なことだったと思います。

真狩村は人口2千数百人の村で、鉄道がない、国道がないなど「三ない村」と言われてた場所でした。でも、風景がきれいで野菜が豊富で湧き水もあって、環境はすごくいい。コックにとっては夢みたいな場所だから、僕はすごくここで店をやりたいと思ったけど、お客さんが来るとは到底考えられなかったんですね。だから3年間誰も来ないと考えた方が、精神衛生上いいんじゃないかと思ったんです。とにかく最初に夢を持ったことを3年間は貫くんだと。その間をどうやって我慢するか、考えてなかったんです。

ところが、オープンしてその日の昼間、店から少し離れた駐車場からお客さんがどんどん店の方に歩いてくるのが見えたんですね。その時はもう心臓がバクバクしました。自分個人としては、こういう場所でゆっくり食事して時間を過ごせたら気持ちいいだろうなと思ってましたが、まさか、お金を出してわざわざ何時間もかけて来てくれるとは正直思いませんでした。ほんとにお客さんって侮れないなと思いました。

もともと僕は事業計画なんて立てたことはいませんが、その時思ったのは、極論すれば事業計画なんて要らないんだと。それより、お客さ



んがいかにかそこで有意義な時間を過ごせて感動してもらうかを一生懸命考えて、結果としてまた来てもらえれば店は続いていくわけで、それが事業計画じゃないかと今も思っています。

こうして振り返ると、マッカリーナというのはひとつの夢物語だなあと思います。店の立ち上げに携わってくれたのも、そうそうたる人たちでした。アートディレクションを担当した方が、もう亡くなりましたが、田中一光というデザイン界の大御所で、建物の設計は内藤廣という東大教授、コーディネートをしたのが『料理通信』の編集長だった齋藤壽さんと、素晴らしいメンバーで店を作ることができました。

それもきっかけは、たまたま僕の店でこのメンバーでごはんを食べてる時に、僕が「こんなことを今度真狩村でやるんだよ」と軽く話したことで、そこからどんどん話が勝手に転がっていきまして。ましてや、サミットでファーストレディーの昼食会が開かれることになるなんて夢にも思わなかったです。こういうことってあるんだなあ、と。

そういう意味では、自分がついてるなと思いますし、すごく嬉しいことです。でも、それは僕が北海道に住んでるからこそ実現したことじゃないかな、とも思っています。

サミットで気づいた誠実な日々の積み重ね

【久保田】 今お話があったように、マッカリーナではサミットに参加された各国首脳の方のファーストレディーの昼食会が開かれましたが、その時のエピソードを、差し支えない範囲で教えてくださいいただけますか。

【中道】 マッカリーナで昼食会をやることは、かなり早いうちに決まっていました。店の橋本マネジャーと菅谷シェフがどうするか聞いてきたので、僕は「誰が来ても一緒だ。いつものマッカリーナでやろう」と言ったんです。それは、おごって言ってるわけじゃなくて、今まで積み重ねてきたことが認められて選ばれたんだから、いつも通りにやるのが一番いいと思ったからです。料理もできるだけシンプルにしようと言いました。

ただ、実際にその日が近づくといろいろな人が出てきて、前日には普段の雰囲気とは全然違う、僕からすればお店に合わないお花が活けられました。僕は橋本マネジャーに「どうする？うちに合わないお花をいって言うべきか？」と聞いたら、彼は「いや、いつものマッカリーナを守るべきだ」と。それで当日の朝から相当揉めたりもしましたが、僕らは普段通りのマッカリーナでやれるよう、最大限の努力はしました。

昼食が終わった後はファーストレディーたちとみんなで記念写真を撮って、「なんだ、普通のお客さんと変わらないなあ」って感じで（笑）。最後はスタッフみんなで恒例の三三七拍子をしてシャンパンで乾杯しました。橋本マネジャーに挨拶をするよう言ったら、何も言えずぼろぼろ泣き出して、全員で泣きました。そういう特別な機会でも、いつものマッカリーナで普段通りの仕事を泣けるくらい誠実にやれたんだな、サミットの昼食会をやってよかったなと思いました。

何がよかったかと言うと、お客さんに対する誠実さとか、よりシンプルにしようという、自分たちがいつも大事にしている考え方でいいんだってことが、来ていただいた奥様方の反応を通じて、働いている人たちにしっかり伝わったからです。やっぱり仕事って毎日の積み重ねで、当たり前のことをちゃんとやるのが大事なんだと確認できたという意味でも、いい機会だったなと思います。

オーベルジュ オー・ミラドー 勝又シェフ

- オーベルジュの精神とは、
 - 失わない自分の生き方を貫くこと
 - 時代を先に提案していくこと
 - 夢をカタチにすればどんなところでもお客さんは来る。しかしリサーチしたらオーベルジュはやれない



主役は変わり、人も場も成長する

【中道】 僕はオーベルジュとかレストランで、いい仕事を長くやっていきたいと思っていて、そういう意味でオーベルジュ オー・ミラドーのオーナーシェフの勝又登さんは目標としてきた人です。

勝又さんが箱根でオー・ミラドーを開いた時は、ものすごくうれしかったですね。もちろん、すぐに勉強しに泊まりにいきましたし、食事もさせてもらいました。フランス料理という技術を利用して、こんなに時代感覚をとらえた料理ができて、

フランスとかヨーロッパの食を正しくお客さんに伝えて評価を得ているなんて、すごいなど。

僕自身はそんなに技術の高いことはやってなくて、はっきり言って人の良さで頑張ってるみたいなどころがあります(笑)。でも、北海道という地域性の持つ、ぬけぬけとしたおおらかさみたいなのを利用して、そういう環境の中で、自分たちが何ができると考えています。

【久保田】 今ずっとお話を聞いていて、やっぱりお料理を食べにいくだけじゃないんだなど。お皿をめぐる物語、そして中道さんご自身が料理に込めた想いを感じ取りにいく、それがオーベルジュ マッカリーナを訪ねる人の気持ちかなと思いました。

【中道】 いや、それは違うんです。

【久保田】 違うんですか？

【中道】 大事なのは、主役はどんどん移るってことで、そこを勘違いしちゃいけないと思います。マッカリーナを立ち上げた時、最初の計画段階は膨大なエネルギーが要るので、情熱で引っ張っていった僕は、確かにある意味で主役だったと思います。

ところが店が動き出すと、今度はそこに従事している人が主役になるんですね。それはマッカリーナで言えば、主役は菅谷シェフと橋本マネジャーなんです。菅谷シェフは今、畑を作って自分で野菜を育て、最近は猟銃の免許を取って、鹿撃ちなんかもしています。それは全部彼が自分で考えてやっていることで、僕はマッカリーナのメニューとか料理には一切口を出しません。菅谷シェフがやりたいことをやればいいんで、僕は食べさせてもらってるって感じです。

そして菅谷シェフからまた次のシェフに主役が移るかもしれない。それでいいんです。そうやって主役が移っても、マッカリーナが燦然と輝けばいいんで、僕らはみなスタッフの一人ではない。ところが世の中はずうっと同じ人を主役にして、焦点を当て続けるじゃないですか。僕はその周囲の層を厚くしたいんです。そういう意味ではチーム制という考え方が大事だと思っていて、だから長く続けられてるんじゃないかなと。

だってそう思いませんか？ 1人のシェフばかり注目されて、じゃあその周りにいる人はどうなのって。僕は、いつも同じ人ばかりじゃなく、その横にいる人にだんだん光が当たっていくようじゃないとダメだと思います。

チーム制という意味では、農家との関係も同じです。例えばコックさんが畑に行くと、野菜を取ってくるのもいいけど、それで終わるんじゃなくて、自分がいいと思ったら農家に伝えて、農家の人と協力してより良いものを作れるようにならないと、次のステップに行かないと思うんです。

夢は、皆で支えあう共同体

【中道】 僕ら料理人というのは、もともと殿様の賄いとして生活をしていたという歴史があります。その後、時代が変わり、生活を守るために世の中に出て、料理人という職業ができたんですね。

僕は24歳くらいの時、フランスに滞在していたんですが、ブリュッセルの王様広場という広場の周りにギルドの職人さんの家が立っているのを見まして、ああ、昔の王様は職人を大事にしてたんだなと。その職人たちは自分たちで内部規定を決めてお互いに技術や気構えを高め、いいものを作ろうとしていたんじゃないかと思うんですね。僕は、将来そういうギルドみたいな、料理人軍団を作りたいなと思いました。

その後帰国して、前に勤めていたホテルに戻り、通算10年いました。フランス帰りということでもいい待遇を受け、取材もされたりしたんですが、こんなに褒められていいのかと思っていました。こういう環境じゃダメだなと思い、自分で店をやろうと思ったんですね。

よく、シェフがレストランを出すのが夢と言いますが、僕の場合はそんなじゃないんです。僕は、店に寝泊まりしてでもずっと働きたいというのが夢で、そのためには自分の場所を作るしかないと思い、それで、25年前に札幌に「モリエール」という店を作りました。

その時、ホテルで一緒に働いていた人が僕のところに来てくれて、以来、長い人は20年以上、15年以上働いている人は10人くらいいます。とはいえ、居心地がいいとかじゃなくて、やめるタイミングを失った、気のいいやつばかりが残っているわけですが、僕はギルドみたいな共同体を会社の中で作れないかとずっと思っています。

僕は会社を経営してお店を数軒やっていますが、お店を出すことは夢ではなくて、手段なんですね。料理人は自分の頭の中で考えたことを実現したいわけで、その手段としていろいろなお店をやっているというところがあります。

そういうことが、一緒に働いている者同士、暗黙のうちに分かるというのも共同体として大事なことだと思います。僕は社内では会議もしないんですが、それでもみんな長くいてくれて、マッカリーナを始めた時も、最初の1年くらいはほとんど休まないでやってくれました。

農家と僕らの関係もそうですが、お互いに支え合うということが大事だと思います。農家との関係だったら、相手の経済的な状況も多少理解して、僕らは素材を買う側として、野菜を作る側をどう支えるか。料理人だったら、どう経営者が支えてくれ、お客さんに支えてもらい、自分はそれに対して何ができるか。少しずつそういう風な考え方になっていけば、いろいろ変わるんじゃないかな、そういう理論ってないかなと思ってんですけど。

やっぱり料理人は、この仕事が好きで生きがいとしてますから、気持ちよく仕事できる環境をどう作っていくかというのは、すごく大事だと思っています。

大事なのは自分の「料理観」

【小林】 中道さんは自分の会社のシェフだけではなく、北海道全体の料理人のレベルを上げてネットワークを作りたいという夢をお持ちだそうですね。

【中道】 でも、うまくいかないですね。僕は以前、マッカリーナを「シェフ道場」って呼んでたん

です。ここの調理場が15人くらい座れる階段教室みたいになってるんですね。最初はお客さんが来ないだろうから、そういう時にできるのは、料理人の質を上げることじゃないかと思ったわけです。

それで、僕自身も含めて札幌や北海道のシェフみんな勉強しようということで、3つ星シェフが来日して東京に来た時、「ついでに北海道に遊びに来ない？」って誘って何人か呼んで、その調理場で勉強会をしました。

そこで分かったことは、ただ作り方を見て勉強してるだけじゃ駄目だということです。自分なりの料理観とか料理のとらえ方を、自分から進んで身に付けようという、そこまでの意識がないと、こういう勉強会をやっても駄目だなと僕は思ったんですね。

そこで料理教室はやめて、その後にやったのが座談会です。狭い部屋に座布団を敷いていっぱい人を入れて、おにぎりなんかを用意して。僕が尊敬している志摩観光ホテル総料理長だった高橋忠之さんには何回も来てもらったんですが、顔と顔がくつつくくらいの所で、20代も50代もみんな一緒に座って話をする場を作ったんです。

座談会をやった一番の目的は、高橋さんの話を聞くことを通じて、今の自分の考え方がどんなレベルにあるのかを知ってほしかったんですね。できなかつたらできなくていいし、知らなかつたら知らなくていいんです。自分が「できない」とか「知らない」こと、自分の立ち位置を知り、もっと頑張るにはどうしたらいいか考える機会になればと。

この座談会もあまりうまくはいかなかったんですけど、高橋さんからは何度もお礼状をもらい、褒めていただきました。

【小林】 今、中道さんは、今回のシンポジウムの大切なキーワードをおっしゃったと思います。要するに、作り方だけ学んでも、その根底にしっかりと料理観がなければレベルが上がらないということです。

これはすごく大事で、今回オーベルジュというテーマを設定したのも、シェフやオーナーの持っている料理観に反応する人たちが増えていて、それがその地域やレストランの魅力につながっていくという現象が起きているからです。

これは観光の世界にも共通することで、自分が観光についてこう考え、提案したいという、いわば「観光観」が求められている時代ではないかと。テクニックでお客さんをお呼びよせようとか、喜ばそうとしてもダメなんですね。そういう意味で、今の中道さんのお話はとても重要なポイントだと思います。

行政もシェフも個々の役割を果たせばチームになる

【久保田】 中道さんは札幌市のモエレ沼公園の中にあるレストランを運営なさっており、マツカリーナも真狩村の施設ですよ。道庁の食文化振興に携わるなど、いろんな形で行政の方と関わる機会も多いと思いますが、どんな風にお付き合いなさっているのでしょうか。

【中道】 モエレ沼公園は彫刻家イサム・ノグチの設計によりできた公園です。イサム・ノグチはこの場所に17~18年前に訪れたんですが、この公園計画をぜひ自分にやらせてほしいと言い、それから1年くらいの間に基本計画が全部できました。でも、計画ができてすぐイサム・ノグチが亡くなったんですね。図面だけが残されて、札幌市がその通り造るという形になりました。



公園の真ん中にガラスのピラミッドみたいな建物があります。図面でこの中にレストランと書いてあったので、レストランを造らざるを得なくなり、なぜか僕にアドバイザーになってくれと頼まれてました。

で、レストランの入る予定の場所に行ってみたら、何だか防空壕みたいで暗かったんですね。最初は気が進まなかったんですが、話をしているうちに、中を改装してもいいということになり、半年かけて明るい空間に造り替えまして。暖炉があって、カッシーナの家具を入れたしゃれたレストランを札幌市が造り、うちが運営することに

なりました。

レストランの名前は「L'enfant qui reve (ランファン・キ・レーヴ)」、フランス語で「夢見る子供」という意味です。うちのレストランは語呂合わせが多くて、モリエールは店から森が見えるからだし、マッカリーナは「真狩いいな」ですから、そういう意味ではこの名前はうちの店らしくないんですけど。イサム・ノグチの「芸術は子供の役に立つためにある」という考え方を参考に、マッカリーナを立ち上げる時もお世話になった料理通信の齋藤編集長が名付け、お店のロゴは田中一光先生の事務所で作っていただきました。

それで、お店がオープンしてから3日間は昼も夜もたくさん人が来ました。4日目は昼間はたくさん人が来たのに、夜になったら急にパタッと人が来なくなって。どうしたんだ!?! と外を見たら全然お客がいない。そうしたら、マネジャーが「公園が閉まってて、鍵がかかってます」と(笑)。うちのレストランは夜の9時ころまでやっていたのに、公園は夕方5時ころで閉まってたんですね。

すぐ札幌市の担当を呼ぶと、「すみません、公園条例というのがあって、夜は閉まります」と。で、僕はすぐにお店を閉め、玄関先に「当局の都合によりお店を閉めます」と書いた紙を張ったんです。本当に閉めると思っていなかったらしく、札幌市の人が謝りに飛んできました。市の条例の「市長が特例として認める場合は変更可能」という一文に赤線引いて持ってきて、「中道さん、これを使いますから」と。

そういうわけで、オープンして5年くらいたちますが、モエレ沼公園については公園条例を多少変えて、今はレストランにお客さんがいる限りは開いています。全国的にかなり珍しいらしいです。市の担当者も悪い人じゃないんですが、お客さんにどう喜んでもらうかという考えが欠如していたということだと思います。

【久保田】 やはり行政と現場の間には大きな溝があるということでしょうか。

【中道】 それはありますね。一番よく分かったことは、僕らには実務者としての役目があるし、行政には行政の役目があるということです。僕はモエレ沼公園でレストランを始める時、役所やその関連のいろんな人向けに試食会を開き、何回も料理を食べてもらいました。

その時は行政の人たちに分かってもらおうと思ってやったんですが、今考えると失敗だったと思っています。料理については実務者の僕らが責任を持って正しいことをやればいいわけ

で、同じように行政の人は自分の立場でやるべき正しいことをやればよいと。その溝を埋めようと思ってやる手っ取り早い方法が料理の試食会なんですけど、果たして何の意味があるのかと。そんな風に形だけでやるより、もっと本当にお互いを知ることが大事だなと思いました。

行政と僕らは一緒にチームではやるけど、義務や権利をすり合わせて、それぞれの役目を果たすということです。料理なら料理はあなたに任せる、とフィフティフィフティでやっていく方がうまくいくんじゃないかなと。

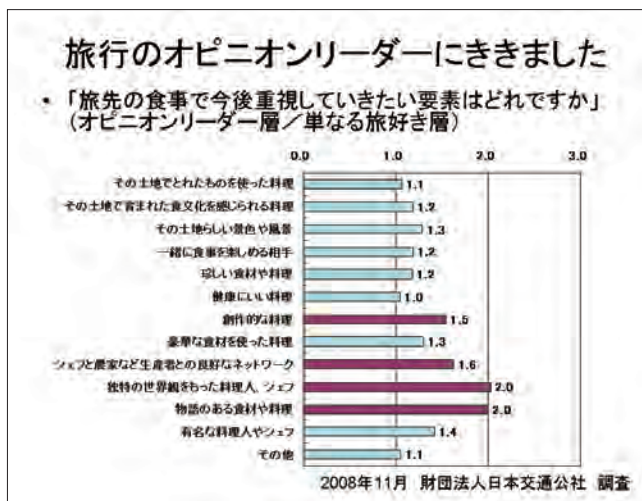
北海道庁に道民会議という会議があって僕も手伝ったんですが、そこではすぐ合意を得られました。今まではお互いを知らないから、例えば行政の人はコックのことを神がかりのように思っています。何でも作れると思っていて、「こういう素材で何か作ってよ」なんて簡単に言いますが、そんなことをできる料理人なんていません。

逆に言えば、僕らも行政は何でもできるみたいに思ってるけど、本当はそうじゃない。それぞれの役割をお互いに分かった上で、要求すべきところはしていくようにしなくちゃいけない。それは今回僕がすごく学んだことです。

食材やシェフの「物語性」「世界観」を求めて

【久保田】 ここで(財)日本交通公社で行った、旅行のオピニオンリーダーを対象にした調査をご紹介します。オピニオンリーダーとは、旅行に年間4回以上行き、周囲の人に対して情報発信力がある人を抽出して私たちでそう名付けたものですが、そのオピニオンリーダーが、旅先の食事で重視したい要素とは何かということを調べました。

上位を占めたのはやはり「その土地で取れたもの」や「その土地で育まれた食文化を感じられる料理」など、地産地消的なものです。しかし、その一方で私が驚いたのは、まさに今日のお話にも当てはまると思うんですが、「シェフと農家の方が強力なネットワークを持っていること」、「物語のある食材」、「世界観を持ったシェフ」といった選択肢を選んだオピニオンリーダーが多く、単に旅が好きな層に比べ、反応が大きかったことです。お客さんの側も、その土地や食材、シェフなどの物語性や世界観といった要素に敏感になってきていることが分かりました。



中道さんのお話にも登場したオー・ミラドのオーナーシェフである勝又さんに、私もお話を伺いました。勝又さんは箱根に日本で初めてのオーベルジュを作られ、2007年には日本オーベルジュ協会という協会を設立されています。

勝又さんにオーベルジュって何でしょうとお聞きしたところ、「型にはまらないこと」という答えが返ってきました。非常に印象的だったのが「夢を形にすれば、どんな所でもお客さんは来る。でもリサーチしたらオーベルジュはやれない」という言葉です。

オーベルジュをやるには、何室以上でこういう

料理を出すといったことではなく、まさにどういう生き方をしているかが大切ということで、今日の中道さんのお話を伺っていて、非常に共通点を感じました。

そういう志や想いに敏感に反応し、地方のレストラン、地方のオーベルジュを訪れて、それらを直接感じたいという人たちが着実に増えているんだろうと思います。

口から広がる情景を感じる

【久保田】では、続いて「ザ・ウィンザーホテル洞爺リゾート&スパ」にレストランを出店したミシェル・プラスと、彼のスペシャリティーである「ガルグイユー」という料理について、中道さんにお聞きしたいと思います。

ミシェル・プラスはフランスの3つ星シェフで、彼のレストランはパリから600キロも離れた過

疎の村にあるんですが、10年連続で3つ星を獲得していて、世界中から人が訪れるということです。プラスがフランス以外の場所に出店したのがウィンザーホテルが初めてなんですけど、北海道が選ばれたのは、中道さんの存在が大きかったと伺っています。

【中道】ウィンザーホテルに出店するという話があった時、「まず地元の食材を見ないと応えられない」というのが、ミシェル・プラスの答えでした。彼が2、3度現地を見に来た時に、うちで北海道の食材を全部集めて、彼に見てもらったんです。で、彼が「こういう食材があって、こういう環

境ならやってもいい」ということで話を決めたという形です。

僕は彼に初めて、料理の作り方をまざまざと見せてもらった気がしています。プラスはまずその素材を知るところから始まり、カブひとつでもカブ、茎、葉っぱと全部別々に食べてみるんですね。カブも上の部分と下の部分で分けて食べて、硬いとか、歯触りがあるとか甘いとか、自分の感覚を自分の言葉で全部パソコンに入力します。

料理人としてまず、それぞれの部分の味を知らなきゃいけないと。何月何日、どこで取れたかも全部記録するんです。同じ素材もその時によって変わるからと。僕は、そこから「変わることをこそが正しい」というのを感じ取ったんです。

ガルグイユーは、いろいろな野菜を入れ込み、そういう言葉の要素を集めて1つのお皿にする料理です。一つひとつの野菜の大きさや種類、総量の重さが全部かみ合っていて、ひとつの料理になってるんですが、これは「ざっくり」という言葉が分かる料理人じゃないとだめで、きまじめな料理人には絶対できないと思います。

例えば、皿の中には野菜の若い発芽部分も入ってたりします。それだけを食べたらすごく苦かったりしますが、それひとつを食べておいしいとかおいしくないとか感じるんじゃなく、全体を通して野菜の一生みたいなものを感じ取れる一皿になってるんです。

だから、「ガルグイユーを食べる時は、ガーッと混ぜて食べる」と僕は教えられました。そして

「ガルグイユー」による季節表現

- 「ガルグイユー」はミシェル・プラスが「ライオールの情景」と対話することで生まれた料理
- 春：＜生命感＞若くてカラフルな野菜、なにかカリカリとしたものを組み合わせてメリハリを出す
- 夏：＜躍動感＞生き生きとした
- 秋：＜安定感＞秋が深まるにつれてやわらかな
- 冬：＜充足感＞あたたかな



『美食のテクノロジー』辻芳樹 文藝春秋

目を閉じて口に入れると、情景が見えるだろうと。これはそういう風に“感じる”料理で、知的な計算による合計値がここにある気がします。そういう意味で非常に完成された料理であり、こういう形態は超えられないと思っています。

【小林】 『美食のテクノロジー』という本で辻芳樹さんがガルゲイユーについて、ミシェル・ブラスが自分の村「ライオールの情景」と対話することで生まれた料理と書いています。そして春は生命感、夏は躍動感といったようにそれぞれの季節によって表現するものが違い、それを食べる側も感じ取ると。ここにお互いの感性の共感があると思います。

喜びや感動のために全体で表現する

【久保田】 ブラスは自分の感動が自分の料理になると言っていますね。ブラスの本に、雲の間から見える光や、光の影になった黒い部分を料理でどう表現するか研究していると書かれていて、私はとても驚きました。

【中道】 僕はとてもそんなレベルじゃなくて、そういう考え方だけをちょっと頂いて、北海道で僕らのスタッフで何ができるかを考えたいと思っています。

だから、変な言い方ですけど、僕らがやっているのは“足りない”料理なんだろうと思います。足りないからこそやっていけて、“足りる”料理になると、やっぱり足元をすくわれることになるのかなど。

でも、足りないってことはひとつの力でもあり、自分が住んでる場所で何に秀でるか、どういう長所を見つけるかということでもあると思います。例えば、札幌のモリエールという店は、窓から円山公園が見えるんですが、うちの店では窓ガラスをものすごくよく磨くんです。それは公園の中で食べているような情景が欲しいからなんです。

【小林】 中道さんがお店の窓を磨くことを大事にしていると言われましたが、これはレストランを単にごはんを食べる場所、シェフの腕自慢に終わる場所とせず、お店全体で何を表現し、どういうシーンで食べてもらうかを重視しているということだと思います。

来ていただいた人に、素敵な空間の中でどんな時間を過ごしてもらうのか。喜びや感動を感じ、また明日も頑張ろうという気になって帰ってもらうため、トータルでどんなことを提案していくかということなのですね。今日は、観光についても非常に参考になる大事なお話をさせていただいたと思います。

本日はどうもありがとうございました。

2008年度 財団法人日本交通公社 自主研究

第18回 旅行動向シンポジウム

料理人の世界観が人を呼ぶ時代

～オーベルジュが観光を変える!?～

2009年6月発行

発行：財団法人日本交通公社 観光文化事業部

E-mail：jtbfbbook@jtb.or.jp

ホームページ：http://www.jtb.or.jp/

発行人：新倉 武一

編集人：小林 英俊

企画・編集：久保田 美穂子

許可なく転載・複製することは固くお断りします。

財団法人日本交通公社

