

料理マスタース・関西大会2015
シンポジウム

『新しい料理人像を求めて』

日時：2014年6月14日

場所：YANMAR FLYING-Y BUILDING 12階 プレミアムマルシェカフェ

パネリスト：笹森 通彰 氏 オステリア エノテカ ダ・サスィーノ
オーナーシェフ

山口 尚亨 氏 すし処めくみ 代表・すし職人

犬養 裕美子 氏 レストランジャーナリスト

モデレータ：門上 武司 氏 あまから手帖 編集顧問

門上

料理マスタースブランド認定プロジェクトの第二部としてシンポジウムを開催させていただきます。「新しい料理人像を求めて」ということをテーマとして与えられております。今、料理の世界は非常に目まぐるしく動いていまして、動いているということは、常に社会との関連性の中で料理の世界がどうあるか、それは生産者の方もそうですし、流通の方もそうですし、料理を作る方、また食べる人ということも含めて、社会の状況ともものすごく大きく関わるようになっていく。ただ素材を仕入れてそれを料理することだけではなくて、料理を通じて社会とどういう関連性を持っているか。それが、例えば小さな町でも、都会でも、その地域に、料理人がいることによって、あるいは行動することによって、その町が変わっていくということもある。そういう面では、社会とのつながりが非常に大きくなっています。

「料理マスタース」は、農林水産省が料理人を顕彰する制度です。今お話ししましたようにその料理人の人たちがその地域にいて、第一次生産者と共にどういう活動ができるか、その料理人、その生産者がいるからこそというお互いの関係性をどう発信していくかということも含めてこの「料理マスタース」は始まりました。今年で6回目になります。そんな中で「新しい料理人像」をどういう風に考えていくか。これは都心部と郊外、あるいはもっと言えば地方ということで、もう何年も前から地産地消ということがキーワードになっていますけれども、このキーワードも含めてもう一度考え直してみたいと思います。今日のお二人の料理人は第3回目と第5回目の料理マスタース受賞者でいらっしゃいます。お一人は弘前、お一人は石川県の野々市市というところで独自の世界を作られて、料理人

として活躍されています。犬養さんはレストランジャーナリストとして、日本だけではなく世界の動きの中で、それぞれの地域、それぞれの国で料理の方々と生産者の方々が、どういうことをされているかについて非常に見識も高く、知見もあり、視野も広い方です。今日は、それぞれの立場から色々なお話をしていただきたいと思います。

先ほど司会の方から簡単なご紹介がありましたが、笹森さん、もう少し詳しく自己紹介をお願い致します。

笹森

青森県の弘前市でイタリアンレストランをやっております、笹森です。2003年に店をオープンいたしました。作れるものは何でも自分で作って提供するというのがコンセプトです。そのベースにあるのは、「ご馳走」という自分が非常に大事にしている言葉です。例えば豪華な食材を集めて提供することなど、いろんな形の「ご馳走」があると思うんですけども、自分の場合は地方にいて、近所の畑に生産者の方を訪ねて、いい食材を自分の足でかき集める、汗をかいて作ったものを提供するということをモットーにしております。現在、うちでは野菜はもちろん、ハーブも作っています。2010年にはワイン醸造免許を取得して、ぶどう畑に仕立て、ワインも作り始めています。その他、2014年の春にはチーズ工房を立ち上げ、地元の優良なミルク生産者の方に協力していただき、現在チーズは100%自家製でやっています。

門上

今のお話ですけども、自分のところで料理をするための食材をできれば100%作りたいという勢いで、ワインもチーズも、それから畑もされているという方です。笹森さんの場合はイタリア料理ということで、食材を作れるという立場でおられるのですが、片や山口さんは毎日100キロ走られてお魚を仕入れに行かれる。そこも含めて自己紹介をお願いします。

山口

石川県の野々市市から来ました、すし処めくみの山口です。本日はよろしくお願いします。僕の場合は笹森さんと違って何も作らない、買ってくるだけで皆さんにお魚を提供するのですが、買ってくるだけで提供できるお魚と言いますと、やはり素材自体に力があって、環境が整っていてその食材自体がすごく健康状態がいいものでなければ調理せずに出すというか、そのものの味というのは出せないの、それを求めて毎日片道100キロの道を、雪が降っても雨が降っても買いにいらしています。それがうちの特徴ですし、そこで毎日漁師と話をすることによって、日々の海の環境とか、海底の状態だとか、今年のお魚はどうだということを聞きながら、日々食材と環境、まあそんな大きなものではないんですが、それを考えながらお寿司を作っています。なるべく素材そのままの味を味わっていただ

うというのが、うちの店のコンセプトです。

門上

笹森さんは自分の周りで色々なものを作ろうと、山口さんは素晴らしい食材を探しに行こうとされる。食材と環境という話が出ましたけれども、今は弘前と野々市のことでしたが、犬養さん、日本ではこういう制度ができて、お二人のような料理人を顕彰しようということですが、世界的にもこのような傾向にあるんでしょうか。ご自身のプロフィールも含めてお話をください。

犬養

犬養と申します、よろしくお願いします。そうですね、世界でというと地産地消、その国の素材を使ってその国の料理を作る。最近聞いたことあるかと思うのですが、ノルディック、北欧、それから南米、ブラジルですとかチリですとか、そういったところの今まで美味しいものがあるのかどうかさえ知られていないような国で、非常に食の文化が高まってきています。ワールド 50 ベストレストランという世界中のレストランをランキングしているもので、「noma (ノマ)」というデンマークのレストランがここのところ 1 位を続けていました。今回は実はスペインのレストランが 1 位になり世界 3 位に落ちたのですが。「noma」は、今のお二人のお店があるのと同じように地方、つまり世界でいうと地方にあるレストランだと思うんですね。田舎というと失礼ですが、デンマークは決して世界の中心にある国ではない。そこにある素材も、デンマークの場合はまだ素材自体が発掘されていないこともありますし、自然環境的にも決して恵まれてはおりませんので、そこにあるものが美味しいかどうか、まだこれから判断されるというところなんですね。そこにある素材を使って世界一のレストランになったということは、フランスやイタリアなど食材に恵まれている国からすると非常に驚くべきことだと思うんです。これが今、世界のレストランとしては非常に注目されています。よい素材をうまく活かしているのだけでも、素材の良さだけでもないというところが世界的な流れだと思います。

門上

それは、潮流であると。

犬養

はい。

門上

「noma」ではデンマークの食材だけを使って料理をされているということですね。

犬養

そうですね。99%使うということのようです。

門上

そういう意味では、今のお二人の生き方というか、スタイルとは非常に似通っているのでしょうか。

犬養

そうですね。まずは自分の足元を見て、なければ自分たちで作るところから始まっていますので、お二人の環境と非常に似ているんじゃないかと思います。

門上

今、世界の流れの中で中南米など色々なところが注目されている。今まで注目されていなかったエリアで、食材も含めて新しい動きがでてきている。そういう点では「料理マスターズ」はそういう料理人の方々を発掘して顕彰しようという制度なんですね。

笹森さん、自分たちで色々なものを作ろう、そうあるべきだと考えられたご自身の意志といますか、いわば哲学みたいなところはいつ頃から培われたんですか。

笹森

まず料理人になった時点で、自分は地元到店を開こうということは決めていました。だったら、そこにお客さまを呼ぶにはどうすればいいか。人口を考えると、ある程度単価を高くしないといけない。そうすると弘前だけでは難しい。となると弘前だけではなく、青森県、更に全国からもお客様を呼ぼう、呼ばなきゃいけないということで、どうすればお客さまが来たくなるかを考えました。イタリアでも東京でも修業しましたがけれども、東京で食べられるレベルの料理を出せば、旅行に来たついでに来ていただけることはできるかもしれませんが、わざわざうちの店を目指して来てくれる理由にはなりません。そうすると、東京のような大都市のお客さま、料理人の方が夢をみるような絶対にそこでしか食べられないものを提供しなければいけない。ということで自家菜園の畑あり、生ハムを作り、チーズも作り、ワインも自分で作って提供する。そこまでやっている店は世界的にもまだ少ないと思いますので、誰もやっていないことを目指しています。一瞬注目されるために奇抜なことをやって目立っても、一時はお客様も来てくれるのですが、そんなことは誰でもできることと真似されると淘汰されていきます。自分がやっていることは実は目新しいことは何にもなくて、イタリアでは昔から作られている生ハム、ワイン、チーズをじっくり作っていくということ、これをメインの柱にしてやっています。

門上

料理人を目指した時から地元でやろうと思われたのは、どうしてですか。

笹森

小さい頃からうちに畑がありまして、自家消費用ですけれども祖母が野菜、米を作って、ニワトリも飼っていました。採れたてのトウモロコシとか、アスパラ、枝豆などを小さい頃から食べて「こんなものだな」と普通に思っていましたし、地元の低温殺菌牛乳も当たり前だと思って飲んでいました。いざ、学生になって仙台に行って「あれ、なんかうちは違うようだ」と、早い話が美味しくないぞと、これだけ違いあるんだと感じました。それは東京に行ってもそうでしたし、実は野菜が美味しいと聞いていたイタリアでも同じでした。どこのレストランも少し大きいところは、野菜類を買っているところが多いんですね。ある程度の規模があって、安定して仕入れないといけないところは。そうなるとうまくどこに行っても「わっ、美味しいな」という野菜類、食材には出会えなかったんです。だったら、畑のある地元しか選択肢はないと思ひまして。

門上

なるほど。青森だけでなく、イタリア、東京、仙台でご自分が体験して、これなら自分で作ったほうが自分の料理を体現、実現できるということですね。

笹森

はい、そうですね。

門上

山口さんのお店は金沢からは少し離れていますね。お寿司は東京のものというイメージがありますが、東京や金沢ではなく、今の場所で開業しようと思われたのはどうしてですか。

山口

あの場所にしたのは、勢いです。

門上

勢いですか（笑）。

山口

ええ、何にも知らなかったのです。東京に修業に行って、その空気の排気臭さみたいなもので、3か月で肺炎みたいになりまして。最初はあまりにも空気が汚くて、こんなところにはずっとは居られないと思ったんですが、それから10年いました（笑）。それで、実家が

山中温泉で、親も年をとってききましたので親孝行したいという思いがあって、親孝行は全然してないんですが（笑）、そういう心算で帰ってきました。最初は東京で習った通りにやっていたんですが、最初の 1 年間はお客さんが誰も来なくて。それで、地元のお客さまに合わせて、今から 15 年ぐらい前になりますが、当時金沢の普通のお寿司屋さんがやっているようなやり方でやったんです。そしたら半年ぐらいはお客さんが来てくれたんですけど、一通り来たらまたいなくなっちゃいまして。その時に覚悟を決めたというか、つぶれてもいいから自分が勉強してきたものを全部出そうと思って東京の形でやり始めました。そこから少しずつお客さんが来てくれるようになり、3 年ぐらい経った時に全国誌でぽつんぽつんと紹介してもらえるようになって、遠くからもお客さまが来て下さるようになりました。その頃から「金沢でやっているのにどうして東京のスタイルなの」とか「食材も半分は築地から入れているの」というような意見をいただくようになり、県外からのお客さまで食べ歩きをされている方から色々と教えていただいたりする中で、地方の寿司とはどういうもので、どうあるべきか勉強し、地方の食材を多く使うようになって、使いながら段々にお魚に教えていただいたところでしょうか。お魚が上がった時に、例えば平目 1 枚、同じ秋で、同じ場所で、同じ時間に獲れて、同じ時間に絞めているのに、こっちは 1 日で硬くなって、こっちは 1 日経っても硬くならない。そういう不思議なことを魚に教えられて、それが地方の魚にのめりこんでいったきっかけとなりました。それで、地方の魚を使えば使うほどお客さまがきて来てくださるようになって、今の様な能登まで魚を買いにいくスタイルにたどり着きました。意識して今のようになったということではなく、お客さまに育てていただいたと言いますか、どうやって次また来ていただくかという思いで続けている間に、今のようにならされたという感じです。

門上

今お二人に聞きますと、それぞれに違いがあって、でもやっぱり山口さんはどうやってお客さんにきてもらうか、笹森さんも旅のついでではなくて、店を目指して来てもらうにはどうすればいいかということで、食材を作る、食材を求める。初めは江戸風をやっていたけれどもそうではなくて、金沢風でもない、いわゆる「めくみ」さんらしいお料理をされる。

犬養さんは、僕らもそうなんですけれども、それを見つける、そして紹介する、伝えていくという仕事なんですけれども、見極めるのはなかなか難しいことですよね。地方だからいいということではなくて。

犬養

そうですね、このお二人のように、きちんとご自分の中に哲学を持っている方、個性のある方ですね。ただ変わり者というだけではないと思うんですが、ちょっと半分変わり者だということもあるんですけれども（笑）。何をもってして地方から訴えたいのか、単にお客

さまを呼びたいということではなく、自分がやっていく生業、生きていく上で自分の仕事を全うさせるということと、もう一つは社会にも貢献できるようなこと。この後でお二人はものすごく熱く語って下さると思うんですけども、やはり食を通じて色々なことを訴えかけていく。それが環境問題であったり、食文化そのものであったりするんですけども、それがあのかないかというのは一番大きな問題だと思います。やはり、地方で光っているお店というのは、その部分を持っているからこそ都会からわざわざ行く価値がある。美味しいということはもちろん大事ですけども、その人たちの哲学がその場所にあるということ、それを私たちは最初に見ると思います。

門上

今、哲学という言葉がありましたけれども、なぜその地でやって、いろんなところからお客さんが来てくれるのか。来てくれるということは、せっかくその地へ行ったから他のところも見てみようか、他のことも体験してみようかということも含めて、その町、地域に何らかの影響を及ぼす存在だと思うんですね。そういう面では、犬養さんが言われたように、社会にどれだけ貢献できるか、なぜそこでやるのかということは非常に大事な時代で、そこをメディアはかなりシビアに見極めているという状況であります。

その地産地消ということですが、笹森さんは自分で作っていらっしゃるものはもちろん「地」でしょうが、お得意の馬肉なんかは生産者と一緒にとということがありますよね。都会の料理人の人たちのエリアって、それこそ日本が地産の「地」だと考えて、いろんなところから食材を集めてきたりするんですけども、笹森さんにとっては、どこら辺までを地産の範囲と考えておられるんですか。

笹森

イタリアだと、カンパニリズモという考え方がありまして、カンパーレというのは教会の鐘のことなんです。村々に教会がありまして、その鐘の音が届く範囲が自分のテリトリーだという考え方です。自分はそれに準じていまして、車で片道 30 分ぐらいまでが地元かなと考えています。私のところから車で 30 分だと白神山地の手前で山の幸がありますし、日本海までも 30 分でギリギリ行けます。その範囲で、山の幸、海の幸、平地の畑の幸も全て揃うので、自分のところでは大体そのぐらいの距離のものを「地産」と言っています。

門上

山口さんは、もうちょっと広いですね（笑）。

山口

僕のテリトリーは、能登、長尾から福井県の敦賀までが縄張りです。片道 120～130 キロメートルですね。買ってきてそのままですから仕込みの時間も少ないので、ギリギリまでエネルギー

のある食材を探しています。シンプルにただ出すだけで美味しいっていうものを探すのに、仕込みされるのと同じ分の時間をかけられることが強みで、それでお客さまにここまで来てもらっています。僕の中では、北陸、富山、魚津ぐらいから、今は敦賀なんですけれども、小浜まで縄張りにしようかなと思っているんです。まあ、隣なんですけれどもそのちょっと隣が難しくてですね。その辺りが僕の「地」ですね。

門上

笹森さんの場合はご自分でつくられるんですけれども、山口さんの場合は反対に縄張りを増やさないといけませんね。お魚は養殖を全部使われるわけじゃなくて、基本は天然のものですよね。そうすると漁獲量にばらつきがありますが、その辺はどういう風にお考えなんですか。

山口

そうですね、やはり常に2〜3日先の天気、波の高さ、風の強さを予測しながら、それと魚の熟成具合と合わせて、この魚はいつまでもって、これは今日使わなきゃいけないということを考えながら、毎日魚を仕入れています。天気の状態をうまく読みながらですね。天気のいい日が続くと楽ではあるんですが、ただ、ずーっとよければいいというものでもないんです。定置網の場合はちょっと荒れて波がないと魚が入ってこなかったりするので、好天が続いて波の高さがない日が続けばいいってものでもないんです。ただ、常に2〜3日先、冬だったら4〜5日先を予測しながら運転しています。僕の中の難しいところはそこですね。

門上

魚を扱う数は、年間通してどのくらいですか。

山口

種類ですか。40〜50 くらいですかね。春から始まって秋までいける魚もいれば、1ヶ月しか使えない魚も含めて、それくらいですね。

門上

その中で、年によって獲れる量が違うとか、年々少なくなっているとか、そういうものも結構あるんでしょうか。

山口

はい。全てそうです。増えているものは一つもないです。全部減っています。毎日漁師さんと顔を合わせて「獲れている量が少ない」とか「去年までシャコが5 觔獲れていたのが、

今年一本もとれない」みたいな話がどんどん増えていっています。漁師とは「獲れない」って話しかないですね。

門上

そうすると先ほど話されたように、縄張りを広げようということになるんですね。

山口

それで結局縄張りが増えていってるんです。最初は能登だけ行って、仕入れが 8 時半ぐらいまででした。2 時間ぐらい競りを見ていれば、その日の魚は揃ったんです。それが今は 9 時半とか、そこまで行っても揃わない時もありまして。そこで、自分が行けないところは、福井県に電話してみたり、富山のものを電話して送ってもらったりとかして補助しながら、なるべく自分で見られる範囲でギリギリまで見ながらやっています。

門上

笹森さんは反対にご自分でお作りになっているものと、作ってもらったりするものもあって、生産量が減っているというのはいないですか。反対にワインとかチーズとかは、自分で作られているから、うまく回れば増えていくという方向だと思うんですけども。

笹森

そうですね。基本的に自分でやりますし、あとは生ハムの肉類も、チーズ用のミルクも人が携わって増やせるもので、海みたいに完全に自然任せではありません。今まで牛乳を週に 50 ㍓使っていましたが、来週から 100 ㍓くださいと言ってもそれは当然急には増やせるものではないんですけども、それ以外に関しては全然問題はないですね。

門上

そういう面では、笹森さんと山口さんの場合は違うんですけども、これは料理のジャンルにもよるのでしょうか。山口さんの場合は寿司だけですね。

山口

そうですね。お寿司というと皆さんのイメージで、マグロはマグロ、サバはサバ、イカはイカというようにどこに行っても決まったものがありますので、どうしてもシンプルになります。そこが簡単なようで難しいところですね。どこの店に行ってもイカはイカですから、そのイカの中でどう違いを出すか。それはやっぱり包丁の入れ方だとか、お米とのバランスだとか、お米の味だとか、そういうもので少しずつ変えるしかないですね。

門上

それと笹森さんの場合は、ワインとかチーズとかをお店で使われるということに加えて、販売も可能ですよね。

笹森

まずワインに関しては、まだ生産量が非常に少ないんですよ。本来販売までする通常の醸造免許は、1年間に最低6,000ℓ作らないといけない決まりになっています。6,000ℓというとワインの普通のボトルで8,000本ぐらいですね。ですが、うちは400〜500本しか作れていないんです。それでもワイン造りをしたかったので、弘前市の行政にお願いをして「ワイン特区」というのを取っていただきました。その「ワイン特区」の縛りは、自分の畑で収穫した果物、リンゴでもブドウでもいいんですが、その果物を使って、自分の醸造場で醸造して、自分の経営するレストランもしくは民宿内でのみ提供できるということなので、ワインに関しての販売はまだ不可です。

チーズに関しては、こちらは正規の乳製品製造業の許可を取ったので、現在は店頭だけですぐ販売しています。ただ、本来チーズ作りを始めたのは、店内で作ってお客さまに提供するためだけだったんですね。それを保健所に聞いたら「販売しないのであればいいですよ、他の許可はいらないですよ」ということだったのですが、ワインのことで何年かぶりに保健所に伺ったら、実はチーズもちゃんと許可を取らないとダメでしたと言われました。でしたらちゃんとした製造所を作るのでそれまでの期間待ってくださいとお願いして、チーズは販売までできる通常の製造許可を取っています。

門上

ということは、ワインはまだ特区なので販売はできないということなのですね。

笹森

そうなのです。特区についてはもう一つ緩い縛りの特区がありまして、自分で作ってなくてもいいんですが、弘前市内でできた果物をワインにして販売していいというもので、こちらは最低生産量が2,000Lです。それぐらいできれば販売はできます。去年新しい畑を買ってブドウを植え始めたので、それが3年後にはワインになります。それぐらいになると、ワインも販売までいけるかなと思っています。

門上

笹森さんから特区とか、弘前市、行政とのパイプとかのお話がありました。犬養さんはいろんな地方で実例を見られていると思うのですが、そこはうまく共同作業することが必要でしょうか。

犬養

はい、もちろん共同作業は必要なのですが、笹森さんはいろいろなことをやった上で特区を取られたんですよね。最終的にうまく解決できているよい例だと思います。ただ、例えば山口さんのところのようにお魚を扱っていて、海のこととか環境の問題になった時に、いろいろ感じていらっしゃることもとか、こうした方がいいのにととか、どういう風にしてお魚を流通させたらいいのかとか、そういう話になると、とたんに行政は全くタッチしなくなってしまいうんです。誰に言ったらいいのかわからない、それが有効か無効かもわからない。ただ確実に、先ほど山口さんが言われたように年々減るばかりです。私はめくみさんの「とり貝」が大好きなんですけれども、今年は 2 個しか獲れなかった。それもこの先どうなるという問題ではなく、天然はもう獲れないということです。これは、天然はなくても養殖はあるからいいじゃないかという問題ではなくて、やはり残さなければいけないものは残さないといけないし、そうじゃないと「地産地消」の言葉自体がなくなっていく可能性があります。その土地でとれたものというのは、もちろん養殖でもとれますけれども、その環境の自然体系の中で生まれた天然のものがあってこそその地産地消なんです。今、とり貝が獲れなくなってしまったとお話しましたが、それはまた一つ魅力がなくなってしまうことです。それは、地方の人にとってみれば財産が目減りしていくということで、今は目減りしている状態なんです。いろいろな地方、地域によってそれぞれ持っていていらっしゃる財産が目減りしている中で、行政が何も動かないという状況がずっと続いていくような気がするんです。それには、生産者の方と料理人の方とが一緒になって声をあげて、更にそこから行政を動かしていくということが必要です。本業以外のことに時間を割かなければいけないということが一番大変で、そこが問題でなかなか解決しないからこそ、目減りし続けているのだと思います。

門上

昔は、日本海はとり貝の宝庫と言われていたのですが、今そういう状況に追い込まれているわけですか。

山口

はい、そうですね。一昨日 2 個、今年まとめて獲れたのは 3 回だけ。あとはほとんど全滅です。養殖に関しても 26,000 個養殖して、20,000 個死んでいるという状況です。海がもうとり貝には合わないということだと思うんです。それなのになぜ作るのか、よくわからないんですけれども。育たなくなっている原因としては、山の間伐の問題もありますし、護岸の整備で海草や藻を取り除いて、海の生態系が崩れているということもあります。山からの栄養素を受け止めて、魚が卵を産むような住まいにできる場所がどんどんなくなっています。それに温暖化、PM2.5、そういったものが全て重なって、とり貝が絶滅に近い状態になっていると思います。年々、いい話はほとんど聞かなくなっていて、毎年魚がいなくな

ったという話ばかりです。天然の魚を食べるということは地球をかじっているのと一緒にです。畑ならば養分を撒いて、酸性になった土壌をアルカリ性に戻すというように、ある程度土地を元に戻すことはできます。しかし海の場合は、山と、海草と、潮と、その年の気候が作り上げていくのですが、それを無視した護岸の整備などで、海藻がどんどんなくなっていきます。山では、間伐とか植林とかやっている方がたくさんいらっしゃって、協力もしてもらっているんですが、そこから海に栄養が行くまでには10年、15年かかるんですね。それまでに湾の中に根付いている魚、とり貝、シャコ、赤貝などはほとんどいなくなってしまうんです。僕らは今日のような機会をいただいた時に、少しでも訴えていかなければいけないと思っています。

門上

それに対して具体的に、植林を進める運動などをされているんですか。

山口

はい、シンポジウムなどにはできるだけ参加するようにしています。植林はやってくださる方がたくさんいらっしゃいますが、海草や藻を植え付けてここ2〜3年の海をどうするかということをやっている方はほとんどいらっしゃらないので、それを一生懸命勉強している最中です。大変なことではありますが、魚が少なくなってくれば、結局うちで出す魚も少なくなりますので。

門上

山に対してはいろいろな活動がなされているけれども、海の中を整備しようとか、新しいものを作ろうとかいうことは、まだ研究段階ということですね。

山口

モデルケースとしては東京湾などで、例えば海草みたいに根っこのあるものは植え付けたりしているんですが、藻やコケになると成功例がありません。どういうふうやっていけばいいか、まだ勉強不足でして。もっとスピードを上げていかないと、日本のお寿司はシンプルなお寿司ではなくなってくるかなと思います。

門上

しかし、一人の力ではなかなか難しい、大きなプロジェクトになりますよね。お金もかかるでしょうし。そういう働きかけはされているんですか。

山口

うちの場合はカウンターですので、お客さまにそういう話をしたりします。あんまりくど

くなると、食事なのでよくないですが。

門上

あとは、仲間の料理人の方とか、漁師の方とかにもご協力いただいているんでしょうか。

山口

そうですね。漁師の方に今の海底の状態だとか、漁獲量の状況だとか、漁場の問題を聞いて、それをパソコンで調べたりしながら何が足りないのかを勉強して、カウンターにお客さまとして例えば農業大学の先生など専門家の方がいらした時に相談してみたり、少しずつですが進んではいます。ただ、海の方はそんなに待ってはくれないです。

門上

笹森さんの場合は、特区が取れていたりすると、周りで自分たちも何か作ってみようかという人が増えていたりしているんですか。

笹森

はい。ワインの特区が取れた時に、リンゴ農家の方も特区に入って今年から醸造を始められましたし、チーズに関しては技術が要ることなので、まだ問い合わせの段階ですが、工房見学させてくださいというような反応はあります。

門上

特に青森、弘前というとリンゴのイメージがありますよね。リンゴの加工も増えてきているんですか。

笹森

リンゴは昔から色々やっていますよね。一番いい状態で収穫できると、そのまま生食でいい値段がつきますが、台風がきて落ちたリンゴなどはジュースにしたりします。ジュースにしても価格は安いので、だったらということでシードル工房も出てきています。あれだけリンゴがとれているので、皆さん手を替え、いろいろリンゴの加工品を作られています。リンゴの皮はいったそばとか、リンゴをフリーズドライにしてリンゴ塩にするとかですね。だけど、自分から見ると他の土地から来た人が買いたいかなと、疑問に思うところはあります。余っているからなんとかしようということで加工品にするのはいいんですけども、その方向性が間違っていると、売りづらい、売れづらいものになる。リンゴをみているとそう感じる加工品が多いですね。

門上

今のお話にはすごいポイントがあると思います。地産地消という言葉はすごく崇高な感じがするんですが、いっぱいとれるから、これが名物だから皆さんがほしいかという、これまた別問題ですよ。ひょっとしたら他所にもあるかもしれないし、そこにしかないからそれを目指して人が来るということもあるでしょうし、そういう微妙なところがあります。

犬養さん、地方を回られていると「うちは日本一」という言葉をよく聞きますよね。

犬養

そうですね、地方のものってその場所できたものだから美味しいんだってなんとなく刷り込まれていて、もちろんその土地の方々はこちらが一番ですとおっしゃる。それで、その方々に二番、三番はどちらですか、どこと比べて一番と言えるんですか、その差を教えてくださいって言うと、とたんに「いやーうちは、…」となって。内輪だけの話ですかとなってしまふ（笑）。そんなことではだめです、特徴を教えてくださいという、一生懸命作っていますとか言われるのですが、それはどこも同じですよ。その辺を理解していらっしゃらないんですね。例えば科学的にとか、理論的にとか、土壌がどうであるとか、生産者であればわかることも販売する側にまで徹底されていない。先ほどおっしゃったように「余っちゃったから作っちゃった」みたいなものが、実は本当に美味しかったものを、美味しくもないもののイメージに変えてしまっているということも多々あります。私はそういった名産品が大好きなので、必ずお土産物屋さんを見るんですけども、その中にはどうしても長くもつように化学的な添加物が入っているし、アミノ酸が使われている。本当に美味しいんだったらこれは要らないでしょう、本当に美味しいんだたらいい材料だけに絞った方がいいんじゃないかと思うようなものが、日本中見ているとよくあります。

たくさんできることは決して悪いことではなくて、いいものがたくさん出来たならば、それはそれで値段に還元すればいいことで、たくさんできたから変なものを作ろうというのは止めた方がいいと思います。

門上

そういう意味では加工品は難しいですね。どこと比較しての一番、二番、三番なのか。人間はある種、脳で食べているところがあるので、どういう解説をされるか、どういう理論的な裏付けがあるかということも非常に大事だと思います。

笹森さんの場合は、自分が育った土地で食べて、他所のものでは物足りないから自分で作ったものというように、自分の体を通した経験から出てきている。山口さんの場合は、魚って、先ほども言われたようにイカはイカ、マグロはマグロですよ。やはりお使いになっている魚を、なぜ能登まで買いにいかれているか、遠くまで買いに行かれていることだけでは納得されないお客さまもいらっしゃると思うのですが、その説得の仕方はどうさ

れているんですか。

山口

分かり易くいうと、元気のいい食材を買いに行っているということです。ちょっと難しくいうと、元気というのはエネルギーですが、そのエネルギーというのは酵素で分解されたアミノ酸で、イノシン酸に変化するのですが、それがたっぷり残った状態のものを買うために能登まで行っています。魚は小さければ小さいほどエネルギーが小さいので、ほとんど輸送ができないんですね。そんな小魚とか、甲殻類とかが酸化して、カニの油とか、不飽和脂肪酸が酸化脂質となって、水のミネラルと反応して生臭くなってしまうんです。それを新しい状態で茹でれば、生臭みは出ないですし、新しい魚を元気な状態で買って来て、酵素の分解をスマートに、雑味が広がる前に絞めて寝かす。買いに行く一番の理由は魚のエネルギーがもつ旨味ですね。魚を元気な状態で自分の店に持って来て、それをお客さんに提供するのがうちの持ち味です。例えば 1 日経ったお魚は、生きた魚は電池で動いているわけではないので、輸送の間にエネルギーを消費します。エネルギーを得るために内臓の脂肪を代謝して運動するわけですから、アンモニアとか乳酸が発生して、それで皆さんがいう生臭いとか、泥臭いとかになるわけです。上がったばかりのお魚というのは、そういったことはほとんどないので、その違いを味わっていただきたくて能登まで買いに行くんです。とり貝も昼の入札で夜に出すんですけれども、一日水に入っている間に失われる成分があるんですね。元々とり貝が持っている香りが、みんな水に流れ出ちゃうんです。とり貝の香りを味わってもらうために能登まで行く。来ていただく方をびっくりさせたいんです。それを味わって覚えていただいて、そのあと東京やほかの土地で同じ食材を食べた時にその違いを感じてもらえると、うちの店の魅力を理解していただけます。そうやってお客さんを段々“洗脳”して、お客さんを増やしているんです（笑）。そういう作業を 14 年ぐらい続けてきて、だいぶ“洗脳”が進んで、お蔭さまで電話も結構鳴るようになりました（笑）。

結局、エネルギーのためですね。魚の旨味というのは動かす筋肉の間にある ATP（アデノシン三リン酸）というエネルギーが分解されて、イノシン酸（IMP）に変化するんです。それをある程度早い段階で閉じ込めて、雑味が出るものを取り除いて、熟成の度合いが進んだところでお客さまに提供する。それを都会でやろうと思うとものすごい金額がかかって、難しい作業なんです。その違いを皆さんに味わっていただきたいと思っています。自身の雑味だったり、シャコの雑味だったり、カニの雑味だったりというものは、基本的には古いから生じるものなんです。その違いを味わっていただきたいし、僕自身も臭いものは扱いたくない。それで能登まで行ってるんです。

門上

今みたいなお話をしながら握っておられるんですか。

山口

そうですね、カウンターですので、お客さまの顔色を見ながらですね（笑）。そういうのが嫌な方と好きな方といらっしゃるの。食事が終わった後に 1 時間ぐらい話をする時もあります。そういう方は意外とお医者さんだったりとか、大学の先生だったりとかして、そこでまた僕も知識を深めていく。そうするとまた次の日に、味につながる何かヒントがあるということの繰り返しで、どんどんおかしいところに入り込んでいます（笑）。

門上

今の山口さんのお話は大変興味深かったですが、笹森さんは語らないんですか、お店では。

笹森

自分はかなり口下手ですね。聞かればまあなんとか。あとお酒が入ればもう少し舌が回りますが、通常はしょんぼりしております。

門上

ご自分が作られたということが一つの説得材料ではあると思うんですけども。周りとの取組はいかがですか。野菜も全てご自分のところで作られたものですか。

笹森

シーズンの間はそうですね。ただ冬になると雪で作れないものがたくさんあるので、そういう時は使わせていただいているところもあります。

門上

馬肉はどうされているんですか。去年年末に行かせていただいて、非常に美味しかったんですが。

笹森

馬肉に関しては、弘前で 1 軒だけ生産者がおります。副業でやってくれている方なんですけれども、本業ではないので売るルートがなくて、もし使ってくれるなら 1 頭売りだったら助かるよと言われて、承諾したんですね。一番使いたい部分はヒレとかロースとか柔らかくて美味しいところなんですけれども、他の部分を使わないことで生産者がいなくなるのは困ります。それで自分は毎回 1 頭買いするようにして、そのためにウォークインの冷蔵庫も造りました。そこで熟成させてロースとヒレはお店で T ボーンステーキとして使っています。モモ肉はカルパッチョ、生食ですごく美味しいところなので生食用にしています。肩肉は煮込みに向くんですけども、どうしても量がたまってくるので、加工品にし

て販売しようということで、レトルトのカレーを作りました。うちの看板もあるので、添加物等はいれないで作っています。それでもレトルトは 1 年もつのですごくありがたいですが、添加物を使うものよりコスト面では高くなるんですね。実際のところ店頭販売では 1 箱 1080 円。何様なのっていう値段なんですけれども、食べていただければ納得していただけると思います。ただ、手にとってもらうまでには時間が必要です。たとえば箱に「無添加」とか「〇〇シェフが作りました」とか書いてあっても、その値段ではかなりきついで、自分は大きなコンテストなどに出して賞を取るようにしています。そうすることによって「こんな賞をとったものだったら買ってみるか」と手が伸びるきっかけになります。結果、カレーに関しては『ブルータス』という雑誌の「お取り寄せカレー部門」で準グランプリを取り、なんとかしっかり売れるようになりました。その他、チーズに関しても、うちはチーズ工房を造らざるを得なくなって建物を建てましたし、スタッフも雇いましたので、しっかり売上を上げないといけないんです。味は絶対の自信があったのですが、やはり価格が高くなるので、なかなか難しいと思っていました。それで昨年、JAPAN CHEESE AWARD 2014 というコンクールに 2 品出して、部門別の金賞と銀賞をいただきました。受賞の前に、東京の某百貨店さんから「こういうチーズ作っているんでしたら、味見させてください」と言われて、実際食べてもらったんです。そうすると「味はすごくいいんですけれども、価格がこれでは難しいですね」ということで、扱っていただけませんでした。じゃあ、ということでコンテストに出しました。その後、ちょうど先週の月曜日にフランスのトゥールで開催された国際チーズコンクールにも出品して、部門別でブロンズ賞を取れたんです。

門上

世界のチーズコンクールですね。

笹森

はい。売るにあたっては「いいものが出来ました」で終わっているところが多いですよ。でも、いいものを作って当然ですし、価格が高いんだったらその分の付加価値をいかにつけるかというのがポイントだと思います。それで、大手の食品会社さんはモンドセレクションなどに箔付けのために出品されているんでしょうし、自分はコンテストなどに積極的に出して付加価値を高めています。

門上

今、付加価値ということが出まして、笹森さんのチーズは日本で金賞、世界で銅賞をとられたということで、その百貨店からまた声がかかるかもしれないですね。

笹森

その場合は、逆にお断りします（笑）。

門上

まあ、目利きがなかったということですね。

お二人のお話をうかがっていると、笹森さんは付加価値というかブルータスやコンテストなどの評価を求められる、山口さんは理論武装をされる。犬養さん、こういう方は稀有な方でしょうか、それとも日本各地にいらっしゃるのでしょうか。

犬養

まだまだ珍しい新種ですね（笑）。ただ、世界的にシェフ達が勉強をするというか、科学的な根拠をきちんと示すということを、一つのチームを作ってやるということは非常によく行われていることです。例えばスペインのフェラン・アドリアさん、昔から有名なエル・ブジというレストランであるとか、ロンドンのヘストン・ブルメンタールさんのファット・ダックであるとか。つまり、科学と料理を一緒にしていこう、料理を科学で作ってみたり、それがアートであったりするんですが、そういうところを見習ったところはありません。ただ、個人でそれをやろうとしていらっしゃるのは、やっぱりちょっと変わっていらっしやる。それと、理系の大学を卒業された方がそういうことを始めるとか、科学的なことが得意で始める方はいらっしやると思うんですけども、山口さんはそうではないですよ。

山口

そうですね、だいぶん苦手です。

犬養

だいぶん苦手なんですよ。苦手な感じがよくわかります。そういう方が一生懸命やると、妙な説得力があるなあと思うんです。ただ、料理はやはり科学ですし、その点をよくわかってきているのが今の若い方、料理人も、お客さまもそうだと思いますし、他の方々もなるほどっていう説得力を感じられると思うんですね。ですから一つにはその作戦は当たりだと思います。そして今笹森さんがおっしゃったコンテスト。これはコンテストのやり方もありますよね。ここにいらっしやる方々は、料理マスターズのブランド認定のためのコンテストに応募なさっているもので、間違っていない。ただ間違った方々が、間違ったというか確実にとれるものを狙っていくのであれば、モンドセレクションという選択はありかなと思います。ただ、飲食関係の方々はそれがどういうものかというのはご存知ですから「ああ、それじゃあね」という答えが返ってきてても仕方がないです。まずは料理マスターズに認定されて、それから世界に出ていくということも考えられた方がいいんじゃない

なかと思います。セレクションをセレクトするというのは大事なことだと思います。

門上

そういう面では笹森さんの作戦は正しいということですね。

最後になりますが、山口さん、笹森さん、地方で、自分の土地でやることのメリット、そこでやるべきことについて大事なことを簡単にお話いただきたいと思います。まず山口さんから。

山口

地方でやることの意味ですね。やはり地方でしかできないこと、食材のエネルギーを生かすことですね。それに尽きると思うんです。輸送でなくなってしまう味を出せるのは、地方でしかありません。山のそば、海のそばでやっている意味は、そこだと思います。そこに携わって、漁師の方や生産者の方が集まってくることによって、環境が見えてきましたし、その困っている方々と毎日顔を合わすことによって、どうやって売ってあげたらいいかっていうことが見えてきました。その人たちを助けることが、結局は自分を助けることでもあります。全部自分のためかと言えば、結局は格好いいことではなく自分のためですから。地方でやっていくには、輸送でなくなる食材の力、エネルギーをどう一瞬にして閉じ込めるか。それによって調味料をほとんど使わずに調理できるので、その勉強をいつもしています。それでいつも「おかしい」って方向に行っていると言われるんですよ。

門上

ありがたうございます。では笹森さん、お願いします。

笹森

地方のメリットですね。自分は料理人としては地方のメリットは最大限生かしてやらせてもらっています。地方の料理人というのは、当然地元愛が非常に強くて、地元の生産者も愛しています。なので、自分もいいんですけれども、次は自分を支えてくれた生産者の方への還元もしたいと思います。例えば、加工品を何か作りたいと言われる時には、美味しいものを作ることに限っては料理人が一番だと思いますので、地元の料理人さんとうまく手を組んでやっていかれたらいいのかなと思います。それが成功することによって、地方のコミュニティーもどんどん豊かになっていくと思いますし、それが地方の強みかなと思います。

笹森

ありがとうございました。料理人のお二人が中心になって、その町、地域で働く。犬養さん、違う形のチームづくりというか、もう少し緩やかなチームを作っていくことが大事か

と思いますがいかがでしょうか。

犬養

そうですね、お互いに顔を見て会話を交わして、そこにある商品、素材を間に話し合っているということが、一番の強みだと思うんです。電話でもなく、メールでもなく、FAX でもない。そこがやっぱり一番の強みです。だからこそ、料理人さんの目が必要であるし、生産者の手が必要なんだと思います。

門上

今日はお二人の、犬養さんの言葉を借りると「料理人の新種」の方ですけれども、お一人の力がその地域に明るい光を当て、それによって新しい波が起きるというお話でした。それを犬養さんにいろいろと検証していただきました。

皆さん、ありがとうございました。