

料理マスターズ・関西大会2014
シンポジウム

『世界の中での和食・和食の国際的な展開』

日時：2014年6月8日

場所：辻調理師専門学校

パネリスト：
柳原 英資 氏 青山学院大学 教授
西川 恵 氏 毎日新聞社客員編集委員
神田 裕行 氏 かんだ 代表料理人
モデレータ：辻 芳樹 氏 辻調理師専門学校 校長

1. 和食の世界への発信ということをどのように考えるか

辻：皆さんこんにちは。本日、モデレータを務めさせていただきます、辻芳樹です。よろしくお願いします。今日のシンポジウムは、「世界の中での和食一和食の国際的展開ー」という、非常に大きく、包括的なテーマを含むタイトルで進行させていただきたいと思います。今日は時間の許す限り、多様さで知られる和食や日本料理に、立場の違う三人の方々と、いろいろな側面から「和食の世界発信」について話し合っていきたいと考えております。

さて、和食や日本料理がこんなにもフィーチャーされるようになったのはいつからでしょうか。例えば日本の絵画などは、1850年ぐらいから既に西洋絵画に影響を及ぼしております。一方、和食の世界発信については、まだ50年にも満たない出来事かもしれません。しかし現在では、昨年末に和食が世界無形文化遺産に登録されたこともあり、行政の政策面でも力を入れる項目となっています。また、先日の産経新聞に掲載されておりましたが、生産技術から流通のノウハウまでの「日本食のインフラ輸出」を官民連携で行い、2022年までに5兆円を目指すと政府は発表しています。さらには、2015年までに海外における日本食レストランの数が5万5千件に達するであろうと言われています。ジェトロが行った「自国の料理以外で好きな料理のジャンルは?」というアンケートでは、日本料理がほとんどの国においてダントツの1位であったと発表されています。このように、日本料理の勢いは留まるところを知りません。

今日は議論のプラットホームを作るために、最初に、聴衆の方々にいくつか質問をしたいと考えております。第一の質問です。「今から15年後に、この日本料理の勢いは止まらずに、農水産物の輸出はどんどん増え、海外の和食店の増加も止まらずに、さらには文化的にも国益的にもメリットがある」と考えていらっしゃる方は手を挙げてください。3分の1ぐらいですね。それでは逆に、「10年後には和食ブームは去っている」とお考えの方はどの程度いらっしゃいますか。一人（笑）。それでは次の質問です。「そもそも、和食の世界発信は日本人にとって、また日本人の幸せに繋がるような重要な事である」と考えていらっしゃる方はどのぐらいいらっしゃいますか。結

構いらっしゃいますね。逆に、あまり意味が無いと思う方はいらっしゃいますか。いないですね。それでは最後の質問です。「そもそも外国人は味覚的に、出汁の味など理解出来ないだろう」と思う方はいらっしゃいますか。ぱらばら、といいますね。逆に、「出汁の味ぐらい分かるだろう、だからこれだけ日本食はブームなんだ」と思う方はいらっしゃいますか。大勢いらっしゃいますね。

いろいろな意見があるとは思いますが、今日は主にこの三つの側面、つまり、文化、技術、外交などの文化交流や政治経済的側面についての考えを、ご登壇いただいた方々にお伺いしたいと思っております。

それではまず、文化、技術面についてお話を伺いたいと思います。辻調グループでは、一般の方を対象にした和食に関する意識調査を実施しました。その中で、日本人にとって、和食とは何か、また、和食を構成する要素の中で最も重要なものは何か、という質問があります。それに対し、日本人の7割が、「季節感」というものを重要なものとして挙げています。他方で、海外で和食が受け入れられている要因は何だと思うかという質問に関しては、8割が「ヘルシー」と回答しました。

私自身はこのアンケートの結果にちょっとした違和感を感じています。つまり、日本人自身は「季節感」という、料理そのものよりもその背景にあるものあるいは精神性を和食の大事な要素だと考えているのに対して、「日本人が思う、海外の人から和食が評価されている理由」としては「ヘルシー」という料理の持つ機能あるいは効果が挙げられています。極端ではありますが、「海外の人は、料理に表現された季節感など本当の和食の良さが分かっていない」と日本人は感じている、というようにも受け取れるのではないかと思います。発信する側はいわば精神性・抽象性のようなものを重要と考えているのに対して、受け手は(実際にはどう受け取っているかわからないけれども)和食の効果・具体性を重視しているのではないかと思っていることには違いがあると思います。神田さんは28年前にパリで5年間、和食のシェフとして活躍されておられて、海外の方の味覚の違いなどを良く理解されていらっしゃると思うのですが、和食を海外発信するにあたって、そのあたりをどうお考えになられますか。

神田：和食は、季節感を表現することが大事なのではなく、季節の旬のものを追いかけた結果、その素材自体にうま味があるために、油脂や塩分を過度に与えることなく成立できたのだと思います。日本人は、春なら芽、夏なら葉、秋には実、冬には根、というように旬を追って食べます。美味しいものにはほんの少しの調味料を使うだけで良いので、大きく味付けをする必要がないということになります。その結果がヘルシーに繋がったというのが、私の料理化学的な視点です。外国の方が、和食=出汁を使ったり醤油を使うもの、というように理解しているのも確かだと思いますが、外国人が評価しているのはうわべの飾り付けの季節感の表現なのではないかという危惧も持っています。

辻：西川先生、いかがですか。

西川：外国の方が和食を好きになるキッカケとして、「ヘルシー」や「安全」は大きいと思います。僕の感覚としては、和食を好きになる先駆けとなった外国の方は、

健康や安全に敏感な人達です。特にアメリカではアーティストや建築家、芸術家、ビジネスマンでも意識の高い人々が和食ブームを先導した。そうした社会のリーダー的な人々が和食を食べるのを見て一般の方々が追いかけた、というのがブームの広まりの背景にあると感じています。またその広まり方も、アメリカがまずリードしヨーロッパに移っていました。また、ヨーロッパにおいても、異国の料理を食べることに抵抗感の無い人と、ある人達がいる。例えば僕がいた90年代のイタリアでは、和食や中華料理に抵抗を持っている方々が多かったです。それに対して、フランス人は異国の料理を食べることに抵抗がない。つまり、和食の広まり方を見ていると、一斉に広まったというよりも、リーダー的な存在から広まって行ったり、異国の文化に寛容な国から広まって行ったり、という流れがあると思います。

辻：神田さんについては、日本料理の定義を後ほどお伺いしたいと思います。西川先生については、文化ヒエラルキーというような観点からもう一度伺いたいと思います。榎原先生はどのようにお考えですか。

榎原：日本は国土の68%は森であり、雨量も非常に多く、また、暖流と寒流が交わり、魚の種類は2万8千種ほどいると言われており、日本ほど食材が豊かな国は無い、と私は思います。そのため、新鮮なものをそのまま食べるという文化があり、その食材の豊かさこそが和食の根底にあるものなのではないかと、私は考えています。

2. 本物の「日本料理」が食べたいなら日本に来い：「和食」は異文化に対する味の親善大使

辻：神田さんにお伺いしたいのですが、海外で和食を展開する際に、和食のフレームワーク、つまり技術的な定義を守ることはどれほど重要な意味を持つのかということです。2つ目の質問として、海外に日本料理を発信する際に、日本食の持つコンテンツや技術のフレームワークなどは守れるのでしょうか。

神田：今、辻先生は最初に和食とおっしゃり、次に日本料理とおっしゃいましたが、僕の中では和食と日本料理は全く違うコンテンツです。

辻：ユネスコの無形文化遺産登録の際も、そもそも和食で登録するのか、それとも日本料理で登録するのか、について長い議論になりましたね。

神田：先ほど榎原先生がおっしゃったように、日本は本当に豊かな資源に恵まれていると思います。それは60%以上の森があり、その森が、根底では火山で構成されています。本土の中心を山脈が連なり、そこからもの凄い数の川が流れ、山のミネラルや腐葉土の植物プランクトンを海に運んでいます。しかも、その植物プランクトンが全部違う種類で構成されています。海では暖流や寒流などさまざまな海流が混じり、それが季節ごとの魚介類を育みます。四季に恵まれ、雨もたくさん降る環境が、お野

菜や果物を素晴らしいものにします。もし、日本料理という定義を僕が一言でさせていただいたら、「日本の食材の素晴らしさを素直に調理したもの」です。また、日本料理には独自の美学があります。例えば、生け花とフラワーアレンジメントが違うように、精神性のある日本人の美学を反映したものが日本料理だと思います。翻つて、今の日本的一般家庭で普段食べられているものが和食だと思います。ご家庭で日本料理を作っている人はいません。お魚をおろしてお刺身を切り、お吸い物を作り、白和えを作っている人など、いないですよね。今日のおかずは餃子で、明日のおかずはカレーで、子供のお弁当はハンバーグというような、日本料理とは離れた食文化が今の日本にはあると思います。しかし、僕はこれが日本の強みであると考えています。例えば、フランスの田舎に住む方が、今晚は餃子にしようかカレーしようか、どのように考えることはできません。彼らは生まれてから死ぬまで、ずっとフランス料理を食べます。今でしたら確かに、パスタやピザを買ってくるぐらいのことはあるかもしれません、少ないでしょうね。中国においても同じで、中国の田舎に住む人がお寿司を作ったりすることはありません。日本人はすごく器用で、なんでも取り入れていきます。「和」という字は「繋げる」とか「合わせる」というような意味合いを持っており、私たちは喋る言葉も英単語を織り交ぜて話します。つまり、和食というものは、そのような日本人独特の「繋げていく感覚」に支えられていると思います。

辻：では、そのような感覚は国内に留められるべきことであり、海外に発信することは難しいと解釈してよろしいですか。

神田：いえ、和食というものはこれから海外にどんどん進出して行くと思います。例えば、お寿司はアメリカで「カリフォルニアロール」になりました。日本人はそれに対し、お寿司にマヨネーズをつけるなんて、と思うかもしれません、一旦その土地の風土にあった文化受容がなされなければ、文化は広がらないと思います。私達が初めて食べたパスタは、ケチャップ味でしたよね。しかし、そこから始まって行ったのです。

辻：そのようなプロセスが必要になる、ということですか。

神田：はい、僕は必要だと思います。

辻：海外の和食業界のほとんどは、現地で食べられた和食が、現地で進化したものだと思います。海外で和食を広めるとなるとそのようなもので十分であり、懐石料理のような文化ヒエラルキーの頂点になるようなものは国内で伝統文化として守るべきであり、出汁の味を理解してもらうための啓蒙作業は不要なのでは、ということに繋がると思います。その点に関して、榎原先生、西川先生、どのようにお考えですか。

榎原：海外においてさまざまな形の和食が生まれている事態に関しては、それはそれで良いと思います。しかし同時に、本物の日本料理のお店が、パリやニューヨークには2店か3店は欲しいですね。

辻：今、世界中、どこの大都市でも、どの層の人でも、インターネットやミシュランガイドを見て、美食をたしなむ文化は根付いていると思います。西川先生もおっしゃっていたように、食事の習慣が社会階級で分かれていた時代とは違い、大都市で本物の日本料理を伝えて行く、啓蒙して行くという活動が、文化ヒエラルキーとして必要であるということでしょうか。

榊原：僕はそう思います。特にアメリカなどでは、富裕層が和食を食べますよね。良い日本料理を、大都市を中心に発信して行くということは大事だと僕は思います。

辻：西川先生はどうお考えですか。

西川：なぜ和食が広まって来たかを考えるとき、あまり知られていませんが海外における日本の大使公邸が果たしてきた役割は非常に大きいと思います。外務省には料理人帯同制度があり、新しく赴任する大使は和食の料理人を海外に連れて行きます。大使公邸の食事会に招かれる人たちは、多くが政治、経済、文化など各界で影響力のある人々です。その彼らが、和食に感動し、それが口伝てに広まって行った。実は、これは60年代後半ごろから水面下では始まっており、80年代あたりに花開いたと考えています。大使公邸で振る舞われている料理は正当なる和食であり、そのような和食の基軸のようなものを発信して行くことはこれからも続けるべき重要なことである、と思っています。

榊原：僕は1971年から75年まで IMF というワシントンD.C. にある国際機関に勤めていました。当時から、大使公邸で開かれる晩餐会は非常に有名で、アメリカ人がこぞって行きたがる催しでした。

辻：その時期は、神田さんがパリにおられた時と同時期だと思うのですが、神田さんはどのような料理を出されていたのですか。懐石料理ですか。

神田：私は大阪で割烹の修行をしていましたので、パリで出していたのは割烹料理です。感覚としては、日本料理の断片というイメージでした。

辻：お惣菜ではなく、懐石料理でもない、この間ぐらいでどうか。

神田：そうですね。いわゆる和食のゾーンですね。

辻：ゾーンの部分について、もう少し深く聞きたいです。

神田：日本料理の本質的なもの、もっと言うならば、榊原先生は世界の各都市に日本料理の良い店が欲しいとおっしゃっていましたが、僕もそれは心情的には賛成です。でも、実は反対です。何故ならば、日本料理は、日本でしか食べられないものにした

いと思うからです。本物の日本料理が食べたいなら日本に来い、と思うんです。

辻：これでもう結論が出たようですが、今日のシンポジウムは終わりにしてもよろしいですかね（笑）。

神田：ただ、和食は、その親善大使になれる、と思っています。まず、和食が世界に広がることが大事だと思います。先ほどのケチャップ味のスパゲティーが喫茶店のナポリタンになって、それを食べた青年がイタリアに渡り、帰って来て、アルデンテというものが広まった訳です。今、東京で食べられるイタリアンレストランのパスタは、悪いですが、イタリアで食べるよりも全然おいしいですよ。日本人はそうやって進化させてきましたが、一回は自分たちの形で受け入れるんです。昔、寿司ポリス、つまり、海外でちゃんとお寿司を出しているかということを見に行きました。僕が店を出していたころのパリの和食屋は100件で、70件は外国人が経営していました。そのうち30件は、酢飯でもなく、白米に刺身を載せて、寿司と名乗っていました。無茶苦茶ですよ。

辻：今でもあまり変わっていないと思いますよ。

神田：例えば、ピザがはじめて日本に来た時も、食パンの上に載せたピザトーストという形態でしたよね。あれには、ナポリの人は嘆いたでしょうね。

辻：その時、ナポリの人は見ていないと思いますが（笑）、少し話を戻してもいいですか。確かにそのような問題は残っています。しかし、この間、ナポリ在住の大手飲食店企業のディレクターの方とお話をすると機会がありまして、ローマの若者は、味覚や世界の料理に対して、かなり柔軟性を持っていると言っていました。つまり、我々が考へているプロセスを越える味覚の広さを持っているということであり、我々の考へる啓蒙作業などは必要ないということです。これは、ローマのみならず各国においても言えることで、若者が様々な異国料理に対して柔軟になっており、それが伝導しているように見えます。しかし、それでも現地で言う和食は、お寿司か豚カツかラーメン、居酒屋料理ぐらいであり、それしか知らないようなのです。そしてそのディレクターの方は、年に一回必ず日本に来て、季節や食材、風土に守られた日本料理を見て、食べ、その伝統の奥行きの深さと技術の高さに驚愕しているそうです。この差異を踏まえながら、世界に発信して行く上で、日本人はどのような戦略を持つべきなのでしょうか。今まで我々は発信してきませんでした。これまででは国家戦略抜きに、現地の日本人のために日本食を展開してきただけでした。そして、それを、海外の方がどう受信するかという部分を気にせずにきた結果が、今の状況であると思います。それでは、これから、どうしていくべきなのかということを考えたいと思います。異国文化の伝承において重要になってくるのは、ある種の味覚の共通言語のようなものだと思います。例えばスペインのセビーチュと南蛮漬けの共通性であったり、テリヤキとイタリアのバルサミコと砂糖を煮詰めたものの共通性であったりです。いくら若者が味覚の柔軟性を持ってても、そのような味覚の共通性がないと広がらないのではないかと思うのですが、神田さん、どう思いますか。

神田：先ほど西川さんがおっしゃったスノビズムによる真似事ということはあると思いますが、それはきっと日本においてもあったことでしょう。例えば、フレンチレストランに連れて行って、フォアグラを食べさせたらかっこいいかな、というようなことです。そのレベルでフレンチレストランにいっている方は多いと思います。それが基礎知識となって行くこともあるうだらうと思います。僕のお店で言うと、外国の方に人気なものは、マグロ、牛肉、エビです。つまり、自分たちが食べたことのある食材が、違う調理法で出て来ることによって、安心感と満足感を得られるのだと思います。それとは逆に、私達が海外に行った際、食べたことも無い魚を出されても、どのように評価すればよいのかも分からぬと思います。ですから、味覚の共通性よりも食材の共通性の方が、今は受け入れられているように僕には思えます。

辻：神田さんのお店は、海外のお客様が半分程いると伺いました。

神田：半分まではいきませんが、4割程度でしょうね。海外と申しましても、大半は、台湾、香港、シンガポールからのお客様です。

辻：味覚的にも距離感が近い方々ですね。

神田：はい。台湾の方々は、私の作るお吸い物をおいしいと言って下さいますし、香港の方もよく理解してくれています。ところが、これがアメリカの方になると難しいですね。南米に行くとほぼ無理です。

辻：どれだけ私達がおいしいと思うものでも、彼らは残されるのですか。

神田：残します

辻：それについて質問されたりしませんか。

神田：最初の頃、よく聞いていたのですが、「これ（お吸い物）、お好きじゃないですか」と伺うと、「え、これ、味ついてるの」と言われました。だから最近、「これはスープです」と、ちゃんと言うようにしています。そもそも、食事中に透明なスープを飲むという習慣があまりないんですね。ポタージュを飲むような習慣は彼らもあるのですが、クリーンなスープを飲む習慣はアジアの人にはしか無い習慣なんです。

辻：改良して欲しい、と言わされたこともあるそうですね。

神田：はい。改良して欲しいというよりも、なんでこんなに味のついていないものを出すのかと叱られたことがあります。

辻：それは直されたんですか。

神田：直しません。例えばアメリカの方が来たら、お肉を出すように、お国柄や文化背景による違いはある程度把握しているつもりですので合わせますが、日本料理において、「椀刺(わんさし)」というものは外してはならない定義だと思っています。そして、その味付けは淡いことが基調になっています。これは日本料理の文化であり美学であるので変えたくない部分です。それを外国の方に分かれというのも、文化の違いなので難しいと思います。

辻：榎原先生はどう思いますか。

榎原：出汁などのうま味に当たる英語がなかったですね。ですから、umamiが英語になりました。

辻：それが、新しい味覚として発見されたとしても、そのうま味を探知できる技法は、西洋と和をどのように融合しても出てこないものなのでしょうか。

榎原：出てこないことはないでしょうが、そのような味に慣れていないということはあるでしょうね。

神田：僕の認識では、うま味というものを定義したのは確かに日本人ですが、そのうま味を作るのは世界中どこでもやってきたことだと思います。

辻：表現の仕方が違うだけだ、と。

神田：そうですね。例えば、アサリのスペゲティのトマトソースのおいしさは、アサリのコハク酸とトマトのグルタミン酸を合わせた相乗効果でもあるわけです。うま味とはコハク酸とグルタミン酸の相乗効果、もしくはイノシン酸とグルタミン酸の相乗効果、というように定義したのは日本人かもしれません、そもそもは誰でもやっていたことだと思っています。

榎原：イノシン酸とグルタミン酸でしたら、例えば、昆布とかつおの出汁ですし、そういうものは海外にいろいろな形で存在していたということですよね。

辻：日本人がうま味というものを定義し、海外に発信し始めただけで、元々海外の料理の根底にもうま味はあったということですね。そのため、うま味=出汁としてしまって、出汁の味をわかってくれというのは難しいですよね。うま味を伝えることと、出汁のささやかさを伝えることは全く別の問題です。ですので、うま味=出汁と言い切ってしまうのはよくないのではないかと思います。

神田：イタリアのトマトソースやスープなどは、明らかにうま味を抽出する技法で作られていますから、うま味は日本独自のものとは言い難いですね。

3. 料理と同時に、日本の料理の総合的な職人技術の素晴らしさも発信して行くべき

辻：次のお話に行きたいのですが、文化的交流についてお伺いしたいと思います。西川先生は「エリゼ宮の食卓」や「饗宴外交」など外交と美食との関係についての本をたくさん書いておられる、国際政治専門のジャーナリストの方です。文化交流面においても、文化ヒエラルキーを意識しながら発信するべきなのでしょうか。

西川：個人的には、そう思います。色々なヒエラルキーを意識しながら発信することが大事だと思います。日本の首相官邸で言うならば、これまでに来日した外国の首脳の食事では事前に3つの選択肢を示していました。和食、西洋料理、和洋折衷料理、の3つの中から選んでもらっていたのです。しかし、この4月から方針を変えて、和食一本にしました。何故、そうしたかと言うと、ユネスコの世界無形文化遺産に登録されたこともあります。またここ4、5年、多くの外国首脳は日本料理を選択しています。そこには、本場の日本に行けば、本当の和食が食べられるという期待感があつたと思います。海外の首脳は、私たちが考えている以上に和食に興味があり、日本に行くからには本場の和食を食べたい、と思っていると感じています。

辻：少し、稚拙な質問になるのですが、その首相官邸における会食で日本料理を出すことの文化的意義とは具体的に何でしょうか。

西川：料理を通じて日本文化を知ってもらえる、ということですね。もう一つ言うならば、これは民主党政権の半ばからですが、日本ワインを意識して出すようにしています。安倍政権になって拍車がかかり、今ではほとんど日本ワインです。今、首相官邸には一人、ワインアドバイザーがおり、日本全国のワイナリーを回っています。首相官邸で出すものだから有名な物が多いだろうと考えていたのですが、メニューを見る限り、全国いろいろなワインを和食と合わせて出しています。日本料理と日本ワインの相乗効果で文化をアピールできますよね。

榎原：20年前だと思うのですが、宮澤喜一さんが大蔵大臣だった頃のことです。フランスの財務大臣が来て、宮澤さんは「フランスワインいかがですか」とワインを出そうとしたら、「せっかく日本に来たのだから日本酒が飲みたい」と言われたそうです（笑）。

西川：今の首相官邸での会食も、乾杯は日本酒です。

辻：全く新しい、別のアンケートがありますが、国内と海外の外食産業の矛盾についてなのですが、辻調グループにはアジアからの留学生が現在200名ほどおり、非常に増えています。その中で、日本料理だけじゃなく、お菓子を学ぶ学生が非常に増えています。入学生はほとんど半々に別れるほどです。しかも、調理師学校に来る留学生の半数は、西洋料理について学びたいという生徒です。メディアからは、ユネスコの無形文化遺産登録の影響で、日本料理を学びたいと来日する留学生が増えてますか、と聞かれます。しかし、実態としては、留学生は増えているのですが、日本料理を学

びたいという学生数にはほとんど変化がありません。アジアからの留学生の4分の3は実は、西洋料理、和菓子、洋菓子を日本に学びに来ています。つまり、私達のデータの意味する所は、留学生に魅力的に見えるのは、日本料理だけでなく、西洋料理や和菓子、洋菓子に関する日本の技術の高さ、職人技術なのではないか、ということです。これから日本料理を発信して行くにあたり、日本料理だけでなく日本の総合的な職人技術や素晴らしい技術も同時に発信して行くべきなのではないかという質問です。いかがでしょうか。

榊原：確かに東京の料理は日本料理のみならず、フランス料理もイタリア料理も超一流ですよね。パティシエの方も非常に有能な方が多くいますよね。日本人の食に限らない職人気質というものは、世界的に認められているものだと思います。日本料理とフランス料理がクロスオーバーしてよりレベルが上がっている気がします。

辻：そういう時代になってきているんでしょうね。神田さんいかがですか。

神田：まさにそうだと思います。日本人は生み出す力はあまりないですが、既存のもののレベルを上げていくことは、非常に得意な民族だと思います。フランスでも、日本人のシェフのお店が非常に注目されています。ミシュランの星付きのお店で日本人が働いていないお店はない、と言われているぐらいです。その日本人の特性、これこそ今日本が誇るべきものなのではないかと僕は思います。
経済的には日本は負けているような部分があるかもしれません、誇れるものがあるとすれば、日本人のまじめさ、誠実さ、文化度の高さだと思います。これをつなげて輸出材料にするならば、日本の未来は明るいと僕は思います。

榊原：僕は東京のコートドールというフランス料理屋によくいくのですが、そこのシェフの斎須さんは、パリのランブロワジーで修行していました。パリのランブロワジーにも行ったことがあるのですが、斎須さんのお店のほうが、それ以上においしいですよ。

神田：基本的に料理を変えない、という頑固さも似ていますよね。

辻：日本料理だけじゃなく、日本が持つ高度な技術力も総合的に発信していくと同時に、日本料理や和食もさまざまな形、カテゴリーで発信していくのではないか、と思います。先ほどの話でも少し若者の話が出ましたが、取材の際に、よく若者の和食離れを示すデータはないかという問い合わせをよく受けます。西川先生の前で言うのは恐縮なのですが、メディアの方々は自分の仮説や予見に合うようなデータを集めることができます。ここでの和食離れは、和食業界離れですね。若い人が和食業界に入ってこない、ということですね。日本においては、飲食業は慢性的な人材不足です。辻調グループからの和食業界への就職は、全体の15%です。この統計は、ここ15年ほどほぼ変わっておりません。若者は常に和食業界に就職しているのです。今の若者には、地方で農業関係の仕事に従事したりしている方が非常に多い。そう考えると、これから日本食業界に携わっていく若者には非常に期待したいと

思います。神田さん、そのような意味で、教育面において、新しい時代の若者たちを育てる際に気を付けていることや、もっとこんな若者もいる、というようなお話はありますか。

神田：和食離れしていることは確かでしょうね。それは和食に携わる人口もそうですし、僕が教えていた実感としても、みんなシェフになりたがりますよね。シェフのほうがモテそうですからね（笑）。板前さんになると厳しそうだし、先輩にいじめられそうだし、というイメージが相変わらずあるのではないかでしょうか。おかげで、日本食業界に就職した若者はライバルも少なく、のびやかに成長していきます。今、イタリア料理業界などはシェフがひしめき合っていて大変ですよ。

辻：昔と比べて、日本食業界における競争原理が少なくなっているというお話だと思うのですが、競争原理が少ない現状と、ライバルに囲まれながら競争していた昔と、どちらのほうが料理人にとって、また料理人のレベルにとって、良いものだと思いますか。

神田：僕はどちらでもない、と思います。私は最初に面接する際に、何年働くつもりかと聞きます。もっと言うと、何年で独立しようと思っているのかということを聞きます。なぜなら、そうしないとしっかり叱ってやれないからです。5年で独立したいのにそのペースでいいのかというように、自分の立てた目標を達成できるように教えています。逆に、昔は合理性がなかったと思います。昔は、茶碗蒸しつくる時に5分たつたら蓋をずらすようにと教えられても、その理由までは教えてもらえませんでした。しかし、今の若者はそれではついてきません。ちゃんと教えればちゃんとやるし、ちゃんと次のステップに行けるのです。いまだに昔のような合理性のない教え方をしているお店は残ってはいると思いますが、そのようなお店は雇用する側もされる側も続かないと思います。ですので、教育に関しては、上の人間がしっかりと合理性を考えあげないといけないと思います。

4. 地方の持っている潜在力を食で引き出して地方を振興、これからは農業こそが成長産業

辻：次は、経済政策について、お伺いしたいと思います。和食はこうである、这样一个フレームワークを広げたり、外してしまったほうが、農林水産物の輸出の拡大につながるのではないか。あるいは、そのことが弊害になってしまふのではないか、という質問なのですが、榎原先生いかがでしょうか。

榎原：私は、和食というものは、きちんと定義しておいたほうがいいと思います。フランスの農事功労賞のように、フレームワークの中で活躍して人に関しては海外で活動していても賞が与えられるように、政府がフレームワークを作るべきだと思います。それは経済的効果も期待できますし、そのようにすべきだと思います。つまり、表彰するという形で、海外の本物の和食を育てていくということをそろそろやるべきでは

ないでしょうか。

辻：現状で言うと、世界各国にある何千件もの和食屋は、外国の方の解釈でとらえられた日本料理であり、日本の食材は醤油などいくつかの加工品しか使っていないというのが現状です。彼らは、ほとんど彼らの地元で手に入るものを使っています。となると、和食という文化発信が進んでも農林水産物の輸出につながらないという問題につながると思うのですが。

榊原：私は、輸出に結びつかなくてもいいと思っています。現地の食材を使うほうがいい場合もたくさんあるでしょう。ただ、和食とはこういうものだというフレームワークはしっかりと作り、どの食材を使うにしろ、このように調理するのが和食であるという部分は明確にしていく政策が必要だと思います。

辻：西川さん、どのように思いますか。

西川：国策としての農水産物輸出は、実は最近までありませんでした。小泉首相がある時、農水産物輸出の現状を調査させたところ、輸出振興予算がほとんどないことが分かった。おいしい果物などの農産物があるのに、何故、農水省は輸出政策に力を入れないと、そこから予算を付け出したのです。そのことを、小泉政権の飯島秘書官が回想録に書いています。今の安倍政権になってから、外国首脳をもてなす首相官邸での会食の最後に、必ず果物が出ます。その時に、その果物を輸入したい時は「ここに連絡を」と、ジェトロの担当者の連絡先が書かれたカードが置かれます。些細なことですが、これも輸出努力の一つです。

辻：これから大いに期待したいと思います。ここで、話題を発信ということから、国内問題にしたいと思います。私自身が非常に危惧していることなのですが、先日、新聞で2040年、たかだか26年後に全国の896の市町村が消滅するという試算結果が載っていました。その中で、消滅可能性が高いと言われていたのが、秋田、新潟、島根、岩手、和歌山、徳島、鹿児島という、東北地方と近畿地方から西のほうに集中しています。日本の伝統や食文化を支える地方都市がこのような状況にあることは、かなりの問題だと思います。これについて、お一人ずつご意見をお伺いしたいと思います。

榊原：フランスなどと比べて、日本は地方に良いレストランが少ないことが問題だと思います。大阪や京都、東京に集中してしまっているという点ですね。地方で活躍している料理マスターズのお店のように、実際に食材が取れるところにあるお店をもっと政府がプッシュすることが必要なのではないかと思います。フランスのように、おいしいご飯を食べるためには地方を訪れるというようにしていく必要があると思います。

辻：クラスター作りというのは非常に重要なのですが、見えにくいものですよね。西川先生、どう思われますか。

西川：食の宝庫であるからこそ地方振興の可能性も秘めていると思います。ですので、外に日本の食を発信していくことも重要ですが、他方で、地方振興のために食材を利用することも重要になってくるのではないかでしょうか。僕はイタリアにいたのですが、イタリアは地方が豊かで、各地方でおいしいものがたくさんあります。地方の持っている潜在力を食で引き出していくことは、これから的地方振興において必ず重要になってくると思います。

榎原：日本人が国内旅行をする際のインセンティブとして一番強いものは、おいしいものが食べたいということだと思います。冬に金沢で蟹を食べたりというようなことを、地方からもっと発信していけば、日本人がそこに行きますよね。

辻：神田さん、いかがですか。

神田：日本は本当に食材の豊かな国で、地方方にそれぞれ豊かな食材があります。それを利用し、地方振興した例はたくさんあります。近いところで言えば、馬路村はゆずポン酢、小豆島はオリーブオイルで脚光を浴びたりしています。その土地に行ってもらわなくとも、その土地の生産物で特色のある加工食品を生み出すなど、その土地の経済が発展できるようにすることが大事だと思います。また、高齢化社会なので、地方に行ける方も少なくなってくると思います。そのため、インターネットなどを利用し、生産物をスムーズに消費者に届けることも一つの手だと思います。あとは、アル・ケッチャーノさんが山形県と手を組み、東京に物産店を出したりしている例に見られるように、レストランと行政が手を組み、地方の魅力を発信していくことも必要になってくると思います。やはり、お店を出すとなると、経済的に安定している東京、京都、大阪にいってしまうんですよね。少々、土地代が高くても、消費人口が多い都市に出した方が経済的なのですね。

辻：私は、これから農業こそが成長産業だと考えています。農業の大規模化と言っていますが、農家優遇措置のような法整備があまり見えません。たとえばフランスの農地政策でしたら、農業委員会のような機関が農地の先買戻し権のようなものを持っていて、農地を意欲ある農家に引き継げるよう努めています。それに対し、日本は守れと言いながらも具体的な政策が聞こえてこない。最後、そのあたりについて、一言お願いします。

榎原：今、農地法の改正が話題になってきています。それは、農地法がネックになって、大企業の農業参入をブロックしてしまっているからです。企業が農業に入って行って、人を雇うような構造にしたほうが良いと思います。僕は、農地法を改正したり、農協、漁協というものの体質を変えて、企業の参入を促進し、第一次産業を活性化することが大事だと思いますし、そのことが、農水産物の輸出などにもつながってくると思います。地方活性化のために農業を変える、そしてそのために、仕組みを変えるということがとても重要であると思います。

辻：最後になりますが、伝統と発信という議題に戻ります。和食というものは時代と

ともに変化しており、これからもどんどん変わっていくと思います。何を残し、継承すべきかということを、お一人ずつお伺しいたいと思います。神田さんからお願いします。

神田：これは僕の人生の大きな指針でもあります、僕は日本料理という確固としたものを体現できる人間になりたいと思います。それは出汁の美しさやお米の美しさなど、日本の美しさをシンプルに表現することです。日本人が誇れる日本料理というものを、これからも大事にしていきたいと思います。そのためにも、和食の発展も期待しています。和食はすごくおおきなカテゴリーであり、世界的に発展し、これから日本人の手から離れていくものかもしれない。それでも、「日本で素晴らしい国だな」と言ってもらえる、一つの要素になるのではないかと思います。

西川：日本が和食を持っているというのは大きな財産だと思います。これからの和食の広がりや発展は、日本という国のイメージをつくる上で非常に重要になると思います。たとえば、辻調グループがタイで、タイ人の日本料理人を養成したり、海外の日本大使公邸で働いていたタイ人の料理人が、アフリカや中東で和食レストランを出しています。これらはタイ人が和食を広めているわけで、素晴らしいことだと思います。同時に、日本は和食という枠組みと軸をしっかりと示していくことで、和食は日本の文化を世界に訴えていくための有力なツールになると思います。

榎原：私は、料理は文化の基本だと思います。和食や寿司というものは世界的に既に認知されているものになっています。ですから、まずは日本人自身が日本文化に誇りをもって、伝統や歴史を守っていこうと思うことが非常に大事だと思います。これだけ、日本文化は世界で認知されているのに、なぜ日本人がこれほど自虐的なのかと思いますね。私は、日本文化の中心には、やはり日本の食があると思います。

辻：ありがとうございました。国内の問題も、海外という視点からとらえなければならぬ時代ですので、国内外問わず、さまざまな議題を設けさせていただきました。本日は本当に、ありがとうございました。