

2011年（平成23年）10月20日（木） 地方行政

木曜連載地域力と地域創造④

料理家を交え、食のワークショップ

「体験型講座」で創造性を培う

金丸弘美

食総合プロデューサー

食のワークショップを開いている。

ワークショップは「体験型講座」と呼ばれる。専門家の指導を受けながら、参加者が実際に体験をして創造性を培い学んでいくというものだ。演劇や音楽などでは一般的で、町づくりなどでもよく行われている。

食の場合は、料理家を交えて、料理作りに参加してもらい、食材の文化的背景から学び、その持ち味を知るために実際に料理を作り食べてみる。料理をした後の味わいなど感想を持ち寄る。素材の使い方や扱い方、さまざまな用途を知るというものである。

そうすれば、加工品を作りたい、ブランド化をしたい、農家レストランを開きたい、特産品を作りたい、空き店舗を店にしたいという場合にも具体的なイメージが湧き、よく分かる。

料理を作ってみれば、どんなものができるか、美

おい味しいかどうか、売れそうかどうか、判断しやすいというものだ。

ために、小さくてもいいから販売してみる。そうすると消費者の反応もすぐ分かる。

豆腐でフレンチフルコース

一番刺激的で実践のヒントとなったのは、洋食料理家の三國清三シェフが作った豆腐でのフレンチフルコースだった。

これは、イタリアのスローフード協会のメンバーが来日することになり、歓迎パーティーを兼ねて料理会をしようと、雑誌「ソトコト」の編集長、小黒一三さんが企画をしたものだった。

そのとき、三國さんから「せっかくだから日本の素材を用いよう」との話があった。そこで提案をしたのが豆腐である。

当時、小泉純一郎首相が「米百俵」を盛んに連呼していた。これは、北越戦争（戊辰戦争の一つ）で敗れた長岡藩が窮乏し、同藩の支藩、三根山藩から百俵の米が贈られたが、その米を食料とせず売却して学校を開設し、将来の人づくりを行ったというエピソードである。

同藩の大参事で政策を断行した小林虎三郎は「百俵の米も、食べばたちまちなくなるが、教育にあてれば明日の一万、百万俵となる」と語ったという（ウイキペディアによる）。

しやれで「向こうが米百俵なら、こちらは豆腐百丁でいきませんか」となり、うまいと言われる豆腐を全国から70種類ほど取り寄せて食べた。味

を比べると全部違う。うまい豆腐とそうでないものがはっきり分かれた。

同じ食材でも違いがあり、食べ比べてみないと個性が分からないということだ。

そもそも大豆の品種自体が2000種類もある。品種によって味は異なる。大方はブレンドして豆腐が作られるが、豆腐店によっても味は違う。豆腐の加工にしても絹、木綿、汲く、み上げといった製法で味わいや食感が違うのである。

つまり、原料の特性と品種、製法によってさまざまな味わいとうまみが生まれ、その個性を活かした料理の提案があれば、それだけでも十分ブランドに仕立てることができる。

上位に選ばれた豆腐には、試食したみんなが一樣に高い評価を与えた。そのうちのベスト5が三國さんのレストランに送られた。

料理会の当日、豆腐は見事にフルコースになっていた。

イタリア人来賓が絶賛

三重県のモクモク手づくりファームの木綿豆腐は、しっかりした固めで、パルメザンチーズをまぶして揚げてあった。

岩手県の昔風の豆腐は、串に刺してキャビアやチーズなどを載せカナッペにしてあった。

うまみの強い長野県の「ナカセンナリ」という単一品種の大豆を使った小野食品の豆腐（埼玉県川越市）には、マグロに合わせてタルタルソースをかけ、ベビーリーフが添えられていた。

秋田県の絹豆腐は、優しく柔らかく、かつうまみがあり、フラン（卵や生クリーム、牛乳などを液状にして蒸したもの）で出てきた。それに豆乳のカプチーノ仕立てがかかっっていて、トリフの香りがする。

沖縄県の固めでしつかりした島豆腐は、クレームブリュレ（カスタードプディングと似たデザート。砂糖をバーナーで焦がし、カaramel状にしたものが表面を覆っている）で登場した。

同県のゆし豆腐（汲み上げ豆腐）は、マンゴーとタピオカが入ったデザートになっていた。

8皿が次々に登場し、それに合わせてタイプの違う日本酒がワイングラスで出された。

イタリア人の来賓が絶賛した。日本の素材を活かし、持ち味を壊さずに、それを多彩な料理で登場させた料理家の創造性が素晴らしいとスピーチした。

豆腐がフレンチのフルコースになる。それも、どれもがおしゃれで見栄えが良く、かつおいしい。豆腐の個性が見事に活かしてあった。豆腐だけでも、きちんと素材の持ち味を把握しているいと組み合わせれば、料理の可能性が広がることを知った。

このとき出された豆腐とマンゴーとタピオカのデザートは商品化されている。三國さんの店で販売され、ヒットしたという。

素人だと、プロの三國さんのように多くの引き出しを持っていないので、さまざまな料理展開を考えるということにはなかなかならない。

豆腐は、しょうゆやかつお節をかけて食べたり、湯豆腐や鍋料理にしたりするものと思われていたが、素材の組み合わせで幾つもの料理に広がる。

米国では健康食として一般化していて、フルーツを入れて食べる。豆腐に塩とオリーブオイルをかければワインにも合う。こういったことは実際にやってみて、食べてみないと分からない。

食のワークシヨップを開けば、どんな料理になるのか一目で分かるし、食べてみれば、その美味しさや特徴が共有できる。それをベースに新しい商品開発のヒントや可能性も生まれる。

ジャムを作るだけでは売れない

地方に行くと、「農産物の加工品を作って売りたい」とか「農家レストランを開きたい」とかいった話がよく出てくる。ワークシヨップを始めたのは、そういうときに料理のアイデアを聞いて、料理の幅が狭いと思う場面に少なからず出会ったからだ。それに、短絡的な発想から生まれた加工品もたくさん目にした。

いちばん多いのが、果実をジャムやジュースにするというケース。リンゴ、ブドウ、ミカン、トマトの生産地に行くと、たいていそういう話になる。

でも、実際にジャムを作るだけでは売れない。さまざまな種類のパンがあり、そこに多彩なジャムがある。そのほかにも果実のシロップ漬けやコンポート、ペーストなどがあり、紅茶やコーヒーやジュースなどもある。こうした特色のある店舗

展開があつて、初めてジャムが売れるという関係なのだ。

もしジャムを作るなら、売り場の形成をどうするかを考えなければならぬ。あるいは売り場を持っている菓子店や、パン屋、ケーキ屋と共同開発をするべきだろう。

しかし、共同開発で材料だけを提供するのは、生産側の取り分は原料費だけで極めて低い。理想は、自分たちが加工して料理して売ることだろう。ただ、短絡的な発想の商品ではなかなか動かない。実際に街で評判のカフェやパン屋をのぞいてみるとよく分かる。

カフェには、果実を使ったケーキやタルト、クッキー、ドライフルーツ、プリン、ジェラート、アイスクリームなどがたくさんある。

パン屋では、さまざまなパンが作られている。その傍らにはジャムが置かれ、一連の流れがつけられている。パンも毎月のように新商品が登場している。

高級スーパーに行くと、ジャムをはじめ瓶詰め
の果実は何種類もあつて、消費者が好みの物を選択できるよ
うになっている。売り場全体を見ると、隣がパンコーナーになつており、さらにオリーブオイルやはちみつ、チーズが置かれたコーナーがあり、紅茶やコーヒー、ミルクなどの飲料コーナーもある。パンを食べるためのシチュエーションと流れが形成されているのが分かる。

ジャムを商品化しても、それを売り出して消費者の手に取らせるには、販売する場に加えて相当

の営業力が必要なのである。例えば、ブドウを加工するとき、実際にワークショップを開くと多彩な商品ができる。

ミカンのワークショップの講師をする加藤晃さん



常陸太田市でワークショップ

実際に茨城県常陸太田市のブドウで試みた。

ブドウ農家、JAの担当者、市役所職員から相談があった。「ブドウでジャムとワインを作ろうと思うかどうか」と言うものだった。メンバーはすべて男性で、筆者とは次のようなやりとりがあ

った。

「ふだんジャムを付けてパンを食べていますか。

ワインを飲んでますか」

「そういわれてみると食べてないな。ワインも

飲んでない」

「食べてもいない、飲んでもいない物を作って

どうします」

「そうだな」

「そもそもこの会議自体、料理をしたことがな

い、ワインやパンやジャムを食べたことがない

男性だけで行っていることがおかしくありませんか」

「それもそうだ」

「農家の奥さんで料理が好きという人、農業に

は興味がないがケーキ作りが好きという娘さん、

空き店舗を使ってカフェを開きたいという女性

グループ、学校の栄養士さん、パン屋さん、ケ

ーキ屋さんはいませんか」

「います」

「だったら、そういう人を集めてください。そこ

でブドウの加工の会をしましょう」

そして、加工をお願いしたのが、櫛澤電機製作

所（横浜市）の澤島光弘さんである。そのときに、

ブドウのソースで応用してほしいというリクエスト

を出した。

同社は、パンや中華の器具を販売している会社。

女性の起業支援も行っていて、地域の有名なケ

ーキ店やパン屋などとパン作りセミナーを開催して

きた実績がある。

澤島さんを通して、幾つかのケーキ店とパン屋

にブドウを使った商品を試作してもらった。する

と、タルトやケーキ、コンポートなど、さまざま

なブドウの商品が生まれた。

澤島さんは、パン作りの指導をしている加藤晃

さん、国産小麦自然発酵種パンの店「ルヴァン」

の甲田幹夫さん、「ラ・テール洋菓子店」の中村

逸平さんを伴って常陸太田市にやってきた。

会場となった調理施設には、女性を中心に40人

近くが集まった。

中村さんは、ブドウソースの作り方やそれを使

ったクレープを披露。加藤さんは、ブドウからで

きた天然酵母で作ったフランスパンをはじめ、幾

つかのパンを紹介。ソースに小豆を合わせた和菓

子なども20種類以上作った。それを実際に食べて

もらう。

参加者の栄養士からは「このブドウソースは、

給食のポークソテーのソースとしても使える」と

提案。天然酵母を譲り受けたパン屋は翌日、早速

パンを作った。空き店舗でカフェを営業している

女性は、チーズケーキにブドウソースをかけて商

品として出した。

つまり、応用するための基礎をしっかり学べば、

さまざまな商品を生み出すことができる。そこか

ら、どういうものに力を入れていくかを決めれば

いいのである。

澤島さんと加藤さんには、兵庫県加西市でもブ

ドウの加工品を40種類近く披露してもらった。



秋津野ガルデンはミカンで商品展開

和歌山県田辺市の「秋津野ガルデン」では、ミカンの皮を甘く煮たフィリング（菓子やパンの詰りもの）でパン菓子を作ってもらった。ミカンの種類によって味が異なる。これだと、そのままパンに塗って食べることもできるし、幅広く活用することもできる。また、ジュースを絞った後の皮を活かせる利点もある。

ほかに、マフィンやパウンドケーキ、蒸しパン、ジュースをベースとしたシュークリームなど

が生まれ、参加した農家レストランの主婦たちが喜んだ。

秋津野ガルデンは、既にレストランや直売所を持っていて、スタッフも育てていたことから、ワークショップの後にミカンを使った菓子作りの体験教室が生まれた。また、ミカンを使ったさまざまな商品展開も始め、ミカンの菓子10種類以上、フィリングを入れたジャム15種類を、さらにケーキ、シュークリーム、ソフトクリームなども実際に販売するようになった。

「時事通信社『地方行政』より」