豊富なデータと最新情報で業界のリーダーをバックアップ

HOTERES

週刊 ホテルレストラン 2011 6|24 ¥1600

特集 保存版「家計調査」に見る
2010年全国主要49都市の消費者像

特別企画 ポジティブドリームパーソンズが
東京・品川に“感動ビジネス”を展開

TOP INTERVIEW カヌチャベイリゾート 代表取締役社長 白石 武博 氏

WEB
ホテル・レストラン業界人のポータルサイト
hoteresweb.com
ホテレスウェブ

Ohta Publications

ホテルグランシェフ“地産地消”特別座談会

担い手を知り、信頼関係を築くことが食の安全・安心の「担保」である

地産地消は多くのホテルがテーマに掲げながら、具現化が難しいキーワードの一つだ。しかし、東日本大震災や大手焼肉チェーンの食中毒事件をきっかけに、食への信頼が揺らぐ昨今、地産地消は安全・安心な食品を手に入れるための、最も効果的な戦略となりうるかもしれない。そんな想いから、神戸市北区で農産物直売所「産直マルシェはっぱや」を運営する伊勢田博志氏が、兵庫県下で地産地消を実践する「ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド」鎌田雅之総料理長、「神戸ポートピアホテル アラン・シャペル」佐々木康二料理長、「ホテルアナガ」中野匡昭総料理長と、全国農協青年組織協議会の会長・大西雅彦氏を招聘。野菜ソムリエであり、自身も農産物販売に携わる山本美穂子氏が進行を務め、それぞれの取り組みと食の安全・安心をテーマに議論が交わされた座談会をレポートする。

取材協力＝ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド

構成　笹間聖子

右から、山本美穂子氏、中野匡昭シェフ、鎌田雅之シェフ、佐々木康二シェフ、大西雅彦氏。座談会では地産地消の実践の難しさや今後の課題などについて、熱い議論が交わされた

●参加者（順不同）

ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド
副総支配人兼グランシェフ **鎌田雅之氏**

神戸ポートピアホテル アラン・シャペル
料理長 **佐々木康二氏**

ホテルアナガ
支配人兼総料理長 **中野匡昭氏**

全国農協青年組織協議会
会長（平成22年度） **大西雅彦氏**

〈進行〉株式会社農産物流通研究所 野菜ソムリエ 山本美穂子氏
〈コーディネート〉株式会社農産物流通研究所 所長 伊勢田博志氏

地域で異なる収穫時期の難しさ

山本　現在、放射能や食中毒の問題などで、国内の食品全体への安全が問われています。そういった状況下で、生産者と直接、または近距離で取引する地産地消というスタイルは今後、非常に大きな意味を持つのではないのでしょうか。本日は、地産地消を実践されているホテルの各料理長の皆さまと、農家を代表して、全国農協青年組織協議会の会長から、率直なご意見をいただければと思います。では早速ですが、皆さまの地産地消への具体的な取り組みを教えてください。

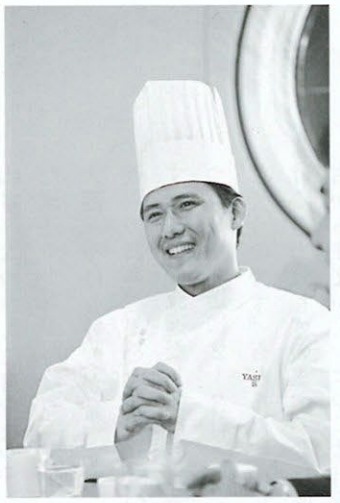
鎌田　私自身は、約20年前から地産地消に取り組んでまいりました。08年に長崎から神戸へ拠点を移し、オープンからグランシェフを務める「ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド」でも、「西洋文化を取り入れながら、地元の食材を使った心あるおもてなし」を実践しております。ただ最初は、長崎と違って兵庫県は南北に広く、県内でも季節によって収穫する素材がずれますので、〝どの季節に、どの地域で、どんな食材がそろうか〟が分かりにくく戸惑うことも多かったですね。農家に飛び込みでお願いして断られたり、必要な野菜の収穫が近隣地域では終わっていたり…。

その対策として当初は、同じ食材でも7～8月は淡路、9～11月は丹波篠山など、1年を5周期に分け、各所から仕入れていたのです。その後、地元の業者や農家をご紹介いただき、効率良く仕入れられるようになりました。

山本　農家や八百屋さんとの取引は、新規参入が難しいですよね。

鎌田　ええ。ですから農家と協力して野菜を販売されている「産直マルシェはっぱや」のように、生産者から消費者へ食材を提案する仕組みがあるのはありがたいですね。また野菜以外にも、牧場経営をされている精肉店や、淡路島の鮮魚店など、食

ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド
副総支配人兼グランシェフ 鎌田雅之氏


神戸ポートピアホテル 調理部 アラン・シャペル
料理長 佐々木康二氏

ホテルアナガ
支配人兼総料理長 中野匡昭氏

材ごとに十数軒と取引があります。毎日品質の高い食材をそろえようと思えば、多くの業者さんとお付き合いしておく必要がありますから。

オーベルジュの原点に立ち戻る

佐々木　「アラン・シャペル」は、2年前に私が料理長に就任したときから、地元の食材を使う取り組みを始めました。それまでは、業者とのお付き合いや、原価が細かく決められていることもあり、決まった業者から仕入れていたのです。

しかし、そもそも「アラン・シャペル」は、リヨンのミヨネーという小さな村で、地元の食材を使ったメニューを作り続けているオーベルジュです。その原点に戻ろうという意味もこめて、新たな一歩を踏み出しました。現在は鎌田シェフ、中野シェフほか皆さまの意見を聞きながら、体制作りを進めています。

中野　「ホテルアナガ」は、淡路島の南西端に位置する全44室のスモールラグジュアリーという性質上、大半のお客さまが他府県から来られます。ですので、大切なおもてなし材料の一つとして、オープン当初から地元食材を極力使用するよう心掛けています。ですが、やはり最初は難しい面もありました。特にフランス料理に使う洋野菜は地元では入手が困難でした。

ただ、7～8年前に近隣の玉ネギ農家の方とお話をする機会があり、種の専門誌に作って欲しい野菜に付せん(40～50カ所)を付けてお渡しして、「できるものだけでも作ってください」とお願いしたのです。すると、出来上がった物がほぼ無農薬で、どれもすごくおいしかった。それから季節ごとの野菜の生産種類を増やしていただき、現在はレストランで使う7～8割をその農家から仕入れています。また5～6年前に、白ナスやグリーンアスパラ、原木椎茸、ミニトマト、菊芋など専門性の高い素材を扱われている地元農家の方と知り合う機会があり、その方々とも長くお取引をさせていただいております。

全国農協青年組織協議会
会長(平成22年度)大西雅彦氏

㈱農産物流通研究所 野菜ソムリエ
山本美穂子氏

佐々木　昨年中野シェフと一緒に食のイベントを開催した際に、私もその玉ネギ農家の方の畑を見せていただき、実際にお話を伺いました。そこで、流通の難しさを痛感しましたね。大手のスーパーに野菜を出しても翌日には値下げされてしまうし、消費者の声が農家までは聞こえてこないのだそうです。その方の野菜を私たちホテルが提供することで、「おいしい」という声が聞こえてくるようになったと喜んでくださいました。

中野　私もお客さまから「おいしいからどこで買っているか教えて」と時々質問されますので、そのようなお客さまにはお答えしています。そういう方はたいてい、定期的に購入される顧客になっているようですよ。

鎌田　そうやって私たちシェフが作り手を応援していきたいですよね。関西の料理人は、良い生産者を抱え込まずに紹介し、情報を共有する体質があると思います。たとえこの3人で同じ素材を料理しても、味は全く変わりますから問題はないのです。作り手にとっても需要が広がるのはいいことですから、モデルケースにしていきたいですね。

大西　ありがとうございます。私自身がトマト農家なので、こういっ

おっしゃる方が多い。ですが、糖度だけではおいしいとは言い難いのです。甘みと酸味のバランスが良くて、初めておいしいと感じるのです。糖度が高くても、どこか水っぽいトマトもありますよ。

山本　私も野菜の価値を決めるのは、糖度や見た目の良さだけではないということは日々実感しています。遠方から緑色のトマトを運んで、配送中に赤くしている場合もありますよね。糖度だけ伝える、というお話は私たち販売する側も反省すべき点だと思います。

鎌田　淡路で老夫婦が作っているトマトで、驚くほど大きさがバラバラで、すごく酸っぱいものがあるのです。でもそれが冷たいスープにはよく合う。生クリームをいれても負けない酸味があるから、味がしまっておいしくなるのです。

佐々木　固いトマトが欲しいときもありますよね。ホテルやレストランは一般家庭とは異なる調理をするので、食材に対するニーズは本当にさまざまだと思います。

安全・安心は人に宿るもの

山本　皆さまが進めている地産地消の取り組みも、そもそもは安全・安心な食材を求める気持ちから端を発しているのではないかと思います。現在のような状況下で、食の安全・安心をどのように感じ、また考えていらっしゃいますか？

佐々木　私はだし汁をとる際に、にんじん、玉ネギ、セロリなどは皮をむかずに使います。その方がうま味を逃がすことなく、素材をすべて使い切れるからです。ほうれん草は、根っこを削って付け合わせに使うこともありますね。最近の時流で、地元食材を使っただけの料理では、お客さまは満足してくれません。何らかのサプライズが必要です。そういうときに、「こういう使い方知らないでしょ？」とほうれん草の根を出したりすると、本当に喜ばれるのです。

ただ、そうするからには素材についてお客さまに説明する義務があります。ですから、説明できる安全な食材を仕入れることが最低限のルールですね。

中野　私の安全・安心の担保は、生産者の方の顔を知っているということですね。直接作り手と話して、「この人なら」と思える人からのみ、購入しています。

鎌田　私も同じです。生産者を知っていれば、「必ず安全・安心な食材が入って来る」という信頼が持てます。そういう食材を食べて、お客さまにもホッとしていただきたいのです。流行を追うより、やすらぎ、食べたら何かおいしい、何か優しいと感じる料理が好きなのですね。

山本　現在行政からは、何かと農家に書類を求めて安全を保証しようとする動きもありますが、シェフの皆さまは「肥料を何回使ったか」というような表示と作り手であれば、どちらを信用されますか。

鎌田・佐々木・中野　人ですね。

佐々木　栽培履歴の数値を見ても、安全・安心は分かりません。それよりもやっぱり作り手との信頼関係が大切ですよね。

山本　安全・安心は数値、データからは伝わって来ないということですよね。レストランも同じなのではないでしょうか。「鎌田さんが作っているから」という信頼がお客さまにはあるのだと思います。

作り手を共に育てる環境作りへ

大西　作り手である農家の立場から言えることは、細心の注意を払って安全なものを作るということです。それを農家の付加価値、安全の担保にしなければならないのではないでしょうか。後は、農家ももっといろんなお店に食べに行って、消費者に求められるものを知らなければならないと感じます。

山本　食材を使っているシェフの皆さまが、農場や漁場を見に行かれてもいいですよね。今年は兵庫県の担い手育成総合支援事業も新しくなりますので、ぜひ若い方たちに、「こんな食材を作れよ」と言っていただきたいです。

大西　新規の方は意欲も高いので、コミュニケーションを密にすることで、信頼関係を築いていければと思っています。そのような取り組みが皆さまと一緒にできれば、兵庫県に就農希望者の方も集まり、「あそこのホテルで使われたいから頑張ろう」という意欲にもつながるのではないでしょうか。

鎌田　ぜひよろしくお願いします。

実は、先日「東日本の食材を使おう」というチャリティーイベントに参加させていただきましたが、復興には、長い期間が必要です。東北の食材を使うことも大切ですが、私たち神戸やそのほかの土地の人が、しっかりと担い手を育てる体制を作りあげることにより、「こちらで農業、漁業をしてください」と被災された生産者を応援することも、一つの救済の形になるのではないでしょうか。

㈱農産物流通研究所 所長 伊勢田博志氏
フードシステム学会会員 近畿経済産業局地域資源活用選考委員ほか、道の駅等交流ターミナルの企画・プロデュース、地域資源を活用した特産品開発、ホテル・旅館などの活性化支援などを手掛けている

たご意見は本当に貴重です。この機会を通じて自分たちが作っているもの、求められていることを理解し、現在の農業や地産地消に必要な情報を発信していきたいです。

農家の課題は、流通ルートの確保

山本　大西さんご自身はどういった流通ルートをお持ちですか？

大西　やはり鮮度が命ですから、近隣のお客さまを大切にしています。既存の流通だと都市近郊であっても、配送に2～3日かかってしまうのです。もちろん、早く届ける努力はしています。今は飲食店から注文が入った際には出荷を調整して、収穫翌日にはシェフへ届くようにしています。

山本　流通ルートの確保は農家にとって大きな課題ですよね。畑と飲食店、畑と食卓、その距離をいかに短くできるか。その部分は、本日お集まりの皆さまから大いに学ぶべきところがあると思います。

臨機応変な素材選びが不可欠

山本　ホテルで地産地消に取り組むには、街場と違った難しさもおありではないでしょうか。

佐々木　ええ。例えば、レシピにはフランスから輸入せざるを得ない食材も載っています。でも私は極力代替え可能な食材を地元で探し、メニューを書き換えたりもしています。また入荷が難しい時期は、菜花から小松菜にするなど、素材を変更することもあります。

　料理だって、完全に同じものは2皿できません。それは、自然の素材も同じだと思うのです。だから今後は、大きさ、色、サイズにこだわる体制も排除していきたいですね。もちろん、レシピには歴史の重みがありますから、一朝一夕には行きません。でも色や大きさが同じだから、果たしておいしいと言えるのか？　それよりも味や鮮度にこだわっていきたい。その意識改革を少しずつ進めています。

山本　レシピと異なる素材を使うというのは、ホテルではある種挑戦的な取り組みなのでは？

中野　私も駆け出しのころは、「メニュー名がこうだから、この材料を使わないといけない」という感覚で材料を扱ってきました。でもその壁を越えなければ、地産地消なんて不可能です。「今日はこの素材があるからこの料理を作ろう」という柔軟な姿勢が不可欠だと思いますね。私はそのために、仕入先の農家の畑に定期的に伺って、育ち具合を確認し、野菜を摘んで帰ったりしながらメニューを考えています。

鎌田　メニューによって許容範囲はありますが、私もない場合は素材を変更します。例えば、菜花の代わりに小松菜を使うと、少し苦味が出ますよね。でもその苦味を生かすアレンジが可能なのです。それこそが、土地の素材を使う醍醐味とも言えるのではないでしょうか。ただ、大手のホテルは材料原価が決まっているので、決められた食材を使わなければならない傾向が強い。材料を変えることでレシピも若干変わりますから、それをスタッフ全員に統一するのも、ホテルの規模が大きければ大きいほど難しいと思います。私共は全70室と幸い小回りがきくサイズですから、その日の仕入価格と販売価格をトータルで見て、流動的に行なえるのです。キッチンスタッフも目の届く範囲にいますし、それがスモールラグジュアリーの強みでもあるのでしょうね。

生産者と消費者の情報共有を

大西　素材を安定供給するという意味では、農家とシェフとのコミュニケーションが大事ですよね。これまでは手段がありませんでしたので、いつどんな野菜が必要なのかも分からない状態でした。その中で、農家の都合で注文に対応していたのです。これからは使う側の情報をお聞きして、シェフが求める情報を提供していきたいですね。

　また、ほかの農家とも協力して、例えば数人でローテーションを組んで安定的な供給ができる仕組みも考えて行きたいと思っています。さらに、コミュニケーションを密にすることにより、消費者の需要と生産者の供給をマッチさせて行くことも目標です。農家からすると「こんなのが売れるの？」というものに限って追加注文が来たりするのです。私はトマト農家ですが、玉ネギや海外品種の野菜を作ってくれないか、というお話もありますし…。もっとご期待に応えられるよう、努力して行きたいですね。

鎌田　トマトは特に難しいですよね。私たちシェフは「形がよくて、赤身が強くて、身のしっかりしたもの」というリクエストを出しがちですが、農家の皆さんは糖度を