



## <柿澤 一氏 氏の略歴>

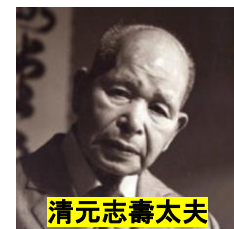


- ・1967年：東京都生まれ  
京都「つる家」にて修行、日本料理の神髄を学ぶ
  - ・1991年：政府要請により、**在アメリカ大使館(ワシントンDC)総料理長**として渡米  
帰国後「つる寿」の二代目として総料理長に就任  
その後テレビ東京「テレビチャンピオン」優勝、TBS「イシバシ・レシピ」出演、キッコーマン料理講師、等
  - ・1998年：フードプロデュース事業を開始、商品開発の依頼多数
  - ・2004年：(株)柿澤総合事務所設立：食に特化したアドバイザー、プロデュース、コンサルタント業務と拡大
  - ・2008年：(株)キッコーマンの依頼により、中国**上海万博**日本産業館「**料亭紫**」の総合プロデュースを行う
  - ・2010年：上海万博開催後、世界各地のマスコミ、1200社に取り上げられる。日本アワード大賞受賞  
3000人の中国富裕層に日本文化を伝える。経団連、その他で講演活動実施
  - ・2014年：イタリア**ミラノ万博**JAPAN DAY食の**総合プロデュース**・コンサル業務を行う
  - ・2015年：トップシェフ40名、星の合計が26個。日本の最高級の心と技術と文化をイタリアに届ける
  - ・2016年：オリンピック事業の一環として食のプロジェクトに携わる。企業/自治体のコンサルティング、講演会多数
- \* 片平さん紹介：柿澤さんには、一昨年に“大人の教養学部”の食セッションとして、築地場外市場の食まちスタジオで講演して頂きました。今日は、今まで登壇頂いた中川さん・細尾さんの「和を忍び込ませて世界に広げる」スタイルでなく、「和食」と「和のおもてなし」の真髄を、そのまま世界に広げるお話です。またキッコーマンの堀切社長もお見えになっています。

## <講演内容>

### ■ 自己紹介

- ・職業：フードビジネスコンサルタント、日本の料理人TOP100
- ・祖父は清元志壽太夫(きよもとしずたゆう)、人間国宝で101歳まで生きた
  - \* 正月に集まった時に「お迎えが来ない」と言っていたが、その夜に亡くなった
- ・父は料理人で、ブラッセルの万博(1958年)に携わった(息子の私が上海万博、ミラノ万博に)
- ・資格：**全米&日本NLP\*** (Neuro Linguistic Programing: 神経言語プログラミング)協会公認トレーナー  
メンタリングコンサルタント、食品衛生責任者、etc.(料理人の通訳、伝統芸能の通訳なども手掛ける)
- \* NLP=心理学と言語学の観点から新しく体系化した人間心理とコミュニケーションに関する学問



清元志壽太夫





## ■ 「和食」とは

- ・2013年12月4日に「和食」がUNESCOの**世界無形文化遺産**に登録された
- ・食に関する世界無形文化遺産の前例：フランスの美食術、地中海料理、メキシコの伝統料理、トルコのケシケキの伝統
- ・何が登録されたか：和食の料理そのものではなく、「**自然を尊ぶ**」という日本人の気質に基づいた「食」に関する「**習わし**」
- ・4つの要素：
  - ①多様で新鮮な食材とその味わいを活かす調理技術と調理道具
  - ②バランスが良く、健康的な食生活
  - ③自然の美しさの表現
  - ④年中行事との関わり

+おもてなし、器、設、華道、茶道、香道、音、発酵食品、etc.



## ■ そのきっかけとなった？ **上海万博** (2010年5月1日～10月31日、184日間)

- ・規模：190カ国、56国際機関、7,308万人 (万博史上最多、大阪万博=6,422万人)、展示エリア面積=328ヘクタール (大阪万博の約2倍)
- ・企画：堺屋太一、1980年代から中国とネゴ開始
- ・2008年、日本産業館のプロジェクトスタート (1年半前には中国館のみ)

### ・まずは**食材**を探し始めた

\* 刺身に使えるような太刀魚は？  
⇒ 約1ヶ月かけて**次々に人づてに**  
お願いして段々グレードアップ  
(≒わらしべ長者)



一番マシな市場  
ひどく臭い



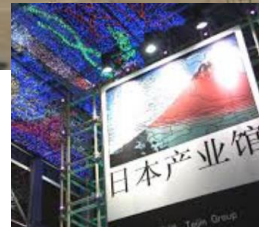
台湾から来た魚  
刺身に使える



堺屋太一氏と



日本館の外観



### ・野菜も酷い⇒ これも人づてに何とか入手ルート確保

- ・他の食材は日本から仕入れたが、唯一国内から持ち出せず、中国でも手に入らないもの = 「**おもてなし**」  
⇒ 日本の一流料亭の2番手ぐらいを送り込んでほしいとお願いしたがダメ  
⇒ 中国で募集して400人以上と面接⇒ **目がキラキラした女性**を19名選んだ(全員素人)



## ■ 上海万博～続き

- ・彼女たちを「おもてなし」の出来る仲居に育てるために、まず3名の指導者役を菊乃井に送り込んだ
- ・当時の上海では女性はほとんど化粧しない
- ・着物の着付けも難しいので、簡易型(上下セパレート)の着物と帯(パチパチと留められる)を用意
- ・サービスの型は大学のキャンパスで教え込んだ
- ・和食の真髓を伝えるには、「型」に加えて「魂」を入れないと  
⇒ それには「教育」しかない(ex. 醤油とは、八寸とは、)
- ・男性スタッフを含め食の勉強会(何回も経験させる)
- ・キッコーマンの深澤さん指導の下、全員に“自分の内省”やライフラインを書かせた
- ・女性スタッフには、爪や髪形をどうやったら美しくなるか、や“女性が働く意味”なども教えた
- ・その他、**全員を笑顔にし、チームワークを強化**すべくバースデーを祝ったり、おばあさんの葬式にも出席

→ **どんな会社に行っても使える「おもてなし」の心を伝えた**

- ・結果、万博終了後五つ星ホテルから5社ほど声がかかった、また異分野の一流会社に行っても皆活躍している

## ■ ミラノ万博 (2015年5月1日～10月31日、184日間)

- ・テーマ:「**地球に食料を、生命にエネルギーを**」(史上初の「食」をテーマにした万博)
- ・規模: 148カ国・地域・国際機関、約2,000万人、展示エリア面積=110ヘクタール(上海の1/3)
- ・日本館のテーマ:「**Harmonious Diversity – 共存する多様性 –**」



before



after



堀切さん



MILANO  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA



## ■ ミラノ万博～続き

- ・1週間で和食を伝える必要⇒ やることは上海と同じ
- ・食材の調達を始め、**現地の人との関係性**をどう構築するか
- ・私が素早く調達ルートを確認したので、出遅れた他国のチームは「柿澤に聞け」となった
- ・料理人は農水省が**40人のトップシェフ**を選んで送り込んだ  
⇒ それをまとめるのに、各人の“まかない食”を皆で食べる
- ・サービススタッフは現地の2つの高校にオファー  
⇒ 「型」のみ3週間指導して一人前に



同じ野菜でも日本のと異なる



地元の高校生たち

➡ <和食を広げるには>  
料理人1人～企業～文化～場～国が一体になる必要



人気の日本館は長蛇の列



7時間待ちはざら(10時間も)



フードコートの食事風景



美濃吉の懐石料理

## ■ その他の活動

- ・漁業組合の支援  
⇒ 実際船に乗って体感してもらって契約
- ・“DIALOG IN THE DARK”  
⇒ 暗闇の中で料理を作る  
(目の前のゴマすら分からず、盲目の人のサポート)





## ■ その他の活動～続き

- ・キッコーマン主催のパネルディスカッション(柿澤さんコーディネーター)  
\* テーマ:「**和食の魅力**～京の味、江戸の味、和食の未来へ～」



高橋 拓児氏  
「木乃婦」三代目

中東 久人氏  
「美山荘」四代目

高橋 義弘氏  
「瓢亭」十五代目

新井 均氏  
「天孝」二代目

柳原 尚之氏  
近茶流嗣家・柳原料理教室副主宰

手塚 良則氏  
「松乃館」四代目



- ・中東さん: 本質を伝えたい⇒ ウドの新芽の天ぷらなどは、**どこの国の人**も「美味しい」
- ・手塚さん(寿司屋): ネタを海外に持って行く時は、臓器を運ぶ箱に入れる徹底ぶり
- ・前回の細尾さんの講演でも「**縦糸と横糸**」の話があったが、縦糸が料理とすると、横糸はそれを際立たせる器(これにも五行思想がはいっていたり)など周辺で、これを織り込んでいくと「和食」になる  
⇒ ただ食べてもらうだけだと、裾野は広がるが・・・(1年に約2億円売り上げる店に行ったが、ガッカリ)  
⇒ やはりインスタグラムのトップが「本物を食べてみたい」と訪れるような店でないと
- ・イタリアは文化が深い(切り花、墨絵などが受け入れられる土壌)ので、日本食も入って行きやすい



**和食は裾野も広げないといけないが、本質を深く追及する必要**

## <Q & A / Comment>

堀切: 上海万博は当時海外担当役員の時だった。実は1年前までは全く別の体制でやる予定だったが、某有名料亭が、「中国で本物を出すのは無理なので、降ろさせてほしい。」となって、以前から付き合いのあった柿澤さんをお願いした次第。万博の半年間が終わるとどうなるか(仕事を失う)、4人の子供がいたのに、奥さんが「あんた、やりたいんでしょ!」でOKに。柿澤さんの「誠」の心を伝えようとする姿勢が素晴らしい。そして仲居さんを感動レベルに育て上げた。値段をつける時に、東京の一流料亭の価格(4~5万円≒当時の大衆の給料)にしたら、日本のメディアは否定的(中国メディアは肯定的)  
⇒ ふたを開けたら3000人(8割が中国、昼と夜で2回転)。お客さんも最初短パン姿だったものが、スーツに。しかも中々予約が取れない中、最高7回のリピート客も。そして万博終了後、仲居さんたちは全て一流企業に就職。



## <Q & A / Comment> ~ 続き

Q: 旬、季節感、型、といった本質は世界共通では？

A: 私も正にそうだと思っている。四季のない国もあるが、変化はある。国と国では言い争っていても、人と人では共通。その文化の食材を使い、どう和食を作り上げるか。ワシントン大使館の総料理長の時も、鯛の代わりにレッドスナッパー(フェダイの一種)や伊勢海老の代わりに安いロブスターを使ったりして、**現地の食材と共創**して和食として作り上げた。

Q: オリエンタルランドではファンの人を採用する。上海でのやり方は驚きなんです、教育が良かった？

A: 「**夢**」自分の「**志**」をこのプロジェクトを通してちゃんと持ってもらった。単にやり方を教えるのではなく、「人にやさしいとは」、「愛するとは」、「自分自身の内省」とかを、信頼関係をベースとして植え付けた。

Q: ミラノでは40人の料理人をどうやって束ねた？また、現地化したNEW和食に対する評価は？

A: 40人は皆拘りが強い。そこで各人からやりたい事を全部聞いた上で、出来る事出来ない事を線引き。その人の大切にしている価値観を分析、上位3つを特定して叶えていきながら全体を整える。私は**人が好き、料理人が好き、特にややこしい人が好き**。現地化したNEW和食は、気持ちの入っていないものはダメだが、魂が入っていれば、ちゃんとした「和食」。



Q: どうやってスタッフを評価？

A: 評価しません。逆に皆に**私をクビにする権利**を与えた。対等の関係。その覚悟がなくなると、プロジェクトはポシカル。

Q: 食文化として和食を広げていく上で、守りたいものと変えていくものの線引きは？

A: 境界はない。**唯一本物かどうか**。

Q: 和食が広がった状態の目標は？

A: 和食が真っ当で本物であれば、どんどん広がる。和食が世界平和につながれば、皆が幸せに。

Q: 本質を伝える上で、現地の舌に合わせることは？

A: 例えば、台湾では高雄、台北、台中で味(舌)が違う。しかしストレートで出している。上海でも味を濃くせずストレートにした。

Q: 本質を外国人に伝えた時に、驚き方は異なる？

A: 本物の和食を食べ慣れた人(7万円クラス)は相当深いところに来ている。一方一般の方々は見栄え、大きさ、たこ焼きの数の少なさなどに驚く。

Q: 和食と日本食の違いは？

A: ややこしいのでスルーした質問をされてしまった。「日本料理」とか「日本食」ではダメで、**取り巻く文化を含めたのが「和食」**。

Q: どうやったからサービススタッフが辞めなかった？

A: 毎朝の朝礼で昨日の反省と誰か1人他人を褒める。また自分の目標を言う。そして一切叱らなかった。3つ褒めて1つ伸ばす。この話を帰国後に講演で話すと、それを聞いて実践して〇〇賞を獲る会社・事務所が続出。

<感想> 柿澤さんは“食材の料理人”というより“人材の料理人”だと拝察しました。