

ミシュランガイド(正式にはレストラン・ホテルガイド)は、レストランの美食度を星印で格付けするガイドブックです。その内容と格付けは次の通りです。

- ① 1つ星→その分野で特に美味しい料理
- ② 2つ星→極めて美味であり、遠回りをしてでも訪れる価値のある料理
- ③ 3つ星→それを味わうために旅行する価値のある卓越した料理

このガイドは世界の「グルメ」(消費文化の中のレストラン)を評価するランク付けで、東京は世界一の美食の都市となっています(東京は星付きレストランが240軒、3つ星は14軒で世界一)。グルメ(美食)やグルマン(大食漢)といった飽食文化は、20世紀志向のモダン消費社会に基づく格付けです。

一方、「料理マスターズ」(農林水産省)という、飽食文化とは異なる日本の食文化を育てる制度があります。その目的は次の通りです(農林水産省ホームページより)。

「日本の“食”や“食材”“食文化”の素晴らしさや奥深さ、その魅力に誇りとこだわりを持ち続け、生産者や食品企業等と協働した様々な取り組みを通じ、これらの伝統、発展、利用、普及に関わってきた各界の料理人を顕彰するとともに、その更なる取り組みと相互の研鑽を促進することにより、我が国の農林水産業と食品産業の振興を図ります」

この料理マスターズ制度は3つの特徴を持っています(毎日新聞・西川恵氏の金言より)。

①料理人と産地との関連の深さ

料理マスターズは、料理人が産地とどのくらい連携しているかを重要な指標としています。地場の食材を活かしているか、新たな農産物を発掘したか、食文化の普及に貢献しているか…等で、たとえ料理人のレストランがどんなに美味しくても、地域との連携がないと受賞対象にはなりません。

②料理人の進化・成熟に伴う長期的な視点

最初の受賞はブロンズ賞で、その上のシルバー賞を受けるにはブロンズ賞の受賞から最低5年経過する必要があります。最高位のゴールド賞はさらに最低5年、つまり、ブロンズ賞を受賞してからゴールド賞を受賞するまでに最低10年かかることとなります。努力を怠れば、ブロンズ賞で終わります。

③生産者と消費者の連携の強さ

今までの農業は生産者に重点が置かれていましたが、これからは消費者の視点も重要になるという観点から、料理人たちは生産者と消費者をつなぐ役割を持つことが必要になります。

以上のように、ミシュランガイドの「グルメ・レストラン」は、「舌で食べる食事の最高級レストラン」であり、基軸はモダン消費の位置づけにあります。一方、料理マスターズ制度の「料理人と産地」「料理人の進化・成熟」「料理人による生産者と消費者との媒介」は、飽食時代の食文化とは異なる20世紀のアンチテーゼやノスタルジー、人間相互間の交流、地域との交流…等の21世紀型の新たな食文化であり、基軸はポストモダン消費の位置づけにあります。

食文化は「胃で食べる」(生命維持のための食事)から、「舌で食べる」(味覚を楽しむグルメな食事)、さらに「脳で食べる」(精神的な満足感を得る食事)へと進化しています。

この料理マスターズ制度を地域振興ならびにまちづくり、さらには地域消費愛(地域内の事業者を育成し、また事業者もその期待に応えているシステム)まで拡大している都市が、アメリカのポートランド市です。ポートランド市は、人口対比で最もレストランの多い都市であり、かつ、料理人が店を出したいと思うNo.1の都市です。ポートランド市で料理人が自分の店を出したいと思う理由は次の通りです。

- ①ポートランドは料理食材が豊富にあり、オーガニックな農作物が多いこと
- ②ポートランドの中心市街地には閑静な商業街区が多く、豊かな植樹のあるおしゃれな場(プレイスメイキングができた場)で、落ち着いた客をもてなす立地が多いこと
- ③ポートランドには、味の分かる(モノの良さの分かる)質の高い消費者(住民)が多く、料理人の腕が発揮できること
- ④ポートランドは、住みやすい街であり、子供を育てるには適していること

多くのレストランと住民の地域消費愛を「ポートランドスタイル」と言います(六車流:流通理論)。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之