
第6回夢洲新産業・都市創造セミナー
『いのちをつむぐ未来社会の共創
～2025大阪・関西万博にむけて～』

開催報告

第6回夢洲新産業・都市創造セミナー
『いのちをつむぐ未来社会の共創～2025大阪・関西万博にむけて～』
開催報告

第6回夢洲新産業・都市創造セミナー「いのちをつむぐ未来社会の共創～2025大阪・関西万博にむけて～」を、2021年4月12日(月)オンラインにて、一般社団法人夢洲新産業・都市創造機構主催で開催致しました。経済界、学界、医学界、経済団体、行政機関等から沢山の方々にご参加いただき、盛大に開催できました事を厚く御礼申し上げます。

第1部 対談

対談テーマ「幸せの企画術」



- ◆小山 薫堂 氏 (公社)2025年日本国際博覧会協会 テーマ事業プロデューサー
放送作家・脚本家・京都芸術大学副学長
- ◆廣瀬 茂夫 氏 (一社)関西経済同友会 常任幹事 事務局長

廣瀬氏: 小山先生、どうぞ宜しくお願いします。

小山氏: 皆様はじめまして、小山と申します。熊本県天草市で生まれ、日本大学芸術学部で学び、今はテレビの放送作家をしています。職業を聞かれるのが実は1番困りまして、本当に色々な仕事をしています。テレビ番組制作、作詞、雑誌連載、小説、絵本、詩集やビジネス書も書いています。料理人の発掘をするコンペティションのプロデューサーや日本航空のアドバイザー、文化庁の日本遺産の審査員や日本博の企画委員、天草エアラインの仕事もしています。京都市が運営している京都館の館長もしています。京都芸術大学副学長兼教授もしており、そこで教鞭も9年前から執っています。下鴨茶寮という京都の料亭も経営しています。他には、テレビ番組のMCやラジオ番組もしています。私の故郷の天草で1度閉店したたい焼き屋さんを、町の賑わいを取り戻す為に必要だと思い、お店を復活させる活動もしています。そして、2025年の大阪万博です。これが今私にとって1番大きな仕事で、その為に本日ここにお呼びいただいていると思っています。



廣瀬氏： 本当に幅広く活動されていて、職業を聞かれるのが困るという事がよく分かりました。先程お話された小山先生が制作した番組の中で、私は『カノッサの屈辱』が好きで、随分若くからご活躍されているのだと驚いています。その活動の原点や、もともと何に目覚めて様々な活動をされているのか、お伺いできますでしょうか。



小山氏： 結局、私は誰かに喜んで貰ったり、誰かを喜ばせる事が好きなのです。ですから、今の仕事の幅もこれがやりたいというよりは、色々な方から仕事を頼まれてそれを引受けるうちに幅が広がっていったのです。

ただ、私の活動の原点というのは、実は35年くらい前になります。大学の卒業制作でドキュメンタリーをつくりました。『普通の生活』というタイトルで、凄く変わった暮らしをしている人を取り上げ、私にとっては変わっていて憧れるような生活ですが、その人にとってはそれが「普通」なのだという「普通」をテーマにした映画でした。何故「普通」という言葉にずっと引っ掛かりがあったのかと言うと、私の弟はダウン症という病気で、幼い頃からずっと普通の弟が欲しいと思っていた事があったのです。しかし、ある時彼にとっては、それが普通なのだと思います。普通というのは、人それぞれの中に基準があり、誰かが決めるものではないと思い、それから普通ということが私にとっての1つの指針になりました。

『おくりびと』という映画があります。この映画の脚本を書きましたが、これも「普通」ということを物語の中に入れたかったのです。納棺師という亡くなった方を扱う職業がどうしてもどこかで白い目で見られたりすることがあるということで、脚本の1部に、主人公の奥さんが主人公が納棺師になったことを知った時「普通の仕事をして欲しいだけ、これから子供が生まれてくるのに恥ずかしいことしないで。」とあります。そこで主人公は「普通ってなんだよ、誰でも必ず死ぬだろう、死そのものが普通なのだよ。」と答えます。私は、書いている時に、死ぬって究極の平等であるし、究極の普通だと思いました。しかし、何か人々の見目がどこか違うのですが、それは、人それぞれが普通のことをまだきちんと理解しないまま自分が持つイメージだけで普通を考えているから駄目なのか、と思ったのです。

私はコロナによって改めて普通の尊さに人々が気付かされたのではないかと思っています。普通とは言い方を変えると当たり前ということです。当たり前であったり、普通であるというのは、非常に尊い事だと思えるようになったのではないかと思います。コロナのせいでこうなった、ではなく、コロナのお陰でこうなったという事を見つけれられる事が大切なのではないのでしょうか。私の中では、その大切な気付きが3つありました。その1つが下鴨茶寮オンラインショップで、その売上げが本当に飛躍的に伸びた事です。2つ目は、新しいテレビ番組の企画を閃いた事です。日曜日夕方6時からBSフジ局で放送されている『リモートシェフ』という番組です。この番組では料理人が直接料理をするのではなく、タレントさんに指示をして、そのタレントさんが自分で料理をつくるのです。タレントさんのスキルを見極めた上で、その人がつくれる範囲の最良のレシピを提案し、つまり下手な人にはその人がつくれる範囲の簡単なレシピを教えなきゃいけないのです。料理をしているのをシェフは離れた所で見ているのです。これは実は10年前に既に閃いた企画で、今コロナ禍を追い風に制作が実現できました。10年前には、企画をハリウッドに売りに行き、これは面白いという話で、ハリウッドの制作会社と一緒に世界中のテレビ局に売って回ったのですが、どこも買ってくれなかったという経緯があります。その時言われたのは「面白いけど、何故リモートにしなければならないと思うのか」だったのです。必然性がその当時は何処にも見当たらなかったのでしょうか。コロナ禍になった時に初めて、その価値に気付いていただき実現したのです。

廣瀬氏: 「リモートしかできへんやないか」という環境に置かれて初めて、価値が出てきたので
すね。

小山氏: そうです。私は、これによって料理人に新しいチャンスが生まれるのではないかと
思っています。今まで料理人は自分のレストランを構えないと仕事ができませんでした。もし、リ
モートシェフという職業が世の中に認知されれば、お店を持っていなくても自分から離れた所で
自分の料理を食べていただき、且つ自分がキュレーションした食材を売ることができるので、料理
人が小売業も同時にできるようになり、そういった振りがコロナ禍でも伸びるのではないかと
思いました。

そして、3つ目は、日本の地方の魅力に気付けた事です。海外に月1回くらいのペースで行って
いたのですが、コロナ禍で行けなくなったので、その分日本の地方を訪れる事で足元を見つめ直
す事ができ、東京が全てではないと改めて実感しました。そういう意味では、本当に関西は色々
な府県を跨いで今1つになるという機運が高まっていますので、凄くチャンスがあるのではない
かと思えます。

私の会社では、ムービングインというサービスを行っています。キャンピングカーで色々な土地
を巡りながら、その先々で簡易のホテルを設営していくようなサービスです。その中の1つに、
サウナカーという物をつくってしまっていて、移動するサウナなのです。今年の2月に北海道十勝
で、凍っている川の横にその移動式サウナを置いて、サウナに入った後に、ワカサギ釣りを
するような所に穴を開けて、究極の水風呂に浸かるのです。東京では絶対にできないアクティ
ビティです。

廣瀬氏: 先程お話に出てきた、所謂「普通」から始まっているのですが、随分と視点が変わっ
てきているというか、この視点を変えるという事は「普通」ではない事だったような気が
します。

小山氏: そうですね。本当にコロナ禍は企画をつくる際のヒントを多く与えてくれた時間
であると思えます。視点を変えるという事の大切さを認識し、その時思い浮かべたのは、私
が凄く敬愛している河井寛次郎さんです。民芸運動、人間国宝を辞退された等、色々なエ
ピソードがあります。彼が京都に住んでおられた時、東山に登って夕焼けを見ながら思
いを巡らせるのがお好きだった様です。ある時、1枚の葉っぱを見つけて、葉が虫に
食われており哀れな葉っぱだと思ったのですが、次の瞬間、いや違う、葉っぱは虫を
養って虫は葉っぱに養われているのだと思ったのです。その様に逆に考えた時に、
この葉っぱが尊い物に見えてきた、というお話をされていました。私は、これは何か
凄く当たり前の事ですが、少し視点を変えるだけで価値がそこに生まれるのだとい
う事を、いつもこの河井寛次郎さんの視点から学んでいます。今、私たちは変えな
ければいけない視点があると思うのですが、それは、「便利＝幸せ」ではないという事
ではないかと思うのです。

廣瀬氏: どうしても「便利＝幸せ」だという定義で我々は様々な経済活動をしてしま
いますが、これを見直さなければいけないという事ですね。

小山氏: そう思います。便利と豊かさは少し違うのではないかと思うのです。便利
さは色々な人間の五感を鈍らせていくのではないかとも思うのです。全てのクリエイ
ティブという物は、幸せを創造する為になければならないと考えています。その「
幸せ」とはどういう物かと言うと、私にとって心の教科書のような池波正太郎さん
の話です。彼はタクシーに乗るたびに100円のチップを渡していたそうです。それは、
どんなに機嫌の悪い運転手でも100円もらったら笑顔になるからだそうです。この
エピソードから、大体どんなに機嫌が悪い人でも笑顔になるという事が分かる
のです。そして、次に乗ってきたお客さんが気持ち良くなり、またその人が次に
行った所で何か笑顔で接すると、その次の人もまた幸せな気持ちになるとい
う様に、自分が何か行った事をきっかけに笑顔や幸せが連鎖していく事、他者
をおもんばかるといった事が大切なのだと池波さんは話されていました。

私はいつも仕事をする時に、自分に問うてみる3つの事があります。1つ目はその
仕事は新しく誰かの垂流ではないか、2つ目は、その仕事は自分にとって楽しいか、
そして、3つ目に、その仕事は誰を幸せにするのか。これを、いつも大切な事と考
えて仕事をしています。

私は複数の会社を持っていますが、いつもスタッフに言っている事は「企画とは何か」で、それはバースデープレゼントの様な物なのだと話しています。特段難しい事ではなく、誰もがこれまでに企画をした事があると思います。子供の頃、お父さん、お母さんを喜ばせたり、友達を喜ばせたり、父の日、母の日のプレゼントを考えたりしたと思いますが、私自身もそういった事が企画の原点だと考えます。誰かの笑顔を見る為に、誰かを喜ばせる為に何かを考えるのです。ですから、私の会社では企画の練習として、社内のバースデーサプライズというのを行っています。バースデーを迎える人以外の社員が一丸となって、その人を喜ばせる為に色々なサプライズを仕掛ける。これの何が良いかと言うと、その誕生日の人を喜ばせる為には、その人の事をよく知らなければいけないので、改めてその人の観察をします。一方で、その人にばれないようにみんなで一丸となるので、そこにチームの絆が生まれたりします。私が 54 歳の時にいただいたバースデープレゼントがあるのですが、奈良の陶芸家の辻村四郎さんの酒器です。私は辻村さんの作品が大好きなので、日頃から辻村さんの作品良いよねと話をしていたら、それを聞いたスタッフがプレゼントにしようということで、内緒でわざわざ奈良の辻村さんの工房まで買いに行ったのです。それを私に渡すのはサプライズではあるけれど、更に彼らが考えたのが小山駅伝です。私は、毎年箱根駅伝をお正月に見るのが大好きなので、プレゼントを私の好きな駅伝方法で届けるという企画をしたのです。奈良から東京まで 500 キロの距離の駅伝です。45 人の社員がたすきを繋ぎながら、私にばれないように週末ごとに区間を走り、最終区間はテレビ番組内で生中継で放送されたのです。その会場にゴールをすると、いつの間にか箱根駅伝のつもりが 24 時間テレビのように最後は皆で『サライ』を歌いながらアンカーのスタッフをゴールに迎え入れるという本当に素晴らしい企画でした。私の好きな辻村四郎さんの器を私の好きな箱根駅伝のフレームを使って届ける事は勿論良いのですが、会社が枠を越えて皆で繋がったのです。複数の会社を運営していて、どうしても法人が別だとコミュニケーションを普段はあまり取れていなかったのに、この 3 つの会社が壁を越えて同じたすきを皆で繋ぐ事が最大のバースデープレゼントになったのです。

次にお話ししたいのは、熊本県の観光キャンペーンの話です。2011 年に、九州新幹線が開業するという事で、その観光キャンペーンの企画を考えて欲しいという依頼を受けた時の事です。私が最初に頭に浮かんだのは、そもそも観光って何故必要なのだろうという事でした。観光は魔法の言葉みたいに使われますが、観光業の方にとっては当然大切ですが、それ以外の人にとっては果たしてそこまで必要な物なのかと思ったのです。観光業が一巡して、地元経済に巡ってくるまで結構時間がかかりますし、しかも着飾るように背伸びして名所だとかグルメだとかを外に発信しても、実際に行ってみて中身が伴っていなかったら見かけ倒しになり訪れた人はがっかりするかもしれません。そう考えると、観光とは無関係の仕事をしている人たちにとってそこまで幸せにはならないと思いました。

そこで、この依頼された観光キャンペーンには既に予算がありましたので、私はその予算を観光に使うふりをして、実は地元の人たちにプラスになるようなキャンペーンをしたほうがいいのではないかと考えたのです。つまり、外の人に発信するのではなく、地元の人に身近過ぎて見失っていた目の前にある価値に気付いてもらい、こんな所に住んでいる自分は実は幸せだと思ってもらえるようなキャンペーンにしようと企画しました。

地元以外の人が見て驚くような事をまずは地元の人に改めて驚いてもらえれば良いのではないかと考え、『くまもとサプライズ』というキャンペーンにしました。この時に、ロゴデザインのおまけとして準備した事で生まれたのが『くまモン』だったのです。『くまもとサプライズ』は、熊本県の新幹線元年戦略室という部署の予算を使ったのですが、普通ならその課がその課の予算でつくった物を他部署は流用したりしない、流用させたくもないものです。しかし、本県の場合はその縄張り意識が無く、県知事ご自身が比較的部署間の壁を取り払いたいというお考えもあり、『くまモン』を好きな部署、使いたい部署はどんどん使って下さいとアナウンスを出しました。そこで最初に手を挙げた部署が熊本県大阪事務所だったのです。「やってみなはれ」の精神でした。最初に何をしたかと言うと、大阪で名刺を 1 万枚配る活動をしたのです。名刺内に、大阪の人にウケそうな「体はってます、お腹もはってます」等のメッセージを書いて配りました。次に取組んだのが甲子園球場の看板広告、そして吉本新喜劇の舞台での登場です。知事自ら新喜劇の舞台に出て、ずっこけたりして下さいました。私は、『くまモン』の成功は大阪のお陰だと思っています。あと、何故大阪が始まりだったかと言うと、やはり九州新幹線の開業が関係して

います。大阪からの新幹線のお客様をより多く取りたいという思いがあったので大阪だったのです。それが幸いして、今の個性が持てたと思います。

しかし、当時はまだあまりお金が無く、メディアに露出する機会も少なかったので、商品が棚に並ぶ事によって、『くまモン』の認知も上がっていきはらず、では、どうすればいいか。そこで、ライセンスフリーにしてどんどん多くの方々に使って貰おうという話になりました。ただ、まだそんなに人気も無かった『くまモン』を使ってくれる企業が果たしてあるのか、しかも最初は熊本県内のみに限定していました。使用ライセンスの解禁日を設けていたので当日心配になり、熊本県庁ブランド課に連絡をして『くまモン』使いたがっている人はいますか」と聞いた所、「小山さん、凄いです。朝から大行列ができています」と言われ、「それは凄いですね、記念すべき第1号は何ですか」と聞いたのです。そうすると「仏壇です」と言われたのです。私は、ブランド課の人に「あなたはブランド課の人なのにこれから売り出していく商品の第1号が仏壇というのはどう思われますか」と言ったら、「断る理由がなかったからです」と言われてしまいました。そして、『くまモン』の仏壇ができたのですが、結果としてこれを発売した事によって多くのメディアが取上げてくれました。その後、その仏具屋さんは大人気になり、発売当時はニュースになり、『くまモン仏壇』東京へ」という記事にもなりましたが、ようやく売れたのは発売されて6年経ってからだそうです。売れたきっかけも、メジャーな大阪のある企業が『くまモン』を使って下さったからなのですが、その企業は、味覚糖です。晩白柚という熊本の柑橘を使った『ぷっちょ』をつくった時にパッケージに『くまモン』を使って下さり話題になりました。それをきっかけに他の大手の企業からもお声が掛かるようになり、バカラ、ライカ、JAL の機内食、グリコ等、売上げは右肩上がりでもコロナ禍でも更に伸びています。

『くまモン』は今年 10 周年を迎えましたが、実は『くまモン』の本当の価値というのは経済効果ではないのです。何かというと、最初の話に戻りますが、日常の幸せを再発見するためのキャラクターという事です。これを PR する為、私は 2010 年に『くまもとで、まってる。』という観光 PR のショートフィルムをつくりました。これは決して熊本の名所とかグルメを取上げるものではなく、熊本に暮らしている5組のごく普通の人たちの幸せを、日々撮ったドキュメンタリーで5つの物語から構成されています。これが大変評判を呼び、お陰様で観光庁第1回観光映像大賞を受賞しました。この映像は本当に地元の人たちが出ているのですが、その人たちが、4年後、5年後にどうなるかというのももう1度追いかけて、パート2も撮りました。

私は、よく他の方から「幸せ部長」をやっているとされる事がありますが、幸せは探す物ではなく、気付く物だというメッセージをいつも発信しています。『くまモン』をつくって1番良かったと思うのは、何か熊本県で新しい事に挑戦する時に、『くまモン』を主語にすると皆が振り向いてくれ、皆がそこに乗って行きたいと思う事です。「この指とまれ」で誰もがとまりたいと思う指になっているのです。

例えば、行政が今「育ボス」という事を推進しています。どの都道府県も結構苦労していると思いますが、熊本県の場合「よかボス」と呼びますが、「よか、よか」というのは、良い、つまり良いボスという意味と、それは別にいいよ、許してあげるよ、という意味もあります。何かあっても、「よか、よか。ミスしてもよか」の「よか」です。それを『くまモン』が行う事によって、色々な企業が賛同し『よかボス宣言』というプロジェクトをしています。「この指とまれ」の「指」をつくるのが実は1番難しいのですが、今、関西にこの「指」があると私は思っており、それが何かというと大阪万博なのです。

これこそが、1番大きな「指」で、大阪だけではなく、本来は日本、もしくは世界をも巻き込む事ができる指だと私は思います。そして、私は大阪の「食」をテーマにしたテーマ館「食といのちのミュージアム」のプロデュースを拝命したのですが、最初に企画する上で私の考えているキープポイントは、とにかく行きたいと思わせられるか、会場に来られないお客様も楽しめるか、万博から関西・大阪の人たちに恩返しできるか、どのように企業を巻き込むか、この大阪万博で何を未来に残すか、そして、その上で未来へのより良いヒントを提供できるかの6つのポイントを頭の中に入れながら企画をしなければいけないと考えました。わたしは自分のプロジェクトに「つむぐ」という言葉を使っています。これは、「いのちをつむぐ」のテーマで、「つむぐ」とは糸をつむぐの「つむぐ」なのだろうかと思った時、何か明らかに大切な物と、目には見えないかけがえのない物を見つけて1つに繋いでそこに価値をつくり出す事ではないかと解釈しました。食べるという枠で人々の興味を引きながら、食を縦糸にして、社会課題や可能性をつむいで、い

のち輝く未来社会の時代を考えようと思ったのです。

「人を良くする」と書いて「食」と言います。食といのちのミュージアムをつくりたいと思います。この館で目指すのは、食を通して様々な当たり前をリセットする事で、いのちにとって本当に大切な物に気付く、そして感謝や優しさが生まれ、それが来場者の幸せに繋がり、食事の時間を大切にしたいと思っていただきたいと思います。私のテーマ事業の中のメインテーマは「いただきます！」を世界語に」と掲げました。食と生態系、食と生命、芸術文化、テクノロジー、そしてコミュニケーションを上手く組み合わせてテーマ館をつくれたら良いと思います。また、食はいかに進化していくか等、世界は日本の食文化に興味を持っていると思うのでそういうテーマも取り入れていきたいです。

普通、テーマ館というと高尚だったりしますが、人々の食の興味を掻き立てながら、でもよく見ると面白い、というフレームとしてアクアリウム、ファーム、スーパーマーケット等が思いつきます。例えば、スーパーマーケットは、並んでいる商品が SDGs に繋がるようなメッセージが込められていたり、冷凍食品コーナーに、100年後に残したい物を取って冷凍にしたり、或いは未来の家庭用キッチン商品を販売するコーナーがあれば凄く面白そうです。レストランというのは一緒に食事をする空間ですが、1口飲んだり、1口食べたりする物を準備して来場者の方々と共に食べる、共食という事の価値に気付いていただけないか、企画を模索しています。このテーマ館を抜けた先に、「ITADAKIMASU 横丁」というエリアをつくる事を考えていて、実はここはテーマ館には含めないのですが、企業のテナントとして店を構えてもらう事はできないかと思案中です。ただ食事を提供するのではなく、そのお店から未来を示唆し、テーマ館と共通するメッセージを発信してもらえそうな実験的な飲食店に来てほしいと考えています。

廣瀬氏： 今日ご参加の方々、テナント候補を是非検討していただければと思います。

小山氏： 今回の万博の意味を踏まえて実現したい事の1つに、閉幕後に食べられるテーマ館にしたい、という事を挙げています。テーマ館の建物は万博の期間が終わると壊してしまっていますが、ただ壊すのではなく、例えば、鰹節を使った壁材や床材、牛の飼料になる干し草の断熱材、土に還して森や畑の肥料になる、海に還して魚の餌にできる等、できるだけ多くの建材を食べ物でつくり上げたり、逆に、木廃材をカトラリーやテーブルにしたり、循環させる事を目標にしたいのです。そして、万博が閉幕した後に、この素材を使ったディナーを世界で同時に開催し、皆で繋がりながら未来を語り合う、そういうイベントが実現できないものかと考えています。

あと、万博会場外の街なかにもイベント会場を設置したいと考えており、そのイベントの1つが世界初の料理人大会です。私は今、『RED U-35』という35歳未満の若者を発掘する料理人コンテストの総合プロデューサーをしていて、このイベントは日本だけで行っていますが、次は世界規模にできないかと考えていました。実際に今の近代オリンピックも、パリ万博の時に第2回近代オリンピックが附属大会として行われ、あまり上手いかなかったと言われる第1回目の近代オリンピックと比べ、かなり注目を集め、やがて現在の形のオリンピックになったと言われていきます。万博から生まれるコンペティションイベントというのは、そういった意味で非常に可能性があるのではないかと私は考えています。あとは、「世界いただきます宣言」のような、何らかの宣言をこの大阪から発信できないかと考えています。

廣瀬氏： 小山先生、本当に面白く中身の濃いお話をいただき有難うございました。

第2部 座談会



〈登壇者〉

- ◆小山 薫堂 氏 (公社)2025年日本国際博覧会協会 テーマ事業プロデューサー
放送作家・脚本家・京都芸術大学副学長
- ◆廣瀬 茂夫 氏 (一社)関西経済同友会 常任幹事 事務局長
- ◆鳥井 信吾 氏 サントリーホールディングス(株) 代表取締役副会長
大阪商工会議所副会頭
(一社)夢洲新産業・都市創造機構 理事
- ◆深野 弘行 氏 伊藤忠商事(株) 専務理事 社長特命(関西担当)
(一社)関西経済同友会 代表幹事
(公社)2025年日本国際博覧会協会 副会長 理事
(一社)夢洲新産業・都市創造機構 理事

進行

- ◆石川 智久 氏 (株)日本総合研究所 調査部 マクロ経済研究センター 所長
(一社)夢洲新産業・都市創造機構 幹事会員

石川氏：小山先生、素晴らしいお話を本当に有難うございました。食の都大阪に相応しい、食文化を中心に興味深いお話をいただきました。皆様、対談されたご感想をお聞かせいただけますか。

廣瀬氏：1番感銘を受けたのは「幸せの定義」です。我々の世代は、物が沢山あるほうが幸せであり、その次の世代になると選択肢が沢山あるのも幸せだと付け加えられ、結局便利さを求めて今まで突き進んで来たと思います。しかし、コロナ禍になってそれは間違っていたのではないかと課題を我々は突き付けられたわけです。その課題に正面から向き合い、これまでずっと積み上げて来られた事を万博に結集されているようにお見受けし、先生のお話に出てきた事は、今後色々な所にも活かせるのではないかと思います。

鳥井氏：1番印象に残ったのは、「普通」に関するお話でした。そして、是非大阪の食の深掘りもしていただければと思いました。B級グルメという表現がよく使われますが、B級グルメと言わずにもう少し良い言い方を考えて欲しいと思います。お好み焼き、たこ焼きも色々なバリエーションがあります。そのような所にも焦点を当てていただきたいです。また、筍やワラビ、花山椒等、海外にはなかなか無い食材もあり、例えば超短期間にしか摘み取れない花山椒がもっと収穫できるようになり、身近なものになれば、食の楽しみがさらに広がります。大阪万博開始は4月ですので、多少時期遅れ



かもしれませんが有名なくぎ煮もあります。そして、関西はお正月のお雑煮にも白味噌を使うくらい白味噌を食べる習慣が多く、お餅と白味噌には普遍性があると思うので、研究の余地があっても良いかも知れません。

深野氏: 私が1番印象に残ったのは『くまモン』が大阪で育てられたという話です。大阪は色々な物をインプットして新しい物を生み出す力が物凄くあるのではないのでしょうか。

『くまモン』の名刺の例も紹介されましたが、あのようなメッセージ入りの名刺は恐らく大阪でなければあの発想にならないだろうと思いました。

もう1つ印象に残った事は、「いただきます」のお話です。ある意味で日本の食文化に関係が深く、それに繋がっていると思いました。確かに「いただきます」に相当する言葉は他の国ではあまり聞かないように思います。これをコンセプトの1つにされているのは大変面白いと思いました。



石川氏: 有難うございます。食については、確かにB級グルメという呼び方は勿体ないですね。大阪にあるB級グルメ的なものをどうすればもっとイメージが良くなるのか、その辺り小山先生はどう考えておられますか。



小山氏: 私の中で推したいジャンルは約10年前から言い続けている「ふくあじ」です。ふくあじは、満腹になるの「ふく」、おふくろの味の「ふく」に何かほっとさせるような味の料理を食べると幸福になるの「ふく」という意味を持っており、この3つの「ふく」の要素を持っている料理をふくあじと私は勝手に呼んでいます。美味しいお店を沢山知っている人よりも、何を食べても美味しいと思える人のほうが幸福度は高いと私は思うのです。

石川氏: 有難うございます。廣瀬事務局長、どの様に広める事ができるでしょうか。

廣瀬氏: 関西経済同友会にも、大阪食文化委員会という会があり、最近注目しているのは割烹です。割烹というのは、亭主と一緒にこの食材をどう調理して欲しいと会話をしながら始末をしていく文化です。その食材に合った、または客が1番望む料理方法で、頭の先から尻尾の先まで全部食べる慣習で、食材を大事にします。先程小山先生のお話にもありましたが、時間を共有するという所を掘り下げていけば文化を「食」に乗せる事が可能だと分かります。



深野氏: 「食」は究極のコミュニケーションだと思います。皇室行事で「大嘗祭」というものがあります。天皇陛下が即位されると行われる大きな行事の1つですが、主な目的は神様と「食」

を通してコミュニケーションを取る事だと思っています。そういう意味で、割烹の文化も食をコミュニケーションとして使っている文化です。先程出た「いただきます」と同様、割烹という言葉が英語にして欲しいと思っています。亭主とコミュニケーションを取りながら料理を仕込んでいくというフォーマットを「Kappo」と言うのだと広めたら良いのではないのでしょうか。

石川氏： 小山先生、ふくあじと割烹と上手く組み合わせではどうかというご意見が出ました。

小山氏： 割烹は私も大好きです。しかし、東京はどんどん割烹のお店が無くなってきています。万博の場合、外食に偏り過ぎて駄目だと思いますので、その辺りのバランスが難しいと思っています。外食もあり、且つ各家庭の中での食事はどうあるべきかと、より良いヒントに繋がるような事を何かできればと考えています。

石川氏： 70年万博のあった1970年は確か「外食元年」と言われています。今回の万博も「外食2.0」の話も出てきて、外食に焦点が偏っていると感じていて、そこは少し反省すべき点かと思っています。そういう意味で、家庭の味をどのように発信しようとして小山先生は考えていますか。

小山氏： 難しいですね。恐らく皆さんが気になるのは未来のキッチンとはどのような物なのか等でしょう。私は便利＝幸せではないと言いましたが、だからと言ってフードテックの部分抜きにはできないと思うのです。未来の家庭の中ではキッチンはどのような様になっているのか、ワクワクするような提案はしていきたいと思っています。それをどこに持っていけば幸せに繋がるのかというバランスはまだ考察中です。

石川氏： 有難うございます。幸せになるキッチンとは何だろうか、なかなか面白いテーマだと思います。

深野氏： 先程、シェフがリモートでご家庭と繋がり、料理をつくるというテレビ番組をご紹介頂きました。

シェフに全部お願いすると凄く大変だと思うので、AI等を使って、シェフが家庭にいるようなアンドロイドシェフがあれば面白いのではないのでしょうか。今の外食はマスプロ外食です。70年万博の時も外食はマスプロを行っていました。個人の、「個」に対応した色々な料理を出すのは、別に場所はレストランでなくて、個人の自宅でも良いと思います。医療でも、医薬を個人に合わせて調剤するようになってきています。このような「個」が前面に出てくることがあれば更に良いのではないかと思います。



小山氏： 良いアイデアですね。例えば、糖尿病の患者さんに教えることが得意なAIのリモートシェフとかあれば良いですね。

石川氏： 食も、人によって食べられる物、食べられない物はかなり違いますので、多様化させていく事は大事です。今度の大阪万博のプロデューサーの方数名とお話した時に、「多様性」という言葉がよく出てきました。みんなに1人1人オーダーメイドの食という物をどうすればつくれるか、大きなテーマになると思います。

深野氏： そして、無駄にしない、という事が重要です。ある材料をインプットすると、あまり廃棄せずに済むようなレシピを提案してくれるというのも良いアイデアかもしれません。

鳥井氏：『リモートシェフ』のお話を伺っていて思った事ですが、直接人から聞くと身に入ります。言葉で読んだ本よりも、ダイレクトに聞いた話の方が頭に入って、論理的な事も忘れにくいと同じです。日本に例えば 80 万店の外食店があるとなれば、80 万人のシェフがいるわけです。リアルに家庭に派遣して料理を教えることはビジネスモデルとして良いのではと思います。

深野氏：私の周りでも、自宅へシェフを派遣してもらい、料理を作ってもらった方がいます。プロが料理するのを隣で見させてもらったことで、美味しい料理を食べられるし、勉強もできて一石二鳥だったそうです。

鳥井氏：つくり方とか単にレシピだけでなく、つくる楽しさを主婦の方にも知ってもらうという事は、派遣やバーチャルも可能です。万博でその仕組みやシステム、ビジネスモデルを残していくのが、オリンピックレガシーに繋がると思います。

石川氏：日本の食文化には海外でも売れる要素が本当に沢山あります。そこで、2025 年万博に向けてどの様な食文化を海外の方に根付かせたいか、皆さんにお聞きしたいと思います。小山先生、いかがでしょうか。

小山氏：私は 4、5 年ほど前、バハマの高級リゾートでポップアップレストランをやりたいという依頼を受けて、下鴨茶寮を出店したことがあります。世界中の超富裕層が滞在する様な所ですので、馬鹿にされてはいけないと、本格的な日本料理を教えたのです。しかし、訪ねると下鴨茶寮の料理人がピザを出しているのを見て、私は「何故教えた通りの日本料理を出さないのだ」と激怒しました。すると、彼は「日本料理が全く受け入れられなかった」と言うのです。「水が違うので出汁も全然取れない」と言いました。常夏のリゾート地で気温が高い、海沿いで、波音を聞きながら、お出汁が決め手のお吸い物を飲んでも誰も美味しいと言わない。お客様のリクエストでピザをつくったところ高評価を貰ったそうです。そこが日本料理の良さでもあり、逆に弱点、難しい点と言えるでしょう。そして、その土地の水でしかつくれない物は世界に無理に広めなくても良いのではないかと思いました。ピザでも日本人だからこそできる和風のピザとかが受けたりします。先程鳥井副会長のお話にもあった花山椒は海外のグルメ通に食べていただいたら皆感動されます。こういう日本の食材は他にもまだあると思います。あと 5 年で大量生産できる技術が構築できるかどうかは分かりませんが、代替肉をつくることに労力を費やすのなら花山椒をつくったほうがビジネスモデルとしては良いかもしれないです。



廣瀬氏：小山先生のお話の通りだと思います。日本は、その土地に合った料理やお酒を出しますが、世界各地もそれは同じだと思うのです。無理に広めようというのではなく、その土地の地産の物を使って何か新しい物をつくる方向でも良いのではないのでしょうか。日本は山国ですから川の流れが速く川も短いのでミネラルが少ない。よって良い出汁が取れる。ヨーロッパだと大陸が大きく山が少なく川も少なく流れも遅い。そういう川にはミネラルが豊富に含まれているので、出汁を取ろうにも全然出ない。

だから煮詰める料理が主流になるのです。そういう水を使って和食を提供するのはかなり難しい話です。

深野氏：約 20 年前、アメリカに駐在していた時、松茸が日系スーパーマーケットで凄く安い価格で売られていましたが、最近はアメリカやカナダでも多くの人が食べる食材になったそうです。日本人は結構色々な食材を食べるので、逆に今まであまり食べてこなかった物を万博で再発見するという場にしても面白いかもしれません。

石川氏：意外な物が海外で好まれることがあるのですね。万博を機に来られた方にどんどん日本の物を提供する、しかし無理に広げないという事が大事ですね。

深野氏：同じ方法で料理する必要はなく、その国の風土に合わせて料理すればいいと思います。日本でしか食べてこなかった物が結構海外でも食べられるということが大いにあるのではないかと思ったのが、この間イスラエルに行った時、イナゴを食べました。これからの時代は、「昆虫食」という食文化もイスラエルでやっていくのだと言っていました。イナゴは乾燥イナゴでした。煮干しのような味で美味しかったです。

小山氏：東京の四谷にすし匠という名店がありますが、創業者亭主の中澤さんという方がハワイに移住し、リッツカールトンホテルで現在お寿司屋さんを営んでおられます。最近日本人が海外で高級寿司店を営むという話はよくあります。大抵は豊洲中央市場から空輸で高級食材を送って貰うそうですが、中澤さんは豊洲の食材は殆ど使わず、現地ハワイで獲れた魚を使っています。ハワイというと南洋の魚であり美味しくないとよく聞きます。脂がのってないそうですが、中澤さんはだからこそ敢えてハワイで勝負したかったらしいのです。魚が美味しくないとされている土地で自分が寿司を握って仕事をする事で、南国でもこんなに旨い寿司があるのだと分かって貰えれば、その土地の魚を扱う文化が変わるのではないかと、それはつまり人類にとって資源を増やす事になる、また今までその地で魚に見向きもしなかった人たちが仕事の仕方を変える事によって食べるようになり無駄を無くす事ができる等、私はこういう方法も良いのではないかと思います。チリではウニがよく獲れるそうですが、現地の人は処理の仕方がよく分からず、あまり食べないそうですが、処理方法をきちんと伝授することによって、ウニの可能性も広がり、結局相対的量は増えることに繋がると思います。



石川氏：現地の物を上手く使う等ハイブリッドしていく事で無駄が無くなっていくというのは、今回の万博はSDGsがテーマですので、「いただきます」に通じる概念かもしれません。

鳥井氏：福井に蟹を食べに行った時、その美味しさに大変感激しましたが、付合せに出てきた煮物にも同じくらい感激しました。こんにゃくや小芋、厚揚げ、ほうれん草なのですが、本当に美味しかった。また、やや地味な色合いのこんにゃく、小芋、厚揚げの中に、鮮やかな緑色のほうれん草が際立ち、色合いも素晴らしい物でした。

廣瀬氏：今の色合いのお話に関してですが、器の話です。日本は料理をまず目で食べさせます。食べ物に合わせた衣装のような物です。この辺りも話をしていきたいですね。

石川氏：魯山人のようなお話ですが、小山先生、どうでしょう、日本食、その美しさに関してどの様にお考えでしょうか。

小山氏：美しさがありますね。お話したいのが、漆器、漆塗りのご飯茶碗の事です。茶碗はご飯を入れる物なのに何故茶碗と呼ぶのでしょうか、飯碗と呼んでもいいのに。昔は、ご飯を漆器によそっていました。その漆器によそくと冷たくならず保温性があります。でも、ある時期を境に陶磁器の産地のマーケティング戦略によって日本の飯碗は陶磁器の茶碗に変わってしまったというのです。すぐに冷める陶磁器のほうが良いというのですが、飯碗はと言うと、漆器は口に触れる時に柔らかい感触があるので、その重要性を発信する良い機会になると思います。海外は特に瀬戸物に直接口をつける習慣がありませんので、新鮮な経験をして貰える良い機会になるかと思えます。私も漆器のお茶碗を使っており、室瀬和美さんと言う蒔絵の人間国宝の方の作品です。冒

険家の三浦雄一郎さんがチョモランマに登頂した時室瀬さんの漆の茶碗を持って行ったそうで、雪で洗ったりするので傷はつくのですが、へたれたりしないらしいと聞いて欲しくなり、同じお碗を買いました。お値段は高いのですが、毎日それでご飯を食べる道具であり、使用頻度とのバランスを考えるとコスパは非常に良いと思います。5年、10年経ってもあまりへたらない。お箸も漆塗りのお箸を使っています。その良い箸と茶碗、と言いますか飯碗でご飯をいただくと食べる度に美味しいと思います。

石川氏:「食」というと食べる物ばかりに目が行きがちですが、その周りの食器、それをどう使うか、食事をする雰囲気、テーブルまで含むと思いますが、こういう事も大事ですね。小山先生は、このセミナーでご相談がありがたいとお聞きしておりますが、どのようなご相談でしょうか。

小山氏:私のテーマ館でスーパーマーケットを舞台に展示場を設ける計画を立てています。本物ではなく仮想スーパーの様な物で、そこでSDGs、飢餓問題、フードテック、人類の食の歴史等の展示方法を模索しており、私の事務所でも研究をしていますが、そのスーパーに納品する何か良い物を募集したいのです。私共だけで考えるより、皆様の知恵を持ち寄り、展示スーパーマーケットの棚を埋めていくイメージです。きっと沢山のアイデアが揃うのではないかと期待しているのです。今考察中なのは、例えばスマホで買い物をする感覚で、レジでチェックした物が結果としてECに飛んで架空の買い物をしたようになり、帰宅した後に自分がチェックした物をより深く調べる事ができ、実際にそれを買う事ができる仕組みです。

石川氏:これまでショールームはただ見るだけだった事が殆どでしたが、今度の万博では、ショールームでありながら物が買えるという形態に更に変化するのではないかと予想しており、その為にはどういった補助線を引いたら良いか考察したいと思います。

廣瀬氏:昔の万博は商品を並べていただけで、また日本が出したものは殆どが売り物でした。今のお話を聞いて、アイデアが回帰したに等しいと思いました。

深野氏:一時は石やマンモスを置いたりする展示に変わりました。

廣瀬氏:あの頃日本が万博に出した物は、今でも驚くくらい精巧につくられた陶磁器等でした。銅器等でも蟹そっくりにつくった物がありました。恐らく海外への輸出用だったと思います。

石川氏:基本的に、そういった産業を刺激するのが万博の本来の目的であったのが、だんだん国威掲揚みたいな風潮になりました。しかし、2000年のハノーバー万博くらいから、社会課題解決が主流に変わってきました。今度の大阪万博では、SDGsをテーマにしながらもやはり大阪で開催するのでショービジネスと社会課題解決両方の流れになるのではないかと、そういった意味で、原点回帰と言いますか、もっとビジネスに戻ってきつつあるのかと思います。

深野氏:外国の面白い物も来たら良いと思いますし、日本でも特定の場所でないとなかなか手に入らないような物に接することができれば良いですね。先程の銅器の蟹もそうです。私は先日高知県で鰹のたたきをいただいたのですが、今まで食べた鰹のたたきの中で一番美味しかったです。万博会場で食べられなくても、高知県へ行けば食べられますといった情報を万博で得て、各地へ赴くという、万博から各地へ行動範囲が広がるきっかけを作れたら良いと思います。

石川氏:広がりですね。確かにそこに来ると、高知へ行きたくなったり、熊本へ行きたくなったりする展開は面白いです。

深野氏:単なる物産市になってしまうと面白くないので、何かそのような哲学を打ち出したいですね。

石川氏:哲学ですね。では何が必要でしょうか。

廣瀬氏：例えば飢餓問題に関して言えば、先程お話が出てきた昆虫食等がテーマになると思いますし、大豆ミートが最近沢山出ているのは、牛の畜産から二酸化炭素が多く出るといった問題から来ています。

石川氏：関西は食の都でもありますので、フードテック、アグリテックのベンチャーが万博を機にどんどん出てくると良いと思います。そして老舗企業がこれを機にベンチャーと代替りしていくとかそういう事があっても良いのではと思いました。



鳥井氏：温暖化は農産物の生育には良い面もあるのではと考えたりします。南国のタイでは稲作は三毛作が行われています。先進国だけの話にはなりますが、人々が飢餓から解放されたのは戦後です。農薬や肥料が絶対に駄目だと決めつけるのは難しいと思いますが、これ以上土壌汚染が進むのも困ります。折り合いをつけていく事が非常に大事になってきます。CO2 問題もそうですが、SDGs の視点は重要なテーマとして絶対持つべきです。

ドイツのミュンヘンの特産品であるヴァイスヴルストという白ソーセージは朝つくと昼までには食べないと味が落ちるらしいのです。こういう物を大阪で探して、小山先生のお話にあったテーマ館のスーパーで販売したら良いのではと思います。堺の特産物であるけし餅とかどうでしょう。これは午後まで風味が持たないと言われるほど新鮮さが大事な食べ物です。関西圏の儂い食べ物ですね。

石川氏：味を損なわずに長く保存し、リアルに遠い土地で食べていただく為の保存という事にテクノロジーが必要ですが、敢えてそこには向かわないという事です。そういう事を踏まえると、現地でしか最高の状態では食べられないという「儂さ」がポイントになってきます。小山先生は、遠くでも食を楽しむ事とリアルで楽しむ事のバランスも考察されています。この「儂さ」は1つのテーマになるかと思いますが、どうお考えでしょうか。



小山氏：「儂さ」というキーワードを教えていただき、大切さを改めて感じました。人はどうしても「儂さ」をテクノロジーを使って永遠に変えようとする傾向があります。しかし、この「儂さ」を「儂さ」として捉える所に日本人の美学的なものがあると思うのです。日本人の美というのは、儂さから生まれる事が多い。その一瞬の事にきちんと心を寄せる事ができるか、そこに日本人の強みもあるのかと思います。

廣瀬氏：そこに「いただきます」の考えがあると思います。その儂い物をいただくとか、命をいただくとか、感謝がないと、珍しいだけになってしまうと思います。

小山氏：「儂さ」は伝え方が難しいですが、廣瀬事務局長が話された感謝の方向に持っていきたいのです。万博を訪れた人が家に帰って何を食べる時も感謝する、何を食べても美味しいと思える、その人の思い1つでそうなります。何かインフラが要るわけではなく、自分の心の中の切替であったり、考え方や哲学という物によってそこに価値が生まれる事が私はそれこそ本当の価

値が存在するのではないか、それは責任であったり、他者をおもんばかる事であったり、そういう所から生まれるのだと思います。

石川氏: ミラノの食博等も良い万博であったと思うのですが、とにかく美味しい物を出す万博だった印象を持っています。先程の河井寛次郎さんの発想の逆転だと思うのです。どうすれば、何を食べても美味しいと思えるのでしょうか。

深野氏: 健康である事が、美味しく食べられる基となると思います。その人の体のコンディションに応じて美味しいと感じる物は恐らく違ってきます。一方、特段健康でなくても味わえる食べ物もあります。疲れた、しんどいと思った時に食べると元気が湧いてきて美味しいと思える食べ物です。

鳥井氏: 美味しい物を食べたいという頭の中のイメージが必要だと思います。気持ちの問題、心の問題も関係しているかもしれません。

私が最近考えているのは、プロセスから入って結果を出すのか、実現したいことから入ってプロセスを考えていくかです。一般的には、プロセスから入る方が多いかもしれませんが、つくり手の立場から言うと、こういう物をつくりたいという思いがまずあって、そこからプロセスの開発に入っていくことを重視しています。

石川氏: 深い話ですね。プロセスを積み上げていくという事が日本ではありますが、そうではなく、まず欲しいと思う物があり、それからつくるという事も良いのではないかと思います。私は万博のプロデューサーの方数名とお話をした事があるのですが、聞いているとだんだんお話が仏教のお話みたいな世界になったりするのを時々感じます。

小山氏: 実際にプロデューサー会議の時、「色即是空」という『般若心経』にある言葉が頻繁に出てきます。

石川氏: 空は無いのだという概念ですね。私は万博の研究をすると、西洋の万博と東洋の万博には違いがあると思い、前回の 70 年大阪万博も含めて考察すると、やはり仏教的になっていくのかと思いました。

最後に、今日のセミナーのご感想をお伺いしたいと思います。

廣瀬氏: 「食」というのは、今日セミナーに参加している方々の中でも 1 番関心がある事の 1 つだと思いますし、食産業に従事している方もおられると思います。食は、外食だけではなく、また、「いただきます」、感謝の気持ち等のお話や未来のキッチン、展示スーパーマーケットのお話を聞いて、新しい方向が見えてきたと思いました。コロナ禍で食産業は今本当に大変な所もありますが、食は色々と深く人に関わり、論点も多い事案なので、今日は勇気が出てくるお話を聞けたと思います。有難うございました。

深野氏: 「食」は改めて凄く奥行きがあり、人にとって最大の楽しみでもあるテーマだと思いました。「死ぬ前日まで美味しい物を食べたい」と私は思っています。何故そんなに楽しみな事なのかと言うと、それは美味しいという事だけではなく、割烹のお話にも出てきた人とコミュニケーションを取る面白さも入ってくるからです。その食にまつわるストーリーを聞きながら、食材はどの様にして手に入れたかというお話を聞く事も食に関わる面白味です。同時に、このテーマは SDGs、フードロス問題、飢餓問題等色々な問題を含み、複雑なテーマでもあります。どの様にこの「食」のテーマをパビリオンで実感してもらうか等も今後取組んでいく課題になるのだろうと思いました。是非頑張っていたきたいと思います。本日は有難うございました。

鳥井氏: 小山先生のお話で、「普通」という考えと「幸せが幸せを呼ぶ」というこの 2 つのお話が印象に残り、「食」に関することを含めていろいろなことを気付かせていただき、とても嬉しく思いました。

私が理事長をさせていただいている公益財団法人サントリー文化財団で、約 10 年前、中央公論の名編集長だった粕谷一希さんと対談し、サントリー文化財団がこれから何をしていけば良いかというディスカッションをした時のことです。かつてサントリー文化財団の理事に辻調理師専門学校創設者の辻静雄さんがおられたのですが、粕谷さんが「辻静雄さんの料理人としての仕事を今 1 度調べ直して研究し検証することが、この財団の大きな仕事の 1 つではないか」とおっしゃったのです。その当時のサントリー文化財団は、政治・経済、芸術・文化、社会・風俗、思想・歴史に主に取り組んでいたもので、料理人の仕事を研究するというご意見は大変印象に残りました。満足できる研究ができずに 10 年が経ちましたが、今日のお話を伺い、改めて辻さんの功績を考えていきたいと思いました。辻さんは、吉兆の創設者である湯木貞一さんにヨーロッパの最高の料理を見せることが生涯で最も重要な仕事の 1 つだと考えておられ、実際に 80 歳になる湯木さんを何度もヨーロッパに連れて行き、沢山の著名なシェフに会わせたそうです。それが日本でのヌーベルキュイジーヌの始まりに繋がっていったと言っても過言ではないでしょう。大先輩であるこのお二方の功績を、何らかの形で万博でも取り上げていただくのは、食文化の発展にとっても意味があるのではと思います、是非ご検討いただければと思います。本日は有難うございました。

小山氏： 辻さんの息子さんと湯木さんのお孫さんお二方とも親交があり、『RED U-35』の審査員もしていただきましたので、是非研究させていただこうと思いました。廣瀬局長がお話された「いただきます」の感謝の言葉に繋がりますが、改めて知識、教養の大切さを考えました。知っているかどうかによって「食」に対して有難いと思える考え方が生まれてくると思うからです。来場された方に何か持ち帰っていただく物の 1 つは、人生にとって、また「食」にとって必要な知識ではないかと思います。今日このセミナーに参加し、色々なヒントをいただきました。また、セミナーを見ておられる方、万博に出展する展示スーパーマーケットのアイデアや『リモートシェフ』のスポンサーも募集しておりますので宜しくお願い致します。本日は有難うございました。