

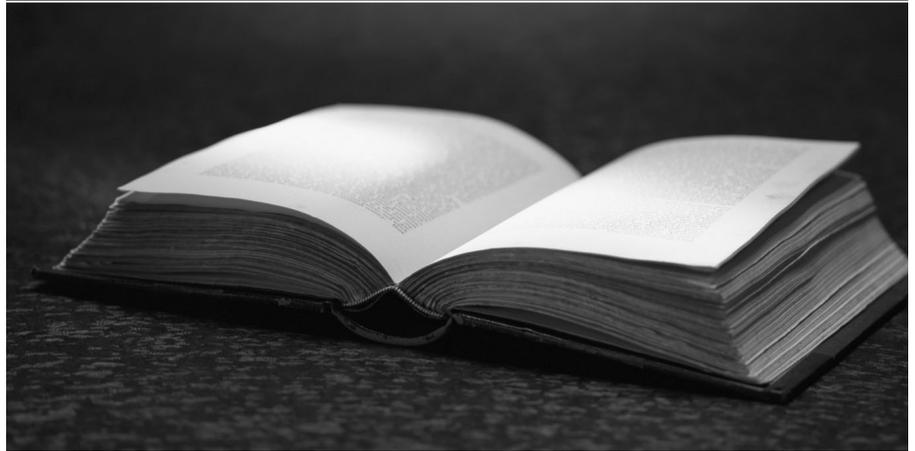
業 脳

エコファアーム・アサノ

発想力

第5回

秋の夜長に農業書なんて読むんじゃねえ



Thinking Power

夜

が長くなって読書にはいい季節になったな。うちの畑のまわりには余計な虫の声くらいで静かなもんだよ。俺の場合はテイステイキング・キッチンで隅で、本やら雑誌のページをめくるのが楽しみだね。

前回のこのコーナーでは、百姓だからって農業書ばかり読んでるんじゃねえよって言ったけど、そりゃ俺だって『現代農業』くらいは読んでるよ。もちろん『農業経営者』も創刊当時から取っている。あ、そうか、この人はこういう考えでやっているんだ、この人がこういうことを考えて成功したんだったら、俺はこういう考えでいこうとかね、発想の糧にするわけ。本とか雑誌ってのは、ただ金を払えば配達してくれるわけで、べつに俺が動かなくても情報が入ってくるんだから便利じゃん。

『農業経営者』はいくらだったけ？年間1万8000円か。そんなのスタックとかレストラン行ったら1回で終わっちゃうよ。でもスタックに1回行ったからってほんだけの情報が手に入る？ それを考えたら安いもんじゃん。

ただよ、逆説的かもしれないけど、百姓が発信する情報を百姓が読んだところだけが知れてんだよ。農業

をやっている人なら誰もが知ることのできる情報なんて、俺独自の情報にはならねえの。やれ防除の仕方だの肥料のやり方だの栽培技術ばかり勉強したってしょうがねえんだよ。

だからって、べつに頭のかたいビジネスの本を読むのがいいって言うてるわけじゃねえよ。前も言ったけど俺にとっては女性ファッション誌だって立派な参考書。食に関わる雑誌やムック本なんてのもよく買うね。『ダンチュウ』なんて俺が取引しているレストランのシェフがよく出てるし、うちの野菜が紹介されているわけじゃなくて、料理のレイアウトとか参考になる情報はいくらでもある。

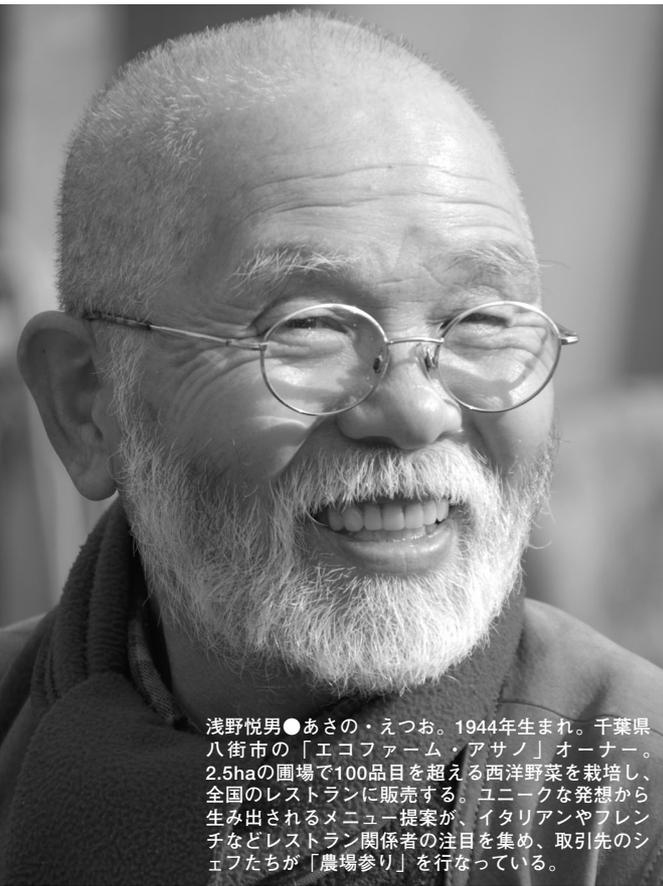
そもそも、うちの農場にはシェフたちが頻繁に足を運んでくれるわけだから、常に対等に話ができるように料理の情報は知っておくべきじゃん。自分のお客さんは誰なんだってことを考えれば、必要になってくる情報が何かってこともわかるだろ？料理人で上を目指して頑張ってるやつってのは、人一倍好奇心が強いんだよ。そんな相手が興味を示すものを、こちらが先まわりして提案してやれなかったらしょうがねえじゃん。農業書を読んで勉強するのも、そりゃあ熱心でいいけど、そんなもんシェフには関係ねえのよ。

最近は薬膳の本もよく読むね。自分の体の健康をいかに維持するかって考えたとき、野菜をただの食材としてでなく、薬膳の視点から見るとも大事になってくる。それは中国の何千年っていう歴史が証明してんだから、参考にしない手はねえじゃん。近代医学ってのは技術は進歩してるけど、あれは病気になる後の対処療法。だけど薬膳は予防医学じゃんよ。病気になるないためにはどうするかっていう考え方だね。どの野菜にどんな機能性があるかってことを勉強して、シェフに提案する場合の予備知識にしている。

たとえばニンジンだったら、動脈硬化の予防とか、高血圧の改善、不妊症にもいいんだけど、ほとんどの農家がそういう機能面を語れねえじゃん。消費者に言うことといたら、「有機栽培しました」とか「農薬を従来の半分に使いました」とかばっかり。そんなこと言ってなんの価値があるのよ。病気になるねえようにするにはどうすんのかってことも考えずに、無農薬だのバカなことってんじゃないよ。

そもそもニンジンってのは、なんのためにあるのかってところから始めなきゃ。だって昔は薬として滋養のために食べてたわけだろ？ ニンジンに限らず、すべての食べ物の原

Etsuo Asano's Creative



浅野悦男 ●あさの・えつお。1944年生まれ。千葉県八街市の「エコファーム・アサノ」オーナー。2.5haの圃場で100品目を超える西洋野菜を栽培し、全国のレストランに販売する。ユニークな発想から生み出されるメニュー提案が、イタリアンやフレンチなどレストラン関係者の注目を集め、取引先のシェフたちが「農場参り」を行なっている。

点がそこにあるんだよ。スイカだってそうだよ。腎臓にいいことは昔から知られているのに、スイカを開発するタネ会社があるの、言ってるねえじゃん。「うちの品種はシャリ感がいいです」とか言ってる。スイカなんかシャリ感があって当たりめえじゃねえかバカ野郎。それよ。なんで夏にスイカを食べるのかってところから考え直したらいいじゃん。ノドが乾くからって清涼飲料水ばっかり飲んでると糖尿病になっちゃうけど、スイカなら体に悪い糖じゃねえし、塩を振って食べれば塩分も水分も補給できて熱中症対策にもなる。そういう原点に戻ってマーケティングすることも大事じゃんよ。食材本来の機能性をシェフにきち

んと語ることができれば、その情報はレストランのお客さんにも届くことになる。お客さんからメニューの説明を求められたとき、レストランのサービス係が「この食材はこういう意味があつて使っています。うちはまだおいしいだけじゃなく、お客様の健康を考えたメニューを心がけています」って言うてごらんよ。お客さんは「あらそうなの！」って意識して食べるようになるだろ？ ただ無造作に食べるのと、情報を脳で味わいながら食べるのと、どっちがおいしいか答えは決まってるじゃん。さらにそのお客さんが、次にほかの友達に会ったとき、一体なんの話するの？ そこには電通も博報堂もいらねえじゃんよ。

自分のお客さんに対して、どういう提案の仕方をするかっていうのは、普段からどういう情報を集めているかが密接に関わってくる。どうも百姓ってのは、とりのオヤジの様子をうかがってマネすることばかり考えてるけど、それじゃあ農業書だけを情報源にする世界と一緒。俺はとにかくまわりと違うことをやって楽しみたいから、日頃から農業以外の情報にアンテナを張っている。そうやって手に入れた情報を糧に自分で発想を膨らませることが、提案力を磨くコツだと思うよ。