つながる食新聞　デザイン版
平成30年（2018年）3月号

つながる食のデザイン展

食べることから、はじまる

KITO

つながる食のデザイン展 食べることから、はじまる

さまざまな情報が気軽に手に入るようになったことで、食の安心・安全など、日々食べるものについて、消費者はこれまで以上に敏感になっています。その一方で、食べるという行為の前後左右を、私たちはどれくらい想像できているでしょうか。

この展覧会は、さまざまな立場から食について追求してきた料理人や酪農家、販売者などの〝食の実践者〟たちが描く夢や未来を通して、神戸のまちや生活を捉え直す展覧会です。知っているようで知らない、お店に並ぶまでの野菜の姿や、味覚の多様さに出会う展示など、神戸を拠点とするクリエイターたちとのコラボレーションにより、食との新たなつきあい方を考える種が具体化されています。

「おいしく食べる」「身体に良いものを食べる」だけでなく、誰かが手間隙かけて作ったものを選び、身体の中に取り入れること。そう考えると食は、生き方を選ぶこととともいえます。そこには、利便性や効果・効能だけを求めていると気づかない価値観があります。食からつながる明日を、一緒に覗いてみませんか。

写真：片山俊樹

目次

ひとつのパンができるまで……4
PAINDUCE・米山雅彦（シェフ）×NO ARCHITECTS・西山広志（建築家）
協力＝樽井香（イラストレーター）、宮下昌久（家具作家）
アグリシステム株式会社、株式会社脱サラファクトリー、新光糖業株式会社
株式会社トクラ大阪、日仏商事株式会社

Experimental Tables 食べる「かたち」の実験室……8
anonyme・加古拓央（シェフ）×DESIGN SOIL（デザインコレクティブ）
企画＝DML・久慈達也（デザインリサーチャー）

あえて聞きたい／答えたい、食の疑問……11
ケルン・壷井豪（シェフ）×神戸芸術工科大学・曽和具之（ドキュメンタリスト）

味覚の不思議、再発見……12
パティスリー モンプリュ・林周平（シェフ）×デザインヒーロー・和田武大（デザイナー）

不便から生まれるコミュニケーション……13
サ・マーシュ・西川功晃（シェフ）×MuFF・今津修平／KUAV・北川浩明（建築家）
Apartment film・野田亮（映像作家）

知っているようで知らない野菜のはなし……14
はっぱや神戸・加古憲元／加古祐樹（野菜卸）×坂下丈太郎（カメラマン）

パンじい日記　半田文隆……16

KIITOと食……16
永田宏和（デザイン・クリエイティブセンター神戸 副センター長）

豚まん、100年の洗練……17
老祥記・曹英生（シェフ）×神戸芸術工科大学・曽和具之（ドキュメンタリスト）

牧場からはじまる、もうひとつの未来……18
弓削牧場・弓削忠生（酪農家）×DML・久慈達也（デザインリサーチャー）
協力＝DESIGN HERO・柿元千秋（イラストレーター）
神戸芸術工科大学・池内宏行（木工作家）、神戸大学大学院農学研究科・井原一高（研究者）

ゴカンノキオク屋　飲食店が子どもたちを見守る寺子屋のようになれる未来……21
玄斎・上野直哉（シェフ）×KUUMA・濱部玲美（クリエイティブディレクター）
Apartment film・野田亮（映像作家）

きづくチカラ、つながるチカラ　AnyTokyo……22

出展者略歴……22

KIITOアーティスト・イン・レジデンス二〇一七 報告展
石塚まこ『ちいさな世界を辿ってみると』……23

元町映画館 連携企画『カレーライスを一から作る』先行上映＋トークイベント……23

会期中催事一覧／編集後記／新たな気づき、新たなつながり／かいこの糸藤くん……24

この『つながる食新聞 デザイン版』は、『つながる食のデザイン展』を振り返るとともに、新たにインタビューや解説などを加え、各展示内容を紙面にて再考するものです。

会期＝平成29年10月7日（土）－22日（日）11:00－19:00　休館日＝10月10日（火）、16日（月）　会場＝KIITOホール・ギャラリーA 入場無料
主催＝デザイン・クリエイティブセンター神戸　後援＝NHK神戸放送局、Kiss FM KOBE、神戸市教育委員会、神戸新聞社、サンテレビジョン、ラジオ関西
特別協力＝AnyTokyo　企画協力＝田中みゆき　イラストレーション＝Yorifuji Bunpei　広報デザイン＝AnyTokyo

ひとつのパンができるまで

PAINDUCE・米山雅彦（シェフ）×NO ARCHITECTS・西山広志（建築家）インタビュー

あたらしい小麦パン
材料（パン1つあたり）
小麦粉……129g
水……92.235g
発酵種……6.45g
砂糖……2.9861g
塩……2.69g

① ミキシング
計量した材料をこねる。
② 一次発酵
材料を寝かせる。パンチ（ガス抜き）をする。パンチは40分後に1回、そのあと30分おきに2回行う。
3回のパンチ後、冷蔵（5℃）で12時間寝かせる。
③ 分割・ベンチタイム
300gごとに分けて丸め、50分寝かせる。
分けた生地同士がくっつかないように注意！
④ 成形
パンの形にする。
⑤ 二次発酵
50分間寝かせる。
⑥ 焼成
オーブンで15分焼く。
できあがり！

本展のために作られた「あたらしい小麦パン」は、一代目と二代目を経て、三代目（写真）で完成となった。形や切れ目などにも、米山さんのパン屋としてのあり方が現れている。

PAINDUCEのシェフ、米山雅彦さんと建築家ユニットNO ARCHITECTSの西山広志さんは、本展覧会のためにまったく新しいパンを作り、そのパンができあがるまでを展示にすることを企画しました。その根底には、米山さんのパン作りに対する真摯さをなるべく余計に飾り立てることなく展示に落とし込もうと考えた西山さんの建築家としての姿勢がありました。このインタビューでは、西山さんと展示を作ったプロセスを振り返りながら、展示の拠りどころとなった米山さんのパン作りへの考え方をより深く掘り下げることを試みました。

パン屋を経営するということ

——今回、ひとつのパンができるまでのプロセスを可視化しようと試みた背景には、米山さんが日常的に持たれている問題意識があるのではないかと思いますが、それについてお話いただけますか？

米山　どの仕事も同じですが、究極に美味しいものを作ることだけがプロの仕事ではありません。パン屋として営業するということは、いろいろな部分がバランス良くなければ経営は成り立たない。高いパンを一個作るというバランスもある、安く品数を多く作るというのもある。さらに素材を作っている人の生活や流れがあり、食べる人もその流れにいる。そのバランスを現場に落とし込むのがプロの仕事です。ストイックに良いものだけを取り入れ、自給自足で完結する人はそれでいいかもしれませんが、社会とつながることはそうではない。また、時代としては非日常のパンがあってもいいとは思いますが、やはりパンは日常的なものなので、バランスが重要です。正しいものづくりで正しく経営したい。現代ではなかなか難しいことでもありますが。

西山　米山さんがこの展示のために実際にパンを作ったこと自体が、「正しさ」を示しているのではないかと思います。僕はそのパンが純粋にどうできているかを素直に伝えることが、米山さんの正しさを伝えることになると考えました。さらに米山さんも気づいていなかった側面を見せることができたらいいなと思っていました。

——米山さんの理想的なパン屋さんのあり方としては、続けることがまずは大事。かといってできる限り多くの人に大量にというわけでもないということですか？

米山　そのようなパン屋さんがあってもいいと思います。どのマーケットを取っていくかという問題もありますが、理想を言うと、上から下まで取れることでしょう。ただ一番下の層は、今のうちの材料を使っていては取れないです。どの業界も下は資本力の勝負になります。いかに効率的に機械化し、一日に何個のパンが作れるかが勝負の世界になってくる。例えばヤマザキ。最大手で、日本では上の層はないですが、海外では上の層も取っている。タイでは高級デパートの上の階にヤマザキパンがあり、あんパン、蒸しパン、焼きそばパンなど日本のパンが、百二十～三十円と日本と同じ価格で売られています。

——ヤマザキと米山さんの圧倒的な違いは何ですか？

米山　ものを作る方向性、組み立て方。ヤマザキがマーケット、どの価格帯でどう作るというのがあるとすれば、僕はこの素材を使いたいからこういうパンを作ろうと決める。その方向性の違いが大きいと思います。あとは資本力ですね（笑）。現実的にはないですが、ヤマザキからオファーが来たら何を条件にするだろう……。例えば国産小麦であればやるのか。今は想像つきませんが、経験としてはやってみたいところもあります。あの人達がどういうスタンス、流れでやられているのか見てみたい。そこに自分のノウハウが入るとどうなるか。マーケティングやマーチャンダイジングの考え方は大企業でないと分からないので。

——譲れないものとしては、一定の素材の水準ありきの今の規模、価格帯、お客さんということですね。

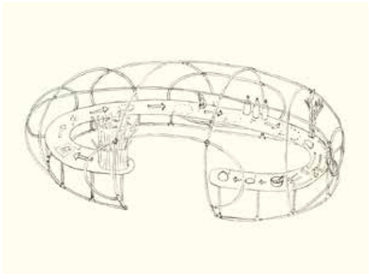
PAINDUCEシェフの米山雅彦さん。国内やヨーロッパ各国で修業を積んだ後、2004年に「PAINDUCE」を開業。現在、大阪市内に4店舗を構える。（詳しいプロフィールはp.22参照）

米山さんがパンに使う小麦の生産地

『ひとつのパンができるまで』外観。ブースの形は実際にPAINDUCEで売られていたパンを採寸して起こした図面をもとに造形された。写真：片山俊樹

〈上2枚〉淡路島で塩の生産者が一人で塩を作る様子。

会期中PAINDUCEで販売されたあたらしい小麦のパン（一代目）。



西山さんが最初に描いたスケッチ。

米山　時代とともに素材は変わると思います。ライ麦は北海道にしかなく、お店ではそれを使っています。地球上で穫れる場所がずっと変化しているので、五十年、百年の話になると、現実的に日本では穫れなくなることも起こりえます。

よく業者さんから「欲しいものはありますか」と言われるんですが、ないんですよね。欲しい材料という意味ではモノのやり取りをしていますが、人を信用して買うので。人と人とのつながりだけなんです。その人たちが良いものを作っているからその人と付き合うというよりも、人が良いからその作ったものを使う、使わせてもらう。感覚的に自分が良いなと思う人は、モノも良いなと思うので。

——パンデュースで一番人気のあるパンのプロセスを見せるという選択肢もあったと思いますが、新しく作ることになったのはなぜですか？

米山　ちょうど新麦の時期というのと、そんなに素材の多くないシンプルなものがいいよねと話していたら、「じゃあ作っちゃえ」となりました。言わなければ良かったと後で思いました（笑）。今回の小麦は農家さんも分かるし、トレースをきちっとしていて資料の管理もしています。QRコードがあって、読み取るとどの畑で誰が作ったかが出るようになっています。

西山　はじめに展覧会場にパンが転がっているイメージがあって、打合せの前にお店によってパンを買いました。この形のパンが一番伝わるのではないかと思ったパンがあったので。そのパンを持ち込み、その形のブースのイメージをイラストにして米山さんにお見せしました。さらに最初の打合せでもう新小麦を会場に持ち込むことができるかという話になりましたね。

米山　タイミングが良かった。北海道は収穫がちょうど七月半ばから八月半ばぐらいなので、送ってくれる時期でした。うちが使う小麦粉は品種一つなのですが、小麦粉って、一種類の小麦からできているのではない方が多いんです。一番有名なカメリアという小麦粉も、一種類の小麦からできるのではなく、いろいろな小麦をブレンドして、毎年ブレがないようにして商品に仕上げています。ただそれでは展示としては複雑になってしまう。

生産地に行ってわかること

——小麦の生産地には、決める前に行っているのですか？

米山　いつもお付き合いしているところなので、スタッフの勉強を兼ねて行っているところが大きいですが、毎年行きます。雨が降る前に東京ドーム何個分かを一人で収穫されています。あとは、農家さんにも会いに行きます。はじめは熊本のオーガニックの農家さんに行ったのが先で、十勝にも行くようになりました。おこがましいけれど、はじめはパンを持って行ったりもしていました。そうするとすごく喜んでくれるんです。彼らは実際に自分が作った小麦がパンになっているのもそんなに見ることがないので、実際どこで誰が使っているのかわからないですよね。

——他の素材もですか？

米山　砂糖は行ったことはないです。これは国産を探したわけではなく、結果として種子島産でした。今回のことがきっかけで多分行くことになりますよ（笑）。塩は、まず作っている方に出会って、作られている場所にも行きました。「え！これで家族を養ってるのか！」と驚きました。原価0ではないですが、淡路の海で、海のすぐ近くのトタンの小屋で、一人で薪を焚きながら作られています。濃度をどこまでにして、どう苦味を落としていくかなど、すべて科学的に考えられていますが、燃やす木は捨てる木をもらってやっているような感じで。美味しいですよ。その様子を見たからでしょうね。

丸山（KITTO）　米山さんが経験されたことが先にあって、小麦の話から始まって、では塩や砂糖も見せた方が面白いはず。じゃあイーストはどうする？というふうに発展してきます。

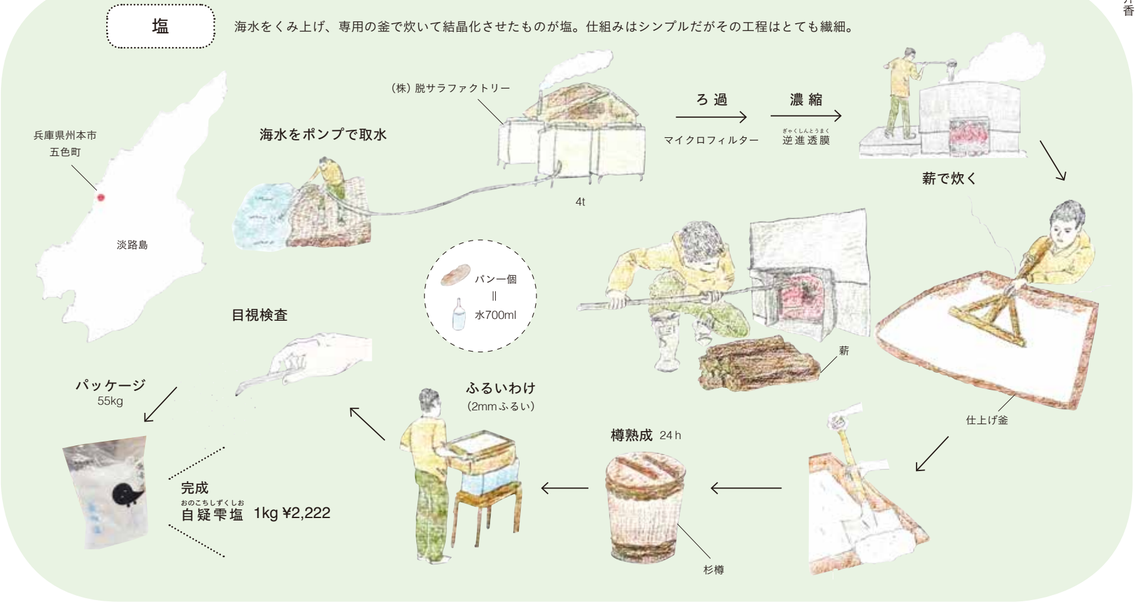
NO ARCHITECTS 西山広志さん。建築をベースに、設計やデザイン、インスタレーション、ワークショップ、会場構成、まちづくりなど幅広く活動を行う。（プロフィールはp.22参照）

小麦

小麦は種をまき、1年間かけて育てられる。収穫された小麦は脱穀、粉砕を経て小麦粉となる。

塩

海水をくみ上げ、専用の釜で炊いて結晶化させたものが塩。仕組みはシンプルだがその工程はとても繊細。



展示はイラストと材料の実物をもとに構成されましたが、ここでは一部を紙面上に再構成し、ご紹介します。イラスト＝樽井香

いきました。

米山　砂糖と塩はあったほうがいい。シンプルですが展示にするという縛りがあったので、意外と苦戦したんです。そもそも種は入れないんですよ。小麦の味をさせるということは、発酵臭を押さえた方が小麦の味自体は出やすいので、あまり種は入れない。イーストは味気ないけれど実際に使ってるのでいいのですが。先に材料を決めたので難しかった（笑）。通常はイメージが先にあります。今回もそれはありましたが、縛りがなかったら、やはり種は引こうかとか、小麦の味を一割足そうかとか、みたいなことが途中であったと思います。

作り方にあるストーリーを伝える

——実際に食べるという体験ができない展覧会で食を伝える難しさはあったと思います。その中でもこの展示は情報を情報としてではなくて、体験として立ち上げようとされていたように感じました。

米山　材料を展示するというのが、すごく新鮮で複雑に感じました。ここに野菜なんかがあるともう少し「素材感」があるけれど、小麦はまだしも、イーストなんかはうちで言うと単なる材料。それが僕のようにパンを作っている人とパンをまったく作ったことのない一般の人の感覚でどう見えてくるのか。

丸山　その温度感は西山さんに調整いただいたところがあります。あえて写真を使わないようにしようという決断は大きかったです。現地に行って得られる情報は、現地に行けば良いという。

西山　もう少し時間があれば、音を持ってこれたらいいなと考えていました。ざわざわしている音や、コンバインのガタガタした音、海水を吸っている音、サトウキビを切っている音とか。音が展示に加わると、もう少しイラストと体感が相乗効果を生んで良かったのではと思います。

——二人はまったく違う職種ですが、やり取りの中で共感できた部分はありましたか？

米山　西山さんが寄ってくれているというか、中身を見てくれているので、僕は全然変えていくことはなかったです。求められたことに面白く応えようとしただけでした。

西山　寄せたというより、ヒアリングの段階でちゃんと理解をするというのは普段の仕事でもしていることです。理解をして、それに対してボールを投げる。ちゃんと受け取ってもらえるように提示して投げる感覚ですね。米山さんの柔軟さも何となく理解できていて、ある程度こちらを信頼してくれているという感覚があったので、思いっきり投げられました。

展示を作って気づいたことは、米山さんは自分が考える理想のパン作りのコミュニティのようなものを、パンをベースに作られているということでした。環境自体を作っている。ちゃんと良いものを作るという意識をみんなが共通して持っていて、その共通の認識を練りこんでひとつのコミュニティにされていますね。

米山　クオリティが高いものというよりも、何かストーリーがないと嫌なんです。ひとつのパンに対して自分が話せないと。もちろんお金の話をよくするので、売れれば意味がある部分はありますが、僕がその商品を世に出すなら、どこかに別の意味がないとは思っています。

——ストーリーで共感する層はお客さんの中でも限られるのではないですか？

米山　そうですね。前はストーリーを売っているわけではなくて、そのパンを売っているみたいなところがありました。実際に人は視覚から得たアドレナリンで美味しく感じるというのがやはりあるんです。ひとつだけ置くよりも二つ重なって置いた方が身体が反応しておいしく感じるとか。多分たくさんうんちくを書いている方が、美味しく感じてもらえて、値段も取りやすくなる。大手のパン屋さんになると、これは何という銘柄の小麦粉で、あんこは○○製餡の何とかで、そこまでのストーリーはある。ただそれで納得できないから違うストーリーを求めてるんです。誰々さんがどういう肥料を使って作った畑で……といったような。

——まったく同じ条件でも、日々のコンディションで変わりますよね。

米山　例えばアーティストは一生涯に一回でも百点取ればそれで多少名声が得られるのかもわかりませんが、職人は十年の中のある一日のパンがすごく良くても、それ以外の日がダメでは評価されない。職人は毎日合格点を取り続けなければいけない。もちろん百点があったらいいけど、ひとつのパンが百点を作るのではない。うちではパンが百何十種類あるので、百点のパンがひとつあっても、他のもの六十点になりそうであれば、全体で八十点になるような工程を組めと話しています。講習会やセミナー、授業で教えるのは、できるだけ百点を作るやり方。ただ、それと同じ工程は現場には当てはまらない。そのバランスをとるのが、シェフの一番大事な仕事だと思っています。

（聞き手：田中みゆき）

つながる食の連続トークレポート

「ひとつのパンができたので」

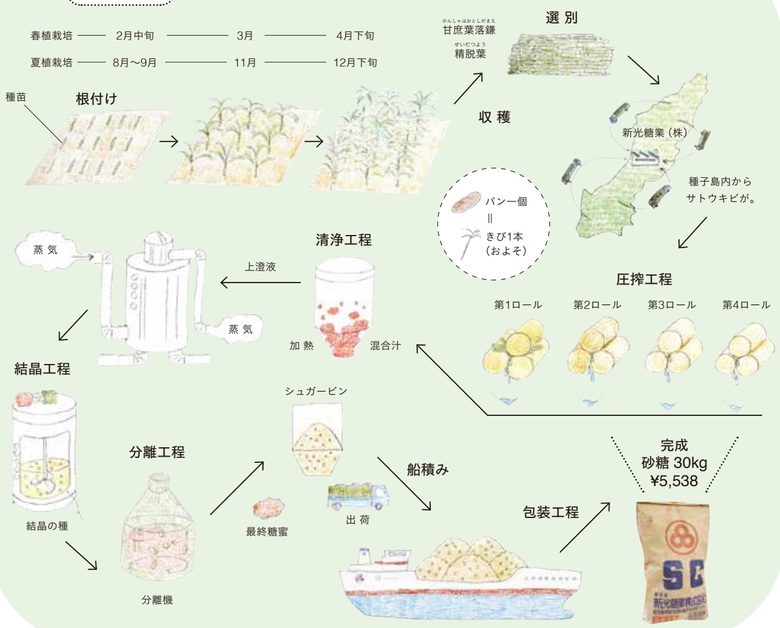
「あたらしい小麦パン」は、今回の展示のために作られ、店頭でも販売されました。イベント当日は、もともと作ったパンに違う種類の小麦を加えたものと米山さんが当日焼かれた二種類のあたらしい小麦パンが配られ、どちらが良いか直接意見を聞く場ともなりました。

今回は展示としての面白さ優先で素材や形を決めて作っていったため、「縛りが多かった」と苦労を語った米山さん。実際に作ったパンを前に、例えばそのパンの生産性を上げる方法や、もともと売っているパンとどう差別化するかなど、お店の経営に関わる話も。

一方、「米山さんが大切にしている正しさを再認識できるような展示にしようと決めていた」という西山さん。企画より先に生まれていた展覧会場にパンが転がっているイメージは、実際にPAINDUCEで売られていたパンを採寸し図面に起こすことで原型が作られました。実際の展示を回りながら、西山さんがパンができるまでの要素を分解し、空間として構築する様子が紹介されました。米山さんの合理的な思考と西山さんの建築家としての背景が上手く調和した展示となったことが感じられました。

砂糖

さとうきびから糖のエキスを圧搾し、加熱して結晶化させたものが砂糖となる。

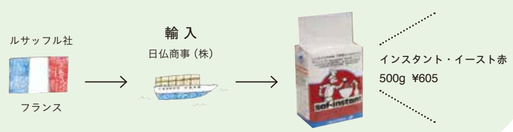


酵母

水、ハチミツ、レーズンを混ぜておいておくだけで発酵が始まり、約2週間で酵母が完成する。

ドライイースト

ドライイーストはフランスで作られたものを使用。長い道のりを船で移動し、日本に届けられる。



成形

素材が交わり、パンとなる。季節や天候に合わせて発酵時間を変えたり、分量を調整したり。
素材の様子を丁寧にチェックすることが大切。

Experimental Tables 食べる「かたち」の実験室

anonyme・加古拓央（シェフ）×DESIGN SOIL（デザインコレクティブ）インタビュー　企画＝DMI・久慈達也（デザインリサーチャー）

「赤面のテーブル」は、対面する相手の顔と手と皿だけが視界に入るテーブルのアイデア。次のキャプションが添えられていた。「スタディの途中でふと、この距離で顔しか見えないのは照れくさいと気がついた。あまり親しくない誰かとは座らないでください。」

写真：片山俊樹

日常生活の中で、私たちはどれくらい自分の食べ方や姿勢などを意識しているでしょうか。「Experimental Tables 食べる「かたち」の実験室」は、カウンターのみのレストラン anonymeのシェフ・加古拓央さんが日々感じていた違和感が、デザインリサーチャーのDMI・久慈達也さんとデザインコレクティブ・DESIGN SOIL（神戸芸術工科大学）のメンバーたちによってさまざまな問題提起のかたちをとり、展示となりました。展示を作るプロセスは、加古さんにとって自分の違和感が何かをより具体的に認識する経験ともなったようです。展示が終わってから行われたこのインタビューは、制作過程を振り返るとともに、食べ物を提供する側と受け取る側の関係性について改めて考える時間となりました。

お客さんとの距離の取り方

――今回の展示は、加古さんが普段レストランをやられる中でお客さんの食べ方やマナーが気になるというお話から出発していますが、加古さんは会期中のトークイベントの中で、「食べる行為って本来ちょっと恥ずかしいものだ」ともおっしゃっていましたね。

加古　そうですね、あんまり堂々とは食べられないですよね。本当に恥ずかしいものだと思いますよ。アイデア出しの時にすべてをやってもらうレストランという案がありましたよね。歯医者さんの椅子のようなものに座って、口を開けたらウエイターが食べ物を口に入れてくれる。あれは本当に恥ずかしい。

――でもこのお店の作りって完全に見えていますよね。

加古　そうですね。それが関係してるのかもしれない。僕はいずれ店を改装しようと思っているんです。お客さんたちの話、食べ方、仕草が気になるのは、結局自分の弱さなんですね。気にしない人もたくさんいるし。でも気になるからこそ、カウンターでお客さんが食べているペースや空気を読みながらどんどん出したかったんです。ただこの距離が、僕にとって近すぎたんだと思いました。カウンターにカトラリーやお皿を並べて距離をつくるのは簡単なんですが、それはしたくない。でも見えないキッチンは嫌。そう思うとある程度距離を置いた店に改装するか、引っ越しをするか。

久慈　今回のテーマの「テーブル」に行き着いたのは、このお店のあり方からスタートしているところがありました。加古さんの主義主張が、この店の作りやお客さんとの関係性に現れていると思ったんです。マナーが気になるというのも、ここに原因がある。

加古　見なければいい話なんですけどね。でも見ちゃうし、お客さんもこんなに僕のことを見るとは思わなかったんですよ。でも仕事しているところをずっと見られたら嫌じゃないですか、例えばそれがデスクワークだとしても。ちびっこうべのような工場見学的なツアーであれば見てもらってもいいのですが。

――実はご自身が一番居心地が悪かった……（笑）

加古　そうなんです。だから僕のようなお客さんならば適当な距離が取れるなと思ったけど、当たり前だけどそんな人ひとりもいないですよね。そんなことに遅まきながら気がついた。隠れたいときは僕にもあるし、お客さんにもあるなというのが正直あります。つかず離れずという距離をどうとっていくかというのは難しい。今回の展示のテーブルの中に正解がないのと同じように。でも正解への道しるべはすべてにおいてあるわけじゃないですか。そういう意味では今回の展示は僕にとって気づきの機会でした。

――これまで何回かお店の名前や場所を変えられていると思いますが、その中で毎回こういったカウンターのお店ではなかったということですか？

加古　カウンターは常にありました。最初のカウンターは手元は見られなかったかな。ハイチェアーのカウンターだったので。L字型で囲まれて、一部の人からは少し手元も見れるんですが、スパイスを並べてだんだん見られなくしていって、改装してからはより見えなくしたんですが、一応顔は見て対面でしゃべれるようにしていました。

――それでも対面は好きなんですね。

加古　好きなんですけどね、たまに疲れるんです。料理人でもあるけどスナックのママみたいなこともしないといけないので。それで、次は厨房があって、小窓があって、その奥にドリンクをつくるスペースとカウンターがあるという作りにしました。だから僕は厨房の奥にいるけど、距離は取れている。でもそうなると、奥の方のテーブルが気になって仕方がなかったんですよ。「喜んでるか？」「美味しそうに食べてます」「ほんま？」「おいしいって言ってます」「それはほんまに美味しいって言ってるか？　心から言ってるか？」じゃあ自分で聞いてこいって感じですよね（笑）。気になるんですよ、「おいしい」という言葉に何の信頼も置いていないので。だからカウンターと思ったのですが、間のスペースを作るべきだったと思いますね。この店を作った八年前だと、オープンキッチンかクローズの厨房か、くらいの選択肢しかなかったけど、その間にフルオープンキッチンだけどテーブルがある店ができてきたりしているし。それって、台所でお母さんが料理作っているのと一緒ですよね。作っているところや手元も何となく見えるけど、ダイニングでご飯を食べるという感じですかね。それでもいいのかなと思ったりしています。

食べる行為の日常性

――今回展示を作られるにあたって、最初にピザを作ってみなさんで食べられてましたよね。あのような場を作られたこと自体がすごく良いなと思いました。

加古　食べたかっただけでしょ（笑）。

久慈　それは大きいですが（笑）。

加古　でもあれで僕と学生さんとの距離は近づきました。

久慈　加古さんに学生がどんな考えをしているかを知ってもらうというのがないと、後が続かないと思ったんです。学生も加古さんに会ってない状態でものを作り始めるというのじゃね。一度加古さんに来てもらって、そこでアイデアをがっと見てもらって、その後は彼らが自分たちで詰めていって、僕とKITTOのスタッフが見て、アイデアを決める。後日僕が出たアイデアを加古さんに持っていく。反応を伺いながら、何を入れて何を外すかを決める。そんな感じで進めていきました。

小林（DESIGN SOIL）　十数人だったのですが、みんなでバケツリレーのようにシフトを組んで、空いている時間にやりました。いつもはリサーチや検討というのは何か月単位でやっています。

DESIGN SOILにて加古さんを招き行われたアイデア出しの様子。最初に全員でピザを作って食べてから打合せが始まった。

久慈　始めのうちから課題をしっかり与えていて、六つぐらいテーマを出しました。「団欒の記憶」「一般的なテーブルのイメージ」「食の空間に対するイメージ」「作ってみたい関係性」など。

――その時のことは覚えていますか？

加古　覚えてますよ。本当に自由な発想で、生徒さんそれぞれ個性があるものが出ていて、現場にいる僕では決して思いつかないものでした。僕は料理人ではあるけど、ある時はお客様にもなれるわけですよね。でも彼らたちはこちら側には来ない。なおかつ、「レストラン」というものに対して、ちょっと遠いものを感じている。高級とか、自分たちにあまり縁がないというところから、発想していっている。今も印象的なのは、「鳥居のあるテーブル」です。すごく哲学的だなと思いました。

鳥居のあるテーブル スケッチ

――それは加古さんにとってレストランがあまりにも身近過ぎて気づかないということですか？

加古　僕にとっては常に自分の問題なんですね。あるいは自分とお客さんの問題。それを神様という存在が上から見ている可能性があるという発想が新鮮でした。この現場もお天道様が見ているんだろうな、そうされることによって

anonymeにて行われたインタビュー風景。カウンターと厨房は互いに完全に見える作りとなっている。

あえて聞きたい／答えたい、食の疑問

ケルン・壷井豪（シェフ）× 神戸芸術工科大学・曽和具之（ドキュメンタリスト）

パンの製造・販売を行うケルンのシェフの壷井豪さんは、兵庫を拠点に食を「作る・売る・消費する」、3つの立場の方々の意見交換の場を作りたいと考え、「生活と食のディスカッション」を企画しました。KIITOにて3時間に渡り実施されたイベントは、普段直接交流の機会がない生産者や販売業を営む方、子どもを連れたお母さんなどが一堂に会し、率直に疑問をぶつけ合う貴重な場となりました。当日交わされた疑問と回答の一部をご紹介します。

展覧会では当日の様子を映像で紹介。

Q 食品ロスが問題になっていますが、どうしてロスが出てしまうのでしょうか？またロスを減らす方法はありますか？

食品ロスは、ある程度の規制の撤廃が必要と思います。弊社で扱っている冷凍食品にしても、2年を過ぎると期限切れになります。2年経過したものはすべて悪いものなのでしょうか。必ずしもそうでないのも現実です。私はかぼちゃを扱っていますが、1箇所痛みがあるだけでそれを取り除けば3/4は使えます。**痛みがあるものは熟度が高まっているものも多く、とても美味しいです。**本当は使って欲しいのですが、唐突に出るロスを急に加工場に小ロットで持っていくわけにも行きません。それを加工するのにも手間がかかります。輸送費、加工賃、保管賃、そして販売先を探す経費…通常業務をさし置いてまでやるべきことではありません。使える食品ロスは沢山あり、それで救われる人、会社、生産者も沢山いると思います。私が神戸市民として思うのは、**神戸市に眠る食品ロスを「活かす」行政**ではないでしょうか？「神戸」というのは、他府県からみて魅了的な響きのようで、外に出て仕事をすると「良いところでお仕事されていますね」と言われます。一方、自分たちのブランド思考が強いのか、閉鎖的で「遅れた街」に感じます。今一度「神戸ブランド」の再構築のためにも食品ロスに取り組む姿勢が大切ではないでしょうか。

〈答える人〉
佐藤 一（株式会社 Zucca／かぼちゃ加工・販売業）
2007年より、幻とも言われる「栗マロンかぼちゃ」の販売を手がける。安定したおいしさの提供を心がけた商品展開で、栗マロンのブランドの確立を目指す。

Q 子どもはコーヒーを飲んではいけないと聞くのですが、本当ですか？

子どもがコーヒーを飲んではいけないと考えられている原因は、主に**「カフェインの摂取」**によるものだと思います。カフェインの摂取は子どもにとって本当にいけないことなのでしょうか。
実はカフェインは紅茶やお茶、ココアやコーラといった他の飲み物にも含まれています。それぞれの**カフェインの含有量は100mlあたりでコーヒーが約60mg、紅茶が約30mg、煎茶・ウーロン茶が約20mg、コーラだと10〜13mg**となっています。こうして比較すると、やはりコーヒーは他に比べてカフェインが多いように感じますが、子どもがウーロン茶やコーラを500mlのペットボトルで飲むことを考えると、カフェインの摂取量は結構なものになるかと思います。それで普段の生活に全く問題ないようでしたら、コーヒーを飲んだとしても問題ないと言えるでしょう。参考までに、**欧州食品安全機関（EFSA）の設定する安全とみなされるカフェインの量は、小児・青年は1日90mgまで**とされています。このデータをもとに考えるのであれば、**子どもでも１日１杯まで**は飲んでも差し支えないといえます。逆に、**お茶と言えども飲み過ぎはカフェイン摂取過多**になるので注意が必要です。※参考文献（EFSA J 2015,13（5）,4102）

〈答える人〉
上野真人（LANDMADE／コーヒー豆焙煎・販売業）
バリスタ、生豆問屋に勤務ののち、2016年6月にコーヒー豆店LANDMADEを設立。KIITOでの神戸珈琲学の講師・モデレーターも務めている。

Q 商品パッケージに表示されている食品情報は、何が使われているかをどこまで正確に反映しているのでしょうか？

スーパーマーケットに並ぶ商品は、**公衆衛生の見地から消費者の健康上の安全、製品についての表示事項が定められ、**豆腐も食品衛生法の規定により表示しています。ちなみに製造小売で対面販売の場合（町の豆腐屋さん）は免除されます。例えば、豆腐用凝固剤（または凝固剤）は添加物として表示すればよいとされていますが、実際にはその物質名が表示されています。「にがり」表示とした場合には、物質名表示が義務付けられています。消泡剤は、加工中に消滅し、残存してもごく微量であるため表示が免除されています。
遺伝子組換え大豆を使っている場合は、その旨の表示義務があります。豆腐の場合、組換え大豆とは**「分別」**された非遺伝子組換え大豆が使用されており、この場合は**「任意表示」**となり、表示するときは原材料欄に**「大豆（遺伝子組換えでないものを分別）」**または**「大豆（遺伝子組換えでない）」**と表示します。大豆もアレルギーを引き起こす食品とされますが、症状が軽いので表示義務はなく、**「表示に努める」**食品に入っています。このように同じ「豆腐」と言っても表示方法はさまざまなのです。
参考資料：全豆連HP　http://www.zentoren.jp/

〈答える人〉
山本哲士（株式会社ヤマヨ山本商店／大豆加工品等販売業）
大正14（1925）年創業の老舗豆腐店の4代目代表。洋菓子とのコラボレーションなど、神戸に豆腐の文化を広める試みを続けている。

Q 若いお母さんはレタスとキャベツの違いが分からないと聞きました。日頃、野菜のことを学べる機会はありますか。

野菜のことを学ぼうとするなら、**日頃のスーパーなどでのお買い物の時に意識して野菜を見ることから**始めたらよいかと思います。そういった中で疑問に思われることは、聞いてみたり、調べてみたりするのがよいと思います。何事もそうですが、興味を持つことが大事です。**この野菜はどのように育つのだろう？一番おいしい時期（旬）はいつなのだろう？**など、些細なことから調べてみると、どんどん疑問が生まれてくると思います。
さらにあえて言うなら、食の安心・安全という言葉を最近よく聞きますが、皆さんがどのように捉えているのか、疑問でなりません。私は、**安全とは数値化できるもの、安心とは信頼関係の中に成り立つもの**と考えています。農業で言う安全とは、**生産履歴（トレーサビリティ）**です。いつ種まきをして、どのような肥料・農薬をいつ、どの量使用したか記し、色々なルールを守ることです。このように記した安全によってお客さんから信頼を得ることができ、それが安心につながると思います。**生産者と会うこと、話すこと**ができればさらに信頼を増すことができると信じています。

〈答える人〉
中西健二（株式会社王珠／農家）
独立行政法人農業者大学校、各地農家での研修を経て、2009年に王珠を設立。宝塚市西谷地区で「一果入魂」をモットーに土作りにこだわって農業を営む。

つながる食の連続トークレポート
「Experimental Tables 卓上の空論」

あいにくの大雨が続く中、展示に関わったメンバーだけでなく、ゲストに玄斎のシェフ・上野直哉さんをお迎えし、トークイベントは開催されました。
まずは久慈さんから、今回の展示コンセプトを発想した経緯が語られました。加古さんのお店の作りを見て感じたことをベースに、国内外の食とデザインのトレンドを踏まえつつ展示に落としていった久慈さん。その中で、コミュニケーションをかたち作る核となる家具としてテーブルに着目したと言います。
その後、展示された5つのコンセプトに基づいてつくられたテーブルを周り、実際に出演者や来場者も座ってみたりしながら、アイデアが生まれた背景やそのテーブルのかたちから生まれるコミュニケーションの可能性についてさまざまな意見が交わされました。
上野さんも、「このテーブルだとナイフで肉は切れませんね」などと言いながら、普段お店では見られないさまざまなテーブルのあり方を体験するのを楽しまれた様子。『ゴカンノキオク屋』（p21）とも関連する、視覚や聴覚などの五感を踏まえたお店のデザインの重要性にも話が及びました。

「平等のテーブル」は、飲み物や食べ物を相手と等しく分けるために発想されたアイデア。写真：片山俊樹

（写真左から）加古拓央さん、上野直哉さん、久慈達也さん

テーブルの高さの実験。自分にとって心地の良い高さを発見できる。
写真：片山俊樹

会場での展示風景。

人は行いを改めるとしたら、自分自身も改める必要があるのかなと思ったりして、すごく自分の中で考えさせられるというか、ちょっと感動しました。もっと今っぽいというか、もっとオシャレなものばっかり出てくるのかなと思ったんですけれど、結構皆さん、コンセプトというか根っこからアイデアを拾ってくるというか、興味を持っていろいろな資料を集めているのが印象的でした。
久慈　確かに表面的なものは少なかったですね。
小林　僕たちはまだ大学生に入ったばかりで、ちょっと高いお店や変わったお店に行くというのがまだ目新しいんです。あまり経験がないので、純粋に捉えて、それを投げかけました。

――レストランに行くという行為が、ものすごく非日常ということですか？

小林　そうですね。自分のお金で友達と行くというのが。
久慈　僕は今回、プロダクトデザインとして、何か人の振る舞いや関係性をものがあることで変えるアイデアが出てくると想像していたんですが、出てきたものが、もう少しコンセプチュアルというかシュールだったのが、世代の違いなのか何なんだろうと考えていましたが、今回関わったメンバーは一年生が多かったので、若すぎたんですよね。
小林　高校生の時に初めてちょっと高いお店に行ったときに、例えばエビに対して「これどこまで食べたらいいんやろ」とか、「この葉っぱどこまで食べれるんやろ」とか、食べ方がまずわからないという経験をしました。今回も自分たちで食べてみないとどんな体験ができるかわからないので、食料を買い込んで、どんなものをどんなところでどんな状況で食べてみるという設定からみんなで考えて、一年生と三年生で組んで新しいアイデアを出すなどもしました。

――実際お店をやられている方と一緒にできるのは学生にとって贅沢な課題ですね。

久慈　それは今までDESIGN SOILでもやったことがなかったです。家具屋さんなどとは実際にプロジェクトをやっていますが、空間を使う側の人とやったことはなかった。そういう意味では一年生はみんなこの課題をやったらいいですよね（笑）。今回何が次につながるかというと、そういうプログラムをひとつ作ることです。
加古　先ほども話したように、僕は普段レストランをやるなかで、お客さんを見ていて、食べ方ということに関して、ある程度レクチャーやマニュアルがあった方が楽しめるのではないかと思っていました。もっとはっきり言うと、「食べるの下手やな」「こうしたらもっとおいしく食べれるのにな」というのが自分の中にはあって。今回久慈さんをご紹介いただいて、結果的に直接的でなく、より体験者に考えてもらうような仕掛けになったので、意味があったと思います。

心地よい距離感をつくるもの

――加古さんは今回展示されたテーブルの中でどのテーブルが一番良かったですか？

加古　「赤面のテーブル（八頁写真参照）」は、本当に恥ずかしいですよね（笑）。想像以上に恥ずかしい。最初のコンセプトは、赤面することではなかったですよね。人間の服装や身なりでかけられるフィルターを外すという意味があったでしょう。僕は食べることの姿勢とかにつながるのかなと思ったけど、中に入ってみるとそんなことどうでもいいというか、もう対面する人の空気感が気になって仕方なかったのは意外でした。
久慈　腕の固定や姿勢の問題から出たアイデアだったと思います。だけど僕らもダンボールで囲いを作って、パッと入ってみたらすごく恥ずかしかった。現代生活において、こういう密閉空間で顔を突き合せることはそんなにないですよね。昔もあったかどうかはわからないけれども。現代人にとっては非常に特殊な行為なんだと思いました。

――想像以上の居心地悪さがあったわけですね。では逆に、今回デザイナー側の視点に触れて、「心地よい距離感」みたいなもののイメージが新たに浮かんだりしましたか？

加古　心地よい距離感というのは、ないのかなと思いますね。結局は個人と個人の関係性でしかない。それに対して僕はあまり広い心を持っていないから、こだわりすぎてもダメという現実は受け入れられるようになってきました。好きなお店って友達の家に来るような感覚だと思うんです。気づけば大人になっても一緒に遊んでいるのが、幸せな関係だと思います。それ以外が不幸せなわけではなく。僕はお客さんとそんな距離を取っていたいと思っていましたが、食べるという行為に関しては結構がんじがらめで、「僕と百十センチの距離にいてください」みたいなところがあったんです。今回、食べるという行為にまだ少し怖さを持っている学生さんたちがレストランやテーブルというものを想像するのを見て、みんな違うし、みんな大事な意見だなと思いました。百十センチを求めるのではなく、自分自身も変わっていかなければと考えさせられました。
久慈　それを聞いておいしいお酒が飲めそうです（笑）。

（聞き手：田中みゆき）

味覚の不思議、再発見

パティスリー モンブリュ・林 周平（シェフ）×デザインヒーロー・和田武大（デザイナー）

来場者に3種類のチョコを食べてもらい、それぞれを3つの色の組合せで表してもらいました。写真で見えるだけでも、さまざまに異なる色の表現が見てとれる。写真：片山俊樹

あなたが食べているチョコの甘さは、他の人も同じように感じているものなのでしょうか。色とりどりの玉が並び、来場者を味覚の不思議さに誘ったこの展示は、パティスリーモンブリュのシェフ・林周平さんが話してくださった、フランスで行われている「味覚の週間」という取り組みがきっかけとなりました。
味覚を色で置き換える試みは、会期中多くの来場者が参加し、人の味覚の感じ方やその表現の仕方が非常に幅広く存在することを可視化するものとなりました。一方、まだまだ奥深さを感じさせる味覚についても、林さんからお話を伺いました。

味覚の見える化

和田武大（デザインヒーロー）

展示のキーワードは「味覚を共有すること」。見えないものをカタチにする、なおかつ、みんなで共有できるもの……時間も限られた中での難題でした。ボンヤリと考えつつも出口の見えないままでの林シェフとのお打ち合わせ。その際に、展示に使用するチョコを食べさせていただきました。実際に食べてみると、思っていた以上の味覚の感じ方に驚きがたくさん。より展示計画に戸惑いが生まれたと同時に、「味覚の不思議」を体感することができました。

体感したことから、意識的に味覚と向き合うことが「実験」のようなイメージにつながり、試験管という展示方法を考え、可視化するものとして、林さんが普段使われている3種類のチョコを来場者の方々に食べてもらい、3種類のフェルトの玉で「甘味（赤）」「酸味（黄）」「苦味（青）」の3つの味覚を表してもらいました。

来場者の様子を見ていると、悩みながらもチョコをじっくりと味わい、表現してくださっていました。友達と微妙な味の感じ方を話し合ったり、家族でまったく違う結果になったり。答えのない展示ではありましたが、タイトルにもあるように「味覚の不思議、再発見」してもらえる展示になってのではないかと感じました。

チョコという食材の奥深さ

林 周平（パティスリーモンブリュ シェフ）

今回は、カカオ分56%（カラク）、カカオ分66%（カライブ）、カカオ分70%（グアナラ）の3種類のチョコレートを使いました。この中でグアナラが一番酸味が強いと言われています。また、カライブは苦く、カラクは甘いと言われています。ただ、たくさんあるチョコレートの中では、カラクは比較的酸味が強いとされています。また、カラクよりグアナラのほうが酸味がより増して感じると言われています。今回は3種類とも同じメーカーのチョコでしたが、このメーカー（ヴァローナ）は酸味を出すことが得意です。ですから、基本的にもともと酸味を持っているということです。その中で、甘い、苦い、酸っぱい、ということを今回皆さんに味わっていただいたわけです。全部で20種類ほど出ていますから、その他のチョコと比べたら今回とはまったく違う結果になるかもしれません。

そういった条件を踏まえて、お菓子を作っていく中で、どれを使うかを考えます。最終的には、チョコレートが溶けたときにどんな「香り」がするかが一番重要です。酸味だけにするときは、酸味が強い1種類だけというときもありますし、少し甘さが欲しいというときは、少し、ミルクチョコや甘めのチョコ（カラク）を混ぜることもある。普段は20種類ほど使っていて、組み合わせ方も多岐に渡ります。また、香りも重要ですが、自分が美味しいかどうか、これが自分は好きだという選び方もしますし、このチョコ自体は美味しくないけど、別のものと混ぜたら美味しいということもあります。作っていくと、例えば酸味に合うチョコはどれか、という判断基準もわかってくる。好みも大事な判断基準になります。チョコはとにかく奥深い材料ですね。

味を評価するということは、例えばソムリエもそうですが、表現の仕方、経験、そして言ったもの勝ちというところがあります。説得力を持った言い方であれば、そういうふうに評価されるようになる。そもそも厳密な正解はないので、色というとっつきやすい形で自分がしたいように表現ができたというのも今回は良かったですね。味わった人の条件や状況によっても変わってくることだと思います。歩いてきたかそうでないか、事前に何か飲食しているか、色々と異なるはずなので、その時々の味覚を表せるというのも面白いところですね。

お菓子から離れてみれば、チョコは調味料として料理に使うこともあります。チョコのフルコースというのもあるのですが、一見するとチョコとはわからないです。隠し味であったり、ソースであったりと、私たちが知っている甘さがないこともあります。そういうところに目を向けても面白いかもしれませんね。

フランスの「味覚の週間」とは

「食育」という言葉の隆盛に見られるように、食についての教育の機会を求める動きや、より良い食生活のあり方を模索する動きが社会で広範に見られるようになっている。
遡れば、イタリアでは1980年代半ばに「スローフード」の概念が登場し、現代的な食生活とは異なる、より豊かな食生活を求める動きが社会全体への人がる大きなきっかけとなった。
フランスでは、ジャック・ピュイゼが「味覚の授業」を提唱し、1989年には「国立食文化評議会」が設立され、翌90年に「味覚の週間」が設けられた。この「味覚の週間」では、毎年10月第3週に全国規模で食に関する催しが開催され、数多くの機関、企業、団体、シェフが、期間中のプログラムに参加している。
近年もピュイゼの「味覚の授業」にもとにして、味覚をはじめとする感覚とその認知、香りやフレーバー、食卓、地方の郷土食の評価、実際にシェフによる料理を味わう、などのカリキュラムが行われているという。

参考文献
中谷延二著、「食育に関する一考察：フランスにおける「食育」に関する取り組みの一場面」（『放送大学研究年報』第25号、2007年、所収）

不便から生まれるコミュニケーション

サ・マーシュ・西川功晃（シェフ）×MuFF・今津修平／KUAV・北川浩明（建築家）、Apartment film・野田亮（映像作家）

パン屋さんのサ・マーシュの話をする時に誰もが触れるのは、店内にある「バー」のこと。パンはバーを介して手の届かないところに置かれ、店員さんに声をかけないと買えない仕組みになっています。本展では、そのバーの存在に着目し、売り場に普段売られているパンに代わって便利さの象徴であるコンビニの商品を置くことで、その不便さを強調させる展示を行いました。誰もが気になるバーはなぜ生まれ、バーがあるパン屋さんは消費者にとってどういう存在なのでしょうか。

（写真左から）北川浩明さん、今津修平さん、西川功晃さん。

バーのあるパン屋誕生物語

西川功晃（サ・マーシュ オーナー）
西川 文（サ・マーシュ オーナーマダム）

サ・マーシュを作るにあたり行き着いたのが、「コミュニケーションのあるパン屋さん」です。

例えば魚屋さんのように、お客さんと話をしながら対面販売する店。私が「タカキベーカリー」に勤務していた頃、「人と親近感をもって話したかったら“対話”ではなく“会話”しなければいけない」と、上司に教えられました。具体的には、向かい合わせに立つのは、対立の関係。親しく語りたかった横に並んで話しなさい、と。その言葉が思い出され、パンの前にお客様と並んで立つ、「会話」のあるパン屋さんにしようと提案しました。

そのイメージを決定的にした一枚の写真があります。出会ったのは雑誌の中。今はない『旅』（新潮社）に掲載されていた「Boulangerie Maillard」というパリのパン屋さんです。「まるで美術館のよう」と書かれていますが、「美術館のようにキレイ」という意味ではありません。美術館では人は一定の距離をおいて絵と向き合いますが、同じように店内に設けられた柵を隔ててお客さんがパンを見ている風景がそこにありました。

お客さんと横並びに店員がいて、パンを眺めながらパンの説明をして、「このパンに決めるわ！」と言って買っていただく……私たちが思い描く「コミュニケーションのあるパン屋さん」はこのシステムだと確信しました。7年経ってみても、このお店のスタイルは画期的だと思っています。大変ではありますが、誰かコンシェルジュみたいな人が立って、お客さんが来たら「今ご覧いただいているパンはこういうパンですよ」と説明したほうが、絶対に売り上げは上がります。

販売や厨房に入っているスタッフはみんなそうですが、お客さんととても仲良くなっています。お客さんからスタッフに「久しぶり」と声をかけてくれたり、厨房を覗いて行かれる方もいたりします。他のパン屋さんでは経験しないことですね。少し踏み込んで「今晩の食事は○○なんです」とか、普段自分のことをあまり言わないじゃないですか。でもそういった話がお互いにできる関係をつくるのに、バーは一役買っていると思うんです。

バーが生むコミュニケーション

阪口理恵／ことむす（翻訳／通訳業）

貿易港として神戸市が開港以来歩んできた150年とほぼ同じ長さの年月を、神戸市民はパンという海外の食文化とともに暮らしてきました。

そんな神戸の食を支えるシェフ達は口々に「神戸の人は店によって買うパンを決めている」と言います。好みの食感や味わいなど、自身の明確な基準で食パンはここ、バゲットはここ、とパン屋さんを選ぶ、そんな神戸人たちから熱烈な支持を受け、「パンの街・神戸」を絶妙に体現している店、それが「サ・マーシュ」です。

サ・マーシュは、パンも販売スタイルも独特で、芸術的に美しいパンを早く手に取って食べたいのに、棚の前に一本の横木があって直接選べません。最初は一瞬戸惑います。バーに手をかけ船のデッキから海を眺めるように、目の前のパンの海を見渡し、バーの向こうのお店の方を「水先案内人」に「その手前のパンは何？」とやり取りしながら、自分一人では手に取らない一番好みの一個にたどり着くのです。

多分昔の人もこんな風に、遠い国から来た「パン」という食べ物に初めて出会って、興味津々にこれは何だと尋ねながら買って食べてきたのだろう……と、異文化コミュニケーションが培ってきた神戸の食文化の今昔を、その一本のバーから感じ取ることができます。

つながる食の連続トークレポート
「不便から生まれるコミュニケーショントーク」

「不便から生まれるコミュニケーショントーク」は、サ・マーシュ西川さんがこのイベントのためにサプライズで用意されたパンを来場者の皆さんに食べてもらうところから始まりました。この日初めて作ったというパンを目の前にして、どう食べていいか戸惑うお客さん。「みかんの皮を剥くように食べるといいですよ」とアドバイスする西川さん。カシスを練り込んだ餡には、栗のリキュールを寒天しにしたものがまぶされ、栗の香りがほのかに香ると続けます。「自由に食べてもらってもいいけど、作った人の思いを伝えることによってさらに面白く、美味しく食べてもらえる」と言う西川さん。今回の展示のコンセプトである「コミュニケーション」を体現したような始まりとなりました。パン屋には焼きあがったパンがあればいいという常識がある中で、敢えてバーという障壁を設けスタッフとのコミュニケーションを介在させることで生まれる価値を大切にするサ・マーシュ。お客さんとお店が一緒に成長していくことで、街全体も過ごしやすくなればという思いが店作りにも反映されていることがよく伝わる時間となりました。

イベント参加者に配られた“食べ方の分からないパン”

サ・マーシュ店内に設置されているバー。バーがあることで、お客さんは店員さんに声を掛けないとパンを買うことができない。

店員さんの接客の様子を撮影した約4m×3mの巨大写真。写真：片山俊樹

撮影用にコンビニの商品を並べた棚。普段はパンが並んでいる。

知ってるようで知らない野菜のはなし

はっぱや神戸・加古憲元／
加古祐樹（野菜卸）×坂下丈太郎（カメラマン）

カメラマンの坂下丈太郎さんがフィルムカメラで撮影した写真には、
農家の皆さんの熟練の手さばきやたくましく育つ花など、
普段なかなか目にする機会のない、畑の貴重な風景が収められました。
テキストは、撮影中に教えていただいた農家の皆さんの言葉です。
当たり前のように毎日の食卓に並ぶ野菜は、
たくさんの愛情と手間暇をかけて、私たちのもとに届けられています。
ここでは、撮影した写真の一部をご紹介します。

——福嶋　舞（デザイン・クリエイティブセンター神戸）

cal-farm

撮影のはじめは、神戸市西区の大西さんの農家へ。こちらで一番多く栽培しているトマトは現在定植期。育てた苗を畑に移し、伸びだした芽を支える作業を行っていました。芽を支えるのは、ヒモの先に洗濯ばさみをつけた手作りの補助器具。その使い込まれた様子から、トマトが丁寧に大切に育てられているのが感じられました。大西さんいわく、野菜は自由奔放に育てるのではなく、きちんと状態を見て、論理的に育てていかないといけないとのこと。「人間を育てるのと同じようなものだよ！」と明るい笑顔で答えてくださる姿からは、野菜への愛情があふれていました。

安藤晶次さん農家

安藤さんご夫婦の農家。近所のイタリアンレストランやホテルへの卸しが多く、イタリア料理で映える鮮やかな野菜をつくっていました。お母さんは種を集めるのが好きで、こちらの畑では年間80〜100種類の野菜を栽培するそう。紹介してくれた粘り気のある葉野菜の「オカワカメ」も初めて見る野菜でした。「にんじんの花が可愛くてお気に入りなの」と嬉しそうに話す、素敵な笑顔も写真に収めることができました。

甘果園

神戸市西区の松下さんの農家では、ぶどうや柿、梨などの多様なフルーツを育てていました。松下さんいわく「西区は神戸の地中海。」広大な土地いっぱいに、のびのびと育つフルーツを撮影。自慢の梨や柿はとにかく甘く、柿の糖度は20度以上で、桃より甘いのだと教えてくださいました。最近始めたオリーブ栽培や、今後やりたい加工品のお話など、色々なことにチャレンジする松下さんの姿勢に感心されられる撮影でした。

芝田琢也さん農家

しょうが、さといも、ナスなどを家族で栽培している芝田さんの農家では、まだ食べ頃を迎える前のショウガを撮影しました。親となる「種ショウガ」と、そこから生える「新ショウガ」の様子は、ぼこぼこと不思議なかたちをした独特の生え方が大迫力でした。他にも、色とりどりの種類の美しいナスを撮影。珍しいのは、緑色の「ヒスイナス」、紫色と白色のゼブラ柄の「ゼブラナス」。ヒスイナスは水分が多いとのことで、見た目からもわかるほどみずみずしく光っていました。

アイガモの谷口

合鴨農法でお米を育て、鴨の販売も行う谷口さんの農家へ。もともとは合鴨農法用の鴨を育て売っていたが、肉が固くなってしまうため、いまは最初から食用の鴨を飼育、販売しているのだそう。元気に走り回る鴨を撮影できました。また色々な野菜も育てていて「鴨を扱ってるからもちろんネギもあるよ」なんてお話も。この時期、ピーマンは取り損ねて赤い色になっているものがあり、実はこれがすっごく甘いんだよなんていう豆知識もお話していただきました。

パンじゃ日記

米田文隆

写真左上と右：片山俊樹

私たち「パンじゃ」二期の誕生は、二〇一六年十一月に、KIITO主催の「男・本気のパン教室」からスタートしました。素人のおじさんたちを、厳しく、ある時は優しく、ケルンのオーナーシェフ壷井豪氏に指導頂きました。普段は月一回「ふれあいカフェ」でパンをお客様に食べていただき、食べていただいた方の笑顔が、私たちへの最高の勇気づけとなっていました。

そんな中、KIITOからの「食のデザイン展」への参加依頼があり、最初はちょっと戸惑いもありましたが、参加させていただくこととなりました。今までと違い、不特定多数のお客様に食べていただくということなので、少ないレパートリーの中から、ソフトフランス二種のパンをお出しすることに決定しました。

当日、みんな男は度胸で臨みました。普段行っているカフェでの段取りとはわけが違い、おろおろとしながらも、「計量」・「混ぜ」・「捏ね」とこなしていきました。当日は、我々のことが相当心配と見えて、壷井シェフも覗きに来ていただきました。案の定、レシピには問題はなかったのですが、発酵回数を間違えて行い、シェフよりご指摘があって急遽の対応が必要となりました。やはり大シェフのこと、的確な対応で、何とか軌道修正ができました。パンを焼くのもお客様の真ん前での対応。こんがりと美味しそうに焼けるか、この十数分の長かったこと。今でも思い出されます。

まずは「ソフトフランス・ホワイトチョコとレモンのクッペ」が仕上がり、甘いにおいが漂い、お客様の顔にも微笑みが見られました。皆さん食べていただき「おいしい」「おいしい」と。次に「ソフトフランス塩ベーコン」が焼き上がり、こちらはちょっぴり塩のきいたパンで、またまた好評。あっという間に振る舞い完了になりました。

喫茶においても、イベントにおいても、パンを焼くことは楽しみの一つですが、しかし、食べていただいた方の、「おいしい」という一言と、食べておられるときの笑顔が、我々にとっての最高の喜びです。この活動がメンバー皆元気で長く続きますように……。

米田文隆さん

現在は兵庫県神戸市東灘区の「カフェやすらぎ」で月一回パンを振る舞っています。

KIITOと食

永田宏和（デザイン・クリエイティブセンター神戸 副センター長）

二〇一三年の「災害」、二〇一五年の「高齢社会」と、神戸のみならず日本が抱える現代の重大な社会課題を毎回テーマに掲げ、そのテーマに対して、クリエイティブなアプローチ手法でアクションし、成果をあげているさまざまなプロジェクトを紹介するデザイン・クリエイティブセンター神戸（KIITO）の展覧会事業の第三回目のテーマに〈食〉を据えようと考え始めたのは、かなり早い時期からでした。

二〇一二年に開設されたKIITOでは、これまでにも〈食〉に関わるプロジェクトを数多く展開してきました。子どもたちがプロの料理人から料理の技を学ぶ「ちびっこうべ」や神戸市中央区内のパン屋さんをつなぐお散歩パンプロジェクト「PANPO」、神戸のシェフが料理を担当し、建築家や家具デザイナーが空間を担当する一日限りの交流パーティ「Meets + design」などがその代表例です。こうしたプロジェクトでは、KIITOが企画した、〈食〉を通じて人と人、人と地域をつなぐ活動にクリエイターである料理人（シェフ）たちに賛同いただき、協力いただく形で事業を推進し、成果を残してきました。

本展覧会の企画に本格的に取り組み始めた時、日々の暮らしの中で、「農薬」や「遺伝子組み換え」などその安全性が絶えることなく議論され、「地産地消」や「若者の農業ブーム」など地域課題や社会課題としてもよく取り上げられる〈食〉をテーマにしてはどうかと考えるようになりました。そしてさらに考えを深めていくなかで、前述のようにこれまでのKIITOの食関連の活動に対して、パートナーとして趣旨に賛同いただき、ご協力いただけてきたプロの料理人（シェフ）や生産者の方々に、今回は主体になって発信していただく立場になってもらえないかと考えるに至りました。〈食〉に日々取組み、〈食〉のことを日々考え、そして〈食〉と日々関わり、〈食〉に対して日々アクションし続けている、まさに「食の実践者」である彼らが、そうした日々の〈食〉にまつわる活動を通して感じている課題を浮き彫りにし、その課題に真正面から取り組んでみることに大きな意義があるのではないかと考えました。

そしてこれまではパートナーとして、協力者として、KIITOの活動をサポートしてくださっていた料理人や生産者の方々に本展覧会では企画し、発信する立場になっていただき、彼らが日々抱えている食分野の課題やそれに対するアクションプランのアイデアを、同じくKIITOのパートナーである建築家やデザイナー、カメラマンといったさまざまなジャンルのクリエイターたちに翻訳者となって協力いただき、それらをビジュアライズして展示するという方法で展覧会を構成することにしました。

このKIITOとしての初めての取り組みがどこまで成果を上げられたのかはわかりません。それは実際に展覧会を観に来てくださった方々の評価に委ねるしかありませんが、私たちとしては、信頼を寄せるパートナーである、食の実践者たちやさまざまなジャンルのクリエイターたちと協力して、企画し、制作し、表現し、発信できた本展覧会には大きな意義があり、今後につながるとても充実した内容のものになったと感じています。そして、今回の取り組みはまだ始まったばかりで、今後もこの〈食〉の問題に対しては、継続的に、積極的に、そしてクリエイティブに、取り組んでいきたいと考えています。

豚まん、100年の洗練

老祥記　曹英生（シェフ）×
神戸芸術工科大学　曾和具之（ドキュメンタリスト）

神戸・南京町。その中心部にある老祥記は豚饅頭の老舗。店前に続く長蛇の列をかき分けて暖簾をくぐると、できたての饅頭をほおばるお客さんで埋め尽くされたテーブル。その奥の十畳ほどの狭い厨房。そこが、撮影現場だった。

ひしめくように並ぶ厨房スタッフ。ざっと十名はいただろうか。そのスタッフ全員が「豚饅頭」をつくることだけに結束している。この現場をどうドキュメントすればよいか。一人ひとり決められた作業をしつつも、全体がまるで巨大な饅頭プラントのように無駄がない。変にカメラを持った僕が入り込めば、一緒に蒸籠で蒸されてしまうのではないかと思うほど、厨房の動きは美しかった。パチン・パチン・パチン。指をはじくような高い歯切れの良い音から豚饅頭作りは始まる。柔らかい出来上がりからは想像もつかないくらいに、弾力に満ちた皮。蛇のように長い皮の束を一つひとつ手でちぎる。いや、ちぎるというより「切る」といった感じ。その音がなんとも軽やかで、力強い。切り取られた皮は、手の上で広げられながら具を包み込んでいく。丸棒で広げてから具を乗せるのではなく、手の上で皮を広げる作業と具を入れる作業が同時並行で起こっている。まるで腹の空いた皮の妖精が、具を見つけて口いっぱいにほおばっているような、そんな光景。

具をたっぷりほおばった口は、一つひとつ丁寧に閉じられ、豚饅頭のカタチを成す。そして、蒸籠にびっしりと並べられて、蒸し器へと入る。〇〇秒経過……〇〇秒経過……蒸気の様子を細かく見守りながら、カウントする間隔を常に変えていく職人は、言うなれば豚饅頭に魂を吹き込む神様のよう。神様に見守られ、しっかりと蒸気を吸ってふっくら蒸し上がった豚饅頭たちは、蒸籠のまま客の待つ喧噪の間へと運ばれ、それぞれのお客のもとに旅たっていくのだ。

食材と職人が織りなす、豚饅頭誕生までのプロセスは、オートメーションでは実現できない、職人の個性と厨房全体に広がる協働感が見事にマッチした、まさに、ヒトとモノと空間の協働作業であった。（曾和具之）

牧場からはじまる、もうひとつの未来

牧場内で小型バイオガスユニットを導入し、牛フンなどの畜産廃棄物をエネルギーとして再利用する試みを実践する弓削牧場。それにより、電気代の削減だけでなく、廃棄物処理のコストも軽くなり、発酵の過程で生じたメタン発酵消化液も液体肥料として活用することができるようになるのです。エネルギーの問題と食の安全が実はつながっていることは、まだあまり認識されていません。ここでは、展示にも協力していただいた井原一高先生に、弓削牧場の取り組みや畜産業におけるエネルギーの可能性を解説していただきました。

弓削牧場が取り組むバイオガス

解説　井原一高
神戸大学大学院農学研究科

バイオマスエネルギーにもいろいろありますが、弓削牧場で取り組まれているのはバイオガスです。バイオマスは「生物資源」と訳しますが、弓削牧場であれば家畜糞、レストランであれば食品残渣がバイオマスに相当し、化石燃料ではないそういうものを「バイオマスエネルギー」と呼んでいます。バイオマスエネルギーの範囲は非常に広く、木材をチップにして燃やして使うのもバイオマスエネルギーになります。例えば、トウモロコシや植物からエタノールを取り出して、それを化石燃料の代わりに使う「バイオエタノール」もバイオマスエネルギーです。弓削牧場では家畜糞のバイオマスをガスにしているので、「バイオガス」と言います。バイオガスは、非常に古くて新しい技術と言われています。言ってみれば、有機物と微生物があって、蓋をして遮断さえすれば、ガスは出てくるためです。

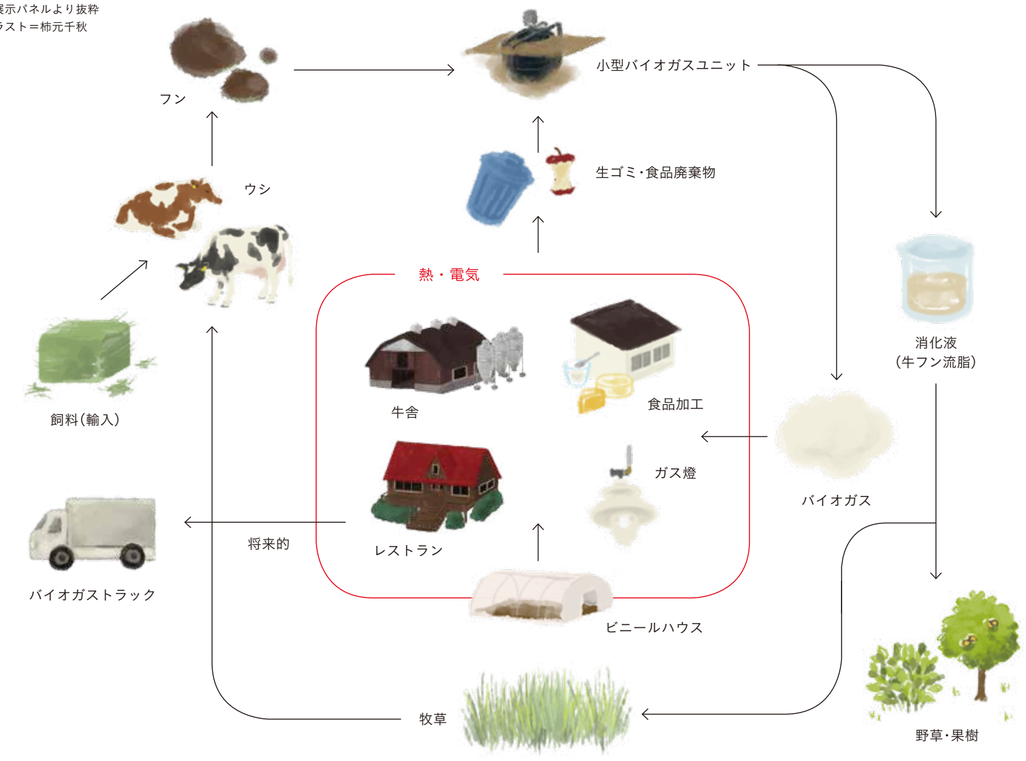
バイオマスエネルギーは再生可能エネルギーに位置づけられています。皆さんご存知のように、再生可能エネルギーと言っても、太陽光や風力発電など、いろいろな種類があります。いわゆるバイオガスに関する世界的な状況について言えば、先進国は先進国、発展途上国は発展途上国で独自の使い方や装置があると言えます。

日本をはじめとした先進国は、基本的にプラントメーカーが作るプラントタイプを使っています。北海道や九州などの大規模な畜産施設や下水処理場からガスを取ることができるものです。最近は電気を売ることができるため、大きなビルなどに食品残渣を資源とする大きなプラントタイプを導入する動きが急速に進みつつあります。プラントなので、装置のコストが初期投資で一・五億円以上もかかります。また、プラントは大きいので、それに見合ったエネルギーを生み出して経済的にちゃんと回さないといけない。

健全な資源循環を生み出すバイオマス

牛が食べた安全な有機飼料が安心の液体肥料に変わることで、「食の環」が生まれます。

※展示パネルより抜粋
イラスト＝柿元千秋



安心の食卓のために ーメタン発酵消化液の活用ー

価値ある資源と考えられているメタン発酵消化液の活用で食育のあり方も変わります。

※展示パネルより抜粋

「生きた教室」としての牧場
再生エネルギーと安心安全の有機液体肥料を生み出す場として、生きた学びの場を提供します。

菜園から生まれる“つながり”
安心が見えることで、野菜の栽培や売買を通した交流が生まれます。

土を意識して暮らす
家庭菜園や校庭菜園で活用することで、資源の循環やエネルギーについて考える機会になります。

弓削牧場の牛舎。飼育される乳牛は40～50頭。牛たちは棟内を自由に動き回ることができ、搾乳ロボットがあるので自らのタイミングで搾乳できる仕組み。

弓削忠生さんと和子さん。40年続く牧場も二人にとってはまだ始まったばかり。

弓削牧場の畑。牧場に併設するレストランで使う野菜の70～80％を自給する。

畜産廃棄物からエネルギーを作り出すバイオガスユニット。

原材料があるところでやらないと、ものすごいお金を払って産廃のトラックに乗せて運んでいたら、全然ペイしない。発展途上国では、ひとつの家庭や小さなコミュニティの単位で、容器に簡易的なガスを捕集するパーツをつけるだけのようなバイオガスエネルギーも大昔から使われています。出てきたガスに火をつけるだけなのですが、化石燃料やエネルギーが不足している地域、インドとか中国、パキスタンなどの農村部ではよく使われています。

弓削牧場には牛が六十頭いますが、プラントの視点から見ると有機物の量は少ないです。基本的にはそれに見合った装置がない。プラントメーカーさんはプラントをメンテナンスしてビジネスをしなければいけないので、ある程度大きいものでないと割に合わない。私はメタン発酵を研究していたこともあり、弓削さんからメタン発酵をやりたいという問い合わせがあったところから関係が始まっています。日本の小規模な畜産業に非常にポテンシャルがあるということは、後々こちらが勉強して気づきました。

食とエネルギーが牧場でつながる

私共の研究室との連携としては、小さいものを作りましょうということで、弓削牧場のバイオマスユニットを作りました。装置にはもともと私が共同研究をしていて、弓削さんが最初にコンタクトをとられた帯広畜産大の梅津一孝先生の基本的な設計が入っています。実は細かいところは独自に工夫をしていて、要はいろいろなところに余裕を持たせた装置に仕上げています。ちゃんと持続できる、最初から過度にハードウェアに依存しないような工夫です。その代わり、目をつぶっているところももちろんあります。ですので、今のところ、あえて百％のパフォーマンスは出してないのです。限界まで使うとすぐ壊れたり事故が起こったりするので、そうではなくゆったりと使うという思想で作っています。大学で研究すると先進的なものが良いというところがあるのですが、使用される生産者の方が何を求めているかを踏まえたうえで、それであればこれとこれがあればとりあえず上手くいくかなという風に、ローテクを積み上げている世界です。国内でも、小さいスケールながら本格的な装置でメタン発酵に取り組んでいる酪農場は、弓削牧場が初めてかもしれません。

取り組みを始めて七～八年以上経っていますが、特に酪農、畜産業は、必ず牛を飼うと糞が出る。酪農をはじめとした畜産業の中でも先進的な酪農に取り組んでいる方は、いわゆる生乳だけが生産物ではなく、エネルギーも生産できると気づき始めています。イタリアでは、大規模な酪農で、乳製品の加工やレストラン、太陽光発電、さらにバイオガスもやって、エネルギーを販売することが大きな柱になりつつあるというケースも見ております。おそらくこれからのひとつの方向性として、畜産がエネルギーと融合していくのは間違いないのではと思います。もちろん糞がすべてエネルギーに代わるわけではありません。残渣、消化液が出ます。再生エネルギーの活用や発酵残渣を含めた資源循環利用を取り入れたタイプの酪農業、畜産業というのがこれからの大きな流れのひとつになるでしょう。それは弓削さんと一緒にやらせていただいて、非常に大きな気づきになりました。電気は一度電気にしてしまうと貯められませんが、バイオガスの良いところは、原材料を貯めることができることです。気候、天候にも左右されないので、装置が壊れなければいつでも動く。完璧なエネルギーとして捉えないことが、重要かと思います。そういったことをもっと皆さんに知っていただく機会があると良いなと思います。

酪農業は基本的にお湯をたくさん使います。弓削牧場で導入している搾乳するロボットはお湯をたくさん使うので、水を加熱するのにエネルギーを必要とします。今はビニールハウスを温めたり、ランプをつけたりするのにエネルギーを使っていますが、次は搾乳ロボットにエネルギーを使う予定をしています。エネルギーの使い方としては、実は自分で作って自分で使うのが最も効率が良いです。でも、普通の畜産施設ですと、たくさん牛がいればいるほどエネルギーが余ります。だから売電の仕掛けが要る。弓削牧場にはレストランもありますので、この規模であればその場で使う「エネルギーの地産地消」が理に適っているのかなと思っています。

私は農学部で教員をしていますが、食料生産と環境問題や、食とエネルギーといった話題がなかなかつながらないと感じます。当事者は密接につながっているのですが、周りの方はあまりつながっていない。食の安全と環境負荷も、実は互いにかなり関係しているのですが、そういったものがつながっているということを一般の方にもアピールすることが重要だと今回の展示を見て感じました。食品や食べることには多くの方が関心をお持ちですが、食の安全を追求すると環境負荷が非常に大きくなるということがなかなか伝わらないのです。環境というと地球環境問題をイメージされる方が多く、一方で食の安全をすごく気にされていて、非常にアンバランスです。それがうまく伝わると、もっと皆さんが良い選択をできるようになるのかなと思います。

（インタビューより抜粋・編集）

在来種野菜（展示テキストより抜粋・編集）

一般的に市場に出回っている野菜は「F1品種（一代雑種）」と呼ばれ、人為的に別の野菜と掛け合わされ作られる。形が良く供給も安定するので多くの農家が育てている一方、古くから栽培され時間をかけて風土に適応してきた在来種（固定種）野菜は非効率とされ、その存在自体が危うくなっている。農家と違い、家庭菜園や校庭菜園では多くの収穫量は必要なく、形が悪くても問題にはならない。有機液体肥料を使って、個性的な風味が残るその土地ゆかりの野菜を育てる提案を展示では行った。

スモール イズ ユースフル

弓削牧場・弓削忠生・和子（酪農家）×DML・久慈達也（デザインリサーチャー）インタビュー

弓削牧場を経営する弓削忠生さんと和子さんは、尽きない探究心をもって、日々牧場をより良くする方法を考え、実践されています。展示を作るにあたり、当初弓削さんは牧場に保育園をつくる構想を話してくださいました。結果的に展示では牧場全体のあり方に関わるエネルギーの話題を扱うことになりましたが、その経緯と弓削夫妻が思い描く夢についてお聞きしました。

――常に新しいこと、誰もやってきていないことに取り組まれている弓削さんのモチベーションは何なのですか。

弓削　それは、やらないと仕方ないから（笑）。

和子　搾乳ロボットを牧場に導入したときに、「電気なかったら終わりやね」という話を二人でしました。偉そうに言ってても、電気がなかったら終わりという危機感がある。基本は変わってないんです。お金をかけないで、ひたすら暗中模索。ほとんど失敗の積み重ね。

弓削　それが出発点でここまで来て、ひとつの流れが始まりつつあると感じています。今回の展示では、直前に在来種も展示しようということになりましたが、種まで持っていくことによって、食の循環ができる。牛フンができて、それを（肥料に）使って種を撒いて、野菜ができて、シェフが料理を作って、食べて、ぐるっと回って帰ってくる。ここに種がなかったら意味がない。いきなり種ができるわけじゃないから。展覧会にはいろんな立場で食に関わる人たちのブースもあるわけだから、その間に種が入ることによって、展覧会全体も一つの循環になるじゃないか。そういう話を久慈さんとしました。

久慈　そういうことが場長の口から出たのが良かったと思っていて、その上での情報設計はできたなと思っています。

――バイオガスユニットを取り入れてみようという最初のきっかけは何だったのですか。

和子　裏山が削られて風向きが変わって、それまでより牛のフンの臭いが出てしまうようになりました。問題意識はあったのですが、お電話をいただいて。ネットで調べてみたら、そういう牛のフン尿の研究について帯広畜産大学の梅津一孝教授が六十頭規模の小さなバイオガスユニットを成功されてるというのを見て、思い切って電話したんです。もう、六年前ほどのことになります。

弓削　梅津教授から、タイや中国では小型のバイオガスユニットを使っていると聞きました。「弓削さんのところに合うんじゃないか」と言われ、共同研究という形で、先生のところで装置を作ってもらい、神戸大学の井原先生に現場に合わせて改造していただきました。それが一号機です。

和子　タイは気候が温暖なのでその場でガスが出るのですが、日本は寒い季節はヒーターで温めないといけないし、発酵させる工夫が要る。そこはオリジナルで作りました。

弓削　一号機を作ったおかげで、いろんなことが見えてきました。それをもとに改良した二号機を作って、ボイラーは絶対必要ということで付けた。そうすると今度は中のコイルがしっかり止めてなかったのがわかって、全部開けて交換。今回またそこが壊れて、これはやり方を考えないとなって、二号機をまた作り直して（笑）その改良版を今考えてます。

弓削牧場にある小屋を模して作られた展示ブース。写真：片山俊樹

久慈　毎回業者に送り返さなければいけないのではなく、その場所でできるというのがすごく大事ですよね。そうでないとすごくお金がかかる。これが神戸で実践されているということはとても有難い。

弓削　神戸発の小型バイオガスユニットになろうとしてるんです。

久慈　バイオガスは実際にここで実験してるけど、他に今実験している少し大きなものだと、東灘の下水処理、コープの食品残渣によるバイオガスユニットがある。そうやって街中に点在するようになると、エネルギーについて今までとは違う考え方に変わる、という点を意識して展示を作りました。

――情報量が膨大ですが、どう編集されていきましたか？

久慈　最終的に食卓の上に結びつけるのは決めていたので、そこに繋がるように情報設計をしていきました。そうするとバイオガスの話は酪農家にとっては良いけど、我々の家庭には直接入ってこないので、消化液のことにした方が良いことがわかってきました。それなら最後に種にたどり着ける。まったく知らないことばかりでしたが、僕はもともと大学や大学院で思想史をやっていたので、エルンスト・フリードリッヒ・シューマッハーの「スモール イズ ビューティフル」という概念を知っていたのは大きいですね。

弓削　今の拡大経済じゃないんです。小さいからこそ密度のあるものができるはずという考え方。

久慈　弓削さんは「スモール イズ ユースフル」。実際使うところまで落とし込んでいるので、僕としても理解しやすかったです。

弓削　展示としては、今の時点ではここが限界だったんじゃないかと思います。会場に本当にガスのタンクを持っていって、バイオマスで火をつけられたら、もっとわかりやすかったかもしれないけど。

久慈　それは牧場でやるべきなんでしょうね。そしてさらに保育園ができあがったり、酪農のプログラムとかが始まったりすると、よりわかりやすくなる。

弓削　専門家からしたら稚拙と思われるかもしれないけど、消費者はまだこの段階。これまでも届いてない段階かもしれない。畜産利用というとバターとチーズばかり思い浮かぶかもしれないけど、これも畜産利用法のひとつというふうに捉えられれば。畜産の所得倍増計画はこれです（笑）。

――「アース・フレンドリー・神戸」というロゴマークを展示されていましたが、あれはどういうものですか。

久慈　弓削牧場だけでバイオマスができましたというのは話としては意味がなくて、都市に広げていくにはこうした冠が必要だと思いました。バイオガスプラントのパビリオンのように街が成り立っていて、それが商業的に原産地統制表示みたいなものと一緒になって動いていくと、もう少しグリーンな都市になるんじゃないかということで、ロゴをデザインしました。こういうことをやってる街が、次の観光都市になるということです。弓削さんがこれを見られたときに、「おお、六甲山の山並みか」って（笑）。全然そんなこと考えていなかったのですが、じゃあそれでいこうとなりました。

Earth Friendly KOBE

弓削　自然環境について意識を持った人が集まる環境サミットみたいなものが神戸でできたらとは思っています。それは神戸市も同じで、神戸市から新しい畜産のあり方を見せることにならないかと考えているようです。今回の展示もひとつのきっかけとして、もっと大きく発信させようということになって、春にシンポジウムを企画しています（二〇一八年四月十八日に開催の「バイオガスシンポジウム資源循環型の地域づくり 農業・家庭食品の現場から」）。リヨンでは何年かに一度バイオマスエキスポをやってますが、そういうものが神戸でできたら、バイオガスは神戸というぐらいに神戸市民の意識が変わるでしょう。

（聞き手：田中みゆき）

ゴカンノキオク屋

飲食店が子どもたちを見守る寺子屋のようになれる未来

ゴカンノキオク屋

インタビュー：玄斎・上野直哉（シェフ）
× KUUMA・濱部玲美（クリエイティブディレクター）

割烹料理店の玄斎を営む上野直哉さんの強い思いから始まった取り組み「ゴカンノキオク屋」。飲食店として子どもたちにできることは何か考えていた上野さんと、それに共感したクリエイティブディレクターの濱部玲美さん。展示では玄斎での仕込みの作業を体験する子どもたちの様子や言葉が映像で上映されました。展示のための一度きりの試みにとどまらないことを感じさせる、“五感を呼び覚ます寺子屋”のはじまりを改めて振り返ります。

今回は小学校2年生1人、4年生2人、6年生1人が参加。「実際にやってみて失敗することも大事」と上野さん。

飲食店が地域と関わる方法

上野　僕は実家が料理屋なので、子どもの時にこんなに面白い現場はないなと思っていました。スタッフが仕込みをしてるのを見るだけでも、音や香り、視覚的なものが動いていて、ワクワクしてた。例えば細い路地にも感じる季節感を、今の子どもたちは感じられてるのかなという憂いがあって。スマホでゲームをしながら歩いていたら感じられないことはたくさんある。そんな時、うちの店が五感を呼び覚ますような機能を備えてたらいいのにと思ってね。

濱部　上野さんが、「子どもが放課後ここにふらっと来てくれたらいいのに」とおっしゃるのを聞いて、街の中にそういう場所が増えていくのはすごく素敵だなと思いました。そして、このお店が五感すべての教材になるイメージはすぐに浮かびました。

上野　五感もそうですが、今は地域のネットワークがない時代。おっちゃんが声をかけただけで、「口きいたらあかんで」と言わないといけない時代というのは、殺伐としてて面白くない。僕らは公共の場におるおっちゃんなんで、そういう人間が地域と関わっていくことで、住みよい街にできればいいなと思います。

――そこでまずは仕込みの時間を一緒に過ごそうということになったのですか？

上野　子どもの料理教室はたくさんあります。でも、親もついてこないといけないとか、いろいろ大変。そうでなく、店を見てもらうだけで刺激になる場所にできるんじゃないか。「今日おっちゃん忙しいから帰り」と言えるような気軽な間柄になったらいいなと。

濱部　話を聞いたらみんなが良いと思うだろうけど、次につなげるためのアウトプットにするのは難しいなと思いました。ヒントにしたのが、イタリアのレッジョ・エミリアの幼児教育実践法でした。音や光、影など、形にならないものが教材になるという考え方で、今回の企画と合うなと思いました。その記録をいかに大人が加工せず素直なアウトプットにできるか考えて、映像と言葉を抜き取るという形をとりました。

上野　味わい深いですね。出汁みたいに（笑）。ガツンとは来ないけど、ジワーッっとくる。

――実際に子どもたちは何を体験したのか教えていただけますか？

上野　素材が料理に変わっていく姿を見せました。今回は野菜より魚の方が面白いかなと思って、魚をおろしました。鯛と海老、鱧、鰹節。

濱部　このために準備したというより、普段の仕込みの様子を見せましたよね。子どもたちには学校が終わって集合してもらって、簡単にやることを伝えて、「思ったことはできるだけ口に出してね」と。手や耳などの五感のマークを作って、言葉に困った時には一応そのマークを挙げて五感のコメントを引き出せるようにしました。

上野　最初は戸惑ってたけど、それもものの数分で、ひとりが言い出したら負けじと形容詞が並んでいった。そうなってくると僕も乗ってきて、しなくていいことまで仕込んだり（笑）。お客さんが感じてることを知ることでもあったと思いますが、刺激をもらったというか、驚きました。

――具体的に面白かった反応はありますか？

上野　鱧にくず粉をつけてお湯に入れたら、ふぁーっと広がるんです。それを触って、「脳みそ触ってるみたい、触ったことないけど（笑）」とかひとりでツッコミを入れてたり（笑）。

濱部　魚が死んでる状態からおいしそうと変わるのも面白いなと。切り身になったら「おいしそう」、魚の姿してたら「かわいそう」と。

上野　順を追って変わってきて、鱗を剥いでた時は、「痛そう」とか言ってたよね。でも身を出した瞬間に「おいしそう」と変わる。あ、人間ってここからおいしそうと思うのかと（笑）。

――素材から料理に変わるところまで、子どもたちは一通り体験したのですか？

上野　そうですね、鯛が魚の形からビジュアル的に変わっていくのは彼らの頭には残っているだろうし、普段の店では見られないことですよね。きっと得意になって家で喋ったんじゃないかと思います。カツオがすごく良い香りで、こんこんと説明されたと誰かが言ってたな。その時は言葉に出すだけでも、帰るとまた思い出すんですよね。思い出して新たな形容詞が出てくるというか。一回見たものって子どもは長く覚えているから。

濱部　逆に、料理の中に味噌が入っているのに気づいていたり、こちらがわからないだろうと思っていたことも想像以上にわかっている。手触りが変わったとか、鱗を削るのは一工程でしか捉えていなかったけど、細かく見てるんだなぁと感心しました。想像以上に敏感で。

上野　鯛の造りは、最初は醤油の匂いが強いけど、柔らかくてぷにぷにしてくる、最後にコリコリするんですよね。口に入れたらまず舌がジャッジして触覚になって、次に噛むわけで、咀嚼するまでを全部口に出していた。大人だったら口に入れて「うまい」で終わりですが、凄い描写力だなと思いました。

濱部　ある男の子が、「空想してるだけで美味しい」と言ってたのがかっこいいなと思いました。店を出てから、聞こえたことを擬音語だけで抜き出す座談会をしたのですが、ゆっくり言葉を探しながらできたのも面白かったですね。

――今後も続けたいと思われますか？

上野　やりたいですね。「ご自由にどうぞ」って貼っておきたいくらいです（笑）。

濱部　上野さんの店だけじゃなく、地域のお店が子どもの寺子屋のような飲食店としてやっていけたらいいねという話をしていたので、小学校と連携して、周りの飲食店にも声をかけてできたらいいなと思います。

上野　anonymeの加古シェフ（p8-10）が昔ガラス張りの店を始めた時に、近所の悪ガキがよく来るので一緒に喋っていたら、毎日のように来るようになったそうなんです。ただそのうち思春期が来て、離れていった。でも、大きくなってまた、「お兄ちゃん」と言って来てくれた。それがすごく嬉しかったと話していて。なるほど、そういうふうに地域で子どもを育てるのはありだな、僕もできたらいいなという気持ちがどこかにずっとありました。それと、僕の生い立ちや子どもの頃の記憶が結びついて今回の企画に至った。昔はそれを自然にできてたけど、今はそれを作らないといけない時代に来てる。

濱部　まず続くためには資本が必要で、誰かが利益を感じないと回らないところですが、この企画がすごく良いのは、通常やっている仕込みなので、わざわざ手間をかけていないこと。

上野　イベントにしない。

濱部　わざわざそのために用意している食材はない、お金もとってない。日常の一部を切り取って上手く変則させているだけなんで、続ける仕組みとして良いなと思うんです。（聞き手：田中みゆき）

食のこと　いろいろ考え　脳内闇鍋（岐阜県・14歳・5月革命50年米騒動100年）　老祥記　肉まんアツアツ　ほうひょうひ（愛知県・56歳・アンジョリアン）　ひたむきさ　つなぐかたちは　クリエイター（大阪府・21歳・餃子難民）

つながる食のデザイン展川柳

きづくチカラ、つながるチカラ

AnyTokyo（特別協力、会場構成、グラフィックデザイン）

私たちは、KIITOは良い意味で稀有な場所で、日本中、世界中見てもなかなかない、とても素敵な場所だと思います。具体的な何か、あるいは形をデザインするというよりも、問いや課題をデザインするというスタイルをとる場所だと感じています。ある物事がどうしてこのようになっているのかと問いを持ち、問いを通じてこれから世の中にどう良い変化を起こせるかをいつも考えている。またデザインを、生活を豊かにするものと捉え、さまざまなネットワークとつながっていくという部分に強く共感しています。今回のビジュアルや会場構成、壁面のバナーやサインなどを手掛けるにあたり、オレンジという色を通じて、食という有機的なものが持っている活力や、つながりを生む力を表現したいと考えました。キービジュアルは、愛らしいイラストに視線が行き、そこから別の何かに派生していく、つながって広がっていくということを重要視しました。こちらが何かを提案してそれに倣っていただくということではなく、見ていただいて何かを感じていただければと考え、自由な発想をしていただけるデザインにしています。コンテンツが大きな空間に散らばっていることで、来場者の方が、展示の意義やコンテンツ同士のつながりを発見し、こういうことを感じた、明日はこういうことをしてみようという思いを巡らせて頂けたらと考えデザインしました。

写真上：片山俊樹　下：坂下丈太郎

出展者略歴

ひとつのパンができるまで

米山雅彦｜1971年生まれ。「PAINDUCE」シェフ。大学卒業後、「カスカード」に入社。1999年、「コム・シノワ」に入社し、西川功晃氏に師事する。2001年、スーシェフに就任。ヨーロッパ各国でも修業を積む。2004年、「PAIN DUCE」を開業。現在、大阪市内に4店舗を構える。

NO ARCHITECTS｜西山広志と奥平桂子による建築家ユニット。2009年、神戸芸術工科大学大学院修士課程修了後、共同で活動を開始。2011年、大阪市此花区に移転し、「NO ARCHITECTS」に改称する。建築をベースに、設計やデザイン、インスタレーション、ワークショップ、会場構成、まちづくりなど幅広く活動を行う。

〈協力〉
樽井 香｜1989年生まれ。イラストレーター。大阪市在住。イベントのチラシや地域情報誌など、さまざまな媒体でイラストレーションを制作。「見っけ！このはな2016」（2016年）、「パンじぃのひるごぱん」（2016年）、「神戸開港150年記念ハンカチ」（2017年）など、イラスト制作多数。

宮下昌久｜家具作家。成安造形大学デザイン科を経て、小島伸吾氏に師事。長野県上松技術専門校木工科卒業後、商業用ソファー製造に従事。春日出中に工房を設立した。2001年、京都マロニエにて初作品展「イスとあかり店」（3人展）を開催。その後、神戸酒心館、田尻歴史館、陶芸などで多数回の作品展を開催する。

Experimental Tables
食べる「かたち」の実験室

加古拓央｜1974年、神戸市生まれ。レストラン「アノニム」オーナーシェフ。専門学校卒業後、神戸市内のレストランで修行ののち渡仏。主に南フランスで修業を重ね、2000年に神戸北野で「レストロ・エスパス」を開業。移転ののち「レストロ・エスパス・トランキル」を開業。2010年閉店。2011年に現在の「アノニム」を開業。

DESIGN SOIL｜神戸芸術工科大学プロダクト・インテリアデザイン学科の有志によるデザインプロジェクトとして、2011年に活動を開始。田頭章徳氏がディレクターを務める。主なプロジェクトに、「SOUVENIR」（2011年）、「boundary」（2015年）、「GOOD LACK」（2017年）などがある。

〈企画〉
久慈達也｜1978年、青森市生まれ。デザインリサーチャー。東北大学大学院国際文化研究科博士課程を中退。神戸芸術工科大学図書館研究員を経て、2012年に「DESIGN MUSEUM LAB」設立。2017年に「Please Note」を開設する。

牧場からはじまる、もうひとつの未来

弓削忠生｜1945年、神戸市生まれ。弓削牧場場長。1977年、同牧場を開場。1985年、西日本では個人の酪農家として初めてカマンベールチーズやフロマージュ・フレを製造販売開始。エネルギーも含め牧場内の循環型農業・自給自足体制を目指している。2003年、兵庫県農業賞を受賞。兵庫県農林水産政策審議会委員等を歴任。2017年兵庫県功労賞受賞。

久慈 達也／同上

〈協力〉
柿元千秋｜グラフィックデザイナー、イラストレーター。2017年より、デザインヒーローに勤務。防災訓練「イザ！カエルキャラバン！」（2017年）等のデザイン、イラストを担当。

井原一高｜神戸大学農学部准教授。2001年、筑波大学大学院博士課程農学研究科農林工学専攻修了。博士（農学）。生物資源プロセス工学、畜産衛生工学を専門とする。食の安全性確保と環境保全を両立し、持続可能な食料生産を可能にする技術を研究している。

ひょうごの在来種保存会｜2003年、山根成人氏の提唱をきっかけに、行政、普及、研究機関等が連携して、在来作物の種子保存の支援に取り組む組織として活動を開始。種子保存の支援のほかに、採種の継続の支援や、在来作物を用いた料理の紹介などの普及啓発活動にも取り組んでいる。

豚まん、100年の洗練

曹 英生｜1957年、神戸市生まれ。株式会社老祥記代表取締役。元祖豚まん専門店「老祥記」の三代目として、1970年代から、父、穂昇氏とともに老祥記に従事。南京町商店街振興組合理事長として、地域の活性化にも取り組む。「南京町春節祭」、「モトマチイーストジャズピクニック」、「KOBE豚饅サミット」発起人。

曽和具之｜芦屋市生まれ。「山、海へ行く」の街、高倉台で幼少期を過ごし、「株式会社神戸市」と言われた時代に少年期を送る。高知大学理学部、千葉大学大学院自然科学研究科を経て、2000年帰郷。現在、神戸芸術工科大学にて地域の歴史・文化・人材資源の活用に根ざした、アート・デザイン活動を展開している。

あえて聞きたい／答えたい、食の疑問

壷井 豪｜神戸市生まれ。株式会社ケルンオーナーシェフ。大阪阿倍野辻調理師専門学校卒業後、大阪での修行を経て、ケルン入社。日本パン技術研究所、ドイツのBackerei & Konditorei「Inhaber Fuhrmanns Backparadies」にてドイツパンの基礎を学び、2013年より「株式会社ケルン」3代目代表取締役に就任。地元神戸との繋がりを重視しにし、「知育・食育・教育」をコンセプトにさまざまなイベントを企画運営している。

曽和具之／同上

味覚の不思議、再発見

林 周平｜1965年生まれ。パティスリーモンブリュオーナーシェフ。国内のホテル勤務後、渡仏。パリ「ニッコー・ド・パリ」「ジャン・ミエ」で修業を行い、帰国後ホテル・パティスリー製菓長に就任。神戸の地でフランス菓子文化をより深めたいと考えている。

和田武大｜1982年、神戸生まれ。2014年、「デザインヒーロー」設立。グラフィックデザインを中心に、市民参加型イベントや教育現場などに活動の場を拡大しつつ、社会的なプロジェクトに関わる。2009年より大阪デザイナー専門学校非常勤講師。

不便から生まれるコミュニケーション

西川功晃｜1963年、京都生まれ。サ・マーシュオーナーシェフ。「アンデルセン」「オーボン・ヴュータン」「ビゴの店」を経て、1996年、荘司索氏とともに「ブランジェリーコムシノワ」、続いて「ブランジェリーコムシノワ・アンド・オネストカフェ」をオープン。2010年、神戸・北野に「サ・マーシュ」をオープン。

今津修平｜1978年、大阪市生まれ。株式会社MuFF代表取締役。2000年、神戸芸術工科大学芸術工学部環境デザイン学科卒業。2005年、有限会社MuFFを共同で設立。2006年、東京建築士会住宅建築賞を受賞。

北川浩明｜1984年、神戸市生まれ。建築家。2008年、京都工芸繊維大学大学院修士課程建築設計学専攻修了。2013年より、服飾デザイナーの内柴有美子とともにKUAVを設立。主に建築服飾に関わる設計、生産を行っている。

野田 亮｜映像作家。Apartment Film主宰。ビジュアルアーツ専門学校卒業。映画、CM、MV撮影など活動は多岐にわたる。「光男の栗」（トリノ国際映画祭出品）、「KOBE live+work」、「AN EYE FOR COMMUNITY｜東京-台北社區交往」などの映像制作に携わっている。

知っているようで知らない野菜のはなし

加古憲元・加古祐樹｜農産物・農産加工品の販売、卸売業。地元の食材を、旬の時期に提供し、新たな食の提案あり方の提案を目的に、2009年に株式会社農産物流通研究所を設立。「はっぱや神戸野菜ごはん」のブランド名で、栽培受託、地域活性支援、レストラン事業等にも携わっている。

坂下丈太郎｜1985年生まれ。カメラマン。デザイン会社勤務を経て、2014年より写真家伊東俊介氏に師事。2017年より独立し、写真撮影、映像制作を行う。家族写真や記念写真を出張撮影する「写真屋じょうちゃん」としても活動している。

ゴカンノキオク屋
― 飲食店が子どもたちを見守る寺子屋のようになれる未来 ―

上野直哉｜1970年、大阪市生まれ。浪速割烹の礎を築いた上野修三氏の二男として生まれる。18歳で京都「菊乃井」村田吉弘氏に師事し、2004年、神戸市に「玄斎」を開店。兵庫の在来品種を積極的に取り入れ、自ら産地に赴き生産者と親交を深めるほか、食育にも力を注いでいる。

濱部玲美｜関西学院大学社会学部にて児童福祉を専攻。卒業後、リクルートにてさまざまなクライアントへのプランニングや制作ディレクションを行う。2017年に株式会社KUUMAを設立。「食べたくなるほど愛着のわく間柄を編集する」を合言葉に、企業や自治体へ、学びを軸とした課題解決を行うプランニング、プロジェクトやイベント、各種媒体などのコンテンツのディレクションを手がけている。

野田 亮／同上

パンじぃ

2015年、「LIFE IS CREATIVE展」の一環として開催された「男・本気のパン教室」の修了生をメンバーとして発足。2015年の1期生は主にKIITOで開催されるイベントで、2016年の2期生は東灘区のカフェやすらぎを拠点に、自慢の腕をふるってパンを提供している。第3期生がシルバーカレッジにてパン作りを受講中。

つながる食のデザイン展川柳

日常が　社会につながる　食の醍醐味（福岡県・42歳・古谷ゲンタロウ）

子どもたち　目で見てさわって　食を知る（香川県・13歳・オマール海老梅子）

空き腹も　出会う楽しむ　知るつながり（福島県・28歳・あんこ大好き男）

〈関連企画〉KIITOアーティスト・イン・レジデンス二〇一七　報告展

石塚まこ「ちいさな世界を辿ってみると」

佐藤真理（デザイン・クリエイティブセンター神戸）

1階カフェ奥など、いつもは使われていない空間を展示場所として活用。

ドローイング作品『ちいさな世界を辿ってみると』は、直接窓に描かれた思考の地図。

作家に代わり作品の背景などを語るストーリーテラー（物語役）が常駐した。

過去の社会プロジェクトで得た「知恵とレシピ」を「おすそわけ」する展示。

神戸のまちのリサーチや人々との交流を重点に置くアーティストを招聘し、KIITOを拠点に滞在制作を行う「KIITOアーティスト・イン・レジデンス」。アーティストの視点で、新たな神戸の発見や再解釈を行い、作品として可視化します。2017年度は、神戸出身の現代美術作家・石塚まこ氏を招聘しました。春と秋に滞在制作を行い、「つながる食のデザイン展」の時期に合わせて、同展の会場に隣接した空間で、展覧会「ちいさな世界を辿ってみると」を開催しました。長く海外を拠点に活動を続ける作家は、「よそ者」「外国人」とされる社会の中で、自身の背景と現地の文化の間で揺れながら、作品制作を行ってきました。作品のかたちは視覚芸術に限らず、随筆や他者との対話や協働の過程を可視化したプロジェクトなどさまざま。本展でも、食をコミュニケーションの媒体として用いた過去のプロジェクトや、神戸でのリサーチを反映させたドローイングなどを発表しました。KIITO中庭前の大きな窓に直接描かれた、たくさんのキーワードが書かれ、それらが網の目のようにつながったマインドマップのようなドローイングは、まさにアーティストならではの想像力を糧に、ちいさな世界から社会へと窓が開いていく過程やその可能性が示されているようでした。（撮影：大島拓也／左下を除く）

〈関連企画〉元町映画館 連携企画 二〇一七年十月二十一日（土）

『カレーライスを一から作る』先行上映＋トークイベント

佐藤真理（デザイン・クリエイティブセンター神戸）

©ネツゲン

©ネツゲン

上映後のトーク風景。左から石塚まこ氏、関野吉晴氏、前田亜紀氏。

©ネツゲン

神戸元町のミニシアター・元町映画館との連携企画で、「グレートジャーニー」で知られる探検家・医師・武蔵野美術大学教授の関野吉晴氏が開講したゼミの様子を追ったドキュメンタリー映画『カレーライスを一から作る』（2016年、カラー、96分、配給：ネツゲン）の先行上映と、関野吉晴氏、本映画の監督・前田亜紀氏、現代美術作家の石塚まこ氏によるトークイベントを開催しました。ゼミの内容は、コメも野菜も香辛料も、タネを入手して栽培・収穫して、肉も鳥を飼育して屠るところまでを行う、文字通りカレーライスを「一から」作る、というもの。回を重ねるごとにゼミの参加者が減ったり、鳥がうまく育たなかったり、育てるうちに屠りたくないと言う学生があらわれたり、さまざまな壁にぶつかる様子が淡々と映像に収められており、いのちとは、食べることとは、を考えさせられる映画です。トークでは、撮影中のエピソードをはじめ、関野氏がゼミのテーマを「一から作る」にしている理由や、創作する人、ひいては社会の中で生活している人にとって、何かを「一から作る」ことについて知り、実践することの重要さについてなど、さまざまな話題が展開されました。カレーライスという身近なものを切り口に、いのちや社会についての認識が広がる貴重な機会となりました。

「ひとつのパンができたので」

「不便から生まれるコミュニケーショントーク」

「“パンじぃ”がパンをつくりながら夢を語る」写真：片山俊樹

「Experimental Tables 卓上の空論」

「つながる食のデザイン展 食べることから、はじまる」会期中催事一覧

2017年10月6日（金）　19:00－21:00
オープニング・レセプション
ゲスト＝Any Tokyo、田中みゆき
会場＝KIITOホール

2017年10月9日（月・祝）　15:00－16:00
つながる食の連続トーク
「ひとつのパンができたので」
ゲスト＝米山雅彦（PAINDUCE／シェフ）
西山広志（NO ARCHITECTS／建築家）
会場＝ギャラリーA

2017年10月13日（金）　19:00－21:00
つながる食の連続トーク
「不便から生まれる
コミュニケーショントーク」
ゲスト＝西川功晃（サ・マーシュ／シェフ）
今津修平（MuFF）
北川浩明（KUAV／建築家）
会場＝ギャラリーA

2017年10月14日（土）　13:00－16:00
つながる食の連続トーク
「“パンじぃ”がパンをつくりながら、
夢を語る」①
ゲスト＝パンじぃ（2期生）
壷井 豪（ケルン／シェフ）
会場＝ギャラリーA

2017年10月21日（土）　13:00－16:00
つながる食の連続トーク
「“パンじぃ”がパンをつくりながら、
夢を語る」②
ゲスト＝パンじぃ（1期生）
会場＝ギャラリーA

2017年10月22日（日）　15:00－16:30
つながる食の連続トーク
「Experimental Tables 卓上の空論」
ゲスト＝加古拓央（anonyme／シェフ）
上野直哉（玄斎／シェフ）
DESIGN SOIL（デザインコレクティブ）
久慈達也（DML／デザインリサーチャー）
会場＝ギャラリーA

関連企画

2017年10月21日（土）　12:00－14:40
元町映画館 連携企画
『カレーライスを一から作る』
先行上映＋トークイベント
ゲスト＝関野吉晴（探検家／医師／武蔵野美術大学教授）、前田亜紀（映画監督）
石塚まこ（現代美術作家）
会場＝ギャラリーC

2017年9月30日（土）－10月22日（日）
11:00－19:00
KIITOアーティスト・イン・レジデンス
2017 報告展
石塚まこ『ちいさな世界を辿ってみると』
会場＝館内各所

編集後記

田中みゆき（『つながる食のデザイン展』企画協力）

この『つながる食新聞 デザイン版』は、『つながる食のデザイン展』を振り返り、展覧会というフォーマットでは伝えきれなかった各展示の裏話や出展者の食に対する思いを伝えるものとして構成しました。食べる行為のデザインや材料が食べ物になるまでのプロセスの可視化、味覚の共有やエネルギーの問題など、本展で扱ったテーマの幅広さを改めて実感する編集作業となりました。

今回展覧会の企画にあたり、シェフや酪農家、販売者などさまざまな立場で食に携わる方々にお話を伺いましたが、立場は違えど、皆さん揃っておっしゃっていたのが、「正解はない」ということでした。素人でも得られる情報が増え、それに伴い選択肢も昔とは比較にならないほど多様化した現在、全員が納得する唯一の答えはもはや存在しないとも言えます。そんな中で、消費者がどのように情報を得て、選択をしているかに皆さん大きな関心を寄せられていました。以前よりももの作りのプロセスやそれに関わる人たちの存在が見えるようになったようで、実際にはつながっていないことを指摘される方も多くいらっしゃいました。

本当の意味で「つながる」ためには、消費者は与えられた選択肢をただ受け取るだけでなく、自らが主体となって、その選択肢が本当にすべてなのか、他により良い方法がないかを探しにいくこと。そうすることで初めて、数多ある点がつながって見えてくるのではないでしょうか。そしてその時に大切なのは、情報収集能力やリテラシー以上に、人が本来持っているはずの、物事に疑問を持ち考える探究心や、他人を思い、つながろうとするコミュニケーションなのだと思わされました。

田中みゆき
デザインギャラリーやアートセンターで展覧会やパフォーマンス、書籍や印刷物などの企画に携わる。デザインを装飾や意匠ではなく、社会の課題や物事の仕組みを整理し伝える手法と捉え、カテゴリーにとらわれないアウトプットを展開している。最近は「障害について考えることは世界を新しく捉え直すこと」をテーマに、さまざまな活動を行う。
http://miyukitanaka.com/

新たな気づき、新たなつながり。

加藤 慧（デザイン・クリエイティブセンター神戸）
「食」をテーマにした展覧会、しかし展示コンテンツには食べ物はありません。来場者は何か食べられることを期待してくるのではないか、不安を持ちながらの開催でした。そんな心配をよそに、来られた方はそれぞれの展示を熱心に見て、料理人や生産者の思いや考えに触れ、自分なりの食に対する気づきや学びをたくさん得てくれたようでした。この展示から生まれた新たなつながりも大切にしていきたいところです。

企画・制作：デザイン・クリエイティブセンター神戸　ディレクション＆編集：田中みゆき　アートディレクション＆デザイン：大西隆介＋沼本明希子（direction Q）
写真：片山俊樹（クレジットは各ページ参照）、坂下丈太郎（p.14、15、22下）　執筆（掲載順）：田中みゆき、上野真人（株式会社LANDMADE）（p.11）、佐藤 一（株式会社Zucca）（p.11）、中西健二（株式会社王珠）（p.11）、山本哲士（株式会社ヤマヨ山本商店）（p.11）、和田武大（株式会社デザインヒーロー）（p.12）、阪口理恵／ことむす（p.13）、米田文隆（p.16）、曽和具之（神戸芸術工科大学）（p.17）、AnyTokyo（p.22）　インタビュー協力：井原一高（神戸大学大学院農学研究科）

KIITO
ひと、まち、せかいの、センターになる。

デザイン・クリエイティブセンター神戸（KIITO）
〒651-0082 兵庫県神戸市中央区小野浜町1-4
Tel: 078-325-2201　Fax: 078-325-2230
Email: info@kiito.jp

発行元：デザイン・クリエイティブセンター神戸
発行月：2018年3月
©2018 Design and Creative Center Kobe All right reserved.

http://kiito.jp