

正垣泰彦のサイゼリヤ革命

【“電車ごと”持ってきたイタリア料理とは!?”】

1994年4月

—連載第1回—

「おいしさ」の定義は何か

我々がイタリア料理に取り組んだ理由を話す前に、ぜひ触れておきたいことがひとつある。それは、食文化についてである。自然と人間が生き生きと生きていくために食事をしているわけだから、その土地でとれたもので食事をしていけば、一番ベストな状態であることはまちがいない。その食事の仕方も、みんなにとって楽しくなくてはならない。豊かになればなるほど生きるためだけでなく、楽しくなるための食事になっていくはずだ。そこが餌と食事の違いとなってくる。

それがきちんと体系化されたものが食文化なのである。そして、その食文化を提案していきたいと始めたのがサイゼリヤであり、それを影響力のあるものとしていくためには500店、1000店という規模に拡大することが必要だと思う。だからわれわれは事業を進めているのである。

まず私が強調しておきたいのは「日本には食文化が存在しない」ということだ。日本の現状を見れば、それはすぐわかる。フランス料理、イタリア料理、中国料理、朝鮮料理など、体系の異なる料理が平然と混在しているのである。ときにはひとつのテーブルにこれらの料理がいっぺんに並ぶこともある。常識的に考えても、こうした混在の仕方が成立するはずがない。こんなことが平気でできるのは、日本人が味というものに対して鈍感だからだ。こういう国に食文化などというものは成立し得ない。

私は食べ物のうまいまずいを判断する要素の

第一として「香り」があると考えている。日本人はこの香りに対して鈍感なのである。なぜなら、日本人の鼻の穴は西洋人に比べて小さいからだ。なぜ鼻の穴が小さいのかというと、いやな香りがするところに生まれた人種であるため、ダーウィンの進化論的に小さくなってしまったと考えることができるだろう。これは要するに、湿度があるから大気中に常に腐敗臭が漂っているためだ。われわれが日本よりも湿度の高い国、香港やタイに行ったときに感じるむっとした臭い。あれと同様の臭いを西洋人は日本にきたときに感じるという。この臭いに対する鈍感さが日本人の味覚に対する鈍感さに結びついているのだと、私は考えているのである。

さて、その味覚、つまり食べ物のおいしさについてだが、不思議なことに外食産業には「おいしさ」の定義がない。おいしさを科学としてとらえ、その結果得られたものを提供しているレストランはないといってもいい。そこでわれわれは、おいしいということはどういうことなのだろうかと考えることから始めた。たとえばフランス料理。これを三日三晩食べ続けると私は気持ち悪くなってしまふ。これを果たしておいしいと定義するのだろうか。われわれが導き出した結論は、「毎日食べても味わいがある、毎日でも食べたいもの」、それをおいしさと定義したのである。1年に1回、一生に1回食べればいいものは、おいしいということではできないと考えたのだ。

食文化は合理的なものだ

毎日食べても飽きないものを突き詰めて考えていくと、それは空気ということになる。世界中の人間が毎日でも食べていけるものというのは空気の他にない。要するに、味をつけなければいけないほど、世界中の人が食べられる料理となるわけだ。そして、世界でいちばん味つけの少ない料理がイタリア料理なのである。

ご存じの方も多いだろうが、イタリア料理はできたもの、すなわち素材をそのまま食べというのが基本だ。調味料等による味つけはきわめてすくない。日本料理のように、砂糖をつかうことなどはいっさいない。味をつけるということは、素材そのものの味がなくなるから別の味をつけるのである。幸い、流通機構が非常に発達しているので、日本にいてもイタリアの優れた素材を手に入れることが可能になってきた。イタリアと同じ味を提供することができるようになっていたのである。

突飛な話に聞こえるかもしれないがアインシュタインの相対性理論から考えても、こうした理論はきちんと導き出される。相対性理論とは別項で触れているように、光の速度は常に一定であることを証明するものだ。つまり、電車の中でみても、踏切からみても、速度が一定なのは光だけである。これと同様に、アメリカでも、イタリアでも、中国でも、日本でも、味が一定なのは空気ということになるわけだ。

しかも、イタリアにはきちんとした体系として成立している食文化がある。たとえば食べる順

序、食前酒、食後酒はもちろん、食中酒も食べるものによってふさわしいものがルールとしてある。こうした合理性、整合性にひかれ、さらに味もわれわれが考えるおいしさ、すなわち相対性理論から導き出される結論と一致するイタリア料理を、私は多くの人に知ってもらおうということで、サイゼリヤという店を始めたのである。

余談となるが、外食産業においてはよく食文化などの文化性と生産性、効率性は相反するものではないかという議論が起こる。後に詳しく述べることになるが、サイゼリヤにおいては食文化をトータルに追求するが故に、生産性は上がるのである。クラシックといわれ、残ってきているものは、余計なものが全部そぎ落とされているとっている。人間は本来面倒くさがり屋だから、合理的なものしか残さない。したがって、それは素晴らしく生産性が高いということができるのだ。

食文化とは、その方法で食べるといういちばん合理的で、いちばん経済的で、いちばん生産性が高いというもの。これを歪めて受け止めているから、食文化と生産性は相反するのではないか、という誤解が生まれてくる。もちろん文化は、たとえばバロックでありルネッサンスであるなど、さまざまに変わってきている。しかし、その変遷を突き抜けてなお残っているものは、素晴らしい合理性があるということを実証することになるのではないだろうか。

価格も相対性理論で説明可能

サイゼリヤについては、価格の低さがしばしばマスコミの話題にのぼる。この価格についても、相対性理論から説明することができるという、やはり驚かれるだろうか。

たとえば、前頁のイラストにある電車内で歩いている人をピザとして考えてみよう。イタリア人を車内で座っている人、日本人を踏切で見ている人とする、イタリア人が時速4kmとして捉えているピザを日本人は電車の速度と合わせて時速64kmのピザとして捉えてしまう。そしてピザというものを入れようとしたとき、日本人は自分の目が捉えた時速64kmのピザを入れてしまったから、日本ではとても高価なものになってしまうのだ。

われわれは、そうではなくイタリアという電車ごと日本に持ってきたのだと考えてほしい。要するに、イタリア人が普通の価格だと考えている価格を、そのまま日本で提案しているだけなのだ。今までの日本のイタリア料理店の価格は現地の20倍とか100倍で売っていたわけである。

イタリアをまるごと持ってくるということで、私はトータルコーディネートというものを大切に考えている。食文化は体系であり、トータルとして導入しなければ、おいしくて健康的なものを提案することはできない。お客さまは気づいていないかもしれないが、サイゼリヤの皿はメディチ家で使われているものと、同じデザインである。料理もこの皿にふさわしい素材を使っているし、ワインもそれにしか合わないものを揃えている。器から調味料まですべて統一しているのである。

こういう食事の仕方は、家庭では絶対できないはずだ。家庭の食卓を想像してほしい。さまざまなメーカーの調味料が平気で並んでいたりする。コーディネートがまったくなされていないのだ。

われわれがサイゼリヤを通じて提案していきたいのは、ほんとうに楽しんで食べるということなのだ。そして、こうしたコーディネートは、すべて科学として証明できる。たとえば、サイゼリヤでは前菜としてアーティチョークを入れている。日本人にとっては苦手な食べ物であり、事実それほど売れている商品ということとはできないものだ。しかし、アーティチョークを食べると唾液が甘くなり、ワインが実においしくなる。われわれの提案するイタリア料理には絶対に必要だから、メニューに載せ続けているのである。あるいはなぜ食後にエスプレッソコーヒーを飲むのか、なぜそれにたっぷり砂糖を入れるのか、われわれはすべて論理的に説明できる。

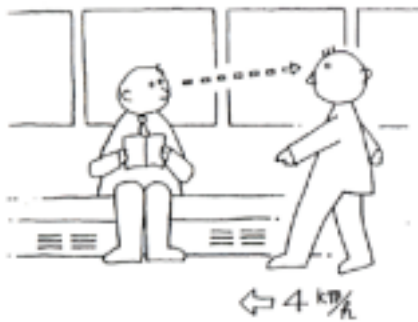
だから、ファミリーレストランのように薄いコーヒーを売ったり、和食も中華もメニューに載せるということとはできない。コーディネートというものを考えると、こうしたあり方は想像だにできないことなのだ。

わたし自身が理科系の出身であり、社内の人間も半分が理科系であるため、われわれは食文化を提案するにあたって科学として仮説をたて、サイゼリヤという店を通じて実験をしているのである。実験というとお客さまには失礼かもしれないが、それはお客さまにとっても良きものであると確信しているし、その仮説に責任を持っている。

そして仮説を証明するための実験がわれわれには楽しくてしょうがないのである。だから、社員は他社の倍働いても踏んばれるし、結果として生産性も上がるのだ。次回はその生産性の上がる仕組みについて、詳しく触れていきたいと思う。

相対性理論とは

イラスト1



電車の中を時速4Kmで進行方向に歩く人は、座っている人にとって電車そのものの速度とは無関係に時速4Kmで歩いていると確認される。

速度は見る場所によって全部違う。電車の中で人が座っていて、一方席を探して歩いている人がいる。座っている人は皆止まっているので、歩いている人は時速4Kmで歩いていると判断することができる(イラスト1)。ところが踏切から見ると、電車の速度が60Kmだとしたら、車内で歩いている人は64Kmのスピードで歩いていることになる(イラスト2)。このように、速度は計測する場所によって、相対的に変化しているわけである。

となると、当然光の速度も車内を歩く人と同様、相対的に変化すると考えられたのだが、実際は車内で測っても踏切から測っても同じなのである。この問題は多くの学者を混乱させたが、どのように証明すればいいのか悩ませてきたが、アインシュタインが特殊相対性理論の中で、時間は絶対的なものではないと唱えたことで、この問題は一気に氷解したのである。つまり速度=距離÷時間だから、時間が変化すれば速度は一定となる。それまでの時間は絶対的なものと思われていたが、時間は速さの中で変化するというのがアインシュタインによって提唱され、その後のさまざまな実験はまさにそれを証明したのである。

では、その相対性理論が食べ物の世界とどのように結び付くのであろうか。まず、正垣氏は「味とは速度である」と仮説をたてた。イタリア、アメリカ、中国、日本などそれぞれの国の固有の料理は、その国独自の味の体

イラスト2



踏切にいる人には、車内を歩く人は、電車の速度である時速60Kmと歩行速度の時速4Kmの和= (時速64Km)で進行方向に進んでいると確認される。

系があり、その味とは速度であるから相対的なものである。だから、われわれが他国の料理を見るときは、自国の味の体系をもとに他国の体系を判断する。要するに踏切から見ている人間と同じなのである。したがって、たとえば日本から見たイタリア料理の味は、イタリアから見るイタリア料理の味とは別物になる。しかし、空気だけはどの国でも一緒であり、また毎日繰り返し口にしながら決して飽きることのない唯一のものだ。したがって、相対性理論における光にあたるものが、味の世界では空気であると、正垣氏は考えた。そして、本文中で触れたように、空気の味にいちばん近い料理として、イタリア料理を選択したのである。

さらに、正垣氏はイタリア料理の味、食文化を日本で提案するには、イタリアという「電車ごと」持ってくるしかない判断した。従来、日本の外食業は日本からの視点のみでピザやスパゲティなどのイタリア料理を取り入れていた。それを正垣氏はイタリアにいる視点そのままに、つまり本文中にあるようにイタリア人にとっての速度(=味)の体系に則ったイタリア料理を取り入れようとしたのである。しかも、それは既存の「本格イタリア料理店」のように単に素材や料理法にとどまらず、コーディネーションを、そして価格そのものも含むトータルシステムとして持ってくるということで、まさに革命的な発想であった。