「たかがさつま芋」を最高の食に

いも膳（川越市）

店主 神山正久さん

川越で「いも膳」といえば、間違いなく名店のひとつに数えられる。この街で生まれ、地元をこよなく愛する神山さんは、料理に、食に確固たる哲学を持つ人である。

土地の産物で郷土料理

―お店は世間によく知られている割りに歴史が浅いそうですね。

神山　昭和五十七年の創業です。当時はたんぼの真ん中に店があるという状況。田園風景がご馳走でした。

―サツマイモ料理に取り組もうとした理由は。

神山　私は川越を観光の街にしたいと考えていました。観光には歴史、風土に加え郷土料理が必要ですが、ここには郷土料理が欠けている。お客様には土地の産物でもてなすのが一番ということでさつま芋に着目したのです。この土地で最も知られているのがさつま芋ですからね。芋が日本に伝わって三百年経ちますが、蒸すか、焼いて食べるだけという時代がずっと続いていました。

―開店当時は今と違って、食品としてのさつま芋のイメージはあまり良くなかった。

神山　そう。最も底辺にあるものを最高峰の食に作り上げていくのですから、器をはじめいろいろの応援が必要でした。

―芋をベースとした京懐石風の料理の数はどのくらいあるのですか。

神山　百以上になります。

―ご自分で全てを開発したのですか。

神山　そうです。何回も何回も試作し、工夫を重ねました。お客さまは目で見てさつま芋だと分かれば、食べてくれない。目を変えなければならない。そこが工夫のしどころです。たかがさつま芋としてお客が来るが、されどさつま芋としてお帰り願うよう料理を組み立てていきました。

―料理は川越産の芋だけで作るのですか。

神山　芋にはいろいろな味があります。例えば、川越の芋は天ぷらにしたら、どこの産地のものよりもおいしい。うちではそれぞれの料理に適した芋を全国から集めています。だから、いも膳の料理を真似て同じ味のものを作ろうと思えば作れるかも知れません。

部屋や庭にも心

―実際に作れますか。

神山　第二、第三のいも膳が出てくるかと言えば、無理でしょうね。芋を金に変える、つまり営利目的で芋を扱おうとするからです。人の趣味、嗜好は多彩です。木や花が好きな人、絵に関心のある人、石に興味を持っている人など様々です。うちではそうした人たちが目を向けてくれるようにと部屋や庭などに心を砕いています。料理にプラスアルファするものがたくさんあり、それらを全国から取り寄せていますし、そのための金を惜しみません。

―それが「食楽文化」というものですか。

神山　そうです。よく料亭文化と言われますが、料亭には料理だけでなく、芸術が集まっています。

料亭が成り立っているのは、そのためでもあるんです。だから、外に打って出ようとしたら、芸術などあらゆることに興味を持たなければなりませんね。

―つまり、味も売るし、文化も売るということですか。

神山　文化は先人が残してくれたものです。川越の人が蔵を残してくれ、街の人がそれでご飯を食べているのと同じように、料理人も後世に少しでも何かを残していくことが使命だと考えています。

―「今日（きょう）の料理」とはどのようなものですか。

神山　芋料理で培った考え方をさらに前進させたものです。今日一日を大切にしようという気持ちを込めてお客様に出している料理です。

―具体的にはどのようなメニューなのですか。

神山　丹波のマツタケがいま最もうまいとなればそれを、というように季節ごとに各地の最高の素材を買い入れて調理するものです。

食文化の向上

―川越で採れた素材だけではないのですね。

神山　食文化の水準を上げていくには、地元の食材だけを使っていてはダメです。よそと比較してみて、はじめて自分の所の味が分かります。日本の最高の食材を入れれば、地元の人も育っていきます。外の人にも食を楽しんでもらい、地元の人の食文化を高めていくという姿勢が大事です。

―川越市民の食への感性は高くないのですか。

神山　決して低くありませんよ。私は埼玉県内の食文化をつぶさに見ていますし、全国を見て回っています。川越の街が潤い、観光立市として繁栄していくためには、食文化でも全国の最先端を歩むようにしなければいけません。

―いも膳の料理は、気軽に食べにいくには少し値段が高いとの声がありますが。

神山　時代がもたらす錯覚ではないでしょうか。バブル経済の時には、当店では三カ月先まで予約でいっぱいでした。今は格差の時代とか。高いと思われる人が相対的に増えたのでしょう。うちは開店以来、値段を上げていませんし、料理の質はむしろ高くしていると自負しています。

―支店を出す考えは。

神山　ありませんね。この店も今後、どうなるか分からない。私には別に夢があります。営利を追求するより、好きなことのできる方が楽しいですから。（いも膳　川越市小室15-1　049・243・8551、火曜定休）

沿線食彩記

モスバーガー一号店物語

(株)モスフードサービス

成増店（板橋区）

日本発のハンバーガーチェーンとして、また、ユニークなメニューで全国に多くのファンを持つモスバーガー。その第一号店は成増店だったことは意外と知られていない。（お話は松田由美子さん）

スタートは成増のショッピングセンター地下から

―なぜ成増に一号店を。創業者の櫻田慧さんと何か関係があったのですか。

松田　特に櫻田と強いゆかりがあったわけではないのですが、当時、櫻田の住居が和光市だったということ、都内から埼玉よりを活動拠点にしていた時期に、一号店の場所を探していたのですね。それで、たまたま、成増のショッピングセンターの地下に空きがあると創業メンバーの一人の、吉野が見つけてきたんです。

ジューススタンドのテナントが出た後で、そこが実験店になることになりました。安く借りられたので。櫻田は、二十八歳の時、証券マンを辞めて脱サラし、身ひとつで起業したものですから、資金が乏しく、店も超一等地には出せなかったのですね。

―なぜ「日本発のハンバーガーショップ」を始めようとお思いに。

松田　証券マン時代、アメリカに赴任した時、ハンバーガーを食べて、美味しさに感激したそうです。そこで、ビジネスを始めるにあたって、いろいろ候補を挙げた中で、ハンバーガーを思い出したんですね。同時に、マクドナルドが日本進出し、大ヒットしたのを目の当たりにもして、ハンバーガーの将来性を確信したそうです。

モス一号店

二度成増の地を踏む

―そして、一九七二年三月一二日に成増に実験店がオープンしたのですね。

松田　はい、まだ正式な一号店ではなく、実験店としてオープンしました。しかし、三ヶ月でクローズになりました。ショッピングセンターの地下なので、主婦しか来ない。ターゲットの若い人が来ない。次に中野ブロードウェイの二階に次の実験店を構えましたが、そこもダメ。そこで、路面店じゃないとダメだということになり、路面物件を探していた吉野が、再び、成増で、商店街にあった八百屋の倉庫に目をつけました。どうにかこうにか貸してもらい、ここで、モスバーガーの最初の正式な一号店が、成増にオープンしました。

―では、実験店のクローズから、再び成増に戻ってきて、一号店をオープンさせたのですね。

松田　そうです。

―当時のメニュー・価格は。

松田　ポテトがないんですよね。ハンバーガー・モスバーガー・モスチーズバーガーなど。あと面白いことにフランクフルトがあるんです。価格は、モスバーガーが120円。壁にぶつかっては改善し、を繰り返して大きくなった会社なので、最初から、手さぐりで。

―そうしますと、ご苦労は金銭的な面が大きかったのですか。

松田　はい、自宅を担保に融資を申し込んでも、鼻であしらわれたそうです。ハンバーガーの事業性を認めてもらえなかったんですね。あと、ハンバーガーの肉を作ってくれる会社を見つけるのも、一苦労。ひとつひとつ自分で見つけ、作り出す試行錯誤の連続でした。「おいしいね」というお客様の口コミが、唯一の宣伝活動でした。お客様に助けられましたね。

現在の成増店

―地元の方の反応は。

松田　「何屋さんなの？」という感じで、キノコや団子を買いに来た人がいたそうです。当時はハンバーガー自体が分らないし、謎の店だったでしょうね。新物好きのお客様が来て、初めて分る店というか。地元に受け入れてもらうまでには、少し時間がかかりましたね。

復刻版店舗で

創業当時の雰囲気を再現

―現在、汐留に「復刻版モスバーガー店舗」をお出しになっていますが。

松田　はい。創業当時の雰囲気を再現しています。メニューも、復刻メニューを出しています。

―なぜ今、復刻版店舗を。

松田　チェーンとしても、今、「原点回帰」がキーワードで。創業三十五年経って、当時のことを知る人も少なくなりましたが、もう一度原点を再確認し、モスがこれから進んでいくべき方向性にあたり、「基本に忠実にやろうよ」と。

「五寸すり鉢」小石原焼・鬼丸豊喜

肥前陶磁ギャラリー妻傳
（富士見市、049-269-0897）

―モスバーガーにとって、「成増」という土地は、現在もどんな土地ですか。

松田　やっぱり「成増」という地名が、こんなに特別に響く会社は、他にないと思います。成増の街も、特別な存在、地名ですね。

◇

いつも親しんでいるモスバーガーが、こんなに身近なところからスタートしたとは。まさに「会社に歴史あり」。それにしてもハンバーガーショップにキノコを買いに来る人がいる時代に、新しいビジネスを展開していった、創業者、故櫻田慧さんの情熱に感服。そんなエピソードを聞いてから食べるモスバーガーの味は、一味違うはず。

（梅津）