

## 食の6次産業化プロデューサー段位取得者

料理人の確かな技術と熱い想いを「つくり・つたえる」食の6次産業化プロデューサー

### 森澤 錠二（レベル4）高知県：株式会社グラッツェミーレ



#### 【森澤さんの略歴】

- 1962年 高知県高知市に生まれる
- 1977年 専門学校卒業後 大阪北区の料亭にて修行
- 1991年 ホテル内総料理長および総支配人歴任
- 2006年 ホテル退職  
イタリアンレストランの立ち上げ
- 2008年3月 グラッツェミーレ開業
- 2013年12月 食の6次産業化プロデューサー  
レベル4認定

#### 1 これまでの経験と実績

##### (1) これまでの経験と思い

株式会社グラッツェミーレ代表の森澤氏は高知県で生まれ育った。専門学校を卒業し、料理人を目指した森澤氏は、大阪の料亭やホテルのレストランで料理の経験を積み、腕を磨いた。その後、地元高知県に戻り「グラッツェミーレ」というイタリアンレストランを開いた。

グラッツェミーレの経営方針である、「地元に基づく食を通じた産業に成長し、高知県を愛する仲間とともに地元を愛され全国に支持され、高知県の地場産業の発展にわずかながらでも貢献し、1次産業従事者の個々の幸せを感じていただける物づくりを目指します。」という言葉からは、地元の高知県を愛する心と、料理の技術を活かしてものづくりの現場に携わる人に貢献したいという熱い思いがひしひしと伝わってくる。

高知県は温暖な気候と多くの清流に恵まれた気候風土を活かし、高品質な農産物が多く生産され園芸大国と呼

ばれてきた。しかし、近年になって大都市への一極集中が進み、高知県内で取れたものが地元高知で食べられないという現象が進んでいった。こうした状況の中で食品の安全に対する様々な問題が起こり、消費者は食料自給や食に関する安全性の問題を大きく意識するようになり、「生産者の顔が分かる安全な地元産の農産物」への関心が高まり地産地消運動が全国的に大きく拡大した。

そのような運動が盛んになっているとき、ちょうど地元に戻り、レストランを立ち上げようと構想していた森澤氏は、「せっかくなものが地元にあるのだから、我々料理人は、一人の力でもできるものを少しずつこつこつと積み上げていき、園芸大国高知を復活させなければならない」と考え、できる限り高知県野菜を使うことにこだわったイタリアンレストランを開業した。

##### (2) グラッツェミーレの事業内容

グラッツェミーレは、高知県高知市の中心部で、観光地でもある「高知城」、「ひろめ市場」にほど近い場所に事業所と店舗を構えており、主な事業内容は、「イタリアンレストランの経営を基にしたレストランの展開」、「お弁当・惣菜の販売」、「野菜で野菜を食べるドレッシングの企画・製造・販売」、「自社アンテナショップの開業（2014年夏予定）」である。

「長年培ってきた料理人としての技術」と「作り手の理屈でない、買い手の思いを温度差なく作り上げていく事業展開」を行っており、新規事業として、高知県産野菜を使った野菜で野菜を食べるレストランの開業を中長期計画の中で構想している。

##### (3) 野菜を野菜で食べるドレッシング

こうして地元産野菜にこだわったレストランを立ち上げたのではあるが、森澤氏は、野菜の消費について調査していくと、厚生労働省は1日の野菜摂取量350gを推進しているが、実際の日本人の平均摂取量は280g程度と全然足りていないことが分かってきた。

それは、高知県でも同様であり、「高知県は平均寿命全国トップを目指しているのに健康に必要な野菜が足りないのはどうしたものか、なんとかして摂取量を増やせないものか、特に料理人としては、単に摂取量を満たすために味気ないサプリメントに頼るのではなく、口から食べておいしさから生まれる笑顔とともに野菜摂取量を増やすことに貢献したい」と考えていた。

さらに森澤氏の娘さんが野菜嫌いであり、アトピーを持っていたため食の改善を図り野菜を美味しく食べてもらおうと考慮していた。

以上の二つのことを考えていた中で「野菜の含有量を増やしたドレッシング、またソースでも使えるドレッシングを作ってみてはどうか」と考えオリジナル野菜ドレッシングを考案し試作を重ねた。

そして出来上がったドレッシングを実際に娘さんに食べさせたところ「野菜独特の臭みもなく、とても美味しい。私の周りにも野菜嫌いがたくさんいるからあげたい」と言われるほど好評であり、本当に野菜嫌いだったのかと疑問に思うほど好んで使っていた。そこでドレッシングを新たに作り、娘さんの友人やその家族たちにもプレゼントをしたところ、大変喜んでもらった。そのため、そのドレッシングをレストランに来たお客さんにもぜひ食べてもらいたいと思い、常連のお客さんに試しに出してみたところこれも大好評であった。

最初は常連さんへのプレゼントであったのが、「是非売ってほしい」と多くの要望が出たため、実際の商品としてレストラン内で販売することになった。商品化して販売するからには、よりお客さんのニーズに合った商品とするために、お客さんたちは普段どんな野菜をどのように食べているのかをリサーチし、味や糖度、油分はどのくらいが適当なのかを考えた。さらに野菜をピューレ状にすることや、糖分や油分を加えることによって本来の野菜の持つ栄養価がどのように変化するかといった栄養面も考慮し、ドレッシングにしても野菜本来の味や栄養価を最大限活かせるよう、さらに試行錯誤を重ねて商品化に至った。



オリジナルの野菜で野菜を食べるドレッシング

#### (4) 販売促進と活動の発展

森澤氏は以上のような経緯でできた、安全・安心で体にも良いドレッシングを地元のたくさんの人に食べてもらおうと、高知県内の生協やスーパーに販売のお願いを行った。すると地元のスーパーも、地元の企業を応援する気持ちを持っており、商品の魅力を理解し、取り扱ってもらえるようになった。

販売方法としては、POP等を展示したりするだけではなく、販売先に森澤氏自身や従業員を必ず立たせ「売るのではなく伝える」努力をし、消費者にいかにか自分がこの商品が好きかを伝えることを考え商品のPRを行った。その結果地元のお客さんからの支持を得るとともに、全国からの視察団が訪れた際に注目されるなど、口コミで全国に広がっていった。

現在ではシンガポールや香港、アメリカでも販売されており、高知から全国へ、そして世界へと森澤氏のものづくりにかける思いとそうしてできた商品は広がりを見せている。



素材を活かした鮮やかな色あいのドレッシング

### 3 生産者や地域への支援

#### (1) 生産者との関係づくり

同社は、コンサルタント事業を営んでいるわけではなく、主にメーカーとしての立ち位置で商品開発を行い販路を拡大している。

「原料が有り余っているからそれらを使った加工品を製造する」のではなく、農地を有効活用し、利益を生み出す野菜の栽培などを生産者に提案し契約栽培により生産してもらい、生産された農産物は全量買取りを行っている。さらに最近では、生産者に作付け・収穫時期が重ならない野菜の裏作を提案し、新商品に必要な野菜の生産を依頼している。

森澤錠二（レベル4）

また、耕作放棄地などが多く発生してしまっているところには実際に足を運び、新しい農作物の栽培依頼を行っている。以上のようにして契約栽培をおこなって生産してもらった野菜は、市場価格の2割増しで全量を買取り取るなど、農業従事者の収入及び安定した仕事の確保に寄与し、安心して取引が出来るような関係作りが進んでいる。

## (2) 地域で頑張る人・団体の応援

森澤氏はコンサルタントではないため、外部の人の指導や支援をするのは仕事ではないのだが、ドレッシングへの取り組みやその味、その開発・販売にいたる活動等に興味を持った人や団体から「是非うちの地域でも商品開発の手助けをしてもらえないか、来て実際に見てもらえないか」といった依頼が多く届くようになり、現在宮崎県を初めとした地域の生産者団体や女性団体の商品開発の支援も行っている。実際の支援ではドレッシングの製造法をそのまま伝え、その地域の特産品である野菜類を使って最大限に味を引き出したドレッシングや野菜ソースの開発の手助けを行っている。

商品開発・販売の目標、そしてそれを達成できたことによる「幸せ」は、個人によって様々である。そのためその個人の幸せを達成するための方法をよく話し合い、「商品を作って売るのはではなく“伝える”んだ」ということを特に考えてものづくりを行うということを提案している。

森澤氏の支援の最大の特徴は、他のコンサルタントと違い、実際に自分で作った商品を売っている店舗が販路としてあるため、販路が非常に広いことが上げられる。さらにその販売先とも高品質で自ら作ったものを販売しているということから「君が作るものなら間違いない」といった信頼関係がとて強く築けているのである。

## 4 食の6次産業化プロデューサーについて

### (1) 段位を取得した動機

友人からの誘いもあったのだが、「製造業を営んでいて感じる物作りに対する思いと、高知県の食材を活かして、若い人たちが夢を持てるそんな職場を作りたい。日本が誇れる食の文化の発信、農業従事者の育成と発展、産業として成り立つ農業を確立し、若者が意欲を持てる将来へのビジョンを示し後継者を育成したい」、といった強い思いが食の6次産業化プロデューサーの段位を取得した大きな動機である。

また、資格取得のためには、専門知識を身に付け、多方面からの情報を活用することが必要だったため、それ

が自身の課題を克服するためにも非常に有効だったと感じている。

### (2) 段位取得にあたって苦労した・困難であった点

森澤氏の場合、支援者ではなく実践者であり、美味しい物を作るという事がシェフでもある森澤氏の本業である。そして自身がマーケティングにより商品開発をし、製造・販売をするという事で販路と売り上げを伸ばしてきた。その自分の経験と思いを伝えたいという気持ちで段位を取得したため、段位取得にあたって苦労した点は特にないとのこと。

段位取得のための面接場所が限られている点は、仕事を实际している中では大変なことである。森澤氏の場合は東京で行われたため、東京に行ってプレゼンテーション・面接を行い段位取得に至った。しかしこの「会場が限られていること」に対しては、多くの人に段位取得させるには面接地や講習を受けられる施設を全国に増やしたほうがいいと思うが、その人のやる気を図る上では決められたところで取るのもありではないかと考えている。

### (3) 段位取得後の変化（内的・外的）

食の6次産業化プロデューサーの段位を取ったからといって外的に大きな変化は特にないが、自身の意識が変わってきているという内面的変化はある。自分だけで作り上げてきたという意識はないが、料理を作りながらこんなものがあればいいなという、ちょっとしたアイデアで物作りの発想は生まれる。また、たくさんの人との出会いがある。困っている事や問題課題などを話し合っている間に新しい商品開発は生まれるのである。ヒントは出会った人々からもらっている。そのため変わったことは、常に新商品開発に向け、アンテナを張り巡らすようするという意識が食の6次産業化プロデューサー取得後の変化である。

### (4) 段位取得の有用性や活用にあたっての困難な点、段位活用への要望

森澤氏は実践者なので、農業従事者の方や企業、地方自治体に物作りの営業活動を自ら行うことはない。自分がほしい物を求めて生産者の方を訪問し、契約栽培をお願いするというスタンスである。よってまだ取り組みが多くの方に伝わっていないと実感している。そのため実践者でも食の6次産業化プロデューサーをとったことで、実践者の思いが伝えられるような活用法があれば、実践者にとっては取得の可能性が広がるのではないかと考えている。

#### (5) 今の段位取得制度の問題点・要望

現在はレベル制になっていて、レベル4が最高位になっていて将来的にはもっと上位を目指せるようにはなると思うが、何のために上を目指すのかが明確でないため、順位をつける必要性があるのか疑問に思う点がある。

例えばレベル7をとったら「こういうことをやってもらいます」とかレベル7は「絶対評価として、関わった企業の年商が20億円以上」などの基準が必要なのではないかと思う。

また今後は、6次産業化プロデューサーの事業と行政が密接に関わり、行政や商工会等でレベルに応じた仕事やサポートの依頼等ができれば、今後ますます有意義なものに、そして段位取得者の意識の向上、成長につながると考えている。

#### 5 今後の展開方向について

株式会社グラツェミーレは自信を持って「良いものを作っている」と言える会社である。そして強みは自社の直接販路がある事である。一般的には、まず商品を作っても、バイヤーに会えないことの方が多いのだが、同社が作る商品はバイヤーの手元に必ず届き、具体的な話になっていくのである。その点を活かして、相談に来る人々それぞれみんなが思い描く「幸せ」に応えることが出来るプロデューサーになりたいと思っている。

また、今後は6次産業化プロデューサーを取得したことにより、全国に友人を作りいろいろなことを語り合い、それを活力にして様々なことに取り組んで、自身の幸せ、そして関わる人達が少しでも笑いあえるように、みんなの幸せを実現していこうと思っている。



森澤 錠二（もりさわ じょうじ）

レベル4紹介アドレス

<http://www.6ji-biz.org/search/13000142morisawaj.html>