もえぎ

有限会社モエギコーポレーション
代表取締役　安達康平
Kohei Adachi

Interviewer
叩き上げブランディングプロデューサー
株式会社ＤＤＲ
代表取締役
安藤竜二

地域に必要な食文化を提供し、家族の幸せな笑顔を増やしていく お菓子工房

家族の幸せ請け負い料理人
有限会社モエギコーポレーション 代表取締役 安達康平

平成9年、千葉県柏市で産声を上げた「もえぎ」は、美味しいを大前提にしながら、安心・安全を掲げ、食を通して地域の家族を幸せにしていく。進化を続けるこだわりの豆かん、未来を見据えた食物アレルギー対応のケーキ販売など、新たなチャレンジを続ける安達康平社長に、叩き上げブランディング・プロデューサーの安藤竜二が迫った。

豆かん、鴨汁うどんとの出会い・挑戦

安藤竜二（以下安藤）　はじめに「有限会社モエギコーポレーション」の創業について教えてください。

安達康平（以下安達）　創業のキッカケは母が友達に頼まれて買いに行った浅草の〝豆かん〟との出会いでした。子供の頃には硬く美味しくないものと思っていた赤えんどう豆が、「こんなにも美味しいのか…」と衝撃を受けたそうです。そこで友達にも食べさせて共感してほしいと思ったそうなのですが、日持ちはせず、配送もしていない、たくさん持ち帰るには重たい、ということで「じゃあ、これを自分で作ってみよう。」と思い立ちました。難題は赤えんどう豆でした。郊外のスーパーには、まだあまり市販されておらず、築地へ買い出しに行き、納得の仕上がりになるまで1年ぐらいかかったようです。そんな頃です。常々「何か自分が打ち込める商売がしたい。」と思い続けていた母だったのですが、父から「この鴨汁うどんの味ができるのなら店をやっても良い」という条件をもらいました。その日から毎日、自宅から隣の県まで高速道路を使って40分のうどん屋通いが続きました。大将に「弟子にしてください」「その年齢で何を言ってるの」、「パート募集が出ているので働かせてください」「遠いからダメだ」の応酬が続いた中、大将が根負けしたんでしょうね、「調理場の隅に立ってもいい」との許可をもらい、やがて「お茶くみしてもいい」という所までようやく行き着きました。ちょうどその頃、店舗の候補地が見つかった、厳密に言うと先に候補地が見つかってしまったようで、その旨を大将に話すと、昆布と鰹で取ったダシ汁、かえしの割合を教えていただき、「あなたの舌でやりなさい」と背中を押してもらいました。そこからは、〝お店を出すからには、自分自身がどこよりも美味しいと納得できるものができなければ〟と思い、鴨汁うどんと衝撃の出会いをした豆かんの仕上げに追われるわけですが、1995年12月14日、赤穂浪士討ち入りの日に「遊膳もえぎ」をオープン。当時、この地域ではあまり馴染みのない豆かんの知名度は当然低く、主力メニューである鴨汁うどんの〝鴨〟に対する拒否反応もありましたが、〝この地に新たな食文化を〟と意気込んでのスタートだったようです。

安藤　想いだけで飲食店をオープンさせるのが凄いですね。開店後に苦労したことなどは無かったのですか。

安達　店舗開店当初、この地域には鴨を食べるという習慣がなく、鴨南蛮という名前の鶏南蛮が当たり前だったようで、〝鴨〟というだけで「臭くて、硬くて、脂っこい」と足踏みする方が多い状況だったようです。そんな中でも少しずつお客様に、融点が低く脂が体内に残りにくく、不飽和脂肪酸が多く健康的であること。また火を通し過ぎないことが美味しさと柔らかさの基本であることなどを伝え続けました。暖かい気候で早く育つ東南アジアで飼育されている鴨ではなく、京鴨を使ったのもこだわりでした。結果的に鴨を毛嫌いしていた地域だったにも関わらず、鴨文化を受け入れてもらうことができ、鴨鍋も人気メニューとなりました。そんな中、お客様から「宴会をやりたい」という声をいただき、1998年11月に60席ほどの中規模店「手作り料理もえぎ」を2店舗目として開業しました。わずかの経験者と学生アルバイト集団でしたが、すべてのスタッフが〝我が店〟との自負を持って挑んだ結果、当時は柏市には無かった〝串揚げ〟を新たなメニューに加えながら、鴨料理と共に地域の方に親しみ愛してもらえるお店となりましたが、時代の流れもあり残念ながら2007年3月に閉店してしまいました。

理想の豆かんを追い求めて

安藤　そこからどのように「グランマズグルメもえぎ」のオープンに繋がっていくのですか。

安達　たまたま自宅で作り手土産にした〝豆かん〟を、地元のこだわり食品ばかりを集めた感度の高い繁盛店〝京北スーパー〟のバイヤー様に認めていただき、取り引きがスタートしたことや、イベント出店で呼んでいただいたことをキッカケに、もっと突き詰めてお菓子を作り販売していこうと思い今現在に至るわけです。私も2店舗目の飲食店の時には接客として関わっていたのですが、取り引き先の専務取締役との出会いで、それまでの甘い考えや生き方へのお叱りをいただき、〝この人に認められる人間になりたいと考え方を一新〟、製造はもちろん、方針や経営に関しても本腰を入れて私も深く関わるようになりました。孫にも食べさせたい、添加物なしの美味の味覚を育てたいという思いを込めて、「グランマズグルメもえぎ」と命名したわけです。先程もお話しましたが、創業当時からこだわりのある「豆かん」をもっと突き詰めてみようと、自分なりに様々な試行錯誤を重ねていくわけです。

安藤　そんなこだわりの〝豆かん〟にはどんな特徴があるのですか。

安達　お客様からは「美味しい」という声をたくさんいただいていたのですが、以前は私自身が豆かんを好きではなかったのです。嫌いだから不満足というか、自分にとっては美味しくない。であれば、〝自分自身が美味しいと感じる豆かんを作ろう〟と奮起し、そこから豆かんと本気で向き合うことが楽しくなってきました。寒天も仕込みとなると量もかさみ無駄にすることも多々ありましたし、赤えんどう豆は破裂寸前まで煮るのがベストだと考えていたので、鍋の前で何時間も費やしたこともありました。寒天が柔らか過ぎると歯ごたえがない、かと言って硬くすると酢の匂いが残ってしまうなど、様々な試行錯誤と苦労を重ねました。私自身は外で修行をしたことが無いので、どこがゴールかも分からないまま、自分との戦いと捉えて徹底的にやるしか無かったのです。どんどん追求していくうち、食感や透明度も自分が理想とする寒天に近づけることができました。結果的に、「これで浅草まで買いに行かなくてもいい」「銀座や浅草で食べたのより美味しい」と豆かんをご存知だった方にも非常に高い評価をいただけるようになりました。こだわった製法なので、1日100人分しか作ることができず、大量生産で合理化を進める今の時代には逆行しているようですが、手作りだからこそ引き出せる寒天本来の味、食物繊維を感じられるように作れていることに、今現在は自信と誇りを持ってご提供させていただいております。

食物アレルギー対応ケーキへの挑戦

安藤　創業当時からのこだわりを更に進化させているわけですね。今、取り組んでいる新しいプロジェクトについても教えてください。

安達　弊社は地域のお客様からの要望に応え続けてきた結果、歩みを止めず成長させてもらってきました。豆かんや鴨、串揚げはもちろんですが、うどんだけだったメニューに蕎麦を追加したのも、18席から60席にお店を広げたのも、地域の方からの要望に応えながら喜んでもらいたいという気持ちからで、色々な経験をさせていただくことができました。そんな思いと向かい合う中、私自身が食物アレルギーだったということもあり、食物アレルギーについて興味を持つようになりました。私の場合は、大豆アレルギーで豆腐や枝豆を食べた時に、少し舌がしびれる程度の軽い症状だったのですが、最近の子供たちの食物アレルギーは命に関わることもあるようです。さらに詳しく調べていくと、給食でもアレルギー用のものが作られているそうです。みんなと違うものを食べていて仲間外れのキッカケにもなるかもしれないですし、何より本人が寂しい思いをしていると思うんです。現在、アレルギー対応のケーキ自体は他社さんも開発され、既にマーケットでも買うことができるのですが、正直私には美味しく感じられないのです。ケーキを食べたことのない食物アレルギーの子からは、それでも美味しいと感じるかもしれないのですが、家族の人が食べると美味しいとは思えない。そんな状況を見て、誰が食べても美味しいと感じる食物アレルギー対応のケーキを作りたいと思ったわけです。つまり、小麦粉、卵、牛乳を使わず、言われなければ食物アレルギー対応のケーキだと気付くこともない、そんな美味しいケーキを作って食べてもらいたいのです。

安藤　小麦粉、卵、牛乳を使わずケーキを作ることは可能なのですか。

安達　小麦粉の代わりはアーモンドのパウダーだったり、アーモンドがダメな場合はホワイトソルガムというキビの仲間を使ったり、生クリームのホイップの代わりにソイホイップを使っています。

安藤　もともとケーキ職人だったわけではなく、豆かんを中心とした和のお菓子しか作っていなかったわけですが、戸惑うことはなかったのですか。

安達　和の時もそうですが、誰に習うわけでもなくすべて未経験でスタートしているので、まずは見よう見まねで、本などから情報を得ながら作り出しました。書店には食品アレルギーに対応しているケーキの本などはあまり売っていないので、その中から「小麦粉や卵の代用品はないのか」と独学で研究を重ねながら、九州にアレルギー対応のお店があると聞いたので足を運び教えを請い、ようやく自分でも満足のいく食品アレルギー対応のケーキを仕上げることができるようになりました。今の若い世代は20人に1人が食物アレルギーと、私たちの世代よりも確実にそのパーセンテージが上がっています。そんな状況で困っている人の役に立てれば嬉しいと思います。

食文化で地域に貢献し、家族を幸せに…

安藤　では今後のヴィジョンについてお聞かせください。

安達　現在、血糖値を気にする方用に、香川大学が量産化に成功した希少糖を使ったお菓子も作っています。この様に今後は、食物アレルギーだけでなく、食事全般で困っている人に頼ってもらえるようになりたいのはもちろんですが、弊社はこの柏市で地域の人たちに愛され、支えられて商売をしてくることができました。今は形を変え、お菓子の販売を進めていく中で、地域の人としっかり向き合いながら恩返しをしていきたいと考えています。これからもお客様に求められるもの、この地域で必要とされるものを提供していければと思います。この地域に必要とされる食文化を提供し、食を通じて地域に新しい風を吹かせながら、家族の幸せな笑顔を増やしていくことが使命だと考えております。

安達康平　有限会社モエギコーポレーション　代表取締役
大学中退後、転職を繰り返しフリーター生活を送る。2003年より前社長である母がスタートさせた飲食店「もえぎ」にて接客・調理・運営等を手伝い始めるが、2007年の閉店と共に再び勤め人となる。2009年に細々と続けていたお菓子の製造販売を手伝い、2013年代表取締役に就任。

安藤竜二　株式会社ＤＤＲ　代表取締役
実践で培った経験が武器の叩き上げブランディングプロデューサー。地域ブランド「サムライ日本プロジェクト」を主催。2007年8月、経済産業省より地域中小企業サポーターに委嘱。地域を元気に、地域を世界に発信するため、全国を奔走中。著書に『地元の逸品を世界に売り出す仕掛け方』（ダイヤモンド社）『小さな会社と小さな自分を大きくする51のスキル』（アスペクト刊）『安藤竜二ブランドテキスト』（スモールサン出版）がある。

有限会社モエギコーポレーション
〒277-0885　千葉県柏市西原3-6-5　TEL：04-7155-7558　FAX：04-7157-4854　URL：http://www.moegi.biz

VEGETABLE OIL INK　R100