

メバチマグロとパンのコラボに挑戦!

文 木村安兵衛

text by Yasube Kimura

「メバチマグロのブランド化を手伝って欲しい」という依頼を受けました。詳細は自然災害で被害を受けた漁港が再起するにあたり、代表的な地魚であるメバチマグロをブランド化したので何か作ってくれ、ということでありました。なぜパン職人が一流料理人に混じって料理するのかという疑問を持ちながらも、生来の尻軽が祟り依頼を受けてしまいました。

私が作ったのはメバチマグロの赤身に塩、胡椒をふりゴマを纏わせて、オリブオイルで表面だけをカツオのたたきのように焼き、アボカドのマヨネーズあえを乗せたバゲットの上にトッピング。見た目と食感のアクセントにスプラウトを飾り付けたものを作りました。ゴマの風味とマグロの香りが非常に相性が良く、マグロとアボカド、マヨネーズとの相性も良い鉄板の組み合わせであります。

僕はパン職人であり、料理人ではないので手の込んだ料理、難しい技術を伴った料理はできませんが、食材の組み合わせやパンとの相性選びなどには自信があります。

自分の仕事が終わりに、他の料理人達の仕事を眺めていた時にハッと気づくものがありました。和食の板前さんが

刺身と寿司の握りを作ってくれた時の事でした。食べてみると美味しい。しかしどうしても黒マグロと比べてしまう自分があることを発見してしまいました。赤身のツケならばまだしも中トロや大トロになるとどうしても黒マグロと比べると見劣りを感じてしまいます。但し刺身として食している時の話です。刺身という食べ方は現代日本人には黒マグロを基準に舌ができてしまっているからなのだと感じておりません。

ではメバチマグロは黒マグロに劣ってしまう魚なのでしょうか？もしそうならばブランド化する必要があるのだろうか？という疑問が湧いてきます。ブランド化してしまうと価格が上昇してしまいます。安いマグロとして売っていくならば、今回のブランド化は現場の漁師さん達の首を絞めてしまう結果になってしまうのではないかと懸念が生まれてしまいました。

メバチマグロは刺身にするよりも一味加えたりするなどをしてあげると、その味や風味が花咲くという事を発見しました。特にゴマとの相性は抜群に良かったです。この様な食べ方は黒マグロではもったいなくてできなかったのではないのでしょうか。しかし、同じ

マグロとしてどうしても黒マグロと比べられてしまう宿命にあるのであります。

近年の農産物や海産物はみなさんブランド化を図ろうとしております。ブランド化に成功すれば付加価値がつき、失敗すれば生産中止なんて話はよく耳にします。なんでもかんでもブランドにしようとする躍起になるよりは、メバチマグロの美味しい食べ方を普及させる努力をしたほうが、その魅力が全国に広めることになるのではないかと、ふと考えるのでした。

Profile

1969年生まれ。慶應義塾大学法学部卒業後、千代田生命保険相互会社に入社。その後アメリカで唯一のFDA(米国食品医薬品局)研究機関である米国立製パン研究所へ留学、ベーキングサイエンスを研究する。ニューヨーク、フランスにて修業を積んだ後、その腕前と経営センスを見込まれ、エリック・カイザーの在日パートナーとして、2000年に株式会社ブランジェリーエリックカイザージャパンを設立。2001年メゾンカイザー1号店として東京・高輪に店舗をオープンし、2017年現在29店舗を数える。

