

伊藤 勝康 (いとう かつやす) /ロレオール/岩手県



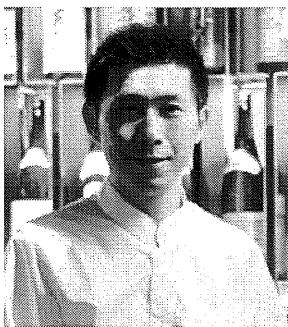
旬の朝採り野菜を中心に地場の食材を積極的に使い、洗練されたフランス料理として提供。観光客に岩手の魅力をアピールするのみならず、地域の人々が食の感性を高める場、生産者が生産した食材の魅力を再認識する場としてもレストランを活用し、意義深い地産地消活動を実現している。相談役、アドバイザーとして地域の生産者の輪に加わって行う商品開発、ブランド開発、各種施策のサポートも注目される。震災以降、被災地での炊き出しでは、昨年受賞者の奥田シェフらとともに積極的に活躍している。

伊藤 剛治 (いとう たけじ) /比良山荘/滋賀県



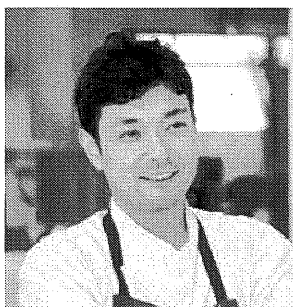
比良山系で採取される熊の肉をはじめ鹿、猪などの獣肉、安曇川や琵琶湖など地元の水辺で漁獲される鮎やうなぎ、近江野菜など、地場産の特徴ある素材を生かした和食を提供。四季折々の自然の豊かな地域の食材や食文化を大切にしている。野生の熊、天然鮎など、自然の恩恵に負うところが大きい素材の調達を、地場の猟師や生産者との信頼関係の構築によって実現し、さらに新たな猟師・生産者の発見や育成にも寄与している。日本的な落ち着いた雰囲気のあるリゾート空間の提供も果たし、地域の観光活性化にも貢献している。

梅原 陣之輔 (うめはら じんのすけ) /坐来 大分/東京都



アンテナショップ型レストランというカテゴリーを開拓した先駆的な事例であり、豊後牛、しいたけ、日田鮎、関あじ・関さばなど大分の優れた食材を使って、都内から全国に情報を発信している。大分の伝承料理を、斬新な発想と最新の調理技術とマッチングさせ、産地や生産者の魅力を伝える。首都圏の消費者の声を産地へフィードバックして、生産者に届ける。小規模生産者が直面している流通面での課題にも、都内バイヤーやシェフへ積極的に紹介することで改善に取り組んでいる。

川島 宙 (かわしま ひろし) /レストランテ・アコルドゥ/奈良県



食材が育まれる地域の風景や、そこから連想されるイメージを皿の上に表現し、独特のネーミングと細心の給仕タイミングで、食す人の記憶に触れるモードスパニッシュを提供。素材本来の旬の姿を食べる人に伝え、質の高い外食空間を形成するとともに、奈良市富雄という地域の知名度向上に貢献している。奈良近郊の生産者との交流から、ていねいな生産過程を経た本来の季節感に沿う食材を調達。間引き野菜や花など市場に出ずに廃棄されていた食材にも光を当て、生産者との共存を図っている。

坂田 幹靖 (さかた みきやす) /GINZA Kansei/東京都



1990年の開店以前から国産食材を積極的に使用し、各地の優れた生産者や産地との交流を深め、その魅力を発信し続ける。とりわけ野菜について、シンプルな調理法で素材の味わいや食感を最大限に引き出し「体にやさしいフレンチ」と称される。肉は、黒毛和牛だけでなく岩手短角牛などの在来種にスポットを当てている。魚については明石漁協の入札権を持つなど、良質な食材を日本中から求める。

また、公立小学校における食育授業や、地元組合主催の料理教室などでも精力的に活躍。特定の県産食材にフォーカスするユニークな講義スタイルが好評で、レストランでフェアを行うこともある。

中道 博 (なかみち ひろし) /レストラン モリエール/北海道



北海道を代表するフレンチシェフとして、札幌のレストラン「モリエール」を拠点に5店を運営。国際的な受賞、2008年洞爺湖サミットでの料理提供など数々の実績を重ねながら北海道食材ならびに生産者のPR、食をテーマにした観光による地域の活性化に貢献してきた。

2007年にJA美瑛とのタイアップでオープンさせた「美瑛選果」は、地元食材のアンテナショップとして、また小物野菜農家の生産支援に直結する施設として、さらには観光集客にも寄与するランドマークとして機能し、成果をあげている。

宮本 健真 (みやもと けんしん) /レストランテ・ミヤモト/熊本県

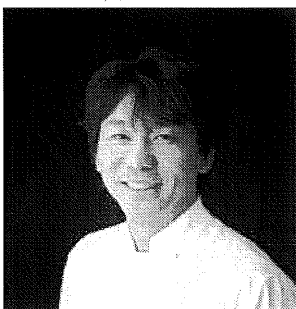


イタリアの地方都市で、地方色を個性として営業する高級レストランで修業した経験を生かし、熊本らしさを魅力とするイタリア料理を提供している。熊本という環境を改めて見つめ直し、熊本の豊かな自然や大地と共生して自然農法、有機農法に取り組む生産者を発掘。

食材購入に加え、より付加価値の高い食材に育て上げるための支援、アドバイスも展開し、共存を図ってきた。

休日には県内各地の農家を訪ねて歩き、地域の料理人や生産者たちとの勉強会や情報共有にも取り組み、熊本の食文化向上にも寄与している。

青木 定治 (あおき さだはる) /パティスリー・サダハル・アオキ・パリ/パリ



伝統的なフランス菓子の配合に、抹茶・餡・柚子などの日本の食材を取り入れることで、フランス菓子の味の世界に新たな可能性を与えるとともに、フランスのみならずヨーロッパに「和の食材」の魅力を知らしめた。

また、フランスで「ニッポンのパティシエ」として認められ、日本人パティシエの地位向上にも貢献している。

フランスの食の専門誌だけでなく、一般誌でもその取り組みが紹介されることで、メディアを通じた和の食材の普及にも一役買っている。