

〈雲田 康夫 様 講演本文〉

ただいまご紹介いただきました、雲田でございます。約 20 年間にわたり、アメリカでどうやったらお豆腐をアメリカ人の食卓に上らせることができるか、実はいろいろ工夫し、寝ずとは言いませんがいろいろ考えてきました。

先ほどご紹介いただいたように、私はミスター・トーフという名前をいただきました。ニックネームです。しかし、20 年の後半になりますと、朝も夜も会議のときも、どんなショーのときにも豆腐とばかり言うものですから、われわれの友人たちはミスター・トーフというような格好いい名前ではなくて、「トーフばか」と言うようになりました。

私は 1985 年、日本からアメリカへ、豆腐普及のためにロサンゼルス空港に降りました。そのとき、道を歩くアメリカ人を見て、相撲取りのようなたくさんの人を見るにつけ、これはひょっとすると豆腐はアメリカで普及できるかなと思いました。

最初は何をすればいいか。もちろん、食です。食ということは、食べてもらわなければいけない。となれば、何としてもデモンストレーションをしなければいけません。

私は、スーパーマーケットで最初に三つのことをやることにしました。一つは、料理が簡単なのは冷や奴、もう一つは麻婆豆腐、もう一つは豆腐の味噌汁です。簡単に言うと、冷や奴を何とか最初にアメリカ人の口に持っていきこうと思ってデモンストレーションをやりました。しかし、そこで一つの文化の違いをまざまざと見せつけられるのです。

冷や奴というと、小さく賽の目に切ったものを小さなカップに入れます。ジンジャーは高いですからかつお節をタッパーに入れて持って行って、それを上に乗せます。先ほど茂木さんがおられました、キッコーマンのお醤油は数々ありました。それを持って行って、さらっとかけます。

ところが、かけたときにかつお節がによるによると動きます。そばにいたアメリカ人が一步後ずさりをする。ははあ、そうか。そして、食べてもらう。おっかなびっくり食べてみると、最初はしょっぱい味がします。ノーコレステロールでベジタブルプロテインと説明はするのですが、最初の口あたりは何と言ってもしょっぱい味がする。

太っている方は高血圧で、塩分控えめはどこのお医者さんでも通り相場です。となれば、健康食品と言っておきながら、最初の舌触りはしょっぱいから「どうもこの黒い頭のデモンストレーターが言っていることは信じられない」というかたちでした。その後、豆腐の売上げはさっぱりよくならないのです。

ショックな出来事が一つ、起こりました。皆さんもご存じのように、アメリカで全国紙というと、USA トゥデーという写真の多い新聞があります。私が日本を離れるとき、私は本社の社長に、「雲田君、アメリカへ行ったら消費者のニーズをつかむためにアメリカの新聞を見るよ」と言われました。しかし、私は英語があまりできませんでした。そんなことをまとも聞いて見ていたら、一日営業活動はできません。拾い読みをしていました。

そのとき、忘れもしない1988年の夏のことです。USAトゥデーのあるコーナーに、アメリカ人が最も嫌いな食べ物、most hateable food に、なんと豆腐が1番で載っているのです。私は愕然としました。35%の人が、1番に挙げているのです。

せっかく見込みがある、将来性があると言った豆腐がこういうことですから、私は悲嘆に暮れます。さあ、どうしたらいいだろう。しかし、出てきたからには何とかしなければ。日本男児であります。その当時、アメリカへ行くときには250人の大きな送別会もしていただいた。何とか頑張らなければいけない。そんなことで、先ほど言ったようにデモンストレーションをやりました。

四、五年、あまりにも赤字が続いたものですから困りました。広告費が欲しい。本社からなかなかお金を送ってこない。そのときに思ったのは、私の豆腐を唯一入れてくれたチェーン店があります。皆様ご存じかと思いますが、ホールフーズという、健康食品を売る大きなチェーン店です。

私どもの本社も、お金はもう出せない。「雲田君、そろそろ撤退も考えたらどうだ」という話です。私はそろそろ終わるかもしれないと思いながら、自分がせっかく入れたスーパーマーケットの後ろに、最後の見納めと思って行きました。

お客さんは、待ってもなかなか買ってくださらない。しかし、とうとう、年ごろはどうでしょう。一人の、七、八十のユダヤ系のおばあちゃんが来ました。それが無造作に私の豆腐を、あの大きなかごに放り込んでいる。それも、つぶれた豆腐もまとめて入れている。私はできない英語で聞きました。「おばあちゃん、どうやって食べるんですか」というと、そのおばあちゃんはきさくな方でした。「It's simple. I will make TOFU shake.」と言ったのです。

豆腐シェイク、豆腐というものをぐじゃぐじゃにする文化は私自身、持っていません。しかし、それを聞いたときに、「お前、いいか。その豆腐をブレンダーに入れて、残っている冷蔵庫のフルーツを入れ、それで、もし足りなければ甘味料かはちみつを入れなさい。バナナ1本、入れることを忘れるな」と、こんな忠告をいただいて、私はショックを持ちながら、ハンマーで殴られた感じで自分の会社へ帰りました。

早速フードスタイリスト、栄養士を呼んで、ブレンダーを買って、一つ試してみました。ところがどうでしょう、皆さん。うまかったのです。はあ、そうか。40を過ぎて行ったときの私の感じは、自分の母親から学んだことは、「さよなら三角、また来て四角、四角は豆腐、豆腐は白い」。これが私の豆腐の概念です。ぐじゃぐじゃにするということは、私の頭の中にはありません。

しかし、アメリカで豆腐を売るということは、発想の転換をしなければいけない。麻婆豆腐、冷や奴、味噌汁ばかりやってもだめかもしれない。豆腐シェイクということで、21世紀の革命的な朝食のメニュー提案を考えついたのです。

それからというものは、ショーがあれば、スーパーマーケットへ行けば、いつもきれいなガラス越しに見える大きなブレンダーを買って、それで豆腐シェイクをやりました。これが見事に、どんどん売上げが上がってきたのです。

なるほど、そうか。郷に入れば郷に従えというのはこういうことか。先ほど言った麻婆豆腐が売

れなくても、冷や奴が売れなくてもいいのか。それはあとからついてくることだ、と思ったのです。

しかし、そう簡単ではありませんでした。1992年、皆様ご存じのように、ビル・クリントンがアーカンソー州から出てきてホワイトハウスに行きました。このときに、ビル・クリントンはジャンクフード、要するにファーストフードが好きな方だというニュースが流れていました。

ご存じのように、ヒラリーさんという方は健康問題、保健問題にも詳しい方です。スーパーマーケットで売れなくて私が帰ってくるときに、この方のインタビューを聞きました。英語はよくわかりません。しかし、聞きました。間違いなく、「ビルに豆腐を食べさせようとするけれども、彼は嫌いなのだよ」というのです。「豆腐というのはいいものよ、ヘルスフードだ」と言ったのです。

私はそのとき、ペダルを踏み外すくらい喜びました。豆腐は、英語で soybean curd、soybean cake といいます。しかし、まぎれもなくホワイトハウスのヒラリー・クリントンさんは TOFU と言ったのです。ときはもう7年が過ぎていました。英語を確実にするためにラジオ局のテープを取り寄せたら、間違いなくそう言っている。

なるほど、そうか。私はさっそく、怖さも知らずに、私の豆腐1ケースと先ほどの豆腐シェイクのレシピをホワイトハウスに送りました。どうでしょう。それから3週間後、サンクスカードが自筆のサインで送られてきました。そのカードは、私にとっては実は宝物です。

私のところの社長が、「ぜひそのカードを本社に送れ」と言います。今回、大統領にはなれそうにありませんが、お宝鑑定団に出せば、1万ドルや2万ドルになるかもしれません。そう勝手に自分からあげるわけにはいかないと行って、実は持っているのです。

ヒラリーさんがそういうことを言った、豆腐と言ったということは、どうでしょう。各スーパーマーケットは、「おい、あのヒラリー・クリントンが豆腐のことを言ったぞ」。牛、豚が食べると言っていた、牛、豚の豆腐ということはソイビーンです。牛、豚の餌だったのです。それにホワイトハウスが興味を持ったということは、どこのスーパーも、メディアは大騒ぎです。どこのスーパーからも、約6カ月もつ私の豆腐の注文が、あちこちから飛ぶように来ます。在庫がきれいにはけてしまいます。

私は今回、こうやって大臣表彰を受けることになりましたが、実を言うと私の心の中では、ヒラリー・クリントンさんにこの半分のお裾分けはしなければいけないと、こんなふうに思った次第です。本当にありがとうございました。(拍手)