

1980年代に日本のマンガをアメリカで出版し、アメリカにマンガのマーケットを作った堀淵清治さん。サンフランシスコで人気のコーヒー店を日本に出店させ、大きな話題を呼んだ昨年に続き、今年もBean to Barという新しいチョコレートのムーブメントを届けようとしています。日米の文化の懸け橋となっている堀淵さんが考える、アメリカのよさ、日本のよさとは？



一期話 中江有里の逸話

DAI 50 WA

ダンデライオン・チョコレート・ジャパン代表

堀淵清治

Seiji Horibuchi

中江 堀淵さんは昨年、話題となったブルーボトルコーヒーの日本進出に、今はこのダンデライオンチョコレートの出店に携わっておられますが、両方ともサンフランシスコで生まれた新しいカルチャーなんですもんね。堀淵さんはアメリカで日本のマンガを出版されていたとか。
堀淵 日本の大学を卒業して、就職するのが嫌でアメリカに逃げたんです(笑)。しばらく放浪していたら、あるとき小学館の一行が訪米するというので、そのコーディネートをして。それが縁で、アメリカでのマンガの出版話がトントン拍子に進んだわけです。
中江 今でこそ、マンガは戦略的に海外に広められていますが、当時は

それほど知名度もなかったです。堀淵 そうですね、1980年代はゼロからのスタートでした。マンガのマーケットも、出版社もなかった。でも、日本のマンガはアメリカでウケないわけがないと思っていましたから、僕がやらなくても、いずれ誰かがアメリカや世界各国でマンガを広めたと思いますよ。たまたま僕が、ライトタイムに、ライトロケーションにいたただけです。
中江 日本のマンガの魅力は何だったのでしょうか。
堀淵 アメリカで親しまれていたのは、バットマンやX-MENといったスーパーヒーローが出てくるコミックスでした。それに対し、日本のマンガは、普通の生活のなかで起こることが描かれているから、ストーリーが多彩だった。小説や映画に似ているんです。それから絵作りも違います。アメリカは画面のようなイラストレーションで、一枚一枚は完璧でかっこいい。一方で日本のマンガは、動きがあるのが特徴です。こ

れは、手塚治虫さんがデイズニーのアニメーションを見て、それを紙の上で表現したから。アニメを作らなくてもお金がなかったから、平面化した。だから手塚さんが始め、日本人のマンガ家が増えてきた作品は、非常に動的なんです。これはアメリカにはないフォーマットでした。
中江 そこにビジネスチャンスがあったということでしょうか。
堀淵 ビジネスになるかどうかはわからないけれど、おもしろいからやっていたほうがいいと思いました。デイズニーに触発されて手塚さんが日本でマンガを作り、今ではマンガがアメリカに行っている。そういう文化の循環に入っていることが楽しいですね。
中江 これで儲けよう、ビジネスにしようというより、自分が好きかどうかが先に立っていらっしやる。
堀淵 そうじゃないとモチベーションが生まれませんから。おもしろそうだなと思うものに反射する、反射神経は必要、メディアに踊らされる

日本人が気づいていないものが外からの刺激によって、新しい価値として見直される——堀淵清治
日本の文化がアメリカに渡り、また日本に戻ってきたという事実、ということなんです——中江有里

今の状況では、変なものにまで反射することも往々にしてあるけど(笑)。堀淵さんがマンガの次に興味を持たれたのが、今度はアメリカの文化を日本に紹介することだったわけですね。昨年オープンしたブルーボトルコーヒーは「たいへん人が集まっているらしいよ」という評判を私の周りでもよく耳にしました。
堀淵 新しいカルチャーを移植することがおもしろいと思ってね。ブルーボトルは、アメリカではサードウェーブコーヒーといわれていました。コーヒー文化の第三の波。ファーストウェーブは、大衆が大量消費するコーヒーの時代で、ぜんぜんおもしろくなかったわけです。セカンドウェーブは、スターバックスのような、

ちょっと高級な豆をカジュアルに飲む時代。その次のサードウェーブは、自分たちで豆を輸入し、自分たちで焙煎して、一杯一杯、丁寧に淹れるというクラフトコーヒー。実はこれは、日本の喫茶店にインスパイアされています。ブルーボトルの創業者のジエームス(フリーマン)は、日本を訪れたとき、喫茶店のマスターがハンドドリッパーで淹れるコーヒーカルチャーに驚いたそうです。だから彼と知り合ってから、日本に出店してみたいねと話していました。
中江 日本の文化がアメリカに渡り、また日本に戻ってきたということなんですか。
堀淵 日本人が気づいていないようなものが、外からの刺激によって、新しい価値として見直される。おもしろいことだと思っています。
中江 機械化によって早く、たくさん生産する時代を経て、手間ひまかけて作ることが大切にされる時代になってきている。原点に回帰しているともいえますね。

堀淵 食べ物には特にそうですね。ブルーボトルとスターバックスの違いは店構えにも表れていて、スターバックスは世界中どこへ行っても同じデザインですが、ブルーボトルには定形のデザインがありません。その土地と、周りの人たちの雰囲気やデザインが決まってくる。だからみんなバラバラです。1号店が清澄白河だったのも、人が多いところをあえて外して、その土地でコミュニティを作れるような場所にしたかったからなんです。作り手の顔や工程が見える小さいコミュニティのなかで、安心できるものを口に入れたい。大量生産されたものを安く手に入れて大量消費する時代から、少量生産・少量消費の時代になってきた。一種の市民社会の成熟といえるかもしれません。地球的な規模で、そういう意識の流れになっていると思います。
中江 日本は昔から喫茶店のクオリティがよかったのに、ブルーボトルのような新たな業態が生まれなかったのはなぜなのでしょう？

堀淵 ジェームスはもともと自宅でフライパンを使って焙煎するようなコーヒーオタクだったんです。おいしいコーヒーを追求した結果が、いい豆を浅煎りでたくさん使う方法だった。浅煎りだと、えぐみがなく、胃がもたれる感じもしないんです。深煎りが基本の日本の喫茶店に比べたら、豆の量は2倍くらい使っていて、さらにそれを手で淹れるからすごく贅沢。その発見、発想の転換がイノベーションだった。

中江 そんなに豆を使ったらもったいない、という考え方はなかったんですね。

堀淵 彼には、原価計算はなかったんじゃないかな。おいしくできたから、これをビジネスにできないかと考えて、最初は移動販売車で売り始めた。そこからだんだん評判になったんです。北カリフォルニアは、60年代半ばから70年代にかけてカウンタールチャーが形成され、オーガニック、フェアトレードというアイデアもそこから生まれました。それが成熟して、現実化されてきているという流れがあります。そのなかでコーヒーの次に起こったのが、Bean to Barというチョコレートムーブメント。それまでアメリカには、チョコレートというとハーシーくらいしかなくて、日本の菓子チョコレートのほうが圧倒的に素晴らしいものだった。アメリカでは、100円で



堀淵清治
(ダンデライオン・チョコレート・ジャパン代表)

1952年、徳島県生まれ。早稲田大学法学部を卒業後、75年に渡米。86年、日本のマンガをアメリカで出版する、ピズコミュニケーションズの設立に携わる。2006年には、ニュースウィーク誌で「世界が尊敬する日本人100人」のひとりに選出。11年、サンフランシスコにNEW PEOPLE, Inc.を創業。映画、ファッション、音楽、アートなど日本のポップカルチャーを発信している。一方、15年には、ブルーボトルコーヒーの日本出店に携わり、新たなコーヒーカルチャーを日本に紹介。現在は、ダンデライオン・チョコレート・ジャパンの代表を務め、1号店を東京・銀座にオープンした。

アメリカと日本、それぞれの国のよさは何だと思われませんか——中江有里

にきもちと話すところから始まりです。丁寧に作ってもらい、しかるべき対価を払う。安い豆を大量に仕入れるのではなく、フェアトレードもBean to Barの重要なポイントです。そういうエコシステムを作っていくことが、世界平和のためにもなると思っています。

中江 消費者も、買うことによってただ自分がおいしいものを食べるだけではなく、もっと別の部分でも貢献できているんですね。

堀淵 コーヒーやチョコレートだけでなく、サンフランシスコからはほかにも何か出てくると思いますよ。

中江 日本でイノベーションが期待できる分野って、何でしょうね。

堀淵 サンフランシスコは、革新的なものを作ればビジネスにできるという自由な風土がある、世界でも特殊なところなんだと思います。日本では、なかなかイノベーションが生まれにくいかもしれませんね。

中江 堀淵さんがアメリカと日本を行き来されるなかで、それぞれの国のよさは何だと思われませんか。

堀淵 日本に来てビジネスをし始め

アメリカのよさは確実さであり、日本の価値は、あいまいさや柔軟性にある——堀淵清治

ると、すごくスムーズだなと感じます。物件を見つけて、改装して、テナイヤーやオペレーションの人たちともツーカーで通じる。「だいたいこれでお願いわね」で、できてしまう。ダンデライオンの店舗は半年で完成したんですが、アメリカから最低2年はかかったでしょう。アメリカでは、すべてがシステム化され、マニュアル化されていて、ルールどおり

にいかないと物事が100%進まない。アメリカのよさは確実さであり、日本のよさはあいまいさや柔軟性だと思えますね。

中江 それは、映画の作り方の違いにも通じます。ハリウッドは、しっかり自分の役割が決まっています。それ以外の仕事は絶対にしないんです。日本だと、「やる人がいないなら、私やるわ」と、手の空いている人が手

伝う。そのなかでトラブルが起こることもあるけれど、柔軟性はありますよね。

堀淵 アメリカではありえないですよ。おもてなしとは違う、そういう気遣いこそ、日本の真価がある。イノベーションがでなくても、スティープ・ジョブズが生まれなくても、オツケーなんです。日本が世界に對抗していくうえで、強みは、あいまいさ、柔軟性。その価値を、誰かが論理的に言わなければいけないと思えます。

中江 他国のいいものを日本に伝える、日本のいいものを他国に伝える。文化の懸け橋として、今後の活動も期待しています。



中江有里
(女優・脚本家・作家)

大阪府生まれ。女優、脚本家。1992年『奇跡の山—さよなら、名犬平治—』にて日本アカデミー賞新人俳優賞およびゴールデングローブ賞映画新人賞受賞。2002年処女脚本『納豆ウドン』が第23回BKラジオドラマ脚本賞最高賞受賞。年間300冊以上を執筆し、書評やエッセイも多数。著書に『結婚写真』(小学館文庫)、『ティンホイッスル』(角川書店)、『いつ分かる? 名作のイントロ』(監修、明治書院)、『ホンのひととき 終わらない読書』(毎日新聞社)など。フジテレビ『とくダネ!』、NHKEテレ 高校講座『国語表現』などに出演中。
Official web site: <http://yuri-nakae.com/>