

# フランス発「Miso」 発酵のおいしさ広げる – NIKKEI The STYLE

2024/02/28 05:00 日本経済新聞電子版 2468文字

フランス語辞書として権威のある「プチ・ロベール」。変化するフランス語を検討し、スラングも含めた新語など「現代を象徴する生きた言葉」を記すことで知られている。毎年5月に新版が出て、特にここ数年は食に関する日本語の採用が多いと話題にのぼる。なかでも「Miso」は2006年から掲載され、Matcha（12年）、Yuzu（16年）よりも前から親しまれてきたことがわかる。

パリでは旧市街地マレ地区にある店兼アトリエ「マイ・フェルマンタション（私の発酵）」が、21年のオープン以来、注目されている。発酵食品を販売し、さまざまな種類の味噌（みそ）が並ぶ。

大豆だけでなく、アズキ、ルピナス豆、トウモロコシといった穀物のほか、キクイモ、カボチャ、バターナッツなどの野菜、さらにはライ麦パンを原料とした個性的な顔ぶれだ。味噌ではあるが、熟成した野菜ペーストのようでもあり、トーストに塗っても、料理の付け合わせにしても、それぞれの味わいが楽しめる。オーナーで職人のユーゴ・シェーズさん（35）が一人で切り盛りし、店舗内で製造も手掛けている。

料理人だったシェーズさんは、ミシュラン三つ星レストランで研さんを積み、17年に経験を深めようと来日。発酵食品のとりこになった。7カ月間の滞在中、しょう油や味噌など生産者のもとへ足を運んだ。特に可能性を感じたのが味噌だった。味噌汁でしか味わったことのないシェーズさんは、幅広く使える調味料になると確信したという。

帰国前、たまたま「世界のベストレストラン50」で何度も最高峰に輝いたデンマーク・コペンハーゲンのレストラン「ノーマ」が求人広告を出しているのを知った。「発酵ラボで働くスペシャリストを求む」。「発酵ラボ」はノーマのクリエイションを支えた柱の一つだ。発酵の知識は十分にあると自信を持って応募すると、採用された。

日本では大豆と、大豆を使った豆麴や麦麴、米麴で味噌を造るが、ノーマではデンマークで入手できる素材を使う。例えば、大豆ではなく、エンドウ豆と大麦の麴を使うといった具合だ。「日本で知識を蓄え、『ノーマ』は技術を鍛えるきっかけになったのです」

味噌の製法の基本は煮て、または蒸して潰した大豆と麴、塩を混ぜ数カ月置くというもの。大豆は人間の体をつくるのに重要な炭水化物、タンパク質、脂質の三大栄養素をバランス良く含む。でんぷ



パリのマレ地区にある発酵食品の店「マイ・フェルマンタション」のルピナス豆、キクイモ、ライ麦パンを原材料にした味噌

ん質を糖分に分解する「アミラーゼ」、タンパク質をアミノ酸に分解する「プロテアーゼ」など消化酵素を豊富に含む麴と反応することで、まろやかでうま味のある味噌ができていく。

大豆でなくても、三大栄養素を相応に含む素材であれば味噌は造れるとノーマで学んだシェーズさん。パリに戻ってさまざまな素材で試し、納得できるものを店頭に出した。シェーズさんの味噌の特徴は南仏アルル市南部、カマルグ産のカマルグ米に麴菌を繁殖させた米麴を使うこと。煮た原材料と米麴の割合をおおよそ1対2から4にし、塩分は6~8%に抑え、麴の甘味とうま味を引き立たせる味わいとした。

新型コロナウイルス禍以降の健康志向の中で、Misoは新たな注目を浴びている。発酵食品の1つとして積極的に食生活に取り入れようという動きにつながった。ビーガン志向も高まるなか、大豆は願ってもないタンパク源だ。さらに必須アミノ酸、ビタミン、ミネラル、食物繊維が豊富で健康的だと、メディアで頻りに紹介されている。

14年創業の日本食材専門の輸入業者「UMAMI」代表、ジャン・ベギャンさんは、1カ月間に4000パックも売れていると驚く。特に白味噌の人気が高く、その理由は「味わいも優しく、簡単に料理にも利用できるからではないか」とのこと。マリネの下ごしらえ、照り焼きのタレ、野菜のブイヨン、プロはデザートに、と応用範囲が広い。

特筆すべきは、メイド・イン・フランスの味噌が増えていること。地方の生産者の挑戦も目覚ましい。ブルゴーニュの「KURA」、スペインに近いオクシタニー地域圏の「YOROMISO」、南西部の「DANIVAL」と、いずれもフランス人が手掛けている。

ロワール地方アンジェにある1つ星レストラン「ポム・ポワール」のオーナーシェフ、セバスチャン・ジレさんは、前菜からデザートまで味噌を多用している。減塩と美食を両立する方法を模索していた時に、同地方で味噌造りをする「SANGA」の平井孝芳さんと出会った。「味噌と麴を料理に取り入れたら悩みが解消された」とジレさん。減塩を可能にしながらうま味という深みのある味わいを加えることができた。

「マイ・フェルマンタシオン」の顧客は、パリを中心にした高級レストランのシェフやパティシエ



レストラン「ポム・ポワール」の川カマスの一皿。米麴で作ったリゾットを添えた。川カマスに味噌を塗り、片面をソテーして、オーブンで焼き上げて、香ばしさを立たせる



オーナーシェフのセバスチャン・ジレさん。前菜、メイン料理からデザートまでと、幅広く味噌を使う

たちだ。3つ星レストランを経て、レストラン「アストランス」のシェフを務めるパスカル・バルボーさんは、日本の素材に造詣が深いが、日本のものではなく、シェーズさんのライ麦パンの味噌を使っている。ローストした玉ねぎのソースに加えると、うま味と同時に大豆の味噌にはない、ライ麦パン由来の独特なコクと酸味が立ち、甘味を引き立てる。

美食の国、フランス発の味噌は創造性にあふれている。その造り方や味わいは日本、やがては世界の食文化をいっそう豊かにするかもしれない。

食ジャーナリスト 伊藤文  
吉田タイスケ撮影

[NIKKEI The STYLE 2024年2月25日付]

#### 【関連記事】

- ・怖い、けど止められない 社会問題を提起する二つ星店
- ・ミシュランシェフがチームで帰国 五感刺激するフレンチ

■ NIKKEI The STYLEは日曜朝刊の特集面です。紙面ならではの美しいレイアウトもご覧ください。

■ 取材の裏話や未公開写真をご紹介します。ニューズレター「NIKKEI The STYLE 豊かな週末を探して」も配信しています。登録は次のURLから

<https://regist.nikkei.com/ds/setup/briefing.do?me=S004>

■ 読者参加型イベントを実施するサロン「NIKKEI The STYLE Premium Club」を創設しました。詳しくは次のURLから  
<https://ps.nikkei.com/stylepremiumclub/>



シェーズさんは肉ミンチ用器具で、米麴と煮た材料（この時は大豆）をほぐす。ノーマの作業に倣った



シェーズさんが味噌に使う素材。左はルピナス豆、右はアズキ

許諾番号30098136 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。

本サービスで提供される記事、写真、図表、見出しその他の情報（以下「情報」）の著作権その他の知的財産権は、その情報提供者に帰属します。

本サービスで提供される情報の無断転載を禁止します。

本サービスは、方法の如何、有償無償を問わず、契約者以外の第三者に利用させることはできません。

Copyrights © 日本経済新聞社 Nikkei Inc. All Rights Reserved.