

本音 DE ゆうとーみー

京都チャンネル
共同企画

京都フリークの 事業家VS建築家

岩崎 高瀬さんは、相当京都にこだわった事業をなさっていますね。
高瀬 「こだわり」というより「好きが高じて」。京都が好きなんです。とくに僕は「食」が。漢字で「人」を「良」くすると書くでしょう？食を通じて良き波動を伝えたい。

岩崎 「医食同源」という意味でも好きですが、同時に必ず必要なもの。そこで人と人とのつながりが生まれてきますよね。食べることが好きなお客さん、飲食が好きなスタッフとオーナー、食材や器の業者さん、酒屋さん、クリーニング屋さん。たくさんの人たちとの関わり合いが持てるという点も魅力です。
岩崎 高瀬さんは情報誌のようなものも出されてますよね。お店だけじゃなくて、身の回りに起こることとか、将来のことなんかを簡単なものにして配達したり

茶・花・能楽にと趣味範囲の広い東京出身の一級建築士、岩崎正弥。祇園・富永町を足がかりに古都の活性化を狙う大阪出身の青年事業家、高瀬昭彦。「難しいが立派」な京都の理解者である岩崎氏とその立派さを全国に知らしめたいとする高瀬氏が「京都ブランド・京のホンモノ」をテーマに対談。伝統文化と観光の側面から、京都に愛と疑問を投げかけた。



第14回の舞台は、高瀬氏がプロデュースする祇園「京魂」。ここで(財)平安建都1200年記念協会のOB会があったことで、両氏の出会いがあったという。共通点は「京都が大好き」ということ。初めてじっくり話す機会となった今回の対談も自然と熱を帯びて

高瀬 私の事業の軸ともいえる「クラブ・ドゥ」の会報誌です。店とオーナー、業者さん、メーカーなど、事業に関わるすべての人が同じ立場で話しあいができます。

岩崎 ほんまにそれはうれしいな。僕ね、建築を志しはじめた頃から、伝統的で古典的な良き日本の建築が気になって、ずっとテーマにしているんです。いろんな地域の文化も日本のものに違いないんですが、良きものの集大成としては、やっぱり京都のものなん

岩崎 自分でも驚くほど。本当に日々膨らんでいってる感じが。先生(岩崎さん)は食べるの好きですか？
高瀬 はい。食べるっていうのはいいですね。京都では上質な料理が非常に高水準で楽しめますから、7年目になります。ほんとに住んでいていいな、と思います。
岩崎 え？お生まれじゃなくて？
高瀬 僕は東京生まれなんです。

岩崎 ほんまにそれはうれしいな。僕ね、建築を志しはじめた頃から、伝統的で古典的な良き日本の建築が気になって、ずっとテーマにしているんです。いろんな地域の文化も日本のものに違いないんですが、良きものの集大成としては、やっぱり京都のものなん



(有)ドゥーブランニング 代表取締役
たかせ・あきひこ
高瀬昭彦

70年大阪生まれ、京都在住。'98年「食」の総合プロデュース会社「(有)ドゥーブランニング」を設立。食に携わるネットワークの具現化として、昨年春に「京魂」、今春横浜に「ていーさるん京茶流(みやこさりゅ)」を出版。さらに今年、綾小路東洞院に新ジャンルの創作料理店「京火種(みやびせん)」をオープン予定



池坊短期大学 環境文化学科
建築とインテリアコース 助教
いわさき・まさや
岩崎正弥

'59年東京生まれ、京都在住。一級建築士・博物館学委員などの資格を持ち、建築学会会員・東洋陶磁学会会員・茶の湯文化学会会員(幹事)・(財)金沢能楽堂財団評議員と、京文化のさまざまな面で活躍。建築の研究テーマは、書院・数寄屋・茶室・能舞台・香席など。伝統的な日本文化の未来への創造に取り組む



'99年、京都市勤業館にて「京都食メッセ」を主催。狙いは、氏がネットワークでも提唱する飲食業界の活性化。初回にも関わらず、業界各社51社の参画を得、3000人を動員し、大成功を収めた



1996~7年、(財)平安建都1200年記念協会の常任委員として「京都御所迎賓館シンポジウム」を企画・制作し、ゴスターのデザインや舞台づくり、映像を手掛けた。この経験が建築プロデュースを考えるきっかけとなった

岩崎 伝統のブランド「祇園」に店を構えて、いろいろ苦勞されたこともあるんじゃないですか？

高瀬 先生はプロフィールの中で「真の日本文化を継承した、日本一の建築プロデューサーになる」と書いておられるでしょう。僕、すこく印象に残っています。
岩崎 目標というのは必ず口でいうようになって、いつも学生に言ってるんです。だから僕も建築家の目標をね。ここでの「プロデューサー」の意は、「その建築の中で行われるお茶やお花などのさまざまな文化をすべて分かった人間」ということ。ハードは、まずソフトありき。そのソフトの部分を深く理解した人間でありたいと思ってるんです。

じゃないかと思うんです。京都を拠点に活動をはじめ、建築の背景にある京の文化、気候、人間性などに改めて触れて、本当に京都が好きになって。だから一生住んでいたいし、自分自身が京都人になり切れたらなと思ってるんです。もっとも、努力して京都生まれになれるものではないですが、「京都の人じゃなかったらどうですか？」っていわれることが多ければ幸せかなと。

「京都は「古都」か
「観光都市」か？」



「お漬物の歴史」をテーマにした「京漬物」の魅力を伝えるため、京漬物協会の協賛で、京漬物協会の会館（京漬物協会の会館）で、京漬物の歴史を学ぶことができる。京漬物の歴史を学ぶことができる。京漬物の歴史を学ぶことができる。



料理 / 豆腐三彩 820円、ほんなひ鍋 1人前1500円、ほもおとし 1200円、まぐろとアボガドの生ゆはくろー 1200円、ゆはぼとろり 880円、生鮎のサイコロステーキ 630円、ちりめん山椒ごはん 500円

飲物 / 大時鐘「都頼（みやこづる）」（伏見・都頼酒造）750円、純米大時鐘「比叡（ひえい）」（上野区・松村酒造）650円

たけなな・ふみお 竹中文雄さん

中央市場・鮮魚部での経験から、ケツラ以外の魚はすべてさばける職を持つ。加えて、ハネ料理ひとつとっても時期と調理法に合わせて産地を選べば、食材を最も美味しくいただくで提供する術も熟知。肉・野菜においてももちろん。幅広い客層から高く評価されている。



京麴と創作おばん菜

京麴（みやこうじ）
京都市東山区
大和太路四条上ル
一筋白東入ル富永町140
TEL.075・541・0015
17:00~23:00
（土日祝は昼11:30
~14:00も営業）
第1・3水休
（祝日の場合は営業）



「本音DEゆうと〜み〜」は、京都チャンネル（スカイパーフェクTV/ch26）と本社CFが共同制作するメディアミックス企画。京都人の本音トークを通じて、京文化の楽しみ方や日常生活の応用法、ビジネスへの活用方法を探るのが目的。第14回の「岩崎正弥 vs 高瀬昭彦」は京都チャンネルで7/13より数回にわたって放映されている。

企画・制作 / 京都チャンネル 月刊「CF（シー・エフ）」
構成・演出 / 「本音DEゆうと〜み〜」 HONNE DE YOU TO ME 企画プロジェクト
●資料請求・加入の問い合わせはスカイパーフェクTV / カスタマーセンターまで。
TEL.0570・039・888（10:00~20:00）

高瀬 最初はほんとに大変！ 新参者のうえ、若いです。まずご近所に挨拶へまわりますよ。ね。「潰さへんように頑張りよし」「あなたが店やんのか？ こんな若い人間が」「どっかのどら息子か来たようなもんで」てなことも言われました（笑）。

岩崎 ははは（笑）。

高瀬 先生は？

岩崎 僕はあんまり「いけず」に会ったことがないよのつもりでなさっているかも分かりますけど。確かに、その場ではハッキリとおっしゃらず、後でキツイことおっしゃっているのを目撃することはあるんです。でも僕は逆に感動しちゃってます。京都の方は厳しいな、立派やな、とえらい感心して、そういう風に言われんように気をつけようと思ったりして。しびれちゃうんです。それに、より深く京都の方に会っていきくと、案外良いことは良い、悪いことは悪いとはつきりおっしゃってくださる厳しい良い方々もたくさん



らっしゃるなと思います。

高瀬 いや、僕は「こちまきしよう、今に見てろ」ってな調子でやってきて。でも、厳しい中でことを成していく喜びや、京都の人たちのことを理解していく喜びもおおいにあります。それに今では、知り合いの知りあい、友達という京都ならではの人間関係が、「クラブ・D」のネットワークを急激に広げられてくる。おかげさまで今年、横浜に新店を出すこともできました。

岩崎 「京都」ブランドの展開ですね？

高瀬 はい。外から内へ入れる努力もしようと思ってる。ティーサロンなんですけど、お茶や湯葉の販売もやってて、反響がすごいです。想像以上に京都ファンが多くて、外に出てよかったなと思ってます。

岩崎 それじゃ、ますます明確な京都ブランドへの憧れを抱いて外の人が京都へやって来ますね。その時、京都そのものはちゃんといいところが見えるカタチになってるんじゃないですかね。



高瀬 うーん。京都はこのままじゃダメだという危機感があります。地場産業と観光の促進を民間レベルでどこまでやれるかと「京麴」を出店したんですが、その際、ホステターやパンフレットなどいくつか分けてもらえないかと行政に掛け合ってみたんです。初めの反応は、非常に冷たかったです。それに祇園の店は、当然土地柄もありますが、日祝はほとんどがお休み。八坂さんや清水からまわって来られる観光客はたくさんいるんですけどね。

岩崎 京都には「観光客を何とか増やさねば」と言われる方と「観光都市ではないえ」と言われる方がいらつしやいますね。「京都は都やし、それは来るほうの勝手や」といようなセリフも聞きます。でも、僕はすごくよく分かる。「なんぼ観光で千人万人に来てもらっても、うちの商品の値うちの分かる人は何人やも」と。値うちの分かる人にもらいたいという高質なブランドやと思っんですよ。

高瀬 もっと言えば、いいものが分かるよう見る目を



養いなさいという京都からの挑戦状なんです。それはすごく分かります。僕自身、勉強中ですから。でも、このままじゃ分かってまで時間がかりすぎる。一方で良いものは良いと知らしめる努力をしないといけないと成り立たないんじゃないでしょうか。

岩崎 そうする人にとってはおもつと安く、しかも京都のほんとのハートが届く店が必要ということですね。

高瀬 はい。30代が感じる京都、40代が味わう京都、50代、そして老舗さんが提供される京都。そんなバリエーションを作っていくべきでしょうね。そして私にできることは、自分のレベルで感じる京都の良さを伝えていくことだと思っんです。

岩崎 なるほど。高瀬さんの世代で京都を語りたいたいというのはすごくパワーのある言葉やな。招かれる人、もてなす人の両人が非常に高い次元の喜びを提供できる「もてなしの心」があれば、それはホンモノの「30代の京都」なんではないかと思っますね。

