

「チョコレート×価値 ～価値を生み出す心の向け方とは～」

「チョコレートを新しくする」

このミッションを掲げ、今、チョコレート界に新風を巻き起こしている人物がいる。

Minimal -Bean to Bar Chocolate - (ミニマル) 代表の山下貴嗣さんだ。

世界最高峰のチョコレート品評会にて、
創業からわずか 3 年で日本ブランド初の部門別金賞を受賞。
他にも数多くの賞を受賞し、
カルティエやバカラへ商品を提供したりコラボしたりするなど
各方面から引っ張りだこの存在だ。

そんな彼のチョコレートにかける想いには
「必ずミッションを達成する！」という強い決意が詰まっていた。

一体、山下さんはチョコレートにどのような価値を見出しているのか、
また彼を動かす原動力は何なのか、PVC 第 2 回講演会でお話を伺った。

「最高のカカオ豆を求めて」

Minimal -Bean to Bar Chocolate-は東京を拠点とする、
クラフトチョコレートブランドである。
自社工房を構え、そこで職人の手仕事によって生み出されるチョコレートは、
多くの人々を魅了してきた。

代表の山下さんは、世界中のカカオ農園に直接足を運び、
良質なカカオ豆を仕入れるという。
驚くべきは、その仕入れにかかる時間と労力だ。

「年間4~5 か月くらいは世界中のカカオ農家を回るんです。
シャワーは冷水しか出ない、携帯電話の電波も届かないような
ジャングルの中に滞在して、本当に質の良いカカオ豆を仕入れます。」

「今年は新型コロナウイルスの影響で、思うように海外に行けなかったので、
4、5年ぶりに日本の梅雨を経験しました。」

そう言って笑う山下さん。

「なかなか市場に出回らないような、小さなカカオ農園にまで足を運びます。
高品質のカカオ豆のためなら、世界中のどこへでも行きます。」

「いつか、チョコレートにも“産地”という文化を」

では、なぜ山下さんは、こんなにも「カカオ豆の品質」に情熱を注ぐのか。
その裏には、ある想いがある。

「ワインにも、コーヒーにも『〇〇産のものが美味しい』ってあるじゃないですか。
そういう“産地”の文化をチョコレートにも生み出したい。
お客様に、チョコレートの素材、つまりカカオ豆そのものの味わいを
楽しんで頂けたらと思っています。」

実はこれが、「日本的な考え方」だという。

「私たち Minimal がつくるチョコレートは、ミルクやバター、香料を加えません。
カカオとお砂糖だけです。」

日本文化の『お刺身』と同じ、カカオ豆という素材の良さを引き出す食文化を
チョコレートにも生み出したい、そう考えています。」

「『足し算』のチョコレートから『引き算』のチョコレートへ」

「日本人が新しくチョコレートの価値を生み出すには、
チョコレート自体を再定義する必要がありました。」

山下さんは力を込めて続ける。

「脂を重ねるフレンチ的な『足し算』から、
素材の良さを引き出すという日本的な『引き算』へ。

私たちが生涯をかけて達成したい一つのコンセプトこそ、
『引き算』のチョコレートなんです。」

産地の自然が生み出すカカオの味わいを楽しんでほしい。
だから、世界中のカカオ農家を回る。
最高品質の素材を、自分の足で探しに行く。

すべては「新しいチョコレート」のために——。

山下さんの信念だ。

「2100年。この世界が豊かであるために」

世界に目を向け、チョコレート界に新たな風を吹き込む山下さん。

実は、前職はコンサル業界のサラリーマンだった。
「もともと僕は、シヨコラティエでもパティシエでもありませんでした。
コンサル業界から、全く違うチョコレート業界へ参入したことになります。」

そんな山下さんにはチョコレート業界に飛び込んだ当初から、
抱き続けているビジョンがある。

「チョコレートを新しくすることで、100年後の豊かな未来に少しでも貢献したい。」

このビジョンのために、山下さんは絶えず新たなアクションを起こし続けている。

そしてその原動力として、山下さんは講演会の最後に、ある実体験をお話しくくださった。

「以前、カカオ豆農家に対して、通常の3倍の値段を提示しても
売ってくれなかったことがありました。

なぜか——。

彼らは今まで、『質』より『量』を重視してきたからです。

大量に仕入れることができない僕たちは、
カカオ農家の彼らにとってビジネスにならないと見なされてしまったんです。」

山下さんは続ける。

「いきなり来た、信頼できるかどうか分からない東洋人の僕らと取引する。
当然、カカオ農家にとってはリスクになる。
だからこそ、僕らは彼らと**信頼関係を築く**ということを重視します。」

「まず、自分の畑からできたカカオ豆だけで作ったチョコレートを
食べてもらうことから始めます。

良いカカオ豆と悪いカカオ豆を選別して、目の前でチョコレートをつくる。
すると、あら不思議。
やっぱり、豆の良し悪しによってチョコレートって味が大きく変わるんですね。

彼らに「自分の畑のチョコレート」を初めて食べてもらうことで、
信頼関係を築くことができる。
さらには『質』という概念を抱いてくれるようになります。」

チョコレートを食べたカカオ農家の人々は、そろって
「美味しいチョコレートをつくるためのカカオ豆ってどうやって作ればいいんだ？」
と興味を示すと言う。

そこで山下さんは、彼らに「良いカカオ豆の栽培方法」を教え、取引先を開拓していく。

「でも、これが難しいんです。」
山下さんは苦笑する。

「1年後、そのカカオ農園に帰ってきたら、誰も継続していない。
やっぱり『質』より『量』の方に流れてしまうんですね。」

「本当の豊かさ」

そんな中、あるカカオ農家と出会う。

「サロモンさんという、インドネシアのカカオ農家の方です。」

彼はずっと僕らと取引してくれていました。

取引先の開拓・継続で自信を失っていた時、
僕はサロモンさんに対して、ある質問をぶつけました。
『なぜ、僕らとの取引を続けてくれるんですか？』って。」

サロモンさん返答は、こうだった。
「タカ(山下さんの愛称)、君たちが初めて私たちに
“私たちのカカオ豆のチョコレート”を食べさせてくれたんだ。

自分たちの豆がどんな味で、
どんな風なチョコレートになって、
どういう人を楽しまれているかを初めて教えてくれたのが、タカ、君だったんだ。」

「朝、日が昇ると共に仕事を始めるという生活を、私たちはずっと送ってきた。

確かに、とにかく沢山のカカオ豆をつくれば、収入は増えるかもしれない。
でも私は、子どもや孫の世代にまで、
自分と同じように朝から晩まで汗水垂らして働き続ける生活をさせたくなかったんだ。

タカは初めて、自分たちの生活を壊さずに働ける方法を示してくれた。
同じ量でも、『質』を高めることで収入を増やすことができるという方法を。」

このサロモンさんの答えは、山下さんにとって、まさに“原体験”だ。
「この経験から僕はもの凄く大切な事を教えてもらいました。
サロモンさんは、僕に『本当の豊かさ』とは何かを教えてくれた人です。
彼らにとっての豊かさとは、
自分の生活を守るという選択ができることだったんだと。

つまり『本当の豊かさ』とは、
沢山モノを持っていることでもない、
お金を持っていることでもない。
『選択できる自由がある』ってことなんだ、と。」

山下さんは振り返る。
「僕はそれまで、心のどこかで『“フェアトレード”という良いことをやっているんだ』と
肩に力が入っていたんです。
おごりもあつたと思います。」

でも、そういうことでは無いんだな、と。

大量生産というやり方で、カカオ豆を大量に取引するのも一つの選択肢。
『質』を重視して、自分たちの生活を守りながら働くのも一つの選択肢。

こうした選択肢を僕たちが提示し、農家が自らの意思で方向性を決める。
農家は僕らにとって“対等のビジネスパートナー”なんだと気づいたんです。」

山下さんにとっての「価値創出」とは――。

「世界に一つだけ、新しい選択肢を提示することができる。
これこそが、僕にとっての『価値創出』です。」

今までには無かった選択肢を生み出し、本当に豊かな世界に向けて一歩前進する。

山下さんが目指すのはチョコレートを通して生産者、製造者、消費者みんなが豊かになる「三方良し」の輪を作り、広め、維持していくこと。

彼の「新しいチョコレート」への挑戦は、今日も続いている。

執筆担当者：神戸大学Vスクール PVCプロジェクトインターン生
経営学部2回生 宮前りさ
国際人間科学部2回生 羽瀬彩乃