

## 毛利敬親展における歴食カフェメニューの開発

### Development of the Historical Food Cafe Menu at the Mohri Takachika Exhibition

園田 純子、朝見 亜美、野田 千裕、原井 慧衣、山本 舞

SONODA Junko, ASAMI Ami, NODA Chihiro, HARAI Kei, YAMAMOTO Mai

#### 要旨

平成30(2018)年の「やまぐち幕末ISHIN(維新)」を食の面から支援することを目的に、明治150年記念特別展「激動の幕末藩主 毛利敬親」の会期中、山口県立美術館内カフェにて提供する歴食カフェメニューの開発を検討した。考案にあたっては、幕末および明治維新に関わる内容について文献収集を行い、歴食として扱うことのできる素材やエピソードを抽出した。山口市のフランス菓子店ロワゾブルーと共に試作検討を重ね、カフェメニュー2種が完成した。「カワラケツメイ茶のブランマンジェ ～フローズンミルクと共に～」と「毛利家プレート2018～150年の時を超えて～」は、7月13日から8月26日にかけて山口県立美術館内カフェにて提供した。また、宣伝用のチラシを作成し、新聞等のメディアを活用して集客を図った。

キーワード：歴食、カフェメニュー、毛利敬親、明治維新、カワラケツメイ茶

Key words :rekishoku(historical food), cafe menu, Mohri Takachika , Meiji restoration, kawaraketumei tea

#### はじめに

現在、全国各地で歴史をからませた食事が注目を集め、観光の目玉としてさまざまに工夫された献立が提供されている。平成28(2016)年2月には、山口商工会議所主催の第1回歴食JAPANサミットが山口市で開催され、続く平成29年2月には第2回サミットが益田商工会議所により島根県益田市で開催された。「歴食」とは、それぞれの地域にある、さまざまな歴史を重ねて培われた風土・風習を背景にした料理や食べ物のことをさし、山口商工会議所は、日本全国の「歴史的なストーリーを有した、価値ある食」と定義づけている。なお、歴食の定義の中には、史実に基づいた復元食の他に、地域を盛り

立てるための史実を問わない食も含まれている。山口の歴食としては、山口名物料理創出推進会議により再現された「平成大内御膳」が広く知られ、これは室町時代に大内氏が足利将軍をもてなした時の献立をもとにしており山口市内の宿泊施設で提供されている<sup>1)</sup>。

平成30(2018)年は、明治元年(1868)から起算して150年の年にあたり、山口県でも、「幕末ISHIN(維新)」と掲げ、明治維新と共に幕末をキーワードに記念式典、企画展示、観光キャンペーンが行われた。観光客が重視するものとして、食事や土産品の比重は特に大きい。明治維新150年に開催されるイベント時や、観光で訪れた人が気軽に食

することができる、あるいは土産品として手に取ることができるような歴食があれば、食の面から明治維新 150 年に寄与することも可能である。

平成 30 (2018) 年を迎える頃、夏季に山口県立美術館において半世紀ぶりに大規模な維新展「激動の幕末長州藩主 毛利敬親」が企画されたことを知り得た。美術館にはカフェが併設されており、美術館を訪れた人が鑑賞後の余韻をより心地よく感じることができるようになってきている。そこで、この明治 150 年記念特別展を食の面から支援することを目的として、美術館内カフェで提供する山口をアピールできる歴食の開発を検討した。

## 方法

### 1. 毛利敬親および幕末・明治維新頃の長州藩についての情報収集

山口市内の歴史民俗資料館や観光施設等を訪問するとともに、文献等により、毛利敬親、および幕末や明治維新に関連する長州藩の人物や食、その背景について、情報収集を行った。

### 2. カフェメニューの開発

#### (1) 共同開発する店舗へのアプローチ

山口県立美術館に併設されているカフェには、希望業者が一定期間入店するシステムとなっている。平成 30 (2018) 年は山口市阿知須に本店をおく株式会社 L'oiseau Bleu (以下ロワゾブルーと表記) が、La Plume Bleue (以下ラ プリュム ブルーと表記) の店名でロワゾブルーの支店として入っていた。そこで、ロワゾブルーの代表者に取組の趣旨を伝え、本学調理学研究室との歴食共同開発と企画展中の提供が可能であるかを打診した。

#### (2) 提供するカフェメニューの考案および試作と選定

文献等で得た知見を整理し、菓子・飲料等、歴食としての扱うことのできる素材及びエピソードを抽出し、カフェメニューと持ち帰りの焼き菓子を考案した。ロワゾブルーと本研究室で試作、改良を行い、協議を重ねてカフェメニューの選定を行った。

#### (3) カフェメニューに関する情報発信

企画展への集客を図るとともに販売促進につながるよう、会期中に提供するカフェメニューについてチラシやポスター、パネル等の媒体を作成した。作成したチラシは主要施設や大学内に配布し、ポス

ターは市内の中央商店街の店舗に貼付した。また、積極的に取材を受け、マスメディアによる情報発信を利用した。

#### (4) 美術館カフェでのメニュー提供 (販売)

平成 30 (2018) 年 7 月 13 日～8 月 26 日に開催された「激動の幕末長州藩主 毛利敬親」の会期中、ラ プリュム ブルーにて、完成したカフェメニューを販売した。

## 結果

歴食の共同開発および美術館カフェでのメニュー提供については、平成 30 (2018) 年 4 月初旬に株式会社ロワゾブルーより正式に同意を得ることができた。そこで、本調理学研究室としても 7 月の敬親展にむけて、すぐに取り組みを開始した。なお、カフェメニューを提供する店舗はフランス菓子を専門とするため、開発するメニューはスイーツに絞ることとした。

### 1. 歴食考案のためのエピソード、食材の抽出

山口市が発行している情報誌である彩都山口<sup>2)</sup>ほか、山口の歴史や幕末・明治維新に関する文献<sup>3)~7)</sup>、および山口市歴史民俗資料館や山口市菜香亭の施設訪問により、毛利敬親の人柄や嗜好、当時の食の情報、さらに幕末から明治維新までの流れやなどについて知見を得た。菜香亭は山口市大殿地区にある観光施設<sup>8)</sup>で、山口県立美術館の毛利敬親展に先駆け、企画展「藩主毛利敬親の真のキャラクターに迫る」を開催していた。防長史談会雑誌<sup>9)</sup>をもとに、敬親に関するエピソードをカルタ形式で 50 音順に展示されていた。

#### (1) 毛利敬親について

長州藩第 13 代藩主である毛利敬親は、11 代、12 代藩主が相次いで亡くなったために急遽藩主に就任した。激動の幕末と言われる中で 1838 (天保 8) 年から 1870 (明治 2) 年の 32 年間にわたり藩主を務めた。人物像は生真面目、儉約家、周りに気を使う人、記憶力がよく学問に熱心で西洋の学問にも関心が高い人物であることがわかった<sup>6)</sup>。家臣が意見した時も反対することなく「そうせい」と返事していたことから「そうせい候」と呼ばれていた。敬親が藩主になった時、長州藩には石高三十六万石に対して借金が百七十万石あった。この借金を返済するた

めに村田清風を登用し、儉約令、文武奨励を始め、様々な改革を始めた。敬親自身も綿服を着用し、食事は一汁二菜とするなど質素を原則として自ら儉約に努め<sup>10)</sup>、財政難だった長州藩を立て直した。

敬親は攘夷を藩の方針とし、下関で外国船を砲撃したが失敗した。さらに御所へ銃を向けたことから朝敵とされ(禁門の変)、2度にわたる長州征伐を受けた。しかし、藩内は敬親を藩主として仰ぎ続ける等、敬親に対する藩士の忠誠心は変わらなかった。長州ファイブ等、長州藩からも明治維新に活躍した志士たちが多く輩出されたのは、明治維新の影の立役者と言われる名君、毛利敬親がいたからこそであった。これらの情報から、敬親と家臣には強い信頼関係があったと推察した。防長史談会雑誌には藩主敬親に対する家臣たちの想が多く語られている。

また、西洋のものを積極的に取り入れていた敬親は、牛乳も飲んでいたというエピソードも得た。

## (2) 長州おはぎについて

禁門の変で敗れ朝敵となり京を追い出された長州藩であったが、京の人たちは長きにわたり京の天皇を支援していた長州の人たちがいなくなったことを悲しんだ。また、幕府が外国と貿易を始め、インフレが起こったことで、京の人の中で外国を攻撃した(下関戦争)長州を応援したいという思いが強くなった。長州おはぎは禁門の変の頃に京で流行したおはぎで、長州藩=萩藩の「はぎ」にかけていた。おはぎ3つと箸で毛利家の家紋「一文字三つ星」を表し、さらに長州藩の石高三十六万石にかけて、三十六文で売られていた。お客が「三十六文か、ちょっと負けてもらえないか」というと売り子が「一銭(一戦)も負けられへん」というやり取りが行われていた。朝敵となってしまった長州藩を、幕府の役人から悟られないようにこっそりと応援する手段としておはぎを利用していたという<sup>2) 11)</sup>。

## (3) カワラケツメイ茶と抹茶

前述したように、長州藩は儉約令により節約に努めていた。そのため贅沢な抹茶ではなくザラ茶というものが飲まれていた<sup>12)</sup>。ザラ茶は豆茶とも呼ばれ、現在徳地で生産、販売されているカワラケツメイ茶であることがわかった。なお、節儉に努めた敬親であったが、敬親自身はザラ茶を飲むことはなく、もっぱら抹茶を嗜んだ。また、茶の湯の席では、藩主も家臣も身分を超えて話ができたため、敬親

は、山口に移鎮した際に御屋形内の露山の麓に建てられた露山堂の茶室で、抹茶を嗜みながら、家臣たちと討幕の計画を練っていたということがわかった<sup>13)</sup>。当時長州藩士たちが飲んでいたといわれるカワラケツメイ茶は、歴史との関わりもあり、古くから地域にある食材であるため、カフェメニューの食材として特に取り上げたいと考えた。

## 2. カフェメニューの考案と試作、改良

事前に行った情報収集を元に、カフェで提供するスイーツと持ち帰りの焼き菓子について案を出し試作を重ねた<sup>14)15)</sup>。試作では味や実際に作ることが可能かを含め、使用する材料の配合や割合等を検討し、最終案はロワゾブルーと本研究室と4回の協議を経て決定した。

まず、抹茶や夏みかん、カワラケツメイ茶を用いたスイーツ、毛利家の家紋を表現するために丸い形をした洋風おはぎやシュークリーム等を考えた。1つのプレートでどれだけのインパクトを持たすことができるか、「食べた一口目が勝負」とのことから、第1回目の協議では、その場で食べるからこそ味わえるスイーツ(デザート)を検討していくことを決めた。デザートとは、デザートのフランス語であり皿盛りのことである。ラ プリ ム ブルーでは企画展に合わせてデザートを提供していた。このデザートは、「決して持ち帰ることができず、その場でしか味わうことのできないものを」という、ロワゾブルーのコンセプトに沿って提供しているとのことだった。

5月中旬に行った第2回目の協議では、双方で考案したスイーツを持ち寄った。なお、ロワゾブルーからの案としてブランマンジェがあった。ブランマンジェはゼラチンを用いたフランスの冷たい菓子で、実際に試作されたものを食べて味や見た目などを検討した。ブランマンジェの目指すところは「形をぎりぎりに保てる程度のもの」で、より口どけの良いものを提供したいとのことだったので、本研究室でも濃度の検討を行った。

続く第3回目の協議では、当日試作したブランマンジェとゼリー等を試食後、本研究室で今まで挙げてきた案について評価を受けた。第1回の案に対しては、全て一般に店頭で販売されており、持ち帰ることができるケーキであったため、その場でしか味わうことのできないといったロワゾブルーのコン

セプトに合ったスイーツではなかった。第2回の案は「持ち帰りできないスイーツ」ということに焦点を当てて考えたため、前回よりもデセールに近いスイーツを提案することができた。次にロワゾブルー側で作成したマドレーヌとシュークリームを試食した。マドレーヌはカワラケツメイ茶と抹茶の2種類の味であった。抹茶のマドレーヌは色が濃く、お茶の味も感じることもできた。シュークリームの見目は一般的なものであったが、生地は米粉で、中に餡と生クリームが入っており、洋菓子でもあったため、見た目と味の両方から面白さを感じることもできた。また、米粉の生地はもちもちとした食感であったが、ナッツがカリッとした食感となっており食感の違いを楽しめた。シュークリームにかかっているココアの苦味により甘すぎず、食べても飽きがこないものとなっていた。この試食で出た意見を踏まえ、ロワゾブルー側で試作を進めることとなった。

### 3. スイーツの最終決定

6月中旬にスイーツの最終形態および味の確認を行った。4月から挙げた案を延べると、全部で36種類のスイーツ案がでた。当初、デザールの1品を提供する予定であったが、最終的にはカワラケツメイ茶を用いたブランマンジェと本研究室の案を生かした4種のスイーツを盛り合わせたケーキのプレートの2種類のスイーツを提供することとなった。ロワゾブルーで作成したスイーツを販売に近い形で盛り付け、試食を行った。

ブランマンジェは、ラングドシャのようなクッキー生地の飾りと蝶をイメージしたアーモンドスライス、カワラケツメイの生クリームを上には飾ったものとなった。一見シンプルであるが、飾り付けの華やかさや立体的な造りでありボリュームを感じるものであった。サクッとした食感とブランマンジェのぷるっとした食感が合っていた。第2回の協議の時に試食したブランマンジェの時は周りがミルクのスープであったが、より冷たさを感じられるミルクのフローズンに改良された。暑い夏でもさっぱりと味わえる一皿となった。フローズンミルクは混ぜれば簡単に出来上がるので、ラ プリュム ブルーの設備でも調理可能であるとのことだった。

プレートは毛利家の家紋である「一文字三つ星」を表した。一文字はホワイトチョコのガトーショ

コラで、ホワイトチョコのガトーショコラをベースに生クリーム、夏みかんのコンフィチュール、薄い板状にしたチョコレートを飾り付けたものであった。夏みかんの苦みが良いアクセントとなった。三つ星はカワラケツメイ茶のパウンドケーキ、米粉のシュークリーム、山口茶のバームクーヘンを組み合わせた。カワラケツメイ茶のケック（パウンドケーキ）は、しっとりとした食感の生地と生クリームの両方からカワラケツメイ茶の味を感じることもできるものとなった。米粉のシュークリームは、長州おはぎのアレンジであり、当初提案した洋風おはぎを取り入れたものとなった。山口茶のバームクーヘンは、山口県産の山口茶を使用しており、地元の食材を用いたスイーツとなっていた。これは本研究室で考えたオペラやミルフィーユなどの層を重ねるという案を採用したものであり、敬親と家臣が信頼を積み重ねていたことをバームクーヘンの層で表現されていた。どれを食べても同じものが一つとしてなく、何度も楽しめるスイーツとなっていた。また、家紋を表現した盛り合わせやぶるぷると揺れるブランマンジェの見目に驚きや新鮮さ、楽しさを感じることができるものとなった。今回はデセールだけでなく、本研究室生で考えた案も多く取り入れてもらった。

### 4. 商品化したカフェメニュー及び焼き菓子

提案したスイーツ案から、「カワラケツメイ茶のブランマンジェ～フローズンミルクと共に～」のデザートと「毛利家プレート2018～150年の時を超えて～」のデザートプレートの2種類が美術館内カフェ ラ プリュム ブルーにて販売された。ブランマンジェはカワラケツメイ茶のパウダーを混ぜ込み、ソースには、敬親が西洋のものを取り入れ牛乳を飲んでいたということから牛乳を用いた。毛利家プレートは、4種のケーキの盛り合わせであった。「萩の甘夏とショコラブランのケーキ」、「米粉とあんこの生シュー」、「カワラケツメイ茶のケック」、「山口茶のバーム」である。一文字を表しているショコラブランのケーキは、厚みのないミルクチョコを用いており、全体的に色の統一感が出た。米粉とあんこの生シューは、幕末に京の都で流行した長州おはぎをモチーフにし、山口茶のバームは、敬親と家臣が築いてきた信頼を層で表した。この4種のケーキで「一文字三つ星」を表したプレートとなってお

り、見た目から歴史を表現することができた。

焼き菓子は、カワラケツメイ茶を用いたマドレーヌとパウンドケーキの2種類が持ち帰り用として販売されることとなった。



カワラケツメイ茶のブランマンジェ  
～フローズンミルクと共に～



毛利家プレート 2018  
～150年の時を超えて～



カワラケツメイ茶の  
パウンドケーキ (左) とマドレーヌ (右)

## 5. 販売に関わる媒体作成と情報発信

販売にあたり、媒体としてチラシとパネルを作成した。媒体に用いる写真はロワゾブルー本店にて撮影を行った。通常企画展で提供するスイーツの写真撮影はロワゾブルーで行っているが、今回は本研究室が担当することとなった。チラシの背景には毛利家の家紋を入れ、プレートが「一文字三つ星」を形作っていることを想像させるものにした。パネルには大きく2種類のスイーツを載せ、パネルを見て食べてみたいと思えるようなものにした。また、清涼感を感じられるように背景を青色にする等の工夫を行った。チラシには、今回企業と共同してスイーツの開発に取り組んだことや、スイーツの名前と値段、本研究室の学生・教員の顔イラストなどを盛り込み、興味を惹くものにした。

作成したチラシは、美術館への集客を図るため、観光拠点となる施設、山口県観光連盟、大殿地域交流センター、本学内、知人等に配布を行った。また、大学内の電光掲示板に掲載し情報を発信した。また、拡大印刷しポスターとして中央商店街の店舗数店に掲示してもらった。パネルは販売促進のため美術館カフェの店頭を設置してもらい、企画展を見終わった方の目に留まりやすいようにした。

美術館の毛利敬親展開催期間中にはマスメディアの取材を積極的に受けるようにした。新聞社4社より取材があり、カフェメニューとして開発したスイーツの種類や魅力を伝えた。販売の促進をねらうとともに、スイーツに込めた思いや、プレートを家紋の形にした意図を記事にしてもらうことで、美術館への来館を促すことができたと推察される。



作成したパネル



店頭に設置したパネル



作成したチラシ

## 6. 毛利敬親展会期中におけるスイーツ提供

カフェメニューのスイーツは、毛利敬親展にあわせて平成30年7月13日(金)から8月26日(日)まで提供され、期間中、「カワラケツメイ茶のブランマンジェ～フローズンミルクと共に～」は約100皿、「毛利家プレート2018～150年の時を超えて～」は約220皿提供販売することができた。

なお、スイーツの販売期間中に喫食者の意見を聞いた。当初はアンケートを取り、喫食者の満足度等を調査する予定であったが、カフェはくつろぎの場であり、雰囲気や食事を楽しんでもらいたいというロワゾブルー側の意向があったため、美術館の来館者にカフェでの時間を楽しめるようにアンケートは取らなかった。そのため、家族や友人、本学内の学生や教職員等から意見を聞いた。しかし全体の評価を判断するものではないため、参考意見として記すことにした。

カフェで販売した2つのスイーツに共通して得られた意見は、「美味しかった」、「コーヒーと合う」、「ボリュームがあり満足感があった」等であった。ブランマンジェでは、「甘さが控えめで大人好み」、「暑かったから冷たくて美味しかった」、「子どもも美味しそうに食べていた」等好評であった。毛利家プレートは、「見た目から楽しむことができた」、「いろいろなスイーツがあったため最後まで飽きずに食べることができた」等という意見を得た。

## おわりに

カフェメニューの開発に関しては、ロワゾブルーと協同し、家紋を取り入れたプレートや当時の食材を使用することにより企画展に合わせたものを販売することができた。また、販売場所が美術館内であったことから、来館者が展示物を見た後にスイーツを食べることで、より歴史と食への繋がりを感してもらえたのではないかと考えられる。食を用いて伝えていくにあたっては、催しに合わせたスイーツ等を提供することの有効性を感じた。

今回のカフェメニューは、手軽なスイーツに着目したことで、若い世代にも受け入れやすい形で歴食を伝えることができたと考える。持ち帰り用の焼き菓子を販売したことにより、美術館に来館した人だけでなく幅広い世代にスイーツを提供できたともいえる。山口の歴史を伝えるだけでなく、地域の食や史跡などの魅力を伝えることに繋げることができた。この取り組みをきっかけに歴史に興味を持つ人が増えることを期待している。

## 謝辞

本研究を遂行するに際し、協同してメニュー開発にかかわっていただきました株式会社 L'oiseau Bleu の棟久智之様、並びにスタッフの皆様は厚く御礼申し上げます。なお、本研究は平成30年度山口県立大学研究創作活動の助成により実施したものである。

## 参考文献

- 1) 歴食 JAPAN  
<http://reki-shoku.jp/rekisyokumap/cyugoku/>  
(2019.12.27 閲覧)
- 2) 山口市総合政策部企画経営課編：彩都山口 Vol.10 (2018)
- 3) 國守 進監修：山口県の歴史、ぎょうせい、413-443 (1991)
- 4) 八木 充編集：図説山口県の歴史、河出書房新社、179-190 (1998)
- 5) 樹下明紀：山口・防府の歴史、郷土出版社、184-197 (2005)
- 6) 山口市ふるさと創生部文化交流課編集：幕末維新がわかる本 山口市版、大村印刷、(2017)
- 7) 山本博文：あなたの知らない山口県の歴史、132-133、洋泉社 (2013)
- 8) 山口市菜香亭  
<https://www.c-able.ne.jp/~saikou/shisetsu/shisetsu.htm> (2019.12.27 閲覧)
- 9) 防長史談會編：防長史談會雑誌、国書刊行会 (1976)
- 10) 山田 稔他編：図録 明治150年記念特別展「激動の長州藩主 毛利敬親」、ミュージアム・タウン・ヤマグチ実行委員会 (2018)
- 11) 長州おはぎ負けられん 飲食産業 i-news 食  
<http://www.i-news.co.jp/i-syoku/2014/ireport/2014-09/140908.html> (2020.1.5 閲覧)
- 12) 平野岑一：長州之天下（復刻版）、31-32、マツノ書店 (2001)
- 13) 露山堂 明治維新策源地山口市 明治維新150年の山口市を旅するサイト  
<http://ishin150-yamaguchi.com/spot003/>  
(2020.1.5 閲覧)
- 14) 日本放送協会編：別冊 NHK きょうの料理 手軽に楽しむお菓子づくり、日本放送出版協会 (1989)
- 15) 川上文代：イチバン親切なお菓子の教科書、新星出版社 (2015)