



ケーキブティックピーターズ
クリエイティブの源泉を探る 前編

ピーターズは二代目となる中村元計(もとかず)さんが屋号を「ピーターズ」にして以来二十五年、地域の方々にとどまらず全国の方々に支持され続けている洋菓子店だ。

中村さんのケーキや焼き菓子の魅力は一言でいうと「アートのような輝き」ではないかと思う。

美術品を見ているかのような心地よい刺激を五感に訴えかけてくる商品。味も見た目も満足させる。

そんなスイーツを多数世に産み出し、有名パティシエや異業種とのコラボレーションなど活発な動きを見せる中村元計さんに商品やお店へのクリエイティブの源泉を伺った。



好奇心旺盛だった幼少期

どんな子どもだったのか？以前から気になっていたことを尋ねてみる。

幼少時代は、父親のおかげでとにかく「美味しいものを食べる機会」に恵まれ、その刺激と感覚は大きく影響を受けたという。

また、小さい頃から、好奇心旺盛で楽しいこと、刺激的なことを求めて友達を引っ張っていたという。

中村さんの今の原点は、すでにこの頃から芽生えていたのだ。

修業時代と師の言葉

パティシエ修業時代の師匠の言葉が常に中村さんの心にあるという。

「おいしいものを食べている一流の人にお前がどれだけおいしいものを出せるのか？」

中村さんは「一流の生活をしている人に美味しいものを出すために、自身の感覚を磨くために月に一回は美味しいものを食べることを実践したという。

好奇心旺盛な中村さんは外へ出ていくことが大好きだ。

様々なお店や場所、人料理、ファッション、とにかく刺激を受けること。気に入ったものを手に入れながら刺激を受けながらさらに感覚と感性を研ぎすましていくという。

外の世界から受ける刺激は得てして巨大なエネルギーを持っている。

そのエネルギーを糧として、自らの分身とも言える洋菓子のクオリティを更に高めているのではないだろうか。

「今が旬。今が最高。」

日々「いつでも」スイッチが入った時が新作を創る時である中村さん。

新作、定番にかかわらず、気になる部分を見つけた時も、「即アクション」で改善するという。

常に「今」置かれているケーキや焼き菓子が最高に美味しく美しくあること。

これが中村さん率いる「ピーターズ」のフィロソフィーなのだ。

新作として世に出て支持されている商品に「ボルケーノ」「かぼっちゃん」「菜(しおり)」などがある。

これらも初期からのコンセプトは変わらずに、味わい、色彩、デザインといった部分で常に中村さんが手を入れて進化させ、お客さまと育んだそう。

「今が旬」「今が最高」であるから、とにかく変化と調和が楽しめるのだ。

軽井沢店のお客様も佐久店のお客様も、ピーターズの多い理由はこの辺に大きくあるのではないだろうか。

今も中村さんの頭の中では、心の内では「今を旬にするためのクリエイティブな実験がおこなわれているのだ。

またひとつピーターズに行く理由がひとつ増えたように思う。(後編へ続く)